



2023 ISSUE PAPER 3

고향사랑기부제의 이해와 민간 역할의 탐색

이영주 | 장윤주 | 박선정

2023. 4



아름다운재단
The Beautiful Foundation

이슈페이퍼 저자 프로필

• 이 영 주

아름다운재단 연구파트 파트장/연구원

University of Illinois at Urbana-Champaign School of Social Work 석사

- 노연희, 이민영, 이영주. (2022) 2022 기빙코리아 조사결과. 아름다운재단.
- 김성주, 이영주, 정민정. (2021) 코로나 19가 비영리단체에 미친 영향에 관한 인식조사. 아름다운재단.
- 이영주, 장윤주. (2021) 한국 비영리조직 현황. 아름다운재단.
- 전현경, 이영주, 장윤주. (2017) 국내 비영리조직 투명성에 관한 인식 조사, 아름다운재단.

장 윤 주

아름다운재단 연구파트 연구원

이화여자대학교 사회적경제학과 박사과정(수료)

- Sung-Ju Kim, Yoon-Joo Jang. (2022). The estimates of philanthropic behavior and attitude in South Korea: Methodological consideration, *Journal of Philanthropy and Marketing*. 27(4).
- 장윤주. (2022). 비영리조직 최고관리자 경험에 관한 연구. *시민사회와 NGO*, 20(1), 335-368.
- 장윤주, 장혜원, 박다윤. (2022). 블록체인 기반의 기부사례 및 활용 가능성 탐색: 가상화폐와 NFT를 중심으로. 아름다운재단.
- 김성주, 장윤주, 이예림. (2022). 한국의 기부방식 변화에 대한 연구. 아름다운재단.

박 선 정

연세대학교 사회복지학과 석사과정

목 차

1. 들어가며	4
2. 고향사랑기부제	6
1) 도입 배경 및 취지	6
2) 운영 개요	7
3) 지자체별 현황	8
① 조례 제정 현황과 담당 부서	
② 답례품 현황	
③ 기부 현황	
3. 일본 고향납세 제도	13
1) 운영 개요	13
2) 한국과 일본의 고향사랑기부제 비교	13
3) 일본의 시사점	15
4. 쟁점과 민간의 역할	18
1) 기부 개념의 확대	18
2) 세금이 아닌 기부금의 효과	18
3) 주요 쟁점과 고려사항	19
① 기부자: 출향민 VS 납세자	
② 모금 목표: 기부자수 VS 관계인구	
③ 답례품의 조건: 지역 특산품 VS 모금 이슈	
④ 플랫폼: 중앙 정부 시스템 VS 클라우드펀딩	
⑤ 모금명분과 민간 기관과의 협력	
5. 결론	25

참고문헌

- 〈참고자료1 . 고향사랑 기부금에 관한 법률〉
- 〈참고자료2 . 일본의 고향납세 제도를 통한 배분사업사례〉
- 〈참고자료3 . 고향사랑기부제 관련 기사 2023년 1월까지 현황〉

1. 들어가며

2023년 1월, 고향사랑기부제가 시행되었다. 이 제도에 대한 사회적 인식 제고를 위해 중앙과 지방정부 차원에서의 적극적인 홍보가 이루어지고 있다. 고향세에 대한 논의는 2007년 정치권에서 처음 제기된 후, 2009년 국회에서 최초로 법안 발의, 2010년 처음으로 학술적 논의가 시작되고, 2017년 대통령 선거 공약과 국정과제로 채택되어 2021년 법안 통과에 이르기까지 무려 10여년에 걸친 오랜 시간이 걸렸다(염명배, 2021). 지역 간 불균형을 해소하고, 지역사회의 발전을 위한 재원 마련을 위한 취지로 제도의 가능성을 탐색해왔고, 우리나라보다 먼저 제도를 시행하여 긍정적 성과를 거둔 일본의 사례도 끊임없이 조사해왔다. 다양한 섹터의 전문가가 본 제도의 배경, 목적, 수행을 위한 논의를 진행해왔고 그 결실로 제도는 출발되었다.

고향사랑기부제는 오랫동안 침체되어온 지역을 살리기 위한 대안이다. 수도권 인구 집중으로 인한 지역 인구의 심각한 감소, 이로 인한 경제 불황, 지역 재정 압박, 지역 소멸의 위기 등 지역사회는 산적한 과제를 해결하기 위한 재원이 반드시 필요한 실정이다. 그러나 재원의 현실은 단적으로 국세 대비 지방세 불균형 현황만 살펴보아도 쉽지 않은 상황이다. 2010년 국세가 177.7조 원, 지방세가 49.2조원으로 각각 78.3%와 21.7% 비율이었는데, 2019년에도 국세가 294.8조 원, 지방세가 81.8조 원, 각각의 비율은 78.3%와 21.7%로 거의 변함이 없다(신승근, 조경희, 2022). 이러한 상황에서 우리와 유사한 상황을 겪었지만 ‘고향납세 제도’를 안착시켜 지역경제를 활성화시킨 일본의 고향세 제도를 도입하자는 논의가 시작되었다. 일본의 고향납세 제도는 2008년 시작되었지만 수년 동안 눈에 띄는 성과를 내지 못하였다가 일본 정부의 노력으로 2015년 고향납세 기부 실적은 1,652억 엔(한화 1조 7,090억 원)에서 2020년에는 6,725억 엔(한화 7조 1,500억 원)으로 4배 이상 증가하였다(신승근, 조경희, 2022). 제도 도입 후 부침은 있었으나 정부의 적극적인 개입을 통해 5년 동안 4배 이상 재원이 증가한 점은 큰 성과로 볼 수 있다.

고향사랑기부제도가 제대로 안착될 수 있도록 다양한 선행 연구가 진행되었다. 염명배(2021)는 일본의 고향세 제도 운영 과정에서 나타난 성과 및 문제점을 파악하여 이를 바탕으로 우리나라 고향사랑기부제에 대한 시사점을 도출하는 제도적 측면의 연구와 국내 고향세 도입 효과를 실증적으로 분석한 연구로 분류될 수 있다. 제도 및 실행을 위한 활발한 학술 연구와 더불어 2009년 고향사랑기부제 법률안이 지속적으로 발의되었는데 시기별로 제18대 국회에서 2건, 제20대 국회에서 13건, 제21대 국회에서 6건(대안 포함)이며, 이중 고향세(고향사랑기부제)와 관련된 새로운 법률을 ‘제정’하는 안건은 11건(대안 포함)이며, 나머지 10건은 기존 법률의 일부 ‘개정’을 통해 고향세 제도를 포함하는 방안을 제시하고 있다(염명배, 2021a, 2021b). 최종적으로 2020년 9월 22일 고향사랑기부법안(행정안전위원장 대안)은 행정안전위원회에서 가결된 후 법제사법위원회에서 헌법이나 다른 법률과 체계상 문제가 없는지 문장별·조문별로 살펴보는 단계에 이르렀는데, 법제사법위원회에서 2021년 9월 24일 4번의 소위원회회를 통해 법안을 검토하였다(신승근, 조경희, 2022). 이와 같이 제도에 대한 다양한 연구, 법률안 마련을 위한 국회의 논의가 급속도로 이루어짐과 동시에 이 제도를 실질적으로 시행하게 될 각 지자체와 민간의 사회적경제영

역이 결합하여 사업을 수행하고 있다. 주로 제도 홍보, 답례품 생산 및 배부 전 과정, 이러한 과정이 원활히 이루어져 지역에 실질적이고 긍정적인 효과가 발휘될 수 있는 방안에 대한 내용이다.

그런데 여기서 주목할 점은 지역을 살리기 위한 취지에서 시작된 고향사랑기부제의 도입이 민간 섹터에서 오랫동안 기부문화를 활성화시켜 모금을 통한 사회적 변화를 이루어온 민간모금단체¹⁾에게 어떤 영향을 미칠 것인가이다. 우선 고향사랑기부제도에서 말하는 기부자에게 주는 이점, 즉 기부할 경우 해당지역의 특산품을 답례품으로 수령하고 10만원 이내 전액 세액공제를 받도록 하는 것은 기부자로 하여금 이 제도에 탑승할 수 있도록 하는 매우 좋은 요인이 될 수 있다. 이로 인해 기존 기부자 또는 잠재 기부자가 민간모금단체에서 고향사랑기부로 기부처를 변경할 가능성도 있다. 한편으로는 민간모금단체가 그동안 이뤄온 전문성을 바탕으로 지자체와 좋은 협업을 이루어 제도의 활성화에 기여하며 지역사회를 발전시키는 주요한 역할을 기대할 수도 있다.

이러한 다양한 가능성이 있기에 고향사랑기부제도에 관한 내용을 파악하고 민간 영역에서 바라보는 제도의 의미와 성공 요인을 살펴보는 것이 필요하다고 판단하였다. 본 보고서는 우선 고향사랑기부제의 도입 배경, 운영 절차, 실행 현황에 대해 살펴보고자 한다. 이는 제도를 이해함과 동시에 현실적으로 어느 정도 지역사회에서 실효성을 이룰 수 있는지 파악하기 위함이다. 더불어 그동안 조사된 일본의 다양한 모범사례 가운데 민간모금단체와 협업할 수 있는 사례를 위주로 소개하고자 한다. 이후 고향사랑기부제가 잘 수행될 수 있기 위해 다뤄야 할 주요 쟁점을 소개하고자 한다. 물론 제도적 측면과 실질적 측면이 여러 선행 연구를 통해 다뤄져 왔으나, 민간 영역에서 모금과 배분사업을 수행한 단체의 견해로는 기부 개념부터 좀 더 구체적으로 논의되어야 하며, 모금을 실질적으로 지역사회에 어떻게 배분할 것인지에 대한 내용이 누락되었다고 판단된다. 따라서 이 부분도 주요하게 다뤄보고자 한다.

1) 본 보고서에서 말하는 민간모금단체의 역할은 기부문화 활성화를 위한 다양한 모금활동과 함께 사회이슈를 해결하기 위한 배분사업도 함께 하는 것을 의미한다.

2. 고향사랑기부제

1) 도입 배경 및 취지

고향사랑기부제의 도입 배경은 크게 지역 간의 불균형을 해소하기 위함이다. 지역 간 인적·물적 자원의 불균형은 수년 간 지속되어 왔으며, 이로 인해 서울·경기 지역 이외 지역사회는 다양한 불평등의 문제를 해결해야 할 과제로 두고 있다. 제도는 이러한 불평등 문제 해결 방안으로 지역 스스로 재원을 마련하고 해당 지역사회에서 필요한 부분에 재원이 활용될 수 있음에 초점을 두고 있다. 제도는 일본의 고향납세 제도를 준용하여 도입되었는데, 두 나라 모두 공통적으로 세원 이전을 통해 재원이 열악한 농어촌 지자체의 재원을 확충하고 지자체 간 세수 격차(재정 불균형)를 완화하는 데 핵심 목표를 두고 있다(염명배, 2017). 재정 불균형 해결을 위한 재원 마련이라는 큰 틀은 유사하나 실질적 제도 시행에 있어 한국과 일본의 국가적 속성 및 제도의 방향에 따라 우리나라에서는 고향납세 제도에서 고향사랑기부제로 제도가 정착되어 시행하게 되었다.²⁾ 재원 마련에 있어 고향사랑기부제는 고향을 생각하는 사람들이 고향에 기부를 할 수 있는 기회를 열어 지역에 활력을 불어넣고자 한다(신승근, 조경희, 2022). 이 제도는 19대 대통령 선거 공약 및 국정과제로 채택되어 도입이 되었으며 2021년 9월 28일 고향사랑 기부금법이 국회 본회의를 통과되며 2023년 1월 1일 첫 시행에 이르렀다.³⁾ 이후 고향사랑e음 사이트가 오픈되어 지자체의 모금과 답례품 지원이 시작되었다.

〈그림 1. 고향사랑e음 사이트〉



2) 운영 개요

- 2) 일본과 한국의 제도적 차이점에 관한 내용은 일본의 사례 소개를 통해 자세히 다루도록 하겠다.
- 3) 행정안전부 지방자치균형발전실 고향사랑기부제 소개 참고

고향사랑기부제는 기부자가 본인이 원하는 지자체(단, 기부자 본인의 주민등록 주소지 제외)에 기부하도록 하는 제도이다. 지자체에는 기초 및 광역자치단체 포함한다.

〈표 1. 고향사랑기부제 개요〉

항목	내용
기부 주체	개인 (법인 불가)
기부 지역	기부자 본인 주민등록 주소지를 제외한 전국 모든 지자체 * 수원 시민은 경기도와 수원시를 제외한 모든 지자체에 기부 가능
기부금 세액공제	10만 원까지 전액 공제, 10만 원 초과분 16.5% 공제 * 100만 원 기부 시 24.8만 원 공제 (10만 원 + 초과분 90만 원의 16.5%인 14.8만 원)
기부 상한액	1인당 연간 500만 원

(출처 : 행정안전부 웹사이트)

각 지자체의 모금 홍보를 바탕으로 관심 있는 주제 및 원하는 기부처(지역)를 선정하여 해당 지자체에 기부 신청을 하게 된다. 개인 기부자가 기부 신청을 하게 되면 <표1>에 근거하여 기부금액에 따른 세액공제와 함께 답례품을 수령할 수 있다. 기부금이 모이면 지자체 스스로 모금액 사용과 기금위원회 설립을 통해 기부자에게 결산 보고를 하게 된다.

〈그림 2. 고향사랑기부제 운영 절차〉

• (운영절차)



(출처 : 행정안전부 홈페이지)

제도 내에서 활동하는 주체는 기부자, 지자체, 지자체 주민, 답례품 생산자, 웹사이트 운영자, 정부로 나뉘볼 수 있다(신승근, 조경희, 2022).

〈표 2. 고향사랑기부제 이해관계자〉

이해관계자	역할
기부자	기부할 지방자치단체 선택, 답례품 선택, 기부금 사용처 선택
지자체	웹사이트를 통한 홍보(소수 인력을 통한 운영 효율성 극대화), 감사편지 + 지역홍보, 지역특산품인 답례품 제공 및 개발, 접수현황 및 결과 공유, 전체 이해관계자의 허브 역할
지자체 주민	지역소멸의 위기를 극복하기 위해 본 제도에 대한 이해와 호응 필요
답례품 생산자	답례품 선정 과정에 있어 투명성과 품질 보장 중요. 이에 대한 모집 요강 및 답례품 선정 기준 마련 필요
웹사이트 운영자	고향납세 플랫폼(중소스타트업플랫폼), 온라인 플랫폼을 설계하여 지역의 이슈에 관한 프로젝트를 소개하고, 기부자 유입, 답례품 및 프로젝트 선택을 안내하는 역할
정부	고향사랑기부제의 설계

(출처 : 고향사랑기부제 교과서 일부 요약)

운영과정 및 활동 주체에 있어 다음 내용은 본 제도에 대한 이해를 위해 필요하다. 우선 법인은 기부할 수 없도록 한 것과 거주지 지자체 기부를 제한한 것은 강제 모집을 방지하기 위함이다. 기부금의 모집 및 홍보에 있어 지자체의 자율적 홍보를 허용하나 지자체 광고로만 모금 홍보가 가능하고 개별적 접촉을 통한 모금은 금지하고 있다. 기부에 대한 세액공제 혜택과 더불어 받는 답례품의 경우 두 가지 의미가 있는데, 첫째, 기부를 촉진하고, 둘째, 지역경제를 활성화하기 위함이다. 다만 답례품을 생산함에 있어 크게는 지자체별, 지자체 내 답례품 생산자별 과열 경쟁을 막기 위해 답례품 종류 및 상한선(기부액의 30%)을 제도에서는 규정하고 있다. 기부금의 운용에 관해 지자체는 기금을 별도로 설치하여 주민 복리 증진, 즉 청소년 육성, 주민 복지, 문화·예술·체육 진흥, 공동체 활성화 등에 사용하며, 지자체 내 조례 제정 및 기금심의위원회 구성을 통하여 운영의 투명성을 제고한다(염명배, 2021).

3) 지자체별 현황

① 조례 제정 현황과 담당 부서

2023년 1월 1일 시행된 이후 초기에는 조례가 제정되지 않은 채 제도가 선 시행되고 있던 지자체가 대부분이었으나 2023년 2월 7일 현재 총 243개의 지자체 중 9곳을 제외한 모든 지자체에서 조례가 제정되었다. 조례가 지정되지 않은 지자체 모두 서울특별시 내의 자치구이다.

〈그림 3. 고향사랑기부제 담당 부서〉



조례에 근거한 담당과는 자치행정과, 행정지원과에 이어 총무과, 세무과, 재무과, 행정과, 세정과에서 주로 담당하는 것으로 조사되었다. 고향사랑기부제가 초기에는 세정 공무원, 세정과 중심에서 자치행정이나 기획예산부서로 변경되었다. 이 업을 세금의 징수와 사용으로 보던 관점에서 기획, 소통, 민간협력과 같이 포괄적인 업무라는 이해정도의 변화가 반영된 것으로 보인다. 지자체 현안인 인구 감소와 청년 문제에 천착해 인구청년정책과나 일자리투자과와 같이 의제와 연관된 주무부처도 있다. 고향사랑과를 신설한 곳은 전라남도 본청이 유일하다.

② 답례품 현황

243개의 지자체 중 220개 지역에서는 이미 답례품이 선정되어 고향사랑e음 사이트에 게시되어 있다. 2월 7일 기준으로 제공되고 있는 답례품 수는 총 5,564개이다.⁴⁾ 평균적으로 한 지자체당 25개의 답례품을 등록한 셈이다.

많은 지자체가 기부자의 선택의 폭을 넓히기 위해 다양한 답례품 및 상품권을 선보이려고 노력하고 있는 것을 알 수 있다. 답례품 제공에 있어 지역상품권은 기본이다. 서울의 경우, 타 지역과 비교했을 때 다른 답례품보다 지역상품권 제공이 압도적인 수를 차지한다. 지역에 따라 다소 차이가 있으나 대부분 농축수산물, 가공식품, 생활용품, 식품류가 많은 수를 차지하고 있고 그 외 관광 및 체험상품권을 개발하여 지역의 관계인구⁵⁾를 늘리는 방안도 검토하고 있는 것으로 보인다. 전라남도 본청은 총 242개, 경상북도 문경시는 127개, 충청남도 홍성군은 87개, 강원도 본청이 93개로 풍부한 지역 특산물에 강점을 보인다. 이와 대조적으로 서울시는 26개 지자체 중 17개 지자체만 답례품이 선정되어 있고 그 중에서도 본청을 제외한 16개 지자체는 모두 지역사랑상품권만 선정되어 있다. 서울시 외에도 아직 답례품을 다양하게 구성하지 못해 지역화폐 및 온라인 포인트만 답례품으로 등록한 지자체들도 눈에 띈다.

몇몇 지자체의 경우 답례품 선정에 어려움을 겪고 있다. 예를 들어 대도시의 지자체는 고향사랑기부제에 대해 머뭇거릴 수 있다. 고향사랑기부제의 목적 중 하나가 지역 균등 및 재분배에 있는데, 대도시의 예산이 많은 지자체가 고향사랑기부를 많이 받게 된다면 본 제도의 의도와는 멀어지게 된다. 또한, 고향사랑기부제의 취지에 맞게 특산물품을 답례품에 지정하는 게 올바른 사례로 보이나, 농수산물과 같은 두드러진 특산물품이 없는 서울 및 수도권, 대도시는 이렇다 할 답례품을 선정하기가 어려울 수 있다.

4) 상품권이나 지역화폐는 다양한 금액으로 제시되어 있지만 한건으로 처리하였다.
 5) 관계인구란 체류시간에 관계없이 지역의 팬으로, 상품 구매자로, 투자자로, 아이디어 제공자로 다양한 방식으로 관계를 맺으며 꾸준히 지역에 참여하는 사람을 말한다.

이러한 상황에서 각 지자체는 타 지역과 차별화된 답례품 개발을 해오고 있는데, 지역 상품권과 관광 상품이 보편적이다. 예를 들어, 서울시 본청에서는 지역사랑상품권을 포함해 총 12개의 답례품을 선정하였다. 답례품은 서울시 투어 버스, 남산 타워, 고궁 관람 및 고궁 관련 제작 상품 등으로 구성되어 있다. 이러한 답례품들은 고향사랑기부제의 하나의 목표였던 지역의 고유한 자원, 장점을 살리면서 외부로부터 관계인구를 유입할 수 있게 해 준다. 해당 지역만의 특별함을 갖춘 답례품은 주목할 만하다. 완주에서는 주민들이 직접 구성한 로컬푸드를 답례품으로 보내기도 하고, 각각 지자체별로 유명한 특산품을 선정해놓기도 한다. 광주에서는 슬기로운 기부(네이밍 도네이션)라는 이름으로 광주문화예술회관을 리모델링하는 과정에서 좌석에 이름을 새겨주는 한정 답례품을 제공하고 있다.

답례품 선정에 문제가 된 사례도 있다. A지역에서는 해당 지자체에서 생산된 물이라고 하여, 생수를 답례품으로 선정하였으나 생수가 이 지역의 대표성 있는 특산물품인지에 대한 고려가 없었다고 비판을 받았다(박성은, 2023). B지역의 참기름 답례품도 논란이 되었다. 참기름의 원재료인 참깨의 원산지가 중국이었으나, 해당 지역에서 참기름을 제조했다는 이유로 선정되었다(하지혜, 2023). 이와 대조적으로 서울의 경복궁쌀은 원산지가 경기도로 표기되어 있지만 B 지역과 같은 비난은 받지 않았다. 경복궁쌀을 설명하는 답례품 상세란에 왜 경기도로 원산지가 표기되어 있는지를 잘 설명하고 있기 때문이다. 상세 설명란에는 쌀의 원산지는 서울이지만 도정 과정이 경기도에서 이루어졌기 때문이라고 설명되어 있다.

〈표4 : 고향사랑기부제 지역별 답례품 현황〉

지역		답례품 종류	답례품 수	답례품 사용 포인트(만)	답례품 신청건수
특별시	서울특별시	지역상품권, 입장권, 공예품, 농산물, 공연관람권	22	805	298
광역시	부산광역시	농수산물, 가공식품, 수공예품, 생활용품, 지역상품권, 관광상품권	205	988	276
	대구광역시	농축산물, 가공식품, 수공예품, 관광상품권, 생활용품, 지역상품권, 패션용품, 제조품,	113	667	163
	인천광역시	농축산물, 가공식품, 수공예품, 관광상품권, 생활용품, 지역상품권, 공연관람권	37		
	광주광역시	농축산물, 가공식품, 수공예품, 지역상품권, 생활용품, 공산품, 미술품	139	535	172
	대전광역시	농축수산물, 가공식품, 생활용품, 관광상품권, 체험상품권	157		
	울산광역시 ⁶⁾	농축수산물, 가공식품, 생활용품, 체험상품권	113	641	256
특별자치시	세종특별자치시	농산물, 가공식품, 생활용품, 체험상품권, 관광상품권, 지역상품권	35		
도	경기도	농축산물, 가공식품, 생활용품, 지역상품권, 체험상품권	327	2,837	729

지역		답례품 종류	답례품 수	답례품 사용 포인트(만)	답례품 신청건수
	강원도	농축수산물, 가공식품, 생활용품, 공예품, 지역상품권, 관광상품권, 지역화폐, 시설이용권	884	3,712	1,017
	충청북도	농축산물, 가공식품, 생활용품, 화훼, 지역상품권, 관광상품권	298	2,069	405
	충청남도	농축산물, 가공식품, 생활용품, 지역상품권, 관광상품권, 시설이용권, 체험상품권, 수공예품	522	3,357	675
	전라북도	농축수산물, 가공식품, 수공예품, 생활용품, 유가증권, 지역상품권, 체험상품권, 관광상품권, 서비스이용권 ⁷⁾	473	6,031	1,638
	전라남도	농축수산물, 가공식품, 생활용품, 지역상품권, 온라인쇼핑몰 이용권, 베스트상품 ⁸⁾	1,013	6,187	878
	경상북도	농축산물, 가공식품, 생활용품, 수공예품, 시설이용권, 체험상품권, 지역상품권	728	8,294	1,800
	경상남도	농축산물, 가공식품, 생활용품, 수공예품, 관광상품권, 체험 및 숙박권, 지역상품권	501	2,338	609
특별자치도	제주특별자치도	농축수산물, 가공식품, 생활용품, 관광상품권, 지역상품권	37	2,663	851
총합			5,564	41,124	9,767

(출처 : 균형발전제도과, 고향사랑e음 사이트 재구성)

③ 기부 현황

2023년 1월 시행과 함께 정부 및 지자체의 적극적 홍보가 시작되었다. 지역별 1월 기부금 현황은 다음과 같다.⁹⁾ 일부 지역의 경우 고향사랑 기부금법 제13조 및 시행령 제9조에 따라 '24년 2월 말 공개 예정 이거나 기관별 세부 기부 건수 및 금액 비공개 방침에 따라 총괄 액수만 공개하였다. 또한 같은 지역 안에서 지자체마다 정보를 공개한 곳과 그렇지 않은 곳이 있다. 따라서 아래 1월 기부금 현황은 지역별 제출 기준에 차이가 있으며 전체 총합은 지역별로 제출된 데이터에 기반하고 있다.

총 기부 금액은 6억 9천 5백만 원, 기부 건수는 16,665건이다. 이 중 기부 금액을 공개하지 않거나 기부 건수가 0인 곳을 제외한 기부 건수는 4,230건이다. 즉, 기부 건수는 있는데 기부 금액이 파악되지 않는 곳을 제외하고 기부 금액과 기부 건수 두 개의 데이터 모두 1 이상인 지자체의 평균 기부금액은 164,336원으로 세액공제 한도 10만원을 상회한다. 답례품 신청 건수는 9,767건으로 기부 건수보다 적어 기부자의 약 60%가 답례품을 신청한 것으로 파악된다.

6) 기부건수 및 기부금액에 관해 일부 지역은 비공개하고 있다.

7) 일손돕기 서비스 이용권

8) 향토갯벌랜드 사이트

9) 고향사랑기부제 기부금 현황은 균형발전제도과에서 취합한 자료로 2023년 2월 7일 기준 지역별 현황이다.

〈표5. 고향사랑기부제 지역별 1월 기부금 현황〉

지역		기부 건수(건)	기부 금액(원)
특별시	서울특별시		
광역시	부산광역시	363	48,755,100
	대구광역시	728	
	인천광역시	357	40,286,200
	광주광역시	비공개	비공개
	대전광역시	504	
	울산광역시	85	13,161,100
특별자치시	세종특별자치시	118	21,790,500
도	경기도	1,815	
	강원도	비공개	비공개
	충청북도	241	
	충청남도	1,911	345,531,100
	전라북도	3,023	
	전라남도	비공개	비공개
	경상북도	4,937	
	경상남도	1,396	225,618,500
제주특별자치도	제주특별자치도	1,187	
총합		16,665	695,142,500

(출처 : 균형발전제도과)

3. 일본 고향납세 제도

1) 운영 개요

일본의 고향납세 제도는 고향사랑기부제의 모태가 되는 제도이다. 일본 역시 중앙과 지방정부 재원의 격차를 줄이고 지역 간 불균형을 해소하고자 고향납세 제도를 구상하기 시작했다. 일본의 고향납세 제도는 고향납세라는 명칭과는 달리 납세자가 기부금을 낼 지역을 자유롭게 선정하여 기부하는 것으로, 그 기부금액(고향납세액)에 대해서 행정수수료에 해당하는 2,000엔을 제외하고 본인이 낸 주민세와 소득세에서 공제받을 수 있는 제도이다(신승근, 조경희, 2022).

두 제도 모두 지역의 불균형 타파를 위한 자원 마련이라는 동일한 목표를 세우고 있으나 일본은 직접적인 지자체 간 수평적 형평성 제고 효과를 도모하고 부수적으로 중앙-지방 간 수직적 형평성을 제고하고 있다. 반면 우리나라는 중앙-지방 간 수직적 형평성 제고를 우선으로 하고 간접적으로 지자체 간 세 수격차를 완화하고자 한다(염명배, 2017). 이러한 제도적 방향성의 차이점은 두 나라의 지방세 구조에 차이가 있다. 일본의 경우 소득세율과 독립적인 세율을 적용하여 주민세 수입이 소득세 수입과 엇비슷한 규모(2015년 기준 주민세 15.7조엔, 소득세 17.8조엔)인 반면, 우리나라는 명목상으로 독립세이지만 실제로는 국세인 소득세율에 대한 10% 부가세적 특성을 지니고 있어 지자체가 지방세 공제율을 임의로 조정할 수 없어 지방소득세수가 소득세수의 21.1% 수준(2015년 기준 : 지방소득세 12.8조원, 소득세 60.7조원)이다(염명배, 2017). 일본의 고향납세 제도의 절차는 기부 상황을 가정하여 설명해볼 수 있다. 도쿄도 A시에 거주하는 사람이 지방자치단체 B시에 고향납세로 기부한다고 가정할 때, 기부할 지방자치단체 및 사용 용도를 결정하여 B시에 기부 신청한 후 기부금을 입금하면 B시는 영수증을 발급한다. 영수증을 첨부하여 세무서에 확정 신고를 하면 기부한 당해 연도에 소득세에서 세액공제하여 소득세를 환급하며, 확정 신고 후 기부한 다음 해에 거주 지역에서 주민세 결정통지서가 발행되면 주민세를 납부한다(신승근, 조경희, 2022).

2) 한국과 일본의 고향사랑기부제 비교

이렇듯 지역 간 불균형 타파를 위한 해결책으로 두 나라가 지방 자원 마련을 위한 제도를 수립·시행하며 지방세 운용에 관한 구조적 차이에 따라 제도의 명칭과 운영 방식에 있어 두 나라의 제도 차이가 있다. 이는 지방 소멸 방지와 지역 세수 확보라면 지역에 확보되는 세금을 늘리면 되지 왜 복잡한 기부 제도를 도입했을까 하는 의문에 대한 답이기도 하다. 위에 언급했듯이 한국은 지자체가 자주 재원을 확보하기 어렵고 중앙에서 지방으로 자원 이전이 되지 않는 구조로 되어 있다. 이런 이유로 일본과 같이 세금이 아닌 기부금으로 본 제도를 도입하게 된 것이다. 공제 방식 또한 한국의 개인 기부금 세제 혜택은 세

액공제 방식을 채택하고 있는데 특히 10만 원 전액 세액공제와 500만원 상한은 현재 시행되고 있는 정치기부금 제도를 준용하여 도입하였다. 정치기부금 세액공제 상한과 기부 한도 변경에 따라 고향사랑기부제의 상한과 한도도 변경될 수 있을 것으로 예상된다. 법인 기부가 제한되어 있는 것 또한 정치기부금을 법인이 제공하지 못하게 되어 있는 것과 일맥상통한데, 기업에게 준조세 성격이 될 수 있다는 우려와 기업의 ‘주민등록상 거주지’를 설정하기 애매한 점 등 때문이다. 한편으로는 현재 제도가 개인의 공제 한도가 적어 법인 기부가 열리면 기부 규모가 훨씬 커질 것이라는 전문가 의견도 있다.

〈표 3. 한국과 일본의 고향사랑기부제 비교〉

구분	한국	일본
국가 운영	• 중앙집중적	• 자치분권적
제도 성격	• 기부금	• 세금
주민세 특성	• 소득세에 10%부가적 특성 • 지자체가 지방세 공제율 조정 불가	• 주민세는 독립 세율 • 지자체가 공제율 조정 가능
소득세 대비 주민세 비율	• 21%	• 70%
공제 방식	• 세액공제 • 자기부담금 없음	• 소득공제 - 순기부액에 대해 소득액에 따라 한계세율 0~45% ¹⁰⁾ • 세액공제 - 소득공제 후 나머지 금액 기본분(10%) + 특례분(20%)
공제 한도	• 10만원까지 전액 • 10만원 초과 금액은 16.5%	• 소득공제 : 총 소득금액의 40% • 세액공제 : 총 소득금액의 30%
기부 한도	• 500만원	• 없음
기부 지역	• 기부자 본인 주민등록 주소지 제외한 전국 모든 지자체	• 전국 모든 지자체
기부자	• 개인	• 개인, 법인
답례품 상한	• 기부금의 30%	• 기부금의 30%

3) 일본의 시사점

제도 운영의 차이는 있으나 실제 제도 시행에 있어 일본의 경험은 몇 가지 시사점을 가지고 있다.

첫째 답례품 제공에 관한 내용이다. 기부자에게 답례품을 제공함은 지역경제를 활성화시키고 기부를 좀 더 유인하기 위함인데, 기부금을 더 많이 유치하기 위한 지역 간 답례품 과열 경쟁이 발생할 수 있으며 기부의 본래 취지를 벗어난 답례품 생산이 발생할 수 있다. 일찍이 고향납세 제도를 시행한 일본의 경

10) 일본의 소득세율 체계는 과세소득 규모에 따라 5%(0~195만 엔), 10%(195만~330만 엔), 20%(330만~695만 엔), 23%(695만~900만 엔), 33%(900만~1,800만 엔), 40%(1,800만~4,000만 엔), 45%(4,000만 엔 이상)의 7단계로 되어 있어 이들 초과누진세율 체계에 따라 소득세율이 적용된다. (육동한 외, 2018 ; 국중호 · 염명배, 2021).

우 이러한 과정을 겪고 관련 지침을 제시하였는데 ①현금성이 강한 프리페이카드·상품권·전자화폐·포인트 등 ②자산성이 높은 전기·전자기기, 가구, 귀금속, 보석품, 시계, 카메라, 골프용품, 악기, 자전거 등 ③가격이 비싼 것 ④기부액의 비해 조달가격이 높은 답례품 제공을 금지하고 있다(신승근, 조경희, 2022). 우리나라의 경우 답례품 종류 및 상한선(기부액의 30%)을 제도에서는 규정하고 있다. 그런데 예를 들어 기부금액이 10만원일 경우 3만원에 해당하는 답례품을 제공하게 되는데 이 금액을 기준으로 한 지역특산품을 생산하는 것에 대한 어려움이 있을 수 있으며 사실상 향토물품 자체를 보유하고 있지 않은 지역의 경우 답례품 생산에 질적인 문제가 발생할 수 있다(염명배, 2017).

둘째, 기부금 활용 경험이다. 고향사랑기부제의 목적은 결국 지역사회 활성화이다. 기부자로 하여금 지역사회에 대한 관심을 불러일으키고 궁극적으로 지역사회 발전을 위한 지지 기반을 마련하는 것이다. 그렇기 때문에 기부금 유인에 있어 답례품 지급은 제한적 방법이 될 것이다. 결국 기부자로 하여금 기부욕구를 높이는 다양한 지역사회 의제 발굴과 모금된 기부금액을 어떻게 효율적으로 사용할 것인지에 대한 부분이 관건이다. 이에 고향사랑기부제를 통한 지자체 기부금 모집 및 활용에 관한 대비는 답례품 생산과는 별개로 준비되어야 한다. 일본의 고향납세 제도 배분사업 현황은 우리나라 각 지자체로 하여금 지역사회 활성화를 위한 다양한 의제 해결을 위한 모금과 배분을 준비하는 데 도움이 될 것이다. <참고자료1>은 일본의 다양한 사례를 요약하였다. 해당 지역에 따라 교육 및 육아 지원 활성화, 문화 및 스포츠 활동을 통한 마을만들기, 지역사회의 특수성에 입각한 문화예술의 활성화 등 그 의제는 다양하다. 현재 고향사랑기부제를 홍보하는 과정에 있어 의제 발굴을 위한 지역사회에 관한 리서치 및 논의 단위 구성은 필요하다. 이 과정상의 민간영역의 모금과 배분기관의 전문성을 함께 부합시키는 것도 중요한 방법이 될 것이다.

사례1) 사가현의 CSO¹¹⁾ 지정기부

일본 사가현은 비영리단체(NPO) 지정기부제도를 통해 광역지자체의 고향세 전략을 차별화했다. 보통 지자체는 고향세 모금을 한 뒤, 담당 행정부서에서 판단해 필요한 곳에 지출하고 답례품도 선정해 보내는 형태로 일을 했다. 그러던 중 한 기부자가 전화를 걸어와 “기부금이 사가현의 천연기념물을 보호하는 데 쓰였으면 좋겠다.”는 요청을 건넸다. 이 제도의 시발점이었다. 당시 지자체엔 고향세 관련 업무가 눈덩이처럼 불어나고 있었다. 현재의 모금 방식이 기부자의 욕구에 충실한지 의문이 생기던 참이었다. 이 전화는 발상의 전환으로 이어졌다. 비영리단체가 직접 모금하고 집행도 하는 것이 구조상 맞겠다는 결론에 이르렀다.

이렇게 도입한 사가현의 CSO 지정기부는 2015년 지정 단체수가 9개뿐이었으나, 2021년 109개로 늘어났고, 지정기부액이 약 1억 5천만 엔에서 9억 1천만 엔으로 늘었다. 이러한 지정기부 사용처의 예로는 피스윈즈재팬이 대표적으로, 사가현의 전통공예 지원 프로젝트를 진행하였고, 지역주민이 나서서 노령인구의 교통을 해결하는 프로젝트 또한 진행하였다. 이러한 지정기부를 통한 프로젝트는 사가현 내부뿐 아니라 일본 전체의 재해를 지원하고 있는 프로젝트도 있는데, 이는 답례품이 없는데도 모금이 잘 이루어지고 있는 한 예이기도 하다.

사가현의 CSO 지정기부제를 설명한 일본 사가현 현민환경부 부부장 이와나가코조는 이러한 CSO 지정기부제에 대해 한 가지 주의점을 강조하였다. 지자체의 실수가 발생하면, 아무리 작은 실수여도 지정 등록된 다른 100여개의 단체의 투명성과 신뢰성 문제로 파급될 수 있다는 점을 기억하라는 것이다. 즉, 기부자들의 신뢰를 계속해 이어나가는 것이 고향세 및 지정기부를 통해 지역사회 문제를 해결하는 필수 요소라고 강조하였다.

(출처: 공감만세 2022 고향사랑기부제 국제포럼 중. <https://youtu.be/GWw2qiUq-eE>)

11) CSO란, Civil Society Organizations(시민사회조직)의 약자로 NPO법인, 시민활동, 자원봉사단체뿐만 아니라 자치회, 부인회, 노인회라는 조직·단체를 포함한 개념

사례2) 정부 크라우드펀딩 (Government Crowd Funding)

일본의 고향세가 성공할 수 있었던 이유 중 하나는 민간이 기획하고 운영하여 공공이 지원하는 방식을 취했기 때문이라고 볼 수 있다. 현재 우리나라에서는 고향사랑기부제의 기부 및 답례품 선택 과정을 고향e음 사이트 한 곳에서만 운영하고 있지만, 일본의 고향세는 지자체가 직접 운영하는 플랫폼 이외에도 라쿠텐후루사토납세, 후루사토초이스 등 민간 기업이 운영하는 서비스가 등장하며 활성화되었다. 민간 기업이 참여하면서 고향세는 활성화되었고, 지역에서 펼쳐지는 문제해결 프로젝트에 지원하는 방식을 통해 더욱 발전해왔다. 즉, 일본 고향세는 기부하고 답례품을 받는 1차원적이고 단편적인 방식을 넘어서서 지역의 문제 해결 프로젝트에 참여 및 기여하게 함으로써 일본 시민의 고향세 참여율을 크게 높였다.

이러한 지역의 문제 해결 프로젝트 방식을, Government Crowd Funding(GCF)라고 한다. 즉, 크라우드펀딩을 통해 지역사회 문제를 해결하는 하나의 방식이라고 볼 수 있다. 일본 고향세는 GCF를 더 발전시켜, 기존의 GCF에서 광역협력 GCF까지 나아가고 있다. 먼저, 기존의 GCF는 개별 지자체들이 각 지역의 지역 문제를 해결하는 방식이었다면, 광역협력 GCF는 다양한 지자체가 함께 공통의 문제 해결을 꾀한다.

ふるさとチョイス
プロジェクトをさがす 総額 14,496,725,635 円 고향 납세 가이드 즐겨찾기 기부하다

프로젝트를 찾다 응원 메시지 GCF*란? 고향 초이스 재래 지원

TOP > 접수 중 프로젝트 > 경주마를 은퇴하고 새로운 세계로! "리 트레이닝"을 통해 사람과 말이 함께 행복한 사회를 목표로

경주마를 은퇴하고 새로운 세계로! "리 트레이닝"을 통해 사람과 말이 함께 행복한 사회를 목표로

카테고리: 동물

기부금액 **29,022,632원**

64.4%

목표 금액: 45,000,000 원

달성률	지원 인원	끝까지
64.4 %	1,174 명	23 일 / 179 일

오카야마현 요시비추오마치(오카야마현 키비추오조)

즐거찾기

고향 납세로 응원

ふると納税を活用したクラウドファンディング

●이 프로젝트에 대한 응원 메시지

출력도 응원하겠습니다! 다시 놀러 갈게요.

2023년 3월 6일 17:19

개요 지자체 정보 진행 정보

오카야마현 요시비추오마치 × 사라부리 트레이닝·재팬

연간 7,000마리가 생산되는 경주마. 그 중 은퇴하는 말은 5,000마리라고 합니다. 일본에서는 아직 은퇴마를 서포트하는 구조가 충분하지 않습니다.

우리 프로젝트는 이러한 은퇴 경주마의 두 번째 경력을 지원하기 위해 재교육을 실시하고 있습니다. 송마 클럽·연흥 행사 계승·마을 일·지방 청생 등 모든 사회 문제를 해결하는 것이 은퇴 경주마의 활약의 장소라고 생각하고 있습니다.

(출처 : 후루사토초이스 웹사이트)

4. 쟁점과 민간의 역할

1) 기부 개념의 확대

고향사랑기부제도에 관한 초기 논의 당시, 과연 ‘기부’라는 용어를 사용하는 것이 맞는지에 관한 민간 영역 모금단체의 의구심이 크게 자리 잡고 있었다. 학문적 정의에 따르면, 기부는 ‘자발적이고 대가를 바라지 않고 하는 행위’이다. 더 나아가 기부보다 더 폭넓은 개념인 필란트로피는 자선적 행위이다. 따라서 기부로 보기 위해서는 1. 자발성과 2. 대가/보상을 바라지 않는 이 두 가지를 충족시켜야 한다(장윤주 외, 2022). 이 두 가지 요건 중 자발성의 경우, 제도 초반에는 애향심에 기반을 둔 자발성에 근거하여 기부할 것이다. 고향사랑기부제의 기부자는 이후 내적 동기가 충족되어야 참여하게 되는 자발적인 기부 행동의 잠재적 기부자가 될 수 있다. 예를 들어, 고향사랑기부제 운영에 있어 지역사회가 이슈 발굴 및 효과적 배분을 이뤄 성과를 낸다면 애향심을 뛰어넘은 자발성, 즉 자기 고향이 아닌 지역사회 의제를 발굴하는 한 단계 업그레이드된 자발성을 이끌어낼 수 있다고 본다. 더 나아가, 기부는 대가/보상을 바라지 않는 것임에도 고향사랑기부제는 답례품 제공을 본 제도의 홍보 마케팅으로 활용하고 있다. 그러나 기부의 동기를 살펴보면 답례품이나 세제혜택은 초기 유인책이며, 높은 수준의 장기적인 기부 행위로 향하기 위한 관문이 될 수 있다. 자원봉사, 헌혈¹²⁾, 기부에 대한 참여 동기를 이타적 동기, 이기적 동기, 무동기로 나누어 분석한 연구에 따르면 기부 활동은 이타적 동기에 의해 가장 많이 좌우될 수 있으나, 기부 행위 자체의 발생 가능성을 높이기 위해서는 이기적 동기와 이타적 동기가 동시에 수반되어야 한다고 본다(박성용&최경란, 2018).

즉, ‘기부’의 학술적 개념에 있어 ‘자발성과 대가를 바라지 않는’의 조건을 충족시켜야 하나, 자발성, 이타성을 주로 하되 대가성은 유인책으로 잘 활용하는 것이 사업을 운영하는 데에 더 효과적일 수 있다. 따라서 고향사랑기부제의 답례품 제공은 최초 기부 행위를 효과적으로 이끌어내기 위한 유인책으로 작용할 수 있고 지속적인 기부참여를 견인하기 위해서는 지역사회의 보다 구체적인 의제 발굴이 필요할 것이다.

2) 세금이 아닌 기부금의 효과

세금이 아닌 기부금이기 때문에 가져오는 효과는 무엇일까? 신승근 교수는 기부금이기 때문에 가지는 세 가지 장점을 주장한다. 첫째, 지방 재정의 효율적 운영이다. 지자체가 재정이나 인력을 투입해서 바람직한 방향으로 사용되었는지 정책 평가를 해야 하는데, 현실적으로는 서류를 잘 써 예산을 많이 받으면

12) 해당 선행연구에서 자원봉사나 기부와는 달리 헌혈의 경우, 이타적 동기보다 이기적 동기의 역할이 더 중요하다고 설명된다.

끝이라는 것이다. 그런데 고향사랑기부제는 자치단체끼리 경쟁을 시켜 효율을 최대화시키겠다는 것이다. 둘째, 자치단체의 수입의 자율성과 지출의 책임성을 강화시킨다는 것이다. 기부금이기 때문에 지자체가 원하는 사업에 기부금을 사용하고 공과 과 또한 지자체가 온전히 책임지게 된다. 마지막으로 기부의 우월성이다. 기부는 조건이 없기 때문에 수령자가 원하는 방식으로 사용할 수 있고 기부하는 사람은 대가가 아닌 보람을 가져갈 수 있다. 신 교수는 고향사랑기부제를 소셜임팩트본드(SIB), 사회적 은행과 함께 혁신금융으로 바라보고 이런 방식으로 지방자치단체가 외부에서 자금을 유입하면 지속적인 발전이 가능하다고 믿는다. 13)

3) 주요 쟁점과 고려사항

기부의 우월성이 잘 작동하기 위해서는 아래와 같은 쟁점과 고려사항이 있다.

① 기부자: 출향민 VS 납세자

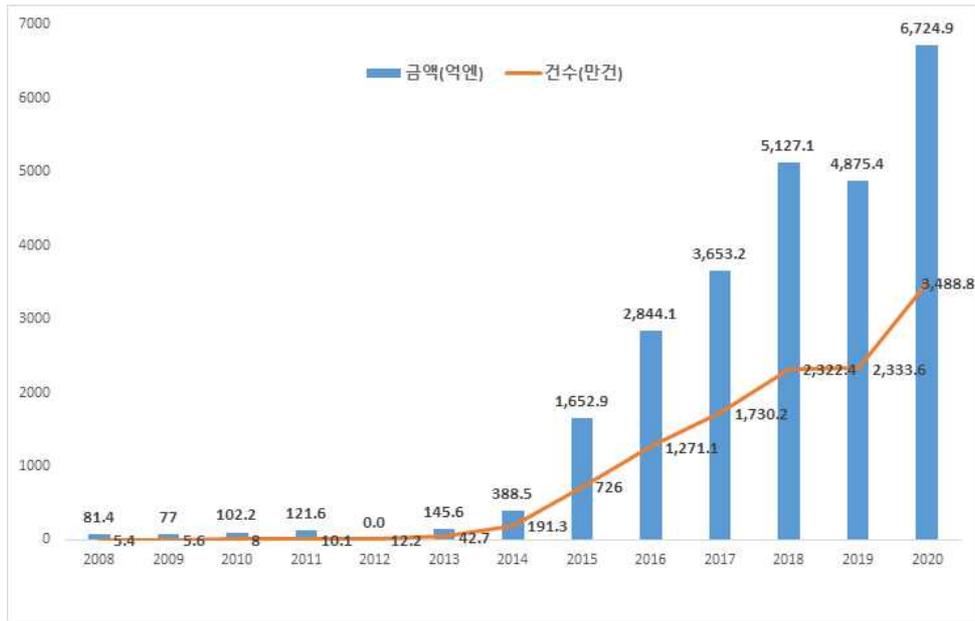
일본도 한국도 제도명에 ‘고향’을 사용하고 초기 홍보 또한 ‘나의 살던 고향’의 향수에 호소하고 있다. 하지만 잠재 기부자를 출향민이 아닌 전국의 납세자로 보는 것이 타당하다는 것이 중론이다. 일단 내가 거주하는 곳이 고향이면 고향에 기부할 수 없다. 고향이 어디인지 애매하거나 답하기 곤란한 시민들도 상당하다.

일본의 경우, 2021년 기준으로 약 800만 명이 4,400만 건의 기부를 했다. 이는 인당 평균 5건, 평균 기부 금액 약 20만 원으로 일인당 연간 기부금은 약 100만 원이다. 세액공제 금액이 총 8조 3천억 원인데, 전액 세액공제 금액은 약 6조원이다. 이를 개인 기부금 비율로 환산하면 1인당 연간 100만 원가량을 기부하고 이 중 70~80만 원을 고향납세제 등으로 전액 세액공제를 받은 것으로 해석할 수 있다.

따라서 한국 또한 기부자는 출향민이 아닌 홈텍스 사용으로 수시로 기부 세액공제에 신경을 쓰는 30~50대 직장인들일 것이며, 출향민이 주기적으로 기부를 할 것이라는 것은 순진한 생각이다. 2021년 기준 우리나라 총 기부 금액은 15조 5천억 원, 이 중 10조원이 기부금 공제를 받은 개인의 기부금이다. 해당 지역의 출향민이 아니라 기부한 경험이 있는 약 500만 명의 전국 납세자를 잠재기부자로 접근해야 한다. 이들에게 어떤 전략으로 기부를 소구하느냐가 중요한 지점이다.

13) 고향사랑기부제 교과서 저자 신승근 교수와 2023. 02.22 인터뷰 내용 요약.

〈그림4. 일본 고향사랑 납세 금액 및 건수〉



(출처: 신승근, 조경희(2022))

② 모금 목표: 기부자수 VS 관계인구

일본과는 달리 한국은 100% 세액공제 한도가 10만원이기 때문에 총 기부금액은 상당히 제한적일 수 있다. 따라서 애초 본 제도의 취지인 지역 소멸 방지, 지역 간 격차 해소, 재정 확보를 기부금 자체로 해결하겠다는 것은 어려울 수도 있다.

고향사랑기부제에서 중요하게 다루어야 할 것은 기부자 수가 아니라 관계인구의 증가이다. 매력적인 지역의 의제와 답례품으로 그 지역에 직접 방문하거나 직·간접적으로 관계를 가지게 하여 관심과 기부가 지속될 수 있도록 해야 한다는 것이다.

진세키코겐의 유기견 살처분 프로젝트

일본의 NPO법인 피스윈즈재팬은 히로시마현의 동물보호소 가스실에서 살처분되는 유기견의 현실에 충격을 받고 문제 해결에 나섰다. 진세키코겐과 산 중턱 넓은 공터에 유기견 보호소를 세우고 살처분 위기 유기견을 구조하고 치료와 교육을 거쳐 재난구호견으로 활용하거나 입양을 보낸다.

도살되기 직전 극적으로 구조돼 훈련을 받은 유메노스케가 2014년 히로시마 산사태를 시작으로 네팔 지진, 대만 태풍 재해 현장 등에서 많은 생명을 구한 구조견이 된 이야기는 일본을 넘어 우리나라에도 소개되는 등 유명세를 떨쳤다. 유메노스케 활약 후 유기견 보호 활동은 더욱 확장되어 히로시마현의 개 살처분 횟수는 제로(0)를 기록 중이다.

피스윈즈재팬은 진세키코겐 보호소 옆에 티어가르텐이라는 생태공원을 조성하여 가족 단위 관광객이 반려견을 데려와 자연을 체험하는 관광지가 되면서 고령인구 중심으로 조용했던 동네가 사람들로 북적였다. 피스윈코 사업부에 100여명의 청년이 근무하는 등 지역 고용 창출에도 크게 기여하였다.

③ 답례품의 조건 : 지역 특산품 VS 모금 이슈

일본은 공제 한도도 높고, 기부금액에 준하는 금액의 답례품을 선택할 수 있기 때문에 매우 다양한 특산물 답례품 시장이 형성되어 있다. 기부자는 고급 소고기 몇 그램 차이로 기부처를 바꾸는 선택을 할 수 있다는 것이다. 답례품이 강력한 기부 요인이기에 인기 답례품 순위, 추천 답례품 등 다양한 구성의 답례품 소개를 민간 중개 사이트를 통해서 확인하고 선택할 수가 있다.

하지만 우리의 답례품의 가격은 기부금의 30%를 넘지 못하도록 되어 있다. 물론 고액 기부자도 존재하겠지만, 대부분의 기부금이 전액 세액공제 가능 금액 10만원을 넘지 않을 가능성이 높기에 답례품의 최고가도 3만원 수준으로 형성되어 있다. 답례품 질이 결정적인 경쟁력을 갖기는 힘든 구조이다. 또 한 가지는, 이 가격에 선뜻 고향사랑기부제 답례품을 제공하겠다는 업체를 찾기 힘든 경우도 있다. 지역 농산물로 3만 원짜리 세트를 구성하기는 현실적으로 어렵기도 하고, 이미 유통이 잘 되고 있는데 굳이 답례품 시장이 판매처로서 매력적이지 않다는 것이다.

특산품에 경쟁력이 있는 자치단체가 아니라면 접근을 달리해볼 필요가 있다. 소농이나 사회적경제 영역에 있는 스토리가 있는 제품을 선정해 볼 수 있다. 답례품을 여러 개 할 것 없이 대표적인 모금 사례, 모금 이슈와 관련 있는 것을 생각해 볼 수 있다.

앞에서도 언급했듯이 답례품은 기부 진입에는 효과적일 수 있지만 기부의 지속성과 확장성에는 한계가 있다. 몬베쓰시 유빙 보호의 예에서도 알 수 있듯이 결국은 지역에 천착한 모금 이슈를 발굴하는 것이 이 제도의 취지에 부합한 임팩트를 내는 방법이 될 것이다.

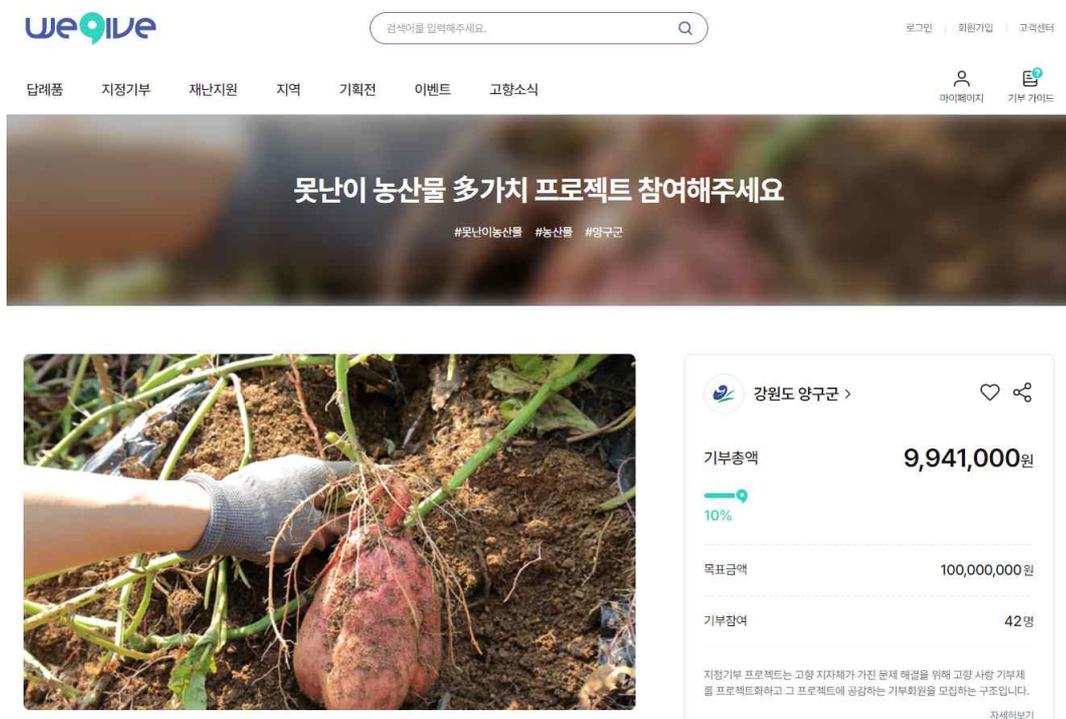
일본 몬베쓰시의 유빙 답례품	
<p>일본 몬베쓰시는 오호츠크해의 빙하인 유빙을 가로지르는 여행으로 유명했는데, 기후 위기로 유빙을 볼 수 없는 날이 많아지고 있는 현실이다. 유빙 보호라는 전 국민이 공감할 수 있는 캠페인으로 전체 예산의 절반 수준인 1,530억 원을 고향납세 기부금으로 모아 2022년 고향납세 1위를 했다. 몬베쓰시의 답례품은 유빙, 즉 얼음 조각이다. 10만 원을 기부하면 유빙 5킬로그램을 받을 수 있다.</p>	

④ 플랫폼 : 중앙 정부 시스템 VS 클라우드펀딩

제도 취지에 부합하기 위해서는 지역의 모금 명분을 탐색하고 제시하는 기획이 필요하다. 이를 구현할 수 있는 방법이 클라우드펀딩이다. 클라우드펀딩은 불특정 다수를 대상으로 진행되는 자금 조달을 의미한다. 해피빈이나 카카오같이가치와 같이 온라인 모금 플랫폼에서 기부금의 구체적인 용도를 제시하고 자금을 조달하는 방법으로, 기부자가 다양한 모금 이슈에 접근하고 자발적으로 기부할 수 있도록 해준다.

시행 초기인 현재 정부에서 제작한 고향사랑e음 사이트만을 통해 기부할 수 있다. 제도가 시행되자마자 민간에서 제작한 ‘위기브’는 지자체와 협의해 크라우드펀딩을 할 수 있도록 사이트를 오픈하였으나 행안부의 제재로 오픈 한 달도 되지 않아 모금이 중단된 상태이다. 특히 양구군과 협업을 통해 지정기부를 받은 ‘꿀벌 생태계 복원’, ‘못난이 농산물 상품 브랜드 개발’ 등 프로젝트에 1,000만 원 넘는 기부금이 몰리며 며칠 만에 대박을 예고했다. 양구군청의 비결을 묻는 지자체들의 문의가 쇄도했다. 입소문은 행안부까지 미쳤는데 역설적이게도 양구군청에 대한 행안부의 대응은 독려가 아닌 중단 권고였다(오종탁, 2023).

〈그림 4. 양구군의 못난이 농산물 다가치 프로젝트〉



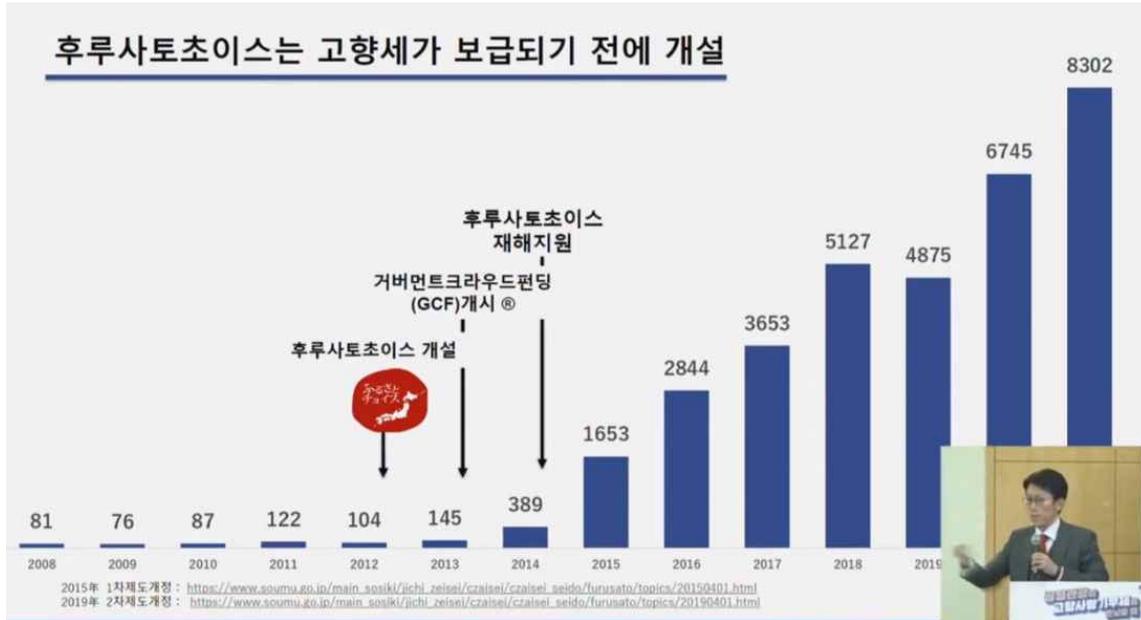
(출처: 고향사랑기부제 민간 플랫폼 위기브)

현재 유일하게 운영되고 있는 고향사랑e음은 다음과 같은 한계가 있다. 첫째, 자치단체 자체에만 기부할 수 있고 지역의 다양한 의제를 검색하거나 반영할 수 없는 구조이다. 기부금 사용 용도를 확인 할 수 없다. 둘째, 기부자 친화적 인터페이스 반영이 어렵다. 일본의 민간 사이트의 우수 답례품 순위, 추천 모금함, 관심 의제와 같은 항목을 정부 주도 사이트에서는 운영할 수 없다. 모든 지자체가 똑같은 예산을 투여해서 공동으로 만든 플랫폼에 누구를 먼저 보여주고 추천한다면 다른 자치단체의 문제제기를 받을 것이기 때문이다.

일본에서 많은 사람들이 고향납세 제도를 쉽게 이용할 수 있게 된 데는 민간 웹사이트의 다각적인 노력과 서비스 제공이 주요한 요인 중 하나였다. 일본의 경우 기부가 폭발적으로 증가하게 된 시점은 시스템을 갖추고 민간 업체를 통해 크라우드펀딩이 가능해진 시기와 일치한다. 특히 재해 지원이 펀딩의 기

폭제 역할을 했다.

〈그림 4. 고향세 증가 추이와 고향세 포털사이트의 등장〉



(출처: 공감만세 고향사랑기부제 국제포럼('22.11.30) 사례발표2.)

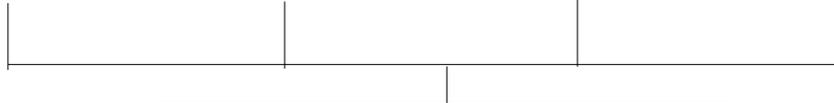
민간 웹사이트에서는 각종 아이디어를 제안하고, 지방자치단체에 대한 정보 소개와 답례품 및 사용처에 대해서도 친절하게 소개하고 있다. 2022년 7월 기준 34개사 이상이 운영 중이다. 이 중 후루사토초이스가 가장 대표적인 포털이다. 향후 우리나라의 고향사랑기부제 홍보 방식으로도 이러한 민간 정보시스템 구축 사례는 참고할 만하다.

⑤ 모금명분과 민간 기관과의 협력

고향사랑기부제가 성공적으로 운영되기 위해서는 기부금의 사용 용도가 지역 문제 해결과 기부 동기에 부합해야 한다. 즉, 지역별 모금 명분이 필요하다. 민간의 재단, 비영리조직, 그리고 사회적경제 조직들은 지역의 문제를 찾고 해결하기 위해 수년에서 수십 년 동안 이 문제를 다루어온 현장의 전문성이 있다. 고향사랑기부제를 운영한다는 것은 모금과 배분을 하는 재단을 운영하는 것 또는 사회적기업이나 마을만들기와 유사한 과정과 업무를 수반한다. 이러한 복합적인 과정을 주무 담당관이나 부처에서 홀로 수행하는 것은 쉽지 않을 것이다. 민간의 경험, 현장성, 전문성과의 협업을 모색해야 한다.

<표4. 모금 배분 프로세스와 수반 업무>

기획 단계	모금 단계	배분단계	임팩트 측정 단계
지역의제 발굴	캠페인 기획	심사기준	측정
지원처 모색	모금메시지 작성	심의위원회	결과보고
	채널별 전략	지원자 소통	이해관계자 피드백
	리워드(답례품)		



기부자 커뮤니케이션
잠재 기부자 발굴
기부자 정보 관리
기부자 예우 (답례품 등)
기부자 육성(cultivation)
결과 피드백

한편으로는 민간 기부 시장이 아닌 고향사랑기부제에서 가능한 의제가 무엇인지 기획하는 것이 중요하다.

선행으로 돈줄 난 진천

2021년 아프가니스탄 탈레반 공세 후 아프가니스탄 기여자들은 가까스로 탈출해 한국에 도착했다. 당시 이들을 선뜻 맞이하겠다는 지자체가 없었는데, 진천 충북혁신도시 안 국가공무원인재개발원에서 390명이 임시 체류하도록 했다는 보도가 되자 전국의 누리꾼들은 ‘돈줄내자’면서 진천 응원에 나섰다. 이 때문에 생겨진천쌀 등 지역 특산물을 파는 진천군의 온라인 쇼핑몰 ‘진천몰’ 운영이 주문 폭주로 일시 중단됐다(오윤주, 2021).¹⁴⁾

구매자들은 할인이나 답례품 제공을 하지 않는데도 진천군의 선행에 감동해 자발적으로 지역 상품 구매에 나섰다. 만약 당시 고향사랑기부제가 도입되었다면 구매자는 모두 기부자가 되었을지도 모른다. 지자체가 필요한 사안에 잘 대처하면, 열심히 잘하면 그에 대한 대가를 주려는 사람들이 있는데, 무조건적으로 줄 수 있는 제도가 생긴 것이다. 그게 고향사랑기부제이다. 고향사랑기부제는 답례품을 받기 위한 제도가 아니다.¹⁵⁾

14) 오윤주. 2021.08.29. “돈줄 나세요, 계속”... 주문 감당 못한 진천몰, 결국 흠피 다운. 한겨레.

15) 고향사랑기부제 교과서 저자 신승근 교수와 2023. 02.22 인터뷰 내용 중.

5. 결론

고향사랑기부제도가 시행되면서 기대와 우려가 공존하고 있다. 지자체는 재정 확보에 대한 기대와 더불어 낮은 업무에 대한 부담이 가중될 것이다. 예를 들어 초기 시행 시점에서는 답례품 선정 및 등록만으로도 벅찬 상황일 것이다. 민간 영역의 모금과 배분 사업을 수행한 단체라면 모금의 초기 세팅과 그에 수반된 답례품 제공 프로세스가 매우 큰 단위의 사업임을 인지할 것이다. 한편으로, 민간모금 조직에서는 민간의 기부금이 고향사랑기부로 흡수되지 않을까 하는 우려가 있을 수 있다. 그러나 고향사랑기부제가 시행되는 현 시점에서 민간모금조직의 역할과 활동을 생각해봐야 한다. 본 보고서는 정부와 자치단체 차원에서의 연구가 다수 존재하나 민간 모금단체나 비영리조직, 사회적경제에서 본 제도를 어떻게 이해하고 활용할 것인가에 대한 논의가 필요하다는 판단을 전하고자 작성하였다.

고향사랑기부제는 기부금으로서 민간 모금단체가 해왔던 일에 준해 쟁점과 고려사항을 다음과 같이 정리하였다.

- ① 고향사랑기부제의 잠재 기부자는 우선적으로 출향민으로 고려해볼 수 있지만, 궁극적으로 전국의 모든 잠재 기부자를 염두에 두어야 한다. 지역의 의제가 잠재 기부자에게 소구되면 출향민이 아니라도 누구든지 그 의제에 대해 기부할 수 있기 때문이다.
- ② 모금액으로 지역 재정을 감당하기보다 관계인구를 확장해 지역의 의제를 해결하는 데 초점을 두어야 한다. 결국 해당 지역사회의 활성화에 동참할 수 있는 인구를 지역사회 거주민에서 좀 더 확장하는 개념이다.
- ③ 가장 시급한 사안 중 답례품 선정에 있어 지역 특산품뿐만 아니라 체험형과 사회가치 혹은 지역문제 해결을 위한 이슈형을 고민해보는 것이 좋다. 이는 앞서 말한 관계인구 확장에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 선택지가 많을수록 좋지만, 이슈에 따라 한 가지를 선택하여 답례품의 의미를 연결한다면 한 가지도 부족하지 않다.
- ④ 고향사랑기부제 안에서 모금하는 방식에 지정기부가 가능한 크라우드펀딩 방식이 도입되어야 한다. 크라우드펀딩은 기부한 돈의 용처를 분명히 해 기부를 촉진하고 모금 목표가 달성되었을 때 기부자가 연대의식을 느낄 수 있게 해준다. 이 또한 기부자의 연대를 통해 관계인구로 연결된다.
- ⑤ 마지막으로 고향사랑기부제 시행 과정에서 지자체는 오랫동안 민간 영역에서 모금과 배분을 수행하고 있는 비영리 및 사회적경제 조직과 협업해야 한다. 모금과 배분 이후 사례관리 및 성과 측정 등 민간의 전문성이 투여되어 시너지를 발휘할 수 있는 가능성이 있기 때문이다.

고향사랑기부제도는 한국사회 변화를 위한 새로운 시도이다. 그 시도 안에는 다양한 이해관계자의 역할과 협업이 필요하다. 제도의 주체인 지자체는 민간과의 새로운 협업을 통해 민간의 노하우를 경험할 수 있다. 또한 민간영역은 공익활동 수행에 있어 지자체의 참여를 통해 긴장감과 동시에 새로운 접근 방

식을 벤치마킹할 기회가 될 수 있다. 지자체가 민간 비영리조직과 사회적경제 경험을 학습하고 연대할 필요성을 인식하고 민간 영역도 고향사랑기부제의 실행과 사례를 함께 배우는 기회를 갖길 바란다.



- 국중호, 염명배. (2021). 일본 고향납세 기부 제도의 지방재정 형평화 효과. *한국지방재정논집*, 26(2), 69-99.
- 박성용, 최경란. (2018). 기부동기의 발전단계. *상품학연구*, 36(2), 157-164.
- 신승근, 조경희. (2022). *고향사랑 기부제 교과서*. 농민신문사.
- 염명배. (2017). 우리나라의 고향세제도 법제화 논의와 쟁점사안에 관한 연구. *한국지방재정논집*, 22(3), 27-77.
- 염명배. (2021). 고향세 논의 10 여년 추적과 [고향사랑기부제] 법제화 이후의 과제. *경제연구*, 39(4), 133-181.
- 육동한, 박상현. (2018). 고향사랑 기부제의 필요성과 주요쟁점. *한국지방재정학회 세미나자료집*, 1-29.
- 장운주, 이영주, 정민정. (2022). 국내외 연구조사를 통해 본 기부의 개념과 측정. *한국사회와 자원봉사 연구*, 29-56.

<기사>

- 고두환. (2022.10.17.). 광역단체 고향사랑기부제, 일본 사가현을 보라. *주간경향*.
http://m.weekly.khan.co.kr/view.html?med_id=weekly&artid=202210071401091&code=#c2b
- 박성은. (2023.01.05.). 생수·고기가 답례품?. *노컷뉴스*.
<https://www.nocutnews.co.kr/news/5875641>
- 오종탁. (2023.03.12.). 손흥민·BTS 동참한 고향사랑기부제, 왜 ‘관치기부’ 소리 들을까. *시사저널*.
- 오윤주. (2021.08.29.). “돈줄 나세요, 계속”... 주문 감당 못한 진천물, 결국 흠피 다운. *한겨레*.
<https://www.hani.co.kr/arti/area/chungcheong/1009561.html>
- 정진영. (2022.12.07.). 고향납세 제도가 사회혁신조직을 만날 때. *이로운넷*.
<https://www.eroun.net/news/articleView.html?idxno=30411>
- 하지혜. (2023.01.20.). 고향에 기부했는데 답례품이 ‘중국산 참기름’이라니... *농민신문*.
<https://www.nongmin.com/article/20230118500478>

<사이트>

- 고향사랑e음 <https://www.ilovegohyang.go.kr/>
- 고향사랑 위기브 <https://www.wegive.co.kr/>
- 공감만세 <https://www.fairtravelkorea.com/app/main/index>
- 희망제작소 <https://www.makehope.org/>
- 후루가토초이스 <https://www.furusato-tax.jp/>



<참고자료1. 고향사랑 기부금에 관한 법률>

고향사랑 기부금에 관한 법률 (약칭: 고향사랑기부금법)

[시행 2023. 1. 1.] [법률 제18489호, 2021. 10. 19., 제정]



행정안전부(균형발전제도과) 044-205-3509

제1조(목적) 이 법은 고향사랑 기부금의 모금·접수와 고향사랑기금의 관리·운용 등에 관하여 필요한 사항을 정하여 고향에 대한 건전한 기부문화를 조성하고 지역경제를 활성화함으로써 국가균형발전에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “고향사랑 기부금”이란 지방자치단체가 주민복지 증진 등의 용도로 사용하기 위한 재원을 마련하기 위하여 해당 지방자치단체의 주민이 아닌 사람으로부터 자발적으로 제공받거나 모금을 통하여 취득하는 금전을 말한다.
2. “고향사랑 기부금의 모금”이란 지방자치단체가 광고, 정보통신망의 이용, 그 밖의 방법으로 해당 지방자치단체에 고향사랑 기부금을 제공하여 줄 것을 다른 사람에게 의뢰·권유 또는 요구하는 행위를 말한다.

제2조의2(고향사랑의 날) ① 고향의 가치와 소중함을 널리 알리기 위하여 고향사랑의 날을 지정·운영한다.

② 고향사랑의 날 지정·운영에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[본조신설 2023. 1. 3.]

[시행일: 2023. 7. 4.] 제2조의2

제3조(다른 법률과의 관계) 이 법에 따른 고향사랑 기부금의 모금·접수 및 사용 등에 관하여는 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」을 적용하지 아니한다.

제4조(고향사랑 기부금의 모금 주체 및 대상) ① 지방자치단체는 해당 지방자치단체의 주민이 아닌 사람에 대해서만 고향사랑 기부금을 모금·접수할 수 있다.

② 행정안전부장관은 지방자치단체 또는 그 소속 공무원이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 다음 회계연도 1년 이내의 기간 동안 해당 지방자치단체의 고향사랑 기부금 모금·접수를 제한할 수 있다.

1. 제6조제1항 또는 제2항을 위반하여 고향사랑 기부금을 낼 것을 강요하거나 적극적으로 권유·독려한 경우
2. 제7조를 위반한 방법으로 고향사랑 기부금을 모금한 경우

③ 제2항에 따른 구체적인 제한기간 등은 대통령령으로 정한다.

제5조(기부의 제한) ① 누구든지 타인의 명이나 가명으로 고향사랑 기부금을 기부하여서는 아니 된다.

② 누구든지 업무·고용, 계약이나 처분 등에 의한 재산상의 권리·이익 또는 그 밖의 관계가 있는 지방자치단체에 기부하여서는 아니 된다.

제6조(기부·모금 강요 등의 금지) ① 누구든지 업무·고용 그 밖의 관계를 이용하여 다른 사람

에게 고향사랑 기부금의 기부 또는 모금을 강요하여서는 아니 된다.

② 공무원은 그 직원에게 고향사랑 기부금의 기부 또는 모금을 강요하거나 적극적으로 권유·독려하여서는 아니 된다.

제7조(고향사랑 기부금의 모금 방법) ① 지방자치단체는 대통령령으로 정하는 광고매체를 통하여 고향사랑 기부금의 모금을 할 수 있다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방법으로는 고향사랑 기부금의 모금을 할 수 없다.

1. 개별적인 전화, 서신 또는 전자적 전송매체(「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제13호에 따른 전자적 전송매체를 말한다)의 이용
2. 호별 방문
3. 향우회, 동창회 등 사적인 모임에 참석·방문하여 적극적으로 기부를 권유·독려하는 방법
4. 그 밖에 제1호부터 제3호까지에서 규정한 방법과 유사한 방법으로서 대통령령으로 정하는 방법

② 제1항에 따른 고향사랑 기부금의 모금 방법·절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제8조(고향사랑 기부금의 접수 및 상한액) ① 고향사랑 기부금은 지방자치단체의 장이 지정한 금융기관에 납부하게 하거나, 제12조에 따른 정보시스템을 통한 전자결제·신용카드·전자자금이체 또는 지방자치단체의 청사, 그 밖의 공개된 장소에서 접수하여야 한다.

② 지방자치단체가 고향사랑 기부금을 접수한 경우에는 고향사랑 기부금을 기부한 사람(이하 “기부자”라 한다)에게 지방자치단체의 장의 명의로 영수증을 발급하여야 한다.

③ 개인별 고향사랑 기부금의 연간 상한액은 500만원으로 한다.

④ 제1항 및 제2항에서 규정한 사항 외에 고향사랑 기부금의 접수 방법·절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제9조(답례품의 제공) ① 지방자치단체는 기부자에게 대통령령으로 정하는 한도를 초과하지 아니하는 범위에서 물품 또는 경제적 이익(이하 “답례품”이라 한다)을 제공할 수 있다.

② 제1항에 따라 제공하는 답례품은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것으로 한다.

1. 지역특산품 등 해당 지방자치단체의 관할구역에서 생산·제조된 물품
2. 지방자치단체가 해당 지방자치단체의 관할구역에서만 통용될 수 있도록 발행한 상품권 등 유가증권
3. 그 밖에 해당 지역의 경제 활성화 등에 기여할 수 있는 것으로서 조례로 정하는 것

③ 지방자치단체는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것을 답례품으로 제공하여서는 아니 된다.

1. 현금
2. 고가의 귀금속 및 보석류
3. 제2항제2호에 해당하지 아니하는 상품권 등 유가증권
4. 그 밖에 지역경제 활성화에 기여하지 못하는 것으로서 대통령령으로 정하는 것

제10조(위법행위의 신고 및 신고자 보호) ① 누구든지 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자를 관계 행정기관이나 수사기관에 신고 또는 고발할 수 있다.

1. 제5조제1항 또는 제2항을 위반하여 고향사랑 기부금을 기부한 자
2. 제6조제1항 또는 제2항을 위반하여 고향사랑 기부금의 기부 또는 모금을 강요하거나 적극적

으로 권유·독려한 자

3. 제7조를 위반하여 이 법에서 정하지 아니한 방법으로 고향사랑 기부금을 모금한 자
4. 제8조제1항을 위반하여 공개된 장소가 아닌 장소에서 고향사랑 기부금을 접수한 자
5. 제9조제1항 또는 제3항을 위반하여 답례품을 제공한 자

② 누구든지 제1항에 따른 신고 또는 고발을 한 자에게 신고 또는 고발을 이유로 불이익조치(「공익신고자 보호법」 제2조제6호에 따른 불이익조치를 말한다)를 하여서는 아니 된다.

제11조(고향사랑기금의 설치 등) ① 지방자치단체는 모금·접수한 고향사랑 기부금의 효율적인 관리·운용을 위하여 기금을 설치하여야 한다.

② 제1항에 따른 기금(이하 “고향사랑기금”이라 한다)은 고향사랑 기부금을 재원으로 하고, 제3항에 따라 모집·운용 비용에 충당하는 경우 외에는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 목적으로만 사용되어야 한다.

1. 사회적 취약계층의 지원 및 청소년의 육성·보호
2. 지역 주민의 문화·예술·보건 등의 증진
3. 시민참여, 자원봉사 등 지역공동체 활성화 지원
4. 그 밖에 주민의 복리 증진에 필요한 사업의 추진

③ 지방자치단체는 고향사랑기금의 일부(전년도 고향사랑 기부금액의 100분의 15 이내의 범위에서 대통령령으로 정하는 비율을 초과하지 아니하는 금액으로 한정한다)를 고향사랑 기부금의 모집과 운용 등에 필요한 비용에 충당할 수 있다.

④ 제1항 및 제2항에 따른 고향사랑기금의 관리·운용 등에 필요한 세부적인 사항은 대통령령으로 정하는 바에 따라 지방자치단체의 조례로 정한다.

제12조(제도의 연구 및 지원) ① 행정안전부장관 및 지방자치단체의 장은 고향사랑 기부금 제도에 대한 주기적인 조사·분석, 연구 등을 통하여 기부가 활성화되도록 노력하여야 한다.

② 행정안전부장관 및 지방자치단체의 장은 고향사랑 기부금의 모금·접수 및 답례품 제공 등의 업무를 지원하고 그에 관한 정보를 제공하기 위하여 필요한 경우 정보시스템을 구축·운영할 수 있다.

③ 행정안전부장관 및 지방자치단체의 장은 제2항에 따른 정보시스템의 구축·운영 업무를 대통령령으로 정하는 바에 따라 관계 전문기관에 위탁할 수 있다.

제13조(결과 공개의무) 지방자치단체는 고향사랑 기부금의 접수 현황과 고향사랑기금의 운용 결과 등을 대통령령으로 정하는 바에 따라 공개하여야 한다.

제14조(불법 고향사랑 기부금의 반환) ① 지방자치단체는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 고향사랑 기부금을 기부자에게 반환하고, 교부된 영수증을 회수하여야 한다.

1. 제4조제1항을 위반하여 해당 지방자치단체의 주민으로부터 고향사랑 기부금을 받은 경우
2. 제4조제2항에 따라 모금 주체에서 제외된 지방자치단체가 고향사랑 기부금을 접수한 경우
3. 제5조제1항 또는 제2항을 위반하여 고향사랑 기부금을 기부한 경우
4. 제6조제1항 또는 제2항을 위반하여 고향사랑 기부금을 낼 것을 강요하거나 적극적으로 권유·독려한 경우
5. 제7조를 위반하여 이 법에서 정하지 아니한 방법으로 고향사랑 기부금을 모금한 경우
6. 제8조제1항을 위반하여 공개된 장소가 아닌 장소에서 고향사랑 기부금을 접수한 경우
7. 제9조제1항 또는 제3항을 위반하여 답례품을 제공한 경우

② 제1항제1호부터 제6호까지에 따라 반환하는 기부금은 답례품 가액을 제외한 금액으로 한다.

제15조(지도·감독 등) ① 행정안전부장관은 고향사랑 기부금의 모금, 고향사랑기금의 관리·운용 등에 대하여 지도·감독 또는 시정권고를 하거나, 그 밖에 필요한 조치를 하도록 지방자치단체에 요구할 수 있다.

② 지방자치단체는 특별한 사유가 없으면 제1항에 따른 지도·감독, 시정권고 또는 그 밖에 필요한 조치의 요구에 따라야 한다.

제16조(위반사실 공표) ① 행정안전부장관 및 지방자치단체의 장은 지방자치단체가 제4조제2항에 따라 고향사랑 기부금의 모금·접수를 제한받은 경우 해당 사실이 있음을 공표하여야 한다.

② 제1항에 따른 공표 방법, 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제17조(벌칙) ① 제6조제1항을 위반하여 고향사랑 기부금의 기부 또는 모금을 강요한 자는 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처한다.

② 제6조제2항을 위반하여 고향사랑 기부금의 기부 또는 모금을 강요하거나 적극적으로 권유·독려한 공무원은 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처한다.

③ 제7조제1항을 위반하여 고향사랑 기부금을 모금한 자는 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다.

부칙 <제18489호, 2021. 10. 19.>

이 법은 2023년 1월 1일부터 시행한다.



<참고자료2 . 일본의 고향납세 제도를 통한 배분사업 사례>

<교육, 육아>

지역	배분 사업 내용
홋카이도 유바리시	<ul style="list-style-type: none"> 유바리 고교 매력화 프로젝트 (인구감소로 인한 초중학교 통폐합, 입학자 수 감소 해결) 지역 공공교통 등 지역과제를 교재로 교육프로그램 개발, 자주학습 서포트, 지역 학습 활용, 학교 내 공영학원 설치 운영 등 클라우드펀딩형 고향세 기부자에게 진척상황 알림 + 공영학원 기획에 참가 유도 → 관계인구 증가
홋카이도 엔베쓰정	<ul style="list-style-type: none"> 엔베쓰 농업학교 매력화 논·밭 상황관측 등 농업 분야의 드론 활용해 새로운 조사연구 실행 취지 고향세 기부자에게 사업보고 + 고등학생의 감사 메시지 송부
홋카이도 가미시호로정	<ul style="list-style-type: none"> 도시 주민 이주 돕기 기금 설치 육아지원, 저출산 대책 중점, 인가 어린이집 보육료 10년간 완전 무료화, 외국인 강사 배치, 초등학교 교직원 추가 배치(소인원 학급 운영), 공설 민영학원 개설 기부자에게 직업 안내, 이주 체험 하우스 등 소개 이벤트, 생활체험 이벤트 등 지원
아키타현 류자와시	<ul style="list-style-type: none"> 아이들 국제 교류사업 지원(독일 중학생 상호 파견교류 비용 충당) 제설 서비스에 활용
야마가타현 나가이시	<ul style="list-style-type: none"> baby box 사업 (육아용품 들어있는 베이비 박스 보내는 사업) 클라우드펀딩형
후쿠이현	<ul style="list-style-type: none"> 고등학생 고향모교응원사업(장학금 등), 장기해외유학지원 비용 충당 기부자에게 활용실적 보고 및 감사편지, 해외 유학 중인 학생의 생활과 성장 내용이 담긴 보고서 송부
나가노현 하쿠바촌	<ul style="list-style-type: none"> 폐교위기에 있는 유일한 현립 하쿠바 고등학교 존속 프로젝트 국제관광, 신설 전국 대상 학생모집, 뉴질랜드 유학 지원, 글로벌 인재 형성 등 클라우드펀딩형 기부자에게 유학생의 리포트 송부
교토부 나가오카코시	<ul style="list-style-type: none"> 학교 도서관에 다양한 책 비치 기부 학교나 기증 책 지정 가능 아이들로부터 감사장, 독서감상문 등을 수령
돗토리현	<ul style="list-style-type: none"> 어린이 미래 기금 설치 도서 증정 사업, 학교 운동부 촉진(외부 지도자 초청 사업), 돗토리현 중부 지진 부흥 사업 기부자에게 감사장, 현 정보지 등 송부
오카야마현 와케정	<ul style="list-style-type: none"> 교육마을 와케정 부활 공영학원 설치, 방과 후 학습지원, 영어 능통 인재 육성 클라우드펀딩형 기부자에게 감사장, 공영학원 활동 상황 송부

지역	배분 사업 내용
도쿠시마현 이시이정	<ul style="list-style-type: none"> 이동 도서관차 부활(신차 구입 비용 중당) 기부자에게 감사장 송부 + 운행 개시식 안내
나카사키현 고토시	<ul style="list-style-type: none"> 낙도 핸디캡 극복 ICT 교육 기부자에게 감사 영상 메시지 제작하여 동영상 사이트, 홈페이지 등에 공개
오키나와현 기노완시	<ul style="list-style-type: none"> 인재육성 사업 유학 희망 학생에게 기회 주고, 자기부담 없이 지원하는 클라우드펀딩형 기부자에게 유학생할 체험이나 연수 등에 대한 보고서와 감사장 송부

<마을만들기, 스포츠>

지역	배분 사업 내용
홋카이도 니세코정	<ul style="list-style-type: none"> 목제완구 정비, 아리시마다케로 자필 서한 수집 니세코정 고향만들기 위원회 정기 소식, 마을 최신 정보 알림
군마현 다카사키시	<ul style="list-style-type: none"> 문화 스포츠 활성화 교향악단, 지역 야구팀, 기업 소프트볼부 등 지원 단체 특정해 지원 가능, 활동 상황 보고
가나가와현 요코스카시	<ul style="list-style-type: none"> 사용처 공감 12개 기금 조성 (양육, 복지 등에 관계된 12개 기금 설치)
도야마현 히미시	<ul style="list-style-type: none"> 핸드볼 동경 선수권 대회 존속 결승전 티켓 발송
후쿠이현 사카이시	<ul style="list-style-type: none"> 사업에 대해 시민이 제안하고 시민 의견을 통하여 결정하는 제도 10년간 사업보고서 송부, 기부금 활용 보고
나가노현 이다시	<ul style="list-style-type: none"> 마을만들기 추진 소식지나 초대장 통해 교류
돗토리현 고토우라정	<ul style="list-style-type: none"> 후나카마산 만송이 벚꽃 (명소 부활 노력) 벚꽃 심는 날에 참가자 전원 식사 대접, 주민이 하나 되어 마을 만들기 동참 벚꽃 축제 개최 안내 + 관광객 증가
사가현	<ul style="list-style-type: none"> 당뇨병 근절, 건강 관련 사업(고령자 이동 서비스) 수산업 진흥 지원 사업(낚시 체험, 절임 생선 만들기 교실 등)
가고시마현 요론정	<ul style="list-style-type: none"> 마라톤 대회 마을 이벤트 운영 경비, 해안 청소용 쓰레기봉투 등 물품 비용 중당
오사카부 히라카타시	<ul style="list-style-type: none"> 종합문화예술센터 정비 재원 시내 문화재를 시장이 직접 안내 시장이 안내하는 히라카타 시내 문화재 견학 투어 실시

<문화, 역사 분야>

지역	배분 사업 내용
아오모리현 히로사키시	<ul style="list-style-type: none"> 중요문화재 히로사키성 이시가키 수리 비용으로 충당 수리에 관한 체험이벤트 실시
이바라키현 기타이바라키시	<ul style="list-style-type: none"> 어선제(5년에 1번 있는 봄축제) 수선 비용 충당 기부자에게 축제 참가 권함, 웹사이트에 축제 모습 게재
도치기현 나스카라스야마시	<ul style="list-style-type: none"> 축제 운영비로 사용 기부자에게 축제 팸플릿 등 동부해 답례장 송부
이시카와현 와지마시	<ul style="list-style-type: none"> 마쓰시로성의 복원프로젝트, 경관 유지 및 향상에 사용 주택 수리, 전통 공예 기술 인재 육성에 활용 기부자에게 마쓰시로성 비공개 부분 특별 안내, 도가쿠시 죽공예 숲 보전활동 체험회 초대
기후현 구조시	<ul style="list-style-type: none"> 3대 봉오도리 합동 공연 실시 비용에 활용 활용실적 보고서 및 관광 팸플릿 송부
아이치현 가리야시	<ul style="list-style-type: none"> 가리야성 복원, 역사박물관 정비 기념 이벤트 개최 안내 송부
나라현 오지정	<ul style="list-style-type: none"> 달마사 방장 수리 프로젝트 수복 공사 진척 내용을 마을 홈페이지에 게재 기부자에게 현장 설명회 완성 이벤트 초대
시마네현 고쓰시	<ul style="list-style-type: none"> 정통예능과 전통문화 보존 사업에 활용 오모토카구라 전승관 운영, 가치지반시 기술 보존 보급 후계자 육성에 활용 활동 내용을 홈페이지 및 홍보지에 게재
히로시마현 히로시마시	<ul style="list-style-type: none"> 원폭 돔 보존사업, 피폭나무 보존 계승, 피폭자료 훼손방지 및 국내외 청소년 초대에 사용 히로시마 평화기념자료관 도록, 평화기념공원 종이학 재생해 만든 명함, 메모장, 엽서 등을 기부자에게 송부
기후현 다카야마시	<ul style="list-style-type: none"> 전통 공예 산업 후계자 육성 지원, 숲 정비에 활용
나가노현 나가노시	<ul style="list-style-type: none"> 마쓰시로성 복원 도가키 신사의 몬젠정 경관 유지 및 향상

<복지 분야>

지역	배분 사업 내용
군마현 마에바시	<ul style="list-style-type: none"> 타이거 마스크 운동(아동 보호 시설의 퇴소 후 아이를 지원) 프로젝트
도쿄도 분쿄구	<ul style="list-style-type: none"> 생명을 연결하는 '아이 택시' 운영 생활 곤궁 가구에 푸드뱅크 등을 활용해 식품 배송 각 가정을 소셜워커나 상담에 연결해 고립 막음
미에현 구마노시	<ul style="list-style-type: none"> 고령자 교통수단 확보 광범위한 운송 서비스 가능케 함

지역	배분 사업 내용
효고현	<ul style="list-style-type: none"> • 소아 ‘근전의수’ 뱅크 설립

<지역·산업 진흥 분야>

지역	배분 사업 내용
아오모리현 무츠시	<ul style="list-style-type: none"> • 시모키타(관광지역) 지오 파크’ 활성화 추진 • ‘미마모리 방문 서비스’ 제공 : 우체국 사원 등이 고령 노인을 월 1회 방문
이와테현	<ul style="list-style-type: none"> • 관광 철도 활성화 • 기부자에게 정기적으로 회보 송부, ‘미테츠 오너스 클럽 회원증’ 증정 • 산리쿠 철도 역사에 기부자의 성명 게시
지바현 미나미보소시	<ul style="list-style-type: none"> • 전복 종자 방류 사업 실시
도야마현 다테야마정	<ul style="list-style-type: none"> • ‘장학금 상환 응원 보조금 제도’ • 고등학교나 대학 졸업 후의 젊은이들의 지역 밖 유출 막기 위함
교토부 아야베시	<ul style="list-style-type: none"> • ‘수원 마을’과 자원봉사자 연계해 활성화 • 수원 마을 : 고령화로 인해 관혼상제, 용수나 도로의 유지 관리 등 공동생활의 유지가 곤란한 상황에 직면한 마을
효고현 고베시	<ul style="list-style-type: none"> • IT 스타트업 지원 • ‘스타트업 오피스 사업’
오카야마현 타마노시	<ul style="list-style-type: none"> • ‘노노짱’ 매력 전개 프로젝트 • 유치원이나 초등학교에서의 인사 운동, 시의 지명도 향상을 위한 PR 활동에서 활약하는 캐릭터 ‘노노짱’ • 노노짱의 인형 완성 피로회에 기부자 초대
야마구치현 우베시	<ul style="list-style-type: none"> • ‘테크놀로지X아트’ 챌린지 강좌 마련 • 많은 젊은이들의 지역 밖 유출 막고, 현지 정착 촉진 위함
에히메현 니시요시	<ul style="list-style-type: none"> • 전통건물 보존 지구에 카페 운영. • 지역 커뮤니티 장소 및 거리 활성화 방안 • 현지 식재료에 의한 요리 제공, 육아 세대의 교류 이벤트 개최

<관광·교류 분야>

지역	배분 사업 내용
후쿠시마현 쇼와촌	<ul style="list-style-type: none"> • 폐교된 목조 교사 관리 운영 • 관광지로 폐교 초등학교를 이용해 보존
아이치현 이누야마시	<ul style="list-style-type: none"> • ‘기소가와 우카이’ 전승 보존 강화 및 관광 진흥
시가현 히노정	<ul style="list-style-type: none"> • ‘히노역’ 재생 사업 • 다이쇼 5년 건축된 목조역사인 히노역을 재생하는 프로젝트 진행 • 기부자에게 기념 이벤트 초대

지역	배분 사업 내용
와카야마현 타나베시	<ul style="list-style-type: none"> 유네스코 세계문화유산 ‘구마노고도(순례길)’의 환경 정비 진행 스페인 산티아고 순례길과의 제휴 사업, 공중 화장실 정비, 외국인 여행자를 위한 다국어 안내 간판 설치 등
돗토리현 히노정	<ul style="list-style-type: none"> ‘읍민 뮤지컬’의 개최 어린이용 도서 구입 기부자에게는 감사장과 고향 주민표의 신청책을 동봉
오카야마현 마니와시	<ul style="list-style-type: none"> 인터넷셔널 쉐어하우스 개업 일본의 시골 생활을 체험하고 싶은 외국인에게 거주 베이스 제공 쉐어하우스 부지의 잔디 깎기, 청소, 벽 도장 등에 지역 주민 및 시외 자원 봉사자가 직접 참여
고치현 무로토시	<ul style="list-style-type: none"> 이주 체험 주택 운영 지역 소멸 막기 위한 대책
고치현 에치치정	<ul style="list-style-type: none"> 지역 내 게스트하우스 설치 기부자 포함 다양한 관광객 유치
후쿠오카현 오무타시	<ul style="list-style-type: none"> ‘미이케 탄광’ 전차를 이전·설치하는 비용 충당 기부자가 실제로 방문할 수 있도록, 탄광 전차 운전석 견학 티켓 송부 기부자 이름을 넣은 기념 명판을 전차 내 배개목에 설치

<환경 분야>

지역	배분 사업 내용
아이치현 오와리 아사히시	<ul style="list-style-type: none"> 습지와 생태계 보전 노후화된 습지 산책로 재정비.
나라현 이코마시	<ul style="list-style-type: none"> 숲의 나무의 병충해를 막는 자금에 고향세 활용. 농작물 피해의 주 원인인 멧돼지에 대한 대책으로 멧돼지 포획망 설치
오кина와현 요미탄촌	<ul style="list-style-type: none"> 산호의 이식 활동을 하는 마을 내 사업소와 제휴해 자금 활용 기부자의 이름과 함께 산호의 이식 모습 사진과 연도 정보 등을 적은 감사장 송부.

<안전·부흥 분야>

지역	배분 사업 내용
도쿠시마현	<ul style="list-style-type: none"> 재해구조견과 테라피견 육성 ‘재해구조견’ : 대규모 재해 발생 시 인명 구조 등을 실시 ‘테라피견’ : 동물과의 만남 방법이나 생명의 중요성을 배우는 교류활동견
후쿠오카현 후쿠오카시	<ul style="list-style-type: none"> ‘후쿠오카시 소방 구급 기금’ 설치 소방 구급 체제 구축, 구급차 출동부터 병원 이송까지의 소요 시간 단축 목표. 소방·구급차 등의 정비, 자재 등 구입 비용으로 활용

지역	배분 사업 내용
구마모토현 구마모토시	<ul style="list-style-type: none"> 구마모토 지진으로 인한 피해 복구 및 부흥 복구 공사가 진행되는 상황과 동식물원의 부분 개원 정보 등을 수시로 웹 사이트에 공개 및 보도 기관을 통해 PR. 구마모토 지진 복구·부흥에 기부한 기부자들에게 성주증/성주어음을 보내는 ‘부흥 성주’제도 활용.

(출처 : 일본 총무성 고향납세 홈페이지

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20180330_case_study.html)



<참고자료3 . 고향사랑기부제 관련 기사 2023년 1월까지 현황>

기사날짜	발행처	제목	URL
2023.01.09.	내일신문	고향사랑기부제'답례품경쟁'으로 변질	http://www.naeil.com/news_view/?id_art=447731
2023.01.11.	노컷뉴스	광주 구청 고향사랑기부제 답례품 선정위원 공개 기피 '빈축'	https://www.nocutnews.co.kr/news/5877765
2023.01.05.	노컷뉴스	생수,고기가 답례품? 광주 자치구 고향사랑기부제 답례품 '논란'	https://www.nocutnews.co.kr/news/5875641
2022.09.23.	전남인터넷신문	일본 고향세, 지자체 중 30%는 적자	http://www.jnnews.co.kr/news/view.php?idx=335053&mcode=msub1
2023.01.08.	뉴스1	답례품만 5000여종... '고향사랑 기부제' 인기폭발 답례품은?	https://www.news1.kr/articles/4917448
2023.01.06.	천지일보	고향사랑기부제 "소중한 분 이름, 광주에 새겨주세요."	https://www.newscj.com/article/20230106580525
2023.01.12.	디지털타임스	尹대통령, 김건희 여사, 16개 시도에 '30만원' 고향사랑 기부... "균형발전 의지"	http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2023011202109958044003&ref=naver
2023.01.15.	오마이뉴스	[의견] 고향사랑기부제'로전통주활성화하자	http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002895337
2023.01.15.	부산일보	"답례품때문에 고향사랑기부격차생길라"	https://www.busan.com/view/busan/view.php?code=2023011518241644429
2023.01.14.	뉴시스	충주시 고향사랑기부제'소심한홍보'...왜?	https://newsis.com/view/?id=NISX20230114_0002158940&cID=10806&pID=10800
2023.01.15.	영남일보	경북 지자체, 고향사랑 기부제 실제 유치 노력 뺄점... 기부 요청은 적극적, 관리는 소극적	https://www.yeongnam.com/web/view.php?key=20230112010001685
2023.01.12.	경향신문	도시 지역 고민 깊어지는 '고향사랑기부제'... 기금 활용이 관건	https://www.khan.co.kr/national/national-general/article/202301121636001
2023..01.22.	한국농정	'돈 끌어오기'에 급급한 고향사랑기부제, 정착 중요한 '활용 방안'은?	http://www.ikpnews.net/news/articleView.html?idxno=49731
2023.01.21.	머니투데이	고향사랑기부' 대통령·손흥민·제이홉 동참에도 누적 실적 고작...	https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2023012016082861079
2023.01.21.	서울신문	시장군수들 "자매도시 상호기부 합시다"	https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20230119500150&wlog_tag3=naver
2023.01.20.	뉴스워커	순천시, '설 명절 맞이 귀성객 환영 행사' 열어	http://www.newsworker.co.kr/news/articleView.html?idxno=190109
2023.01.20.	조세금융신문	기재부, 실수로 고향사랑기부금 공제 누락...비겁한 반쪽 해명	https://www.tfmedia.co.kr/news/article.html?no=139167
2023.01.20.	메트로신문	담양군, '참이슬' 소주병에 고향사랑기부제 홍보 라벨 부착	https://www.metroseoul.co.kr/article/20230120500092
2023.01.20.	아시아투데이	서울시, 고향사랑기부제 답례품 7종 추가 선정	https://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20230119010010711
2023.01.20.	농민신문	고향에 기부했는데 답례품이 '중국산 참기름'이라니...	https://www.nongmin.com/article/20230118500478
2023.01.12.	경향신문	"특산품 없는데..." 고향사랑기부제 서울은 '고심'	https://www.khan.co.kr/local/Seoul/article/202301122116015
2022.12.08.	이로운넷	고향납세 제도가 사회혁신조직을 만날 때	https://www.eroun.net/news/articleView.html?idxno=30411

