

발 간 등 록 번 호
11-1352000-001140-1 0

정책보고서 2017-

나눔실태 2016



고경환·장영식·이연희·고금지·안민영



보건복지부



【책임연구자】

고경환 한국보건사회연구원 선임연구위원

【주요저서】

복지재정·성과관리 체계 연구

한국보건사회연구원, 2017(공저)

사회복지법인의 재정운영실태와 제도개선방안

한국보건사회연구원, 2015(공저)

【공동연구진】

장영식 한국보건사회연구원 초빙연구위원

이연희 한국보건사회연구원 책임전문원

고금지 한국보건사회연구원 연구원

안민영 한국보건사회연구원 연구원

제출문 <

<

보건복지부 장관 귀하

본 보고서를 귀 부와 용역계약(2017. 5)한 「나눔실태 2016」 연구의 최종보고서로 제출합니다.

2017년 10월
한국보건사회연구원 원장
김 상 호

목 차

요 약	1
제1장 서 론	9
제1절 연구의 배경 및 목적	11
제2절 연구내용 및 방법	12
제2장 나눔통계 작성현황	15
제1절 기부통계	17
제2절 자원봉사 통계	26
제3절 생명나눔 통계	34
제4절 소결	36
제3장 국내 나눔실태와 나눔단체	49
제1절 기부	51
제2절 자원봉사활동	112
제3절 생명나눔	136
제4절 나눔단체	146
제5절 소결	149
제4장 나눔 실태 및 인식 현황 조사 결과	157
제1절 조사개요	159
제2절 기본 분석	165
제3절 소결	247
제5장 요약 및 정책적 함의	259

제1절 요약	261
제2절 정책적 함의	266
참고문헌	271
부록	272

표 목차

〈표 2-1〉 2016년 중견·중소기업 사회공헌활동 실태조사 주요 조사 내용	23
〈표 2-2〉 한국복지패널조사의 조사내용	24
〈표 2-3〉 2015년 기빙 인덱스 조사내용	26
〈표 2-4〉 2013년 및 2015년 개인기부 실태조사 조사방식 비교	26
〈표 2-5〉 청소년활동실태조사 조사내용	29
〈표 2-6〉 2014년 생활시간조사 조사항목	30
〈표 2-7〉 장기 등 이식 통계 연보 통계작성 체계	36
〈표 2-8〉 기부금 관련 국제통계연보 및 사회조사 기초자료 생산 특성 비교	37
〈표 2-9〉 기부 관련 보고통계 및 조사통계에 대한 메타정보 요약	40
〈표 2-10〉 자원봉사 관련 보고통계 및 조사통계에 대한 메타정보 요약	45
〈표 2-11〉 나눔 관련 기타 통계에 대한 메타정보 요약	49
〈표 3-1〉 만19세 이상의 주관적 소득수준별 분포	54
〈표 3-2〉 지역별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	60
〈표 3-3〉 개인과 법인의 기부금 신고 현황: 2006-2015	67
〈표 3-4〉 근로소득자의 기부금 신고 현황: 2007-2015	68
〈표 3-5〉 종합소득자의 기부금 신고 현황: 2007-2015	69
〈표 3-6〉 가구의 월평균 기부금 지출액(전국 2인 이상 가구 기준): 2011~2016	78
〈표 3-7〉 법인의 기부금 신고 현황: 2007-2015	101
〈표 3-8〉 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015	103
〈표 3-9〉 상장·비상장별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015	104
〈표 3-10〉 수입금액 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015	105
〈표 3-11〉 자산 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015	105
〈표 3-12〉 소득금액 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015	106
〈표 3-13〉 과세표준 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015	107
〈표 3-14〉 흑자법인 10분위별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015	107
〈표 3-15〉 업태별 기부금 신고현황: 2014-2015	108
〈표 3-16〉 보건업 법인 기부금 신고현황: 2007-2015	109
〈표 3-17〉 기업 분야별 사회공헌 지출 비율 추이: 2005-2015	112
〈표 3-18〉 연령대별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2006-2015	116

〈표 3-19〉 지역별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	120
〈표 3-20〉 분야별 자원봉사 활동현황: 2014-2016	127
〈표 3-21〉 관리센터 종류별 사회복지 자원봉사자 현황: 2015-2016	130
〈표 3-22〉 장기 등 이식 현황: 2011-2015	144
〈표 3-23〉 사업목적별 공익법인 가동 법인 수: 2010-2015	147
〈표 3-24〉 사업목적별 지역별 공익법인 가동 법인 수: 2015	148
〈표 4-1〉 조사 항목	160
〈표 4-2〉 표본설계	161
〈표 4-3〉 층별 응답자 수	163
〈표 4-4〉 응답자 특성 요약	164
〈표 4-5〉 최근 1년간 기부 경험 유무	167
〈표 4-6〉 최근 1년간 현금기부액	170
〈표 4-7〉 최근 1년간 기부 방법	173
〈표 4-8〉 기부를 하게 된 이유	176
〈표 4-9〉 기부를 하지 않은 이유	179
〈표 4-10〉 인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부 인지 여부	182
〈표 4-11〉 인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부 방법	185
〈표 4-12〉 기부 시 지정 항목	188
〈표 4-13〉 기부 시 지정 항목	191
〈표 4-14〉 기부한 금액의 사용처 인지 여부	194
〈표 4-15〉 기부한 금액의 사용처 인지 경로	197
〈표 4-16〉 향후 1년 이내 기부 의향	200
〈표 4-17〉 기부연금제도 가입 의향	203
〈표 4-18〉 처음 나눔 참여 시 우선 경험 활동	206
〈표 4-19〉 최근 1년간 자원봉사 경험 여부	209
〈표 4-20〉 최근 1년간 헌혈 경험 여부	212
〈표 4-21〉 최근 1년간 자원봉사/헌혈 경험 여부	215
〈표 4-22〉 자원봉사를 하게 된 이유	218
〈표 4-23〉 자원봉사를 하지 않은 이유	221
〈표 4-24〉 헌혈을 하게 된 이유	224
〈표 4-25〉 헌혈을 하지 않은 이유	227
〈표 4-26〉 향후 1년 이내 자원봉사 의향	230
〈표 4-27〉 향후 1년 이내 헌혈 의향	233
〈표 4-28〉 향후 1년 이내 자원봉사/헌혈 의향	236

〈표 4-29〉 최근 3년간 나눔 참여 현황	238
〈표 4-29〉 기부단체 선택 시 주요 고려 사항	240
〈표 4-30〉 기부 관련 단체/기관의 정보 공개에 대한 중요 정도	243
〈표 4-31〉 우리나라 기부 관련 단체/기관의 정보 공개 수행 정도	246
〈표 4-32〉 최근 3년간 나눔 참여 현황	258

그림 목차

[그림 3-1] 기부 참여율 추이(15세이상): 2006-2015	53
[그림 3-2] 현금 및 물품기부 참여율(15세 이상): 2011-2015	55
[그림 3-3] 성별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	56
[그림 3-4] 연령대별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	57
[그림 3-5] 교육정도별 기부 참여율(30세이상): 2011-2015	58
[그림 3-6] 직업별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	59
[그림 3-7] 가구소득별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	60
[그림 3-8] 기부경로별 현금기부 참여율(15세이상): 2011-2015	61
[그림 3-9] 정기적 현금기부 참여현황(15세이상): 2011-2015	62
[그림 3-10] 정기적 물품기부 참여현황(15세이상): 2011-2015	63
[그림 3-11] 생애 처음 나눔 참여시 자원봉사와 현금기부 중 먼저 경험한 것: 2016-2017	64
[그림 3-12] 현금기부 경험자의 현금기부액(19세 이상): 2016-2017	66
[그림 3-13] 기부금 규모의 변화추이: 2006-2015	67
[그림 3-14] 성별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2015	70
[그림 3-15] 연령대별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2015	71
[그림 3-16] 소득규모별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2015	72
[그림 3-17] 10분위분포별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2015	73
[그림 3-18] 소득규모별 결정세액이 있는 근로소득자의 1인당 신고 기부액: 2011-2015	74
[그림 3-19] 현금기부자의 평균 현금기부 참여 횟수(15세이상): 2011-2015	75
[그림 3-20] 평균 현금기부액(15세이상): 2011-2015	76
[그림 3-21] 평균 물품기부 참여 횟수(15세이상): 2011-2015	77
[그림 3-22] 기부하지 않은 이유(15세 이상): 2011-2015	79
[그림 3-23] 기부 대상 인지경로(15세 이상): 2011-2015	80
[그림 3-24] 기부경험자의 기부방법(중복응답)(19세 이상): 2016-2017	81

[그림 3-25] 인터넷, 핸드폰 또는 스마트기기 등을 사용하여 기부할 수 있는 사실에 대한 인지여부 (19세 이상): 2016-2017	82
[그림 3-26] 기부시 사용한 방법(인터넷, 핸드폰 또는 스마트기기 등)(19세 이상): 2016-2017	83
[그림 3-27] 기부 희망 분야(15세 이상): 2011-2015	84
[그림 3-28] 기부할 때 특정한 대상이나 사용처 등을 지정하는지 여부(19세 이상): 2016-7	85
[그림 3-29] 기부할 때 대상이나 사용처 등을 지정한다면 무엇을 지정하는지(19세 이상): 2016-2017	86
[그림 3-30] 기부한 금액에 대한 사용처를 알고 있는지 여부: 2016-2017	87
[그림 3-31] 기부 사용처를 알고 있는 경우 인지 경로: 2016-2017	88
[그림 3-32] 향후 기부 의사 및 유산 기부 의사(15세이상): 2011-2015	89
[그림 3-33] 기부문화 확산 필요사항(15세이상): 2011-2015	90
[그림 3-34] 기부금의 일부를 연금방식으로 되돌려 받는 기부연금제도가 있다면 가입의사 여부: 2016-2017	91
[그림 3-35] 정부의 나눔정책에 대해 알고 있는지 여부: 2016	92
[그림 3-36] 나눔문화 확산과 발전을 위해 정부가 해야 할 일(1순위): 2016	93
[그림 3-37] 기부 여부에 따른 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015	94
[그림 3-38] 기부 여부에 따른 주관적 만족감(15세이상): 2011-2015	95
[그림 3-39] 기부 여부에 따른 사회적 관계망(15세이상): 2011-2015	96
[그림 3-40] 기부 단체/기관 선정 시 고려사항: 2014-2016	98
[그림 3-41] 기부 단체/기관의 정보 공개의 중요성 인식도 정도: 2014-2016	99
[그림 3-42] 기부 단체/기관의 정보 공개 의무 수행 정도에 대한 인식: 2014-2016	100
[그림 3-43] 규모별 법인당 신고 기부액: 2011-2015	103
[그림 3-44] 상장·비상장별 법인당 신고 기부액: 2011-2015	104
[그림 3-45] 기업의 사회공헌 지출현황: 2005-2015	110
[그림 3-46] 기업의 운영방식별 지출현황: 2014-2015	111
[그림 3-47] 개인의 자원봉사활동 실태 파악 개요	113
[그림 3-48] 자원봉사활동 참여율(15세이상): 1999-2015	114
[그림 3-49] 성별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2006-2015	115
[그림 3-50] 교육정도별 자원봉사활동 참여율(30세이상): 2011-2015	117
[그림 3-51] 직업별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015	118
[그림 3-52] 가구소득별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015	119

[그림 3-53]	활동분야별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015	121
[그림 3-54]	전문성을 활용한 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015	122
[그림 3-55]	정기적 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015	123
[그림 3-56]	활동분야별 자원봉사활동 평균 참여횟수(15세이상): 2011-2015	124
[그림 3-57]	활동분야별 자원봉사활동 평균 참여시간(15세이상): 2011-2015	125
[그림 3-58]	자원봉사자 등록 및 활동 현황: 2008-2016	126
[그림 3-59]	분야별 자원봉사 활동 현황: 2016	128
[그림 3-60]	사회복지 자원봉사자 등록 및 활동 현황: 2009-2016	129
[그림 3-61]	관리센터 종류별 사회복지 자원봉사자 현황: 2015-2016	130
[그림 3-62]	사회복지 자원봉사자 총 봉사 횟수 및 평균 봉사 횟수: 2009-2016	131
[그림 3-63]	사회복지 자원봉사자 총 봉사 시간 및 평균 봉사 시간: 2009-2016	132
[그림 3-64]	자원봉사활동 인지경로(15세이상): 2015	133
[그림 3-65]	향후 자원봉사활동 의향(15세이상): 2011-2015	134
[그림 3-66]	자원봉사활동 여부에 따른 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	135
[그림 3-67]	자원봉사활동 여부에 따른 주관적 만족감(15세이상): 2011-2015	136
[그림 3-68]	자원봉사활동 여부에 따른 사회적 관계망(15세이상): 2011-2015	137
[그림 3-69]	총 헌혈실적 및 헌혈률: 2008-2016	138
[그림 3-70]	성별 헌혈실적: 2008-2016	139
[그림 3-71]	총 헌혈실적 및 평균 헌혈실적: 2010-2016	140
[그림 3-72]	개인과 단체의 헌혈실적 비율: 2005-2016	141
[그림 3-73]	연령별 헌혈실적 비율: 2009-2016	142
[그림 3-74]	기증형태별 장기 등 기증자 추이: 2009-2015	143
[그림 3-75]	기증형태별 장기 등 이식 추이: 2009-2015	144
[그림 3-76]	장기 등 이식 현황: 2015	145
[그림 3-77]	이식대기자 추이: 2009-2015	146
[그림 3-78]	장기 등 기증의사를 가진 자의 추이(누계): 2000-2015	146
[그림 3-79]	중앙정부 및 지방자치단체 비영리민간단체 등록 수: 2010-2016	149
[그림 4-1]	실사설계	161
[그림 4-2]	자료처리 절차	162
[그림 4-3]	기부 경험 유무	166
[그림 4-4]	최근 1년간 현금기부액	169
[그림 4-5]	최근 1년간 기부 방법	172
[그림 4-6]	기부를 하게 된 이유	175
[그림 4-7]	기부를 하지 않은 이유	178

[그림 4-8]	인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부 인지 여부	181
[그림 4-9]	인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부 방법	184
[그림 4-10]	기부 시 특정 대상이나 사용처 지정 여부	187
[그림 4-11]	기부 시 지정 항목	190
[그림 4-12]	기부한 금액의 사용처 인지 여부	193
[그림 4-13]	기부한 금액의 사용처 인지 경로	196
[그림 4-14]	향후 1년 이내 기부 의향	199
[그림 4-15]	기부연금제도 가입 의향	202
[그림 4-16]	처음 나눔 참여 시 우선 경험 활동	205
[그림 4-17]	최근 1년간 자원봉사 경험 여부	208
[그림 4-18]	최근 1년간 헌혈 경험 여부	211
[그림 4-19]	최근 1년간 자원봉사/헌혈 경험 여부	214
[그림 4-20]	자원봉사를 하게 된 이유	217
[그림 4-21]	자원봉사를 하지 않은 이유	220
[그림 4-22]	헌혈을 하게 된 이유	223
[그림 4-23]	헌혈을 하지 않은 이유	226
[그림 4-24]	향후 1년 이내 자원봉사 의향	229
[그림 4-25]	향후 1년 이내 헌혈 의향	232
[그림 4-26]	향후 1년 이내 자원봉사/헌혈 의향	235
[그림 4-27]	기부단체 선택 시 주요 고려 사항	239
[그림 4-28]	기부 관련 단체/기관의 정보 공개에 대한 중요 정도	242
[그림 4-29]	우리나라 기부 관련 단체/기관의 정보 공개 수행 정도	245
[그림 4-30]	기부 참여 경험 및 방법	248
[그림 4-31]	최근 1년간 기부 방법	249
[그림 4-32]	기부를 하게 된 가장 큰 이유	250
[그림 4-33]	기부를 하지 않은 이유	250
[그림 4-34]	인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부 인지 여부	251
[그림 4-35]	기부 시 특정 대상이나 사용처 지정 여부 및 지정 항목	252
[그림 4-36]	기부한 금액의 사용처 인지 여부 및 인지 경로	253
[그림 4-37]	향후 1년 이내 기부 의향	254
[그림 4-38]	기부연금제도 가입 의향	254
[그림 4-39]	처음 나눔 참여 시 우선 경험 활동	255
[그림 4-40]	자원봉사/헌혈 경험 및 향후 참여 의향	255
[그림 4-41]	자원봉사 참여 및 미참여 이유	256

[그림 4-42] 헌혈 참여 및 미참여 이유	257
[그림 4-44] 기부단체 선택 시 주요 고려 사항	258
[그림 4-45] 기부 관련 단체/기관의 정보 공개에 대한 중요 정도	259

1. 연구의 배경 및 목적

□ 우리사회는 점차 심화되는 경제사회적 불평등과 양극화로 복지에 대한 욕구가 점차 증대됨. 이러한 가운데 국가의 정책이 미치지 못하는 부문에 다양한 나눔활동이 제공되고 있으며 차츰 사회를 윤택하게 할 나눔의 공감대가 확산되고 있음. 기부와 자원봉사, 생명 나눔이 이에 해당하며 그 역할이 점차 중요해짐에 따라 실태파악이 필수적임.

□ 정부는 나눔 문화를 확산시키고 나눔 참여를 활성화하기 위해 나눔 전반의 규모 및 특성 등 실태에 대한 종합적 파악을 위하여 2013년부터 매년 나눔 실태 연구를 실시하고 있음. 본 연구는 기존 연구와의 연계를 통하여 나눔 현황을 제대로 파악하고 향후 정책추진 방향을 도출하는 데 연구 목적을 둠. 이를 위하여 본 연구에서는 현재 가용한 통계자료를 활용하여 국내 나눔 전반의 실태를 파악하고 추가적으로 나눔에 관한 국민인식을 조사하고자 함.

2. 주요 연구결과

1) 나눔통계 작성 현황

□ 기부, 자원봉사, 생명나눔의 메타데이터와 구성 요소

- 기부와 관련된 메타데이터는 국세통계연보, 사회조사, 가계동향조사, 기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사, 중견·중소기업의 사회공헌활동에 관한 조사, 한국복지패널조사, 기빙인텍스, 식품기부 등에 관하여 구축함.
- 자원봉사와 관련된 메타데이터는 사회조사, 청소년활동 실태 및 요구조사, 생활시간조사, 기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사, 중견·중소기업의 사회공헌활동에 관한 조사, 사회복지자원봉사 통계연보, 1365 자원봉사통계, 기타 자원봉사통계 등에 관하여 구축함.
- 생명나눔과 관련된 메타데이터는 혈액사업통계연보, 장기등 이식통계연보 등에 관하여 구축함.
- 메타데이터의 구성 요소는 통계명, 통계목적, 작성기관, 작성유형, 보고·조사 대상, 보고·조사 규모, 조사 주기, 조사 방식, 승인통계여부, 통계활용분야, 조사항목, 생산통계, 통계특성 등의 정보를 포함

2) 기부

- 기부참여율은 2006년 이후 점차 증가하였으나, 2011년 이후로는 다소 감소. 기부자의 특성별 기부참여로는 각각 남성, 40대, 고학력자, 고소득자가 특성 집단별로 가장 높은 기부참여율을 보여줌.
- 2015년 기부참여율은 2013년 보다 4.7% 포인트 낮아진 29.8%을 나타냄.
- 15세 이상의 개인 기부는 2015년 남자가 30.7%, 여자가 28.9%, 연령별로는 40대가 38.3%로 가장 높고, 그 다음으로는 50대가 34.6%, 30대가 32.2%, 10대(15~19세)가 30.5%, 60대 이상이 22.0%, 그리고 20대가 20.8% 순으로 나타남.
- 30세 이상 인구의 교육정도별로 기부 참여율은 대졸이상이 46.5%로 가

장 높았으며, 뒤이어 고졸이 27.9%, 중졸이 20.5%, 초졸이하가 13.1% 순으로 나타남. 직업별로는 전문관리직이 49.9%로 가장 높았으며, 농·어업직은 가장 낮은 21.6%를 나타냄.

- 가구소득별 기부 참여율은 소득이 가장 높은 집단은 66.5%의 참여율을 보여준 700만원 이상 집단이었으며, 가장 낮은 100만원 미만 층은 15.2%의 참여율을 보여줌.

□ 2015년 총 기부규모는 12조 7,110억 원이며, 2015년 현금 기부자의 평균 기부횟수는 7.8회

- 2015년 기부규모는 근로소득자가 5조 4,083억 원, 종합소득자가 2조 5,245억 원, 법인이 4조 7,782억 원으로 총 12조 7,110억 원.

- 기부금 공제유형이 2014년부터 세액공제기부금과 소득공제기부금으로 변경되었으며, 2015년의 기부금이 2014년에 비하여 869억 원이 증가

□ 2015년에 기부에 참여하지 않은 사람들의 가장 큰 미참여 이유는 경제적 여유가 없어서

□ 삶에 대한 만족감은 기부참여자가 미참여자보다 높아

- 2015년 전반적인 삶에 대한 만족도는 기부참여자의 45.6%의 만족도를 보여주었으며, 기부 미참여 그룹은 27.1%만이 만족.

- 기부참여자의 사회적 관계망이 기부미참여자보다 높은 것으로 나타남. 집안일을 부탁할 사람이 있는 경우는 기부참여자가 80.6%, 미참여자는 75.2%였으며, 돈을 빌릴수 있는 사람이 있는지에 대해서는 기부참여자의 57.1%, 미참여자의 46.8%가 있다고 응답.

□ 기부금액 및 기부기관의 투명한 운영이 중요

- 2015년에 기부를 하기 위해 참여할 단체/기관을 찾을 때 가장 중요하게 생각하는 점은 기부경험이 있는 사람의 경우 59.0%, 기부경험이 없는 사

람의 경우 60.2%로 모두 기부금액의 투명한 운영을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타남.

○ 또한 2016년 기부문화 활성화를 위한 사항에서도 기부경험자 및 기부 무경험자 모두 기부 단체/기관의 정보공개가 중요하다고 생각

□ 기업의 기부참여는 참여수와 기부금 모두에서 증가

○ 2015년 기부금 공제 신고법인수는 59만 1,694개, 기부금 총액은 4조 7,782억원, 법정·특례기부금은 2조 235억원, 지정기부금은 2조 7,547억원

3) 자원봉사활동

□ 2015년 자원봉사활동 참여율은 연령별로는 15~19세가 가장 높고, 지역별로는 제주가 가장 높고, 인천이 가장 낮음

○ 자원봉사활동참여율은 15세 이상 인구 중 1999년 13.0%였으나 이후 점차 높아져 2009년에는 19.3%으로 상승하였으나 2015년에는 16.3%로 나타나 2009년 이후 점차 감소하고 있음.

○ 남녀별 자원봉사활동 참여율은 큰 차이를 보이지 않음. 2015년에는 여자가 남자보다 1.2% 높은 16.9%의 자원봉사활동 참여율을 나타냄. 연령별로는 2015년의 경우 15~19세의 참여율이 71.1%로 가장 높으며, 60세 이상은 가장 낮은 7.8%의 참여율을 나타냄. 지역별 자원봉사활동 참여율을 살펴보면 제주가 22.6%로 가장 높고 인천이 13.6%로 가장 낮음(통계청, 사회조사 원자료, 각년도).

□ 2007년 이후 행정자치부 및 보건복지부의 자원봉사자 등록자수는 증가

○ 행정자치부의 자원봉사센터 현황 자료를 통한 자원봉사자 등록 및 활동 현황을 살펴보면 등록자원봉사자수는 2008년 439만 7천명에서 2016년

에는 1,102만 4천명으로 증가하였음.

- 연간 1회이상 활동 자원봉사자수는 2008년 142만 7천명에서 2016년에는 459만 명으로 증가함.
- 2016년 활동자원봉사자는 등록 자원봉사자의 41.6%로 2008년의 32.4%에 비하여 9.2% 포인트가 증가함 (행정자치부, 2016년 자원봉사센터 현황, 2016).

□ 자원봉사활동 인지경로는 직장/학교를 통하여서가 가장 높음

- 2015년 자원봉사활동 인지경로를 살펴보면 63.6%가 직장/학교를 통하여 활동한 단체 등을 알게 되었으며, 가족/친구 및 동료의 권유로 알게된 경우는 14.3%, 자원봉사 중간 연계기관을 통하여 알게된 경우는 10.8%로 나타남(통계청, 사회조사 원자료).

□ 향후 자원봉사활동 의향은 점차 낮아져

- 향후 자원봉사활동 의향은 2011년 44.5%에서 2013년에는 42.1% 그리고 2015년에는 36.1%로 감소하였음(통계청, 사회조사 원자료).

□ 자원봉사활동 참여자가 기부참여에도 적극적

- 2015년 자원봉사활동 참여 여부별 기부참여 정도는 자원봉사활동 참여자는 55.1%가 기부에 참여하였으나 자원봉사활동 미참여자는 24.9%만이 기부에 참여하여, 자원봉사활동 참여자가 미참여자보다 기부에 더 적극적으로 참여하고 있는 것으로 나타남(통계청, 사회조사 원자료).

4) 생명나눔

□ 헌혈실적 및 헌혈률은 서서히 증가함

○ 22008년 234만 7천 건에서 점차 증가하여 2015년에는 308만 3천 건에 이르렀으나 2016년에는 21만 7천 건이 적은 286만 6천 건을 기록해 전년도에 비해 7.0% 감소함.

○ 헌혈실적에 따른 헌혈률은 2008년 4.8%에서 점차 증가하여 2015년에는 6.1%에 이르렀으나 2016년에는 5.6%로 감소함(대한적십자사, 2016 혈액사업통계연보, 2017).

□ 뇌사자의 장기기증은 증가하고 생존자와 사후장기기증은 감소함

○ 생존자의 장기기증은 2009년 1,689명에서 점차 증가하여 2012년에는 2,046명에 이르렀으나 2013년에는 이보다 감소하여 1,924명을 기록하였다. 그리고 점차 증가하여 2015년에는 2001명이 장기를 기증한 것으로 나타남.

○ 뇌사자의 장기기증은 2009년 261명에서 점차 증가하여 2013년에는 416명, 2015년 501명으로 증가함.

○ 사사후장기기증자는 2009년 193명에서 이후 점차 감소하여 2013년에는 82명, 2015년에는 63명으로 감소함(보건복지부, 질병관리본부 장기이식관리센터, 장기이식통계연보, 2016).

5) 비영리단체

□ 중앙정부와 지방자치단체에 등록된 비영리민간단체의 수는 꾸준히 증가함

○ 2015년 기준 공익법인의 수는 34,743개로 이 중 종교법인이 52.9%로 가장 높은 비율을 나타냄.

○ 중앙정부에 등록된 비영리민간단체 수는 2010년 1,092개에서 2016년에

는 1,561개로 42.9%가 증가함. 지방자치단체에 등록된 비영리민간단체 수도 2010년 8,511개에서 2016년에는 11,865개로 꾸준히 증가함(국세청, 국세통계연보, 2016).

6) 나눔실태 및 인식현황 조사

□ 중앙정부와 지방자치단체에 등록된 비영리민간단체의 수는 꾸준히 증가함

○ 주요 문항 결과

구분	사례 수	기부 참여율	자원봉사 참여율	헌혈참여율	나눔참여율
2015년	1,023 명	50.7%	—	—	60.7%
2016년	2,038 명	52.7%	30.4%	16.6%	67.0%
2017년	1,263 명	53.3%	31.5%	13.6%	66.6%
GAP (2017년 -2016년)	—	+0.6%p	+1.1%p	-3.0%p	-0.4%p

주 1) 표본오차: 2016년 : $\pm 2.2\%$ (95%신뢰수준), 2017년 : $\pm 2.8\%$ (95%신뢰수준)

2) 나눔참여율은 최근 1년간 최근 1년간 한 번이라도 기부나 자원봉사 또는 헌혈한 나눔 참여경험이 있는 사람의 비율임.

○ 최근 3년간 나눔 참여율은 2015년 60.7%에서 2017년 66.6%로 상승함

○ 그러나 최근 1년간 나눔 참여율은 0.4%p 하락함

3. 정책적 함의

□ 통계생산 측면에서, 나눔 개별통계에 대해 메타정보의 지속적 업데이트가 필요하며 신규 나눔 통계 작성을 위해서는 관련기관 간 협업과 긴밀한 협력이 요구됨

□ 나눔활성화 측면에서 기부자가 공감하고 사회적 임팩트가 있는 모금기획, 지속적이며 다양한 방법으로 기부자 발굴 노력이 요구됨. 또한 활동자원봉사자 제고를 위하여 자원봉사자가 가진 재능과 특성, 조건에 적합한 봉사대

상자를 연결시켜주는 자원봉사 매칭 프로토콜의 개발이 뒤따라야 함

제 1 장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

제2절 연구내용 및 방법

제1절 연구의 배경 및 목적

우리사회는 점차 심화되는 경제사회적 불평등과 양극화로 복지에 대한 욕구가 점차 증대하고 있다. 이러한 가운데 국가의 정책이 미치지 못하는 부문에 다양한 나눔활동이 제공되고 있다. 차츰 사회를 윤택하게 할 나눔의 공감대가 확산되고 있다. 바로 기부와 자원봉사, 생명 나눔 들이다.

최근 우리나라의 나눔 현황을 살펴보면 기부금은 지속적으로 증가하고 있다. 통계청의 국세통계연보에 따르면 기부총액은 '11년 11조1천5백억원에서 '14년 11조9천9백억원으로 증가하였고, 현금기부 참여자 1인당 평균 참여횟수도 '11년 6.2회에서 '15년 7.8회로 1.6회 증가한 것으로 나타났다.

나눔의 참여율은 장기적 관점에서는 꾸준히 증가하고 있으나, 최근 시점에서는 다소 감소 추세에 있다. 통계청의 사회조사에 의하면 15세 이상의 기부참여율은 '11년 36.0%인 반면 '15년은 29.8%로 6.2p 감소함을 보여 준다. 또한 동일 시기의 자원봉사참여율은 '11년 17.6%이나 '15년은 16.3%로 1.3p 감소하였다.

정부는 나눔 문화를 확산시키고 나눔 참여를 활성화하기 위해 나눔 전반의 규모 및 특성 등 실태에 대한 종합적 파악을 위하여 2013년부터 매년 실태조사 실시하고 있다. 2014년에는 통계청이 「국내 나눔실태 2013」을, 2015년과 2016년에는 보건복지부와 한국보건사회연구원이 「나눔실태 2014, 2015」를 연구하였다. 또한 연속의 관점에서 현행 실태와 국민의 인식변화를 살펴보기 위해 '나눔실태 2016'을 실시한다. 따라서 본 연구는 기존 연구와의 연계성을 통하여 나눔 현황을 제대로 파악하고 향후 정책추진 방향을 도출하는 데 연구 목적을 두었다. 즉 현재 정책 수립의 기본 체계를 살펴보고 앞으로 나눔활성화 및 지원에 관한 제도마련에 체계적 자료를 제공하게 된다.

이를 위하여 본 연구에서는 현재 가용한 통계자료를 활용하여 국내 나눔 전반의 실태를 파악하고 국민인식을 조사하고자 한다.

본 보고서는 관계전문가의 연구 활동은 물론 나눔문화 활성화의 기반조성에 널리 활용될 수 있을 것으로 기대한다.

제2절 연구내용 및 방법

1. 연구내용

지속 연구과제인 ‘나눔실태 2016’의 연구내용은 크게 네 가지로 요약할 수 있다. 이를 구체적으로 살펴보면, 첫째 나눔통계의 작성 현황과 개선사항을 모색한다. 나눔 통계의 대상은 기부, 자원봉사, 그리고 생명나눔 및 비영리단체 관련 통계이며 검토기준은 정부 및 산하기관이 전국 대상으로 작성하는 주요 승인통계에 둔다. 검토사항으로는 작성기관, 자료수집방법, 작성대상, 작성내용, 생성 통계 간 유기적 연계 및 활용 방안 등 이다. 자료는 행정자료와 설문조사로 구성되며 작성대상은 참여자(개인/기업), 비영리단체이다. 개선사항으로는 민간단체에서 작성하는 통계 현황 파악과 정책 방향 수립을 위한 통계 목록 등이다.

둘째, 현재 가용한 주요 나눔통계를 활용하여 나눔과 이를 매개하는 비영리단체의 현황 및 특성 등 실태에 대한 종합적 나눔실태를 파악한다. 조사영역은 인적나눔(자원봉사), 물적나눔(현금·현물기부), 그리고 생명나눔(헌혈·장기기증)으로 설정한다. 조사대상은 기부와 자원봉사에 대해서는 각각 참여자(개인, 기업)별로 하고, 생명나눔은 헌혈과 장기기증으로 한다. 대상을 세부적으로 살펴보면 개인은 인구사회특성, 소득계층, 지역별 실태 분석을, 기업은 기업의 규모, 업태별 사회공헌활동의 실태 분석을, 그리고 비영리단체는 업종별·사업목적별·지역별 공익법인 현황 등의 실태를 살펴본다. 아울러 ‘나눔활성화 및 지원에 관한 법률’ 입법 지원 등을 고려하여 나눔 실태조사 체계, 방법, 주요 내용 등에 대해 제언을 한다.

셋째, 나눔(모금)에 대한 국민의 기본의식과 제도개선 사항을 도출하고자 조사를 실시한다. 전국거주 만 19세 이상 70세 미만 성인 남녀 1,200명을 대상으로 컴퓨터를 활용한 전화조사(CATI)를 한다.

넷째, 수집·분석된 통계 등을 바탕으로 정책적 시사점을 도출한다. 나눔의 전반적 동향과 흐름에 대한 분석을 통해 민관의 효율적인 나눔 방향 및 유기적 연계 방안 등을 제시한다.

2. 연구방법

본 연구의 연구방법은 크게 3가지로 분류 할 수 있다. 먼저 나눔 관련 국내외 문헌 검토 및 통계자료 검토이다. 문헌은 나눔통계 조사 관련 국내외 문헌을 검토하며 통계자료는 나눔과 이를 매개하는 비영리단체에 대한 국내 통계의 검토이다.

다음 일반국민을 대상으로 나눔 의식과 제도개선 사항을 조사한다. 조사는 조사전문기관에 조사용역을 주어 실시한다. 분석결과와 전문가 자문을 바탕으로 나눔통계 발전방향과 나눔활성화 시사점을 제시한다.

끝으로 정부와 비영리단체 및 학계전문가로 구성된 전문가 자문회의의 실시이다. 연구진행 단계별로 주기적 운영을 통해 연구 추진계획의 적절성, 연구진행에서 발생되는 검토사항을 논의한다.

제 2 장

나눔통계 작성 현황

제1절 기부 통계

제2절 자원봉사 통계

제3절 생명나눔 통계

제4절 소결

본 장은 나눔과 관련된 통계 작성현황을 살펴보되 2015년에 제시한 나눔통계 작성현황을 중심으로 2015년 이후 변경된 최신 정보로 업데이트하는 것과 나눔과 관련된 신규 통계작성 현황을 살펴보고자 한다.

제1절 기부 통계

1. 국세통계연보

국세청은 국세행정에 대한 국민들의 이해와 조세정책 수립 및 연구를 지원하기 위해 매년 국세통계연보를 발간하고 있다¹⁾. 국세청은 총 418개의 국세통계 항목을 작성하여 「2016년 국세통계연보」를 2017년 1월에 발간하였다. 분야별로는 징수(세수) 22개, 법인세 60개, 소득세 33개, 부가세 77개, 원천세 30개, 양도세 31개, 상속·증여세 25개 등으로 구성되어 있다. 특히 국민에게 유용한 22개 항목을 신규로 발굴하여 공개하였고, 11개 통계는 기존 통계를 세분화하여 공개하였다. 「2016년 국세통계연보」에서 신규로 공개하는 국세통계는 (징수 및 기타) 고액채납자 출국금지 현황, 외국인 근로자 국가별 현황, 주소지별·연령별·가구유형별 근로·자녀장려금 신고 현황, (세적 및 개인) 연령별·업태별·가동사업자 현황, 지역별·업태별 신규사업자 현황, 근로소득자의 종합소득세 신고 현황, (법인) 총 부담세액 10분위 신고 현황, 중소기업 과세표준 규모별 신고 현황, 창업벤처중소기업 세액감면 신고 현황 등이다. 한편 국세청은 주요한 국세통계 126개를 국세통계연보 발간 전에 미리 공개하고 있다.

1) 국세청 공식 블로그 <http://blog.naver.com/ntscafe>

국세통계에서 제공하는 나눔과 관련된 기부금은 개인과 법인이 소득공제 신청을 위해 자발적으로 신고한 금액을 의미한다.

국세통계연보를 통해 생산 가능한 기부통계는 개인의 경우 기부인원 및 금액에 대하여 성별, 연령별, 조합소득규모별, 10분위분포 등이 있다.

법인인 경우는 법인규모별, 상장·비상장, 업태별, 수입금액 규모별, 자산규모별, 소득금액 규모별, 과세표준 규모별, 흑자법인 10분위, 결손법인 등으로 구분하여 신고법인 수 및 기부금액 통계를 생산하고 있다. 특히, 기부금은 법정·특례기부금과 지정기부금으로 구분하여 앞에서 기술한 통계 종류별로 파악이 가능하다. 이 외에도 국세통계연보는 아래에서 나열한 통계도 제공하고 있다.

- 종합소득규모별·성별·연령별 기부금액 및 기부인원
- 과세표준액규모별 기부금액 및 기부인원, 기부정치자금
- 과세표준규모별, 연도별 기부정치자금 인원 및 금액
- 사업소득의 기부금(이월금)에 대해 지역별, 연령별, 성별

2. 사회조사

사회조사는 통계청이 사회적 관심사항과 삶의 질에 관한 사항 등 사회구성원의 주관적 관심사를 파악하여 사회개발정책의 기초자료를 제공하는데 조사목적 을 두고 있다. 사회조사는 매년 전국에 있는 18,000여 가구를 표본 추출하여 표본가구 내 상주하는 만13세 이상인 자, 약 37,000여명을 대상으로 실시한다. 그러나 사회조사가 매년 실시되기는 하지만 조사의 특성상 기본항목(성별, 연령, 교육정도 등)과 가족, 보건, 복지, 교육, 사회참여, 노동, 문화와 여가, 소득과 소비, 환경, 안전 등 10개 부문을 2년 주기로 5개 부문씩 선정하여 조사하는 방식이기 때문에 동일한 부문의 조사는 실질적으로 2년 주기로 통계를 생산하고 있다고 볼 수 있다. 사회조사의 표본설계방법을 보면, 목표모집단은 조사시점 기준 전국에 거주하는 만13세 이상 모든 가구원이며, 조사모집단은 조사가 곤란한 섬, 기숙시설, 특수사회시설에 거주하는 사람을 제외한 일반가구의 만 13세 이상이다.

2017년 사회조사는 복지, 사회참여, 문화와 여가, 소득과 소비, 노동 부문 등의 74개 항목을 조사한다. 2017년 사회조사는 전국 25,704 표본가구 내 상주하는

만 13세 이상 가구원 약 38,600명을 대상으로 조사기간 2016.5.15.~6.2(18일) 동안 조사를 진행하였다. 조사결과는 2017년 12월에 발표할 예정이다. 특히, 2017년도 조사는 기부관련 통계를 생산하는 항목이 포함된 사회참여 부문이 들어있다.

사회조사에서 기부에 대한 조작적 정의는 ‘직접 관계없는 개인이나 단체에 대하여 현금 또는 물품을 대가 없이 자발적으로 제공하는 것’으로 개념화하고 있다. 기부에서 제외되는 것에는 1) 친구·친척·직장동료 등에 대한 경조사비, 각종 회비, 2) 일반적인 종교단체 운영목적인 현금, 십일조, 보시, 시주 및 성당건축 후원, 건축헌금 등, 3) 선거, 정치단체, 정치인을 위한 정치적 후원금, 4) 헌혈, 장기기부 등 생명나눔 기부, 5) 온라인상 이루어지는 포인트 기부, 6) 대형마트에서 제품 구입 후 영수증을 함에 넣은 경우, 7) 헌옷 수거함에 옷을 넣은 경우 등이 사회조사에서 제시되고 있다. 사회조사는 지난 1년 동안 행해진 개인의 기부행위를 조사한다. 사회조사의 기부에 관한 질문은 기부 여부, 기부 내용, 기부의 정기성, 기부 희망 분야, 기부 대상 인지 경로, 향후 기부 의사, 유산 기부 의사, 기부 문화 확산 등 8개 문항이다. 사회조사의 기부 문항은 개인의 인구학적·사회경제적 특성에 따라 기부행태 및 실태의 분석이 가능하다.

3. 가계동향조사

가계동향조사는 통계청이 가구의 생활수준실태와 그 변동사항을 파악하기 위해서 가계의 수입과 지출을 조사하여 국민소비수준의 변화를 측정 및 분석하는 조사이다.

가계동향조사는 과거 가계수지 통계에서 소득통계와 지출통계가 분리되어 지출통계는 연간 주기로 작성하고 소득통계는 분기로 작성하고 있다. 특히 2017년부터 가계지출 통계로 특화되어 연간 주기의 공표 통계로 개편하였다.

가계동향조사의 조사항목은 크게 가구실태와 소득 및 지출 등 가계수지로 구분된다. 가구실태에 관한 항목은 가구주와의 관계, 성별, 연령, 교육정도, 취업여부, 산업, 직업, 따로 살고 있는 배우자와 미혼자녀, 무직가구의 주된 수입원, 거주구분, 자동차보유, 주거에 관한 사항, 사용면적, 주택소유여부 등이며, 가계수

지에 관한 항목은 가구주소득, 배우자 또는 기타가구원 소득, 식료품·비주류음료, 주류·담배, 의류·신발, 주거·수도·광열, 가정용품·가서비스, 보건, 교통, 오락·문화, 교육, 음식·숙박, 기타 상품·서비스 등 소비지출뿐만 아니라 조세, 연금, 사회보험료, 이자비용, 가구 간 이전 등 비소비지출도 포함한다.

나눔과 관련된 조사항목은 비소비지출에 해당하는 비영리단체로 이전, 가구 간 이전 항목으로써 이 항목들의 지출액을 통해 가구의 평균 기부액을 파악할 수 있다.

4. 기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사²⁾

기업 및 기업재단 사회공헌활동조사는 기업 및 기업재단의 사회공헌 현황에 대한 조사, 분석을 통해 사회공헌활동의 실상을 종합적으로 파악하여 향후 바람직한 사회공헌 활동 방향을 모색하는데 목적이 있다. 기업의 사회공헌활동조사는 매출액 상위 500대 기업 및 전국경제인연합회 회원사 등 총 600개 기업을 대상으로 하며, 조사주기는 1년 단위로 실시된다.

기업 사회공헌활동에 대한 조사내용은 기업의 사회공헌 규모, 사회봉사 실적 및 제도, 사회공헌 추진을 위한 사내제도, 대표 프로그램 현황, 사회공헌 인식조사 등이다. 한편, 재단에 대한 조사내용은 기업재단의 일반 현황, 자산 현황, 사회공헌활동 현황 및 추이 등을 포함한다.

기업의 사회공헌비용은 운영방식에 따라 자율 프로그램과 간접 프로그램으로 구분된다. 이 때 자율 프로그램은 자체사업과 파트너십으로 나뉘는데, 자체사업은 외부 공익법인을 거치지 않고 기업이 단독으로 운영하는 공익사업에 투입된 예산이며, 파트너십은 다양한 내부자원을 투입, NPO 등과 협업을 통해 진행하는 사업에 지출한 비용이다. 간접 프로그램은 외부의 기존 프로그램에 대한 후원·협찬, 일반적 재해구호금과 같은 비지정성 기부금 등을 의미하는데, 기업의 사회공헌비용은 자율 프로그램과 간접 프로그램에 지출한 비용이 합쳐진 금액을 말한다.

2) 「2016년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서」를 요약 정리한 것임.

다.

기업의 사회공헌활동조사를 통해 생산하고 있는 통계는 사회공헌 총 지출규모, 대상별·운영방식별 기부금에 대한 지출비용, 세전이익·매출액 대비 사회공헌 지출 현황, 운영방식별 기부금 처리 현황, 비현금성 사회공헌활동에 대한 실적 등이 있다. 기업재단 대상의 사회공헌활동조사에서 생산되는 통계는 사회복지, 의료보건 등 12개 분야별 사업비 지출액 규모 등이 있다.

가장 최근에 작성된 기업 사회공헌 지출 통계는 2015년 한 해 동안 기업이 사회공헌 활동을 했던 내용을 조사한 ‘2015년 기업 사회공헌 활동 실태조사’이다. 본 조사에 응답한 기업 수는 모집단 600개 기업 중 42.5%인 255개사이며, 조사 기간은 2016년 6~8월이고, 기업 재단은 조사대상 86개 재단 중 62개 재단이 응답하였다. 본 조사를 통해 작성된 통계는 「2016년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서」를 통해 제시하고 있다.

5. 중견·중소기업의 사회공헌 활동에 관한 조사³⁾

중견·중소기업의 사회공헌 활동에 관한 조사는 중견·중소기업들의 사회공헌 현황에 대한 조사·분석을 통해 국내 중견·중소기업의 사회공헌 실태를 파악하여 사회공헌활동을 지원하는 기초자료를 구축하는데 목적이 있다. 조사대상은 우리나라의 매출 상위 501~1,100위 총 600개 중견·중소기업이다. 조사는 1년 단위로 실시된다.

2016년 조사는 전화, 이메일, 팩스 등 다양한 조사방법을 활용하여 9월 5일~9월 30일(4주간) 동안 실시한 결과 234개 기업이 응답하였다.

본 조사의 조사내용은 기업의 일반현황, 사회공헌활동 현황, 사회공헌 비용, 사회공헌 활동 관련 문항, 대표 사회공헌 활동 사례 등으로 구성되었다. 여기서 사회공헌 비용은 직접사업 비용과 기부금으로 구분하는데, 직접사업 비용에는 직접 운영 사회공헌 프로그램 비용과 임직원 자원봉사 경비가 속하며, 기부금은 사회공헌 활동의 목적으로 현금, 현물, 시설 등의 형태로 지출하는 비용을 말한다(표

3) 「2016 중견·중소기업 사회공헌 백서」를 정리 요약한 것임.

2-2 참조).

중견·중소기업대상 사회공헌활동조사를 통해 생산되고 있는 기부관련 통계는 분야별 사회공헌활동 지출현황, 분야별 기부현황, 사회공헌비용, 매출액 기준 사회공헌 비용, 업종·임직원수·사회공헌 총액에 따른 기부금, 현금·현물·시설 기부 등이다.

〈표 2-1〉 2016년 중견·중소기업 사회공헌활동 실태조사 주요 조사 내용

구분	내용
응답자 특성	- 기업 정보(기업명, 대표자명, 주소 등) - 응답자 정보(이름, 소속 부서, 직위, 이메일, 연락처, 팩스 등)
일반 현황	- 업종, 임직원 수, 매출액, 당기순이익(2015년 기준)
사회공헌활동 실시 현황	- 사회공헌활동 수행 여부 및 유형 - 사회공헌활동 전담부서 및 전담자 유무 - 사회공헌활동 비용 및 증감 비용 - 임직원 자원봉사단 활동 여부 • 봉사단 규모, 연간 봉사활동 횟수, 1명당 연간 평균 봉사활동 시간 • 활동 중이거나 관심 있는 사회공헌(자원봉사)분야 - 사회공헌 비용
사회공헌활동 관련 문항	- 사회공헌활동 이유 - 임직원 자원봉사활동, 기부 등에 대한 지원 제도 유무 및 내용 - 사회공헌 프로그램 운영 시 중요 고려사항 - 사회공헌활동 추진 성과에 대한 만족도 - 사회공헌활동 추진의 애로점 혹은 사회공헌 미활동 이유 - 사회공헌활동 지원을 위한 정책적 지원의 필요도 및 내용
사회공헌 미수행 관련 문항	- 사회공헌활동 과거 추진 경험 및 마지막 수행시기 - 향후 사회공헌활동 수행 계획 및 시기 - 사회공헌 미수행 이유 - 희망 사회공헌활동 형태
대표 사회공헌활동 사례	- 대표 사회공헌 프로그램 • 프로그램명, 활동기간, 활동분야, 활동목적 및 개요, 활동성과 - 임직원 자원봉사활동 미담 사례 또는 우수봉사자 소개

자료출처: 「2016 중견·중소기업 사회공헌 백서」 재인용

6. 한국복지패널조사

한국복지패널조사(이하 복지패널로 통칭함)는 급격히 변화하는 사회 환경 속에서 연령, 소득계층, 경제활동상태 등에 따른 인구집단의 생활실태와 사회복지 욕구를 역동적으로 파악하여 각종 복지정책 수립 시 활용할 기초자료를 마련하는

데 조사목적이 있다. 복지패널의 최초 원표본 가구규모는 7,072가구로 시작하였으나, 이후 조금씩 감소하여 2016년 11차 조사에서 완료된 원표본 가구는 4,560가구로써 67.4%의 원표본유지율을 가지는 것으로 나타났다. 2013년 8차 조사에서는 신규 표본가구 1,800가구를 추가하여 11차 조사에서 완료된 총 표본가구는 6,723가구이다. 복지패널은 저소득층의 복지수요 및 욕구를 적절히 조사하기 위해 일반가구와 저소득층 가구를 각각 50%씩 추출하여 패널 표본가구를 구축하였다(노대명 외, 2015). 저소득가구와 일반 가구를 구분하는 기준은 ‘공공부조전 경상소득’의 중위소득 60%가 된다. 이렇게 구분된 2개의 층에 대해 지역별, 조사구별로 확률비례 계통추출에 의해 표본가구를 추출하였다. 이 때 패널구축을 위해 상대적으로 작은 규모를 가진 저소득층 가구는 추출률을 상향 조정하여 일반가구와 동일한 수준의 3,500가구를 표본 가구로 선정하였다(노대명 외, 2015).

복지패널의 장점은 1) 가구단위 패널조사 중 규모가 큰 패널에 속한다는 것이며, 2) 전국을 대표하는 패널조사, 3) 원표본 가구 유지율이 국내외 여타 패널보다 비교적 높고, 4) 저소득층 연구에 적합한 패널이라는 점, 5) 신뢰할 수 있고 편리하게 활용 가능한 통계자료를 일관성 있게 생산하고 있다는 것이다.

복지패널의 설문 구성은 크게 가구용, 가구원용, 부가조사로 나뉜다. 부가조사는 아동, 복지인식, 장애인 등 세 개 부문의 부가조사로 나뉘는데, 각 부가조사는 3년 주기로 조사를 하되 각 년도마다 특별한 이슈를 개발하여 일회성, 혹은 경우에 따라서는 몇 년에 한 번씩 반복하여 조사한다.

복지패널의 조사대상은 가구용 조사표의 경우 가구주 또는 가구주 배우자가 되며, 가구원용 조사표는 만15세이상 가구원 전체(중고생 제외)가 된다. 부가조사는 각 부문별 대상자, 즉 장애인, 아동이 조사목표 대상자가 되며, 복지인식조사표의 경우는 만19세 이상 모든 가구원이 조사대상이다.

복지패널의 조사내용은 주제별로 나눠보면 <표 2-4> 과 같다. 나눔 실태와 관련된 조사내용은 가구원용 조사표의 ‘사회적 환경에 대한 인식부문’ 주제영역에 들어 있다. 좀 더 구체적으로 보면, 나눔에 관한 문항은 3개로 ‘1년 동안 정기적인 기부나 자원봉사활동여부’, ‘1년간 기부금액’, ‘1년간 자원봉사활동 횟수’이다.

〈표 2-2〉 한국복지패널조사의 조사내용

구분		조사내용
가구용		- 가구일반사항 - 건강 및 의료 - 경제활동상태 - 주거 - 생활비, 소득, 근로장려세제 - 부채, 이자, 주관적 최저생계비 - 재산 - 가구의 경제상황 및 복지수준에 대한 인식 및 전망 - 생활여건 - 국민기초생활보장 - 가구의 복지서비스 이용 - 노인·아동·장애인 가구의 복지서비스 이용 - 가족(가족의 갈등)
가구원용		- 사회보험, 퇴직금, 개인연금 수급 - 근로 - 생활실태·만족 및 의식 - 사회적 환경에 대한 인식 - 생활습관, 가족관계 및 정신건강 - 개인사
부가조사표	아동용	- 학교생활 - 생각과 행동 - 부모님 - 친구 - 나의 건강 및 생활 - 아르바이트 경험 및 활동 - 진로
	복지인식	- 전반적인 사회적·정치적 인식과 태도 - 복지재원 및 대상범위 - 정치참여와 성향
	장애인	- 장애 원인 및 상황 - 일상생활 - 미취학 아동, 학생, 성인, 어르신 등 4개 영역별로 개별 설문

7. 기빙 인덱스(Giving Index)⁴⁾

기빙 인덱스(Giving Index)는 비영리법인 아름다운재단이 우리나라 국민의 기부 실태와 이에 대한 인식·태도를 파악하고자 실시하는 ‘한국인의 개인기부지

4) 「기빙코리아 2016」 자료집을 정리·요약한 것임.

수'조사로 조사명은 '개인기부 실태조사'이다. 기빙 인덱스의 조사내용은 2014년도에 실시했던 면접조사 대신 전화조사 방식을 채택하면서 2013년보다 대폭 축소되었다. 즉 2014년도의 경우 기부실태 및 종교적 기부 등 7개 주제영역을 포함하였으나, 조사방식의 변화로 인해 2016년도에는 기부실태 중심의 조사항목으로 한정하였다(표 2-4 참조).

2015년 개인기부 실태조사는 전국의 만 19세 이상 남녀 2,500명을 대상으로 2016년 4월 29일~5월 12일(2주간) 동안 유무선 전화면접 방식을 이용하여 작년 한 해 1년 동안 기부를 했던 경험에 대해 조사하였다. 2016 기빙코리아는 '기부'를 직접 관계없는 개인이나 단체에 대하여 현금 또는 물품을 대가 없이 자발적으로 제공하는 것으로 정의하였다. 2016년 기빙코리아는 경조사비나 종교적 현금 및 보시는 기부에서 제외하였다.

〈표 2-3〉 2015년 기빙 인덱스 조사내용

구분	조사 내용	
기부 실태	- 기부 참여 여부 - 기부분야 - 기부 이유 - 세금혜택 인지 및 찬성여부 - 간접비 사용 비율 및 적절성 - 종교단체 기부금 세금혜택 찬성여부	- 정기적 기부 참여 여부 및 빈도 - 기부처 인지경로 - 물품·현금 기부 여부 및 계획 - 기부의 내적·외적 요인 - 기부를 하지 않은 이유 등
통계 분류 조사	- 학력 - 개인 및 가구소득 - 가구원 수	- 가구 자산 - 결혼 여부 - 성별

자료: 아름다운재단(2016). 제16회 기부문화심포지엄 기빙코리아 2016

2016년도 조사는 2014년도와 비교하여 몇 가지 달라진 점이 있는데, 표본규모, 조사방식, 조사내용이 대표적이며, 자세한 내용은 〈표 2-4〉에 정리하였다.

〈표 2-4〉 2013년 및 2015년 개인기부 실태조사 조사방식 비교

구분	2013년	2015년
표본규모	1,000명	2,500명
조사방식	면접조사	전화조사
조사내용	기부실태, 종교적 기부, 상호부조(경조사비 지출 등), 기부 의향 및 계획, 유산기부, 나눔교육에 대한 인식, 사회적 자본 등	기부실태

8. 식품기부

식품기부는 「식품기부 활성화에 관한 법률」 제1조에 의하면, 식품 및 생활용품의 기부를 활성화하고 기부된 식품 등을 생활이 어려운 자에게 지원할 목적으로 제공되는 식품을 말한다. 기부할 수 있는 식품의 종류는 가공식품과 신선식품으로 구분하는데, 가공식품에는 대용식(뽕), 즉석·편의 식품, 조미료, 냉동식품, 급식류, 도시락류 등이 해당한다. 한편 신선식품에는 농산물, 축산물, 수산물, 기타신선식품 등이 해당된다.

식품기부에 대한 실적은 보건복지부 소관 전국 푸드뱅크(www.foodbank1377.org) 및 푸드마켓을 통해 기부·지원되는 식품 정보로 생산된다. 여기서 푸드뱅크는 식품제조·유통기업 및 개인으로부터 여유식품 등을 기부 받아 식품·생활용품의 부족으로 어려움을 겪고 있는 결식아동, 홀로 사는 어르신, 재가장애인 등 우리 사회 저소득계층에 식품을 지원해주는 민간단체 중심의 사회복지 분야 물적 자원 전달체계이다⁵⁾.

식품기부에 대한 통계를 크게 기부식품, 기부자, 이용자, 운영자 통계 등 4개 범주로 나눌 수 있다. 전국푸드뱅크 포털에서 운영·관리하는 데이터를 이용해 생산 가능한 통계로는 1) 운영주체별 현황, 2) 인력 현황, 3) 장비보유 및 설비현황, 4) 푸드마켓 이용현황, 5) 일반사업실적, 6) 배분식품 위생사고 현황, 7) 세입·세출예산현황, 8) 홍보실적, 9) 기탁회원 현황, 10) 이용자 단체현황, 11) 재

5) <http://www.foodbank1377.org> 2016-05-12, 13:53

가이용자대상 현황, 12) 기탁품 접수현황, 13) 기탁자별 기탁품 접수현황, 14) 이용단체별 배분현황, 15) 이용대상자별 배분통계, 16) 기탁품 폐기현황, 17) 기탁품 폐기비용 현황 등을 산출 가능하다.

제2절 자원봉사 통계

1. 사회조사

사회조사에서 자원봉사활동의 개념은 ‘개인 또는 단체가 지역사회·국가 및 인류사회를 위하여 대가 없이 자발적으로 시간과 노력을 제공하는 행위’로 보고 있다. 물론 사회통념상 보수라고 생각되지 않을 정도의 점심값, 교통비 등 실비만 받고 봉사하는 경우도 자원봉사활동에 포함되는 것으로 간주한다. 사회조사에서 자원봉사활동에 관한 기준일은 지난 1년 동안의 활동으로 제한하고 있다. 사회조사의 자원봉사활동에 관한 모집단 및 표본추출, 표본규모, 조사대상 등은 앞서 살펴 본 기부관련 조사의 사회조사에서 언급한 내용과 동일하다. 사회조사에서 포함하고 있는 자원봉사에 관한 질문은 자원봉사 활동, 자원봉사 활동의 정기성, 자원봉사 활동 인지 경로, 전문성을 활용한 자원봉사, 향후 자원봉사 활동 의사 등 5개 문항으로 구성되어 있다. 자원봉사활동 참여 횟수 및 1회 평균시간에 대한 질문은 오전과 오후의 자원봉사 활동 분야가 다른 경우 각각의 자원봉사 활동으로 분류하고, 각 활동분야에서의 평균시간을 기입하는데, 한 번 활동 시 기간이 2일 이상인 경우에는 하루를 기준으로 참여 횟수를 계산하고 1회 평균시간도 하루 평균적으로 활동한 시간을 기입하도록 지침을 정하고 있다.

위에서 나열한 자원봉사활동에 대한 각 조사항목은 개인의 인구학적·사회경제적 특성에 따라 보다 상세한 나눔 실태분석이 가능하다.

2. 청소년활동 실태 및 요구조사⁶⁾

6) 한국청소년활동진흥원(2016), 「2016 청소년활동실태 및 요구조사」 보고서를 정리·요약한 것임.

청소년활동 실태 및 요구조사(이하 청소년활동실태조사로 칭함)는 「청소년기본법」을 근거로 우리나라 청소년활동의 참여 실태를 파악하여 과학적 정책 지원의 근거를 제공하고, 청소년기에 요구되는 사회적 역량 강화와 균형 있는 성장을 위한 중장기적인 청소년활동 발전방안 수립 시 필요한 기초자료 수집에 목적이 있다.

청소년활동실태조사의 모집단은 전국 17개 시도에 있는 중학교 2~3학년, 고등학교 1~3학년에 재학 중인 학생이다. 2016년 청소년활동실태조사는 약 18,000여명의 학생을 조사하였다. 조사는 조사대상자가 직접 기입하는 자기기입식의 조사방식을 사용하였다.

조사문항은 8개 활동영역과 34개 세부활동에 대한 참여실태와 요구, 활동참여의 결정요인, 청소년활동시설 및 사업에 대한 인지도, 그리고 청소년 역량과 일반적인 사항으로 구성하였다(표 2-5 참조).

나눔과 관련된 통계는 일손돕기 활동(아동복지나 노인복지시설 등 방문, 봉사), 재능나눔활동(학습지도, 공연 등 재능기부), 국제봉사활동(다른 나라 사람들을 대상으로 봉사), 환경보호활동(자연환경 및 도시환경을 긍정적으로 변화) 등 4개 활동영역별 청소년의 참여경험 및 참여율, 1년간 참여횟수, 참여 만족도를 작성하고 있다.

〈표 2-5〉 청소년활동실태조사 조사내용

활동영역	내용
건강증진활동	개인과 집단의 안녕 수준을 증가시키기 위해 건강관련 지식, 생활습관, 의식, 태도를 습득하는 활동
과학정보활동	과학, 정보 영역에서 이루어지는 활동으로 과학 및 정보활용 능력과 창의성 증진 활동
교류활동	인적, 물적, 문화적, 사상적 상호교류를 통해 지역간, 남북간, 국가간 차이와 다름을 이해하고 시민의식 함양을 도모하는 활동
모험탐사활동	환경감수성, 진취성, 도전의식 등을 함양하기 위해 자연환경 속에서 이루어지는 활동
문화예술활동	문화적 감수성 및 창의성 함양을 위해 다양한 문화예술체험으로 이루어지는 활동
자원봉사활동	이타성, 공동체 의식 등의 사회성을 기르기 위해 자발적으로 지역사회나 타인을 돕는 활동
진로활동	자기이해, 진로결정, 직업선택 역량 등을 증진시키기 위해 이루어지는 진로 및 직업관련 활동
참여활동	사회구성원으로서 책임의식을 높이기 위해 능동적으로 각종 조직이나 사업을 기획, 운영하는 활동

3. 생활시간조사

생활시간조사는 통계청이 개인의 시간 활용과 의식을 파악하여 국민의 생활방식과 삶의 질 측정을 위한 기초자료를 제공하고자 2009년에 시작되어 2014년까지 4회 조사되었다. 생활시간조사는 개인의 행동을 하루 24시간 10분 단위로 작성하는 조사이다.

본 조사는 통계법에 의한 지정통계로서 조사주기는 5년마다, 조사규모는 2014년도의 경우 12,000가구이며, 연 3(7월, 9월, 12월)회 진행되었다. 조사대상은 표본으로 추출된 가구에서 만 10세 이상 가구원 약 27,000명을 조사한다. 조사는 응답자당 2일씩 시간일지를 작성한다.

조사는 크게 3개 부문으로 나뉘는데, 가구관련사항 10문항, 개인관련사항 13문항, 시간일지(Time-Dairy) 9문항 등이다. 조사방법은 가구관련사항과 개인관련사항의 경우 면접조사로 이루어지고, 시간일지는 자기기입식 조사로 이루어진다. 시간일지는 10분 간격으로 설계된 일지에 자신이 한 행동을 일기 쓰듯이 기입하는 방식이다. 생활시간조사는 개인의 행동을 9개의 분류(개인유지, 일, 학습, 가정관리, 가족 및 가구원 돌보기, 참여 및 봉사활동, 교제 및 여가활동, 이동, 기타)로 구분할 수 있다(김태홍 외, 2016).

시간일지에 대한 조사는 시간일지와 시간일지 작성일 상황으로 구분하며, 시간일지는 1) 주된 행동, 2) 행위 장소/이동수단, 3) 함께 한 사람, 4) 동시행동에 관한 문항이 있고, 시간일지 작성일 상황은 1) 시간활용 만족도, 2) 건강상태, 3) 근무(등교)일 여부, 4) 1시간 이상 방문한 사람이 있었는지 여부 및 방문자, 5) 시간일지 작성방법 등을 조사한다.

〈표 2-6〉 2014년 생활시간조사 조사항목

구분	조사항목	
가구 관련 사항 (10)	○ 가구 구성원	
	- 가구주와의 관계	- 혼인 상태

구분	조사항목	
	- 성별 - 실제 출생연월 ○ 가구상태 - 분거가구 여부 및 사유 (배우자, 미혼자녀) - 거처종류 및 주거용 연면적	- 돌봄 필요 사유 - 재원·재학여부 - 점유형태 - 가구소득
개인 관련 사항 (13)	○ 개인의식 - 시간압박 여부 및 이유 - 일과 후 피곤함 정도 및 이유 - 주관적 만족감 ○ 경제활동 - 경제활동 여부 및 일하지 않는 이유 - 산업 - 직업 ○ 기타 - 정기 휴일 - 교육정도	- 가사분담 만족도 - 성 역할에 대한 인식 - 종사상 지위 및 취업형태 - 주업 및 부업시간 - 개인소득
시간일지 (9)	○ 시간일지 - 주된 행동 - 행위장소/이동수단 ○ 시간일지 작성일 상황 - 시간활용 만족도 - 건강상태 - 근무(등교)일 여부	- 함께 한 사람 - 동시행동 - 1시간 이상 방문한 사람이 있었는지 여부 및 방문자 - 시간일지 작성방법

자료: 통계청 국가통계포털 생활시간조사-조사항목

생활시간조사에서 나눔과 관련된 통계에 해당하는 행동영역은 참여와 봉사활동 영역으로써 시간일지를 작성하는 2일 동안 자원봉사활동이 있었다면 활동시간과 활동장소, 이동시간, 그리고 함께 한 사람을 파악할 수 있게 된다. 현재 생활시간조사를 통해 제공하는 통계로는 성별·요일별·시간간격별 참여 및 봉사활동 비율, 분야별 자원봉사활동 비율, 참여활동별 비율 등이 있고, 추가적으로 자원봉사활동 참가 결정 요인 및 경제적 평가 분석이 가능하다.

4. 기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사⁷⁾

기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사(이하 기업사회공헌활동조사로 칭

7) 「2016년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서」를 요약·정리한 것임.

함)는 국내 매출액 상위 500대 기업과 전국경제인연합회 회원사를 대상으로 기업의 사회공헌 현황을 조사하는데, 여기에 기업 임직원의 사회봉사 실적 및 제도에 관한 현황을 포함하고 있다.

기업사회공헌활동조사는 온라인과 팩스, 이메일, 전화조사 등의 조사방식을 통해 매년(1년 주기) 실시하고 있다. 2016년도에는 2016년 6월~8월 사이에 조사가 진행되었다. 기업사회공헌활동조사는 자원봉사활동과 관련하여 비현금성 사회공헌활동 중에서 프로보노⁸⁾ 활동과 임직원의 봉사활동, 임직원 봉사지원 제도 등에 대해 조사한다. 임직원의 봉사활동에 관한 조사항목은 봉사활동 인원, 봉사활동 참여율, 봉사활동 총 시간 등 3개이며, 임직원 봉사지원 제도에 관한 조사항목은 사내 봉사자 지원제도, 자사만의 특화된 봉사 촉진제도, 임직원외 봉사프로그램 운영 등 3개로 구성되어 있다.

기업사회공헌활동조사를 통해 생산하고 있는 자원봉사활동과 관련된 통계는 봉사활동 인원 참여비율, 봉사활동 촉진제도 도입비율, 사회공헌 저해요인, 사회공헌 운영방식 선호도, 파트너십 선정기준, 기업 사회공헌에 대한 국민인식 제고 방안 등이 있다.

5. 중견·중소기업의 사회공헌 활동에 관한 조사⁹⁾

중견·중소기업의 사회공헌 활동에 관한 조사(이하 중견기업 사회공헌활동조사로 칭함)는 매출 상위 501~1,100위 기업(총 600개)을 대상으로 전화, 이메일, 팩스, 방문면접조사 등을 활용해 매년(1년 주기) 실시하고 있다. 2016년도 조사는 2015년에 사회공헌했던 활동에 대하여 2016.09.05. ~09.30(4주간)기간 동안 600개 모집을 대상으로 조사한 결과, 그 중에서 39.0%인 234개 기업이 응답을 하였다. 2016년도 조사개요는 기부금 통계현황에서 살펴보았기 때문에 여기서 생략한다.

중견기업 사회공헌활동조사에서 자원봉사활동과 관련된 조사내용은 임직원

8) 전문가들이 자신의 전문성을 활용해 사회적 약자와 소외계층을 돕는 활동을 의미함(네이버 지식백과).

9) 「2016 중견·중소기업 사회공헌 백서」를 요약정리한 것임.

자원봉사단 활동과 자원봉사활동에 대한 지원제도로 구성된다. 자원봉사활동 통계를 보면 자원봉사 시행 기업 비율, 자원봉사 시행 횟수, 자원봉사 1회당 평균 참여자 수, 자원봉사 1회당 평균시간을 제시하고 있으며, 임직원의 자원봉사단 활동은 봉사단 규모, 연간 봉사활동 횟수, 1명당 연간 평균 봉사활동 시간, 그리고 활동 중인 분야, 관심 있는 자원봉사 분야 등 5개 조사항목으로 구성되었고, 임직원의 자원봉사활동 지원제도에 관한 내용에는 지원제도 유무와 지원 내용 등 2개 항목이 포함되어 있다. 중견기업 사회공헌활동조사는 업종별·임직원 수별·매출액별·세전이익·사회공헌전담부서유무·사회공헌담당자유무·자원봉사단 유무 등에 따라 자원봉사활동 통계를 생산하고 있다.

6. 사회복지 자원봉사 통계연보¹⁰⁾

사회복지 자원봉사 통계연보는 사회복지분야에서의 자원봉사활동을 체계적으로 관리해 국민의 자원봉사활동 참여 촉진과 생활화를 유도하기 위해 보건복지부가 주관해 운영하고 있는 ‘사회복지자원봉사인증관리(www.vms.or.kr)’시스템의 데이터베이스에 등록·축적된 통계를 정리·요약한 것이다.

‘사회복지자원봉사인증관리’시스템은 사회복지법인·시설·단체, 보건·의료, 기업, 공공기관, 사회단체 등 봉사활동 현장별 실적을 관리하고 있다. 이 시스템에서 관리되는 정보는 사회복지분야 자원봉사활동 현황의 다양한 통계로 정리하여 매년 「사회복지 자원봉사 통계연보」 책자로 발표하고 있다.

본 통계연보는 전국 자원봉사자 양성·관리 단체 중 「사회복지자원봉사관리규정」에 따라 한국사회복지협의회가 운영하는 「사회복지 자원봉사 인증관리 데이터베이스」에 등록된 사회복지 자원봉사관리센터 12,922개(2015년 경우 11,480개)소의 자원봉사활동에 관한 정보를 기초로 생산한다. 자원봉사자 및 그 활동에 관한 모든 통계자료는 활동 자원봉사자를 기준으로 하며, “활동자원봉사자”란 해당 연도 1월 1일부터 12월 31일까지 1회 이상 활동한 봉사자를 말한다. 특히 데이터베이스에 등록된 자원봉사자는 고유식별정보를 통하여 전국적으로

10) 사회복지협의회(2017), 「2016 사회복지자원봉사통계연보」를 요약정리한 것임.

단1개소의 사회복지자원봉사관리센터에만 등록되는 등 사회복지자원봉사관리센터와의 중복 등록이 불가능하므로 모든 자원봉사활동 정보의 중복은 일어나지 않는다.

본 통계연보는 1) 사회복지자원봉사 인증관리센터 및 인증요원에 대한 현황, 2) 사회복지자원봉사 일반현황, 3) 사회복지자원봉사 활동현황, 4) 사회복지자원봉사자 1인당 연간 평균 자원봉사활동 시간 및 횟수, 5) 정기적·지속적 활동자원봉사자 현황, 6) 사회복지자원봉사자 교육현황, 7) 사회복지자원봉사 인증서 발급현황, 8) 봉사단체 현황, 9) 기타 봉사현황 등 크게 9개 영역에 대한 세분화된 자원봉사현황과 연도별 사회복지자원봉사에 대한 다양한 통계도 작성하고 있다. 특히 자원봉사자, 자원봉사활동 시간, 횟수와 관련된 현황은 시도별·시설종별·연령대별·성별·직업별·최종학력별로 통계를 작성·제시하고 있다.

7. 1365 자원봉사 통계

「1365자원봉사포털」은 행정안전부가 전국의 자원봉사 정보를 한 곳에 모아 다양한 자원봉사를 검색, 신청하는 행위를 한 번에 해결할 수 있도록 구축한 포털 시스템이다. 「1365자원봉사포털」은 시군구뿐 아니라 유관기관의 자원봉사 자료를 한 곳에 모아 검색할 수 있으며, 전국의 자원봉사활동 수요를 지역 분야별로 정리하여 제공하고 있기 때문에 봉사활동 희망자가 자신의 조건에 맞는 맞춤형 자원봉사를 선택·봉사함으로써 봉사자 개인별 실적관리가 가능한 시스템이다. 자원봉사수요처는 사회복지분야와 같은 특정 영역에 한정되지 않고 행정기관, 공공기관, 공공시설, 민간기관, 기업체, 민간시설까지 망라하고 있어 가장 많은 자원봉사활동 실적을 관리하고 있다.

1365자원봉사 통계는 「1365자원봉사포털」을 통해 생산·관리되고 있는 자원봉사활동 정보를 정리·요약하여 ‘봉사통계’ 메뉴에서 제공하고 있다.

1365자원봉사 포털에서 제공하는 통계는 1) 인구대비 자원봉사활동자현황, 2) 자원봉사 활동에 참여한 연간 총인원 현황, 3) 1회 이상 활동한 실제 봉사인원 현황, 4) 자원봉사활동 분야별 현황, 5) 연령별 현황으로 구성되어 있다. 이들 통계는 성별·연령별·지역별로 보여주고 있다. 1365자원봉사 통계는 연도별로 업데

이트되고 있다.

8. 기타 자원봉사 통계

아름다운재단은 매출액 2,000위 이내 기업을 대상으로 ‘기업 사회공헌 실태조사’를 2년 주기로 실시한다. 기업 사회공헌 실태조사에는 기업 사회공헌 실적 중에서 자원봉사활동에 관한 설문이 포함되었다. 설문 내용은 지난 1년간 사원들의 자원봉사활동여부, 회사차원의 지원여부, 회사 지원형태, 사원의 자원봉사활동 참여율, 직원 1인당 연간 참여시간, 기업의 자원봉사활동 분야 등을 포함한다. 이 조사를 통해 생산하고 있는 통계는 매출액순위별·기업유형별·사회공헌활동 담당 인력여부별 자원봉사활동 여부 및 회사 지원여부, 기업유형별·매출액순위별 봉사활동 지원방식, 매출액순위별 봉사활동 참여율 및 참여시간, 활동분야, 사회공헌활동 추진이유 및 결정 요소, 사회공헌활동 외적·내적 장애요인, 사회공헌활동 정책에 관한 인식 등이 있다.

한편, 복지패널은 패널가구의 만15세 이상 가구원을 대상으로 매년 지난 1년간의 자원봉사활동에 참여한 횟수를 조사한다. 복지패널은 인구학적·경제적 변수에 따른 연간 자원봉사활동 횟수만 분석할 수 있다.

지금까지 살펴보았던 자원봉사자 중심의 통계 외에도 자원봉사활동이 체계적 이면서 프로그램화 되도록 지원하는 역할을 하는 중간자(혹은 매개체)에 대한 통계도 있다. 일례로 행정안전부는 자원봉사활동의 질적 개선과 자원봉사자 관리, 자원봉사 수요처와의 매개 역할을 담당하는 자원봉사센터 현황 통계를 생산하고 있다. 자원봉사센터의 역할은 1)자원봉사프로그램 개발, 2)자원봉사수요처 개발 및 지원, 3)자원봉사자 모집, 4)자원봉사자 면접 및 배치, 5)교육훈련, 6)자원봉사활동 인정, 7)자원봉사활동 홍보 및 옹호, 8)자원봉사 팀개발 및 육성, 9)네트워크 형성 및 지원 등을 수행한다. 자원봉사센터운영현황은 자원봉사센터의 운영형태 및 예산, 근무인력, 자원봉사활동인원 및 실적, 자원봉사자 교육, 자원봉사자 보험, 인정보상 등에 관한 통계를 작성한다.

제3절 생명나눔 통계

1. 혈액사업통계연보¹¹⁾

혈액사업통계연보(이하 혈액통계라 칭함)는 혈액관리법 제12조 규정에 의거 적십자 소속 혈액원과 적십자 외 혈액원(2016년 현재 한마음 혈액원, 의료기관 혈액원)에서 제출한 자료를 종합한 것이다(대한적십자사, 2016). 혈액사업통계 연보는 대한적십자사가 주관하여 1년 주기로 발간한다.

혈액통계는 크게 전체 헌혈실적에 대한 통계와 적십자가 주관했던 헌혈실적과 혈액공급, 신규등록헌혈회원, 부적격 등 4개 영역으로 구성되어 있는데, 헌혈실적에 대한 통계는 1) 헌혈방법별, 2) 월별, 3) 성별, 4) 연령별, 5) 직업별, 6) 장소별, 7) 혈액형별 등에 따라 헌혈자 실인원 수를 생산한다. 혈액공급은 제제별 혈액공급실적, 헌혈실적 대비 수혈용 혈액공급실적 추이, 수혈용 혈액 보유 추이, 수혈용 혈액 월평균 보유 추이를 산출한다. 한편 신규등록회원에 대한 통계는 성별·연령별·직업별·연도별로 회원 수를 산출하고, 부적격과 관련된 통계는 헌혈부적격 사유별·성별·연령별로 생산되며, 그리고 혈액 검사 부적격 현황에 관한 통계도 제공한다. 그 외에도 단체헌혈현황에 대한 통계를 함께 제공하고 있다.

2. 장기등 이식 통계 연보¹²⁾

장기등 이식 통계 연보(이하 장기이식통계라 칭함)는 「장기등 이식에 관한 법률」에 근거하여 국립장기이식관리기관이 통계 관리업무를 수행하도록 되어 있다. 해당 법에 따라 장기 등과 관련된 기증자 및 기증희망등록자, 이식자, 이식대기자 등의 통계를 작성하고 있다.

장기이식통계는 매년 질병관리본부 국립장기이식관리센터에서 작성하고 있

11) 대한적십자사(2017), 2016년도 혈액사업통계연보 내용을 정리·요약한 것임.

12) 2016년도 장기등 이식 통계 연보(질병관리본부)의 내용을 정리·요약한 것임.

다. 통계는 장기이식관련기관, 제대혈이식관련기관, 장기기증희망등록기관으로부터 장기이식관리시스템, 제대혈정보시스템, 장기기증희망등록시스템 등에 등록된 기증자(희망자) 정보, 이식자 정보, 대기자 정보를 통보받아 작성된다.

장기이식통계를 통해 생산되는 통계는 크게 1) 장기, 2) 안구, 3) 골수 및 제대혈로 구성되는데, 각 요소는 기증자유형별·장기별·인구학적 특성별(성별, 연령별, 혈액형별)·지역별·이식의료기관별 특성에 따라 장기·안구·골수·제대혈 기증자 수, 그리고 이식(장기) 수, 이식자 생존율, 이식자 평균 대기시간, 이식대기자 평균 대기시간, 기증희망등록자 수, 등록·이식 건수 등을 생산한다. 그 외에도 골수, 제대혈 관련 통계는 제대혈 등록·이식건 수를 생산하며 기증희망자와 관련해서는 장기등 기증희망자 등록 수, 조직기증희망자 등록 수, 골수기증희망자 등록 수 통계까지 작성하고 있다.

장기이식통계는 장기기증 및 이식 적출일을 기준으로 한 것이며, 국내에서 적출한 경우만 산출한 것이고, 생존율과 이식대기기간은 이식일을 기준으로 하였다. 한명의 이식자가 다수의 장기를 이식받는 경우, 장기별로 집계되므로 실제 이식자와 이식 장기의 수는 다를 수 있고, 뇌사 기증자·이식 통계는 NHBD(Non Heart Beating Donor)을 포함하여 작성한 것이다.

장기이식통계는 장기이식기관, 제대혈이식기관, 장기이식등록기관, 조직기증자등록기관으로부터 장기이식관리시스템, 제대혈정보시스템, 장기 및 조직 기증희망등록시스템 등으로 <표 2-7>의 기증자(희망자) 정보, 이식자 정보, 대기자 정보를 통보받아 통계 작성한다.

<표 2-7> 장기 등 이식 통계 연보 통계작성 체계

구분		근거규정	통보의무 기관	해당 시스템	통보사항
장기 등	기증자 정보	장기등 이식에 관한 법률 제14조, 제28조 시행규칙 제24조	기증장기 적출 의료기관장	장기이식 관리 시스템	·성명, 주민등록번호 ·혈액학적 · 생화학적 · 면역학적 검사결과, 사망원인 ·적출 장기등의 명칭, 상태 등
	이식자 정보	장기등 이식에 관한 법률 제28조, 시행규칙 제24조	이식의료 기관장	장기이식 관리 시스템	·성명, 주민등록번호 ·이식장기등의 명칭, 상태 ·이식자의 상태 등
	대기자 정보	장기등 이식에 관한 법률 제14조	장기이식 등록기관장	장기이식 관리 시스템	·성명, 주민등록번호, 질병명 및 상태

	기증희망자 정보	장기등 이식에 관한 법률 제15조	장기이식 등록기관장	장기 및 조직 기증희망 등록시스템	·이식이 필요한 장기등의 명칭 등 ·성명, 주민등록번호, 기증형태 등
제대혈	기증제대혈 정보	제대혈 관리 및 연구에 관한 법률 제24조	제대혈은행	제대혈 정보 시스템	·기증제대혈 고유번호, 총 유핵세포수, 조혈모세포 표지자 양성세포수, 혈액형, HLA정보, 보관일
	이식자 정보	“	제대혈 이식의료기관	제대혈 정보 시스템	·성명, 생년월일, 질병명, 이식한 제대혈제제의 종류 및 상태, 이식자 상태 등
조직	기증희망자 정보	인체조직안전 및 관리 등에 관한 법률 제7조	조직기증자 등록기관	장기 및 조직 기증희망 등록시스템	성명, 주민등록번호, 기증형태 등

출처: 질병관리본부(2017), 2016년도 장기등 이식 통계 연보, 재인용

제4절 소결

지금까지 살펴본 바에 의하면, 나눔에 관한 통계는 다양한 통계 리소스를 활용하여 생산하고 있다. 예컨대 기부와 관련된 통계만 보더라도 국세통계연보, 사회조사, 기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사 등등 많은 통계자료가 활용된다. 이때 중요한 것은 활용 통계자료를 사용하거나 통계 간 비교를 할 때 유의해야 할 사항들이 있다. 각 통계자료는 자료수집방법이나 분석단위, 통계가 포괄하는 범위 등이 상이하기 때문이다(〈표 2-8〉 참고).

〈표 2-8〉 기부금 관련 국세통계연보 및 사회조사 기초자료 생산 특성 비교

구분		국세통계연보	사회조사
자료수집방법		기부금공제 신고자료 집계	면접조사
작성주기		1년	2년
분석단위		개인·법인(기부금 공제 신고자)	개인(만 15세 이상)
기부 관련 자료현황		기부금 신고인원 및 금액 등	기부참여율, 정기참여율 등
포괄 범위	일반기부금	포함	포함
	종교단체 특별·구제헌금	포함	포함
	종교헌금(십일조, 보시)	포함	제외
	정치후원금	포함	제외

	노조비 등	포함	제외
--	-------	----	----

자료출처: 통계청(2014), 국내 나눔실태 2013, 보도자료 재인용

나눔 통계에 관한 측정 틀은 나눔의 주체·형태·방법, 사회·문화·경제적 특성으로 구성된다. 이와 같이 나눔 통계의 구축 및 생산을 위해서는 우선적으로 관련된 통계의 종류와 수집 가능한 내용, 특성 등의 파악이 필요하다. 이러한 정보를 파악하기 위해 사용되는 방법이 메타데이터의 구축인데, 이때 메타데이터는 통계의 정확한 이해와 올바른 해석을 돕기 위해 작성된 요약 정보이다. 국내 기부 및 자원봉사와 관련 나눔 통계 생산을 위해 활용 가능한 메타데이터는 〈표 2-9〉에 정리해 보았다.

따라서 통계를 사용하거나 해석할 때에는 해당 통계의 메타 정보를 정확히 이해하는 것이 무엇보다 중요하다. 결국, 나눔 통계에 대한 메타데이터의 구축은 이용자들에게 나눔 통계 이용 가이드를 제시하는데 활용될 주요 정보가 될 것이다. 다시 말해서, 메타데이터도 최신의 정보를 유지하는 것이 중요하다는 의미가 된다. 예컨대, 기빙 인덱스는 과거 면접조사방식에서 2016년도부터 전화조사방식으로 변경하면서 조사항목을 대폭 조정하였는데, 이러한 정보를 메타데이터에 적용해 줌으로써 통계 이용자들이 연도별 통계를 비교할 때 정확한 해석을 유도할 수 있다.

본 연구에서 나눔이란 “자발적 의사를 가진 개인 및 단체가 사회의 복지향상과 공익을 위해 사회적·경제적 가치가 있는 자원을 제공 또는 호혜적 행위”라고 정의하였다. 한편, 본 연구는 기존의 나눔 범주를 확장하여 물적 나눔, 인적 나눔, 생명 나눔으로 분류하고, 물적 나눔에 상호부조를, 인적 나눔에 사회적 자본을, 생명 나눔에 인체조직(뼈, 연골, 근육, 피부, 양막, 인대, 건, 심장판막, 혈관 등) 기증 및 시신기증을 포함하였다. 본 연구에서 정의하는 나눔의 범주에 포함되는 통계를 생산하는데 활용 가능한 메타데이터를 정리해보면, 우선 물적 나눔에 포함시킨 상호부조는 사회 조직의 구성원들이 서로 돕는 것으로 정의하였다(위키백과). 그렇다면 경조사비나 사적이전소득은 물적 나눔의 상호부조에 해당하는 기부로 볼 수 있다. 경조사비는 통계청 가계동향조사를 통해 통계 작성이 가능하다.

포괄적 나눔의 개념에 포함시킨 인적 나눔의 사회적 자본을 김태준 외(2009)은 집단 간 혹은 집단 내에서 협동을 촉진하는 공유된 규범, 가치 및 상호 이해를 수반하는 네트워크라고 정의하였다. 또한 김태준 외(2009)은 사회적 자본을 신뢰 및 관용성, 사회참여 및 시민의식, 네트워크 및 파트너십 등 4개의 영역으로 구체화해 2009년도에 20세~65세를 대상으로 1,500명 조사한 사례가 있다. 그 외 김태중(2004)이 실시한 한국의 사회적 자본 실태 조사가 있고, 한국복지패널 조사에서 일부 문항(신뢰, 지역사회 이웃에 대한 도움 의사, 비선호 시설 수용정도)으로 포함되어 3년 주기로 조사되고 있기는 하다. 점차 사회적 자본에 대한 관심이 증가하고 있으나 이에 관한 정교한 통계는 없는 형편이다.

한편, 생명 나눔의 인체조직 관련 통계는 장기이식통계연보를 통해 확인 가능하다. 다만, 조직별 통계는 별도로 제공하지 않는다. 시신 기증에 관한 통계 역시 공식적으로 제공되지 않고 있다. 그러나 관련된 정보는 장기이식관리센터에서 관리하고 있을 것으로 추측된다.

결론적으로 본 연구는 나눔의 범주를 확대하였으나 현재로서는 관련 통계 생산에 필요한 기초자료가 없거나 통계를 생산하지 않는 경우가 다소 있어 확대된 나눔 통계를 작성하는 것은 쉽지 않은 형편이다. 따라서 추가적인 나눔 통계 생산을 위해 우선적으로 개선되어야 할 것은 기관 간 협업을 통해 나눔 관련 통계에 해당하는 항목을 조사에 추가 혹은 관련 통계의 정보 공유가 이루어질 수 있는 협약과 제도 마련이 요구된다. 최근 사회적 경제에 대한 관심이 폭발적으로 증가하고 있는 만큼 사회적 자본 실태에도 관심이 증가할 것인데, 이와 관련된 통계는 과거 자료 외에는 찾기 어렵다. 따라서 관련 통계가 1회성 통계 생산으로 그칠 것이 아니라 통계 작성 주기를 확보하고 지속적으로 생산 가능한 방안이 필요하다.

〈표 2-9〉 기부 관련 보고통계 및 조사통계에 대한 메타정보 요약

통계명	목적	작성기관	작성유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
국세통계연보	국세행정에 대한 국민들의 이해와 조세정책 수립 및 연구를 지원함	국세청	보고통계	- 보고대상: 국세신고자 및 업체 - 작성주기: 1년	- 근로자: 연도별·성별·연령별·과세표준규모별·근로대상소득금액(총급여)규모별·근로소득금액규모별 - 기부인원 및 기부금액 현황 - 종합소득자: 연도별·신고유형별·지역별·성별·연령별·종합소득규모별·과세표준규모별·10분위분포별 - 기부인원 및 기부금액 현황 - 기업: 연도별·법인규모별(일반법인, 중소기업)·업태별·수입금액규모별·자산규모별·소득금액규모별·과세표준규모별·흑자법인 10분위별 법정·특례기부금 및 지정기부금 현황 - 종합소득규모별·성별·연령별 기부금액 및 기부인원 - 과세표준액규모별 기부금액 및 기부인원, 기부정치자금 - 과세표준규모별, 연도별 기부정치자금 인원 및 금액 - 사업소득의 기부금(이월금)에 대해 지역별, 연령별, 성별	- 기부금: 개인(근로소득자 및 종합소득자)과 법인이 소득공제 신청을 위해 자발적으로 신고한 금액
사회조사	사회적 관심사항 및 삶의 질에 관한 사항 등 사회구성	통계청	조사통계	- 조사대상: 전국 약 18,000 표본가구 내 상주하는 만13세이상 가구원	- 조사항목: 기부여부, 기부내용, 기부 의 정기성, 기부 희망 분야, 기부	- 기본항목(성별, 연령, 교육정도 등)과 가족, 보건, 복지, 교육, 사회

통계명	목적	작성기관	작성유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
	원의 주관적 관심사를 파악하여 사회개발정책의 기초자료 제공			- 조사주기: 1년(부문별 2년 주기) - 조사규모: 약 37,000명 - 조사방식: 면접조사 - 승인통계 - 통계활용분야: 사회	대상인지 경로, 향후 기부 의사, 유산 기부 의사, 기부 문화 확산 등 8개 문항 - 통계: 인구학적·사회경제적 특성별 기부행태 및 실태	참여, 노동, 문화와 여가, 소득과 소비, 환경, 안전 등 10개 부문을 2년 주기로 5개 부문씩 선정하여 조사 - 기부 조사항목은 사회참여 부문에 속함. - 기부란 직접 관계없는 개인이나 단체에 대하여 현금 또는 물품을 대가 없이 자발적으로 제공하는 것 - 단, 1) 친구·친척·직장동료 등에 대한 경조사비, 2) 일반적인 종교단체 운영목적인 현금, 십일조, 보시, 시주 및 성당신축 후원, 건축헌금 등, 3) 선거, 정치단체, 정치인을 위한 정치적 후원금, 4) 헌혈, 장기기부 등 생명나눔 기부, 5) 온라인상 이루어지는 포인트 기부, 6) 대형마트에서 제품 구입 후 영수증을 함에 넣는 경우, 7) 헌옷 수거함에 옷을 넣은 경우 등은 기부에서 제외됨. - 지난 1년 동안 행해진 개인의 기부를 조사함.
가계동향조사	가구의 생활수준 실태 및 변동사항 파악, 국민소비수	통계청	조사통계	- 조사대상: 전국에 거주하는 일반가구	- 조사항목: 가구실태(가구주와의 관계, 성별, 연령, 교육정도, 취업여부,	

통계명	목적	작성기관	작성유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
	준 변화의 측정 및 분석, 소비자물가지수 편제에 필요한 가중치 모집단 자료 등 각종 경제, 사회정책에 필요한 자료 제공, 공공사업 시행으로 인한 세입자의 주거대책비 산정 및 국민주택 공급 대상의 기준설정 자료			- 조사주기: 분기 - 조사규모: 약 9,000가구 - 조사방식: 면접조사 - 승인통계 - 통계활용분야: 가계소비(소득)	산업, 직업, 따로 살고 있는 배우자와 미혼자녀, 무직가구의 주된 수입원, 거주구분, 자동차보유, 주거에 관한 사항, 사용면적, 주택소유여부 등) 가계수지(가구주소득, 배우자 또는 기타가구원 소득, 주거비/방송/교통 / 통신, 적금/보험/신용카드, 육아 및 교육비, 아파트관리비) - 통계: 타가구로부터의 이전소득 비소비 지출부문의 비영리단체로 이전 지출액	
기업 및 기업재단 사회공헌 활동에 관한 조사	기업 및 기업재단의 사회공헌 현황에 대한 조사, 분석을 통해 사회공헌활동의 실상을 종합적으로 파악	전국 경제인 연합회	조사 통계	- 조사대상: 국내 매출액 상위 500대 기업 및 전국경제인 연합회 회원사 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 600개 기업 - 조사방식: 전화조사, 이메일, 팩스 등 병행 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기업 사회공헌 활동	- 조사항목: 기업의 사회공헌 규모, 사회공헌추진을 위한 사내제도, 대표 프로그램 현황, 사회공헌 인식조사 - 통계: 사회공헌 총 지출규모, 대상별· 운영방식별 기부금에 대한 지출비용, 세전이익·매출액 대비 사회공헌 지출 현황, 운영방식별 기부금 처리 현황, 비현금성 사회공헌활동에 대한 실적	- 최근조사: 2016년 - 사회공헌비용은 자율프로그램(자체사업, 파트너십)과 간접프로그램으로 구분함. - 자체사업: 기업 단독 운영 공익사업 투입예산 - 파트너십: NPO 등과 협업 통한 사업 지출 비용 - 간접프로그램: 외부 기존 프로그램에 대한 후원·협찬, 일반적 재해 구호금 같은 비지정성 기부금 등
중견·중소기업 사회	중견·중소기업들의 사회공헌 실태 파악	대한상공회의소	조사 통계	- 조사대상: 국내 매출액 순위 501~1,100위 기업 - 조사주기: 1년	- 조사항목: 기업 일반현황, 사회공헌 현황, 사회공헌 비용, 대표 사회공	- 최근조사: 2016년 - 사회공헌비용은 직접사업비용과 기부금으로 구분함. - 직접사업비용은 직접 운영 사회

통계명	목적	작성기관	작성유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
공헌활동에 관한 조사				- 조사규모: 약 600개 기업 - 조사방식: 전화조사, 이메일, 팩스, 면접조사 등 병행 - 비승인통계 - 통계활용분야: 중견·중소기업 사회공헌활동	헌 활동사례 - 통계: 분야별 사회공헌활동 지출현황, 분야별 기부현황, 사회공헌비용, 매출액 기준 사회공헌 비용, 업종·임직원 수·사회공헌 총액에 따른 기부금, 현금·현물·시설 기부	공헌 프로그램 비용과 임직원 자원 봉사 경비임. - 기부금은 사회공헌 활동의 목적으로 현금, 현물, 시설 등의 형태로 지출하는 비용임. - 2016년 조사대상 기업 범위 변경 •2014년: 국내 매출액 순위 501위~1,000위 기업
한국복지패널조사	전 국민의 삶의 질 현황과 변화를 지역별·연령별·계층별로 파악하여 중단적 자료를 통한 계층별 소득변화 등을 장기간에 걸쳐 역동적으로 분석할 수 있는 기초자료 마련	한국보건사회연구원	조사통계	- 조사대상: 원표본 가구 7,072가구 및 가구내 만15세이상 가구원 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 약 6,723 패널가구 ('16년) - 조사방식: 면접조사 - 승인통계 - 통계활용분야: 사회	- 조사항목: 연간 정기적인 기부 여부, 연간 기부 금액 - 통계: 소득집단별 연간 기부액	- 최근조사: 2016년 - 인구학적, 사회경제적 특성별 기부액 통계 생산 가능
재정패널조사	국민생활의 기초가 되는 조세와 재정의 분배 및 재분배 효과 검증에 위한 기초 원시 자료의 구축	한국조세재정연구원	조사통계	- 조사대상: 원표본 가구 5,634가구 및 가구내 작년 한 해 동안 소득이 있거나 소득활동을 한 가구원 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 4,385 패널가구 ('15년) - 조사방식: 면접조사 - 승인통계 - 통계활용분야: 가계소비(소	조사항목: 기부 분야, 연간 기부금액 통계: 연도별 기부금액, 기부분야별 지출 현황,	인구학적, 사회경제적 특성별 기부액 통계 생산 가능 - 8차년도('15년) 타인에 대한 신뢰 조사항목 추가 - 기부분야 중 종교기관 기부 성격 구분 조사

통계명	목적	작성기관	작성유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
				특)		
기빙인덱스	국민의 기부 및 자원봉사 실태와 이에 대한 인식, 태도 파악	아름다운재단	조사통계	- 조사대상: 전국 만19세 이상 남녀 - 조사주기: 2년 - 조사규모: 약 2,500명 - 조사방식: 전화조사 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기부	- 조사항목: 기부 실태, 종교적 기부, 상호부조(경조사비지출 등), 기부 의향 및 계획, 유산기부, 사회적 자본 등 7개 주제 - 통계: 기부 참여 여부, 기부처, 기부금 액, 기부의 내적 동기, 기부의 외적 동기, 기부액 및 기부처 확대 계획, 기부를 하지 않은 이유, 종교적 기부 경험 및 소득공제, 종교적 기부금 액, 기부 의향 변화 추이, 기부 결정 시 고려사항, 기부 금품 사용 희망 분야	- 2014년도와 비교하여 조사규모(1,000명), 조사방식(면접조사), 조사내용(7개 주제) 변경되었음.
한국인의 자원봉사 활동 실태 조사	국민들의 자원봉사 및 기부에 대한 의식과 참여율 등을 파악하고, 일반국민의 의견 수렴을 통해 자원봉사와 기부를 활성화하기 위한 정책 마련 기초자료 구축	행정안전부	조사통계	- 조사대상: 전국 만20세 이상 남녀 - 조사주기: 3년 - 조사규모: 약 1,500명 - 조사방식: 면접조사 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기부 및 자원봉사	- 조사항목: 1년간 기부 여부, 기부처, 기부 방식, 기부액 및 기부물품, 기부 경로 - 통계: 자선적 기부 참여율, 자선적 기부자 특성, 자선적 기부금액, 종교 기부액, 자선적 기부자 정기성·기부횟수, 기부 참여 경로	- 최근조사: 2014년 - 기부액은 종교와 자선(종교 기부 제외)을 구분해서 조사 - 현물에 대한 기부규모도 조사 - 이웃돕기 활동 및 유형별 참여에 대한 조사 포함
다국적기업의 사회	다국적 기업의 사회공헌 실태와 애로점을 파악하여 비영리조직과의	아름다운재단	조사통계	- 조사대상: 국내 다국적 기업 - 매출액 순위 50위 기업 - 조사주기:	- 조사항목: 일반현황, 사회공헌활동 참여 경험, 사회공헌 실적, 사회공헌 활동 추진 및 장애 요인, 사회공헌	- 최근조사: 2014년

통계명	목적	작성기관	작성유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
공헌 실태 조사	협력 방안 제고			- 조사규모: 50개 - 조사방식: 전화조사, 이메일, 팩스 등 병행 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기부 및 자원봉사	활 동성과, 비영리조직과의 협력 현황 및 방안, 국내 다국적기업의 본사특 성 - 통계: 기부총액, 대상별 기부항목 비율, 기업사회공헌 지출현황, 기업사회공헌 재원출처 등	
기업 사회 공헌 실태 조사	한국기업의 사회 공헌활동 변화추 이 분석	아름 다운 재단	조사 통계	- 조사대상: 국내 매출액 2,000위 이내 기업 - 조사주기: 2년 - 조사규모: 약 400개 표본 - 조사방식: 온라인조사 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기부	- 조사항목: 사회공헌활동 참여 경험 및 조직, 사회공헌 실적, 사회공헌활동 추진요인 및 장애요인, 사회공헌활 동 성과, 사회공헌활동 정책에 관한 인 식 - 통계: 기부금 분류별 기부 비율, 기 부 분야별 기부비율, 기부 대상 및 분 야, 기부 방식별 기부비율 및 공익재단 / 모금조직 사업관리비용 허용 비율, 사회공헌활동의 재원, 공익단체에 대 한 지원 중단/변경 경험 및 이유	-최근조사: 2014년

〈표 2-10〉 자원봉사 관련 보고통계 및 조사통계에 대한 메타정보 요약

통계명	목적	작성 기관	작성 유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
사회조사	사회적 관심사항 및 삶의 질에 관한 사항 등 사회구성원의 주관적 관심사를 파악하여 사회개발정책의 기초자료 제공	통계청	조사통계	- 조사대상: 전국 약 18,000 표본가구 내 상주하는 만 13세이상 가구원 - 조사주기: 1년(부문별 2년 주기) - 조사규모: 약 37,000명 - 조사방식: 면접조사 - 승인통계 - 통계활용분야: 사회	- 조사항목: 자원봉사활동, 자원봉사활동의 정기성, 자원봉사활동 인지경로, 전문성을 활용한 자원봉사, 향후 자원봉사활동 의사 - 통계: 인구학적·사회경제적 특성별 자원봉사활동 현황	- 기본항목(성별, 연령, 교육정도 등)과 가족, 보건, 복지, 교육, 사회참여, 노동, 문화와 여가, 소득과 소비, 환경, 안전 등 10개 부문을 2년 주기로 5개 부문씩 선정하여 조사 - 사회참여 부문에 자원봉사활동 포함 - 자원봉사활동 참여 횟수 및 1회 평균시간에서 오전/오후 자원봉사활동 분야가 다른 경우 각각의 자원봉사활동으로 분류 - 한 번 활동 시 기간이 2일 이상인 경우 하루를 기준으로 참여 횟수를 계산
생활시간조사	국민들이 주어진 하루 24시간을 어떤 형태로 보내고 있는지를 조사하여 국민의 생활방식과 삶의 질을 파악하여 노동, 복지, 문화, 교통 관련 정책수립이나 학문적 연구 활동을 위한 기초자료로	통계청	조사통계	- 조사대상: 조사시점 전국에 거주하는 만 10세이상 가구원 - 조사주기: 5년 - 조사규모: 약 27,000명(표본으로 추출된 12,000가구 내) - 조사방식: 면접조사 - 승인통계 - 통계활용분야: 사회	- 조사항목: 주된 행동, 행위장소/이동수단, 함께한 사람, 동시행동에 관한 문항, 시간활용 만족도, 건강상태, 근무(등교)일 여부, 1시간 이상 방문한 사람 여부 및 방문자 - 통계: 성별·요일별·시간간격별 참여 및 봉사활동 비율, 분야별 자원봉사활동 비율, 참여활동별 비율,	- 최근조사: 2014년 - 시간일지 작성은 자기기입식으로 조사됨 - 시간일지는 10분 간격으로 작성 - 자원봉사활동 분야는 국가 지역행사 관련, 소외계층 관련, 재해주민 관련, 기타 자원봉사 등 4개로 구분 - 참여활동은 의무적 참여활동, 자녀교육 관련, 기타 참여활동 등 3개로 구분 - 행위자 비율은 특정행동을 하루 24시간 중 10분 이상 한 사람(행

통계명	목적	작성기관	작성유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
	활용					위자)의 비율
기업 및 기업재단 사회공헌 활동에 관한 조사	기업 및 기업재단의 사회공헌 현황에 대한 조사, 분석을 통해 사회공헌활동의 실상을 종합적으로 파악	전국경제인연합회	조사통계	- 조사대상: 국내 매출액 상위 500대 기업 및 전국경제인연합회 회원사 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 600개 기업 - 조사방식: 전화조사, 이메일, 팩스 등 병행 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기업 사회공헌활동	- 조사항목: 프로보노 활동, 임직원의 봉사활동 인원, 봉사활동 참여율, 봉사활동 총 시간, 사내 봉사자 지원제도, 자사만의 특화된 봉사 추진제도, 임직원외 봉사프로그램 운영 - 통계: 봉사활동 인원 참여비율, 봉사활동 추진제도 도입비율, 사회공헌 저해요인, 사회공헌 운영방식 선호도, 파트너십 선정기준, 기업 사회공헌에 대한 국민인식 제고방안	
중견중소기업의 사회공헌 활동에 관한 조사	중견·중소기업들의 사회공헌 실태 파악	대한상공회의소	조사통계	- 조사대상: 국내 매출액 순위 501~1,100위 기업 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 약 600개 기업 - 조사방식: 전화조사, 이메일, 팩스, 면접조사 등 병행 - 비승인통계 - 통계활용분야: 중견·중소기업 사회공헌활동	- 조사항목: 봉사단 규모, 연간 봉사활동 횟수, 1명당 연간 평균 봉사활동 시간, 활동 중인 분야, 관심 있는 자원봉사 분야, 자원봉사활동 지원제도 유무 및 지원 내용 - 통계: 임직원 자원봉사단 참여인원비율, 자원봉사단 1명당 연간 평균 봉사활동 시간, 활동 중이거나 관심 있는 자원봉사 분야 참여율, 사회공헌활동 지원제도, 활동 추진성과 만족도	
한국복지패널조사	전 국민의 삶의 질 현황과 변화를 지역별·연령별·계층별로 파악하여 중단적 자료를 통한 계	한국보건사회연구원	조사통계	- 조사대상: 원표본 가구 7,072가구 및 가구내 만 15세이상 가구원 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 약 6,723 패널가구(‘16년)	- 조사항목: 연간 정기적인 자원봉사활동 여부, 연간 자원봉사활동 횟수 - 통계: 소득집단별 연간 자원봉사활동 횟수	- 인구학적, 사회경제적 특성별 자원봉사활동 통계 생산 가능

통계명	목적	작성 기관	작성 유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
	층별 소득변화 등을 장기간에 걸쳐 역동적으로 분석할 수 있는 기초자료 마련			- 조사방식: 면접조사 - 승인통계 - 통계활용분야: 사회		
전국 자원봉사 활동 및 기부실태 조사	국민들의 자원 봉사 및 기부에 대한 의식과 참여율 등을 파악하고, 일반 국민의 의견 수렴을 통해 자원봉사와 기부를 활성화하기 위한 정책 마련 기초 자료 구축	행정 자치 부	조사 통계	- 조사대상: 전국 만20세 이상 남녀 - 조사주기: 3년 - 조사규모: 약 1,500명 - 조사방식: 면접조사 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기부 및 자원봉사	- 조사항목: 자원봉사 활동처 및 활동 분야, 자원봉사 참여동기, 자원봉사 참여경로 및 참여요청, 자원봉사 활동시간 및 기간, 자원봉사활동 만족도, 자원봉사자 인정, 자원봉사에 대한 국민 인식 - 통계: 자원봉사 참여율, 인구·사회·경제특성별 자원봉사 참여율, 자원봉사 활동기관 및 활동분야, 참여동기·참여경로·참여요청 비율, 연간, 월간, 일생동안 자원봉사 활동시간, 자원봉사 경제적 가치, 자원봉사활동에 대한 평가, 자원봉사활동의 인정과 인센티브 경험, 국민 인식, 시민참여와 자원봉사, 사회기관에 대한 신뢰도	
기업 사회공헌 실태조사	한국기업의 사회공헌활동 변화추이 분석	아름다운재단	조사 통계	- 조사대상: 국내 매출액 2,000위 이내 기업 - 조사주기: 2년 - 조사규모: 약 400개 표본 - 조사방식: 온라인조사 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기부	- 조사항목: 연간 사원들의 자원봉사 활동여부, 회사차원의 지원여부, 회사 지원형태, 사원의 자원봉사활동 참여율, 직원 1인당 연간 참여시간, 기업의 자원봉사활동 분야 - 통계: 매출액순위별·기업유형별·사회공헌활동 담당인력여부별 자원봉사활동 여부 및 회사 지원여부, 기업유형별·매출액순위별 봉사활동	- 최근조사: 2014년 - 표본추출은 기업유형별(상장/비상장)별 유의할당 추출함.

통계명	목적	작성기관	작성유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
					지원방식, 매출액순위별 봉사활동 참여율 및 참여시간, 활동분야, 사회공헌활동 추진이유 및 결정 요소, 사회공헌활동 외적·내적 장애요인, 사회공헌활동 정책에 관한 인식	
사회복지 자원봉사 통계연보	사회복지분야에서의 국민 자원봉사활동 참여 촉진과 생활화를 유도	보건복지부	보고통계	- 작성주기: 1년 - 보고대상: 사회복지시설 자원봉사 활동자	- 통계: 사회복지자원봉사 인증관리센터 및 인증요원에 대한 현황, 사회복지자원봉사 일반현황, 사회복지자원봉사자 1인당 연간 평균 자원봉사활동 시간 및 횟수, 시도별·시설종별·연령대별·성별·직업별·최종학력별 자원봉사자, 자원봉사활동 시간 및 횟수, 정기적·지속적 활동 자원봉사자 현황, 기타 봉사현황	
1365자원봉사 통계	전국의 자원봉사 정보를 한 곳에 모아 다양한 자원봉사를 검색, 신청하는 행위를 한 번에 해결할 수 있도록 함	행정자치부	보고통계	- 작성주기: 1년 - 보고대상: 1365자원봉사포털 이용 자원봉사활동자	- 통계: 인구대비 자원봉사활동자현황, 자원봉사 활동에 참여한 연간 총인원 현황, 1회 이상 활동한 실제 봉사인원 현황, 자원봉사활동 분야별 현황, 연령별 현황	
청소년활동 실태 및 요구조사	청소년 활동 실태와 청소년역량 간의 관계를 다각적으로 분석함	여성가족부	조사통계	- 조사대상: 전국 중학교 2~3학년, 고등학교 1~3학년 재학 중인 학생청소년 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 약 18,000명 - 조사방식: 자기기입식 - 비승인통계	- 통계: 청소년의 활동영역(건강증진, 과학정보, 교류, 모험탐사, 문화예술, 자원봉사, 진로, 참여)별 참여율 및 참여만족도, 참여요구 현황	

통계명	목적	작성 기관	작성 유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
				- 통계활용분야: 청소년활동		

〈표 2-11〉 나눔 관련 기타 통계에 대한 메타정보 요약

통계명	목적	작성기관	작성유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
혈액사업 통계연보	국내 헌혈자, 수혈자, 의료기관에 헌혈현황 통계 제공	대한 적십 자사	보고 통계	- 작성주기: 1년 - 보고대상: 헌혈자	- 통계: 헌혈실적(헌혈방법별·월별·성별·연령별·직업별·장소별·혈액형별 헌혈자 실인원수), 신규등록회원실적(성별·연령별·직업별·연도별 회원수), 부적격 현황, 단체헌혈현황	- 혈액관리법 제12조 규정에 의거 적십자 소속 혈액원과 적십자 외 혈액원에서 제출한 자료를 종합한 것임.
장기등 이식 통계 연보	장기 등과 관련 된 기증자 및 기증희망등록 자, 이식자, 이 식대기자 등의 통계 제공	질병 관리 본부 국립 장기 이식 관리 센터	보고 통계	- 작성주기: 1년 - 보고대상: 기증희망자, 이식자, 이식대기자	- 통계: 기증자유형별·장기별·인구학적 특성별(성별, 연령별, 혈액형별)·지역별·이식의료기관별 특성에 따른 장기·안구·골수·체대혈 기증자 수, 이식(장기)수, 이식자 생존율, 이식자 평균 대기시간, 이식대기자 평균 대기시간, 기증희망등록자 수, 등록·이식 건수	- 장기이식통계는 장기기증 및 이식 적출일을 기준, 생존율 및 이식대기 시간은 이식일을 기준으로 한 것임. - 한 명의 이식자가 다수의 장기를 이식 받는 경우, 장기별로 집계되므로 실제 이식자와 이식 장기의 수는 다를 수 있음. - 뇌사 기증자·이식통계는 NHBD를 포함해 작성한 것임.
식품기부 실적	식품 및 생활용품의 기부 활성화를 위한 기초 자료 제공	보건 복지부	보고 통계	- 작성주기: 1년 - 보고대상: 전국 푸드뱅크 및 푸드마켓 통한 기부·지원 식품 정보	- 통계: 운영주체별 현황, 인력 현황, 장비보유 및 설비현황, 푸드마켓 이용현황, 배분식품 위생사고 현황, 기탁회원 현황, 이용자 단체현황, 재가이용자대상 현황, 기탁품 접수현	- 푸드뱅크는 식품제조·유통기업 및 개인으로부터 여유식품 등을 기부받아 결식아동, 홀로 사는 어르신,

					황, 기탁자별 기탁품 접수현황, 이 용 단체별 배분현황, 이용대상자별 배 분 통계, 기탁품 폐기현황, 기탁품 폐 기 비용 현황	제가 장애인 등 저소득계층에 식 품 을 지원해주는 민간단체 중심의 사회복지분야 물적 자원 전달체계 임.
--	--	--	--	--	---	--

제 3 장

국내 나눔실태와 나눔단체

제1절 기부

제2절 자원봉사활동

제3절 생명나눔

제4절 나눔단체

제5절 소결

3

국내 나눔실태와 나눔단체 <

<

우리나라에서 나눔의 범주는 기부, 자원봉사활동 그리고 생명나눔을 포함하고 있다. 본 장에서는 이 범주에 따라 나눔의 변화를 기부, 자원봉사활동, 생명나눔으로 구분하여 살펴보았다. 기부, 자원봉사활동은 개인과 기업으로 구분하여 살펴보았고, 생명나눔은 헌혈과 장기기증 등의 실태 변화를 살펴보았다.

제1절 기부

기부는 개인과 기업으로 구분하여, 개인에서는 기부동향, 기부규모, 기부인식 및 태도, 기부여부 등 특성을 살펴보았고, 기업에서는 기부참여 및 규모, 기부 처 및 기부분야 등을 살펴보았다.

1. 개인

개인에서의 기부동향, 기부규모, 기부인식 및 태도, 기부여부 등을 통계청에서 조사되는 사회조사, 가계동향조사 국세청의 국세통계연보, 그리고 여론조사 결과 등을 통해 살펴보았다.

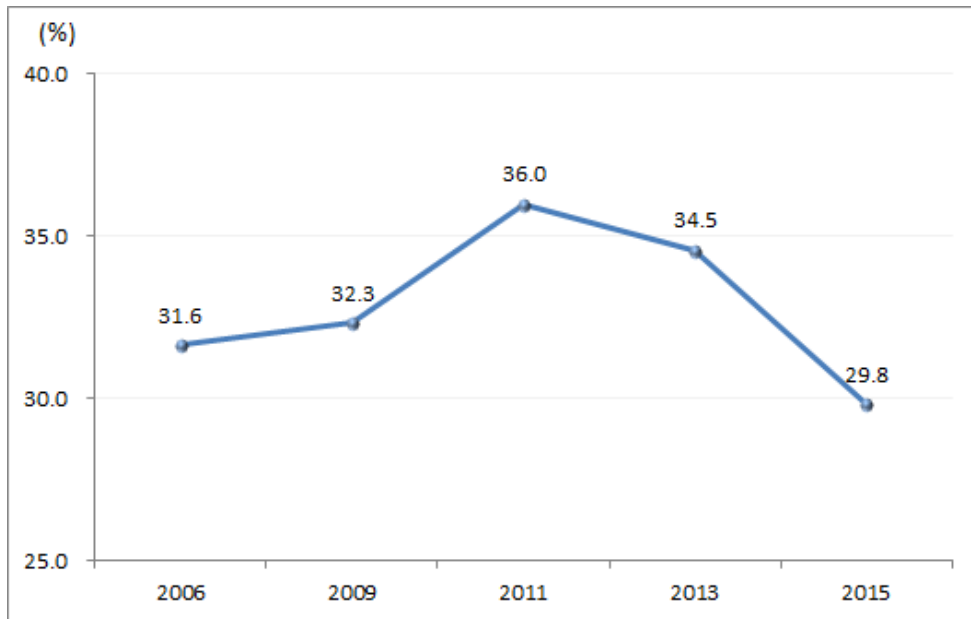
가. 기부 동향

기부 동향은 기부참여율 추이와 성, 연령 등 인구학적 특성별 참여율 그리고 기부경로, 정기적기부정도 등을 통해 살펴보았다.

1) 기부 참여율 추이

기부 참여율 추이를 살펴보면, 2006년 31.6%에서 점차 증가하여 2011년 36.0%에 이르렀으나 이후 점차 감소하여 2015년에는 29.8%로 낮아졌다.

[그림 3-1] 기부 참여율 추이(15세이상): 2006-2015



주: 2011년 이전과 2011년 부서의 설문문항이 정확히 같지 않음.
자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

기부의 선행지표로 볼 수 있는 향후 1년 이내에 기부의향은 2013년 48.2%에서 2015년에는 44.8%로 낮아졌다(통계청, 사회조사). 이와 같은 감소의 원인을 통계청에서 조사한 사회조사의 기부하지 않는 이유에서 살펴보면 ‘경제적여유가 없어서’가 2011년 63.6%에서 2013년에는 61.6%로 낮아졌고, 2015년에는 64.2%로 높아졌다. 이와 같이 경제적여유가 없어서 기부하지 않는 비율에 변동은 크지 않으나 긍정적인 응답 비율 자체가 매우 높다. 이는 많은 국민이 경제적 이유로 기부에 참여하지 못하고 있다고 생각하고 있는 것으로 나타났다.

기부참여율은 국민들의 주관적인 소득수준과 밀접한 연관이 있는 것으로 보인다. 즉, 본인이 생각하는 주관적 소득수준을 매우여유, 약간, 보통, 여유 없음, 매

우 모자람으로 구분하고 본인이 어느 수준에 해당하는지를 물어본 결과 매우여유나 약간여유가 있다고 응답한 비율이 높은 해에는 기부참여율도 높게 나타났다. 2006년에서 2015년 기간 중 기부참여율이 가장 높은 2011년에 매우여유나 약간여유가 있다고 응답한 비율은 19.7%로 2013년이나 2015년에 비하여 11.2~11.4% 포인트가 높았으며, 8.3%와 8.5%로 낮아진 2013년과 2015년에는 기부참여율도 낮아져 주관적 소득수준에 따라 기부참여율이 영향을 받는 것으로 판단된다.

〈표 3-1〉 만19세 이상의 주관적 소득수준별 분포

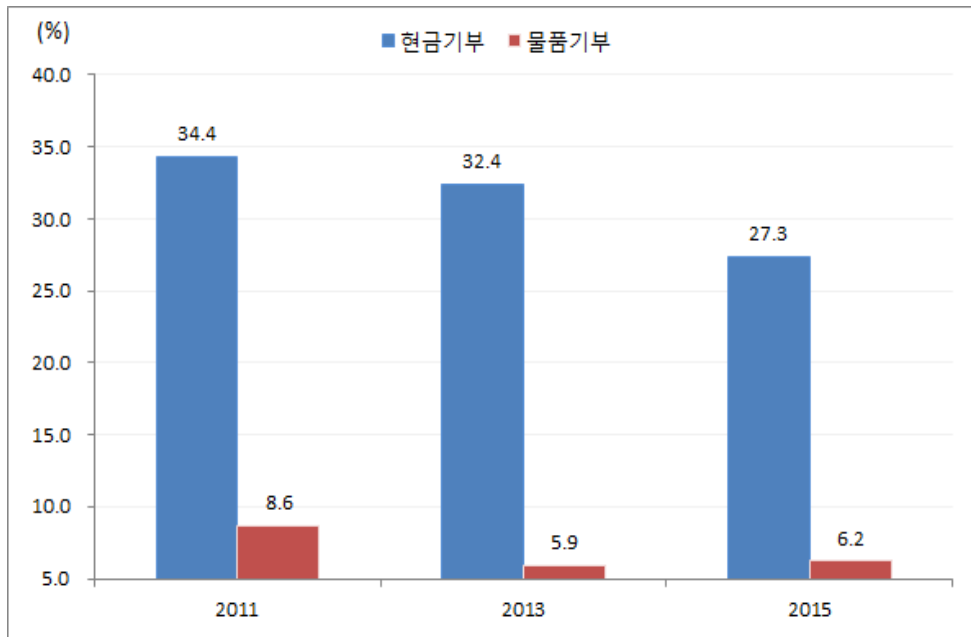
(단위: %)

년도	매우여유	약간여유	보통	여유없음	매우모자람
2015	0.9	7.4	27.0	43.3	21.4
2013	0.8	7.7	25.3	43.2	23.0
2011	2.8	16.9	30.8	34.0	15.5

자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도

현금기부에 참여한 경험이 있는 비율은 2011년 34.4%에서 2015년 27.3%로 감소추세를 보여준다. 물품기부 참여 경험은 2011년 8.6%에서 2013년에는 5.9%로 낮아졌으나 2015년에는 이보다 0.3% 포인트 증가한 6.2%를 나타냈다.

[그림 3-2] 현금 및 물품기부 참여율(15세 이상): 2011-2015



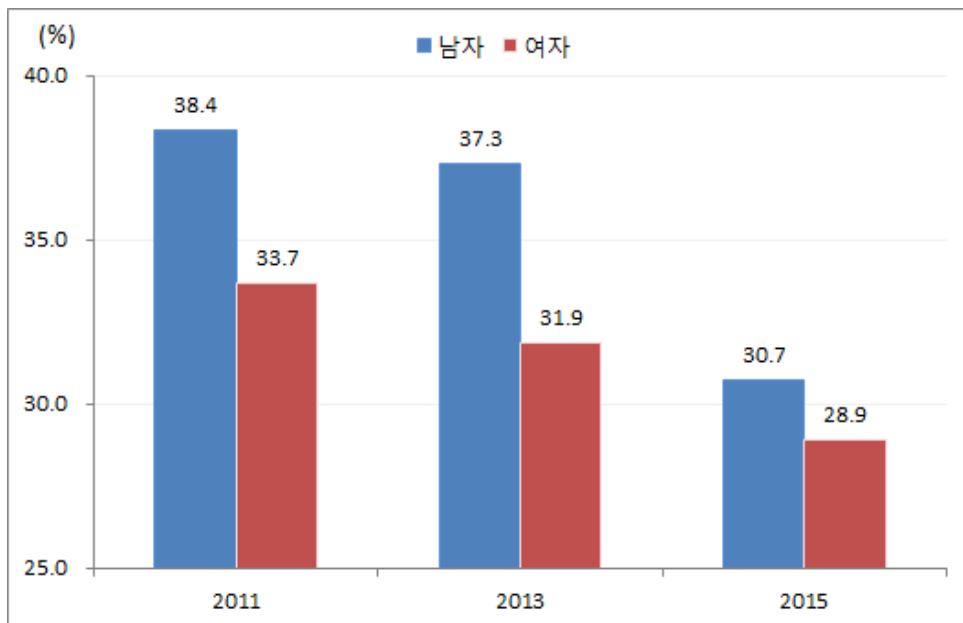
자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

2) 인구사회특성별 기부 참여율

□ 성 및 연령별 기부 참여율

2015년 성별 기부참여율은 남자의 경우 2011년 38.4%에서 점차 낮아져 2015년에는 30.7%로 감소했다. 여자의 경우도 2011년 33.7%에서 점차 낮아져 2015년에는 28.9%였다. 2011년 남자의 기부참여율은 여자보다 4.7% 포인트가 높았으나 점차 그 차이가 적어져 2015년에는 1.8% 포인트의 차이를 나타냈다.

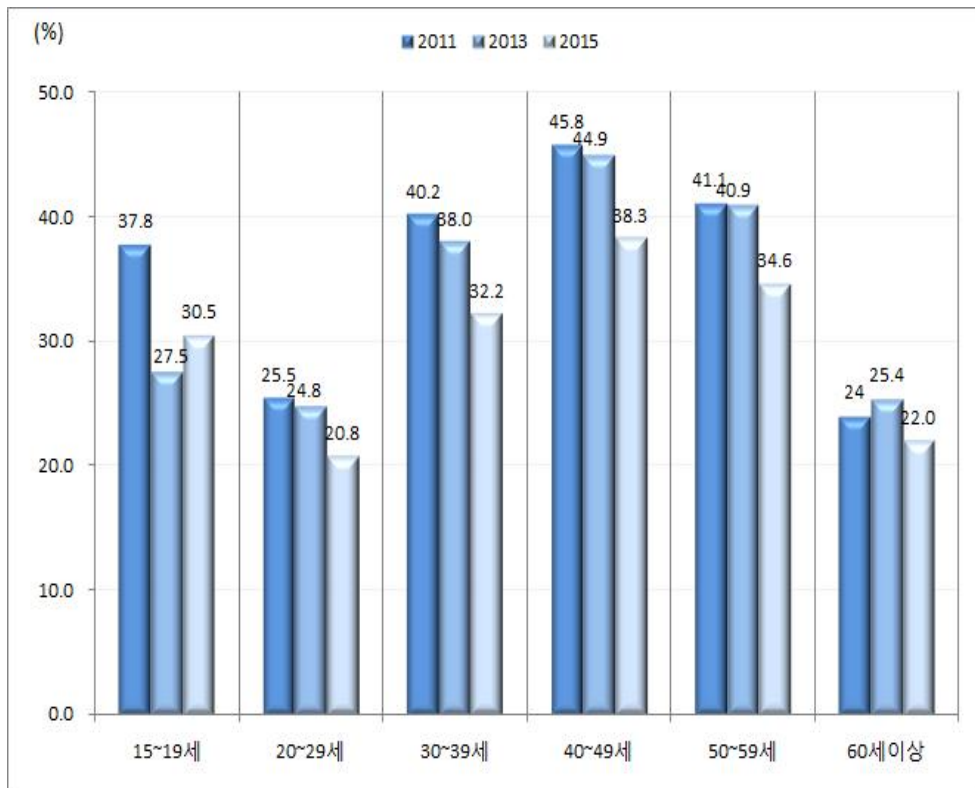
[그림 3-3] 성별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

연령별로 기부참여율의 변화를 살펴보면 전반적인 기부참여율의 저하로 15-19세 연령층을 제외한 연령층에서 2013년에 비하여 2015년의 기부참여율이 낮아진 것으로 나타났다. 가장 높은 참여율을 보인 40대의 기부참여율은 2013년 44.9%에서 2015년에는 38.3%로 6.6% 포인트의 감소를 보였으며, 60세 이상에서는 3.4% 포인트, 50대에서는 6.3% 포인트, 30대에서는 5.8% 포인트, 20대에서는 4.0% 포인트가 낮아져 40대, 50대, 30대 순으로 감소폭이 컸으며, 15-19세 연령층만이 유일하게 높아졌다.

[그림 3-4] 연령대별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015

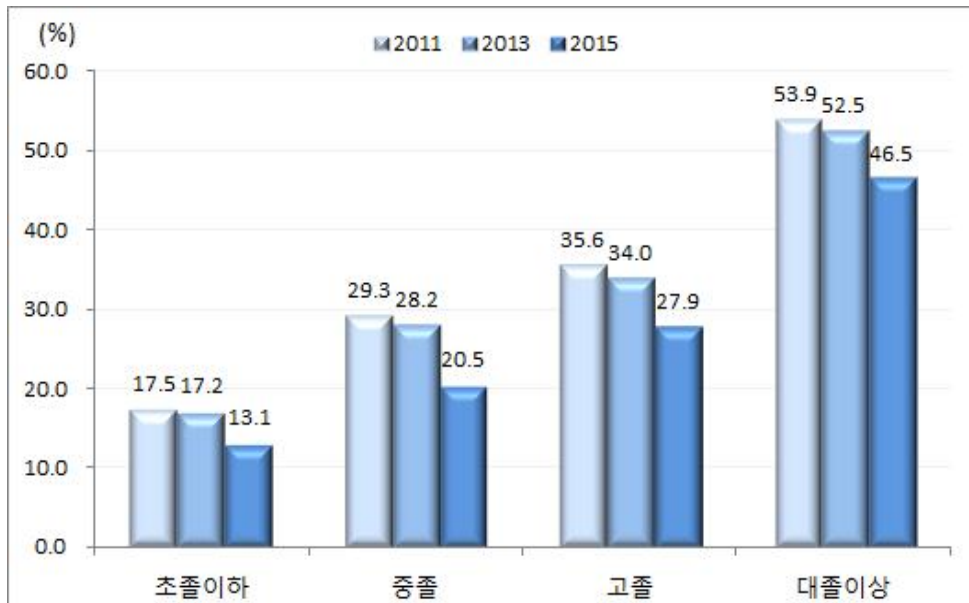


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

□ 교육정도별 기부 참여율

교육정도별 기부 참여율을 30세 이상 인구를 중심으로 살펴보면 모든 학력층에서 감소하는 경향을 보였다. 가장 기부참여율이 높은 대졸이상의 경우 2011년 53.9%에서 2015년에는 46.5%로 2011년 대비 7.4% 포인트가 감소하였다. 기부참여율이 가장 낮은 초졸 이하도 2011년 17.5%에서 2015년 13.1%로 2011년 대비 4.4% 포인트가 감소하였다. 그 밖에 고졸은 2011년 대비 7.7% 포인트, 중졸은 8.8% 포인트가 감소하였다.

[그림 3-5] 교육정도별 기부 참여율(30세이상): 2011-2015



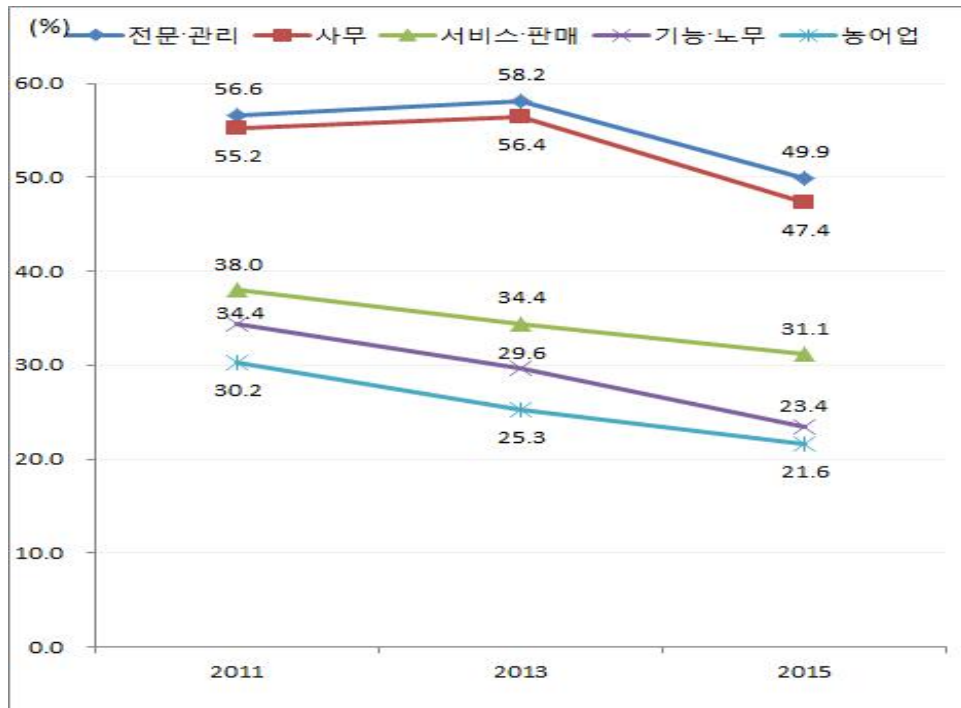
주: 최종학력 기준임.

자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

□ 직업 및 소득구간별 기부 참여율

직업별 기부 참여율을 살펴보면 가장 높은 전문관리직이 2013년 58.2%에서 2015년에는 49.9%로 8.3% 포인트가 감소하였으며, 다음으로 높은 사무직은 2013년 56.4%에서 2015년에는 47.4%로 9% 포인트가 감소하였으며, 서비스판매직이 34.4%에서 31.1%로 3.3% 포인트, 기능노무직이 29.6%에서 23.4%로 6.2% 포인트, 농·어업직이 25.3%에서 21.6%로 3.7% 포인트 감소하여 사무직이 가장 크게 감소하였고, 서비스 판매직이 가장 적게 감소하였다.

[그림 3-6] 직업별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015

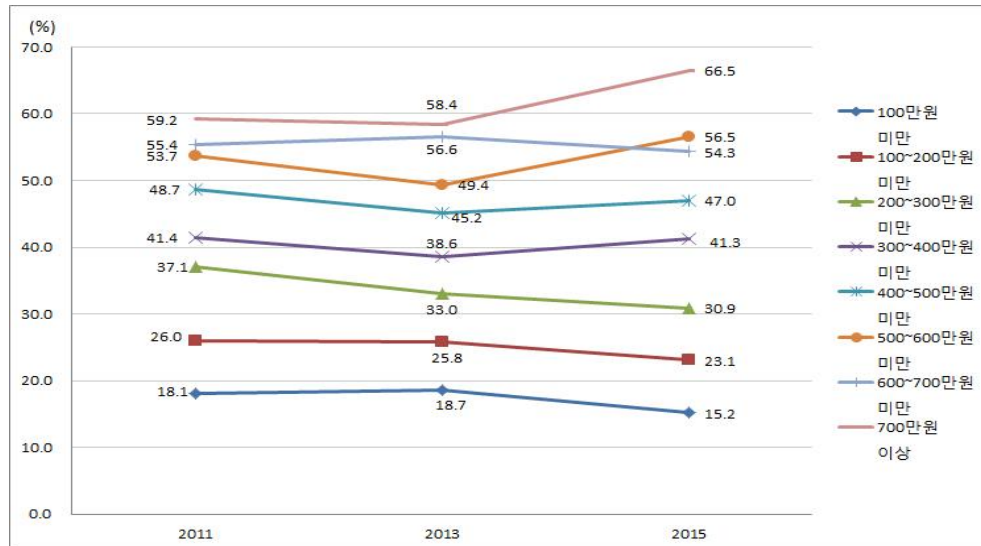


주: 전문·관리는 관리자, 전문가 및 관련 종사자 포함. 기능·노무는 기능원 및 관련기능 종사자, 장치, 기계조작 및 조립 종사자 포함.

자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

가구의 월평균 소득구간별 기부 참여율을 살펴보면, 소득이 가장 높은 700만원 이상에서는 2013년 58.4%에서 2015년에는 66.5%로 8.1% 포인트가 높아졌고, 다음으로 높은 구간인 500~600만원 미만 구간은 49.4%에서 56.5%로 7.1% 포인트 높아졌으며, 600~700만원 미만은 56.6%에서 54.3%으로 2.3% 포인트 낮아졌다. 400~500만원 미만은 45.2%에서 47.0%로 1.8% 포인트 증가하였으며, 300~400만원 미만이 38.6%에서 41.3%로 2.7% 포인트 증가하였고, 200~300만원 미만이 33.0%에서 30.9%로 2.1% 포인트 감소하였으며, 100~200만원 미만이 25.8%에서 23.1%로 2.7% 포인트 감소하였고, 100만원 미만은 18.7%에서 15.2%로 3.5% 포인트 감소하여 비교적 소득이 높은 층은 증가한 반면 소득이 낮은 층은 감소하는 경향을 보였다.

[그림 3-7] 가구소득별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

□ 지역별 기부 참여율

기부 참여율은 지역별로 차이를 보이고 있는데 가장 높은 지역은 전남으로 34.4%였으며, 다음은 인천과 충북으로 33.9%였으며, 강원 33.1%, 서울 33.0%, 부산 32.2%, 대전 30.3%, 광주 30.2%로 높았고, 가장 낮은 곳은 전북으로 24.2%를 나타냈으며, 그 다음으로 낮은 지역은 대구로 24.7%였다.

〈표 3-2〉 지역별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015

	2011	2013	2015		2011	2013	2015
서울	37.3	36.5	33.0	강원	27.5	30.2	33.1
부산	39.6	44.8	32.2	충북	32.0	40.0	33.9
대구	33.1	35.6	24.7	충남	37.1	31.6	26.6
인천	34.1	36.5	33.9	전북	30.8	32.0	24.2
광주	38.8	39.0	30.2	전남	33.7	34.1	34.4
대전	39.2	47.1	30.3	경북	37.1	26.1	28.0
울산	36.6	31.8	29.5	경남	33.9	34.1	26.3
세종	—	—	29.6	제주	34.2	29.2	27.9

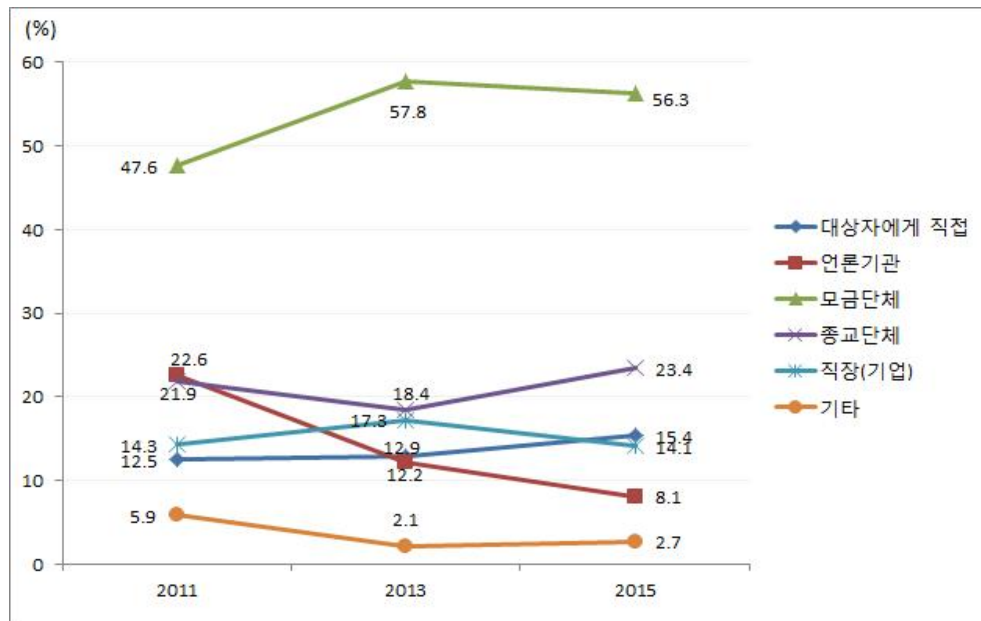
경기	36.8	30.3	27.7				
----	------	------	------	--	--	--	--

자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

3) 기부경로별 현금기부 참여율

현금기부참여율의 기부경로는 모금단체를 통한 기부가 2011년 47.6%에서 2015년에는 56.3%로 8.7% 포인트가 증가하였고, 반면 언론단체를 통한 기부는 2011년 22.6%에서 2015년에는 8.1%로 14.5% 포인트가 감소하였다. 2015년 현금기부 참여율이 높은 경로는 모금단체가 가장 높았고, 다음은 종교단체였으며, 대상자에게 직접전달, 직장(기업), 언론기관 순으로 높았다.

[그림 3-8] 기부경로별 현금기부 참여율(15세이상): 2011-2015

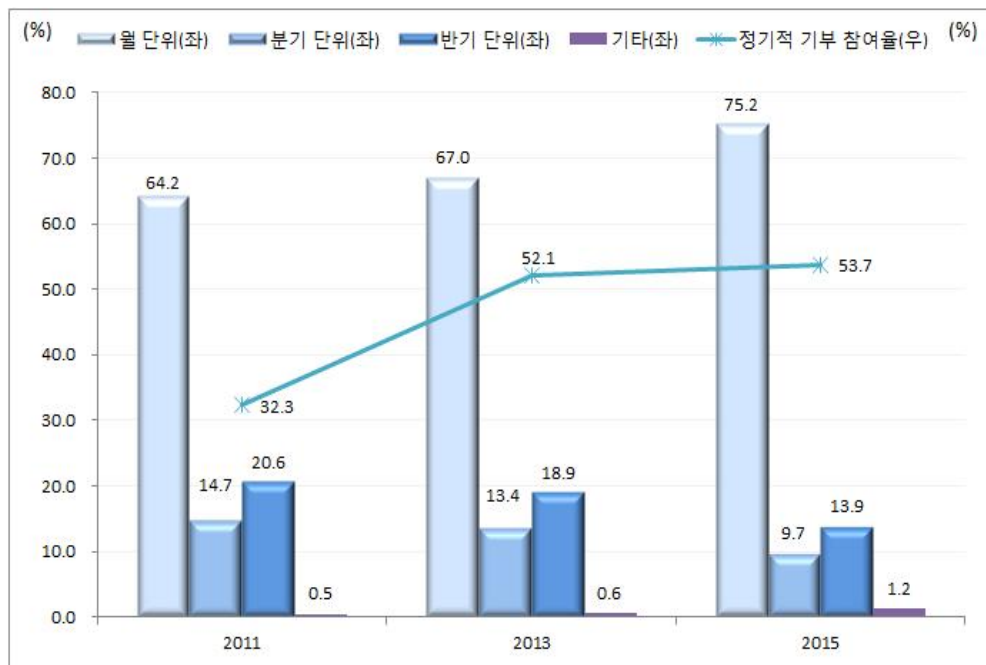


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

4) 정기적 기부 참여율

현금기부의 정기적 참여율은 2011년 32.3%에서 2015년 53.7%로 2011년 대비 21.4% 포인트가 증가하였다. 2015년 주기적 참여자들의 참여주기는 월 단위 이하가 75.2%로 가장 높았고, 다음은 반기별로 참여하는 사람이 13.9%였으며, 분기단위로 참여하는 사람은 9.7%였다. 2011년과 비교해 보면 월 단위이하 참여자가 64.2%에서 75.2%로 11.0% 포인트가 증가하였으며, 반기별 참여자는 20.6%에서 13.9%로 6.7% 포인트가 감소하였다.

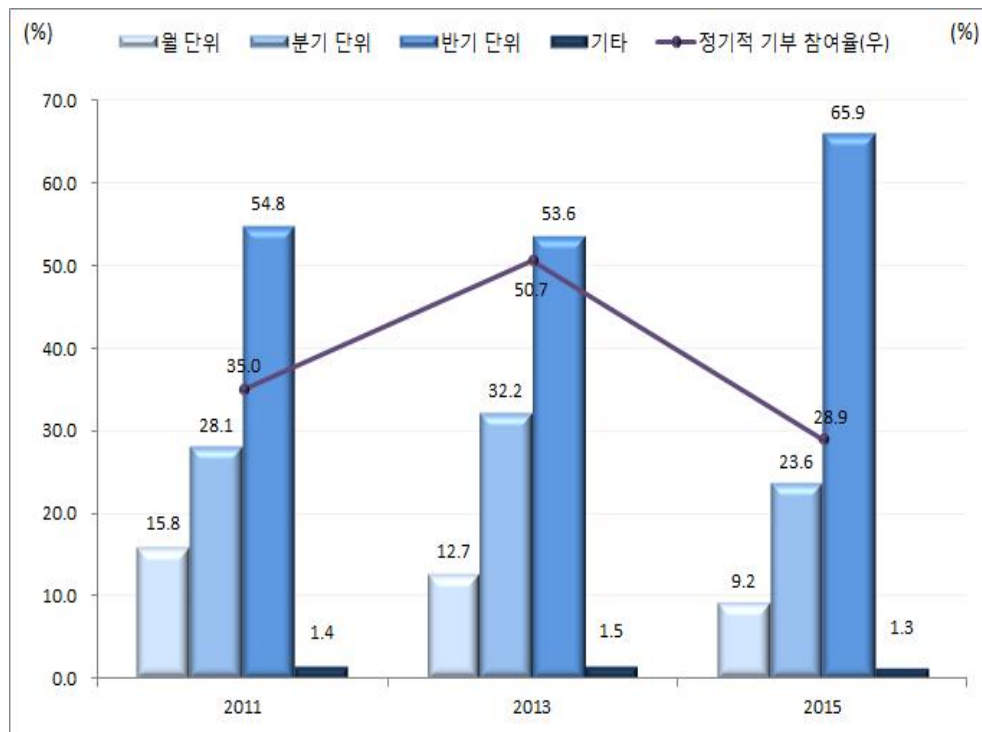
[그림 3-9] 정기적 현금기부 참여현황(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

물품기부의 정기적 참여율은 2011년 35.0%에서 2013년에는 50.7%로 증가하였으나, 2015년에는 28.9%로 감소하여 2011년 대비 6.1% 포인트가 감소하였다. 2015년 주기적 참여자들의 참여주기는 반기 단위 이하가 65.9%로 가장 높았고, 다음은 분기별로 참여하는 사람이 23.6%였으며, 월단위로 참여하는 사람은 9.2%였다. 2011년과 비교해 보면 반기 단위 참여자가 54.8%에서 65.9%로 11.1% 포인트가 증가하였으며, 분기별 참여자는 28.1%에서 23.6%로 4.5% 포인트가 감소하였다.

[그림 3-10] 정기적 물품기부 참여현황(15세이상): 2011-2015

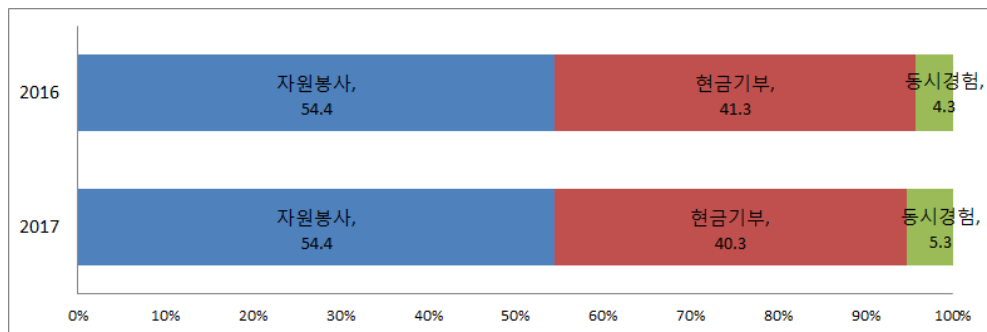


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

5) 생애 처음 나눔에 참여시 자원봉사와 현금기부 중 먼저 경험한 것: 2016- 2017

생애 처음 나눔 참여시 자원봉사와 현금기부 중 먼저 경험한 것을 살펴보면 2016년에는 자원봉사가 54.4%로 현금기부 41.3% 보다 높은 것으로 나타났다. 2017년에는 자원봉사가 54.4%, 현금기부가 40.3%로 나타났다. 둘을 동시에 경험한 경우는 각 기간 동안 4.3%와 5.3% 로, 나눔 시작은 현금기부보다는 자원봉사를 먼저 시작하는 경우가 각각 13.1%포인트, 14.1% 포인트가 높았다. 2016년에 비해 2017년에는 현금기부를 먼저 시작하는 경우가 1% 포인트 감소하였으며, 동시에 경험하는 경우가 1% 포인트 증가하였다.

[그림 3-11] 생애 처음 나눔 참여시 자원봉사와 현금기부 중 먼저 경험한 것:
2016-2017



주: 기부참여 무경험자 및 무응답 제외

자료: 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 각년도.

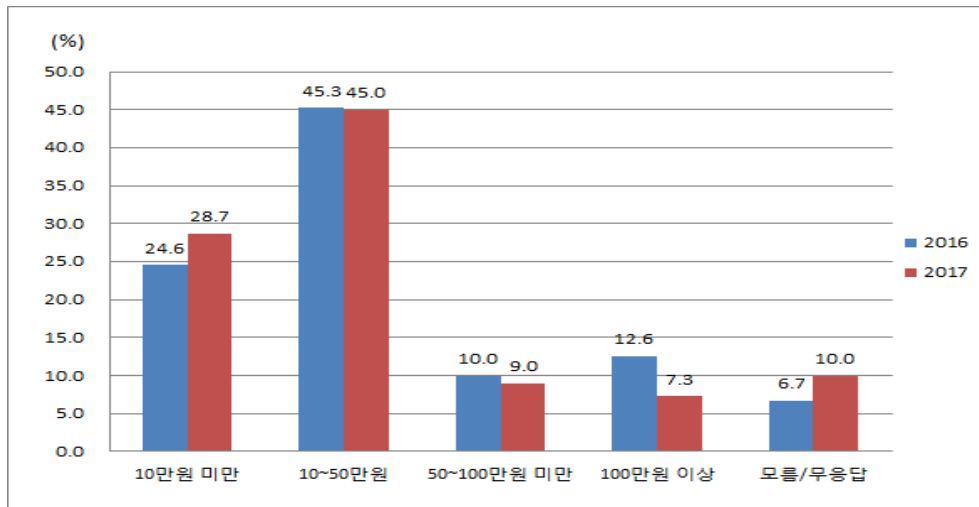
나. 기부 규모

기부는 개인 및 법인으로 구분해 볼 수 있고, 이들의 기부 규모를 파악하기 위해 보건복지부·한국보건사회연구원의 나눔실태 및 인식현황조사, 국세청의 국세통계연보, 통계청의 사회조사, 가계동향조사 등을 살펴보았다. 세무자료를 기초로 작성되는 국세통계연보는 간접적으로 기부금의 총액을 살펴볼 수 있으며, 통계청의 사회조사를 통해서도 현금의 기부 횟수나 기부정도를, 그리고 가계동향조사를 통해 가구에서 비영리단체에 이전 한 정도를 살펴보았다.

1) 현금 기부 경험자의 현금기부액: 2016-2017

2016년과 2017년 동안 현금기부 경험이 있는 사람들의 현금기부액은 10~50만원 미만이 각각 45.3%, 45.0%로 가장 높고, 다음은 10만원 미만으로 24.6%, 28.7%였으며, 50~100만원 미만은 10.0%, 9.0%였으며, 100만원 이상은 12.6%, 7.3%, 평균 기부액은 67.7만원, 38.0만원이었다. 2016년에 비해 2017년에는 소액기부(10만원 미만)가 4.1% 포인트 증가하였으며, 10만원~50만원 미만 구간에서는 0.3% 포인트의 소폭의 감소가, 50~100만원 미만 구간, 100만원 이상 구간에서는 각각 1.0% 포인트, 5.3% 포인트의 감소를 보여주었다.

[그림 3-12] 현금기부 경험자의 현금기부액(19세 이상): 2016-2017



자료: 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 각년도.

2) 기부 신고 총액

기부금 소득공제를 위해 국세청에 신고한 자료를 취합 발간한 국세통계연보에서 기부금 총액의 추이를 살펴보았다. 근로소득자의 기부금은 2006년 4조 2,045억 원에서 점차 증가하여 2015년에는 5조 4,083억 원으로 증가하였다. 종합소득자의 기부금액은 2006년 1조 1,408억 원에서 2015년에는 2조 5,245억 원으로 증가하였다. 근로소득자와 종합소득자의 기부금 총액은 2006년 5조 3,452억 원에서 2015년 7조 9,328억 원으로 증가하였다. 기부금 총액의 변화를 알아보기 위해 법인의 기부금액을 함께 살펴보면 2006년 2조 7,956억 원이던 기부금액은 2014년에는 4조 9,063억 원으로 증가하였으나 2015년에는 4조 7,782억 원으로 감소하였다. 개인과 법인의 기부금 총액은 2006년 8조 1,408억 원에서 지속적으로 증가하여 2015년에는 2006년의 1.56배인 12조 7,110억 원으로 증가하였다.

개인과 법인의 기부금 비율은 2006년 각각 65.7%와 34.3%였으나 2015년에는 각각 62.4%, 37.6%로 개인의 기부금 비율이 감소하였다. GDP 대비 비중은

2006년 0.84%에서 2015년에는 0.81%로 낮아졌다.

〈표 3-3〉 개인과 법인의 기부금 신고 현황: 2006-2015

(단위: 백만원, %)

년도	공제 유형	개 인				법 인		총 계	GDP 대비 비중
		근로 소득자	종합 소득자	소계					
					%		%		
2006	소득 공제 기부 금	4,204,450	1,140,756	5,345,206	65.7	2,795,622	34.3	8,140,828	0.84
2007		4,154,752	1,283,316	5,438,068	62.1	3,325,078	37.9	8,763,146	0.84
2008		4,274,666	1,395,708	5,670,374	62.7	3,378,565	37.3	9,048,939	0.82
2009		4,637,220	1,512,495	6,149,715	64.0	3,460,709	36.0	9,610,424	0.83
2010		4,855,563	1,673,999	6,529,562	65.1	3,504,459	34.9	10,034,021	0.79
2011		5,184,963	1,901,707	7,086,670	63.5	4,068,045	36.5	11,154,715	0.84
2012		5,541,012	2,186,211	7,727,223	65.3	4,112,276	34.7	11,839,499	0.86
2013		5,584,169	2,247,192	7,831,361	62.7	4,654,495	37.3	12,485,856	0.87
2014	세액 공제 기부 금+	5,147,090	2,570,758	7,717,847	61.1	4,906,292	38.9	12,624,139	0.85
2015	소득 공제 기부 금	5,408,347	2,524,481	7,932,828	62.4	4,778,202	37.6	12,711,030	0.81

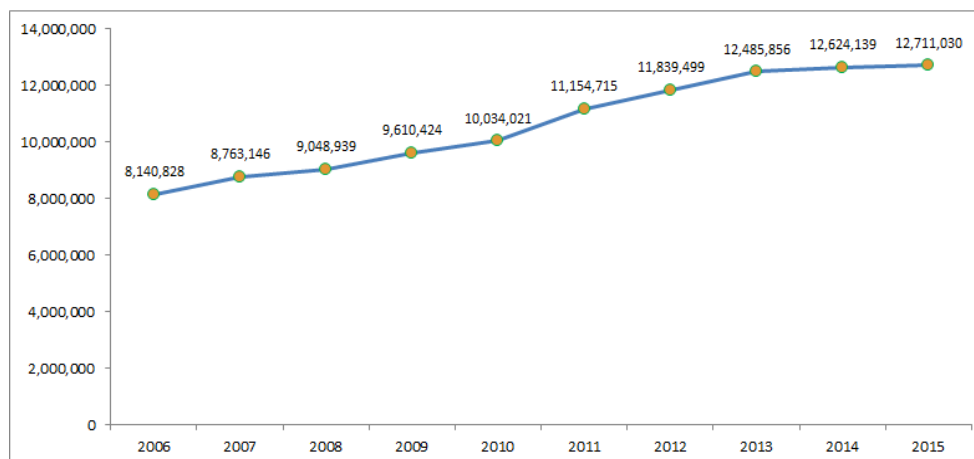
주: 1) GDP대비 비중은 한국은행의 국민계정을 통해 공표되는 명목 GDP를 활용하여 산출

2) 기부금 공제유형은 2013년까지는 소득공제기부금이었으나 2014년부터 세액공제기부금과 소득공제기부금으로 변경

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

[그림 3-13] 기부금 규모의 변화추이: 2006-2015

(단위: 백만원)



자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

전체 근로소득자의 기부실태를 살펴보면 기부인원은 2007년 348만 3천명에서 2015년에는 451만 6천명으로 증가하는 추세이다. 기부금액도 2007년 4조 1,548억 원에서 2015년 5조 4083억 원으로 증가하는 추세이다. 1인당 기부금액은 119만원에서 2015년에는 120만원으로 증가하였다.

〈표 3-4〉 근로소득자의 기부금 신고 현황: 2007-2015

(단위: 명, 백만원)

년도	공제 유형	근로소득자		
		기부인원	기부금액	1인당 기부금액
2007	소득 공제 기부금	3,483,207	4,154,752	1.19
2008		3,634,599	4,274,666	1.18
2009		3,931,704	4,637,220	1.18
2010		4,118,176	4,855,563	1.18
2011		4,428,337	5,184,963	1.17
2012		4,709,343	5,541,012	1.18
2013		4,923,854	5,584,169	1.13
2014	세액, 소득 공제 기부금	4,487,042	5,147,090	1.15
2015		4,514,649	5,408,347	1.20

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

3) 특성별 기부 신고

□ 종합소득자

전체 종합소득자와 종합소득 상위 10% 소득자의 기부인원과 기부금액의 변화를 살펴보면 먼저 전체 종합소득자의 기부인원은 2007년 50만명에서 2012년에 88만 7천명으로 약 77%가 증가하였으나, 2015년에는 77만 4천명으로 감소하였으며, 기부금액은 2007년 1조 2,833억 원에서 2014년에는 2조 5,708억 원으로 배가 증가하였으나, 2015년에는 이보다 약간 감소한 2조 5,245억 원이었다. 1인당 기부금액은 2007년 256만원에서 2015년에는 322만원으로 증가하였다.

종합소득 상위 10% 소득층의 기부인원은 2007년 14만 6천명에서 2015년에는 21만 2천명으로 증가하였다. 기부금액은 2007년 7,889억 원에서 2015년에

는 1조 5,400억 원으로 95.2%가 증가하였다. 1인당 기부금액은 2007년 541만원에서 2014년에는 657만원으로 증가하였으나 2015년에는 493만원으로 감소하였다.

〈표 3-5〉 종합소득자의 기부금 신고 현황: 2007-2015

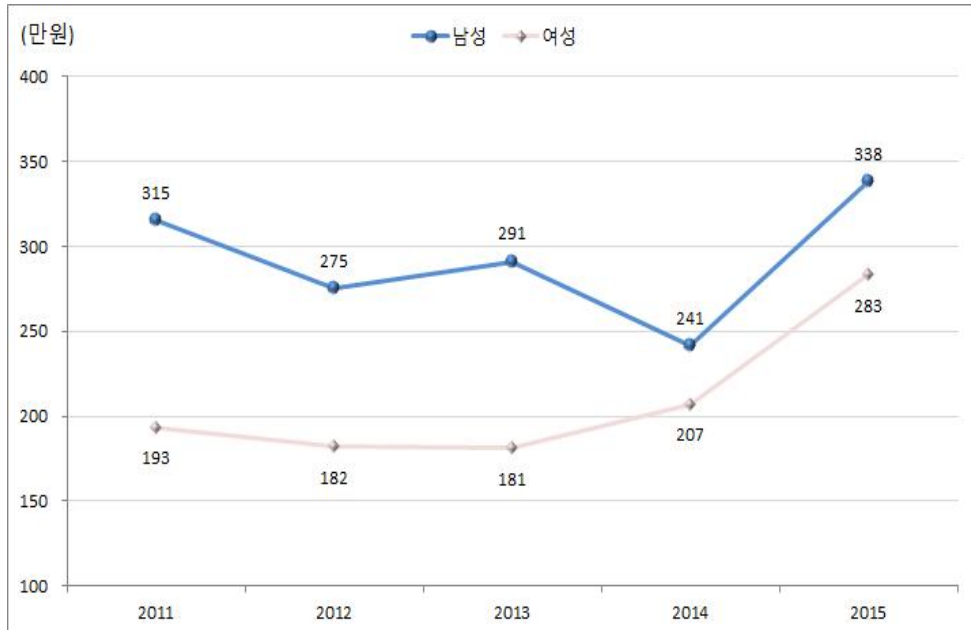
(단위: 명, 백만원)

	공제 유형	전체 종합소득자			종합소득 상위 10%		
		기부인원	기부금액	1인당 기부금액	기부인원	기부금액	1인당 기부금액
2007	소득 공제 기부금	500,354	1,283,316	2.56	145,918	788,883	5.41
2008		557,159	1,395,708	2.51	175,542	908,004	5.17
2009		594,931	1,512,795	2.54	184,291	966,597	5.24
2010		643,969	1,673,999	2.60	202,295	1,075,289	5.32
2011		689,252	1,901,707	2.76	219,792	1,255,110	5.71
2012		886,617	2,186,211	2.47	259,134	1,359,108	5.24
2013		879,216	2,247,192	2.56	270,072	1,454,857	5.39
2014	세액 공제 기부금	821,210	2,570,758	3.13	152,431	1,000,938	6.57
2015		783,982	2,524,481	3.22	312,358	1,539,961	4.93

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

성별 종합소득자 1인당 신고기부액은 남성이 2011년 315만원, 2012년 275만원, 2013년 291만원, 2014년 241만원까지 감소하였으나 2015년에는 338만원으로 증가하였다. 여성은 2011년 193만원, 2012년 182만원, 2013년 181만원으로 감소하였으나 2014년에는 207만원 그리고 2015년에는 283만원으로 증가하였다.

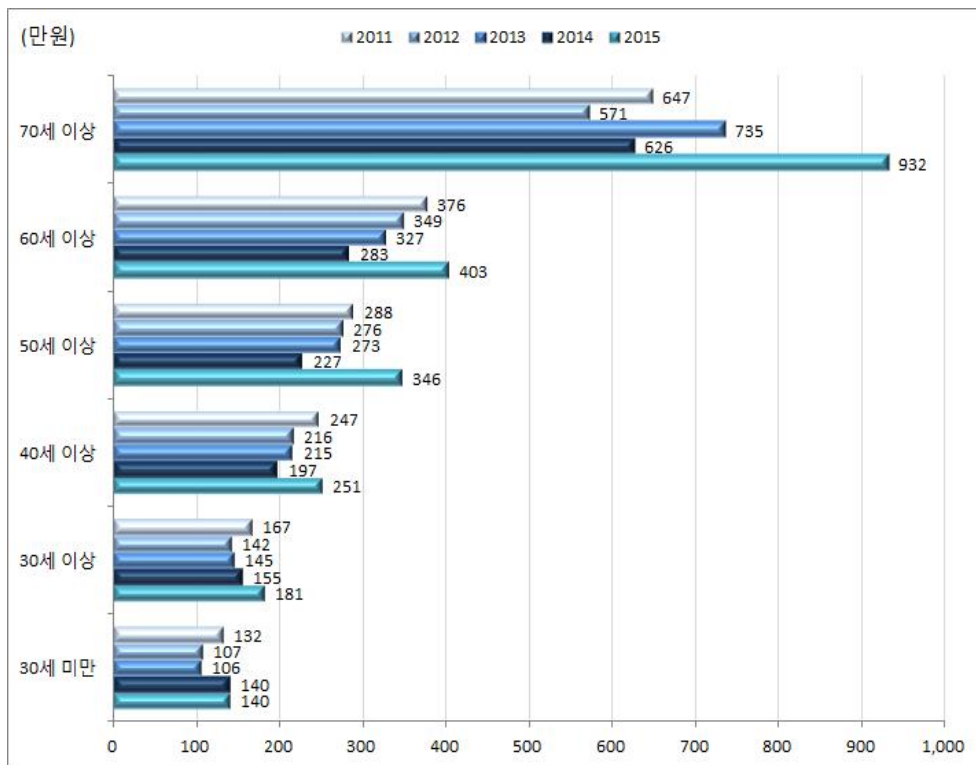
[그림 3-14] 성별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2015



주: 기부금 규모는 2013년까지 소득공제기부금이었으나 2014년부터 세액공제기부금으로 세법이 변경되었음
 자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

연령별 종합소득자 1인당 신고기부액은 연령이 높을수록 1인당 신고기부액은 많아지는 경향을 보이고 있다. 즉, 2015년 70세 이상 1인당 신고기부액은 932만원으로 가장 많고, 다음은 60대 403만원, 50대 346만 원 순이었고, 가장 적은 30세 미만이 140만 원이었다.

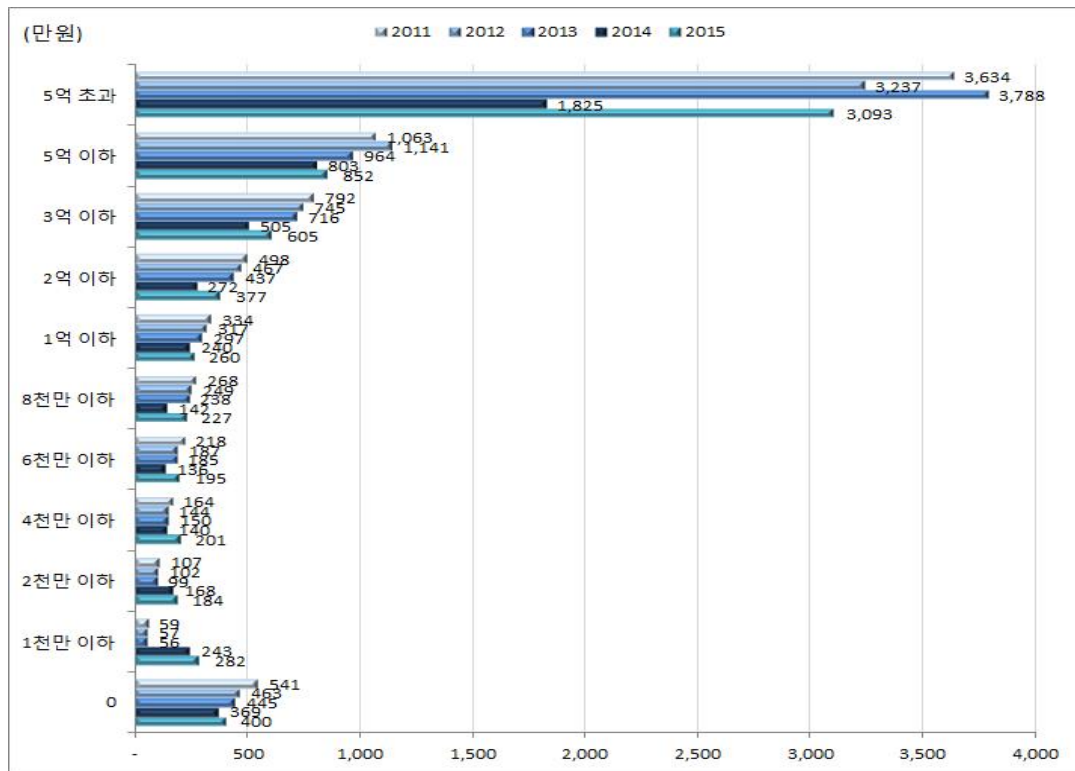
[그림 3-15] 연령대별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2015



자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

소득규모별 종합소득자 1인당 신고기부액은 소득규모가 클수록 1인당 신고기부액은 많아지는 경향을 보이고 있다. 즉, 2015년 5억 초과인 경우 1인당 신고기부액은 3,093만원으로 가장 많고, 5억원 이하가 852만원, 3억 이하가 605만원 순이었으며, 2천만 원 이하가 184만 원인 반면 1천만 원 이하는 282만 원으로 2천만 원 보다 많았다.

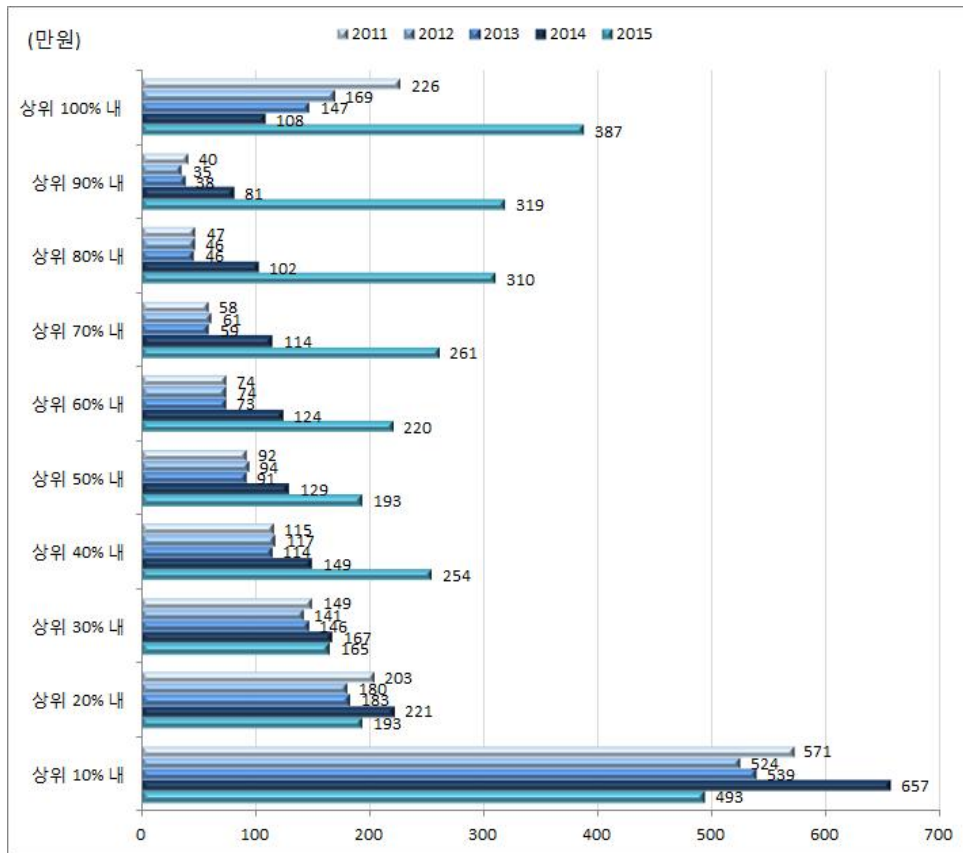
[그림 3-16] 소득규모별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2015



자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

10분위 분포별 종합소득자 1인당 신고기부액을 살펴보면 높은 소득 계층 순에 따라 1인당 신고기부액이 많아지는 경향을 보이지는 않고 있다. 즉, 2015년 상위 10%내 1인당 신고기부액은 493만원으로 가장 많고, 다음은 상위 100%내로 387만원, 90%내가 319만원, 80% 내가 310만 원 등으로 나타났으며, 신고 기부금이 가장 적은 소득계층은 상위 30% 내 계층으로 165만 원이었다.

[그림 3-17] 10분위분포별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2015

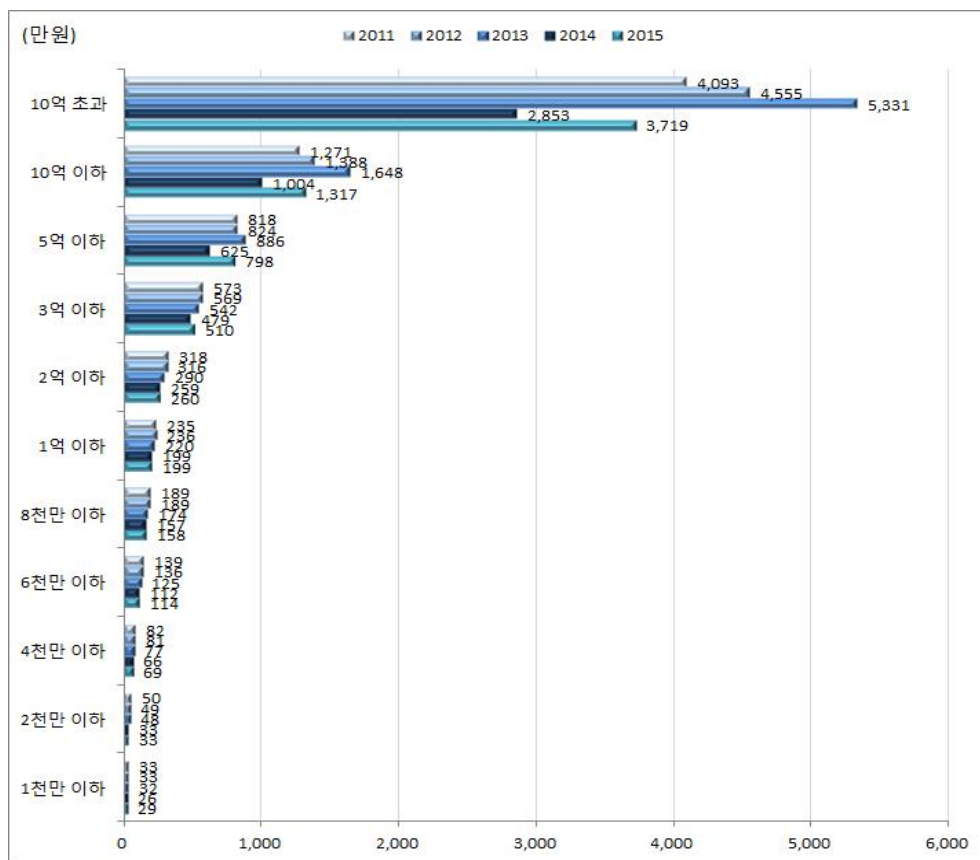


자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

□ 근로소득자

소득규모별 결정세액이 있는 근로소득자의 소득규모별 1인당 신고기부액은 소득규모에 따라 소득규모가 커질수록 1인당 신고기부액이 커지는 경향 있다. 즉, 2015년 10억 초과는 1인당 신고기부액이 3,719만원으로 가장 많고, 다음 10억 이하가 1,317만원이었으며, 가장 적은 그룹은 1천만 원이하로 29만원이었다.

[그림 3-18] 소득규모별 결정세액이 있는 근로소득자의 1인당 신고 기부액: 2011-2015

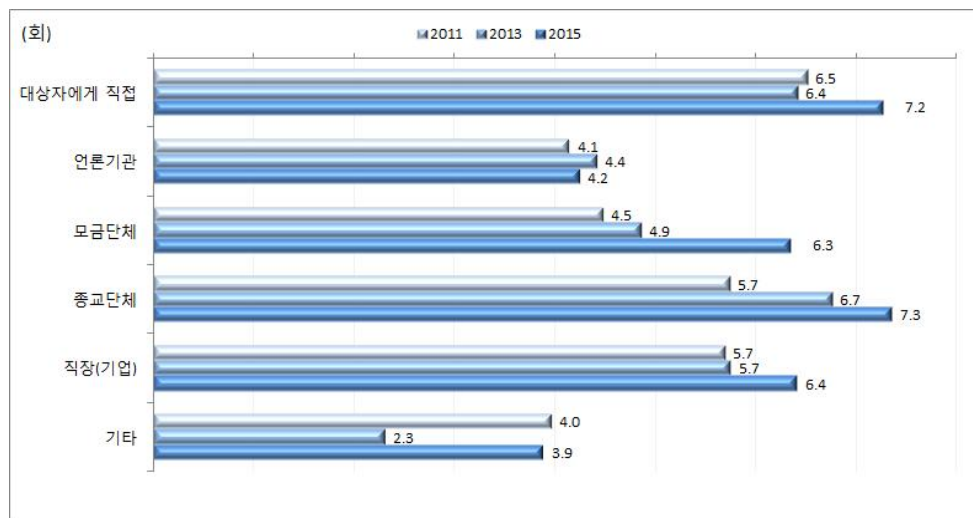


자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

4) 현금기부자의 평균 기부 횟수 및 금액

현금기부자의 기부경로별로 기부횟수를 2015년에 가장 많은 순으로 살펴보면 종교단체가 2011년 5.7회에서 2015년에는 7.3회로 1.6회 증가하였으며, 대상자에게 직접 전달은 6.5회에서 7.2회로 0.7회 증가하였고, 그 다음은 직장(기업)이 5.7회에서 6.4회로 0.7회 증가하였으며, 모금단체가 4.5회에서 6.3회로 1.8회 증가하였다.

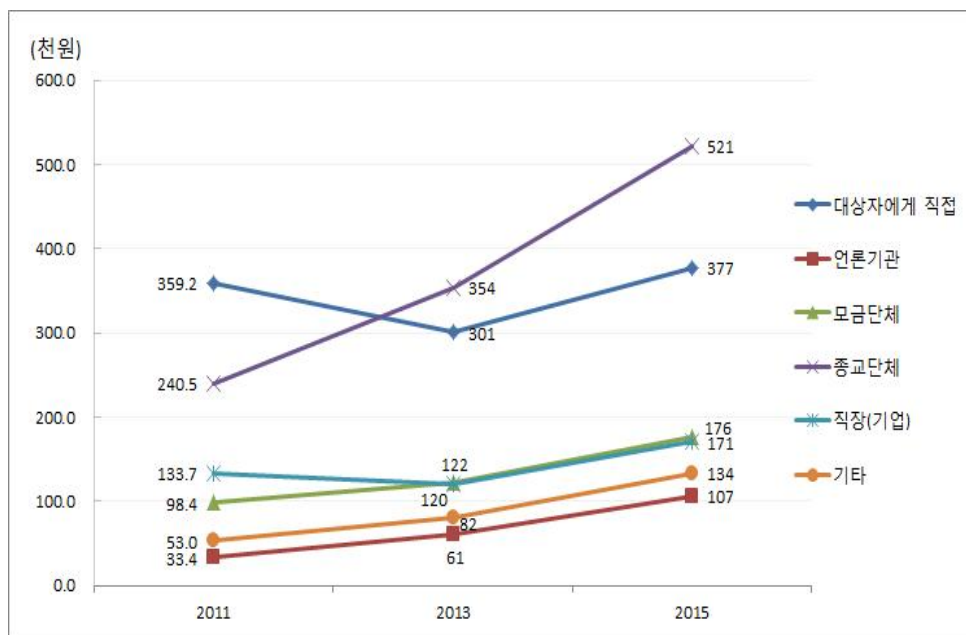
[그림 3-19] 현금기부자의 평균 현금기부 참여 횟수(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

기부경로별로 평균 현금기부 금액의 변화를 2015년에 가장 많은 순으로 살펴 보면 종교단체 2011년 24만 1천원에서 2015년에는 52만 1천원으로 28만 1천원이 증가하였고, 다음은 대상자에게 직접 전달이 35만 9천원에서 37만 7천원으로 1만 8천원이 증가하였다. 직장(기업)이 13만 4천원에서 17만 1천원으로 3만 7천원이 증가하였고, 모금단체는 9만 8천원에서 17만 6천원으로 7만 8천원이 증가하였다.

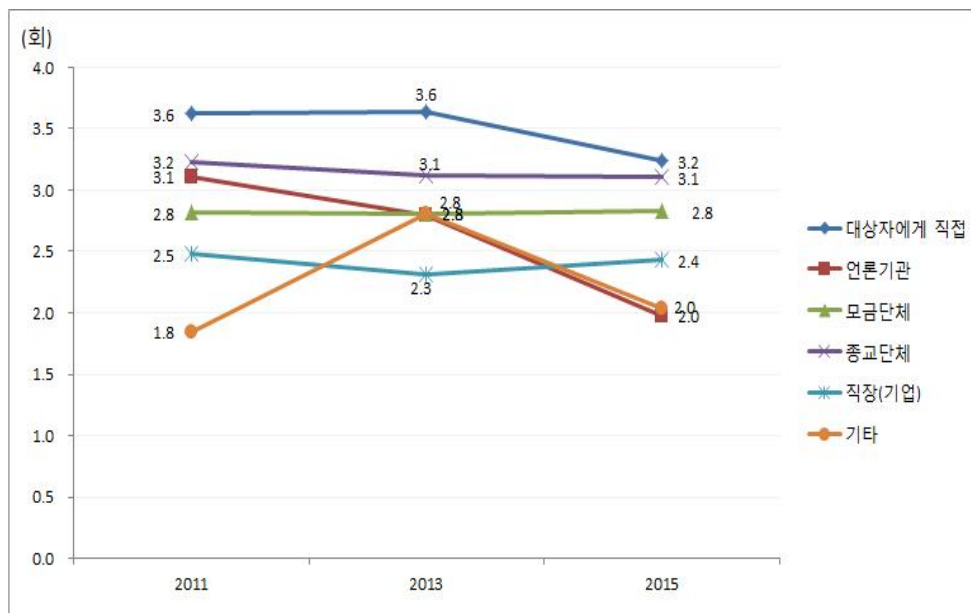
[그림 3-20] 평균 현금기부액(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

기부경로별로 평균 물품기부 참여횟수를 2015년 평균 참여횟수가 많은 순으로 살펴보면 대상자에게 직접 전달이 2015년 3.2회로 가장 많았으나 2011년 3.6회에 비하여 0.4회가 감소하였고, 다음은 종교단체로 2011년 3.2회에서 2015년 3.1회로 0.1회가 감소하였으며, 모금단체는 2.8회로 동일하였고, 직장(기업)은 2.5회에서 2.4회로 0.1회가 감소하였다.

[그림 3-21] 평균 물품기부 참여 횟수(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

5) 비영리단체의 이전액: 종교기부금, 사회단체 등 기부금

2016년 가계동향조사를 통해 2인 이상 가구의 가계지출액과 월평균 기부금 지출액을 살펴보면 가계의 월평균 지출액은 336만 1천 4백원이며, 기부금지출액은 4만 6천 2백원으로 가계지출액의 1.37% 차지하였다. 기부금지출을 분야별로 살펴보면 종교기부금이 4만 8백원으로 88.3%를 차지하였으며, 사회단체 및 기타기관 기부금은 5천 4백원으로 11.7%였다. 가계지출액은 2015년에 비하여 감소하였지만 기부금지출액은 증가하였으며, 사회단체 및 기타기관 기부금은 금액과 비율이 점차 증가하는 경향을 나타냈다.

〈표 3-6〉 가구의 월평균 기부금 지출액(전국 2인 이상 가구 기준): 2011~2016

(단위: 원, %)

	가계지출액 (A)	기부금지출액					가계지출 액 대비 비중 (B/A)
		소계 (B)	종교 기부금 (C)	%	사 회 단 체 및 기타기관 기부금(D)	%	
				비중 (C/B)		비중 (D/B)	
2011	3,114,946	43,583	40,324	92.5	3,259	7.5	1.40
2012	3,216,894	44,776	40,772	91.1	4,004	8.9	1.39
2013	3,261,590	46,371	41,692	89.9	4,679	10.1	1.42
2014	3,355,512	45,866	40,827	89.0	5,039	11.0	1.37
2015	3,373,302	45,505	40,345	88.7	5,160	11.3	1.35
2016	3,361,396	46,175	40,754	88.3	5,421	11.7	1.37

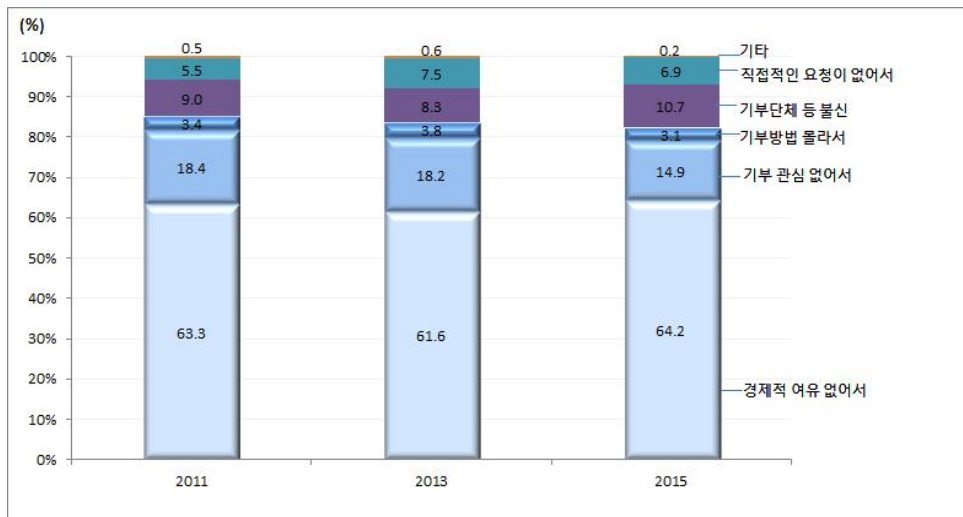
자료: 통계청, 가계동향조사, 각년도.

다. 기부 인식 및 태도

1) 기부 하지 않은 이유

2015년 조사에서 기부한 경험이 없다고 응답한 사람은 70.2%였으며, 이들의 기부를 하지 않는 이유를 살펴보면 경제적 여유가 없어서가 64.2%로 가장 높았으며, 다음은 기부에 관심이 없어서 14.9%, 기부단체 등 불신 10.7%, 직접적인 요청이 없어서가 6.9%의 순으로 나타났다. 2011년과 비교해보면 경제적 여유가 없어서가 0.9% 포인트 증가하였고, 기부단체 등 불신은 1.7% 포인트가 증가하였으며, 기부 관심 없어서는 3.5% 포인트가 감소하였다.

[그림 3-22] 기부하지 않은 이유(15세 이상): 2011~2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

2) 기부 대상 인지경로

기부 대상을 인지한 경로를 살펴보면 2015년에 가장 큰 비중을 차지하고 있는 대중매체가 2011년 30.5%에서 2015년에는 26.9%로 3.6% 포인트가 감소하였고, 다음은 종교단체가 20.5%에서 23.0%로 2.5% 포인트가 증가하였으며, 직장·학교는 22.0%에서 21.3%로 0.7% 포인트가 감소하였고, 시설·단체 직접홍보는 15.2%에서 17.9%로 2.7% 포인트가 감소하였으며, 가족, 친구 및 동료 권유에 의해 인지한 경우는 8.8%에서 10.2%로 1.4% 포인트가 증가하였다.

[그림 3-23] 기부 대상 인지경로(15세 이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

3) 기부 방법: 2016-2017

2016년과 2017년 기간 동안 기부경험이 있는 사람의 기부 방법(중복응답)을 살펴보면 지로/계좌이체가 66.7%, 65.7%로 가장 높고, 다음은 모금함을 통하여 26.5%, 23.1%였으며, ARS 후원금은 11.4%, 10.4%, 행사/캠페인 참여형 기부(마라톤 기부, 기부계단 등)은 6.9% 4.9%였고, 그 밖에 인터넷 클라우드펀딩, SNS를 통한 기부, 포인트 기부, 핸드폰 기부어플 등은 4% 미만의 경험을 나타냈다.

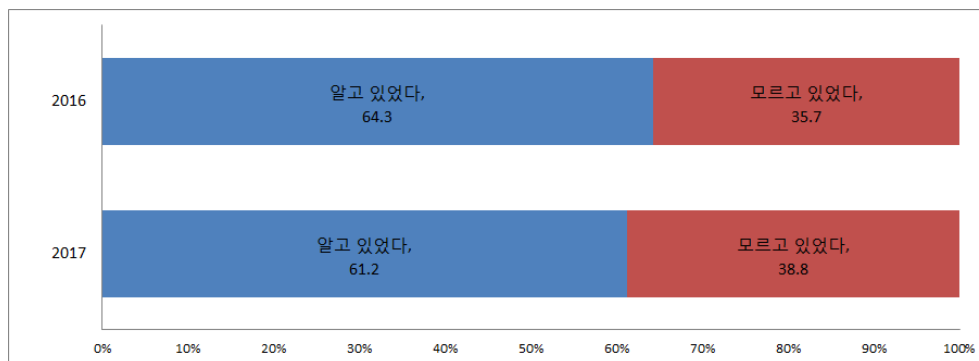
[그림 3-24] 기부경험자의 기부방법(중복응답)(19세 이상): 2016-2017



자료: 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 각년도.

2016년, 2017년에 인터넷, 핸드폰 또는 스마트기기 등을 사용하여 기부할 수 있는 사실에 대하여 알고 있다고 응답한 비율은 각각 64.3%, 61.2%였으며, 모르고 있다고 응답한 비율은 각각 35.7%, 38.8%였다. 2016년에 비하여 2017년에 스마트기기 등을 사용하여 기부할 수 있는 사실을 알고 있었다고 응답한 비율은 3.1% 포인트 감소하였으며, 모르고 있었다고 응답한 비율은 3.1% 포인트 증가하였다.

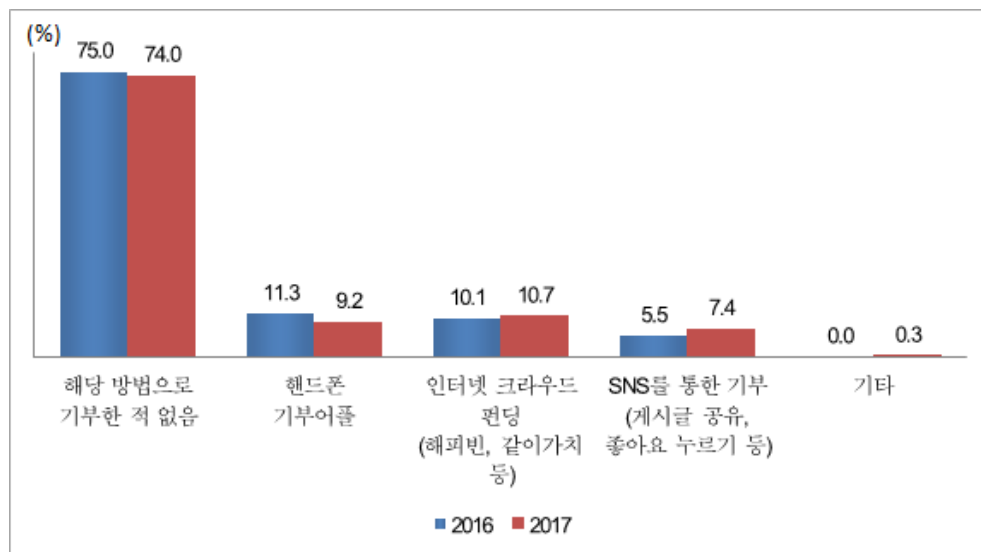
[그림 3-25] 인터넷, 핸드폰 또는 스마트기기 등을 사용하여 기부할 수 있는 사실에 대한 인지여부(19세 이상): 2016-2017



자료: 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 각년도.

두 기간 동안 인터넷, 핸드폰 또는 스마트기기 등을 사용하여 기부할 수 있는 사실에 대하여 알고 있다고 응답한 사람들의 그 방법에 대하여 2016년을 기준으로 높은 순서대로 살펴보면 핸드폰 기부어플이 각각 11.3%, 9.2%, 인터넷 클라우드펀딩이 10.1%, 10.7%, SNS를 통한 기부가 5.5%, 7.4% 였으며, 75.0%, 74.0% 는 위의 방법으로 기부한 적이 없다고 응답하였다.

[그림 3-26] 기부시 사용한 방법(인터넷, 핸드폰 또는 스마트기기 등)(19세 이상): 2016-2017

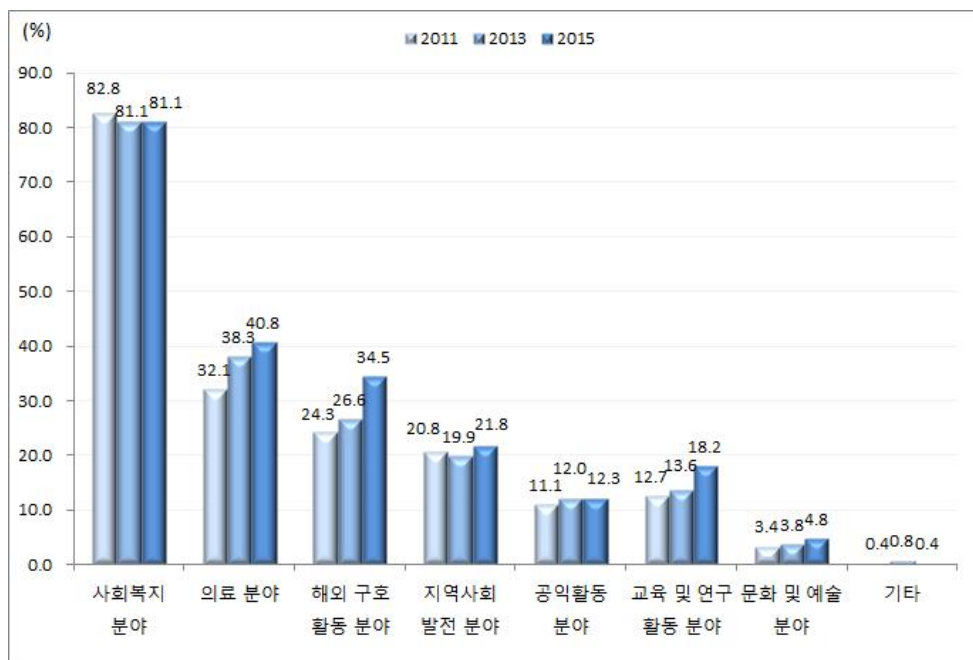


자료: 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 각년도.

4) 기부 희망분야

기부 희망분야의 변화를 2015년 높은 순으로 살펴보면 사회복지분야가 2011년 82.8%에서 2015년에는 81.1%로 1.7% 포인트가 감소하였고, 다음은 의료분야가 32.1%에서 40.8%로 8.7% 포인트 증가하였으며, 해외구호 활동분야는 24.3%에서 34.5%로 10.2% 포인트가 증가하였고, 지역사회발전분야는 20.8%에서 21.8%로 1.0% 증가하였으며, 교육 및 연구 활동 분야는 12.7%에서 18.2%로 5.5% 포인트 증가하여, 2011년과 비교하여 의료분야, 해외 구호 활동분야, 지역사회발전 분야, 교육 및 예술 분야는 증가한 반면 사회복지 분야는 약간 감소하였다.

[그림 3-27] 기부 희망 분야(15세 이상): 2011-2015

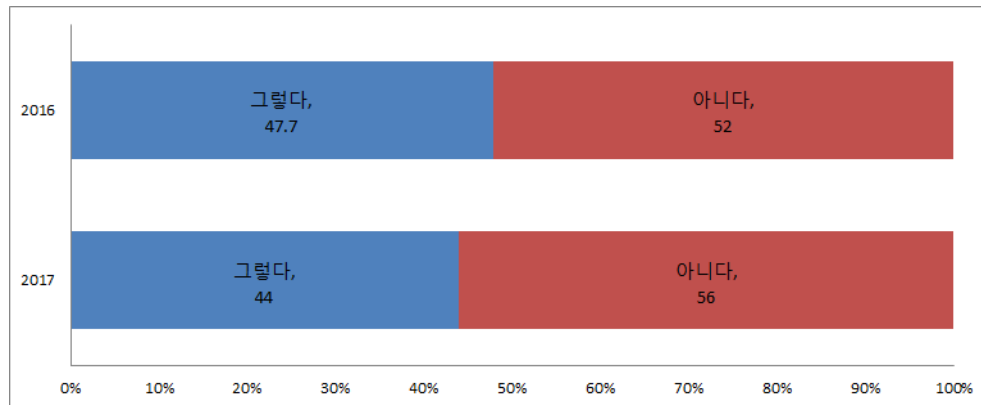


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

5) 기부금 사용처

2016년과 2017년 기간 중 기부할 때 특정한 대상이나 사용처 등을 지정해서 기부하는 편인가에 대한 응답은 2016년에는 52.0%, 2017년에는 56.0%가 아니다 라고 응답하였고, 그렇다고 응답한 경우는 각각의 기간에 47.7%, 44%는 그렇다고 응답하였다. 2016년에 비하여 2017년에는 지정한다는 응답이 3.7% 포인트 감소하였고, 지정하지 않는다는 응답이 4% 포인트 증가하였다.

[그림 3-28] 기부할 때 특정한 대상이나 사용처 등을 지정하는지 여부(19세 이상): 2016-7

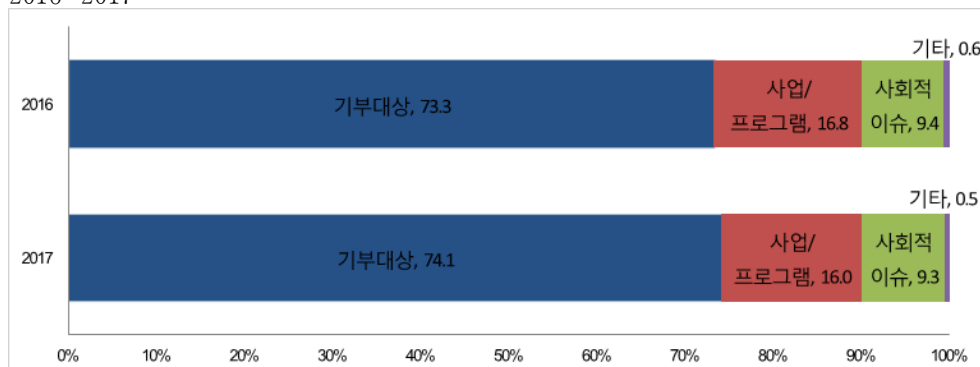


주: 기부참여 무경험자 제외

자료: 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 각년도.

기부할 때 특정한 대상이나 사용처 등을 지정해서 기부하는 편이라면 무엇을 지정하는지에 대해 기부대상을 지정하는 경우가 2016년에는 73.3%, 74.1%였으며, 사업/프로그램을 지정하는 경우는 각각 16.8%, 16.0% 그리고 사회적 이슈에 지정하는 경우는 각각 9.4%, 9.3%였다. 2016년에 비하여 기부대상을 지정하는 경우가 0.8% 포인트 증가하였으며, 사업/프로그램을 지정하는 경우와 사회적 이슈를 지정하는 경우는 각각 0.8% 포인트, 0.1% 포인트 감소하였다.

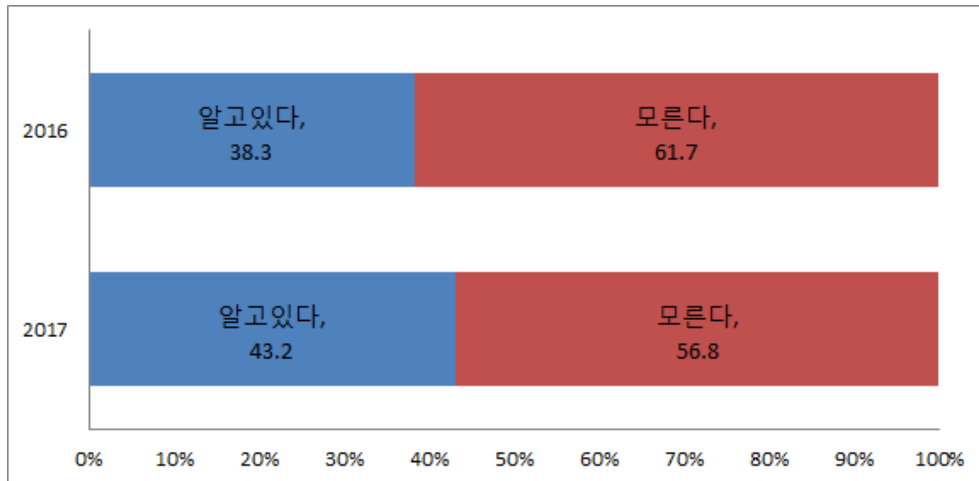
[그림 3-29] 기부할 때 대상이나 사용처 등을 지정한다면 무엇을 지정하는지(19세 이상): 2016-2017



자료: 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 각년도.

기부한 금액이 어떻게 사용되는지를 모르고 있다고 응답한 비율은 각각 61.7%, 56.8%였으며, 알고 있다고 응답한 비율은 38.3%, 43.2%로 기부금에 대한 사용처를 알지 못하는 경우가 2016년에는 23.4% 포인트, 2017년에는 13.6% 포인트 높았다. 2016년에 비하여 기부한 금액에 대하여 알고 있다고 응답한 비율이 4.9% 포인트 증가하였으며, 모른다고 응답한 비율은 4.9% 포인트 감소하였다.

[그림 3-30] 기부한 금액에 대한 사용처를 알고 있는지 여부: 2016-2017

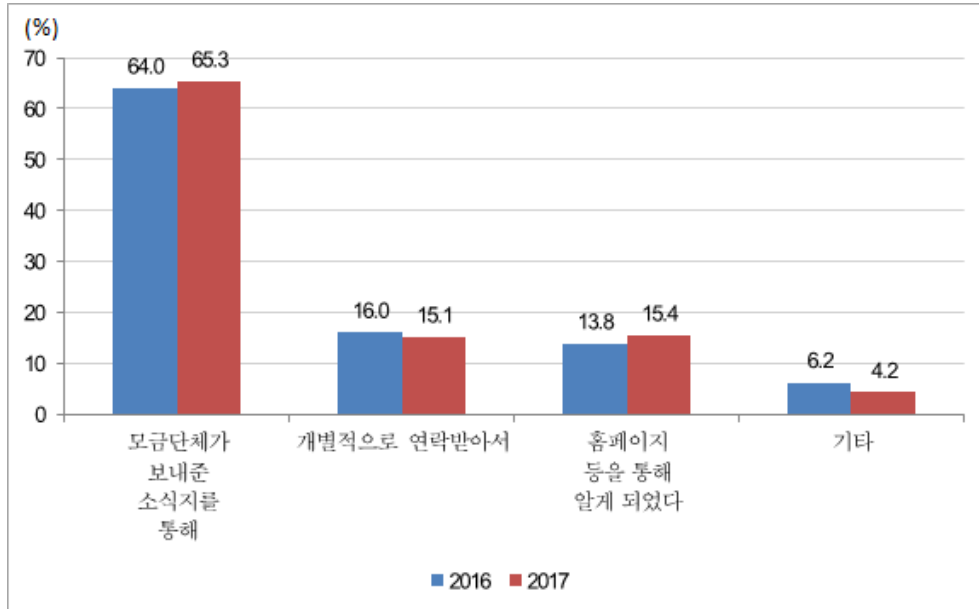


주: 기부참여 무경험자 제외

자료: 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 각년도.

기부한 금액이 어떻게 사용되는지를 알고 있다고 응답한 경우경우를 2016년 기준으로 가장 높은 순서대로 살펴본다. 사용처를 알게 된 경위는 모금단체가 보내준 소식지를 통하여가 2016년 64.0%, 2017년 65.3%로 가장 높았으며, 다음은 개별적으로 연락을 받은 경우가 각각 16.0%, 15.1%, 홈페이지를 통해서가 각각 13.8%, 15.4% 순이었다. 2016년에 비하여 2017년에는 개별적인 연락을 통하여 알게되었다는 응답은 0.9% 포인트 감소하였으나, 그 외 모금단체가 보내준 소식지를 통하여, 홈페이지 등을 통하여 알게되었다는 응답은 각각 1.3% 포인트, 1.6% 포인트 증가하였다.

[그림 3-31] 기부 사용처를 알고 있는 경우 인지 경로: 2016-2017

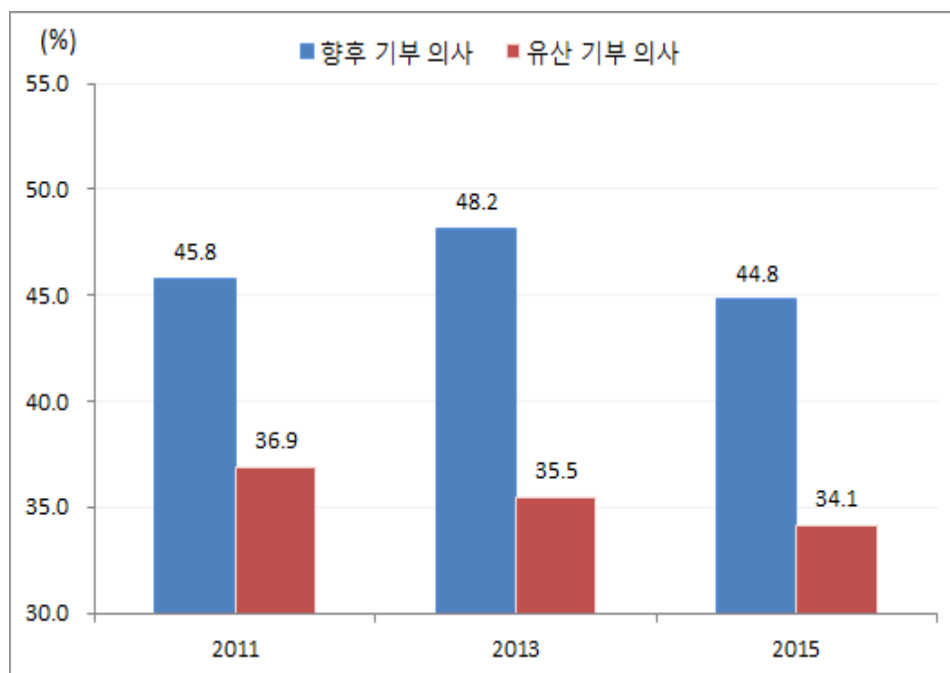


자료: 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 각년도.

6) 향후 기부 의향

향후 기부 의향과 유산 기부 의향을 살펴보면, 향후 1년 이내 기부 의향은 2011년 45.8%에서 2013년 48.2%로 증가하였으나 2015년에는 44.8%로 감소하였고, 유산 기부 의향은 2011년 36.9%에서 2015년에는 34.1%로 감소하였다. 2011년과 비교했을 때 향후 기부 의향은 1.0% 포인트가 감소하였고, 유산 기부 의사는 2.8% 포인트가 감소하였다.

[그림 3-32] 향후 기부 의사 및 유산 기부 의사(15세이상): 2011-2015

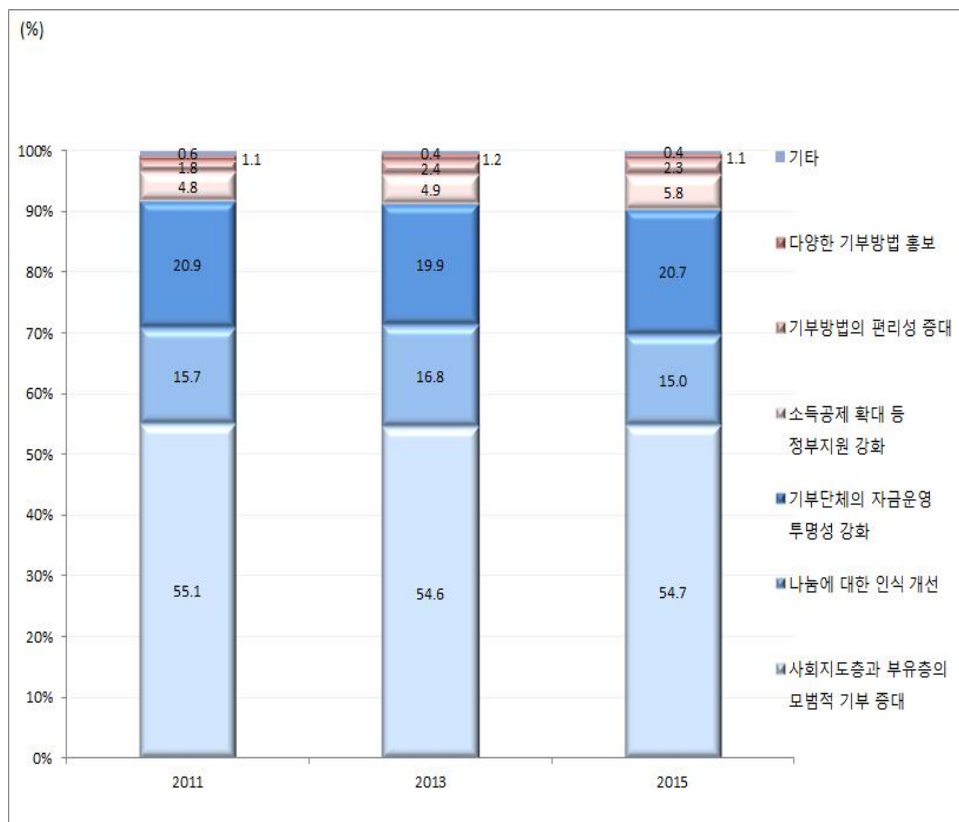


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

7) 기부문화 확산 필요사항

기부문화 확산을 위해 필요하다고 생각하는 것을 2015년 높은 순으로 살펴보면 사회지도층과 부유층의 모범적 기부증대가 2011년 55.1%에서 2015년에는 54.7%로 0.4% 포인트가 감소하였으며, 다음으로 기부단체의 투명성 강화가 20.9%에서 20.7%로 0.2% 포인트 감소하였고, 나눔에 대한 인식 개선이 15.7%에서 15.0%로 0.7% 포인트가 감소하였다.

[그림 3-33] 기부문화 확산 필요사항(15세이상): 2011-2015

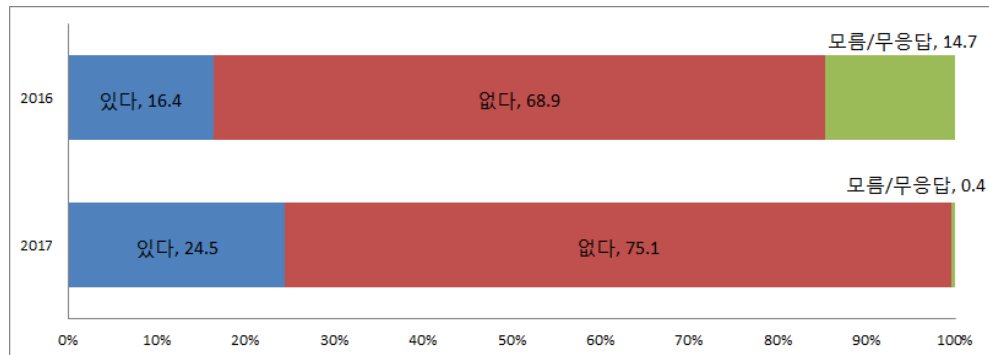


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

8) 기부연금제도에 대한 인식

기부금의 일부를 연금방식으로 되돌려 받는 기부연금제도가 있다면 가입의사가 있는지를 살펴보면 2016년 16.4%, 2017년 24.5%가 가입의사가 있다고 응답하였으며, 없다고 응답한 사람은 각각 68.9%, 75.1%였다. 2016년에 비하여 모름/무응답의 비율이 14.3% 포인트의 큰 감소폭을 보여주었으며, 가입의사가 있는 경우는 8.1% 포인트, 가입의사가 없는 경우는 6.2% 포인트 증가하였다.

[그림 3-34] 기부금의 일부를 연금방식으로 되돌려 받는 기부연금제도가 있다면 가입의사 여부: 2016-2017

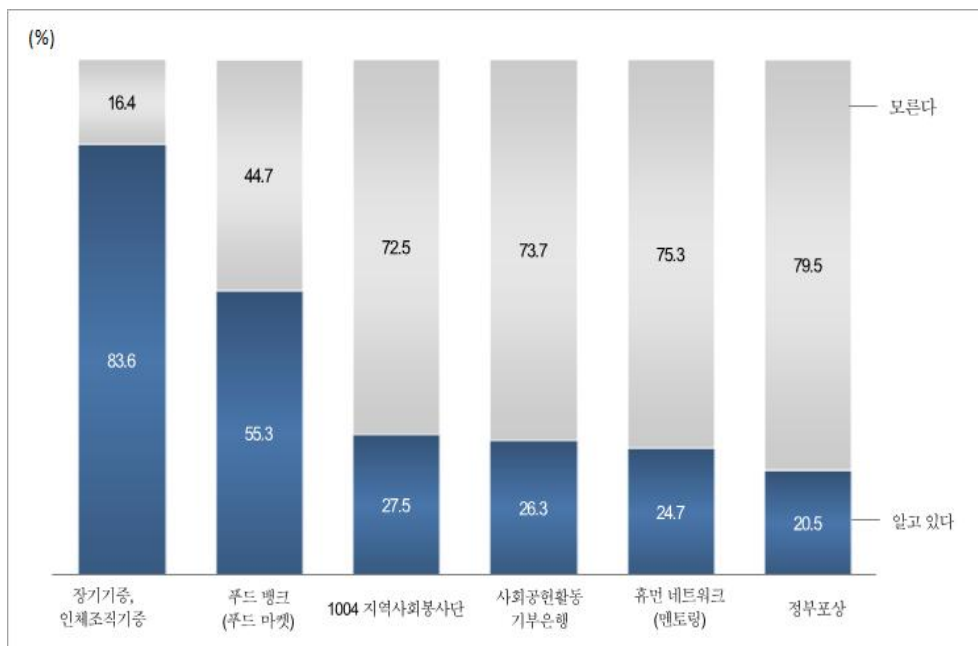


자료: 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 각년도.

9) 정부 나눔정책에 대한 인지

정부의 나눔정책에 대해 어느 정도 알고 있는지를 살펴보면 장기기증, 인체조직기증에 대해 알고 있는 경우가 83.6%로 가장 높았으며, 다음은 푸드뱅크(푸드마켓)이 55.3%, 1004 지역사회봉사단은 27.5%, 사회공헌활동 기부은행이 26.3%, 휴먼 네트워크가 24.7%, 정부포상에 대해 20.5%가 알고 있다고 응답하였다.

[그림 3-35] 정부의 나눔정책에 대해 알고 있는지 여부: 2016

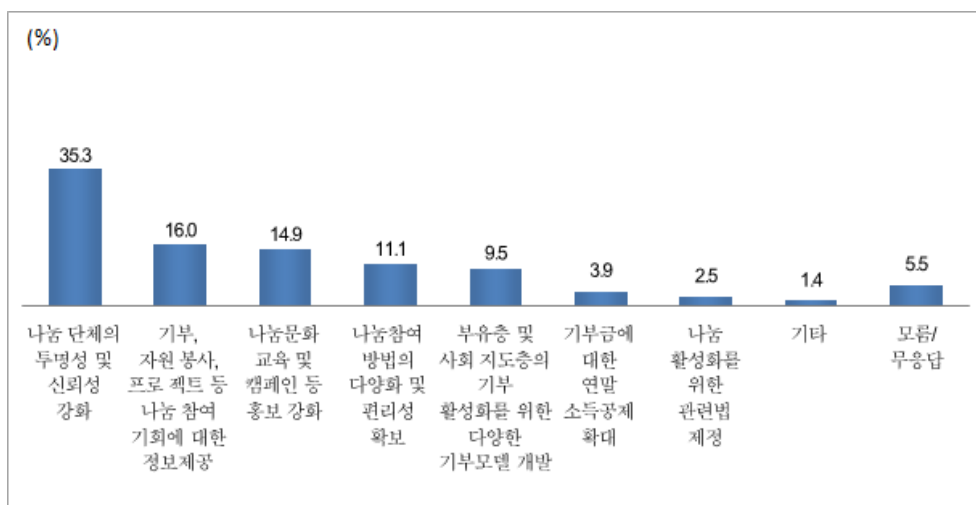


자료: 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 2016.

10) 나눔정책 확산을 위한 정부의 역할

정부가 나눔문화 확산과 발전을 위해 해야 할 일은 나눔 단체의 투명성 및 신뢰성 강화가 35.3%로 가장 높고, 다음은 기부, 자원봉사, 프로젝트 등 나눔참여 기회에 대한 정보제공이 16.0%였으며, 나눔문화 교육 및 캠페인 등 홍보강화가 14.9%였다.

[그림 3-36] 나눔문화 확산과 발전을 위해 정부가 해야 할 일(1순위): 2016



자료: 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 2016.

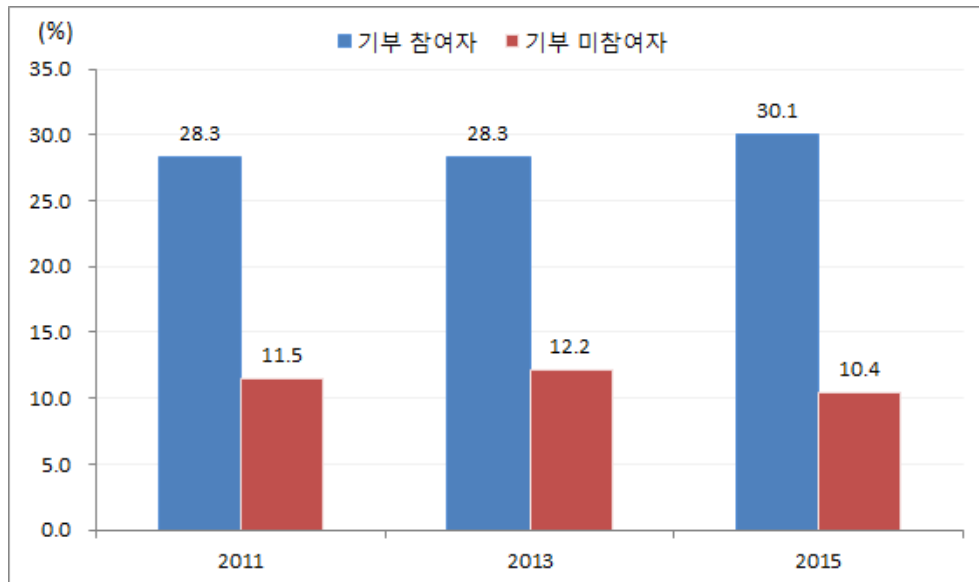
라. 기부 여부별 특성

기부 참여여부에 따라 기부참여그룹과 기부미참여그룹으로 구분하여 봉사활동 참여율, 삶에 대한 만족감, 사회적 관계망 및 단체참여, 정서경험 등의 차이를 살펴보았다.

1) 자원봉사활동 참여율

기부참여자와 미참여자의 자원봉사활동 참여율을 살펴보면 기부참여자의 자원봉사활동 참여율은 2011년 28.3%에서 2015년에는 30.1%로 1.8% 포인트가 증가하였으며, 기부미참여자의 자원봉사활동 참여율은 2011년 11.5%에서 2013년에는 12.2%로 증가하였으나 2015년에는 다시 10.4%로 감소하여 2011년 대비 1.1% 포인트가 감소하였다. 기부참여자의 자원봉사활동 참여율이 기부미참여자의 자원봉사활동 참여율보다 높아 기부참여자가 자원봉사에도 적극 참여하고 있는 것으로 나타났다.

[그림 3-37] 기부 여부에 따른 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015

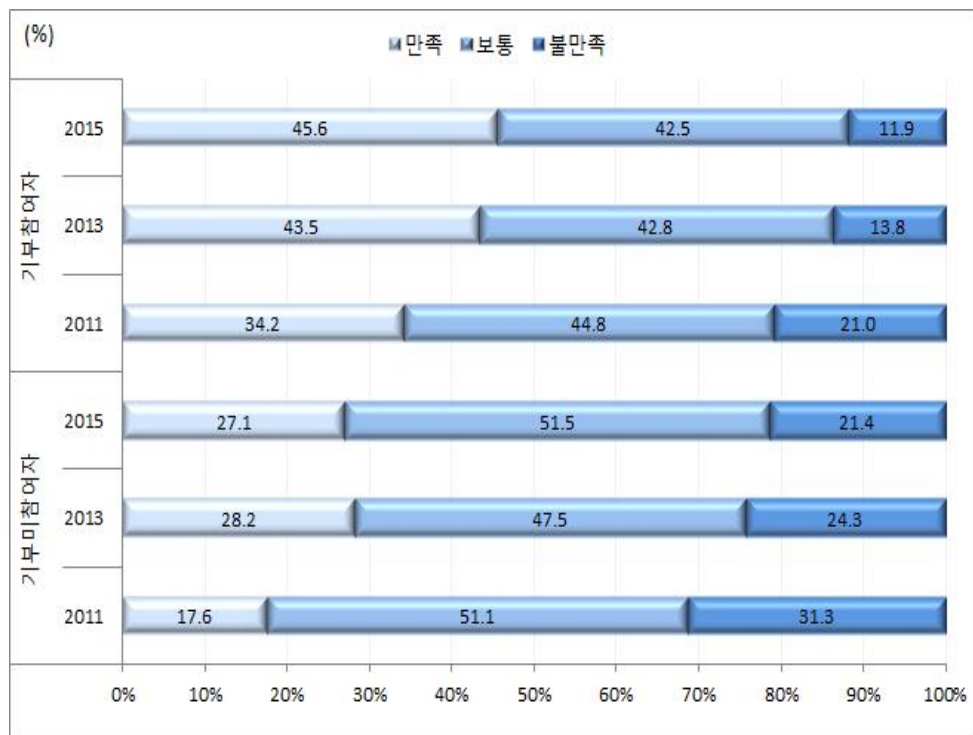


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

2) 주관적 만족감

기부참여자와 미참여자의 주관적만족감을 살펴보면 기부참여자의 주관적만족감은 2011년 34.2%에서 2015년에는 45.6%로 2011년 대비 11.4% 포인트가 증가하였으며, 기부미참여자의 주관적 만족감은 2011년 17.6%에서 2015년에는 27.1%로 나타나 2011년 대비 9.5% 포인트가 증가하였다. 그러나 기부참여자의 주관적 만족감이 기부미참여자의 주관적 만족감보다 크게 높아 기부참여자들은 삶에서의 주관적 만족도도 높은 것으로 나타났다.

[그림 3-38] 기부 여부에 따른 주관적 만족감(15세이상): 2011-2015

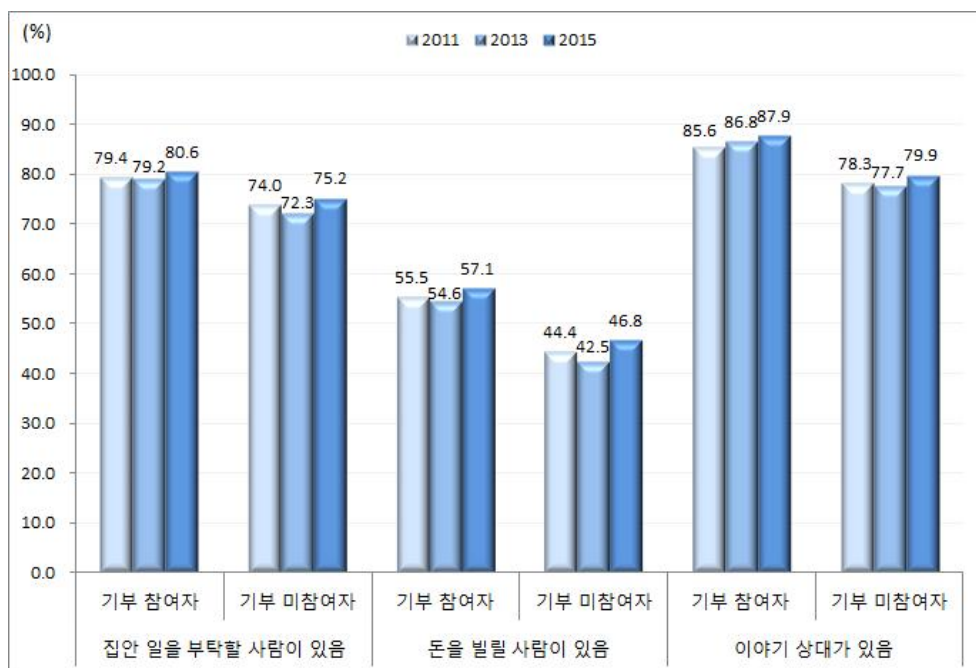


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

3) 사회적 관계망 및 단체참여

기부참여자와 미참여자의 어려움에 처했을 경우 도움을 받을 수 있는 사람이 있는지 여부를 살펴보면 집안일을 부탁할 사람이 있는 경우는 2015년 기부 참여자가 80.6%, 미참여자가 75.2%로 기부 참여자가 5.4% 포인트가 높았으며, 돈을 빌릴 사람이 있는지의 여부에서는 기부 참여자가 57.1%, 미참여자가 46.8%로 기부참여자가 10.3% 포인트 높았다. 이야기 상대가 있는지는 기부 참여자가 87.9%, 미참여자가 79.9%로 기부 참여자가 8.0% 포인트가 높아 기부자가 생활에서 어려움에 처했을 때 기부 미참여자 보다는 주변으로부터 도움을 받을 사람이 더 많은 것으로 나타났다.

[그림 3-39] 기부 여부에 따른 사회적 관계망(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

마. 기부 단체/기관에 대한 인식

기부 단체/기관에 대한 인식 정도를 기부 대상 인지정도, 기부 단체/기관 선정 시 고려사항, 기부 단체/기관의 정보공개, 불성실 운영 기부단체의 규제, 총 기부 금액 대비 적절 기관 운영비 비율 등을 통해 알아보았다.

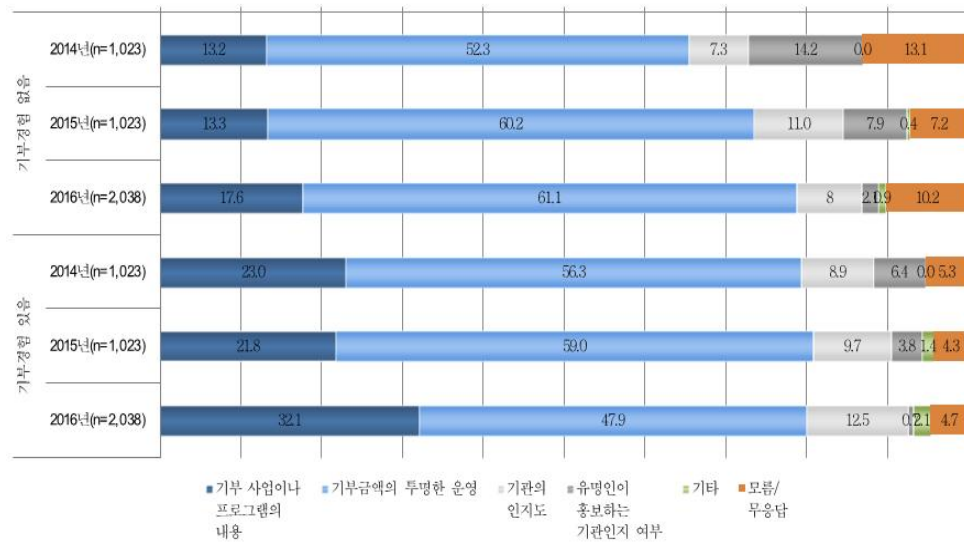
1) 기부 단체/기관 선정 시 고려사항

기부 단체/기관 선정 시 중요하게 고려하는 점에 대해 기부 참여여부에 따라 나누어 살펴본다. 먼저 기부경험이 있는 사람의 경우는 단체/기관이 모금한 기부금액의 투명한 운영이 중요하다고 응답한 비율이 2014년 56.3%에서 2015년에는 59.0%로 높아졌으나 2016년에는 47.9%로 낮아졌다. 단체/기관이 진행하고 있는 기부 사업프로그램의 내용이 중요하다고 생각하는 비율은 2014년 23.0%에서 2015년 21.8%로 낮아졌으나 2016년에는 32.1%로 높아졌다.

다음 기부경험이 없는 사람의 경우는 단체/기관이 모금한 기부금액의 투명한 운영이 중요하다고 응답한 사람이 2016년에 61.1%로 가장 높았다. 단체/기관이 진행하고 있는 기부 사업프로그램의 내용이 중요하다고 응답한 사람은 2014년 13.2%에서 2015년에는 13.3%로 그리고 2016년에는 17.6%로 나타났다.

[그림 3-40] 기부 단체/기관 선정 시 고려사항: 2014-2016

(단위: , %)



주: “귀하께서는 기부 활동을 하기 위해 참여할 단체/기관을 찾을 때 가장 중요하게 생각해야 할 점은 다음 중 무엇이라고 생각하십니까?” 라는 질문에 대한 응답임.

자료: 보건복지부·문화체육관광부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2014
 보건복지부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2015
 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 2016.

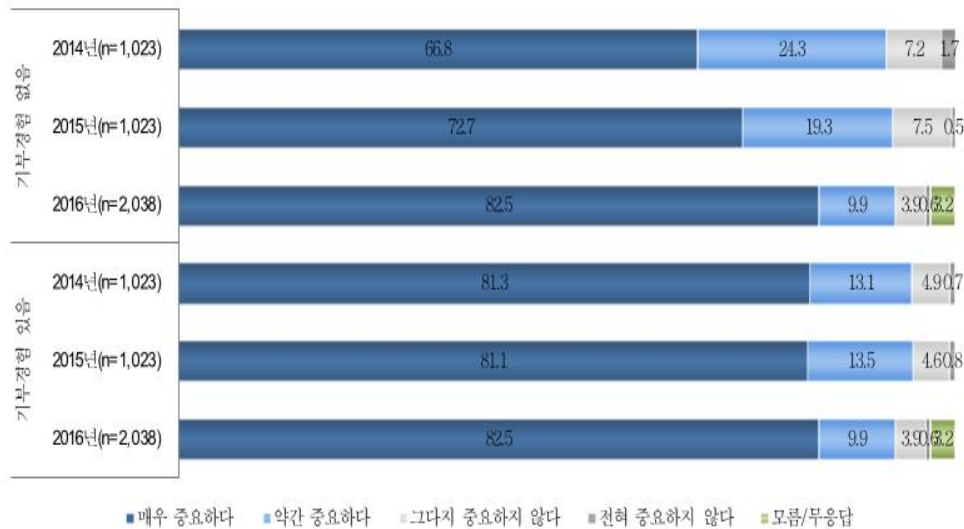
2) 기부 단체 기관의 정보 공개

우리나라의 기부문화 활성화를 위해 국민들에게 기부 단체/기관의 정보를 공개하는 것이 얼마나 중요하게 생각하는지에 대해 기부경험자와 기부무경험자를 구분하여 살펴보았다. 기부경험이 있는 경우 2016년 82.5%가 매우 중요하다고 응답하였으며, 약간 중요하다고 생각하는 사람은 2016년 9.9%로 약 92%가 중요하다고 보았다.

기부경험이 없는 경우는 매우 중요하다고 응답한 사람은 2016년 82.5%이며, 약간 중요하다고 응답한 사람은 9.9%로 위와 동일하다.

[그림 3-41] 기부 단체/기관의 정보 공개의 중요성 인식도 정도: 2014-2016

(단위: %)



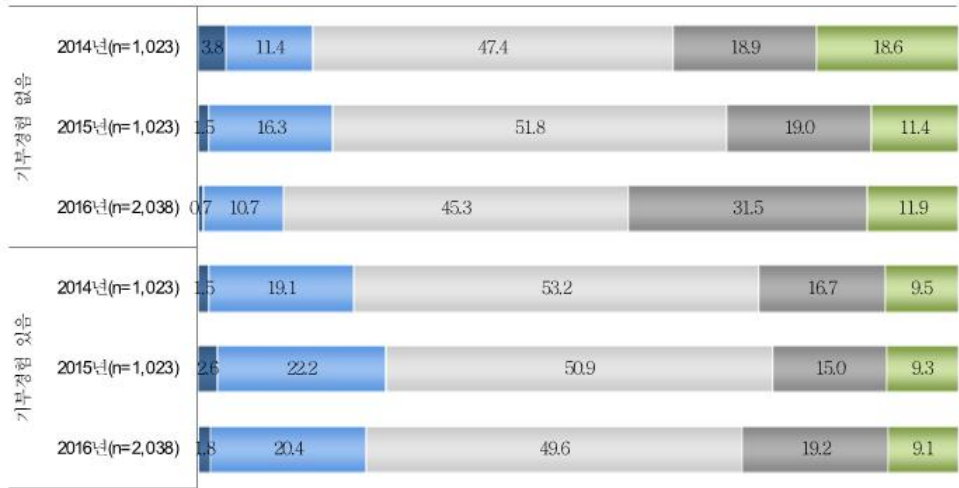
주: “귀하께서는 우리나라 기부 문화의 활성화를 위해 국민들에게 기부 관련 단체/기관의 정보(기부·후원금액, 기부·후원금액 사용처 등)를 공개하는 것이 얼마나 중요하다고 생각하십니까?” 라는 질문에 대한 응답임
 자료: 보건복지부·문화체육관광부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2014
 보건복지부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2015
 보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 2016.

우리나라 기부 문화의 활성화를 위해 국민들에게 기부 관련 단체/기관의 정보(기부·후원 금액, 기부·후원 금액 사용처 등) 공개를 얼마나 잘하고 있다고 생각하는지에 대한 응답을 살펴보면, 기부경험이 있는 사람의 경우 매우 잘하고 있다고 생각하는 사람은 2014년 1.5%에서 2015년에는 2.6%로 증가하였으나 2016년에는 1.8%로 감소하였으며, 어느 정도 잘 하고 있다고 생각하고 있는 사람은 2014년 19.1%에서 2015년에는 22.2% 증가하였으나 2016년에는 20.4%로 낮아졌다. 50.9%는 별로 잘하고 있지 않다고 생각하고 있으며, 15.0%는 전혀 잘하고 있지 않다고 생각하고 있었다.

기부경험이 없는 사람의 경우에는 매우 잘하고 있다고 생각하는 사람은 2014년 3.8%에서 2016년에는 0.7%로 감소하였으며, 어느 정도 잘 하고 있다고 생각하고 있는 사람은 2014년 11.4%에서 2016년에는 10.7%로 낮아졌다.

[그림 3-42] 기부 단체/기관의 정보 공개 의무 수행 정도에 대한 인식: 2014-2016

(단위: %)



■ 매우 잘하고 있다 ■ 어느정도 잘 하고 있다 ■ 별로 잘 하고 있지 않다 ■ 전혀 잘 하고 있지 않다 ■ 모름/무응답

주: “귀하께서는 우리나라 기부 문화의 활성화를 위해 국민들에게 기부 관련 단체/기관의 정보(기부·후원금액, 기부·후원금액 사용처 등) 공개를 얼마나 잘하고 있다고 생각하십니까?” 라는 질문에 대한 응답임.

자료: 보건복지부·문화체육관광부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2014

보건복지부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2015

보건복지부·한국보건사회연구원, 나눔실태 및 인식현황조사, 2016.

2. 기업

기업의 기부실태를 국세청의 국세통계연보를 통하여 살펴보았다. 국세통계연보에서는 법인의 기부총액과 규모 및 업태별 기부금액 등을 살펴 볼 수 있다. 단, 국세통계연보에서는 법인의 기부에서 영리법인(기업)을 별도 구분하여 제공하고 있지 않아 구분하여 살펴 볼 수 없었다. 그리고 전경련의 기업 및 기업재단 사회공헌백서를 통해서 사회공헌 실태조사에 응답한 기업의 기부액과 기부처 및 분야별 기부액을 살펴보았다.

가. 기부 참여 및 규모

1) 국세청 국세통계연보의 기부금 규모

2007년 신고법인수는 37만 2,141개이고, 기부금총액은 3조 3,251억 원으로 법인당 평균기부액은 893만원이었다. 2015년의 실태를 2007년과 비교해 보면 신고법인수는 59만 1,694개로 약 59%가 증가하였으며, 기부금총액은 4조 7,782억 원으로 43.7%가 증가하였으며, 법인당 평균기부액은 808만원으로 85만원이 감소하였다.

2015년 신고법인을 일반법인과 중소기업으로 규모별로 구분하여 살펴보면 신고법인수는 중소기업이 47만 9,325개로 일반법인 11만 2,369개 보다 3.9배가 많았으며, 법인당 기부액은 일반 법인이 3,743만원으로 중소기업 119만원보다 31.5배가 많았다. 상장법인과 비상장법인을 비교해 보면 비상장법인 신고법인수가 58만 9,858개로 상장법인 1,836개에 비해 321.3배가 많았다. 법인당 평균기부액은 상장법인이 10억 3,816만원 비상장법인이 487만원으로 상장법인 평균기부액이 213.2배가 많았다.

〈표 3-7〉 법인의 기부금 신고 현황: 2007-2015

(단위: 개, 백만원)

구분	신고법인수	법인당 평균기부액	기부금		
			소계	법정·특례	지정
2007	372,141	8.93	3,325,078	1,973,408	1,351,670

구분	신고법인수	법인당 평균기부액	기부금		
			소계	법정·특례	지정
2008	398,331	8.48	3,378,565	1,843,187	1,535,378
2009	419,420	8.25	3,460,709	1,895,287	1,565,422
2010	440,023	7.96	3,504,459	2,001,711	1,502,748
2011	460,614	8.83	4,068,045	2,423,360	1,644,685
2012	482,574	8.52	4,112,276	1,473,145	2,639,131
2013	517,805	8.99	4,654,495	1,784,892	2,869,602
2014	550,472	8.91	4,906,292	1,799,954	3,106,338
2015	591,694	8.08	4,778,202	2,023,522	2,754,680
법인규모별	591,694	8.08	4,778,202	2,023,522	2,754,680
일반법인	112,369	37.43	4,205,994	1,895,693	2,310,302
중소기업	479,325	1.19	572,208	127,829	444,378
상장·비상장	591,694	8.08	4,778,202	2,023,522	2,754,680
상장법인	1,836	1,038.16	1,906,059	680,240	1,225,819
비상장법인	589,858	4.87	2,872,143	1,343,282	1,528,861

주: 2015년에 법인세 신고한 것을 기준으로 함.

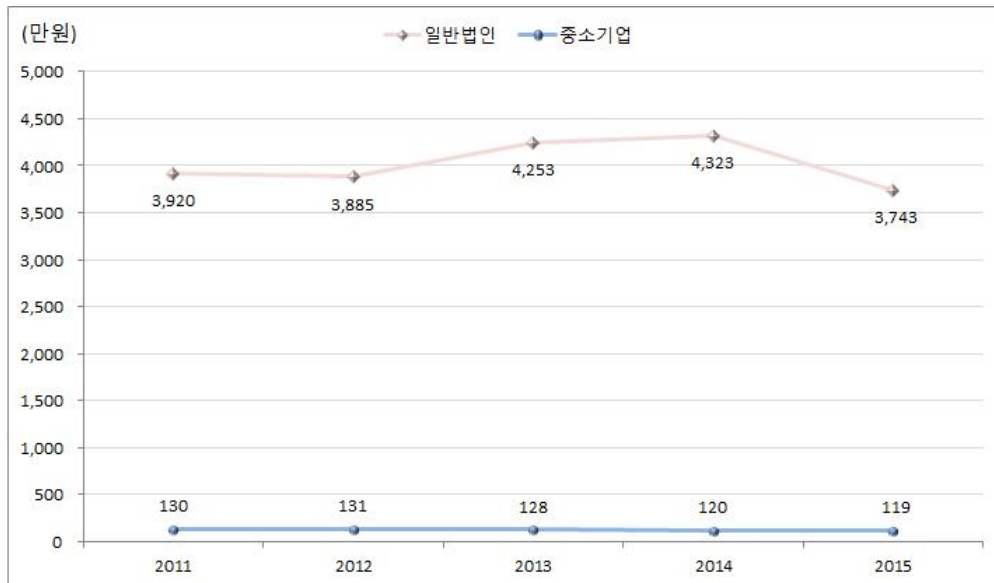
법인세 신고소 주요계정명세서상 회사계상 금액임

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

2) 법인의 특성별 기부 신고

일반법인의 법인 당 신고기부액은 2011년 3,920만 원에서 2012년에는 3,885만 원으로 2013년에는 4,253만원 그리고 2014년에는 4,323만 원으로 증가하였으나 2015년에는 3,743만 원으로 감소하였다. 중소기업 법인 당 신고기부액은 2011년 130만 원에서 2012년에는 131만 원으로 2013년에는 128만원 그리고 2015년에는 119만 원으로 감소하였다.

[그림 3-43] 규모별 법인당 신고 기부액: 2011-2015



자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

〈표 3-8〉 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015

(단위: 백만원)

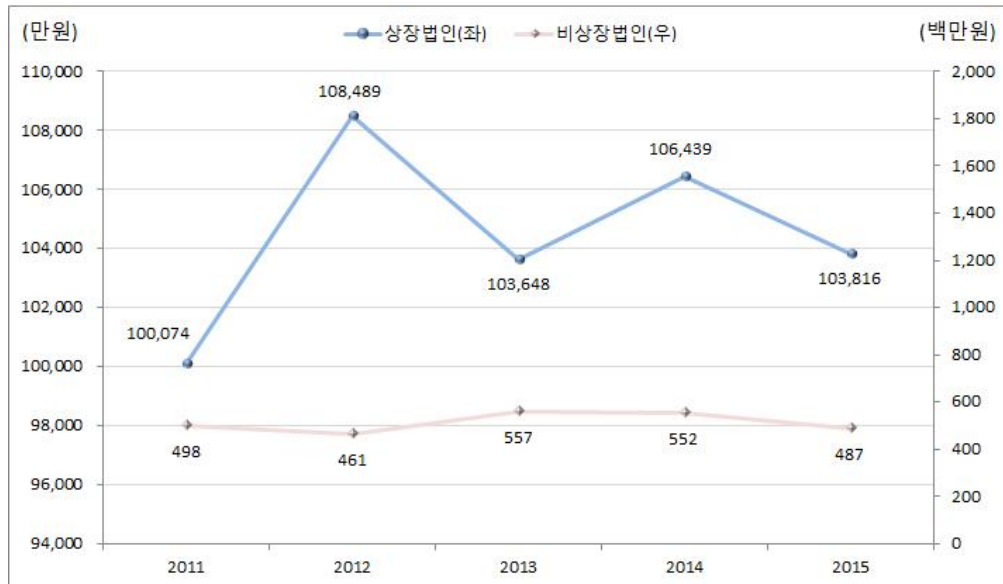
	2011		2012		2013		2014		2015	
	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당
일반법인	3,587,473	39.20	3,601,272	38.85	4,115,672	42.53	4,366,832	43.23	4,205,994	37.43
중소기업	480,572	1.30	511,004	1.31	538,823	1.28	539,460	1.20	572,208	1.19

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

상장법인의 법인당 신고 기부액은 2011년 10억 74만 원에서 2012년에는 10억 8,489만 원으로 2013년에는 10억 3,648만 원 그리고 2014년에는 10억 6,439만 원, 2015년에는 10억 3,816만 원으로 변화하였다.

비상장법인의 법인당 신고기부액은 2011년 498만 원에서 2013년에는 557만 원 그리고 2014년에는 552만 원, 2015년에는 487만 원으로 변화하였다.

[그림 3-44] 상장·비상장별 법인당 신고 기부액: 2011-2015



자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

〈표 3-9〉 상장·비상장별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015

(단위: 백만원)

	2011		2013		2014		2015	
	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당
상장법인	1,782,312	1,000.74	1,777,563	1,036.48	1,875,449	1,064.39	1,906,059	1,038.16
비상장법인	2,285,733	4.98	2,876,932	5.57	3,030,843	5.52	2,872,143	4.87

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

사업자가 벌어들인 금액인 수입금액(총매출액)의 규모별 법인의 신고 기부액은 규모가 클수록 법인당 신고기부액도 증가하는 경향이 있다. 즉 2015년 1조 초과 법인의 법인당 기부액은 78억 1,285만원으로 가장 크고, 다음은 1조 이하로 6억 1,304만원, 300억이하 1,540만원, 3억이하는 38만원이었다. 2015년의 법인당 기부액을 2014년과 비교해 보면 1조이하나 1조 초과에서의 법인당 기부액은 감소한 것으로 나타났다.

〈표 3-10〉 수입금액 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015

(단위: 백만원)

	2011		2012		2013		2014		2015	
	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당
3억 이하	44,710	0.24	11,178	0.06	80,812	0.39	56,684	0.25	93,854	0.38
5억 이하	7,317	0.20	8,377	0.22	12,944	0.31	11,705	0.27	12,971	0.27
10억 이하	18,406	0.32	19,204	0.33	37,327	0.58	35,226	0.53	45,529	0.64
20억 이하	34,810	0.59	35,499	0.58	57,445	0.88	42,758	0.62	51,076	0.70
50억 이하	76,037	1.19	89,053	1.33	91,256	1.27	104,329	1.36	101,114	1.25
100억 이하	89,595	3.00	90,365	2.82	89,671	2.67	123,544	3.49	115,913	3.13
200억 이하	109,432	7.11	115,262	6.86	102,188	5.84	128,845	7.04	130,692	6.83
300억 이하	68,705	13.53	82,814	14.71	72,547	12.50	80,720	13.36	95,233	15.40
500억 이하	90,974	23.54	109,826	24.93	101,887	22.78	104,947	22.77	264,788	56.66
1000억 이하	136,210	46.54	122,022	39.51	131,012	40.24	119,598	36.44	129,722	38.82
5000억 이하	439,806	192.90	512,075	203.93	446,739	179.20	419,143	160.41	436,670	162.39
1조 이하	200,463	748.00	231,409	751.33	222,388	708.24	234,309	705.75	214,563	613.04
1조 초과	2,751,580	7,750.93	2,685,192	7,047.75	3,208,279	8,020.70	3,444,485	8,900.48	3,086,077	7,812.85

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

자산 규모별 법인의 신고 기부액의 법인당 금액은 자산 규모가 클수록 법인당 신고기부액도 증가하는 경향이 있다. 즉 2015년 5,000억 초과 법인의 법인당 기부액은 26억 7,402만원으로 가장 크고, 다음은 5,000억 이하로 9,149만원으로 많았으며, 500억 이하는 1,565만 원, 5억 이하는 21만원이었다. 2014년에 비해 5000억 초과 법인에서는 15.8%가 감소하였다.

〈표 3-11〉 자산 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015

(단위: 백만원)

	2011		2012		2013		2014		2015	
	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당
5억 이하	32,453	0.15	27,292	0.12	36,624	0.15	41,429	0.16	59,843	0.21
10억 이하	25,470	0.35	31,753	0.42	33,464	0.42	34,889	0.41	36,490	0.41
20억 이하	40,479	0.68	45,467	0.72	53,039	0.79	60,096	0.85	57,089	0.76
50억 이하	87,329	1.69	89,270	1.61	100,007	1.68	114,026	1.80	117,227	1.72
100억 이하	94,218	3.98	105,581	4.11	115,540	4.17	123,832	4.10	130,552	4.13
200억 이하	77,997	8.10	76,761	7.49	98,190	9.03	108,371	9.30	113,471	8.14
500억 이하	150,614	16.39	139,777	14.41	144,247	14.45	131,056	12.09	181,810	15.65
1000억 이하	144,556	29.71	152,341	29.79	156,199	27.50	135,645	22.87	124,291	20.37

5000억 이하	392,254	89.19	381,285	82.23	388,729	76.57	314,634	57.70	529,334	91.49
5000억 초과	3,022,675	2,934.64	3,062,749	2,705.61	3,528,456	2,995.29	3,842,314	3,175.47	3,428,095	2,674.02

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

사업자의 수입금액에서 필요경비를 제외한 소득금액의 규모별 법인의 신고 기부액의 법인당 금액은 소득 금액이 클수록 법인당 신고기부액도 증가하는 경향이 있다. 즉 2015년 500억 초과 법인의 법인당 기부액은 48억 6,237만원으로 가장 크고, 다음은 200억 이하로 6억 1,727만원이었으며, 5천만 원 이하는 31만원, 1천 만원 이하는 11만원이었다.

〈표 3-12〉 소득금액 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015

(단위: 백만원)

	2011		2012		2013		2014		2015	
	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당
1천만 이하	5,204	0.10	3,908	0.07	5,133	0.09	5,541	0.09	6,879	0.11
5천만 이하	20,497	0.22	21,324	0.22	23,394	0.23	29,430	0.28	34,717	0.31
1억 이하	23,912	0.52	24,045	0.51	42,649	0.83	35,900	0.67	35,051	0.61
2억 이하	44,836	1.09	45,909	1.07	55,797	1.22	60,681	1.23	73,705	1.40
5억 이하	107,393	3.11	87,419	2.38	99,983	2.55	115,132	2.70	128,612	2.79
10억 이하	77,950	5.93	89,696	6.37	84,533	5.75	91,655	5.72	132,793	7.60
20억 이하	113,237	16.17	92,275	12.44	102,185	13.18	699,222	82.47	112,170	11.90
50억 이하	145,503	30.69	169,432	35.33	173,595	34.41	153,330	28.23	184,758	31.45
100억 이하	128,154	73.06	134,034	71.71	121,732	67.82	114,652	60.03	139,550	65.92
200억 이하	160,230	158.17	140,553	141.26	140,639	138.29	229,816	209.69	682,086	617.27
500억 이하	186,107	307.61	250,552	408.73	689,105	1,188.11	197,633	289.36	273,055	399.79
500억 초과	2,567,047	5,314.80	2,770,095	5,957.19	2,751,674	5,732.65	2,858,643	6,121.29	2,421,458	4,862.37

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

과세표준 규모별 법인의 신고 기부액의 법인당 평균금액은 과세 표준 금액이 클수록 법인당 신고기부액도 증가하는 경향이 있다. 즉 2015년 5,000억 초과 법인의 법인당 신고 기부액은 296억 7,685만원으로 가장 크고, 다음은 5,000억 이하로 32억 152만원이었으며, 가장 적은 1억 이하는 36만원이었다. 2014년에 비해 5,000억 초과에서는 24.2%가 감소하였다.

〈표 3-13〉 과세표준 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015

(단위: 백만원)

	2011		2012		2013		2014		2015	
	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당
1억 이하	45,752	0.29	49,192	0.31	65,682	0.38	62,080	0.35	67,460	0.36
2억 이하	41,598	1.14	43,651	1.13	54,243	1.33	56,174	1.27	69,943	1.49
5억 이하	98,602	3.15	87,449	2.64	93,885	2.65	108,803	2.84	109,945	2.65
10억 이하	72,023	6.14	86,633	6.83	78,460	5.93	89,403	6.24	130,941	8.34
20억 이하	109,627	17.88	88,342	13.42	108,639	15.68	104,463	13.81	103,363	12.18
50억 이하	144,497	35.07	152,694	36.25	167,310	38.05	148,557	31.24	171,223	33.69
100억 이하	111,605	75.61	131,785	81.30	120,924	77.52	98,861	60.28	158,387	85.52
200억 이하	178,429	211.41	158,390	185.47	123,467	144.74	179,376	191.44	683,406	722.42
500억 이하	159,464	314.52	220,567	423.35	215,116	433.70	193,141	324.61	261,879	440.87
1000억 이하	203,482	1,143.16	160,077	976.08	210,195	1,050.98	408,992	2,034.79	264,173	1,294.97
5000억 이하	547,570	2,837.15	686,386	3,593.64	610,208	3,371.31	706,295	4,059.17	605,088	3,201.52
5000억 초과	1,726,484	31,971.93	1,896,972	30,596.32	1,867,893	34,590.61	1,644,079	39,144.74	1,394,812	29,676.85

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

흑자법인 10분위별 법인의 신고 기부액의 법인당 금액은 상위법인 일수록 법인당 신고기부액도 증가하는 경향이 있다. 즉 2015년 상위 10%내 법인의 법인당 신고 기부액은 1억 156만원으로 가장 크고, 다음은 20% 내로 291만원, 가장 낮은 상위 90% 내 그룹의 법인당 신고 기부액은 12만원이었다.

〈표 3-14〉 흑자법인 10분위별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2015

(단위: 백만원)

	2011		2012		2013		2014		2015	
	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당
상위 10%내	3,387,858	108.75	3,654,459	113.63	4,074,384	119.27	4,353,898	119.81	3,952,719	101.56
상위 20%내	96,314	3.09	76,256	2.37	86,468	2.53	99,084	2.73	113,216	2.91
상위 30%내	37,814	1.21	38,203	1.19	46,961	1.37	47,900	1.32	65,447	1.68
상위 40%내	21,315	0.68	22,328	0.69	27,993	0.82	34,996	0.96	31,150	0.80
상위 50%내	13,154	0.42	14,170	0.44	27,655	0.81	21,338	0.59	21,018	0.54
상위 60%내	8,606	0.28	9,187	0.29	11,014	0.32	14,165	0.39	17,323	0.45
상위 70%내	6,252	0.20	7,353	0.23	6,747	0.20	10,097	0.28	9,693	0.25
상위 80%내	4,207	0.14	3,938	0.12	4,845	0.14	5,174	0.14	8,045	0.21
상위 90%내	3,337	0.11	2,539	0.08	3,626	0.11	4,175	0.11	4,660	0.12
상위 100%내	14,394	0.46	2,364	0.07	3,776	0.11	1,991	0.05	8,883	0.23

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

2015년 법인의 업태별 기부금 신고현황을 살펴보면 신고법인수가 가장 많은 업태는 제조업으로 13만 432개였으며, 법인당 기부액이 가장 많은 업태는 전기·가스·수도업으로 5,951만원이었고, 기부금액이 가장 많은 업태는 제조업으로 1조 5,973억 원이었고 그 다음으로 서비스업으로 8,854억 원이었다.

〈표 3-15〉 업태별 기부금 신고현황: 2014-2015

(단위: 개, 백만원)

구분	2014년			2015년		
	신고 법인수	법인당 평균 기부액	기부금	신고 법인수	법인당 평균 기부액	기부금
계	550,472	8.91	4,906,292	591,694	8.08	4,778,202
농·임·어업	9,583	0.96	9,247	10,495	0.88	9,197
광업	961	23.48	22,568	969	11.99	11,617
제조업	121,511	13.32	1,618,439	130,432	12.25	1,597,338
전기·가스·수도업	1,732	61.63	106,739	2,452	59.51	145,913
건설업	84,380	2.31	194,627	87,091	2.81	244,298
도매업	110,744	2.20	243,993	117,967	2.04	240,510
소매업	18,240	5.19	94,654	20,397	6.36	129,724
음식·숙박업	6,448	4.17	26,874	7,752	4.37	33,886
운수·창고·통신업	31,263	10.86	339,420	32,439	8.40	272,337
금융·보험업	20,731	54.58	1,131,525	23,042	36.81	848,205
부동산업	26,708	4.59	122,633	30,024	10.08	302,503
서비스업	109,609	8.61	943,953	120,940	7.32	885,371
보건업	1,798	27.76	49,911	1,910	29.11	55,609
기타 업종	6,764	0.25	1,709	5,784	0.29	1,694

주: 2015년에 법인세 신고한 것을 기준으로 함.

법인세 신고서 주요계정명세서상 회계상 금액임

업태분류는 법인세 신고서상 기재된 주업종으로 분류한 것으로 여러 업종을 겸업하는 경우 주업종에 실적이 포함됨.

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

2015년 보건업 법인의 기부금 신고현황을 살펴보면 신고법인수는 1,910개로 2014년의 1,798개에 비하여 112개가 증가하였으며, 기부금 총액은 556억 9백만원(법정 559억 10백만원, 지정 96억 99백만원)으로 2014년의 499억 11백만원(법정 411억 62백만원, 지정 87억 50백만원)에 비하여 56억 98백만원이 증가하였으며, 2015년의 법인당 평균 기부액은 2,911만원으로 2014년의 2,776만원

에 비하여 135만원이 증가하였다.

〈표 3-16〉 보건업 법인 기부금 신고현황: 2007-2015

(단위: 개, 백만원)

구분	신고법인수	법인당 평균기부액	기부금		
			소계	법정·특례	지정
2007	881	58.67	51,684	44,125	7,559
2008	986	52.65	51,916	45,603	6,313
2009	1,134	74.70	84,711	72,627	12,084
2010	1,276	65.03	82,973	76,614	6,359
2011	1,431	72.37	103,557	88,976	14,581
2012	1,585	35.73	56,627	49,732	6,895
2013	1,707	43.78	74,727	63,872	10,855
2014	1,798	27.76	49,911	41,162	8,750
2015	1,910	29.11	55,609	45,910	9,699

주: 2015년에 법인세 신고한 것을 기준으로 함.

법인세 신고서 주요계정명세서상 회계상 금액임

업태분류는 법인세 신고서상 기재된 주업종으로 분류한 것으로 여러 업종을 겸업하는 경우 주업종에 실적이 포함됨.

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

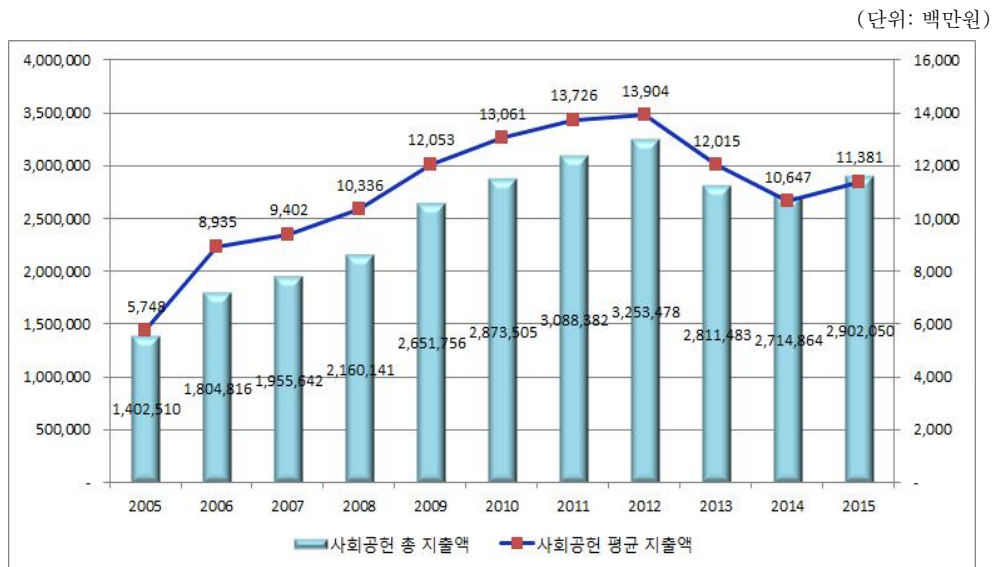
3) 전국경제인연합회 기업 및 기업재단 사회공헌백서의 기부금 규모

전국경제인연합회에서 실시한 기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사는 국내 매출액 상위 500대 기업과 전국경제인연합회 회원사를 대상으로 진행하는 조사이며, 전화조사, 이메일, 팩스 등의 조사방식으로 매년 실시하고 있는 비승인 통계조사이다. 조사 내용으로는 기업의 사회공헌 규모, 사회봉사 실적 및 제도, 사회공헌 추진을 위한 사내제도, 대표 프로그램 현황, 사회공헌 인식에 대한 조사 문항으로 구성되어 있다. 자원봉사활동과 관련된 문항으로는 기업 내 봉사활동 인원, 봉사활동 참여율, 봉사활동 총 시간 문항이 있으며, 기업 내 임직원의 봉사활동을 유도하기 위한 제도 및 운영프로그램에 관한 문항으로 구성되어 있다.

전국경제인연합회가 실시한 사회공헌활동조사의 지출 현황을 살펴본다. 사회공헌활동 총비용은 기부금과 직접사용을 합산한 액수이다. 기부금은 사회공헌활동

의 목적 하에 현금, 현물, 시설개방 등의 형태로 외부에 지출한 비용이며, 직접사용비용은 직접운영프로그램 비용과 임직원의 자원봉사활동에 사용된 경비이다. 사회공헌활동 총비용은 2005년 1조 4,025억원에서 2012년에는 3조 2,535억원으로 증가하였으나 2013년에는 2조 7,728억원으로 감소하였고, 2014년에는 2조 6,708억 원으로 감소하였다. 2014년에 감소하기는 하였으나, 2015년에는 2조 9,021억 원으로 증가하였다. 기업의 사회공헌활동 평균지출액의 변화를 살펴보면 2005년 57억 4천 7백만원에서 점차 증가하여 2012년에는 139억 3백만 원으로 증가하였으나 2014년에는 107억 3천만 원으로 감소하였고, 2015년에는 113억 8천만 원으로 증가하였다.

[그림 3-45] 기업의 사회공헌 지출현황: 2005-2015



주: 2013년 비용은 2014년에 조사한 것으로, 2013년과 동일한 샘플임

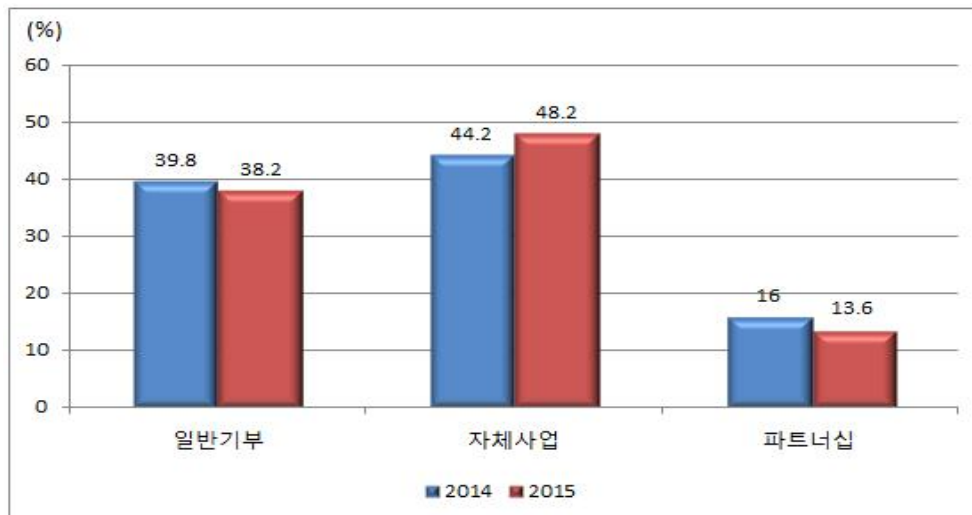
해당 조사항목에 응답한 기업 기준(2005년, 244개사, 2006년 202개사, 2007년 208개사, 2008년 209개사, 2009년 220개사, 2010년 220개사, 2011년 225개사, 2012년 234개사, 2013년 231개사, 2014년 231개사)

자료: 전국경제인연합회, 2015년 기업 및 기업재단 사회공헌백서, 각년도.

2015년 사회공헌 운영방식별 지출현황을 보면, 자체사업이 48.2%, 파트너십 13.6%, 외부의 기존 프로그램에 대한 협찬 등 간접프로그램에 대한 지출인 일반

기부가 38.2%로 기업이 뚜렷한 기획의지를 가지고 참여한 자율 프로그램이 61.8%(자체사업, 파트너십)인 것으로 나타났다. 여기서 자체사업, 파트너십, 일반기부의 구분은 다음과 같은 기준에 따른다. 자체사업은 외부공익법인을 거치지 않고 기업이 단독 운영하는 공익사업에 투입된 예산으로 자체 사무국을 두고 직접 진행하는 사업비, 사회공헌 성격의 캠페인 비용, 임직원 봉사에 사용된 각종 부대 비용 등 사회공헌지출, 기획사나 대행사 등을 활용한 사회공헌 사업 관련 행사 비용 등이며, 파트너십은 기업의 다양한 내부자원을 투입, 외부와 협업을 통해 진행하는 사업이고, 간접프로그램(일반사업)은 외부의 기존 프로그램에 대한 후원·협찬, 일반적 재해구호금과 같은 비지정성 기부금 등이다.

[그림 3-46] 기업의 운영방식별 지출현황: 2014-2015



주: 해당 조사항목에 응답한 기업 기준(2013년 143개사, 2014년 135개사 응답)
 자료: 전국경제인연합회, 2015년 기업 및 기업재단 사회공헌백서, 각년도.

나. 기부분야

2015년 기업의 분야별 사회공헌 지출비율을 살펴보면, 2015년의 경우 취약계층지원이 33.5%로 가장 높고, 다음은 교육, 학교, 학술 분야에 17.5%를 지출하였으며, 그 다음으로는 문화예술 및 체육에 16.4%를 지출하였다. 2014년과 비교해 보면 취약계

층 지원이 4.0% 포인트, 해외지원이 2.0% 포인트, 문화예술 및 체육분야 1.1% 포인트, 의료보건 분야가 0.5% 포인트 증가하였고, 환경보존 2.8% 포인트, 교육·학교·학술 분야 0.7% 포인트 감소하였다.

〈표 3-17〉 기업 분야별 사회공헌 지출 비율 추이: 2005-2015

(단위: %)

분야	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
취약계층 지원	37.2	27.0	27.8	43.2	50.3	43.8	38.3	31.7	33.9	29.5	33.5
교육·학교·학술	35.1	23.2	24.6	20.6	17.6	14.7	23.2	16.1	23.7	18.2	17.5
문화예술 및 체육	7.4	11.2	12.6	12.3	6.6	11.8	11.6	11.1	12.7	15.3	16.4
환경 보전	1.6	2.2	1.9	1.7	1.6	1.6	2.6	2.4	1.4	4.1	1.3
해외 지원	2.3	2.2	2.4	3.2	1.5	6.9	3.8	2.9	6.5	1.7	3.7
의료 보건	2.1	6.6	5.2	4.3	3.2	5.1	3.4	5.7	0.8	1.1	1.6
기타	4.3	27.5	24.6	14.7	19.2	16.0	17.2	30.2	21.0	30.1	26.0

자료: 전국경제인연합회, 2015년 기업 및 기업재단 사회공헌백서, 각년도.

제2절 자원봉사활동

통계청의 사회조사 결과를 활용하여 개인의 자원봉사활동실태를 살펴보았다. 사회조사에서는 자원봉사활동을 ‘지역사회·국가 및 인류사회를 위하여 대가없이 자발적으로 시간과 노력을 제공하는 행위’로 정의하고 있다. 이 정의에 따라 누가, 얼마나 참여했는지, 그리고 자원봉사활동에 대한 인식 및 태도는 어떠한지를 살펴보고자 한다. 자원봉사활동규모는 사회조사 외에 통계청의 생활시간조사 결과와 행정자치부와 보건복지부가 각각 구축한 자원봉사활동 DB 자료를 활용하였다.

[그림 3-47] 개인의 자원봉사활동 실태 파악 개요



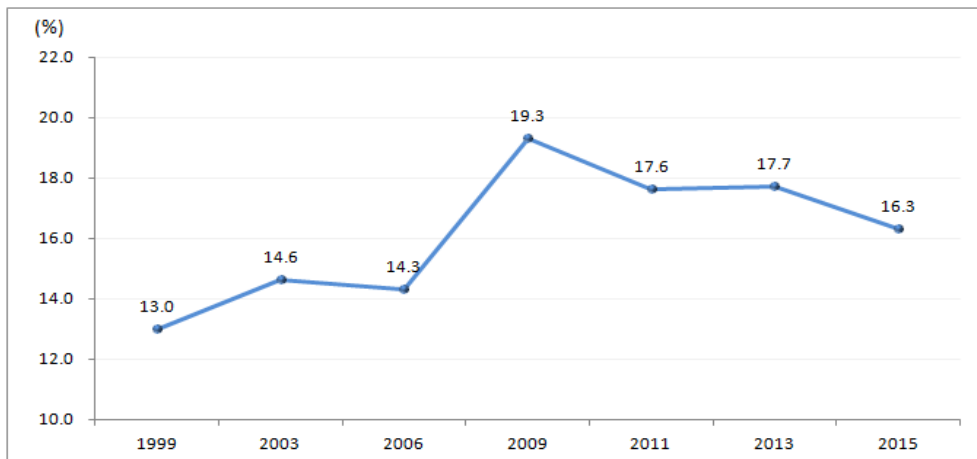
1. 자원봉사활동 동향

자원봉사활동 참여율 변화와 성, 연령, 교육정도, 직업, 가구소득, 지역별 참여율, 활동한 분야별 참여율 등 자원봉사 활동 전반에 대해 살펴보면 다음과 같다.

가. 자원봉사활동 참여율 추이

자원봉사활동 참여율은 1999년 13.0%에서 점차 증가하여 2009년에는 19.3%까지 증가하였으나 이후 점차 감소하여 2015년에는 16.3%로 낮아졌다. 2015년은 2013년의 자원봉사활동 참여율 17.7%에 비하여 1.4% 포인트가 감소하였다.

[그림 3-48] 자원봉사활동 참여율(15세이상): 1999-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

자원봉사활동 참여율은 사회조사 결과에 따르면 2009년 19.3%를 정점으로 계속 하락추세이다. 2013년 전국자원봉사활동 및 기부실태조사에 따르면 자원봉사활동 미참여 이유로 ‘시간적 여유가 없어서’가 가장 높았다. 연령대별 자원봉사활동 참여율을 통해 이 같은 이유를 쉽게 이해할 수 있다. 경제활동이 활발한 20대부터 50대까지는 참여율이 점차 감소하는 반면 경제활동에서 물러나는 60세 이상은 지속적으로 증가한다.

또 다른 이유는 과거 가족과 자원봉사자들에 의해 해결되던 영역들이 직업의 전문화에 따라 점차 유급 인력으로 대체되면서 자원봉사활동 분야가 축소되고 있다는 것이다. 예컨대 병원의 간병인 또는 장기요양보호사는 과거 가족 혹은 자원봉사자의 몫이었으나, 현재는 유급의 돌봄으로 전환되었다. 보건 및 사회복지서비스업 취업자 수나 장기요양돌봄 종사자의 증가추이가 이를 뒷받침한다. 보건·사회복지서비스업 취업자 수가 99만 8천명에서(2009)에서 169만 3천명(2014)

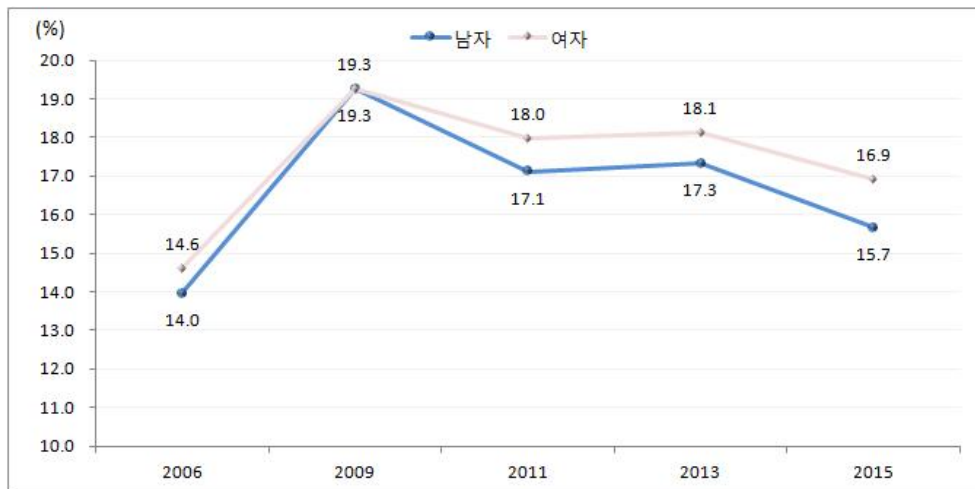
으로, 장기요양돌봄 종사자가 134만명(2009)에서 192만명(2014)으로 각각 증가하였다.

나 인구사회특성별 자원봉사활동 참여율

□ 성 및 연령별 자원봉사활동 참여율

남녀별 자원봉사활동 참여율은 큰 차이를 보이지 않고 있지만 남자보다는 여자의 자원봉사활동 참여율이 약간 높은 것으로 나타났다. 즉, 2006년에는 남자가 14.0%, 여자가 14.6%로 여자가 0.6% 포인트 높았으나 2009년에는 19.3%로 같은 수준의 자원봉사활동 참여율을 보인 이래로 남녀 참여율의 간격이 넓어져 2015년에는 여자 16.9%, 남자 15.7%로 여자가 남자보다 1.2% 포인트 높았다. 연령별로는 2015년의 경우 15~19세의 참여율이 71.1%로 가장 높으며, 다음은 40대 15.6%, 50대 14.6%, 20대 11.6%의 순이었고, 60세 이상은 가장 낮은 7.8%의 참여율을 나타내, 2013년에 비해 40대 이하에서 모두 감소하였다.

[그림 3-49] 성별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2006-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

〈표 3-18〉 연령대별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2006-2015

(단위: %)

구분	2006	2009	2011	2013	2015
15~19세	59.5	79.8	72.3	75.4	71.1
20~29세	8.3	13.9	13.2	13.7	11.6
30~39세	10.3	13.6	11.2	11.2	10.7
40~49세	13.9	18.6	17.1	17.3	15.6
50~59세	12.4	15.5	14.6	14.5	14.6
60세이상	6.5	7.0	7.2	7.8	7.8

자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

15세~19세 청소년층의 자원봉사활동 참여율 감소(2011년 이후) 원인은 타 연령대와 다르게 접근해야 한다. 이 연령층의 자원봉사활동은 대학 진학과 밀접히 관련되어 있다. 2004학년도 일반전형 정시모집 학생생활기록부 중 봉사활동을 반영하는 학교가 생기는가 하면, 대학입시에 사회봉사자 특별전형이 실시되면서 최하 40시간에서 300시간까지 요구하는 대학교가 생겨났다. 이러한 현상은 자발적 자원봉사활동 개념과는 거리가 먼 의무적 자원봉사활동으로 변화하는 단초가 되었으며, 타 연령층의 자원봉사참여율보다 월등한 증가를 보였다. 이것은 자원봉사활동의 질적인 면을 고려하지 않은 양적 팽창을 불러 왔다.

2009년 교육과정의 개정에 따라 2011년 창의적 체험활동¹³⁾을 도입·시행하면서 청소년의 자원봉사활동은 창의적 체험활동영역으로 포함되었으며, 학교 중심으로 봉사활동이 관리되었다. 이로써 청소년의 봉사활동은 학교 교육과정에 의한 봉사활동과 개인 계획에 의한 봉사활동으로 이루어지고 있다. 학교 중심의 자원봉사활동은 청소년층의 자원봉사활동에 대한 질적 개선을 제고하였다. 반면, 개인 계획에 의한 청소년의 자발적 봉사활동은 2012년부터 교육과학기술부가 마련한 「학생 봉사활동 시간 인정 기준」에 따라 보다 엄격히 봉사활동 실적을 관리하였다. 뿐만 아니라 일련의 절차(봉사활동 계획서 제출→계획 승인→계획에 따른 실행 후 확인서 제출→확인서 평가→학교생활기록부 기재)를 거쳐 학교장이 허가한 개인계획에 한해서 인정되는 등 과거보다 체계화된 청소년의 봉사활동

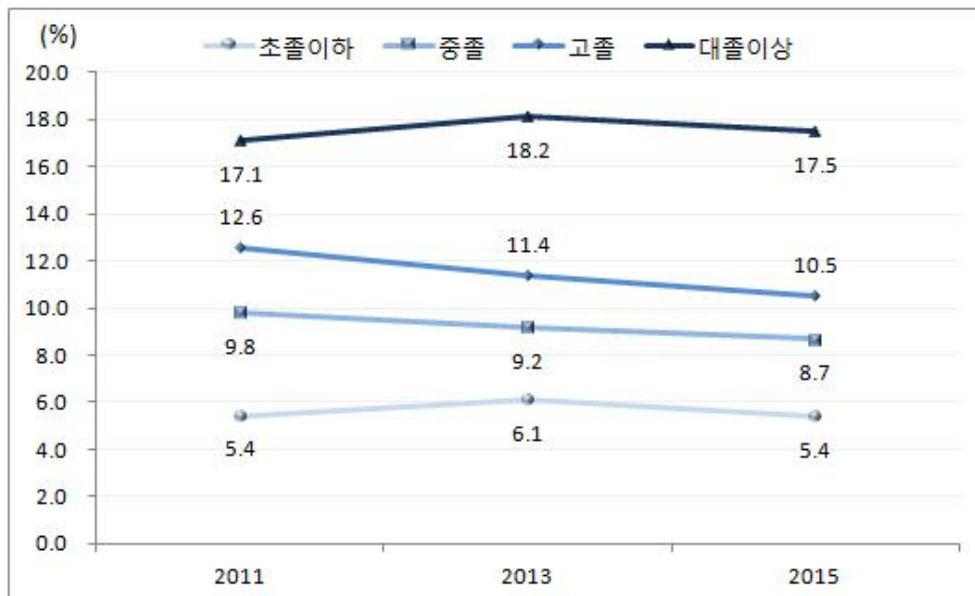
13) 교육부(2015). 2015개정 교육과정, 질의응답 자료

관리로 이들의 참여율이 조금씩 떨어진 것으로 추측된다.

□ 교육정도별 자원봉사활동 참여율

30세 이상 인구의 교육정도별 자원봉사활동 참여율은 연도별 및 학력별로 자원봉사활동 참여율의 증감은 있으나 보편적으로 학력이 높을수록 자원봉사활동 참여율이 높은 것으로 나타났다. 2011년 이래로 대졸이상 자의 자원봉사 참여율은 다소 증가했으나 그 외는 참여율의 변함이 없거나 감소하였다. 2011년에는 대졸 이상이 17.1%로 가장 높고, 다음은 고졸이 12.6%로 높았으며, 중졸은 9.8%, 초졸 이하는 5.4% 순이었고, 2015년에는 대졸 이상이 17.5%로 가장 높고, 다음은 고졸이 10.5%로 높았으며, 중졸은 8.7%, 초졸 이하는 5.4% 순이었으며, 2013년에 비하여 모든 학력계층에서 낮아졌다. 15세 이상 인구의 교육정도별 자원봉사 참여율은 앞의 연령별 자원봉사활동 참여율에서 나타난 것과 같이 15~19세의 자원봉사활동 참여율이 높게 나타남에 따라 현재 중·고등학교에 재학중인 학생층을 반영하는 중졸이하가 가장 높게 나타나고 있다.

[그림 3-50] 교육정도별 자원봉사활동 참여율(30세이상): 2011-2015

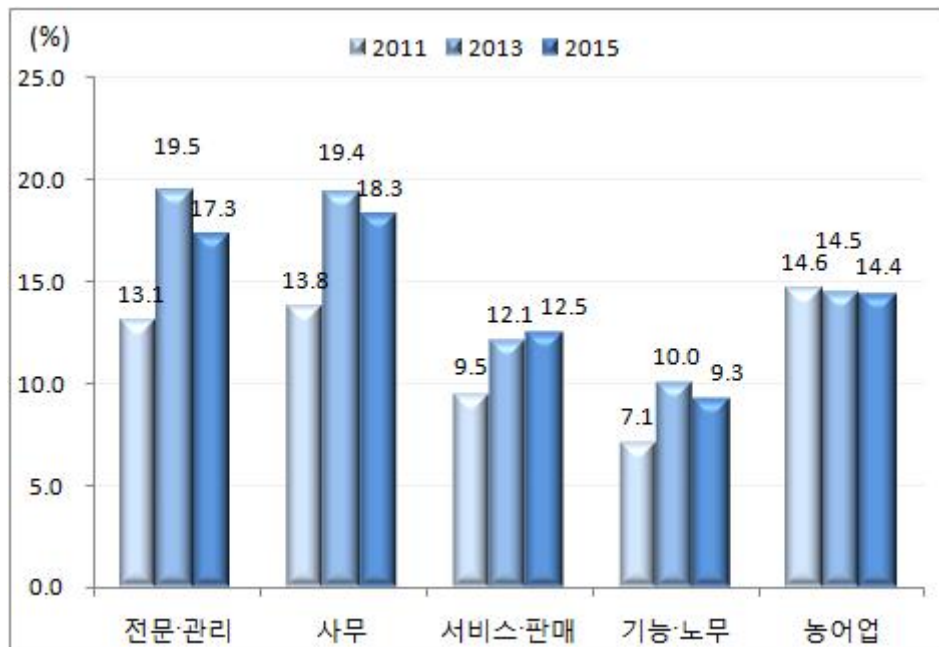


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

□ 직업 및 가구소득별 자원봉사활동 참여율

2015년 직업별 자원봉사활동 참여율을 살펴보면 사무직이 18.3%로 가장 높고, 다음은 전문관리직이 17.3%, 농·어업직이 14.4%, 서비스 판매직이 12.5% 순으로 자원봉사활동에 참여하고 있다. 2013년과 비교해 보면 서비스·판매직이 0.4% 포인트 증가하였으며, 전문·관리직이 2.2% 포인트, 사무직이 1.1% 포인트, 기능·노무직이 0.7% 포인트 감소하였다.

[그림 3-51] 직업별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015

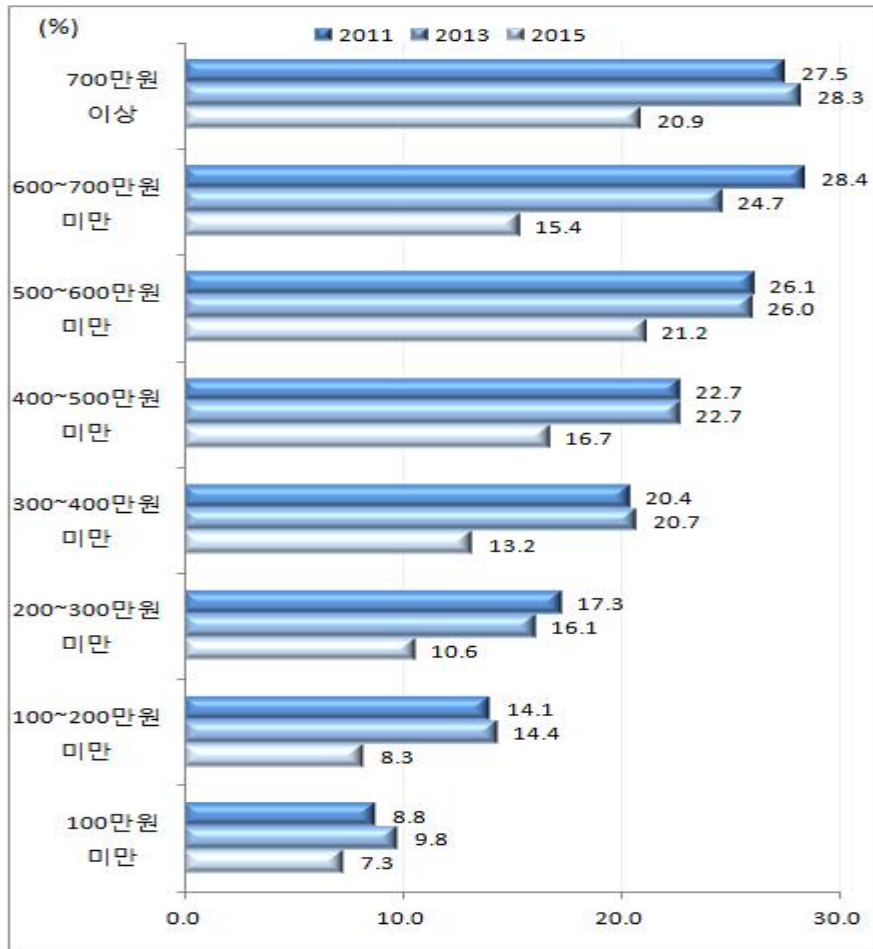


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

가구의 월평균소득별 자원봉사활동 참여율을 살펴보면 500만원대가 21.2%로 가장 높고, 다음은 700만원 이상이 20.9%, 400만원대 16.7%, 600만원대 15.4%였으며, 가장 낮은 층은 100만원 미만대로 7.3%의 자원봉사활동 참여율을 나타내 소득 수준이 높을수록 자원봉사활동 참여율도 높은 것으로 나타났다. 2013년과 비교해 보면 600만 원대에서 9.3% 포인트, 300만 원대에서 7.5% 포인트 감소하는 등 모든

소득층에서 감소하였다.

[그림 3-52] 가구소득별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

□ 지역별 자원봉사 참여율

지역별 자원봉사활동 참여율을 살펴보면 제주가 22.6%로 가장 높고 다음은 전남으로 22.5%의 참여율을 보였으며, 강원 19.4%, 충북 19.3%, 충남 18.4%, 경남 18.3%, 세종 18.2%로 높았고, 인천이 13.6%로 가장 낮았다.

〈표 3-19〉 지역별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015

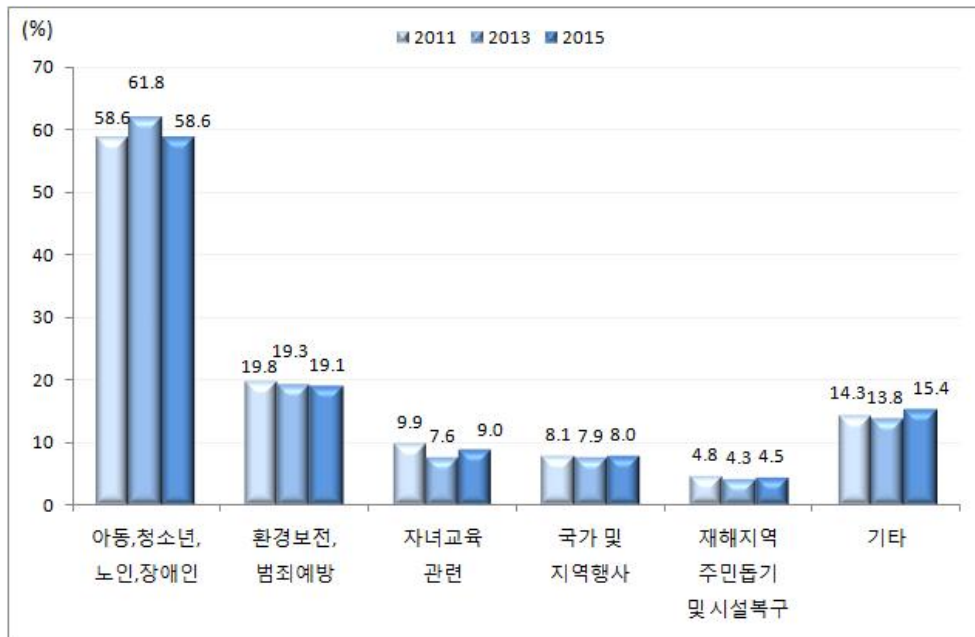
지역	2011	2013	2015	지역	2011	2013	2015
서울	16.0	15.8	16.2	강원	18.4	17.2	19.4
부산	16.5	16.6	13.7	충북	15.9	19.5	19.3
대구	17.0	16.5	15.4	충남	18.4	21.1	18.4
인천	16.4	16.2	13.6	전북	17.9	15.5	15.5
광주	21.6	21.2	16.4	전남	18.6	19.8	22.5
대전	18.1	22.4	17.9	경북	22.4	16.5	14.7
울산	20.4	18.9	15.4	경남	19.4	21.6	18.3
세종	—	—	18.2	제주	21.2	21.5	22.6
경기	16.9	17.5	15.4				

자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

다. 분야별 자원봉사활동 참여율

2015년 분야별로 자원봉사활동 참여율을 살펴보면, 아동·청소년·노인·장애인 관련분야에서 참여율이 58.6%로 가장 높고, 다음은 환경보전·범죄예방 분야에서 자원봉사활동이 19.1%로 높았으며, 자녀교육 관련, 국가 및 지역행사, 재해지역 주민돕기 및 시설복구 등은 10% 미만의 참여율을 나타내었다.

[그림 3-53] 활동분야별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015

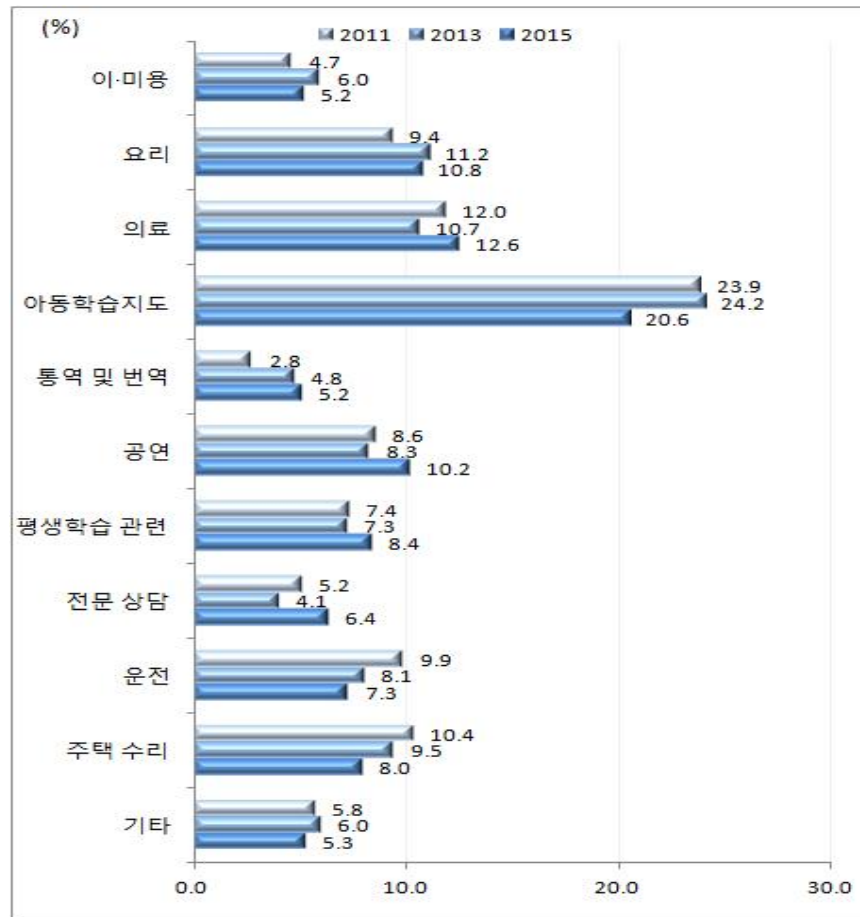


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

라. 전문성을 활용한 자원봉사활동

2015년 자원봉사활동 참여자 중 자신의 전문성을 활용한 경험이 있는 사람 가운데 전문성을 살려 아동학습지도를 한 경우가 20.6%로 가장 높고, 다음은 의료가 12.6%, 요리 10.8%, 공연 10.2%, 평생학습관련 8.4%, 주택수리 등이 8.0% 등의 순이었다.

[그림 3-54] 전문성을 활용한 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015

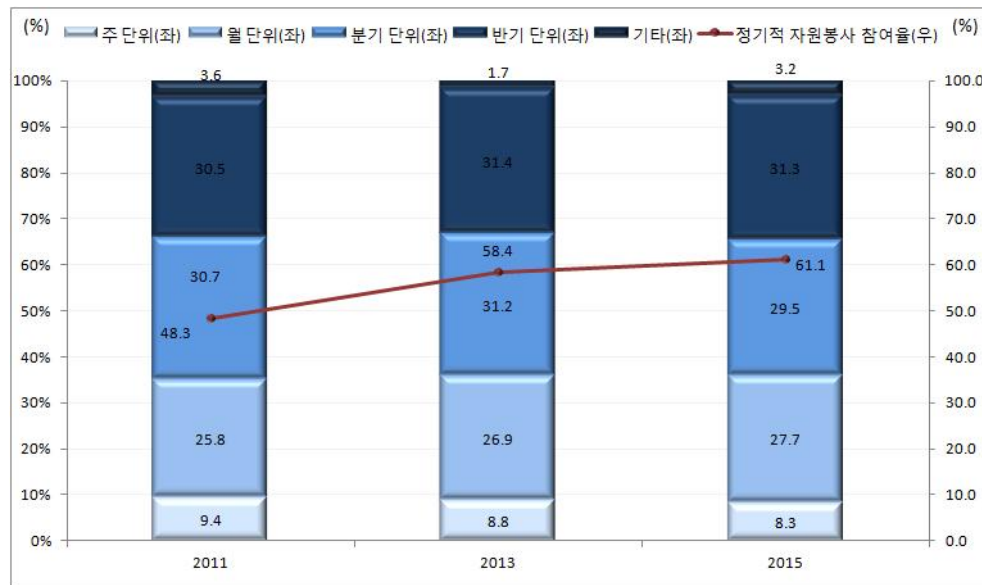


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

마. 정기적 자원봉사활동

2015년 자원봉사활동 참여자 중 61.1%는 주기적으로 자원봉사활동에 참여하였고, 그 주기는 반기단위가 31.3%로 가장 높고 다음은 분기단위로 29.5%였으며, 월단위는 27.7%로 그 다음으로 높았다.

[그림 3-55] 정기적 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

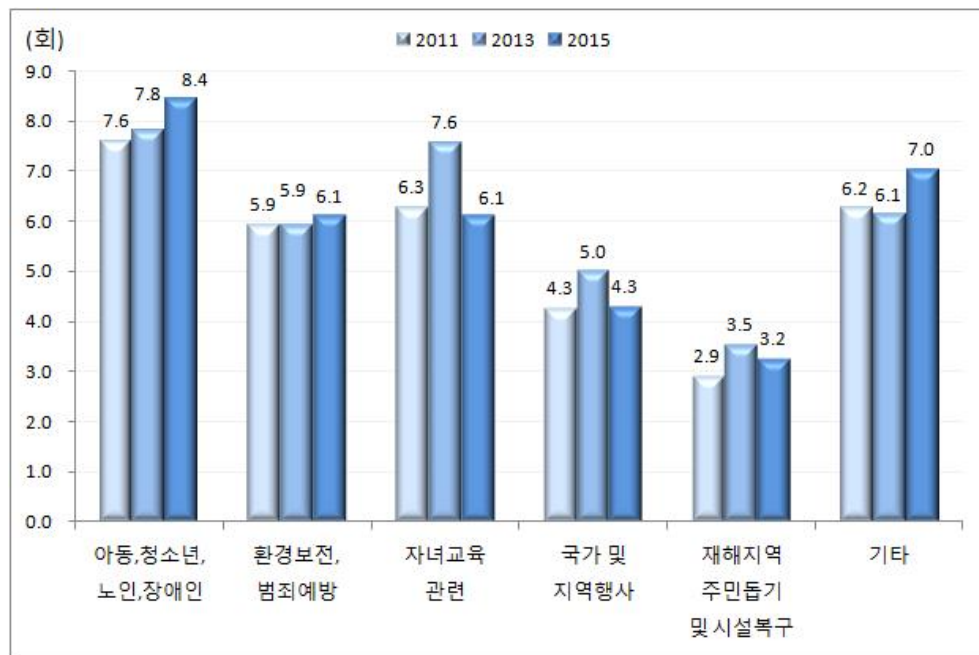
2. 자원봉사활동 규모

자원봉사활동 참여자 수와 횟수, 시간 등 참여규모를 통계청의 사회조사, 생활시간조사, 행정자치부와 보건복지부에서 각각 구축한 DB에 등록된 실적자료 등을 통해 살펴보았다.

가. 자원봉사활동 참여횟수 및 시간

2015년 분야별 자원봉사활동 평균 참여횟수를 살펴보면 아동·청소년·노인·장애인 분야가 8.4회로 가장 많았으며, 다음은 자녀교육 관련 분야와 환경보전·범죄예방이 각각 6.1회, 국가 및 지역행사 4.3회, 재해지역 주민돕기 및 시설복구가 3.2회의 순이었다. 2013년과 비교해 보면 아동·청소년·노인·장애인 분야가 0.6% 포인트 증가하여 가장 크게 증가하였고, 자녀교육 관련이 1.5% 포인트 감소하여 가장 크게 감소하였다.

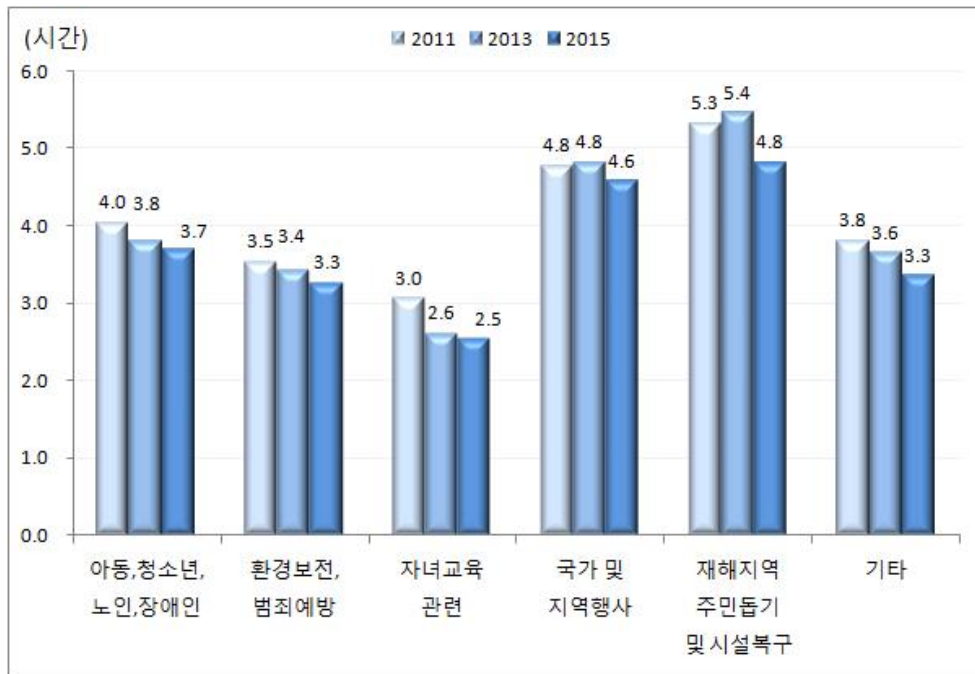
[그림 3-56] 활동분야별 자원봉사활동 평균 참여횟수(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

분야별 자원봉사활동 평균 참여시간을 살펴보면 재해지역 주민돕기 및 시설복구 분야에서 1회당 평균 4.8시간을 참여하여 가장 길게 활동하였는데 이는 2013년에 비하여 0.6시간이 감소하였다. 다음은 국가 및 지역행사 분야로 1회 평균 4.6시간 참여하였으며, 아동·청소년·노인·장애인 분야에서는 3.7시간, 환경보전·범죄예방 분야에서는 3.3시간, 자녀교육 관련분야에서는 1회평균 2.5시간을 참여한 것으로 나타났다.

[그림 3-57] 활동분야별 자원봉사활동 평균 참여시간(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

나. 등록 자원봉사자 인원 및 시간

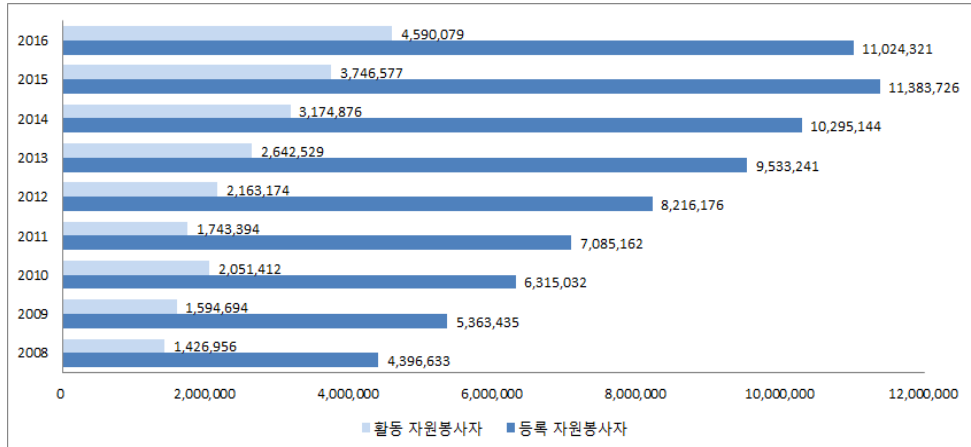
보건복지부와 행정자치부에서 각각 구축하여 운영하고 있는 자원봉사활동 등록 및 실적인증 DB를 통해 등록된 자원봉사자의 인원 및 활동현황 등을 살펴보았다.

□ 행정자치부 DB 등록 자원봉사자 규모

행정자치부의 자원봉사센터 현황 자료를 통한 자원봉사자 등록 및 활동현황을 살펴보면 등록 자원봉사자수는 2008년 439만 7천명에서 2016년에는 1,102만 4천명으로 증가하였다. 연간 1회이상 활동 자원봉사자수는 2008년 142만 7천명에서 2016년에는 459만 명으로 증가하였다. 또한 2016년 활동자원봉사자는 등록 자원봉사자의 41.6%로 2008년의 32.4%에 비하여 9.2% 포인트가 증가한 것으로 나타났다.

[그림 3-58] 자원봉사자 등록 및 활동 현황: 2008-2016

(단위: 명)



주: 활동인원은 실인원임

자료: 행정자치부, 2017, 자원봉사센터 현황, 2017

분야별 자원봉사 활동 현황을 살펴보면 총인원(연인원)은 2016년 3,003만명으로 증가하였다. 이를 활동분야별로 살펴보면 생활편의 분야가 24.4%로 가장 높은 비율을 점하였다. 다음은 안전방법 분야가 15.0%, 문화행사가 11.2%를 차지하였다.

〈표 3-20〉 분야별 자원봉사 활동현황: 2014-2016

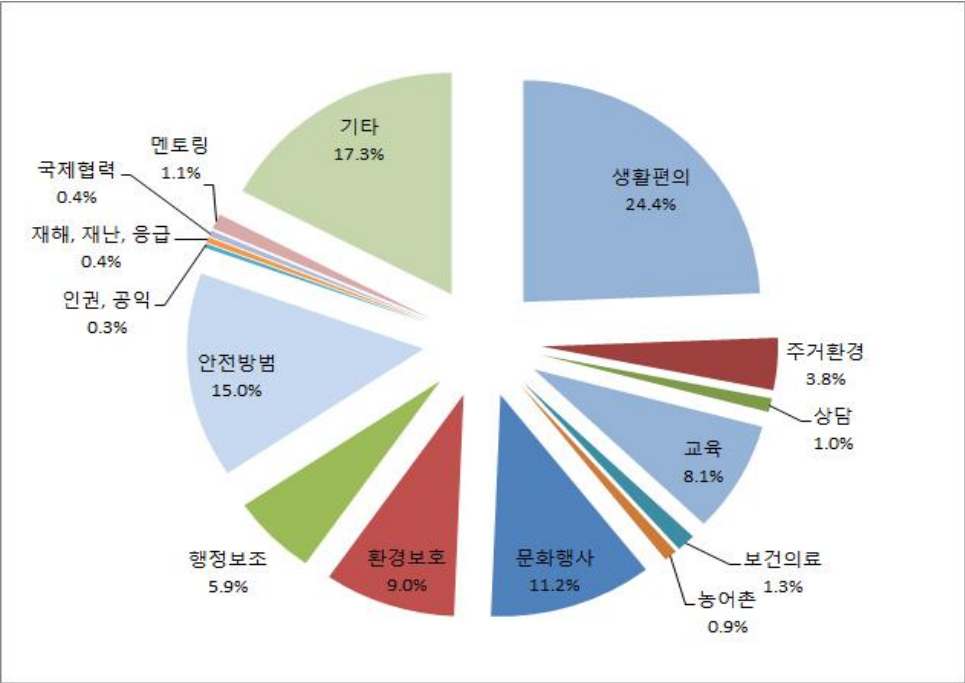
(단위: 명, %)

	2014	2015	2016
계	21,930,714 (100.0)	25,122,008 (100.0)	30,030,295 (100.0)
생활편의	6,089,199 (27.8)	6,424,823 (25.6)	7,329,971 (24.4)
주거환경	750,393 (3.4)	898,482 (3.6)	1,139,549 (3.8)
상담	279,737 (1.3)	272,394 (1.1)	297,644 (1.0)
교육	1,736,038 (7.9)	1,857,903 (7.4)	2,435,928 (8.1)
보건의료	306,257 (1.4)	314,928 (1.3)	378,373 (1.3)
농어촌	153,544 (0.7)	143,129 (0.6)	268,373 (0.9)
문화행사	1,673,446 (7.6)	2,884,211 (11.5)	3,355,664 (11.2)
환경보호	2,347,506 (10.7)	1,787,184 (7.1)	2,707,063 (9.0)
행정보조	1,153,865 (5.3)	1,621,146 (6.5)	1,763,292 (5.9)
안전방법	3,756,976 (17.1)	4,090,863 (16.3)	4,510,351 (15.0)
인권, 공익	49,361 (0.2)	68,250 (0.3)	82,274 (0.3)
재해, 재난, 응급	140,846 (0.6)	71,642 (0.3)	126,053 (0.4)
국제협력	125,585 (0.6)	95,780 (0.4)	105,992 (0.4)
멘토링	213,229 (1.0)	266,664 (1.1)	333,660 (1.1)
기타	3,154,732 (14.4)	4,324,609 (17.2)	5,196,108 (17.3)

자료: 행정자치부, 2017 자원봉사센터 현황, 2017

[그림 3-59] 분야별 자원봉사 활동 현황: 2016

(단위: %)



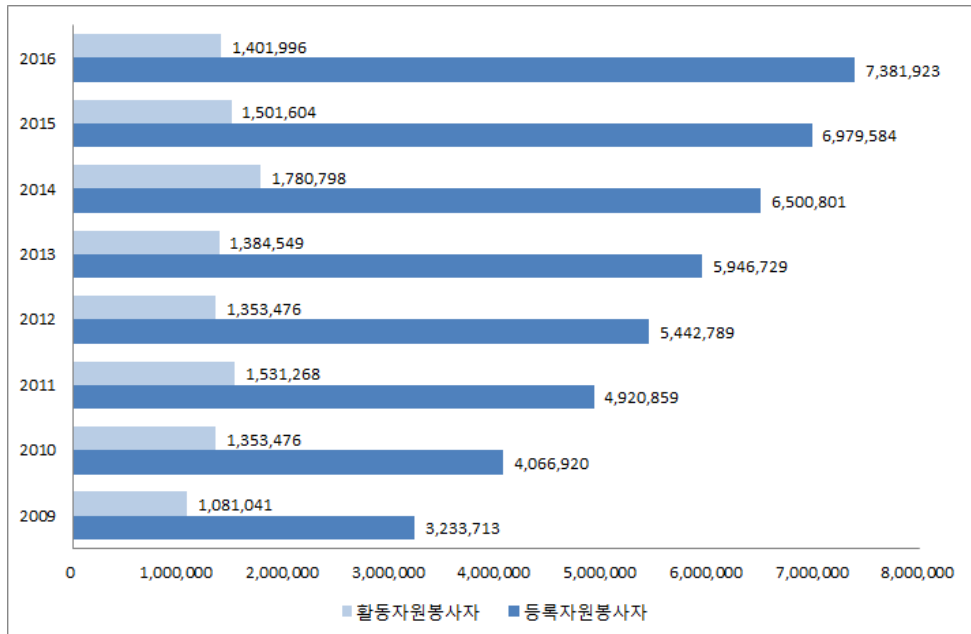
자료: 행정자치부, 2017 자원봉사센터 현황, 2017

□ 보건복지부 DB 등록 자원봉사자 규모

보건복지부 DB에 등록된 자원봉사자 규모를 살펴보면 등록자원봉사자 수는 2009년 323만 4천명에서 점차 증가하여 2016년에는 738만 2천명으로 증가하였다. 또한 활동자원봉사자수는 2009년 108만 1천명에서 2016년에는 140만 2천명으로 증가하였다. 2007년 이후 증가를 보이던 활동자원봉사자수는 2011년에 153만 1천명을 정점으로 2012년에는 135만 3천명으로 감소하였고, 2013년 이후에는 2014년에 증가하였으나 이후 감소하고 있다. 2012년 감소의 원인은 2011년 시행된 개인정보보호에 따라 본인이 직접 회원으로 가입한 경우에만 인증서 발급이 가능해져 활동봉사자수가 적게 집계된 것으로 추정되고 있다(통계청).

[그림 3-60] 사회복지 자원봉사자 등록 및 활동 현황: 2009-2016

(단위: 명)



자료: 한국사회복지협의회, 사회복지 자원봉사 통계연보, 2016

관리센터종류별 사회복지 활동봉사자 현황을 살펴보면 2016년에는 활동한 자원봉사자 수가 140만 2천명으로 집계되나 2015년 150만 2천명에 비하여 다소 감소하였다. 2016년 분야별 사회복지 자원봉사자는 사회복지분야에 81.5%, 보건의료분야에 5.3%, 기타분야에 13.2%가 등록되어 있다. 사회복지분야 등록인원을 보다 세분화 하여 살펴보면 노인시설 24.7%, 장애인시설 19.8%, 복지관 14.4%, 법인/단체 10.3%, 아동시설 9.2% 순으로 등록되어 있다.

〈표 3-21〉 관리센터 종류별 사회복지 자원봉사자 현황: 2015-2016

(명, %)

		2015	2016
사회복지	소계	1,218,240 (81.1)	1,142,942 (81.5)
	아동시설	139,235 (9.3)	129,599 (9.2)
	노인시설	367,595 (24.5)	345,607 (24.7)
	장애인시설	305,760 (20.3)	277,658 (19.8)
	여성복지시설	8,706 (0.6)	7,915 (0.6)
	정신요양시설	19,680 (1.3)	17,989 (1.3)
	노숙인복지시설	19,501 (1.3)	17,454 (1.2)
	복지관	216,324 (14.4)	202,344 (14.4)
	법인/단체	141,439 (9.4)	144,376 (10.3)
보건의료		75,311 (5.0)	74,106 (5.3)
기타		208,053 (13.9)	184,948 (13.2)
계		1,501,604 (100.0)	1,401,996 (100.0)

주: 등록자원봉사자는 사회복지 자원봉사 육성·지원사업 정보등록 기준년도인 2001년 1월부터 2016년 12월 31일까지의 등록봉사자임

자료: 한국사회복지협의회, 사회복지 자원봉사 통계연보, 2016
한국사회복지협의회, 사회복지 자원봉사 통계연보, 2017

[그림 3-61] 관리센터 종류별 사회복지 자원봉사자 현황: 2015-2016

(단위: %)



주: 현황실적으로만 자원봉사를 인정받은 인원을 제외하여 작성(2013년 1,291,264명, 2014년 1,590,875명을 기준으로 작성)

자료: 한국사회복지협의회, 2016 사회복지 자원봉사 통계연보, 2017

사회복지 자원봉사자의 총 봉사횟수와 평균 봉사횟수를 살펴보면, 총 봉사횟수는 2011년 815만 5천회에서 2016년 835만 9천회로 증가하였다. 평균 봉사횟수는 2009년 5.6회에서 2016년 6.0로 증가추세를 보여주고 있으나 2010년에는 5.3회, 2014년에는 5.8회 등 전년도에 비해 평균 자원봉사횟수가 감소하기도 하였다.

[그림 3-62] 사회복지 자원봉사자 총 봉사 횟수 및 평균 봉사 횟수: 2009-2016

(단위: 명)

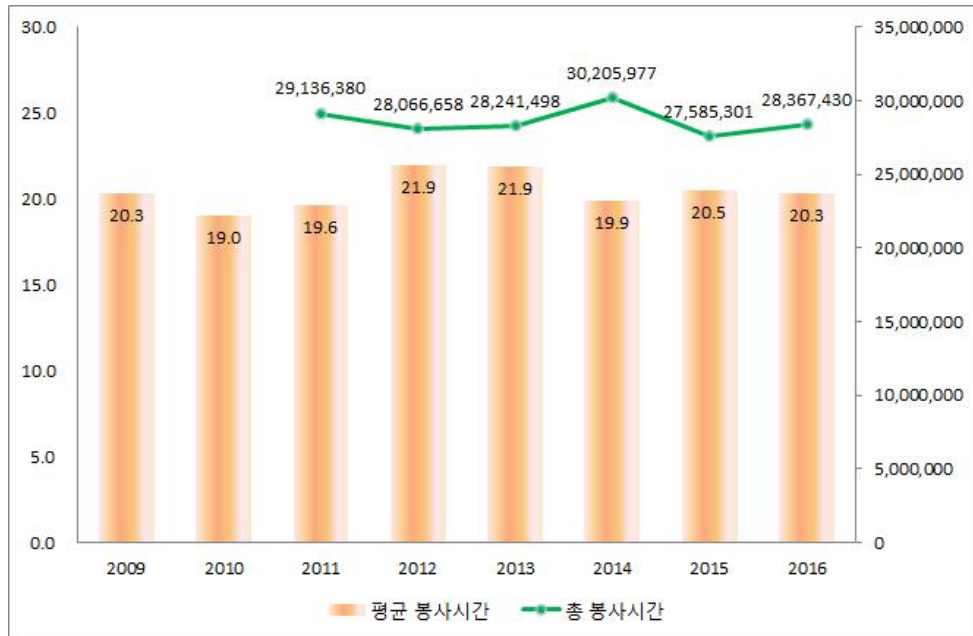


자료: 한국사회복지협의회, 사회복지 자원봉사 통계연보, 각년도

사회복지 자원봉사자의 총 봉사시간과 평균 봉사시간을 살펴보면, 총 봉사시간은 2011년 2,913만 6천 시간에서 2012년에는 2,806만 7천 시간으로 감소하였으나, 2014년에는 3,020만 6천 시간으로 다시 증가하여 정점을 기록했다. 이후 2015년에 2758만 5천 시간으로 감소하였다가 2016년에는 2736만 7천 시간으로 78만 2천 시간이 증가하였다. 2016년 평균 봉사시간은 2009년 20.3시간과 같았으며 2012년과 2013년에 가장 높은 21.9시간을 기록하였다.

[그림 3-63] 사회복지 자원봉사자 총 봉사 시간 및 평균 봉사 시간: 2009-2016

(단위: 시간)



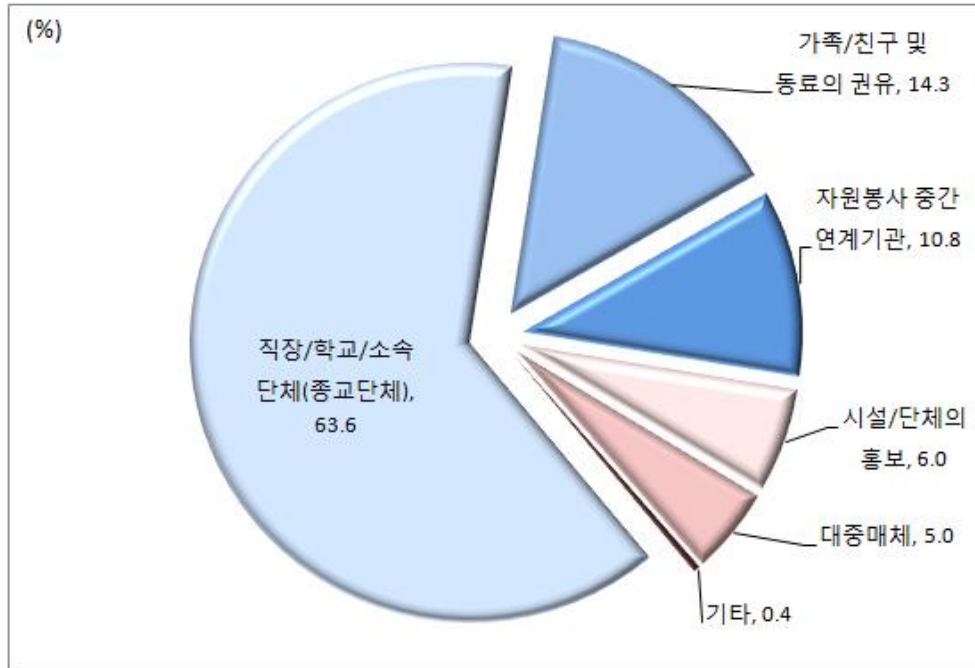
자료: 한국사회복지협의회, 사회복지 자원봉사 통계연보, 각년도

3. 자원봉사활동 참여자 특성

가. 자원봉사활동 인지경로

자원봉사활동 인지경로를 살펴보면 직장/학교/소속단체(종교단체)를 통하여 알게 된 경우가 63.6%로 가장 높았으며, 다음은 가족/친구 및 동료의 권유 14.3%, 자원봉사 중간 연계기관 10.8%, 시설단체의 홍보 6.0%의 순이었다.

[그림 3-64] 자원봉사활동 인지경로(15세이상): 2015

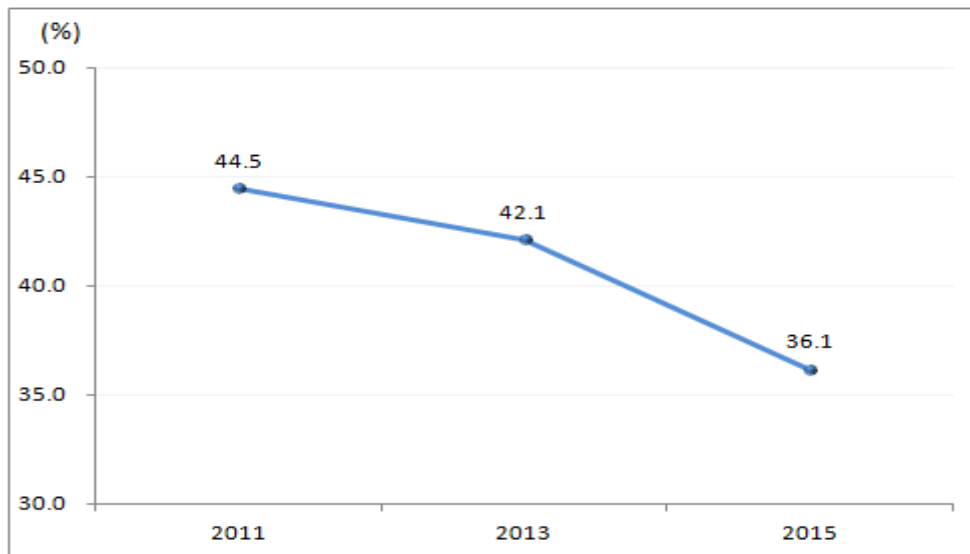


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도

나. 향후 자원봉사활동 의향

향후 자원봉사활동 의향을 살펴보면 36.1%가 향후 자원봉사활동에 참여할 의향을 가지고 있어, 2013년의 42.1%에 비하여 6.0% 포인트가 저하되었다.

[그림 3-65] 향후 자원봉사활동 의향(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도

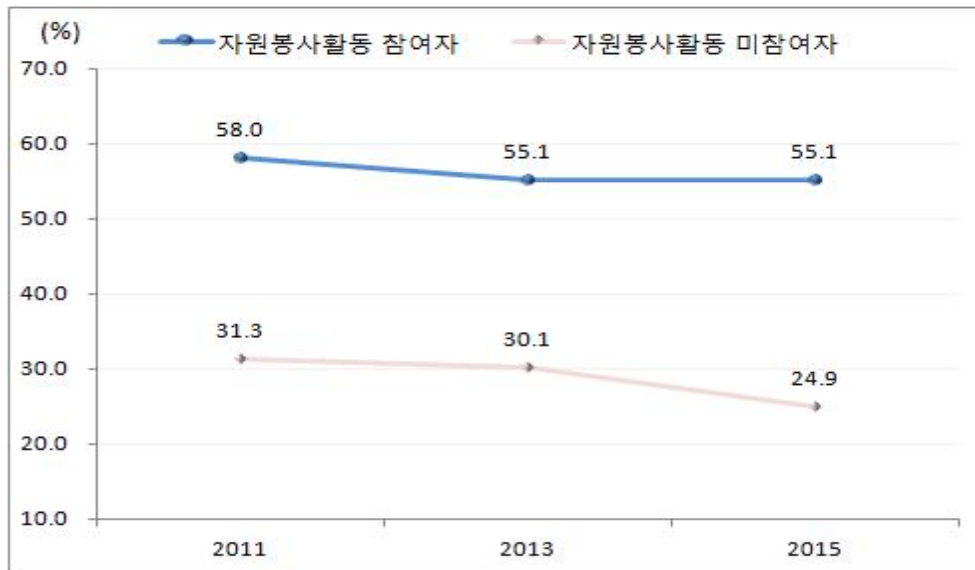
4. 자원봉사활동 여부별 특성

자원봉사활동 참여 여부에 따른 기부참여 경험, 현재 본인의 전반적인 삶에 대한 만족수준, 사회적 관계망 등에 어떤 차이를 보이는지를 살펴보았다.

가. 기부 참여율

2015년 자원봉사활동 참여 여부별 기부참여 정도를 살펴보면, 자원봉사활동 참여자의 55.1%가 기부에 참여하였다. 한편 자원봉사활동 미참여자는 24.9%만이 기부에 참여하여 자원봉사활동 참여자가 미참여자보다 기부에 더 적극적으로 참여하고 있는 것으로 나타났다. 지난 조사인 2013년과 비교하면 자원봉사활동 미참여자가 기부에 참여한 비율이 약간 낮아진 것으로 나타나고 있다. 즉, 자원봉사활동 미참여자의 기부 참여율은 2013년 30.1%보다 5.2% 포인트가 낮아졌다.

[그림 3-66] 자원봉사활동 여부에 따른 기부 참여율(15세이상): 2011-2015

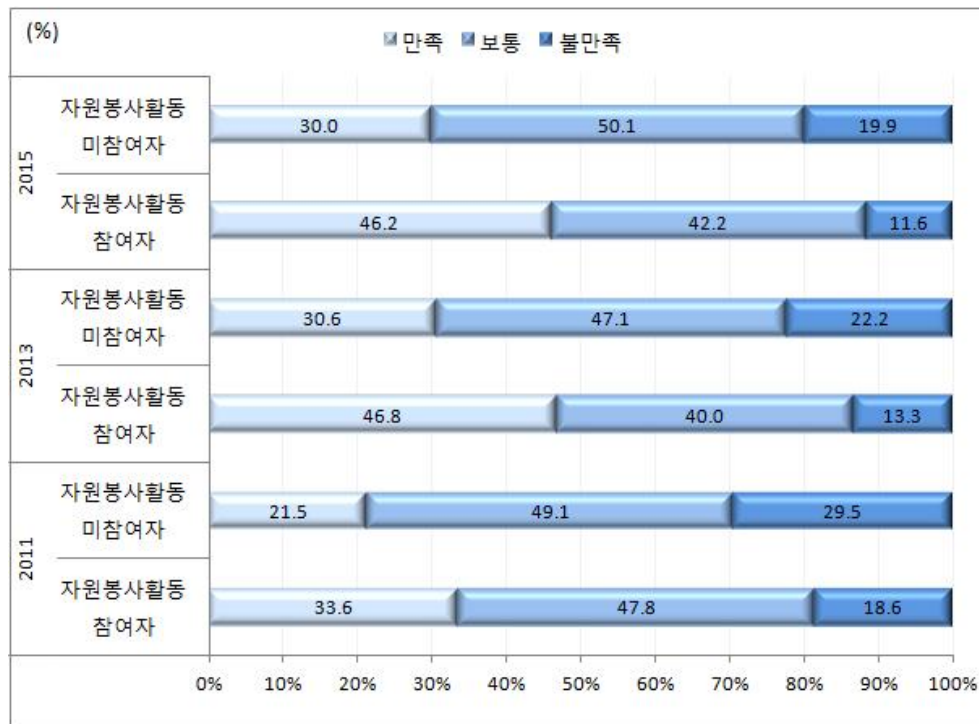


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도

나. 주관적 만족감

2015년 경제적인 면, 직업, 건강 등을 전반적으로 고려한 현재 본인의 생활에 대한 만족 수준을 자원봉사활동 참여자와 미참여자로 나누어 비교해 보면 자원봉사활동 참여자의 삶에 대한 만족도는 46.2%로 미참여자의 만족수준 30.0% 보다 16.2% 포인트가 높았다. 삶에 대한 불만족스러운 경우는 자원봉사활동 참여자가 11.6%인 반면, 미참여자는 19.9%로 미참여자가 8.3% 포인트 높았다. 따라서 자원봉사활동 참여자는 미참여자보다 삶에 대해 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 판단된다.

[그림 3-67] 자원봉사활동 여부에 따른 주관적 만족감(15세이상): 2011-2015

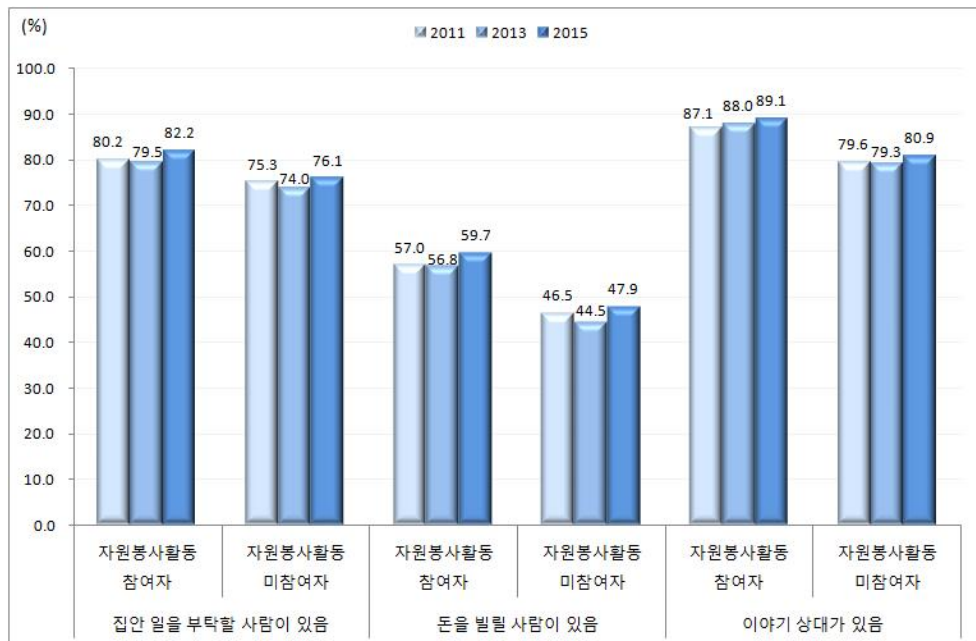


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도

다. 사회적 관계망

어려움에 처했을 때 도움을 받을 수 있는 사람이 있는지의 여부를 자원봉사활동 참여자와 자원봉사활동 미참여자로 나누어 비교해 보면 2011년에서 2015년 기간 중 큰 변화는 없었다. 집안일을 부탁할 사람이 있는지는 자원봉사활동 참여자는 82.2%, 자원봉사활동 미참여자가 76.1%로 자원봉사활동 참여자가 6.1% 포인트 높았으며, 돈을 빌릴 사람이 있는지는 자원봉사활동 참여자가 59.7%, 자원봉사활동 미참여자가 47.9%로 자원봉사활동 참여자가 11.8% 포인트 높았다. 이야기 상대가 있는지는 자원봉사활동 참여자가 89.1%, 자원봉사활동 미참여자가 80.9%로 8.2% 포인트 자원봉사활동 참여자가 높았다. 사회적 관계망이 자원봉사활동 참여자가 자원봉사활동 미참여자 보다 좋은 것으로 나타났다.

[그림 3-68] 자원봉사활동 여부에 따른 사회적 관계망(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도

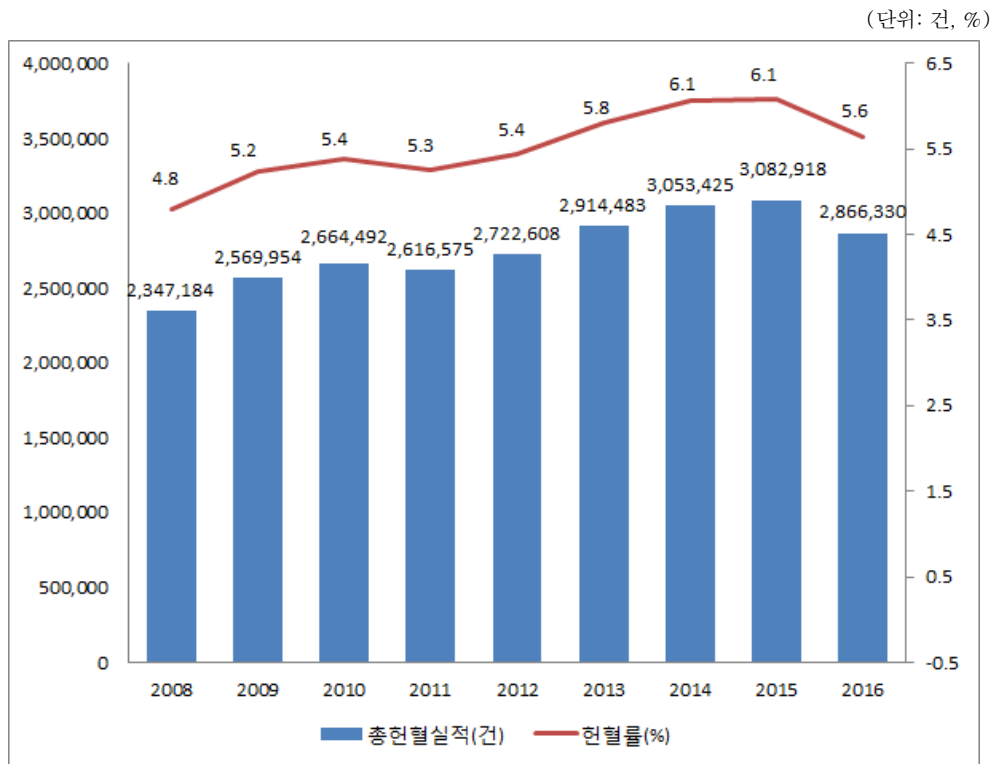
제3절 생명나눔

생명나눔은 헌혈과 장기기증으로 구분하여 살펴보았다. 혈액사업통계연보를 통하여 헌혈실적, 헌혈률 등을 그리고 장기이식통계연보를 통하여 장기기증 실태를 살펴보았다.

1. 헌혈

총 헌혈실적은 2008년 234만 7천 건에서 점차 증가하여 2015년에는 308만 3천 건에 이르렀으나 2016년에는 21만 7천 건이 적은 286만 6천 건을 기록해 전년도에 비해 7.0%의 감소를 나타냈다. 헌혈실적에 따른 헌혈률은 2008년 4.8%에서 점차 증가하여 2015년에는 6.1%에 이르렀으나 2016년에는 5.6%로 감소하였다.

[그림 3-69] 총 헌혈실적 및 헌혈률: 2008-2016



자료: 대한적십자사, 2016 혈액사업통계연보, 2016

2008년 성별 헌혈실적을 살펴보면 남자가 74.2%, 여자가 25.8%로 남자가 여자보다 48.4% 포인트 높았다. 이와 같은 남녀의 차이는 2012년에는 여자의 비율이 높아져 남자가 70.0%, 여자가 30.0%로 남자와 여자가 40.0% 포인트의 차이를 보였으나, 2016년에는 남자가 72.1%, 여자가 27.9%로 44.2% 포인트의 차이를 보였다. 2008년에서 2016년 기간 중 남자의 헌혈비중은 가장 낮은 년도가 2011년 69.7%였으며, 가장 높은 년도는 2008년 74.2%였다.

[그림 3-70] 성별 헌혈실적: 2008-2016

(단위: %)

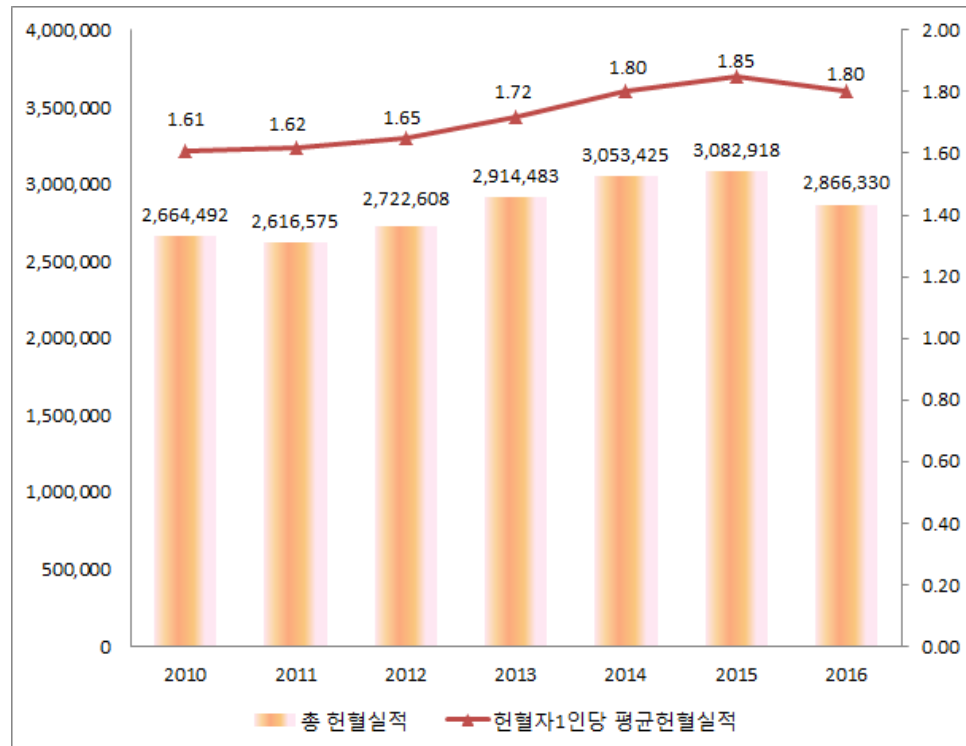


자료: 대한적십자사, 2016 혈액사업통계연보, 2016

총 헌혈실적 및 평균헌혈실적을 살펴보면 총 헌혈실적은 2010년에 266만 4천 건에서 점차 증가하여 2015년에는 308만 3천 건으로 증가하였으나 2016년에는 286만 6천 건으로 감소하였다. 총 헌혈실적을 헌혈자 실인원수로 나눈 헌혈자 1인당 평균 헌혈실적은 2010년 1.61건에서 2015년에는 1.85회로 증가하였으나 2016년에는 1.80회로 감소하였다.

[그림 3-71] 총 헌혈실적 및 평균 헌혈실적: 2010-2016

(단위: 회, 건)

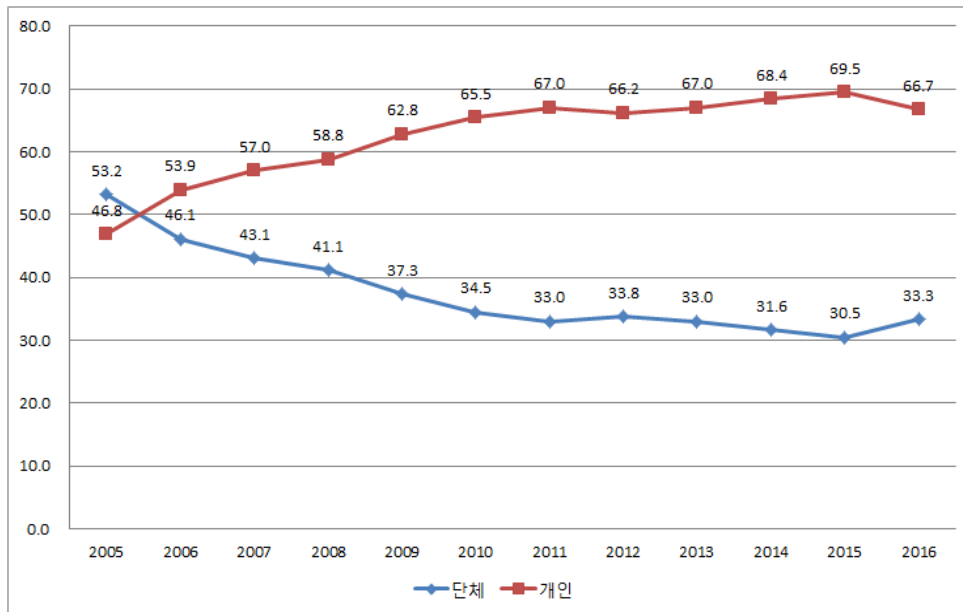


자료: 대한적십자사, 2016 혈액사업통계연보, 2016

헌혈비중을 헌혈의 집 및 가두헌혈을 통한 개인헌혈과 학교 및 군부대 등 단체헌혈로 나누어 그 비율을 살펴보면 2005년에는 단체헌혈이 53.2%로 개인헌혈 46.8% 보다 6.4% 포인트 높았다. 그러나 점차 개인헌혈비중이 높아지고 단체헌혈비중은 낮아져 2015년에는 단체 30.5%, 개인 69.5%로 개인과 단체는 39.0% 포인트 차이를 보이며 개인비중이 월등히 높아졌으나 2016년에는 단체가 33.3%로 증가하고 개인이 66.7%로 감소하여 그 차이가 33.4% 포인트로 낮아졌다.

[그림 3-72] 개인과 단체의 헌혈실적 비율: 2005-2016

(단위: %)

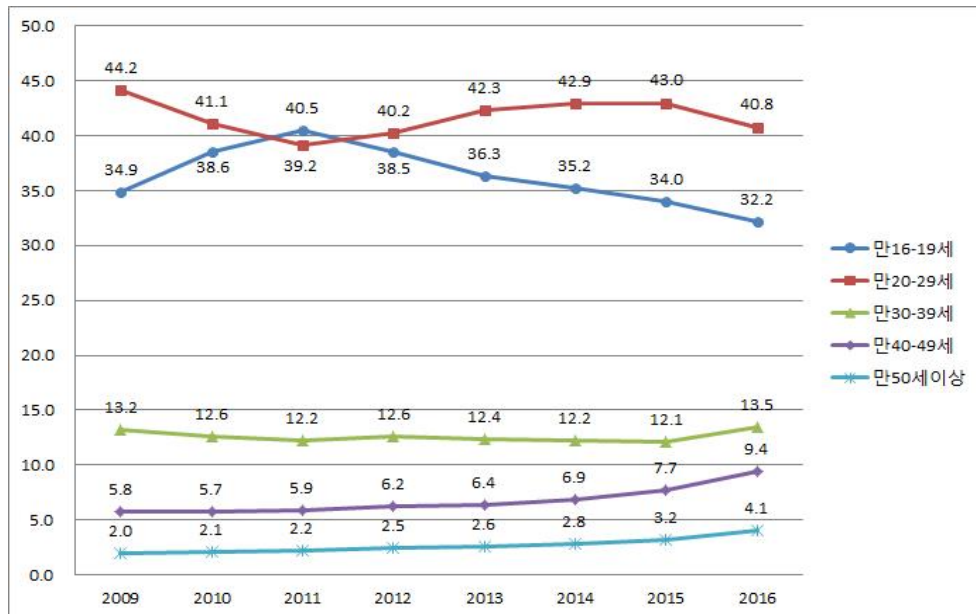


자료: 대한적십자사, 2016 혈액사업통계연보, 2016

연령별 헌혈 실적 비율을 살펴보면 가장 높은 연령층은 20대이고, 다음은 10대, 30대, 40대, 50대의 순이다. 2011년에 10대와 20대가 역전되기도 했지만 그 외의 연도에서는 이와 같은 순서가 유지되고 있다. 2016년 만 20~29세의 헌혈 실적 비율은 40.8%로 가장 높으며, 만 16~19세가 32.2%로 그 뒤를 이었다. 30대 이후로는 연령대가 높아질수록 헌혈 실적의 비율이 급격히 감소하여, 만 30~39세는 13.5%, 만 40~49세는 9.4%, 만 50세 이상은 4.1%를 차지하였다.

[그림 3-73] 연령별 헌혈실적 비율: 2009-2016

(단위: %)



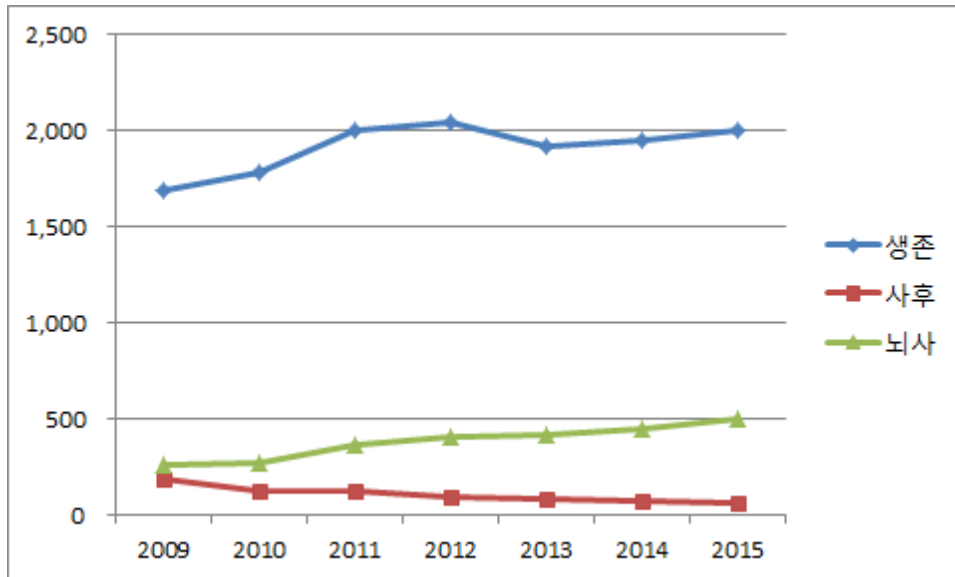
자료: 대한적십자사, 2016 혈액사업통계연보, 2016

2. 장기기증

우리나라는 장기이식관리센터에서 장기이식의 효율적인 관리를 위하여 장기이식 희망자와 장기기증 희망자를 등록하여 관리하는 등 장기이식의 현황을 파악할 수 있는 시스템을 구축하고 있다. 장기기증실태를 살펴보면 생존자의 장기기증은 2009년 1,689명에서 점차 증가하여 2012년에는 2,046명에 이르렀으나 2013년에는 이보다 감소하여 1,924명을 기록하였다. 그리고 점차 증가하여 2015년에는 2001명이 장기를 기증한 것으로 나타났다. 뇌사자의 장기기증은 2009년 261명에서 점차 증가하여 2013년에는 416명, 2015년 501명으로 증가하였다. 사후장기기증자는 2009년 193명에서 이후 점차 감소하여 2013년에는 82명, 2015년에는 63명으로 감소하였다.

[그림 3-74] 기증형태별 장기 등 기증자 추이: 2009-2015

(단위: 명)

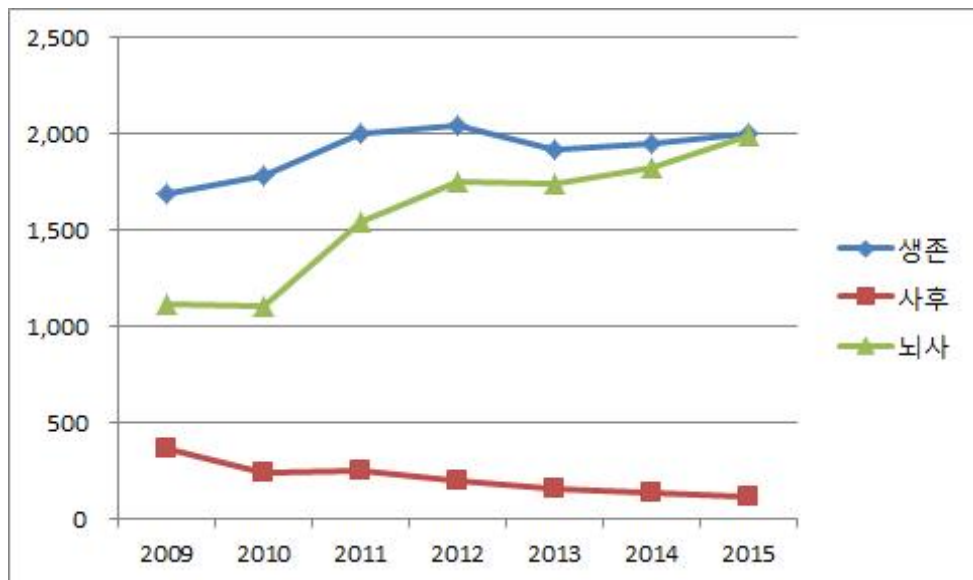


자료: 보건복지부, 질병관리본부 장기이식센터, 장기이식통계연보, 2016

기증자로부터 장기를 이식받은 추이를 생존, 뇌사, 사후로 구분하여 살펴보면 생존자의 장기를 이식한 건수는 2009년 1,689건에서 2012년에는 2,046건으로 증가하였으나 2015년에는 약간 감소한 2,001건으로 나타났다. 또한 뇌사자의 장기를 이식받은 건수는 2009년 1,118건에서 점차 증가하여 2012년 1,751건, 2015년 1,991건을 나타냈다. 그리고 사망자의 장기를 이식 받은 건수는 2009년 364건에서 점차 감소하여 2012년에는 194건, 2015년에는 115건을 나타냈다. 장기이식자 보다 장기이식 받은 건수가 더 많은 것은 뇌사나 사망이후에 한사람의 여러 장기를 다른 사람에게 이식하는 경우가 있기 때문이다.

[그림 3-75] 기증형태별 장기 등 이식 추이: 2009-2015

(단위: 명)



자료: 보건복지부, 질병관리본부 장기이식센터, 장기이식통계연보, 2016

장기이식 실태를 장기별로 살펴보면 신장이 2011년 1,639건에서 2015년에는 1,891건으로 증가하였고, 간장은 1,211건에서 1,398건, 췌장은 43건에서 59건, 심장은 98건에서 145건, 폐는 35건에서 64건으로 증가한 반면 골수는 141건에서 67건, 안구는 626건에서 478건으로 감소하였다. 2015년 장기별 비중은 신장이 46.0%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음은 간장으로 34.0%, 안구 11.6% 순으로 많았다.

〈표 3-22〉 장기 등 이식 현황: 2011-2015

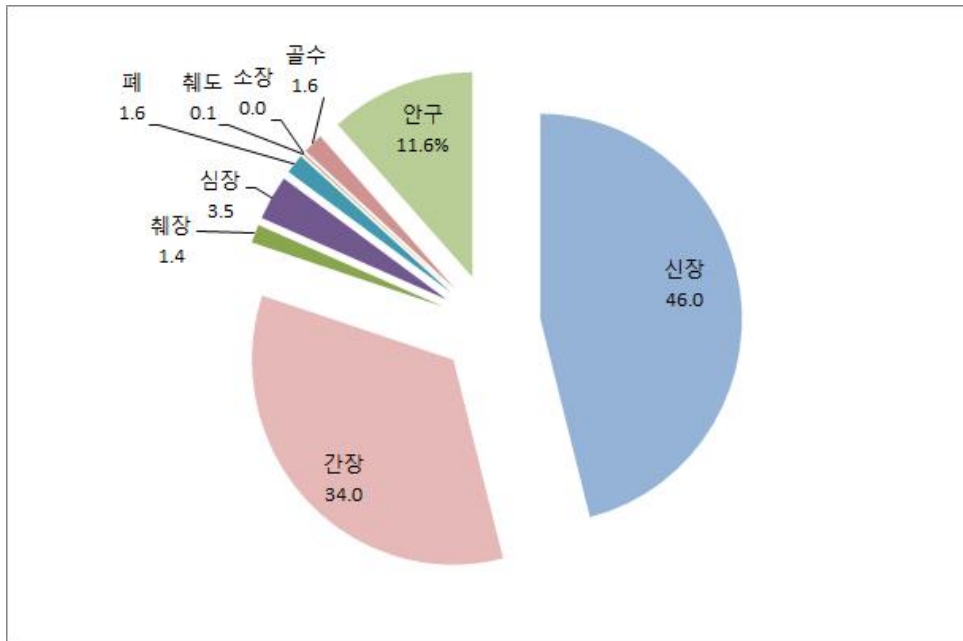
(단위: 건)

구분	계	신장	간장	췌장	심장	폐	췌도	소장	골수	안구
2011	3,798	1,639	1,211	43	98	35	3	2	141	626
2012	3,991	1,788	1,284	36	107	37	3	1	103	632
2013	3,821	1,762	1,188	61	127	46	3	5	86	543
2014	3,922	1,808	1,265	55	118	55	-	5	94	522
2015	4,107	1,891	1,398	59	145	64	4	1	67	478

자료: 보건복지부, 질병관리본부 장기이식관리센터, 장기이식통계연보, 2016

[그림 3-76] 장기 등 이식 현황: 2015

(단위: %)



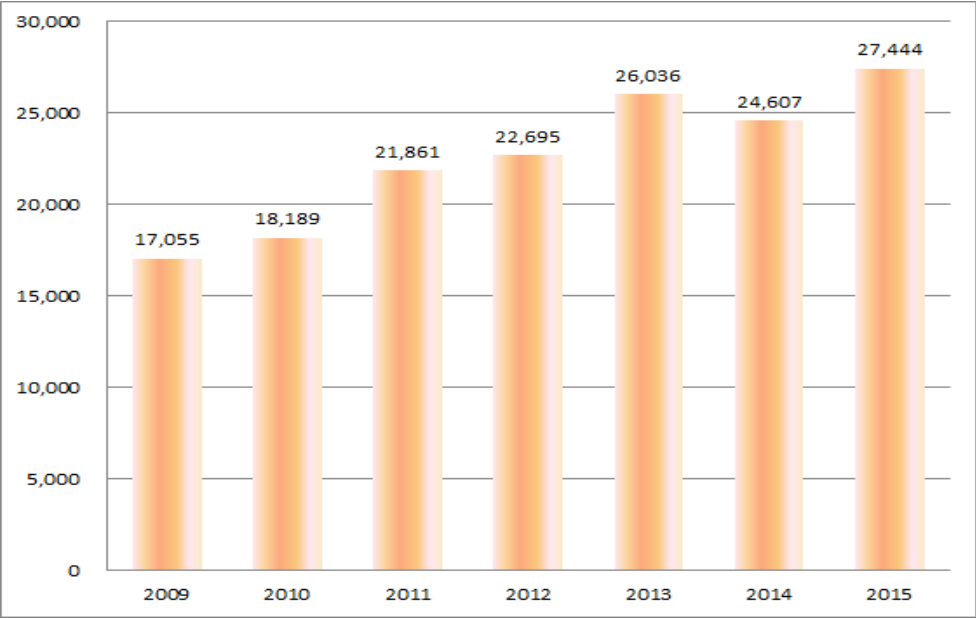
자료: 보건복지부·질병관리본부 장기이식관리센터, 장기이식통계연보, 2016

장기를 이식받기 위해 관련 법 및 규정에 따라 관계기관에 등록하고 장기를 이식 받기 위해 기다리고 있는 사람은 2009년 17,055명에서 점차 증가하여 2013년에는 26,036명이었으며, 2015년에는 이보다 감소한 27,444명이 대기자로 등록하였다.

장기를 기증할 의사를 가진 장기기증희망자를 살펴보면 장기, 조직, 골수 기증희망자는 2000년 91천명에서 점차 증가하여 2010년에는 1,075천명 그리고 2015년에는 1,831천명으로 증가하였다. 2015년 장기기증 희망자는 1,231천명, 조직 기증 희망자 302천명, 골수 기증 희망자 298천명이었다.

[그림 3-77] 이식대기자 추이: 2009-2015

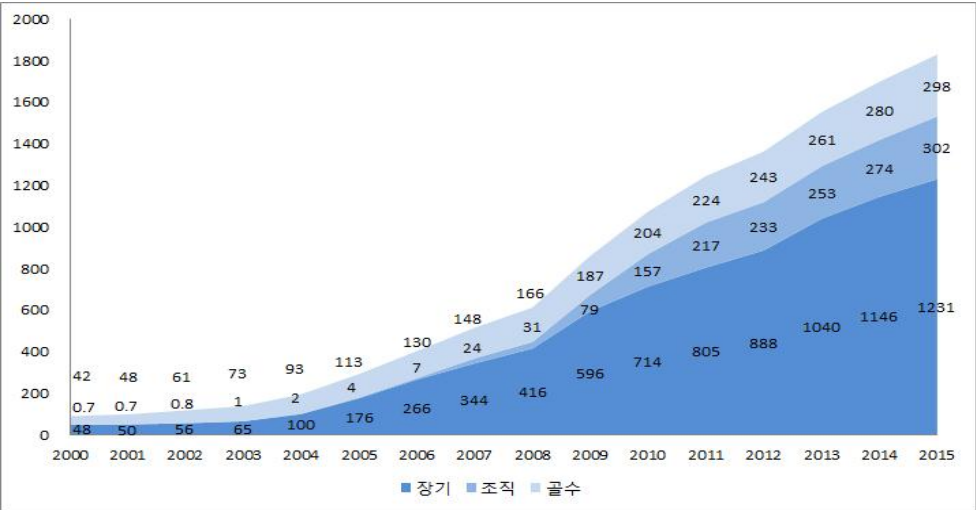
(단위: 명)



주: 각 연도말 누계
자료: 보건복지부·질병관리본부 장기이식관리센터, 장기이식통계연보, 2016

[그림 3-78] 장기 등 기증의사를 가진 자의 추이(누계): 2000-2015

(단위: 천명)



자료: 보건복지부·질병관리본부 장기이식관리센터, 장기이식통계연보, 2016

제4절 나눔단체

나눔관련 비영리조직으로는 공익법인과 비영리민간단체가 있다. 공익법인은 종교, 사회복지, 교육, 학술·장학, 예술문화, 의료 등 사회일반의 이익을 목적으로 민법 또는 공익법인의 설립·운영에 관한 법률에 의해 설립된 비영리법인을 말한다. 또한 비영리민간단체는 특정인의 이해와 영리를 목적으로 설립되어 운영되고 있는 영리조직과 대비되는 개념으로 일반사회의 공익 등을 목적으로 설립되어 비영리사업을 영위하는 모든 조직을 말한다.

1. 공익법인

공익법인의 수는 국세청의 국세통계연보를 통하여 파악하였다. 공익법인은 세무서에 공익법인으로 등록된 법인으로 사업목적별로 종교보급, 사회복지, 교육사업, 학술·장학, 예술문화, 의료목적, 기타로 구분하였다. 전체 공익법인 가동 법인 수는 2010년 29,132개에서 2013년 28,849개, 2015년 34,743개로 증가하였다. 2015년 기준 공익법인의 수는 34,743개로 이 중 종교법인이 52.9%로 가장 높은 비율을 나타내었고, 다음은 학술·장학법인으로 12.8%, 사회복지 10.2%, 교육사업 5.1%의 순으로 많았다.

〈표 3-23〉 사업목적별 공익법인 가동 법인 수: 2010-2015

(단위: 개, %)

구분	합계	공익사업 유형						
		종교보급	사회복지	교육사업	학술·장학	예술문화	의료목적	기타
2010	29,132	17,863	2,895	1,735	3,134	773	671	2,061
2011	29,170	17,753	3,028	1,681	3,229	658	700	2,121
2012	29,509	17,708	3,093	1,702	3,394	743	759	2,110
2013	29,849	17,629	3,135	1,704	3,510	783	817	2,271
2014	29,732	17,542	3,119	1,697	3,499	786	813	2,276
2015	34,743	18,360	3,537	1,770	4,455	1,367	1,001	4,253
	(100.0)	(52.9)	(10.2)	(5.1)	(12.8)	(3.9)	(2.9)	(12.2)

주: 연도 말 현재 공익법인으로 등록된 법인을 기준으로 작성
자료: 국세청, 국세통계연보, 2016

2015년 공익사업유형별·지역별 공익법인 가동수를 살펴보면, 서울에 전체 공익법인 중 24.9%인 8,655개가 소재해 가장 많았고, 다음은 경기도가 5,370개로 15.5%가 소재해 있다. 이 두 지역을 합하면 전체의 40.4%를 차지하여 많은 공익법인이 서울과 경기도에 소재해 있음을 알 수 있다.

〈표 3-24〉 사업목적별 지역별 공익법인 가동 법인 수: 2015

(단위: 개, %)

구분	합계	공익사업 유형						
		종교 보급	사회 복지	교육 사업	학술·장학	예술 문화	의료 목적	기타
전국	34,743 (100.0)	18,360	3,537	1,770	4,455	1,367	1,001	4,253
서울	8,655 (24.9)	3,452	527	353	1,718	505	92	2,008
인천	1,159 (3.3)	774	70	56	94	37	35	93
경기	5,370 (15.5)	3,751	342	280	367	107	158	365
강원	1,077 (3.1)	504	169	54	187	35	42	86
대전	1,041 (3.0)	579	109	47	116	30	30	130
충북	1,465 (4.2)	965	165	57	120	23	38	97
충남	1,529 (4.4)	769	250	80	170	60	74	126
세종	77 (0.2)	26	15	2	19	1	6	8
광주	1,063 (3.1)	466	165	75	185	27	18	127
전북	2,043 (5.9)	1,137	265	105	208	70	63	195
전남	1,763 (5.1)	962	260	92	190	68	57	134
대구	1,534 (4.4)	870	186	103	154	54	41	126
경북	2,439 (7.0)	1,557	201	157	197	65	111	151
부산	2,206 (6.3)	938	325	136	339	92	98	278
울산	455 (1.3)	228	67	24	39	13	20	64
경남	2,367 (6.8)	1,202	306	125	263	146	106	219
제주	500 (1.4)	180	115	24	89	34	12	46

주: 연도 말 현재 공익법인으로 등록된 법인을 기준으로 작성

자료: 국세청, 국세통계연보, 2016

2. 비영리민간단체

중앙부처에 등록되어 있는 비영리민간단체를 살펴보면 다음과 같다. 비영리민간단체란 영리가 아닌 공익활동을 수행하는 것을 주된 목적으로 하는 단체로서, 비영리민간단체지원법 제2조(정의)의 요건을 갖추어 동법시행령 제3조(등록절차)에 따라 중앙행정기관 및 광역 시·도에 등록된 단체를 말한다.

중앙정부에 등록된 비영리민간단체수는 꾸준히 증가하여 왔다. 즉, 2010년 1,092개에서 2016년에는 1,561개로 42.9%가 증가하였다. 또한 지방자치단체에 등록된 비영리민간단체 수도 2010년 8,511개에서 2013년에는 10,166개로 그리고 2016년에는 11,865개로 꾸준히 증가하여왔다.

[그림 3-79] 중앙정부 및 지방자치단체 비영리민간단체 등록 수: 2010-2016

(단위: 개)



주: 12월 31일 기준임

자료: 행정자치부

제5절 소결

□ 기부

- 기부참여율은 2006년 이후 점차 증가하여 2011년에는 가장 높은 참여율을 보였으나 이후 점차 감소하고 있으며, 기부자의 특성별 기부형태는 성별로는 남자가 여자보다 높고, 연령별로는 40대가 가장 높았으며, 학력별로는 고학력자가, 소득별로는 고소득자가 기부에 적극 참여

2015년 기부참여율은 2013년 보다 4.7% 포인트 낮아진 29.8%를 나타냈으며, 기부를 개인과 기업으로 구분하여 살펴보면, 15세 이상의 개인 기부는 2015년 남자가 30.7%로 여자보다 1.8% 포인트 높으며, 연령별로는 40대가 38.3%로 가장 높고, 20대가 20.8%로 가장 낮아 17.5% 포인트 차이를 보였다. 30세 이상 인구의 교육정도별로 기부 참여율은 대졸이상이 46.5%로 가장 높아 가장 낮은 초졸이하 와는 33.4% 포인트 차이를 보였다. 직업별로는 전문관리직이 49.9%로 가장 높아 가장 낮은 농·어업직과는 28.3% 포인트 차이를 보였다. 가구소득별 기부 참여율은 소득이 가장 높은 700만원 이상이 66.5%로 가장 높아 가장 낮은 100만원 미만 층과는 51.3% 포인트의 차이를 보였다. 이는 2013년의 39.7% 포인트보다 차이가 더 커졌다. 지역별 기부참여율은 전남이 34.4%로 가장 높았으며, 가장 낮은 전북과는 10.2% 포인트 차이를 보였다. 기부경로별 기부 참여율은 모금단체가 56.3%로 가장 높았으며, 가장 낮은 언론기관과는 48.2% 포인트의 차이를 보였다.

현금기부자의 53.7%는 정기적으로 현금기부에 참여하였으며, 정기적 참여자의 75.2%는 월단위이하로 현금기부에 참여하고 있다.

- 2015년 총 기부규모는 12조 7,110억 원이며, 2015년 현금 기부자의 평균기부횟수는 7.8회

2015년 기부규모는 근로소득자가 5조 4,083억 원, 종합소득자가 2조 5,245억 원, 법인이 4조 7,782억 원으로 총 12조 7,110억 원이었다. 기부금 공제유형이 2014년부터 세액공제기부금과 소득공제기부금으로 변경되었으며, 2015년의 기부금이 2014년에 비하여 869억 원이 증가하였다. 기부경로별로는 종교단체가 7.3회로 가장 많고, 언론기관이 4.2회로 가장 적었다. 평균 현금기부액은 종교단체가 52만 1천원으로 가장 많았으며, 언론기관이 10만 7천원으로 가장 적었다. 현금이외에 음식이나, 옷, 장남감 등을 기부한 사람들의 기부경로별 평균 기부횟수는 대상자에게 직접기부한 경우가 3.2회로 가장 많고, 언론기관이 2.0회로 가장 낮았다.

○ 2015년에 기부에 참여하지 않은 사람들의 가장 큰 미참여 이유는 경제적 여유가 없어서

2015년 기부에 미참여한 사람들의 미참여 이유는 경제적 여유가 없어서가 64.2%로 가장 높았고, 다음은 기부에 관심이 없어서 였으며, 기부단체 등 불신, 직접적인 요청이 없어서, 기부방법 몰라서 등의 순이었다.

○ 기부 대상인지 경로는 대중매체, 종교단체, 직장·학교 등의 순으로 높아

2015년 기부 대상을 인지한 경로는 대중매체를 통하여 인지한 경우가 26.9%로 가장 높았고, 종교단체 23.0%, 직장·학교를 통해 인지한 경우가 21.3%, 시설·단체 직접홍보가 17.9%, 가족, 친구 및 동료권유가 10.2%의 순이었다.

2013년에 비하여 종교단체는 증가하였으나 직장·학교, 시설·단체 직접홍보는 감소하여 순위가 바뀌었다.

○ 기부 희망분야는 사회복지분야가 가장 높고, 다음은 의료분야

2015년 기부 희망분야는 사회복지분야가 81.1%로 가장 높고, 의료분야가

40.8%, 해외구호 활동분야 34.5%, 지역사회발전분야 21.8% 순으로 높았다.

2013년에 비하여 증가한 분야는 해외구호활동분야가 7.9% 포인트 증가하여 가장 크게 증가 하였고, 교육 및 연구 활동분야, 의료분야, 지역사회발전분야, 문화 및 예술분야 순으로 증가 폭이 컸다.

○ 기부문화 확산을 위해서는 사회지도층과 부유층의 모범적 기부증대가 가장 필요

15세 이상 인구를 대상으로 한 2015년 기부문화 확산을 위해서 필요한 것에 대한 응답은 54.7%가 사회지도층과 부유층의 모범적 기부증대가 필요하다고 응답하여 가장 높았고, 기부단체의 자금운영 투명성 강화가 필요 20.7%, 나눔에 대한 인식이 개선 15.0% 순이었다.

2013년과 비교해 보면, 사회지도층과 부유층의 모범적 기부 증대는 비슷한 수준인 반면, 기부단체의 자금운영 투명성 강화는 0.8% 포인트가 증가하였고, 나눔에 대한 인식개선은 1.8% 포인트가 감소하였다.

○ 삶에 대한 만족감은 기부참여자가 미참여자보다 높아

2015년 경제적인면, 직업, 건강 등 전반적인 삶에 대한 만족도는 기부참여자의 45.6%가 만족하였고, 기부 미참여 그룹은 27.1%만이 만족하였다. 집안일을 부탁할 사람이 있는 경우는 기부참여자가 80.6%, 미참여자는 75.2%로 기부 참여자가 높았고, 돈을 빌릴수 있는 사람이 있는지에 대해서는 기부참여자의 57.1%, 미참여자의 46.8%가 있다고 응답하여 기부참여자가 미참여자 보다 사회적 관계망이 좋은 것으로 나타났다.

○ 기부금액의 투명한 운영이 중요

2015년에 기부를 하기 위해 참여할 단체/기관을 찾을 때 가장 중요하게 생각하

는 점은 기부경험이 있는 사람의 경우는 단체/기관이 모금한 기부금액의 투명한 운영이 중요하다가 59.0%로 가장 높았고, 단체/기관이 진행하고 있는 기부 사업 프로그램의 내용이 중요하다가 21.8%, 단체/기관의 인지도, 규모 등이 9.7%, 단체/기관의 적극적인 홍보활동이 3.8% 순이었다. 기부경험이 없는 사람의 경우는 단체/기관이 모금한 기부금액의 투명한 운영이 중요하다가 60.2%로 가장 높았고, 단체/기관이 진행하고 있는 기부 사업프로그램의 내용이 중요하다가 13.3%, 단체/기관의 인지도, 규모 등이 11.0%, 단체/기관의 적극적인 홍보활동이 7.9% 순으로 기부경험이 있는 사람과 없는 사람의 기부 단체/기관 선정시 고려사항에 차이를 보였다.

- 기부문화 활성화를 위해 기부경험자 및 기부 무경험자 모두 기부 단체/기관의 정보공개 중요하다고 생각

2016년 우리나라의 기부문화 활성화를 위해 국민들 중 기부경험자는 82.5%가 매우 중요, 9.9%는 약간 중요 하다고 응답하였고, 기부 무경험자도 매우 중요하거나 약간 중요하다고 응답한 사람이 경험자와 그 비율이 같았다.

- 기업의 기부참여는 참여수와 기부금 모두에서 증가

2015년 기부금 공제 신고법인수는 59만 1,694개이고, 기부금 총액은 4조 7,782억원이고, 법정·특례기부금은 2조 235억원, 지정기부금은 2조 7,547억원으로 나타났다. 2007년과 비교해 보면 2015년 신고법인수는 59만 1694개로 2007년 37만 2,141개에 비하여 21만 9,553개가 증가하였고, 기부금 총액은 2007년 3조 3,251억원에 비하여 1조 4,531억원이 증가하였다. 법인당 평균기부액은 2007년 893만원, 2015년 808만원으로 감소하였다.

□ 자원봉사활동

- 자원봉사활동 참여율은 2009년 이후 점차 감소

자원봉사활동참여율은 1999년 13.0%에서 점차 증가하여 2009년에는 19.3%로 증가하였으나 이후 점차 감소하여 2015년에는 16.3%의 참여율을 나타냈다.

○ 2015년 자원봉사활동 참여율은 연령별로는 15~19세가 가장 높고, 60세 이상이 가장 낮아

2015년의 연령별 자원봉사활동 참여율은 15~19세의 참여율이 71.1%로 가장 높으며, 60세 이상은 가장 낮은 7.8%의 참여율을 나타내 가장 낮았다.

남녀별 자원봉사활동 참여율은 큰 차이를 보이지 않고 있는 것으로 나타났다. 즉, 2006년에는 남자가 14.0%, 여자가 14.6%로 여자가 0.6% 포인트 높았으나 2015년에는 여자가 남자보다 1.2% 높은 16.9%의 자원봉사활동 참여율을 보였다.

○ 2008년 이후 행정자치부 및 보건복지부의 자원봉사자 등록자수는 증가

행정자치부의 자원봉사센터 현황 자료를 통한 자원봉사자 등록 및 활동현황을 살펴보면 등록자원봉사자수는 2008년 439만 7천명에서 2016년에는 1,102만 4천명으로 증가하였으며 연간 1회이상 활동 자원봉사자수는 2008년 142만 7천명에서 2016년에는 459만 명으로 증가하였다. 2016년 활동자원봉사자는 등록 자원봉사자의 41.6%로 2008년의 32.4%에 비하여 9.2% 포인트가 증가한 것으로 나타났다. 보건복지부 DB에 등록된 자원봉사자 규모를 살펴보면 2016년 등록 자원봉사자수는 738만 2천명이고, 활동 자원봉사자수는 140만 2천명으로 나타났다. 2007년 이후 증가를 보이던 활동 자원봉사자수는 2011년에 153만 1천명을 정점으로 2012년에는 135만 3천명으로 감소하였고, 2013년 이후 2014년에는 증가하였으나 이후 감소하고 있다.

○ 자원봉사활동 인지경로는 직장/학교/소속단체(종교단체)를 통하여서가 가장 높아

2015년 자원봉사활동 인지경로를 살펴보면 63.6%가 직장/학교/소속단체(중교단체)를 통하여 알게된 경우가 가장 높았고, 가족/친구 및 동료의 권유가 14.3%, 자원봉사 중간 연계기관을 통하여가 10.8%로 나타났다.

○ 향후 자원봉사활동 의향은 2011년 이후 점차 낮아져

향후 자원봉사활동 의향은 2011년 44.5%에서 점차 낮아져 2015년에는 36.1%로 2011년에 비하여 8.4% 포인트가 감소하였다.

○ 자원봉사활동 참여자가 기부참여에도 적극적

2015년 자원봉사활동 참여자는 55.1%가 기부에 참여하였으나 자원봉사활동 미참여자는 24.9%만이 기부에 참여하여, 자원봉사활동 참여자가 미참여자보다 30.2% 포인트가 높아 자원봉사참여자의 기부 참여가 훨씬 적극적 이었다.

□ 생명나눔

○ 헌혈실적 및 헌혈률은 서서히 증가

적십자의 혈액사업통계연보에 따르면 2008년 234만 7천 건에서 점차 증가하여 2015년에는 308만 3천 건에 이르렀으나 2016년에는 21만 7천 건이 적은 286만 6천 건을 기록해 전년도에 비해 7.0%의 감소를 나타냈다. 헌혈실적에 따른 헌혈률은 2008년 4.8%에서 점차 증가하여 2015년에는 6.1%에 이르렀으나 2016년에는 5.6%로 감소하였다.

○ 생존자와 사후장기기증은 감소한 반면, 뇌사자의 장기기증은 증가

장기기증실태를 살펴보면 생존자의 장기기증은 2009년 1,689명에서 점차 증가하여 2012년에는 2,046명에 이르렀으나 2013년에는 이보다 감소하여 1,924명을 기록하였다. 그리고 점차 증가하여 2015년에는 2001명이 장기를 기증한 것으로 나타났다. 뇌사자의 장기기증은 2009년 261명에서 점차 증가하여 2013년에는 416명, 2015년 501명으로 증가하였다. 사후장기기증자는 2009년 193명에서 이후 점차 감소하여 2013년에는 82명, 2015년에는 63명으로 감소하였다.

○ 공익법인과 비영리 민간단체의 증가

2015년 기준 공익법인의 수는 34,743개로 이 중 종교법인이 52.9%로 가장 높은 비율을 나타내었고, 다음은 학술·장학법인으로 12.8%, 사회복지 10.2%, 교육사업 5.1%의 순으로 많았으며 2014년 29,732개에서 2015년 34,743개로 증가하였다.

또한 중앙정부에 등록된 비영리민간체수도 꾸준히 증가하여 왔다. 즉, 2010년 1,092개에서 2016년에는 1,561개로 42.9%가 증가하였다. 또한 지방자치단체에 등록된 비영리민간단체 수도 2010년 8,511개에서 2013년에는 10,166개로 그리고 2016년에는 11,865개로 꾸준히 증가하여왔다.

제 4 장

나눔 실태 및 인식 현황 조사 결과

제1절 조사개요

제2절 기본분석

제3절 소결

4

나눔 실태 및 인식 현황 조사 < 결과 <

제1절 조사개요

1. 조사 목적 및 내용

본 조사는 나눔 참여에 일반국민의 기본 인식 파악과 기부단체의 투명성과 신뢰도 제고를 통해 일반 국민의 나눔 문화 참여 의향을 확산하고, 투명하고 윤리적인 나눔 문화의 정착과 정부의 나눔 문화 확산 정책 수립을 위한 기초자료를 제공하는데 그 목적이 있음

〈표 4-1〉 조사 항목

구 분	조 사 항 목
PART 1. 나눔 참여에 대한 기본 인식	· 최근 1년간(2016년 9월 ~ 2017년 8월) 기부 경험 여부 · (기부 경험자) 현금기부액 · (기부 경험자) 기부 방법 · (기부 경험자) 기부를 하게 된 이유 · (기부 미경험자) 기부를 하지 않은 이유 · 인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부 가능 인지 여부 및 기부 방법 · 기부 시 특정 대상이나 사용처 지정 여부 및 지정 항목 · 기부한 금액의 사용처 인지 여부 및 인지 경로 · 향후 1년 이내 기부 의향 · 기부연금제도 가입 의향 · 처음 나눔 참여 시 우선 경험 활동 · 최근 1년간 자원봉사 또는 헌혈 경험 여부 · 향후 1년 이내 자원봉사 또는 헌혈 참여 의향
PART 2. 기부 단체/기관의 정보 공개에 대한 의견	· 기부단체 선택 시 주요 고려 사항 · 기부 관련 단체/기관의 정보 공개에 대한 중요 정도 · 우리나라 기부 관련 단체/기관의 정보 공개 수행 정도
PART 3. 응답자 특성	· 성, 연령, 지역, 결혼상태, 직업, 학력, 종교유무, 가구 월 총수입

2. 조사 설계 및 응답자 특성

가. 조사설계

1) 표본설계

〈표 4-2〉 표본설계

구 분	내 용
조사대상	전국에 거주하는 만 19세 이상 70세 미만 성인 남녀
표본추출	우선 할당 후 다단계층화집락계통추출
표본크기	1,263명, 표본오차 : $\pm 2.8\%$ (95%신뢰수준)
조사방법	한국Gallup, CATI (Computer Assisted Telephone Interview)
자료 수집 도구	구조화된 질문지(Structured Questionnaire)
조사기간	2017년 9월 13일 ~ 9월 22일

2) 실사설계(Field-Work Design)

[그림 4-1] 실사설계

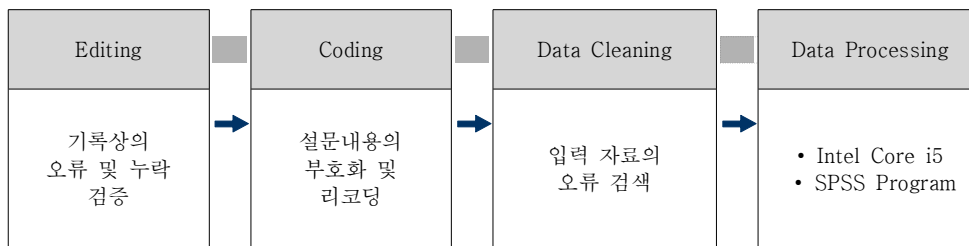
실사 지도원	조사 전에 면접원 교육을 실시하며, 면접원 교육에 앞서 실사지도원(Supervisor)을 대상으로 조사 개요, 조사 목적, 조사 내용에 대한 교육을 실시
↓ 면접원 선발	본 연구소 소속 면접원 중 적격자를 선발
↓ 면접원 교육	조사방법과 조사내용에 대하여 1시간의 오리엔테이션과 2부의 연습면접을 실시하여 조사방법과 질문지 내용에 익숙하게 하고 문제점을 미리 발견, 지킴으로써 비표본오차(Non-sampling Error)를 최소화하여 실사과정이 표준화(Standardization) 될 수 있도록 교육. 또한 면접 중 발생할 수 있는 모든 우발상황에 대한 대처법을 포괄적으로 교육
↓ 면접원 통제	담당연구원 및 실사책임자(Supervisor)가 매일 조사된 결과에 대해 면접원 앞에서 검토하여 그 즉시 면접원 교육을 행하는 통제시스템(Quality Control System)으로 실사를 통제, 관리함으로써 면접원에 의한 오차를 최소화
↓ 검 증 조 사	조사의 신뢰성을 확보하기 위해 완성된 조사 결과 중 30% 이상을 무작위 추출, 본 연구소 검증원이 전화를 통해 면접 자료를 검증하여 응답의 허위기재, 조작이 발견될 경우 해당 면접원이 조사한 질문지 전부를 무효로 하고 재조사 실시

나. 자료처리

1) 자료처리 절차(Data processing)

- 수집된 자료(raw data)는 편집(editing), 부호화(coding), 데이터 클리닝(data cleaning) 과정을 거쳐 IBM 호환 Intel Core i5를 사용하여 SPSS(Statistical Package for the Social Sciences) Program으로 자료 처리

[그림 4-2] 자료처리 절차



2) 가중치

- 조사결과는 시/도별, 성별, 연령별로 모집단(2017년 8월 31일 기준 주민등록인구통계, 행정자치부) 분포를 반영하여 가중치 처리 후 분석하였음

i : 시/도를 나타내는 첨자 (i = 1(서울), 2(부산), ..., 16(제주))

j : 성별을 나타내는 첨자 (j = 1(남), 2(여))

k : 연령 그룹을 나타내는 첨자 (k = 1(19~29세 이하), 2(30대), ..., 5(60대))

N_{ijk} : i 시/도, j 성별, k 연령 그룹 내의 모집단 인구 수

n_{ijk} : i 시/도, j 성별, k 연령 그룹 내의 조사된 응답자 수

n : 조사된 전체 응답자 수

N : 모집단 전체 인구 수

W_{ijk} : i 시/도, j 성별, k 연령 그룹 내의 가중치

층별 최종 가중치 W_{ijk} 는 다음과 같은 식으로 산출함

$$W_{ijk} = \frac{N_{ijk}}{n_{ijk}} \times \frac{n}{N}$$

다. 응답자 특성

〈표 4-3〉 층별 응답자 수

지역	성별	연령별					합계
		19~29세	30대	40대	50대	60대	
서울특별시	남	24	23	21	22	15	105
	여	21	23	23	20	17	104
부산광역시	남	8	7	8	9	8	40
	여	7	7	8	10	8	40
대구광역시	남	8	6	7	7	5	33
	여	6	5	7	7	5	30
인천광역시	남	8	7	8	8	6	37
	여	7	8	8	9	5	37
광주광역시	남	5	4	6	5	3	23
	여	5	4	5	6	3	23
대전광역시	남	5	6	5	5	3	24
	여	5	4	5	5	3	22
울산광역시	남	4	4	5	5	3	21
	여	3	5	6	5	2	21
세종특별자치시	남	3	3	4	4	1	15
	여	3	3	5	4	1	16
경기도	남	27	25	30	29	15	126
	여	23	28	31	27	15	124
강원도	남	5	4	5	6	4	24
	여	4	3	5	5	4	21
충청북도	남	5	4	5	6	4	24
	여	4	4	5	5	4	22
충청남도	남	5	6	7	6	4	28
	여	5	5	6	6	4	26
전라북도	남	5	7	8	6	5	31
	여	4	4	7	6	4	25
전라남도	남	5	5	7	6	4	27
	여	4	4	6	6	5	25
경상북도	남	7	6	7	8	6	34
	여	5	5	7	7	6	30
경상남도	남	7	7	9	9	6	38
	여	6	7	9	9	6	37
제주도	남	3	3	4	3	2	15
	여	3	3	4	3	2	15
합계		249	249	293	284	188	1,263

〈표 4-4〉 응답자 특성 요약

구 분		조 사 표 본		가 중 표 본	
		사 례 수(명)	백 분 율(%)	사 례 수(명)	백 분 율(%)
전	체	(1,263)	100.0	(1,263)	100.0
성별	남성	(645)	51.1	(642)	50.8
	여성	(618)	48.9	(621)	49.2
연령별	19~29세	(249)	19.7	(250)	19.8
	30대	(249)	19.7	(250)	19.8
	40대	(293)	23.2	(293)	23.2
	50대	(284)	22.5	(284)	22.5
	60대	(188)	14.9	(187)	14.8
지역별	서울	(209)	16.5	(251)	19.9
	인천/경기	(324)	25.7	(387)	30.7
	부산/울산/경남	(197)	15.6	(197)	15.6
	대구/경북	(127)	10.1	(125)	9.9
	대전/충청/세종	(177)	14.0	(130)	10.3
	광주/전라	(154)	12.2	(121)	9.6
	강원	(45)	3.6	(37)	2.9
	제주	(30)	2.4	(15)	1.2
지역규모별	대도시(광역시)	(560)	44.3	(574)	45.5
	중소도시	(636)	50.4	(630)	49.9
	군지역	(67)	5.3	(59)	4.7
직업별	자영업	(224)	17.7	(227)	18.0
	블루칼라	(130)	10.3	(132)	10.5
	화이트칼라	(509)	40.3	(495)	39.2
	전업주부	(252)	20.0	(259)	20.5
	학생	(84)	6.7	(87)	6.9
	무직/기타	(64)	5.1	(63)	5.0
학력별	중졸 이하	(62)	4.9	(59)	4.7
	고졸	(360)	28.5	(368)	29.2
	대학 재학 이상	(838)	66.3	(832)	65.8
	모름/무응답	(3)	0.2	(4)	0.3
혼인상태별	미혼	(378)	29.9	(378)	29.9
	기혼	(872)	69.0	(871)	69.0
	이혼/사별	(13)	1.0	(13)	1.1
종교유무별	종교있음	(569)	45.1	(574)	45.4
	종교없음	(694)	54.9	(689)	54.6
가구수입별	200만원 미만	(144)	11.4	(141)	11.2
	200~299만원	(178)	14.1	(173)	13.7
	300~399만원	(225)	17.8	(226)	17.9
	400~499만원	(198)	15.7	(196)	15.5
	500~599만원	(223)	17.7	(226)	17.9
	600만원 이상	(226)	17.9	(229)	18.1
	모름/무응답	(69)	5.5	(71)	5.6
최근1년간 기부경험별	경험 있음	(671)	53.1	(673)	53.3
	경험 없음	(592)	46.9	(590)	46.7

라. 조사결과 해석 시 유의 사항

- 본 보고서에 수록된 자료는 소수점 둘째 자리에서 반올림하였기 때문에 합계의 숫자와 각 항목별 합계의 숫자는 일치하지 않을 수 있음

- 본 보고서에 수록된 자료는 조사된 결과에 모집단의 비율을 층별로 가중치를 통해 반영하였기 때문에 문항의 특정 층의 항목별 응답 비율을 응답자 수로 환산할 경우 정수가 되지 않을 수도 있음

- 유사 조사와 비교 시 조사방법과 조사지역, 응답자의 인구학적 특성, 문항 내용에 차이가 있고 조사 기간 및 시점이 다를 수 있으므로 직접적인 비교를 할 때는 결과 해석 시 유의해야 함

- 응답 사례수가 30 이하인 경우 결과 해석 시 주의를 요함

제2절 기본 분석

1. 나눔 참여에 대한 기본 인식

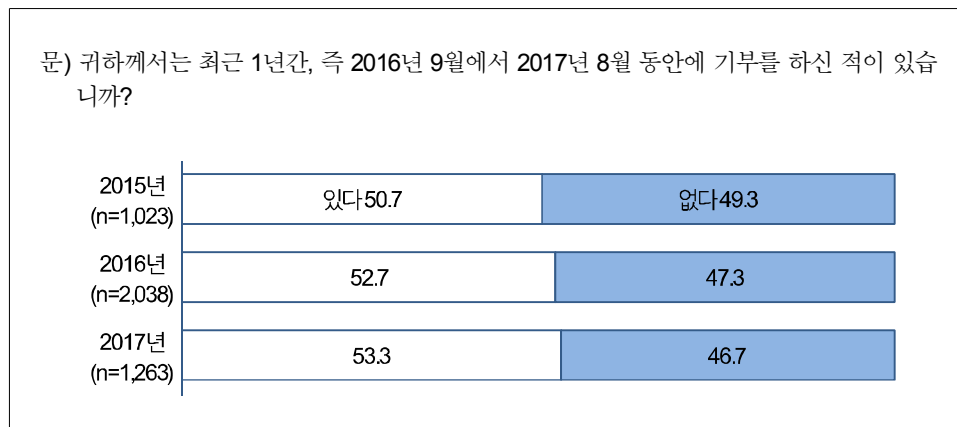
1) 최근 1년간 기부 경험 유무

□ 전체 분석

- 최근 1년간(2016년 9월에서 2017년 8월까지) 현금 또는 물품 기부 경험 유무에 대해 조사한 결과, 전체 응답자의 절반 이상(53.3%)이 최근 1년 사이에 기부 경험이 '있다'고 응답함
- 전년도 기부 참여 비율과 비교할 경우 0.6%p 상승한 것으로 나타남

[그림 4-3] 기부 경험 유무

(단위 : %)



□ 특성별 분석

- 특성별로 살펴보면, 학력이 높을수록 기부 경험률이 높아지는 경향을 보였으며, 19~29세, 60대 연령층은 다른 연령층에 비해 기부 경험률이 상대적으로 낮은 것으로 나타남
- 직업별로는 학생, 무직/기타에서 기부 경험률이 다른 직업에 비해 낮게 나타났으며, 가구수입이 많을수록 기부 경험률이 높아지는 경향을 보임

〈표 4-5〉 최근 1년간 기부 경험 유무

(단위 : %)

구 분		사례수	있다	없다	계
전 체		(1,263)	53.3	46.7	100.0
성별	남 자	(642)	54.6	45.4	100.0
	여 자	(621)	51.9	48.1	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(250)	41.1	58.9	100.0
	30 대	(250)	59.0	41.0	100.0
	40 대	(293)	60.5	39.5	100.0
	50 대	(284)	57.9	42.1	100.0
	60 대	(187)	43.6	56.4	100.0
지역별	서 울	(251)	58.4	41.6	100.0
	인 천 / 경 기	(387)	50.5	49.5	100.0
	부산/울산/경남	(197)	52.2	47.8	100.0
	대구 / 경 북	(125)	54.3	45.7	100.0
	대전/충청/세종	(130)	53.0	47.0	100.0
	광 주 / 전 라	(121)	50.9	49.1	100.0
	강 원	(37)	56.9	43.1	100.0
	제주	(15)	59.2	40.8	100.0
지역규모별	대도시(광역시)	(574)	53.8	46.2	100.0
	중 소 도 시	(630)	52.9	47.1	100.0
	군 지 역	(59)	53.1	46.9	100.0

구 분		사례수	있다	없다	계
직업별	자 영 업	(227)	60.2	39.8	100.0
	블 루 칼 라	(132)	49.6	50.4	100.0
	화 이 트 칼 라	(495)	61.1	38.9	100.0
	전 업 주 부	(259)	45.6	54.4	100.0
	학 생	(87)	36.2	63.8	100.0
	무 직 / 기 타	(63)	30.7	69.3	100.0
학력별	중 졸 이 하	(59)	43.1	56.9	100.0
	고 졸	(368)	46.6	53.4	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	57.1	42.9	100.0
	모름/무응답	(4)	34.5	65.5	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	47.4	52.6	100.0
	기 혼	(871)	56.0	44.0	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	43.2	56.8	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	60.8	39.2	100.0
	종 교 없 음	(689)	47.0	53.0	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	39.5	60.5	100.0
	200~299만원	(173)	39.7	60.3	100.0
	300~399만원	(226)	47.0	53.0	100.0
	400~499만원	(196)	60.5	39.5	100.0
	500~599만원	(226)	58.1	41.9	100.0
	600만원 이상	(229)	71.0	29.0	100.0
	모름/무응답	(71)	41.5	58.5	100.0

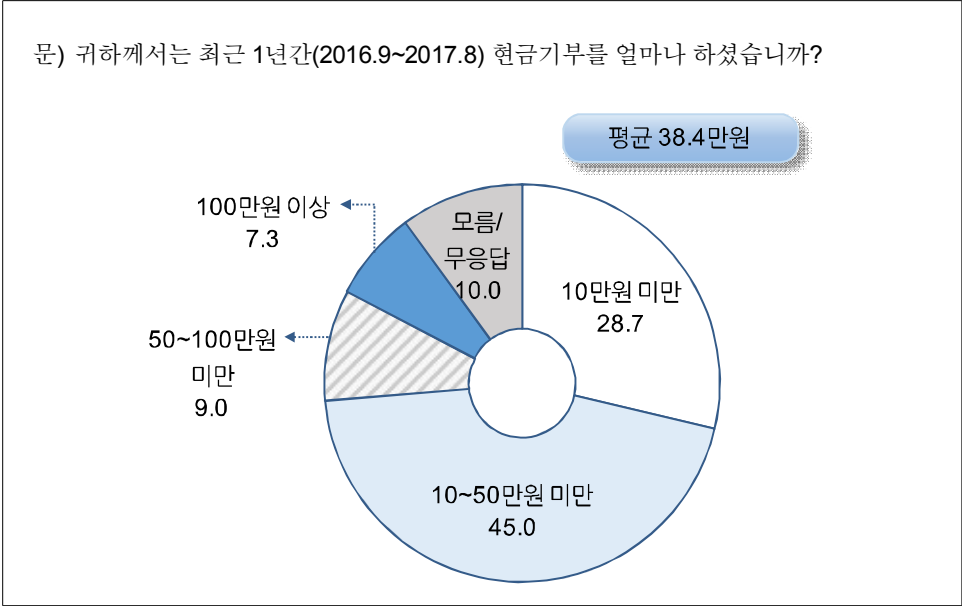
2) 최근 1년간 현금기부액

□ 전체 분석

- 기부 경험이 있는 응답자(n=673)에게 최근 1년간 현금기부액을 질문한 결과, 평균 38.4만원을 현금으로 기부한 것으로 조사됨
- 현금기부액에 대해서는 ‘10~50만원 미만’을 기부한다는 응답이 45.0%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘10만원 미만(28.7%)’이 많았음

[그림 4-4] 최근 1년간 현금기부액

(단위 : %)



□ 특성별 분석

- 응답자 특성별로는 남성이 여성에 비해 상대적으로 현금기부액이 많았고, 19~29세 및 학생, 미혼 응답자는 ‘10만원 미만’을 기부한다는 응답이 다른 응답자에 비해 높은 비율을 차지함
- 또한, 월 가구수입이 많을수록 현금기부액도 많아지는 경향을 보임

〈표 4-6〉 최근 1년간 현금기부액

(단위 : %)

구 분		사례수	10만원 미만	10~50만원 미만	50~100만원 미만	100만원 이상	모름/무응답	계	평균(만원)
전 체		(673)	28.7	45.0	9.0	7.3	10.0	100.0	(38.44)
성별	남 자	(351)	26.9	42.4	10.2	9.3	11.2	100.0	(44.75)
	여 자	(322)	30.7	47.7	7.7	5.2	8.7	100.0	(31.76)
연령별	19 ~ 29 세	(103)	47.0	38.2	3.3	1.3	10.2	100.0	(14.77)
	30 대	(147)	24.6	49.4	10.6	8.9	6.5	100.0	(34.51)
	40 대	(177)	23.7	49.7	7.9	7.6	11.1	100.0	(38.02)
	50 대	(165)	27.4	38.3	9.6	9.9	14.8	100.0	(55.85)
	60 대	(81)	26.5	48.5	14.6	6.4	4.0	100.0	(42.94)
지역별	서 울	(147)	31.6	37.3	5.6	5.8	19.7	100.0	(43.35)
	인 천 / 경 기	(195)	30.0	41.9	12.9	5.2	9.9	100.0	(32.16)
	부 산/울산/경남	(103)	25.5	52.3	6.8	10.6	4.7	100.0	(36.94)
	대 구 / 경 북	(68)	25.0	53.9	7.6	13.5	0.0	100.0	(63.97)
	대 전/충청/세종	(69)	32.9	56.5	6.7	3.9	0.0	100.0	(20.96)
	광 주 / 전 라	(62)	29.0	39.4	7.6	9.1	14.8	100.0	(40.31)
	강 원	(21)	19.2	28.7	20.1	7.6	24.4	100.0	(42.89)
	제 주	(9)	5.5	70.7	17.1	6.6	0.0	100.0	(37.31)
지역규모별	대도시(광역시)	(309)	30.2	42.0	8.3	6.9	12.7	100.0	(41.94)
	중 소 도 시	(333)	25.3	49.7	10.1	6.9	8.0	100.0	(33.10)
	군 지 역	(31)	50.6	23.9	4.6	15.9	5.1	100.0	(62.00)

구 분		사례수	10만원 미만	10~50 만원 미만	50~100 만원 미만	100 만원 이상	모름/ 무응답	계	평균 (만원)
직업별	자 영 업	(136)	27.0	43.7	9.4	10.7	9.2	100.0	(46.45)
	블 루 칼 라	(66)	28.7	45.8	9.4	3.2	12.8	100.0	(23.26)
	화 이 트 칼 라	(302)	27.8	47.5	9.2	8.4	7.0	100.0	(41.24)
	전 업 주 부	(118)	30.0	45.2	7.7	5.4	11.7	100.0	(36.49)
	학 생	(31)	40.3	26.9	4.0	0.0	28.8	100.0	(11.03)
	무 직 / 기 타	(19)	27.7	38.0	18.0	4.0	12.3	100.0	(33.14)
학력별	중 졸 이 하	(26)	31.5	51.0	2.4	3.8	11.3	100.0	(28.68)
	고 졸	(171)	33.2	43.3	7.1	5.3	11.1	100.0	(29.83)
	대학 재학 이 상	(475)	27.0	45.1	10.1	8.3	9.6	100.0	(42.10)
	모름/무응답	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	(12.00)
혼인 상태별	미 혼	(179)	39.0	41.1	5.9	1.9	12.1	100.0	(20.55)
	기 혼	(488)	25.1	46.6	9.8	9.3	9.4	100.0	(44.76)
	이 혼 / 사 별	(6)	18.8	28.6	41.6	11.0	0.0	100.0	(43.50)
종교유무 별	종 교 있 음	(349)	23.6	45.2	9.9	10.5	10.8	100.0	(50.17)
	종 교 없 음	(324)	34.3	44.7	8.0	3.9	9.1	100.0	(26.06)
월가구 수입별	200만원 미만	(56)	37.6	43.6	6.9	3.6	8.2	100.0	(19.11)
	200~299만원	(69)	33.5	37.5	6.6	7.6	14.7	100.0	(26.79)
	300~399만원	(106)	29.2	51.6	7.9	3.1	8.3	100.0	(21.49)
	400~499만원	(119)	26.5	49.6	8.5	6.4	8.9	100.0	(30.52)
	500~599만원	(131)	26.4	47.4	11.8	6.7	7.6	100.0	(51.25)
	600만원 이상	(163)	25.8	38.5	10.8	13.1	11.7	100.0	(60.44)
	모름/무응답	(29)	34.0	46.9	2.0	3.1	14.0	100.0	(17.62)
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	28.7	45.0	9.0	7.3	10.0	100.0	(38.44)

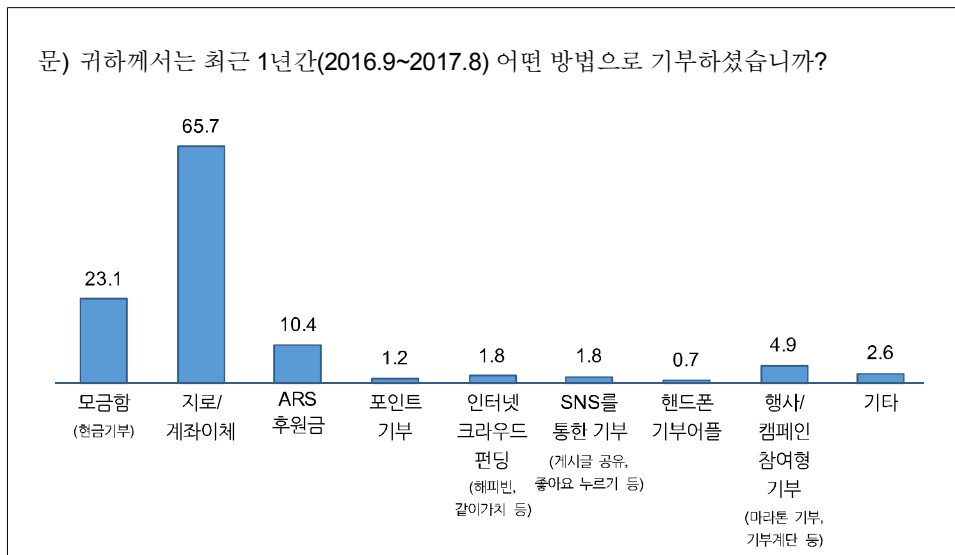
3) 최근 1년간 기부 방법

□ 전체 분석

- 최근 1년간(2016년 9월부터 2017년 8월까지) 기부 방법에 대해 조사한 결과, 응답자의 3명 중 2명이(65.7%) 기부할 때 ‘지로/계좌이체’를 이용하는 것으로 나타남
- 다음으로는 ‘모금함(현금 기부)’이 23.1%, ‘ARS 후원금’이 10.4%, ‘행사/캠페인 참여형 기부’가 4.9% 등의 순으로 조사됨

[그림 4-5] 최근 1년간 기부 방법

(단위 : %, 중복 응답)



□ 특성별 분석

- 지역별로는 대전/충청/세종 지역에서 ‘지로/계좌이체’로 기부한다는 응답률이 상대적으로 높게 나타났으며, ‘ARS 후원금’ 기부 방법은 다른 지역에 비해 다소 낮게 나타남
- 지역규모별로는 군지역, 직업별로는 학생, 학력별로는 중졸 이하에서 ‘모금함(현금기부)’ 방법이 상대적으로 높게 나타남

〈표 4-7〉 최근 1년간 기부 방법

(단위 : %, 중복 응답)

구 분		사례수 14)	모금함 14)	지로/ 계좌 이체	ARS 후원금	포인트 기부	인터넷 크라 우드 펀딩 ¹⁵⁾	SNS를 통한 기부 ¹⁶⁾	핸드폰 기부 어플	행사/ 캠페인 참여형 기부 ¹⁷⁾	기타
전 체		(673)	23.1	65.7	10.4	1.2	1.8	1.8	0.7	4.9	2.6
성별	남 자	(351)	24.6	66.3	8.3	1.2	1.0	2.2	0.4	5.3	2.5
	여 자	(322)	21.6	65.0	12.7	1.2	2.7	1.3	1.0	4.3	2.8
연령별	19 ~ 29 세	(103)	31.6	54.4	5.2	2.6	2.8	0.8	1.1	5.5	0.9
	30 대	(147)	17.2	65.6	9.5	0.8	4.3	2.6	0.9	4.3	3.5
	40 대	(177)	20.9	71.1	9.6	0.6	0.3	2.5	0.0	5.8	2.2
	50 대	(165)	24.7	65.5	13.6	1.4	1.5	1.3	1.3	4.5	3.5
	60 대	(81)	24.9	68.8	14.4	1.0	0.0	1.0	0.0	3.5	2.5

14) 현금기부

15) 해피빈, 같이 가치 등

16) 게시물 공유, 좋아요 누르기 등

17) 마라톤 기부, 기부 계단 등

구 분		사례수	모금합 14)	지로/ 계좌 이체	ARS 후원금	포인트 기부	인터넷 크라 우드 펀딩 ¹⁵⁾	SNS를 통한 기부 ¹⁶⁾	핸드폰 기부 어플	행사/ 캠페인 참여형 기부 ¹⁷⁾	기타
지역별	서울	(147)	28.7	58.2	10.6	2.3	2.5	0.8	0.0	6.5	1.7
	인천 / 경기	(195)	18.4	67.6	10.2	0.0	1.8	3.1	0.7	1.3	4.1
	부산/울산/경 남	(103)	19.3	67.8	8.8	1.1	0.5	1.1	3.1	6.3	3.1
	대구 / 경북	(68)	32.5	63.6	13.2	2.8	0.0	3.0	0.0	7.5	2.9
	대전/충청/세 종	(69)	21.6	79.6	4.7	0.0	2.7	1.2	0.0	9.0	1.4
	광주 / 전라	(62)	23.1	63.3	12.8	2.5	4.0	1.3	0.0	1.2	1.9
	강원	(21)	19.3	56.1	24.6	0.0	0.0	0.0	0.0	7.5	0.0
지역 규모별	제주	(9)	29.1	70.1	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	6.6	0.0
	대도시(광역 시)	(309)	24.3	64.7	9.4	1.9	2.5	1.5	0.7	5.0	2.2
	중 소 도 시	(333)	20.8	66.8	12.0	0.3	1.3	2.2	0.7	3.8	3.1
직업별	군 지 역	(31)	36.5	64.4	4.8	3.5	0.0	0.0	0.0	14.0	3.1
	자 영 업	(136)	24.0	63.4	13.3	1.6	1.1	1.8	0.8	3.8	4.7
	블 루 칼 라	(66)	22.9	62.9	10.0	1.2	2.0	2.6	0.0	1.7	1.9
	화 이 트 칼 라	(302)	24.3	69.5	7.3	1.1	2.3	2.3	0.8	5.6	1.5
	전 업 주 부	(118)	17.5	66.2	15.1	0.0	0.0	0.0	0.9	4.3	3.9
	학 생	(31)	33.0	38.2	12.5	5.1	4.9	2.7	0.0	11.5	3.1
학력별	무 직 / 기 타	(19)	18.2	73.0	10.5	0.0	4.6	0.0	0.0	4.0	0.0
	중 졸 이 하	(26)	42.9	55.2	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8
	고 졸	(171)	20.1	63.8	13.6	1.7	0.8	1.7	1.2	3.2	3.8
	대학 재학 이 상	(475)	23.2	66.8	9.4	1.0	2.3	1.9	0.5	5.7	2.2
혼인 상태별	모 름 / 무 응 답	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	미 혼	(179)	27.3	55.5	6.0	2.2	3.9	1.9	1.4	5.8	1.5
	기 혼	(488)	21.6	69.4	12.1	0.8	1.1	1.7	0.4	4.6	3.1
이 혼 / 사 별		(6)	20.0	69.1	11.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

구 분		사례수	모금합 14)	지로/ 계좌 이체	ARS 후원금	포인트 기부	인터넷 크라 우드 펀딩 ¹⁵⁾	SNS를 통한 기부 ¹⁶⁾	핸드폰 기부 어플	행사/ 캠페인 참여형 기부 ¹⁷⁾	기타
종교유 무별	종 교 있 음	(349)	22.9	69.1	11.0	0.5	0.8	1.3	0.0	5.3	2.6
	종 교 없 음	(324)	23.4	62.0	9.8	1.9	2.9	2.3	1.4	4.4	2.7
월가구 수입별	200만원 미만	(56)	19.3	65.6	10.5	2.7	2.6	1.4	0.0	5.9	2.1
	200~299만원	(69)	23.3	58.5	10.7	1.6	3.6	1.9	1.9	7.9	2.6
	300~399만원	(106)	18.5	68.3	9.6	0.8	0.8	1.2	0.0	2.3	4.2
	400~499만원	(119)	22.0	72.0	8.1	0.9	0.0	0.0	0.9	5.5	1.0
	500~599만원	(131)	21.1	66.4	11.7	0.8	2.7	2.5	1.6	5.0	2.4
	600만원 이상	(163)	29.4	63.7	11.9	1.4	1.8	2.7	0.0	4.1	3.2
	모 름 / 무 응 답	(29)	25.7	55.4	8.9	0.0	3.2	3.2	0.0	6.0	3.3
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	23.1	65.7	10.4	1.2	1.8	1.8	0.7	4.9	2.6

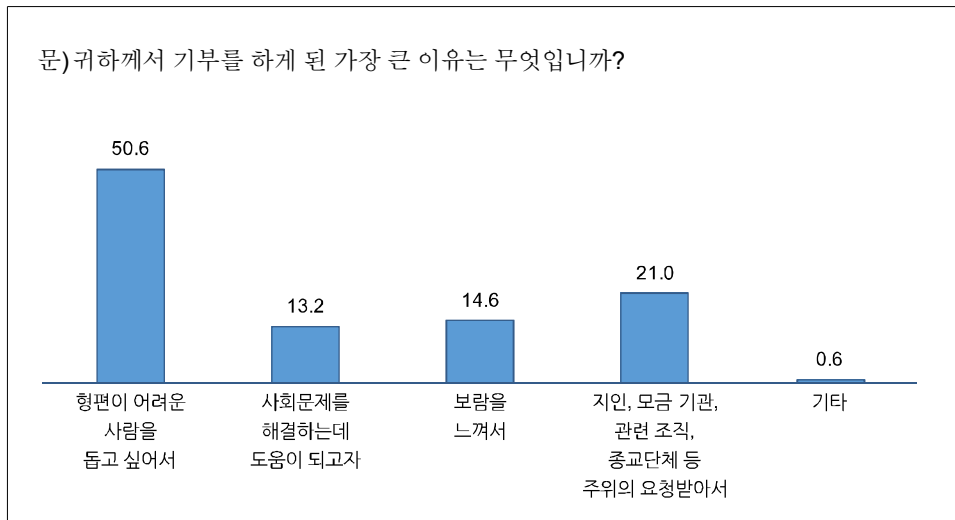
4) 기부를 하게 된 이유

□ 전체 분석

- 지금까지 현금 또는 물품 기부 경험이 있는 응답자를 대상으로 기부를 하게 된 가장 큰 이유에 대해 물은 결과, ‘형편이 어려운 사람을 돕고 싶어서’가 50.6%로 가장 높은 응답 비율을 차지함
- 다음으로는 ‘지인이나 종교단체 등 주위의 요청을 받아서’ 21.0%, ‘보람을 느껴서’ 14.6%, ‘사회문제를 해결하는데 도움이 되고자’ 13.2% 등의 순으로 나타남

[그림 4-6] 기부를 하게 된 이유

(단위 : %)



□ 특성별 분석

○ 연령별로 살펴보면, 연령이 많을수록 ‘형편이 어려운 사람을 돕고 싶어서’, ‘지인, 모금기관, 관련 조직, 종교 단체 등 주위의 요청 받아서’의 응답률이 증가하는 경향을 보였으며, 19~29세는 다른 연령에 비해 ‘사회 문제를 해결하는 데 도움이 되고자’의 응답률이 상대적으로 높게 나타남

○ 지역규모별로는 규모가 작을수록 ‘형편이 어려운 사람을 돕고 싶어서’의 응답률이 증가하였으며, ‘지인, 모금기관, 관련 조직, 종교 단체 등 주위의 요청 받아서’의 응답률은 감소하는 경향을 보임

〈표 4-8〉 기부를 하게 된 이유

(단위 : %)

구 분		사례수	형편이 어려운 사람을 돕고 싶어서	사회 문제를 해결 하는데 도움이 되고자	보람을 느껴서	지인, 모금 기관, 관련 조직, 종교 단체 등 주위의 요청 받아서	기타	계
전 체		(673)	50.6	13.2	14.6	21.0	0.6	100.0
성별	남 자	(351)	49.4	14.3	13.4	21.7	1.1	100.0
	여 자	(322)	51.9	12.0	15.8	20.3	0.0	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(103)	42.8	23.5	16.8	14.7	2.1	100.0
	30 대	(147)	49.5	10.9	17.6	21.5	0.4	100.0
	40 대	(177)	50.4	14.3	14.0	21.3	0.0	100.0
	50 대	(165)	54.1	11.1	12.0	22.1	0.7	100.0
	60 대	(81)	55.7	6.1	12.7	25.4	0.0	100.0
지역별	서울	(147)	52.1	13.7	14.6	19.5	0.0	100.0
	인천 / 경기	(195)	51.4	14.7	8.9	23.2	1.7	100.0
	부산/울산/경남	(103)	51.0	11.8	14.0	23.2	0.0	100.0
	대구 / 경북	(68)	51.5	9.8	19.7	19.0	0.0	100.0
	대전/충청/세종	(69)	41.0	13.9	26.3	18.9	0.0	100.0
	광주 / 전라	(62)	50.3	11.8	15.8	21.2	0.9	100.0
	강원	(21)	67.6	15.9	8.1	8.4	0.0	100.0
	제주	(9)	34.1	11.0	22.0	32.9	0.0	100.0

구 분		사례수	형편이 어려운 사람을 돕고 싶어서	사회 문제를 해결 하는데 도움이 되고자	보람을 느껴서	지인, 모금 기관, 관련 조직, 종교 단체 등 주위의 요청 받아서	기타	계
지역 규모별	대 도시 (광역 시)	(309)	48.9	13.5	14.4	22.9	0.3	100.0
	중 소 도 시	(333)	51.1	13.3	14.4	20.2	0.9	100.0
	군 지 역	(31)	62.0	8.5	18.2	11.3	0.0	100.0
직업별	자 영 업	(136)	51.3	13.4	13.6	20.8	0.9	100.0
	블 루 칼 라	(66)	46.5	11.1	18.8	21.8	1.9	100.0
	화 이 트 칼 라	(302)	50.7	13.7	14.1	21.3	0.2	100.0
	전 업 주 부	(118)	51.3	7.9	17.3	23.6	0.0	100.0
	학 생	(31)	51.0	30.4	3.5	12.1	3.1	100.0
	무 직 / 기 타	(19)	53.4	15.0	16.2	15.5	0.0	100.0
학력별	중 졸 이 하	(26)	71.5	0.0	18.6	9.9	0.0	100.0
	고 졸	(171)	50.9	8.5	16.5	24.1	0.0	100.0
	대 학 재 학 이 상	(475)	49.5	15.4	13.7	20.6	0.8	100.0
	모 름 / 무 응 답	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(179)	46.5	19.0	14.7	18.2	1.5	100.0
	기 혼	(488)	51.9	11.1	14.7	22.1	0.3	100.0
	이 혼 / 사 별	(6)	69.4	11.0	0.0	19.6	0.0	100.0
종교 유무별	종 교 있 음	(349)	54.2	10.4	12.7	22.1	0.6	100.0
	종 교 없 음	(324)	46.8	16.2	16.6	19.9	0.5	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(56)	49.8	11.8	22.2	16.2	0.0	100.0
	200~299만원	(69)	47.7	9.0	9.5	32.9	0.8	100.0
	300~399만원	(106)	43.1	15.3	15.5	24.9	1.1	100.0
	400~499만원	(119)	55.6	10.3	18.7	15.4	0.0	100.0
	500~599만원	(131)	52.6	12.8	14.5	19.2	0.9	100.0
	600만원 이상	(163)	51.8	16.7	10.3	21.3	0.0	100.0
	모 름 / 무 응 답	(29)	50.6	12.1	16.0	18.0	3.3	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	50.6	13.2	14.6	21.0	0.6	100.0

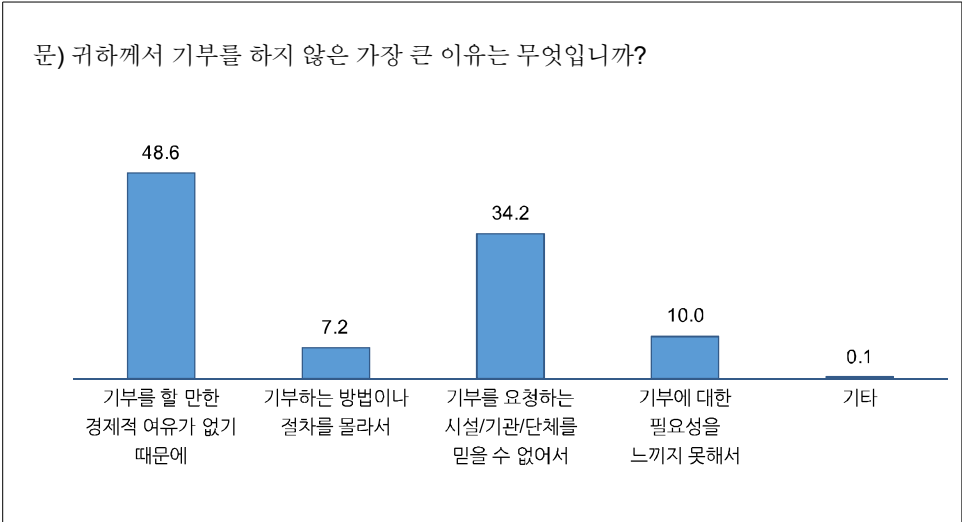
5) 기부를 하지 않은 이유

□ 전체 분석

- 최근 1년간(2016년 9월에서 2017년 8월까지) 기부 경험이 없는 응답자(n=590)를 대상으로 기부를 하지 않은 가장 큰 이유에 대해 조사한 결과, ‘기부를 할 만한 경제적 여유가 없기 때문에’가 48.6%로 가장 높게 나타남
- 다음으로는 ‘기부를 요청하는 시설/기관/단체를 믿을 수 없어서’가 34.2%로 높은 비율을 보임

[그림 4-7] 기부를 하지 않은 이유

(단위 : %)



□ 특성별 분석

- 특성별로 살펴보면, 대구/경북, 대전/충청/세종 지역, 전업주부 계층에서 ‘기부를 요청하는 시설/기관/단체를 믿을 수 없어서’가 다른 지역에 비해 상대적으로 높게 나타남
- 월 가구수입별로 보면 ‘기부를 할 만한 경제적 여유가 없기 때문에’의 응답률이 300만원 미만 계층에서는 상대적으로 높게 나타난 반면, 500만원 이상 계층에서는 다소 낮게 나타남

〈표 4-9〉 기부를 하지 않은 이유

(단위 : %)

구 분		사례수	기부를 할 만한 경제적 여유가 없기 때문에	기부하는 방법이나 절차를 몰라서	기부를 요청하는 시설/기관/단체를 믿을 수 없어서	기부에 대한 필요성을 느끼지 못해서	기타	계
전 체		(590)	48.6	7.2	34.2	10.0	0.1	100.0
성별	남 자	(291)	54.6	5.5	28.4	11.5	0.0	100.0
	여 자	(299)	42.7	8.8	39.8	8.4	0.3	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(147)	49.2	8.6	29.0	12.7	0.5	100.0
	30 대	(102)	39.6	4.0	45.1	11.3	0.0	100.0
	40 대	(116)	49.4	6.9	35.1	8.6	0.0	100.0
	50 대	(120)	49.3	8.2	34.2	8.4	0.0	100.0
	60 대	(105)	54.6	7.4	29.9	8.2	0.0	100.0
지역별	서울	(105)	49.6	4.5	34.4	11.5	0.0	100.0
	인천 / 경기	(192)	50.4	7.8	29.8	12.0	0.0	100.0
	부산/울산/경남	(94)	48.8	7.5	35.4	8.2	0.0	100.0
	대구 / 경북	(57)	45.3	3.3	48.2	3.2	0.0	100.0
	대전/충청/세종	(61)	35.1	7.2	44.1	13.6	0.0	100.0
	광주 / 전라	(59)	61.1	10.2	23.0	5.7	0.0	100.0
	강원	(16)	39.9	19.4	26.1	9.8	4.8	100.0
	제주	(6)	33.9	0.0	50.8	15.4	0.0	100.0
지역규모별	대도시(광역시)	(266)	45.9	6.0	37.0	11.1	0.0	100.0
	중소도시	(297)	50.9	7.6	32.1	9.2	0.3	100.0
	군 지역	(28)	49.4	13.4	30.1	7.1	0.0	100.0

구 분		사례수	기부를 할 만한 경제적 여유가 없기 때문에	기부하는 방법이나 절차를 몰라서	기부를 요청하는 시설/기관/단체를 믿을 수 없어서	기부에 대한 필요성을 느끼지 못해서	기타	계
직업별	자 영 업	(90)	48.9	9.3	27.6	14.2	0.0	100.0
	블 루 칼 라	(67)	68.6	3.0	23.6	4.8	0.0	100.0
	화 이 트 칼 라	(193)	41.7	8.7	38.4	10.9	0.4	100.0
	전 업 주 부	(141)	37.3	7.0	47.5	8.2	0.0	100.0
	학 생	(55)	59.8	7.6	21.4	11.2	0.0	100.0
	무 직 / 기 타	(44)	69.5	2.4	18.7	9.4	0.0	100.0
학력별	중 졸 이 하	(34)	57.4	9.0	30.8	2.9	0.0	100.0
	고 졸	(197)	53.5	6.5	32.7	7.3	0.0	100.0
	대학 재학 이상	(357)	45.0	7.4	35.6	11.8	0.2	100.0
	모름/무응답	(2)	46.0	0.0	0.0	54.0	0.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(199)	49.8	8.4	29.6	11.8	0.4	100.0
	기 혼	(384)	47.3	6.4	37.0	9.2	0.0	100.0
	이 혼 / 사 별	(8)	77.6	9.7	12.7	0.0	0.0	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(225)	47.3	8.7	35.2	8.7	0.0	100.0
	종 교 없 음	(365)	49.3	6.2	33.6	10.7	0.2	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(86)	68.4	3.4	21.5	6.7	0.0	100.0
	200~299만원	(104)	60.8	7.9	25.6	5.0	0.7	100.0
	300~399만원	(120)	43.3	7.6	38.5	10.5	0.0	100.0
	400~499만원	(77)	48.4	7.3	32.4	12.0	0.0	100.0
	500~599만원	(95)	37.4	9.4	43.5	9.6	0.0	100.0
	600만원 이상	(66)	26.0	7.7	50.1	16.1	0.0	100.0
	모름/무응답	(41)	54.0	5.3	25.9	14.8	0.0	100.0
최근 기부 경험별	경험 없 음	(590)	48.6	7.2	34.2	10.0	0.1	100.0

6) 인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부 인지 여부

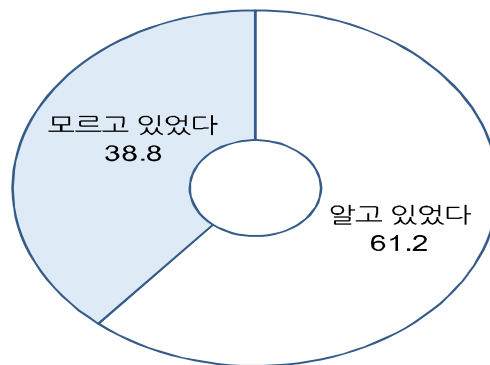
□ 전체 분석

○ 정보통신기술의 발달로 인터넷, 핸드폰 또는 스마트기기 등을 사용하여 기부 가능하다는 사실을 알고 있는지 질문한 결과, 응답자의 61.2%가 ‘알고 있었다’고 응답함

[그림 4-8] 인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부 인지 여부

(단위 : %)

문) 최근 정보통신기술의 발달로 기부방식이 다양화되고 있습니다. 귀하께서는 인터넷, 핸드폰 또는 스마트기기 등을 사용하여 기부를 할 수 있다는 사실을 알고 계셨습니까?



□ 특성별 분석

- 연령별로는 연령이 높을수록 인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부에 대해 ‘알고 있었다’는 응답률이 감소하는 경향을 보임
- 또한, 블루칼라, 중졸 이하, 월 가구수입 200만원 미만 응답자는 인지 비율이 상대적으로 낮은 것으로 나타남

〈표 4-10〉 인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부 인지 여부

(단위 : %)

구 분		사례수	알고 있었다	모르고 있었다	계
전 체		(1,263)	61.2	38.8	100.0
성별	남 자	(642)	60.1	39.9	100.0
	여 자	(621)	62.3	37.7	100.0
연령별	1 9 ~ 2 9 세	(250)	63.8	36.2	100.0
	3 0 대	(250)	63.7	36.3	100.0
	4 0 대	(293)	62.5	37.5	100.0
	5 0 대	(284)	60.5	39.5	100.0
	6 0 대	(187)	53.6	46.4	100.0
지역별	서 울	(251)	66.1	33.9	100.0
	인 천 / 경 기	(387)	57.4	42.6	100.0
	부 산 / 울산 / 경남	(197)	58.3	41.7	100.0
	대 구 / 경 북	(125)	66.4	33.6	100.0
	대전 / 충청 / 세종	(130)	67.1	32.9	100.0
	광 주 / 전 라	(121)	57.6	42.4	100.0
	강 원	(37)	59.9	40.1	100.0
	제 주	(15)	53.9	46.1	100.0
지역규모별	대도시(광역시)	(574)	62.9	37.1	100.0
	중 소 도 시	(630)	59.8	40.2	100.0
	군 지 역	(59)	59.9	40.1	100.0

구 분		사례수	알고 있었다	모르고 있었다	계
직업별	자 영 업	(227)	63.4	36.6	100.0
	블 루 칼 라	(132)	50.9	49.1	100.0
	화 이 트 칼 라	(495)	66.9	33.1	100.0
	전 업 주 부	(259)	54.3	45.7	100.0
	학 생	(87)	62.8	37.2	100.0
	무 직 / 기 타	(63)	56.3	43.7	100.0
학력별	중 졸 이 하	(59)	44.3	55.7	100.0
	고 졸	(368)	58.5	41.5	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	63.6	36.4	100.0
	모름/무응답	(4)	69.9	30.1	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	63.4	36.6	100.0
	기 혼	(871)	60.2	39.8	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	61.3	38.7	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	63.4	36.6	100.0
	종 교 없 음	(689)	59.4	40.6	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	48.1	51.9	100.0
	200~299만원	(173)	54.5	45.5	100.0
	300~399만원	(226)	62.3	37.7	100.0
	400~499만원	(196)	61.0	39.0	100.0
	500~599만원	(226)	68.3	31.7	100.0
	600만원 이상	(229)	70.1	29.9	100.0
	모름/무응답	(71)	49.4	50.6	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	73.4	26.6	100.0
	경 험 없 음	(590)	47.3	52.7	100.0

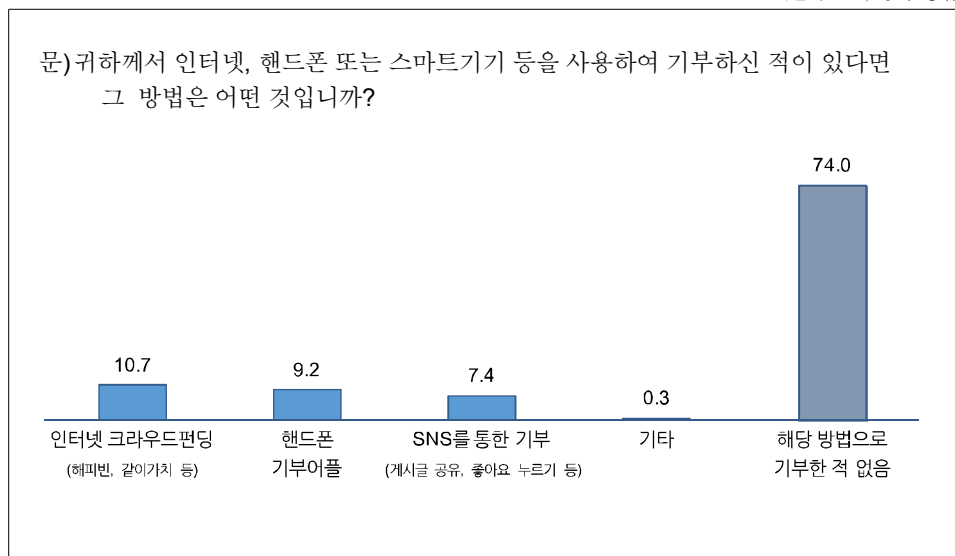
7) 인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부 방법

□ 전체 분석

- 인터넷, 핸드폰 또는 스마트기기를 사용하여 기부할 때 어떤 방법을 사용했는지 묻은 결과, ‘해당 방법으로 기부한 적 없음’의 응답이 74.0%로 가장 높게 나타남
- 다른 기부 방법으로는 ‘인터넷 클라우드펀딩’이 10.7%, ‘핸드폰 기부어플’이 9.2%, ‘SNS를 통한 기부’ 7.4% 등의 순으로 조사됨
- 정보통신기기를 활용한 기부 방법은 보편화되지 않았으며, 기존의 방법(지로/계좌이체, 모금함, ARS 등)으로 주로 기부하는 것으로 나타남

[그림 4-9] 인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부 방법

(단위 : %, 중복 응답)



□ 특성별 분석

- ‘인터넷 클라우드 펀딩’을 이용한 기부 방법은 19~29세, 학생 계층에서 상대적으로 높게 나타남
- ‘핸드폰 기부어플’을 이용한 기부 방법은 강원 지역이 다른 지역에 비해 높게 나타난 반면, 학생 계층에서는 다른 직업에 비해 다소 낮게 나타남

〈표 4-11〉 인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부 방법

(단위 : %, 중복 응답)

구 분		사례수	인터넷 클라우드 펀딩 (해피빈, 같이가치 등)	핸드폰 기부어플	SNS를 통한 기부 (게시글 공유, 좋아요 누르기 등)	기타	해당 방법으로 기부한 적 없음
전 체		(773)	10.7	9.2	7.4	0.3	74.0
성별	남 자	(386)	8.0	9.4	5.2	0.3	78.4
	여 자	(387)	13.4	9.0	9.6	0.3	69.6
연령별	19 ~ 29 세	(159)	22.0	6.5	9.1	0.0	64.2
	30 대	(159)	15.7	6.0	10.7	0.7	69.5
	40 대	(183)	5.1	9.4	8.1	0.0	79.3
	50 대	(172)	6.0	14.5	4.7	0.7	75.1
	60 대	(100)	3.0	9.0	3.0	0.0	85.0
지역별	서 울	(166)	14.3	10.1	7.8	0.0	69.3
	인 천 / 경 기	(222)	9.7	7.5	7.3	1.1	76.1
	부 산/울산/경 남	(115)	8.4	11.2	5.3	0.0	76.1
	대 구 / 경 북	(83)	9.2	4.9	8.5	0.0	78.7
	대 전/충청/세 종	(87)	12.0	7.2	7.4	0.0	74.7
	광 주 / 전 라	(70)	9.7	11.7	9.6	0.0	70.4
	강 원	(22)	11.0	23.2	7.1	0.0	66.0
	체 주	(8)	5.5	11.9	5.5	0.0	77.1
지역규모 별	대 도시 (광역 시)	(361)	11.4	10.2	8.2	0.0	71.6
	중 소 도 시	(377)	11.1	7.9	7.0	0.6	75.5
	군 지 역	(35)	0.0	12.8	4.7	0.0	82.5

구 분		사례수	인터넷 클라우드 펀딩 (해피빈, 같이가지 등)	핸드폰 기부어플	SNS를 통한 기부 (게시글 공유, 좋아요 누르기 등)	기타	해당 방법으로 기부한 적 없음
직업별	자 영 업	(144)	6.9	15.6	3.2	0.8	75.2
	블 루 칼 라	(67)	9.0	13.6	8.0	0.0	69.4
	화 이 트 칼 라	(331)	11.2	8.7	10.4	0.0	72.0
	전 업 주 부	(141)	7.6	5.2	6.5	0.0	80.7
	학 생	(55)	26.3	1.5	6.9	0.0	69.0
	무 직 / 기 타	(36)	13.2	6.7	0.0	3.4	76.8
학력별	중 졸 이 하	(26)	0.0	22.2	0.0	0.0	77.8
	고 졸	(216)	5.4	12.0	4.9	0.5	78.3
	대학 재학 이 상	(529)	13.4	7.4	8.9	0.2	71.9
	모름/무응답	(3)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(240)	19.2	7.1	10.0	0.0	65.5
	기 혼	(525)	7.0	10.0	6.1	0.5	77.9
	이 혼 / 사 별	(8)	0.0	15.5	13.8	0.0	70.7
종교유무 별	종 교 있 음	(364)	6.9	8.6	5.4	0.3	79.8
	종 교 없 음	(409)	14.1	9.7	9.2	0.3	68.8
월가구 수입별	200만원 미만	(68)	9.0	5.1	1.2	0.0	84.7
	200~299만원	(94)	14.3	10.9	7.9	0.0	68.3
	300~399만원	(141)	6.5	11.3	5.7	0.0	76.4
	400~499만원	(120)	8.9	7.0	9.2	0.0	75.7
	500~599만원	(155)	11.8	10.3	7.2	0.0	71.6
	600만원 이상	(161)	15.0	9.9	10.0	1.5	69.0
	모름/무응답	(35)	2.7	2.7	8.6	0.0	86.1
최근 기부 경험별	경험 있 음	(494)	13.5	12.5	9.9	0.5	66.1
	경험 없 음	(279)	5.8	3.3	3.0	0.0	87.8

8) 기부 시 특정 대상이나 사용처 지정 여부

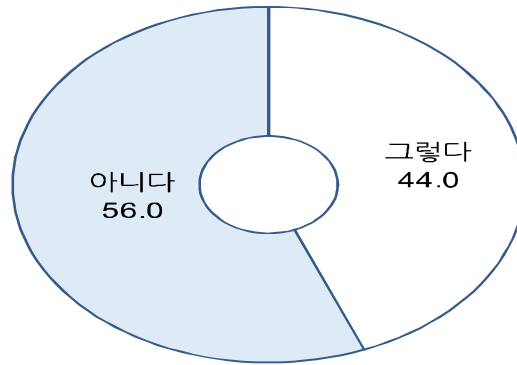
□ 전체 분석

○ 기부를 할 때 특정한 대상이나 사용처 등을 지정해서 기부하는지에 대해 ‘지정하지 않는다(56.0%)’는 응답이 ‘지정한다(44.0%)’는 응답보다 다소 높게 나타남

[그림 4-10] 기부 시 특정 대상이나 사용처 지정 여부

(단위 : %)

문) 귀하께서는 기부를 할 때 특정한 대상이나 사용처 등을 지정해서 기부하는 편이십니까?



□ 특성별 분석

- 특정 대상이나 사용처를 지정한다는 응답 비중은 여성, 40대, 강원, 화이트칼라, 대학재학 이상, 종교 있음, 월 가구수입 600만원 이상, 최근 1년간 기부 경험이 있는 계층에서 상대적으로 높게 나타남

〈표 4-12〉 기부 시 지정 항목

(단위 : %)

구 분		사례수	그렇다	아니다	계
전 체		(1263)	44.0	56.0	100.0
성별	남 자	(642)	42.1	57.9	100.0
	여 자	(621)	45.9	54.1	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(250)	37.4	62.6	100.0
	30 대	(250)	43.8	56.2	100.0
	40 대	(293)	50.0	50.0	100.0
	50 대	(284)	45.8	54.2	100.0
	60 대	(187)	40.6	59.4	100.0
지역별	서울	(251)	45.7	54.3	100.0
	인천 / 경기	(387)	43.8	56.2	100.0
	부산/울산/경남	(197)	41.2	58.8	100.0
	대구 / 경북	(125)	49.3	50.7	100.0
	대전/충청/세종	(130)	40.5	59.5	100.0
	광주 / 전라	(121)	41.2	58.8	100.0
	강원	(37)	50.6	49.4	100.0
	제주	(15)	45.9	54.1	100.0
지역규모별	대도시(광역시)	(574)	44.0	56.0	100.0
	중소도시	(630)	44.0	56.0	100.0
	군지역	(59)	43.2	56.8	100.0
직업별	자영업	(227)	42.7	57.3	100.0
	블루칼라	(132)	42.2	57.8	100.0
	화이트칼라	(495)	46.4	53.6	100.0
	전업주부	(259)	42.8	57.2	100.0
	학생	(87)	42.1	57.9	100.0
	무직 / 기타	(63)	40.4	59.6	100.0

구 분		사례수	그렇다	아니다	계
학력별	중 졸 이 하	(59)	28.8	71.2	100.0
	고 졸	(368)	37.3	62.7	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	47.9	52.1	100.0
	모름/무응답	(4)	64.7	35.3	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	40.5	59.5	100.0
	기 혼	(871)	45.8	54.2	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	21.5	78.5	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	52.5	47.5	100.0
	종 교 없 음	(689)	36.8	63.2	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	38.3	61.7	100.0
	200~299만원	(173)	39.5	60.5	100.0
	300~399만원	(226)	37.7	62.3	100.0
	400~499만원	(196)	47.4	52.6	100.0
	500~599만원	(226)	45.9	54.1	100.0
	600만원 이상	(229)	51.1	48.9	100.0
	모름/무응답	(71)	47.2	52.8	100.0
최근 가부 경험별	경 험 있 음	(673)	62.9	37.1	100.0
	경 험 없 음	(590)	22.3	77.7	100.0

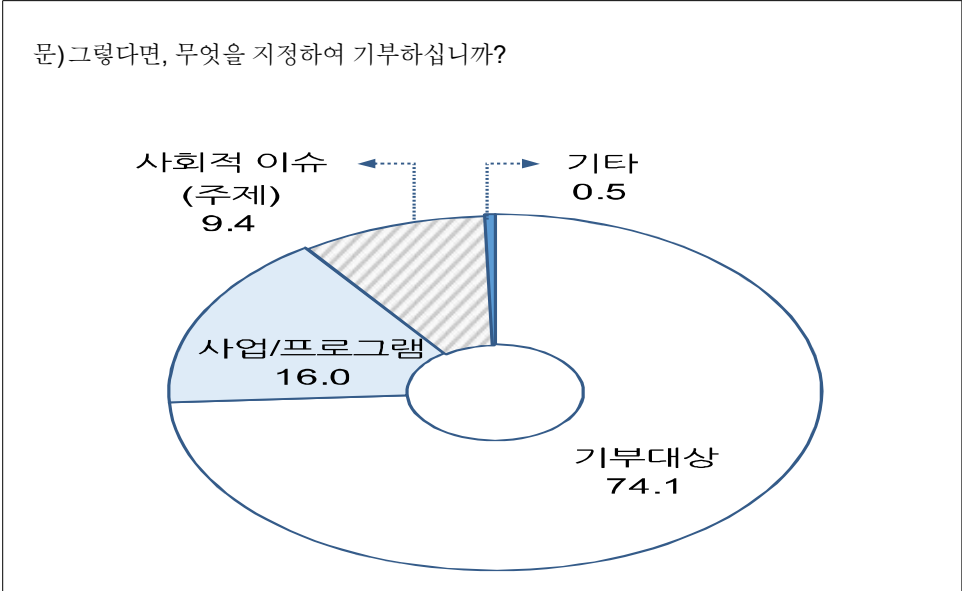
9) 기부 시 지정 항목

□ 전체 분석

- 기부할 때 특정한 대상이나 사용처를 지정한다는 응답자(n=542)에게 지정 항목을 질문한 결과, ‘기부대상’이 74.1%로 가장 높게 나타남
- 다음으로는 ‘사업/프로그램’이 16.0%, ‘사회적 이슈(주제)’이 9.4% 등의 순으로 나타남

[그림 4-11] 기부 시 지정 항목

(단위 : %)



□ 특성별 분석

- 특성별로 살펴보면, 부산/울산/경남, 자영업, 월 가구수입 300~399만원 계층에서 ‘기부대상’을 지정하는 경향이 상대적으로 높게 나타남
- ‘사업/프로그램’의 경우, 60대, 대전/충청/세종, 중소도시, 대학 재학 이상, 최근 1년간 기부 경험이 있는 계층에서 응답률이 상대적으로 높게 나타남

〈표 4-13〉 기부 시 지정 항목

(단위 : %)

구 분		사례수	기부대상	사업/ 프로그램	사회적 이슈 (주제)	기타	계
전 체		(542)	74.1	16.0	9.4	0.5	100.0
성별	남 자	(262)	71.4	17.1	11.0	0.5	100.0
	여 자	(280)	76.6	15.0	7.8	0.6	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(89)	73.6	16.9	8.1	1.4	100.0
	30 대	(107)	78.7	15.1	6.2	0.0	100.0
	40 대	(144)	75.3	13.8	9.8	1.1	100.0
	50 대	(129)	75.8	14.2	10.0	0.0	100.0
	60 대	(72)	62.5	23.8	13.7	0.0	100.0
지역별	서 울	(111)	71.0	15.0	13.9	0.0	100.0
	인 천 / 경 기	(162)	75.7	16.2	7.4	0.8	100.0
	부 산/울산/경 남	(80)	81.1	12.6	6.3	0.0	100.0
	대 구 / 경 북	(60)	70.4	17.9	11.6	0.0	100.0
	대 전/충청/세 종	(53)	69.5	21.9	6.9	1.7	100.0
	광 주 / 전 라	(50)	79.1	9.0	10.6	1.3	100.0
	강 원	(19)	77.2	18.5	4.3	0.0	100.0
	제 주	(7)	27.8	49.5	22.8	0.0	100.0
지역규모 별	대 도시 (광 역 시)	(247)	75.7	14.0	10.0	0.4	100.0
	중 소 도 시	(269)	72.3	18.3	8.7	0.7	100.0
	군 지 역	(25)	77.5	11.9	10.6	0.0	100.0

구 분		사례수	기부대상	사업/ 프로그램	사회적 인슈 (주제)	기타	계
직업별	자 영 업	(96)	78.5	11.0	9.2	1.3	100.0
	블 루 칼 라	(53)	68.3	19.1	11.0	1.7	100.0
	화 이 트 칼 라	(227)	75.7	15.2	9.1	0.0	100.0
	전 업 주 부	(109)	70.8	18.7	9.9	0.6	100.0
	학 생	(36)	74.6	17.4	8.0	0.0	100.0
	무 직 / 기 타	(22)	68.0	23.2	8.8	0.0	100.0
학력별	중 졸 이 하	(15)	83.8	12.2	4.0	0.0	100.0
	고 졸	(136)	76.6	14.5	8.9	0.0	100.0
	대학 재학 이 상	(389)	73.1	16.8	9.4	0.7	100.0
	모름/무응답	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(149)	76.6	14.3	8.2	0.8	100.0
	기 혼	(390)	73.3	16.8	9.6	0.4	100.0
	이 혼 / 사 별	(3)	55.7	0.0	44.3	0.0	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(298)	73.5	17.5	8.7	0.2	100.0
	종 교 없 음	(243)	74.8	14.2	10.2	0.9	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(50)	72.0	17.4	9.3	1.4	100.0
	200~299만원	(68)	75.8	10.8	13.4	0.0	100.0
	300~399만원	(85)	80.6	14.2	3.8	1.4	100.0
	400~499만원	(93)	73.5	19.4	7.1	0.0	100.0
	500~599만원	(103)	69.3	19.2	10.6	0.9	100.0
	600만원 이상	(116)	78.7	10.4	10.9	0.0	100.0
	모름/무응답	(28)	54.0	32.4	13.6	0.0	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(423)	73.6	16.7	9.0	0.7	100.0
	경 험 없 음	(118)	75.7	13.4	10.9	0.0	100.0

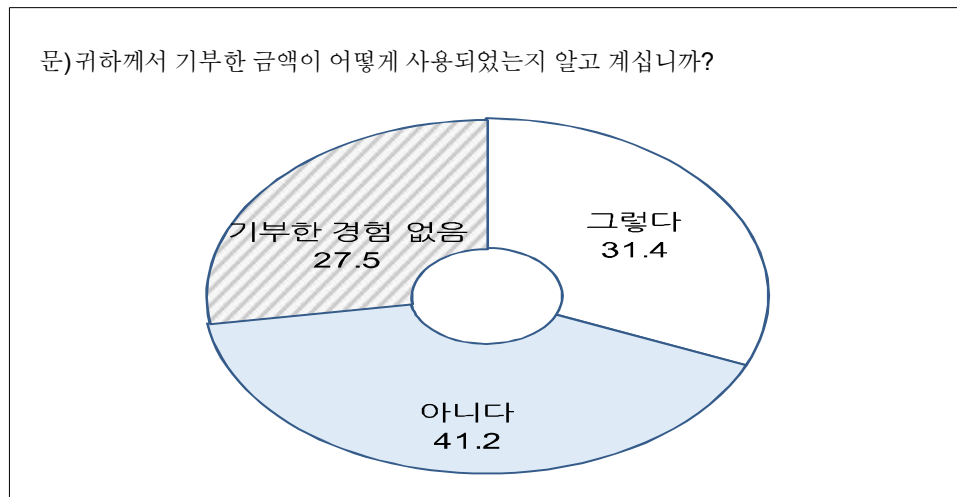
10) 기부한 금액의 사용처 인지 여부

□ 전체 분석

- 기부한 금액의 사용처를 인지하고 있는 지에 대해, ‘인지하고 있다’는 응답이 31.4%로 나타났으며, 응답자의 41.2%가 자신이 기부한 금액의 사용처를 모르는 것으로 나타남
- ‘기부한 경험이 없다’는 응답은 27.5%로 나타남

[그림 4-12] 기부한 금액의 사용처 인지 여부

(단위 : %)



□ 특성별 분석

○ 응답자 특성별로는 여성, 40대, 화이트칼라, 대학 재학 이상, 월 가구 수입 500~599만원 계층에서 기부 금액의 사용처 인지율이 상대적으로 높게 나타난 반면, 무직/기타, 월 가구수입 200~299만원 계층에서는 인지율이 다소 낮은 것으로 조사됨

〈표 4-14〉 기부한 금액의 사용처 인지 여부

(단위 : %)

구 분		사례수	그렇다	아니다	기부한 경험 없음	계
전 체		(1,263)	31.4	41.2	27.5	100.0
성별	남 자	(642)	29.3	43.5	27.2	100.0
	여 자	(621)	33.5	38.7	27.8	100.0
연령별	1 9 ~ 2 9 세	(250)	25.8	41.8	32.5	100.0
	3 0 대	(250)	29.5	48.0	22.5	100.0
	4 0 대	(293)	38.0	39.7	22.3	100.0
	5 0 대	(284)	32.7	37.2	30.1	100.0
	6 0 대	(187)	28.9	39.6	31.4	100.0
지역별	서 울	(251)	30.8	41.7	27.5	100.0
	인 천 / 경 기	(387)	30.0	38.2	31.8	100.0
	부 산/울산/경 남	(197)	36.9	35.1	28.0	100.0
	대 구 / 경 북	(125)	35.8	43.3	20.8	100.0
	대 전/충청/세 중	(130)	29.9	49.2	20.9	100.0
	광 주 / 전 라	(121)	25.1	47.1	27.8	100.0
	강 원	(37)	34.3	39.5	26.2	100.0
	제 주	(15)	22.4	56.7	21.0	100.0
지역규모별	대도시(광역시)	(574)	30.0	42.7	27.3	100.0
	중 소 도 시	(630)	32.7	39.3	28.0	100.0
	군 지 역	(59)	30.4	46.0	23.7	100.0

구 분		사례수	그렇다	아니다	기부한 경험 없음	계
직업별	자 영 업	(227)	32.1	44.9	23.0	100.0
	블 루 칼 라	(132)	26.7	41.4	31.9	100.0
	화 이 트 칼 라	(495)	36.4	42.4	21.3	100.0
	전 업 주 부	(259)	29.7	35.1	35.2	100.0
	학 생	(87)	26.6	39.1	34.3	100.0
	무 직 / 기 타	(63)	12.7	45.8	41.4	100.0
학력별	중 졸 이 하	(59)	33.1	26.6	40.3	100.0
	고 졸	(368)	25.0	42.3	32.7	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	34.0	41.9	24.1	100.0
	모 름 / 무 응 답	(4)	34.5	0.0	65.5	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	25.9	45.3	28.8	100.0
	기 혼	(871)	33.8	39.4	26.8	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	28.7	38.4	32.9	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	39.7	36.7	23.6	100.0
	종 교 없 음	(689)	24.5	44.8	30.7	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	23.5	37.6	38.9	100.0
	200~299만원	(173)	18.5	43.1	38.5	100.0
	300~399만원	(226)	29.4	39.2	31.5	100.0
	400~499만원	(196)	34.7	44.5	20.8	100.0
	500~599만원	(226)	40.6	35.6	23.8	100.0
	600만원 이상	(229)	37.5	46.6	15.9	100.0
	모 름 / 무 응 답	(71)	26.4	41.1	32.5	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	52.2	47.6	0.2	100.0
	경 험 없 음	(590)	7.6	33.8	58.6	100.0

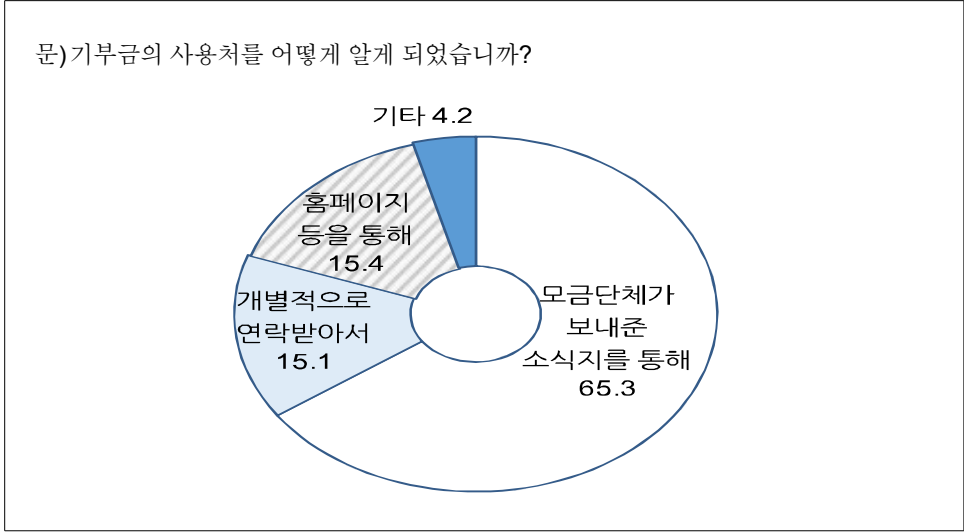
11) 기부한 금액의 사용처 인지 경로

□ 전체 분석

- 기부한 금액의 사용처를 알고 있다는 응답자(n=396) 중 65.3%는 ‘모금 단체가 보내준 소식지를 통해’ 기부금 사용처를 알게 되었다고 응답함
- 다음으로는 ‘홈페이지 등을 통해(15.4%)’, ‘개별적으로 연락받아서 (15.1%)’ 등의 순으로 나타남

[그림 4-13] 기부한 금액의 사용처 인지 경로

(단위 : %)



□ 특성별 분석

○ 연령별로 살펴보면, 30대 연령층에서 ‘모금단체가 보내준 소식지를 통해’ 기부금 사용처를 인지했다는 응답률이 높게 나타난 반면, 19~29세 연령층에서는 은 30대, ‘홈페이지 등을 통해’ 인지했다는 응답률이 다른 연령에 비해 높게 나타남

〈표 4-15〉 기부한 금액의 사용처 인지 경로

(단위 : %)

구 분		사례수	모금단체가 보내준 소식지를 통해	개별적으로 연락 받아서	홈페이지 등을 통해	기타	계
전 체		(396)	65.3	15.1	15.4	4.2	100.0
성별	남 자	(188)	65.9	14.9	14.6	4.6	100.0
	여 자	(208)	64.8	15.3	16.1	3.8	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(64)	47.4	15.4	37.2	0.0	100.0
	30 대	(74)	75.9	6.6	13.3	4.3	100.0
	40 대	(111)	68.6	16.9	12.2	2.4	100.0
	50 대	(93)	70.5	12.7	10.4	6.4	100.0
	60 대	(54)	56.7	26.6	7.6	9.1	100.0
지역별	서 울	(77)	64.2	14.6	18.2	3.0	100.0
	인 천 / 경 기	(116)	67.5	14.2	13.3	5.0	100.0
	부 산 / 울 산 / 경 남	(73)	57.1	22.1	17.2	3.6	100.0
	대 구 / 경 북	(45)	60.6	13.4	19.5	6.6	100.0
	대 전 / 충 청 / 세 중	(39)	76.5	11.7	6.7	5.0	100.0
	광 주 / 전 라	(30)	73.7	10.9	12.6	2.9	100.0
	강 원	(13)	67.7	12.6	19.7	0.0	100.0
	제주	(3)	43.5	14.0	42.5	0.0	100.0
지역규모별	대 도시 (광역시)	(172)	63.9	13.1	18.3	4.6	100.0
	중 소 도시	(206)	65.6	16.9	13.8	3.7	100.0
	군 지 역	(18)	76.4	12.7	5.3	5.5	100.0

구 분		사례수	모금단체가 보내준 소식지를 통해	개별적으로 연락 받아서	홈페이지 등을 통해	기타	계
직업별	자 영 업	(73)	58.4	24.2	9.0	8.4	100.0
	블 루 칼 라	(35)	64.4	15.3	14.5	5.7	100.0
	화 이 트 칼 라	(180)	69.6	11.4	16.5	2.4	100.0
	전 업 주 부	(77)	67.4	15.4	11.9	5.3	100.0
	학 생	(23)	44.5	14.9	40.5	0.0	100.0
	무 직 / 기 타	(8)	75.9	9.7	14.3	0.0	100.0
학력별	중 졸 이 하	(20)	68.5	10.7	5.7	15.2	100.0
	고 졸	(92)	59.5	23.1	14.7	2.7	100.0
	대학 재학 이 상	(283)	67.3	12.4	16.4	3.9	100.0
	모름/무응답	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(98)	53.3	15.3	28.1	3.2	100.0
	기 혼	(294)	69.3	14.7	11.4	4.6	100.0
	이 혼 / 사 별	(4)	66.8	33.2	0.0	0.0	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(228)	71.6	15.8	10.0	2.5	100.0
	종 교 없 음	(169)	56.8	14.1	22.7	6.5	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(33)	42.5	22.1	20.8	14.5	100.0
	200~299만원	(32)	50.2	15.2	20.1	14.5	100.0
	300~399만원	(66)	68.3	16.9	10.4	4.4	100.0
	400~499만원	(68)	67.5	16.5	16.1	0.0	100.0
	500~599만원	(92)	72.7	8.6	17.5	1.1	100.0
	600만원 이상	(86)	65.8	18.4	12.1	3.7	100.0
	모름/무응답	(19)	75.1	7.0	17.9	0.0	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(352)	68.5	14.1	14.0	3.5	100.0
	경 험 없 음	(45)	40.6	23.0	26.4	10.0	100.0

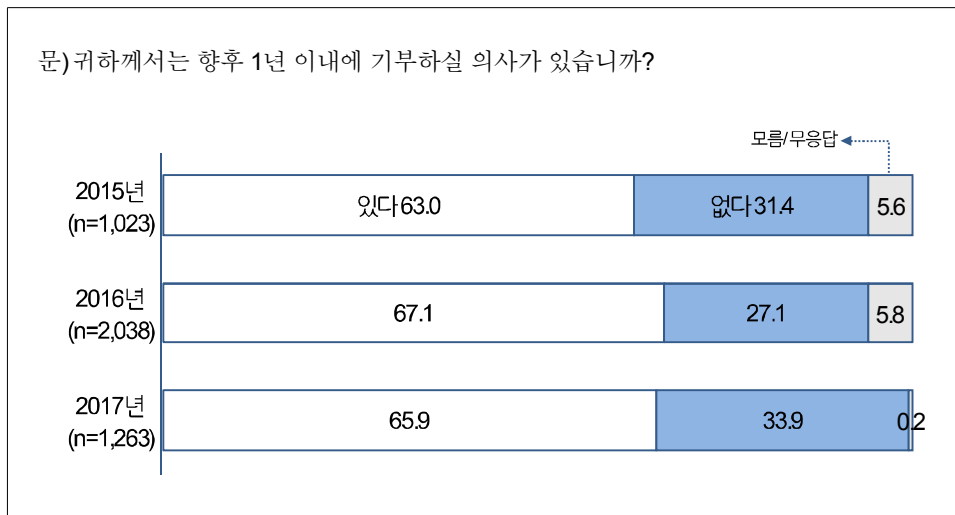
12) 향후 1년 이내 기부 의향

□ 전체 분석

- 향후 1년 이내에 기부에 참여할 의향이 있는지에 대해, 기부할 의향이 '있다'는 응답이 65.9%로 나타남
- 2016년 결과(67.1%)와 비교해보면 향후 1년 이내 기부 의향이 '있다'는 응답률이 1.2%p 감소함

[그림 4-14] 향후 1년 이내 기부 의향

(단위 : %)



□ 특성별 분석

- 특성별로 살펴보면, 30~40대, 화이트칼라, 대학 재학 이상 계층에서 향후 1년 이내 기부 의사가 '있다'는 응답이 상대적으로 높은 비율을 차지함
- 또한, 종교와 최근 1년간 기부 경험이 있거나 월 가구수입이 높을수록 향후 1년 이내 기부 의사가 '있다'는 응답률이 높아지는 경향을 보임

〈표 4-16〉 향후 1년 이내 기부 의향

(단위 : %)

구 분		사례수	있다	없다	모름/무응답	계
전 체		(1,263)	65.9	33.9	0.2	100.0
성별	남 자	(642)	66.7	33.2	0.1	100.0
	여 자	(621)	65.1	34.6	0.3	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(250)	59.7	40.0	0.4	100.0
	30 대	(250)	72.1	27.9	0.0	100.0
	40 대	(293)	72.0	28.0	0.0	100.0
	50 대	(284)	65.9	33.7	0.3	100.0
	60 대	(187)	56.2	43.2	0.6	100.0
지역별	서울	(251)	67.4	32.1	0.5	100.0
	인천 / 경기	(387)	62.2	37.5	0.2	100.0
	부산/울산/경남	(197)	66.0	34.0	0.0	100.0
	대구 / 경북	(125)	64.9	34.3	0.7	100.0
	대전/충청/세종	(130)	71.7	28.3	0.0	100.0
	광주 / 전라	(121)	64.8	35.2	0.0	100.0
	강원	(37)	74.4	25.6	0.0	100.0
	제주	(15)	79.4	20.6	0.0	100.0
지역규모별	대도시(광역시)	(574)	65.9	33.7	0.4	100.0
	중소도시	(630)	65.7	34.2	0.1	100.0
	군 지역	(59)	67.9	32.1	0.0	100.0

구 분		사례수	있다	없다	모름/무응답	계
직업별	자 영 업	(227)	70.7	28.9	0.4	100.0
	블 루 칼 라	(132)	58.9	40.4	0.7	100.0
	화 이 트 칼 라	(495)	74.3	25.5	0.2	100.0
	전 업 주 부	(259)	58.7	41.3	0.0	100.0
	학 생	(87)	53.8	46.2	0.0	100.0
	무 직 / 기 타	(63)	44.0	56.0	0.0	100.0
학력별	중 졸 이 하	(59)	53.4	46.6	0.0	100.0
	고 졸	(368)	57.3	42.4	0.3	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	70.9	28.9	0.2	100.0
	모름/무응답	(4)	0.0	100.0	0.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	65.5	34.3	0.2	100.0
	기 혼	(871)	66.4	33.5	0.1	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	47.4	44.1	8.5	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	71.3	28.5	0.2	100.0
	종 교 없 음	(689)	61.4	38.3	0.3	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	45.6	53.8	0.6	100.0
	200~299만원	(173)	53.6	46.4	0.0	100.0
	300~399만원	(226)	69.1	30.9	0.0	100.0
	400~499만원	(196)	70.8	29.2	0.0	100.0
	500~599만원	(226)	73.4	26.6	0.0	100.0
	600만원 이상	(229)	76.4	23.1	0.5	100.0
	모름/무응답	(71)	54.8	43.8	1.3	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	92.5	7.1	0.3	100.0
	경 험 없 음	(590)	35.5	64.3	0.2	100.0

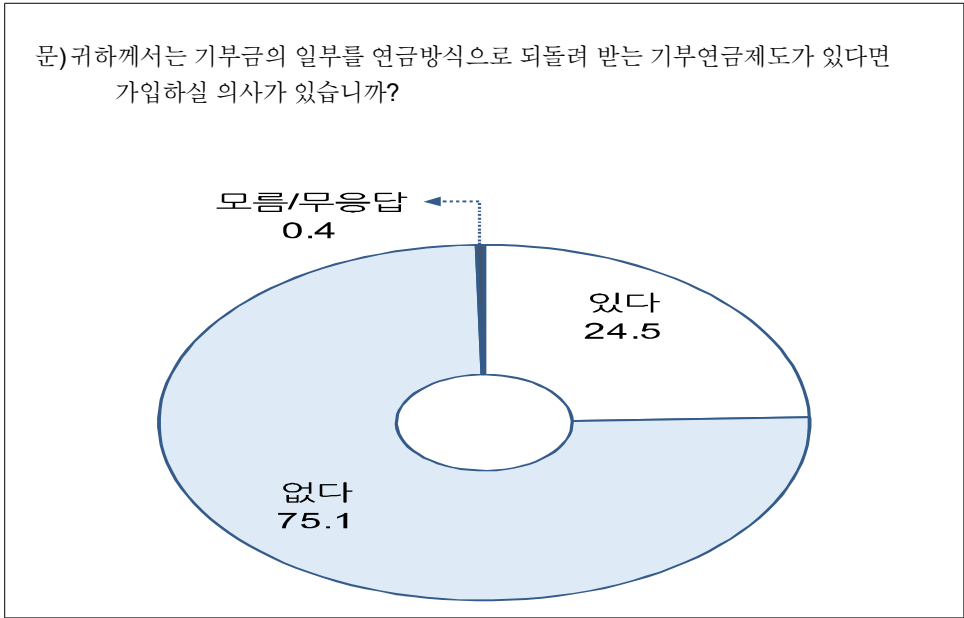
13) 기부연금제도 가입 의향

□ 전체 분석

- 기부연금제도(자신이 기부한 금액의 일부를 연금방식으로 되돌려 받는 제도에) 가입할 의향이 있는지 질문한 결과, 24.5%가 의향이 '있다'고 응답함
- 가입할 의향이 '없다'는 응답은 75.1%, '모름/무응답'은 0.4%로 조사됨

[그림 4-15] 기부연금제도 가입 의향

(단위 : %)



□ 특성별 분석

○ 응답자 특성별로는 연령이 낮을수록, 학생, 미혼 응답자의 경우 기부연금 제도에 가입할 의향이 '있다'는 비율이 상대적으로 높게 나타남

〈표 4-17〉 기부연금제도 가입 의향

(단위 : %)

구 분		사례수	있다	없다	모름/무응답	계
전 체		(1,263)	24.5	75.1	0.4	100.0
성별	남 자	(642)	25.1	74.7	0.1	100.0
	여 자	(621)	23.8	75.5	0.7	100.0
연령별	1 9 ~ 2 9 세	(250)	31.3	68.7	0.0	100.0
	3 0 대	(250)	27.5	71.6	0.9	100.0
	4 0 대	(293)	23.8	75.9	0.2	100.0
	5 0 대	(284)	21.0	79.0	0.0	100.0
	6 0 대	(187)	17.6	81.3	1.1	100.0
지역별	서 울	(251)	22.9	76.6	0.5	100.0
	인 천 / 경 기	(387)	23.9	75.5	0.6	100.0
	부 산/울산/경 남	(197)	29.5	70.1	0.5	100.0
	대 구 / 경 북	(125)	22.4	77.6	0.0	100.0
	대 전/충청/세 중	(130)	25.6	74.4	0.0	100.0
	광 주 / 전 라	(121)	24.8	74.6	0.6	100.0
	강 원	(37)	20.2	79.8	0.0	100.0
	제 주	(15)	16.4	83.6	0.0	100.0
지역규모별	대 도시 (광 역 시)	(574)	27.6	72.0	0.4	100.0
	중 소 도 시	(630)	21.8	77.7	0.5	100.0
	군 지 역	(59)	22.5	77.5	0.0	100.0
직업별	자 영 업	(227)	22.8	76.7	0.5	100.0
	블 루 칼 라	(132)	25.4	74.6	0.0	100.0
	화 이 트 칼 라	(495)	26.3	73.3	0.4	100.0
	전 업 주 부	(259)	19.1	80.5	0.4	100.0
	학 생	(87)	36.0	64.0	0.0	100.0
	무 직 / 기 타	(63)	20.9	77.7	1.5	100.0

구 분		사례수	있다	없다	모름/무응답	계
학력별	중 졸 이 하	(59)	23.3	75.1	1.6	100.0
	고 졸	(368)	27.1	72.3	0.6	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	23.5	76.2	0.2	100.0
	모름/무응답	(4)	0.0	100.0	0.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	30.8	69.2	0.0	100.0
	기 혼	(871)	22.1	77.4	0.5	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	0.0	91.5	8.5	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	22.9	76.6	0.5	100.0
	종 교 없 음	(689)	25.8	73.9	0.3	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	14.0	86.0	0.0	100.0
	200~299만원	(173)	22.3	77.7	0.0	100.0
	300~399만원	(226)	21.6	78.4	0.0	100.0
	400~499만원	(196)	26.1	73.9	0.0	100.0
	500~599만원	(226)	30.3	69.7	0.0	100.0
	600만원 이상	(229)	29.5	69.5	1.0	100.0
	모름/무응답	(71)	20.7	75.4	4.0	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	26.6	72.9	0.4	100.0
	경 험 없 음	(590)	22.1	77.6	0.4	100.0

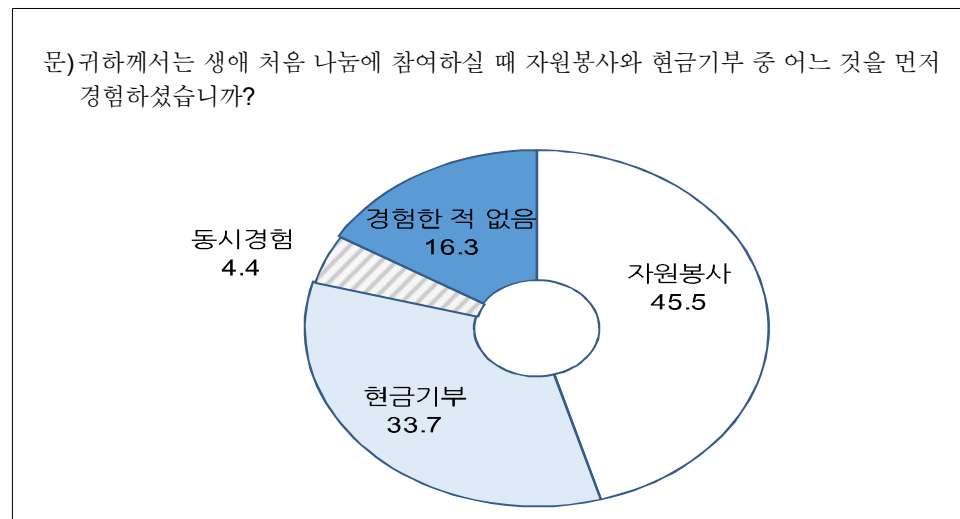
14) 처음 나눔 참여 시 우선 경험 활동

□ 전체 분석

- 생애 처음 나눔에 참여하였을 때 ‘자원봉사’를 먼저 경험하였다는 응답이 45.5%로 가장 높게 나타남
- ‘현금기부’를 먼저 경험했다는 응답은 33.7%, ‘동시 경험’했다는 응답은 4.4%로 나타남
- 생애 처음 나눔 참여시 ‘현금기부’보다 ‘자원봉사’를 먼저 경험했다는 응답률이 11.8%p 높은 것으로 조사됨

[그림 4-16] 처음 나눔 참여 시 우선 경험 활동

(단위 : %)



□ 특성별 분석

- 연령별로는 19~29세 연령층에서 ‘자원봉사’를 먼저 경험했다는 응답이 상대적으로 높게 나타남
- 직업별로 살펴보면, ‘자원봉사’를 먼저 경험했다는 응답에 대해 학생 응답자 비율이 상대적으로 높게 나타났으나, 전업주부 응답자는 다른 직업에 비해 다소 낮은 것으로 조사됨

〈표 4-18〉 처음 나눔 참여 시 우선 경험 활동

(단위 : %)

구 분		사례수	자원봉사	현금기부	동시경험	경험한 적 없음
전 체		(1,263)	45.5	33.7	4.4	16.3
성별	남 자	(642)	46.8	34.1	4.2	14.9
	여 자	(621)	44.3	33.2	4.7	17.8
연령별	1 9 ~ 2 9 세	(250)	61.4	19.7	3.8	15.1
	3 0 대	(250)	50.3	32.9	4.5	12.4
	4 0 대	(293)	38.5	40.7	3.9	16.9
	5 0 대	(284)	38.4	36.2	6.2	19.2
	6 0 대	(187)	39.9	38.5	3.6	18.0
지역별	서 울	(251)	43.6	35.1	5.2	16.1
	인 천 / 경 기	(387)	45.9	32.3	2.7	19.1
	부 산 / 울 산 / 경 남	(197)	40.2	32.4	6.7	20.7
	대 구 / 경 북	(125)	47.8	37.2	4.1	11.0
	대 전 / 충 청 / 세 종	(130)	50.3	35.3	4.7	9.7
	광 주 / 전 라	(121)	51.3	31.1	2.7	14.9
	강 원	(37)	37.5	38.2	8.8	15.4
	제 주	(15)	52.6	29.4	11.1	7.0
지역규모별	대 도시 (광 역 시)	(574)	45.3	34.0	4.7	16.1
	중 소 도 시	(630)	46.4	33.7	3.7	16.3
	군 지 역	(59)	39.6	30.8	10.1	19.6

구 분		사례수	자원봉사	현금기부	동시경험	경험한 적 없음
직업별	자 영 업	(227)	43.2	40.6	5.8	10.4
	블 루 칼 라	(132)	35.1	37.0	5.4	22.5
	화 이 트 칼 라	(495)	51.4	32.5	3.8	12.3
	전 업 주 부	(259)	34.2	35.4	4.3	26.1
	학 생	(87)	66.1	20.7	1.3	11.9
	무 직 / 기 타	(63)	48.6	22.1	7.0	22.3
학력별	중 졸 이 하	(59)	39.3	30.5	2.1	28.2
	고 졸	(368)	35.4	38.1	4.5	22.0
	대학 재학 이 상	(832)	50.6	32.1	4.6	12.8
	모 름 / 무 응 답	(4)	34.5	0.0	0.0	65.5
혼인 상태별	미 혼	(378)	56.7	24.9	3.8	14.6
	기 혼	(871)	40.4	37.6	4.8	17.2
	이 혼 / 사 별	(13)	65.8	25.1	0.0	9.1
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	46.8	35.0	6.6	11.6
	종 교 없 음	(689)	44.5	32.6	2.7	20.3
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	43.5	27.2	4.2	25.1
	200~299만원	(173)	44.3	29.2	2.5	24.0
	300~399만원	(226)	42.1	31.6	7.1	19.1
	400~499만원	(196)	46.2	39.3	3.1	11.3
	500~599만원	(226)	48.9	35.6	3.2	12.3
	600만원 이상	(229)	44.2	39.2	5.3	11.2
	모 름 / 무 응 답	(71)	55.2	24.3	5.9	14.6
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	45.8	47.2	6.7	0.4
	경 험 없 음	(590)	45.2	18.3	1.9	34.6

15) 최근 1년간 자원봉사 경험 여부

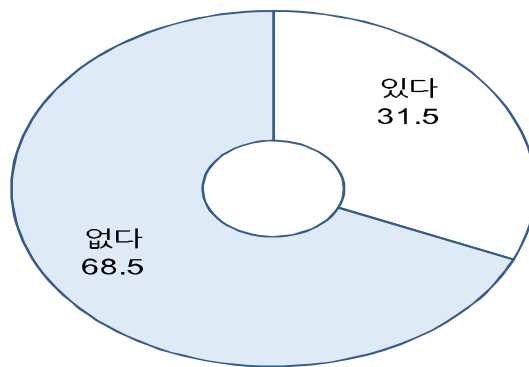
□ 전체 분석

- 최근 1년간(2016년 9월에서 2017년 8월까지) 자원봉사 경험 여부에 대해 응답자의 31.5%가 경험이 '있다'고 응답함
- 반면, 전체 응답자의 3명 중 2명(68.5%)은 최근 1년간 자원봉사 경험이 없는 것으로 나타남

[그림 4-17] 최근 1년간 자원봉사 경험 여부

(단위 : %)

문) 귀하께서는 최근 1년간(2016.9~2017.8) 자원봉사나 헌혈 활동을 하신 적이 있습니까?



□ 특성별 분석

- 특성별로 살펴보면, 학생, 월 가구수입 600만원 이상, 최근 기부 경험
이 있는 계층에서 최근 1년간 자원봉사 경험이 ‘있다’는 비중이 높게
나타남
- 반면, 무직/기타 직업에서는 다른 직업에 비해 자원봉사 경험이 ‘있다’
는 응답률이 상대적으로 낮게 조사됨

〈표 4-19〉 최근 1년간 자원봉사 경험 여부

(단위 : %)

구 분		사례수	있다	없다	계
전 체		(1,263)	31.5	68.5	100.0
성별	남 자	(642)	32.4	67.6	100.0
	여 자	(621)	30.7	69.3	100.0
연령별	1 9 ~ 2 9 세	(250)	36.6	63.4	100.0
	3 0 대	(250)	25.4	74.6	100.0
	4 0 대	(293)	33.1	66.9	100.0
	5 0 대	(284)	31.6	68.4	100.0
	6 0 대	(187)	30.3	69.7	100.0
지역별	서 울	(251)	31.8	68.2	100.0
	인 천 / 경 기	(387)	26.9	73.1	100.0
	부 산 / 울 산 / 경 남	(197)	29.1	70.9	100.0
	대 구 / 경 북	(125)	40.5	59.5	100.0
	대 전 / 충 청 / 세 중	(130)	33.9	66.1	100.0
	광 주 / 전 라	(121)	34.4	65.6	100.0
	강 원	(37)	35.2	64.8	100.0
	제 주	(15)	50.2	49.8	100.0
지역규모 별	대 도시 (광 역 시)	(574)	31.3	68.7	100.0
	중 소 도 시	(630)	32.2	67.8	100.0
	군 지 역	(59)	26.6	73.4	100.0

구 분		사례수	있다	없다	계
직업별	자 영 업	(227)	30.9	69.1	100.0
	블 루 칼 라	(132)	25.8	74.2	100.0
	화 이 트 칼 라	(495)	35.0	65.0	100.0
	전 업 주 부	(259)	26.9	73.1	100.0
	학 생	(87)	43.6	56.4	100.0
	무 직 / 기 타	(63)	21.0	79.0	100.0
학력별	중 졸 이 하	(59)	26.5	73.5	100.0
	고 졸	(368)	25.1	74.9	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	34.9	65.1	100.0
	모 름 / 무 응 답	(4)	0.0	100.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	33.0	67.0	100.0
	기 혼	(871)	30.8	69.2	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	40.3	59.7	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	37.3	62.7	100.0
	종 교 없 음	(689)	26.8	73.2	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	27.2	72.8	100.0
	200~299만원	(173)	27.5	72.5	100.0
	300~399만원	(226)	30.7	69.3	100.0
	400~499만원	(196)	31.2	68.8	100.0
	500~599만원	(226)	31.4	68.6	100.0
	600만원 이상	(229)	42.1	57.9	100.0
	모 름 / 무 응 답	(71)	19.5	80.5	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	42.0	58.0	100.0
	경 험 없 음	(590)	19.5	80.5	100.0

16) 최근 1년간 헌혈 경험 여부

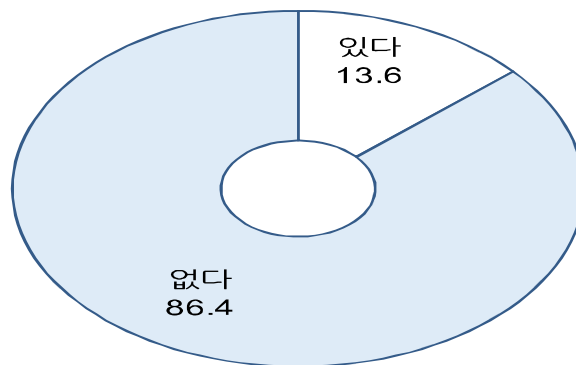
□ 전체 분석

- 2016년 9월에서 2017년 8월까지 최근 1년간 헌혈 경험 여부에 대해 13.6%가 경험이 '있다'고 응답함
- 반면, 응답자 중 86.4%가 최근 1년간 헌혈 경험이 없는 것으로 조사됨

[그림 4-18] 최근 1년간 헌혈 경험 여부

(단위 : %)

문) 귀하께서는 최근 1년간(2016.9~2017.8) 자원봉사나 헌혈 활동을 하신 적이 있습니까?



□ 특성별 분석

○ 응답자 특성별로는 남성, 연령이 낮을수록, 학생, 미혼 계층에서 최근 1년간 헌혈을 경험하였다는 응답률이 상대적으로 높게 나타나는 경향을 보임

〈표 4-20〉 최근 1년간 헌혈 경험 여부

(단위 : %)

구 분		사례수	있다	없다	계
전 체		(1,263)	13.6	86.4	100.0
성별	남 자	(642)	17.9	82.1	100.0
	여 자	(621)	9.1	90.9	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(250)	27.2	72.8	100.0
	30 대	(250)	15.8	84.2	100.0
	40 대	(293)	10.1	89.9	100.0
	50 대	(284)	9.0	91.0	100.0
	60 대	(187)	4.5	95.5	100.0
지역별	서 울	(251)	13.5	86.5	100.0
	인 천 / 경 기	(387)	12.9	87.1	100.0
	부 산 / 울 산 / 경 남	(197)	15.6	84.4	100.0
	대 구 / 경 북	(125)	10.8	89.2	100.0
	대 전 / 충 청 / 세 중	(130)	13.8	86.2	100.0
	광 주 / 전 라	(121)	16.6	83.4	100.0
	강 원	(37)	8.8	91.2	100.0
	체 주	(15)	13.0	87.0	100.0
지역규모별	대 도시 (광 역 시)	(574)	13.5	86.5	100.0
	중 소 도 시	(630)	13.9	86.1	100.0
	군 지 역	(59)	10.6	89.4	100.0
직업별	자 영 업	(227)	7.4	92.6	100.0
	블 루 칼 라	(132)	15.4	84.6	100.0
	화 이 트 칼 라	(495)	17.0	83.0	100.0
	전 업 주 부	(259)	5.0	95.0	100.0
	학 생	(87)	35.9	64.1	100.0
	무 직 / 기 타	(63)	9.2	90.8	100.0

구 분		사례수	있다	없다	계
학력별	중 졸 이 하	(59)	5.9	94.1	100.0
	고 졸	(368)	8.6	91.4	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	16.3	83.7	100.0
	모름/무응답	(4)	0.0	100.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	23.7	76.3	100.0
	기 혼	(871)	9.1	90.9	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	16.8	83.2	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	11.1	88.9	100.0
	종 교 없 음	(689)	15.6	84.4	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	7.9	92.1	100.0
	200~299만원	(173)	13.4	86.6	100.0
	300~399만원	(226)	8.8	91.2	100.0
	400~499만원	(196)	16.8	83.2	100.0
	500~599만원	(226)	12.8	87.2	100.0
	600만원 이상	(229)	17.8	82.2	100.0
	모름/무응답	(71)	20.1	79.9	100.0
최근 가부 경험별	경 험 있 음	(673)	14.8	85.2	100.0
	경 험 없 음	(590)	12.1	87.9	100.0

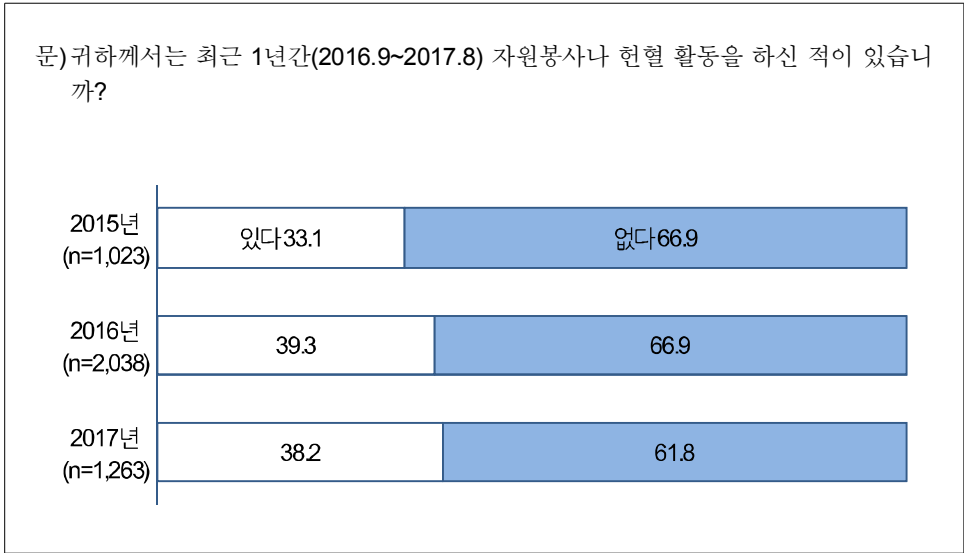
17) 최근 1년간 자원봉사/헌혈 경험 여부

□ 전체 분석

- 응답자의 38.2%는 최근 1년간 자원봉사 또는 헌혈 경험이 한 번이라도 있는 것으로 조사됨
- 전년 대비 자원봉사 또는 헌혈 경험자는 1.1%p 감소한 것으로 나타남

[그림 4-19] 최근 1년간 자원봉사/헌혈 경험 여부

(단위 : %)



□ 특성별 분석

○ 응답자 특성별로는 19~29세, 학생, 미혼, 월 가구수입 600만원 이상 계층에서 최근 1년간 자원봉사 또는 헌혈을 경험한 비율이 상대적으로 높게 나타남

〈표 4-21〉 최근 1년간 자원봉사/헌혈 경험 여부

(단위 : %)

구 분		사례수	있다	없다	계
전 체		(1,263)	38.2	61.8	100.0
성별	남 자	(642)	41.2	58.8	100.0
	여 자	(621)	35.1	64.9	100.0
연령별	1 9 ~ 2 9 세	(250)	51.8	48.2	100.0
	3 0 대	(250)	34.5	65.5	100.0
	4 0 대	(293)	37.3	62.7	100.0
	5 0 대	(284)	35.0	65.0	100.0
	6 0 대	(187)	31.4	68.6	100.0
지역별	서 울	(251)	37.4	62.6	100.0
	인 천 / 경 기	(387)	33.9	66.1	100.0
	부 산/울산/경 남	(197)	38.2	61.8	100.0
	대 구 / 경 북	(125)	44.3	55.7	100.0
	대 전/충청/세 중	(130)	41.8	58.2	100.0
	광 주 / 전 라	(121)	42.1	57.9	100.0
	강 원	(37)	37.4	62.6	100.0
	제 주	(15)	53.4	46.6	100.0
지역규모별	대 도시 (광역 시)	(574)	37.9	62.1	100.0
	중 소 도 시	(630)	38.9	61.1	100.0
	군 지 역	(59)	34.1	65.9	100.0
직업별	자 영 업	(227)	35.6	64.4	100.0
	블 루 칼 라	(132)	32.9	67.1	100.0
	화 이 트 칼 라	(495)	42.1	57.9	100.0
	전 업 주 부	(259)	30.1	69.9	100.0
	학 생	(87)	62.3	37.7	100.0
	무 직 / 기 타	(63)	28.9	71.1	100.0

구 분		사례수	있다	없다	계
학력별	중 졸 이 하	(59)	28.4	71.6	100.0
	고 졸	(368)	29.6	70.4	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	42.9	57.1	100.0
	모름/무응답	(4)	0.0	100.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	46.3	53.7	100.0
	기 혼	(871)	34.7	65.3	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	40.3	59.7	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	41.6	58.4	100.0
	종 교 없 음	(689)	35.4	64.6	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	32.3	67.7	100.0
	200~299만원	(173)	35.6	64.4	100.0
	300~399만원	(226)	34.6	65.4	100.0
	400~499만원	(196)	38.3	61.7	100.0
	500~599만원	(226)	38.1	61.9	100.0
	600만원 이상	(229)	49.6	50.4	100.0
	모름/무응답	(71)	31.2	68.8	100.0
최근 가부 경험별	경 험 있 음	(673)	47.6	52.4	100.0
	경 험 없 음	(590)	27.5	72.5	100.0

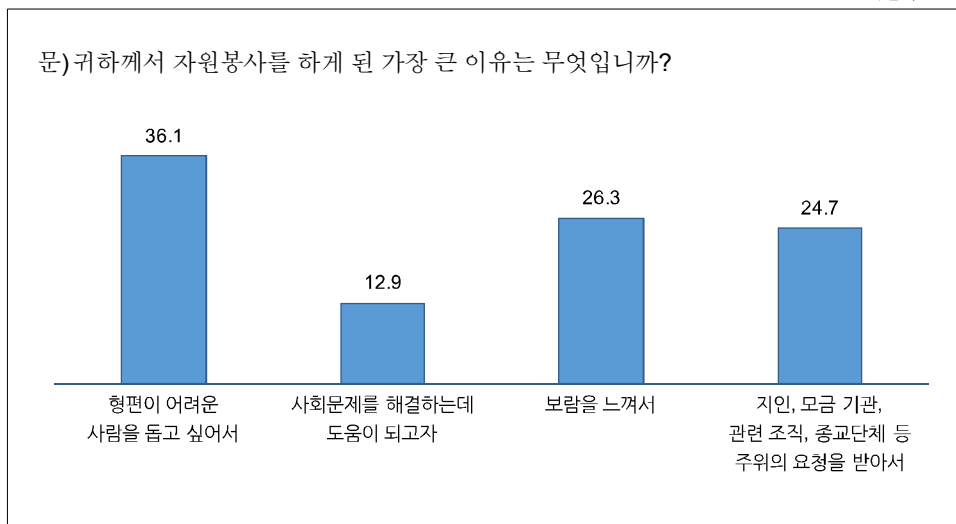
18) 자원봉사를 하게 된 이유

□ 전체 분석

- 최근 1년간 자원봉사를 경험한 적이 있다는 응답자(n=398)를 대상으로 자원봉사를 하게 된 이유에 대해 질문한 결과, ‘형편이 어려운 사람을 돕고 싶어서’가 36.1%로 가장 높은 응답률을 보임
- 다음으로는 ‘보람을 느껴서(26.3%)’, ‘지인, 모금 기관, 관련 조직, 종교단체 등 주위의 요청을 받아서(24.7%)’, ‘사회문제를 해결하는데 도움이 되고자(12.9%)’ 등의 순으로 나타남

[그림 4-20] 자원봉사를 하게 된 이유

(단위 : %)



□ 특성별 분석

- ‘형편이 어려운 사람을 돕고 싶어서’ 응답에 대해 60대, 서울, 자영업 계층 응답자가 상대적으로 높은 응답률을 보임
- ‘보람을 느껴서’ 응답에 대해서는 30대, 블루칼라, 월 가구수입 200만원 미만 계층 응답자의 비중이 높은 것으로 조사됨

〈표 4-22〉 자원봉사를 하게 된 이유

(단위 : %)

구 분		사례수	형편이 어려운 사람을 돕고 싶어서	사회문제를 해결하는데 도움이 되고자	보람을 느껴서	지인, 모금 기관, 관련 조직, 종교단체 등 주위의 요청을 받아서	계
전 체		(398)	36.1	12.9	26.3	24.7	100.0
성별	남 자	(208)	39.8	14.1	26.7	19.4	100.0
	여 자	(190)	32.0	11.6	25.9	30.4	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(92)	39.7	13.8	22.1	24.4	100.0
	30 대	(63)	29.4	8.7	39.5	22.5	100.0
	40 대	(97)	34.6	12.9	18.8	33.7	100.0
	50 대	(90)	35.2	14.8	30.3	19.7	100.0
	60 대	(56)	41.7	13.2	24.9	20.3	100.0
지역별	서 울	(80)	47.7	9.1	20.9	22.3	100.0
	인 천 / 경 기	(104)	38.0	15.2	30.9	15.9	100.0
	부산/울산/경 남	(57)	27.0	12.5	27.8	32.7	100.0
	대 구 / 경 북	(50)	33.4	11.5	30.6	24.5	100.0
	대 전 / 충청/세 종	(44)	29.7	11.7	29.4	29.2	100.0
	광 주 / 전 라	(42)	36.0	17.7	14.6	31.6	100.0
	강 원	(13)	31.9	6.0	25.9	36.2	100.0
	세 주	(8)	19.6	26.7	26.2	27.5	100.0
지역규모 별	대 도시 (광역 시)	(180)	40.0	10.1	24.2	25.7	100.0
	중 소 도 시	(203)	30.6	15.1	29.3	24.9	100.0
	군 지 역	(16)	61.2	16.9	11.2	10.7	100.0

구 분		사례수	형편이 어려운 사람을 돕고 싶어서	사회문제를 해결하는데 도움이 되고자	보람을 느껴서	지인, 모금 기관, 관련 조직, 종교단체 등 주위의 요청을 받아서	계
직업별	자 영 업	(70)	42.3	15.4	19.3	22.9	100.0
	블 루 칼 라	(34)	38.3	5.8	33.6	22.3	100.0
	화 이 트 칼 라	(173)	33.2	12.6	27.7	26.6	100.0
	전 업 주 부	(70)	32.7	9.1	29.6	28.6	100.0
	학 생	(38)	40.2	20.4	20.3	19.1	100.0
	무 직 / 기 타	(13)	41.2	21.1	26.2	11.5	100.0
학력별	중 졸 이 하	(16)	57.7	15.3	16.9	10.1	100.0
	고 졸	(92)	37.0	13.4	27.0	22.6	100.0
	대학 재학 이 상	(290)	34.6	12.6	26.6	26.2	100.0
혼인 상태별	미 혼	(125)	35.6	15.9	26.1	22.4	100.0
	기 혼	(268)	36.3	11.8	26.0	25.9	100.0
	이 혼 / 사 별	(5)	35.2	0.0	43.8	21.0	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(214)	36.6	10.3	27.7	25.3	100.0
	종 교 없 음	(184)	35.5	15.9	24.6	24.0	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(38)	29.0	21.3	29.8	19.9	100.0
	200~299만원	(48)	34.1	15.3	23.9	26.6	100.0
	300~399만원	(70)	40.3	11.0	21.4	27.3	100.0
	400~499만원	(61)	39.1	19.2	23.0	18.7	100.0
	500~599만원	(71)	37.5	6.1	28.4	28.0	100.0
	600만원 이상	(96)	32.9	11.5	28.8	26.8	100.0
	모름/무응답	(14)	43.1	7.7	35.6	13.6	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(283)	37.5	12.5	27.3	22.7	100.0
	경 험 없 음	(115)	32.6	14.0	23.8	29.6	100.0

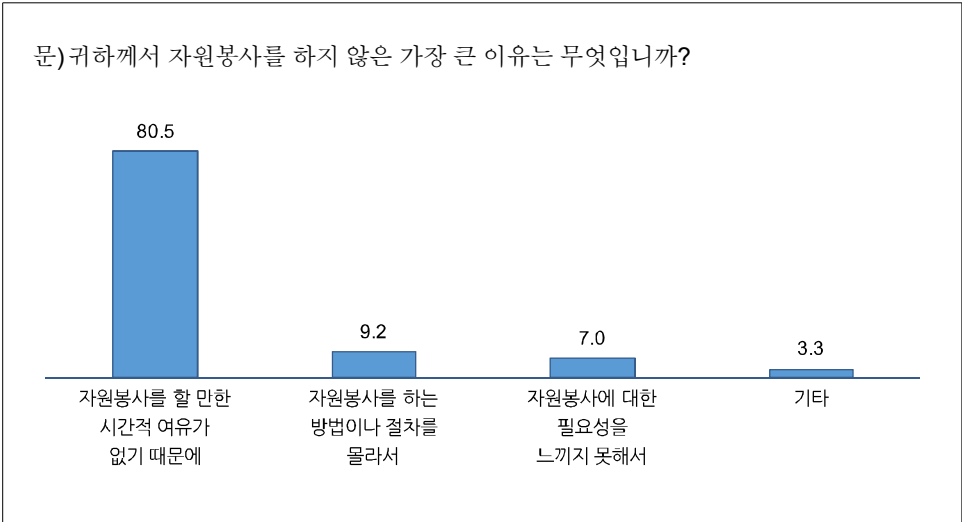
19) 자원봉사를 하지 않은 이유

□ 전체 분석

- 최근 1년간 자원봉사를 경험한 적이 없는 응답자(n=865)에게 자원봉사를 하지 않은 이유에 대해 질문한 결과, ‘자원봉사를 할 만한 시간적 여유가 없기 때문에’가 80.5%로 가장 높은 비율을 보임
- ‘자원봉사를 하는 방법이나 절차를 몰라서’는 9.2%, ‘자원봉사에 대한 필요성을 느끼지 못해서’는 7.0%의 응답률을 보임

[그림 4-21] 자원봉사를 하지 않은 이유

(단위 : %)



□ 특성별 분석

- 직업별로는 ‘자원봉사를 할 만한 시간적 여유가 없기 때문에’에 대한 응답이 블루칼라에서 가장 높게 나타난 반면, 무직/기타는 다른 직업에 비해 다소 낮게 나타남
- 또한, 30대, 광주/전라, 대학 재학 이상, 기혼 응답자 계층에서 ‘자원봉사를 할 만한 시간적 여유가 없기 때문에’에 대한 응답률이 상대적으로 높게 나타남

〈표 4-23〉 자원봉사를 하지 않은 이유

(단위 : %)

구 분		사례수	자원봉사를 할 만한 시간적 여유가 없기 때문에	자원봉사를 하는 방법이나 절차를 몰라서	자원봉사에 대한 필요성을 느끼지 못해서	기타	계
전 체		(865)	80.5	9.2	7.0	3.3	100.0
성별	남 자	(434)	79.6	8.0	8.3	4.1	100.0
	여 자	(431)	81.4	10.5	5.6	2.6	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(158)	78.8	5.0	15.4	0.8	100.0
	30 대	(186)	86.7	9.0	4.0	0.3	100.0
	40 대	(196)	79.7	13.4	5.2	1.6	100.0
	50 대	(194)	82.6	7.8	5.0	4.5	100.0
	60 대	(130)	71.5	10.5	6.3	11.7	100.0
지역별	서울	(171)	80.9	8.5	9.1	1.6	100.0
	인천 / 경기	(283)	78.2	9.8	7.1	4.9	100.0
	부산/울산/경남	(140)	82.7	11.5	5.1	0.7	100.0
	대구 / 경북	(74)	80.5	8.1	7.8	3.7	100.0
	대전/충청/세종	(86)	81.6	6.5	6.8	5.0	100.0
	광주 / 전라	(79)	86.5	7.2	4.2	2.1	100.0
	강원	(24)	79.3	13.7	3.6	3.4	100.0
지역 규모별	제주	(8)	44.2	14.9	20.6	20.3	100.0
	대도시(광역시)	(394)	81.2	9.7	7.6	1.5	100.0
	중소도시	(427)	80.1	8.7	6.3	4.9	100.0
군 지역		(43)	77.3	11.1	7.2	4.5	100.0

구 분		사례수	자원봉사를 할 만한 시간적 여유가 없기 때문에	자원봉사를 하는 방법이나 절차를 몰라서	자원봉사에 대한 필요성을 느끼지 못해서	기타	계
직업별	자 영 업	(157)	79.5	8.0	7.8	4.6	100.0
	블 루 칼 라	(98)	86.7	3.3	9.2	0.8	100.0
	화 이 트 칼 라	(322)	84.2	9.7	4.7	1.4	100.0
	전 업 주 부	(189)	75.8	14.0	6.3	3.9	100.0
	학 생	(49)	79.8	2.5	17.7	0.0	100.0
	무 직 / 기 타	(50)	65.8	10.2	6.1	18.0	100.0
학력별	중 졸 이 하	(44)	75.7	11.7	1.3	11.3	100.0
	고 졸	(276)	76.9	9.1	7.0	7.0	100.0
	대학 재학 이 상	(542)	83.0	9.2	7.2	0.6	100.0
	모 름 / 무 응 답	(4)	30.1	0.0	35.3	34.5	100.0
혼인 상태별	미 혼	(253)	77.8	9.1	11.4	1.7	100.0
	기 혼	(603)	82.0	9.4	5.2	3.4	100.0
	이 혼 / 사 별	(8)	51.4	0.0	0.0	48.6	100.0
종교 유무별	종 교 있 음	(360)	82.3	8.5	4.6	4.6	100.0
	종 교 없 음	(505)	79.2	9.8	8.6	2.4	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(103)	73.6	7.2	4.0	15.1	100.0
	200~299만원	(125)	85.1	9.3	3.6	2.0	100.0
	300~399만원	(157)	82.6	11.8	4.8	0.8	100.0
	400~499만원	(135)	83.3	8.2	7.6	1.0	100.0
	500~599만원	(155)	78.3	11.0	9.4	1.4	100.0
	600만원 이상	(133)	78.2	9.9	11.0	0.9	100.0
	모 름 / 무 응 답	(57)	81.8	1.8	8.0	8.5	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(390)	81.5	10.0	4.7	3.8	100.0
	경 험 없 음	(475)	79.6	8.6	8.8	2.9	100.0

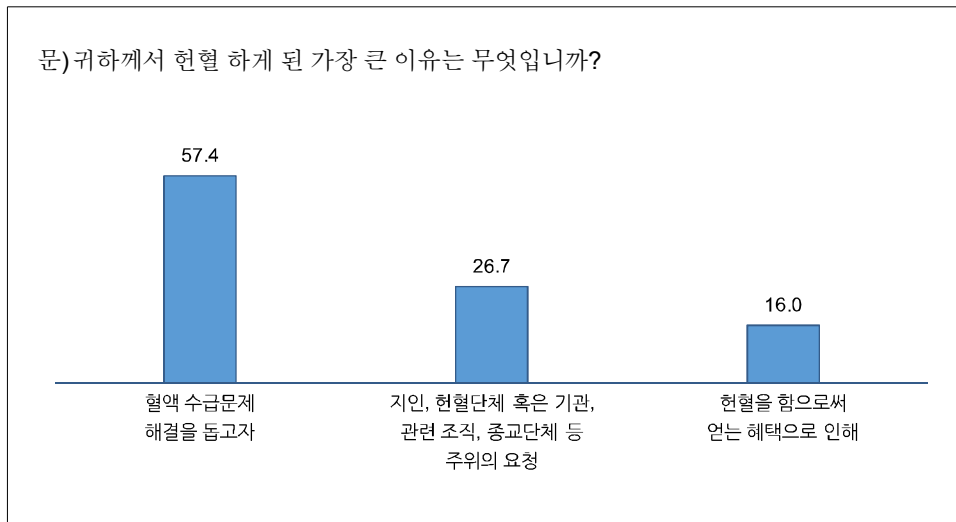
20) 헌혈을 하게 된 이유

□ 전체 분석

- 최근 1년간 헌혈 경험이 있다는 응답자(n=171) 중 57.4%가 ‘혈액 수급문제 해결을 돕고자’ 헌혈을 하게 되었다고 응답함
- 다음으로는 ‘지인, 헌혈단체 혹은 기관, 관련 조직, 종교단체 등 주위의 요청’이 26.7%, ‘헌혈을 함으로써 얻는 혜택으로 인해’가 16.0%의 응답률을 보임

[그림 4-22] 헌혈을 하게 된 이유

(단위 : %)



□ 특성별 분석

- 지역별로 살펴보면, ‘지인, 헌혈단체 혹은 기관, 관련 조직, 종교단체 등 주위의 요청’으로 헌혈을 하였다는 응답이 인천/경기 지역에서 상대적으로 높게 나타남
- 직업별로는 ‘혈액 수급문제 해결을 돕고자’에 대해 자영업 응답자 비율이 높게 나타난 반면, 학생 응답자 비율을 다른 직업에 비해 다소 낮게 나타남

〈표 4-24〉 헌혈을 하게 된 이유

(단위 : %)

구 분		사례수	혈액 수급문제 해결을 돕고자	지인, 헌혈단체 혹은 기관, 관련 조직, 종교단체 등 주위의 요청	헌혈을 함으로써 얻는 혜택으로 인해	계
전 체		(171)	57.4	26.7	16.0	100.0
성별	남 자	(115)	57.4	26.2	16.5	100.0
	여 자	(56)	57.4	27.6	15.0	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(68)	49.2	27.0	23.9	100.0
	30 대	(39)	59.2	21.0	19.8	100.0
	40 대	(30)	59.4	37.2	3.4	100.0
	50 대	(26)	60.0	31.0	9.0	100.0
	60 대	(8)	100.0	0.0	0.0	100.0
지역별	서울	(34)	73.0	6.7	20.4	100.0
	인천 / 경기	(50)	49.6	36.5	13.9	100.0
	부산/울산/경남	(31)	59.2	25.9	14.9	100.0
	대구 / 경북	(13)	65.3	21.1	13.6	100.0
	대전/충청/세종	(18)	40.0	35.0	25.0	100.0
	광주 / 전라	(20)	52.9	33.9	13.1	100.0
	강원	(3)	76.4	23.6	0.0	100.0
	제주	(2)	75.9	24.1	0.0	100.0
지역 규모별	대도시(광역시)	(78)	58.9	22.2	18.8	100.0
	중소도시	(87)	55.8	29.7	14.6	100.0
	군 지역	(6)	60.6	39.4	0.0	100.0

구 분		사례수	혈액 수급문제 해결을 돕고자	지인, 헌혈단체 혹은 기관, 관련 조직, 종교단체 등 주위의 요청	헌혈을 함으로써 얻는 혜택으로 인해	계
직업 별	자 영 업	(17)	73.8	9.2	17.0	100.0
	블 루 칼 라	(20)	63.6	15.2	21.2	100.0
	화 이 트 칼 라	(84)	58.3	29.8	11.9	100.0
	전 업 주 부	(13)	62.1	30.9	7.0	100.0
	학 생	(31)	38.9	38.3	22.9	100.0
	무 직 / 기 타	(6)	63.8	0.0	36.2	100.0
학력 별	중 졸 이 하	(3)	65.0	0.0	35.0	100.0
	고 졸	(32)	65.4	18.0	16.6	100.0
	대학 재학 이 상	(136)	55.3	29.4	15.3	100.0
혼인 상태 별	미 혼	(90)	51.1	25.0	23.9	100.0
	기 혼	(79)	63.2	29.3	7.5	100.0
	이 혼 / 사 별	(2)	100.0	0.0	0.0	100.0
종교 유무 별	종 교 있 음	(64)	61.0	25.8	13.2	100.0
	종 교 없 음	(107)	55.2	27.2	17.6	100.0
월가 구입 수입 별	200만원 미만	(11)	53.4	18.5	28.1	100.0
	200~299만원	(23)	56.7	32.1	11.2	100.0
	300~399만원	(20)	53.3	37.0	9.6	100.0
	400~499만원	(33)	63.0	21.1	15.8	100.0
	500~599만원	(29)	66.3	14.4	19.3	100.0
	600만원 이상	(41)	57.2	34.5	8.3	100.0
	모 름 / 무 응 답	(14)	36.3	24.9	38.8	100.0
근부 경험 별	경 험 있 음	(100)	59.6	21.7	18.7	100.0
	경 험 없 음	(71)	54.3	33.5	12.2	100.0

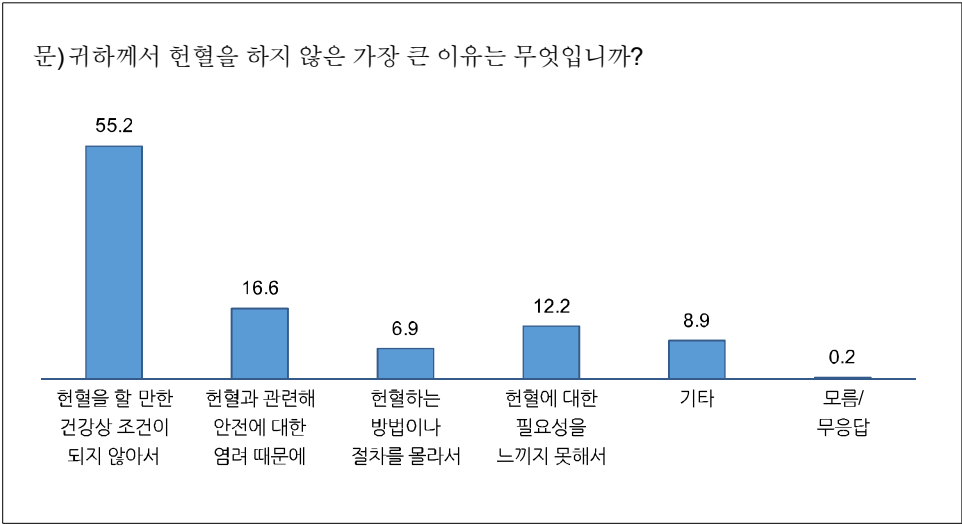
21) 헌혈을 하지 않은 이유

□ 전체 분석

- 최근 1년간 헌혈을 하지 않은 응답자(n=1,092) 중 절반 이상 (55.2%)이 ‘헌혈을 할 만한 건강상 조건이 되지 않아서’ 헌혈을 하지 않았다고 응답함
- 다음으로는 ‘헌혈과 관련해 안전에 대한 염려 때문에(16.6%)’, ‘헌혈에 대한 필요성을 느끼지 못해서(12.2%)’ 등의 순으로 나타남

[그림 4-23] 헌혈을 하지 않은 이유

(단위 : %)



□ 특성별 분석

- 연령별로 살펴보면, 60대 연령층에서 ‘헌혈을 할 만한 건강상 조건이 되지 않아서’에 대한 응답률이 높게 나타난 반면, 30대 연령층에서는 다른 연령층에 비해 다소 낮게 나타남
- 또한, 학력 수준이 낮아질수록, 월 가구수입 200만원 미만 계층에서 ‘헌혈을 할 만한 건강상 조건이 되지 않아서’에 대한 응답률이 높게 나타남

〈표 4-25〉 헌혈을 하지 않은 이유

(단위 : %)

구 분		사례수	헌혈을 할 만한 건강상 조건이 되지 않아서	헌혈과 관련해 안전에 대한 염려 때문에	헌혈하는 방법이나 절차를 몰라서	헌혈에 대한 필요성을 느끼지 못해서	기타	모름/무응답	계
전 체		(1,092)	55.2	16.6	6.9	12.2	8.9	0.2	100.0
성별	남 자	(527)	46.0	14.4	8.2	17.9	13.1	0.4	100.0
	여 자	(564)	63.7	18.7	5.8	6.9	4.9	0.0	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(182)	49.7	17.2	3.5	21.4	6.9	1.2	100.0
	30 대	(210)	44.0	20.0	6.7	15.5	13.8	0.0	100.0
	40 대	(263)	49.6	19.1	7.8	13.0	10.5	0.0	100.0
	50 대	(259)	62.7	13.9	7.9	7.4	8.1	0.0	100.0
	60 대	(178)	71.2	12.2	8.1	4.9	3.6	0.0	100.0
지역별	서울	(217)	52.4	19.6	4.6	14.8	7.6	1.0	100.0
	인천 / 경기	(337)	53.5	17.6	8.7	13.5	6.7	0.0	100.0
	부산/울산/경남	(166)	60.8	14.7	8.2	9.1	7.2	0.0	100.0
	대구 / 경북	(111)	57.7	13.1	6.2	10.4	12.6	0.0	100.0
	대전/충청/세종	(112)	56.9	13.5	7.9	10.4	11.2	0.0	100.0
	광주 / 전라	(101)	57.3	19.5	4.9	11.6	6.7	0.0	100.0
	강원	(33)	31.6	15.0	4.9	14.7	33.8	0.0	100.0
지역규모별	제주	(13)	78.6	3.4	3.4	7.5	7.0	0.0	100.0
	대도시(광역시)	(497)	56.4	17.6	5.9	12.4	7.2	0.4	100.0
	중소도시	(543)	53.5	16.5	7.5	12.6	10.0	0.0	100.0
	군지역	(53)	61.1	8.5	10.4	7.1	12.9	0.0	100.0

구 분		사례수	헌혈을 할 만한 건강상 조건이 되지 않아서	헌혈과 관련해 안전에 대한 염려 때문에	헌혈하는 방법이나 절차를 몰라서	헌혈에 대한 필요성을 느끼지 못해서	기타	모름/ 무응답	계
직업 별	자 영 업	(210)	55.2	12.5	7.4	13.5	11.3	0.0	100.0
	블 루 칼 라	(112)	51.3	7.6	11.9	13.4	15.8	0.0	100.0
	화 이 트 칼 라	(411)	48.3	19.0	5.2	16.6	10.6	0.3	100.0
	전 업 주 부	(246)	64.1	20.6	8.5	3.9	3.0	0.0	100.0
	학 생	(56)	62.5	22.6	6.4	8.5	0.0	0.0	100.0
	무 직 / 기 타	(57)	66.2	9.2	1.6	13.5	7.6	1.9	100.0
학력 별	중 졸 이 하	(56)	69.7	6.6	14.0	1.4	8.4	0.0	100.0
	고 졸	(336)	59.9	12.2	7.9	10.6	9.1	0.3	100.0
	대학 재학 이 상	(696)	51.8	19.6	5.9	13.8	8.7	0.2	100.0
	모름/무응답	(4)	34.5	0.0	0.0	35.3	30.1	0.0	100.0
혼인 상태 별	미 혼	(288)	47.8	18.4	3.5	21.6	8.4	0.4	100.0
	기 혼	(792)	57.6	16.1	8.1	9.0	9.0	0.1	100.0
	이 혼 / 사 별	(11)	71.8	6.6	11.4	0.0	10.2	0.0	100.0
종교 유무 별	종 교 있 음	(510)	58.5	15.8	8.1	8.8	8.9	0.0	100.0
	종 교 없 음	(582)	52.3	17.3	5.9	15.2	8.8	0.4	100.0
월가 구입 수 별	200만원 미만	(130)	69.8	7.6	9.4	5.9	7.3	0.0	100.0
	200~299만원	(150)	63.6	14.6	6.1	11.2	4.5	0.0	100.0
	300~399만원	(206)	52.9	17.9	4.5	15.2	9.6	0.0	100.0
	400~499만원	(163)	51.2	20.7	8.1	9.7	10.3	0.0	100.0
	500~599만원	(197)	54.0	16.4	6.2	13.3	10.2	0.0	100.0
	600만원 이상	(188)	46.1	19.5	8.0	14.5	10.8	1.2	100.0
	모름/무응답	(57)	53.6	17.2	8.0	14.9	6.4	0.0	100.0
최근 부 경험 별	경 험 있 음	(573)	56.5	15.6	7.2	9.7	11.0	0.0	100.0
	경 험 없 음	(518)	53.7	17.8	6.6	15.0	6.5	0.4	100.0

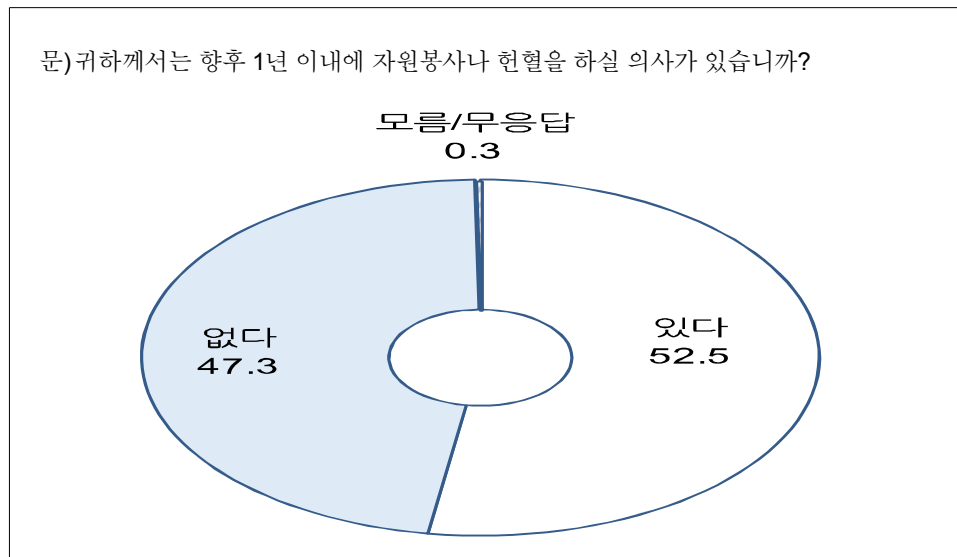
22) 향후 1년 이내 자원봉사 의향

□ 전체 분석

- 향후 1년 이내에 자원봉사를 할 의향이 있는지 질문한 결과, 응답자 중 52.5%가 자원봉사를 할 의향이 '있다'고 응답함
- 반면, 47.3%의 응답자는 자원봉사를 할 의향이 '없다'고 응답함

[그림 4-24] 향후 1년 이내 자원봉사 의향

(단위 : %)



□ 특성별 분석

- 응답자 특성별로는 남성, 40대, 화이트칼라와 학생, 미혼 계층에서 향후 1년 이내 자원봉사를 할 의향이 '있다'는 응답률이 상대적으로 높게 나타남
- 학력 수준과 월 가구수입이 높아질수록, 최근 기부 경험이 있는 계층 또한 자원봉사를 할 의향이 '있다'는 응답률이 높은 경향을 보임

〈표 4-26〉 향후 1년 이내 자원봉사 의향

(단위 : %)

구 분		사례수	있다	없다	모름/무응답	계
전 체		(1,263)	52.5	47.3	0.3	100.0
성별	남 자	(642)	55.6	44.0	0.3	100.0
	여 자	(621)	49.2	50.6	0.2	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(250)	57.0	43.0	0.0	100.0
	30 대	(250)	50.0	49.6	0.5	100.0
	40 대	(293)	59.0	41.0	0.0	100.0
	50 대	(284)	51.3	48.3	0.4	100.0
	60 대	(187)	41.4	58.1	0.5	100.0
지역별	서울	(251)	52.8	47.2	0.0	100.0
	인천 / 경기	(387)	52.1	47.3	0.6	100.0
	부산/울산/경남	(197)	47.4	52.1	0.5	100.0
	대구 / 경북	(125)	52.3	47.7	0.0	100.0
	대전/충청/세종	(130)	55.4	44.6	0.0	100.0
	광주 / 전라	(121)	55.1	44.9	0.0	100.0
	강원	(37)	57.5	42.5	0.0	100.0
	제주	(15)	65.7	34.3	0.0	100.0
지역규모별	대도시(광역시)	(574)	51.0	48.8	0.2	100.0
	중소도시	(630)	54.2	45.4	0.4	100.0
	군 지역	(59)	48.0	52.0	0.0	100.0

구 분		사례수	있다	없다	모름/무응답	계
직업별	자 영 업	(227)	51.2	48.8	0.0	100.0
	블 루 칼 라	(132)	48.7	51.3	0.0	100.0
	화 이 트 칼 라	(495)	58.1	41.9	0.0	100.0
	전 업 주 부	(259)	45.2	54.4	0.4	100.0
	학 생	(87)	58.7	41.3	0.0	100.0
	무 직 / 기 타	(63)	42.6	54.0	3.4	100.0
학력별	중 졸 이 하	(59)	35.0	63.4	1.6	100.0
	고 졸	(368)	47.2	52.8	0.0	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	56.3	43.4	0.3	100.0
	모름/무응답	(4)	0.0	100.0	0.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	55.8	44.2	0.0	100.0
	기 혼	(871)	51.1	48.5	0.4	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	51.2	48.8	0.0	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	56.5	43.4	0.2	100.0
	종 교 없 음	(689)	49.2	50.5	0.3	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	41.6	58.4	0.0	100.0
	200~299만원	(173)	45.8	54.2	0.0	100.0
	300~399만원	(226)	52.2	47.8	0.0	100.0
	400~499만원	(196)	57.9	42.1	0.0	100.0
	500~599만원	(226)	54.8	45.2	0.0	100.0
	600만원 이상	(229)	64.3	35.1	0.5	100.0
	모름/무응답	(71)	30.5	66.5	2.9	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	62.3	37.5	0.2	100.0
	경 험 없 음	(590)	41.3	58.4	0.4	100.0

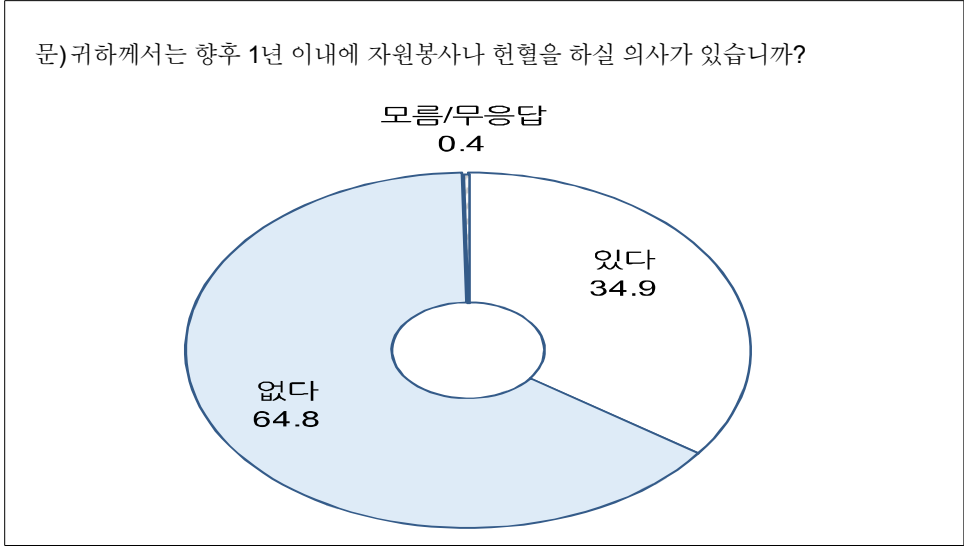
23) 향후 1년 이내 헌혈 의향

□ 전체 분석

- 향후 1년 이내에 헌혈 활동에 참여할 의향이 있는지 물어본 결과, 참여할 의향이 ‘있다’는 응답이 34.9%로 나타남
- 반면, 응답자의 64.8%는 향후 1년 이내 헌혈 활동에 참여할 의향이 없는 것으로 나타났으며, ‘모름/무응답’은 0.4%로 조사됨

[그림 4-25] 향후 1년 이내 헌혈 의향

(단위 : %)



□ 특성별 분석

○ 응답자 특성별로는 남성과 연령이 낮을수록, 학생과 미혼 계층에서 향후 1년 이내 헌혈 참여 의향이 ‘있다’는 비중이 상대적으로 높게 나타난다

〈표 4-27〉 향후 1년 이내 헌혈 의향

(단위 : %)

구 분		사례수	있다	없다	모름/무응답	계
전 체		(1,263)	34.9	64.8	0.4	100.0
성별	남 자	(642)	43.8	55.9	0.3	100.0
	여 자	(621)	25.7	74.0	0.4	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(250)	50.2	49.8	0.0	100.0
	30 대	(250)	41.5	57.6	0.9	100.0
	40 대	(293)	36.4	63.6	0.0	100.0
	50 대	(284)	26.6	72.9	0.4	100.0
	60 대	(187)	15.5	84.0	0.5	100.0
지역별	서울	(251)	30.2	69.8	0.0	100.0
	인천 / 경기	(387)	34.4	64.7	0.9	100.0
	부산/울산/경남	(197)	33.3	66.2	0.5	100.0
	대구 / 경북	(125)	28.9	71.1	0.0	100.0
	대전/충청/세종	(130)	45.3	54.7	0.0	100.0
	광주 / 전라	(121)	42.6	57.4	0.0	100.0
	강원	(37)	41.7	58.3	0.0	100.0
	제주	(15)	25.4	74.6	0.0	100.0
지역규모별	대도시(광역시)	(574)	31.0	68.8	0.2	100.0
	중소도시	(630)	39.0	60.5	0.6	100.0
	군 지역	(59)	27.8	72.2	0.0	100.0
직업별	자영업	(227)	28.8	71.2	0.0	100.0
	블루칼라	(132)	37.3	62.7	0.0	100.0
	화이트칼라	(495)	44.1	55.9	0.0	100.0
	전업주부	(259)	18.4	80.8	0.9	100.0
	학생	(87)	47.7	52.3	0.0	100.0
	무직 / 기타	(63)	29.7	66.9	3.4	100.0

구 분		사례수	있다	없다	모름/무응답	계
학력별	중 졸 이 하	(59)	20.9	77.6	1.6	100.0
	고 졸	(368)	27.2	72.8	0.0	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	39.4	60.2	0.4	100.0
	모름/무응답	(4)	0.0	100.0	0.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	47.6	52.4	0.0	100.0
	기 혼	(871)	29.4	70.1	0.5	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	30.8	69.2	0.0	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	31.5	68.4	0.2	100.0
	종 교 없 음	(689)	37.7	61.8	0.5	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	21.2	78.8	0.0	100.0
	200~299만원	(173)	33.5	66.5	0.0	100.0
	300~399만원	(226)	31.7	68.3	0.0	100.0
	400~499만원	(196)	41.4	58.6	0.0	100.0
	500~599만원	(226)	39.9	60.1	0.0	100.0
	600만원 이상	(229)	38.6	60.4	1.0	100.0
	모름/무응답	(71)	29.1	68.0	2.9	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	38.6	61.0	0.4	100.0
	경 험 없 음	(590)	30.5	69.1	0.4	100.0

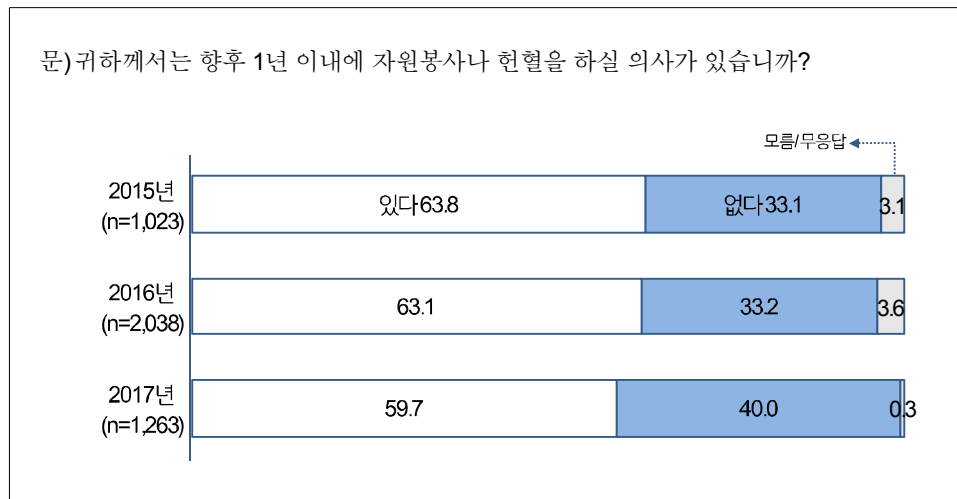
24) 향후 1년 이내 자원봉사/헌혈 의향

□ 전체 분석

- 응답자의 59.7%는 향후 1년 이내 자원봉사 또는 헌혈에 참여할 의향이 있는 것으로 나타남
- 향후 1년 이내 자원봉사 또는 헌혈 참여 의향은 2016년 대비 3.4%p 감소한 것으로 조사됨

[그림 4-26] 향후 1년 이내 자원봉사/헌혈 의향

(단위 : %)



□ 특성별 분석

- 응답자 특성별로는 19~29세, 중소도시, 학생, 미혼, 월 가구수입 600만원 이상 계층에서 향후 1년 이내 자원봉사/헌혈 참여 의향이 상대적으로 높은 것으로 나타남
- 또한, 학력 수준이 높아질수록, 최근 기부 경험에 있는 계층에서 참여 의향이 '있다'는 비중이 높게 나타남

〈표 4-28〉 향후 1년 이내 자원봉사/헌혈 의향

(단위 : %)

구 분		사례수	있다	없다	모름/무응답	계
전 체		(1,263)	59.7	40.0	0.3	100.0
성별	남 자	(642)	65.1	34.6	0.3	100.0
	여 자	(621)	54.1	45.7	0.2	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(250)	67.8	32.2	0.0	100.0
	30 대	(250)	61.0	38.5	0.5	100.0
	40 대	(293)	64.4	35.6	0.0	100.0
	50 대	(284)	57.1	42.5	0.4	100.0
	60 대	(187)	43.8	55.7	0.5	100.0
지역별	서울	(251)	58.1	41.9	0.0	100.0
	인천 / 경기	(387)	59.3	40.1	0.6	100.0
	부산/울산/경남	(197)	55.4	44.1	0.5	100.0
	대구 / 경북	(125)	57.0	43.0	0.0	100.0
	대전/충청/세종	(130)	67.7	32.3	0.0	100.0
	광주 / 전라	(121)	63.2	36.8	0.0	100.0
	강원	(37)	64.0	36.0	0.0	100.0
	제주	(15)	68.8	31.2	0.0	100.0
지역규모별	대도시(광역시)	(574)	56.2	43.7	0.2	100.0
	중소도시	(630)	63.2	36.4	0.4	100.0
	군 지역	(59)	56.3	43.7	0.0	100.0

구 분		사례수	있다	없다	모름/무응답	계
직업별	자 영 업	(227)	57.0	43.0	0.0	100.0
	블 루 칼 라	(132)	58.9	41.1	0.0	100.0
	화 이 트 칼 라	(495)	66.7	33.3	0.0	100.0
	전 업 주 부	(259)	48.5	51.1	0.4	100.0
	학 생	(87)	70.1	29.9	0.0	100.0
	무 직 / 기 타	(63)	48.3	48.2	3.4	100.0
학력별	중 졸 이 하	(59)	38.5	59.9	1.6	100.0
	고 졸	(368)	53.9	46.1	0.0	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	64.0	35.7	0.0	100.0
	모름/무응답	(4)	0.0	100.0	0.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	65.7	34.3	0.0	100.0
	기 혼	(871)	57.2	42.4	0.4	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	51.2	48.8	0.0	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	63.0	36.9	0.2	100.0
	종 교 없 음	(689)	57.0	42.7	0.3	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	45.9	54.1	0.0	100.0
	200~299만원	(173)	55.4	44.6	0.0	100.0
	300~399만원	(226)	58.3	41.7	0.0	100.0
	400~499만원	(196)	65.7	34.3	0.0	100.0
	500~599만원	(226)	63.9	36.1	0.0	100.0
	600만원 이상	(229)	69.8	29.7	0.5	100.0
	모름/무응답	(71)	39.8	57.3	2.9	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	68.7	31.1	0.2	100.0
	경 험 없 음	(590)	49.4	50.3	0.4	100.0

24) 최근 3년간 나눔 참여 현황

□ 전체 분석

- 최근 3년간 나눔 참여율은 2015년 60.7%에서 2017년 66.6%로 상승함
- 그러나 최근 1년간 나눔 참여율은 0.4%p 하락함

〈표 4-29〉 최근 3년간 나눔 참여 현황

구분	사례 수	기부 참여율	자원봉사 참여율	헌혈참여율	나눔참여율
2015년	1,023 명	50.7%	—	—	60.7%
2016년	2,038 명	52.7%	30.4%	16.6%	67.0%
2017년	1,263 명	53.3%	31.5%	13.6%	66.6%
GAP (2017년 -2016년)	—	+0.6%p	+1.1%p	-3.0%p	-0.4%p

주 1) 표본오차: 2016년 : ± 2.2% (95%신뢰수준), 2017년 : ± 2.8% (95%신뢰수준)

2) 나눔참여율은 최근 1년간 최근 1년간 한 번이라도 기부나 자원봉사 또는 헌혈한 나눔 참여경험이 있는 사람의 비율임.

2. 기부 단체/기관의 정보 공개에 대한 의견

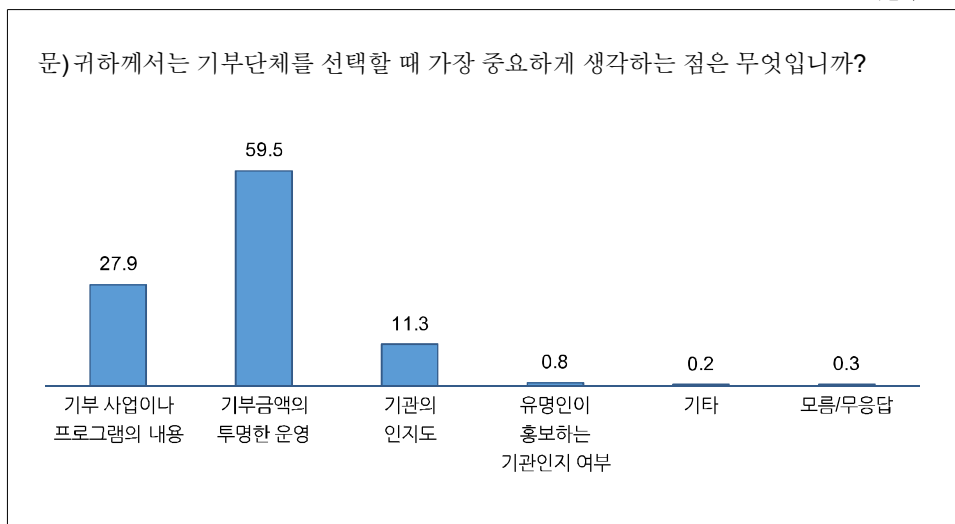
1) 기부단체 선택 시 주요 고려 사항

□ 전체 분석

- 기부 단체 선택 시 주요 고려 사항에 대해, ‘기부금액의 투명한 운영’의 응답 비율이 59.2%로 가장 높게 나타남
- 다음으로는 ‘기부 사업이나 프로그램의 내용(27.9%)’, ‘기관의 인지도(11.3%)’ 등의 순으로 나타남

[그림 4-27] 기부단체 선택 시 주요 고려 사항

(단위 : %)



□ 특성별 분석

○ 응답자 특성별로는 전반적으로 ‘기부금액의 투명한 운영’에 대한 응답률이 높게 나타났으며, 부산/울산/경남 지역, 화이트칼라, 학력이 높을수록 ‘기부사업이나 프로그램의 내용’에 대한 응답률이 상대적으로 높은 것으로 나타남

〈표 4-29〉 기부단체 선택 시 주요 고려 사항

(단위 : %)

구 분		사례수	기부 사업이나 프로그램 의 내용	기부 금액의 투명한 운영	기관의 인지도	유명인이 홍보하는 기관인지 여부	기타	모름/ 무응답	계
전 체		(1,263)	27.9	59.5	11.3	0.8	0.2	0.3	100.0
성별	남 자	(642)	26.3	61.1	11.3	0.7	0.3	0.4	100.0
	여 자	(621)	29.7	57.9	11.3	0.8	0.2	0.2	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(250)	30.0	59.7	8.8	1.5	0.0	0.0	100.0
	30 대	(250)	26.3	64.0	9.2	0.5	0.0	0.0	100.0
	40 대	(293)	28.1	59.2	12.1	0.0	0.6	0.0	100.0
	50 대	(284)	29.7	57.3	11.7	1.0	0.4	0.0	100.0
	60 대	(187)	24.5	56.9	15.6	1.1	0.0	1.9	100.0
지역별	서울	(251)	31.1	54.6	12.5	0.9	0.0	0.9	100.0
	인천 / 경기	(387)	23.0	63.8	12.2	0.7	0.0	0.3	100.0
	부산/울산/경남	(197)	32.8	60.9	6.3	0.0	0.0	0.0	100.0
	대구 / 경북	(125)	30.0	58.8	8.8	0.7	1.6	0.0	100.0
	대전/충청/세종	(130)	29.0	59.9	9.2	1.9	0.0	0.0	100.0
	광주 / 전라	(121)	26.3	54.1	19.1	0.0	0.6	0.0	100.0
	강원	(37)	26.5	60.4	8.9	4.2	0.0	0.0	100.0
지역 규모별	제주	(15)	29.0	56.3	14.7	0.0	0.0	0.0	100.0
	대도시(광역시)	(574)	28.5	60.1	10.1	0.6	0.3	0.4	100.0
	중소도시	(630)	27.1	59.3	12.3	1.0	0.0	0.2	100.0
군 지역		(59)	31.0	55.3	12.1	0.0	1.6	0.0	100.0

구 분		사례수	기부 사업이나 프로그램 의 내용	기부 금액의 투명한 운영	기관의 인지도	유명인이 홍보하는 기관인지 여부	기타	모름/ 무응답	계
직업별	자 영 업	(227)	24.2	60.3	15.0	0.0	0.4	0.0	100.0
	블 루 칼 라	(132)	23.7	60.6	12.8	1.5	0.5	0.9	100.0
	화 이 트 칼 라	(495)	32.2	57.3	9.5	0.7	0.2	0.0	100.0
	전 업 주 부	(259)	23.6	63.2	11.5	1.3	0.0	0.4	100.0
	학 생	(87)	31.1	59.7	9.2	0.0	0.0	0.0	100.0
	무 직 / 기 타	(63)	30.4	55.7	10.6	1.2	0.0	2.0	100.0
학력별	중 졸 이 하	(59)	23.3	53.9	18.6	2.2	0.0	2.0	100.0
	고 졸	(368)	24.4	63.3	10.7	0.8	0.5	0.3	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	29.8	58.3	11.1	0.7	0.1	0.0	100.0
	모름/무응답	(4)	35.3	34.5	0.0	0.0	0.0	30.1	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	30.3	60.2	8.5	1.0	0.0	0.0	100.0
	기 혼	(871)	26.8	59.3	12.5	0.7	0.3	0.3	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	34.2	48.1	9.1	0.0	0.0	8.6	100.0
종교유 무별	종 교 있 음	(574)	30.1	57.3	11.7	0.5	0.1	0.2	100.0
	종 교 없 음	(689)	26.1	61.3	11.0	1.0	0.3	0.4	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	27.7	56.0	14.5	0.0	0.0	1.7	100.0
	200~299만원	(173)	31.0	56.1	12.0	0.9	0.0	0.0	100.0
	300~399만원	(226)	27.3	60.0	11.4	1.0	0.3	0.0	100.0
	400~499만원	(196)	27.4	61.8	10.4	0.4	0.0	0.0	100.0
	500~599만원	(226)	26.1	62.7	9.4	0.9	0.9	0.0	100.0
	600만원 이상	(229)	30.3	58.4	10.3	1.0	0.0	0.0	100.0
	모름/무응답	(71)	22.6	59.7	14.8	1.3	0.0	1.6	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	32.1	54.1	13.0	0.3	0.4	0.2	100.0
	경 험 없 음	(590)	23.2	65.6	9.4	1.4	0.0	0.4	100.0

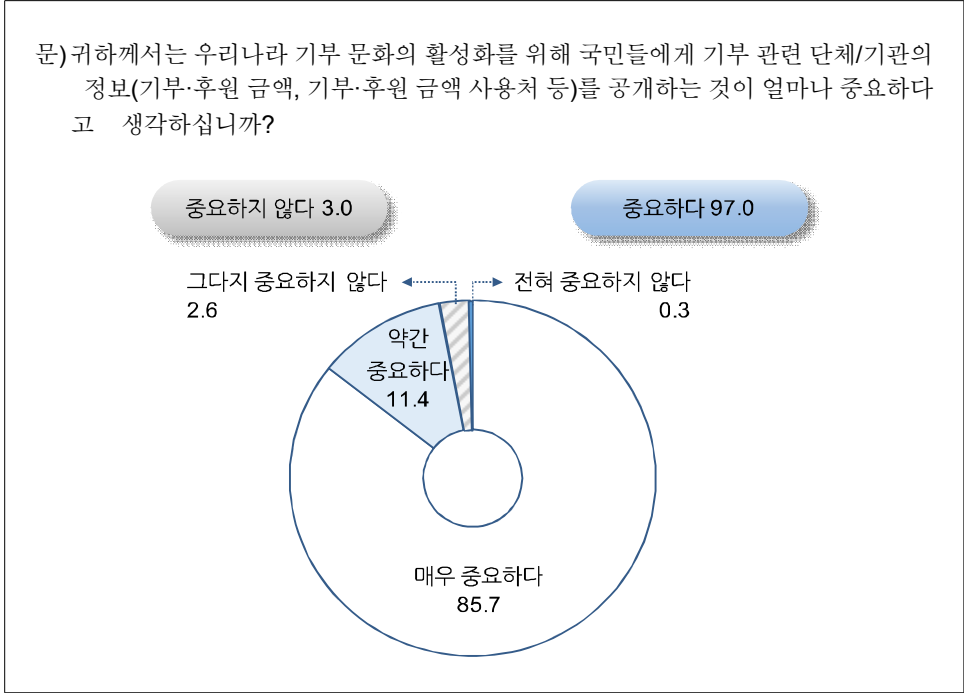
2) 기부 관련 단체/기관의 정보 공개에 대한 중요 정도

□ 전체 분석

○ 우리나라 기부 문화의 활성화를 위해 기부 관련 단체/기관의 정보 공개가 얼마나 중요하다고 생각하는지 질문한 결과, 응답자의 대부분(97.0%)이 기부 단체/기관의 정보 공개가 ‘중요하다(매우 중요하다 + 약간 중요하다)’고 생각하는 것으로 나타남

[그림 4-28] 기부 관련 단체/기관의 정보 공개에 대한 중요 정도

(단위 : %)



□ 특성별 분석

○ 응답자 특성별로 살펴보면, 모든 특성에 있어 기부 단체/기관의 정보 공개가 ‘중요하다’는 응답 비중이 높게 나타나 유의미한 차이를 보이지 않음

〈표 4-30〉 기부 관련 단체/기관의 정보 공개에 대한 중요 정도

(단위 : %)

구 분		사례수	①+② 중요하다			③+④ 중요하지 않다			계
			① 매우 중요 하다	② 약간 중요 하다		③ 그다지 중요 하지 않다	④ 전혀 중요 하지 않다		
전 체		(1,263)	85.7	11.4	97.0	2.6	0.3	3.0	100.0
성별	남 자	(642)	86.9	10.3	97.2	2.1	0.7	2.8	100.0
	여 자	(621)	84.3	12.5	96.8	3.2	0.0	3.2	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(250)	79.1	17.7	96.8	2.8	0.3	3.2	100.0
	30 대	(250)	87.9	10.6	98.5	1.5	0.0	1.5	100.0
	40 대	(293)	88.8	8.8	97.6	2.0	0.4	2.4	100.0
	50 대	(284)	84.2	12.5	96.7	2.6	0.8	3.3	100.0
	60 대	(187)	88.7	6.4	95.1	4.9	0.0	4.9	100.0
지역별	서 울	(251)	84.9	12.3	97.2	2.4	0.5	2.8	100.0
	인 천 / 경 기	(387)	84.6	12.0	96.6	3.1	0.3	3.4	100.0
	부 산/울산/경 남	(197)	86.5	12.2	98.7	1.3	0.0	1.3	100.0
	대 구 / 경 북	(125)	89.0	8.6	97.6	1.6	0.8	2.4	100.0
	대 전/충청/세 중	(130)	86.1	11.2	97.3	2.7	0.0	2.7	100.0
	광 주 / 전 라	(121)	84.9	10.0	95.0	4.3	0.7	5.0	100.0
	강 원	(37)	87.0	8.8	95.7	4.3	0.0	4.3	100.0
	제 주	(15)	86.1	10.5	96.6	3.4	0.0	3.4	100.0
지역규모별	대도시(광역시)	(574)	87.0	10.1	97.1	2.5	0.4	2.9	100.0
	중 소 도 시	(630)	84.5	12.6	97.1	2.6	0.3	2.9	100.0
	군 지 역	(59)	84.9	10.5	95.4	4.6	0.0	4.6	100.0

구 분		사례수	①+②			③+④			계
			① 매우 중요 하다	② 약간 중요 하다	중요 하다	③ 그다지 중요 하지 않다	④ 전혀 중요 하지 않다	중요 하지 않다	
직업별	자 영 업	(227)	88.2	7.4	95.5	2.9	1.5	4.5	100.0
	블 루 칼 라	(132)	78.5	15.2	93.7	6.3	0.0	6.3	100.0
	화 이 트 칼 라	(495)	88.7	9.8	98.5	1.3	0.2	1.5	100.0
	전 업 주 부	(259)	85.0	12.2	97.2	2.8	0.0	2.8	100.0
	학 생	(87)	76.6	21.6	98.2	1.8	0.0	1.8	100.0
	무 직 / 기 타	(63)	83.1	12.4	95.4	4.6	0.0	4.6	100.0
학력별	중 졸 이 하	(59)	82.5	9.7	92.2	7.8	0.0	7.8	100.0
	고 졸	(368)	87.4	10.1	97.5	2.2	0.3	2.5	100.0
	대 학 재 학 이 상	(832)	85.1	12.1	97.2	2.5	0.4	2.8	100.0
	모 름 / 무 응 답	(4)	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	83.3	13.8	97.2	2.6	0.2	2.8	100.0
	기 혼	(871)	86.7	10.2	96.9	2.7	0.4	3.1	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	83.7	16.3	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
종교유무 별	종 교 있 음	(574)	87.3	8.8	96.2	3.4	0.4	3.8	100.0
	종 교 없 음	(689)	84.2	13.5	97.7	1.9	0.3	2.3	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	80.8	14.5	95.3	4.7	0.0	4.7	100.0
	200~299만원	(173)	83.0	12.9	95.9	3.4	0.7	4.1	100.0
	300~399만원	(226)	83.0	12.1	95.1	4.4	0.4	4.9	100.0
	400~499만원	(196)	88.9	8.8	97.7	1.6	0.7	2.3	100.0
	500~599만원	(226)	87.9	10.6	98.5	1.5	0.0	1.5	100.0
	600만원 이상	(229)	88.6	9.9	98.5	1.5	0.0	1.5	100.0
	모 름 / 무 응 답	(71)	84.9	13.1	98.0	0.7	1.2	2.0	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	87.8	10.1	97.9	2.1	0.0	2.1	100.0
	경 험 없 음	(590)	83.2	12.9	96.0	3.2	0.7	4.0	100.0

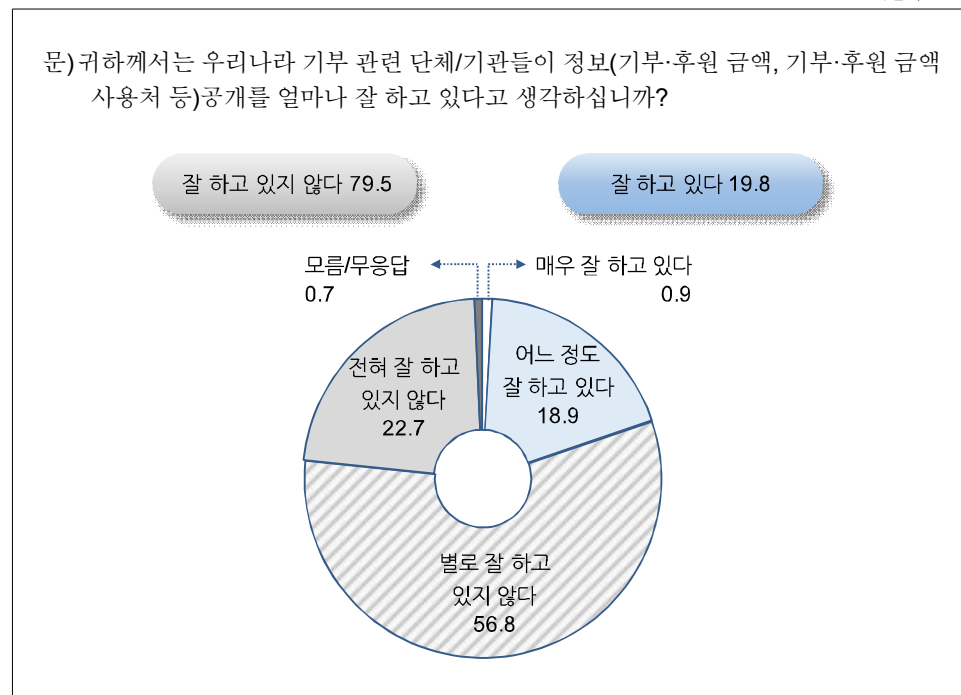
3) 우리나라 기부 관련 단체/기관의 정보 공개 수행 정도

□ 전체 분석

- 우리나라 기부 단체/기관이 정보 공개를 얼마나 잘하고 있다고 생각하는지 물어본 결과, 응답자의 19.8%가 ‘잘 하고 있다(매우 잘 하고 있다 + 어느 정도 잘 하고 있다)’고 생각하고 있는 것으로 조사됨
- 반면, 우리나라 기부 단체/기관이 정보 공개를 ‘잘 하지 있지 않다(전혀 잘 하고 있지 않다 + 별로 잘 하고 있지 않다)’고 생각하는 응답자는 79.5%로 나타남

[그림 4-29] 우리나라 기부 관련 단체/기관의 정보 공개 수행 정도

(단위 : %)



□ 특성별 분석

○ 응답자 특성별로는 19~29세, 군지역, 무직/기타, 월 가구수입 200만원 미만, 최근 1년간 기부 경험이 있는 계층에서 기부 단체/기관이 정보 공개를 ‘잘 하고 있다(매우 잘하고 있다 + 어느 정도 잘하고 있다)’는 응답 비율이 다른 층에 비해 상대적으로 높게 나타남

〈표 4-31〉 우리나라 기부 관련 단체/기관의 정보 공개 수행 정도

(단위 : %)

구 분		사례수	① 매우 잘 하고 있다	② 어느 정도 잘 하고 있다	①+② 잘 하고 있다	③ 별로 잘 하고 있지 않다	④ 전혀 잘 하고 있지 않다	③+④ 잘 하고 있지 않다	모름/ 무응답	계
전 체		(1,263)	0.9	18.9	19.8	56.8	22.7	79.5	0.7	100.0
성별	남 자	(642)	1.0	19.0	20.0	52.7	26.8	79.5	0.4	100.0
	여 자	(621)	0.8	18.7	19.5	61.1	18.4	79.5	1.0	100.0
연령별	19 ~ 29 세	(250)	0.4	24.0	24.4	56.3	18.9	75.2	0.4	100.0
	30 대	(250)	0.4	16.6	17.0	57.1	25.4	82.6	0.5	100.0
	40 대	(293)	1.1	19.4	20.6	52.4	26.2	78.6	0.8	100.0
	50 대	(284)	1.3	16.6	17.8	60.4	21.3	81.7	0.4	100.0
	60 대	(187)	1.5	17.7	19.2	58.6	20.6	79.2	1.7	100.0
지역별	서 울	(251)	0.9	15.3	16.2	63.5	18.9	82.4	1.4	100.0
	인 천 / 경 기	(387)	0.3	17.4	17.8	61.2	20.4	81.6	0.6	100.0
	부 산/울 산/경 남	(197)	0.9	17.2	18.0	57.1	23.9	81.0	1.0	100.0
	대 구 / 경 북	(125)	1.6	19.6	21.2	49.4	28.7	78.1	0.7	100.0
	대 전/충 청/세 중	(130)	0.0	24.3	24.3	52.0	23.7	75.7	0.0	100.0
	광 주 / 전 라	(121)	2.5	24.3	26.8	46.3	27.0	73.2	0.0	100.0
	강 원	(37)	2.3	24.2	26.6	45.5	27.9	73.4	0.0	100.0
	제 주	(15)	3.3	28.7	32.0	46.8	21.2	68.0	0.0	100.0
지역규모별	대도시(광역시)	(574)	0.8	16.2	17.0	59.3	22.9	82.2	0.8	100.0
	중 소 도 시	(630)	1.1	20.8	21.9	54.7	22.8	77.4	0.7	100.0
	군 지 역	(59)	0.0	24.6	24.6	55.5	19.9	75.4	0.0	100.0

구 분		사례수	①+②			③+④			모름/ 무응답	계
			① 매우 잘 하고 있다	② 어느 정도 잘 하고 있다	잘 하고 있다	③ 별로 잘 하고 있지 않다	④ 전혀 잘 하고 있지 않다	잘 하고 있지 않다		
직업별	자 영 업	(227)	0.4	14.9	15.3	54.2	28.9	83.1	1.6	100.0
	블 루 칼 라	(132)	0.9	25.0	25.9	47.6	24.8	72.5	1.6	100.0
	화 이 트 칼 라	(495)	1.2	17.6	18.7	58.0	23.0	81.1	0.2	100.0
	전 업 주 부	(259)	0.7	17.1	17.7	63.1	18.8	81.8	0.4	100.0
	학 생	(87)	0.0	26.4	26.4	55.9	17.7	73.6	0.0	100.0
	무 직 / 기 타	(63)	3.2	27.7	30.8	51.7	16.0	67.7	1.5	100.0
학력별	중 졸 이 하	(59)	1.6	18.5	20.1	53.7	20.8	74.5	5.4	100.0
	고 졸	(368)	0.8	20.2	21.0	56.5	22.1	78.6	0.3	100.0
	대학 재학 이 상	(832)	0.9	18.4	19.3	57.4	22.9	80.3	0.4	100.0
	모름/무응답	(4)	0.0	0.0	0.0	0.0	69.9	69.9	30.1	100.0
혼인 상태별	미 혼	(378)	0.7	23.5	24.2	56.5	18.7	75.2	0.5	100.0
	기 혼	(871)	1.0	17.2	18.1	56.6	24.5	81.1	0.8	100.0
	이 혼 / 사 별	(13)	4.7	0.0	4.7	80.5	14.8	95.3	0.0	100.0
종교 유무별	종 교 있 음	(574)	1.0	23.8	24.8	52.7	21.4	74.0	1.1	100.0
	종 교 없 음	(689)	0.8	14.8	15.6	60.3	23.8	84.0	0.3	100.0
월가구 수입별	200만원 미만	(141)	1.1	24.5	25.6	50.0	22.2	72.1	2.2	100.0
	200~299만원	(173)	2.5	22.2	24.7	51.3	23.3	74.6	0.7	100.0
	300~399만원	(226)	0.8	18.5	19.4	56.2	23.9	80.1	0.5	100.0
	400~499만원	(196)	2.0	16.9	18.8	62.3	18.9	81.2	0.0	100.0
	500~599만원	(226)	0.0	16.7	16.7	62.4	20.8	83.3	0.0	100.0
	600만원 이상	(229)	0.0	17.4	17.4	56.4	25.6	82.0	0.5	100.0
	모름/무응답	(71)	0.0	17.7	17.7	54.3	25.1	79.4	2.9	100.0
최근 기부 경험별	경 험 있 음	(673)	1.2	22.5	23.7	58.4	17.5	76.0	0.3	100.0
	경 험 없 음	(590)	0.6	14.7	15.4	55.0	28.5	83.5	1.1	100.0

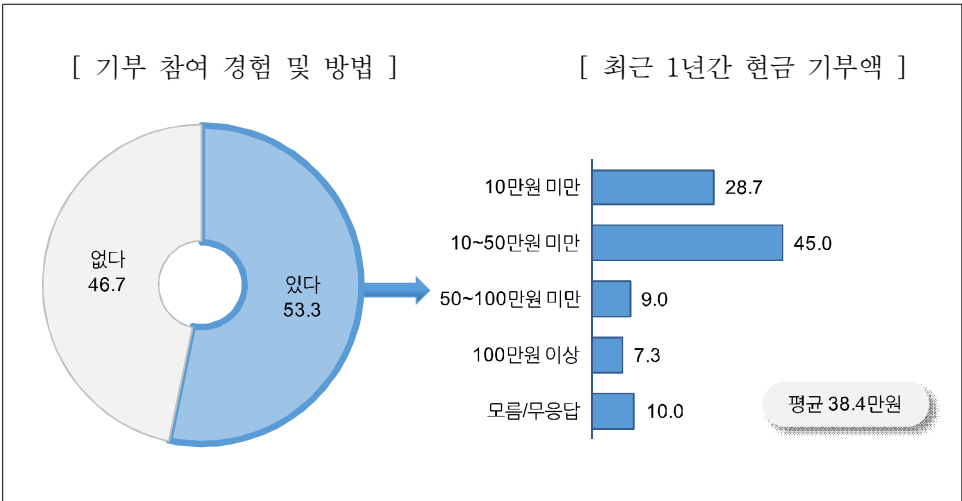
제3절 소결

1. 기부 참여 경험 및 방법

- 응답자의 53.3%가 최근 1년간 기부 경험이 있는 것으로 나타남
- 현금 기부액은 '10~50만원 미만'이 45.0%로 가장 많았고, 평균 38.4만원으로 조사됨
- 기부 방법으로는 '지로/계좌이체'가 65.7%로 가장 많은 비율을 차지함

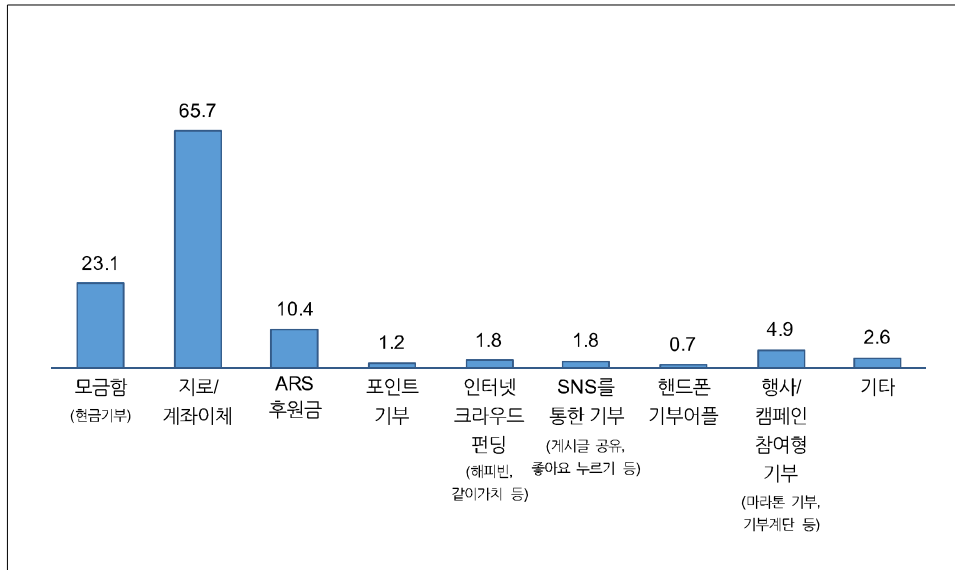
[그림 4-30] 기부 참여 경험 및 방법

(단위 : %)



[그림 4-31] 최근 1년간 기부 방법

(단위 : %, 중복 응답)

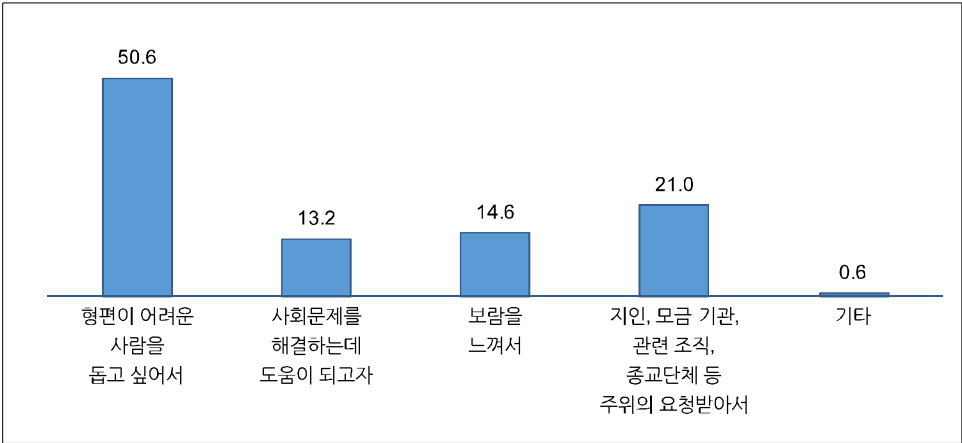


2. 기부를 하게 된 가장 큰 이유

○ 기부를 하게 된 주된 동기로 응답자의 50.6%가 ‘형편이 어려운 사람을 돕고 싶어서’를 꼽음

[그림 4-32] 기부를 하게 된 가장 큰 이유

(단위 : %)

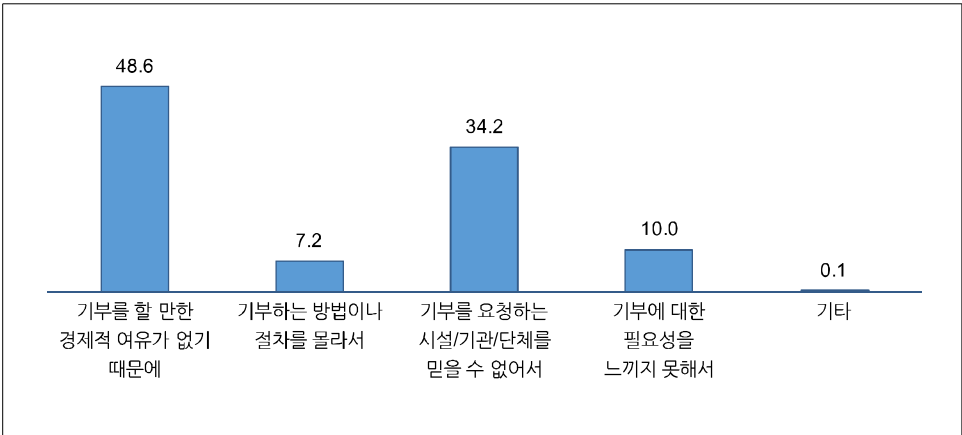


3. 기부를 하지 않은 이유

○ 기부를 하지 않은 가장 큰 이유로는 ‘기부를 할 만한 경제적 여유가 없기 때문에’가 48.6%로 가장 높게 나타남

[그림 4-33] 기부를 하지 않은 이유

(단위 : %)

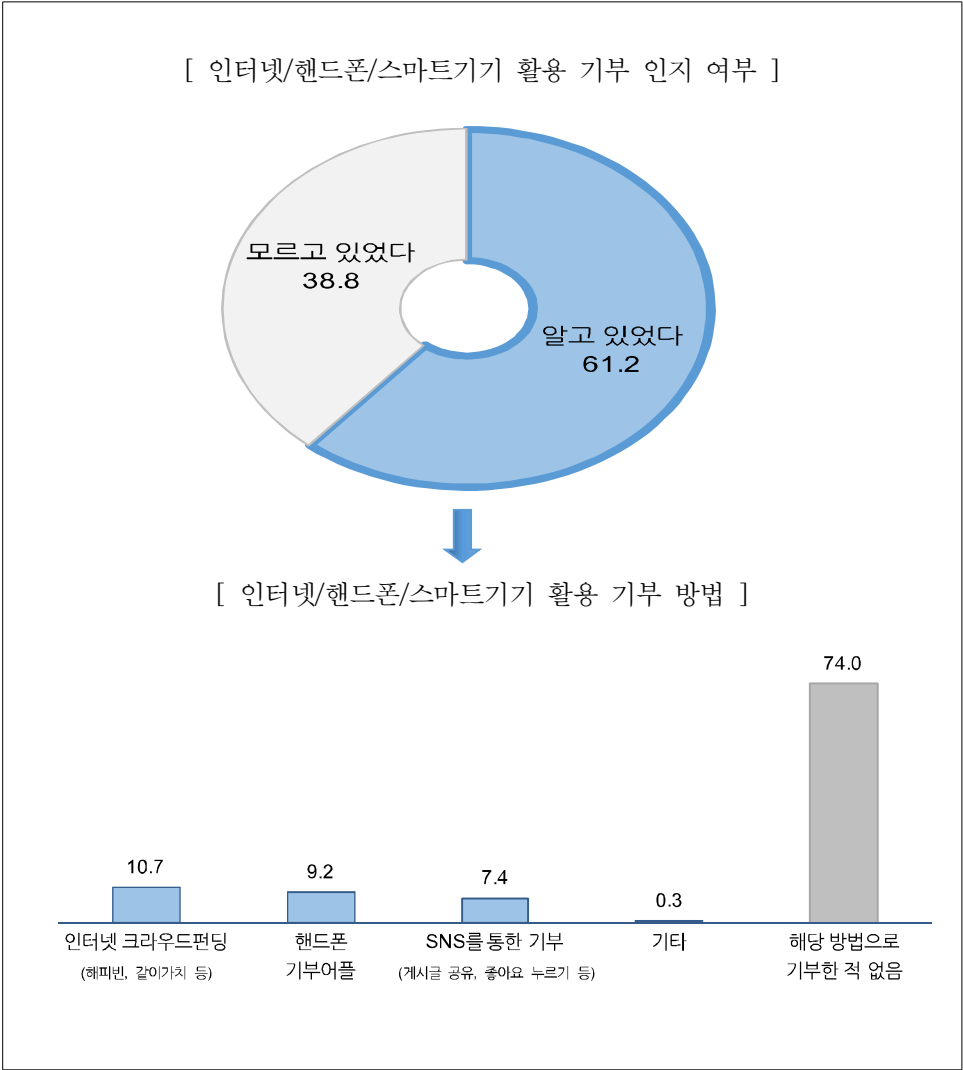


4. 스마트기기 활용 기부 가능 인지 여부 및 스마트기기 활용 기부 방법

- 응답자의 61.2%가 스마트기기를 활용한 기부가 가능한 것을 알고 있다고 응답함
- 스마트기기를 활용한 기부가 가능한 것을 알고 있는 응답자에게 관련 기부 방법에 대해 질문한 결과, 74.0%는 실제로 스마트기기를 활용하여 기부를 한 적은 없는 것으로 나타남

[그림 4-34] 인터넷/핸드폰/스마트기기 활용 기부 인지 여부

(단위 : %, 중복 응답)

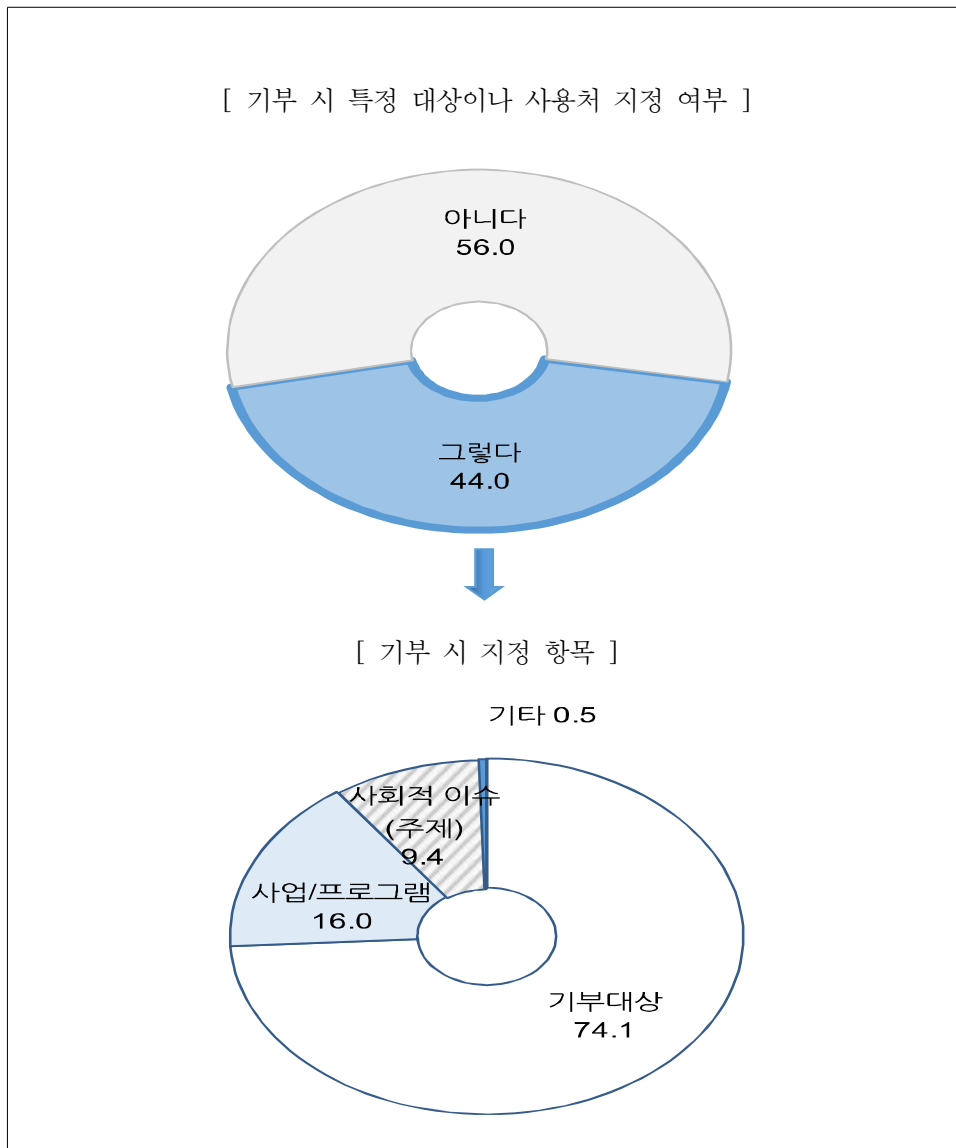


5. 기부 시 특정 대상이나 사용처 지정 여부 및 지정 항목

- 응답자의 44.0%가 기부 시 특정 대상이나 사용처를 지정해서 기부하는 것으로 나타났으며, 지정 항목으로는 ‘기부대상’이 74.1%로 가장 많은 비율을 차지함

[그림 4-35] 기부 시 특정 대상이나 사용처 지정 여부 및 지정 항목

(단위 : %)

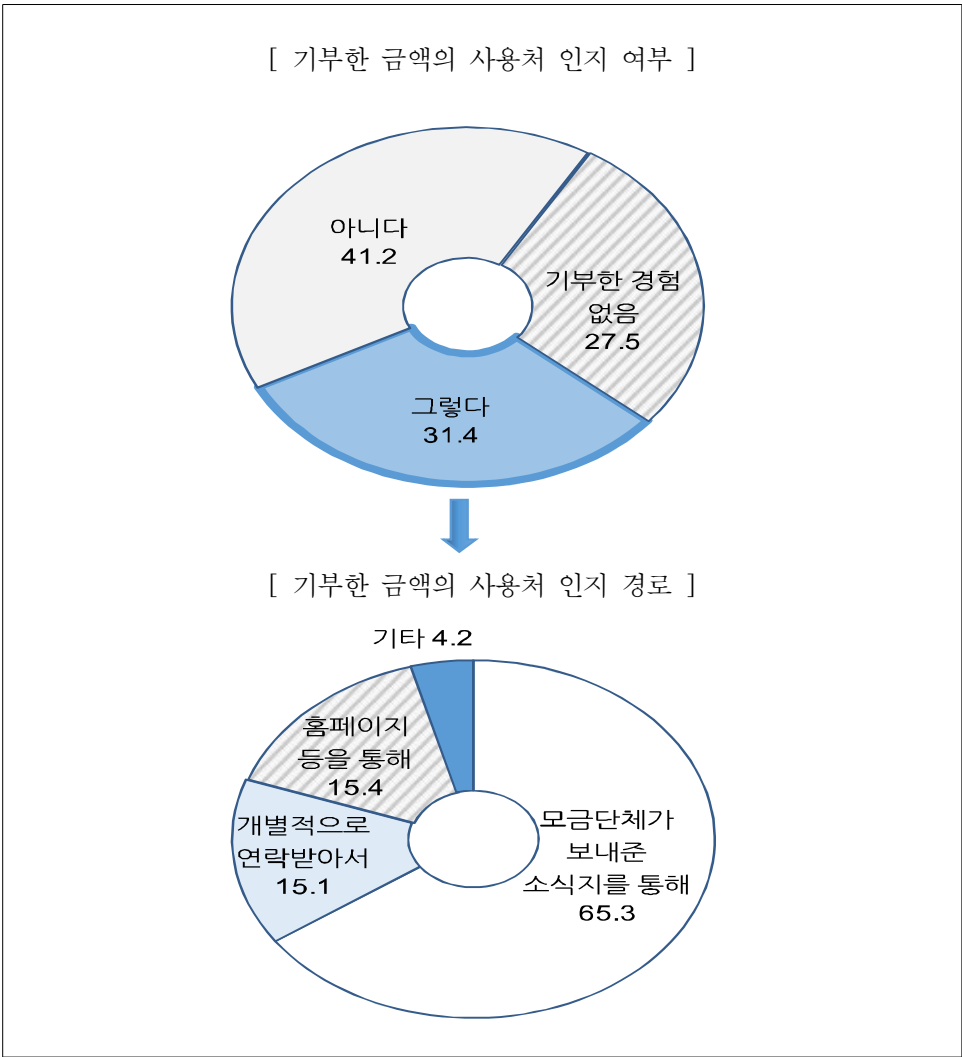


6. 기부한 금액의 사용처 인지 여부 및 인지 경로

○ 기부한 금액의 사용처 인지 여부에 대해 응답자의 31.4%가 사용처를 알고 있는 것으로 나타났으며, 기부금에 대한 사용처 인지 경로는 ‘모금단체가 보내준 소식지를 통해’가 65.3%로 가장 많았음

[그림 4-36] 기부한 금액의 사용처 인지 여부 및 인지 경로

(단위 : %)

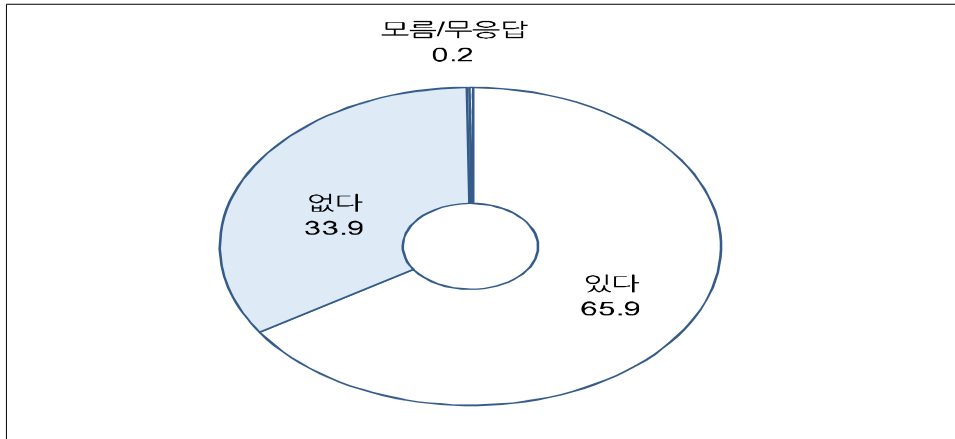


7. 향후 1년 이내 기부 의향

○ 응답자의 65.9%가 향후 1년 이내 기부 의향이 있는 것으로 조사됨

[그림 4-37] 향후 1년 이내 기부 의향

(단위 : %)

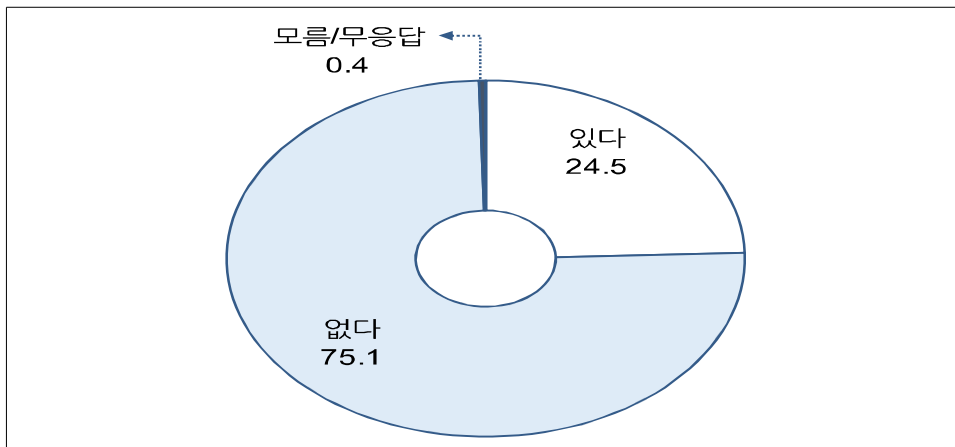


8. 기부연금제도 가입 의향

○ 기부연금제도 가입 의향을 질문한 결과, 응답자의 24.5%가 가입 의사가 '있다'고 응답함

[그림 4-38] 기부연금제도 가입 의향

(단위 : %)

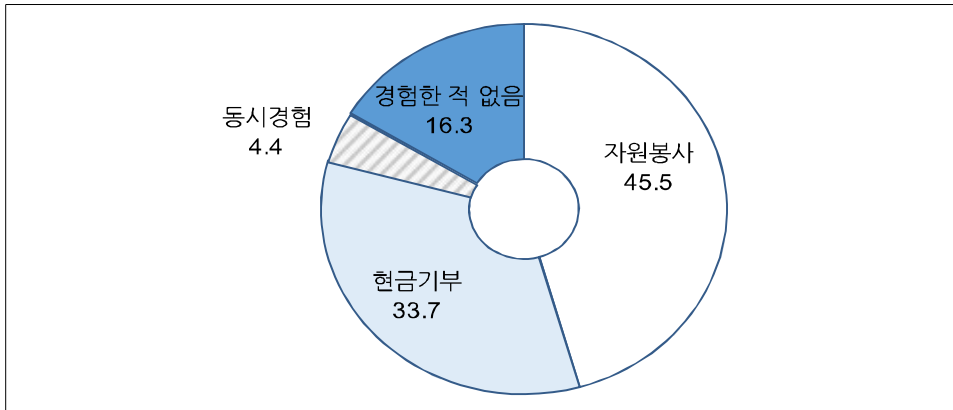


9. 처음 나눔 참여 시 우선 경험 활동

- 생애 처음 나눔 참여시 자원봉사와 현금기부 중 우선 경험 여부에 대해 ‘자원봉사’를 우선 경험한 비율은 45.5%, ‘현금기부’를 우선 경험한 비율은 33.7%, ‘동시경험’ 비율은 4.4%로 나타남

[그림 4-39] 처음 나눔 참여 시 우선 경험 활동

(단위 : %)

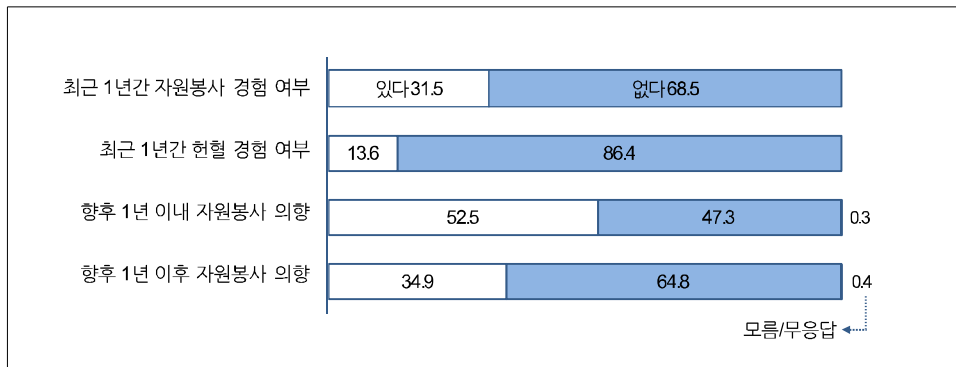


10. 자원봉사/헌혈 경험 및 향후 참여 의향

- 응답자의 31.5%가 최근 1년간 자원봉사를, 13.6%는 헌혈을 경험한 것으로 나타남
- 응답자의 52.5%가 향후 1년 이내 자원봉사를, 34.9%는 헌혈에 참여할 의사가 있는 것으로 나타남

[그림 4-40] 자원봉사/헌혈 경험 및 향후 참여 의향

(단위 : %)

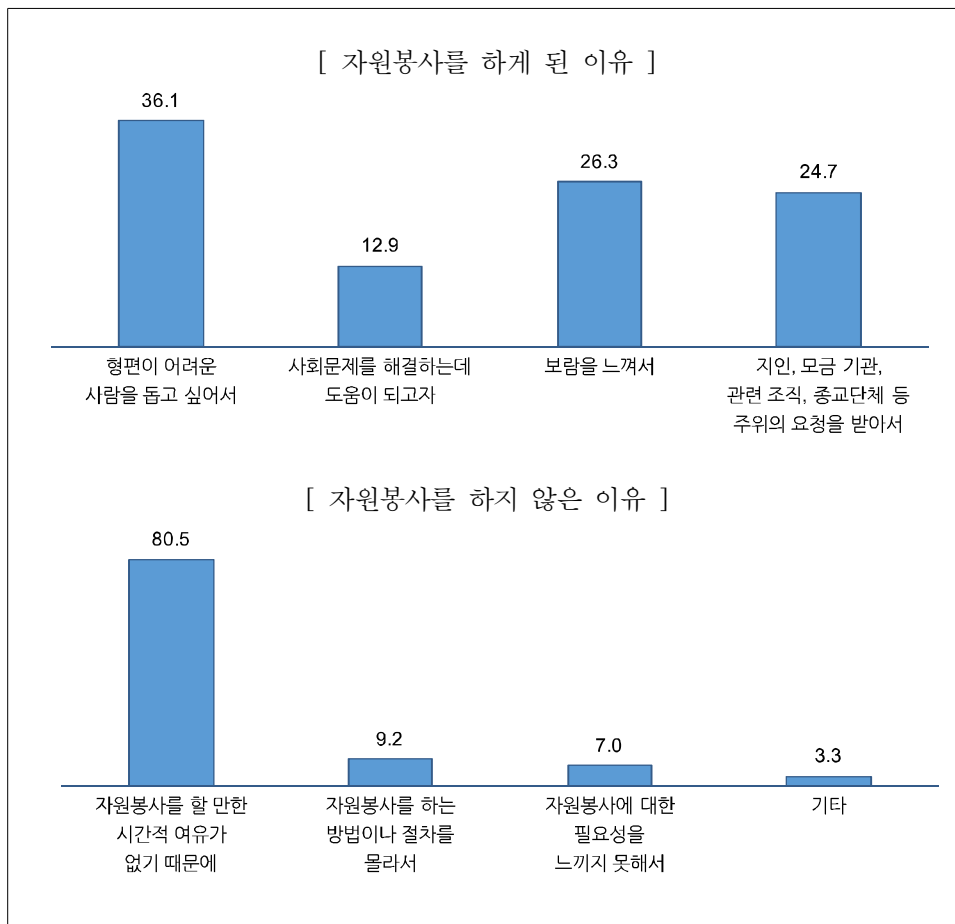


11. 자원봉사 참여 및 미참여 이유

- 최근 1년간 자원봉사를 경험한 적이 있다는 응답자를 대상으로 자원봉사를 하게 된 이유에 대해 질문한 결과, ‘형편이 어려운 사람을 돕고 싶어서’가 36.1%로 가장 높은 응답률을 보임
- 자원봉사를 경험한 적이 없는 응답자에게는 자원봉사를 하지 않은 이유에 대해 질문한 결과, ‘자원봉사를 할 만한 시간적 여유가 없기 때문에’가 80.5%로 가장 높은 비율을 차지함

[그림 4-41] 자원봉사 참여 및 미참여 이유

(단위 : %)

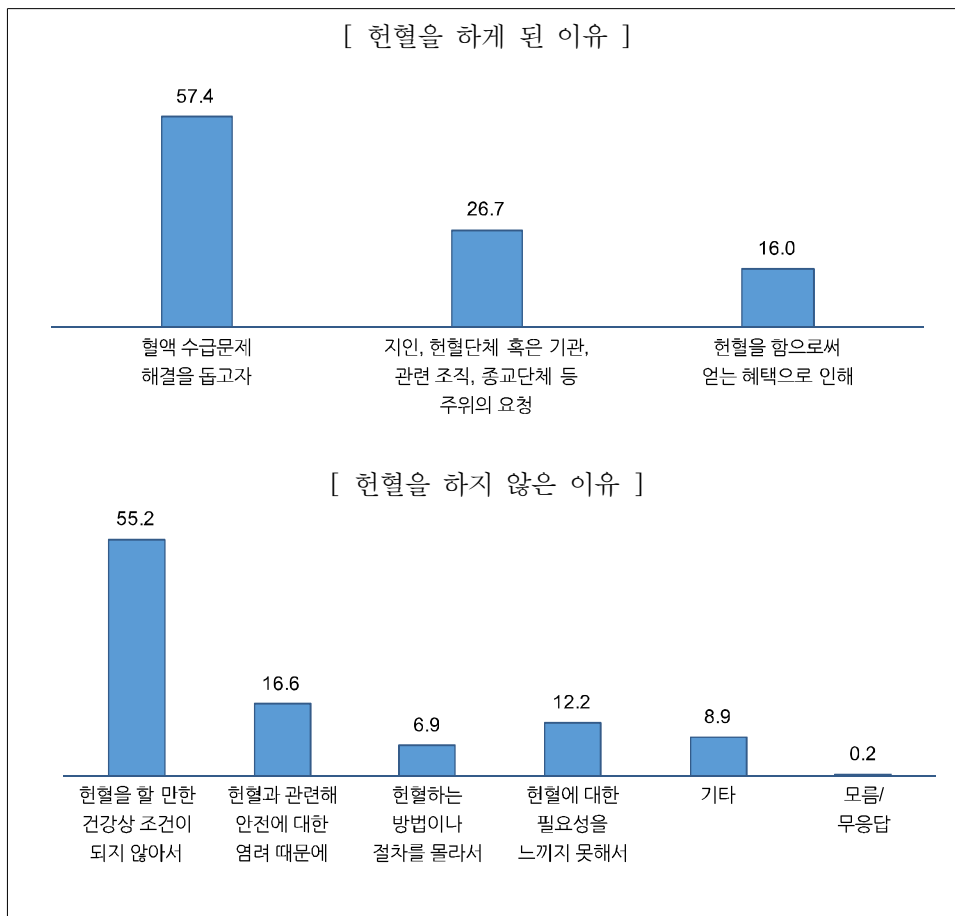


12. 헌혈 참여 및 미참여 이유

- 최근 1년간 헌혈 경험이 있다는 응답자 중 57.4%가 ‘혈액 수급문제 해결을 돕고자’ 헌혈을 하게 되었다고 응답함
- 최근 1년간 헌혈을 하지 않은 응답자는 55.2%가 ‘헌혈을 할 만한 건강상 조건이 되지 않아서’ 헌혈을 하지 않았다고 응답함

[그림 4-42] 헌혈 참여 및 미참여 이유

(단위 : %)



13. 최근 3년간 나눔 참여 현황

- 최근 3년간 나눔 참여율은 2015년 60.7%에서 2017년 66.6%로 상승함
- 그러나 최근 1년간 나눔 참여율은 0.4%p 하락함

〈표 4-32〉 최근 3년간 나눔 참여 현황

구분	사례 수	기부 참여율	자원봉사 참여율	헌혈 참여율	나눔 참여율
2015년	1,023 명	50.7%	—	—	60.7%
2016년	2,038 명	52.7%	30.4%	16.6%	67.0%
2017년	1,263 명	53.3%	31.5%	13.6%	66.6%
GAP (2017년 -2016년)	—	+0.6%p	+1.1%p	-3.0%p	-0.4%p

주 1) 표본오차: 2016년 : $\pm 2.2\%$ (95%신뢰수준), 2017년 : $\pm 2.8\%$ (95%신뢰수준)

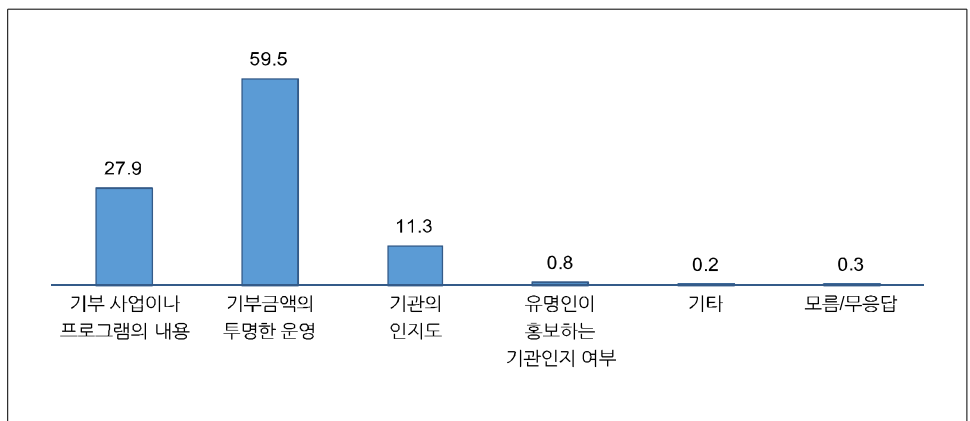
2) 나눔참여율은 최근 1년간 최근 1년간 한 번이라도 기부나 자원봉사 또는 헌혈한 나눔 참여경험이 있는 사람의 비율임.

14. 기부단체 선택 시 주요 고려 사항

- 응답자의 59.5%가 기부단체 선택 시 주요 고려 사항으로 ‘기부금액의 투명한 운영’을 꼽음

[그림 4-44] 기부단체 선택 시 주요 고려 사항

(단위 : %)

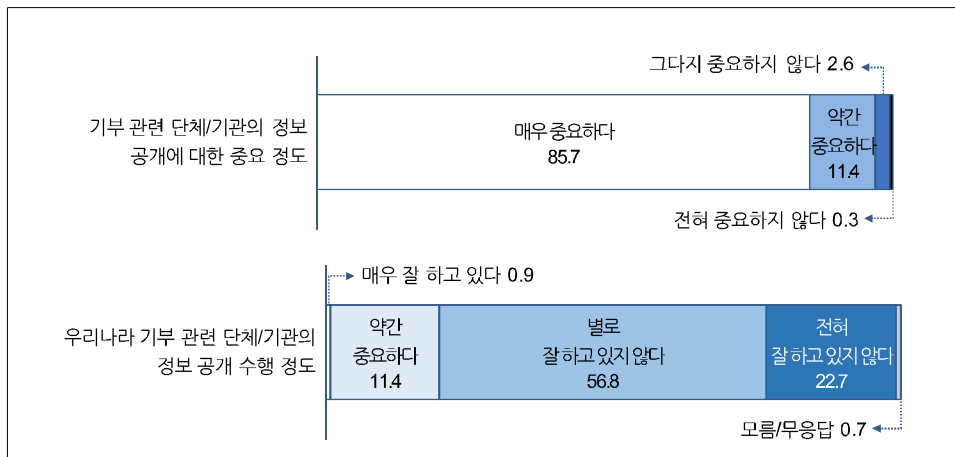


15. 기부 관련 단체/기관의 정보 공개에 대한 중요도 및 정보공개 의무 수행 정도

○ 기부 단체/기관의 정보 공개의 중요도에 대해 응답자의 90.7%가 ‘중요하다’고 응답한 반면, 정보공개 의무 수행 정도에 대해서는 19.8%가 ‘잘 하고 있다’고 응답함

[그림 4-45] 기부 관련 단체/기관의 정보 공개에 대한 중요 정도

(단위 : %)



제 5 장

요약 및 정책적 함의

제1절 요약

제2절 정책적 함의

제1절 요약

본 장에서는 현재까지 살펴본 나눔실태를 요약, 정리하고자 한다.

1. 개인

개인에서의 기부동향, 기부규모, 기부인식 및 태도, 기부여부 등을 통계청에서 조사되는 사회조사, 가계동향조사 국세청의 국세통계연보, 그리고 여론조사 결과 등을 통해 살펴보았다.

가. 기부참여율

기부 참여율 추이를 살펴보면, 2011년 36.0%에서 점차 감소하여 2015년에는 29.8%로 낮아졌다.

현금기부에 참여한 경험이 있는 비율은 2011년 34.4%에서 2015년 27.3%로 감소추세를 보여준다. 물품기부 참여 경험은 2011년 8.6%에서 2013년에는 5.9%로 낮아졌으나 2015년에는 이보다 0.3% 포인트 증가한 6.2%를 나타냈다.

성별에 따른 기부 참여율은 두 성별이 모두 2011년부터 2015년부터 꾸준히 감소한 것으로 나타났다. 남성의 기부 참여율이 여성의 기부 참여율보다 높은 것으로 나타났다. 연령별로 기부참여율의 변화를 살펴보면 전반적인 기부참여율의 저하로 15-19세 연령층을 제외한 연령층에서 2013년에 비하여 2015년의 기부참여율이 낮아진 것으로 나타났다. 40대가 가장 높은 기부참여율을 보여준다. 교육정도별 기부 참여율을 30세 이상 인구를 중심으로 살펴보면 모든 학력층에서 감소하는 경향을 보였다. 가구의 월평균 소득구간별 기부 참여율을 살펴보면, 비교적 소득이 높은 층은 증가한 반면 소득이 낮은 층은 감소하는 경향을 보였다.

나. 기부 규모

국세통계연보에서 기부금 총액의 추이를 살펴보았다. 근로소득자와 종합소득자의 기부금 총액은 2006년 5조 3,452억 원에서 2015년 7조 9,328억 원으로 증가하였다. 개인과 법인의 기부금 총액은 2006년 8조 1,408억 원에서 지속적으로 증가하여 2015년에는 2006년의 1.56배인 12조 7110억 원으로 증가하였다.

개인과 법인의 기부금 비율은 2006년 각각 65.7%와 34.3%였으나 2015년에는 각각 62.4%, 37.6%로 개인의 기부금 비율이 감소하였다. GDP 대비 비중은 2006년 0.84%에서 2015년에는 0.81%로 낮아졌다.

전체 근로소득자 내에서의 기부인원은 2007년 348만 3천명에서 2015년에는 451만 6천명으로 증가하는 추세이다. 기부금액도 2007년 4조 1,548억 원에서 2015년 5조 4083억 원으로 증가하는 추세이다. 1인당 기부금액은 119만원에서 2015년에는 120만원으로 증가하였다. 전체 종합소득자의 기부인원은 2007년 50만명에서 2012년에 88만 7천명으로 약 77%가 증가하였으나, 2015년에는 77만 4천명으로 감소하였으며, 기부금액은 2007년 1조 2,833억 원에서 2014년에는 2조 5,708억 원으로 배가 증가하였으나, 2015년에는 이보다 약간 감소한 2조 5,245억 원이었다. 1인당 기부금액은 2007년 256만원에서 2015년에는 322만원으로 증가하였다.

성별 종합소득자 1인당 신고기부액은 남성이 2011년 315만원, 2012년 275만원, 2013년 291만원, 2014년 241만원까지 감소하였으나 2015년에는 338만원으로 증가하였다. 여성은 2011년 193만원, 2012년 182만원, 2013년 181만원으로 감소하였으나 2014년에는 207만원 그리고 2015년에는 283만원으로 증가하였다. 연령별 종합소득자 1인당 신고기부액은 연령이 높을수록 1인당 신고기부액은 많아지는 경향을 보이고 있다. 소득규모별 종합소득자 1인당 신고기부액은 소득규모가 클수록 1인당 신고기부액은 많아지는 경향을 보이고 있다. 10분위 분포별 종합소득자 1인당 신고기부액을 살펴보면 높은 소득 계층 순에 따라 1인당 신고기부액이 많아지는 경향을 보이지는 않고 있다. 즉, 2015년 상위 10%내 1인당 신고기부액은 493만원으로 가장 많고, 다음은 상위 100%내로 387만원,

90%내가 319만원, 80% 내가 310만 원 등으로 나타났으며, 신고 기부금이 가장 적은 소득계층은 상위 30% 내 계층으로 165만 원이었다.

소득규모별 결정세액이 있는 근로소득자의 소득규모별 1인당 신고기부액은 소득규모에 따라 소득규모가 커질수록 1인당 신고기부액이 커지는 경향 있다. 즉, 2015년 10억 초과는 1인당 신고기부액이 3,719만원으로 가장 많고, 다음 10억 이하가 1,317만원 이었으며, 가장 적은 그룹은 1천만 원이하로 29만원이었다.

2016년 가계동향조사를 통해 2인 이상 가구의 가계지출액과 월평균 기부금 지출액을 살펴보면 가계의 월평균 지출액은 336만 1천 4백원이며, 기부금지출액은 4만 6천 2백원으로 가계지출액의 1.37% 차지하였다. 가계지출액은 2015년에 비하여 감소하였지만 기부금지출액은 증가하였으며, 사회단체 및 기타기관 기부금은 금액과 비율이 점차 증가하는 경향을 나타냈다.

다. 기부 인식 및 태도

기부 하지 않은 이유를 살펴보면, 2011년과 비교해하여 경제적 여유가 없어서가 0.9% 포인트 증가하였고, 기부단체 등 불신은 1.7% 포인트가 증가하였으며, 기부 관심 없어서는 3.5% 포인트가 감소하였다.

기부경험이 있는 사람의 기부 방법(중복응답)을 살펴보면 2017년 지로/계좌이체, 모금함, ARS 후원금, 행사/캠페인 참여형 기부(마라톤 기부, 기부계단 등) 순으로 높은 응답을 보여주었다. 인터넷 크라우드펀딩, SNS를 통한 기부, 포인트 기부, 핸드폰 기부어플 등은 4% 미만의 경험을 나타냈다.

인터넷, 핸드폰 또는 스마트기기 등을 사용하여 기부할 수 있는 사실에 대하여 알고 있다고 응답한 비율은 61.2%였으며, 모르고 있다고 응답한 비율은 38.8%였다. 2016년에 비하여 2017년에 스마트기기 등을 사용하여 기부할 수 있는 사실을 알고 있었다고 응답한 비율은 3.1% 포인트 감소하였으며, 모르고 있었다고 응답한 비율은 3.1% 포인트 증가하였다.

2017년에 인터넷, 핸드폰 또는 스마트기기 등을 사용하여 기부할 수 있는 사실에 대하여 알고 있다고 응답한 사람들은 인터넷 크라우드펀딩, 핸드폰 기부어플, SNS를 통한 기부 순으로 기부를 많이 한 것으로 나타났다.

기부할 때 특정한 대상이나 사용처 등을 지정해서 기부하는 편인가에 대한 응답은 2017년에는 56.0%가 아니다 라고 응답하였고, 그렇다고 응답한 경우는 44%로, 2016년에 비하여 2017년에는 지정한다는 응답이 3.7% 포인트 감소하였고, 지정하지 않는다는 응답이 4% 포인트 증가하였다. 기부할 때 특정한 대상이나 사용처 등을 지정해서 기부하는 편이라면 기부대상을 지정하는 경우가 74.1%로 가장 높았으며, 뒤이어 사업/프로그램, 사회적 이슈 순이었다.

기부한 금액이 어떻게 사용되는지를 모르고 있다고 응답한 비율은 41.2%였으며, 알고 있다고 응답한 비율은 31.4%로, 2016년에 비하여 기부한 금액에 대하여 알고 있다고 응답한 비율이 4.9% 포인트 증가하였으며, 모른다고 응답한 비율은 4.9% 포인트 감소하였다. 기부한 금액이 어떻게 사용되는지를 알고 있다고 응답한 경우는 모금단체가 보내준 소식지를 통하여가 2017년 65.3%로 가장 높았으며, 뒤이어 홈페이지를 통하여(15.4%), 개별적인 연락(15.1%) 순이었다.

기부금의 일부를 연금방식으로 되돌려 받는 기부연금제도가 있다면 가입의사가 있는지를 살펴보면 2017년 24.5%가 가입의사가 있다고 응답하였으며, 없다고 응답한 사람은 75.1%였다. 2016년에 비하여 모름/무응답의 비율이 14.3% 포인트로 큰 감소폭을 보여주었으며, 가입의사가 있는 경우는 8.1% 포인트, 가입의사가 없는 경우는 6.2% 포인트 증가하였다.

라. 기부 여부별 특성

기부 참여여부에 따라 기부참여그룹과 기부미참여그룹으로 구분하여 봉사활동 참여율, 삶에 대한 만족감, 사회적 관계망 및 단체참여, 정서경험 등의 차이를 살펴보았다.

기부참여자의 자원봉사활동 참여율은 2015년 30.1%로 기부미참여자의 자원봉사활동 참여율(12.2%)보다 높아 기부참여자가 자원봉사에도 적극 참여하고 있는 것으로 나타났다. 주관적만족감에서는 2015년 45.6%로 2011년 대비 11.4% 포인트가 증가하였으며, 기부미참여자의 주관적 만족감은 27.1%로 나타나 2011년 대비 9.5% 포인트가 증가하였다. 그러나 기부참여자의 주관적 만족감이 기부미참여자의 주관적 만족감보다 크게 높아 기부참여자들은 삶에서의 주관

적 만족도도 높은 것으로 나타났다. 어려움에 처했을 경우 도움을 받을 수 있는 사람이 있는지 여부를 살펴보면 집안일을 부탁할 사람이 있는 경우는 2015년 기부 참여자가 80.6%, 미참여자가 75.2%로 기부 참여자가 5.4% 포인트가 높았으며, 돈을 빌릴 사람이 있는지의 여부에서는 기부 참여자가 57.1%, 미참여자가 46.8%로 기부참여자가 10.3% 포인트 높았다. 이야기 상대가 있는지는 기부 참여자가 87.9%, 미참여자가 79.9%로 기부 참여자가 8.0% 포인트가 높아 기부자가 생활에서 어려움에 처했을 때 기부 미참여자 보다는 주변으로부터 도움을 받을 사람이 더 많은 것으로 나타났다.

2. 기업

가. 기부 참여 및 규모

2015년 신고법인수는 59만 1,694개로 2007년 대비 약 59%가 증가하였으며, 기부금총액은 4조 7,782억 원으로 43.7%가 증가하였으며, 법인당 평균기부액은 808만원으로 85만원이 감소하였다. 2015년 신고법인을 일반법인과 중소기업으로 규모별로 구분하여 살펴보면 신고법인수는 중소기업이 47만 9,325개로 일반법인 11만 2,369개 보다 3.9배가 많았으며, 법인당 기부액은 일반 법인이 3,743만원으로 중소기업 119만원보다 31.5배가 많았다. 상장법인과 비상장법인을 비교해 보면 비상장법인 신고법인수가 58만 9,858개로 상장법인 1,836개에 비해 321.3배가 많았다. 법인당 평균기부액은 상장법인이 10억 3,816만원 비상장법인이 487만원으로 상장법인 평균기부액이 213.2배가 많았다.

일반법인의 법인 당 신고기부액은 2011년 3,920만 원에서 2012년에는 3,885만 원으로 2013년에는 4,253만원 그리고 2014년에는 4,323만 원으로 증가하였으나 2015년에는 3,743만 원으로 감소하였다. 중소기업 법인 당 신고기부액은 2011년 130만 원에서 2012년에는 131만 원으로 2013년에는 128만원 그리고 2015년에는 119만 원으로 감소하였다.

상장법인의 법인당 신고 기부액은 2014년 10억 6,439만 원에서 2015년에는 10억 3,816만원으로 감소를 보여주었다. 비상장법인의 법인당 신고기부액은 2014년 552만 원에서 2015년에는 487만원으로 감소하였다.

수입금액(총매출액)의 규모별 법인의 신고 기부액은 규모가 클수록 법인당 신고기부액도 증가하는 경향이 있다. 즉 2015년 1조 초과 법인의 법인당 기부액은 78억 1,285만원으로 가장 크고, 다음은 1조 이하로 6억 1,304만원, 300억이하 1,540만원, 3억이하는 38만원이었다. 2015년의 법인당 기부액을 2014년과 비교해 보면 1조이하나 1조 초과에서의 법인당 기부액은 감소한 것으로 나타났다. 자산 규모별 법인의 신고 기부액의 법인당 금액은 자산 규모가 클수록 법인당 신고기부액도 증가하는 경향이 있다. 즉 2015년 5,000억 초과 법인의 법인당 기부액은 26억 7,402만원으로 가장 크고, 다음은 5,000억 이하로 9,149만원으로 많았으며, 500억 이하는 1,565만 원, 5억 이하는 21만원이었다. 2014년에 비해 5000억 초과 법인에서는 15.8%가 감소하였다.

특자법인 10분위별 법인의 신고 기부액의 법인당 금액은 상위법인 일수록 법인당 신고기부액도 증가하는 경향이 있다. 즉 2015년 상위 10%내 법인의 법인당 신고 기부액은 1억 156만원으로 가장 크고, 다음은 20% 내로 291만원, 가장 낮은 상위 90% 내 그룹의 법인당 신고 기부액은 12만원이었다.

2015년 법인의 업태별 기부금 신고현황을 살펴보면 신고법인수가 가장 많은 업태는 제조업으로 13만 432개였으며, 법인당 기부액이 가장 많은 업태는 전기·가스·수도업으로 5,951만원이었고, 기부금액이 가장 많은 업태는 제조업으로 1조 5,973억 원이었고 그 다음으로 서비스업으로 8,854억 원이었다.

제2절 정책적 합의

본 연구는 ‘나눔실태 2014’와 ‘나눔실태 2015’에 이어 연속과제이다. 매년 나눔 통계의 동향이나 특성을 살펴보고 정책적 합의를 제안하고 있다. 정책건의는 통계생산 측면과 나눔활성화 측면으로 나누어 제시하고 있다. 먼저 통계생산 측면을 보면 ‘나눔실태 2014’에선 나눔통계 생산의 문제점과 개선점을, ‘나눔실태 2015’에서는 나눔통계 생산 효율화 방안을 제시하고 있다. 다음 나눔활성화 측면을 보면 ‘나눔실태 2015’에서는 나눔활성화 방안에 대해 정책건의를 하고 있다.

정책적 합의는 기 제안된 이외 부문에 대해 제시하고자 한다.

1. 통계생산 측면에서의 제언 :

메타정보의 지속적 관리와 생산기관과 협업

나눔 통계는 여러 기관에서 생산하는 통계를 수집해 작성하고 있다. 각 기관이 생산하는 통계는 자료수집 방법, 생산 시점, 분석 단위 등에 있어 차이가 있다. 통계 이용자들은 이들 통계의 상이한 차이를 알고 사용하기는 어려운 만큼 몇 가지 개선이 필요하다.

먼저 나눔 개별통계에 대해 메타정보의 지속적 업데이트가 필요하다. 예컨대 1365자원봉사포털에서 제공하는 자원봉사 활동자의 연도별 현황을 보면 2014년 3,174,875명, 2015년 3,746,577명, 2016년 4,590,079명으로써 인구 대비 자원봉사 활동율이 매년 지속적으로 증가하는 것으로 나타났다. 반면 사회조사를 통해 생산된 자원봉사참여율은 2013년부터 감소하고 있다. 동일 대상에 대한 두 통계의 차이는 바로 조사방법이나 조사대상 등이 다르다는 것이다. 1365자원봉사포털에서 제공하는 통계는 포털의 자원봉사자 실적치를 합계한 보고통계이고, 사회조사는 조사시점으로부터 1년 전에 일어난 사건을 회상하여 작성한 조사통계이다.

또 다른 차이는 1365자원봉사포털은 봉사자의 연령에 관계없이 봉사활동을 한 경험자라면 모두 포함되지만 사회조사는 13세 이상을 조사대상으로 하였다. 그 뿐만이 아니라 사회조사에서 자원봉사활동의 개념은 ‘개인 또는 단체가 지역 사회·국가 및 인류사회를 위하여 대가 없이 자발적으로 시간과 노력을 제공하는 행위’로 보고 있어 자원봉사활동의 범위가 1365자원봉사포털 보다 훨씬 넓다. 왜냐하면 1365자원봉사포털은 자원봉사활동의 범위를 자원봉사포털에 등록된 활동자로 제한하고 있기 때문이다. 이렇듯 두 통계 간에는 통계 작성 기준이 상이하여 그 결과도 다르게 나타나고 있다. 이처럼 동일한 통계명이라도 결과가 상이할 경우 어느 통계를 사용하는 것이 옳은지를 결정할 기준이 필요하다. 예컨대 본 연구는 자원봉사등록인원은 공식적 보고통계인 1365자원봉사 통계를 사용하고 있고 자원봉사참여율은 사회조사 통계를 사용하고 있다. 본 연구는 우리나라의 나눔 통계를 생산하는 것 외에도 일반인에게 나눔 통계의 정확한 사용 가이드를 제

시하는데 부가적인 목적을 가지고 있다. 따라서 나눔 통계 메타데이터의 지속적인 최신 정보 유지를 통해 통계 간의 차이를 명확히 설명하고 그 차이 원인을 밝혀 통계 이용자에게 혼란을 방지할 필요가 있다.

둘째, 신규 나눔 통계 작성을 위해서는 관련기관 간 협업과 긴밀한 협력이 요구된다. 다양한 리소스로부터 수집해 작성하는 나눔 통계로는 이용자의 욕구를 반영하는데 한계가 있다. 만일 조사를 직접 실시할 여건이 되지 않으면 나눔 관련 원천 자료를 생산하는 기관의 도움을 받아 분석하는 방법밖에 없다. 사실 조사를 직접 수행하려면 상당한 물적·인적 자원이 필요한데, 이런 자원들이 쉽게 확보될 수는 없다. 바로 나눔과 관련된 조사를 수행하는 조직과의 협력이 필요하다. 그 뿐 아니라 나눔관련 조사자료나 보고자료의 공유가 용이하다면 다양한 분석이 가능하여 나눔의 트렌드를 정확히 판단하는데 도움이 된다.

본 연구에서 제공하는 나눔 통계는 이미 공개된 정보로 수집 혹은 가공하여 만든 자료이다. 더 다양한 정보를 제공하려면 정보를 가진 기관이 공개해야 가능하다. 예컨대 사회적 자본에 관한 통계는 사회적 자본의 한 요소인 신뢰에 대한 조사항목만 조사된 사례들이 많다. 신뢰에 관한 조사 주관 기관과 협업이 가능하면 사회적 자본의 다른 요소까지도 포함할 수 있는 여지가 있을 것이다.

2. 나눔활성화 측면에서의 제언

최근 기부규모나 기부참여율은 감소하는 추세이다. 또한 자원봉사자의 경우 등록자 수는 많은 반면 활동자 수는 낮다. 이러한 배경에는 경기 침체, 취업난, 자원봉사 활동 유인책 부족 등이 주요 요인으로 볼 수 있지만, 국가복지 확대로 일부 국민들의 나눔 인식이 약해진 데도 있다.

기부활성화를 살펴보기 위해 모금에 성공한 비영리단체의 공통점을 살펴보면 아래와 같이 정리 된다(황신애, 2018). 먼저 모금가가 전문성을 가지고 기관을 투명하고 신뢰성이 높도록 운영하고 있다. 다음 기부자가 의사결정을 용이하게 하도록 단체의 비전과 목표가 명료하다. 셋째 기부자의 일상생활이나 관련 업무로부터 하나씩 모은 데이터베이스에 기반하여 기부자를 관리하고 있다. 넷째 다수의 정기적 후원자를 확보하여 관리하고 있다. 끝으로 계획적이고 체계적으로

모금활동을 하는 모금관련 전담조직을 갖추고 있다.

최근 모금시장은 경쟁은 높고, 기부자의 요구 조건 또한 많은 만큼 모금활성화를 위해 모금기관이나 모금종사자를 대상으로 교육이 필요하다. 기부와 자원봉사 관련 제시하여 본다.

가. 기부자가 공감하고 사회적 임팩트가 있는 모금기획과 신뢰구축

모금기획(상품/프로모션)에는 먼저 사회적 임팩트를 담은 구체적 목표와 비전 제시가 필요하다. 또한 모금내용에는 기부자에게 공감과 감동을 주어야 한다. 최근 기부자들의 인식이 단순구제에서 사회문제로 전환되고 있다. 따라서 기부자들이 같은 돈을 기부하더라도 보다 효과적인 변화에 기부하고자 한다. 이를 위해 먼저 현재 해결하고자 하는 사회문제가 무엇이며 이를 어떻게 해결할 것인지, 그리고 기대되는 사회적 성과가 무엇인지를 제시해야 한다. 다음 사업목표를 달성하기 위해 재정모금을 어느 수준까지 할 것인가와 재원확보를 위해 모금목적에 맞는 다양한 모금방법을 선택해야 한다. 여기에는 개인모금, 온라인모금, 길거리모금, 이벤트모금, 그리고 클라우드펀딩 등이 있다. 나아가 모금대상을 누구로 할 것인가이다. 개인이나 기업이나, 기존기부자나 잠재기부자의 발굴 등이 있다. 끝으로 투명성과 성과를 요구하는 후원자들의 눈이 매서운 만큼 기부금 의무 공시를 적극적으로 실시하여 그들로부터 신뢰를 얻어야 한다.

나. 지속적이며 다양한 방법으로 기부자 발굴 노력 경주

모금가는 기부자 발굴을 위해 그들을 찾아가고 만나야 한다. 또한 그들을 더 많이 알기 위해 부단히 노력해야 한다. 일례로 대화의 2/3이상을 진지하게 경청하고 나아가 기부자의 가족 그의 지인과의 사귀어야 한다. 이를 토대로 기부자 관련 자료를 꾸준히 수집하여 DB를 구축하고 나아가 이의 분석을 통해 모금전략 수립에 활용하여야 한다. 궁극에는 기부자DB 분석을 통해 기부자들의 기부패턴, 선호하는 사업, 성·연령별 반응도, 기부금액의 구간 정보 등으로 발굴에 활용해야 한다.

또한 잠재기부자를 발굴하기 위해 기부자가 선호하는 프로그램에 초대, 맞춤형 후원안내, 기부자 초청행사 등을 겸하는 전략이 필요하다.

다. 활동 자원봉사자 제고 방안

자원봉사자 등록자 수는 높은 반면 활동자 수는 낮게 나타났다. 2016년도 등록 자원봉사자 수는 18,406,244명¹⁸⁾임에 비해 활동자원봉사자 수는 5,992,075명¹⁹⁾으로 32.5%가 활동하고 있음을 알 수 있다(그림 3-58, 그림 3-60 참조). 이를 세부적으로 살펴보면 행정자치부가 운영하는 일반 등록자원봉사자 중 활동 봉사자의 비율인 활동율이 41.6%(2016년)인 반면 보건복지부가 운영하는 사회복지 자원봉사자의 활동율은 19.0%로 낮은 것으로 나타났다. 일반 자원봉사활동에 비해 사회복지 자원봉사활동의 참여율이 다소 낮게 나타났다. 물론 사회복지 자원봉사활동은 일반 자원봉사와 분명한 차이점을 가진다. 사회복지영역은 주로 취약계층, 사회적 약자, 사각지대에 놓인 계층을 대상으로 활동이 이루어지고 있어 봉사대상자에 대한 정확한 이해가 없으면 도리어 자원봉사활동의 역효과를 낼 수 있다. 즉 사회복지 자원봉사는 일반적인 봉사활동과 다르다. 사회복지 특성을 최대한 반영한 자원봉사활동을 개발하고 활성화시켜야 한다. 아울러 사회복지 자원봉사활동을 활성화시키기 위한 몇 가지 방안을 제시하고자 한다.

첫째 사회복지 자원봉사의 특성을 교육하는 자원봉사 프로그램의 개발이다. 사회복지에 관한 이해와 사회복지시설 및 취약계층에 대한 부정적 이미지를 긍정적 이미지로 바꿔줌으로써 약자를 돕고 이들과 더불어 함께 살아가는 사회의 따뜻한 모습을 이해시켜야 한다. 바로 개인의 자원봉사활동에 관한 역량을 향상시켜야 한다.

둘째, 사회복지자원봉사인증관리시스템(VMS)의 기능 강화를 통해 사회복지 자원봉사자의 활동실적 관리를 편리하게 제공할 수 있어야 한다. 특히, 청소년의 경우 봉사활동실적 인증이 NICE에 자동으로 등록되어야 하는데 그렇지 못한 실정이다. 즉 실적에 대해 봉사자가 1365포털과의 연동여부를 결정하면 인증센터

18) 2016년도 행정자치부 db에는 11,024,321명, 보건복지부 db에는 7,381,923명임

19) 2016년도 행정자치부 db에는 4,590,079명, 보건복지부 db에는 1,401,996명임

요원이 행정자치부 1365포털로 실적을 넘겨주게 되고, 1365포털에서 다시 NICE로 전송하는 이중의 실적인증 단계를 거치고 있다. 이런 불편으로 인해 자원봉사자들은 사회복지자원봉사인증관리시스템의 사용을 꺼리게 되고, 사회복지 자원봉사 참여율도 감소하게 된다. 따라서 1365포털과 같이 사회복지 자원봉사인증관리시스템에서도 청소년의 봉사활동실적이 바로 NICE로 전송되도록 기능을 개선해야 한다.

셋째, 사회복지영역의 자원봉사자와 대상자를 연결시켜야 한다. 사회복지영역의 봉사대상자는 대체적으로 취약계층이다. 취약계층을 잘 이해하는 자원봉사자가 투입되어야 봉사대상자와 공감대와 신뢰가 형성되어 자원봉사활동이 원활해진다. 최근 이른 퇴직이나 근로시간 개선 등 노동환경의 변화로 여가시간이 늘어난 장년층과 신중년층을 참여시켜야 한다. 사회생활을 통해 습득한 전문능력과 풍부한 사회경험은 다양한 사회문제 해결에 크게 도움이 된다. 그러기 위해서는 이들의 관심분야, 자원봉사자가 가진 재능과 전문기술, 이러한 조건에 적합한 봉사대상자를 연결시켜주는 자원봉사 매칭 프로토콜의 개발이 연계되어야 한다.

참고문헌 <

□ 단행본

김태홍·주재선·김난주·한진영(2016), 생활시간조사를 이용한 여가와 사회 및 인적자본 간의 시간배분 변화 분석, 한국여성정책연구원.

김태준 외(2009), 한국의 사회적 자본 실태분석연구, 한국교육개발원.

□ 기관 간행물

국세청(2016). 국세통계연보. 대전: 국세청.

대한적십자사(2016). 혈액사업통계연보.

보건복지부·문화체육관광부(2015), 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론 조사.

세종: 보건복지부

보건복지부·질병관리본부 장기이식관리센터(2016). 장기이식통계연보.

보건복지부·한국보건사회연구원(2017). 나눔실태 및 인식현황조사.

전국경제인연합회(2015). 2015년 기업 및 기업재단 사회공헌백서,

통계청(2015). 사회조사.

통계청(2016). 가계동향조사.

한국사회복지협의회(2016). 사회복지자원봉사통계연보.

행정자치부(2017). 2017년 자원봉사센터현황

□ 자료집

황신애(2018), 모금역량 강화를 위한 교육자료

부록1. 설문지

나눔실태 및 인식현황 조사

--	--	--	--

안녕하십니까? 저는 한국갤럽조사연구소 면접원 000입니다.

저희 한국갤럽조사연구소에서는 보건복지부와 한국보건사회연구원의 의뢰로 기부 참여에 관한 국민 의식 조사를 진행하고 있습니다. 귀하께서 응답해 주신 내용은 몇 %라는 식으로 통계를 내는 데만 사용되며 그 외의 목적으로는 절대로 사용되는 일이 없을 것임을 약속드립니다. 번거로우시더라도 정확한 조사를 위하여 협조해주시면 대단히 감사하겠습니다.



■ 지 역 : 1. 서울 2. 부산 3. 대구 4. 인천 5. 광주 6. 대전
7. 울산 8. 경기 9. 강원 10. 충북 11. 충남 12. 세종
13. 전북 14. 전남 15. 경북 16. 경남 17. 제주

■ 지역크기 : 1. 대도시(특/광역시) 2. 중소도시 3. 읍/면(군지역)

SQ1) 실례지만 귀하의 연세는 올해 어떻게 되십니까?
면접원 : 응답자의 나이에서 “1”을 뺀 나이를 적어주세요

만 _____ 세 → 만 19세 미만, 70세 이상 면접 중단

SQ2) (문지 않고) 성 별

1. 남자
2. 여자

본 설문조사의 핵심 주제

- ‘기부’란 대가를 바라지 않고 공익목적을 위해 **현금이나 물품(음식, 옷, 장난감 등) 등을** 제공하는 것을 의미합니다.
- 기부에 포함: 적십자 등 기부단체 회비, 사회복지법인시설, 초·중·고·대 학교, 시민단체, 구세군 등에 기부, 종교단체에서 모금하는 특별, 구제현금 등
- 기부에서 제외: 경조금, 정치적 후원금, 친목회비, 종교적 헌금(십일조, 주일헌금, 보시) 등

문1) 귀하께서는 최근 1년간, 즉 2016년 9월에서 2017년 8월 동안에 기부를 하신 적이 있습니까?

1. 있다
2. 없다 → 문1-4로 이동

문1-1) 귀하께서는 최근 1년간(2016.9-2017.8) 현금기부를 얼마나 하셨습니까?

(_____ 만원)

문1-2) 귀하께서는 최근 1년간(2016.9-2017.8) 어떤 방법으로 기부하셨습니까?

(중복응답체크)

1. 모금함(현금기부)
2. 지로/계좌이체
3. ARS 후원금
4. 포인트 기부
5. 인터넷 크라우드펀딩(해피빈, 같이가치 등)
6. SNS를 통한 기부(게시글 공유, 좋아요 누르기 등)
7. 핸드폰 기부어플
8. 행사/캠페인 참여형 기부(마라톤 기부, 기부계단 등)
9. 기타(적을 것 : _____)

문1-3) 귀하께서 기부를 하게 된 **가장 큰** 이유는 무엇입니까?
기부 경험이 여러 번인 경우 가장 많은 기부를 하셨던 경험 기준으로 말씀해 주십시오. (응답 후 → 문2로 이동)

1. 형편이 어려운 사람을 돕고 싶어서
2. 사회문제를 해결하는데 도움이 되고자
3. 보람을 느껴서
4. 지인, 모금 기관(사회복지공동모금회, 유니세프, 굿네이버스, 대한적십자사, 월드비전 등), 관련 조직(직장, 학교), 종교단체 등 주위의 요청을 받아서
5. 기타(적을 것 : _____)

문1-4) 귀하께서 기부를 하지 않은 가장 큰 이유는 무엇입니까?

1. 기부를 할 만한 경제적 여유가 없기 때문에
2. 기부하는 방법이나 절차를 몰라서
3. 기부를 요청하는 시설/기관/단체를 믿을 수 없어서
4. 기부에 대한 필요성을 느끼지 못해서
5. 기타(적을 것 : _____)

문2) 최근 정보통신기술의 발달로 기부방식이 다양화되고 있습니다. 귀하께서는 인터넷, 핸드폰 또는 스마트기기 등을 사용하여 기부를 할 수 있다는 사실을 알고 계셨습니까?

1. 알고 있었다
2. 모르고 있었다 → 문3으로 이동

문2-1) 귀하께서 인터넷, 핸드폰 또는 스마트기기 등을 사용하여 기부하신 적이 있다면 그 방법은 어떤 것입니까? (중복응답체크)

1. 인터넷 크라우드펀딩(해피빈, 같이가치 등) 2. 핸드폰 기부어플
3. SNS를 통한 기부(게시글 공유, 좋아요 누르기 등) 4. 기타(적을 것 : _____)
5. 해당 방법으로 기부한 적 없음

문3) 귀하께서는 기부를 할 때 특정 한 대상이나 사용처 등을 지정해서 기부하는 편이십니까?

1. 그렇다
2. 아니다 → 문4로 이동
- ▼

문3-1) 그렇다면, 무엇을 지정하여 기부하십니까?

1. 기부대상 2. 사업/ 프로그램 3. 사회적 이슈(주제)
4. 기타(적을 것 : _____)

문4) 귀하께서 기부한 금액이 어떻게 사용되었는지 알고 계십니까?

1. 그렇다
2. 아니다 → 문5로 이동
3. 기부한 적 없음 → 문5로 이동
- ▼

문4-1) 기부금의 사용처를 어떻게 알게 되었습니까?

1. 모금단체가 보내준 소식지를 통해 2. 개별적으로 연락받아서
3. 홈페이지 등을 통해 알게 되었다 4. 기타(적을 것 : _____)

문5) 귀하께서는 향후 1년 이내에 기부하실 의사가 있습니까?

1. 있다 2. 없다

기부연금이란?

기부자가 현금, 부동산을 공익법인에 기부하고, 본인 또는 유족이 기부금액의 일정액을 연금처럼 정기적으로 지급받는 급여를 의미함.

문6) 귀하께서는 기부금의 일부를 연금방식으로 되돌려 받는 기부연금제도가 있다면 가입하실 의사가 있습니까?

1. 있다 2. 없다

자원봉사란?

자원봉사활동이란 개인 또는 단체가 지역사회·국가 및 인류사회를 위하여 대가 없이 자발적으로 시간과 노력을 제공하는 행위를 의미합니다.

문7) 귀하께서는 생애 처음 나눔에 참여하실 때 자원봉사와 현금기부 중 어느 것을 먼저 경험하십니까?

1. 자원봉사 2. 현금기부 3. 동시경험 4. 경험한 적 없음

문8) 귀하께서는 최근 1년간(2016.9-2017.8) 자원봉사나 헌혈 활동을 하신 적이 있습니까?

	있다	없다
자원봉사	①	②
헌혈	①	②

문9) 귀하께서 자원봉사를 하게 된 **가장 큰** 이유는 무엇입니까?

1. 형편이 어려운 사람을 돕고 싶어서
2. 사회문제를 해결하는데 도움이 되고자
3. 보람을 느껴서
4. 지인, 모금 기관(사회복지공동모금회, 유니세프, 굿네이버스, 대한적십자사, 월드비전 등), 관련 조직(직장, 학교), 종교단체 등 주위의 요청을 받아서
5. 기타(적을 것: _____)

문10) 귀하께서 자원봉사를 하지 않은 **가장 큰** 이유는 무엇입니까?

1. 자원봉사를 할 만한 시간적 여유가 없기 때문에
2. 자원봉사를 하는 방법이나 절차를 몰라서
3. 자원봉사에 대한 필요성을 느끼지 못해서
4. 기타(적을 것: _____)

문11) 귀하께서 헌혈 하게 된 **가장 큰** 이유는 무엇입니까?

1. 혈액 수급문제 해결을 돕고자
2. 지인, 헌혈단체 혹은 기관(대한적십자사 등), 관련 조직(직장, 학교), 종교단체 등 주위의 요청을 받아서]
3. 헌혈을 함으로써 얻는 혜택(기본적 건강정보, 참여선물 등)으로 인해
4. 기타(적을 것: _____)

문12) 귀하께서 헌혈을 하지 않은 **가장 큰** 이유는 무엇입니까?

1. 헌혈을 할 만한 건강상 조건(빈혈, 특정약 복용, 체중미달 등)이 되지 않아서
2. 헌혈과 관련해 안전에 대한 염려 때문에
3. 헌혈하는 방법이나 절차를 몰라서
4. 헌혈에 대한 필요성을 느끼지 못해서
5. 기타(적을 것: _____)

문13) 귀하께서는 향후 1년 이내에 자원봉사나 헌혈을 하실 의사가 있습니까?

	있다	없다
자원봉사	①	②
헌혈	①	②

PART 2. 기부 단체/기관의 정보 공개에 대한 의견

문14) 귀하께서는 기부단체를 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 점은 무엇입니까?

1. 기부 사업이나 프로그램의 내용
2. 기부금액의 투명한 운영
3. 기관의 인지도
4. 유명인이 홍보하는 기관인지 여부
5. 기타(적을 것: _____)

문15) 귀하께서는 우리나라 기부 문화의 활성화를 위해 국민들에게 기부 관련 단체/기관의 정보(기부·후원 금액, 기부·후원 금액 사용처 등)를 공개하는 것이 얼마나 중요하다고 생각하십니까?

1. 매우 중요하다
2. 약간 중요하다
3. 그다지 중요하지 않다
4. 전혀 중요하지 않다

문16) 귀하께서는 우리나라 기부 관련 단체/기관들이 정보(기부·후원 금액, 기부·후원 금액 사용처 등)공개를 얼마나 잘 하고 있다고 생각하십니까?

1. 매우 잘 하고 있다
2. 어느 정도 잘 하고 있다
3. 별로 잘 하고 있지 않다
4. 전혀 잘 하고 있지 않다

응답자 특성

D1) 귀하께서는 결혼하셨습니까?

1. 미혼 2. 기혼 3. 이혼/사별

D2) 귀하께서는 현재 어떤 일에 종사하고 계십니까?

1. 농업/수산업/축산업 7. 경영/관리직(사무관/부장이상)
2. 자영업 8. 전문/자유직(변호사/의사/건축사/교수/예술가)
3. 판매/서비스직 9. 가정주부
4. 기능/숙련공 10. 학생
5. 일반작업직 11. 무직
6. 사무/기술직 12. 기타(적을 것 : _____)

D3) 실례지만, 귀하께서는 학교를 어디까지 다니셨습니까?

1. 초등학교 졸업 이하
2. 중학교 졸업
3. 고등학교 졸업
4. 대학 재학 이상

D4) 귀하께서는 현재 종교가 있습니까?

1. 있다 2. 없다

D5) 현재 함께 살고 계시는 가족 모두의 한 달 평균 총수입은 얼마 정도 입니까? 저축, 임대소득, 이자 등을 모두 포함한 가구 월평균 총수입을 말씀해 주십시오.

1. 100만원 미만
2. 100 - 199만원
3. 200 - 299만원
4. 300 - 399만원
5. 400 - 499만원
6. 500- 599만원
7. 600 - 699만원
8. 700 - 799만원
9. 800만원 이상

오랜 시간 응답해 주셔서 대단히 감사합니다.