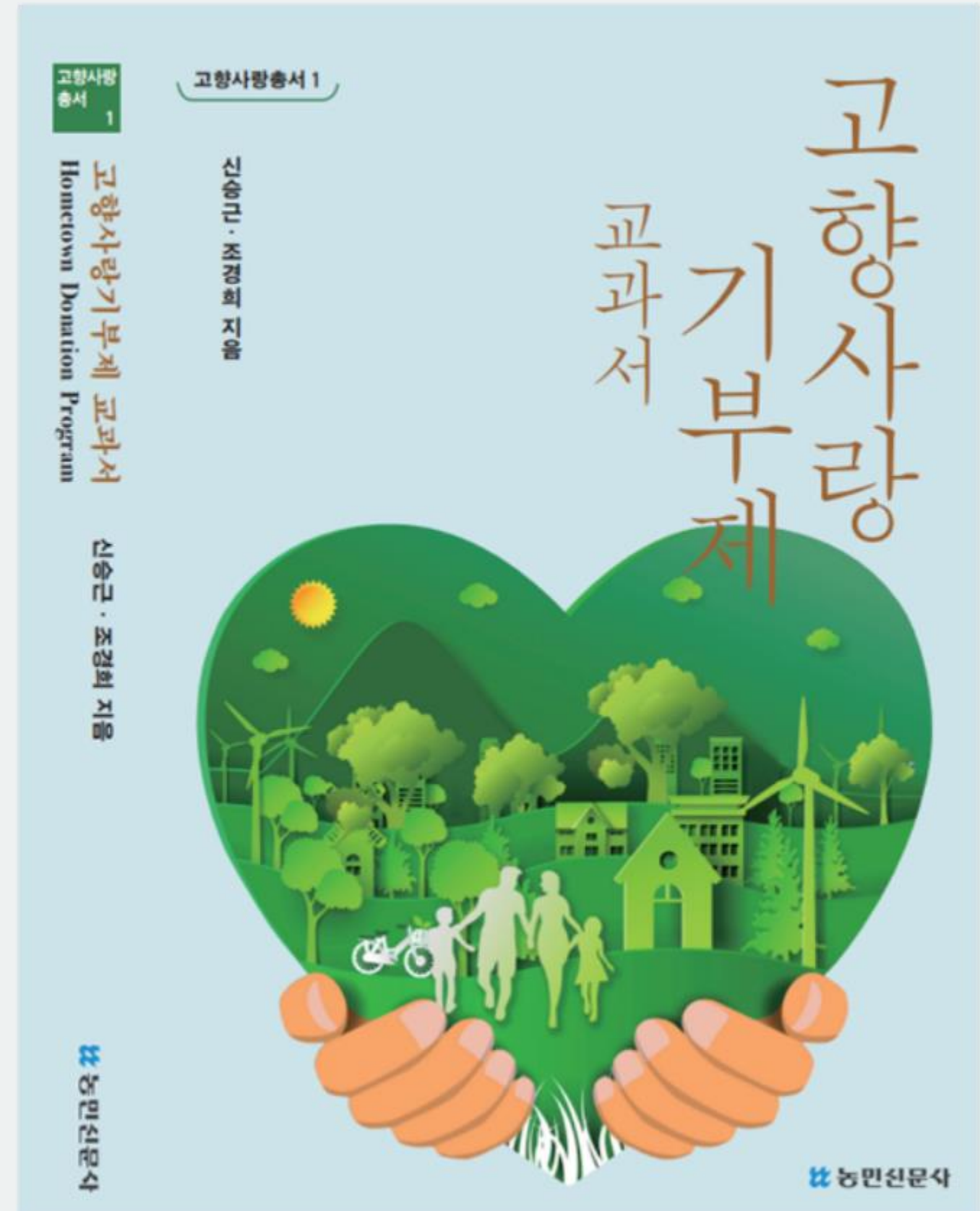


# 고향사랑기부제

고향사랑기부제 이해  
기부의 우월성과 효과성

2023.04

신승근



# 신승근 한국공학대학교 교수

010-6652-7446, freshsk@tukorea.ac.kr



서울시립대학교 세무전문대학원(세무학박사, 재정정책 전공)

일본의 **고향사랑** 조세제도 도입방안에 관한 연구(2017)

고향사랑기부제 교과서(농민신문사, 2022)

지역경영을 위한 새로운 재정(농민신문사, 2022)

대통령직속 정책기획위원회 재정개혁특별위원회 위원

대통령직속 국가균형발전위원회 정책기획·평가 전문위원

국무조정실 일자리·국정과제 평가단 평가위원

기획재정부 세제발전심의위원회 위원

행정안전부 지방자치단체 합동평가단 위원

고향사랑기부제 연구회 위원(행정안전부, 지방행정연구원)

학교법인 현송학원 이사장(2024년 **고향사랑기부연구소** 개설, **고향사랑경영학과** 개설 예정)

## 도입 배경

- **국가성장 저성장 고착화**
  - 국가가 더 이상 지방정부를 부양할 수 없는 상황으로 전환
  - **2007년** 일본 국고보조금·지방교부세·재원배분의 **삼위일체개혁**
- **총인구 감소 시대 진입**
  - 이주 경쟁은 지자체 간 제로섬 문제
  - 인구감소시대에 복수지역을 선택할 수 있는 **공유 개념** 등장(복수주소제, 관계인구제, 생활인구제)

# 1. 복수거주제도

- **복수거주와 관련된 인구정책인 복수주소제, 관계인구제(또는 생활인구제)**
  - 복수주소제: 주민등록지 이외에도 주소를 둘 수 있는 제도
  - **관계인구제**: 정주인구나 관광인구가 아닌 지역과 상당한 관계를 가지고 있는 인구정책
- **민법상 주소는 생활의 근거가 되는 곳으로, 동시에 두 곳 이상 있을 수 있음(제18조)**
  - 생활근거지를 주소로 인정함. 등록기준지와 관계 없음
  - 민법상 주소는 부재 및 실종 기준, 채무이행 장소, 부부동거 장소 그리고 상속개시 장소로 사용됨
  - 공법상의 주소와는 관련 없음

## 2. 관계인구 vs. 생활인구

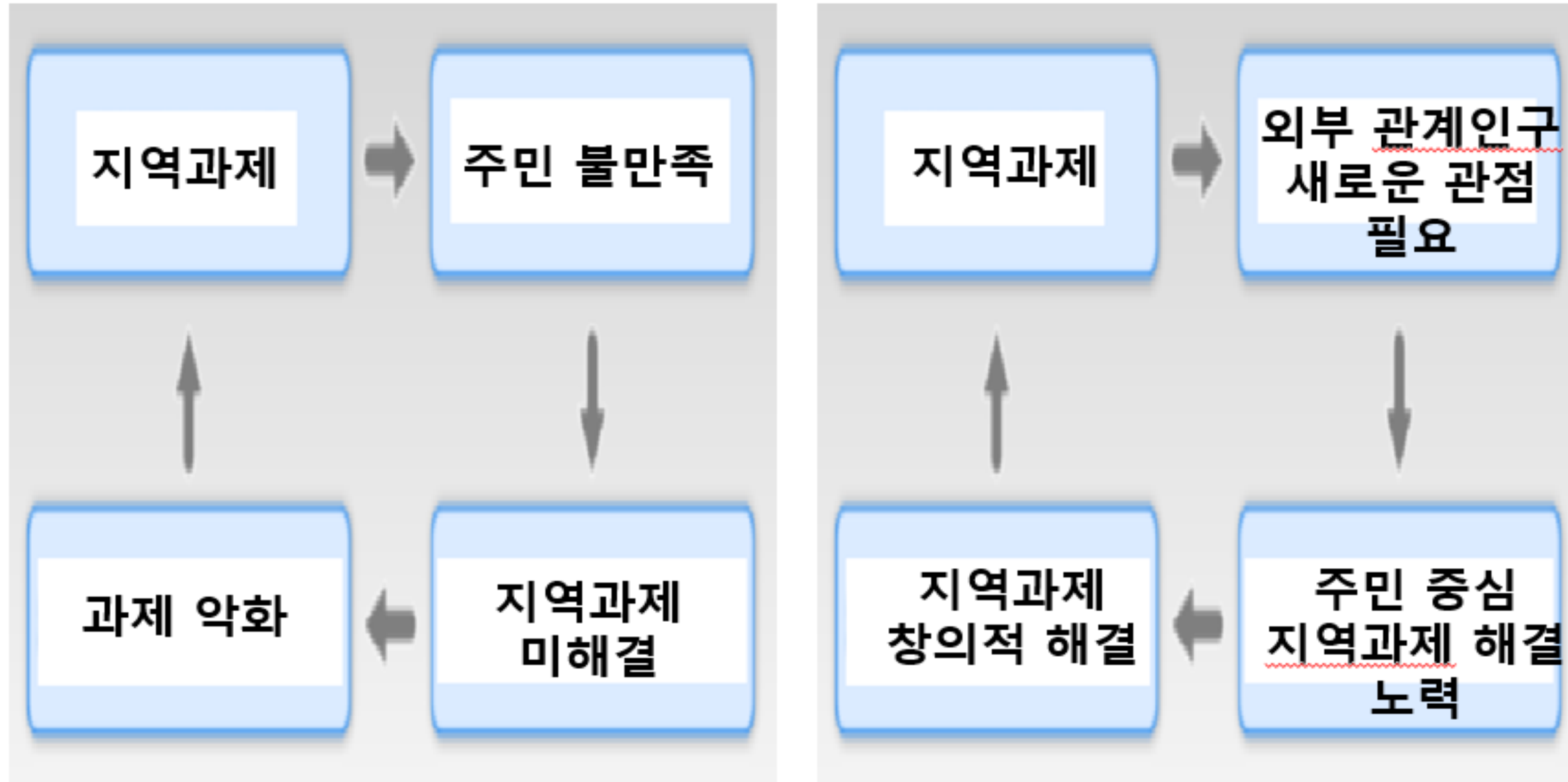
- **관계인구**는 정기·비정기적인 지역 방문으로 지역과 관계를 쌓은 외부인
  - ‘교류인구’와 ‘정주인구’와는 다른 개념. 정주인구와 교류인구의 중간단계인 관계인구 발굴.
  - 2016년 시민활동가 타카하시 저서 ‘도시와 지방을 섞다’
  - 인구감소·유출, 고령화 문제가 심화하자, 지방자치단체는 인구 유입 위한 각종 대책 수립함. 그러나 정주인구 증가 위한 출산장려정책, 이주정책 효과는 미미. 새롭게 주목받고 있는 관계인구
- **생활인구**란 지역에 거주 체류하면서 생활 영위하는 사람
  - 주민등록자, 정기적 지역 방문 체류자, 외국인등록자
  - 일본의 관계인구 단계를 거쳐 생활인구로 가야만 진정한 지역발전 가능

### 3. 일본 복수주소제 논의

- (선거권) 1954년 최고재판소 판결
  - 원거리 주소로 인한 대학생 선거권 제한 문제
  - 민법상 복수주소제를 공법에 적용할 것인지에 대한 논의함
  - **부재자투표제를 도입하여 해결**
- (조세) 세법상 주소 개념에 대해 최고재판소 논의
  - 세법 적용에서 주소는 납세의무자 범위를 결정하는 중요한 요소
  - 민법상 생활 본거지 판단만으로는 세법상 주소 해석에 충분하지 않음

(민법상 복수주소 해석의 적용 한계)
- (고향납세제)
  - 고향납세제는 복수주소 이용한 **세금 분할방식이 아님**
  - 다만, **기부세제를 응용하여 세금을 분할하는 효과** 얻음

# 지역쇠퇴 ↔ 지역재생



- **지역재생**: 지역과제 해결과 동시에 선순환을 통한 성장으로 이어져 지역 삶의 변화 발생하여야 함

## 일본정부 고향납세 크라우드펀딩 지원

- **2017년** 일본은 고향납세 확장정책으로 고향 창업지원 프로젝트, 고향 이주·교류 촉진 프로젝트 실시.
- **고향 창업지원 프로젝트**란 지방자치단체가 고향납세 재원으로 보조하는 금액 이외에 지역사업자의 창업에 있어서 필요한 초기투자경비를 추가 지원할 경우, 정부가 특별교부세로 경비의 일부를 지원해 주는 사업임.
- **고향 이주·교류 촉진 프로젝트**란 인구 과소지역 위기에 대응하기 위해 고향납세제를 활용하여 지속적으로 이주 및 정주 정책을 실시하고 있는 지방자치단체(모델시범단체)를 재정지원하고자 한 사업임.

\* 이주 및 정주를 위한 별도 특별교부세 지출도 있음.



# 고향사랑기부제 개요

## 고향사랑기부제

- 기부금 **10**만원까지는 전액 공제되어 돌려받는다.  
**10**만원을 초과하면 **500**만원까지는 기부액에 **16.5%**를 곱한 금액만큼 공제된다.  
만일 **100**만원을 기부한다면 **10**만원은 전액 공제되고, 나머지 **90**만원은 **16.5%**를 곱한 **14만 8,500**원이 공제되어 총 **24만 8,500**원을 공제받을 수 있다.
- 추가적으로 기부 받은 지방자치단체가 **3**만원 이하의 답례품을 보내기 때문에 **10**만원을 기부한 기부자 입장에서는 최대 **13만원**을 돌려받는 효과가 있다. **100**만원을 기부한 기부자는 최대 **54만 8,500**원을 돌려받는 효과가 있다.

## 천만명이 기부하면 1조원

- 우리나라 인구는 **5,200**만 명, 경제인구는 **2,600**만 명
- 세금을 실제로 부담하는 납세자는 약 **1,600**만 명
- **1,600**만 명 중 약 **60%**인 **1,000**만 명이 전액 세액 공제 받을 수 있는 **10**만 원을 기부하면 **1조 원**



## 고향사랑기부금 vs. 지역사랑상품권

- 고향사랑기부금을 지역사랑상품권과 비교하면 이해하기 쉬움
- 지역사랑상품권 인센티브가 **5%**라고 하면,
  - 고향사랑기부금은 10만 원을 기부하면 **3만 원 혜택**
  - 지역사랑상품권은 10만 원을 구입하면 **5천 원 혜택**
- 고향사랑기부금은 답례품을 통해 **즉시** 혜택을 받지만, 지역사랑상품권은 지출을 하면서 **일정 비율 만큼씩** 혜택을 받음

기부를 하는 이유?

의미 있게 사용해야 한다!

재밋어야 한다!

재미(Fun) + 기부(Donation) = 퍼네이션(Funation)



## '트리플래닛' 게임

- 나무 심기 게임을 통해 실제로 나무를 심을 수 있는 게임
- 다운로드 수가 100만을 넘음
- 반려나무를 심는 캠페인으로 확장
- 게임에 광고를 하는 기업이 비용 지원



트리플래닛 게임 | 사진제공: 트리플래닛 공식 홈페이지

보람 있어야 한다!

## 고향사랑크라우드펀딩의 매력

- 1 게임성 : 재밌게 즐긴다!
- 2 성취감 : 게임을 한 판 깬다!!
- 3 연대의식 : 팀 플레이로 승리한다!!!
- 4 관계인구 형성의 구심점

기다림에서 다가감으로!

## 고향사랑기부제

- 1 지역에 대한 응원의 결과물
- 2 지역 발전 전략이 중요
- 3 지역사업자가 전국사업자로 성장

# 1. 지역에 대한 응원의 결과물



진천군의 사례가 이를 잘 설명해 준다.

지난 2021년 8월27일 아프가니스탄 특별기여자 390명은 이슬람 무장세력인 탈레반이 아프간을 장악한 직후 기적처럼 아프카니스탄을 탈출하여, 충북 진천 혁신도시 국가공무원 인재개발원에 도착했다. 진천군이 난민을 수용하는 결단을 내리자 전국 각지에서 진천군을 응원하는 목소리가 이어졌다. ‘돈쫄내자’(돈+혼쫄내자)는 신조어까지 만들어지며, ‘Buy 진천’(진천을 사자) 열풍으로 진천군에서 운영하는 온라인 쇼핑몰인 ‘진천몰’(jcmall.net)은 주문 폭주가 이어졌고 결국 시스템이 일시 중단되는 사태까지 일어났다.

## 2. 지역 발전 전략이 중요

지역발전 전략 마련을 위해서는 지역에 대한 애정과 고민이 필요하다. 지역주민이 원하는 바람직한 지역의 미래상을 명확히 만들어 내고, 그러한 목표에 도달하기 위한 구체적인 계획안을 도출해 내야 한다. 지역주민이 주체가 되고 지역 자치단체장과 의회 및 공무원 등이 합심해서 지역을 혁신하는 모습을 보일 때 진정한 ‘응원’을 받을 수 있다.

## 지역특성에 맞는 발전전략 마련

- 1 고민과 진정성
- 2 사용처 발굴
- 3 지역 발전
- 4 기부금 실적 증가
- 5 답례품 실적 증가



# 기금사업 추진방향(행정안전부)

- 先 모금 및 後 기금사용이 아니라 기부금 모금 전 선제적 기금사업 안내·홍보로 기부금 모금 극대화 도모
  - 지역 주민뿐만 아니라 기부자의 요구사항\*을 상세하게 파악하여 선도적으로 기금 사업에 반영
    - 기부가 일회성으로 끝나지 않고 지속적으로 재기부로 이어질 수 있도록 기부자와의 관계 형성 및 지역방문 등 생활인구 유도 기회로 활용
- \* 지역 주민 및 기부자의 생활 트렌드 등 니즈(needs) 사전 파악 필요

## 기금사업 협조 요청(행정안전부)

- **고향사랑기금사업 활성화**를 위해 **신속히 기금운용계획 수립·추진(상반기 이내 완료)**
  - 고향사랑e음 시스템 ‘지자체 정보’ 메뉴에 **기금사업 세부계획 입력**
    - ※ 기금사업의 조속한 성과와 특색있는 답례품을 활용해 선순환 기부체계 구축
- **기금사업을 선제적·적극적으로 홍보**해 기부금 모금 유도(상시)

## 높아지는 지방자치단체 '자치의식'

- 고향납세제를 지역과제 해결과 지역외 교류에 효과적으로 활용하고 있는 지방자치단체가 많아지고 있음.
- 2022년 총무성 조사에 따르면 전국 지방자치단체 **97.7%(2021년 97.1%, 2020년 96.4%)**가 기부금 용도를 선택할 수 있게 함.
- 그 중 **25.7%(2021년 25.1%, 2020년 23.4%)**는 상세선택 가능하게 함.
- 크라우드펀딩형은 **17.8%(2021년 15.9%, 2020년 12.0%)** 증가함.
- 일본 기부자 고향납세제 이용목적: 가장 큰 동기는 '답례품 획득', 다음 동기는 「지방응원」 「공감하는 사업」

### 3. 지역사업자가 전국사업자로 성장

답례품은 지역의 중소기업, 소상공인 및 영농인이 전국적인 사업자로 성장하는 기회를 창출한다. 기부자는 ‘포털사이트’에서 기부하고자 하는 지역과, 답례품 및 기부금의 용처를 선택한다.

답례품이 전국적으로 판매되면서 인터넷몰에서 판매하는 효과와 발생하고, 해당 지역과 인근 지역에서도 판매 실적이 급증하게 된다. 이러한 답례품 사업자의 성장은 지역 경제 활성화로 이어질 수밖에 없다.

## 우수사례

## 히라도시 스위트카페 '심우(心優)'

- 히라도시 중심가에서 차량으로 **20분** 정도 떨어진 곳에 위치
- 안내간판은 벗겨져 있고 인적도 드문 곳
- 빈집을 무료로 빌려서 개업한 카페는 주 **3일** 그것도 하루에 **4시간만** 오픈
- 주요 판매상품은 냉동과자의 통신판매
- 사장은 한창 아이를 키우고 있는 주부이고, 종업원도 지역에서 시간 아르바이트로 일하고 있는 주부
  - 왜 이렇게 불편한 장소에서 개업했느냐고 문의하자 집이 바로 옆에 있기 때문이라 고 함.
  - 육아와 양립하기 위한 불가피한 선택
- 사장은 제빵사도 아님. 레시피와 상품디자인은 인터넷 검색으로 독학

# 히라도시심우(心優)



## 우수사례

## 히라도시 스위트카페 '심우(心優)'

- 카페는 그 후에 유명 인터넷 통신판매 시장에 진출하여 인기상점이 됨.
  - 고향납세를 계기로 통신판매를 통해 커다란 도약을 한 사례
  - 상권 혁명
  - 상점을 시내 중심에 두지 않아도 전국적으로 판매하는 스위트점이 됨.
- 사장은 히라도시가 제공하는 창업학원(상공회의소가 운영)을 다니면서 충분한 지식을 쌓고 전문가에게 많은 질문을 하면서 사업을 운영
- 창업학원의 운영자금은 지방자치단체가 고향납세로 모금한 기부금으로
- 답례품 시장이 일반적으로 통신판매 시장보다 진입장벽이 낮다고 하지만 평범한 가정주부가 카페를 창업하여 통신판매 시장까지 진출하여 성공한 사례는 상상하기 어려움

# 전국적인 판매망 확보



# 지역경영 전략 개발

# 지역경영 시대로의 전환점

자금과 사람이 지역으로 유입

수입 자율성과  
지출 책임성 강화

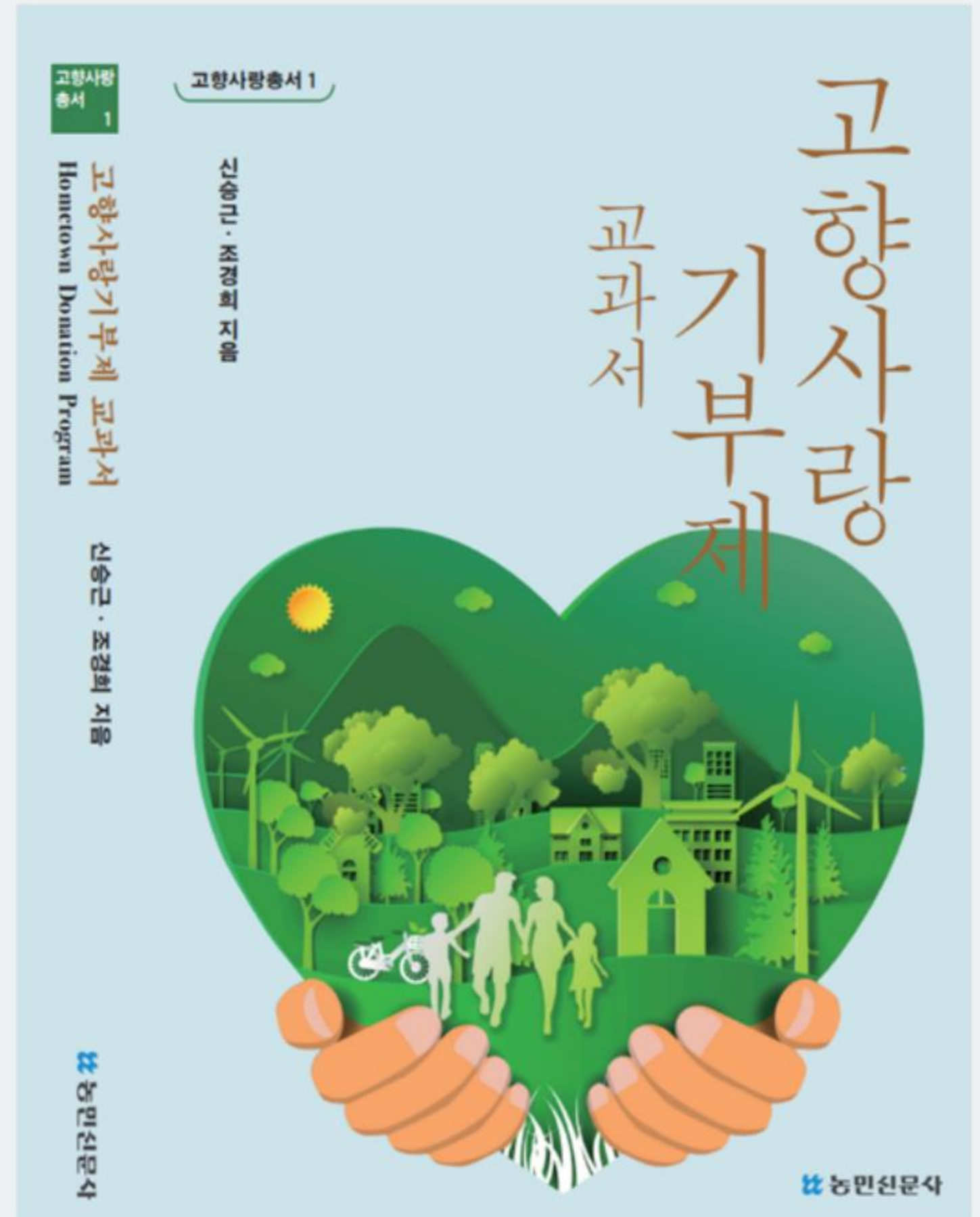
형식적 자치에서  
실질적 자치로 전환

# 고향사랑기부제 교과서

# 고향사랑기부제 교과서

- <고향사랑총서>

농민신문사는 고향사랑기부제 시행에 따른 이론적 기반 구축 및 전국 지자체  
 ▪ 지역 농업, 축산업, 수산업의 사업 추진에 도움을 드리기 위해 고향사랑 지침서, 실천 가이드북 등 다양한 책자를 총서 형식으로 발행하고자 합니다.



## 일본 고향납세제도 실적(87p)

[그림] 2008~2021년 고향납세 액수 및 건수



&lt;표&gt; 2008~2021년 고향납세 실적

	2008	2009	2010	2011	2012
금액(억엔)	81.4	77.0	102.2	121.6	104.1
건수(만건)	5.4	5.6	8.0	10.1	12.2
금액/건수	151,646	136,636	127,830	121,127	85,085
	2013	2014	2015	2016	2017
금액(억엔)	145.6	388.5	1,652.9	2,844.1	3,653.2
건수(만건)	42.7	191.3	726.0	1,271.1	1,730.2
금액/건수	34,099	20,310	22,767	22,375	21,114
	2018	2019	2020	2021	
금액(억엔)	5,127.1	4,875.4	6,724.9	8,302.4	
건수(만건)	2,322.4	2,333.6	3,488.8	4,447.3	
금액/건수	22,076	20,892	19,275	18,668	

출처) 총무성, 2022.



# 지역경영을 위한 새로운 재정

왜 '지역발전'과 '지역 활성화'가 필요한가? 바로 지속가능한 사회를 실현하기 위해서다. 그리고 '경영' 관점이 필요한 이유는 국가 예산만으로 지역 기반을 강화 또는 유지해온 기존의 지방자치단체 운영 방식이 더 이상 유효하지 않기 때문이다.

· 농민신문사 고향사랑총서 제3권 ·

## “고향기부금과 크라우드펀딩을 활용한 지역경영의 해법”

지속가능한 지자체로 발전하려면 새로운 자금조달 수단이 필요하다


### 지역경영을 위한 새로운 재정

일본의 지역경영 방법서인 『지역경영을 위한 새로운 재정』은 고향기부금과 크라우드펀딩 등 사회적 금융의 유용성을 검증하고 이를 활용한 지역의 매력 자원 발굴 및 사업화에 대해 다룬다. 지자체의 패러다임을 '운영'에서 '경영'으로 전환할 것을 주문하며 우리나라의 자치단체장·정책담당자·지역사업자들에게 많은 시사점을 제공한다.

호다 다카야키 지음 / 산승근·조경희 옮김 / 318쪽 / 20,000원

대형 서점과 인터넷 서점에서도 구입할 수 있습니다.

· 고향사랑총서 I·II·III ·



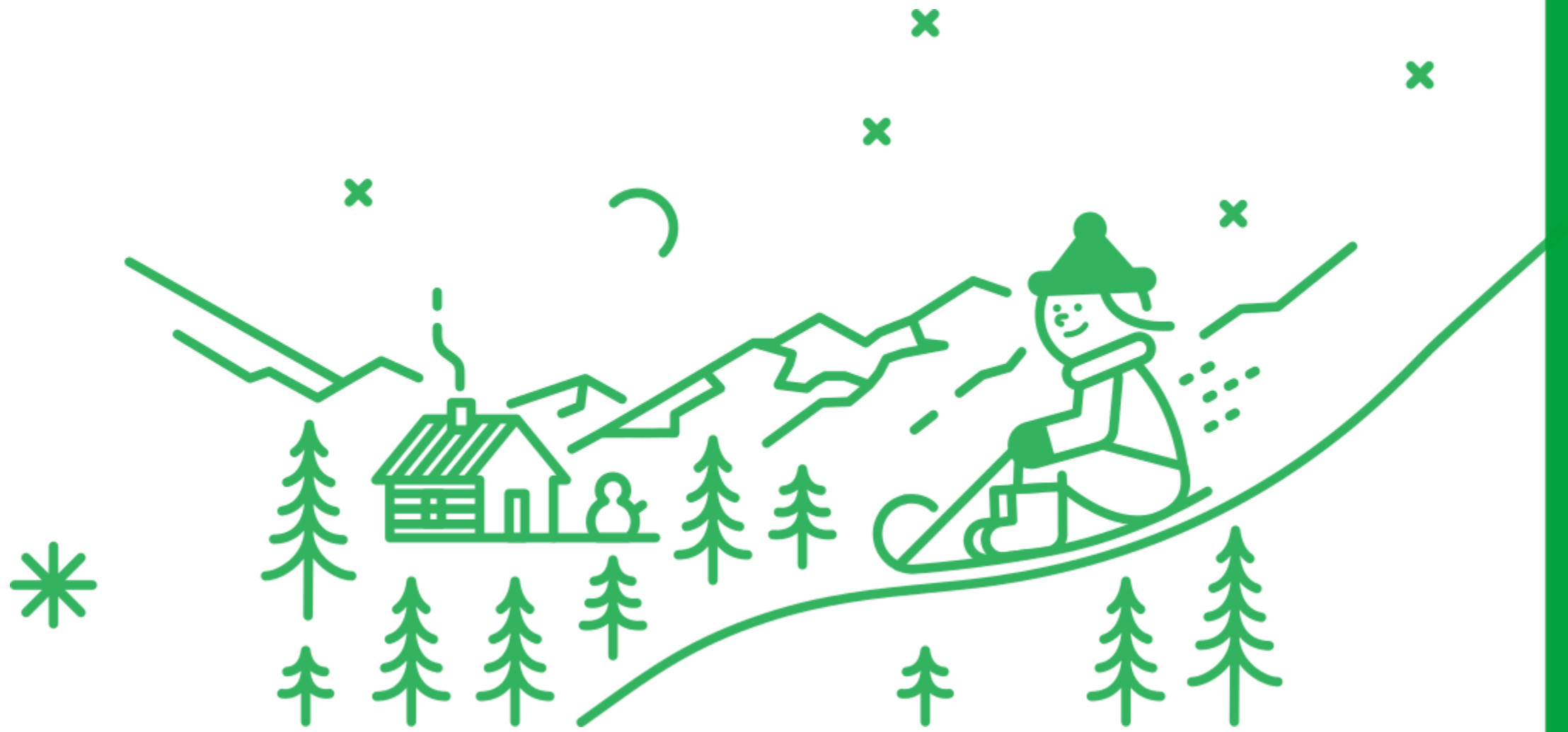
1  
2  
3

이 세 권이면 OK!! 고향사랑기부제의 이해와 실천, 고향사랑총서 시리즈에 다 들어 있습니다

농민신문사에서 발간한 고향사랑총서 1-3권을 한 데 모아 세트로도 판매합니다. <값 56,000원>

구입문의 농민신문사 출판기획부 (02) 3703-6136    계좌번호 NH농협은행 032-17-000471 (예금주: 농민신문사)

농민신문사    서울시 서대문구 독립문로 59    www.nongmin.com



감사합니다