

발간등록번호
11-1352000-001440-10

정책보고서 2016-

나눔실태 2015



고경환·장영식·이연희·강지원·진재현·진달래·김솔희·고금지



보건복지부



【책임연구자】

고경환 한국보건사회연구원 연구위원

【주요저서】

2013년 기준 한국의 사회복지지출
보건복지부·한국보건사회연구원, 2014(공저)
복지재정·DB구축과 지표 분석
보건복지부·한국보건사회연구원, 2014(공저)

【공동연구진】

장영식 한국보건사회연구원 초빙연구위원
이연희 한국보건사회연구원 책임전문원
강지원 한국보건사회연구원 전문연구원
진재현 한국보건사회연구원 전문연구원
진달래 한국보건사회연구원 연구원
김솔휘 한국보건사회연구원 연구원
고금지 한국보건사회연구원 연구원

최근 국민의 다양한 복지욕구 표출로 자발적 나눔의 중요성이 높아지고 있다. 나눔은 공공부문의 공급기능을 보완하고 보충하는 중요한 민간 자원이다. 또한 나눔은 사회 문제를 해결하고 변화시키는 사회적 자본이다. 버스나 지하철의 임산부·노약자석과 같은 상대적 약자를 배려하는 것에서부터 자원이 부족하거나 필요로 한 자에게 나누어주는 기부금, 물품기부, 봉사활동 등 보편적인 나눔뿐만 아니라 꺼져가는 생명을 살리는 특별한 생명 나눔까지 다양하다. 이와 같이 나눔은 마음, 돈, 서비스 그리고 신체의 일부까지를 아우른다.

이처럼 한 사회를 지탱하고 발전시키는 나눔의 전반적 규모나 실태를 종합적으로 파악하기 위하여 나눔통계의 실태분석이 필요하다. 이를 통해 나눔의 현황분석과 이를 기반으로 한 나눔 확산 정책 수립이 가능하다.

보고서는 나눔을 정확히 측정하기 위해 나눔의 정의와 범주를 검토하고 앞으로 국제비교 가능한 통계를 산출할 수 있도록 노력하였다. 특히 현재 나눔 통계로 어떠한 것들이 있는지 각 특성을 알아보고 앞으로 국내 나눔 전반의 실태 파악과 확산을 위한 심층인터뷰(Focus Group Interview) 등을 통해 발전방안을 살펴보는 데 주안점을 두었다. 이와 함께 지난 2년간 축적된 나눔통계의 추이도 분석하고 있다.

본 보고서는 관계전문가의 연구 활동에는 물론 나눔통계를 포함한 민간복지정책의 기초자료로 널리 활용될 수 있을 것으로 기대한다. 복지재정 문제와 민간사회정책에 관심 있는 학자, 정부부처의 정책수립자, 연구 활동을 하는 연구자나 학생들에게 일독을 권하고 싶다.

연구진은 본 연구를 수행하는데 있어 심층인터뷰에 응해주신 정부, 학계, 민간기관 관계자인 통계개발원 이희길 사무관, 연세대학교 강철희·강정한 교수, 중앙대학교 김교성 교수, 서울시립대 이상신 교수, 한국가이드스타 박두준 사무총장, 사회복지공동모금회 장보임 소장, 한국자원봉사문화 정희선 국장, 한국장기기증원 장경숙 본부장, 적십자사 혈액관리본부 강은영 과장에게 감사를 표한다. 또한 연구진

행에 적극적인 지원과 관심을 아끼지 않은 보건복지부 우경미 과장과 하진 사무관 그리고 이은경 주무관에게 깊이 감사를 표한다. 본 연구에 유익한 조언과 자료를 제공해 준 학계, 관련기관 등 관계자 여러분께도 감사해하고 있다.

끝으로 본 보고서에 수록된 모든 내용은 참여한 연구진의 개인적 견해이며, 본 연구원의 공식견해가 아님을 밝혀둔다.

2016년 7월
한국보건사회연구원 원장
김 상 호

목 차

요 약	1
제1장 서론	21
제1절 연구의 배경 및 목적	23
제2절 연구내용 및 방법	24
제2장 나눔의 측정틀 및 통계작성 현황	27
제1절 나눔의 이론적 배경	29
제2절 나눔의 정의와 범주	34
제3절 나눔통계 메타데이터 구축	38
제4절 소결	66
제3장 국내 나눔실태와 나눔단체	67
제1절 기부	69
제2절 자원봉사활동	122
제3절 생명나눔	146
제4절 나눔단체	156
제5절 소결	159
제4장 외국의 나눔제도와 통계현황	167
제1절 외국 나눔 정책 관련 법·제도	169
제2절 외국 나눔 통계 현황	174
제3절 소결	195
제5장 나눔문화 여건 조성방안과 연구의 한계	199
제1절 나눔 통계 생산 효율화 방안	201
제2절 나눔 활성화 방안	219

제3절 정책적 함의와 건의	231
제4절 연구의 한계	235
참고문헌	239
부록	243
부록1. 국제비교 가능지표	243

표 목차

〈표 2- 1〉 나눔의 정의	30
〈표 2- 2〉 「나눔실태 2014」에서의 나눔의 세부범주	35
〈표 2- 3〉 「나눔실태 2015」에서의 나눔의 세부범주	37
〈표 2- 4〉 한국복지패널조사의 조사내용	44
〈표 2- 5〉 2013 기빙 인덱스 조사내용	45
〈표 2- 6〉 2014년 생활시간조사 조사항목	49
〈표 2- 7〉 기부와 관련된 보고통계 및 조사통계에 대한 메타정보 요약	56
〈표 2- 8〉 자원봉사와 관련된 보고통계 및 조사통계에 대한 메타정보 요약	61
〈표 2- 9〉 나눔과 관련된 기타 통계에 대한 메타정보 요약	65
〈표 3- 1〉 만19세 이상의 주관적 소득수준별 분포	71
〈표 3- 2〉 경제성장률 및 기부참여율 변화	71
〈표 3- 3〉 지역별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	78
〈표 3- 4〉 개인과 법인의 기부금 신고 현황: 2006-2014	82
〈표 3- 5〉 근로소득자의 기부금 신고 현황: 2007-2014	83
〈표 3- 6〉 종합소득자의 기부금 신고 현황: 2007-2014	84
〈표 3- 7〉 가구의 월평균 기부금 지출액(전국 2인 이상 가구 기준): 2011-2015	93
〈표 3- 8〉 법인의 기부금 신고 현황: 2007-2014	111
〈표 3- 9〉 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014	113
〈표 3-10〉 상장·비상장별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014	114
〈표 3-11〉 수입금액 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014	115
〈표 3-12〉 자산 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014	115
〈표 3-13〉 소득금액 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014	116
〈표 3-14〉 과세표준 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014	117
〈표 3-15〉 흑자법인 10분위별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014	117
〈표 3-16〉 업태별 기부금 신고현황: 2013-2014	118
〈표 3-17〉 보건업 기부금 신고현황: 2007-2014	119
〈표 3-18〉 기업 분야별 사회공헌 지출 비율 추이: 2005-2014	121
〈표 3-19〉 연령대별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2006-2015	125
〈표 3-20〉 지역별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	129
〈표 3-21〉 분야별 자원봉사 활동현황: 2013-2015	136
〈표 3-22〉 관리센터 종류별 사회복지 자원봉사자 현황: 2013-2014	138

<표 3-23>	장기 등 이식 현황	153
<표 3-24>	사업목적별 공익법인 가동 법인 수: 2009-2014	156
<표 3-25>	사업목적별 지역별 공익법인 가동 법인 수: 2014	157
<표 4- 1>	소득세 비율과 과세등급	173
<표 4- 2>	기부규모와 기부참여율의 국제비교	174
<표 4- 3>	자원봉사 참여율의 국제비교	175
<표 4- 4>	미국 나눔통계 조사개요	177
<표 4- 5>	영국 나눔통계 조사개요	179
<표 4- 6>	기부의 주체 및 분야별 기부금액	181
<표 4- 7>	호주 나눔통계 조사개요	181
<표 4- 8>	전체 나눔 현황, 2012-2013년 추정값	184
<표 4- 9>	캐나다 GSS GVP 조사개요	184
<표 4-10>	전체 나눔 현황, 2011-2014년 추정값	185
<표 4-11>	뉴질랜드 나눔통계 조사개요	185
<표 4-12>	외국 나눔통계의 작성현황	187
<표 4-13>	World Value Survey 조사개요	189
<표 4-14>	World Value Survey 조사결과(Wave 4)의 국제 비교	190
<표 4-15>	Gallup World poll 조사개요	190
<표 4-16>	주요국가의 세계기부지수 비교	191
<표 4-17>	Society at a Glance 2014 조사결과	192
<표 4-18>	하루 1440분 중 자원봉사활동시간 국제비교	192
<표 4-19>	외국 주요 나눔 관련 기관 및 활동 특성	193
<표 4-20>	해외 나눔실태 종합표	196
<표 5- 1>	모듈형 조사내용 및 조사 항목 예시	211
<표 5- 2>	신규 조사 내용 및 조사방법	217
<표 5- 3>	미국 파운데이션 센터 TOP 10 자료	223
<표 5- 4>	사회복지법인 현황	225
<표 5- 5>	기부금액 통계조사의 결과차이	237

부록 표 목차

<부표 1-1>	World Value Survey 조사결과(Wave 6)	243
<부표 1-2>	World Value Survey 조사결과(Wave 4)	244
<부표 1-3>	World Giving Index 2015 조사결과	246
<부표 1-4>	OECD 각 국가별 조사개요활용현황	251

그림 목차

[그림 2- 1]	나눔실태 2014와 나눔실태 2015 비교	37
[그림 3- 1]	기부 참여율 추이(15세이상): 2006-2015	70
[그림 3- 2]	현금 및 물품기부 참여율(15세이상): 2011-2015	72
[그림 3- 3]	성별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	73
[그림 3- 4]	연령대별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	74
[그림 3- 5]	교육정도별 기부 참여율(30세이상): 2011-2015	75
[그림 3- 6]	직업별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	76
[그림 3- 7]	가구소득별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	77
[그림 3- 8]	지역별 기부 참여율(15세이상): 2013, 2015	78
[그림 3- 9]	기부경로별 현금기부 참여율(15세이상): 2011-2015	79
[그림 3-10]	정기적 현금기부 참여현황(15세이상): 2011-2015	80
[그림 3-11]	정기적 물품기부 참여현황(15세이상): 2011-2015	81
[그림 3-12]	기부금 규모의 변화추이: 2006-2014	83
[그림 3-13]	성별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2014	85
[그림 3-14]	연령대별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2014	86
[그림 3-15]	소득규모별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2014	87
[그림 3-16]	10분위분포별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2014	88
[그림 3-17]	소득규모별 결정세액이 있는 근로소득자의 1인당 신고 기부액: 2011-2014 · 89	
[그림 3-18]	현금기부자의 평균 현금기부 참여 횟수(15세이상): 2011-2015	90
[그림 3-19]	평균 현금기부액(15세이상): 2011-2015	91
[그림 3-20]	평균 물품기부 참여 횟수(15세이상): 2011-2015	92
[그림 3-21]	기부하지 않은 이유(15세이상): 2011~2015	94
[그림 3-22]	기부 대상 인지경로(15세이상): 2011-2015	95
[그림 3-23]	기부 희망 분야(15세이상): 2011-2015	96
[그림 3-24]	향후 기부 의사 및 유산 기부 의사(15세이상): 2011-2015	97
[그림 3-25]	기부문화 확산 필요사항(15세이상): 2011-2015	98
[그림 3-26]	기부 여부에 따른 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015	99
[그림 3-27]	기부 여부에 따른 주관적 만족감(15세이상): 2011-2015	100
[그림 3-28]	기부 여부에 따른 사회적 관계망(15세이상): 2011-2015	101
[그림 3-29]	기부 단체/기관 인지 정도: 2014-2015	103

[그림 3-30]	기부 단체/기관 선정 시 고려사항: 2014-2015	104
[그림 3-31]	기부 단체/기관의 정보 공개의 중요성 인식도 정도: 2014-2015	105
[그림 3-32]	기부 단체/기관의 정보 공개 의무 수행 정도에 대한 인식: 2014-2015	106
[그림 3-33]	기부 단체/기관의 회계결산서 공개 인지 여부: 2014-2015	107
[그림 3-34]	기부 단체/기관의 정보 공개 강화시 단체의 투명성 증가 정도: 2014-2015	108
[그림 3-35]	불성실 운영 기부단체의 규제 강화에 대한 의견: 2014-2015	109
[그림 3-36]	총 기부 금액 대비 적절 기관 운영비 비율: 2014-2015	110
[그림 3-37]	규모별 법인당 신고 기부액: 2011-2014	113
[그림 3-38]	상장·비상장별 법인당 신고 기부액: 2011-2014	114
[그림 3-39]	기업의 사회공헌 지출현황: 2005-2014	120
[그림 3-40]	기업의 운영방식별 지출현황: 2014-2015	121
[그림 3-41]	개인의 자원봉사활동 실태 파악 개요	122
[그림 3-42]	자원봉사활동 참여율(15세이상): 1999-2015	123
[그림 3-43]	성별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2006-2015	124
[그림 3-44]	교육정도별 자원봉사활동 참여율(30세이상): 2011-2015	126
[그림 3-45]	직업별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015	127
[그림 3-46]	가구소득별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015	128
[그림 3-47]	지역별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2013, 2015	129
[그림 3-48]	활동분야별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015	130
[그림 3-49]	전문성을 활용한 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015	131
[그림 3-50]	정기적 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015	132
[그림 3-51]	활동분야별 자원봉사활동 평균 참여횟수(15세이상): 2011-2015	133
[그림 3-52]	활동분야별 자원봉사활동 평균 참여시간(15세이상): 2011-2015	134
[그림 3-53]	자원봉사자 등록 및 활동 현황: 2007-2015	135
[그림 3-54]	분야별 자원봉사 활동 현황: 2015	137
[그림 3-55]	사회복지 자원봉사자 등록 및 활동 현황: 2007-2014	138
[그림 3-56]	관리센터 종류별 사회복지 자원봉사자 현황: 2013-2014	139
[그림 3-57]	사회복지 자원봉사자 총 봉사 횟수 및 평균 봉사 횟수: 2007-2014	140
[그림 3-58]	사회복지 자원봉사자 총 봉사 시간 및 평균 봉사 시간: 2007-2014	141
[그림 3-59]	자원봉사활동 인지경로(15세이상): 2015	142
[그림 3-60]	향후 자원봉사활동 의향(15세이상): 2011-2015	143
[그림 3-61]	자원봉사활동 여부에 따른 기부 참여율(15세이상): 2011-2015	144
[그림 3-62]	자원봉사활동 여부에 따른 주관적 만족감(15세이상): 2011-2015	145
[그림 3-63]	자원봉사활동 여부에 따른 사회적 관계망(15세이상): 2011-2015	146

[그림 3-64]	총 헌혈실적 및 헌혈률: 2006-2014	147
[그림 3-65]	성별 헌혈실적: 2006-2014	148
[그림 3-66]	총 헌혈실적 및 평균 헌혈실적: 2008-2014	149
[그림 3-67]	개인과 단체의 헌혈실적 비율: 2002-2014	150
[그림 3-68]	연령별 헌혈실적 비율: 2007-2014	151
[그림 3-69]	기증형태별 장기 등 기증자 추이: 2008-2014	152
[그림 3-70]	기증형태별 장기 등 이식 추이: 2008-2014	153
[그림 3-71]	장기 등 이식 현황: 2014	154
[그림 3-72]	이식대기자 추이: 2006-2014	155
[그림 3-73]	장기 등 기증의사를 가진 자의 추이(누계): 2000-2014	155
[그림 3-74]	중앙정부 및 지방자치단체 비영리민간단체 등록 수: 2009-2015	158
[그림 4-1]	기부 주체별 기부 비율	176
[그림 4-2]	기부 분야별 기부 비율	176
[그림 4-3]	기부 분야별 기부 비율	178
[그림 4-4]	기부 방법 비율	178
[그림 4-5]	상위10%와 하위90% 기부자의 기부금액 비교	183
[그림 5-1]	나눔 범주 확장에 따른 나눔 통계의 확대	209
[그림 5-2]	모듈형 나눔실태조사와 기존 조사의 관계도	215
[그림 5-3]	독립형 나눔 실태 조사 관계도	219
[그림 5-4]	나눔 관련 포털 홈페이지	222

부록 그림 목차

[부도 1-1]	World Giving Index 2010-2014: 한국 점수	249
----------	---	-----

1. 연구의 배경 및 목적

- 매년 기부자의 참여로 자발적 민간부문의 나눔 활동이 확장되고 현실을 넘어서고 있음. 이러한 나눔은 사회 문제를 해결하고 변화시키는 민간자원으로 기부, 자원봉사, 그리고 생명나눔 등 다양하며 그 역할이 중요한 만큼 총체적 실태파악이 필요함.
- 나눔을 정확히 측정하기 위해 나눔의 정의와 범주를 검토하고, 한 사회를 지탱하고 발전시키는 나눔의 현황분석과 이를 기반으로 한 나눔 확산 정책 수립에 필요한 기초연구가 요구됨.
- 본 연구는 나눔의 전반적 규모나 실태를 종합적으로 파악, 분석하고 향후 정책추진 방향을 도출하는 데 연구 목적을 둬. 즉 나눔 문화 활성화 수립 등에 필요한 기초 자료 생산과 앞으로 나눔 활성화를 위한 법·제도적 개선을 위해 통계조사 체계를 마련하고자 함.
- 최신년도의 나눔 통계를 업데이트하고 개선사항을 모색하며, 해외 주요국의 나눔 정책 관련 법·제도를 파악하고 나눔 특징 등을 분석함.
- 현재 나눔 통계의 정확한 실태 파악과 나눔 정책의 발전방안을 모색하기 위해 나눔 관련 전문가와 관계자 대상의 심층인터뷰(Focus Group Interview: FGI) 실시.

2. 연구내용 및 방법

1) 주요 연구 내용

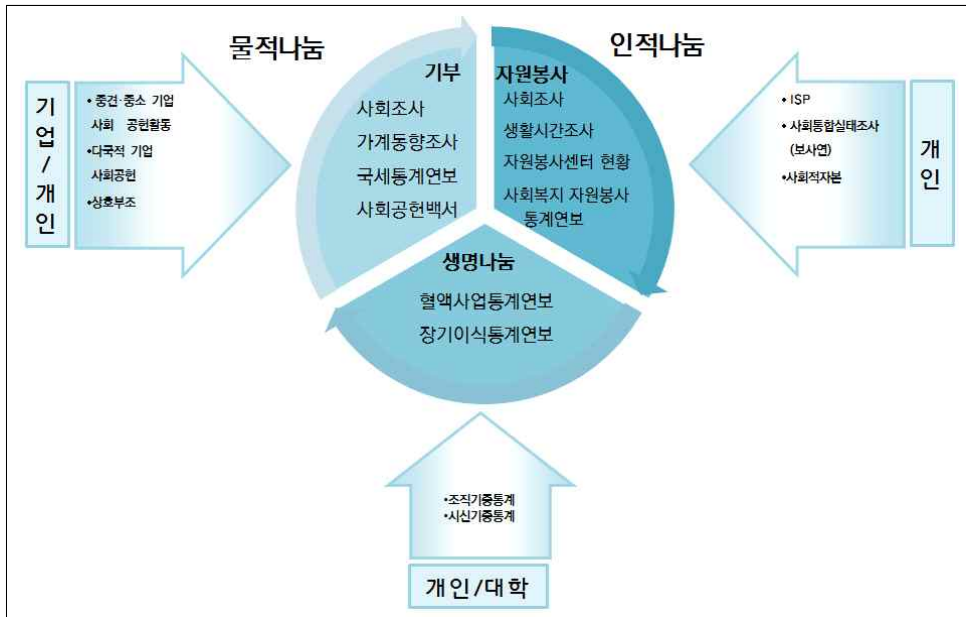
- 나눔의 정의 및 개념적 범주 검토

○ (정의) 자발적 의사를 가진 개인 및 단체가 사회의 복지향상과 공익을 위해 사회적 경제적 가치 있는 자원의 제공 또는 호혜적 행위

<표 1> ‘나눔실태 2014’와 ‘나눔실태 2015’의 나눔 정의 차이와 차별성

구분	정의	변경 이유
나눔실태2014	자발적 의사를 가진 개인 및 단체가 사회의 복지향상과 공익(public good)을 위해 사회적 경제적 가치가 있는 자원을 제공하는 것	나눔은 일방적 제공행위뿐만 아니라 사회적 관계에서 쌍방향적 행위임을 강조(개인, 세대)
나눔실태2015	자발적 의사를 가진 개인 및 단체가 사회의 복지향상과 공익(public good)을 위해 사회적 경제적 가치 있는 자원의 제공 또는 호혜적 행위	

[그림 1] 나눔범주 확대에 따른 나눔 통계의 구조



- 주: 1) 원형에 제시된 자료원은 나눔실태 2014, 나눔실태 2015에 포함된 자료임.
 2) 원형을 향하는 화살표는 추가적으로 향후 나눔실태에 반영되어야 하는 통계임.
 3) 기존에는 나눔을 기부와 자원봉사, 생명나눔으로 구분하였으나, 나눔 개념의 확대에 따라 인적나눔, 물적나눔, 생명나눔으로 구분함.

○ (범주 확대) 나눔의 구성, 내용, 방법, 범위 등에 따라 물적 나눔, 인적 나눔, 생명 나눔으로 분류

- 물질 나눔 중 상호부조, 인적 나눔 중 사회적자본, 생명 나눔 중 조직기증과 시신기증이 개념적으로 확대.

□ 나눔통계 국내외 작성현황 검토

- (메타데이터 구축) 국내 나눔 관련 보고통계, 조사통계 등의 메타정보를 구축하고, 이를 활용하여 통계의 활용을 높이며 신규통계의 개발정보를 제공, 앞으로 나눔 통계DB 구축 준비.
- (법·제도 검토) 해외 주요국의 나눔통계 관련 법·제도 검토 및 주요 5개국을 중심으로 한 나눔통계 현황 파악 및 외국 주요 나눔기관 파악

□ 최신년도의 나눔 통계 검토 및 업데이트

- 나눔 통계의 검토 대상은 정부 및 산하기관이 전국 대상으로 작성하는 주요 승인통계이며, 검토사항으로는 작성기관, 자료수집방법, 작성대상, 작성내용, 생성 통계 간 유기적 연계 및 활용 방안 등. 개선사항으로는 통계 현황 파악 및 정책 방향 수립을 위한 통계 목록 등.

□ 수집·분석된 통계 등을 바탕으로 통계생산 효율화와 나눔문화 활성화 방안 도출

- 나눔의 전반적 동향과 흐름에 대한 분석을 통해 효율적 나눔 방향 및 유기적 연계 방안 등 활성화 방안을 모색

2) 연구방법

□ 국내외 문헌 검토

- 나눔의 정의 및 범주 개선 등을 위해 나눔 관련 국내외 문헌 검토 및 나눔과 이를 매개하는 비영리단체의 국내 통계 검토
- 승인통계 중심의 나눔 관련 메타데이터 정리. 검토 내용은 목적, 작성기관

과 자료수집방법, 작성대상, 작성 내용 등이며 원자료 활용이 용이한 조사 자료의 경우 심층분석을 실시

- 나눔 관련 학계 전문가, 민간단체 관계자 대상 심층인터뷰(FGI) 실시
 - FGI는 소주제별로 구분하여 진행하며 정부부처와 비영리단체 및 학계 전문가들을 대상으로 인터뷰. 이를 통해 최근 학계의 나눔 담론을 반영.
 - 4분야 7개 주제

분야	주제
나눔/기부 개념 및 활성화 방안 (2)	나눔에 대한 이론적 배경 및 최근 연구 동향
	기부활성화 제도 개선사항 및 과제
자원봉사 및 생명나눔 활성화 (3)	자원봉사활성화
	생명나눔 활성화
	사회복지 기업 간 자원봉사 활성화
나눔통계 작성현황 (1)	나눔통계 작성현황 및 과제에 관한 인터뷰
나눔 매개기관 사례 (1)	나눔 매개기관 사례 인터뷰

- 정부와 비영리단체 및 학계전문가로 구성된 전문가 자문회의
 - 연구진행 단계에서 발생하는 검토사항 논의

3. 연구결과

1) 메타데이터 구축

- 기부, 자원봉사, 생명나눔의 메타데이터와 구성 요소
 - 기부와 관련된 메타데이터는 국세통계연보, 사회조사, 가계동향조사, 기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사, 중견·중소기업의 사회공헌활동에 관한 조사, 한국복지패널조사, 재정패널조사, 기빙인텍스, 전국 자원봉사활동 및 기부실태 조사, 다국적 기업의 사회공헌 실태조사, 기업 사회

공헌실태조사, 식품기부실적 등에 관하여 구축함.

○ 자원봉사와 관련된 메타데이터는 사회조사, 생활시간조사, 기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사, 중견·중소기업의 사회공헌활동에 관한 조사, 한국복지패널조사, 기빙인텍스, 전국 자원봉사활동 및 기부실태 조사, 기업 사회공헌실태조사, 사회복지자원봉사 통계연보, 1365자원봉사 통계 등에 관하여 구축함.

○ 생명나눔과 관련된 메타데이터는 혈액사업통계연보, 장기이식통계연보 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

□ 신규 통계 생산 가능 부분

○ ‘국세통계연보’는 근로소득자 및 종합소득자의 성별·연령별 기부인원 및 기부금액의 현황과 과세표준규모별·연도별 기부정치자금 인원 및 금액의 파악이 가능함.

○ ‘기빙 인텍스’와 ‘전국 자원봉사활동 및 기부실태조사’는 종교적 기부액에 대한 통계의 생산이 가능하며, 특히 ‘기빙 인텍스’는 종교적 기부 금액과 소득공제에 대한 통계, 기부 금품이 사용되기를 희망하는 분야에 대한 일반인의 생각 등을 파악할 수 있음.

○ ‘전국 자원봉사활동 및 기부실태조사’는 자선기부와 종교기부 구분이 가능, 사회기관에 대한 신뢰도 파악이 가능함.

○ 기업단위 조사인 ‘기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사’와 ‘중견·중소기업의 사회공헌활동에 관한 조사’는 기업의 사회공헌활동 활성화를 위한 정책적 방향을 제시하는데 기초자료로 활용가치가 높음. 특히, 기업의 사회공헌 저해요인, 기업 사회공헌에 대한 국민인식 제고방안, 사회공헌 운영방식, 파트너십 선정 기준 등에 관한 통계 생산이 가능함.

○ 나눔통계 생산 활성화

<표 2> 나눔통계 현황과 생산 활성화

구분	기존통계 활용	부가 조사	신규조사
기부	<ul style="list-style-type: none"> - 국세통계연보 - 사회조사 - 가계동향조사 - 기업및기업재단사회공헌활동에관한조사 - 중견·중소기업의사회공헌활동에관한조사 - 한국복지패널조사 - 재정패널조사 - 기빙인텍스 - 전국자원봉사활동및기부실태조사 - 다국적기업의사회공헌활동실태조사 - 기업사회공헌실태조사 - 식품기부실적 	<ul style="list-style-type: none"> □ 현행 사회통합실태 조사의 부가조사 추진 - 기존 사회통합실태조사에서 실시하고 있는 사회참여 및 사회적 자본 외에 나눔(물적, 인적, 생명나눔) 참여현황, 세분화된 나눔 활동분야, 나눔(재산기부, 종교적 기부, 식품기부, 자원봉사, 생명나눔 등)의 국민인식, 상호부조 현황, 나눔단체/기관(기부, 자원봉사, 생명나눔) 인식 등 - 기업 사회공헌활동 관련통계는 기존 생산 통계 활용 	<ul style="list-style-type: none"> □ 독립적인 나눔실태 조사 추진: - 개인단위 및 기업단위로 구분함. - 개인단위: 물적, 인적, 생명 나눔의 구체적 규모 및 참여 수준, 구체적 활동분야, 참여경로 및 인지방법, 상호부조, 종교적 기부, 유산기부, 사회적 자본, 기부연급, 시민참여, 나눔의 국민인식, 나눔의 세대간 이전 등 ※ 조사단위의 인구·사회·경제적(소득, 재산)특성 구체적 조사 설계가 가능하므로 확장된 나눔의 개념을 포괄하는 통계의 생산이 가능 - 기업단위: 사회공헌활동/지출 현황, 비영리조직과의 협력현황, 사회공헌활동성과, 사내지원제도, 사회공헌활동의 정책 인식 등
자원봉사	<ul style="list-style-type: none"> - 사회조사 - 생활시간조사 - 기업및기업재단사회공헌활동에관한조사 - 중견·중소기업의사회공헌활동에관한조사 - 한국복지패널조사 - 기빙인텍스 - 전국자원봉사활동및기부실태조사 - 다국적기업의사회공헌활동실태조사 - 기업사회공헌실태조사 - 사회복지자원봉사통계연부 - 1365자원봉사통계 		
생명나눔	<ul style="list-style-type: none"> - 혈액사업통계연보 - 장기이식통계연보 	<ul style="list-style-type: none"> - 인체조직 및 조혈모세포 기증 등록현황 	-

□ 향후 나눔통계의 개념 확장에 따라 관련 통계의 메타데이터 구축을 진행 할 예정

2) 외국의 나눔제도와 통계현황

□ 나눔 정책 관련 법과 제도

- 외국의 나눔 정책과 관련한 법과 제도를 고찰한 결과 연방국가 제도를 채택한 미국의 경우 자선조직 및 자선기금모집에 관한 법은 각 주(state)별로 제정되어있고 기부촉진을 위한 정책은 국세법을 기반으로 기부금 세제혜택이 대표적임.
- 영국의 나눔 정책은 2006년에 현대적 관점에서 새로 제정된 자선법에 기반하며 기부금 세제혜택은 개인과 법인을 대상으로 각각 나뉘어져 있으며 Gift Aid, Payroll Giving, 부동산·주식·증권 기부 등 다양한 방식을 가짐.

□ 나눔 통계 현황

- 주요 5개국(미국, 영국, 호주, 캐나다, 뉴질랜드)의 나눔 통계 현황을 파악함.
 - 영국과 캐나다의 기부참여율은 각각 67%, 82%, 자원봉사 참여율은 42%, 44%로 모두 높은 편으로 파악됨.
 - GDP 대비 기부규모는 한국 0.81%이며, 미국 2.08%, 뉴질랜드 1.16%, 캐나다 0.68%, 영국 0.51%, 그리고 호주 0.37% 순으로 나타남. 한국은 미국, 뉴질랜드 다음 순위임.
 - 각 국가별 나눔통계를 소개하고 조사대상, 표본추출방법, 표본 수, 조사주기, 조사기간, 조사방법, 조사항목을 포함한 조사개요를 살펴봄.
 - 몇몇 국가(미국, 영국, 호주, 캐나다)의 경우, 기부와 자원봉사에 대해 보다 자세한 실태 파악을 위해 종합사회조사 내 부가조사 혹은 다양한 문항으로 구성된 모듈을 구축하고 있음.
- 동일한 조사표를 사용하여 국제비교 가능한 세계 나눔통계 작성 현황을 파악함.
 - World Value Survey (자발적 활동 참여여부), World Giving Index

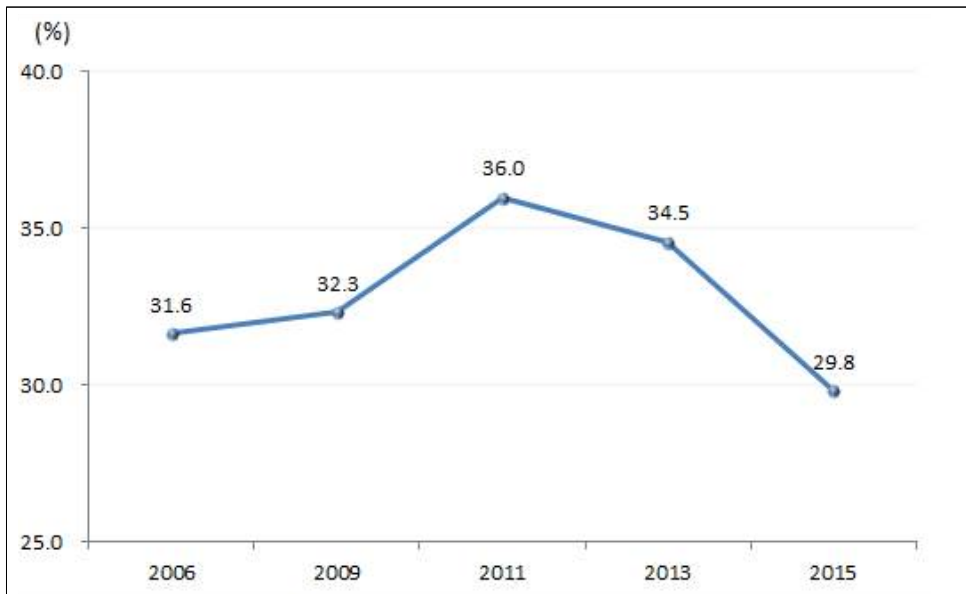
(기부참여, 자원봉사참여, 이웃돕기 여부), OECD Society at a Glance (기부참여, 자원봉사참여, 이웃돕기 여부), OECD Time Use database (무보수 노동 중 자원봉사활동 시간 포함)가 국가 간 서로 비교 가능한 나눔통계를 생산함.

- 국제단체가 수행한 조사의 경우 국내 대표통계의 결과값과 다소 차이를 갖기도 하나 각 조사에서 한국은 해외 선진국에 비해 자원봉사 참여율이 낮게 나타남.

3) 기부

□ 2015년 기부참여율은 2013년에 비하여 감소되었으며, 기부자의 특성별 기부형태는 여자보다는 남자가, 20대보다는 40대가, 저학력자보다는 고학력자가, 저소득자보다는 고소득자가 기부에 적극 참여

[그림 2] 기부 참여율 추이(15세이상): 2006-2015



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

- 2015년 기부참여율은 2013년에 비하여 4.7% 포인트 낮아진 29.8%을 나타냄.
 - 개인기부 동향을 살펴보면 2015년 15세 이상 인구의 경우 남자가 30.7, 여자가 28.9%로 남자가 여자보다 높으며, 연령별로는 40대가 38.3%로 가장 높고, 20대가 20.8%로 가장 낮았음.
 - 교육정도별로는 30세 이상 인구 중 대졸이상인 46.5%가 기부에 참여하여 가장 높았고, 초졸이하인 13.1%로 가장 낮았음.
 - 직업별로는 전문관리직이 49.9%로 가장 높았고, 농·어업직이 21.6%로 가장 낮았음. 가구소득별 기부 참여율은 소득이 가장 높은 700만 원 이상이 66.5%로 가장 높았고, 100만원 미만이 15.2%로 가장 낮았음.
 - 2013년과 비교한 2015년의 기부참여율은 성별, 연령별(단, 15-19세는 2013년 27.5%에서 2015년 30.5%로 증가), 교육정도별, 직업별, 지역별(단, 강원, 전남, 경북에서는 증가), 기부경로별(단 대상자에게 직접 전달, 종교단체는 증가)로 봤을 때도 거의 모든 특성에서 감소하였음(통계청, 사회조사 원자료).
- 기부참여율이 낮은 이유는 국민들의 체감소득인 '경제적여유가 없어서'와 감소하는 경제성장률과 관련성이 높음.
- '경제적여유가 없어서'는 2011년 63.6%에서 2013년 61.6%로 낮아졌으나 2015년에는 64.2%로 높아짐. 다만 경제성장률이 기부에 영향을 미치는 시차(time lag)는 n-1년으로 보임. 기부참여율이 가장 높은 2011년의 경우 경제성장률은 2010년이 가장 높게 나타났으며, 기부참여율이 감소되는 2013, 2015년은 경제성장률이 2012년과 2014년에 감소추세.
 - 주관적 소득수준에 따라 기부참여 정도가 영향을 받음. 기부참여율이 가장 높은 2011년에 매우여유나 약간여유가 있다고 응답한 비율은 19.7%로 높았으나 34.5%로 낮아진 2013년에는 8.5%로 그리고 2015년에는 8.3%로 낮아져 생각하는 소득수준과 기부참여율은 연관성이 높은 것으로

로 나타났음.

<표 3> 만19세 이상의 기부여부별 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

□ 2014년 총 기부규모는 11조 9,989억 원이며, 2015년 현금 기부자의 평균기부횟수는 7.8회

○ 우리의 기부금은 2013년도까지는 소득공제기부금이며 2014년도부터는 세액공제기부금으로 변경

－ 종합소득자 중 사업소득자 경우 기부금은 경비로 공제 받을 수 있으며 이중 혜택을 배제하는 취지에서 세액공제는 받을 수 없음(소득세법 59조의 4, 4항; 특별세액공제). 이 경우는 기부금 세액공제금액이 과소계상 됨.

○ 2014년 기부규모는 근로소득자가 5조 1,471억 원, 종합소득자가 1조 9,455억 원, 법인이 4조 9,063억 원으로 총 11조 9,989억 원이었음.

○ 2015년 평균기부횟수는 7.8회였으며, 기부경로별로는 대상자에게 직접 전달, 언론기관, 모금단체, 종교단체, 직장(기업) 가운데 종교단체가 7.3회로 가장 많고, 언론기관이 4.2회로 가장 적었음 (국세청, 국세통계연보, 각년도).

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

○ 2015년 기부 대상을 인지한 경로는 대중매체를 통하여 인지한 경우가 26.9%로 가장 높았고, 다음은 종교단체 23.0%, 직장·학교를 통해 인지한 경우가 21.3%였으며, 시설·단체 직접홍보가 17.9%, 가족, 친구 및 동료

권유가 10.2%로 가장 낮았음 (통계청, 사회조사 원자료).

□ 기부 희망분야는 사회복지분야, 의료분야 순으로 높아

- 2015년 기부 희망분야는 사회복지분야가 81.1%로 가장 높고, 다음은 의료분야가 40.8%, 해외구호 활동분야 34.5%, 지역사회발전분야 21.8% 순이었음.
- 2013년에 비하여 해외구호활동분야(7.9% 포인트), 교육 및 연구 활동분야(4.6% 포인트), 의료분야(2.5% 포인트), 지역사회발전분야(1.9% 포인트), 문화 및 예술분야(1.0% 포인트)에서 증가하였음(통계청, 사회조사 원자료).

□ 기부문화 확산을 위해서는 사회지도층과 부유층의 모범적 기부증대 필요

- 2015년 기부문화 확산을 위해서는 15세 이상 인구 중 54.7%가 사회지도층과 부유층의 모범적 기부증대가 필요하다고 응답하였으며, 20.7%가 기부단체의 자금운영 투명성 강화가 필요하다고 응답하였고, 나눔에 대한 인식이 개선되어야 한다고 응답한 사람도 15.0%였음.
- 2013년과 비교해 보면, 사회지도층과 부유층의 모범적 기부 증가는 비슷한 수준인 반면, 나눔에 대한 인식개선은 1.8% 포인트 감소하였고, 기부단체의 자금운영 투명성 강화는 0.8% 포인트 증가하였음(통계청, 사회조사 원자료).

□ 삶에 대한 만족감은 기부참여자가 미참여자보다 높아

- 2015년 삶에 대한 만족감은 경제적인면, 직업, 건강 등 전반적인 삶에 대한 만족도는 기부참여자의 45.6%가 만족하고 있으며, 기부 미참여 그룹은 27.1%만이 만족하고 있었음.
- 사회적 관계망 및 단체참여를 살펴보면 어려움에 처했을 때 도움을 받을 수 있는 사람이 있는 그룹 중 세부적으로 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 응답하였음(통계청, 사회조사 원자료).

□ 기부금액의 투명한 운영이 중요

- 2015년에 기부를 하기 위해 참여할 단체/기관을 찾을 때 가장 중요하게 생각하는 점에 대해 살펴보면 기부경험이 있는 사람의 경우는 단체/기관이 모금한 기부금액의 투명한 운영이 중요하다고 응답한 사람이 59.0%로 가장 높았음.
- 기부경험이 없는 사람의 경우도 단체/기관이 모금한 기부금액의 투명한 운영이 중요하다고 응답한 사람이 60.2%로 가장 높았음 (통계청, 사회조

사 원자료).

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

○ 2015년 우리나라의 기부문화 활성화를 위해 국민들 중 기부경험자는 81.1%가 매우 중요, 13.5%는 약간 중요 하다고 응답하였고, 기부 무경험자는 72.7%가 매우 중요, 19.3%가 약간 중요하다고 응답하여 기부 단체/기관의 정보공개를 중요하게 생각하고 있음.

○ 2013년과 비교해 보면, 매우 중요하다고 생각하는 비율이 기부경험자는 비슷한 수준이었으나 기부 무경험자는 5.9% 포인트 증가하였음(보건복지부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사).

□ 기업의 기부참여는 참여수와 기부금 모두에서 증가

○ 2014년 기부금 공제 신고 법인수는 55만 472개이고, 기부금 총액은 4조 9,063억원이고, 법정·특례기부금은 1조 8,000억원, 지정기부금은 3조 1,063억원으로 나타났음.

- 2007년과 비교해 보면 2014년 신고법인수는 2007년 37만 2,141개에 비하여 17만 8,331개가 증가하였고,

- 기부금 총액은 2007년 3조 3,251억원에 비하여 1조 5,812억원이 증가하였음.

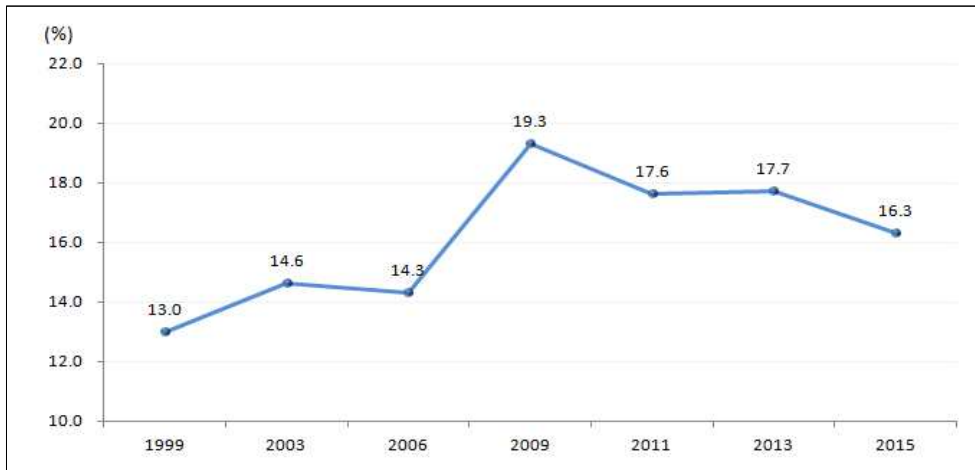
- 법인당 평균기부액은 2007년 893만원, 2014년 891만원으로 거의 비슷한 수준을 나타냈음 (국세청, 국세통계연보).

3) 자원봉사활동

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

- 자원봉사활동참여율의 변화를 살펴보면 1999년 15세 이상 인구 중 자원봉사활동 참여율은 13.0%였으나 이후 점차 높아져 2009년에는 19.3%가 자원봉사활동에 참여하였으며, 이후 약간 감소하여 2015년에는 16.3%가 자원봉사활동에 참여한 것으로 나타나 2009년 이후 점차 감소하고 있음.
- 2006년에는 남자가 14.0%, 여자가 14.6%로 여자가 0.6% 포인트 높았으나 2015년에는 여자가 남자보다 1.2% 높은 16.9%의 자원봉사활동 참여율을 보여 남녀별 자원봉사활동 참여율은 큰 차이를 보이지 않았음.
- 연령별로는 2015년의 경우 15~19세의 참여율이 71.1%로 가장 높으며, 60세 이상은 가장 낮은 7.8%의 참여율을 나타내었음.
- 지역별 자원봉사활동 참여율을 살펴보면 제주가 22.6%로 가장 높고 인천이 13.6%로 가장 낮았음 (통계청, 사회조사 원자료, 각년도).

[그림 3] 자원봉사활동 참여율(15세이상): 1999-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

- 2007년 이후 행정자치부 및 보건복지부의 자원봉사자 등록자수는 증가
 - 행정자치부의 자원봉사센터 현황 자료를 통한 자원봉사자 등록 및 활동

현황을 살펴보면 등록자원봉사자수는 2007년 328만 명에서 점차 증가하여 2015년에는 1,138만 4천명으로 증가하였음.

- 연간 1회 이상 활동 자원봉사자수는 2007년 99만 6천명에서 2015년에는 374만 7천명으로 증가하였으며,
- 2015년 활동자원봉사자는 등록자원봉사자의 32.9%로 2012년의 26.3%에 비하여 6.6% 포인트가 증가하였음 (행정자치부, 2015년 자원봉사센터 현황, 2015).

○ 보건복지부 DB에 등록된 자원봉사자 규모를 살펴보면 2015년 등록 자원봉사자수는 650만 1천명이고, 활동 자원봉사자수는 178만 1천명으로 나타났다.

- 2007년 이후 증가를 보이던 활동 자원봉사자수는 2011년에 153만 1천명을 정점으로 2012년에는 135만 3천명으로 감소하였고, 2013년에는 이보다는 약간 증가한 138만 5천명이었으나 2014년에는 39만 6천명이 증가한 178만 1천명으로 나타났다 (한국사회복지협의회, 2014년 사회복지 자원봉사 통계연보, 2015).

□ 자원봉사활동 인지경로는 직장/학교를 통하여서가 가장 높아

○ 2015년 자원봉사활동 인지경로는 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 나타났다 (통계청, 사회조사 원자료)..

□ 향후 자원봉사활동 의향은 점차 낮아져

○ 향후 자원봉사활동 의향은 2011년 44.5%에서 2013년에는 42.1% 그리고 2015년에는 36.1%로 2013년에 비하여 6.0% 포인트가 감소하였음 (통계청, 사회조사 원자료).

□ 자원봉사활동 참여자가 기부참여에도 적극적

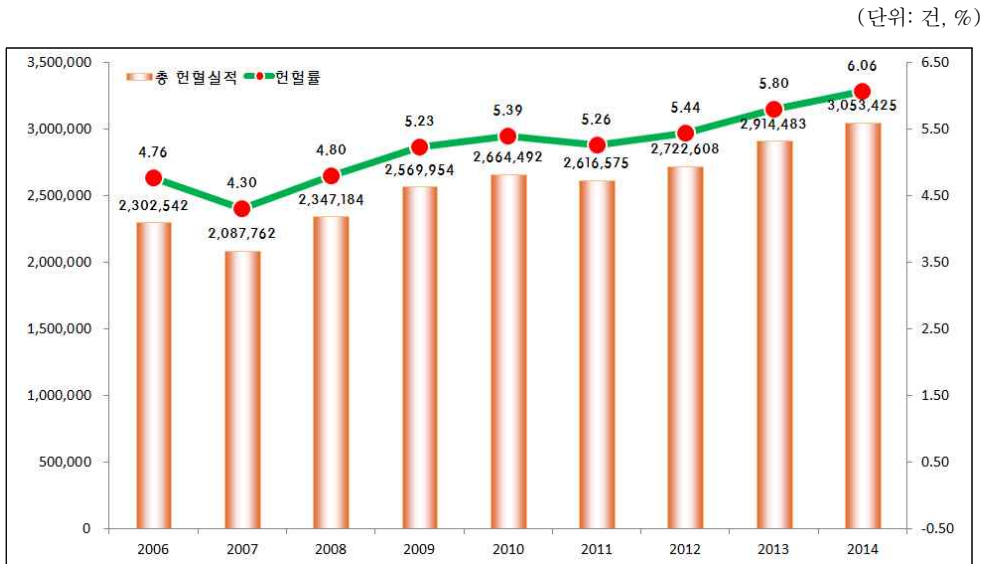
- 2015년 자원봉사활동 참여 여부별 기부참여 정도는 자원봉사활동 참여자는 55.1%가 기부에 참여하였으나 자원봉사활동 미참여자는 24.9%만이 기부에 참여하여, 자원봉사활동 참여자가 미참여자보다 기부에 더 적극적으로 참여하고 있는 것으로 나타났음 (통계청, 사회조사 원자료).

4) 생명나눔

□ 헌혈실적 및 헌혈률은 서서히 증가

- 2014년 총 헌혈실적은 305만 4천 건으로 2013년의 291만 4천명에 비하여 4.8%가 증가하였음.
- 헌혈실적에 따른 헌혈률은 2007년 4.3%에서 점차 증가하여 2010년에는 5.4%에 이르렀으나 2011년에는 5.3%로 감소하고 이후 다시 증가하여 2012년에는 5.4%, 2014년에는 6.1%로 증가하였음 (대한적십자사, 2014 혈액사업통계연보, 2015).

[그림 4] 헌혈실적 및 헌혈률: 2006-2014



자료: 대한적십자사, 2014 혈액사업통계연보, 2015

- 생존자와 사후장기기증은 감소한 반면, 뇌사자의 장기기증은 증가
 - 생존자의 장기기증은 2008년 1,532명에서 점차 증가하여 2012년에는 2,045명에 이르렀으나 2013년에는 이보다 감소한 1,921명, 2014년에는 1,952명이 장기를 기증한 것으로 나타남.
 - 뇌사자의 장기기증은 2008년 256명에서 점차 증가하여 2011년에는 368명으로 2013년에는 416명으로 그리고 2014년에는 446명으로 증가하였음.
 - 사후장기기증자는 2008년 98명에서 2009년에는 193명으로 증가하였으나 이후 점차 감소하여 2013년에는 80명, 2014년에는 73명으로 감소하였음 (보건복지부, 질병관리본부 장기이식관리센터, 장기이식통계연보, 2015).

5) 비영리단체

- 2014년의 공익법인수는 2013년에 비하여 증가하였으며, 종교법인이 가장 많고, 서울에 가장 많이 소재해 있음.
 - 공익법인의 수는 2014년 기준 29,732개로 2013년에 비하여 117개가 증가하였으며, 이 중 종교법인이 59.0%로 가장 높은 비율을 나타내었음.
 - 2014년 서울이 전체 공익법인 중 22.9%가 소재해 있어 가장 많았고, 다음은 경기도로 17.1%가 소재해 있음.
 - 2014년 기준 총신고법인은 2013년 보다 32,742개 증가한 550,547개이며, 비영리법인은 이 가운데 4.1%인 21,768개임.
 - 중앙부처에 등록되어 있는 비영리단체는 2015년에 1,561개로 2014년의 1,494개에 비하여 67개가 증가하였음 (국세청, 국세통계연보, 2015).

4. 나눔통계 효율화 방안

가. 기존 통계들의 활용성을 제고하는 방안(현행방식)

1) 개념의 확대에 따른 신규 통계의 발굴

□ 나눔 개념의 확대에 따라 상호부조와 사회적 자본, 조직기증, 시신기증 등의 통계 추가방안

○ 상호부조의 '경조사비'는 통계청의 '가계동향조사'의 '가구간 이전지출' 항목으로 조사. 여기에는 부모가 유학 중인 자녀에게 보내는 돈, 환자 위로금, 단체 회비, 부모 용돈 등도 포함.

- 한국조세재정연구원의 재정패널조사에는 개인이전지출 및 개인이전소득 조사에서 경조사로 지출한 비용과 받은 금액을 각각 조사, 또한 민간 기업인 취업포털 잡코리아도 직장인 월평균 경조사비를 조사.

○ 사회적 자본조사는 국제기준의 '국제사회조사(ISSP, International Social Survey Programme)'가 있으며, 국내는 성균관대학교 서베이리서치센터(SRC)가 주관기관이 되어 한국종합실태조사(KGSS: Korean General Social Survey)를 지속적으로 실시.

- ISSP 조사 문항과 유사한 국내조사는 '사회통합실태조사(한국보건사회연구원)'가 있음. 동 조사는 공통적인 질문 문항을 기준으로 매년 핵심 주제가 되는 문항을 추가하는 방식으로 조사. 동 조사에서 사회적 자본은 사람과 사회에 대한 신뢰 정도, 자원봉사의 참여와 사회단체나 기관에 대한 기부, 선거 참여, 문제가 발생할 때 가족 외 도움을 청하는 사람, 연락 가능한 친인척 혹은 선후배 및 친구의 직업, 직장 알선에 대한 주변 도움 등.

○ 조직기증에 대한 실태 및 신청은 사랑의 장기기증운동본부 및 한국인체조직기증원에서 관리, 시신기증은 개별 대학의 의과대학 인체해부학실에 신청하고 있어 통계 생산의 한계가 있음. 개별 대학 인체해부학실과 정보의 체계적 관리가 요구.

2) 메타데이터 DB 검토를 통한 신규 통계 확대

- 기업의 기부와 관련하여 본 연구에서는 지금까지 전국경제인연합회의 『기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사』를 활용했으나 동 조사는 국내 매출액 상위 500대 기업 및 회원사를 토대로 조사. 이에 반해 대한상공회의소의 『중견중소기업의 사회공헌활동에 관한 조사』는 국내 매출액 순위 501~1,000위 기업과 회원사를 토대로 조사.
 - 전경련 자료와 대한상공회의소 자료를 취합하여 국내 매출액 기준 1,000위까지 기업의 사회공헌활동을 측정.
 - 아름다운 재단의 『다국적기업의 사회공헌실태조사』는 국내 다국적 기업의 매출액 순위 기준 50대 기업을 대상으로 사회공헌활동 참여 현황을 파악.
- 기업의 기부금 규모 역시 국세청 국세통계연보를 통해 파악하고 있으나, 위 세 기관의 사회공헌활동조사에서도 조사.
 - 이와 함께 국세통계연보에서는 파악할 수 없는 사회공헌활동의 참여 경험, 프로그램 운영 형태, 사회공헌 활동 실적, 매개기관과의 협력 사항 등에 대한 추가적인 자료까지 분석 가능
 - 개별 데이터의 모집단과 표본추출방식, 응답 결과의 신뢰성 등을 바탕으로 신규 통계를 생산할 수 있을 것으로 기대.

나. 모듈형 나눔 실태 조사를 실시하는 방안

- 모듈형 조사는 기존의 조사에 부가조사 혹은 순환 조사를 전제 한 것임.
 - 기존 조사(통계청의 사회조사, 한국보건사회연구원의 복지패널조사, 한국조세재정연구원의 재정패널 조사)에 대한 검토 결과 모듈형 조사는 거의 불가능함.

- 사회조사는 모듈형 조사를 실시하지 않고 있으며, 복지패널은 저소득층이 과대표집되어 있고, 재정패널조사는 소득자 혹은 소득활동을 한 사람을 대상으로 하기 때문에 일반화에 한계가 있음.

○ 조사내용 및 항목 등을 검토할 때 ‘사회통합실태조사(보사연)’의 모듈형 조사가 가장 적합하나, 동 조사가 사회통합위원회의 요청에 따라 실시되는 조사라는 점에서 사전 논의가 필요함.

다. 독립적인 나눔 실태조사를 실시하는 방안

□ 가장 이상적인 것은 나눔 실태의 개념과 범위에 근거하여 독립적인 조사를 실시하는 방안임.

○ 개인용, 기업용, 매개기관용, 종교단체용 조사표를 만들어 조사하는 방안

- 현재의 모자이크 방식의 나눔실태 측정의 한계를 극복하는 데 용이함.
- 나눔과 관련된 경험, 동기, 선호, 개선방안 등을 동시에 측정할 수 있음.
- 통계청의 사회조사 등 기존 조사의 재분석은 불필요하며, 행정 및 보고 자료에 대한 분석을 통해 현황 자료를 파악하는 것이 가능함.
- 모든 조사를 동시에 시작할 필요는 없으며, 개인용과 매개기관용을 우선적으로 실시하고 조사범위의 확대에 따라 조사 대상을 확보가 관건임.
- 독립적인 나눔 실태조사를 실시하기 위한 재정 확보가 선행되어야 함.

5. 나눔 문화 활성화 방안

□ 다양한 부처 및 기관에서 운영하고 있는 나눔 플랫폼 연계 강화 및 실효성 제고

○ 모든 부처 및 공공기관에서 운영하고 있는 나눔 플랫폼이 한자리에서 집대성되거나 배너 방식으로 연계될 수 있도록 하고 이에 대한 총괄 관리 기

제 마련

- 나눔 플랫폼은 기부자(기관)가 수혜자(기관) 및 매개기관을 선택하는 데 필요한 정보들을 제공할 필요가 있으며, 특히 매개기관의 정보 공시 혹은 결산 보고의 수행 관리
 - 개별 나눔플랫폼을 통한 기부와 자원봉사가 각각의 나눔 플랫폼에서 일별, 주별, 월별, 연간 실적으로 공지
 - 성인 자원 봉사를 활성화하기 위해서 주중 및 주말, 전문적인 재능기부 등의 세션이 활성화될 필요가 있음.
- 고액 기부 활성화에 대한 국민들의 요구는 높으나 실효성은 낮음.
- 법정 모금기관에 연간 1억원 이상 기부한 경우 아너 소사이어티에 가입되며, 사회복지공동모금회 홈페이지에서 회원 명단을 공개하고 있음.
 - 선진국의 경우 기업 및 기업재단에 대한 후원까지 포함하여 고액 기부자에 대한 명단을 정례적으로 공지함.
 - 우리나라에서 기업인의 고액기부는 주로 가족 및 기업 재단을 통해 이루어지고 있으나 이에 대한 정보 및 신뢰가 부족한 실정.
- 나눔 포털의 나눔 교육은 초등학생을 대상으로 하고 있음.
- 초중고등학생 및 대학생, 성인을 대상으로 하는 생애주기별 나눔 교육 프로그램 개발이 필요함.
 - 특히 대학생과 성인이 자원봉사로 대인서비스를 실시하기 전에 반드시 나눔 교육을 이수하도록 할 필요가 있음.
 - 초중고등학교, 대학교 교양수업, 사회복지기관 등 찾아가는 나눔 교육 제공

제 1 장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

제2절 연구내용 및 방법

제1절 연구의 배경 및 목적

최근 민간부분의 나눔 활동이 정부역할을 보완하고 있다. 이러한 나눔을 정착시키고 활성화하려는 움직임이 학계와 정계, 현장 등에서 꾸준히 이어지고 있다. 나눔 활동은 증가와 감소 추이가 되풀이되고 있다. 2014년 우리나라 기부총액은 12조원으로 2006년 이래 증가하였으나 전년도에 비해 다소 감소하였다. 15세 이상 인구 중 자원봉사에 참여하는 비율도 2006년 이래 증가하다 2009년을 정점으로 감소하고 있다. 우리의 나눔은 크게 조망하면 증가하지만 최근 연도별로 작게 보면 증가와 감소를 반복하고 있다.

우리나라는 나눔은 제도적으로도 성숙과정에 있다. 2014년 세제개편은 기부장려 차원에서 효용성 논란이 제기 되었으며 세부조항들을 조정 중에 있다. 나눔 교육은 체계적 커리큘럼을 개발하는 단계에 있다. 공익법인에 대한 규제완화가 이슈화 되고 있으며 비영리기관의 재정투명성 관리를 위한 정부차원의 방안이 모색 중이다. 나눔이 확장되어가며 다양한 부처에서 나눔을 강조하고 있다.

하지만 이러한 변화에도 불구하고 아직 국내 나눔 수준은 국제 나눔 수준에 비해 낮다. 기부참여율과 자원봉사 참여율을 살펴보면 우리나라는 2015년 기준 13세 이상 개인의 29.8%가 참여하고 있는 가운데 캐나다의 경우 82%(2013년 기준, 15세 이상 인구)가 기부에 참여하고 있어 많은 차이를 보인다. 15세 이상 개인의 자원봉사도 우리나라는 2015년 기준 16.3%가 참여하고 있는데 반해 미국의 경우 24.9%를 보인다. 뇌사 기증자 기증율은 9.01명으로 미국(27.02명)이나 영국(20.4명)에 비해 낮은 수준이다. 그러나 생명 나눔의 경우 생존자의 장기기증은 인구 백 명당 37.53명으로 미국(18.29명)과 영국(17.6명)에 비해 높다.

우리나라의 경제사회적 역량에 비해 나눔의 수준과 제도적 기반이 실제로 미흡한 만큼 다양한 나눔 활성화 전략이 요구되며, 우리나라의 나눔이 일부 저평가된 것이 있어 우리나라의 배경맥락을 보다 정교히 반영할 수 있는 측정 틀의 개

발 및 개선이 필요하다. 따라서 나눔실태 연구는 나눔 전반의 규모 및 특성 등 실태를 종합적으로 파악하기 위하여 '13년부터 매년 실태조사를 실시¹⁾하고 있다. 2016년도 실태조사인 본 연구는 기존 연구와의 연계성을 통하여 장기적 관점에서 나눔 현황 분석과 향후 정책추진 방향을 도출하는 데 연구 목적을 두었다. 즉 나눔 문화 활성화를 위한 기본계획 수립 등에 필요한 기초 자료 생산과 향후 가칭 나눔 기본법에 의한 실태조사 체계를 마련하고자 한다.

본 연구에서는 지난해 연구에서 다소 한계로 두었던 나눔의 정의와 범주를 일부 보완하여 나눔의 개념을 검토한다. 이와 함께 한 사회를 지탱하고 발전시키는 나눔의 전반적 규모나 실태를 종합적으로 파악하기 위하여 나눔 통계의 실태분석을 시도한다. 현재 나눔 통계로 어떠한 것들이 있는지, 각 특성들을 알아보고 앞으로 국내 나눔 전반의 실태 파악과 확산을 위한 심층인터뷰(Focus Group Interview: FGI)를 통해 발전방안을 살펴보는 데 주안점을 두었다. 또한 지난 2년간 축적된 나눔 통계의 추이를 분석하고자 한다. 이를 통해 나눔의 현황분석과 이를 기반으로 한 나눔 확산 정책 수립이 가능하리라 본다. 앞으로 국제비교 가능한 통계를 산출할 수 있도록 ILO의 자원봉사 측정 매뉴얼(2011)을 검토한다. 또한 관련 통계들에 대한 메타데이터를 정리하여 앞으로 나눔 통계DB 구축을 준비하고자 한다.

본 보고서는 관계전문가의 연구 활동은 물론 나눔 통계를 포함한 민간복지정책의 기초자료로 널리 활용될 수 있을 것으로 기대한다.

제2절 연구내용 및 방법

1. 연구내용

지속 연구과제인 '나눔실태 2015'의 연구내용은 크게 6가지로 요약할 수 있다.

1) 2014년에는 통계청이 「국내 나눔실태 2013」을, 2015년에는 한국보건사회연구원이 「나눔실태 2014」를 연구하였다.

이를 구체적으로 살펴보면, 첫째 확장되고 있는 나눔의 문화적 변화를 반영하여 나눔의 정의 및 범주를 개념적 측면에서 확장한다. 또한 최신년도의 나눔 통계를 업데이트하고 개선사항을 모색한다. 나눔 통계는 기부, 자원봉사, 그리고 생명나눔 통계의 검토기준은 정부 및 산하기관이 전국 대상으로 작성하는 주요 승인통계에 둔다. 검토사항으로는 작성기관, 자료수집방법, 작성대상, 작성내용, 생성 통계 간 유기적 연계 및 활용 방안 등이다. 개선사항으로는 통계 현황 파악 및 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. 기부와 자원봉사에 대해서는 각각 참여자(개인, 기업)별 실태를 파악하고, 생명나눔은 헌혈과 장기기증에 대한 실태를 파악한다. 또한 비영리단체는 업종·지역별 비영리법인 수, 사업목적·지역별 공익법인 수 등에 대해 살펴본다. 아울러 주기적인 나눔 실태조사 체계, 방법, 주요 내용 등에 대한 제언을 한다.

셋째, 해외 주요국인 미국과 영국의 나눔 정책 관련 법·제도를 파악하고, OECD 국제통계 현황과 해외 주요 5개국을 중심으로 한 민간단체 및 개인의 나눔 특징 등을 살펴본다.

넷째, 나눔관련 관계자의 다양한 의견 수렴을 통한 나눔정책의 발전방안을 모색하는 심층인터뷰(FGI)를 실시한다. 대상자는 나눔 관련 학계 전문가, 민간단체 관계자 등으로 구성된다. 여러 차례 주제별 전문가 심층인터뷰를 통해 추후년도 나눔통계 개선필요사항들과 나눔활성화 전략 및 정책적 시사점을 도출한다.

다섯째, 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.

마지막으로 위의 연구 결과를 바탕으로 추후 연구와 관련 통계조사에 반영할 개선점을 도출하고 나눔 활성화 방안을 제시한다.

2. 연구방법

본 연구의 연구방법은 크게 3가지로 분류 할 수 있다. 먼저 나눔의 정의 및 범

주 개선 등을 위해 나눔 관련 국내외 문헌 검토 및 나눔과 이를 매개하는 비영리 단체에 대한 국내 통계 검토이다.

다음, 나눔 관련 학계 전문가, 민간단체 관계자 대상 심층인터뷰(FGI)를 실시하여 현황 및 개선내용을 도출한다. 나눔 관련 통계들의 메타데이터 정리를 위해 정부기관이 전국을 대상으로 작성하는 승인통계를 우선적으로 선정하여 조사한다. 검토 내용은 작성기관과 자료수집방법, 작성대상, 작성 내용 등이며 원자료 활용이 용이한 조사자료의 경우 심층분석을 실시한다. 주요 나눔통계의 메타데이터 구축 및 자료를 분석하여 국내 나눔실태를 종합적으로 파악하며, 분석결과와 전문가 자문을 바탕으로 나눔통계 발전방향 및 나눔활성화 전략을 제시한다. FGI는 소주제별로 구분하여 진행하며 정부부처와 비영리단체 및 학계 전문가들을 대상으로 인터뷰한다. 이를 통해 최근 학계의 나눔 담론을 반영하고자 한다.

끝으로 정부와 비영리단체 및 학계전문가로 구성된 전문가 자문회의의 실시이다. 연구진행 단계별로 주기적 운영을 통해 연구진행에서 발생하는 검토사항을 논의한다.

제 2 장

나눔의 측정틀 및 통계작성 현황

제1절 나눔의 이론적 배경

제2절 나눔의 정의와 세부범주

제3절 국내 나눔 통계 메타데이터 구축

제4절 소결

2

나눔의 측정틀 및 통계작성 현황 <

<

제1절 나눔의 이론적 배경

나눔의 어원은 나눔의 개념을 이해하는데 있어서 중요한 배경이 된다. 언어는 사회문화적 구성물로서 어떠한 한 단어가 인류 공통적으로 존재한다 하더라도 그 형태나 해석이 어원에 대한 배경인 시대적, 사회적, 문화적 요소의 영향에 따라 차이가 존재할 수 있다. 그 사회에서 합의된 개념은 그 개념을 표현하는 단어의 유래와 역사 문화적 배경에 의한 변화를 통해 보다 정확한 이해를 도모할 수 있다.

나눔은 국립국어원의 표준국어대사전에 명사 형태로는 존재하지 않지만 ‘나누다’라는 나눔의 어의를 통해 사전적 정의를 내릴 수 있다. 사전에서는 ‘나누다’를 ‘하나를 둘 이상으로 가르다’, ‘여러 가지 섞인 것을 구분하여 분류하다’, ‘몫을 분배하다’로 제시하며 어떠한 대상과 ‘음식 따위를 함께 먹거나 갈라 먹다’, ‘말이나 이야기, 인사 따위를 주고받다’, ‘즐거움이나 고통, 고생 따위를 함께하다’, ‘같은 핏줄을 타고 나다’를 의미한다.

한편 나눔은 연구자의 목적에 따라 그 정의와 범주 등이 상이하다. 연구들이 정의한 나눔은 특성, 목적, 주체와 객체, 매개(수단) 등으로 구성되어 있다(표2-1 참고). 많은 학자들이 자발성을 나눔의 특성으로 보고 있으며(Martin, 1994; Payton, 2008; Sulek, 2010), 공익 또는 이타적 목적을 갖는 행위임을 명시하고 있다(박주연, 이희길, 2012; 정무성 외, 2011; Burlingame, 2003; Salomon, 1992). 나눔의 주체와 객체는 대개의 정의에서 생략되어 있지만 나눔을 행하거나 수혜받는 개인 또는 단체임을 알 수 있다. 나눔 매개(수단)로는 현금, 현물, 시간, 재능, 가치 등이 있으며, 이러한 경제사회적 가치를 제공하는 행위로는 기부와 자원봉사가 대표적이다(신경희, 2009; Van Til, 1990). 최근 연구들에서는 상호적, 공유적 성격이 나눔의 정의에 포함되며(김형용, 2013; Schervich, 2008), 나눔의 특성, 목적, 주체와 객체, 매개(수단)을 모두 포함한 종합적 정의가 시도되고 있다(김교성

외, 2015; 박병일, 강철희, 구지윤, 2009; 장영식 외, 2014).

〈표 2-1〉 나눔의 정의

나눔 개념의 구성요소	정의	학자
특성과 목적	공적 목적을 위한 자발적, 사적 기부, 공공의 목적을 가짐	Martin(1994)
	공익 목적을 위한 자발적 행동, 자발적 기부, 서비스의 의미를 포괄	Payton(2008)
	인류의 선을 발전시키기 위한 자발적 행위; 더 나은 인류의 가능성 실현의 동기를 부여하는 사랑	Sulek(2010)
	인간이 직면한 문제 해결이나 삶의 질의 개선에 초점을 맞춘 공익을 추구하는 자발적인 사적 행위	박주언,이희길 (2012)
	인간이 직면한 문제 해결이나 삶의 질의 개선에 초점을 맞춘 공익을 추구하는 자발적인 사적 행위	조주희 외(2014)
특성과 대상물 또는 주체	대가를 바라지 않고 자발적으로 제공하는 금품, 부동산, 용역 등 물질적 시간적 기부	신경희(2009)
	다양한 집단이 적극적으로 참여하여 상호적 교섭에 나선다는 양기주망 형태의 교환관계, 우리 것을 나누어 맡는 생태적 공유의 제도	김형용(2013)
목적 또는 주체	가족이나 지인을 제외한 공공을 위한 목적, 자신의 이익이 배제되지는 않는, 공공을 위한 목적을 지닌 행위	Burlingame(2003)
	상호 이해된 욕구를 충족시키기 위한(도덕적 책임에 의한) 사회적 관계	Schervich(2008)
목적과 매개(수단)	공공의 이익을 추구하는 의도된 물질적 이전과 공익에 도움이 되는 행위	정무성 외(2011)
	공익 목적을 위한 사적 기부(시간 또는 기타 가치) 행위	Salamon(1992)
	자선적 요구와 모든 사람들의 삶의 질 보장을 위해 현금, 시간을 자발적으로 주고받는 행동	Van Til(1990)
특성, 목적, 주체와 객체, 매개(수단) 등	타인과의 직간접적인 관계 속에서 공익을 위해 사회경제적 가치 있는 자원을 자발적으로 분배(제공)하거나 공유하는 행위; 나눔을 현금기부, 물품기부, 자원봉사, 상호부조, 생명나눔, 사회적 자본 등의 6개 영역으로 세분화	김교성 외, (2015)
	사회적으로 유익한 동기를 바탕으로 명확한 목적을 위해 기부자가 재정적 또는 물질적 보상 없이 행하는 현금, 현물, 서비스, 시간 또는 노력의 행동을 일컫는 것으로, 인간의 삶의 질을 향상시키거나 선을 창출하기 위한 의도로 행해지는 모든 형태의 이타적 행동을 포함하는 일반적 의미	박병일,강철희,구지윤 (2009)
	자발적 의사를 가진 개인 및 단체가 사회의 복지향상과 공익(public good)을 위해 사회적 경제적 가치가 있는 자원을 제공하는 것	장영식 외(2014)

자료: 조주희·강철희·민인식·박태근·이지선, 2014. “2014 민간나눔자원 총량 추계 연구” 사회복지공동모금회. 보완

‘나누다’의 사전적 의미는 기본적으로 가르고 분류하고 분배하는 기술적 행위이나 현 사회에서 나눔이라는 단어에 투여하는 의미는 나눔 행위 자체뿐만 아니라 타자와의 관계에서 나눔의 행위가 갖는 상징적 의미를 담도록 확장되었다고 볼 수 있다. 특히 어떠한 상황을 함께한다거나 인사와 같은 상호작용을 주고받는 행위가 나누다의 정의에 포함된 것은 나눔에는 분배적인 행위 외에 참여와 비경제적 가치를 공유하는 것도 해당한다고 볼 수 있다. 이러한 나눔이라는 단어에 표현된 상징적 개념은 새로운 산물이 아니라 우리나라의 역사적 전통적 배경에 기초하여 지속적으로 발달해 온 것으로, ‘우애’, ‘배려’, ‘연대’와 ‘같이 함께 공유하는 것’을 핵심요소를 갖는다(양옥경, 2013).

나눔이라는 단어 이전에도 우리나라에는 捐(버릴 연), 出(날 출), 分(나눌 분), 助(도울 조), 扶(도울 부), 施(베풀 시), 惠(은혜 혜), 연름(捐廩), 연조(捐助), 의연(義捐)과 같이 나눔을 표현하는 다양한 단어들이 존재했다(양옥경, 2013). 우리사회 나눔의 전통은 자본주의 이전 농경사회에서부터 찾아 볼 수 있는데, 농촌공동체 안에서 노동력이나 자원을 공유하는 상호부조 체제 및 구휼제도는 구성원 모두의 생존을 위한 것이었다. 상부상조 정신에 입각한 우리 전통의 나눔을 ‘베풀다’, ‘적선하다’, 세덤과 줌도리, 계, 품앗이, 향약, 두레 등의 단어에서 찾아 볼 수 있으며, 유교, 불교, 도교 등 타인에 대한 선행을 개인의 수양 덕목으로 여긴 종교 및 사상에서 비롯된 나눔에 대한 단어들로도 확인할 수 있다. 산업시대 이전의 사회에서는 공유지라는 공공재를 통해 노동력을 나누는 상부상조가 필수 불가결했다(김종철, 2014). 이러한 도덕경제의 대표적 형태로 품앗이, 향약, 두레라는 풍속이 있었으며, 서로 친목을 도모하고 삶의 희노애락에 대하여 상호부조하는 자발적 조직, 계가 현대까지 계승되었다.

또한 세덤과 줌도리 같이 밥을 지을 때 식구수보다 세 사람의 몫을 더 해서 짓거나 조금씩 덜어놓은 쌀을 어려운 이웃에게 나누었던 풍습에서 생활화 된 민간의 나눔을 발견할 수 있다(박성중, 2013). 현대에서도 사용하는 ‘베풀다’라는 동사는 남에게 돈을 주거나 일을 도와주어서 혜택을 준다는 뜻으로 베(布)를 화폐로 쓰던 시대에 행해진 물질적 나눔에서 유래함을 알 수 있으며, 옛사람들이 돈을 셈에 빚대었던 정조의 홍재전서의 한 대목은 돈이 순환적 가치로 여겨졌음을 반증한다(서신혜, 2013). 근대화 이전 미풍양속의 배경맥락이 되는 종교들에서도

나눔을 지향한 것을 알 수 있다. 적선(積善)은 구걸하는 데에 응하여 돈을 주는 행위를 뜻하는 단어로 선행을 쌓아 불로장생에 이르기 위한 도교의 수행방법에서 파생되었다. 불교에서는 자비한 마음으로 조건 없이 베푸는 보시(布施)가 있는데 이는 물건을 베푸는 재시(財施), 불법을 깨우쳐주는 법시(法施), 타인의 걱정을 덜어주는 무외시(無畏施)로 구성된다. 유교 역시 인(仁)을 최고의 덕목으로 여겨 사람을 사랑하고 어질게 행하는 것이 인간을 인간답게 하는 본질로 보았다. 우리사회 기저에 깔린 인과응보(因果應報)는 인(仁)을 실현하는 바탕 중 하나로 내가 베푸는 만큼 돌아온다는 전통적 믿음을 담고 있으며(성규탁, 2013) 선조들의 나눔이 단순히 자신의 것을 분할해 주는 것을 넘어 호혜적 관계에 기초했음을 보여준다. 우리나라 역사에서 나눔은 일방적인 도움의 행위가 아닌 사람이 사람 되고 공동체가 생존 및 발전하며 사후생애를 위해 양덕(養德)하는 기능임을 가늠할 수 있다. 또한 우리 조상들의 나눔은 경제적 가치에만 국한되지 않았다. 예로부터 정(情)을 나누는 것이 중요하였는데 정서적 교류도 나눔으로 여겼다. 음식 또는 따뜻한 대화도 정을 나누는 것으로 표현하고 전통사회에서 경조사를 이웃과 함께 하는 것 또한 경제적인 부조를 넘어 정서적인 공유를 목적으로 하였다.

불교에서는 아무 재산이 없더라도 줄 수 있는 나눔이 존재하는데 이를 무재칠시(無財七施)라 한다. 무재칠시는 따뜻한 눈빛과 마음 그리고 언행-안시(眼施), 심시(心施), 언시(言施), 신시(身施)- 외에도 얼굴의 화색을 띄우는 것-화안시(和顏施)-, 자리를 양보하는 것-좌시(座施)-, 묻지 않고 상대의 마음을 헤아려 도와주는 것-찰시(察施)-으로 소유와 상관없이 모두가 비물질적인 나눔을 행할 수 있다고 믿은 우리 조상들의 사고가 담겨있다(박성중, 2013).

농경사회부터 구한말까지 우리나라 역사에서 나눔은 제도화된 복지의 부재를 보완하는 민간의 노력과 보다 나은 공존을 위하여 대인간 상호작용에서 자생한 개념으로 공동체적 요소를 바탕으로 변화해왔다. 한국의 전통적 나눔은 사랑하고 가엾게 여긴다는 자비, 위민정신, 베풀어 주고 신체나 혜택을 받는 것을 뜻하는 은혜와 같은 단어로 함축되며(양옥경, 2013) 일방적 경제적 가치 증여가 아닌 쌍방향 관계적 공유적 성격을 담고 있다(강철희, 2006; 김교성, 강정한, 노혜진, 이현옥, 박태근, 2016).

나눔은 특정한 행위나 매개체의 형태가 정형화 되어 있지 않은 추상적인 단어

로 시대문화적 배경에 따라 모습을 달리하였는데, 현대사회에서의 나눔은 구빈의 수준을 넘어 보다 다각화되었다는 점이 다르지만 사회구조의 선순환을 위해 기능을 담당하고 있다는 데에는 변함이 없다. 현대에 들어와 부의 재분배에 있어 정부와 시장의 한계에 대해 민간영역의 보완적 기능이 중요해졌으며(이봉주, 2013) 발전한 기술에 따라 변화한 경제 속에서 효율과 형평의 선순환을 연결하여 사회진화, 지속적 도약을 가능케 하는 조절기능이 요구되고 있다(김휴중, 신현암, 2000). 또한 더 이상 비약적 경제성장이 불가능한 시대에 접어들며 지속가능한 경제 패러다임 속에서 자원의 소유와 교환에 대한 개념이 변화하고 사회적 경제나 공유경제(sharing economy)가 부상하며 나눔이 강조되고 있다.

어느 때보다 나눔의 기능이 중요해지고 있는 가운데 나눔의 수준이 농경사회에서 산업시대로 접어들며 구빈(救貧)에서 보다 적극적인 참여(civic engagement)로 변화되고 있다. 현재 나눔은 같이 향유하는 것-공향(共享)-을 지향함으로써 공존(共存)을 가능케 하는 메커니즘으로 확장되고 있다. 무엇보다 시대적으로 나눔 행위가 부유층의 노블레스 오블리주에 한정되지 않고 모든 계층에서의 시민성에 입각한 참여로 확장되어야 함은 자유시장경제 체제에서 효용극대화로 인해 상실된 생존권 윤리가 다시금 요구되기 때문이다(김용학, 2013). 이러한 사회현상은 우리나라뿐만 아니라 선진자본주의 국가들에서도 확산되는 탈물질주의를 통해 확인할 수 있다. 선진자본주의 국가들에서 상생을 위한 일상에서의 대인간의 상호작용, 인권, 참여, 자유, 삶의 질 옹호 등이 강조되고 있으며(김용학, 2013) 이러한 움직임에 기초한 나눔이 행해지고 있다. 범세계적으로 어느 때보다 시민성에 기초한 일반인의 나눔이 중요한 시대가 되었다(강철희, 김미희, 허수연, 2012; 이상민, 2002; 조대엽, 2007; 재인용 김형용, 2013).

서양문화권에서 나눔의 용어는 Giving으로, 기빙에는 자선(Charity)과 박애(Philanthropy)라는 두 가지 형태가 있다. 자선의 경우, 구빈을 뜻한 프랑스 고어 'charité' 나 라틴어 'caritas'에 어원을 둔 기독교적 자비를 뜻하는 단어에서 파생되었다. 자선의 동기는 이웃 구제를 통해 신의 사랑을 나누는데 있었다. 박애는 자선과 다르게 종교적 색채가 짙지 않고 중립적인 인류애를 뜻하는 단어로 라틴/그리스어 사랑(phil)과 인류(anthropos)의 합성어이다. 자선이 빈곤과 같은 문제에 대해 사후적인 해결을 표현한 단어라면 박애는 보다 적극적 형태의 단어로 문

제의 근원에 접근하여 사회체제의 변화를 도모하는 것을 의미하며 삶의 질에 중점을 둔 공익을 위한 민간의 자주적 행동으로 이해된다(Arrillaga-Andreessen, 2011). 박애는 인간의 권리를 옹호, 보호 및 증진을 목적으로 얼마만큼을 소유했느냐와 상관없이 모두가 행할 수 있는 행위이며 시간, 경험, 기술, 인맥 등의 비물질적인 것의 나눔을 포함한다는 점에서 광의의 개념이다. 그러나 박애 역시 앤드류 카네기, 워렌 버핏, 빌게이츠와 같은 대부의 노블리스 오블리주, 부유층의 기부와 혼용되는 개념이며 인간의 권리증진과 사회발전을 도모하지만 나눔 행위의 주체가 대가 없이 주는 선물이라는 일방향적 성격을 지닌다는 한계가 있다.

오늘날 나눔은 일방적으로 주는 것과 이를 세부적으로 보면 자선과 박애를 포괄하지만 우리나라의 문화와 앞으로 발전방향을 고려할 때 Giving에서 Sharing으로 변화해 나가야 한다고 본다. Sharing은 몫을 나누거나 즐거움과 슬픔을 같이한다는 점에서 나눔과 일맥상통하며 소유 보다 공유되는 호혜적 상호작용이 강조된다는 점에서 나눔과 방향성을 같이 한다. 현재 사회적으로 나눔의 개념은 단순한 증여-수혜가 아닌 배려와 호혜성에 기반 한 참여이며 그로 인해 창출되는 공유가치까지 담아내야하는 것이다. 이러한 나눔의 개념은 궁극에 나눔 통계 생산의 기반이 되리라 본다.

제2절 나눔의 정의와 범주

‘나눔실태 2014’는 기존의 기부와 자원봉사 중심의 나눔을 생명나눔까지 확장하여 현황을 파악한 것에 의의가 있다. 이에 기반을 두어 본 연구에서는 우리 고유의 전통 문화인 상호부조를 나눔에 포함하고자 한다. 즉 국내 나눔분야 전문가 FGI(Focus Group Interview)와 문헌조사를 통해 새로이 도출된 사항들을 반영하여 나눔 범주를 보완하고자 한다. ‘나눔실태 2014’에서는 나눔을 “자발적 의사를 가진 개인 및 단체가 사회의 복지향상과 공익(public good)을 위해 사회적 경제적 가치가 있는 자원을 제공하는 것”으로 정의하였고 세부범주를 기부, 자원봉사, 생명 나눔으로 분류하였다. 그러나 이는 일방적인 제공행위로 제한되어 나눔이 갖는 의의를 포함하지 못한다는 한계가 있다. 국내 나눔 분야 전문가들은 FGI

를 통해 나눔의 정의에 우리나라의 전통문화인 상호부조, 즉 호혜성을 명시해야 한다는 주장과 나눔은 삶 전반의 영역을 포함하는 개념으로 복지영역으로 한정되지 않는다고 강조하였다. 또한 기존의 기부, 자원봉사, 생명나눔 외에 상호부조, 사회적 자본, 공공적 성격을 가진 관계재 등의 광의의 나눔이 포함되는 것과 시간, 재능 등의 다양해진 나눔자원을 포괄하는 것이 필요하다고 보았다.

이를 종합하여 금년 연구에서는 나눔을 “자발적 의사를 가진 개인 및 단체가 사회의 복지향상과 공익을 위해 사회적 경제적 가치가 있는 자원의 제공 또는 호혜적 행위”로 정의한다. 이를 세부적으로 살펴보면 자발적 의사는 나눔이 가진 특성으로 강제성이 없고 등가적 대가를 바라지 않는 것이며 개인 또는 단체는 나눔 행위와 수혜의 주체이자 동시에 객체이다. 사회의 복지향상과 공익을 위하는 것은 나눔의 목적으로 이타적이면서도 자기애를 의미한다. 사회적 경제적 가치 있는 자원은 나눔의 매개(수단)로 현금, 현물, 신체 일부, 시간, 재능 등과 같은 유형 또는 무형의 자원을 의미한다. 제공은 손에 잡히는 나눔에 대한 협의의 정의이며, 호혜적 행위는 남을 배려하거나 어려울 때 함께 나누거나 서로 돕는 공동체 기제로 포괄적이며 추상적인 행위로 나눔에 대한 광의의 정의이다. 이러한 행위는 세대 또는 세대 간을 아우르는 WE group(우리 집단)을 의미한다. 이와 같이 나눔이란 내가 누군가에게 일방적으로 ‘주는 것(give)’ 뿐만 아니라 상대와 함께 ‘나누는 것(sharing)’도 나눔으로 본다. 이러한 정의에 따를 때 나눔의 범위는 기부, 자원봉사, 생명 나눔, 상호부조까지 넓다.

‘나눔실태 2014’의 세부범주는 기부, 자원봉사, 생명나눔이 있고 각각의 정의는 <표 2-2>와 같다. 나눔 범주 확장에 따라 문헌조사와 전문가 자문을 바탕으로 측정요소들을 추가하였고 분류도 물질, 인적, 생명나눔으로 재분류 하였다. 금년 연구에서 보완사항들은 다음과 같다.

<표 2-2> 「나눔실태 2014」에서의 나눔의 세부범주

세부범주	정의
------	----

생명나눔	헌혈 및 장기기증을 중심으로 나눔 주체자의 신체 일부를 공익을 위해 필요한 사람에게 제공하는 것
------	---

첫째, 기부, 자원봉사, 생명나눔으로 분류하였던 것을 물적, 인적, 생명나눔으로 분류하였다. 기부의 경우 최근 재능기부 또는 교육기부와 같이 금품 외 서비스를 제공하는 것까지도 포함하는데, 이 경우 자원봉사와 완전히 상호배타적이지 않으면서 어느 한 개념이 서로의 상위개념의 용어로 사용되지 못한다는 문제점이 존재했다. 또한 생명나눔의 경우에도 기존의 정의로는 헌혈과 장기기증을 포함하였으며, 뼈, 피부, 인대, 혈관 등의 조직기증이나 인체 전부의 기증을 포함하지 못하였다. 시간 또는 재능을 나누는 자원봉사와, 인체조직기증 등을 나눔에 포함하는 동시에 각 범주의 독립성을 유지하는 분류체계가 필요하여 본 연구에서는 기존의 연구들의 분류를 참고하여 나눔을 물적, 인적, 생명나눔으로 분류하였다.

인적나눔과 물적나눔으로 분류는 선행 연구에서 나눔 자원을 인적자본과 물적자본으로 분류하는 데에서 시작하였고 최근들어 나눔통계나 19대국회 나눔기본법(안)에서 생명나눔을 추가하여 나눔을 범주화했다. 물적나눔이란 “금전 또는 물품 등 환가성 있는 일정한 유형물의 나눔”을 의미하며 인적나눔은 “나눔주체의 전문적 또는 비전문적인 지식과 기술 등의 나눔”을 말한다. 생명나눔은 “타인의 건강 증진 및 생명 연장을 위하여 신체의 전부 또는 일부를 나누는 것”이다. 나눔의 범주를 재분류함에 따라 기부와 자원봉사는 물적나눔과 인적나눔으로 분류하며 재능기부, 교육기부, 모금 등은 그 성격에 따라 세부 분류하였다. 생명나눔의 경우 혈액, 장기 외에도 장기 등 이식에 관한 법률에서 정의하듯 인체조직을 포함하는 ‘장기 등’의 기증을 의미한다.

둘째, 최근 다각화된 나눔들을 측정하려는 학계의 움직임을 반영하여 상호부조와 사회적 자본을 나눔범주에 포함하고자 한다. 호혜성에 기반한 나눔 범주의 연구로는 김교성 외(2015)의 연구가 있다. 그들의 연구에서는 나눔을 6개 영역(현금기부, 물품기부, 자원봉사, 상호부조, 생명나눔, 사회적자본)으로 세분화하였고 상호부조는 가구당 평균 경조사비 지출금액을, 사회적자본의 경우 사회적 관계망의 3점척도와 단체참여율(%)로 측정하였다. FGI를 통해 나눔의 범주가 확장 논의되었고 사회적 성격을 가진 관계제와 상호부조를 광의의 나눔으로 분류한다.

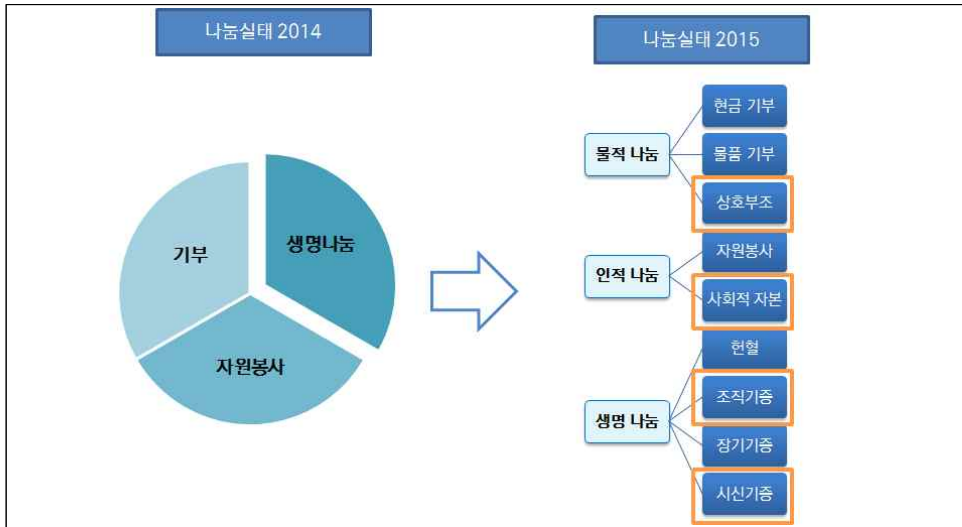
나눔과 관련한 사회적 관계재는 나눔과 관련한 가치로 환용(換用)될 수 있는 네트워크에 내재된 자분을 의미한다. 사회적 자분에 대한 개념과 분류, 측정틀은 아직 논의단계에 있다. 사회적 자분의 개념은 모호성을 지니는데 부르디외(Bourdieu), 콜먼(Coleman), 퍼트남(Putnam), 린(Lin) 등의 학자들은 사회적 자분이 네트워크에 기반한다는 점에 동의한다(Lin, 2008). 사회적 자분의 주요 요소는 신뢰, 네트워크, 규범 등으로 요약된다(장시준, 2006). 현재 통계청 사회조사에 포함된 사회적 자분은 아플 때, 외로울 때, 도움을 줄 수 있는 사람과 마음을 나눌 수 있는 사람 수 정도에서 측정되고 있다. 또한 상호부조의 경우 경조사 대상범위를(지인, 친인척 등) 어디까지 해야 하는지 합의가 필요하다. 나눔의 확장 범주는 <표 2-3>과 같이 요약할 수 있다.

<표 2-3> 「나눔실태 2015」에서의 나눔의 세부범주

범주	세부범주	종류예시	정의
물적나눔	현금기부	모금, 기금	금전 또는 물품 등 환가성 있는 일정한 유형물의 나눔
	물품기부	기증	
	상호부조	경조사비	
인적나눔	자원봉사	재능기부	전문적 또는 비전문적인 지식과 기술 등의 나눔
		교육기부	
		봉사활동	
	사회적 자분	사회적 관계망	사회적 성격을 지닌 관계재로 한정
사회참여			
생명나눔	헌혈	전혈, 혈장성분, 혈소판성분 등	타인의 건강 증진 및 생명 연장을 위하여 혈액, 장기등, 신체의 전부 또는 일부를 나누는 것
	조직기증	뼈, 피부 등	
	장기기증	간, 신장 등	
	시신기증	사후인체기증	

나눔실태 2014의 개념을 확장한 나눔실태 2015의 범주를 비교하면 [그림 2-1] 과 같다.

[그림 2-1] 나눔실태 2014와 나눔실태 2015 비교



제3절 나눔통계 메타데이터 구축

나눔통계를 생산하는데 방법으로는 보고통계, 조사통계, 가공통계(2차통계)로 구분할 수 있다. 국내 나눔통계의 많은 부분은 조사통계와 보고통계로 생산되고 있다. 우리나라는 기부, 자원봉사, 생명나눔을 나눔의 범주로 구분하고 있어, 각 범주별로 생산되고 있는 다양한 보고통계를 수집·분석하여 나눔통계에 활용하고 있다. 보고통계는 법령에 따른 개인이나 단체의 신고, 보고, 신청, 인허가 등과 같은 행정업무에 수반하여 수집된 자료를 이용하여 작성한 통계²⁾이다. 나눔통계에 활용되는 가장 대표적인 보고통계로는 기부관련 국세통계연보를 들 수 있다. 보고통계에서 생산이 불가능한 나눔 관련 통계는 조사통계를 통해 얻을 수 있다. 조사통계는 조사대상 집단의 특정 정보 혹은 실태를 얻을 목적으로 조사하여 얻은 통계이다. 국내의 승인 조사통계 가운데 나눔 실태를 파악할 목적으로 독립적 조사는 없다. 다만, 승인통계 중에서 나눔에 관한 조사문항을 일부 포함하고 있는 조사통계를 활용하거나, 비승인 통계지만 보고통계에서 생산이 불가능한 조사통계를 활용하고 있다. 가공통계는 수집한 한 종류 이상의 투입자료(1차 통계와 외부자료)를 분류, 집계, 편집, 추계 등의 방법으로 작성된 통계이다. 나눔통계도 기

²⁾ 통계청(<http://kostat.go.kr>) 통계표준용어-보고통계 정의

존의 조사통계와 보고통계를 조합한 가공통계를 통계 생산에 활용하기도 한다.

본 절은 나눔의 규모를 비롯한 실태 및 인식을 파악하는데 활용되는 보고통계, 조사통계, 가공통계 등의 종류와 이것들에 대한 메타데이터를 정리하여 나눔통계의 생산 및 관리체계 구축에 기여하고자 한다.

1. 기부

가. 국세통계연보

국세청은 국세행정에 대한 국민들의 이해를 돕고 조세정책 수립 및 연구를 지원하기 위해 국세통계연보를 발간하고 있다³⁾. 국세통계연보는 국세청이 매년 수집하고 있는 국세에 관한 전수 자료를 분석하여 분야별 항목을 제공하고 있다. 가장 최근에 발간된 「2015년 국세통계연보」는 신규 통계 50개를 포함하여 총 396개의 국세통계 항목을 공개하고 있다. 그 중에서 나눔과 관련된 기부금은 개인(근로소득자 및 종합소득자)과 법인이 소득공제 신청을 위해 자발적으로 신고한 금액을 의미한다.

국세통계연보를 통해 생산 가능한 기부통계는 근로소득자의 경우 기부인원 및 금액에 대하여 연도별, 성별·연령별, 과세표준규모별, 근로대상소득금액(총급여) 규모별, 근로소득금액규모별로 현황 파악이 가능한 통계를 제공하고 있다.

한편, 종합소득자의 기부통계는 연도별, 신고유형별, 지역별, 성별·연령별, 종합소득규모별, 과세표준규모별, 10분위분포별, 성별, 연령별 기부인원 및 금액에 대한 현황 파악을 가능케 한다. 국세통계연보를 통해 법인의 수입금액규모별 기부금액에 대한 파악이 가능하며, 뿐만 아니라 연도별, 법인규모별(일반법인, 중소기업), 업태별, 수입금액규모별, 자산규모별, 소득금액규모별, 과세표준규모별, 흑자법인 10분위별로 법정·특례기부금과 지정기부금에 대한 현황을 파악할 수 있다. 이 외에도 국세통계연보에는 아래에서 나열한 통계도 제공하고 있다.

－ 종합소득규모별·성별·연령별 기부금액 및 기부인원

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

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

나. 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 표 본가구 내 상주하는 만13세 이상인 자, 약 37,000여명을 대상으로 실시한다. 그 러나 사회조사가 매년 실시되기는 하지만 조사의 특성상 기본항목(성별, 연령, 교육정도 등)과 가족, 보건, 복지, 교육, 사회참여, 노동, 문화와 여가, 소득과 소 비, 환경, 안전 등 10개 부문을 2년 주기로 5개 부문씩 선정하여 조사하는 방식이 기 때문에 동일한 부문의 조사는 실질적으로 2년 주기로 통계를 생산하고 있다고 볼 수 있다. 사회조사의 표본설계방법을 보면, 목표모집단은 조사시점 기준 전국 에 거주하는 만13세 이상 모든 가구원이며, 조사모집단은 조사가 곤란한 섬, 기 숙시설, 특수사회시설에 거주하는 사람을 제외한 일반가구의 만 13세 이상이다. 표본추출틀은 2010년 인구주택총조사 표본조사구와 2013년 신축조사구 및 특 별센서스 조사구의 일반조사구를 이용하였다. 표본추출단위는 표본조사구를 추 출하고, 표본조사구의 가구에 일련번호를 부여한 후, 랜덤으로 최초가구를 설정 하고 그 가구를 포함하여 연속으로 12가구를 조사하게 된다. 표본추출방법은 25 개 지역별 층화 및 분류지표에 따라 정렬 후 층별로 가구 수를 기준으로 한 확률 비례계통추출방법을 사용하였다.

사회조사에서 나눔과 관련된 조사항목들은 사회참여 부문에 포함되어 있다. 사 회참여 부문 중에서 나눔과 관련된 조사문항은 크게 기부와 자원봉사로 나뉜다. 사회조사에서 기부에 대한 조작적 정의는 ‘직접 관계없는 개인이나 단체에 대하 여 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 운영목적의 현금, 십일조, 보시, 시주 및 성당신축 후원, 건

축헌금 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.

다. 가계동향조사

가계동향조사는 통계청이 가구의 생활수준실태와 그 변동사항을 파악하기 위해서 가계의 수입과 지출을 조사하여 국민소비수준의 변화를 측정 및 분석하는 조사이다. 조사대상은 전국에 거주하는 일반가구로서 표본규모는 약 9,000가구이다. 2015년 가계동향조사의 경우, 2010년 인구주택총조사의 아파트 및 보통조사구내에 있는 가구와 가구원을 조사모집단으로 설정하였고, 표본추출방법은 7대 도시와 9개 도의 동부 및 읍면부를 25개로 층화하여 각 지역별 표본조사구수에 따라 확률비례추출방법을 사용하였다. 가계동향조사의 조사주기는 분기 단위이다.

가계동향조사의 조사항목은 크게 가구실태와 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, 가계수지에 관한 항목은 가구주소득, 배우자 또는 기타가구원 소득, 주거비/방송/교통/통신, 적금/보험/신용카드, 육아 및 교육비, 아파트 관리비 등이다.

나눔과 관련된 조사항목은 소득과 소비 각 분야에서 이끌어낼 수 있다. 소득은 가구주 개인의 소득뿐만 아니라 가구를 구성하고 있는 모든 가구원의 소득, 사업소득, 재산소득, 타가구로부터의 이전과 정부 및 사회단체로부터의 보조금 등이 모두 포함된다. 또한 가계지출에는 소비지출과 비소비지출부문으로 구분하는데,

비소비지출에 비영리단체로 이전, 가구 간 이전 등에 대한 지출이 포함된다. 따라서 비소비 지출부문의 타가구로부터의 이전소득, 그리고 비영리단체로의 이전 항목에 대한 지출액을 통해 가구의 평균 기부액을 파악할 수 있다(박주언·이희길, 2013).

라. 기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사⁴⁾

기업 및 기업재단 사회공헌활동조사는 기업 및 기업재단의 사회공헌 현황에 대한 조사, 분석을 통해 사회공헌활동의 실상을 종합적으로 파악하는데 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 진행되는 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.

기업의 사회공헌활동조사를 통해 생산하고 있는 통계는 사회공헌 총 지출규모, 대상별·운영방식별 기부에 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

4) 「2015년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서」를 요약 정리한 것임.

등 12개 분야별 사업비 지출액 규모 등이 있다.

마. 중견·중소기업의 사회공헌 활동에 관한 조사⁵⁾

중견·중소기업의 사회공헌 활동에 관한 조사는 중견·중소기업들의 사회공헌 현황에 대한 조사, 분석을 통해 국내 중견·중소기업의 사회공헌 실태를 파악한다. 조사대상은 우리나라의 매출 상위 501~1,000위 기업과 중견련 회원사, 대한상공회의소 중견기업위원회 소속기업으로 총 540개 중견·중소기업이다. 조사는 1년 단위로 실시된다.

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.

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

바. 한국복지패널조사

한국복지패널조사(이하 복지패널로 통칭함)는 급격히 변화하는 사회 환경 속에서 연령, 소득계층, 경제활동상태 등에 따른 인구집단의 생활실태와 사회복지욕구를 역동적으로 파악하여 각종 복지정책 수립 시 활용할 기초자료를 마련하는데 조사목적이 있다. 복지패널의 최초 원표본 가구규모는 7,072가구로 시작하였으나, 이후 조금씩 감소하여 2015년 10차 조사에서 완료된 원표본 가구는 4,760가구로써 67.31%의 원표본유지율을 가지는 것으로 나타났다. 2013년 8차 조사에서는 신규 표본가구 1,800가구를 추가하여 10차 조사에서 완료된 총 표본가구

5) 「2013 중견·중소기업 사회공헌 백서」를 정리 요약한 것임.

는 6,914가구이다. 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 ‘공공부조 전 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 나뉘보면 <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 2-4> 한국복지패널조사의 조사내용

구분		조사내용
		<ul style="list-style-type: none"> - 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		<ul style="list-style-type: none"> - 사회보험, 퇴직금, 개인연금 수급 - 근로 - 생활실태만족 및 의식 - 사회적 환경에 대한 인식 - 생활습관, 가족관계 및 정신건강 - 개인사
부가조사표	아동용	<ul style="list-style-type: none"> - 학교생활 - 생각과 행동 - 부모님 - 친구 - 나의 건강 및 생활 - 아르바이트 경험 및 활동 - 진로
	복지인식	<ul style="list-style-type: none"> - 전반적인 사회적·정치적 인식과 태도 - 복지재원 및 대상범위 - 정치참여와 성향
	장애인	<ul style="list-style-type: none"> - 장애 원인 및 상황 - 일상생활 - 미취학 아동, 학생, 성인, 어르신 등 4개 영역별로 개별 설문

사. 기빙 인덱스(Giving Index)

기빙 인덱스(Giving Index)는 비영리법인인 아름다운재단이 우리나라 국민의 기부 및 자원봉사 실태와 이에 대한 인식, 태도를 파악하고자 실시하는 ‘한국인의 개인기부지수’조사이다. 기빙 인덱스의 모집단은 만19세 이상 전국 성인 남녀이며, 표본추출은 지역별/성별/연령대별 할당표본추출로 이루어졌다. 표본규모는 약 1,000명 정도로, 대면면접조사 방식에 의해 조사되었다. 기빙 인덱스에서 기부와 관련된 조사내용은 1) 기부 실태, 2) 종교적 기부, 3) 상호부조(경조사비 지출 등), 4) 기부 의향 및 계획, 5) 유산기부, 6) 나눔교육에 대한 인식, 7) 사회적 자본 등이 있다. 7개 주제별 조사항목은 <표 2-5>와 같다.

〈표 2-5〉 2013 기빙 인덱스 조사내용

구	조사 내용	
기부 실태	<ul style="list-style-type: none"> - 기부 참여 부분 - 기부처 - 기부금액 - 향후 기부액 확대 계획 - 기부처 이외 다른 곳 기부 계획 유무 	<ul style="list-style-type: none"> - 정기적 기부 참여 여부 및 빈도 - 기부처 인지경로 - 기부 방법 - 기부의 내적·외적 요인 - 기부를 하지 않은 이유
종교적 기부	<ul style="list-style-type: none"> - 종교 - 종교적 활동 참여 정도 - 지난 1년간 종교단체 헌금 및 보시 경험 - 지난 1년간 종교적 항목 기부 경험 유무 및 금액 	<ul style="list-style-type: none"> - 정기적 헌금 및 보시 참여 여부 및 빈도 - 헌금 및 보시 금액 소득공제 혜택 받는지 여부 - 헌금 및 보시가 쓰이길 원하는 사업 내용 및 비중
상호부조	<ul style="list-style-type: none"> - 상호부조적 기부 지출 여부 및 지출 금액 - 지난 1년간 경조사비 지출 여부 및 지출 금액 - 경조사비 지출 동기 	<ul style="list-style-type: none"> - 경조사비 지출에 대해 느끼는 의무감 및 부담감 - 지난 3년간 경조사비 수령 여부 및 수령 금액 - 향후 경조사비 수령 규모에 대한 기대 정도
기부 의향 및 계획	<ul style="list-style-type: none"> - 향후 1년 내에 기부할 의향 - 기부 결정 시 고려사항 	<ul style="list-style-type: none"> - 단체/시설/기관 기부 시 고려사항 - 기부 금품 사용 희망 분야, 대상, 단위
유산기부	<ul style="list-style-type: none"> - 유산 기부 의향 - 유산 기부 희망 비율 - 유산 기부 의향에 영향을 미치는 요인 - 유산 기부 의향이 있는 대상 및 기관 	<ul style="list-style-type: none"> - 유산 기부를 저해할 수 있는 요인 - 유산 상속 시 기부할 의향 및 기부 비율 - 가족의 유산기부 결정 시 대응 방식
나눔교육에 대한 인식	<ul style="list-style-type: none"> - 나눔 교육 경험 	
사회적 자본	<ul style="list-style-type: none"> - 주변 사람들에 대한 인식 - 주변 사람들과 도움을 주고받는 것에 대한 인식 	<ul style="list-style-type: none"> - 사회규범에 대한 인식

자료: 아름다운재단(2014). 제14회 기부문화심포지엄 기빙코리아 2014

상호부조 문화는 ‘준만큼 돌려받을 수 있다’는 기대, 즉 대가가 따를 수 있는 우리나라만의 전통적·문화적 특성을 가지고 있다. 그렇다면보니 나눔의 개념 틀에서 논하는 기부에는 종교적 기부나 상호부조를 제외하고 있기 때문에 기부와 관련된 많은 조사들이 있다고 해도 개인의 상호부조에 대한 지출 규모를 파악하는 조사는 거의 없다. 그런 측면에서 봤을 때, 기빙 인덱스는 일반적인 기부뿐 아니라 종교적 기부 및 상호부조 규모를 파악하는데 중요한 기초자료가 될 수 있다.

기빙 인덱스에서 기부와 관련된 통계로는 기부 참여 여부, 기부처, 기부금액, 기부의 내적 동기, 기부의 외적 동기, 기부액 및 기부처 확대 계획, 기부를 하지 않은 이유, 종교적 기부 경험 및 소득공제, 종교적 기부금액, 기부 의향 변화 추이, 기부 결정 시 고려사항, 기부 금품 사용 희망 분야 등이 생산되고 있다.

아. 전국 자원봉사활동 및 기부실태조사

전국 자원봉사활동 및 기부실태조사(이하 자원봉사활동조사)는 행정자치부가 국민들의 자원봉사 및 기부에 대한 의식과 참여율 등을 파악하고, 일반 국민의 의견 수렴을 통해 자원봉사와 기부를 활성화하기 위한 다양한 정책 마련의 도구로 활용하려는데 목적이 있다. 자원봉사활동조사의 모집단은 만 20세 이상 성인이며, 지역별/성별/연령별 인구수 비례 할당추출에 의해 1,500명을 표본추출 하여 조사한다. 조사 주기는 3년이다. 자원봉사활동조사에서 기부에 관한 조사내용은 1) 1년 간 기부 여부, 2) 기부처, 3) 기부방식, 4) 기부액 및 기부물품, 5) 기부 경로 등이 있다. 기부액은 종교(교회나 성당, 사찰을 위한 헌금)과 자선(종교 기부 제외)으로 구분해서 금액 조사를 하며, 현금 뿐 아니라 현물에 대한 기부 규모도 조사하고 있다.

자원봉사활동조사를 통해 생산하고 있는 기부관련 통계는 자선적 기부 참여율, 자선적 기부자 특성, 자선적 기부금액, 종교기부액, 자선적 기부자 정기성·기부횟수, 기부 참여 경로, 이웃돕기 활동 등이 있다.

자. 식품기부 실적

식품기부는 「식품기부 활성화에 관한 법률」 제1조에 의하면, 식품 및 생활용품의 기부를 활성화하고 기부된 식품 등을 생활이 어려운 자에게 지원할 목적으로 제공되는 식품을 말한다. 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, 재가 장애인 등 우리 사회 저소득계층에 식품을 지원해주는 민간단체 중심의 사회복지분야 물적 자원 전달체계이다⁶⁾.

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

식품기부에 대한 통계를 크게 구분하자면, 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) 재가이용자대상 현황, 12) 기탁품 접수현황, 13) 기탁자별 기탁품 접수현황, 14) 이용단체별 배분현황, 15) 이용대상자별 배분통계, 16) 기탁품 폐기현황, 17) 기탁품 폐기비용 현황 등을 산출 가능하다.

차. 기타

국내 다국적 기업의 사회공헌 실태조사(이하 다국적기업사회공헌조사로 칭함)는 다국적 기업의 사회공헌 실태와 애로점을 파악하여 비영리 조직과의 협력 방안을 제고하는데 목적이 있다. 다국적기업사회공헌조사의 조사대상은 KCMC(Korean CEO's Association of Multinational Corporations)의 회원사 총 136개 대상과 국내 다국적기업의 매출액 순위 50위 기업이다. 2015년도 조사결과 응답 기업은 49개였다. 다국적기업사회공헌조사의 조사내용은 크게 1) 일반 현황, 2) 사회공헌활동 참여 경험, 3) 사회공헌 실적, 4) 사회공헌활동 추진 및 장애 요인, 5) 사회공헌 활동 성과, 6) 비영리조직과의 협력 현황 및 방안, 7) 국내 다국적기업의 본사 특성 등으로 구성된다(아름다운재단, 2015). 이들 7개 범주 중 기부에 관한 사회공헌 실적에는 기부총액, 대상별 기부항목 비율, 기업사회공헌 지출현황, 기업사회공헌 재원 출처 등이 포함된다(아름다운재단, 2015). 기업체 사회공헌실태조사(이하 기업체사회공헌조사로 칭함)는 아름다운재단이 주관하고 있는데, 기업체사회공헌조사의 모집단은 국내의 매출액 2,000위 이내 기업으로서, 기업유형별(상장/비상장) 유의할당추출에 의해 400표본을 추출하여, 인터넷 온라인조사 방식으로 실시하는 조사이다. 가장 최근의 기업체사회공헌조사는 2015년이다. 기업체사회공헌조사의 기부와 관련된 조사내용은 1) 사회공헌활동 참여 경험 및 조직, 2) 사회공헌 실적, 3) 사회공헌활동 추진요인 및 장애 요인, 4) 사회공헌활동 성과, 5) 사회공헌활동 정책에 관한 인식 등 크게 5개 부

분으로 구분된다. 특히, 사회공헌 실적의 일부로 포함되어 있는 기부관련 문항에는 1) 기부금 분류별 기부 비율, 2)기부 분야별 기부 비율, 3) 기부 대상 및 분야, 4) 기부 방식별 기부 비율 및 공익재단/모금조직 사업관리비용 허용 비율, 5) 사회공헌활동의 재원, 6) 공익단체에 대한 지원 중단 또는 변경 경험 및 이유 등이 포함되어 있다(아름다운재단, 2015).

2. 자원봉사

가. 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.

나. 생활시간조사

생활시간조사는 통계청이 개인의 시간 활용과 의식을 파악하여 국민의 생활방

식과 삶의 질 측정을 위한 기초자료를 제공하는데 목적이 있다. 생활시간조사는 통계법에 의한 지정통계로서 조사주기는 5년, 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.

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 - 성별 - 실제 출생연월	- 혼인 상태 - 돌봄 필요 사유 - 재원·재학여부
	○ 가구상태 - 분거가구 여부 및 사유 (배우자, 미혼자녀) - 거주종류 및 주거용 연면적	- 점유형태 - 가구소득
개인 관련 사항 (13)	○ 개인의식 - 시간압박 여부 및 이유 - 일과 후 피곤함 정도 및 이유 - 주관적 만족감	- 가사분담 만족도 - 성 역할에 대한 인식
	○ 경제활동 - 경제활동 여부 및 일하지 않는 이유 - 산업 - 직업 ○ 기타 - 정기 휴일 - 교육정도	- 종사상 지위 및 취업형태 - 주업 및 부업시간 - 개인소득

구분	조사항목	
시간일지 (9)	○ 시간일지	
	- 주된 행동	- 함께 한 사람
	- 행위장소/이동수단	- 동시행동
	○ 시간일지 작성일 상황	
	- 시간활용 만족도	- 1시간 이상 방문한 사람이 있었는지 여부 및 방문자
- 건강상태	- 시간일지 작성방법	
	- 근무(등교)일 여부	

자료: 통계청 국가통계포털 생활시간조사-조사항목

따라서 시간일지를 작성하는 2일 동안 자원봉사활동이 있었다면 활동시간과 활동장소, 이동시간, 그리고 함께 한 사람을 파악할 수 있게 되는데, 현재 생활시간조사를 통해 제공하는 통계에는 성별·요일별·시간간격별 참여 및 봉사활동 비율, 분야별 자원봉사활동 비율, 참여활동별 비율 등이 있다.

다. 전국 자원봉사활동 및 기부실태조사

행정자치부가 주관하고 있는 전국 자원봉사활동 및 기부실태조사(자원봉사활동조사로 칭함)의 표본규모(1,500명), 조사 대상(전국 20세 이상 성인) 및 조사 주기(3년) 등에 관한 구체적인 내용은 기부와 관련된 조사를 살펴보면서 이미 언급하였기 때문에 여기서는 생략하기로 한다.

자원봉사활동조사는 1) 자원봉사 활동처 및 활동 분야, 2) 자원봉사 참여동기, 3) 자원봉사 참여경로 및 참여요청, 4) 자원봉사 활동시간 및 기간, 5) 자원봉사 활동 만족도, 6) 자원봉사자 인정, 7) 자원봉사에 대한 국민 인식 등의 자원봉사활동과 관련된 조사내용을 담고 있다. 자원봉사활동조사는 자원봉사활동 분야를 ① 보건의료(기관), ② 교육(기관), ③ 종교단체, ④ 사회복지(기관), ⑤ 환경(단체), ⑥ 공익민간(단체), ⑦ 공원 거리 등 다양한 지역사회현장, ⑧ 예술, 문화, 스포츠(단체), ⑨ 직능단체, 전문가(단체), 노동조합, ⑩ 공명선거, 정치 및 정당(단체), ⑪ 관공서(구청, 동사무소 등), ⑫ 청소년(단체), ⑬ 재난 재해 현장, ⑭ 국제기구 등 14개로 구분하고 있어서 자원봉사활동과 관련된 타 조사와 비교해 세분화되어 있다. 자원봉사활동조사는 자원봉사활동 경험에 대해 지난 1년간의 활동과 지난 한 달간의 활동, 즉 2개 기간 동안으로 나눠서 조사한다.

라. 기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사

기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사(이하 기업사회공헌활동조사로 칭함)는 국내 매출액 상위 500대 기업과 전국경제인연합회 회원사를 대상으로 진행하는 조사로서 기업의 사회공헌 현황을 조사하는데, 여기에 기업 임직원의 사회봉사 실적 및 제도에 관한 현황이 포함되어 있다. 기업사회공헌활동조사는 온라인과 팩스, 이메일, 전화조사 등의 조사방식을 통해 매년(1년 주기) 실시하고 있다. 기업사회공헌활동조사는 자원봉사활동과 관련하여 비현금성 사회공헌활동 중에서 프로보노⁷⁾ 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.

마. 중견·중소기업의 사회공헌 활동에 관한 조사

중견·중소기업의 사회공헌 활동에 관한 조사(이하 중견기업 사회공헌활동조사로 칭함)는 매출 상위 501~1,000위 기업을 대상으로 전화, 이메일, 팩스, 방문면접조사 등을 활용해 매년(1년 주기) 실시하고 있다.

중견기업 사회공헌활동조사에서 자원봉사활동과 관련된 조사내용은 임직원 자원봉사단 활동과 자원봉사활동에 대한 지원제도로 구성된다. 임직원의 자원봉사단 활동은 봉사단 규모, 연간 봉사활동 횟수, 1명당 연간 평균 봉사활동 시간, 그리고 활동 중인 분야, 관심 있는 자원봉사 분야 등 5개 조사항목으로 구성되어

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

고, 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.

바. 사회복지 자원봉사 통계연보

사회복지 자원봉사 통계연보는 사회복지분야에서의 자원봉사활동을 체계적으로 관리해 국민의 자원봉사활동 참여 촉진과 생활화를 유도하기 위한 보건복지부가 주관해 운영하고 있는 ‘사회복지자원봉사인증관리(www.vms.or.kr)’시스템을 통해 생산·관리되고 있는 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」 책자를 발표하고 있다.

본 통계연보는 전국 자원봉사자 양성·관리 단체 중 「사회복지자원봉사관리규정」에 따라 한국사회복지협의회가 운영하는 「사회복지 자원봉사 인증관리 데이터베이스」에 등록된 사회복지 자원봉사관리센터 11,480개소의 자원봉사활동에 관한 정보를 기초로 생산한다(보건복지부, 2014). 자원봉사자 및 그 활동에 관한 모든 통계자료는 활동 자원봉사자를 기준으로 하며, “활동자원봉사자”란 해당 연도 1월 1일부터 12월 31일까지 1회 이상 활동한 봉사자를 말한다.

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 9개 영역에 대한 통계를 보여준다. 특히 자원봉사자, 자원봉사활동 시간, 횟수와 관련된 현황은 시도별·시설종별·연령대별·성별·직업별·최종학력별로 통계를 작성·제시하고 있다.

사. 1365 자원봉사 통계

「1365자원봉사포털」은 행정자치부가 전국의 자원봉사 정보를 한 곳에 모아 다양한 자원봉사를 검색, 신청하는 행위를 한 번에 해결할 수 있도록 만든 시스템이다. 「1365자원봉사포털」은 시군구뿐 아니라 유관기관의 자원봉사 자료를 한 곳에 모아 검색할 수 있으며, 전국의 자원봉사활동 수요를 지역 분야별로 정리하여 제공하고 있고 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·시도별로 보여주고 있다. 1365자원봉사 통계는 연도별로 업데이트되고 있다.

아. 기타 자원봉사 통계

기빙 인덱스(Giving Index)는 아름다운재단이 만19세 이상 성인을 대상으로 2년마다 ‘기부에 대한 국민 인식조사’를 통해 산출하고 있다. 이 조사에는 자원봉사 실태에 대한 내용을 담고 있는데, 구체적으로 살펴보면, 지난 1년간 1) 자원봉사 활동처별 자원봉사여부 및 자원봉사시간, 2) 정기적 자원봉사여부 및 주기, 3) 자원봉사 활동처의 인지경로 및 봉사방법, 4) 종교단체 봉사활동 경험 및 봉사시간 등에 대한 질문이다. 본 조사를 통해 자원봉사 참여 여부, 자원봉사 활동처, 자원봉사 시간, 정기적 자원봉사 참여 여부 및 빈도, 자원봉사 활동처 인지 경로, 자원봉사 활동 방법 등의 통계를 제공하고 있다.

그 밖에도 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 담당인력여부별 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.

3. 생명나눔

가. 혈액사업통계연보⁸⁾

혈액사업통계연보(이하 혈액통계라 칭함)는 혈액관리법 제12조 규정에 의거 적십자 소속 혈액원과 적십자 외 혈액원에서 제출한 자료를 종합한 것이다(대한적십자사, 2014). 혈액통계 발간 주기는 1년이다.

혈액통계는 크게 헌혈실적과 신규등록회원, 부적격 3개 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. 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 함

8) 2014년 혈액사업통계연보(대한적십자사)의 내용을 정리·요약한 것임.

께 제공하고 있다.

나. 장기이식통계연보⁹⁾

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

장기이식통계는 매년 질병관리본부 국립장기이식관리센터에서 작성하고 있다. 통계는 장기이식관련기관, 제대혈이식관련기관, 장기기증희망등록기관으로부터 장기이식관리시스템, 제대혈정보시스템, 장기기증희망등록시스템 등에 등록된 기증(희망자)자 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.

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.

9) 2014년 장기이식통계연보(질병관리본부)의 내용을 정리·요약한 것임.

〈표 2-7〉 기부와 관련된 보고통계 및 조사통계에 대한 메타정보 요약

통계명	목적	작성 기관	작성 유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
국세통계연보	국세행정에 대한 국민들의 이해와 조세정책 수립 및 연구를 지원함	국세청	보고통계	- 보고대상: 국세신고자 및 업체	<ul style="list-style-type: none"> - 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 사회구성원의 주관적 관심사를 파악하여 사회개발정책의 기초자료 제공	통계청	조사통계	<ul style="list-style-type: none"> - 조사대상: 전국 약 18,000 표본가구 내 상주하는 만13세이상 가구원 - 조사주기: 1년(부문별 2년 주기) - 조사규모: 약 37,000명 - 조사방식: 면접조사 - 승인통계 - 통계활용분야: 사회 	<ul style="list-style-type: none"> - 조사항목: 기부여부, 기부내용, 기부의 정기성, 기부 희망 분야, 기부 대상인지 경로, 향후 기부 의사, 유산 기부 의사, 기부 문화 확산 등 8개 문항 - 통계: 인구학적·사회경제적 특성별 기부행태 및 실태 	<ul style="list-style-type: none"> - 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 - 기부 조사항목은 사회참여 부문에 속함. - 기부란 직접 관계없는 개인이나 단체에 대하여 현금 또는 물품을

통계명	목적	작성 기관	작성 유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
						<p>대가 없이 자발적으로 제공하는 것</p> <ul style="list-style-type: none"> - 단, 1) 친구·친척·직장동료 등에 대한 경조사비, 2) 일반적인 종교단체 운영목적인 헌금, 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.
가계 동향 조사	가구의 생활수준실태 및 변동사항 파악, 국민소비수준 변화의 측정 및 분석, 소비자물가지수 편제에 필요한 기준치 모집단 자료 등 각종 경제, 사회정책에 필요한 자료 제공, 공공사협 시행으로 인한 세입자의 주거대책비 산정 및 국민주택 공급대상 기준설정 자료	통계청	조사 통계	<ul style="list-style-type: none"> - 조사대상: 전국에 거주하는 일반가구 - 조사주기: 분기 - 조사규모: 약 9,000가구 - 조사방식: 면접조사 - 승인통계 - 통계활용분야: 가계소비(소득) 	<ul style="list-style-type: none"> - 조사항목: 가구실태(가구주와의 관계, 성별, 연령, 교육정도, 취업여부, 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	기업 및 기업재단의 사회공헌 현황에 대	전국 경제인	조사 통계	- 조사대상: 국내 매출액 상위 500대 기업 및 전국경제인	- 조사항목: 기업의 사회공헌 규모, 사회공헌추진을 위한 사내제도,	- 사회공헌비용은 자율프로그램(자체사업, 파트너십)과 간접프로그램

통계명	목적	작성 기관	작성 유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
기업 재단 사회 공헌 활동에 관한 조사	한 조사, 분석을 통해 사회공헌활동의 실상을 종합적으로 파악	연합회		연합회 회원사 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 600개 기업 - 조사방식: 전화조사, 이메일, 팩스 등 병행 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기업 사회공헌 활동	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	램으로 구분함. - 자체사업: 기업 단독 운영 공익사업 투입예산 - 파트너십: NPO 등과 협업 통한 사업 지출 비용 - 간접프로그램: 외부 기존 프로그램에 대한 후원·협찬, 일반적 재해구호금 같은 비지정성 기부금 등
중견중 소기업 의 사회 공헌 활동에 관한 조사	중견·중소기업들의 사회공헌 실태 파악	대한상공회의소	조사 통계	- 조사대상: 국내 매출액 순위 501~1,000위 기업과 중견련 회원사, 대한상공회의소 중견기업위원회 소속기업 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 약 540개 기업 - 조사방식: 전화조사, 이메일, 팩스, 면접조사 등 병행 - 비승인통계 - 통계활용분야: 중견·중소기업 사회공헌활동	- 조사항목: 기업 일반현황, 사회공헌활동 현황, 사회공헌 비용, 대표 사회공헌 활동사례 - 통계: 분야별 사회공헌활동 지출현황, 분야별 기부현황, 사회공헌비용, 매출액 기준 사회공헌 비용, 업종·임직원 수·사회공헌 총액에 따른 기부금, 현금·현물·시설 기부	사회공헌비용은 직접사업비용과 기부금으로 구분함. 직접사업비용은 직접 운영 사회공헌 프로그램 비용과 임직원 자원봉사 경비임. -기부금은 사회공헌 활동의 목적으로 현금, 현물, 시설 등의 형태로 지출하는 비용임.
한국 복지 패널 조사	전 국민의 삶의 질 현황과 변화를 지역별·연령별·계층별로 파악하여 종단적 자료를 통한 계층별 소득변화 등을 장기간에 걸쳐 역동적으로 분석할 수 있는 기초자료 마련	한국보건사회연구원	조사 통계	- 조사대상: 원표본 가구 7,072가구 및 가구내 만15세이상 가구원 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 약 7,072 패널가구 - 조사방식: 면접조사 - 승인통계 - 통계활용분야: 사회	- 조사항목: 연간 정기적인 기부 여부, 연간 기부 금액 - 통계: 소득집단별 연간 기부액	- 인구학적, 사회경제적 특성별 기부액 통계 생산 가능
재정 패널 조사	국민생활의 기초가 되는 조세와 재정의 분배 및 재분배 효과	한국조세재정	조사 통계	- 조사대상: 원표본 가구 5,634가구 및 가구내 작년 한 해 동안 소득이 있거나 소	조사항목: 기부 분야, 연간 기부금액 통계: 연도별 기부금액, 기부분야별 지출 현황,	인구학적, 사회경제적 특성별 기부액 통계 생산 가능

통계명	목적	작성 기관	작성 유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
	과 검증을 위한 기초 원시 자료의 구축	연구원		<ul style="list-style-type: none"> 독활동을 한 가구원 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 5,634 패널가구 - 조사방식: 면접조사 - 승인통계 - 통계활용분야: 가계소비(소득) 		
기빙 인덱스	국민의 기부 및 자원봉사 실태와 이에 대한 인식, 태도 파악	아름다운재단	조사 통계	<ul style="list-style-type: none"> - 조사대상: 전국 만19세 이상 남녀 - 조사주기: 2년 - 조사규모: 약 1,000명 - 조사방식: 면접조사 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기부 및 자원봉사 	<ul style="list-style-type: none"> - 조사항목: 기부 실태, 종교적 기부, 상호부조(경조사비지출 등), 기부의향 및 계획, 유산기부, 사회적 자본 등 7개 주제 - 통계: 기부 참여 여부, 기부처, 기부금액, 기부의 내적 동기, 기부의 외적 동기, 기부액 및 기부처 확대 계획, 기부를 하지 않은 이유, 종교적 기부 경험 및 소득공제, 종교적 기부금액, 기부 의향 변화 추이, 기부 결정 시 고려사항, 기부 금품 사용 희망 분야 	
전국 자원봉사 활동 및 기부 실태 조사	국민들의 자원봉사 및 기부에 대한 의식과 참여율 등을 파악하고, 일반 국민의 의견 수렴을 통해 자원봉사와 기부를 활성화하기 위한 정책 마련 기초 자료 구축	행정자치부	조사 통계	<ul style="list-style-type: none"> - 조사대상: 전국 만20세 이상 남녀 - 조사주기: 3년 - 조사규모: 약 1,500명 - 조사방식: 면접조사 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기부 및 자원봉사 	<ul style="list-style-type: none"> - 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, 기부 횟수, 기부 참여 경로 	<ul style="list-style-type: none"> - 기부액은 종교와 자선(종교 기부 제외)을 구분해서 조사 - 현물에 대한 기부규모도 조사 - 이웃돕기 활동 및 유형별 참여에 대한 조사 포함
다국적 기업의 사회 공헌 실태	다국적 기업의 사회 공헌 실태와 애로점을 파악하여 비영리 조직과의 협력 방안 제고	아름다운재단	조사 통계	<ul style="list-style-type: none"> - 조사대상: 국내 다국적 기업의 매출액 순위 50위 기업 - 조사주기: - 조사규모: 50개 - 조사방식: 전화조사, 이메일, 	<ul style="list-style-type: none"> - 조사항목: 일반현황, 사회공헌활동 참여 경험, 사회공헌 실적, 사회공헌 활동 추진 및 장애 요인, 사회공헌 활동성과, 비영리조직과의 협력 현황 및 방안, 국내 다국적기업의 본사특성 	

통계명	목적	작성 기관	작성 유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
조사				<ul style="list-style-type: none"> 팩스 등 병행 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기부 및 자원봉사 	<ul style="list-style-type: none"> - 통계: 기부총액, 대상별 기부항목 비율, 기업사회공헌 지출현황, 기업사회공헌 재원출처 등 	
기업 사회 공헌 실태 조사	한국기업의 사회공헌활동 변화추이 분석	아름다운재단	조사 통계	<ul style="list-style-type: none"> - 조사대상: 국내 매출액 2,000위 이내 기업 - 조사주기: 2년 - 조사규모: 약 400개 표본 - 조사방식: 온라인조사 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기부 	<ul style="list-style-type: none"> - 조사항목: 사회공헌활동 참여 경험 및 조직, 사회공헌 실적, 사회공헌활동 추진요인 및 장애요인, 사회공헌활동 성과, 사회공헌활동 정책에 관한 인식 - 통계: 기부금 분류별 기부 비율, 기부 분야별 기부비율, 기부 대상 및 분야, 기부 방식별 기부비율 및 공익재단/모금조직 사업관리비용 허용 비율, 사회공헌활동의 재원, 공익단체에 대한 지원 중단/변경 경험 및 이유 	

〈표 2-8〉 자원봉사와 관련된 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	조사 통계	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	<ul style="list-style-type: none"> - 조사항목: 자원봉사활동, 자원봉사활동의 정기성, 자원봉사활동 인지 경로, 전문성을 활용한 자원봉사, 향후 자원봉사활동 의사 - 통계: 인구학적·사회경제적 특성별 자원봉사활동 현황 	<ul style="list-style-type: none"> - 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
생활시간 조사	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	조사 통계	<ul style="list-style-type: none"> - 조사대상: 조사시점 전국에 거주하는 만 10세이상 가구원 - 조사주기: 5년 - 조사규모: 약 27,000명(표본으로 추출된 12,000가구 내) - 조사방식: 면접조사 - 승인통계 - 통계활용분야: 사회 	<ul style="list-style-type: none"> - 조사항목: 주된 행동, 행위장소/이동 수단, 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, 	<ul style="list-style-type: none"> - 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, 자녀 교육 관련, 기타 참여활동 등 3개로 구분 - 행위자 비율은 특정행동을 하루 24시간 중 10분 이상 한 사람(행위자)의 비율

통계명	목적	작성 기관	작성 유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
	활용					
기업 및 기업재단 사회공헌 활동에 관한 조사	기업 및 기업재단의 사회공헌 현황에 대한 조사, 분석을 통해 사회공헌활동의 실상을 종합적으로 파악	전국 경제인연합회	조사 통계	<ul style="list-style-type: none"> - 조사대상: 국내 매출액 상위 500대 기업 및 전국경제인연합회 회원사 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 600개 기업 - 조사방식: 전화조사, 이메일, 팩스 등 병행 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기업 사회공헌활동 	<ul style="list-style-type: none"> - 조사항목: 프로보노 활동, 임직원의 봉사활동 인원, 봉사활동 참여율, 봉사활동 중 시간, 사내 봉사자 지원제도, 자사만의 특화된 봉사 촉진제도, 임직원의 봉사프로그램 운영 - 통계: 봉사활동 인원 참여비율, 봉사활동 촉진제도 도입비율, 사회공헌 저해요인, 사회공헌 운영방식 선호도, 파트너십 선정기준, 기업 사회공헌에 대한 국민인식 제고방안 	
중견중소기업의 사회공헌 활동에 관한 조사	중견·중소기업들의 사회공헌 실태 파악	대한상공회의소	조사 통계	<ul style="list-style-type: none"> - 조사대상: 국내 매출액 순위 501~1,000위 기업과 중견관련 회원사, 대한상공회의소 중견기업위원회 소속기업 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 약 540개 기업 - 조사방식: 전화조사, 이메일, 팩스, 면접조사 등 병행 - 비승인통계 - 통계활용분야: 중견·중소기업 사회공헌활동 	<ul style="list-style-type: none"> - 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 참여인원 비율, 자원봉사단 1명당 연간 평균봉사활동 시간, 활동 중이거나 관심 있는 자원봉사 분야 참여율, 사회공헌활동 지원제도, 활동 추진 성과 만족도 	
한국복지패널조사	전 국민의 삶의 질 현황과 변화를 지역별·연령별·계층별로 파악하여 중단적 자료를 통한 계층별 소득변화 등을 장기간에	한국보건사회연구원	조사 통계	<ul style="list-style-type: none"> - 조사대상: 원표본 가구 7,072가구 및 가구내 만 15세이상 가구원 - 조사주기: 1년 - 조사규모: 약 7,072 패널가구 - 조사방식: 면접조사 - 승인통계 	<ul style="list-style-type: none"> - 조사항목: 연간 정기적인 자원봉사활동 여부, 연간 자원봉사활동 횟수 - 통계: 소득집단별 연간 자원봉사활동 횟수 	<ul style="list-style-type: none"> - 인구학적, 사회경제적 특성별 자원봉사활동 통계 생산 가능

통계명	목적	작성기관	작성유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
	걸쳐 역동적으로 분석할 수 있는 기초자료 마련			- 통계활용분야: 사회		
기빙 인덱스	국민의 기부 및 자원봉사 실태와 이에 대한 인식, 태도 파악	아름다운재단	조사 통계	- 조사대상: 전국 만19세 이상 남녀 - 조사주기: - 조사규모: 약 1,000명 - 조사방식: 면접조사 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기부 및 자원봉사	- 조사항목: 연간 자원봉사 활동처별 자원봉사 여부 및 자원봉사 시간, 정기적 자원봉사 여부 및 주기, 자원봉사 활동처의 인지경로 및 봉사방법, 종교단체 봉사활동 경험 및 봉사시간 - 통계: 자원봉사 참여 여부, 자원봉사 활동처, 자원봉사 시간, 정기적 자원봉사 참여 여부 및 빈도, 자원봉사 활동처 인지 경로, 자원봉사 활동 방법	
전국 자원봉사 활동 및 기부실태 조사	국민들의 자원봉사 및 기부에 대한 의식과 참여율 등을 파악하고, 일반 국민의 의견 수렴을 통해 자원봉사와 기부를 활성화하기 위한 정책 마련 기초자료 구축	행정자치부	조사 통계	- 조사대상: 전국 만20세 이상 남녀 - 조사주기: 3년 - 조사규모: 약 1,500명 - 조사방식: 면접조사 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기부 및 자원봉사	- 조사항목: 자원봉사 활동처 및 활동분야, 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 변화 추이 분석	아름다운재단	조사 통계	- 조사대상: 국내 매출액 2,000위 이내 기업 - 조사주기: 2년	- 조사항목: 연간 사원들의 자원봉사활동 여부, 회사차원의 지원여부, 회사 지원형태, 사원의 자원봉사활동 참여	- 표본추출은 기업유형별(상장/비상장)별 유의할당 추출함.

통계명	목적	작성 기관	작성 유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
				<ul style="list-style-type: none"> - 조사규모: 약 400개 표본 - 조사방식: 온라인조사 - 비승인통계 - 통계활용분야: 기부 	<ul style="list-style-type: none"> 을, 직원 1인당 연간 참여시간, 기업의 자원봉사활동 분야 - 통계: 매출액순위별·기업유형별·사회공헌활동 담당인력여부별 자원봉사활동 여부 및 회사 지원여부, 기업유형별·매출액순위별 봉사활동 지원방식, 매출액순위별 봉사활동 참여율 및 참여시간, 활동분야, 사회공헌활동 추진 이유 및 결정 요소, 사회공헌활동 외적·내적 장애요인, 사회공헌활동 정책에 관한 인식 	
사회복지 자원봉사 통계연보	사회복지분야에서의 국민 자원봉사활동 참여 촉진과 생활화를 유도	보건복지부	보고통계	- 보고대상: 사회복지시설 자원봉사 활동자	<ul style="list-style-type: none"> - 통계: 사회복지자원봉사 인증관리센터 및 인증요원에 대한 현황, 사회복지자원봉사자 일반현황, 사회복지자원봉사자 1인당 연간 평균 자원봉사활동 시간 및 횟수, 시도별·시설종별·연령대별·성별·직업별·최종학력별 자원봉사자, 자원봉사활동 시간 및 횟수, 정기적·지속적 활동자원봉사자 현황, 기타 봉사현황 	
1365자원봉사 통계	전국의 자원봉사 정보를 한 곳에 모아 다양한 자원봉사를 검색, 신청하는 행위를 한 번에 해결할 수 있도록 함	행정자치부	보고통계	- 보고대상: 1365자원봉사포털 이용 자원봉사활동자	<ul style="list-style-type: none"> - 통계: 인구대비 자원봉사활동자현황, 자원봉사 활동에 참여한 연간 총인원 현황, 1회 이상 활동한 실제 봉사인원 현황, 자원봉사활동 분야별 현황, 연령별 현황 	

〈표 2-9〉 나눔과 관련된 기타 통계에 대한 메타정보 요약

통계명	목적	작성 기관	작성 유형	조사 및 표본특성	조사항목 및 나눔관련 통계	비고
혈액사업 통계연보	국내 헌혈자, 수혈자, 의료기관에 헌혈현황 통계 제공	대한 적십자사	보고 통계	- 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.
장기이식 통계연보	장기 등과 관련된 기증자 및 기증희망등록자, 이식자, 이식대기자 등의 통계 제공	질병관리본부 국립장기이식관리센터	보고 통계	- 보고대상: 기증희망자, 이식자, 이식대기자	- 통계: 기증자유형별·장기별·인구학적 특성별(성별, 연령별, 혈액형별)·지역별·이식의료기관별 특성에 따른 장기·안구·골수·제대혈 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 활성화 위한 기초 자료 제공	보건복지부	보고 통계	- 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 접수현황, 기탁자별 기탁품 접수현황, 이용단체별 배분현황, 이용대상자별 배분 통계, 기탁품 폐기현황, 기탁품 폐기 비용 현황	- 푸드뱅크는 식품제조·유통기업 및 개인으로부터 여유식품 등을 기부받아 결식아동, 홀로 사는 어르신, 재가 장애인 등 저소득계층에 식품을 지원해주는 민간단체 중심의 사회복지분야 물질 자원 전달체계임.

제4절 소결

기부와 자선의 의미에서 확장된 '나눔'이 점차 우리사회에 자리잡혀감에 따라 그 정의와 범주에 대해 관심이 높아지고 있다. 특히, 나눔의 개념은 나눔 실천 주체마다 개념을 달리하고 있어 통합된 개념 틀의 구축이 필요하다. 본 연구에서 나눔이란 “자발적 의사를 가진 개인 및 단체가 사회의 복지향상과 공익을 위해 사회적·경제적 가치가 있는 자원을 제공 또는 호혜적 행위”라고 정의하였다.

최근 들어 학자들은 나눔을 사전적 의미의 분배적 행위뿐 아니라 농경사회부터 내려오고 있는 우리사회의 고유한 문화와 가치관, 사회현상에서 나타나는 타인과의 상호작용적·공유적 나눔까지도 포함시켜야 한다고 주장하고 있다. 나아가 나눔은 복지적 측면에만 한정되지 않고, 우리 사회 전반의 영역을 포함하는 개념으로 확장되어야 함을 강조하고 있다. 그 뿐만 아니라 나눔의 범주는 기부, 자원봉사, 장기등 기증 이외에도 상호부조, 사회적 자본, 공공적 성격을 가진 관계제 등 광의의 나눔으로 확대되어야 한다고 보고 있다. 이에 따라 기존의 나눔 범주를 확장하여 물적 나눔, 인적 나눔, 생명 나눔으로 분류하고, 물적 나눔에 상호부조를, 인적나눔에 사회적 자본을, 생명나눔에 인체조직기증 및 시신기증을 포함하였다.

현행 기부, 자원봉사, 생명 나눔을 광의로 확대하게 됨에 따라 이를 측정할 수 있는 측정 틀의 보완이 요구된다. 측정 틀은 나눔의 주체·형태·방법, 사회·문화·경제적 특성을 으로 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 메타데이터 구축은 본문 <표 2-7>에서 <표 2-9>를 참조하기 바란다. 앞으로 물론 나눔의 범주가 확대되면, 그에 걸 맞는 통계종류 등의 추가정보가 요구된다.

제 3 장

국내 나눔실태와 나눔단체

- 제1절 기부
- 제2절 자원봉사활동
- 제3절 생명나눔
- 제4절 나눔단체
- 제5절 소결

3

국내 나눔실태와 나눔단체 <

<

본 장에서는 국내 나눔 실태를 기부, 자원봉사활동, 생명나눔으로 구분하여 살펴보았다. 기부는 개인과 기업으로 구분하여 개인에서는 기부동향, 기부규모, 기부인식 및 태도, 기부여부 등 특성을 살펴보고, 기업에서는 기부참여 및 규모, 기부처 및 기부분야 등을 살펴보았다. 자원봉사활동은 개인과 기업으로 구분, 개인에서는 자원봉사활동 동향, 자원봉사활동 규모, 자원봉사활동 인식 및 태도, 자원봉사활동 여부 등 특성을 살펴보고, 기업에서는 자원봉사활동 건수 및 참여 비율을 살펴보았다. 생명나눔에서는 헌혈과 장기기증 등의 실태를 살펴보았다. 나눔의 개념 확장에 따라 추가되는 상호부조, 사회적 자본, 조직기증·시신기증은 앞으로 통계중심의 선행연구 고찰을 한 후 작성될 예정이다.

제1절 기부

기부는 개인과 기업으로 구분할 수 있으며, 개인에서는 기부동향, 기부규모, 기부인식 및 태도, 기부여부 등 특성을 살펴보고, 기업에서는 기부참여 및 규모, 기부처 및 기부분야 등을 살펴보았다.

1. 개인

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

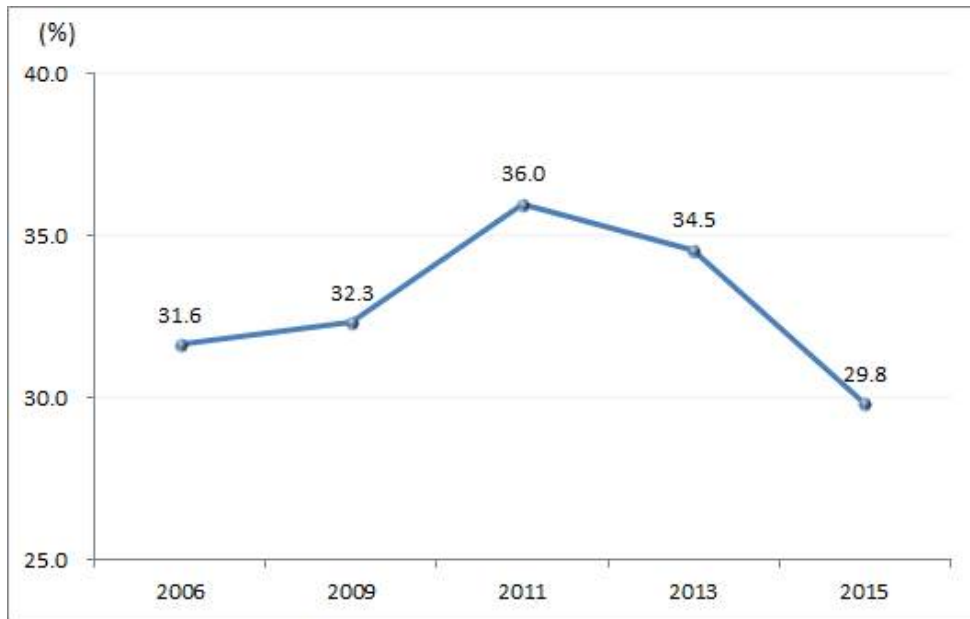
가. 기부 동향

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

1) 기부 참여율 추이

15세 이상 인구의 기부 참여율 추이를 살펴보면, 2006년 31.6%에서 계속 증가하여 2011년 36.0%를 정점으로, 2013년에 34.5% 그리고 2015년 29.8%로 지속적 감소추세이다.

[그림 3-1] 기부 참여율 추이(15세이상): 2006-2015



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

향후 1년 이내에 기부의향도 2013년 48.2%에서 2015년에는 44.8%로 낮아졌다(통계청, 사회조사). 이와 같은 감소의 원인은 무엇일까? 먼저 국민들이 기부하지 않는 이유를 통계청 사회조사에서 살펴보면 ‘경제적여유가 없어서’가 2011

년 63.6%에서 2013년에는 61.6%로 낮아졌으나 2015년에는 64.2%로 높아졌다. 기부참여율 변화는 경제적여유가 없어서와 관련되어 있는 것으로 생각된다.

다음 주관적 소득수준에 따라 영향을 받는 것으로 나타났다. 즉, 주관적 소득수준을 매우여유, 약간, 보통, 여유 없음, 매우 모자람으로 구분하고 본인에 해당하는 소득수준을 물어본 결과 매우여유나 약간여유가 있다고 응답한 비율이 높은 해에는 기부참여율도 높게 나타났다. 즉, 기부참여율이 가장 높은 2011년에 매우여유나 약간여유가 있다고 응답한 비율은 19.7%로 높았으나 34.5%로 낮아진 2013년에는 8.5%로 그리고 2015년에는 8.3%로 낮아져 생각하는 소득수준과 기부참여율은 연관성이 있는 것을 알 수 있다.

<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

또한 기부참여율은 경제성장률과도 관련성이 높음을 알 수 있다. 기부참여율이 가장 높은 2011년의 경우 경제성장률은 2010년이 가장 높게 나타났으며, 기부참여율이 감소되는 2013, 2015년은 경제성장률이 2012년과 2014년에 감소추세였다. 다만 경제성장률이 기부에 영향을 미치는 시차(time lag)는 n-1년으로 보인다.

<표 3-2> 경제성장률 및 기부참여율 변화

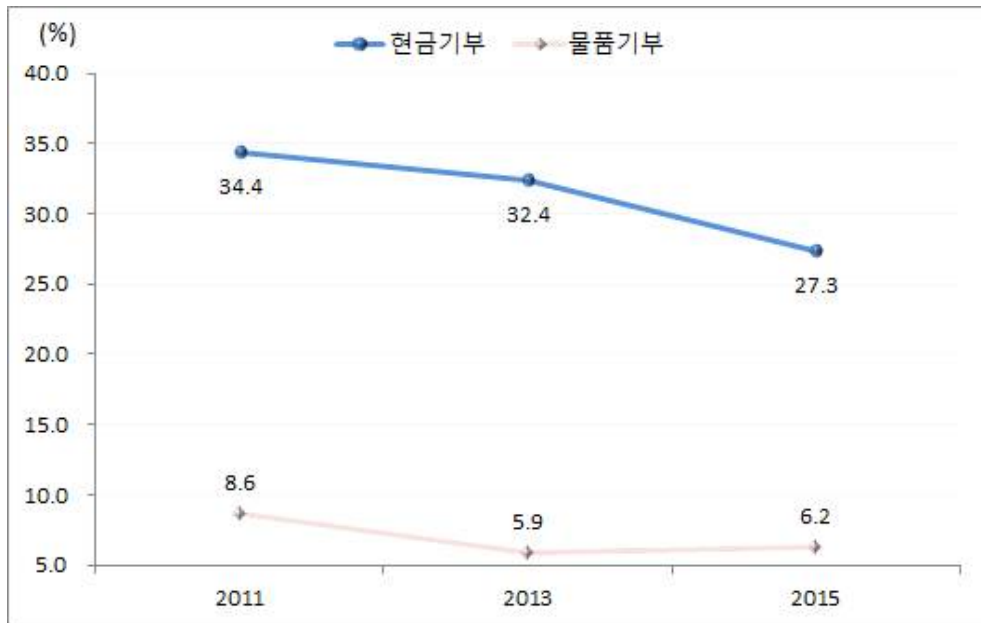
(단위: 전년동기비 %, %)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
경제성장률 (실질GDP성장률)	3.9	5.2	5.5	2.8	0.7	6.5	3.7	2.3	2.9	3.3	
기부참여율		31.6			32.3		36		34.5		29.8

자료: 한국은행, 국민소득
통계청, 사회조사 원자료, 각년도

2015년 사회조사에서 15세 이상 인구의 지난 1년간 현금기부에 참여한 경험이 있다고 응답한 비율은 27.3%로 2013년의 32.4% 보다 5.1% 포인트 감소하였으며, 물품기부 참여 경험은 6.2%로 2013년의 5.9%에 비하여 0.3% 포인트 증가하였다. 물품기부 보다는 현금기부 참여가 더 많이 이루어지고 있다.

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



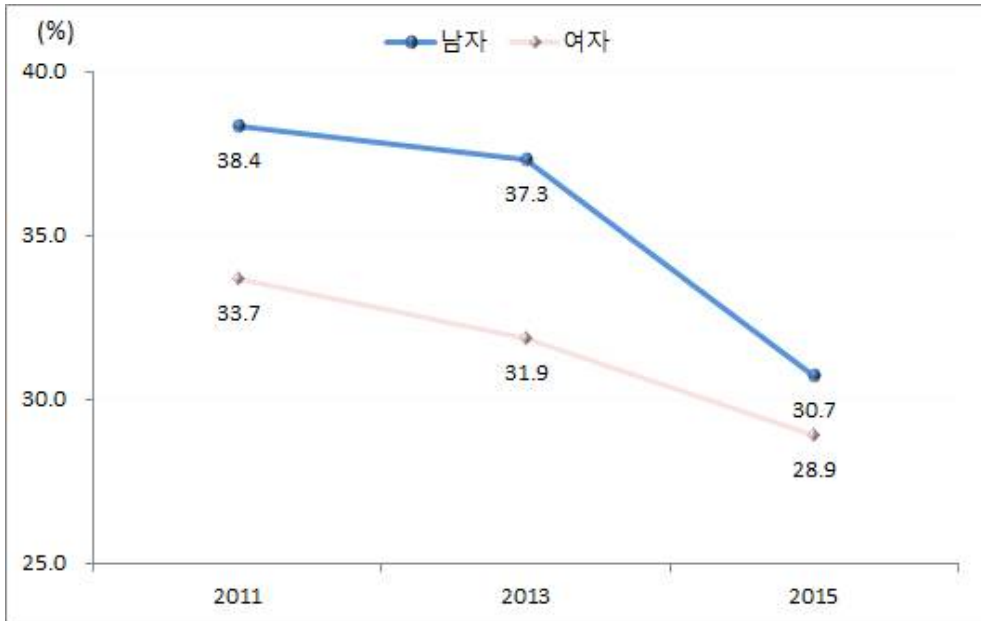
자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

2) 인구사회특성별 기부 참여율

□ 성 및 연령별 기부 참여율

성별 기부참여율의 변화를 살펴보면 남자의 경우 2011년 38.4%에서 2013년에는 37.3%, 2015년에는 30.7%로 점차 낮아져 2013년 대비 6.6% 포인트가 낮아졌다. 여자의 경우는 2011년 33.7%에서 2013년에는 31.9%로 그리고 2015년에는 28.9%로 점차 낮아져 2013년 대비 3.0% 포인트가 낮아졌다. 남자의 기부참여율이 여자보다 높았으며, 그 차이는 2011년 4.7% 포인트에서 2013년에는 5.4% 포인트로 커졌으나 2015년에는 1.8% 포인트로 적어졌다.

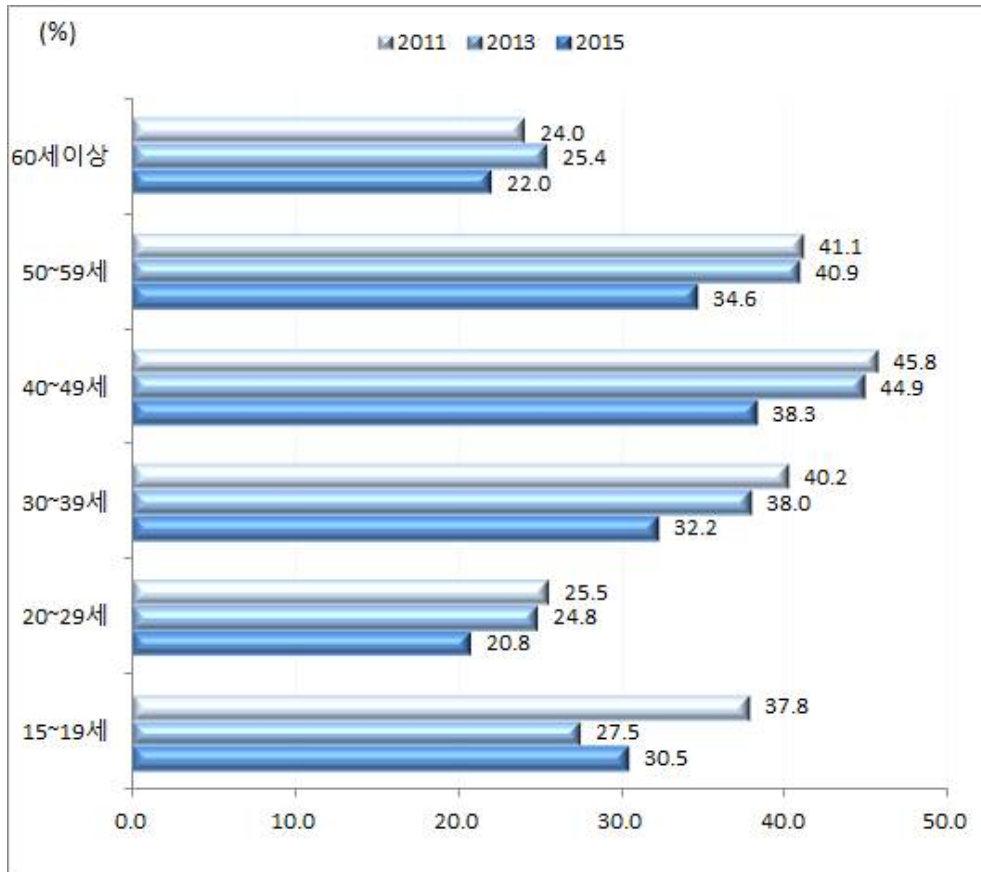
[그림 3-3] 성별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

연령별로 보면 15-19세 연령층을 제외한 연령층에서 2013년 대비 2015년의 기부참여율이 낮아진 것으로 나타났다. 가장 높은 참여율을 보이는 40대의 기부 참여율도 2013년 44.9%에서 2015년에는 38.3%로 낮아져 6.6% 포인트의 감소를 보였으며, 60세 이상에서는 3.4% 포인트, 50대에서는 6.3% 포인트, 30대에서는 5.8% 포인트, 20대에서는 4.0% 포인트가 낮아졌으며, 15-19세 연령층에서는 유일하게 3.0% 포인트가 높아졌다.

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



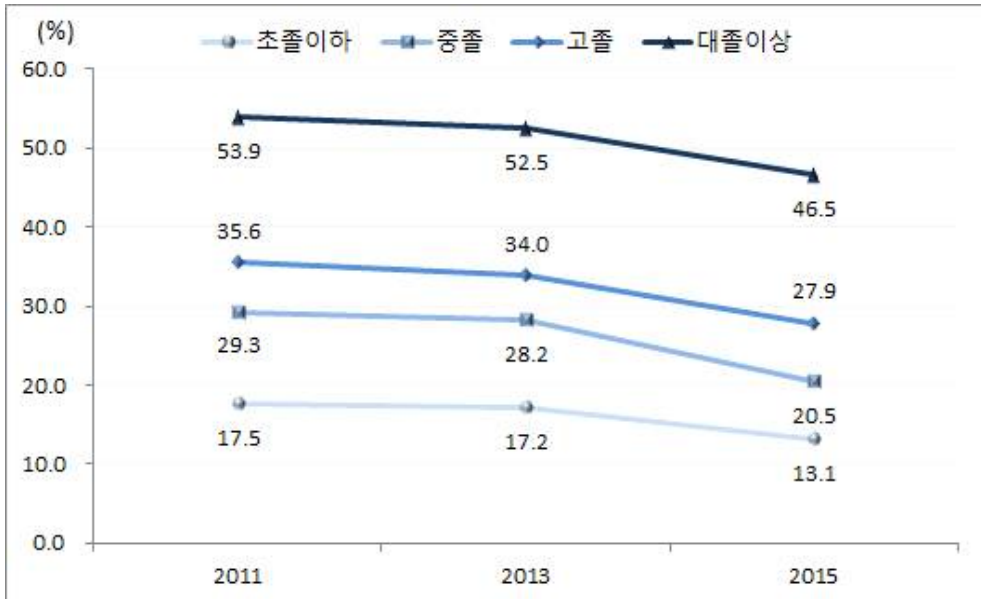
자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

□ 교육정도별 기부 참여율

2015년의 30세 이상 인구의 교육정도별 기부 참여율을 살펴보면 대졸이상이 46.5%로 가장 높고, 다음은 고졸이 27.9%, 중졸이 20.5%이고 초졸 이하는 13.1%로 가장 낮아 학력이 높을수록 기부 참여율이 높은 것으로 나타났다. 2015년의 기부 참여율을 2013년과 비교해 보면 모든 학력층에서 기부 참여율이 저하되었다. 대졸이상은 6.0% 포인트, 고졸은 6.1% 포인트, 중졸 7.7% 포인트, 초졸 이하 4.1% 포인트 저하되어 중졸이 가장 크게 저하되었고, 초졸 이하가 가장 적

게 저하되었다.

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



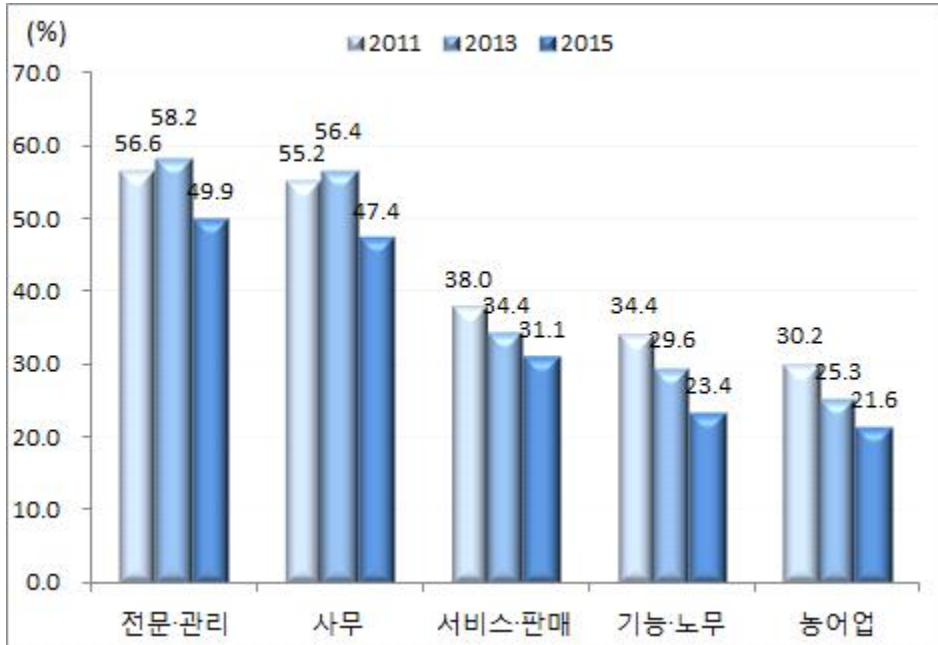
주: 최종학력 기준임.

자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

□ 직업 및 소득구간별 기부 참여율

2015년의 직업별 기부 참여율을 살펴보면 전문관리직이 49.9%로 가장 높았고, 다음은 사무직으로 47.4가 기부에 참여하였으며, 서비스판매직이 31.1%, 기능노무직이 23.4%, 농·어업직이 21.6%의 순으로 기부에 참여하였다. 모든 직종이 2013년에 비하여 저하되었는데 전문관리직이 8.3% 포인트, 사무직으로 9.0% 포인트, 서비스판매직이 3.3% 포인트, 기능노무직이 6.2% 포인트, 농·어업직이 3.7% 포인트 감소하여 사무직이 가장 크게 감소하였고, 서비스 판매직이 가장 적게 감소하였다.

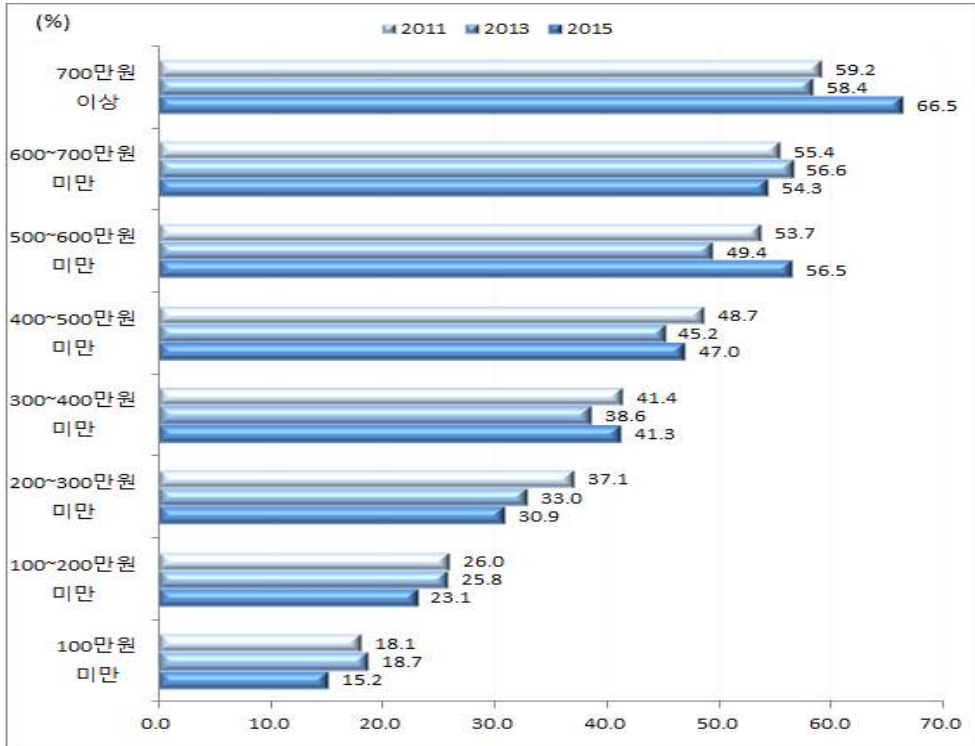
[그림 3-6] 직업별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015



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.

2015년의 가구의 월평균 소득구간별 기부 참여율을 살펴보면, 소득이 가장 높은 700만원 이상이 66.5%로 가장 높고, 다음은 500~600만원 미만 구간이 56.5%, 600~700만원 미만이 54.3% 순으로 기부 참여율이 높았으며, 가장 낮은 참여율을 보인 소득 구간은 100만원 미만으로 15.2%의 기부 참여율을 나타내어 소득 수준이 높을수록 기부 참여율도 높게 나타났다. 2013년과의 변화를 살펴보면 700만원 이상이 8.1% 포인트, 500~600만원 미만이 7.1% 포인트, 400~500만원 미만이 1.8% 포인트, 300~400만원 미만이 2.7% 포인트 증가하였고, 600~700만원 미만이 2.3% 포인트, 200~300만원 미만이 2.1% 포인트, 100~200만원 미만이 2.7% 포인트, 100만원 미만이 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

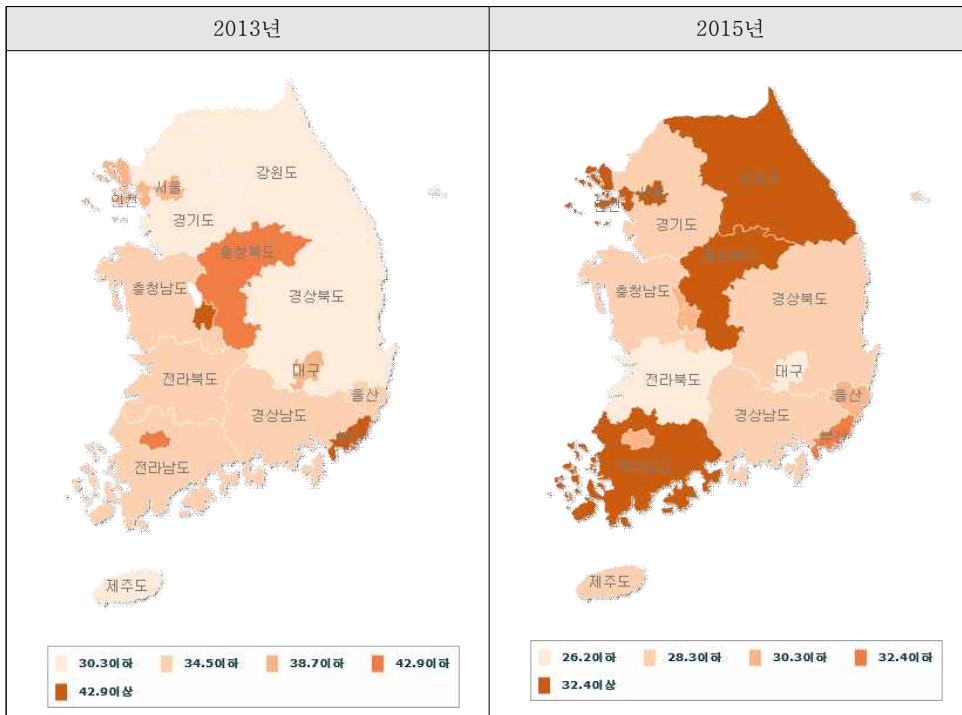


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

□ 지역별 기부 참여율

지역별 기부 참여율을 살펴보면 전남이 34.4%로 가장 높고 다음은 인천과 충북으로 33.9%의 참여율을 보였으며, 강원 33.1%, 서울 33.0%, 부산 32.2%, 대전 30.3%, 광주 30.2%로 높았고, 전북이 24.2%로 가장 낮았고, 다음은 대구가 24.7%로 낮았다.

[그림 3-8] 지역별 기부 참여율(15세이상): 2013, 2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

<표 3-3> 지역별 기부 참여율(15세이상): 2011-2015

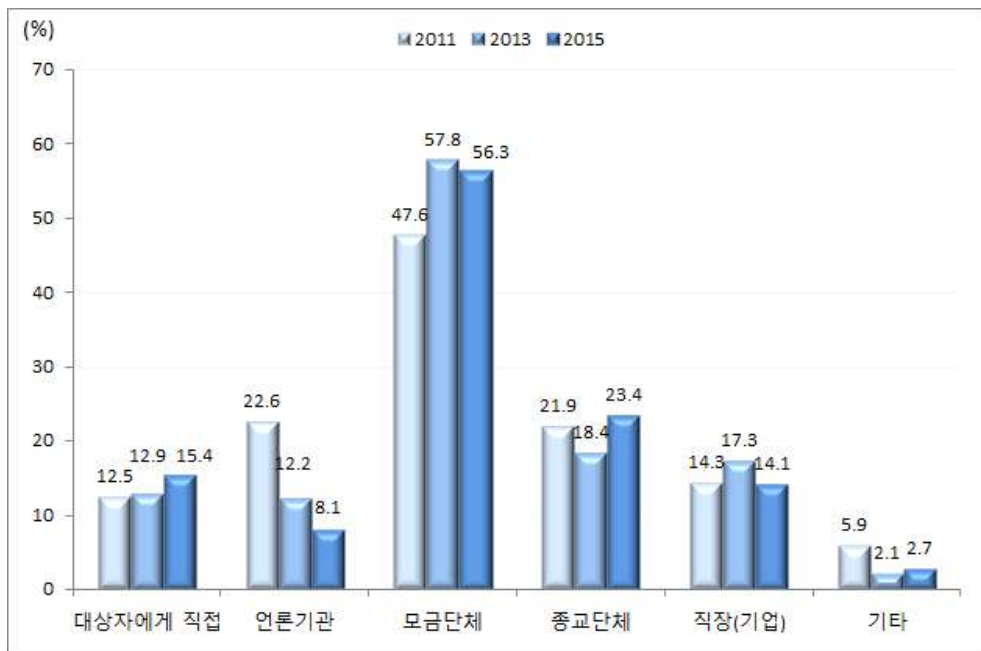
	2011	2013	2015		2011	2013	2015
서울	37.3	36.5	33.0	강원	27.5	30.2	33.1
부산	39.6	44.8	32.2	충북	32.0	40.0	33.9
대구	33.1	35.6	24.7	충남	37.1	31.6	26.6
인천	34.1	36.5	33.9	전북	30.8	32.0	24.2
광주	38.8	39.0	30.2	전남	33.7	34.1	34.4
대전	39.2	47.1	30.3	경북	37.1	26.1	28.0

자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

3) 기부경로별 현금기부 참여율

2015년 기부경로별 현금기부 참여율을 살펴보면 모금단체가 56.3%로 가장 높고, 다음은 종교단체(23.4%), 대상자에게 직접(15.4%)의 순이었다. 이는 2013년과 비교해 보면, 대상자에게 직접이 2.5% 포인트, 종교단체가 5.0% 포인트 증가한 반면 언론기관이 4.1% 포인트, 모금단체가 1.5% 포인트, 직장(기업)이 3.2% 포인트 감소하였다.

[그림 3-9] 기부경로별 현금기부 참여율(15세이상): 2011-2015

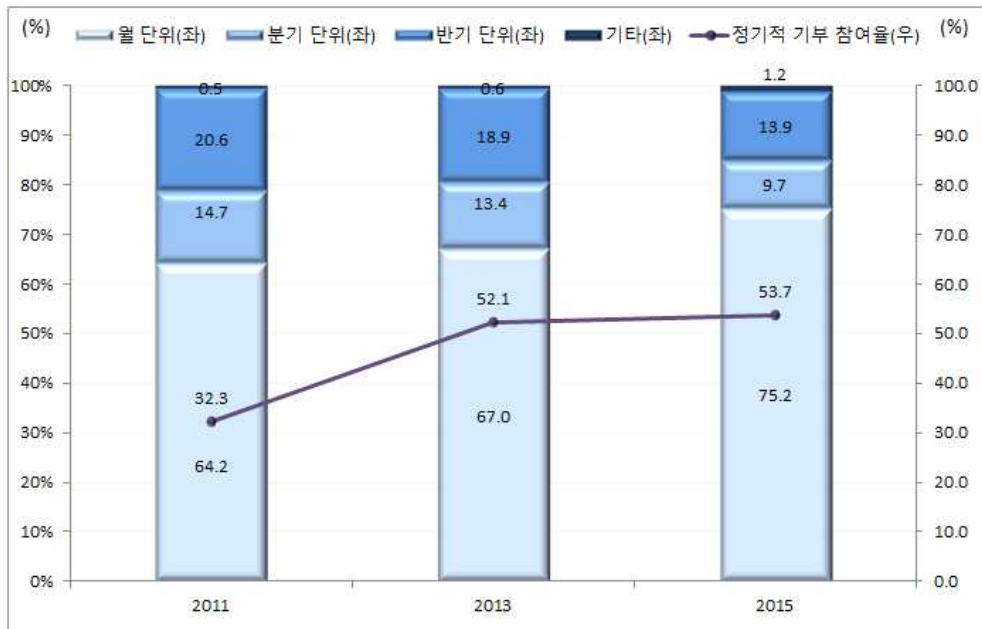


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

4) 정기적 기부 참여율

현금기부를 얼마나 정기적으로 하였는지를 살펴보면, 2015년 현금기부자 중 정기적 기부 참여율은 53.7%로 2013년 52.1%보다 1.6% 포인트가 증가하였다. 2015년 주기적 참여자들의 75.2%는 월단위 이하로 현금기부에 참여하였으며, 13.9%는 반기별로 그리고 9.7%는 분기단위로 현금기부에 참여한 것으로 나타났다.

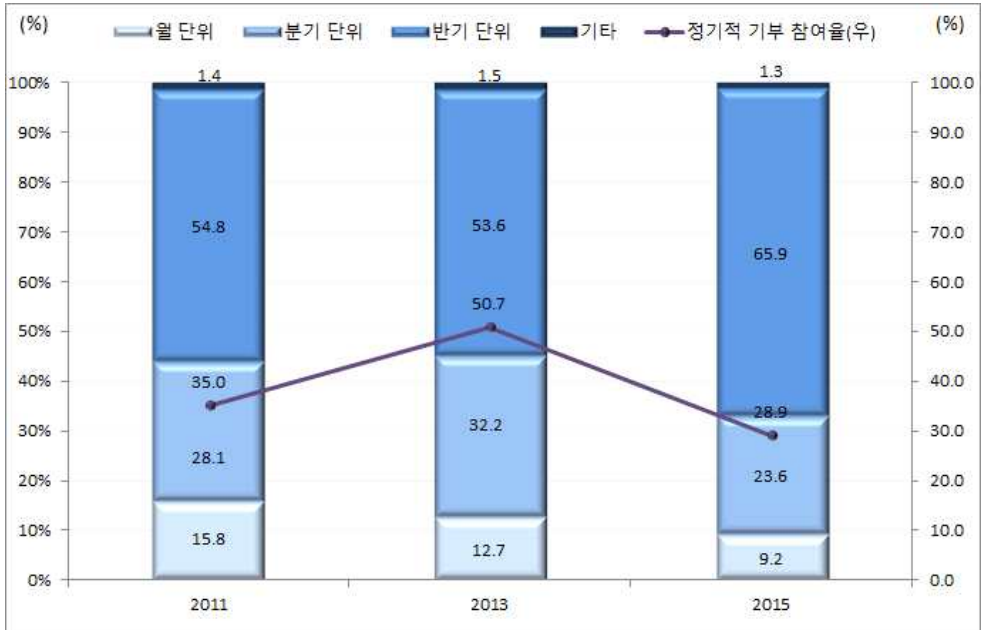
[그림 3-10] 정기적 현금기부 참여현황(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

2015년의 물품기부자의 정기적 기부 정도를 살펴보면 물품기부자 중 주기적으로 기부한 비율은 28.9%로 2013년의 50.7%에 비하여 21.8% 포인트가 감소하였다. 주기적 기부자들의 기부주기는 반기단위가 65.9%로 가장 높고, 분기단위 23.6%, 월단위 이하가 9.2% 순이었다.

[그림 3-11] 정기적 물품기부 참여현황(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

나. 기부 규모

개인 및 법인의 기부 규모를 파악하기 위해 국세청의 국세통계연보, 통계청의 사회조사, 가계동향조사 등을 통해 살펴보았다. 세무자료를 기초로 작성되는 국세통계연보는 간접적으로 기부금의 총액을 살펴볼 수 있고, 통계청의 사회조사에서는 현금의 기부 횟수나 기부정도를, 가계동향조사에서는 가구에서 비영리단체에 얼마나 이전하였는지를 살펴볼 수 있다.

1) 기부 신고 총액

국세통계연보에는 기부금 소득공제를 위해 신고하는 자료를 통해 기부금 총액의 추이를 살펴볼 수 있다. 근로소득자의 기부금은 2006년 4조 2,045억 원에서 점차 증가하여 2013년에는 5조 5,842억 원으로 증가하였으나, 2014년에는 5조 1,471억 원으로 감소하였고, 종합소득자의 기부금액은 2006년 1조 1,408억 원에

서 2013년에는 2조 2,472억 원으로 증가하였으나 2014년에는 1조 9,455억 원으로 감소하였다. 근로소득자와 종합소득자의 기부금 총액은 2006년 5조 3,452억 원에서 2013년에는 7조 8,314억 원으로 증가하여 7년 동안 약 1.5배가 증가하였으나 2014년에는 7조 926억 원으로 감소하였다. 기부금 총액을 살펴보기 위해 법인의 기부금액을 함께 살펴보면 2006년 2조 7,956억 원이던 기부금액은 2014년에는 4조 9,063억 원으로 약 1.8배가 증가하였다. 개인과 법인의 기부금 총액은 2006년 8조 1,408억 원에서 2014년에는 11조 9,989억 원으로 약 1.5배가 증가하였다.

개인과 법인의 기부금 비율은 2006년 각각 65.7%와 34.3%였으나 2014년에는 각각 59.1%, 40.9%로 개인의 기부금 비율이 감소하였다.

〈표 3-4〉 개인과 법인의 기부금 신고 현황: 2006-2014

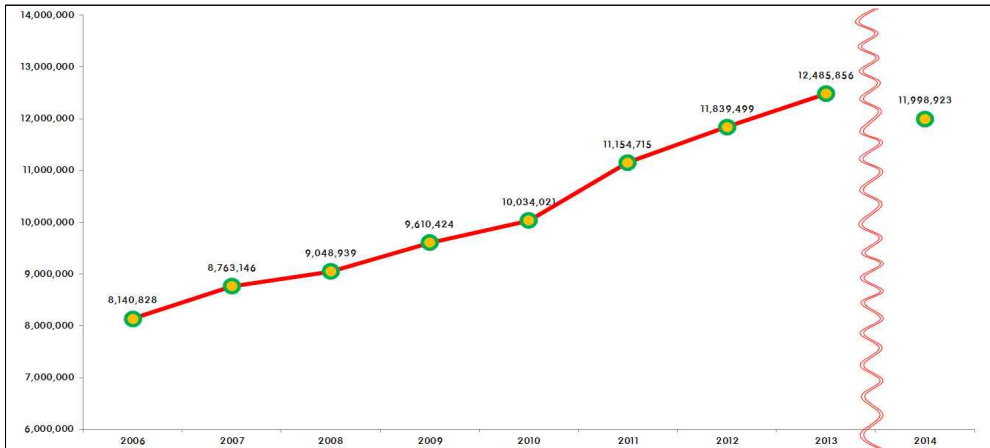
(단위: 백만원, %)

년도	공제 유형	개 인				법 인		총 계	GDP 대비 비중
		근로 소득자	종합 소득자	소계	%		%		
2006	소득 공제 기부금	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 기부금	5,147,089	1,945,542	7,092,631	59.1	4,906,292	40.9	11,998,923	0.81

주: GDP대비 비중은 한국은행의 국민계정을 통해 공표되는 명목 GDP를 활용하여 산출
자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

[그림 3-12] 기부금 규모의 변화추이: 2006-2014

(단위: 백만원)



주: 기부금 규모는 2013년까지 소득공제기부금이었으나 2014년부터 세액공제기부금으로 세법이 변경되어 동일한 연말소득공제신고라도 후자방식의 기부금 규모가 다소 작을 것으로 생각되어 동일비교가 곤란하다는 의미로 중단 단절선을 도시하였음.
 자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

전체 근로소득자의 기부실태를 살펴보면 기부인원은 2007년 348만 3천명에서 2013년에는 492만 4천명으로 증가하였으나, 2014년에는 448만 7천명으로 감소하였으며, 기부금액도 2007년 4조 1,548억 원에서 2013년에는 5조 5,842억 원으로 증가하였으나, 2014년에는 5조 1,471억 원으로 감소하였으며, 1인당 기부금액은 119만원에서 115만원으로 감소하였다.

<표 3-5> 근로소득자의 기부금 신고 현황: 2007-2014

(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

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

2) 특성별 기부 신고

□ 종합소득자

종합소득자의 기부금과 상위 10% 소득자의 기부인원과 기부금액의 변화를 살펴보면 2007년 50만명의 기부인원은 2012년에 88만 7천명으로 약 77%가 증가하였으나, 2014년에는 82만 1천명으로 감소하였으며, 기부금액은 2007년 1조 2,833억 원에서 2013년에는 2조 2,472억 원으로 약 75%가 증가하였으나, 2014년에는 1조 9,455억 원으로 감소하였으며, 1인당 기부금액은 2007년 256만원에서 2014년에는 237만원으로 감소하였다.

종합소득 상위 10% 소득층의 기부인원은 2007년 14만 6천명에서 2013년 27만 명으로 85.1%가 증가하였으나, 2014년에는 15만 2천명으로 크게 감소하였으며, 기부금액은 2007년 7,889억 원에서 2013년 1조 4,549억 원으로 84.4%가 증가하였으나 2014년에는 1조 9억원으로 감소하였다. 1인당 기부금액은 2007년 541만원에서 2014년 657만원으로 증가하였다.

〈표 3-6〉 종합소득자의 기부금 신고 현황: 2007-2014

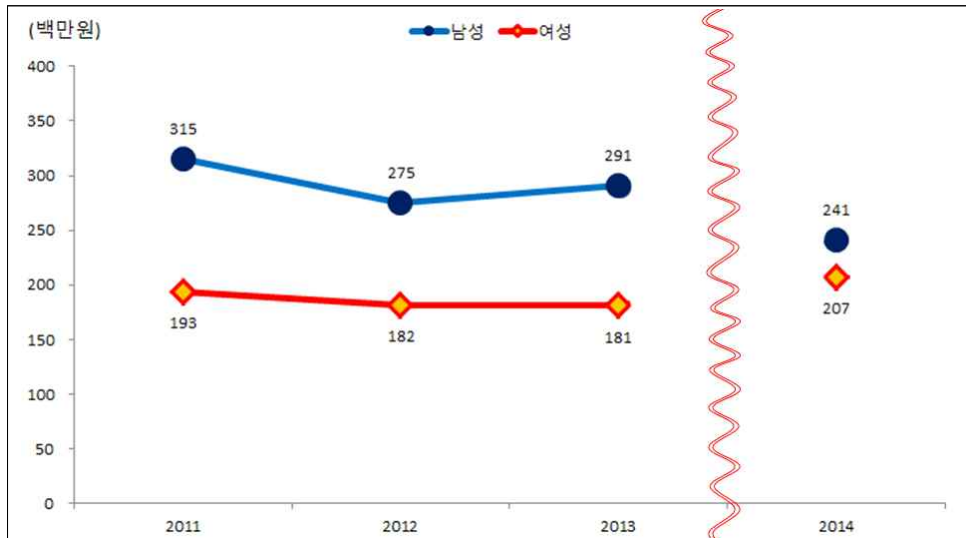
(단위: 명, 백만원)

	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	1,945,542	2.37	152,431	1,000,938	6.57

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

성별 종합소득자 1인당 신고기부액은 남성이 2011년 315만원, 2012년 275만원, 2013년 291만원, 2014년 241만원으로 다소 감소추세이다. 여성은 2011년 193만원, 2012년 182만원, 2013년 181만원, 그리고 2014년 207만원으로 다소 증가추세이다.

[그림 3-13] 성별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2014

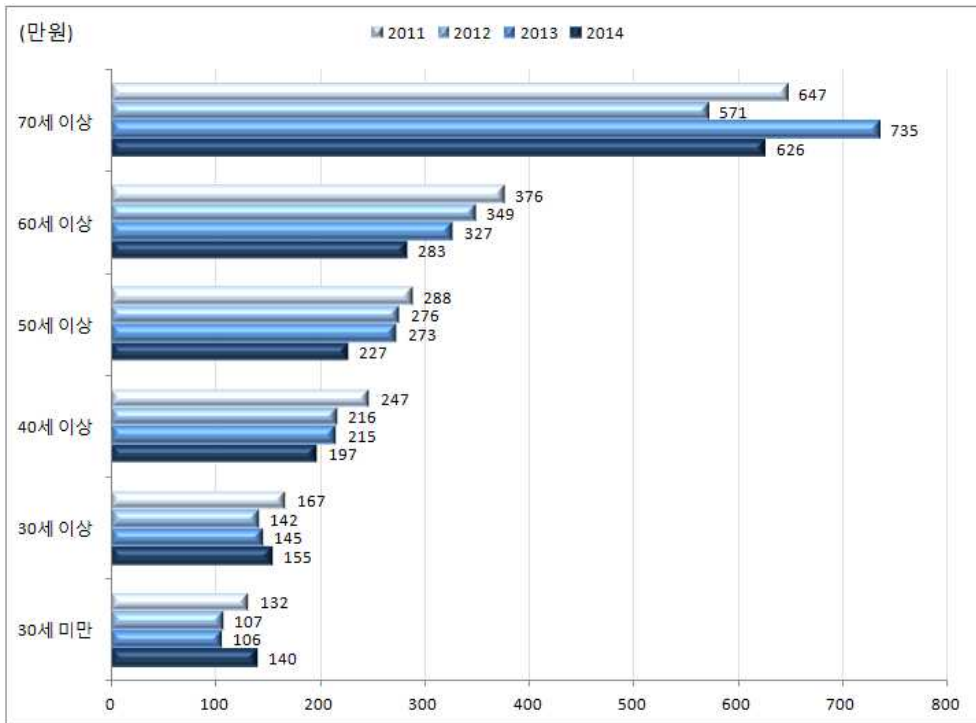


주: 기부금 규모는 2013년까지 소득공제기부금이었으나 2014년부터 세액공제기부금으로 세법이 변경되어 동일한 연말소득공제신고라도 후자방식의 기부금 규모가 다소 작을 것으로 생각되어 동일비교가 곤란하다는 의미로 중단 단절선을 도시하였음.

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

연령별 종합소득자 1인당 신고기부액은 연령이 높을수록 1인당 신고기부액은 많아지는 경향을 보이고 있다. 즉, 2014년 70세 이상 1인당 신고기부액은 626만원으로 가장 많고, 다음은 60대 283만원, 50대 227만 원이었고, 30세 미만이 가장 낮은 140만 원이었다.

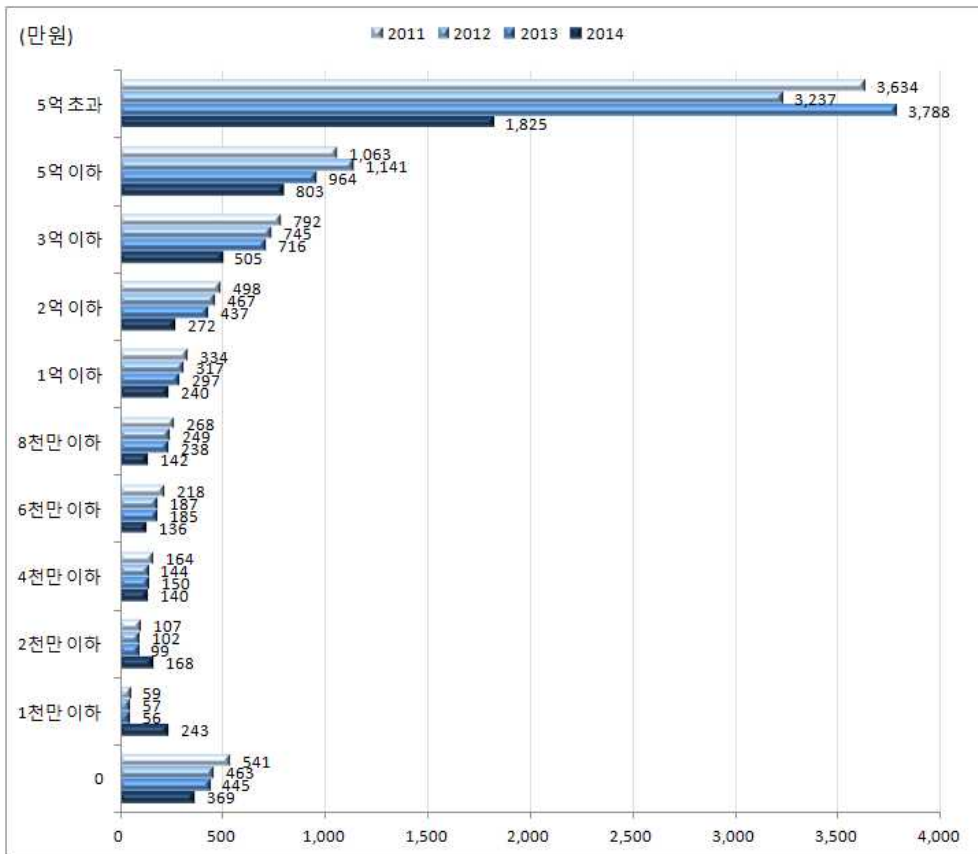
[그림 3-14] 연령대별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2014



자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

소득규모별 종합소득자 1인당 신고기부액은 소득규모가 클수록 1인당 신고기부액은 많아지는 경향을 보이고 있다. 즉, 2014년 5억 초과인 경우 1인당 신고기부액은 1,825만원으로 가장 많고, 5억원 이하가 803만원, 3억 이하가 505만원, 2천만원 이하 168만 원이었다.

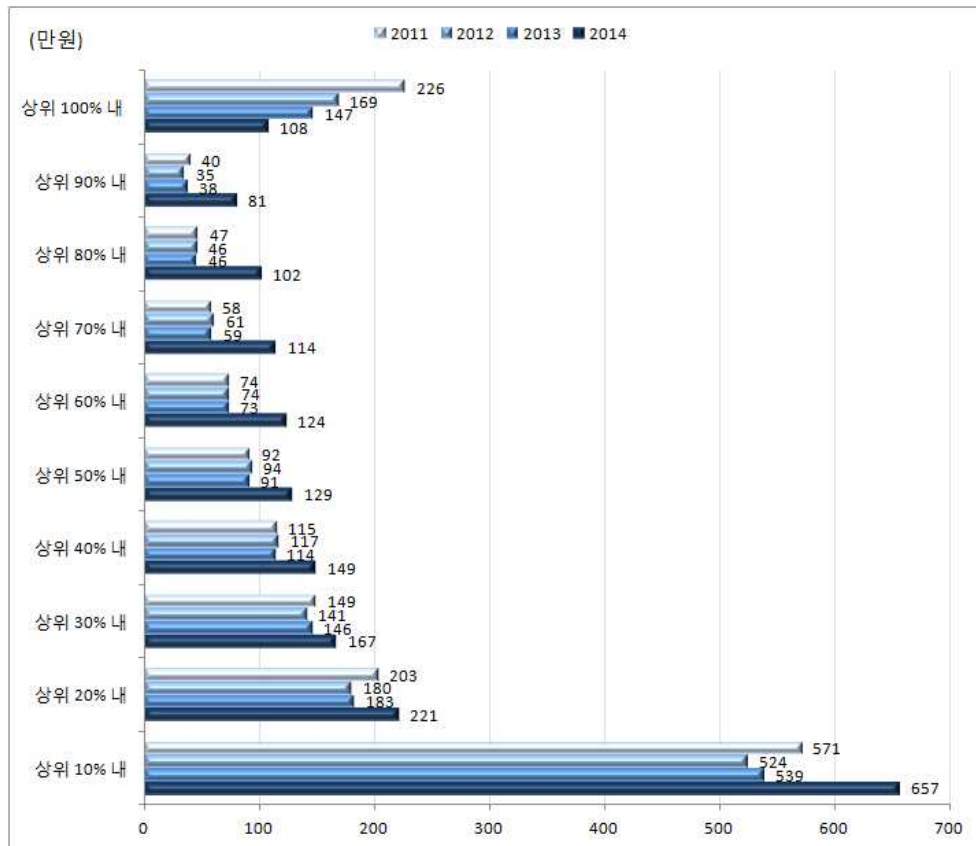
[그림 3-15] 소득규모별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2014



자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

10분위 분포별 종합소득자 1인당 신고기부액은 상위 소득 계층일수록 1인당 신고기부액은 많아지는 경향을 보이고 있다. 즉, 2014년 상위 10%내 1인당 신고기부액은 657만원으로 가장 많고, 다음은 20%내로 221만원, 80%내는 102만원이었다.

[그림 3-16] 10분위분포별 종합소득자 1인당 신고 기부액: 2011-2014

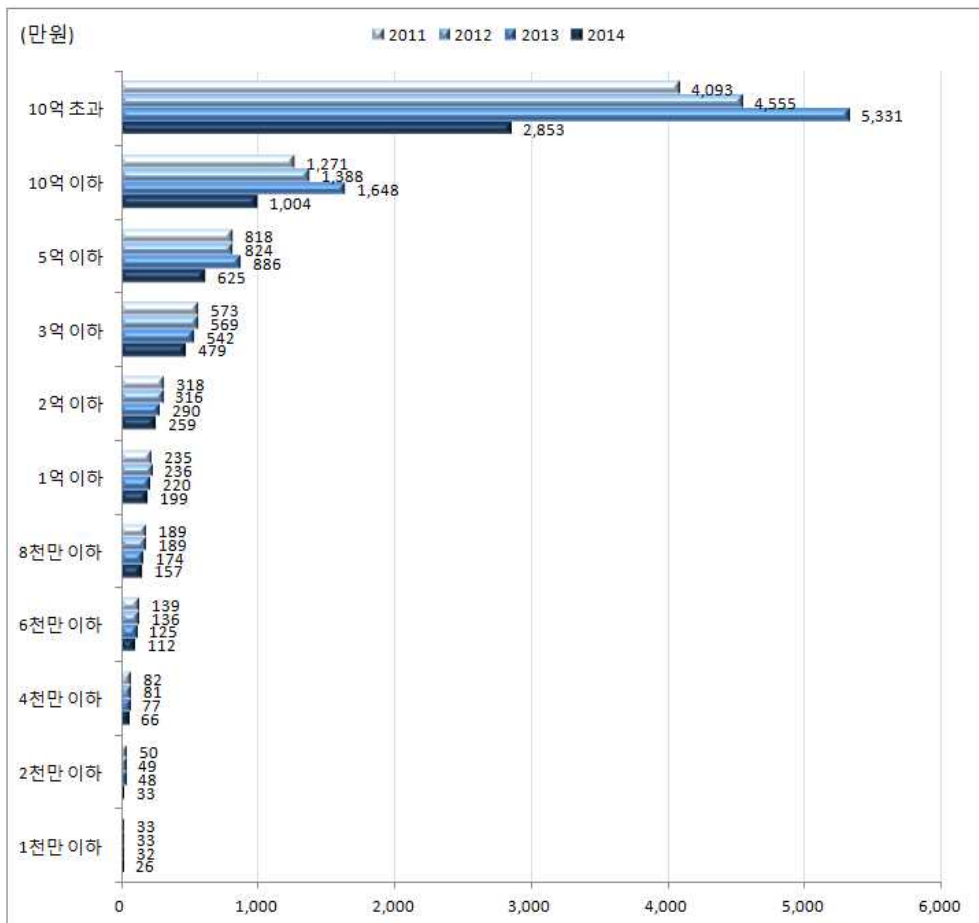


자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

□ 근로소득자

소득규모별 결정세액이 있는 근로소득자의 1인당 신고기부액은 소득규모가 클수록 1인당 신고기부액은 많아지는 경향을 보이고 있다. 즉, 2014년 10억 초과는 1인당 신고기부액이 2,853만원으로 가장 많고, 다음 10억 이하가 1,004만원, 2천만원 이하 33만 원이었다.

[그림 3-17] 소득규모별 결정세액이 있는 근로소득자의 1인당 신고 기부액: 2011-2014

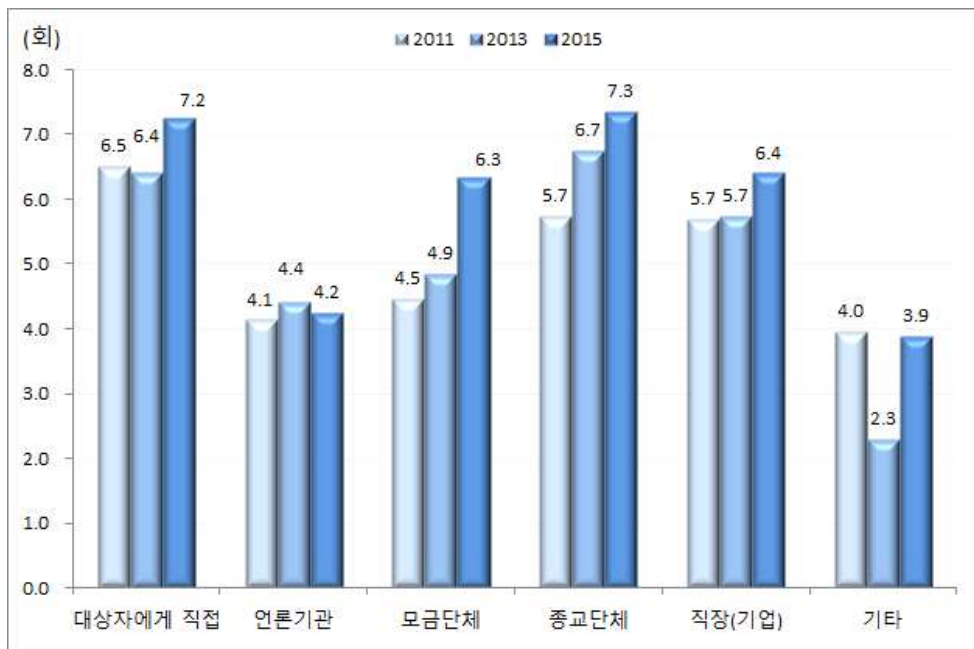


자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

3) 현금기부자의 평균 기부 횟수 및 금액

2015년 기부 횟수를 기부경로별로 살펴보면 종교단체 7.3회, 대상자에게 직접 전달 7.2회, 직장(기업) 6.4회, 모금단체 6.3회 순이었으며, 2013년과 비교해보면 모금단체가 4.9회에서 6.3회로 1.4회 증가하여 가장 큰 증가한 반면 언론기관은 4.4회에서 4.2회로 0.2회 감소하였다.

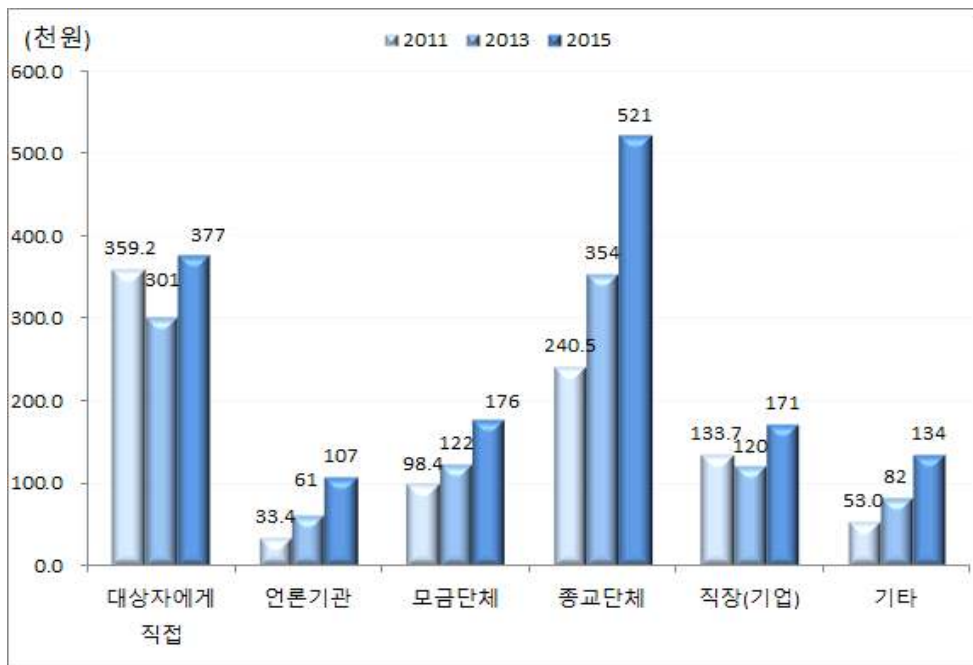
[그림 3-18] 현금기부자의 평균 현금기부 참여 횟수(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

2015년 기부경로별로 평균 현금기부 금액을 살펴보면 종교단체 52만 1천원으로 가장 많았고, 다음은 대상자에게 직접 전달로 37만 7천원, 직장(기업) 17만 1천원, 모금단체 17만 6천원 순이었으며, 2013년과 비교해 보면 종교단체가 35만 4천원에서 52만 1천원으로 증가하여 16만 7천원이 증가하였고, 대상자에게 직접 30만 1천원에서 37만 7천원으로 7만 6천원이 증가하였으며, 모금단체를 통하여는 12만 2천원에서 17만 6천원으로 5만 4천원이 증가하였다.

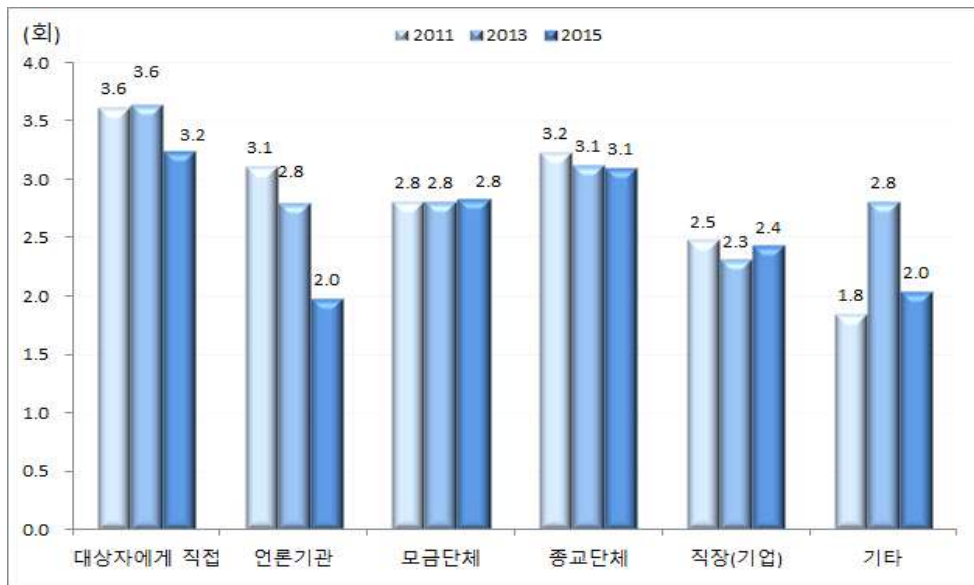
[그림 3-19] 평균 현금기부액(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

2015년 기부경로별로 평균 물품기부 참여횟수를 살펴보면 대상자에게 직접 전달이 3.2회로 가장 많고, 다음은 종교단체로 3.1회, 모금단체 2.8회, 직장(기업) 2.4회 순이었다. 2013년과 비교해 보면 모금단체와 종교단체는 같았으나 직장(기업)은 0.1회가 증가하였고, 언론기관은 0.8회, 대상자에게 직접은 0.4회가 감소하였다.

[그림 3-20] 평균 물품기부 참여 횟수(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

4) 비영리단체의 이전액: 종교기부금, 사회단체 등 기부금

2015년 가계동향조사를 통해 2인 이상 가구의 가계지출액과 월평균 기부금 지출액을 살펴보면 가계의 월평균 지출액은 337만 3천 3백원이며, 기부금지출액은 4만 5천 5백원으로 가계지출액의 1.35% 차지하였다. 기부금지출을 분야별로 살펴보면 종교기부금이 4만 3백원으로 88.7%를 차지하였으며, 사회단체 및 기타 기관 기부금은 5천 2백원으로 11.3%였다. 사회단체 및 기타기관 기부금은 금액과 비율이 점차 증가하는 경향을 나타냈다.

〈표 3-7〉 가구의 월평균 기부금 지출액(전국 2인 이상 가구 기준): 2011~2015

(단위: 원, %)

	가계지출액 (A)	기부금지출액					가계지출액 대비 비중 (B/A)
		소계 (B)	종교 기부금 (C)	% 비중		사회단체 및 기타기관 기부금(D)	
				(C/B)	(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

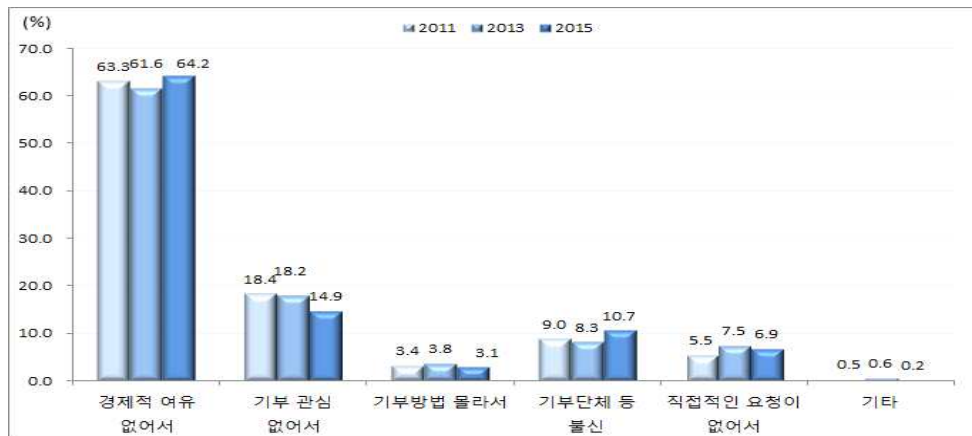
자료: 통계청, 가계동향조사, 각년도.

다. 기부 인식 및 태도

1) 기부 하지 않은 이유

2015년 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. 2013년과 비교해보면 경제적 여유가 없어서가 2.6% 포인트 증가하여 가장 크게 증가하였고, 다음은 기부단체 등 불신 때문이 2.4% 증가하였다.

[그림 3-21] 기부하지 않은 이유(15세이상): 2011~2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

2) 기부 대상 인지경로

2015년 기부 대상을 인지한 경로는 26.9%가 대중매체를 통하여 인지한 것으로 나타나 가장 높았고, 다음은 종교단체 23.0%, 직장·학교 21.3%, 시설·단체 직접 홍보 17.9%, 가족, 친구 및 동료 권유에 의해 인지한 경우가 10.2% 순이었다. 2013년과 비교해 보면 종교단체를 통하여가 2.9% 포인트 증가하였고, 다음은 가족, 친구 및 동료 권유를 통하여가 1.3% 포인트, 대중매체를 통하여가 1.1% 포인트 증가하였으며, 직장, 학교는 1.7% 포인트, 시설, 단체 직접 홍보를 통하여는 1.2% 포인트가 감소하였다.

[그림 3-22] 기부 대상 인지경로(15세이상): 2011-2015

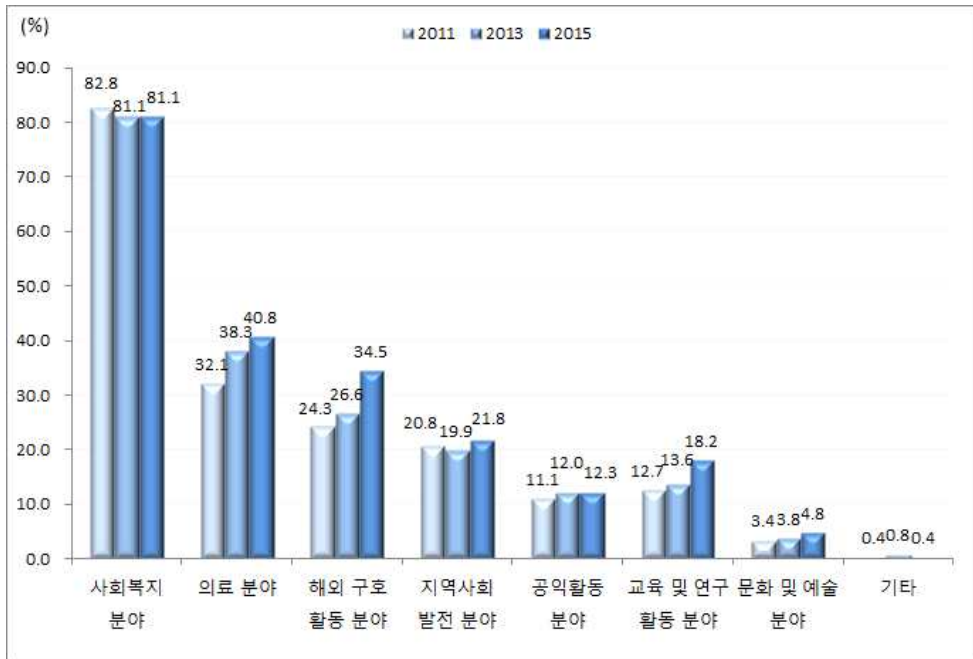


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

3) 기부 희망분야

2015년 기부자가 기부를 희망하는 분야는 사회복지분야가 81.1%로 가장 높고, 다음은 의료분야가 40.8%, 해외구호 활동분야 34.5%, 지역사회발전분야 21.8%의 순이었다. 2013년과 비교해 보면 해외 구호 활동분야가 7.9% 포인트 증가하여 가장 크게 증가하였고, 다음은 교육 및 연구활동분야가 4.6% 포인트, 의료분야가 2.5% 포인트 증가하였다.

[그림 3-23] 기부 희망 분야(15세이상): 2011-2015

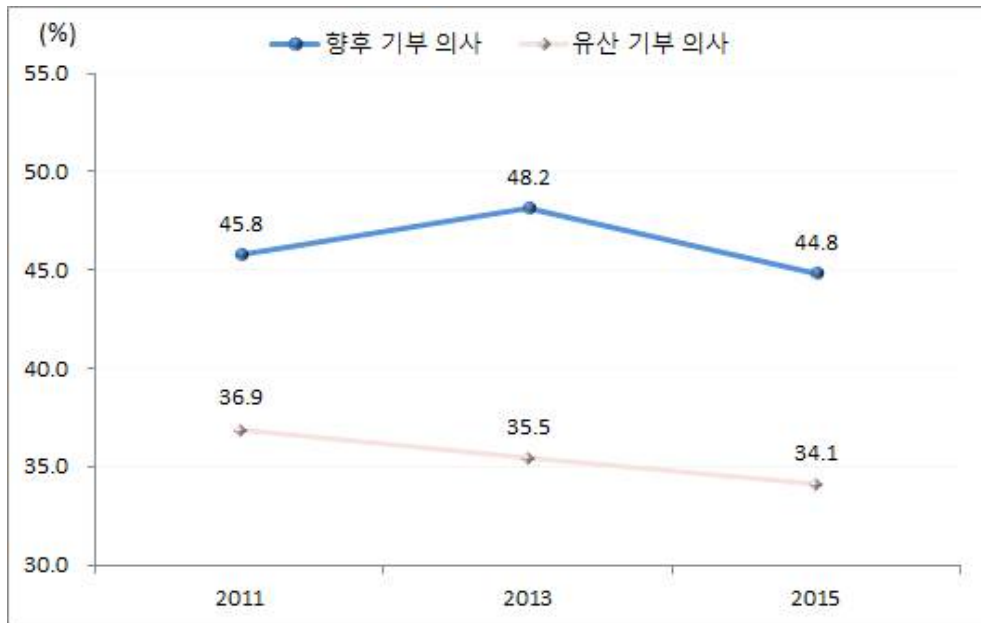


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

4) 향후 기부 의향

2015년 기부자를 포함한 전체 15세 이상 인구 중 44.8%는 향후 1년 이내에 기부 의향이 있는 것으로 응답하였으며, 유산을 기부할 의향이 있는 사람은 34.1%인 것으로 나타났다. 2013년과 비교해 보면 향후 기부 의사는 3.4% 포인트 감소하였고, 유산 기부 의사는 1.4% 포인트가 감소하였다.

[그림 3-24] 향후 기부 의사 및 유산 기부 의사(15세이상): 2011-2015

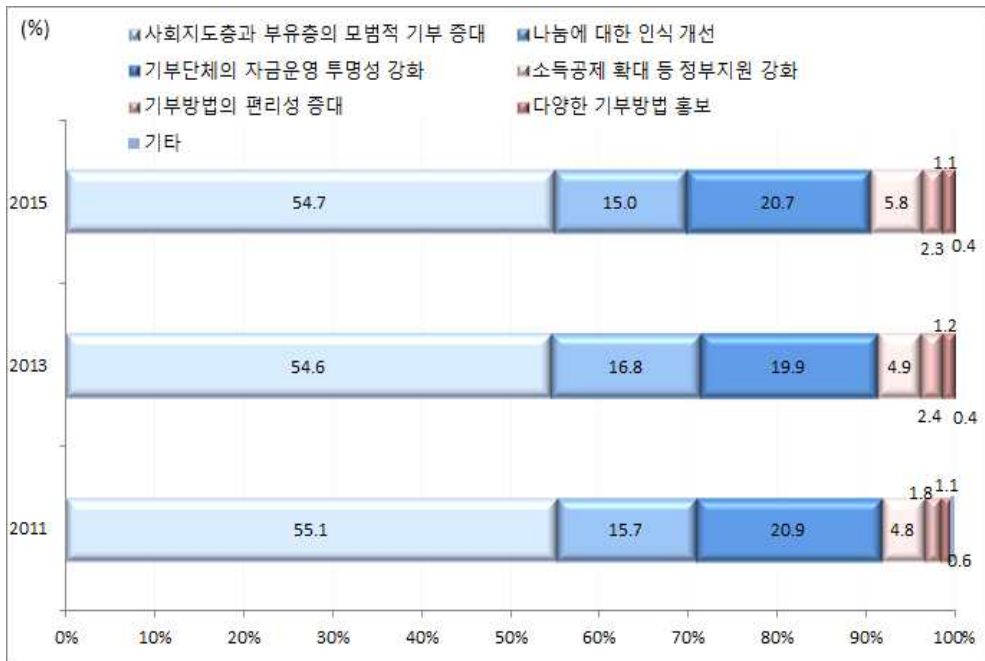


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

5) 기부문화 확산 필요사항

2015년 기부문화 확산을 위해서는 15세 이상 인구 중 54.7%가 사회지도층과 부유층의 모범적 기부증대가 가장 필요하다고 응답하였으며, 다음은 20.7%가 기부단체의 투명성 강화가 필요하다고 응답하였으며, 나눔에 대한 인식이 개선되어야 한다고 응답한 사람도 15.0%였다. 2013년과 비교해 보면 기부단체의 자금운영 투명성 강화가 0.8% 포인트 증가하였고, 사회지도층과 부유층의 모범적 기부증대는 0.1% 포인트 증가하였으며, 나눔에 대한 인식개선은 1.8% 포인트 감소하였다.

[그림 3-25] 기부문화 확산 필요사항(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

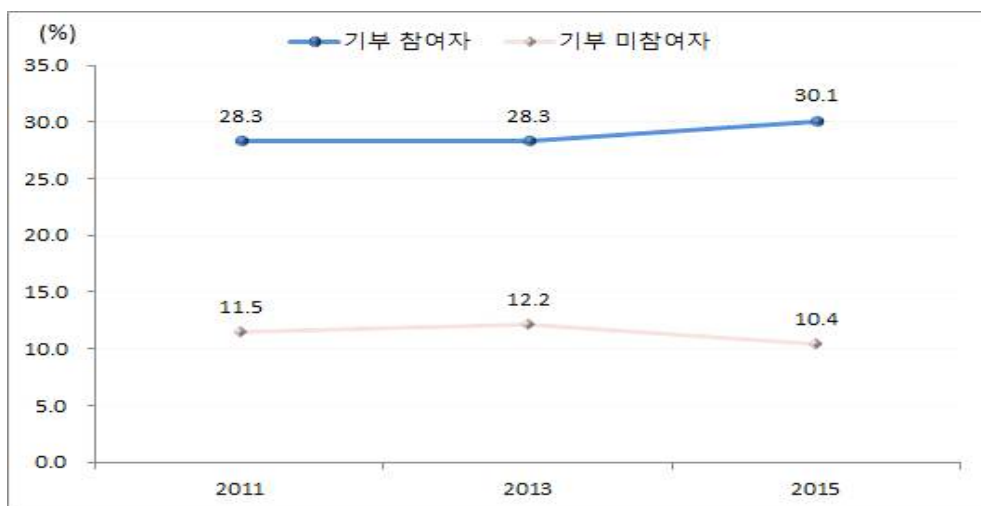
라. 기부 여부별 특성

기부 여부에 따라 기부참여그룹과 기부미참여그룹으로 구분하여 봉사활동 참여율, 삶에 대한 만족감, 사회적 관계망 및 단체참여, 정서경험 등을 살펴보았다.

1) 자원봉사활동 참여율

2015년 기부 여부별로 자원봉사활동 실태를 비교해 보면, 기부 참여자의 자원봉사활동 참여율은 30.1%였으며, 기부 미참여자의 자원봉사활동 참여율은 10.4%로 기부참여자와 19.7% 포인트의 차이를 보였다. 즉, 기부 참여자가 미참여보다 적극적으로 자원봉사활동에 참여하고 있는 것으로 나타났다. 2015년의 기부 여부에 따른 자원봉사활동 참여율을 2013년과 비교해 보면 기부참여자의 자원봉사활동 참여율은 1.8% 포인트 증가하였고, 기부 미참여자의 자원봉사활동 참여율은 1.8% 포인트가 감소하였다. 2015년의 기부 여부에 따른 주관적으로 만족하는 비율을 2013년과 비교해 보면 기부 참여자의 만족률은 2.1% 포인트가 증가한 반면, 미참여자의 만족률은 1.1% 포인트가 감소하였다.

[그림 3-26] 기부 여부에 따른 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015

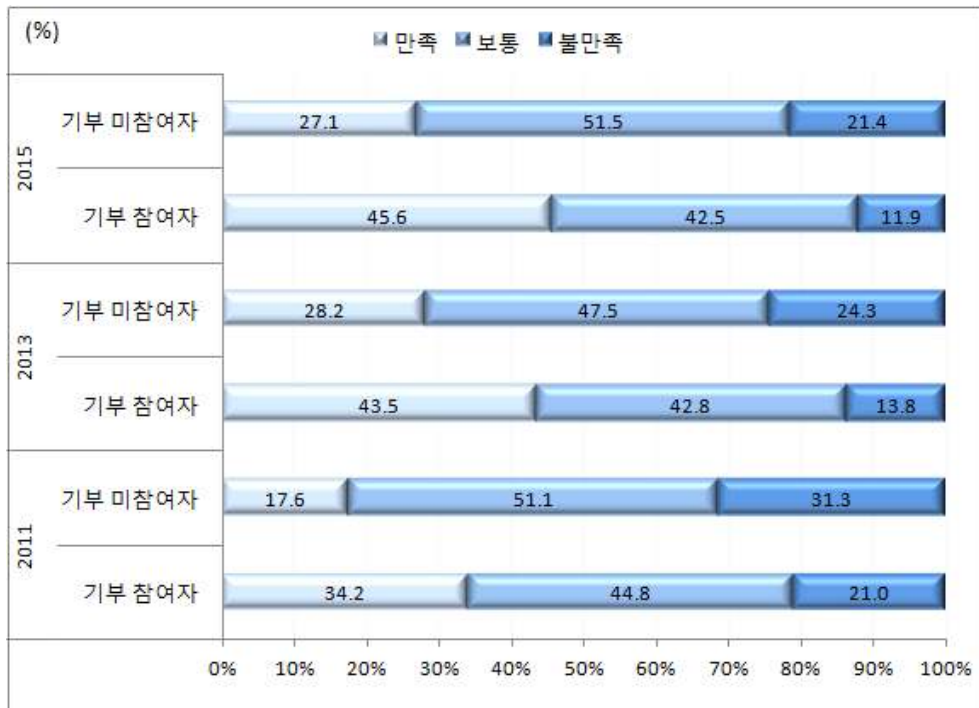


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

2) 주관적 만족감

2015년 기부 여부별로 삶에 대한 만족수준을 살펴보면 경제적인 면, 직업, 건강 등 전반적인 것을 고려하였을 때, 기부 참여자의 45.6%가 만족하고 있으며, 기부 미참여자는 27.1% 만이 만족하고 있어 기부 참여자의 만족수준이 18.5% 포인트가 높았다. 반면 삶에 불만족스러운 경우는 기부참여자 11.9%, 기부 미참여자 21.4%로 기부 미참여자의 불만족 수준이 9.5% 포인트가 높았다. 즉, 기부자 참여자가 미참여자 보다 현재의 삶에 대해 비교적 만족도가 높은 것으로 나타났다. 2015년의 기부 여부에 따른 주관적 만족률을 2013년과 비교해 보면 기부 참여자의 만족률은 2.1% 포인트가 증가한 반면, 기부 미참여자의 만족률은 1.1% 포인트가 감소하였다.

[그림 3-27] 기부 여부에 따른 주관적 만족감(15세이상): 2011-2015

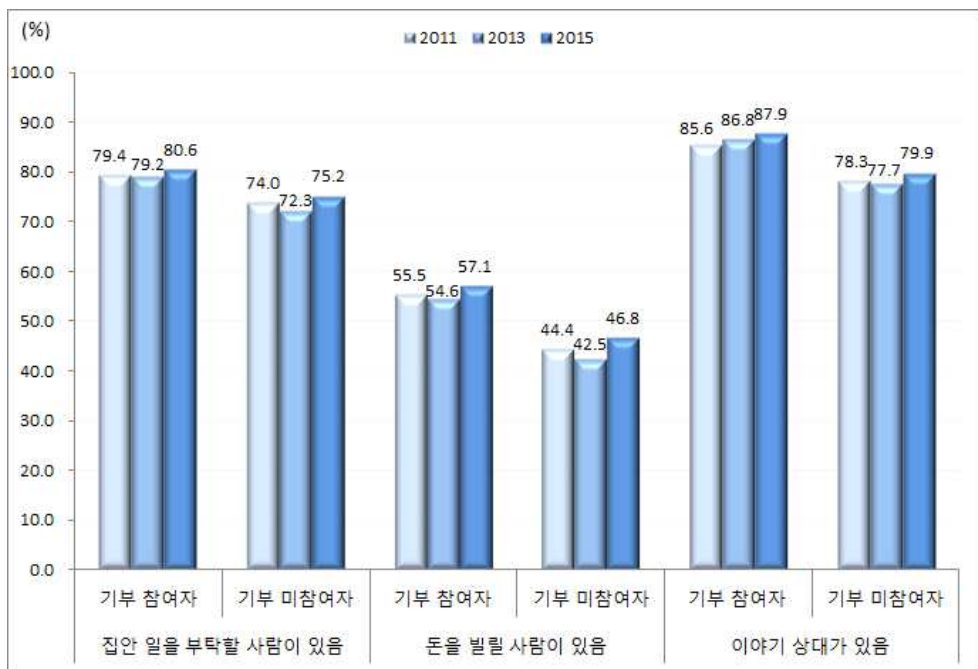


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

3) 사회적 관계망 및 단체참여

2015년 기부 참여자와 미참여자의 어려움에 처했을 경우 도움을 받을 수 있는 사람이 있는지 여부를 알아보면 집안일을 부탁할 사람이 있는 경우는 기부 참여자가 80.6%, 미참여자가 75.2%로 기부 참여자가 5.4% 포인트가 높았다. 돈을 빌릴 사람이 있는지의 여부에서는 기부 참여자가 57.1%, 미참여자가 46.8%로 기부참여자가 10.3% 포인트 높았으며, 이야기 상대가 있는지는 기부 참여자가 87.9%, 미참여자가 79.9%로 기부 참여자가 8.0% 포인트가 높아 기부자가 어려움에 처해 있을 때 기부 미참여자보다는 주변으로부터 도움을 받을 가능성이 더 높은 것으로 나타났다.

[그림 3-28] 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 대상 인지 정도

기부 단체/기관에 대한 인식은 2014년 보건복지부·문화체육관광부의 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사와 2015년 보건복지부의 조사결과보고서를 통해 살펴 볼 수 있다. 조사는 전국의 만 19세이상 70세 미만 성인 남녀를 대상으로 실시되었다.

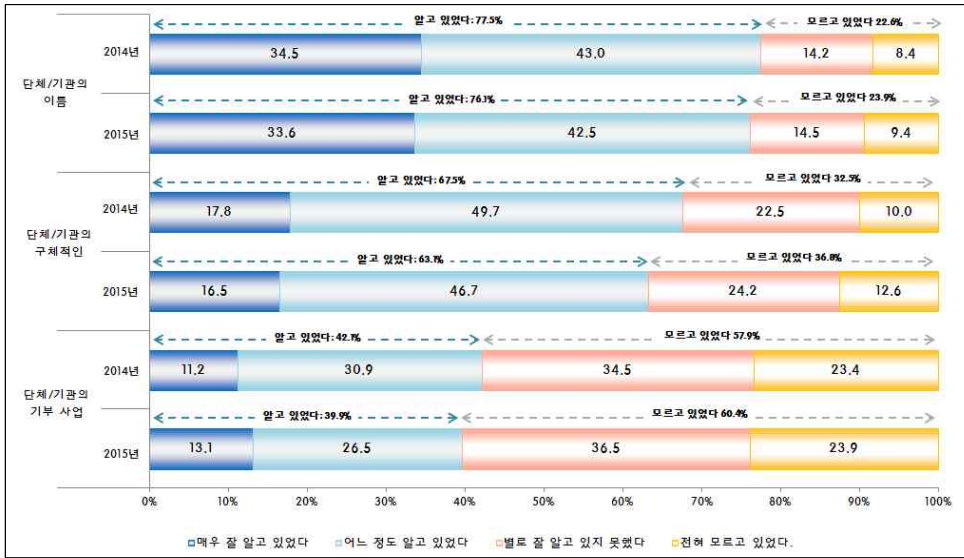
2015년 단체/기관에 현금 또는 물품을 기부할 때 그 단체/기관의 이름이나 구체적인 사업내용, 기부사업실적 등을 어느정도 인지하고 있는지를 살펴보면 다음과 같다. 단체/기관의 이름을 매우 잘 알고 있는 경우는 33.6%였으며, 어느 정도 알고 있는 경우는 42.5% 그리고 별로 잘 알고 있지 못하거나 전혀 모르고 있는 경우는 각각 14.5%와 9.4%로 76.1%는 어느 정도 이상 알고 있는 것으로 나타났다.

현금 또는 물품 기부시 단체/기관의 구체적인 사업내용에 대해서는 매우 잘 알고 있다고 응답한 경우는 16.5%였으며, 46.7%는 어느 정도 알고 있다고 응답하였고, 별로 잘 알고 있지 못하거나 전혀 모르고 있는 경우는 각각 24.2%와 12.6%였다. 즉, 63.2% 이상은 단체/기관에 대해 어느 정도 이상은 알고 있는 것으로 나타났다.

현금 또는 물품 기부시 단체/기관의 기부사업실적에 대해서는 13.1%만이 매우 잘 알고 있다고 응답하였고, 26.5%가 어느 정도 알고 있다고 응답하였으며, 36.5%는 별로 잘 알고 있지 못하다고 응답하였고, 23.9%는 전혀 모르고 있다고 응답하여 과반이 넘는 60.4%가 단체/기관의 기부사업실적에 대해서는 잘 모르고 있는 것으로 나타났다.

[그림 3-29] 기부 단체/기관 인지 정도: 2014-2015

(단위: n=745(2014), 753(2015), %)



주: “귀하께서는 단체/기관에 현금 또는 물품을 기부하실 때, 다음 내용에 대해 얼마나 알고 있었습니까?” 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

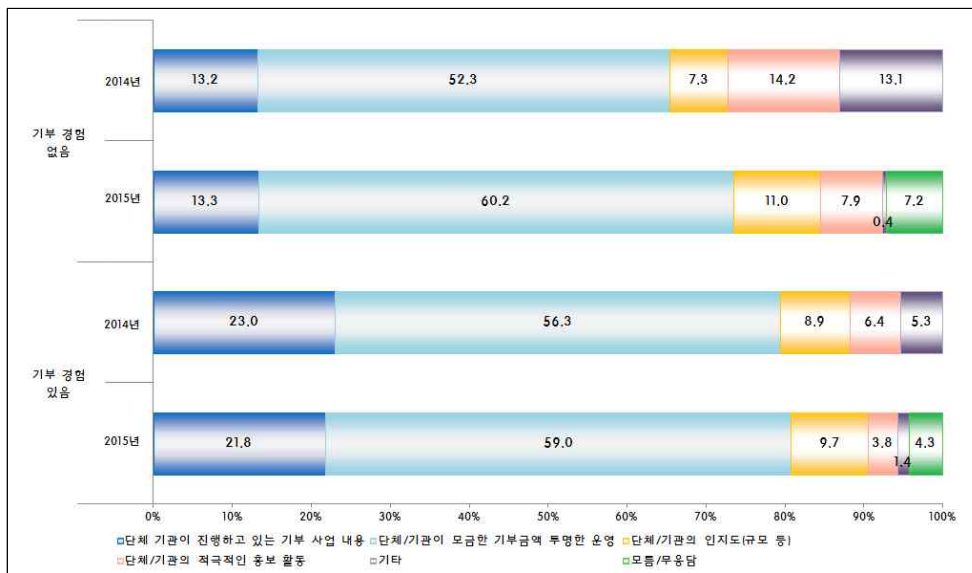
2) 기부 단체/기관 선정 시 고려사항

2015년에 기부를 하기 위해 참여할 단체/기관을 찾을 때 가장 중요하게 생각하는 점에 대해 살펴보면 기부경험이 있는 사람의 경우는 단체/기관이 모금한 기부금액의 투명한 운영이 중요하다고 응답한 비율이 59.0%로 가장 높았고, 다음은 단체/기관이 진행하고 있는 기부 사업프로그램의 내용이 중요하다는 응답으로 21.8%였으며, 단체/기관의 인지도, 규모 등이 9.7%, 단체/기관의 적극적인 홍보 활동이 3.8%였다.

기부경험이 없는 사람의 경우는 단체/기관이 모금한 기부금액의 투명한 운영이 중요하다고 응답한 사람이 60.2%로 가장 높았고, 다음은 단체/기관이 진행하고 있는 기부 사업프로그램의 내용이 중요하다고 응답한 사람으로 13.3%였으며, 다음은 단체/기관의 인지도, 규모 등이 11.0%, 단체/기관의 적극적인 홍보활동이 7.9%로 기부경험이 있는 사람과 없는 사람의 기부 단체/기관선정시 차이를 보였다.

[그림 3-30] 기부 단체/기관 선정 시 고려사항: 2014-2015

(단위: n= 1,023, %)



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

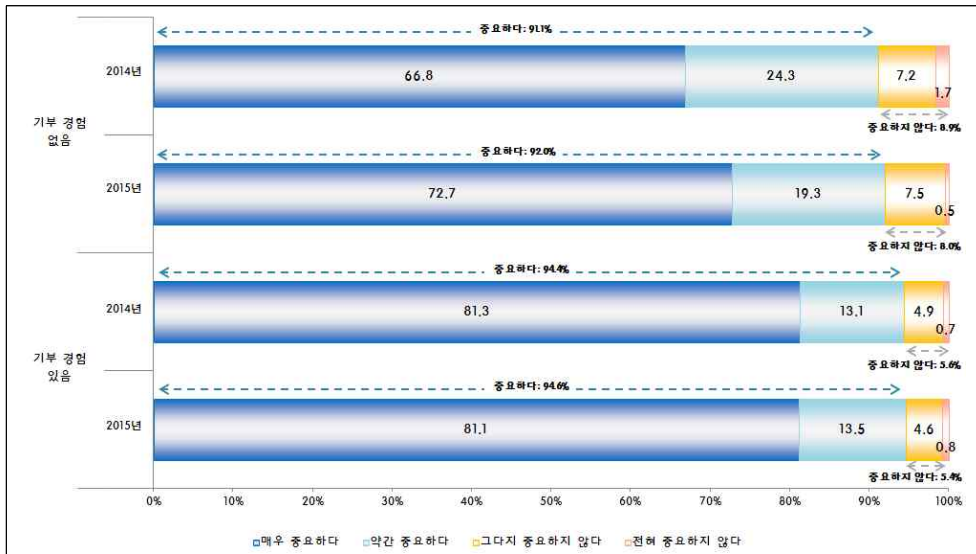
3) 기부 단체 기관의 정보 공개

2015년 우리나라의 기부문화 활성화를 위해 국민들에게 기부 단체/기관의 정보를 얼마나 중요하게 생각하는지에 대해 기부경험자와 기부무경험자를 구분하여 살펴보면 기부경험이 있는 경우 81.1%가 매우 중요하다고 응답하였으며, 13.5%는 약간 중요하다고 응답하였고, 그다지 중요하지 않다거나 전혀 중요하지 않다고 응답한 경우는 5.4%에 지나지 않았다.

기부경험이 없는 경우는 매우 중요하다고 응답한 사람이 72.7%, 약간 중요하다고 응답한 사람이 19.3%이고, 그다지 중요하지 않다거나 전혀 중요하지 않다고 응답한 사람은 8.0%로 기부에 참여한 사람이 정보의 공개를 더 중요하게 생각하고 있었다.

[그림 3-31] 기부 단체/기관의 정보 공개의 중요성 인식도 정도: 2014-2015

(단위: n= 1,023, %)



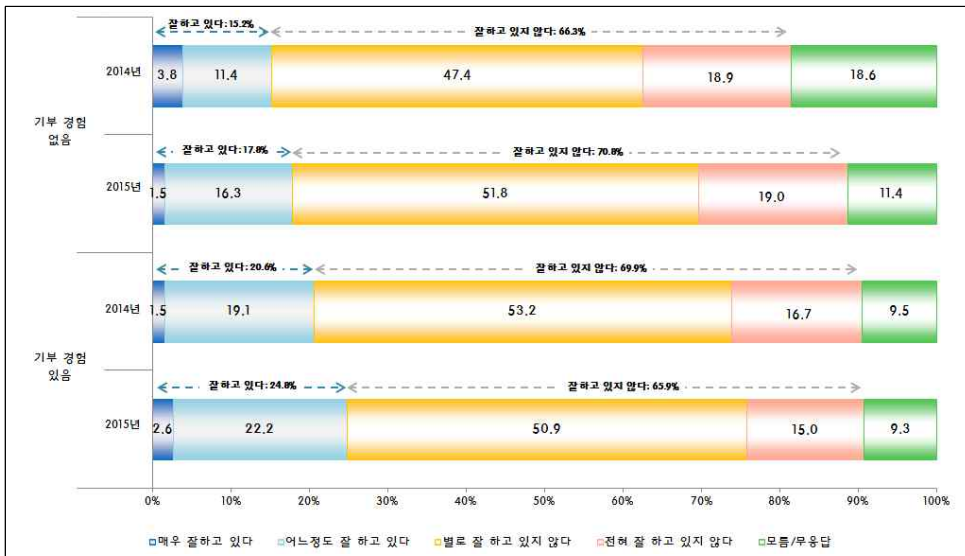
주: “귀하께서는 우리나라 기부 문화의 활성화를 위해 국민들에게 기부 관련 단체/기관의 정보(기부·후원금액, 기부·후원금액 사용처 등)를 공개하는 것이 얼마나 중요하다고 생각하십니까?” 라는 질문에 대한 응답임
 자료: 보건복지부·문화체육관광부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2014
 보건복지부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2015

2015년 우리나라 기부 문화의 활성화를 위해 국민들에게 기부 관련 단체/기관의 정보(기부·후원 금액, 기부·후원 금액 사용처 등) 공개를 얼마나 잘하고 있다고 생각하는지에 대해, 기부경험이 있는 사람과 기부경험이 없는 사람을 구분하여 살펴보면, 기부경험이 있는 사람의 경우 매우 잘하고 있다고 생각하는 사람은 2.6%였으며, 어느 정도 잘 하고 있다고 생각하고 있는 사람은 22.2% 그리고 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 1.5%였으며, 어느 정도 잘 하고 있다고 생각하고 있는 사람은 16.3% 그리고 51.8%는 별로 잘하고 있지 않다고 생각하고 있으며, 19.0%는 전혀 잘하고 있지 않다고 생각하고 있었다. 또한 기부경험이 있거나 없는 사람 모두 단체/기관이 정보 공개를 잘 하고 있지 않다고 생각하고 있다.

[그림 3-32] 기부 단체/기관의 정보 공개 의무 수행 정도에 대한 인식: 2014-2015

(단위: n= 1,023, %)

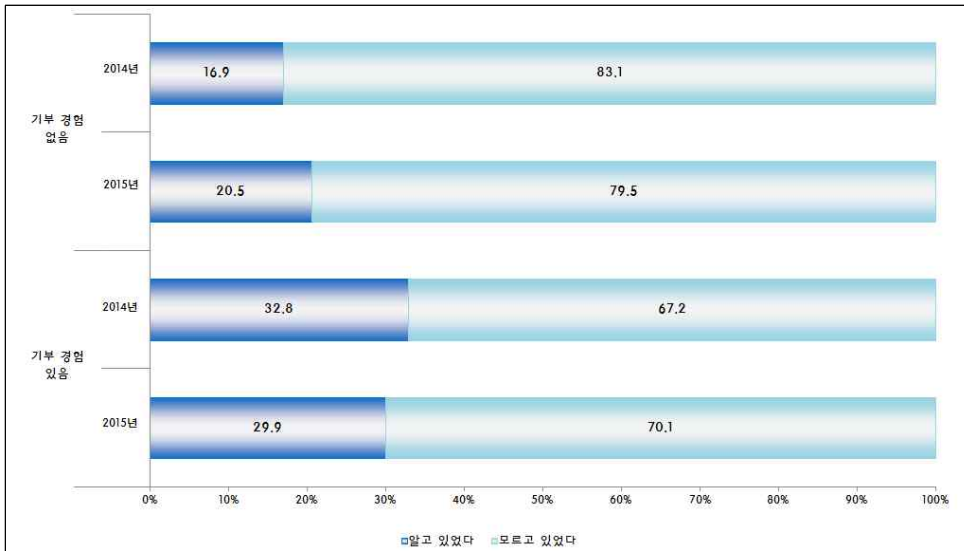


주: “귀하께서는 우리나라 기부 문화의 활성화를 위해 국민들에게 기부 관련 단체/기관의 정보(기부·후원금액, 기부·후원금액 사용처 등) 공개를 얼마나 잘하고 있다고 생각하십니까?” 라는 질문에 대한 응답임.
 자료: 보건복지부·문화체육관광부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2014
 보건복지부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2015

2015년 우리나라 기부 관련 단체/기관들 중 규모가 큰 곳(종교단체 제외)은 법에 의해 의무적으로 회계결산서를 공개하고 있다. 이러한 사실을 이전에 알고 있었는지에 대해 기부경험이 있는 사람의 경우 29.9%가 알고 있다고 응답하였고, 70.1%는 모르고 있다고 응답하였다, 기부경험이 없는 사람의 경우에는 20.5%가 알고 있다고 응답하였으며, 79.5%는 모르고 있다고 응답하여 기부경험이 있는 사람이 기부경험이 없는 사람보다는 기부 단체/기관의 회계결산 공개에 대해 인지하고 있는 비율이 높았으나, 전체적으로 많은 사람이 회계결산 공개에 대해서 잘 모르고 있는 것으로 나타났다.

[그림 3-33] 기부 단체/기관의 회계결산서 공개 인지 여부: 2014-2015

(단위: n = 1,023, %)



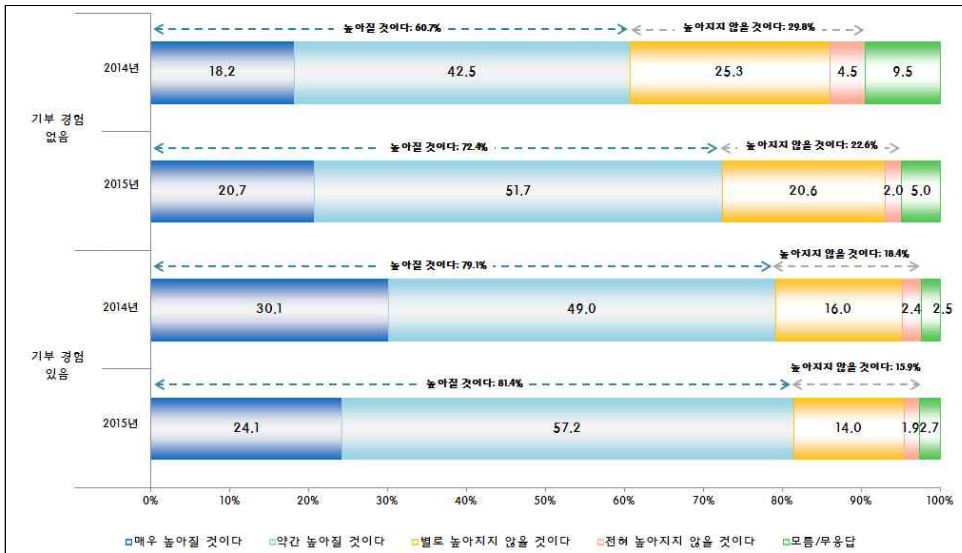
주: “귀하께서는 우리나라 기부 관련 단체/기관들 중 규모가 큰 곳(종교단체 제외)은 법에 의해 의무적으로 회계결산서를 공개해야 합니다. 귀하께서는 이러한 사실을 오늘 이전에 알고 있었습니까?” 라는 질문에 대한 응답임.

자료: 보건복지부·문화체육관광부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2014
 보건복지부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2015

2015년에 더 많은 기부 관련 단체/기관이 회계결산서를 공개하도록 법을 강화하였는데, 이를 통해 기부 관련 단체/기관의 투명성이 더 높아질 수 있다고 생각하는지를 기부경험이 있는 사람과 기부경험이 없는 사람을 구분하여 살펴보면, 기부경험이 있는 사람의 경우 24.1%가 매우 높아질 것이라고 응답하였으며, 57.2%는 약간 높아질 것이라 응답하였고, 별로 높아지지 않을 것이다 와 전혀 높아지지 않을 것이라고 부정적으로 응답한 경우는 각각 14.0%와 1.9%였다. 기부경험이 없는 사람의 경우는 20.7%가 매우 높아질 것이라고 응답하였으며, 51.7%는 약간 높아질 것이라 응답하였고, 별로 높아지지 않을 것이다 와 전혀 높아지지 않을 것이라고 부정적으로 응답한 경우는 각각 20.6%와 2.0%로 기부경험이 없는 사람이 향후 투명성 전망을 기부경험이 있는 사람보다 낮게 보았다. 그러나 전체적으로 정보공개 강화 시 단체/기관의 투명성은 증가할 것으로 보는 경우가 많았다.

[그림 3-34] 기부 단체/기관의 정보 공개 강화시 단체의 투명성 증가 정도: 2014-2015

(단위: n = 1,023, %)



주: “귀하께서는 우리나라 기부 관련 단체/기관들 중 규모가 큰 곳(종교단체 제외)은 법에 의해 의무적으로 회계결산서를 공개해야 합니다. 귀하께서는 이러한 사실을 오늘 이전에 알고 있었습니까?” 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

4) 불성실 운영 기부단체의 규제

2015년 정부에서는 기부단체의 투명성을 높이기 위해 규제를 두고 있는데 이 같은 규제가 지금보다 얼마나 더 강화 또는 완화되어야 한다고 생각하는지에 살펴보면 기부경험이 있는 사람의 경우 72.8%가 매우 강화되어야 한다고 응답하였고, 19.9%는 약간 강화되어야 한다고 응답하였으며, 현재수준 유지는 3.3%, 약간완화나 매우 완화는 각각 2.1%와 0.2%로 매우 낮았다. 기부경험이 없는 사람의 경우는 66.8%가 매우 강화되어야 한다고 응답하였고, 21.8%는 약간 강화되어야 한다고 응답하였으며, 현재수준 유지는 5.1%, 약간완화나 매우 완화는 각각 2.5%와 1.3%로 매우 낮아 기부경험이 있는 사람이나 기부경험이 없는 사람 모두 불성실 운영 기부단체에 대한 규제강화를 요구하고 있다.

[그림 3-35] 불성실 운영 기부단체의 규제 강화에 대한 의견: 2014-2015

(단위: n = 1,023, %)



주: “정부에서는 기부단체의 투명성을 높이기 위해 다음과 같은 규제를 두고 있습니다. 귀하께서는 이 같은 규제가 지금보다 얼마나 더 강화 또는 완화되어야 한다고 생각하십니까?” 라는 질문에 대한 응답임.

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

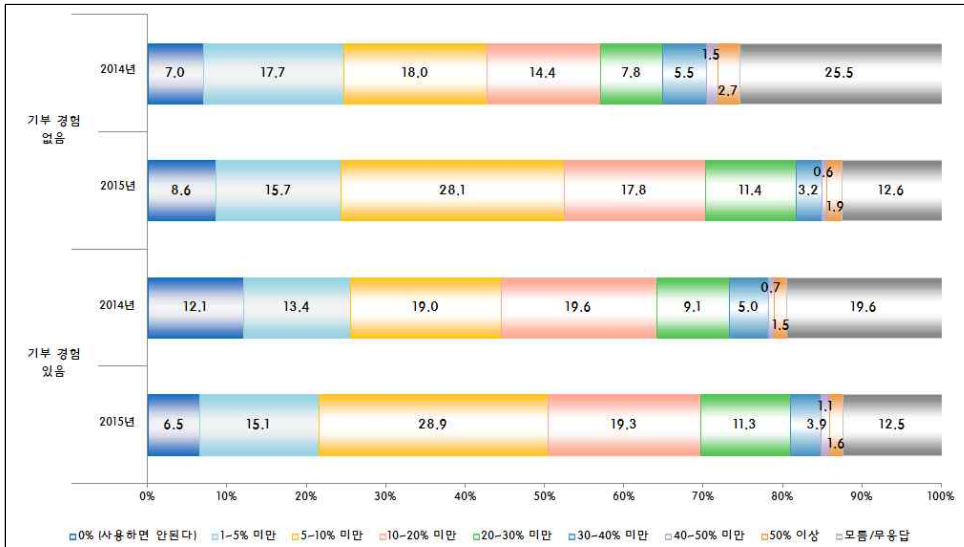
보건복지부·문화체육관광부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2015

5) 총 기부 금액 대비 적절 기관 운영비 비율

2015년 기부한 현금 또는 물품 금액에서 일정 비율의 금액을 기부 관련 단체/기관의 기관운영비(인건비, 모금활동비 등)로 사용할 경우, 생각하는 적정 운영비 비율에 대해 기부경험이 있는 사람과 없는 사람을 구분하여 살펴보면, 기부경험이 있는 사람의 경우 5~10%미만이 28.9%로 가장 높고 다음은 10~20%미만으로 19.3%였으며, 다음은 1~5%미만이 15.1% 순이었다. 반면 기부경험이 없는 사람의 경우에는 5~10%미만이 28.1%로 가장 높고 다음은 10~20%미만으로 17.8%였으며, 다음은 1~5%미만이 15.7% 순이었다.

[그림 3-36] 총 기부 금액 대비 적절 기관 운영비 비율: 2014-2015

(단위: n= 1,023, %)



주: “귀하께서 기부하신 현금 또는 물품 금액에서 일정 비율의 금액을 기부 관련 단체/기관의 기관 운영비(인건비, 모금 활동비 등)로 사용할 경우, 귀하께서 생각하시는 적정 운영비 비율은 몇 퍼센트 정도입니까?” 라는 질문에 대한 응답임.

자료: 보건복지부·문화체육관광부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2014
 보건복지부·문화체육관광부, 나눔(모금)과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사, 2015

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

2014년 기부금 공제 신고법인수는 55만 472개이고, 기부금 총액은 4조 9,063억 원이었으며, 법정·특례기부금은 1조 8,000억 원, 지정기부금은 3조 1,063억 원으로 나타났다. 2013년과 비교해 보면 신고법인수는 51만 7,805개에 비하여 3만 2,667개가 증가하였고, 기부금 총액은 4조 6,545억 원에 비하여 2,518억 원이 증가하였다. 법인당 평균기부액은 2007년 893만원, 2013년 899만원, 그리고 2014년에는 891만원이었다. 2014년 신고법인을 일반법인과 중소기업으로 규모별로 구분하여 살펴보면 신고법인수는 중소기업이 44만 9,451개로 일반법인 10만 1,021개 보다 4.4배가 많았으며, 법인당 기부액은 일반 법인이 4,323만원으로 중소기업 120만원보다 36.0배가 많았다. 상장법인과 비상장법인을 비교해 보면 비상장법인 신고법인수가 54만 8,710개로 상장법인 1,762개에 비해 311.4배가 많았다. 법인당 평균기부액은 상장법인이 10억 6,439만원 비상장법인이 552만원으로 상장법인 평균기부액이 192.8배가 많았다.

〈표 3-8〉 법인의 기부금 신고 현황: 2007-2014

(단위: 개, 백만원)

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
법인규모별	550,472	8.91	4,906,292	1,799,954	3,106,338
일반법인	101,021	43.23	4,366,832	1,689,063	2,677,769
중소기업	449,451	1.20	539,460	110,891	428,569
상장·비상장	550,472	8.91	4,906,292	1,799,954	3,106,338
상장법인	1,762	1,064.39	1,875,449	526,936	1,348,513
비상장법인	548,710	5.52	3,030,843	1,273,018	1,757,825

주: 2014년에 법인세 신고한 것을 기준으로 함.

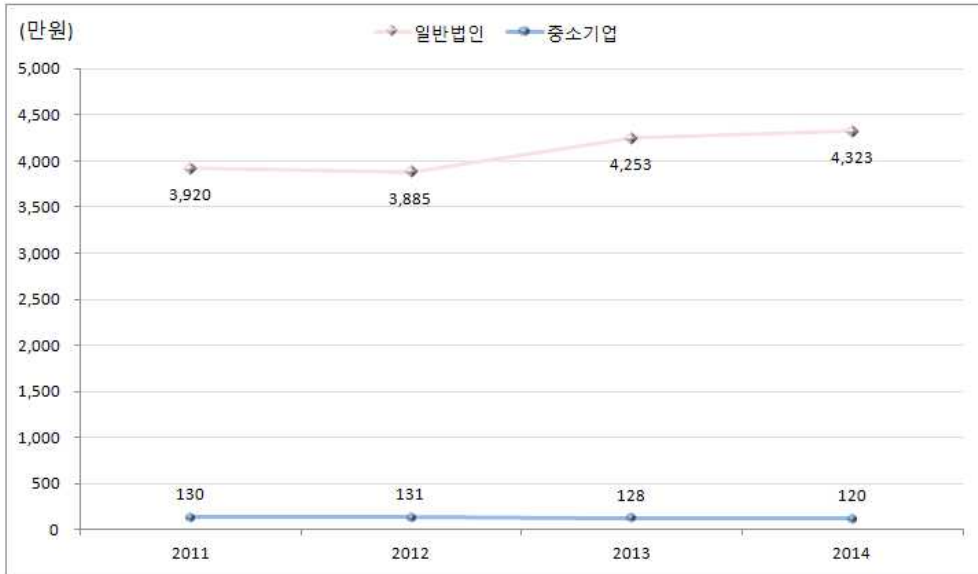
법인세 신고소 주요계정명세서상 회계계상 금액임

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 증가하였다. 중소기업의 법인 당 신고기부액은 2011년 130만 원에서 2012년에는 131만 원으로 2013년에는 128만원 그리고 2014년에는 120만 원으로 변화하였다.

[그림 3-37] 규모별 법인당 신고 기부액: 2011-2014



자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

<표 3-9> 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014

(단위: 백만원)

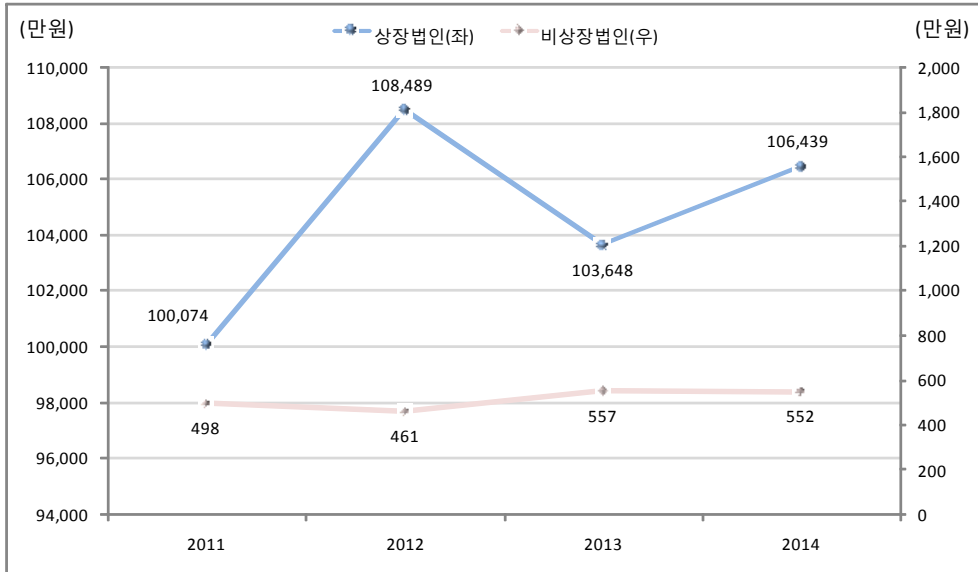
	2011		2012		2013		2014	
	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당
일반법인	3,587,473	39.20	3,601,272	38.85	4,115,672	42.53	4,366,832	43.23
중소기업	480,572	1.30	511,004	1.31	538,823	1.28	539,460	1.20

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 원으로 변화하였다.

비상장법인의 법인당 신고기부액은 2011년 498만 원에서 2012년에는 461만 원으로 2013년에는 557만 원 그리고 2014년에는 552만 원으로 변화하였다.

[그림 3-38] 상장·비상장별 법인당 신고 기부액: 2011-2014



자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

<표 3-10> 상장·비상장별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014

(단위: 백만원)

	2011		2012		2013		2014	
	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당	금액	법인당
상장법인	1,782,312	1,000.74	1,894,223	1,084.89	1,777,563	1,036.48	1,875,449	1,064.39
비상장법인	2,285,733	4.98	2,218,053	4.61	2,876,932	5.57	3,030,843	5.52

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

사업자가 벌어들인 금액인 수입금액(총매출액)의 규모별 법인의 신고 기부액은 규모가 클수록 법인당 신고기부액도 증가하는 경향이 있다. 즉 2014년 1조 초과 법인의 법인당 기부액은 89억 48만원으로 가장 크고, 다음은 1조 이하로 7억 575만원, 300억이하 1,336만원, 3억이하는 25만원이었다.

〈표 3-11〉 수입금액 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014

(단위: 백만원)

	2011		2012		2013		2014	
	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
5억 이하	7,317	0.20	8,377	0.22	12,944	0.31	11,705	0.27
10억 이하	18,406	0.32	19,204	0.33	37,327	0.58	35,226	0.53
20억 이하	34,810	0.59	35,499	0.58	57,445	0.88	42,758	0.62
50억 이하	76,037	1.19	89,053	1.33	91,256	1.27	104,329	1.36
100억 이하	89,595	3.00	90,365	2.82	89,671	2.67	123,544	3.49
200억 이하	109,432	7.11	115,262	6.86	102,188	5.84	128,845	7.04
300억 이하	68,705	13.53	82,814	14.71	72,547	12.50	80,720	13.36
500억 이하	90,974	23.54	109,826	24.93	101,887	22.78	104,947	22.77
1000억 이하	136,210	46.54	122,022	39.51	131,012	40.24	119,598	36.44
5000억 이하	439,806	192.90	512,075	203.93	446,739	179.20	419,143	160.41
1조 이하	200,463	748.00	231,409	751.33	222,388	708.24	234,309	705.75
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

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

자산 규모별 법인의 신고 기부액의 법인당 금액은 자산 규모가 클수록 법인당 신고기부액도 증가하는 경향이 있다. 즉 2014년 5,000억 초과 법인의 법인당 기부액은 31억 7,547만원으로 가장 크고, 다음은 5,000억 이하로 5,770만원, 500억 이하 1,209만원, 5억이하는 16만원이었다.

〈표 3-12〉 자산 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014

(단위: 백만원)

	2011		2012		2013		2014	
	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
10억 이하	25,470	0.35	31,753	0.42	33,464	0.42	34,889	0.41
20억 이하	40,479	0.68	45,467	0.72	53,039	0.79	60,096	0.85
50억 이하	87,329	1.69	89,270	1.61	100,007	1.68	114,026	1.80
100억 이하	94,218	3.98	105,581	4.11	115,540	4.17	123,832	4.10
200억 이하	77,997	8.10	76,761	7.49	98,190	9.03	108,371	9.30

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

사업자의 수입금액에서 필요경비를 제외한 소득금액의 규모별 법인의 신고 기부액의 법인당 금액은 소득 금액이 클수록 법인당 신고기부액도 증가하는 경향이 있다. 즉 2014년 500억 초과 법인의 법인당 기부액은 61억 2,129만원으로 가장 크고, 다음은 500억 이하로 2억 8,936만원, 5천만원 이하 28만원, 1천만원 이하는 9만원이었다.

〈표 3-13〉 소득금액 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014

(단위: 백만원)

	2011		2012		2013		2014	
	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
5천만 이하	20,497	0.22	21,324	0.22	23,394	0.23	29,430	0.28
1억 이하	23,912	0.52	24,045	0.51	42,649	0.83	35,900	0.67
2억 이하	44,836	1.09	45,909	1.07	55,797	1.22	60,681	1.23
5억 이하	107,393	3.11	87,419	2.38	99,983	2.55	115,132	2.70
10억 이하	77,950	5.93	89,696	6.37	84,533	5.75	91,655	5.72
20억 이하	113,237	16.17	92,275	12.44	102,185	13.18	699,222	82.47
50억 이하	145,503	30.69	169,432	35.33	173,595	34.41	153,330	28.23
100억 이하	128,154	73.06	134,034	71.71	121,732	67.82	114,652	60.03
200억 이하	160,230	158.17	140,553	141.26	140,639	138.29	229,816	209.69
500억 이하	186,107	307.61	250,552	408.73	689,105	1,188.11	197,633	289.36
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

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

과세표준 규모별 법인의 신고 기부액의 법인당 금액은 과세 표준 금액이 클수록 법인당 신고기부액도 증가하는 경향이 있다. 즉 2014년 5,000억 초과 법인의 법인당 신고 기부액은 391억 4,474만원으로 가장 크고, 다음은 5,000억 이하로 40억 5,917만원, 5억 이하는 284만원, 1억 이하는 35만원이었다.

〈표 3-14〉 과세표준 규모별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014

(단위: 백만원)

	2011		2012		2013		2014	
	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
2억 이하	41,598	1.14	43,651	1.13	54,243	1.33	56,174	1.27
5억 이하	98,602	3.15	87,449	2.64	93,885	2.65	108,803	2.84
10억 이하	72,023	6.14	86,633	6.83	78,460	5.93	89,403	6.24
20억 이하	109,627	17.88	88,342	13.42	108,639	15.68	104,463	13.81
50억 이하	144,497	35.07	152,694	36.25	167,310	38.05	148,557	31.24
100억 이하	111,605	75.61	131,785	81.30	120,924	77.52	98,861	60.28
200억 이하	178,429	211.41	158,390	185.47	123,467	144.74	179,376	191.44
500억 이하	159,464	314.52	220,567	423.35	215,116	433.70	193,141	324.61
1000억 이하	203,482	1,143.16	160,077	976.08	210,195	1,050.98	408,992	2,034.79
5000억 이하	547,570	2,837.15	686,386	3,593.64	610,208	3,371.31	706,295	4,059.17
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

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

흑자법인 10분위별 법인의 신고 기부액의 법인당 금액은 상위 법인 일수록 법인당 신고기부액도 증가하는 경향이 있다. 즉 2014년 상위 10%내 법인의 법인당 신고 기부액은 1억 1,981만원으로 가장 크고, 다음은 20% 내로 273만원, 가장 낮은 그룹의 법인당 신고 기부액은 5만원이었다.

〈표 3-15〉 흑자법인 10분위별 법인의 신고 기부액 현황: 2011-2014

(단위: 백만원)

	2011		2012		2013		2014	
	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
상위 20%내	96,314	3.09	76,256	2.37	86,468	2.53	99,084	2.73
상위 30%내	37,814	1.21	38,203	1.19	46,961	1.37	47,900	1.32
상위 40%내	21,315	0.68	22,328	0.69	27,993	0.82	34,996	0.96
상위 50%내	13,154	0.42	14,170	0.44	27,655	0.81	21,338	0.59
상위 60%내	8,606	0.28	9,187	0.29	11,014	0.32	14,165	0.39

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

2014년 법인의 업태별 기부금 신고현황을 살펴보면 신고법인수가 가장 많은 업태는 제조업으로 12만 1,511개였으며, 법인당 기부액이 가장 많은 업태는 전기·가스·수도업으로 6,163만원이었고, 기부금액이 가장 많은 업태는 제조업으로 1조 6,184억 원이었고 그 다음으로 금융·보험업으로 1조 1,315억 원이었다.

〈표 3-16〉 업태별 기부금 신고현황: 2013-2014

(단위: 개, 백만원)

구분	2013년			2014년		
	신고법인수	법인당 평균 기부액	기부금	신고법인수	법인당 평균 기부액	기부금
계	517,805	8.99	4,654,495	550,472	8.91	4,906,292
농·임·어업	8,968	1.47	13,207	9,583	0.96	9,247
광업	990	7.14	7,065	961	23.48	22,568
제조업	114,040	12.44	1,418,710	121,511	13.32	1,618,439
전기·가스·수도업	1,414	69.27	97,948	1,732	61.63	106,739
건설업	82,895	2.66	220,791	84,380	2.31	194,627
도매업	104,662	2.44	255,043	110,744	2.20	243,993
소매업	16,633	6.04	100,414	18,240	5.19	94,654
음식·숙박업	5,567	8.10	45,119	6,448	4.17	26,874
운수·창고·통신업	30,011	10.89	326,692	31,263	10.86	339,420
금융·보험업	18,518	63.72	1,179,947	20,731	54.58	1,131,525
부동산업	24,444	4.15	101,507	26,708	4.59	122,633
서비스업	101,168	8.00	809,777	109,609	8.61	943,953
보건업	1,707	43.78	74,727	1,798	27.76	49,911
기타 업종	6,788	0.52	3,547	6,764	0.25	1,709

주: 2014년에 법인세 신고한 것을 기준으로 함.

법인세 신고서 주요계정명세서상 회사계상 금액임

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

자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도.

2014년 보건업 법인의 기부금 신고현황을 살펴보면 신고법인수는 1,798개로 2013년의 1,707개에 비하여 91개가 증가하였으며, 기부금 총액은 499억 11백만원(법정 411억 62백만원, 지정 87억 50백만원)으로 2013년의 747억 27백만원(법정 638억 72백만원, 지정 108억 55백만원)에 비하여 248억 16백만원이 감소하였으며, 2014년의 법인당 평균 기부액은 2,776만원으로 2013년의 4,378만원에 비하여 1,602만원이 감소하였다.

〈표 3-17〉 보건업 기부금 신고현황: 2007-2014

(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	1134	74.70	84,711	72,627	12,084
2010	1276	65.03	82,973	76,614	6,359
2011	1431	72.37	103,557	88,976	14,581
2012	1585	35.73	56,627	49,732	6,895
2013	1707	43.78	74,727	63,872	10,855
2014	1,798	27.76	49,911	41,162	8,750

주: 2014년에 법인세 신고한 것을 기준으로 함.

법인세 신고서 주요계정명세서상 회계계상 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 통계 조사이다. 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 사회공헌활동의 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 2005년에 비하면 1.9배가 증가한 액수이다. 기업의 사회공헌활동 평균지출액의 변화를 살펴보면 2005년 57억 4,700만원에서 2014년에는 115억 6,200만원으로 증가하여 2배의 증가를 보였다.

[그림 3-39] 기업의 사회공헌 지출현황: 2005-2014

(단위: 백만원)



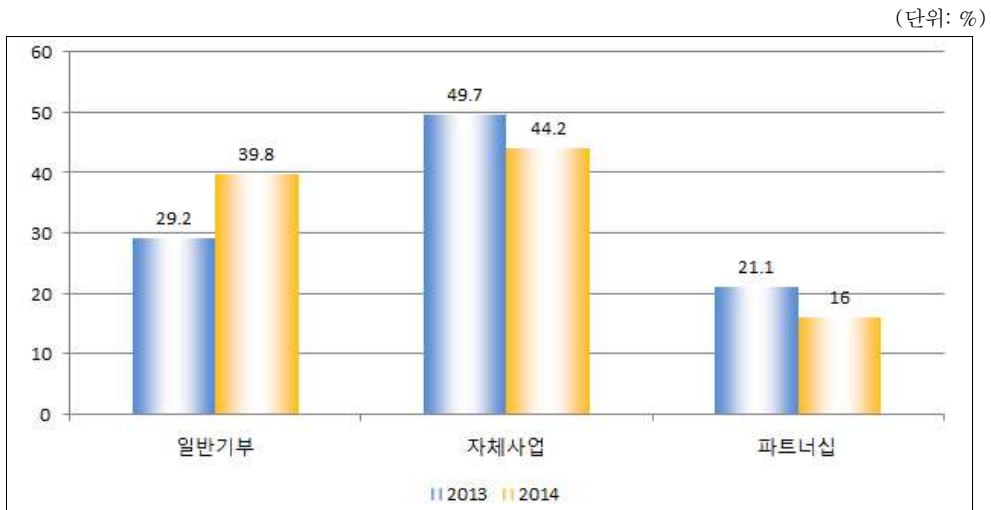
주: 2013년 비용은 2014년에 조사한 것으로, 2013년과 동일한 샘플임
해당 조사항목에 응답한 기업 기준(2005년, 244개사, 2006년 202개사, 2007년 208개사, 2008년 209개사, 2009년 220개사, 2010년 220개사, 2011년 225개사, 2012년 234개사, 2013년 231개사, 2014년 231개사)

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

2014년 사회공헌 운영방식별 지출현황을 보면, 자체사업이 44.2%, 파트너십 16.0%, 외부의 기존 프로그램에 대한 협찬 등 간접프로그램에 대한 지출인 일반기부가 39.8%로 기업이 뚜렷한 기획의지를 가지고 참여한 자율 프로그램이 60.2%(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 3-40] 기업의 운영방식별 지출현황: 2014-2015



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

나. 기부분야

2014년 기업의 분야별 사회공헌 지출비율을 살펴보면, 2014년의 경우 취약계층지원이 29.5%로 가장 높고, 다음은 교육, 학교, 학술 분야에 18.2%를 지출하였으며, 그 다음으로는 문화예술 및 체육에 15.3%를 지출하였다. 2013년과 비교해 보면 환경보전분야가 2.7% 포인트, 문화예술 및 체육분야 2.6% 포인트 증가하였고, 교육·학교·학술 분야 5.5% 포인트, 해외지원분야 4.8% 포인트, 취약계층 지원분야는 4.4% 포인트 감소하였다.

<표 3-18> 기업 분야별 사회공헌 지출 비율 추이: 2005-2014

(단위: %)

교육·학교·학술	35.1	23.2	24.6	20.6	17.6	14.7	23.2	16.1	23.7	18.2
문화예술 및 체육	7.4	11.2	12.6	12.3	6.6	11.8	11.6	11.1	12.7	15.3
환경 보전	1.6	2.2	1.9	1.7	1.6	1.6	2.6	2.4	1.4	4.1
해외 지원	2.3	2.2	2.4	3.2	1.5	6.9	3.8	2.9	6.5	1.7
의료 보건	2.1	6.6	5.2	4.3	3.2	5.1	3.4	5.7	0.8	1.1
기타	4.3	27.5	24.6	14.7	19.2	16.0	17.2	30.2	21.0	30.1

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

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 3-41] 개인의 자원봉사활동 실태 파악 개요



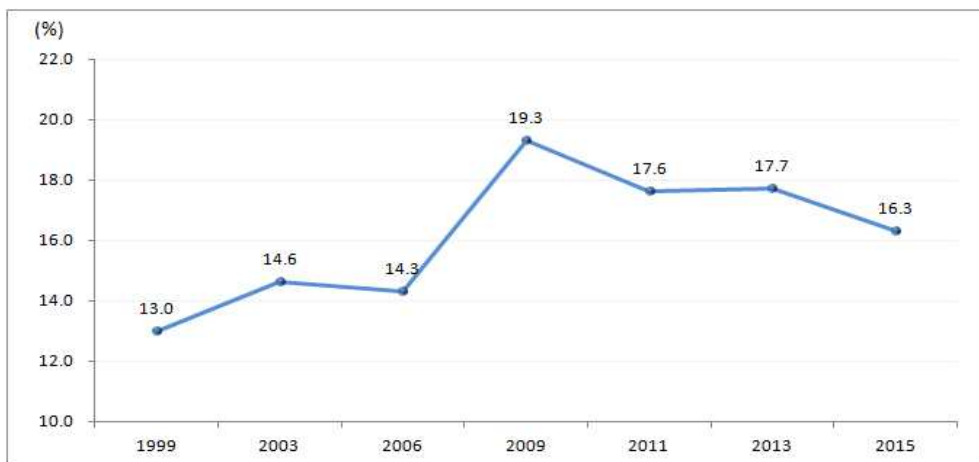
1. 자원봉사활동 동향

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

2015년 통계청이 실시한 사회조사에 따르면 지난 1년 동안 15세 이상 인구 중 16.3%가 자원봉사활동에 참여한 경험이 있는 것으로 응답하였다. 이는 2013년의 자원봉사활동 참여율 17.7%에 비하여 1.4% 포인트가 감소하였다.

[그림 3-42] 자원봉사활동 참여율(15세이상): 1999-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

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

또 다른 이유는 과거 가족과 자원봉사자들에 의해 해결되던 영역들이 직업의 전문화에 따라 점차 유급 인력으로 대체되면서 자원봉사활동 분야가 축소되고 있다. 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, 장기

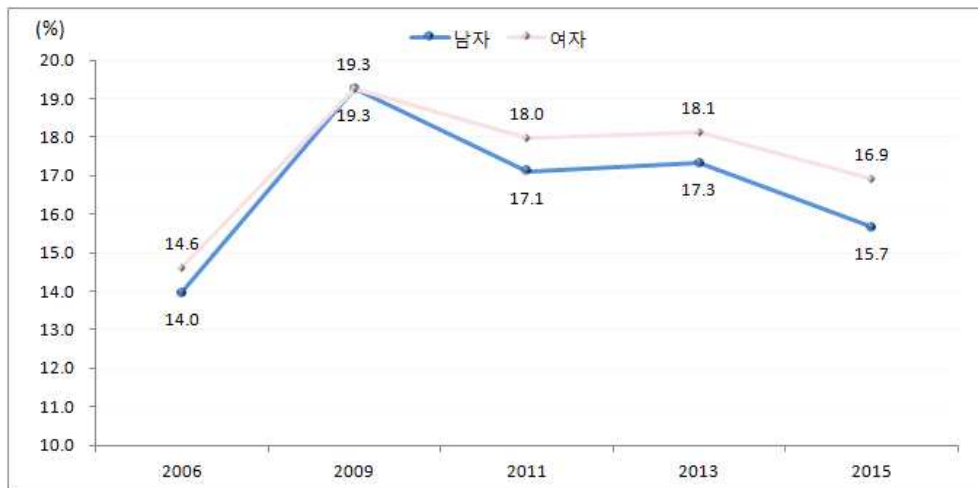
요양돌봄 종사자가 134만명(2009)에서 192만명(2014)으로 각각 증가하였다.

나 인구사회특성별 자원봉사활동 참여율

□ 성 및 연령별 자원봉사활동 참여율

남녀별 자원봉사활동 참여율은 큰 차이를 보이지 않고 있는 것으로 나타났다. 즉, 2006년에는 남자가 14.0%, 여자가 14.6%로 여자가 0.6% 포인트 높았으나 2009년에는 19.3%로 같은 수준의 자원봉사활동 참여율을 보였고, 2011년에는 여자가 남자보다 0.9%포인트 높은 18.0%의 자원봉사활동 참여율을 보였으며, 2013년에는 여자가 남자보다 0.8% 포인트 높은 18.1%의 자원봉사활동 참여율을, 그리고 2015년에는 여자 16.9%, 남자 15.7%로 여자가 남자보다 1.2% 포인트 높았으나 2013년에 비하여 남·녀 모두 감소하였다. 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 3-43] 성별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2006-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

〈표 3-19〉 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 개정¹⁰⁾에 따라 2011년 창의적 체험활동¹⁰⁾을 도입·시행하면서 청소년의 자원봉사활동은 창의적 체험활동영역으로 포함되었으며, 학교가 중심이 되어 봉사활동을 관리하게 되었다. 이로써 청소년의 봉사활동은 학교 교육 과정에 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

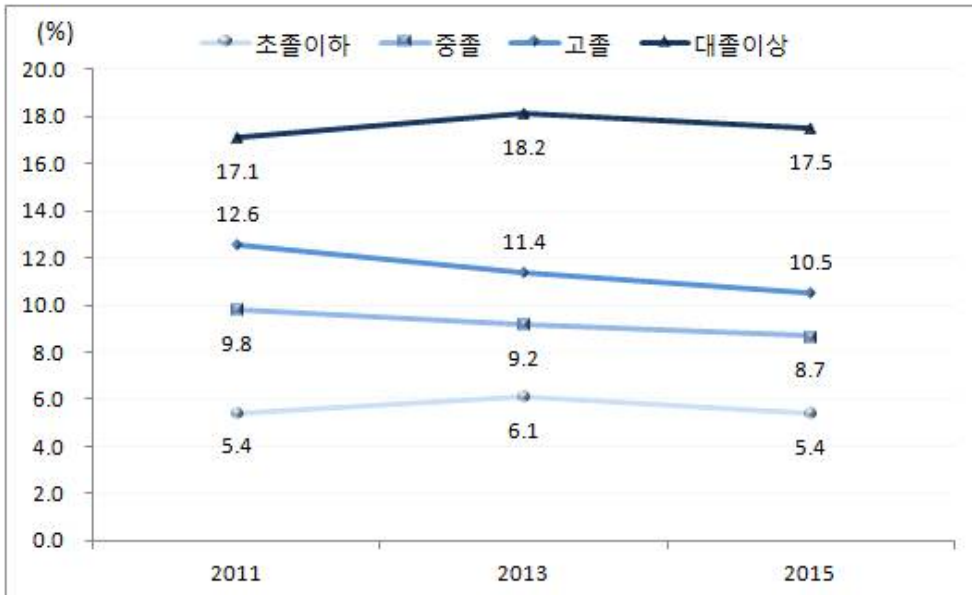
10) 교육부(2015). 2015개정 교육과정, 질의응답 자료

봉사활동 관리로 이들의 참여율이 조금씩 떨어졌던 것으로 추측된다.

□ 교육정도별 자원봉사활동 참여율

2015년 30세 이상 인구의 교육정도별 자원봉사활동 참여율을 살펴보면 대졸 이상이 17.5%로 가장 높고, 다음은 고졸이 10.5%로 높았으며, 중졸은 8.7%, 초졸 이하는 5.4% 순이었고, 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 3-44] 교육정도별 자원봉사활동 참여율(30세이상): 2011-2015

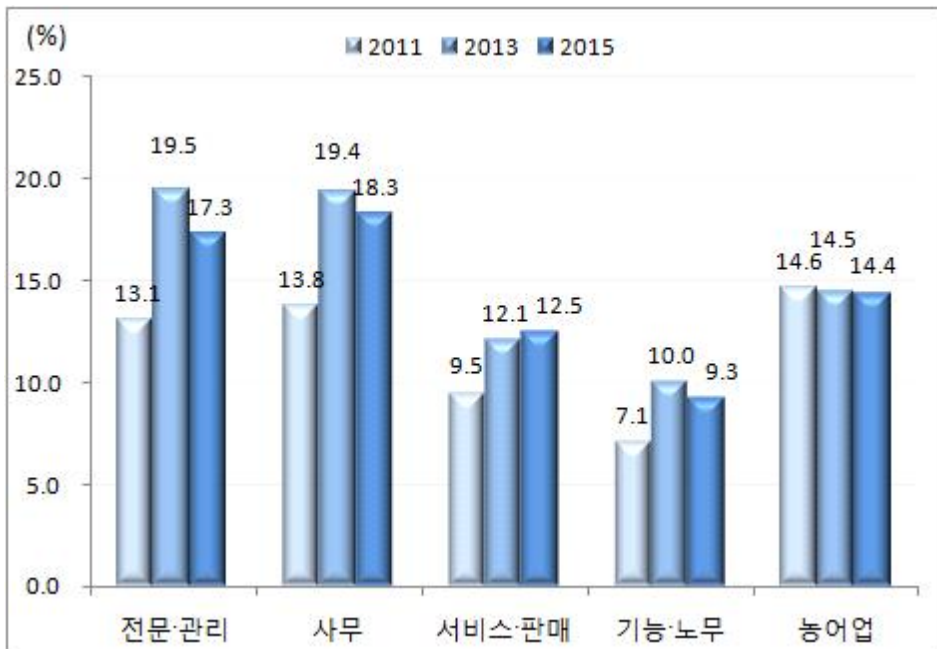


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

□ 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 3-45] 직업별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015

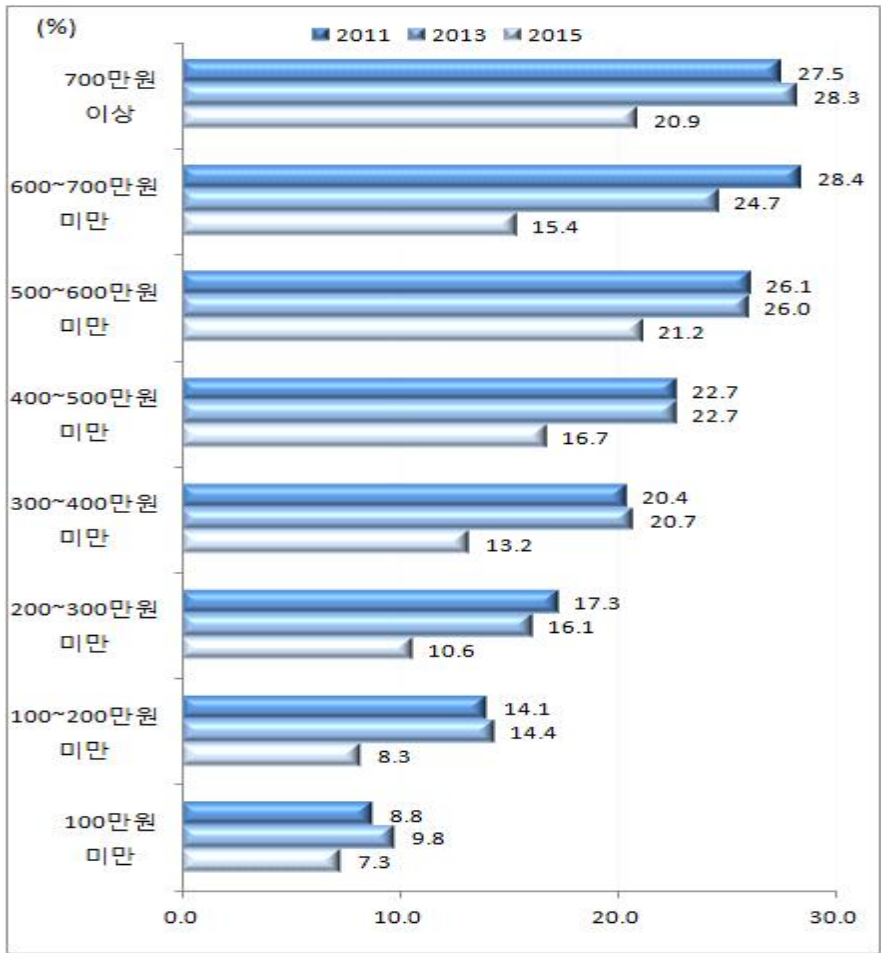


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

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 3-46] 가구소득별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015

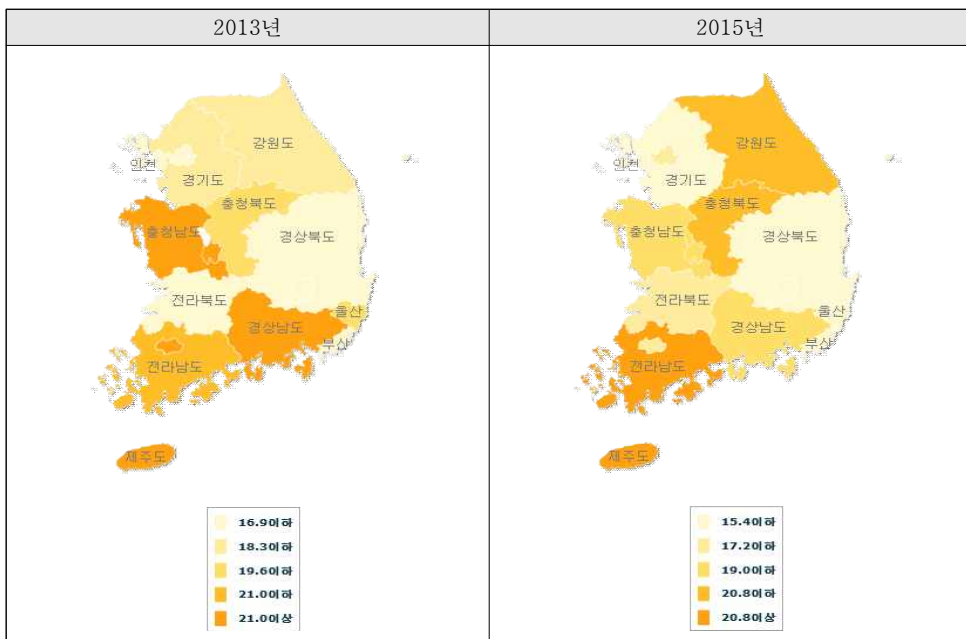


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

□ 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 낮았고, 다음은 부산이 13.7%로 낮았다.

[그림 3-47] 지역별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2013, 2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

<표 3-20> 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

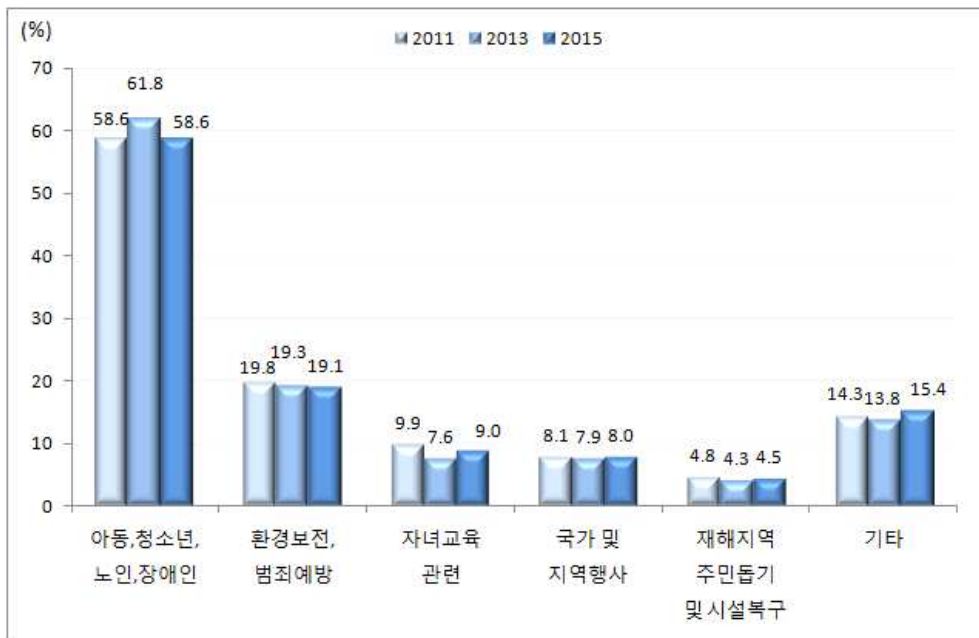
경기	16.9	17.5	15.4				
----	------	------	------	--	--	--	--

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 3-48] 활동분야별 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015

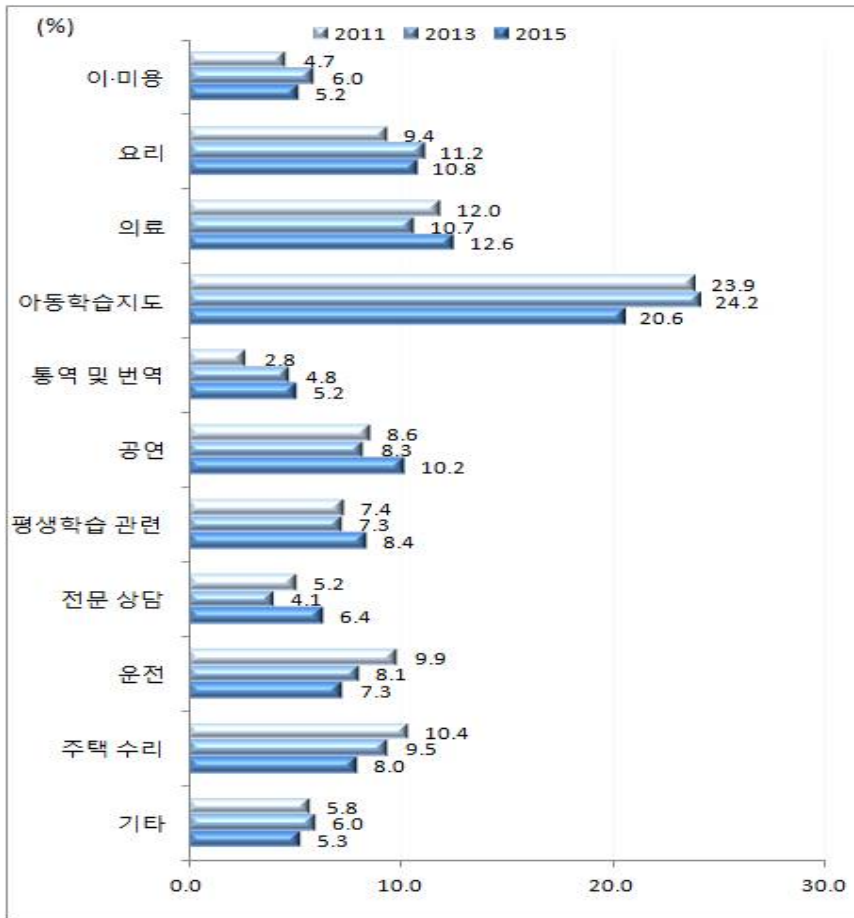


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

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 3-49] 전문성을 활용한 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015

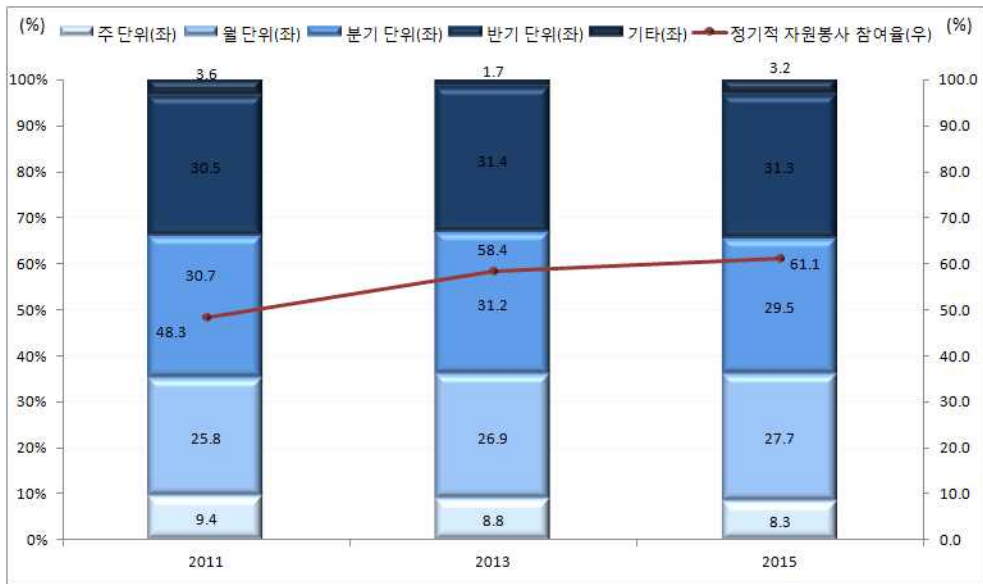


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

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 3-50] 정기적 자원봉사활동 참여율(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

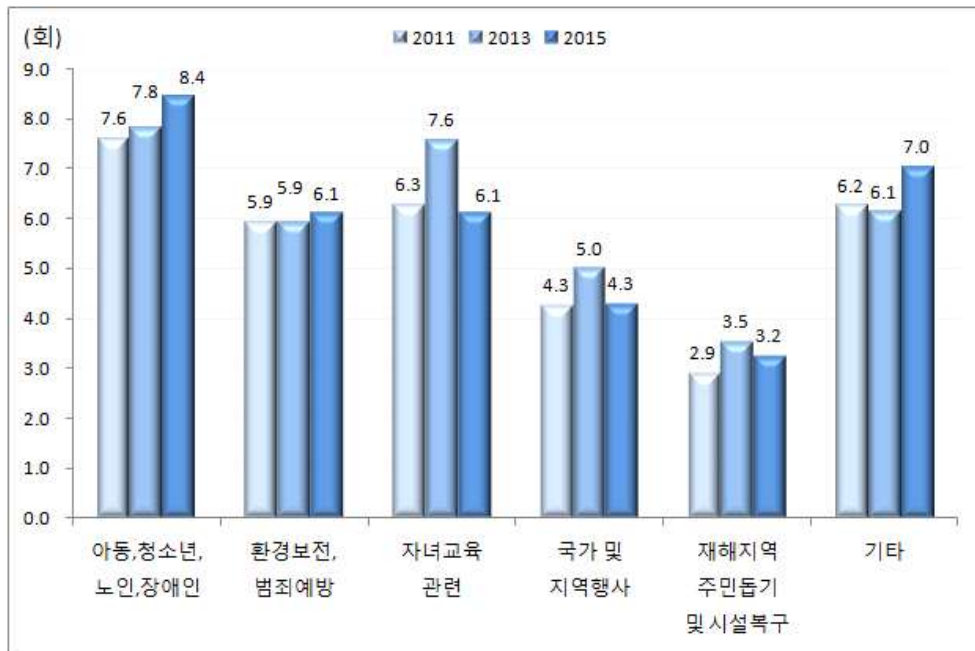
2. 자원봉사활동 규모

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 자녀교육관련분야와 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, 자녀교육관련이 1.5% 포인트 감소하여 가장 크게 감소하였다.

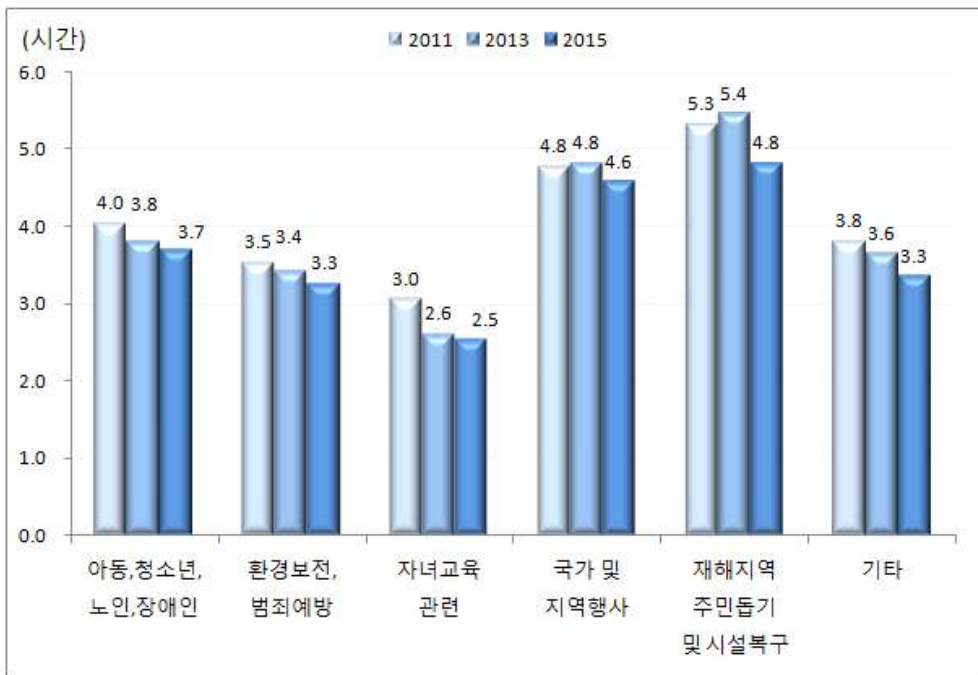
[그림 3-51] 활동분야별 자원봉사활동 평균 참여횟수(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

분야별 자원봉사활동 평균 참여시간을 살펴보면 재해지역 주민돕기 및 시설복구 분야에서 1회당 평균 4.8시간을 참여하여 가장 길게 활동하였고, 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 3-52] 활동분야별 자원봉사활동 평균 참여시간(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도.

나. 등록 자원봉사자 인원 및 시간

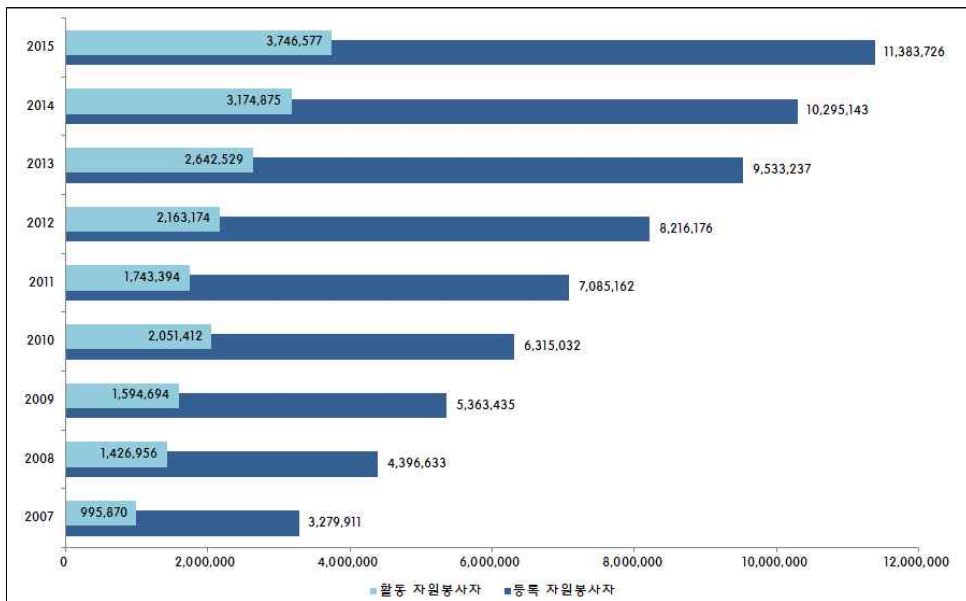
보건복지부와 행정자치부에서 각각 구축하여 운영하고 있는 자원봉사활동 등록 및 실적인증 DB를 통해 등록된 자원봉사자의 인원 및 활동현황 등을 살펴보았다.

□ 행정자치부 DB 등록 자원봉사자 규모

행정자치부의 자원봉사센터 현황 자료를 통한 자원봉사자 등록 및 활동현황을 살펴보면 등록 자원봉사자수는 2007년 328만명에서 점차 증가하여 2015년에는 1,138만 4천명으로 증가하였다. 연간 1회이상 활동 자원봉사자수는 2007년 99만 6천명에서 2015년에는 374만 7천명으로 증가하였으며, 2015년 활동자원봉사자는 등록 자원봉사자의 32.9%로 2014년의 30.8%에 비하여 2.1% 포인트가 증가한 것으로 나타났다.

[그림 3-53] 자원봉사자 등록 및 활동 현황: 2007-2015

(단위: 명)



주: 활동인원은 실인원임

자료: 행정자치부, 2015 자원봉사센터 현황, 2015

2015년 분야별 자원봉사 활동 현황을 살펴보면 총인원(연인원)은 2,512만 2천명이고, 활동분야는 생활편의에 25.6%, 안전방법에 16.3%, 문화행사에 11.5%, 교육에 7.4%, 환경보호에 7.1%순으로 참여한 것으로 나타났다.

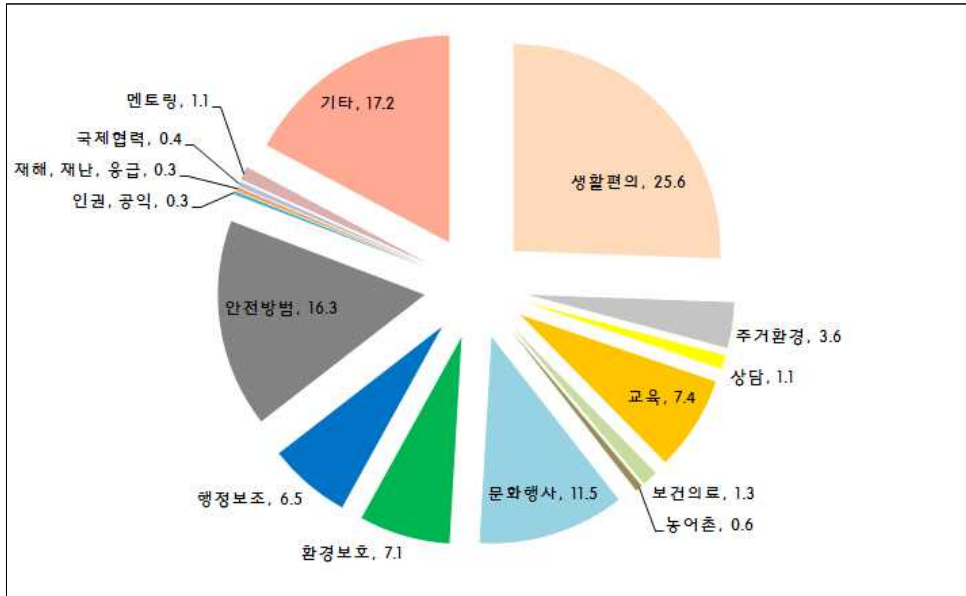
〈표 3-21〉 분야별 자원봉사 활동현황: 2013-2015

(단위: 명, %)

	2013	2014	2015
생활편의	6,018,972 (28.1)	6,089,199 (27.8)	6,424,823 (25.6)
주거환경	673,542 (3.1)	750,393 (3.4)	898,482 (3.6)
상담	277,621 (1.3)	279,737 (1.3)	272,394 (1.1)
교육	1,521,089 (7.1)	1,736,038 (7.9)	1,857,903 (7.4)
보건의료	313,537 (1.5)	306,257 (1.4)	314,928 (1.3)
농어촌	139,887 (0.7)	153,544 (0.7)	143,129 (0.6)
문화행사	2,280,369 (10.7)	1,673,446 (7.6)	2,884,211 (11.5)
환경보호	1,724,274 (8.1)	2,347,506 (10.7)	1,787,184 (7.1)
행정보조	1,420,472 (6.6)	1,153,865 (5.3)	1,621,146 (6.5)
안전방법	4,397,856 (20.6)	3,756,976 (17.1)	4,090,863 (16.3)
인권, 공익	36,748 (0.2)	49,361 (0.2)	68,250 (0.3)
재해, 재난, 응급	78,589 (0.4)	140,846 (0.6)	71,642 (0.3)
국제협력	60,012 (0.3)	125,585 (0.6)	95,780 (0.4)
멘토링	169,078 (0.8)	213,229 (1.0)	266,664 (1.1)
기타	2,282,509 (10.7)	3,154,732 (14.4)	4,324,609 (17.2)

[그림 3-54] 분야별 자원봉사 활동 현황: 2015

(단위: %)



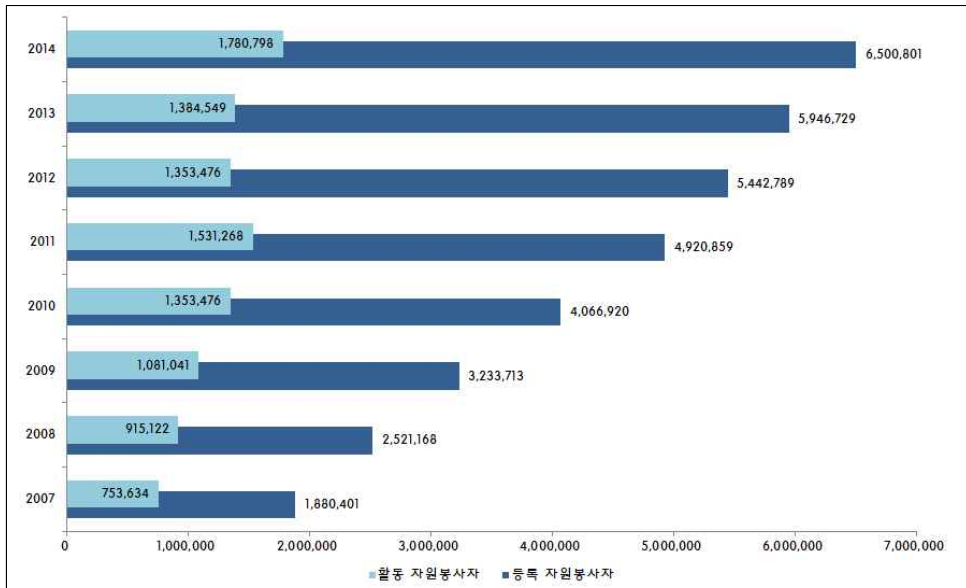
자료: 행정자치부, 2015 자원봉사센터 현황, 2015

□ 보건복지부 DB 등록 자원봉사자 규모

보건복지부 DB에 등록된 자원봉사자 규모를 살펴보면 2014년 등록자원봉사자수는 650만 1천명이고, 2014년 활동자원봉사자수는 178만 1천명으로 나타났다. 2007년 이후 증가를 보이던 활동자원봉사자수는 2011년에 153만 1천명을 정점으로 2012년에는 135만 3천명으로 감소하였고, 2013년에는 이보다는 약간 증가한 138만 5천명으로, 2014년에는 178만 1천명으로 2013년 보다 39만 6천명이 증가하였다. 2012년 감소의 원인이 2011년 시행된 개인정보보호에 따라 본인이 직접 회원으로 가입한 경우에만 인증서 발급이 가능해져 활동봉사자수가 적게 집계된 것으로 추정되고 있다(통계청).

[그림 3-55] 사회복지 자원봉사자 등록 및 활동 현황: 2007-2014

(단위: 명)



자료: 한국사회복지협의회, 2014 사회복지 자원봉사 통계연보, 2015

관리센터종류별 사회복지 활동봉사자 현황을 살펴보면 2014년에 활동한 전체 자원봉사자수는 159만 1천명(헌혈실적으로만 인정받은 자원봉사자 수 제외)이었으며, 사회복지분야에 84.9%, 보건의료분야에 5.9%, 기타분야에 9.2%가 등록되어 있으며, 사회복지분야 등록인원을 보다 세분화 하여 살펴보면 사회복지분야 등록 자원봉사자 중 노인시설 25.9%, 장애인시설 20.7%, 복지관 14.4%, 법인/단체 10.2%, 아동시설 10.5% 순으로 등록되어 있다.

<표 3-22> 관리센터 종류별 사회복지 자원봉사자 현황: 2013-2014

(명, %)

		2013	2014
사회복지	소계	1,102,380 (85.4)	1,350,552 (84.9)

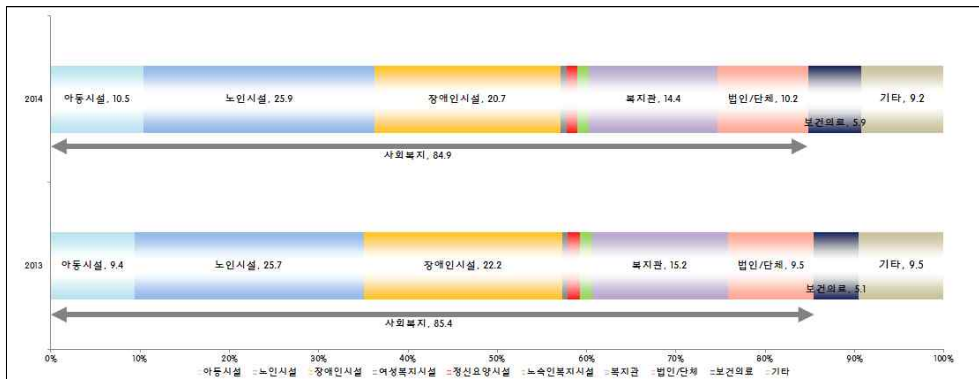
		2013	2014
	여성복지시설	7,711 (0.7)	10,951 (0.7)
	정신요양시설	17,177 (1.6)	19,962 (1.3)
	노숙인복지시설	17,923 (1.6)	20,348 (1.3)
	복지관	196,391 (17.8)	229,599 (14.4)
	법인/단체	123,239 (11.2)	161,906 (10.2)
보건의료		65,991 (5.1)	93,420 (5.9)
기타		122,893 (9.5)	146,903 (9.2)

주: 등록자원봉사자는 사회복지 자원봉사 육성·지원사업 정보등록 기준년도인 2001년 1월부터 2014년 12월 31일까지의 등록봉사자임

자료: 한국사회복지협의회, 2014 사회복지 자원봉사 통계연보, 2015

[그림 3-56] 관리센터 종류별 사회복지 자원봉사자 현황: 2013-2014

(단위: %)



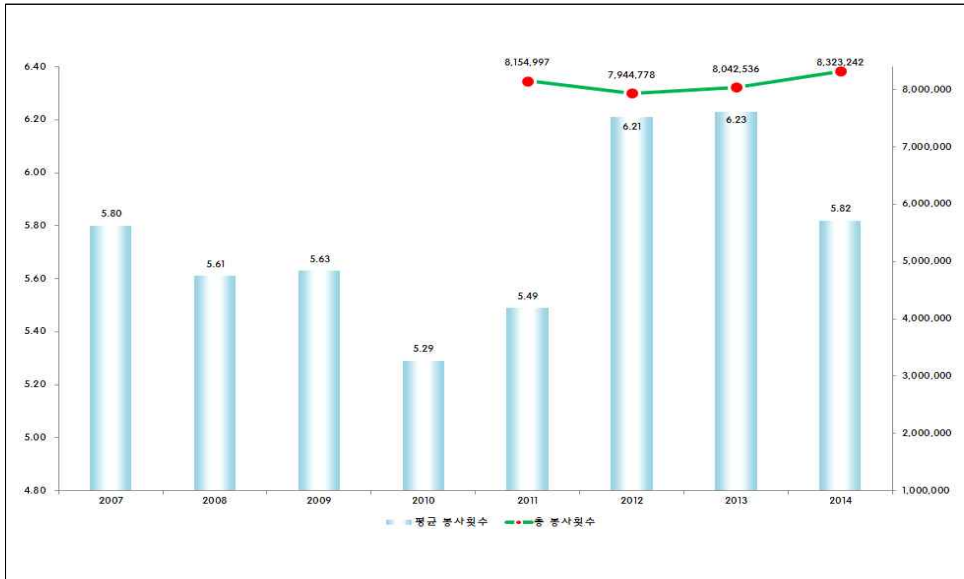
주: 현행실적으로만 자원봉사를 인정받은 인원을 제외하여 작성(2013년 1,291,264명, 2014년 1,590,875명을 기준으로 작성)

자료: 한국사회복지협의회, 2014 사회복지 자원봉사 통계연보, 2015

사회복지 자원봉사자의 총 봉사횟수와 평균 봉사횟수를 살펴보면, 총 봉사횟수는 2011년 815만 5천회에서 2012년에는 794만 5천회로 감소하였고, 2013년에는 804만 3천회, 2014년 832만 3천회로 증가하였다. 평균 봉사횟수는 2007년 5.80회에서 점차 감소하여 2010년에는 5.29회까지 감소하였으나 이후 점차 증가하여 2013년에는 6.23회로 증가하였으나, 2014년에는 다시 5.82회로 감소하였다.

[그림 3-57] 사회복지 자원봉사자 총 봉사 횟수 및 평균 봉사 횟수: 2007-2014

(단위: 명)

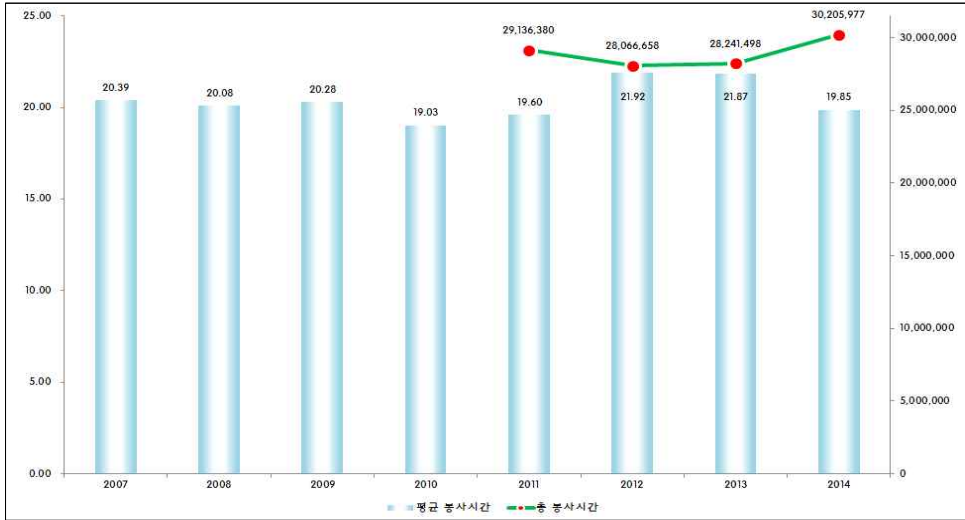


자료: 한국사회복지협의회, 2014 사회복지 자원봉사 통계연보, 2015

사회복지 자원봉사자의 총 봉사시간과 평균 봉사시간을 살펴보면, 총 봉사시간은 2011년 2,913만 6천 시간에서 2012년에는 2,806만 7천 시간으로 감소하였고, 2013년에는 2,824만 1천 시간으로 증가하였으며, 2014년에는 3,020만 6천 시간으로 증가하였다. 평균 봉사시간은 2007년 20.39시간에서 점차 감소하여 2010년에는 19.03시간까지 감소하였으나 2013년에는 21.87시간으로 증가하였고, 2014년에는 다시 19.85시간으로 감소하였다.

[그림 3-58] 사회복지 자원봉사자 총 봉사 시간 및 평균 봉사 시간: 2007-2014

(단위: 시간)



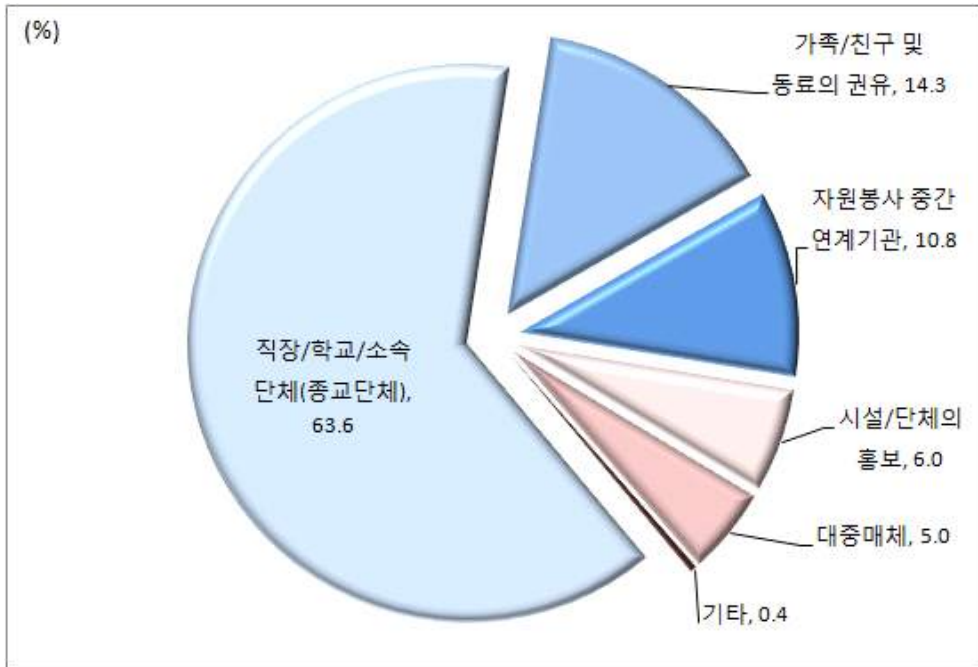
자료: 한국사회복지협의회, 2014 사회복지 자원봉사 통계연보, 2015

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 3-59] 자원봉사활동 인지경로(15세이상): 2015

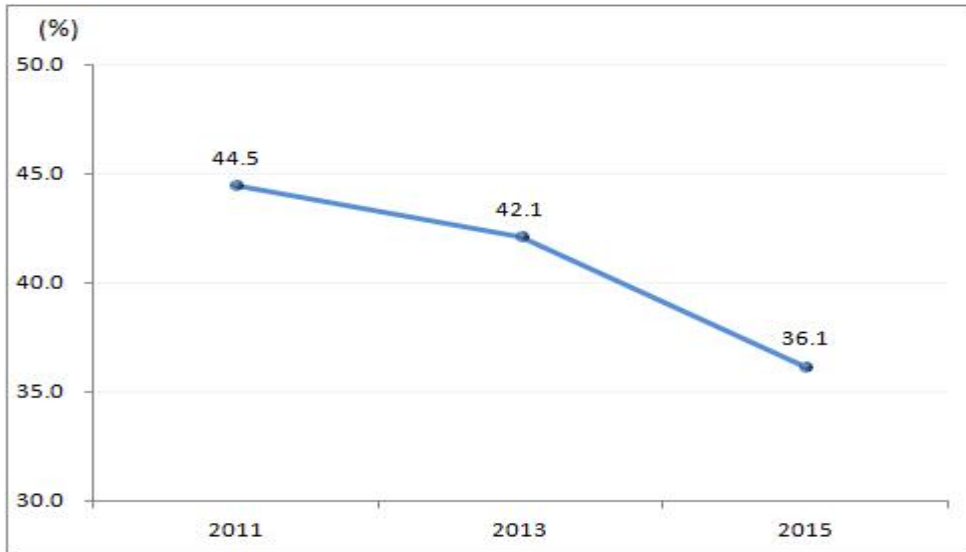


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도

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 3-60] 향후 자원봉사활동 의향(15세이상): 2011-2015



자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도

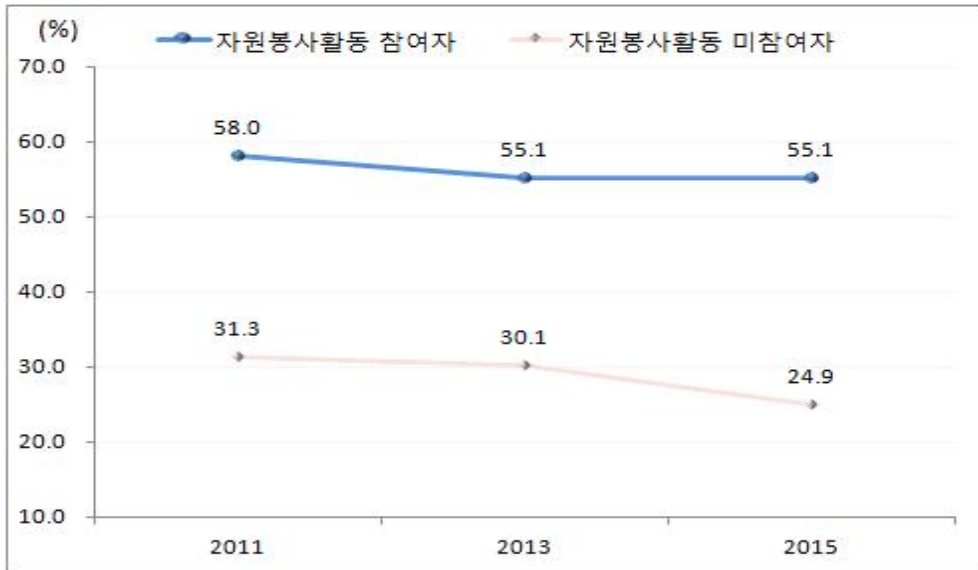
4. 자원봉사활동 여부별 특성

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 참여자는 55.1%가 기부에 참여하였으나 자원봉사활동 미참여자는 24.9%만이 기부에 참여하여, 자원봉사활동 참여자가 미참여자보다 기부에 더 적극적으로 참여하고 있는 것으로 나타났다. 2013년과 비교하면 자원봉사활동 미참여자가 기부에 참여한 비율이 약간 낮아진 것으로 나타나고 있다. 즉, 자원봉사활동 미참여자의 기부 참여율이 2013년 30.1%보다 5.2% 포인트가 낮아졌다.

[그림 3-61] 자원봉사활동 여부에 따른 기부 참여율(15세이상): 2011-2015

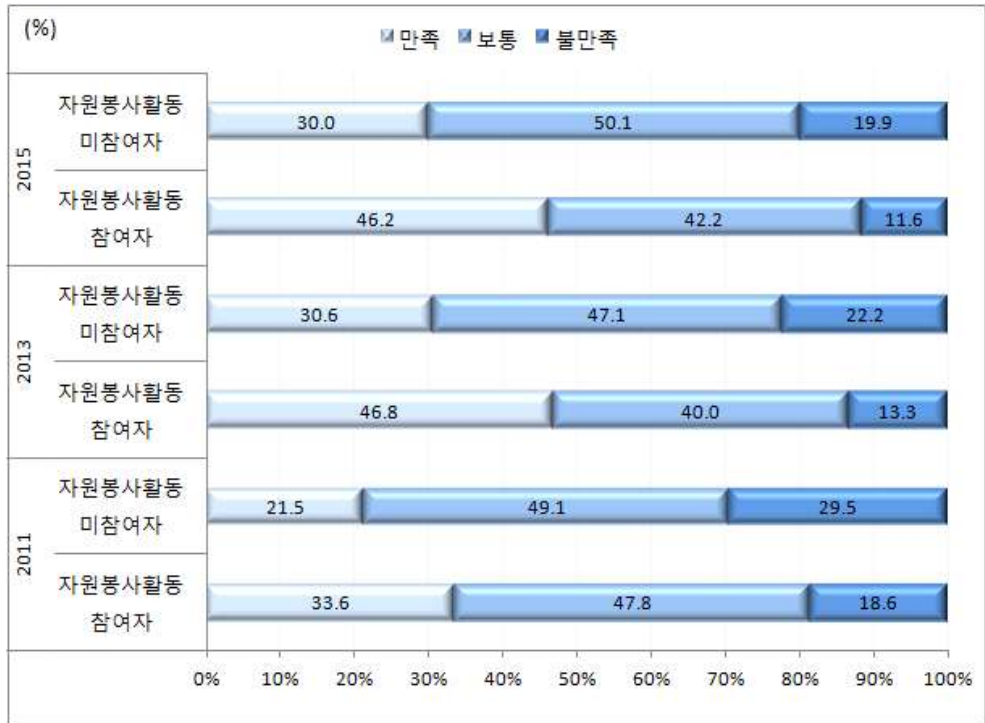


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도

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 3-62] 자원봉사활동 여부에 따른 주관적 만족감(15세이상): 2011-2015

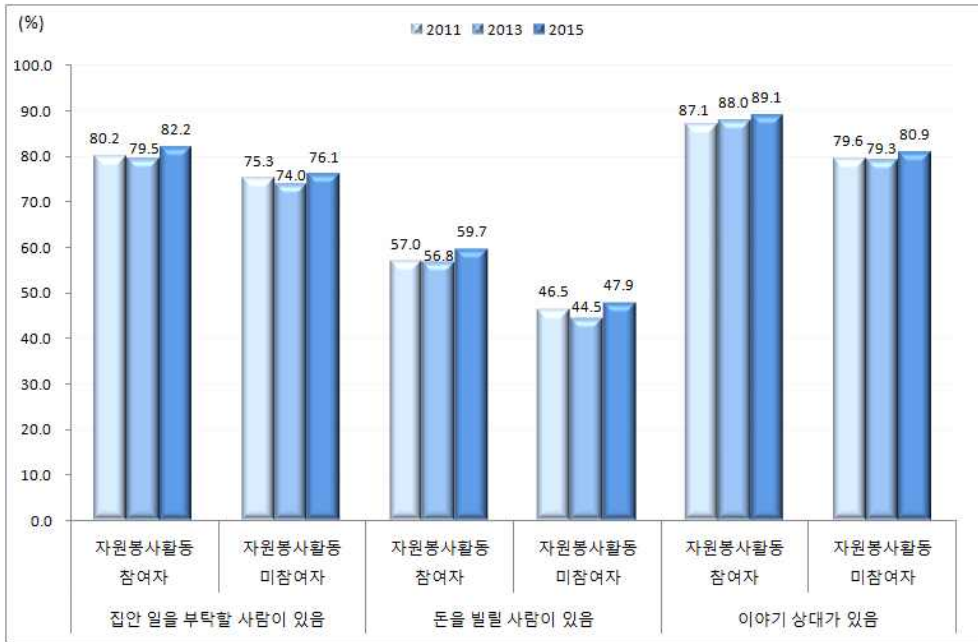


자료: 통계청, 사회조사 원자료, 각년도

다. 사회적 관계망

2015년 어려움에 처했을 때 도움을 받을 수 있는 사람이 있는지의 여부를 자원봉사활동 참여자와 자원봉사활동 미참여자로 나누어 비교해 보면 집안일을 부탁할 사람이 있는지의 여부는 자원봉사활동 참여자가 82.2%, 자원봉사활동 미참여자가 76.1%로 자원봉사활동 참여자가 6.1% 포인트 높았으며, 돈을 빌릴 사람이 있는지의 여부는 자원봉사활동 참여자가 59.7%, 자원봉사활동 미참여자가 47.9%로 자원봉사활동 참여자가 11.8% 포인트 높았다. 이야기 상대가 있는지의 여부는 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 3-63] 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.

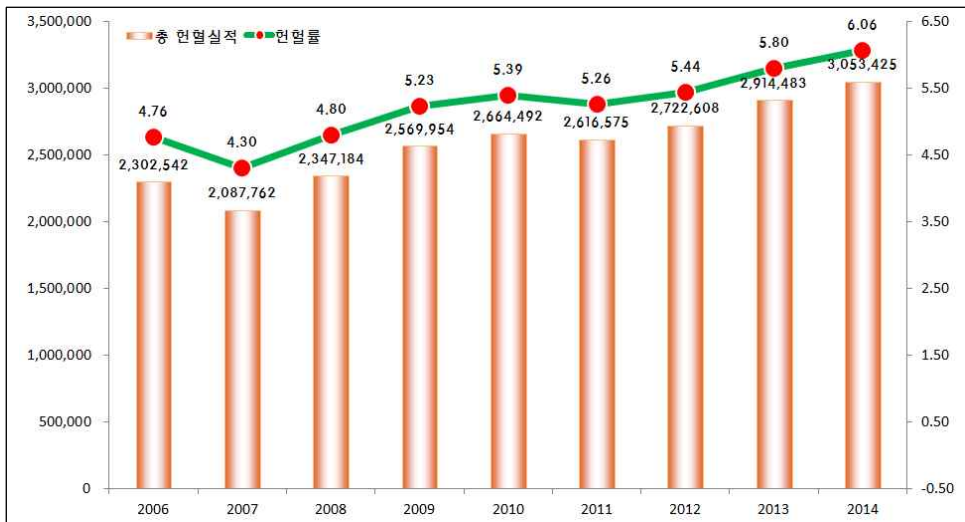
1. 헌혈

적십자의 혈액사업통계연보에 따르면 2014년 총 헌혈실적은 305만 3천 건으로 2013년의 291만 4천 건에 비하여 4.8%가 증가하였다. 2007년부터 헌혈실적의 변화를 살펴보면 2007년 208만 8천 건이던 헌혈실적은 점차 증가하여 2010년에는 266만 4천 건에 이르렀으나 2011년에는 이보다 감소한 261만 7천 건의 헌혈실적을 나타내었다. 이후 다시 증가하여 2012년에는 272만 3천 건, 2014년

에는 305만 3천 건으로 증가하였다. 헌혈실적에 따른 헌혈률은 2007년 4.3%에서 점차 증가하여 2010년에는 5.4%에 이르렀으나 2011년에는 5.3%로 감소하고 이후 다시 증가하여 2012년에는 5.4%, 2014년에는 6.1%로 증가하였다.

[그림 3-64] 총 헌혈실적 및 헌혈률: 2006-2014

(단위: 건, %)

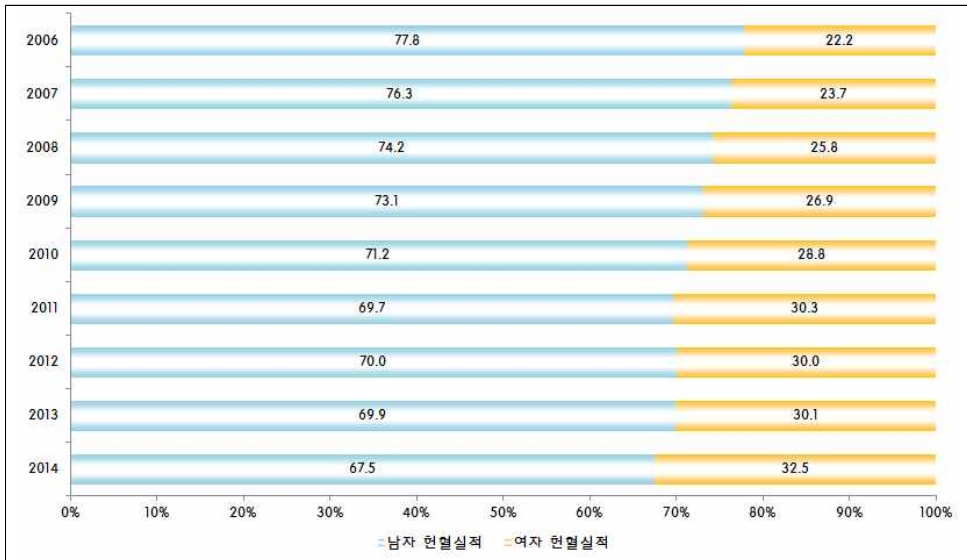


자료: 대한적십자사, 2014 혈액사업통계연보, 2015

2014년 성별 헌혈실적을 살펴보면 남자가 67.5%, 여자가 32.5%로 남자가 여자보다 35.0% 포인트 높았다. 이와 같은 남녀의 차이는 과거에 비하여 개선된 것으로 2007년의 남자와 여자의 헌혈비율은 각각 76.3%, 23.7%로 남자가 여자보다 52.6% 포인트 높았으나 점차 그 차이가 좁혀져 2010년에는 남자가 71.2%, 여자가 28.8%로 그 차이가 42.4% 포인트로 감소하였으며, 2014년에는 이 보다 더 감소한 35.0% 포인트로 줄어들었다.

[그림 3-65] 성별 헌혈실적: 2006-2014

(단위: %)

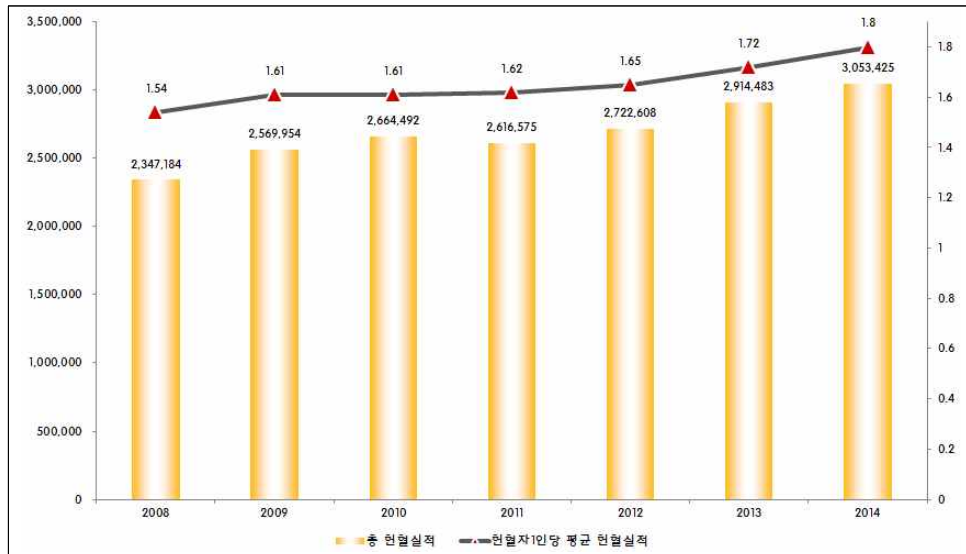


자료: 대한적십자사, 2014 혈액사업통계연보, 2015

총 헌혈실적을 헌혈자 실인원수로 나눈 헌혈자 1인당 평균 헌혈실적의 변화를 살펴보면 2008년 총 헌혈실적은 234만 7천 건에서 점차 증가하여 2010년에는 266만 4천 건으로 증가하였으나 2011년에는 261만 7천 건으로 감소하였으며, 이후 다시 증가하여 2014년에는 305만 3천 건으로 증가하였다. 헌혈자 1인당 평균헌혈실적은 2008년 1.54회에서 점차 증가하여 2009년에는 1.61회로 그리고 2012년에는 1.65회로 그리고 2014년에는 1.80회로 꾸준히 증가하여 왔다. 즉 헌혈 참여자의 헌혈횟수는 꾸준히 증가하여 왔다.

[그림 3-66] 총 헌혈실적 및 평균 헌혈실적: 2008-2014

(단위: 명, 건)

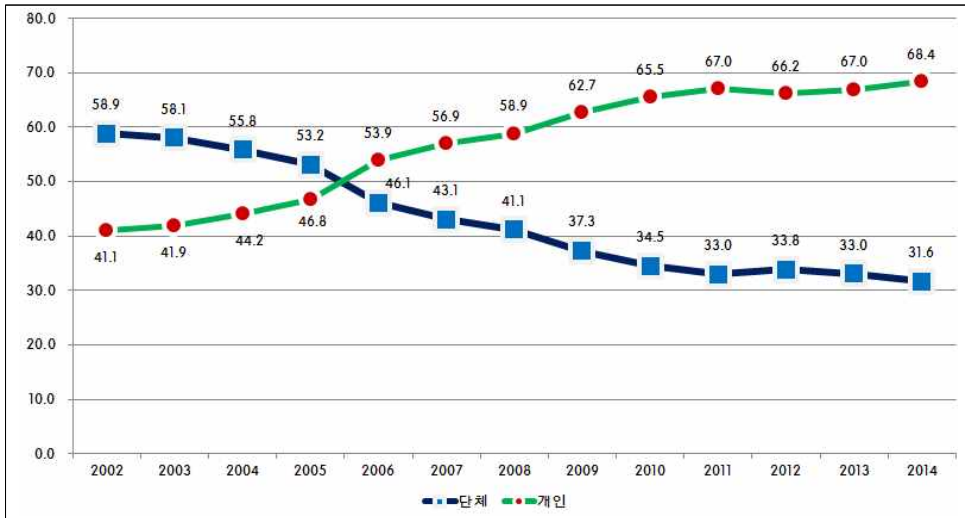


자료: 대한적십자사, 2014 혈액사업통계연보, 2015

2013 헌혈실적을 헌혈의 집 및 가두헌혈을 통한 개인헌혈과 학교 및 군부대 등 단체헌혈로 나누어 그 비율을 살펴보면 2002년에는 단체헌혈이 개인헌혈보다 높아 58.9% 차지하고 개인은 41.1%를 차지하여, 단체헌혈이 개인헌혈보다 17.8% 포인트가 높았으나 점차 그 간격이 좁혀져 2005년에는 단체 53.2%, 개인 46.8%로 그 차이가 6.4% 포인트로 감소하였으며, 2006년에는 단체가 46.1%로 감소하고 개인이 53.9%로 증가하여 그 차이가 7.8% 포인트 개인의 비율이 높아졌다. 이와 같은 개인 비율의 증가추세는 지속되어 2013년에는 개인 67.0%, 단체 33.0%로 개인이 단체보다 34.0% 포인트 높은 것으로 나타났고, 2014년에는 개인 68.4%, 단체 31.6%로 개인이 단체보다 36.8% 포인트(약 2.2배) 높은 것으로 나타났다. 과거 군대와 학교의 집단적 협조가 잘 이루어 졌으나 최근 이들 조직에 자율성이 나타나면서 감소한 것으로 추측된다.

[그림 3-67] 개인과 단체의 헌혈실적 비율: 2002-2014

(단위: %)

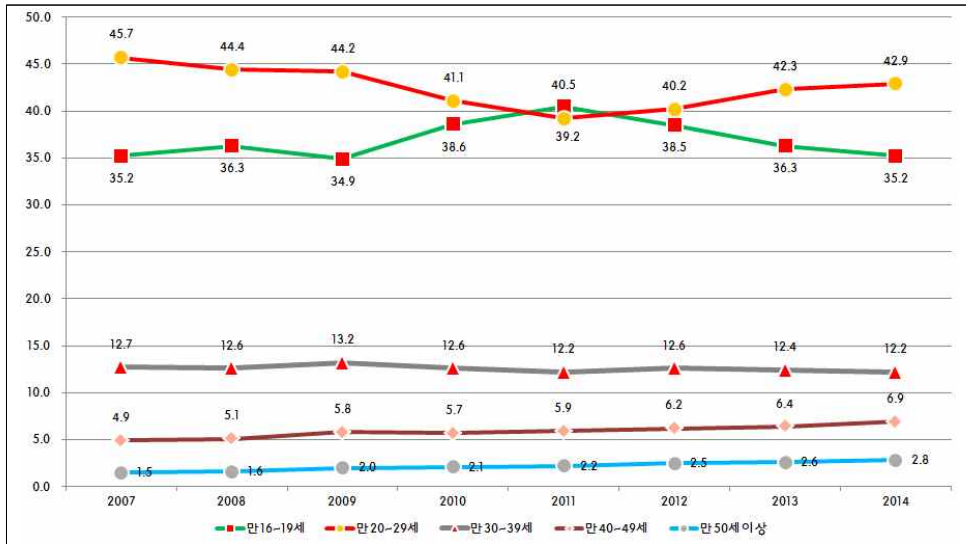


자료: 대한적십자사, 2014 혈액사업통계연보, 2015

2014년 연령별 헌혈 실적 비율을 살펴보면 만 20~29세의 헌혈 실적 비율은 42.9%로 가장 높으며, 만 16~19세의 경우 35.2%로 그 뒤를 이었다. 연령대가 높아질수록 헌혈 실적의 비율은 급격히 감소하는데, 만 30~39세의 경우 12.2%, 만 40~49세는 6.9%, 만 50세 이상은 2.8%를 차지하였다.

[그림 3-68] 연령별 헌혈실적 비율: 2007-2014

(단위: %)



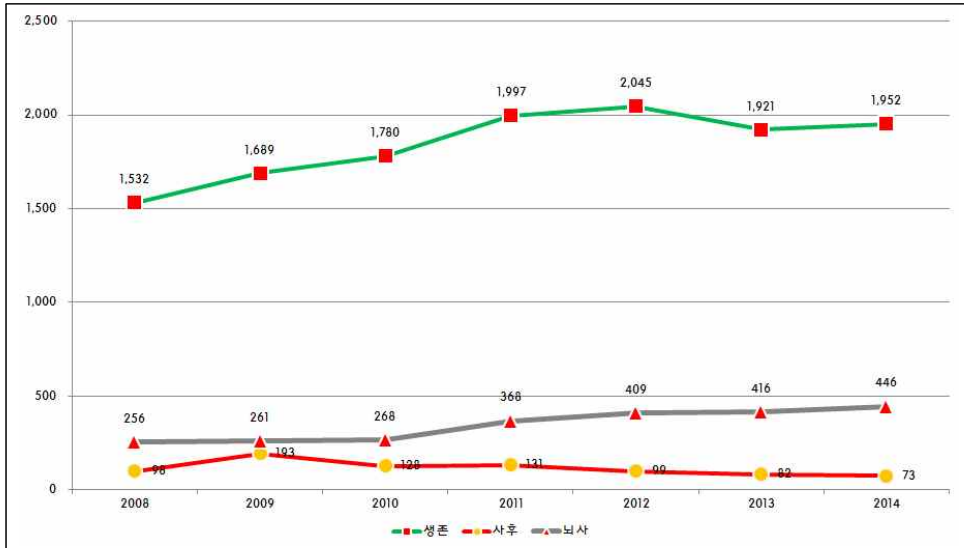
자료: 대한적십자사, 2014 혈액사업통계연보, 2015

2. 장기기증

우리나라는 장기이식의 효율적인 관리를 위하여 장기이식관리센터에서 장기이식 희망자와 장기기증 희망자를 등록하여 관리하는 등 장기이식의 현황을 파악할 수 있는 시스템을 구축하고 있다. 이를 기반으로 질병관리본부 장기이식관리센터에서는 매년 장기이식통계연보를 발간하고 있다. 장기이식통계연보를 통해 살펴 본 장기기증실태를 살펴보면 생존자의 장기기증은 2008년 1,532명에서 점차 증가하여 2012년에는 2,045명에 이르렀으나 2013년에는 이보다 감소한 1,921명, 그리고 2014년에는 이 보다 증가한 1,952명이 장기를 기증한 것으로 나타났다. 뇌사자의 장기기증은 2008년 256명에서 점차 증가하여 2011년에는 368명으로 2013년에는 416명, 2014년에는 446명으로 증가하였다. 사후장기기증자는 2008년 98명에서 2009년에는 193명으로 증가하였으나 이후 점차 감소하여 2013년에는 82명으로 그리고 2014년에는 73명으로 감소하였다.

[그림 3-69] 기증형태별 장기 등 기증자 추이: 2008-2014

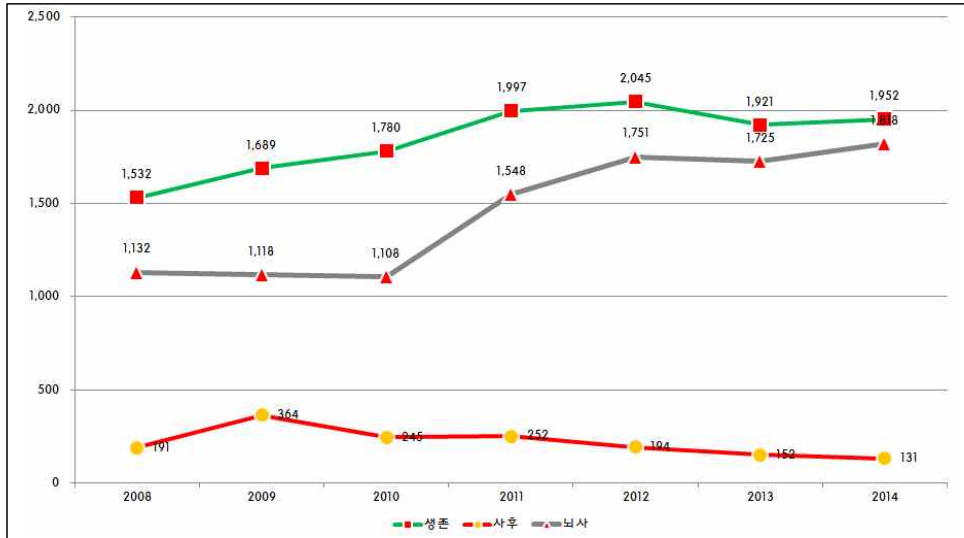
(단위: 명)



2014년 기증자로부터 장기를 이식받은 추이를 살펴보면 생존자의 장기를 이식한 건수는 1,952건이었으며, 뇌사자의 장기를 이식받은 건수는 1,818건 그리고 사망자의 장기를 이식 받은 건수는 131건인 것으로 나타났다. 장기이식자 보다 장기이식 받은 건수가 더 많은 것은 뇌사나 사망이후에 한사람의 여러 장기를 다른 사람에게 이식하는 경우가 있기 때문이다.

[그림 3-70] 기증형태별 장기 등 이식 추이: 2008-2014

(단위: 명)



2014년 장기이식 실태를 장기별로 살펴보면 신장이 1,808건으로 가장 큰 비중 (46.3%)을 차지하고 있으며, 다음은 간장으로 1,262건(32.4%), 안구 504건 (12.9%) 순으로 많았다. 신장과 간장 그리고 각막이식 건수의 합은 3,574건으로 전체의 91.6%로 이식의 대부분을 차지하고 있다.

<표 3-23> 장기 등 이식 현황

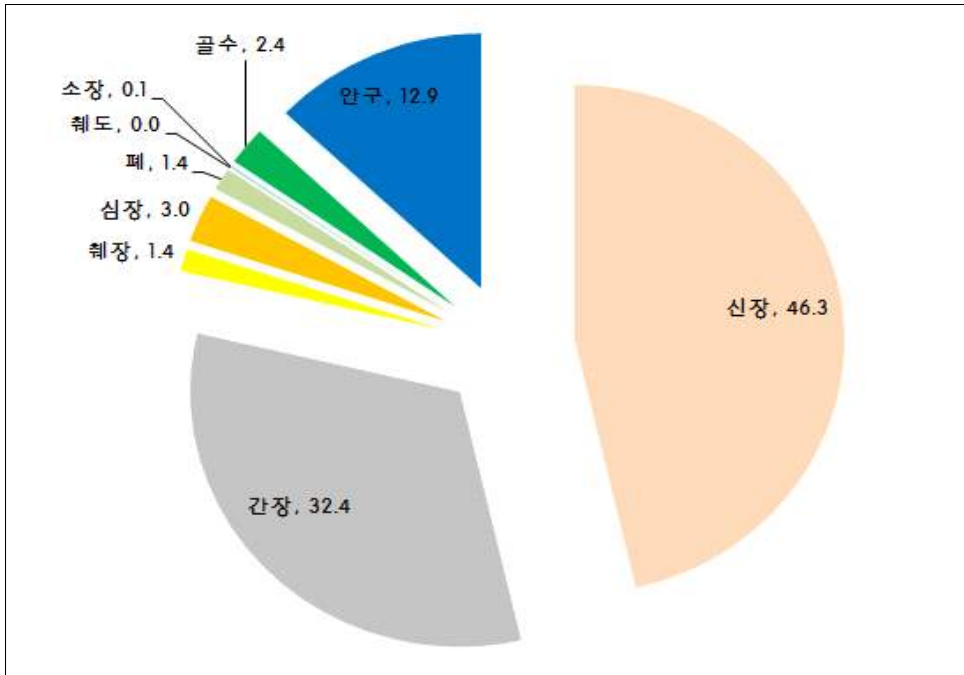
(단위: 건)

구분	계	신장	간장	췌장	심장	폐	췌도	소장	골수	안구
2010	3,133	1,287	1,066	27	73	18		1	158	503
2011	3,797	1,639	1,210	43	98	35	3	2	141	626
2012	3,990	1,788	1,283	36	107	37	3	1	103	632
2013	3,814	1,761	1,186	61	127	46	3	5	86	539
2014	3,901	1,808	1,262	55	118	55		5	94	504

자료: 보건복지부·질병관리본부 장기이식관리센터, 장기이식통계연보, 2015

[그림 3-71] 장기 등 이식 현황: 2014

(단위: %)



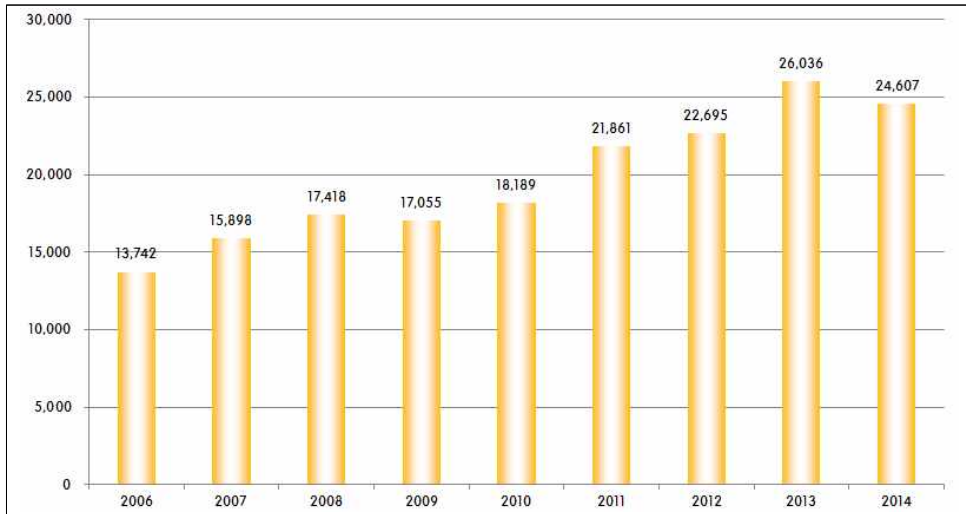
자료: 보건복지부·질병관리본부 장기이식관리센터, 장기이식통계연보, 2015

2014년 장기를 이식받기 위해 관련 법 및 규정에 따라 관계기관에 등록하고 장기를 이식 받기 위해 기다리고 있는 사람은 24,607명으로 2008년 17,418명에서 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타났다(표 3-72 참조).

2014년 장기를 기증할 의사를 가진 장기기증희망자를 살펴보면 2014년 장기 기증 희망자는 115만 9천명, 골수 기증희망자수는 28만 명으로 꾸준히 증가하였다. 즉, 2005년 장기 기증희망자수는 17만 7천명에서 2010년에는 72만 2천명으로 그리고 2014년에는 115만 9천명으로 증가하였으며, 골수 기증희망자수는 2005년 11만 3천명에서 2010년에는 20만 4천명 그리고 2014년에는 28만 명으로 증가하였다(표 3-73 참조).

[그림 3-72] 이식대기자 추이: 2006-2014

(단위: 명)

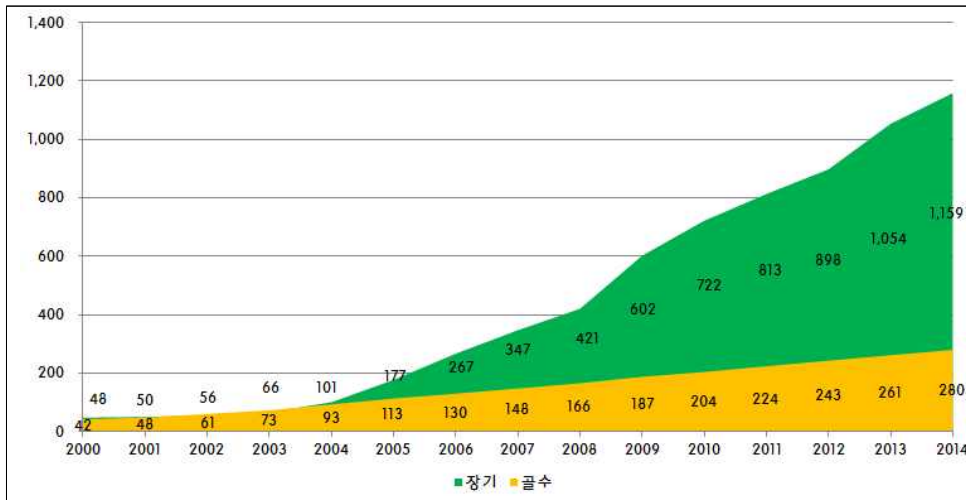


주: 각 연도말 누계

자료: 보건복지부·질병관리본부 장기이식관리센터, 장기이식통계연보, 2015

[그림 3-73] 장기 등 기증의사를 가진 자의 추이(누계): 2000-2014

(단위: 천명)



자료: 보건복지부·질병관리본부 장기이식관리센터, 장기이식통계연보, 2015

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. 2014년 기준 공익법인의 수는 29,732개로 이 중 종교법인이 59.0%로 가장 높은 비율을 나타내고, 다음은 학술·장학법인으로 11.8%, 사회복지 10.5%, 교육사업 5.7%의 순으로 많았다.

〈표 3-24〉 사업목적별 공익법인 가동 법인 수: 2009-2014

(단위: 개, %)

구분	합계	공익사업 유형						
		종교보급	사회복지	교육사업	학술·장학	예술문화	의료목적	기타
2009	28,905	17,958	2,830	1,749	3,163	673	610	1,922
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

주: 연도 말 현재 공익법인으로 등록된 법인을 기준으로 작성
자료: 국세청, 국세통계연보, 2015

2014년 사업목적·지역별 공익법인 가동수를 살펴보면, 서울이 전체 공익법인 중 22.9%가 소재해 있어 가장 많았고, 다음은 경기도로 17.1%가 소재해 있다. 이 두 지역을 합하면 40.0%로 많은 공익법인이 서울과 경기도에 소재해 있음을 알 수 있다.

<표 3-25> 사업목적별 지역별 공익법인 가동 법인 수: 2014

(단위: 개, %)

구분	합계	공익사업 유형						
		종교 보급	사회 복지	교육 사업	학술·장학	예술 문화	의료 목적	기타
전국	29,732 (100.0)	17,542	3,119	1,697	3,499	786	813	2,276
서울	6,822 (22.9)	3,337	460	324	1,319	326	85	971
인천	1,012 (3.4)	763	52	51	61	11	26	48
경기	5,086 (17.1)	3,721	288	271	313	91	141	261
강원	1,019 (3.4)	498	165	53	166	30	41	66
대전	927 (3.1)	575	96	45	92	18	27	74
충북	1,364 (4.6)	929	162	55	100	20	36	62
충남	1,308 (4.4)	729	220	80	129	28	50	72
세종	71 (0.2)	25	15	2	16	1	5	7
광주	886 (3.0)	421	156	71	150	17	11	60
전북	1,742 (5.9)	1,057	219	98	174	38	51	105
전남	1,581 (5.3)	894	255	89	160	43	47	93
대구	1,363 (4.6)	825	180	107	126	27	31	67
경북	2,221 (7.5)	1,485	188	156	161	40	88	103
부산	1,689 (5.7)	851	245	131	249	31	75	107
울산	316 (1.1)	177	41	22	27	3	17	29
경남	1,911 (6.4)	1,080	263	120	202	55	71	120
제주	414 (1.4)	175	114	22	54	7	11	31

주: 연도 말 현재 공익법인으로 등록된 법인을 기준으로 작성
 자료: 국세청, 국세통계연보, 2015

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. 2015년에 중앙정부에 등록된 비영리민간단체수는 1,561개로 2014년의 1,494개에 비하여 행정자치부에 등록되어 있는 단체의 수는 67개가 증가하였다.

2015년에 지방자치단체에 등록된 비영리민간단체 수는 총 11,333개로 2014년의 10,758개에 비하여 575개가 증가하였다.

[그림 3-74] 중앙정부 및 지방자치단체 비영리민간단체 등록 수: 2009-2015

(단위: 개)



주: 2015년 12월 31일 기준임

자료: 행정자치부 보도자료(2016.01.29.)

제5절 소결

본 절의 소결에서는 먼저 국내 나눔 실태를 살펴보고 이어서 나눔단체에 대해 언급한다.

□ 기부

- 2015년 기부참여율은 2013년에 비하여 저하되었으며, 기부자의 특성별 기부형태는 여자보다는 남자가, 20대보다는 40대가, 저학력자보다는 고학력자가, 저소득자보다는 고소득자가 기부에 적극 참여

2015년 기부참여율은 2013년에 비하여 4.7% 포인트 낮아진 29.8%를 나타냈으며, 기부는 개인단위에서의 기부와 기업에서의 기부로 구분할 수 있다. 개인기부 동향을 살펴보면 2015년 15세 이상 인구의 경우 남자가 30.7%, 여자가 28.9%로 남자가 여자보다 높으며, 연령별로는 40대가 38.3%로 가장 높고, 20대가 20.8%로 가장 낮았다. 교육정도별로는 30세 이상 인구 중 대졸이상이 46.5%가 기부에 참여하여 가장 높았고, 초졸이하는 13.1%로 가장 낮았다. 직업별로는 전문관리직이 49.9%로 가장 높았고, 농·어업직이 21.6%로 가장 낮았다. 가구소득별 기부 참여율은 소득이 가장 높은 700만원 이상이 66.5%로 가장 높았고, 100만원 미만이 15.2%로 가장 낮았다. 지역별 기부참여율은 전남이 34.4%로 가장 높았고, 전북이 24.2%로 가장 낮았다. 기부경로별 기부 참여율은 모금단체가 56.3%로 가장 높고, 언론기관이 8.1%로 가장 낮았다. 현금기부자의 53.7%는 주기적으로 현금기부에 참여하였으며, 주기적 참여자의 75.2%는 월단위이하로 현금기부에 참여하고 있다.

2013년과 비교한 2015년의 기부참여율은 성별, 연령별(단, 15-19세는 2013년 27.5%에서 2015년 30.5%로 증가), 교육정도별, 직업별, 주관적 소득수준(매우여유, 약간여유, 보통에서는 증가), 지역별(단, 강원, 전남, 경북에서는 증가), 기부경로별(단 대상자에게 직접 전달, 종교단체는 증가)로 봤을 때도 거의 모든 특성에서 감소하였다.

- 2014년 총 기부규모는 11조 9,989억 원이며, 2015년 현금 기부자의 평균기부횟수는 7.8회

2014년 기부규모는 근로소득자가 5조 1,471억 원, 종합소득자가 1조 9,455억 원, 법인이 4조 9,063억 원으로 총 11조 9,989억 원이었다. 2015년 평균기부횟수는 7.8회였으며, 기부경로별로는 대상자에게 직접전달, 언론기관, 모금단체, 종교단체, 직장(기업) 가운데 종교단체가 7.3회로 가장 많고, 언론기관이 4.2회로 가장 적었다. 평균 현금기부액은 종교단체가 52만1천원으로 가장 많았으며, 언론기관이 10만 7천원으로 가장 적었다. 현금이외에 음식이나, 옷, 장남감 등을 기부한 사람들의 기부경로별 평균 기부횟수는 대상자에게 직접전달, 언론기관, 모금단체, 종교단체, 직장(기업) 가운데 대상자에게 직접기부한 경우가 3.2회로 가장 많고, 직장(기업)이 2.4회로 가장 낮았다.

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

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

2013년에 비하여 단체는 증가하였으나 직장·학교, 시설·단체 직접홍보는 감소하였다.

- 기부 희망분야는 사회복지분야, 의료분야 순으로 높아

2015년 기부 희망분야를 살펴보면 사회복지분야가 81.1%로 가장 높고, 다음은 의료분야가 40.8%, 해외구호 활동분야 34.5%, 지역사회발전분야 21.8% 순이었다.

2013년에 비하여 해외구호활동분야(7.9% 포인트), 교육 및 연구 활동분야

(4.6% 포인트), 의료분야(2.5% 포인트), 지역사회발전분야(1.9% 포인트), 문화 및 예술분야(1.0% 포인트)에서 증가하였다.

○ 기부문화 확산을 위해서는 사회지도층과 부유층의 모범적 기부증대 필요

2015년 기부문화 확산을 위해서는 15세 이상 인구 중 54.7%가 사회지도층과 부유층의 모범적 기부증대가 필요하다고 응답하였으며, 20.7%가 기부단체의 자금운영 투명성 강화가 필요하다고 응답하였으며, 나눔에 대한 인식이 개선되어야 한다고 응답한 사람도 15.0%였다.

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

○ 삶에 대한 만족감은 기부참여자가 미참여자보다 높아

2015년 삶에 대한 만족감은 경제적인면, 직업, 건강 등 전반적인 삶에 대한 만족도는 기부참여자의 45.6%가 만족하고 있으며, 기부 미참여 그룹은 27.1%만이 만족하고 있었다. 사회적 관계망 및 단체참여를 살펴보면 어려움에 처했을 때 도움을 받을 수 있는 사람이 있는 경우는 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 응답하였다.

○ 기부금액의 투명한 운영이 중요

2015년에 기부를 하기 위해 참여할 단체/기관을 찾을 때 가장 중요하게 생각하는 점에 대해 살펴보면 기부경험이 있는 사람의 경우는 단체/기관이 모금한 기부금액의 투명한 운영이 중요하다고 응답한 사람이 59.0%로 가장 높았고, 다음은 단체/기관이 진행하고 있는 기부 사업프로그램의 내용이 중요하다고 응답한 사

람으로 21.8%였으며, 다음은 단체/기관의 인지도, 규모 등이 9.7%, 단체/기관의 적극적인 홍보활동이 3.8%였다. 기부경험이 없는 사람의 경우는 단체/기관이 모금한 기부금액의 투명한 운영이 중요하다고 응답한 사람이 60.2%로 가장 높았고, 다음은 단체/기관이 진행하고 있는 기부 사업프로그램의 내용이 중요하다고 응답한 사람으로 13.3%였으며, 다음은 단체/기관의 인지도, 규모 등이 11.0%, 단체/기관의 적극적인 홍보활동이 7.9%로 기부경험이 있는 사람과 없는 사람의 기부 단체/기관 선정시 차이를 보였다.

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

2015년 우리나라의 기부문화 활성화를 위해 국민들 중 기부경험자는 81.1%가 매우 중요, 13.5%는 약간 중요 하다고 응답하였고, 기부 무경험자는 72.7%가 매우 중요, 19.3%가 약간 중요하다고 응답하여 기부 단체/기관의 정보공개를 중요하게 생각하고 있다. 2013년과 비교해 보면, 매우 중요하다고 생각하는 비율이 기부경험자는 비슷한 수준이었으나 기부 무경험자는 5.9% 포인트가 증가하였다.

- 기업의 기부참여는 참여수와 기부금 모두에서 증가

2014년 기부금 공제 신고법인수는 55만 472개이고, 기부금 총액은 4조 9,063 억원이고, 법정·특례기부금은 1조 8,000억원, 지정기부금은 3조 1,063억원으로 나타났다. 2007년과 비교해 보면 2014년 신고법인수는 2007년 37만 2,141개에 비하여 17만 8,331개가 증가하였고, 기부금 총액은 2007년 3조 3,251억원에 비하여 1조 5,812억원이 증가하였다. 법인당 평균기부액은 2007년 893만원, 2014년 891만원으로 거의 비슷한 수준을 나타냈다.

- 자원봉사활동

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

자원봉사활동참여율의 변화를 살펴보면 1999년 15세 이상 인구 중 자원봉사활동 참여율은 13.0%였으나 이후 점차 높아져 2009년에는 19.3%가 자원봉사활동에 참여하였으며, 이후 약간 감소하여 2015년에는 16.3%가 자원봉사활동에 참여한 것으로 나타나 2009년 이후 점차 감소하고 있다.

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.

연령별로는 2015년의 경우 15~19세의 참여율이 71.1%로 가장 높으며, 60세 이상은 가장 낮은 7.8%의 참여율을 나타내었다.

지역별 자원봉사활동 참여율을 살펴보면 제주가 22.6%로 가장 높고 인천이 13.6%로 가장 낮았다.

- 2007년 이후 행정자치부 및 보건복지부의 자원봉사자 등록자수는 증가

행정자치부의 자원봉사센터 현황 자료를 통한 자원봉사자 등록 및 활동현황을 살펴보면 등록자원봉사자수는 2007년 328만 명에서 점차 증가하여 2015년에는 1,138만 4천명으로 증가하였다. 연간 1회 이상 활동 자원봉사자수는 2007년 99만 6천명에서 2015년에는 374만 7천명으로 증가하였으며, 2015년 활동자원봉사자는 등록자원봉사자의 32.9%로 2012년의 26.3%에 비하여 6.6% 포인트가 증가하였다. 보건복지부 DB에 등록된 자원봉사자 규모를 살펴보면 2015년 등록자원봉사자수는 650만 1천명이고, 활동 자원봉사자수는 178만 1천명으로 나타났다. 2007년 이후 증가를 보이던 활동 자원봉사자수는 2011년에 153만 1천명을 정점으로 2012년에는 135만 3천명으로 감소하였고, 2013년에는 이보다는 약간 증가한 138만 5천명이었으나 2014년에는 39만 6천명이 증가한 178만 1천명

으로 나타났다.

○ 자원봉사활동 인지경로는 직장/학교를 통하여서가 가장 높아

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 나타났다.

○ 향후 자원봉사활동 의향은 점차 낮아져

향후 자원봉사활동 의향은 2011년 44.5%에서 2013년에는 42.1% 그리고 2015년에는 36.1%로 2013년에 비하여 6.0% 포인트가 감소하였다.

○ 자원봉사활동 참여자가 기부참여에도 적극적

2015년 자원봉사활동 참여 여부별 기부참여 정도를 살펴보면, 자원봉사활동 참여자는 55.1%가 기부에 참여하였으나 자원봉사활동 미참여자는 24.9%만이 기부에 참여하여, 자원봉사활동 참여자가 미참여자보다 기부에 더 적극적으로 참여하고 있는 것으로 나타났다. 2013년과 비교하면 자원봉사활동 참여자는 변동이 없으나 미참여자는 5.2% 포인트가 감소하였다.

□ 생명나눔

○ 헌혈실적 및 헌혈률은 서서히 증가

적십자의 혈액사업통계연보에 따르면 2014년 총헌혈실적은 305만 4천 건으로 2013년의 291만 4천명에 비하여 4.8%가 증가하였다. 2007년부터 헌혈실적의 변화를 살펴보면 2007년 208만 8천 건이던 헌혈실적은 점차 증가하여 2010년에는 266만 4천 건에 이르렀으나 2011년에는 이보다 감소한 261만 7천 건의 헌혈실적을 나타내었다. 이후 다시 증가하여 2012년에는 272만 3천 건, 2014년에는 305만 3천 건으로 증가하였다. 헌혈실적에 따른 헌혈률은 2007년 4.3%에서 점차 증가하여 2010년에는 5.4%에 이르렀으나 2011년에는 5.3%로 감소하고 이후 다시 증가하여 2012년에는 5.4%, 2014년에는 6.1%로 증가하였다.

○ 생존자와 사후장기기증은 감소한 반면, 뇌사자의 장기기증은 증가

장기기증실태를 살펴보면 생존자의 장기기증은 2008년 1,532명에서 점차 증가하여 2012년에는 2,045명에 이르렀으나 2013년에는 이보다 감소한 1,921명으로 그리고 2014년에는 1,952명이 장기를 기증한 것으로 나타났다. 뇌사자의 장기기증은 2008년 256명에서 점차 증가하여 2011년에는 368명으로 2013년에는 416명으로 그리고 2014년에는 446명으로 증가하였다. 사후장기기증자는 2008년 98명에서 2009년에는 193명으로 증가하였으나 이후 점차 감소하여 2013년에는 80명, 2014년에는 73명으로 감소하였다.

다음 국내 나눔 단체 가운데 공익법인과 비영리민간단체의 실태에 대해서 살펴본다. 공익법인의 수는 2014년 기준 29,732개로 2013년에 비하여 117개가 증가하였으며, 이 중 종교법인이 59.0%로 가장 높은 비율을 나타내었고, 다음은 학술·장학법인으로 11.8%, 사회복지 10.5%, 교육사업 5.7%의 순으로 많았다.

2014년 사업목적·지역별 공익법인 가동수를 살펴보면, 서울이 전체 공익법인 중 22.9%가 소재해 있어 가장 많았고, 다음은 경기도로 17.1%가 소재해 있다. 이 두 지역을 합하면 40.0%로 많은 공익법인이 서울과 경기도에 소재해 있다.

2014년 기준 총신고법인은 2013년 보다 32,742개 증가한 550,547개이며, 비영리법인은 이 가운데 4.1%인 21,768개이다. 이와 같은 비영리법인수는 2007년 16,669개에 비하면 30.6%가 증가한 것이다. 국세통계연보에서 제시한 공익법인수는 29,732개로 비영리법인 21,768개보다 많다. 이는 공익법인은 세무서에 등록된 법인을 집계한 것이고, 비영리법인은 해당년도에 법인세를 신고한 경우에 해당하기 때문에 차이가 발생하며, 또한 비영리법인은 법인세법에서 열거하는 수익사업에서 소득이 생긴 경우에만 법인세를 신고할 의무가 있어 신고할 의무가 없는 비영리법인은 수 파악에서 누락되어 실제 존재하는 법인보다 적은 수가 집계된다.

중앙부처에 등록되어 있는 비영리민간단체는 2015년에 1,561개로 2014년의 1,494개에 비하여 67개가 증가하였다.

제 4 장

외국의 나눔제도와 통계현황

제1절 외국 나눔 정책 관련 법·제도

제2절 외국 나눔 통계 현황

제3절 소결

4

외국의 나눔제도와 통계현황 <



우리나라 나눔 수준을 파악하기 위해 해외 주요국의 나눔 제도와 통계 현황을 살펴보았다. 먼저 미국과 영국의 나눔 정책 관련 법·제도를 보고, 나눔 관련 통계 조사를 실시해오고 있는 미국, 영국, 호주, 캐나다, 그리고 뉴질랜드를 중심으로 한 민간단체 및 개인의 나눔 특징 등 현황을 살펴본다.

제1절 외국 나눔 정책 관련 법·제도

1. 미국

미국의 기부문화는 독립 및 건국을 주도한 청교도의 박애정신을 기본으로 자선적 기부가 행해질 수 있는 사회문화가 형성되었다. 기부에 대한 미국의 오랜 역사는 개인기부에 대한 긍정적인 인식을 확산시켜 현재까지도 개인기부가 전체기부의 71%를 차지한다(Giving USA, 2016). 미국의 자선조직 및 자선기금모집에 관한 법은 각 주(State)별로 제정되었고, 나눔 정책 중 기부촉진을 위한 정책은 미국세법(Internal Revenue Code: IRC)을 기반으로 하고 있으며 기부금 세제혜택이 대표적이다.

가. 워싱턴 주의 자선기금모집 법(Charitable Solicitations Act)

1973년에 제정된 워싱턴주의 자선기금모집 법(Charitable Solicitations Act)에서는 자선단체와 상업적 모금단체를 구분하여 정의하고 있다. 자선단체는 일반인들에게 기부금을 모금하는 단체로 기부는 자선의 목적을 지녀야하며, 어떠한 상업성을 지닌 개인 또는 단체는 포함하지 않는다고 정의한다. 또한 상업적 모금

자 또는 모금단체는 금전적 보상이나 직간접적인 다른 보답을 위해 워싱턴주 내에서 모금활동 또는 기부금을 받는 주체로 규정한다. 법에서 자선의 목적은 종교, 자선, 과학, 문학, 교육 또는 환경, 인도주의, 애국, 시민을 포함한 지역사회를 이롭게 하는 데 있다. 또한 국가 혹은 국제적 아마추어 스포츠 발전, 아동 및 동물 학대 예방, 사회복지 증진, 법률 집행자·소방관 등 공공의 안전을 보호하는 자들의 이익이 자선의 목적에 포함된다.

모든 자선단체와 상업적 모금단체는 기금모집을 수행하기 위하여 각각의 등록 절차를 거쳐야하고 반드시 워싱턴 주 또는 장관의 승인을 받아야 한다. 등록 시 회비를 지불하여야하는데 자선단체의 경우 입회비 60 USD, 매년 갱신비용 40 USD인 반면 상업적 모금주체는 입회비 300 USD, 매년 갱신비용 225 USD가 적용된다. 또한 자선을 목적으로 모금을 하는 모든 주체들은 모금을 실행하는 소속을 밝혀야하고 상업적 모금단체는 단체명 혹은 직원명을 포함하여 모금을 진행해 주는 자선단체의 단체명과 관할 도시도 밝혀야한다.

나. 기부금 세제혜택¹¹⁾

기부문화 조성을 위한 연방차원의 정책에는 기부금 세제혜택제도가 있다. 기부시 자선단체는 미 국세법(IRC) 제 170조(c)가 규정하는 단체에 속해야 기부금 세제혜택을 받을 수 있다. 미국의 기부관련 세제로는 연방소득세(federal income tax), 연방유산세(federal estate tax), 연방증여세(federal gift tax)로 구성되어 있다.

미 국세법(IRC)에 따르면 개인기부금에 대한 소득공제의 한도는 기부자산의 형태(현금 혹은 현물자산), 기부 받는 단체의 연방세법분류 등에 따라 상이하다. 또한 소득공제의 한도는 총조정소득(Adjusted Gross Income)의 50%, 30%, 20%로 나뉘지고 최대 50%의 상한을 두고 있으며 공제한도액 초과부분에 대해서는 5년간 이월 공제가 가능하다. 기부자의 대부분은 50%의 공제한도액이 적용

11) Internal Revenue Service 홈페이지

<https://www.irs.gov/charities-non-profits/charitable-organizations/charitable-contribution-deductions>

되며 50%의 공제한도를 적용받는 단체의 범위는 1) 모든 공익자선단체(public charities), 2) 모든 민간사업재단(private operating foundations), 3) 특정사업재단(certain private Foundation) 중 요건을 충족하는 경우이다. 30%의 공제한도를 적용받는 범위는 50% 상한 단체에 자본이득을 기부하는 경우와 50% 상한 단체에 해당 되지 않으나 미 국세법(IRC) 제 170조(c)의 자격을 갖춘 단체에 기부하는 경우이다. 마지막으로 20%의 소득공제를 받는 경우는 50% 상한 단체 외에 미 국세법(IRC) 제 170조(c)의 자격을 갖춘 단체에 자본이득을 기부할 때 이에 해당된다.

법인기부금에 대한 소득공제의 경우 기부자산의 형태, 기부 받는 단체의 연방세법분류 등에 따른 한도 규정을 두지 않기 때문에 개인기부금 소득공제와는 다르게 적용된다. 법인의 경우 공제한도액은 법인과세소득의 10%이다. 또한 공제한도액 초과부분에 대해서는 5년간 이월이 가능하나 이월공제금액은 그 해 총소득의 30%를 넘지 못한다.

2. 영국

가. 자선법(Charities Act 2016)

2002년 9월 영국은 400년의 역사를 가진 자선법을 현대적으로 개정하고 새로운 형식의 자선단체 및 비영리분야에 대한 법적체계를 구축하고자 영국수상 소속 전략실(Prime Minister's Strategy Unit)를 통해 자선(Charity)의 새로운 정의와 10가지 목적을 실은 보고서 "Private Action, Public Benefit"를 발간하였다(Cabinet Office, 2002). 2004년 이 보고서를 기반으로 자선단체 법안 초안(the Draft Charities Bill)이 공표되었고 2006년 영국 국왕의 재가를 받아 자선법(Charities 2006)이 제정되었으며 2016년 3월 보호와 사회투자 편이 추가되었다.

영국의 자선법(Charities Act 2011)에서 자선의 목적은 공익을 위한 것이어야 하며 다음에 해당되어야 한다. 즉 1) 빈곤예방·완화, 2) 교육발전, 3) 종교발전, 4) 건강증진·생명구제, 5) 시민권·지역사회발전, 6) 문화·예술·유산·과학발전, 7) 아마추어 스포츠발전, 8) 인권·사회적약자보호 및 다양성 증진, 9) 환경보호·개선, 10)

성별·연령·장애·가난 등의 욕구를 가진 자 구제, 11) 동물보호, 12) 왕권확립 및 치안·안전 등이 다. 법령의 제 2편에 규정하는 자선위원회(The Charity Commission)의 목적은 자선에 대한 공신력 증진, 공익 요건의 운영에 대한 이해와 인식 증진 등을 가지며 일반적인 직무로는 자선단체 등록 여부결정, 자선단체 운영장려, 운영에 있어서 부정과 부실관리 적발 및 조사 등을 하며 자선단체들은 매년 활동 내역과 재정 상태를 본 위원회에 보고하여야 한다.

나. 기부금 세제혜택

영국의 기부금 형태는 크게 개인기부금과 법인기부금으로 나눌 수 있으며 자선위원회에 등록된 자선단체에 기부를 할 경우에만 기부금 세제혜택이 인정된다. 각 기부금이 갖는 세제혜택은 다음과 같다.

1) 개인기부금¹²⁾

○ Gift Aid(기부금 세금 환급)

영국정부는 납세자의 기부를 촉진시키기 위해 기부관련 정책들을 펼치고 있는데 Gift Aid는 기부자의 47%가 이용하여 가장 많이 사용되고 있는 기부금 세제혜택 방법이다(CAF, 2016). Gift Aid는 등록된 자선단체만 적용되며 기부금은 기본세율로 세금이 차감된 것과 같이 적용되고 해당 자선단체들은 Gift Aid Payment를 청구함으로써 실제 기부금액의 25%가 추가되어 125%를 받게 된다. Gift Aid를 받기위해 기부자는 먼저 감세 신고서(Gift Aid declaration)를 작성해야하며 해당 연도에 Gift Aid로 반환되는 금액 이상의 세금을 납부한 합법적인 납세자여야 한다.

○ Payroll Giving(급여공제기부)

Payroll Giving은 개인기부자에게 해당되는 세제혜택으로 임금 혹은 연금에서 매월 정액을 공제하는 급여공제형 기부방식이다. 즉 근로소득자 혹은 연금소득자

12) 출처: GOV UK 홈페이지 <https://www.gov.uk/donating-to-charity/overview>

의 경우 세금 공제 전 순소득에서 기부금을 지불하고 이에 대해 소득 공제를 받는 제도이다. 세제 혜택은 납부하는 세율에 따라 달라지는데, 즉 같은 금액을 기부하더라도 신고 소득이 낮은 납세자의 경우에는 세율이 낮기 때문에 실제로 신고 소득이 높은 납세자 보다 공제금액이 적다. 예를 들어 같은 £1를 기부하더라도 공제액이 적은 기본세율대상자는 실제 80pence를 납부하게 되나, 상위세율대상자는 60pence만 지불하면 된다. <표 4-1>은 표준 인적공제를 기준으로 각 과세 등급 별 소득세를 나타낸다.

〈표 4-1〉 소득세 비율과 과세등급

납세자 등급	과세소득	소득세율	비고
인적공제대상	11,000 GBP 까지	0%	
기본세율대상	11,000-43,000 GBP	20%	기부금의 80%를 실제 납부
상위세율대상	43,001-150,000 GBP	40%	기부금의 60%를 실제 납부
추가세율대상	150,000 GBP 초과	45%	기부금의 55%를 실제 납부

자료: GOV.UK

<https://www.gov.uk/donating-to-charity/donating-straight-from-your-wages-or-pension>

○ 토지, 부동산, 지분 기부

개인은 토지, 부동산, 증권을 기부할 수 있으며 시장가격보다 낮게 토지, 부동산 등을 판매함으로써 기부에 참여도 가능하다. 기부자는 증여 혹은 판매한 영수증을 증빙함으로써 소득세와 양도소득세 공제를 받을 수 있다. 먼저 소득세의 경우 초과세소득 중 자본이득세의 공제액을 감면받을 수 있으며 양도소득세의 경우 자선단체에 기부한 토지, 부동산, 증권에 대한 양도소득세를 감면받을 수 있다.

2) 법인기부금

○ Gift Aid

개인기부자와 마찬가지로 법인은 기부금에 대해 Gift Aid를 신청할 수 있다. 그러나 개인 Gift Aid와 다른 점은 법인이 해당하는 Gift Aid의 경우는 감세 신고서(Gift Aid declaration)를 작성하지 않는다. 자선단체에 기부한 기부금은 공식적으로 소득에 청구되어 법인의 초과세소득에서 제외된다. 이에 법인은 기부한 전체의 금액에 대해 조세감면이 가능하고 공제한도가 없는 것이 특징이다. 또한 개인기부자와는 달리 Gift Aid payment 청구를 할 수 없다.

○ 토지, 부동산, 증권, 주식 기부

2000년부터 법인이 특정한 증권, 주식, 이외 투자자산을 자선단체에 기부하면 법인세 감면이 인정되고 2002년에는 토지, 부동산까지 범위가 확대되었다. 법인

이 국내 토지, 부동산을 기부하면 해당 가치를 산출하여 세금공제신청이 가능하다. 또한 법인은 자회사 주식을 기부할 수 없으며 거래소에 상장된 영국 및 해외 증권 혹은 주식만 기부 가능하며 이에 대한 세금공제신청이 가능하다.

제2절 외국 나눔 통계 현황

1. 국제 비교

기부규모를 국제비교하기 위해 기부총액 대비 GDP 대비 비율(%)로 살펴보고자 한다. 우리나라의 기부규모는 0.81%로 GDP의 약 1%를 기부하는 것으로 나타났다. 미국 2.08%, 뉴질랜드 1.16%, 캐나다 0.68%, 영국 0.51%, 그리고 호주 0.37% 순으로 나타났다. 해외 주요국가와 기부참여율을 비교해 보면 2015년의 우리나라는 기부에 참여한 경험이 있다고 응답한 비율은 29.8%으로 나타났다. 반면 캐나다 82%(2013년), 영국 67%(2015년)로 우리나라에 비하여 2.3~2.8 배 높게 나타났다.

〈표 4-2〉 기부규모와 기부참여율의 국제비교

	한 국	미 국	영 국	호 주	캐나다	뉴질랜드
기부 규모	11조 999십억 원 (2014년)	3천732억 USD	96억 GBP	53억3천만 AUD	128억 CAD	27억881만 NZD
GDP대비 %	0.81	2.08	0.51	0.37	0.68	1.16
기부참여율(%)	29.8	-	67	-	82	-
조사시점(년)	2015	2015	2015	2012/2013	2013	2014
조 사 명	사회조사	Giving USA	UK Giving	Non-Profit Institution s satellite Account	General Social Survey on Giving, Volunteering and Participating (GSS GVP)	Giving New Zealand

주: 1) 한국(15세 이상 개인), 미국(16세 이상 개인), 영국(16세 이상 개인), 캐나다(15세 이상 개인), 호주(16세 이상), 뉴질랜드(보조금 수혜기관 및 배분기관)

2) 기부 참여율은 대상인구 대비 기부에 참여한 인구 수

자료: 국제청, 2014; 통계청, 2015; Giving USA Foundation 2016; Charities Aid Foundation, 2016; Australia Bureau of Statistics, 2014; Statistics Canada, 2015; Philanthropy New Zealand, 2015

자원봉사참여율은 우리나라가 16.3%(2015년)로 조사되었다. 반면에 캐나다 44%(2013년), 호주 36%(2010년), 뉴질랜드 30.6%(2012년), 미국 24.9%(2015년) 순으로 나타났으며 이들 국가는 우리의 1.5~2.7배나 높다.

〈표 4-3〉 자원봉사 참여율의 국제비교

	한국	미국	영국	호주	캐나다	뉴질랜드
자원봉사 참여율(%)	16.3	24.9	42	36	44	30.6
조사시점(년)	2015	2015	2014/2015	2010	2013	2012
통계명	사회조사	Volunteering in the United States	Community Life Survey	Voluntary Work, Australia	GSS GVP	NZGSS

주: 1) 한국(15세이상), 미국(16세 이상), 영국(16세 이상), 캐나다(15세 이상), 호주(18세 이상), 뉴질랜드(15세 이상)

2) 자원봉사 참여율은 대상인구 대비 자원봉사에 참여한 인구 수.

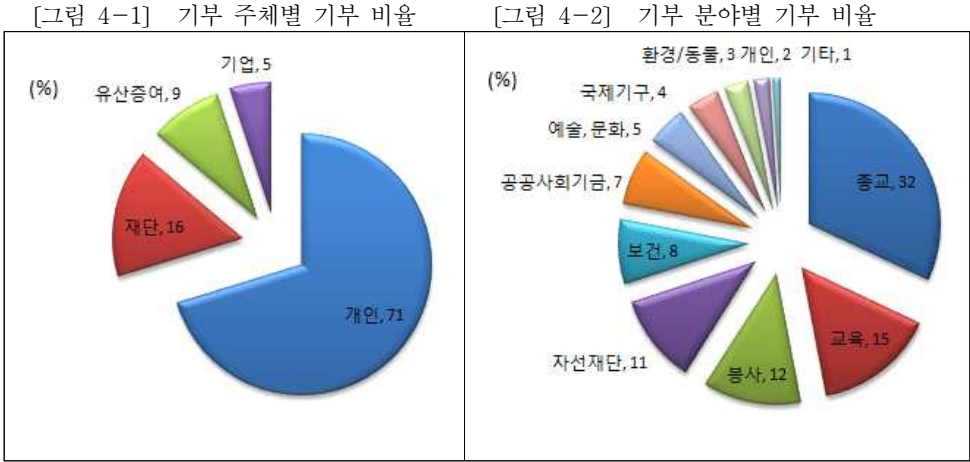
자료: 통계청, 2015; Bureau of Labor Statistics U. S Department of Labor, 2016; Cabinet Office, 2015; Australian Bureau of Statistics, 2011; Statistics Canada, 2014; Statistics New Zealand, 2013

2. 주요국가의 나눔 통계 현황

가. 미국

미국의 「Giving USA」는 인디애나대학 기부연구센터가 Giving USA 재단 후원을 받아 1년 주기로 진행하는 미국 내 대표적인 기부 실태조사이다. 기부(giving)는 ‘개인, 유증, 기업, 재단이 현금, 현물을 공익 단체에 대가없이 자발적으로 제공하는 것’으로 정의하며 기부총액, 기부주체별 기부액, 단체 분야에 따라 기부 받은 금액 등을 추정하고 있다(박주언·이희길, 2012). 2015년 기부 총액은 약 3천 732억 USD로 전년대비 4.1% 증가했다(Giving USA, 2016).

기부는 개인이 71%, 재단 16%, 유산증여 9%, 그리고 기업 5%로 구성된다(그림 4-1 참조). 기부분야는 종교 32%, 교육 15%, 봉사 12%, 자선재단 11%, 그리고 보건 8% 순으로 나타났다(그림 4-2 참조).



자료: Giving USA Foundation (2016). Giving USA 2016

미국 노동부 노동통계국(Bureau of Labor Statistics: BLS)이 실시하는 현재 인구조사(Current Population Survey: CPS)는 6만여 가구를 대상으로 16세 이상의 민간경제활동인구 중 고용상태, 비고용상태의 정보를 얻기 위해 매월 실시한다. 「Volunteering in the United States」는 CPS의 부가조사로 진행되며 본 부가조사의 목적은 미국 내 자원봉사 수행정도와 자원봉사자의 특성을 파악하기 위함이고 조사주기는 1년이다.

본 조사에서는 자원봉사자를 ‘지난 1년 동안 단체를 통하거나 단체를 위해 활동비용을 제외한 무급의 자발적인 활동을 한 자’로 정의하며 그들이 공식적으로 활동한 단체의 숫자 및 유형, 활동 시간, 활동한 일 종류, 참여 계기, 해외 활동 경험여부, 원거리 활동 경험 여부 등을 조사한다(박주언·이희길, 2012). 또한 CPS의 기본항목을 토대로 성별, 연령별, 결혼유무, 교육수준, 인종에 따른 인구학적 특성별 자원봉사 참여 정도를 파악할 수 있다. 2014년 9월부터 1년간 미국 내 자원봉사자는 전년대비 0.4% 감소한 약 62.6 백만 명(전체 인구의 24.9%)으로 집계되었으며 여성의 27.8%, 백인의 26.4%, 기혼자의 29.9%, 35~44세의 28.9%가 자원봉사에 참여하였다(BLS, 2016).

〈표 4-4〉 미국 나눔통계 조사개요

	Giving USA 2016	Volunteering in the United States
조사대상		16세 이상 인구
표본추출방법		랜덤 확률 조사
표본 수		약 6만 가구
조사주기	보고주기: 1년	1개월
조사기간		2014년 9월 1일부터 1년간
조사방법	<ul style="list-style-type: none"> • 보고통계 및 조사통계 활용 <ul style="list-style-type: none"> - 세금자료와 경제지표, 인구표 활용 및 계량분석 실시 • 자료 출처: Internal Revenue Service (IRS), Bureau of Economic Analysis (BEA), the Philanthropy Panel Study (PPS), Council for Aid to Education (CAE), the Evangelical Council for Financial Accountability (ECFA), the Urban Institute's National Center for Charitable Statistics (NCCS), U.S. Census Bureau, the Foundation Center, 기타 	<ul style="list-style-type: none"> • 첫 달에는 가정방문 조사를 권장, 다음달부터 일반적으로 전화조사로 이루어짐. 그 중 10%의 가구는 Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI)로 조사가 이루어짐 • 가구의 모든 가구원이 조사에 참가함, 그러나 일반적으로 각 가구의 한 명이 전체 가구원을 대신하여 조사에 참가함 • 자가보고 형식
세부조사(활용) 항목 (나눔통계 관련)	<ul style="list-style-type: none"> • 기부총액, 기부경향 • 기부주체: 개인, 재단, 유증, 기업 • 기부분야: 종교, 교육, 봉사, 자선재단, 보건, 공공사회기금, 예술·문화, 국제기구, 환경·동물, 개인, 기타 	<ul style="list-style-type: none"> • 인구학적 특성: 성별, 연령, 인종, 교육수준, 고용상태 등 • 연간 자원봉사 시간 • 자원봉사 기관 수 • 자원봉사 분야: 시민사회·정치·전문·국제, 교육·아동청소년, 환경·동물보호, 공공안전, 사회·지역사회서비스, 스포츠·문화·예술, 기타 • 자원봉사 활동: 코치·슈퍼바이저, 교사·멘토, 안내자, 식품 수거·배분·전달자, 식품이외 수거·배분·전달자, 기부금 모금자, 상담·보건·소방·EMS·보호서비스 제공자, 일반행정서비스 제공자, 위원회 등 전문적 보조 제공자, 음악·예술활동 종사자, 기타 • 자원봉사 제공 경로: 직접방문, 상사 혹은 고용인의 추천, 친구 혹은 직장동료 추천, 조직 혹은 학교 관계자, 타인, 기타

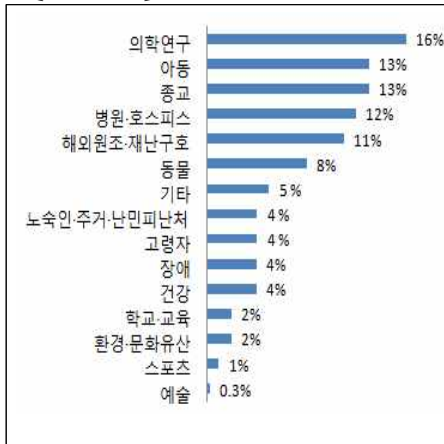
자료: Giving USA Foundation (2016). Giving USA 2016; Cabinet Office (2015). Community Life Survey

나. 영국

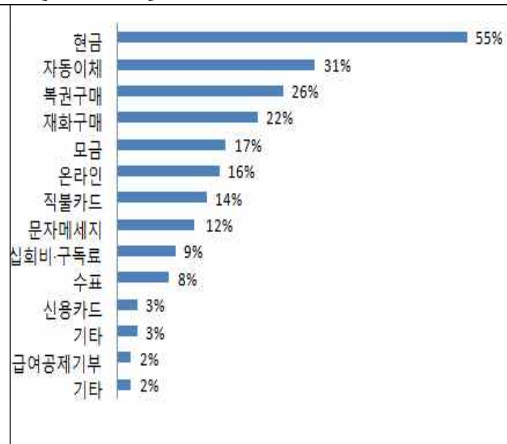
영국 Charities Aid Foundation (CAF)은 영국에 등록된 국제자선단체를 이끄는 기관으로 전 세계에 9개의 사무국을 두고 2004년부터 「UK Giving」을 발간하고 있다. 현재는 GfK¹³⁾의 National Omnibus가 조사를 수행하고 있다. 본 보고서는 개인이 자선단체에 기부하는 규모, 기부자 특성, 기부대상, 기부방법, 기부동향 등을 파악하는 포괄적인 조사 내용을 포함한다. 영국 CAF의 UK Giving의 조사대상은 16세 이상의 성인이고 조사주기는 1년이다.

본 조사에서 기부(giving)는 ‘개인이 의학연구나 종교단체 등과 같은 15가지 분야에 현금, 자동이체, 복권구매 등의 14가지 방법으로 제공하는 것’이라고 정의하여 기부 방법과 분야, 기부액 등을 추정하였다. 2015년 기부 총액은 약 96억 GBP로 전년에 비해 약 5억 GBP 감소하였으며, 주로 현금 기부의 행태로 이루어졌다. 또한 기부 총액의 약 54%가 의학연구, 종교, 병원·호스피스, 아동 분야에 기부되었다(CAF, 2016).

[그림 4-3] 기부 분야별 기부 비율



[그림 4-4] 기부 방법 비율



자료: CAF (2016). UK Giving 2015

영국의 「Community Life Survey」는 영국 국무조정실(Cabinet Office)의 주

13) Gesellschaft fur Konsumforschung, 독일 최대 규모의 시장형 연구소

관 하에 TNS BMRB가 수행하는 조사로 2012-2013년 첫 시행되었다.

본 조사는 지역사회와 지방정부 부처에 의하여 2001년부터 2010-2011년까지 운영된 과거 Citizenship Survey의 주요 측정 방법론을 포함하는데, 이것은 조사결과와 시계열 추적을 가능하게 한다. 또한 사회적 행동을 독려하고, 지역사회를 강화하기 위하여 자원봉사, 기부, 지역사회 참여와 웰빙 등을 포함하는 핵심 이슈에 대한 공식적 통계를 제공하기 위하여 국무조정실에서 지원하는 조사로서 세 가지 주요목적은 다음과 같다. 먼저 해당 분야의 정책과 활동의 총괄 및 정보 제공을 위하여 지역내 행태에 대한 정교(robust)하고 대표성 있는 국가데이터를 제공하고, 다음 공공부문과 외부 이해관계자와 대중을 포함한 모든 이용자에게 가치 있는 데이터를 제공하며, 마지막으로 더 나은 지역사회 구축을 위한 연구와 토론을 뒷받침하고자 하는 것이다. Community Life Survey의 조사항목으로는 사회적자본, 지역사회, 시민역량강화, 자원봉사, 사회활동, 웰빙 등이 있는데, 기부참여와 자원봉사참여는 자원봉사활동(Volunteering)에서 조사된다. 조사 대상은 16세 이상의 성인으로 각 가구에서 1명을 랜덤으로 선택하여 조사에 참가하도록 하고 조사주기는 1년이다.

해당 조사에서는 자원봉사를 크게 무급으로서 단체나 조직을 통한 공식적 자원봉사, 친척이 아닌 개인을 돕는 비공식적 자원봉사, 고용주 혹은 회사 지원 자원봉사 등 3가지 영역으로 나누며 지난 1년 동안의 활동과 지난 1달 동안의 활동을 파악한다. 조사에 따르면 2014-2015년 영국의 공식적 자원봉사에는 전체인구의 42%, 비공식적 자원봉사에는 전체인구의 56%, 고용주 혹은 회사지원 자원봉사에는 해당인구의 8%가 지난 1년 동안 1번 이상 참여하였다고 답하였다.

〈표 4-5〉 영국 나눔통계 조사개요

	UK Giving 2015	Community Life Survey (2014-2015)
조사대상	16세 이상 인구	16세 이상 인구
표본추출방법	랜덤 확률 조사	랜덤 확률 조사 -우편번호를 샘플 자료원으로 사용
표본 수	4,160명	약 2,000명(각 분기별로 약 667명)

		3개월과 다음 분기의 1개월을 포함하여 분기 간 중첩 발생 -2분기: 2014년 7월 1일-10월 31일 -3분기: 2014년 10월 1일-2015년 1월 31일 -4분기: 2015년 1월 1일-4월 30일
조사방법	<ul style="list-style-type: none"> •GfK NOP의 옴니버스식 대면조사를 통해 수행 •조사대상자의 가정에서 컴퓨터로 면접 후 바로 전송하는 방식(Computer Assisted Personal Interviewing (CAPI))으로 조사 진행 	<ul style="list-style-type: none"> •표본으로 선택된 주소에 편지를 발송하여 Community Life Survey에 대한 정보를 제공한 후, 조사원이 해당 주소에 방문하여 조사를 마침 •각 가구에서 16세 이상 성인 한 명이 랜덤으로 선택되어 조사에 참가함
세부조사항목 (나눔통계 관련)	<ul style="list-style-type: none"> •인구학적특성: 성별, 연령, 지역 •나눔: 나눔참여방법 •기부: 기부빈도, 기부총액, 기부방법, 기부분야, 스폰서십 액수, 스폰서십 이유 	<ul style="list-style-type: none"> •인구학적 특성: 성별, 연령, 혼인상태, 가족구성, 취업여부, 인터넷접근정도 등 •공식적 자원봉사 참여자: 지지하거나 도왔던 기관, 자원봉사 방법, 자원봉사 빈도(12개월간), 자원봉사 시간(4주간), 자원봉사 기회모색방법, 자원봉사 시 구성원들과의 특성 차이, 자원봉사 수행 이유 •근로자: 고용주의 자원봉사 독려 여부, 독려 빈도 •공식적 자원봉사 비참여자: 과거(지난 5년간) 자원봉사 수행 여부, 과거 자원봉사 빈도, 자원봉사 중단 이유 •비공식적 자원봉사 참여자: 타인돕기 방법, 타인돕기 빈도(12개월간), 타인돕기 시간(4주간) •기부: 기부 여부 및 방법(4주간), 기부 액수(4주간), 기부목적, 기부촉진동기

자료: CAF (2016). UK Giving 2015; Cabinet Office (2015). Community Life Survey

다. 호주

호주 통계청(Australian Bureau of Statistics: ABS)에서 실시하는 비영리단체 위성계정(Non-profit Institutions Satellite Account)조사는 1999-2000년 조사를 시작으로 최근에 3번째 조사인 2012-2013년 조사가 진행되었다. 본 조사에서 사용된 조사의 컨셉과 연구방법은 United Nations Handbook on Non-Profit Institutions in the System of National Accounts의 국제 기준이 바탕이 되었고 본 자료는 the System of National Accounts (SNA)와 일치한다.

본 조사에서는 기부(donation)를 ‘기부자가 현금, 현물을 제공하며 세금공제를 제외한 어떠한 대가를 받지 않는 거래’로 정의한다. 조사에서 기부액은 비영리단

체 소득 중 이전소득(transfer) 항목 내에서 집계되며 기부총액, 기부주체별 기부액, 분야에 따른 기부금액 등을 추정하고 있다. 세부적으로 기부주체는 자선재단·신탁, 기업, 개인 등 3가지로 구분되고 기부 분야는 문화, 교육, 보건, 사회서비스 등 9가지로 나뉜다. 2012-2013년 호주의 총 기부액은 53억 3천만 AUD 이고, 이중 개인기부(유증 포함)가 74.9%(39억 9천만 AUD), 기업 16.2% 순으로 나타났다(ABS, 2015).

〈표 4-6〉 기부의 주체 및 분야별 기부금액

(단위: 백만 AUD)

	문화	교육	보건	의료	사회 서비스	종교	기업·전문가 단체	환경·개발·주거·고용·법률·국제	기타	전체	%
자선재단·신탁	38	114	21	14	122	70	0	93	2	474	8.9
기업	89	196	29	13	183	76	21	242	13	863	16.2
개인	161	175	190	26	507	1,510	8	1,405	11	3,993	74.9
전체	288	485	240	53	812	1,656	29	1,740	26	5,330	100.0

자료: ABS (2015). Non-profit Institutions Satellite Account

또한 호주 통계청은 종합사회조사(General Social Survey (GSS))에서 조사된 자원봉사활동 자료를 토대로 2006년과 2010년에 「Voluntary Work, Australia」를 발간하였다. 과거 1995년과 2000년에는 자원봉사활동 조사(Voluntary Work Survey)를 수행하여 자료를 수집하였다.

해당조사에 자원봉사는 ‘단체를 통해 시간, 서비스 또는 기술 등의 형태로 제공하는 무급의 자발적인 도움’으로 정의한다(박주언·이희길, 2012). 조사문항으로는 호주 국민의 인구사회학적 특성, 자원봉사를 실시한 기관의 수, 기관의 종류, 자원봉사 빈도, 소정의 비용지급에 대한 구분이 나누어져있다. 조사에 따르면 2010년 성인 36%인 6.1백만 명이 자원봉사에 참여하였으며 이는 2006년 자원봉사율에 비해 약 2% 증가한 수치이고 남성보다 여성, 다른 연령층에 비해 35~44세와 65~74세 연령층이 더 높은 비율로 자원봉사에 참여하였다(ABS, 2011).

<표 4-7> 호주 나눔통계 조사개요

	Non-Profit Institutions Satellite Account, 2012-2013	Voluntary Work, Australia 2010
조사대상	16세 이상 인구	18세 이상 인구
표본추출방법	ABS 사업체등록부(Business Register) 중 조건에 맞는 비영리단체등록부 사용	랜덤 확률 조사
표본 수	4,000개 이상 비영리단체	표본: 19,576명, 응답: 15,028명(응답률: 87.6%)
조사주기	1차: 1999-2000, 2차: 2006-2007, 3차: 2012-2013	5년
조사기간	2012-2013년	2010년 8월-11월
조사방법		<ul style="list-style-type: none"> •컴퓨터이용 면접(Computer Assisted Interviewing (CAI))으로 조사 진행, 조사동안 노트북을 이용하여 수집자료를 녹음, 저장, 조정, 전송함 •각 가구에서 16세 이상 성인 한 명이 랜덤으로 선택되어 조사에 참가함
세부조사항목 (나눔통계 관련)	<ul style="list-style-type: none"> •기부분야: 문화, 교육, 보건, 의료, 사회서비스, 종교, 기업·전문가단체, 환경·개발·주거·고용·법률·국제, 기타 •기부주체 <ul style="list-style-type: none"> - 시장비영리단체, 비시장비영리단체 - 자선재단·신탁, 기업, 개인 	<ul style="list-style-type: none"> •인구학적 특성 및 사회경제학적 특성 •자원봉사를 실시한 기관의 수 •기관의 종류 •자원봉사빈도 •소정의 비용지급

자료: ABS (2014). Non-profit Institutions Satellite Account; ABS (2011). Voluntary Work, Australia 2010

라. 캐나다

1985년부터 통계청이 종합사회조사(General Social Survey (GSS))를 실시해 오고 있다. 조사의 목적은 크게 두 가지로 나눌 수 있는데, 먼저 캐나다 사람들의 생활여건과 웰빙의 변화를 파악하고자 사회 동향에 대한 자료를 수집하며, 다음 현 상황 혹은 새로운 분야에서 구체적인 사회정책 이슈에 대한 정보를 제공하기 위함이다. 종합사회조사의 하위 항목으로는 노동, 사회·지역사회, 무급노동, 기부 참여·자원봉사참여가 있는데, 기부참여와 자원봉사참여는 「General Social Survey on Giving, Volunteering and Participating (GSS GVP)」에서 조사된다. 해당조사는 15세 이상의 인구를 대상으로 하며 조사주기는 5년 이다.

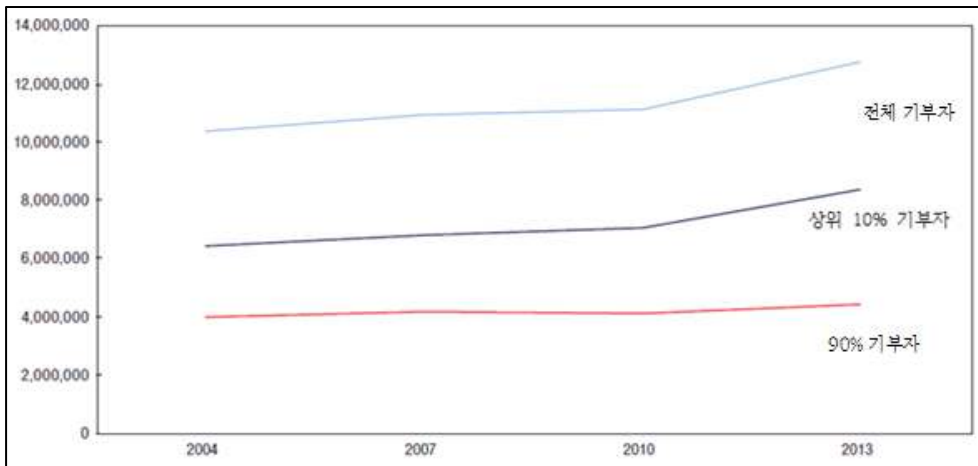
조사에서 기부(donation)는 ‘지난 12개월간 비영리단체에 한번이라도 금전 제공을 하는 것(물품기부 제외)’으로 정의된다. 또한 자원봉사는 ‘단체 혹은 조직을 위해 지난 12개월 동안 금전적 보상 없이 서비스를 한 번이라도 제공하는 것(학

교, 종교단체, 스포츠 혹은 지역사회 자치회에 제공하는 무급의 도움 포함)’으로 정의된다. 조사내용은 기부 및 자원봉사 여부, 방법 등이 있다. 또한 GSS GVP의 기본항목을 바탕으로 자원봉사 참여율과 연평균 자원봉사 시간을 성별, 연령별, 지역별로 분석하고 있다.

또한 상위 10% 기부자의 기부금액은 하위90%기부자의 금액보다 높게 나타났다.

[그림 4-5] 상위10%와 하위90% 기부자의 기부금액 비교

(단위: 천 CAD)



자료: Statistics Canada (2015). GSS GVP

조사결과에 따르면 기부총액과 상위10%기부자의 기부금은 2004년 이래 매년 증가하였으며 2013년도 기부총액은 약 128억 CAD다. 2010년에는 기부자가 평균 470 CAD를 기부한 것에 비해 2013년에는 531 CAD를 기부한 것으로 조사되었다. 그러나 평균 봉사시간은 2010년 156시간에 비해 2013년은 154시간으로 다소 줄었으나 큰 변함은 없었다. 2013년 15세 이상 캐나다 인구의 82%(24,051천 명)가 기부에 참여하였고, 44%(12,716천 명)가 자원봉사에 참여하였으며, 총 자원봉사 시간은 약 19억 6천 시간으로 분석되었다(GSS GVP, 2015).

〈표 4-8〉 전체 나눔 현황, 2012-2013년 추정값

(단위: CAD, 시간)

	2010	2013
기부총액	111억 6천만	127억 6천만
평균기부액(기부자 당)	470	531
총 봉사시간	2,063백만	1,957백만
평균봉사시간	156	154

자료: Statistics Canada (2015). GSS GVP

〈표 4-9〉 캐나다 GSS GVP 조사개요

	GSS GVP (2013)
조사대상	15세 이상 인구
표본추출방법	확률표본추출 -무작위표본추출 -전화번호부를 샘플링 자료원으로 사용
표본 수	표본: 약 47,100 가구, 응답: 14,714가구
조사주기	5년
조사기간	2013년 9월 3일-12월 31일
조사방법	•전화조사 •Computer Assisted Telephone Interview (CATI): 유선으로 전화면접을 진행하면서 전화번호 표집, 다이얼링, 응답내용 컴퓨터에 직접 기록해주는 방식
세부조사항목 (나눔통계 관련)	•자원봉사 참여자(지난12개월 기준): 자원봉사 참여 여부, 자원봉사 방법, 과거 자원봉사 참여 여부, 자원봉사 기관 수, 자원봉사 빈도, 자원봉사 총 시간, 자원봉사 수행 이유, 가장 자원봉사를 많이 한 기관에 대한 세부질문(자원봉사 기회모색 방법, 자원봉사 시간, 수당지급여부 등), 자원봉사를 통한 기술습득 •근로자: 근로여부, 고용주의 자원봉사 독려 정책·프로그램 수행여부, 고용주의 기부수행여부 등 •자원봉사 비참여자: 자원봉사 비수행 이유 •비공식적 자원봉사 참여자: 비공식적 자원봉사 수행여부, 비공식적 자원봉사 빈도 •기부: 기부 참여여부 및 방법, 기부 독려방법, 기부 참여이유 •기부 비참여자: 기부 비참여 이유

자료: Statistics Canada (2015). GSS GVP

마. 뉴질랜드

뉴질랜드의 자선신탁협회(Philanthropy New Zealand)는 2006년부터 뉴질랜드의 기부동향에 대한 「Giving New Zealand」를 발간하며 조사는 Business and Economic Research Limited (BERL)에서 수행된다. 본 보고서의 목적은 먼저 비정부 출연 기부금 규모와 출처를 파악과 다음 기부 분야를 정하는 것이다.

해당조사는 보조금 수혜기관(grant recipient)와 배분기관(grantmaker and funding manager)를 대상으로 하며 조사는 2006, 2011, 2014년에 진행되었다.

해당 보고서에서 기부(philanthropy)는 ‘직접적인 대가없이 인간의 웰빙 증진을 위해 금전적 자원을 제공하는 행위’로 정의하고 기부의 주체를 개인, 신탁·재단, 기업의 3가지로 분류한다. 뉴질랜드의 2014년 총 기부액은 27억 8천 8백만 NZD이며 개인기부가 전체의 54.9%(1억 5천만 NZD), 신탁·재단이 42.4%(1억 2천만 NZD), 기업이 2.7%(7천 7백만 NZD)로 파악되었다(Philanthropy New Zealand, 2015).

〈표 4-10〉 전체 나눔 현황, 2011-2014년 추정값

(단위: 백만 NZD)

구 분	개인	신탁·재단	기업	합계
2011년	1,546.2	1,144.6	98.6	2,789.4
2014년	1,530.1	1,180.8	77.2	2,788.1
(%)	54.9	42.4	2.7	100.0

자료: Philanthropy New Zealand (2015). Giving New Zealand: Philanthropic funding

뉴질랜드는 2009년부터 통계청이 종합사회조사(New Zealand General Social Survey, NZGSS)를 실시해오고 있다. 본 조사는 15세 이상 뉴질랜드 인구의 웰빙에 대한 정보를 제공하고 있으며 특히 조사대상자의 인구사회학적 특성과 웰빙 관계를 파악한다. 해당조사는 15세 이상의 인구를 대상으로 하며 조사주기는 2년 이다.

자원봉사참여 유무조사는 NZGSS의 문항으로 되어있으며 자원봉사자를 ‘지난 4주 동안 단체 혹은 기관에서 자발적인 활동을 한 자’로 정의한다. 조사에 따르면 2012년 15세 이상 뉴질랜드 인구의 30.6%가 자원봉사에 참여하였다(NZGSS, 2013).

〈표 4-11〉 뉴질랜드 나눔통계 조사개요

	Giving New Zealand 2014	NZGSS 2012
		-다단계표집
표본 수	표본: 보조금 수혜기관 6,000곳, 배분기관 3,500곳 응답: 보조금수혜기관 847곳, 배분기관 424곳	응답: 8,462명(응답률: 78%)
조사주기	1년	2년
조사기간	2015년 2·5·8·11월	2012년 4월-2013년 3월
조사방법	<ul style="list-style-type: none"> •자선법(the Charities 2005)을 기반으로 한 the Charities Register에 등록되어 있는 보조금 수혜기관 및 배분기관을 무작위 선정 •기관당 1개의 email 주소 사용 •email로 온라인조사 진행 혹은 요구 시 출력된 서면조사지 송부 	<ul style="list-style-type: none"> •각 가구에서 15세 이상 성인 한 명이 랜덤으로 선택되어 조사에 참가함 •18세 미만의 응답자에게 경제생활표준화지수(Economic Living Standard Index) 등 몇 가지 질문은 제외됨 •조사대상자의 가정에서 컴퓨터로 면접 후 바로 전송하는 방식 (Computer-Assisted Personal Interviewing (CAPI))으로 조사 진행 •조사 시 약 45분 소요
세부조사항목 (나눔통계 관련)	<ul style="list-style-type: none"> •기부: <ul style="list-style-type: none"> -기부범위: 기부주체, 기부방법, 기부도(자발/의무) 구분 -기부금 수혜기관 분류, 기부 목적 	<ul style="list-style-type: none"> •인구학적 특성: 생애주기, 연령, 성별, 고용상태, 가구소득, 개인소득, 교육수준, 주거점유형태, 가족구성형태, 거주자 지위, 인종, 지역 등 •자원봉사: 지난 4주간 기관 혹은 단체에서의 자원봉사 참여 여부

자료: Philanthropy New Zealand (2015). Giving New Zealand; Statistics New Zealand (2013). NGGSS

해외 주요국가의 나눔 통계에서는 주로 기부의 방법, 분야, 기부액과 자원봉사 활동 단체, 유형, 방법 등에 대해 조사하고 있으며, 정의는 다소 차이가 있으나 공통적으로 나눔의 주체, 수단, 내용, 자발성 등을 포함하고 있다.

〈표 4-12〉 외국 나눔통계의 작성현황

국가	통계자료명	영역	조사 영역에 대한 정의	주요추정내용
미국	Giving USA	기부	개인, 유증, 기업, 재단이 현금, 현물을 공익적인 단체에 대가없이 자발적으로 제공하는 것	전년도 기부총액, 기부주체별 기부액, 단체 분야에 따라 기부 받은 금액
	Volunteering in the USA	자원봉사	지난 1년 동안 단체를 통하거나 단체를 위해 활동비용을 제외한 무급의 자발적인 활동을 한 자 (공식적 활동만 조사)	활동한 단체의 숫자/유형, 활동 시간, 활동의 종류, 참여 계기, 해외 활동 경험 여부, 원거리 활동 경험 여부
	US Organ Transplantation Annual Data Report	생명나눔	장기기증자는 한번이라도 장기를 이식해 준 사람으로 여러 번 장기이식을 한 사람의 경우 장기별 이식마다 포함되며, 이식 대기 환자의 경우 필요한 장기이식 횟수에 상관없이 개인으로 계산됨	간, 췌장, 창자, 심장, 폐 등 장기별 이식 현황, 이식 대기자 현황, 지역별 장기이식 분포, 사후 기증 현황, 소아 장기기증, 이식경과
영국	UK Giving	기부	개인이 현금을 자동이체나 공제 등의 13가지 방법으로 의학연구나 종교단체 등과 같은 14가지 분야에 제공하는 것, 자선을 목적으로 개인에게 제공하는 후원	기부방법, 기부 분야, 기부액, 기부주체 분류, 기부 증진을 위한 방안
	Community Life Survey	자원봉사	자원봉사를 3가지 영역으로 나타냄 - 공식적 자원봉사: 단체, 기관을 통해 무급의 도움을 제공하는 것, - 비공식적 자원봉사: 개인적으로 모르는 사람에게 무급의 도움을 제공하는 것, - 고용주 지원 자원봉사: 고용인이 고용주 혹은 회사를 통해 자원봉사 활동을 하는 것	지난 1년 및 4주 동안의 공식/비공식/고용주 지원 자원봉사 활동 조사
	Organ Donation and Transplantation Activity Report	생명나눔	장기기증자는 한번이라도 장기를 이식해 준 사람으로 정의	신장, 췌장, 간, 심장, 창자, 각막 등 장기별 이식 현황, 이식성공률, 이식 기부자 등록 현황, 잠재적 기증자 점검
호주	Australian National Accounts: Non-Profit Institutions Satellite Account	기부	기부자가 현금, 현물을 제공하며 세금공제를 제외한 어떠한 대가를 받지 않는 거래	기부 주체별 기부액
	Voluntary Work Survey	자원봉사	단체를 통해 시간, 서비스 또는 기술 형태로 제공하는 무급의 자발적인 도움	자원봉사 참여 여부, 참여한 단체 및 활동의 종류와 참여 동기

국가	통계자료명	영역	조사 영역에 대한 정의	주요추정내용
	Organ and Tissue Authority (OTA) Annual Report	생명나눔	뚜렷한 정의 없이 장기이식을 포괄함	장기기증자 수, 이식받은 환자 수, 장기이식 건 수, 잠재적 기증자 접촉, 이식성공률, 장기기증에 관한 인식, OTA 관련 예산/지출
캐나다	General Social Survey on Giving, Volunteering and Participating (GSS GVP)	기부	지난 12개월 동안 비영리단체에 한번이라도 돈을 제공하는 것(물품조사의 경우 금액 비추정)	기부방법, 기부 이유, 동기, 더 이상 하지 않는 이유, 물품기부 여부, 학창 시절 경험
		자원봉사	비영리기관을 위해 지난 12개월 동안 대가없이 자발적으로 서비스를 한 번이라도 제공하는 것(개인적으로 도움을 주는 것은 비포함)	참여여부, 이전 경험, 주된 활동, 이유, 습득한 기술, 더 이상 하지 않는 이유, 비공식적 봉사
	Delivering Value Annual Report	생명나눔	헌혈에 중점을 둔 생명나눔 통계	헌혈 현황과 경제적 가치, Canadian Blood Services 운영 예산 및 인력 현황
	「Canadian Organ Replacement Register(CORR) Annual Report: 'Treatment of End-Stage Organ Failure in Canada」	생명나눔	병원 투석 프로그램(hospital dialysis program), 지역 이식 프로그램(regional transplant programs), 장기조달기구(organ procurement organizations, OPOs), 신장 투석 서비스(kidney dialysis services) 등에 등록된 데이터 활용	투석, 장기이식, 생명기부 인원, 기증자 및 환자 연령, 장기별 이식 사례 수, 2004년부터 2013년까지 장기이식의 전반적 추이
뉴질랜드	Giving New Zealand: Philanthropic Funding	기부	개인, 신탁, 재단, 기업이 자발적으로 혹은 법적으로 대가없이 현금을 제공하는 것	기부 주체 분류, 기부총액
	New Zealand General Social Survey (NZGSS)	자원봉사	지난 4주 동안 단체 혹은 기관에서 자발적인 활동을 한 자	자원봉사 참여여부
	Organ Donation New Zealand Annual Report	생명나눔	장기이식, 조직이식, 장기기증, 조직기증을 포괄함	신장, 심장, 폐, 간, 췌장 등 장기별 이식현황, 피부, 심장판막, 안구 등 조직별 기증현황, 기증자 인구학적 특성

자료: Australian Bureau of Statistics, 2011; Australia Bureau of Statistics, 2014; Australia Organ and Tissue Authority, 2015; Bureau of Labor Statistics U. S Department of Labor, 2016; Cabinet Office, 2015; Canadian Institute for Health Information, 2015; Canadian Blood Services, 2014; Charities Aid Foundation, 2014; Giving USA 2014; National Health Services Blood and Transplant, 2015; OPTN/SRTR, 2014; Organ Donation New Zealand, 2015; Philanthropy New Zealand, 2015; Statistics Canada, 2015; Statistics New Zealand, 2013

3. 세계 나눔통계 작성 현황

최근 국제적으로 기부, 자원봉사활동 등 나눔에 관한 지표를 비교하려는 시도가 있다. 지표의 국제비교가 가능하기 위해서는 조사대상과 질문내용 등이 동일해야 함으로 국제기구가 수집한 국가별 자료 혹은 국제 리서치 회사 자료가 주로 사용된다.

가. World Value Survey

World Value Survey(WVS)는 사회 및 정치적 삶에 미치는 영향과 변화하는 가치를 연구하는 사회과학자들의 국제적 네트워크 조사이다. 이 조사에는 선진 국가 뿐 만 아니라 후진 국가도 포함되어 전 세계의 국가를 포괄하는 특징을 갖고 있다. 현재 세계인구의 약 90%를 포괄하는 100여 개 국가 조사에 참여하고 있으며 1981년 1차 조사를 시작으로 5년의 조사주기를 통해 현재 6차 조사(2014년)까지 진행되었다. 본 조사는 나눔통계와 관련하여 자발적 활동에 대한 문항을 포함하고 있다(부표 1-1, 1-2 참조).

〈표 4-13〉 World Value Survey 조사개요

대상	18세 이상				
표본추출 방법	1단계에서 주어진 사회적 통계의 지리적, 센서스 유닛, 선거구, 중앙 인구 등록 등을 바탕으로 샘플링 지점의 랜덤 선택이 이뤄짐 대부분의 국가에서 인구수와 도시화 정도가 고려됨				
표본크기	각 국가별로 최소 1,000명 이상				
조사방법	대인 면접 조사				
조사문항 (나눔통계 관련)	Wave 1/3/5/ 6 -사회적 자본	회원으로 계신 단체가 있으시면 해당란에 표를 해주십시오.			
		구분	회원 아님	소극적 회원	적극적 회원
		① 종교나 교회단체			
		② 스포츠, 레크레이션 단체			
		③ 예술, 음악 또는 교육 단체			
④ 노동조합					

		⑩ 자조모임, 공제모임			
		⑪ 기타 단체			
	Wave 2/4 -자발적 활동	-다음 목록에 해당하는 기관에 소속되어 있거나 부모수의 자발적 활동에 참여중 이십니까? ① 사회복지, ② 종교단체, ③ 교육·예술·음악·문화 활동, ④ 노동조합, ⑤ 정당, ⑥ 지역정치활동, ⑦ 국제개발·인권활동, ⑧ 환경·동물권리활동, ⑨ 전문적 협회, ⑩ 청소년활동, ⑪ 스포츠·레크레이션활동, ⑫ 여성단체, ⑬ 평화운동, ⑭ 건강관련 단체, ⑮ 기타 사회적 단체			

자료: WVS 홈페이지 <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>

WVS의 조사 문항 중 자발적 활동에 해당하는 조사결과에 따르면 한국 9.1%, 미국 14.4%, 캐나다 9.6%로 <표 4-3>에서 나타난 국내통계 수치(16.3%)와 다소 차이가 있다. 이것은 표본규모, 조사방법, 질문내용의 차이 등에서 비롯된다.

<표 4-14> World Value Survey 조사결과(Wave 4)의 국제 비교

	전체	제공함	
		N	%
한국	1200	109	9.1
미국	1200	173	14.4
캐나다	1931	185	9.6

자료: WVS 홈페이지 <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>; 통계청, 2015; Bureau of Labor Statistics U. S Department of Labor, 2016; Statistics Canada, 2015

나. World Giving Index (세계기부지수)

World Giving Index는 영국 내 등록된 국제 자선단체를 이끄는 Charities Aid Foundation (CAF)에서 매년 발간되는 보고서로 기부, 자원봉사, 타인 돕기 등 나눔과 관련한 문항을 포함하고 있어 국제 비교 시 대표적으로 활용된다. World Giving Index에 해당하는 설문은 Gallup World poll에서 전 세계적으로 이루어지며 CAF에서는 Gallup World Poll의 자료를 활용하여 보고서를 발간한다. World Giving Index는 2010년 처음 발간되었으며 현재 6차(2015년)자료의 설문은 145개국에서 진행되었으며 전 세계 인구의 96%를 포괄한다고 추정한다(부표 1-2참조).

〈표 4-15〉 Gallup World poll 조사개요

대상	비규격화된 15세 이상 인구
표본추출 방법	일부 예외를 제외하고 모든 표본은 확률기반이며 국가적 대표성을 가짐. In most countries surveyed, 1,000 questionnaires are completed by a representative sample of individuals living across the country
표본크기	국가 당 최소 1,000명 이상의 개인을 표본으로 선정함. 중국, 러시아와 같이 인구 규모가 큰 국가의 경우 최소 2,000명의 표본이 추출되고 인구규모가 작은 국가의 경우 대표성을 가진 500-1000명이 표본으로 선정되기도 함.
조사방법	전화의 보급정도에 따라 전화조사 혹은 대면 조사 실시
조사문항 (나눔통계 관련)	(기부) 당신은 지난 한달 동안 자선단체에 돈을 기부한 적이 있습니까? (자원봉사) 당신은 지난 한달 동안 단체에서 자원봉사활동을 한 적이 있습니까? (타인 도움) 당신은 지난 한달 동안 모르는 사람을 도와준 적 있습니까?

자료: CAF (2015). World Giving Index 2015

World Giving Index에서 조사한 낯선 타인 돕기, 기부, 자원봉사의 순위와 점수를 합한 결과에 따르면 미국, 뉴질랜드, 캐나다, 호주, 영국은 각2위에서 6위를 차지해 높은 순위를 기록했으나 한국은 64위에 그쳤다.

〈표 4-16〉 주요국가의 세계기부지수 비교

국가	합계		낯선 타인 돕기		기부		자원봉사	
	순위	점수(%)	순위	점수(%)	순위	점수(%)	순위	점수(%)
미국	2	61	3	76	12	63	6	44
뉴질랜드	3	61	22	65	6	73	4	45
캐나다	4	60	14	69	10	67	5	44
호주	5	59	21	66	7	72	12	40
영국	6	57	25	63	4	75	28	32
한국	64	35	74	50	55	34	63	21

자료: CAF (2015). World Giving Index 2015

다. OECD Society at a Glance

OECD의 ‘Society at a Glance’는 OECD 회원국을 중심으로 사회적 웰빙 및 경향 파악이 가능한 보고서로 2년에 한 번씩 발간된다. OECD는 2011년부터 해당 보고서를 통해 친사회적 행동(pro-social behaviour) 지수를 소개하고 있으며 자원봉사, 기부, 이웃돕기의 세 가지 활동을 포함한다. 설문은 Gallup World poll에서 우리나라를 포함한 145개국을 대상으로 실시하며 OECD에서는 해당 자료를 활용하여 보고서를 발간한다.

해당 조사는 2012년에 수행된 조사로서 조사결과에 따르면 1위는 미국으로 자원봉사 44.7% , 기부 62.3%, 이웃돕기 77.4%이고 한국은 자원봉사 29.4%, 기부 32.7%, 이웃돕기 45.2%로 OECD 국가 중 11위를 기록하였다.

〈표 4-17〉 Society at a Glance 2014 조사결과

(단위: %)

국가	자원봉사	기부	이웃돕기	OECD 국가 순위
미국	44.7	62.3	77.4	1
캐나다	42.1	68.5	64.0	2
뉴질랜드	39.7	66.9	70.0	3
호주	34.5	66.9	64.8	7
한국	29.4	32.7	45.2	11
영국	25.0	72.5	57.1	15

자료: OECD (2014). Society at a Glance 2014

라. OECD Time Use database

시간사용조사는 15-64세 사람들이 하루 생활 중 어디에 자신의 시간을 배분하는지에 대한 정보를 기록하는 조사로서 OECD 국가 중 우리나라를 포함한 26개국에서 실시하고 있다. 뿐만 아니라 OECD비회원국가인 중국, 인도, 남아공 등의 국가도 조사를 실시하고 있다. 활동의 주요 카테고리 중 무보수 노동(unpaid work)에는 자원봉사활동 시간이 포함되어있다. 국가별로 조사대상 연령, 기록시간, 기록일 등 시간조사에 대한 방법과 접근이 다소 상이함으로 시간사용조사 자료로 국가 간 비교 시 유의하여야 한다(부표 1-4 참조).

<표 4-18>은 한국과 5개국의 자원봉사시간을 하루 1,440분 중 뉴질랜드가 자원봉사시간이 하루에 13분으로 가장 높았으며 미국 8분, 호주 6분, 한국 1분으로 파악되었다.

〈표 4-18〉 하루 1440분 중 자원봉사활동시간 국제비교

(단위: 분)

주: 한국(2009년), 영국(2000-2001년), 캐나다(2005년), 호주(2006년), 미국(2008년), 뉴질랜드(1998-1999년) 자료사용. 분석대상은 15-64세이나 한국은 30-59세. 통계자료는 하루 1,440분을 표준화한 수치

자료: OECD Time Use Surveys database.

4. 외국 주요 나눔 관련 기관

나눔의 역사가 상대적으로 오래된 선진국은 다양한 형태의 나눔 관련 기관을 갖고 있다. 미국의 경우 사회조직과 유기적 파트너십을 구축하는데 주력하는 United Way Worldwide (UWW), 기부자와 자선단체에 대한 데이터베이스를 구축한 Foundation Center, 모금단체의 투명성 및 건전성을 공개하는 Charity Navigator Guide Star, 비영리 단체 면세 혜택 여부를 결정하는 Internal Revenue Service (국세청), 다양한 경험과 교육을 제공하는 Outreach Program 등이 존재한다. 영국은 세계기부지수를 발표하는 CAF를 비롯하여 대표적 자선가계인 OXFam, 기부문화를 연구·중간지원하는 New Philanthropy Capital (NPC), 규모의 자원봉사가 행해지는 Hospice UK, 기부활동을 장려하는 The Big Give 등이 있다. 그리고 호주의 예술기부 활성화를 담당하는 Australia Cultural Fund (ACF), 캐나다에는 달리기를 통해 나눔을 촉진하는 Terry Fox Run 등이 있다. 이들 기관에 대한 더 세부적인 내용은 <표 4-19> 을 참고하기 바란다.

<표 4-19> 외국 주요 나눔 관련 기관 및 활동 특성

국가	기관명	기부관련 활동 특성
미국	United Way World wide (UWW)	<ul style="list-style-type: none"> •개인기부가 주를 이루며 안정적인 수익을 가진 개인들이 일정액을 매월 기부함 •기부 필요성에 대한 인식증진 및 기부문화 활성화를 위해 자원봉사 기회 제공 •사업 등을 진행하는 NPO와 유기적인 파트너십 구축
	Foundation Center	<ul style="list-style-type: none"> •기부활성화를 위한 중간지원 단체 •주요활동 <ul style="list-style-type: none"> -자선활동에 대한 정보 수집 및 공유 -십만여 개의 미국에 소재하고 있는 재단, 기업, 후원자, 재정후원 자선단체의 정보 및 그들이 제공하는 2.1백만여 개의 보조금 정보를 포함한 데이터베이스 운영
	Charity Navigator Guide Star	<ul style="list-style-type: none"> •모금액을 공개하거나 모금단체의 재무건전성, 투명성, 사업실적에 따라 평가 결과를 공개 •국세청의 표준재무신고 990양식(FORM 990)의 데이터 기반으로 평가 감시기관 역할

국가	기관명	기부관련 활동 특성
	Outreach Program	<ul style="list-style-type: none"> •특정 기관이나 단체 또는 대학(교육기관) 등이 지역사회와 연계하여 일반 대중 혹은 소외된 계층에게 다양한 경험과 교육의 혜택을 제공하는 일련의 포괄적 활동 -스미소니언 박물관 Outreach Program -NASA Outreach Program -Microsoft Outreach Program -IBM Outreach Program
	기타	<ul style="list-style-type: none"> •United Way of America: 기부모금 및 배분지원 활동 총괄, •Habitat for Humanity: 열악한 주거환경에 개선을 위해 활동하는 국제적, 비영리 비정부 기구 •Big Brothers & Big Sisters: 청소년 멘토링 중심의 자원봉사
영국	Charities Aid Foundation (CAF)	<ul style="list-style-type: none"> •자선단체 지원재단 •개인기부와 기업기부 활동 지원 및 활성화를 위해 90여 년 간 활동 중 •‘세계기부지수(World Giving Index)’ 매년 발표
	OXFam	<ul style="list-style-type: none"> •우리나라 ‘아름다운가게’가 벤치마킹한 대표적 중고물품 거래 전문 업체 •판매물품의 85%를 기부를 받아 확보하고 수익금의 대부분은 사회 환원 •시민들의 자발적 참여와 기부를 원칙으로 운영 •영국 내 700여 개소의 charity shop 운영 중
	New Philanthropy Capital (NPC)	<ul style="list-style-type: none"> •기부문화 관련 연구·중간지원 조직으로 효과적인 기부방안 모색 •기부활동수행 및 원조가 필요한 단체들을 지원 •나눔에 대한 이론 연구 및 기부 활성화 전략 지원(모금기관 대상), 모금 기관 종사자 대상 교육, 기부 및 기부 영향 측정 공표
	Hospice UK	<ul style="list-style-type: none"> •영국 호스피스 분야 자원봉사자 규모는 약125천여 명 •자원봉사자는 호스피스 분야 운영에 큰 역할을 함 •주요활동 -호스피스 분야 활동가 교육, 관련 서비스의 원활한 공급 지원 -호스피스 분야의 서비스 전문화와 자원봉사 활성화 연계
	The Big Give	<ul style="list-style-type: none"> •공익성 기부 장려단체 •2015년 “Best Charity Partnership”으로 Third Sector Awards 수상 •온라인 매칭펀드 및 캠페인 •기부활동 독려 및 기부자와 단체 연결 지원 -Christmas Challenge -The Summer Give -Emergency Appeals
	Charities Trust	<ul style="list-style-type: none"> •HMRC에 등록된 기부 관리 비영리단체 •기업 및 개인 기부 gateway 역할 •나눔 관련 마케팅 지원, 실질적인 online & offline 기부 모집 •The Big Give와 공동으로 Christmas Challenge 모금(2015)

국가	기관명	기부관련 활동 특성
		마다 런던 마라톤 대회를 후원하고 있음. •런던마라톤은 기업 후원금, 마라톤 참가자의 참가비 모두를 모금으로 연계 •매년 4월 개최
호주	Australia Cultural Fund (ACF)	•호주 문화펀드는 예술 기부 활성화를 위해 운영하는 서비스 프로그램
캐나다	Terry Fox Run	•캐나다 모든 학교들이 매년 9월에 Terry Fox Run이라는 달리기 행사를 개최 •수익금을 암 연구에 활용

자료: (기입순서대로) United Was Worldwide 홈페이지 <http://www.unitedway.org>
 Foundation Center 홈페이지 <http://foundationcenter.org>
 Charity Navigator Guide Star 홈페이지 <http://www2.guidestar.org>
 Internal Revenue Service 홈페이지 <http://www.irs.com>
 United Way of America 홈페이지 www.unitedway.org
 Habitat for Humanity 홈페이지 www.habitat.org
 Big Brothers & Big Sisters 홈페이지 www.bbbs.org
 Charitas Aid Foundation 홈페이지 www.cafonline.org
 OXFam 홈페이지 www.oxfam.org.uk
 New Philanthropy Capital 홈페이지 www.thinknpc.org
 Hospice UK 홈페이지 www.hospiceuk.org
 The Big Give 홈페이지 www.thebiggive.org.uk
 Charities Trust 홈페이지 www.charitiestrust.org.uk
 Volunteering England 홈페이지 www.ncvo.org.uk
 Virgin Money 홈페이지 uk.virginmoney.com
 Australia Cultural Fund 홈페이지 <http://australianculturalfund.org.au>
 Terry Fox Run 홈페이지 www.terryfox.org

제3절 소결

나눔 문화 활성화를 위해서 우리나라 뿐 만 아니라 외국에서도 현재 나눔에 대한 개념 정립 및 활성화를 위한 연구 및 활동들이 진행되고 있다. 이를 뒷받침하기 위해 해외 주요 선진국에는 나눔 문화의 확산 및 기부촉진을 위한 나눔 정책과 관련한 법·제도가 조직적으로 구비되어 있다. 미국의 경우 자선조직 및 자선기금 모집에 관한 법은 각 주(state)별로 제정되어있고, 나눔 정책 중 기부촉진을 위한 정책은 미 국세법(IRC)을 기반으로 기부금 세제혜택이 대표적이다. 영국은 오랜 역사의 자선법을 2006년에 현대적인 관점에서 새로 제정하였고 기부촉진을 위한 기부금 세제혜택은 개인과 법인 각각으로 나뉘어 다양한 형태로 주어져 기부자의 선택의 폭을 넓힌다. 이렇듯 해외의 나눔 관련 제도 및 법은 각 국가의 사회

문화·경제적 특성을 잘 반영하고 있다. 이러한 해외의 제도 및 법안은 우리나라의 나눔 문화 특성을 구체화 시키고 또한 나눔 문화를 활성화하는 방향을 시사하고 있다.

본 장에서는 다양한 외국의 나눔 통계 현황을 파악해보았는데, 국가별·조사별 나눔 통계의 비교 시 주의할 사항과 통계 비교 시 갖는 함의는 다음과 같다. 먼저 국가별로 진행된 조사의 경우 기부, 자원봉사와 같은 나눔에 대한 개념 정의가 서로 달라 비교 시 약간의 모호성이 존재하고 또한 조사시점, 조사방법, 조사문항 등이 국가 간 상이하기 때문에 일관성이 부족하여 국가 비교 시 주의할 필요가 있다. 또한 국제단체가 수행한 조사의 경우에는 조사시점 및 조사문항의 일관성은 확보가 되나, 표본의 대표성이 떨어져 통계 산출 시 국내 대표통계의 결과 값과 다소 차이를 갖기도 한다. 그러나 <표 4-20>을 보면 자원봉사의 경우 조사기관 간 통계수치는 다소 차이가 있다. 예를 들어서 한국의 사회조사에서 집계된 자원봉사 참여율은 16.3%이나 동일년도에 CAF의 World Giving Index의 경우에는 참여율이 21%로 나타난다. 그럼에도 불구하고 대부분의 조사에서 한국이 해외 선진국에 비해 자원봉사 참여율이 낮다는 것을 파악할 수 있고, GDP 대비 기부 규모를 파악한 통계와 같이 대표성이 확보된 자료를 사용한 경우 국가 간 비교가 용이하다.

<표 4-20> 해외 나눔실태 종합표

구분	내용	한국	미국	영국	호주	캐나다	뉴질랜드
기부 ¹⁾	기부 규모	11조 999십억 원	3천732 억 USD	96억 GBP	53억3천 만 AUD	128억 CAD	27억881 만 NZD
	GDP대비 %	0.81	2.08	0.51	0.37	0.68	1.16
	기부참여율(%)	29.8		67		82	
	조사시점(년)	2015	2015	2015	2012/2013	2013	2014
	조 사 명	사회조사	Giving USA	UK Giving	Non-Profit Institutions Satellite Account	GSS GVP	Giving New Zealand

구분	내용	한국	미국	영국	호주	캐나다	뉴질랜드
자원봉사 ²⁾	자원봉사 참여율(%)	16.3	24.9	42	36	44	30.6
	조사시점(년)	2015	2015	'14/'15	2010	2013	2012
	조사명	사회조사	Volunteering in the United States	Community Life Survey	Voluntary Work, Australia	GSS GVP	NZGSS
기부주체 % ³⁾	개인	59.1	71	-	74.9	-	54.9
	기업	40.9	5	-	16.2	-	2.7
	재단		16	-	8.9	-	42.4
	유산증여	-	9	-	-	-	-
World Value Survey ⁴⁾	노인, 장애인 또는 취약자를 위한 사회복지서비스에서 무보수노동 제공	9.1%	14.4%	-	-	9.6%	-
World Giving Index ⁵⁾	자원봉사(%) (순위)	21 (63)	44 (6)	32 (28)	40 (12)	44 (5)	45 (4)
	기부(%) (순위)	34 (55)	63 (12)	75 (4)	72 (7)	67 (10)	73 (6)
	이웃돕기(%) (순위)	50 (74)	76 (3)	63 (25)	66 (21)	69 (14)	65 (22)
	합계 순위	64	2	6	5	4	3
Society at a Glance 2014 ⁶⁾	자원봉사(%)	29.4	44.7	25.0	34.5	42.1	39.7
	기부(%)	32.7	62.3	72.5	66.9	68.5	66.9
	이웃돕기(%)	45.2	77.4	57.1	64.8	64.0	70.0
	OECD 국가 순위	11	1	15	7	2	3
OECD Time Use DB ⁷⁾	하루 중 자원봉사 활동 시간 (분)	1	8	2	6	3	13

주: 1) 한국(15세 이상 개인), 미국(16세 이상 개인), 영국(16세 이상 개인), 캐나다(15세 이상 개인), 호주(16세 이상), 뉴질랜드(보조금 수혜기관 및 배분기관); 기부 참여율은 대상인구 대비 기부에 참여한 인구 수

2) 한국(15세이상), 미국(16세 이상), 영국(16세 이상), 캐나다(15세 이상), 호주(18세 이상), 뉴질랜드(15세 이상); 자원봉사 참여율은 대상인구 대비 자원봉사에 참여한 인구 수

6) 지난 한달 간 기관에 자원봉사를 한 사람, 자선목적의 기부를 한 사람, 모르는 사람을 도운 사람 비율

7) 한국('09), 영국('00-'01), 캐나다('05년), 호주('06년), 미국('08년), 뉴질랜드('98-'99년). 분석대상은 15-64세이나 한국은 30-59세. 통계자료는 하루 1,440분을 표준화한 수치

자료: 1) 국세청, 2014; 통계청, 2015; Giving USA Foundation 2016; Charities Aid Foundation, 2016; Australia Bureau of Statistics, 2014; Statistics Canada, 2015; Philanthropy New Zealand, 2015
 2) 통계청, 2015; Bureau of Labor Statistics U.S Department of Labor, 2016; Cabinet Office, 2015; Australian Bureau of Statistics, 2011; Statistics Canada, 2014; Statistics New Zealand, 2013
 3) 통계청 2014, Giving USA 2016, Australian Bureau of Statistics 2015, Giving New Zealand 2015
 4) WVS 홈페이지 <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>; 통계청, 2015; Bureau of Labor Statistics U.S Department of Labor, 2016; Statistics Canada, 2015
 5) CAF (2015). World Giving Index 2015

- 6) OECD (2014). Society at a Glance 2014
- 7) Miranda, V. (2011), "Cooking, Caring and Volunteering: Unpaid Work Around the World", OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 116, OECD Publishing

외국의 나눔 통계 작성방법을 살펴보면 몇몇 국가에서는 나눔 실태 파악을 위해 종합사회조사 내 부가조사 혹은 다양한 문항으로 구성된 모듈을 구축하고 있다. 세부적인 조사내용은 기부 및 자원봉사와 관련한 나눔 실태 파악이 용이하게 하고 우리나라의 조사와 비교 시 조사 내용은 양질의 차이를 갖는다.

외국의 나눔 통계 비교를 통해 우리나라는 아직 선진국에 비하여 기부규모나 기부참여율, 자원봉사참여율이 낮은 수준임을 알 수 있다. 앞서 언급한 것처럼 외국의 경우는 오랜 나눔의 사회문화를 구체적으로 형성시켰고 더불어 기부금 세제 혜택 등 나눔 관련법과 제도를 구비하고 있는 반면 우리나라는 선진국에 비해 나눔 의식이 낮고 나눔 활성화를 뒷받침 할 관련법과 제도가 미흡하다. 따라서 앞으로 나눔 문화의 사회 분위기 확산 및 제도개선을 통해 기부참여 및 자원봉사참여를 높이는 노력이 요구된다.

제 5 장

나눔문화 여건 조성방안과 연구의 한계

제1절 나눔 통계 생산효율화 방안

제2절 나눔 활성화 방안

제3절 정책적 함의와 건의

제4절 연구의 한계

5

나눔문화 여건 조성방안과 < 연구의 한계 <

제1절 나눔 통계 생산 효율화 방안

국세청 자료에 따르면, 2014년 기준 한국의 기부금 신고액은 총 11조 9,989억 원으로 전년 대비 3.9% 감소하였다. 이러한 감소는 법인 기부금의 증가에도 불구하고 개인 기부금의 감소에 따른 것이다. 특히 근로소득자의 기부금이 가장 큰 폭(5.8%)으로 감소하였으나, 근로소득자의 1인당 기부금액은 1.13백만원(2013년)에서 1.15백만원으로 증가하였다. 이는 개인 기부금의 감소는 기부인원의 감소를 의미한다. 또한 종합소득자의 1인당 기부금액은 2.56백만원(2013년)에서 2.37백만원으로 감소하였다. 종합소득자의 1인당 기부금액의 감소는 크지 않은 것으로 나타났다.

이에 비해 자원봉사와 생명나눔은 규모를 추정하기 보다는 참여율과 참여건수 등으로 실태를 파악할 수 있다. 2015년 기준 자원봉사활동 참여율은 16.3%로 전년 대비 1.4%p 감소하였다. 헌혈은 305만3천건으로 전년 대비 4.8% 증가하였다. 장기기증에 참여한 사람(생존, 사후, 뇌사 모두 포함)은 2,471명으로 전년 대비 2.1% 증가하였다.

한국의 나눔 실태를 국제 수준에서 비교하기 위해 World Giving Index 2015를 살펴본 결과, 한국은 기부 55위, 자원봉사 63위, 낯선 타인 돕기 74위로 전체적으로 64위에 해당하는 것으로 나타났다(2015년 기준). 미국(2위), 뉴질랜드(3위), 캐나다(4위), 호주(5위), 영국(6위) 등 영미권 국가에서 이러한 지표가 매우 높게 나타났다.

그러나 한국의 나눔 문화가 선진국에 비해서 낮다고 단정할 수는 없다. 그 이유는 먼저, 나눔에 대한 개념적 정의의 외연 확대에도 불구하고 생산 가능한 통계 혹은 활용가능한 통계의 한계로 한국에서 행해지고 있는 나눔 실태의 일부만이 통계에 반영되지 않고 있기 때문이다. 예를 들면, 한국은 전통적으로 두레와 향약, 상부상조 등의 전통이 있다. 이러한 전통은 일부 국가에도 있지만 한국에서

이들은 매우 강력한 공동체 기제로 작용하고 있다는 점에서 차이가 있다. 또한 한국은 사회보험의 발달이 성숙 단계로 접어든 지 얼마 되지 않은(2008년도 완전 노령연금자 배출) 관계로 소득보장의 사각지대는 나눔에 의해 지지되기 보다는 오히려 가족 내에서 해결해야 할 문제로 인식되었다. 따라서 가족 간 사적이전에 따른 세대 간 나눔이 한국에서 가장 큰 부분을 차지하고 있다고 해도 과언이 아니다. 그럼에도 불구하고 선진국을 중심으로 한 나눔 실태의 측정에서는 가족 간 이전과 상호부조는 통계에서 제외된다. 본 연구에서 이와 관련하여 전문가 자문회의, FGI 등을 통해 의견을 수렴한 결과 상부상조는 나눔의 개념 범주에 포함시키되, 가족 간 사적 이전에 대해서는 향후 추가적인 논의가 필요한 것으로 나타났다.

FGI를 통해 2014년 기준 나눔 실태의 범주를 확대하는 방안이 논의되었다. 그 결과 자원봉사를 중심으로 측정한 인적 나눔에 사회적 관계망과 사회참여 등 사회적 자본까지 개념 범주를 확대하였고, 생명 나눔 역시 조직기능과 사후시신기증 등을 포함하는 것으로 확대하였다.

그럼에도 불구하고 본 연구에서 자료 수집의 한계와 통계 생산의 신뢰성 등의 문제로 모든 제도를 포함하지는 않는다. 다만, 나눔과 관련한 메타데이터베이스를 구축하였고 이를 바탕으로 지속적으로 통계 생산의 효율성을 강화할 필요가 있다.

다음, 통계 자료 수집상의 한계로 국내에서 행해지고 있는 나눔 실태의 상당 부분이 누락되고 있다. 본 연구에서는 나눔 실태를 파악하기 위한 직접적인 조사는 수행하지 않고 기존의 자료들을 재분석하는 수준에서 나눔 실태를 파악하고자 노력하였다. 즉 통계청의 사회조사와 생활시간조사·가계동향조사, 국세청의 국세통계연보, 전국경제인연합회의 사회공헌백서, 행정자치부 자원봉사센터 현황과 보건복지부 사회복지자원봉사통계연보, 대한적십자사 혈액사업통계연보, 질병관리본부 장기이식통계연보 등의 자료들을 모자이크 방식으로 취합하여 분석함으로써 분야별 연계분석의 단절, 통계 생산의 비효율성, 동일 통계의 상이한 결과 등 통계 결과에 대한 신뢰성이 제한될 수 있다.

그럼에도 불구하고 기존 조사 자료에서 나눔 실태를 측정할 수 있는 통계 생산의 가능성은 낮다. 다년간 국세청 원자료에 대한 재분석, 통계청 사회조사에 대한

문항 추가 등 신뢰할 수 있는 국가승인통계에 대한 활용방안에 대해 협의와 검토를 진행해왔으나, 중앙부처간 이해관계로 통계 생산의 효율성이 우선적으로 고려되지 않았다.

따라서 본 연구에서는 통계생산의 효율성을 제고하는 방안으로 첫째, 메타데이터베이스에 구축된 기존 통계의 활용성을 제고하는 방안과 둘째, 기존의 조사에 연계하여 모듈형 조사를 실시하는 방안, 셋째, 독립적인 나눔 전문 조사의 실시를 제안한다. 이 때 신규 조사는 주기적으로 실시하되 기존의 통계조사와 연계성을 강화하는 방안을 제안한다.

1. 기존 통계의 활용 방안(현행방식)

가. 개념의 확대에 따른 신규 통계의 발굴

나눔실태 2015는 전년도에 비해 나눔 개념 범위의 확대를 시도하였다(2장 참조). 이에 따라 물질 나눔 중 상호부조, 인적 나눔 중 사회자본, 생명 나눔 중 조직기능과 시신기증이 나눔 실태에 포함될 필요성이 제기되었다. 이러한 개념 확대에 따라 향후 나눔 실태는 확대된 나눔 범위에 따라 신규 통계 발굴이 필요하다. 본 연구에서는 이들을 측정하는 기존 통계의 활용가능성을 검토하고, 신규 통계의 생산이 필요한 내용을 짚어보고자 한다.

먼저 상호부조는 ‘경조사비’로 측정할 수 있다. 이는 통계청의 ‘가계동향조사’ 자료를 통해 분석할 수 있다. 문제는 가계동향조사에서 경조사비가 ‘가구간 이전지출’ 항목에 포함되어 있다는 것이다. 통계청은 “가구간 이전지출에는 부모가 유학 중인 자녀에게 보내는 돈, 환자 위로금, 단체 회비, 부모 용돈 등도 포함되지만, 축의금과 부의금 등 경조사비의 비중이 가장 크다”고 제시하고 있다(박수진, 2016.6.17. 문화일보).

통계청에 따르면 2016년 1분기 가구간 이전지출은 25만127원으로 전년 대비 3.3% 감소한 것으로 나타났다. 특히 근로자가구의 가구간 이전 지출은 4.8% 감소한 반면, 자영업자나 무직 등을 포함한 근로자 외 가구는 소폭(0.3%) 증가한 것으로 나타났다(박수진, 2016.6.17. 문화일보).

재정패널조사는 개인이전지출 및 개인이전소득을 조사하면서 경조사로 지출

한 비용과 받은 금액을 각각 조사하고 있으며, 가구간 이전 지출을 별도로 조사하고 있다. 이와 유사하게 민간 기업에서도 경조사비를 조사하고 있다. 예를 들어 취업포털 잡코리아는 매년 직장인 월평균 경조사비를 조사하고 있는데 2014년 16만원에서 2015년 11만9천원으로 전년 대비 25.6% 감소한 것으로 나타났다¹⁴⁾.

경조사비를 직접 측정한 경우가 통계청 가계동향조사의 가구간 이전을 포함한 금액보다 연간 금액은 더 크게 나타나고 있다. 반면에 가계동향조사는 승인통계로 신뢰성이 높은 통계라는 점에서 이용 가능성이 높다. 따라서 통계청 가계동향조사의 가구간 이전 지출을 포함할 것인지, 별도 경조사비를 조사할 것인지 결정 후 이를 바탕으로 나눔 실태에 포함시킬 필요가 있다.

다음으로 비가시적인 사회적 자본에 관한 관심은 1980년대 후반 이후 지속적으로 증가하고 있다. 다수의 국제기구에서 국가의 성장과 사회통합을 촉진하는 매개체로서 사회적 자본에 대한 관심이 증가하였고, 이를 계량화하여 국제적으로 비교가능한 데이터를 만들기 위해 노력해왔다. 국제적인 수준에서 사회적 자본은 사회적 신뢰와 정치 참여(유럽사회조사), 다양한 사회조직에 대한 사회참여와 사회적 신뢰(세계가치조사), 사회적 네트워크, 정치참여, 사회적 신뢰(국제사회조사) 등을 측정하고 있다. 가장 넓은 범위로 조사하는 것은 ‘국제사회조사(ISSP, International Social Survey Programme)’이다.

ISSP에서 사회적 신뢰는 4개의 영역으로 구성된다. ‘사회적 조직 참여’는 사회조직의 구성원으로 참여하는지 여부와 지난 1년간 가장 적극적으로 참여한 조직이 무엇인지를 조사한다. ‘일상적 접촉 범위’는 일상적으로 전화, 우편, 인터넷 및 대면 등의 방식으로 접촉하는 사람의 수를 가족 및 친척과 그 외 사람들로 구분하여 조사하고, 서로 인사하고 지내는 이웃의 수, 도움을 요청할 수 있는 이웃의 수를 조사한다. ‘사회적 지지망’은 다양한 문제¹⁵⁾에 대한 주변의 사람들에게 지원요청을 한 적이 있는지 경험을 측정한다. 마지막으로 ‘이웃공동체 네트워크에 대

14) 취업포털 잡코리아에서 직장인 1,381명을 대상으로 조사한 경조사비 지출액임(여승구, 2016.6.30. 경기일보).

15) 다양한 문제는 1) 감정적, 심리적 문제, 2) 건강 문제, 3) 가사 및 돌봄 문제, 4) 금전적 문제, 5) 긴급 혹은 재해 문제로 구분됨(ISSP Questionnaire).

한 인식'은 이웃사람들이 서로 관심을 보이는지, 도움이 필요할 때 이웃 사람들은 기꺼이 도와주려고 하는지를 조사한다(김미숙 외 2014, p. 138).

ISSP의 국내 조사는 성균관대학교 서베이리서치센터(SRC)가 주관기관이 되어 한국종합실태조사(KGSS: Korean General Social Survey)를 지속적으로 실시하고 있다. 본 조사는 topical module 방식으로 진행되며, 사회적 자본에 대한 조사는 2001년 모듈에 포함되어 있고 다음 조사는 2017년으로 예정되어 있다.

국제적인 수준의 모듈 방식 조사는 보다 민감하게 나눔 실태를 파악하고 정책 개선을 제시해야 하는 본 연구에서는 포함에 한계가 있다. 이에 따라 ISSP 조사 문항과 유사하게 국내에서 별도로 조사를 수행하고 있는 '사회통합 실태조사'의 자료를 활용하는 것이 보다 현실적이다.

사회통합실태조사는 한국보건사회연구원에서 수행하는 조사로 전국 만 19세 이상 만 75세 이하 남녀 4,052명을 대상으로 실시하는 면접조사이다(여유진 외 2015, p. 17). 동 조사는 공통적인 질문 문항을 기준으로 매년 핵심 주제가 되는 문항을 추가하는 방식으로 조사를 실시하고 있다. 동 조사에서 사회적 자본은 사람과 사회에 대한 신뢰 정도, 자원봉사의 참여와 사회단체나 기관에 대한 기부, 선거 참여, 문제가 발생할 때 가족 외 도움을 청하는 사람, 연락 가능한 친인척 혹은 선후배 및 친구의 직업, 직장 알선에 대한 주변 도움 등을 조사한다(여유진 외 2015, p. 226).

2015년 조사 결과는, 응답자 중 77.7%가 지난 1년동안 자원봉사활동에 참여한 적이 없는 것으로 나타났다. 또한 응답자의 68.7%는 지난 1년동안 사회단체나 기관의 기부에 참여하지 않았다. 집안일을 부탁하거나 큰 돈을 갑자기 빌려야 할 때 응답자의 30% 이상은 친척을, 그 다음으로 친구를 생각했다. 이와 대조적으로 우울하거나 스트레스 등으로 누군가와 이야기를 나누고 싶을 때는 친구(65.7%)를 먼저 떠올리는 것으로 나타났다.

마지막으로 생명 나눔의 개념 확대에 따라 조직기증과 시신기증에 대한 통계 생산 가능성을 살펴볼 필요가 있다. 보건복지부와 한국인체조직기증원은 『인체조직안전 및 관리 등에 관한 법률』에 근거하여 인체조직에 대한 공적 관리체계를 구축하였다. 동 법은 공공조직은행을 지정 운영하고 조직기증 상담 신청시 의료기관에서 조직기증지원기관으로 통보하도록 규정하고 있다. 이에 대한 시스템

은 국내 유일의 조직기증지원기관인 한국인체조직기증원에서 수행하고 있다(한국인체조직기증원 홈페이지).

인체조직기증은 화상, 골절, 뼈암, 혈관폐쇄, 시각 질환 등 선천성 또는 후천성 신체적 장애로 인해 고통 받는 사람들을 위해 사후에 뼈, 연골, 인대, 피부, 양막, 심장판막, 혈관 등의 조직을 기증하는 생명 나눔이다. 2016년 6월 기준 우리나라의 조직기증 의뢰는 127명이나 실제 성사 건은 23명이다. 미국은 인구백만명당 100명, 스페인 59명, 프랑스 30명에 이르는데 우리나라는 5명이 채 되지 않아 매년 해외에서 인체조직을 수입하고 있다(한국인체조직기증원 홈페이지). 조직기증 및 장기기증에 대한 국제통계는 스페인의 국제 장기기증 및 이식 등록재단(International Registry in Organ Donation and Transplantation)에서 확인 가능하다(www.irodat.org).

시신기증은 해부학 교육과 연구를 위하여 유언이나 유가족의 뜻에 따라 시신을 기증하는 것으로 시신은 사망 후 방부처리를 한 후 해부하게 된다. 시신 기증은 두 가지 절차로 이뤄진다. 먼저 생전에 본인이 직접 기증의사를 밝히는 방법이 있는데, 대학이나 민간단체에 연락하면 서명날인 및 서약을 거친 후 등록증을 발부한다. 그러나 희망자가 사망하더라도 유족이 반대하면 시신기증은 이뤄지지 않는다. 다음으로 유가족의 뜻에 따른 사후 시신기증 방법이 있다. 이 경우 사망진단서 및 시체검안서, 유가족 승낙서 외에 주민등록등본 등 고인과의 관계를 증명할 수 있는 서류가 필요하다. 일부 대학에서는 자살이나 결핵 등 전염성이 강한 질병으로 사망한 시신에 대해서는 기증을 받지 않고 있다(김동식, 매경이코노미, 2006.4.5.).

문제는 장기기증이나 조직기증에 대한 실태 및 신청은 사랑의 장기기증운동본부 및 한국인체조직기증원에서 관리하고 있으나, 시신기증에 대해서는 개별 대학의 의과대학 인체해부학실에 신청하고 있어 이에 대한 통계 생산의 한계가 있다. 따라서 향후 개별 대학의 의과대학 인체해부학실에서 신청을 받고 있는 정보에 대한 체계적 관리가 요구된다.

나. 메타데이터 DB 검토를 통한 신규 통계 확대

2014년과 2015년의 나눔실태에 포함된 통계는 통계의 신뢰성과 표본의 대표성을 바탕으로 승인통계 및 보고통계를 기준으로 작성하였다. 이에 따라 총 9개의 자료원을 활용하였다. 그러나 나눔과 관련된 다양한 통계 및 조사를 검토한 결과 향후 추가적으로 포함할 필요가 있는 통계들이 있다.

먼저 기업의 기부와 관련하여 본 연구에서는 지금까지 전국경제인연합회의 『기업 및 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사』를 활용했으나 동 조사는 국내 매출액 상위 500대 기업 및 회원사를 토대로 조사하고 있다. 이에 반해 대한상공회의소에서 조사하는 『중견중소기업의 사회공헌활동에 관한 조사』는 국내 매출액 순위 501~1,000위 기업과 회원사를 토대로 조사하고 있다. 따라서 전국경제인연합회 자료와 대한상공회의소 자료를 취합하면 국내 매출액 기준 1,000위까지의 기업의 사회공헌활동을 측정할 수 있다.

아름다운 재단은 『기업 사회공헌 실태조사』를 실시하고 있는데, 국내 매출액 2000위 이내 기업을 대상으로 약 400개의 표본을 추출하여 2년 단위 온라인 조사를 실시하고 있다. 이와 유사하게 아름다운 재단의 『다국적기업의 사회공헌실태조사』는 국내 다국적 기업의 매출액 순위 기준 50대 기업을 대상으로 사회공헌활동 참여 현황을 파악하고 있다.

기업에 대한 기부금 규모 역시 국세청 국세통계연보를 통해 파악하고 있으나, 기업의 기부금은 위 세 기관의 사회공헌활동조사에서도 나타나고 있다. 이와 함께 국세통계연보에서는 파악할 수 없는 사회공헌활동의 참여 경험, 프로그램 운영 형태, 사회공헌 활동 실적, 매개기관과의 협력 사항 등에 대한 추가적인 정보까지 분석할 수 있다는 점에서 기업의 사회공헌활동에 대한 조사를 활용하여 신규 통계를 생산하는 것도 가능하다. 이는 국내 매출액 기준 1~1,000위 기업을 대상으로 모집단을 설정하고 규모, 업종, 종사자 수 등을 고려하여 표본추출하거나 전수조사를 하여 신규 통계를 생산할 수 있을 것으로 기대된다.

그럼에도 불구하고 전경련이나 대한상공회의소, 그리고 아름다운 재단에서 실시하는 조사에 응하지 않은 기업들이 많고, 공기업 및 공공기관의 경우 사회공헌활동이 활발하게 이루어지고 있음에도 불구하고 매출액 기준으로 국내 1,000위에 포함되지 않고 있어 기업의 사회공헌활동이 상당부분이 누락되고 있다. 따라서 기업의 사회공헌활동에 대해 새로운 통계의 생산이 필요한 시점이다. 기존에

사회공헌활동 조사에 응답하지 않은 기업이라고 해도 전경련이나 대한상공회의소의 회원사인 경우 사회공헌백서를 자사 홈페이지에 게재하고 있다. 따라서 기존 조사에 응답한 기업명이 확인된다면 응답하지 않은 기업의 사회공헌백서 확인을 통해 기업의 사회공헌활동을 보다 정교하게 추정할 수 있다. 현재 전경련 홈페이지에는 대표적인 다국적 기업인 H&M, 월마트, 포드자동차 등의 지속가능보고서(CSR보고서)를 홈페이지 게시판에 게시하고 있다. 뿐만 아니라 각 자료에는 사회공헌 활동의 실적이 포함되어 있다. 예를 들면 풀무원은 소외 청소년 자립 지원사업, 바른 먹거리 캠페인, 임직원 사회공헌 봉사단 ‘로하스 디자이너’를 운영하고 있다. 2014년 한 해동안 임직원 자원봉사는 2,729명이 참여하였고, 임직원의 이웃사랑기금은 1.1억원을 모금하였다.

한국항공공사는 중고등학생 대상 교육인 <내 꿈을 띄우는 하늘캠프>, 다문화 가정 초기 정착 지원 및 자녀교육 및 자립지원 등의 사회공헌활동을 하면서 장학금 150명 수여, 기부금액 26억원으로 전년 대비 34% 증가한 실적을 제시하고 있다.

이 외에도 정부의 투자·출자 또는 정부의 재정지원 등으로 설립·운영되는 공공기관은 『공공기관의 운영에 관한 법률』 제4조에 따라 ‘공공기관 경영정보 공개시스템(All Public Information In-One; ALIO)’을 통해 경영공시를 하고 있다. 2016년 현재 공공기관 알리오 홈페이지에는 30개의 공기업과 90개의 준정부기관, 203개 기타 공공기관 등 총 323개의 공공기관이 경영 자료를 제공하고 있다. 그러나 공시 항목에 사회공헌활동은 포함하지 않고 사내 복지만 제공하고 있다. 만약 시스템에서 사회공헌 활동 및 지출 금액을 파악하게 된다면 기업 부문의 사회공헌 지출 수준이 증가할 것으로 예상된다. 뿐만 아니라 공공기관으로부터 지원을 받는 매개기관의 역할 및 규모를 추정하는 데도 중요한 자료원이 될 수 있다.

예를 들어 LH공사는 홈페이지를 통해 사회공헌 활동의 주요 분야를 주거복지, 환경생태, 사회복지로 구분하여 제시하고 있다. 주거복지는 일자리 창출 및 자립 지원을 위한 사회적기업 육성지원, 시니어사원 채용, LH 행복론 등을 운영하고 있으며, 교육지원을 위해 임대주택 아동멘토링, 지역아동센터 설립, 임대주택 입주민 자녀 장학금 지원 등의 사회공헌활동을 펼치고 있다. 이와 함께 저소득층 합

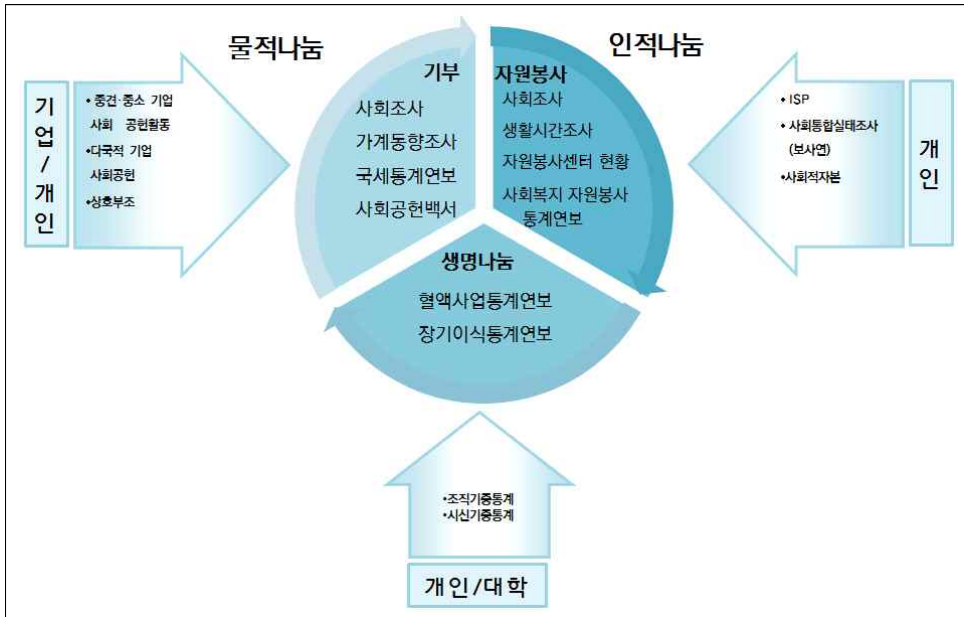
동 결혼식, LH와 함께하는 행복한 밥상 등의 프로그램을 운영하고 있다. 이러한 사회공헌활동을 통해 연간 40억원을 지출하고 있으나 부정기적으로 발간되는 LH 사회공헌 백서를 제외하고는 정확한 수치를 확인할 수 없다¹⁶⁾.

이상에서 살펴본 바와 같이 기존의 나눔실태 2015는 국세청 국세통계연보를 바탕으로 기부금액의 규모를 추정하고, 통계청 사회조사와 가계동향조사, 전경련의 사회공헌백서를 통해 기부 경험 및 인식 등에 대한 독립변수들을 살펴보았다. 그러나 이제 나눔 범위의 개념적 확대에 따라 기업의 사회공헌활동에 대한 추가적인 자료가 수집될 필요가 있다. 자원봉사 역시 보건복지부의 사회복지 자원봉사통계연보와 행정자치부의 자원봉사센터 현황 등을 통해 전 국민을 대상으로 하는 자원봉사의 현황을 파악하고, 통계청의 사회조사와 생활시간조사를 통해 자원봉사의 경험과 분야 등 독립변수들을 파악하였다. 이에 더하여 생명나눔 역시 헌혈과 장기이식으로 제한된 범위에서 측정하였으나 조직기증과 시신기증까지 범위를 확대 할 예정이다.

[그림 5-1] 나눔 범주 확장에 따른 나눔 통계의 확대



16) LH공사의 최근 사회공헌 활동은 업무 담당자와의 전화 통화로 지득한 자료와 국회 제출된 자료를 바탕으로 제시한 것임.



- 주: 1) 원형에 제시된 자료원은 나눔실태 2014, 나눔실태 2015에 포함된 자료임.
 2) 원형을 향하는 화살표는 추가적으로 향후 나눔실태에 반영되어야 하는 통계임.
 3) 기존에는 나눔을 기부와 자원봉사, 생명나눔으로 구분하였으나, 나눔 개념의 확대에 따라 인적나눔, 물적나눔, 생명나눔으로 구분함.

2. 모듈형 나눔실태 조사

가. 모듈형 조사 개요

기존의 조사결과들을 모자이크 방식으로 통계를 취합하는 것은 많은 한계를 가진다. 조사표의 문항에 대한 추가도 어려울 뿐만 아니라 조사항목 및 내용의 변경에 따른 결과의 신뢰성을 담보하지 못한다. 이러한 이유로 연구자들은 신규 조사를 통해 신뢰성 있고 안정적인 통계 생산을 선호한다. 그러나 신규 조사로 정기적 조사를 실시하기 위해서는 기존 조사의 한계를 명확하게 알고, 더 나은 대안이 있는지에 대한 검토, 신규 조사에 포함되어야 할 조사 문항 등 다양한 전문가 집단과 협의를 거쳐야 한다.

먼저 조사에 포함될 내용을 요약하면 다음과 같다. 나눔 실태를 파악하기 위해서는 본 연구에서 개념적으로 조작화한 나눔의 세부 범주를 모두 포함하면서 다

양한 독립변수를 추가할 필요가 있다. 나눔 실태를 측정하기 위한 조사표는 물질 나눔과 인적 나눔, 생명 나눔, 일반 항목으로 구성된다. 물질 나눔은 다양한 조사에서 포함하고 있는 기부 현황과 기부에 대한 인식, 기부 단체 및 기관에 대한 인식에 더하여 상호부조 현황과 상호부조에 대한 인식을 추가할 필요가 있다.

인적 나눔은 다양한 조사에서 포함하고 있는 자원봉사 현황과 자원봉사에 대한 인식에 더하여 사회적 자본 보유 여부와 사회적 자본에 대한 인식, 사회적 신뢰 현황과 사회적 신뢰에 대한 인식을 추가로 조사할 필요가 있다. 사회적 자본과 사회적 신뢰에 대한 조사 항목은 ISSP 조사 문항을 참고하여 작성하였다.

생명 나눔에 대한 현황과 인식조사는 상대적으로 부족하다. 따라서 본 연구에서 조사를 수행할 때 반드시 추가하고 향후 지속적으로 통계를 생산할 필요가 있다. 생명 나눔에 대한 조사내용은 장기기증, 조직기증, 시신기증 등을 포함하여 인체기증 현황과 인식으로 구성할 수 있다. 이와 함께 헌혈에 대한 현황과 인식 문항이 고려되었다.

이러한 나눔 실태를 측정하기 위한 조사내용은 다양한 독립변수와 함께 조사될 때 보다 정교하게 실태를 파악할 수 있고 정책의 기획 및 설계에 직접적인 도움을 줄 수 있다. 본 연구에서 일반 항목은 응답자 개인에 대한 것과 가구에 대한 것으로 구분하여 살펴보았다. 응답자 개인에 대한 조사문항은 거주 지역, 성, 연령, 교육수준, 고용상태, 혼인여부로 측정하였다. 이러한 다양한 변수들은 지역별, 성별, 연령별, 교육수준별, 혼인상태별 나눔 실태 현황을 파악하는 데 용이하다. 이와 함께 가구 일반 사항은 가구소득과 가구 내 가구원 특성으로 구성된다. 가구소득은 소득계층별 나눔 실태 현황을 파악하기 위한 것이고, 가구 내 가구원의 특성은 복지욕구와 지출 특성 등을 고려하기 위한 것이다. 즉 가구 내 장애인 혹은 만성질환자가 있다면 가구 내 추가적인 지출의 소요로 인해 기부 및 자원봉사활동에 참여하기 어려울 수밖에 없다. 따라서 나눔에 대한 불참이 자의적이거나 보다는 상황적인 요인에 따른 것으로 해석할 필요가 있다.

〈표 5-1〉 모듈형 조사내용 및 조사 항목 예시

구분	조사 내용	조사 항목
물적 나눔	기부현황	기부 참여 여부(지난 1년간) - 정기적 참여 여부 기부 경로 기부 분야 기부금액(지난 1년간)
	기부에 대한 인식	기부 이유, 기부하지 않은 이유 기부 대상 인지경로 기부 희망분야 향후 기부 의향 기부문화 확산을 위한 정책 노력
	기부 단체/기관에 대한 인식	기부 단체/기관 선정시 고려사항 기부 단체/기관의 정보 공개 불성실 운영 기부 단체의 규제 총 기부 금액 대비 적정 운영비
	상호부조 현황	경조사비(지난 1년간) - 지출 금액, 받은 금액 경조사비 지출 대상
	상호부조에 대한 인식	1회당 적정 비용 경조사비 지출에 대한 인식
인적 나눔	자원봉사 현황	자원봉사 참여 여부(지난 1년간) - 정기적 자원봉사 여부 자원봉사 활동방식(참여횟수, 시간, 전문성 등) 자원봉사 참여방식(행자부 DB, 복지부 DB, 친분 등)
	자원봉사에 대한 인식	자원봉사활동 인지경로 자원봉사활동처 선택 기준 향후 자원봉사활동 의향 자원봉사 활성화를 위한 정책 노력
	사회적 자본	특정 문제 발생시 연락 가능한 사람 - 친인척, 친구 및 선후배 정치인, 고급공무원, 교육자, 의료인 등 - 친인척, 연락 가능한 친구 및 선후배
	사회적 자본에 대한 인식	사회적 자본의 영향 사회적 자본을 확대하기 위한 정책 노력
	사회적 신뢰	사람에 대한 신뢰 사회에 대한 신뢰
	사회적 신뢰에 대한 인식	신뢰가 높은 이유, 낮은 이유 사회적 신뢰를 증가시키기 위한 정책 노력
생명 나눔	헌혈 현황	헌혈 경험(지난 1년간) - 정기적 여부 헌혈 참여 방식(거리, 찾아가서, 집단 등)
	헌혈에 대한 인식	헌혈을 하는 이유, 하지 않는 이유 헌혈인구를 확대하기 위한 정책 노력
	인체기증 현황	장기기증, 조직기증, 시신기증 등 서약 본인이 아닌 가족이 서약하고자 할 때 동의 여부

다음으로 모듈형 조사의 실시는 기존의 조사들에 부가조사 혹은 순환 조사를 전제로 한 것이므로 기존 조사에 대한 검토가 필요하다. 통계청의 사회조사에 대한 조사 항목수정 및 확대에 대한 문의 결과, 통계청은 승인통계의 특성상 조사 항목 변경의 의사결정 구조가 매우 복잡하며, 모듈형 조사는 고려하지 않고 있음을 밝혔다. 이에 따라 본 연구에서는 복지패널조사와 재정패널 조사, 그리고 사회통합실태조사를 중심으로 살펴보고자 한다.

복지패널은 전 국민의 삶의 질 현황과 변화를 지역별·연령별·계층별로 파악하여 장기간에 걸쳐 역동적으로 분석할 수 있는 기초자료이다. 복지패널은 표본가구 7,072가구의 만 15세 이상 가구원을 대상으로 조사하는데, 매년 면접조사 방식으로 조사를 수행하고 있다. 복지패널은 가구용 조사표와 가구원용 조사표, 부가조사표로 구성되는데, 기부 및 사회적 신뢰와 관련한 문항은 <가구원용 조사표>에 수록되어 있다. 10차 조사표를 기준으로 조사문항을 살펴보면, 기부 및 자원봉사와 관련된 문항이 정기적인 기부 및 자원봉사활동 여부, 연간 기부 총액, 연간 자원봉사 횟수 등 3개 문항으로 구성되어 있다. 이러한 조사항목을 바탕으로 인구학적·사회경제적 특성별로 기부금액 및 자원봉사 횟수를 생산할 수 있다(복지패널 홈페이지). 이와 함께 사람에 대한 신뢰, 지역 내 문제 발생시 도움을 줄 의향, 지역 사회 내 비선호시설의 입지를 수용할지 여부 등 사회적 신뢰에 관한 3개 문항도 포함하고 있다. 이 역시 인구학적·사회경제적 특성별로 분석가능하다.

유사하게 재정패널조사는 조세와 재정의 분배 및 재분배 효과 검증을 위한 기초자료 생산에 목적이 있어 작년 한 해 동안 소득이 있거나 소득활동을 한 5,634가구의 가구원을 대상으로 조사하고 있다. 재정패널조사는 7차년도 조사표를 기준으로 할 때 <가구용 조사표>에서 가구 단위로 기부금 지출 여부와 기부 분야, 연간 기부총액 등 3개 문항에 대해 조사하고 있으며, <가구원용 조사표>에서 신뢰에 대해 1개 문항을 조사하고 있다. 이러한 결과 역시 인구학적, 사회경제적 특성별로 기부여부와 기부 분야, 기부액 통계를 생산할 수 있다.

복지패널은 저소득층 및 차상위계층과 일반가구의 비교를 통해 종단적 추이를 파악하기 위해 구축된 조사통계인 관계로 저소득층이 과대표집되어 있는 표본 특성이 있다. 따라서 복지패널의 조사 결과를 일반화하는 것은 한계가 있다. 이에

비해 재정패널조사는 소득자 이거나 소득활동을 한 사람을 대상으로 하기 때문에 실직자 및 구직자, 비경제활동인구 등은 조사에 응하지 않기 때문에 결과의 일반화하는 데 한계가 있다.

본 연구에서 나눔과 관련한 조사를 모듈형으로 구성할 때 적용가능성이 가장 큰 조사는 한국보건사회연구원에서 수행하고 있는 <사회통합 실태조사>이다. 사회통합 실태조사는 OECD 사회통합의 모형에 기초하고 있다. 사회통합은 사회적 포용과 사회적 자본, 사회적 신뢰의 3축으로 구성된다(OECD 2012). 이에 근거하여 사회통합 실태조사는 사회 참여 및 사회적 자본에 포함되는 기부와 자원 봉사, 문제 발생시 도움을 구할 사람, 사람과 사회에 대한 신뢰 등에 대한 문항들을 조사하였다.

사회통합 실태조사는 전국 400개 집계구¹⁷⁾ 내 4,000가구를 표본으로 추출하였다. 이를 위해 17개 특·광역시와 동부와 읍면부로 층화하고, 집계구의 특성을 파악하여 아파트 지역과 그렇지 않은 지역으로 구분하여 내재적으로 층화하였다. 그런 다음 만 19세 이상 만 75세 이하의 남녀를 대상으로 구조화된 조사표를 이용하여 면접조사를 시행하였다. 조사의 단위는 가구이며, 가구 내 생일이 가장 빠른 1인이 응답하는 birthday method에 의거하여 최종 응답 대상의 표본 할당율을 제고하였다(여유진 외 2015, pp. 17~20).

따라서 나눔 실태를 파악하기에 적합한 구성을 갖고 있다고 할 수 있다. 다만, 서로 다른 연구 목적을 가진 조사를 어떻게 조율할 것인가에 대한 연구진간 협의·조정과 사회통합위원회와 보건복지부 등 부처간 협의·조정 등이 선행되어야 한다.

모듈형 조사는 기존 조사와 독립적인 관계임을 뜻한다. 즉 기존 조사와 인적 및 사회경제적 배경 관련 공통문항을 지속적으로 조사하되 조사 내용이나 조사 문항이 독립적인 분야별 조사를 뜻한다. 따라서 사회통합 실태조사가 매년 이루어지고 있는 상황에서 나눔 실태를 위한 조사와 격년으로 조사하는 것은 기존 조사를 수행하고 있는 부처 및 연구진의 방향과 일치하지 않을 수 있다.

17) 통계청의 인구센서스를 기반으로 공간통계의 기본단위로 이용하기 위해 작성한 별도의 블록(block)을 의미하는데, 집계구의 크기는 평균 1.1km²이며, 기존의 조사구와는 달리 집계구 내의 가구 형태는 일반가구와 아파트가 혼재하여 블록을 구성하고 있음(여유진 외 2015, p. 20).

조사의 효율성을 위해 모듈형 조사가 아닌 부가방식의 조사를 채택하면 두 가지 문제가 발생할 수 있다. 먼저 부가조사는 본 조사를 실시한 후 추가 조사표를 해당 가구에 조사하는 방식이기 때문에 조사 시간 자체가 길어질 수 있다. 일반적으로 면접 조사의 경우에도 조사 시간이 길어지면 응답율이 떨어지거나 응답의 질이 하락하는 것을 고려할 때 장려되는 방법은 아니다. 부가조사 역시 통계청 사회조사 등 기존 조사에 연계하여 조사되어야 하므로 나눔 실태 조사의 연속성을 장담할 수 없다.

반면에 본 조사의 일반 문항에 포함되었던 성, 연령, 가구형태, 소득 수준 등의 항목들은 조사표에 포함할 필요가 없기 때문에 부가방식의 조사 문항을 줄이면서 본 조사와 연계해 분석할 수 있는 것은 장점으로 작용한다.

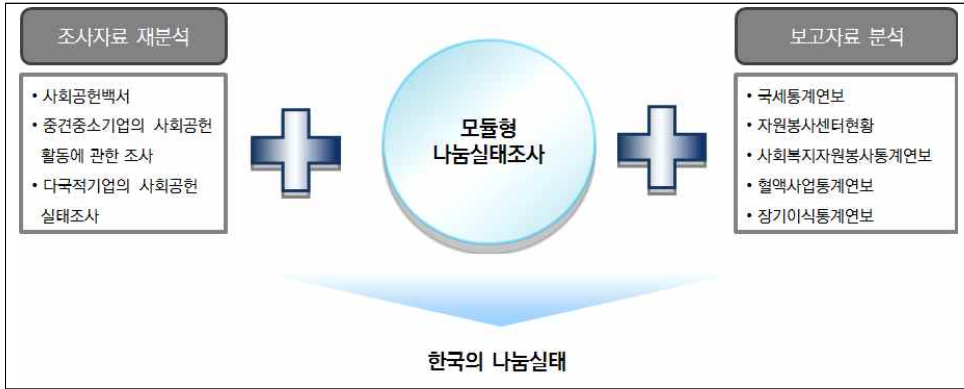
나. 기존 조사의 활용성 검토

나눔 실태 2015를 생산하기 위해서 본 연구에서 활용한 자료는 조사자료와 보고자료로 구분할 수 있다. 개인에 대한 기부 및 자원봉사활동 현황은 주로 통계청 사회조사와 가계동향조사로 파악하였는데, 모듈형 나눔실태조사가 도입되면 이러한 기존 조사자료의 재분석이 불필요하다. 반면에 기업의 기부 및 자원봉사활동 현황은 여전히 유효하기 때문에 기업의 사회공헌활동 자료(전경련)에 더하여 중견·중소기업의 사회공헌활동에 관한 조사, 다국적기업의 사회공헌 실태조사까지 반영할 필요가 있다. 또한 국세청 국세통계연보, 자원봉사 관련 행정 자료 등은 여전히 필요하며, 생명나눔의 조직이식통계연보 자료가 추가될 필요가 있다.

한편, 나눔 관련 메타데이터 중 통계청의 사회조사 및 가계동향조사 등 조사 자료의 재분석과, 아름다운 재단의 기빙인덱스와 기업 사회공헌실태조사, 행정자치부의 전국 자원봉사활동 및 기부실태조사 등의 비승인통계는 모듈형 나눔실태조사가 안정화될 때까지 비교의 대상으로 활용할 수 있다.

모듈형 나눔실태조사의 표본 추출 및 조사설계는 기존의 조사를 따른다. 예를 들면 사회통합 실태조사는 4,000가구를 대상으로 조사를 실시한다.

[그림 5-2] 모듈형 나눔실태조사와 기존 조사의 관계도



3. 독립적인 나눔 실태 조사

가. 신규 조사 개요

독립적인 나눔 실태 조사를 주기적으로 실시하기 위해서는 법적 근거가 필요하다. 조사는 나눔 실태의 주체(개인, 기업, 매개기관, 종교단체)를 중심으로 4개로 구분할 수 있다. 개인용 조사표는 앞서 모듈형 조사표에서 제시한 바와 동일하다. 다만, 모듈형 조사표가 기존 조사 대상에 근거하는 데 반해 독립적인 나눔 실태 조사는 전국민 대상 표본조사를 4,000~8,000케이스 정도 조사할 필요성이 있다. 즉 전국민의 10% 수준을 조사할 필요가 있는데 통계청의 집계구가 400개인 것을 고려하여 다층추출 방식을 염두에 둔 것이다. 앞서 언급한 바와 같이 개인용 조사를 실시하게 되면 통계청 사회조사와 가계동향조사 등의 개인 단위 조사 자료에 대한 재분석은 추이를 비교하는 지표로 사용하되 나눔 실태는 조사 결과를 바탕으로 산출하게 된다.

기업용 조사표는 사내 모금 현황과 사회공헌활동 현황, 사회공헌활동 인식 등을 조사한다. 이러한 조사 내용은 전경련 및 대한상공회의소, 아름다운 재단의 조사 내용과 유사하다. 현재는 국내 매출액 500위를 기준으로 조사 기관이 다르고 조사 내용 및 결과에 대한 분석이 분절되고 있으나, 동일한 조사표를 가지고 통합적으로 분석할 수 있다는 장점이 있다. 그럼에도 불구하고 조사에 응하지 않

는 기업이 다수 발생할 수밖에 없다. 제한적이기는 하지만, 조사에 응하지 않는 기업의 경우에도 지속가능경영보고서¹⁸⁾에 사회공헌 내용이 수록되어 있으므로 가장 기초적인 수준에서는 이를 활용할 수 있을 것으로 본다. 이를 위해서 국내 매출액 기준 상위 1,000개 기업의 리스트가 확보될 필요가 있다.

매개기관용 조사표는 기부 및 후원금 모집 현황과 인식, 기부 및 후원금 배분 현황과 인식, 매개기관의 역할 확대를 위한 정책 노력에 대한 설문으로 구성된다. 많은 기업에서 사회공헌활동의 일환으로 직접사업 보다는 매개기관을 통한 후원 사업을 선호하고 있다. 이는 프로그램의 개발 및 성과 측정, 인력 및 전담 부서 등의 설치에 한계 때문이다. 이에 비해 매개기관은 전문적인 프로그램을 가지고 있는 경우가 많아 후원금을 지급하고 성과를 측정하는 데 용이하다. 그럼에도 불구하고 프로그램이 다양하지 않거나, 후원금 지급 이후의 결과에 대한 피드백이 명확하지 않고, 매개기관 중 후원기관을 선정하기 어려운 것으로 나타났다(전경련 사회공헌백서 분석 결과 참조). 또한 매개기관이 후원금의 전액을 배분하고 있는지, 후원금의 일부를 운영비로 활용하고 나머지를 배분하고 있는지, 운영비와 프로그램 사업비의 비율이 어떻게 되는지 등에 대한 의문을 제기하고 있다.

한편 매개기관의 입장에서는 후원금을 받기 위해 기업 및 공공기관을 일일이 찾아다니며 후원을 요청하고 있는데, 방문 횟수와 후원 약속은 비례하지 않는다. 대부분의 기업들이 고위 임원진의 결정에 따라 후원기관을 선택하는 경향이 있기 때문이다. 또한 매개기관이 후원금을 유지한다고 해도 관련 기관에 배분할 때 대상 선정에 대한 가이드라인 역시 없는 실정이다. 또한 매개기관 입장에서는 지속적으로 기부자 및 후원기업 등을 관리하기 위한 전담 요원이 필요한데 우리나라에서 기부 및 후원 관련 업무에 대한 전문성은 상대적으로 낮은 실정이다. 특히 미국의 경우 기부 및 후원 업무를 담당하는 활동가의 전문성이 높고 그에 합당한 처우를 받고 있는데 반해 우리나라에서는 전문성을 제고할 수 있는 교육이 부족

18) 2002년 '지속가능발전 기업협의회(KBCSD)'가 발족한 이래 기업들이 2003년부터 지속가능경영 보고서를 발간하고 있음. 지속가능경영보고서(Corporate Social Responsibility Report, CSR)는 기업의 3대 책임(Triple Bottom Line)에 해당하는 지배구조(경제)-환경-사회와 관련된 기업의 성과를 포함하고 있음. 이 중 사회공헌활동은 사회에 해당함. 지속가능경영보고서는 국제적인 가이드라인(Global Reporting Initiative, GRI)을 따라 작성되며, 이에 대해 제3자의 보증 및 검토, 혹은 평가 등급 등이 제시됨(이수열, 한국일보, 2005.1.11.).

한 실정이다.

매개기관에 대한 조사의 모집단은 후원금 등 기부금품모집등록기관이다. 종교 단체의 경우에도 모집등록기관으로 허가를 받았다면 여기에 해당한다. 고경환 외(2016)에서 지적한 바와 같이 사회복지 공익법인에 대한 기부금을 분석한 결과 전체 1,466개소 중 상위 1% 모금기관(18개)이 전체 모금액의 77.3%를 조달하고 있는 것으로 밝혀졌다. 따라서 표본 집단의 모금액과 상위 1% 모금액을 구분하여 조사할지, 사회공헌활동처럼 일정 수준 이상 기관을 조사할지에 대해서는 향후 추가적인 논의가 필요하다.

마지막으로 종교단체에 대한 기부 및 후원금 조사는 매개기관으로 등록되지 않은 일반적인 종교단체를 대상으로 한다. 일반적으로 종교적인 헌금은 기부에 포함되지 않는다. 그러나 종교단체는 신도들을 대상으로 일반 기부금을 모집하기도 한다. 우리나라에서는 종교단체가 모집한 기부 결산자료가 공개되지 않고 있어 종교단체의 역할은 오랜 기간 나눔 실태에서 누락되었다. 그럼에도 불구하고 현재로서는 종교단체의 모집단을 파악하기 어려워 종교 연합 단체에 등록된(문체부) 7개 종단(불교, 기독교, 천주교, 원불교, 유교, 천도교, 민족종교)를 대상으로 조사대상을 선정하는 것이 적절하다고 본다.

〈표 5-2〉 신규 조사 내용 및 조사방법

구분	조사내용	조사방법	조사대상
개인용	물적 나눔 현황/인식 인적 나눔 현황/인식 생명 나눔 현황/인식 일반 현황	면접조사	전국민 대상 표본조사 집계구 추출 방식 4,000~8,000명
기업용	사내 모금 현황 - 일시, 정기 - 모금 규모(특정, 상시) 사회공헌활동 현황 - 기부, 자원봉사, 기타 - 현금, 현물 - 직접 사업, 후원 사업 사회공헌활동 인식 - 기업 경영에 도움 - 매개기관 정보 인지 경로 - 직접사업 배분 기준 - 사회공헌활동의 확대를 위한 정책 노력	온라인 조사 (전화, 메일, 팩스 등)	국내 매출액 상위 1,000개 기업 대상 표본조사

구분	조사내용	조사방법	조사대상
	<ul style="list-style-type: none"> - 기부 및 후원 모집 개인/단체 - 기부 및 후원 전담 직원 - 기부 및 후원 모집의 어려움 배분 현황/인식 - 연간 기부 및 후원 배분 규모 - 기부 및 후원 배분 개인/단체 - 기부 및 후원 배분 기준 - 기부 및 후원 배분 분야 - 기부 및 후원 배분 결과의 보고 - 기부 및 후원 배분의 어려움 매개기관의 역할 확대를 위한 정책 노력 		(비영리단체) 표본조사
종교단체용	<ul style="list-style-type: none"> 기부 및 후원금 모집 현황/인식 - 종교 기부 vs 일반 기부 - 기부금 모집 방법 - 기부금 영수증 발행 규모(전년도 기준) 배분 현황/인식 - 연간 배분 규모 - 배분 개인/단체 - 배분 분야 - 배분 결과의 보고 - 배분 기준 - 배분의 얼음 종교단체 역할 확대를 위한 정책 노력 	면접조사	후원금 등 기부금품 모집등록기관 외 종교단체 대상 표본조사

나. 기존 조사의 활용성 검토

독립적인 나눔 실태 조사를 수행하기 위해서는 상당한 예산이 수반된다. 따라서 나눔의 주체별로 수행할 필요가 있는 4가지 조사를 연차별로 하는 방안과 모듈 방식으로 하는 방안 등을 고려할 수 있다. 다만, 4년에 1번 조사를 하게 되는 경우 민감성이 저해될 수 있으므로 개인용과 기업용은 최소한 격년으로 조사가 진행될 필요가 있다. 또한 매개기관과 종교단체에 대한 조사는 조사 시작 전에 모집단 및 표본집단 설정, 조사 내용, 조사 범위 등에 대한 전문가 및 이해관계자들과의 사전 협의가 중요한 만큼 사전 준비기간을 충분히 두는 것이 필요하다.

독립적인 나눔실태조사를 수행한다고 해도 보고자료에 대한 분석은 여전히 나눔 현황을 파악하는 데 중요한 자료원이 된다. 예를 들어 국세통계연보는 나눔을 담당하는 개인과 기업, 매개기관, 종교단체의 기부 규모를 파악하는데 중요하다. 그 외에도 행정보고자료를 이용하여 현황을 파악할 수밖에 없는 생명나눔 자료원도 여전히 필요하다.

[그림 5-3] 독립형 나눔 실태 조사 관계도



제2절 나눔 활성화 방안

제3장에서 나눔 실태를 분석한 결과는 다음과 같다. 먼저 기부 측면에서 살펴보면, 경기침체 등의 영향으로 기부참여율이 저하되었으며, 기부의 주체 중 근로자가 차지하는 비중(42.9%)이 가장 높은 것으로 나타났다. 재미 기부자의 비중이 큰 데 반해 많은 사람들이 사회지도층과 부유층의 모범적인 기부에 대한 열망이 높았다.

한편 기부단체 선정 및 기부 대상 인지 경로에서 종교단체에 대한 의존도가 매우 높게 나타났다. 즉 종교단체가 가장 쉽고 빈번하게 접촉하는 기부금 모집 기관인 것이다. 기부단체를 선정할 때 투명한 운영과 다양한 프로그램 운영하는 기관을 선호하고 있으며, 정보 공개가 중요하다고 생각하는 것으로 나타났다. 다음으로 행정자치부와 보건복지부의 시스템에 등록된 자원봉사자 수는 증가하고 있는

나, 여전히 15~19세의 참여율이 가장 높은 것으로 나타났다. 유사하게 직장 또는 학교를 통해서 자원봉사활동을 인지하고 있는 것으로 나타났다. 이는 자원봉사자의 증가가 실제로는 학생 자원봉사자의 증가를 뜻한다는 것을 의미한다. 학생들의 경우 봉사점수가 학교 성적에 반영될 뿐만 아니라 고등학교 및 대학교 입시와 관련하여 자원봉사 확인서를 제출하는 곳도 있다. 따라서 중고등학생의 자원봉사 참여율이 상당히 높게 나타난다.

반면에 성인의 자원봉사는 필요로 하는 곳과 자원봉사를 하고자 하는 사람간 괴리가 발생하고 있다. 예를 들면 직장인의 경우 평일 자원봉사는 어려운 반면, 주말 혹은 공휴일 자원봉사를 원하지만, 많은 사회복지관에서는 주말 자원봉사는 많으므로 평일 자원봉사를 찾고 있다. 또한 성인의 자원봉사를 독려하는 인센티브도 부족한 현실이다.

생명 나눔과 관련해서 헌혈 실적과 헌혈률은 서서히 증가하고 있다. 헌혈을 장려하기 위해 『혈액관리법 시행규칙』 제17조3항에 따라 의료기관에서 수혈을 받은 환자가 진료비 계산시 헌혈 증서를 제출하는 경우 진료비 중 ‘수혈비용’에 대해 본인부담금액을 공제받는다. 이러한 인센티브에도 불구하고 확인되지 않은 헌혈 피담의 유포 등은 헌혈에 심각한 영향을 미친다¹⁹⁾.

생존자와 사후장기기증은 감소한 반면, 뇌사자의 장기기증은 증가하고 있다. 생명 나눔은 특히 선진국에 비해 현저히 낮은 수준을 보이고 있다. 이는 아시아 국가에서 “신체발부수지부모(身體髮膚受之父母)”를 효의 근본으로 여긴 문화적 영향 때문이다²⁰⁾. 2006년 코미디언 故 김형곤씨가 시신 기증을 함으로써 한동안 시신기증이 급증하였으나 1년만에 다시 감소세로 돌아섰다(김길원, 2008.7.13. 연합뉴스). 특히 의과 대학은 해부 실습을 위해 시신을 구해야 하는데 과거에는 해부용 시신 부족 문제를 해결하기 위해 무연고 시신을 활용하였다. 그러나 『시체 해부 및 보존에 관한 법률』 개정으로 무연고 시신의 해부 실습용 제공이 금지

19) 대한적십자사는 홈페이지에 <헌혈에 대한 오해와 진실>을 마련하고, 헌혈 관련 내용을 Q&A 방식으로 제시하고 있음. 주된 내용은 1) 헌혈 증서는 구입 가능하다, 2) 헌혈을 하면 건강에 나쁘다, 3) 헌혈을 통해 에이즈 등 질병에 감염될 수 있다, 4) 헌혈을 하면 살이 빠져 다이어트에 좋다, 5) 헌혈을 많이 하면 혈관이 좁아진다, 6) 헌혈을 하면 빈혈에 걸린다, 7) 헌혈 기록이나 검사 결과에 대한 비밀보장이 안된다 등

20) 『효경(孝經)』에 실린 공자의 가르침으로, “신체와 털과 살갗은 부모에게서 받은 것”으로 부모에게서 물려 받은 몸을 소중히 여기는 것이 효도의 시작이라는 뜻임(두산백과 홈페이지).

되었다. 이후 해부 실습은 시신 기증으로 한정되지만 이에 대한 명확한 조사가 없는 실정이다(백성주, 2015.5.19., 데일리메디). 이러한 분석 결과에 근거하여 본 연구에서는 나눔 활성화를 위한 여섯 가지 방안을 제안하고자 한다.

1. 나눔 단체 정보 확대

기업의 사회공헌활동을 활성화하기 위해서는 후원을 원하는 기업 및 기업재단과 매개기관을 이어주는 나눔포털이 필요하다. 현재 행정자치부에서 운영하고 있는 나눔포털은 기부와 자원봉사를 통합적으로 제공하는 장점이 있고 개인과 매개기관을 이어주는 데 초점을 맞추고 있다.

나눔포털에서 지역을 '서울특별시'로 선택하고, 분야를 '아동'으로 선택하면 3개의 단체가 제시된다. 먼저 ○○지역아동센터와 전국 ○○협의회는 국세청의 등록정보가 공시되는 대상이 아니다. 이 경우에는 기부금품 모집등록기관에 근거하여 기부금품 사용 명세서를 게시할 필요가 있다. 다음 사단법인 ○○협의회는 지정기부금단체로 공익법인 결산서류 등 공시하고 있으나, 기부금품의 모집 및 지출 명세서를 클릭하면 어떠한 정보도 제공되지 않는다. 즉 형식적인 나눔플랫폼을 구축하였으나 기업 및 기업재단, 혹은 개인 기부자가 기부할 대상을 선정하기에 충분한 정보는 제공하지 않고 있다.

기업의 사회공헌활동은 전경련 홈페이지와 한국사회복지협의회가 운영하는 사회공헌정보센터 홈페이지를 통해 제공되고 있다. 두 사이트 모두 기업의 사회공헌활동 및 해외 지속가능경영보고서 관련 자료를 제공하고 있다. 그러나 게시판을 통해 자료를 제공하고 있을 뿐 추가적인 분석은 제공하고 있지 않다.

[그림 5-4] 나눔 관련 포털 홈페이지



미국의 파운데이션 센터(Foundation Center)는 약 10만개의 비영리단체 및 재단과 사회공헌기업에 대한 정보를 축적하고, 정보를 제공하고 있다. 즉 재단의 기금, 모금, 배분과 관련된 각종 정보를 종합적으로 수집하고 저장하여 제공하는 것

이다. 또한 연간 12회에 걸쳐 비영리단체를 대상으로 하는 설문조사를 수행하고²¹⁾ 배분 사업시 단체의 투명성을 판단하는 기준 데이터를 제공하고 있다.

미국의 2014년 기부금 총액은 약 3,584억 달러이고 이 중 72%는 개인기부, 15%는 재단기부, 8%는 유산기부, 5%는 기업 기부(기업재단 제외)로 구성된다(Giving USA 2015). 파운데이션 센터는 재단기부에 대한 자료를 제공하고 있는데, 이 때 재단은 4가지로 구분되며²²⁾, 데이터는 유형별 재단수, 총 자산액, 총 배분액 등으로 구분하여 제공된다. 자산총액별 top10과 배분금액별 top10으로 구분하여 공개된다.

〈표 5-3〉 미국 파운데이션 센터 TOP 10 자료

자산총액 기준		배분금액 기준	
빌&멜린다 게이츠 재단	372억 달러	빌&멜린다 게이츠 재단	32억 달러
포드 재단	112억 달러	포드 재단	6억 달러
폴 게티 트러스트	105억 달러	윌튼가 재단	4.2억 달러
로버트 우드 존슨 재단	95억 달러	휴렛 재단	3.8억 달러
캘로그 재단	82억 달러	버핏 재단	3.6억 달러
휴렛 재단	77억 달러	실리콘밸리 지역 재단	2.9억 달러
릴리 재단	73억 달러	로버트우드 존슨 재단	2.9억 달러
패커드 재단	63억 달러	캘로그 재단	2.6억 달러
맥아더 재단	60억 달러	앤드류 W. 멜론 재단	2.58억 달러
무어 재단	57억 달러	오픈 소사이어티 재단	2.57억 달러

자료: 한국가이드스타 블로그(자료 추출일: 2016.7.7.); Foundation Center, 2014

나눔 플랫폼은 나눔을 수행하고자 하는 사람 혹은 기관이 기부나 자원봉사를 수행할 대상을 선정하는 데 필요한 정보를 제공함으로써 기부나 참여를 용이하게 하고 집행을 투명하게 한다. 즉 기부자와 매개기관 혹은 기부자와 수혜자간을 연계하는 데 유용하다. 이 경우 매개기관 혹은 수혜자(수혜기관)에 대한 정보는 기부금 모집·사용내역 및 단체운영현황 등의 국세청 등록정보 자료가 포함되어야

21) 재정이 얼마나 탄탄한 단체인가, 이사 구성은 공공성을 담보하도록 되어 있는가, 단체의 미션이나 장기적인 사업계획이 있는가, 기부자의 가치와 단체의 가치가 일치하는가, 모금 관련 소스가 다양한가, 다양한 배분사업과 지원 경력이 있는가, 기부금 활용은 어떻게 하고 있는가 등을 조사함(Foundation center 홈페이지).

22) 독립재단은 가장 많은 형태의 재단으로 일반적으로 개인기부자 또는 기부자 가족에 의해 설립됨(예, 빌&멜린다 게이츠 재단). 운영재단은 주로 자체 사업을 운영하지만 일부 배분사업을 하기도 함(예, 오픈 소사이어티 재단). 기업재단은 대기업 뿐만 아니라 가족 소유의 상점까지 광범위한 기업에 의해 설립됨(예, 포드 재단, 캘로그 재단). 지역재단은 지정된 지역 내에서 대중모금으로 기금을 마련함(예, 실리콘밸리지역재단)(한국 가이드스타 블로그; Key Facts on U.S.Foundations, Foundation Center, 2014).

한다. 이 때 기부금 모집단체는 지정기부금단체와 기부금대상민간단체로 지정되어야 한다. 기부금 모집단체는 기부금 모집등록을 신청하고 사용결과를 보고하도록 되어 있다. 나눔 플랫폼을 통해 실질적으로 관련 정보가 공개될 필요가 있고, 기부자 혹은 기부기관은 이러한 정보를 바탕으로 대상자 및 대상 기관을 선택할 수 있도록 체계적으로 구축될 필요가 있다.

이와 별개로 기부금 모집단체에 대한 분석 자료가 제공될 필요가 있다. 고경환 외(2016)에 따르면 전체 모금기관의 1.2%에 해당하는 18개 모금기관이 총 모금액의 77.3%를 차지하는 것으로 나타났다. 그러나 모금액이 많다고 해서 나눔에 적극적으로 참여하는 것은 아니다. 따라서 모금액과 별개로 배분액에 대한 정보가 제공될 필요가 있다. 많은 기부자들이 모금액이 직접적인 사업에 투자되지 않고 기관의 운영비로 이용되는데 의문을 가지기 때문이다.

기부금 모집단체에 대한 분석 자료는 기부자가 이들 단체를 선정하는 데 중요한 가이드라인을 제공할 수도 있다. 일반 국민 혹은 기업은 어떤 기부금 모집단체가 어떤 사업을 하는지, 어떤 자원을 연계하고 있는지, 지역 사회에서 어떤 역할을 수행하는지 등에 대해 알고 싶어 하지만, 이러한 정보는 활용가능하지 않다. 이러한 정보는 나눔플랫폼을 통해 제공될 수도 있지만, 이와 구분된 사이트에서 제공될 수도 있다.

2. 매개기관 정보 공개

기부는 매개기관²³⁾을 경유하는 공식적인 활동과 수혜자에게 직접적으로 전달되는 비공식적 활동으로 구분할 수 있다(Jane Arnott, 2014b). 지금까지 나눔과 관련한 대부분의 통계는 기부를 수행한 개인과 기업에 초점을 맞추었다. 그러나 실제 기부행위의 대부분은 직접적인 기부가 아니라 공식적인 매개기관을 이용하고 있다. 이들 매개기관은 자선조직, 종교집단, 복지시설, 문화/예술단체, 환경/동물단체 등으로 다양한데, 대체로 정부의 지원을 받거나 감독 및 규제를 받고 있다(박주연 외 2011, p.10).

23) 매개조직은 모금활성화와 배분사업의 효율화를 위해 기부자(후원기관)와 수혜자를 연계하는 중간지원조직

문제는 이들 매개기관에 대한 모집단 설정조차 쉽지 않다는 것이다. ‘기부금단체’와 ‘기부금대상민간단체’는 주무관청을 통해 신청하고 지정을 받고 있다. 이들이 직접 모금활동을 수행하는 데 반해 매개기관은 개인, 기업 및 기업재단, 기부금 단체로부터 후원을 받아 이를 배분하는 역할을 한다. 예를 들면, 먼저 사회복지사업을 지원할 목적으로 설립된 지원법인을 들 수 있다. 보건복지부가 발표한 2014년도 지원법인은 268개로 전체 사회복지법인의 15.4%에 해당한다.

〈표 5-4〉 사회복지법인 현황

(단위: 개소)

	계	시설법인	지원법인
	1,739	1,471	268
%	100.0	84.6	15.4

주: 시설법인: 사회복지법인을 운영하고 있는 법인
 지원법인: 사회복지시설을 운영하고 있지 않는 법인
 자료: 보건복지부, 2015 사회복지법인 관리안내, 2015.

다음 지역아동센터 중앙지원단은 〈나눔플러스 I-ON 홈페이지(나눔플랫폼)〉를 운영하고 있다. 이는 지역아동센터를 지원하는 후원기관의 지원프로그램을 소개하고, 지역아동센터의 자원욕구조사 및 만족도 조사 등을 통해 지역아동센터에 한정된 나눔 활성화를 유도한다. 이 홈페이지를 통해 제공되는 참여기관은 2016년 6월 기준 67개소이다²⁴⁾. 대표적인 프로그램은 LH 지역아동센터 설립지원사업, KB은행과 함께하는 ‘KB스타비 꿈톡톡 공부방 사업’, 월드비전 위기아동지원사업인 ‘희망의 샘’, 롯데장학재단의 ‘2016년 지역아동센터 맞춤형 지원사업(교육기자재, 환경개보수, 학습멘토지원 등)’, 사회복지공동모금회의 하나

24) CJ 나눔재단, IBK 행복나눔재단, JA Korea, KDI 한국개발연구원, LG유플러스, MnJ문화복지재단, SBS, KSPO(경륜경영사업본부), 구세군자선냄비본부, KB국민은행, 굿네이버스, 꿈꾸는 대로, 민들레카(한국도시가스협회), 기아대책, NEXON HANDS, 대교, 대한체육회, 롯데장학재단, 미래에셋, 밀알복지재단, 법무부, 법제처, 부스리기사랑나눔회, JUMP, 사회복지공동모금회, 산림조합, 삼성서울병원 아토피 환경보건센터, 선한사마리아인운동본부, 성남YWCA, 세방이의순재단, 아산사회복지재단, 아이들과 미래, 미스터 피자, 열린의사회, 월드비전, 위스타트, 육영재단 어린이회관, 이랜드복지재단, ECMD, 이주배경청소년지원재단, inter TECH, ZAICRO, 전국투자자교육협의회, 정보통신기술진흥센터, 종이나라 박물관, 조록유산 어린이재단, 터치포켓, 프로젝트 다시, KRX 국민행복재단, 한국노인인력개발원, 한국대학사회봉사협의회, 한국로봇산업진흥원, 한국문화예술교육진흥원, 한국문화예술위원회, 한국문화예술회관연합회, 한국사회복지협의회, 한국수력원자력(주), 한국에너지재단, 한국여성인권진흥원, 한국인터넷광고재단, 한국인터넷진흥원, 한국자원복지재단, 한국장학재단, 한국전기안전공사, NIA한국정보화진흥원, 한국출판문화산업진흥원, 해비타트, 함께 걷는 아이들 등

투어 희망여행 '지구별 여행학교_바칼로레아' 등이다. 이들 기관은 현금, 현물, 서비스 등 지원에 대한 협약을 체결하고, 지역아동센터 중앙지원단은 후원이 필요한 지역아동센터를 선발하고 연계하는 매개기관으로서의 역할을 수행하고 있다.

지역아동센터 중앙지원단과 같은 매개기관은 다양한 자원을 발굴하고, 기부 및 자원봉사 등의 협약을 유도하고, 필요한 곳에 필요한 서비스를 연계한다는 측면에서 나눔 문화 활성화에 매우 큰 도움이 되고 있다. 그러나 매개기관을 통한 나눔에 대한 성과는 공식적인 통계에서 누락될 가능성이 있다. 예를 들면, LH 공사의 경우 국내 매출액 기준 500위 이내에 포함되지 않기 때문에 전국경제인연합회의 기업 및 기업재단 사회공헌 백서의 대상에 포함되지 않는다. 또한 사회공헌 백서에 포함된 기업이라고 해도 매개기관에서 수입과 지출을 정확하게 제시해줄 때 중복으로 인한 조정이 가능하다.

3. 모금인력의 전문성 강화

모금액에 영향을 미치는 요인은 모금인력 및 인력 형태(전담, 겸무), 후원자 관리 중 모금 캠페인과 특별행사가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 모금전담인력이 1명 증가할 때 기부금 수입은 12.6% 증가(0.01% 수준에서 유의)하며 모금겸무인력이 1명 증가할 때 기부금 수입은 14.6% 증가(10% 수준에서 유의)하는 것으로 나타났다. 또한 후원자 관리 중 모금 캠페인과 특별행사를 할 때 기부금 수입이 28.3% 증가(10% 수준에서 유의)하는 것으로 분석되었다 (고경환 외, 2016).

모금액 상위 1% 법인의 모금원은 개인과 기업에서 대부분(85.7%)모금함에 반해 나머지 99% 모금기관은 기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률모금과 모금단체, 재단 지원금 등에서 상대적으로 높게 나타났다(고경환 외 2016). 즉 상위 1%에 속하는 법인의 모금원은 규모가 크고 지속적인 데 반해 나머지 99% 법인의 모금원은 일회성이나 비정기성 비중이 높은 것이다. 동시에 이들 모금기관은 법정모금기관의 지원에 의존하는 경향이 크다.

모금 단체들이 기관의 프로그램과 배분 사업 등의 특성을 갖고 과학적이고 안정적인 모금을 하려고 시도하기 보다는 법정모금기관이나 기업 및 기업재단의 모

금을 받는 데 집중하기 때문에 모금의 전문성이 발현될 가능성이 상대적으로 낮다. 기업의 사회공헌백서에서 보듯이 기업 및 기업재단에는 일시적이고 단기적인 지원을 요구하는 경우가 상당히 빈번하다. 지속가능 경영의 일환으로 배분을 하지만 실질적이고 가시적인 성과가 낮아 지속적인 협력으로 연계되지 않는 한계가 있다.

그럼에도 불구하고 영세한 모금 단체들이 전담모금의 인력이나 부서를 배치하는 것은 사실상 어려운 일이다. 외국의 경우 모금인력이 전문성을 갖고 있으며 이에 합당한 대우를 받는 데 반해 우리나라는 모금인력에 대한 전문 훈련이나 숙련이 미흡하기 때문이다. 이러한 문제를 극복하기 위한 방안으로 고경환(2016)은 훈련된 모금인력을 마이너급(나머지 99% 법인) 기관에 지원할 것을 제안하고 있다. 즉 메이저급 기관(상위 1% 법인)에서 청년인턴제를 활용하여 모금교육과 훈련 후 마이너급 기관에 배치하고 능력에 따라 정규직화 하는 방안을 제시하고 있다.

4. 고액 기부 활성화

지금까지 다수의 연구들은 나눔 문화 활성화에서 개인의 기부 행위를 강조해왔다. 그러나 실제적인 데이터 분석 결과 기부는 개인을 중심으로 소규모로 행해지는 비중이 상당히 높았고, 이는 경기 침체의 여파 속에서도 꾸준히 증가한 것으로 나타났다. 이에 비해 고액 기부 문화는 상대적으로 미흡한 것으로 나타났다. 많은 국민들이 나눔 문화를 활성화를 위해 저명한 사회 인사나 고위층의 노블리스 오블리제를 기대하고 있다.

지금까지 고액 기부 문화는 주로 연예인과 정치인에 의존하고 있는데 상당수 기업가들은 법인 내 복지재단 및 교육재단 등을 통해 기부하고 있기 때문이다. 또한 기부의 방법 역시 연예인과 정치인 등이 현금 기부를 주로 하고 있는데 반해 기업가들의 기부는 주식 등을 통해 기부를 하고 있고 현금 산정에 한계가 있다. 특히 이러한 기부에 대한 통계는 명확하지 않다. 선진국의 경우 개인에 대한 소액 기부보다 고액 기부에 대한 문화를 확산하고 있다.

미국의 Chronicle of Philanthropy는 해마다 고액 기부자 TOP 50 리스트를 발

표하고 있다. 2015년에는 리차드 멜론 스카이프가 가족 재단과 그룹 재단 등을 통해 7억5천달러를 기부하면서 1위에 올랐다. 그는 2014년 82세의 나이로 사망했지만 1954년 가족 재단을 만들어 펜실베이니아에서 시민 교육, 역사 보존 활동, 공공정책 등 지속적으로 자선활동을 수행하였다. 이 리스트에서는 마이클 블룸버그, 빌 & 멜린다 게이츠, 잭 테일러 등과 같이 일반인들이 상상할 수도 없는 고액을 사회에 기부한 50인의 얼굴과 그들의 이야기가 담겨있다. 이러한 매거진이나 뉴스 등이 고액 기부에 대한 선망과 의무, 노블리주 오블리제를 선도하고 있다고 할 수 있다.

사회복지공동모금회도 1억원 이상 기부한 개인 고액기부자 클럽인 ‘아너 소사이어티(Honor Society)’를 설립하였다. 홈페이지에는 회원 명단이 수시로 업데이트되고 있다. 모금회는 <기적을 만드는 사람들>이라는 단행본도 발간하였다. 이 책에는 인생의 고비에서 커다란 어려움을 겪었던 이들이 자신이 가진 일부를 털어내어 나눔을 실천하게 된 이야기가 담겨 있다. 그러나 단행본은 단발성으로 그쳤고, 회원 명단은 공개되었지만 그들이 나눔을 택한 사연이나 방식들이 일반에게 소개되지 않고 있어 대중적 관심을 끌기에는 부족한 부분이 있다.

고액 기부자의 삶과 이야기가 일반 국민들에게 더 잘 전달될 수 있도록 다양한 매체를 통한 전달이 필요하다. 물론 개인의 동의하에 고액 기부자 명단을 발표하는 것이다. 일반적으로 고액 기부자는 기업인이 많고 기업인의 경우 본인이 설립한 재단이나 기업 재단에 기부하고 있다. 예를 들어 현대차 정몽구 재단은 2007년에 설립된 문화체육관광부 소관의 재단법인이다. 이 법인은 공연시설 건립 및 운영사업, 지역별 차세대 복합문화센터 건립 및 운영사업, 사회적 소외계층 등의 복지향상을 위한 문화예술진흥 사업 및 교육지원 사업, 환경친화적이고 지구온난화를 예방할 수 있는 사회사업 등을 운영하기 위한 것이다. 현대차그룹 정몽구 회장은 2011년 5000억원의 사재 출연과 현대글로벌비스 131만주를 증여했다(위키백과 홈페이지).

이러한 공익재단은 기업의 지배구조 강화나 증여 등 세금혜택에 악용되는 측면도 있으나(이영복, 2016.6.28., 일요신문), 2016년부터 국세청 홈페이지에 공익법인의 기부금과 사업비 내역을 볼 수 있는 공시가 게재되면서 국민들이 감시할 수 있는 통로가 열리기도 했다.

5. 성인 자원봉사 활성화

자원봉사가 활성화될 수 있도록 제도를 개선할 필요가 있다. 우리나라에서 자원봉사에 대한 참여는 초·중·고 및 대학생과 전업주부를 중심으로 이루어지고 있다. 통계청 사회조사(2013)에서 13~19세 청소년은 자원봉사에 참여한 적이 있다는 응답이 80.1%로 가장 높은 반면, 20대(13.7%), 30대(11.2%), 40대(17.3%), 50대(14.5%) 등 중장년층의 자원봉사 경험은 급격히 감소하는 경향이 있다. 보건복지부 사회복지자원봉사자 현황(2012)에서도 여성의 자원봉사 경험은 60.4%로 남성(39.6%)에 비해 상당히 높은 것으로 나타났으며, 특히 40~60대 여성의 자원봉사 참여가 60% 이상인 것으로 나타났다.

자원봉사센터에 등록된 자원봉사자의 수는 지속적으로 증가하고 있으나, 자원봉사 참여율은 여전히 학생들에 집중되어 있다. 자율적 자원봉사가 진행될 수 있도록 성인 자원봉사를 활성화할 필요가 있다. 이를 위해 주말, 단기, 전문적인 숙련 등 다양한 자원봉사 활동과 자원봉사자를 매칭할 필요가 있다.

물론 직장인의 자원봉사는 주로 기업 및 기업재단을 통해 이루어지고 있으나 일반 성인이 참여할 수 있는 자원봉사가 다양하게 마련될 필요가 있다. 현재 나눔포털 홈페이지는 자원봉사가 필요한 기관과 자원봉사를 하려는 사람을 매칭하고 있는데 지역별, 분야별, 봉사자유형별, 봉사대상 및 봉사기간별로 검색할 수 있다(나눔포털 홈페이지).

성인을 대상으로 하는 봉사를 살펴본 결과 대부분의 활동은 교육지원이나 단순 자원봉사인데 주중과 주말의 구분은 가능하지 않다. 재능나눔형 자원봉사는 신청을 하는 칸과 자원봉사를 원하는 칸 등으로 구성되어 있으나 실제로는 재능나눔형 자원봉사는 모집 중인 내용이 전혀 없다.

6. 체계적인 나눔 교육 커리큘럼 운영

나눔포털 홈페이지는 나눔활동가이드라는 게시판에 나눔 교육을 별도로 만들어 제공하고 있다. 나눔 교육은 나눔의 정의와 필요성, 자원봉사의 필요성과 의

의, 나눔의 종류와 효과 등 11개 주제에 대한 교육 자료를 제공하고 있다. 문제는 나눔 교육에 무엇을 포함할 것인가에 있다.

현재 초중등학생의 교육과정 중에는 나눔 교육이 포함되어 있고 실제로 자원봉사를 경험하고 이를 인정받는 증서를 제출하고 있다. 그러나 나눔이 자원봉사에 초점을 맞추고 있어 포괄적인 나눔 개념에 적합하지 않다. 아무리 어린 아동이라고 해도 용돈을 알뜰하게 모아 기부를 하거나 부모님과 벼룩시장에서 물건을 팔고 얻은 수입을 기부활동에 참여할 수 있다. 따라서 나눔 교육의 범위가 자원봉사로 한정할 것이 아니라 기부와 생명 나눔까지 폭넓게 확대될 필요가 있다.

또한 홈페이지에 게재된 교육 자료는 애니메이션으로 제작되어 초등학생을 대상으로 하고 있다. 초등학교에서 나눔 교육을 실시할 때는 적합한 자료이나 중고등학생에게 이러한 내용은 나눔에 대한 흥미까지 잃게 만들 수 있다. 초중고등학생 및 대학생의 눈높이에 맞는 나눔 교육이 운영될 필요가 있다. 초중고등학생을 대상으로 하는 나눔 교육은 포괄적인 의미에서 나눔을 정의할 필요가 있고, 다양한 나눔의 형태를 간접적으로 경험할 수 있는 다양한 사례들이 눈높이에 맞게 전개될 필요가 있다.

이에 반해 대학생을 대상으로 하는 나눔 교육은 본인의 전공이나 특기 등을 살린 전문화된 나눔을 실천하기 위한 사전 교육 자료로 활용할 필요가 있다. 예를 들면, 많은 대학생들이 노인복지관이나 지역아동센터에 자원봉사를 하러 오지만, 시험기간이나 친구들과의 술자리로 인해 예고 없이 결근하거나 중단하는 일이 있어 무보수 자원봉사 역시 책임감을 가지고 임해야 하는 활동임이 교육과정에 포함될 필요가 있다.

성인과 노인을 대상으로 하는 나눔 교육은 생명 나눔에서 특히 중요하다. 헌혈에 대한 오해와 진실, 지역 사회 혹은 세대 간 이전을 통해 내가 나눔 마음이 언젠가 나와 이웃 혹은 자녀에게 나누어질 것이라는 믿음이 중요하기 때문이다. 또한 조직 및 장기기증의 경우 유교적인 관습이 강한 상태에서는 활성화되기 어려운 한계가 있다.

다음으로 나눔 교육에서 중요한 것은 누가 어떻게 나눔 교육을 수행할 것인가이다. 한국개발연구원(KDI)는 지역아동센터중앙지원단과 연계하여 여름 청소년 경제캠프를 운영하고 있다. 방학 기간 중 지역아동센터의 신청을 받아 KDI에서

자체적으로 운영하고 있는 청소년 경제교실을 별도 운영하는 것이다. 원래 청소년 경제교실은 청소년들의 경제에 대한 관심을 높이고 합리적인 경제주체로 성장하는 것을 지원하기 위해 국책연구기관에서 만든 프로그램으로 전 과정이 강의식이 아닌 체험형 수업으로 구성되어 있다. 학생들은 주어진 과제를 직접 수행함으로써 어려운 경제 개념을 흥미롭게 배울 수 있다(KDI 홈페이지).

이와 유사하게 나눔 교육을 개인 혹은 기관의 신청을 받아 단기 혹은 중기 과정으로 실시하는 방안을 고려할 필요가 있다. 전국의 초중고등학교와 아동 돌봄 기관, 경로당, 사회복지관 등을 대상으로 교육을 신청하고 이수하면 이수증을 제공하는 것이다.

또 다른 방법은 자원봉사를 신청할 때 반드시 나눔 교육을 이수하도록 하는 방법도 있다. 단순한 행정 업무 보조가 아니라 대인 서비스에 대한 봉사는 사전 교육을 선행될 필요가 있다. 이를 위해 전국의 지자체에서 운영하는 자원봉사센터와 연계하여 교육을 실시하는 방안도 모색할 필요가 있다.

제3절 정책적 함의와 건의

1. 기부 생활화를 위한 여건 조성

기부참여율을 높이기 위한 노력에도 불구하고 2011년을 정점으로 점차 낮아지고 있다. 성별, 연령별, 직업별로도 이와 같은 저하추세는 같이 나타나고 있으며(단, 15-19세 연령층은 2013년 27.5%에서 2015년 30.5%로 증가), 가구소득별로는 고소득층에서는 증가한 반면(600-700만원대는 감소), 300만원 미만에서는 감소하였다. 기부참여율을 높이기 위한 노력에도 불구하고 2011년 36.0%에서 2013년에는 34.5%로 그리고 2015년에는 29.8%로 기부참여율이 낮아지고 있다. 이와 같은 감소원인을 찾는 것은 용이하지 않지만 기부에 참여하지 않는 이유를 살펴보면 경제적인 여유가 없어서가 가장 높았고, 기부단체 등에 대한 불신 때문도 이전보다 증가한 것으로 나타나 감소에 영향을 미친 것으로 판단된다.

아직 기부가 생활화되지 않은 상황에서 기부참여율은 사회경제적인 변화에 영향을 크게 받을 수밖에 없지만 기부단체 등에 대한 투명성 강화와 저연령에서부터 기부의 생활화를 위한 노력이 필요하다.

또한 세제 등을 통한 기부 유도과 기부에 따른 명예를 높여줄 수 있는 방안 마련 등의 사회지도층과 부유층의 모범적 기부 증대방안을 강구하고, 국민은 기부단체의 정보공개 등 투명성 강화를 중요하게 생각하고 있는 만큼 모든 기부단체의 자금운영 실태를 일반 국민이 쉽게 확인할 수 있는 방안을 마련하고, 내 가까운 곳에서 기부를 할 수 있는 방법의 정보제공 등 기부의 생활화를 위한 노력이 필요하다.

2. 정기적 자원봉사의 정착과 질 제고

일회성을 포함한 전체적인 자원봉사참여율은 감소하는 반면에 자원봉사자들 중에서 정기적 자원봉사참여율은 증가하고 있다. 정기적인 자원봉사참여율은 2011년 30.7%에 불과했으나, 2013년 58.4%, 2015년 61.1%로 증가하고 있다. 자원봉사 경험자가 봉사활동에 꾸준히 참여하는 것으로 이제 우리 사회도 자원봉사가 정착되고 있음을 보여주고 있다. 정기적인 자원봉사 참여율의 증가는 그만큼 자원봉사활동의 첫 경험이 중요하다는 것을 의미한다. 나눔을 실천하고 타인에게 베푸는 배려가 자신은 물론 봉사를 받은 상대방에게도 큰 기쁨과 행복을 준다는 경험에서 나오는 깨달음이 있기 때문에 가능한 것이다. 따라서 자원봉사활동의 양적인 확대에 가치를 두는 것에서 벗어나 이제는 자원봉사의 질을 높이는 방향을 고민해야 할 때이다.

다행히 교육부는 청소년들의 자원봉사활동을 교육과정 속에서 체계적으로 관리·운영하고 있어, 사회성이 형성되는 청소년기의 봉사활동 경험은 성인이 된 후에도 긍정적 사회참여로 연결시켜주는 고리 역할을 하고 있다. 그러나 아쉽게도 최근 청소년층의 자원봉사활동 참여율은 점차 떨어지는 추세에 있어 청소년의 자발적 봉사활동 참여를 유도할 수 있는, 청소년들에게 적합한 다양한 봉사활동 프로그램의 개발이 필요하다.

한편, 연령대와 직업, 시간대, 직장인·비직장인, 주중·주말 등 적절한 시간대를

선택할 수 있는 봉사활동 프로그램의 개발이 절실하다. 자원봉사활동은 내가 가진 자원을 자발적으로 타인에게 나누는 것이므로 봉사활동과정에서 겪게 되는 조급의 불편 혹은 불합리를 감수해야 한다. 이것은 봉사활동 첫 경험자들에게는 상당한 영향을 미칠 수 있을 뿐 아니라 자원봉사활동의 긍정적 참여정신을 떨어뜨리는 원인이 될 수 있으므로 봉사활동 후 사후관리가 중요하다. 철저한 사후관리는 자원봉사자의 수적 확대에도 많은 영향을 미칠 수 있다. 왜냐하면 만족도가 높은 봉사자는 주변 사람들에게 봉사활동에 대한 긍정적 정보를 공유함으로써 참여를 유도하는 징검다리 역할을 할 수 있기 때문이다. 따라서 봉사자들의 봉사활동에 대한 인식과 만족도를 파악하여 향후 계획에 반영할 수 있는 프로그램에 대한 사후관리 프로세스가 필요하다.

3. 나눔 활성화를 위한 법·제도적 개선점

나눔 문화의 인프라가 조성되고 활성화되기 위해서는 나눔과 관련한 법적 근거가 필요하다. 과거 학교와 우체국에서는 크리스마스 쉼을 통한 모금 활동을 실시하였다. 크리스마스 쉼을 통한 모금 활동은 『결핵예방법』 제25조(모금 등)²⁵⁾과 동 법 시행령 제10조(모금의 사용)²⁶⁾에 근거하고 있다. 그러나 무허가 등 무분별한 모집과 모금액의 사적 이용 등 사회적 문제가 발생하자 정부는 『기부금품모집규제법』을 제정(1995년)하였다. 이 법은 기부금품의 모집절차 및 사용방법 등에 관하여 필요한 사항을 규정함으로써 기부금품의 무분별한 모집을 규제하고, 모집된 기부금품이 적정하게 사용될 수 있게 함을 목적으로 제정한 법률이다.

이 법에 의하여 기부금품의 모집은 일반적으로 규제되고 있으나, ① 국제적으로 행하여지는 구제사업, ② 천재·지변 및 기타 이에 준하는 재난의 구휼사업, ③ 불우이웃돕기 등 자선사업, ④ 공익을 목적으로 국민의 적극적인 참여가 필요한

25) ② 대한결핵협회는 허가를 받은 경우에는 크리스마스 쉼 모금 및 그 밖의 모금을 할 수 있다. ③ 정부 각 기관·공공단체 또는 대통령령으로 정하는 법인은 제2항에 따른 크리스마스 쉼 모금 및 그 밖의 모금에 협조하여야 한다.

26) 모금은 법 제5조2항 각 호에 따른 용도 외에는 사용하지 못한다. 다만 보건복지부장관이 인정하는 경우에는 모금액의 100분의 5를 초과하지 아니하는 범위에서 모금비용에 충당할 수 있다.

경우로서 대통령령이 정하는 바에 의하여 기부금품의 모집의 필요성이 인정된 사업에 한하여 기부심사위원회의 심사를 거쳐 행정자치부 장관 또는 특별시장·광역시장·도지사의 허가를 받아야 한다(동법 제4조)고 규정하고 있다.

기부금에 관해서는 기본법인 『기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률』 과 동법의 적용이 배제되는 『정치자금법』, 『재해구호법』, 『문화예술진흥법』, 『신탁법』, 『문화유산과 자연환경자산에 관한 국민신탁법』, 『한국 장학재단 설립 등에 관한 법률』, 『결핵예방법』, 『사회복지공동모금회법에 관한 법률』에 근거하고 있다.

유사하게 식품기부에 관해서는 『식품기부 활성화에 관한 법률』, 자원봉사에 관해서는 『자원봉사활동기본법』, 생명나눔에 관해서는 『혈액관리법』, 『장기 등 이식에 관한 법률』, 『인체조직 안전 및 관리 등에 관한 법률』의 적용을 받고 있다. 지금까지 개별법들은 나눔 문화 확산이라는 근본 취지는 외면한 채 모금 및 기부를 위한 법적 근거 마련에만 관심을 두었다.

1980년대 이후 세계 경제 침체로 복지국가의 한계가 드러나고 정부 역할이 축소되는 전세계적으로 새로운 사회적 위험에 직면하고 있다. 이에 따라 시민사회가 자발적으로 나눔을 실천하는 사회적 운동에 대한 정책적 노력이 전개되고 있다. 따라서 나눔에 대한 사회적 공감대가 확산되고 다양한 나눔활동이 증가하고 있는 현실에 부응하여 누구나 쉽게 나눔 활동에 참여할 수 있도록 나눔 문화의 확산을 조성하는 법적 근거 마련이 필요하다. 나눔 문화 활성화와 통계생산을 위해 법에 담아야 할 내용을 제시하여 본다.

첫째, 기부금품모집의 신고제와 등록기준을 도입하고 기부금품 사용을 투명하게 하며 기한을 제한하고, 기부금품 모집 자격에 대한 엄격한 관리 등이 필요하다. 이와 함께 모범 기부자에 대한 인센티브도 모색할 필요가 있다.

둘째, 비영리민간단체에 법인격을 부여하고, 사업계획서 및 사업보고서 등을 공개해야 한다. 모금 실적과 모금액 배분 결과, 모금액 중 운영비 활용비중 등을 대중에게 공개해야 한다. 현재 우리나라에서 기부 및 모금단체로 등록된 비영리민간단체는 상당히 많다. 이 중 일부는 부처 및 지방자치단체, 사업별 중복 등이 발생하기도 한다. 이에 따라 비영리민간단체의 모금 활동 및 배분액에 대한 전수 조사조차 불가능한 현실이다. 특히 일부 열악한 비영리민간단체에서는 모금활동

을 신고하고 배분액이나 지출액은 전혀 없기도 하다.

셋째, 나눔 관련된 자료 수집의 정당성과 용이성을 확보하기 위해 법·제도적 뒷받침이 마련되어야 한다. 나눔에서 가장 대표적인 보고통계는 국세청이 보유하고 있는 국세통계인데, 「공공기관 정보공개에 관한 법률」이 있음에도 불구하고 이 통계를 활용함에 있어서 자료 확보가 힘들어 세부적인 기부통계를 산출하는데 한계가 있다. 또한 나눔과 관련된 자료를 보유하고 있는 기관에 법률적 근거에 따라 자료를 요청하는 것도 필요하다. 예컨대 국민건강보험공단은 법에서 정한 업무를 수행하기 위해서 국가, 지자체, 공공기관, 공공단체 등에게 업무에 필요한 자료를 요청할 수 있도록 하고 있으며, 요청 받은 기관은 법적 근거에 따라 제공해야 하는 것을 명시하고 있다(「국민건강보험법」 제96조(자료의 제공)).

한편, 현재 기부, 자원봉사, 헌혈과 같은 나눔 실태를 파악하는 통계들은 서로 다른 연구목적과 표본조사로 생산되고 있어 비록 동일 한 통계명일지라도 범주와 결과의 차이, 분야별 연계분석의 단절 등 통계의 신뢰와 활용에 제한이 있다. 이를 해소하고자 기부와 자원봉사, 그리고 생명나눔 등의 연계분석과 나눔 조사에만 목적을 둔 국민의 의식변화와 새로운 양태 분석을 위해 독립된 “나눔실태조사”가 필요하다. 나눔 관련법에 “나눔실태조사” 실시에 대한 근거를 마련함으로써 예산 확보의 정당성과 조사 수행에 따른 개인과 기관의 협력을 용이하게 할 수 있다. 예를 들어, 「아동복지법」 제11조(아동종합실태조사), 「장애인복지법」 제31조(실태조사), 「노인복지법」 제5조(노인실태조사), 「가정폭력방지 및 피해자보호 등에 관한 법률」 제4조2(가정폭력실태조사) 등은 복지정책 수립에 필요한 기초 자료로 활용하기 위하여 조사의 주기를 명시해 실태조사를 실시하여야 한다고 규정하고 있다.

현재 시행되고 있는 법 중에는 나눔과 관련된 법들이 있다. 청소년의 자원봉사 활성화를 위한 「청소년활동 진흥법」 제65조(청소년의 자원봉사활동의 활성화)이 있으며, 노인의 사회참여 확대를 위하여 노인의 지역봉사활동기회를 넓히는 「노인복지법」 제23조(노인사회참여지원)도 있다. 나눔 활성화를 위해서는 이들 법과의 관계 정립도 검토가 필요하다.

나눔 문화를 활성화하기 위한 나눔교육 프로그램 개발, 전문 인력 양성, 교육기부 활성화 등을 법률에 포함하여야 한다.

제4절 연구의 한계

나눔 실태를 정확히 파악하여 정책을 추진, 평가, 그리고 개발하기 위해서는 이를 뒷받침 할 수 있는 자료의 제공이 필요하다. 현재 나눔 관련 조사 자료와 수집되는 행정자료는 제한적으로 수집, 분석되고 있어, 이를 통한 분석활용에 한계가 있다. 본 절에서는 자료수집 및 자료 활용 단계에서 나타나는 한계점을 제시하여 본다.

1. 조사주기와 조사항목의 제한

현재 나눔 실태 파악을 위해 활용되는 자료는 통계청의 사회조사, 가계동향조사, 그리고 국세청의 국세통계연보 등의 자료이다. 이들 자료는 자료이용과 분석 측면에서 보면 한계를 가지고 있다. 즉, 통계청의 사회조사에서 나눔 관련 항목은 2년 주기로 조사를 실시하고 있을 뿐만 아니라 나눔 관련 조사항목이 매우 제한적으로 실시되어 전반적인 나눔 실태를 파악하기에는 충분하지 못한 실정이다. 또한 나눔 관련 조사항목의 추가도 어려운 실정이다.

2. 정부 간 통계정보의 제한적 공유

또한 국세청의 자료는 세금부과를 위한 자료로 정확한 나눔 실태를 파악할 수 있도록 구성되어 있지 않지만 현재는 나눔 규모 파악에 가장 중요한 자료이다. 하지만 원자료 분석에 한계가 있어 효율적인 자료 활용이 어려운 실정이다. 정부가 추진하는 정보의 효율적 활용을 위한 정부3.0과 관련하여 정부 간 필요 정보의 최소한 공유가 필요하다.

3. 조사시점의 통일성 결여

자원봉사활동에 관한 대표적인 통계가 통계청 사회조사이다. 사회조사의 자원봉사활동에 관한 조사는 조사시점을 기준으로 지난 1년 동안 참여했던 자원봉사 경험이다. 그러다 보니 행정자치부나 보건복지부가 발표하고 있는 자원봉사활동 실적 통계와는 크게 1년의 시차 갭이 발생한다. 이것은 자원봉사활동 참여율을 참고하는 일반인에게 혼란을 줄 수도 있다. 예를 들어 사회조사의 2015년 결과는 2014년도에 자원봉사활동에 참여했던 조사내용이고, 1365 자원봉사활동 참가자 실적은 실제로 2015년도에 참여했던 실적이기 때문에 비교시점이 동일하지 않아 잘못된 해석을 할 수 있다. 비교시점이 동일하려면 조사시점을 기준한 지난 1년으로 할 것이 아니라 전년 1월부터 12월로 변경이 필요하다.

4. 동일 통계간 결과차이

나눔 관련 통계는 한 기관이 생산하는 것이 아니라 여러 기관에 분산되어 발전되어 왔다. 즉 주요 나눔관련 통계는 통계청의 사회조사와 가계동향조사, 국세청의 국세통계연보 등의 자료들을 참고한다. 이들 나눔 통계들은 서로 다른 연구목적과 표본조사에 기반을 둔 통계로 나눔 실태를 파악하고 있어 범주와 결과의 차이 등으로 동일명의 통계라도 수치가 다른 경우가 있다.

예를 들어 만19세 이상 성인 남녀 대상의 1인당 평균기부금액은 각각 4.6만원과 7만원으로 나타났다(표 5-5 참조). 이러한 조사 결과의 차이가 통계를 이용하는 정책결정자 혹은 학계나 일반 국민에게 혼돈을 야기할 수 있다. 어떤 조사의 결과를 선택하느냐에 따라 우리나라의 기부금액은 1.5배의차이를 보여주고 있다. 이 경우 기부금액 조사에 비교적 근접한 조사목적과 조사방법으로 실시한 결과를 선택해야 할 것이다. 그러면서도 동시에 그 통계가 지닌 한계도 고려되어야 한다. 즉 사회조사는 사회구성원의 주관적 관심사를 파악하는 조사임에 비해 가계동향조사는 가구의 생활수준실태와 그 변동사항을 파악하기 위해 가계의 수입과 지출을 조사한다. 또한 조사방법은 두 조사 공히 면접조사이지만 후자는 기 작성된 가계부를 참고한 조사인 만큼 기부액 통계는 더 신뢰가 간다. 다만 본 조사는 가구단위 조사인 만큼 기업영역은 제외되어 있다.

〈표 5-5〉 기부금액 통계조사의 결과차이

	통계청 사회조사	통계청 가계동향조사
조사시점	2013년	2013년
조사대상	17,664가구	8,700가구
기부금액(평균)	7만원	4.6만원

자료: 통계청, 사회조사 2013; 통계청, 가계동향조사 2013

5. 모자이크 방식의 개별통계의 활용한계(독립된 신규조사)

지금까지 나눔 통계는 기부, 자원봉사, 그리고 생명 나눔의 주요 통계를 중심으로 모자이크 방식으로 살펴보았다. 이들 통계들은 개별통계로서는 의미가 높지만 순수 자발적 나눔의 파악, 동일 통계의 상이한 결과, 그리고 기부, 자원봉사, 생명 나눔 간의 연계 분석이라는 측면에서 단절 등 통계 활용과 신뢰에 제한이 있다.

이러한 한계를 개선하기 위해 앞으로 나눔 분야의 독립된 신규조사가 필요하다. 신규조사는 기부, 자원봉사, 생명 나눔 등 개별 및 연계 분석을 강화하는 방안으로, 개인단위, 기업단위, 그리고 매개기관단위로 구분한 조사로 종합적 조망이 가능하여야 한다. 또한 주기적 조사 실시로 통계의 안정된 생산과 원활한 실태파악을 위해 법적 근거마련이 요구된다.

참고문헌 <

<

□ 연구논문

- 강철희, 김미옥 (2007). 부유층의 기부과정에 관한 연구. 한국사회복지학, 59(2), pp.5~38.
- 강철희, 김미희, 허수연(2012), 기업 사회공헌 확대계획의 영향 요인에 대한 탐색적 연구, 보건사회연구, 32(3), pp.191~220
- 김교성, 강정환, 노혜진, 이현옥, 박태근(2016), 한국의 '나눔' 종합지수 개발에 관한 연구, 한국사회복지행정학, 18(1), pp.233~265
- 김용학(2013). 공감 문명과 나눔 문화의 확산. 한국비영리연구, 12, pp.29~56.
- 김형용(2013). 포용적 사회와 나눔 문화의 현실 - 소비주의 나눔에 대한 비판적 해석, 한국사회복지행정학 15(4), pp.7~113.
- 이상민(2002). 기업의 사회적 책임-미국과 한국 기업의 사회공헌활동 비교. 한국사회학, 36(2), pp.77~111.
- Lin, N. (2008). A network theory of social capital. *The handbook of social capital*, 50, 69.

□ 단행본

- 김미숙, 조성호, 최은진, 홍석표, 이주연, 강지원, 권소일, 성균관대학교 SRC(2014). 국제 사회조사 참여 및 비교 연구-가족변화·사회변화 국제비교. 한국보건사회연구원.
- 김휴종, 신현암(2000). 나눔의 경제: 현황, 문제점과 과제. 삼성경제연구소.
- 조주희, 강철희, 민인식, 박태근, 이지선(2014). 민간나눔자원 총량 추계 연구. 사회복지공동모금회.
- 박주언, 이희길(2012). 나눔통계 개선방안. 대전: 통계청 동향분석실.
- 성규탁(2013). 한국의 서로돌봄. 이담북스.
- 여유진, 정해식, 김미곤, 김문길, 강지원, 우선희, 김성아(2015). 사회통합 실태진단 및 대응방안Ⅱ-사회통합과 사회이동. 한국보건사회연구원.
- 장영식, 고경환, 이연희, 김정현, 오미애, 강지원, 진재현, 함선유(2015). 나눔실태 2014. 세종: 보건복지부·한국보건사회연구원.
- 장시준. (2006). 사회자본의 개념과 교육적 시사점. 한국교육학술정보원 연구자료(RM 2006-82).

Arrillaga-Andressen(2011). *Giving 2.0: Transform Your Giving and Our World*.
Jossey-Bass publisher.

□ 발표자료

강철희(2006). 한국인의 나눔 노력에 관한 연구. 아름다운재단 제 6 회 국제기부문화심포지엄자료집. 아름다운북.

고경환(2016). 사회복지분야 민간모금기관 간 모금액 격차 현황과 과제. 한국보건사회연구원 ISSUE & FOCUS, 제315호(2016-15)

박성중(2013). 추가적인 한국전통 나눔 문화와 현대적 의미. 아산사회복지재단 주최 심포지엄 ‘한국의 나눔문화와 복지사회’ 자료집. pp. 69~80.

이봉주(2013). 나눔문화의 미래와 복지사회. 아산사회복지재단 주최 심포지엄 ‘한국의 나눔문화와 복지사회’ 자료집. pp. 149~172.

아름다운재단(2014). 기빙코리아 2014-제14회 기부문화심포지엄. 서울: 아름다운재단

양옥경(2013). 한국의 나눔문화 전통과 현대적 수용. 아산사회복지재단 주최 심포지엄 ‘한국의 나눔문화와 복지사회’ 자료집. pp. 41~66.

서신혜(2013). 한국적 나눔문화 전통에 관한 논의에서 고려할 점. 아산사회복지재단 주최 심포지엄 ‘한국의 나눔문화와 복지사회’ 자료집. pp. 81~87.

□ 기관 간행물

국세청(2015). 국세통계연보. 대전: 국세청

대한적십자사(2015). 혈액사업 통계연보.

문화체육관광부·보건복지부 (2015). 나눔(모금) 과정 윤리성과 투명성 요구에 대한 여론조사. 세종: 문화체육관광부·보건복지부

보건복지부·질병관리본부 장기이식관리센터(2015). 장기이식통계연보

전국경제인연합회 (2015). 2015 기업 및 기업재단 사회공헌백서. 서울: 전국경제인연합회

통계청(2015). 사회조사.

Australian Bureau of Statistics. (2011). *Voluntary Work, Australia*.

Australia Bureau of Statistics (2014). *Non-Profit Institutions satellite Account*.

Australia Organ and Tissue Authority (2015). *Organ and Tissue Authority (OTA) Annual Report*.

Bureau of Labor Statistics U.S. Department of Labor (2016). *News Release*

- Volunteering in the United States-2015.*
Cabinet Office (2015). *Community Life Survey.*
Canadian Institute for Health Information (2015). *Canadian Organ Replacement Register(CORR) Annual Report: 'Treatment of End-Stage Organ Failure in Canada.*
Charities Aid Foundation (2016). *UK Giving 2016.*
Giving USA (2016). *Giving USA 2015.*
Philanthropy New zealand (2015). *Giving New Zealand.*
National Health Services Blood and Transplant (2015). *Organ Donation and Transplantation Activity Report.*
OPTN/SRTR (2014). *US Organ Transplantation Annual Data Report.*
Organ Donation New Zealand (2015). *Organ Donation New Zealand Annual Report.*
Statistics Canada (2015). *General Social Survey on Giving, Volunteering and Participating.*
Statistics New zealand (2013). *New Zealand General Social Survey.*

□ 신문기사

- 김중철.(2014.04.02.). 기본소득과 '도덕경제'. 경향비즈. 인터넷판.
http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201404022050025&code=990100
박수진 (2016.06.17.). 팍팍한 월급에...경조사비 봉투 얇아지네. 문화일보, 인터넷판.
<http://media.daum.net/society/all/newsview?newsid=20160617121023224>
여승구 (2016.06.30.). 팍팍한 살림살이, 줄어드는 경조사비 지출. 경기일보, 인터넷판.
<http://www.kyeonggi.com/?mod=news&act=articleView&idxno=1200049>

□ 전자사이트

- 국제사회조사프로그램(International Social Survey Programme) 홈페이지 <https://www.issp.org>.
국제 장기기증 및 이식 등록재단(International Registry in Organ Donation and Transplantation)홈페이지 <https://www.irodat.org>.
국세청 공식 블로그 <http://blog.naver.com/ntscafe>
문화체육부 홈페이지 <http://www.mcst.go.kr>

복지패널 홈페이지 <https://www.koweps.re.kr>

재정패널 홈페이지 <http://www.panel.kipf.re.kr>

통계청 홈페이지 <http://kostat.go.kr> 에서 통계표준용어, 보고통계정의

GOV UK 홈페이지

<https://www.gov.uk/donating-to-charity/donating-straight-from-your-wages-or-pension>.

GOV UK 홈페이지

<https://www.gov.uk/donating-to-charity/overview>.

Internal Revenue Service 홈페이지

<https://www.irs.gov/charities-non-profits/charitable-organizations/charitable-contribution-deductions>.

WVP 홈페이지 <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>.

부록1. 국제비교 가능지표

(1) World Value Survey

□ 조사결과

<부표 1-1> World Value Survey 조사결과(Wave 6)

(Wave 6) 인권이나 자선단체의 회원으로 활동하고 있습니까?							
	전체	회원 아님		소극적 회원		적극적 회원	
		N	%	N	%	N	%
Total	84,293	71,659	85.0	7260	8.6	5374	6.4
India	1,581	654	41.4	476	30.1	451	28.5
New Zealand	786	495	63.0	124	15.8	167	21.2
Australia	1,440	944	65.6	219	15.2	277	19.2
United States	2,193	1,501	68.4	329	15.0	363	16.6
Taiwan	1,234	726	58.8	308	25.0	200	16.2
Kuwait	1,094	789	72.1	134	12.2	171	15.6
Philippines	1,200	862	71.8	158	13.2	180	15.0
Bahrain	1,200	949	79.1	90	7.5	161	13.4
Libya	2,060	1,661	80.6	147	7.1	252	12.2
Sweden	1,199	840	70.1	226	18.8	133	11.1
Brazil	1,479	1,268	85.7	49	3.3	162	11.0
Mexico	2,000	1,596	79.8	187	9.4	217	10.9
Qatar	1,060	829	78.2	118	11.1	113	10.7
Trinidad and Tobago	999	801	80.2	102	10.2	96	9.6
Kyrgyzstan	1,498	1,221	81.5	142	9.5	135	9.0
Thailand	1,195	991	82.9	101	8.5	103	8.6
Lebanon	1,200	951	79.3	146	12.2	103	8.6
Slovenia	1,061	895	84.4	79	7.4	87	8.2
Colombia	1,510	1,296	85.8	96	6.4	118	7.8
Nigeria	1,759	1,354	77.0	270	15.3	135	7.7
Hong Kong	999	784	78.5	144	14.4	71	7.1
Zimbabwe	1,500	1,209	80.6	188	12.5	103	6.9
South Africa	3,531	2,254	63.8	1049	29.7	228	6.5

(Wave 6) 인권이나 자선단체의 회원으로 활동하고 있습니까?							
	전체	회원 아님		소극적 회원		적극적 회원	
		N	%	N	%	N	%
Malaysia	1,300	1,154	88.8	84	6.5	62	4.8
Singapore	1,972	1,719	87.2	160	8.1	93	4.7
Germany	2,045	1,790	87.5	160	7.8	95	4.6
Spain	1,177	1,088	92.4	42	3.6	47	4.0
Poland	965	891	92.3	36	3.7	38	3.9
Iraq	1,200	1,094	91.2	60	5.0	46	3.8
Jordan	1,200	1,088	90.7	67	5.6	45	3.8
Peru	1,201	1,102	91.8	55	4.6	44	3.7
Ecuador	1,202	1,130	94.0	31	2.6	41	3.4
Yemen	1,000	912	91.2	55	5.5	33	3.3
Uruguay	983	922	93.8	29	3.0	32	3.3
Netherlands	1,899	1,597	84.1	245	12.9	57	3.0
South Korea	1,070	932	87.1	110	10.3	28	2.6
Algeria	1,200	1,132	94.3	41	3.4	27	2.3
Romania	1,497	1,436	95.9	35	2.3	26	1.7
Estonia	1,531	1,453	94.9	53	3.5	25	1.6
Pakistan	1,200	1,129	94.1	52	4.3	19	1.6
Kazakhstan	1,500	1,426	95.1	51	3.4	23	1.5
Japan	2,407	2,333	96.9	38	1.6	36	1.5
Morocco	1,140	1,112	97.5	11	1.0	17	1.5
Azerbaijan	1,002	975	97.3	13	1.3	14	1.4
Turkey	1,600	1,562	97.6	20	1.3	18	1.1
Belarus	1,535	1,495	97.4	24	1.6	16	1.0
Ukraine	1,500	1,455	97.0	31	2.1	14	.9
Armenia	1,100	1,084	98.5	8	.7	8	.7
Uzbekistan	1,484	1,470	99.1	4	.3	10	.7
Russia	2,478	2,433	98.2	30	1.2	15	.6
China	2,298	2,251	98.0	37	1.6	10	.4
Egypt	1,523	1,511	99.2	6	.4	6	.4
Tunisia	1,205	1,192	98.9	9	.7	4	.3

〈부표 1-2〉 World Value Survey 조사결과(Wave 4)

(Wave 4) 노인, 장애인 또는 취약자를 위한 사회복지서비스에서 무보수 노동을 제공			
	전체	제공함	
		N	%
Total	37,390	3,756	10.0
China	1,000	560	56.0
Viet Nam	1,000	287	28.7
Tanzania	1,171	288	24.6
Bangladesh	1,500	291	19.4

(Wave 4) 노인, 장애인 또는 취약자를 위한 사회복지서비스에서 무보수 노동을 제공			
	전체	제공함	
		N	%
Philippines	1,200	121	10.1
Canada	1,931	185	9.6
Sweden	1,015	94	9.3
South Korea	1,200	109	9.1
Moldova	1,008	80	7.9
South Africa	3,000	191	6.4
India	2,002	126	6.3
Chile	1,200	73	6.1
Zimbabwe	1,002	60	6.0
Japan	1,362	74	5.4
Mexico	1,535	82	5.3
Macedonia	1,055	51	4.8
Kyrgyzstan	1,043	39	3.7
Peru	1,501	50	3.3
Montenegro	1,060	34	3.2
Argentina	1,280	35	2.7
Spain	1,209	25	2.1
Serbia	1,200	16	1.3
Bosnia	1,200	13	1.1

□ 자료출처

○ WVS 홈페이지: www.worldvaluessurvey.org

(2) World Giving Index 2015

□ 조사결과

〈부표 1-3〉 World Giving Index 2015 조사결과

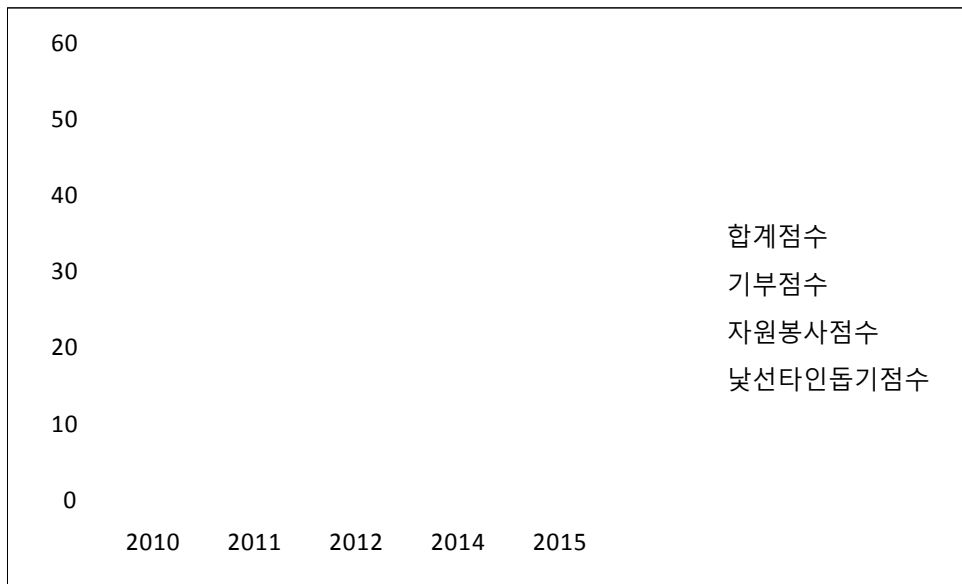
	합계		낯선 타인 돕기		기부		자원봉사	
	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수
Myanmar	1	66	47	55	1	92	1	50
United States of America	2	61	3	76	12	63	6	44
New Zealand	3	61	22	65	6	73	4	45
Canada	4	60	14	69	10	67	5	44
Australia	5	59	21	66	7	72	12	40
United Kingdom	6	57	25	63	4	75	28	32
Netherlands	7	56	41	59	5	73	18	36
SriLanka	8	56	33	60	16	59	2	48
Ireland	9	56	37	59	8	67	11	41
Malaysia	10	52	27	62	17	58	17	37
Kenya	11	52	6	74	45	39	8	43
Malta	12	51	73	50	3	78	46	26
Bahrain	13	51	11	71	27	51	35	30
United Arab Emirates	14	50	15	69	15	59	60	22
Norway	15	49	45	55	14	60	32	32
Guatemala	16	49	17	68	48	38	10	41
Bhutan	17	49	58	53	22	55	13	38
Kyrgyzstan	18	49	60	53	19	57	19	36
Thailand	19	48	90	44	2	87	98	14
Germany	20	47	30	61	30	49	30	32
Jamaica	21	47	5	76	74	28	14	38
Indonesia	22	46	123	35	9	67	15	38
Austria	23	46	46	55	25	52	31	32
Kuwait	24	46	7	74	31	48	92	15
Liberia	25	45	2	78	123	11	3	46
HongKong	26	45	43	57	11	63	90	15
Uzbekistan	27	44	38	59	62	31	7	43
Sweden	28	44	51	55	13	60	84	17
PuertoRico	29	44	20	67	44	39	49	26
Northern Cyprus	30	43	32	60	38	43	45	26
Finland	31	43	36	60	43	39	34	30
Iran	32	43	69	50	23	54	55	24
Luxembourg	33	43	108	38	21	56	22	34
Singapore	34	43	89	44	18	57	42	27
Taiwan	35	43	40	59	29	49	69	20
Costa Rica	36	43	19	67	56	34	39	27

	합계		낮선 타인 돕기		기부		자원봉사	
	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수
Nigeria	43	42	16	68	79	25	29	32
Malawi	44	42	8	73	102	18	26	33
Mauritius	45	41	106	39	28	51	24	34
Philippines	46	40	49	55	82	24	9	42
Saudi Arabia	47	40	9	73	59	32	89	15
Belgium	48	40	53	54	42	40	50	26
Chile	49	40	82	47	20	56	88	16
South Africa	49	40	10	73	101	19	38	28
Zambia	51	39	13	69	98	20	37	29
Mongolia	52	39	103	39	37	44	23	34
Panama	53	39	76	49	50	36	33	31
Sierra Leone	54	38	12	70	95	20	53	25
Botswana	55	38	23	65	91	22	48	26
Kazakhstan	56	37	68	51	51	35	51	25
Uganda	57	37	18	67	105	18	54	24
Spain	58	36	52	54	52	35	71	20
Haiti	59	36	101	40	36	44	56	24
Honduras	60	36	70	50	79	25	27	33
Namibia	61	36	4	76	128	10	64	21
Croatia	62	36	93	43	33	47	81	17
Ghana	63	35	44	56	89	23	40	27
Republic of Korea	64	35	74	50	55	34	63	21
Bolivia	65	35	54	54	70	28	59	22
Colombia	66	35	26	63	90	22	74	20
Sudan	67	35	24	65	112	15	58	23
South Sudan	68	34	35	60	100	19	57	24
Nicaragua	69	34	81	47	53	35	72	20
Belize	70	33	84	46	71	28	47	26
Turkmenistan	71	33	85	45	57	33	66	21
Italy	72	33	75	50	58	32	83	17
Tajikistan	73	33	97	41	99	19	16	37
France	74	32	102	39	76	27	36	30
Israel	75	32	139	27	34	47	68	21
Nepal	76	32	112	37	63	30	41	27
Uruguay	77	31	72	50	78	26	80	18
Poland	78	31	67	51	65	29	100	13
Vietnam	79	31	57	53	81	25	95	14
Guinea	80	31	55	54	107	18	72	20
United Republic of Tanzania	81	30	77	49	68	29	102	13
Portugal	82	30	66	51	85	24	91	15
Albania	83	30	59	53	77	27	122	9
Afghanistan	84	30	63	51	72	28	120	9

	합계		낮선 타인 돕기		기부		자원봉사	
	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수
Ukraine	89	29	122	35	47	38	103	13
Mexico	90	29	88	44	88	23	78	18
Congo	91	28	31	61	126	11	96	14
Cameroon	92	28	39	59	116	14	106	12
Romania	93	28	56	54	84	24	137	7
Pakistan	94	28	121	36	49	36	107	12
Bangladesh	95	27	29	62	125	11	118	10
Lebanon	96	27	91	43	60	31	129	8
Ethiopia	97	27	87	44	86	23	101	13
Montenegro	98	27	134	30	41	42	134	7
Estonia	99	26	104	39	92	21	77	19
Cambodia	100	26	141	25	35	45	126	9
Madagascar	101	26	132	32	120	13	25	34
Japan	102	26	137	28	83	24	44	26
Belarus	103	26	126	34	73	28	86	16
Burkina Faso	104	25	79	48	109	16	110	11
Brazil	105	25	99	41	97	20	99	13
India	106	25	116	37	96	20	82	17
Cote d'Ivoire	107	25	62	52	114	14	130	8
Argentina	108	25	92	43	104	18	105	12
Mauritania	109	24	127	33	103	18	61	22
Latvia	110	24	128	33	61	31	125	9
Gabon	111	24	65	51	122	12	119	10
Egypt	112	23	80	47	111	16	135	7
Georgia	112	23	96	42	140	7	65	21
Peru	114	23	109	38	110	16	87	16
Bulgaria	115	23	111	38	75	27	143	4
Kosovo	116	23	136	28	67	29	107	12
El Salvador	117	23	94	43	137	8	76	19
Jordan	118	23	83	46	106	18	142	5
Serbia	118	23	143	24	46	38	138	6
Republic of Moldova	120	23	120	36	108	17	94	14
Mali	121	22	78	48	117	14	140	5
Azerbaijan	122	22	117	36	127	10	70	20
Slovakia	123	22	131	32	87	23	113	11
Hungary	124	22	124	35	93	20	114	11
Paraguay	125	22	142	25	64	29	116	10
Morocco	126	21	48	55	145	3	141	5
Democratic Republic of the Congo	127	21	125	34	119	13	93	14
Venezuela	128	20	105	39	124	11	111	11
Russian Federation	129	20	130	32	133	9	75	19
Czech Republic	130	20	138	27	94	20	104	13

	합계		낮선 타인 돕기		기부		자원봉사	
	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수
Chad	136	19	114	37	132	10	121	9
Rwanda	137	19	133	30	115	14	109	11
Armenia	138	19	98	41	138	7	136	7
Tunisia	139	17	100	41	142	6	139	6
Greece	140	17	110	38	139	7	132	7
Palestinian Territory	141	17	118	36	134	9	133	7
Lithuania	142	17	129	33	131	10	128	8
Yemen	143	15	115	37	144	5	145	3
China	144	12	144	23	136	8	144	4
Burundi	145	11	145	16	143	5	117	10

[부도 1-1] World Giving Index 2010~2014: 한국 점수



* 한국은 2013년 지수에 포함되지 않음

□ 활용현황

- CAF, World Giving Index
- OECD Society at a Glance 2014, “Helping Others”

□ 자료출처

○ CAF, World Giving Index 2010 - 2014

○ Gallup 홈페이지:

<http://www.gallup.com/poll/105226/world-poll-methodology.aspx>

(3) OECD Time-use database

〈부표 1-4〉 OECD 각 국가별 조사개요활용현황

국가	조사명	조사처	조사기간	조사대상	샘플사이즈	기록일	시간 간격	비고	활동 분류수
호주	Time Use Survey Australian	Bureau of Statistics	2006년	민간 주택에 거주하는 15세 이상 인구	6,961명 (3,643가구)	연속 2일	5분		61
오스트리아	Time Use Survey	Statistics Austria	2008년 3월~2009년 4월	민간 가구에 사는 10세 이상 인구	8,234명	1일	15분	오후11시부터 오전5 시까지 30분 간격	420
벨기에	Harmonised European Time Use Survey (HETUS)	EUROSTAT and NSO	2005년 1월~ 2006년 1월	(1) 민간 가정에 사는 12세 이상 인구 (2) 민간 가구	6,412명 (3,474가구)	주중1일+ 주말1일	10분		49
캐나다	General Social Survey (special module)	Statistics Canada	2005년 1월~11월 (12월로 연장됨)	민간 가구에 사는 15세 이상 인구 (유콘 Nunavut와 Northwest Territories는 제외함)	19,597명	1일	5분	12월 후반은 연휴로 인하여 biased되었 을 수 있음	182
중국	Time Use Survey	National Bureau of Statistics of China	2008년 5월	15-74세 인구	37,142명 (16,661가 구)	주중1일+ 주말1일	10분	조사일이 대표성을 가지지 않으므로 biased되었을 수 있 음	30
덴마크	Time Use Survey	Danish Data Archive	2001년 1월~11월	민간 가구에 사는 15세 이상 인구	2,741가구	주중1일+ 주말1일	10분	조사일이 대표성을 가지지 않으므로 biased되었을 수 있	167

국가	조사명	조사처	조사기간	조사대상	샘플사이즈	기록일	시간 간격	비고	활동 분류수
								음. 가중치 적용하지 않음	
에스토니아	Harmonised European Time Use Survey (HETUS)	EUROSTAT and NSO	1999년 4월 ~ 2000년 3월	민간 가구에 사는 10세 이상 인구	5,728명 (2,581가구)	2	10분		49
핀란드	Harmonised European Time Use Survey (HETUS)	EUROSTAT and NSO	1999년 3월 ~ 2000년 3월	(1) 민간 가구에 사는 10세 이상 인구 (2) 민간가구	5,332명 (3,011 가구)	주중1일+ 주말1일	10분		49
프랑스	Harmonised European Time Use Survey (HETUS)	EUROSTAT and NSO	1998년 2월 ~ 1999년 2월 (8월 4~18일과 12월 21일~1월 4일 제외함)	민간 가구에 사는 15세 이상 인구, 표본추출단위 는 가구임	15,441명 (12,000가 구)	1일	10분	조사월이 대표성을 가지지 않으므로 biased되었을 수 있 음.	49
독일	Harmonised European Time Use Survey (HETUS)	EUROSTAT and NSO	2001년 4월 ~ 2002년 3월	민간 가구에 사는 10세 이상 인구	10,051명 (5 443가구)	주중1일+ 주말1일	10분		49
헝가리	Time Use	Hungarian Central Statistical Office	1999년 9월 1일 ~ 2000년 9월 6일	민간 가구에 사는 15-74세 인구	11,000명	4일(각 시즌별로 주중 다른 날)	10분		21
인도	Pilot Time Use Survey	Department of Statistics	1999년: 3개월 마다 4라운드	민간 가구에 사는 6세 이상 인구	18,591 가구	3일	10분	파일럿 조사는 6개의 선택된 주(state)에 서 진행됨	155
아일랜드	National Time-Use Survey	Economic and Social Research Institute	2005년 4월 22일 ~ 7월 1일	18세 이상 인구	1,089명 (585가구)	주중1일+ 주말1일	15분	조사월이 대표성을 가지지 않으므로 biased되었을 수 있 음. 매우 작은 샘플사이	26

국가	조사명	조사처	조사기간	조사대상	샘플사이즈	기록일	시간 간격	비고	활동 분류수
								즈 응답자가 선택할 수 있는 26개 활동 리스트가 사전 코드 화됨. 4개까지 동시에 하는 활동으로 선택 가능함	
이탈리아	Harmonised European Time Use Survey (HETUS)	EUROSTAT and NSO	2002년 4월 ~ 2003년 3월	민간 가구에 사는 3세 이상 인구	47,589명 (21,000가구)	1일	10분		49
일본	Survey on Time Use and Leisure Activities (Questionnaire B)	Statistics Bureau and Statistical Research Training Institute	2006년 10월 14~22일	외국인을 포함한 10세 이상 모든 인구	18,291명 (3,866가구)		15분	조사일이 대표성을 가지지 않으므로 biased되었을 수 있음.	85
한국	Time Use Survey	Statistics Korea	2009년 3월 12~23일/ 2009년 9월 9~22일	10세 이상 인구	27,000명 (12,000가구)	연속2일	10분		144
멕시코	National Survey on Time Use (Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo , ENUT)	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)	2009년 10,11월	영토 내 민간 가구에 사는 12세 이상 인구	16,925가구	연속7일	1주당 하루, 1분	조사일이 대표성을 가지지 않으므로 biased되었을 수 있음. 지난 7일간 그들이 사용한 시간에 대하여 79가지 질문을 받음	79
네덜란드	Time Use Survey – (Tijdsbestedingsonderzoek, TBO)	Data Archiving and Networked Services	2006년 1~12월	민간 가구에 사는 10세 이상 인구	1,875명	연속7일	10분	매우 작은 샘플사이즈	대략 360

국가	조사명	조사처	조사기간	조사대상	샘플사이즈	기록일	시간 간격	비고	활동 분류수
		(DANS)							
뉴질랜드	Time Use Survey (TUS)	Statistics New Zealand (SNZ)	2008년 7월~ 2009년 6월	민간 가구에 사는 12세 이상 인구	8,522명	연속2일	5분	마오리 인구 과대표 집됨(1,913명정도)	88
노르웨이	Harmonised European Time Use Survey (HETUS)	EUROSTAT and NSO	2000년 2월~ 2001년 2월	노르웨이에 등록된 9-79세 모든 인구(60-66세 추가 샘플)	3,369명	연속2일	10분		49
폴란드	Harmonised European Time Use Survey (HETUS)	EUROSTAT and NSO	2003년 6월~ 2004년 5월	6가지 사회경제적 그룹을 대표하는 선택된 가구의 15세 이상 멤버	20,264명 (10,200가구)	주중1일+ 주말1일	10분		49
포르투갈	Time Use Survey	Statistics Portugal	1999년 10~11월	민간 가구에 사는 15세 이상 인구	5,500가구	1일	10분	HETUS를 따르고 있으나 예산제약으로 2달 동안 조사되었으며 질문이 간소화됨	77
슬로베니아	Harmonised European Time Use Survey (HETUS)	EUROSTAT and NSO	2000년 4월 ~ 2001년 3월	민간 가구에 사는 10세 이상 인구	6,190명 (4,500가구)	주중1일+ 주말1일	10분		49
남아공	Time Use Survey	Statistics South Africa	3라운드; 2000년 2, 6, 10월	민간 가구에 사는 10세 이상 인구	14,553명 (8,564가구)	1일	10분	3라운드로 진행되어 계절의 영향을 줄였으나, 전체 년도에 대한 대표성을 가지지 않으므로 biased되었을 수 있음.	99
스페인	Harmonised European Time Use	EUROSTAT and NSO	2002년 10월 ~ 2003년 9월	민간 가구에 사는 10세	46,774명 (17,700가	1일	10분		49

국가	조사명	조사처	조사기간	조사대상	샘플사이즈	기록일	시간 간격	비고	활동 분류수
	Survey (HETUS)			이상 인구	구)				
스웨덴	Harmonised European Time Use Survey (HETUS)	EUROSTAT and NSO	2000년 10월 ~ 2001년 9월	조사 기간 스웨덴에 등록된 20-84세 인구	3,998명 (2,138가구)	주중1일+ 주말1일	10분		49
터키	Time Use Survey	Turkish Statistical Institute (TURKSTAT)	2006년 1~12월	민간 가구에 사는 15세 이상 인구	10,893명 (4,197가구)	주중1일+ 주말1일	10분		27
영국	Harmonised European Time Use Survey (HETUS)	EUROSTAT and NSO	2000년 6월 ~2001년 7월	선택된 가구의 10세 이상 모든 가구원	9,590명	주중1일+ 주말1일	10분		49
미국	American Time Use Survey (ATUS)	Bureau of Labor Statistics (BLS)	2008년 1~12월	민간 가구에 사는 15세 이상 인구	12,723명	1일	1분		대략 400

□ 활용현황

- OECD Society at a Glance 2011

□ 자료출처

- Miranda, V. (2011), “Cooking, Caring and Volunteering: Unpaid Work Around the World”, OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 116, OECD Publishing