
충남 사회적경제 5차 포럼
고향사랑 기부금 × 사회적경제 활성화 방안

2022.09



고향사랑 기부금×사회적경제 활성화 방안

■ 포럼 개요

- 일시 : 2022. 9. 2.(금) 13:30~16:00
- 장소 : 송악마을공간 해유(아산시 송악면 역촌길 24)
- 주제 : 고향사랑 기부금 × 사회적경제 활성화 방안

■ 프로그램

시간	내용	진행
13:30~13:35	개회	강윤정 센터장
13:35~14:20	고향사랑 기부금에 대한 이해와 사회적경제 영역에서의 활성화를 위한 제언	고두환 대표 (주)공감만세
14:20~14:40	사회적경제 현장의 고민	조대성 대표 (홍성유기농영농조합)
14:40~15:10	고향사랑 기부금에 대한 정부 및 충남도 정책 동향	유호열 과장 (충남도청 공동체정책과)
15:10~15:30	고향사랑 기부금 관련 사회적경제과 추진 현황 공유	김용모 팀장 (충남도청 사회적경제과)
15:30~16:00	청중 질의 응답	강윤정 센터장

**고향사랑 기부금에 대한 이해와
사회적경제 영역에서의 활성화를 위한 제언**

고두환 대표
<㈜공감만세>

충남 사회적경제 5차 포럼 [고향사랑 기부금 x 사회적경제 활성화 방안]

고향사랑 기부금에 대한 이해와 사회적경제 영역에서의 활성화를 위한 제언

사회적기업 (주)공감만세
대표이사 고두환



고향사랑 기부금이란



일본 | 고향세

개요 개인이 자치단체에 기부하면 세액공제 혜택 및 지역특산품 등을 답례품으로 제공 받을 수 있는 제도

세액공제 기부액 중 2천 엔을 넘는 부분에 대해 소득별 상한액을 지정, 소득세 및 개인주민세 전액을 공제
예) 연간 수입 700만 엔의 1인 가구가, 3만 엔을 고향세로 납부 시, 2천 엔을 제외한 28,000엔이 공제

기부 최소금액	소득공제액	주민세 공제액 (기본)	주민세 공제액 (특례분)
2,000엔	2,800엔	2,800엔	22,400엔
(공제 외 금액)	(고향납세액 - 2,000엔) X 소득세율	(고향납세액 - 2,000엔) X 주민세율(10%)	(고향납세액-2000엔) X (90%-소득세율) *소득공제액의 20%가 상한

답례품 기부금액 30% 이내, 지역관련 상품으로 환금성이 강하지 않은 상품을 권장

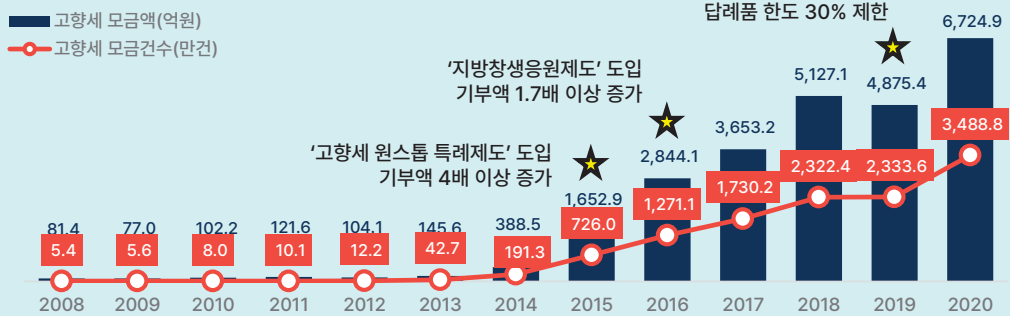
기부금 활용 특별한 제한사항 없으나 주로 지역공동체 활성화와 주민 복리 증진에 사용

운영제도 각 지자체가 조례를 제정, 사용처를 자유롭게 만들고 모금 실시 (기금 설치 등)
기부자가 편리하게 기부할 수 있도록 윈스톱 서비스 제공을 위한 '종합정보 시스템'을 구축

일본 | 고향세 도입 배경, 목적

- 당시 후쿠이현(福井県) 지사였던 니시카와 가즈미(西川一誠)가 최초로 발안 (2006)
→ 저출산 고령화의 급속화, 인구감소로 소멸위기에 처한 지방의 활성화 도모
- 제안 배경
 - 다수의 국민이 지방에서 태어나 중·고등학교까지 다니면서 많은 혜택을 받음
 - 정작 대학과 취직은 보다 큰 타지역의 도시나 현에서 하게 되니, 고향 지방정부의 세출만 누적되고 세입이 없게 됨
 - 도시에 사는 출향민이 고향에 기부를 하고, 기부액의 상당부분을 납부하여야 할 세금에서 공제받음으로써 자신의 부담도 덜고 고향에도 경제적 도움을 주며, 도시와 지방의 재정 격차도 해소할 수 있음
 - 기부를 통해 지방세가 거주지 자치단체에서 고향의 자치단체로 이전되는 효과
 - 기부를 받은 자치단체는 기부자에게 지역특산품 등의 답례품을 제공해 홍보효과를 얻을 수 있음

일본 | 고향세 모금액 추이



구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
모금액	81.4	77.0	102.2	121.6	104.1	145.6	388.5	1652.9 (286.7)	2844.1 (501.2)	3653.2 (705.7)	5127.1 (1,140.7)	4875.4 (1,166.7)	6724.9 (1,808.5)
모금건수	5.4	5.6	8.0	10.1	12.2	42.7	191.3	726 (147.7)	1271.1 (256.7)	1730.2 (376.1)	2322.4 (581.0)	2333.6 (594.0)	3488.8 (1,006.5)

(자료: 2021년도 고향세 운영 통계 일본총무청)



- 2015년 '고향세 원스톱 특례제도' 도입으로 기부액 전년(2014년) 대비 4배 이상 증가
- 2016년 기업판 고향세 '지방창생응원제도' 도입으로 기부액 전년(2015년) 대비 1.7배 증가
- 2019년 답례품 한도를 기부액의 30%로 제한하면서 잠시 주춤하였으나 2020년도 회복

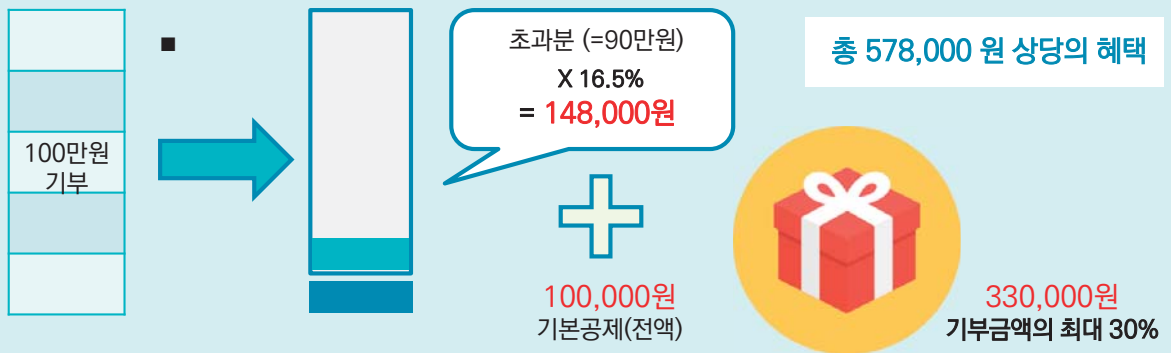
한국 | 고향사랑 기부금

개요

개인이 자치단체에 기부하면 세액공제 혜택 및 지역특산품 등을 답례품으로 제공 받을 수 있는 제도 단, 주소지 관할 자치단체에는 기부할 수 없고, 기부 상향 500만 원까지만 가능

세액공제

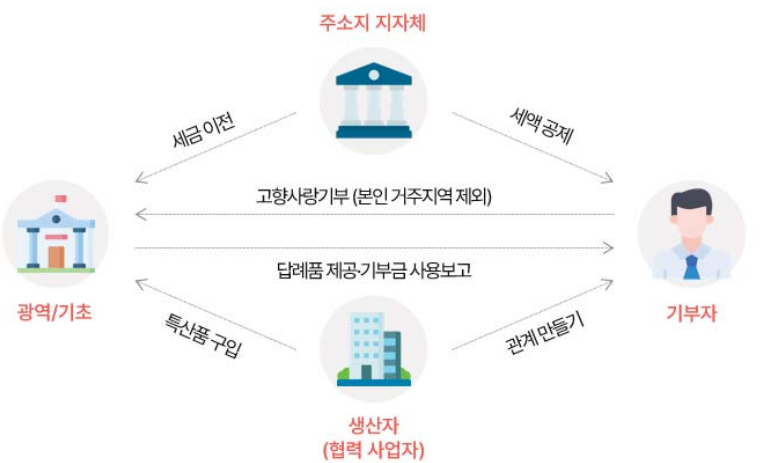
10만원까지는 전액(100%), 10만원 초과분은 16.5%의 혜택이 제공
예) 100만원 기부 시에는 10만원 전액과 초과분 14만 8000원을 합해 24만 8000원이 세액공제



한국 | 고향사랑 기부금

- 답례품** : 기부액의 30% 이내, 최대 100만원 이내에서 지역특산물, 지역사랑상품권 등으로 제공
현금이나 귀금속류, 일반적 유가증권, 지역경제 활성화에 기여하지 못하는 것은 제외
- 기부금 활용** : 지역공동체 활성화와 주민 복리 증진에만 사용 가능
(취약계층 지원 및 청소년 육성보호, 지역주민들의 문화예술, 보건증진, 시민참여, 자원봉사 등)
- 홍보 제한** : 기부의 강요는 금지. 업무, 고용 등의 관계에 있는 자는 기부 또는 모금 불가
모금방법은 광고매체를 통해 정해진 범위에서만 가능
호별방문, 향우회, 동창회 등 사적 방법을 동원한 모금은 안 된다
기업에 대한 강제 모집 등을 방지하기 위해 법인(기업)은 기부가 불가하다
- 운영제도** : 법령에 근거한 시행령 제정(2022년 상반기) 후, 각 지자체가 조례지정 및 관련 기금설치,
기금심의위원회 등 구성하여 운영

한국 | 고향사랑 기부금



기대효과
국가 균형발전

- 지역경제 활성화
주민복리 증진
- 지방 재정 보완
- 기부 문화 확대

DONATE

기부금액	연간 500만원 한도
답례품	기부금액의 30%
세액 공제	~10만원(100%), 10만원 초과 ~ 500만원(16.5%)

한국 | 일본 비교

한국 고향사랑 기부금		일본 고향세	
10만원 이내 기부 : 전액 세액공제 10만원 초과분 : 16.5% 세액공제	공제범위	자기부담금 2,000엔을 초과하는 금액에 대해 일정 상한까지 전액 공제 공제상한선은 세대 연간수입 및 가족 구성에 따라 다름	
기부액의 30% 이내 , 100만 원 한도	답례품	기부액의 30% 이내 , 한도 없음	
불가능	현 거주지 기부 가능여부	가능, 단 현 거주지 기부 시 답례품 제외인 경우 존재	
연간 500만 원	연간기부상한	제한 없음	
현금 / 고가의 귀금속 및 보석류 제2항 제2호에 해당하지 않는 상품권 등 유가증권 기타 대통령령으로 정하는 것	답례금지품목	상품권, 가전제품 등 환금성 높거나 고가인 답례품 불가 *권고사항 이므로 안 지키는 지자체 다수	

일본 고향세 플랫폼 및 납세 트렌드

고향세 플랫폼 | 공공(지자체 직영)

장점 : 수수료 없이 운영 가능, 지자체 특성에 맞게 운영 가능
 단점 : 관리, 홍보 등 업무 부담 증가 → 모금 능력이 있는 지자체만 운영

기부 특성 상, 모객이 가장 중요한 숙제. 기존 이용자가 있는 민간플랫폼에 입점하는 형태로 발전



시즈오카현 아이즈시
(2016 고향세수입총액 3위)



오사카부 이즈미사노시
(2017~2019 3년 연속 고향세수입총액 1위)

사진 출처: 각 사이트 공식 홈페이지

고향세 플랫폼 | 공공(지자체 직영)

라쿠텐 후루사토납세 (고향세)

- 총 매출 순위 1위
- 쇼핑몰 특성을 살려 답례품 홍보 (라쿠텐 회원 혜택, 포인트 환원 등)

후루사토 초이스

- 현재 등록된 지자체 수 최다, 이용자수 최다
- 답례품, 클라우드펀딩형 둘 다 가장 잘 운영
- 지자체 홍보지원, 성공사례 발굴에 적극적

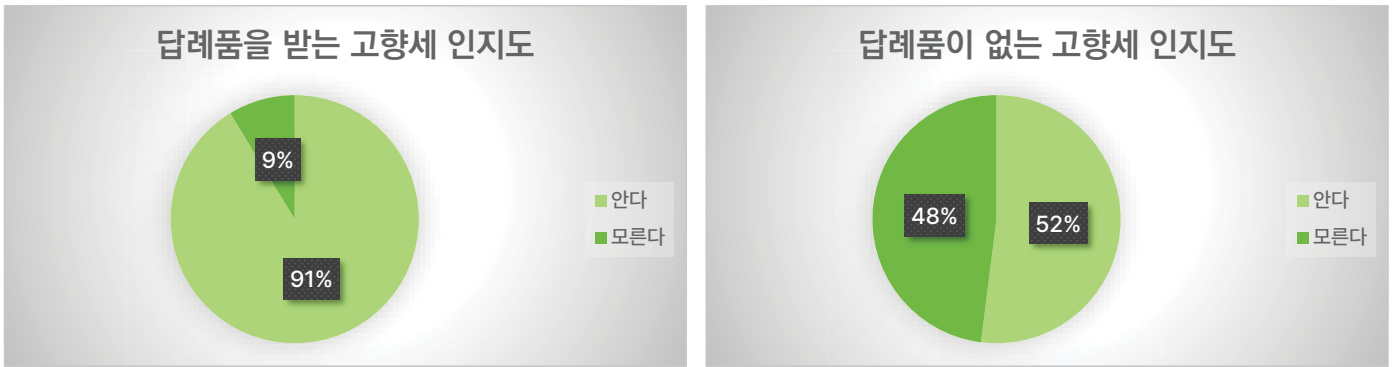


사진 출처: 각 사이트 공식 홈페이지

고향세 이용자의 경향

라쿠텐 인사이트 설문조사(2021.10.28) 1,000명 대상

- ▶ 답례품을 받을 수 있는 고향세의 인지도 91.3%
(재해 부흥 지원 등 목적) 답례품이 없는 고향세 인지도 52.0%

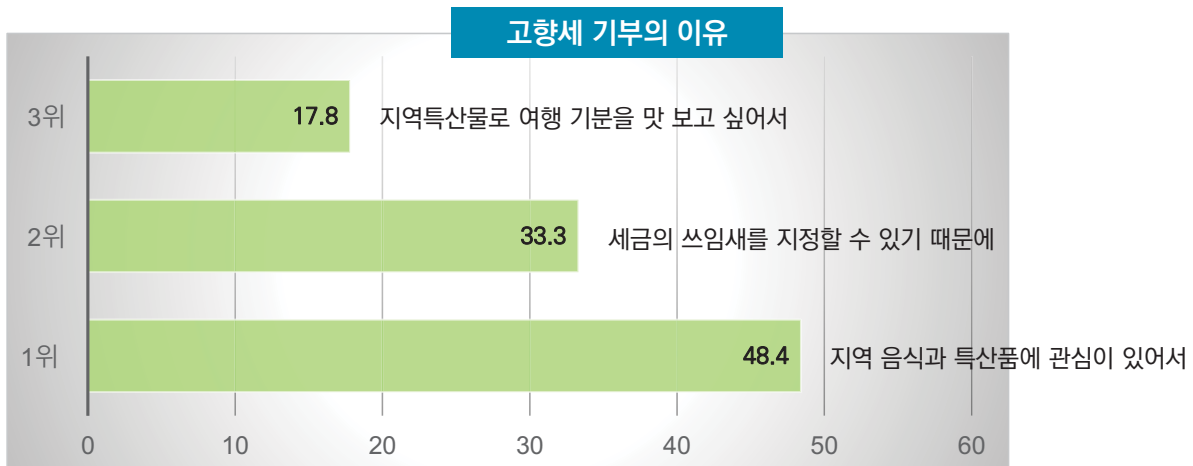


40%의 인식 차이: 일본인에게 고향세는 여전히 '세액공제+답례품'이 있는 기부로서 인식됨

고향세 이용자의 경향

라쿠텐 인사이트 설문조사(2021.10.28) 1,000명 대상

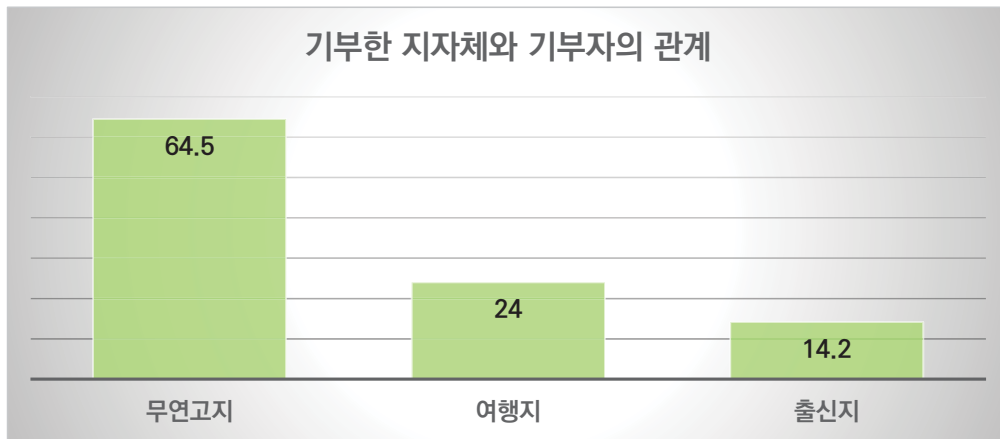
- ▶ 답례품을 받을 수 있는 고향세에 기부한(할 예정인) 응답자: 평균 40%



고향세 이용자의 경향

라쿠텐 인사이트 설문조사(2021.10.28) 1,000명 대상

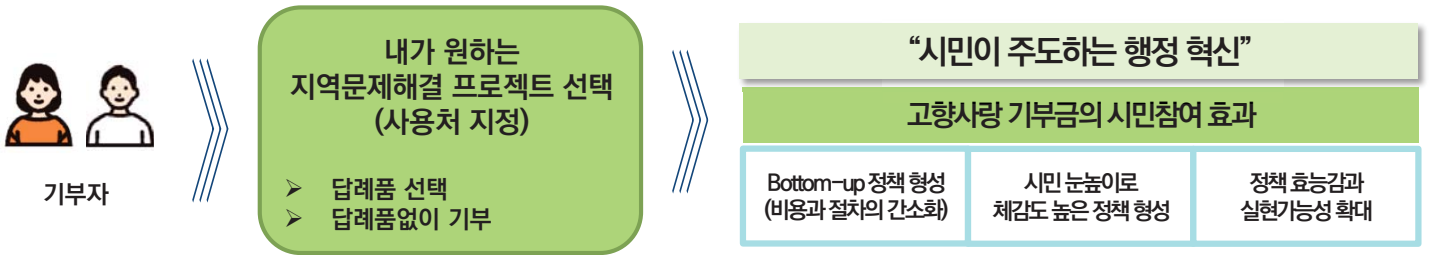
- 자신과 상관없는 지자체에 기부 64.5%
- 여행 경험이 있는 지자체에 기부 24%
- 고향(출신지)에 기부 14.2% (단, 50대의 경우, 25.5%로 더 높게 나타남)



사회적경제 영역에서의 활성화 방안 : 일본 GCF 활용 사례

거버먼트 크라우드펀딩(GCF: Government Crowd Funding)

거버먼트 크라우드펀딩은 고향세를 활용하여 실시하는 펀딩으로,
지자체가 안고 있는 문제 해결을 위해 **기부금의 「사용처」를 구체적으로 프로젝트로 기획**하여 기부를 모집하는 구조
 ex) 네이버 해피빈, 카카오 같이가치



사회적경제 영역에서
 지역문제해결 프로젝트 기획, 실행, 모금, 답례품 발굴 등 전 부문에 있어 적극적인 역할 수행 필요

사례 ① 인구 유입을 위한 육아, 이주 지원

홋카이도 가미시호로초 (北海道 上士幌町)

분류	세부내용
인구수/ 지역특징	약 5천명 / 산간지역 (76% 산림), 낙농업발달
지역과제	인구유출로 인한 고령화문제
고향세 활용성과	2016년 13년 만의 인구 증가 성과 2018년도까지 총 114명 인구 증가 (4년 만에 인구 5천 명대 회복)
주요정책	2016년 인정어린이원 보육료 10년 간 무상화 영어교육 위한 외국인 강사 배치, 소규모 학급 실현 정주지원 직업안내, 이주체험하우스 및 투어 제공
모금액	2015년 이후 매년 15억 엔 이상 모금 중 2017 21.2억엔, 2019 20.8억 엔 모금
홍보방법	TV방송(2014,2015), 홍보박람회개최(2016~)
답례품	지역특산물(유제품,와규), 박람회 참가권, 투어상품



사진 출처: 일본 총무성 고향세 우수사례 소개페이지

사례 ② 지역 관광 활성화

가나가와현 가마쿠라시 (神奈川県 鎌倉市)

분류	세부내용
인구수/지역특징	약 17만명/ 현내 인구수 3위 도시, 관광명소
지역과제	코로나19 팬데믹으로 인한 관광수입 감소
고향세 활용성과	관광업계(소상공인) 지원 답례품에 지역소상공인 상품을 연계하여 코로나 이후 방문객 증가 유도
모금액	2020년, 1.1천만 엔, 총 기부자 198명 (시내 11개 GCF 프로젝트 중 최다 기부자 최다) *가마쿠라시 2020년 전체모금액은 11억 엔
홍보방법	가마쿠라시의 공식 홈페이지 및 지역 주요시설의 홈페이지, SNS, 언론보도 등
답례품	지역특산물(치즈, 육류, 지역술, 수공예품) 지역식당 식사권, 공연 참가권, 수제화 재단권

達成! 11,449,000원 (114.4%)

목표 금액: 10,000,000 엔

성취율 114.4% | 지원 인원 198명 | 끝까지 접수 종료

가나가와현 가마쿠라시(가나가와현 가마쿠라시)

이 프로젝트가 종료되었습니다.

사진 출처: 후루사토초이스 GCF 페이지

사례 ② 지역 관광 활성화

나가노현 고마가네시 (長野県 駒ヶ根市), 치노시 (長野県 茅野市)

분류	세부내용	세부내용
인구/특징	약 3만명/ 중부지방 알프스 산 활용 관광지	약 5.5만명 / 중부지방 알프스 산 활용 관광지
지역과제	(관광객 유입을 위한) 지역 명산 시설 정비	
활용성과	지역 명산 산장 증축	재해로 부서진 교량 수리, 화장실 정비 등산로 안전장치, 안내표지판 추가 등
모금액	2021년 3개월 간 약 7.6백만 엔 모금	2019~2021년, 각 3개월, 약 8백만 엔 모금
홍보방법	등산객 정보제공APP 'YAMAP' 연계홍보	3차에 나누어 GCF 진행
답례품	산장숙박권(1박2일, 식사 포함, 2년간 유효)	

達成! 7,644,000원 (254.8%)

목표 금액: 3,000,000 엔

성취율 254.8% | 지원 인원 363명 | 끝까지 접수 종료

達成! 2,108,000원 (210.8%)

목표 금액: 1,000,000 엔

성취율 210.8% | 지원 인원 101명 | 끝까지 접수 종료

사례 ③ 지역 산업 연계형

야마가타현 덴도시 (山形県 天童市)

분류	세부내용
인구수/ 지역특징	약 6만명/ 일본 전국 점유율 90%의 장기말 생산지, 장기를 즐기는 인구 감소에 따라 산업 침체
지역과제	침체된 장기산업의 활성화 도모
고향세 활용성과	1980년 이후 1억 엔 이하로 침체된 매출이 2015년 고향세 활용 후 3억 엔 대로 회복됨 *본래 2014년에는 1만 엔 이상 기부자에게 무료 사은품으로 장기말 스트랩을 제공했으나, 인기에 힘입어 2015년 이후부터 '장기산업의 부흥'사업 본격적으로 진행함
모금액	2016년 페라리 등 유명상품 디자이너와 콜라보한 장기품의 GCF를 진행, 목표금액 1천만 엔 이상 달성
홍보방법	지자체 홍보와 더불어 2020년 전후로 장기를 소재로 한 인기만화 (3월의 사자), 기사 후지이 소타 7단의 활약 등으로 전국적인 장기 붐이 일어 남
답례품	지역특산물(쌀, 장기만화이벤트, 장기굿즈 등)

寄付金額 **10,195,000円**
101.9%

目標金額: 10,000,000円

達成率 **101.9%** | 支援人数 **550人** | 終了まで **受付終了**

山形県天童市 (やまがたけん てんどうし)

사진 출처: 후루사토초이스 GCF 페이지

사례 ④ 지역 NPO활동 결합

히로시마현 진세키고원초 (広島県 神石高原町) x NPO 피스윈즈재팬

분류	세부내용
인구수/ 지역특징	약 8천명/ 유명 관광지는 아니나, 현내 제2도시 후쿠야마 및 오카야마현 인접 등 높은 교통편의성
지역과제	일본 내 유기견 살처분률 전국 TOP 지역
고향세 활용성과	2017년 유기견 살처분률 제로(0) 달성. 현재까지 유지 중이며, 총 6300마리의 유기견 보호. 이 중 3000마리 이상이 새가족에게 입양됨 (현재 2600여 마리 보호 중) *단체 고용창출 효과로, 지역 내 청년인구 증가 *첫 구조된 유기견 '유메노스케'가 재해현장에서 사람을 살리는 '구호견'으로 활동 중
모금액	2014년부터 매년 평균 4~5억 엔 모금 중 (2019년까지는 지자체 전체 모금의 90% 차지)
홍보방법	NPO네트워크, 애견인, 단체 회원, 기존 기부자 등 대상으로 온-오프라인 홍보
답례품	지역특산물(육류, 쌀, 지역술, 과일, 완코굿즈 등)

寄付金額 **531,132,101円**
106.2%

目標金額: 500,000,000円

達成率 **106.2%** | 支援人数 **22,800人** | 終了まで **受付終了**

広島県神石高原町 (ひろしまけん じんせきこうげんちょう)

사진 출처: 후루사토초이스 GCF 페이지

사례 ④ 지역 NPO활동 결합

에히메현 가미지마초 (愛媛県 上島町) x NPO 피스원즈재팬

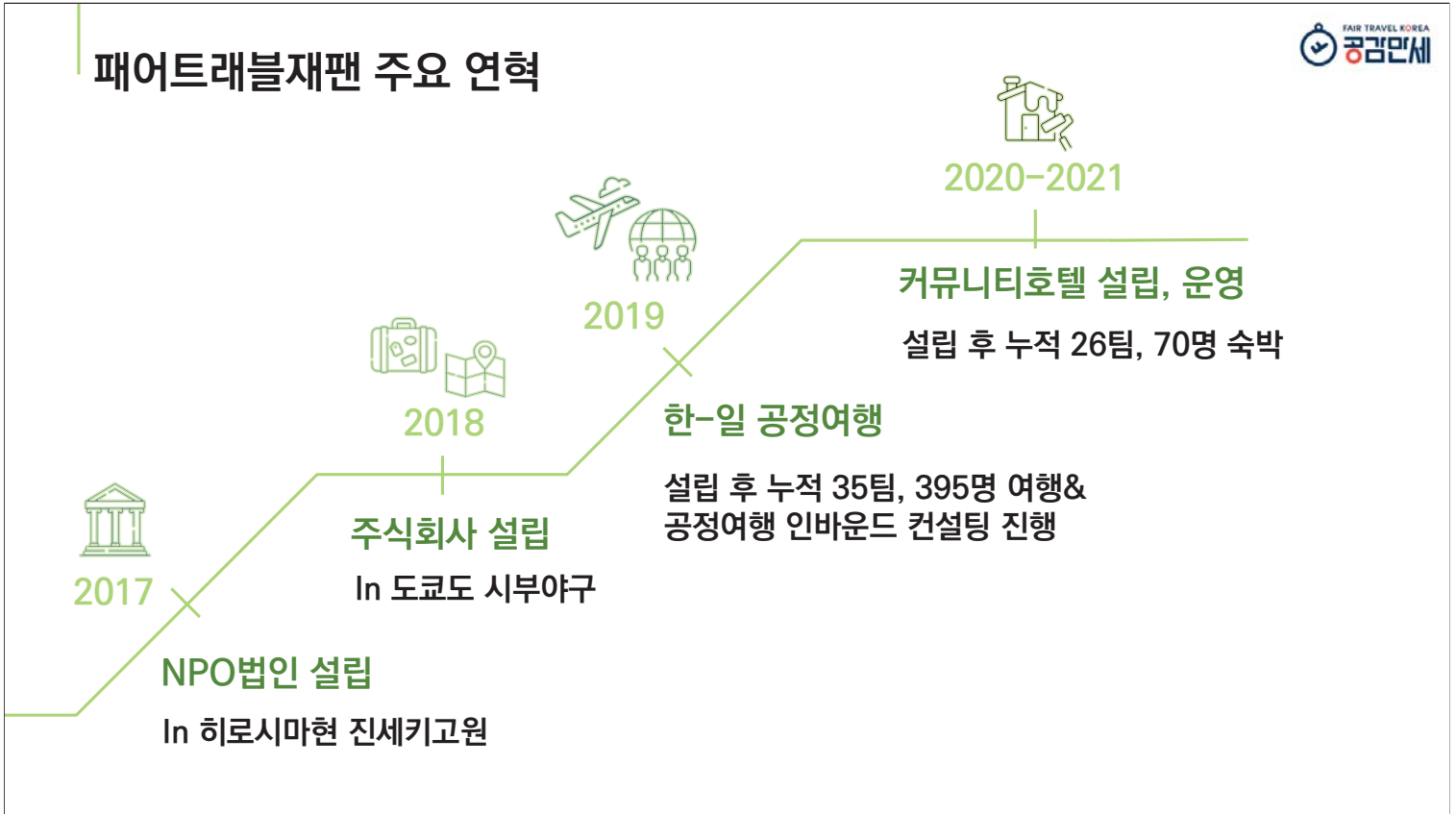
분류	세부내용
인구수/ 지역특징	1985년 1만 2천 명이었던 인구, 현재 절반인 약 6천 명/ 세토내해 300여개의 유인도 중, 작은 섬
지역과제	인구의 지속적인 감소세, 특별한 관광지 아님
고향세 활용성과	NPO피스원즈재팬과 연계 지역 내 무인도, 토요시마에 세계적 거장 '게르하르트 리히터'의 작품을 설치하고, 예술작품을 아카이빙하는 아트플랫폼 프로젝트를 진행
모금액	3년에 걸쳐 240만 엔 모금
홍보방법	지자체 공식 홈페이지, SNS 및 NPO네트워크, 단체회원 중심의 홍보
답례품	지역특산물(레몬), 섬 내 고급별장 숙박권 (50만 엔 1박2일, 100만 엔 3일 숙박 가능)



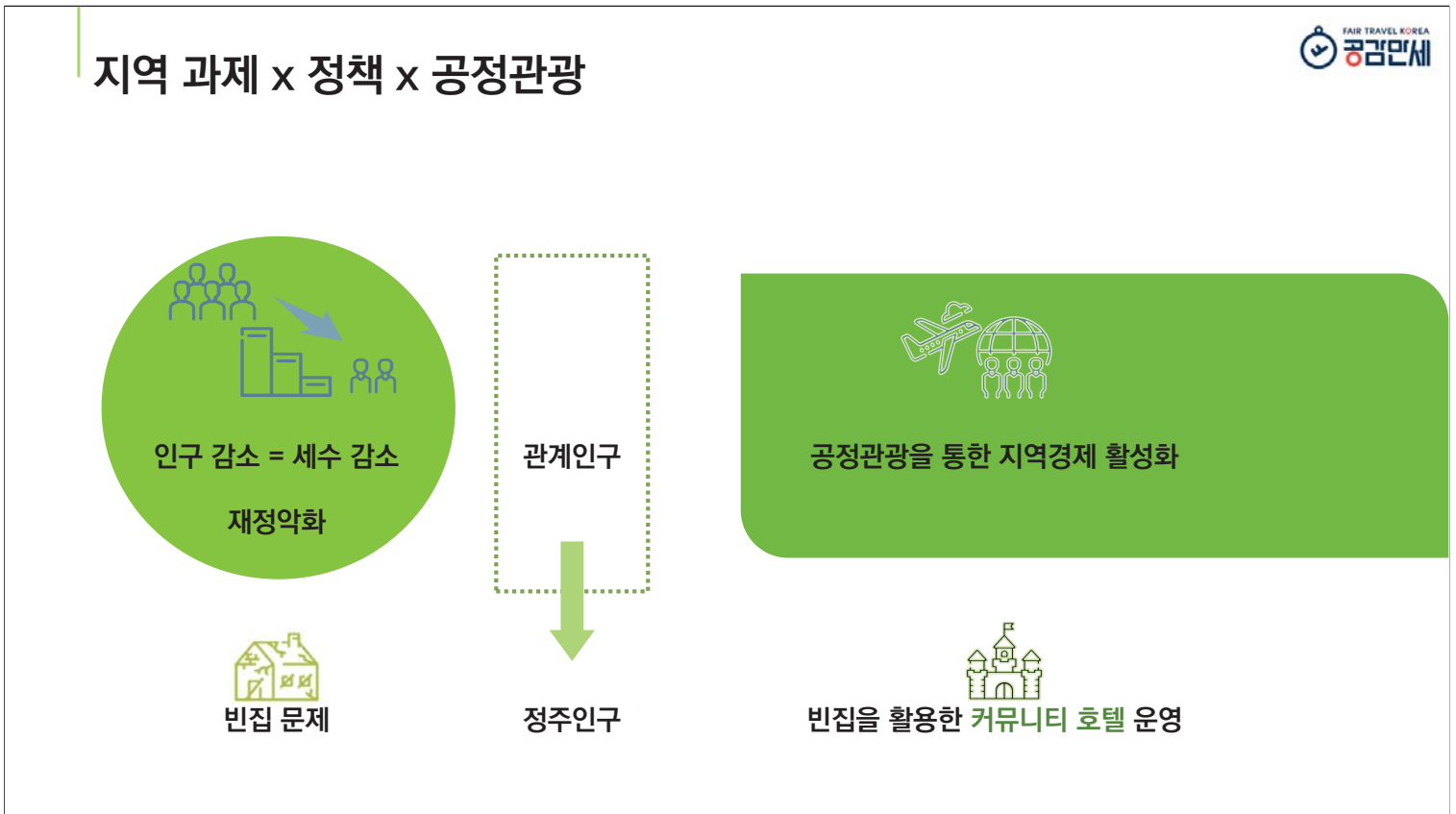
사진 출처: 후루사토초이스 GCF 페이지

페어트래블재팬 고향세 운영 경험

패어트래블재팬 주요 연혁



지역 과제 x 정책 x 공정관광



패어트래블재팬 정책 연수/컨설팅 사례



진세키고원 지자체장
진세키고원 정책 소개



양평군 마을만들기 연수팀
세라초 6차산업연수 내용
(일본 중국지방 신문기사)

패어트래블재팬 정책 연수/컨설팅 사례



관광을 통한 인구유입,
지역활성화로 이어지는
모객 관련 컨설팅
@시마네현 오난초

한-일 고향사랑 기부금 협력 간담회



공감만세, 日 최대 고향세 플랫폼 운영사
'트러스트뱅크' 초청(2022.8.11~13)

충청남도, 충남 부여군, 강원 양구군,
국회 노웅래 의원실(한일의원연맹 부회장)
방문 및 한-일 고향사랑 기부금 협력 모색

페어트래블재팬의 고향세 운영경험 (진세키고원정 x 후루사토초이스)



NPO
비영리법인
나눔여행

災害でここに傷を負った子ども
たちに「シェアたび」の体験を贈
ろう

📍 広島県神石高原町
1,200,000円



田舎の暖かさがある神石高原町
に、空き家を活用したあなたのセ
カンドハウスを立ち上げます!

📍 広島県神石高原町
310,000円



주식회사
커뮤니티호텔
시이노모리
(思惟の森)

지역의 인구감소, 빈집문제를 해결하는 커뮤니티호텔 시이노모리(思惟の森)



108년된 일본 고민가의 전통과,
쾌적함이 공존하는 문화공간
CULTURE

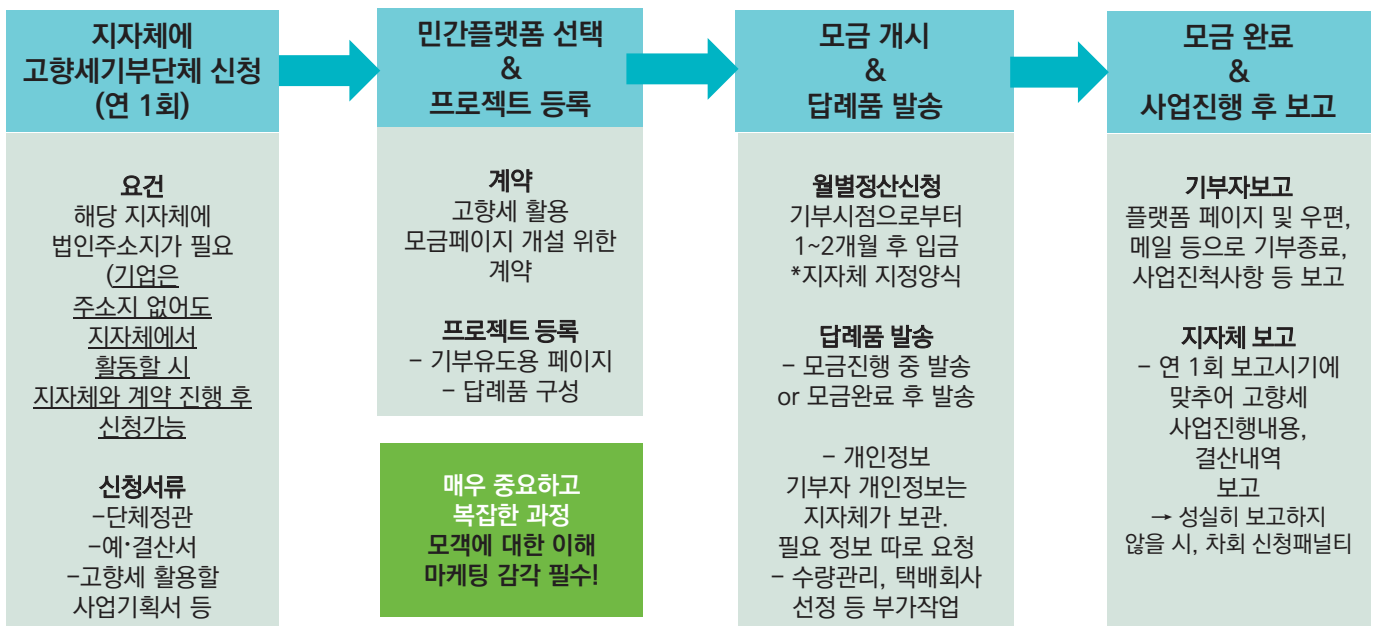


인터넷 & 캠핑 등 워케이션에 필요한
업무 및 휴식 설비 완비
WORKATION

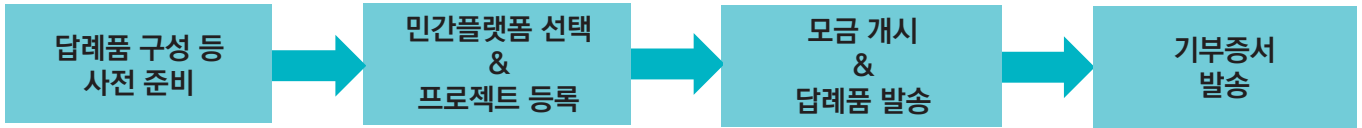


지역의 자원을 적극 활용하여
특색을 살린 체험 제공
LOCAL

진행과정 (목적 지정 크라우드펀딩형)



고향세 업무 프로세스



단계별 필요 업무

- 모금콘텐츠 구성 (지역문제정의 등)
- 기부트랜드 분석
- 답례품 관리 (식품 유통기한, 신선도 관리)
- 지속적 기부자 관리
세제 관련 행정업무 처리
- 답례품 납품업체 선정
- 모객 홍보, 마케팅전략 수립
- 발송관리(택배사, 송장 관리 등)
발송민원 처리

플랫폼에 위탁을 하지 않을 경우,
공무원이 해야 할 업무가 다방면으로 증가
또한, 전문성 면에서 모객, 마케팅 효과가 크지 않을 가능성이 다수 존재

전문 민간플랫폼 위탁 시



전문 민간플랫폼 위탁 시,
1) 전문성을 바탕으로 지자체의 업무 부담을 덜어주며
2) 보다 편리하고 효율적인 관리 가능

- 1** 지자체 맞춤형 최적의 답례품 구성 컨설팅
 지역경제활성화 및 매력 증대를 위한 상품발굴, 관리
- 2** 최신 기부트랜드 분석, 마케팅전략 수립 컨설팅
 기부트랜드에 맞춤형 콘텐츠 가공 마케팅 진행
 플랫폼과 연계한 기부자 모객 대행
- 3** 답례품 발송 관련 기부자 안내 업무 전문 대행
 기부자 안내, 답례품 발송 알람 등 지자체 업무 분담
- 4** 고정기부금 확보를 위한 섬세한 기부자 관리 업무 대행
 지속적 기부자 관리로 지자체에 고정적 기부 수입 창출

고향사랑 기부금이 나아갈 길



선결 과제 및 제언



1. 익숙하지 않은 시스템에 대한 학습 필요

- 2023년 본격적인 고향사랑기부제 시행 전, 일본 사례를 통해 전반적인 행정처리 절차(조례 제정 등) 구축

2. 지자체의 사무 부담 최소화

- 전문성이 있는 민간플랫폼에게 기획, 모객 업무를 위탁하는 방향의 효율적인 시스템을 구축

3. 지역활성화 효과 극대화

- 실익 없는 답례품 경쟁을 하기 보다, 지역문제를 해결할 수 있는 답례품을 기획 및 제공
→ 실질적인 지역경제 활성화 효과를 누릴 수 있도록 사전 준비가 반드시 필요

활용하고자 하는 지역의 소재, 가치 (지역문제정의) 설정 &
그 문제를 해결할 수 있는, 지역이 원하는 타겟을 설정하여 홍보 (전략적 사고)

감사합니다

사회적경제 현장의 고민

조대성 대표

<홍성유기농영농조합>

고향세가 사회적경제를 구원할 수 있을까?

홍성유기농영농조합 조대성

최근 고향사랑기부제도에 대한 논의가 활발하다. 사회적경제 영역에서 일을 하고 있고 또한 농촌 지역에서 일을 하고 있기에 이에 대한 기대감이 적지 않다. 고향사랑기부제는 개인의 자발적 기부를 통하여 부족한 지방재정을 확충하는 것이 목적이며 기부자에게 두 가지 혜택이 주어지는데 중앙정부에서는 세금공제혜택을, 지방정부는 답례품을 준다.

아마도 기부자의 가장 큰 동기가 되는 것은 답례품의 종류일 가능성이 높다. 10만원을 기부하였을 때, 연말정산시 전액 세금 공제가 되고 3만원의 답례품을 공짜로 받는 셈이 된다. 일반적으로 소비의 선호도가 높은 한우나 샤인머스캣같은 과일이 매출의 상위를 차지할 것이다. 그러나 답례품보다 중요한 것은 지자체의 기부금 사용 계획서이다. 내가 기부한 돈으로 이 지자체는 어떤 사업을 할 것인지, 그 사업으로 이 지역은 어떻게 변화될 것인지를 먼저 판단하여 기부처를 결정하고 이후에 답례품을 선택하는 것이 바람직한 순서다. 이보다 더 먼저 생각해야 하는 것은, 도시에서 자라서 고향이 없는 기부자들에게 기부받은 지자체가 새로운 고향이 되어 주는 것이다. 고향이 된다는 것은 언젠가 돌아갈 곳이 있다는 것, 휴가때 쉴 곳이 생기는 것, 농사일이 바쁠 때 일손을 도와줄 수 있는 것 등을 의미한다. 이러한 관계가 형성이 되어 '고향'이 된다면 '사랑'과 '기부'는 자연스럽게 이어지게 된다.

사회적경제는 일반경제의 방식으로는 해결하기 어려운 삶의 문제를 호혜와 연대의 정신을 바탕으로 해결하는 것이다. 사회적경제의 가장 중요한 요소는 '기획'이다. 어떠한 환경인지, 어떠한 필요가 있는지, 가용한 자원들은 어떤 것들이 있는지를 분석하고 가장 매력적인 방법을 찾아야 한다. 고향사랑기부제도 이와 비슷하다. 각 지자체는 기부금을 어떻게, 어디에, 어떠한 목적으로 사용할 것이며, 그 결과 어떠한 변화가 예상되는지를 '기획'하여야 한다. 가장 본질적인 문제에서 시작하고 가장 참신한 기획이 기부자들에게 선택을 받을 것이기에 각 지자체는 '기획'에 많은 에너지를 쏟게 될 것이다. 사회적경제 영역에서의 경험과 고민들이 중요한 도움이 될 가능성이 높다.

그러나 가진것도 없고 '기획'도 약한 지자체는 어찌 할 것인가. 또한 기부자들의 선택을 받기 위해 지자체끼리 경쟁을 해야하는 서글픈 현실은 어떻게 할 것인가. 고향사랑기부제가 지역의 문제를 해결하는 결정타가 되지는 못한다. 다만 유튜브가 생기고 자신만의 색깔을 가진 유튜버들이 많이 나타나듯이 고향사랑기부제에서도 실력있고 자신만의 독특함을 가진 지자체가 나타날 것이고 스타 기획자들이 멋진 프로젝트를 만들어 선택을 받을 것이다. 고향사랑기부제를 한국 사회의 문제를 해결할 새로운 모델을 찾는 장으로 이해하면 좋겠다. 이 제도를 통하여 실험과 검증이 된 아이디어들을 활용하여 중앙과 지방 정부는 제도를 만들어 시행을 하게 된다면 고향사랑기부제와 정부 정책의 선순환구조가 만들어질 것이다.

**고향사랑 기부금에 대한 정부 및
충남도 정책 동향**

유호열 과장

<충남도청 공동체정책과>

고향사랑기부제 정부 및 충청남도 정책 동향



충청남도
(공동체정책과)

고향사랑기부제 정부 및 충청남도 정책 동향

◆ 23년 첫 시행되는 고향사랑기부제에 대한 정부 및 충청남도의 준비 현황 및 추진계획에 관한 설명 자료임

I. 제도 개요

- (추진배경) 출산·고령화 및 인구유출 등으로 지역 소멸 위기 심화, 복지비 지출 급증과 세수 감소에 따른 지방 재정 어려움 가중
- (주요내용) 개인이 지자체*에 일정액(개인 500만원 이내)을 기부하면 세액공제(10만원 이하 전액, 10만원 이상 16.5%) 및 특산물 등 답례품을 제공
* 기부시점 기준 주민등록상 주소지인 지자체에는 기부 불가 (법4조)
- (기대효과) ①기금사업 추진을 통한 주민복지 증진, ②답례품 제공을 통한 지역경제 선순환 정책 ③낙후 지역 활력 증진과 지역공동체 회복

II. 법·제도 동향

- (법령 제정) 고향사랑기부금법 제정('21.10 및 시행령 제정 예정('22.9)
 - 기부금 모금 방법 및 절차, 고향사랑 기금 설치, 답례품 선정 및 제공, 위반행위 처벌 등에 관한 사항 규정
- (종합정보시스템) 기부·세액공제·답례품 배송 관리 등의 원-스톱 처리를 위한 전국 지자체 통합 종합정보시스템 구축(~'22.12 행안부)
 - ※ 기부 절차: ①(기부자) 종합 정보시스템에 기부처 및 기부금액 등록 → ②(시스템) 기부자에게 포인트 (기부금 30%) 제공 → ③(기부자) 포인트 활용, 시스템에서 기부처의 답례품 선택 → ④(시스템) 답례품 공급업체에 알림 문자 발송 → ⑤(공급업체) 기부자에게 물건 배송

- (지자체 교육) 지자체 의견수렴 및 제도 추진 내용 교육을 위한 행안부 주최 권역별 설명회 개최('22.5(1차), '22.7(2차))
 - 제도 추진 일정 안내 및 우수 준비 지자체 제도 준비 상황 발표
- (정책연구회) 법령제정 자문, 제도의 홍보 및 정책 연구 확대를 위한 고향사랑연구회 운영(행안부, 지자체, 한국지방행정연구원 등)
 - 답례품 발굴 및 제도 홍보 전략, 정보종합시스템 고도화 방안, 법령 개선방안 등 제도의 향후 발전 방향 종합적 논의

Ⅲ. 충청남도 추진 현황 및 향후 계획

□ 추진 현황

- (활성화 전략) 고향사랑기부TF('22.1) 및 충남 고향사랑 준비단('22.3) 구성
 - (고향사랑기부TF) 조례 제정, 답례품 개발·홍보 시행 등 제도 추진 전담
 - (고향사랑 준비단) 제도의 전략적 추진을 위한 道 19개 관련부서 및 자문위원으로 구성(단장: 행정부지사), 답례품 추천 및 제도 홍보 방안 제안, 출향인사 방문 협조 등
- (답례품 개발) 충남의 우수 농수 특산물·공예품 중심 道 답례품 선정
 - (선정 계획) ①충남 지역자원 조사(농사랑, 도내 사군 / 4~8월) ②답례품 개발 및 마케팅 전략 연구용역 (6~11월), ③주요 기부 타깃별(출향인·관계인구·직장인) 답례품 선호도 설문조사(~'22.9) ④도 답례품 선정(~'22.10)
- (제도 홍보) 주요 기부 타깃별 맞춤형 홍보 전략 수립 및 실행
 - 출향인·관계인구별 홍보물 제작·활용(전단지·리플릿 각 8000부 제작, 홍보영상 유튜브 게시), 도 13개 우수조직 향우회 방문('22.4~6)
 - 제도의 낮은 인지도 고려, 제도의 주요 내용과 충남에의 기부 필요성 홍보

- (제도 준비) 조례·기금 설치계획 등 제도 시행을 위한 제반절차 준비
 - 법 시행령 제정에 따른 도 조례설치계획(안), 기금설치계획(안) 작성
 - 답례품목 조사(~22.7), 답례품 선정기준* 및 공급업체 선정기준(안) 마련
 - * 가격, 생산·유통 안정성, 충남 상징성, 지역경제 기여도 등 종합적 고려
- (협력체계 구축) 도·시군 간 상생협력 방안 모색(워크숍 등 3회), 일본 고향세 운영 기관 초청 간담회* 개최(228), 고향사랑연구회(지방행정연구원 주관 3회) 등 참여

[참고] 일본 고향세 운영 기관 초청 간담회 내용

제도발전: 답례품 비교를 위한 민간사이트들이 기부플랫폼으로 자연스럽게 발전하였고 이를 기점으로 기부자와 기부 조성 금액도 폭발적으로 증가. 30~40개 민간 플랫폼이 운영 중이며 현재 8조원 정도의 시장이 형성되어 있음.

답례품: 일본의 지자체별 답례품 개수는 평균 400~500개, 제품 홍보 및 판매증대를 위해 민간 생산업체에서 자발적으로 참여함. 인기 답례품으로는 농산물과 축산물.

광역지자체 역할: 기초 지자체 중심 제도가 활성화되고 있으며, 광역 지자체는 기초 지자체를 지원하는 역할을 주로 함. 기초 지자체 답례품을 묶어서 제공하거나 재난재해 발생시 광역 지자체에서 기부금을 모아 기초 지자체에게 전달하는 역할 등 수행

▶ **시사점:** 지자체뿐 아니라 지역 민간 부문의 제도 참여 의지와 역량도 제도 성공의 핵심적 요소. 기초와 광역 지자체 간 역할 분담 및 상생 협력 방안 모색 필요

□ **향후 계획**

- (차별화된 답례품 개발) 답례품 개발 연구 용역, 道 관련부서 협조 등을 통한 道의 특색과 경쟁력을 살린 답례품 개발 추진
 - 광역지자체의 차별성과 강점을 살린 충남 특산품 꾸러미, 관광투어권, 이색체험권, 사회복지서비스 등 다양한 품목의 답례품 개발
 - 비슷한 품목의 답례품이 기부시스템 안에서 경쟁할 것으로 예상되므로 기부자의 관심을 이끌 수 있는 특별한 이야기*가 있는 답례품 필요
 - * 생산자나 생산과정에 대한 정보 제공, 답례품 수익 활용 방안 제시 등

- **(전략적 홍보 시행)** 향우회·행사 활용 및 관외 지역 홍보 시행
 - 3대 향우회 중앙회 및 지회 순회 방문하여 기부제도 안내, 道 주요 행사 (계룡군문화 엑스포 등)시 홍보부스 설치 및 홍보물 배포
 - 고향사랑 메시지 보내기 캠페인*, 온라인(SNS)·오프라인(지하철 옥외광고 등) 홍보, 시민사회 부문 제도 인지도 확산을 위한 「고향사랑추진단」** 운영
 - * 도민들이 도 밖에 거주하는 가족들에게 충남으로의 기부를 독려하는 캠페인
 - ** 사회단체, 농축수산물 단체, 문화예술 단체, 출향민 대표 등 30여명으로 구성 계획
- **(대외 협조 체계 구축)** 도와 시·군 및 민간 부문과의 협력 방안 모색
 - (시·군) 도-시군 연계 답례품 개발, 기금 활용 사업 지원, 시·군 답례품 종합적인 홍보 등 도-시·군 간 협력체계 마련
 - (민간) 사회적 기업, 농어민 단체 등 민간 부문과 충남(도·시군)으로의 기부 활성화를 위해 협력할 수 있는 방안 모색 필요
- **(기금활용 사업 발굴)** 기부자들의 관심과 호응을 이끌 수 있는 기금 활용 사업을 발굴하고 기부 유치 및 홍보 활동에 활용
 - 도 연구용역, 고향사랑준비단 회의, 아이디어 공모전 등을 통해 발굴
- **(조례·기금)** 고향사랑 기부금법 시행령 제정 후(행안부, 9월 예정) 우리 道 여건에 맞는 조례 제정 및 기금설치 준비(~22.12)
 - 답례품 선정위원회 및 기금운영회 운영에 관한 사항, 답례품 및 공급업체 선정 기준 및 선정 절차 등 규정
- **(위원회 운영)** 답례품 선정위원회(9명) 구성, 답례품 및 공급업체 선정 (~22.11), 기금운용계획 도의회 승인 및 기금위원회 구성(~23.3) 운영

**고향사랑 기부금 관련
사회적경제과 추진 현황 공유**

김용모 팀장
<충남도청 사회적경제과>

힘센충남
대한민국의 힘

2022. 9. 2.(금) 13:30
송악마을공간해유(아산시)

- 충남 사회적경제 5차 포럼 -

사회적경제의 고향사랑기부제 준비현황



충청남도
(사회적경제과)

사회적경제의 고향사랑기부제 준비현황

사회적경제기업의 답례품 개발을 통해 고향사랑기부제의 성공적인 출발과 사회적경제 활성화 및 판로지원 등 상승효과 도모

□ 배경 및 필요성

- (제도 시행) 「고향사랑 기부금에 관한 법률」 시행('23.1.1.)에 따른 기부자에게 제공할 답례품 개발 필요
- (사회적경제 활성화) 답례품 시장 형성에 따라 양질의 사회적경제 기업 제품 등재로 판로 확대 및 사회적가치 확산 기여

□ 추진방향

답례품 개발을 통한 사회적경제기업 판로지원 확대

시장경쟁력 강화

- 시장확대를 통한 전문성 강화 및 상품성 제고

사회적가치 실현

- 경제적으로 환산할 수 없는 공공의 이익 추구

지역경제 활성화

- 지역기반 기업 성장을 통한 위기상황 극복

□ 사회적경제기업 현황 (출처: 충남연구원, '21년 충남 사회적경제 실태조사)

- (서비스 제공기업 다수) '21년 기준 총 1,420개 사회적경제기업 중 서비스(68%) 비중이 제품(32%)에 비해 다수인 실정
 - 업종: 교육·보육(16.7%), 제조업(15.5%), 도소매(14.1%), 농축산업(13.8%), 그 외(39.9%) 순
- (판로구조 개혁 필요) 제품 및 서비스 판매는 오프라인 채널(60%)이 주를 이루고 있으며 온라인 채널(24%)은 부족한 상황
- (상품경쟁력 제고 노력) 다수기업들이 제품·서비스 개발과 개선 노력이 부족한 실정으로 다양한 판로지원으로 전문성 강화 기회 제공 필요

□ 추진현황

- (도·시군 연계체계 구축) 답례품 개발 방향 논의 및 전략적 추진을 위한 회의 및 간담회 추진(2회, 5~8월)
- (전문성 강화) 사회적경제 지역특화사업에 답례품 개발 관련 정책 사업을 제시하여 수행기관을 선정 및 착수(8월)하였고, 포장재 디자인과 상세페이지 제작을 위한 준비단계에 있음

□ 이후 세부일정

구분	충남도(사회적경제과)	15개 시·군
8월	① 시·군 담당자 간담회(8.18.) ② 후보군 취합 및 확정	① 답례품 조사 및 후보군 작성
9월	③ 후보군 상정(10개 제품) ④ 포장재 개발 방법 검토	② 시·군 자체 진행 상품 검토
10월	⑤ 답례품 확정(충남도+시·군) ⑥ 포장재 디자인 완료 ⑦ 상세페이지 제작 착수	③ 상세페이지 제작 상품 상정 ④ 답례품 납품업체 점검
11월	⑧ 유통구조 점검 ⑨ 상세페이지 제작 완료	⑤ 상세페이지 검수
12월	⑩ 종합점검	⑥ 종합점검

□ 향후계획

- (공정성 강화) 답례품 후보군 확보 이후 시스템에 등재하기 위한 상품 선정 시 전문가로 구성된 위원회를 활용하여 의사결정
- (성과물 활용) 포장재, 상세페이지 등 성과물을 답례품에 한정하여 활용하는 것이 아닌 다양한 판로 확보에 총력

청중 질의 응답

강윤정 센터장

<충남사회적경제지원센터>

< 메모 >