

ARKO 수시연구 2025

기업 문화력 지수 개발 및 실증연구

2025. 12

제출문

한국문화예술위원회 귀하

본 보고서를 「기업 문화력 지수 개발 및 실증 연구」의 최종보고서로 제출합니다.

2025년 12월 26일

주 관 기 관: 한국문화예술위원회
연구 책임자: 양희동(한국경영학회 회장, 이화여자대학교 교수)
참여 연구원: 신형덕(홍익대학교 교수)
고동연(이화여자대학교 경영대학원 겸임교수)
양지연(동덕여자대학교 큐레이터학과 교수)
고원석(한국예술종합학교 겸임교수)
박지현(전남대학교 문화전문대학원 조교수)
김수림(성공회대학교 미래융합학부 조교수)

요약문

기업 문화력 지수 개발 및 실증 연구

본 연구는 기업의 지속가능한 성장과 사회적 책임이 더 이상 재무적 성과만으로 충분히 설명되기 어려운 환경에서, 기업이 축적·발현해 온 문화적 역량(이하 '문화력')을 체계적으로 진단할 필요성에 착안하여 수행되었음. 기업의 문화예술 활동은 조직 내부적으로 임직원의 창의성, 혁신적 사고, 조직 몰입도를 강화하는 기반으로 작동하고, 외부적으로는 브랜드 가치와 소비자 신뢰, 사회적 평판을 형성하는 무형자산으로 기능해 왔음이 확인됨. 또한 ESG 경영, 사회공헌, 메세나 활동의 확산 속에서 기업의 문화예술 후원은 사회와의 관계를 구성하는 핵심 방식으로 자리 잡고 있으나, 기업의 문화적 역량을 표준화된 지표로 측정·비교할 수 있는 구조가 충분히 정립되지 못한 상황임. 특히, 한국메세나협회의 「2023년 기업의 문화예술 지원현황 조사」에서 2023년 기업 문화예술 후원 규모가 2,087억 8,500만 원으로 역대 최대를 기록하였음에도, 10년간 후원금액이 1,800억~2,000억 원 수준에서 큰 변화를 보이지 않고 특정 분야(문화예술 기관 인프라, 미술·전시 등)에 편중되는 경향이 보고되는 등, 후원의 양적 확대와 별개로 질적 다양화와 효율성 제고가 과제로 남아 있음. 나아가 공공기금 투자 방식을 기업이 답습하는 과정에서 중복후원이나 담보 상태가 발생할 수 있다는 문제의식도 제기되고 있어, 기업이 스스로 문화예술 활동을 설계·평가하고 정책을 고도화할 수 있는 자체 진단 도구의 필요성이 커지고 있음.

이와 같은 배경에서 본 연구는 기업 문화력을 단순한 후원 규모나 일회성 활동의 합이 아니라, 기업의 정체성과 전략, 그리고 사회적 역할이 문화예술과의 관계 속에서 지속적으로 축적·발현되는 역량으로 정의하고자 하였음. 경영학적 관점에서 문화력은 기업 경쟁력을 설명하는 새로운 무형자산 지표로 제안될 수 있으며, 문화예술적 관점에서는 K-컬처 생태계 속에서 기업이 문화를 어떻게 인식하고(철학·비전), 어떻게 활용하며(브랜드·경험), 어떻게 기여하는지(창작·향유)를 확인하는 진단 도구로 기능할 수 있음. 본 연구는 이러한 관점에 따라 기업 문화력의 개념을 정교화하고 구성 요소를 도출한 뒤, 공개자료 기반으로 적용 가능한 표준화 지표 및 측정모델을 개발하며, 국내 주요 기업에 대한 실증 평가를 수행함으로써 지표의 적용 가능성과 정책·산업·현장 차원의 시사점을 도출하는 것을 목표로 하였음.

연구 방법은 개념 정립과 현황 조사, 평가항목 및 지수 개발, 국내 주요 기업 대상 실증 평가의 단계로 구성됨. 우선 미술 현장 전문가의 이론적·비평적 논의를 포함하여 기업 문화력 개념과

구성요소를 정립하였고, 선행연구를 통해 기업의 민간 후원 활동이 어떤 방식으로 이루어지는지 분류함으로써 지수 개발의 근거를 마련하였음. 또한 기업 홈페이지, 연차보고서, CSR·ESG 보고서, 언론기사, 소셜미디어 등 공개자료를 폭넓게 검토하여 문화예술 후원 현황을 정량·정성적으로 파악하고, 실제 평가에 활용 가능한 데이터의 범위와 한계를 점검하였음. 이를 토대로 기업 문화력을 네 개의 핵심 영역으로 구조화하였는데, 첫째, 내부문화자본(내부역량), 둘째, 브랜드 파워(마케팅역량), 셋째, 문화예술 창작후원(창작후원), 넷째, 문화예술 향유후원역량(향유후원)으로 구성됨. 각 영역은 다시 세부 지표로 세분화되어 총 22개 지표로 체계화되었으며, 모든 평가는 공개 문서에서 확인 가능한 정보만을 반영하는 원칙을 적용하였음. 지표별 점수는 0~3점 체계를 사용하였고, 조사 기간은 2025년 1월 1일 이후를 기본으로 하되 시설·설비, 프로그램 지속성 등 장기성이 본질인 항목은 이전 실적과 누적 기록을 함께 고려하도록 설계하였음.

실증 분석 대상은 2024년 12월 30일 기준 시가총액 상위 100대 기업으로 설정하였음. 시총 상위 기업은 재무적 안정성과 자원 동원 능력이 높고, 공시자료·지속가능경영보고서·언론 보도 등 공개자료의 축적 수준이 비교적 높아 지표 적용과 기업 간 비교에 유리하다는 점에서 평가 대상으로 적합함. 평가 프로세스는 석사생·학부생으로 구성된 1차 연구진이 자료를 수집하고 기초 평가를 수행한 후, 문화예술 행정·경영 분야 전문가 3인으로 구성된 2차 평가단이 근거의 타당성을 교차 검토하여 최종 점수를 확정하는 단계적 구조로 운영되었음. 1차 연구는 11월 7일부터 16일까지 진행되었고, 연구원 10명이 기업을 무작위 배정받되 기업당 2명의 평가자가 중복 평가하도록 설계하여 신뢰성을 제고하였으며, 2차 평가는 11월 17일부터 25일까지 진행되어 최종 점수의 객관성을 강화하였음. 또한 11월 29일 실증 자문회의를 통해 지표의 중복 가능성, 공개자료 노출도 편차에 따른 평가 차이, 조사원·평가자 간 판단 차이, 문화재단·계열사 평가 범위 등 개선 과제를 도출하여 후속 고도화의 방향을 확보하였음.

조사 결과, 본 연구는 네 개 그룹으로 구분하여 지표 수가 6개인 1·2그룹에는 가중치 1.39를, 지표 수가 5개인 3·4그룹에는 가중치 1.67을 부여하여 총 100점 만점으로 환산하였음. 기술통계량 기준으로 총점은 최소 7점, 최대 90점, 평균 39점, 표준편차 21.64로 나타나 기업 간 문화력 수준의 격차가 상당함이 확인됨. 영역별로는 내부역량(최소 3, 최대 24, 평균 12, 표준편차 5.20), 마케팅역량(최소 0, 최대 25, 평균 9, 표준편차 6.72), 창작후원(최소 0, 최대 25, 평균 8, 표준편차 7.81), 향유후원(최소 0, 최대 23, 평균 10, 표준편차 6.54로 나타났음). 상위 기업은 영역별로 분산되어 나타났는데, 내부역량 1위는 CJ제일제당(24점), 마케팅역량 1위는 삼성전자와 기아(각 25점), 창작후원 1위는 기업은행·현대자동차·KT&G·아모레퍼시픽(각 25점), 향유후원 1위는 KB금융·HD현대중공업·강원랜드(각 23점)로 확인됨. 이러한 결과는 기업 문화력이 단일한 “총점 경쟁”으로만 이해되기보다, 기업이 어떤 방식으로 문화예술과 관계를 맺고 어떤

영역에 자원을 집중해 왔는지에 따라 강점이 분화되는 특성을 지닌다는 점을 시사함.

네 개 영역별 우수 사례는 문화력의 의미를 구체적으로 보여주는 대표적 근거로 활용될 수 있음. 내부역량 우수 기업으로 도출된 CJ제일제당은 기업 비전에서 ‘건강·즐거움·편리를 창작하는 글로벌 생활문화기업’을 제시하며 식문화를 핵심 문화 가치로 설정하고, K-Food 전략을 통해 문화적 정체성과 사업 방향을 연결하고 있음이 확인됨. 또한 임직원이 문화 콘텐츠를 일상적으로 접할 수 있도록 TVING 무료 구독권, 계열사 할인, 여행·숙박 지원 등을 운영하고, CJ 도너스캠프 ‘문화꿈지기’와 같은 문화 기반 사회공헌에 임직원이 참여하는 구조를 갖추고 있음. 업무환경 측면에서도 Hub Office 및 유연한 근무 공간 운영, 본사 리모델링, 진천 블로썬파크의 아트리움·협업 공간 운영 등 창의적 환경 조성이 관찰되었으며, 2005년부터 ‘CJ Voice ON’과 같은 정기 조직문화 설문을 통해 조직문화 개선을 환류하는 지속성이 확인됨. 이는 문화력이 내부 구성원의 경험, 업무환경, 조직문화 관리 체계와 결합될 때 기업의 내부 문화자본으로 작동할 수 있음을 보여주는 사례로 활용 가능함.

마케팅역량 우수 기업으로 도출된 삼성전자는 문화예술 후원을 브랜드 커뮤니케이션과 결합하는 방식이 다층적으로 확인됨. 삼성 아트 TV·아트 스토어 기반의 콘텐츠 확장, CES 전시에서의 디지털 아트 갤러리 경험 제시, 해외 미술관 파트너십과의 결합, 아트페어 협업 등은 기술 제품을 문화적 경험으로 확장하는 전략으로 해석될 수 있음. 특히 Silence Music Festival에서 더 프레임 TV를 활용해 무대·전시 연출을 후원하고, 아트 스토어 기반 작품 제공으로 공간의 시각적 완성도를 높인 사례는 브랜드 이미지 제고 및 문화예술 후원 방식의 결합을 보여주는 근거로 활용 가능함. 이러한 사례는 문화력이 외부 소비자 접점에서 브랜드 신뢰, 정체성, 문화적 노출을 구성하는 무형자산으로 작동할 수 있음을 설명하는 데 유효함.

창작후원 영역에서 우수 기업으로 도출된 기업은행은 지역·사회 기반의 네트워크형 창작 지원에 강점을 보임. 금융기관이라는 업종 특성에도 불구하고 신진 작가 후원과 공공미술 프로젝트를 병행하며 창작 생태계에 접근하고 있음. ‘IBK 아트스테이션’을 통해 신진 작가의 제작·전시·홍보를 지원하는 구조를 운영하고 있으며, ‘IBK 예술로’와 ‘아트프라자’는 산업단지과 지역 상권을 예술가와 연결함으로써 창작 기반과 문화 접근성을 동시에 확장하고 있음. 또한 ‘IBK 드림윙즈’와 같은 협력 프로그램을 통해 문화예술계와의 파트너십을 강화하고 있음. 이는 창작후원이 지역사회와의 연결 속에서 생태계의 저변을 확장하는 방식으로 구현될 수 있음을 보여줌.

한편 현대자동차는 국제 협력과 장기 파트너십을 기반으로 한 구조화된 창작 지원에 강점을 보임. ‘더 현대 프로젝트 LACMA’를 통해 전통적 전시 후원을 넘어 아트·테크놀로지 기반 프로그램으로 확장하고 있으며, ‘제로원데이’와 같은 융복합 프로젝트를 통해 기술과 예술이

결합된 다장르 창작 구조를 형성함. 또한 국립현대미술관과의 장기 협력, 해외 주요 기관과의 파트너십을 통해 국제적 창작 네트워크를 구축하고 있으며, 'MMCA 현대차 시리즈'를 지속 운영함으로써 창작 지원을 제도화하고 있음. 이는 창작후원이 글로벌 협력 구조 속에서 전략적으로 확대될 수 있음을 보여주는 사례로 평가됨.

이처럼 기업은행은 지역·사회 연계형 창작 지원 모델에서, 현대자동차는 국제·구조화된 창작 지원 모델에서 각각 강점을 보이며, 창작후원 역량이 기업 전략과 자원 구조에 따라 상이한 방식으로 구현될 수 있음을 시사함.

향유후원 우수 기업으로 도출된 KB금융은 문화 향유 기회를 대중과 취약계층으로 확장하는 방식이 확인됨. Kiaf SEOUL 2025 리드 파트너 참여, 체험형 특별관 운영, 클래식 공연 및 연령별 프로그램 지원은 향유 공간·프로그램을 통해 문화 접근성을 확대하는 사례로 제시될 수 있음. 또한 금융 플랫폼(앱 등)을 활용한 문화 향유 프로그램 운영은 문화예술 향유가 특정 공간과 계층에 제한되지 않고 디지털 채널을 통해 확장될 수 있음을 시사하는 근거로 활용 가능함. 이는 기업의 문화력이 '향유 기반 사회적 가치'로 구체화될 수 있음을 보여주는 대표 사례로 활용될 수 있음.

구조별 우수 기업의 분석은 기업 문화력이 '개별 기업의 활동'뿐 아니라 '기업집단의 문화 인프라' 및 '운영 구조'와 결합될 때 강화될 수 있음을 보여줌. 조사 결과 기업집단 소속 비율은 55%, 문화재단 보유 비율은 62%, 우수후원기관 지정 비율은 12%로 확인되었고, 문화재단 보유 및 우수후원기관 지정 기업에 대해 가점을 부여함으로써 제도적 기반이 활발한 활동과 연계됨을 반영하였음. 상위 10개사 중 문화재단을 보유한 기업이 6개사로 나타나 문화재단 보유 기업집단의 개별 기업 문화력이 상대적으로 높게 나타나는 경향이 확인되었으며, 기업집단 중에서는 LG가 가장 높은 점수를 획득한 그룹으로 확인됨. 반면 기업집단에 속하지 않은 단일기업 중에서는 KT&G가 가장 높은 점수를 획득한 것으로 확인되어, 기업집단 기반 인프라뿐 아니라 단일기업이라도 장기적 전략과 플랫폼(예: 상상마당)을 통해 높은 문화력을 구축할 수 있음을 시사함. 업종별 특색에서는 소비재·금융 이외에 HD현대중공업이 향유후원 1위(23점) 기업 중 하나로 나타나, 중후장대 산업 기업 또한 지역사회와 문화공간 운영, 참여형 프로그램을 통해 문화예술 향유 영역에서 의미 있는 성과를 구축할 수 있음을 보여줌.

방식별 특성에 대한 소결은 본 조사 결과를 다음 연구로 연결하는 핵심 흐름으로 제시될 수 있음. 첫째, 문화재단을 보유한 기업집단에서 상대적으로 높은 문화력이 나타나는 경향은 문화재단이 장기 재원, 전문 인력, 프로그램 운영 경험을 기반으로 문화예술 후원의 지속성과 전문성을 제도적으로 담보하는 장치로 기능함을 시사함. 둘째, 공익법인 설립과 운영은 기업 문화예술 후원의 진정성과 지속성을 제도적으로 보여주는 신호로 작동하는 경향이 확인됨. KT&G의 복지재단·장학재단과 상상마당 플랫폼 기반 장기 프로그램, SKOPF와 같은 단계적 후원

구조는 기업 후원이 단순 재정 후원을 넘어 예술가 경력 형성과 생태계 구축으로 연결될 수 있음을 보여주는 사례로 활용 가능함. 셋째, 이러한 결과는 기업 문화력 지수가 기업의 문화적 역량을 진단하는 데 유효하되, 동시에 기업이 출연·협력하는 문화재단·공익법인이 실제 후원 실행 주체로 수행하는 운영 역량과 기여도를 별도로 점검할 필요가 있음을 보여줌. 이에 따라 본 연구는 기업 문화력 지수 결과를 바탕으로 별도 수행 중인 「문화예술분야 민간 공익법인 가이드 지표」 진단 연구(2년차)와의 연계성을 통해 기업의 전략(기업 문화력)과 실행(공익법인 운영 성과)을 연결하여 해석하고자 함. 2년차 연구는 비전·전략, 투명성, 영향력, 효과성의 4개 대분류 및 가점 지표로 구성된 평가체계를 기반으로 공익법인의 운영 수준을 진단하고, 재단 홈페이지뿐 아니라 주요 사업별 홈페이지까지 교차 확인하며 정관·사업보고서·공시자료 등 다양한 자료를 교차 검증하는 방식으로 데이터 수집과 평가 기준의 객관성을 강화하는 방향으로 고도화를 추진하고 있음. 결과적으로 기업 문화력 지수(기업의 전략·역량)와 공익법인 가이드 지표(재단의 실행·운영 성과)를 연계함으로써 기업의 문화예술 후원이 전략-실행-성파로 연결되는 구조를 보다 입체적으로 설명할 수 있을 것으로 판단됨.

마지막으로, 본 연구는 기업 문화력 지수의 활용 가능성을 정책적·기업적·문화현장적 차원에서 제시함. 정책적으로는 문화 기여 우수기업 인증제도, 지원사업 우대기준, ESG의 'C(Culture)' 지표 보완, 지역문화 진흥 및 도시재생 정책의 근거자료로 활용될 수 있음. 기업 차원에서는 문화력 지수를 브랜드 전략과 정체성 재정립, 연도별 성과 관리, 투자자·고객 커뮤니케이션, 인재 유치 및 조직관리의 근거로 활용할 수 있음. 문화현장 차원에서는 협력 파트너의 신뢰 기준, 산학협력 교육 도구, 문화 임팩트 투자 및 지역 문화기금 판단 지표로 활용 가능함. 또한 K-컬처 확산을 위한 글로벌 활용과 관련하여 해외 사례와의 비교 및 국제 파트너십 기반 확산 전략을 병행할 경우, 기업 문화력이 국내 후원 지표에 한정되지 않고 국제 문화 교류의 전략 자산으로 확장될 가능성이 있음.

향후 과제로는 공개자료 기반 평가의 한계(기관별 노출도 차이, 정보 공개 수준 차이)와 지표 중복 가능성, 평가자 간 판단 편차를 완화하기 위한 기준 정교화가 제시될 수 있음. 동시에 기업의 자발적 정보 공개가 확대될수록 문화력 측정의 정확성과 비교 가능성이 높아질 것으로 기대됨. 본 연구는 파일럿 성격의 실증을 통해 기업 문화력이라는 개념과 지표 체계를 제시하였으며, 후속 연구에서는 지표의 세부 조정, 평가 범위(재단·계열사 포함 여부) 정교화, 공익법인 진단 연구와의 결합 분석을 통해 기업 문화예술 후원의 구조적 메커니즘을 더 정밀하게 설명하는 기반을 마련하고자 함.

목차

제1장.

개요

제1절 : 연구 필요성 및 방향 01

제2절 : 연구 방법 02

제2장.

기업 문화력 개념의 정의 및 범주 제시

제1절 : 기업 문화력 개념의 정의 및 범주 제시 04

1. '기업 문화력(문화적 역량)'의 정의 04

2. '기업 문화력'의 4가지 구성 요소와 범주 04

3. '기업 문화력'의 4가지 구성 요소에 따른 사례 06

제3장.

기업 문화력 지수 및 지표 체계 개발

제1절 : '기업 문화력' 지수 참고 사례 12

1. '기업 문화력' 지수 13

2. '기업 문화력' 지수: 참고 사례(해외) 13

3. '기업 문화력' 지수: 참고 사례(국내) 13

제2절 : 세부 지표 개발 16

제4장.

국내 주요 기업 대상 문화력 지수 실증 분석

제1절 : 조사 대상	21
1. 기업 분류 검토	21
2. 기업 문화력 조사 대상	25
제2절 : 조사 방법	28
제3절 : 실태조사 개발 및 실증 자문회의 결과	29
제4절 : 조사 결과	30
1. 조사 결과	30
2. 조사 결과에 따른 지표별 우수 기업 사례	31
3. 조사 결과에 대한 소결	39
제5절 : 2025 기업 문화력 세미나 개최 결과	41

제5장.

기업 문화력 지수의 활용 방안 제언

제1절 : 문화 정책적 차원, 기업적 차원, 문화 현장 차원에서의 활용 방안	43
1. 정책적 활용 방안	43
2. 기업적 차원에서의 활용 방안	43

제2절 : 정재계 등 주요 이해관계자 대상 홍보 및 확산 방안	46
1. 기업 문화력 지수 홍보 방안	46
2. 기업 문화력 지수 확산 방안	46

제6장.

기업 문화재단 문화예술후원 기여도 진단 개선

제1절 : ‘문화예술분야 민간 공익법인 가이드 지표’ 개선 방향	49
제2절 : 진단 개선을 위한 타 분야 사례 분석	52
제3절 : 전문가 의견 조사 결과	54
제4절 : 지표 개선안	56
1. 수정 지표안	57
2. 데이터 수집 방법	59
3. 평가 대상	60
4. 평가 프로세스	64
부록	66
[부록1] 기업 문화력 가이드 지표 정의서	66
[부록2] 문화예술분야 민간 공익법인 가이드 지표 정의서	88

표 목차

[표 1] 기업의 내부분화자본 사례	07
[표 2] 브랜드파워 사례 (해외)	07
[표 3] 브랜드파워 사례 (국내)	08
[표 4] 문화예술 창작후원역량 사례 (해외)	08
[표 5] 문화예술 창작후원역량 사례 (국내)	09
[표 6] 문화예술 향유후원역량 사례 (해외)	10
[표 7] 문화예술 향유후원역량 사례 (국내)	14
[표 8] 세부 범주별 구성	16
[표 9] 세부 지표	17
[표 10] 대기업, 중견기업, 중소기업 판단 기준과 혜택 비교	21
[표 11] 대기업집단의 구분 체계 및 지정 기준	22
[표 12] 주요 업종별 평균매출액 등의 중견기업 규모 기준	22
[표 13] 업종별 중소기업 규모 기준 요약표(평균매출액 기준)	24
[표 14] 조사 대상: 코스피 100개 기업(시가총액)	25
[표 15] 기술통계량	30
[표 16] 금융/증권 산업 분석 결과	31
[표 17] CJ제일제당 우수사례 예시	33
[표 18] 삼성전자 우수사례 예시	34
[표 19] 기업은행 우수사례 예시	35
[표 20] 기업 문화력 지수 활용안	45
[표 21] 문화예술분야 민간 공익법인 정성 평가영역 및 지표	50
[표 22] 문화예술분야 민간 공익법인 수정 지표안	57
[표 23] 문화예술분야 민간 공익법인 가이드 지표별 진단 데이터	59
[표 24] 2024년 진단 대상 공익법인 리스트	60
[표 25] 데이터 수집 및 평가 일정(안)	65

그림 목차

[그림 1] 기업 문화력 4가지 구성 요소	05
[그림 2] 2025 기업 문화력 세미나 개최 포스터	41
[그림 3] 가이드 지표 개선 방안 수립 전략	51
[그림 4] 한국ESG기준원 ESG평가 프로세스	53

제1장

연구 개요

제1절 연구 필요성 및 방향

■ 연구 필요성

- 기업의 지속가능한 성장을 위해서는 재무적 성과뿐만 아니라 조직 내부 및 외부 환경의 문화적 역량을 통해 경쟁력을 유지하고 성장할 수 있어야 함. 특히, 기업의 문화 활동은 조직 내부적으로는 직원의 창의성, 혁신적 사고, 조직 몰입도를 강화하며, 외부적으로는 브랜드 가치와 소비자 충성도를 높이는 데 중요한 임무를 수행하는 것으로 확인됨
- 기업은 ESG 경영, 사회공헌 활동, 메세나 활동 등을 통해 직·간접적으로 문화예술후원을 하고 있으며, 이러한 활동들은 기업의 문화적 역량을 강화하는 동시에 사회구성원으로서 공익에 기여하게 됨
- 그러나 기업의 '문화적 역량(이후 문화력)'을 체계적으로 측정하고 비교할 수 있는 표준화된 지표나 구조가 부족한 상황임
- 한국메세나협회의 「2023년 기업의 문화예술 지원현황 조사」 결과에 따르면 2023년 우리나라 기업의 문화예술 후원 규모는 2,087억 8,500만 원으로 1996년 조사 시작 이래 최대 후원 규모를 기록함. 그러나 10년간 후원금액 추이가 1,800억 원에서 2,000억 원 사이로 큰 변화 없이 '정체기'에 접어든 것으로 판단되며 후원 분야도 문화예술 기관의 인프라(57.5%), 미술·전시 분야(14.7%) 등 특정 분야에 한정되어 있음
- 기업의 문화예술후원이 양적으로 확대하고 있으나, 기업의 문화적 역량과의 상관관계를 실증하거나, 기업의 창의성, 혁신적 사고, 조직몰입 등 조직 내부적 가치와 상품 브랜드 가치, 소비자 충성도 등 외부적 가치와의 연관성을 체계적으로 정립한 연구는 부족한 실정.
- 공공기금의 투자 방식을 사적 기업이 그대로 답습하게 되면서 문화예술후원이 담보 상태에 놓이거나 중복후원의 문제가 생겨남. 기업의 문화력에 대한 지수 개발과 사례 연구를 통해서 기업의 자체적인 정책 개발과 평가가 절실히 보임
- 이에 따라 기업의 '문화적 역량'을 체계적으로 측정하고, 비교할 수 있는 표준화된 지표 및 모델을 개발하고, 이를 실증하는 연구 필요

■ 연구 방향

- 기업의 문화적 역량(문화력) 개념 정의 및 구성 요소 도출
- 기업 문화력의 객관적 평가를 위한 표준화된 지표 및 측정모델 개발
- 기업 내부역량(창의성, 혁신적 사고, 조직몰입도)과 외부역량(브랜드 가치, 소비자 충성도)의 실증적 분석 수행
- 문화예술 후원의 효율성 및 사회적 가치 제고를 위한 기업 자체 평가 및 정책수립 지원
- 기업의 문화예술 후원 활동의 질적 다양화 및 중복 후원 문제 개선 도모

제2절 연구 방법

■ 개념 정립과 현황 조사

- 기업 문화력 지수에 대한 미술 현장 전문가의 이론적이고 비평적인 개념 정의 및 구성요소 도출
- 선행연구를 통해 기업의 민간 후원 활동이 어떤 방식으로 이루어지고 있는지 체계적으로 분류하고, 기업 문화력 지수개발 및 시행을 위한 근거 마련
- 기업 홈페이지, 연차보고서, CSR·ESG 보고서, 언론기사, 소셜미디어 등에서 수집 가능한 공개 자료를 폭넓게 검토하여, 기업의 문화예술 후원 현황을 정량적·정성적으로 파악. 이를 통해 실제 평가에 활용 가능한 데이터의 범위와 한계를 분석하고, 활용 가능성 판단
- 국내외 유사 사례를 비교·검토하여 본 연구에서 개발할 지수의 차별성, 적용 가능성, 개선 방향 도출

■ 평가항목 및 기업 문화력 지수 개발

- 기업의 문화력을 체계적이고 균형 있게 측정하기 위한 구성요소별 세부 지표 개발
- 기업 자료의 특성을 고려하여 지표별 평가 척도 설계
- 전문가 대상 인터뷰 조사를 실시하여 개발된 지표와 평가척도의 적절성 검증. 전문가 의견을 반영하여 지표별 가중치를 산출하고, 지수의 신뢰성과 타당성 강화
- 지표별 점수 산정 방식을 고려하여 전체적인 점수 체계 구축. 이를 토대로 기업 간 비교가 가능한 평가 기준을 설정

■ 국내 주요 기업 대상 문화력 지수 실증

- 평가에서 활용 가능한 공개 자료 범위, 기업의 문화예술 후원 규모, 결과 확산 파급력 등을 고려하여 평가 대상 선정
- 석사생·학부생 등으로 구성된 1차 연구진과 문화예술 행정·경영 분야 전문가로 구성된 2차 평가단 구성
- 기업별 평가 자료 수집 및 단계별 평가 진행
- 최종 평가 결과 분석 및 의미를 해석하여 시사점 도출

제2장

기업 문화력 개념의 정의 및 범주 제시

제1절 기업 문화력 개념의 정의 및 범주 제시

1. ‘기업 문화력(문화적 역량)’의 정의

- 기업이 지닌 고유한 문화적 자산과 영향력을 바탕으로 내부 구성원과 외부 사회에 미치는 문화적 영향력, 혹은 영향력을 창출해내는 능력
- 국가의 문화 예술적인 영향력을 가리키는 고전적인 개념인 ‘소프트 파워(Soft Power: 군사력이나 경제력의 ‘하드파워(Hard Power)’에 대비되는 개념)’와 유사한 능력
- 그러나 소프트파워의 활용범위가 주로 국가 간의 관계에 적용되었다면 ‘기업 문화력’은 21세기 다극화된 국제 질서에서 다국적인 기업과 기업문화에 적용하기 위해서 고안됨
- 추가적인 유사 개념으로는 기업 내부의 문화적인 정체성이나 자긍심을 표시하는 ‘기업의 문화적 자신감(cultural confidence of corporation),’ 기업의 1차적인 소통과 공략의 대상인 소비자에게 문화를 통해서 기업 철학을 각인시키고 차별화 시키는 ‘브랜드 파워(brand power),’ ESG 경영의 부분으로서 최근 주목을 받는 ‘기업의 문화적 책임(cultural responsibility of corporation)’이 있음
- 종합적으로 ‘기업 문화력’은 기업이 특정 상품을 단기간 포장하거나 부정적인 사회적 이미지를 일시적으로 쇠퇴시키기 위하여 사용하는 것이 아닌, 지속성을 갖고 기업의 정체성, 방향성, 사회적 책임을 문화예술계와의 협업을 통하여 발현하는 능력
- 이에 본 지수개발팀은 기업의 문화력을 관련된 투자, 후원, 협업의 행위가 영향을 미치는 4개 단체나 그룹을 기업, 소비자, 문화예술계, 사회(공공)로 나누고 문화예술 창작, 수용, 향유, 기획 능력의 4가지로 세분화해서 정의하고자 함

2. ‘기업 문화력’의 4가지 구성 요소와 범주

■ 4가지 구성 요소

1. 기업의 ‘내부문화자본’

대상 A: 기업 활동의 생산자인 기업 내부의 문화자본을 가리킴

2. 기업의 ‘브랜드 파워’

대상 B: 기업 활동의 대상이자 수혜자인 소비자가 인식하는 브랜드 파워

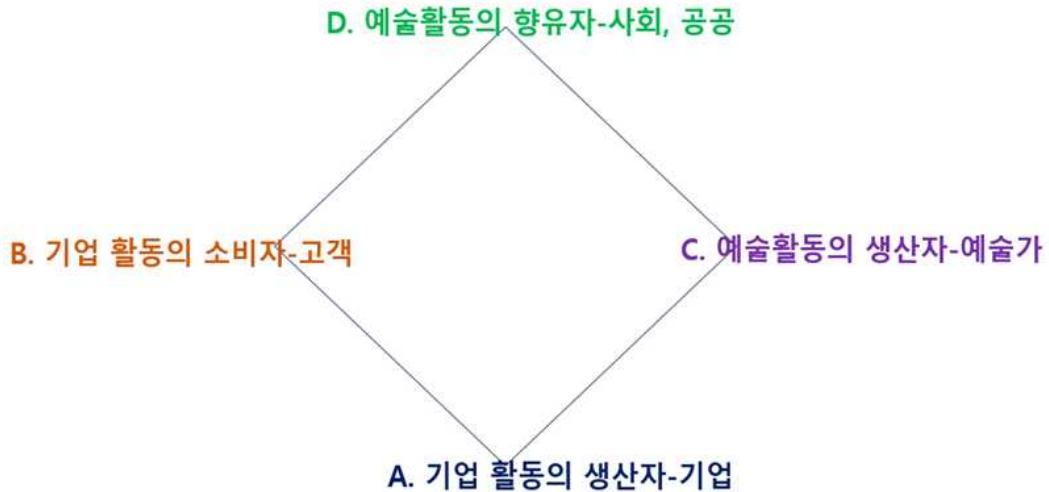
3. 기업의 ‘문화예술 창작후원역량’

대상 C: 예술 활동의 생산자이자 기업의 파트너인 문화예술계와의 협업을 통해서 나타나는 기업의 문화력

4. 기업의 '문화예술 향유후원역량'

대상 D: 예술 활동의 수혜자이자 향유하는 사회, 공공에 미치는 기업의 문화력을 측정

그림 1 기업 문화력의 4가지 구성 요소



■ 4가지 주체와 범주

○ 기업 활동의 생산자: 기업(A)

- 21세기 기업은 문화예술계를 후원할 뿐 아니라 문화예술계의 다각적인 자본, 인적 무형과 유형의 자본을 활용함으로써 기업 자체의 문화자본을 구축하고 브랜드 가치를 높이며 서비스를 향상시키는데 문화예술을 다방면에서 활용하고 있음

○ 기업 활동의 소비자: 고객(B)

- 소비자의 관점에서 기업의 문화 역량이 서비스나 상품의 질이나 접근성에 있어서 기업의 이미지를 긍정적으로 발전시키는 데 기여했는지를 고찰함
- 나아가서 소비자가 궁극적으로 브랜드의 이미지나 기업의 정체성에 대하여 보다 친숙하고 신뢰감을 구축하게 되었는지를 가늠하고자 함
- 이를 통해서 소비자의 인식이 해당 기업에 대해서 어떻게 변화되었는지를 매출과 같은 정량 평가가 아니라 정성 평가를 통해서 함께 고찰함

○ 예술 활동의 생산자(C)

- 기업이 일방적으로 문화예술 활동을 하는 개인이나 단체를 후원하는 방식에서 문화예술계와 어떻게 유기적인 관계 맺기를 하고 있는지를 살펴보고 기업의 변화된 역할과 능력에 주목하는 방법론과 지표를 개발하고자 함
- 예를 들어 문화예술인과 단체는 기업이 지닌 행정적인 지식과 자본, 사회적 조직을 문화

- 예술가들이 적극적으로 활용할 수 있게 됨. 이와 같은 기여도를 지표에 활용할 예정임
- 문화예술인과 기업의 공정 수익모델에 관한 연구나 문화예술계의 자생력 구축에 대한 기업의 기여도를 고찰하고자 함
- 기업이 내용적인 측면에서도 단순히 예술의 창작과 향유 활동을 후원하는 차원에서 벗어나서 새로운 창작 모델과 그 지속성을 견인하는데 어떻게 기여하는지도 측정하고자 함
- 예술 활동의 소비자: 사회, 공공(D)
 - 기업은 더 이상 시민사회를 소비자나 도구로 인식하는 것에 넘어서서 새로운 사회적 의미를 생성해 내고 함께 공생하는 관계에 위치함
 - 기업이 특정 양식이나 취향이 아닌 새로운 문화예술의 내용을 수용하게 되면서 변화된 사회적 가치를 표방하고자 현재 진화하고 있음
 - 이에 기업과 대중, 시민사회, 혹은 공공의 영역 사이의 새로운 관계 설정에 있어 기업이 후원하거나 기획하는 문화예술 프로젝트의 기여도를 평가하고자 함
 - 나아가서 기업의 문화예술후원 활동이 예술의 정의, 공공성에 대한 인식의 변화에 이바지했는지를 측정하고자 함

3. ‘기업 문화력’의 4가지 구성 요소에 따른 사례

■ 사례 선정 기준

- 다음의 사례들은 기업 문화력에 대한 개념의 정의를 더 명확하게 할 목적으로 선정함. 이에 국내 사례 중에서 문화재단의 역할이 주목받은 경우 등은 배제하고자 하였으나 코스피 100개 기업에 관한 지수 연구의 사례와 전적으로 부합되지는 않을 수 있음. 사례는 실태나 지수 연구의 결과가 아니라 가이드선으로 사용될 예정임
- 기업의 ‘내부문화자본’: 기업활동의 생산자인 기업 (A)
 - 조직 내 수평적이고 자유로운 소통을 중시하는 조직 문화와 문화예술 자본(실내 환경, 프로그램, 동호회)간의 상관성
 - 실험을 장려하고 미래지향적인 조직내 분위기와 기업 내 문화예술관련 프로그램이나 관심도(태도)의 상관성
 - Google의 유명한 물리적인 환경적 변화(내부 환경 디자인, 각종 브랜드, 간판, 안내 사이니지 디자인)와 개방된 조직 문화의 연관성
 - 샘표(Sampyo)의 직장(공장 지대)내 샘표 스페이스 개관 후 즐거운 일터 조성; 지역의 공장 개조형 전시장

표 1 기업의 내부분화자본 사례

		
<p>출처: 구글 내부, <i>Architecture + Design</i>, Dec. 7, 2022</p>	<p>샘표 2004 공장부지내 아트스페이스 (전시 및 교육)</p>	<p>대림미술관 직원가족을 위한 공공 프로그램</p>

○ 기업의 '브랜드 파워': 기업활동의 수혜자인 고객(B)(해외)

- 기업과 사회, 기업과 소비자가 세계관과 삶의 철학을 공유하는 사례
- 파타고니아(Patagonia)는 환경 보호를 최우선 가치로 삼아 브랜드 이미지를 구축해옴
- 파타고니아는 생산부터 폐기까지 모든 공정에서 환경 영향을 최소화한 이력과 쌓았고, SNS 이벤트를 통해 소비자와 소통해옴
- 그 결과, 충성스러운 소비자 층을 형성하고 소비자의 아이디어를 디자인, 자료 선택, 마케팅에 적극적으로 활용

표 2 브랜드파워 사례(해외)

		
<p>출처: 파타고니아의 브랜드 스토리(The Patagonia Brand Story)," <i>Brand The Change</i>, September 20, 2018</p>	<p>파타고니아 브랜드</p>	<p>파타고니아, 중고 옷, 교환 및 DIY 제작 (출처: https://wornwear.patagonia.com/)</p>

○ 기업의 '브랜드 파워': 기업활동의 수혜자인 고객(B)(국내)

- 현대자동차는 국립현대미술관과 'MMCA 현대차 시리즈' 및 영국 테이트모던의 '현대 커미션(Hyundai Commission)' 등을 통해 10년 이상의 장기 후원 방식으로 문화적 노출활동을 수행해옴
- 현대차의 브랜드 이미지를 '혁신과 창의성을 후원하는 세련된 기업'으로 격상시키는 결정적 역할

- 지난 10년(2015-2024) 동안 현대차의 브랜드 가치는 117억 달러(약 104%)가 증가하며, 브랜드 가치가 100억 달러를 돌파한 2014년(40위) 이후, 10년 만에 순위를 10계단 끌어올리며 명실상부한 글로벌 최상위 브랜드 중 하나로 자리매김하고 있음

표 3 브랜드파워 사례(국내)

		
<p>출처: 테이트모던, 현대커미션 전시, 2016</p>	<p>현대차, 자동차 페어의 예술적인 설치 전경, IAA Mobility 2021</p>	<p>현대차와 미국 뉴욕 휘트니 미술관의 10년 장기 파트너십으로 신설된 '현대 테라스 커미션'</p>

○ 기업의 '문화예술 창작후원역량': 예술 활동의 생산자인 문화예술계 (C)(해외)

- 아트 마케팅: 제품이나 브랜드 이미지를 예술 작품과 연결하여 고객의 감성을 자극하는 경우
- 유명 예술가와의 협업, 전시회 개최, 작품 소장 등을 통해 브랜드 이미지 업그레이드
- 스포츠 브랜드 나이키와 아티스트 카우스(Kaws)와의 협업, 한정판 스니커즈 출시 후 유사한 사례가 이어짐
- 젊은 농구 애호가층 뿐 아니라 공공예술 후원을 통해서 예술 애호가층에서도 호응적인 결과 도출
- 몰스킨 재단(Moleskine Foundation)의 창작 선구자 펀드(Creative Pioneers Fund)는 16~27세의 소외된 환경에서 자라는 전세계 청년 디자이너를 대상으로 프로젝트 후원

표 4 문화예술 창작후원역량 사례(해외)

		
<p>나이키가 예술가 Kaws의 유명 캐릭터를 활용한 협업, 2016</p>	<p>나이키 후원 뉴욕 카우스농구 코트 (공공예술 설치), 2016</p>	<p>창작 선구자 펀드, 수상작 로렌조, <I Have a Dream></p>

○ 기업의 '문화예술 창작후원역량': 예술 활동의 생산자인 문화예술계 (C)(국내)

- KT&G SKOPF (Sangsangmadang Korean Photographer's Fellowship)는 고은사진미술관과 KT&G 상상마당의 협업으로 2012년부터 진행된 최장수 한국사진 작가의 등용문. 행사중 신진 사진가 발굴·후원을 위한 전문가 크리틱, 수상자의 발표, 전시, 그리고 컬렉션이 행해짐. 전시는 홍대상상마당에서 개최
- 포스코는 포항스틸아트페스티벌을 2015년부터 매년 후원하며, 철을 소재로 작가들과 협업, 특히 지역 예술가/직원 참여 권장
- Kakao Makers 같은 커머스 플랫폼을 통해 아티스트 굿즈·한정판 판매 등 '아트×커머스' 모델을 후원할 수 있는 인프라 활용
- 삼성전자는 2024년 이태원 '프로세스' 공간에서 "바자展: UNDER/STAND with 삼성 The Frame" 전시를 개최하고, 더 프레임 TV를 활용해 현대미술 작가들의 작품을 대형 아트월에 선보임
- LG전자는 올해부터 국립현대미술관의 MMCA-X LG OLED 시리즈를 통해서 특히 미디어아트 후원

표 5 문화예술 창작후원역량 사례(국내)




		
<p>KT&G SKOPF; 2012년부터 진행된 최장수 한국 신진사진작가 후원 프로그램(수상자 프리젠테이션)</p>	<p>포항 스틸아트페스티벌2024 (포스터)</p>	<p>LG전자는 MMCA-X LG OLED 시리즈, 2025</p>

- 기업의 '문화예술 향유후원역량': 예술 활동의 소비자인 사회, 공공(D)(해외)
 - 커뮤니티와 참여자가 주도하는 기업과 문화예술 협업 프로젝트
 - 예술 향유의 기회를 확대하는 것을 넘어서 기업 역사와 가치를 소비자, 예술향유자, 지역 주민과 예술교육의 형태로 공유
 - 생산 과정, 디자이너의 고민, 기술 개발자의 열정 등을 이야기로 풀어냄으로써 제품에 대한 고객의 이해와 애착을 향상시킴
 - 예를 들어 제약회사가 CEO의 환자 방문 이야기 공유 → 제품이 실제 환자 삶에 미치는 긍정적 효과를 보여줌 → 환자 중심적 접근법 강화-기술회사는 직원들의 지역 학교 자원봉사 활동 소개 → 교육 기여를 통해 사회적 신뢰를 확보 → 기업의 지역사회와 공공에 대한 책임

의식 발현

- CITYarts & 기업 후원 사례(미국 뉴욕), 350여 개 벽화 및 공공 아트 프로젝트 수행

표 6 문화예술 향유후원역량 사례(해외)

		
<p>CITYarts, 시티뱅크 후원, 학교 벽화 프로젝트</p>	<p>CITYarts, 학교 정문</p>	<p>CITYarts, 참여 예술가와 학생들</p>

○ 기업의 '문화예술 향유후원역량': 예술 활동의 소비자인 사회, 공공(D)(국내)

- 삼성 아트스토어 X: 삼성전자는 싱가포르 국립미술관과 협업해 '더 프레임' TV를 통해 미술관의 주요 소장품을 일반 사용자들이 실내 텔레비전을 통해서 감상할 수 있도록 디지털 이미지로 제공하였고, 이견희 컬렉션의 20점도 포함시킨 전시를 후원
- 기업은행은 'IBK 모두다 아트캠프 2025'를 통해 다문화가정 및 문화소외계층 아동 150여 명을 대상으로 미술 체험 및 예술 공연 프로그램을 제공함으로써 취약계층 예술 향유 기회를 확대
- GS칼텍스는 여수의 '예올마루' 운영을 통한 지역문화 활성화와 청소년 대상 예술 교육 프로그램('마음톡톡') 등으로 문화체육관광부 '문화예술후원 우수기관'에 4회 연속 선정됨

표 7 문화예술 향유후원역량 사례(국내)

	
<p>아트스토어 X: 삼성전자와 싱가포르 미술관 협업</p>	<p>GS 칼텍스의 여수 예올마루 지역문화예술 공연 및 전시 플랫폼'</p>

제3장

기업 문화력 지수 및 지표 체계 개발

제1절 ‘기업 문화력’ 지수 참고 사례

1. ‘기업 문화력’ 지수 연구 사례

■ ‘기업 문화력’ 지수 역사

- 본 연구는 국내외에서 진행된 기업의 문화예술계 후원, 협력을 평가하는 실태조사나 지수 연구를 참고하면서도 이를 바탕으로 국내 기업에 최적화된 평가 문항을 개발하고자 함
- 특히 BCA National Survey of Business Support for the Art (미국)에서 사용되었던 기업후원의 산술적인 규모뿐 아니라 기업의 문화후원이 기업 내부의 문화를 어떻게 변화시키는지, 그리고 문화예술계의 필요성과 얼마나 매칭되는지에 대하여 4가지의 기업 문화력 모델을 중심으로 세부적으로 연구를 진행하고자 함
- 예를 들어 지수에서 사용된 1) 예술·문화 투자의 경제적 파급력 (GDP, 고용, 세수 등)이외에 2) 문화 부문 내 세부 분야별 중요도 & 고용/경제 기여도 비교 → (예: 미디어 vs 시각예술 vs 공연예술), 3) 문화생태계 기여도, 4) 사회적 가치 함양의 카테고리는 본 연구에서도 유사하게 사용되고 있음
- BCA와 같이 상위 10 기업을 일률적인 리스트로 발표하는 경우, 기업의 규모별, 업황별에 따라 세부적으로 하는 경우, 혹은 조사 항목별로 하는 경우가 있음. 이번 연구는 파일럿 연구의 성격이 강하고 추후 세부 항목에 대한 조율(수정)이 필요함
- 또한 BCA의 발표 방식(2018년)을 참고삼아서 높은 점수를 받은 상위 기업 위주로 발표하되 이때 상위(우수) 기업을 각각 기업 문화력의 4개 구성 요소에 따라서도 함께 공개하는 것을 제안함
- 이를 통해 기업 문화력의 순위와 성과를 일률적으로 나열한다는 인상을 피하고, 상위 기업의 특징이나 세부 성과가 동시에 차별화해서 드러나고 나아가서 이를 주요한 가이드선으로 기업들이 사용할 수 있도록 독려함

■ ‘기업 문화력’ 지수 현황과 필요성

- 지수 연구는 전 세계적으로 흔치 않음. 실태조사 연구 후에 자연스럽게 지수 연구의 필요성이 대두되지만, 다양한 현실적인 문제로 지수 연구와 발표가 중단된 역사가 있음
- 1976년에서 영국에서 시행된 A&B Annual Index의 경우 2007년 이후 영국 정부의 문화예술후원기금이 중단되면서 예술경영협의회(Arts and Business Council)가 해체되었고 사회적 서비스(연구, 상담)를 병행하는 비영리 기관에 합병되었음. 미국의 지수 연구도 2018년 코로나 이후에 대면 연구의 어려움과 같은 현실적인 문제로 중단되었음. 이후 영국에서는

예술캠페인을 위한 국가기관(National Campaign for Arts)이 예술후원 전반에 대한 예술 인덱스(Arts Index)를 발행해오고 있음

- 이처럼 지수 연구가 중단되는 일은 문화예술계에 대한 후원이 축소되는 시대적 상황과 밀접하게 연관됨. 즉 기업의 문화예술기금후원이 더 권장되어야 하는 상황에서 연구가 위축되는 현상이 빈번하게 일어남. 영미에서 지수 연구를 수행하는 대부분의 연구기관이 여타 비영리 문화예술기관과 마찬가지로 정부의 보조금에 의존하고 있는 상황
- 이에 기업 후원에 대한 지수 연구의 지속성을 위해서는 국가 기금의 안정성, 나아가서 기업과의 긴밀한 협업 관계가 필수적이라고 할 수 있음. 본 지수 연구는 기업의 후원을 필요로 하는 시점에서 기업과 문화예술계 모두에게 이득을 줄 수 있는 가이드선으로 활용될 목적으로 진행됨

2. ‘기업 문화력’ 지수: 참고 사례(해외)

■ BCA National Survey of Business Support for the Arts (미국)

- 미국에서 가장 널리 인용되는 기업 문화후원 랭킹·지수
- 원래 명칭은 “예술에 대한 기업 지원 국가 설문조사”이며 미국 예술협회(Americans for the Arts) 산하 비즈니스 예술위원회(Business Committee for the Arts, 이하 BCA)가 1968년부터 실시해오고 있음
- 대표적 상위권 기업(지속적 Top Tier)
- Bank of America(예술 보존 프로젝트, 대규모 재정 후원)
- Duke Energy(지역 예술 프로그램 집중 지원)
- Wells Fargo(커뮤니티 기반 문화투자)
- Microsoft(예술·테크 융합, 교육 프로그램)
- UBS(Art Basel 글로벌 파트너십)
- 평가 기준으로는 기부 규모, 지속성, 커뮤니티 기여도, in-kind 지원, 직원 참여도를 강조함
- 기업을 금융기관, 비금융기관 등의 업황별로 분류해서 연구함
- 상위 우수기업 10개를 선정하고 “Best Businesses Partnering with the Arts” 명단을 2018년에 발표 (매년 지속해서 발표하지는 않음)

■ A&B Annual Index (영국)

- 1976년에 시작된 영국 기업의 문화예술 기여도를 조사하는 선구적인 실태 조사 및 지수연구로 가장 역사가 긴 사례 (현재 수행기관인 Arts and Business Council가 현재 해체되어서 지수 연구는 중단됨)
- 대표적인 상위권 기업
- BP(대형 문화기관 장기 후원: British Museum, Tate)

- HSBC(음악 및 문화다양성 프로젝트)
- BT Group(디지털 기반 예술 협업)
- Barclays(공공예술 및 문화 소외계층 프로그램)
- 평가 기준으로 ‘장기 파트너십’과 ‘사회적 가치’를 강조. 미국 지수와 달리 기업의 문화후원에 따른 공공 영역에서의 기여도를 중시

3. ‘기업 문화력’ : 참고 사례(국내)

* 지수 이외 국가 기관이나 협회의 순위 도출 연구 참고

■ 예술경영 우수사례

- 2012년부터 문화체육관광부와 예술경영지원센터의 협업에 의해서 실시
- 전국 700여개 전문예술법인·단체를 대상으로 공모의 형태로 연구를 진행하기 시작
- 반복 선정되는 최상위 기업(Top Tier)
- 삼성문화재단 / 리움
- 현대자동차(현대 아트랩·H-Art Project)
- SK그룹(SK문화재단, 사회적 가치 기반 프로그램)
- LG그룹(LG 올림푸스·예술콘텐츠 협업)
- 포스코(지역 문화 중심 지원)
- 연도별로 ‘최우수·우수·장려’ 로 분류해서 선정
- 평가 기준으로는 지속성, 혁신성, 사회적 파급력, 지역 기여도 등의 영국 지수사례 연구와 유사한 방향성을 견지

■ 문화예술인증제도

- 2014년부터 제정된 「문화예술후원 활성화에 관한 법률」에 따라 문화체육관광부와 한국문화예술위원회가 함께 인증제도를 설립
- 문화예술후원 인증제도’는 문화예술 ‘매개자’로서 기업의 위상과 중요성을 인지하는 계기를 적극적으로 마련하고자 함. 기업을 단순 후원자에서 문화예술계의 파트너이자 생태계의 중요한 활성화 주체로 인식
- 이에 인증 분야를 ‘문화예술후원 매개 단체(문화예술 후원을 전문적으로 중개하는 비영리 기관)’와 ‘문화예술후원 우수기관(모범적인 문화예술 후원 활동을 수행한 기업·단체)’으로 분류해서 진행
- 선정 사례
- 매개 단체: 아르코·대학로예술극장 이용 할인, 사업비 후원 등

- 우수기관: KB국민은행 금리 우대(중소·중견기업 대상),
- 신규 인증: 매개 단체 4곳, 우수기관 20곳
- 재인증: 우수기관 23곳; 누적 인증: 매개 단체 12곳; 우수기관 64곳
- 평가 기준으로 일회성 기부보다 장기적 파트너십 중심의 후원 방식 권장하는 지침으로서의 선구적인 의의를 지님
- 반면에 기업 ‘후원’에 관한 인증은 기업과 문화예술계와의 다양한 협업 관계를 반영하지 못하고 있다는 평가를 얻고 있음
- 또한 기업의 문화력이 기업, 소비자, 문화예술계, 사회(공공)에 미치는 다양한 기여도와 영향 관계를 체계적이고 다각적으로 관찰하고 평가하는 제도의 필요성이 절실히 요구됨

■ 메세나 대상(Mecenat Awards)

- 한국 한국메세나협회가 1999년부터 제정, 운영하고 있으며 국내 예술 발전에 기여한 기업, 기업인을 발굴해 시상
- 수상 분야는 기업 및 기업인, 문화예술단체 및 재단, 문화예술 전문인력 지원, 지역 문화 발전 기여으로 나뉨
- 이중 기업인이나 기업, 문화재단을 대상으로 하는 문화후원 지수는 국내 ‘기업의 문화지원’의 순위를 알 수 있는 지표로 사용됨
- 최근 다회 수상 기업(사실상 상위권)
- 삼성전자·삼성문화재단
- 현대자동차그룹
- LG그룹
- KB금융그룹
- 최근 발표된 순위상에는 중소기업도 포함됨
- 대기업: 부산은행(부산국제영화제, 갤러리 운영 등).
- 중견기업: 스테들러코리아(신진 작가 발굴 및 전시 후원, 교육 프로그램 후원).
- 금융권: 신한(국악 영재 양성).
- 문화재단: 삼성문화재단(대상 수상)

제2절 세부 지표 개발

○ 지표의 기본 구조와 항목

- 기업의 문화력을 체계적으로 측정하기 위해 앞서 설정한 4개 범주(① 내부 문화자본, ② 브랜드 파워, ③ 문화예술 창작후원역량, ④ 문화예술 향유후원역량)를 기준으로 각각의 의미와 역할을 구체화한 세부 지표를 개발함
- 본 연구에서 최종적으로 도출한 지표는 총 22개 항목으로, 범주별 구성은 다음과 같다.

표 8 세부 범주별 구성

세부 범주	상세 지표
1. 내부 문화자본	[1-1] 문화예술 기반 철학 및 비전
	[1-2] 문화예술 기반 창의역량 개발
	[1-3] 문화예술 향유 통한 복지 증진
	[1-4] 문화예술 기반 공동체의식
	[1-5] 창의적 업무환경 조성
	[1-6] 내부 문화예술 프로그램의 지속성
2. 브랜드 파워	[2-1] 문화예술 기반 브랜드 인지도
	[2-2] 문화예술 후원을 통한 이미지 제고
	[2-3] 문화예술 기반 브랜드 스토리텔링
	[2-4] 문화예술의 물리적 활용
	[2-5] 문화예술 기반 브랜드 체험 공간 운영
	[2-6] 문화예술 인터랙티브 브랜딩
3. 문화예술 창작후원역량	[3-1] 창작 후원 장르 다양성
	[3-2] 문화예술 네트워크 연계 능력
	[3-3] 창작 생태계 기여도
	[3-4] 창작 후원 프로그램 지속성
	[3-5] 창작 후원 성과
4. 문화예술 향유후원역량	[4-1] 향유 대상 규모
	[4-2] 향유자 만족도
	[4-3] 향유 공간 운영
	[4-4] 취약계층 향유 접근성
	[4-5] 지역사회 향유 기여도

○ 세부 지표별 정의와 척도

- 본 평가에서는 기업이 외부에 공개한 자료만을 활용하는 특성을 고려하여, 지표별 조사 내용은 공개 문서에서 확인 가능한 정성적 내용과 정량적 수치 등을 중심으로 구성함

표 9 세부 지표

세부지표	지표 설명	조사 내용
[1-1] 문화예술 기반 철학 및 비전	경영진이 문화예술적 가치와 철학을 비전에 반영하는가?	경영진의 대외 발언(인터뷰 등) 내 문화예술 키워드 언급
[1-2] 문화예술 기반 창의역량 개발	기업이 내부적으로 창의적 인재를 육성하기 위해 교육, 워크숍, 예술 융합 프로그램 등을 운영하고 있는가?	창의·예술 관련 내부 교육/워크숍 운영 실적 및 기사화 된 직원 인터뷰에서 창의성 위한 예술 관련 교육 훈련 경험
[1-3] 문화예술 향유 통한 복지 증진	임직원이 문화예술 공연·전시·체험에 참여할 수 있는 프로그램을 제공하고 있는가?	문화행사·공연 관람 후원의 운영 실적
[1-4] 문화예술 기반 공동체의식	임직원이 문화예술 프로그램을 자발적으로 운영하거나, 예술적 경험을 공유함으로써 공동체 의식을 형성하고 있는가?	사내 문화예술 동호회/프로그램의 운영 현황
[1-5] 창의적 업무환경 조성	기업이 근무 공간을 단순 업무 장소가 아닌, 창의적 아이디어 교류와 협업이 촉진되는 문화적 공간으로 조성하고 있는가?	업무 공간 내 창의적 설계 요소(열린형좌석, 협업 공간, 예술적 디자인, 휴식과 교류를 위한 공간, 사내 전시공간 등) 유무 및 조성 사례
[1-6] 내부 문화예술 프로그램의 지속성	내부 문화예술 프로그램이 일회성이 아닌 지속 가능한 형태로 운영되고 있는가?	핵심 내부 문화예술 프로그램의 동일 프로그램 운영 연수(지속 기간) 및 안정적인 예산 배정의 지속 여부
[2-1] 문화예술 기반 브랜드 인지도	기업의 문화예술 후원 활동이 외부에 충분히 알려져 브랜드 인지도와 문화적 노출을 강화하고 있는가?	문화예술 관련 언론 보도 실적 및 SNS 언급량
[2-2] 문화예술 후원을 통한 이미지 제고	기업이 전시, 공연, 페스티벌, 예술인 후원 등 문화예술 후원을 통해 브랜드의 창의적·품격 있는 이미지를 강화하고 있는가?	기업이 후원한 전시·공연·페스티벌·예술인 후원 건수 및 예산 규모
[2-3] 문화예술 기반 브랜드 스토리텔링	기업이 문화예술적 서사·콘텐츠를 활용해 브랜드 아이덴티티를 감성적으로 전달하고 있는가?	브랜드 캠페인·광고·홍보물 속 문화예술적 내러티브(스토리, 메시지)포함 여부

세부지표	지표 설명	조사 내용
[2-4] 문화예술의 물리적 활용	기업이 제품·매장·공간에 예술적 감수성을 반영해 브랜드 경험을 확장하고 있는가?	기업이 운영하는 제품·매장·공간에 예술적 디자인 요소 반영 사례
[2-5] 문화예술 기반 브랜드 체험 공간 운영	소비자가 문화예술적 경험을 통해 브랜드와 상호작용할 수 있는 체험 공간을 제공하고 있는가?	예술체험형 공간·전시관·팝업 스토어 운영 실적 및 고객 참여 프로그램, 아티스트 협업 사례
[2-6] 문화예술 인터랙티브 브랜딩	기업이 메타버스, AR/VR, 온라인 전시관, 인터랙티브 미디어 아트 등 디지털 기술을 활용하여 소비자가 문화예술적 감성을 체험할 수 있는 브랜드 공간을 운영하고 있는가?	디지털 기반 예술체험 플랫폼 (메타버스, VR전시 등) 운영 실적 및 사용자 참여도
[3-1] 창작 후원 장르 다양성	기업의 창작 후원 사업이 다양한 예술 장르와 분야를 포괄하여 운영되고 있는가?	창작 후원 장르의 다양성 및 융복합 창작 (두 개 이상의 장르가 결합된 창작 활동 (예: 음악+무용, 미술+AI, 전통+디자인 등) 후원 사례
[3-2] 문화예술 네트워크 연계 능력	기업의 창작 후원 사업이 예술가, 단체, 기관 등 다양한 주체와 협력 네트워크를 형성·유지하고 있는가?	문화예술계와의 협력 프로젝트 수행 건수 및 파트너십(기관·단체) 구축 현황
[3-3] 창작 생태계 기여도	기업의 창작 후원 사업이 신진 예술가 발굴, 공정 계약 체결 등 예술 창작 생태계의 활성화에 기여하고 있는가?	수혜 예술가 및 단체 수 및 신진 예술가 발굴, 공정 계약 실행 여부
[3-4] 창작 후원 프로그램 지속성	기업의 창작 후원 사업이 단기성에 그치지 않고, 일정 기간 이상 안정적이고 지속적으로 운영되고 있는가?	핵심 창작 후원 프로그램의 지속 운영 연수 및 후원 예산의 연도별 안정성(편차)
[3-5] 창작 후원 성과	기업의 창작 후원 사업이 구체적인 성과(수상, 특허 등)로 이어졌는가?	기업 후원 활동을 통한 수혜자의 가시적 성과(수상, 특허, 해외 진출 등) 창출 사례
[4-1] 향유 대상 규모	기업의 향유 후원 사업이 다양한 참여 기회를 제공하여 다수의 시민이 문화예술을 향유할 수 있도록 하는가?	연간 문화예술 향유 프로그램 운영 실적 및 참여자·관객 동원 규모
[4-2] 향유자 만족도	기업의 향유 후원 사업이 참여자에게 긍정적인 경험과 만족을 제공하고 있는가?	향유 프로그램 관련 소셜 미디어(SNS) 리뷰 수 및 긍정 후기(만족도) 비율

세부지표	지표 설명	조사 내용
[4-3] 향유 공간 운영	기업이 미술관, 공연장, 갤러리 등 문화예술공간을 운영하여 대중의 향유 기회를 확대하고 있는가?	자체 운영 중인 문화예술 공간(미술관, 공연장 등) 보유 현황 및 연간 방문객·전시 개최 규모
[4-4] 취약계층 향유 접근성	기업의 향유 후원 사업이 장애인, 아동·청소년, 노인 등 사회적 취약계층의 문화 접근성을 개선하고 있는가?	사회적 약자(장애인, 아동, 노인 등) 대상 접근성 개선 실적(할인, 온라인 등) 및 맞춤형 프로그램(찾아가는 서비스 등) 운영 사례
[4-5] 지역사회 향유 기여도	기업의 향유 후원 사업이 지역사회와 연계되어 지역 문화생태계 발전에 기여하고 있는가?	지자체·지역기관과의 협력 행사 개최 실적 및 지역 고유 문화유산을 활용한 콘텐츠 기획 사례

○ 실태조사 기준

- 점수 체계(0~3점) 적용

- * 0점: 관련 정보나 활동 내역이 전혀 확인되지 않아 활동 유무를 판단할 수 없는 상태
- * 1점: 관련 정보가 1건 확인되거나 활동의 영향력이 제한적일 때
- * 2점: 관련 정보가 2건 이상 확인되거나 활동 수준이 양호할 때
- * 3점: 기업의 활동 수준이 우수하거나 모범 사례로 판단될 만큼 내용이 충실할 때

- 조사 기간 설정

- * 2025년 1월 1일 이후 ~ 현재
- * 다만, 지표의 특성상 시설·설비 구축, 프로그램의 지속성, 장기 운영 여부가 중요한 항목은 이전 연도의 실적 및 누적 운영 기록도 함께 고려함

- 공개된 자료 기반의 실증 평가 조사 원칙

- * 모든 점수는 사업보고서·지속가능경영보고서·홈페이지·공시자료·기사 등 공개 문서에서 확인할 수 있는 정보만 반영함

제4장

국내 주요 기업 대상 문화력 지수 실증 분석

제1절 조사 대상

1. 기업 분류 검토

- 본 연구는 기업의 문화력 지수를 적용할 대상을 선별하기 위해, 한국에서 공식적으로 통용되는 기업 규모 및 업종 분류 기준을 검토하고 이를 바탕으로 실증 분석에 적합한 기업 구분 체계를 설정하고자 함
- 기업을 분류할 때는 단순한 매출액이나 고용 인원만으로는 한계가 있으며, 제도적으로 정립된 분류 기준에 근거한 체계적인 분류가 필요함
- 한국에서는 다음과 같은 법령에 따라 기업 규모를 구분하고 있음:
 - 「중소기업기본법」
 - 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」
 - 「중견기업 성장촉진 및 경쟁력 강화에 관한 특별법」
- 이들 기준에 따라 기업은 중소기업, 중견기업, 대기업으로 구분되며, 해당 구분은 기업이 받을 수 있는 세제 혜택, 정책 자금, 공공조달 우대 등 실질적 후원에 영향을 미침
- 동시에 각 규모별 기업은 적용받는 규제와 공공적 책무의 수준에도 차이가 있음

표 10 대기업, 중견기업, 중소기업 판단 기준과 혜택 비교

구분	대기업	중견기업	중소기업
판단기준	<ul style="list-style-type: none"> - 자산 10조 원 이상 - 상호 출자 제한 기업 집단 - 중견기업 기준 초과 	<ul style="list-style-type: none"> - 중소기업 기준 초과 - 상호 출자 제한 기업 집단 제외 - 비영리법인 등 제외 	<ul style="list-style-type: none"> - 업종별 평균 매출액 기준 - 자산 총액 5천억 원 미만 - 독립성 기준 충족
주요 혜택/규제	<ul style="list-style-type: none"> - 상호출자 금지 - ESG 경영 의무 강화 - 대·중소기업 상생협력 의무 	<ul style="list-style-type: none"> - R&D 세액공제 - 글로벌 시장 진출 지원 - 중견기업 전용 정책자금 	<ul style="list-style-type: none"> - 세제 혜택, R&D 공제 우대 - 정책자금, 판로지원 - 인력지원, 공공조달 우대

- 대기업 및 대기업집단의 정의: 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 기준
 - 동일인이 실질적으로 지배력을 행사하는 회사들의 집합
 - 지분율 기준: 동일인 및 그 관련자가 특정 회사의 보통주(우선주 제외)의 30% 이상을

소유하고, 최다출자자인 경우

- 지배력 기준: 임원 선임권, 주요 의사결정 관여, 자금 및 인사 교류 등을 통해 실질적 경영 지배력이 존재하는 경우
- 2025년 기준, 상호 출자 제한 기업 집단 지정 기준은 자산 11.6조 원 이상

표 11 대기업집단의 구분 체계 및 지정 기준

구분	자산총액 기준	지정 목적
공시대상기업집단	자산총액 5조원 이상	기업집단 현황 공개, 투명성 제고
상호 출자 제한 기업 집단	자산총액 10조원 이상 (‘20년 개정 후, GDP 0.5% 이상)	순환출자 등 경제력 집중 억제 목적

- 중견기업의 분류 기준: 「중견기업 성장촉진 및 경쟁력 강화에 관한 특별법」 적용
- 중견기업은 「중견기업 성장촉진 및 경쟁력 강화에 관한 특별법」(이하 ‘중견기업법’)에 따라 정의되며, 중소기업 규모 기준을 초과하되 대기업은 아닌 기업을 의미함
 - 주된 업종별 3년 평균 매출액 기준이 「중소기업기본법 시행령 별표1」에서 정한 중소기업 기준을 초과할 경우 중견기업으로 분류됨
 - 금융 및 보험업을 제외하고, 주된 업종과 관계없이 자산총액이 5,000억 원 이상인 기업도 중견기업에 해당함
 - 과거에는 근로자 수, 자본금, 매출액 등 복수 요건 중 하나를 택일 적용했으나, 2015년부터는 3년 평균 매출액 기준으로 일원화됨
 - 산업별 평균 매출 구조의 차이를 고려하여, 업종별로 서로 다른 매출 기준을 설정하고 있으며, 해당 기준은 한국표준산업분류(KSIC) 기준으로 분류됨
 - 중견기업법은 업종별 매출 기준을 별도로 정하지 않고, 중소기업기본법 시행령의 업종별 규모 기준을 준용함

표 12 주요 업종별 평균매출액 등의 중견기업 규모 기준

해당 기업의 주된 업종	분류기호	규모 기준
1. 의복, 의복액세서리 및 모피제품 제조업	C14	평균매출액 등 1,500억 원 이하
2. 가죽, 가방 및 신발 제조업	C15	
3. 펄프, 종이 및 종이제품 제조업	C17	
4. 1차 금속 제조업	C24	
5. 전기장비 제조업	C28	

해당 기업의 주된 업종	분류기호	규모 기준	
6. 가구 제조업	C32	평균매출액 등 1,000억 원 이하	
7. 농업, 임업 및 어업	A		
8. 광업	B		
9. 식료품 제조업	C10		
10. 담배 제조업	C12		
11. 섬유제품 제조업(의복 제조업은 제외한다)	C13		
12. 목재 및 나무제품 제조업(가구 제조업은 제외한다)	C16		
13. 코크스, 연탄 및 석유정제품 제조업	C19		
14. 화학물질 및 화학제품 제조업(의약품 제조업은 제외한다)	C20		
15. 고무제품 및 플라스틱제품 제조업	C22		
16. 금속가공제품 제조업(기계 및 가구 제조업은 제외한다)	C25		
17. 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업	C26		
18. 그 밖의 기계 및 장비 제조업	C29		
19. 자동차 및 트레일러 제조업	C30		
20. 그 밖의 운송장비 제조업	C31		
21. 전기, 가스, 증기 및 공기조절 공급업	D		
22. 수도업	E36		
23. 건설업	F		
24. 도매 및 소매업	G		
25. 음료 제조업	C11		평균매출액 등 800억 원 이하
26. 인쇄 및 기록매체 복제업	C18		
27. 의료용 물질 및 의약품 제조업	C21		
28. 비금속 광물제품 제조업	C23		
29. 의료, 정밀, 광학기기 및 시계 제조업	C27		
30. 그 밖의 제품 제조업	C33		
31. 수도, 하수 및 폐기물 처리, 원료재생업 (수도업은 제외한다)	E (E36 제외)		
32. 운수 및 창고업	H		
33. 정보통신업	J		
34. 산업용 기계 및 장비 수리업	C34	평균매출액 등 600억 원 이하	
35. 전문, 과학 및 기술 서비스업	M		
36. 사업시설관리, 사업지원 및 임대 서비스업(임대업은 제외한다)	N (N76 제외)		
37. 보건업 및 사회복지 서비스업	Q		
38. 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업	R		
39. 수리(修理) 및 기타 개인 서비스업	S		
40. 숙박 및 음식점업	I	평균매출액 등	

해당 기업의 주된 업종	분류기호	규모 기준
41. 금융 및 보험업	K	400억 원 이하
42. 부동산업	L	
43. 임대업	N76	
44. 교육 서비스업	P	

비고

1. 해당 기업의 주된 업종의 분류 및 분류기호는 「통계법」 제22조에 따라 통계청장이 고시한 한국표준산업분류에 따른다.
2. 위 표 제19호 및 제20호에도 불구하고 자동차용 신폼 의자 제조업(C30393), 철도 차량 부품 및 관련 장치물 제조업(C31202) 중 철도 차량용 의자 제조업, 항공기용 부품 제조업(C31322) 중 항공기용 의자 제조업의 규모 기준은 평균매출액등 1,500억 원 이하로 한다.

○ 중소기업의 분류 기준: 「중소기업기본법」 적용

- 중소기업은 「중소기업기본법」에 따라 영리기업, 비영리 사회적 기업 등을 대상으로 하며, 규모 기준과 독립성 기준을 모두 충족해야 해당됨
- 규모 기준은 3년 평균 매출액 기준으로 업종별로 다르게 설정되어 있으며, 자산총액이 5,000억 원 미만이어야 함
- 업종 분류는 한국표준산업분류(KSIC)에 따르며, 주된 업종의 중분류(제조업 등)에 따라 중소기업 기준이 달라짐
- 예를 들어, 제조업(C14, C24 등)은 평균매출액 1,500억 원 이하, 농업(A)은 1,000억 원 이하, 정보통신업(J)은 600억 원 이하 등으로 설정됨
- 소기업은 중소기업 내에서도 평균매출액이 일정 기준 이하인 기업으로, 예를 들어 제조업은 120억 원 이하, 서비스업은 10~30억 원 이하 등으로 정의됨
- 독립성 기준은 공시대상기업집단 소속이거나, 자산 5,000억 원 이상 법인이 지분 30% 이상을 보유한 경우 중소기업에서 제외됨
- 과거에는 근로자 수, 자본금, 매출액 중 택일 기준이었으나, 2015년부터는 매출액 단일 기준으로 개편되어 적용 중
- 이러한 기준은 문화력 지수 적용 대상 기업을 선별할 때, 조직의 외형적 조건과 지배 구조를 동시에 고려할 수 있는 기준으로 활용 가능함

표 13 업종별 중소기업 규모 기준 요약표(평균매출액 기준)

주된 업종	분류 기호	중소기업 기준	소기업 기준
제조업(의복, 금속, 전 기장비 등)	C14, C15, C17, C24, C28, C32 등	1,500억 원 이하	120억 원 이하
농업, 임업, 어업 / 광업	A, B	1,000억 원 이하	80억 원 이하

주된 업종	분류 기호	중소기업 기준	소기업 기준
식료품, 전자부품, 기계 등 12개 제조업군	C10~C31	1,000~1,500억 원 이하	80~120억 원 이하
음료 제조업	C11	800억 원 이하	120억 원 이하
인쇄, 의약품, 정밀기기 제조업 등	C18, C21, C23, C27, C33 등	800~1,000억 원 이하	80~120억 원 이하
폐기물 처리, 운수, 정보통신, 서비스업 등	E, H, J, M, N, R, S 등	30~600억 원 이하	10~80억 원 이하
숙박 및 음식점업	I	400억 원 이하	10억 원 이하
금융, 보험, 부동산, 교육 서비스업 등	K, L, N76, P 등	30~80억 원 이하	10~30억 원 이하

2. 기업 문화력 조사 대상

○ 시가총액 상위 100대 기업

- 시총 상위 기업은 산업 전반에서 경제적·사회적 파급력이 크며, 문화예술 후원 활동이 가져오는 사회적 영향도 상대적으로 높음
- 재무적 안정성과 자원 동원 능력이 높아 문화예술 창작·향유 후원, 브랜드 문화 전략 등이 실질적으로 운영되는 경우가 많아 문화력 지수 분석에 적합함
- 기업 규모가 일정 수준 이상 확보되어 공시자료, 지속가능 경영보고서, 뉴스 기사 등 공개된 데이터를 기준으로 하는 문화력 지표를 체계적으로 비교하기에 용이함
- 다만, 문화력의 중요성이 확대되는 흐름을 반영하고 문화예술 생태계 전반을 포괄적으로 진단하기 위해서는 중견·중소기업 등으로 조사 대상을 점진적으로 확대할 필요가 있음

○ 조사기업 리스트

- 2024년 12월 30일 기준 시가총액 100대 기업을 대상으로 함

표 14 조사 대상: 코스피 100개 기업(시가총액 기준)

시총 순위	기업명	업종	시총 순위	기업명	업종
1	삼성전자	반도체와 반도체장비	51	HD현대마린솔루션	조선
2	SK하이닉스	반도체와 반도체장비	52	SK	석유와 가스
3	LG에너지솔루션	전기제품	53	포스코인터내셔널	무역회사와 판매업체
4	삼성바이오로직스	제약	54	DB손해보험	손해보험
5	현대차	자동차	55	S-Oil	석유와 가스
6	기아	자동차	56	아모레퍼시픽	화장품

시총 순위	기업명	업종	시총 순위	기업명	업종
7	셀트리온	제약	57	삼양식품	식품
8	KB금융	은행	58	HD현대	석유와 가스
9	NAVER	양방향미디어와 서비스	59	현대로템	기계
10	HD현대중공업	조선	60	HD현대미포	조선
11	신한지주	은행	61	한국항공우주	우주항공과 국방
12	현대모비스	자동차부품	62	한진칼	항공사
13	고려아연	비철금속	63	코웨이	가정용기기 용품
14	메리츠금융지주	증권	64	LIG넥스원	우주항공과 국방
15	POSCO홀딩스	철강	65	LS ELECTRIC	전기장비
16	삼성물산	복합기업	66	한국타이어엔테크놀 로지	자동차부품
17	LG화학	화학	67	에코프로머티	전기제품
18	삼성생명	생명보험	68	LG디스플레이	디스플레이패널
19	SK이노베이션	석유와 가스	69	NH투자증권	증권
20	카카오	양방향미디어와 서비스	70	LG생활건강	화장품
21	삼성SDI	전기제품	71	LG유플러스	무선통신 서비스
22	HD한국조선해양	조선	72	넷마블	게임 엔터테인먼트
23	하나금융지주	은행	73	한화시스템	우주항공과 국방
24	HMM	해운사	74	삼성카드	카드
25	한화에어로스페이스	우주항공과 국방	75	두산밥캣	기계
26	삼성화재	손해보험	76	오리온	식품
27	크래프톤	게임엔터테인먼트	77	SK바이오사이언스	제약
28	HD현대일렉트릭	전기장비	78	삼성증권	증권
29	LG전자	전자제품	79	LG이노텍	전자장비와 기기
30	한국전력	전기유틸리티	80	한국금융지주	증권
31	SK텔레콤	무선통신 서비스	81	CJ제일제당	식품
32	한화오션	조선	82	시프트업	게임 엔터테인먼트
33	기업은행	은행	83	효성중공업	전기장비

시총 순위	기업명	업종	시총 순위	기업명	업종
34	우리금융지주	은행	84	엔씨소프트	게임 엔터테인먼트
35	두산에너지빌리티	기계	85	GS	석유와 가스
36	KT&G	담배	86	SKC	화학
37	포스코퓨처엠	화학	87	한미약품	제약
38	LG	복합기업	88	카카오페이	IT서비스
39	KT	다각화된 통신서비스	89	미래에셋증권	증권
40	SK스퀘어	복합기업	90	현대오토에버	IT서비스
41	카카오뱅크	은행	91	두산	복합기업
42	삼성에스디에스	IT서비스	92	두산로보틱스	기계
43	삼성중공업	조선	93	BNK금융지주	은행
44	삼성전기	전기장비와 기기	94	삼성E&A	건설
45	현대글로벌비스	항공화물운송과 물류	95	강원랜드	호텔, 레스토랑, 레저
46	유한양행	제약	96	JB금융지주	은행
47	SK바이오팜	제약	97	한국가스공사	가스유틸리티
48	대한항공	항공사	98	포스코DX	IT서비스
49	하이브	방송과 엔터테인먼트	99	현대건설	건설
50	한미반도체	반도체와 반도체장비	100	키움증권	증권

제2절 조사 방법

- 본 평가는 석사생·학부생 등으로 구성된 1차 연구진이 자료를 수집하고 기초 평가를 수행한 뒤, 문화예술 행정·경영 분야 전문가로 구성된 2차 평가단이 이를 검토하여 최종 점수를 확정하는 단계적 구조로 진행됨
- 각 평가 단계에서는 평가원 간 상호 검토(교차 검증)를 실시하여 지표 해석의 일관성을 확보하고, 평가 결과의 신뢰성과 객관성을 강화함
- 1차 연구원 평가
 - 평가 기간: 11월 7일 ~ 16일
 - 참여 인원: 연구원(학사과정) 10명
 - 배정 방식: 각 연구원에게 무작위로 20개 기업을 배정하되, 각 기업은 2명의 평가자가 중복 평가하도록 설계함
 - 평가 방법:
 - * 지표별 요구되는 핵심 키워드를 추출한 뒤, 기업명과 함께 포털사이트 검색 및 ChatGPT를 활용하여 항목별 정보 탐색·질의
 - * 확인된 자료를 검토한 후 근거 링크를 기록하고, 사전에 마련된 평가 기준(0~3점 체계)에 따라 점수를 부여함
 - 검증 및 조정
 - * 1차 평가 점수 취합 후, 동일 기업을 평가한 두 연구원 간 점수 차이가 크게 나타난 지표를 중심으로 협의하여 해석의 차이를 조정함
 - * 단, 완전 일치를 강제하지 않고, 근거에 기반한 합리적 범위 내에서 의견 조율을 진행함
- 2차 전문가 평가
 - 평가 기간: 11월 17일 ~ 25일
 - 평가단 구성: 문화예술 행정·경영 분야 전문가 3인으로 구성
 - 평가 방식:
 - * 1차 연구원이 작성한 기업별 평가 자료 및 근거 링크를 전달받아 세부 내용을 검증함
 - * 각 기업은 2명의 연구원 평가가 존재하므로, 전문가들은 이를 교차 검토하여 근거의 타당성을 판단하고 최종 점수를 확정함
 - 역할 분담 및 합의 절차:
 - * 한 전문가는 주평가위원으로 30개 기업, 부평가위원으로 30개 기업을 맡아 검증을 수행함
 - * 주평가위원은 담당 기업의 점수를 우선 검토하고, 부평가위원은 보조 의견을 제시하여 전문가 간 합의된 최종 점수를 도출함

제3절 실태조사 개발 및 실증 자문회의 결과

○ 회의 개요

- 회의 일자: 11월 29일
- 참석자: 2차 전문가 조사단 및 연구 담당자 총 6인

○ 주요 의견

- (의의) 기업의 문화력을 진단하는 다면적 지표로서 의미를 가짐. 기업들의 문화예술 관련 활동에 대한 구체적 사례 데이터를 확보했다는 점에서 의의가 있음
- (지표 단순화 및 통합) 현재 지표가 다수의 세부항목으로 구성되어 있어 평가 과정에서 중복 가능성이 있다는 의견이 제기됨. 향후 항목 간 통합 및 조정이 검토될 필요가 있음
- (자료 기반의 편차 가능성) 공개된 자료는 기관마다 노출도가 달라 평가 결과에 차이가 발생할 수 있음. 자료 출처의 다양화(사보 등) 및 비교 기준 마련을 향후 검토할 필요가 있음
- (조사원·평가자 간 판단 차이) 조사 인원 구성이나 평가자의 경험 차이가 점수에 영향을 줄 수 있어, 평가 인력 운영 방식의 정비 또는 사전 합의 기준 마련이 고려될 필요가 있음. 점수 체계 조정(0-3점 -> 0-5점)을 통한 편차 완화 방법 검토 가능
- (문화재단·계열사 평가 방식) 문화재단을 제외할 경우 실제 문화력과 괴리가 생길 가능성이 있어, 재단 포함 여부 검토할 필요가 있음. 계열사의 경우에도 평가 범위를 그룹 단위로 재정립하는 논의가 요구됨
- (기타) 메세나 대상 및 문화예술후원 우수기관 인증 등 가점 요소, 지역 활성화 관련 항목 추가, 후원 대상의 명확화 등 보완 가능성이 제기됨

제4절 조사 결과

1. 조사 결과

- 네 개 그룹으로 구분하여 지표의 수가 6개인 1그룹과 2그룹에는 가중치를 1.39, 지표의 수가 5개인 3그룹과 4그룹에는 가중치를 1.67 부여하여 총 100점 만점으로 측정

표 15 기술통계량

	최소	최대	평균	표준편차
총점	7	90	39	21.64
내부역량	3	24	12	5.20
마케팅역량	0	25	9	6.72
창작후원	0	25	8	7.81
향유후원	0	23	10	6.54

- 내부역량 문화력 1위 기업(24점): CJ제일제당(시총 81위)
- 마케팅역량 문화력 1위 기업(25점): 삼성전자(시총 1위), 기아(시총 6위)
- 창작후원 문화력 1위 기업(25점): 기업은행(시총 33위), 현대자동차(시총 5위) KT&G(시총 36위), 아모레퍼시픽(시총 56위)
- 향유후원 문화력 1위 기업(23점): KB금융(시총 8위), HD현대중공업(시총 10위), 강원랜드(시총 95위)
- 기업집단 소속, 문화재단 보유, 그리고 우수후원기관 지정 비율은 각각 55%, 62%, 12%임. 문화재단 보유하거나 우수후원기관으로 지정된 기업은 활발한 활동을 펴는 것으로 인정되어 가점(각 3점과 5점) 부여
- 삼성, SK, LG, 현대자동차, HD현대, 두산, 카카오, 포스코, 한화 등은 100대 기업 중 2개 이상 계열사가 포함
- 이 중 가장 높은 점수를 획득한 그룹은 LG임
- 특히 현대자동차는 기업집단 차원의 문화 인프라를 기반으로 국내외 주요 문화기관과의 장기 협력을 지속해 왔으며, 이를 통해 창작후원을 구조화된 지원 체계로 운영해 온 사례로 평가됨. 이는 기업집단 소속 기업이 장기적·제도적 기반을 통해 창작 생태계에 실질적으로 기여할 수 있음을 보여주는 사례로 해석됨.

- 넷마블, SK, SK하이닉스, S-Oil, 우리은행, 효성, HS효성첨단소재, GS칼텍스, GS파워, 한미약품, 한화생명, 현대해상보험은 문화위가 지정한 우수후원기관임
 - 상위 10개사 중 문화재단을 보유한(KT복지재단, CJ문화재단, LG연암문화재단, 삼성문화재단) 기업이 6개사인 것으로 나타나 문화재단을 보유한 기업집단은 개별기업의 문화력도 높은 것으로 나타남
 - 기업집단에 소속된 기업과 기업집단에 소속되지 않은 기업으로서 가장 높은 점수를 획득한 기업은 각각 LG와 KT&G임
- 기업의 업종에 따라 차이를 살펴보기 위해 전통적으로 활발한 사회공헌활동을 하는 것으로 알려진 금융분야 기업에 대해 분석
- 내부역량 활동을 제외하고 대체로 높은 문화력을 보임
 - 사회공헌활동에 문화력을 활용하고 있다고 해석됨

표 16 금융/증권 산업 분석 결과

	금융/증권	전체
총점	56	39
내부역량	12	12
마케팅역량	14	9
창작후원	16	8
향유후원	14	10

- 향후 기업의 자발적인 정보 공개를 통해 보다 정확한 문화력 측정이 될 것을 기대

2. 조사 결과에 따른 지표별 우수 기업 사례

- [내부역량 문화력 우수 기업]: CJ제일제당 (시총 81위)

- 1. 문화예술 내부자본화 역량
 - [1-1] 문화예술 기반 철학 및 비전
 - * CJ제일제당은 기업 비전으로 ‘건강·즐거움·편리를 창작하는 글로벌 생활문화기업’을 제시하고 있으며, 식문화를 핵심 문화 가치로 설정함.¹⁾
 - * 현지 음식과 한식을 결합한 K-Food 전략을 통해 한국의 맛을 세계화하고, 건강하고 편리한 라이프스타일 확산을 목표로 하고 있음을 밝히고 있음.

1) 출처: CJ제일제당 홈페이지

- [1-2] 문화예술 기반 창의역량 개발
 - * CJ제일제당은 임직원이 문화 콘텐츠를 일상적으로 접할 수 있는 환경을 조성하여 창의적 감각과 문화적 이해를 제고하는 데 주력하고 있음.²⁾
 - * 공식 안내에 따르면 TVING 무료 구독권, CJ 계열사 임직원 할인(최대 40%, CGV 포함), ‘Journey with CheilJedang’을 통한 국내외 숙박 및 여행 지원 제도를 운영하고 있음.
 - * 올리브영, VIPS, 뚜레쥬르 등 라이프스타일·외식 브랜드와 CJ ENM의 영화·공연·콘서트 콘텐츠를 임직원이 할인된 가격으로 이용할 수 있도록 지원하고 있음.
- [1-3] 문화예술 향유를 통한 복지 증진
 - * CJ제일제당은 임직원 복지 항목으로 K-Culture Voyage, TVING, CGV 지원 등 다양한 문화예술 향유 프로그램을 운영하고 있음.³⁾
 - * TVING 무료 구독권, CJ 계열사 할인, ‘Journey with CheilJedang’을 통한 숙박·여행 지원 등을 통해 문화 향유 기회를 복지 제도로 제공하고 있음.
 - * 라이프스타일·외식 브랜드 및 CJ ENM 콘텐츠를 일상적으로 이용할 수 있는 구조를 마련함으로써 문화예술 향유를 복지 차원에서 제도화하고 있음.
- [1-4] 문화예술 기반 공동체의식 형성
 - * CJ 도너스캠프 ‘문화꿈지기’ 프로그램에 CJ제일제당을 포함한 그룹 임직원이 자원봉사 멘토로 참여하여, 문화예술 활동을 매개로 청소년 대상 체험 프로그램과 특강을 운영함.⁴⁾
 - * 복지 홍보 영상에는 CGV 영화관 할인, TVING 프리미엄 구독권 제공, K-Culture Voyage 프로그램을 통한 KCON 등 대형 문화 행사 참여 시 항공권 지원 내용이 포함됨.
 - * CJ그룹 산하 CJ Culture Foundation은 음악가, 영화감독, 뮤지컬 작가 등 신진 아티스트 후원 프로그램을 운영하고 있으며, 임직원의 문화예술 동호회 활동에 대한 지원 사례도 확인됨.
- [1-5] 창의적 업무환경 조성
 - * CJ제일제당은 Hub Office 및 위치 자율 근무 등 유연한 공간 운영 제도(CJ Work ON)를 인사 제도로 명시하고 있음.⁵⁾
 - * 사무직 직원을 대상으로 Hub Office 활용과 연차 사용 장려 제도를 운영하여 근무 공간 선택의 자율성과 일·생활 균형을 지원함.
 - * 본사 리모델링을 통해 식품 테스트 스튜디오와 업무·회의 공간을 전면 개편하고, 열린형 좌석과 협업 공간, 휴식 공간 중심의 개방형 업무환경을 조성함.
 - * 진천 블로섬파크(R&D 캠퍼스)는 커뮤니케이션·콜라보레이션·인스피레이션을 핵심 콘셉트로 한 아트리움과 공용 협업 공간을 갖춘 연구 중심 캠퍼스로 운영되고 있음.

2) 출처: CJ제일제당 홈페이지 뉴스룸

3) 출처: CJ제일제당 홈페이지 뉴스룸

4) 출처: CJ 도너스캠프 홈페이지; 유튜브 CJ Careers, 2025.5.28

5) 출처: CJ제일제당 2024 지속가능경영보고서 영문판; 소디자인스튜디오 홈페이지

- * 2024년 고용노동부 공정안전관리(PSM) 평가에서 최고 등급인 P등급을 획득하여 전국 사업장 상위 5% 수준의 안전관리 성과를 달성함.

표 17 CJ제일제당 우수사례 예시

	
<p>CJ제일제당 진천 블로섬파크(R&D 캠퍼스) 내부</p>	<p>CJ제일제당 진천 블로섬파크(R&D 캠퍼스) 서클극장</p>

- [1-6] 내부 문화예술 프로그램의 지속성
 - * CJ제일제당은 2005년부터 전사 차원의 정기 조직문화 설문인 'CJ Voice ON'을 지속적으로 실시하고 있음.⁶⁾
 - * 설문을 통해 임직원의 비전 및 경영 철학 이해도, 조직 만족도를 점검하고 있으며, 결과를 전사에 공유하여 도출된 과제를 조직문화 혁신 과제로 전환·실행하고 있음.

■ [마케팅역량 문화력 우수 기업]: 삼성전자 (시총 1위)

○ 2. 문화예술 브랜딩 역량

- [2-1] 문화예술 기반 브랜드 인지도
 - * 삼성전자는 방탄소년단(BTS) RM을 삼성 아트 TV 글로벌 홍보대사로 선정하고, '아트 바젤 인 바젤 2025' 삼성 아트큐브 전시장에서 이진용 작가의 작품 감상 콘텐츠를 공개함.⁷⁾
 - * CES 2025 전시에서는 삼성 아트 스토어 기반의 개인 맞춤형 디지털 아트 갤러리 경험을 소개하고, MoMA 및 오르세 미술관 소장 작품 감상 환경을 구현함.
 - * 네덜란드 반고흐 미술관과 3년간의 파트너십을 체결하여 갤럭시 스마트폰을 활용한 전시 해설 서비스를 제공하고, AI 기반 맞춤형 콘텐츠 제공을 예고함.
 - * 삼성 아트 스토어에 영국 디자인하우스 리버티(Liberty) 컬렉션을 추가하여 전통 디자인과 디지털 기술을 결합한 사례를 제시함.

6) 출처: CJ제일제당 2024 지속가능경영보고서 영문판

7) 출처: 뉴시스; 아시아투데이; 문화경제; 삼성 뉴스룸

- [2-2] 문화예술 후원을 통한 이미지 제고
 - * 삼성전자는 폴란드 ‘Silence Music Festival’에 파트너로 참여하여 더 프레임 TV를 활용한 무대 및 전시 연출을 후원함.⁸⁾
 - * 아트 스토어 기반 3,500여 점의 작품과 교체 가능한 프레임을 활용해 공연·전시 공간의 시각적 완성도를 제고함.

표 18 삼성전자 우수사례 예시



사일런스 뮤직 페스티벌 전시장 전경

- [2-3] 문화예술 기반 브랜드 스토리텔링
 - * 삼성전자는 ‘2025년 소비자가 뽑은 좋은 광고상’에서 AI 가전, 비스포크, 갤럭시 제품 관련 캠페인으로 총 5개 작품이 수상됨.⁹⁾
 - * K팝 그룹 RIIZE를 브랜드 앰버서더로 기용하여 모바일 및 AI 가전 제품이 자연스럽게 노출되는 콘텐츠를 제작함.
- [2-4] 문화예술의 물리적 활용
 - * 삼성 이노베이션 뮤지엄에서 다국어 상설 전시 투어를 운영하며 산업·기술 발전사를 소개함.¹⁰⁾
 - * ‘Art Basel Paris 2025’ 협업 디지털 아트 컬렉션을 삼성 아트 스토어에 공개함.
 - * 국제 디자인 공모전 IDEA 2025에서 총 47개 상을 수상함.
- [2-5] 문화예술 기반 브랜드 체험 공간 운영
 - * 아모레 성수 플래그십 스토어에 삼성 컬러 e-페이퍼를 도입하여 디지털 전시 환경을 구현함.¹¹⁾
 - * WIS 2025 삼성전자관에서 갤럭시 AI 체험형 공간을 운영함.
- [2-6] 문화예술 인터랙티브 브랜딩

8) 출처: 더구루, 2025.9.6

9) 출처: 아시아경제; 더피알

10) 출처: 삼성 이노베이션뮤지엄; 삼성 뉴스룸; 네이트뉴스

11) 출처: 삼성전자 뉴스룸; 전자신문

- * 아트 바젤 인 바젤 2025 삼성 아트큐브에서 생성형 AI 기반 맞춤형 이미지 제작 체험 콘텐츠를 운영함.¹²⁾

■ [창작역량 문화력 우수 기업]: 기업은행 (시총 33위)

○ 3. 문화예술 창작후원 역량

- [3-1] 창작 후원 장르 다양성

- * 'IBK 아트스테이션'을 통해 신진 작가 대상 전시 및 제작비 후원을 지속적으로 운영함.¹³⁾
- * 'IBK 예술로', '더 아트프라자', 'IBK 아트캠프' 등 다양한 사회공헌형 문화예술 사업을 병행함.
- * 'IBK투게더 오케스트라'를 통해 중소기업 근로자 및 소상공인의 문화예술 참여 기회를 제공함.¹⁴⁾

표 19 기업은행 우수사례 예시



공공미술 프로젝트 'IBK예술로'

- [3-2] 문화예술 네트워크 연계 능력

- * 밀알복지재단과 협력하여 발달장애 작가 육성 프로젝트 'IBK 드림윙즈'를 운영함.¹⁵⁾

- [3-3] 창작 생태계 기여도

- * '아트프라자'를 통해 신진 작가의 작품 판매 수익 전액 지급, 멘토링 및 전시 연계를 제공함.¹⁶⁾

- [3-4] 창작 후원 프로그램 지속성

- * '아트프라자' 및 'IBK 아트스테이션'을 2022년 이후 지속 운영함.¹⁷⁾

12) 출처: 전자신문, 2025.6.18

13) 출처: 환경일보, 2025. 8. 20 기사; 오늘경제, 2025. 9. 29 기사

14) 출처: STN 뉴스, 2025. 10. 29 기사

15) 출처: IBK 기업은행 홈페이지, 2025. 3. 17 기사; 밀알문화예술센터 홈페이지

16) 출처: 한국경제, 2025. 10. 29 기사; 더팩트, 2025. 10. 29 기사

17) 출처: 환경일보, 2025. 8. 20 기사

■ [창작역량 문화력 우수 사례] 현대자동차 (시총 5위)

○ 3. 문화예술 창작후원 역량

－ [3-1] 창작 후원 장르 다양성

- * ‘더 현대 프로젝트 LACMA’를 통해 전통적 전시 후원을 넘어 AI·로보틱스·센서 기술을 활용한 아트·테크놀로지 기반 프로그램으로 확장함.¹⁸⁾
- * ‘제로원데이(Zero1ne Day)’ 행사에서는 예술가, 개발자, 과학자, 스타트업 등이 참여하여 모빌리티·미래기술과 결합된 창작 프로젝트를 소개함.
- * 이를 통해 시각예술 중심 후원에서 기술·융복합 창작으로 확장된 다장르 창작 후원 구조를 형성함.

－ [3-2] 문화예술 네트워크 연계 능력

- * 국립현대미술관과 10년 이상 장기 파트너십을 유지함.
- * 미국 휘트니 미술관과 협약을 체결하고 ‘현대 테라스 커미션(Hyundai Terrace Commission)’을 매년 운영할 예정임.¹⁹⁾
- * 독일 비트라 디자인 뮤지엄(Vitra Design Museum)과 미래 모빌리티·지속가능성을 주제로 연구 파트너십을 구축함.
- * ‘현대 트랜스로컬 시리즈’를 통해 청주공예비엔날레, 인도 국립공예박물관, 브라질 피나코테카 미술관, 백남준아트센터 등과 국제 협력 전시를 기획함.
- * 국내외 공공미술기관과의 장기·다층적 네트워크 기반이 확인됨.

－ [3-3] 창작 생태계 기여도

- * ‘MMCA 현대차 시리즈’를 통해 이불, 안규철, 김수자, 임흥순, 정은영, 박찬경, 정연두 등 작가를 선정하여 작품 제작 및 전시를 후원함.²⁰⁾
- * 단순 전시 공간 제공을 넘어 제작 단계부터 후원하고, 전시와 홍보를 병행하는 구조를 운영함.
- * 국제 미술관 협력 프로그램을 통해 국내 작가의 해외 노출 기회를 확대하는 플랫폼을 마련함.
- * 개별 프로젝트 후원이 아닌, 작가의 창작 기반과 국제 진출 가능성을 확장하는 구조적 기여로 평가됨.

－ [3-4] 창작 후원 프로그램 지속성

- * 2014년부터 ‘MMCA 현대차 시리즈’를 장기 운영 중임.²¹⁾
- * 2015년 시작된 ‘더 현대 프로젝트 LACMA’가 지속적으로 확장·운영됨.
- * 휘트니 미술관 협력 프로그램 ‘현대 테라스 커미션’을 매년 운영 예정임.

18) 출처: 한경, 2025.2.18; 뉴시스, 2025.11.27

19) 뉴시스, 2025.11.27 / 매일경제, 2025.9.3

20) 출처: 매일경제, 2025.9.3 / 한경, 2025.2.18

21) 출처: 아주경제, 2023.9.5 / 뉴시스, 2025.11.27

- * ‘현대 트랜스로컬 시리즈’ 역시 단발성 프로젝트가 아닌 지속 기획 프로그램으로 운영됨.
- * 창작후원이 이벤트성 후원을 넘어 제도화·장기화된 후원 체계로 자리 잡았음이 확인됨.

■ [향유역량 문화력 우수 기업]: KB금융 (시총 8위)

○ 4. 문화예술 향유후원 역량

- [4-1] 향유 대상 규모
 - * KB스타뱅킹 앱을 통해 전국민 대상 공립 박물관·미술관 무료 관람 프로젝트를 운영함.
 - * 문화의 날 연계 온·오프라인 문화 향유 이벤트를 병행함.
- [4-3] 향유 공간 운영
 - * 그룹 캐릭터 기반 미술작품 전시 및 온라인 전시 플랫폼을 운영함.
 - * Kiaf SEOUL 2025 리드파트너로 참여하여 체험형 특별관을 운영함.
- [4-4] 취약계층 향유 접근성
 - * Kiaf Classic, 키즈 도슨트, 드로잉 클래스 등 연령별 맞춤형 프로그램을 제공함.

■ [대기업 집단의 우수 사례] SK하이닉스 (시총 2위)

- [1-5] 창의적 업무환경 조성
 - * 캠퍼스 내 영화관, 갤러리, 공연장, 아트홀, 도서관, 북카페 등 문화시설을 운영하고 공유좌석제 기반 테마형 업무공간을 조성함.²²⁾
- [1-4] 문화예술 기반 공동체의식 형성
 - * 사내 전시 공간 ‘Gallery H’ 운영과 임직원 참여형 공연 ‘캠퍼스 비긴어게인’을 개최함.²³⁾
- [4-4] 취약계층 향유 접근성
 - * 청주시 취약계층 청소년 대상 문화예술융합 아카데미 및 클래식 인재 후원 프로그램을 운영함.

■ [대기업 집단의 우수 사례] LG에너지솔루션

- [1-2] 문화예술 기반 창의역량 개발
 - * 임직원의 재충전과 창의성 제고를 위해 사업장별 ‘엔트럴파크’를 조성하고 요가·필라테스·마사지·스크린골프 등 건강관리 프로그램을 운영함.²⁴⁾
 - * 미러 아트, 캔들 홀더, 보틀케이크, 라탄트레이 만들기 등 체험형 문화 프로그램을 월 단위로 운영함.
- [1-3] 문화예술 향유를 통한 복지 증진

22) 출처: SK하이닉스 홈페이지

23) 출처: SK하이닉스 홈페이지; 디지털타임스, 2018. 3. 14

24) 출처: 뉴시스, 2025. 4. 2

- * 출퇴근 시간 자율 조정, 재택근무 및 전국 26곳 거점오피스 근무가 가능한 유연근무제를 시행함.²⁵⁾
- * 임직원 및 가족 대상 콘도 운영과 사내 동호회 활동(산악회·음악동호회·볼링회·스킨스쿠버회 등)을 적극 지원함.
- [1-4] 문화예술 기반 공동체의식 형성
 - * 발달장애 예술가 에이전시 '디스에이블드'와 협력하여 발달장애 아동 대상 맞춤형 예술교육 프로그램을 운영함.²⁶⁾
 - * 전문가 1:1 교육, 가족 심리치료 병행, 사내 전시 및 작품 판매 수익금 기부를 통해 사회적 가치 실현에 기여함.
- [4-4] 취약계층 향유 접근성
 - * 미시간 법인을 중심으로 청소년 스포츠팀 후원, 지역 축제 및 체험 프로그램 후원을 통해 취약계층 문화 접근성을 확대함.²⁷⁾

■ [대기업 집단의 우수 사례] 현대자동차

- [3-1] 창작 후원 장르 다양성
 - * 시각예술, 공예, 미디어아트, 아트&테크, 퍼포먼스 등 다장르 국제 협업 전시 및 프로젝트를 운영함.²⁸⁾
- [3-3] 창작 생태계 기여도
 - * MMCA 현대차 시리즈, 휘트니 미술관·LACMA·비트라 디자인 뮤지엄과의 장기 파트너십을 통해 작가 제작과 연구를 후원함.²⁹⁾
- [3-4] 창작 후원 프로그램 지속성
 - * 국립현대미술관 후원(10년), 휘트니 미술관 장기 후원, 현대 트랜스로컬 시리즈 등 장기 프로그램을 운영함.³⁰⁾
- [4-4] 취약계층 향유 접근성
 - * 아동 문화예술교육 거점 공간 조성 및 장애인 대상 체험형 전시 프로그램을 운영함.³¹⁾

■ [단일 기업의 우수 기업] KT&G

- [3-1] 창작 후원 장르 다양성
 - * 뮤지컬, 단편영화, 디자인, 전시, 음악 등 다장르 창작 후원 프로그램(상상 스테이지 챌린지,

25) 출처: LG Careers 홈페이지

26) 출처: 디스에이블드 홈페이지

27) 출처: LG에너지솔루션 홈페이지

28) 출처: 뉴시스, 2025. 11. 27

29) 출처: 매일경제, 2025. 9. 3; 한경, 2025. 2. 18

30) 출처: 아주경제, 2023. 9. 5

31) 출처: 뉴시스, 2025. 4. 28; 시스플래닛 홈페이지

- 대단한 단편영화제, 디자인 챌린지, 아티스타트, 밴드 디스커버리 등)을 운영함.³²⁾
- [3-3] 창작 생태계 기여도
 - * 신진 창작자에게 제작비, 대관, 멘토링, 순회 전시, 아트페어 출전, 작품 판매 연계 등 단계적 후원을 제공함.³³⁾
- [3-4] 창작 후원 프로그램 지속성
 - * ‘밴드 디스커버리’(2007년 시작), 상상마당 운영, 상상실현 페스티벌 등 장기 문화예술 후원 프로그램을 지속 운영함.³⁴⁾
- [4-2] 향유자 만족도
 - * 춘천·부산 등 지역 기반 문화축제를 개최하고, 춘천 행사 기준 약 1만 6천 명의 관람객이 참여함.³⁵⁾

■ [산업별 우수 기업] HD현대중공업

- [4-1] 향유 대상 규모
 - * ‘2025 울산 공업축제’를 통해 182개 전시·체험 공간과 다수의 시민 참여 프로그램을 운영함.³⁶⁾
- [4-2] 향유자 만족도
 - * 드론쇼, AR 공연, AI 체험관, 공연·전시·체험 프로그램을 결합한 종합 문화행사를 운영함.³⁷⁾
- [4-3] 향유 공간 운영
 - * HD아트센터 대공연장과 미술관을 운영하며, 2025년 기준 연간 약 58회 공연·행사, 방문객 약 4만 5천~5만 명 수준을 기록함.³⁸⁾

3. 조사 결과에 대한 소결

- 본 조사 결과, 기업 문화력은 개별 사업의 수나 단기적 활동 여부만으로 설명되기보다, 문화예술 활동을 ‘어떤 방식으로’ 수행·추적하는지에 따라 수준과 안정성이 달라지는 경향이 확인됨.
- 특히, 문화재단을 보유한 기업집단의 문화력이 상대적으로 높게 나타나는 경향이 관찰되었으며, 이는 문화재단이 장기 채용과 전문 인력을 기반으로 문화예술 후원을 지속적으로 운영할 수

32) 출처: 스타뉴스, 2025. 8. 5; 전자신문, 2025. 9. 3; 디트뉴스, 2025. 7. 30; 상상마당 홈페이지

33) 출처: 상상마당 홈페이지

34) 출처: 충청뉴스, 2025. 7. 23

35) 출처: 글로벌이코노믹, 2025. 4. 21; 전국뉴스, 2025. 8. 26

36) 출처: 데일리연합, 2025. 10. 19

37) 출처: 데일리연합, 2025. 10. 19

38) 출처: HD아트센터 홈페이지

있는 제도적 인프라로 기능하기 때문임. 실제로 조사 과정에서 삼성·CJ·LG 등 주요 기업집단의 경우 문화재단(또는 재단 기반 조직)을 중심으로 전시·교육·연구 등 전문 기관 운영 경험이 축적되어 있으며, 기업의 브랜드 플랫폼과 결합될 때 국제 협업이나 대중 향유 확장으로까지 연결되는 사례가 확인됨. 또한 현대자동차의 ZER01NE(확장예술)와 같은 사례에서 확인되듯, 문화재단 기반 기업은 완성된 결과물 중심의 후원을 넘어 과정·연구·프로토타입·협업을 후원하는 방식으로 공공기금이나 기존 미술관 제도가 포괄하기 어려운 실험 영역을 민간 차원에서 보완하는 경향이 나타남.

- 아울러 공익법인 설립과 운영은 기업 문화예술 후원의 진정성과 지속성을 제도적으로 보여주는 신호로 작동함. 공익법인을 보유한 기업은 단기적 브랜드 마케팅 중심 사업보다 장기적 관점의 공공성·사회적 가치 지향 프로그램을 상대적으로 안정적으로 추진할 수 있으며, KT&G의 경우 복지·장학 재단 등 공익 활동의 제도화를 병행하면서 상상마당 플랫폼을 기반으로 장기 창작후원 프로그램(SKOPF 등)을 운영하는 구조가 확인됨. 이는 기업 후원이 단순 재정 지원을 넘어 예술가의 경력 형성과 생태계 기반 조성으로 연결될 수 있음을 시사함.
- 이러한 방식별 특성은 기업 문화력 지수가 기업의 문화적 역량을 진단하는 데 유효하되, 동시에 기업이 출연·협력하는 문화재단·공익법인이 실제 후원 실행 주체로서 수행하는 운영 역량과 기여도를 별도로 점검할 필요가 있음을 보여줌.
- 이에 따라 본 연구는 기업 문화력 지수 결과를 바탕으로, 별도 수행 중인 「문화예술분야 민간 공익법인 가이드 지표」 진단 연구(2년차)와의 연계를 통해 기업의 전략(기업 문화력)과 실행(공익법인 운영 성과)을 연결하여 해석하고자 함. 2년차 연구에서는 공익법인의 비전·전략, 투명성, 영향력, 효과성 등 다차원 지표를 기반으로 운영 수준을 진단하고, 재단 홈페이지뿐 아니라 주요 사업별 홈페이지 교차 확인, 정관·사업보고서·공시자료 등 교차 검증을 포함하는 데이터 수집 범위 확대를 통해 평가의 객관성과 신뢰성을 강화하는 방향으로 고도화를 추진하고 있음.
- 결과적으로, 기업 문화력 지수(기업의 전략·역량)와 공익법인 가이드 지표(재단의 실행·운영 성과)를 연계함으로써, 기업의 문화예술 후원이 전략(기업)-실행(재단)-성과(생태계/향유)로 연결되는 구조를 보다 입체적으로 설명할 수 있을 것으로 판단됨.

제5절 2025 기업 문화력 세미나 개최 결과

비즈니스와 문화의 융합: 기업 문화력 연구


일시: 2025년 12월 17일 수요일
10AM ~ 11:30AM

장소: 대학로 예술가의 집 3층 다목적홀

주최: 한국경영학회

후원: 한국문화예술위원회(ARKO)

본 설명회는 기업의 지속가능한 성장을 위해 필요한 새로운 관점인 '기업 문화력'을 소개하고, 다양한 기업들이 보유한 문화적 자산과 그 활용 방식에서 나타난 주요 흐름을 공유하는 자리입니다. 또한 해외 사례를 바탕으로 문화력이 조직의 창의성, 브랜드 신뢰, 사회적 가치, 지역 협력에 어떻게 기여하는지를 살펴보고, 기업이 문화적 자원을 지속가능하게 활용할 방향을 논의하고자 합니다. 학회원들의 많은 관심과 참석을 부탁드립니다.



참가신청 QR코드

시간	주요 내용	발표자
10:00 ~ 10:10	인사말	정병국 위원장 (한국문화예술위원회)
10:10 ~ 10:25	연구 취지 및 개요 설명	양희동 회장 (한국경영학회, 이화여대 교수)
10:25 ~ 10:40	문화력 개념 정립 및 구성 요소 설명	고동연 겸임교수 (이화여자대학교)
10:40 ~ 10:55	기업 문화력 지수 및 지표 체계(안) 설명	신형덕 교수 (홍익대학교)
10:55 ~ 11:30	종합 토론 및 질의응답	좌장: 양지연 교수 (동덕여대) 패널: 발제자 3인, 박지현 교수 (전남대), 김수림 교수 (성공회대)
11:30		폐회

그림 2 2025 기업 문화력 세미나 개최 포스터

○ 기업 문화력 세미나 개요

- 회의 일시: 12월 17일 수요일 오전 10시 ~ 오전 11시 30분
- 장소: 한국문화예술위원회(ARKO) 대학로 예술가의 집 3층 다목적홀

○ 주요 발표 및 토론 내용

- 본 세미나는 기업의 지속가능한 성장을 후원하기 위한 새로운 관점으로서 '기업 문화력' 개념을 소개하고, 주요 기업들이 문화적 활동을 전개하는 방식과 그 전반적 경향을 종합적으로 공유함.
- 본 프로젝트를 통해 수행된 연구에서는 기업 내부의 혁신 분위기, 브랜드와 문화의 결합 방식, 예술·창작 활동과의 협업 구조, 지역사회 문화 참여 기회 확대 등 기업이 보유한 다양한 문화적 자산과 그 활용 방식을 폭넓게 관찰함.
- 분석 결과, 산업 분야, 기업의 성장 단계, 문화 관련 조직 구조에 따라 문화적 활동의 유형과 장점이 상이하게 나타나는 경향이 확인됨.
- 특히, 재단을 중심으로 문화 활동을 지속해 온 기업, 콘텐츠 기반 산업에 속한 기업, 최근 성장하여 새로운 시장에 진입한 기업 등은 각자의 경영 환경과 역할에 따라 문화적 노력이 서로 다른 방식으로 드러나는 특징을 보임.
- 이를 통해 기업의 문화적 활동은 단일한 기준으로 평가되기보다는, 각 기업이 보유한 자원과 제도적·환경적 맥락 속에서 문화적 가치를 어떻게 형성하고 있는지를 종합적으로 이해할 필요성이 제기됨.
- 아울러 해외 기업 및 문화기관 사례를 통해, 문화적 역량이 조직의 창의성 제고, 브랜드 신뢰 형성, 사회적 연결망 강화, 지역사회와의 협력 구조 구축 등 다양한 영역에서 핵심적인 역할을 수행하고 있음을 함께 검토함.

○ 기업 문화력 세미나 결과

- 본 세미나는 기업, 공공기관, 문화재단이 문화적 자원을 보다 전략적이고 지속가능한 방식으로 활용할 필요성을 공감하는 계기를 제공함.
- 기업의 문화적 활동은 단순한 사회공헌이나 이미지 제고 차원을 넘어, 기업 경쟁력과 사회적 가치 창출을 동시에 설명할 수 있는 중요한 분석 축으로 인식됨.
- '기업 문화력'이라는 개념은 기업의 문화적 자산을 체계적으로 점검하고, 중장기적 관점에서 조직의 지속가능성을 모색하는 데 활용 가능한 분석 틀로서의 가능성이 확인됨.
- 또한, 기업 유형과 성장 단계에 따른 문화 전략의 차이를 고려한 맞춤형 접근이 필요함이 강조됨.
- 궁극적으로 본 세미나는 문화적 자원을 기업 경영과 조직 전략의 핵심 요소로 재인식하고, 이를 공공·민간 영역 전반에서 확장 적용할 수 있는 실질적 시사점을 제공함.

제5장

기업 문화력 지수의 활용 방안 제언

제1절 문화 정책적 차원, 기업적 차원, 문화 현장 차원에서의 활용 방안

1. 정책적 활용 방안

- 기업 인증제도
 - 문화 기여 우수기업 인증(문화체육관광부, 지자체 등)
 - 문화 친화 기업 마크 부여로 공공 이미지 강화
- 후원사업 우대기준
 - 예술 후원 매칭펀드, 커뮤니티 아트, 문화 인재 교육사업 참여 우선권
 - 연구·개발 및 콘텐츠 산업 정책 연계
- ESG 평가 기준 연계
 - S(Social), G(Governance)에 더해 'C(Culture)' 지표로 보완
 - 국가 ESG 평가 표준에 반영 가능
- 문화정책 수립을 위한 기초자료
 - 지역문화 진흥, 도시재생, 문화 분권 정책 수립 시
 - 민간 기업 자산을 정책 파트너로 활용하는 근거 자료로 기능

2. 기업적 차원에서의 활용 방안

- 브랜드 전략 수립
 - 문화력 지수를 기반으로 브랜드 정체성 재정립
 - 브랜드 슬로건, 광고, 캠페인의 문화적 일관성 강화
- 성과 평가 및 개선 도구
 - 연도별 문화력 점수 변화 → 내부 조직 문화 개선 가이드
 - CSR·문화사업의 효과 측정 및 ROI 평가 도구
- 투자자나 고객 커뮤니케이션
 - 지속 가능 보고서, IR 자료에 '문화 영향지표' 공개
 - 문화 브랜드 이미지 강조로 고객 신뢰 강화
- 인재 유치 및 조직관리
 - 창의성과 다양성 기반 기업문화 → 인재 매력도 증대
 - 내부직원의 문화적 소속감과 자긍심 강화

3. 문화예술 생태계에서의 활용 방안

- 문화예술 생태계 협력지표
 - 예술가 및 기관과의 협업 시 정당성·신뢰성 기반 제공
 - '공정한 기업 파트너'로서의 문화 신뢰도 평가 기준 제공
- 산학협력·교육
 - 예술경영, 문화 콘텐츠 학과에서 실습/평가 도구로 활용
 - 문화 기반 스타트업 육성 프로그램의 평가 지표로 도입
- 문화예술계에 대한 투자 및 미술시장 지표
 - 문화기여도가 높은 기업에 대한 문화 임팩트 투자 지표
 - 지역 문화기금, 사회적 금융에서 투자 판단 기준으로 사용 가능
- 케이-컬처 확산을 위한 활용
 - K-콘텐츠를 활용한 공격적인 마케팅과 글로벌 파트너십을 통해 케이컬처를 단순한 일시적 유행이 아닌, 지속 가능한 'K-브랜드'로 재탄생시키기 위해 국내 후원 지수에 한정시키지 말고 해외 사례를 부각시킴
 - 문화예술의 주요 거점인 뉴욕, 주요 아트페어나 공연 예술 페스티벌에 민관 협동의 박람회 및 각종 행사 개최
 - K-컬처 확산에 힘쓰는 대기업의 활동상을 OTT나 디지털 공간을 통해서 홍보하고 소통하는 채널 확립

표 20 기업 문화력 지수 활용안

정부와 지자체	문화정책 우수기업 인증, 문화적 도시마케팅, 공공-민간 파트너십 구축
민간 기업	브랜드 전략 수립, 조직 문화 개선, 문화 영향력 보고서 발표
비영리/재단	기업 협업 파트너 평가, 공정한 창작 생태계 구축 자료로 활용
연구기관	지속가능경영, 창의 경영, 도시문화 발전 지표로 분석 가능

제2절 경제계 등 주요 이해관계자 대상 홍보 및 확산 방안

1. 기업 문화력 지수 홍보 방안

○ 타깃별 전략적 포지셔닝

- 정계/공공기관: "문화력은 공공성과 지속가능성을 수치화하는 새로운 ESG 지표입니다."(ex: 정책 언어(공공 기여, 거버넌스, 지역 사회 환류))
- 경제계/대기업: "브랜드의 무형자산과 신뢰도는 문화력에서 나옵니다."(ex: 경영 언어(KPI, 평판 자본, ESG 평가))
- 중견·중소기업: "문화력은 로컬 사회와의 관계에서 브랜드를 키우는 지름길입니다."(ex: 실용 언어(성과, 보도 가치, 지역 네트워크))
- 문화재단·예술기관: "문화력 지수는 정당한 협력 파트너를 구분하는 기준입니다."(ex: 협업 언어(공정성, 진정성, 지속적 관계)활용 채널 및 형식 전략)
- 정부 보고서·정책 자료 「문화기반 지속가능경영 가이드라인」에 포함. 정책 예시, 우수 사례, 도입 체크리스트
- 경제단체 포럼 전국경제인연합회, 대한상의 등 기업에 수여하는 상 재정. 문화력 = 브랜드 지속력 = 경제력 메시지 강조
- ESG 콘퍼런스 및 IR 세션 기업 IR 전략에서 "Cultural S"로 활용. ESG 보고서 섹션 신설 제안
- 대기업 홍보실·CSV 부서 연계 콘텐츠 브리핑 세션. 문화사업 ROI를 수치로 보여주는 방식 제안
- 언론 기획 기사 "기업 문화력 지수와 21세기 글로벌 기업" 등의 기획보도, 문화사업, 예술 후원, 공공성 등 연계 보도
- 산학협력/교육 연계 MBA, 문화예술경영 대상 교재 및 평가모델 제공. 사례 중심 강의자료 제작의 기초자료 활용

2. 기업 문화력 지수 확산 방안

○ 단계별 확산 체계 구축

- 1단계: 전문가 집단과 지수 공식화 → 시범기업 테스트
(문화체육관광부, KOCCA, 예술경영지원센터)
- 2단계: 보도자료·기획 기사 → 사회적 대화 형성

- (조선비즈, 동아경제, 매일경제 등)
- 3단계: 포럼·어워드 연계 → 상징성 부여
(대한상의, KMAC, ESG 포럼)
 - 4단계: 지자체 문화정책 연계 → 현지 기업 문화후원 근거 마련 (서울문화재단, 경기문화재단, 부산문화재단)
- 디지털/ 글로벌 플랫폼 확산 전략
- 문화력 자가 진단 툴 오픈
(ex: 웹 기반 진단: “내 회사의 문화력은 몇 점일까?”
결과 보고서 자동 생성 → 인포그래픽, 보도용 사용 가능)
 - 데이터베이스 구축 및 공개
(ex: 산업군별·규모별 기업 문화력 지도 시각화 (heat map 형태)
연구자 및 언론이 자유롭게 인용할 수 있는 공공문화 DB 구축)
 - 글로벌 확산 연계: 유명 국제기구, 지수 연구기관과 협업
(ex: UNESCO 문화기반 지속가능경영 사례로 기업 문화력 지수 소개
(ex: B-Corp / Creative Business Cup 국내 스타트업 기업의 홍보와 지수 국제화를 위하여
“문화영향 지표”를 공동 개발 제안)

제6장

기업 문화재단 문화예술후원 기여도 진단 개선

제1절 ‘문화예술분야 민간 공익법인 가이드 지표’ 개선 방향

- 문화예술분야 민간 공익법인은 기업의 문화력 제고와 사회적 책임 실현을 뒷받침하는 후원 실행 주체로서 역할
 - 문화예술분야 민간 공익법인은 문화예술 후원 실행 주체로서 자본의 수요-공급 연결, 예술가·단체 후원, 지역사회 연계 프로그램 운영 등을 통해 문화생태계에 실질적 기여
 - 특히, 기업이 출연하거나 협력하는 재단은 기업의 사회적 책임 이행과 문화력 축적을 제도적·전문적으로 뒷받침하는 중요한 역할 수행
 - 한국메세나협회의 『기업의 문화예술 지원 현황 조사』에 따르면 기업의 문화예술 후원 중 재단을 통한 간접 후원 비중이 2023년 기준 54.7%로 가장 높게 나타남
- 2024년 문화예술분야 민간 공익법인 가이드 지표 개발 목적
 - 기업의 문화예술 후원은 재정이 취약한 문화예술 분야의 중요한 자원이라는 관점에서 기업의 관심을 높이고 후원을 유도할 수 있는 유인체계 구축 필요
 - 문화예술분야 후원관련 자료는 한국메세나협회의 『기업의 문화예술 지원현황』 통계 자료가 거의 유일하며, 관련 평가 시스템은 전무한 상태였음
 - 따라서 문화예술분야 민간 공익법인의 현황과 발간물을 검토하고 타 분야 유사 사례를 비교·분석하여 가이드 지표 항목을 세분화하고 가이드 지표 발굴
 - 문화예술 후원 분야 전문가 대상 FGI 조사를 진행하여 가이드 지표의 적절성과 가중치 산출 등 진행
- 2024년 문화예술분야 민간 공익법인 가이드 지표 세부 내용
 - 평가 대상 기관의 문화예술분야 후원 실적을 체계적이고 종합적으로 평가할 수 있도록 4개 대분류(비전·전략, 투명성, 영향력, 효과성)로 나누어 평가하고, 우수사례 가점 지표를 마련하여 타 기관 확산의 기반을 조성함
 - (평가 내용) 민간 공익법인의 문화예술사업과 관련한 전반적 운영 수준에 대해 정성평가 실시
 - (평가 방법) 각 공익법인의 사업보고서, 웹사이트 등에서 확보한 사업 정보를 기반으로 평가위원 평가 수행

표 21 문화예술분야 민간 공익법인 정성 평가영역 및 지표

대분류(영역)	소분류(항목)	지표명	배점
비전·전략	정합성	문화예술사업 내용과 목표의 정합성	15
	체계성	문화예술사업 취지의 체계성	10
투명성	사업 결과 공개	사업 결과의 투명한 공개	15
	사업 대상 선정 과정의 투명성	사업 대상 선정 과정 프로세스 공개	15
영향력	사업 운영	사업의 규모와 적절성	10
	체계적 홍보 역량	홍보활동의 적극성	10
	미디어 노출 및 평판	미디어 영향력	10
	문화예술분야 기여도	법인의 문화예술계 기여도	15
효과성	지배구조의 적절성	지배구조의 전문성	10
	지속성	문화예술사업의 지속성	10
우수 사례	다양성	사업 대상과 방법의 다양성	가점 5
	국제화	국제화 노력	가점 5
	ESG	ESG 수행 노력	가점 5
	기타	기타 우수사항	가점 5
총점 : 120점(가점 20점)			

- 2024년 문화예술분야 민간 공익법인 가이드 지표 진단 결과
 - 민간공익법인의 문화예술분야 사업비 지출액 중심 정량적 분석 결과와 정성적 기여도 분석 결과를 종합하여 결과 도출
 - ‘씨제이문화재단’이 가장 높은 기여도를 보였으며, 대기업 중에 서는 ‘대림문화재단’, ‘삼성문화재단’, ‘파라다이스문화재단’, ‘한솔문화재단’의 기여도가 높게 나타남. 중견기업 이하에서는 ‘스마일게이트희망스튜디오’, ‘우진문화재단’, ‘유나이티드 문화재단’등 공익법인의 기여도가 상대적으로 높은 것으로 확인됨 (가나다 순)
 - 가이드 지표는 문화예술분야 민간 공익법인의 후원 기여도를 진단하는 기반으로 의미한 성과를 보였으나, 일부 지표의 해석 차이, 자료 접근성 한계 등이 나타나 현장 적용의 정밀도와 공정성 강화를 위한 프로세스 개선이 필요함
- 2024년 문화예술분야 민간 공익법인 가이드 지표의 진단 프로세스 검토 및 개선 방안 마련

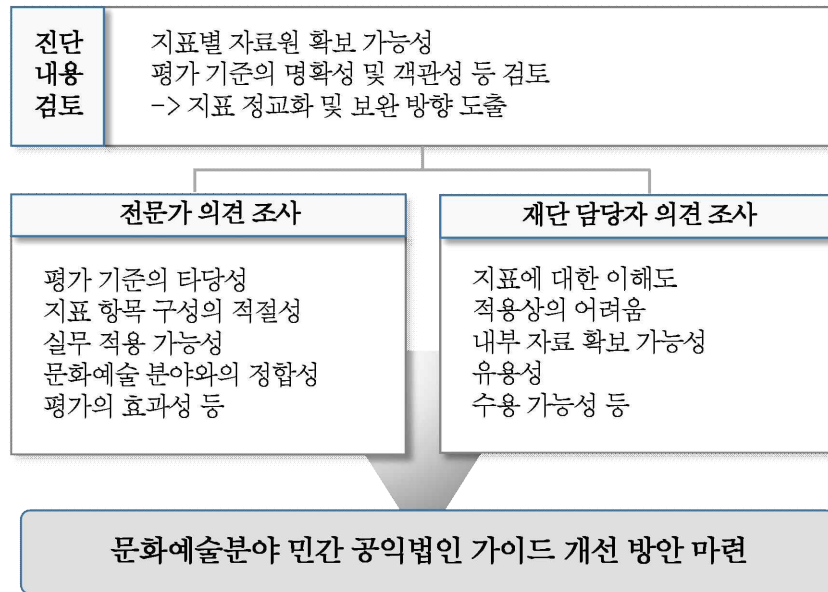


그림 3 가이드 지표 개선 방안 수립 전략

- 개발 지표에 따라 진행된 진단 내용을 기반으로 가이드 지표의 현장 적용에 있어 요구되는 자료원과 평가 기준의 명확성 및 객관성 등을 종합적으로 분석하고, 지표 정교화 및 보완 방향을 도출함

제2절 진단 개선을 위한 타분야 사례 분석

○ 한국메세나협회 기업 문화예술 지원 현황 조사

- 조사 목적 및 내용 : 기업 메세나 활동 통계 데이터 구축을 통해 메세나 활동에 대한 사회적 관심도를 높이고 각 기업의 활동을 촉구할 수 있는 기반 마련. 기업의 문화예술 후원 규모, 분야별 후원금액, 후원 목적 및 방식, 관련 기업들의 인식 등 포함
- 조사 대상(2023년 기준) : 국내 매출액 기준 500대 기업(매경 회사연감 자료 기준) 및 기업 출연 문화재단, 한국메세나협회 회원사 등 총 729개 사 (232개사 응답, 응답률 31.8%)
- 조사 방법
 - * 직접 조사: 차년도 3~6월까지 약 4개월 간 설문조사
 - * 간접 조사: 한국문화예술위원회를 통해 확인한 조건부 기부금 납부 실적

[문화예술 지원 실적 포함 범위]

문화예술과 관련 있는 공연, 전시회, 심포지엄 등의 개최
문화예술 활동과 관련 있는 단체·개인에 자금, 인력, 현물, 장소, 기술 등의 지원
문화예술 분야와 복지, 교육, 환경 분야 등을 연계한 복합 프로그램 운영
문화예술 지원 및 활용을 통한 마케팅 활동
기업이 한국문화예술위원회에 기탁한 조건부기부금
그 외 문화예술 지원이라고 여겨지는 활동

[지원 실적 제외 내용]

문화예술 요소를 포함하고 있지 않은 복지, 교육, 환경 등의 활동 및 지원
레저, 스포츠 활동 및 지원
대중음악, 흥행성 콘서트 등 상업적 목적의 활동
판매 촉진을 주목적으로 하는 활동(예: 광고, 제품, 이벤트 등)

○ 한국ESG기준원 ESG평가

- 조사 목적 : ESG평가를 통해 기업의 지속가능성 관행을 개선하고 외부 이해관계자에게 정확한 판단 정보 제공
- 조사 대상 : 코스피 및 코스닥 상장사 1,068개사(2024년 기준)
- 데이터 수집 방법 : 기업 기본정보(기업명, 업종, 재무현황 등), ESG경영현황(체계, 조직, 활동, 실적 등)을 객관적이고 검증 가능한 데이터 조사를 위해 공개된 자료를 기반으로 조사하며 필요시 비공개정보 제한적 수집

- * 비공개정보의 경우 ESG위험 방지를 위해 평가대상기업으로부터 ‘피드백 증빙자료 제출에 관한 확인서’를 수령하고, 축적된 평가결과와의 교차검증을 통해 과도한 평가 값의 변동 확인

– 데이터 출처

- * 기업: 한국거래소, 금융감독원 등 공시시스템 공시, 기업 공식 홈페이지, 발간보고서
- * 공적 기관: 제재, 조치, 위반사항에 관한 공개자료 등, 관련 법령, 인증사항
- * 기타: 뉴스기사, 방송 등 보도자료, 전년도 ESG 평가 데이터
- * 평가 프로세스

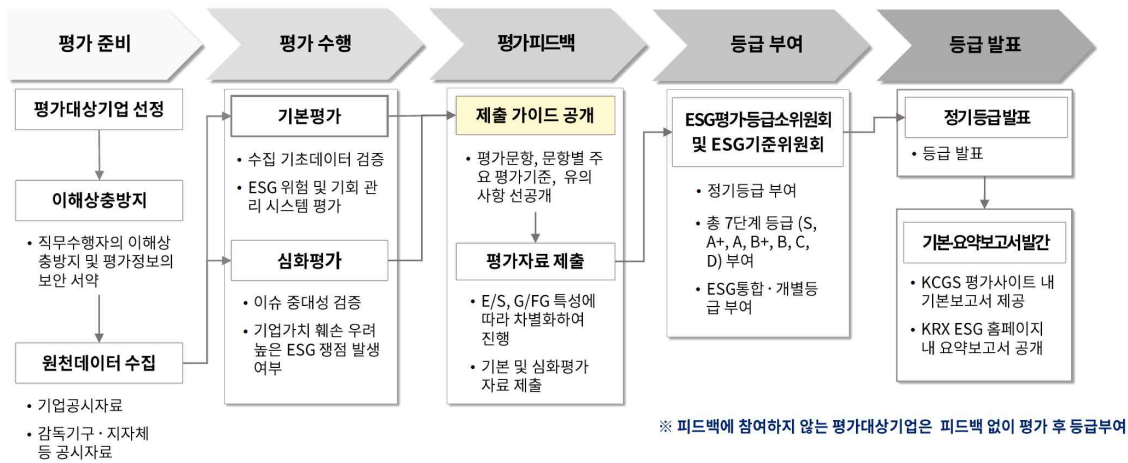


그림 4 한국ESG기준원 ESG평가 프로세스(출처: 한국ESG기준원 ESG 평가방법론)

[활용] 매년 1회 영역별 및 통합 등급 발표. 분기별로 기업의 중대이슈와 ESG리스크 수준을 점검한 결과를 평가등급에 반영한 ‘등급 조정’을 발표하여 외부 이해관계자에게 전달

제3절 전문가 의견 조사 결과

○ 조사 목적 및 내용

- (조사 목적) 문화예술 공익법인 대상 가이드 지표의 철학적 방향성과 현장 적용 가능성에 대한 전문가의 의견을 수렴하여 지표의 타당성과 실효성 제고
- (조사 내용) 평가 기준의 타당성, 지표 항목 구성의 적절성, 실무 적용 가능성, 문화예술 분야와의 정합성, 평가의 효과성 등

○ 조사 방법

- 2025년 9월 13일~18일 기간 동안 가이드 지표 변경 방향에 대한 전문가 의견 조사
- 자문단은 전 문화체육관광부 차관, 현 대한민국예술원 간부 등 문화예술정책 전문가 2인으로 구성

○ 전문가 인터뷰 결과

1. 문화예술분야 민간 공익법인 평가·운영에 대한 전반적 의견

- 현재 민간 공익법인에 대한 관리·감독 기능은 법적으로 지자체가 담당하도록 되어 있으나, 실제로는 설립·감독 권한이 충분히 작동하지 않는 사례가 많아 제도 개선이 필요함
- 이를 보완하기 위해서는 문화체육관광부와 지자체 간 협력 체계를 구축하여 평가 표준을 마련하고 집행할 필요가 있음. 또한 한국문화예술위원회 등 산하기관이 정부 기능을 대행하는 에이전시 역할을 수행할 수 있음
- 민간 공익법인의 실태를 진단하기 위한 지표는 단순한 '평가'가 아닌, 앞으로의 발전 방향을 제시하는 전략적 가이드라인이 되어야 하며, 다양한 예술 장르에 적용될 수 있도록 확장성이 필요함

2. 사업 범위와 계획 중심 평가의 필요성

- 정관은 재단의 재단 운영의 기본 규범이자 최상위 기준으로, 설립 목적-사업 범위-재원 구조의 일관성을 핵심 판단 기준으로 삼아야 함
- 실제 사업 집행이 정관에서 정한 사업 범위를 얼마나 충족하는지, 핵심·비핵심 사업을 구분하고 비율을 산정하는 방식으로 정량적 검토가 필요함
- 또한, 재단이 수립한 연간 사업계획서를 기준으로 계획 대비 실제 집행 결과를 체계적으로 비교·분석하는 절차가 필요함
- 개별 사업의 성과 달성 정도 뿐 아니라, 재단의 전략적 목표가 실행 단계에서 적절하게 반영되었는지를 확인하는 중요한 근거가 됨
- 아울러 장기적으로는 재단이 중장기 사업계획서를 수립·공개하는 체계로 발전함으로써,

지속가능한 운영 기반을 확립하고 대외적 투명성을 강화할 필요가 있음

3. 2024년 평가 시 파악된 어려움과 개선 필요 사항

- 2024년 평가 과정에서 전문가들이 자료 수집의 비일관성 및 정보 부족으로 어려움을 겪어 체계적 데이터 수집 프로세스 마련 등 개선이 필요함
- 일부 지표는 정보 부족 또는 중복성으로 인해 지표 간 중요도와 세부 평가 내용을 검토하여 통합하는 등 수정하는 것이 바람직함
- 평가 점수 부여 단계를 축소하여, 등급 간 구분을 보다 명확히 하는 것이 필요함

4. 추가 평가 지표 고려 사항

- 혁신성과 문화기술(Culture-Tech) 활용
 - * 문화예술 공익법인의 혁신성 제고를 위해 문화기술(R&D), 디지털 전환, AI 기반 운영 시스템 등 신기술의 실용적 도입을 장려할 필요가 있음
 - * 재단별 자원 규모와 업종 특성의 차이를 고려하여, 신기술 도입은 선택적·유연하게 적용할 수 있는 방식으로 설계하는 것이 바람직함
- 문화예술 분야 인재 양성 기여
 - * 문화예술 생태계의 지속가능성을 높이기 위해 공익법인은 장기적 관점의 인재 양성에 기여하는 역할을 수행할 필요가 있음
 - * 재단이 문화예술 분야 전반의 인력 기반 확대에 기여하는 정도를 추후에 평가 지표로 고려할 수 있음

5. 문화예술 공익법인 운영에 관한 제언

- 일부 재단에서 나타나는 오너 중심 운영, 기업 홍보 중심 사업, 자산 위주의 운영 등은 공익성·연속성을 저해할 수 있으므로, 비전·미션을 명확히 정립하고 전략체계를 재정비할 필요가 있음
- 데이터 기반 운영 체계를 강화하여 사업 종료 후 이용자 만족도 조사를 실시하고, 전년 대비·목표 대비 실적, 협력 네트워크 등 주요 지표를 체계적으로 관리하는 관리 문화를 확립해야 함
- 공익법인의 지속가능성 확보를 위해 보유 자산과 안정적 재원 구조를 중장기 관점에서 점검하고, 모기업 출연금 의존도가 높은 재단의 경우 재원 다각화를 추진해야 함
- 거버넌스의 투명성 및 전문성을 강화하기 위해 사익·친족 중심 인사 관행을 방지하고, 정규 인력 기준으로 적정 인력을 확보하도록 유도해야 함

제4절 지표 개선안

○ 조사 목적 및 내용

- (조사 목적) 실제 문화예술 사업을 수행하는 민간 공익법인의 실무자 의견을 바탕으로 가이드 지표의 적용성 및 활용 가능성을 검토하고 개선 방향을 도출하고자 실시
- (조사 내용) 지표에 대한 이해도 및 적용상의 어려움, 평가 자료 확보 가능성, 유용성 및 수용 가능성 등

○ 조사 방법

- 2025년 11월 21일~25일 기간 동안 가이드 지표 변경 방향에 대한 재단 담당자 의견 조사
- 민간 공익법인 마케팅 및 평가 담당자 1인에게 평가 목적과 구체적인 방법, 지표 등을 설명하고 이에 대한 의견을 묻는 인터뷰 진행

○ 재단 담당자 인터뷰 결과

1. 평가 자료의 범위 및 정보 접근성 한계

- 재단별 홈페이지 운영 역량 및 투입 자원의 차이로 인해, 실제 사업 성과가 우수함에도 불구하고 정보 공개 수준이 낮은 경우 과소평가될 가능성이 존재함
- 핵심 문화예술 공간이나 사업별로 별도의 공식 홈페이지를 운영하는 사례 다수이므로 사업별 웹사이트까지 평가 범위를 확대해야 함
- 평가자의 정보 검색 역량에 따른 편차를 방지하기 위해, '재단 홈페이지'와 '주요 사업별 홈페이지' 링크가 포함된 리스트업(DB) 작업 선행 필요

2. 적정 평가 시기

- 대부분의 재단이 결산 서류 및 연차보고서 등 주요 데이터를 4월 중순에서 5월 초 사이에 업데이트하므로 최신 회계연도 데이터 반영을 위해 5월 이후 평가가 적절함

3. 평가지표 관련 의견

- 사업의 '지속 기간'은 공익법인의 진정성을 입증하는 가장 핵심적인 정량 지표로 <4-2 지속성> 배점 상향 검토 필요
- <3-2 미디어 노출 및 평판> 의 경우 현행 소셜미디어(SNS) 중심의 평가에서 레거시 미디어(방송, 라디오, 온/오프라인 언론보도) 까지 포함하여 종합적인 평판도 측정 필요 할 것으로 판단됨

4. 정성적 성과 및 가점 항목 제안

- 디지털 전환(DX) 및 미래지향적 혁신 노력을 가점 항목으로 신설 제안

1. 수정 지표안

○ 지표 개선 방향

- ‘영향력 - 사업 운영 - 사업의 규모와 적절성’ 지표는 사업 금액 총액 및 사업별 금액 분석과 연계되어 있어, 이미 정량평가 지표에서 다루고 있는 내용과 중복되는 문제가 확인됨 → 평가 지표 간 중복을 최소화하기 위해 본 지표는 삭제하는 것으로 조정함
- ‘영향력 - 문화예술분야 기여도 - 법인의 문화예술계 기여도’ 지표는 법인의 전체적인 영향력·과급력을 판단하는 지표로서 의미는 있으나, 포괄성이 높아 평가 기준의 명확성 확보가 어렵고, 지난해 평가에서도 전문가들로부터 객관적 평가가 어렵다는 의견이 제기됨 → 평가의 실효성과 신뢰성을 높이기 위해 본 지표는 삭제하는 것으로 조정함
- 이상의 조치를 통해 지표 체계를 간소화하고 중복·과잉 평가 요소를 제거하여, 평가의 명확성·일관성·실행 가능성을 강화하는 방향으로 지표 체계를 개선함
- 이를 통해 총점 120점, 가점 최대 20점으로 구성되었던 지표를 총점 100점, 가점 최대 20점으로 개선함

○ 평가 기준 개선 방향

- 평가 단계(등급) 체계 조정
 - * 기존 평가 체계는 탁월-우수-양호-보통-미흡의 5단계 점수 부여 방식을 적용하였으나, 등급 간 구분이 세분화되어 평가자의 판단 일관성을 확보하는 데 한계가 있다는 의견이 제기됨
 - * 평가 등급을 4단계로 축소·조정하여 단계별 차이를 명확히 함
- 서술형 평가 기준의 구체화
 - * 기존 평가기준은 각 등급을 구분하는 요소가 모호해 평가자의 주관성에 과도하게 의존한다는 의견이 제기됨
 - * 등급 판정의 객관성을 높이기 위해 서술형 기준을 구체화하고 정성평가의 명확성을 강화함
- 이로써, 평가자의 해석 차이를 최소화하고 항목 간 평가 강도 편차를 완화하여 평가 방식의 일관성 및 적용 편의성을 강화함

표 22 문화예술분야 민간 공익법인 수정 지표안

대분류	소분류	배점	지표명	지표 설명
비전·전략	정합성	15	문화예술사업 내용과 목표의 정합성	법인에서 추진하는 사업이 목표에 적합하게 추진되고 있는지로 정의할 수 있음
	체계성	10	문화예술사업의 전략적 체계성	법인의 비전-미션-목표-전략이 체계적으로 마련되어 있는지로 정의할 수 있음

대분류	소분류	배점	지표명	지표 설명
투명성	사업 결과 공개	15	사업 내용 및 결과의 투명한 공개	법인에서 추진하는 사업의 내용 및 결과를 투명하게 공개하고 있는지로 정의할 수 있음
	사업 대상 선정 과정의 투명성	15	사업 대상 선정 과정 프로세스 공개	사업 대상 모집 공고, 선정 과정 등 기회 제공의 투명성을 위한 노력으로 정의할 수 있음
영향력	체계적 홍보 역량	10	홍보활동의 적극성	문화예술분야 사업을 홍보하기 위한 시스템 구축과 홍보 노력으로 정의할 수 있음
	미디어 노출 및 평판	10	미디어 영향력	문화예술분야 민간 공익법인의 SNS 등 소셜미디어에서 대중의 자발적 반응 정도로 정의할 수 있음
효과성	지배구조의 적절성	10	지배구조의 전문성	이사회 및 운영위원회에 문화예술 전문가가 포함되어 있는가로 정의할 수 있음
	지속성	15	문화예술사업의 지속성	법인의 비전 달성을 위한 문화예술분야 사업의 지속성으로 정의할 수 있음
우수사례	다양성	5	사업 대상과 방법의 다양성	문화예술분야 사업 대상과 후원 방법의 다양성으로 정의할 수 있음
	국제화	5	국제화 노력	문화예술분야 사업 및 경영 활동에서 국제화를 위한 노력으로 정의할 수 있음
	ESG	5	ESG 수행 노력	법인의 ESG 경영을 위한 목표 수립과 활동 여부로 정의할 수 있음
	기타	5	기타 우수사항	기타 평가위원 전문성에 의거한 우수사항으로 정의할 수 있음

2. 데이터 수집 방법

○ 기존 데이터 수집 방법

- 문화재단의 자료 제출 부담을 최소화하기 위해, 한국문화예술 위원회가 지표 진단 데이터를 기준으로 홈페이지, 홈페이지, 사업보고서, SNS 등 공개된 자료를 확인하여 자료를 수집함
- 기관별 정보 수준의 차이, 자료의 누락 및 불충분한 확인 가능성 등으로 인해 데이터의 완결성 확보에 한계가 존재하였음

○ 데이터 수집 개선안

- 전문가 인터뷰에서 제기된 정관 기반 분석의 중요성과, 재단 담당자 인터뷰를 통해 확인된 2차 홈페이지 활용 필요성을 반영하여, 데이터 수집 범위를 확대함
- 연구원이 다양한 출처의 정보를 직접 수집·검증하는 구조로 전환함으로써 데이터를 종합적으로 확보하고, 이를 전문가가 재차 검토하는 절차를 마련하여 데이터의 정확성·객관성·신뢰성을 강화함

표 23 문화예술분야 민간 공익법인 가이드 지표별 진단 데이터

대분류	소분류	지표명	진단 데이터
비전 · 전략	정합성	문화예술사업 내용과 목표의 정합성	홈페이지*, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등에 명시된 사업 내용과 목표를 교차 확인
	체계성	문화예술사업의 전략적 체계성	홈페이지, 정관, 사업보고서 등에 명시된 비전, 미션, 목표, 전략 확인
투명성	사업 결과 공개	사업 내용 및 결과의 투명한 공개	홈페이지, 홈페이지, 사업보고서 등을 통해 법인 사업 결과 공개 여부와 정보 접근성 확인
	사업 대상 선정 과정의 투명성	사업 대상 선정 과정 프로세스 공개	홈페이지, 사업보고서, 보도자료 등을 통해 사업 대상 선정 과정 프로세스 검토
영향력	체계적 홍보 역량	홍보활동의 적극성	홈페이지, 사업보고서, 소셜미디어 채널 등을 통해 홍보·마케팅 체계와 보도자료 배포 현황, 홍보 내용 확인
	미디어 노출 및 평판	미디어 영향력	소셜미디어 빅데이터 분석 플랫폼으로부터 뉴스채널에서 언급된 언급량보다 SNS에서의 언급량, 긍·부정 언급량의 분석 결과를 확인함

효과성	지배구조의 적절성	지배구조의 전문성	이사회 및 운영위원회 명단에서 문화예술계 인사 포함 여부와 전문 분야 확인
	지속성	문화예술사업의 지속성	홈페이지, 사업보고서 등을 통해 문화예술분야 각 사업의 내용과 운영 기간 확인
우수 사례	다양성	사업 대상과 방법의 다양성	사업보고서 등을 통해 문화예술분야 각 사업의 대상과 방법을 확인
	국제화	국제화 노력	홈페이지, 사업보고서 등을 통해 문화예술분야 사업 중 국제화 관련 내용을 확인
	ESG	ESG 수행 노력	홈페이지, 사업보고서 등을 통해 ESG 경영 관련 내용 확인
	기타	기타 우수사항	홈페이지, 사업보고서 등을 통해 문화예술분야 사업 내용 확인

* 홈페이지는 재단 홈페이지 뿐만 아니라 재단의 주요 사업 관련 홈페이지(미술관, 공연장 등) 까지 교차 확인

3. 평가 대상

○ 2024년 진단 대상 공익법인

- 국세청 국세통계연보(2023)에 따르면, 국내 공익법인 수 39,273개 중 사업목적이 문화 분야로 분류되는 공익법인은 1,575개(4.0%)임
- 그 중 한국문화예술위원회가 파악한 기업 설립 민간공익법인 112개에 대한 진단 평가 진행

표 24 2024년 진단 대상 공익법인 리스트

연번	공익법인명	설립기업(또는 설립자명)	연번	공익법인명	설립기업(또는 설립자명)
1	(재) 삼성문화재단	삼성	57	재단법인 광재선 문화재단	KG
2	재단법인 엘지연암문화재단	엘지	58	(재) 이해랑연극재단	이민주(에이티 넘파트너스)
3	(재)대림문화재단	DL	59	재단법인 한세에스24문화재단	김동녕(한세에스24홀딩스 회장)

연 번	공익법인명	설립기업(또는 설립자명)	연번	공익법인명	설립기업(또 는 설립자명)
4	(재) 현대차 정몽구 재단	현대자동차	60	(재) 신영균예술문화재단	신영균(한주홀딩스코리아 회장)
5	재단법인 두산연강재단	두산	61	(재) 대원문화재단	대원홀딩스(김일곤)
6	재단법인 지에스칼텍스재단	지에스	62	재단법인에스제이엠문화재단	(주)SJM
7	(재)씨제이문화재단	씨제이	63	재단법인 벽산문화재단	벽산그룹
8	재단법인 롯데문화재단	롯데	64	재단법인 부국문화재단	남상규(부국철강 대표)
9	재단법인 스마일케이트희망스튜디오	스마일케이트엔터테인먼트	65	재단법인 태진문화재단	(주)태진인터내셔널
10	재단법인 엔씨문화재단	(주)엔씨소프트	66	(재) 설원량문화재단	(주)삼양금속
11	재단법인 우란문화재단	에스케이	67	재단법인 송강재단	엘에스
12	(재)성보문화재단	윤장섭(유화증권, 정보실업창업자)	68	재단법인 지원문화재단 (G1CF)	(주)지원(G1)
13	재단법인 호반문화재단	호반건설	69	재단법인 꿈과희망	(주)포탈하이웨이
14	(재) 대산문화재단	교보생명보험	70	(재) 가나문화재단	이호재(서울옥션)
15	재단법인 금호문화재단	금호아시아나	71	(재) 한원미술관	하동환(하동그룹 회장)
16	(재)한솔문화재단	한솔	72	재단법인 라인문화재단	남흥건설
17	재단법인 세화예술문화재단	태광	73	재단법인 목정문화재단	전북도시가스(주)
18	재단법인 포스코1퍼센트 나눔재단	포스코	74	재단법인 박건희문화재단	이재웅(다음사장)
19	(재) 파라다이스문화재단	파라다이스	75	재단법인 홍상문화재단	아이디엔플래닝그룹(주) 등
20	(재) 구정문화재단	김원대(계몽사대표)	76	재단법인 삼보문화재단	삼보모터스

연 번	공익법인명	설립기업(또는 설립자명)	연번	공익법인명	설립기업(또 는 설립자명)
21	재단법인 유나이티드문화재단	한국유나이티드 제약(주)	77	재단법인 정법시대문화재단	정태순(장금상 선 회장)
22	재단법인 넷마블문화재단	넷마블	78	(재) 대상문화재단	대상그룹
23	재단법인 중앙화동재단	중앙	79	(재) 사야문화재단	신라철강(주)
24	(재단법인) 대유문화재단 (영은미술관)	이준영(대유통 상, 대유증권 회장)	80	재단법인 정림건축문화재단	(주)정림건축중 합건축사사무 소
25	재단법인 송암문화재단	오씨아이	81	이랜드문화재단	이랜드
26	재단법인 수로문화재단	(주)동부산컨트리 클럽	82	익천문화재단 길동무	김관수(호진플 라텍 회장)
27	재단법인 삼양원동문화재단	이계순(삼양식 품 전중운 회장 배우자)	83	재단법인 협립매곡문화재단	(주)협립제작소
28	재단법인 고은문화재단	(주)동성모터스	84	(재) 정헌재단	정헌 서정익
29	재단법인 세아이온형문화재단	세아	85	재단법인 서암문화재단	권영열(화천기 계)
30	재단법인 한화문화재단	한화	86	(재) 한빛문화재단	한광호(동서약 품 회장)
31	(재) 세연문화재단	동국제강(창업 자 가족)	87	(재) 성곡미술문화재단	김성곤(쌍용그 룹 창업주)
32	재단법인 한독제석재단	한독약품	88	(재) 금복문화재단	금복홀딩스(주)
33	재단법인 목인문화재단	서혜숙(아모레 퍼시픽 오너 일가)	89	(재) 수석문화재단	동아쏘시오
34	재단법인 카카오창작재단	카카오	90	재단법인 이니스프리 모음재단	아모레퍼시픽
35	아트센터나비미술관	최태원	91	재단법인 우리옛돌문화재단	천신일(세중 대표)
36	재단법인 한국미술재단	지에스건설, 동국 등	92	재단법인 안국문화재단	안국약품(주)
37	재단법인 한국근현대미술연구재단	지에스	93	재단법인 정효문화재단	(주)프로비스타

연 번	공익법인명	설립기업(또는 설립자명)	연번	공익법인명	설립기업(또 는 설립자명)
38	재단법인 문화재단 1963	고려강선(주), 홍덕산업(주)	94	(재) 거제문화재단	김우중(대우그 룹회장)
39	재단법인 예울	HD현대	95	재단법인 일진문화재단	이상일(일진그 룹 설립자)
40	재단법인 한문화재단	김준일(하나코 비 사장)	96	재단법인 삼익문화재단	(주)삼익약기
41	재단법인우진문화재단	김경곤(우진산 업, 우진건설 창업자)	97	재단법인 대송문화재단	(주)삼정
42	재단법인 파마리서치문화재단	(주)파마리서치	98	(재) 금성문화재단	김낙준(금성출 판사 창립자)
43	(재) 송은문화재단	삼천리	99	재단법인 골드클래스문화재단	골드클래스(주) 등
44	재단법인 목목문화재단	한양이엔지(주)	100	(재) 일주학술문화재단	태광그룹
45	(재) 가현문화재단	한미약품	101	재단법인 율영문화재단	허윤(신한철강 공업(주))
46	(재) 일민문화재단	김상만(동아일 보 회장)	102	재단법인 세계청소년문화재단	대교
47	재단법인 일신문화재단	김형식(일신방 직(주))	103	서전문화재단법인	케이씨씨
48	재단법인 골프존 문화재단	(주)골프존	104	(재) 인송문화재단	설경도(대한전 선 창업자)
49	재단법인 반도문화재단	반도홀딩스	105	공익법인 지케이엘 사회공헌재단	그랜드코리아 래저(주)
50	재단법인 동우문화재단	군산도시가스 (주), (주)동우팜투데 이블 등	106	(재) 소진문화재단	김원일 (골프존 대표)
51	재단법인 신영문화재단	신영	107	재단법인 송원문화재단	동국제강
52	재단법인 하이트문화재단	하이트진로	108	재단법인대교문화재단	대교
53	(재)일우재단	한진	109	재단법인 백합문화재단	(주)이브자리
54	재단법인 두양문화재단	오황택(두양보 타니 창업자)	110	재단법인 아모레퍼시픽재단	아모레퍼시픽

연 번	공익법인명	설립기업(또는 설립자명)	연번	공익법인명	설립기업(또 는 설립자명)
55	(재) 일맥문화재단	황래성 (태창기업)	111	사회복지법인 케이티앤지복지재단	KT&G
56	재단법인 콜텍문화재단	(주)콜텍	112	협성문화재단	협성종합건설

○ 기존 평가대상의 적절성 여부 검토

- 2024년 진단은 국세청 「국세통계연보(2023)」 기준 문화 분야 공익법인을 모수로 하여, 한국문화예술위원회가 파악한 기업 설립 민간공익법인 112개를 대상으로 실시되었으며, 기업의 문화예술 공익활동을 파악하기 위한 현실적인 범위 설정이라는 점에서 타당성을 가짐
- 다만, 해당 법인들은 설립 기업 규모, 조직 구조, 문화예술 사업 수행 방식 등에서 편차가 커 자료 수집의 한계와 평가 형평성 문제가 발생할 수 있음
- 이에 따라 향후 진단에서는 평가 대상의 확대·축소보다는, 법인의 특성을 반영한 분류 기준을 마련하고 유형별 비교·해석을 병행하는 방식의 개선이 필요할 것으로 판단됨

3. 평가 프로세스

※ 본 평가는 2년 주기로 실시하며, 직전 2개년의 사업 실적 및 운영 성과를 평가 대상으로 함

○ 평가준비 (5월 중순 ~ 5월 말)

- 평가위원단 구성 및 역할 확정
- 공개 데이터 수집 범위 및 채널 점검
- 2개년 평가 대상 기간 설정 및 평가 일정 확정

○ 자료수집 (6월 초 ~ 6월 중순)

- 정관, 사업보고서, 공시자료, 홈페이지 등 공개 자료 수집
- 최근 2개년 사업 실적을 중심으로 기초 데이터 정리 및 분류

○ 서면평가 (6월 중순 ~ 6월 말)

- 수집 자료의 적정성 및 신뢰도 검증
- 가이드 지표를 기반으로 문화예술 분야 기여도 및 운영 성과 평가
- 필요 시 추가 자료 요청 및 보완

○ 결과취합 (7월)

- 지표별 평가 결과를 종합하여 등급 산정
- 유형별 비교·해석 병행

○ 발표 및 환류 (7월)

- 평가 결과 발표 및 우수 공익법인 선정
- 평가 결과 보고서 발간
- 개선사항 및 환류 의견 도출

표 25 데이터 수집 및 평가 일정(안)

구 분	주요 내용	추진일정
① 평가준비	<ul style="list-style-type: none"> ■ 평가위원 선정 ■ 공개 데이터 수집 채널 점검 	5월 중순~5월 말
② 자료수집	<ul style="list-style-type: none"> ■ 공개 데이터 수집·분류 	6월 초~6월 중순
③ 서면평가	<ul style="list-style-type: none"> ■ 수집 데이터 검증 ■ 가이드 지표 기반 문화예술분야 기여도 평가 	6월 중순~6월 말
④ 결과취합	<ul style="list-style-type: none"> ■ 평가 결과를 종합적으로 고려하여 등급 부여 	7월
⑤ 발표 및 환류	<ul style="list-style-type: none"> ■ 등급 발표 및 우수 공익법인 선정 ■ 평가 보고서 발간 	7월

<부록 1> 기업 문화력 가이드 지표 정의서

대분류	1. 문화예술 내부자본화 역량										
세부지표	1-1. 문화예술 기반 철학 및 비전										
핵심내용	경영진이 문화예술적 가치와 철학을 비전에 반영하는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.39 곱하기)										
측정방법	○ (정성) 경영진의 대외 발언(인터뷰 등) 내 문화예술 키워드 언급										
기준 및 배점	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	1. 문화예술 내부자본화 역량										
세부지표	1-2. 문화예술 기반 창의역량 개발										
핵심내용	기업이 내부적으로 창의적 인재를 육성하기 위해 교육, 워크숍, 예술 융합 프로그램 등을 운영하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.39 곱하기)										
측정방법	○ (정량) 창의·예술 관련 내부 교육/워크숍 횟수, 참여 직원 수 ○ (정성) 기사화된 직원 인터뷰에서 창의성 위한 예술관련 교육훈련 경험 평가										
기준 및 배점	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	1. 문화예술 내부자본화 역량										
세부지표	1-3. 문화예술 향유 통한 복지 증진										
핵심내용	임직원이 문화예술 공연·전시·체험에 참여할 수 있는 프로그램을 제공하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.39 곱하기)										
측정방법	○ (정량) 문화행사·공연 관람 후원 횟수, 참여 인원										
기준 및 배점	<table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	1. 문화예술 내부자본화 역량										
세부지표	1-4. 문화예술 기반 공동체의식										
핵심내용	임직원이 문화예술 프로그램을 자발적으로 운영하거나, 예술적 경험을 공유함으로써 공동체 의식을 형성하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.39 곱하기)										
측정방법	○ (정량) 사내 문화예술 프로그램·동호회 수, 참여 직원 수										
기준 및 배점	<table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	1. 문화예술 내부자본화 역량										
세부지표	1-5. 창의적 업무환경 조성										
핵심내용	기업이 근무 공간을 단순 업무 장소가 아닌, 창의적 아이디어 교류와 협업이 촉진되는 문화적 공간으로 조성하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.39 곱하기)										
측정방법	○ (정량) 업무 공간 내 창의적 설계 요소(열린형 좌석, 협업 공간, 예술적 디자인, 휴식과 교류를 위한 공간, 사내 전시공간 등) 유무 및 조성 사례 수										
기준 및 배점	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	1. 문화예술 내부자본화 역량										
세부지표	1-6. 내부 문화예술 프로그램의 지속성										
핵심내용	내부 문화예술 프로그램이 일회성이 아닌 지속 가능한 형태로 운영되고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.39 곱하기)										
측정방법	○ (정량) 핵심 내부 문화예술 프로그램의 동일 프로그램 운영 연수(지속 기간) 및 안정적인 예산 배정의 지속 여부										
기준 및 배점	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	2. 문화예술 브랜딩 역량										
세부지표	2-1. 문화예술 기반 브랜드 인지도										
핵심내용	기업의 문화예술 후원 활동이 외부에 충분히 알려져 브랜드 인지도와 문화적 노출을 강화하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.39 곱하기)										
측정방법	○ (정량) 문화예술 관련 언론 보도 수, SNS 언급량										
기준 및 배점	<table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	2. 문화예술 브랜딩 역량										
세부지표	2-2. 문화예술 후원을 통한 이미지 제고										
핵심내용	기업이 전시, 공연, 페스티벌, 예술인 후원 등 문화예술 후원을 통해 브랜드의 창의적·품격 있는 이미지를 강화하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.39 곱하기)										
측정방법	○ (정량) 기업이 후원한 전시·공연·페스티벌·예술인 후원 건수 및 지원 예산										
기준 및 배점	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	2. 문화예술 브랜딩 역량										
세부지표	2-3. 기업이 문화예술적 서사·콘텐츠를 활용해 브랜드 아이덴티티를 감성적으로 전달하고 있는가?										
핵심내용	기업이 전시, 공연, 페스티벌, 예술인 후원 등 문화예술 후원을 통해 브랜드의 창의적·품격 있는 이미지를 강화하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.39 곱하기)										
측정방법	○ (정성) 브랜드 캠페인·광고·홍보물 속 문화예술적 내러티브(스토리, 메시지) 포함 여부										
기준 및 배점	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	2. 문화예술 브랜딩 역량										
세부지표	2-4. 문화예술의 물리적 활용										
핵심내용	기업이 제품·매장·공간에 예술적 감수성을 반영해 브랜드 경험을 확장하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.39 곱하기)										
측정방법	○ (정성) 기업이 운영하는 제품·매장·공간에 예술적 디자인 요소 반영 여부										
기준 및 배점	<table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	2. 문화예술 브랜딩 역량										
세부지표	2-5. 문화예술 기반 브랜드 체험 공간 운영										
핵심내용	소비자가 문화예술적 경험을 통해 브랜드와 상호작용할 수 있는 체험 공간을 제공하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.39 곱하기)										
측정방법	○ (정량) 예술체험형 공간·전시관·팝업스토어 수, 방문객 수 ○ (정성) 고객 참여 프로그램, 아티스트 협업 여부										
기준 및 배점	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	2. 문화예술 브랜딩 역량										
세부지표	2-6. 문화예술 인터랙티브 브랜딩										
핵심내용	기업이 메타버스, AR/VR, 온라인 전시관, 인터랙티브 미디어 아트 등 디지털 기술을 활용하여 소비자가 문화예술적 감성을 체험할 수 있는 브랜드 공간을 운영하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.39 곱하기)										
측정방법	○ (정량) 디지털 기반 예술체험 플랫폼(메타버스, VR전시 등) 운영 횟수, 방문자 수, 참여율										
기준 및 배점	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	3. 문화예술 창작후원 역량										
세부지표	3-1. 창작 후원 장르 다양성										
핵심내용	기업의 창작 후원 사업이 다양한 예술 장르와 분야를 포괄하여 운영되고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.67 곱하기)										
측정방법	○ (정량) 창작 후원 장르의 다양성 및 융복합 창작 (두 개 이상의 장르가 결합된 창작 활동 (예: 음악+무용, 미술+AI, 전통+디자인 등) 후원 사례										
기준 및 배점	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	3. 문화예술 창작후원 역량										
세부지표	3-2. 문화예술 네트워크 연계 능력										
핵심내용	기업의 창작 후원 사업이 예술가, 단체, 기관 등 다양한 주체와 협력 네트워크를 형성·유지하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.67 곱하기)										
측정방법	○ 문화예술계와의 협력 프로젝트 수행 건수 및 파트너십(기관·단체) 구축 현황										
기준 및 배점	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	3. 문화예술 창작후원 역량										
세부지표	3-3. 창작 생태계 기여도										
핵심내용	기업의 창작 후원 사업이 신진 예술가 발굴, 공정 계약 체결 등 예술 창작 생태계의 활성화에 기여하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.67 곱하기)										
측정방법	○ 수혜 예술가 및 단체 수 및 신진 예술가 발굴, 공정 계약 실행 여부										
기준 및 배점	<table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	3. 문화예술 창작후원 역량										
세부지표	3-4. 창작 후원 프로그램 지속성										
핵심내용	기업의 창작 후원 사업이 단기성에 그치지 않고, 일정 기간 이상 안정적이고 지속적으로 운영되고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.67 곱하기)										
측정방법	○ 핵심 창작 후원 프로그램의 지속 운영 연수 및 후원 예산의 연도별 안정성(편차)										
기준 및 배점	<table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	3. 문화예술 창작후원 역량										
세부지표	3-5. 창작 후원 성과										
핵심내용	기업의 창작 후원 사업이 구체적 성과(수상, 특허 등)로 이어졌는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.67 곱하기)										
측정방법	○ 기업 후원 활동을 통한 수혜자의 가시적 성과(수상, 특허, 해외 진출 등) 창출 사례										
기준 및 배점	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	4. 문화예술 향유후원 역량										
세부지표	4-1. 향유 대상 규모										
핵심내용	기업의 향유 후원 사업이 다양한 참여 기회를 제공하여 다수의 시민이 문화예술을 향유할 수 있도록 하는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.67 곱하기)										
측정방법	○ 연간 문화예술 향유 프로그램 운영 실적 및 참여자·관객 동원 규모										
기준 및 배점	<table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	4. 문화예술 향유후원 역량										
세부지표	4-2. 향유자 만족도										
핵심내용	기업의 향유 후원 사업이 참여자에게 긍정적인 경험과 만족을 제공하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.67 곱하기)										
측정방법	○ 향유 프로그램 관련 소셜 미디어(SNS) 리뷰 수 및 긍정 후기(만족도) 비율										
기준 및 배점	<table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	4. 문화예술 향유후원 역량										
세부지표	4-3. 향유 공간 운영										
핵심내용	기업이 미술관, 공연장, 갤러리 등 문화예술공간을 운영하여 대중의 향유 기회를 확대하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.67 곱하기)										
측정방법	○ 자체 운영 중인 문화예술 공간(미술관, 공연장 등) 보유 현황 및 연간 방문객·전시 개최 규모										
기준 및 배점	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	4. 문화예술 향유후원 역량										
세부지표	4-4. 취약계층 향유 접근성										
핵심내용	기업의 향유 후원 사업이 장애인, 아동·청소년, 노인 등 사회적 취약계층의 문화 접근성을 개선하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.67 곱하기)										
측정방법	○ 사회적 약자(장애인, 아동, 노인 등) 대상 접근성 개선 실적(할인, 온라인 등) 및 맞춤형 프로그램(찾아가는 서비스 등) 운영 사례										
기준 및 배점	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	4. 문화예술 향유후원 역량										
세부지표	4-5. 지역사회 향유 기여도										
핵심내용	기업의 향유 후원 사업이 지역사회와 연계되어 지역 문화생태계 발전에 기여하고 있는가?										
배점	3 (총점 환산 시, 가중치 1.67 곱하기)										
측정방법	○ 지자체·지역기관과의 협력 행사 개최 실적 및 지역 고유 문화유산을 활용한 콘텐츠 기획 사례										
기준 및 배점	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>3점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>1점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	3점	양호	2점	보통	1점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	3점										
양호	2점										
보통	1점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

<부록 2> 문화예술분야 민간 공익법인 가이드 지표 정의서

대분류	1. 비전·전략										
소분류	1-1. 정합성										
지표명	문화예술사업 내용과 목표의 정합성										
배점	15										
지표 설명	○ 법인에서 추진하는 사업이 목표에 적합하게 추진되고 있는지로 정의할 수 있음										
세부진단 내용	○ 법인의 사업 기획, 프로그램, 활동에 법인의 설립 취지가 충분히 반영되어 있는가? ○ 문화예술사업들의 추진되는 과정이 법인의 설립 취지와 일관되게 추진되고 있는가? ○ 추진하는 문화예술사업들이 법인의 설립 취지를 충족하고 있는가?										
기준 및 배점	○ 홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등에 명시된 사업 내용과 목표를 교차 확인하여 문화예술사업 내용과 목표의 정합성을 4단계(우수, 양호, 보통, 미흡)로 판단함 <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>15점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>10점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>5점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 모든 사업이 설립 취지와 유기적으로 연결될 뿐만 아니라, 사업 소개 자료에서도 그 연관성을 명확히 강조한다. · 양호: 대부분의 사업이 설립 취지를 반영하고 있어 전체적인 방향성이 일관된다. · 보통: 일부 대표 사업에서만 연관성이 보이고, 나머지는 불분명하다. · 미흡: 설립 취지와 실제 사업의 연관성을 거의 찾기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	15점	양호	10점	보통	5점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	15점										
양호	10점										
보통	5점										
미흡	0점										
데이터 범위	목표와 직전 2개년도 문화예술분야 사업 내용										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서, 감사보고서, 공익법인 결산서류 등										

대분류	1. 비전·전략										
소분류	1-2. 체계성										
지표명	문화예술사업의 전략적 체계성										
배점	10										
지표 설명	○ 법인의 비전-미션-목표-전략이 체계적으로 마련되어 있는지로 정의할 수 있음										
세부진단 내용	○ 법인의 현재 비전과 미션이 수립되어 있으며 서로 일관성을 유지하고 있는가? ○ 법인의 비전과 미션에 적합한 목표가 수립되어 있으며 충분히 구체적이고 실현 가능한가? ○ 목표를 달성하기 위한 적절한 전략이 존재하는가?										
기준 및 배점	○ 홈페이지, 정관, 사업보고서 등에 명시된 비전/미션(우리 재단은 왜 존재하는가?), 구체적인 목표(무엇을 할 것인가?), 실행 전략(그 목표를 어떻게 달성할 것인가?)에 관한 내용을 확인하여 4단계(우수, 양호, 보통, 미흡)로 판단함 <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>10점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>7점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>4점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 비전-목표-전략의 관계를 법인이 직접, 명확하게 문서에 설명해 놓았다. · 양호: 비전, 목표, 전략(사업)이 모두 존재하며, 연관성이 보인다. · 보통: 비전은 있지만, 구체적인 목표나 전략과의 연결고리가 약하다. · 미흡: 비전, 목표 등이 없거나 매우 추상적이어서 계획을 파악하기 어렵다. 	측정 기준 구분	배점	우수	10점	양호	7점	보통	4점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	10점										
양호	7점										
보통	4점										
미흡	0점										
데이터 범위	비전-미션-목표-전략										
자료 출처	홈페이지, 정관, 사업보고서										

대분류	2. 투명성										
소분류	2-1. 사업 결과 공개										
지표명	사업 내용 및 결과의 투명한 공개										
배점	15										
지표 설명	○ 법인에서 추진하는 사업의 내용 및 결과를 투명하게 공개하고 있는지로 정의할 수 있음										
세부진단 내용	○ 법인의 사업 내용 및 결과를 홈페이지나 별도 보고서를 통해 공개하고 있으며, 매년 혹은 정해진 기간 내에 지속적으로 공개하고 있는가? ○ 법인의 사업 내용 및 결과를 후원자, 예술가, 관객 등 이해관계자들이 쉽게 접근 가능한가?										
기준 및 배점	○ 홈페이지, 홈페이지, 사업보고서 등을 통해 문화예술분야 민간 공익법인의 사업 내용 및 결과 공개 여부와 정보 접근성을 확인하여 4단계(우수, 양호, 보통, 미흡)로 판단함 <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>15점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>10점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>5점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 매년 꾸준히 종합 보고서를 발간하며, 홈페이지의 특정 메뉴에서 쉽게 찾아볼 수 있다. · 양호: 종합 보고서가 있고 쉽게 찾아볼 수 있지만, 매년 꾸준히 발간되지 않는다. · 보통: 종합 보고서가 있지만 찾기 어렵고 체계적으로 관리되지 않는다. · 미흡: 연차 보고서 등 종합적인 결과 자료를 찾을 수 없다. 	측정 기준 구분	배점	우수	15점	양호	10점	보통	5점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	15점										
양호	10점										
보통	5점										
미흡	0점										
데이터 범위	결산서류, 감사보고서, 사업보고서										
자료 출처	홈페이지, 홈페이지, 사업보고서										

대분류	2. 투명성										
소분류	2-2. 사업 대상 선정 과정의 투명성										
지표명	사업 대상 선정 과정 프로세스 공개										
배점	15										
지표 설명	○ 사업 대상 모집 공고, 선정 과정 등 기회 제공의 투명성을 위한 노력으로 정의할 수 있음										
세부진단 내용	○ 법인이 사업(후원) 대상을 선정할 때, 그 과정을 얼마나 투명하게 공개하는가? ○ 모집 공고가 다양한 채널을 통해 홍보되고 누구나 쉽게 접근 가능하도록 공지되고 있는가? ○ 선정 기준과 절차가 명확하게 제시되고 있는가?										
기준 및 배점	○ 홈페이지, 사업보고서, 보도자료 등을 통해 사업 대상 선정 과정 프로세스를 검토하고, 공개 여부를 확인하여 4단계(우수, 양호, 보통, 미흡)로 판단함 <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>15점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>10점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>5점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 선정 기준과 절차는 물론, 심사위원 명단까지 공개한다(심사위원의 경우 사후 공개 포함). · 양호: 선정 기준과 절차를 모두 명확하게 공개한다. · 보통: 선정 절차는 안내하지만, 구체적인 선정 기준은 알 수 없다. · 미흡: 선정 기준과 절차에 관한 내용을 확인할 수 없다. 	측정 기준 구분	배점	우수	15점	양호	10점	보통	5점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	15점										
양호	10점										
보통	5점										
미흡	0점										
데이터 범위	사업 대상 선정 관련 모집 공고, 결과 공시										
자료 출처	홈페이지, 사업보고서, 보도자료										

대분류	3. 영향력										
소분류	3-1. 체계적 홍보 역량										
지표명	홍보활동의 적극성										
배점	10										
지표 설명	○ 문화예술분야 사업을 홍보하기 위한 시스템 구축과 홍보 노력으로 정의할 수 있음										
세부진단 내용	<p>○ 홍보·마케팅 전담 부서를 홈페이지의 조직도에서 찾아볼 수 있는가?</p> <p>○ 기업이 문화예술 관련 주요 활동에 대해 정기적으로 보도자료를 배포하고, 주요 언론에 지속적으로 게재되고 있는가?</p> <p>○ 법인이 운영하는 공식 소셜미디어 채널에서 주요활동 관련 게시물을 정기적으로 업로드하고 있는가?</p> <p>○ 홈페이지 공지사항, 게시판 등에 당해년도 사업에 관한 내용을 지속적으로 게시하고 있는가?</p>										
기준 및 배점	<p>○ 문화예술분야 민간 공익법인의 홈페이지, 사업보고서, 소셜미디어 채널 등을 통해 홍보·마케팅 체계와 보도자료 배포 현황, 홍보 내용 등을 확인하여 4단계(우수, 양호, 보통, 미흡)로 판단함</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>8점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>6점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>4점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>2점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 홈페이지에 보도자료나 뉴스를 게시하며, 다양한 소셜미디어 채널을 목적에 맞게 활발히 운영하고 있다. · 양호: 홈페이지에 보도자료나 뉴스를 게시하며, 소셜미디어를 운영한다. · 보통: 홈페이지에 보도자료나 뉴스는 게시하지만, 대중과 직접 소통하는 소셜미디어는 운영하지 않는다. · 미흡: 홈페이지 관리 자체가 부실하거나, 홍보 활동을 거의 찾아볼 수 없다. 	측정 기준 구분	배점	우수	8점	양호	6점	보통	4점	미흡	2점
측정 기준 구분	배점										
우수	8점										
양호	6점										
보통	4점										
미흡	2점										
데이터 범위	조직도, 보도자료, 소셜미디어, 홈페이지 공지사항, 게시판										
자료 출처	홈페이지, 사업보고서, 소셜미디어(유튜브, 인스타그램, X 등)										

대분류	3. 영향력										
소분류	3-2. 미디어 노출 및 평판										
지표명	미디어 영향력										
배점	10										
지표 설명	○ 문화예술분야 민간 공익법인의 SNS 등 소셜미디어에서 대중의 자발적 반응 정도로 정의할 수 있음										
세부진단 내용	○ 법인이 운영하는 공식 소셜미디어 채널에서 주요 활동 관련 게시물에 이용자 반응(좋아요 수, 댓글 수, 공유 수 등)이 지속적으로 발생하고 있는가? ○ 법인 및 문화예술 관련 활동에 대한 언급량이 뉴스 채널보다 SNS에서 더 높게 나타나, 대중의 자발적 확산이 이루어지고 있는가? ○ 법인과 문화예술 관련 사업에 대한 SNS 언급에서 문화예술 관련 키워드가 중심을 이루며, 긍정적 언급이 부정적 언급보다 높게 나타나고 있는가?										
기준 및 배점	○ 소셜미디어 빅데이터 분석 플랫폼으로부터 법인의 언급량, 연관 키워드, 긍·부정 분석 결과를 확인하여 4단계(우수, 양호, 보통, 미흡)로 판단함 <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>10점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>7점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>4점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 소셜미디어 언급량이 뉴스 언급량보다 많으며, 게시물에 대한 이용자 반응(좋아요·댓글·공유 등)이 활발하다. 문화예술 관련 키워드가 중심을 이루고, 긍정 언급 비율이 부정보다 높다. · 양호: 소셜미디어 언급량이 뉴스 언급량과 비슷하거나 약간 많고, 이용자 반응이 꾸준히 발생하며, 문화예술 관련 키워드가 일부 포함된다. 긍정과 부정 언급 비율은 대체로 균형적이다. · 보통: 소셜미디어 언급량이 뉴스 언급량보다 적고, 게시물에 대한 이용자 반응이 제한적이다. 문화예술과 무관한 키워드가 상대적으로 많으며, 부정 언급이 긍정보다 다소 많다. · 미흡: 소셜미디어 언급량이 매우 적거나 거의 없고, 게시물에 대한 반응(좋아요·댓글·공유 등)도 거의 나타나지 않는다. 문화예술 관련 키워드가 드물거나 부정적 맥락이 중심을 이룬다. 	측정 기준 구분	배점	우수	10점	양호	7점	보통	4점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	10점										
양호	7점										
보통	4점										
미흡	0점										
데이터 범위	소셜미디어 문화예술 공익법인 언급량, 연관 키워드, 긍·부정 분석										
자료 출처	소셜미디어(유튜브, 인스타그램, X 등) 빅데이터 분석 플랫폼										

대분류	4. 효과성										
소분류	4-1. 지배구조의 적절성										
지표명	지배구조의 전문성										
배점	10										
지표 설명	○ 이사회 및 운영위원회에 문화예술 전문가가 포함되어 있는가로 정의할 수 있음										
세부진단 내용	○ 이사회 구성원 중 법인의 비전에 부합하는 문화예술 분야 전문가가 적절하게 포함되어 있는가? ○ 이사회 구성원 중 문화예술의 다양한 분야(예술 분야별, 예술 경영, 예술 정책 등) 전문가가 포함되어 있는가?										
기준 및 배점	○ 이사회 및 운영위원회 명단에서 문화예술계 인사 포함 여부와 전문 분야 내용을 확인하여 4단계(우수, 양호, 보통, 미흡)로 판단함 <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>10점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>7점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>4점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 이사회 및 운영위원회 프로필 확인할 수 있으며, 전체의 1/3 이상이 문화예술 전문가로 구성되어 있다. · 양호: 이사회 및 운영위원회 프로필 확인할 수 있으며, 문화예술 전문가가 1명 포함되어 있다. · 보통: 이사회 및 운영위원회 프로필 확인할 수 있으나, 문화예술 전문가가 없다. · 미흡: 이사회 및 운영위원회 명단에서 프로필을 확인할 수 없다. <p>○ 홈페이지의 '재단 소개 > 임원(이사진) 현황', 사업보고서나 공시 자료의 '임원에 관한 사항'에서 임원 명단 및 프로필을 확인하고, 문화예술전문가(문화예술 관련 전공 교수, 미술관/박물관장, 큐레이터, 예술감독, 평론가, 작가, 문화예술 관련 기관 근무 경력 등) 여부 및 인원 수 확인</p>	측정 기준 구분	배점	우수	10점	양호	7점	보통	4점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	10점										
양호	7점										
보통	4점										
미흡	0점										
데이터 범위	이사회 명단 및 전문 분야										
자료 출처	홈페이지, 사업보고서										

=

대분류	4. 효과성										
소분류	4-2. 지속성										
지표명	문화예술사업의 지속성										
배점	15										
지표 설명	○ 법인의 비전 달성을 위한 문화예술분야 사업의 지속성으로 정의할 수 있음										
세부진단 내용	○ 법인 운영기간을 고려했을 때 문화예술분야 사업이 장기적으로 운영되고 있는가? ○ 문화예술분야 사업이 변화하는 사회적, 경제적, 문화적 조건에 유연하게 대응하기 위한 체계(전담 인력 등)를 갖추고 있는가?										
기준 및 배점	○ 홈페이지, 사업보고서 등을 통해 문화예술분야 각 사업의 내용과 운영기간 확인하여 4단계(우수, 양호, 보통, 미흡)로 판단함 <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>우수</td> <td>10점</td> </tr> <tr> <td>양호</td> <td>7점</td> </tr> <tr> <td>보통</td> <td>4점</td> </tr> <tr> <td>미흡</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 측정 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> · 우수: 양호 단계 조건을 충족하면서, 사회/환경 변화에 맞춰 사업을 적극적으로 개선하고 발전시킨 구체적인 사례가 있다. · 양호: 대표 사업들이 5년 이상 장기간 꾸준히 운영되고 있으며, 사업 전담 인력이나 부서를 확인할 수 있다. · 보통: 대표 사업들이 5년 이상 장기간 꾸준히 운영되고 있지만, 사업 전담 인력이나 부서를 확인할 수 없다. · 미흡: 대부분의 사업이 3년 미만의 단기 사업이거나 일회성이며, 전담 조직을 찾아보기 어렵다. <p>* 설립 3년 미만 법인의 경우, 설립 이후 지속적으로 운영되는 프로그램이 있는지 여부로 지속성 판단</p>	측정 기준 구분	배점	우수	10점	양호	7점	보통	4점	미흡	0점
측정 기준 구분	배점										
우수	10점										
양호	7점										
보통	4점										
미흡	0점										
데이터 범위	문화예술분야 각 사업의 세부 내용과 기간										
자료 출처	홈페이지, 사업보고서										

대분류	5. 우수 사례 (Best Practice)					
소분류	5-1. 다양성					
지표명	사업 대상과 방법의 다양성					
배점	가점 5점					
지표 설명	○ 문화예술분야 사업 대상과 후원 방법의 다양성으로 정의할 수 있음					
세부진단 내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 문화예술분야 사업 대상(어린이, 청소년, 예술가, 장애인 등)이 다양하게 분포되어 있는가? ○ 문화예술분야 사업 대상을 확대하고 있는가? ○ 문화예술분야 사업 방법(교육, 현물, 공간, 연구후원 등)이 다양하게 활용되고 있는가? ○ 문화예술분야 사업 방법을 확대하고 있는가? 					
기준 및 배점	<p>○ 문화예술분야 각 사업의 대상과 방법을 확인하여 세부진단 내용에서 요구하는 사항을 만족시키고, 타 기관과 비교하여 탁월한 성과를 보여 우수 사례로 공유될 만한 경우 '탁월'로 평가하고 5점을 가점함</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">측정 기준 구분</th> <th style="width: 50%;">배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>탁월</td> <td>5점</td> </tr> </tbody> </table>		측정 기준 구분	배점	탁월	5점
측정 기준 구분	배점					
탁월	5점					
데이터 범위	문화예술분야 각 사업의 세부 내용(사업 대상 및 방법)					
자료 출처	홈페이지, 사업보고서					

대분류	5. 우수 사례 (Best Practice)				
소분류	5-2. 국제화				
지표명	국제화 노력				
배점	가점 5점				
지표 설명	○ 문화예술분야 사업 및 경영 활동에서 국제화를 위한 노력으로 정의할 수 있음				
세부진단 내용	○ 국제적으로 다양한 파트너(해외 기관, 예술가, 기획자 등)와 지속적인 협력 관계를 구축하고 있는가? ○ 국제적인 사업(해외 전시, 공연, 워크숍 등)이나 교류 프로그램을 추진하였는가? ○ 국내 작가와 단체의 해외 시장 진출을 돕기 위한 사업을 수행하고 있는가? ○ 해외 관객과 이해관계자를 대상으로 적극적인 마케팅 및 홍보활동(다국어 웹사이트, 소셜 미디어 활동, 언론 협력 등)을 진행하고 있는가?				
기준 및 배점	○ 문화예술분야 사업 중 국제화 관련 내용을 확인하여 세부진단 내용에서 요구하는 사항을 만족시키고, 타 기관과 비교하여 탁월한 성과를 보여 우수 사례로 공유될 만한 경우 '탁월'로 평가하고 5점을 가점함 <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>탁월</td> <td>5점</td> </tr> </tbody> </table>	측정 기준 구분	배점	탁월	5점
측정 기준 구분	배점				
탁월	5점				
데이터 범위	문화예술분야 각 사업의 세부 내용(국제화 관련)				
자료 출처	홈페이지, 사업보고서				

대분류	5. 우수 사례 (Best Practice)					
소분류	5-3. ESG					
지표명	ESG 수행 노력					
배점	가점 5점					
지표 설명	○ 법인의 ESG 경영을 위한 목표 수립과 활동 여부로 정의할 수 있음					
세부진단 내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 문화예술분야 민간 공익법인의 ESG 목표가 구체적이고 측정 가능하며 조직의 장기 비전과 일치하는가? ○ 환경 영향을 최소화하기 위한 전략을 가지고 있으며, 문화 예술을 통해 환경 인식을 높이는 사업을 수행하였는가? ○ 문화예술을 통한 사회적 문제를 해결하기 위한 전략을 가지고 있으며, 관련된 사업을 수행하였는가? (지역사회와의 협력, 문화소외계층을 위한 노력 등) ○ 법인은 윤리적 경영을 위한 노력을 수행하고 있으며, ESG 관련 성과를 보고하고 있는가? 					
기준 및 배점	<p>○ 문화예술 공익법인의 ESG 경영 관련 내용을 확인하여 세부진단 내용에서 요구하는 사항을 만족시키고, 타 기관과 비교하여 탁월한 성과를 보여 우수 사례로 공유될 만한 경우 '탁월'로 평가하고 5점을 가점함</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>탁월</td> <td>5점</td> </tr> </tbody> </table>		측정 기준 구분	배점	탁월	5점
측정 기준 구분	배점					
탁월	5점					
데이터 범위	ESG 경영 목표, ESG 관련 사업, ESG 보고서					
자료 출처	홈페이지, 사업보고서					

대분류	5. 우수 사례 (Best Practice)					
소분류	5-4. 기타					
지표명	기타 우수사항					
배점	가점 5점					
지표 설명	○ 기타 평가위원 전문성에 의거한 우수사항으로 정의할 수 있음					
세부진단 내용	○ 상기 항목에 해당되지 않으나 문화예술분야 사업 중 공적을 치하하고 확산할만한 우수 사례가 있는가?					
기준 및 배점	<p>○ 문화예술 공익법인의 사업 내용 중 지표 항목에는 해당되지 않으나 탁월한 성과를 보여 우수 사례로 공유될 만한 경우 '탁월'로 평가하고 5점을 가점함</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>측정 기준 구분</th> <th>배점</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>탁월</td> <td>5점</td> </tr> </tbody> </table>		측정 기준 구분	배점	탁월	5점
측정 기준 구분	배점					
탁월	5점					
데이터 범위	문화예술분야 사업 전반					
자료 출처	홈페이지, 사업보고서					

기업 문화력 지수 개발
및 실증 연구

발행인 : 정병국
발행처 : 한국문화예술위원회
58217 전라남도 나주시 빛가람로 640
전화 061-900-2100, 2200
팩스 061-900-2362
홈페이지 www.arko.or.kr

인쇄일 : 2026.2.27.
발행일 : 2026.2.27.