

지방자치

이슈와 포럼

「고향사랑기부제」



인터뷰

- 함께하는 선순환으로 자생하는 지방자치를 꿈꾸다

집중조명

- 드디어 고향사랑기부제 시행일이 다가왔다
지자체는 어떻게 준비해야 할까
- 고향사랑기부제와 답례품 제도
- 고향사랑기부제가 농업·농촌 활력화에 기여할 수 있기를 바라며...
- 고향사랑기부제와 지방자치단체의 대응과제
: 제주특별자치도를 중심으로

입법동향

- 고향사랑기부제 실시의 의의



지방자치
이슈와 포럼
2022 DECEMBER Vol.46
「고향사랑기부제」

※ 본 지방자치이슈와포럼은 격월 발간됩니다. 정기구독을 원하시는 분은 성함, 연락처, 주소, 이메일 주소를 기입하여 메일 주소로 신청하여 주십시오(무료). research@krila.re.kr
※ 본지에 실린 내용은 필자 개인 견해로 한국지방행정연구원의 공식 견해와 다를 수 있습니다.

CONTENTS



04



18



60



64

04 인터뷰

함께하는 선순환으로 자생하는 지방자치를 꿈꾸다
조재구 대한민국시장군수구청장협의회 대표회장

집중조명

10 드디어 고향사랑기부제 시행일이 다가왔다
지자체는 어떻게 준비해야 할까
박상현 한라대학교 교수
한라대학교 고향사랑기부제지원센터 센터장

18 고향사랑기부제와 답례품 제도
염명배 충남대학교 명예교수

26 고향사랑기부제가 농업·농촌 활력화에
기여할 수 있기를 바라며...
서용석 한국후계농업경영인중앙연합회 사무총장

32 고향사랑기부제와 지방자치단체의 대응과제
: 제주특별자치도를 중심으로
주현정 제주연구원 책임연구원

40 입법동향

고향사랑기부제 실시의 의의
류영아 국회입법조사처 입법조사관

48 우수사례

일본의 고향 납세 제도로 약진하고 있는
미야자키현 미야코노조시
사카이 요이치로 일반재단법인 자치체국제화협회(CLAIR)
서울사무소 소장보좌

대한민국을 읽다

54 기부하고 혜택받는 고향사랑 기부제
56 고향사랑 기부제 안내

60 지방자치단체 탐방

고향사랑기부제의 성공 사례를 꿈꾸다
유호열 충청남도청 공동체정책과 과장

64 두 도시 이야기

지역의 특산물을 모두의 즐거움으로 바꿔나가다
전라남도 목포시 vs 일본 홋카이도 몬베츠시

KRILA 인포그래픽

68 탄소중립을 향한 지방자치단체 정책추진 강화방안
76 이전 공공기관 지역인재 의무채용제도

82 연구원 소식

87 KRILA 보고서

함께하는 선순환으로
자생하는 지방자치

꿈꾸다

조재구

대한민국시장군수구청장협의회 대표회장

학력

• 영남대학교 경영대학원 경영학 석사

경력

- 2022~ 대한민국시장군수구청장협의회 대표회장
대구광역시 구청장군수협의회 회장
- 2018~ 제25, 26대 민선
7, 8기 대구광역시 남구청장
- 2014~ 2018 제7대 대구광역시시의회의원
- 2012 전국균형발전 지방의회협의회 회장
- 2006~ 2014 제5, 6대 대구광역시 남구의회의원



김일재 내년 1월부터 고향사랑기부제 시행을 앞두고 있습니다. 회장이 생각하시는 고향사랑기부제의 정책적 의미는 무엇인지요?

조재구 고향사랑기부제의 정책적 의미는 기부문화 활성화를 통한 지역경제 활성화라고 생각합니다. 대한민국 모든 국민이 자기 거주지 외의 지역에, 특히 고향에 기부를 할 수 있고 자치단체는 답례품을 제공할 수 있기 때문입니다. 즉, 고향사랑기부금제는 기부문화의 장려와 함께 기부금 유치를 통해 지방정부의 지역 맞춤형 사업을 실시할 수 있으며, 답례품의 제공으로 지역경제 활성화에도 효과가 기대되는 제도입니다. 참고로 일본의 경우 2008년부터 제도를 시행해 오고 있는데 2021년 총 8조 1,000억 원을 모금한 것으로 나타나, 지역경제와 지역문제 해결을 위한 제도의 활용 가능성이 높다고 생각합니다.

김일재 고향사랑기부제 시행을 앞두고, 조례마련, 답례품 선정위원회 구성, 답례품 발굴 등 기초자치단체마다 빠르게 움직이고 있습니다. 기초자치단체 입장에서 가장 시급하게 준비해야 할 사항은 무엇이라고 생각하시는지요?

조재구 고향사랑기부제의 시행에 따라 가장 시급한 것은 조례 제정을 통한 제도 정책목표의 명확화입니다. 현행 고향사랑기부금제는 고향사랑기금의 설치를 의무화(법 제11조)하고 있으며, 조례로 이를 관리·운영하도록 하고 있고 지원사업도 법률에 규정되어 있습니다. 이러한 사업을 추진하고 사업내용과 집행의 투명성 제고를 위해 조례제정이 우선적으로 중요합니다. 즉 조례로 지원사업 공개, 기부자에 대하여 사업의 추진일정 경과보고, 사업성과보고 등 투명한 정보공개와 함께 지역현안 사업발굴을 적극적으로 해나가야 할 것입니다. 기부제도는 사용처가 명확하고 투명하게 전달되어야 하기 때문

입니다. 현재 남구는 대구광역시 남구 고향사랑기부금 모금 및 운용에 관한 조례안이 11월 29일 '원안 가결'로 의결되어 공포를 기다리고 있습니다. 이에 따라 답례품 선정위원회를 구성하여 답례품 종류를 선정하고, 공모를 통해 답례품 및 공급업체를 선정할 예정입니다.

김일재 현재 행안부에서 종합정보포털시스템을 구축하고 있는데, 이와 별도로 각 지방자치단체마다 기부금 모금을 위해 지역 홍보전략이 필요할 것으로 생각합니다. 지역 단위의 홍보전략은 어떻게 준비하고 계신지요?

조재구 현재 고향사랑기부금법 시행령에서 정한 광고매체를 통해 홍보를 할 수 있도록 하고 있습니다. 우선 개별적인 전화, 서신, 전송매체, 호별 방문을 통한 고향사랑기부금의 모금이나 사적인 모임을 통한 적극적인 권유 및 독려를 금지하고 있기 때문에 대중매체를 적극 활용할 계획입니다. 즉, 신문·TV광고 등 일반 대중매체를 적극 활용하여 홍보하고, 유무선 통신, 인터넷·SNS 활동 등을 통해 홍보전략을 강구하고 있습니다.

구체적으로 관계인구 분석을 통한 가치관과 동질감을 느끼는 동류집단을 대상으로 하여 그룹방, 펜페이지 등 뉴미디어 연결 구성 및 콘텐츠를 개발하고 인스타그램, 페이스북, 유튜브 등을 활용할 계획입니다.

현행법상 권유 및 독려행위 금지에 대한 규정이 많아 적극적인 독려를 하기 어려운 상황이나, 제도 시행 첫해에는 고향사랑기부제 자체를 홍보하는 것에 주력할 예정입니다. 현재 홈페이지 게시 및 홍보용 물품(물티슈)을 제작하였으며, 리플릿 등을 동 행정복지센터에 비치하고 남구 내 현수막을 게시하여 고향사랑기부제 홍



보를 진행할 예정이며, 차후 유튜브 등 각종 채널을 적극 활용하여 고향사랑기부제 및 남구를 홍보하려고 합니다.

김일재 지방자치단체는 고향사랑 기부금을 가능한 많이 모금하는 것이 중요할 것이며, 모금된 재원을 지역 현안 사업에 활용하고자 할 텐데, 사용처와 관련하여 어떻게 사용되어야 한다고 생각하시는지요?

조재구 우선적으로 주민복리를 위한 지역현안 사업에 사용되어야 하며, 이에 대한 사업 발굴에도 적극 나서야 할 것입니다. 사용처는 고향사랑기부금법에 명시되어 있지만, 지역의 주민들이 필요로 하고 기부하시는 분들의 의사 등과 연계하여 재원을 사용해야 한다고 생각합니다.

이를 위해 자치단체에서는 지역내 산업 생산·제조 물품의 유통·판로·마케팅사업, 지역 특산물 발굴·판매·유통 개선사업, 지역 전통수공업·향토산업 지원(육성, 생산, 판로개척)사업 등을 지원하고 주민복리 향상을 위한 현안사업으로 지역내 재난재해 복구사업, 지역내

환경보전, 관광, 문화, 스포츠, 주민교류사업을 연계추진할 필요가 있습니다. 남구 또한 주민 복리증진을 위한 사업들을 다양하게 준비하고 있으며, 향후 지정기부제도를 통하여 목적 사업에 목적인 금액을 모금하는 방안 또한 고려하고 있습니다.

김일재 기부자가 지속적으로 해당 지역에 관심을 가지고 기부를 이어가도록 기부자와의 관계 유지도 중요하다고 생각합니다. 중장기적인 측면에서 기부자와의 관계를 어떻게 유지할 지 말씀해 주시면 좋겠습니다.

조재구 고향사랑기부제의 장점 중 하나로 생각하는 것이 기부자와 자치단체 그리고 지역주민과의 관계형성이라고 생각합니다. 실제로 그동안 저출생·고령화에 대응하기 위해 많은 자원과 제도들이 투입되고 만들어 졌지만, 지방소멸지역의 인구유출과 인구감소는 지속적으로 일어나고 있습니다.

이제는 앞으로의 저출산 대책의 변화가 필요하다고 생각하며, 인구에 대한 시각도 정기적·지속적으로 지역을 방문하는 등 지역과 관계를 맺는 “관계 인구”로 변화되어야 할 것입니다.

이러한 측면에서 관계인구 형성에 주력해야 하며, 지역의 문화적, 향토산업적 특성에 맞게 연령대별로 세분화하여 추진해야 할 것입니다. 예를 들면 20·30대는 경제·개인여가·지역사회 활동, 40대는 관광·체험 등 여가와 휴양, 50·60대는 친인척·지인 교류, 주거·치유 등으로 세분화하여 관계형성 방안을 수립하는 것이 필요하다고 생각합니다.

김일재 기부자들이 관심 있어 하는 것은 역시 답례품일 것으로 생각합니다. 각 지역에서 답례품 발굴을 위한 전략은 어떠한 것이 있을까요?



조재구 일본의 경우, 고향사랑기부제의 기부가 급격히 증가하게 된 주요 원인으로 답례품의 지급을 꼽고 있습니다. 우리나라도 고향사랑기부제가 앞으로 활성화되기 위해서는 답례품의 지급이 주요 성공요인이 될 것입니다. 답례품은 우선적으로 지역의 특산물, 향토산업, 전통산업 발전, 지역주민 요구 현안과 연계해서 전략을 수립해야 합니다.

모집된 고향사랑기부금은 농림축산업 등 1차 산업 지원, 지역향토산업, 지역특산물 관련 사업, 주민자치조직 등 주민요구 현안 사업 등과 연계하여 지역경제 활성화 사업 추진해야 할 것입니다. 또한, 기부자에 대한 답례품은 지역내 경제활성화와 관광홍보 전략으로 유의미하기 때문에 지역관광상품, 지역상품 할인권, 지역관광 및 숙박 연계 할인권 등과 연계하는 방안도 중요하게 고려해야 합니다.



고향사랑기부제가 공동체 의식 확산과 지역사회 발전에 기여하기를 바라며, 지역경제 활성화에 촉매제 역할을 충분히 할 수 있을 것으로 기대합니다.



김일재 답례품 발굴 및 활용은 지역경제에 미치는 기대 효과가 클 수밖에 없는데, 이 부분에 대해서 어떻게 생각하고 계신지요?

조재구 이제 고향사랑기부제가 시작하는 단계입니다. 아직 답례품을 통한 지역경제 활성화에 대한 예단은 어렵다고 생각합니다. 다만, 답례품 지급을 통해 지역내 경제의 선순환 구조를 구축할 수 있도록 제도가 잘 설계된다면, 지역경제에도 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 생각합니다.

지금은 저출생·고령화의 급진전과 지역 인구 역외유출, 코로나19 팬데믹 등으로 인해 침체된 지역경제 분위기를 전환시킬 필요가 있습니다. 이번에 새로이 도입된 고향사랑기부제가 공동체 의식 확산과 지역사회 발전에 기여하기를 바라며, 지역경제 활성화에 촉매제 역할을 충분히 할 수 있을 것으로 기대합니다.

김일재 마지막으로 중앙정부에 지원을 부탁하고자 하는 부분이 있으시면 말씀해 주십시오.

조재구 고향사랑기부제를 준비하면서 중앙에서 지원해줬으면 하는 사항 위주로 말씀 드리겠습니다.

니다. 첫째, 인력 관련 행정지원입니다. 고향사랑기부제가 시행되면서 시스템 운영, 기부자 관리, 고객응대 등 인력수요가 지속적으로 증가하고 있는데, 기준인건비의 한계로 인력충원에 많은 애로사항이 있습니다. 따라서 고향사랑기부제와 같이 국가정책 추진에 따른 필수인력은 기준인력에 반영할 수 있도록 하고, 정원의 인력에 대해서 인건비 산정에 현실화가 필요합니다.

둘째, 자치단체 자율성 증진에 대한 것입니다. 현재 고향사랑기부제는 전국의 자치단체가 모두 실시하도록 되어 있는데, 지역실정에 맞게 자율적으로 실시하는 것이 필요하다고 생각합니다. 그리고 자치단체별로 같은 예산을 분담하여 종합서비스시스템을 구축·운영하기 때문에 기계적 균형을 고려한 단조로운 운영이 불가피하여 지역간 특색있는 운영을 저해하고 있습니다.

그러므로 자치단체 특색을 반영한 자율적 운영이 가능하도록 시스템과 운영 방침을 개선해야 할 것입니다.

01

드디어 고향사랑기부제 시행일이 다가왔다 지자체는 어떻게 준비해야 할까



박상현
한라대학교 교수
한라대학교 고향사랑기부제지원센터 센터장



「고향사랑기부금에 관한 법률」이 2021년 10월 19일 제정·공포되고, 1년 만인 2022년 9월 13일에 시행령의 확정과 함께 지자체에서는 참고조례안을 기초로 지역특성에 맞도록 고향사랑기부제 모집 및 사용에 관한 조례를 제정 하였거나 12월 의회에서 통과될 것으로 기대하면서 사업추진을 준비하고 있다. 이로써 고향사랑기부제를 위한 제도적 틀은 모두 구비되었다. 처음 논의가 있었던 2008년 이후 15년 만에 이룬 쾌거이고 이로 인해 인구감소로 소멸위기에 처한 지역에서는 새로운 희망을 갖게 되었다. 이제 시행이 한 달 정도 남았다. 그러면 광역시·도와 기초자치단체인 시·군·구에서는 무엇을 해야할 것인지 생각해보자.

1. 지자체의 체계적 접근: 일본 고향납세 제도 벤치마킹

이제 지자체는 고향사랑기부제라는 이 새로운 제도를 제대로 정착시켜 지역 및 농촌소멸 위기에 처한 고향을 살리고, 지역을 활성화하는 데 모든 역량을 모아야 할 시점이다. 고향사랑기부제는 일본의 고향납세 제도를 벤치마킹하여 도입되었으므로 일본 고향납세의 성공요인을 철저히 분석하고 지역의 전략을 마련하는 것이 중요하다. 일본의 인구는 2010년 1억 2,806만 명을 정점으로 현재도 계속 감소하는 추세이며, 2026년 1억 2,000만 명 붕괴, 2048년에는 1억 명 이하로 감소한 9,913만 명, 2060년에는 8,674만 명이 될 것으로 예측되고 있다.

이에 지역회생을 위한 대안으로 고향납세 제도를 창안한 것이다. 우리나라는 저출산·고령화의 빠른 진행과 지역의 인구감소로 소멸위기에 처한 지역의 현실은 일본보다 더욱 심각하게 진행될 것으로 예상되므로 기부문화를 활용한 ‘고향사랑기부제 활성화’로 활로를 모색해야 한다. 많은 사람들이 지방에서 태어나 자라며 교육을 받고, 대학 진학과 취직을 할 때는 수도권과 대도시로 나가 그곳에서 납세행위가 이뤄지는 점에 착안하여 개선방안을 마련한 것이 일본의 고향납세이며, 우리나라의 고향사랑기부제이다.

필요하다면 일본의 자매도시 또는 우수자치단체의 노하우를 배우고 우리 지역특성에 맞는 제도로 안착시킬 것을 제안한다. 또한 후루사토초이스·사토후루 등 40여개가 넘는 민간 플랫폼의 활성화가 지금의 고향납세 규모(2021년 8,302억 엔)로 성장하게 한 요인이기도 하다. 민간 플랫폼은 각각의 특성에 맞는 아이디어와 아이템을 가지고 운영되고 있으며, 기부자는 관심있는 플랫폼

을 선택하여 기부행위가 이루어진다. 우리나라의 고향사랑e음 포털사이트 하나에 의존하면 지역특성과 특산물을 분별하기 어려우므로 지역에 맞는 포털사이트 구축과 중간지원조직을 통한 활성화 방안도 강구되어야 한다.

II. 지자체에서 준비해야 할 사항

1. 답례품 개발 및 명확한 선정 기준 제시

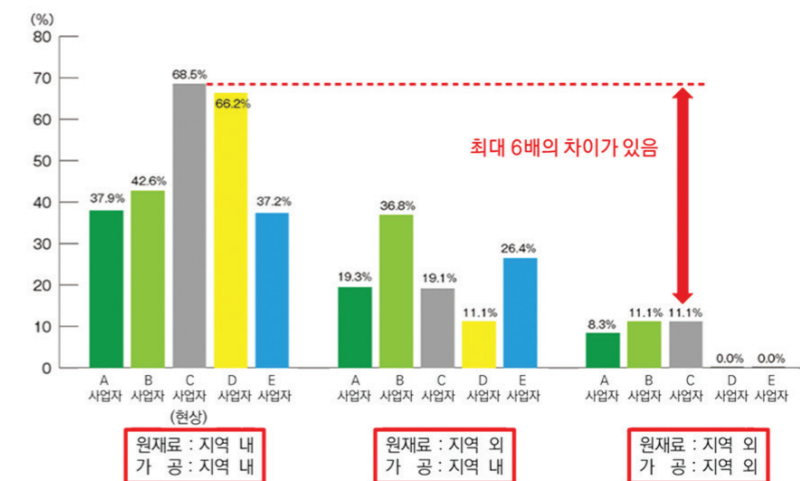
지자체에서는 법률과 시행령이 제정되고 시행까지 충분히 준비할 시간적 여유가 없는 것이 사실이지만, 그렇다고 '지역에 생산되는 물품이나 서비스가 있으니 이것을 제공하면 되지'라는 안이한 생각으로는 고향사랑기부금을 기부하는 기부자에게 선택받을 수 없다. 지역에서는 지역에 숨어있는 자원과 가치를 발굴하고, 그 가치를 창출하는 사명감을 가지고 접근해야 한다. 고향사랑기부금의 답례품으로 제공하는 지역특산물 기준은 해당 지방자치단체의 구역 내에서 생산된 것,

해당 지방자치단체의 구역 내에서 답례품 등의 원재료가 주요한 부분을 차지하고 생산되는 것, 해당 지방자치단체의 구역 내에서 답례품 등의 제조·가공 등 공정 중에서 주요한 부분을 실행하며 이에 상응하는 부가가치를 창출하는 것, 답례품 등을 제공하는 지역 내에서 생산된 것과 주변의 다른 지역에서 생산된 것과 혼합된 것, 지방자치단체가 홍보 목적으로 생산한 해당 자치단체의 캐릭터·오리지널 선물이거나 이와 유사한 것으로 형상·명칭이나 특징이 해당 지방자치단체의 독자적인 답례품이 명백한 것 등 답례품의 선정기준을 마련하여야 한다. 해당 원재료를 이용해 가공한 것이 지역특산물에 해당하는지에 대해서는 중량 및 부가가치의 절반 이상의 비율이 해당 원료에 의한 것인지를 판단하고, 고향사랑기부금을 모집 때 그 취지와 정보를 고향사랑e음 포털사이트 등에 명기하도록 해야 한다.

답례품 선정 시 지역 내에서 생산된 우유 및 과일을 100% 사용해 구역 외에서 제조된 가공품, 지역 내에서 생산된 주조용 쌀을 100% 사용해 타지역에서 제조된 지역 술, 지역 내에서 사업자가 100% 재배한 사과를 사용해 구역 밖의 공장에서 가공한 사과주스 등은 답례품으로 제공할 수 있을 것이다. 그러나 제조에 사용한 우유 중 지역 내에서 생산된 우유를 약 10% 사용하고 타 지역에서 제조한 아이스크림이나 지역 내에서 생산된 간장·식초를 사용하였다더라도 타 지역에서 가공된 제품이나 가공품 등 단순 충전이나 포장된 것은 답례품으로 제공되어서는 안된다.

고향사랑기부제 도입목적이 지역경제 활성화에 두고 있으므로 지역 내에서 생산된 것과 지역 내에서 제조·가공되거나, 지역에 고부가가치를 창출하여 만들어진 제품이나 서비스가 되어야 한다. 답례품이 지역 내에서 생산되거나 제조·가공된 제품과 지역 외에서 생산·제조·가공된 물품이 지역경제에 미치는 파급효과는 6배가 차이가 있다는 연구결과를 보더라도 지역에 기반을 둔 지역특산물이 제공되는 것이 중요한 이유이다.

지역 내·외의 답례품이 지역에 미치는 경제적 파급효과 비교



2. 계절상품 및 신선식품 제공 시 철저한 관리

딸기·포도·참외 등 고향사랑기부제 답례품 제공 시 계절적 영향을 받을 수 밖에 없는 지역특산물에 대해서는 계절적 상품 표시와 함께 사전예약제를 제시할 필요가 있다. 제철이 아닌 상품인 경우 제공 단가가 올라갈 수 있으므로 이러한 사항은 제공 답례품에 대한 설명을 첨부하는 것이 정확한 정보전달과 함께 오해가 발생하지 않도록 해야 한다. 또한 많은 물량을 제공하지 못하는 농축산물의 경우에도 '한시적 제공'이라는 문구와 함께 답례품 정보를 수록할 필요가 있다.

지역특산물로 답례품을 제공할 경우 많은 농가나 생산자가 참여할 수 있도록 '영농법인'의 참여 독려도 필요하다. 답례품 제공사업자를 항시 모집해 답례품 선정위원회의 심사를 통해 선발하는 시스템이 가동되어야 한다.

계절적 한계를 극복하고 양질의 지역 농수축산물이 기부자에게 제공될 수 있도록 지역 단위의 '가공센터'를 설치해 연중 제공할 수 있도록 하는 것도 고려

되어야 한다. 이러한 시설은 고향사랑기부금의 기금을 통해 지원할 수 있도록 하고, 지역 대학과 연계해 기술개발과 기술지도로 고품질의 생산시스템이 가동될 수 있도록 하는 것이 좋다.

3. 홍보 및 마케팅 전략과 사회현상을 반영한 답례품 발굴

일본의 고향납세 사이트를 통해 고향납세가 이뤄지는 요일별 분석에서는 주말인 토·일요일이 압도적으로 많고, 시간대별로는 오후 8~11시까지가 기부의 피크인 것으로 나타났으며, 고향납세 기부의 경우 코로나19의 영향으로 2020년 3월부터 '일용품'이 급상승하고 있다.

2019년 12월과 비교해 2020년 3월은 1.78배, 2020년 4월은 3.10배 상승했으며, 특히 이 기간에 화장지 및 티슈 등이 슈퍼 또는 약국에서 품절된 현상과 연계된 결과와 무관하지 않으며, 2020년 4월부터 외출 자제 및 긴급사태 선언으로 마스크 수요 급증하는 등 당분간 지속될 것으로 예상되는 코로나19 상황에 대처하는 답례품도 중요하다. 이렇듯 효율적인 홍보방안도 기부자의 특성을 고려하고, 사회현상도 반영하여 답례품을 선정하는 방안도 강구되어야 한다.

4. 농업·농촌으로 기부자 참여 유인책

일본에서 고향납세를 실행하면서 기대하는 답례품으로는 '지역특산물(농축수산물)'이 81.7%로 가장 많고, 다음으로 '지역특산물(가공식품)'이 68.8%, '시설이용권, 숙박권, 할인권, 지역에서 사용할 수 있는 상품권 등'이 40.0%로 나타났다. 고향납세 경험이 있는 사람들은 지역특산물(농축수산물)을 선호하고, 경험이 없는 사람들은 시설이용권, 숙박권, 할인권, 지역에서 사용할 수 있는 상품권 등을 선호하며 또한 잡화·공예품 등의 선호율도 높게 나타나는 것을 볼 수 있다.

고향납세 답례품을 품목별로 보면 고기류가 1위(21.22%), 어패류 및 해산물이 2위(13.8%), 잡화류 및 일용품이 3위(12.49%), 과일류가 4위(12.10%), 가공식품이 5위(11.73%) 순으로 나타났다. 우리나라에서 시행하면서 동일한 경향으로 나타날 것이라고 예측은 할 수 없지만 본인은 유사한 경향으로 진행될 것으로 예상되므로 향후 기부자의 성향을 분석하여 즉각적으로 반영하여 지역의 개선방안을 마련하는 것도 중요하다.



5. 고향사랑기부제의 궁극적인 목적은 관계인구 형성

고향사랑기부금을 지역에 기부한 경우 고향주민증(고향주민카드)을 발급하여 지역에 지속적으로 관심을 갖고 지역을 찾아오도록 하여 관계인구화하는 것도 필요하다. 직업이나 간병·재난·고향사랑기부금 등으로 거주지 이외의 지역과 관계를 맺고 있는 사람들 또는 관계를 갖고 싶어 하는 사람들이 편하게 지역과 관계를 형성할 수 있도록 하고, 지역주민에 준하는 혜택을 주는 것도 중요하다. '인구를 서로 뺏고 뺏기는 경쟁'이 아닌 '거주하지 않아도 관계 형성'을 하도록 하는 것이다. 이렇게 다양한 생활방식에 맞게 '맞춤형'으로 대응하면서, 지역에서는 이러한 사람들의 지혜와 의욕을 활용하고, 지역의 현안이나 행사에 남이 아닌 동료 및 주민으로 마을 만들기에 참여하도록 고향주민증(고향주민카드)을 활용해보자. 지방자치단체가 창의적인 아이디어를 통해 다양한 사람들과의 관계(관계인구·생활인구·이음인구)를 늘려 지역 활성화를 위하는 것이 '고향주민증'이어야 한다. 법률에 기초한 주민등록증과 달리 지자체가 자유롭게 결정할 수 있는 유연성을 가지고 대응하자. 주요 대상자는 지자체 출신자, 고향사랑기부자, 자연재해 등으로 피난해 이주해 온 사람, 복수 지역에 거주하는 사람 또는 별장을 갖고 있는 사람, 주민등록을 하지 않은 일시

적인 거주자, 통근·통학하고 있는 사람들이다. 고향주민증(고향주민카드) 등록자가 받을 수 있는 주요한 서비스는 지자체 홍보지 등 지역정보 송부, 공공시설을 주민요금으로 이용, 축제 및 전통행사 초청·참가 안내, 공공정보, 마을주민투표 참가 등 다양한 분야가 있다.

6. 도시지역의 답례품: 일본 지자체 사례

답례품으로 제공할 지역특산물의 유무를 떠나 홋카이도 삿포로시의 경우 2014년까지 답례품을 제공하지 않고 시민으로부터의 다액의 기부를 받았다. '서포트 핫 기금'이라고 하는 시민단체에 대한 기부를 삿포로시를 경유하도록 한 독특한 형태로 고향납세를 성공적으로 유치한 비결이다. 삿포로시에 있는 마루야마동물원에 대한 고향납세 기부가 많았던 것은 지출 목적을 명확하게 하면 시민들로부터 많은 기부금을 유치할 수 있다는 것을 말해준다. 타 시정촌이 높은 답례품 환원율과 다양한 답례품 메뉴를 제공함으로써 답례품 목적으로 기부하는 현상을 외면하기 어려워지면서 결국 삿포로시도 2016년부터 답례품을 제공하고 있다. 삿포로시는 지바시의 '고향납세 백야드견학' 등이 현지에서의 체험을 중시하는 내용으로 운영되는 점을 벤치마킹해 시행하고 있다. 삿포로 시민을 대상으로 한 메뉴도 개발해 1만 엔 이상을 기부하면 선착순 100명에게 삿포로 스마일 선물 세트를 제공한다. 이것은 삿포로 이미지 로고가 들어 있는 배지, 그림엽서 등으로 고향납세 예산이 아닌 삿포로시의 홍보예산을 활용하고 있다.

이토시마시는 회원에 한정해 답례품으로 5,000엔 기부 시 1,500포인트(1포인트 1엔)를 제공하는 전자감사권(전자포인트)을 제공한다. 가맹점포에서 이용할 수 있으며 유효기간은 취득일(기부 결제일)로부터 2년간으로 스마트폰을 이용해 식사·숙박·물품구매·체험·관광 등에도 활용할 수 있다. 전자감사권은 1,500포인트(5,000엔), 3,000포인트(10,000엔), 9,000포인트(30,000엔), 15,000포인트(50,000엔), 30,000포인트(100,000엔)로 구분해 발행하고 있다.

도쿄도는 고향납세지정제도를 신청하지 않아 도(都) 차원에서는 고향납세제도를 시행하지 않고 있다. 하지만 도쿄 산하의 63개 시구정촌 중 37개는 후루사토초이스를 통해 고향납세를 유치하고 있으며 나머지 지자체는 자체 홈페이지 및 타 사이트를 활용하고 있다. 고향납세를 실시하면서 일본 지자체 중에서 기부자에게 가장 많은 세액정산을 해주는 세타가야구의 고향납세 답례품은 치즈케이크, 롤케이크, 세타가야 미술관 작품집, 세타가야 문학관 컬렉션 도감, 블랙라무즈(세타가야구 본거지 럭비팀) 선수 사인 유니폼, 백, 파우치, 과자세

트, 수제 염색·잡화세트, 세타가야 과자 세트, 자수 손수건, 수제 초콜릿, 인형 등 60건 이상을 준비해 제공한다. 시나가와구는 16건의 답례품을 제공하는데, 플라이트 시뮬레이터 체험(30분: 5,000엔 기부자, 60분: 9,000엔 기부자) 코스, 시나가와 김 세트, 낫빻배 승선권, 시나가와 맥주 세트, 시나가와 선물 세트, 페이스커버, 시나가와구사(品川区史), 시나가와 그림엽서 등이 있다. 다마시는 24건의 답례품을 준비해 제공하며 게이오플라자호 텔다마의 캐릭터룸 숙박권(1,000,000엔 기부자), 산리오퓨로랜드 패스포트(15,000엔 기부자), 골프연습장 플랜(회원 한정), 가사서포트 서비스(시내 거주자 한정) 등 도시지역에서 특색을 살린 답례품들을 제공하고 있다.

III. 홍보 및 마케팅전략

고향사랑기부제 시행이 2023년 1월 1일로, 시행을 얼마 남겨놓지 않은 현시점에서 가장 절실한 것은 이 제도를 국민들에게 알리는 것이다. 충북연구원의 설문조사에 따르면 전체 1,933명의 응답자 중 '전혀 들어본 적이 없다'는 응답자가 53.7%에 달했고, '명칭만 들어본 적이 있다'는 응답자가 16.5%, '들어본 적은 있으나 자세히 알지 못한다'가 21.6%로 나타났다. 이 정도의 인지도로는 고향사랑기부제가 제대로 정착될지 미지수이며, 고향사랑기부제를 어떻게 알려갈지에 성패가 달렸다.

행정안전부는 국민들을 대상으로 고향사랑기부제의 취지와 목적, 참여방법, 혜택 등을 적극 홍보해야 한다. 일본 총무성이 이 제도를 국민들에게 알리기 위해 운영하는 포털사이트를 적극 참조할 만하다. 이 사이트에서는 '고향납세의 이념', '고향납세의 구조', '고향납세의 활용방법', '고향납세의 지원책', '자주 있는 질문사항', '고향납세 관련 자료' 등이 잘 정리되어 있다. 우리 정부도 고향사랑기부제 포털사이트를 개설하고 조속히 제도 홍보 및 서비스에 나서야 한다.

이상으로 간략하게 고향사랑기부제를 시행과 관련된 이슈를 중심으로 살펴 보았다. 시행착오가 있더라도 지역을 살릴 수 있는 대안의 하나이므로 관망 자세가 아니라 적극적으로 자발적 기부를 유도하기 위한 고민과 태도를 취하는 것이 중요하다. 한라대학교는 고향사랑기부제 시행과 관련하여 지자체에서 필요한 사항을 지원하고자 교내에 '고향사랑기부제지원센터'를 전국 최초로 설립·운영하고 있다. 고향사랑기부제 활성화를 통하여 지역소멸을 방지하고 지역경제가 선순환되는 구조를 만들어가면 좋겠다. 많은 관심과 성원, 문의가 있기를 기대해본다.

02

고향사랑기부제와 답례품 제도



염명배
충남대학교 명예교수



I. 들어가며

올해는 중앙정부와 지방정부가 동시에 출범한 뜻깊은 해이다. 지난 5월 출범한 제20대 윤석열 대통령은 새 정부의 국정과제로 ‘지역주도형 지역발전’ 방침을 천명했다. 즉, 지역의 잠재력을 새로운 성장동력으로 삼아 지역 스스로가 고유한 지역특성에 기반한 독자전략을 수립할 수 있도록 자생적·능동적인 지방재정을 장려하고 지원한다는 것이다.

이는 중앙정부의 지나친 보모국가(nanny state)적 관점과 지자체의 지나친 수동적 입장에서 벗어나겠다는 의지의 표현이라고 볼 수 있다. 한편, 지난 7월 출범한 제8기 민선 지자체는 우리나라에서 지방자치가 부활한 지 30년을 넘어서는 청년 지방자치 시대를 맞아 지역발전을 위한 자율적 모색이 더한층 필요한 시점에 있는 것으로 판단된다. 이제부터 종래의 천수답(天水沓)식 지방재정 운용방식에서 벗어나서 지역 스스로의 힘으로 일어설 준비를 해야 할 때다.

이처럼 중앙정부와 지자체의 지향점이 같아졌으니 양측이 협력하여 함께 목적을 달성하도록 힘써야 할 것이다. 이 협력의 구심점에 바로 ‘고향사랑기부제’가 있다고 해도 과언이 아니다. 2007년 우리나라에서 고향세 관련 논의가 처음 시작된 이후 무려 15년에 걸친 오랜 산고(産苦) 끝에 어렵사리 도입되는 제도인 만큼 이 제도의 성공을 위해서 중앙정부와 지자체가 힘을 합해 함께 노력할 필요가 있다.

II. 고향사랑기부제의 의미

고향사랑기부제는 ‘지방재정 운용방식(modus operandi)의 패러다임 전환(paradigm shift)’이라는 중요한 의미를 가진다. 지방재원을 확충하는 일을 이제 중앙정부에만 맡기지 않고 지자체가 스스로의 노력과 전략으로 담당한다는 것이다. 이는 지방재정 조달방식이 국가주도로부터 지역주도형으로 바뀌게 됨을 의미한다. 즉, 여태까지 ‘받아서’ 쓰던 돈을 이제부터는 ‘벌어서’ 쓴다는 개념으로 재원확충의 칼자루를 중앙정부 아닌 지자체가 쥐게 되는 실로 극적인 발상의 전환이라고 하지 않을 수 없다.

이처럼 고향사랑기부제는 그동안 숨겨졌던 ‘로컬의 힘’을 일깨우는 기폭제 역할을 하면서 지방자치와 지역 활성화를 위한 ‘게임체인저(Game Changer)’가 될 것으로 기대하는 바이다.

III. 고향사랑기부제의 꽃, 답례품 제도

고향사랑기부제의 성공적 정착을 위해서는 지자체의 창의력과 경영마인드 및 경영전략이 필수적이다. 이를 위한 지자체의 중요한 경영전략 두 가지를 든다면 '기부금 사업'과 '답례품'이라고 할 수 있겠는데, 그중에서도 보다 핵심적인 역할을 하는 것이 바로 답례품 제도라고 하겠다. 답례품이 기부행위에 보다 직접적·즉각적 영향을 미치기 때문이다. 답례품 제도야말로 고향사랑기부제의 성공 열쇠를 쥐고 있는 '고향사랑기부제의 꽃'이라고나 할까?

우리보다 10여 년 앞서 고향세(고향납세) 제도를 도입한 일본의 경우 「하페퍼 구루메 리서치센터」(2016)의 조사에 따르면 기부자 중 가장 많은 응답자(69%)가 기부 동기를 “답례품에 매력을 느껴 고향에 기부했다”고 응답할 정도로 ‘답례품’이 가장 중요한 기부요인으로 작용한다는 것을 알 수 있다. 더구나 우리나라 고향사랑기부제의 법·제도와 시행령상 지자체장이나 공무원이 출향민 등 개인에 대하여 개별적·직접적 접촉을 통해 기부를 권유하는 것이 금지되어 있는 상황에서 답례품은 기부 유인 제고를 위한 매우 중요한 촉매제 역할을 할 것으로 예상된다.

IV. 답례품 제도의 명(순기능)과 암(역기능)

흔히들 고향사랑기부제를 활성화하는 데 답례품 제도가 만병통치약 기능을 하는 것으로 알고 있지만, 실상은 답례품 제도 자체가 긍정적 측면(순기능)과 아울러 부정적 측면(역기능)도 동시에 가지는 ‘양날의 칼’ 혹은 ‘야누스의 두 얼굴’과 같은 성격을 보인다는 점을 인식할 필요가 있다.

우선 답례품 제도의 긍정적 측면(순기능)으로는 첫째로 답례품이 기부 수요를 자극함으로써 고향사랑기부금 촉진을 위한 핵심적인 매개체 역할을 한다는 점이다. 일본의 고향납세 기부금 규모와 기부 건수가 답례품 제도 도입 후 급속하게 증가한 사례를 보면 이를 확인할 수 있다. 둘째는 답례품 생산을 지역생산과 지역고용, 지역경제 활성화를 위한 장치로 활용함으로써 향토산업(지역산업)을 촉진하고 지방소멸을 억제할 수 있다는 점이다. 셋째는 기부자에게 지역 특산물을 제공함으로써 지역 이미지를 제고하는 동시에 소비자와 지자체 간 유대 강화 및 특산물에 대한 지속적 수요창출을 통해 관계인구를 증대시키고 선순환 경제를 활성화할 수 있다는 점이다.



반면에 답례품 제도는 다음과 같은 부정적 측면(역기능)도 가진다. 첫째는 답례품 제도가 고향사랑, 농어촌 지원이라는 고향사랑기부제의 본연의 도입 취지에서 벗어나 특정 인기 상품에 대한 ‘쇼핑 수단’으로 변질될 우려가 있다는 점이다. 이른바 ‘염불보다 잣밥’에 더 관심이 있는 상황이 벌어지면 기부금이 인기 상품을 무료로 제공하는 지자체로 편중되어 또 다른 형태의 지역 간 불균형을 야기할 가능성이 커진다는 것이다. 더욱이 답례품을 둘러싼 지역 간 과열경쟁 양상까지 불거질 수도 있다.

둘째는 지자체마다 다양하고 차별적인 특산물이 존재하지 않을 경우 답례품 제공이 향토산업 발전 및 지역고용 증대로 이어지지 않는다는 점이다. 자체 생산기반이 취약한 지자체가 답례품 경쟁에서 뒤지지 않으려고 타 지역에서 특산물을 구입 또는 생산 위탁해서 답례품으로 지급할 경우 기부금 수입의 상당 부분이 지역생산에 투입되지 못하고 역외유출됨으로써 기부금 수입의 재정확충 효과가 반감될 우려가 있다.

셋째는 답례품 제공 자체가 지자체의 재정수지에 악영향을 미쳐서 고향사랑기부제의 취지를 약화시킬 가능성이 있다는 점이다. 기부금에서 답례품 제공에 소요되는 제반 비용(원료비+생산비+물류비+홍보비)을 차감할 경우 그만큼 기부금 순수입이 감소하게 되어 기부자가 요구한 목적사업(용처)에 투자되는 실제 자금이 잠식당할 가능성이 있다는 것이다. 그렇게 되면 지역발전을 위한 기부금

용도의 본래 의도가 훼손될 우려가 있다. 이처럼 장단점이 교차하는 상황에서 답례품 제도의 장점과 단점을 면밀하게 비교해서 신중하게 접근해야 할 것이다.

V. 답례품 관련 결정 사항

「고향사랑기부금에 관한 법률」(약칭: 고향사랑기부금법)의 시행령과 표준조례는 답례품 선정위원회를 구성하고 거기서 답례품의 종류 선정, 답례품 공급 업체 공모 및 선정하는 사항 등을 결정하도록 규정하고 있다. 답례품 관련 결정 사항은 답례품을 선정하고 결정하는 과정에서 고려해야 할 원칙과 답례품 제공과 관련하여 고려해야 할 사항으로 나눌 수 있다.

1. 답례품 선정과정의 결정사항

우선 각 지방자치단체가 답례품을 선정하는 일에 있어서 반드시 유념해야 할 것이 두 가지 있다. 첫째는 우리 지역 답례품이 다른 지역의 답례품에 비해 반드시 경쟁우위를 가져야 한다는 것이다. 가장 지속가능성이 큰 경쟁우위는 '차별적 우위'다. 즉, 다른 지역이 모방할 수 없는 해당 지역만의 독창적인 답례품을 선정·발굴하는 것이다. 소비자의 인기를 끄는 특산물 가운데 우리 지역에서만 생산되고 다른 지역에서는 나지 않는 것이면 가장 좋다. 희소성이 있기 때문이다. 다른 지역이 제공하는 것과 동일 또는 유사한 품종의 답례품을 제공할 경우 기부자를 유인할 수 있는 차별성과 매력도가 떨어지고 그 결과 고향사랑기부금 유치 수단으로서의 답례품의 역할이 퇴색할 가능성이 크다. 특히 농수산물에 그렇다. 예를 들어 우리 지역에서 생산되는 쌀을 답례품으로 증정한다고 할 때 다른 지역에서 나는 쌀보다 품질이나 인기가 좋다는 확신이 없으면 당연히 경쟁력에서 밀린다. 그렇게 되면 답례품이 기부금 유치를 위한 이른바 '미끼상품(유인책)'의 역할을 제대로 할 수 없을 것이다.

둘째는 답례품을 선정하는 과정에 있어서 반드시 소비자 측면과 생산자 측면 양면을 동시에 봐야 한다는 것이다. 답례품의 역할은 단순히 소비자(기부자)의 구미에만 맞도록 기부를 유도하는 것에 그쳐서는 안 되고 답례품 제공이 반드시 지역고용 및 지역생산을 제고하고 지역산업과 지역경제를 활성화하는 마중물 역할을 하도록 해야 한다는 것이다. 전자는 기부금이 지역으로 많이 들어오도록 하는 역할을 하는 한편, 후자는 들어온 기부금이 밖으로 빠져나가지 않고 지역

안에 머물도록 하는 역할을 한다. 이러한 점에서 고향사랑기부제의 답례품은 어디에서 어떻게 생산되는지를 불문하고 단순히 소비자의 구미만을 맞추려고 하는 홈쇼핑 상품과는 근본적으로 다르다는 점을 분명히 인식할 필요가 있다.

2. 답례품 제공과정의 결정사항

다음으로는 답례품 제공과정에 관련된 몇 가지 결정사항을 소개하고자 한다. 첫째는 답례품 생산에 지역 기여도가 얼마 이상이 되어야 할지를 결정하는 일이다. 고향사랑기부금법에는 답례품의 대상을 지역특산물 등 해당 지자체의 관할구역 안에서 생산·제조된 물품으로 한정하고 있으며 표준조례에는 해당 관할구역 안에서 생산·채취된 농·축·수·임산물 등 지역특산물과 해당 관할구역에 생산기반을 둔 업체가 생산·제조한 물품을 답례품의 대상으로 하고 있다. 그렇다면 다음과 같은 질문들을 제기할 수 있다. “지역 내에서 100% 생산·제조·채취된 물품만이 대상인가? 아니면 몇 % 이상 지역에서 생산·제조된 물품을 허용할 수 있는가?”, “표준조례에서는 농수산 가공품 등 제조품일 경우 관할구역 안에서 생산되는 원재료의 사용 비율이 50% 이상인 품목을 우선 선정대상으로 한다고 규정하고 있는데, 공산품을 포함한 그 밖의 기준은 어떤가?”, “원재료와 생산·제조가 각기 다른 지역에서 이루어지는 경우는 어떤가? 해당 지역에서 나는 원료를 가지고 외지에서 제조하는 경우(예를 들면 맥도널드 보성녹돈 버거, 파스쿠치 문경 오미자차 등)나 반대로 원료를 외지에서 가져와서 해당 지역 내에서 가공하는 경우(예를 들어 영광굴비(중국산), 진부령황태(러시아산))는 어떤가?”, 또한 “지역 내 생산품만을 고집할 것인가 아니면 일본처럼 인근지역에서 생산되는 물품까지 답례품으로 확대 허용할 것인가?” 하는 질문 등이다.

둘째는 ‘기부금 단위와 답례품 단위를 어떻게 정할 것인가’하는 문제다. 예를 들어 기부금의 단위를 원 단위로 할 것인가, 아니면 예를 들어 1만 원 단위 또는 5만 원 단위 등으로 할 것인가를 결정하는 일이다. 기부금의 30%에 해당하는 답례품의 단위를 어떻게 정할 것인가 하는 문제도 중요하다. 기부금 액수에 따라 일일이 30%를 계산해서 그 값에 해당하는 답례품을 제공할 것인지, 아니면 예를 들어 백화점 상품권 지급방식처럼 1만 원 이상 3천 원, 2만 원 이상 6천 원 등으로 블록(block) 형태의 답례품 지급방식을 택할지 등에 대해서도 결정해야 할 것이다. 또한 기부 즉시 답례품을 지급할 것인가, 아니면 포인트 형태로 누적해서 차후에 일괄적으로 답례품을 지급할 것인가? 답례품 한도액보다 기부자가 원하는 상품의 가격이 더 높을 때 차액 지불을 허용할 것인가, 아



니면 차액 지불을 허용하지 않고 정해진 답례품만 제공할 것인가 답례품 가치를 조금 초과하는 우수리(자투리돈)는 어떻게 처리할 것인가? 이런 복잡한 절차도 염두에 뒤야 한다.

셋째는 답례품의 반품·교환·환불 문제에 대한 결정을 내리는 일이다. 특히 농·수·축산물과 같은 신선식품의 경우 유통·배송과정에서 변질·부패의 가능성이 크기 때문에 이런 일이 발생하면 어떻게 할 것인가를 미리 결정하는 것이 중요하다. 원칙적으로 답례품은 판매 상품이 아니라 기부에 대한 감사의 표시이자 일종의 '덤'으로 제공되는 것이기 때문에 의무적 반품·교환·환불 대상은 아니다. 하지만 변질된 답례품을 돌려싸고 민원이 발생할 경우 지역 이미지가 타격을 입을 뿐 아니라 그로 인해 차후 기부행위에 악영향을 미칠 가능성이 크기 때문에 이를 무시할 수는 없다. 그렇지만 반품·교환 시 추가 비용이 발생하므로 원래 기부 용도에 쓰일 재원이 그만큼 줄어드는 불이익을 감수해야 할 것이다.

3. 답례품의 다양화: 유형(특산물) + 무형(관광·체험상품)

답례품을 반드시 유형의 특산물로 제공할 필요는 없다. 유형의 특산물뿐 아니라 무형의 관광·답사·체험형 서비스도 얼마든지 제공할 수 있을 것이다. 일본의 사례를 보면 사토후루 사이트(2020. 9) 기준으로 육류(15%), 해산물

(15%), 쌀/빵(14%) 등 유형의 식료품이 인기 답례품의 대부분을 차지하고 있으며, 관광상품(여행권, 숙박권, 온천이용권, 입장권, 우대권, 식사권, 체험티켓 등) 답례품 비중은 약 2.3%(전체 48만여 개 중 1만 1,000여 개)에 불과한 매우 작은 비중을 차지하고 있기는 하지만 그중에서도 이색적인 무형의 답례품들 인기를 끌고 있다는 사실에 주목할 필요가 있다.

독창적이고 기발한 아이디어의 무형 답례품 사례를 소개하자면 다음과 같다. 오이타현 오이타(大分)시는 다카사키(高崎) 자연동물원의 야생 원숭이 우두머리에 이름을 붙일 권리를 기부자에게 부여한다거나, 나라현 이카루가(斑鳩)정은 고액 기부자에게 '후지노키 고분(藤ノ木古墳)'에 대한 전세(단독) 관람권을 제공하는 등의 예를 들 수 있다.

이밖에도 미야자키현 아야(綾)정은 1박 2일 지역여행 항공·숙박권 및 렌터카를 제공하고, 니가타현 나가오카(長岡)시는 '지역 불꽃놀이 축제'의 특별관람석에 초대하며, 야마구치현 시모노세키(下關)시는 수족관 관람권을 제공하고, 홋카이도 가미시호로(上士幌)정은 열기구 탑승 서비스를 제공하는 등 다양한 무형의 답례품을 내놓고 있다. 뿐만 아니라 카가와현 히가시카가와(東かがわ)시는 '1일 시장(市長)' 체험 기회를 제공하기도 한다. 또한 로컬철도 운전체험이나 지역방송국에서 기부자의 노래를 녹음·방송해주는 서비스를 제공하거나 기부자에게 지역의 빈집 관리대행을 위탁하는 지자체까지 나오고 있다.

VI. 마무리하며

앞에서도 언급했듯이 답례품이 기부 유인을 자극하는 데는 중요한 역할을 하지만 부작용 역시 만만치 않다는 점에서 단점은 줄이면서 장점을 강화하는 전략과 지혜가 필요할 것으로 생각된다.

특히 답례품에 대해서 '견물생심(見物生心)' 차원의 물질적 측면만을 너무 강조한 나머지 고향사랑기부제의 본질을 훼손하는 지경까지 가서는 안 될 것이다. 답례품이 단순한 상품 차원을 넘어서 고향사랑과 놓어준 지원이라는 애뜻하고 따뜻한 나눔문화와 사회적 경제 및 공정의 이미지까지 함께 녹여내면서 기부에 대한 감사의 마음을 표현하는 방향으로 답례품 제도를 운영한다면 기부자의 심금(心琴)을 울리는 동시에 답례품에 숨어있는 사회적 가치까지 높일 수 있는 일석이조의 효과를 볼 것으로 기대하는 바이다.

03

고향사랑기부제가 농업·농촌 활력화에 기여할 수 있기를 바라며...



서용석
한국후계농업경영인중앙연합회 사무총장

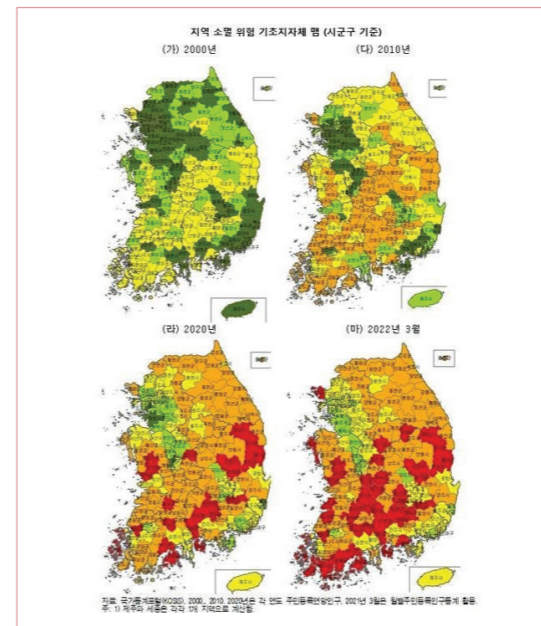


1. 농업·농촌이 처한 현실: 농촌 소멸은 현재 진행형이다

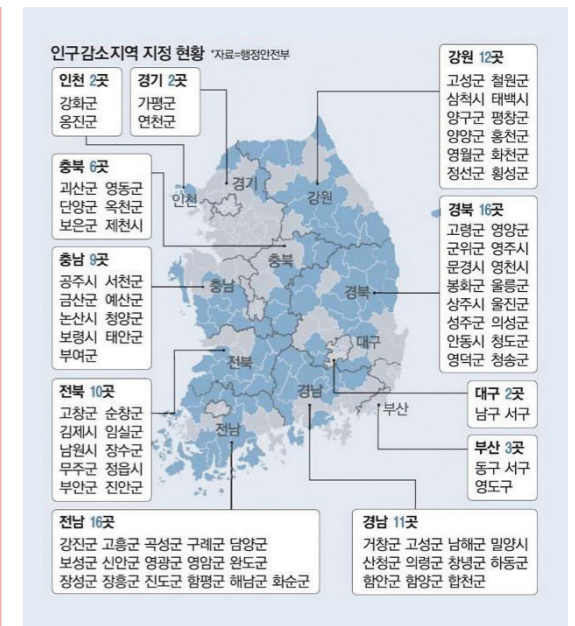
언제부터인가 지방소멸 위기에 대한 이슈가 사회적 화두가 되고 있다. 서울 등 대도시에서 나고 자란 세대에겐 낯선 단어일 수 있으나, 농촌에 거주하는 농업인들은 피부로 체감하고 있는 암울한 현실이다.

가속화되고 있는 저출산·고령화와 더불어 지방의 인구유출로 인해 인구의 약 70%가 대도시에 집중되고 있고, 농촌 인구는 2000년 417만 명에서 2020년 331만 명으로, 농가 인구는 2000년 403만 명에서 2020년 231만 명으로 크게 감소하였으며, 이에 더해 농가 인구 중 만 65세 이상 고령인구가 차지하는 비율은 1970년 4.9%에서 2019년 46.6%까지 늘어나 농업·농촌 붕괴 위기는 날로 심화되고 있다.

한국고용정보원에 따르면, 농어촌 지역 중심으로 소멸위험지역이 빠르게 증가하여 2022년 3월 기준으로 228개 시군구 중 113곳(49.6%)이 인구 소멸 위험 지역으로 분류되고 있고, 대부분이 비수도권 지역에 해당한다. 또한 2020년 조사 결과와 대비하여 소멸고위험지역이 대폭 증가하였다. 이와 별도로 지난해 정부는 지역의 인구 감소 위기에 대응하기 위해 인구 급감과 소멸위기에 처한 89개 지역을 인구감소지역으로 지정하였으며, 대부분 지방의 농어촌 지역이 이에 해당하고 있다.



출처: 한국고용정보원



출처: 행정안전부

전국 평균 49.9%의 재정자립도에 비해 농촌이 위치한 군 지역의 재정자립도는 15.9%로 전년(17.3%) 대비 1.4p% 감소(출처: 2022년도 행정안전부 지방자치단체 통합재정개요)한 매우 낮은 수준이고, 해당 지역에 거주하는 주민들의 삶의 질은 더욱 더 피폐해져 가고 있으며 수도권과 지방의 양극화 심화로 국가 균형발전은 점점 더 요원해지고 있다.

한편 농촌의 열악한 주거·생활 여건으로 청년층의 유입이 제약되고 있고, 농촌 정주만족도 조사 결과 30대 이하 인구의 74.9%가 농촌을 떠나겠다는 의사를 나타냈으며(출처: 국회 농해수위), 최근 농민신문 보도자료에 따르면 한국농촌경제연구원이 실시한 전국 면지역 612곳의 기초생활 시설 변화 조사 결과 미용실, 커피숍, 학원, 병원, 약국, 세탁소, 목욕탕, 음식점 등의 기초생활 시설이 한 곳도 없는 곳이 급증하고 있다고 한다.

다시 말해 농업·농촌은 일상 자체가 무너져 가고 있으며 농업·농촌에 있어 지방소멸은 이제는 더 이상 앞으로 다가올 위기가 아닌 눈앞의 현실이다. 이와 별개로 기후변화, 시장개방 확대, 코로나19 일상화 등으로 농업·농촌의 미래 또한 출구마저 보이지 않는 매우 참담한 상황이다.

II. 고향사랑기부제 도입의 의미: 고향사랑기부제 도입은 ‘끝’이 아닌 새로운 ‘시작’이다

범농업계에서는 위와 같은 농업·농촌 소멸위기 극복의 일환으로 오랜 기간 동안 주도적으로 고향사랑기부제 도입에 앞장서 왔다.

고향사랑기부제는 주민이 자신의 주소지 이외의 지자체(고향 등)에 기부하면 기부자에게 세액공제 혜택과 지역특산물 등을 답례품으로 제공하는 제도로서 대한민국의 존립 기반인 농촌이 급격히 무너져 가고 현실 속에서 230만 농업인을 비롯한 범농업계에서는 절박한 심정으로 고향사랑기부제 도입을 위해 노력하였으며, 그 결과 농업·농촌의 오랜 숙원사항이었던 「고향사랑 기부금에 관한 법률(이하 고향사랑기부금법)」이 작년 10월 제정되고 2023년 1월 1일 시행을 앞두고 있다.

고향사랑기부금법은 열악한 지방재정을 보완하고 지역특산물 소비증진 및 지역경제 활성화, 연대와 협력을 통한 상생 공동체 문화 형성, 나아가 지방의 소멸 위험을 완화하기 위해 제정되었으며 고향사랑기부금법 제1조에는 ‘고향에 대한 건전한 기부문화를 조성하고 지역경제를 활성화함으로써 국가균형발전에



출처: 한국종합농업단체협의회

이바지함을 목적으로 한다’고 명시하고 있다.

우리나라 고향사랑기부금법은 앞서 2008년 일본에서 도입한 고향납세 제도를 벤치마킹하여 마련된 법률로써 세부적인 방법론에서는 차이가 있으나 제도를 도입한 목적은 유사하다고 할 수 있다. 2022년 7월 발표한 일본 총무성 자료에 따르면 작년 기준 일본의 고향납세 규모는 8,302억 엔(한화 약 8.3조 원), 기부건수는 4,447만 건에 달하고 있다. 다만 실제 기부 후 세액공제를 받은 일본 국민은 약 741만명으로 일본 전체 인구나 납세자 수 대비 아직 낮은 수준으로 많은 일본 국민이 고향납세 제도를 아직 잘 모르고 있다는 평가도 있으나, 분명한 것은 일본의 고향납세 제도는 오랜 기간 시행착오를 거쳐 일본 사회에 어느 정도 정착되었으며 기부금 규모에 있어서만큼은 양적 성장을 이뤘다는 점이다. 한편 고향납세 제도가 지방 재정보완, 지역경제 활성화라는 측면에서 분명한 효과가 있으나 관계 인구 및 정주 인구 증가, 지역 소멸 위험 해소라는 측면에선 일본 학계에서도 의견이 나뉘고 있고 고향납세 제도를 보완·발전시켜야 한다는 목소리도 있는 것이 사실이다.

이와 같은 일본 사례와 평가는 고향사랑기부제를 앞둔 우리나라에도 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 그 동안 우리는 제도 도입 자체를 목표로 하였으나 이제부터는 제도 도입이 성공을 담보할 수 없다는 사실과 고향사랑기부제 도입이 ‘끝’이 아닌 새로운 ‘시작’임을 명심해야 한다. 단순히 기부금 규모를 키우는 것 이외에 국민의 참여 유도와 더불어 제도를 어떻게 운영할 것인지에 대한 심도있는 논의가 필요한 시점이며, 고향사랑기부제 도입의 근본적인 목적은 농촌을 비롯한 지방 소멸 위험 완화에 있기 때문이다.

Ⅲ. 고향사랑기부제 시행을 앞두고: 고향사랑기부제의 성공적 정착을 위해서는 우리 모두의 참여와 노력이 필요하다

기대와 우려의 교차 속에 고향사랑기부제가 닳을 올리고 항해를 시작한다. 처음 고향사랑기부제 개념이 언급된 2007년 이후 약 15년 이상의 긴 논의 끝에 출발하는 의미를 되새겨 반드시 성공적으로 제도가 정착될 수 있어야 한다. 일본의 고향납세 제도가 정착되기까지는 10년 이상의 시간이 소요되었으나, 안타깝게도 우리는 기다릴 시간이 없다. 일본 사례를 벤치마킹 하여 다양한 제도적 보완을 거친 후에 시행되는 만큼 시행착오를 최소화해야 한다.

정부와 지자체는 제도 시행을 앞두고 준비에 여념이 없다. 정부는 고향사랑 기부금법 제정 이후 후속 조치와 더불어 기부자 편의 제고를 위한 정보시스템 구축에 박차를 가하고 있고 지자체는 전담 인력을 배치하고 조례 제정을 비롯한 금운용, 답례품 제공을 위한 준비 작업 등에 착수하였다.

일부 전문가들은 고향사랑기부제 시행으로 지자체는 새로운 시험대에 놓이게 되었다고 말한다. 다시 말해 지자체도 지역을 브랜딩하고 세일즈 해야 하는 마케팅이 필요한 시대가 왔다는 것이다. 누군가는 부작용을 초래한다고 말하기도 하지만 고향사랑기부제는 지자체의 이러한 새로운 패러다임을 가속화시킬 것임이 분명해 보인다.

이 과정에 있어 정부, 지자체만이 제도의 시행과 운영의 주체는 아니며 농업인을 비롯한 지역 생산자, 나아가 지역 주민과의 적극적인 소통과 제도 참여를 이끌어 내는 것이 중요하다. 고향사랑기부제 도입 목적은 지방 소멸위험 완화와 지역 주민의 복리 증진 등 삶의 질 제고에 있는 만큼 지역의 구성원들이 주도적으로 참여하여 다 함께 머리를 맞대고, 법령에서 정한 기부자 혜택 이외에 기부자를 감동시킬 수 있는 추가적인 방안에 대해 고민해야 한다.

장기적으로, 제도의 성공적 정착을 위해서는 다양한 형태의 기부자 참여를 이끌어 내는 것에도 관심을 가져야 한다. 단순히 기부 후 끝이 아니라, 제도의 지속가능성을 위해 기부자가 공감하는 사업 발굴에 중점을 두어야 한다. 기부금 모금 자체도 중요하겠으나, 농촌을 비롯한 지역 회생, 공동체 활성화라는 사회적 가치 제고가 무엇보다 중요하다. 기금 사업을 수행함에 있어 기존의 일회성 복지사업 수준에서 판단하면 안 되며, 지속가능한 미래라는 장기적 관점에서 바라봐야 할 것이다. 또한 타 지자체와 경쟁하거나 비교하기 보다는 지역별 특성을 살린 노력이 선행될 때 국민들은 자발적·지속적으로 제도에 참여하게 될 것이다.

이와 같이 기부자를 비롯한 정부, 지자체, 지역 생산자, 지역 주민 모두의 참여와 노력을 통해 일본에서 부족하다고 평가받는 부분까지 보완할 수 있어야 비로소 한국의 고향사랑기부제가 성공적으로 정착되었다고 평가할 수 있을 것이다.

Ⅳ. 고향사랑기부제가 농업·농촌 활력화에 기여할 수 있기를 바라며 : 농업·농촌은 지속가능한 대한민국 발전의 밑거름이다

농업·농촌은 오늘날 우리가 누리고 있는 대한민국의 근원이다. 우리나라가 1인당 국민소득 3만 5,000달러 시대로 오기까지 농촌의 헌신이 있었음은 누구도 부인할 수 없다. 과거에는 농업인이 벼를 돌보듯 정성스레 키운 자식들이 고향을 떠나 대도시에서 대한민국을 일으켰다면 지금은 식량안보를 지키는 주체이자 환경 보전, 전통문화 계승, 자연경관 보전, 수자원 확보, 홍수 방지, 지역 사회 유지 등의 공익적 역할을 수행하고 있으며, 이는 앞으로도 지속가능한 대한민국 발전의 뿌리이자 토대가 될 것이다. 다시 말해 위기에 처해있는 농업·농촌이 되살아나야 대한민국의 미래가 있다고 해도 과언이 아니다.

주로 지방에 고향을 두고 있는 40대 이상의 국민들에게 농업·농촌은 나고 자란 곳 이상의 의미를 지니고 있다. 다시 말해 태어난 곳에 대한 그리움과 애향심에만 기댈 경우 흔히 MZ세대라 불리는 40대 이하의 국민 대부분은 고향이 서울 등 대도시이기에 고향사랑기부제는 실패로 귀결될 것이다. 우리가 농업·농촌의 역할과 가치에 집중해야 하는 이유다.

고향사랑기부제가 농업·농촌이 가지고 있는 모든 문제를 해결할 수 있는 만병통치약은 분명 아니다. 그러나 고향사랑기부제가 성공적으로 정착된다면 농촌 지자체의 재정 보완으로 주민 삶의 질이 향상되고 우리 농축산물의 판로 및 소비 확대를 통해 지역경제가 활성화될 수 있다. 나아가 일자리 창출 및 지역 인구 증가를 유발하며 다시 세수 확대로 이어지는 선순환 구조를 만드는 마중물로서 기여할 것이다. 또한 미래 세대들에게는 고향사랑기부제가 농업·농촌의 가치를 전파하고 이해를 도모할 수 있는 훌륭한 교과서가 될 수 있다.

고향사랑기부제가 농업·농촌의 활력화와 더불어 농업·농촌의 공익적 가치 제고, 도농 간의 균형 발전, 나아가 지속가능한 대한민국 발전의 밑거름이 될 수 있도록 필자를 비롯한 농업계가 지속적으로 앞장설 것을 약속한다.

04

고향사랑기부제와 지방자치단체의 대응과제 : 제주특별자치도를 중심으로



주현정
제주연구원 책임연구원



내년 1월부터 전국적으로 고향사랑기부제가 시행된다. 고향사랑기부제는 지역균형발전과 지역경제활성화를 위하여 개인이 현 거주지(주민등록상 주소지)를 제외한 다른 지역에 기부를 할 경우 세액공제와 답례품을 받을 수 있는 제도이다. 최대 500만 원까지 기부할 수 있으며 이 중 10만 원까지는 전액 세액공제, 10만 원 이상부터는 16.5%까지 세액 공제를 받고 기부금액의 30% 이내까지 답례품을 받을 수 있다.

I. 고향사랑기부제의 도입배경

우리나라는 전 인구의 50% 이상이 수도권에 거주하고 있으며, 저출산·고령화로 지역은 고령화, 지방소멸 등의 위기가 가중되고 있다. 이에 따라 지방재정을 확충하고 지역 발전에 기여하기 위하여 2021년 10월 「고향사랑 기부금에 관한 법률(약칭: 고향사랑기부금법)」이 제정되고 2023년 1월부터 본 제도가 시행된다.

고향사랑기부금의 목적



출처: 행정안전부 홈페이지(<https://www.mois.go.kr/frt/sub/a06/b06/hometownLovedonation/screen.do>)

고향사랑기부금법의 목적은 '건전한 기부문화 조성 및 지역경제 활성화로 국가균형발전에 이바지한다'이다. 고향사랑기부금법은 기부금의 목적 및 정의, 모금 주체 및 대상, 기부의 제한, 기부모집 방법, 기부금액의 상한액, 답례품, 기금 설치 등 총 17개 조항에 대하여 설명하고 있다.

특히 지방자치단체와 관련하여서는 모금방법(제7조), 기부금의 접수(제8조 제1항), 답례품의 제공(제9조), 고향사랑기금 설치(제11조제1항 및 제4항) 등에 관해 명시하고 있다.



- 1) 모금방법의 경우 개별적인 전화, 서신 또는 전자적 전송매체의 이용, 호별 방문, 향우회, 동창회 등 사적 모임에 방문해 적극적인 기부 권유 등은 금지되고 있으며, 대통령령으로 정하는 광고매체를 통하여서만 기부금을 모집할 수 있다.
- 2) 기부금의 접수는 지방자치단체장이 지정한 금융기관에 납부하거나 정보시스템을 통한 전자결제, 신용카드 등 자금이체 또는 지방자치단체 등 공개된 장소에서 접수할 수 있다.
- 3) 답례품은 지역특산품 등 해당 지방자치단체에서 생산 또는 제조된 물품, 관할구역에서만 통용될 수 있는 상품권 등으로 제한되어 있다.
- 4) 기부금의 효율적 관리를 위하여 고향사랑기금을 설치할 수 있으며 기금은 사회적 취약계층의 지원 및 청소년 육성·보호, 지역 주민의 문화·예술·보건 등 증진, 시민참여, 자원봉사 등 지역공동체 활성화 지원, 그 외 주민복지 증진에 필요한 사업 등으로 정하고 있다.

고향사랑 기부금에 관한 법률 주요내용

조문	주요내용
제1조 목적	건전한 기부문화 조성 지역경제의 활성화를 통한 국가균형발전에 이바지
제2조 정의	고향사랑기부금이란 지방자치단체가 주민복지 증진 등의 용도로 사용하기 위한 재원을 마련하기 위해 해당 지방자치단체의 주민이 아닌 사람으로부터 자발적으로 제공 받거나 모금을 통해 취득하는 금전을 말함

조문	주요내용
제3조 타 법률 관계	고향사랑 기부금의 모금·접수·사용 등에 관해 「기부금법」 적용 제외
제4조 모금 주체·대상	지방자치단체는 해당 지방자치단체의 주민이 아닌 사람에 대해서만 고향사랑 기부금을 모금·접수할 수 있음
제5조 기부의 제한	타인의 명이나 가명으로 기부금을 기부할 수 없음 재산상의 권리·이익 또는 그 밖의 관계가 있는 지방자치단체에 기부 불가
제6조 기부·모집 강요 금지	누구든지 기부금의 기부 또는 모금을 강요해서는 안됨 공무원은 그 직원에게 기부금의 기부 또는 모금을 강요하거나, 적극적으로 권유·독려해서는 안됨
제7조 모금 방법	지방자치단체는 대통령령으로 정하는 광고매체를 통해 기부금 모금 가능(개별 전화, 서신, 전자 전송매체, 호별방문, 사적모임(향우회, 동창회) 등을 통한 권유·독려는 불가함 모금의 방법·절차 등에 관해서 필요한 사항은 대통령령으로 정함
제8조 접수 및 상한액	기부금은 지방자치단체의 장이 지정한 금융기관에 납부하거나 제11조에 따른 정보시스템을 통한 전자결제, 신용카드 또는 전자지금이체, 지방자치단체 청사 그 밖의 공개된 장소에서 접수해야 하며, 단체장 명의 영수증 발급 개인별 기부금의 연간 상한액은 500만 원으로 함
제9조 답례품의 제공	지방자치단체는 기부자에게 대통령령으로 정하는 한도를 초과하지 않는 범위 내에서 물품 또는 경제적 이익(답례품)을 제공할 수 있음 답례품은 해당 지방자치단체의 관할구역 안에서 생산·제조된 물품, 관할구역 내에서 통용될 수 있는 상품권 등 유가증권, 기타 조례에 의한 것을 제공할 수 있음 현금, 고가의 귀금속 및 보석류 등은 제외됨
제10조 위법행위 신고 및 신고자 보호	위반시 관계 행정기관이나 수사기관에 신고 또는 고발 가능 「공익신고자 보호법」에 근거 신고나 고발자는 불이익조치를 받지 못함
제11조 기금 설치 등	기부금의 효율적 관리·운용을 위해 기금을 설치해야 함 기금은 다음의 목적으로 사용해야 함 1) 사회적 취약계층의 지원 및 청소년의 육성·보호 2) 지역 주민의 문화·예술·보건 등의 지원 3) 시민참여, 자원봉사 등 지역공동체 활성화 지원 4) 그 밖에 주민의 복리 증진에 필요한 사업의 추진을 위해서만 사용해야 함

자료: 「제주특별자치도 고향사랑기부제 도입방안(2022, 주현정 외)」, 재작성

II. 제주특별자치도의 추진현황

지방자치단체별 고향사랑기부제 전담팀은 지역에 따라 상이하며 제주특별자치도는 세정담당관실에서 담당하여 추진 중에 있다. 제주특별자치도는 1월 18일 도 홈페이지와 도 공식 SNS 홍보를 시작으로 본 업무를 시작하였다.

제주특별자치도는 2022년 2월 19일 고향사랑기부금법의 안정적 정착을 위한 추진계획을 수립하고 2022년 6월, 제주연구원에서 ‘고향사랑기부제 도입

방안'에 대한 연구를 수행하였다. 2022년 9월 13일 '고향사랑 기부금에 관한 법률 시행령'이 제정된 후 같은 달 '제주특별자치도 고향사랑 기부금 모금 및 운용에 관한 조례'를 제정하고 2022년 11월 23일 공포하였다. 또한 고향사랑기부제 답례품 실무 TF를 5월 경에 구성하여 담당부서와 전문가 등 21명으로 구성, 운영 중에 있다.

생산자단체, 유통 및 마케팅 전문가 등으로 구성된 답례품구성위원회에서는 11월 30일, 제주를 대표하는 15개 품목을 선정하였다. 선정된 답례품은 친환경 농산물꾸러미, 감귤, 옥돔, 갈치, 돼지고기, 축산물 가공품, 고사리, 과즙, 오메기떡, 차류, 곡류, 제주화장품, 생활용품, 관광체험서비스상품, 지역 화폐(탐나는 전) 등이며 추후 공모를 거쳐 공급업체를 지정할 계획이다.

제주특별자치도의 고향사랑기부제 관련 홍보 자료



III. 제주특별자치도의 대응방안

고향사랑기부제가 제주에 어떠한 영향을 미칠지는 미리 예측하기 어렵다. 「제주특별자치도 고향사랑기부제 도입방안(2022, 주현정 외)」에서는 예상 기부자로 제주 출신 중 재외도민중 발급자 97,655명(누적), 도외 전출인구 중 경제활동인구 426,734명(잠재 기부대상자, 2001년~2021년까지 타지역 전출인구 중 만 19세 이상~65세 미만), 재외도민회 가입자 525,510명이라는 3가지 시나리오에 제주가 고향이 아닌 국내거주 명예도민 1,891명을 합하여 분석한 결과 10만 원 기부 시 30억에서 164억 원이 모금될 것으로 예상하였다. 단, 본 연구에서는 관광객을 포함시키지 않아 모금액은 이 금액보다는 클 것으로 예상된다.

5호선 김포공항역에서 김포공항으로 가는 무빙워크 상단 옆 상단에 있는 홍보자료



각 지방자치단체마다 새로 도입되는 제도를 준비하기 위해 홍보, 답례품 구성 등 분주하다. 그렇다면 제주는 어떠한 준비를 해야 할까? 구체적으로 제주에 고향사랑기부제의 연착륙을 위한 3가지 방법에 대해서 알아보자.

첫째, 잠재기부자의 DB구축과 홍보강화이다. 향후 제주에 기부를 할 수 있는 잠재적 기부자는 재외도민과 같은 출향인사와 제주가 고향이 아니고 한달 살기, 관계인구, 관광객, 명예도민 등이다. 재외도민인 경우 국내에 거주하는

도의 제주도민회, 재정제주경제인연합회, 제주국제협의회 등과 활발한 교류와 유대를 유지하고 재외도민증 발급현황 등 DB관리가 필요하다. 또한 제주가 고향은 아니지만 제주를 자주 방문하는 관계인구, 관광객 등을 위해서는 제주에 좋은 추억을 남길 수 있도록 가치관광, 가치소비를 할 수 있게 돕고 제주 여행이나 제주살이를 하면서 얻을 수 있는 신뢰할 만한 사이버 정보공간이나 플랫폼을 구축하는 것이 필요하다. 또 제주는 제주 발전에 공로가 크거나 기여할 것으로 예상되는 내외국민에게 명예도민(현재 약 2,021명, 이 중 국내거주자 1,891명) 제도를 시행하고 있으며 이러한 명예도민의 DB관리도 필요하다. 즉, 잠재기부자가 어느 정도 되는지에 대하여 DB를 구축하고 이들과 지속적인 유대관계와 제주에 기부할 수 있도록 적극적인 홍보가 필요하다.

둘째, 매력적이고 창의적인 답례품 발굴이다. 제주의 온라인몰은 4개 정도 있으며, 이제주몰, 탐나오, 제주마썸, 서귀포인정 총 393개 공급업체에서 5,684개의 품목을 판매하고 있다. 일본의 경우 민간에서 후루사토초이스라는 사이트를 운영하고 기부금을 클릭하면, 거기에 맞게 답례품 선택이나 지역 선택 상품 성격별, 지역별, 클라우드 펀딩과 같이 선택할 수 있는 다양한 선택의 폭이 있다. 우리는 한국재정정보원에서 '고향사랑e음'이라는 이름의 종합정보 시스템을 개발 중에 있다. '고향사랑e음' 사이트에 들어가서 기부하고 싶은 해당 지방자치단체를 클릭하면 기부금과 세액공제, 답례품 선정까지 원스톱으로 할 수 있다. 단기적으로는 답례품 구성을 준비하기가 어려워 지역의 대표상품이나 지역사랑상품권, 지역화폐 등으로 대체할 수 있겠지만, 중장기적으로는 기부금에 적합한 가격대별, 상품품목별로 체험상품, 정기배송상품, 계절상품 등 다양한 상품 개발이 필요하다.

셋째, 기금의 효율적 사용이다. 고향사랑기부금법에서는 기금의 사용처를 주요 4가지로 정해놓고 있다. 일본의 경우 기부금 사용처를 기부자가 지정하도록 하고 있으나 한국은 아직 법적으로 제한하고 있다. 제주의 경우 기금이 25개이며 자활 및 생활안정기금, 청소년육성기금, 노인복지기금, 예술인복지기금, 장애인복지기금 등이 고향사랑기금과 중복될 가능성이 있다. 또한 초기에는 기부금의 규모를 파악하기 어려워 신규 사업이나 지속사업에 기부금을 배정하기도 어려운 실정이다. 우선은 기부금이 안정적으로 확보될 때까지는 법에서 지정한 범위 내에서 지역의 현안이나 시급성이 높은 사업에 기부금을 배정하여 신속하게 집행하여야 한다. 또한 기금 모니터링을 잘 하여 기금의 투명적·효율적 관리에 대한 환류가 필요하다.

IV. 고향사랑기부제의 연착륙을 위한 향후 과제

고향사랑기부제가 시행되기도 전에 몇 가지 부분의 쟁점사항이 있다.

첫째, 제주의 경우 기초지방자치단체가 없어 제주시와 서귀포시 간의 기부가 불가하다. 즉, 제주도민은 제주도에 기부할 수 없다. 이는 제주도 내에 기부금 확보를 위한 경쟁은 발생시키지 않으나 기부금의 규모가 작아질 수 있다. 향후 제주의 특수성을 고려하여 이 부분에 대한 검토가 필요하다.

둘째, 해외거주자의 기부 불가이다. 본 제도는 기부문화 확산과 지방소멸을 위하여 지방세입 확대이다. 그런데 해외거주자에게 세액공제나 답례품을 주기가 어렵다는 이유로 국내 거주자에게로 한정하는 것은 맞지 않다.

특히 제주는 일본이나 해외 동포들의 지원 없이는 제주의 발전이 어려울 정도로 해외 교포들의 도움을 많이 받았다. 해외에 사는 재외도민들에게도 기부를 받되, 답례품이나 세액공제 없이 감사패나 명예도민증 등을 수여하는 방법도 고려할 수 있다.

셋째, 본 법은 법인이 기부를 할 수 없게 명시되어 있다. 향후 기부금 규모 확대나 지방자치단체 거주 기업의 지역 환원 등을 위해서도 기부가 가능하도록 검토가 필요하다. 특히 위케이션, 관계인구 등 기업의 지역 이전이 자유롭고, ESG기업을 활성화하기 위해서는 지역과 기업의 연계가 필요하다. 이는 향후 법 도입 후 장기적인 검토 후에 도입할 수 있을 것이다.

우리나라보다 앞서 2008년에 시행한 일본은 우리와 다소 차이가 있을 것이며 본 제도를 통하여 답례품 과다경쟁이라는 부작용도 있었지만 동일본대지진 때 기부 증가, 즉 지역의 재난재해를 위하여 기부금 급증, 재정이 어려운 유바리시의 메론이 답례품으로 인기가 올라가면서 시의 재정 건전성이 회복하는 긍정적인 모습도 나타났다.

고향사랑기부제가 지역 간 제로섬 게임이 아니라 서로 협력하고 각 지자체의 자생력을 높일 수 있는 제도로 정착하기를 기원한다. 행정안전부는 본 제도의 홍보를 공식적으로 하고 지속적인 모니터링을 통하여 기부금 모집 편차가 심한 지역에 대한 교부세 등의 지원이 필요할 것이다. 고향사랑기부제가 지방자치와 재정분권, 지역소멸을 해결할 수 있는 작은 계기가 되길 기대해본다.

고향사랑기부제 실시의 의의



류영아
국회입법조사처 입법조사관



저출산·고령화 현상이 심화하면서 많은 지방자치단체가 인구감소의 문제 뿐만 아니라 재원확보도 어려운 상황에 있다. 전국 평균 재정자립도는 높아지지 못하고 있고 지방자치단체 간의 재정 격차도 해소되지 못하고 있다. 2022년 기준으로 전국 243개 지방자치단체의 평균 재정자립도가 49.9%이고, 지방세 수입으로 공무원 인건비를 충당하지 못하는 지방자치단체가 98개(40.3%)에 달하는 등 지방재정이 열악한 상황이다. 또한, 재정자립도의 기초자치단체 간 격차가 커서, 경기도 과천시 64.0%와 전라북도 정읍시 11.7%, 울산 울주군 44.3%와 전라남도 완도군 6.5%, 서울 강남구 69.4%와 대전 동구 11.3% 등의 차이를 보인다.

이에 따라, 지방자치단체에 기부하면 기부자에게 세제 혜택과 답례품을 제공하고 해당 지방자치단체는 기부금 수입을 얻을 수 있는 고향사랑기부제가 2023년부터 실시될 예정이다. 곧 시행될 고향사랑기부제를 둘러싼 이슈들을 살펴보고 어떻게 준비해야 할지 고민해 보자.

1. 고향사랑기부제가 무엇인가요?

2023년 1월 1일부터 시행되는 고향사랑기부제는 개인이 자신이 현재 거주하고 있는 주소지 이외의 지방자치단체에 기부금을 기부하는 제도이다. 고향사랑기부제는 2007년 12월 대통령 선거 공약으로 고향세가 발표되면서 논의되기 시작하였다. 당시의 고향세는 FTA로 손해를 입은 농촌을 살릴 대안으로 도시민이 내는 주민세 소득할(現 지방소득세)의 10%를 농촌인 고향으로 내는 것이었다. 이후 2010년 4월 지방선거 공약으로 향토발전세가 발표된 바 있고, 2017년 5월 대통령 선거 공약으로 고향사랑기부금이 발표되었고 국정과제에 고향사랑기부제 신설이 포함되었다. 이후 제21대 국회에서 발의한 「고향사랑기부금에 관한 법률」 제정안이 2021년 9월 28일에 국회 본회의를 통과하고 2021년 10월 19일에 제정되어, 2023년 1월 1일부터 고향사랑기부제가 시행될 예정이다.

2023년 1월 1일부터 개인이 고향사랑기부금을 기부할 수 있는 기부 대상은 현재 거주지 이외의 모든 지방자치단체이다. 개인별 고향사랑기부금의 연간 상한액이 500만 원이므로, 개인은 1년에 최대 500만 원까지만 기부할 수 있다.



고향사랑기부금을 기부한 개인에게는 소득세(국세)와 지방소득세(지방세)의 세액공제 혜택이 주어질 예정이다. 첫째, 소득세 세액공제는 「조세특례제한법」 제58조 제1항에 따라 10만 원 이하 기부금에 대해서는 기부금의 110분의 100을, 10만 원 초과 500만 원 이하 기부금에 대해서는 기부금의 100분의 15를 공제한다. 둘째, 지방소득세 세액공제는 「지방세특례제한법」 제167조의2 제1항에 따라 종합소득세 세액공제 금액의 100분의 10을 공제한다. 이를 종합하면, 10만 원 이하 기부금에 대해서는 전액(100%) 세액공제하고 10만 원 초과 기부금에 대해서는 16.5%를 세액공제하게 된다.

「고향사랑기부금에 관한 법률」 제9조에 따라, 기부에 대한 감사 표시로 지방자치단체는 기부자에게 답례품을 제공할 수 있다. 답례품은 지역특산물·지역사랑상품권·지역경제 활성화에 이바지할 수 있는 것으로서 조례로 정하는 것 등이 가능하다. 하지만 현금·귀금속·보석류·지역사랑상품권이 아닌 상품권 등의 유가증권·대통령령으로 정하는 금지 품목을 답례품으로 제공할 수 없다. 한편 「고향사랑기부금에 관한 법률 시행령」 제5조에서 답례품의 상한액과 금지 품목을 규정하고 있는데, 답례품의 상한액은 고향사랑기부금액의 30% 이내이다. 답례품으로 제공할 수 없는 금지 품목은 전자화폐 등, 개별소비세를 부과하는 장소의 입장권, 고가의 스포츠용품·전자제품, 미풍양속을 해칠 우려가 있는 물품 등이다.

II. 일본에서도 고향사랑기부제를 시행하고 있어요

일본은 지방재정 확충을 목적으로 2008년 4월 30일에 개정된 「지방세법」에 근거하여 고향납세(ふるさと納税) 제도를 도입하였고, 2016년부터는 기업도 고향납세할 수 있도록 하고 있다. 기부자가 특정 지역에 고향납세하면(기부금을 기부하면) 해당 기부금에 대해 국세 및 지방세를 세액공제하고, 기부받은 지역에서는 기부자에게 특산물 등을 선물로 제공하고 있다.

일본의 개인 고향납세 제도는 도시에 거주하는 도시민이 고향 또는 원하는 지역을 지정해 2,000엔(약 2만 원) 이상의 기부금(寄附金)을 기부하는 제도이다. 2,000엔을 초과한 기부금에 대해 소득세(국세)와 개인주민세(지방세)를 연간 상한액까지 전액 공제해 주기 때문에, 개인의 기부금 부담은 연간 2,000엔이다. 이때 고향납세자의 연 소득액과 가족구성에 비례해 세액공제액의 상한액이 정해져 있고, 고향납세액 공제액의 연간 상한선을 넘어선 금액에 대해서는 세액공제하지 않는다.

일본에서는 도시민이 기부하고 싶은 지역을 선택한 후 해당 지역의 웹사이트로 접속해 기부를 신청하고 기부금을 내면, 기부받은 지방자치단체가 기부자에게 기부금 수령증명서와 답례품을 전달한다. 즉 고향납세자(기부자)가 00시에 고향납세하면, 00시가 00시의 생산자로부터 특산품을 구매하여 기부자에게 특산품을 제공하고, 기부자가 거주하는 주소지의 지방자치단체는 기부자에게 지방세 등을 세액공제해 주는 절차를 거친다. 일본에서는 고향납세 도입 초에는 기부 건수와 기부금액이 적었지만, <표 1>과 같이 시간이 지남에 따라 기부 건수와 기부금액이 점차 증가하고 있다.

일본의 개인 고향납세 현황

(단위: 만 건, 억 엔)

연도	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
기부 건수	5.4	5.6	8.0	10.1	12.2	42.7	191.3
기부금액	81.4	77.0	102.2	121.6	104.1	145.6	388.5
연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	합계
기부 건수	726.0	1,271.1	1,730.2	2,322.4	2,333.6	3,488.8	12,147.4
기부금액	1,652.9	2,844.1	3,653.2	5,127.1	4,875.4	6,724.9	25,898.0

자료: 일본 총무성, 「고향납세 현황 조사 결과」, 2021, p.2.

일본 총무성 고향납세 사이트



자료: 일본 총무성, (최종 검색일: 2022.12.4.), <https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/080430_2_kojin.html>

일본에서 개인 고향납세가 증가한 이유를 보면, 첫째, 고향납세의 최저 한액이 2008년에 5,000엔이었는데, 2011년부터 2,000엔이 되어 소액 기부가 인정되었기 때문이다. 둘째, 2015년부터 고향납세 원스톱 특례제도를 시행해 세액공제 절차를 간소화하였다. 셋째, 개인주민세의 세액공제율이 2008년에 10%이었는데 2015년부터 20%로 상향되어 기부자가 받는 세제 혜택이 증가하였기 때문이라고 요약할 수 있다.

한편, 개인 고향납세 증가의 이유에 대해 일본 지방자치단체의 57.1%가 답례품의 충실(返礼品の充実)을 응답할 정도로 답례품이 고향납세의 유인이 되고 있다. 특히 고향납세 유치경쟁이 과열되면서, 지방자치단체가 지역 특산물이 아닌 전자제품·상품권을 답례품으로 과다하게 지급하는 문제가 발생하였다. 이에 따라 2017년 4월 1일에 총무성 지침으로 답례품의 금액 한도를 고향납세 금액의 30% 이내의 범위로 한정하고, 전자제품·상품권 등을 답례품으로 제공하지 못하도록 제한하였다.

일본의 개인 고향납세의 의의는 지방재정 확충, 지역경제 활성화, 재난지역 지원 등으로 요약할 수 있다. 즉, 도시민의 기부금을 지방자치단체의 자주재원 수입으로 확충하거나, 지방자치단체가 해당 지역의 특산품을 답례품으로 제공해 지역경제를 활성화하거나, 도시민의 기부금을 지진 등 재난지역을 지원하는데 활용한 것이다. 일본에서는 2016년부터 기업도 지방자치단체에 고향납세(기

부)하도록 허용해 기업판 고향납세(企業版 ふるさと納税) 제도를 도입하였다.

기업판 고향납세는 기업이 고향 또는 원하는 지역에 기부하는 것이 아니고, “지방자치단체가 마련하고 내각부가 인정한 지방 창생(蒼生) 또는 지역재생(再生) 사업”에 기업이 기부금을 기부하면, 기부금의 일정 비율을 세액공제해 기업에 세제 혜택을 주는 제도이다. 이때 기부받는 대상은 재정보호가 필요한 지방자치단체로, 도쿄 등 재정력이 좋은 지방자치단체의 사업에 대해서는 기업이 기부할 수 없다. 또한 기업의 본사가 소재하고 있는 지방자치단체에 기부하는 것은 고향납세로 보지 않고 세제 혜택을 받지 못한다.

기업이 기부하는 기부금의 최저 하한액은 10만 엔(약 100만 원)으로, 기업은 기부금을 이유로 지방자치단체로부터 경제적인 이익을 대가로 받을 수 없다. 일본의 기업판 고향납세 포털사이트에서 공개한 기업 고향납세 현황을 정리하면 <표 2>와 같다.

일본의 기업 고향납세 현황

(단위: 개, 건, 만 엔, 개)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	합계
기부 기업 수(개)	459	1,112	1,138	1,117	1,640	5,466
기부 건수(건)	517	1,254	1,359	1,327	2,249	6,706
기부금(만엔)	74,700	235,500	347,500	338,000	1,101,100	2,096,800
기부금을 활용한 지방자치단체 수(개)	단년도 합계	118	253	287	293	533
	누계	118	268	339	399	641

자료: 내각부 지방창생추진사무국, 『기업판 고향납세 기부실적(개요)』, 2021, p.2.

기업이 지방자치단체의 지방창생 또는 지역재생 사업에 기부하면 해당 기업에 세금 감면 혜택을 주고 있다. 즉, 지방자치단체 사업에 기부한 기업은 일반 기부금 공제와 기업판 고향납세 공제를 모두 받을 수 있다. 2019년까지 최대 60%를 세액공제하였지만, 2020년부터 세액공제를 확대해 2020년부터 2024년까지 최대 90%를 세액공제하고 있다. 즉, 일반기부금 공제로 30%를 세액공제하고, 여기에 추가로 최대 60%(법인주민세 및 법인세 40%, 법인사업세 최대 20%)를 세액공제하는 특징을 가진다. 세액공제의 효과는 기업의 소득액과 본사가 소재하는 소재지에 따라 다르다.



III. 앞으로 무엇을 준비해야 할까요

일본은 고향납세 제도를 2008년에 도입하였는데 2014년부터 본격적으로 확산하였다는 점에서, 우리나라에서 고향사랑기부제가 성과를 거두려면 어느 정도 시간이 소요될 것으로 보인다. 세액공제 절차를 간소화해 기부의 편의성을 높이고, 세액공제의 유인책을 강화하고, 충실한 답례품을 제공한 것이 일본의 고향납세 증가의 유인으로 작용하였다는 점을 참고할 수 있을 것이다.

우리나라에서 2007년에 논의가 시작된 고향사랑기부제가 「고향사랑기부금에 관한 법률」 제정을 거쳐 2023년부터 시행될 예정이라는 점에서, 고향사랑기부제가 도입되기까지 오랜 기간이 소요되었다. 2023년 1월 1일부터 시행될 고향사랑기부제에서는 고향사랑기부금의 기부 주체를 출향민으로 한정하지 않고 모든 개인으로 하였고, 기부 대상을 고향으로 한정하지 않고 현재 거주지 이외의 모든 지방자치단체로 확대하였다.

고향사랑기부제는 인구감소 및 인구 유출로 야기되는 지방소멸의 위기와 지방재정 악화의 악순환을 완화할 제도적 수단을 마련했다는 점에 의의가 있다. 즉, 고향사랑기부제는 지역경제를 활성화해 지방소멸 위기에 대응하는 수단 중 하나로 활용될 수 있을 것이다. 이에 따라 지방자치단체는 관련 조례를 제정하고 고향사랑기부금을 모집할 준비를 해야 하며, 적정한 수준의 답례품을

제공할 고민을 해야 할 것이다. 여러 지방자치단체 중에서 우리 지방자치단체에 고향사랑기부금이 기부될 수 있도록 우리 지역의 매력을 드러내야 할 것이다. 고향사랑기부제가 재정여건이 열악한 고향을 살리기 위해 시작되었다는 원래의 목적에 맞게 운영되고, 지방소멸에 대응할 수 있는 촉매제가 될 수 있도록 철저한 준비를 해야 할 것이다.

2023년부터 시행되는 고향사랑기부제가 지방자치단체에 대한 기부문화를 확산시키고, 새로운 재원확보를 통해 재정이 취약한 지방자치단체에 도움을 주며, 국가균형발전에 이바지할 수 있을 것으로 기대된다.

일본의 고향 납세 제도로 약진하고 있는 미야자키현 미야코노조시



사카이 요이치로

일반재단법인 자치체국제화협회(CLAIR) 서울사무소 소장보좌

미야자키현 소개

미야자키현은 규슈 지방 남동부에 위치하고 있으며 현 면적은 약 7,700km²로 충청북도보다 조금 큰 편이다. 면적의 약 75%를 삼림이 차지하며 산과 강, 바다 등 풍부한 자연에 둘러싸인 지역이다. 또한 연중 온난한 기후 환경을 이용한 농업이 발달해 오이와 피망, 표고버섯, 망고 등의 채소와 과일 등이 많이 재배되고 있다.

소고기, 돼지고기, 닭고기 등의 육류는 모두 일본 최고 수준의 생산량을 자랑하며, 특히 '미야자키규'로 불리는 미야자키산 소고기는 5년에 한 번 개최되는 외규 올림픽 '전국외규능력공진회'에서 4회 연속 일본 제일의 칭호인 '내각총리대신상'을 수상해 국내외에서 높은



미야자키현의 위치



웅장한 자연에 둘러싸인 골프장

평가를 받고 있다.

이외에도 '스포츠 랜드 미야자키'를 내세워 스포츠를 매개로 한 지역 활성화에 힘쓰고 있으며, 매년 1,000개가 넘는 국내외 프로·아마추어 스포츠팀의 전지훈련 캠프를 유치하고 있다. 지자체 차원에서는 '골프 투어리즘'을 주력하고 있는데, 현 내에 27개의 골프장을 보유하고 있어 골프 여행으로 국내외에서 많은 관광객이 찾고 있다. 공항에서 시내까지는 접근성이 좋아 차로 약 20분이면 도착할 수 있다. 현재는 코로나19 여파로 운항이 중단되었지만, 인천공항에서 미야자키공항까지 직항편도 취항하고 있으며 2023년 중 재개를 위해 일정을 조율 중이다.



일본 제일의 미야자키규

미야코노조시에 대해서

현 남서부에 위치한 미야자키현 제2의 도시인 미야코노조시는 인구 약 16만 명으로 경상북도 안동시와 비슷하다. 평균 기온은 17도로 따뜻한 편이며 미나미큐슈 지방의 거점도시로 발전해오고 있다. '일본 제일의 축산 고장'으로도 유명해 은은한 단맛이 감도는 소·돼지·닭고기를 맛볼 수 있으며 풍부한 지하수로 만든 맛있는 소주로도 유명하다. 특히 2014년 이후 오랜 기간 일본 고향 납세의 선두 주자로 발돋움해 오고 있으며 이번 기고문을 통해 그 성공 사례를 소개하고자 한다.

미야코노조시의 고향 납세 추이

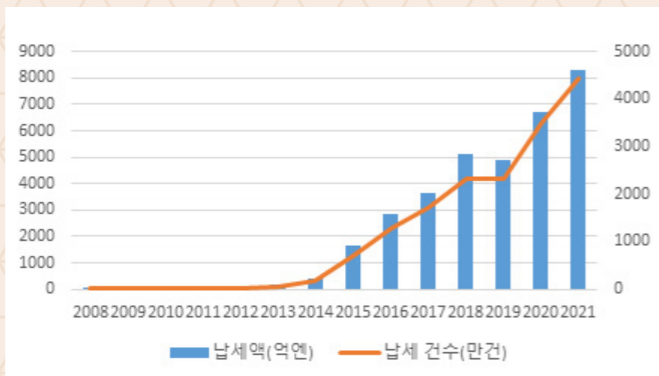
일본의 고향 납세에 참여하는 지자체 수는 1,700개가 넘는다. 미야코노조시는 2014년에 처음으로 고향 납세제도에 주력하기 시작한 이후, 아래의 자료와 같이 꾸준히 일본 최고 수준의 납세액과 납세 건수를 자랑하고 있다. 가장 최근인 2021년에는 일본 내 고향 납세에 대한 높아진 관심도와 맞물려 납세액은 약 146억 엔, 납세 건수는 약 69만 건으로 역대 최고치를 경신했다.

미야코노조시의 고향 납세액·납세 건수 추이

년	납세액	전국 순위	납세 건수	전국 순위
2021	약 146억엔	2위	약 69만건	5위
2020	약 135억엔	1위	약 60만건	4위
2019	약 106억엔	2위	약 50만건	1위
2018	약 95억엔	6위	약 63만건	2위
2017	약 74억엔	3위	약 52만건	2위
2016	약 73억엔	1위	약 52만건	1위
2015	약 42억엔	1위	약 28만건	1위
2014	약 5억엔	9위	약 2만건	10위
2013	약 946만엔	289위	약 38건	562위

일본에서 전국적으로도 고향 납세 제도가 시작된 2008년부터 5년간은 전국적으로도 그 실적이 제자리걸음이라고 해도 좋을 만큼 현저히 낮았다. 그러나 고향 납세 사이트 운영사들과 지자체가 본격적으로 기틀을 짜기 시작한 2014년 이후부터는 이용 실적이 급격히 상승해 현재 전국 시장 규모는 연간 1조 엔에 이를 기세이다. 시장 규모가 커지면서 지자체 간 경쟁이 격화되고 있는 가운데, 미야코노조시는 어떻게 일본 최고 수준을 유지해 왔을까?

일본 전국의 고향 납세액 추이



IV. 미야코노조시의 고향납세제도에 대한 전략 변화

고향 납세를 이용하는 사람의 대부분은 자신의 출신지나 고향 납세로 얻을 수 있는 답례품의 내용을 따져 기부할 지자체를 결정하고 있다. 2014년을 필두로 미야코노조

시가 고향 납세 실적을 크게 늘린 배경에 시내 산업의 급격한 발전이나 매력적인 새 답례품 개발이 있었나하면, 그렇지 않다. 그 계기는 2012년 11월 취임한 이케다 다카히사(池田宣永) 시장의 “미야코노조시의 지명도를 향상시키고 싶다.”, “〈일본 제일의 고기와 소주〉 타이틀을 따내기 위해 대대적으로 홍보해 나가자.”는 호령이었다. 2014년 4월에는 ‘미야콘조(みやこんじょ, 미야코노조의 것이란 뜻의 사투리) PR과’를 신설하여 미디어 판매 및 이벤트 개최 등을 통해 미야코노조시의 홍보 및 지명도 향상을 위해 적극적으로 나섰다.

그러한 흐름 속에서 이케다 시장은 고향 납세에 대해서도 큰 방침 전환을 피하도록 담당자에게 요구했다. 그 내용은 “고향 납세를 미야코노조시로 관심을 끌기 위한 도구로 활용하는 전략으로 전환하라.”는 것이었다. 즉, 재원 확보를 위해 고향 납세를 활용하는 것이 아니라 우선은 미야코노조시의 지명도 제고를 위한 도구라는 점에 중점을 두고 전략을 짜도록 지시한 것이다. 현재는 기부 금액에 대한 답례품 가격을 30% 이내로 해야 하는 규정이 정해져 있지만, 2014년 당시에는 현재와 같은 규제가 없었기 때문에 지자체에 남는 수익 부분은 도외시키고, 높은 환원율의 답례품을 갖추거나 ‘일본 제일의 고기와 소주 세트’, ‘미야자키규 한 마리 통째로 500만 엔’, ‘소주 1년 치(365병) 배달’ 등 기존의 특산품을 내세운 특가 기획을 마련해 다른 지자체와 차별화된 시선을 끌기 위한 전략을 펼쳐왔다.



미야코노조시 캐릭터 겸 PR부장 '봉치군'



인기 답례품 미야자키규와 미야자키 소주(기리시마)

그러한 전략 변화의 결과, 연간 1,000만 엔이 채 되지 않았던 기부액은 큰 폭으로 상승해, 2014년에는 전년도에 약 50배가 되는 연간 5억 엔(전국 9위)로 상승했다. 미야코노조시의 고향 납세는 지난 2014년 랭킹 상위권에 진입해 지명도가 향상된 것을 계기로 이후에도 순조롭게 실적을 늘려 현재도 전국 최고 수준의 실적을 유지하고 있다. 이케다 시장은 이같은 미야코노조시 고향 납세의 약진은 다음과 같은 ‘일석사조’(하나의 성공으로 네 가지 이익을 얻는 것)의 효과를 낳고 있다고 말한다.

(1) 대외적인 PR

'고향 납세 일본제일' 칭호를 획득함으로써 '고향 납세'하면 '미야코노조시(고기와 소주)라는 이미지를 만드는 데 성공하여 미야코노조시의 대외적 인지도 향상으로 이어지고 있다.

(2) 지역 경제의 활성화

고향 납세의 실적이 증가함에 따라 답례품의 확보도 필요하게 된다. 미야코노조 시내의 여러 사업자가 답례품의 제공처가 됨으로써 고향 납세 실적이 증가함에 따라 답례품 출하량도 증가하여 지역경제 활성화로 이어지고 있다.

(3) 시의 수입 증가

기부액의 상승은 지자체의 수입 증가로 이어지고 있다.

(4) 직원의 의식 개혁

당초 시청 내에서도 담당 부서 이외의 직원은 고향 납세에 대한 관심이 높지 않았지만, 직원 모두가 '일본 제일'이라는 성취감을 획득할 수 있었던 점, 이후에도 '일본 제일'이라는 명확한 목표를 제시함으로써 직원들의 의식에 변화를 일으켜 시청 전체가 '하나의 팀'으로서 일본 제일을 목표로 하는 기운이 조성되는 등 다양한 상승효과로 이어지고 있다.

이처럼 고향납세 실적 증가는 단순히 시의 수입 증가에 그치지 않고 미야코노조시에 다양한 긍정적 효과를 불러오고 있다.

V. 미야코노조시의 고향 납세 활용 방침

- 미야코노조시의 고향 납세는 기부자가 <육아 지원>, <협동 마을 만들기와 중심 시가지 활성화>, <환경·삼림 보전>, <스포츠·문화 진흥 사업>, <고령자 지원>, <재해 지원, 구제역(가축 전염병) 대책>, <인구 감소 대책>, <지정 없음(시장의 권한에 맡김)>의 8개 메뉴 중에서 사용처를 지정하여 기부하면, 그에 맞게 활용해 나가는 구조를 취하고 있다.

미야코노조시의 2020년도 고향납세 실적

기부금의 사용처	건수	금액
1. ふるさと子ども支援 <어린이 지원>	295,373건	6,231,426,712엔
2. ふるさとまちづくり支援 <도시 조성 지원>	20,848건	453,850,500엔
3. ふるさと環境支援 <환경 지원>	39,321건	859,185,500엔
4. ふるさとスポーツ・文化振興支援 <스포츠 문화 진흥 지원>	14,416건	390,962,500엔
5. ふるさと長寿支援 <고령자 지원>	16,185건	357,198,000엔
6. ふるさと災害対策支援 <재해 대책 지원>	39,892건	884,281,500엔
7. ふるさと人口減少対策支援 <인구 감소 대책 지원>	13,903건	298,666,500엔
8. その他(市長おまかせ) 기타 (시장의 권한에 맡김)	166,246건	4,025,163,867엔
합계	606,184건	13,500,735,079엔

고향 납세를 활용하는 사업의 계획이나 실적 등은 상세하게 홈페이지에 소개되어 있어 고향 납세로 얻은 수입이 어떤 형태로 시민 생활에 환원되는지 알기 쉽게 정리되어 있다. 고향 납세 기부자는 시외 거주자이지만, 답례품의 주요제공처는 지역 사업자이기 때문에 시민으로의 환원 상황 등 고향납세로 얻은 수익금의 흐름을 확실히 공표하고 성의있게 대응해 나가는 것은 고향 납세의 발전을 위해서 필수적이다.

VI. 고향 납세의 발전에 필요한 것

미야코노조시의 약진에는 시장의 리더십과 시의 발전을 염원하며 제도 운용에 종사하는 담당 부서 직원들의 끊임없는 노력이 있었음은 틀림없지만, 무엇보다 지역 사업자와 시민들의 이해와 협력이 있었던 것이 큰 요인이 아닐까.

예를 들어 앞서 기술한 바와 같이 고향 납세 실적이 향상됨에 따라 답례품 확보라는 과제가 발생하는데, 미야코노조시에서는 고향 납세의 답례품을 '매입'이 아닌 '재고 확보'라는 형태로 사업자에게 협력을 얻고 있다. 대량의 재고를 확보해 두는 것은 사업자에게 자칫 큰 리스크가 될 수 있지만, 미야코노조시의 입장에서는 답례품을 확보해 두지 못하면 고향 납세 희망자가 늘더라도 실적 증가로 이어지지 못한다. 하지만 리스크를 감수하더라도 '우리 시를 위해서라면 협력하겠다'라는 현지 사업자의 이해가 있었기에 지금의 발전으로 이어지고 있음이 틀림없다고 말할 수 있다.

필자는 시청 직원이나 지역 사업자 그리고 시민이 '하나의 팀'이 되어 자신들의 지자체(고향)를 위한 노력을 아끼지 않는 '사랑받는 마을만들기' 정신이 고향 납세 발전의 기본에 있지 않을까 생각한다. 2023년 1월부터 한국에서 시행되는 '고향사랑 기부제'도 많은 사람의 풍요로운 삶에 기여하는 제도로 발전해 나가기를 바란다.

참고문헌

- 1) 미야코노조시 고향 납세 특설 사이트(<https://iurusato-miyakononojo.jp/>)
- 2) 미야코노조시 홈페이지(<https://www.city.miyakononojo.miyazaki.jp/>)
- 3) 미야자키현 관광협회 홈페이지(<https://www.kanko-miyazaki.jp/>)
- 4) 총무성: 고향납세 현황조사 결과(https://www.soumu.go.jp/main_content/000827748.pdf)
- 5) 미야코노조시 고향 납세 취재 기사(Think miyakononojo) (<https://think-miyakononojo.jp/article/1590/>) (<https://think-miyakononojo.jp/article/1855/>)

※ 본 기고문은 필자의 개인적인 견해입니다.

세액공제, 답례품
2023년 1월 1일부터 시행
기부하고 혜택 받는
고향사랑 기부제



고향사랑기부제

2023. 1. 1. 부터 시행합니다

주민등록 주소지 이외의
지자체(광역·기초)에 기부 가능

1인당 연간 500만원 한도 (법인 불가)

기부자에게 답례품
(기부금의 30% 범위 내)

지역특산품, 관광상품, 지역상품권 등

연말정산시 세액공제 혜택

10만원 기부시 전액 자동 세액공제
(예시) 10만원 기부시 최대
13만원(답례품 3만원 포함) 혜택

고향사랑 기부금 소중하게 사용됩니다

- 1 주민복지 증진 사업
- 2 사회적 취약계층 지원
- 3 청소년 육성보호
- 4 지역공동체 활성화 지원



지역생산자

농어촌 소득 증대 지역경쟁력 강화



기부자

세액공제 답례품



지방자치단체

지방재정 확충 주민복지 증진사업



온라인 기부



고향사랑
마음은 더하고



우리사회
행복은 곱하다



고향사랑 기부제

행정안전부와
243개
지자체가
함께 합니다.

고향사랑기부제

고향과 국민은 있습니다

고향사랑 기부제 안내

행정안전부

고향사랑기부제

'23년 1월 1일부터 고향사랑기부제가 시행됩니다.

고향사랑기부제

개인이 주소지가 아닌 다른 지자체에 기부하며 해당 지자체는 기금사업으로 주민복지 증진에 사용합니다.

국가 균형발전 기여 지방재정 확충 지역경제 활성화

국가/지자체 기부자(개인) 기부회망 지자체 지역주민 공동체

지역 공제 기부금 모금홍보 (지자체) 지자체에 기부 (개인)

고향사랑기부제 흐름도

01 '고향사랑기부제' 행정안전부와

고향에 기부하면
답례품, 세액공제 등 혜택을 받습니다.

개인이 500만원까지 기부 가능

기부금의 30% 범위 답례품 제공

세액공제 혜택 (자동처리)

- 1인당 연간 500만원 (가주지 외 여러 지역 선택 가능)
- 지역특산물 제공 (농·수·임산물 등)
- 지역관광, 숙박, 서비스 상품, 상품권 등
- 10만원까지 전액 공제
- 10만원 초과분 16.5% 공제

기부금 접수 확인 (지자체) 답례품 수령 세액공제 혜택 (기부자) 기금사업 (지자체)

243곳의 지방자치단체가 함께합니다.

02

고향사랑기부제

기부자가 어디서든 쉽게 기부할 수 있습니다.

기부자가 선택한 방법으로 기부가 가능합니다.

- (온라인) 고향사랑e음(시스템)을 통해 방문 없이 기부
- (오프라인) 지자체 및 지정 금융기관(농협 5,900여 개) 방문하면 친절하게 안내

고향사랑e음 시스템 지자체 지정 금융기관

03 '고향사랑기부제' 행정안전부와

행정안전부

간단한 주소 등 확인 후 기부 절차에 따릅니다.

간편 로그인 기부하기 답례품 선택

기부자 기본정보 확인사항 (자동처리)

- 본인 여부
- 해당 지자체 주민 여부 (주소지 기부 제한)
- 해당 연도 납부한 기부금액 (500만원 한도)

243곳의 지방자치단체가 함께합니다.

04

고향사랑기부제

기부금의 30% 범위에서 답례품을 드립니다.

기부자에게 지역특산물, 지역상품권 등을 제공합니다.

- 10만원을 기부하면 3만원 상당의 답례품 제공
- 최대 기부 한도액인 500만원을 기부하면 150만원 상당의 답례품 제공

답례품 제공 답례품 수요증가 지역경제 활성화

- 지역 농·축·수·임산물 등
- 서비스 상품(숙박, 관광)
- 지역상품권
- 지역소득 증가
- 지역특산물 홍보
- 관광객 증가
- 지역 이미지 개선

※ 답례품 선택 방법 고향사랑e음(시스템), 지정 금융기관(농협) 안내

05 '고향사랑기부제' 행정안전부와

행정안전부

기부자가 답례품을 직접 선택할 수 있습니다.

- 답례품 확인 고향사랑e음(시스템)
- 답례품 선택 지역특산물, 상품권 등
- 답례품 수령 지자체 선정 공급업체 배상

지자체는 지역 상품으로 답례품을 준비합니다.

- 지역에서 생산·제조한 물품(농·수·축·임산물, 제조물품 등)
- 지역에 통용되는 상품권 등 유가증권(고향사랑 상품권 등)
- 지역의 경제 활성화에 필요하다고 인정한 물품(숙박·관광 등 서비스 상품)

243곳의 지방자치단체가 함께합니다.

06

고향사랑기부제

기부자에게 세액공제 혜택을 드립니다.

- 10만원까지는 전액 공제
- 10만원 초과 시 16.5% 공제
- ★ 예시) 50만원 기부 시 세액공제 16만 6천원과 답례품 15만원 총 31만 6천원 혜택

기부금액 500만원 100만원 240만 8천원 10만원 54만 8천원 13만원 기부혜택 (세액공제+답례품)

07 '고향사랑기부제' 행정안전부와

행정안전부

기부금액별 혜택

기부금액	기부자 총 혜택	세액공제	담예금
10,000	13,000	10,000	3,000
20,000	26,000	20,000	6,000
30,000	39,000	30,000	9,000
40,000	52,000	40,000	12,000
50,000	65,000	50,000	15,000
100,000	130,000	100,000	30,000
200,000	260,000	200,000	60,000
300,000	390,000	300,000	90,000
400,000	520,000	400,000	120,000
500,000	650,000	500,000	150,000
600,000	780,000	600,000	180,000
700,000	910,000	700,000	210,000
800,000	1,040,000	800,000	240,000
900,000	1,170,000	900,000	270,000
1,000,000	1,300,000	1,000,000	300,000
2,000,000	2,600,000	2,000,000	600,000
3,000,000	3,900,000	3,000,000	900,000
4,000,000	5,200,000	4,000,000	1,200,000
5,000,000	6,500,000	5,000,000	1,500,000

243곳의 지방자치단체가 함께합니다. 08

행정안전부

기부금은 주민복지증진 사업에 씁니다.

지자체에서 고향에 필요한 사업을 발굴하여 사용합니다.

- 01 사회적 취약계층 지원
- 02 청소년 육성·보호
- 03 문화·예술·보건 증진
- 04 시민참여, 자원봉사 지원
- 05 지역공동체 활성화 지원
- 06 주민복지증진 사업 등

09 '고향사랑기부제' 행정안전부와

행정안전부

지자체 기금사업 흐름도

243곳의 지방자치단체가 함께합니다. 10

행정안전부

광고매체에 의해 모금이 가능합니다.

고향사랑 기부금의 모금은 불특정 다수를 대상으로 하는 광고매체 등에 의합니다.

11 '고향사랑기부제' 행정안전부와

행정안전부

고향사랑기부제, 고향과 국민을 잇습니다.

개인에 대한 기부 강요 및 과당경쟁 방지를 위해 개별적인 모금활동은 제한됩니다.

모금이 불가능한 사례

- 개별적인 전화·서신, 전자적 전송매체 (카카오, 이메일 등)
- 호별 방문 (공무원 또는 개인이 직접 방문 모금 강요, 권유 독려)
- 향우회, 동창회 등 사적 모임에 참석·방문하여 기부 권유·독려
- 지자체가 주최·주관, 후원하는 모임, 행사에 참여하여 기부 권유·독려

243곳의 지방자치단체가 함께합니다. 12

행정안전부

고향과 국민을 잇는 1석 3조의 효과를 거둡니다.

지방재정 확충, 지역경제 활성화, 지역균형 발전을 도모합니다.

- 지방재정 확충**
 - 매력있는 답례품과 기부자의 마음을 담은 기금사업 추진
 - 건전한 기부문화 조성
- 지역경제 활성화**
 - 농·축·수·임산물, 관광·숙박 등 서비스 상품권 제공
 - 태어난 고향, 마음의 고향의 발전
- 국가 균형 발전**
 - 관계인구 형성
 - 도시와 지역을 잇는 균형 발전

고향과 국민은 잇습니다

13 '고향사랑기부제' 행정안전부와

행정안전부

고향사랑기부제, 고향과 국민을 잇습니다.

고향사랑기부제는? 개인이 주소지 외 지자체(기초·광역)에 기부하면, 지자체는 기부금을 주민복지 증진사업 등에 사용하는 제도. (기부 유도·연간 최대 500만원 한도)

2023년 1월 1일부터 시행하는 **고향사랑 기부제** 고향에 기부하면 혜택을 돌려받는 고향사랑 기부제 더 큰 지역발전으로 보답하겠습니다.

기부금 혜택

- 세액공제: 10만원까지는 한계, 10만원 초과 금액은 16.5%
- 담예금: 기부금의 30% 내 지역특산물 등 제공

기부금 사용처

- 주민복지 증진사업: 취약계층 지원, 청소년 보호, 문화·예술·보건 증진, 지역공동체 활성화 등

243곳의 지방자치단체가 함께합니다. 14

행정안전부

'고향사랑기부제'

행정안전부와 243곳의 지방자치단체가 함께합니다.

행정안전부



고향사랑기부제의 성공 사례를 꿈꾸다

충청남도

CHUNGCHONGNAM-DO



유호열
충청남도청 공동체정책과 과장

백제의 숨결이 온전히 서려있는 고장 충청남도는 문화와 호국의 고장으로 그 입지를 키워나가고 있다. 또한 2023년부터 새롭게 시행되는 고향사랑기부제를 통해서 지역의 특산물을 알리고 관광 수요를 늘려나갈 계획이다. 새로운 제도를 발판 삼아 더 큰 도약을 준비하고 있는 충청남도의 이야기를 만나본다.

- 대도시 옥외 광고, 리플렛, 홍보 영상 등으로 기부 수요 유인
- 품목 개발 및 마케팅 전략 연구영역을 통해 답례품 선정
- 워크숍, 연구회 운영 통해 도, 시군 간 상생협력 방안 모색
- '충남 고향사랑 준비단' 구성, 제도 활성화 전략 연구

01 과거와 현재가 공존하는 고장

충청남도는 백제의 수도였던 공주와 부여를 중심으로 대한민국 역사와 문화의 한 갈래를 품은 지역이다. 무령왕릉, 공산성, 낙화암 등 역사를 엿볼 수 있는 다채로운 유적이 존재하기 때문에 볼거리가 풍부한 것도 특징이다. 지난 2015년에는 8개의 유적을 아우른 백제역사유적지구라는 이름으로 유네스코 세계문화유산에 지정되며 그 가치를 인정받기도 했다.

또한 충청남도는 호국의 고장으로도 유명하다. 유관순 등 독립열사들의 혼이 깃든 독립기념관, 이순신 장군의 훈련 장소로 유명한 현충사가 위치해 있으며 현대에는 육군본부가 위치한 계룡대, 논산 육군훈련소 등이 연고를 두고 있다. 이에 매년 계룡군문화축제가 개최한데 이어 지난 2022년에는 계룡군문화엑스포로 규모를 확대해서 치러낸 바 있다.



02 새로운 도약을 준비하다

이런 천혜의 환경을 갖춘 충청남도는 2023년 1월부터 시행되는 고향사랑기부제를 통해서 모인 예산을 활용해 다양한 문화적, 역사적 유산을 비롯한 지역의 장점을 알리고 기부 수요를 유도해 지역 경제를 활성화시키기 위해서 준비하고 있다. 이를 위해서 충남연구원 전략과제를 통해 고향사랑기부금 활용분야를 전략과제로 추진하였으며, 각 부서를 통해 고향사랑기부금 활용이 필요한 사업에 대해 조사를 추진할 예정이다. 또한 기금운용심의위원회의 심의를 통해서 사업을 선정할 예정이어서 보다 공정하고 효과적으로 예산을 운용할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 또한 답례품 선정에서도 지역의 특색을 잘 살리고 지역 경제에 보탬이 될 수 있는 방향으로 운영하기 위해서 준비하고 있다.



◀ 국립생태원
▼ 꽃지해수욕장



03 고향사랑기부제의 성공을 꿈꾸다

한편 고향사랑기부금을 유치함으로써 지방재정을 보완하는 효과도 기대하고 있다. 고향사랑기부제를 홍보하는 과정에서 충남의 특산물·관광지 등을 홍보할 뿐만 아니라 기금 활용 성공사례를 발굴하고 이를 재홍보한다는 계획이다. 이런 활동은 기부금을 유치함과 동시에 국민들에게 상시 도정의 성과를 알릴 수 있는 기회로 활용할 수 있을 것으로 기대된다.

또한 답례품 시장 형성 등 다양한 지역경제 활성화 효과도 예상하고 있다. 특히 30%의 금액 안에서 제공되는 고향사랑기부제 답례품을 지역의 특산품과 관광상품으로 구성함으로써 관광객 증가와 특산품 판매 증대 효과로 이어질 가능성이 높다. 충청남도는 이를 통해서 지역의 경제가 살아남과 동시에 모금된 고향사랑 기금을 활용하여 청소년



◀ 공산성



◀ 공주 한옥마을

육성, 주민복지, 지역공동체 활성화 등 주민복지 증진사업에 투자하여 고향사랑기부제 정착의 성공 사례를 써내려가는 것이 목표다.

조사와 분석을 실시해서 선호도와 품질이 높으면 서도 동시에 도의 특색을 담은 답례품을 지속적으로 발굴해나갈 예정이다.

한편 답례품을 받는 기부자들에게 감사와 문안 메시지를 보냄과 동시에 도내에서 열리는 축제와 행사 홍보지를 함께 발송해 지역 관광 자원을 알릴 예정이다.

특히 계룡군문화엑스포 등의 전국 단위로 진행되는 주요 행사를 적극적으로 알리고 유명한 홍보대사를 위촉해 충남기부제 홍보영상을 제작해 유튜브 영상을 송출한다는 계획이다. 충청남도의 이런 노력이 제도의 성공적인 안착과 지역 경제 활성화의 신호탄이 되기를 기대해본다.

04 체계적인 준비를 진행하다

현재 충청남도는 고향사랑기부금법 시행이 얼마 남지 않은 시점에 정해진 목표를 달성하기 위해서 기반구축, 답례품 선정, 제도 홍보 등에서 다양한 준비를 해나가고 있다. 먼저 올해 안에 시 차원에서 조례를 제정하고 내년 3월까지 기부금을 운용할 기금을 설치한다는 계획이다.

답례품 선정에 있어서도 도-공급업체 간의 긴밀한 협의를 통해서 공급물량 확보 및 배송관련 준비에 문제가 없도록 공급계약을 체결할 예정이다. 또한 답례품 선호도에 대해 분기별로 만족도

MOKPO CITY



VS

사진: 위키미디어

MONBETSU CITY



지역의 특산물을 모두의 즐거움으로 바꿔나간다 전라남도 목포시 vs 일본 홋카이도 몬베츠시

지난 2009년부터 고향세라는 이름으로 고향사랑기부제를 운영해 10년만에 5조 원 규모로 성장시킨 일본. 그중에서도 특색 있는 홍보와 답례품을 통해 가장 많은 기부금을 거둬들인 몬베츠시와 오는 1월 시행되는 고향사랑기부제를 통해 지역의 새로운 성장동력을 모색하는 목포시의 이야기를 살펴봤다.

목포대교



몬베츠 항구



새로운 경쟁력을 갖춰가다

전라남도 목포시는 전라남도 서남부에 위치한 서부권 중심도시로 호남의 3대 항구의 하나다. 1897년 일제에 의해서 개항된 이후 줄곧 항구 도시로 발전해왔으며 1940년대까지 대한민국 4대 항구로 꼽힐 정도로 번성했지만 한때 목포항의 물동량이 줄면서 활력이 저하됐다. 목포항이 들어선 2000년대 이후 화물선을 중심으로 꾸준히 회복세를 보이고 있다. 또한 2010년 후반에 진행된 조선업 불황의 직격탄을 맞았지만 최근 경기가 회복되면서 지역 경제에 훈풍이 불고 있는 상황이다.

이렇게 도시 전체가 회복세에 접어들고 있지만 시는 이와 별개로 지역의 특색을 살린 새로운 경제 성장 돌파구를 찾고 있는 상황이다. 납석이 많이 나는 지역의 특성상 세라믹산업단지를 조성하고 관련 산업을 발전시키기 위해서 노력하고 있으며 수산식품수출단지를 조성하여 과거 어항이었던 지역의 특색을 살리기 위해서 노력하고 있다. 원물 위주로 유통되던 수산물의 부가가치를 높이기 위해서 어묵, 김 등 인기 있는 수산 상품을 가공하는데 필요한 시설을 갖추고 생산량을 높여가고 있다.

전라남도 목포시(Mokpo City)

인구 21만 6,994명
면적 51.62km²
설립연도 1949년



목포역

홋카이도 몬베츠시(Monbetsu City)

인구 2만 1,379명
면적 830.67km²
설립연도 1954년

VS



유빙투어

😊 모든 이들의 즐거움이 되다

목포는 남도 특유의 토속 음식들이 발달한 것으로 유명하다. 세발낙지, 홍어삼합, 민어회, 꽃게무침 등의 음식들이 유명하며 현재는 목포 9미라는 이름으로 소개되며 관광자원으로 활용되고 있다. 이들은 모두 다른 곳에서는 쉽게 맛보기 힘든 남도 특유의 음식들로 맛의 고장이라는 남도의 이미지를 살리고 있다.

특히 남도 사람들에게 잔치상에 빠질 수 없는 음식으로 꼽히는 홍어삼합은 특유의 맛이 인기를 끌며 전국적으로 소비가 확산되고 있다. 이에 따라 목포시는 토속 음식을 통해서 지역의 특성을 알리고 경쟁력을 높이기 위한 다양한 노력을 기울이고 있다.

2023년 1월에 시행될 고향사랑기부제의 답례품 구성에서도 이런 고민이 드러난다. 기부금 총액의 30% 이내에서 지역에서 생산한 답례품을 제공하는 제도가 마련되어 있어 모든 지자체가 어떻게 하면 특색을 잘 살리면서도 기부 수요를 끌어들이 수 있을지 고민하고 있다.

목포도 이런 분위기에 발 맞춰 홍어, 조기, 김, 건어물 세트 등 양질의 수산 상품을 기부금액에 맞춰 제공할 수 있도록 다양한 구성의 답례품을 선정했다. 또한 목포 사랑상품권, 관광·체험상품 등도 제공해 지역 관광과 방문 소비로도 이어질 수 있도록 했다. 목포사랑상

품권은 근대역사관과 자연사박물관 등 목포의 다양한 관광자원은 물론 도소매, 숙박점, 음식점 등에서 사용할 수 있어 활용도가 높다. 특히 지난 10월, 한국관광공사에서 주최해 성공적으로 마무리된 목포 일주일살기 행사처럼 다양한 체험형 관광이 좋은 반응을 얻고 있어 향후 새로운 관광형태로 자리잡을 것으로 보여 고향사랑기부제와의 시너지 효과가 기대된다. 새로운 제도를 지역의 경쟁력 상승으로 이어가는 목포시의 노력이 경제 성장의 새로운 발판이 되기를 바라본다.



Tip 해와 용서의 숨결이 서려있는 목포

김대중노벨평화상기념관은 대한민국 제15대 김대중 대통령의 노벨평화상 수상을 기념하기 위해서 마련된 장소다. 각종 행사와 전시, 체험프로그램과 교육 과정을 진행하는 장소로 활용되고 있으며 시민에게 '민주주의·인권·평화', '화해·용서'로 대표되는 김대중 정신을 공유하는 것을 목표로 한다.

🏆 성공 신화를 쓰다

홋카이도 몬베츠시는 약 2만 명의 인구가 살고 있는 곳으로 오호츠크 종합진흥국에 속해있으며 주변 지역에 비해 기후가 상대적으로 따뜻한 편이라 수산업이 발달했다. 지역을 대표하는 특산품으로는 가리비가 꼽히며 일본 최북단의 청정 해안에서 생산하는 특색 있는 먹거리로 유명해져 큰 인기를 끌고 있다. 특히 껍데기를 제거한 후 급랭한 가리비 1kg 상품은 2021년 일본 고향세 10대 인기 답례품 1위로 꼽히며 159억 9,700만 엔을 모금하는 기업을 토했다. 한화로 약 1,516억 원에 달하는 기부금은 몬베츠시의 1년 예산의 절반에 달하는 금액으로 기부를 통해 모금 되었다고는 믿기 힘든 규모다.

일본의 고향세는 2008년에 도입되어 매년 꾸준히 모금액을 늘려왔으며 지난 2021년에는 전체 약 8,302억 엔, 8조 원 가량의 고향세가 모이며 역대 최고치를 기록했다. 지역의 인프라를 통해서 성장한 인재들이 도심지로 빠져나가면서 생기는 손실을 줄여보자는 의도로 도입된 일본의 고향세는 도입 이후 지자체들이 기부 수요를 끌어들이기 위해서 30% 한도 내에서 제공하는 답례품 경쟁을 벌이면서 지자체들이 저마다 지역의 특색을 살린 답례품을 고민하면서 다양한 형태로 발전하고 있다.

👥 공감으로 수요를 이끌어내다

몬베츠시의 성공에는 인기 답례품을 발굴해낸 기획의 힘이 컸다. 실제로 몬베츠시는 질 높은 답례품을 생산해낼 수 있는 환경을 갖추기 위해서 4년 이상의 시간을 투자했다는 후문이다. 데친 가리비, 건조 가리비, 가리비 첨가 어묵 등 다양한 가공품들도 생산하는 등 지역 특산품의 경쟁력을 높이기 위한 다양한 시도도 하고 있다. 이런 노력이 적중한 결과 대도시 연고자도 적은 인구 2만의 작은 지방이 고향세 도입의 최고 수혜 지역으로 떠오를 수 있었다는 것이 세간의 평이다.

하지만 몬베츠시의 성공 요인은 그것만이 전부가 아니다. 다양한 스토리텔링을 통해서 기부자들의 공감을 이끌어낸 것도 주효했다. 몬베츠시는 매년 1월에서 3월까지 쇠빙선을 타고 오호츠크해 위를 떠다니는 유빙을 가로지르는 관광 상품을 운영하는데 최근에는 기후변화로 인해서 유빙을 볼 수 없는 경우가 많이 생기고 있다. 이런 이야기가 각종 매체에 소개되면서 기부 수요로 이어진 것도 고향세 모금 성공에 기여했을 것으로 여겨진다. 1970년대 지역의 주요 수입원인 광산이 문을 닫은 뒤 인구가 급감하고 있다는 사실도 많은 이들의 마음을 움직였을 것으로 생각된다. 몬베츠의 성공 신화를 통해 지역 활성화를 꿈꾸는 대한민국 지자체들이 주목해야 할 대목이다.



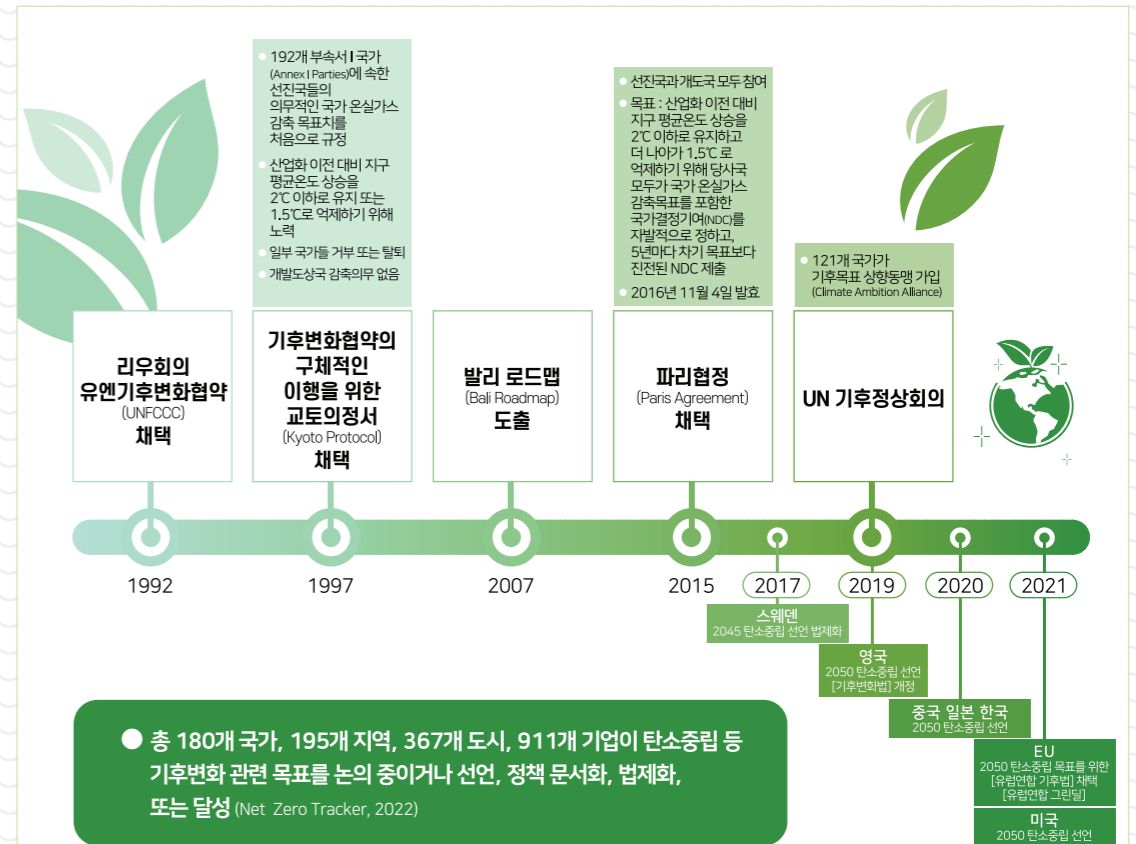
탄소중립을 향한

지방자치단체 정책추진 강화방안

1 기후환경위기와 탄소중립(Climate Neutral) 논의의 확산



- 매년 500억톤 이상 배출되는 온실가스로 지구의 평균온도 지속적으로 상승
폭우, 폭염, 쓰나미, 산불 등 극단적인 기상재해의 빈도와 지속성 꾸준히 증가
- COVID-19 사태로 2050 탄소중립은 글로벌 신패러다임으로 의제화
EU, IMF, BIS 등 주요 국제기구는 온실가스 배출규제 및 환경규제, 탄소세 인상, 기후변화위험 금융감독 관리체계 구축 등 선제적인 대응 권고



기후변화대응 목표 설명

기후변화대응 목표	설명
1.5°C 목표	온도상승 1.5°C 낮추기 위한 목표
배출량 절대목표	배출량 감축 절댓값
탄소네거티브	탄소 순배출량 '0' 이하
탄소중립	탄소의 순배출량 '0'
기후중립	온실가스 순배출량 '0'
기후양화	온실가스 순배출량 '0' 이하
배출 집약도 목표	생산성대비 배출량 감축
배출 감축 목표	온실가스 배출량 감축
온실가스 중립	온실가스 순배출량 '0'
넷제로	온실가스 순배출량 '0'
BAU 대비 감축목표	기존경제활동 지속 시 배출량 대비 온실가스 감축
과학기반 목표	-
탄소제로	탄소 순배출량 '0'
온실가스제로	온실가스 순배출량 '0'



탄소중립 기후변화대응 실천 국가 (2022.5)

목표	국가 수					
	합계	논의 중	선언	정책 문서화	법제화	목표달성
넷제로	111	53	14	24	15	5
탄소중립	15	1	4	7	2	1
1.5°C 타겟	2	0	0	2	0	0
배출집약도 목표	2	1	0	1	0	0
배출량감소 목표	17	0	1	13	3	0
BAU대비 감축	18	1	3	13	1	0
기타	15	1	6	7	0	1
합계(비율)	180 (100%)	57 (32%)	28 (16%)	67 (37%)	21 (12%)	7 (4%)

탄소중립 기후변화대응 실천 도시 (2022.5)

목표	도시 수					
	합계	논의 중	선언	정책 문서화	법제화	목표달성
넷제로	153	35	64	51	3	0
탄소중립	74	11	25	36	2	0
기후양화	2	1	0	1	0	0
1.5°C 타겟	3	2	0	1	0	0
배출집약도 목표	1	0	0	1	0	0
배출량감소 목표	48	8	6	29	5	0
BAU대비 감축	4	0	0	4	0	0
기타	82	63	4	14	1	0
합계(비율)	367 (100%)	120 (33%)	99 (27%)	137 (37%)	11 (3%)	0 (0%)

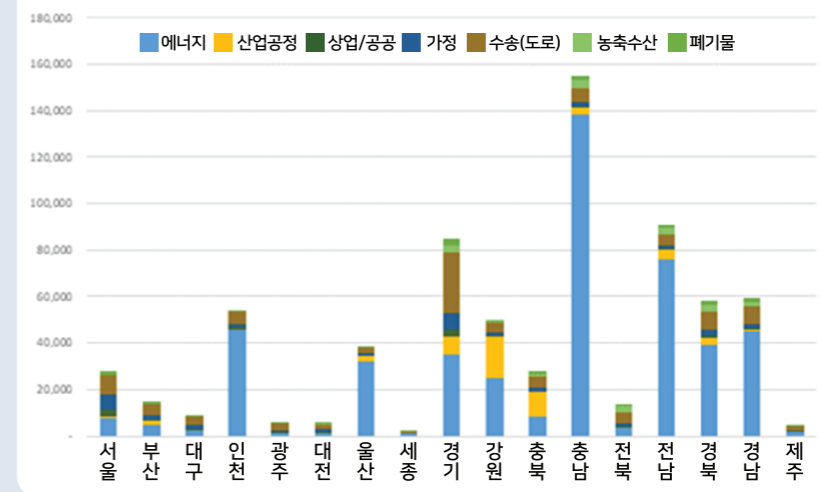
2 2050 탄소중립 이행 법제화

- 우리나라는 2021년 9월, 탄소중립기본법을 제정, 세계에서 14번째로 '2050 탄소중립' 이행 법제화
- 국가 온실가스 감축목표(Nationally Determined Contributions, NDC) 2030년 40%로 상향, 유엔기후변화협약(UNFCCC)에 제출
- 윤석열 정부, 110대 국정과제 중 탄소중립 실현으로 지속가능한 미래 구현 약속
- 2050 탄소중립은 이제 선택이 아닌 필수

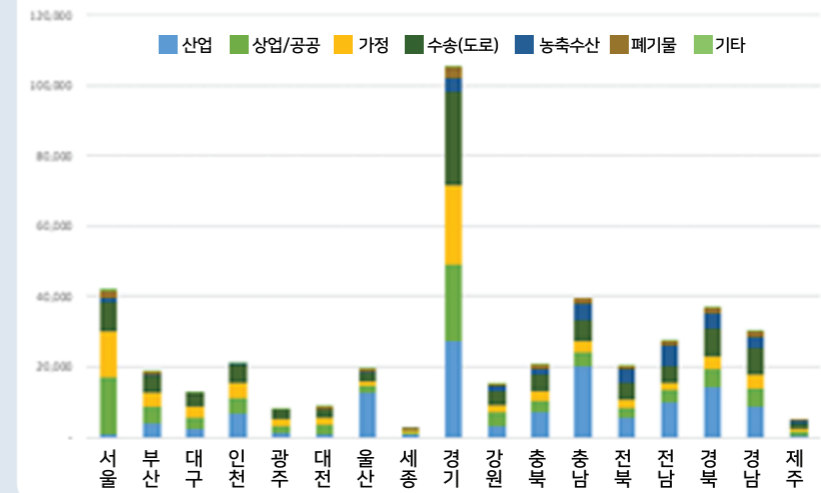


3 지역별 탄소중립 권한과 감축여건 상이

생산기준 시도별 부문별 온실가스 배출량 (2019)



소비기준 시도별 부문별 온실가스 배출량 (2019)



- 전환 부문과 산업 부문은 전력수급기본계획과 온실가스 배출권거래제 등에 의거 주로 국가가 관리하므로 지방자치단체의 권한이 크게 있다고 볼 수 없음
- 국가와 지방자치단체가 모두 2050 탄소중립을 향하여 노력하고 지역별로 특화된 탄소중립정책을 추진하기 위해서는 지자체 관할 내 최종에너지 소비를 고려한 부문별 탄소중립 추진계획 수립 필요

4 탄소중립을 향한 지방자치단체 정책추진 강화방안

지방자치단체 탄소중립의 3가지 요인

제도

협력

기반

중앙정부

- 탄소중립기본법, 배출권거래법
- 온실가스 배출권 거래제, 목표관리제
- 온실가스 감축인지예산제도
- 기후대응기금

지방자치단체

- 탄소중립·녹색성장 조례
- 기후위기대응 관련 조례
- 탄소인지예산제
- 별도 기후대응기금

제도

협력

기반

지방자치단체
탄소중립

중앙정부와 지자체

- 중앙과 지자체의 관계
- 중앙과 지자체의 역할분담
- 중앙과 지자체의 거버넌스
- 중앙과 지자체의 소통정도
- 중앙과 지자체의 애로사항에 대한 청취 정도

지자체와 지역주민, 민간

- 지역주민, 민간단체의 참여 및 지지 정도
- 지역주민, 민간단체의 소통정도
- 주체 간 교류 및 네트워킹정도

지자체의 인적 물적 사회적 인프라

- 지자체장의 추진 의지
- 지역의 자발적 의지
- 지자체의 탄소중립 추진역량
- 지자체의 녹색자원, 에너지 기술 등 관련자원 보유 여부
- 지자체 배출량 통계 보유 여부 및 구축역량
- 탄소중립 정보
- 탄소중립 생활양식

5 지방자치단체 탄소중립의 추진방향



분권적 추진 강화

탄소중립 추진의 창출을 고려하더라도 현재는 환경부 중심의 중앙집권적 추진 체제로 구성되어 있어서 탄소중립 추진의 중요한 축인 지자체의 역할이 수동적인 위치에 머무르고 있어서 지자체의 자율, 참여가 강화될 수 있는 분권적 방식의 추진이 강화되는 방향으로 지자체의 탄소중립을 추진, 시도의 역할을 강화하는 방향의 추진 필요

지역특화 추진 강화

각각의 자치단체는 탄소배출의 양상, 부문, 주체, 공간 등에서 차이가 존재하고 있기 때문에 탄소중립 추진의 목표 설정, 우선 부문의 선정 등에서 차이가 있고 이를 구체화 시킬 수 있는 전략, 계획, 시책, 사업 등에서도 차이가 존재하기 때문에 지역의 특성을 고려한 맞춤형 탄소중립의 추진 강화 필요

연계협력 강화

현재는 상당한 정도 환경부 등 중앙부처 중심의 추진체계를 구성하고 있기 때문에 추진에 있어서 한계를 보유, 온실가스 배출이 다양한 부문과 주체가 관여되기 때문에 탄소중립 추진은 중앙정부, 지자체, 주민, 기업 등 다양한 주체 간의 긴밀한 협력이 필요하기 때문에 주체 간의 유기적인 협력체계를 구축하는 방향의 추진 필요

과학적 추진기반 구축

지자체는 현재 탄소중립 추진의 인프라가 되는 온실가스 배출에 대한 정보 및 통계 생산의 여건 구비가 부족, 제대로 된 지역의 온실가스 배출에 대한 정보 및 통계 생산 및 지원을 토대로 한 보다 과학적인 방향에서의 지자체 탄소중립의 추진 강화

추진과제

- 탄소중립 추진의 분권화 정비
- 지역특화전략 및 계획의 수립
- 지방자치단체 탄소중립 추진역량 강화
- 탄소중립 지역경제성장 동력화 시책 추진
- 공간정보와 연계한 지역 탄소배출 모니터링체계 구축

구분	현재	정비
기초	중앙부처 위주 환경부 중심	지자체 역할 강화 다부처 역할 강화
시도	시도 역할 부족 시도의 기초 지원 근거 부재	시도 역할 강화 시도의 기초 지원 근거 마련
내용	상당수 지자체 탄소배출 관할권 중앙정부 소유 *중앙-지자체 협력 부재	합리적 근거에 따라 분권적 차원에서 시도 이양 *필요한 경우 협력

- 중앙단위 컨트롤타워(탄소중립위원회) 격상 또는 개편
- 부처 간 업무 조정 및 통합, 중앙단위 부처 간 협력 문제 보완



- 지역의 탄소감축을 위한 시민들의 인식 변화와 행동변화 매우 중요
- 시민 기후총회나 시민 자문위원회, 지자체기후환경회의 등 구성, 운영

- 탄소중립이 환경부서의 업무라는 인식이 강해 부서 간 협조가 원활하지 못한 문제점 노정
- 탄소중립이행책임관의 지위를 상향하는 안 고려

- 지방주도나 중앙정부와 지자체가 협력할 수 있는 방향으로 전환
- 중앙과 지방의 협력과 교류, 연계를 보다 활성화할 수 있는 채널 강화

- 광역자치단체 - 기초자치단체 탄소중립 추진의 정합성 강화
- 지방자치단체 탄소중립 재정지원 정비 및 강화

6 한국지방행정연구원 관련 연구 현황

- 탄소중립을 향한 지방자치단체 정책추진 강화방안(진행중)
- 「창의·혁신 아이디어」 공모전 : 탄소중립을 위한 실천방안(진행중)
- GRIPS 한·일 지방자치단체의 탄소중립 실천 방안 포럼 개최(11월 24일)
- 탄소중립위원회 공동 세미나 개최(12월 예정)

#탄소중립 #기후위기 #지방자치단체-탄소중립
#탄소중립-거버넌스 #에너지분권

[자료출처]

박진경, 김현호, 이원도, 탄소중립을 향한 지방자치단체 정책추진 강화방안, 한국지방행정연구원

[내용문의]

박진경 (한국지방행정연구원, 연구위원, 033-769-9892, jkpark@krila.re.kr)

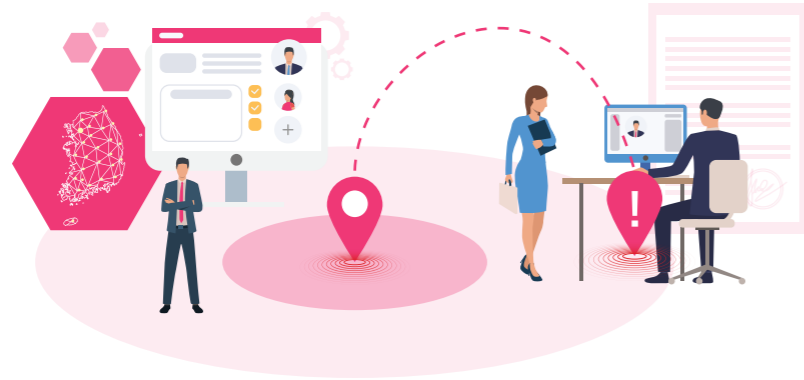


이전 공공기관 지역인재 의무채용제도

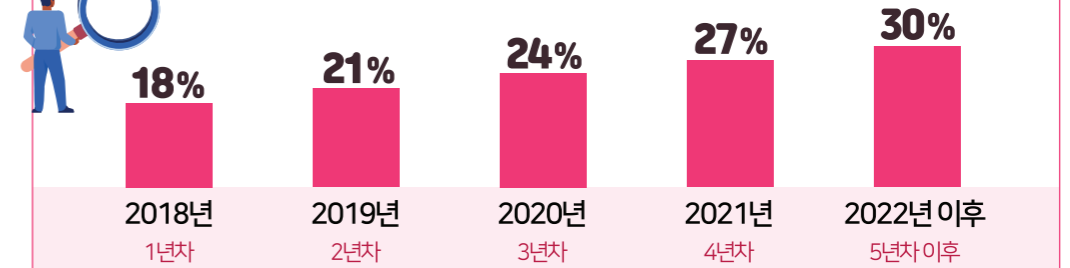


1 이전공공기관 지역인재 의무채용제도란?

수도권에서 수도권이 아닌 지역으로 이전한 공공기관이 지역인재(이전지역의 대학·고교 졸업자)를 의무적으로 일정 비율 이상 채용하도록 하는 제도



이전공공기관의 지역인재 의무채용비율



<법적근거> 혁신도시 조성 및 발전에 관한 특별법 제29조의2 (이전공공기관등의 지역인재 채용 등)
혁신도시 조성 및 발전에 관한 특별법 시행령 제30조의2 (이전공공기관등의 지역인재 채용)

2 지역인재의 개념





- 이전공공기관이 이전한 지역의 광역시·도, 특별자치시, 특별자치도에 소재한 지방대학 및 고등학교를 최종적으로 졸업하였거나, 졸업예정인 사람



3 지역인재 의무채용제도의 목적과 기대효과

- **목적** 지역인재 의무채용제도는 해당 지역 출신 인재에게 우선 일자리를 제공함으로써 지역의 인재가 다른 지역으로 유출되는 것을 방지하는데 최우선 목적이 있음

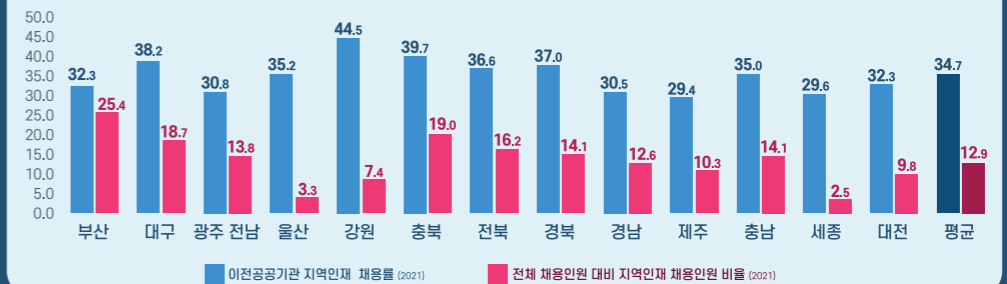
기대효과

- 
대학 지역 공공인재 양성을 통해 대학의 공공성을 실현하고 우수 인재들을 공적 기관에 취업시킴으로써 경쟁력을 높임
- 
이전 공공기관 지역 문제를 잘 이해하고 있는 지역인재를 안정적으로 확보하여 신규인력에 대한 투자 비용 등의 거래비용을 크게 줄일 수 있음
- 
지방 자치단체 지역 내 정착 인구를 안정적으로 확보하고, 지역 문제를 이해하고 있는 지역 공공인재를 활용하여 정책의 유효성을 높일 수 있음
- 
지역인재 공동체의 구성원으로서 지역사회에 대한 소속감을 갖고, 지역의 문제 해결 및 발전에 기여할 수 있음

4 지역인재 의무채용 대상 이전공공기관 및 채용 현황 (2021년 기준)

지역	지정기관 수	전체 채용인원	의무채용 대상인원	지역인재 채용인원
부산	12	520	409	132
대구	9	648	317.5	121
광주·전남	13	2,078	932	287
울산	7	1,135	108	38
강원	11	2,074	344	153
충북	11	284	136	54
전북	6	903	399	146
경북	8	886	338	125
경남	10	858	354	108
제주	3	49	17	5
충남	3	249	100	35
세종	21	326	27	8
대전	16	2,777	840	271
총합	130	12,785	4,321	1,483

- 2021년 기준, 이전공공기관의 지역인재 채용률은 시·도 평균 34.7%로 나타남
- 전체 신규 채용인원 대비 지역인재 채용률은 시·도 평균 12.9%로 나타남
- 지역인재 의무채용에 예외 조항이 존재하기 때문



5 지역인재 의무채용 예외 조항

- 1 시험실시 분야별 연 채용 모집인원이 5명 이하인 경우
- 2 일정기간 이상의 업무수행경력을 응시요건으로 하여 채용시험을 실시하는 경우
- 3 석사학위 이상을 취득한 사람을 대상으로 연구직 채용시험을 실시하는 경우
- 4 이전공공기관 등의 본사가 아닌 지역본부 또는 지사에서 별도로 채용을 하거나 지역본부 또는 지사에서 5년 이상 근무하는 조건으로 채용하는 경우
- 5 지역인재의 채용시험 결과가 합격하한선에 미달하는 경우
- 6 채용시험에 지원한 지원자 중 지역인재의 비율이 의무채용비율 이하인 경우

6 이전공공기관 지역인재 의무채용제도에 관한 주요 쟁점

쟁점 1 지역인재의 범위

- 공공기관 이전지역 출신의 수도권 소재 대학 졸업자 배제 ▶▶ 오히려 수도권 외 지역으로의 유입을 저해하는 부작용 발생 가능
- 이전지역 내 공공기관이 요구하는 인재 풀(Pool)의 한계 존재 ▶▶ 지역 내 대학의 수가 적은 지역들의 경우 이전 공공기관 내 특정 대학 출신 편중 심화

쟁점 2 예외 조항

- 예외 조항으로 인한 이전공공기관 지역인재 의무채용제도 효과 미흡 지적 ▶▶ 예외 조항 재검토 및 기준 축소 요구
- 이전공공기관이 채용 분야를 쪼개서 분야별 채용 모집인원을 축소(6명 이하)하는 문제 발생 ▶▶ 채용모집 인원 하향 조정 필요성 제기

쟁점 3 의무채용제도 확대

- 지역인재 의무채용 비율을 신규 채용인원 대비 50% 이상까지 늘리고, 의무채용 대상 공공기관을 확대하자는 요구 존재
- 이와 동시에 이전공공기관 지역인재 의무채용제도 확대에 대하여 회의적인 입장 존재



7 향후 나아갈 방향



이전공공기관 지역인재 의무채용제도의 효과와 예외 조항의 영향에 관한 실증적 분석 연구가 필요함



관련 주체들(지방자치단체, 대학, 공공기관, 지역인재 등)의 의견을 수렴하고, 협의를 통해 이전공공기관 지역인재 의무채용제도의 문제점을 개선해가는 과정이 요구됨



지방자치단체-대학-공공기관 간의 상생 협력체계를 구성하고 지역 맞춤형 프로그램의 운영을 통해 지역의 산업·경제 환경에 적합한 인재가 양성될 수 있도록 문화를 조성하려는 노력이 필요함

#지역인재 #공공기관-지역인재-의무채용제도 #지역발전
#지방자치단체-대학-공공기관-협력체계 #의무채용 예외 조항

구체적인 내용은 본 연구원의 2022년 정책과제인 “충청권 이전공공기관 지역인재 취업률 향상방안 연구”를 참고 바랍니다.

[자료출처]

윤소연, (2022) 이전공공기관 지역인재 의무채용제도, 한국지방행정연구원

[내용문의]

윤소연 (한국지방행정연구원, 부연구위원, 033-769-9848, syyoon@krila.re.kr)



연구원 소식



제13회 한·일 공동세미나 개최

한국지방행정연구원(원장 김일재, 이하 연구원)과 일본자치체국제화협회(이사 도리타 고헤이, 이하 직원)는 11월 09일(수) 오후 2시, 서울중앙우체국 10층 대회의실에서 대한민국시도회의의장협의회, 일본 총무성, 주대한민국대사관과 공동으로 온·오프라인 하이브리드 방식의 「제13회 한·일 공동세미나」를 개최했다.

이번 세미나는 ‘한·일 지방자치단체의 지역경제 활성화 방안’을 주제로 한·일 양국이 이미 경험하고 있고, 앞으로도 합리적인 정책 방안 마련을 위해 지속적으로 논의해야 할 지역경제 활성화 방안에 대해 공통적인 고민과 해안을 나누는 담론의 장을 마련하고자 했다.

세미나는 원강수 강원도 원주시장과 시바사키 미쓰코 사이타마현 와코시장의 기초강연에 이어서 주제발표 세션, 토론세션으로 구성되었다. 발표를 진행한 야마토 사토미 나라현립대학 지역창조학부 교수와 이서희 한국지방행정연구원 부연구위원과 더불어 쓰지이 타쿠 미야기현 서울사무소장, 박기관 상지대학교 공공인재

학과 교수, 이제연 한국지방행정연구원 지역균형발전 실장이 ‘한일 양국의 지방자치단체 지역경제 활성화 방안’에 대한 의견을 교환했다.

한국지방행정연구원 김일재 원장은 “일본의 지방창생정책을 통한 지역인재 육성 및 지역기업 이전 사례와 한국의 기회발전특구의 도입 등의 다양한 대안들이 향후 지방자치단체가 주도하는 지역경제 활성화 전략을 추진하는데 기반으로 자리잡을 수 있도록 연구원에서 지속적으로 노력하겠다.”라고 말했다.

일본자치체국제화협회 도리타 고헤이 이사는 “본 세미나는 한일 양국의 지방행정에 있어 관심이 높은 주제에 대해 양국의 지방행정 관계자와 전문가가 함께 논의함으로써 한일 간의 상호 이해 증진과 교류 촉진에 크게 기여하고 있다고 생각한다.”며, “양국의 구체적인 사례와 경험을 바탕으로 폭넓은 논의가 이루어짐으로써, 본 세미나가 미래를 향한 새로운 지방 창생으로 이어지는 데 도움이 되기를 바란다.”라고 말했다.

일시: 2022년 11월 9일
 장소: 서울중앙우체국 10층 대회의실(하이브리드 개최)
 주최: 한국지방행정연구원, 일본자치체국제화협회

연구원 소식



제3차 지역사회혁신과 지역경제활성화 포럼 개최

한국지방행정연구원(원장 김일재, 이하 연구원)은 11월 11일(금) 13시 30분, 부산 센텀호텔 에메랄드홀에서 한국관광공사, 부산연구원, 부산블록체인산업협회와 공동으로 온·오프라인 하이브리드 방식의 「제3차 지역사회혁신과 지역경제활성화포럼」을 개최했다.

포럼은 발표 및 토론회로 구성되어 있으며, 부산대학교 박희정교수의 주제 하에 진행되었다. 먼저, 한국지방행정연구원 이원도 부연구위원이 ‘빅데이터를 활용한 지역경제활동 모니터링’을 주제로 발표를 진행하였으며, 여서 한국관광공사 관광컨설팅팀 전성희 팀장이 ‘인구감소지역 관광중심 대응방안’을 발표했다. 마지막으로 부산블록체인산업협회 진태우 사무국장이 부산을 거점으로 블록체인 생태계를 성공적으로 구축하고, 블록체인산업의 글로벌 확장을 전략적으로 추진하는 내용을 담은 ‘부산, 디지털금융 허브가 되다’에 대해 발표하였다.

이어 발표 내용에 대해 동아대학교 경영정보학과 김현수 교수, 한국관광컨설팅 박재덕 대표, 부산연구원 경제산업연구실 배수현 실장, 고려대학교 정보보호대학원 윤상필 연구교수, 부산연구원 경제동향분석센터 이상엽 센터장, 경남대학교 빅데이터센터 전중식 교수가 ICT 및 빅데이터를 활용한 지역경제활성화 방안에 대한 의견을 교환했다.

한국지방행정연구원 김일재 원장은 “ICT 및 빅데이터를 활용한 지역경제활성화를 위해서는 중앙정부와 지방자치단체뿐만 아니라, 공공기관, 대학, 협회, 민간기업 등의 협력은 필수적인 수밖에 없으며, 시너지 효과를 창출하기 위한 방안을 모색할 시점”이라며, “이번 포럼이 급격한 인구감소, 코로나19로 인한 지역경제 위기 극복을 위한 과학적이고 실천적인 대안을 제시할 수 있는 논의의 장이 될 것이라고 기대한다.”고 전했다.

일시: 2022년 11월 11일
 장소: 부산광역시 해운대 센텀호텔 에메랄드홀
 주최: 한국지방행정연구원, 한국관광공사, 부산연구원, 부산블록체인산업협회

연구원 소식



2022 지방시대 정책 컨퍼런스 한국지방행정연구원 세션 개최

한국지방행정연구원(원장 김일재, 이하 연구원)은 11월 10일(목), 부산 벡스코 제1전시장 314호에서 '지방시대 실현을 위한 지방분권과 지방재정력 강화'를 주제로 한 세션을 개최하였다.

이번 세션은 대통령직속 국가균형발전위원회에서 윤석열 정부 지역균형발전 정책의 철학에 따른 미래 비전과 전략에 대한 국민적 공감대 확산을 목적으로 11월 10일(목)부터 이틀간 부산 벡스코 개최한 '2022 지방시대 정책 컨퍼런스' 내에 지방분권·지역균형 발전 관련 국정과제의 구체적인 추진 방향과 전략을 모색하기 위해 마련하였으며, 주재복 한국지방행정연구원 부원장의 사회로 최인수 한국지방행정연구원

자치분권제도실장이 '지방시대 실현을 위한 지방분권 강화 실천과제와 지방시대위원회'를, 홍근석 한국지방행정연구원 기획조정실장이 '재정분권을 통한 지방재정 자율성 및 책임성 제고 방안'을 각각 발표하였다.

이어서 발표 주제에 대해 박희정 부산대학교 교수, 소순창 건국대학교 교수, 손희준 청주대학교 교수, 이삼주 한국지방행정연구원 석좌연구위원이 토론에 참여하여 심도깊은 논의를 이어나갔다.

연구원에서 주최한 세션 외에도 김일재 원장은 같은 날 진행된 '지방이 주도하는 지방분권-균형발전 통합 법률 제정' 세션에 좌장으로 참여하여 주제 발표와 토론을 주관하였다.

일시: 2022년 11월 10일
장소: 부산 벡스코 제1전시장 314호
주최: 한국지방행정연구원

연구원 소식



제25회 한·일 지역정책연구회 개최

한국지방행정연구원(KRILA)과 일본정책연구대학원 대학(GRIPS)이 한국과 일본의 학술교류 확대를 위해 지역정책연구회를 개최했다. 이번 제25회 한·일 지역정책연구회는 매년 개최되는 정례적인 연구회로 11월 24일 한국지방행정연구원 다산홀에서 하이브리드 방식(온오프라인 병행)으로 개최되었다. 연구회는 총 2개의 세션으로 구성되며, 한국·일본 발표자가 각각 발표를 진행한 이후, 양국의 토론자가 교차적으로 의견을 교환하였다.

제1세션에서는 한국지방행정연구원 박진경 연구위원이 '한국의 2050 탄소중립 추진전략'을, 대구경북연구원 남광현 선임연구위원이 '대구형 탄소중립, 시민주도 8G 전략'을 주제로 각각 발표를 진행했다. 이어 발표 내용에 대해 일본 산요학원대학 나카무라 사토시 교수와 무코가와 여자대학 카나자키 켄타로 교수가 토론을

진행했다. 제2세션에서는 환경성 지역탈탄소 사업추진과 이누마루 아츠시 과장이 '일본의 지역탈탄소 대응'과 홋카이도 시카오이초 기획과 쿠사노 히로유키 과장이 '시카오이초가 지향하는 제로카본시티'를 발표했다. 발표에 이어 대통령직속 탄소중립녹색성장위원회사무처 포용전환국 김우용 사무관과 국회미래연구원 혁신성장그룹 김은아 그룹장이 토론을 진행하였다.

한국지방행정연구원 김일재 원장은 "국가의 2050 탄소중립 목표를 달성하기 위해서는 중앙정부뿐만 아니라 주민들과 가장 가까이 있는 지방자치단체의 실천과 실행이 중요하고, 탄소중립과 에너지 분권을 조화시키는 방향으로의 정책전환이 요구된다."라고 말했다. 더불어 "이번 연구회가 한·일 양국의 경험과 의견을 공유하여, 양국의 지방자치단체 탄소중립 정책을 한 단계 끌어올리는 좋은 기회가 되기를 바란다."고 전했다.

일시: 2022년 11월 24일
장소: 한국지방행정연구원 다산홀(웨비나(ZOOM) 화상회의)
주최: 한국지방행정연구원, 일본정책연구대학원대학

연구원 소식



「도전.한국 : 국민주도형 작은연구 최종보고회」 개최

한국지방행정연구원(원장 김일재)은 12월 8일에 정부 서울청사 대회의실에서 행정안전부와 공동으로 2022년 「도전.한국 : 국민주도형 작은연구」 공모전 최종보고회를 개최했다고 밝혔다.

한국지방행정연구원과 행정안전부는 자치분권 및 지역균형발전에 대한 국민적 관심도를 높이고, 국민이 제안한 문제 해결형 연구과제를 발굴하여 지역정책의 새로운 방향을 제시하고자 실시하였다. 최종보고회는 선정된 우수 연구 5팀의 발표에 이어 관련 내용에 대한 한국지방행정연구원, 행정안전부, 과제 소관 부처(국무조정실, 국토교통부, 보건복지부) 담당자의 정책화 지원을 위한 정책토론회가 개최되었다.

이어 우수 연구과제로 선정된 5편을 대상으로 시상식을 개최했다. 최우수상(1명)은 행정안전부 장관상과 함께 상금 2,000만 원, 우수상(1명)은 행정안전부 장관상과 함께 상금 1,000만 원, 장려상(3명)은 한국지방행정연구원장상이 지급되었다.

한국지방행정연구원 김일재 원장은 “지역균형발전 및 지역경제 활성화를 위한 공모전에 훌륭한 아이디어를 제안해 주신 모든 분들께 감사의 인사를 드리며, 향후 공론화 과정 등을 거쳐 국민의 아이디어가 실제 정책으로 반영될 수 있도록 지속적으로 노력하겠다.”라고 말했다.

일시: 2022년 12월 8일
장소: 정부서울청사 본관 대회의실(1907호)
주최: 한국지방행정연구원, 행정안전부

1 KRILA 보고서

주민자치회 모델 재설계 방안 연구

전대욱 연구위원, 최인수 연구위원, 최지민 부연구위원, 유수동 부연구위원

본 연구는 주민자치회와 읍·면·동 행정기구와의 관계를 재정립하는 새로운 형태의 주민자치회 모델의 도입 가능성과 발전전략을 검토하고, 법·제도적 개선방안을 제안하는 것을 목적으로 하고 있다. 이를 위해, 우선 주민자치(위원)회의 이론과 쟁점에 대해 검토하였다. 이론적 및 실제적인 선행연구 분석을 통해, 주민자치회의 제 이론과 정책 추진현황 등 현 주소를 논의하였고, 주민자치회 시범사업의 기반이 된 협력형 모델과 보다 선진적인 모델로서의 통합형 및 주민자치형 모델 등의 개념과 특징 등을 분석하였다. 아울러 주민자치(위원)회를 둘러싼 쟁점을 법·제도, 조직 및 구성, 운영 및 사업·활동, 재정 및 재원조달 측면 등을 중심으로 검토하였고, 이를 공공성과 자치역량의 분석틀 하에서 리뷰하였다.

아울러 주민자치 플랫폼으로서의 주민자치위원회 및 시범사업을 통해 전환된 주민자치회의 현황을 분석하였다. 제20회 전국주민자치박람회 우수사례 공모신청서를 제출한 전국 247개 주민자치(위원)회의 현황자료를 바탕으로 통계분석을 수행하였다. 전술한 공공성과 자치역량을 중심으로 주민자치(위원)회의 현황을 진단하였고, 시범사업을 통해 전반적으로 주민자치위원회로부터 공공성과 자치역량의 제고가 이루어지고 있음을 확인하였다.

향후의 발전모델과 전략을 논의하기 위하여 선진형 주민자치회로 평가할 수 있는 일련의 국·내외 사례를 분석하였다. 주민자치가 고도화되어 운영되고 있는 일본의 자치회, 영국의 패리쉬위원회, 독일과 스위스의 게마인데 등의 사례를 중심으로 도입배경, 관련 제도, 조직 운영방식, 재정 운영 등을 분석하였다. 이와 함께 국내 사례로 경기 성남시 수정구 단대동 주민자치회, 당진시 신평면 주민자치회, 제주특별자치도 주민자치위원회

와 민회, 전남 곡성군 주민자치회를 현황 및 구성, 조직 및 운영, 주요 특징 등을 분석하였다.

또한 선진형 주민자치회 모델의 정립과 발전전략을 논의하기 위하여, 전술한 협력형, 통합형 및 주민자치형을 포함하여 다양한 주민자치회 모델에 대한 공공성 및 자치역량의 요인들을 감안한 수요분석을 실시하였다. 주민자치위원, 학계 및 연구기관 종사자 등 전문가 설문 및 인터뷰를 통해, 공공성 및 자치역량이라는 큰 두 개의 축을 구성하는 각 구성요인들의 우선순위를 추출하고, 주민자치회 모델의 심화에 필요한 전략적 방향을 도출하였다. 공공성과 자치역량의 구성요소를 기준으로 각 요인별 중요도, 주민자치회 모델별 평가, 주민자치모델의 진화경로 방향 등을 도출하였다.

마지막으로 이와 같은 분석결과를 종합하여 새로운 주민자치회 도입방안을 제시하였다. 먼저 새로운 주민자치회 모델과 성장전략을 제시하면서, 주민조직의 공공성과 자치역량 제고를 위한 방향으로 주민자치회가 진정한 읍·면·동의 대표적인 주민조직으로 성장하기 위한 5가지 전략을 제시하였다. 읍·면·동 행정기관과 주민조직의 협력적인 관계를 형성하고 지속하기 위해서는 민관의 역량강화와 교육, 학습을 통한 자치역량 강화가 우선적으로 요구되며, 자치입법권 및 행정권, 조직권, 재정권 등 공적 권한부여를 통한 공공성의 강화를 위하여 다양한 층위에서의 법률 제·개정 및 자치법규(조례)의 개선방안을 논의한다. 본 연구에서는 근(近)미래부터 원(遠)미래까지의 다양한 주민자치회 정책추진 방안을 제안하면서, 궁극적으로 공공성과 자치역량의 고른 견인을 통한 발전방안을 포괄적으로 논의하고 있다.

2 — KRILA 보고서 —

지방자치단체 플랫폼 정부(platform government)의 효과적인 운영방안 연구

이경은 부연구위원, 박재희 부연구위원, 유란희 강릉원주대 교수

디지털 전환이 가속화됨에 따라 세계 각국의 정부들은 새로운 정보화 패러다임에 대응하기 위하여 다양한 정보화 전략들을 추진해 왔으며, 최근 '플랫폼 정부'라는 개념이 주목을 받고 있다. 시민들의 복잡하고 새로운 공공서비스 요구에 대한 대응, 지역문제 해결과 지역 간 격차를 해소하기 위하여 지방 정부들 또한 지역 수준에서 다양한 공공플랫폼들을 운영하고 있다.

하지만, 아직 플랫폼 정부에 대한 일반적인 개념과 특성에 대한 논의는 정리되지 않고 있을뿐더러 ICT 기술을 활용한 지방행정혁신 성공사례 또한 찾아보기 힘든 실정이다. 따라서 본 연구는 지방자치단체 공공플랫폼 실태에 대한 분석을 기반으로 지역 수준의 플랫폼 정부 운영 현황에 대해 진단하고, 지역의 고유성과 특수성을 반영한 지역 수준에서의 플랫폼 정부 운영 방안을 제시하고자 하였다.

본 연구는 먼저 이론적 논의를 통하여 플랫폼 정부의 개념과 특성 그리고 공공플랫폼의 유형들을 보다 명확하게 제시하였다. 이론적 논의(제2장)를 검토한 결과 본 연구는 플랫폼 정부를 "정부의 내부 구성원과 시민들이 함께 참여하여 방대한 데이터를 서로 공유하고, ICT 기반의 다양한 협력 기술을 활용함으로써 새로운 공공 가치를 창출하고, 사회문제 해결을 위한 혁신을 일으킬 수 있는 열린 장(場)을 마련하는 정부"라고 정의하였다.

플랫폼 정부의 핵심 기제라고 할 수 있는 공공플랫폼은 핵심기능과 정책 결정 및 행정서비스의 흐름과 방향을 기준으로 구분해볼 수 있으며, 그 대표적인 유형으로는 정보제공형 플랫폼, 정책제안형 플랫폼, 민간역량중개

형 플랫폼을 들 수 있다.

그 다음으로는 각 공공플랫폼 유형별로 전국 지방자치단체의 공공플랫폼 활용의 전반적인 실태를 조사한 결과에 대해 논의하였으며(제3장), 경기도의 「버스정보시스템」, 서울시 은평구의 「참여의 큰 숲」, 경기도의 「배달특급」 및 「공정구매플랫폼」 사례를 선정하여 국내 지방자치단체 플랫폼 사례 분석을 수행하였다(제4장). 이를 통하여 지방자치단체의 플랫폼 활용 수준, 지방자치단체 공무원들의 플랫폼에 대한 인식, 공무원들이 생각하는 플랫폼 성공 및 장애 요인 등을 수치적으로 확인하였다.

다음으로 싱가포르의 'Smart Nation', 영국 런던의 'Talk London', 네덜란드 암스테르담의 'Amsterdam Smart City Platform' 사례를 선정하여 해외 지방자치단체 플랫폼 우수 사례를 분석하였다(제5장). 또한 민간 우수 플랫폼 기업인 「당근마켓」, 「강남언니」, 「배달의민족」 담당자들에 대한 심층 인터뷰 내용을 분석한 결과도 담겨 있다(제6장). 이를 통하여 공공플랫폼과 민간플랫폼의 다양한 성공전략을 발견하였다.

본 연구는 최종적으로 앞선 국내 지방자치단체 플랫폼 운영 현황 분석과 우수 플랫폼 운영 사례 분석을 기반으로 지방자치단체 플랫폼 정부 운영 전략 및 지방자치단체 플랫폼 정부 지원 방안을 도출하였다. 지방자치단체가 플랫폼 정부를 성공적으로 운영하기 위한 전략은 조직 내부, 조직 외부, 플랫폼 특성 측면에서 나누어 제시하였다.

먼저 조직 내부 측면에서의 전략은 다음과 같다.

첫째, 공공플랫폼 운영에 대한 지자체 장의 역할을 구

체화하고, 역량을 강화하여야 한다. 둘째, 디지털 혁신을 주도할 수 있는 고위직급을 설치하는 것이 바람직하다. 셋째, 공공플랫폼 운영의 전문성 및 지속가능성을 위한 중장기적 인적 자원 확보 및 역량 개발 계획을 수립하여야 한다. 넷째, 공공플랫폼 운영에 적합한 조직구조를 재설계하여야 한다. 다섯째, 하위 부서 간 개방적·협력적 협업 체계를 구축하여야 한다. 여섯째, 민간플랫폼 및 기존 공공플랫폼 사각지대에 역량을 집중하여야 한다. 일곱째, 공공플랫폼 구축 및 운영을 위한 제도적 기반을 구축하여야 한다.

다음으로 조직 외부 측면에서의 전략은 다음과 같다.

첫째, 민간협의를 통해 공공-민간 협력 거버넌스를 구축하여야 한다. 둘째, 민간플랫폼과의 협력 방안에 대해서도 적극적으로 고민하여야 한다. 셋째, 주민들의 디지털 리터러시 함양을 위한 방안을 수립하여야 한다. 넷째, 공공플랫폼에 대한 홍보를 강화하여야 한다.

마지막으로 플랫폼 특성 측면에서의 전략은 다음과 같다. 첫째, 공급자 중심이 아닌 사용자 중심의 플랫폼 구축 및 개선이 필요하다. 둘째, 주민들이 공공플랫폼을 지속적으로 사용하도록 만들기 위한 유인책을 개발해야 한다. 셋째, 플랫폼을 통한 산출물의 질을 높이기 위해 정보제공 플랫폼에서는 주민 필요에 따른 양질의 데이터 및 정보를 제공할 수 있도록 노력해야 하고, 정책제안형 플랫폼에서는 주민들의 정책효능감을 높이기 위한 체계를 마련해야 하며, 민간역량중개플랫폼에서는 민간역량교류 생태계가 조성될 수 있도록 해야 한다.

지방자치단체의 플랫폼 정부를 지원하기 위한 방안은

다음과 같다.

첫째, '디지털플랫폼정부위원회'에 지자체 플랫폼정부 구현을 지원하기 위한 하위 조직을 설치하여 지자체를 적극적으로 지원하여야 한다. 둘째, 공공협의체를 활용한 중앙-지방, 지방-지방 간 협력체계를 구축하여야 한다. 셋째, 지방자치단체 공공플랫폼 컨설팅 프로그램을 운영해야 한다. 넷째, 지방자치단체 플랫폼 정부 구현을 위한 표준조례안을 마련하여 제공함과 동시에 과도한 규제를 완화하려는 노력이 필요하다. 다섯째, 메타플랫폼 및 공동플랫폼에 대한 구상이 지속적으로 이루어져야 한다. 여섯째, 공공플랫폼의 지역 간 격차 해소 방안을 수립하여야 한다. 마지막으로 공공데이터 품질관리를 위한 체계적인 노력이 필요하다.

③ — KRILA 보고서 —

지방의회 주민참여 모델 개발 및 활성화 방안

김지수 부연구위원, 김건위 연구위원, 고경훈 연구위원, 주희진 부연구위원

본 연구는 2022년 1월 「지방자치법」 전부개정 시행에 따른 지방의회의 권한과 역할 확대가 예견되는 가운데, 지방의회 주민참여 활성화에 대한 방안을 모색하기 위한 목적에서 수행되었다. 먼저 지방의회 주민참여의 필요성에 대한 3가지 관점(대의민주주의 한계 극복의 대안으로서의 관점, 풀뿌리민주주의에 근거한 주민자치 관점, 정부-주민 커뮤니케이션을 통한 수용성·신뢰성 제고의 관점)를 제시하고, 지방의회의 기능과 역할, 주민참여의 유형 등에 대한 이론적 논의를 통해 지방의회 주민참여 모델을 개발하였다.

지방의회 주민참여와 관련된 법제도와 운영실태를 분석함으로써 현행 지방의회 주민참여의 문제점을 도출하였다. 이에 대한 분석결과를 토대로 본 연구는 법제도적 차원에서 주민의 기본권리와 의장의 역할에 대한 법개정을 통해 지방의회의 주민참여에 대한 역할을 확대하는 기반 마련이 필요하며, 지방의회에 대한 청원방법 개정을 통해 제도를 활성화할 필요가 있다는 의견을 제시하였다. 또한 조직·인력·재정 차원의 제도개선의 방안을 통해 지방의회 주민참여 활성화의 기반을 마련하고자 하였다.

특히 본 연구는 지방의회 주민참여에 대한 초기연구임을 고려하여 다양한 사례에 대한 분석 및 소개에 집중하였다. 미주의원연맹의 의정프로세스 전 과정에서의 주민참여 사례는 국내외 다양한 지방의회 주민참여 사례를 종합하여 각 지역이 지역 상황에 맞게 조합·활용할 수 있는 모듈형 지방의회 주민참여 모델을 개발·제시하는 기틀이 되었다. 또한 다양한 사례분석을 통해 보다 높은 수준의 e-청원시스템의 개발과 주민e직접 개선방안

을 제시함으로써 직접적인 주민참여의 확대기반을 모색하였다. 지역의 상황에 따라 온·오프라인 주민참여 제도를 어떻게 활용할 수 있을지에 대한 대안을 제시하였으며, 현행 의정모니터 등의 운영개선을 통해 지역사회에서 보다 활발한 주민참여를 할 수 있는 방안을 제시했다. 마지막으로 현재 지방의회 주민참여 필요성과 방법에 대한 인식이 비교적 낮다는 점을 고려할 때 인식론 차원의 활성화 방안 등을 제시하였다.

이와 같은 연구의 결과를 바탕으로 장·단기적인 관점에서 지역의 상황에 맞는 지방의회 주민참여의 다양한 아이디어를 도출할 수 있을 것이다. 특히 지방자치단체 기관구성 다양화 등 제도적 변화 과정에서 지방의회가 어떻게 주민으로부터의 신뢰를 토대로 역할을 확대해 나갈 수 있을지에 대한 대안을 모색하는 데에도 활용될 수 있을 것이다.

본 연구는 초기 연구로서의 한계를 안고 있지만, 동시에 지방의회 사무기구 직원과 전문가의 인터뷰, 다양한 국내외 사례소개 등을 통해 다양한 가능성을 보여주고 있다. 따라서 본 연구를 바탕으로 향후 지속적인 후속 연구가 이루어지기를 바라며, 이를 통해 지방의회 주민참여가 활성화될 수 있는 계기가 되기를 기대해 본다.

「지방행정연구」 논문모집



「지방행정연구」 논문을 모집합니다.

한국지방행정연구원의 학술지인 「지방행정연구」는 2007년도부터 현재까지 등재학술지로 선정·유지되었으며, 2020년 한국연구재단 재인증평가에서 96.48점을 받은 지방자치, 지방행정분야의 독보적인 전문학술지입니다.

한국지방행정연구원은 우리나라 지방자치, 지방행정분야의 학문적 발전과 선도를 위해 더욱 겸허히 정진할 것을 약속드리며 아래와 같이 원고를 모집하고 있으니 많은 투고를 바랍니다.

▶ **논문주제** : 지방행정, 지방재정, 지방세, 지역발전 분야 등 지방행정관련 모든 분야

▶ **원고분량** : A4 25매 이내

▶ **원고마감 및 발간일정**

구분	제 1호	제 2호	제 3호	제 4호
원고마감일	2월 10일	5월 10일	8월 10일	11월 10일
발간일	3월 31일	6월 31일	9월 30일	12월 31일

* 마감일 이후에도 수시 접수합니다.

▶ **제출방법** : 온라인 논문투고 시스템(JAMS) 투고 <https://krila.jams.or.kr>

▶ **문의처** : Tel_ 033-769-9825 | E-mail_ local@krila.re.kr

▶ **기고논문**은 「지방행정연구」 발간규정에 맞게 작성되어야 하며, 다른 학술지에 게재되지 않은 논문이어야 합니다.

▶ **심사료 및 게재료**는 없습니다.

※ 지난 논문검색 및 기타 자세한 사항은 한국지방행정연구원 홈페이지 「지방행정연구」 코너 (<http://www.krila.re.kr/?code=research&subp=0201>) 를 참고하여 주세요.

