

최종보고서

2022년 재정사업 심층평가

문화 예술 활성화 지원 사업군

2023. 10.



기획재정부



한국조세재정연구원

제 출 문

기획재정부 장관 귀하

본 보고서를 귀 기획재정부가 의뢰한 『2022년 재정사업 심층평가 문화예술 활성화 지원 사업군』의 최종보고서로 제출합니다.

2023. 10.

한국조세재정연구원 원장 김 재 진

— < 연구진 > —

■ 문화예술 활성화 지원 사업군

연구주관기관: 기획재정부·한국조세재정연구원

연구수행기관: 상명대학교 산학협력단

연구책임자: 최동욱 상명대학교 교수

참여연구자: 이창근 KDI School 교수
김도형 명지대학교 경제학과 교수
이용관 한국문화관광연구원 연구위원

목 차

I. 총론	3
1. 문화예술에 대한 정부지원의 근거	3
2. 분석 및 논의를 위한 개념의 정의	6
3. 현 상황에 대한 구조적 진단	8
4. 주요국의 문화예술정책	16
5. 문화예술 부문 재정사업의 역할 및 방향 재설정	19
II. 심층평가 개요	22
1. 사업 전반의 구조	22
가. 사업(군)의 개요	23
나. 평가 필요성 분석	30
다. 평가개요	32
2. 수요활성화 분야 평가 개요	33
가. 수요활성화 분야 사업의 논리모형 및 평가범위	33
나. 평가유형 및 평가질문	37
다. 통합문화이용권 사업 평가방법	39
라. 기타 문화예술향유 지원 사업 평가방법	45
마. 문화가 있는 날 본 사업 평가방법	49
바. 문화가 있는 날 기획프로그램 운영 사업 평가방법	52
3. 시설 및 인프라 분야 평가 개요	53
가. 시설 및 인프라 사업군의 논리모형 및 평가 범위	53
나. 평가유형 및 평가질문	64
4. 예술인 지원 분야 평가 개요	70
가. 사업의 논리모형 및 평가범위	70
나. 평가유형 및 평가질문	74

Ⅲ. 사업군별 평가 결과	77
1. 수요활성화	77
가. 통합문화이용권 사업	77
나. 기타 문화예술향유 지원 사업	94
다. 문화가 있는 날 본 사업	97
라. 문화가 있는 날 기획프로그램 지원 사업	103
마. 종합평가 및 소결	110
2. 시설 및 인프라 부문	111
가. 예술산업 인력양성 사업	111
나. 예술기업 지원 사업	120
다. 예술산업 기반 조성 지원	135
라. 전통예술 지역브랜드 상설공연	139
마. 전통공연예술 활성화	146
바. 공연예술의 해외진출 기반 지원	151
사. 문화예술 인프라 구축	156
아. 미술진흥 기반 구축	164
자. 공연예술 진흥 기반 조성	171
3. 예술인 지원	177
가. 예술인 창작지원 안전망(창작준비금)	177
나. 예술창작지원(문예기금, 한국문화예술위원회)	194
다. 문학나눔 도서보급 사업(일반회계, 한국문화예술위원회)	206
라. 온라인미디어 예술활동지원(일반회계, 한국문화예술위원회)	215
Ⅳ. 환류방안 제언	219
1. 사업군 전반	219
2. 수요 부문(통합문화이용권)	220
3. 시설 및 인프라 부문	222
4. 예술인 지원 부문	225

가. 창작준비금	225
나. 예술창작지원	227
다. 문학나눔 도서보급	228
라. 온라인미디어 예술활동 지원	229
V. 심층평가 연구결과 요약 및 정책 시사점	231
1. 문화예술 활성화 지원 사업군	231
참고문헌	235
부록	237

표 목차

〈표 Ⅰ-1〉 문화예술산업 특수분류안	6
〈표 Ⅰ-2〉 유럽 주요국의 문화예술활동 종류별 경험자 비율, 2015년	10
〈표 Ⅰ-3〉 문화예술 활성화 지원 사업군 예산 현황	14
〈표 Ⅱ-1〉 문화예술 활성화 지원 사업군 예산 현황	22
〈표 Ⅱ-2〉 문화예술 활성화 지원 사업군 주요 내용(수요 활성화)	25
〈표 Ⅱ-3〉 문화예술 활성화 지원 사업군 주요 내용(시설지원)	26
〈표 Ⅱ-4〉 문화예술 활성화 지원 사업군 주요 내용(예술인 지원)	29
〈표 Ⅱ-5〉 문화예술 활성화 지원 사업군 평가 필요성	31
〈표 Ⅱ-6〉 수요활성화 분야 평가대상 세부사업 및 내역사업	33
〈표 Ⅱ-7〉 수요활성화 분야 정성평가 및 평가 제외 세부사업 및 내역사업	33
〈표 Ⅱ-8〉 CGV 티켓 가격 변동(주중 오후 2D 스탠다드석 기준), 2014년~현재	36
〈표 Ⅱ-9〉 통합문화이용권 사업 평가 개요	38
〈표 Ⅱ-10〉 기타 문화예술향유 지원 사업 평가 개요	38
〈표 Ⅱ-11〉 문화가 있는 날 본 사업 효과 분석 개요	38
〈표 Ⅱ-12〉 문화가 있는 날 기획프로그램 운영사업 효과 분석 개요	39
〈표 Ⅱ-13〉 통합문화이용권 제도 변화, 2005~2022년	39
〈표 Ⅱ-14〉 요약통계량, 2012~2019년	44
〈표 Ⅱ-15〉 신나는 예술여행 제도 변화, 2004~2022년	45
〈표 Ⅱ-16〉 2021년 신나는 예술여행 제도 개편	47
〈표 Ⅱ-17〉 평가 대상 사업의 논리모형	54
〈표 Ⅱ-18〉 예술산업 인력양성 사업의 평가 유형 및 질문	65
〈표 Ⅱ-19〉 예술기업지원, 예술산업생태계 지원 사업의 평가 유형 및 질문	65
〈표 Ⅱ-20〉 예술산업 기반 조성 지원(아트코리아랩) 사업의 평가 유형 및 질문	66
〈표 Ⅱ-21〉 전통예술 지역브랜드 상설공연 사업의 평가 유형 및 질문	66
〈표 Ⅱ-22〉 전통공연예술 활성화 사업의 평가 유형 및 질문	67

〈표 II-23〉 공연예술 해외진출 지원 사업의 평가 유형 및 질문	67
〈표 II-24〉 성과 분석 개요	68
〈표 II-25〉 평가 대상 내역사업별 논리모형	73
〈표 II-26〉 개별평가 미실시 내역사업	74
〈표 II-27〉 창작준비금 지원사업의 단계별 평가질문과 평가유형	75
〈표 II-28〉 예술창작 지원사업의 단계별 평가질문과 평가유형	75
〈표 II-29〉 예술창작활동 지원사업의 단계별 평가질문과 평가유형	76
〈표 II-30〉 온라인미디어 예술활동 지원사업의 단계별 평가질문과 평가유형	76
〈표 III-1〉 가맹점 분류(2023년 기준)	78
〈표 III-2〉 문화 분야 중분류별 지출 비중	80
〈표 III-3〉 관광 분야 중분류별 지출 비중	80
〈표 III-4〉 관광 분야 중분류별 지출 비중	80
〈표 III-5〉 가구소득 수준별 문화관련 지출 비중, 2019년	81
〈표 III-6〉 가구유형별 문화관련 지출 비중, 2019년	84
〈표 III-7〉 문화이용권 수급자 수, 2015~2022년	85
〈표 III-8〉 문화이용권 지급의 문화관련 지출가구 외연확장 효과 추정치	88
〈표 III-9〉 문화이용권 지급의 지출 효과 추정치	89
〈표 III-10〉 한국 가계의 문화관련지출 비중, 2019년	90
〈표 III-11〉 문화바우처 지급액: 2020년 일부 국가	93
〈표 III-12〉 문화가 있는 날이 영화표 판매량에 미친 효과	100
〈표 III-13〉 문화가 있는 날이 영화표 매출액에 미친 효과	101
〈표 III-14〉 예술경영 아카데미 경과	111
〈표 III-15〉 예체능계 졸업자 및 인력양성 사업 수강생	114
〈표 III-16〉 예술경영 아카데미 사업실적(2018~2022년)	117
〈표 III-17〉 내용 이해 향상률과 현업 적용도 추이	117
〈표 III-18〉 아트모아 시스템 누적 실적(2021~2022년)	118
〈표 III-19〉 예술분야 창업지원 사업 운영체계	121

〈표 III-20〉 예술기업 지원 사업 대표 성과(예)	122
〈표 III-21〉 창작·예술 및 여가관련 서비스업 신생률 및 생존율	123
〈표 III-22〉 창작·예술 및 여가관련 서비스업 신생기업 비중 및 창업지원 업체 비중	123
〈표 III-23〉 2020~2022년 예술기업 성장지원 사업 신청기업의 주 사업 분야 비중	124
〈표 III-24〉 예술기업 지원사업 신청/선정기업 수 및 경쟁률	125
〈표 III-25〉 사업 대상별 선정 심사항목	126
〈표 III-26〉 사업별 예산 집행 허용항목	126
〈표 III-27〉 예술기업 지원 수혜기업 성과	129
〈표 III-28〉 예술기업 지원 효과성 분석(변화분): 예술기업 지원 수혜기업 vs. 창업 지원 수혜기업 ·	130
〈표 III-29〉 예술기업 지원 효과성 분석(변화율): 예술기업 지원 수혜기업 vs. 창업 지원 수혜기업 ·	131
〈표 III-30〉 창업 기업 생존율	131
〈표 III-31〉 아트코리아랩의 지원 프로그램과 성과	137
〈표 III-32〉 경주 지역브랜드 상설공연 사업 예산	142
〈표 III-33〉 전주 지역브랜드 상설공연 사업 예산	142
〈표 III-34〉 경주 지역브랜드 상설공연 입장료	142
〈표 III-35〉 경주 지역브랜드 상설공연 주요 성과	143
〈표 III-36〉 전주 지역브랜드 상설공연 입장료	143
〈표 III-37〉 전주 지역브랜드 상설공연 주요 성과	144
〈표 III-38〉 세부 사업별 추진 방법	146
〈표 III-39〉 세부 사업별 지원 대상 및 규모	147
〈표 III-40〉 세부 사업별 지원 내용	148
〈표 III-41〉 세부 사업별 주요 성과	149
〈표 III-42〉 주요 내역사업별 주요 내용	152
〈표 III-43〉 사업 추진 성과	154
〈표 III-44〉 우리나라의 공연시설 현황	157
〈표 III-45〉 지역별 공연시설 규모 분포	158
〈표 III-46〉 공연시설 규모별 특성	159
〈표 III-47〉 지역별 문화예술행사 관람 경험 비율	160

〈표 III-48〉 2021년 문화시설 가동률	160
〈표 III-49〉 연령별 문화예술활동 선정기준	161
〈표 III-50〉 공연장 규모별 유료관객 비율	162
〈표 III-51〉 공연연습공간 조성 및 운영사업 예산 및 집행액	171
〈표 III-52〉 공연연습공간 조성 및 운영사업의 구조	172
〈표 III-53〉 공연장 안전선진화 시스템 구축 사업 예산 및 집행액	172
〈표 III-54〉 공연예술 제도적 인프라 사업 예산 및 집행액	173
〈표 III-55〉 사업내역 중 지역 국제 행사	174
〈표 III-56〉 창작준비금사업 소개	177
〈표 III-57〉 창작준비금이 포함된 예술인 창작안전망 내역사업 예산액 추이	182
〈표 III-58〉 창작준비금 수혜자의 예술인활동증명 신청유형별 건수 및 비율	184
〈표 III-59〉 창작준비금 사업의 사업대상 및 선정기준의 변천 과정	188
〈표 III-60〉 창작준비금 사업 중복수혜 건수	192
〈표 III-61〉 창작지원사업의 연도별 선정률	196
〈표 III-62〉 2022년 창작지원사업의 내역사업별 보조 건수 및 금액	197
〈표 III-63〉 2022년 창작지원사업 수혜자에 대한 장르별 보조 건수 및 금액	198
〈표 III-64〉 창작지원사업 장르별 평균 보조금액 및 건수	199
〈표 III-65〉 2022년 창작지원사업 수혜자의 사업유형별 보조 건수 및 금액	200
〈표 III-66〉 창작지원사업의 순효과	202
〈표 III-67〉 2022년 창작지원사업 지원자의 누적 중복지원 및 중복수혜	204
〈표 III-68〉 2018~2022년 창작지원사업 장르별·중복 횟수별 수혜자 수	204
〈표 III-69〉 2018~2022년 창작지원사업 개인/단체별·중복 횟수별 수혜자 수	204
〈표 III-70〉 창작지원사업 중복수혜 예시	205
〈표 III-71〉 문학나눔 도서보급 사업 예산 현황	206
〈표 III-72〉 도서출판 시장 규모 추이	208
〈표 III-73〉 도서출판 시장 규모 추이	208
〈표 III-74〉 발행실적별 출판사 수 추이(발행종수 > 0인 출판사 대상)	209
〈표 III-75〉 출판사별 선정 건수	210

〈표 Ⅲ-76〉 2020~2021년도 문학나눔과 세종도서 사업 상위 15개 수혜 출판사 목록	211
〈표 Ⅲ-77〉 연도별 보급 현황	212
〈표 Ⅲ-78〉 지역별 현황(2022년 기준, 정부부처 제외)	212
〈표 Ⅲ-79〉 온라인미디어 예술활동 예산 현황	215
〈표 Ⅲ-80〉 온라인미디어 예술활동 지원사업 수혜자의 수와 보조금액	216
〈표 Ⅲ-81〉 2021년 온라인미디어 예술활동 지원사업 수혜 프로그램 유형별 보조금액	216
〈표 Ⅲ-82〉 온라인미디어 예술활동 지원사업과 예술창작지원 사업의 중복 수혜자 수 및 비중 ...	217
〈표 Ⅳ-1〉 2022년 보급처당 지원액	229
〈표 Ⅴ-1〉 쟁점 및 정책제언 요약	231

그림 목차

[그림 Ⅰ-1] 문화예술의 생산구조 및 재정지원의 효과	4
[그림 Ⅰ-2] 연령별 문화예술 관람 횟수	9
[그림 Ⅰ-3] 연령별 문화예술 관람 횟수	11
[그림 Ⅰ-4] 연령 및 문화소비지출 금액 분위별 문화정책 방향에 대한 의견	13
[그림 Ⅰ-5] 예술활동증명 추세	15
[그림 Ⅱ-1] 통합문화이용권 논리 모형	34
[그림 Ⅱ-2] 신나는 예술여행, 방방곡곡 문화공감 논리 모형	35
[그림 Ⅱ-3] 문화가 있는 날 본 사업 논리 모형	36
[그림 Ⅱ-4] 문화가 있는 날 기획프로그램 운영 사업 논리 모형	37
[그림 Ⅱ-5] 바우처 지급자수와 1인당 금액의 변화, 2012~2019년(2012년=100)	40
[그림 Ⅱ-6] 문화누리카드가 문화소비지출에 미치는 효과	41
[그림 Ⅱ-7] 광역시도별 문화누리카드 지급률, 2012~2019년	42
[그림 Ⅱ-8] 개봉일의 요일별 변화, 2010~2022년	50
[그림 Ⅱ-9] <아바타: 물의 길>의 요일별 매출액	51
[그림 Ⅱ-10] 예술산업 인력양성 논리 모형	61
[그림 Ⅱ-11] 예술기업 지원 논리 모형	61
[그림 Ⅱ-12] 예술산업 기반 조성 지원 논리 모형	62
[그림 Ⅱ-13] 전통예술 지역브랜드 상설공연 논리 모형	62
[그림 Ⅱ-14] 전통공연 예술활성화 논리 모형	63
[그림 Ⅱ-15] 공연예술 해외진출 지원 논리 모형	63
[그림 Ⅱ-16] 작가 커리어 사이클 및 생태계	69
[그림 Ⅱ-17] 창작준비금 지원사업의 논리모형	71
[그림 Ⅱ-18] 창작지원사업의 논리모형	71
[그림 Ⅱ-19] 문학나눔 도서보급사업의 논리모형	72

[그림 Ⅲ-1] 통합문화이용권 분야별 지출 비중, 2014~2022년	79
[그림 Ⅲ-2] 문화오락 지출액 5분위 배율, 2020년	82
[그림 Ⅲ-3] 가구소비지출 대비 오락문화 지출 비중의 5분위 배율, 2020년	83
[그림 Ⅲ-4] 문화오락 지출 비중, OECD 회원국 2019년	91
[그림 Ⅲ-5] 1인당 GDP와 문화오락지출 비중: OECD 회원국 2019년	91
[그림 Ⅲ-6] 문화오락 지출 비중과 문화오락서비스 지출 비중, OECD 회원국 2019년	92
[그림 Ⅲ-7] 신나는 예술여행 프로그램 수, 2012-2019년	94
[그림 Ⅲ-8] 방방곡곡 문화공감 관객 수, 2008-2019년	95
[그림 Ⅲ-9] 방방곡곡 문화공감 만족도, 2008~2019년	96
[그림 Ⅲ-10] 티켓 판매량: 2013년(개입 이전) v. 2014년(개입 이후)	98
[그림 Ⅲ-11] 매출액: 2013년(개입 이전) v. 2014년(개입 이후)	99
[그림 Ⅲ-12] 예산액당 사업 실적, 2015~2022년	104
[그림 Ⅲ-13] 참여단체 평균 지원액과 단위금액당 사업 실적, 2015~2019년	105
[그림 Ⅲ-14] 실질 예산액과 인지도, 2014~2019년	106
[그림 Ⅲ-15] 실질 예산액과 인지도 참여율, 2014~2019년	107
[그림 Ⅲ-16] 실질 예산액과 참여자 만족도, 2015~2019년	108
[그림 Ⅲ-17] 교육과정 운영 체계	116
[그림 Ⅲ-18] 예술기업 지원 수혜기업의 사업 전후 매출액	128
[그림 Ⅲ-19] 예술기업 지원 수혜기업의 사업 전후 종사자 수	128
[그림 Ⅲ-20] 예술기업 지원 수혜기업과 비수혜기업 매출액 및 종사자 수 추세	129
[그림 Ⅲ-21] 지원 단계별 내용	135
[그림 Ⅲ-22] 주요 기능 및 공간 구조	136
[그림 Ⅲ-23] 사업 운영 체계	151
[그림 Ⅲ-24] 서울아트마켓 주요 변화과정	152
[그림 Ⅲ-25] 미술생태계와 작가 커리어 사이클	166
[그림 Ⅲ-26] 창작지원사업 장르별 보조금액의 연도별 추이	198
[그림 Ⅲ-27] 2022년 수혜자의 중복수혜 횟수 히스토그램	203
[그림 Ⅲ-28] 온라인미디어 예술활동 홈페이지	215
[그림 Ⅲ-29] 한국문화예술위원회 네이버TV 채널	217

문화 예술 활성화 지원 사업군

- I. 총론
- II. 심층평가 개요
- III. 사업군별 평가 결과
- IV. 환류방안 제언
- V. 심층평가 연구결과 요약 및 정책 시사점

I. 총론

1. 문화예술에 대한 정부지원의 근거

□ 경제학적 관점

○ 수요 측면

- 문화예술은 삶의 질을 높이고, 사람과 도시, 기업의 생산성을 높이는 긍정적인 외부성(externalities)이 있는 가치재(merit goods)의 특성을 가지고 있음
- 세계적으로도 소득 증가에 따라 문화예술에 대한 수요가 증가하는 현상이 관찰되며, 지난 10여 년간 여행과 문화생활에 대한 빠른 수요 증가 등은 우리나라에서도 문화예술의 가치를 소비자들이 전보다 더 크게 평가하고 있음을 보여줌
- 그러나 외부성이 있는 문화예술의 사회적 가치가 존재하기는 하나, 생산자의 이윤 동기에는 고려되지 않을 것이므로 시장에서는 과소 공급될 가능성을 시사

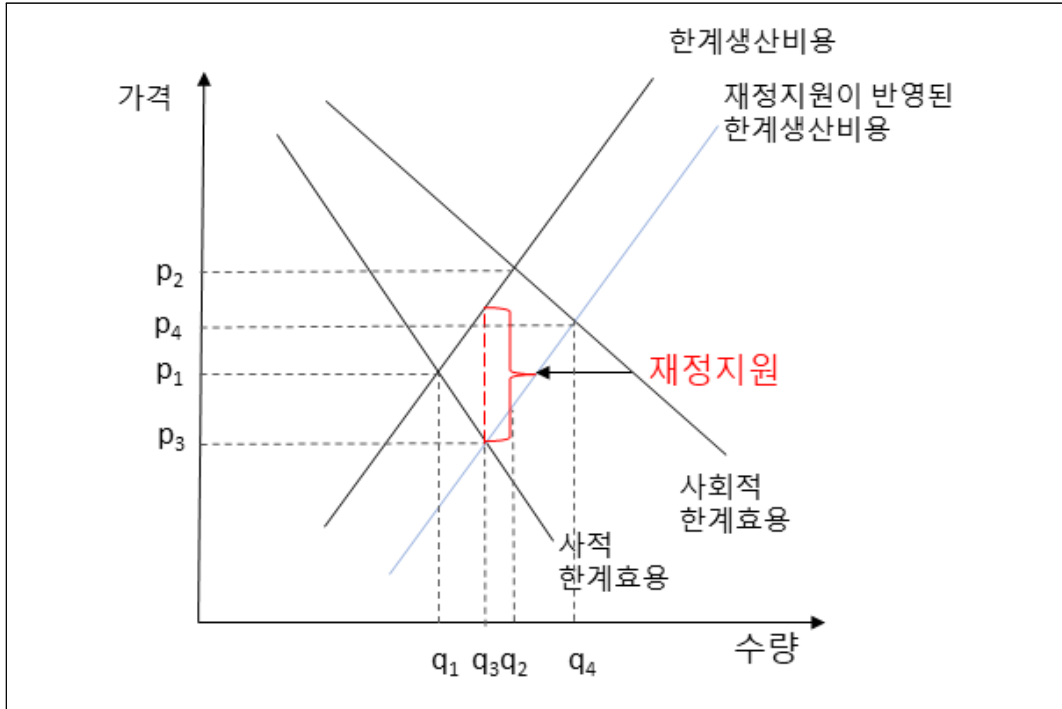
○ 공급 측면

- 보물의 비용질병(cost disease): 문화예술산업은 제조업과 같은 노동 절감형 기술 혁신이 불가능하고 인적자본이 핵심 투입요소이므로 노동비용 및 그 비중이 지속적으로 상승하여 생산성 향상이 어려움
- 노동비용 증가에 맞추어 가격을 인상하면 수요가 감소하므로 만성적인 적자 구조에 놓이며, 지속적인 생산이 어려움

○ 외부성과 비용질병은 민간 부문의 후원이나 공공 부문의 지원을 뒷받침하는 근거

- [그림 I-1]은 수요 및 공급 측면을 함께 고려한 경제학적 모형을 보여줌
- 사회적으로는 (p_2, q_2) 가 최적 가격 및 생산 및 소비량이지만, 생산자들의 비용부담으로 인해 실제로는 (p_1, q_1) 에서 생산과 소비가 결정됨
- 정부가 붉은색만큼의 재정지원을 시행하는 경우, 한계생산비용이 낮아지는 효과를 가지므로 가격은 하락하고 생산 및 소비량은 늘어나는 (p_3, q_3) 에서 균형이 결정됨. 이는 사회적으로 가장 적절한 수준 (p_4, q_3) 에 비해서는 가격이 높고 수량이 적으나, 재정지원을 통해 소비와 생산을 자극할 수 있음

[그림 1-1] 문화예술의 생산구조 및 재정지원의 효과



□ 산업 및 도시경쟁력 관점

○ 콘텐츠 산업의 등장으로 인해 문화예술을 산업 관점에서 바라보는 시각이 부상

- 21세기 초반에는 디지털 음원 및 영화가 등장하면서 동일한 품질의 문화예술상품을 낮은 비용으로 복제하는 것이 가능해졌고, 이러한 ‘콘텐츠’ 부문에서는 비용질병 문제가 극복됨
- 시장이 확대되면서 프로젝트가 성공할 경우의 수익이 크게 증가하였으며, 더 많은 생산자들이 시장에 진출함
- 문화콘텐츠 시장은 승자독식의 특성을 가지고 있으므로, 품질 경쟁(quality race)과 마케팅을 통해 시장 점유율을 확대하려는 노력이 이어졌으나, 이는 상당한 고정비용을 필요로 하므로 소수의 투자사 및 배급사 위주로 영화와 음악 부문이 재편되는 결과로 귀결
- 전통적인 공연전시 부문은 현장성과 특수성을 강화하는 방식으로 변화
- 후발국가는 공연전시 부문보다 콘텐츠 부문에서 상대적으로 추격의 여지가 존재하

며, 콘텐츠 품질을 높이는 투자비용에 정부가 지원할 경우 효과성이 높을 수 있음. 우리나라는 1990년대 말부터 산업적 관점에서 문화예술 및 콘텐츠의 제작과 창작을 지원하기 시작했으며, 전문가들은 영화 부문의 성장이 정부의 재정지원에 힘입은 바 크다고 평가함

- K팝 등 음악 부문의 성공은 민간 부문에 의해 주도되었으며, 더 큰 산업적 가능성을 확인하는 계기가 됨. 이는 문화예술 전반에 대한 지원을 확대할 필요가 있음을 역설하는 근거로 활용됨

○ 2010년 이후로는 문화예술이 도시경쟁력의 핵심요소로 지목되면서, 이에 대한 투자가 필요하다는 주장이 제기됨

- 경제에서 문화와 IT 등 창조산업(creative industries)과 이를 선도하는 창의적 인재의 중요성은 지속적으로 증가

- 창의적 인재는 풍부한 문화예술 향유의 기회가 존재하는 도시를 선호함. 이는 콘텐츠 산업의 성장이 역설적으로 경험에 대한 선호를 증가시키고, 가까운 거리에서 문화예술을 직접 경험하려는 수요가 증가했기 때문

- 미국에서는 실리콘밸리의 기업 및 기업가들이 샌프란시스코로 다시금 이동하는 현상이 나타나고 있으며, 국내에서도 대학생 및 청년층이 수도권을 선호하는 이유 중 상당부분은 우수한 문화적 여건에 있음

- 우리나라의 지방 도시들은 정주여건 개선 및 문화예술 역량을 위해 문화시설 및 예술가들에 대한 지원을 지속적으로 늘리고, 중앙정부의 지원을 요청해옴

□ 국가경쟁력 및 소프트파워 관점

○ 최근 K콘텐츠의 성공이 보여준 바와 같이 문화예술은 국가의 매력도, 소프트파워와 공공외교(public diplomacy) 역량을 높이는 데에도 중요하게 작용

○ 선진 30개국의 소프트파워 랭킹을 산정하는 포틀랜드시(Portland and PR)에 따르면 한국은 소프트파워 부문에서 2019년 기준 19위에 해당하며, 이는 2016년의 22위에 비해 상승한 것으로, 디지털 부문(18→5)과 문화 부문(16→12)의 역량 상승이 주도함. 이후 문화 부문의 기여도는 더 커졌을 것으로 추정됨

○ 문화예술 부문의 초기 성공에 힘입어 2010년대에는 문화를 공공외교에 활용하는 시도와 기업의 마케팅에 활용하려는 시도가 있었으나 성공적이지 못했음. 이는 문화적

성과가 충분히 축적되지 않고 한국 문화예술의 특성이 분명하지 않은 상태에서 전통 문화와 K팝 등 특정 부문에 기대어 국가적 이미지를 일방적이고 성급하게 홍보를 전달하려 했기 때문임

- 장기적인 성공을 위해서는 문화예술의 지속 성장과 질적 고도화가 필요하며, 이러한 목표 달성에 기여하는 방식으로 재정이 활용되어야 함을 시사

2. 분석 및 논의를 위한 개념의 정의

- 문화와 예술은 흔히 하나의 범주로 취급되지만, ‘문화’는 일반적으로 다수의 대중을 상대로 하며 경제적 가치를 중시하는 부문을, ‘예술’은 심미성과 독창성과 같은 비경제적 가치를 중시하는 부문을 의미
 - 가장 최근까지의 변화를 반영한 양혜원·전진영(2021)은 공연예술, 시각예술 및 공예, 문학 영역을 순수예술 또는 기초예술로, 시청각 및 상호작용 미디어 영역을 문화 콘텐츠로, 문화예술 공통영역을 융·복합적 성격을 띠는 부문으로 정의
 - 또한 각 대분류 내에서 기능적 성격에 따라 구분하여 증분류를 정의하는데, 공통적으로 ‘창작(Creation)-실연(Performing)-제작(Producing)-유통(Distribution)’의 생산 가치사슬과, ‘소비(Consumption)-향유(Enjoyment)-교육(Education)’의 구조에 따라 분류가 이루어짐

〈표 1-1〉 문화예술산업 특수분류안

구분	대분류	중분류
핵심문화 예술산업	공연예술 영역	공연예술 창작·실연업, 공연예술협회·단체, 공연예술 기획·제작·출판업, 공연시설 운영업, 공연예술 유통·판매업
	시각예술 및 공예 영역	시각예술 및 공예 창작업, 시각예술 및 공예 협회·단체, 시각예술 및 공예 기획·제작업, 시각예술 및 공예 시설·공간 운영업, 시각예술 및 공예 유통·판매업
	문학 영역	문학 창작업, 문학 협회·단체, 문학 출판업, 문학 시설 운영업, 문학 유통·판매업
	시청각 및 상호작용 미디어 영역	만화·웹툰 창작·제작·유통업, 영화·애니메이션 창작·제작·유통업, 방송 창작·제작·유통업, 게임 창작·제작·유통업
	문화예술 공통영역	융복합 문화예술 창제작업, 문화예술 시설·공간 운영업, 문화예술 유통·판매업, 문화예술 교육 향유 서비스업, 문화예술 보존·아카이브업, 문화예술 지원서비스업

〈표 1-1〉의 계속

구분	대분류	중분류
문화예술 관련 산업	문화예술 공동영역	문화예술용품 및 장비업, 운송·보관업(문화예술 분야), 부동산 임대업 (문화예술 분야), F&B 운영업(문화예술 분야), 보험업(문화예술 분야), 법무 관련 서비스업(문화예술 분야)

자료: 양혜원·전진영, 『문화예술산업 특수분류체계 개발 연구』, 한국문화관광연구원, 2021.

- 본고에서 분석하는 문화예술 재정사업 역시 크게 1) 문화 향유의 확대를 목표로 하는 사업과 2) 예술 부문의 진흥을 목적으로 하는 것으로 구분됨
 - 영화, 음악, 웹툰 등 문화콘텐츠 영역은 산업화 가능성이 높으며 상당부분이 민간에 의해 이미 주도되고 있어 재정지원의 정당성 및 효과성이 낮으며, 따라서 직접 지원되는 경우는 드뭄. 각종 지원은 영화진흥위원회, 한국콘텐츠진흥원 등의 기관이 담당하고 있으며 중앙정부의 재정이 직접 투입되는 경우는 흔치 않음
 - 문화 향유를 목적으로 하는 사업은 문화 소비자의 문화상품 구매력과 접근성을 증진시키는데 목적이 있음. 이때 순수예술과 문화콘텐츠를 별개로 구분하지 않는 것이 전반적인 경향
 - 예술 부문의 진흥은 고유의 가치를 지닌 순수예술 및 전통예술을 지원해야 한다는 당위적 차원도 있지만, 상업적이고 대중을 대상으로 하는 문화콘텐츠 창제작의 원천이 된다는 측면을 염두에 둘 필요가 있음. 즉 외부성이 존재하는 영역이며, 이는 연구개발에 있어 기초연구와 응용연구를 구분하는 것과 같은 맥락
 - 최근의 추세는 순수예술과 대중예술 간 구분이 점차 희미해지고 있으며, 두 부문 간 융합이 보다 확대되는 추세

- 심층평가 전반을 관통하는 기준 역시 각각의 목적에 부합하도록 1) 더 많은 국민들이 문화상품을 소비하도록 촉진하는 것과 2) 더 수준 높은 문화상품이 제작될 수 있는 여건을 만드는 것으로 요약할 수 있으나, 문화예술 생태계의 지속가능성과 역동성, 다양성 제고를 위해 다음과 같은 기준을 추가적으로 고려할 필요가 있음
 - 수요와 공급 간 연결성 강화: 다양하고 깊은 수요의 형성을 통해 양질의 문화상품을 제작할 수 있도록 견인하고, 새로운 문화상품의 공급을 통해 소비자 취향의 지속적 고도화

- 재정투입의 효과성 극대화: 문화상품의 다양성과 질을 제고하는 데 있어 정부와 시장이 각자 우위를 보이는 영역들을 식별하고 비교 우위를 가지는 부분에 집중
- 개별 결과물이나 행위, 주체가 아닌 생태계 전반의 자생력과 지속가능성을 제고하고, 순수예술과 대중문화 사이의 선순환 구조를 염두에 두는 정책 및 재정투입 체계를 추구

3. 현 상황에 대한 구조적 진단

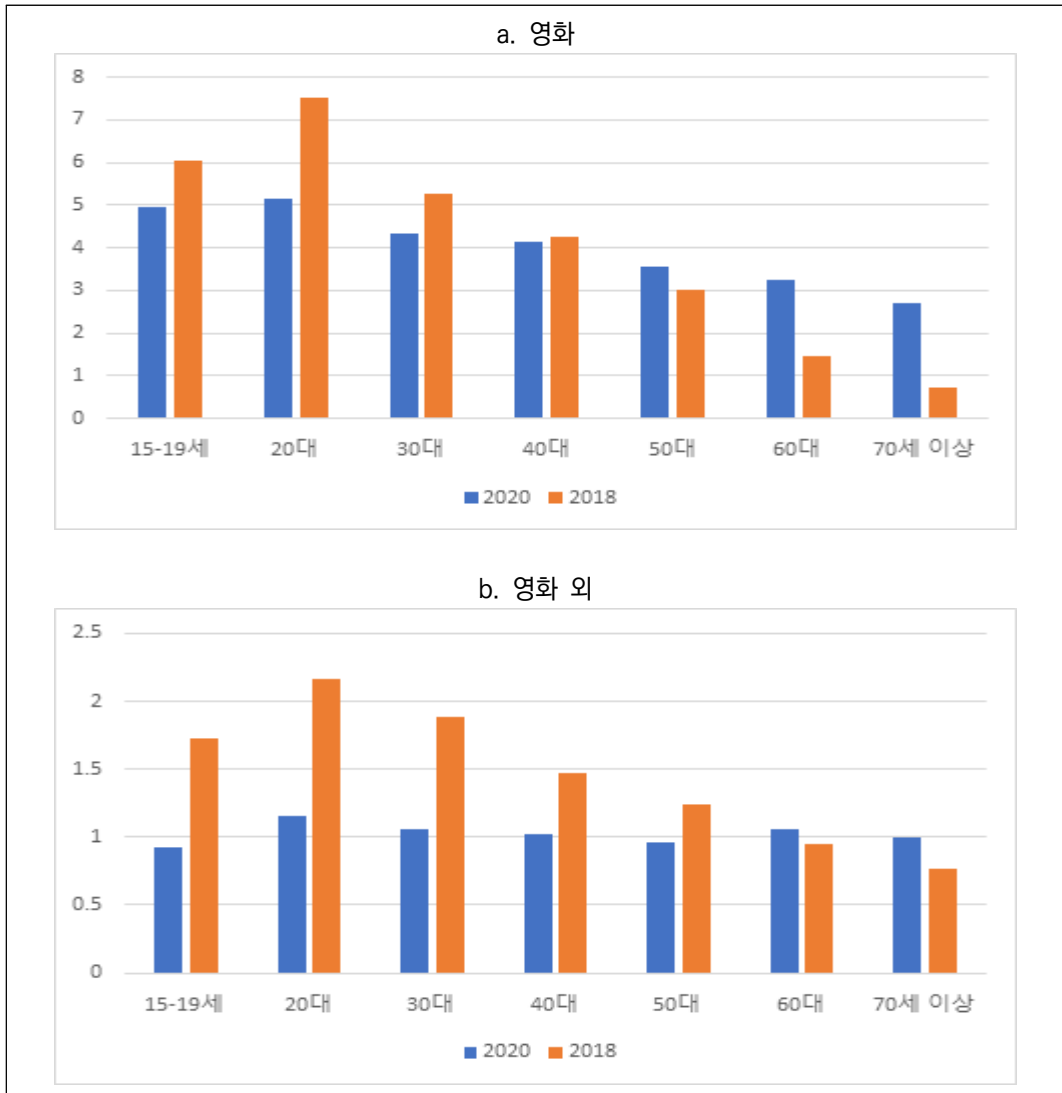
□ 소비 기반의 취약성 및 편중성

○ 장르 및 연령 측면에서의 편중성

- 국민문화예술활동조사 마이크로데이터를 분석한 결과, 영화 부문에 편중된 문화예술 수요의 특성이 확인됨. 2019년 8월~2020년 7월 사이 우리나라 시민은 평균적으로 4.27회의 문화예술활동을 실시했으나, 대부분이 영화에 집중되어 있으며 영화 이외의 문화예술활동은 1.04회에 불과함. 이러한 편중의 양상은 코로나19 이전인 2018년에도 동일하게 관찰됨
- 연령별 문화예술의 차이가 극명하게 드러남. 저연령층일수록 영화뿐 아니라 미술 전시와 음악 공연 등을 더 소비하는 현상이 드러나며, 코로나19로 인해 문화예술 관람이 크게 제약을 받았음을 확인할 수 있음
- 대부분의 재정사업이 영화보다는 영화 외의 공연전시를 대상으로 하며, 이 부분의 경우 취향 형성이 소비에 미치는 영향이 크다는 점을 고려하면, 노년층의 문화예술 향유 기회를 확대하고 청장년층의 더 많고 다양한 문화예술 활동을 지원하는 것이 정책의 방향이 되어야 함을 추론할 수 있음
- 유럽 국가의 경우 영화 이외에도 음악 공연이나 미술 전시 등의 관람 비율이 높은 것으로 나타남(〈표 I-2〉 참조). 우리나라 역시 문화예술 수요 기반의 다양화를 추구할 필요가 있음
- 이때 감안해야 하는 것은 문화예술 소비가 사용하기 전에는 가치를 파악하기 어려운 경험재(experience good)라는 점임. 즉 '학습된 기호'가 형성되어 있지 않은 경우에는 개인의 효용 기대치가 달라 소득의 증가가 꼭 수요의 증가를 가져오지는 않음. 반면 소비 경험이나 교육을 통해 기호가 형성되면 대체재의 사용 가능성이 작고 높은 가격이라도 기꺼이 지불하려는 속성이 있음

- 그러므로 수요 창출을 위해서는 장기간의 관련 소비 경험을 통해 문화에 대한 취향을 형성하는 과정이 필요함. 이것이 부재할 경우, 문화상품의 가치를 낮게 평가하는 경향이 있고 문화예술 상품의 질보다는 양을 추구하게 될 수 있음.

[그림 1-2] 연령별 문화예술 관람 횟수



자료: 국민문화예술활동조사 마이크로데이터를 저자가 가공

〈표 1-2〉 유럽 주요국의 문화예술활동 종류별 경험자 비율, 2015년

(단위: %)

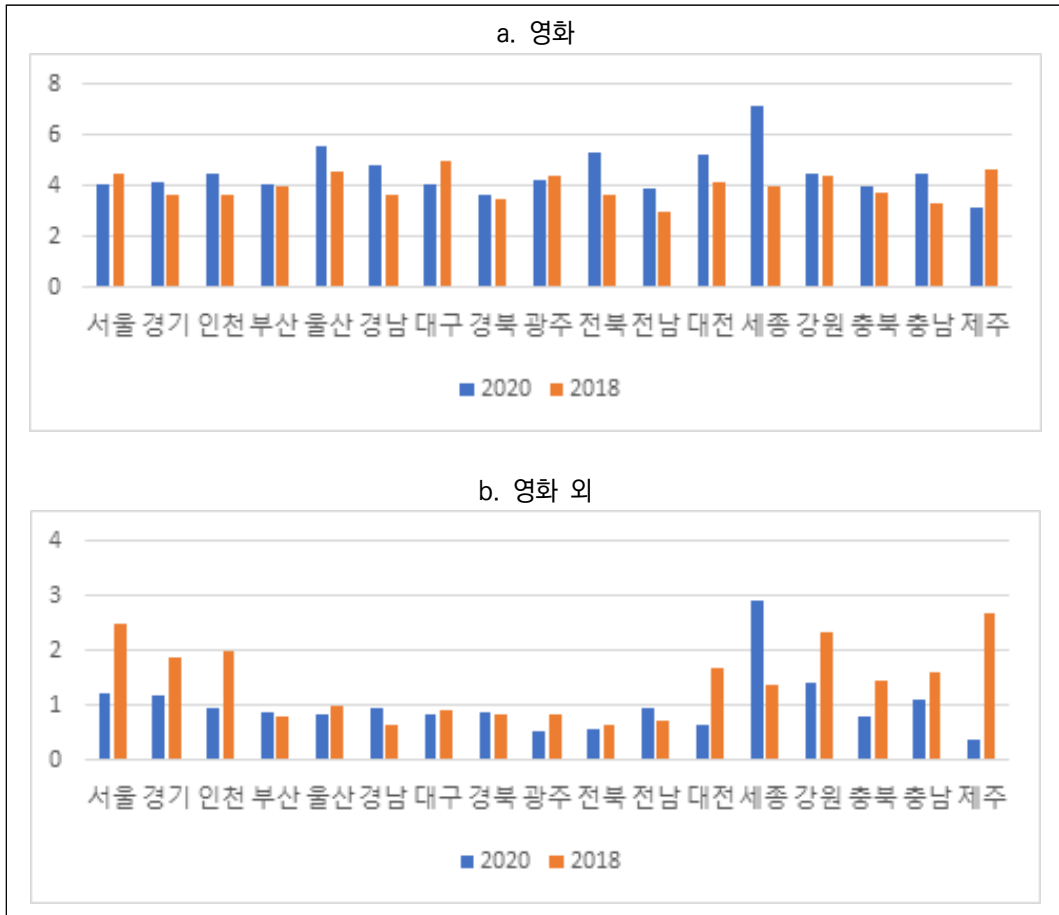
구분	최소 1종류	영화	공연	미술관, 박물관
프랑스	78	58	55	54
독일	73	47	49	50
아일랜드	69	49	45	40
영국	75	53	50	55

자료: Eurostat(2016)

○ 지역 간 격차

- 이는 상대적으로 공급 부문 인프라가 비슷한 영화보다는 영화 외의 문화예술 관람 측면에서 두드러짐. 서울, 경기, 인천 등 수도권 지역의 경우 코로나19 이전인 2018년 영화 외 문화예술 공연전시의 연평균 관람 횟수가 2회 안팎이고, 수도권과 가까운 충청권이 약 1.5배였던 것에 비해 호남 및 영남의 경우 1회 미만
- 이러한 지역 간 격차의 원인을 올바르게 파악하는 것이 정책방향의 올바른 설정에 필수적임. 소비자들의 수요가 지역에 따라 크게 다르지 않다고 가정할 수 있으므로, 이러한 격차의 많은 부분은 공급 부문, 즉 소비자들이 선호하는 “불만한 공연”이 얼마나 공급되느냐에 따라 결정된 것으로 해석하는 것이 합리적
- 영화가 아닌 공연전시를 관람한 사람들의 경우, 관람 경험에 대한 만족도가 수도권보다 지방의 만족도가 전반적으로 더 높게 나타남. 즉 좋은 공연과 전시가 개최된다면 소비가 발생할 수 있다는 것임

[그림 1-3] 연령별 문화예술 관람 횟수



자료: 국민문화예술활동조사 마이크로데이터를 저자가 가공

□ 문화예술의 질적 고도화가 필요한 단계

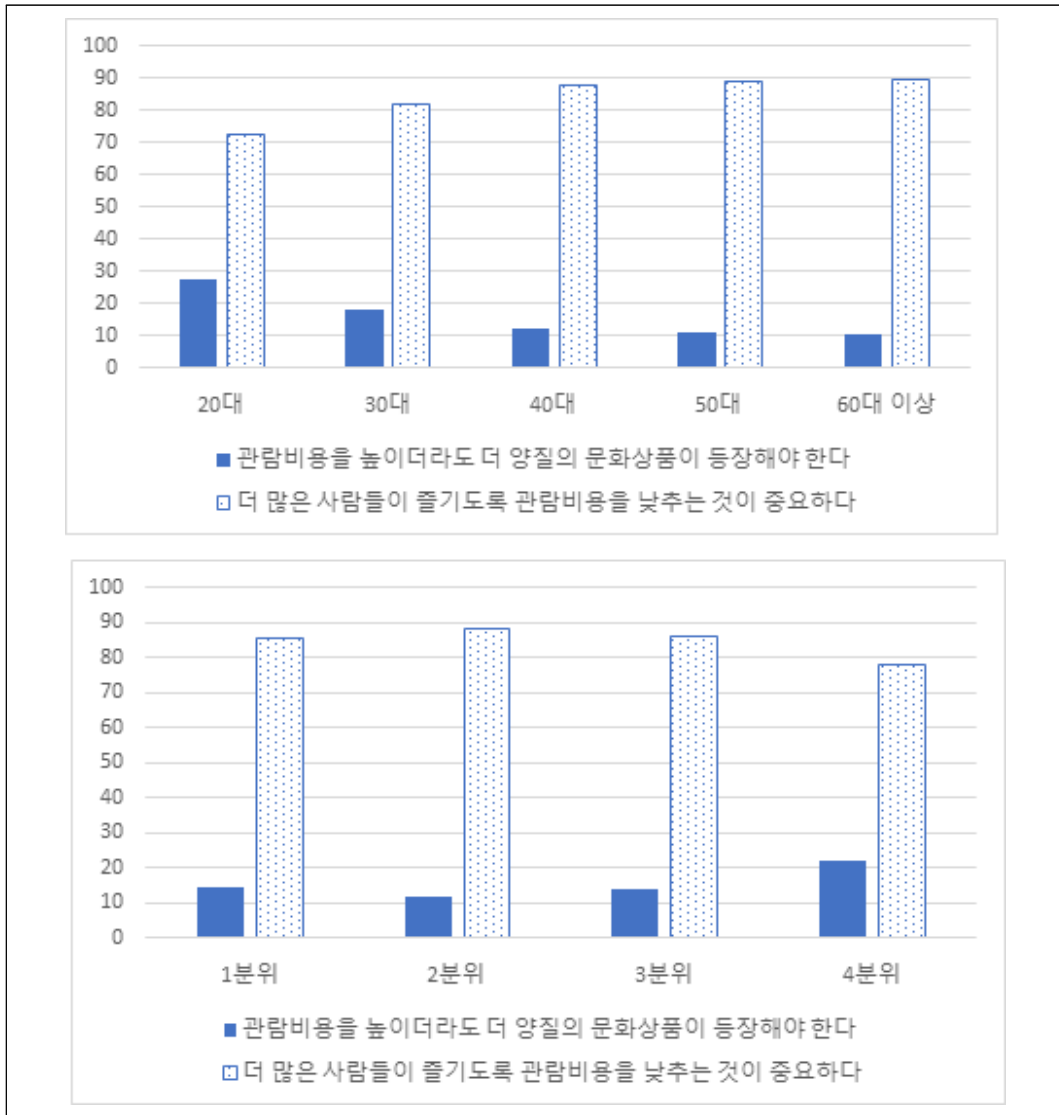
- KDI에서 2019년에 실시한 조사에 따르면 문화정책의 방향으로 “관람비용을 높이더라도 더 양질의 문화상품이 등장해야 한다”와 “더 많은 사람들이 즐기도록 관람비용을 낮추는 그것이 중요하다.” 중 하나를 선택하게 했을 때 낮은 가격을 선택한 비율이 약 85%로 압도적임([그림 1-4] 참조). 그러나 연령이 낮을수록, 문화예술 경험의 정도가 높을수록 관람비용이 높아지더라도 양질의 문화상품을 선호하는 비율이 유의미하게 증가함

- 이와 유사하게 『문화향유실태조사』 역시 문화예술 경험이 없는 응답자는 해결이 필요한 과제로 ‘관람 비용의 적정성’을, 관련 경험이 있는 경우 ‘예술행사의 질 개

선'을 제시하는 경향이 확인됨

- 즉 향후 정책의 방향은 공연 및 전시의 양적 확대가 아니라 양질의 초기 경험을 제공하고, 이를 통해 소비자들이 취향을 형성하며 질 높은 문화를 요구하는 선순환 구조로 이어질 필요가 있음
- 그러나 현재 문화예술 부문의 재정지원사업들은 수요와 공급의 연결 및 생태계 전반의 활력 제고보다 수요와 공급 각각을 분절적으로 지원하는 경향이 있으며, 수요와 공급 안에서 구체적인 타겟팅이 부족하고, 수단에 있어서는 직접 현금 지원 사업의 비중이 높다는 문제가 발견됨
 - 현재는 복지적 성격을 가지고 있는 사업의 비중이 높아 공급 부문의 재정지원에 대한 의존도를 높이고, 공급 부문에서 민간 영역의 소비자 지향성과 활력을 떨어뜨릴 위험을 내포하고 있음.
 - 여가활동 중 중요한 위치를 차지하는 해외여행 수요 중 많은 부분은 국내에서 접하기 어려운 문화적 체험을 하기 위한 것임. 이는 아직 충족되지 않은 잠재적 문화 수요가 많다는 것을 의미
- 따라서 소비자들의 단기적 선호(영화 소비 등)나 공급자들의 일방적인 창작 및 제작을 무조건적으로 지원하는 것을 지양하고, 장기적 관점에서 취향 형성과 양질의 문화예술작품을 만들어내는 것을 목표로 설정할 필요가 있음.

[그림 1-4] 연령 및 문화소비지출 금액 분위별 문화정책 방향에 대한 의견



자료: KDI, 「3만 불 시대의 중장기 정책방향에 관한 의견조사」, 2019.

- 현재의 정책은 전반적으로 복지적 성격이 부각되며, 정책 타겟팅 역시 잠재적 효과가 아닌 장르나 소득 기준으로 맞추어져 있음
- 현재 중앙정부의 예산이 지원되는 사업은 크게 1) 수요활성화, 2) 문화예술인지원, 3) 문화예술인 활동인프라 구축으로 나뉘며, 대부분 소비자 및 문화예술인에 대한 지원, 그리고 시설 및 제도적 기반에 대해 재정을 지원하는 형태(〈표 1-3〉 참조)

〈표 1-3〉 문화예술 활성화 지원 사업군 예산 현황

(단위: 백만원)

분야	담당부처	세부사업명	2018	2019	2020	2021	2022
수요 측면	문체부	문화예술향유 지원	82,093	132,229	166,717	181,183	226,274
		국민문화활동 지원	17,700	19,193	19,137	25,718	21,221
		소계	99,793	151,422	185,854	206,901	247,495
공급 측면	문화 예술인 지원	예술인 창작안전망 구축	27,553	31,319	61,707	85,762	77,975
		지역문화예술지원	7,188	6,668	9,168	9,957	3,470
		예술창작 지원	33,545	43,238	59,816	60,686	53,414
		예술창작활동 지원	3,472	8,150	10,149	11,863	24,891
		온라인미디어 예술활동 지원	-	-	14,890	4,930	5,623
		소계	71,758	89,375	155,730	173,198	165,373
	문화 예술인 활동 인프라 구축	예술의 관광자원화	24,877	21,019	11,146	8,862	7,477
		지역문화 진흥	7,300	19,228	11,830	14,785	22,221
		공연예술 진흥기반 조성	11,523	11,864	39,098	63,445	48,607
		공연예술 창작거점 조성	-	-	1,967	1,430	2,360
		문화예술 인프라구축	4,929	4,342	6,499	22,863	32,865
		예술의 산업화 추진	3,039	5,942	8,091	14,632	34,486
		미술진흥기반구축	6,501	8,305	83,402	9,586	31,051
	소계	58,169	70,700	162,033	135,603	179,067	
합계			229,720	311,497	503,617	515,702	591,935

자료: 열린재정(<https://www.openfiscaldata.go.kr>)

- 수요활성화의 경우 차상위 이하 계층의 문화 소비를 직접 지원하거나 특정 지역에서 공연을 개최함으로써 예술을 관람하거나 문화예술활동에 직접 참여할 수 있는 기회를 제공하는 사업으로, 문화복지와 소비 기반 확대라는 두 가지 목적을 모두 가지고 있음.
 - 복지적 성격을 인정하더라도 구축효과의 유무 등 재정지원의 효율성에 대한 평가와 소비 및 공급 지원이 유기적으로 결합되어 있는지 평가할 필요가 있음
 - 궁극적으로는 재정지원을 통해 장기적으로는 독자적으로 유지될 수 있는 소비 기반을 형성하는 방향이 바람직한바, 타겟팅의 적절성을 검증할 필요가 있음
- 예술인 지원사업군은 예술인 고용보험 등의 안전망 구축과 각 분야의 창작자 및 단체들에 대한 보조금 지원 등의 사업으로 구성됨
 - 2020~2022년의 경우 코로나19의 충격을 완화하는데 투입된 일시적인 사업이나, 이를 제외하더라도 특정 기준(예술활동증명)을 충족하는 모든 예술인에게 현금을

지원하는 형태로 구성되어 있어 지속가능성과 효율성에 의문이 제기됨
 - 특히 궁극적 목표인 창작활동 증가, 공급역량 개선으로 이어지는지 검증이 필요

[그림 1-5] 예술활동증명 추세



- 시설 및 인프라지원 사업은 문화예술시설 확충을 통해 지역의 문화 접근성과 창작역량을 강화하고, 산업·경제적 성과를 얻는 것을 목표로 하고 있음
 - 인프라 부문의 경우, 지방을 대상으로 공연전시 시설을 중앙에서 지원하는 단계는 종료되었으며, 대부분이 국가적 정책에 따른 건설 또는 국립시설의 질적 개선을 위한 재건축사업임. 현재 진행 중인 국가시설이 창작 생태계 활성화 및 질적 수준 향상에서 어떠한 역할을 수행하는지를 살펴볼 필요가 있으며, 지역 균형발전을 명목으로 한 인프라 사업이 추후 제기될 때 검토 필요
 - 지방을 대상으로 하는 사업은 국악 등 지역문화 진흥 및 관광으로의 연계 관련 사업으로 축소되었으며, 지역의 정치적 이해에 포획되지 않고 있음
 - 공연예술 및 미술은 장르별 진흥을 목적으로 하고 있으나, 장르에 따라 사업의 내용과 방식이 결정되는 구조를 가지고 있어 이 역시 생태계 활성화를 위해 정부와 시장이 어떠한 역할을 수행해야 하는지 검토할 필요가 있음
 - 예산규모가 가장 크게 늘어나는 세부사업은 “예술의 산업화 추진”으로, 기업 대상 지원 사업들에서 공통적으로 지적되는 타겟팅의 효율성 문제, 지원 대상(기업이나 개인이나 등)에 대한 검증이 이루어질 필요가 있음

4. 주요국의 문화예술정책: 재정지원에서 파트너십 촉진, 지원 및 후원에서 생태계 활력 제고로 중심이 이동

- 주요국에서는 문화예술 부문 운영에 있어 공공의 지원 규모가 감소하고 자체적 수입의 비중이 증가하는 추세
 - 영국은 유럽국가 내에서 비교적 공공 부문의 비중이 적은 편임에도 불구하고 문화예술기관 예산 중 자체수입의 비중이 2009/2010년 38%에서 2017/2018년 52%로 증가했으며, 문화예술 기관 및 단체 중 91%가 어떤 형식으로도 민간부문의 투자를 유치했으며, 전체 예산의 15%를 차지
 - 호주나 캐나다 등 영미계 국가들에서 전반적으로 민간 부문으로부터의 투자 비중이 증가하는 현상이 관찰됨. 유럽국가들은 전통적인 후원 및 메세나 등에 대한 세제 혜택을 지속적으로 정비해오는 한편, 복권 등 대안적 공공 자금조달 방법을 모색
 - 단순히 예산을 민간부문으로부터 조달한다는 데 의미가 있는 것이 아니라, 투자를

유치하고 사용 방안을 논의하는 과정에서 일방적인 공급자 마인드를 지양하고 현존하는 조건과 수요에 기반한 전략이 도출될 수 있다는 데에 의미가 있음

- 공공 부문의 역할은 직접지원에서 민간 부문 투자를 문화예술 기관과 연결하고, 공공성 확보를 위해 조율하는 것으로 이동 중
 - 이러한 변화의 핵심은 문화예술 생태계에 있어서 다양한 형태(공공-민간, 공공-민간, 민간-시민사회 등)의 협업을 촉진하고 다양한 이해관계자들을 참여시켜 실제 수요에 부응할 수 있도록 하는 데 있음
 - 직접 지원금을 지급하는 방식도 여전히 존재하고 있으나, 민간투자에 대한 매칭펀드나 대출보증 등 문화예술기관들이 보다 사회적 수요에 부응할 수 있도록 유도하는 방식이 점차 확대되는 추세
 - 이러한 변화는 문화예술 관련 의사결정의 권한이 중앙정부에서 지방정부로 옮겨가는 현상이 두드러지는 유럽국가에서 두드러짐. 따라서 지방분권이 강화되는 한편 중앙정부의 재정지원을 염두에 두고 시설 및 단체를 설립하는 경향이 있는 우리나라에도 큰 시사점이 있음
 - OECD는 모태펀드가 한국의 영화, 게임, 방송산업의 성장과 지속가능성 제고에 있어서 핵심적인 역할을 수행했다고 평가함. 공연전시 부문의 특성을 감안하되 실험적 시도에 따르는 위험을 감소 및 분산시켜줄 장치가 필요하며, 재정은 민간 부문 참여의 지렛대 역할을 할 수 있도록 해야 함

- OECD는 프로젝트 기반으로 이루어지는 문화예술의 특성을 고려, 개인이나 단체에 대한 지속 지원보다는 프로젝트를 대상으로 하며 시장과 밀접하게 연결된 자금조달이 바람직하다고 보고 있으며, 이를 통해 다양한 기획이 시도될 수 있게 하는 것이 중요하다고 판단
 - 크라우드 펀딩 및 플랫폼을 통한 다양한 개인의 후원, 그리고 창작자들의 지적재산권 보호를 제도적으로 지원하기 위한 정책 및 연구의 필요성을 제기
 - 이를 바탕으로 규제 프레임워크를 정비하고, 제도 안착 과정에서 나타날 수 있는 부작용을 최소화할 것을 권고
 - 크라우드 펀딩 등 대안적 재원조달 방식이 재정지원을 완전히 대체할 수는 없으나, 민간의 활력을 제고하고 문화예술의 소비자 지향성을 높이는 것이 궁극적인 목표임을 염두에 둘 필요가 있음

- 수도권과 지방 간의 격차를 줄이는 데 있어서 각 지역의 자체 문화생산자를 육성하는 것이 반드시 최선의 정책은 아닐 수 있음. 지역 간의 격차가 생겨나는 가장 큰 요인이 기획력 있는 인적 역량의 격차인데, 이는 단기간에 육성되지 않기 때문임
- 재정사업들은 필연적으로 검증 가능한 조건들을 내걸 수밖에 없는데, 이는 창의적이고 임팩트 있는 기획을 제한하는 효과를 가짐
- 이러한 환경에서 각 지역이 인력양성, 기관 설립 등 단기적 성과를 기대하는 방식의 정책을 추진하는 것은 격차를 축소하는 데 도움이 되지 않음
 - 예컨대 프랑스 공연예술의 경우, 국립극장과 국립무대뿐만 아니라 지방의 극장들 역시 제작 역량을 보유하고 있으며, 2~3년 이후의 공연 일정을 사전적으로 결정하므로 제작에 충분한 시간이 주어짐
 - 공연기간뿐 아니라 연습기간에도 극장이 제작인력을 일정기간 고용하도록 정부가 지원함으로써 최소한의 안정성을 보장하고 있으며, 이로 인해 수준있는 콘텐츠 제작과 관객들의 사전 계획이 가능
 - 우리나라의 경우 정책 시계가 짧으며, 지방의 기획 및 창제작 인적 역량이 절대적으로 부족한 상태
- 현존하는 기획역량 격차, 특히 중앙-지방 간 격차를 좁히기 위해서는 중앙 또는 수도에 위치한 선도기관의 자원을 공유하거나 기업의 역량을 활용할 필요
 - 프랑스의 경우 지방 소비자들에게 양질의 문화예술체험 기회를 제공하기 위해 루브르 등 파리의 정상급 기관들의 전시와 공연을 파트너십을 통해 지방에 순회 방식으로 제공
 - 반대로 일본의 많은 지방 미술관과 박물관은 우수한 전시회조차 성과가 좋지 않은 경우가 많은데, 이는 학예연구가가 기획/전시/홍보를 다 담당하기 때문에 홍보에는 역력이 없기 때문
 - 따라서 지역이 자체적으로 확보하기 어려운 역량을 선도자를 유치함으로써 확보하는 것이 효과적인 전략이며, 재정투입은 민간의 역량을 적극적으로 활용하는 것을 권장하는 방향으로 갈 필요가 있음.
 - 다만 민간기업 입장에서는 서울을 선호할 것이므로, 지방과의 교류를 조건으로 걸거나 지방에 대한 투자에 혜택을 부여하는 지원하는 것이 필요가 있음

- 문화향유 및 소비자에 대한 지원 역시 정부가 직접 대상을 선정하는 방식의 복지정책에서 소비 경험의 축적과 다양화를 촉진하는 방향으로 정립
 - 예컨대 프랑스의 Pass Culture는 소비자에게 구매력을 제공하는 것을 넘어 그들의 기호를 파악하고, 이를 공급 부문에 대한 자극으로 환류하여 문화예술 정책 전반을 재구성하려는 비전이 바탕에 깔려있음
 - 기업의 문화예술 활동을 지원하는 것 역시 문화예술 부문의 자체적인 상품뿐만 아니라 문화예술을 활용한 파생수요를 자극하는 효과가 있으며, 따라서 문화예술산업의 범위를 지속적으로 확장시킴
 - 정부의 노력은 직접적 재정지원보다 상당 부분 이러한 방향 전환에 수반되는 편견과 반대를 설득하는데 맞춰질 필요가 있음

5. 문화예술 부문 재정사업의 역할 및 방향 재설정

- 전반적으로, 양보다 질, 복지적 성격을 띤 모든 분야에 대한 지원을 지양하고, 지속가능한 소비구조와 창제작 생태계 구축을 목표로 방향 설정 필요
 - 이를 위해서는 수요(문화향수)와 공급(창제작 및 예술인 지원) 부문 간 정합성 및 연계성이 강화될 필요가 있음
 - 수요과 공급 부문 공히 개별 활동에 대한 지원보다 생애 및 커리어 사이클을 감안하여 정책효과가 가장 큰 부분에 재정지원이 집중되도록 개별 내역사업 및 내역사업 간 조정이 필요
 - 수요 부문의 경우 생애주기의 모든 지점에 자원을 나누어 지원하는 것보다 개인의 취향이 형성되는 시기까지 자원을 집중하여 구매력을 지원하고, 이후에는 접근성을 개선하는 방향으로 접근할 필요가 있음. 콘텐츠 부문과 순수예술 부문 간의 장벽을 지나치게 높게 형성하는 것보다는 자연스러운 유도(nudge)를 통해 순수예술 쪽으로도 다변화되도록 유도
 - 공급 부문 중 순수예술의 경우 창제작 생태계 활성화에 초점을 맞추며, 작품세계와 경력의 형성되는 시기까지 지원을 집중하고 시장에서 어느 정도 검증이 끝난 단계의 예술인에 대한 지원 비중을 줄이는 것이 바람직함
 - 이와 동시에 긍정적인 외부성이 가장 큰 연구 단계, 즉 공연전시를 개념적으로 준비

하는 과정에 대한 지원이 강화될 필요가 있음. 이를 위해서는 예산규모보다 결과물에 초점을 두는 증빙주의와 예산 단년주의의 한계를 극복하는 등의 구조적 변화가 필요

- 순수예술과 문화산업을 연결하는 사업들 역시 기능에 따른 분절적 접근보다 통합적 접근을 추구하며, 장기적으로 민간 부문의 역량이 중심적 위치를 차지하도록 유도
- 문화향유 및 소비자에 대한 지원 역시 정부가 직접 대상을 선정하는 방식의 복지정책에서 소비 경험의 축적과 다양화를 촉진하는 방향으로 정립
 - 문화자본 축적의 마중물로서 성격을 규정하고 설계하는 것이 바람직함. 이는 정책이 단기적 시야가 아니라 생애주기를 고려하는 방식으로 개편해야 한다는 것을 의미함
 - 대상에 따라 필요한 수요 진흥 정책이 다를 수 있음을 고려할 필요가 있음. 예컨대 지방의 노인은 바우처 지원보다는 찾아가는 프로그램을 강화하는 것이 더 효과적인 정책으로 판단됨
- 시설 및 인프라 사업은 모든 부분에 대한 직접 지원보다는 생태계 활성화에 가장 효과적인 부문을 판별하여 재정의 역할을 명확히 규정
 - 국가 공연 및 전시시설의 경우 작품의 질을 높이기 위해 시설에 투자할 필요가 있으며, 시장에서 담당하지 못하는 실험적 성격의 작품을 적극 지원할 필요가 있으며, 신규 및 재건축되는 시설의 경우 해당 부분의 역할을 담당하도록 유도
 - 제도적 인프라의 지속 개선을 통해 공급 부문의 수요 반응성 제고
 - 문화예술 정책, 창작 지원에서 산업화와 수요창출(문화예술 소비 촉진+해외수요 창출) 지원으로 확장, 자생적 예술생태계 조성에 집중
 - 장르별 특성을 고려한 지원은 지속적으로 추진하되 장르 내 모든 기능별 지원사업을 두는 것은 지양하고, 전문기능별 지원(해외진출, 온라인 플랫폼 등)은 통합 운영
- 예술인 대상 지원사업은 궁극적인 목표, 즉 양질의 문화예술 공연전시의 제작에 충실하도록 책무성과 유인구조의 정비가 필요
 - 현재 대부분의 예술인 지원사업은 당위적 목표에 따른 복지적 성격을 가지고 있으나, 대상 집단의 규모가 매우 커진 반면 문화예술 작품 창제작으로의 연결이 불확실
 - 이는 보편적인 복지 프로그램과의 중복에 대한 정당 및 재정지원에 대한 의존성, 프

로그래의 지속가능성의 문제 제기로 연결됨

- 따라서 중장기적으로 국고를 통한 예술인 복지사업은 축소하는 방향으로 설계하되, 단기적으로는 책무성을 강화하면서도 지속적 창제작이 이루어지는 여건 제공에 집중하고 점차 유럽처럼 예술인들의 기여를 통해 기금을 조성하고 이를 이용하여 복지제도를 운영하는 방안을 고려할 필요가 있음

II. 심층평가 개요

1. 사업 전반의 구조

- 심층평가 대상인 문화예술활성화 지원 사업군은 문화체육관광부가 주관하는 14개의 세부사업으로 구성되어 있으며 크게 수요활성화 사업군, 시설 및 인프라 사업군, 그리고 예술인 지원 사업군으로 구분하여 살펴보고자 함
- 심층평가 대상 사업은 14개의 세부사업 이하 72개의 내역사업으로 구성되어 있으며 구체적으로 수요활성화 사업군은 2개의 세부사업(6개 내역사업), 시설 및 인프라 사업군은 7개의 세부사업(47개 내역사업), 예술인지원 사업군은 5개 세부사업(19개 내역사업)으로 이루어져 있음

〈표 II-1〉 문화예술 활성화 지원 사업군 예산 현황

(단위: 백만원)

분야	담당부처	세부사업명	2018	2019	2020	2021	2022	
수요 측면	문체부	문화예술향유 지원	82,093	132,229	166,717	181,183	226,274	
		국민문화활동 지원	17,700	19,193	19,137	25,718	21,221	
		소계	99,793	151,422	185,854	206,901	247,495	
공급 측면	문화 예술인 지원	문체부	예술인 창작안전망 구축	27,553	31,319	61,707	85,762	77,975
			지역문화예술지원	7,188	6,668	9,168	9,957	3,470
			예술창작 지원	33,545	43,238	59,816	60,686	53,414
			예술창작활동 지원	3,472	8,150	10,149	11,863	24,891
			온라인미디어 예술활동 지원	-	-	14,890	4,930	5,623
			소계	71,758	89,375	155,730	173,198	165,373
	문화 예술인 활동 인프라 구축	문체부	예술의 관광자원화	24,877	21,019	11,146	8,862	7,477
			지역문화 진흥	7,300	19,228	11,830	14,785	22,221
			공연예술 진흥 기반 조성	11,523	11,864	39,098	63,445	48,607
			공연예술 창작거점 조성	-	-	1,967	1,430	2,360
			문화예술 인프라 구축	4,929	4,342	6,499	22,863	32,865
			예술의 산업화 추진	3,039	5,942	8,091	14,632	34,486
			미술진흥 기반 구축	6,501	8,305	83,402	9,586	31,051
	소계	58,169	70,700	162,033	135,603	179,067		
합계			229,720	311,497	503,617	515,702	591,935	

자료: 열린재정(<https://www.openfiscaldata.go.kr>)

□ 사업군 목적 및 예산 현황

○ 사업군별 목적

- (수요활성화) 국민들의 문화향유 기회를 확대하고 지역 및 소득 간 격차를 해소하여 국가 전반적인 문화수준을 향상
- (문화예술인 지원) 문화예술 생산자들이 안정적으로 창작활동에 종사할 수 있도록 환경을 조성하여 문화예술의 진흥을 도모
- (인프라 구축) 이를 위해 문화예술의 생산 및 향유의 근거가 될 수 있는 시설 및 인프라 구축에 투자

○ 예산 변화 추이

- 수요·공급 측면 모두 예산이 증가했으며 예산액 규모로만 볼 때에는 공급 측면, 특히 활동 인프라 구축 부문의 예산이 2018년에 비해 3배 가까이 크게 증가
- 세부사업 수준에서도 증가율이 높은 사업들을 확인할 수 있는데, 수요 측면에서는 문화예술향유 지원 사업의 예산이 2018년도에 비해 2.75배 증가하여 약 2,263억 원 규모로 책정되었으며, 예술인 지원 부문에서는 예술창작활동 지원 사업의 예산이 2018년에 비해 7.17배 증가한 것을 확인할 수 있고, 인프라 구축 부문에서는 예술의 산업화 추진 예산이 약 11.3배 증가하여 가장 두드러지게 변화한 것으로 나타났음

가. 사업(군)의 개요

□ 사업개요

- 문화예술에 대한 지원은 대표적으로 「문화예술진흥법」, 「대중문화예술산업발전법(이하 대중문화산업법)」, 「문화산업진흥기본법(이하 문화산업법)」 등에 근거하여 이루어지고 있으며, 문화예술에 대한 진흥을 통해 궁극적으로 국민들이 수준 높은 문화예술을 평등하게 향유할 수 있도록 함과 더불어 문화예술의 산업적 성장을 도모하는데 그 목적이 있음
- 문화예술은 문학예술, 영상예술, 공연예술, 전통예술, 음악예술 등 예술 및 문화 활동을 모두 포괄하며, 또한 「문화예술진흥법」 제2조 1항에 따라 문학, 미술, 음악, 무용, 연극, 영화, 연예, 국악, 사진, 건축, 어문 및 출판 등의 산업도 포함

- 사업기간과 지원 형태, 혹은 지원규모가 각 세부사업별로 상이하나 전반적으로 문화 예술 수요 활성화, 문화예술인 직·간접 지원(인프라 지원) 등의 방식으로 세부사업들이 수행되고 있음
 - 대부분은 보조 방식의 재정사업 구조를 가지고 있으나, 직접 수행 형태로 지급방식이 이루어지고 있는 세부사업 및 내역사업들도 존재함
- 평가대상으로 선정된 14개 사업의 예산현황을 살펴보면 2022년 기준 약 5,919억원 수준으로 전년 대비 21%가량 증가한 것으로 나타났음(2018년 대비 약 2.57배가량 증가)
 - 지원사업의 기본적인 목적은 문화예술에 대한 수요·공급 측면의 활성화 및 문화향유의 격차 해소에 있음

□ 수요 활성화

- 문화예술향유 지원 사업은 문화예술에 대한 접근성을 높이기 위해 「문화예술진흥법」에 근거하여 복권기금을 활용하여 차상위 이하 계층의 문화 소비를 직접 지원(문화누리카드)하거나 특정 지역에서 공연을 개최함으로써 예술을 관람하거나 문화예술활동에 직접 참여할 수 있는 기회를 제공하는 사업(신나는 예술여행, 방방곡곡 문화공감)
 - 사업목표: 문화 소외 계층의 문화 향유권 신장(문화 소비 양극화 해소)
 - 사업규모: 2004년 개시된 이래 2022년 현재 예산은 약 2,200억원 규모이며, 기초생활 수급자 및 차상위계층 약 210만명에게 문화누리카드(1인당 약 10만원)가 발급되고 있으며, 전국 순회 프로그램 4,400여 회, 전국 240여 개 지방문예회관 공연프로그램 유치 지원
- 국민문화활동지원 사업은 전 국민의 문화향유 기회를 확대하기 위해 「문화기본법」 제12조(시행령 제8조)에 근거하여 매달 마지막 수요일을 '문화가 있는 날'로 지정하여, 일반 예산으로 주요 문화시설에 대한 가격 할인을 제공하고 기획 프로그램 등을 개최
 - 사업목표: 전 국민의 문화 향유 기회 확대
 - 사업규모: 2015년 개시된 이래 2022년 현재 예산은 약 210억원 규모

〈표 11-2〉 문화예술 활성화 지원 사업군 주요 내용(수요 활성화)

세부사업명	구분	내용																		
문화예술향유 지원	사업목적	<ul style="list-style-type: none"> - 본 사업은 문화예술분야의 진입장벽을 낮추기 위해 수혜대상을 직접적으로 지원하는 '바우처형' 사업과 경제적 제약보다는 지리적, 사회적 접근성에 제약을 받는 문화소외계층을 대상으로 이들이 위치한 곳으로 직접 '찾아가서' 공연 중심의 관람 기회를 제공하는 '방문형'으로 구분됨 - (통합문화이용권) 기초생활수급자 및 차상위계층 대상 문화예술·여행·체육 활동에 이용할 수 있는 문화누리카드 발급 - (신나는 예술여행) 문화소외계층을 찾아가 다양한 문화예술 향유 및 참여 프로그램을 제공하여 문화향유권 신장 및 문화 양극화 해소에 기여 - (방방곡곡 문화공감) 문예회관을 활용하여 문화소외지역 주민에게 다양한 문화예술프로그램을 제공함으로써 문화 향유권 신장 및 문화 양극화 해소에 기여 																		
	사업기간	2004년 ~ 계속																		
	지원형태	보조																		
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>내역사업명</th> <th>지원형태</th> <th>지원금액(백만원)</th> <th>국고보조율</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>통합문화이용권</td> <td>보조</td> <td>184,882</td> <td>정액, 또는 70%</td> </tr> <tr> <td>신나는 예술여행</td> <td>보조</td> <td>20,549</td> <td>정액</td> </tr> <tr> <td>방방곡곡 문화공감</td> <td>보조</td> <td>16,632</td> <td>정액</td> </tr> </tbody> </table>			내역사업명	지원형태	지원금액(백만원)	국고보조율	통합문화이용권	보조	184,882	정액, 또는 70%	신나는 예술여행	보조	20,549	정액	방방곡곡 문화공감	보조	16,632	정액
		내역사업명	지원형태	지원금액(백만원)	국고보조율															
통합문화이용권		보조	184,882	정액, 또는 70%																
신나는 예술여행	보조	20,549	정액																	
방방곡곡 문화공감	보조	16,632	정액																	
지원조건	예술단체 및 예술인, 사회적·경제적·지리적 문화소외계층																			
사업시행주체	한국문화예술위원회, 한국문화예술회관연합회, 17개 시·도 및 주관처																			
국민문화활동 지원	사업목적	<ul style="list-style-type: none"> - 매달 마지막 수요일을 '문화가 있는 날'로 지정, 주요 문화시설 가격할인 및 기획 프로그램 개최 등을 통한 전 국민의 일상 생활 속 문화향유 기회 확대 - 일반인들의 적극적인 참여 유도 및 정부정책 연계 등을 위한 맞춤형 기획프로그램 운영(청춘마이크, 실버마이크 등) 																		
	사업기간	2015년 ~ 계속																		
	지원형태	직접 수행, 보조																		
	지원조건	전 국민																		
사업시행주체	문화체육관광부, 지역문화진흥원, 한국문화예술회관연합회, 지방자치단체 등																			

자료: 열린재정(<https://www.openfiscaldata.go.kr>)

□ 시설 및 인프라 지원

- 문화예술시설 확충을 통해 문화에 대한 접근성을 강화, 지역의 문화예술을 활성화하고 산업·경제적 성과를 얻을 수 있도록 지원

〈표 II-3〉 문화예술 활성화 지원 사업군 주요 내용(시설지원)

세부사업명	구분	내용
문화예술 인프라 구축	사업목적	<ul style="list-style-type: none"> - (파주 무대공연종합아트센터 건립) 공연예술산업의 발전, 문화예술을 위한 지역경제 활성화 등에 기여하기 위해 국·공립 민간단체의 무대용품을 보관·대여 및 전시·체험 기회 제공 등 종합적 기능 수행이 가능한 '무대공연종합아트센터'를 조성 - (평택 평화예술의 전당 건립) 평택시 미군기지 이전에 따른 후속조치로 지역발전 촉진을 위한 문화시설 건립을 지원 - (부산 국제아트센터 건립) 수도권에 편중된 문화시설의 지역 확산과 공연예술 향수 확대를 위해 부산 시민공원 내에 공연장 건립을 지원 - (서계동 복합문화시설 건립) 서울역 인근 국립극단 부지에 강북을 대표하는 공연시설을 포함한 업무, 전시 등 복합문화시설 건립을 지원 - (양주 아트센터 건립) 미군기지 이전에 따른 경기도 양주시 공여구역 개발을 위해 문화시설 건립을 지원 - (국립정동극장 재건축) 최초 근대식 극장 복원계획에 따른 재건축사업
	사업기간	~ 계속
	지원형태	직접 수행, 보조
	지원조건	공연예술 종사자, 일반국민
	사업시행주체	문화체육관광부, 지방자치단체
공연예술 진흥 기반 조성	사업목적	<ul style="list-style-type: none"> - (공연연습공간 조성 및 운영) 민간 공연예술단체 및 예술가에게 안정적인 연습공간을 제공함으로써 창작 여건 개선 및 창작 기반 조성 기여 - (공연장 안전 선진화 시스템 구축) 사전·사후 체계적이고 효과적인 공연장 안전관리를 위한 선진국형 공연장 안전 시스템 구축 - (아리랑 등 전통문화 확산) 아리랑으로 대표되는 전통문화 콘텐츠 개발 및 홍보를 통한 전통예술 대중 확산에 기여 - (공연예술 시장 활성화 기반 구축(K-뮤지컬)) 해외 투자 유치 공연 준비금 및 해외진출 컨설팅·통번역, 차세대 뮤지컬 프로듀서 발굴 및 역량 강화 등 지원 - (공연예술 통합전산망 운영) 정확한 공연예술 정보 수집 및 통계 제공으로 공연시장의 투명성 제고, 소비자 편익 증진 및 관객 확대를 위한 공연시장 활성화 - (전국 공연예술 창작자 유통 협력 생태계 구축) 중앙-지역, 공연장-공연단체 간 협력 기반 창작자 유통지원을 통해 침체된 지역공연예술시장 활력 제고 및 국민 문화향유권 신장 - (제12회 세계합창대회) 강원도와 강릉시가 독일의 인터쿨투르 재단으로부터 유치·확정한 제12회 세계합창대회(World Choir Games)의 개최를 위한 국비 지원 사업 - (대구국제뮤지컬페스티벌(DIMF) 개최 지원) 국내·외 뮤지컬 공연 교류 및 창작 역량 강화를 통한 뮤지컬산업 육성, 저변 확대 - (춘천 국제인형극학교 지원) 춘천 국제인형극학교 운영 지원 - (춘천 아비야마 총화 및 축제 개최 지원) 인형극 저변 확대 및 국제 경쟁력 강화 - (윤이상 하우스 개보수) 윤이상 독일 자택의 유지관리 및 개보수에 대한 지원 - (공연예술분야 인력지원) 현장에서 필요로 하는 공연예술분야 예술인력(창작, 기획, 경영, 행정, 국제교류, 무대기술 등)에 대한 인건비 지원 - (중소규모 문화관람 지원 이용활성화) 공연·전시·행사·축제 등의 티켓 판매 시 중소문화예술단체들에게 무료 예매 및 발권 서비스 등 무료티켓판매플랫폼 지원 및 홍보 지원 - (문화비 소득공제 대국민 서비스 지원체계 구축) 문화비 소득공제 사업자 등록 관리 및 운영 등을 통해 대국민 문화비 소득공제 혜택 지원

〈표 II-3〉의 계속

세부사업명	구분	내용
	사업기간	~ 계속
	지원형태	직접 수행, 보조(정액)
	지원조건	민간예술단체 및 예술가, 일반국민 등
	사업시행주체	문화체육관광부, 한국문화예술위원회, 한국산업기술시험원(공연장안전지원센터), (재)전통공연예술진흥재단, (재)예술경영지원센터, 강원도(강릉시), 대구광역시, 강원도(춘천시)
예술의 산업화 추진	사업목적	<ul style="list-style-type: none"> - (예술의 산업적 기반 조성) 차세대 전문 종사자 양성 및 예술기업·단체의 경영 활성화를 위한 맞춤형 교육과 정보 제공으로 예술의 산업적 기반 조성 - (예술산업 선순환 생태계 조성) 예술분야 및 문화예술분야 사회적 경제 조직·기업의 예비창업·초기·성장기 단계별 체계적인 사업자금·교육·컨설팅 등을 지원하여 예술분야의 지속가능한 기업 발굴·확대 - (예술분야 투자활성화 지원) 투자상담회 운영을 통한 예술분야 투자활성화 환경 조성 - (예술경영지원센터 운영) 문화체육관광부 산하 기타공공기관인 예술경영지원센터의 인건비·경상비 등 안정적 기관 운영을 지원하여 예술현장의 자생력 제고에 기여 - (공연예술 부가상품 개발 유통 지원) 공연예술 콘텐츠를 바탕으로 하는 부가상품으로서 온라인 공연 제작과 유통지원을 통해 공연예술 시장 활성화 도모 - (아트 컬처랩 조성) 기존 유행화된 문화 기반시설에서 창·제작부터 시연·유통, 창업까지 전 과정에 이르는 예술활동 전반을 종합 지원하는 복합문화공간 조성
	사업기간	2017년 ~ 계속
	지원형태	보조
	지원조건	예술분야 단체·기업·종사자
	사업시행주체	(재)예술경영지원센터
미술진흥 기반구축	사업목적	미술시장 선진화, 투명화를 통한 시각예술 선순환 생태계 구축
	사업기간	2015년 ~ 계속
	지원형태	직접 수행, 보조
	지원조건	관련분야 예술인 및 단체, 일반국민 등
	사업시행주체	문화체육관광부, 한국문화예술위원회, 예술경영지원센터, 한국공예디자인문화진흥원, 전라북도 등
지역문화 진흥	사업목적	<ul style="list-style-type: none"> - (지역문화 역량강화) 지역문화거점 구축, 전문인력 육성 등을 통한 지역문화발전의 기반 마련을 위해 지역문화재단, 지방자치단체 등을 대상으로 지역문화전문인력 양성·배치 및 활동 지원, 문화자원봉사 활성화, 문화행사 등에 소요되는 사업비 지원 - (한국문화원연합회 지원) 지역문화 균형발전 및 지역문화 거점으로서의 지방문화원 육성을 위해 지방문화원 홍보·발간, 네트워크 활성화, 지방문화원 원천콘텐츠 발굴 지원 등 추진 - (생활문화 활성화) 생활문화센터 운영, 생활문화동호회 활동 지원 등을 통해 지역의 생활문화 활동 거점 형성 및 지역문화 자생력 강화 - (실버문화페스티벌 지원) 아마추어 예술가로 활동하는 어르신들의 문화생활 참여 기회 확대를 위해 오디션 프로그램 개최 및 공연무대 제공 지원 - (디지털 생활사 아카이빙) 가치있는 지역공동체의 생활사·미시사를 기록·보존하여 건강한 공동체 실현과 지역문화 활성화에 기여 - (지역문화 활력촉진 지원) 재정자립도가 상대적으로 열악한 농산어촌 등 문화취약지역 대상, 지역활력을 제고할 수 있는 마중물 사업들을 지원하여, 지역문화 격차 해소

〈표 II-3〉의 계속

세부사업명	구분	내용
	사업기간	2013년 ~ 계속
	지원형태	직접 수행, 보조
	지원조건	지역문화재단, 지방문화원 등 지역문화기관, 지역주민 등
	사업시행주체	문화체육관광부, 지방자치단체, 한국지역문화재단연합회, 한국문화원연합회, 지역문화진흥원 등
공연예술 창작거점 조성	사업목적	- 전통공연예술분야 민간 자생력 제고 및 시장 확대에 이어지는 효율적 지원체계 구축을 위해 전통공연예술에 특화된 창작공간을 확보, 창작 활성화 사업 지원
	사업기간	~ 계속
	지원형태	보조(정액)
	지원조건	전통공연예술 민간예술단체 및 예술가
	사업시행주체	(재)전통공연예술진흥재단
예술의 관광 자원화	사업목적	- (전통예술 지역브랜드 상설공연) 지역 전통문화와 역사를 소재로 한 완성도 높은 공연예술 창작 콘텐츠 개발·운영을 위해 공립 및 민간예술단체 지원 - (인류무형문화유산 활용 공연사업) 유네스코 인류무형문화유산 등재 종목 활용 전통공연예술 활성화 및 대국민 가치 확산을 위해 민간예술단체에게 지원 - (문화공간 활용 전통공연사업) 문화공간을 기반으로 전통문화 콘텐츠를 개발하여 전통공연예술 관람수요 확대에 신진예술단체 및 예술가 지원 - (전통공연예술 활동지원) 사라져가는 민속예술 복원 및 발굴 재현을 통하여 민속예술(풍물, 전통연희, 국악 등)의 차세대 전승과 민속예술인의 집결·교류의 장 조성으로 자치단체 및 민간예술단체 지원
	사업기간	2006년 ~ 계속
	지원형태	보조
	지원조건	예술가 및 예술단체, 국민
	사업시행주체	한국문화예술위원회, (재)전통공연예술진흥재단, (재)예술경영지원센터, (재)정동극장, 전라북도, (재)전라북도문화관광재단 등

자료: 열린재정(<https://www.openfiscaldata.go.kr>)

□ 예술인 지원

- 예술인 지원사업군은 예술인 고용보험 등의 안전망 구축과 각 분야의 창작자 및 단체들에 대한 보조금 지원 등의 사업으로 구성
 - 예술인 고용보험 사업에 대해서는 예술인복지재단이 주관하고 있으며 창작지원과 관련한 사업에 대해서는 주로 한국문화예술위원회에서 주관하고 있음
 - 지역문화에 대한 고려(지역문화예술지원 사업)와 코로나19로 인한 공연예술계의 어려움을 극복하기 위한 사업(온라인미디어 예술활동 지원 사업)도 예술인 지원 사업의 일부

〈표 II-4〉 문화예술 활성화 지원 사업군 주요 내용(예술인 지원)

세부사업명	구분	내용
예술인 창작안전망 구축	사업목적	- (예술인 창작안전망 구축) 예술인의 안정적인 창작환경 조성을 위해 예술인의 직업·창작역량 강화, 불공정관행 개선, 사회보험 가입 지원, 예술인 복지정책 연구 및 예술인 고용보험 안내센터 운영 등 추진 - (예술인복지재단 운영) 예술인복지사업 시행 주체인 예술인복지재단의 운영에 필요한 인건비 및 기관운영비
	사업기간	2012년 ~ 계속
	지원형태	직접 수행, 보조
	지원조건	예술인
	사업시행주체	한국예술인복지재단
예술창작 지원	사업목적	- (문학 창작 육성) 문학창작자들의 창작 취재 준비, 창작 공간, 작품 발표 기회 확대, 작품 발간, 비평 등 창작 단계별 지원을 통해 문학창작 여건 개선 및 지속가능한 문학 창작 생태계 조성 - (시각예술 창작 육성) 시각예술 창작 전 과정 활성화를 위한 연구·전시·공간운영·비평활동 지원 및 아르코미술관 운영을 통한 예술가의 창작물 전시기회 확대 및 국민의 문화향수권 확장 - (공연예술 창작 육성) 대한민국을 대표하는 레퍼토리 공연을 발굴하기 위해 공연예술 단체, 예술가를 대상으로 단계별·다년간(중장기) 창작지원 및 대한민국 대표공연예술 제지원, 민간공연장활성화지원 사업을 통해 공연예술 창작 기반 마련 확대 추진 - (국제예술 교류지원) 국내 및 해외에서 진행되는 민간 차원의 문화예술 교류사업을 지원하고, 기관 차원의 협력 사업을 추진하여 한국 예술단체 및 개인의 국제적 역량 강화 및 네트워크 기반 구축의 기회 제공 - (예술과 기술 융합지원) 4차 산업혁명 시대에 과학기술을 활용한 예술적 창의성·가치 확장을 위해 예술가 및 단체 대상 예술-기술 융합 창·제작 프로젝트 지원 및 예술-기술 분야 교류 활성화 기반 마련 - (아르코 청년예술가 지원) 청년예술가의 신규 일자리 창출 및 안정적 예술현장 진입을 위해, 문예진흥기금 수혜이력이 없는 만 39세 이하 청년예술가를 대상으로 창작 준비 및 창작발표 지원 - (기초예술 다양성 증진지원) 기초예술분야 다양성 증진을 위해 예술인·단체를 대상으로 아동·청소년 예술 프로젝트 및 현 지원체계 내에서 규정할 수 없는 신규 장르 프로젝트 집중 지원
	사업기간	1974년 ~ 계속
	지원형태	직접 수행, 보조
	지원조건	예술가 및 예술단체, 국민
	사업시행주체	한국문화예술위원회
예술창작활동 지원	사업목적	- 예술지원을 위한 문학진흥정책위원회 및 문화예술위원회 위촉·운영, 예술정책 사업 지원, 문학진흥을 위한 우수 문학도서 보급, 문학행사 지원 등
	사업기간	~ 계속
	지원형태	직접 수행, 보조
	지원조건	관련 분야 예술인·단체 및 일반국민
	사업시행주체	문화체육관광부, 한국문화예술위원회, 국립 한국문학관, 한국문학관협회, 비영리 문학단체 등

〈표 II-4〉의 계속

세부사업명	구분	내용			
지역문화예술 지원	사업목적	- (지역문화협의체 등 운영) 지역문화예술 거버넌스를 위한 네트워크 구축 및 협력 강화를 위한 한국지역문화지원협의회 운영 지원 - (아르코 공공예술사업) 예술의 사회적·공공적 효과 제고, 일상 속 예술향유기회 확대를 위해 민간예술단체(개인)를 대상으로 우수 공공예술 프로젝트 및 연구 활동 지원			
	사업기간	1998년 ~ 계속			
	지원형태	보조			
		내역사업명	지원형태	지원금액(백만원)	국고보조율
		지역문화협의체 등 운영	보조	170	정액
	아르코 공공예술사업	보조	3,150	정액	
지원조건	예술가 및 예술단체, 국민				
사업시행주체	한국문화예술위원회, 17개 광역시·도, 공모로 선정된 예술단체 등				
온라인 미디어 예술활동 지원	사업목적	- 온라인 예술활동의 일상화에 대비하여 온라인미디어 활용 예술작품 발표 및 향유자와의 소통을 지원하기 위해 예술인·단체 등을 대상으로 온라인 예술 콘텐츠 제작을 지원			
	사업기간	2020년 ~ 계속			
	지원형태	보조			
	지원조건	예술인 및 예술단체, 국민			
	사업시행주체	한국문화예술위원회			

자료: 열린재정(<https://www.openfiscaldata.go.kr>)

나. 평가 필요성 분석

□ 문화예술 활성화 지원 사업군에 대한 평가 필요성

- 최근 3개년 본 지원 사업군 관련된 사업군에 대한 문화체육관광부의 자체평가 결과는 전반적으로 우수하게 나타남
- 그러나 감사원에서는 주로 정책이 지역 간 불균형을 해소하지 못하는 부분에 관해, 국회로부터는 산업적 관점의 부재에 대해 지적이 제기됨
- 또한 재정지원이 문화예술 산업의 성장에 직접적으로 기여하는 바가 부족하다는 지적이 제기되어 재정지원이 실효성이 있는가에 대한 의문이 제기됨
- 복잡한 전달체계의 문제는 문화예술에 대한 접근성을 떨어뜨리고, 정책 효과성을 감소시키는 주요 요인 중 하나

〈표 II-5〉 문화예술 활성화 지원 사업군 평가 필요성

구분		내 용			
		연도	2019년	2020년	2021년
주요 자체평가 결과 (문체부)		지역문화 활성화	매우 우수	우수	우수
		전통문화 진흥	보통	다소 우수	우수
		공연예술분야 창작 기반 조성 강화	다소 미흡	다소 우수	다소 우수
		시각예술 및 디자인 문화 진흥	우수	다소 우수	우수
지적 사항	감사원	<ul style="list-style-type: none"> 공공도서관 1개당 인구 10만명을 넘는 지방자치단체가 19개, 10개 읍면동에 공공도서관이 없는 지방자치단체가 17개에 이르는 등 공공도서관 건립을 지역 간 균형 없이 지원(감사원, 2015) 도서관이 없는 지역에 작은도서관 건립지원을 하지 않고, 이미 작은도서관 건립을 지원한 인접지역에 31개의 작은도서관을 중복하여 건립 지원(감사원, 2015) 소득수준과 관계없이 고용보험 및 국민연금 보험료(50%)를 지원하여 월소득 140만원 이상인 예술인이 지원받은 반면 오히려 저소득 예술인은 지원을 받지 못함(감사원, 2015) 			
	국회	<ul style="list-style-type: none"> 문화서비스분야는 고용창출 효과가 탁월한데, 그동안 정부는 서비스산업 관점이 아니라 복지의 관점에 머무르고 있음을 지적(문화체육관광위원회, 2019) 			
	국회예산정책처	<ul style="list-style-type: none"> ‘문화예술향유 지원’ 세부사업의 내역사업 중 할인소비쿠폰을 통해 문화예술 수요 촉진을 도모하였지만, 대부분 온라인 예매방식의 지급방식으로 추진되어 지역민·노년층·장애인 등 온라인 접속 불편자에 대한 지원책 부족 및 지원정책의 불평등화 발생(국회예산정책처, 2021: 17) ‘미술진흥 기반 구축’ 세부사업의 내역사업 중 공공미술 프로젝트 운영사업이 이루어져왔지만, 매우 낮은 실적행률이 관측되어 이에 공공미술프로젝트 사업의 완료 이후 사후관리가 부실하게 이루어지고 있음을 지적(국회예산정책처, 2021: 23) 			
	언론	<ul style="list-style-type: none"> “‘한복의 날’이 뭐예요?”…국민 2명 중 1명 ‘전혀 모른다’(‘21. 10. 21. 『동아일보』) 전경련 “고부가가치 미술산업 발전 위해 물납제 도입 필요”(‘21. 9. 30. 『연합뉴스』) 코로나시대 예술의 위기…진단하고 해법 찾는다(‘20. 6. 16. 『서울경제』) 대중문화예술산업 규모 커졌지만 빈부격차 여전(‘20. 3. 11. 『이데일리』) 			

□ 평가 필요성

- 문화예술에 대한 지원규모가 빠르게 증가하고 있고, 문화체육관광부의 자체평가는 전반적으로 우수하게 나타났으나 민간 부문에 의한 문화예술 공급 역량이 증가하는 상황에서 이러한 재정지원이 적절한지, 또한 문화예술 및 지역문화 진흥이라는 정책의 목표를 달성하는지, 효율적으로 자원이 활용되고 있는지, 정책의 내용이 해당 지역 주민이 원하는 바와 동일한지 등 재정사업 심층평가의 주요 요소 관점에서는 체계적인 평가가 거의 이루어지지 않은 상태
- 이러한 평가가 부재한 상황에서 개별적인 재정지원 수요에 반응할 경우, 개별 사업의 효과성이 떨어지고, 문화예술 성과의 편중을 해결하기보다 불균형을 지속시킬 가능성이 높음

- 효과성에 대한 의문에도 불구하고 문화예술 분야 지원사업의 성과에 대한 평가는 매우 부족한 상황인데, 이는 지원체계가 지나치게 복잡하기 때문
 - 복잡한 전달체계는 중복수혜 등의 비효율적인 집행 가능성을 높임
 - 또한 재정지원의 성과를 평가하기 어렵게 만드는 문제도 야기
- 따라서 개별 사업에 대한 적절성, 효율성 및 효과성 차원의 평가뿐 아니라 전달체계에 대한 평가 역시 필요함

다. 평가개요

□ 평가 방향

- 하나의 사업군을 구성하는 세부사업 및 내역사업들 간 이질성으로 인해 심층평가의 취지인 사업군 단위의 분석이 쉽지 않다는 문제점이 존재
 - 예컨대 예술인 창작안전망 구축 사업의 내역사업인 예술인 창작안전망 구축에 포함된 내내역사업들을 보면 직업역량 강화, 창작역량 강화, 불공정관행 개선, 사회보험 가입, 고용보험 안내창구와 같이 성격이 이질적인 사업들로 구성
- 따라서 총론에서 제시한 문화예술 부문에서 전반적인 재정사업의 방향에 맞추어 현재의 사업의 타당성과 효과성, 전달체계 등을 평가하고, 앞으로의 개편방향을 제시하고자 함
 - 2010년 이후 재정사업 심층평가의 방향이 개별사업에 대한 심층평가에서 사업군에 대한 심층평가로 전환되면서 유사한 사업군을 묶어서 성과평가를 실시¹⁾
- 전반적인 평가에 더하여 세부사업별로 평가를 실시하되, 내역사업들 중 각 세부사업의 특성을 잘 반영하는 것을 선정하여 분석 및 개편방향 제시
- 문화예술에 관한 경제학적 이론들과 관계자 인터뷰 등을 활용하여 전반적인 개편방향을 설정하며, 구체적인 효과성 평가를 위해 자료가 허용하는 선에서 계량적 평가를 실시하고자 함

1) 한국조세재정연구원의 설명자료에 따르면 사업군 심층평가는 정책목적 및 대상 등이 유사한 다수의 사업을 사업군으로 묶어 정책적 타당성을 포함한 성과평가를 실시하고, 재정운용 성과를 제고하기 위한 종합적 개선방안을 도출하는 것을 목적으로 함(한국조세재정연구원 재정성과평가센터, https://www.kipf.re.kr/cpem/cpem_info05.do?jsessionid=2AD7C6E7C32DCE86C7DA4454F449CC50)

2. 수요활성화 분야 평가 개요

가. 수요활성화 분야 사업의 논리모형 및 평가범위

- 문화예술 수요활성화 분야 사업 평가는 통합문화이용권 사업(바우처 제공) 및 문화가 있는 날 사업(가격할인)을 중점적으로 평가
 - 신나는 예술여행 및 방방곡곡 문화공감 등 문화예술향유 지원 사업은 성과보고서를 활용한 과정 평가 및 만족도 평가를 수행
 - 당해 사업은 문화 양극화 완화를 위한 문화소외지역 공급 활성화가 목표

〈표 II-6〉 수요활성화 분야 평가대상 세부사업 및 내역사업

세부사업	내역사업	시작 연도	'22년 규모 (억원)	지원대상	투입	산출	성과
문화예술 향유지원	통합문화이용권	2006	2,068	저소득층	바우처	문화소비지출	문화수요
	신나는 예술여행	2002	214	문화 소외계층	프로그램 지원	프로그램 향유	문화향유
	방방곡곡 문화공감	2004	166	지역문화회관	예술인(단체) 지원	프로그램 향유	
국민문화 활동지원	문화가 있는 날 본 사업	2014	-	전 국민	할인	소비지출	문화수요
	문화가 있는 날 기획프로그램운영	2015	188	전 국민	기획 프로그램	문날기획프로그램 문날 인지도/참여도	콘텐츠 공급 홍보

주: 문화가 있는 날 본 사업은 비재정사업

- 수요활성화 분야에서 아래 일부 내역 사업은 평가 제외

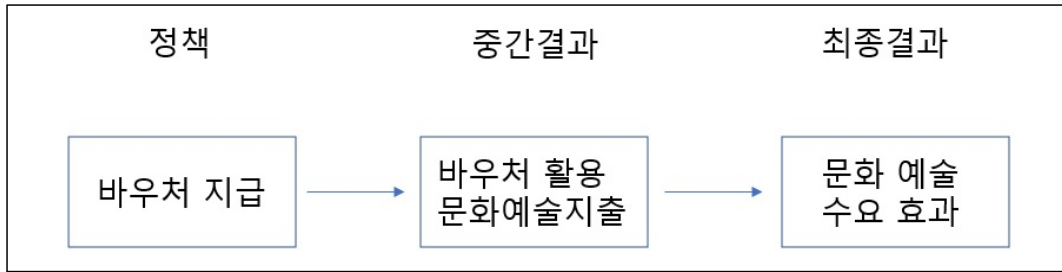
〈표 II-7〉 수요활성화 분야 정성평가 및 평가 제외 세부사업 및 내역사업

세부사업	내역사업	시작 연도	'22년 규모 (억원)	지원대상	제외 사유
국민문화활동지원	여가 기반 조성	-	-	기업(근로자)	내역사업 이관('22년)
	지역문화진흥원 운영지원	2022	24	지역문화진흥원	기관 운영경비 지원

□ 통합문화이용권 사업: 논리 모형

- 문화소외계층에 대한 바우처(문화누리카드) 지급을 통해 이들 계층의 문화예술지출을 증대시킴으로써 수요를 활성화하고 문화 양극화를 완화
 - 통합문화이용권은 수요 활성화 부문 예산의 약 83%를 차지하는 핵심 사업

[그림 II-1] 통합문화이용권 논리 모형



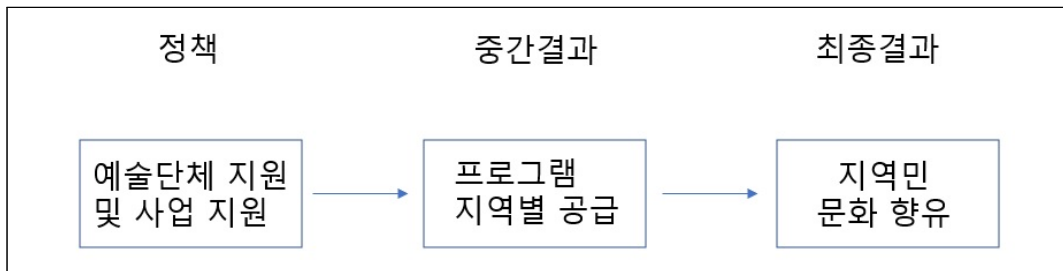
□ 통합문화이용권 사업: 쟁점 및 평가 범위

- 사업의 성격: 수요 활성화 v. 문화양극화 완화
 - 법령 분석을 통한 사업 목표 식별
- 사업 목표의 타당성
 - 소득계층별, 가구형태별 문화지출 패턴 분석
- 사업 범위
 - 사업의 범위가 사업 목표에 부합하는지 평가
- 바우처 지급대상의 적절성
 - 국외사례 분석을 통한 대안적 설계방안 모색
- 바우처 지급액의 적절성
 - 문화관련 지출 대비 바우처 금액 국제비교
- 바우처 사업의 효과: 바우처 지급에 따른 문화지출 효과는 이론적으로 모호
 - 바우처 지급이 문화소비지출 확률 및 지출액에 미치는 인과효과 분석
 - 문화누리카드 사업이 개시된 2011년 이후를 중점적으로 평가

□ 기타 문화예술 향유지원 사업: 논리 모형

- 신나는 예술여행: 역량이 우수한 예술단체가 순수예술 관람 기회가 부족한 지역민을 직접 찾아감으로써 문화 향유권 신장 및 문화 양극화 해소에 기여
 - 예술단체를 공모하여 순회
- 방방곡곡 문화공감: 문예회관이 주체가 되어 전국 방방곡곡 지역 주민에게 다양한 문화예술프로그램을 제공함으로써 문화 향유권 신장 및 문화 양극화 해소에 기여
 - 문예회관별로 지역 특성에 적합한 공연 창작·유통 역량 강화

[그림 II-2] 신나는 예술여행, 방방곡곡 문화공감 논리 모형



□ 기타 문화예술 향유지원 사업: 쟁점 및 평가범위

- 이들 사업은 지역민에 대한 충분한 프로그램의 공급 자체가 성과
- 프로그램 공급 실적 및 이에 대한 만족도를 통해 사업을 평가
 - 만족도가 이상적인 성과 지표는 아니지만 다른 대안이 없음

□ 문화가 있는 날 본 사업: 논리 모형

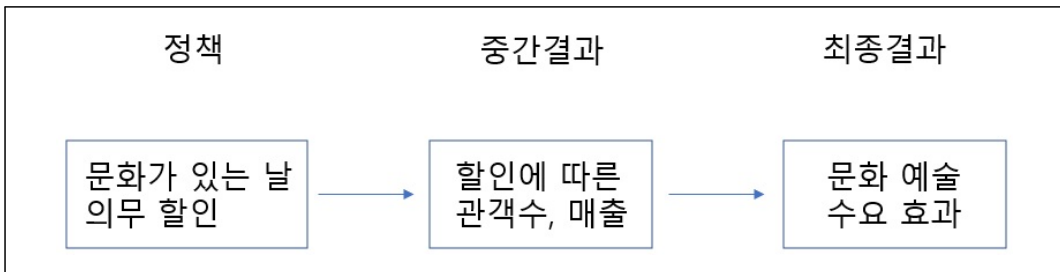
- 국민문화활동 지원 사업은 전 국민의 일상 속 문화향유기회 확대가 목적
 - 법령상 근거: 「문화기본법」 제12조(문화행사), 제8조(국가와 지방자치단체의 의무), 「문화예술진흥법」 제3조(시책과 권장)
- 본 사업은 문화시설의 자발적인 참여를 전제로 전국 2,000여 개 문화시설이 문화기본법 제12조제2항에 근거한 문화가 있는 날(매월 마지막 주 수요일)에 할인, 무료관람, 야간 개방 등 문화 혜택을 제공하는 프로그램
 - 영화의 경우 대다수 극장이 참여하여 큰 폭의 할인(45~60%)을 제공
 - 공연예술작품의 할인율은 시설별, 작품별로 상이

〈표 II-8〉 CGV 티켓 가격 변동(주중 오후 2D 스탠다드석 기준), 2014년~현재

시점	일반가격(원)	할인가격(원)	할인율(%)
2014년	9,000	5,000	44.5
2018년 4월 11일	10,000	-	50.0
2020년 10월 26일	12,000	-	58.4
2021년 4월 2일	13,000	-	61.5
2021년 8월	-	6,000	53.8
2022년 1월	-	7,000	46.1
2022년 4월 4일	14,000	7,000	50.0

- 문화가 있는 날 본 사업의 핵심 메커니즘은 참여 문화시설들이 제공하는 가격 할인을 통해 문화예술 수요를 확대
 - 비예산사업으로서 문화시설의 자발적 참여로 운영(문화시설 다수 참여)

[그림 II-3] 문화가 있는 날 본 사업 논리 모형



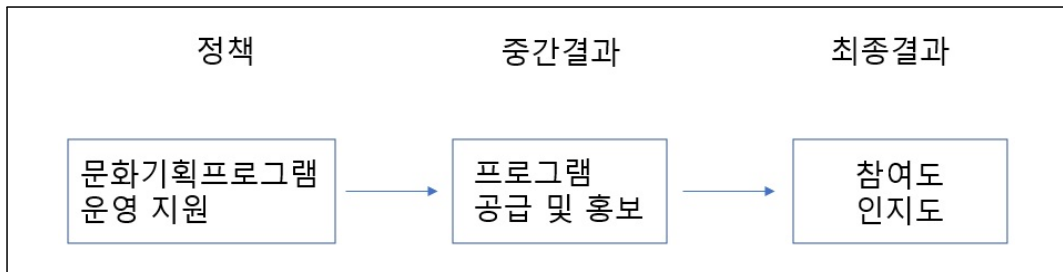
- 문화가 있는 날(문날) 본 사업: 쟁점 및 평가범위
 - 문날 본 사업이 참여시설의 인센티브에 부합하는지 불분명
 - 양혜원(2015)는 2014년 문날 본 사업 시행으로 극장 관객 수는 증가했으나 박스 오피스 매출액은 불변임을 보고한 바 있는데, 이러한 분석 결과는 본 사업이 실제로는 참여시설의 인센티브에 부합하지 않을 수 있음을 시사
 - 본 연구는 2014년 이후 기간에 대하여 영화/공연 수요의 가격탄력성을 추정(단순 수요 대체 가능성까지 고려)
 - 정책이 사회 후생에 미치는 영향에 대한 고려 부재
 - 민간 문화시설의 참여 결정이 순전히 재무적 판단에 따른 것이 아닐 경우 사업이

사회 후생에 미칠 수 있는 영향을 검토

□ 문화가 있는 날(문날) 기획프로그램 운영 사업: 논리 모형

- 전 국민의 일상 속 문화향유기회 확대를 위한 다양한 참여형 프로그램 공급
 - 거리공연 지원(청춘마이크, 실버마이크 등)
 - 직장·어린이집 문화활동 지원
 - 지역특화된 문날 프로그램 기획 및 운영 지원
 - 참여문화시설 문날 프로그램 지원(박물관·미술관·문예회관·도서관·문화원·문화의 집 등)
- 본 사업과 연계된 민간 협력 마케팅 및 홍보

[그림 11-4] 문화가 있는 날 기획프로그램 운영 사업 논리 모형



□ 문화가 있는 날(문날) 기획프로그램 운영 사업: 쟁점 및 평가 범위

- 문날 기획프로그램 운영 사업 예산에 따른 사업 실적(중간 결과) 추이 분석
- 문날 기획프로그램 운영 사업의 성과(최종 결과)에 대하여 명시적 평가
 - 문날 기획프로그램 운영 사업이 문날 및 기획프로그램 인지도, 참여율, 만족도 등 성과에 미친 효과 분석

나. 평가유형 및 평가질문

□ 통합문화이용권 사업 평가

- (1단계) 통합문화이용권 사업 과정 평가
- (2단계) 순지출 효과 추정을 통한 정책 효과 평가

〈표 II-9〉 통합문화이용권 사업 평가 개요

평가단계	평가유형	평가질문
1단계	과정평가	사업 운영이 사업 목표에 부합하는가? 사업 목표가 적절한가? 사업 대상이 적절한가? 지급 금액이 적절한가? 접근성 등에 지역적 편차가 존재하는가?
2단계	결과평가	바우처 지급에 따른 문화·예술·스포츠 지출 증대(수요 활성화) 효과가 존재하는가?

□ 기타 문화예술 향유지원 사업(신나는 예술여행, 방방곡곡 문화공감) 평가

- (1단계) 기존 성과보고서를 활용하여 프로그램 공급 실적 평가
- (2단계) 기존 성과보고서를 활용하여 프로그램 만족도 평가

〈표 II-10〉 기타 문화예술향유 지원 사업 평가 개요

평가단계	평가유형	평가질문
1단계	과정평가	신나는 예술여행, 방방곡곡 문화공감 사업을 통해 문화예술 프로그램이 문화소외 지역에 충분히 공급되고 있는가?
2단계	결과평가	문화향유사업에 따른 수요자의 만족도가 높은가?

□ 문화가 있는 날(문날) 본 사업 평가

- (1단계) 자발적 가격 할인제도에 대한 참여 인센티브 및 후생 효과 검토
- (2단계) 대체효과를 고려한 순변화를 추정을 통한 정책 효과 평가

〈표 II-11〉 문화가 있는 날 본 사업 효과 분석 개요

평가단계	평가유형	평가질문
1단계	과정평가	가격할인제도가 참여시설의 경제적 유인에 부합하는가? 가격할인제도가 사회후생을 높일 수 있는가?
2단계	결과평가	문날 본 사업에 따른 관객수와 매출액의 순변화는 무엇인가?

□ 문화가 있는 날(문날) 기획프로그램 운영 평가

- (1단계) 문날 기획 프로그램 운영 성과
 - 프로그램 수 및 관객 수
 - 참여자들의 만족도
 - 코로나19 이전을 중심으로 검토

○ (2단계) 문화가 있는 날에 대한 인지도 및 참여율 등 최종 성과 검토

〈표 II-12〉 문화가 있는 날 기획프로그램 운영사업 효과 분석 개요

평가단계	평가유형	평가질문
1단계	과정평가	프로그램이 적절히 공급되었는가? 참여자들의 만족도는 어떠한가?
2단계	결과평가	문화가 있는 날에 대한 인지도 및 참여율의 변화 추이는 어떠한가? 문화가 있는 날 기획프로그램에 대한 인지도 및 참여율의 변화 추이는 어떠한가?

다. 통합문화이용권 사업 평가방법

□ 문화바우처(통합문화이용권): 제도 개요

- 2006년 문화바우처 사업 전국 시행(2005년 시범사업 실시)
 - 2011년 종전의 포인트제를 폐지하고 문화이용권 카드제 도입
- 2014년부터 문화·스포츠·여행 이용권 통합(문화누리카드)

〈표 II-13〉 통합문화이용권 제도 변화, 2005~2022년

연도	사업내용	금액	발급자 수
2005	문화바우처 시범사업		3만명
2006	문화바우처 전국 시행	3만원(1인당)*	16만명
2007		5만원(1인당)*	15만명
2008			22만명
2009			30만명
2010			51만가구(121만명)
2011	문화이용권 카드제 도입**	5만원(가구당)***	68만가구(130만명)
2012			66만가구(161만명)
2013	이용권 통합 추진(문화여행스포츠)****		66만가구(164만명)
2014	문화누리카드 사업 개시****	10만원(가구당)	67만가구(148만명)
2015		5만원(1인당)	138만명
2016			145만명
2017		6만원(1인당)	152만명
2018		7만원(1인당)	159만명
2019		8만원(1인당)	163만명

〈표 II-13〉의 계속

연도	사업내용	금액	발급자 수
2020		9만원(1인당)	175만명
2021		10만원(1인당)	198만명
2022		11만원(1인당)	263만명(사업대상자 전체 발급)

주: * 홈페이지 포인트제(3,000포인트는 약 3만원). 신나는 문화복지사업을 통한 공연프로그램 모집. 신청주의(문예회관 등)

** 2011년 7월 1일 문예위를 문화바우처사업 총괄 운영기관 지정. 신한카드는 시스템 구축 운영. 2012년 8월 13일 문예위를 사업 전담기관으로 지정(문화예술진흥법 제23조4)

*** 가구당 지급할 경우 청소년 및 복지시설 거주자 1인당 5만원 추가 지급

**** 2013년 2월 3개 이용권 운영기관을 문예위로 일원화. 9월 통합 문화이용권(문화누리카드) 발급. 농협은행을 시스템 구축 운영 사업자로 선정

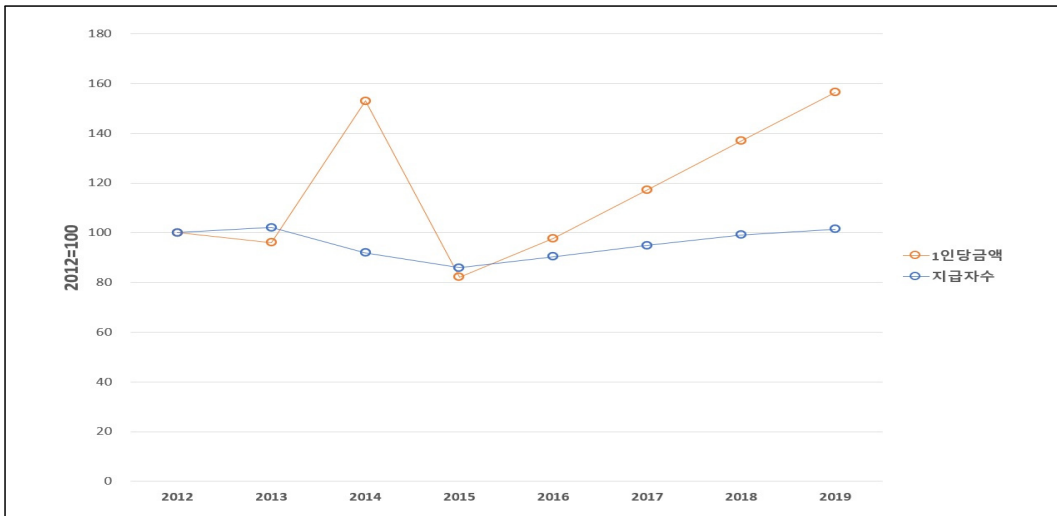
***** 2월 24일 발급 개시. 4월부터 지역 여건별 맞춤형 기획 프로그램 추진(지역 주관처)

□ 문화바우처 수급자 수 추이

- 2006~2012년: 16만명에서 161만명으로 빠르게 증가
- 2013~2019년: 수급자 수 감소 내지 느린 증가
- 2020년: 코로나19 이후 다시 빠르게 증가

□ 문화바우처 금액은 2014년 약 2배 증가 후 2017년부터 매년 꾸준히 증가

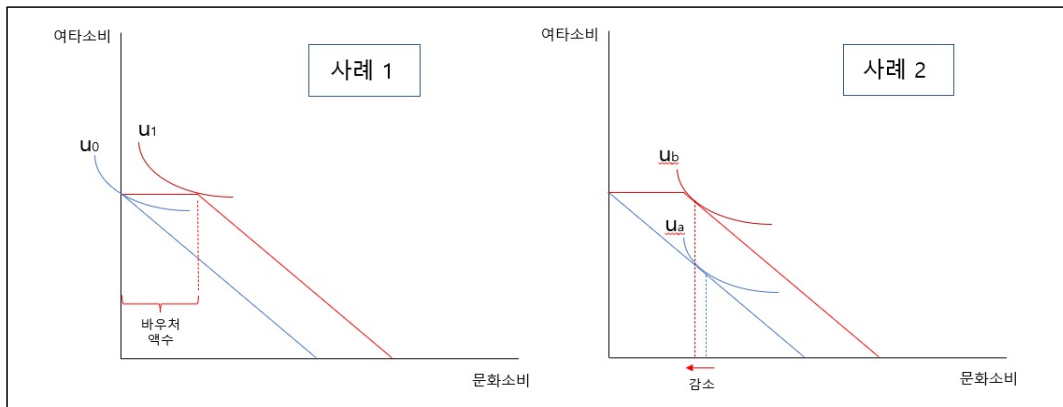
〔그림 II-5〕 바우처 지급자수와 1인당 금액의 변화, 2012~2019년(2012년=100)



□ 바우처의 수요활성화 효과에 관한 이론적 검토

- 바우처는 아래 [그림 II-6]와 같이 예산선을 변화시키므로 문화소비가 없는 개인의 경우 확실히 문화소비를 늘리게 됨(사례 1)
 - 문화소비의 외연적 확장(extensive margins)으로 수요 창출 관점에서 바람직
- 반면 일정한 문화소비를 하던 개인은 바우처로 인해 오히려 문화소비를 줄일 가능성(사례 2)
 - 문화소비의 심화 효과(intensive margins) 불분명

[그림 II-6] 문화누리카드가 문화소비에 미치는 효과



□ 평가 제1단계

- 연혁 법령 분석을 통한 사업 목표 식별
- 2015~2022년 「통합문화이용권 주요 통계」를 활용하여 사업 운영 평가
- 2019년 「가계동향조사」를 활용하여 소득수준별 계층별 문화관련 지출을 분석함으로써 사업 목표의 타당성을 평가
 - 통계청 「가계동향조사」는 전국 1인 이상 가구의 지출에 대한 조사 자료로서 소득 수준별, 가구특성별 분석이 가능
 - 가구 특성은 소득계층 외에도 노인가구, 모자가구, 맞벌이가구, 일반가구 등으로 구분하여 분석이 가능하지만, 가구원별 정보가 없기 때문에 개인특성별(예컨대 연령) 문화 소비 지출 분석은 불가
- 사업 운영의 적절성 평가
 - 2015~2022년 「통합문화이용권 주요 통계」를 활용하여 수급유형별 실제 수급자

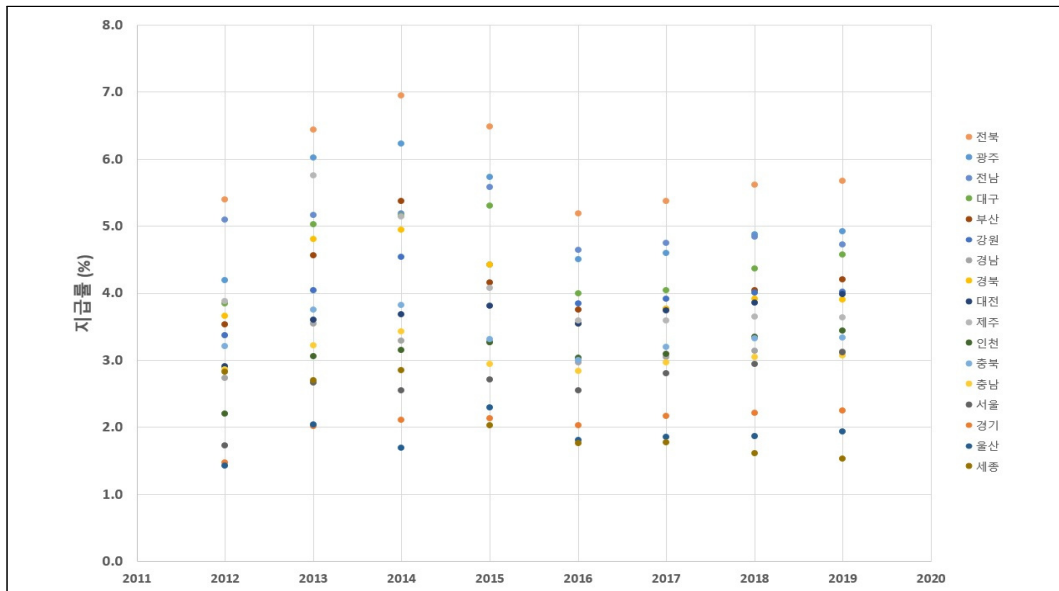
의 일치성 분석

- 국외 사례 분석을 통해 사업 대상의 적절성 평가
- 국제비교를 통해 바우처 금액의 적정성 평가
 - EU 자료를 활용하여 문화관련 지출의 가구 소비 비중을 비교
 - 문화바우처 프로그램을 운영하는 국가들에 한하여 문화관련 가구 지출 수준 대비 문화바우처 금액을 비교
- 지역별 문화시설 접근성 격차 평가
 - 「통합문화이용권 주요 통계」를 활용하여 지역별 이용률, 지역별 가맹점의 유형과 점포 수 등을 검토

□ 평가 제2단계

- 차상위계층 이하인 가구원들에 대하여 통합문화이용권 적용 확대에 따른 연간 문화 관련지출 확률(문화지출 외연 확대 효과) 및 지출액을 추정
 - 통합문화이용권 지급률(%)의 지역별, 연도별 변이를 활용(그림 II-7) 참조)
 - 지출확률 분석: 사례 1에 해당하는 사람들의 반응을 분석
 - 지출액 분석: 사례 1, 2를 포괄하는 분석

[그림 II-7] 광역시도별 문화누리카드 지급률, 2012~2019년



주: 지급률은 광역시도별 6세 이상 인구 백명당 수급자 수

- 「재정패널조사」 또는 「국민문화예술활동조사」 원자료를 활용
 - 행정자료는 대조군으로 활용될 수 있는 미수급자를 포괄하지 않기 때문에 조사 자료를 활용
 - 처치군으로 활용될 수 있는 문화소외계층(기초생활수급자 및 차상위계층* 등)을 식별하기 위해서는 소득 및 자산에 대한 정보를 포함하는 조사자료가 필요
 - * 차상위계층: 소득인정액이 기준 중위소득 50% 이하인 가구(국민기초생활보장법 시행령 제3조)
- 「재정패널조사」는 2008년부터 최근까지 실시되고 있는 가구 단위 패널조사로 약 5천개 이상의 가구의 소득, 소비, 자산, 부채, 조세부담, 복지수혜 현황 등 파악할 수 있음
 - 고소득층 및 저소득층이 300가구씩 과대 표집
 - 제14차년도(2020년) 기준 14,759명 조사
 - 연말정산 신고자료, 종합소득세 신고 자료 등을 수집하여 기록함으로써 일반적인 조사 자료에 비해 훨씬 더 정확한 정보를 제공
 - 이러한 정보를 활용하여 기초생활수급자 및 차상위계층 식별
- 분석 기간은 2012~2019년
 - 조사연도(2013~2020년): 제6~12차 「재정패널조사」 자료
- 문화바우처가 문화관련소비지출 확률에 미친 영향을 분석하기 위해 다음과 같은 선형확률모형을 POLS로 추정(강건표준오차 활용)

$$ANY_{i,r,t} = \alpha + \theta S_{r,t} + z_{i,t}\gamma + g_r + \lambda_t + u_{i,r,t} \quad (\text{식 II-1})$$

- ANY 는 문화관련지출 여부 이항변수(문화지출액이 존재하면 1 아니면 0)
- S 는 연도별 광역시도별 6세 이상 인구 대비 통합문화이용권 수급자 비율
- θ 는 관심 계수(지급대상 확대가 문화관련 소비지출확률에 미친 영향)
- z 는 기타 공변량(성별, 연령, 기혼여부, 소득 등)
- g_r 은 지역 고정효과
- λ_t 는 연도별 고정효과
- u 는 오차항

- 문화바우처가 문화관련 소비지출액에 미친 영향(외연적 확대 효과와 지출 심화 효과를 모두 포괄)을 분석하기 위해 다음과 같은 선형모형을 POLS로 추정(강건표준오차 활용)

$$SUM_{i,r,t} = \alpha + \delta S_{r,t} + z_{i,t}\gamma + g_r + \lambda_t + e_{i,r,t} \quad (\text{식 II-2})$$

- SUM 는 가구당 문화관련 소비지출액
- S 는 연도별 광역시도별 6세 이상 인구 대비 통합문화이용권 수급자 비율
- δ 는 관심 계수(지급대상 확대가 문화관련 소비지출액에 미친 영향)
- z 는 기타 공변량(성별, 연령, 기혼여부, 소득 등)
- g_r 은 지역 고정효과
- λ_t 는 연도별 고정효과로 2014~2019년 계수는 관심 계수(지급액 증대가 문화관련 소비지출에 미친 영향)
- e 는 오차항
- 재정패널조사 분석표본
 - 2012~2019년 저소득 가구

〈표 II-14〉 요약통계량, 2012~2019년

변수	관측치수	평균	표준편차
문화관련비 연간 지출액(만원)			
문화관련비 연지출총액	10,582	5.6755	24.808
박물관공공연화관람료 등 연지출액	10,582	1.4534	9.8277
서적음반 DVD 등 구입 및 대여비 연지출액	10,582	1.5296	8.0703
체육음악문화활동비 연지출액	10,582	2.6925	19.489
문화관련비 연간 지출 여부			
문화관련비 지출여부	10,582	0.195	0.3963
박물관공공연화관람료 등 지출 여부	10,582	0.0835	0.2767
서적음반 DVD 등 구입 및 대여비 지출 여부	10,582	0.1427	0.3498
체육음악문화활동비 지출 여부	10,582	0.0449	0.2071
가구특성			
가구주 여성	10,582	0.4106	0.492

〈표 II-14〉의 계속

변수	관측치수	평균	표준편차
가구주 연령	10,582	66.744	16.016
가구주 혼인 여부	10,582	0.472	0.4992
가구원수	10,582	1.733	0.822
월가구소득(만원)	10,579	122.9	67.963
광역시도별 특성			
지급률(백분율)	10,582	3.684	1.225

주: 표본은 월가구소득 300만원 미만인 경우 국민기초생활 보장 급여 또는 근로장려금을 수급한 이력이 있는 가구
 자료: 재정패널조사 제5~12차 자료로부터 필자 계산

라. 기타 문화예술향유 지원 사업 평가방법

□ 신나는 예술여행: 제도 개요

- 2002년 찾아가는 예술활동지원 사업 시작
 - 2004년 문화소외지역 전국순회사업으로 사업명 변경
 - 2010년 소외계층문화순회사업으로 사업명 변경
- 2018년 신나는 예술여행으로 사업명 변경
 - 사업 수혜대상을 일반국민으로 확대
- 2021년부터 사회경제적 소외계층 지원에 집중
 - 지역 기반 사업은 지자체가 주도

〈표 II-15〉 신나는 예술여행 제도 변화, 2004~2022년

연도	사업내용	비고
2002	찾아가는 예술활동지원	한국문화예술진흥원, 문예기금
2003		
2004	문화소외지역 전국순회사업(사업명 변경)	복권기금
2005		문화소외지역 전국순회사업추진단
2006		
2007		
2008	부처 및 유관기관 협력기관 협조체계 도입	문화나눔추진단
2009		

〈표 II-15〉의 계속

연도	사업내용	비고
2010	소외계층문화순회사업(사업명 변경)	한국문화예술회관연합회
2011	수요자 맞춤형 사업으로 개편	
2012		
2013	지역특성별 문화도시·문화마을 조성 및 지역 문화격차 해소	
2014	노인, 청소년 등 수요층 고려한 맞춤형 기획사업 추진	문화예술위원회
2015	추경을 통해 MERS 피해지역 중심 기획사업 시행	
2016	사전 수요조사, 수요 기반형, 수요창출형 특성화 기획사업 확대	
2017	지역 기반 예술단체 소규모 프로그램 시범 시행	문화양극화 해소 및 다양성 확대
2018	지역 기반 예술단체 소규모 프로그램 확대 문화올타리 순회사업 신설	문화예술진흥기금
2019	신나는 예술여행(사업명 변경) 지역 기반 예술단체 소규모 프로그램 폐지 청년예술형 지원사업 신설(청년예술가 일자리 창출 확보)	수혜대상 일반국민으로 확대
2020	청년형 지원사업 예산 증액(30억원에서 69억원)	
2021	사회경제적 소외계층 지원에 집중 13개 유형별 맞춤형 프로그램 선정	지역 기반 사업은 지자체가 주도
2022		

자료: 신나는예술여행 History Book

□ 최근 소외계층 문화향유사업으로 사업구조를 재편

○ 소외계층 문화향유사업으로 재편

- 아동·청소년: 아동복지시설, 학교밖청소년지원센터, 장애특수학교, 장애인복지관, 초중고 등
- 일반: 노인복지관, 건강가정다문화가족지원센터, 영구임대/국민주택단지 등
- 특수: 하나원, 교정시설, 군부대, 산업단지, 병원 등

〈표 II-16〉 2021년 신나는 예술여행 제도 개편

개편 이전(2020년)			개편 이후(2021년)		
구분	사업유형	예산 (억원)	구분	사업유형	예산 (억원)
매칭형	시설구분 폐지(장르별 공모)	100.00		아동복지시설	13.93
	농산어촌 문화순회	46.00	아동·청소년 (105)	학교밖청소년지원센터	10.82
기획형 (64.5)	지역자원연계형			장애특수학교	9.44
	축제형	8.00		장애인복지관	13.08
	시각순회	6.00		초중고교	57.73
	문학순회	4.54		일반 (59)	노인복지관
청년형 (67.5)	일자리 창출형	67.50		건강가정다문화가족지원센터	13.53
	사회문제 해결형			영구임대/국민주택단지	37.81
운영비	심의, 모니터링, 평가 등	10.25		하나원	1.35
합계		232.04	특수 (55.49)	교정시설	11.83
				군부대	21.54
				산업단지	5.75
				병원	15.02
				운영비등	12.8
			합계		232.04

□ 방방곡곡 문화공감: 제도 개요

○ 전국 지역문예회관 운영 지원

- 민간예술단체 우수공연 프로그램
- 국공립예술단체 우수공연 프로그램
- 문예회관 레퍼토리 제작개발 프로그램(70% 이하)
- 문예회관 기획프로그램(70% 이하)
- 문예회관 공연활성화 프로그램(100%)

○ 법적 근거

문화예술진흥법 제15조의3(문화소외계층의 문화예술복지 증진 시책 강구) 국가 및 지방자치단체는 경제적·사회적·지리적 제약 등으로 문화예술을 향유하지 못하는 문화소외계층의 문화예술 향유 기회를 확대하고 문화예술 활동을 장려하기 위하여 필요한 시책을 강구하여야 한다.

문화예술진흥법 제38조(한국문화예술회관연합회) ①문화예술회관은 문화예술회관 상호간의 협력증진과 문화예술 진흥을 도모하기 위하여 문화체육관광부장관의 인가를 받아 한국문화예술회관연합회(이하 "연합회"라 한다)를 설립할 수 있다.

②연합회는 제1항의 설립목적을 달성하기 위하여 다음 각 호의 사업을 할 수 있다.

6. 문화예술회관을 활용한 소외계층 대상 공연활동 지원 등 국가, 지방자치단체 및 공공기관 등으로부터 위탁받은 사업

지역문화진흥법 제9조 ①국가와 지방자치단체는 지역 간 문화격차 해소와 지역문화의 균형발전을 위하여 농산어촌 등 문화환경이 취약한 지역에 필요한 지원과 시책을 강구하여야 한다. ②국가와 지방자치단체는 문화환경이 취약한 지역에 대하여 주민의 문화예술 향유 기회를 보장하기 위한 사업을 우선적으로 시행할 수 있다.

○ 제도의 주요 변화

- 2004년 지방문예회관의 공연 개발·운영에 대한 경비지원을 통해 문예회관 운영 활성화
- 2014년 국립예술단체 방방곡곡 문화공감사업(국고), 지방문예회관 특별프로그램 지원사업(복권기금)을 복권기금으로 통합운영
- 2018년 문예진흥기금으로 재원 변경

□ 신나는 예술여행

- (평가 1단계) 신나는 예술여행 사업의 프로그램 공급 성과
- (평가 2단계) 신나는 예술여행 프로그램에 대한 만족도 분석

□ 방방곡곡 문화공감

- (평가 1단계) 신나는 예술여행 사업의 프로그램 공급 성과
- (평가 2단계) 신나는 예술여행 프로그램에 대한 만족도 분석

마. 문화가 있는 날 본 사업 평가방법

□ 문화가 있는날(문날) 본 사업 개요

- 참여시설이 문화가 있는 날 가격 할인을 제공
- 명목상으로 문화시설의 자발적 참여에 의존하지만 사실상 반강제적으로 참여하고 있을 가능성

□ (평가 1단계) 문날 본 사업의 효과에 대한 이론적 검토

- 관객 수와 매출액에 미치는 큰 효과가 발견되지 않는다면, 문화가 있는 날 사업은 사회 후생을 저해할 가능성
 - 작은 효과 추정치는 수요 진작의 목표가 달성되지 못했음을 시사
 - 영화관 사업자(혹은 주주)의 이익을 훼손할 가능성: 문화가 있는 날 할인이 사업자의 인센티브에 부합한다면 정책적 개입이 불필요
 - 사회후생 하락 가능성: 사회적 비용(할인 전 가격)이 관객의 편익(할인 후 가격)을 초과함에 따라 비효율 발생 가능성
- 관객 수와 매출액에 미치는 큰 효과가 발견된다면, 문화가 있는 날 사업은 사회 후생을 높일 가능성 있음
 - 큰 효과 추정치는 수요 진작의 목표가 일정하게 달성되었음을 시사
 - 과점 가격이 사회적 비용보다 높게 책정되었을 가능성이 있으므로 사회적 후생의 개선을 기대할 수 있음

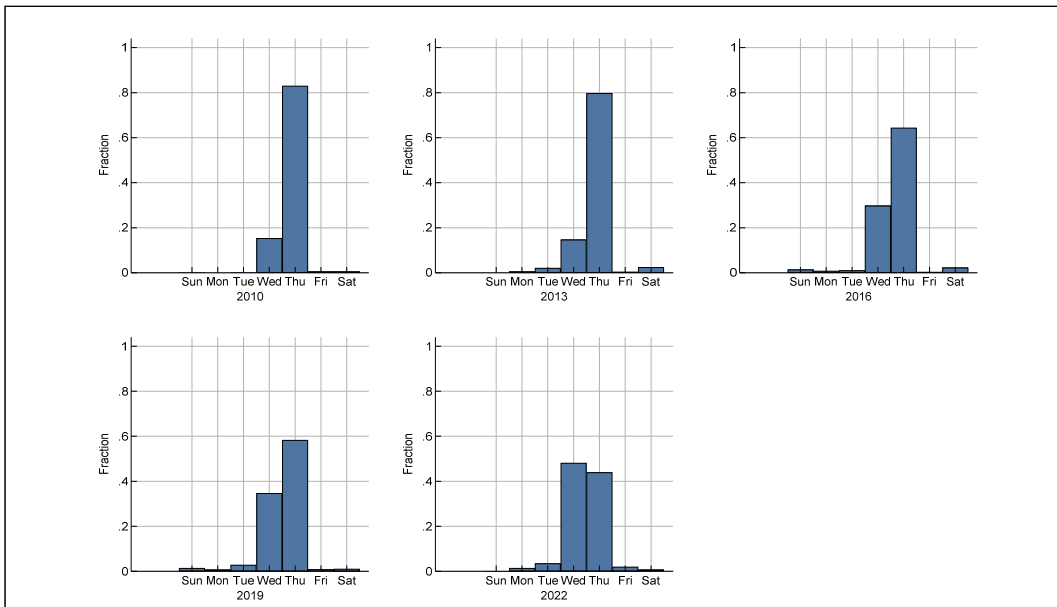
□ (평가 2단계) 문날 본 사업이 티켓 판매량 및 매출에 미친 효과 분석

- 행정자료를 활용하여 요일별 티켓 판매량 및 매출액의 변화 추정
 - 영화관 입장권 통합전산망(KOBIS) 자료: 2014~2022년 일별 영화 티켓 판매량 및 판매액
 - 공연예술통합전산망(KOPIS) 자료: 2014~2022년 일별, 시설별 공연예술 관객 수 및 매출액
- 추정 모형은 아래와 같음:

$$OUTCOME_t = \alpha + \delta_0 WED_t^N + \delta_1 WED_t^L + Z_t\gamma + \lambda_m + u_t$$

- 종속변수는 판매 좌석 수 또는 매출액의 로그값
 - WED^N 는 마지막 수요일이 아닌 수요일일 경우 1 아니면 0인 이항변수
 - WED^L 는 마지막 수요일이면 1 아니면 0인 이항변수
 - Z 는 수요일을 제외한 요일 더미(그림 II-8 참조)와 관측가능한 수요 결정 요인들(휴일 여부, 휴일 전날 여부 등)
 - λ_m 은 월별 효과를 나타내며, 영화와 좌석 등 공급 측 변화를 조정
 - $1 + \delta_0$ 는 기준요일 대비 마지막 주가 아닌 주의 수요일 성과의 % 변화
 - $1 + \delta_1$ 는 기준요일 대비 문화가 있는 날의 성과의 % 변화
- 통계적 추론은 강건 표준오차를 활용하여 보수적으로 추정
 - Newey-West 표준오차를 활용할 경우 표준오차의 크기가 더 작아짐
 - 잠재적 혼동 요인을 고려한 분석
 - 기간 간 대체: 요일 간 혹은 주 간 수요 대체
 - 시설 간 대체: 미참여 시설에서 참여 시설로의 대체
 - 개봉일에 따른 내생성: 문화의 날을 겨냥한 배급사의 상연시작일 선정(그림 II-8 참조)

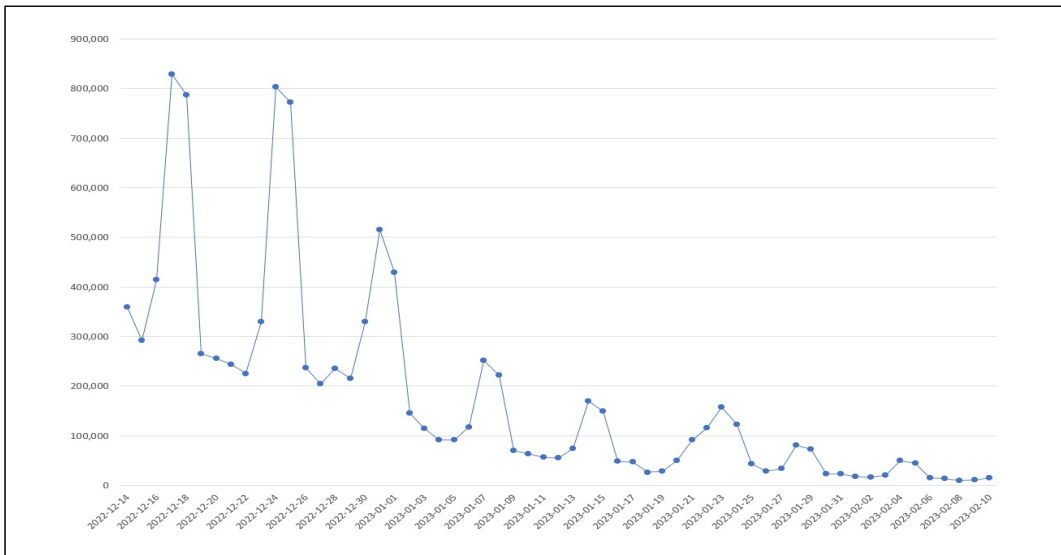
[그림 II-8] 개봉일의 요일별 변화, 2010~2022년



주: 영화입장권통합전산망(kobis.or.kr)

- 기간 간 대체(주별)를 고려한 식별 전략
 - 문화가 있는 날이 포함된 주의 전전주를 대조군으로 활용하여 순효과를 추정
 - 기간 간 대체가 문화가 있는 날이 포함된 주의 전후로 발생한다는 가정
- 기간 간 대체(같은 주 요일별)를 고려한 식별 전략
 - 문화가 있는 날이 포함된 주의 화요일 더미를 생성하여 화요일에는 수요일과 상반되는 효과가 있는지 검정
 - 상반되는 효과가 발견될 경우 이를 효과에서 차감
- 상연시작일(개봉일)의 내생성을 고려한 식별 전략
 - 문화가 있는 날이 포함된 주 여부를 모형에 포함하여 검정
 - 수요일 개봉한 영화의 주간 성과 변화는 목요일과 동일하다는 가정하에 문화가 있는 날 효과 추정치로부터 목요일 효과를 차감함으로써 내생적 개봉일 변경에 따른 효과를 조정할 수 있음.
- [그림 II-9]에 제시된 <아바타: 물의 길>에서 보는 바와 같이, 수요일의 주별 매출 변화 패턴은 목요일의 주별 매출 변화 패턴과 유사
 - 개봉 둘째주 수요일의 매출은 그 전주 수요일 매출에 비해 29.6% 감소
 - 개봉 둘째주 목요일의 매출은 그 전주 목요일 매출에 비해 23.6% 감소

[그림 II-9] <아바타: 물의 길>의 요일별 매출액



주: 영화입장권통합전산망(kobis.or.kr)

바. 문화가 있는 날 기획프로그램 운영 사업 평가방법

- (평가 1단계) 운영지원에 따른 성과 분석
 - 문화가 있는 날 기획프로그램 공급 및 관객 수 추이 분석

- (평가 2단계) 문화가 있는 날 기획프로그램 운영 예산액 대비 인지도, 참여율, 만족도 분석
 - 문화가 있는 날 기획프로그램 운영 사업 실질 예산액과 성과(인지도, 참여율, 만족도) 간의 관계 분석

3. 시설 및 인프라 분야 평가 개요

가. 시설 및 인프라 사업군의 논리모형 및 평가 범위

- 시설 및 인프라 사업군의 평가에서는 문화예술 분야의 자생적 생태계 조성, 예술의 활용 및 해외 진출을 촉진하는 사업을 중심으로 평가함
 - 정책적 기준(대상사업의 재정운용상 중요성, 국민·사회의 관심도, 국가정책 추진 시 중요성 등 평가의 실익과 필요성)을 우선 고려하되, 기술적 기준(대상사업 관련 자료의 확보 가능성, 타 사업 및 세부사업 간 비교가능성, 평가 소요기간 및 정책대안의 적절성 등 평가수행의 가능성과 용이성)을 적용하여 평가 사업 선별
 - 예술의 산업화와 예술의 관광자원화 사업의 수혜대상은 공급자(예술가 및 예술단체)를 지원함으로써 문화예술 분야의 공급 영역의 자생력을 높이는 한편, 문화예술의 접근성을 높임으로써 국민의 문화예술 향유권 확대에 기여
 - 해당 사업의 투입요소는 사업에 필요한 자원(공간, 자금, 인력, 정보)이며, 성과는 해당 예술가 및 예술단체의 재무적 성과와 활동적 성과(가동률, 지속성) 등임
 - 문화예술 인프라 구축 사업은 개별적 목적을 가지고 있으며, 이미 건축이 진행 중인 개별 내역사업이 아니라 전반의 방향성을 정립하는 것이 중요하며, 이에 적합한 사업들을 선정하여 평가함
 - 해당 세부사업의 경우 신규 및 재건축을 위한 자원 투입이 투입요소이며, 산출은 공연 및 전시를 위한 시설 구축, 궁극적 성과는 문화예술 창제작 생태계 활성화라고 할 수 있음
 - 이를 위해 건축적 요소보다는 시설이 공연예술 전체 생태계 내에서 담당하는 부분 및 역할에 대한 점검 실시
 - 이를 통해 향후 발생할 신규 및 재건축 소요에 대한 구조적·논리적 대응 준비
 - 미술 기반 진흥 구축사업 역시 개별 사업의 타당성 및 논리성을 검토하기에 앞서 작가의 생애주기 및 미술 생태계를 검토하고 거시적 방향성을 설정하여 각 내역사업이 이에 부합하는지 검토
 - 대부분의 내역사업은 미술인이나 화랑, 미술단체를 지원대상으로 설정하고 있으며, 다양한 미술활동에 대한 지원을 통해 미술품의 국내외 시장 전시 및 유통 가

- 능성을 높이는 것이 산출 및 성과임
- 궁극적으로는 양질의 작품 생산과 작가의 발견 및 경력 형성이 이루어질 수 있는 생태계를 형성하여 재정을 전반적으로 지원하기보다 질적 향상 및 고도화에 집중할 수 있는 여건을 마련하는 것이 바람직
 - 국제적으로는 일본이나 중국에 비해 저평가되어있는 한국 미술의 가치 상승 및 시장의 인식 제고에 기여
- 공연예술진흥 기반 사업의 역시 산업 전반의 생태계에 대한 진단을 바탕으로 내역사업에 대한 재정지원의 타당성과 설계를 점검할 예정
- 공연 부문의 경우 시장의 영역이 크므로 재정사업은 대부분 안전 및 공연 제작 준비를 위한 제도적 인프라 구축, 그리고 해외 진출에 맞추어져 있음
 - 공연예술시장 활성화 기반 구축 사업은 뮤지컬의 해외 진출을 대상으로 하고 있어 현황에 대한 진단을 바탕으로 타당성 및 사업 설계에 대해 검토
- 공연예술 창작거점은 별도의 세부사업으로 존재하고 있으나, 전통공연예술이 대상이라는 점만 다를 뿐 본질적으로 창제작 준비를 위한 인프라 구축에 해당하며, 동일한 기준으로 평가

〈표 II-17〉 평가 대상 사업의 논리모형

세부사업	내역사업	시작 연도	'22년 규모 (억원)	지원대상	투입	산출	성과
예술의 산업화	예술산업 인력 양성	2007	21.17	예술산업 관련 현장종사자, 입직희망자 등	교육훈련 정보제공	교육훈련 횟수 교육훈련 참석 및 수료자 수 정보활용 횟수	취업 건수 계약 건수
	예술기업 지원	2019	100.3	예술기업(예비창업·초기, 성장기, 글로벌 도약기)	사업자금 교육 및 컨설팅 지원 해외진출 지원	자금지원 수혜 기업 수 교육 및 컨설팅 건수 해외진출 지원 수혜 기업 수	창업, 매출 및 고용 확대 투자유치 해외진출
	예술산업 생태계 지원		13.5				
	예술산업 기반 조성 지원	2022	160.3	예술기업, 예술산업 관련 종사자	공간 및 장비 지원, 컨설팅 제작 지원 네트워킹 지원	입주기업 수 네트워킹 횟수 자금지원 수혜 기업 수 교육 및 컨설팅 건수	창·제작 건수 신생기업 수 매출 및 고용 확대 투자유치 해외진출
예술의 관광 자원화	전통예술 지역 브랜드 상설공연	2011	16.77	예술인 및 예술단체, 국민(관광객)	지역브랜드 공연기획·제작·상설공연 비용 지원	공연 건수 공연관람객 수 공연수익	공연지역브랜드화 지역관광효과

〈표 II-17〉의 계속

세부사업	내역사업	시작 연도	'22년 규모 (억원)	지원대상	투입	산출	성과
	전통공연예술 활성화	2016	40.5	예술인 및 예술단체, 일반 국민	공연 직접 경비 유동	공연기획건수 공연 건수 공연관람객 수	전통공연 활성화 전통공연 향유 확대
	공연예술 해외진출 지원	2005	17.5	예술인 및 예술단체	홍보·마케팅 디지털 부스·쇼케이스·네트워크 지원, 해외 참가 경비	홍보마케팅 지원 건수 부스 이용건수 네트워크 건수 참가자(사) 건수 해외 페스티벌 및 기관 참가 건수	해외 계약 건수 해외 진출 예술인(단체) 수 해외 네트워크 건수
문화예술 인프라 구축	국립정동극장 재건축	2021	30.6	국립정동극장	재건축	공연 및 관람 환경 개선	공연의 양과 질 개선
	부산 국제아트 센터 건립	2015	28.2	부산 국제아트 센터	신규건축	클래식 공연 증가	부산지역 시민의 클래식 공연 향유 및 관심도 증가
미술 기반 진흥 구축	미술창작 및 향유 지원	2015	41.2	미술단체, 예술인, 일반국민	미술주간 및 미술장터 지원	미술 관련 행사 증가	국민의 미술 관심 및 소비 증가
	미술시장 육성	2015	32.8	미술단체, 화랑, 예술인	감정, 유통, 아카이빙 지원	미술품에 대해 제공되는 정보 증가	시장 투명도 및 판매가능성 증가
	한국미술 국제화 ('22년~, 신규내역)	2022	27.6	화랑 예술인	해외진출 비용 지원	해외 전시 증가	한국 미술의 가치 상승
	당인리 문화공간 조성	2018	140.9	복합문화공간	재건축	공연 및 전시공간 조성	시민 문화 접근성 강화
	공공미술 프로젝트	2015	8.7	미술단체, 예술인, 지역 주민	지역 공간 단장 지원금	정비되는 환경의 수	지역민 만족도 증가
	공예문화 진흥	2018	42	공예작가, 업체 일반국민	인턴십, 교육 프로그램 지원	인력양성 및 공예프로그램 수	공예 경쟁력 및 소비자 만족도 향상
공연예술 진흥 기반	공연예술 시장 활성화 기반 구축(K-뮤지컬)	2021	27	예술단체, 뮤지컬 분야 인력	해외 투자 유치, 공연 준비금 지원, 컨설팅·동반역 등 활동	쇼케이스 등 해외시장과의 교류 실적	해외투자 유치 및 진출
	공연예술 통합전산망 운영	2021	20	공연분야 종사자 일반 국민	통합전산망 지원	전산망 제공 정보의 양 확대	소비 및 창작에 정보 활용 비중
	전국공연 예술 창제작 유통 협력 생태계 구축	2022	87	공연장 예술가 일반 국민	제작 및 유통 지원	지역의 공연 증가	지역 기반의 공연 관람 증가
공연예술 창작거점 조성	전통공연예술 창작 거점 조성	2020	22.9	전통공연예술인	시설제공	기반시설 이용 건수	전통예술공연의 양과 질 향상

□ 평가 대상 사업 개요

○ 예술의 산업화 사업

사업명	사업 개요							
예술산업 인력 양성	<ul style="list-style-type: none"> ○ (목적) 예술산업 전문인력 양성 및 일자리 지원을 위해 입직 희망자들을 대상으로 맞춤형 교육 및 정보 제공 ○ (내용) 예술산업아카데미 운영, 예술산업 일자리정보 제공 시스템 운영 ○ (수혜대상) 예술산업 관련 현장종사자, 입직희망자 등 ○ (지원방식) 민간 보조(국고 100%) ('23) 창업·창직, 예술·기술 융합 등 특화인재 양성프로그램 신설(800백만원 증) 							
	(백만원)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	예산액	560	560	690	2,960	1,468	2,117	2,614
	집행액	560	560	690	2,960	1,468	2,117	-
예술기업 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (목적) 전문적·체계적 창업지원 통한 혁신기업 육성으로 예술분야 창작-유통-소비의 선순환 생태계 조성 ○ (내용) 성장단계별·특화 분야별 사업자금·교육·컨설팅·글로벌 진출 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 예술기업 활성화, 글로벌 도약 지원('22), 기업협력사업('22) ○ (수혜대상) 예술기업(예비창업·초기, 성장기, 글로벌 도약기) ○ (지원방식) 민간 보조(국고 90%, 자부담 10%) * 예술기업지원(7,751백만원), 글로벌 도약(2,250백만원), 기업협력(305백만원) ** ('22) 예술분야 기업지원 교육 및 컨설팅 확대(78백만원 증) /글로벌 도약 지원사업 시행(2,250백만원 증) 							
	(백만원)	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
	예산액	2,339	5,052	4,711	8,269	10,306	10,306	
	집행액	2,339	5,052	4,711	8,269	10,306	-	
예술산업 생태계 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (목적/내용) 예술분야 투자활성화 환경 조성, 전문예술법인단체 육성 지원, 공연예술 부가상품 개발 유통지원 <ul style="list-style-type: none"> - 예술분야 투자활성화 지원, 전문예술단체 경영활성화('20), 공연예술 부가상품 개발 유통지원('22) ○ (수혜대상) 예술기업 및 관련 투자자, 전문예술법인 단체 종사자 및 담당 공무원 ○ (지원방식) 민간 보조(국고 100%) 							
	(백만원)	2018	2019	2020	2021	2022	2022	
	예산액	140	200	390	350	1,350	1,350	
	집행액	140	200	390	350	1,350	-	
예술산업 기반 조성 지원(신규) *아트코리아 랩 조성	<ul style="list-style-type: none"> ○ (목적) 예술분야 특화 원스톱 종합지원 플랫폼 구축을 통한 지속 가능한 예술산업 성장 기반 마련 ○ (내용) 기존 유행화된 문화 기반시설에서 탈피, ①창업·창직, ②전문인력 양성, ③창·제작, ④유통·매개 등 예술 활동 전반을 종합적으로 지원하는 복합문화 공간 조성 ○ (수혜대상) 예술기업, 예술산업 관련 종사자 ○ (지원방식) 민간 보조(국고 100%) ('22) 16,025백만원 → ('22) 11,200백만원 							

○ 예술의 관광자원화

사업명	사업 개요						
전통예술 지역브랜드 상설공연	<ul style="list-style-type: none"> ○ (목적) 지역 전통문화와 역사를 소재로 한 완성도 높은 공연예술 창작 콘텐츠 개발·운영을 위해 공립 및 민간예술단체 지원 ○ (내용) 지역브랜드 상설공연 ○ (수혜대상) 정동극장(경주), 전북문화관광재단(전주) <ul style="list-style-type: none"> - 신라의 역사적 소재 기반 경주지역 문화유산과 결합된 상설공연 및 마케팅 지원 - 전북지역 대표 브랜드 상설공연 제작 지원, 판소리댄스컬<몽연-서동의 꽃> 상설공연 및 마케팅 지원, 도내 전통 한옥경관 자원 활용 야간 상설공연 개발 및 마케팅 지원 ○ (최종수혜자) 예술인 및 예술단체, 국민(관광객) ○ (지원방식) 민간 보조(공모, 정액), 자치단체 보조(지정, 정액) <ul style="list-style-type: none"> - (자치단체 보조 / 정률, '23년부터 자치단체 경상보조만 남음) 						
	(백만원)	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	예산액	2,700	2,594	2,145	1,973	1,677	1,661
	집행액	2,700	2,594	2,145	1,973	1,677	-
전통공연 예술 활성화	<ul style="list-style-type: none"> ○ (목적/내용) 문화공간을 기반으로 전통문화 콘텐츠 개발하여 전통공연예술 관람수요 확대를 위한 민간예술단체 및 예술가 지원 ○ (수혜대상) (재)전통공연예술진흥재단 ○ (최종수혜자) 예술인 및 예술단체, 일반 국민 ○ (지원방식) 민간 보조(공모, 정액) 						
	내내역	주요 내용					
	인류무형문화유산 활용 공연사업	○ 유네스코 인류무형문화유산 등재 종목 활용 전통공연예술 활성화, 작품 공모 및 재공연 지원					
	문화공간활용 전통공연사업	○ 지역문화공간 연계 전통공연 작품 유통 지원('22년 대전시립연정국악원, 세종예술의전당, 당진문예의전당, 안동문화예술의전당 등 5개 극장)					
	전통공연 예술활동지원	○ 한국민속예술제, 대한민국 전통연희축제, 신진국악실험무대 등 지원					
	전통공연예술행사 해외진출 지원	○ 전통 음악, 무용, 연희 등 해외진출 기반 마련을 위한 홍보콘텐츠 제작 지원 등 해외진출 매개자 지원					
	(백만원)	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	예산액	6,014	5,185	5,284	4,806	4,050	4,012
	집행액	6,014	5,180	5,264	4,739	4,050	-
공연예술 해외진출 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ (목적) 우수 공연작품의 해외초청 경비 지원 및 해외 진출 시장 개발, 권역 다각화를 통한 민간예술단체 해외 진출 지원 ○ (내용) 공연예술 해외진출 지원, 서울아트마켓 운영지원 등(아르코국제예술확산 패키지) ○ (수혜대상) 예술인 및 예술단체 ○ (지원방식) 민간 보조(공모, 정액) 						

사업명	사업 개요						
	내내역	주요 내용					
공연예술 전략적 해외진출 지원	○ 공연예술 해외 홍보, 공연예술 해외유통(센터스테이지코리아), 해외 협력기관과의 프로그램 개발 등(305백만원)						
	○ 해외기관 협력 공연예술시장 리서치 추진, 국내-해외 공연예술 전문가 간 교류·네트워크 활성화 지원(130백만원)						
	○ 아시아 최대 공연예술마켓 플랫폼 운영, 한국 공연예술 집중 소개 아트마켓 개최(국내외 1,500여 명 참여)(535백만원)						
	○ 전통예술단체 진출 해외시장 개발 및 유통 기반 조성, 전통예술 해외 홍보 지원, 해외시장 언론 네트워크 구축 등 (437백만원)						
전통예술 해외 아트마켓 참가 및 해외진출 지원	○ 전통예술단체 진출 해외시장 개발 및 유통 기반 조성, 전통예술 해외 홍보 지원, 해외시장 언론 네트워크 구축 등 (437백만원)						
(백만원)	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
예산액	3,650	3,329	2,960	2,083	1,750	1,410	
집행액	3,580	3,329	2,913	2,052	1,750	-	

○ 문화인프라 구축

사업명	사업 개요						
	국립정동극장 재건축	○ (사업 계기) 시설 노후도가 높고 공연공간의 추가 확보가 필요한 제반 여건 등을 고려하여 재건축 추진					
○ (목적/내용) 최초 근대식 극장(1908년, 원각사) 복원계획에 따라 '95년에 건립되었으나 노후된 단일 공연장의 한계 등으로 역할·기능이 저하되어 재건축							
○ (최종수혜자) 국립 예술단체, 공연예술인, 일반국민							
○ (시행주체) 문체부 직접 수행							
○ (사업기간) 2021~2026년							
(백만원)	2021	2022	2023				
예산액	1,500	3,058	4,000				
집행액	100	2,547	-				
부산 국제아트 센터 건립	○ (사업 계기) 수도권에 편중된 문화시설의 지역 확산을 위해 국립시설 건립을 추진하였으나, 예산국회에서 공립시설 건립으로 추진 방향 전환						
	○ (목적/내용) 수도권에 편중된 문화시설의 지역 확산과 공연예술 향수 확대를 위해 부산 시민공원 내에 클래식 전용 공연장 건립						
	○ (최종수혜자) 공연예술단체, 공연예술인, 일반국민						
	○ (시행주체) 부산광역시(지자체 보조사업)						
○ (사업기간) 2015~2024년							
(백만원)	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
예산액	880	2,748	30	1,654	14,087	10,100	
집행액	778	1,131	675	-	2,354	-	

○ 미술진흥 기반 구축

사업명	사업 개요							
미술창작 및 향유 지원	(사업 계기/목적) 미술분야의 및 국민의 미술에 관한 관심과 참여 제고 ○ (내용) 미술주간, 작가 미술장터 개설지원, 미술품 대여전시 지원, 서예비엔날레 전용관 건립지원 ○ (수혜대상) 미술단체, 예술인, 일반국민 ○ (지원방식) - 보조사업: 민간 보조(국고100%) - 서예비엔날레관: 자치단체 보조(국고 70%)							
	(백만원)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	예산액	3,140	3,096	3,096	3,896	5,330	8,250	17,308
	집행액	3,140	3,096	3,096	3,896	4,960	8,250	-
미술시장 육성	○ (사업 계기/목적) 건전한 미술시장 질서 및 유통체계 확립 ○ (내용) 한국미술시장정보시스템 운영, 미술품 감정 및 유통기반 구축, 시각예술시장조사 ○ (수혜대상) 미술단체, 예술인, 일반국민 ○ (지원방식) 민간 보조(국고100%)							
한국미술 국제화 (’22년~, 신규내역)	○ (사업 계기) 공예산업, 문화 진흥 및 향유 여건 확대 ○ (목적) 전통공예의 세계화를 위한 한국공예품의 해외박람회 전시·홍보, 공예산업 경쟁력 제고 및 일자리 창출, 공예 분야 향유기회 확대 ○ (내용) 전통공예의 세계화, 공예청년인턴십, 공예디지털인프라 구축, 공예교육프로그램 운영 ○ (수혜대상) 공예작가 및 업체, 일반국민 등 ○ (지원방식) 민간 보조(국고100%)							
당인리 문화공간 조성	○ (사업 계기) 당인리발전소 지하화사업 관련 지상부지 공원화, 폐기되는 서울화력 4·5호기를 문화창작발전소로 조성(’12.12월) * 문체부가 조성계획 수립·추진 / 중부발전은 부지·건물 무상사용권 제공, 지상공원 조성 ○ (목적/내용) 근대산업유산 리모델링을 통해 예술의 사회적 가치를 확산하는 복합문화예술공간 조성 ○ (사업기간) 2018~2024년 ○ (총사업비) 80,536백만원 ○ (수혜대상) 미술단체, 예술인, 일반국민 ○ (지원방식) 직접 수행(국고 100%)							
(백만원)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
예산액	560	560	690	2,960	1,468	2,117	2,614	
집행액	560	560	690	2,960	1,468	2,117	-	
공공미술 프로젝트	○ (사업 계기) 마을(공공)미술 프로젝트 사업은 '09년 예술가들의 일자리 창출을 목적으로 한 예술 뉴딜정책 일환으로 시작되어 '21년까지 전국 121곳에서 추진하였음 ○ (목적/내용) 예술가에게 창작의 장을 제공하고 지역의 일상공간을 문화예술 공간으로 재창조하여 주민의 문화향유권 신장에 기여 ○ (수혜대상) 미술단체, 예술인, 지역주민 ○ (지원방식) 민간 보조(국고 50%, 지방비 50%)							
공예문화 진흥	○ (사업 계기) 공예산업, 문화 진흥 및 향유 여건 확대 ○ (목적) 전통공예의 세계화를 위한 한국공예품의 해외박람회 전시·홍보, 공예산업 경쟁력 제고 및 일자리 창출, 공예 분야 향유기회 확대 ○ (내용) 전통공예의 세계화, 공예청년인턴십, 공예디지털인프라 구축, 공예교육프로그램 운영 ○ (수혜대상) 공예작가 및 업체, 일반국민 등 ○ (지원방식) 민간 보조(국고 100%)							

○ 공연예술 진흥 기반 구축

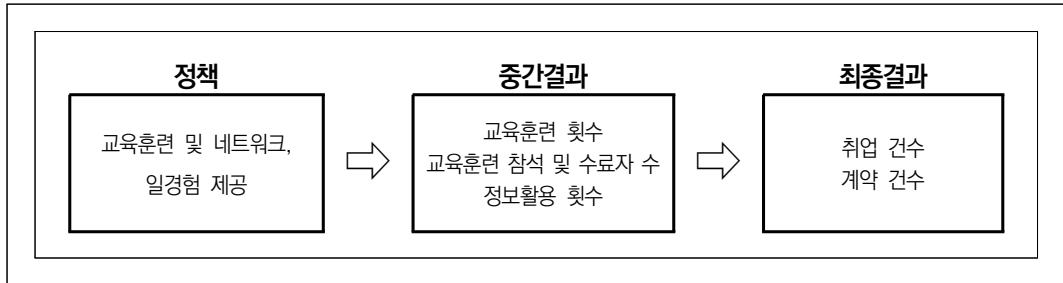
사업명	사업 개요
공연예술 시장 활성화 기반 구축(K-뮤지컬)	<ul style="list-style-type: none"> ○ (사업 계기) 예술분야 한류의 대표적 장르인 뮤지컬*의 해외투자 유치 기반을 강화하여, 뮤지컬의 해외 진출을 적극 지원하기 위해 사업추진 ○ (목적/내용) 해외 투자 유치 공연 준비금 및 해외 진출 컨설팅·통번역, 차세대 뮤지컬 프로듀서 발굴 및 역량 강화 등 지원 ○ (수혜대상) 예술단체, 뮤지컬 분야 인력 ○ (최종수혜자) 뮤지컬 분야 예술단체 및 인력* * 공모를 통해 지원 단체 및 인력 선정 ○ (지원방식) 민간 보조(국고 100%) ○ (추진절차) 보조사업자 국고보조 지원신청 → 사업내용 검토 및 지원 여부 결정 → 국고지원 → 사업시행 및 사업결과보고
공연예술 통합전산망 운영	<ul style="list-style-type: none"> ○ (사업 계기) 개별 플랫폼, 공연장별로 분산되어 있는 공연 예매정보 등을 통합하여 공연시장 통계 확보 필요 ○ (목적) 정확한 공연예술 정보 수집 및 통계 제공으로 공연시장의 투명성 제고, 소비자 편익 증진 및 관객 확대를 위한 공연시장 활성화 ○ (내용) 안정적·효율적 시스템 운영관리, 공연전산망 홍보 활성화, 공연정보 생산 및 데이터 분석 활용 활성화 ○ (최종수혜자) 공연 분야 종사자, 일반국민 ○ (지원방식) 민간 보조(국고 100%) ○ (추진절차) 보조사업자 국고보조 지원신청 → 사업내용 검토 및 지원 여부 결정 → 국고지원 → 사업시행 및 사업결과보고
전국공연 예술 창제작 유통 협력 생태계 구축	<ul style="list-style-type: none"> ○ (사업 계기) 공연시장 활력 제고, 국공립·민간의 상생, 코로나로 어려움을 겪은 국민들이 전국 어디서나 쉽게 문화예술을 즐길 수 있도록 양질의 공연 제작 및 유통 필요 ○ (목적/내용) 중앙-지역, 공연장-공연단체 간 협력 기반 창제작 유통지원을 통해 침체된 지역공연예술시장 활력제고 및 국민 문화향유권 신장 ○ (최종수혜자) 국공립 및 민간 공연장*, 예술단체*, 예술가, 일반국민 * 공모를 통해 지원 단체 선정 ○ (지원방식) 민간 보조(국고 100%) ○ (추진절차) 보조사업자 국고보조 지원신청 → 사업내용 검토 및 지원 여부 결정 → 국고지원 → 사업시행 및 사업결과보고

□ 평가 대상의 논리 모형

○ 예술산업 인력양성

- 예술산업 전문인력 양성 및 일자리 지원을 위해 입직 희망자들을 대상으로 맞춤형 교육 및 정보 제공
- 예술시장 전반의 인적자원 역량 강화 및 축적
- 예술 창·제작, 유통시장의 자생력(성장가능성) 강화로 예술시장의 선순환 구조 구축

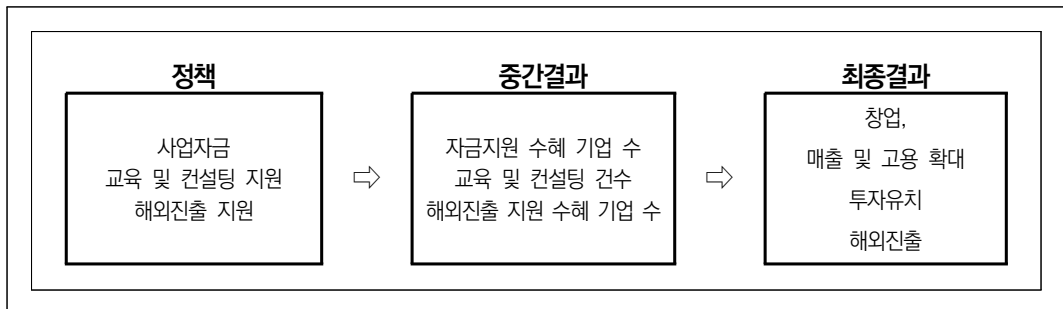
[그림 11-10] 예술산업 인력양성 논리 모형



○ 예술기업 지원/예술산업 생태계 지원

- 전문적·체계적 창업지원 통한 혁신기업 육성으로 예술분야 창작-유통-소비의 선순환 생태계 조성, 투자 활성화 환경 조성

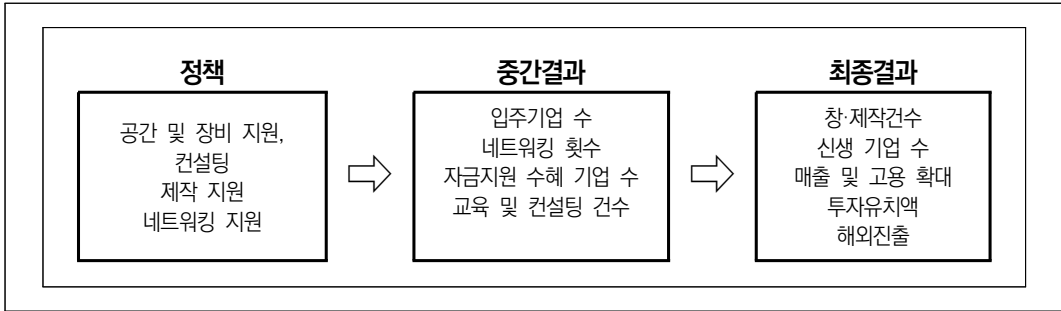
[그림 11-11] 예술기업 지원 논리 모형



○ 예술산업 기반 조성 지원

- 예술분야 특화 원스톱 종합지원 플랫폼 구축을 통한 지속 가능한 예술산업 성장기반 마련

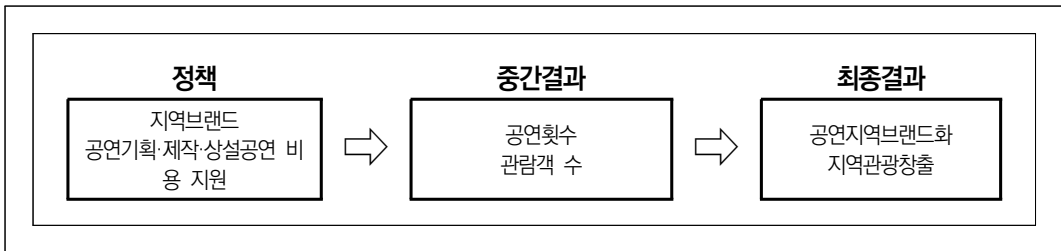
[그림 11-12] 예술산업 기반 조성 지원 논리 모형



○ 전통예술 지역브랜드 상설공연

- 지역 전통문화와 역사를 소재로 한 완성도 높은 공연예술 창작 콘텐츠 개발·운영을 위해 공립 및 민간예술단체 지원
- 공연 관광자원 구축 및 국내·외 관광객 유치를 통해 지역 관광 활성화에 기여

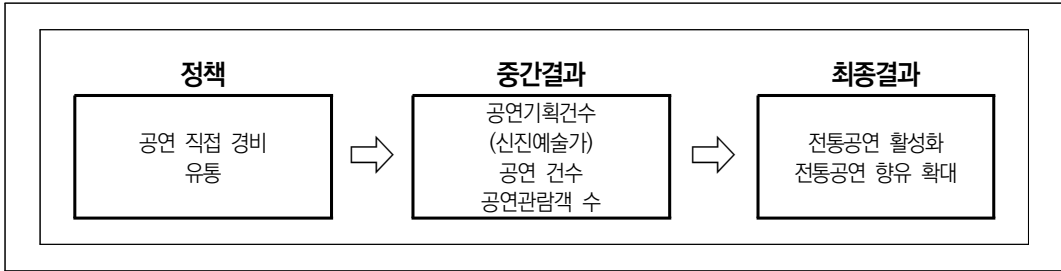
[그림 11-13] 전통예술 지역브랜드 상설공연 논리 모형



○ 전통공연예술 활성화

- 문화공간을 기반으로 전통문화 콘텐츠를 개발하고 전통공연예술 관람수요를 확대함으로써 신진예술단체 및 예술가 지원
- 전통문화 보전 및 활용, 전통공연예술 향후 활성화에 기여

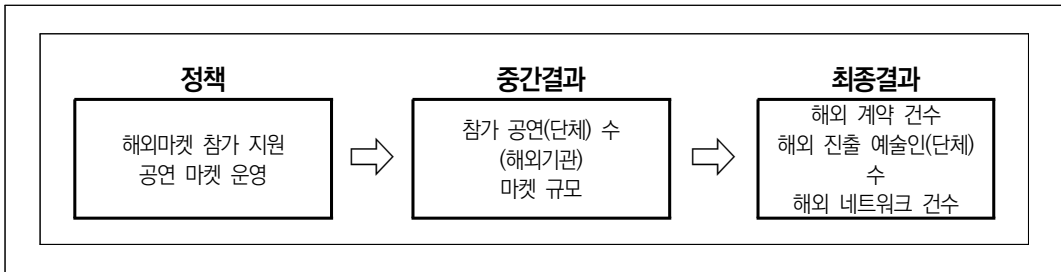
[그림 11-14] 전통공연 예술활성화 논리 모형



○ 공연예술 해외진출 지원

- 우수 공연작품의 해외초청 경비 지원 및 해외 진출 시장 개발, 권역 다각화를 통한 민간예술단체 해외 진출 지원

[그림 11-15] 공연예술 해외진출 지원 논리 모형



나. 평가유형 및 평가질문

- 사업 평가는 사업설계, 사업과정, 사업성과, 거버넌스 및 향후 전망 부분으로 구분하여 평가함
 - 사업설계 평가는 정책 목표와 대상, 대체가능성을 평가함
 - 정책목표, 정책대상, 핵심지표가 잘 설계되어 있는가?
 - 유사사업 및 민간으로 대체가 가능한가?
 - 사업의 차별성은 무엇인가?
 - 환경의 변화에 잘 대응하고 있는가?
 - 사업과정 평가는 사업의 효율성을 평가하는 것으로 사업대상 선정과정, 사업 추진 과정, 예산 사용을 평가함
 - 효율적으로 자원이 활용되고 있는가?
 - 사업 추진과정에 예산 사용 내역 등은 적절한가?
 - 사업성과 평가는 사업의 효과성을 평가하는 것으로 정책목표 달성도, 파급효과 등을 평가함
 - 문화예술 및 지역문화 진흥, 문화예술 생태계 조성, 국민 문화향유권 보장이라는 정책 목표를 달성하고 있는가?
 - 사업의 경제적·사회적 파급효과는 어떻게 되는가?
 - 사업 거버넌스 및 전망은 중복수혜 가능성, 역할 분담, 사업의 확장 가능성 및 출구 전략 등을 평가함
 - 중복수혜 가능성은 있는가?
 - 중앙/지자체 간 역할분담 문제 등은 있는가?
 - 사업의 확장 가능성 및 출구전략(지방 및 민간 이양)은 어떻게 되는가?

- 예술산업 인력양성 평가 방법
 - 1단계에서는 사업의 대상 적절성, 차별성을 평가
 - 2단계에서는 사업 추진 및 환류 방식 평가
 - 3단계에서는 사업성과를 정량적·정성적으로 평가

〈표 II-18〉 예술산업 인력양성 사업의 평가 유형 및 질문

평가단계	평가질문	평가유형
1단계	사업은 정책 목표에 따라 잘 설계되었는가 사업 대상 정의, 선발 대상의 수준은 어떠한가 수요를 고려한 교육이 이루어지고 있는가 교육 프로그램 설계 방법은 어떻게 되는가 예술산업 일자리 정보시스템을 어떻게 구축되어 있는가 기존 공공과 민간 체계와의 차별점은 무엇인가	설계평가
2단계	사업 대상 선정방식과 교육방식은 어떻게 되는가 사업 수혜자는 어떤 식으로 관리되는가 사업 추진 과정 및 예산 사용 내용은 어떠한가	과정평가
3단계	연도별 지원율, 수강생·수료생 수, 참여자의 만족도 조사 결과 등 정성적 성과 평가	성과평가

□ 예술기업지원 / 예술산업생태계 지원 평가 방법

- 1단계에서는 정책 목표와 대상의 적절성과 차별성을 평가
- 2단계에서는 대상 선정방식, 사업 추진 및 예산 사용 내역을 평가
- 3단계에서는 사업성과를 정량적·정성적으로 평가

〈표 II-19〉 예술기업지원, 예술산업생태계 지원 사업의 평가 유형 및 질문

평가단계	평가질문	평가유형
1단계	사업은 정책 목표에 따라 잘 설계되었는가 사업 대상 정의(장르, 유형, 사업 대상 규모(예측치)) 사업 대상에게 제공하는 지원내용은 무엇인가 기존 공공 지원사업 및 민간 사업과의 차별점은 무엇인가	설계평가
2단계	사업 대상 선정방식은 어떻게 되는가 사업 추진 과정 및 예산 사용 내용은 어떠한가	과정평가
3단계	연도별 지원율, 매출 및 고용, 해외진출 및 투자유치, 생존율(지속성) 등 정성적 성과 평가	성과평가
	성과 평가(예술기업 지원사업 대상 vs. 창업지원 사업 대상)	

□ 예술산업 기반 조성 지원(아트코리아랩) 평가 방법

- 1단계에서는 정책 목표와 대상의 적절성과 차별성을 평가
- 2단계에서는 대상 선정방식, 사업 추진 및 예산 사용 내역을 평가

〈표 II-20〉 예술산업 기반 조성 지원(아트코리아랩) 사업의 평가 유형 및 질문

평가단계	평가질문	평가유형
1단계	사업은 정책 목표에 따라 잘 설계되었는가 사업은 추진 배경은 무엇인가 사업 대상(장르, 유형, 사업 대상 규모)은 적절한가 사업 대상에게 제공하는 지원내용은 무엇인가 인프라 구성(규모, 장비, 공간 구성 등)은 적절한가	설계평가
2단계	해당사업의 확장성과 사업 규모의 적절성 랩에서 지원하는 (실험적) 예술·창제작 활동의 적절성과 사업화 가능성	자체평가

□ 전통예술 지역브랜드 상설공연 사업 평가 방법

- 1단계에서는 정책 목표와 대상의 적절성과 차별성을 평가
- 2단계에서는 예산 현황을 평가
- 3단계에서는 사업성과를 정량적·정성적으로 평가

〈표 II-21〉 전통예술 지역브랜드 상설공연 사업의 평가 유형 및 질문

평가단계	평가질문	평가유형
1단계	사업은 정책 목표에 따라 잘 설계되었는가 사업 대상(장르, 유형, 사업 대상 규모)은 적절한가 기존 공공 지원사업 및 민간 사업과의 차별점은 무엇인가 특정 지역에 한정하여 지속 지원하는 이유는 무엇인가	설계평가
2단계	예산 매칭 및 지원 비율 추이	과정평가
3단계	공연 횟수, 관람객 수, 입장료 수입, 좌석 점유율, 만족도 조사 결과 등	성과평가

□ 전통공연예술 활성화 평가방법

- 1단계에서는 정책 목표와 대상의 적절성과 차별성을 평가
- 2단계에서는 대상 선정방식, 사업 추진 및 예산 사용 내역을 평가
- 3단계에서는 사업성과를 정량적·정성적으로 평가

〈표 11-22〉 전통공연예술 활성화 사업의 평가 유형 및 질문

평가단계	평가질문	평가유형
1단계	사업은 정책 목표에 따라 잘 설계되었는가 사업 대상(장르, 유형, 사업 대상 규모)은 적절한가 사업 대상에게 제공하는 지원내용은 무엇인가 기존 공연 창작자, 유통사업과 해당 사업의 차별성은 무엇인가	설계평가
2단계	사업 대상 선정방식은 어떻게 되는가 사업 추진 과정 및 예산 사용 내용은 어떠한가	과정평가
3단계	지원 경쟁률, 참여예술인 및 단체 수, 공연 창작기획 건수, 공연 건수, 관람객 수 해외진출 건수, 참여자 및 관객 만족도 등	성과평가

□ 공연예술 해외진출 지원 평가방법

- 1단계에서는 정책 목표와 대상의 적절성과 차별성을 평가
- 2단계에서는 대상 선정방식, 사업 추진 및 예산 사용 내역을 평가
- 3단계에서는 사업성과를 정량적·정성적으로 평가

〈표 11-23〉 공연예술 해외진출 지원 사업의 평가 유형 및 질문

평가단계	평가질문	평가유형
1단계	사업은 정책 목표에 따라 잘 설계되었는가 사업 대상(장르, 유형, 사업 대상 규모)은 적절한가 사업 대상에게 제공하는 지원내용은 무엇인가 기존 공공 지원사업 및 민간사업과의 차별점은 무엇인가	설계평가
2단계	사업 대상 선정방식은 어떻게 되는가 사업 수혜자는 어떤 식으로 관리되는가 사업 추진 과정 및 예산 사용 내용은 어떠한가	과정평가
3단계	공연 해외 계약 건수, 해외 진출 예술인(단체) 수, 해외 네트워크 건수, 공연예술시장 리서치 결과, 아트마켓 참여자 수 등	성과평가

□ 문화예술 인프라 구축사업 평가 방법

- 1단계에서는 정책 목표와 대상의 적절성과 차별성을 평가
- 2단계에서는 대상 선정방식, 사업 추진 및 예산 사용 내역을 평가
- 3단계에서는 사업성과를 정량적·정성적으로 평가

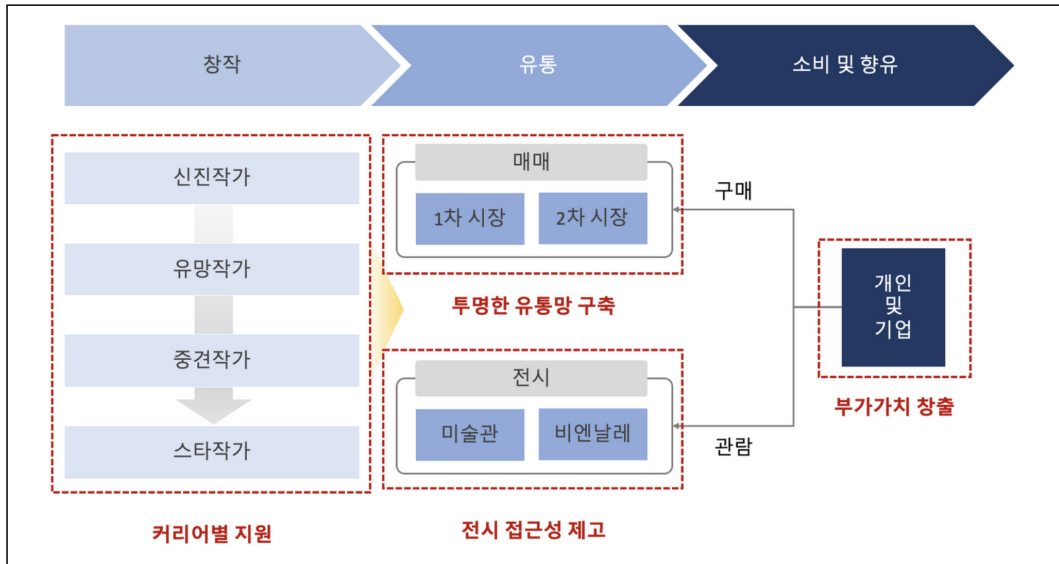
〈표 II-24〉 성과 분석 개요

평가단계	평가질문	평가유형
1단계	<ul style="list-style-type: none"> - 신규 또는 재건축 중인 문화예술 시설 인프라의 건립 목적이 재정지원의 타당성을 담보하는가? - 전체 생태계 내에서 담당하는 부분이 무엇인가? 운영계획에 따라 시설이 설계되는가? - 민간에 비해 재정사업이 우위를 가질 수 있는가? 	설계평가
2단계	<ul style="list-style-type: none"> - 지원대상 지역에서 공연 및 전시 등 문화예술의 공급과 지역민의 소비가 증가하는가? - 장르별 질적 향상이 목적인 사업들은 수혜층이 사업의 진행 과정에 대해 어떻게 인식하는가 - 지역균형이 목적인 사업은 지역 및 장르의 시설 및 제도 인프라 구축, 제작 활성화에 미치는 영향에 대해 어떻게 평가하는가? 	성과평가

□ 미술진흥 기반 구축 사업 평가방법

- 아래 [그림 II-16]과 같이 미술 부문의 작가 커리어 사이클 및 생태계를 염두에 두고 시장기능이 취약하고 재정지원이 가장 효과적인지 판단하여 내역사업들의 평가를 실시하고 내역사업들 간 재조정을 고려
- 구체적으로, FGI 및 문헌연구를 통하여 확인된 내용들을 바탕으로 다음과 같이 부문별 정책방향을 설정
- 창작 부문 정책 방향 : 커리어별 지원
 - 중견작가 진입 이전까지는 재정적 안정과 지원에 대한 소요 제기: 안정적인 수입원, 창작활동을 할 수 있는 공간 지원 등이 필요한 것으로 나타남
 - 갤러리 전속 여부가 작품판매를 통한 커리어 형성에 중요
 - 신진 → 유망 진입은 참여 전시의 양적 / 질적 정도가 큰 영향을 미침: 네트워크를 통한 전시 참여 기회를 얻고 업계 인지도를 쌓는데 필수
 - 유망 → 중견 진입은 해외 활동 여부에 달림: 해외 비엔날레 참여 / 해외 레지던시 참여 등

[그림 II-16] 작가 커리어 사이클 및 생태계



○ 유통시장 활성화 부문

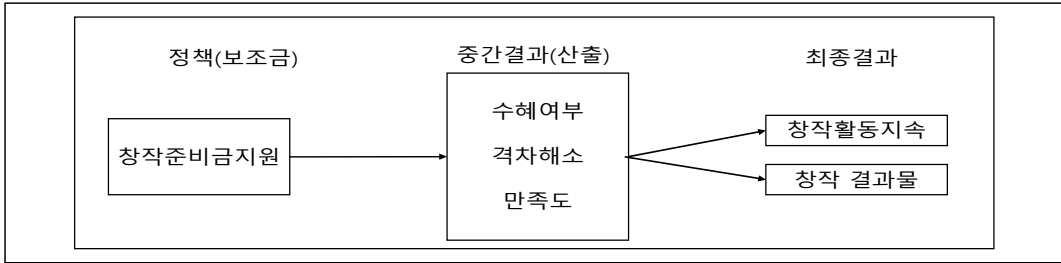
- 창작 → 전시를 통한 인지도 확산 및 소비 접근성 향상: 공공전시, 교육프로그램 등을 통한 장르 저변 확대, 작가 인지도 제고
- 창작 → 매매 진입하기 위한 채널 구축에 대한 수요가 존재하며, 일정 부분 공공의 개입이 효과적임
- 이 과정에서 아트페어, 장터, 화랑과의 전속계약 등 지원 대상 및 형태에 대한 검토가 필요

4. 예술인 지원 분야 평가 개요

가. 사업의 논리모형 및 평가범위

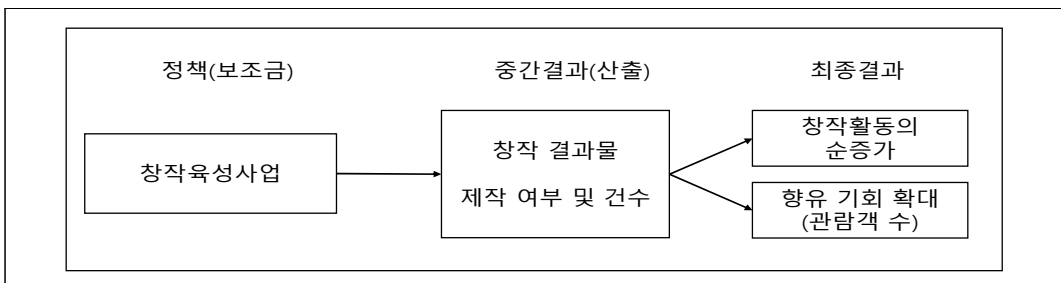
- 예술인 지원사업군의 경우 사업을 구성하는 내역사업이나 내내역사업의 이질성이 크기 때문에 예술인 창작안전망 구축, 예술창작 지원, 예술창작활동 지원, 지역문화예술 지원사업 및 온라인미디어 예술활동 지원사업 중 쟁점이 명확한 사업들에 대해 세부사업/내역사업/내내역사업 수준에서 정량적/정성적으로 평가하고자 함
- 예술인 창작안전망 구축 사업에서는 대부분의 예산 비중을 차지하는 내역사업인 창작역량 강화사업 중 내내역사업인 창작준비금 지원사업을 중점적으로 평가
 - 동 사업은 예술인 복지재단이 주관으로 2012년에 시작되었으며, 2022년 확정된 예산은 약 780억원의 규모임
 - 내역사업은 예술인 창작안전망 구축(743억원) 및 예술인복지재단 운영(36억원) 사업으로 구성되어 있으며 예술인 창작안전망 구축 사업의 내내역사업은 예술인 직업역량 강화(87억원), 예술인 창작역량 강화(620억원), 불공정관행 개선(24억원), 사회보험가입(10억원), 고용보험 안내창구(1억 3천만원)로 구성되어 있음
 - 내역사업인 예술인 창작안전망 구축 사업의 내내역사업인 창작준비금 지원사업은 2021년 요구액이 603억원으로 세부사업 전체 예산의 70.3% 비중을 차지하고 있음
 - 동 사업은 예술인 복지법을 근거로 하고 있으며 특히 제4조에서 “국가와 지방자치단체는 예술인이 지역, 성별, 연령, 인종, 장애, 소득 등에 차별 없이 예술 활동에 종사할 수 있도록 시책을 마련하여야 한다”고 명시하고 있음
 - 동 사업이 이러한 법령을 근거로 시행된다는 점을 고려하여 내내역사업인 창작준비금 지원사업에 대해 복지사업이라는 목표를 기준으로 평가하고자 하며, 평가 결과가 미흡하거나 적절하지 않은 것으로 판단될 경우 동 사업의 지속적인 이행에 대해 재고할 필요가 있을 것으로 보임
 - 창작준비금 지원사업에 대한 예산 요구의 근거로 일반예술인 18,000명과 신진예술인 3,000명 지원을 목표로 하고 있어 이에 대한 선정 근거 및 집행실적 확인 필요
 - 창작준비금 지원사업이 예술창작지원 사업과 유사성이 있다는 점을 고려하여 자료가 허용되는 한도 내에서 효과성을 살펴보고, 결과에 따라 사업 이관 등 조정의 필요성을 확인해보고자 함

[그림 II-17] 창작준비금 지원사업의 논리모형



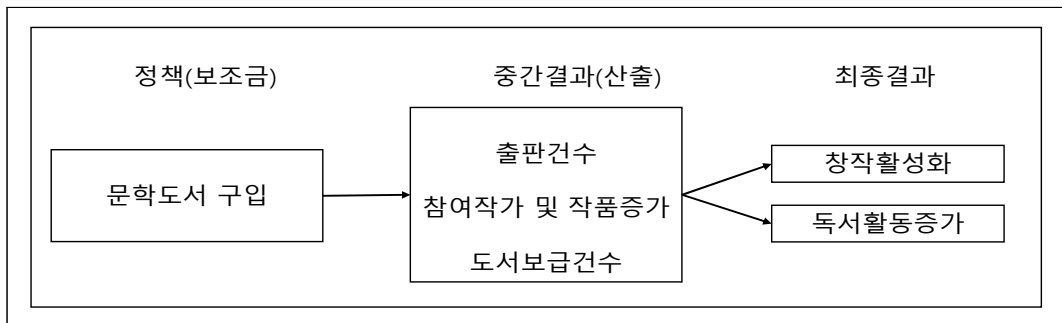
- 예술창작 지원사업(530억원)의 경우 분야별로 예술인이나 단체를 직접 지원하는 공모사업을 중심으로 정량적 평가를 수행하고자 함
 - 동 사업은 1974년에 시작된 문예기금 사업으로 한국문화예술위원회가 주관하고 있음
 - 「문화예술진흥법」 제18조(문화예술진흥기금의 용도)를 근거로 시행
 - 예술창작 지원사업은 분야별로 문학창작 육성(45억원), 시각예술창작 육성(48억원), 공연예술창작 육성(313억원), 국제 예술교류 지원(50억원), 예술과 기술 융합지원(57억원), 아르코 청년예술가 지원(사업이관), 기초예술 다양성증진 지원(20억원)으로 구성
 - 문화예술위원회의 기금사업지원정보 자료와 예술인 대상 설문조사를 이용하여 지원정책의 성과에 대한 정량적 평가를 수행
 - 재정지원이 실제 문화예술인의 창작활동을 증가시켰는지 여부를 확인하고 그 정도가 유의미한지 확인해보고자 함
 - 또한 문학, 시각예술, 공연, 전통예술 등에 대한 지원이 일반회계의 타 사업과 중복되었을 가능성에 대해 확인하고 사업 간 조정의 필요성에 대해 검토해보고자 함
 - 공모사업의 경우 선정기준에 대해 살펴보고 장르 간 형평성의 문제는 없는지 지원금의 분배를 결정하는 기준이 무엇인지 확인해보고자 함

[그림 II-18] 창작지원사업의 논리모형



- 예술창작활동 지원사업(250억원)은 문학 분야에 대한 지원을 위주로 하는 사업으로 내역사업 중 예술정책사업 지원과 문학나눔 도서보급사업의 적절성과 타당성에 대해 중점적으로 평가
 - 동 사업은 예술정책사업 지원(10억원), 한민족문화예술지원(6억 7천만원), 문학나눔 도서보급(56억원), 예술분야 온라인쇼핑몰 구축 및 운영(종료)을 내역사업으로 포함하고 있으며 시설 인프라와 관련하여 국립한국문학관 건립(176억원) 사업을 포함하고 있음
 - 시설 건립과 관련된 사업을 제외하면 가장 비중이 높은 내역사업은 문학나눔 도서보급 사업으로 정부가 직접 도서를 구매하는 사업임
 - 문학나눔 도서보급 사업의 경우 국내 출판사에 대한 직접적인 지원이 이루어지는 사업이며 실제 이러한 사업이 실제 창작자의 여건을 개선하고 국민의 독서활동이 증가하는 효과가 존재하는지 평가할 필요가 있음
 - 예술정책사업 지원의 경우 문학 주요단체 프로그램 지원 및 지역문학관 프로그램 지원 등을 포함하고 있으며, 중복성과 지역격차 해소의 기준을 통해 적절성을 평가해보고자 함

[그림 II-19] 문학나눔 도서보급사업의 논리모형



- 온라인미디어 예술활동 지원사업(56억원)의 경우 정부가 운영하는 플랫폼의 성과를 평가
 - 코로나19 시기에 시작된 사업으로 ‘한국판 뉴딜’ 종합계획의 디지털 뉴딜 과제의 일환
 - 문예위가 사업시행주체이며 자체 홈페이지(artson.arko.or.kr)를 통해 선정된 콘텐츠를 전시하고 있으며 2022년 750건을 선정하여 건당 7백만원씩 지원하는 것을 목표로 하였음

- 정부가 운영하는 플랫폼을 통해 실제 국민들이 선정된 작품을 얼마나 향유했는지를 기준으로 사업의 성과를 평가해보고자 함

〈표 11-25〉 평가 대상 내역사업별 논리모형

세부사업	내역사업	시작 연도	'22년 규모 (억원)	지원대상	투입	산출(중간결과)	성과(최종결과)
예술인 창작안전망 구축	창작준비금 지급 (내역: 예술인 창작안전망 구축, 내내역: 예술인 창작역량 강화)	2012	600	일반예술인, 신진예술인	보조금 (창작준비금)	작품활동이 어려운 복지사각지대 예술인들의 수혜 여부(타겟팅, 커버리지, 중복수혜 건수), 격차해소(장르별, 지역별, 소득수준별), 수혜자의 만족도	창작활동 지속여부, 창작 결과물
	예술인 파견지원(고용보험료 지원)	2020	81	참여예술인	보조금	일자리 증가 (취업수, 참여기관 수)	직업활동 지속, 창작활동 지속, 기업·기관 재참여율
예술창작 지원	문학창작 육성	1974	45	문학창작인, 집필공간, 문예지 발간단체, 문학비평가(단체), 문학연구가(단체)	보조금 (창작, 집필공간, 문예지 발간, 비평 및 연구지원)	창작 결과물(작품, 문예지, 비평), 출판 여부 및 건수	창작활동의 순증가, 문학작품 향유 (도서판매량, 독서시간 증가)
	시각예술창작 육성		48	전시행사, 중견작가, 비평가, 전시공간	보조금 (전시기획, 연구, 공간, 비평 지원)	창작결과물(작품, 비평) 제작 여부 및 건수, 전시 여부 및 건수	창작활동의 순증가, 예술작품 향유 (관람객 수)
	공연예술창작 육성		313	실연자(단체), 제작자(단체), 작가(단체), 공연장	보조금 (공연, 음악, 오페라, 비평 행사 및 매체)	창작결과물(신작공연, 대본, 창작곡, 창작오페라) 제작 여부 및 건수, 공연 여부 및 건수	창작활동의 순증가, 예술작품 향유 (관람객 수)
	예술과기술융합지원		57	제작자(단체)	보조금 (기획, 창작, 유통, 활용)	창작 결과물(작품), 제작 여부 및 건수	융합활성화, 예술작품 향유 (관객 수, 조회 수)
예술창작 활동 지원	문학나눔 도서보급	2018	56	한국문학도서를 출판한 출판사	도서구입 비지원	출판건수, 관련작가 및 작품 수, 도서보급건수	창작활성화, 독서활동 증가 (도서 판매량)
온라인 미디어 예술활동 지원	온라인미디어 예술활동 지원	2020	56	예술인(단체)	보조금	온라인예술콘텐츠 생산 건수	예술소비자의 향유 확대

□ 개별적으로 평가를 미실시하는 내역사업과 사유가 아래 <표 II-26>에 제시되어 있음

<표 II-26> 개별평가 미실시 내역사업

세부사업	내역사업	시작 연도	'22년 규모 (억원)	개별평가 미실시 이유
예술인 창작안전망 구축	예술인창작안전망 구축 중 평가 대상 사업을 제외한 기타 사업	2012	143	성과평가 어려움(돌봄 지원, 예술활동증명, 통합관리시스템 운영, 불공정관행 개선, 사회보험 가입, 고용보험 안내창구)
	예술인 복지재단 운영	2012	36	기관 운영 평가는 별도로 진행할 필요
예술창작 지원	국제예술교류 지원	1974	50	사업 특성상 외부효과의 발생을 주요한 목표로 볼 수 있으나 이에 대한 성과지표의 설정 및 측정이 어려움
	예술정책사업 지원		9	다양한 보조사업을 포괄하고 있어 성과지표의 설정 및 측정이 어려움
	기초예술 다양성 증진지원	2021	20	2021년도 사업 시작
예술창작 활동지원	한민족 문화예술 지원	2016	7	예산규모가 작고 지원행사가 취지에 명확 (행사 2건: 세계한글작가대회, 디아스포라 예술행사)
	국립한국문학관 건립	2019	176	문학진흥법 제18조 ²⁾ 근거 명확, 아직 완공 전이며 기재부와 KDI의 사업계획 검토 완료(2020. 8)
지역문화 예술지원	아르코 공공예술사업	2021	32	공공 예술을 통한 외부효과 및 지역적 편중해소 등을 주요한 목표로 볼 수 있으나 성과지표의 설정 및 측정이 어려움
	공연장 상주단체 육성지원	1998	-	2022년 지방이양
	지역문화협의체 등 운영	1998	2	기관 운영 평가는 별도로 진행할 필요

나. 평가유형 및 평가질문

□ 창작준비금 지원사업

- 복지사각지대 예술인을 지원한다는 취지에 맞게 수혜대상이 잘 정의되어 있는지 확인할 필요가 있음
 - 소득인정액이 중위소득(1인 가구) 120% 이내이며 예술활동증명을 마친 예술인이

2) 제18조(국립한국문학관의 설립) ① 문화체육관광부장관은 국가를 대표하는 문학관으로 국립한국문학관을 설립한다. ② 국립한국문학관은 법인으로 하고, 주된 사무소의 소재지에 설립등기를 함으로써 성립한다. ③ 그 밖에 국립한국문학관의 조직과 운영, 설립등기 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다

대상

- 타 사업과의 중복수혜 가능성과 장기적인 반복수혜의 문제를 확인해볼 필요가 있음
 - 복지사업으로 기획된 사업이라고 하지만 보조금을 지원한다는 점에서 창작지원사업과 수혜대상이 중복될 가능성이 높으며 이로 인해 재정사업의 효율성을 약화시킬 가능성 내재
 - 장기적인 반복수혜의 비중이 상당하다면 지원을 받더라도 수혜자들이 성장의 단계로 오르지 못하고 있을 가능성을 시사

〈표 II-27〉 창작준비금 지원사업의 단계별 평가질문과 평가유형

평가단계	평가질문	평가유형
1단계	<ul style="list-style-type: none"> - 지원사업의 수혜대상이 잘 정의되어 있고 대상을 충분히 포괄하고 있는가(참여율) - 중복수혜 및 반복수혜의 문제는 없는가 - 수혜자의 만족도가 증가하고 있는가(예술인, 기업) 	과정평가
2단계	<ul style="list-style-type: none"> - 수혜자가 지원 이후 창작활동을 지속적으로 유지하고 있는가 - 수혜자의 창작결과물이 지원받지 않는 경우에 비해 유의미하게 증가하였는가 	결과평가

□ 예술창작 지원사업

- 핵심적인 쟁점은 동 사업의 지원을 받는 경우 비수혜자에 비해 수혜자의 창작활동이 유의하게 증가하고 창작결과물이 많이 생산되었는지 여부
 - 또한 궁극적으로는 우수한 작품의 생산이 증가하여 국민의 예술작품 향유 기회가 증가하는 효과를 기대

〈표 II-28〉 예술창작 지원사업의 단계별 평가질문과 평가유형

평가단계	평가질문	평가유형
1단계	<ul style="list-style-type: none"> - 수혜자가 지원을 통해 창작결과물(작품, 공연, 전시 등)을 생산하였는가, 생산 건수가 증가하였는가 - 지원대상의 만족도가 증가하고 있는가 - 선정된 예술공급자의 장르별, 지역별 편중이 존재하는가 	과정평가
2단계	<ul style="list-style-type: none"> - 지원대상의 창작결과물이 지원받지 않는 경우에 비해 유의미하게 증가하였는가 - 지원사업으로 인해 국민의 예술작품 향유 기회가 확대되었는가(관람객 수, 도서판매량) 	결과평가

□ 예술창작활동 지원사업

- 문화나눔 도서구입 사업은 기본적으로 출판사를 지원하는 사업이며 이를 통해 출판 시장을 확대함으로써 작품 및 출판 건수의 증가와 소비자의 독서량(판매량) 증가를 기대하고 있음

〈표 II-29〉 예술창작활동 지원사업의 단계별 평가질문과 평가유형

평가단계	평가질문	평가유형
1단계	<ul style="list-style-type: none"> - 출판시장이 성장하였는가(작가 수, 작품 수, 출판건수) - 우수작품의 보급이 확대되었는가(보급건수) - 도서구입의 문학장르별, 지역별 편중이 존재하는가 	과정평가
2단계	<ul style="list-style-type: none"> - 일반 국민의 독서활동이 증가하였는가(도서 판매량) 	결과평가

□ 온라인미디어 예술활동 지원사업

- 코로나19 시기에 시작한 사업으로 핵심적인 쟁점은 정부가 제공하는 플랫폼이 실제 많은 소비자의 선택을 받았는지 여부임

〈표 II-30〉 온라인미디어 예술활동 지원사업의 단계별 평가질문과 평가유형

평가단계	평가질문	평가유형
1단계	<ul style="list-style-type: none"> - 수혜자가 지원을 통해 온라인예술콘텐츠를 제작하였는가 - 예술인의 일거리가 증가하였는가 - 장르별, 지역별 편중이 존재하는가 	과정평가
2단계	<ul style="list-style-type: none"> - 수혜자의 창작물 증가 및 창작활동 지속 - 정부가 제공하는 플랫폼의 방문자 수와 클릭 수 	결과평가

Ⅲ. 사업군별 평가 결과

1. 수요활성화

가. 통합문화이용권 사업

□ (쟁점 1) 사업 목표와 사업의 범위

- 통합문화이용권(문화 관련 바우처) 사업은 ①문화에 대한 수요 창출과 ②문화 양극화 완화라는 두 가지 상이한 목표에 봉사하는 것으로 이해될 수 있다는 점에서 사업 목표가 불분명해 보일 수 있음
 - 바우처 지급은 현물 이전을 통한 문화 관련 수요 증대를 전제로 함
 - 바우처 수급대상이 문화소외계층에 한정되어 있으므로, 이들 계층에서의 문화관련 소비 증대를 전제로 통합문화이용권 사업은 문화 양극화 해소에 기여
- 사업의 타당성, 즉 사업설계와 운영이 사업 목표에 부합하는지를 평가하기 위해서는 우선 사업 목표를 분명히 밝혀둘 필요가 있음

□ 사업 목표 분석

- 근거법령에 따르면, 통합문화이용권 사업은 **문화 양극화 해소에 방점**
 - 정부는 문화이용권 사업 시행을 위해 2012년 2월 「문화예술진흥법」을 개정
 - 동법의 개정문 개정이유에 따르면, 「문화예술진흥법」 개정은 “문화소외계층의 문화 향유권 신장을 도모하기 위(합)”임
 - 신설된 동법 제15조의3은 정부가 “문화소외계층의 문화예술 향유 기회를 확대하고 문화예술 활동을 장려”해야 한다고 명시
 - 신설된 동법 제15조의4는 문화이용권 수급권자를 “국민기초생활 보장법에 따른 수급권자, 그 밖에 소득수준이 낮은 저소득층 등의 문화소외계층”으로 한정

제15조의3(문화소외계층의 문화예술복지 증진 시책 강구) 국가 및 지방자치단체는 경제적·사회적·지리적 제약 등으로 문화예술을 향유하지 못하고 있는 문화소외계층의 문화예술 향유 기회를 확대하고 문화예술 활동을 장려하기 위하여 필요한 시책을 강구하여야 한다.

제15조의4(문화이용권의 지급 및 관리) ① 국가 및 지방자치단체는 「국민기초생활 보장법」에 따른 수급권자, 그 밖에 소득수준이 낮은 저소득층 등 대통령령으로 정하는 문화소외계층에게 문화이용권을 지급할 수 있다.

□ (쟁점 2) 통합문화이용권 사용 범위

○ 문화누리카드 사용 범위는 문화뿐 아니라 관광, 체육 등의 분야를 포괄

- 통합문화이용권은 기존 문화이용권사업(가구당 5만원)에 여행이용권사업(1인당 15만원; 가족 30만원), 스포츠관람이용권 사업(가구당 최대 12만원) 등을 통합하여 2014년 탄생하여 사용 가능 범위가 넓음
- 기존 여행 이용권의 경우 여행사 상품, 국내 항공권 및 철도 탑승권, 여객선 승선권, 고속버스 승차권, 차량임차비, 일반 숙박업 및 국립자연휴양림 숙소, 주요 테마파크 및 워터파크, 국립자연휴양림 입장권 등을 포함
- 문화누리카드는 관광, 체육 분야의 모든 가맹점에서 사용될 수 있음

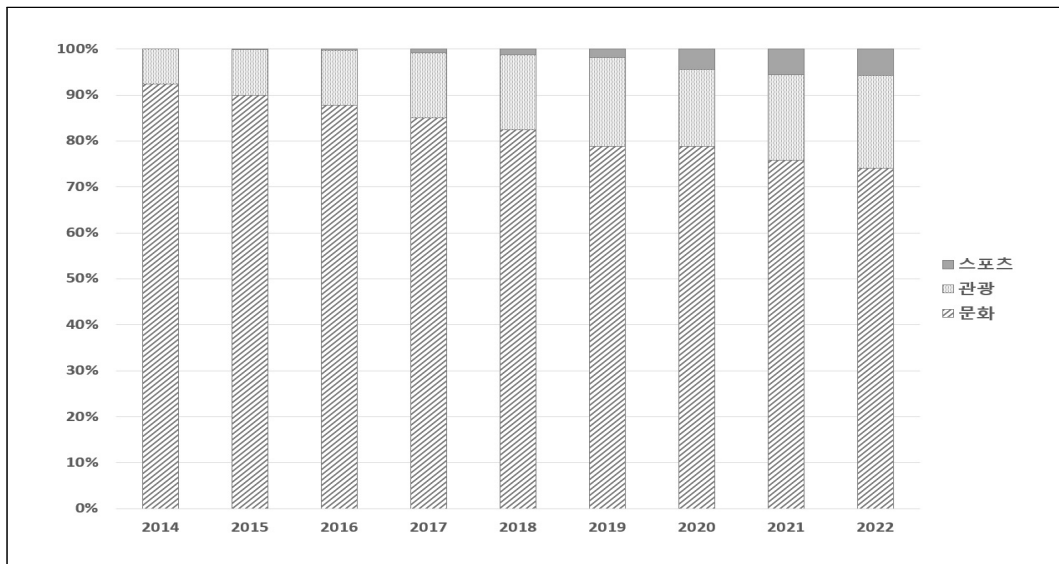
〈표 Ⅲ-1〉 가맹점 분류(2023년 기준)

대분류	중분류	소분류
문화	도서	도서
	음악	음악
	영상	영화 / 케이블TV
	공연	공연
	미술	전시 / 공예 / 사조판
	문화체험	문화체험
관광	숙박	숙박
	교통	철도
		시외/고속버스
	여행	국내항공
		여객선
		렌트카
		여행사
		관광명소
		휴양림/캠핑장
		동·식물원
온천		
체험관광		
테마파크		
체육	스포츠관람	스포츠관람
	체육용품	체육용품
	체육시설	체육시설

자료: 통합문화이용권 주요통계

- 통합문화이용권의 대부분은 문화 분야에 사용되고 있으나 관광, 체육도 점차 증가하고 있음.
 - 2022년 기준 문화 분야 지출 비중은 74.1%, 관광 20.1%, 스포츠 5.8%
 - 문화 분야 지출 비중은 꾸준히 감소
 - 코로나19는 관광에 악영향을, 스포츠에 순영향을 미친 것으로 보임.
 - 관광 지출은 2019년까지 매년 약 2% 포인트씩 증가해왔으나 2020년에 2.6% 포인트 감소
 - 스포츠 지출은 2019년까지 2% 미만이었으나 2020년 4.5%로 증가

[그림 III-1] 통합문화이용권 분야별 지출 비중, 2014~2022년



자료: 통합문화이용권 주요통계

- 통합문화이용권 문화 분야 지출은 2019년(코로나19 직전)까지 도서와 영상의 비중이 압도적으로 높음
 - 도서 분야 지출 비중은 55~60% 수준
 - 영상 분야 지출 비중은 24~30% 수준
 - 통합문화이용권의 취지와 가장 부합하는 공연 및 전시의 비중은 2.5%에 불과
- 코로나19를 거치면서 공연 및 전시 비중이 10.8%까지 상승
 - 코로나19 이후 영상(영화 및 케이블TV) 비중이 크게 하락

○ 코로나19 이후 도서 비중은 더욱 증가

〈표 Ⅲ-2〉 문화 분야 중분류별 지출 비중

중분류	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
도서	45.8	54.1	57.8	57.9	58.2	58.3	76.2	71.1	60.1
음반	2.4	2.6	2.7	2.5	2.5	2.0	2.7	2.7	2.5
영상	31.2	33.2	32.5	30.5	29.7	24.3	10.8	12.9	19.6
공연전시	1.2	1.3	2.0	2.3	2.0	2.5	4.8	8.0	10.8
문화체험	0.3	0.5	1.0	1.5	2.0	9.3	2.0	2.0	2.5
문화일반	19.1	8.3	4.0	5.1	5.5	3.5	3.4	3.4	4.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 통합문화이용권 주요 통계

- 통합문화이용권 관광 분야 지출은 2019년(코로나19 직전)까지 교통 및 관광지 비중이 압도적으로 높음
 - 교통비 지출 비중(철도 및 시외/고속버스)은 2020년 약 69%까지 꾸준히 증가
 - 여행사 비중은 2020년 이후 1% 미만으로 하락

〈표 Ⅲ-3〉 관광 분야 중분류별 지출 비중

중분류	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
교통	28.6	45.6	58.8	65.8	67.6	63.2	68.5	65.3	59.7
여행사	26.6	17.4	10.3	5.2	4.0	5.1	0.7	0.5	0.9
관광지	9.9	8.2	9.6	7.7	8.7	14.2	18.7	19.4	24.7
숙박	14.2	10.6	8.2	7.4	7.3	6.6	12.1	14.7	14.7
테마레저	20.8	18.3	13.0	13.9	12.4	10.8			
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 통합문화이용권 주요 통계

- 통합문화이용권 스포츠 분야 지출은 스포츠용품이 83~88%, 스포츠시설이 11~15% 비중을 차지

〈표 Ⅲ-4〉 관광 분야 중분류별 지출 비중

대분류	중분류	2020	2021	2022
스포츠	스포츠관광	0.4	0.7	1.3
	스포츠용품	88.1	87.7	83.5
	스포츠시설	11.5	11.6	15.1

자료: 통합문화이용권 주요 통계

□ (쟁점 3) 지급 대상의 적절성

○ 문화이용권의 지급대상은 법률상 문화소외계층으로 한정되어 있는데, 지급 대상의 적절성은 다음의 세 가지 기준으로 평가될 수 있음.

- (평가 기준 1) 소득계층(가구유형)별 문화소비지출의 격차가 실제로 존재하는가
- (평가 기준 2) 문화이용권은 실제로 법령이 정한 바에 따라 지급되고 있는가
- (평가 기준 3) 문화소외계층에 대한 법령상의 정의는 적절한가

〈표 Ⅲ-5〉 가구소득 수준별 문화관련 지출 비중, 2019년

(단위: %)

항목	1st quintile (N=2,329)		2nd quintile (N=1,969)		4th quintile (N=1,704)		5th quintile (N=1,677)	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중
가구소비지출	1,024,035		1,683,727		3,004,213		4,221,033	
오락문화비	54,186	5.3	102,355	6.1	210,142	7.0	383,594	9.1
영상음향기기	2,491	4.6	3,651	3.6	7,429	3.5	12,080	3.1
사진광학장비	52	0.1	864	0.8	936	0.4	880	0.2
정보처리장치	3,011	5.6	5,207	5.1	9,968	4.7	21,343	5.6
기록매체	80	0.1	287	0.3	312	0.1	509	0.1
영상음향정보기기수리	208	0.4	505	0.5	804	0.4	831	0.2
오락문화 내구재	164	0.3	583	0.6	632	0.3	4,432	1.2
악기기구	88	0.2	814	0.8	1,162	0.6	4,905	1.3
오락문화내구재 유지	141	0.3	175	0.2	573	0.3	1,210	0.3
장난감 및 취미용품	972	1.8	2,885	2.8	10,915	5.2	12,550	3.3
캠핑 및 운동관련용품	1,042	1.9	2,465	2.4	7,258	3.5	13,325	3.5
화훼관련용품	2,393	4.4	3,170	3.1	4,365	2.1	5,739	1.5
애완동물관련물품	2,427	4.5	5,420	5.3	5,432	2.6	7,552	2.0
화훼애완동물서비스	1,233	2.3	3,051	3.0	5,067	2.4	8,795	2.3
운동 및 오락서비스	5,604	10.3	10,869	10.6	28,953	13.8	70,458	18.4
문화서비스	18,483	34.1	32,367	31.6	54,449	25.9	63,400	16.5
복권	243	0.4	809	0.8	543	0.3	436	0.1
서적	2,283	4.2	5,327	5.2	14,588	6.9	24,635	6.4
기타인쇄물	572	1.1	611	0.6	919	0.4	1,605	0.4
문구	964	1.8	2,025	2.0	4,714	2.2	6,288	1.6
단체여행비	11,736	21.7	21,271	20.8	51,124	24.3	122,621	32.0

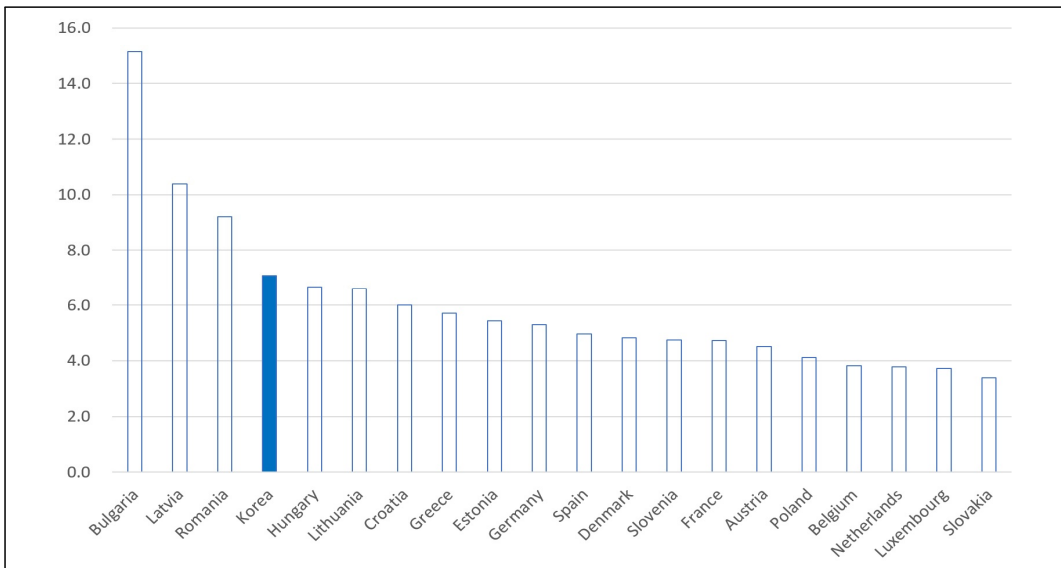
자료: 『2019년 가계동향조사』로부터 필자 계산

□ (소득 수준에 따른 문화소비지출) 우리나라 가계의 소득수준별 문화소비지출 패턴을 고려할 때, 저소득층(기초생활급여 수급자 및 차상위계층)에 집중적으로 지원하는 설계는

문화 양극화 해소에 기여할 수 있을 것으로 판단됨

- 우리나라 가구의 오락문화 지출액의 가구소득 5분위 배율*은 2019년 기준 7.1
 - 소득 첫번째 5분위(하위 20%) 가구의 평균 오락문화비 월지출액 5만 4천원
 - 소득 다섯번째 5분위(상위 20%) 가구의 평균 오락문화비 월지출액 38만 4천원
 - 이러한 격차는 저소득층에 대한 통합문화이용권 지급에도 불구하고 발생
- * 가구소득 5분위 배율은 첫 번째 5분위 가구(하위 20%) 대비 가구소득 다섯 번째 5분위 가구(상위 20%) 배율
- 한국의 오락문화 지출액 5분위 배율은 서유럽 선진국들과 비교할 때 높은 수준
 - 이러한 차이는 우리나라의 가구소비지출액의 격차가 크거나 가구소비지출 대비 오락문화비 지출 비중의 격차가 크다는 점을 시사

[그림 III-2] 문화오락 지출액 5분위 배율, 2020년

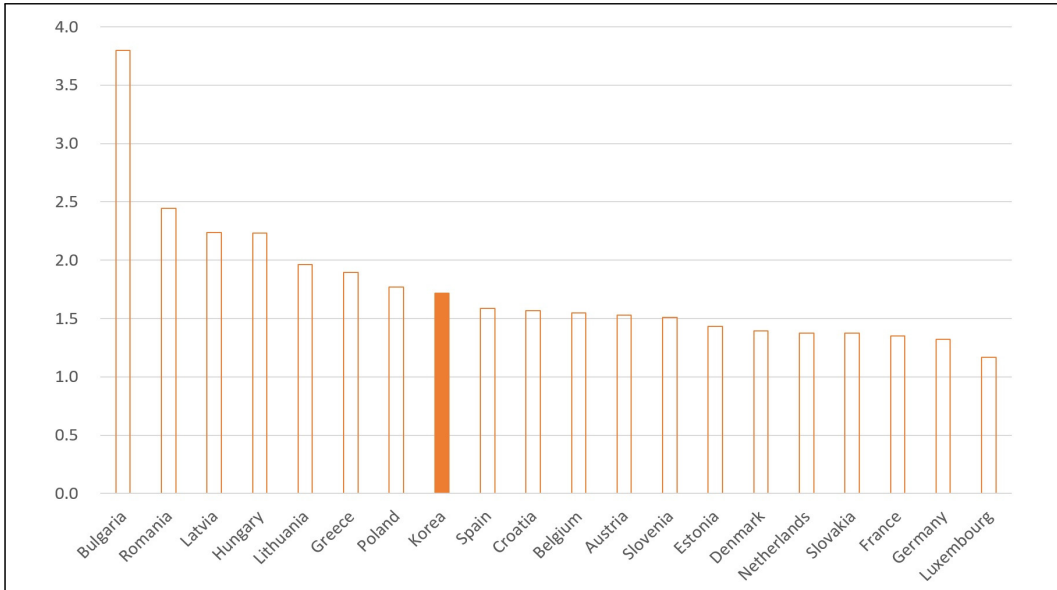


자료: 2020년 Eurostat; 『2019년 가계동향조사』

- 가구의 소득수준 높을수록 가구소비지출 대비 오락문화 지출 비중이 높음
 - 가구소비지출 대비 오락문화 지출 비중의 가계소득 5분위 배율은 1.72
 - 소득 하위 20% 가구의 가구소비지출 대비 오락문화비 지출액 평균은 5.3%
 - 소득 상위 20% 가구의 가구소비지출 대비 오락문화비 지출액 평균은 9.1%
 - 다만 2020년 기준 한국의 가구소비지출 대비 오락문화 지출 비중의 가구소득 5분위

배율은 서유럽 선진국들과 유사하거나 약간 높은 수준([그림 III-3] 참조)

[그림 III-3] 가구소비지출 대비 오락문화 지출 비중의 5분위 배율, 2020년



자료: 2020년 Eurostat, 『2019년 가계동향조사』

- 가구의 소득수준 높을수록 가구소비지출 대비 문화서비스 지출 비중이 높음
 - 가구소득 수준이 높을수록 문화서비스 지출액 높음
 - 가계소득 상위 20% 가구의 평균 문화서비스 월지출액은 6만 3천원
 - 가계소득 하위 20%의 평균 문화서비스 월지출액은 1만 8천원
 - 문화서비스 월지출액의 가계소득 5분위 배율은 약 3.4
 - 소득수준이 높을수록 오락문화비 대비 문화서비스 지출 비중은 낮는데, 이는 생애주기에 따른 패턴일 수 있음
 - 가계소득 상위 20% 가구의 오락문화비 대비 문화서비스 지출 비중 평균은 17%
 - 가계소득 하위 20% 가구의 오락문화비 대비 문화서비스 지출 비중 평균은 34%

- (가구 유형에 따른 문화소비지출) 우리나라 가계의 가구유형별 문화소비지출 패턴을 고려할 때, 모자가구(한부모가구) 또는 노인가구에 대한 집중 지원은 문화 양극화 해소에 일정하게 기여할 수 있는 방식으로 판단됨

- 모자가구의 평균 오락문화비 월지출액은 약 19만원으로 일반가구(노인가구, 모자가구 등 제외)와 유사한 수준이며 지출 구성은 상이
 - 이를테면 모자가구의 평균 서적비 월지출액은 일반가구의 약 2.6배 수준
- 가구소비지출 대비 오락문화비 비중은 7% 내외로 가구 유형 간 큰 차이가 없이 대체로 유사
 - 노인가구의 낮은 문화관련지출 비중(4.9%)은 낮은 정보처리장비 지출에 기인
- 오락문화비에서 문화서비스 지출 비중이 차지하는 비중은 27% 내외로 가구 유형에 관계없이 대체로 유사

〈표 III-6〉 가구유형별 문화관련 지출 비중, 2019년

(단위: %)

지출 항목	일반가구 (N=4,780)		일반가구(20대) (N=495)		노인가구 (N=2,065)		모자가구 (N=196)	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중
가구소비지출액	2,339,722		1,692,541		1,180,368		2,789,083	
오락문화비	174,056	7.4	120,773	7.1	57,818	4.9	190,428	6.8
영상음향기기	6,358	3.7	3,861	3.2	2,778	4.8	6,519	3.4
사진광학장비	760	0.5	1,651	1.4	35	0.1	388	0.2
정보처리장치	8,806	5.7	9,733	8.1	346	0.6	4,237	2.2
기록매체	318	0.2	533	0.4	48	0.1	548	0.3
영상음향정보기기수리	579	0.4	449	0.4	307	0.5	665	0.3
오락문화 내구재	1,669	1.1	1,416	1.2	69	0.1	317	0.2
악기기구	1,742	1.1	874	0.7	675	1.2	579	0.3
오락문화내구재 유지	404	0.3	79	0.1	193	0.3	138	0.1
장난감 및 취미용품	6,592	4.2	3,217	2.7	811	1.4	10,049	5.3
캠핑 및 운동관련용품	5,354	3.4	2,369	2.0	824	1.4	5,225	2.7
화훼관련용품	3,601	2.3	1,462	1.2	4,212	7.3	3,309	1.7
애완동물관련물품	5,792	3.7	5,431	4.5	1,875	3.2	5,220	2.7
화훼 애완동물서비스	4,968	3.2	3,093	2.6	655	1.1	4,462	2.3
운동 및 오락서비스	25,698	16.5	19,373	16.0	6,828	11.8	22,553	11.8
문화서비스	42,930	27.6	33,181	27.5	16,342	28.3	49,306	25.9
복권	745	0.5	244	0.2	170	0.3	87	0.0
서적	10,050	6.5	8,097	6.7	791	1.4	26,843	14.1
기타인쇄물	800	0.5	292	0.2	1,049	1.8	336	0.2
문구	3,224	2.1	2,539	2.1	724	1.3	8,444	4.4
단체여행비	43,665	28.1	22,879	18.9	19,088	33.0	41,203	21.6

자료: 『2019년 가계동향조사』

□ 문화소외계층의 범위

- 문화이용권은 법령에 정의된 문화소외계층에 한하여 엄격히 지급되고 있음
 - 문화이용권은 문화소외계층*에 속한 가구의 6세 이상 모든 가구원에 지급

* 대통령령에 따른 문화소외계층: ①국민기초생활 보장법에 따른 급여 수급자; ②국민기초생활 보장법에 따른 차상위계층 (자활급여 수급자, 장애수당 및 장애아동수당 수급자, 장애인연금 수급자, 희귀난치성질환자등 본인부담 경감대상자); ③ 한부모가족지원법에 따른 지원대상자; ④그 밖에 경제적·사회적·지리적 제약 등으로 인해 문화예술을 향유하기 위한 지원이 필요한 사람

- 카드 발급 행정의 2022년부터 신청주의에서 당연수급에 가까운 형태로 변화함에 따라 2022년 수급자 수가 크게 증가

〈표 III-7〉 문화이용권 수급자 수, 2015~2022년

연도	수급자 수(명)
2015	1,378,368
2016	1,450,801
2017	1,523,506
2018	1,591,777
2019	1,629,036
2020	1,752,875
2021	1,975,071
2022	2,319,973

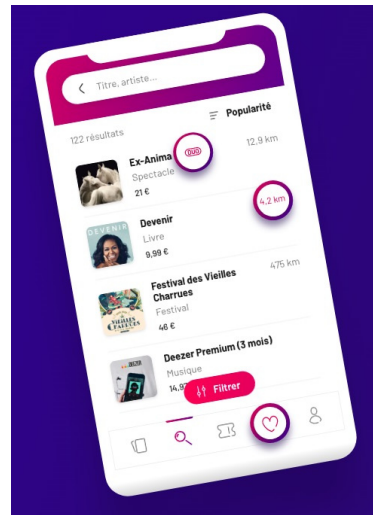
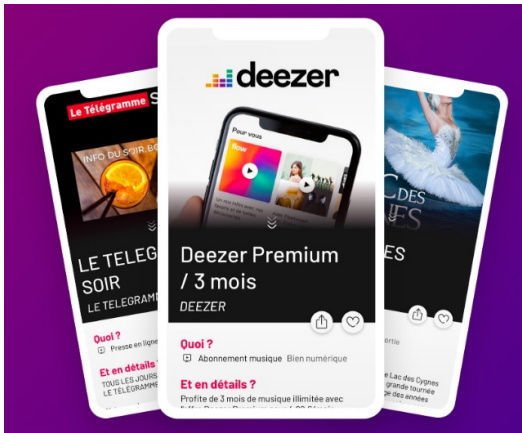
자료: 문예위, 「통합문화이용권 주요 통계: 2015~2022」, (내부자료)

- (국외 사례) 유럽의 문화 관련 바우처는 소득수준이 대체로 낮고 문화 관련 지출, 즉 문화 자본(cultural capital)에 대한 투자의 생애 수익(lifetime return)이 큰 청년층(18~26세)에 집중적으로 지급
 - 최근 유럽 각국은 만 19세가 되는 해에 1회 정액 지급되는 문화패스를 도입하였고 (2016년 이탈리아, 2021년 프랑스, 2023년 독일), 서울특별시도 2023년부터 유사한 프로그램(청년문화패스)을 도입
 - 청년들이 생애 초기부터 고급 문화예술을 접하도록 장려함으로써 문화자본 축적의 사회적 편익이 장기적으로 발생하도록 유도
 - 코로나19를 거치면서 크게 위축된 문화·창작 산업을 회생시키는 노력의 일환(특히

최근 독일은 명시적인 목표로 제시)

프랑스의 Le pass Culture

- 2017년 대선 캠페인에서 엠마누엘 마크롱 후보가 약속
- 2019년 프랑스 14개 지역에서 시범사업(만 18세에게 € 500 지급) 실시
- 2021년 5월 전격 도입되면서 15-17세까지 확대
 - 15-17세는 15세 €20, 16, 17세 각 €30 크레딧이 지급되며, 18세에 소멸
 - 학생들은 학생수에 따라 학교에 배정되는 문화패스를 활용하여 수업에 예술가나 문화전문가를 초빙하거나, 학교 밖에서 유적지 관람, 워크숍 참여 등 문화행사 참여
 - 18세는 €300 크레딧 지급(2년간 사용)
- 어플리케이션을 활용하여 간편하게 사용자 등록 및 예매
 - 공연, 영화 관람부터 사진 교습, 서적 구입, 음악서비스 등 온라인 구독 등 가능
 - 온라인 구독은 €100로 제한되며, 프랑스 사업자가 제공하는 서비스만 지불 가능
 - 스포츠, 관광 등에는 이용 불가
- 성공적으로 평가되어 독일도 유사한 프로그램(KulturPass) 도입



- 미국과 일본의 경우 중앙정부가 문화관련 바우처 프로그램을 운영하지 않고 있으며, 지방자치단체에서 유사 프로그램을 운영
 - 일본은 코로나19 대응을 위해 지자체 수준에서 문화관광지역쿠폰(¥4,000) 지급
 - 미국도 문화관련 바우처 연방 프로그램이 존재하지 않고, 예컨대 문화시설이 풍부한 뉴욕시의 경우 저소득층에게 미술관, 박물관 등 자유 입장을 허용

서울시의 서울청년문화패스

- 만 19세 청년에게 1인당 20만원 상당의 바우처 지급(예산 67억원, 28,000명)
 - 서울시 거주 내외국인(신청일 기준)
 - 만 19세(2023년의 경우 2004년생)
 - 중위소득 150% 이하 가구
- 연극, 뮤지컬, 무용, 클래식, 전통예술 등 공연 관람
 - 신청(2023. 4. 19.~4. 30.)을 통해 선정
 - 신한은행 계좌 개설 및 체크카드 발급
 - 전용 홈페이지에서 예매
- 문화누리카드와의 비교

사업	통합문화이용권	서울청년문화패스
주관	문화체육관광부	서울특별시
목적	저소득층 삶의질 향상과 문화격차 완화	청년 문화권 보장과 문화예술 생태계 활성화
대상	기초생활수급자 및 차상위 만 6세 이상	서울거주 청년 만 19세
금액(1인당)	연간 11만원	평생 20만원
분야	문화, 체육, 관광	공연 예술

자료: <https://blog.naver.com/munhwanuricard/223073085891>(최종접속일: 2023년 4월 21일)

□ (쟁점 4) 통합문화이용권 사업의 문화관련 지출 효과

- 소득에 따른 문화 양극화를 해소하기 위해서는 문화바우처 지급으로 인해 문화관련 지출이 증가할 필요
 - (평가 기준 1) 문화바우처 지급이 문화관련 지출 확률을 높이는가
 - (평가 기준 2) 문화바우처 지급이 문화관련 지출액을 증대시키는가
- 바우처 지급률이 높을수록 체육, 음악, 문화활동비 지출 확률이 통계적으로 유의하게 높아짐
 - 바우처 지급률이 1% 포인트 증가할 때, 저소득 가구의 체육, 음악, 문화활동비 지출 확률은 1.15% 통계적으로 유의하게 증가(제3열)
 - 바우처 지급률이 1% 포인트 증가할 때, 저소득 가구의 문화관련 소비지출 확률은 1.3% 증가하나 통계적으로 유의하지 않음(제4열)

〈표 III-8〉 문화이용권 지급의 문화관련 지출가구 외연확장 효과 추정치

종속변수	서적음반DVD 등 구입 및 대여비 지출 여부 (1)	박물관공연영화 관람료 등 지출 여부 (2)	체육음악문화 활동비 지출 여부 (3)	문화관련소비 지출 여부 (4)
바우처 지급률	-0.00492 (0.00874)	0.0104 (0.00988)	0.0115* (0.00655)	0.0129 (0.0113)
가구주 여성	0.0532*** (0.00740)	0.0712*** (0.00838)	5.94e-05 (0.00515)	0.0676*** (0.00930)
가구주 연령	-0.0197*** (0.00141)	-0.0381*** (0.00142)	-0.00243** (0.00101)	-0.0363*** (0.00146)
가구주 연령제곱	0.0121*** (0.00107)	0.0236*** (0.00110)	0.00109 (0.000770)	0.0216*** (0.00116)
기혼	-0.0112 (0.00825)	-0.0104 (0.00948)	0.0168*** (0.00525)	-0.0111 (0.0108)
가구원수	0.0754*** (0.00591)	0.0405*** (0.00631)	-0.0154*** (0.00302)	0.0673*** (0.00668)
로그가구월소득	0.00728* (0.00440)	0.0400*** (0.00487)	0.0168*** (0.00410)	0.0452*** (0.00655)
관측치수	10,579	10,579	10,579	10,579
조정결정계수	0.171	0.337	0.037	0.299

주: 2012~2019년 재정패널조사자료의 월가구소득 300만원 미만이면서 국민기초생활보장 급여 또는 근로장려금을 수급한 이력이 있는 저소득 가구를 표본으로 활용하여 식 (II-1)을 OLS로 추정한 결과. 괄호 안은 강건표준오차. 모든 회귀분석은 광역시도별 효과를 포함

- 저소득층에 대한 바우처 지급률 증대가 문화관련 연간지출액에 미치는 영향은 양으로 추정되나 통계적으로 유의하지 않음
 - 바우처 지급률이 1% 포인트(약 1 표준편차에 해당) 증가할 때, 저소득 가구 체육, 음악, 문화활동비 지출액은 약 1만원 증가하지만 통계적으로 유의하지 않음(제4열)

〈표 III-9〉 문화이용권 지급의 지출 효과 추정치

종속변수	서적음반DVD 등 구입 및 대여비 (1)	박물관공연영화 관람료 등 (2)	체육음악문화활동비 (3)	문화관련비 연간지출액 (4)
바우처 지급률	0.506 (0.456)	-0.118 (0.248)	0.643 (0.498)	1.031 (0.751)
가구주 여성	1.426*** (0.471)	0.967*** (0.187)	-0.187 (0.480)	2.206*** (0.719)
가구주 연령	-0.463*** (0.0453)	-0.565*** (0.0458)	-0.226** (0.0884)	-1.253*** (0.116)
가구주 연령제곱	0.302*** (0.0328)	0.375*** (0.0336)	0.124* (0.0656)	0.801*** (0.0856)
기혼	0.279 (0.356)	0.174 (0.167)	1.319*** (0.494)	1.773*** (0.656)
가구원수	1.989*** (0.295)	0.481*** (0.130)	-1.162*** (0.279)	1.308*** (0.445)
로그가구월소득	0.0273 (0.154)	0.546*** (0.159)	0.803* (0.486)	1.377** (0.567)
관측치수	10,579	10,579	10,579	10,579
조정결정계수	0.068	0.098	0.020	0.069

주: 2012~2019년 재정패널조사자료의 월가구소득 300만원 미만인면서 국민기초생활보장 급여 또는 근로장려금을 수급한 이력이 있는 저소득 가구를 표본으로 활용하여 식 (II-2)를 OLS로 추정할 결과. 괄호 안은 강건표준오차. 모든 회귀분석은 광역시도별 효과를 포함. 2012년은 기준연도

□ (쟁점 5) 통합문화이용권 설계 금액의 적절성

○ 2019년 우리나라 가구의 문화관련지출액(오락문화비)은 **월평균 18만원** 수준이며, 문화관련지출이 **가구소비지출에서 차지하는 비중은 7.3%**

- 문화오락비 가구 지출 구성은 단체여행비 31%, 문화서비스 27%, 운동 및 오락서비스 17.3% 등으로 나타남.

- 서적 및 기타인쇄물은 7.7%

〈표 III-10〉 한국 가계의 문화관련지출 비중, 2019년

(단위: 원, %)

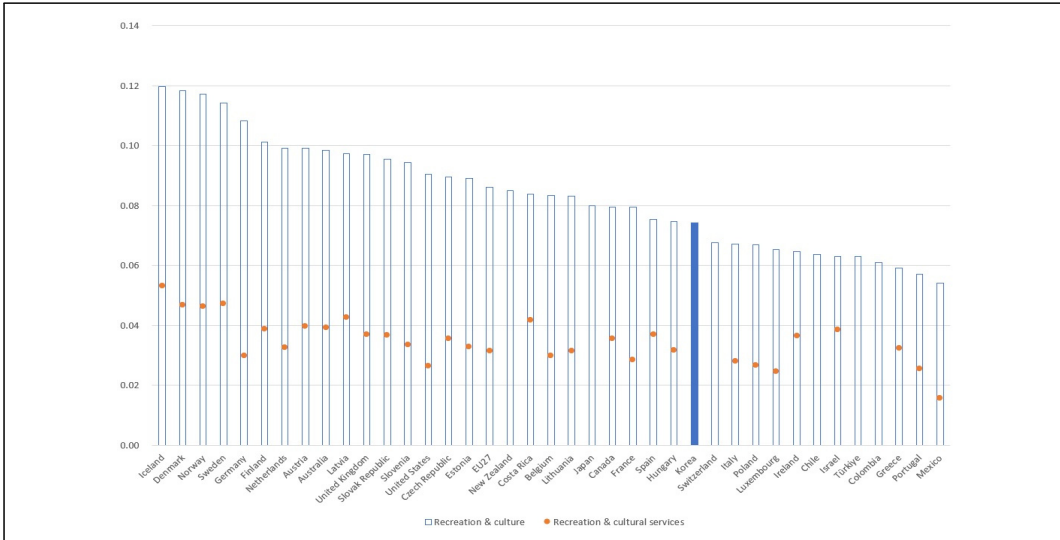
지출 항목	평균액	비중(지출 대비)	비중(오락 문화비 대비)
가구소비지출	2,456,678	100.00	-
문화오락비	180,301	7.34	100.0
영상음향기기	6,274	0.26	4.0
사진광학장비	633	0.03	0.4
정보처리장치	9,304	0.38	6.0
기록매체	290	0.01	0.2
영상음향 및 정보기기수리	586	0.02	0.4
오락문화 내구재	1,744	0.07	1.1
악기기구	1,641	0.07	1.1
오락문화내구재 유지 및 수리	467	0.02	0.3
장난감 및 취미용품	6,826	0.28	4.4
캠핑 및 운동관련용품	5,713	0.23	3.7
화훼관련용품	3,927	0.16	2.5
애완동물관련용품	5,284	0.22	3.4
화훼 및 애완동물서비스	4,478	0.18	2.9
운동 및 오락서비스	26,818	1.09	17.3
문화오락서비스	42,154	1.72	27.1
복권	550	0.02	0.4
서적	11,069	0.45	7.1
기타인쇄물	904	0.04	0.6
문구	3,462	0.14	2.2
단체여행비	48,177	1.96	31.0

자료: 『2019년 가계동향조사』

○ 2019년 기준 우리나라의 가구지출 대비 문화오락 지출 비중 평균은 7.4%로서 OECD 회원국 평균 8.6%(EU 27개국 평균 8.4%)보다 약간 낮은 수준

- 문화관련 바우처를 제공하는 프랑스는 7.9%, 이탈리아는 6.7%, 벨기에에는 8.3%, 핀란드는 10.1% 수준

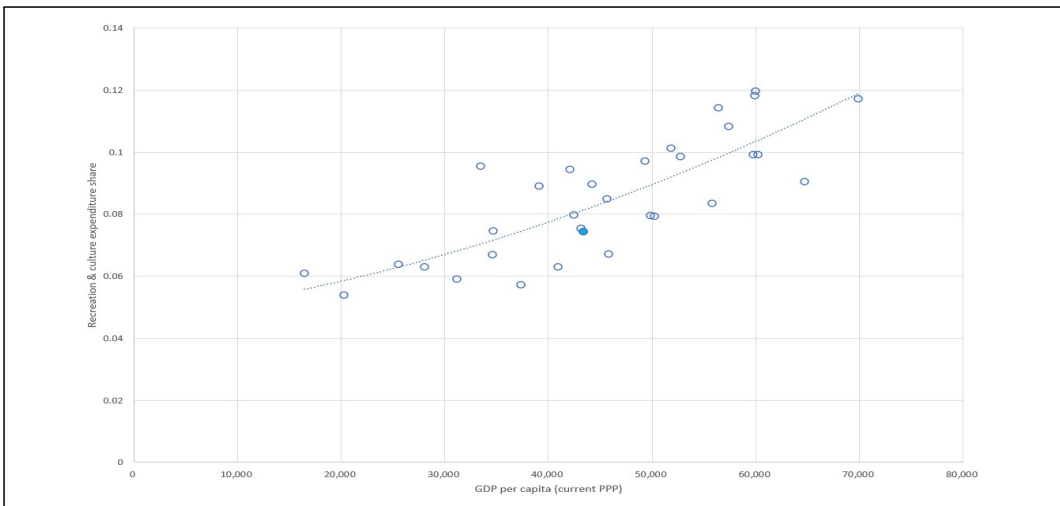
[그림 III-4] 문화오락 지출 비중, OECD 회원국 2019년



자료: OECD Stats

- 한국의 문화오락 지출 비중은 다른 선진국들과 비교하여 1인당 GDP(PPP) 대비 조금 낮은 수준
 - 문화오락 항목은 정상재(normal good)임을 시사
 - 소득수준이 증가할수록 문화오락지출 비중은 더 빠르게 증가

[그림 III-5] 1인당 GDP와 문화오락지출 비중: OECD 회원국 2019년

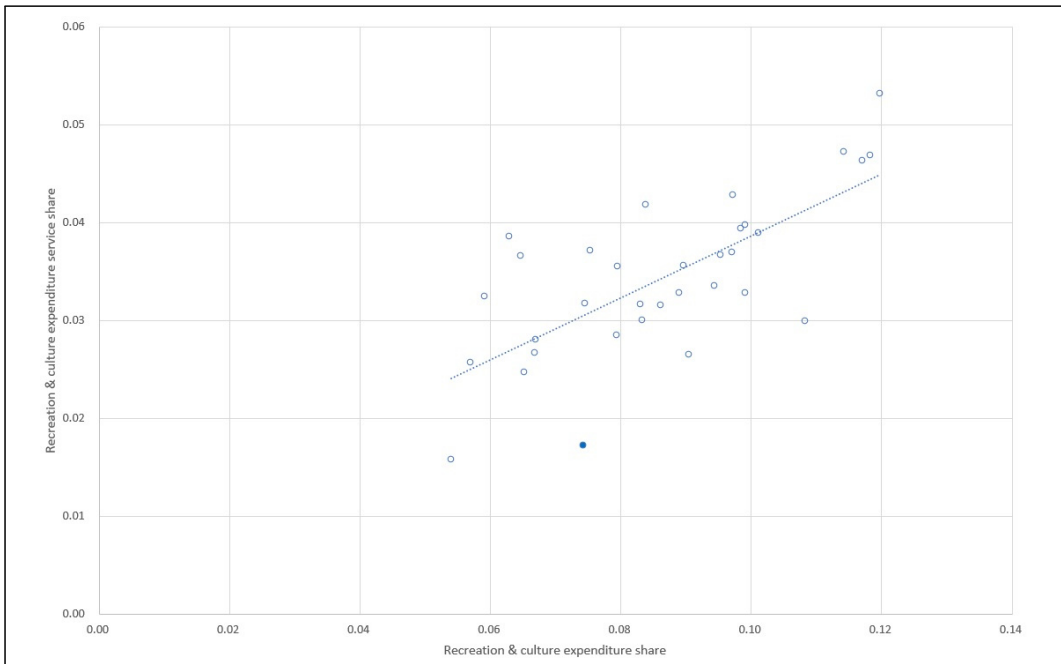


주: 파란 점이 한국을 표시. 점선은 추세선(2차식)

자료: OECD Stats

- 문화오락지출 가운데 공연 관람과 같은 문화오락서비스에 국한해보면, 지출 비중이 다른 선진국들에 비해 현저히 낮음
 - 한국은 고액의 문화바우처 지급에도 불구하고 가계지출액 대비 문화오락서비스 지출액 비중이 1.74%에 불과
 - 멕시코의 문화오락서비스 지출액 비중은 1.6%로서, OECD 회원국 가운데 유일하게 한국과 유사하게 낮은 수준을 보이고 있음

[그림 III-6] 문화오락 지출 비중과 문화오락서비스 지출 비중, OECD 회원국 2019년



주: 한국의 경우, OECD Stats에 문화오락서비스 지출 비중 자료가 없어서 『가계동향조사』 자료를 사용하였음
 자료: OECD Stats; 『가계동향조사』

- 한국의 문화바우처 지급액은 절대적인 액수로 높은 수준
 - 한국의 1인당 연간 문화바우처 금액은 11만원으로 가장 많은 금액을 지급하는 국가인 벨기에(€80)와 비슷한 수준
- 한국의 1인당 연간 문화바우처 지급액은 2020년 문화오락지출액의 6.6%로 다른 국가들과 비교하여 높은 수준

- 같은 해 유럽국가들에서 매년 지급되는 문화바우처 금액 비중은 0.3~3.6%
- 유럽국가들에서 평생 1회 지급되는 정액 문화바우처 금액 비중은 5.4~44%
- 이는 한국은 유럽국가들과는 달리 저소득층에게 문화바우처를 지원하는 특성 때문

〈표 III-11〉 문화바우처 지급액: 2020년 일부 국가

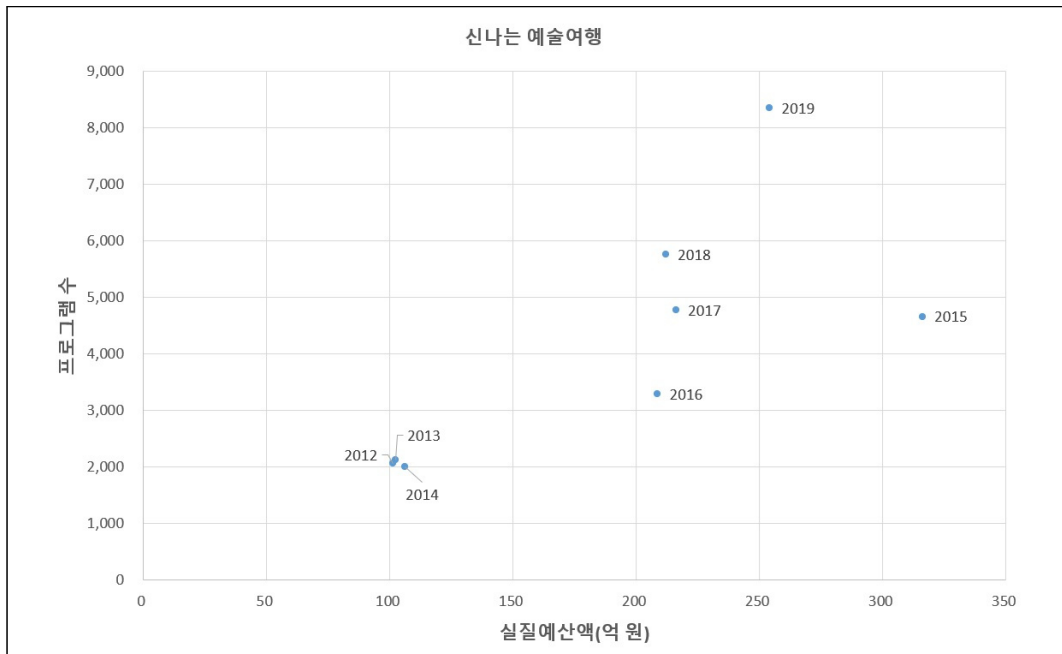
국가	지급대상	가구당 오락문화 연지출액 (2020년)	1인당 연간 바우처 (현재)		1인당 1회 정액 바우처 (현재)	
		금액	금액	비중	금액	비중
한국	6세 이상 (저소득층)	1,674,473원	110,000원	.066	-	-
벨기에	18~26세	€2,218	€80	.036	-	-
핀란드	16세 이상	€3,372	€10(20)	.003(.006)	-	-
프랑스	만 16~17세 /만 18세(정액)	€2,522	€20(30)	.008(.012)	€300	.119
독일	만 18세	€3,704	-	-	€200	.054
이탈리아	만 18세 (저소득층)	€1,133	-	-	€500	.441

주: 핀란드의 가구당 오락문화 지출액은 2015년 자료를 활용
 자료: Eurostat; 『가계동향조사』

나. 기타 문화예술향유 지원 사업

- 신나는 예술여행 사업은 실질 예산액 대비 공급된 프로그램 수는 꾸준히 증가
 - 2012~2016년간 예산이 1억원 증가할 때 약 12개의 프로그램이 추가적으로 공급됨
 - 2017년 이후 예산액의 정체에도 불구하고 프로그램 수는 꾸준히 증가
 - 2017년 약 4,800개 수준에서 2019년 약 8,350개로 증가
 - 2017~2019년 기간 프로그램 단가는 꾸준히 하락
 - 2020년 코로나19 이후 프로그램 수는 다시 감소세
 - 2022년 기준 프로그램 단가는 2014년 수준

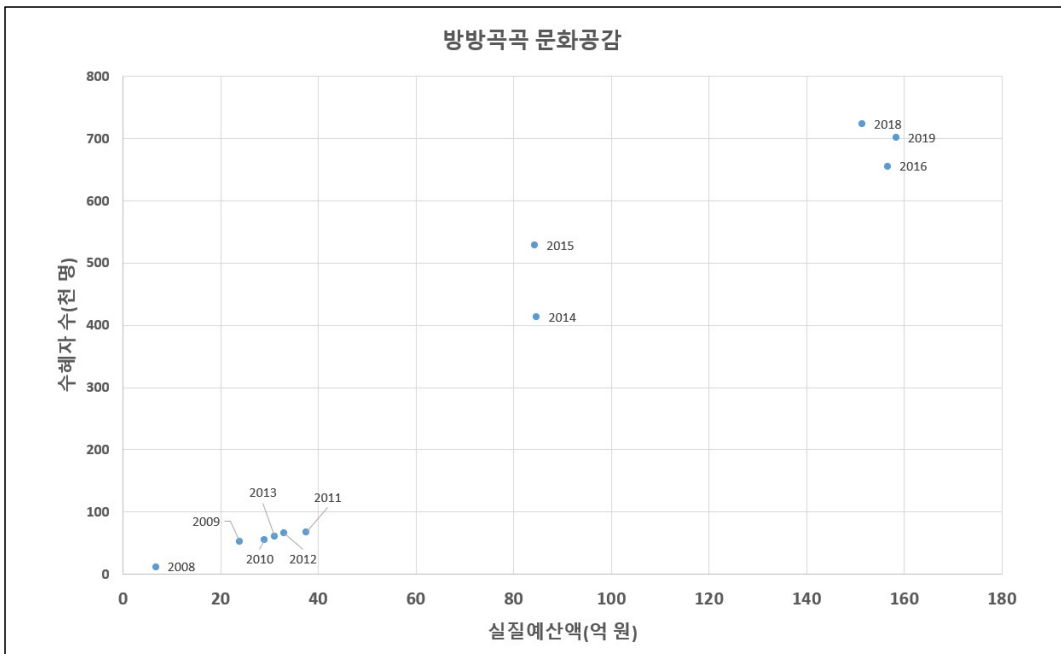
[그림 III-7] 신나는 예술여행 프로그램 수, 2012-2019년



자료: 『신나는 예술여행 모니터링 평가 결과보고서』

- 방방곡곡 문화공감 사업은 관객 수가 실질 예산액에 비해
 - 2008~2013년 기간 관객 수는 10만명 미만
 - 2014~2015년 기간 관객 수가 40만명 수준으로 급등
 - 예산은 40억원 미만에서 80억원 이상으로 2배가량 증가
 - 2016~2019년 기간 관객 수가 70만 명 내외로 급등
 - 예산은 80억원 수준에서 160억원 수준으로 2배가량 증가
 - 2020년 이후 예산액 증가에도 불구하고 관객 수가 40만명 수준으로 감소한 이후 2022년 현재까지 회복되지 못함

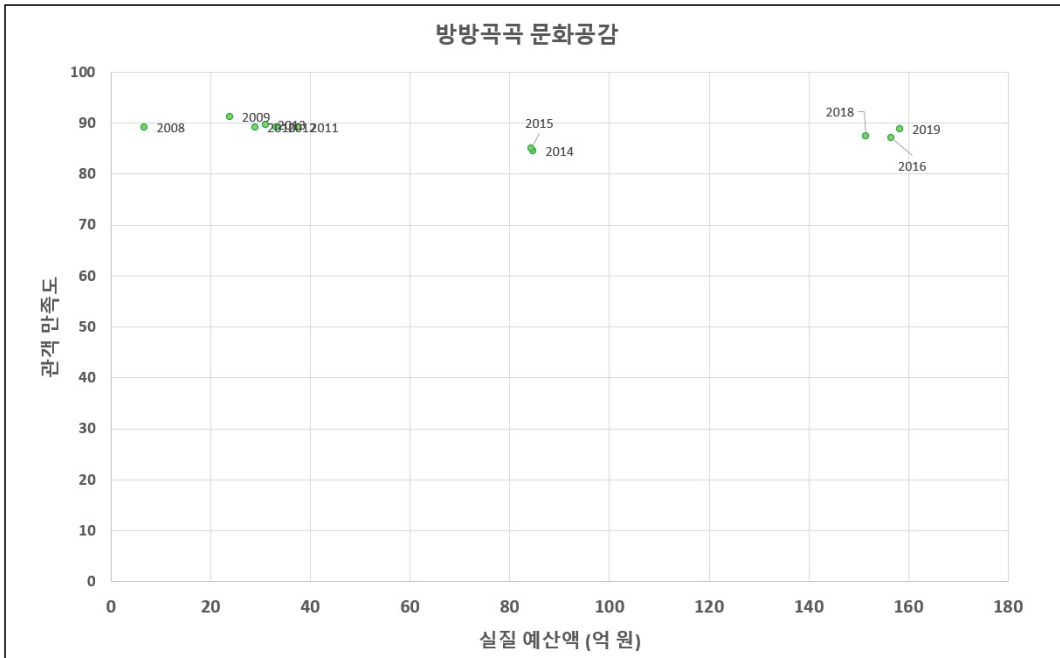
[그림 III-8] 방방곡곡 문화공감 관객 수, 2008-2019년



자료: 『방방곡곡 문화공감 사업 결과보고서』

- 방방곡곡 문화공감 사업에 대한 관객 만족도는 높은 수준이며 예산액과 대체로 무관
 - 만족도는 2008년 이후 전 기간에 걸쳐 높은 수준을 유지
 - 만족도 점수는 85~90점 사이에 위치
 - 예산 투입을 통해 만족도를 제고할 여지는 많지 않아 보임

[그림 III-9] 방방곡곡 문화공감 만족도, 2008~2019년



자료: 『방방곡곡 문화공감 사업 결과보고서』

다. 문화가 있는 날 본 사업

- (쟁점 1) 문화가 있는 날 참여시설의 참여 결정이 순수하게 자발적이지 않은 경우 가격 할인 프로그램이 민간 참여시설의 인센티브에 부합하지 않을 수 있으며, 이 경우 사회후생이 감소할 것으로 예상할 수 있음
 - 문화예술(특히 극장)이 과점 시장인 경우 문화예술작품은 과소공급되고, 이 경우 비자발적인 가격 할인에 따른 소비 증가는 사회후생을 증진시킬 수 있음
 - 반면 수요의 가격탄력성이 매우 작을 경우 문화가 있는 날 가격 할인으로 인해 매출액이 오히려 감소할 수 있으며, 이 경우 사회후생은 감소하고 민간기업의 의사와 무관하게 기업 이윤(주주의 이익)이 할인을 이용하는 관객으로 이전되는 결과를 초래

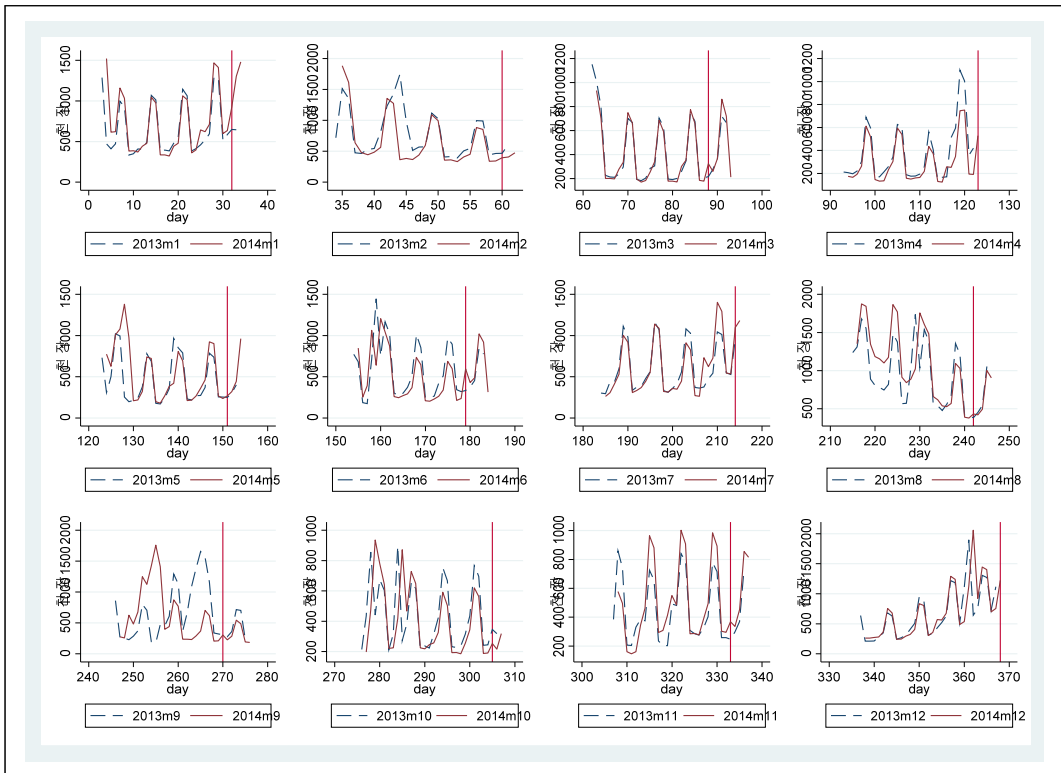
- 평가지표 및 비교 기준
 - 영화/공연의 티켓판매량 및 매출액의 가격탄력성 추정치($\hat{\eta}$)를 통해 문화가 있는 날 정책의 민간 참여시설의 인센티브 부합성(incentive compatibility) 평가
 - $\hat{\eta} > 1$: 가격 할인에도 불구하고 매출 증가
 - $\hat{\eta} = 1$: 가격 할인은 매출 중립적
 - $\hat{\eta} < 1$: 가격 할인으로 수요가 늘더라도 매출 감소
 - $\hat{\eta} \approx 0$: 수요 증대 효과 없음
 - 분석 결과의 해석
 - 영화 및 공연 수요가 가격에 탄력적인 경우, 사회후생 관점에서 정책개입이 타당성을 가질 수 있으며, 홍보를 위한 예산 투입 역시 타당성을 가질 수 있음
 - 영화 및 공연 수요가 가격에 비탄력적인 경우, 사회후생 관점에서 정책개입이 타당성을 갖기 어려울 수 있으며, 홍보 예산 투입도 줄일 필요가 있음

□ KOBIS 일별 시계열을 활용한 분석 결과

○ 정책개입 이전인 2013년(붉은 실선)과 이후인 2014년(푸른 점선)를 월별로 비교해 보면, 문화가 있는 날(붉은 수직선)에 해당하는 요일에 영화티켓 판매량이 급증하는 패턴을 볼 수 있음(그림 III-10) 참조)

- 특히 1월, 6월, 7월에 두드러짐

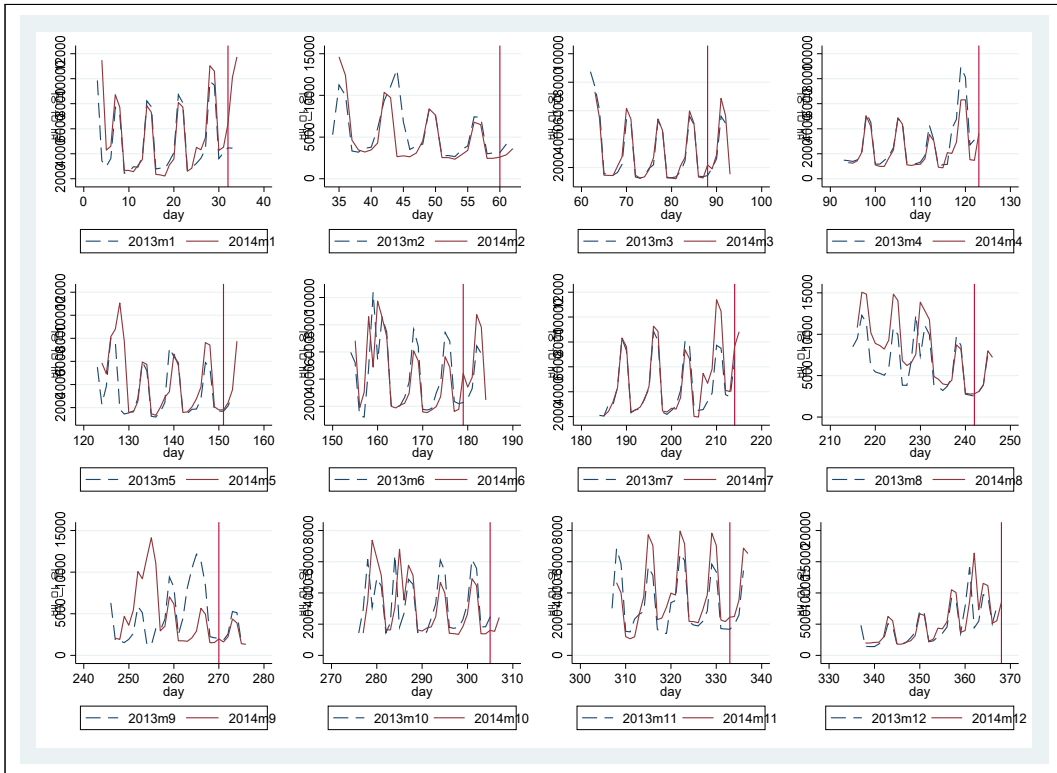
[그림 III-10] 티켓 판매량: 2013년(개입 이전) v. 2014년(개입 이후)



주: 파란 점선은 2013년 일별 티켓 판매량, 붉은 실선은 2014년 일별 티켓 판매량, 붉은 수직선은 문화가 있는 날에 따른 가격 할인일

- 문화가 있는 날에 따른 큰 폭의 티켓 가격 할인에도 불구하고, 매출액에서도 거의 동일한 패턴이 관찰됨([그림 III-11] 참조)

[그림 III-11] 매출액: 2013년(개입 이전) v. 2014년(개입 이후)



주: 파란 점선은 2013년 일별 매출액, 붉은 실선은 2014년 일별 매출액, 붉은 수직선은 문화가 있는 날에 따른 가격 할인일

- 문화가 있는 날은 영화표 판매량을 약 29% 증가시킴³⁾
 - 인접 주로부터의 수요 대체는 영화표 판매량의 약 1.65% 포인트 수준⁴⁾
 - 개봉일 조정에 따른 효과는 영화표 판매량의 약 4.7% 포인트 수준⁵⁾

- 3) 제(5)열의 수요일 추정치로부터 계산된 $33.73\% (= 1.697 / 1.269)$ 에서 개봉일 조정 효과 $4.68\% (= 1.32 / 1.273)$ 를 차감
- 4) 제(4)열의 수요일 추정치로부터 계산된 $35.38\% (= 1.695 / 1.252)$ 에서 제(5)열의 수요일 추정치로부터 계산된 33.73% 를 차감
- 5) 제(5)열의 목요일 추정치로부터 $1.341 / 1.281 - 1$ 로 계산

〈표 III-12〉 문화가 있는 날이 영화표 판매량에 미친 효과

종속변수 표본	영화표 판매량(로그)					
	(1) 전체	(2) 전체	(3) 전체	(4) 전체	(5) 마지막 주와 그 전주	(6) 마지막 주와 그 전주 2018년 이전
화요일	-0.0168 (0.0201)	-0.0163 (0.0201)				
화요일_다른주			-0.0323 (0.0209)	-0.0274 (0.0212)	-0.0204 (0.0357)	-0.0221 (0.0520)
화요일_마지막주			0.0490 (0.0375)	0.0236 (0.0413)	0.0288 (0.0403)	0.0327 (0.0475)
수요일	0.353*** (0.0238)					
수요일_다른주		0.248*** (0.0233)	0.248*** (0.0233)	0.252*** (0.0235)	0.269*** (0.0377)	0.156*** (0.0471)
수요일_마지막주		0.721*** (0.0417)	0.721*** (0.0417)	0.695*** (0.0456)	0.697*** (0.0441)	0.641*** (0.0621)
목요일	0.295*** (0.0199)	0.296*** (0.0199)				
목요일_다른주			0.279*** (0.0200)	0.283*** (0.0203)	0.281*** (0.0323)	0.283*** (0.0404)
목요일_마지막주			0.365*** (0.0421)	0.340*** (0.0457)	0.341*** (0.0432)	0.352*** (0.0594)
금요일	0.465*** (0.0201)	0.465*** (0.0202)	0.465*** (0.0202)	0.465*** (0.0202)	0.460*** (0.0292)	0.474*** (0.0371)
토요일	1.190*** (0.0197)	1.191*** (0.0197)	1.191*** (0.0197)	1.192*** (0.0197)	1.194*** (0.0289)	1.188*** (0.0340)
일요일	1.097*** (0.0197)	1.099*** (0.0197)	1.099*** (0.0197)	1.100*** (0.0198)	1.115*** (0.0289)	1.110*** (0.0356)
공휴일	1.265*** (0.0309)	1.290*** (0.0310)	1.292*** (0.0309)	1.293*** (0.0308)	1.355*** (0.0590)	1.400*** (0.0857)
공휴일전날	0.615*** (0.0441)	0.603*** (0.0437)	0.602*** (0.0434)	0.602*** (0.0434)	0.604*** (0.0643)	0.499*** (0.0586)
마지막주				0.0309 (0.0216)	0.0607*** (0.0228)	0.0187 (0.0280)
상수	5.892*** (0.0443)	5.891*** (0.0450)	5.893*** (0.0460)	5.889*** (0.0463)	5.682*** (0.0705)	5.710*** (0.0680)
관측치수	3,306	3,306	3,306	3,306	1,355	598
조정결정계수	0.891	0.897	0.897	0.897	0.907	0.850

주: 기준 요일은 월요일. 모든 회귀식은 비선형 월별 효과를 포함. 괄호 안은 강건표준오차. *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

○ 문화가 있는 날은 영화 티켓 매출액을 약 14% 증가시킴⁶⁾

- 인접 주로부터의 수요 대체는 티켓 판매량의 약 1.34% 포인트 수준⁷⁾

6) 제(5)열의 수요일 추정치로부터 계산된 18.37%(=1.495/1.263)에서 개봉일 조정 효과 4.4%를 차감

7) 제(4)열의 수요일 추정치로부터 계산된 19.71%(=1.494/1.248)에서 제(5)열의 수요일 추정치로부터 계산된

- 개봉일 조정에 따른 효과는 티켓 판매량의 약 4.4% 포인트 수준⁸⁾

〈표 III-13〉 문화가 있는 날이 영화표 매출액에 미친 효과

종속변수	매출액(로그)					
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
표본	전체	전체	전체	전체	마지막 주와 그 전주	마지막 주와 그 전주 2018년 이전
화요일	-0.0229 (0.0204)	-0.0226 (0.0204)				
화요일_다른주			-0.0378* (0.0213)	-0.0329 (0.0215)	-0.0259 (0.0363)	-0.0303 (0.0527)
화요일_마지막주			0.0396 (0.0383)	0.0139 (0.0422)	0.0193 (0.0416)	0.0251 (0.0485)
수요일	0.305*** (0.0230)					
수요일_다른주		0.244*** (0.0237)	0.243*** (0.0237)	0.248*** (0.0239)	0.263*** (0.0387)	0.143*** (0.0488)
수요일_마지막주		0.519*** (0.0418)	0.519*** (0.0418)	0.494*** (0.0458)	0.495*** (0.0444)	0.480*** (0.0618)
목요일	0.288*** (0.0202)	0.289*** (0.0202)				
목요일_다른주			0.272*** (0.0204)	0.277*** (0.0207)	0.274*** (0.0329)	0.272*** (0.0414)
목요일_마지막주			0.355*** (0.0425)	0.329*** (0.0462)	0.330*** (0.0439)	0.346*** (0.0603)
금요일	0.535*** (0.0207)	0.535*** (0.0207)	0.535*** (0.0207)	0.534*** (0.0207)	0.530*** (0.0302)	0.544*** (0.0384)
토요일	1.277*** (0.0200)	1.278*** (0.0200)	1.278*** (0.0200)	1.279*** (0.0200)	1.280*** (0.0295)	1.278*** (0.0345)
일요일	1.182*** (0.0200)	1.183*** (0.0200)	1.183*** (0.0200)	1.183*** (0.0200)	1.197*** (0.0294)	1.199*** (0.0360)
공휴일	1.336*** (0.0324)	1.350*** (0.0326)	1.352*** (0.0326)	1.353*** (0.0325)	1.423*** (0.0619)	1.474*** (0.0909)
공휴일전날	0.626*** (0.0436)	0.619*** (0.0435)	0.618*** (0.0432)	0.618*** (0.0432)	0.629*** (0.0641)	0.535*** (0.0612)
마지막주				0.0311 (0.0219)	0.0606*** (0.0233)	0.0165 (0.0285)
상수	7.842*** (0.0445)	7.842*** (0.0445)	7.844*** (0.0454)	7.840*** (0.0457)	7.652*** (0.0686)	7.675*** (0.0701)
관측치수	3,306	3,306	3,306	3,306	1,355	598
조정결정계수	0.890	0.892	0.892	0.893	0.903	0.859

주: 기준 요일은 월요일. 모든 회귀식은 비선형 월별 효과를 포함. 괄호 안은 강건표준오차. *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

18.37%를 차감

8) 제(5)열의 목요일 추정치로부터 1.33/1.274-1로 계산

- 영화관 수요의 가격탄력성은 -2.5에 이르는 것으로 나타남.
 - 평균 29%의 관객 수 증가가 평균 14%의 매출 증가로 이어졌다는 사실은 영화표 가격이 평균 11.6% 하락했음을 시사
 - 이는 가격이 11.6% 하락할 때 관객 수가 29% 증가했음을 의미
 - 분석 기간 동안 문화가 있는 날 영화표 가격 할인을 평균이 50%라고 가정(〈표 II-8〉 참조)하면, 문화가 있는 날 할인 대상 좌석의 요일 점유율은 약 23%임을 시사

- 극장 수요의 높은 가격탄력성 추정치는 다른 국가에 대한 추정치와 일관성을 보이는 결과
 - 1950~2002년 시계열을 활용한 독일의 영화 수요에 대한 가격탄력성은 -2.25로 추정됨(Dewenter & Westermann, 2005)
 - 1968~1992년 시계열을 활용한 스페인의 영화 수요에 대한 가격탄력성은 -3 미만으로 추정됨(Fernandez-Blanco & Banos-Pino, 1997)
 - 1950~1997년 시계열을 활용한 영국의 영화 수요에 대한 연구는 가격탄력성이 비교적 높음을 시사(Cameron, 1986; Macmillan & Smith, 2001)
 - 2011~2012년 기간 메이저 영화사에서 온라인으로 판매되는 디지털 영화에 할인 자료를 토대로 추정된 디지털 영화에 대한 가격탄력성 추정치도 -1.9~-5로 매우 높은 수준(Gong et al., 2015)

- 영화관 수요의 높은 가격탄력성을 고려하면, 문화가 있는 날에 따른 가격 할인은 참여 영화관의 인센티브에 넓은 의미에서 부합하는 것으로 보임
 - 영화표 매출액의 증가는 다른 부대 수입 매출의 증가를 수반할 것으로 기대할 수 있음

라. 문화가 있는 날 기획프로그램 지원 사업

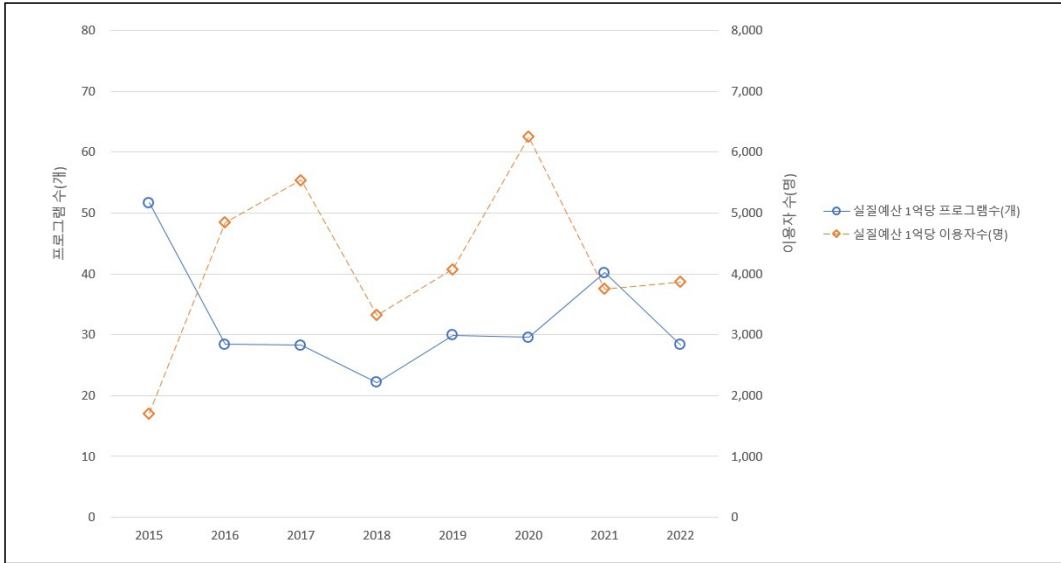
- (쟁점 1) 문화가 있는 날 기획프로그램 운영 사업의 효과성이 낮다면, 동 사업의 기획 재편이나 예산 배분의 조정이 요구됨

- 평가지표 및 비교 기준
 - (평가지표 1) 기획프로그램 참여 단체, 운영횟수, 참여 인원의 추이 등 사업실적을 평가
 - (평가지표 2) 기획프로그램 운영 사업 예산이 문화가 있는 날에 대한 ① 인지도, ② 인지자의 참여율, ③ 참여자의 만족도 등에 미친 영향을 분석함으로써 문날 기획프로그램 운영 사업의 성과를 평가
 - 기획프로그램 운영의 궁극적인 사업 목표는 문화가 있는 날을 홍보함으로써 대중의 인지도를 높이고 참여를 유도하는 것
 - 실질 예산액이 문화가 있는 날에 대한 인지도, (인지자의) 참여율, (참여자의) 만족도 등에 미친 영향을 분석
 - 예산액은 전국소비자물가지수를 활용하여 2020년 불변가격으로 변환
 - 문날 인지도는 문화가 있는 날에 대해서 들어본 적이 있다고 응답한 사람의 비율(%)로 정의됨
 - 문날 참여율은 문화가 있는 날을 인지하고 있는 사람들 가운데 문화가 있는 날 행사에 실제로 참여한 경험이 있다고 응답한 사람의 비율(%)로 정의됨
 - 설문조사 질문지가 참여 경험에 대한 기간을 명시하지 않아 누적 참여율로 이해 필요
 - 실질 예산액은 2020년 불변가격으로 평가
 - 인지도, 참여율, 만족도 지표의 경우, 코로나19에 따른 사업 환경 변화를 고려하여 2020년 이후 기간은 분석에서 제외

- 2022년 문화가 있는 날 성과분석보고서 자료를 활용한 사업실적 평가
 - 기획프로그램은 2015년에서 2021년 기간 양적으로 크게 성장
 - 예산 규모(명목)는 2012년 10억원 수준에서 2021년 197억원으로 약 20배 증가
 - 참여단체 수는 2015년 40개에서 2021년 1,405개로 30배 이상 증가

- 프로그램 수는 2015년 545개에서 2021년 7,748개로 약 14배 증가
 - 이용자 수는 2015년 18,000명에서 2021년 723,587명으로 약 40배 증가
- 예산액당 사업 실적(프로그램 및 이용자 수)은 뚜렷한 추이를 나타내고 있지 않고 있으며, 연도별 적지 않은 변동폭을 보임

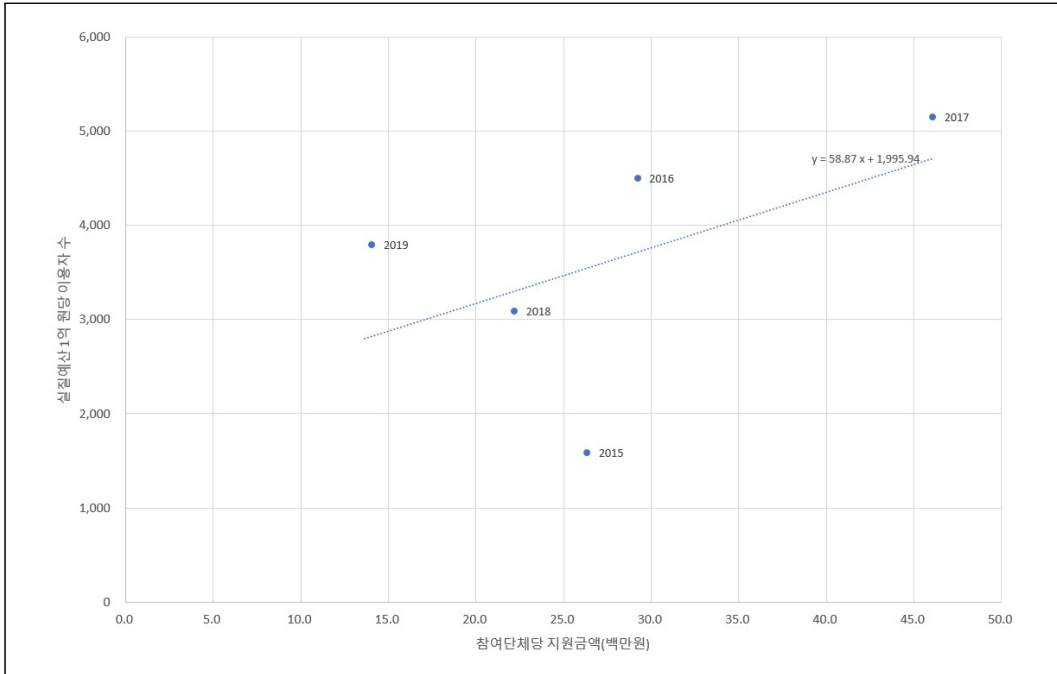
[그림 III-12] 예산액당 사업 실적, 2015~2022년



자료: 예산, 참여단체당 지원액 및 이용자 수는 『2023년 문화가 있는 날 기획사업 성과보고서』; 전국소비자물가지수는 한국은행 경제통계시스템

- 참여단체에 대한 평균 지원액(2020년 불변가격)이 백만원 늘어날 때 예산금액 1억원(2020년 불변가격)당 이용자 수는 약 59명 증가함
 - 2015년은 사업 첫해로서 예산 1억원당 이용자 수가 현저히 낮음.

[그림 III-13] 참여단체 평균 지원액과 단위금액당 사업 실적, 2015~2019년

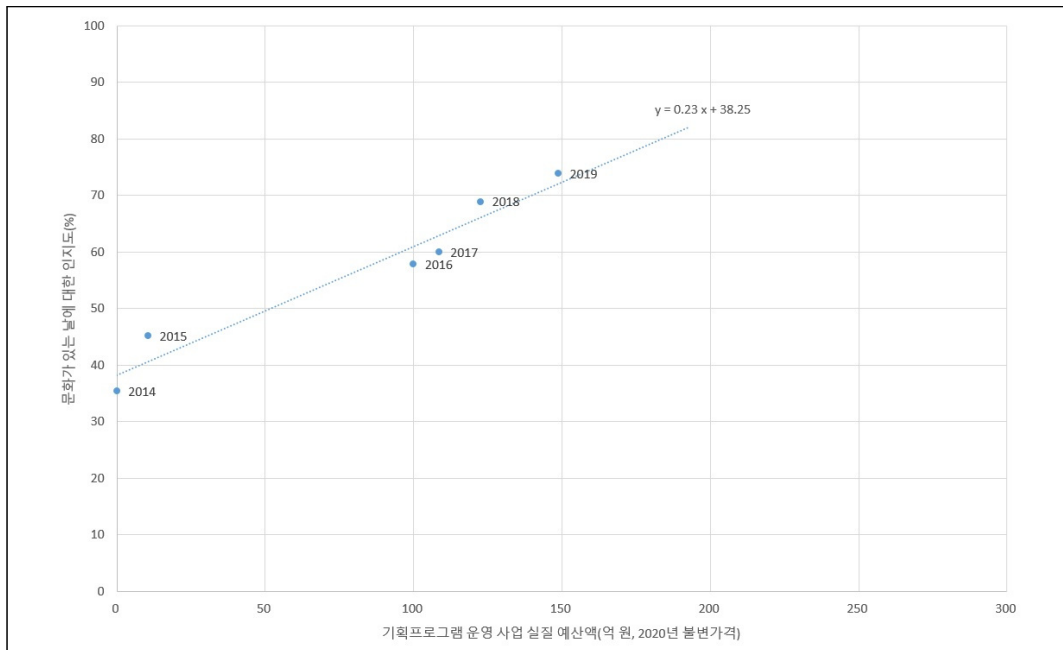


자료: 예산, 참여단체당 지원액 및 이용자 수는 『2023년 문화가 있는 날 기획사업 성과보고서』; 전국소비자물가지수는 한국은행 경제통계시스템

□ 2022년 문화가 있는 날 인지도 조사 보고서 자료를 활용한 분석 결과

- 문화가 있는 날 기획프로그램 운영 사업 실질 예산액이 1억원 증가할 때 문화가 있는 날에 대한 인지도는 0.23% 포인트 증가하는 것으로 나타남
 - 기획프로그램 운영의 우수한 인지도 제고 효과는 기획프로그램의 양적인 확대와 관계가 깊어 보임
- 코로나19로 사업 환경이 불리하게 변화한 2020년 이후는 분석에서 제외
 - 2020년 이후를 포함할 경우 인지도에 미친 효과의 크기는 약 30% 감소(사업 실질 예산이 1억원 증가할 때 인지도는 0.16% 포인트 증가)
 - 2020년 이후 구조적 단절이 발생했을 가능성([부그림 1] 참조)이 있으므로, 2023년 이후의 추이를 더 관찰할 필요

[그림 III-14] 실질 예산액과 인지도, 2014~2019년

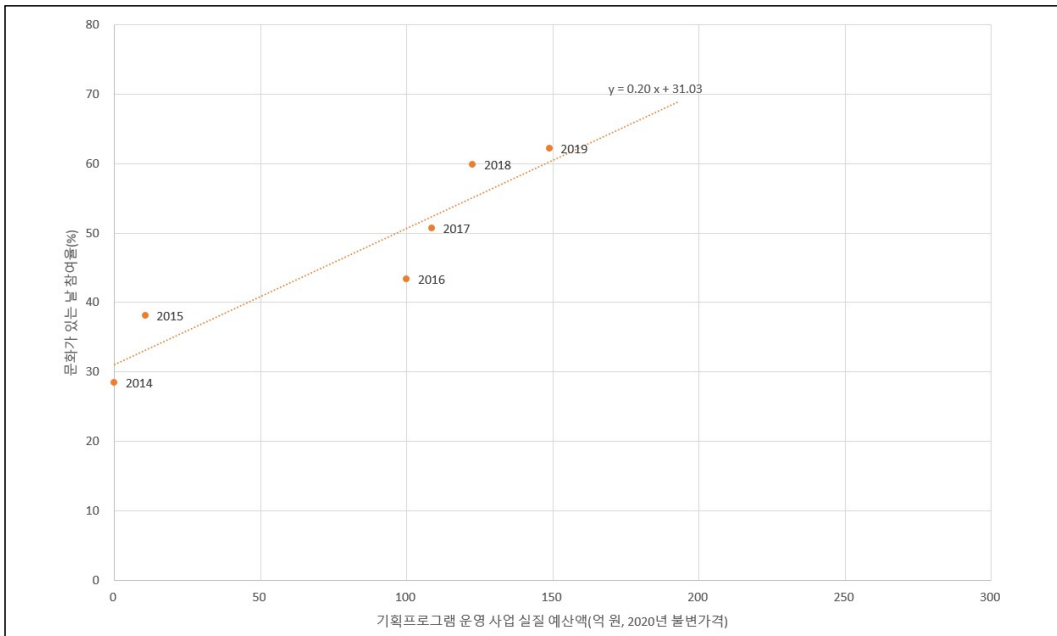


주: 점선은 선형 추세. 코로나19로 사업 환경이 크게 변화한 2020년 이후는 분석에서 제외. 2020년 이후를 포함한 분석은 [부그림 1] 참조

자료: 예산은 『2023년 문화가 있는 날 기획사업 성과보고서』; 전국소비자물가지수는 한국은행 경제통계시스템; 인지도는 『2022년 문화가 있는 날 인지도조사 보고서』를 참조

- 문화가 있는 날 기획프로그램 운영 사업 실질 예산액이 1억원 증가할 때 문화가 있는 날을 인지하고 있는 사람들 가운데 문화가 있는 날에 대한 참여율은 0.2% 포인트 증가하는 것으로 나타남
 - 예산 투입의 인지도 제고 효과가 참여율 제고로 이어진 것으로 보임
- 코로나19로 사업 환경이 불리하게 변화한 2020년 이후는 분석에서 제외
 - 2020년 이후를 포함할 경우 인지도에 미친 효과의 크기는 약 10% 감소(사업 실질 예산이 1억원 증가할 때 인지도는 0.18% 포인트 증가)
 - 2020년 이후 구조적 단절이 발생했을 가능성([부그림 2] 참조)이 있으므로, 2023년 이후의 추이를 더 관찰할 필요

[그림 III-15] 실질 예산액과 인지도 참여율, 2014~2019년

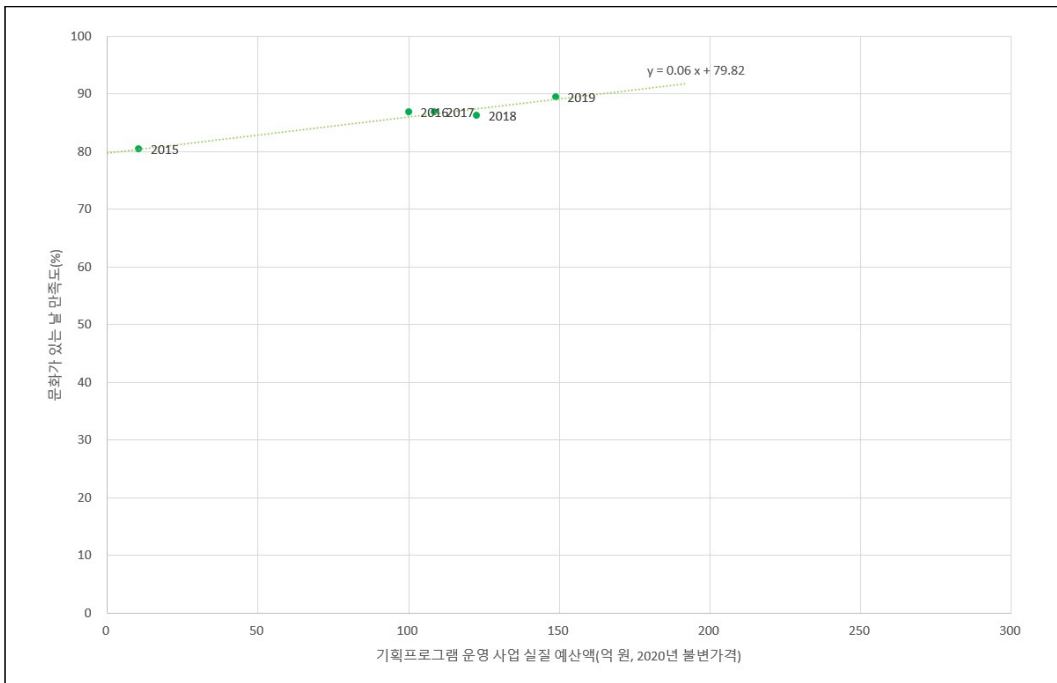


주: 점선은 선형 추세. 코로나19로 사업 환경이 크게 변화한 2020년 이후는 분석에서 제외. 2020년 이후를 포함한 분석은 [부그림 2] 참조

자료: 예산은 『2023년 문화가 있는 날 기획사업 성과보고서』; 전국소비자물가지수는 한국은행 경제통계시스템; 참여율은 『2022년 문화가 있는 날 인지도조사 보고서』를 참조

- 문화가 있는 날 기획프로그램 운영 사업 실질 예산액이 1억원 증가할 때 문화가 있는 날에 참여한 사람의 만족도가 0.06% 증가하는 것으로 나타남
 - 예산 투입에 따른 참여율 제고 효과가 만족도 상승에까지 이어진 것으로 보임
 - 사업 초기에 문화가 있는 날에 대한 만족도 수준이 이미 높기 때문에 예산 투입이 만족도에 미치는 한계 효과의 크기는 제한적인 것으로 판단됨
- 코로나19로 사업 환경이 불리하게 변화한 2020년 이후는 분석에서 제외
 - 2020년 이후를 포함할 경우 인지도에 미친 효과는 사라짐(사업 실질 예산이 1억원 증가할 때 인지도는 0.02% 포인트 감소)
 - 2020년 이후 구조적 단절이 발생했을 가능성([부그림 3] 참조)이 있으므로, 2023년 이후의 추이를 더 관찰할 필요

[그림 III-16] 실질 예산액과 참여자 만족도, 2015~2019년



주: 점선은 선형 추세. 만족도 조사 자료는 2015년 이후 가용. 코로나19로 사업 환경이 크게 변화한 2020년 이후는 분석에서 제외. 2020년 이후를 포함한 분석은 [부그림 3] 참조

자료: 예산은 『2023년 문화가 있는 날 기획사업 성과보고서』; 전국소비자물가지수는 한국은행 경제통계시스템, 만족도는 『2022년 문화가 있는 날 인지도조사 보고서』를 참조

- 청춘마이크 사업 참여 예술가들에 대한 FGI 결과, 사업의 취지와 운영에 대하여 높은 만족도를 보임
 - 공연을 위한 모든 준비를 주관단체에서 지원함으로써 참여 예술가들은 오로지 공연에 집중할 수 있는 환경이 제공됨
 - 공연 지원은 조명, 음향, 무대, 전담인력 인건비 등 공연시스템부터 홍보까지 모두 포괄
 - 주관단체가 해당지역에 대한 이해도가 높아 원활한 공연준비가 가능
 - 예술가에 대한 사례비, 여비, 사업추진비 등 필수경비를 보조

<청춘마이크 우수예술가로 선정된 단체 FGI>

- 2023년 4월 10일 인터뷰.

“청춘 마이크는 젊은 예술가들에게 버스킹 기회를 제공한다는 점이 가장 큰 장점이라고 생각을 하는데, 제 분야에서는 더욱 특별할 수 있어요. 사실 다른 분야는 무대 위에서 갖춰진 공연들이잖아요. 그런데 저희 가야금은 원래 버스킹이 불가능해요. 가야금 같은 경우에는 소리가 너무 작다 보니까 버스킹을 하려면 무조건 음향 장비가 들어가야 돼요. 그런데 여자 셋이서 각자 악기 하나 들고, 받침대 들고, 의상 들고, 대 들고, 의자 들고 가는 것도 사실 벅차거든요. 거기에다 음향 장비까지 세팅을 하기에는 너무 벅찬데 청춘 마이크는 다 해주세요. 와서 연주에만 집중할 수 있는 여건을 제공하는 것이 청춘 마이크 사업팀들이고, 저희가 제일 좋았던 점이에요.”

“공연 장소마다 특수성이 있어요. 장소 선정을 위해서는 현장 답사도 필요한데, 주관단체에서 몇 개를 뽑아주세요. 가야금은 취약한 곳이 있어요. 너무 습하면 저희가 힘들어요. 소리도 잘 안 나고 그럴 수 있어요.”

“제주는 특성상 교통비가 많이 들기 때문에 사실 저희 아티스트들 중에서도 제주 아티스트도 있지만 그날 그날 내려오시는 분 되게 많아요. 당일날 내려오셔서 공연하시고 다시 올라가시고. 그런 부분이 해결이 됩니다.”

마. 종합평가 및 소결

- 문화예술향유 지원 및 국민문화활동 지원 사업의 경우 운영성과가 전반적으로 양호한 것으로 판단됨
 - 통합문화이용권 사업은 문화관련 지출 확률을 높임으로써 문화 양극화 해소에 일정하게 기여하고 있는 것으로 평가되나, 가구의 평균 문화오락지출 수준을 높이는 효과는 거의 없는 것으로 보임
 - 통합문화이용권 사업은 문화오락지출을 하는 가구수, 즉 외연을 확장하는 효과 (effects along extensive margins)를 기대할 수 있고, 그러한 증거가 발견됨
 - 신나는 예술여행, 방방곡곡 문화공감 등 문화예술향유 지원 사업은 예산액에 비례하여 문화예술 프로그램을 적절히 공급하고 있음
 - 예산 증액을 통한 만족도 제고의 여지는 제한적일 것으로 판단됨
 - 문화가 있는 날 본 사업은 참여기관 및 수요자의 인센티브에 널리 부합하여 사회후생 증대에 기여할 수 있을 것으로 판단됨
 - 문화가 있는 날 본 사업에서 가장 중요한 영화 관람의 경우, 수요의 가격탄력성이 매우 높기 때문에, 할인을 적용할 경우 관객 수와 티켓 매출액이 증가하며, 따라서 기업 이윤에 미치는 악영향도 제한적일 것으로 판단됨
 - 소수의 멀티플렉스 체인들이 시장 지배력을 행사하고 있다면, 이러한 할인 적용에 따른 관람객 증가로 인한 사회 후생 개선을 기대할 수 있음
 - 문화가 있는 날 기획프로그램 지원 사업은 예산액에 비례하여 문화가 있는 날 사업에 대한 인지도, 참여도, 만족도를 높이는 것으로 평가됨

2. 시설 및 인프라 부문

가. 예술산업 인력양성 사업

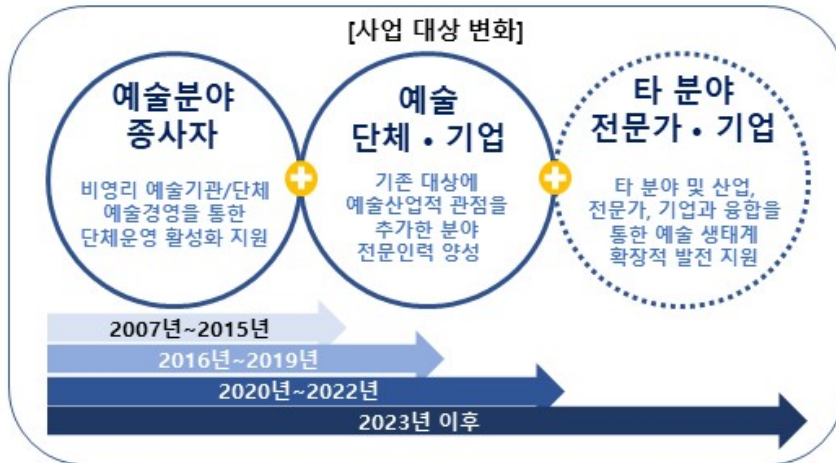
1) 사업 개요

- 예술산업 인력양성 사업(예술경영아카데미, 예술분야 일자리 정보시스템)은 예술산업의 현업·미래(잠재) 인력 대상, 기술혁신·시장트렌드 등 빠른 사회변화에 맞춘 전문역량 교육을 통해 예술산업·기업의 성장을 견인할 전문인재를 양성하고 맞춤형 정보 제공으로 예술의 산업적 기반을 조성하는 사업으로 2023년 예산규모는 26억원임
- 예술경영 아카데미는 2007년 “문화예술 기획경영 전문인력 양성사업”의 일환으로 시작했으며, 공연기획과 예술단체 경영 전문화를 위한 실무를 주요 커리큘럼으로 2015년까지 운영되다가 예술산업 기초과정과 예비인력 양성과정이 추가되어 재편됨

〈표 III-14〉 예술경영 아카데미 경과

구분	2007~2015년	2016~2019년	2020~2022년
사업명	문화예술 기획경영 전문인력 양성사업	예술의 산업적 기반 조성(예술경영 아카데미)	
교육과정			
사업예산	① 예술경영 아카데미 (평균 3억원) ② 현장배치지원	① 예술경영 아카데미 (평균 4.9억원) -	① 예술경영 아카데미 (평균 6.9억원) ② 취업 및 기업 정보시스템
사업 추진방향	문화예술 종사자 역량강화 및 단체 운영 활성화	문화예술 종사자 역량 강화 및 다각화 기반 마련	예술 생태계 내 인력 육성 다각화 (성장 단계 및 특화 분야별)
교육 방식	대면, 집체형 이동형(지역확산)	대면, 집체형 이동형(지역확산) 캠프형(해커톤)	온·오프라인 혼합형 이동형(지역확산) 소규모 워크숍 및 네트워킹형
교육 규모	20개 내외	25개 내외	30개 내외

- 사업 대상의 범위는 사업 영역이 확장됨에 따라 확대되어 왔으며, 현재는 예술분야 현직 및 예비 종사자, 예술 단체 및 기업뿐만 아니라 타 분야(산업) 전문가 및 기업도 대상이 되고 있음



- 예술산업 인력양성 사업은 코로나19로 인한 온라인 교육 콘텐츠 필요, 사업 요구 대상 확대로 2020년 이후 예산이 증가되었으나 시장의 교육훈련 수요를 고려한 사업 대상 범위와 규모에 대한 논의가 필요함
- 2010년 이후 예술 영역에 예술 기업, 예술의 산업화 개념이 확산되고 기획력과 경영 마인드를 가진 예술 분야 인력들의 수요가 증가하면서 대학에 예술경영학과가 개설·운영되기 시작함에 따라 이들 기관의 교육방식 및 졸업생과 예술경영아카데미 인력양성 방식 및 수료 인력과의 차별성 논의가 필요함
- 예술산업 인력양성 사업의 성과도 지원율과 수혜 규모, 만족도, 수료 인력들의 시장 진출 성과 등을 종합적으로 확인해 봐야 하며, 성과를 고려한 사업 발전방안에 대한 논의도 필요함

2) 사업 평가

□ 사업 대상 범위와 규모의 적절성

- 예술산업 인력양성 사업은 초기 예술분야 종사자, 개인 단위로 추진되다가 2016년 이후 예술산업 기반 조성이라는 측면에서 사업 대상을 예술단체(기업)까지 확장시켰으며, 2023년부터는 예술을 활용할 수 있는 타 분야 인력 및 기업도 교육대상에 포함됨
- 예술산업 저변 확대 및 예술 노동시장에 인적자원 축적 측면에서 사업 대상의 범위 확대는 긍정적으로 평가되나, 제한된 자원하에서 인력양성 사업 대상 증가와 교육의 질 제고가 양립하기 어렵다는 측면에서 자원과 역량의 효율적 배분이 필요한 상황임
- 사업대상 증가에 따른 오프라인 교육 확대, 온라인 교육 방식 및 콘텐츠 강화로 수료자 및 수강생 수는 증가했으며 2022년 기준 교육기회가 제공된 전체 수강생 수는 14,078명으로, 이중 온라인 교육을 제외한 수강생 수 2,895명 중 1,594명이 수료했음(2021년 기준 수강생 수 2,952명 중 665명 수료)
- 예체능계 졸업자 수 6.54만명(2021년 교육통계)과 이들 중 개인활동(개인창작, 프리랜서 등)을 하는 1만명을 사업 대상자로 하고 청년층 중 약 10.5%가 졸업 후 교육 훈련 받는다는 것(경제활동인구조사-청년층 부가조사)을 고려하면, 예술산업 인력양성 사업의 신규 대상은 매년 1,000~6,254명가량일 것으로 예상됨
- 여기에 예술분야 예비인력 외 현업인 및 인접산업 종사자 수 685,463명(2019년 문화체육관광산업통계)을 고려하면 오프라인 교육 수요는 현재 수준을 충분히 유지할 것으로 전망되며, 사업 확장으로 수강생 수가 증가함에도 불구하고 최근 몇 년간 사업 지원율이 증가하고 있는 것도 이러한 전망을 반증함

〈표 III-15〉 예체능계 졸업자 및 인력양성 사업 수강생

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022
예체능계열 졸업자(A)	69,502	67,337	65,755	66,253	65,431	-
개인활동자 수(B)	11,469	10,947	10,634	9,455	10,403	-
수강생 수(C)	-	1,171	810	946	2,952	2,895
C-1/A(%)	-	1.7	1.2	1.4	4.5	4.4
C-1/B(%)	-	10.2	7.4	8.9	31.2	27.8
사업 지원율	-	1.45:1	1.27:1	1.68:1	2.23:1	1.80:1

자료: 한국교육개발원, 통계청, 「교육기관(고등교육기관 및 직업계고) 졸업자 취업통계」

- 다만, 예술시장 내 예술산업 인력양성 사업이 수요가 충분하다는 점에서 사업 대상의 범위 확대는 1차 사업 대상인 예술인 및 인접 영역에서 활동하는 인력들의 기회가 축소될 수 있다는 측면에서 예술인(단체)을 중심으로 예비 및 현업인의 기획·경영 역량을 강화시키는 것에 집중할 필요가 있음

“예술인력들은 여전히 사업, 경영이라는 경험뿐만 아니라 지식이 부족한 면이 있기 때문에 오프라인 교육 참여가 제한될 수 있음... 분야의 확장보다는 실제 예술업계에서 활동한 인력을 중심의 소수정예 교육을 하는 것이 효과적인 것”
 - 〈예술산업 인력양성 사업 평가 자문회의〉

“예술경영아카데미의 프로그램이 대부분 현업에 종사하는 사람 대상으로 하는 게 대다수였어요.”
 “교육참여자 간 스터디 모임 등을 통하여 분야와 직무를 교류할 수 있는 시간이 매우 부족하며, 이를 지원하는 프로그램 부분도 약함”
 - 〈2021 예술경영 아카데미 운영성과 분석 및 조사설계〉

□ 사업의 차별성과 성과

- 예술산업 인력양성 사업은 예술의 사업화 관련 교육훈련 및 네트워크, 일경험 제공을 통한 예술기업 및 관련 시장의 성장을 견인할 전문인재를 양성하고 있음
 - 현장 교육수요에 기반한 맞춤형 실무중심의 교육을 제공하고,

“예술경영아카데미는 실무적인 그리고 실무자가 정말 원하는 교육을 하는 것에 특화되어 있다 생각이 듭니다.”
 “예술경영아카데미만의 장점이 있어요. 충분히 매력도 있고, 실무 위주로 짜여지는 것들이 좋은 것 같아요. 쉽게 보지 못하는 부분에 대해 발견하는 것도 너무 좋고, 그 부분들을 갖고 교육을 진행하는 것도 너무 좋은데...”
 - 〈예술경영 아카데미에 대한 예술 현장의 평가〉

- 또한, 예술분야는 타 분야 대비 직업교육·훈련 경험률이 낮고, 첫 일자리 입직 기

간이 긴 것에 비해, 실무 투입이 가능한 경력자 중심으로 채용되는 경향이 있어 취업이 어려운 특성이 있다는 점을 고려, 현장 실습, 창업 교육 등 일 경험을 제공하고 있으며,

“취업을 동시에 준비하던 중 포트폴리오 작성에 대한 지식이 필요하였고, 연관성 있는 과정을 수강함, 창업과정 중 필요한 재원조성, 저작권 등 필요한 지식을 습득할 수 있어 수강하게 됨”

“창업하는데 있어 혼자서 준비하는 한계가 있었는데 창업관련 가이드 및 사례를 알려주는 강자들이 있어 도움이 됨. 특히 수업을 통해 알게 된 사람들과 네트워크 및 커뮤니티 형성과, 타 분야 사람들의 생각을 접할 기회가 도움이 됨”

- <2022 예술경영 아카데미 운영성과 조사>

- 교육 참여자 간의 소통과 협력을 유발해 현장 네트워크 구축에 기여하고 있음

“현장에서 예술인들을 많이 만나는데, 현장에서 예술인들과 얘기를 하거나, 예술인들이 힘든 것을 얘기할 때도, 내가 이런 흐름이었지 라는 게 생각이 나면, 이런 부분에선 어떠세요? 하고 짐을 수가 있더라고요. 그래서 그런 게 대화가 통해요. 제가 현장이라든지 시각예술을 모르면 이게 대화가 안 통해서 제가 어느 부분이 힘든지, 어느 부분에서 제가 개선을 하면 좋은지, 이게 말이 안 되거든요. 그게 좀 소통이 되고, 통해야 하는데, 그걸 통하게 하는 가교 역할을 했던 것 같아요.”

- <예술경영 아카데미에 대한 예술 현장의 평가>

○ 정규 학제(대학/대학원) 내의 예술경영학과는 이론 중심 교육을 통해 학문적 기반을 마련하는 데 반해, 예술경영아카데미는 실무에서 발생하는 사례와 수요를 파악하여 교육과정을 설계하고 현장 전문가 연계를 통해 인력들의 역량을 강화시키고 있음

“저는 지금 졸업하기이고 실과과이다 보니 4년 내내 이론 공부를 해본 적이 없어요. 그래서 이론 공부도 하고 싶은데, 그런 과정도 없고, 제가 스스로 취업을 하고 싶으면 제가 알아서 해야 해서...”

“학교에 다니면서 실무적 과정에 대해서 한 번도 배워보지 못했거든요. 그런데 예술경영지원센터에서는 예술 분야를 전공한 사람들이 일자리를 갖는 데에 일반적인 취업 방식처럼 실무 경험을 단시간 내에 빠르게 하게 할 수 있다는 장점이 있더라고요.”

- <2021 예술경영 아카데미 운영성과 분석 및 조사 설계> 중 예비종사자 좌담회 발췌

“지금은 대학에서 창업이나 사업화 등에 대한 다양한 교육프로그램이 있다고 하지만 10여 년 전만 해도 정규교육과정에는 그런 프로그램이 없었어요. 그래서 지금 예술 현장에서 활동하시는 분들은 예술 기획경영 관련 교육을 받을 기회가 예술경영아카데미가 유일해요.”

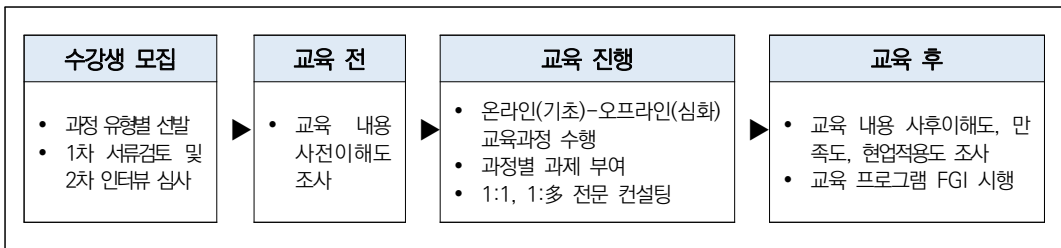
“공공기관, 민간에서 하는 다양한 창업교육 프로그램에 지원해 봤는데, 멘토나 컨설턴트 분들이 예술 분야를 전혀 모르시기 때문에 도움이 받기 어려웠어요... 여기는 모든 분들이 예술경영 경험한 전문가이기 때문에 모든 단계에서 고민을 나누고 노하우를 전수받을 수 있어요

- <예술산업 인력양성 사업 평가 자문회의>

○ 다만, 교육훈련 과정 중 법률(저작권), 인사·노무, 세무·회계, 트렌드 등에 대한 내용은 유사 교육과정(콘텐츠산업 분야)도 다수 존재하며, 오프라인 교육과정에도 지식·정보 전달 중심의 교육이 다수 있는 것이 확인됨

- 사업은 교육과정 운영 및 종료 후 교육수요 탐색·환류를 통해 환경변화 대응과 시장 수요를 반영한 교육과정을 설계하면서 매년 교육콘텐츠를 변경하고 있으며, 특히, 프로젝트 실습형 교육과정은 단계별로 수요자 맞춤형으로 진행하고 있음
 - 구체적으로 교육 전에 교육내용에 대한 사전 이해도를 조사함으로써 수강생 맞춤형 프로그램을 제공하고, 프로그램 안에서 과정별로 과제를 부여하고 컨설팅을 연계해 프로젝트 실습 중심의 교육을 추진하고 있으며, 이후 교육 참여 수강생 및 전문가 간 네트워킹 및 발표기회 제공하고 있음(매년 11월 개최 “예술경영대상”을 통해, 예술경영 전문성 및 활성화 정도 발표 기회 마련)

[그림 Ⅲ-17] 교육과정 운영 체계



- 다만, 제공되는 교육과정 정보가 제한적인 상황에서 교육 과정명 및 내용 변경은 대상들의 교육과정 선택의 어려움과 체계성 부족으로 이어지고 있음
- 예술인력 양성사업은 최근 5년(2018~2022)간 평균 지원율 1.69:1을 보이고 있으며, 전반적인 만족도는 6.02(7점 만점) 높은 수준을 유지하고 있는데다, 매년 재참여 의향과 추천의향도 높게 나타나고 있음

“예술경영아카데미는 지식적인 부분뿐만 아니라 예술시장에서 활동의 지속성을 높이는 효과도 가짐. 예술분야 사업자들은 대부분 공모전 또는 지원사업을 준비하는데 이러한 한계는 예술가(단체)의 발전의 한계로 다가옴... 예술경영아카데미의 강좌는 다양한 사례와 지식뿐만 아니라 목표와 방향설정, 정체성 재정립에도 도움을 주고 있음... 수강생에게 역량 강화와 함께 예술시장에 지속할 수 있는 힘을 받는 기회가 됨..”

- <예술산업 인력양성 사업 평가 자문회의>

- 다만, 대부분 단기과정임에도 불구하고, 수강 인원 대비 수료율(2022년 55.1%)이 낮은데다가 수료율도 연도별 차이가 크게 나타나고 있어 교육 참여의 지속성을 높일 수 있는 방안(유인) 마련이 필요함

〈표 III-16〉 예술경영 아카데미 사업실적(2018~2022년)

사업실적	2018	2019	2020	2021	2022
지원율	1.45:1	1.27:1	1.68:1	2.23:1	1.80:1
만족도(7점)	5.85	6.01	5.98	6.29	6.09
재참여의향(7점)	6.07	5.87	6.45	6.59	6.39
추천의향(7점)	6.13	6.03	6.43	6.51	6.26
수강생수	1,171명	810명	946명	2,952명	2,895명
수료자수	455명	758명	885명	665명	1,594명
수료율(%)	38.8	93.6	93.5	22.5	55.1

“예술인들은 일반적으로 검업을 하고 있기 때문에 단기과정에서 하루만 일정이 안 맞으면 수료가 안 되는 상황이 발생할 수 있음... 중간에 과정이 안 맞아서 중도 탈락하는 사람도 있는데, 제가 들은 한 과정은 수강생들이 경력차이가 있는데 과정이 경력직 중심으로 되어 경력이 짧은 인력들이 어려움을 겪었음”

“특정 과정은 수료를 하면 지원사업에 인센티브가 있는 것 같은데... 교육 동기부여나 여건 마련을 위한 지원이 있으면...”

- 〈예술산업 인력양성 사업 평가 자문회의〉

- 또한, 내용 이해도 향상률은 높게 나타나나 교육결과가 현업에 얼마나 활용·적용될지를 묻는 현업 적용도가 5점 중반대로 보통수준을 유지하고 있음을 볼 때 현업 적용도를 높이기 위한 교육 과정 및 콘텐츠 개선이 필요함

〈표 III-17〉 내용 이해 향상률과 현업 적용도 추이

사업실적	2020	2021	2022
내용이해도 향상률(교육 전후 비교)	70.2%	67.33%	56.53%
현업 적용도(7점)*	5.61	5.48	5.46

주: 현업적용도는 7점 척도로 측정된 5개 지표(업무사용 빈도, 업무수행 능력 향상, 업무적용 시도, 문제점 해결, 주변 평판)의 평균 점수로 산출함

“교육 주제에 대한 내용 정도로 교육수강 여부를 결정하기 때문에 사후적으로 교육과정과 수강자의 니즈가 안 맞는 경우가 있음... 과제부담, 교육의 난이도, 팀작업의 필요 등 교육과정에 대한 정보를 잘 주는 것이 필요해 보임..”

“기초 교육 수강한 시장에 진입하기 위한 중간단계가 없음.. 초기 교육 후 고도화 교육이 있으며 시장진입이 효과적..”

“멘토(강사)분이 경영에 대한 전문성은 있지만 예술에 대한 이해도가 약간 떨어지는... 고도화과정을 추가해 예술업계 전문가분의 사례를 중심으로 멘토링을 받았으면 좋을 것..”

- 〈예술산업 인력양성 사업 평가 자문회의〉

- 예술분야 일자리 정보시스템(아트모아, <https://artmore.kr/>)은 최근 온라인 교육관리 시스템(LMS)을 탑재하여 이용자들이 기업 및 일자리 정보에 접근하면서 교육 서비스 이용도 가능하게 함
 - 현재 9,573명의 회원이 가입했으며 421만명의 방문자수를 기록하고 있음

“ 예술 사업군에서 직업 직무 등을 검색할 경우 예술경영지원센터의 일자리 정보 사이트 아트모아에 방문하게 되며, 해당 사이트에서 다양한 정보를 받을 수 있음..”

“ 다양한 예술분야 직업 직무 정보를 주는 곳은 예술경영지원센터가 유일하며, 무료 강의를 수강할 수 있다는 점에 본 사이트에 접속하며 다양한 콘텐츠 및 강의를 접하게 됨.”

- <2021 예술경영 아카데미 운영성과 분석 및 조사설계>

〈표 III-18〉 아트모아 시스템 누적 실적(2021~2022년)

방문자수	전체 페이지뷰	일자리 페이지뷰	채용공고	회원수 (개인/기업)	연계 데이터수 (워크넷, 빅카인드)
4,208,909명	12,093,104회	7,122,080회	7,271건	9,573명 (7,932/1,632)	91,110건

- 다만, 정보시스템이 제공되는 기능과 정보 수준을 볼 때, 활용도와 효과성 측면에서 초기 수준에 그치고 있어 콘텐츠와 기능 개선이 필요함
 - 현재 일자리 정보(일부 워크넷 정보 연계) 및 교육훈련 정보 검색 기능 중심으로 시스템이 운영되고 있어 정보의 범위와 연계가 제한적
 - * 콘텐츠분야의 대표적인 인력양성 사업인 창의인재동반사업은 경력경로조사 및 활성화 지원 사업을 추진으로 사업 성과관리 및 교류활성화를 지원하고 있음

“아트모아를 통해 구인/구직 정보나 교육훈련 정보를 잘 제공받고 있음... 다소 한정된 콘텐츠 느낌이 있음. 정부지원 사업, 사업계 이슈와 트렌드, 성공 사례 등 다양한 정보가 더 탑재되면 아트모아의 활용성이 높아질 것이고 가입자들도 더 큰 도움이 될 거라 보임.”

- <예술산업 인력양성 사업 평가 자문회의>

- 기업과 인력 정보를 분석해 경력(성장)경로별 교육훈련 및 사업 등을 개발·제공하거나, 네트워크 지원하는 등 인력들의 경력개발관리를 도와주고 있는 해외 유사 분야 정보시스템 사례를 탐색·벤치마킹할 필요
- 이용자는 개인의 역량 및 단계에 따라 자신의 경력경로를 확인하고, 이를 기반으로 포트폴리오 구축, 경력개발 및 교육훈련, 직업 및 분야, 지원 사업에 대한 정보와 함께 지원도구(toolkit)를 확보하고 있음

〈해의사례: 영국 스크린 스킬스(Screen Skills)〉

영국은 스크린 스킬스는 관련 분야의 교육훈련, 경력개발·관리, 사업정보 제공, 네트워킹 등의 프로그램을 연계 지원해 모든 단계의 인력과 단체(기업) 활동을 지원하고 있음. 또한, 채용정보, E-러닝, 견습 정보(견습생 교육기준 생산), 기술 예측(투자), 멘토링 프로그램(표준화), 신규인력 맞춤형 프로그램, 전문성 개발 과정, 경력개발을 저해하는 요소 제거(프로그램) 등을 지속적으로 개발함으로써 서비스를 고도화하고 있음(<https://www.screenskills.com/>)

3) 소결

- 예술산업 인력양성 사업은 업계에서 예술산업 종사자의 실무역량 강화 및 미래·전문인재 육성을 위한 맞춤형 교육을 제공함으로써 예술산업의 성장과 저변 확대에 기여했다고 평가받고 있으며, 예술산업 관련 교육수요 확대와, 최근 아트모아 시스템 구축 및 온라인 교육콘텐츠 제공 등으로 확장·운영되어 왔음
- 다만, 예술경영아카데미의 경쟁률에 비해 수료율이 낮게 유지되어 있으며, 교육훈련에 대한 높은 만족도와 재참여 의사에 비해 내용 이해도 향상률과 현업 적용도가 향상되지 못하고 있는 상황이므로, 다른 영역과 중복되거나 참여 지속성과 효과성이 낮은 지식·정보를 제공하는 교육훈련에 투입되는 예산은 축소하는 것이 바람직함
 - 범용성이 큰 기초교육과정은 공간적·시간적 제약이 적은 온라인 교육콘텐츠로 개발하여 제공하고, 단기 교육과정(법률, 인사·노무, 세무·회계, 트렌드 등)은 축소하고 다른 영역(콘텐츠 분야)과 유사·중복되는 교육과정은 연계하는 것이 바람직함
 - 오프라인 교육은 경영 지식·정보(리더십 등)를 제공하는 과정은 폐지하고, 기획 및 창업 컨설팅(멘토링) 중심의 고급과정으로 전문해 수강생들의 참여 동기와 교육 효과성을 향상시키는 것이 필요함
 - 수강생들에게 교육과정의 난이도와 부과되는 과업 등에 대한 정보를 명확하게 제공함으로써 수료과정에 적합한 인력이 유입될 수 있도록 하고, 예술인력 양성 사업을 통해 배출된 인력이 기획·경영 역량을 발휘할 수 있도록 네트워크 지원 및 예술기업(프로젝트) 지원 프로그램 등의 후속사업과의 연계도 필요함
- 경력정보를 축적하고 이를 기반한 이용자 맞춤형 교육훈련 및 네트워킹, 지원사업, 일자리 정보 등을 연계·제공할 수 있는 정보체계를 마련해야 함

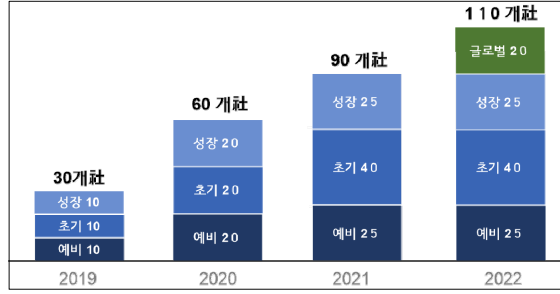
- 예술인(업계)의 교육수요, 기술발달, 예술 기반 융합과 확산을 고려, 콘텐츠(에듀코카: <https://edu.kocca.kr/edu>) 및 관광(관광인: <https://academy.visitkorea.or.kr/edu>) 등 예술 관련 교육훈련 및 일자리 정보 등의 연계를 위한 시스템 개선이 이루어져야 함
- 교육대상(아트모아 이용자) 경력경로 조사 추진으로 경력경로 정보 축적, 이를 기반으로 교육훈련 성과를 분석 및 확산하고 경력경로 맵, 포트폴리오 설계, 교육훈련 등 정보 생산·제공이 이루어져야 함
- 기능별로 산재되어 있는 예술정보시스템 [예술인경력정보시스템(예술인의 복지사업 참여를 위한 기본적인 예술인 활동증명), 예술지원사업 정보통합 안내 플랫폼(전국 문화예술기관의 지원사업 정보 제공)] 등을 연계해 예술인(업계)의 시장정보 접근성을 높이는 한편 경력개발관리 지원이 이루어져야 함

나. 예술기업 지원 사업

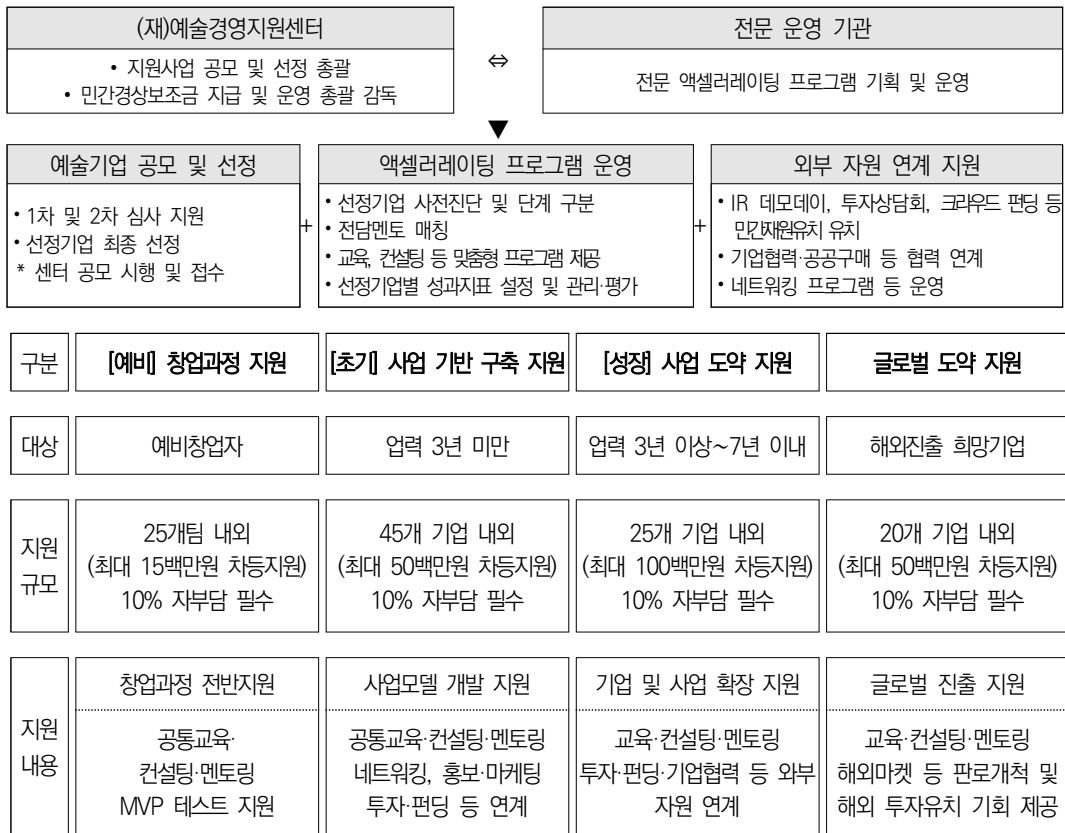
1) 사업 개요

- 예술기업 지원 사업은 문화예술분야의 기업 및 사회적 경제의 예비창업·초기·성장기 단계별로 체계적인 사업자금·교육·컨설팅 등을 지원하여 예술분야의 지속가능한 기업을 발굴·확대함으로써 예술시장의 선순환 생태계 조성에 기여하기 위해 추진되고 있는 것임
- 그동안 일회성 작품지원과 예술생산주체 경비지원에 한정되어 효과가 선순환 되지 않고 재정부담 가중되는 현상이 나타나면서 일부 예술 부문 지원 방식은 창작지원에서 산업화 지원으로 전환, 이를 통해 시장 주체들이 자생적으로 생산·부가가치를 창출하는 기반을 마련함으로써 지원효과의 선순환구조를 구축하는데 기여하고 있음
- 사업은 2019년 예비-초기-성장 단계별 10개씩 총 30개(50.5억원)에서 2022년 총 110개(예비 25개, 초기 40개, 성장 25개, 글로벌 도약 20개, 103억원)로 확대됨
- 사업대상은 미술, 음악, 무용, 연극, 국악, 사진, 영화, 연예(演藝), 건축, 어문(語文), 출판, 만화 등의 영역*에서 창의적이고 혁신적인 사업모델을 보유한 예술 분야의 창업기업(업력 7년 이내, 창업기업법 제2조)임
 - * 문화예술진흥법 제2조(정의), 연예, 영화, 만화, 건축, 출판, 어문 등은 후순위

- 사업 방식은 사업화 자금 지원, 맞춤형 교육·컨설팅·멘토링, 투자 유치 등 외부자원 연계 기회 제공 등으로 구성되어 있으며, 예술기업의 특성과 성장단계에 맞춘 창업보육 프로그램을 제공하고 있음



〈표 III-19〉 예술분야 창업지원 사업 운영체계



- 2023년 지원 사업에서는 성장 단계에 따른 지원구분을 초기창업(50개사)과 창업도약(30개사)으로 재구성하고 창업 생태계 환경변화에 따른 ESG 분야(10개사)를 별도로 마련하였으며, 글로벌 진출 지원(20개사)은 지속함

〈표 III-20〉 예술기업 지원 사업 대표 성과(예)

	<p>주식회사 열매컴퍼니</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 국내 최초 온라인 미술금융 온라인 플랫폼 〈아트앤가이드〉 개발·운영 ○ 지원 당해 공동구매 58회 및 참가자수 7,060명, 작품 판매액 175.3억원 ○ 누적 투자유치 262억원 ○ 2022년 기준 누적 공동구매 진행 179건, 공동구매율 100% ○ 버즈아트 인수합병, 자회사 열매에셋 설립: 메타버스와 미술품 NFT 등 사업 확장
	<p>㈜주스</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ AI(인공지능) 기반의 음악교육서비스 ‘씨썸(Cisum!)’ 개발·운영 ○ 국내 특허 8개 출원 완료, 해외 특허 출원 3건 완료 ○ 캐나다 밴쿠버 해외 지사 설립 완료 ○ 국가대표 혁신기업 1,000 선정(’21. 12) ○ 누적 투자유치 15억원, 지니뮤직에 총 51억원 규모로 인수(’22. 9)
	<p>주식회사 테사</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 블록체인 기반 고가미술품 분할 소유권 거래 플랫폼(TESSA) 고도화 및 확산 ○ 지원 당해 신규작품공모 98.5억원, 전용 전시장 오픈 및 개관전 개최 ○ 특허등록 1건, 누적 투자유치 117억원
	<p>주식회사 음</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 메타버스 예술 매개 플랫폼 ‘음 4.0’ 개발·운영 ○ 메타버스 교육기술 ‘므미’, 전시기획 및 제작 ‘큐레토리얼 음’ 브랜딩 ○ 누적 투자유치 2억원, 특허등록 완료 ○ 중소벤처기업부 TIPS R&D 사업 선정
	<p>사운드플랫폼</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 인공지능 국악 음향 마스터링 솔루션 ‘MUNUTE’ 개발 ○ AI 딥러닝 기술 기반 사운드테라피 음원 스트리밍 서비스 뮤리프 제공 ○ 중소벤처기업부 TIPS R&D 사업 선정(’22년) ○ 특허 출원·등록 완료 2건, 누적 투자유치 7억원
	<p>주식회사 지니엑스</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 청년작가 디지털아트를 NFT 상품으로 제작, 글로벌 NFT 지원 플랫폼 구축 ○ NFT로 디지털 자산 권리 획득 및 토큰 스캔 기능 액자로 디지털 자산 실물화 ○ 누적 투자유치 25억원 ○ 만립백수 협동조합에서 주식회사 지니엑스로 법인 전환(2021년)

□ 예술기업 지원 사업은 코로나19로 비대면 예술시장 확대와 지원사업 수요를 바탕으로 사업예산 및 지원기업 수가 크게 증가했으나, 재정 배분의 적절성 측면에서 사업 규모, 유사(창업지원) 사업과의 차별성 등에 대한 검토가 필요함

□ 또한, 예술기업 지원의 성과는 지원 대상의 자체 성과 평가를 넘어 다른 영역 유사 사업 성과와 비교를 통해 평가해야 하며, 평가 결과를 고려한 사업 발전방안을 논의해야 함

2) 사업 평가

□ 사업의 차별성 및 대상의 적절성

- 일부 시설업 및 공연 기획사를 제외한 예술 부문에서 사업을 영위하는 사업자는 소규모임(통계청, 「전국사업체조사」 기준 창작 및 예술관련 서비스업 10인 미만 사업자 96.3%)이며, 기업의 지속가능성도 상당히 떨어짐('21년 기준 예술·스포츠·여가업의 신생률(17.4%)은 전체(14.5%)보다 높지만 5년 생존율은 22.3%에 불과(전체 33.8%))

〈표 III-21〉 창작·예술 및 여가관련 서비스업 신생률 및 생존율

신생률(%)	2020	2021
전 산업	15.52	14.49
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	17.41	17.35
창작, 예술 및 여가관련 서비스업	23.07	23.13

신생기업 생존율(2020년 기준, %)	1년	2년	3년	4년	5년	6년	7년
전 산업	64.8	53.6	44.3	38.5	33.8	28.6	25.1
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	64.6	47.6	35.6	27.5	22.3	17.0	13.8

자료: 통계청, 「기업생멸행정통계」

- 기존 창업 지원사업 심사기준 등에 비추어 보면 예술분야 예비창업자 및 기업은 자격 요건 충족이 어려움

〈창업지원사업 예술기업 소외 주요 요인〉

- ① 우선 지원대상 제외: 벤처기업, 기술창업
- ② 요구 지원성과 미흡: 매출액 증대, 수출효과, 수입대체효과
- ③ 지원분야 상이: 기술개발비용 집중지원
- ④ 예비/초기 창업자 지원 미미: 성장기 사업자 중심 지원

- 최근 4년간 전 산업 대비 예술기업(창작, 예술 및 여가관련 서비스)의 신생기업 비중은 약 0.53% 수준인데 반해 창업지원을 받은 기업 중 예술기업의 비중은 절반 수준인 0.26%로 나타남

〈표 III-22〉 창작·예술 및 여가관련 서비스업 신생기업 비중 및 창업지원 업체 비중

구분	2018	2019	2020	2021	
신생기업	전 사업(A)	919,752	996,779	1,058,842	1,022,439
	창작, 예술 및 여가관련 서비스업(B)	4,214	5,069	5,726	6,328
	B/A(%)	0.46	0.51	0.54	0.62
창업지원 수혜기업 중 창작, 예술 및 여가관련 서비스업(%)	0.16	0.19	0.31	0.38	

자료: 통계청, 「기업생멸행정통계」; 중소벤처기업부·창업진흥원, 「창업지원기업 이력·성과 조사」

- 또한, 예술분야 특성 및 초기 산업화 지원이라는 과정적 측면을 고려, 기업의 성장뿐만 아니라 창·제작 및 유통 경로 고도화와 예술 활용·소비 가능성 확대에 기여한다는 정책 목표를 달성하기 위해서는 ① 사업성과와 함께 ② 예술생태계(창작·유통·소비 영역)에 미치는 영향력(파급력)을 고려해야 하므로 기존 매출 및 일자리, 기술 개발 등 사업성과를 중심으로 하는 창업 및 기업 정책 사업의 틀 안에서는 사업 대상 선정 및 정책성과를 달성할 수 없음
- 2021년 기준 창작, 예술 및 여가 관련 서비스업(R-90)에서 창업한 활동기업 수는 27,357개, 신생기업 수는 6,328개로, 예술기업 창업 지원사업의 수혜기업 수(110개)는 해당 업종 창업기업 수의 0.4%, 1.74%에 불과함
 - 전 산업 대비 창작, 예술 및 여가 관련 서비스업의 신생기업 수는 약 0.62%인 것과 2022년 기준 중기부 창업지원 예산(3조 6,668억원)을 고려했을 때 예술분야 창업지원(103억원) 규모는 0.28% 수준임
- 지원 장르가 예술일반, 공연예술, 시각예술 분야로 구분되어 있지만, 지원 분야를 보면, IT서비스, 유통배급, 홍보/마케팅 분야로 창작, 예술 및 여가관련 서비스업이 아닌 전자상거래업, 정보통신업, 전문서비스업, 사업지원 서비스업 등의 다른 업종이 지원받는 경우가 많아 지원 업종 구분에 있어 검토가 필요함

〈표 III-23〉 2020~2022년 예술기업 성장지원 사업 신청기업의 주 사업 분야 비중

(단위: %)

구분	제작/기획	예술분야 IT서비스	유통/배급	홍보/마케팅	예술상품 기획/제작/유통	기타
합계	32.5	35.8	11.4	3.3	8.9	8.1
예비창업	24.1	37.9	13.8	-	10.3	13.8
초기기업	34.2	34.2	11.0	4.1	8.2	8.2
성장지원	38.1	38.1	9.5	4.8	9.5	-

- 예술업계의 창업 활성화를 위해서는 예술인(단체)이 창업을 하거나, 예술 업종 코드를 가진 예술기업이 시장에 진입할 수 있도록 관련 대상을 발굴·육성하는 것이 바람직함

“선정된 사업 대상을 보면 예술기업이 아닌 경우가 상당히 있었음... 예술인(단체)의 경우 사업계획서를 만들거나 사업아이템을 잘 설명하는 것이 어려움... 예술인(단체)이 참여할 수 있는 어느 정도 할당 비중이 있는 것도 고려하면 어떨까...”

- 〈예술기업 지원 사업 평가 자문회의〉

- 또한, 사업 확장에 따라 수혜 대상 수와 범위(해외진출)도 확대되고 있다는 측면에서 이에 대한 검토도 필요함
 - 코로나19에 따른 비대면화 가속화에 따라 정보통신업, 창작·예술·여가업의 창업 증가세가 확대됨에 따라 지원 대상 수가 30개사에서 110개사로 빠르게 증가함
 - 초기 창업기업의 마중물 역할을 해온 3대 창업지원 사업은 높은 경쟁률(초기창업 지원 경쟁률: 2021년 8.4:1, 2022년 9.1:1)을 유지하고 있음에도 해당 지원 예산이 2023년 30%가량, 지원 대상 수도 20% 넘게 감소되면서 경쟁이 더욱 치열해 것으로 예상되나 예술기업 지원사업은 2019년 이후 수혜대상이 증가함에 따라 경쟁률이 감소함

〈표 III-24〉 예술기업 지원사업 신청/선정기업 수 및 경쟁률

연도	2019	2020	2021	2022	2023
신청 건수	276건	729건	703건	521건	901건
지원 건수	33건	62건	91건	89건	90건
경쟁률	8.4:1	13.6:1	7.7:1	5.8:1	9:1

- 지원 사업의 효과성 증대를 위해 수혜 대상 수와 지원 규모를 조정, 재무적 성과와 예술분야 기여도가 큰 대상에게 지원을 집중하는 것이 바람직
 - * 예술기업 평균 45백만원 지원(초기기업 평균 45.2백만원, 성장기업 평균 77백만원)하고 있으며, 이는 성장단계별 창업지원 사업의 평균 지원액 80백만원(예비창업 패키지 지원사업: 평균 50백만원 최대 100백만원, 초기창업패키지 지원사업: 평균 70백만원 최대 100백만원, 창업도약 패키지 지원사업: 평균 120백만원 최대 300백만원)을 지원하고 있음

“다른 영역 창업지원 사업에 비해 상대적으로 예술기업 지원 사업에서 지원하는 총액이 적음. 기업 지원은 시장 파급력을 고려하여 선택과 집중하는 것이 필요... 기업 지원 사업 고도화 차원에서도 선택과 집중이 필요...”
 - 〈예술기업 지원 사업 평가 자문회의〉

- 해외진출을 지원하는 글로벌 도약의 경우 대부분 국내 교육 및 정보 서비스를 해외버전으로 확장하거나 해외 마케팅을 지원하는 사업들로 진행하는 것이며, 일부 해외 작품 전시 및 공연 지원 사업은 예술의 해외진출 지원사업과 중복되는 경향이 있어 유사사업과 차별성을 강화하는 것이 필요함

□ 사업 추진 및 지원 체계

- 대상 선정 심사는 서류심사와 발표심사로 구분하여 예술, 사업모델, 투자 등 분야별 외부 전문가에 의한 사업성 및 예술분야 기여도를 중점적으로 보고 있음

〈표 III-25〉 사업 대상별 선정 심사항목

단계	심사항목
예비창업	① 창업 아이디어 ② 역량 및 의지 ③ 실현 가능성 ④ 예술분야 기여도
초기기업	① 사업성 ② 혁신성 ③ 실현가능성 ④ 예술분야 기여도
성장기업	① 실현가능성 ② 시장성 및 성장가능성 ③ 전문성 ④ 예술분야 기여도
글로벌 도약	① 사업계획의 타당성 ② 글로벌 역량 ③ 사업의 파급성 및 기여도 ④ 예술분야 기여도

- 예술분야 창업 지원사업은 통상적으로 주관사에 사업을 일임하는 타 창업 지원사업과 달리 사업 운영 및 보조금 교부 및 관리를 직접 수행하고 있으며, 사업의 집행의 안정성을 위해 신청사업 계획 및 내용을 검토하여, 지원 신청 범위 이내로 심사위원이 지원총액을 차등 확정하고, 중간평가를 통해 집행을 및 집행내용을 점검한 후 2차 지원금 교부를 진행하고 있음
- 사업별 보조금 집행 허용항목을 보면, 다른 창업지원 사업과 달리 인건비, 여비, 자산구입비 등의 사용은 제한되나 통번역료·단기인력비 사용은 가능함

〈표 III-26〉 사업별 예산 집행 허용항목

사업명		예술분야 창업 기업 지원	창업 패키지	
자부담 비율		총 사업비의 10% (현금 10% 입금 필수)	총 사업비의 현금 10% + 현물 20% (기존 임직원 인건비, 사무실 임차료 등) 예비창업 자부담 없음	
예산항목	인건비	급여	△ (자부담 한정 등)	
	일반수용비	전문가 활용비	○	○
		통/번역료	○	X
		단기인력비	○	X
		운송비	○	○
		사무용품 구입	X	X
		인쇄비	○	X
		소모품 구입비	△	△
비품수선비	X	○		

〈표 III-26〉의 계속

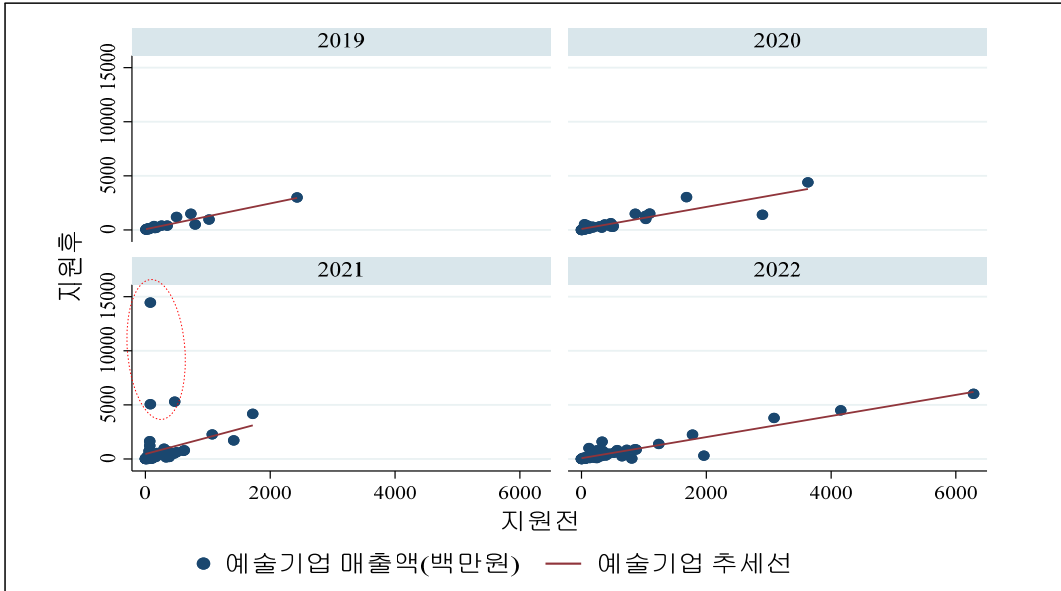
사업명		예술분야 창업 기업 지원	창업 패키지
	수수료	△	○
	장치 구입비	X	○
	무형자산취득비	X	○
	광고료	○	○
	멘토링비	X	○
	기술이전비	X	○
공공요금		X	X
제세		X	○
임차료	사무실 임차료	X	○
	장비·장소임차료	○	○
재료비		X	○
일반용역비		○	○
교육훈련비		X	○
여비		X	○

- 창업지원사업의 경우 예비창업은 초기 및 창업도약의 경우 현금 10% 이상과 기존 임직원 인건비와 임차료 및 기자재로 계상이 가능한 현물 20% 이하의 총액 기준 30%의 대응자금을 구성하게 하고 있는 것에 반해, 예술기업은 사업에 직접 참여 여부 확인 등이 제한되는 등 현물 투입에 대한 증빙자료 제출이 어려워 총사업비 10%의 현금 자부담을 부여하고 있음
- 이에 따라 1억원의 정부지원금이 투입될 때, 초기 및 성장 단계 지원을 받는 예술기업의 투입금액은 일반 창업기업에 비해 22% 적게 계상(예술 1.11억원 vs. 일반 1.43억원)되며, 예산사용처 제한으로 사업비 지출이 인력 충원 및 사업의 물적 인프라 확보보다는 시스템 구축 및 홍보 등의 외주용역비로 지출되게 됨
- 성장(도약)단계 기업지원은 현물 포함 대응자금 비중 요건을 상향하고, 예산 사용처를 확대함으로써 단계별 대상의 기준을 명확히 하는 한편, 해당 기준이 예술기업의 물적·인적 인프라 투자에 대한 간접유인으로 작용할 수 있도록 해야 함

□ 사업 추진 성과

- 예술기업 지원 수혜기업의 지원 전후 성과를 비교한 결과, 매출액과 종사자 수가 증가하는 경향을 보임

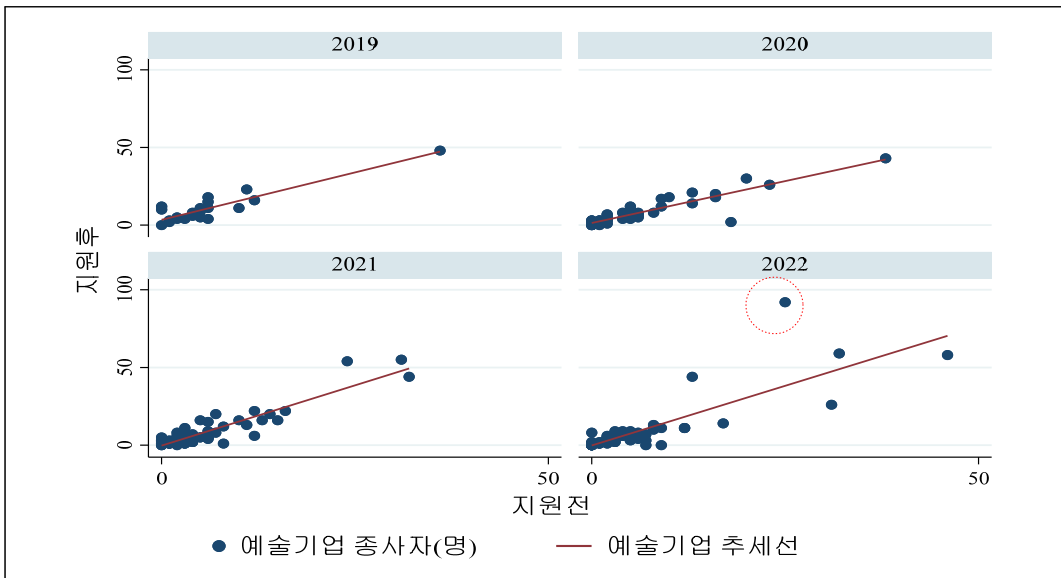
[그림 III-18] 예술기업 지원 수혜기업의 사업 전후 매출액



주: 2021년 매출액이 급증한 기업은 예술 관련 거래 플랫폼을 구축·운영하는 사업자로 이들 사업자는 초기 가입자 증가로 매출액이 급증하는 현상을 보임

자료: 예술경영지원센터, 「내부 자료」

[그림 III-19] 예술기업 지원 수혜기업의 사업 전후 종사자 수



주: 2022년 종사자 수가 급증한 기업은 캐릭터를 활용한 장난감을 제작하는 사업으로 생산라인의 연계로 초기 종사자가 증가 가능한 영역임

자료: 예술경영지원센터, 「내부 자료」

- 예술기업 지원 수혜기업의 4년간의 성과를 보면, 매출액은 지원 전후 약 1.3억원, 37.5% 증가하였으며, 종사자수는 2.3명, 38.9% 증가한 것으로 나타남

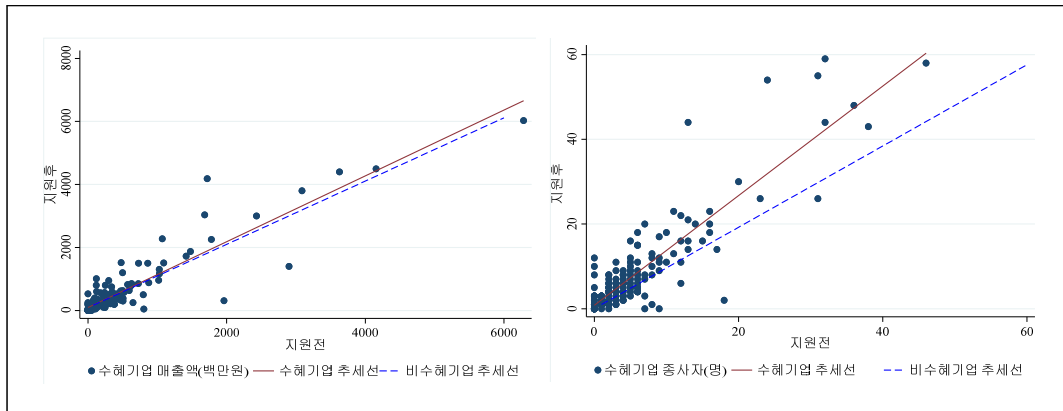
〈표 III-27〉 예술기업 지원 수혜기업 성과

구분	매출액(억원)		매출액 증감률(%)	종사자 수(명)		고용 증감률(%)
	지원 전	지원 후		지원 전	지원 후	
종합	3.5	4.8	37.5	5.8	8.1	38.9
2019	3.5	4.9	38.6	6.3	10.8	72.0
2020	4.5	5.5	21.5	6.7	8.7	28.9
2021	2.1	4.1	98.6	5.7	8.4	48.3
2022	4.2	4.9	17.8	5.2	6.5	23.9
2019~2021	3.1	4.7	50.4	6.1	8.9	45.2

주: 초기 및 성장 단계 지원 198건 중 매출액 및 종사자 수 정보가 없고, 이상치를 제외한 173건을 분석한 결과임
 자료: 예술경영지원센터, 「내부 자료」

- 예술기업 지원 사업의 성과를 파악하기 위해 사업 수혜기업과 비수혜기업(정보통신업 +예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업)의 매출액과 종사자 수 변화 추세를 비교함
 - 매출액과 종사자 수의 연도별 변화를 분석한 결과, 예술기업 지원 수혜기업의 매출액은 비수혜기업에 비해 소폭 증가하고, 종사자 수는 비수혜기업에 비해 증가하는 추세를 보임

[그림 III-20] 예술기업 지원 수혜기업과 비수혜기업 매출액 및 종사자 수 추세



주: 비수혜기업은 창업기업 중 정보통신업+예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업으로 업종이 분류된 기업임
 자료: 예술경영지원센터, 「내부 자료」; 「창업기업실태조사(2019~2021)」

- 예술기업 지원 수혜기업의 성과와 유사업종의 창업 지원 수혜기업의 성과가 유의미한 차이가 나타는지 분석하기 위해 예술경영센터에서 제공하는 자료와 각 연도 창업 지원성과 이력·성과 조사 결과를 결합하여 분석함⁹⁾
 - 창업지원 성과 이력·성과 조사 결과 중 예술기업 지원 수혜기업과 유사업종인 정보통신업, 전문과학 및 기술 서비스업, 사업지원 및 임대서비스업, 교육서비스업, 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업의 중분류 수준의 창업 지원 수혜기업의 전후 평균매출액과 종사자 수 정보를 이용함
 - 창업 지원 수혜기업의 지원 전후 성과보다 예술기업 지원 수혜기업의 지원 전후 성과가 유의미하게 큰지 분석함
 - 지원 전후 매출액 및 종사자 수의 변화분을 종속변수로 하여 분석한 결과 예술기업 지원 수혜기업이 창업 지원 수혜기업보다 매출액 변화가 48백만원 적고, 종사자수는 0.21명 많게 나타나 결과는 유의미하지 않음

〈표 III-28〉 예술기업 지원 효과성 분석(변화분): 예술기업 지원 수혜기업 vs. 창업 지원 수혜기업

구분	지원 전후 매출액 차		지원 전후 종사자 수 차	
	계수값	표준오차	계수값	표준오차
예술기업 지원(ref. 창업지원)	-47.473	(148.514)	0.211	(1.762)
지원 전 수준	0.023	(0.027)	0.326***	(0.050)
2019(ref. 2018)	87.146***	(18.972)	0.465**	(0.222)
2020	163.760***	(19.698)	0.292	(0.218)
2021	161.620***	(24.893)	-0.300	(0.212)
2022	64.227	(108.887)	-0.004	(1.085)
상사항	24.197	(126.054)	0.32	(1.58)
Observations	250		250	
R-squared	0.562		0.556	

주: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1, 모든 분석에는 업종을 통제, 예술기업 업종 구분은 장르(일반·시각·공연)로 구분
 자료: 예술경영지원센터, 「내부 자료」; 중소벤처기업부·창업진흥원, 「각 연도 창업지원기업 이력·성과 조사」

- 지원 전후 매출액 및 종사자수의 변화율을 종속변수로 하여 분석한 결과, 예술기

9) 창업지원정책이 창업성과에 미치는 영향에 대한 국내 연구 35편을 분석한 결과를 보면, 정부지원정책의 효과가 대체로 중간 이상의 창업성과에 영향을 미치고 있으며, 창업성과에 대한 효과 크기가 가장 큰 요소는 인력 지원이며, 그 다음으로 기술지원, 마케팅지원, 경영지원, 시설/장비지원, 교육지원, 멘토링지원, 자금지원, 네트워크지원, 그리고 컨설팅지원 순으로 효과 크기가 크게 나타남(김성식·전병훈·윤성임, 2020)

업 수혜기업이 창업 지원 수혜기업보다 매출액 증감률 9%, 종사자 수 증감률 4% 높게 나타나나 결과는 유의미하지 않음

〈표 III-29〉 예술기업 지원 효과성 분석(변화율): 예술기업 지원 수혜기업 vs. 창업 지원 수혜기업

구분	지원 전후 매출액 증감률		지원 전후 종사자 수 증감률	
	계수값	표준오차	계수값	표준오차
예술기업 지원(ref. 창업지원)				
2019(ref. 2018)	0.090	(0.354)	0.039	(0.225)
2020	-0.090**	(0.041)	0.041*	(0.023)
2021	-0.073**	(0.036)	0.020	(0.020)
2022	-0.102***	(0.037)	-0.039*	(0.021)
상사항	-0.547**	(0.266)	-0.167	(0.156)
상사항	0.829***	(0.298)	0.511**	(0.196)
Observations	236		214	
R-squared	0.394		0.427	

주: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1, 모든 분석에는 업종을 통제, 예술기업 업종 구분은 장르(일반·시각·공연)로 구분
 자료: 예술경영지원센터, 「내부 자료」; 중소벤처기업부·창업진흥원, 「각 연도 창업지원기업 이력·성과 조사」

- 창업 후 연차별 기업의 생존율을 보면, 2020년 기준 예술·스포츠·여가업의 3년 생존율은 35.6%, 창업지원을 받은 기업의 3년 생존율도 78.1%로 나타나는데 반해, 2019년부터 현재까지 예술기업 지원사업 수혜기업은 1개 폐업 사례를 제외하고 모두 활동 중인 것으로 제시됨

〈표 III-30〉 창업 기업 생존율

구분	1년	2년	3년	4년	5년
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업 생존율(%)	64.6	47.6	35.6	27.5	22.3
창업 지원 수혜기업 생존율(%)	89.6	84.6	78.1	67.3	59.7

자료: 통계청, 「생멸통계」; 중소벤처기업부·창업진흥원(2022), 「창업지원기업 이력·성과 조사」

- 다만, 예술기업 지원 후 수혜기업의 성과를 추적하는 등 사후관리가 부족해, 실제 활동 여부를 확인할 필요가 있으며, 특히 예술기업 지원 수혜기업의 특성상 플랫폼 및 홍보 관련 업체는 예술과 관련성이 없는 사업을 하고 있을 가능성이 있기 때문에, 주 사업 품목 및 서비스를 확인할 필요가 있음

“사업을 진행하면서 공부할 것이 많아요.. 창업지원 때 연결되신 멘토분께 개인적으로 자문이나 정보를 구하고 있어요... 성과 추적이 필요하다고 하시니까... 커다란 것이 아니어도 컨설팅 같은 사후관리 프로그램은 지원해주면 활동에도 도움이 되고 지원기업들의 성과 추적관리에도 도움이 되지 않을까..”

- <예술기업 지원 사업 평가 자문회의>

○ 예술기업 지원 대상 선정 시 고려사항인 예술분야 기여 관련 사례를 검토한 결과, 수혜기업들이 예술의 유통·확장에 긍정적 영향을 미쳐 예술인 활동 및 예술 향유 기회 확대에 기여하고 있음이 발견됨

- 구체적으로 예술작품 소유·향유 방식의 다양화(구독·분할공구·직거래·경매 모델), 대중화 지원 모델 발굴 등으로 예술작품 유통망 및 시장을 확대하고 예술 접근성을 강화한 사례는 다음과 같음

<예술기업 육성을 통한 예술인 활동기회 창출 사례>

- ① 기업의 매출 증대를 통한 예술인 고용 및 소득 증대
 - **[폴리옥션]** 신진 미술작가 4백명 온라인 옥션 및 매니지먼트, 작품가격 최대 32배 상승
 - **[사운드플랫폼]** AI 기반 국악 마스터링 서비스, 민간 투자자금 유치를 통한 작곡가 등 32명 신규채용
 - **[다이버인그룹]** 예술체험 숙박시설(아트스테이) 개발(4개 호텔, 575객실, 예술인 20명 협력 수익금의 60% 협력 예술인 지급)
- ② 신진작가 등용 플랫폼 운영 사업 등을 통한 예술가 시장 진출 기회 확대
 - **[머스킹]** 공연예술인 3천명 대상 컨설팅 227건, 공연 제작 700회 등
 - **[버즈아트]** 신진작가와 전 세계 MZ세대 연결 온라인 플랫폼 1천3백명 작품 5만점 작가 등록
- ③ 한국 예술인 해외시장 진출 기회 확대
 - **[엘디프]** 해외 전용 한국 작가 소개 온라인 플랫폼 및 원화 해외 판매
 - **[르뮤제]** 프랑스 파리 법인 설립, 한국 예술가 레지던시 제공 및 현지 갤러리와 파트너십 체결

“현재 유희전시공간을 활용해 작가 자작물을 전시하는 사업을 추진하고 있음. 일반적인 갤러리에서 하면 1년에 20번 정도 하는데 유희공간을 교차로 해서 5배 정도 전시 횟수가 증가시킴.. 소비자들의 작품이 볼 수 있는 기회 많아짐..”

- <예술기업 지원 사업 평가 자문회의>

○ 다만, 예술인들의 가진 콘텐츠를 활용·유통하기에 예술인과 기업 간 수익배분 등의 계약관련 사항, 폐업 시 사후정산 과정 등에서 예술인의 권리보장에 대한 관리 및 모니터링이 필요함

3) 소결

- 예술기업 지원사업의 재무적 성과는 창업지원 사업 등과 차이를 보이지 않지만 예술기업의 창업률(신생률)에 비해 실제 예술기업이 창업지원을 받는 비중이 작으며, 예술인의 활동 및 예술 향유 등의 예술분야에 긍정적 파급효과, 예술관련 참여자의 경쟁력 향상 측면에서 예술업계에서 사업대상을 집중적으로 발굴·육성하고, 사후관리 기능 개선이 필요함
- 창업 지원 사업에 창작·예술 및 여가관련 서비스업의 진입이 어렵고, 예술분야 전문기업을 발굴·육성하기 위해 예술기업 지원사업을 추진하고 있으나 수혜기업이 예술관련 콘텐츠를 활용하고 있지만 대부분 전자상거래업, 정보통신업, 전문서비스업, 사업지원 서비스업 등의 업종에 집중되고 있어 다른 창업 지원사업과 지원업종이 유사함
 - 사업 지원 우수사례가 주로 거래 플랫폼, 경매 사이트, 교육 콘텐츠 개발 및 서비스업
 - 예술분야 전반의 창업역량에 긍정적 영향을 미치고, 예술시장 활동 가능성이 높은 예술인(단체)이 기업화되고, 예술 업종 코드를 가진 예술기업이 성장할 수 있도록 사업대상을 집중 발굴·육성해야 함
- 또한, 비대면 예술 서비스 수요 등으로 사업 대상 수가 급증했으며, 현재 사업이 유사 사업에 비해 소액 다건 방식으로 진행되고 있다는 측면에서 재무적 성과 및 예술분야 기여도가 큰 대상에게 예산 투입을 집중하는 방식으로 대상 선정 및 지원 방식을 개선하는 것이 바람직함
- 사업성과 확산 및 제고를 위해 지원 후 수혜기업의 성과 추적, 예술시장 기여도 지표 개발 등 사업의 사후관리 기능을 강화해야 함
 - 통합관리 지침에 의거 주관기관과 수혜기업에 사후관리 의무를 부여함으로써 사업 성과를 추적하는 한편 이를 통해 사업 개선 방안을 도출하고, 후속사업 추진을 하고 있는 창업 지원사업 사례를 적용, 예술기업 지원사업의 사후관리 기능을 마련해야 함

〈창업사업화 지원 사업 통합 관리 지침-중소벤처기업부 공고 제2020-2030호〉

제59조(주관기관의 의무) ① 주관기관장은 사업화 현황 및 기업경영 성과(매출, 고용, 지재권, 투자유치, 수출 성과 등) 등을 파악하여 관리기관장 또는 전담기관장이 지정한 기한 내에 서면보고 또는 온라인시스템 입력을 이행하여야 하며, 총괄기관 및 전담기관의 추가적인 실적보고 요청이 있을 경우 이에 응하여야 한다.

제60조(창업기업의 의무) ① 창업기업은 협약종료 후 5년간 전담기관의 이력 성과조사 등에 필요한 제반 요청사항에 성실히 응하여야 한다.

제62조(후속(연계)지원) ① 전담기관장은 창업기업의 성과 제고 및 성장촉진을 위해후속(연계)지원 계획을 수립하고 지원할 수 있다.

- 매출액, 투자액, 종사자 수 등과 함께 사업 특수성을 반영한 항목인 예술시장 기여도 지표를 개발하고, 사업성과를 축적·활용함으로써 대상 선정 및 사업 방향을 개선해야 함

□ 예술기업 지원 사업은 예술생산 주체의 직접 지원이 아닌 예술품과 향유자, 예술정보와 향유자, 예술가와 수요자, 예술가와 예술가를 연결해 예술시장에 정보와 자원의 흐름을 발생시키는 마중물 역할을 수행하고, 시장 참여자를 통해 예술 생산 및 향유(수요)를 확대시킨다는 측면에서 산업화보다는 예술분야의 자생적인 영역을 강화·연계하는 '시장 활성화'라는 개념으로 접근하는 것이 바람직함

○ 해당 사업은 예술 관련 창업 및 기업 지원을 넘어 장르별·기능별 예술 지원 사업 중 공적자원 투입을 축소할 수 있는 영역과 주체, 사업 모델을 발굴하고, 공적자원을 대체할 수 있는 민간의 기부 및 후원, 자체 수익 및 투자 등 다양한 형태의 재원조달 사례를 창출함으로써 예술시장의 자생력 강화와 예술진흥정책의 효과성 제고에 기여해야 함

다. 예술산업 기반 조성 지원

1) 사업 개요

□ 본 사업은 예술분야 특화 종합지원 플랫폼 구축을 통한 지속가능한 예술산업 성장 기반 마련(국정과제 57-2)을 위해 추진됨

○ 기존 유형화된 문화 기반 시설에서 탈피, ①창·제작, ②교류·교육, ③시연·유통, ④ 창업·창직 등 예술 활동 및 예술 비즈니스를 종합적으로 지원하는 플랫폼(거점)을 조성 필요하다는 정책 수요를 반영하여 설계되었음

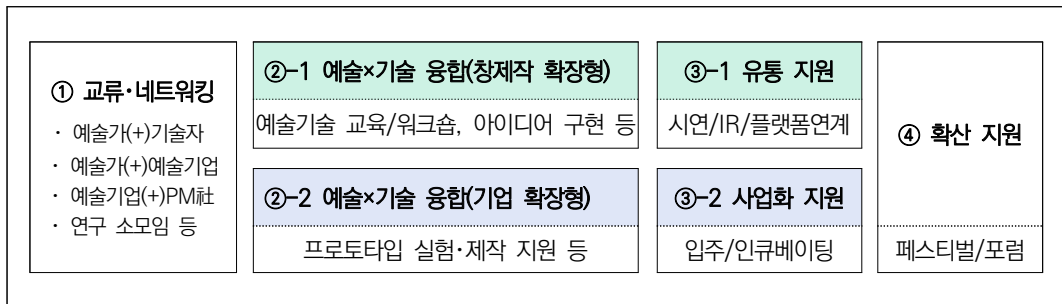
- 기술융합 창제작 및 예술 기반 기업의 육성(성장)을 위한 전용공간 부재 → “예술 기술 융합 프로젝트를 위한 종합지원 플랫폼 (공간 필요성)”에 대해서는 “예술인 96.7%, 예술기업 92.2%가 필요하다”고 응답(한국문화관광연구원, 『아트컬처랩 조성 기본연구』, 2021)

○ 대상유형별(예술인/예술기업) 2트랙(창제작/사업화) 지원을 통한 예술산업의 지속가능한 성장 기반을 조성하는 것을 목적으로 하고 있음

- 지원은 4단계로 진행되는데 ① 창제작 영역: 융합예술 테스트베드 지원(예술인/단체, 50여 명(팀)), ② 예술비즈니스 영역: 입주지원(예술기술 융합기업 25개), 입주사 성장지원, 대학 예술창업 활성화 지원, ③ 비즈센터: 예술현장에 법률/세무회계/마케팅/기술 등 분야별 컨설팅 제공, ④ 커뮤니티(네트워킹): 예술인/기업, 분야별 전문가들이 모이는 연구 소모임*, 기술 세미나/강연, 행사 운영됨

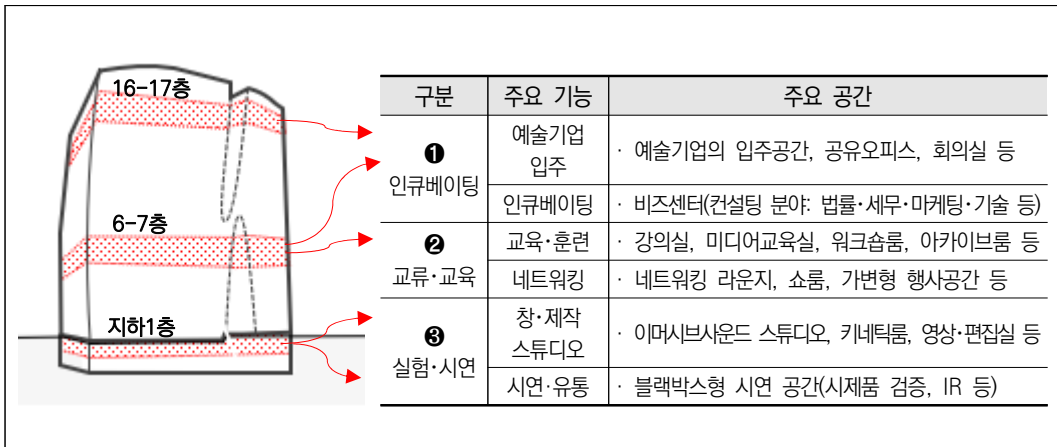
* 연구소모임(랩) 예시 : 예술과 기술(키네틱, VR/AR, 3D사운드)을 결합한 결과물 제작을 위한 연구

[그림 III-21] 지원 단계별 내용



- 사업 대상은 예술가 및 예술단체 등 예술분야 종사자, 예술 기반 스타트업 및 성장 기업 등으로 하고 있음
 - 공연(연극, 무용 등) 및 시각예술 등 기초예술 중심의 창·제작(실험) 및 예술 사업화 영역을 주요 유형 및 장르로 하고 있으며
 - 사업대상 규모는 연 13,000여 건(명)로, 예술기술 융합 창·제작 지원 수요(연 2,000여 건), 예술분야 창업/창직 수요(연 1,000여 건), 예술분야 교육 수요(연 5,000여 명), 예술컨설팅 수요(연 5,000여 건)를 예측하고 있음
- 사업 추진을 위해 현재 인프라(규모, 장비, 공간 구성)를 구축 중이며, 세부적인 구성(안)은 아래와 같음
 - (조성위치) 종로구 트윈트리타워 A동(5개층)
 - (조성시기) 2023년 10월 개관
 - (조성규모) 연면적 7,912.43㎡ / 지하 1층, 지상 6~7층, 지상 16~17층
 - (공간구성) 예술인/기업 대상 융합형 창·제작 실험·시연, 교육·네트워킹, 창업·보육·입주 공간 등으로 구성

[그림 Ⅲ-22] 주요 기능 및 공간 구조



- 새로운 예술(창제작&사업화)의 모색, 실험, 구현, 확산의 거점 역할을 수행할 것으로 기대됨

〈표 III-31〉 아트코리아랩의 지원 프로그램과 성과

구분	정책 추진의 기대성과
창·제작 활성화	기술에 대한 이해와 역량이 부족한 예술인(단체) 대상 @인프라(시설/장비) 및 인적자원(테크니션) 제공 / @예술-기술 프로젝트 실험·구현 프로그램 병행으로, 현장 눈높이에 맞는 맞춤형 테스트베드 지원 → 기술 접근에 대한 격차 해소, 새로운 예술 기반 융합 작품 및 비즈니스 모델 개발로 이어져 예술시장 확대, 예술 산업 생태계로의 유입 유도
예술의 사업화	예술 기반의 상품화나 비즈니스 모델화를 추구하는 예술스타트업의 창업과 성장을 지원하는 전용공간 및 입주사 맞춤형 성장프로그램 제공 → 지속가능한 비즈니스 모델 설계 지원, 예술산업 생태계 확산
미래 성장동력 확보	연 단위 지원사업 중심으로 운영되는 개별 사업본부에서 시도할 수 없는, 예술의 미래형 주제에 관한 '리서치/창제작·사업화/담론화/시연·유통'이 유기적으로 연계되는 중장기 중점과제 추진으로 → 미래 예술현장에 필요한 기능 발굴, 담론화(인식 제고) 등 선제적 대응. 종합 컨트롤타워 역할 수행

2) 사업 평가

- 현재 아트코리아랩은 2023년 10월 개관을 목표로 공간·인프라를 구축 중에 있어 사업 운영 및 성과에 대한 평가는 제한됨
- 다만, 조성 후 효과적인 사업 추진을 위해 공간 및 운영 프로그램을 기획·구성하고, 적극적인 홍보를 통해 입주기업 및 핵심 사업 추진 주체를 모집하는 것에 역량을 집중하는 것이 필요함
 - 기존 예술산업 인력양성과 예술기업 지원사업 등 예술의 산업화 사업을 통해 구축된 정보를 활용하는 것을 고려해 볼 수 있음
- 아트코리아랩 지원 사업에서 이루어지는 내용들이 기존 개별 예술의 산업화 지원사업과 중복되는 부분이 있다는 측면에서 사업 추진 단계에서 지원 대상과 방식을 구체화하는 것이 필요함
 - 또한 인력양성-창업지원-기업 성장 단계별 지원사업이 추진될 수 있도록 산업화 지원 사업과 아트코리아랩의 연계구조를 구축하는 것을 고려할 필요가 있음

- 사업 방식의 고도화와 성과 확산에 기여할 수 있도록 수혜자 만족도(예: 인프라 및 지원 사업에 대한 활용 만족도, 컨설팅 만족도), 입주사(예술스타트업) 성과(매출, 고용, 생존율 등), 매칭 사업의 성과를 추적 관리해야 함
- 또한 지원 결과물의 공유, 확산을 통해 예술현장의 '예술×기술×산업화 관련' 지속적인 수요 창출하는 한편, 창·제작-유통-향유로 이어지는 예술생태계 전반에 긍정적인 영향을 미칠 수 있도록 성과지표를 발굴하고 추적·관리해야 함

3) 소결

- 예술분야 특화 종합지원 플랫폼을 지향하고 있는 아트코리아랩은 현재 공간·인프라를 구축하는 중으로 사업 추진을 위해 단기적으로 지원 프로그램을 구체화하고 지원 대상 모집에 집중해야 함
- 현재 아트코리아랩의 기능 및 지원내용 중 기존 지원 사업들과 중복되는 부분은 단계별 지원 대상과 방식을 차별화하고, 구체성·연계성이 부족한 부분은 사업 내·사업 간 단계별 연계 구조를 강화하는 방향으로 기능 및 지원내용을 구체화해야 하며, 성과추적 등 성과관리체계도 마련해야 함

라. 전통예술 지역브랜드 상설공연

1) 사업 개요

- 전통예술 지역브랜드 상설공연 사업은 지역 전통문화와 역사를 소재로 한 완성도 높은 공연예술 창작 콘텐츠 개발·운영을 위해 공립 및 민간예술단체를 지원하는 것으로 2011년 경주 지역브랜드 상설공연을 시작으로 2013년 전주 지역브랜드 상설공연이 추진됨
- 경주 지역브랜드 상설공연은 경주지역브랜드 상설공연 제작을 통해 경주의 문화관광 산업의 발전을 도모하고, 국내외 관광객을 유치하기 위하여 문화체육관광부의 '전통예술을 통한 국내외 관광 활성화 사업'의 일환으로 추진됨
 - 2010년 정동극장과 경주시가 양해각서 체결 후 2011년 경주지역 브랜드공연 첫 공연 <신국의 땅, 신라>를 오픈하여 2014년 <찬기파랑가>, 2015~17년 <바실라>, 2018~19년 <에밀레>, 2020년 뮤지컬 <월명>, 2021년 뮤지컬 <용화향도>, 2022년 뮤지컬 <태양의 꽃> 제작·운영됨
 - 2016년 관광기금에서 문화예술기금 지원금 형태가 변경되었으며, 2023년 운영주체(국립정동극장→경상북도) 및 지원형태(민간 경상보조→자치단체 경상보조)가 변경됨(지원형태 변화 사유: 정부 지역형 문화예술 사업의 지역분권화(지방이양) 정책 및 지역 중심의 지역 브랜드 공연 추진 필요 등에 따라 지원형태 변경 및 지원 형태 변경에 따른 운영주체 변경)
- 전주 지역브랜드 상설공연(전북관광브랜드 상설공연, 한옥자원 활용 야간상설공연)은 지역 문화자산을 활용한 공연 제작 및 운영을 통한 전라북도의 문화 경쟁력 강화 및 지역 관광 활성화에 기여(체류형·숙박형 문화관광 프로그램 육성)하기 위해 추진됨
 - 사업은 2013년 전주 세계소리축제 조직위원회에서 운영하다가 2016년 이후 전라북도문화관광재단이 운영함
 - 전북관광브랜드 상설공연은 2016년 뮤지컬<성, 춘향>, 2017년 뮤지컬 <뗏목 심청>, 2018~2020년 뮤지컬 <홍도>, 2021년 이후 판소리댄스컬 <몽연-서동의 꽃> 제작·운영됨
 - 한옥자원 활용 야간상설공연은 5개 시·군(전주, 정읍, 남원, 임실 고창) 공모를 통해 지속적인 신규 지역브랜드 공연을 발굴하여 진행하고 있으며 현재는 재단 자체 사업으로 추진하고 있음

- 전통예술지역 브랜드 상설공연 사업의 목적은 전통예술을 기반으로 우수한 전통공연 콘텐츠 발굴 및 지원으로 전통문화예술 기획·창작을 활성화하고 전통공연의 접근성을 강화함으로써 문화 향유 기회를 제공하는데 있음(Barbieri & Mahoney, 2010)
 - (지역관광 활성화) 지역을 대표하는 공연 관광자원 구축 및 국내·외 관광객 유치를 통해 지역 관광 활성화하고 이를 통해 지역 발전과 인지도 제고에 기여함
 - 공연관광은 예술과 문화공연이 관광객을 끌어들이고 체류기간을 늘리고 지역사회에 긍정적 경제적 사회적 영향을 줄 수 있는 독특하고 진정한 관광경험을 창출하는 잠재력을 가지고 있다는 인식에서 출발함(Richards, 2020)
 - (지역문화향유 활성화) 비수도권의 고유 문화자원(자연, 인문, 역사 등)을 활용한 지역축제 특성화 및 국민 문화향유권 신장, 지역 간 예술창작 및 향유 격차 해소에 기여함
 - (지역 공연예술인 지원) 예술단체 창·제작 지원 차원에서 지역 전통문화와 역사를 소재로 한 완성도 높은 공연예술 창작 콘텐츠 개발·운영을 위해 공립 및 민간예술단체 지원함으로써 지역 내 공연 창·제작, 유통 환경 조성에 기여함

2) 사업 평가

- 사업의 차별성
 - 공연은 전통 기반 뮤지컬, 무용극이며, 사업 대상은 창·제작 부문은 지역 예술인이며, 공연 소비자는 해당 지역 주민과 국내외 방문객임
 - 지역브랜드 상설공연은 해당지역의 고유의 전통적 소재와 공연요소(연출, 음악 등), 지역 공연예술인(단체)를 적극 활용해 지역을 대표하는 공연을 창·제작하는 지역공연 지원 사업과 상설공연으로 진행하여 지역 주민과 관광객은 언제든지 관람할 수 있는 환경을 제공함으로써 지역관광과 지역문화 향유를 활성화하는 사업이 결합된 형태임
 - 사업은 지역 내 문화예술인의 활동을 지원하기 위해 이들에게 참여기회* 및 인센티브**를 제공하고 있으며 지역 내 공연장 및 소극장을 연계 운영하고 있음
 - * 2021년 포스댄스컴퍼니(부안) 진입, 2022년 세종전통예술진흥회(익산) 진입, 2023년 런파이브(전주) 진입
 - ** 2022년 고창농악보존회(고창) 1천만원 추가 지원
 - 지역관광자원으로써 인지도를 높이기 위해 호텔, 관광안내소, 지역소상공인 등과 협업하여 관광객을 유치하고 이벤트 및 홍보를 실시하고 있음

- 다만, 공연예술 장르별 창·제작 지원사업과 함께 지역별 공연장·소극장을 활용한 공연지원 사업도 별도로 추진하고 있음
 - 또한, 초기 관광자원화 사업 특성상 국내 주요 관광지를 중심으로 사업을 추진해 성과를 이루었으나, 장기간 특정 지역의 공연사업을 지원하는 형태로 추진되고 있어 해당 지역의 브랜드화 전략(지속성)과 지역 내 문화향유권(다양성) 보장이라는 정책 방향이 상충되는 현상이 나타남
 - 지역공연 브랜드화는 그곳에서만 볼 수 있는 공연이라는 지역의 특수성을 강조해야 하는데, 지속적으로 공연작품을 변경하거나 작품성 및 대중성을 보완하고 있어 공연을 볼 수 있는 관광상품 개발 등 지역 관광지원 사업 형태가 되고 있음
- 사업 추진이 특정 지역에서 장기화 되면서 정책 목적(브랜드화: 공연 콘텐츠 지속성 vs. 문화향유권 보장: 공연의 다양성) 간의 상충되는 현상이 나타나는 한편, 기존 (전통)공연예술 지원사업 및 지역 관광지원 사업과의 차별성이 희석되고 있음

□ 사업 예산 적절성

- 전통예술 지역브랜드 상설공연 사업은 국비와 지방비가 매칭되는 구조로 추진되고 있음
- 사업비 추이를 볼 때, 전체적인 사업비가 축소되는 가운데 국비 비중도 감소하는 경향을 보임
- 이는 공연의 특성상 초기 창·제작비용과 인지도 제고를 위한 비용이 필요하나 공연의 성숙단계에 이르러서는 수익성이 개선되면서 비용이 보전되는 한편 창·제작에 투입되는 비용이 축소되면서 나타나는 현상으로 보임
- 해당 사업이 지역 문화관광 사업으로 정착하고, 민간 영역의 혁신이 도입될 수 있도록 자체 예산 비중을 지속 증대시키는 노력이 필요해 보임

〈표 III-32〉 경주 지역브랜드 상설공연 사업 예산

(단위: 백만원, %)

구 분	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22	증감률
총예산(A)	3,272	4,180	4,380	4,825	4,800	4,480	3,542	2,520	2,177	2,000	1,989	2,043	-4.2
국비(B)	2,000	2,600	2,600	2,600	2,600	2,000	1,800	1,200	1,200	1,120	1,032	877	-7.2
지방비	500	700	1,000	800	800	800	740	720	540	700	700	1,000	6.5
자체예산	772	880	780	1,425	1,400	1,150	1,002	600	437	180	257	166	-13.0
B/A	61.1	62.2	59.4	53.9	54.2	44.6	50.8	47.6	55.1	56.0	51.9	42.9	

〈표 III-33〉 전주 지역브랜드 상설공연 사업 예산

(단위: 백만원, %)

사업명	구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	증감률
전북관광 브랜드 상설공연	총예산(A)	1,400	1,200	1,200	1,094	1,022	940	800	-8.9
	국비(B)	700	600	600	547	511	470	400	-8.9
	도비	700	600	600	547	511	470	400	-8.9
	B/A	50	50	50	50	50	50	50	
한옥자원 활용 야간상설 공연	총예산(A)	1,782	1,586	1,661	1,437	1,215	1,094	990	-9.3
	국비(B)	800	600	600	547	512	471	400	-10.9
	도비	320	240	240	164	154	141	120	-15.1
	시·군비	662	746	821	726	549	482	470	-5.5
	B/A	44.9	37.8	36.1	38.1	42.1	43.1	40.4	

□ 사업 추진 성과

- 경주 지역브랜드 상설공연의 입장료는 2022년 기준 3만원이나 취약 계층을 위한 객석 나눔 사업과 야외 무료 공연 이벤트, 학교 밖 문화예술 프로그램 '꿈 다락 토요 문화학교' 운영 등 지역사회 공헌 활동으로 무료 입장객이 약 41%를 차지하고 있는 상황

〈표 III-34〉 경주 지역브랜드 상설공연 입장료

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
입장료(만원)	5/3/2	5/3/2	3/2	3/2	1	2	3
무료 입장객 비중	20%	27%	35%	41%	39%	32%	41%

- 코로나19로 인해 국내 여행 수요가 급감하면서 공연 횟수와 관람객 수가 감소했으나 2022년 코로나19 이전 수준으로 회복됨

- 다만, 좌석 점유율이 20%를 하회하고 있을 뿐만 아니라 입장료가 상승하고 관람객이 많아지면서 입장료 수입이 증가했음에도 불구하고 여전히 총예산의 5% 수준을 하회하고 있어 자생력 있는 지역 공연브랜드가 되기에는 제한적임

〈표 Ⅲ-35〉 경주 지역브랜드 상설공연 주요 성과

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
공연횟수(회)	202	196	150	168	107	162	156
관람객 수(명)	13,565	14,292	8,702	9,995	8,111	6,158	13,190
좌석 점유율(%)	14.2	15.4	12.7	13	16	19.8	18.8
입장료 수입(천원)	142,701	145,838	67,865	63,958	25,777	36,146	98,488
공연참여 예술인 수(명)	-	59	34	32	38	38	42
만족도 지표(점)	B	A	94.7	95.3	91.5	87.3	94.9

- 또한 사업 운영주체가 변경되는 등 사업 추진 동력이 떨어지고 있다는 평가는 10년이 넘는 사업기간 중 지역의 콘텐츠 기획 및 공연예술인(단체) 역량 강화 및 공연예술인(단체) 발굴이 미약했다는 것을 보여줌
 - 공연관광의 산업화를 위해서는 지역의 공연제작역량 강화, 전문인력 활용과 양성, 상설공연화, 정책 지원이 필요하다고(장혜원·최병길, 2014) 할 때 공연관광 산업화 여건 조성이 안 되고 있음을 보여줌
- 전주 지역브랜드 상설공연의 입장료는 할인율을 적용하면 2022년 기준 1만원 이하 수준이며 무료 입장객도 각각 44%, 26.8%에 이르고 있는 상황

〈표 Ⅲ-36〉 전주 지역브랜드 상설공연 입장료

사업명	구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
전북관광 브랜드 상설공연	입장료(만원)	R석 4, S석 2	R석 4, S석 2	R석 4, S석 2	R석 4, S석 2	1	1.5	1.5
	할인 입장료(만원)	1.5	2	2	0.8	0.8	1	1
	무료 입장객 비중(%)	37	43	58	41	29	49	44
한옥자원 활용 야간상설 공연	입장료(원)	15,000	15,000	15,000	15,000	13,000	12,000	12,000
	할인 입장료(원)	10,893	11,253	10,009	12,996	7,405	7,633	8,076
	무료 입장객 비중(%)	40.8	48.6	43.4	42.4	31.6	15.2	26.8

- 경주 지역브랜드 상설공연과 마찬가지로 코로나19로 인해 국내 여행 수요가 급감하

면서 공연 횟수와 관람객 수가 감소했으나 2022년 회복되는 경향을 보임. 또한 전반적으로 좌석 점유율이 증가하고, 한옥자원 활용야간 상설공연의 경우 점유율이 100%를 초과하는 모습을 보임

- 다만, 입장료 수입이 코로나19 이전에 비해 낮은 것을 보면 입장료 하락과 무료입장객 비중 증가가 주원인인 것으로 보임. 실제 총예산 대비 입장료 수입을 보면 5%를 하회하고 있어 자생력 있는 지역 공연브랜드가 되기에는 제한적임

〈표 III-37〉 전주 지역브랜드 상설공연 주요 성과

사업명	구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
전북관광 브랜드 상설공연	공연횟수(회)	176	171	154	161	110	70	72
	관람객 수(명)	15,130	11,701	13,003	12,302	2,092	3,093	5,612
	점유율(%)	34.4	27.5	38.4	34.7	45.0	50.1	58.1
	입장료 수입(천원)	100,799	74,530	69,846	47,093	17,608	13,772	31,895
	공연참여(단체)	직접 운영	직접 운영	직접 운영	직접 운영	직접 운영	직접 운영	직접 운영
	공연참여(예술인)	34명	41명	36명	38명	40명	41명	43명
	공연만족도(5점)	4.30	4.18	4.24	4.55	4.51	4.68	4.7
한옥자원 활용 야간상설 공연	공연횟수(회)	131	116	128	109	92	95	83
	관람객 수(명)	23,691	24,934	27,868	22,912	1,992	3,612	7,275
	점유율(%)	76	93	124	79	114.3	79.6	107.2
	입장료 수입(천원)	160,745	159,974	178,861	197,337	14,751	23,213	43,210
	공연참여(단체)	5	5	5	5	5	5	5
	공연참여(예술인)	-	169	239	180	178	192	191
	공연만족도(5점)	-	-	4.61	4.46	4.49	4.60	4.62

3) 소결

□ 전통예술 지역브랜드 상설공연 사업은 초기 대표 관광지(경주, 전주)를 중심으로 사업을 추진했으나, 장기간 특정 지역의 공연사업을 지원하는 형태로 추진되고 있어 해당 지역의 브랜드화 전략(지속성)과 지역 내 문화향유권(다양성) 보장이라는 정책 방향이 상충되는 현상이 나타남

- 사업 추진이 특정 지역에서 장기화 되면서 정책 목적 간의 상충되는 현상이 나타나는 한편, 기존 (전통)공연예술 지원 사업 및 지역 관광지원 사업(강릉시 관광거점도시 육성사업으로 강릉브랜드공연 페스티벌 추진 등)과의 차별성이 없음

- 지역 역사문화를 결합한 공연콘텐츠 제작과 마케팅을 통해 지역대표브랜드 관광자원화 하는 공공 부문의 정책목적은 이미 달성했으며,¹⁰⁾ 자생적인 사업 모델을 구축하거나, 지역 내 브랜드상설 공연 안착의 기반이 되는 공연 기획 및 제작 역량, 공연예술인(단체) 발굴 등의 추가적인 효과 달성은 현재 사업구조로는 제한적임
 - 중국의 대형 실경산수무지컬인 ‘인상시리즈’의 성공 이후 국내 여러 지자체에서 지역 브랜드 공연을 발굴하려고 하고 있지만 기획력·마케팅 역량 부족과 함께 자생력과 대중성을 위한 공연의 질적 향상과 공연규모 확대라는 단계적 추진 전략이 부재해 성공사례 창출이 제한되고 있음

- 대표 브랜드 공연콘텐츠는 자생력과 대중성을 지향하는 것으로 이를 위해서는 보다 창작주체의 적극적인 발굴, 민간 부문과의 협력, 집중적인 자원 투입이 필요하므로 사업 목적성과 방식을 고려하여 지자체 자체사업으로 사업 전반을 재구성하는 것이 바람직함
 - 현재 사업은 대표 브랜드 공연콘텐츠 제작보다는 지역 문화 발전과 문화 격차 해소 및 문화향유권 보장이 주요 목적이 되고 있어, 유사 공연 및 지역 문화예술 지원 사업 체계 안에서 추진하는 것이 효과적임
 - 지역 전통공연 관광자원화 사업의 지속성을 갖기 위해서는 지역문화와 관광을 연계 하여 지자체 자체 재원으로 추진하는 것이 바람직함

10) 2016~2022년까지 7년간 전통예술 지역브랜드 상설공연 관람객을 보면, 경주 지역브랜드 상설공연 74,013명, 전북관광브랜드 상설공연 62,933명, 한옥자원 활용 야간상설공연 112,284명으로 나타남

마. 전통공연예술 활성화

1) 사업 개요

- 전통공연예술 활성화는 문화공간을 기반으로 전통문화 콘텐츠를 개발하여 전통공연예술 관람수요 확대로 신진 예술단체 및 예술가를 지원하는 사업임
 - 2016년 관광기금에서 문예기금으로 이관되어 지역의 고유 문화자원(자연, 인문, 역사 등)을 활용한 지역축제의 특성화 및 국민 문화향유권 신장, 지역 간 예술창작 및 향유 격차 해소 효과를 창출하기 위해 추진되고 있음
 - 전통공연예술진흥재단을 주관기관으로 지정 보조하여 일반적인 창작, 공연 활동 지원과 달리 공연, 축제, 경연대회 등 다양한 방법으로 전통공연예술의 진흥을 전략적으로 도모하고 있음
- 세부 사업 중 지역대표공연예술제사업은 2020년에 광역자치단체로 이관되었으며, 현재는 세부사업으로 ① 인류무형문화유산 활용 공연사업, ② 문화공간 활용 전통공연사업, ③ 전통공연예술 활동지원(한국민속예술제, 대한민국 전통연희축제, 신진국악실험무대), ④ 전통공연예술행사 해외진출지원이 운영되고 있음

〈표 III-38〉 세부 사업별 추진 방법

세부사업명	추진 방법
인류무형문화유산 활용 공연사업	- 국립중앙박물관 등 문화시설을 활용 유네스코 인류무형유산 활용 공연을 직접 수행(출연단체 공모 → 공연)
문화공간활용 전통공연사업	- 궁, 미술관, 전시장 등 문화공간을 활용한 전통공연을 선보임으로써 수준 높은 공연환경을 통해 전통공연예술의 가치를 극대화하는 전략적 공연을 수행('22년까지 직접 작품개발 및 공연을 선보였으나 '23년부터 출연단체 공모로 전환하여 추진) * '20~'22년까지 코로나 상황을 고려하여 지역 문예회관과 연계한 공연을 추진
전통공연 예술활동지원	- 한국민속예술제: 1958년부터 각 지역별 민속종목 경연을 추진(지자체 매칭) - 대한민국전통연희축제: 2007년부터 전통/창작연희 종목 축제를 개발 및 운영 - 신진국악실험무대: 2007년부터 신진예술단체의 공연발굴 및 데뷔무대 지원
전통공연예술행사 해외진출지원	- 수교, 재외문화원 행사대상 순수 전통공연예술 교류 및 해외 공연활동 지원(항공료)

2) 사업 평가

□ 정책 목표와 대상의 적절성

- 전통공연의 높은 예술적·보전적 가치와 달리 전통공연예술에 대한 시장 수요가 낮기 때문에 공익적인 측면에서 전통공연예술 지원이 이루어지고 있는 상황임
- 700여 단체로 구성된 지역 전통예술인(단체)와 연 350명 내외의 신규로 배출되는 전통공연 관련 졸업생이 주 사업 수혜자이며, 이들의 공연을 관람하는 국민들이 2차 수혜자임

〈표 III-39〉 세부 사업별 지원 대상 및 규모

세부 사업		1차 대상	2차 대상	대상규모
인류무형문화유산 활용 공연사업		전통예술인, 단체 (22개 등재 종목만)	관람객	- 전통예술인, 단체: 22개 등재 종목, 20개 보존회 등 - 주말 1일 평균 30,000명 내외(국립중앙박물관 기준)
문화공간활용 전통공연사업		전통예술인, 단체 (민간단체, 기획사 등)		- 전통예술인, 단체: 700여 단체 - 다양한 문화공간에서 운영, 공연처별 상이함
전통 공연 예술활동 지원	한국민속 예술제	지역 전통예술인, 단체 (22개 광역시도, 대표종목 선정)		- 전통예술인, 단체: 700여 단체 - 다양한 문화공간에서 운영, 공연처별 상이함
	전통연희 활성화	전통연희 분야 예술인, 단체		- 전통연희 분야 300여 개 단체 - 공연처별 상이함
	신진국악 실험무대	전통분야 신진 예술인, 단체 (35세 이하)		- 2,000여명 추정(연 졸업생 350명 내외) - 공연처별 상이함
전통공연예술행사 해외진출지원		전통예술인, 단체 (민간단체, 기획사 등)		- 전통예술인, 단체: 700여 단체 - 다양한 문화공간에서 운영, 공연처별 상이함

□ 사업의 차별성

- 문화공간활동 전통공연사업은 현재 지역 문예회관을 섭외하여 공연을 추진하는 방식을 취하고 있어 지역 공연시설지원 사업과 차별성이 떨어짐
- 해외 진출 지원 수요에 대응하고자 아트마켓 등을 통한 시장진출과 재외문화원, 수교행사, 대학 등 교류 차원의 진출로 구분하여 추진하고 있으나 공연예술 해외진출 기반 지원 사업이 체계적으로 추진되고 있는바 정책의 중복성과 참여자들의 혼선이 최소화될 수 있도록 전통공연의 특성을 고려한 해외진출 지원 사업을 재설계하거나 통합·운영하는 것이 바람직해 보임

□ 사업 추진 과정

- 사업에 따라 주관기관, 전통공연예술인, 단체의 무대, 작품 대비 공연운영, 관객, 정산 등의 어려움을 감안하여 직·간접 지원을 병행하여 추진하고 있으며 일반적으로 공연운영 및 관객을 주관기관에서 담당하고 출연단체는 공연을 함
 - 신진국악실험무대는 장르별 특성을 감안, 수행기관을 선정하여 운영하고 있음

〈표 III-40〉 세부 사업별 지원 내용

세부 사업		선정처	1차 대상(전통예술인, 단체)	2차 대상(관람객)
인류무형문화유산 활용 공연사업		주관기관 (공모)	출연료, 제작비 등 작품활동을 위한 직접 비용 지원(대관, 홍보, 장비임차 등 간접 지원 병행)	공연관람 (무료)
문화공간활용 전통공연사업		주관기관 (공모)	출연료, 제작비 등 작품활동을 위한 직접 비용 지원(대관, 홍보, 장비임차 등 간접 지원 병행)	공연관람 (무료/일부 유료)
전통 공연 예술활동 지원	한국민속 예술제	지자체 (지자체별 상이)	참여단체 지원(500만원) → 시상(상금 포함), 대관, 홍보, 장비임차 등 간접 지원 병행	경연관람 및 전시, 체험행사 참여(무료)
	전통연희 활성화	주관기관 (예술감독 풀 구성)	출연료, 제작비 등 작품활동을 위한 직접 비용 지원(대관, 홍보, 장비임차 등 간접 지원 병행)	공연관람 및 체험행사 참여(무료)
	신진국악 실험무대	주관기관 (공모)	출연료, 제작비 등 작품활동을 위한 직접 비용 지원(대관, 홍보, 장비임차 등 간접 지원 병행)	공연관람 (무료)
전통공연예술행사 해외진출지원		주관기관 (공모)	항공료 지원	공연관람 및 체험행사 참여(무료/해외)

- 대부분의 지원비는 출연료, 제작비 등 작품활동에 필요한 직접 비용으로 현금성 지원과 유사한 형태로 예산이 사용된다는 측면에서 관리가 필요해 보임
 - 특히 일부 입장료가 있는 공연은 해당 비용에 대한 정산·관리가 필요해 보임

□ 사업 추진 성과

- 세부 사업별로 차이는 있지만 성과 지표를 분석한 결과, 핵심 지표인 공연 횟수, 관람객 수, 공연시설 수, 참여 단체 및 예술인 수가 감소하는 추세를 보임
- 지원 예산의 감소와 코로나19의 영향이 일부 반영된 현상으로 보이나 현 사업 체계로는 사업 추진 성과를 제고하는 것에 제한된다는 점에서 사업별 효율성과 효과성 강화에 대한 논의가 필요한 상황임

〈표 Ⅲ-41〉 세부 사업별 주요 성과

구분	인류무형문화유산 활용 공연		문화공간활용 전통공연		한국민속예술제		전통연희활성화		신진국악 실험무대	
	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022
지원경쟁률	3.3:1	5.5:1	5.5:1	-	-	-	6.3:1	5.4:1	4:1	4.7:1
공연기획 건수	-	-	10	19	-	-	-	-	17	21
공연횟수	21	17	44	26	42	52	95	113	28	27
관람객 수	28,581	11,574	20,707	12,882	21,298	4,412	50,137	39,225	1,651	2,147
좌석 점유율(%)	-	98.1	88	76	-	56.4	-	88.1	80	62
입장료 단가(원)	-	-	9,000	-	-	-	-	-	20,000	-
입장료 수입(만원)	-	-	4백	-	-	-	-	-	17백	-
공연지역 수	1	1	3	6	1	1	10	4	1	1
공연시설 수	1	1	10	7	1	1	11	4	3	4
참여 단체 수	21	10	6	6	43	52	60	17	17	21
참여 예술인 수	393	260	101	144	1,976	1,469	609	286	119	117
콘텐츠 조회 수	-	48,697	8,986	403,233	3,800	10,750	-	278,074	-	4,505
참여자 만족도(%)	84.4	82.4	73.1	-	-	-	80.9	83.6	-	80.6
관람객 만족도(%)	89.1	85.6	84.7	88.2	79.9	82.8	80.4	90.9	-	-

3) 소결

- 본 사업은 사업의 목적과 운영 및 예산 집행의 불명확으로 인해 2018년과 2021년도 보조사업 연장평가에서 미흡 사업으로 평가되었기 때문에 이에 따라 2019년과 2022년에 사업지원 예산이 크게 축소됨
- 사업이 정책 목표 및 기대성과 달성이 어려운 구조를 가지고 있다는 점에서 예산투입을 축소하고, 관람객 수, 콘텐츠 이용 추이, 만족도 등을 고려, 일부 다른 전통공연 지원사업과 차별화가 가능한 세부사업을 중심으로 사업 운영 및 예산 투입 방식을 재편하는 것이 필요함
 - 인류무형문화유산 활용 공연사업의 경우, 인류무형문화유산 보존·활용 및 전통문화 접근성 강화 차원에서 지속하는 것이 필요함
 - 전통공연 예술활동지원 사업 중 신진 인력의 참여 기회 확대와 특정 장르에 특화해 지원하는 사업의 경우(전통연희 활성화, 신진국악실험무대) 사업의 특수성을 고려하

여 지속 지원하되 관람객 확보 등 문화향유에 대한 파급효과가 증대될 수 있도록 사업을 추진하는 것이 필요함

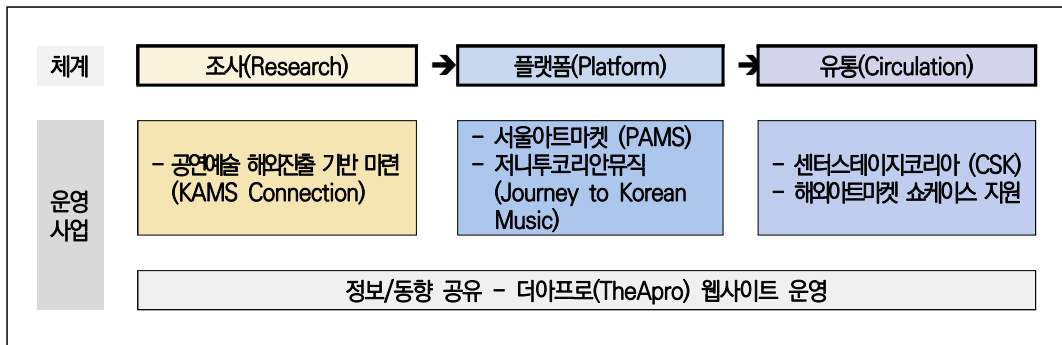
- 문화공간활용 전통공연은 새로운 공간에서 장소 맞춤형 공연을 기획한다는 측면에서 전통공연 접근성 개선에 유용하나, 단기적인 공연인프라 구축 예산이 크게 투입되는 바, 공간(시설) 수(2022년 7곳)는 줄이고 공간(시설)당 공연 기획 및 횟수를 늘리는 방향으로 사업 구조를 설계하는 것이 필요함
- 한국민속예술제는 전통문화예술활동 활성화라는 정책 효과와 함께 지자체별로 지역 소재를 활용한 전통문화자원 개발 효과와 예술제 주최 지역의 이벤트 효과가 증대되도록 지자체 매칭 예산 비중(정부 50, 지자체 50)을 점차 높이는 등 재원 구조 조정을 통해 지자체가 역할을 강화(중양은 민속예술 발굴 및 심의에 집중)
 - 한국민속예술제의 성과 달성을 위해서는 주최하는 지자체가 적극성을 가지고 사업을 지원하고, 예술제의 홍보·마케팅 등을 통한 수요(참여자) 확대 노력이 필요함
- 전통공연예술행사 해외진출지원 사업은 유사사업(전통예술해외아트마켓 및 해외진출지원 등)에 이관하고 해당 사업 내 지원 장르 비중을 마련하는 방향으로 사업을 개선하는 것이 필요함

바. 공연예술의 해외진출 기반 지원

1) 사업 개요

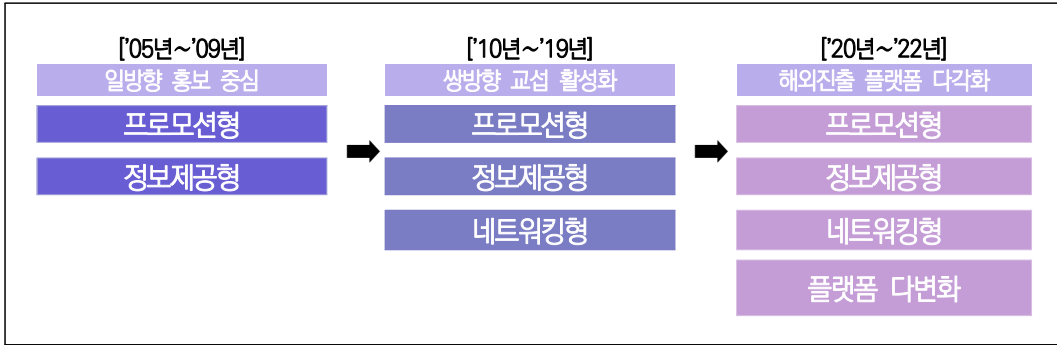
- 2005년 제1회 서울아트마켓 개최 및 운영을 계기로, 대한민국 공연예술의 효과적인 해외 홍보 및 시장진출을 위해 추진된 사업은 예술경영지원센터 설립목적의 근거가 되었으며, 이후 현재까지 해외시장에서 주목받는 유일한 공연예술 해외진출 지원사업으로 변모함
 - 다만, 초기 사업설계 시 일반회계 내 공연예술 산업적 육성 내역사업에 편성되었으나, 2014년 이후 현재는 서울아트마켓을 비롯한 공연예술 해외진출지원사업 일체 문예진흥기금 내 '예술의 관광자원화' 내역사업에서 사업편성
- 사업운영은 조사-플랫폼-해외 유통단계를 거쳐 이루어지고 있음
 - (1단계 - 조사) 해외진출 정보 발굴 및 조사
 - (2단계 - 플랫폼) 해외 진출 플랫폼을 통한 해외 홍보, 네트워크 강화
 - (3단계 - 해외유통) 해외 주요 공연예술 마켓 한국 공식 쇼케이스 지원

[그림 III-23] 사업 운영 체계



- 서울아트마켓 주요 변화과정
 - 문화예술 분야 공공기관 기능조정 시 공공기관 운영위원회(기재부) 결정사항으로 예경을 '예술산업' 지원기관으로 특화, 공연예술 해외시장 진출 지원사업을 정책적으로 일원화하여 전략 기획·실행 등 재구조화(2015)

[그림 III-24] 서울아트마켓 주요 변화과정



<표 III-42> 주요 내역사업별 주요 내용

내역사업명	사업 주요 내용
서울아트마켓운영지원	(시작연도) 2006년(2005년 추진위원회에서 개최 후, 2006년 예경 창립/사업 운영) (사업추진 배경) 한국 공연예술의 홍보 및 공연예술 분야 유통 필요 (사업목적) - 국내외 유통 활성화를 통한 한국공연예술 국제 경쟁력 강화 - 국내외 공연예술 해외진출 기회 마련을 통한 현장 자생력 제고 (사업 변화과정) 국내 공연예술 해외 홍보 → 아시아 공연예술 유통 거점 역할 - 2006~2013년 (일반회계) 공연예술 산업적 육성 내역사업 내 사업편성 - 2014~현재 (문진금) 예술의 관광자원화 내역사업 내 사업편성
공연예술 전략적 해외진출지원	(시작연도) 2007년 (사업추진 배경) 서울아트마켓을 통한 한국 공연예술 단체의 전략적 해외진출 활성화 지원(후속 지원) (사업목적) - 효과적 해외홍보를 통한 한국공연예술 인지도 증대 - 한국공연예술 해외 진출 시장 개발 - 한국공연예술의 해외진출 자생력 증진
전통예술 해외아트마켓 및 해외진출지원	(시작연도) 2007년 (사업추진 배경) 서울아트마켓을 통한 한국 공연예술 단체의 전략적 해외진출 활성화 지원(후속 지원) (사업목적) - 한국 전통예술단체의 해외 진출 기반 마련 강화를 통한 진출 기회 확대 - 한국 전통예술이 진출 가능한 다양한 형태의 신규 시장 개발 및 진출 권역 다각화
공연예술 해외 진출 기반 마련	(시작연도) 2010년 (사업추진 배경) 세계 공연예술의 변화를 반영한 국제협력프로젝트 개발로 글로벌 역량강화 필요 (사업목적) - 해외기관 상호교환 리서치로 지속가능한 해외 네트워크 강화 - 전략적 리서치로 국제협력 프로젝트 개발 및 해외진출 기반 마련 (사업 변화과정) 단편적 → 중장기적 해외협력 발전으로 발굴 노력

2) 사업 평가

□ 사업 대상의 적절성

- 사업 대상은 전국의 민간 공연예술단체와 예술가로 해외유통이 가능한 예술작품을 보유한 전문 공연/전통예술 단체와 예술가, 기획자, 기업 등이며(예: 안은미컴퍼니, 브러쉬씨어터, 악단광칠, 앰비규어스댄스컴퍼니, 극단돌파구, 잠비나이 등), 연극, 무용, 음악, 전통, 다원, 복합 등 공연예술 전 장르를 포괄함
- 사업 대상 규모는 2022년 기준 해외진출 지원 사업 지원 신청 296건 수준임
- 사업 대상 공모사업 진행 시, '참여 가능 대상'과, '참여 제한 대상'을 명시하여 안내하고 필요시 '참가 가능 대상'을 식별·구분할 수 있는 증빙자료(사업자등록증, 고유번호증, 공연 증빙자료 등)를 제출하게 함으로써 사업 목적에 맞는 대상을 선정하고 있음

□ 사업 추진 과정

- 예술경영지원센터 지원심의 운영내규를 준수하여 사업의 공모, 지원 대상사업의 결정, 심의위원회를 구성 및 운영하고 있으며, 지원신청자격, 사업의 목적, 심의기준을 공개(세부사업별 별도의 심의 기준 있음)하고, 선정기준에 따라 심의하여 최종 보조 사업자를 선정하고 있음
- 해외 진출 지원 사업이기에, 여비, 홍보물제작비 등 국내외 행사 참가비 지원 성격의 예산 집행이 많은데, 성과평가 및 정산실적 보고를 통해 예산 집행 내역을 확인하고 있으며, 국제항공료는 매년 전문 원가조사 업체에 의뢰하여, 항공 기준 금액을 조사하여 공지, 국제숙박료 및 자문사례비 등의 경우는 공무원 기준 또는 예술경영지원센터 내부 규정에 의거하여 예산 기준을 제시하고 이에 준하여 예산이 투명하게 집행될 수 있도록 하고 있음

□ 사업 추진 성과

- 사업은 주로 공연작품의 해외초청 경비 지원 및 해외 진출 시장 개발, 권역 다각화를 통한 민간예술단체의 해외 진출을 지원하면서 직접적으로 국내공연 해외 유통·진출 확대, 공연시장의 해외 네트워크 구축이라는 성과를 이뤄냄

〈표 III-43〉 사업 추진 성과

연도	해외 진출 수(건)	해외진출예술인 (단체) 수(개)	해외 네트워크 건수(개)	아트마켓 참여자 수(명)	공연예술시장 리서치 참가자 수(명)
2019년	707	74	539	1,559	14
2020년	216	22	86	1,477	11
2021년	316	31	182	1,080	6
2022년	506	36	190	616	16

주: 코로나19로 인하여, 2020년부터 연도별 사업 성과가 일시적 축소되었음(2020년, 2021년 서울아트마켓은 비대면으로 진행하였으며, 2022년 대면 재개함)

- 또한 해외 유수의 축제 및 공연장 초청을 통해 한국단체의 공연이 이루어짐에 따라 현지 관객의 한국 공연예술 인지도 및 호감도 상승효과를 가져옴(해외 관객수: 2007~2022년 1,331,778명 / 2022년 74,191명)
- 한국 공연예술의 인지도 및 호감도 상승은 한국공연단체의 해외진출 환경 개선에 기여했다고 평가되고 있음
 - 해외기관(공연장, 축제 등)의 한국단체 초청 시, 제공하는 조건(개런티, 현지교통비 등)을 의무화하여 해외 진출 인식 개선 및 지속적 진출 환경을 마련했으며, 센터 스테이지코리아 해외진출 단체의 총 개런티도 시작시점에 비해 약 32배 증가하였음(32백만원(2008년) → 1,050백만원(2022년))
 - 센터스테이지코리아 2년 이상 참여단체는 2.3건, 4년 이상 참여단체는 6.3건으로 관련 사업에 다년간 지원 참여 단체의 후속 계약 성과와 재초청 건수 증가하는 등 한국단체의 해외진출 및 해외교섭 성과가 증대되고 있음
- 권역별 진출 균형 제고를 위해 중동, 아시아, 아프리카 등 신흥시장 개척, 해외 유명 기관과의 업무협약을 통한 신규 해외 진출 플랫폼을 구축하고 있음
 - 해외 주요 공연장/축제 협력 MOU 130여 건 누적 구축(2016~2022년 기준)

[해외 주요 공연장/축제 협력 MOU]

(미국) 링컨공연예술센터, 케네디센터, (캐나다) 캐나다공연예술마켓, 몬트리올트리올, (영국) 댄스엠브렐라, 더 플레이스, (프랑스) 메종드라당스, (스위스) 스위스예술위원회, (스페인) 피라타레가, (루마니아) 시비우 국제연극제, (싱가포르) 에스플러네이드, (중국) 중국공연예술협회, (대만) 국립가오슝공연예술센터, (멕시코) 멕시코국립예술원, (UAE) 샤르자 월드뮤직축제, (모로코) 비자포뮤직 등

- 해외 우수 아트마켓의 공식 쇼케이스로 선정된 한국단체를 지원하는 국내 유일의 사업으로 한국 공연단체의 확고한 브랜드로 확립되어 있음
 - 파급력이 높은 33개의 해외 주요 아트마켓의 한국 공식 쇼케이스 지원(북미 2개, 중남미 3개, 아시아 6개, 오세아니아 3개, 유럽 17개, 아프리카 2개)하고 있으며 세계 최대 규모의 '월드뮤직엑스포*'와의 업무협약을 통해 아시아 국가 중 유일하게 10년 연속 한국 전통음악단체가 공식 쇼케이스로 선정되었음
 - * 1994년 독일의 베를린에서 시작한 '월드뮤직엑스포'는 세계 최고최대 규모의 월드뮤직 박람회로, 유네스코에서 '꼭 한번 참가해야 하는 마켓'으로 칭해지며 세계 각국의 다양한 민속음악을 비롯하여 재즈, 포크, 전통음악 등을 집중 소개
 - 지원금 대비 평균 2.6배의 공연 초청료 수익금을 확보하는 등 사업 지원의 경제적 효과를 창출하고 있음
 - 2022년 공연예술/전통예술 해외진출 지원 사업으로 36개 단체 399.8백만원을 지원해 해외 공연료 수입 1,050백만원(USD 810,000)과 해외관람객 수 73,559명 달성(2021년 28개 단체 380백만원 수익 달성)

3) 소결

- 해외진출사업은 해외 네트워크와 브랜드가 중요하다는 측면에서 본 사업의 역사성, 장르 포괄성, 국제적 위상(브랜드)을 고려할 때 장르별·기관별로 지원하고 있는 예술분야 해외진출사업으로 대체되기 어려움
 - 해당 사업은 국내외 공연단체에게 공연예술 해외진출을 지원하는 사업으로 확고한 브랜드로 확립되어 있는 상황임
 - 예술산업 경쟁력 제고(국정과제 57)를 위한 공연예술 해외 진출 활성화 사업 추진 및 성과 제고 과정에서 해당 사업은 장르별·기능별로 분산되어 있는 문화예술 분야 해외진출 사업의 재편의 중심축이 되는 사업임
- 다만, 해외진출사업은 전체 가치사슬에서 유통 및 마케팅 역량을 강화하는 것이므로 장르별 특성을 고려한 유통 및 마케팅 전문인력(백정일·노수연, 2020)과 기획사(김선영·이의신, 2017) 등의 핵심 주체 육성이 필요한 상황임
 - 이를 위해 예술 관련 교육훈련과 창업지원 등 예술의 산업화 정책과 연계가 필요함

- 엔데믹에 따른 오프라인 공연시장 회복, K-콘텐츠 인지도 상승 등의 기회를 적극 활용할 수 있도록 해외공연단체 초청, 아트마켓 구성, 해외진출 자금 지원 방식 등을 개선하는 한편, 지원 자격 기준 등을 구분해 신진 예술인(단체)들의 해외진출 사업 참여 기회를 마련하는(원혜연·권혁인, 2022) 등의 대상별 정책사업의 접근성 강화도 필요함

사. 문화예술 인프라 구축

1) 사업 개요

- 현재 진행 중인 여러 건의 시설 인프라의 건축은 다음과 같은 목적으로 추진
 - 주한 미군기지 이전에 따른 공여구역 및 신규 이전지역 개발을 위한 사업(양주 아트센터 및 평택 예술의전당 건립)
 - 수도권에 편중된 문화시설의 공연예술 향유 기회 확대(부산 국제아트센터 건립)
 - 공연예술 준비 및 복합 인프라 개발(파주 무대공연종합아트센터, 서계동 복합문화시설)
 - 공연예술 시설 노후화로 인해 재건축 및 시설 개선(정동극장 재건축)
- 사업의 성격에 따라 사업의 시행방식도 다름
 - 지역의 개발이나 지역 간 균형을 위한 평택, 양주, 부산의 경우 자치단체 자본보조 형태를 취함
 - 파주와 정동극장처럼 특정 지역에 국한되지 않으며 공연예술의 질적 향상을 목적으로 하는 사업의 경우 문화체육관광부에서 직접 수행
 - 서계동의 복합문화시설은 문화체육관광부에서 시행하는 공연장 건립사업 중 최초로 임대형 민간투자방식(BTL)으로 수행

2) 주요 쟁점

- 우리나라는 공연시설이 부족한가? 어떤 공연시설이 더 건설되어야 하는가?
 - 문화체육관광부에서 제공하는 공연시설 마이크로데이터를 살펴보면, 2019년 기준 우리나라에는 763개의 공연장이 존재함
 - 전체의 절반 이상이 수도권, 특히 서울권에 집중되어 있으며, 이러한 차이는 중앙정부가 관리하는 시설 및 민간 부문에서 더욱 두드러짐

〈표 III-44〉 우리나라의 공연시설 현황

구분	중앙정부	문예회관	기타(공공)	대학로	기타(민간)	계
서울 및 인천	7	31	59	75	97	269
경기	2	38	37		62	139
비수도권 광역시		44	36		20	100
비수도권 광역도	3	140	69		43	255
계	12	253	201	75	222	763

- 규모 측면에서 보았을 때, 종사자 규모와 좌석 수가 전반적으로 비례한다는 전제하에(좌석 수 정보는 없음) 중대규모 공연장은 대부분 공공 부문에 속하며, 수도권에 집중되어 있는 것이 확인됨. 비수도권 광역 등 주요 도시권에서 멀어질수록 소규모 문예회관이 절대 다수를 점하는 것을 확인할 수 있음
- 공연시설의 규모에 따라 가능한 공연의 종류가 다르다는 점을 고려하면 공공 부문에서 건설하고 관리하는 시설이 다양한 양질의 공연을 개최하는데 유리함
 - 문화체육관광부의 객석설계 안전가이드에 따르면 300석 미만은 소공연장, 300~799석은 중공연장, 800~1,199석은 대공연장으로 분류됨
 - 오페라는 대공연장, 발레와 뮤지컬, 교향악은 중공연장 이상의 규모가 필요
- 이는 비수도권 지역의 공연여건이 수도권에 비해 열악하며, 특히 중공연장 이상이 부족하다는 것을 확인시켜줌

〈표 Ⅲ-45〉 지역별 공연시설 규모 분포

종사자 규모 (좌석 수)	5인 미만 (-100석)	5인 미만 (100+석)	5-9인	10-19인	20-49인	50-99인	계
전체							
서울 및 인천	42	67	81	68	6	5	269
경기	28	45	36	19	8	3	139
비수도권 광역시	17	35	21	20	5	2	100
비수도권 광역도	58	101	49	44	3		255
계	145	248	187	151	22	10	763
공공 부문							
서울 및 인천	10	20	33	23	6	5	97
경기	10	18	21	17	8	3	77
비수도권 광역시	14	23	20	16	5	2	80
비수도권 광역도	44	83	40	42	3		212
계	78	144	114	98	22	10	466
민간 부문							
서울 및 인천	32	47	48	45	0	0	172
경기	18	27	15	2	0	0	62
비수도권 광역시	3	12	1	4	0	0	20
비수도권 광역도	14	18	9	2	0	0	43
계	67	104	73	53	0	0	297

- 공연시설의 규모가 100인 이상일 때 공연의 질을 담보하는 사업인력 및 무대 인력을 가지고 있을 확률이 높으며, 이는 대관이 아닌 자체적인 공연기획을 통해 입장 수익을 창출할 수 있는지 여부와도 연결됨
- 또한 국비 지원 여부에 따라 공연인력 및 수익 유무가 유의미한 차이를 보임. 이는 국비 지원 대상 공연시설의 경우 통상적으로 운영 및 기획역량이 동반되는 경우가 많기 때문임

〈표 III-46〉 공연시설 규모별 특성

(단위: %)

종사자 수 규모	공연사업 인력 있음	무대기술 인력 있음	공연입장 수익 있음	공연장 대관 수익 있음	국비 지원 있음	지방비 지원 있음
전체						
5인 미만(-100석)	11.0	37.9	25.5	80.0	4.1	51.7
5인 미만(100+석)	40.3	66.9	41.9	81.0	8.5	60.9
5~9인	66.8	84.5	52.4	82.9	11.8	61.0
10~19인	79.5	83.4	62.3	78.1	9.3	59.6
20~49인	100.0	100.0	95.5	95.5	31.8	86.4
50~99인	100.0	100.0	100.0	80.0	50.0	60.0
계	51.5	70.4	47.7	81.1	9.8	59.6
공공 부문						
5인 미만(-100석)	10.3	42.3	16.7	87.2	2.6	88.5
5인 미만(100+석)	32.6	72.2	33.3	91.0	3.5	94.4
5~9인	61.4	91.2	50.9	91.2	7.0	86.8
10~19인	77.6	82.7	66.3	90.8	13.3	87.8
20~49인	100.0	100.0	95.5	95.5	31.8	86.4
50~99인	100.0	100.0	100.0	80.0	50.0	60.0
계	50.0	76.0	46.1	90.3	8.6	89.1

- 국민문화예술활동조사 2020년 결과를 보면, 문화예술활동의 걸림돌로 가까운 곳에 시설이 없다는 것을 든 비율이 강원, 충남, 전남, 경북 등 비수도권 광역도 지역이 유의미하게 높게 나타남
- 이러한 자료들은 지방의 문화예술 여건이 좋지 않으므로 시설을 추가 건립해야 한다는 논리로 연결될 수 있으나, 다음 〈표 III-47〉에서 나타나는 바와 같이 수도권과 지방 간 문화예술 관람 비율이 유의미하게 차이나지는 않음

〈표 III-47〉 지역별 문화예술행사 관람 경험 비율

(단위: %)

지역	미술	서양음악	전통예술	연극	뮤지컬	무용
서울	2.9	10.1	2.9	1.9	9.8	12.1
부산	1.0	9.0	1.3	1.2	3.1	3.1
대구	1.4	10.2	3.5	3.5	5.9	6.9
인천	2.2	7.3	2.6	2.6	3.6	7.7
광주	1.4	5.8	1.4	0.0	2.0	4.1
대전	1.3	5.6	2.0	1.0	1.0	5.6
울산	0.0	1.8	1.4	2.3	3.2	1.4
세종	11.3	27.4	1.6	1.6	8.1	8.1
경기	3.3	8.7	2.3	2.7	6.6	8.3
강원	4.5	8.6	2.5	2.9	7.3	4.5
충북	3.0	7.0	0.6	4.3	1.2	1.5
충남	0.7	6.7	2.3	9.4	5.7	4.8
전북	2.1	4.3	0.5	7.4	0.8	2.4
전남	1.7	5.3	1.9	6.1	3.0	1.4
경북	1.5	8.2	0.9	6.0	8.4	5.3
경남	3.9	8.5	1.8	2.4	4.2	4.5
제주	1.7	9.1	2.5	0.8	5.0	0.0
계	2.5	8.3	2.1	3.1	5.8	6.8

- 더불어 지역별 문예시설의 가동률이 서울, 제주를 제외한 나머지 지역이 평균 미만으로 활용도가 높지 않은 수준

〈표 III-48〉 2021년 문화시설 가동률

(단위: %)

평균	서울	제주	경상	충청	강원	전라	경가인천
37.2	51.8	50.5	33.1	32.4	32.3	27.6	24.8

- 문화예술활동에 대한 수요는 접근성보다 질적 요소에 맞추어져 있다는 점을 고려하면, 지역균형을 명분으로 운영계획 및 기준이 충족되지 않는 다수의 시설을 건립하는 것을 지양하는 것이 바람직함

- 국민문화예술활동조사 2020년 자료는 문화예술활동 선정기준으로 접근성보다는 작품의 내용 및 수준 등 질적 요소가 더 중요함을 보여주며, 이는 문화예술 수요가 높고 소비에 있어 앞으로의 주력집단이 될 청년층에게서 더욱 강하게 나타남
- 따라서 접근성이 지역의 문화예술 향유기회를 확대하는 효과가 일정 부분 있을 것이나, 수요층이 원하는 수준의 공연 및 전시를 개최할 수 있는 조건, 또한 기획 및 유치 역량이 부재할 경우 건설을 통해 의도한 효과를 보기 어려움
- 문화체육관광부 역시 이러한 시각을 공유하고 있는 것으로 보이며, 지역이 직간접적으로 시행하는 다수의 문화시설 건설을 중앙정부 차원에서 지원하는 것은 곤란하다는 입장을 보이고 있음. 그러나 부산 국제아트센터와 같이 규모와 질적 기준을 충족하는 전략적인 투자나 서계동 시설과 같이 수요-공급을 모두 고려하는 복합문화시설 건립은 앞으로도 선택적으로 이루어질 것으로 전망

〈표 III-49〉 연령별 문화예술활동 선정기준

(단위: %)

구분	내용 및 수준	비용 적절성	접근성	기타
12~19세	33.0	34.6	6.7	25.7
20대	39.9	26.8	6.3	27.0
30대	42.5	23.0	8.2	26.4
40대	38.9	27.2	8.9	25.0
50대	34.2	29.3	11.7	24.8
60대	30.3	29.4	15.5	24.7
70세 이상	20.3	30.2	22.0	27.5
전체	35.1	27.9	11.2	25.8

- 기획 및 운영 측면에서 질적 기준을 충족하는 시설 건립 및 운영을 위해서는 중앙정부의 역할이 여전히 필요한 것으로 관측되나, 새로운 시설을 건립하거나 재건축을 실시하는 경우 전체 생태계 내에서 정부가 수행하는 역할을 보다 명시적으로 규정하는 것이 필수적임
- 서울 및 경기 지역의 경우 민간 생태계가 일정 정도 작동하고 있으므로, 민간 부문을 위축시키지 않는 한편 실험적인 성격의 공연에 적절한 시설을 지속적으로 재건축 및 보수를 통해 장기적으로 확보하는 것이 바람직하며, 문화 소비와 생산이 함께 발생하고 교류하는 복합문화시설로 건립하는 방향이 합리적인 것으로 판단됨

- 지방의 경우 지역주민의 문화시설 접근성을 이유로 중앙정부보다는 지자체 사업 또는 입법을 통해 재정에 대한 수요가 발생할 가능성이 높음. 이러한 소요를 통제하기 위해서는 중앙정부의 투입이 발생하는 부산 국제아트센터 등이 가이드라인을 제시하는 역할을 할 필요가 있음. 즉 질적 우수성을 담보하고 지역의 공연생태계를 활성화하는 역할을 수행할 수 있는 시설 인프라의 경우에만 중앙정부의 재정지원을 요청할 수 있음을 명확히 할 필요가 있음

3) 내역사업 평가

□ 정동극장 재건축사업

- 정동극장은 근현대 공연예술에서 상징적인 역할을 수행해왔으나, 326석으로 규모가 제한되어 있고 시설이 노후화되어 재건축의 필요성이 지속적으로 제기됨
- 정동극장은 도심에 위치, 접근성이 높아 연간 300회 이상의 공연이 이루어지고 있으며 객석 점유율도 높은 편임. 여기에 더해 장소의 역사성을 활용한다는 의미가 있으므로 재건축은 타당성을 지님
- 정동극장 재건축사업은 다음과 같이 전략적 목표를 천명하고 있음
 - 공연생태계에서 600여 석 안팎의 중공연장이 절대적으로 부족함. 국공립 공연장 중 1,000석 이상은 국립극장 1개, 예술의전당 3개, 세종문화회관 1개 등 5개인 반면 550~1000석 규모의 공연장은 국립극장 1개, 세종문화회관 1개로 오히려 더 적음. 또한 국립극장 하늘극장은 국악과 콘서트만 개최 가능
 - 500~100석 미만 규모의 공연장은 유료관객 비중이 가장 높아 자생력 확보에도 기여 가능함을 강조

〈표 III-50〉 공연장 규모별 유료관객 비율

공연장 규모	100석 미만	100~299석	300~499석	500~999석	1,000석
유료관객 비중(%)	53.6	32.5	27	50	38.1

- 또한 2차 공연 제작의 중심을 지향함. 초기 단계의 창제작 단계와 대규모 공연장에서 레퍼토리화하여 수익을 발생시키는 사이 단계, 즉 중대형 극장의 규모에 맞도록 작품을 개선하고 관객의 반응을 시험적으로 확인해보는 단계

- 정동극장 재건축사업의 경우, 재건축을 통해 달성하고자 하는 바가 분명하고, 공연예술 생태계 내에서 상대적으로 취약한 부분에 집중한다는 전략적 비전 하에 이루어진다는 점에서 국가시설의 재건축에 있어 바람직한 사례로 평가
- 단, 재건축의 명분 중 하나로 중규모 공연장으로 재건축 후 재정 의존도가 감소할 것을 예상하고 있는데, 1) 좌석 증가에도 불구하고 유료티켓 점유율이 동일할 것이라는 가정과 2) 연간 공연 수가 증가하고, 동일한 수준의 작품이 올라간다는 전제, 3) 소규모에서 중규모로 작품의 스케일이 확대됨에도 불구하고 준비 비용에는 큰 변화가 없다는 전제하에 도출된 것으로, 보다 면밀한 검토가 필요
 - 유사 사례인 김포아트홀(2015년, 503석), 국립극장 달오름극장(2014년, 510석), 명동예술극장(2009년, 558석), 구로아트밸리(2008년, 579석) 등의 사례를 분석하여 중규모 공연장 건축 전후, 또는 소규모 공연장과 비교분석하는 것이 필요

4) 소결

- 시설 인프라는 앞으로 중앙정부의 재정을 필요로 하는 신규 사업 수요가 제한적일 것으로 추정하며, 대부분이 서울 국립시설의 재건축일 것으로 추정
- 그럼에도 불구하고, 지자체 자체 사업을 통해 지역균형을 명분으로 지방에 시설 건축 시도 및 중앙정부 보조 요청은 발생할 가능성이 있으므로 가이드라인이 제시되어야 하며, 기존 구축시설에 대한 사후 및 정책평가가 이루어질 필요
- 문화예술활동에 대한 수요는 접근성보다 질적 요소에 맞추어져 있으므로, 기획 및 운영 측면에서 질적 기준을 충족하는 계획과 역량을 보유하고 있는지, 생태계 내에서 담당할 역할이 명확히 규정되어있는지 등을 점검 및 평가하여 시설의 신규 및 재건축 계획 단계에서부터 제도화할 필요가 있음

아. 미술진흥 기반 구축

1) 사업 개요

- 미술진흥 기반 구축 사업은 미술 생태계 전반을 고르게 지원하는 것이 목적으로, 여러 부분을 담당하는 내역사업들로 구성됨
- 미술창작 및 향유지원 사업은 소비자들의 미술 접근성을 강화하는 것을 목적으로 하는 사업으로, 소비자들에 대한 접근
 - 시민들에게 미술 체험을 위한 미술주간을 운영하고 홍보
 - 공공시설 및 거점 문화예술 인프라 내 대여 및 전시에 지원
 - 대중이 구입·소유하기 용이한 작가 미술 장터 온·오프라인 개최
 - 서예비엔날레 전용관 건립 지원
- 미술시장 육성은 미술작품에 대한 정보를 축적 및 관리하고, 감정 및 비평 등 제도적 인프라를 정비하는 사업
 - 한국 미술시장 정보시스템: 거래정보 시스템을 통해 미술시장 성장에 따른 거래정보 제공, 미술시장 분석 및 콘텐츠 제작·확산
 - 미술품 감정 및 유통 기반 구축: 미술시장 거래 활성화에 따른 위작 거래방지 등 투명한 유통 질서 확립과 신뢰 구축이 목적이며, 미술정책제도 연구지원, 미술품 거래 및 투자 건전성을 위한 교육 및 홍보
 - 작가 디지털 아카이브 구축: 작가 연구와 작품 감정에 기초 자료로 요구되는 검증된 자료를 제공하기 위한 작가 아카이브 구축
 - 시각예술실태조사: 미술시장 거래 규모 조사 및 보고서 작성 및 제공
- 한국미술의 국제화는 해외 미술시장 진출을 위한 지원사업
 - 미술품 해외시장 개척 지원: 작가 및 화랑의 해외 판로개척을 위한 사업으로 아트페어 및 기획전시 참가 지원, 온라인 플랫폼 참가 지원
 - 해외출판 지원사업: 한국미술 관련 서적 해외 출판 지원
 - 아트페어 육성 지원: 국내 아트페어를 성장형, 국제형 등으로 나누어 지원

- 미술 창작자 경력개발 지원사업은 비평계, 화랑 등 작가와 연관된 부문을 지원
 - 비평 및 작가육성을 통해 생태계 진입이 어려운 신진·중견작가의 발굴·육성체계를 마련하는 것을 목표로 하는 사업
 - 신진작가와 전속계약을 맺은 단체(화랑 등)의 지원을 통해 전업 신진작가의 안정적인 창작 환경 제공

- 공공미술 프로젝트는 코로나19 시기에 미술분야 지원을 위해 크게 확대되었으나, 현재 작품 사후 관리체계 및 관리지침 등에 대한 제도화 방안 마련, 컨설팅 등을 제공하는 방향으로 조정

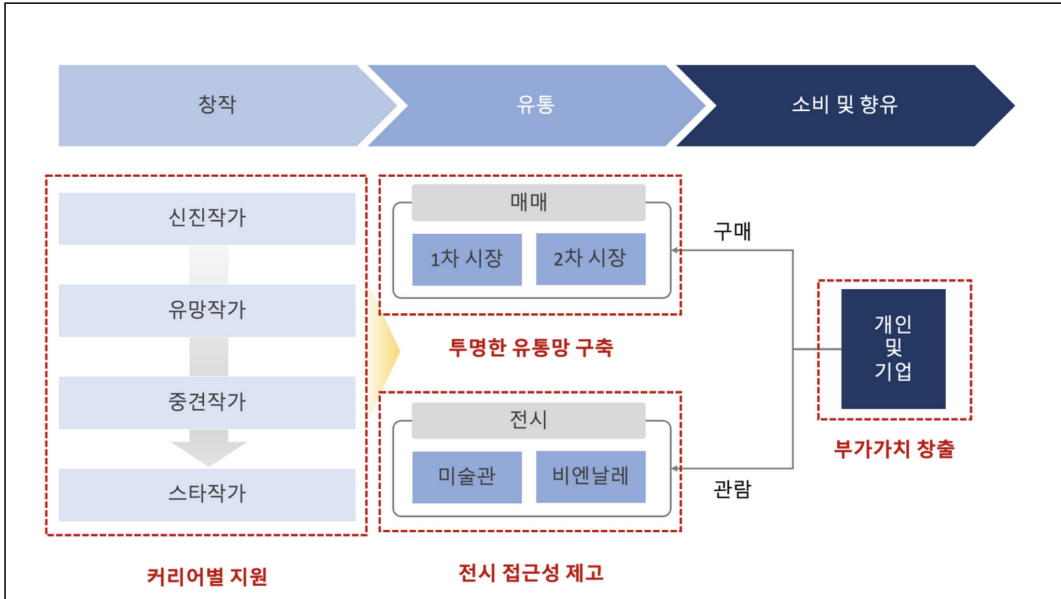
- 공예문화진흥 사업은 특정 장르 지원의 성격이 가장 강한 사업
 - 전통공예의 세계화 사업: 해외 전시 개최 등 지원
 - 공예 청년 인턴십: 청년 공예가 육성이 목표
 - 공예 공공데이터 기반: 디지털 인프라 구축을 위한 공공데이터
 - 공예교육 프로그램: 문화 취약계층에 공예 교육 보급

- 당인리 문화창작발전소
 - 서울 마포 지역당인리 지역 화력발전소를 복합문화공간으로 재탄생시키는 사업
 - 현재 설계 진행 중

2) 주요 쟁점

- 미술 생태계의 모든 부분을 지원해야 하는가?
 - 미술 부문의 성장을 위해서는 다양한 관점의 작가가 지속적으로 발견 및 성장해야 함. 문제는 우리나라의 비평 및 성장 생태계가 취약하여 일부 화랑 및 대형 아트페어 위주로 형성되어 있다는 점
 - 작가의 커리어 사이클 부분에서 작가가 가장 취약한 지점은 신진작가에서 유망작가로 나아가는 부분으로, 이 부분에 지원이 집중될 필요가 있으며, 이후 단계의 작가들에 대해서는 시장의 평가에 맡기는 것이 바람직함

[그림 III-25] 미술생태계와 작가 커리어 사이클



- FGI를 실시한 30~40대 작가들은 이미 검증되었거나 입지를 다진 작가들에게 지원이 가는 경우가 많으며, 이들이 각종 지원사업의 심사를 주도하는 경향이 있다는 점에 아쉬움을 표시
- 또한 현대미술의 흐름 속에서 장기적인 성공을 위해서는 초기 단계에서 개별 작품이 아니라 전반적인 작품 세계의 형성이 중요한데, 여기에는 1) 레지던시 등 집중할 수 있는 작업 여건의 마련과 2) 전시 및 비평을 통한 작품 방향의 설정 기회 등이 중요한데, 1)의 경우 서울시 등 지방정부와 유관 기관에서 제공하는 레지던시가 가장 효과적이나 양적인 측면에서도 부족하고, 단순 장소 제공에 그치고 있어 기획-비평의 기능이 부족하다고 설명
- 또한 연중 상반기에 각종 프로그램 지원을 준비하고, 연말에는 결과물에 대한 증빙을 준비하기 때문에 전반적인 작품 세계가 아닌 개별적인 작품 출품과 전시 참가에만 집중하게 되는 경우가 많다고 설명

〈Box〉 FGI 내용 중 일부

연구진: 현 미술 및 예술 지원정책의 가장 큰 이슈는 무엇이라고 생각되십니까?

작가: 기획과 창제작 사이 기간에 대한 지원이 뒷받침되어야 좋은 작품들이 제작됩니다. 특히 해외와 비교했을 때 신진작가에서 중견작가로 성장하기까지의 지원이 빈약한 것이 한국 미술 정책의 한계입니다. 미술작가의 커리어 중 레지던시가 가장 중요하지만 우리나라의 경우 장소를 제공하는 등의 선에서 그치는 것이 가장 아쉽습니다.

연구진: 현 미술 및 예술 지원정책의 가장 큰 이슈는 무엇이라고 생각되십니까?

작가: 또한 지원 정책의 전달체계는 관료적인 성격을 띠고 있어 예술인의 창제작 사이클과는 적합하지 않습니다. 1년 이내의 단기적인 지원으로는 성과가 나오기 어려운 것이 예술 분야입니다. 유럽의 경우 최소 2년에서 3년간 프로젝트 및 연구를 지원하고 있어 장기적으로 접근하고 있습니다. 정부의 예산 편성 및 집행주기에 맞추어져 있다보니 실제 창제작 환경에 적합하지 않는 경우가 많습니다.

- 또한 미술장터 등 확산이나 공공시설 대역사업에 대한 지원의 경우도 가장 효율적인 지원책인지에 대해서는 의문을 표시함. 특히 질적 향상을 위해서는 작품세계 형성이 필요한데, 현재의 사업들은 선불리 출품하도록 유도하는 경향
- 일반 소비자들에 대한 접근성을 확대하고 미술시장의 저변을 확대한다는 측면에서는 의미가 있으나, 코로나19 기간 중 미술시장이 크게 성장하며 민간 부문의 기반이 강화된 점을 고려하여 재정사업의 역할을 명확히 규정할 필요

〈Box〉 공연전시 및 기획자 FGI 내용 중 일부

연구진: 미술장터나 공공시설 대역사업에 대한 견해는 어떠신지요?

작가: 작가 입장에서 당연히 기회가 많은 것은 환영할 만한 일인 것 같습니다. 전시든 판매든 가릴 여건은 아니니까요. 하지만 이런 점도 말씀드리고 싶습니다. 미술장터는 좋은 취지를 가지고 있지만, 젊은 작가들이 아직 작품세계가 형성되지 않은 상태에서 작품을 판매해서 금전적인 수입을 거두는 데 초점이 있는 것 같아요. 물론 작가로서는 상당히 보람있는 일이지만, 우리나라 미술이 높은 수준으로 가게 정말 목표라고 한다면 선부르게 판매를 하는 것보다는 전시에 한 번이라도 더 노출되고 평가를 받는 것이 더 중요한 것이 아닌가 싶습니다. 물론 절대적인 기회 자체가 부족하기 때문에 말씀드리는 것이 굉장히 조심스럽습니다만, 생계형으로 작품을 팔게 하는 것이 미술 발전의 길인지는 생각해볼 필요가 있는 것 같습니다. 대역의 경우도 마찬가지로 어떤 평가를 받는다는 의미는 아니기 때문에...(후략)

- 해외진출 사업의 경우, 재정지원의 정당성이 큰 사업이나 정책 설계의 문제에 대한 문제제기가 존재
- 업계의 젊은 기획자들은 좋은 작품이 해외로 나가기 위한 장애물을 제거한다기보다 국내에서 고평가 받는 작품을 해외로 밀어내기 하는 성격이 일정 부분 존재한다고

지적

- 또한 아트페어나 전시 실적이 지원의 근거가 되기 때문에, 해외진출에 실질적으로 더 중요하고, 처음부터 좋은 평가를 받기 위해 필요한 그 이전 단계의 준비, 특히 네트워킹에 대한 지원이 취약하다는 점도 지적

〈Box〉 전시 및 기획자 FGI 내용 중 일부

연구진: 국내 작품의 세계화 및 해외 진출에 필요한 지원 방향은 무엇이라고 생각되십니까?
기획자: 분명히 일본이나 중국에 비해 한국 미술이 저평가 되어있는 것은 사실이에요...(중략)... 그러나 좋은 작품들은 이미 해외에서 초청을 받아 현지시장에 자연스럽게 소개가 됩니다. 정책 및 기관의 지원을 받아 현지에 진출한 경우가 많지만 대부분 소규모 갤러리 및 작은 공연장에 작품을 올리게 됩니다. 현지 관객들에게 홍보도 마흡하고 이들이 크게 매력을 느끼지 못합니다. 한국에서만 유명한 작품을 지원금을 들여 해외 작은 무대에 올리는 것이 한국 미술시장 생태계 전반의 경쟁력을 키우는 것인지 고민이 필요합니다.

연구진: 정책 설계와 구조 측면에서는 어떤 문제가 제일 두드러지나요?
기획자: 사업을 관리하는 입장에서 그럴 수 있다는 것은 이해하지만, 해외 아트페어에 참가한다던가 하는 결과물 중심으로 지원체계가 맞추어져 있어요. 이런 것을 준비하고, 증빙하는 데 나가는 시간과 노력이 아까워서 저도 고민을 많이 했지만 결국 이용하지 않았습니다...(중략)... 반면에 평상시에 해외 작가, 평론가 등 관계자들과의 네트워킹에 대해서는 훨씬 더 중요함에도 지원이 없어요. 증빙이 안 되니까 그럴 수는 있다고 생각하는데, 그러면 아예 다년간의 교류 프로그램을 지원해줬으면 좋겠습니다.

연구진: 그렇다면 이 부분에서 해외에서 참고할 만한 사례가 있을까요?
기획자: 아무래도 유럽을 예로 들 수밖에 없을 것 같습니다. 유럽은 국가 간의 이동이 자유롭다보니 co-production이 활성화 되어 있습니다. 예컨대 프로젝트 내 A부분을 어떠한 국가에서 지원받고 B부분을 다른 국가에서 지원받는 것이 가능합니다. 이 과정에서 자연스럽게 네트워크가 형성되고, 중간과정에서 평가를 받을 수 있습니다. 일본은 그 일부이지만 한국은 그렇지 않죠. 이처럼 특정 건이 아니라 계속되는 네트워크를 만드는 데 정부 돈을 쓰는 것이 저는 맞다고 생각합니다.

3) 내역사업 평가 및 변화 방향

- 젊은 세대 작가들과 기획자들은 한국미술이 본질적인 경쟁력 강화에 정책의 중심이 있어야 하며, 이를 위해 R&D라는 관점에서 작품세계 구축 과정 전반을 검토, 모형화하고 제도적 인프라를 효과적으로 제공하기 위한 노력이 필요함
- 따라서 경력 초기 작가들의 증장기적 작품형성에 지원을 집중하고, 이후에는 시장의 검증 기능에 맡기는 것이 바람직
- 동시에 취약한 시장의 선별 기능, 즉 비평 생태계를 강화하는데 전략적 투자가 필요함. 이때 전시와 비평 기능을 동시에 수행할 수 있는 자생적인 플랫폼(예: 작가들이

공동체로 구성된 413 등)들을 육성하는 것이 바람직

- 장터나 아트페어 지원의 경우, KIAF나 아트페어가 이미 알려진 작가들을 대상으로 하기 때문에 진입하지 못한 젊은 작가들을 대상으로 하는 행사(예컨대 성수 프리뷰) 등을 지원하는 것은 지원의 정당성이 있음
 - 그러나 장터나 아트페어 등이 지나치게 커지는 것보다는 전시 위주의 본래 생태계를 강화하는 것이 바람직하고, 장터나 아트페어는 숫자를 확대하기보다 질적 깊이를 강화하는 방향으로 나아가는 것이 바람직
 - 소비자 접근성은 젊은 작가들을 소품 위주로 가게 할 우려가 있으며, 작가들이 작품의 질보다는 때맞추어 출품하기 위한 서브작업에 매달릴 가능성이 있어서 향후 정책으로서는 의미가 있으나, 아트페어 참여자들의 이후 미술에 대한 관여도가 증가하는지 증거가 부재하고, 미술진흥이라고 보기에는 어렵다는 의견도 존재함
 - 화랑과의 전속지원에 대해서는 작가들에게는 기회를 제공하는 순기능이 있으나, 작가들이 필요로 하는 안정적인 창작여건 마련과는 거리가 있으며, 중소기업 화랑들의 재정지원 의존성 문제 및 발굴기능에 대한 의문 제기가 있어 지속적인 평가와 개선이 필요
 - 한국미술의 국제화 역시 국내에서 성공한 작가들을 해외로 홍보 및 진출시키고 국내 아트페어를 재정지원하는 방향보다 상시적으로 해외와의 교류를 촉진하고 이를 통해 국제적인 비평 및 시장 선택기능을 활용하는 것이 더욱 바람직함. 또한 한국국제교류재단의 미술관련 사업들과의 역할 분담을 더 고민할 필요가 있음
- 네덜란드의 지원체계는 지원체계의 유연성과 지원 효율성, 합목적성 측면에서 모범 사례로 볼 수 있음
- 네덜란드는 총 7개의 예술인 지원 기금을 운영하고 있으며, 공연예술, 필름, 시각예술, 문학 등 다양한 장르에 종사하는 예술인을 지원하고 있음. 네덜란드의 미술 지원 정책 방향은 생활비 등의 복지 성격의 지원이 아닌 창작 환경 조성에 초점을 두어 작가들의 창의성과 자율성을 확보하여 우수한 작품이 창작될 수 있도록 함
 - 공연예술펀드인 Fonds Podiumkunsten는 예술 창작에 필요한 기본 인프라 지원을 통하여 다양한 공연예술 창제작을 도모하기 위해 설립됨
 - 2009년부터 이루어진 주요 정책 변화는 지원 기간과 지원 항목으로 구분

- 연간 단위의 지원에서 프로젝트 단위로 지원기간을 변경하여 공연예술의 창제작 주기에 맞게 유연한 지원이 가능하도록 하였으며, 지원항목 또한 장르별로 세분화했던 기존 지원방식에서 탈피하여 통합과제로 공모하는 변화가 두드러짐
- 또한 해외진출 지원은 기존의 경비 지원, 공연지원 등 여러 유형으로 구분되었으나, 이를 세계화 진출지원 항목으로 통합하여 홍보, 네트워킹 등 다양한 활동 항목에 적용되어 수혜자의 자율성을 강화함
- 이 외에도 건축디자인 지원 기금인 Stimuleringsfonds Creatieve Industrie의 해외 진출 지원 방향을 살펴보면, 주요 지원금은 해외 유수의 대형 아트 페스티벌 참가 및 파트너십 구축에 배분되어 있는 것을 알 수 있음. 세미나 등 역량 강화 및 네트워킹 사업에는 최소 예산을 배정하였으며, 외교 채널을 통한 해외 비엔날레 및 전시에 자국 아티스트 참여 기회를 확대하여 해외 진출을 지원함

4) 소결

- 한국 미술의 본질적 경쟁력을 강화하는 방향으로 사업들이 재구조화될 필요가 있으며, 개별 결과물에 대한 지원이 생태계 강화에 부정적으로 작용할 가능성을 염두에 두어야 함
 - 미술 생태계의 자생력을 강화하기 위해서는 시장의 평가 및 경쟁을 통해서 우수한 작품을 선별해야 함. 그러나 해외 진출을 정책적으로 지원하게 된다면 국내 시장에서만 인정받는 작품을 프로모션하여 적절한 평가를 받기 어려울 수 있음
 - 한국미술 국제화 사업의 수혜 대상자가 해외 미술시장에서 선택을 받았는지가 가장 중요한 평가 요소이며, 이때 단순 실적이 아닌 질적인 커리어 성장에 도움이 되는 방향으로 평가가 이루어져야 함
 - 해외 진출에 가장 필수적인 요소로 해외 레지던시 및 해외 유명 전시회 참여가 중요한 반면, 정책 지원 방향이 국내 작품의 소개에 있어 작은 규모의 전시장 및 공연장에서 진출에 초점을 두고 있음
 - 향유지원의 경우 접근성 확대 및 대중의 친숙함을 확대하는 사업들은 지속 추진하되, 양적 확대를 지양하고 내실을 확대하는 것이 바람직
 - 창제작 지원은 커리어 사이클을 고려하여 작가 개인의 경우 신진-중견-국제로 구성된 학술지원사업의 구조를 차용하는 것을 고려할 필요가 있음. 동시에 기존 화랑에

의해 기회가 제공되지 않은 경력 초기 작가들을 전시-비평 기능을 동시에 보유한 행위자들로 육성을 추진할 필요

자. 공연예술 진흥 기반 조성

1) 사업 개요

- 공연예술 진흥 기반 조성사업은 뮤지컬, 연극 등 공연예술의 준비 및 개최에 필요한 각종 시설 및 제도적 인프라를 지원하는 사업, 공연예술의 해외진출을 위한 사업으로 구분할 수 있음
- 시설 인프라를 지원하는 사업으로 공연연습공간 조성 및 운영, 안전선진화 시스템 구축 사업, 윤이상 하우스 개보수가 있으며, 이들은 공연 예술가 및 준비 인력을 직접적인 수혜대상으로 함
- 다수의 지역 공연행사에 대한 지원은 해당 세부사업에서 가장 두드러지는 부분으로, 춘천 아비아마 총회, 강릉 합창대회 등 일회성 국제행사에 대한 국비 지원, 대구 뮤지컬 페스티벌과 같은 지속사업에 대한 재정지원을 포함
 - 대부분 지자체 경상보조의 형태를 띠며, 20% 안팎에서 지원이 이루어짐. 강릉 세계합창대회의 경우 일회성 지원이하나 27.8억원의 지원이 이루어져 가장 큰 규모
- 공연연습공간 조성 및 운영 사업은 민간 공연예술단체 및 예술가에게 안정적인 연습공간을 제공, 창작여건 개선 및 창작 기반 조성에 기여한다는 것이 취지
 - 신규 조성 설계, 시공, 감리 비용 지원에 투입되었으며, 일부가 운영비 지원
 - 기 공간 조성사업이 완료됨에 따라 배정 및 집행되는 예산은 지속적으로 감소

〈표 III-51〉 공연연습공간 조성 및 운영사업 예산 및 집행액

(단위 : 백만원)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
예산액	6,186	5,497	1,463	1,330	975
집행액	6,186	5,497	1,463	1,330	975

- 지역별로 신청 후 선정과정을 거쳐 중앙정부가 재정지원을 실시하며, 개관 후 5년간 운영비를 지원하는 구조
- 현재 20개소가 운영 중이며, 11개 장소가 일부라도 재정지원을 받는 상태
 - 서울, 부산, 광주, 춘천, 대구, 부천, 인천, 전주, 창원, 울산, 광주, 강진, 원주, 포항, 부산(지자체 조성), 세종, 서천, 담양, 영월, 화성

〈표 III-52〉 공연연습공간 조성 및 운영사업의 구조

구분	사업 연차	국고 지원액(비율)	비고
안정기	1년차(개관 이후)~3년차	130백만원(100%)	최초 개관식 진행 시 국고 5백만원 추가 지원
준비기	4년차	65백만원(50%)	
독립기	5년차	26백만원(20%)	
	6년차 이후	0원(0%)	

- 연습공간 운영비를 제외하면 민간예술단체 및 예술가 대상 사업 홍보, 운영 및 평가가 주된 예산 사용처
- 공연장 안전선진화 시스템 구축 사업의 경우 고위험 안전취약 공연장에 대한 종합적인 안전지원 및 교육을 제공하는 프로그램으로, 안전정보 시스템 및 DB 구축 등의 지원을 포함함. 소규모 공연장을 위한 사업이 별도로 존재하여 매년 약 50여 개의 공연장 지원

〈표 III-53〉 공연장 안전선진화 시스템 구축 사업 예산 및 집행액

(단위 : 백만원)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
예산액	3,330	3,060	3,008	2,990	4,327
집행액	3,330	3,060	3,008	2,990	4,327

- 공연예술의 제도적 인프라를 정비하는 사업으로 공연예술 통합전산망 운영, 전국공연예술 창작작 유통 협력 생태계 구축, 공연예술분야 인력 지원이 있음
- 공연예술 통합전산망은 안정적·효율적 시스템 운영관리, 공연전산망 홍보 활성화, 공연정보 생산 및 데이터 분석 활용 활성화를 목적으로 하는 사업으로, 개별 공연에 대한 데이터 제공을 통해 소비 및 창작작에 반영하는 것이 목적

- 공연예술 창제작 유통 협력 사업은 지역의 공연장 가동률을 높이고 예술 및 지원인력 일자리 창출을 위해 공모에 선정된 사업에 5억원씩 지원하는 사업
- 공연예술 인력지원은 코로나19에 대응하는 일시적 사업으로 2022년 종료됨

〈표 III-54〉 공연예술 제도적 인프라 사업 예산 및 집행액

(단위: 백만원)

공연예술 통합전산망			공연예술 창제작 유통 협력			공연예술 인력지원		
연도	예산액	집행액	연도	예산액	집행액	연도	예산액	집행액
2018	-	-	2018	-	-	2018	-	-
2019	-	-	2019	-	-	2019	-	-
2020	-	-	2020	-	-	2020	28,800	28,800
2021	2,000	2,000	2021	-	-	2021	45,100	45,100
2022	2,000	2,000	2022	8,700	8,700	2022	22,800	22,800

- 기타 사업은 특정 장르의 진흥을 목적으로 하는 성격
 - 공연예술 시장 활성화 기반 구축(K-뮤지컬)은 해외투자 유치 및 해외진출을 준비하는 비용과 프로듀서 역량 강화로 구성되어 있으며, 2022년 기준 27억원 배정
 - 해외 투자 유치 공연 준비금 지원 7억원
 - 해외진출 컨설팅·통번역 및 시범공연 등 10억원
 - 차세대 뮤지컬 프로듀서 발굴 및 역량 강화 10억원
 - 아리랑 등 전통문화 확산 사업은 전통예술의 대중성 향상을 위한 콘텐츠 개발 및 홍보 사업이 주를 이루고 있음

2) 주요 쟁점

- 지역의 일회성 사업을 지원하는 것의 적절성
 - 다수의 내역사업이 특정 지역의 일회성 국제행사를 지원하거나 지역의 부족한 문화예술 공연 제작을 촉진하기 위한 사업으로 구성
 - 그러나 1) 문화예술의 활력제고와 장기적으로 재정지원에 의존하지 않는 생태계 강화 및 2) 문화예술의 질적 수준 향상이라는 재정투입의 방향성에 비추어볼 때 정책의 취지와 설계는 이와 부합하지 않는 경우가 다수임
 - 특히 지역의 국제행사가 1) 주민의 만족도나 지속적인 문화예술 활동을 유도하거나

2) 창작 및 제작이 공연예술의 질적 향상에 기여한다거나 3) 경쟁력 있는 브랜드로 성장하여 파급효과가 있다는 체계적 증거가 없는 상황에서 지역에서 개최되는 국제 문화행사 보조율이 18~100%로 일정한 기준 없이 지원되는 상황

〈표 III-55〉 사업내역 중 지역 국제 행사

(단위: 억원)

구분	총사업비	국비	사업내용
'23년 제16회 강릉 세계합창대회	153 ('22)	국비 18% (28억원)	세계 합창 올림픽 (경연, 콘서트, 국제회의 등)
'22년 제16회 대구국제 뮤지컬페스티벌	32 ('22)	국비 20% (6.5억원)	글로벌 뮤지컬 축제 지원 (해외공식초청 3작, 국내 22개 작)
'22년 춘천 아비아마 총회 및 축제	28 ('22)	국비 32% (9억원)	세계총회 및 춘천인형극제 행사 (아비아마: 인형극 우호도시 21개국 연합)
'23년 서울국제하모니카 페스티벌 개최	2 ('23)	국비 100% (2억원)	하모니카 콘서트 등 행사 지원

- 설계 및 운영상으로도 참여유인과 지역 파급 효과 측면에서 이점이 분명하지 않음
 - 실제로 강릉 세계합창대회의 경우 참여가 저조하고, 항공비 인상 등으로 인해 참가자들의 부담이 증가함에 따라 공식 등록 기한을 지나 추가 모집을 진행했으며, 주요 행사는 대부분 무료로 진행된 반면 지역민 참여는 미흡
 - 반면 대구의 DIMF의 경우 장기적 기획하에 인지도를 높이고 해외 네트워크를 확장시키는데는 성공하였으나, 재정지원에 대한 높은 의존성 및 차별성 부족의 문제를 드러냄
- 뮤지컬의 해외투자 유치·해외진출에 대한 재정지원의 적절성
 - 다른 재정사업들과 마찬가지로, 명확한 전략적 상황인식 및 분석하에 시장실패가 가장 큰 영역에 집중하는 것이 바람직
 - 뮤지컬은 라이선스, 창작, 내한 등 다양한 부문에서 시장이 존재하므로 산업적 가능성이 존재하나, 국내 시장의 한계로 인하여 확대 필요성은 확인됨
 - 뮤지컬 시장의 외적 규모 확대에도 불구하고 제작사들 사이의 경쟁은 심해져 수익 창출이 어려워짐
 - 이는 한 제작사가 여러 작품을 제작하며, 스타 배우 중심, 단기 공연 중심으로 제작이 이루어지는 한국 뮤지컬산업의 구조에 기인함

- 공연장들은 화제작을 유치하는데 초점을 두기 때문에 대형 제작사가 아닌 경우 공연장소가 부족
 - 이러한 환경에서 창작 뮤지컬 등의 성장세는 국내외적으로 한국 뮤지컬의 가능성을 보여주지만 지역이나 작품 특성 측면에서 특정 부문의 비중이 큼
 - 과거 K팝 스타 위주의 마케팅에서 창작 뮤지컬의 활성화, 소비층의 확대, 일본 등 해외 뮤지컬 팬의 원정관람 등은 산업적 가능성을 보여주는 사례
 - 창작 뮤지컬의 경쟁력은 두터운 배우층, 퀄리티 있는 연출과 독특한 스토리에 있는 것으로 지적되고 있음
 - 따라서 국내에서 성공을 거둔 작품을 밀어내기식으로 홍보하기보다 해외에서 재발견될 수 있는 뮤지컬을 발굴하는 과정에 지원하는 것은 충분한 의미가 있음
- 해외진출 사업의 경우 뮤지컬 산업의 가치사슬 안에서의 뚜렷한 타겟팅이 전제될 필요가 있음
- 현재는 판권 수출이 아시아권 특히 일본에 집중됨. 이는 일본 외에 아시아에서 의미 있는 뮤지컬 시장 규모를 가진 국가가 없기 때문
 - 영미권은 유통구조가 한국과 달라 정보 비대칭이 존재하므로 정부 지원의 타당성이 있으나, 시장 특성상 진출 가능성이 매우 낮다는 문제가 있음
 - 따라서 지역적 차원에서는 아시아 지역을 우선시하는 것이 타당
 - 산업의 가치사슬 측면에서는 라이선스 계약 및 사후관리 부분에 시장 실패 가능성이 높음
 - 창작 뮤지컬은 공연 개막 이후에도 계속해서 수정, 보완되기 때문에 작품에 대한 저작권 기준이 불분명하고 로컬라이징 되며 작품 원안의 기획의도가 훼손되는 경우 발생
 - 예컨대, 625 전쟁에 관한 내용인 “여신님이 보고계셔”는 중국에 수출되는 과정에서 가상의 국가 간의 전쟁으로 변경된 바 있음
 - 따라서 사후관리 측면에 재정지원을 통해 더 많은 관심과 자원 배분을 견인할 필요 있음
 - 현재의 사업 구조에서는 쇼케이스 및 리딩공연 횟수, 라운드테이블 및 네트워킹 개최 횟수 등이 실적으로 제시되어 있는데, 이는 효과성을 입증하기 어려움

3) 소결

- 지역 문화행사의 재원부담은 지자체 부담을 원칙으로 할 필요
 - 국내 동일지역에서 연례적으로 개최 시 국비 지원 지양(예: 서울국제하모니카페스티벌)
 - 일시적 행사이거나 국제행사라 할지라도 중앙정부가 지원할 경우 일정요건과 기준 마련 필요
 - 예컨대 행사참여 국가, 참여 인원 등 행사의 국제적 위상, 공연예술의 수준 향상 등을 고려할 필요가 있음
 - 더불어 국제대회의 유치 책임성과 수혜도 정도를 감안하여 정부 보조율을 10~30%로 설정하는 방안을 고려할 수 있음
 - 명확한 목적과 효과에 대한 증거 없이는 재정지원의 타당성이 떨어지고 지방정부의 책임성을 약화시킬 우려가 있으므로, 지금까지 이루어진 개별 축제들에 대한 엄밀한 직접 및 간접 효과 추정과 그에 기반한 재정지원 방향 정립 필요

- 전국 공연예술 창제작 유통 협력 생태계 구축사업 등은 반드시 지역 주도의 창제작을 추구하지 않고, 수도권역의 역량을 활용한다는 점에서 효과성이 높은 기획
 - 각 지역 내에서 성공적인 사례를 만들고 확산되는 모델을 검증하고 설계의 효과성을 지속적으로 개선할 필요
 - 이러한 측면에서 체계적인 성과 평가(선정 대 미선정 간 비교, 선정된 사업이 지역 전반의 창제작 및 유통 역량을 강화하는 효과 등)가 필요

- 공연예술 시장 활성화 기반 구축 등 해외진출 지원사업의 경우 시장실패 영역의 식별 및 효과성 판단에 의한 전략적 지원을 지향하며 재구조화 필요
 - 투어, 라이선스 계약, 제작사/프로듀서의 해외 진출을 모두 포괄적으로 소액 지원할 것이 아니라 한국 뮤지컬의 우위를 극대화하는 방향으로 수단을 선정하고 지원할 필요(예시: 다수를 포괄적으로 소액 지원하기보다 소수를 집중 지원)
 - 정책 설계 측면에서는 해외 투어 등에 필요한 보조금 지원은 유지하되, 정보불균형 해소에 집중하는 것이 바람직함. 구체적으로 해외 라이선스 수출에 필요한 각종 정보 등을 제공하는 플랫폼 고려 필요
 - 저작권법, 통관 등의 법률 정보 제공
 - 시장 현황, 현지 에이전시, 계약 과정 등 등 지원

3. 예술인 지원

가. 예술인 창작지원 안전망(창작준비금)

1) 개요

- 한국예술인복지재단에서 수행하고 있는 창작준비금 사업은 예술인 창작안전망 구축 세 부사업('23년 869억원)의 내역사업인 예술인 창작안전망 구축('23년 830억원)의 내내 역사업인 예술인 창작영량강화 사업의 하위 사업 중 하나이며 2023년 660억원의 예산 규모로 세부사업 중 가장 규모가 큰 사업임
- 동 사업을 수행하는 예술인복지재단에서는 창작준비금 사업을 예술인들이 예술 외적 요인으로 창작활동을 중단하지 않도록 소득이 낮은 예술인들을 실질적으로 지원하는 목적을 갖고 있다고 소개함
- 창작준비금은 크게 일반 예술인을 대상으로 하는 창작디딤돌 사업과 신진예술인을 대상으로 하는 창작씨앗 사업으로 구분되며 2023년 일반예술인 총 20,000명과 신진예술인 3,000명을 선정함
 - 최근 2년간 공개 발표된 예술활동을 통해 신진예술인의 예술활동을 증명할 수 있으며 이를 통해 신진예술인 대상 창작준비금을 지원할 수 있음

〈표 III-56〉 창작준비금사업 소개

구분	내용	
사업명	창작준비금지원사업-창작디딤돌	신진예술인 창작준비금지원사업-창작씨앗
사업기간	상·하반기 분할 시행	하반기 시행
접수기간	사업 운영 횟수 및 기간은 변경될 수 있음	
참여방법	온라인 신청 또는 우편 신청	
사업대상	예술창작활동을 준비 중인 현업 예술인(원로 및 장애 예술인 포함)	
참여제한	<ul style="list-style-type: none"> · 소득인정액 신청인(1인) 소득인정액이 당해 연도 기준 중위소득 120%를 초과하는 예술인 · 중복참여 격년제 사업 운영에 따른 참여 제한 예술인 <ul style="list-style-type: none"> - 2022년 창작준비금지원사업(원로 포함) 선정 예술인 · 중복참여 2023년예술인파견지원사업-예술로(路) 참여 예술인 · 참여제한 우리 재단 참여 제한 대상 예술인 	<ul style="list-style-type: none"> · 「신진예술인 예술활동증명」 미완료자 · 「신진예술인 창작준비금지원사업」 을 수혜 받은 자 · 소득인정액 신청인(1인) 소득인정액이 당해 연도 기준 중위소득 120%를 초과하는 예술인
선정인원	총 20,000명	총 3,000명
지원규모	1인 300만원	1인 200만원(생애 1회)

〈표 III-56〉의 계속

구분	내용	
지원대상 및 신청자격	· 예술활동증명*을 완료하고 예술창작활동을 준비중인 현업 예술인	· [신진예술인 예술활동증명] 을 완료한 예술 창작활동을 준비중인 신진 예술인
소득인정액	신청인(1인) 소득인정액이 120% 이내 예술인(원로 및 장애 예술인 포함) 1인 가구 2,493,470원(월) ※2023년 기준 * 소득인정액 = ①소득평가액(월) + ②재산의 소득환산액(월)	
소득인정액	소득평가액(월)	②재산의 소득환산액(월)
소득인정액	신청인의 실제 소득	(각종 재산-기본재산공제액) x월 소득환산율+고급재산
소득인정액		소득환산율(월) 일반재산 연4%/12 자동차 연4%/12 금융재산 연4%/12 고급재산 연100%
제출서류	공통 · 개인정보 수집·이용·제공·조회 동의서 · 부정수급·오지급 반납 확인 동의서 · 필수사항 확인에 대한 확인 동의서 · 초상권 활용에 관한 동의서	

자료: 한국예술인복지재단 홈페이지

- 창작준비금과 관련해서는 다양한 쟁점이 존재(차민경 · 이정희, 2021)
 - 정책의 목표가 저소득 예술인 생계지원인지 예술인의 창작활동 지원인지 모호하다는 점
 - 타 사업과의 중복성
 - 예술인 고용보험의 실업급여
 - 국민기초생활보장제도의 생계급여
 - 문화예술위원회의 예술창작지원사업
 - 기초연금
 - 수혜자 선정기준 및 지원금의 규모
 - 기준 중위소득 120% 이하인 예술인 대상
 - 부양의무제 폐지에 따라 신청 예술인 개인의 소득만을 고려
 - 격년으로 수혜자에게 300만원 지원
 - 수혜자의 성과관리
 - 지원금에 대한 정산내역을 관리하지 않음
 - 동일한 수혜자에 대해 제한없이 중복수혜 허용
- 본 심층평가에서는 창작준비금 사업에 대해 주요 쟁점을 중심으로 평가하되 정성적인 방법을 적용해보고자 함

2) 해외사례 검토

- 프랑스의 예술인 복지제도에서 주목할 만한 점은 예술인도 일반 임금노동자와 마찬가지로 일반사회보험제도에 편입시킨다는 점과 단속적 고용이 이루어지는 예술인을 대상으로 일정한 기준을 통해 고용보험을 적용한다는 점임(이규석, 2007; 김휘정, 2011; 손윤석, 2015; 최보연, 2016).
 - 예술활동을 통한 총소득 규모를 기준으로 예술인에게 사회보험제도(공적연금, 건강보험)에 편입할 수 있는 법적 지위를 부여하며 노사가 분담하여 재정에 충당
 - 단속적 비정규직 예술인에 대해 10개월간 507시간 이상의 고용이 이루어진 경우 최대 8개월간 실업급여 지급(앙페르미팡)
 - 시각예술가에 대해서는 별도로 예술인의 집(la maison des artistes)을 통해 사회보장제도(은퇴수당, 가족수당 및 노령수당) 지원이 이루어지고 있음(김휘정, 2011; 한국예술인복지재단, 2019)
 - 협회에 가입하기 위해서는 예술을 통한 연소득이 8천유로(약 천만원) 이상 되어야 하며 매년 소득의 일정비율(순수익의 약 17%)를 분담금으로 납부
 - 저작권 소득이 있는 문학, 음악 및 시나리오 작가 등에 대해서는 작가사회보장협회(AGESSA)가 있으며 예술인의 집과 유사한 역할을 수행
 - 저작권료를 받는 전업예술인 이외에 계약을 통한 고용예술인의 사회보장제도는 근로자 일반사회보장제도의 적용을 받으며 분담금은 예술인 급여의 15.5% 수준(김휘정, 2011)
- 독일의 경우 예술가사회금고(KSK)를 통해 예술가들에게 연금보험, 의료보험 및 요양보호 서비스를 제공(김문길, 2008; 김휘정, 2011)
 - KSK 가입조건은 예술을 통한 연소득이 3,900유로 이상일 것을 규정하고 있으며 신진예술가들에 대한 예외조건이 존재함
- 네덜란드는 WWIK라는 사회부조제도를 통해 미술가, 작가, 공연예술가를 대상으로 최저생활보장제도를 적용(김문길, 2008)
 - 신진예술가 및 생계곤란을 겪는 예술가에 대해 국민연금 급여의 70%를 최대 4년간 지급
 - 다만 예술활동을 통한 연차별 소득 증가가 입증되어야 함

- 주요 서유럽 국가들의 예술인 복지정책에서 주목할 만한 점은 i) 대체로 예술인도 일반 시민과 마찬가지로 일반사회보험제도에 편입하여 지원하고 있다는 점, ii) 예술을 통해 얻는 일정 수준의 소득을 기준으로 예술인을 정의하고 있다는 점, iii) 기여 없이는 혜택이 없다는 원칙을 적용하고 있다는 점을 들 수 있음
- 따라서 예술창작에 종사하는 직군을 별도로 지원하는 복지제도의 형태는 보편적이라고 하기 어려우며, 프랑스나 독일과 같이 예술인을 대상으로 지원한다고 하더라도 별도의 단체를 구성하거나 기금을 조성하고 이에 소속 예술인이 일정액 이상의 기여를 하도록 의무화한다는 점을 고려할 필요가 있음

3) 사업평가

□ 정책목표의 모호성

- 창작준비금의 정책목표가 예술인의 생계지원(복지정책)인지 아니면 예술인의 창작지원 정책인지가 모호하다는 문제
 - 복지정책에 대한 기본적인 평가는 사각지대 없이 지원조건에 해당하는 수혜 대상을 잘 정의하고 충분히 포괄하는지 여부라고 할 수 있음
 - 창작활동지원에 대한 평가는 비수혜자에 비해 수혜자의 성과가 유의하게 높게 나타나는지 여부를 통해 확인할 수 있음
 - 따라서 수혜 대상의 선정, 관리, 성과 평가 방식 등이 모두 정책목표에 따라 달라짐
 - 예컨대 기초생활수급과 같은 복지정책은 대상자별 소득을 기준으로 수혜자를 선정하고 있으며, 문예기금의 예술창작지원사업은 프로젝트별 수준을 기준으로 선정하고 있어 정책목표에 따라 수혜대상의 정의와 선정기준이 확연히 다르다고 볼 수 있음
 - 저소득 예술인을 대상으로 포괄적인 지원을 하면서 수혜자들이 모두 일정한 프로젝트에 착수하여 성과를 산출한다는 목표는 동시에 실현되기 어려움
 - 이렇듯 목표가 명확하지 않다는 점은 본 정책에 대한 평가를 어렵게 만드는 요인이라고 할 수 있음
 - 이와 같은 정책목표의 모호성은 아래 <Box>에서 제시한 복지재단 관계자의 말에서도 확인할 수 있음

<Box> 예술인복지재단 방문 인터뷰 중

복지재단: 당시 예술복지법 제정될 당시에는 예술계에서 가장 특히 주장했던 것이 고용보험 가입에 대한 부분이었
는데 이게 법에 포함돼 있지 못했고 그러면 고용보험으로 보호받을 수 있는 정도의 보호를 받기 위해서
는 어떻게 할까에 대한 고민이 있어서 일반 근로자 같은 경우에는 실업이 되면 고용보험을 통해 보호를
받는다면 예술인은 더욱더 이제 단순적인 노동 형태를 가지고 있기 때문에 프로젝트와 프로젝트 사이에
준비 기간이 길어질 수 있고 그때 이제 경제적인 어려움 등으로 인해서 예술 활동을 소비하는 경우들이
많이 생기고 있습니다. 그래서 창작준비금은 그렇게 예술활동과 예술활동 사이에 보호를 하고 위원분들
이 예술계에서 이탈하지 않도록 하는 취지로 처음 생겼고요. 그래서 금액도 당시 실업급여 정도 수준으
로 해서 300만원 정도로 결정된 것으로 알고 있습니다. 그 이후에 이제 여러 가지로 사업 과정에서 여
러 가지 수정 과정을 거쳐서 지금까지 이어지고 있습니다. 처음에 긴급복지 그런 일은 아니었던 거예요.
처음 시작할 때는 창작준비금 디딤돌이라는 이름으로 시작을 했고 그다음에 2014년도에 300만원이 너
무 적다. 그래서 더 두텁게 지원을 해야 하지 않느냐라는 얘기가 있어서 예술인 긴급복지라는 이름으로
300만원에서 최대 800만원까지 지원하는 방식으로 사업이 진행이 됐었어요. 근데 이제 복지부에 긴급
복지 사업이 동일한 이름의 사업이 있고 중복성 우려도 있고 해서 다시 이제 처음 모델로 해서 300만
원으로 2015년부터 다시 변경이 됐고 2015년 모델로 지금까지 이루어지고 있습니다.

... 중략 ...

복지재단: 저희는 예술인들이 보편적 복지에 들어가면 다행인데, 일반 국민이나 전체 대상으로 봤을 때 어떤 사회
복지 안전망에 들어가면 좋는데 (그렇지 못한 상황입니다). (또한 본 사업은) 예술인들이 예술 활동을 지
속할 수 있는 목적 사업입니다. 그러다 보니까 예술 활동을 권장하고 예술 활동을 통해서 수입이나 여러
가지 여건이 부족함에도 불구하고 저희 재단의 사업을 통해서 (예술 활동에) 계속 참여할 수 있는 기회
획득에도 분명한 역할을 하고 있습니다.

- 한국예술인복지재단의 주요한 설립 목적이 복지 사각지대의 예술인에 대한 생계지원
이라는 점을 고려한다면 재단의 사업 중에서 가장 규모가 큰 본 사업의 주목적도 복
지정책이라고 보는 것이 타당할 것임
- 창작활동의 수월성에 대한 판단 없이 단순히 소득을 기준으로 수혜자를 선정한다
는 점은 동 사업이 복지정책의 목적을 갖는다는 근거로 볼 수 있음

<Box> 수혜자 선정기준에 대한 복지재단의 답변

Q: 소득수준이 동일한 경우 수혜자 선정 기준이 무엇인가?

소득수준 등 지원 조건이 동일한 경우 처리방법

① (우선선정)

- 창작준비금시스템을 통해 확인된 원로예술인(만 70세 이상), 사회보장정보시스템을 통해 확인된 장애에
술인(등급 종류 무관)은 자격 충족 시 우선 선정

② (동점처리) 소득인정액이 동일한 지원인원이 지원범위 초과 시 아래 순서 적용

순위	기준	산정방법
1순위	소득평가액이 낮은 예술인	사회보장정보시스템 연계
2순위	최초 수혜 예술인	창작준비금시스템 연계
3순위	농·어촌 지역 예술인	주민등록등본 기준(해당자 추가 제출)

* 동점처리 기준 3순위까지 적용 후에도 동점자 발생할 경우 (1차) 60대 중 연장자 순 선정, (2차) 「청년기본법」 제3조에 의거한 34세 이하 대상자 중 연소자 순 선정, 이후에도 동점자 발생 시 전문심의회에서 선정

□ 중복지원에 대한 기준

○ 수혜를 받은 다음해에 연속으로 지원받을 수 없으며(최대 격년제 지원 가능), 수혜받은 연도 중 재단의 예술인 파견지원 사업에 동시에 참여할 수 없음

- <표 III-57>과 같이 코로나19 팬데믹 기간에 급격히 예산이 증액되었다는 사실도 동 사업이 창작활동 지원이 아닌 예술인 생계지원에 정책의 방점이 찍혀있음을 간접적으로 보여주고 있음

<표 III-57> 창작준비금이 포함된 예술인 창작안전망 내역사업 예산액 추이

(단위 : 백만원)

구분	예산액	집행액	예산액 증가율
2018	25,210	25,203	
2019	28,852	28,801	14.4%
2020	59,095	59,088	104.8%
2021	83,075	83,060	40.6%
2022	74,370	74,344	-10.5%
2023	83,000	-	11.6%

○ 다만 복지재단에서 주장하듯이 본 사업이 창작활동에 대한 지원정책이라고 본다면 이러한 관점에서 적절성을 별도로 평가해볼 필요가 있음

□ 복지정책으로서 적절성

○ 예술인 복지정책 및 생계지원이라는 정책목적을 기준으로 동 사업의 적절성을 평가할 때, 정책설계상의 문제로서 정책대상의 정의가 명확한지, 타 사업과 중복되는 것은 아닌지, 사회경제적 환경변화를 고려했을 때 적절한 정책인지의 여부를 통해 판단해볼 수 있음

○ (정책대상의 정의) 동 사업의 정책대상인 예술인의 정의를 해외사례와 비교해서 살펴보면 시장에서 활발히 활동하는 예술인을 배제하고 저소득층 위주로 넓은 범위를 포괄하고 있어 재정지출 측면에서의 문제점을 담보하고 있음

〈Box〉 예술인의 정의

- 예술인의 정의를 살펴보기 위해 예술인 복지법상의 정의, 예술인 대상의 실태조사에서 모집단 정의, 그리고 해외의 경우를 살펴볼 수 있음
- 예술인복지법 제2조에서 적용대상인 예술인을 “예술 활동을 업(業)으로 하여 국가를 문화적, 사회적, 경제적, 정치적으로 풍요롭게 만드는 데 공헌하는 사람으로서 문화예술 분야에서 제3조의2에 따른 창작, 실연(實演), 기술지원 등의 활동을 증명할 수 있는 사람을 말한다.”고 정의하고 있음
 - 동 법 제3조의2는 예술 활동의 증명에 대한 조항으로 아래와 같음
 - ① 문화예술 분야에서 활동을 증명할 수 있는 사람은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람으로서 제2항부터 제4항까지에 따른 절차 및 세부 기준 등에 따라 창작, 실연, 기술지원 등의 활동을 증명할 수 있는 사람을 말한다.
 1. 「저작권법」 제2조제1호 및 제25호에 따라 저작물을 공표한 사람
 2. 예술 활동으로 얻은 소득이 있는 사람
 3. 그 밖에 제1호 및 제2호에 준하는 예술 활동 실적이 있는 사람
 - ② 예술 활동 증명을 받으려는 사람은 예술 활동 증명 신청서에 제1항 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람임을 입증할 수 있는 자료를 첨부하여 제8조에 따른 한국예술인복지재단 또는 지방자치단체가 출연·출자한 기관 중 대통령령으로 정하는 기관(이하 이 조에서 “기관등”이라 한다)에 제출하여야 한다.
 - ③ 기관등은 제2항에 따라 제출된 자료를 검토한 후 문화예술 각 분야별 전문가로 구성된 심의위원회의 심의를 거쳐 신청인이 제1항의 문화예술 분야에서 활동을 증명할 수 있는 사람인지 여부를 결정하여야 한다.
 - ④ 제1항에 따른 예술 활동 증명에 관한 세부 기준 및 절차, 제3항에 따른 심의위원회의 구성·운영, 그 밖에 예술 활동 증명에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
- 따라서 복지재단이 시행하는 예술활동증명 사업을 통해 정책대상인 예술인을 정의하고 있다는 의미로 해석할 수 있으며 크게 공표된 예술작품이 있거나 예술활동을 통한 일정 소득이 존재하는 사람을 예술인으로 정의하고 있음
- 예술인 실태조사의 모집단 정의를 통해 실질적인 정책의 수혜자로서 예술인의 범위를 어떻게 정하고 있는지 살펴볼 수 있음
 - 가장 최근의 조사인 2021 예술인실태조사에서 목표 모집단은 “전국에서 예술활동을 하고 있는 예술인”으로 정의하고 조사 모집단은 다음과 같이 구축하였음
 - ① 예술활동증명 원료 예술인: 한국예술인복지재단 『예술활동 경력증명 시스템』 DB 정보
 - ② 한국문화예술위원회 공모사업 참여 예술인: 국가문화예술지원시스템(NCAS)
 - ③ 문화예술 관련 협회 및 단체 회원 예술인: 예술관련 협회 및 단체의 회원 정보
 - ④ 17개 시도 지방자치단체의 문화예술 공모사업 참여 예술인
- 이렇게 정의한 것은 조사 당시 예술활동증명을 완료하지 않은 예술인들이 더 존재하기 때문인 것으로 추측할 수 있으며 예술관련 협단체 및 공모사업 참여예술인들이 예술인의 범위에 포함된다고 상정한 것으로 보임
- 프랑스나 독일 등 예술인을 위한 별도의 복지제도가 존재하는 국가에서는 예술을 통한 일정 수준 이상의 소득이 존재하는지 여부를 통해 예술인을 구분하고 있음(김휘정, 2011; 한국예술인복지재단, 2019)
 - 프랑스의 경우 연소득이 약 천만원 이상인 시각예술가를 예술인으로 정의하고 있으며 독일의 경우 연소득이 약 오백만원 이상인 예술가를 예술인으로 정의하고 있음
 - 예술을 통한 소득이 존재해야 한다는 기준은 한국의 경우보다 더 명확한 기준이라고 볼 수 있음. 특히 이러한 경우 전업/겸업 예술인의 구분이 무의미해짐.

- 복지재단의 창작준비금 지원사업 신청자DB 자료를 이용하여 예술활동증명 유형을 살펴본 결과를 <표 III-58>에 제시하였음
- 신청자의 86.8%가 공개발표된 예술활동을 기준으로 예술활동증명을 받은 것으로 확인되며 예술활동 수입을 근거로 받은 경우는 5.1%에 불과한 것으로 나타남

〈표 III-58〉 창작준비금 수혜자의 예술인활동증명 신청유형별 건수 및 비율

(단위: 건, %)

신청유형	2019	2020	2021	2022	계
공개발표된 예술활동	2,343	30,127	35,571	46,034	114,075
	92.68	91.86	85.01	84.74	86.75
예술활동 수입	144	1,712	2,134	2,717	6,707
	5.7	5.22	5.1	5	5.1
신진예술인 예술활동증명	0	0	2,614	3,486	6,100
	0	0	6.25	6.42	4.64
원로예술인	0	209	596	931	1,736
	0	0.64	1.42	1.71	1.32
경력단절예술인	26	332	400	432	1,190
	1.03	1.01	0.96	0.8	0.9
무형문화재(이수자)	5	243	317	532	1,097
	0.2	0.74	0.76	0.98	0.83
무형문화재(보유자)	0	26	61	69	156
	0	0.08	0.15	0.13	0.12
심의위원회를 통한 심의	1	51	34	47	133
	0.04	0.16	0.08	0.09	0.1
특수한 작업방식(기준외)	0	36	43	28	107
	0	0.11	0.1	0.05	0.08
표준계약서 체결 예술인 사회보험료 지원	1	27	33	18	79
	0.04	0.08	0.08	0.03	0.06
기타사유 및 특수한 작업방식	3	18	11	19	51
	0.12	0.05	0.03	0.03	0.04
예술인 산재보험 가입을 위한 특례	5	12	25	9	51
	0.2	0.04	0.06	0.02	0.04
예술인 신문고 관련 특례	0	3	2	2	7
	0	0.01	0	0	0.01
저작권 및 저작권접권 등록	0	2	0	1	3
	0	0.01	0	0	0
계	2,528	32,798	41,841	54,325	131,492
	100	100	100	100	100

주: 각 셀에서 윗값은 평균 관중수이며 아랫값은 열비율을 나타냄
 자료: 한국예술인복지재단 지원이력 원자료를 이용하여 저자 작성

- 예술활동 소득을 통해 증명을 받기 위해서는 예술활동으로 얻은 소득이 최근 1년 동안 120만원 이상인 경우, 예술활동으로 얻은 소득이 최근 3년 동안 360만원 이상인 경우, 또는 최근 3년 동안 예술활동으로 얻은 소득이 전체 소득의 50% 이상인 경우의 세 가지 중 하나를 만족해야 함
 - 이와 같은 기준은 프랑스나 독일에 비해 매우 낮은 수준이며, 소득이 없어도 작품의 공표를 통해 인정을 받을 수 있다는 점에서 정책대상의 범위가 상대적으로 넓게 정의되어 있는 것으로 평가할 수 있음
 - 즉, 예술활동으로 어느 정도 소득을 올리는 예술인은 예술활동증명을 받을 필요가 없기 때문에 <표 III-58>에서 볼 수 있듯이 수입을 기준으로 증명을 얻은 비중이 매우 낮게 나타났을 가능성이 있음
 - 이로 인해 재정적인 측면에서 생각해볼 수 있는 문제점은 해외사례에서와 같이 수혜대상 그룹의 자발적 기여를 통해 복지사업의 재정을 마련하거나 일부 보조 할 수 있는 가능성이 매우 낮아진다는 점이며 이로 인해 정부 재정지출에 의존할 수밖에 없는 구조를 가지게 된다는 점임
 - 또한 타 부처의 복지사업 수혜대상과 중첩되는 교집합이 넓어질 가능성이 있음. 해외사례를 보면 대체로 예술인을 별도로 지원하기보다는 일반사회보험에서 포괄하고 있다는 점을 고려한다면 동일한 목적과 동일한 수혜대상에 대해 중복하여 예산이 쓰이는 결과가 초래될 가능성이 있음(예: 복지부의 기초생활수급자격요건, 서울시 기초생계지원사업)
 - 정책대상의 범위가 저소득 예술인 위주로 넓게 정의된 이유는 동 사업이 시작 시점부터 가진 기본적인 스탠스가 복지정책이기 때문인 것으로 보임
 - 추가적으로 정책대상인 예술인의 정의가 모호하다는 점에서 복지정책으로서 정책의 달성도를 평가하기 어렵다는 점과 더불어 장기적 재정지출 규모의 추산이 어렵다는 문제를 지적할 수 있음
- (타 부처 사업과의 중복문제) 창작준비금 사업을 복지정책으로 보는 경우 타 부처 사업과의 중복문제가 중요한 쟁점이 될 수 있음
- 기초생활보장제도 및 고용보험 실업급여 제도 등 일반 사회복지 사업과 성격이 유사하다는 지적(차민경·이정희, 2021)
 - 아래 <Box>에서 볼 수 있듯이, 복지재단에서 수급자를 선정할 때 타 수급내역을

별도로 관리하고 있지 않다는 점에서 유사한 사업들과의 중복가능성이 상존하고 있음

<Box> 서면질의에 대한 복지재단의 답변

Q: 수혜자 선정을 위해 복지재단이 이용하는 정보

사회보장정보시스템 연계 관련 사항

○ 연계목적 취지(장점)

- 예술인 불편 개선=> 제출서류 최대 12종(소득금액증명서, 건강보험자격확인서, 건강·장기요양보험료 납부 확인서 등)에서 2종(개인정보 관련 동의서, 통장사본)으로 축소

○ 적정수급자 관리(가구정보 반영가능 여부, 타 수급내역)

- 2022년도부터 신청자 본인의 소득만 반영, 다른 기관과 중복제한이 없어 타 수급내역은 관리하지 않음

○ 수급자 선정 시 타켓팅과 관련하여 연계하는 구체적인 내용 확인

- 사회보장정보시스템을 통한 소득인정액이 반영되는 자료

① 소득정보: 근로소득(상시근로소득, 일용근로소득, 기타근로소득), 사업소득(농업/임업/어업소득), 재산소득(임대소득, 이자소득, 연금소득), 이전소득(공적이전소득, 사적이전소득)을 반영

② 재산정보: 일반재산(토지, 건축물, 주택, 항공기, 선박, 회원권 등), 자동차(승용, 승합, 화물, 특수 등)

- 사회보장정보시스템을 통한 신청 대상 자격변동 정보(사망, 외국인, 장애인자격 등)

- 또한 아래 <Box>에서 언급되었듯이 타 사업과의 중복 여부에 대해 관리하고 있지 않다는 점을 확인할 수 있음

<Box> 예술인복지재단 방문 인터뷰 중

연구진: 지금 고용보험을 받으시는 분들은 이걸 지원을 못 받으시는 거잖아요.

복지재단: 아니 그건 아닙니다. 아니에요. 지금 그렇게 했다가 그게 작년에는 해소가 돼가지고요 지급이 가능하게. 고용보험은 가능하고 다른 치료 급여가 가능합니다. 실업급여 수급이 가능합니다. 이걸 기초수급자나 뭐 이런 거는 여기에서 말고 있지는 않고요. 각 지자체라든지 그쪽에서 이제 막을 수 있는 단체에서는 막을 수 있는데 저희가 막고 있지는 않습니다.

- 2020년 시작된 예술인 고용보험의 실업급여도 프로젝트 사이의 실업기간에 대한 지원으로 볼 수 있어 준비기간 지원을 목적으로 하는 창작준비금과 유사하다고 할 수 있음. 다만 예술인 고용보험은 고용기간에 대한 조건이 있다는 점에서 차이가 존재

- 70세 이상 원로예술인에 대한 지원은 65세부터 저소득층 노인이 받을 수 있는 기초연금과 중복될 수 있음

- 기타 지자체별로 저소득층을 대상으로 하는 생계지원 프로그램들이 존재하며 동 사업과 중복될 가능성이 높음
 - 동 사업이 복지정책으로서 적절성을 담보하기 위해서는 중복가능성이 있는 타 사업들이 미치지 못하는 사각지대가 명확히 정의되어야 하고 해당 범위에 속하는 예술인들에 대해 정확히 보조할 수 있도록 설계될 필요가 있음
 - 이를 위해서는 중복가능한 사업들의 수혜를 받는 경우는 창작준비금 지원을 제한할 수 있도록 시스템을 개선할 필요가 있음
- (환경의 변화) 창작준비금의 시행 및 급격한 예산 증액의 배경을 살펴보면 당시의 특정한 상황이 중요한 요인이었음을 확인할 수 있음(서우석·이경원, 2019; 차민경·이정희, 2021)
- 2011년 예술인 복지법이 제정될 당시 예술인에 대한 고용보험의 적용 가능 여부는 매우 중요한 쟁점이었으나 결국 무산되면서 이에 대한 대응으로 2013년 창작준비금 사업이 시행됨¹¹⁾
 - 이후 2020년 12월부터 예술인 고용보험이 시행되었으며 이는 창작준비금의 포지셔닝에 대해 고민해봐야 할 중요한 환경변화라고 할 수 있음
 - 2020년 이후로 창작준비금 예산이 급격히 증가했는데(〈표 III-57〉 참고), 이는 팬데믹 기간에 공연, 전시, 행사 등이 취소되면서 예술인에 대한 긴급 지원의 필요성이 강조되었기 때문임
 - 따라서 현재 코로나19 유행이 종료되어가는 시점에서는 이러한 긴급 지원 필요성이 상당히 감소되었다고 할 수 있음
 - 따라서 예술인 고용보험의 시행과 코로나19 엔데믹으로의 전환이라는 두 가지의 중요한 환경변화는 이후 창작준비금의 정책적 필요성에 대한 고민이 필요함을 시사하고 있음

□ 타겟팅의 문제

- 앞에서 논의했듯이 창작준비금 사업은 생계지원을 위한 복지제도의 성격을 가지고 있으나 동 사업이 상정하고 있는 정책대상자가 타 사업과 중복될 가능성이 상당히 높음

11) 창작준비금의 보조금액은 고용보험의 실업급여 금액을 참고하여 300만원으로 설정되었으며 동 사업 시행 초기에는 고용보험 가입자와 문예기금 창작지원 사업 참여자를 제외하였음(차민경·이정희, 2021).

- (사각지대 해소) 저소득 예술인이 일반사회보험에 편입되지 못하는 사각지대의 문제를 해소하기 위해서는 정밀한 타겟팅이 필요하나 이에 대한 대응이 부족한 상황으로 판단됨
 - 위의 <Box>에서 제시된 복지재단 서면답변에서 볼 수 있듯이 타 사업의 수급내역을 관리하지 않고 있다는 점은 동 사업이 사회보험 사각지대에 존재하는 예술인을 정밀하게 타겟팅하지 않고 있다는 것을 시사함

〈표 III-59〉 창작준비금 사업의 사업대상 및 선정기준의 변천 과정

구분	2014년	2015년		2016-2019년	2020년	2021년	
사업명	예술인근급복지지원	창작준비금지원	원로예술인 창작준비금 지원	(좌동)	창작준비금지원 (원로 및 장애예술인 포함)	창작준비금 지원	신진예술인 창작준비금 지원
사업목적	-활동수입 없는 기간 소득지원 -위기상황지원	-낮은 활동수입 보완적 지원 -창작활동 장려 및 동기 고취		(좌동)	(좌동)		
사업대상	저소득예술인	현재 활동 중인 예술인	활동을 희망하지만 기회가 적은 원로예술인	(좌동)	(좌동)	신진예술인 대상 생애 1회	
선정기준	예술활동증명 예술인	(좌동)		(좌동)	(좌동)	신진예술인 예술활동증명 원료자	
	가구소득 최저생계비 150% 이하	가구원 소득 최저생계비 185% 이하		기준중위소득 75% 이하	기준중위소득 120% 이하 (신청인 및 혼인관계증명서 상 신청인 배우자)		
	가구건보료 최저생계비 200% 이하	*신청인이 등재된 건보료 최저생계비 200% 이하		신청인이 가입자인 경우 기준중위소득 100%			
	예술경력 기간	현재(최근) 예술활동 실적	-예술경력 기간 -예술활동수행 (선정 후)	(좌동)			

자료: 차민경 · 이정희(2021)

- 위의 <표 III-59>에서 동 사업의 선정기준의 변화를 볼 수 있는데, 2016~2019년에는 기준 중위소득을 75%로 설정했고, 2020년에는 120%로 상향한 것을 확인할 수 있음. 이는 타 복지사업과 달리 차상위계층 이상의 중간 계층도 대상으로 포괄하고자 하는 의미로 해석할 수 있음
- 타 사업이 주로 중위소득 30% 이내의 빈곤층을 타겟팅하고 있는 것과 차별화하고자 하는 의도로 보임

- 하지만 복지재단에 따르면 창작지원금의 수혜자 대부분은 중위소득 50% 이내의 차상위계층 및 빈곤층에 속하기 때문에 실질적인 의미는 없는 것으로 보임
- 즉, 수혜대상의 범위에 있어서 타 사업과의 중복성이 해소되지는 않았을 가능성이 높음

○ (부양의무제 폐지) 소득인정액의 기준을 가구단위에서 부부합산으로, 그리고 1인으로 줄이는 것은 전반적인 부양의무제 폐지의 기초와 맞춘 것이라고는 하나, 사적부양이 불가능한 예술인, 즉 긴급복지가 필요한 사각지대의 예술인을 지원하는 것이 더욱 어려워지게 될 가능성이 있음

- 복지부 사업의 경우 부양의무제가 폐지되었다고 하더라도 여전히 부양의무자의 연소득 1억원 또는 일반재산 9억원을 초과하는 경우에는 생계급여 대상에서 제외되도록 하고 있음
- 동 사업은 수혜자의 규모에 제약이 있는 사업이기 때문에 사적부양이 가능한 예술인이 선정된다면 그만큼 사각지대의 예술인이 탈락될 가능성이 있음

○ (원로예술인 지원) 70세 이상의 원로예술인은 동 사업에 우선 선정되도록 하고 있음

- 저소득층에 속하는 원로예술인의 경우 기초연금과 수혜자가 중복될 가능성이 높음
- 원로예술인에 대한 우선지원의 근거가 취약함(70세 이상 예술인 소득수준 및 부양가족을 포함한 자산규모를 확인 필요)

□ 창작지원정책으로서 적절성

○ 창작준비금 사업을 창작지원정책이라고 본다면 동 사업에 대한 적절성의 평가에 있어서 지원대상의 선정, 기금 공모사업과의 중복성, 수혜자의 책무성 및 유인구조에 대해 살펴볼 필요가 있음

○ (지원대상의 선정) 지원대상의 선정기준이 예술적 수월성이 아니라는 점, 그리고 문예기금 공모사업과 같이 프로젝트를 기준으로 지원하는 사업이 아니라는 점에서 정책설계의 문제점을 지적할 수 있음

- 동 사업이 창작활동을 지원하는 것을 목적으로 한다면 지원대상의 선정에 있어서 소득수준을 기준으로 하는 것이 아니라 창작활동을 통해 우수한 결과물의 산출, 또는 공공예술로서 의미가 있는 작품의 산출 가능성을 기준으로 하는 것이 적절
- 이는 예술 작품을 통해 긍정적 외부효과가 발생하여 사회 전체의 후생을 높이는

것, 또는 예술활동의 공공재적 특성으로 인해 시장에서 과소투자가 이루어지는 것 등이 공적 지원의 근거가 되기 때문임(Cwi, 1980; Fullerton, 1991)

- 또한 지원 단위를 예술인으로 할 때, 선정단계에서 프로젝트 진행계획에 대한 검토가 불가능하기 때문에 성과를 평가하기 쉽지 않다는 점도 정책설계의 문제점으로 생각해볼 수 있음

○ (기금 공모사업과의 중복) 동 사업이 창작지원을 목적으로 한다면 문예위의 창작지원 사업과 정책적으로 중복될 가능성이 중요한 쟁점(차민경 · 이정희, 2021)

- 아래 <Box>에서 볼 수 있듯이 복지재단에서 강조하는 부분은 프로젝트가 구체화 되기 이전의 구상단계에서도 지원이 필요하다는 것임

- 하지만 이러한 준비단계라는 것이 언제부터 언제까지인지 매우 모호하다는 점과 실제 작품 구상에 얼마나 도움이 되는지 평가하기 어렵다는 점이 문제라고 할 수 있음

- 또한 기금 공모사업에서도 분야별로 작품 및 기획 준비기간에 대한 “사전연구지원”사업이 존재

<Box> 예술인복지재단 방문 인터뷰 중: 문예위 예술창작지원사업과의 차이점

복지재단: 문예기금으로 운영하는 창작 사업들이랑 다른 부분은 좀 명확하다고 생각은 되는데 문예기금의 타 창작 지원 사업들 같은 경우는 개인이 어떤 프로젝트를 구상해 와서 그 프로젝트 제안서로 사업을 (선정하는). 저희는 사실 개인이 구상한 프로젝트를 만들어내기 전 단계에 그 구상, 문예비 사업을 따기 위한 프로젝트를 구상하는 단계에서 지원이 들어가는 거기 때문에 창작 지원 단계는 좀 다르다 그거는 문예위 사업이랑 우리 사업이랑 좀 구별 되는 부분이 확실한 것 같더라는 측면이 있고,

... (중략) ...

예술인이나 이 사람이 예술 활동을 새 작품 했다가 앞으로 이제 어떤 상품을 할지 어떤 예술 활동을 할지 구상하는 단계가 있을 수 있잖아요. 저희는 그 단계를 지원하는 거고 그분이 실제로 저희 창작준비금을 받고 구상을 해서 그 구상을 실제화하기 위해서 이제 문예기금 사업을 따서 하게 되는 단계입니다.

... (중략) ...

본인의 구체적인 구상을 제안해야 되고 거기서 공모를 통해서 결정이 되는 부분이 (있습니다). 문예위의 지원 사업은 거의 이제 프로젝트 단체 지원이예요. 팀을 지원하는 것이 기본이고요. 저희는 예술인 개개인을 지원하는 하는 이것도 그 차이가 있는 거죠.

... (중략) ...

준비라는 용어를 원래 저희가 먼저 썼지만 예술이 쓰게 되면서 좀 혼란인 것 같은데요. 좀 쉽게 비유로 설명드리면 먼저 배우가 어떤 드라마를 종결을 내고 차기작에 들어가기 전에 차기작을 준비를 하잖아요. 근데 어느 작품을 계약할지 모르겠지만 그동안 배우는 차기작을 해서 준비를 하고 외국어를 배울 수도 있고 승마를 배울 수도 있고 그러면서 좋은 작품이 나와서 계약을 했고 근데 이제 그 계약에 촬영이 들어갔다. 그러면 이제 방송 촬영 전까지 준비(가 필요합니다). 차기작이 들어갈 때까지 준비라는 단어는 같지만 저희는 그 앞단에 차기작을 들어가기 전까지 준비 단계를 지원하는 일종의 투자 같은 개념으로 생각해 주시면 돼요. 창작지원 사업이 본 사업 이제 공연이 올라가는 사업에 지원을 하는데 사실 프리 프로덕션이 되게 중요하거든요. 연출가 섭외되고 작가가 글을 쓰고 미리 사전에 어떤 어떤 크리에이티브한 회의를 사전에 굉장히 많이 하거든요. 그 지원은 사실 배제가 돼 있어요.

- (수혜자의 책무성) 정부재정의 공적지원을 받는 경우 수혜자는 이를 정책목적에 맞게 적절히 사용했다는 점을 입증해야 하는 책무성(accountability)을 가짐
 - 복지재단에서는 준비기간에 대한 지원이 창작준비금과의 차별성이라고 주장하고 있으나 준비기간의 정의가 매우 모호하다는 점은 수혜자가 적절한 용도로 사용했다는 점을 입증하기 어렵다는 점에서 책무성을 담보하기 어렵다는 문제
 - 또한 동 사업은 비용정산이 없는 현금보조라는 점에서도 책무성의 문제가 존재함

<Box> 예술인복지재단 방문 인터뷰 중 비용 정산 관련

복지재단: 영수증화 이 부분에 대한 걸 저희 내부적으로 논의를 참 많이 하는 부분이기도 한데요. 이제 국회나 이런 데도 요청이 많이 들어오기 때문에 얘기를 많이 했는데 실제 예술인들이 이걸 납득하고 받아들일 수 있을까는 전혀 다른 것 같아요. 저희는 사실 저희도 사실 이게 맞다고 생각을 굉장히 많이 하거든요. 근데 과연 예술계가 받아들일까라고 보면 안 될 가능성이 (있다). 예술인 분들이 인터뷰 땀 걸 보면 증빙이 시작되면 증빙을 위한 지출이 될 것 같다. 이런 식으로 좀 부정적으로 보신다.

연구진: 그렇지만 기금 공모 사업은 전부 증빙을 하고 있잖아요.

복지재단: 이제 기초생계급여라든지 이런 거는 이제 사실 증빙을 안 하잖아요. 같은 관점으로.

연구진: 그래서 사실은 제가 아까도 계속 이게 문제점 중에 하나라고 보이는 게 창작 활동 지원의 목적을 가지고 있다고 하시지만 예술 창작 지원 사업과 비교를 하면 이건 복지 사업이기 때문에 이렇게 한다라고 말씀을 하시고 생계 지원이라고 얘기하면 또 약간 이거는 창작 활동을 지원하기 위한 것이다. 이렇게 약간 이렇게 계속 도는 느낌이 든단 말이에요.

- (수혜자의 유인구조) 수혜자가 지원을 통해 성장하고자 하는 유인구조가 존재하는지도 정책설계에 있어서 중요한 점이라고 할 수 있음
 - 창작활동을 지원하는 사업이라면 궁극적인 목적이 수혜자의 창작활동이 증가하여 자연스럽게 시장에서 성장하게 되는 것이라고 할 수 있음
 - 기존에 지원받은 수혜자들이 계속해서 저소득 상태를 유지하며 중복하여 지원을

- 받는 구조라면 이러한 유인구조가 설계되어 있지 않은 것으로 판단할 수 있음
- 다만 2022년 창작준비금지원사업 만족도 설문조사결과 창작지원금으로 인해 부업 시간의 단축, 재료비 사용 등 창작활동의 몰입도를 높이는 효과는 있음

〈Box〉 2022년 창작준비금지원사업 만족도 설문조사 결과(16,286명 설문)

1. 창작준비금지원사업이 지속적인 창작활동을 하는 데 어떤 영향을 준다고 생각하십니까
 - 예술 이외의 경제활동(부업) 시간이 단축되어 창작활동에 집중 가능 43.2%
 - 창작활동이 안정 및 활발해져 예술활동 관련 소득 증가 23.3%
2. 예술창작활동을 실행하는데 창작준비금지원이 도움이 된 항목을 체크해주세요(중복응답)
 - 예술작품 완성에 필요한 (직접)재료비 15.5%
 - 예술작품 완성에 사용되는 도구 구입비 11.7%
 - 예술작품 발표에 필요한 인건비(출연료·작곡비·원고료·사례비 등) 10.0%
3. 창작준비금을 받은 후, 창작활동을 하는 데 얼마나 도움이 되셨나요?
 - 매우 도움이 되었다 88.6% / 다소 도움이 되었다 10.4%
4. 창작준비금지원을 받은 후 창작활동과 관련해서 어떤 점이 달라졌다고 느끼시나요?(중복응답)
 - 창작을 준비하는데 몰입도가 높아짐 32.9%
 - 예술창작활동과 관련하여 자신감이 생김 15.3%

□ 중복수혜

- 복지재단의 수혜정보를 확인한 결과 2019~2022년의 기간 동안 2회 이상 수혜를 받은 경우가 10,546건으로 나타남

〈표 III-60〉 창작준비금 사업 중복수혜 건수

(단위: 건)

중복 횟수	건수
2회	9,792
3회	594
4회	160
계	10,546

4) 소결

- (정책목표의 모호성) 창작준비금 사업의 정책목표가 복지정책인지 아니면 창작활동지원 인지 명확하지 않음

- 다만 현재의 정책설계를 보건대, 복지정책과 창작지원 정책이 혼재되어 있고 복지정책으로서의 성격이 보다 강하다고 판단됨
- (복지정책으로서 적절성) 창작준비금 사업을 복지정책으로 볼 때 다음과 같이 평가할 수 있음
 - 일반 사회보험 등 유사 사업과의 중복성 문제가 존재하며 실질적으로 지원이 필요한 예술인에 대한 타겟팅이 미비
 - 기초생활수급자, 고용보험 실업급여 수급자 및 기초연금 수급자는 수혜대상에서 제외할 수 있도록 시스템을 보완함으로써 중복성을 해소하고 복지사각지대에 놓인 예술인에 대한 지원을 강화
 - 가구소득 등의 정보를 통해 사적부양이 가능한 경우를 구분할 수 있으나 이를 적용하지 않고 있음¹²⁾
 - 원로예술인에 대한 우선적용제도는 근거가 부족하며 이는 신진예술인에 대한 지원을 감소시킬 가능성이 있음
 - 동 사업은 수혜자의 규모에 제약이 있는 사업이기 때문에 사적부양이 가능한 예술인이 선정된다면 그만큼 사각지대의 예술인이 탈락될 가능성이 있음
 - 환경의 변화에 따라 동 사업의 필요성이 점차 감소하고 있다고 볼 수 있음
 - 예술인 고용보험의 도입과 코로나19 팬데믹의 종료
 - 예술인 고용보험의 적용을 받지 못하거나 기초생활수급을 받지 못하는 사각지대의 예술인을 타겟으로 하는 것이 적절할 것
- (창작지원정책으로서 적절성) 창작준비금 사업을 예술인의 창작활동 지원정책이라고 본다면 다음과 같이 평가할 수 있음
 - 지원대상의 선정기준이 예술적 수월성이 아니라 소득수준을 기준으로 한다는 점, 그리고 문예기금 공모사업과 같이 프로젝트를 기준으로 지원하는 사업이 아니라는 점에서 정책설계의 문제점을 지적할 수 있음
 - 동 사업이 창작지원을 목적으로 한다면 문예위의 창작지원사업과 중복
 - 기금 공모사업에서도 분야별로 작품 및 기획 준비기간에 대한 “사전연구지원”사업

12) 보건복지부의 기초생활보장제도 생계급여에서는 수급자 선정기준에 가구원 소득을 고려하고 있음

이 존재

- 준비기간의 정의가 매우 모호하다는 점과 수혜자가 적절한 용도로 사용했다는 점을 입증하기 어렵다는 점에서 수혜자의 책무성을 담보하기 어려움
 - 또한 동 사업은 비용정산이 없는 현금 보조라는 점에서도 책무성의 문제가 더욱 중요
- 수혜자가 지원을 통해 성장하고자 하는 유인구조가 존재하지 않음
 - 창작지원사업의 궁극적인 목적은 수혜자의 창작활동을 통해 성장을 유도하는 것임
 - 현재는 기존 수혜자들이 계속해서 저소득 상태를 유지하며 중복지원을 받는 구조

나. 예술창작지원(문예기금, 한국문화예술위원회)

1) 사업개요

- 예술창작지원사업에 대해 다음과 같은 기준으로 평가하고자 함
 - 효과성
 - 행정데이터와 설문조사자료를 연계하여 수혜/비수혜 예술인의 성과를 비교
 - 형평성
 - 특정 장르나 지역에 대한 편중의 문제
 - 중복수혜의 문제
- 문화예술 창작인을 대상으로 한 설문조사 및 인터뷰 실시
 - 대부분의 사업의 경우 처치군 및 대조군 확보가 어려워 인과적 분석방법론을 적용하기 어려울 것으로 예상
 - 정책 대상들의 전후 비교를 바탕으로 정책의 효과를 분석하고, 정책 타겟팅이 적절한지 평가할 예정
 - 설문조사와 인터뷰를 통해 지원정책에 대한 인식 및 성과에 대한 주관적 평가를 수집, 정량적 평가를 보완

2) 이론적 검토

- 문화예술 창작에 대한 정부지원의 이론적 근거는 외부성이나 공공재적 특성에 따른 시장의 실패, 비용질병 현상의 문제, 그리고 가치재로서의 문화예술 등으로 설명(Cwi, 1980; Fullerton, 1991; 고영선·김정호, 2007)
- (시장실패) 문화예술의 소비가 외부효과를 발생시킨다는 점과 공공재적 특성을 갖는다는 점에서 공적지원의 필요성이 제기
 - 문화예술 작품은 소비하지 않는 사람들에게도 긍정적인 외부효과를 줄 수 있음
 - 예컨대 예술작품은 공동체의 명예나 자부심, 혹은 평판을 높일 수 있으며, 관광과 다양한 문화활동을 통해 지역사회의 경제에 도움을 줄 수 있고, 우수한 예술작품의 보존을 후손들이 원할 수 있다는 점 등이 제시됨
 - 하지만 Fullerton(1991)은 이러한 외부성의 존재가 단지 예술작품에만 국한되는 것은 아니라고 주장하며 정부의 지원을 받지 않는 민간의 생산품들도 동일한 기능을 수행할 수 있다고 하였음
 - 어떤 문화예술 작품의 소비가 비배제성과 비경합성을 갖는 경우에 시장에서는 과소투자가 이루어질 수 있기 때문에 정부의 지원이 필요할 수 있음. 다만 이러한 경우는 공공예술과 같이 상당히 제한적인 경우일 가능성이 높음
- (비용질병) Baumol and Bowen(1965)은 산업을 생산성이 증가하는 산업과 그렇지 않은 산업으로 구분할 수 있으며 문화예술 작품의 생산이 후자에 해당한다고 하였음
 - 기술진보가 더디게 나타나는 산업은 상대적으로 생산비가 증가하고 가격이 상승하는 문제가 발생하기 때문에 수요가 감소하는 현상이 발생
 - 이러한 논리에 근거하여 문화예술 창작에 대한 정부지원이 요청될 수 있으나 반론도 존재함. 전반적인 소득의 향상과 더불어 오히려 문화예술에 대한 수요가 증가한다는 점, 그리고 비용질병에 대한 실증적 근거가 빈약하다는 점 등이 제시됨 (Thorsby, 1994)
- (가치재) 가치재는 해당 재화의 소비가 그 자체로 바람직하다고 믿기 때문에 생산하는 재화이며 정부가 이러한 가치를 믿을 경우, 직접 생산에 개입할 수 있음
 - 고영선·김정호(2007)는 예술 창작에 대한 공적지원의 근거는 결국 문화예술 작품이 가치재라는 한 가지 논거밖에 남지 않는다고 지적하였음
 - 가치재의 개념이 매우 모호하고 때로 정치적인 의도 등이 포함된다는 지적도 존재

(Cwi, 1980)

- 정부지원이 문화예술분야에 오히려 해가 될 수도 있음
 - 정부가 바람직한 지원대상을 선정할 능력이 없을 경우 가짜 예술가를 지원하는 부작용이 있을 수 있으며 정부의 재정지원 중 일부가 문화예술사업자들의 사적 지대 추구행위에 이용될 수 있음(Throsby, 1994; 박현·유경준·곽승준, 2004; 고영선·김정호, 2007)

- 따라서 문화예술 창작에 대한 공적지원의 경제학적인 근거는 빈약하다고 볼 수 있지만 적어도 이러한 지원정책이 부정적인 효과를 가져오지는 않도록 지원대상 선정의 적절성과 재정지출의 효과성을 중심으로 살펴볼 필요가 있음

3) 사업평가

- 문화예술위원회 공모사업 지원자료 기초통계
 - 문예위의 세부사업 구분 중 예술창작지원 사업에 관한 자료를 이용하여 기초통계 작성
 - 예술창작지원사업에 대한 선정률을 <표 III-61>에 제시하였음
 - 지원자 수는 2018년 5,260명에서 2022년 10,427명으로 약 두 배가량 증가하였음
 - 경쟁률은 코로나19 시기인 2020년과 2021년을 제외하면 대체로 30%의 수준으로 유지되고 있는 것으로 보임

<표 III-61> 창작지원사업의 연도별 선정률

년도	미선정	선정	계	선정률
2018	3,663	1,597	5,260	0.30
2019	4,643	1,797	6,440	0.28
2020	4,731	1,295	6,026	0.21
2021	8,154	1,955	10,109	0.19
2022	7,388	3,039	10,427	0.29
계	28,579	9,683	38,262	0.25

자료: 문화예술위원회 국가문화예술지원 시스템 원자료를 이용하여 저자 작성

- 2022년 수혜자의 내역사업별 지원금액을 <표 III-62>에 제시하였음
 - 평균적으로 수혜자(단체) 건당 1,400만원 정도의 보조금이 지원되었으며 문학창작

- 육성 사업의 건당 지원금액이 740만원 정도로 가장 낮고, 다음으로 공연예술창작육성 사업이 건당 평균 1,250만원 수준이었음
- 다른 내역사업에서는 평균적으로 지원자(단체) 건당 2,000만원 이상의 보조금이 지원되었음
 - 예술과 기술 융합지원 사업의 건당 지원금액이 평균 3,040만원 수준으로 가장 높은 것으로 나타났음
 - 총합으로 보면 기초예술 다양성 증진 사업이 19억원 수준으로 가장 낮았고 공연예술창작육성사업이 286억원 수준으로 가장 높았음. 공연예술 창작육성 사업은 건당 금액은 높지 않지만 건수가 2,282건으로 압도적으로 많아 총 보조금액이 높게 나타난 것을 확인할 수 있음

〈표 III-62〉 2022년 창작지원사업의 내역사업별 보조 건수 및 금액

(단위: 원)

내역사업명	관측수	평균	표준편차	총합
공연예술 창작육성	2,282	12,542,354	44,995,822	28,621,650,700
국제예술 교류지원	158	25,622,785	44,407,079	4,048,400,000
기초예술 다양성 증진	94	20,670,213	15,398,686	1,943,000,000
문학 창작육성	344	7,395,349	10,791,995	2,544,000,000
시각예술 창작육성	84	30,000,000	20,934,493	2,520,000,000
예술과 기술 융합지원	124	30,395,894	15,452,942	3,769,090,909
계	3,086	14,078,465	40,880,569	43,446,141,609

자료: 문화예술위원회 국가문화예술지원 시스템 원자료를 이용하여 저자 작성

- 2022년 수혜자의 장르별 지원금액을 〈표 III-63〉에 제시하였음
 - 문학과 음악 분야의 건당 지원금액이 500~800만원 정도로 상대적으로 낮고, 이를 제외한 다른 분야에서는 평균적으로 지원자(단체) 건당 2,000만원 이상의 보조금이 지원되었음
 - 무용 분야의 건당 지원금액이 평균 3,440만원 수준으로 가장 높은 것으로 나타났음
 - 보조액 합산으로 보면 문화일반이 약 18억원 수준으로 가장 낮고, 연극·뮤지컬이 146억원 수준으로 가장 높은 것으로 나타났음
 - 보조 건수로는 음악장르가 약 1,500건에 달해 압도적으로 많은 것을 확인할 수 있으며 다음으로는 약 600건의 연극·뮤지컬이 뒤를 잇고 있음

〈표 III-63〉 2022년 창작지원사업 수혜자에 대한 장르별 보조 건수 및 금액

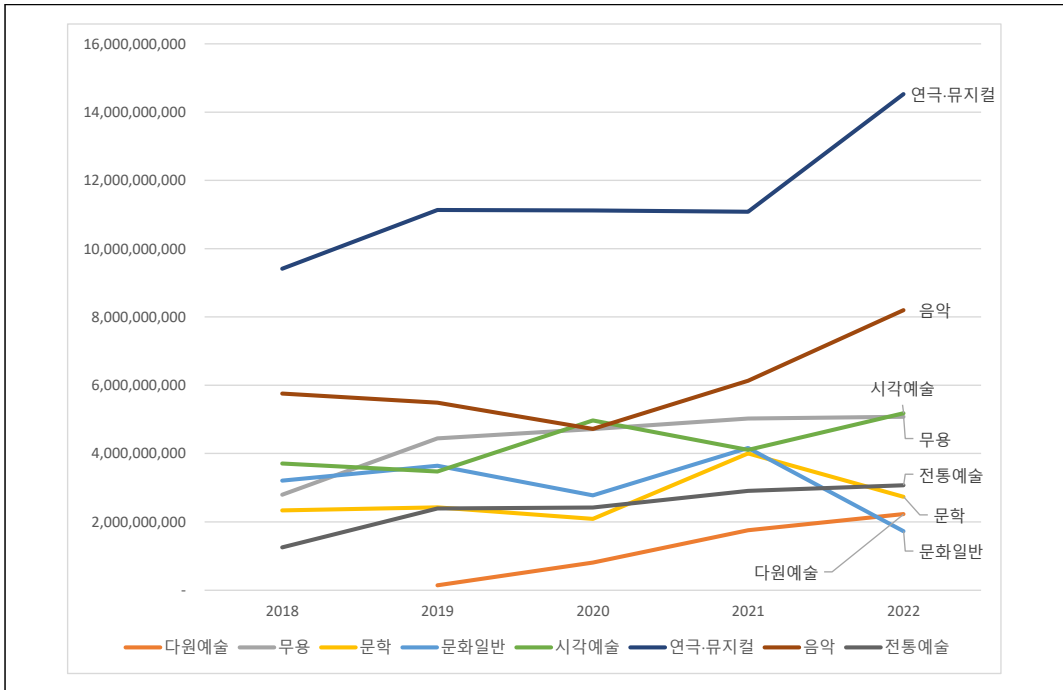
(단위: 원)

장르	관측수	평균	표준편차	총합
다원예술	87	25,613,797	16,698,629	2,228,400,300
무용	151	34,364,435	79,310,420	5,189,029,700
문학	365	7,652,055	10,671,520	2,793,000,000
문화일반	83	21,296,276	18,888,720	1,767,590,909
시각예술	181	29,252,486	37,780,703	5,294,700,000
연극·뮤지컬	597	24,490,719	60,594,257	14,620,959,400
음악	1,492	5,662,715	27,666,290	8,448,771,500
전통예술	130	23,874,537	40,668,736	3,103,689,800
계	3,086	14,078,465	40,880,569	43,446,141,609

자료: 문화예술위원회 국가문화예술지원 시스템 원자료를 이용하여 저자 작성

〔그림 III-26〕 창작지원사업 장르별 보조금액의 연도별 추이

(단위: 원)



○ 2018~2022년 기간 동안 장르별 보조금액의 추이를 보면 대체로 증가하는 추세를 확인할 수 있음

- 연극·뮤지컬 장르가 가장 많은 보조를 받으면서 증가율도 높은 것으로 나타났으며 그다음으로는 음악 장르가 차지하고 있음
- 다원예술 분야의 비중은 낮지만 꾸준히 빠르게 증가하고 있는 것을 확인할 수 있어 해당 분야에 대한 지원을 상당히 독려하고 있는 것으로 파악됨
- 시각예술과 전통예술은 대체로 지원금액 수준이 일정하게 유지되고 있는 것으로 보임
- 문화일반과 문학장르는 2021년 이후 감소세를 보이고 있음
- 장르별로 증가율과 추이의 변동이 상당한 것으로 보이며 보조금액을 산정하는데 있어서 장르 간의 일정한 배분비율이 있지는 않은 것으로 보임

〈표 III-64〉 창작지원사업 장르별 평균 보조금액 및 건수

(단위: 원, 건)

분야	2018	2019	2020	2021	2022
다원예술	-	10,769,231	19,707,317	20,158,621	25,613,797
	-	13	41	87	87
무용	19,958,300	27,930,818	40,294,017	49,306,863	35,496,711
	140	159	117	102	143
문학	13,222,034	13,718,927	12,750,000	4,853,576	7,600,000
	177	177	164	825	360
문화일반	97,212,121	46,153,968	213,400,000	27,592,053	21,581,136
	33	79	13	151	80
시각예술	23,044,472	20,310,526	9,503,350	13,431,810	29,777,586
	161	171	523	306	174
연극·뮤지컬	24,007,240	26,199,706	47,337,848	42,271,355	25,044,758
	392	425	235	262	580
음악	9,616,197	8,270,173	40,358,120	43,513,475	5,535,437
	599	664	117	141	1,481
전통예술	13,337,532	21,950,183	28,800,000	36,386,250	24,394,363
	94	109	84	80	126
계	17,842,914	18,445,940	25,983,884	20,053,853	14,102,888
	1,596	1,797	1,294	1,954	3,031

주: 각 셀에서 윗값은 평균 보조금액이며 아랫값은 건수를 나타냄

자료: 문화예술위원회 국가문화예술지원 시스템 원자료를 이용하여 저자 작성

- <표 III-64>에서는 장르별 평균 보조금액 및 건수를 연도별로 제시하고 있음
 - 코로나19 시기인 2020년과 2021년에 전반적으로 평균 지원금액이 상승했던 것을 확인할 수 있으며 2022년에는 급격히 감소하는 모습을 보임
 - 지원 건수가 가장 적은 문화일반 분야의 경우 2018~2020년 기간 동안 건당 평균 금액이 가장 높았으나 이후로는 급격히 감소하는 것을 볼 수 있음
 - 매년 가장 높은 평균 보조금액을 받는 장르가 달라지는 것을 확인할 수 있으며 이는 장르 간의 배분을 특별히 고려하고 있지 않을 가능성을 보여줌

<표 III-65> 2022년 창작지원사업 수혜자의 사업유형별 보조 건수 및 금액

(단위: 원)

사업유형	관측수	평균	표준편차	총합
강좌	4	1,761,875	857,992	7,047,500
경연대회	10	148,206,800	239,203,115	1,482,068,000
공연	2,165	10,894,527	35,671,591	23,586,651,309
기타	199	9,590,415	22,013,347	1,908,492,518
기획	25	17,342,520	12,998,637	433,563,000
레지던스	60	14,026,667	19,077,095	841,600,000
발간	236	10,436,669	8,931,791	2,463,054,000
세미나_회의	19	10,029,595	8,775,119	190,562,300
연구	65	10,247,954	7,445,904	666,117,000
연수등 교육프로	4	7,408,250	3,686,209	29,633,000
전시	149	34,712,410	40,604,498	5,172,149,146
정보화	3	16,121,212	3,569,074	48,363,636
조사연구	65	9,513,846	10,586,827	618,400,000
축제_페스티벌	72	75,770,003	110,983,942	5,455,440,200
행사	10	54,300,000	74,450,655	543,000,000
계	3,086	14,078,465	40,880,569	43,446,141,609

자료: 문화예술위원회 국가문화예술지원 시스템 원자료를 이용하여 저자 작성

- 사업유형별로는 경연대회가 건당 약 1억5천만원의 가장 높은 보조금을 받은 것으로 나타났고, 강좌유형이 평균 1백76만원으로 가장 낮았음
- 건수로는 공연분야가 2,546건으로 가장 많았으며 보조금액 총합도 320억원 수준으로 가장 많은 것을 확인할 수 있음

□ (효과성) 예술창작지원사업의 효과성 평가를 위한 계량모형

- 문예위에서 운영하고 있는 국가문화예술지원시스템(NCAS) 원자료를 분석에 활용¹³⁾
 - 2018~2022년까지 5년간의 지원정보를 제공받았음
 - 지원자별/연도별 자료로 전체 77,467개의 관측치이며, 이중 창작지원사업에 대한 관측치는 44,259개, 지역문화예술진흥사업의 관측치는 1,548개임
 - 문예위에서 시행한 모든 공모사업에 대한 지원자 및 선정 여부를 포함
 - 내역사업, 내내역사업, 장르, 유형, 장소, 신청금액, 지원금액, 선정 여부에 대한 변수 포함¹⁴⁾
 - 다만 보조금 과제의 진행에 대한 정보는 e나라도움으로 모두 이관되었기 때문에 선정된 예술인의 성과에 대한 정보는 보유하고 있지 않음
 - 지원자들에 대한 설문조사를 통해 이들의 성과에 대한 정보를 수집하고자 함
- 우선 이중차분법을 적용하여 지원자 중 수혜자의 성과가 비수혜자에 비해 높게 나타나는지 확인(효과성)
 - 지원자별/연도별 패널자료를 구성하고 수혜자를 처치군, 비수혜자를 통제군으로 설정하여 다음과 같은 계량모형을 적용

$$y_{igt} = \beta_0 + \beta_1 D_{igt} + \alpha_i + \gamma_g + \tau_t + \epsilon_{igt},$$

- y_{igt} : 장르/유형 g의 지원자 i가 시간 t에 창작한 결과물 건수/창작여부
- α_i : 지원자(단체)별 고정효과(individual fixed-effect)
- γ_g : 장르별 고정효과(genre fixed-effect)
- τ_t : 시간 고정효과(time fixed-effect)
- D_{igt} : 장르/유형 g의 지원자 i가 시간 t에 지원을 받은 경우 t+1 이후 모든 시기에 1인 더미변수
- $\hat{\beta}_1$: 처치군에 대한 평균적 효과(ATT)의 추정치

13) 개인정보보호의 문제를 고려하여 지원자들의 개인정보가 삭제된 자료를 제공받았으나 관측치에 비식별화된 일련번호를 부여하여 이후 설문조사의 결과와 연계할 수 있도록 하였음

14) 장르는 문학, 미술, 공연, 전통예술 등의 분류를 의미하고 유형은 공연, 전시, 발간 등의 분류를 의미

- 이중차분법을 적용하여 순효과를 살펴본 결과, 전체적으로 지원받는 예술인/단체의 발표횟수가 유의하게 증가했음을 확인할 수 있음
 - 다만, 이를 개인과 단체로 구분하여 살펴본 결과, 개인의 경우에는 유의하게 증가하지만 단체의 경우에는 유의한 결과가 도출되지 않았음
 - 즉, 개인의 경우에는 지원받지 않은 예술인에 비해 지원받은 예술인의 작품발표가 높았지만 단체의 경우에는 큰 차이가 없었음
 - 이는 단체의 경우 지원을 받지 못하더라도 민간 등 다른 방법을 통해 작품을 발표할 수 있는 기회를 가질 수 있었다는 의미로 해석할 수 있음
- 따라서 예술 단체에 대한 정부의 지원은 민간지원을 구축하고 있을 가능성이 있음

〈표 III-66〉 창작지원사업의 순효과

구분	(1) 전체		(2) 개인		(3) 단체	
	Coef.	Std.Err.	Coef.	Std.Err.	Coef.	Std.Err.
정책효과	0.3053***	0.0939	0.3209***	0.0980	0.1211	0.3608
2019	0.1482**	0.0628	0.1538**	0.0677	0.1071	0.1764
2020	0.1741*	0.0966	0.1695	0.1048	0.2100	0.2541
2021	0.3080***	0.1034	0.3211***	0.1156	0.2100	0.1962
2022	0.4623***	0.1120	0.4710***	0.1234	0.4340	0.2548
상수항	1.8161***	0.0641	1.7938***	0.0704	1.9643***	0.1491
R2	0.0158		0.0173		0.0098	
관측수	1,085		945		140	
패널수	217		189		28	

주: 처치군은 예술창작지원사업 수혜를 받은 개인/단체이며 대조군은 동 사업에 지원했지만 수혜를 받지 못한 개인/단체임
 자료: 국가문화예술지원시스템 및 설문조사 자료

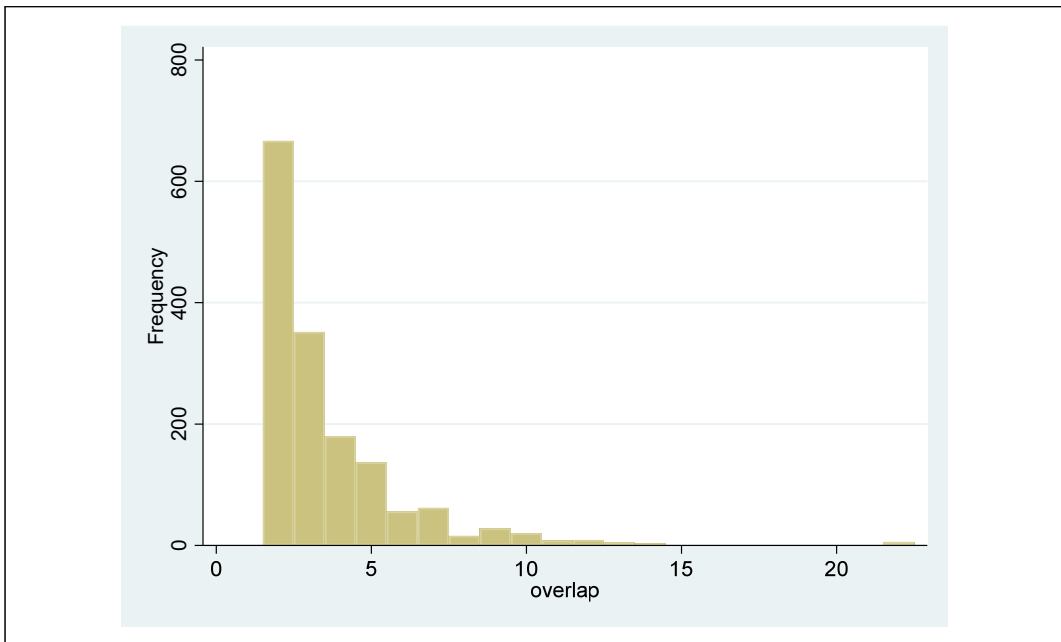
- 장르별로 지원효과를 살펴보면 무용과 연극·뮤지컬 분야에서 개인에 대한 지원이 유의하게 순효과가 있음을 확인할 수 있으며 단체에 대한 지원은 효과가 불분명함
- 내내역사업별로 지원효과를 보면 개인에 대해서는 국제예술교류지원과 문화예술우수 기록콘텐츠아카이브 사업의 유의한 순효과를 확인할 수 있었으며 단체에 대해서는 공연예술창작육성 사업만 유의한 순효과가 존재하였음
- 다만 본 분석은 중복지원의 효과를 제거하고 1회만 지원받은 경우에 대한 결과이므로

로 중복지원을 받은 개인이나 단체의 효과성에 대해서는 별도의 평가가 필요

□ (중복수혜) 예술창작지원사업의 수혜자 및 단체의 중복수혜 현황

- 중복수혜 현황을 살펴보기 위해 먼저 2018~2022년 5년간 동일인이나 단체의 중복 지원 누적횟수를 확인
 - 중복지원 횟수의 분포는 아래 [그림 III-27]에 제시하였음

[그림 III-27] 2022년 수혜자의 중복수혜 횟수 히스토그램



자료: 문화예술위원회 국가문화예술지원 시스템 원자료를 이용하여 저자 작성

- 중복신청 횟수는 평균적으로 3.85회였으며 중복수혜 횟수는 평균적으로 2.33회로 나타났음
- 최대 신청 횟수가 42회이고 최대 중복수혜 횟수는 22회로 나타남

〈표 III-67〉 2022년 창작지원사업 지원자의 누적 중복지원 및 중복수혜

(단위: 건)

구분	선정 여부	관측 수	평균	표준편차	최소	최대
중복신청	미선정	7,388	3.86	3.74	1	42
	선정	3,039	3.83	4.16	1	42
	소계	10,427	3.85	3.87	1	42
중복수혜		3,039	2.33	2.16	1	22

자료: 문화예술위원회 국가문화예술지원 시스템 원자료를 이용하여 저자 작성

〈표 III-68〉 2018~2022년 창작지원사업 장르별·중복 횟수별 수혜자 수

(단위: 건)

중복 횟수	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	22	계
다원예술	25	12	8	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50
무용	29	16	13	12	7	8	2	2	1	0	0	1	3	0	94
문학	83	37	15	13	4	1	2	0	0	0	0	1	0	0	156
문화일반	20	7	7	5	2	1	0	0	3	0	1	0	0	1	47
시각예술	46	24	13	11	5	1	0	0	1	0	0	0	0	0	101
연극·뮤지컬	117	95	38	35	15	20	8	10	7	3	5	3	0	2	358
음악	322	150	79	50	17	30	3	11	7	5	2	0	0	3	679
전통예술	25	11	7	10	2	1	1	5	1	0	1	0	0	0	64
계	667	352	180	137	56	62	16	28	20	8	9	5	3	6	1,549

자료: 문화예술위원회 국가문화예술지원 시스템 원자료를 이용하여 저자 작성

- 문화일반과 연극·뮤지컬, 음악의 분야에서 22회의 중복수혜를 받은 케이스를 확인할 수 있으며 시각예술이 최대 10회, 다원예술이 최대 4회로 가장 적었음
- 대체로 상당한 숫자의 중복 수혜가 가능하다는 점을 확인할 수 있음

〈표 III-69〉 2018~2022년 창작지원사업 개인/단체별·중복 횟수별 수혜자 수

(단위: 건)

중복 횟수	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	22	계
개인	389	139	50	18	2	3	1	3	0	0	0	0	0	0	605
단체	278	213	130	119	54	59	15	25	20	8	9	5	3	6	944
계	667	352	180	137	56	62	16	28	20	8	9	5	3	6	1,549

자료: 문화예술위원회 국가문화예술지원 시스템 원자료를 이용하여 저자 작성

- 개인과 단체로 구분할 때, 개인의 경우 최대 횟수가 9번으로 단체에 비해서는 상대적으로 중복 수가 적은 것을 확인할 수 있음
- 현재 확인할 수 있는 점은 중복수혜에 대한 제한이 특별히 존재하지 않는 것으로 보이며 예술적 수월성을 기준으로 선정하고 비용 정산관리가 잘 이루어진다면 중복 자체의 문제는 크지 않을 수 있음
- 다만 중복선정되는 개인이나 단체가 시장을 통해 지원을 받을 수 있었는지에 대해 확인해 볼 필요가 있음
- 또한 중복 선정으로 인해 다른 신청자의 기회가 줄어들 수 있다는 문제제기가 있을 수 있음
- 아래 <표 III-70>은 22회의 지원을 받은 한 단체의 사례를 보여주고 있음. 보조금액은 최소 500만원에서 최대 7억2천만원으로 건당 평균 2억3천만원의 보조를 받았음
- 다만 해당 지원 단체의 단체명을 기준으로 한 것이 아닌 지원 업무 담당자의 아이디를 기준으로 한 것이므로 개별 단체의 실질적인 수혜 횟수는 더 작을 수 있다는 점을 고려해야 함
- 개인의 경우 9회가 가장 많은 중복 횟수이며 보조금액은 최소 55만원에서 최대 7천만원으로 건당 평균 2천4백만원의 보조를 받았음

<표 III-70> 창작지원사업 중복수혜 예시

구분	중복 횟수 (2018~2022)	장르	세부장르	유형	평균 지원금액 (천원)
개인 수혜자	9회	음악	기악, 실내악	공연, 교육프로그램	24,000
단체 수혜자	22회	연극	공연, 평론	경연대회, 축제, 공연, 발간	230,000

자료: 문화예술위원회 국가문화예술지원 시스템 원자료를 이용하여 저자 작성

다. 문학나눔 도서보급 사업(일반회계, 한국문화예술위원회)

1) 사업개요

- 문학나눔 도서보급 사업은 예술창작활동 지원 세부사업의 내역사업으로 우수 문학도서를 보급하는 것을 목표로 하며 2023년 예산 규모는 56억원임
- 기본적으로 출판사들을 정책 대상으로 하는 사업으로, 출판사들이 문예위 공모사업에 도서를 신청하면 일정한 선정 절차를 거치게 되고, 선정된 도서당 약 800만원 정도의 금액 한도 안에서 정부가 구매하는 사업임
 - 2021년에는 500종의 도서를 구입했으며 2022년에는 550종의 도서를 구입
- 문체부에 따르면 우수 도서를 정부가 구매함으로써 출판 시장을 진흥시키고, 이를 통해 창작 활성화 및 국민들의 문학 향유를 제고하는 것을 목표로 함
- 동 사업은 유사 사업인 세종도서와 통합 운영되었으나 2018년 제1차 문학진흥기본계획의 시행 이후 다시 분리되어 운영되고 있음

〈문학나눔 도서보급 사업의 연혁 및 취지〉

- 사업연혁
 - 2005년: 한국문화예술위원회 주관 사업 추진(복권기금)
 - 2009~2013년: 문화체육관광부 주관 민간보조사업으로 운영 전환
 - 2014~2017년: 기재부 통폐합 방침에 따라 한국출판문화산업진흥원의 세종도서와 통합
 - 2018년~현재: 제1차 문학진흥기본계획 시행에 따른 문학계의 강력한 요청으로 “문학나눔 도서보급” 사업 분리 시행
- 정책 목표 및 취지
 - 문체부에서는 제1차 문학진흥기본계획에 의거 국내 발간 우수 문학도서의 선정 및 보급을 통해 문학 출판시장의 진흥과 국민의 문학 향유 기회 확대를 목표로 추진하고 있는 문학 분야의 대표적인 사후 지원 사업으로 소개

〈표 III-71〉 문학나눔 도서보급 사업 예산 현황

(단위: 백만원)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
예산액	5,111	5,111	5,111	5,611	5,611

2) 사업평가

□ (쟁점) 동 사업과 관련해서는 다음과 같은 쟁점이 존재함(윤혜란 외, 2020)

○ 정부 개입의 타당성

- 우수 도서의 경우 시장을 통해 판매가 이루어질 수 있음에도 정부가 이를 구매하는 것에 대한 근거 필요
- 정부의 펀딩 없이 운영가능한 출판사들이 지원받고 있을 가능성 확인(선정되는 출판사들의 규모, 매출액 등 정보 확인 필요)
- 또는 정부의 지원만으로 유지되는 출판사들이 존재할 가능성. 중복수혜 사례를 확인할 필요. 시장으로 진출할 유인구조 필요.

○ 세종도서 사업과의 중복성

- 윤혜란 외(2020)는 출판사와의 인터뷰에서 출판사가 세종도서와 문학나눔 사업의 구분 없이 대부분 사업신청을 하고 있다는 점을 확인하고 중복 선정의 가능성을 지적
- 중복 선정을 막기 위해 세종도서와 문학나눔 실무진 간의 조정이 필요하나 이는 결국 두 사업의 분리로 인한 행정적 부담이라고 할 수 있음

○ 도서 선정과 관련한 문제

- 도서 구매 종수가 550종으로 지나치게 많다는 지적. 이를 지키기 위해 수준 낮은 작품이 선정되는 경우가 발생
- 출판사 입장에서는 잘 팔리지 않는 재고를 동 사업을 통해 해소할 유인 존재

○ 창작자에 대한 지원 효과

- 작가가 자신의 책이 선정되었다는 사실도 모르는 경우가 존재
- 윤혜란 외(2020)는 동 사업에서 선정된 적이 있는 278명의 작가 중에서 12.2%가 선정된 사실을 몰랐다고 밝힘
- 인세를 지급받지 못한 경우도 유사한 비중으로 존재

○ 도서 보급과 관련한 문제

- 보급처는 제공받는 도서의 목록을 알지 못하며, 분야는 선택할 수 있으나 특정 도서를 구체적으로 지정할 수 없음

□ (출판시장 현황) 출판산업 전체 규모는 소폭 증가하고 있지만 도서출판 시장은 규모가 유지되고 있는 추세를 보임

○ 2020년 기준으로 출판산업 전체 규모는 약 21조 6천억원으로 전년 대비 약 1.4% 증가한 것으로 나타났으나 도서출판 시장(일반 서적출판업과 교과서 및 학습서적 출판업)만을 보면 약 4조원 규모로 일정한 수준이 유지되고 있는 것으로 나타남(문화체육관광부, 2021)

- 도서출판 이외의 분야는 주로 신문, 잡지 등의 간행물 및 인쇄물, 그리고 도소매업 및 전자출판서비스업 등으로 구성됨

〈표 III-72〉 도서출판 시장 규모 추이

(단위: 억원, %)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	연평균 성장률
도서출판 시장규모	38,946	39,500	40,012	40,056	40,207	40,282	39,976	39,985	40,110	40,058	39,286	0.1

자료: 한국출판문화산업진흥원(2023)

○ 다만, 교과서 및 학습서적 출판업을 제외한 일반서적출판업의 매출액 추이를 보면 시장규모가 소폭 증가하고 있는 것으로 볼 수 있음

- 동 사업이 대상으로 하는 시장은 문학도서 시장이므로 일반서적출판업에 속한다고 할 수 있음

〈표 III-73〉 도서출판 시장 규모 추이

(단위: 백만원, %)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	구성비	전년대비 증감률
일반 서적출판업(종이매체출판업)	1,169,848	1,153,340	1,163,720	1,259,334	5.8	8.2
교과서 및 학습서적 출판업	2,828,654	2,857,646	2,842,049	2,669,222	12.3	△6.1

자료: 한국출판문화산업진흥원(2023)

○ 출판사 수를 살펴보면, 발행 실적이 있는 출판사의 수가 2017년 7,775개에서 2021년 8,975개로 증가한 것을 확인할 수 있음

- 발행 종수로 구분할 때, 대부분의 출판사가 1~5종의 적은 숫자의 도서를 출판하고 있으며 101종 이상의 도서를 출판하는 출판사는 100개 내외인 것으로 나타남
- 다만 2017년에서 2021년의 추이를 보면 출판사의 숫자는 매출액에 비해 상대적으로 증가하고 있는 추세를 보이고 있어 경쟁이 심화되는 양상을 보임

〈표 III-74〉 발행실적별 출판사 수 추이(발행종수 > 0인 출판사 대상)

(단위: 개, %)

발행종수	2017년		2018년		2019년		2020년		2021년	
	출판사 수	구성비	출판사 수	구성비	출판사 수	구성비	출판사 수	구성비	출판사 수	구성비
1~5종	5,397	9.4	5,628	9.5	5,580	8.9	6,702	10.0	6,641	9.3
6~10종	969	1.7	967	1.6	934	1.5	1,028	1.5	1,016	1.4
11~15종	421	0.7	475	0.8	441	0.7	441	0.7	401	0.6
16~20종	239	0.4	233	0.4	221	0.4	238	0.4	239	0.3
21~25종	159	0.3	165	0.3	152	0.2	148	0.2	142	0.2
26~30종	98	0.2	107	0.2	104	0.2	115	0.2	95	0.1
31~40종	146	0.3	137	0.2	137	0.2	134	0.2	136	0.2
41~50종	75	0.1	75	0.1	85	0.1	70	0.1	76	0.1
51~100종	159	0.3	150	0.3	161	0.3	155	0.2	125	0.2
101종 이상	112	0.2	121	0.2	115	0.2	89	0.1	104	0.1
소계	7,775	13.6	8,058	13.6	7,930	12.6	9,120	13.6	8,975	12.6
무실적 출판사수	49,378	86.4	51,248	86.4	55,047	87.4	58,083	86.4	62,344	87.4
총 출판사수	57,153	100.0	59,306	100.0	62,977	100.0	67,203	100.0	71,319	100.0

자료: 한국출판문화산업진흥원(2023)

□ (평가) 동 사업의 주요 쟁점에 대해 살펴본 결과는 다음과 같음

○ 정부개입의 타당성

- 정부 개입이 필요한 이유에 대해 문화체육관광부에서는 출판시장의 침체를 근거로 시장 활성화를 위해 필요하다고 응답

〈Box〉 정부개입의 근거에 대한 실무자의 답변

- 우수도서에 대해 시장이 아닌 정부의 구매가 필요한 이유?
 - 국내 출판산업은 전문 인력 부족, 출판업 매출 감소, 서점 감소, 전국 유통망 부족, 독서 수요 감소 등으로 인해 출판 생태계에 위기가 할 수 있으며, 2018년 발행실적이 있는 출판사 8,058개 중 5종 이하를 발행한 출판사가 전체 69.8%(자료: 한국출판문화산업진흥원, 「KPIPA 출판산업 동향」)를 차지하고 있어 정부의 구매를 통한 출판시장 활성화가 필요한 상황

- 하지만 실제로는 아래 <표 Ⅲ-75>와 같이 시장에서 좋은 실적을 올리고 있는 상위권의 출판사들에 대해서 상대적으로 더 많은 지원을 하고 있다는 점을 확인할 수 있음

<표 Ⅲ-75> 출판사별 선정 건수

(단위: 건)

2018년		2019년	
출판사명	선정 건수	출판사명	선정 건수
창비	20	(주)문학동네	20
(주)문학동네	19	창비	20
문학과지성사	19	문학과지성사	18
민음사	19	민음사	16
현대문학	13	현대문학	13
(주)천년의시작	9	걷는사람	10
산지니출판사	8	도서출판 은행나무	9
(주) 도서출판 강	7	심미안	9
(주)사계절출판사	7	(주)천년의시작	8
(주)함께하는출판그룹파란	7	문학의전당	8
도서출판 푸른사상사	7	(주) 도서출판 강	7
문학의전당	7	(주)사계절출판사	7

자료: 윤혜란 외(2020)

- 이는 대체로 상위권의 출판사들이 우수도서를 많이 출판한다는 의미로 해석할 수도 있고, 출판사의 reputation이 선정에 영향을 줄 가능성도 생각해볼 수 있음
 - 어느 쪽이든 상위권 출판사 위주의 선정 결과는 결국 정부의 개입이 없어도 시장의 상황이 크게 변하지 않는다는 의미임
 - 따라서 동 사업을 통해 시장을 활성화하는 효과가 있다고 평가하기는 어려움
- 세종도서 사업과의 중복성
- 동 사업은 출판사가 기본 지원 단위이므로 세종도서 사업과 비교 시 출판사의 중복성을 확인할 필요가 있음

〈표 III-76〉 2020~2021년도 문학나눔과 세종도서 사업 상위 15개 수혜 출판사 목록

2021년도				2020년도			
출판사명	문학나눔	세종도서	합산	출판사명	문학나눔	세종도서	합산
창비	19	10	29	문학동네	25	4	29
문학동네	19	7	26	창비	23	6	29
문학과지성사	19	4	23	민음사	18	2	20
민음사	19	4	23	푸른사상사	10	3	13
자음과모음	11	2	13	김영사	7	4	11
현대문학	12	1	13	아시아	10	1	11
걷는사람	7	4	11	현대문학	10	1	11
사계절출판사	9	2	11	소명출판	4	6	10
소명출판	3	7	10	은행나무	8	2	10
푸른사상사	7	3	10	자음과모음	9	1	10
김영사	2	7	9	천년의시작	8	2	10
글항아리	1	7	8	사계절출판사	6	2	8
비룡소	5	3	8	b	5	2	7
다산박스	6	1	7	다른	4	3	7
시공사	3	4	7	다산박스	6	1	7

자료: 문화체육관광부 제공자료를 이용하여 저자 작성

○ 도서의 보급에 있어서 수요에 대한 고려가 미흡

- 보급처에서 도서를 지정할 수 없도록 하는 점은 선정된 도서를 고르게 보급하기 위한 목적으로 이해할 수 있음
- 하지만 역으로 생각하면 이는 보급처에서 원하는 도서의 수량과 선정된 도서의 수량이 서로 맞지 않는 상황을 반증하는 것으로 해석할 수 있음
- 이는 선정도서의 종수 및 구매 권수를 유연하게 설정할 수 없기 때문에 생기는 문제이기도 함

□ 성과와 관련한 데이터

○ 연도별/지역별 보급처 숫자

〈표 III-77〉 연도별 보급 현황

구분		보급 권수	보급처 수	총 보급 권수	총 보급처 수 (중복)
선정연도	세부				
2022	1차	140,873	2,208	382,684	6,623
	2차	138,812	2,218		
	3차	102,999	2,197		
2021	1차	124,883	1,630	367,115	5,282
	2차	120,347	1,629		
	3차	121,885	2,023		
2020	1차	131,675	2,167	395,199	6,944
	2차	132,351	2,411		
	3차	131,173	2,366		
2018~19	병영	14,696	400	14,696	400
2019	1,2분기	203,530	1,697	382,825	3,837
	3,4분기	179,295	2,140		
2018	1~2차	467,802	1,811	467,802	1,811
총계				2,010,321	24,897

〈표 III-78〉 지역별 현황(2022년 기준, 정부부처 제외)

2022년	수도권 (서울,경기,인천)			비수도권(지역 소재)														합계
	서울	경기	인천	강원	충북	충남	대구	대전	부산	울산	광주	전북	전남	경북	경남	세종	제주	
소재별(개소)	790			982														1,772
신청률(%)	44.6			55.4														100
신청 수(건)	242	486	62	68	46	64	57	47	112	34	92	99	99	60	151	41	12	1,772
신청률(%)	13.7	27.4	3.5	3.8	2.6	3.6	3.2	2.7	6.3	1.9	5.2	5.6	5.6	3.4	8.5	2.3	0.7	100

○ 연도별 잔여 도서 종수 및 권수(보급되지 못한 도서 수)

- 부처에서는 재고도서가 1,000권 내외라고 밝힘

3) 소결

○ 정부개입의 타당성

- 대체로 상위권 출판사 위주로 선정되는 것을 볼 수 있으며 이는 정부의 개입이 없어도 시장의 상황이 크게 변하지 않는다는 의미
- 따라서 동 사업을 통해 시장을 활성화하는 효과가 있다고 평가하기는 어려움
- 다만, 공공-학교-병원, 도서관, 사회복지 시설 등에 도서보급을 통한 국민의 문화 향유 기회를 제공하는 측면은 유효

○ 세종도서 사업과의 중복성

- 출판사 단위에서 세종도서와 상당한 중복성이 존재하고 있음

○ 도서의 보급에 있어서 수요에 대한 고려가 미흡

- 보급처에서 도서를 지정할 수 없도록 하는 점은 보급처의 수요와 선정도서의 공급이 서로 맞지 않는 상황을 반증
- 선정도서의 종수 및 구매 권수를 유연하게 설정할 수 없기 때문에 생기는 문제이기도 함

〈Box〉 기타 저자의 질문에 대한 문화체육관광부의 서면답변 내용

□ 예술창작활동지원 사업에서 문학 장르만 계속 남아있는 이유

- 문학 장르는 연혁적으로 〈예술창작활동 지원〉 세부사업 내 미술 장르와 함께 있었으나, 시각예술디자인과가 신설되며 예술정책과에서 분리되면서 미술 장르가 분리되고 문학 장르만 남게 된 것으로 알고 있음

○ 도서보급사업을 기금사업으로 편입하지 않는 이유?

- 문예기금 재원이 넉넉하지 않아 일반회계에서 문예기금으로 사업을 편입하기가 용이하지 않은 상황임

□ 출판사 선정기준 및 심사위원회 구성 상세 내용

○ 출판사 선정기준

- 신청 대상도서: 국내에서 초판 발행된 단일저자(한국 국적)의 문학 창작도서
- 선정방침: 작가당 연간 최대 1종 이내 선정, 출판사당 회차별 선정종수 최대 9종(분야별 3종) 이하, 연간 최대 18종 이하 선정
- 저작권법 등의 지적재산권과 관련하여 분쟁의 소지가 있는 도서, 사실상 초판이 아닌 도서, 표절 도서 등 명백한 결격사유가 확인될 경우 선정결과 공고 이후에도 그 선정을 철회할 수 있으며, 출판계 노동환경 개선을 위해 노동관계법령 위반 출판사는 선정 제외

○ 심의위원회 구성

- 2023년 문학나눔 도서보급사업 심의위원회 6개 분야 총 58명
- 사업에 대한 이해도를 높이고 심의의 공정성을 높이기 위해 심의 전 심의위원회(분야별로 소설 4분과,

수필 4분과, 시 4분과, 아동·청소년 6분과, 평론 1분과, 희곡 1분과)를 구성함

비수도권(지역)	수도권	여성	남성	신진	중견	전체
20명	38명	29명	29명	12명	46명	58명
34.5%	65.5%	50.0%	50.0%	20.7%	79.3%	100%

※ 지역(비수도권)은 수도권(서울, 경기, 인천) 제외, 신진은 1983년 1월 이후 출생자로 한함

구분	회의주체	회의내용
예비 단계	위원회 사무처	○지원계획 수립 및 지원방향 확정 ○심의 기본방침 및 심의 기준 확정 ○심의 세부방침 결정 ○신청 도서 및 서류 검토(공통 결격요건 확인 등 행정심의 포함)
	도서선정 심의회의(예비)	○심의회의의 절차 및 방법 안내 ○심의위원 제적 및 회피제도 안내 ○심의위원 참여 동의 및 공정심의 서약
1단계	도서선정 심의회의	○신청도서 선정 적격성 검토 및 도서 최종선정 ○신청도서 및 서류 전수 검토 및 개별 채점 ○선정도서에 대한 개별 검토의견 작성 ○분야별 안배 논의 ○최종 선정도서 확정 및 심의총평 작성
2단계	위원회사무처	○최종 선정내역 보고 및 확정

□ 보급처의 선정기준

~2021년	2022년~
1) 도서 열람 시설이 갖추어져 있는 곳 2) 영리를 목적으로 하지 않는 곳 3) 상주 담당자가 있어 도서 관리 및 대출이 용이한 곳 4) 선정도서를 활용하여 문학 향유프로그램 진행이 가능한 곳 5) 정기적인 신간 문학도서 구입예산 확보가 용이하지 않은 곳 6) 도서 열람 희망자가 자유롭게 이용할 수 있는 곳 7) 「국가 도서관 통계 시스템」에 등록된 도서관(필수)	1) 도서 열람 시설이 갖추어져 있는 곳(필수) 2) 영리를 목적으로 하지 않는 곳(필수) 3) 상주 담당자가 있어 도서 관리 및 대출이 용이한 곳 4) 선정도서를 활용한 문학 향유프로그램 진행이 가능한 곳 5) 「국가 도서관 통계 시스템」에 등록된 도서관(필수)

라. 온라인미디어 예술활동지원(일반회계, 한국문화예술위원회)

1) 사업개요

- 동 사업은 코로나19 팬데믹 기간에 공연·전시 등 작품발표에 어려움을 겪게 된 예술인들의 활동을 지원하기 위해 한국판 뉴딜 정책의 일환으로 도입되었으며 2020년 3회 추경을 통해 예산을 조달
 - 단년도 사업으로 2020년 약 150억원의 예산이 투입되었으며 이후 50억원 내외의 규모로 예산을 책정

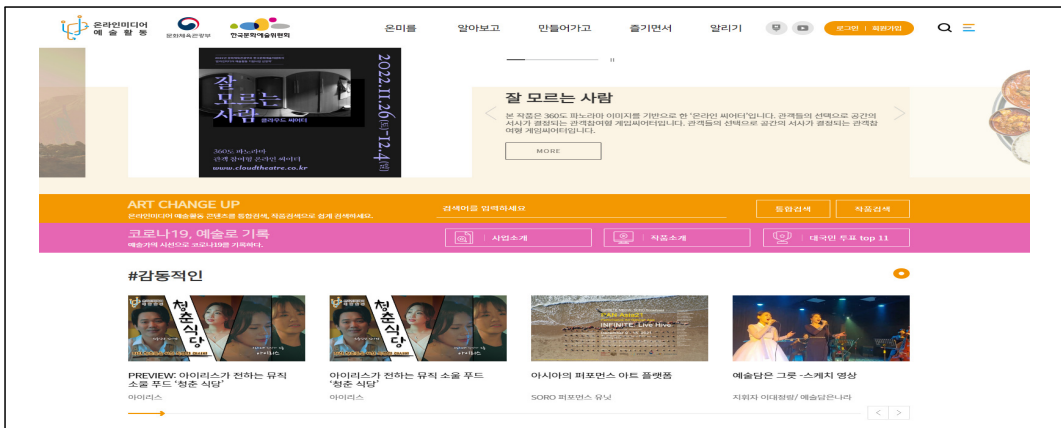
〈표 III-79〉 온라인미디어 예술활동 예산 현황

(단위: 백만원)

년도	2020	2021	2022	2023
일반회계	14,890	4,930	5,623	5,100

- 온라인미디어를 활용한 예술창작활동과 관련한 예술인 및 단체를 대상으로 하여 콘텐츠 제작 및 확산 서비스 기획·운영에 대한 직접 경비를 지원
 - 한국문화예술위원회의 공모 시스템을 통해 지원 대상을 선정
 - 2023년 사업유형으로는 콘텐츠 창작(진입, 성장), 확산서비스(매개, 수익)으로 구분
 - 선정된 프로젝트의 결과물은 문예위 홈페이지를 통해 공개
 - 2020년 경쟁률은 4.2:1(4,826건 신청, 1,141건 선정)

〈그림 III-28〉 온라인미디어 예술활동 홈페이지



자료: 온라인미디어 예술활동(<http://artson.arko.or.kr>)

〈표 III-80〉 온라인미디어 예술활동 지원사업 수혜자의 수와 보조금액

(단위: 백만원)

년도	수혜자 수	평균금액	최소금액	최대금액	총합
2021	174	23.2	9	100	4,030
2022	139	34.1	10	70	4,730

자료: 국가문화예술지원시스템 지원이력자료를 이용하여 저자 작성

〈표 III-81〉 2021년 온라인미디어 예술활동 지원사업 수혜 프로그램 유형별 보조금액

(단위: 백만원)

년도	수혜자 수	평균금액	최소금액	최대금액	총합
공연	37	34.3	10	50	1,270
전시	23	28.8	10	70	662
발간	1	30	30	30	30
기획	10	25	10	50	250
조사연구	2	42	30	54	84
정보화	3	50	30	70	150
연수등 교육프로	1	30	30	30	30
축제_페스티벌	2	57.5	45	70	115
행사	1	50	50	50	50
기타	59	35.5	10	70	2,090
계	139	34.1	10	70	4,730

자료: 국가문화예술지원시스템 지원이력 자료를 이용하여 저자 작성

2) 사업평가

- (성과) 비대면 산업 육성 효과가 미흡하다는 지적과 함께 콘텐츠의 확산을 제고할 필요성 언급(2020년 예정처 분석보고서)
 - 온라인 창작역량 강화와 확산지원을 통해 온라인 예술생태계를 구축한다는 목표를 제시하고 있으나 이와 관련한 성과관리에 대해 확인할 필요
 - 특히 자체 홈페이지를 통한 향유 성과가 미흡할 가능성
 - 온라인 공연을 감상하기 위해서는 보안프로그램 설치 및 로그인 등의 절차를 거쳐야 한다는 점, 작품 검색이 쉽지 않다는 점(인기작품 소개나 조회수 공개가 없음)에서 온라인 관람객의 접근성이 매우 낮은 것으로 보임

○ (중복성) 한국문화예술위원회의 타 사업과 정책대상의 중복성

- 동 사업의 정책대상이 기존의 공연예술 창작육성 사업 등의 정책대상과 중복될 가능성이 높음
- 2017년부터 이미 한국문화예술위원회는 네이버 포털의 영상플랫폼을 이용하여 작품을 소개해왔음

[그림 III-29] 한국문화예술위원회 네이버TV 채널



자료: 한국문화예술위원회(<http://tv.naver.com/arko>)

- 즉, 예술인 지원의 측면에서 공연예술 창작육성 사업에서 지원받은 프로젝트를 온라인 미디어를 통해 공개할 수 있도록 하는 것은 별도의 사업이 필요한 정도는 아님
- 실제 문예위 지원이력 데이터를 살펴보면 온라인미디어 예술활동 지원사업 수혜자와 예술창작지원사업 수혜자를 비교했을 때, 2021년 83%, 2022년 72%의 높은 비중으로 중복 수혜자가 존재하는 것을 확인

<표 III-82> 온라인미디어 예술활동 지원사업과 예술창작지원 사업의 중복 수혜자 수 및 비중

구분	수혜자(A)	중복(B)	비중(B/A)
2021	174	144	0.83
2022	139	100	0.72

자료: 국가문화예술지원시스템 지원이력자료를 이용하여 저자 작성

- 동 사업이 차별화될 수 있는 부분은 온라인 예술활동과 관련한 기획자에 대한 지원과 기업지원이라고 할 수 있음
- (환경) 동 사업은 코로나19 팬데믹의 긴급상황에서 시작된 사업으로 환경이 변화된 지금 시점에서는 재구조화가 필요할 것으로 보임

3) 소결

- (중복성) 한국문화예술위원회의 타 사업과 상당한 중복성이 존재
 - 동 사업의 정책대상이 기존의 공연예술 창작육성 사업 등의 정책대상과 중복되며 동 사업 수혜자의 약 80%가 타 사업과 중복되는 것을 확인
- (환경) 코로나19 팬데믹의 긴급상황이 종료된 지금 시점에서는 동 사업의 필요성과 중요성이 상당히 감소했다고 볼 수 있음

IV. 환류방안 제언

1. 사업군 전반

- 현재 소액 다건형의 사업구조로 인해 재정사업의 효율적인 관리가 어렵다는 점을 고려하여 장기적으로 사업의 구조 효율화가 필요
 - 신규사업의 설계 시 기존 사업과의 차별성을 객관적으로 검증할 필요가 있으며, 기존 사업으로 해결할 수 있는 부분은 최대한 기존 사업을 보완하여 수행하도록 할 필요가 있음

- 복지적 성격을 지니는 사업을 장기적인 취향 및 경력 형성을 지원하는 방식으로 재조정할 필요가 있음.
 - 통합문화이용권 등 문화바우처는 복지적 성격이 강조되고 있으나, 중장기적으로 문화예술 소비 기반을 강화하는 방향으로 재조정
 - 예술인들이 보편적인 복지시스템으로 점차 편입되고 있으므로 예술인만을 위한, 전업 작가 상태 유지를 지원취지로 하지만 범위가 지나치게 넓어진 복지 부분을 점차 축소할 필요
 - 예술인을 대상으로 하는 복지정책에 대한 재원은 예술인의 참여를 통해 마련하는 방안을 고민할 필요가 있음
 - 예술가 커리어 전반을 지원하기보다 시장에서 아직 평가받지 못하고, 이를 통해 작품세계 형성이 아직 미진한 경력 초기 작가들을 집중적으로 지원하고, 이후 작가들에 대한 지원은 상대적으로 축소할 필요

- 질적 고도화를 추구하는 방향으로 정책설계를 조정
 - 문화향유권 확대를 목적으로 정책 프로그램에 참여하는 예술가들과 공연전시의 가격을 인위적으로 낮게 설정하는 것을 지양하고 점진적 개선
 - 소비자들의 기대 역시 양보다 질에 맞추어져 있으므로 시설 인프라의 신규 및 재건

축 시 운영계획 및 생태계 내에서 담당해야 하는 부분을 명확히 식별하여 이루어질 필요

- 미술 및 공연 등 예술 분야에서는 작가들이 경력을 형성하기까지를 지원하되, 커리어 사이클 중 초기에 지원을 집중하고, 경력 초기에 판매를 지원하기보다 연구 등 준비과정을 다년간 지원할 수 있는 방향으로 제도 정비
- 예술의 사업화 영역에서는 소액 다건을 지원하기보다는 시장의 선도사례를 제공하는 방향으로 지원을 집중하고, 관광자원화 부문에서는 지방정부의 역할을 점진적으로 확대
 - 예술 분야 기업으로 타겟팅을 강화하고 시장에서의 자생력과 대중성을 목표로 삼아 구조조정

2. 수요 부문(통합문화이용권)

- 통합문화이용권은 유럽 국가들의 바우처와 비교 시 사업 목표와 방식에 차이
 - 통합문화이용권은 문화 양극화 해소를 목표로 하며 저소득층에만 지급되는 것에 반해, 유럽 국가들은 개인의 문화 소비에 사회적으로 긍정적인 외부성이 있고, 문화 소비가 마치 자본과 같이 축적된다는 점에 주목하여 소득에 관계없이 청년층을 대상으로 문화 바우처를 제공
 - 매년 지급되는 통합문화이용권 금액(현행 11만원)은 우리나라 가구당 문화오락 지출액의 6.6% 수준으로 여타 국가들의 유사 프로그램 지급액(0.3~3.6%)에 비해 높은 수준
- 실증분석 결과, 통합문화이용권은 지급률이 높아질수록 저소득 가구의 문화 지출 확률은 일정하게 증가하지만, 저소득 가구의 문화 소비액에 어느 정도의 영향을 미치는지는 불분명
 - 문화체육관광부 ‘국민문화예술활동조사’에 따르면 소득 수준에 따른 문예행사관람률 격차가 추세적으로 완화되고 있으나,¹⁵⁾ 이러한 격차 완화가 통합문화이용권의 효과에 기인한 것인지는 알 수 없음

15) 최저소득계층(100만원)과 최고소득계층(600만원) 간 문예행사 관람률 차이
(‘14년) 58.2%p, (‘16년) 59.2%p, (‘18년) 49.4%p, (‘19년) 40.8%p, (‘20년) 50.6%p, (‘21년) 34.2%p

- 중장기적으로 문화관련 지출 수준이 높아지고 문화소비 격차가 완화되는 등의 여건이 조성되면, 유럽 국가들과 같이 소득 수준과 관계없이 청년층 위주로 지원하는 등 정책 방향을 전환하는 방안을 고려할 필요
 - 청년층(15~19세)은 높은 문화 소비 욕구에도 불구하고 높은 비용을 문화 소비를 억제하는 문제로 인식¹⁶⁾
 - 저소득층을 지원하는 바우처 방식을 유지할 경우 미성년자가 있는 저소득 가정을 중심으로 운영
 - 저소득 노인 대상 정책은 바우처 지원보다는 지역사회 중심의 찾아가는 프로그램을 강화하는 방식으로 운영
 - 고령층은 연금 등 소득이 있고 여가시간이 풍부한 반면 문화시설에 대한 접근이 지리적, 건강상의 이유로 제한적
 - 고령층 대상 사업은 바우처 지원보다는 관람 프로그램 공급 또는 취미 개발을 위한 문화예술 수업 제공에 초점
 - 연령별, 지역별 바우처 지출 패턴에 관한 추가적인 연구 필요

- 통합문화이용권 활용을 위한 모바일 어플리케이션 개선 방향
 - 소비의 긍정적인 외부성이 높은 문화 예술의 경우 어플리케이션을 통해 거주지 주변의 우수한 최신 공연 정보에 편리하게 접근할 수 있도록 개선
 - 현행 문화누리카드 어플리케이션은 잔액 확인, 가맹점 검색 등 최소한의 정보 제공에 그치고 있음
 - 어플리케이션을 통한 정보 제공을 통해 문화 예술 향유를 유도함으로써 문화 양극화 완화라는 정책 목표를 더 효과적으로 달성할 수 있음
 - 한국의 문화오락지출 비중은 여타 OECD 회원국들과 유사한 수준이나, 문화오락 서비스 소비에 국한하면 여타 선진국들에 비해 현저히 낮은 수준임
 - 이를테면 여타 문체부 사업 과정에서 선발된 우수 공연 예술 등이 적절히 소개될 수 있도록 어플리케이션을 개선하는 것이 바람직(프랑스의 문화패스 어플리케이션

16) 최근 문화예술행사 관람자 설문에 따르면, 문화예술행사에서 보완이 필요한 부분으로 관람자의 38.3%가 작품의 질을 높여야 한다고 응답한 반면, 15~19세 응답자의 39.3%는 관람 비용을 문제로 인식(2021년 국민문화예술활동조사)

참고)

- 어플리케이션을 통한 정보 제공 노력은 문화 예술 분야에 집중될 필요
 - 저소득층은 비교적 교육수준이 높은 고소득층에 비해 고급 문화 공연 및 전시 등에 관한 정보 획득을 위한 공적/사적 네트워크가 미약
 - 스포츠, 관광 등은 사회적으로 긍정적인 외부성을 기대하기 어려운 일반 재화일 뿐만 아니라, 문화예술에 비해 소비자가 직면하는 정보 제약이 훨씬 덜 함

3. 시설 및 인프라 부문

- 시설 인프라는 앞으로 중앙정부의 재정을 필요로 하는 신규 사업 수요가 제한적일 것으로 추정되나, 지자체가 시행하는 문예시설 신규 건설을 구체적인 비전, 로드맵 없이 개별 지원하는 것은 원칙적으로 지양
- 중앙정부가 지원할 경우에는 공연 및 전시 생태계 내에서 해당 시설의 역할과 파급 효과 등을 고려한 가이드라인이 마련된 환경에서 면밀한 검토를 거쳐 추진
- 문화예술활동에 대한 수요는 접근성(시설)보다 질적 요소(콘텐츠)를 중요시하는 방향으로 진화하고 있으므로, 기획 및 운영 측면에서 질적 기준을 충족하는 계획과 역량을 보유하고 있는지, 공연 및 전시 생태계 내에서 담당할 역할이 명확히 규정되어있는지 등을 점검 및 평가하여 시설의 신규 및 재건축 계획 단계에서부터 제도화할 필요
- 문화예술의 질적 향상을 목적으로 하는 국립시설(대부분 서울 소재)의 재건축은 목적에 맞게 추진하되, 공연 및 전시 생태계에서 국립시설이 담당해야 하는 역할을 명확히 규정하고 사업계획이 제시된 상태에서 진행할 필요
- 동시에 계속사업은 시설 활용도 제고 등을 위해 로드맵(세부이행계획 및 운영방안)을 우선 마련하는 것이 필요
- 민간의 참여가 적절한 부분은 민간이 자율성을 가지고 기획 및 운영을 할 수 있도록 하고, 조례 등으로 인한 가격 규제를 완화함으로써 수익성과 지속가능성을 확보할 수 있도록 제도 개선

- 공연예술진흥 기반 조성 역시 지역에서 주관하는 문화행사는 지자체 부담을 원칙으로 하며, 중앙정부의 재정지원을 받을 수 있는 기준을 명확히 정할 필요
 - 지역 문화행사의 재원 부담은 지자체 부담을 원칙으로 할 필요
 - 국내 동일지역에서 연례적으로 개최 시 국비 지원 지양
 - 일시적 행사이거나 국제행사라 할지라도 중앙정부가 지원할 경우 일정요건과 기준 마련 필요
 - 예컨대 행사참여 국가, 참여 인원 등 행사의 국제적 위상, 공연예술의 수준 향상 등을 고려할 필요가 있음
 - 더불어 국제대회의 유치 책임성과 수혜도 정도를 감안하여 정부 보조율을 10~30%로 설정하는 방안을 고려할 수 있음

- 미술진흥 기반 구축사업의 경우 중장기적으로 지원정책의 방향을 전환하는 것을 검토할 필요
 - 작가의 커리어 사이클 전체를 지원하기보다는 시장에서 검증받기 전 단계의 신진작가들에게 지원을 집중하고, 판매 등 단기적 성과 도출에 치중되기보다 근본적 경쟁력 향상에 기여할 수 있는 사업설계를 검토할 필요
 - 기본적으로 시장의 선택을 신뢰하는 것을 기조로, 아직 시장에서 검증받지 못한 예술대학 졸업 ~ 중견작가로 성장하기까지의 지원을 집중하는 것이 바람직
 - 민간 화랑이나 이미 경력이 구축된 작가들로 지원이 향하지 않는지 점검하고, 대상자 선정에 대한 공정성을 확보하고 투명한 경쟁을 통해 자생력 확보 필요

- 공연예술 시장 활성화 기반 구축 등 해외진출 지원사업의 경우 예술산업 경쟁력 제고(국정과제 57) 차원에서 타당성이 있으나, 장르별·기능별로 분산되어 있으며 가치사슬 내 특성을 감안한 재편이 필요
 - 예컨대 해외진출사업은 전체 가치사슬에서 유통에 해당하므로 장르별 특성을 고려한 유통인력의 전문성 제고와 함께 유통 전문인력을 예술의 산업화 정책과 연계하여 육성할 필요
 - 뮤지컬의 경우 투어, 라이선스 계약, 제작사/프로듀서의 해외 진출을 모두 포괄적으로 소액 지원할 것이 아니라 한국 뮤지컬의 우위를 극대화하는 방향으로 수단을 선정하고 지원할 필요(예시: 다수를 포괄적으로 소액 지원하기보다 소수를 집중 지원)

- 정책 설계 측면에서는 해외 투어 등에 필요한 보조금 지원은 유지하되, 정보불균형 해소에 집중하는 것이 바람직함
- 예술산업 인력양성 사업은 실무 중심의 재구조화를 통해 교육 지속성과 효과성을 향상시킬 필요
 - 현업과의 연계성, 타겟팅, 사후관리 부족의 문제가 확인됨
 - 예술경영아카데미의 경우 다른 영역과 중복되거나 지식·정보를 제공하는 참여 지속성과 효과성이 낮은 교육훈련에 투입되는 예산을 축소하는 것이 바람직함
 - 경력정보를 축적하고 이를 기반한 이용자 맞춤형 교육훈련 및 네트워킹, 지원사업, 일자리 정보 등을 연계·제공할 수 있는 정보체계를 마련해야 함
- 예술기업 지원사업, 예술산업 기반 조성 지원사업 등 예술의 산업화를 목표로 하는 사업은 사업대상을 예술업계에서 집중 발굴·육성해야 하며, 사업 내·사업 간 지원 대상 및 기능이 중복되지 않고 단계별로 연계구조를 가질 수 있도록 추진해야 함
 - 예술기업 지원사업의 경우 수혜기업 대부분 전자상거래업, 정보통신업, 전문서비스업, 사업지원 서비스업 등의 업종에 집중되고 있어 다른 창업 지원사업과 차별화하고, 예술분야 기여도 및 예술관련 참여자의 경쟁력 향상 측면에서 사업대상을 예술업계에서 집중 발굴·육성하는 것이 필요함
 - 또한, 지원 후 수혜기업의 성과 추적, 예술시장 기여도 지표 개발 등 사업의 사후관리 기능을 강화해야 하며, 이를 통한 사업 개선으로 장르별·기능별 예술 지원 사업 중 공적자원 투입을 축소할 수 있는 영역과 주체, 사업 모델을 발굴하고, 공적자원을 대체할 수 있는 민간의 기부 및 후원, 자체 수익 및 투자 등 다양한 형태의 재원조달 사례를 창출해야 함
 - 예술산업 기반 조성 지원사업의 효과성 제고를 위해 아트코리아랩의 기능 및 지원내용 중 기존 지원 사업들과 중복되는 부분은 지원 대상과 방식을 중심으로 차별화하고, 구체성·연계성이 부족한 부분은 사업 내·사업 간 단계별 연계구조를 강화하는 방향으로 기능 및 지원내용을 구체화해야 하며, 성과관리체계도 마련해야 함
- 예술의 관광자원화 사업은 정책 목표 달성도, 사업 구조, 사업 중복성 등을 고려해 사업 운영 및 재원 투입 방식을 재편하는 것이 필요함

- 전통예술 지역브랜드 상설공연은 기존 정책목표가 달성되었으므로 추가적인 성과 창출을 위해서는 사업구조의 변화가 필요하며, 특히 자생력과 대중성 있는 지역의 대표 콘텐츠를 개발한다는 측면에서 지자체 자체사업으로 사업 전반을 재구성하는 것이 바람직함
- 전통공연예술 활성화는 정책 목표 및 기대성과 달성이 어려운 구조를 가지고 있어 관람객 수 및 콘텐츠 이용 추이와 만족도 등을 고려, 일부 다른 전통공연지원사업과 차별화가 가능한 세부사업을 중심으로 사업 운영 및 예산 투입 방식을 재편하는 것이 바람직함

4. 예술인 지원 부문

가. 창작준비금

- (정책목표의 모호성) 창작준비금 사업의 정책목표가 복지정책인지 아니면 창작활동지원인지 명확하지 않음
 - 다만 현재의 정책설계를 보건대, 복지정책과 창작지원 정책이 혼재되어 있고 복지정책으로서의 성격이 보다 강하다고 판단됨
- (복지정책 기준) 창작준비금 사업의 복지정책 측면을 고려 시 다음과 같은 조정을 고려해볼 필요가 있음
 - 일반 사회보험 등 유사 사업과의 중복성을 해소하고 복지사각지대에 놓인 예술인에 대한 지원을 강화
 - 고용보험 실업급여 수급자는 수혜대상에서 제외할 수 있도록 시스템을 조정
 - 소득인정기준을 기존 중위소득 50% 이내(차상위계층)로 조정하여 지원대상을 현실화
 - 소득인정기준에서 가구소득을 고려하는 기준을 다시 적용하거나 혹은 사적부양이 가능한 경우 동점자 중 낮은 우선순위를 적용하는 방안을 고려¹⁷⁾
 - 원로예술인에 대한 우선적용제도는 폐지할 것을 고려

17) 기초생활보장제도의 경우와 비교할 때 창작준비금의 지원금 규모가 크지 않기 때문에 세대 분리 등 편법적인 방법을 동원하여 수혜를 받고자 하는 유인은 적을 것으로 보임

- 환경의 변화를 고려하여 사각지대의 예술인에 대한 타겟팅을 강화하여 효율성을 높일 필요
 - 예술인 고용보험의 도입과 코로나19 팬데믹의 종료
 - 예술인 고용보험의 적용을 받지 못하거나 기초생활수급을 받지 못하는 사각지대의 예술인을 타겟으로 하는 것이 적절할 것

- (창작지원 기준) 창작준비금 사업의 창작활동 지원정책 측면 고려 시 다음과 같은 조정을 고려해볼 필요가 있음
 - 수혜자의 책무성을 강화하기 위해 지원금의 사용에 대한 사후정산 방안을 검토할 필요가 있음
 - 중복수혜에 대한 제한 규정을 강화할 것을 고려
 - 일정 횟수 이상의 중복수혜를 금지하는 방안(예시: 격년제 수혜 -> 10년간 3회)

- 중장기적으로는 국고를 통한 예술인 복지사업은 축소하는 방향으로 계획하는 것이 바람직할 것임
 - 유럽의 사례와 마찬가지로 예술인들의 기여를 통해 기금을 조성하고 이를 이용하여 복지 제도를 운영하는 방안을 고려할 필요가 있음
 - 예술인 고용보험이 이미 시행되었다는 점, 그리고 보편 복지제도의 보장성이 강화되고 있다는 점에서 예술인 대상 복지제도의 필요성이 낮아짐
 - 특정 직군이 가지는 특성을 근거로 별도의 복지제도가 필요하다면 이에 대한 지원은 국민의 세금으로 충당하기보다는 해당 직군의 기여를 통해 마련하는 것이 원칙적으로 맞는 방향
 - 다만 팬데믹과 같은 재난 상황에서는 국가가 직접 보조할 수 있으며 이를 위한 제도적인 뒷받침은 필요할 것으로 보임
 - 동 사업을 문화예술위원회의 기금사업으로 통합하는 방안도 고려할 필요
 - 문예위 공모사업에 이미 작품 준비기간을 지원하는 “사전연구지원”사업들이 존재했으며 2023년부터는 “창작의 과정”이라는 이름으로 통합되었음
 - 문예위의 사업들은 이미 e-나라도움을 통해 비용 정산을 하도록 하고 있고 일정 정도의 성과관리를 진행하고 있음. 인력과 행정력 측면을 고려한다면 복지재단보다 더 효율적인 집행이 가능할 것으로 보임

나. 예술창작지원

- 예술창작지원사업의 경우 상당한 숫자의 중복수혜가 관찰됨
 - 2018년부터 2022년까지 지원자들은 평균적으로 2.33회 수혜를 받았으며 개인의 경우 최대 9회, 단체의 경우 최대 22회까지 수혜
 - 정부지원이 개인이나 단체가 민간을 통해 펀딩을 받을 수 있는 기회를 구축(crowd-out)할 가능성이 존재
 - 중복 선정으로 인해 다른 신청자의 기회가 줄어들 수 있음
 - 중복수혜가 제한되도록 사업구조 개선 노력과 함께 중복 횟수도 제한할 필요(예시: 최대 5회)

- (효과성) 기금 공모사업의 효과성을 파악하기 위해 국가문화예술지원시스템(NCAS)의 자료와 예술인 설문조사 자료를 연계하여 분석
 - 이중차분법을 적용하여 순효과를 살펴본 결과, 전체적으로 지원받는 예술인/단체의 발표 횟수가 유의하게 증가했음을 확인할 수 있음
 - 다만, 이를 개인과 단체로 구분하여 살펴본 결과, 개인의 경우에는 유의하게 증가하지만 단체의 경우에는 유의한 결과가 도출되지 않았음
 - 즉, 개인의 경우에는 지원받지 않은 예술인에 비해 지원받은 예술인의 작품발표가 높았지만 단체의 경우에는 큰 차이가 없었음
 - 이는 단체의 경우 지원을 받지 못하더라도 민간 등 다른 방법을 통해 작품을 발표할 수 있는 기회를 가질 수 있었다는 의미로 해석할 수 있음
 - 장르별로 지원효과를 살펴보면 무용과 연극·뮤지컬 분야에서 개인에 대한 지원이 유의하게 순효과가 있음을 확인할 수 있으며 단체에 대한 지원은 효과가 없었음
 - 내내역사업별로 지원효과를 보면 개인에 대해서는 국제예술교류지원과 문화예술우수기록콘텐츠아카이브 사업의 유의한 순효과를 확인할 수 있었으며 단체에 대해서는 공연예술 창작육성 사업만 유의한 순효과가 존재하였음
 - 다만 본 분석은 중복지원의 효과를 제거하고 1회만 지원받은 경우에 대한 결과이므로 중복지원을 받은 개인이나 단체의 효과성에 대해서는 별도의 평가가 필요

- 중복성과 효과성을 살펴보면, 예술인에 대한 중복지원의 문제를 해소할 필요가 있음

며 점차 민간의 지원을 선택할 수 있도록 유도할 필요가 있음

- 일정정도 이상 중복 선정된다는 것은 수혜자의 해당 분야에서의 수월성을 보여주는 것으로 해석할 수 있으며 이러한 경우 앞으로는 시장에서 민간의 지원을 모색하는 방향으로 유도할 필요
 - 또한 중복수혜자가 늘어날수록 신진예술인 등에 대한 기회가 줄어드는 문제가 생길 소지가 존재
 - 한국문화예술위원회의 사업에 대한 설문조사 응답자의 평가를 보면 중복지원에 대한 문제제기 및 신진예술인 지원에 대한 요청이 높은 비중으로 나타남

〈Box〉 문화예술위원회의 공모사업의 중복수혜에 대한 설문조사 응답자의 의견(사례)

- 기존 단체와 신진단체의 균형적 지원
- 선정의 공정성, 투명성 강화, 선정자의 중복문제, 심의위원의 다양화 등
- 기성 주목을 받았던 분들 위주의 선정과 지속이 넘 두터운 듯 해요
- 신진예술인들이 선정될 수 있는 기회가 많았으면 좋겠습니다.
- 매년 지원받는 단체, 개인에게 페널티를 주어 보편적으로 많은 예술단체들이 혜택을 받아야 한다.

- 결과적으로 중복수혜 횟수를 제한(예시: 최대 5회)하고 예술단체에 대한 지원을 축소하는 것이 필요

다. 문학나눔 도서보급

- 문학나눔 도서보급 사업을 세종도서와 다시 통합하는 방안을 고려
 - 상위권 출판사의 중복지원 및 편중의 문제
 - 세종도서와 분리되면서 중복성이 발생할 가능성이 높아졌으며 상위권 출판사가 세종도서와 문학나눔에 모두 선정되면서 예산을 차지하는 비중이 더 증가
 - 상위출판사 위주의 수혜는 동 사업의 존재 여부가 시장 상황에 영향을 주지 않는다는 의미로 해석할 수 있으며 동 사업이 출판시장 활성화의 목적에 맞는 것으로 보기 어려움
 - 중복된 행정으로 예산 낭비 문제
 - 동일·유사 업무를 수행하는 조직이 두 배로 늘어나면서 행정비용의 낭비요인이 증가

- 실제 2014년에 세종도서와 통합되었던 사례를 참고

- 다른 방안으로는 동 사업 수요자인 보급처가 도서를 선정하는 방식으로 전환하여 ‘세종도서’와 차별화
 - 현재와 같이 심사를 통해 우수도서를 선정하되 선정목록을 보급처에 배부하고 보급처가 원하는 도서를 보급받도록 개편
 - 이를 통해 우수도서를 보급처의 수요에 맞게 공급하는 것이 가능
 - 또한 현재와 같이 종수(550종)와 도서당 지원금액(800만원)과 같은 제약을 가할 필요가 없으므로 과도하게 많은 도서를 선정하거나 수요와 상관없는 도서를 보급하는 등의 우려를 해소할 수 있음
 - 2022년 예산액과 보급실적을 토대로 보급처당 바우처 지원액수를 시산해보면 보급처당 약 85만원에서 250만원의 범위 안에서 지원 금액을 고려해볼 수 있음
 - 보급처 숫자에 중복이 존재하기 때문에 보급처 수를 최소 2,200개에서 최대 6,600개로 추정할 수 있음

〈표 IV-1〉 2022년 보급처당 지원액

구분	개수	보급처당 지원액(원)
최대 보급처 수	6,600	848,485
최소 보급처 수	2,200	2,545,455

주: 2022년 동 사업 예산 56억원을 기준으로 계산

라. 온라인미디어 예술활동 지원

- 예술창작 프로젝트를 대상으로 하는 지원은 문예위의 기존 사업으로 이관하거나 삭감을 검토
 - 코로나19 팬데믹이 완화된 지금 시점에서는 예술인의 창작활동에 대한 긴급지원의 필요성이 크지 않음
 - 문예위의 기존 사업에서 창작인들의 작품 전시나 공연을 위한 지원을 수행하고 있기 때문에 여기에 온라인채널 확장을 위한 지원을 추가하는 것은 크게 어려운 일이 아닐 것으로 판단됨

- 현재 80%에 가까운 수혜자가 이미 문예위 예술창작지원사업의 수혜를 받고 있다는 점을 고려할 필요가 있음

- 특히 민간의 온라인 플랫폼을 이용하는 것이 향유의 확산에 있어서 더욱 효과적일 것임
- 따라서 동 사업에서 창작프로젝트에 대한 지원 중 코로나19 시기에 시작된 단순 창작 기회 제공 성격의 사업은 삭감하고 장기적으로 문예위의 창작지원사업의 일부로 이관을 고려해볼 수 있음
- 이를 통해 생태계 조성에 있어서 중요한 역할을 할 수 있는 기획자와 기업대상 지원에 집중하는 것이 바람직할 것으로 판단됨

V. 심층평가 연구결과 요약 및 정책 시사점

1. 문화예술 활성화 지원 사업군

〈표 V-1〉 쟁점 및 정책제언 요약

사업명	평가내용	정책 제언
① 문화예술향유 지원 (문화바우처)	- 문화바우처 지원금액 및 지원 대상, 사용 범위에 대한 적절성	- 중장기적으로는 유럽국가와 같이 청년층을 지원하거나 저소득층을 세분하여 생애주기에 맞게 지원하는 등의 정책 방향 전환을 고려
② 예술의 산업화추진	- 예술경영아카데미 운용의 적절성	- 예술아카데미의 다른 영역과 중복되거나 지식정보를 제공하는 참여 지속성과 효과성이 낮은 교육훈련에 투입되는 예산은 축소 필요 - 경력정보를 축적하고 이를 기반한 이용자 맞춤형 교육훈련 및 네트워킹, 지원사업, 일자리 정보 등을 연계·제공할 수 있는 정보체계 마련
	- 예술기업 지원의 대상과 방식의 적절성	- 예술의 산업화를 목표로 하는 사업은 사업 내·사업 간 지원 대상 및 기능이 중복되지 않고 단계별로 연계 구조를 가질 수 있도록 추진해야 함 - 해당 사업은 장르별·기능별 예술지원 사업 중 공적자금 투입을 축소할 수 있는 영역과 주체, 사업 모델을 발굴하고, 공적자원을 대체할 수 있는 민간의 기부 및 후원, 자체 수익 및 투자 등 다양한 형태의 재원 조달 사례를 창출
③ 예술의 관광 자원화	- 사업 추진이 특정지역에서 장기화 → 정책 목적 간 (브랜드 전략, 지역내 문화향유) 상충문제	- 지역브랜드 상설 공연은 기존 정책 목표가 달성되었으므로, 지자체 자체 사업으로 사업 전반을 재구성하는 것이 바람직 - 전통공연예술 활성화는 정책 목표 및 기대성과 달성이 어려운 구조를 가지고 있어 다른 전통공연 지원사업과 차별화가 가능한 세부사업을 중심으로 사업 운영 및 예산투입 방식을 재편하는 것이 바람직 - 문화공간 활용 전통공연은 단기적인 공연인프라 구축 예산이 크게 투입되는 바, 공간(시설) 수는 줄이고 공간(시설)당 공연 기획 및 횟수를 늘리는 방향으로 사업 구조 설계하는 것이 필요

〈표 V-1〉의 계속

사업명	평가내용	정책 제언
<p>④ 문화예술 인프라 구축</p>	<p>- 지역균형을 명분으로 운영계획 및 기준이 충족되지 않는 시설 건립 등 지역 수요반영 여부 불분명</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 시설 인프라는 앞으로 중앙정부의 재정을 필요로 하는 신규사업 수요가 제한적일 것으로 추정되나, 지자체가 시행하는 문예시설 신규 건설을 구체적인 비전, 로드맵 없이 개별 지원하는 것은 원칙적으로 지양 - 시장의 수요와 생태계 내 기회요인에 대한 명확한 분석이 선행될 필요 - 민간의 참여가 적절한 부분은 민간이 자율성을 가지고 기획 및 운영을 할 수 있도록 함으로써 수익성과 지속가능성을 확보할 수 있도록 제도개선
<p>⑤ 미술진흥 기반구축</p>	<p>- 미술 생태계 모든 부분을 지원하는 것의 적절성</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 중장기적으로 지원정책의 방향을 전환하는 것을 검토할 필요 - 작가의 커리어 사이클 전체를 지원하기보다는 시장에서 검증받기 전 단계의 신진작가들에 대한 지원을 집중하고, 판매 등 단기적 성과 도출에 치중되기보다 근본적 경쟁력 향상에 기여할 수 있는 사업설계를 검토할 필요 - 민간 화량이나 이미 경력이 구축된 작가에게 지원이 향하지 않는지 점검하고, 대상자 선정에 대한 공정성을 확보하고 투명한 경쟁을 통해 자생력 확보 필요
<p>⑥ 공연예술 진흥 기반 조성 (지역문화 행사 등)</p>	<p>- 지역의 일회성 사업을 지원하는 것의 적절성 - 해외진출 사업의 경우 타켓팅의 문제</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 지역 문화행사의 자원부담은 지자체 부담을 원칙으로 할 필요 - 국내 동일지역에서 연례적으로 개최시 국비지원 지양 (예시 : 서울국제하모니카페스티벌) - 일시적 행사이거나 국제행사라 할지라도 중앙정부가 지원할 경우 일정 요건과 기준 마련 필요. - 공연예술 시장 활성화 기반 구축 등 해외 진출 지원사업의 경우 예술산업 경쟁력 제고 차원에서 타당성이 있으나, 장르별·기능별로 분산된 특성을 감안 재편이 필요 - 뮤지컬의 경우 투어, 라이선스 계약, 제작사/프로듀서의 해외 진출을 모두 포괄적으로 소액 지원할 것이 아니라 한국 뮤지컬의 우위를 극대화하는 방향으로 수단을 선정하고 지원할 필요(예시: 다수를 포괄적으로 소액 지원하기보다 소수를 집중 지원)

〈표 V-1〉의 계속

사업명	평가내용	정책 제언
<p>7 예술인 창작 지원 안전망 (창작준비금)</p>	<p>- 창작준비금의 타겟팅 및 중복수혜의 문제, 창작지원정책으로서 적절성 등</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 창작준비금 사업의 정책목표가 복지정책과 창작활동지원이 혼재 - 고용보험 실업급여 수급자 수혜대상에서 제외 필요 - 소득인정기준을 기준중위소득 50% 이내(차상위계층)로 조정. 현실화 필요 - 소득인정기준에서 가구소득을 고려하는 기준을 다시 적용할 필요 - 원로예술인에 대한 우선적용제도는 폐지를 고려할 필요 - 수혜자의 책무성을 강화하기 위해 지원금 사용에 대한 사후정산 방안을 검토할 필요 - 일정 횟수 이상의 중복수혜를 금지하는 방안(예시: 격년제 수혜 → 10년간 3회)
<p>8 예술창작 지원</p>	<p>- 공모선정 대상자의 중복지원 문제</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 일정 정도 이상 중복 선정된다는 것은 수혜자가 해당 분야에서 우월성을 보여주는 것으로 해석, 이러한 경우 앞으로는 시장에서 민간의 지원을 모색하는 방향으로 유도할 필요 - 또한, 중복수혜자가 늘어날수록 신진예술인 등에 대한 기회가 줄어드는 문제가 생길 소지가 존재('18~22년 평균 2.33회 수혜, 개인 최대 9회 / 단체 최대 22회) - 중복수혜 횟수를 제한(예시: 최대 5회)하고 예술단체에 대한 지원을 축소하는 것이 필요
<p>9 예술창작활동 지원 (문학나눔보급)</p>	<p>- 세종도서 사업과 유사중복 문제</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문학나눔보급사업과 세종도서 사업의 재통합을 고려할 필요 - 또는 수요자(보급처)가 도서를 선정하는 방식으로 사업을 개편하여 '세종도서'와 차별화
<p>10 온라인미디어 예술 활동 지원</p>	<p>- 코로나19 팬데믹에 따른 한시 사업 성격('20년 추경)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 예술창작 프로젝트를 대상으로 하는 지원 중 코로나19 시기에 시작된 예술가에 대한 단순 창작기회 제공 성격의 사업은 삭감하고 장기적으로 문예위 창작 지원사업의 일부로 이관을 고려

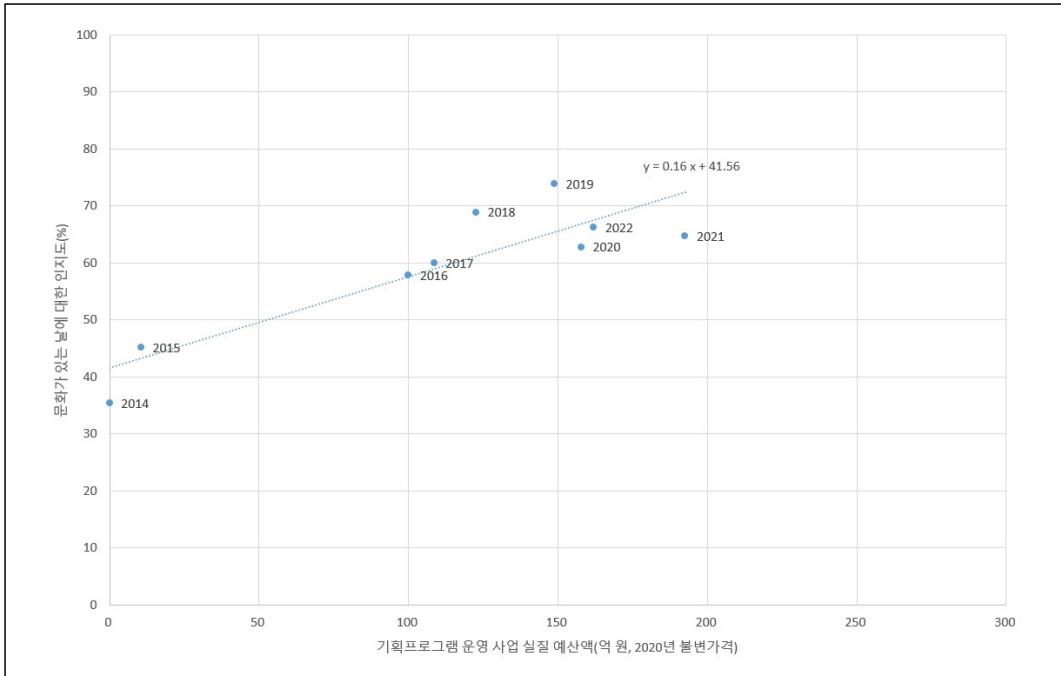
참고문헌

- 고영선·김정호, 『재정사업 심층평가 지침 제2판』, 한국개발연구원, 2007.
- 김문길, 「예술인 복지지원제도 관련 해외사례 검토와 시사점」, 『국제사회보장동향』, 2008년 가을, pp. 27~36.
- 김성식·전병훈·윤성임, 「창업지원정책이 창업성과에 미치는 영향에 관한 메타분석」, 『벤처창업연구』, 2020, 15(6), pp. 95~114.
- 김선영·이의신, 「공연예술산업의 유통부문 지원 개선방안」, 『한국산학기술학회 논문지』, 18(11), 2017, pp. 176~186.
- 김휘정, 「예술인 복지 지원의 쟁점과 입법 및 정책과제」, 『문화정책논총』, 제25집, 제2호, 2011.
- 박영정, 『청년문제에 대한 문화정책적 접근을 위한 기초연구』, 한국문화관광연구원, 2015.
- 박현·유경준·곽승준, 『문화시설의 가치추정 연구』, 한국개발연구원, 2004.
- 백정일·노수연, 「전통공연예술산업의 수익 다원화를 위한 해외시장진출 모델연구」, 『한국콘텐츠학회 논문지』, 21(1), 2021, pp. 55~65.
- 손윤석, 「예술인 복지법에 대한 평가와 개선방안」, 『법제논단』, 2015.
- 서우석·이경원, 「예술인 고용보험 도입의 정책적 이해: 예술인 복지정책과 고용보험 정책을 중심으로」, 『문화정책논총』, 제33집, 제1호, 2019.
- 양혜원(2015), 『문화가 있는 날 제도적 개선방안』, 한국문화관광연구원.
- 우석진·김인유·정지운, 「문화바우처가 저소득층 문화소비에 미치는 인과적 효과」, 『재정학연구』, 7(1), 2014, pp. 29~51.
- 원혜연·권혁인, 「한국 전통창작음악단체 복미 진출현황과 활성화 방안 연구」, 『한국콘텐츠학회논문지』, 22, 2022, pp. 180~190.
- 이규석 외, 『예술인 복지증진을 위한 정책연구』, 문화관광부, 2007.
- 장혜원·최병길, 「공연관광에 대한 자아일치성이 공연만족과 공연충성도에 미치는 영향: 제주 ‘난타’ 관람객을 중심으로」, 『관광연구저널』, 25(5), 2011, pp. 227~242.
- 전승훈·김진, 「가계 문화소비지출의 불평등 분석」, 『문화경제연구』, 19(3), 2016, pp. 3~28.
- 진현정·오현석·다라·김예슬, 「‘문화가 있는 날’ 영화 할인 혜택 효과 및 이용자 시장세분화 분석」, 『문화정책논총』, 34(2), 2020, pp. 159~189.
- 차민경·이정희, 『창작준비금 제도 발전방안 연구』, 한국문화관광연구원, 2021.
- 최보연, 『주요국 문화예술정책 최근 동향과 행정체계 분석연구』, 한국문화관광연구원, 2016.
- 한국예술인복지재단, 「프랑스 예술인 복지기관 탐방 1편: 예술가의 집」, 『예술인』, Vol. 28, 2018.

- Baumol, William J. and William G., Bowen. "On the performing arts: The anatomy of their economic problems," *American Economic Review*, 55(2), 1965, pp. 495~502.
- Barbieri, C., & Mahoney, E., "Cultural tourism behaviour and preferences among the live performing arts audience: an application of the univorous-omnivorous framework," *International Journal of Tourism Research*, 12(5), 2010, pp. 481~496.
- Cameron, S., "The supply and demand for cinema tickets: Some u.k. evidence," *Journal of Cultural Economics*, 10, 1968, pp. 38~62.
- Champarnaud, L., Ginsburgh, V., Michel, P., "Can public arts education replace arts subsidization?" *Journal of Cultural Economics*, 32, 2008, pp. 109~126.
- Cwi, David., "Public support of the arts: Three arguments examined," *Journal of Cultural Economics*, 4(2), 1980, pp. 39~62.
- Dewenter, R., Westermann, M., "Cinema demand in germany," *Journal of Cultural Economics* 29, 2005, pp. 213~231.
- Fernandez-Blanco, V., Banos-Pino, J., "Cinema demand in spain: A cointegration analysis," *Journal of Cultural Economics* 21, 1997, pp. 57~75.
- Fullerton, Don., "On justifications for public support of the arts," *Journal of Cultural Economics*, 15(2), 1991, pp. 67~82.
- Gong, J., Smith, M., Telang, R., "Substitution or promotion? The impact of price discounts on cross-channel sales of digital movies," *Journal of Retailing*, 91, 2015, pp. 343~357.
- Richards, G., "Designing creative places: The role of creative tourism," *Annals of tourism research*, 85, 2020, 102922.
- Throsby, David.(1994), "The production and consumption of the arts: A view of cultural economics," *Journal of Economic Literature*, Vol. 32, 1994, pp. 1~29.

부록

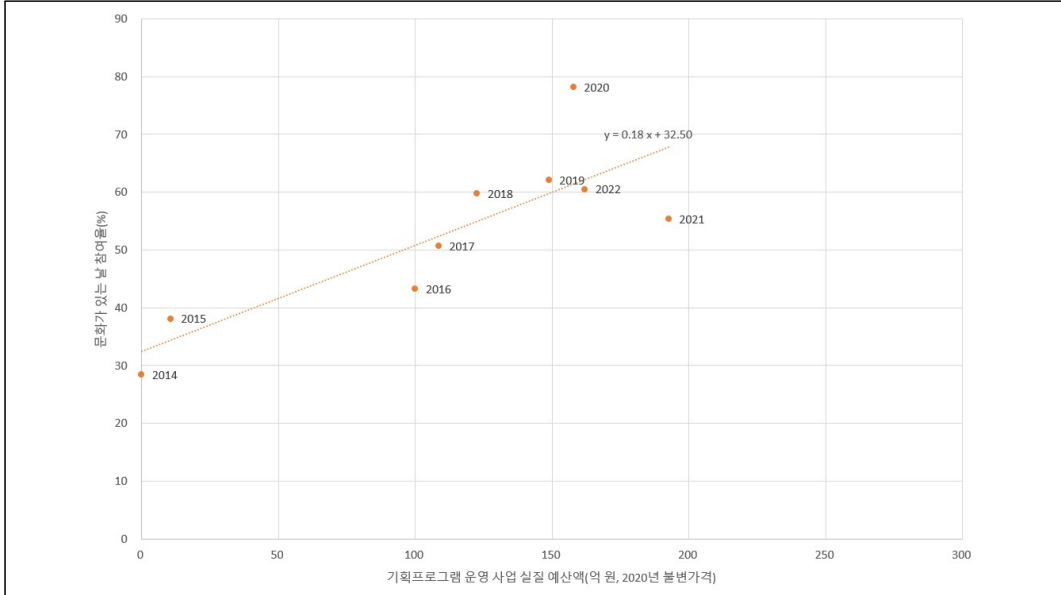
[부그림 1] 실질 예산액과 인지도, 2014~2021년



주: 점선은 선형 추세.

자료: 예산은 2023년 문화가 있는 날 기획사업 성과보고서, 전국소비자물가지수는 한국은행 경제통계시스템, 인지도는 2022년 문화가 있는 날 인지도조사 보고서를 참조.

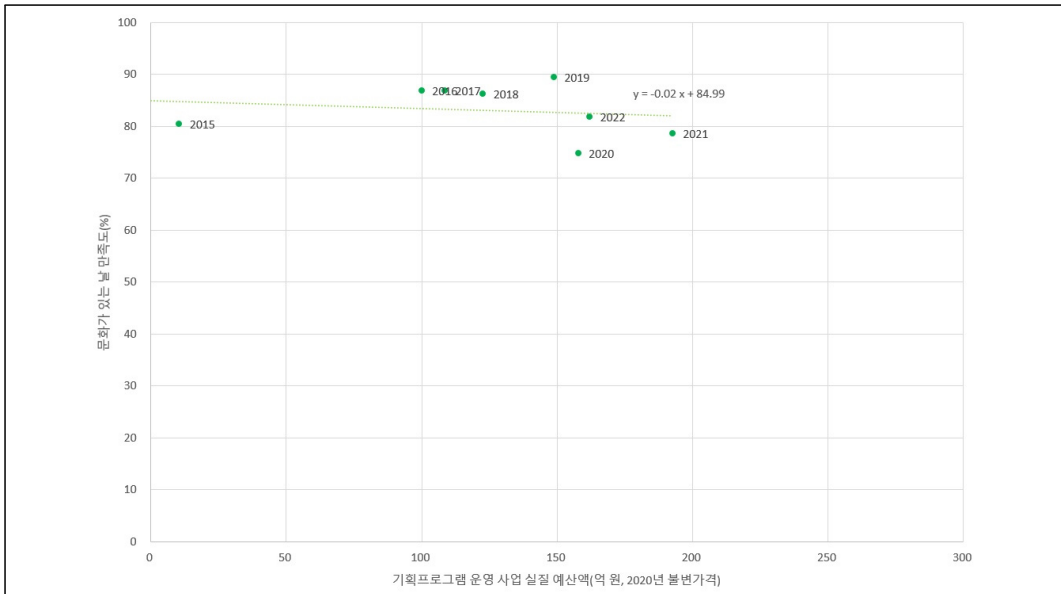
[부그림 2] 실질 예산액과 인지도 참여율, 2014~2021년



주: 점선은 선형 추세.

자료: 예산은 2023년 문화가 있는 날 기획사업 성과보고서, 전국소비자물가지수는 한국은행 경제통계시스템, 인지도는 2022년 문화가 있는 날 인지도조사 보고서를 참조.

[부그림 3] 실질 예산액과 참여자 만족도, 2014~2021년



주: 점선은 선형 추세.

자료: 예산은 2023년 문화가 있는 날 기획사업 성과보고서, 전국소비자물가지수는 한국은행 경제통계시스템, 인지도는 2022년 문화가 있는 날 인지도조사 보고서를 참조.