

제19회 사회적경제 정책포럼

순환·분산·자립형 지역발전을 돕는 사회적경제의 역할과 과제:

고향사랑기부제 등 제도·정책 점검을 중심으로

일시 2022.12.6.(화) 14:00~16:30

장소 한겨레신문사 3층 청암홀

공동주관 **KNSE** 사회적경제활성화전국네트워크 **한겨레** 경제사회연구원 **한국사회적경제연대회의**

 **사회
법인** 한국사회적기업중앙협의회
Korea Central Council of Social Enterprise

 한국사회적기업진흥원
Korea Social Enterprise Promotion Agency

후원  **행복나라**

제19회 사회적경제 정책포럼

순환·분산·자립형 지역발전을 돕는 사회적경제의 역할과 과제:

고향사랑기부제 등
제도·정책 점검을 중심으로

일시 2022.12.6.(화) 14:00~16:30

장소 한겨레신문사 3층 청암홀

공동주관 **KNSE** 사회적경제활성화전국네트워크 **한겨레경제사회연구원** **한국사회적경제연대회의**

 **한국사회적기업중앙협의회**
Korea Central Council of Social Enterprise

 **한국사회적기업진흥원**
Korea Social Enterprise Promotion Agency

후원  **행복나래**

2022

제19회 사회적경제 정책포럼 프로그램

시간	구분	내용
14:00~14:10	축사	유의동 국민의힘 국회의원 김영배·김태년·이수진(비례)·진선미 더불어민주당 국회의원(가나다 순) 장혜영 정의당 국회의원 / 용혜인 기본소득당 국회의원
	사회	하재찬 한국사회적경제연대회의 상임이사
14:10~14:30	발제	발제1. 고향사랑기부제와 사회적 경제 : 분산·자립형 지역발전 염명배 충남대학교 명예교수
14:30~14:50		발제2. 고향사랑기부제의 쟁점 및 사회적경제의 역할과 과제 탐색 고두환 (주)공감만세 대표
14:50~15:00	사례 발표	사례발표1. 고향사랑기부제 대응 사례: 완주 사례를 중심으로 임경수 협동조합 이장 대표
15:00~15:10		사례발표2. 고향사랑기부제 대응 사례: 농협 사례를 중심으로 송경규 순창농협군지부 농정지원단장
15:10~15:20		휴식
		좌장 임주환 희망제작소 소장
15:20~16:30	토론	토론 임영락 대구 사회적경제기업 종합유통채널 무한상사 사회적협동조합 이사장 송직근 대덕구공동체지원센터 사무국장/민들레의료복지사회적협동조합 이사 정순영 (사)옥천순환경제공동체 이사 문보경 사회투자지원재단 사회적경제연구센터 부소장 이형석 행정안전부 지역균형발전과 과장 전체토론 발제자, 토론자, 청중

축사



유의동 국민의힘 국회의원

안녕하십니까. 국민의힘 평택시를 국회의원 유의동입니다.

제19회 사회적경제 정책포럼 개최를 진심으로 축하드립니다.

먼저 오늘 포럼을 주관하신 사회적경제활성화전국네트워크, 한겨레경제사회연구원, 한국사회적경제연대회의, 한국사회적기업중앙협의회, 한국사회적기업진흥원에 감사의 인사를 드립니다.

지역과 사회적경제의 지속가능성을 위해 함께 마음을 모아 주고 계신 동료 국회의원님들과 오늘 발제 및 사례발표를 맡은 염영배 충남대학교 명예교수님, 고두환 (주)공감만세 대표님, 임경수 협동조합이장 대표님, 송경규 순창농협군지부 농정지원단장님께도 감사의 마음을 전합니다.

최근 기후위기 극복, 지나친 격차 문제 해소 등 성장과 복지의 선순환이 필요한 시대입니다.

경제적 측면에서 진보와 보수 그 중간 지점에 있는 사회적경제는 생산과 소비, 유통 등 전 과정에서 사회적 가치 실현과 공동체 이익을 고려하는 경제방식으로 협동과 협력 등을 중요한 경영원칙으로 삼고 있습니다.

이런 가운데 국제연합(UN)을 비롯한 경제협력개발기구(OECD)와 유럽연합(EU)은 이미 사회적경제를 통한 기후위기 극복과 사회안전망 구축을 위해 사회적경제를 활성화하고 있습니다.

오늘 포럼은 순환·분산·자립형 지역발전을 돕는 사회적경제의 역할과 과제를 고향사랑 기부제를 중심으로 하는 제도·정책 점검을 중심으로 다루고 있습니다.

과소화와 고령화 등으로 소멸 위기에 있는 지역에 대한 활성화 방안이 필요합니다. 이를 위해 공공과 민간이 여러 방안을 마련하고 있고, 그러한 노력 중 하나인 '고향사랑 기부제'가 내년 1월부터 시행됩니다.

이제는 자율경쟁시장과 함께 격차해소 및 성장과 복지 선순환이 가능한 시장이 동반성장해야 합니다.

고향사랑기부제가 이러한 변화를 가져올 것인지 잘 짚어보고 통합돌봄, 공정관광, 로컬푸드, 일자리창출 등 지역사회 지속가능성을 높이기 위한 변화에 사회적경제와 어떻게 연결할 수 있을지 등을 고민해야 합니다.

저 역시 오늘 포럼의 결과를 바탕으로 지역과 지속가능한 사회적경제를 위해 제도적 뒷받침이 될 수 있도록 노력하겠습니다.

윤석열 정부의 핵심은 글로벌 중추 국가로서의 정체성과 격차 해소입니다. 시장경제와 자유민주주의의 틀이 잘 마련되어 승리하는 사람만 살아남는 사회가 아닌 다수의 국민이 함께 잘 사는 사회를 만들고자 모두가 지혜를 모아야 할 때입니다.

다시 한번 사회적경제 정책포럼 개최를 축하드리며 여기 계신 모든 분의 건강과 행운을 기원합니다. 고맙습니다.

2022년 12월 6일
국회의원 유의동

축사



김영배 더불어민주당 국회의원
서울 성북갑 · 더불어민주당 전국사회적경제위원회 입법추진단장

안녕하십니까. 더불어민주당 국회의원 김영배입니다.

호혜와 소통, 같이의 가치를 추구하는 사회적경제정책포럼이 어느덧 19회를 맞이하게 되었습니다. 오늘 포럼을 준비해 주신 사회적경제활성화전국네트워크, 한겨레경제사회연구원, 한국사회적경제연대회의, 한국사회적기업중앙협의회, 한국사회적기업진흥원에 고마움을 전하며, 진심으로 축하의 말씀을 전합니다.

최근 기후위기, 고물가와 고금리 등 서민의 삶을 비롯한 위기관리 상황이 높아지고 있습니다. 이런 때일수록 기후위기 극복과 사회안전망 구축을 위한 대안 모색에 더욱 머리를 맞대야 합니다. UN을 비롯한 OECD와 EU가 지속가능발전을 위한 핵심의제로 사회적경제를 채택하고 있는 것 역시 대안적 생태계 마련을 위한 고심의 결과일 것입니다. 안타깝게도 현재 우리나라의 사회적경제 주무주처인 기재부는 협동조합과 사회적경제과를 통합·축소하고자 하는 움직임을 보이고 있어 우려하지 않을 수 없습니다.

경제적 측면에서 진보와 보수 그 중간 지점에 위치한 사회적경제는 생산과 소비, 유통 등 경제활동의 모든 과정에서 사회적 가치 실현과 공동체 구성원의 이익을 고려하는 관계를 중요시하는 경제방식입니다. 호혜와 협력, 연대를 실천함으로써 양극화 해소와 지역공동체 활성화는 물론이고 기후위

기 극복의 대안이 되는 경제로 주목받고 있습니다. 미국, 영국, 캐나다, 독일 등 주요 선진국과 스웨덴, 덴마크 등 대표적 복지국가에서 사회적 경제를 경제의 중요한 축으로 여기는 이유입니다.

오늘 포럼은 순환·분산·자립형 지역발전을 돕는 사회적경제의 역할과 과제를 고향사랑기부제를 중심으로 다루고 있습니다. 과소화와 고령화 등으로 소멸 위기에 있는 지방의 격차 해결, 지역사회 활력 강화 등이 필요합니다. 이것을 위해 공공과 민간이 여러 방안을 마련하고 있고, 그 중 하나가 내년 1월 시행을 앞둔 ‘고향사랑기부제’입니다.

답례품 시장이 어떤 공공성과 사회성 형성을 할 것인지 살펴보면, 이 사업이 지역에 어떤 변화를 가져오며, 통합돌봄, 공정관광, 로컬푸드, 일자리창출 등 지역사회 지속가능성을 높이기 위한 변화에 사회적경제와 어떻게 연결할 수 있을지 등을 살펴보는 자리일 것입니다. 이번 포럼이 고향사랑기부제 등과 같은 지역균형 발전과 지역경제 활성화를 위한 법과 제도 정비의 쟁점을 짚어보고, 사회적경제의 역할과 과제가 논의되는 뜻깊은 자리가 되기를 바랍니다.

지역과 사회적경제의 지속가능성에 함께 마음을 모아주시고 계신 동료 국회의원이신 국민의힘 유의동 의원, 장혜영 정의당 의원, 기본소득당 용혜인 의원, 우리 민주당 김태년 · 윤호중 · 김태년 · 이수진(비례) · 진선미 의원, 그리고 오늘 발제와 사례발표를 맡아 수고해 주신 염명배 충남대학교 명예교수님, 고두환 공감만세 대표님, 임경수 협동조합 이장 대표, 송경규 순창농협군지부 농정지원 단장께도 깊은 감사를 드립니다.

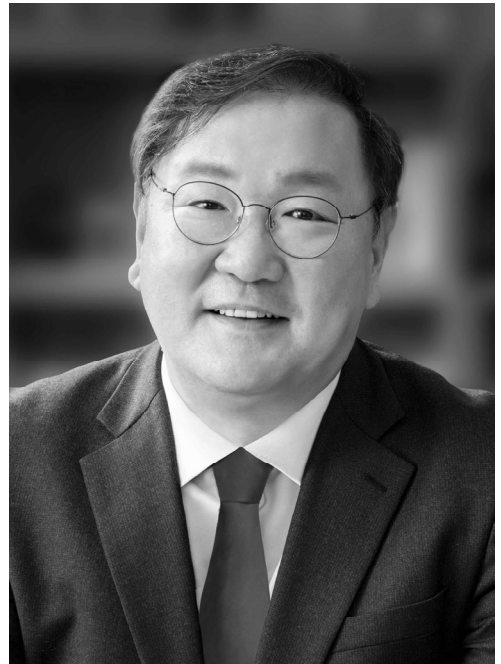
마지막으로 어려운 시장환경 속에서도 사회적 가치와 목적을 구현하기 위해 헌신하는 사회적경제 현장 주체 분들의 건강과 건승을 기원합니다.

고맙습니다.

2022년 12월 6일

국회의원 김영배

축사



김태년 더불어민주당 국회의원

반갑습니다. 국회의원 김태년입니다.

〈제19회 사회적경제 정책포럼〉 개최를 축하드립니다. 이번 포럼을 주관하신 사회적경제 활성화전국네트워크, 한겨레경제사회연구원, 한국사회적경제연대회의, 한국사회적기업중앙협의회, 한국사회적기업진흥원과 행사의 후원을 맡아주신 행복나래 여러분들께 감사의 말씀드립니다.

저출생·고령화와 수도권 쏠림 현상으로 인해 지방의 인구 감소가 빠르게 진행되고 있습니다. 지난달 산업연구원이 발간한 ‘K-지방소멸지수 개발과 정책보고서’에 따르면 전국 228개 시·군·구 중 59곳이 소멸위기에 처해있습니다. 지방 소멸은 당장의 실물경제를 침체시킬 뿐만 아니라 대한민국의 미래 성장 원동력을 잃는 것을 의미하기에 우려가 큼니다.

지방 소멸 방지는 지방정부의 자립을 전제로 합니다. 이를 위해서는 지역경제 활성화가 가장 중요합니다. 사회적경제는 그동안 상생의 가치 아래 지역 내에서 지속 가능한 사업으로 구현되어왔습니다. 로컬푸드, 공정관광, 지역사회 통합 돌봄 서비스 등 사회적경제 사업을 통해 지역경제가 선순환할 수 있는 바탕이 만들어졌습니다.

여기에 더해 지난 문재인정부의 국정과제였던 ‘고향사랑기부제’가 내년부터 시행됩니다. 고향을 떠난 국민이 자신의 고향에 기부금을 내면 세액공제와 해당 지자체에서 선정한 답례품을 받는 제도입니다. 이 제도를 통해 지방 재정 확보에 새로운 길이 열려 지역균형발전에 보탬이 되길 기대합니다.

새롭게 출범하는 제도인 만큼 고향사랑기부제가 성공적으로 안착하려면 많은 관심이 필요합니다. 그래서 이번 사회적 경제포럼의 주제가 시의적절하게 다가옵니다. 오늘 포럼의 사회를 맡아주신 하재찬 이사님, 토론의 좌장을 맡아주신 임주환 소장님을 비롯한 발제와 토론을 맡아주신 전문가분들께 거는 기대가 큼니다. 저 역시 지대한 관심을 가지고, 미진한 부분이 있다면 보완에 힘쓰겠다는 말씀을 드립니다.

다시 한 번 <제19회 사회적경제 정책포럼> 개최를 진심으로 축하드립니다. 포럼에 관심 가져주시고 함께해주신 여러분들, 정말 고맙습니다. 어느덧 한 해가 저물어가는데요. 올 한 해 사회적경제 활성화를 위해 애써주신 모든 분들이 내년에도 건강하시고, 행복한 일로 가득하시길 기원하겠습니다.

감사합니다.

2022년 12월 6일
국회의원 김태년

축사



이수진 더불어민주당 국회의원(비례대표)

안녕하십니까. 더불어민주당 비례대표 이수진 국회의원입니다.

제19회 사회적경제 정책포럼 개최를 축하드립니다. 포럼을 주관하신 한국사회적경제연대회의, 한국사회적기업중앙협의회, 사회적경제활성화전국네트워크, 한겨레경제사회연구원, 한국사회적기업진흥원과 사회적 가치 실현을 위해 활동에 하고 계신 사회적경제인 여러분께 감사의 인사를 드립니다.

저출생·고령화, 농어촌 과소화 등으로 지역 소멸의 위기가 커지고 있습니다. 우리 사회는 민주화 이후 대기업·대도시 중심, 중앙집권적 성장일변도 정책의 폐해를 극복하기 위해 사회통합, 지역균형발전을 위한 다양한 정책을 추진해 오고 있습니다. 김대중·노무현 정부는 지방자치와 지방분권을 국정의 기본으로 삼아 우리 사회가 나아갈 방향을 제시했고, 문재인 정부에서는 지역사회에 뿌리를 두고 있는 사회적경제 활성화를 위한 정책을 확대해 나갔습니다. 특히 문재인 정부는 지역 소멸 대응과 지역경제 활성화 방안으로 고향사랑기부제를 국정과제로 채택하였고, 이후 여야 모두 법률안을 발의하며 지난해 법률이 제정돼 내년 1월 본격적인 시행을 앞두고 있습니다.

하지만 지역 소멸의 위기를 극복하고 지역을 활성화하기 위해서는 갈 길이 멍니다. 고향사랑기부

제가 형식적으로 지방재정을 늘리는 수단에 머무르지 않고, 진정한 지역 활성화로 이어지도록 하기 위해서는 순환·분산·자립형 지역발전을 돕는 사회적경제와의 연계성을 높일 수 있도록 적극적인 방안을 모색할 필요가 있습니다.

오늘 포럼이 다양한 분야의 전문가와 활동가들이 함께하는 자리인 만큼 고향사랑기부제가 지역과 사회적경제 활성화로 연결되도록 하는 의미 있는 모델을 만들어 가는 계가 될 수 있길 바랍니다.

함께해주신 모든 분들의 건강과 건승을 기원드립니다.

감사합니다.

2022년 12월 6일

국회의원 이수진

축사



진선미 더불어민주당 국회의원
서울 강동구갑 · 전국 사회적경제위원장

안녕하십니까. 더불어민주당 국회의원 진선미입니다.

오늘 포럼을 주관하신 사회적경제활성화전국네트워크, 한겨레경제사회연구원, 한국사회적경제연대회의, 한국사회적기업중앙협의회, 한국사회적기업진흥원에 고마움을 먼저 전합니다.

최근 기후위기, 고물가와 고금리 등 서민의 삶을 비롯한 위기관리를 위한 역량을 집중해야 하는 상황입니다. 그런데 윤석열 정부는 언론장악, 부자감세와 재벌·대기업 이익 대변에 치중하고 있습니다. 우려하지 않을 수 없는 부분입니다. 또 UN을 비롯한 OECD와 EU는 사회적경제를 통한 기후위기 극복과 사회안전망 구축을 위해 사회적경제를 활성화하고 있는 반면, 이 정부의 사회적경제 주무 부처인 기재부는 협동조합과 사회적경제과를 통합·축소하고자 하는 모습을 보이고 있습니다. 그래도 최근 국민의힘 의원들이 사회적경제와 관련된 토론회를 개최하는 등 관심을 보이고 있는 점은 다행이라 생각합니다.

경제적 측면에서 진보와 보수 그 중간 지점에 위치한 사회적경제는 생산과 소비, 유통 등 경제활동 전반에서 사회적 가치 실현과 공동체 구성원의 이익 등 관계를 중요시하는 경영을 추구합니다. 그렇게 호혜와 협력, 연대와 협동을 실천함으로써 양극화 해소와 지역공동체 활성화, 더 나아가 기후위기 극복의 대안이 되고 있습니다. 그러기에 스웨덴, 덴마크 등 대표적 복지국가는 물론이고 OECD나 EU 국가에서 사회적경제를 국가 경제의 중요한 축으로 자리잡게 한 것이라 생각합니다.

오늘 포럼은 순환·분산·자립형 지역발전을 돕는 사회적경제의 역할과 과제를 고향사랑기부제를 중심으로 다루고 있습니다. 과소화와 고령화 등으로 소멸 위기에 있는 지방의 격차해결, 지역사회 활력강화 등이 필요한 상황에서 공공과 민간의 여러 방안을 마련하고 있습니다. 그 중 하나가 내년 1월 시행을 앞둔 ‘고향사랑기부제’입니다. 답례품 시장이 어떤 공공성과 사회성 형성을 할 것인지 살펴보고, 이 사업이 지역에 어떤 변화를 가져오며, 통합돌봄, 공정관광, 로컬푸드, 일자리창출 등 지역사회 지속가능성을 높이기 위한 변화에 사회적경제와 어떻게 연결할 수 있을지 등을 살펴보는 자리일 것입니다.

지역사회 활성화 정책의 의미와 쟁점이 잘 짚어지고, 사회적경제의 역할과 과제가 잘 탐색되는 소중한 자리가 되었으면 합니다. 지역과 사회적경제의 지속가능성에 관심을 갖고 이번 포럼에 함께 마음을 모아주시고 계신 동료 국회의원 분들에게 감사를 드리며, 동료 의원들과 함께 오늘의 결과를 바탕으로 지역과 사회적경제의 지속가능을 높이는 일에 본 의원도 함께 하겠습니다.

마지막으로 오늘 발제와 사례발표를 맡아 수고해 주신 염명배 충남대학교 명예교수님, 고두환 공감만세 대표님, 임경수 협동조합이장 대표, 송경규 순창농협군지부 농정지원단장께 감사를 드리며, 어려운 시장환경 속에서도 사회적 가치와 목적을 구현하기 위해 헌신하는 사회적경제 현장 주체 분들의 건강과 건승을 기원합니다.

고맙습니다.

2022년 12월 6일
국회의원 진선미

축사



장혜영 정의당 국회의원

안녕하십니까. 정의당 국회의원 장혜영입니다.

오늘 제19회 사회적경제 정책포럼에 참석해주신 모든 분께 진심으로 감사의 말씀을 올립니다.

고금리·고물가·고환율로 대표되는 경제위기와 날이 갈수록 심해지는 기후위기는 현재 우리 사회에 드리운 그림자입니다. 이들과 같은 위기는 시민 모두의 일상을 위협하고 있을 뿐만 아니라, 지금까지 지속되고 유지되어온 경제·사회 시스템에도 근본적인 질문을 던지고 있습니다. 더 이상 지속가능하지 않은 시스템에 근본적인 변화가 필요할 것이라는 사실에 많은 시민께서 공감하고 계십니다.

따라서 우리 사회는 앞으로 사회적 가치가 바로 세워진 지속가능한 사회로 나아가야 합니다. 그 미래상의 구체적인 실천 방향으로서 ‘사회적경제’가 각광받는 추세입니다. 사회적경제란 경제활동의 모든 과정에서 사회적 가치 실현과 공동체 구성원의 이익을 고려하는 관계를 중요시하는 경제방식입니다. 또한 호혜와 협력, 연대를 실천함으로써 양극화 해소와 지역공동체 활성화는 물론 기후위기 극복의 대안이 되는 경제입니다.

이미 UN, 유럽연합, OECD를 비롯한 국제사회에서는 전지구적 지속가능성을 실현하기 위해 ‘사회적경제’에 주목하고 있습니다. 반면 우리나라는 윤석열 정부 들어 복지·공공성 예산이 축소되고 사회적경제 관련 정부 부서가 축소되는 등 사회적경제를 국정으로부터 지우고자 하는 움직임이 계속되어 왔습니다. 쉽지 않은 상황 속에서도 사회적 가치와 목적을 구현하기 위해 헌신하는 사회적경제 현장 주체분들의 노고가 어느때보다도 중요한 이유입니다.

한편 시민 개개인이 지자체에 자발적으로 기부 시 지자체가 답례품을 제공하고, 기부금으로 마련한

재원을 지역경제·주민복리에 사용할 수 있게 하는 ‘고향사랑기부제’가 지난해 새해부터 실시될 예정입니다. 고향사랑기부제는 기부금 수령 지자체의 재정과 공공성을 개선시키는 동시에, 지역 특산품으로 꾸려진 답례품 제공을 통해 지역경제 활성화에 이바지할 것으로 기대를 모으고 있습니다.

과연 고향사랑기부제가 소멸 위기에 놓인 지역사회에 활력을 불어넣을 수 있을지 면밀한 검토가 필요한 시점입니다. 또한 본 제도가 지역사회의 공공성·사회성 형성에 어떻게 기여할 수 있을지 살펴보고, 더 나아가 사회적경제와 지역사회 지속가능성의 연결지점을 찾아내기 위한 현장 주체들의 꼼꼼한 논의가 필요한 때입니다.

오늘의 정책포럼은 고향사랑기부제를 중심으로 지역사회 활성화 정책의 의미와 쟁점을 짚어보고, 순환·분산·자립형 지역발전을 돕는 사회적경제의 역할과 과제를 탐색하는 자리입니다. 자리해주신 모든 분의 열띤 참여로 뜻깊은 결과를 얻을 수 있길 기대합니다. 저 역시 국회 기획재정위원회 소속 위원으로서 사회적 가치가 실현되는 국가경제·재정을 위해 주어진 역할을 다하겠습니다.

마지막으로 오늘 정책포럼 마련에 힘써주신 관계자 여러분께 감사드리며, 국회에서 사회적경제 실현을 위해 함께 마음 모아주신 유의동, 용혜인, 윤호중, 김태년, 진선미, 김영배 의원님께도 감사드립니다. 아울러 이번 포럼을 빛내주신 발제자, 사례발표자, 토론자, 그리고 청중 여러분께도 깊은 감사의 인사를 전합니다.

2022년 12월 6일

국회의원 장혜영

축사



용혜인 기본소득당 국회의원

안녕하세요. 국회의원 용혜인입니다.

사회적경제를 이야기하는 자리에서 만나 뵈 수 있어서 언제나 감사할 따름입니다. 사회적경제연대회의를 비롯한 사회적 경제의 활동가분들과 함께하는 자리는 언제나 뜻깊습니다. 기본소득당이 구현하고자 하는 기본소득의 경제와 사회적 경제가 다르지 않은 말이기 때문입니다. 윤석열 정부의 출현 이후, 공공서비스의 민간화는 빨라지고 시장경제의 불안은 점점 더 커지고 있습니다. 지금이야말로 사회적 경제와 보편적인 소득안전망 마련에 대해 더 많이 이야기해야 합니다.

이번 포럼에서 주되게 다루는 ‘고향사랑기부제’는 행정안전부에서 운영하는 제도라는 점에서 더욱 뜻깊습니다. 한 명의 행정안전위원으로서 이번 포럼을 계기로 고향사랑기부제의 취지와 의의, 쟁점과 추진 방향에 대해 심도 있게 고민하여 의정활동에 반영하도록 하겠습니다.

고향사랑기부제는 지역에 대한 자부심, 애정, 자발성에 뿌리를 둔 제도라는 점에서 차별점

이 있습니다. “지역소멸이 심각하다”는 말은 여기저기서 들려오지만, 지역이 가진 고유한 가치를 존중하고 확장시키는 지역균형발전정책은 찾아보기 드뭅니다. 지역소멸을 ‘인구의 위기’로 한정하며, 지역의 특색에 대한 고려 없이 출산장려정책만 남발해서는 안됩니다. 이제는 지역의 고유한 가치에 기반해, 시민들의 참여를 적극적으로 조직할 수 있는 지역균등정책이 필요합니다.

고향사랑기부제가 지역 내 사회적 경제의 새로운 모델이 될 수 있기를 바랍니다. 또한 지방재정의 위기가 가속화되는 지금, 고향사랑기부제가 지방재정을 확충하고 지역경제를 활성화할 수 있는 실질적인 활로가 되기를 바랍니다.

국회 행정안전위원으로서 한 의정활동 중 가장 뿌듯했던 것은 윤석열 정부가 전액 삭감했던 지역화폐의 국비 지원 예산을 복구한 것입니다. 지역경제 활성화 예산이자 민생예산인 지역화폐의 소멸을 막았던 것처럼, 앞으로도 고향사랑기부제를 비롯한 지역균형발전정책을 발전시키는 국회의원이 되겠습니다. 감사합니다.

2022년 12월 6일
국회의원 용혜인

발제

1

**고향사랑기부제와 사회적 경제 :
분산·자립형 지역발전**

염명배

충남대학교 명예교수

[제19회 사회적경제 정책포럼 발표자료]

고향사랑기부제와 사회적 경제 : 분산·자립형 지역발전

2022. 12. 6

한겨레신문사 3층 청암홀

발표자 : 염명배 (충남대학교 경제학과 명예교수)

- 1 -

[목차]

- I. 고향사랑기부제 소개
- II. 고향사랑기부제의 도입 의미
- III. 지자체의 자립형 전략 ('3+1 전략')
- IV. 맺음말

- 2 -

I. 고향사랑기부제 소개

■ 올해 새 중앙정부와 새 지방정부 동시 출범 : 제20대 윤석열 정부 출범(2022. 5), 제 8기 민선 지자체 출범(2022. 7)

■ 고향사랑기부제 : 고향사랑기부금법 국회 본회의 통과 (2021. 9. 28)

☞ 우리나라에서 2007년 정치권을 중심으로 고향사랑기부제(통칭 : 고향세) 관련 논의가 처음 시작된 지 14년만의 결실

⇒ 법제화 (공포) (2021. 10. 19) [법률 제18489호]

⇒ 시행령 국무회의 의결 (2022. 9. 7) 및 공포 (2022. 9. 13) [대통령령 제32904호]

⇒ 조례 최종안 지자체 배포 (2022. 9. 16)

⇒ 2023. 1. 1 실시 예정

☞ 지방재정 패러다임이 바뀌는 시점에서 제8기 민선 지자체의 성패 여부를 가르는 매우 중요한 관건!

- 3 -

■ 지방재정 패러다임의 전환 : 지방자치제 부활 30여년만에 자립의지 [수동적 ⇒ 능동적]

▲ 문재인 정부 : “내 삶을 책임지는 국가”, “국가가 무한 책임”

⇒ 보모국가(nanny state)적 입장 : 수동적 지방재정, 국가주도형 지역발전

▲ 윤석열 정부 : “지역주도형 지역발전”

☞ 지역의 잠재력을 새로운 성장동력으로

⇒ 자생적·능동적 지방재정 (지역특성 기반 독자전략 수립 장려)

■ 윤석열 정부의 120대 국정과제 [국정목표 6]

▲ “대한민국 어디서나 살기 좋은 지방시대“

* [약속21] “진정한 지역주도 균형발전 시대를 열겠습니다“

* [약속22] “혁신성장 기반 강화를 통해 지역의 좋은 일자리를 만들겠습니다“

* [약속23] “지역 스스로 고유한 특성을 살릴 수 있도록 지원하겠습니다“

⇒ ‘고향사랑기부제’의 정신과 일치

☞ 전 정부의 국정과제이긴 하지만 현 정부에서 더 중요한 역할 : 정부를 초월하는 이슈

- 4 -

■ 고향사랑기부제란? : 개인이 자신의 고향(현 거주지 외)이나 응원하고 싶은 (농어촌) 지자체에 기부하면 ⇒ 기부금에 대해서 중앙·지방정부로부터 세제혜택(세액공제) + 기부금을 받은 지자체로부터 답례품(지역특산물, 관광서비스)을 받는 제도

☞ 지역생산 및 지역관광 활성화에 자극제 역할 기대

■ 고향사랑기부제(고향세) [역사]

▲ 국내 최초 정치권 ‘고향세’ 공약 : 문국현(2007) 대선후보(창조한국당)

▲ 일본 ‘고향납세제도’ 국내 최초 소개 : 박균조(2008)

▲ 고향세 관련 국내 최초 법안 발의안 : 이주영(2009) 의원

▲ 고향세 관련 국내 최초 학술논문 : 염명배(2010) 교수

▲ 지자체 연구 시작 : 강원연구원(2016), 전북연구원(2016), 광주전남연구원(2016)

▲ 문재인 정부 : 대선공약 ⇒ 100대 국정과제에 포함 (2017. 7) / 자치분권 로드맵 30대 과제에 ‘고향사랑기부제법’ 제정 포함 ⇒ 법제화(2021. 10)

▲ 윤석열 정부 : 제도 최초 시행(2023. 1)

- 5 -

■ 고향사랑기부제의 원조 : 일본 「고향(후루사토·ふるさと)납세제도」 (2008.4.30. 도입)

▲ 개념 탄생 : 2006년 3월 「일본경제신문」이 ‘고향세제’라는 용어를 처음으로 기사화

▲ 공론화 : 2006년 10월 일본 니시카와 카즈미(西川一誠) 후쿠이(福井)현 지사가 ‘고향 기부금에 대한 공제’ 언급 ⇒ 고향세제도가 정치적으로 공론화 되기 시작

▲ 정치 이슈화 : 2007년 6월에 당시 아베 신조(安倍晋三) 자민당 정부가 참의원 선거운동의 일환으로 ‘고향사랑’ 논란에 불을 지핀

▲ 학문적 연구 시작 : 2007년 10월에 발간된 「고향납세연구회보고서(ふるさと納税研究会報告書)」(2007)

▲ 제도 도입 : 2008년 4월 30일 「지방세법 등 일부개정법률」(법률 제21호) 공포 ⇒ 종전의 지방세법에 ‘기부금 세액공제(제37조의 2)’를 추가하여 개인주민세제도를 대폭 확충하는 형태로 도입 : 이름은 세금이지만 성격은 기부금에 대한 세금공제

⇒ 고향납세에 대한 실제 소득공제 시행 : 2009년부터 시작

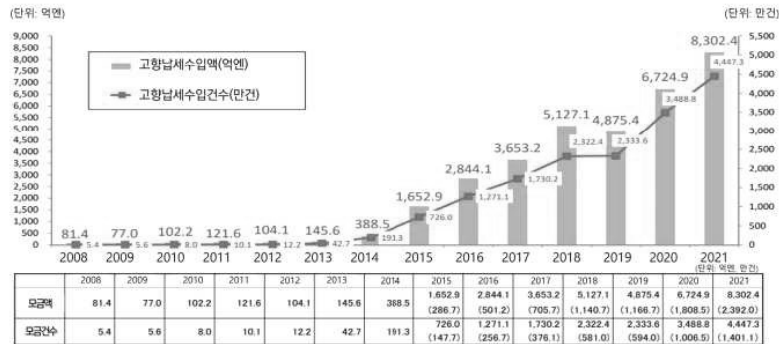
▲ 이 제도를 가장 먼저 도입한 지자체 : 홋카이도(北海道)

- 6 -

▲ 고향납세 기부금 수입 : 2008년 81.4억엔 ⇒ 2021년 8,302.4억엔 (102.0배 ↑)

▲ 고향납세 기부 건수 : 2008년 5.4만건 ⇒ 2021년 4,447.3만건 (823.6배 ↑)

일본의 경우, 2014년 이후 7년동안 지속적으로 증가(7년 연평균 증가율 47%)



주 : 1. 고향납세수입액 및 건수는 법인으로부터의 기부금을 제외한 고향납세로 인정된 것만 계산
 2. '11년 동북지방 대지진 관련 기부금은 포함되지 않은 경우도 있음
 3. () 내 값은 고향납세 현금을 특별제도의 이용 실적임
 자료 : 총무성 고향납세에 관한 현황조사 결과(2022. 7.29. 기준)

* 자료 : 신두섭(2022), "성공적인 고향사랑기부제 추진방향과 전략", 지방행정연구원, p.39.

■ 고향사랑기부제(「고향사랑기부금에 관한 법률」)의 주요 내용

- ① **기부주체·대상** : 개인이 주소지 외의 전국 모든 지자체에 기부 가능
 - ▲ 강제모집 등 방지 위해 현재 거주 지자체는 기부 제한, 법인은 기부 불가
 - ▲ 개인 기부금 연간한도액을 500만원으로 정함 (지자체 모금 한도액은 없음)
- ② **답례품** : 기부 촉진, 지역경제 활성화를 위해 답례품 제공 가능
 - ▲ 지자체 간 과열경쟁 방지를 위해 종류 및 상한선(기부액의 30% : 시행령) 규정
- ③ **기부금 운용** : 기금을 별도 설치하여 주민복지 증진* 등에 사용
 - (* 청소년 육성, 주민복지, 문화·예술·체육진흥, 공동체활성화 등)
 - ▲ 지자체 조례 제정 및 기금심의위원회 구성·운영으로 운영 투명성 제고
- ④ **모집·홍보** : 기부금 모집을 위한 지자체의 자율적 홍보 등 허용
 - ▲ 지자체 광고로만 모금 홍보가 가능하며, 개별적 접촉을 통한 모금은 금지됨
- ⑤ **개인 및 기관 처벌** : 기부강요·모금방법 위반에 대한 처벌
 - ▲ 개인(공무원) : 기부·모금을 강요한 자는 3년 이하 징역 또는 3천만원 이하 벌금
 - ▲ 기관 : 법 위반시 1년 이내 기간 동안 지자체의 모금·접수 제한 및 위반사실 공표
- ⑥ **세액공제** : 기부 활성화를 위해 세액공제 혜택 제공
 - ▲ 10만원까지 전액 / 10만원 초과 16.5% (과세특례법)

■ 고향사랑기부제 시행령의 주요 내용

① 모금 및 기부금 접수

▲ 모금방법·절차·금지사항 / 위반 시 제재 (1~8개월 모금·접수 제한) / 광고매체 (홍보 수단 : 인쇄물, 방송, 옥외광고물, 간행물, 소책자) / 접수방법·절차 / 전문기관 위탁 / 결과 공개

② 답례품 선정·제공

▲ 기부금의 30% 이내 / 답례품(공급업체) 선정위원회 구성·운영 / 답례품 금지품목 추가

③ 고향사랑기금 관리·운용

▲ 고향사랑기금 설치 / 전년도 기부금의 15% 이내 경비 허용 / 정보시스템 구축·운영업무 위탁

■ 고향사랑기부제 표준조례의 주요 내용

① 답례품

- ▲ 답례품선정위원회 구성·운영
- ▲ 답례품 공급업체 공모·선정
- ▲ 답례품의 종류 및 공급업체 선정 시 고려사항

② 고향사랑기금

- ▲ 기금의 관리 및 운용, 기금의 사용 목적
- ▲ 기금운용심의위원회 설치·구성 및 기능
- ▲ 기금의 결산

II. 고향사랑기부제의 도입 의미

■ 고향사랑기부제의 제도적 특징 : 지방재정 운영방식(modus operandi)의 패러다임 전환(paradigm shift)

☞ 지방문제(지방재정 확충, 재정불균형 완화, 국가(지역)균형발전, 지역경제 활성화 등)를 중앙정부의 하향식 결정·지원에만 맡기지 않고 ⇒ [공공(지방재정조정제도) + 민간(기부)] 공동으로 추진 : (중앙) top-down + (지방) bottom-up 방식 결합

■ 고향사랑기부제의 의미 : '발상의 전환'

⇒ 지방재정의 주머니(지방재정 확보 수단)가 하나 더 생긴 셈 :

[한 주머니는 중앙으로부터, 또 한 주머니는 타 지역 주민(개인)으로부터 채워진다]

☞ 더 이상 위(중앙)만 쳐다볼 필요 없다!

⇒ 두 번째 주머니 채울 계획 : 두 번째 주머니는 결코 저절로 채워지지는 않는다!

- 11 -

☞ 지자체 역할 강조 : 두 번째 주머니의 "칼자루는 중앙정부 아닌 지자체가!"

⇒ "내 힘으로! 내가 가진 것을 가지고!"

⇒ 지자체의 노력 필수 : "지역주도 균형발전", "자립형 지역발전"

⇒ 지방자치 시대, 지방 본연의 역할을 향한 한 걸음 전진

⇒ 민간기부 유도 위한 지자체의 창의력 및 경영마인드, 마케팅 역량 필요!!

■ 고향사랑기부제의 사회적경제 기여 ⇒ 사회문제 해결할 수 있는 기회 제공

▲ 순환 · 분산 · 자립형 지역발전을 돕는 사회적경제의 역할

[예] 수도권 과밀화 vs. 지방 과소화·고령화 ⇒ 지방소멸 위기

⇒ 지역격차 해결, 지역균형 발전, 지역경제·사회 활성화 과제

⇒ 고향사랑기부제가 이러한 역할을 어느 정도 담당할 수 있을 것으로 기대

▲ 특히 답례품 시장 형성으로 인한 사회적경제기업 제품의 판로 확대 기대

[표준조례] 고향사랑기부제 답례품 대상 (사회적경제) : 마을기업, 사회적 기업, 자활기업

등 사회적경제 기업 및 장애인 단체가 생산한 물품 포함

▲ 고향사랑기부금으로 사회적경제 사업(지역사회 통합돌봄, 공정관광, 로컬푸드,

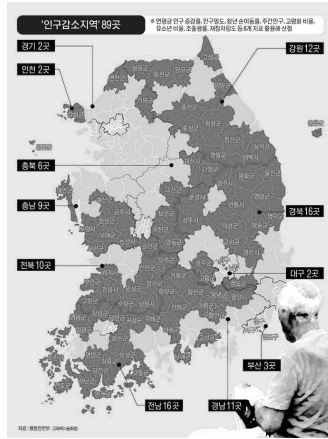
일자리 창출 등)의 활성화도 기대 ⇒ 지역사회 활성화, 지역균형발전에 기여

⇒ 기부자의 심금(心淸)을 울리는 사업 및 답례품 발굴 필요

※ [예 : 유기견 보호, 유빙·바다표범 보호, 육아문제, 환경보호, 사회적차 해소]

- 12 -

- 행정안전부 : 전국 89곳 시·군·구 ‘인구감소지역’ 지정 (2021. 10)
- ▲ 농촌 69곳 : 전남(16) 경북(16) 강원(12) 경남(11) 전북(10) 충남(9) 충북(6)
- ⇒ “고향이 없어진다”



☞ 고향사랑기부제가 지방소멸 방지 위한 하나의 대책이 될 수 있다!

■ 고향사랑기부제의 정책목적 (다차원적)

- (1) 농어촌 지자체의 세수확충에 기여 (재정부족 문제 해결)
- (2) 대도시와 농어촌 간 세수격차(재정격차) 개선 ⇒ 국가(지역)균형발전 기여
- (3) 농어촌 지역경제 활성화 및 향토산업 육성 (생산 및 고용 증대)
- (4) 지방소멸 억제 (인구유입 촉진)
- (5) 애향심, 포용적 성장 의지 고취 : 고향 및 농어촌의 중요성 재인식
⇒ 고향 및 농어촌에 대한 건전한 기부 의사 증가
- (6) 지방경영시대 특성 발휘 : 지자체 간의 경쟁 촉진
⇒ 기부금 유치 위한 자발적 노력 경주
- (7) 기부자와 지자체 간의 직접적 연결고리 형성 : 지자체가 기부자의 의사 존중
⇒ 지자체에 대한 지속적 신뢰관계 형성 (※관계인구 창출)

☞ 가장 핵심적 목적 : 지역(지자체) 간 재정격차 완화 ⇒ “국가(지역)균형발전”

■ 고향사랑기부제의 문제점(단점)

(1) 지방자치 원칙 등 위배 : 자신의 거주지역이 아닌 지자체에 기부한 기부금에 대해서 거주 지자체가 세액공제 (지방세의 일부를 타 지자체로 이전)

⇒ 지방자치 원칙, 조세원칙, 납세자 형평성 원칙 위배 / 기부금의 용처를 명시할 경우 지자체의 재정자율권이 외지인에 의해 제약받음

(2) 정책목적달성 가능성 불투명 : 고향세(고향사랑기부금)가 전적으로 개인의 '자발적' 기부 의사에 의존 ⇒ 따라서 반드시 정책적 목적을 달성할 수 있다(예 : 재정 취약 지자체로 더 많은 기부금이 유입될 것)는 보장 불투명 / 기부금 규모 적음

(3) 세수 안정성 훼손 가능성 : 고향세(고향사랑기부금)는 조세와는 달리 강제성이 없기 때문에 세수 예측성(세수전망)이 부정확하고 세수 추계 불안정

⇒ 재원의 불안정성 ⇒ 정규적이고 지속가능한 예산 항목으로 인정 곤란

- 15 -

(4) 재원의 제로섬 게임(zero-sum game), 과열경쟁 및 지역 간 갈등 심화 가능성 : 지자체, 중앙정부, 기부자 간의 이해관계 상충(trade-offs) ⇒ 완전한 합의에 도달하기 어려움 / 기부금 간 구축효과(crowding-out effect) 유발 가능성

⇒ 지자체가 충분한 지역경쟁력(내실)을 갖추지 못한 상황에서 기부금 유치경쟁(쟁탈전) 과열화 / 지역감정 및 지역갈등 악화 / 모금목표 할당, 준조세화 / 기부 강요, 호객행위 및 구걸(solicit) 행위 우려

(5) 답례품 경쟁이 과열될 경우 : '고향사랑'이라는 순수한 본질 왜곡, 지역 간 또 다른 세수 불균형(답례품을 둘러싼 새로운 부익부-빈익빈 현상) 야기 가능성

⇒ 일본 고향납세제도에 비해 반쪽의 효과?

☞ 세제혜택 미흡 / 수직적 형평화 > 수평적 형평화

☞ 가장 큰 딜레마 : 자발적 기부 vs. 재정형평화

☞ 단점은 줄이면서 장점을 강화하는 전략 필요! ⇒ 복잡

⇒ 많은 노력 필요!

- 16 -

III. 지자체의 자립형 전략 ('3+1 전략')

■ 이제 형식적 틀(법·제도)이 갖춰졌으니 내용을 채우는 일 중요

⇒ 중앙정부 + 지자체 간 협력 필요 ⇨ 지자체 역할?

■ 지자체 차원의 고향사랑기부제 전담 조직·TF 구성

[광역]

▲ 강원 : 전담조직 신설 (2021. 12) ⇒ 업무추진 로드맵 수립

▲ 충남 : 고향사랑TF팀 신설 (2022. 1) ⇒ 고향사랑준비단 구성

▲ 전남 : 고향사랑추진단 발족 (2022. 1) ⇒ 제도시행 대책 추진

▲ 경북 : 경북사랑기부제 활성화 대응단 구성 (2022. 1) ⇒ 답례품 개발 착수

▲ 전북 : 고향사랑 추진협의체 구성 (2022. 3) ⇒ 도-시·군 합동 TF

[기초]

▲ 전남 영암군·무안군 : 전담조직(TF) 신설 (2022. 8) ⇒ 대응방안 마련

▲ 경남 의령군 : 고향사랑준비단 출범 (2022. 4)

- 17 -

★★ I. 지자체의 경영마인드 필요성 : 고향사랑기부금 유치를 위한 지자체의 적극적 경영전략 강화 (수동적 자세 탈피 ⇒ 비즈니스로 인식)

⇒ 지방경영시대 경영전략 : ① '플레이스-마케팅(Place-Marketing)' 전략, ② '지역브랜드(local brand)' 전략, ③ '고객관계관리(CRM)' 전략, ④ '코피티션(Cooperation)' 전략 등

■ 지자체의 지기지피(知己知彼) 전략 : 우선 우리 지역이 가진 자체적 강점과 약점, 위기와 기회 요인 발견 (SWOT 분석) ⇒ [약점(W)보완 + 강점(S)강화 전략]

⇒ 우리 지역의 약점은 무엇이고 강점은 무엇인가? 지기(知己)

	강점(S)	약점(W)
기회(O)	전략 A	전략 B
위협(T)	전략 C	전략 D

■ 우리 지역에 있는 것은 무엇이고 없는 것은 무엇인가? 없는 것을 애써 만들어내려고 노력할 것이 아니라 있는 것을 극대화!

⇒ 지역 맞춤형 전략 필요 : 지역의 특성과 장점을 살려 차별화된 전략(마케팅) 구상

- 18 -

■ 지방경영전략 : Place-Marketing : "지역을 상품화" ⇒ 사람 + 기업 + 돈(투자, 구매 수요) 유치, 지역브랜드 강화 전략

⇒ 기부금 유치 극대화할 수 있는 매력적·차별적 사업 구상 / 약점을 역이용

⇒ 우리 지역이 현재 가지고 있는 차별적·독창적·매력적인 역사·문화·자연 관광자원이 있는가? 있다면 무엇인가? : '나'를 우선 알자!

⇒ 없다면? ⇒ 새로운 관광자원 발굴 (예 : 체험형 / 새로운 조형물, 전시관 건설)

⇒ 관광자원을 핵심으로 하는 관광상품 개발 (예 : 농어촌 체험 프로그램, 한달 살기 프로그램, 바다 및 섬 투어 / 갯벌 체험 / 명예도(시·군)민증 발급 → 여행지 할인)

⇒ 기부자 설득 ⇒ 고향사랑기부금 유치 & 관계인구 강화

■ 출향민 수가 적어 기부금이 걱정이라고? ⇒ 걱정할 것 없다!

⇒ 일본 사례 벤치마킹 (노력하기에 달렸다!) ⇒ 일반 국민 대상 전략

[사례] : 일본 홋카이도(北海道) 가미시호로(上士幌)정(町)

⇒ '애향심' 의존형이 아닌 철저하게 가치 위주의 지역마케팅 성공

- 19 -

△ 일본 홋카이도 중심부의 다이세쓰(大雪)산을 끼고 있는 인구 5,000명 미만(4,906명)의 작은 산골마을

(산림 76% : 주요산업은 쌀, 낙농, 임업 등 1차산업 및 온천 관광업)

△ 가미시호로 정은 부유한 출향(出郷) 인사가 없다 보니 첫째 고향납세가 1건에 불과 ⇒ 그러나 2013년부터 전국에서 고향납세(기부금) 수입이 폭발적으로 증가

⇒ 2014년도에 약 10억엔에 달하는 고향납세(기부금)를 받아 전국 1,741개 기초자치단체(시정촌) 중에서 고향납세 세수 3위 차지

⇒ 이는 1년 주민세 세수의 2배에 달하는 액수

⇒ 고향납세 10억엔에 대한 경제적 파급효과는 약 12.2억엔

⇒ 고향납세자(기부자) 수는 2만 6,292명으로 마을 인구의 5배가 넘는다

⇒ 고향납세(기부금) 수입으로 연간 GRDP(지역총생산)를 6.6억엔가량으로 끌어올리고, 82명에게 새로운 일자리 제공

⇒ 지역경제성장, 고용창출 등 유형적 효과 이외에도 1년간 각종 언론에 노출됨으로써 얻은 무형적 가치는 최대 10.4억엔, 관광객 증가에 따른 소비액은 1,800만엔

- 20 -

⇒ **비결이 무엇일까?** : 약점(W) 극소화 & 강점(S) 극대화 전략

☞ (1) 이미지 마케팅 : '슬로타운(Slow-Town)' 이미지 표방 ⇒ 무공해 특산물

(2) 지역자원(청정농산물, 관광자원)을 활용하면서 건강과 환경, 관광 및 교육을 컨셉으로 한 '마을만들기(후루사토쓰쿠리 : ふるさとつくり)' 추진

(3) 기부금액의 절반만큼 특산물을 답례품으로 되돌려줌 (답례품은 쇠고기, 공예품, 꿀 등 23개 품목) ⇒ 홈페이지에는 인터넷 쇼핑몰처럼 답례품 인기 순위 표시 ☞ 50만엔 이상 기부자에 대해 지역 명물인 열기구를 태워주는 서비스도 제공

(4) 답례품과 운영 경비를 제외한 고향 납세액 순익 35%를 학교 시설 개선에 투자 ⇒ 기부자 설득

(5) 고향납세(기부금) : 신용카드 결제로 간편하게 납부 가능
☞ 가미시호로 정과 같은 성공 사례가 나오면서 2014년 기준 전국 1,742개 기초자치단체(시정촌) 중 980곳에서 답례품을 활용한 고향납세 유치 경쟁

- 21 -

★★ II. 지자체 준비 사항 : "3+1 전략"

1. [3 전략] (사전준비전략) : 고객·사업·답례품

(1) 잠재적 고객(기부자) 조사·발굴 : 출향민 통계 파악, 지역 방문·여행객 및 일정기간 체류했던 사람, 우리 지역에 관심 있는 외지인 파악 (demographic data)

⇒ 누가 얼마나 기부금을 낼 것인가 파악

(2) 매력적인 지역 사업계획(기금 사용처) 수립 (planning)

△ 잠재 기부자에게 감동을 줄 수 있는 독창적 사업 구상 ⇒ 기부금 유치

(3) 경쟁력, 차별성 있는 답례품(향토특산물) 발굴·개발 / 답례품 목록(리스트) 작성 (marketing) [일본 핫페퍼 구루메리서치센터 조사 : 69%가 답례품에 매력 ⇒ 기부]

⇒ 기부금액별 답례품 차등화 (답례품의 종류 및 지급단위 결정) / 지속적 기부 유도 위해 마일리지(크레딧, 포인트) 적립제도 실시

△ 일본 사례 벤치마킹 ⇒ 우리 지역에 적합한 답례품 선정·발굴 (일본 자매결연 지자체 중심 조사)

- 22 -

2. [+1 전략] (실행전략) : 지역 홍보 (PR)

※ 한국지방행정연구원 설문조사(2019) : 응답자 96%가 고향사랑기부제에 대해 잘 모름 (“전혀 들어본 적 없다” : 61.3%)

⇒ 농어촌·기부금의 중요성, 세제혜택 등 적극 홍보 필요 : 중앙정부 + 지자체 공동노력

△ 홍보수단 : 주로 수도권 및 대도시, 출향민이 많이 거주하는 지역의 주민 대상 ⇒ 옥외 전광판, 도로변·대중교통(버스·지하철)·통게이트 광고판, 공항·역·버스터미널·지하철역 광고, TV·라디오 방송광고, KTX 내(TV·잡지)광고, 일간지·잡지 광고, 단체 안내편지·팜플렛 우송, 인터넷·SNS 통한 광고 등

☞ 지속적인 고향사랑기부제 안내 및 기부장려 홍보

△ 고객(기부금) 유치 캠페인

◆ 내 고향 다시 찾기 운동 / 귀향, 귀촌

◆ 우리지역 방문객·이주민 유치 운동 : 관계인구 강화

◆ 내 고향 특산물 구매 운동

◆ 내 고향 사업지원 운동

■ 일본사례 벤치마킹 : 시행착오를 줄일 수 있는 방안 ⇒ 대표적 성공사례 발굴

▲ 나가사키현 히라도(平戸)시(市) (2014년 세수 1위) : 답례품 다양화 ⇒ 고향납세 기부금 2013년 3,910만엔 → 2014년 4억엔 이상으로 1년만에 10배 이상 증가

⇒ 인구유출이 지속되던 거리가 활기를 찾고 지역경제가 활성화되기 시작

▲ 나가노현 아난(阿南)정(町) : 고향납세제도 도입 이전에는 휴경지가 많았지만 쌀을 답례품(주민세 1만엔 이상 기부자에게 20kg)으로 보내면서 쌀 수요 증대

⇒ 상당수 주민이 경작 다시 시작

▲ 홋카이도 가미시호로(上士幌)정(町) : ‘슬로타운(Slow-Town)’ 이미지 특산물 ⇒ 마을 인구의 5배가 넘는 고향세 기부자 유치

⇒ 지역총생산 증대, 신규 일자리 창출

■ **답례품** : 지역특산물(유형) 이외 다양한 관광·체험형 상품(무형)

[예]

- ▲ 미야자키현 아야(綾)정 : 1박2일 지역여행 항공·숙박권 및 렌터카 제공
- ▲ 니가타현 나가오카(長岡)시 : '지역 불꽃놀이 축제' 특별관람석 초대
- ▲ 야마구치현 시모노세키(下關)시 : 수족관 관람권 제공
- ▲ 오이타현 오이타(大分)시 : 다카사키(高崎) 자연동물원의 야생 원숭이 우두머리 이름 붙일 권리 부여 (추첨)
- ▲ 나라현 이카루가(斑鳩)정 : 후지노키 고분(藤ノ木古墳) '전세(단독)관람권' 제공
- ▲ 홋카이도 가미시호로(上士幌)정 : 열기구 탑승 서비스
- ▲ 홋카이도 미카사(三笠)시 : 스키장 리프트 사용권 50% 할인 (1년간)
- ▲ 카가와현 히가시카가와(東かがわ)시 : 1일 市長
- ▲ 로컬철도 운전체험
- ▲ 지역방송국에서 기부자의 노래 녹음·방송
- ▲ 빈집 관리대행

- 25 -

■ 지역특화 **사업** : 타 지역과 차별되는 독창적 사업 구상 ⇒ 기발한 아이디어!

- ▲ 홋카이도 가미시호로(北海道 上士幌)초(町) : 인구유입을 위한 **육아, 이주지원**
- ▲ 가나가와현 가마쿠라(神奈川県 鎌倉)시 : 특산물 연계 **지역관광 활성화**
- ▲ 히로시마현 진세키타카하라(広島県 神石高原)초(町) : **유기견** 보호 및 입양 사업 ⇒ 첫 구조된 유기견 '유메노스케'가 재해현장에서 사람을 살리는 '구호견'으로 활동 중
- ▲ 에히메현 가미지마(愛媛県 上島)초(町) : 지역 내 무인도, 토요시마에 세계적 거장 '게르하르트 리히터'의 작품 설치, 예술작품을 아카이빙하는 **아트플랫폼 프로젝트** 진행
- ▲ 홋카이도 몬베초시(紋別市) : **유빙** 보호 (전 국민이 공감할 수 있는 캠페인)
[2021년 고향납세기부금 수입 전국 1위 : 152억엔]

⇒ 고향사랑기부금 유치 전략 : 이 지역 이미지를 극대화하는 작업

⇒ **스토리(STORY)**를 찾아야!!

⇒ * [플레이스 마케팅] : 지역으로 **사람 + 기업 + 돈(투자, 구매수요)** 유치

- 26 -

IV. 맺음말

■ 고향사랑기부제는 ‘요술방망이’가 아니다! : 제도의 법적 도입만으로 지자체가 안고 있는 모든 문제를 일시에 다 해결해주는 만능책(만병통치약 : panacea)은 결코 아니다! ☞ 법제화로 ‘끝’이 아니라 지금부터 본격적 ‘시작’ 단계!!

▲ 고향사랑기부제는 장점과 단점이 동시에 복잡하게 얽혀있는 제도

⇒ 이를 성공적으로 시행하기 위해서는 (+) (-) 효과를 꼼꼼히 따져보고 대비해야 정책실패 방지할 수 있다!

■ 제도 도입 이후의 과제 : 이 제도가 의도치 않은 부작용에 대응하고 정책목적에 맞게 성공적으로 정착시킬 수 있도록 준비·추진하는 작업 ⇒ 단점을 줄이면서 장점을 키우기 위한 부단한 노력 병행 필요! ☞ 중앙정부·지자체 공동노력 필요

⇒ 이 제도가 성공을 거두기 위해서는 고향이나 농어촌에 대한 국민의 기부의식 독려, 기부유인(incentive) 극대화, 기부흐름이 정책목적에 부합하도록 제도 개선 필요

■ 발표자 연구업적 (고향사랑기부제 관련)

- * 염명배(2010), “일본 ‘후루사토(故郷)납세’ 제도에 대한 논의와 ‘한국형’ 고향세(향토발전세) 도입 가능성 검토”, 『한국지방재정논집』, 제15권 제3호, pp.71-111.
- * 염명배(2016), “고향납세(고향기부제) 도입 가능성 연구”, 국회 「고향세법 추진 정책간담회」 발표자료집, pp.7-17.
- * 신두섭·염명배(2016), “일본의 고향납세제도 도입 성과와 한국에 대한 시사점”, 『재정정책논집』, 제18집 제4호, pp.145-194.
- * 염명배(2017), “우리나라의 고향세 제도 법제화 논의와 쟁점사안에 관한 연구”, 『한국지방재정논집』, 제22권 제3호, pp.27-78.
- * 옥동한·박상현·염명배·전지성(2017), 「고향사랑기부제도입을 위한 정책연구」, 강원연구원.
- * 염명배(2018), “지역 재정 격차와 고향세”, 『방송대신문』, 제1953호.
- * 염명배(2018), “「고향사랑기부제」(고향세)의 성공적 도입방안에 관한 소고(小考)”, 『지방재정』, 2018 제6호, pp.30-51.
- * 국중호·염명배(2018), “일본 고향납세의 기부특성에 관한 연구”, 『한국지방재정논집』, 제23권 제2호, pp.73-109.
- * 염명배(2019), “성공적인 「고향사랑 기부제」 도입을 위한 정책대안 시나리오 및 정책제언”, 『재정정책논집』, 제21집 제3호, pp.63-109.
- * 염명배(2019), “농어촌 살리기 대안, 고향세에서 찾는다”, 커버스토리, 『신용경제』, Vol. 434, pp.24-27.
- * 홍근석·염명배(2019), 『일본 고향납세제도 현황과 우리나라 적용 방안』, 한국지방행정연구원.
- * 홍근석·염명배·신두섭(2019), “기부자 인식조사에 기반한 고향사랑기부제도의 성공적 도입방안 연구”, 『지방행정연구』, 제33권 제4호, pp.189-221.
- * 염명배(2021), “고향세 논의 10년, 다시 고향세를 생각한다 - 고향세 관련 선행연구와 법제화 동향을 중심으로”, 『2021년도 한국지방재정학회 춘계학술대회』 발표자료집, pp.61-81.
- * 염명배(2021), “고향사랑기부제(고향세) 입법동향과 향후 과제”, 『고향사랑기부제 어떻게 할 것인가? 정책토론회』 발표자료집, pp.13-28.
- * 국중호·염명배(2021), “일본 고향납세 기부 제도의 지방재정 형평화 효과”, 『한국지방재정논집』, 제26권 제2호, pp.69-99.
- * 염명배(2021), “고향세 논의 10여년 추적과 「고향사랑기부제」 법제화 이후의 과제”, 『경제연구』, 제39권 제4호, pp.133-181.
- * 염명배(2022), “고향사랑기부제와 지방재정 : 고향사랑기부제의 성공적 정착을 위한 지방자치단체의 '3+1 전략' 제언”, 『2022년도 한국재정학회 추계 정기학술대회』 발표자료집, pp.1-23.

감사합니다!!

- 29 -

발제

2

**고향사랑기부제의 쟁점 및
사회적경제의 역할과 과제 탐색**

고두환

(주)공감만세 대표

제19회 사회적경제정책포럼 [고향사랑 기부금 x 사회적 경제 활성화]

고향사랑 기부금에 대한 이해와 사회적 경제 활성화를 위한 제언



사회적기업 (주)공감만세
대표이사 고두환



고향사랑기부금이란



일본의 고향세 도입 배경, 목적

- 당시 후쿠이현(福井県) 지사였던 니시카와 가즈미(西川-誠)가 최초로 발안 (2006)

→ 저출산 고령화의 급속화, 인구감소로 소멸위기에 처한 지방 활성화를 위한 시도

- 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

후쿠이현

일본 고향세 개요

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

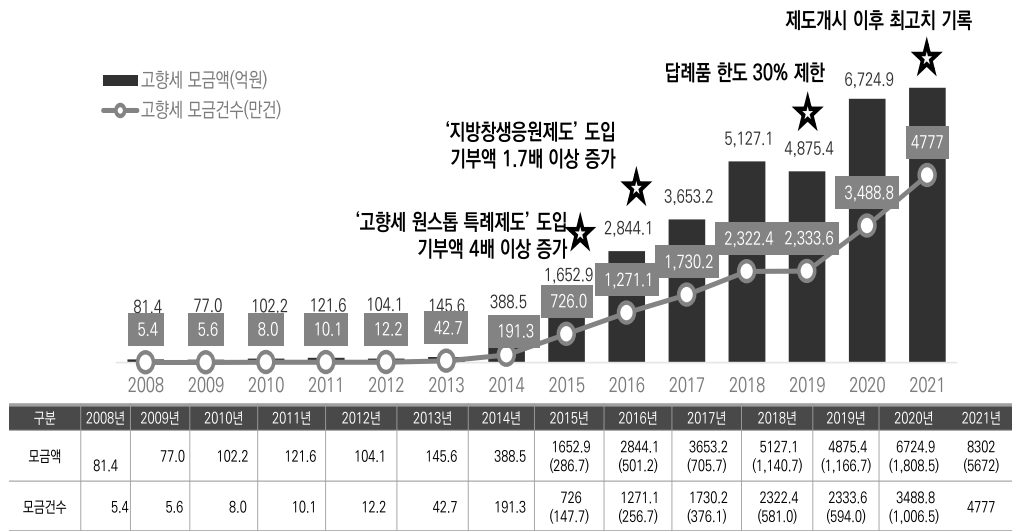
기부 최소금액	소득공제액	주민세 공제액 (기본)	주민세 공제액 (특례분)
2,000엔	2,800엔	2,800엔	22,400엔
(공제 외 금액)	(고향납세액 - 2,000엔) X 소득세율	(고향납세액 - 2,000엔) X 주민세율(10%)	(고향납세액-2000엔) X (90%-소득세율) *소득공제액의 20%가 상한

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 원스톱 서비스 제공을 위한 '종합정보 시스템'을 구축

일본 고향세 모금액 규모



(자료: 2021년도 고향세 운영통계 일본 총무성)



- 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
- 2021년 고향세 기부금 사상 최고치 기록, 제도 개시 첫해 대비 100배 이상 증가

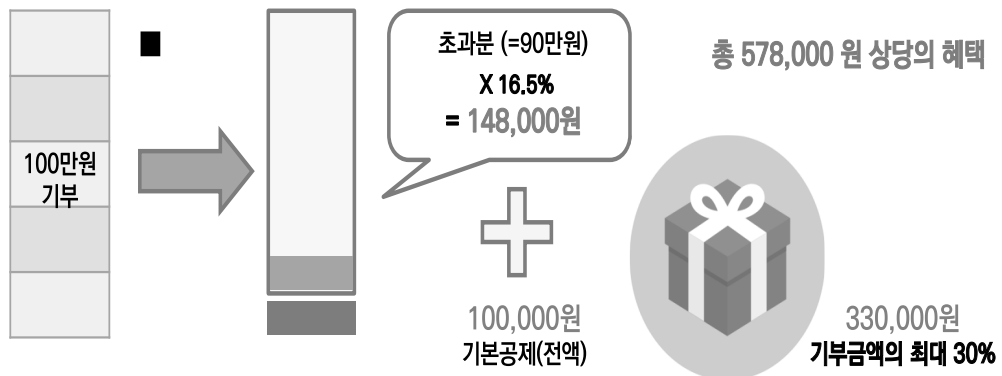
한국 고향사랑 기부금 개요

개요

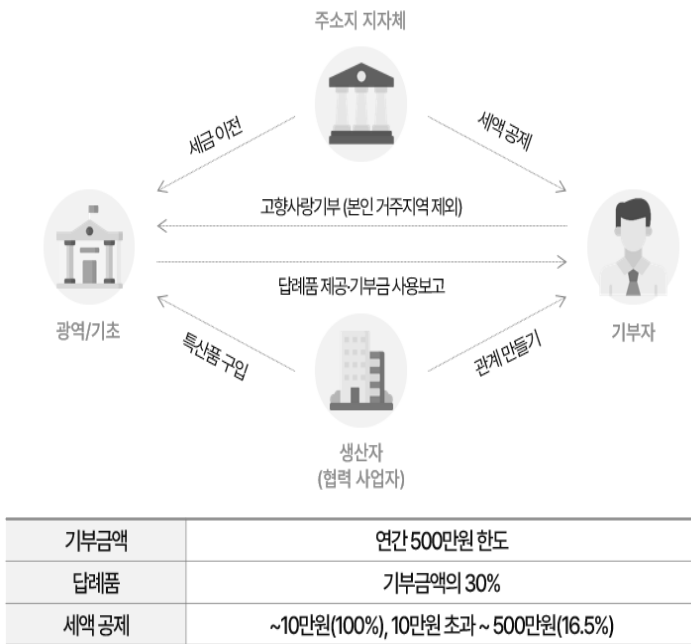
개인이 자치단체에 기부하면 세액공제 혜택 및 지역특산품 등을 답례품으로 제공 받을 수 있는 제도 단, 주소지 관할 자치단체에는 기부할 수 없고, 기부 상향 500만 원까지만 가능

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 23년 1월 1일 부로 본격적인 시행



한국 고향 사랑 기부금 기대효과

지역의 관계인구를 증진시키고 필요한 세수를 확보해 지역 경제 부흥에 기여



- 국민에게 고향의 의미와 중요성을 인식할 수 있도록 하고, 재정이 취약한 농산어촌을 돕고자 하는 포용적 성장 의지를 일깨우는 것이라고 볼 수 있음
- 기부자와 지자체 사이를 직접 연결해줌으로써 지방행정에 대한 기부자의 관심과 참여의식을 제고하고, 기부자와 지방자치단체 간 신뢰를 형성하는 자치의식의 진화를 촉발시킴
- 답례품 발송을 위한 개인정보 확보 및 누적을 통해 체계적 관리를 할 수 있음
- 상품 정보, 지역 행사/동향 등을 뉴스 레터로 발송하여 연대와 관심이 지속될 수 있도록 함

- 지방재정 확충(지방세수 증대) 및 재정격차(재정불균형) 완화를 도모할 수 있음

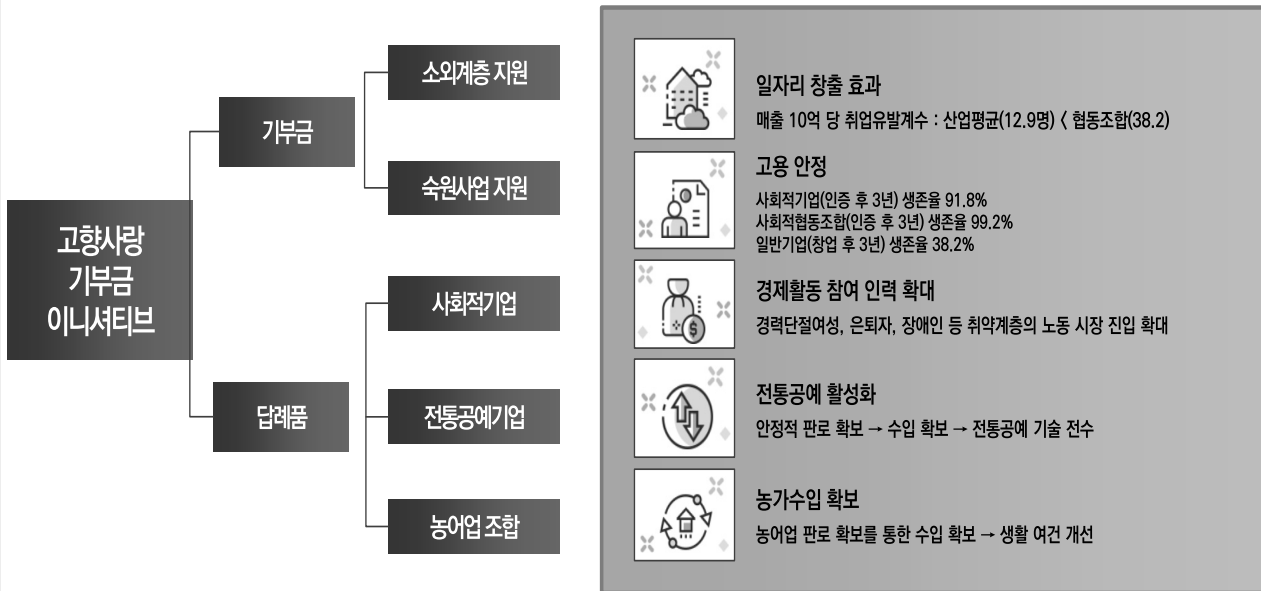
- 지역특산물로 답례품을 제공할 경우 지역경제 활성화에 중요한 촉매제 역할 가능

기부금			지역 경제 파급 효과 추정				
기부자 수	금액	총액	금액	품목	비율	생산유발계수	금액
1만명	10만원	77%	8.61억 원	농림축수산물	56.5%	1.84	8.95억 원
	30만원	10%		쌀	9.8%	1.84	1.55억 원
	50만원	6%		전통공예품	5.2%	1.86	0.83억 원
	100만원	5%		공공시설 이용권	17.5%	2.18	3.28억 원
	500만원	2%		10.0억 원	감사장	6.2%	1.77
합 계		28.7억 원	합 계			15.56억 원	

※ 생산유발계수 단순 산출로 경제적 파급효과는 대폭 상승할 것으로 전망

지역활성화 활용 용도

지역의 고향사랑기부금 전략을 통해 필요한 활성화 지원 기반 마련

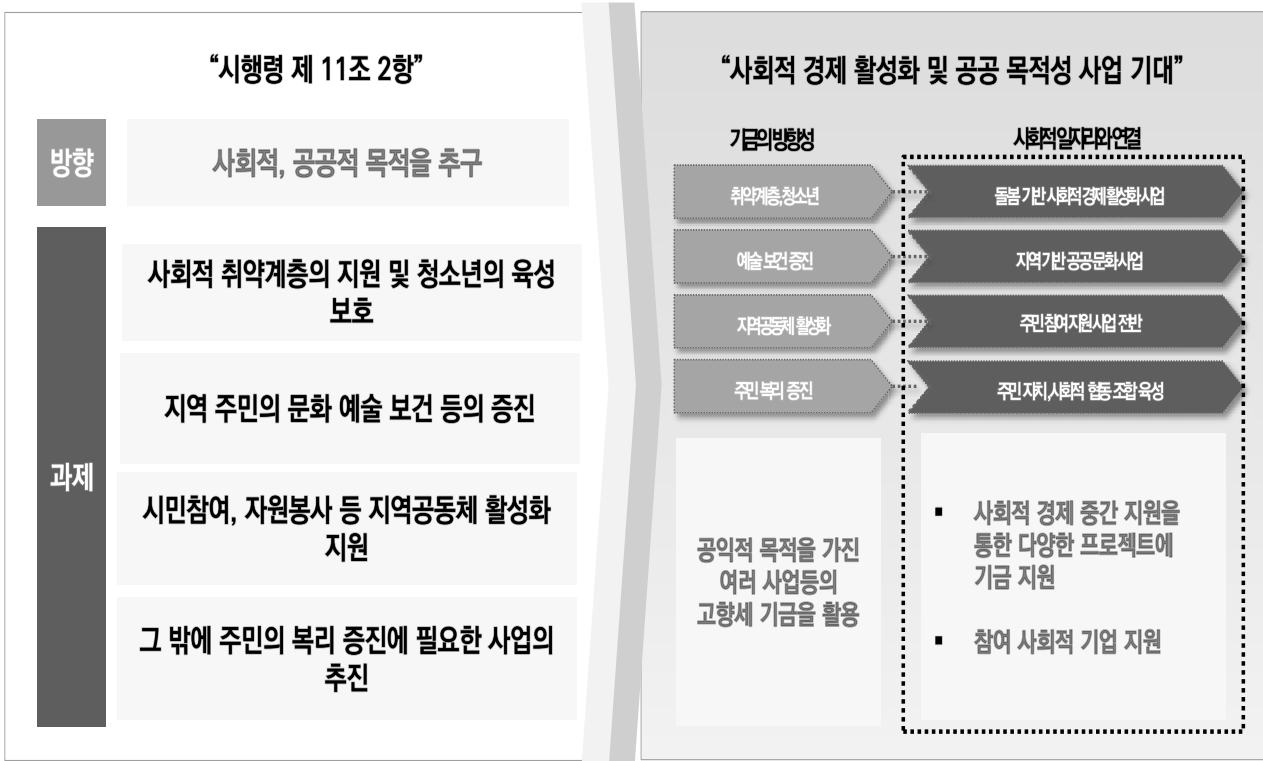


사회적경제 차원에서의 시사점

한국 고향 사랑 기부금 제도 개요

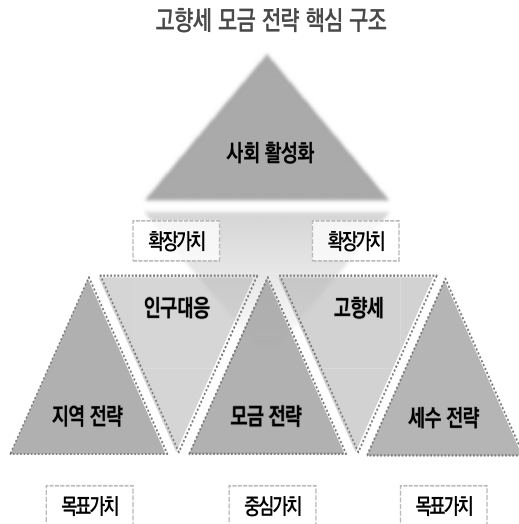
답례품	기부액의 30% 이내, 최대 100만원 이내에서 지역특산품, 지역사랑상품권 등으로 제공 현금이나 귀금속류, 일반적 유가증권, 지역경제 활성화에 기여하지 못하는 것은 제외
기부금 활용	* 지역공동체 활성화와 주민 복리 증진에만 사용 가능
홍보 제한	기부의 강요는 금지. 업무, 고용 등의 관계에 있는 자는 기부 또는 모금 불가 모금방법은 광고매체를 통해 정해진 범위에서만 가능 호별방문, 향우회, 동창회 등 사적 방법을 동원한 모금은 안 된다 기업에 대한 강제 모집 등을 방지하기 위해 법인(기업)은 기부가 불가하다
운영제도	법령에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

시행령: 사회적 경제 시사점



사회적 경제 차원의 전략 구조

“고향세 모금 전략을 통한 사회적 경제 동력 확보”



사회적, 전략적 관점에서의 동력

- 사회적 가치를 확산하는 새로운 지역 활성화 전략 구축
- 전략적 연결 및 연계를 통한 고향세형 사회적 문제 대응
- 지역 전략 + 모금 전략 = 사회적 경제 활성화 실행 계획 정립

재무적, 자원적 관점에서의 동력

- 인구 소멸로 인한 세수 한계를 고향세로 극복
- 부족한 예산을 고향사랑기부금으로 충당
- 예산 증액에 따른 규모 있는 중간 지원 사업 확대

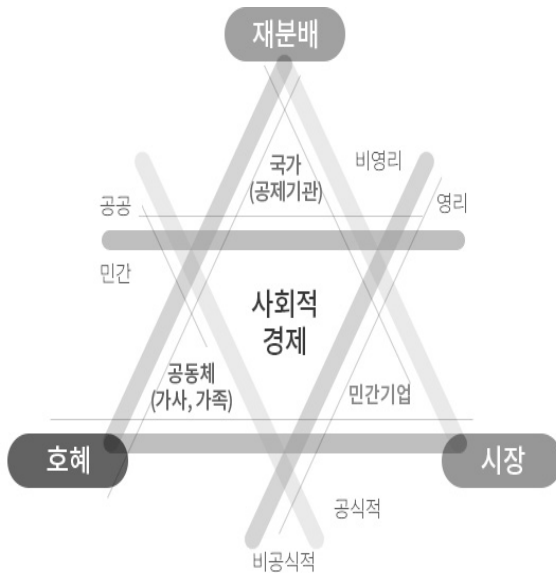
고향세 사회적 활성화 사례

스미다구(東京都墨田区)

- 스미다구는 도쿄도내에서 꾸준히 높은 모금액을 자랑하는 지자체.
- 2015년 1억7천만원대 에서, 2020년 7억원대로 5년간 4배 이상 증가.
(모금액: https://www.furusato-tax.jp/city/info/13107?rank_prefecture_all)

분류	스미다의 힘	스미다의 꿈	호쿠사이 고향세
사회적 항목	교육, 보육	주민복지사업	문화(호쿠사이 미술관 연계)
기준기간	2012년 ~2019년	2017년 ~2019년	2014년 ~2019년
프로젝트 수	48개 사업	12개 사업	단일사업
기부건수	992건	962건	19,109건
기부누계	18,127,522엔	96,939,132엔	1,399,167,254엔

고향세를 통한 사회적 경제의 기회



• 그림 출처: 부평구청

1. 지역 활성화 지원 기능

지역이슈모금
지역취약계층지원

2. 사회적 기업과의 협업

지역사회적기업연대운영
지역사회적기업지원기능

3. 사회적 기업 답례품 활성화

우수한사회적기업의제품전국홍보
사회적기업제품판로의새로운기회

4. 사회적 프로젝트 모금

사회적효과를위한사회적기업프로젝트지원
공익적사업에자유로운모금기능

고향세를 통한 사회적 경제 효과

주민주도형 일자리 창출
5인 이상 참여하는 협동조합, 마을기업,
사회적기업
고향세를 통한 다양한 일자리 지원 프로젝트

고용 안정 지역 경제 활성화
취약계층안정화
지역 고용 창출을 위한 사업

주민 삶의 질 향상
사회적경제의 궁극적 목적 달성
지역 불균형 해소 및 소지역 발전
행복한 경제, 행복한 지역 달성



• 그림 출처: 창원시청

일본 고향세 플랫폼 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 이즈미시
(2017~2019 3년 연속 고향세수입총액 1위)

사진 출처: 각 사이트 공식 홈페이지

고향세 플랫폼 | 민간 플랫폼

라쿠텐 후루사토납세 (고향세)

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



후루사토 초이스

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

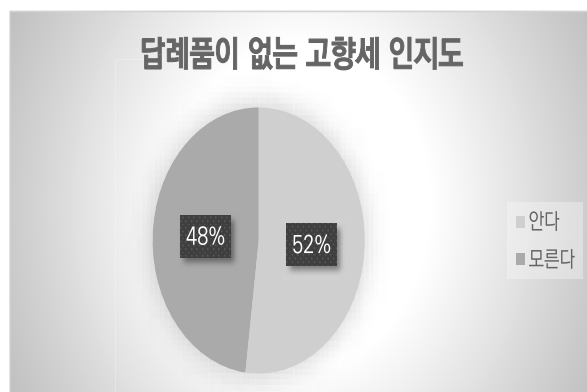
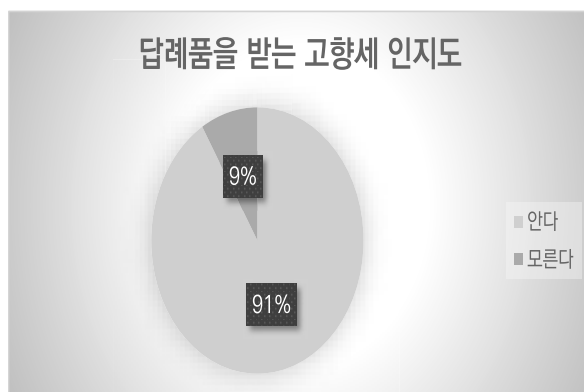


사진 출처: 각 사이트 공식 홈페이지

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%

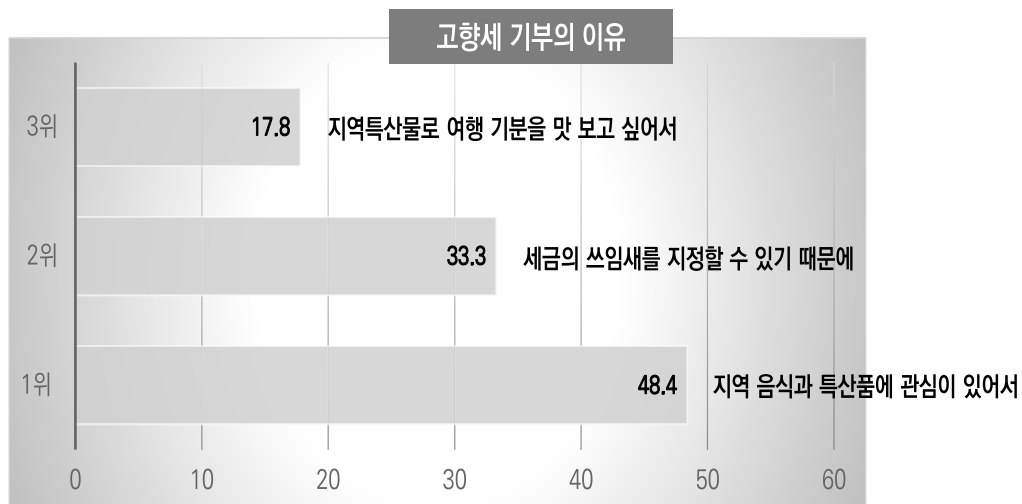


40%의 인식 차이: 일본인에게 고향세는 여전히 '세액공제+답례품'이 있는 기부로서 인식됨

고향세 이용자의 경향

라쿠텐 인사이트 설문조사(2021.10.28) 1,000명 대상

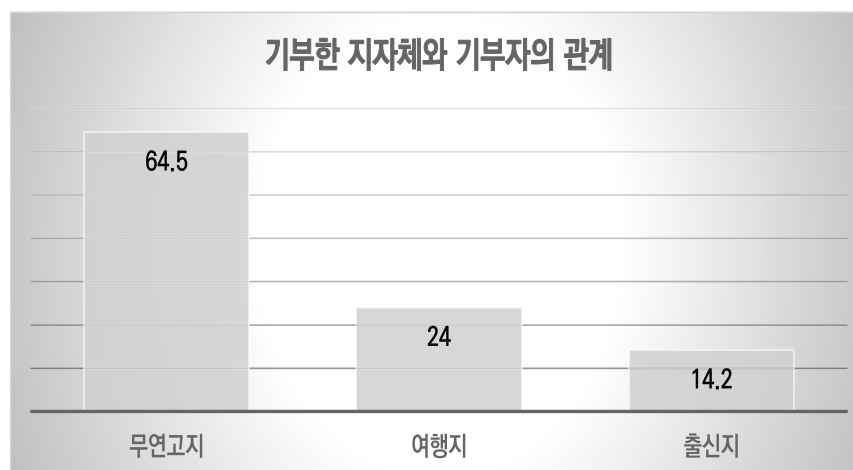
- 답례품을 받을 수 있는 고향세에 기부한(할 예정인) 응답자: 평균 40%



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)



일본 고향세 선진 사례



지역 문제 대응 사례

인구감소 → 보육환경

[홋카이도 가미시호로초(北海道 上士幌町)]



안심하고 아이를 키울 수 있는 마을로 포지셔닝
2016년, 인구 증가세로 전환

도시보다 쾌적하고 생활하기 쉬운 환경이 귀촌인에게 매력 넓은 하늘에 여러 가지 색의 열기구가 떠오르는, 홋카이도에서도 끝지의 인기 이벤트 '홋카이도 풍선 페스티벌' 의 무대, 다이세츠야마 국립공원의 히가시야마 산기슭에 위치한 자연이 아름다운 마을 그러나 도쿄 23구에 밀적하는 면적이지만, 인구는 약 5천명, 1955년 이후 인구는 지속적으로 감소

- 기부금을 쌓아 '육아·저출산 대책 꿈 기금'을 설치
- 어린이집 보육료 10년 간 완전 무상화
 - 영어교육을 위한 외국인 강사 배치
 - 소규모 학습 실현
 - 고등학교 졸업까지 의료비 무상 제공



지역기반 창업, 소상공인 지원

[홋카이도 가미시호로초(北海道 上士幌町)]

프로젝트	• 소바 식당이 없는 지역에 청년 정주자의 식당 창업 지원
분류	• GCF형 (총무성 고향 기업가 지원 프로젝트)
모금액	• 3,145,000엔(한화 약 3천 1백만 원)
모금기간	• 2018년 4월~7월(3개월)
모금포인트	• 마을에 소바가게 전무 • 지자체 설문조사 결과 지역 주민들 98% 소바 가게 희망
답례품	• 지역특산물 우유 아이스크림 24개 • 교류이벤트 참가권 (특산물 소개, 정주지원상담 등) • 초대권(30만엔 이상 기부자에게 왕복 항공비, 1박 1일 숙박비)



지역 문제 대응 사례

공공의료-보건서비스 관련

[시마네현 운남시 (鳥根県雲南市)]
사람과 거리와의 연결로, 즐겁고, 건강하게, 건강하게! ~생활에 다가가는 커뮤니티 간호사~

카테고리: 건강·복지



기부금액: 10,621,000원
132.7%
목표 금액: 8,000,000 원

달성률: 132.7% | 지원 인원: 149명 | 끝까지: 접수 종료

카테고리: 건강·복지

지역 개요	인구 3.8만명
지역 특징	고령화에 따른 돌봄 과제 직면
진행 주체	운남시 / 주식회사 커뮤니티 간호사 서비스
프로젝트	찾아가는 커뮤니티 간호사 프로젝트
프로젝트	병원 밖(커뮤니티센터, 목욕탕, 슈퍼마켓, 주유소 등) '찾아가는 검진, 돌봄 서비스' 를 제공 검진 + 상담 + 운동프로그램 + 약기연구 등 총괄적 노인 돌봄 시스템 구축
모금액	약 1,000만엔(한화 약 1억 원)
모금기간	2018년 (3개월)
모금포인트	운남시 거주자, 이주 희망 고령층, 커뮤니티 간호사 희망자
답례품	커뮤니티 간호사 연수 참가권, 지역특산물, 지역관광상품

노후산단-지역산업 활용

[홋카이도 가미시호로초(北海道土幌町)]
새로운 장거리를 개발해, 세계에! 아마가타가 자랑하는 디자이너 오쿠야마 세이유키 x 텐도 목공의 도전

카테고리: 신산업·지역활성



기부금액: 10,195,000원
101.9%
목표 금액: 10,000,000 원

달성률: 101.9% | 지원 인원: | 끝까지: |



지역 개요	전국 점유율 90%를 차지하는 최대 장거림 생산 지역
지역 문제	장기 즐기는 인구 감소로 판매율 지속적 감소
타개 방안	고향세를 통한 답례품 제공으로 매출 회복
프로젝트	지역 출신 유명디자이너와 협업한 특별 장거림 제작 모금액으로 장거림 공예 후계자 육성에 활용
모금액	약 1,000만엔(한화 약 1억 원)
모금포인트	세계유명디자이너 등과 클라보 시도 (홍미 유발) 장기 소재 인기 애니메이션, 영화 인기
답례품	특별 제작 장거림, 장기 스트랩 등 다양한 상품

미래 과제 대응 사례

공공의료-보건서비스 관련

[가나가와현 가마쿠라시(神奈川県鎌倉市)]
가마쿠라 시내 경제 활성화 프로젝트! 신형 코로나 바이러스의 영향에 지지 않고, 가마쿠라의 활기를 미래에 연결하고 싶다

카테고리: 관광·PR



기부금액: 11,449,000원
114.4%
목표 금액: 10,000,000 원

달성률: 114.4% | 지원 인원: 198명 | 끝까지: 접수 종료

카테고리: 관광·PR

지역 개요	• 인구수 제3도시, 도쿄 근접 • 각종 영화, 애니메이션 촬영지로 유명한 관광지
지역 문제	• 코로나19로 인해 지역 방문자 감소
타개 방안	• 지역방문을 유도하는 답례품 제공으로 관광객 유인
프로젝트	• 코로나19로 어려운 소상공인 지원, 관광지원 프로젝트
모금액	• 약 1,100만엔(한화 약 1억 1천만 원)
모금기간	• 2020년 (3개월)
모금포인트	• 이전 방문객 대상, 지역 방문을 호소, 응원 유치
답례품	• 지역 맛집 식사권 • 지역 공원 초대장 • 지역 수제화 제작소 맞춤 신발 제작권 등

탄소 저감 프로젝트

[Yahoo Japan 탄소 중립 고항세]



지역	프로젝트 내용	지원액(엔)
홋카이도 마카사시	수소제량 과정 CO2 저감 기술 연구	1억
미야기현	해안방재림 관리, 해초에 의한 탄소 고정	2천7백만
사이타마현	중소기업의 CO2 저감데이터를 기사화	약 760만
가나가와현 하라초카시	파력발전 상용화, 전자추진선 추진	2천4백만
나가사키현	해초 증식 기술 개발 통한 온실가스 흡수	4백만
아이치현	과수원 토양에 탄소 매립, 저장	1천만
미에현 오와시	CO2 흡수량 적어진 고수령 나무 재배처	2천4백만
가나가와현 오사카초	저비용 저탄소 폐기물 처리 시스템 구축	4천4백만

효과적인 운영 사례

사기현 : 비영리단체(NPO) 지정기부제도를 통해 전략 차별화

타 광역자치체

지자체단체

- 모금: 기획, 홍보
- 담례품: 발굴, 등록, 홍보
- 사용처: 발굴, 관리
- 홍보: 기획, 집행, 정산, 보고
- 기금관리: 집행, 정산, 보고

지자체 고향세 업무 기하급수적 증가

- 모금/담례품/사용처/홍보/기금관리 등 기본 업무 증가에 따른 부가 업무 폭증

기부자 만족 욕구 충족 여부에 대한 의구심

- 검증 방법 부재
- 실적 감소에 따른 압박감 증가

사기현

사기현 (일반영돈과)

- CSO-1, CSO-2, CSO-3, CSO-104
- 모금, 담례품, 사용처, 관리

CSO?

- NPO, 임의단체, 자치회, 봉사단체, 주민조직, 민간조직 등을 포괄

프로세스

- 사기현 : 기부자-지자체-CSO
- 기부자는 지자체에 기부, 지자체는 90%를 CSO에 교부, CSO가 기부자에게 담례품 제공 및 기부금 사용

실적

- 104개 CSO ; 9억원 모금
- 12개 NPO 타지에서 사기현으로 이전

CSO 요건

- 사기현 내 소재(본사 또는 지사)
- 종교, 정치색을 띠어서는 안됨(정관확인)
- 10명 이상의 회원
- 종업원 1인은 사기현 거주

법적 근거

- 사기현 조례 : 기부금 교부 요강(기부금 사용처 관련 규정)

장점

- 표면적으로 CSO 협업 업무가 증가한 것으로 보이나, 실제로는 대부분의 실무가 CSO에 이전되므로 업무 경감 효과가 있음
- CSO가 기부자와 직접 소통하며 사업관리를 하기 때문에 업무 효율 및 기부 연속성 향상에 도움이 됨

민간 플랫폼을 통한 고향세 모금 활성화

업무프로세스

플랫폼 이용 현황	지자체	모금액	순위	등록 플랫폼 수
민간플랫폼	홋카이도 네무로시	125억원	3위	5개
	아마가타현 사가메시	57억원	7위	5개
	효고현 카사이시	53억원	9위	9개
자체플랫폼 운영 (결제 O)	미야자키현 미야코노조시	135억원	1위	6개
	홋카이도 몸벳초시	134억원	2위	21개
	아마가타현 후지호시다시	58억원	6위	5개
	시즈오카현 아이즈시	52억원	10위	7위
자체 플랫폼 운영 (결제 X)	홋카이도 시라누카町	97억원	4위	13개
	효고현 스모토시	54억원	8위	12

※ 기부신청은 민간플랫폼 연결

행정 업무부담 경감

- 홍보/모금 등의 분야에서 민간 전문성을 활용함으로써 행정의 업무부담 경감과 제도 시행 효과성 상승

제도 활성화

- 다양한 플랫폼 운영을 통한 이용자 편의성 증대 → 제도 확산
- 같은 상품을 한 쇼핑몰에서 파는 것보다 여러 쇼핑몰에서 판매해야 판매량이 증가하는 것과 같은 이치

지자체의 적극적 참여 유도

- 고객 요구에 맞춰 다양한 방식으로 구현된 민간 플랫폼은 지자체의 적극적/차별적 제도 활용을 촉진함

※ 민간플랫폼을 통한 일본 고향세 성장과정

- 2008-2011년: 제도 시행 이후 모금액은 100억엔 수준
 - 제도 홍보 미비, 지자체의 낮은 참여, 기부 방식의 복잡성
- 2012-2013년: 민간 플랫폼 '후루시토초이스' 등장 - 모금액 50% 상승
 - 2011년 자기부담액 하향 조정, 동일본대지진 재해의연금에 고향세 활용
- 2014-2015년: 민간 플랫폼 등장하며 고향세 인지도 확대
 - 2014년(사토후루, 후루니비), 2015년(라쿠린후루사토납세)
- 2015년: 사용자 접근성·편의성 대폭 향상, 모금액 전년 대비 400% 증대
 - 윈스톱 특례로 세액공제가 간편해짐
 - 민간 플랫폼에서 신용카드 결제 가능
- 2021년: 일본 1,621개(전체의 90%) 지자체가 '후루시토초이스'를 비롯한 민간 플랫폼 이용 - 8천억엔인 규모 모금 달성

위탁 대행의 효과성


홍보 위탁

- 민간 플랫폼은 이용자의 접근성이 높고, 마케팅 전문성 등을 갖추고 있어 지자체의 업무 부담을 경감시켜 줌

기부자 및 답례품 관리 위탁 대행


- 기부 정보의 효율적 관리, 답례품 발송, 재고 및 반품 관리까지 일원화
- 공무원의 업무 및 심리적 부담 경감

1
신청관리




고향 초이스 등의 신청 데이터의 정확도를 높여줍니다.

2
자료발송관리




안내 자료나 유관 단체 납부서 발송 관리를 맡아줍니다.

3
입금관리




입금자의 목적을 알기 위해 입금 정보를 관리합니다. 불온 행위 등을 예방할 수 있습니다.

4
감사장발송관리




기부자에 대해 담당자나 납세 증명서 발송을 관리해 줍니다.

5
답례품발송관리




기부자에 대한 사례품의 발송 관리를 맡아줍니다.

6
원스톱관리




홍보를 신청하는 접수부터 후원금 수령에 이르기까지 일괄 관리합니다.


효과를 체감한 이용자의 목소리




증명서 및 통지서 인쇄가 쉬워졌습니다.
답례품 증명서도 정례회 간담회를 할 수 있어 출석도 저지체마다 인쇄 할 수 있으므로 작업이 단번에 끝났습니다.



사업자와의 상호 작용이 유용해
매달의 사업자에게의 주문, 매달의 청구서의 처리가 효율적이고, 실수가 없는 운영을 실현할 수 있었습니다.



사무 장점으로 이어졌습니다
역말로 관리하면, 건수가 많아지면 아무래도 통목이 늦어져 힘들었습니다. 이 시스템으로 사무의 경감으로 이어졌습니다.



정보 공유가 쉬워졌습니다.
기부의 수납 담당과 사례금 개발 담당이 다른 때문에, 지금까지는 역할이나 역할로 연락을 잡고 사용하고 있었지만, 시스템화에 의해 정보 공유가 편리했습니다.

도입 자체책임으로부터 고평가를 받고 있습니다.

- 고향 초이스와의 자동 재류가 결정수, 개인정보를 안전하게 취급할 수 있다고 판단했다. 메일 개인정보의 대적 작업을 하고 있는 직원의 부담의 경감이나 보안의 안전성을 높일 수 있는 곳을 평가했다.
- 입금 전과 입금 후의 처리를 명확하게 구별할 수 있는 곳이 좋다고 평가했다.
- 신용카드 결제도 도입함에 있어서, 입금의 확인 작업을 느끼고 있었습니다. 예금의 시스템은 자동 재류를 위해 확인이 필요하다고 하는 것으로, 도입하기로 결정했다.
- 2사의 인터넷 사이트에서 기부 접수하고 있어 관리가 복잡하고 있었다. 예금 시스템으로 효율화와 중요한 기부자 정보를 제대로 관리할 수 있다는 점에서 도입을 결정했다.
- 반장했던 작업이 절반으로 줄어들고 시간에 여유가 있게 되었다.
- 반 시간에 사업자와 상용 개발 이야기를 할 수 있게 되었다. 자신이 본래 해야 할 일을 할 수 있어서 좋았다.
- 기부가 늘어나기 전에 시스템화할 수 있어서 좋았다. 건수가 17개로 늘면서 일찍 끝났다.
- 입금 처리에 시간이 걸리지 않게 되었기 때문에, 지금까지 모여 있던 작업을 매달의 틈새 시간에 할 수 있게 되었다.
- 시스템화하고 나서 고향 납세의 태저의 제검도나 여러가지 절린지를 할 수 있었다.

국내 법제 환경

1. 민간 플랫폼 위탁 가능

민간 플랫폼 불가조항 없음

2. 민간 플랫폼 기부금 접수 가능

(법8조) 지정 금융기관, 12조 정보시스템 “그 밖의 공개된 장소” 명시
기타 기부금의 관한 법률 기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률(7조)
“그 밖의 공개된 장소” 명시

3. 기탁 주체 지방자치단체

(법 제8조 제1항) 지방자치단체의 장이 지정한 금융기관이나 법 제12조 제2항에 따른 정보시스템을 통해 받을 수 있다

4. 개인정보처리 가능

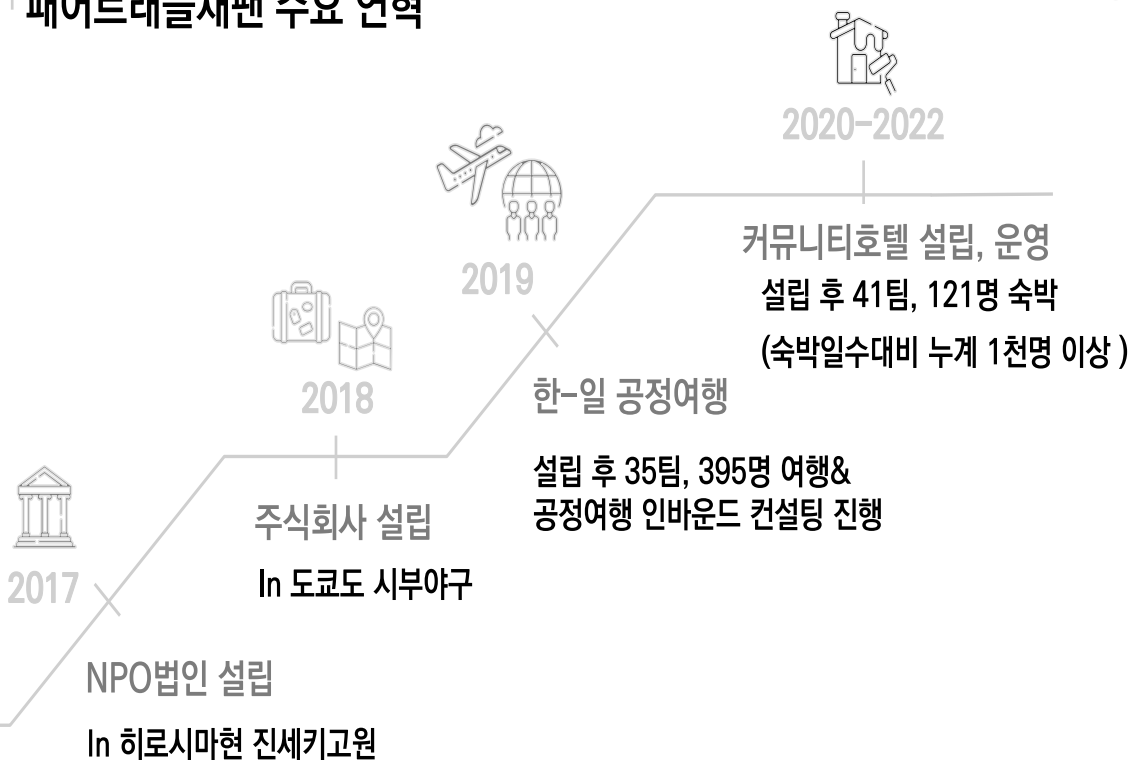
“개인정보보호법”에 따라 고향사랑기부금법과 관계없이 “개인정보 처리자(민간 플랫폼)”는 “정보주체(기부자)”의 동의를 받아 그 목적(기탁서 수령, 영수증 발행, 세액공제 처리)에 맞게 수집, 이용할 수 있음



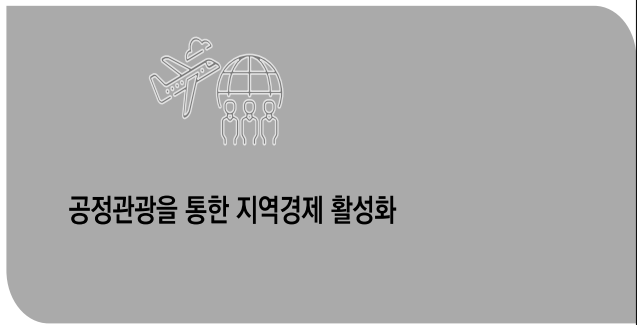
페어트래블 고향세 운영 경험



페어트래블재팬 주요 연혁



지역 과제 x 정책 x 공정관광



패어트래블재팬 정책 연수/컨설팅 사례



진세키고원 지자체장
진세키고원 정책 소개



양평군 마을만들기 연수팀
세라쵸 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 농웅래 의원실(한일의원연맹 부회장)
방문 및 한-일 고향사랑 기부금 협력 모색

공감만세 일본지사의 고향세 운영경험
(진세키고원정 x 후루사토초이스와 연계)



비영리법인 나눔여행 모금

<https://www.furusato-tax.jp/gcf/459>



모금주제	나눔여행 (일본 재해피해로 트라우마 등을 가진 아이들을 치유하는 여행)
모금기간	2018년 11월 29일~2019년 2월 28일
모금액(기부자)	1,200,000엔 (25명)
모금주체	진세키고원 마을만들기과 NPO법인 페어트래블재팬
프로젝트구성	프로젝트배경/필요성 프로젝트 내용/기대효과 응원의 목소리 (지역주민, 관계자) 기부자에게 전하는 말
답례품	지역특산물 (쌀/꿀/사과주/카레 등) *답례품을 선택하지 않을 경우, 전액 아동의 여행경비로 기부금 사용

공감만세 일본지사의 고향세 운영경험
(진세키고원정 x 후루사토초이스와 연계)



영리법인 커뮤니티호텔 시이노모리 모금

<https://www.furusato-tax.jp/gcf/686>



田舎の暖かさがあがる神石高原町
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



모금주제	빈집을 활용한 커뮤니티호텔 개설
모금기간	2019년 11월 1일~2020년 1월 31일
모금액(기부자)	310,000엔 (10명)
모금주체	진세키고원 정책기획과 주식회사 페어트래블재팬
프로젝트구성	프로젝트운영자/내용 소개 빈집활용 상세계획 커뮤니티호텔의 활용법(기부자대상) 상세계획 프로젝트지원자의 응원의 목소리
답례품	커뮤니티호텔 숙박권 (1박~연간 자유이용권 등)

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

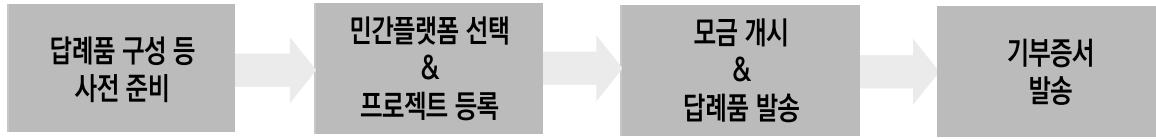


지역의 자원을 적극 활용하여
특색을 살린 체험 제공
LOCAL

진행과정 (목적 지정 크라우드펀딩형)



고향세 업무 프로세스

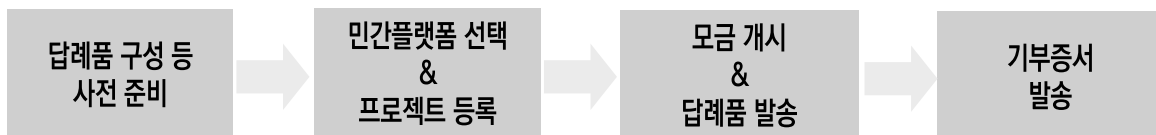


단계별 필요 업무

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

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

고향세 실행 전문가의 도움 필요



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

- | | | | |
|---|---|---|---|
| <p>1 지자체 맞춤형 최적의 답례품 구성 컨설팅</p> <p>지역경제활성화 및 매력 증대를 위한 상품발굴, 관리</p> | <p>2 최신 기부트렌드 분석, 마케팅전략 수립 컨설팅</p> <p>기부트렌드에 맞춘 콘텐츠 가공 마케팅 진행</p> <p>플랫폼과 연계한 기부자 고객 대행</p> | <p>3 답례품 발송 관련 기부자 안내 업무 전문 대행</p> <p>기부자 안내, 답례품 발송 알람 등 지자체 업무 분담</p> | <p>4 고정기부금 확보를 위한 섬세한 기부자 관리 업무 대행</p> <p>지속적 기부자 관리로 지자체에 고정적 기부 수입 창출</p> |
|---|---|---|---|

(주)공감만세 소개

고향사랑기부제 전략 수립 독보적 대표 기업

일본 법인을 통해 직접 고향세 모금 프로젝트를 추진한 국내 유일 기업

- 2019-2020 : 지역재생을 목적으로 빈집을 게스트하우스로 리모델링 / 히로시마현
- 2018-2019 : 재난재해 피해지역 아동 정서 치유 여행프로그램 제공 / 히로시마현

다수의 광역, 기초자치체 연구 컨설팅 용역 추진중

2022	광주 동구청 고향사랑기부제 대응 방안 수립 연구	광주시 동구청
2022	영암군청 고향사랑기부제 모금 전략 및 홍보 연구	전라남도 영암군청
2022	부여군청 고향사랑기부제 비전 및 전략 수립 연구	충청남도 부여군청
2022	횡성군청 고향사랑기부제 비전 및 전략 수립 연구	강원도 횡성군청
2022	양구군청 고향사랑기부제 모금 전략 연구	강원도 양구군청
2022	SK 사회성과인센티브 일본형 측정 및 보상 연구	SK사회적가치연구원
2022	충청남도 고향사랑기부제 답례품 개발 및 전략 수립 연구	충청남도청
2022	공정관광 답례품·마케팅 전략 수립 연구	강원도 양구군청
2022	고향사랑기부금 제도를 활용한 재정확보 전략수립 연구	대전광역시 대덕구청
2021	대전형 공정관광 프로그램 발굴을 위한 지표 개발	대전관광공사
2021	대덕구 공정·생태관광 뉴딜 일자리 창출 연구	대전광역시 대덕구청

고향사랑기부금이 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)**

참고 사이트

〈동향〉

<http://kwangju.co.kr/article.php?aid=1642888800732611281>
<http://www.agrinet.co.kr/news/articleView.html?idxno=309488>
<https://www.donga.com/news/Society/article/all/20211203/110603915/1>
<http://www.lifein.news/news/articleView.html?idxno=12615>

<https://www.nongmin.com/news/NEWS/ECO/WLD/350600/view> (소고기, 쌀, 대게 / 후루사토초이스 상품 순위)

<https://www.joongang.co.kr/article/25023150#home> (재해복구, 지역창생 등의 뚜렷한 이슈파이팅)

〈유사 케이스〉

<https://www.furusato-tax.jp/gcf/282>
<https://www.furusato-tax.jp/gcf/1095>
<https://www.furusato-tax.jp/gcf/744>
<https://www.furusato-tax.jp/gcf/884>

<https://www.eroun.net/news/articleView.html?idxno=11492>

*핵심: 결코, 답례품 상품만을 안내하거나 홍보하지 않는다.

<https://www.youtube.com/watch?v=PSdsw8Ro6sw> (GCF: 유메노스케)
https://www.furusato-tax.jp/feature/a/other_award_2014?feature-index_award&_ga=2.46429287.1338598616.1654734438-388936305.1635257337 (진세키고겐쵸 2014 AWARD)
<https://www.furusato-tax.jp/city/product/34545> (진세키고겐쵸 답례품/기부 사용 계획+결과 피드백)

참고 사이트

https://www.furusato-tax.jp/feature/series/disaster_support (재해특집)

-[https://www.furusato-tax.jp/saigai/filter?category_id\[\]=1261&utm_source=choicemailmag&utm_medium=email&utm_campaign=220323mailmag&xmid=20220323106801&xsenario=1068&xstep=01-01&xcrm=5103&xa=1&xno=bHh2b1prWjVsV2d5TVp3OHBmVGNaZUNSVTln&xlinkid=01](https://www.furusato-tax.jp/saigai/filter?category_id[]=1261&utm_source=choicemailmag&utm_medium=email&utm_campaign=220323mailmag&xmid=20220323106801&xsenario=1068&xstep=01-01&xcrm=5103&xa=1&xno=bHh2b1prWjVsV2d5TVp3OHBmVGNaZUNSVTln&xlinkid=01)

[https://www.furusato-tax.jp/saigai/filter?category_id\[\]=1261&utm_source=choicemailmag&utm_medium=email&utm_campaign=220323mailmag&xmid=20220323106801&xsenario=1068&xstep=01-01&xcrm=5103&xa=1&xno=bHh2b1prWjVsV2d5TVp3OHBmVGNaZUNSVTln&xlinkid=01](https://www.furusato-tax.jp/saigai/filter?category_id[]=1261&utm_source=choicemailmag&utm_medium=email&utm_campaign=220323mailmag&xmid=20220323106801&xsenario=1068&xstep=01-01&xcrm=5103&xa=1&xno=bHh2b1prWjVsV2d5TVp3OHBmVGNaZUNSVTln&xlinkid=01) (코로나19특집)

https://event.rakuten.co.jp/furusato/mypage/disaster-donation?page-id=202203_ukraine&l-id=furusato_pc_top_n_202203_ukraine (우크라이나 난민지원 특집)

<https://www.satofull.jp/static/special.php> (이커머스 스타일의 이벤트)

<https://www.furusato-tax.jp/feature/index> (고향세 스타일의 이벤트)

https://www.furusato-tax.jp/feature/a/niconico-yell?utm_source=choicemailmag&utm_medium=email&utm_campaign=220323_2mailmag&xmid=20220323106801&xsenario=1068&xstep=01-01&xcrm=5103&xa=1&xno=bHh2b1prWjVsV2d5TVp3OHBmVGNaZUNSVTln&xlinkid=05 (생산자의 부각)

https://www.furusato-tax.jp/feature/a/niconico-yell?utm_source=choicemailmag&utm_medium=email&utm_campaign=220323_2mailmag&xmid=20220323106801&xsenario=1068&xstep=01-01&xcrm=5103&xa=1&xno=bHh2b1prWjVsV2d5TVp3OHBmVGNaZUNSVTln&xlinkid=05 (생산자의 부각)

<https://award.furusato-tax.jp/> (고향세 어워드 since 2013)

<https://www.furusato-tax.jp/gcf/?header> (답례품 유무 등이 별로 중요하지 않고, 지역문제를 해결하는데 베풀는 GCF)

https://event.rakuten.co.jp/furusato/?l-id=furusato_pc_top_headmenu_top (라쿠텐 / 포인트와의 혼용 / 일반 이커머스플랫폼과 매우 유사)

<https://furusato.ana.co.jp/> (ANA / 마일리지와의 혼용 / 여행관광아웃도어 답례품 높은 순위)

<https://www.satofull.jp/> (사토후루-소프트뱅크 / 리뷰를 통한 알고리즘으로 사람들이 원하는 답례품을 매칭시켜주는 시스템)

<https://furusato-miyakonojo.jp/> (미야자키현 미야코노조시 / 20년 지자체 플랫폼 모금 1위, 135억엔)

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/about/ (총무성 고향세 안내 페이지)

감사합니다.

사례
발표

1

고향사랑기부제 대응 사례:
완주 사례를 중심으로

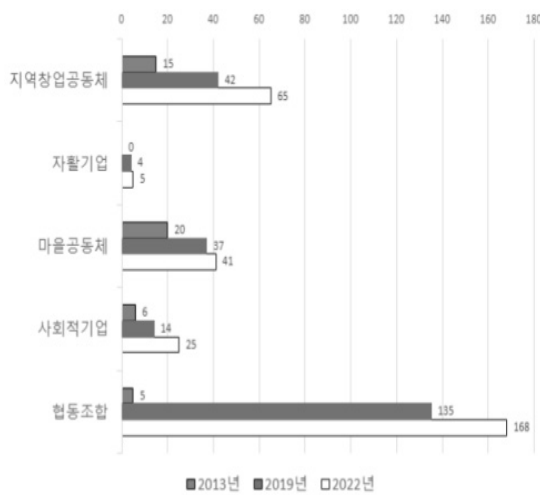
임경수

협동조합 이장 대표

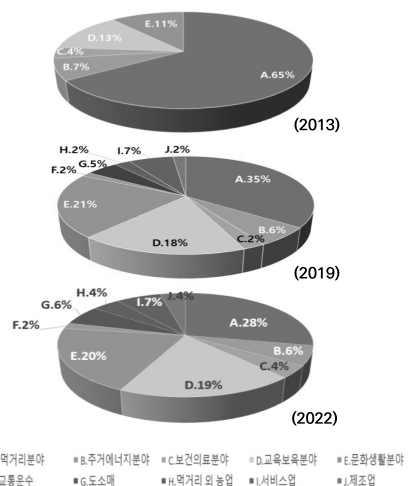
완주군의 고향사랑기부제의 대응사례

협동조합 이장 고산퍼머컬처센터장
임경수

■ 완주군의 사회적경제 현황



완주군 사회적경제 조직 현황 (2013, 2019, 2022)



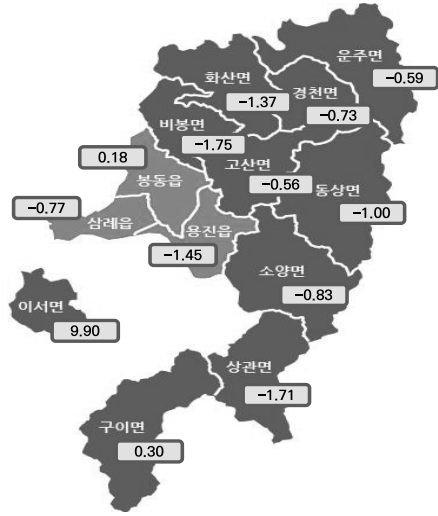
완주군 사회적경제 분야별 비중 (2013, 2019, 2022)

* 완주군 '소셜굿즈센터 주변개발 및 활성화방안 보고서(2022)

■ 완주군의 사회적경제 현황

지표	2013년	2019년	2021년
인구(명)	86,978	92,220	91,142
고령인구 고령인구비율(%)	21,359 24.6	27,932 30.3	30,787 33.8
생산가능인구 생산가능인구비율(%)	56,183 64.6	60,530 65.6	58,342 64.0
유소년인구 유소년인구비율(%)	13,328 15.3	12,265 13.3	10,911 12.0

완주군의 인구구조 변화 (2013, 2019, 2021)



완주군의 읍면별 연간평균 인구감소율 (2013-2021)

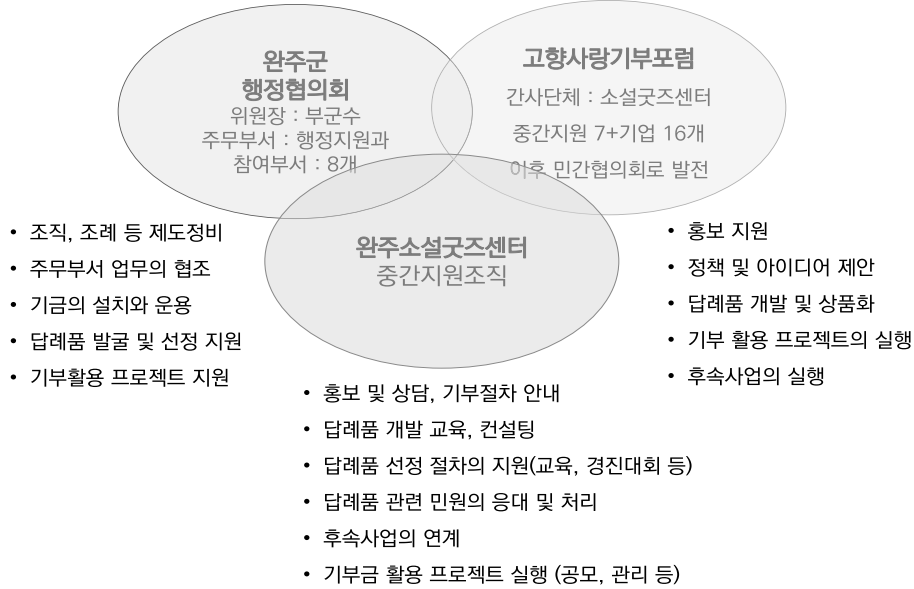
* 완주군 '소셜굿즈센터 주변개발 및 활성화방안 보고서(2022)

■ 완주군의 고향사랑기부제 관련 추진경과

- 1월 ~ 4월 ● 전문가. 지인들과 고향사랑기부제와 관련해 스터디 진행
도시로의 자본 이동의 계기가 될 수 있을 것으로 판단
- 4월 21일 ● 고향사랑기부제의 중요성과 시급한 준비의 필요성을 완주군청 공무원과 논의
- 5월 3일 ● 군수미팅, 담당팀 신설, 팀장의 선임, 민관협력방식의 준비 필요성 논의
- 6월 3일 ● 용역발주 (완주군 고향사랑기부 활성화 기본계획)
- 6월 20일 ● 행정과 연구팀의 1차 회의, TFT 방식의 용역 진행 합의
- 7월 6일 ● 3차 회의부터 중간지원조직인 완주소셜굿즈센터가 참여해 연구팀을 구성
4차 ~ 11차 연구팀 회의의 진행, 고향사랑기부 아이디어 경진대회, 고향사랑기부 워크숍
- 8월 31일 ● 중간지원조직을 중심으로 고향사랑기부 포럼 조직
- 9월 28일 ● 용역의 중간보고
- 10월 1일 ● 완주군 월례포럼 고향사랑기부제에 대한 공무원을 대상으로 이해제고를 위한 교육
- 10월 11일 ● 1차 완주군 고향사랑기부제포럼 운영
- 10월 13일 ● 고향사랑기부금 모금 및 운영에 관한 조례 제정 및 공포
- 10월 28일 ● 용역 종료, 연구팀 계속 운영
- 11월 9일 ● 완주군 고향사랑 기금운용 심의위원회 개최
- 11월 11일 ● 완주군 고향사랑 답례품선정위원회 개최, 17종의 답례품선정
- 11월 17일 ● 답례품 생산자를 포함, 2차 완주군 고향사랑기부제포럼 운영

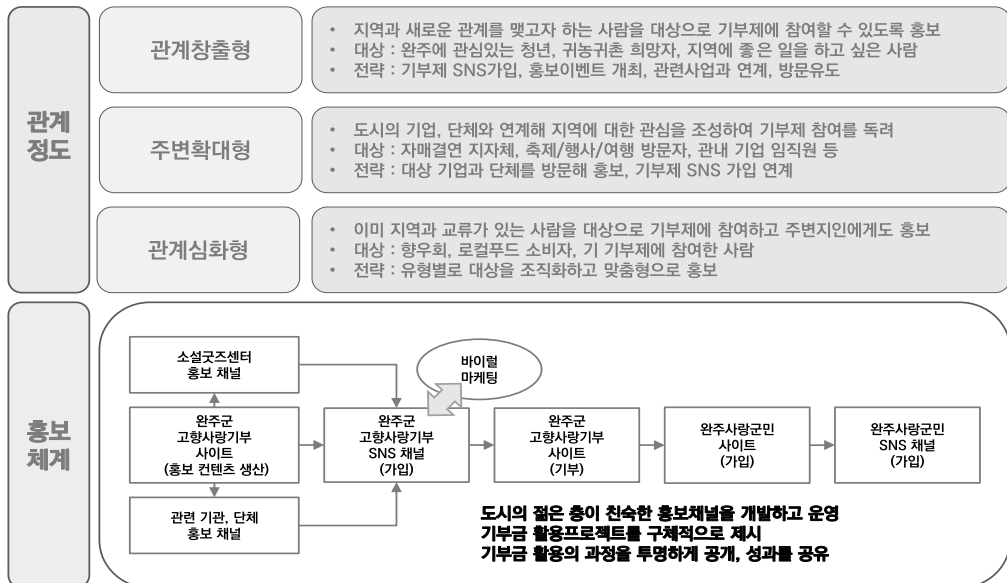
■ 완주군의 고향사랑기부제 대응의 특징

1. 행정, 민간, 중간조직이 연계하는 민관협력 시스템 구축



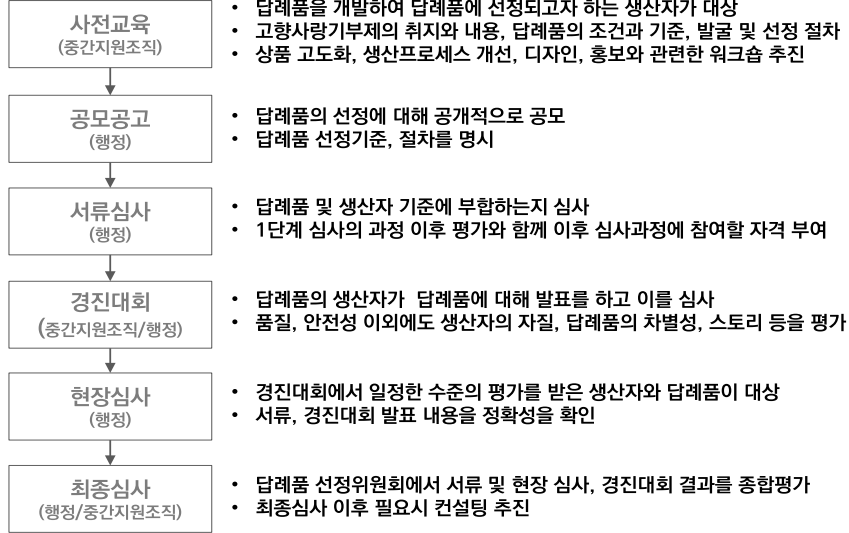
■ 완주군의 고향사랑기부제 대응의 특징

2. 향우회 뿐 아니라 다양한 도시민, 수도권 출신의 젊은 층을 대상



■ 완주군의 고향사랑기부제 대응의 특징

3. 답례품 발굴 및 선정은 과정중심으로, 상품과 생산자 통합해 추진



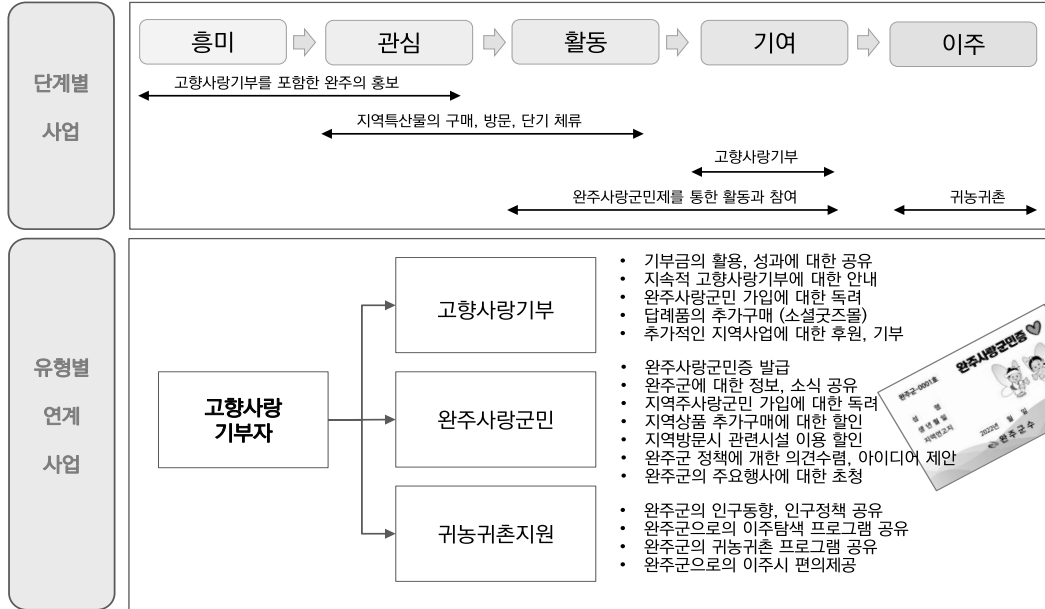
■ 완주군의 고향사랑기부제 대응의 특징

4. 사회적 가치를 중심에 두고 고향사랑기부제를 준비

<p>완주군 스토리</p>	<p>고향사랑기부금으로 '스마트 생태도시 완주'를 만들겠습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2008년 약속프로젝트, 2010년 커뮤니티비즈니스를 통해 대한민국 로컬푸드 1번지, 농촌 사회적경제 1번지로 자리매김함. • 2022년 민선 8기 '만경강의 기적' 프로젝트로 스마트 생태도시 완주로 제 2의 도약을 준비 • 답례품의 생산과 기부금의 활용에 있어 로컬푸드와 사회적경제 조직을 활용하고 취약계층을 지원하여 복지, 일자리 창출, 사회적경제 활성화의 선순환 체계 구축
<p>답례품</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 기업의 선정기준 : 사회적경제조직 우선, 부채비율, 고용안정성, 지역기반 정도 • 상품의 선정기준 : 지역자원 연계성, 지역의 고유성, 지역상생협력 협약 가산점 • 발표심사 : 생산자의 가치 및 철학, 상품에 담긴 사회적 가치와 스토리
<p>기부금 활용</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 지정기부, 음면별 기부, 답례품 없는 기부, 답례품 비용의 잉여에 대한 기부 고려 • 기부금 활용의 절차 및 성과의 투명한 공개, 기부자를 초청하는 행사 계획 • 2023년 활용 프로젝트 로컬푸드를 활용한 먹거리복지, 기후위기 대응을 위한 에너지복지

■ 완주군의 고향사랑기부제 대응의 특징

5. 구체적인 후속사업과 연계



■ 완주군의 고향사랑기부제와 사회적경제

1. 답례품 생산조직

2023년 완주군 답례품 선정 목록

1. 완주군	2. 완주향우회동조합	3. 완주공공급식지원센터
4. 용인농협	5. 삼례농협	6. 운주농협
7. 완주봉상장미조합	8. 고산농협	9. 대방죽장
10. 향향푸드 (완주·진안·진원·진부)	11. 화산농협	12. 통상이영달밭매
13. 푸드인더우커	14. 완주도원푸드공장 생산자협동조합	15. 완주지역활성센터
16. 불남이음 (완주·진원·진부)	17. 안성리마을공동체	18. 완주공공급식지원센터

구분	갯수	비고
공공기관, 공기업	2	완주군청, 공공급식센터(재단)
농협	5	
영농조합	2	
협동조합	2	
예비사업적기업	2	농업회사법인, 유한회사
마을기업	1	영농조합
마을공동체	1	영농조합
개인사업자	1	
자활	1	
합계	17	

- 생산자의 유형별 비율
- 사회적경제조직의 비율 : 11/17 (64.7%)
- 비영리 조직의 비율 : 14/17 (82.4%)

■ 완주군의 고향사랑기부제와 사회적경제

2. 기부금의 활용

- 2023년 기부금 모금 목표액 : 10억원
- 2023년 기부금 활용 목표액 : 1억원
- 기부금의 활용은 중간지원조직인 완주소설굿즈센터의 주관으로 사회적경제조직, 민간조직을 대상으로 공모로 추진
- 2023년 기부금 활용사업 주요사업

먹거리 복지

- 내용 : 로컬푸드를 기반으로 취약계층, 특히 아동 및 청소년의 먹거리 복지의 실현
- 사업의 예시 : 취약계층 아동가정의 꾸러미 지원, 취약계층 아동의 아침식사 지원 등
- 참여단체 : 공공급식지원센터, 로컬푸드 협동조합 등 로컬푸드 관련 사회적경제조직

에너지 복지

- 내용 : 취약계층의 에너지 절약을 위한 단열시공, 에너지 전환을 통해 기후위기 대응
- 사업의 예시 : 노후한 마을회관, 취약계층 주택의 단열시공, 친환경보일러 교체 등
- 참여단체 : 로컬빌더협의회 (건축, 목공, 집수리 관련 5개 사회조직 연합회), 자활 등

■ 완주군의 고향사랑기부제와 사회적경제

3. 중간지원조직의 활용

- 고향사랑기부제 대응에 있어 중간지원조직의 필요성
 - 고향사랑기부금에 관한 법률, 시행령 상에 홍보방법에 대한 제약조건
 - 다양한 분야의 통합과 체계적인 추진이 요구되는 업무
 - 답례품 개발과 선정, 기부금 활용 등 민간의 적극적인 참여가 필요
 - 도시민과의 접점에서 원활한 후속사업과의 연계 필요
 - 고향사랑기부제를 활용하여 사회적경제조직과 사회적경제 생태계를 육성

〈사례〉 파인로지스 협동조합

- 완주, 전북의 식품기업이 모여 유통, 물류 뿐 아니라 마케팅을 공동으로 추진하기 위해 설립한 협동조합
- 냉동, 냉장, 일반 창고를 보유하고 있으며 포장박스, 포장재, 택배의 공동구매로 단가 절감
- 완주의 고향사랑기부 답례품의 저장, 유통, 물류 서비스 대행을 준비하고 있음

- 중간지원조직 활용을 위한 절차 추진
 - 완주군청과 완주소설굿즈센터의 모법인인 완주사회적경제네트워크와의 협약
 - 완주소설굿즈센터의 위탁사무에 고향사랑기부제와 관련한 업무를 포함해 위탁
 - 위탁사무에 대한 예산지원

■ 고향사랑기부제 활성화를 위한 제안사항

- **기부의 취지와 사회적 가치에 부합하는 대응이 필요**
 - 도시와 농촌, 지역과 지역이 교류하고 소통하는 계기를 마련
 - 답례품 쇼핑몰이 아니라 지역에 기부, 투자를 촉진하는 계기가 되어야 함

- **고향사랑기부제 준비과정을 지역의 사회적경제 육성에 활용**
 - 답례품의 개발과 상품화, 기부금의 활용에 있어 민간참여를 통해 성장의 기회 제공
 - 성장가능성이 있는 사회적경제 조직을 지원하고 관련 생태계를 육성

- **민간의 중개사이트 연계 허용 및 활성화**
 - 일본 고향납세는 8~9개의 민간중개 사이트가 존재하며 이를 통해 활성화
 - 사회적경제 혹은 민간조직이 기부를 중개할 수 있도록 허용하고 활성화

- **지역경제순환을 촉진하기 위해 지역자산화와의 연계 필요**
 - 기부금을 통해 취약계층의 복리증진 뿐 아니라 지역경제순환 기반을 구축해야 함
 - 지역사회의 사회적경제조직, 공동체 조직의 토지 및 금융 자산의 구축에 활용 필요

**사례
발표**

2

**고향사랑기부제 대응 사례:
농협 사례를 중심으로**

송경규

순창농협군지부 농정지원단장

고향사랑기부제 대응사례 - 농협사례를 중심으로 -

농협중앙회 송경규 농정지원단장

한결같은 사랑과 힘찬 응원으로
함께 하겠습니다

사랑합니다! 응원합니다!

고향사랑기부제 - 농협 사례

NH NongHyup

목 차

🍃 순창군 & 농협 현황

🍃 답례품 & 포장디자인 & 홍보

🍃 고향사랑기부제 조례(답례품비 지급)

🍃 농산물판로확대 & 지역경제 활성화

순창군 현황

전북의 남부 중앙 노령산맥줄기의 산간지대에 위치

- 전주와 60.5km, 광주광역시와 40km

행정구역, 면적 및 인구

- 행정구역 : 1읍 10면 131리 305마을
- 면적 : 495.82㎢(여의도 면적의 59배)
- 인구 : 28천명(농가인구 9,440명, 외국인 354명)

재정규모 : 5,500억(농림분야 - 975억)

주요 생산물 현황 : 총 38,041M/T

- 미곡 35,050(92.1%), 서류1,492(3.92), 두류 1,182(3.1)
- 맥류 243(0.64), 잡곡 74(0.2)

관광명소 : 강천산, 체계산, 용결산, 고추장민속마을

1 농협점포 및 직원

구분	군지부	농·축협			조공 법인	합계 (개소,명)	비고
		농협	축협	소계			
본점	1	4	1	5	1	7	
지점	1	8	3	11	-	12	
계	2	12	4	16	1	19	
직원수	17	172	99	271	12	300	

2 조(준)합원 및 경제사업

조(준)합원(명)			경제사업(억원)				
조합원	준조합원	합계	판매	구매	마트	기타	합계
10,965	15,596	26,561	1,482	921	257	622	3,282

〈농축산품〉

- 농산물꾸러미, 참두릅, 쌀, 버섯(표고, 느타리), 딸기, 한돈, 한우, 옥광 밤

〈농산물 간식 꾸러미 세트〉

- 동결건조식품 : 딸기, 사과, 맛밤

〈특산품〉 고추장, 된장, 장아찌, 청국장, 전승공예품

〈발효식품〉 발효커피세트, 발효토마토고추장, 전통주

〈관계인구 증대 상품〉

- 체험, 숙박, 관광, 서비스상품, 고향사랑상품권
- 벌초 대행, 기부자가 지정하는 농가 일손돕기 서비스

〈순창군 경제사업시너지협의회(고향사랑기부제TF팀 겸)〉

○ 지역 농정 협력 및 공동이익 증진

○ 내 고향 살리는 「고향사랑 기부제」성공적 수행 및 정착 추진

- 경쟁력(특색) 있고 매력적인 답례품 발굴 지도 및 협력
- 제도 및 농협 답례품 사업 등에 대한 홍보
- 농업인 단체와의 협력을 통한 지자체 대상 농업계 의견 반영 추진
- 농·축협 등 계통사무소간 답례품 공급 경쟁(예상)에 따른 갈등 조정·

관리 등

- 행정(순창군)과 간담회(워크숍) 협의

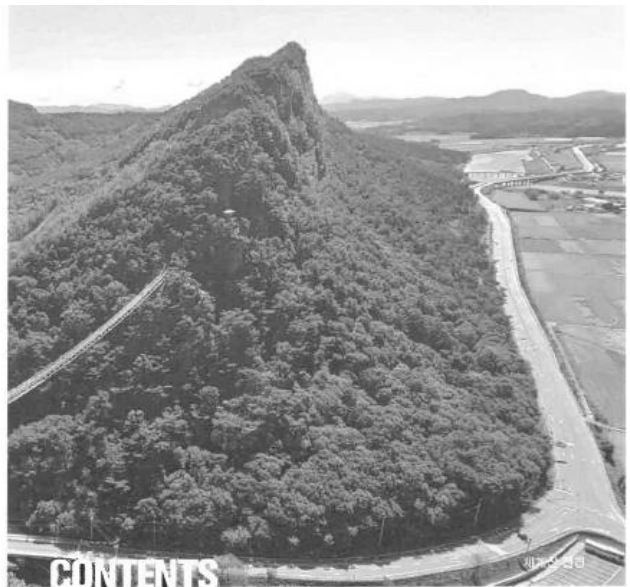
○ 협의회 위원

- 농협중앙회군지부(단장), 지역 농축협(전상무), 조공법인(상무)



고향사랑기부제
순창군
우수상품

순창군 농업



산길 따라 강길 따라 군민 모두가
행복한 순창을 만들 수 있도록
순창군 농업인의 정성을 담았습니다.

CONTENTS		계곡수련원	
4~5	순창군 소개	11	옥경밥
6	농산물 꾸러미	12	알찬신동진 쌀(10kg)
7	농산물 간식 꾸러미	13	해로빛은빛 쌀(10kg)
8	버섯	14	돼지갈비
9	말기	15	한우물고기
10	두릅	16~17	고향사랑 기부금 답례품



SUNCHANG CITY

순창의 3대 명산인 강천산과 체계산을 비롯해 순창 전통고추장민속마을과 용굴산, 장승들을 테마로 한 공원과, 전시장, 편백나무숲과 숲 속 산책로 등이 조성된 장승촌으로 여행을 떠나보자.

6 : 고향사랑가이드

친환경이라 더 맛있는

「농산물꾸러미」

농산물 꾸러미
 품목 브랜드명 농산물 꾸러미
 구성(무게, 단위) 용인/마안소쿠리
 생산/판매 매월 변경 순창농협
 공급가능시기 연중
 제품특징 구수한 향기

순창시는 연중무휴로 판매 가능합니다. (1봉 500원/1봉)

7 : 고향사랑가이드

달콤한 맛과 향이 유지된

「농산물간식꾸러미」


농산물 간식 꾸러미
 품목 브랜드명 나는 딸기(12g)
 나는 사과(12g)
 구성(무게, 단위) 순창옥수수맛밤(50g)
 딸기15봉+사과5봉+맛밤5봉
 딸기18봉+사과18봉+맛밤15봉
 딸기15봉+사과15봉+맛밤15봉
 생산/판매 순창조과
 공급가능시기 연중
 제품특징 과일점 : 생과일 동결건조
 달콤한 맛과 향은 유지하고
 영양손실 없음
 맛밤 : 순창 명물 옥공밤을
 맛있게 제조

순창시는 연중무휴로 판매 가능합니다. (1봉 500원/1봉)

08 | 고향사랑기부금

향기로운 향이 일품인

버섯 표고느타리



품목: 버섯
 브랜드명: 표고버섯 / 느타리버섯
 구성(무게, 단위): 시세에 따라 변동
 생산/판매: 구량농협
 공급가능시기: 연중
 제품특징: 최상품질 구원버섯

위 이미지는 연출사진으로 실제 제품과는 다를 수 있습니다.

09 | 고향사랑기부금

새콤달콤하고 신선한

딸기




품목: 딸기
 브랜드명: 평북관 딸기
 구성(무게, 단위): 1kg / 2kg
 생산/판매: 순창농협
 공급가능시기: 11 ~ 3월
 제품특징: 최상품 산지 직송딸기

위 이미지는 연출사진으로 실제 제품과는 다를 수 있습니다.

10 | 고향사랑기부금

맛과 향이 일품인 봄나물의 제왕

참두릅



품목: 참두릅
 브랜드명: 순창참두릅
 구성(무게, 단위): 1kg
 생산/판매: 서순창농협
 공급가능시기: 4 ~ 5월
 제품특징: 최상품 최고의 인기 식재료

위 이미지는 연출사진으로 실제 제품과는 다를 수 있습니다.

11 | 고향사랑기부금

속이 팽창 온가족 최고의 간식

옥광밤



품목: 옥광밤
 브랜드명: 순창옥광밤
 구성(무게, 단위): 3kg
 생산/판매: 동계농협
 공급가능시기: 10 ~ 2월
 제품특징: 알이 토싹토싹하며 속이 짙음

위 이미지는 연출사진으로 실제 제품과는 다를 수 있습니다.

14 | 고향사랑기부금

고소한
육향이
일품인

한돈

품목	삼겹살/목살/갈비/등심/안심
브랜드명	도드림한돈
구성(무게, 단위)	1.5kg
생산/판매	순정축협
공급가능시기	연중
재분류명	부드러운도 훈제한 저지방

※ 이 상품은 연중 24시간 365일 제공됩니다.

15 | 고향사랑기부금

고기향
이
진해
씹을수록
고들고들한

한우

품목	한우 갈비/불고기/등심/안심
브랜드명	경이우
구성(무게, 단위)	500g
생산/판매	순정축협
공급가능시기	연중
재분류명	순정축협에서 직접 사육한 한우

※ 이 상품은 연중 24시간 365일 제공됩니다.

16 | 고향사랑기부금

고향사랑 기부금 답례품

보내주신 소중한 기부금은
취약계층·청소년 지원, 문화예술 증진,
공동체 활성화 등에 운용하겠습니다.
감사드립니다.

강천산

용평산

순창전통고추장민속마을

순창군 NH농협

17 | 고향사랑기부금

고향사랑 기부금 답례품

체계산

장승촌

장군목

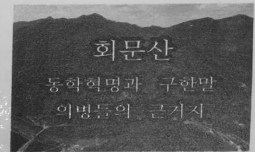
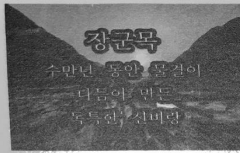
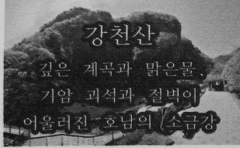
순창군 NH농협

농산물
프리미셋

고향사랑 기부금 답례품

보내주신 소중한 기부금은
취약계층 청소년 지원, 문화예술 증진,
공동체 활성화 등에 운용하겠습니다.
감사드립니다.

순창이 참좋다



택배송장



순창군 SUNCHANG



농협



100년 전통

고향에 기부하고 혜택받는 "고향사랑기부제"

순창이 참좋다

고향사랑기부제 답례품은 "순창 농축산물"로

순창군지부·순창농협·동계농협·구림농협·서순창농협·순정축협·순창군조공법인



- 오마이뉴스[인터뷰] 농협순창군지부 송경규 농정지원단장

"고향사랑기부제 첫해 첫 답례품이 중요"

[인터뷰] 농협순창군지부 송경규 농정지원단장

22.04.28 18:55 | 최종 업데이트 22.04.28 18:57 | 조회수(run63) ▼

송 단장은 "순창군에서 고향사랑기부제 시행 첫해 첫 답례품을 어떻게 준비해 기부자에게 제공하느냐에 따라서 자치단체 간 경쟁하는 기부금 모금의 성패가 결정될 것"이라고 강조하며 말문을 열었다.

"고향사랑기부제 답례품은 주는 사람이, 순창군이 결정하는 거예요. 기부한 사람이 품목이나 물품을 골라서 달라고 하는 게 아니예요. 내년 1월이면 기간이 많이 남은 것 같지만, 농축산물을 답례품으로 할 경

우에는 농사를 지어야 해서 시간이 얼마 없어요. 답례품목 구성부터 출하가능 시기, 가격대, 포장 방법, 규격, 단가, 부가세 포함 여부 등 확인하고 준비할 게 많아요."

- 오마이뉴스[인터뷰]

"고향사랑기부제 '첫해 첫 답례품'이 중요"

[인터뷰] 농협순창군지부 송경규 농정지원단장

22.04.28 18:55 | 최종 업데이트 22.04.28 18:57 | 조회수(run63) ▼

송 단장은 "3만 원을 기준으로 답례품을 준비하려면 생각보다 따져봐야 할 게 많다"고 설명을 이었다.

"순창의 농축산 특산품으로 3만원짜리 답례품을 제공한다고 했을 때 택배비와 박스·포장비, 마진율, 부가가치세 등 유통비용을 감안하면 기부자에게는 실제로 1만7000원 정도의 제품이 보내지게 돼요. 순수 제품 비용만으로 생각하면 안 돼요. 박스·포장 인건비 같은 고정 물류비용을 어떻게 줄여서 답례품의 품질을 올릴 수 있느냐가 관건인 거죠."

송 단장은 "농협에서 지도사업으로 농가에 택배비를 지원하는 방안이나, 농협의 마진을 없애는 방안, 협동조합공동법인에서 출하 담당 지원 등 유통 비용을 줄일 수 있는 다양한 방안을 모색하고 있다"고 덧붙였다.

'1군민 1자녀 고향사랑기부제 추천 운동'

고향사랑기부금은 주로 사회 취약계층의 지원이나 지역주민의 문화예술, 보건 등의 증진에 사용해야 한다. 향우회나 동창회 등 모임에서의 기부금 홍보가 금지돼 있어 군민들의 적극적인 홍보와 향우들의 자발적인 참여가 필요한 상황이다. 송 단장은 '고향사랑기부제' 홍보 대목에서 단호하게 주장했다.

순창군내 5개 농협·축협 조합장들은 지난 3월 15일 '고향사랑기부제 수행 간담회'를 개최하고 "순창군농축산물 답례품 지급으로 농업인의 삶의 질 향상과 농업소득 증대로 이어져야 한다"고 뜻을 모은 바 있다. 이어 농협·축협 경제상무들도 자리를 마련해 고향사랑기부제 관련 실무 준비 등을 논의했다.

송 단장은 마지막으로 "답례품 구성과 준비는 생각보다 까다롭고, 확인해야 될 사안이 많다"면서 "순창군민들과 순창군청, 농협·축협, 제조업체 등이 머리를 맞대고 답례품 구성에 대해 지속적으로 논의하고 협의해야 한다"고 강조했다.

• 농협+순창군 홍보 프레카드(안)

**2023년 1월 1일부터 고향사랑기부제 시행
순창에 기부, 고향사랑의
첫걸음입니다.**

**기부하신 분에게는 세액공제와
순창농축산물 답례품 제공 + 지역발전**

 순 창 군  농 협

• <답례품비 지급>

- 기부자에게 제공하는 답례품 비용을 지급하기 위해 별도의 예산을 편성할 수 있다.

• <답례품 유통비용(예상)>

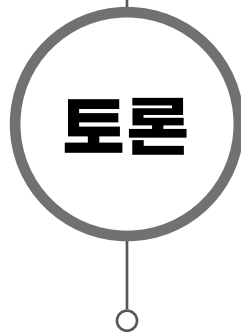
- 택배비 : 4,500원
- 포장자재비 : 1,000원
- 답례품공급업체 인건비(물류업무 등) : 2,000원
- 부가가치세 : 3,000원
- 답례품 제품 이윤 : 3,000원

<지자체(행정)+농협 협력사업으로 추진중>

- 유통비용 예산편성 및 인건비/이윤은 자체사업비로 충당
- ☞ 순창군 관계인구 증대 및 지역경제 활성화



농협은
함께사는 세상을 꿈꿉니다.



좌장 **임주환** 희망제작소 소장

임영락 대구 사회적경제기업 종합유통채널 무한상사 사회적협동조합 이사장

송직근 대덕구공동체지원센터 사무국장/민들레의료복지사회적협동조합 이사

정순영 (사)옥천순환경제공동체 이사

문보경 사회투자지원재단 사회적경제연구센터 부소장

이형석 행정안전부 지역균형발전과 과장

전체토론

발제자, 토론자, 청중

토론

1

임영락

대구 사회적경제기업 종합유통채널 무한상사 사회적협동조합 이사장

□ 고향사랑기부제 답례품의 사회적 경제 기업 제품 연계 방안

1. 전국 사회적(경제)기업 판로지원 네트워크 협력 운영

* 판로지원(종합상사)기관

사회적(경제)기업의 가장 큰 애로사항인 시장개척 및 판로지원을 위해 공동브랜드, 유통시스템 구축을 통해 지속가능한 판로 채널을 지원하여 사회적경제기업의 자립이 가능한 성장환경 조성을 목적으로 함.

- 각 지역의 사회적경제를 대표하는 당사자 조직으로써, 유통과 판로개척을 전문적으로 수행하는 판로지원 조직의 연대와 협력을 통해 사회적경제의 매출 신장과 협력 활성화에 기여
- 지역 단위 민간협력 주도형으로 육성되는 광역정책, 종합상사 사업분석, 산업별 사회적경제 육성모델 공유, 판로지원 전문인력 양성의 거버넌스를 구축
- 전국 9개 광역 단위에서 지역별 역할 수행 중

2. 사회적(경제)기업 판로지원 네트워크의 특성과 역할

○ 당사자 중심의 조직

- 사회적경제 기업이 운영 주체로 결성되어 사회적경제기업의 판로 활성화 역할 수행을 통해 사회적경제 기업의 지속 성장과 운영 안정화

○ 판로지원기관 운영시스템 정착

- 지역별 판로지원기관의 온·오프라인 판로지원 상시화

○ 시장대응력 향상

- 지역 특성 및 가치기반 상품군 확보, 제품의 질 관리를 토대로 유통역량 강화.

* 답례품 및 공급업체 선정 시 고려사항 중 유통 및 행정 역량 담보

3. 지역 중심의 제품 거래 활성화 기회 마련 제안

- 근거 법률에 명시된 해당 지역 중심의 상품 제공 원칙 준수 필요
 - 중소기업자간 경쟁제품에 해당되면 유통이 제한되듯 유통 능력은 검증하되, ‘고향사랑’ 취지에 부합하도록 지역 제품 구성으로 경제적 이익이 지역 내 순환하는 것을 담보하는 것이 중요
- ESG 실현의 중요성이 높아지고 있는 시대 속에서, 친환경, 사회가치와 윤리, 그리고 제품의 스토리텔링이 담겨 있는 사회적경제기업 제품 적극 발굴 필요(답례품선정위원회에서 기준 마련시 반영). 기업의 층위를 고려하여 안내.
 - 법령에 따른 전국 단위의 사업인고로 기금의 용처와 부합하도록 제품 구성에 있어서도 사회적 책임을 장려하는 내용을 선언적으로 명시하는 것이 필요함.
(기부란 목적과 취지를 고려하여 되갚는다는 반대급부가 없는 일종의 계약 행위일텐데, 제도상에 답례품 제공을 명시했으므로 단순히 더 나은 상품, 가성비 높은 상품으로의 접근보다 개개인의 인식 제고를 통한 참여를 권장하는 사회적 분위기 조성으로 가이드 하면 좋겠다는 취지임)
*비재무적 가치의 중요성이 높아지고 있는 시대에 답례품 시장이 형성되는 초기 기부자의 상품 수령 만족도와 더불어 사회적 메시지를 담아내는 시도가 요구됨.
 - 제품의 질관리는 기본으로 하되, 제품이 만들어지는 동기와 과정, 결과적 산물이 일관되게 반영되는 제품이 기부에 대한 리워드 제공시 보람이 덤으로 선물로 주어질 것.
: 기부금의 기금 마련을 통한 운용 내용인 취약계층 청소년 지원, 문화예술 증진, 공동체 활성화 등의 내용이 답례품 제공과 같은 내용적 흐름으로 전개된다면 기부금과 답례품 제공은 같은 맥락으로 설명할 수 있게 되어 뚜렷한 지역별 브랜드가 될 것이라 생각됨.

- 지난 수 년에 걸쳐 사회적경제기업제품의 공공과 민간 영역에서 상품성에 대한 검증된 제품 보유 및 확장세
- 지원사항 : 수행기관 지정시 답례품의 포장비, 배송비 지원을 통한 제품의 질 관리 담보가 되어 더 많은 기부 참여의 매개로서 답례품이 기능적 역할을 하도록 지원이 필요함.
- 기타 : 고향 없는 사람은 없으나, 고향에 대한 향수가 열어지고 있는 시대 속에 고향 사랑 기부제를 통해 ‘고향’과 ‘기부’의 각각의 의미가 드러나도록 지속적인 홍보를 요청.
충분한 홍보를 통한 실질의 전달 속에 고향 사랑 기부를 비롯한 ‘기부 문화’의 사회 저변이 넓어지는데 큰 기여를 하는 제도가 되기를 기대함.

토론

2

송직근

대덕구공동체지원센터 사무국장/민들레의료복지사회적협동조합 이사

제19회 사회적경제 정책포럼 토론문
순환·분산·자립형 지역발전을 돕는 사회적경제의 역할과 과제 :
고향사랑기부제 등 제도·정책 점검을 중심으로

2022. 12. 6.

송 직 근

(대덕구공동체지원센터 사무국장 / 민들레의료복지사회적협동조합 이사)

고향사랑기부제와 사회적경제의 접점1

• 고향사랑 기부금에 관한 법률 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 제공되는 답례품은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것으로 한다.
 1. 지역특산품 등 해당 지방자치단체의 관할구역에서 생산·제조된 물품
 2. 지방자치단체가 해당 지방자치단체의 관할 구역에서만 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. 제2항 제2호에 해당하지 아니하는 상품권 등 유가증권
 4. 그 밖에 지역경제 활성화에 기여하지 못하는 것으로서 대통령령으로 정하는 것

고향사랑기부제와 사회적경제의 접점2

• 고향사랑 기부금에 관한 법률 제11조(고향사랑기금의 설치 등)

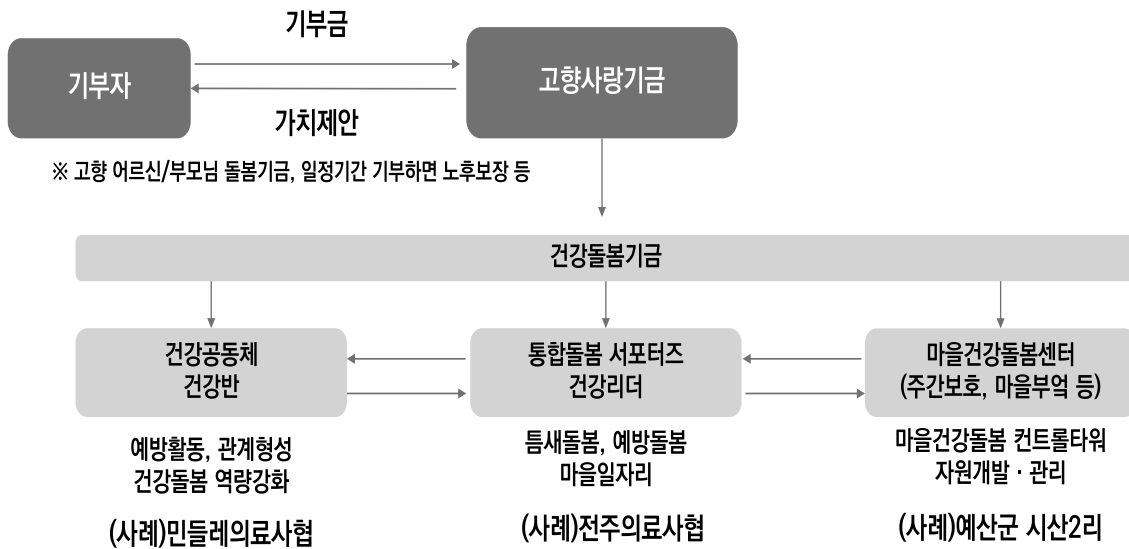
- ① 지방자치단체는 모금·접수한 고향사랑 기부금의 효율적인 관리·운용을 위하여 기금을 설치하여야 한다.
- ② 제1항에 따른 기금(이하 “고향사랑기금”이라 한다)은 고향사랑 기부금을 재원으로 하고, 제3항에 따라 모집·운용 비용에 충당하는 경우 외에는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 목적으로만 사용되어야 한다.
 1. 사회적 취약계층의 지원 및 청소년의 육성·보호
 2. 지역 주민의 문화·예술·보건 등의 증진
 3. 시민참여, 자원봉사 등 지역공동체 활성화 지원
 4. 그 밖에 주민의 복리증진에 필요한 사업의 추진

돌봄 현황

- 돌봄의 수요 및 자원이 지역마다 다르다
(지역특성에 맞는 돌봄체계 개발·활용 필요)
- 지역 내 돌봄 수요와 자원 불균형
(특히, 인구소멸 지역일수록 수요는 많고 자원은 부족)
- 시장을 통한 돌봄 서비스 제공의 한계
(틈새돌봄, 예방돌봄영역 주민참여)

건강돌봄과 고향사랑기금의 만남 상상

• 주민이 주민을 돕는 건강돌봄마을



토론

3

정순영

(사)옥천순환경제공동체 이사

‘옥천은 아이유를 무슨 수로 이기지?’

정 순 영 ((사)옥천순환경제공동체 이사 / 옥천군 마을공동체 지원센터 센터장)



“웃자고 한 이야기입니다! ^^:”

0. 고향사랑기부제 관련 옥천군 준비 상황

- 옥천군 자치행정과 참여자치팀에서 고향사랑기부제 업무 담당 (담당주무관 1명)
- 2022년 9월30일 「옥천군 고향사랑 기부금 모금 및 운용에 관한 조례안 입법예고」
- 10월 옥천군 고향사랑기부제 활성화 계획 수립 연구용역 착수
- 11월 고향사랑기부제 답례품 선정위원회 구성 완료 (10명 이내)
- 12월 중 고향사랑기부제 답례품 공급업체 공개모집·선정 완료 예정
- 12월 중 옥천군의회 제2차 정례회에서 조례 의결 예정
- 2023년 1월 고향사랑기부금 모금 시작 (당분간 행정 직영. 기부자가 답례품 선정 시, 답례품 공급업체가 기부자에게 답례품 직접 발송)

1. 고향사랑기부제를 바라보는 다소 불편한 마음 ☹

‘지자체 간 경쟁이 불가피하다’

‘지자체의 실력을 증명하는 기회가 될 것이다’

‘지역을 어떻게 매력적으로 상품화 할 것인가?’

- 도대체 왜 옥천과 같은 작은 농촌지역은, 안 그래도 힘든데 이제 도시민에게 잘 보이기 위한 노력까지 해야 하는가? 지역마다 국비 좀 확보해보겠다고 온갖 정부 공모사업 앞에

줄 서고 경쟁하는 것도 힘든데 이제 고향사랑기부금 모금까지 나서야하나?

- 지금의 지역 위기가 지역이 잘못된 결과인가? 한국 사회의 파멸적 수도권 집중이 불러온 피해를 고스란히 입고 있는 것이 바로 지역인데, 진짜 문제해결의 실마리들은 고스란히 남겨두고 지역에 기부금 열심히 모아서 지역문제를 해결하라니? 이 무슨...

- 그런 점에서 (㉸)공감탄세 고두환 대표님의 발제문에 나오는 일본의 고향제 '제안 배경'을 농촌지역 주민도 도시민도 함께 곱씹어 봤으면 함

“다수의 국민이 지방에서 태어나 중·고등학교까지 다니면서 많은 혜택을 받음”

“정작 대학과 취직은 큰 타 지역의 도시나 현에서 하게 되니, 고향 지방정부의 세출만 누적되고 세입이 없게 됨”

=> 지역(농촌)에서 받은 것에 대한 보답 차원에서 고향사랑기부제를 바라보는 인식 확산 필요

2. 고향사랑기부제 실행 초반에 거는 기대

▶ 고향사랑기부제 실행 초반에는 제도가 갖는 사회적효과가 일단 클 것으로 보이며 세수 확보 및 지역경제 파급 효과를 체감하기까지 어느 정도 시간이 걸릴지 아직은 가늠이 안 됨

- 온 국민이 다함께 '지역'이라는 것을 한번쯤 생각해볼 수 있는 계기

- 고향사랑기부제를 통해 '관계인구'를 확보하고 지속적으로 관계를 이어갈 수 있는 계기

- 지역마다 모금 전략을 설계하면서, 민관이 '지역 의제'를 함께 고민해보고 우선순위를 결정해보는 계기 (물론 지자체 의지가 있을 시에 가능하겠지만)

- 지역 사회적경제조직이 지역 주요 의제를 발굴하고 해결하는데 구체적 역할을 맡고 문제 해결의 플랫폼으로 도약할 수 있는 계기

· 1차적 역할 : 고향사랑기부제 답례품 기획 및 공급의 주체

· 2차적 역할 : 고향사랑기부제 모금 프로젝트를 제안하고 실행하는 주체

· 3차적 역할 : 지자체 위탁으로 고향사랑기부제 운영 전반을 책임지는 플랫폼 기획·운영

- 고향사랑기부제 운영원리는 사회적경제조직의 존재방식과 상당히 유사한 측면이 있음

· 공공과 민간의 중첩 / 비영리와 영리의 중첩 / 국가·공동체·시장의 중첩

· 이러한 중첩의 영역에서, 고향사랑기부제 취지를 제대로 구현해내며 모금 전략과 답례품 전략 등을 기획·실행할 수 있는 (어쩌면 유일한) 조직은 지역의 사회적경제조직일 수밖에 없음. 장기적으로 봤을 때, 지역의 사회적경제 주체들이 가진 역량과 네트워크 및 민관협력의 수준 등이 그 지역 고향사랑기부제 실행의 수준과 성과를 결정지을 것으로 전망되며 완주군의 사례는 바로 이러한 지점을 정확히 보여주는 사례라 생각함

- 고향사랑기부제 대응 체계가 아직 충분히 갖춰지지 않은 지자체라면 순창군의 사례처럼, 지역 농축협들과의 협업으로 답례품을 안정적으로 조달하는 방식을 긍정적으로 검토해볼 수 있을 것이라 생각됨. 다만 지역 농축협을 통한 답례품 조달이 '대세를 이루는' 방식으로 굳어버릴 경우, 농협 이외의 다른 사회적경제조직이 다양하고 창의적인 방식으로 고향사랑기부제에 결합하기가 어려워질 수 있음. 또한 장기적으로 봤을 때 농특산물 위주 답례품은 타 지역과 끊임없이 경쟁해야 한다는 부담감이 매우 크다 할 수 있음

3. 옥천의 준비 정도 그리고 가능성

- 옥천은, 인구 5만 명이 채 되지 않는 작은 농촌 지역이지만, 지역의 문제를 주민 스스로가 인식하고 그를 해결하기 위해 크고 작은 시도들을 끊임없이 벌여나가는 주민력을 지역의 가장 큰 경쟁력으로 가지고 있음 → ①**주민이 발굴한 지역의제가 항상 살아 움직임**
- 옥천의 사회적경제 생태계 역시 이러한 주민의 힘, 지역의 힘을 바탕으로 구축되었으며 양적 측면에서 사회적경제조직의 수가 많진 않지만 각 조직들이 자신의 분야에서 사명을 다 하기 위해 다부지게 활동을 벌여나가고 있음 → ②**사회적경제 조직의 지역문제 해결의지가 매우 높음**
- 다만 아쉬운 점은, 고향사랑기부제에 관한 옥천 사회적경제조직들의 이해 정도나 참여의지가 아직 높은 편은 아니며 (혹은 잘 몰라서 참여여부를 판단하기 어려운 상황이며) 옥천군 역시 조례상 사회적경제조직 물품을 답례품의 하나로 제시하는 정도일 뿐, 고향사랑기부제 실행의 핵심 민관협력 파트너로 사회적경제조직을 충분히 인식하지 못하고 있는 상황임
- 지자체가 손 내밀기를 기다리고 있기 보다는, 옥천 사회적경제조직들 스스로 고향사랑기부제에 대한 학습을 함께 진행하며 제도 시행과 관련해 사회적경제조직이 추구해야 할 원칙과 역할을 공동으로 정립하고 이를 지자체에 제안하고 제도 실행 과정에 적극적으로 개입해나가는 전략이 필요함. 그 과정에서 사회적경제조직 네트워크를 지향하는 (사)옥천순환경제공동체와 네트워크를 지원하고 있는 옥천군 마을공동체 지원센터가 가교 역할을 해야 할 것으로 보임
- 고향사랑기부제와 관련해, 옥천의 ①번 여건과 ②번 사회적경제조직의 역량이 결합되고 옥천군과의 협력구조가 탄탄히 꾸려진다면 전국에서도 주목할 만한 사례가 만들어질 것으로 기대함

4. 마무리하며 : 연대의 관점이 절실한 고향사랑기부제

- 끝으로, 고향사랑기부금을 어떻게 바라볼 것이냐는 수많은 관점이 있을 수 있겠지만 기부를 받아야 하는 지역에 사는 입장에서는, 비록 '기부'라는 말이 붙어 있지만 이 제도를 '연대'의 관점으로 바라보는 사람들이 많아졌으면 좋겠다는 바람이 있음. 토론문 서두에서 밝혔듯, 지금의 지역 위기가 오롯이 지역의 잘못에서 기인한 것이 아니라면 한국 사회가 산업화되고 고도성장하는 과정에서 지역, 특히 농촌이 어떤 희생을 감수해야 했는지를 우리 사회가 다시금 돌아볼 필요가 있다고 생각됨. 또한 그 과정을 이해하는 사람이라면 고향사랑기부금을 그저 어려운 지역을 도와주는 돈이라고 여기는 것이 아닌, 지금의 지역 위기에 공감하고 아파하며 '함께 책임지기 위한' 연대활동이라고 바라보는 것이 자연스러운 일이 되지 않을까. (끝)

토론

4

문보경

사회투자지원재단 사회적경제연구센터 부소장

고향사랑 기부제 시행에 대한 토론문

문보경 사회투자지원재단 사회적경제연구소 부소장

2023년 1월에 시행되는 일명 ‘고향사랑 기부제’(고향사랑 기부금에 관한 법률)에 많은 사람들의 관심이 모아지고 있는데 사회적경제 역시 사회문제 해결을 위한 지역의 기금으로 활용될 수 있을 것이란 기대가 있다.

고향사랑 기부제의 1차 년의 성과가 어떻게 될지 예측되지는 않으나 지속가능한 정책으로 자리 잡기를 기대하며, 나아가 기부를 매개로 귀촌이 활성화되길 희망한다. 본 토론문은 사회적경제 활성화와 역할 증대를 위한 환경 마련의 관점에서 고향사랑 기부제에 대한 의견을 제시하였다.

1. 이런 답례품은 어떨까 ?

문제의식>

- ❶ 다양한 답례품이 준비될 수 있을까 ? 인구감소지역의 사회적경제기업의 상황을 고려해 볼 때, 답례품으로 지역특산물이거나 지역축제 이용권이 우선 떠오른다. 다양한 연령대 기부자의 답례품 만족을 이끌어 낼 수 있을지 의문이 든다.
- ❷ 배보다 배꼽이 큰 답례품이 되지는 않을까 ? 순창농협의 경험을 볼 때 생산제품으로 답례품을 제공할 경우 제공가능한 답례품 가격의 43%를 간접비가 차지하고 있다. 이점을 고려할 때 답례품 제공 기업의 경제적 효과 여부와 소액 기부 침체에 대한 우려가 있다.

제안>

- ❶ 중장년과 청년들에게 귀촌 동기를 부여하는 기회 제공 서비스 답례품
 - 대상 지역을 방문할 수 있도록 기차 및 고속버스 이용권 제공
 - 지역 관람 상품권을 답례품으로 제공하고 사회적경제 투어로 연계
 - : 마을식당, 마을호텔, 생산지 견학, 박물관, 공유시설 등
 - => 지자체의 사회적경제 활성화 계획 수립과 연동되어야 할 것임.
- ❷ 답례품을 포인트로 제공하고 지역화폐로 전환해 여행, 귀촌시에 사용 등
 - 가족 합산 포인트 제도를 도입할 경우 기부자는 특정되지만 답례품 이용자는 가족 범위로 확대되고, 이용자의 선택권도 확대할 수 있는 장점이 있음.

- 아동, 청소년, 청년 등 미래의 고향 만들기 포인트 적립(미래지향성)
- 포인트 기부를 통해 제3자의 편익을 확대

2. 장기적으로 이중 주민등록제도로 경제활동 인구 유입 효과 유발

문제의식>

① 기부금만으로 인구감소지역의 문제를 근본적으로 해결할 수 있을까 ?

‘농어촌 지역의 세수확대 =>재정 격차 해소 => 살기 좋은 지역=> 인구 유입 촉진’이라는 단계적 전망을 가지고 있는데 문제는 ‘타이밍’ 이라 생각된다. 따라서 인구 유입 효과를 유발할 수 있는 정책의 병행이 필요하다.

② 모두가 귀촌을 꿈꾸지만 귀촌은 쉽지 않다.

귀촌은 행정적으로는 거주지 이전(이사) 행위이나 도시에서 농어촌 지역으로의 이전을 특정해 사용하고 있다. 개인의 삶에서 큰 사건이며 결단이 필요하다. 현재의 귀촌은 결단이 필요한 행위이기에 아직도 우리는 도시에 몰려 살고 있다는 생각이 든다. 대수롭지 않은 일이 된다면, 달리 말해 농어촌 지역으로의 이전이 기존의 삶을 등지는 결단이 아니라 개인의 삶이 풍요로워지는 혜택으로 패러다임 전환이 이루어져야 한다.

제안>

① 행안부 조사에 의한 89곳의 인구감소 시·군 지역에 지속적으로 기부를 하는 사람들에게 경제활동 인센티브 제공

- 사회적경제 분야에서 취·창업 활성화 및 공유 사무실(사업장) 제공
- 노동시간의 유연화
- 마을기숙사(숙소) 등으로 주거 안정 제공
- 지방세 감면 혜택 부여

② 장기적으로는 이중 주민등록제 확대로 주민을 공유하는 방식으로 인구 분산 효과 유발

- 1인 2 시·군 거주제
- 복수의 경제활동 수단을 보유
- 선거권/지방세 개편 필요

3. 기타 의견 : 기부자의 이용 편이와 선택권 확대

‘고향사랑 기부금에 관한 법률’ 별지 서식 ‘기부금 기탁서’에 ▲기부자의 신상 및 주소지 ▲기부대상지역 ▲기부금액 ▲답례품 수령 여부 등을 기재하도록 하고 있다. 그리고 작은 글씨로 주민등록표 초본, 외국인등록사실을 담당공무원이 확인하도록 하고 있다.

① 민간단체 기부에 비해 개인 확인 인증 절차로 인한 번거로움 우려

‘고향사랑e음’이라는 종합정보시스템은 기부금 납부, 답례품 선택과 발송, 세액공제 처리 등을 지원한다고 한다. 온라인 대규모 플랫폼 구축으로 원스탑 서비스 지원이 이루어진다는 점에서는 기부자 이용 편이를 고려한 설계가 될 것을 기대한다. 그러나 기부자가 거주하는 시·군 외의 지역에 기부가 핵심이기 때문에 확인 절차가 필요한 상황이다. 개인 확인 인증 절차의 번거로움이 예상된다. 또한 고향사랑 기부제를 알고 있는 국민들이 많지 않은 것으로 조사되고 있는데 적극적 홍보와 함께 기부절차에 대한 안내가 필요하다.

② 기부자 선택권 확대(지정 기부)의 이점을 살리자

법률에 따르면 기부자의 선택권은 대상 지역에 국한되어 있다.

법률에 기부금의 사용범위가 특정되어 있어 큰 틀에서 지역사회 문제 해결에 기여하게 되나, 기부자의 관심 현안에 직접 기여하는 욕구 충족이라는 점이 불충분해 보인다. 지정 기부 방식은 기부자의 선택을 확대하는 의미도 있지만, 지역사회 문제 해결에 대한 지자체 행정 계획의 실효성과 설득력을 평가받는 의미가 있다. 결과적으로 기부자에 대한 사후관리를 근거 있게 진행할 수 있으며, 기부자의 참여와 관심을 지속시키는 장점이 있다.

토론

5

이형석

행정안전부 지역균형발전과 과장

기부자와의 신뢰 형성을 통해 지속적인 관계 인구로 발전시켜야

이형석 행정안전부 지역균형발전과 과장

고향사랑기부제는 건전한 기부문화 조성 and 지역경제 활성화 및 국가균형 발전을 도모하기 위한 제도입니다. 행정안전부에서는 차질없는 사업추진을 위하여 243곳의 지방자치단체와 및 농협 등의 유관기관과 협업하여 추진 중에 있습니다.

지난 9월에 시행령을 제정하고 참고 조례안을 마련하여 지방자치단체에 안내하였고, 현재는 지방자치단체별로 조례 제정과 답례품의 선정이 원활하게 진행될 수 있도록 지원하고 있습니다.

또한 내년 1월 1일 대국민 서비스 개통을 목표로 기부자가 신속하고 편리하게 기부할 수 있는 “고향사랑e음” 시스템을 구축중에 있습니다. 기부자는 “고향사랑e음”을 통해서 기부금 납부, 답례품 선택, 세액공제 등 다양한 서비스를 원스톱으로 받으실 수 있습니다.

아울러 고향사랑기부제 홍보도 적극적으로 추진하고 있습니다. 지난 11월 부산 벡스코에서 고향사랑기부제 특별홍보관을 운영하였으며, 방송, 다양한 유튜브 영상 등을 통해 지속적인 홍보를 하고 있습니다.

수도권과 비수도권 간의 인적·물적 격차는 심해지고 있는 것이 현실입니다. 정부는 국가균형발전을 위해 지방소멸 대응기금 마련, 인구감소지역 지원특별법 제정 등 다양한 노력을 하고 있으며, 이와 함께 고향사랑기부제도 국가균형발전을 위한 하나의 방안으로 적극 활용할 필요가 있습니다.

지역소멸을 막기 위해서는 거주인구 정착과 함께 지역활력 제고 또한 중요합니다. 매력적인 지역을 방문하면 5도 2촌 등 생활인구를 넘어 귀향 등을 통한 정주 인구로 발전할 수도 있을 것입니다. 고향사랑기부제도는 ‘고향을 사랑하는’ 도시민과 지역을 마음으로 연결하는 관계 인구를 형성하는데 중요한 역할을 할 것입니다.

지방자치단체는 형성된 관계 인구의 지속적 확장을 위해서 기부자의 신뢰 형성에 노력해야 합니다. 이를 위해서 지방자치단체는 기부자가 공감할 수 있는 기금사업과 매력적인 답례품을 발굴하도록 노력해야 합니다.

기금사업은 우선, 기부자가 공감하는 사업을 발굴하면 기부자의 효용감을 높일 수 있을 것입니다. 또한, 기부자에게 다시 혜택이 돌아가는 방향으로 기금을 사용한다면 기부자로부터 더 많은 호응을 얻을 것입니다. 더불어, 기금사업에 지역의 역사와 가치를 담아 스토리화한다면 기부자로부터 더 많은 관심과 사랑을 받을 수 있을 것입니다.

지방자치단체에서 매력적인 답례품 제공 또한 중요합니다. 이를 위해 먼저, 기부자의 수요를 파악하고 지역의 매력을 담은 답례품 발굴에 노력해야 합니다. 지역 농·축산품 등의 특산품 고급화 또는 가공과정 등의 차별화를 한다면 기부자가 지역의 매력을 향유하는 새로운 고객으로 발전해 나갈 수 있습니다.

또한, 현대인의 삶의 행동 패턴을 활용할 수 있을 것입니다. 예를 들어 휴일에 농·어촌 방문객이 점점 늘어나고 있고, 반려동물 관련 산업이 성장세에 있습니다. 이러한 사회적 변화를 활용하여 관광·체험상품을 답례품으로 제공한다면 지역 방문객을 늘리고 2차 3차 소비 또한 촉진시킬 수 있을 것입니다.

아울러, 답례품 개발·생산·운반 전(全) 과정을 지역 내에서 해결하는 자생적 생산 기반의 기회로 삼는다면 지역경쟁력 제고의 토대를 마련할 수 있을 것입니다.

젊은 세대는 5도 2촌 형태로 평일엔 도시에서 일하고, 주말에는 농·어촌에서 휴식을 취하거나 주말농장 등을 체험할 수 있을 것이고, 중장년층의 경우에는 5촌 2도 형태로 퇴직 후 농·어촌에 정착하고 주말에는 도시의 문화생활을 누리면서 살아갈 수 있을 것입니다.

지방자치단체는 매력적인 답례품 개발과 함께 기부자로부터 공감을 받는 기금사업을 한다면 고향사랑기부제가 기부자로부터 지속적으로 관심과 사랑을 받을 것입니다.

공동주관 **KNE** 사회적경제활성화전국네트워크 **한겨레** 경제사회연구원  한국사회적경제연대회의

 서명
법인 한국사회적기업중앙협의회
Korea Central Council of Social Enterprise

 한국사회적기업진흥원
Korea Social Enterprise Promotion Agency

후원  행복나래