

기획과제

24-01

한국의 고향사랑기부제와 일본의 고향납세제도 비교연구

2024. 12.

원종학 · 염명배 · Akinobu Ogawa

KOREA INSTITUTE OF PUBLIC FINANCE

한국의 고향사랑기부제와 일본의 고향납세제도 비교연구

2024. 12.

원종학 · 염명배 · Akinobu Ogawa

서 언

우리나라에서는 건전한 기부문화의 조성, 지역경제의 활성화, 국가균형발전에 이바지하는 것을 목적으로 2023년부터 고향사랑기부제가 시작되었다. 고향사랑기부제는 일본에서 고향납세제도가 2008년 도입된 직후부터 우리나라에서도 제도 도입을 둘러싼 논의가 활발히 진행되었고, 오랜 논의를 거쳐 신중히 도입된바, 재정의 운용주체 및 수단 측면에서 지방재정 운용방식의 ‘패러다임 전환(paradigm shift)’을 촉발하는 제도라고 할 수 있다. 따라서 고향사랑기부제가 안정적으로 정착되도록 하는 것은 재정 운용 측면에서 중요한 의미를 지니며, 이를 위해 일본의 고향납세제도의 운영실태와 한국의 고향사랑기부제 운영현황을 비교 분석하는 본 연구는 고향사랑기부제가 의도한 정책방향으로 나아갈 수 있도록 유도하는 측면에서 시의적절하다.

본 연구는 한국의 고향사랑기부제와 일본의 고향납세제도를 비교 분석하여 두 제도의 특징, 효과, 운영상의 쟁점, 그리고 향후 개선 방향을 다루고 있다. 일본의 고향납세 제도는 2008년 도입 초기에는 반응이 미미했으나, 동일본 대지진 이후 기부에 대한 인식이 확대되었고, 답례품과 원스톱 특례제도 도입을 통해 크게 활성화되었다. 반면, 한국은 일본과 유사한 제도를 논의한 지 약 16년 만에 법제화를 이루어냈으며, 지역 경제 활성화, 국가균형발전, 건전한 기부문화 조성을 주요 목표로 설정하고 있다.

한일 간 제도 비교 분석을 위해 지자체 담당자를 면담한 결과, 일본은 답례품 경쟁으로 기부금의 공공적 활용이 약화되는 문제가 발생했으며, 이는 제도의 본래 취지를 훼손하는 결과를 초래했다. 답례품 경쟁이 심화됨에 따라 인기 있는 답례품을 제공하는 특정 지역으로 기부금이 집중되는 문제가 발생하였고, 이는 지방 간 재정 불균형을 심화시켰다. 고향납세제도가 답례품 중심으로 전환되며 경제적 인센티브에 치중하게 되었고, 이는 기부 문화의 취지를 약화시키는 결과를 초래하였다.

따라서 저자들은 한국의 고향사랑기부제가 일본의 고향납세제도와 같은 단순한 답례품 경쟁을 넘어, 기부금 활용의 공익성을 극대화하고 지역 발전에 실질적으로 기여하는 방향으로 발전해야 한다고 강조한다. 고향에 대한 건전한 기부문화 조성, 지역경제 활성화, 국가균형발전에 이바지라는 고향사랑기부제의 3대 목적을 달성하기 위해

지나치게 답례품이나 세액공제 같은 금전적 혜택을 강조하는 물질 위주의 기부 풍토는 가급적 지양하고, 지역 자체에 대한 관심과 지역문제 해결을 위한 공감대를 형성하는 일에 힘써야 한다고 제안한다.

본 연구는 원내 연구진인 원종학 박사와 원외 연구진인 염명배 교수, Akinobu Ogawa 교수가 집필하였다. 총괄 연구책임자인 원종학 박사는 제I장, 제IV장의 고향납세와 고향사랑기부제의 실태와 효과, 제V장의 요약 및 시사점을 집필하였고, 염명배 교수는 제III장의 한국의 고향사랑기부제를, Akinobu Ogawa는 제II장의 일본의 고향납세제도를 집필하였다. 저자들은 본 연구에 도움을 준 원내외 논평자들, 중간보고 및 최종보고 논평자들, 자료를 정리해준 박선영 연구원에게 감사하고 있다.

끝으로 본 보고서의 내용은 저자들의 개인적인 의견이며, 본원의 공식적인 견해가 아님을 밝혀둔다.

2024년 12월
한국조세재정연구원
원장 이 영

요약 및 정책시사점

본 연구는 일본의 고향납세제도와 한국의 고향사랑기부제를 비교 분석하여, 두 제도의 유사점과 차이점을 통해 한국 고향사랑기부제의 성공적 정착 방안을 모색하고 있다. 일본 고향납세제도는 2008년 도입되어 지방 재정 불균형을 해소하고 지역 경제를 활성화하려는 취지로 설계되었으며, 한국의 고향사랑기부제는 이를 참조하여 2023년부터 시행되었다.

제II장에서는 일본의 고향납세제도의 현황과 문제점을 살펴보았다. 일본의 고향납세제도는 2008년에 도입되었으며, 지방자치단체 간의 재정 불균형을 해소하고 지역 경제를 활성화하기 위해 설계되었다. 고향납세제도는 지방소멸 위기와 도심으로의 인구 집중 문제를 해결하고자 했으며, 납세자가 자신의 거주지가 아닌 고향이나 관심 있는 지방자치단체에 기부할 수 있도록 허용하였다. 이를 통해 지방의 재정 안정성을 강화하고, 지역 주민의 삶의 질을 개선하려는 목적을 가지고 있었다. 납세자는 일정 금액을 기부하면 소득세와 주민세에서 공제를 받을 수 있다. 2014년부터 지방자치단체는 기부자에게 지역 특산물 등을 답례품으로 제공하기 시작했으며, 이는 기부 활성화의 주요 동인으로 작용했다. 그러나 과도한 답례품 경쟁이 본래 제도의 공익적 취지를 훼손하고 상업화를 촉진하는 문제를 일으켰다.

고향납세제도는 도입 초기 81억엔에 불과했던 기부금이 2023년 약 1조 1,175억엔에 이르며 폭발적인 성장을 보였다. 이는 답례품 경쟁과 민간 플랫폼 도입의 영향으로 해석된다. 하지만 경쟁에 따른 답례품의 매력도에 따라 특정 지역에 기부금이 집중되고, 상대적으로 덜 알려진 지역은 재정 확보에서 불리한 위치에 놓이게 되며 지역 간 재정 불균형이 심화되는 결과를 초래하였다. 기부금의 사용 내역이 투명하지 않으며, 일부 지방자치단체에서는 비효율적으로 운영되어 경제적 인센티브에 의존하는 방식이 기부의 본래 의미를 약화시키는 결과를 초래하였음을 일본의 사례를 통해 알 수 있다.

제III장에서는 한국의 고향사랑기부제의 도입 과정과 제도 현황 및 이슈를 살펴보았다. 한국의 고향사랑기부제는 지방소멸 위기와 수도권 집중 문제를 해결하기 위해 2023년에 도입되었다. 일본의 고향납세제도를 참고하여 설계된 이 제도는 지방자치단

체의 재정자립도 향상과 지역균형발전을 목표로 한다. 도입 논의는 2007년부터 시작되었으나 정치적·경제적 논란과 이해관계 조율 과정에서 시간이 지체되었고, 최종적으로 2021년 「고향사랑기부금법」이 국회를 통과하며 법적 기반을 마련하였다.

고향사랑기부제는 개인이 연간 최대 500만원까지 지방자치단체에 기부할 수 있는 구조를 가지고 있다. 기부자는 기부금의 10만원까지 전액 공제를 받고, 초과 금액에 대해서는 16.5%의 세액 공제를 받을 수 있다. 2023년 고향사랑기부제에 의한 총 기부액은 약 640억원이며, 기부자의 83.8%(441,271명)는 세액공제를 100% 받는 100,000원을 기부한 것으로 나타났다. 수도권 거주자가 비수도권에 기부한 경우는 61.2%였으며, 비수도권 거주자가 비수도권으로 기부한 경우는 91.5%였다.

제도 시행 1년이 지난 시점에서 많은 지자체가 고향사랑기부제의 활성화를 명목으로, 세액공제 한도 인상, 기부금 한도 인상, 답례품 한도 인상, 답례품에 대한 민간 포털 사이트 허용, 법인 기부 허용 등을 요구하고 있다. 이러한 요구 가운데, 기부금 한도 인상 및 답례품 활성화를 위한 민간 포털 사이트 허용은 이미 제도가 개선되어 2025년부터는 시행될 예정이다.

고향사랑기부제를 활성화하기 위해 세액공제 한도액을 인상해야 한다는 주장은 세액공제액이 확대될 경우 세수 감소가 그만큼 커질 것이며 이는 재정당국에 적지 않은 부담으로 작용할 가능성이 있으므로, 고향사랑기부제로 인한 지역경제의 활성화와 세수 감소에 따른 국가재정 운영의 어려움을 면밀히 검토하여 신중하게 정하는 것이 타당하다고 판단된다. 그리고 고향사랑기부제의 주된 취지가 기부문화의 확대라는 것을 고려할 때, 답례품 목적으로 기부를 하는 것은 진정한 의미에서의 기부라고 하기 어렵다. 아울러, 답례품은 정부가 세금으로 소비자 구매를 지원하는 것이므로 이를 확대하는 것이 재원의 효율적 배분에서 바람직하지 않으며, 매력적인 답례품이 있는 지자체와 그렇지 않은 지자체 간 격차를 확대할 수 있어, 고향사랑기부제를 통한 지역균형발전도모라는 목적과도 일치하지 않을 수 있으므로 신중한 접근이 필요하다고 보았다.

제Ⅳ장에서는 고향납세와 고향사랑기부제의 실태와 효과를 비교하고자 한일 지자체 11곳을 방문하여 제도 담당자와 심층적인 면담을 수행하였고, 한국의 고향사랑기부액의 결정요인을 분석하였다. 데이터 분석 결과, 2023년 기부액은 인구, 지역 내 총생산, 지역의 수입, 재정자립도와 같은 정량 데이터로는 파악되지 않은 지역의 특성을 반영한 많은 정성적인 요인이 가장 중요한 요인이었음을 유추할 수 있었다. 면담 분

석 결과, 일본 고향납세제도와 우리나라의 고향사랑기부제는 외형적으로는 매우 유사한 것처럼 보이지만 자세히 보면 적지 않은 차이점을 발견할 수 있었다. 첫째는 ‘균형발전 목적’이다. 일본도 고향납세제 도입 논의 초기(2006년)에는 ‘지방창생(地方創生)’을 도모하고 지역경제 활성화, 지자체 간 ‘재정력 격차(세수격차) 완화’를 주된 정책목표로 삼았으나 개인의 자발적인 기부에 의존하는 방식으로 지자체 간 재정력 격차를 완화하기는 어렵다는 것을 인지하고, 최근에는 ‘재정력 격차 완화’를 제도의 목표로 명시적으로 제시하고 있지는 않다.

반면에, 우리의 고향사랑기부제는 ‘국가(지역)균형발전’을 가장 핵심적인 과제로 삼고 있다는 점에서 차이가 있다. 일본의 고향납세제 담당부서가 총무성 ‘시정촌세과’인데 비하여 우리는 행정안전부 고향사랑기부제 담당부서의 명칭이 ‘균형발전진흥과’이다. 그만큼 ‘국가(지역)균형발전’에 정책목표의 방점을 두고 있다는 증거라고 하겠다. 그리하여 일본의 경우 고향납세 기부금이 어디서든지 많이 흘러나오기만 하면 되지만(기부금 액수 극대화), 우리의 경우 고향사랑기부금이 어디서 흘러나와서 어디로 흘러 들어가는가에 대한 경로를 면밀하게 추적할 필요가 있다.

둘째는 ‘기부 동기’다. 일본의 고향납세제가 기존 법령(지방세법)을 개정해서 도입된 것으로 주로 세제혜택을 강조할 뿐 기부의 목적이 명확하게 제시되지 않은 까닭에 기부가 마치 반대급부(답례품, 세제혜택)의 대가로 지불하는 금액으로 인식되어 기부의 본래 정신이 상당히 훼손된 반면, 우리의 고향사랑기부제에는 별도의 독립적인 법 제정에 의해서 도입된 것으로 ‘건전한 기부문화 조성’이라는 규범적 목표가 명시되어 있다는 차이가 있다.

한일 간 가장 큰 제도적 차이는 세제혜택(세금공제)이라고 하겠다. 일본의 경우 세금환급에 따른 재정 부담을 주로 기부자 거주 지자체(지방세 환급)가 지는 반면, 우리나라는 주로 중앙정부(국가)(국세 환급)가 진다는 차이가 있다. 이는 우리나라가 지방-지방 간 수평적 형평성보다는 중앙-지방 간 수직적 형평성 제고에 더 많은 관심을 보이고 있음을 나타낸다. 또한 일본은 자기부담금(2,000엔) 이상의 기부금에 대해서 거의 모두 공제해주는 전액공제 방식을 취하는 반면, 우리나라는 10만원까지만 전액공제하고 그 이상의 기부금에 대해서는 기부자에게 상당히 많은 부담을 지우는 부분공제 방식을 택하고 있다는 차이가 있다.

마지막으로 제V장에서는 결론 및 정책적 시사점을 제시하고 있다. 일부에서는 일

본의 고향납세제의 양적 확대 측면만 바라보고, 고향납세제가 성공한 것으로 판단하는 경향이 있다. 하지만 긍정적 측면과 부정적 측면을 동시에 내보이고 있는 일본의 고향납세제를 우리가 그대로 받아들이기보다는 후발주자의 이점을 최대한 살려 앞서간 선발자의 시행착오를 최대한 피해가면서 우리에게 적합한 제도를 찾는 길이 바람직할 것으로 판단된다.

목 차

I. 서론	1
II. 일본의 고향납세(ふるさと納税)제도	3
1. 고향납세제도 도입	4
가. 제도의 취지	4
2. 고향납세제도의 구조와 현황	10
가. 고향납세와 기부금 공제	10
나. 고향납세의 재정적 부담	15
다. 고향납세 기부금(수입액) 동향	17
라. 지역별로 살펴본 고향납세 기부금(수입액) 동향	19
마. 개인 주민세 공제액(유출액)이 많은 지역	20
3. 기부금 액수(수령액)에 영향을 미친 제도	21
가. 원스톱(one-stop) 특례제도	21
나. 고향납세를 취급하는 민간 사업자	22
다. 답례품	24
4. 소결	38
III. 한국의 고향사랑기부제	40
1. 제도 도입	40
가. 연혁 및 도입 배경	40
나. 「고향사랑기부금법」 제정	41
다. 「고향사랑기부금법」 개정법률안 발의	55
라. 「고향사랑기부금법」 개정	57
2. 고향사랑기부제의 구조와 현황	59
가. 정책목적	59
나. 고향사랑기부제의 특징	60
다. 고향사랑기부금 현황	64
라. 고향사랑기부금과 관련한 논의	67
3. 소결	79

IV. 고향납세와 고향사랑기부제의 실태와 효과	81
1. 일본의 고향납세	81
가. 고향납세 효과에 관한 선행연구	81
나. 고향납세 수입액의 지역 간 격차 추이	84
다. 고향납세 수입액 10위 단체에 대한 분석	86
2. 우리나라의 고향사랑기부제	90
가. 지역별 고향납세 수입액	90
나. 고향납세 수입액의 지역 간 격차	92
다. 고향사랑기부액 결정요인	94
3. 고향납세 및 고향사랑기부제 담당자 인터뷰	98
가. 일본	99
나. 한국	111
4. 소결	119
V. 요약 및 시사점	121
참고문헌	125
부록 1	129
부록 2	134
부록 3	137
부록 4	140
부록 5	145
부록 6	149
부록 7	158
부록 8	177

표목차

〈표 Ⅱ-1〉 홋카이도 니세코초의 분야별 기부금	6
〈표 Ⅱ-2〉 지역별 기부자	7
〈표 Ⅱ-3〉 전액 공제되는 고향 납세액(연간 한도) 기준	13
〈표 Ⅱ-4〉 우라야스시의 각 연도별 시민세 공제액(감소액)	17
〈표 Ⅱ-5〉 특정사업자 목록(2024년 9월 6일 기준)	22
〈표 Ⅱ-6〉 불지정 또는 지정대상 기간이 4개월로 한정된 단체	34
〈표 Ⅲ-1〉 고향세 관련 법률안 발의 현황(제18대 국회)	43
〈표 Ⅲ-2〉 고향세(고향사랑기부제) 관련 법률안 발의 현황(제20대 국회)	45
〈표 Ⅲ-3〉 고향사랑기부제 관련 법률안 발의 현황(제21대 국회)	47
〈표 Ⅲ-4〉 고향사랑기부제 행안위 대안(통합조정안)(제21대 국회)	49
〈표 Ⅲ-5〉 「고향사랑기부금법」 개정안 발의 현황(제21대 국회)	56
〈표 Ⅲ-6〉 기부금별 세액공제 비교	62
〈표 Ⅲ-7〉 기부액 증가에 따른 부담 분담 상황 비교	63
〈표 Ⅲ-8〉 고향사랑기부금 모금 현황(2023년도)	64
〈표 Ⅲ-9〉 지역 간(수도권-비수도권) 기부 현황	65
〈표 Ⅲ-10〉 분청과 자치구의 기부액	66
〈표 Ⅲ-11〉 일본 고향납세 플랫폼 상위 기업의 지자체 독과점 현황	72
〈표 Ⅳ-1〉 지자체별 고향납세 상위와 하위 격차 추이	85
〈표 Ⅳ-2〉 상위 10개 자치단체 1~5위 순	86
〈표 Ⅳ-3〉 지방별 상위 10위 빈도	89
〈표 Ⅳ-4〉 광역지자체별 인구, 기부금액, 재정자립도	91
〈표 Ⅳ-5〉 고향납세기부액 상위 10개 지역과 하위 10개 지역	93
〈표 Ⅳ-6〉 기부금액 상위와 하위 비교	94
〈표 Ⅳ-7〉 고향사랑기부금 추정결과 1	96
〈표 Ⅳ-8〉 고향사랑기부금 추정결과 2	97
〈표 Ⅳ-9〉 일본 고향납세 현황에 대한 지역별 비교	110
〈표 Ⅳ-10〉 한국 고향사랑기부 현황에 대한 지역별 비교	117
〈표 Ⅳ-11〉 고향세 제도의 한·일 비교	120

그림목차

[그림 II-1] 고향납세의 세금 공제	12
[그림 II-2] 고향납세의 재정 부담 구조	16
[그림 II-3] 고향납세 기부금(수입액) 추이	18
[그림 II-4] 고향납세액 상위 10개 단체의 총 인구수	19
[그림 II-5] 개인 주민세 공제액이 많은 10개 단체의 합계 인구	20
[그림 II-6] 고향납세 원스톱 특례제도의 개요	21
[그림 II-7] 「사토후루」 포털 메인 페이지	24
[그림 II-8] 「후루나비」 포털 메인 페이지	25
[그림 II-9] 「후루나비」 홋카이도 시라누카초의 금액 선택 페이지	26
[그림 II-10] 홋카이도 몬베츠시의 「사토후루」 가리비	27
[그림 II-11] 「라쿠텐」 포털 메인 페이지	28
[그림 II-12] 「후루나비」의 포인트 환원	35
[그림 II-13] 「사토후루」의 피해지역 지원 기부	36
[그림 II-14] 「사토후루」의 피해지역 지원 고향납세	37
[그림 III-1] 고향사랑기부제의 기부 및 혜택의 흐름	59
[그림 III-2] 2023년 월별 기부금 모금액	64

I. 서론

2008년 일본에서 고향이라고 생각하는 지자체에 일정 금액을 기부 형태로 지불할 경우 자신이 납부해야 할 소득세와 재산세를 감면해주는 ‘고향납세’제도가 도입되었다. 제도 이름에 ‘납세’가 있는 것은 개인이 지불한 금액에 대해 세액공제를 통해 상당부분을 환불해주는 일종의 기부금 세액공제제도이기 때문이다.

2007년 아베 수상은 지방자치단체장의 의견을 수렴하여 2007년 5월 ‘고향납세’제도 도입을 표명하고, 도회지로 진출한 사람이 자신이 성장한 곳, 즉 고향에 공헌할 수 있는 세제상의 방안에 대해, 동년 6월 1일 총무장관하에 「고향납세연구회」(ふるさと納税研究会)를 설치하고 폭넓게 검토하도록 하였다. 이후 동 연구회는 4개월간 8회에 걸친 연구모임을 통해 고향납세 도입에 따르는 논의 사항을 검토하여, 2007년 10월 5일 「고향납세연구회 보고서(안)」에 제도 실현 방안을 포함한 관련 사항을 정리하여 제출하였다. 동 보고서가 제시한 안에 근거하여 일본에서 2008년부터 ‘고향납세(ふるさと納税)’제도가 실시되었다.

고향납세제도는 도입 당시에는 반응이 크지 않았으나, 2011년 동일본 대지진을 계기로 기부수단으로서 고향납세제도에 대한 인식이 제고되었고 2014년부터 실시된 담레폼의 지급 등으로 인해 이용자 수, 기부액 모두 큰 폭으로 증가하고 있다. 여기에 더하여, 2014년 9월부터 발족한 제2차 아베정권은 도쿄 일극 중심을 시정하고 일본 전체의 활력을 도모하는 지방창생(地方創生) 정책을 적극적으로 추진하게 된다. 이러한 정책 환경의 변화 속에서 2015년 1월 고향납세 특례공제 상한액 인상 및 절차를 간소화하는 원스톱(one-stop) 특례제도 도입을 포함하는 「지방세법」 개정이 있었는데, 이 제도개선 역시 고향납세 기부액 증가에 큰 역할을 한 것으로 평가되고 있다.

일본에서 고향납세제도가 도입된 직후부터 우리나라에서도 도입을 둘러싼 논의가 활발히 진행되었다. 그러나 우리나라에서 일본의 고향납세제도와 유사한 형태의 고향 사랑기부제가 도입된 것은 2023년이 되어서였다.¹⁾ 오랜 논의를 거쳐 신중히 도입된

1) 우리나라에서의 논의과정과 실제 도입까지의 과정은 제3장에서 자세히 다루고 있다.

우리나라의 고향사랑기부제는 「고향사랑기부금법」이라는 법을 제정하여 이 법에 근거하여 시행되고 있다는 점에서 일본의 ‘고향납세’제도와는 큰 차이를 보이고 있다. 「고향사랑기부금법」 제1조에서는 건전한 기부문화의 조성, 지역경제의 활성화, 국가균형 발전에 이바지하는 것을 목적으로 한다고 명시적으로 제시하고 있다.

고향사랑기부제는 재정의 운용주체 및 수단 측면에서 지방재정 운용방식의 ‘패러다임 전환(paradigm shift)’을 촉발하는 제도라고 할 수 있다. 아울러 지역의 잠재력을 새로운 성장 동력으로 삼는 ‘지역주도형 지역발전’을 구현하는 정책이기도 하여, 현 정부의 국정과제(“대한민국 어디서나 살기 좋은 지방시대”)의 정책방향과 부합하는 제도이다. 따라서 고향사랑기부제가 안정적으로 정착되도록 하는 것은 재정운용 측면에서 중요한 의미를 지닌다고 하겠다.

본 연구는 일본의 ‘고향납세’제도와 한국의 ‘고향사랑기부제’를 비교 분석함으로써, 한국과 일본 제도의 공통점과 차이점을 살펴보고, 운영 시 드러난 쟁점을 분석하여 2023년부터 시작된 고향사랑기부제의 성공적 정착을 위해서는 어떠한 제도적 개선이 필요한지 모색하는 것을 목적으로 한다.

제도 시행 후 불과 1년 남짓의 기간이기는 하나 지역별로 고향사랑기부제를 통한 기부액 및 그 사용처 등에 관한 데이터가 이용 가능하게 됨에 따라 고향사랑기부금 제도가 어떻게 운용되고 있는가를 실제 데이터를 통해 살펴보기로 한다. 여기에 더하여 고향사랑기부제를 실무에서 운영하는 지자체 담당자와의 면담을 통해 고향사랑기부제의 질적인 측면의 특성과 개선점을 살펴보았다. 이러한 제도의 양적·질적 접근을 일본의 고향납세제도에도 적용하여 유사한 분석을 실시하였다.

이를 위해 제Ⅱ장에서는 일본의 고향납세제도, 제Ⅲ장에서는 한국의 고향사랑기부제에 대한 연혁, 제도 소개, 현황 등에 대해 설명한다. 제Ⅳ장에서는 고향납세제도 및 고향사랑기부제에 대한 실증분석에 더하여 한국과 일본의 지자체 담당자와의 인터뷰를 중심으로 현재 문제가 되고 있는 사항에 대해 정리하기로 한다. 제Ⅴ장은 전체 논의의 요약 및 정책적 시사점을 제시한다.

II. 일본의 고향납세(ふるさと納税)제도

2008년 일본에서 고향납세제도가 도입되었다. 고향납세제도란 납세자가 주소지 이외의 지방공공단체에 기부하면 기부액에서 2,000엔의 자기부담금(적용 하한)을 제외한 전액을 국세인 소득세와 지방세인 개인주민세에서 공제하는 제도이다. 제도 창설 후에는 자기부담금이 5,000에서 2,000엔으로 인하되었으며, 전액 공제되는 기부금 한도가 상향 조정되는 등 고향납세를 확대하는 방향으로 제도가 개정되어 왔다. 2008년 81억엔이었던 고향납세의 기부금은 2023년에는 1조 1,175억엔으로 1조엔을 돌파하기에 이르렀다. 기부금이 이렇게까지 확대된 것은 이용의 편의성과 세제 혜택을 확대하는 제도적인 개선만에 의한 것은 아니었다. 2014년부터 기부금을 받은 지자체가 기부자에게 감사의 의미로 보내기 시작한 답례품이 매우 큰 영향을 미치고 있다고 평가되고 있다.

2014년부터 시작된 답례품이 인기를 끌면서 답례품이 고향납세 기부금 모집에 큰 영향을 미치게 되자 기부금의 80%를 초과하는 답례품을 보내는 지자체도 등장하는 등 답례품 경쟁이 치열해졌다. 이에 2019년 총무성이 답례품을 기부금의 30% 이하로 제한하는 ‘모집적합성 기준’을 고시하기에 이르렀다. 총무성의 적합성 기준 고시 이후 답례품 경쟁은 일단 진정되었지만, 애초에 답례품은 제도 도입 당시에는 상정되지 않았던 사항이었으며, 답례품에 의한 지자체 간 경쟁은 총무성 「고향납세연구회 보고서」에서 주장한 제도의 취지와 크게 다르다는 지적이 계속되고 있다.

도입 당시 고향납세는 도도부현(都道府県)이나 시정촌(市町村),²⁾ 즉 지자체에 대한 개인으로부터의 기부를 모집하는 제도였다. 하지만, 고향납세가 시작되고 8년이 지난 2016년도에 기업이 지방자치단체의 지역 창생 프로젝트에 기부를 하는 기업판 고향납세가 도입되었다. 기업판 고향납세제도는 기부 시 기부금액의 약 30%가 손금 산입되며, 법인 관련 세제(법인주민세, 법인세, 법인사업세)에서 최대 60%의 세액공제를 받을 수 있고, 개인에 의한 고향납세와 달리 기부를 하는 대가로 경제적 이익을 받는

2) 도도부현은 우리나라의 광역지자체이며, 시정촌은 기초지자체에 해당하는 것이며, 고향납세의 경우 거의 모든 기부처가 시정촌이다.

것은 금지되어 있다는 특징이 있다. 기업관 고향납세액은 2023년 현재 약 470억엔 정도로 같은 해 개인 고향납세 기부 총액 11,175억엔의 약 1/24 정도에 그치고 있다. 본 보고서에서는 개인에 의한 고향납세를 살펴보았다.

1. 고향납세제도 도입

가. 제도의 취지

1) 「고향납세연구회 보고서」

고향납세제도의 취지는 총무성의 「고향납세연구회 보고서」에서 확인할 수 있다.³⁾ 보고서는 총무대신 아래 제1차 회의(2007년 6월 1일)부터 제9차 회의(2007년 10월 5일)까지 개최된 ‘고향납세연구회’의 검토 내용을 정리한 것으로, 2007년 10월에 총무성에서 공표하였다.⁴⁾ 「고향납세연구회 보고서」는 총론과 본론으로 구성되어 있으며, 제도의 취지는 총론의 ‘고향납세의 의의’에 납세자의 선택, 고향의 중요성, 자치 의식의 발전이 기재되어 있다.⁵⁾

먼저, 납세자의 선택이란 납세자가 자신의 의지로 납세 대상을 선택할 수 있는 것은 세제상 그리고 조세이론상 역사적 의의를 가진다고 할 수 있으며, 자신의 의지로 납세처를 선택할 때, 납세자는 다시 한 번 세금의 의미와 의의에 대해 생각하게 되고, 국민에게는 세금을 자신의 일로 생각하고 납세의 중요성을 자각하는 귀중한 기회가 된다고 한다.

다음으로 고향의 중요성은, 자신을 키워준 고향은 누구에게나 부모와 같이 대체할

3) 総務省, 「ふるさと納税研究会」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/furusato_tax, 검색일자: 2024. 9. 2.

4) 참고로 고향납세연구회의 구성원은 시마다 하루오(島田晴雄) 치바상과대학 학장, 아토다 나옴스미(跡田直澄) 게이오대학 교수, 오다기리 도쿠미(小田切徳美) 메이지대학 교수, 구와노 이즈미(桑野和泉) 주식회사 다마노유(玉の湯) 대표이사, 사토 히데아키(佐藤英明) 고베대학 법학연구과 교수, 치바 미츠유키(千葉光行) 이치카와 시장, 니시카와 가즈미(西川一誠) 후쿠이현 지사, 하세가와 유키히로(長谷川幸洋) 도쿄신문·주니치 신문 논설위원, 하타케야마 다케미치(畠山武道) 죠치대학 대학원 교수, 미즈노 타다츠네(水野達実) 히토츠바시대학 법학연구과 교수의 10명이다. 직위는 2007년 당시의 것임

5) 총무성의 「고향납세 포털 사이트」에도 고향 납세의 큰 의의로 첫째, 납세자가 기부처를 선택하는 제도이며, 선택하기 때문에 그 사용처를 생각하는 계기가 된다. 둘째, 태어난 고향은 물론, 도움을 받은 지역을 응원할 수 있다. 셋째, 지자체의 노력을 국민에게 어필할 수 있어 지역의 모습을 다시 한 번 생각하는 계기가 된다는 세가지로 제시하고 있다(https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/policy/).

수 없는 것이며, 건전한 국토와 국민생활을 지탱하는 데 있어 지방의 역할은 매우 크므로 그 지방이 피폐해지면 도시의 번영도 이루어질 수 없다고 한다.

마지막으로 자치 의식의 발전이란, 고향납세로 전국 각지의 지방 단체는 그 출신자나 관심을 가져줄 수 있는 많은 사람들에게 그 매력을 크게 어필할 필요가 생기는데, 고향납세로 들어온 돈이 어떻게 쓰이는지, 그로 인해 어떠한 성과가 기대되는지 등을 효과적으로 전달하여 지자체 간 경쟁을 위한 자극이 된다. 이는 지방단체와 주민에게 납세를 받기 적합한 지역의 모습을 다시 한 번 생각해 볼 수 있는 기회가 되고, 지역의 지방단체에 있어서는 스스로의 자치 방식을 되돌아보고 진화시키는 중요한 계기가 될 것이라고 한다.

위에서 열거한 세 가지 의의 중 고향납세라는 명칭에서 사람들은 두 번째 목적인 “고향의 중요성”, 즉 도시와 지방 사이의 재원 재분배를 촉진하기 위한 제도라고 생각할 수 있으나, 제도 도입을 추진한 「고향납세연구회 보고서」에서 가장 먼저 꼽은 것은 첫 번째 목적인 “납세자의 선택”이었다. 즉, 고향납세제도는 납세자가 세금 낼 곳을 선택할 수 있게 한다는 점에서 다른 제도와는 확연히 다른 특징을 지니는 제도라는 것을 강조하고 있다.

2) 고향납세연구회의 구성원과의 면담(interview) 조사

제도의 취지에 대해 고향납세연구회에서 어떤 논의가 이루어졌는지 알아보기 위해 2024년 6월 7일 고향납세연구회의 구성원이었던 아토다 나오스미(跡田直澄) 교토침단 과학대학 교수와 인터뷰를 실시하였다. 아토다 교수에 따르면, 고향납세연구회에서의 논의 과정에서 다음 세 가지가 제도의 취지로 꼽혔다고 한다. 첫째는 ‘기부에 의한 투표 조례’를 전국으로 확대하는 것, 둘째는 기부문화 조성, 셋째는 도시와 지방의 재분배이다.

첫 번째 취지인 기부에 의한 투표 조례는, 당시 일부 지방단체에서 확산되고 있던 조례인데, 기부를 받고자 하는 지방단체가 미리 용도를 밝히고, 용도에 공감한 납세자가 해당 지방단체에 기부를 하는 것이다. 사실, 고향납세제도가 도입되기 이전부터 납세자가 주소지 이외의 지방단체에 기부를 하면 세액공제를 받을 수 있는 제도는 이미 존재했다. 구체적으로는 1993년 세제 개정으로 지방단체에 기부를 하면 개인 주민세

에서 소득공제를 받을 수 있는 제도가 도입된 바 있다. ‘기부에 의한 투표 조례’는 이 제도의 이용을 촉진하는 것이다.

제6회 고향납세연구회에서는 오다기리(小田切) 위원이 기부에 의한 투표 조례의 현황을 보고했다.⁶⁾ 이에 따르면, 2007년 6월 현재 기부에 의한 투표 조례를 설치한 지방단체는 25개 시정촌이며, 그중 20개 단체가 중산간(中山間) 지역이었다. 2006년에는 19개 단체에서 986건의 기부가 있었고, 기부 총액은 57억엔에 달했다. 이와테현 구즈마키초(岩手県葛巻町)의 경우, 산림보전과 자원순환에 관한 사업과 신에너지 도입에 관한 사업을 기부금 사용처로 선택할 수 있으며, 기부금을 통해 고향의 숲 조성사업, 후레아이노모리(가칭) 정비사업, 펠릿스토브 설치사업이 실시되고 있었다. 홋카이도 니세코초(ニセコ町)의 경우 분야별 기부 건수와 지역별 기부자도 제시되어 있다(〈표 II-1〉 및 〈표 II-2〉 참조). 니세코초의 사례로부터 항목 미지정을 선택하는 기부자가 일정하게 존재한다는 점, 기부자의 대부분이 홋카이도 내에 거주하는 납세자이며, 수도권은 소수라는 점 등을 알 수 있다.

〈표 II-1〉 홋카이도 니세코초의 분야별 기부금

(단위: 명, 엔)

기부 항목(분야)	기부 인구	기부금액
산림자원의 유지, 보전 및 정비사업	53	265,000
환경보전 및 경관유지, 재생사업	63	315,000
신재생에너지 및 에너지 절약시설 정비사업	21	105,000
아리시마 다케로(有島武郎)관련 자료 수집 및 아리시마 다케로 기념관 특별전 개최 사업	47	235,000
주민 자치 양성 및 커뮤니티 추진 사업	37	185,000
항목 미지정	81	403,000

자료: 総務省, 「第6回 ふるさと納税研究会」, 小田切委員提出資料, p. 12.

6) 総務省 「第6回 ふるさと納税研究会」, 小田切委員提出資料, https://soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/furusato_tax/070828_1.html, 검색일자: 2024. 8. 10.

〈표 II-2〉 지역별 기부자

기부자 거주지역	기부자수(명)
니세코초 시내	8
홋카이도 내 시정촌	33
삿포로시	19
삿포로시 외	14
홋카이도 외	12
수도권	7
수도권 외	5

자료: 総務省, 「第6回 ふるさと納税研究会」, 小田切委員提出資料, p. 12.

기부에 의한 투표 조례는 2004년 6월에 나가노현 야스오카무라(長野県泰阜村)에서 시작된 「야스오카무라 고향 배려기금(思いやり基金) 조례」가 시초로 알려져 있다. 야스오카무라 고향 배려기금 조례의 전문에 “자주 자립의 정신으로 앞으로도 부단한 노력을 통해 개성있는 산촌으로 발전해 나가는 것을 목표로 한다”에 더하여, “기부자도 마을 주민과 협력하여 마음의 고향 ‘야스오카’의 자치를 담당하는 주체로서 적극적으로 마을 만들기에 참여한다”는 등의 취지가 명시되어 있다. 또한 제3조에 “기부자는 자신의 기부금을 촌장이 별도로 정하는 사업 중 어느 사업에 사용할지 미리 지정할 수 있다”고 정하고 있는데, 이러한 조문으로부터 「고향납세연구회 보고서」에서 언급한 “자치 의식의 진화”는 야스오카무라의 투표 조례와 유사한 생각이 밑바탕에 깔려 있음을 생각할 수 있다. 참고로 이하에 야스오카무라 고향 배려기금 조례의 조문을 게재한다.

〈야스오카무라 고향 배려기금 조례〉

야스오카무라는 메이지(明治) 8년 행정촌으로 탄생한 이래 경작지가 적은 산촌에서 가난과 싸우며 선조들의 노력으로 자연이 풍부한 고향을 지켜왔다. 열악한 자연환경 속에서 형성된 마을 주민들의 자주 자립 정신으로 앞으로도 부단한 노력을 통해 개성있는 산촌으로 발전해 나가는 것을 목표로 한다.

이를 실현하기 위해서, 그리고 앞으로의 새로운 시대에 대응하고 활기찬 고향을 만들기 위해서 마을 주민은 물론 야스오카무라를 사랑하는 사람들의 기부를 통한 새로운 주민 참여형 지방자치체를 구축할 것이다.

앞으로 기부자도 마을 주민과 협력하여 마음의 고향 '야스오카'의 자치의 주체로서 마을 만들기에 적극적으로 참여할 수 있도록 야스오카무라 고향 배려기금 조례를 제정한다.

(목적 및 설치)

제1조 기부를 통한 주민참여형 지방자치체를 실현하고, 개성이 풍부하고 활력이 넘치는 안심마을 만들기를 추진하기 위하여 야스오카 고향사랑기금(이하 “기금”이라 한다.)을 설치한다.

(적립)

제2조 기금으로 적립하는 금액은 전조의 목적에 대하여 기부된 기부금 금액 및 일반회계 세입세출예산에서 정하는 금액으로 한다.

(기부금의 용도 지정 등)

제3조 1. 기부자는 자신의 기부금을 총장이 별도로 정하는 사업 중 어느 사업에 사용할 것인지를 미리 지정할 수 있다.

2. 기부금 중 전항의 지정이 없는 기부금에 대해서는 제반 사정을 고려하여 총장이 전항의 기부금 용도에 관한 지정을 한다. 또한 필요한 경우에는 해당 지정을 변경할 수 있다.

3. 총장은 기금의 적립, 관리 및 처분 기타 기금의 운용에 있어서 기부자의 의사가 반영될 수 있도록 충분히 배려하여야 한다.

(관리)

제4조 1. 기금에 속하는 현금은 금융기관에 예치하거나 그 밖에 가장 확실하고 유리한 방법으로 보관하여야 한다.

2. 기금에 속하는 현금은 필요에 따라 가장 확실하고 유리한 유가증권으로 대체할 수 있다.

(처분)

제5조 기금은 제1조의 목적을 위하여 총장이 별도로 정하는 사업에 소요되는 비용에 총당할 경우 1/2에 한하여 그 전부 또는 일부를 처분할 수 있다.

(운용이익금의 처리)

제6조 기금에서 발생하는 수익은 일반회계 세입세출예산에 계상하여 이 기금으로 편입한다.

(이월 운용)

제7조 군수는 재정상 필요하다고 인정할 때에는 확실한 이월방법, 기간 및 이자율을 정하여 기금에 속하는 현금을 세입세출 현금으로 이월하여 운용할 수 있다.

(위임)

제8조 이 조례에서 규정한 것 외에 기금의 관리 및 운용에 관하여 필요한 사항은 총장이 따로 정한다.

부칙

이 조례는 공포한 날부터 시행한다.

아토다 교수에 따르면, 기부에 의한 투표 조례의 이론적 배경에는 ‘발에 의한 투표’가 있었다. ‘발에 의한 투표’란 티부(Tiebout) 등이 주장한 지방 공공재 공급에 관한 이론으로, 납세자가 자신의 선호에 부합하는 지방 공공재 공급이 이루어지는 지역을 선택하고 그곳으로 이주함으로써 각 지역에서 효율적인 지방 공공재 공급이 실현된다는 이론이다.⁷⁾ 그러나 이러한 이론이 현실에서도 성립하기 위해서는 이주를 위한 비용이 극히 적어야 하는데, 이주의 비용이 적지 않은 일본에서는 ‘발로 뛰는 투표’를 통한 효율적인 지

7) C. M. Tiebout, "A Pure Theory of Local Expenditures," *Journal of Political Economy*, 64(5), 1956, pp. 416~424.

방 공공재 공급이 실현되기 어렵다. 반면 납세자의 자유로운 선택에 따른 기부가 확산되면 납세자가 이주하지 않아도 납세자의 선호에 부합하는 지방 공공재 공급이 실현될 수 있지 않겠느냐는 것이 기부금 투표 조례의 생각이다. 바로 「고향납세연구회 보고서」에서 고향납세의 의의로서 1번으로 꼽은 “납세자의 선택”과 일치한다.

다음으로 “기부문화 조성”에 관한 것이다. 일본에서는 1995년의 한신·아와지(阪神淡路) 대지진을 계기로 1998년에 「특정비영리활동촉진법」이 시행되어 비영리활동을 하는 단체가 법인격을 취득할 수 있게 되었다(NPO 법인). 그러나 서양과 달리 기부가 일반적인 문화로 뿌리내리지 못한 일본에서는 NPO 법인의 대부분이 소규모로 기부에 의존할 수 없어 재정 기반도 취약했다. 마침 버블 붕괴 이후 어려운 재정 상황이 지속되는 가운데, 정부를 보완하거나 정부와 협력하여 공공서비스를 공급하는 NPO의 존재가 중요하게 여겨졌기 때문에 이러한 NPO의 활동을 뒷받침하는 기부 문화 조성이 고향납세를 통해 확산되기를 바랐다고 한다.

제2회 고향납세연구회에서는 당시의 기부금 세제 개요가 제출되었다. 이에 따르면, 기부금에서 5,000엔의 자기부담금을 제외한 금액이 소득에서 공제되는 것 중 비영리 조직에 관한 것에 대해서는 ‘공익법인 등에 대한 기부금으로 일정한 요건을 충족하는 것으로 재무대신이 지정한 것’이 539건(2005년 지정 건수), ‘특정공익증진법인’에 대한 기부금(일본학생지원기구 등 독립법인 등 정령에 명시된 것)에 대한 기부금(일본학생지원기구 등 독립행정법인 등, 일본체육협회 등 정령(政令)에 명시된 민법법인 등, 과학기술의 연구 등을 하는 일정한 요건을 갖춘 민법법인, 학교법인, 사회복지법인, 갱생보호법인)이 20,661개법인(2006년 4월 1일 현재)인 반면, ‘국세청장의 인정을 받은 민법법인이 국세청장의 인정을 받은 NPO 법인에 대한 기부금’은 불과 48개 법인(2006년 11월 1일 현재)에 불과하다.

마지막으로 도시와 지방의 재분배에 대해서는 니시카와 위원을 비롯하여 지방단체의 지사·시장으로부터 강한 요청이 있었다고 한다. 일본에서는 주로 지방교부세 교부금을 바탕으로 지역 간 재분배를 실시하고 있다. 지방교부세⁸⁾는 “본래 지방의 세 수입이어야 하지만 단체 간의 자원 불균형을 조정하고 모든 지방단체가 일정한 수준을 유지할 수 있도록 재원을 보장하는 관점에서 국세로 국가가 대신하여 징수하고 일정한 합리적인 기준에 따라 재배분하는, 이른바 ‘국가가 지방을 대신하여 징수하는 지

8) 총무성, 지방교부세, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/c-zaisei/kouhu.html, 검색일자: 2024. 10. 15.

방세'(고유재원)라는 성격을 갖고 있다"라고 되어있으며, 그 총액은 「지방교부세법」 제 6조에 근거하여 “소득세·법인세의 33.1%(2015년부터), 주세의 50%(2015년부터), 소비세의 19.5%(2020년부터), 지방법인세의 전액(2014년부터)”라고 되어 있다.

또한, 각 단체에 배분되는 액수는 법정 단위비용과 측정단위(인구 등)에 따라 산출되는 기준재정수요액과 미리 정해진 표준세입예상액과 기준세율(75%)로 산출되는 기준재정수입액으로 산출된다. 이렇듯, 국가가 정한 일률적인 기준에 따라 지역 간 재분배가 이루어지고 있는 것에 대해서는 지방단체의 (공공서비스 공급에 있어서) 비용 효율성이 훼손되고 있다는 지적이 지속적으로 제기되었다.⁹⁾ 고향납세에 의한 재분배에 대해 단순히 도시와 지방의 재분배가 발생하는 것뿐만 아니라 이러한 재분배가 납세자의 의사에 근거하고 있다는 점에 대해 아토다 교수도 긍정적이었다.

2. 고향납세제도의 구조와 현황

가. 고향납세와 기부금 공제

기부금 공제는 소득세법의 소득공제 중 하나이며, 지방세법에 규정된 개인 주민세에서는 세액공제가 된다. 기부금 공제제도의 도입부터 현황까지를 간략히 정리하면 다음과 같다.

「소득세법」상 개인의 기부금 공제는 1962년에 도입되었다. 기부금액에 대한 공제율의 상한은 20%, 적용 하한은 30만엔 또는 소득금액의 3% 중 낮은 쪽이라는 내용이었다. 초기에는 고소득층에 대한 특혜라는 논의로 소득공제가 아닌 세액공제였으나, 소득에 관계없이 경감비율이 변하지 않는 것이 기부 활성화에 도움이 되지 않는다는 이유로 1967년에 소득공제로 변경되었다.

개인 주민세에서는 1993년에 기부금 공제가 소득공제로 도입되었다. 소득세와 대상 기부금의 범위와 계산방법이 달라 공제액에도 차이가 생겼으나, 소득세보다 공제액이 적은 것은 지방세인 주민세에는 지방세의 원칙 중 하나인 부담분담에 대해 고려해야 할 사항이라는 이유에서였다. 그러나 1993년 도입 당시 세액공제 가능한 적용 하한액

9) 赤井·佐藤·山下, 『地方交付税の経済学』, 有斐閣, 2003.

은 10만엔이었으며, 그 사용의 불편함이 지적된 것은 「고향납세연구회 보고서」에도 기록되어 있다. 이에 따라 고향납세제도에서는 그 적용 하한액을 하향 조정하고 세액 공제를 실시하고 있다. 소득세와 개인 주민세의 현행 기부금 공제제도를 정리하면 다음과 같다.

1) 소득세

국가 등에 대한 특정 기부금 등의 지출금액 또는 총소득금액 등의 40%를 비교하여 둘 중 적은 금액에서 2,000엔을 뺀 금액을 소득공제로 한다. 정당 등에 대한 기부금은 이들 기부금의 지출금액(총소득금액 등의 40% 한도)에서 2,000엔을 뺀 금액의 30%를 세액공제하는 것도 가능하며, 소득공제와 비교하여 유리한 쪽을 선택할 수 있다. 인증 비영리활동법인 등에 대한 기부금, 즉 ‘국세청장이 인정한 NPO 법인에 대한 기부금’은 이들 기부금의 지출금액(총소득금액 등의 40% 한도)에서 2,000엔을 뺀 금액의 40%를 세액공제하는 것도 가능하며, 소득공제와 비교하여 유리한 쪽을 선택할 수 있다.

2) 「지방세법」

「지방세법」에 규정된 개인 주민세는 도도부현, 시정촌 또는 특별구에 대한 기부금, 공동모금회, 「소득세법」에 규정된 일정한 기부금 중 도도부현·시정촌의 조례로 정하는 것, 특정비영리활동법인이 행하는 특정비영리활동사업과 관련된 일정한 기부금 중 도도부현·시정촌의 조례로 정하는 것으로 규정되어 있다. 「소득세법」보다 대상 기부금의 범위가 좁게 규정되어 있다.

(기본공제)

이에 대한 지출금액의 합계액 또는 총소득금액 등의 30%를 비교하여 둘 중 적은 금액에서 2,000엔을 뺀 금액의 10%(이 중 도도부현이 4%, 시정촌이 6%)가 기부금 세액공제가 된다.

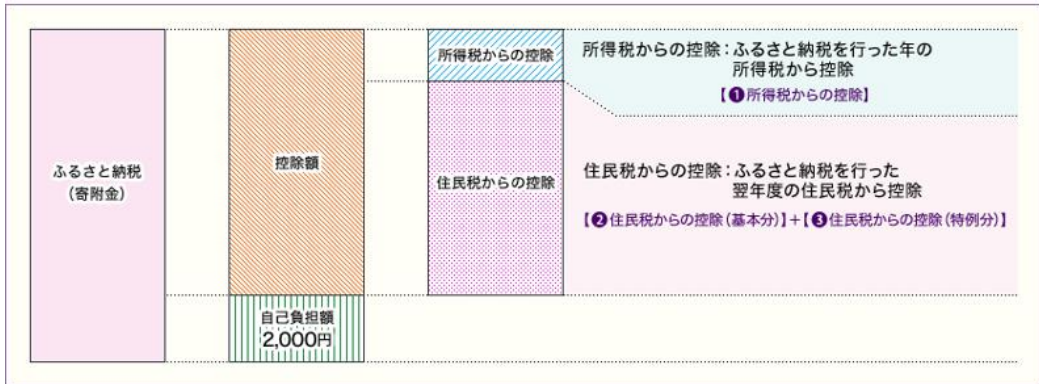
(특례공제)

고향납세의 경우, 특례공제 대상 기부금의 합계액에서 2,000엔을 뺀 금액에 특례공제 비율을 곱한 금액을 특례공제액으로 기본공제에 가산할 수 있다. 단, 소득할의 20%가

한도가 된다.

즉, 일본의 고향납세는 위의 내용 중 소득세의 소득공제, 개인 주민세의 기본공제, 개인 주민세의 특례공제를 합친 것이다. 개인 주민세의 특례 공제가 있기 때문에 고향납세는 기부 금액에서 2,000엔을 뺀 금액 전액을 공제받을 수 있어 다른 기부보다 유리한 구조로 되어 있다. 이를 그림으로 정리하면 다음과 같다.¹⁰⁾

[그림 11-1] 고향납세의 세금 공제



자료: 총무성 「고향 납세 포털 사이트」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/mechanism/deduction.html, 검색일자: 2024. 10. 14.

그림에서 확인할 수 있듯이 ①에 ③을 더한 금액이 공제액이 되며, 공제 하한액 2,000엔을 제외한 전액이 소득세와 주민세에서 공제된다.

- ① 소득세에서 공제=(고향납세액-2,000엔)×소득세 세율(소득공제)
- ② 주민세에서 공제(기본분)=(고향납세액-2,000엔)×10%(세액공제)
- ③ 주민세에서 공제(특례분)=(고향납세액-2,000엔)×(100%-10%-소득세의 세율)(세액 공제). ③이 주민세 소득할액의 2할을 초과하는 경우는 다음과 같다.
- ④ 주민세로부터의 공제(특례분)=주민세 소득할액×20%

적용 하한액이자 자기 부담액인 2,000엔은 고향납세제도 도입 당시에는 5,000엔이 었으나, 2011년도 세제 개정으로 2,000엔으로 인하되었다. 또한, 이러한 자기부담금을 설정하는 의의로서 「고향납세연구회 보고서」에서는 “기부자의 자기부담금이 없어야

10) 총무성, 「고향 납세 포털 사이트」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/mechanism/deduction.html, 검색일자: 2024. 10. 14.

면, 기부와 관련한 납세자 태도의 진지함에 영향을 미칠 가능성이 있다는 점, 기부자의 자기부담금이 없음에도 불구하고 기부자의 주소지 지방단체에는 세수 감소와 더불어 사무비 증가가 우려되는 점, 기부자의 자기부담금이 없음에도 불구하고 기부자 주소지의 사무비용의 증가라는 부담을 강요하게 되는 것”이라고 밝혔다.

또한, 전액 공제되는 고향납세액에는 한도가 있다. 소득세와 주민세에서 공제(기본분)에 대해서는 총소득액 등을 기준으로 계산하고, 주민세에서 공제(특례분)가 주민세 소득할의 20%를 초과하는 경우에는 주민세 소득할을 기준으로 계산된다. 따라서 소득이나 가족 구성에 따라 상한액이 달라지며, 총무성 홈페이지에는 전액 공제되는 고향납세액의 기준이 게재되어 있다. 예를 들어, 연소득 500만엔의 독신 또는 맞벌이 가구의 경우 61,000엔이 전액 공제되는 고향납세액이 되며, 같은 가구 구성이라도 연소득이 1,000만엔인 경우 180,000엔이 전액 공제되는 고향납세액이 된다. 따라서 소득이 높을수록 공제 한도가 높아진다. 또한, 전액 공제되는 고향납세액은 2015년도 세제 개정에 의해 약 2배로 확대되었다. <표 II-3>은 전액 공제되는 고향납세액(연간 상한액)의 기준이다.¹¹⁾

<표 II-3> 전액 공제되는 고향 납세액(연간 한도) 기준

(단위: 엔)

고향납세를 하는 분 본인의 급여 소득	독신 또는 맞벌이	부부	맞벌이 + 자녀 1명(고등학생)	맞벌이 + 자녀 1명(대학)	부부+자녀 1명(고등학생)	맞벌이 + 자녀 2명(대학생, 고등학생)	부부+자녀 2명(대학생, 고등학생)
300만엔	28,000	19,000	19,000	15,000	11,000	7,000	-
325만엔	31,000	23,000	23,000	18,000	14,000	10,000	3,000
350만엔	34,000	26,000	26,000	22,000	18,000	13,000	5,000
375만엔	38,000	29,000	29,000	25,000	21,000	17,000	8,000
400만엔	42,000	33,000	33,000	29,000	25,000	21,000	12,000
425만엔	45,000	37,000	37,000	33,000	29,000	24,000	16,000
450만엔	52,000	41,000	41,000	37,000	33,000	28,000	20,000
475만엔	56,000	45,000	45,000	40,000	36,000	32,000	24,000
500만엔	61,000	49,000	49,000	44,000	40,000	36,000	28,000
525만엔	65,000	56,000	56,000	49,000	44,000	40,000	31,000
550만엔	69,000	60,000	60,000	57,000	48,000	44,000	35,000
575만엔	73,000	64,000	64,000	61,000	56,000	48,000	39,000

11) 총무성, 「고향 납세 포털 사이트」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/mechanism/deduction.html, 검색일자: 2024. 10. 15.

〈표 II-3〉의 계속

(단위: 엔)

고향 납세를 하는 분 본인의 급여 소득	독신 또는 맞벌이	부부	맞벌이 + 자녀 1명(고등학생)	맞벌이 + 자녀 1명(대학)	부부+자녀 1명(고등학생)	맞벌이 + 자녀 2명(대학생, 고등학생)	부부+자녀 2명(대학생, 고등학생)
600만엔	77,000	69,000	69,000	66,000	60,000	57,000	43,000
625만엔	81,000	73,000	73,000	70,000	64,000	61,000	48,000
650만엔	97,000	77,000	77,000	74,000	68,000	65,000	53,000
675만엔	102,000	81,000	81,000	78,000	73,000	70,000	62,000
700만엔	108,000	86,000	86,000	83,000	78,000	75,000	66,000
725만엔	113,000	104,000	104,000	88,000	82,000	79,000	71,000
750만엔	118,000	109,000	109,000	106,000	87,000	84,000	76,000
775만엔	124,000	114,000	114,000	111,000	105,000	89,000	80,000
800만엔	129,000	120,000	120,000	116,000	110,000	107,000	85,000
825만엔	135,000	125,000	125,000	122,000	116,000	112,000	90,000
850만엔	140,000	131,000	131,000	127,000	121,000	118,000	108,000
875만엔	146,000	137,000	136,000	132,000	126,000	123,000	114,000
900만엔	152,000	143,000	141,000	138,000	132,000	128,000	119,000
925만엔	159,000	150,000	148,000	144,000	138,000	135,000	125,000
950만엔	166,000	157,000	154,000	150,000	144,000	141,000	131,000
975만엔	173,000	164,000	160,000	157,000	151,000	147,000	138,000
1,000만엔	180,000	171,000	166,000	163,000	157,000	153,000	144,000
1,100만엔	218,000	202,000	194,000	191,000	185,000	181,000	172,000
1,200만엔	247,000	247,000	232,000	229,000	229,000	219,000	206,000
1,300만엔	326,000	326,000	261,000	258,000	261,000	248,000	248,000
1,400만엔	360,000	360,000	343,000	339,000	343,000	277,000	277,000
1,500만엔	395,000	395,000	377,000	373,000	377,000	361,000	361,000
1,600만엔	429,000	429,000	412,000	408,000	412,000	396,000	396,000
1,700만엔	463,000	463,000	446,000	442,000	446,000	430,000	430,000
1,800만엔	498,000	498,000	481,000	477,000	481,000	465,000	465,000
1,900만엔	533,000	533,000	516,000	512,000	516,000	500,000	500,000
2,000만엔	569,000	569,000	552,000	548,000	552,000	536,000	536,000
2,100만엔	604,000	604,000	587,000	583,000	587,000	571,000	571,000
2,200만엔	640,000	640,000	623,000	619,000	623,000	607,000	607,000
2,300만엔	773,000	773,000	754,000	749,000	754,000	642,000	642,000
2,400만엔	814,000	814,000	795,000	790,000	795,000	776,000	776,000
2,500만엔	855,000	855,000	835,000	830,000	835,000	817,000	817,000

주: '맞벌이'는 고향 납세를 하는 본인이 배우자(특별)공제를 적용받지 않는 경우(배우자의 급여소득이 201만엔을 초과하는 경우), '부부'는 고향납세를 하는 분의 배우자에게 소득이 없는 경우, '고등학생'은 '16세에서 18세의 부양가족'을, '대학생'은 '19세에서 22세의 특정 부양가족'을 말한다. 중학생 이하의 자녀는 (공제액에 영향을 미치지 않기 때문에) 계산에 포함할 필요가 없다. 예를 들어, '부부 자녀 1명(초등학생)'은 '부부'와 동일한 금액이다. 또한 '부부 자녀 2명(고등학생과 중학생)'은 '부부 자녀 1명(고등학생)'과 동일한 금액이다.

자료: 총무성, 「고향 납세 포털 사이트」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/mechanism/deduction.html, 검색일자: 2024. 10. 15.

나. 고향납세의 재정적 부담

고향납세를 누가 부담하는지에 대해 후카자와(深澤, 2021)¹²⁾를 인용하면, X현 A시의 주민이 Y현 B시에 고향납세제도를 통해 5만엔을 기부하였다고 가정하면, 이 경우 기부자는 2,000엔을 자부담하는 한편, 소득세와 주민세에서 공제를 받을 수 있다. 공제 내역은 다음과 같다.

- 소득세 공제: 9,600엔(=기부액에서 자기 부담금을 제외한 4.8만엔의 20%)
- X현 주민세에서 공제: 15,360엔(=기부액에서 자기 부담금을 제외한 4.8만엔의 32%)
- A시의 주민세 공제: 23,040엔(=기부액에서 자기 부담금을 제외한 4.8만엔의 48%)

또한 기부자는 기부금액의 50%에 해당하는 최대 2.5만엔의 답례품을 B시로부터 받을 수 있다. 여기서 X현과 A시가 교부단체인 경우, 국가로부터 지방교부세를 통한 보전이 있다. 또한, 「고향납세연구회 보고서」에서는 지방교부세의 취급에 대해 ‘현행 지방교부세 제도하에서는 지방단체가 기부금을 받아도 해당 지방단체의 지방교부세는 감소하지 않으며, 또한 기부자의 주소지 지방단체에서는 개인주민세 감소분의 75%는 기준재정수입액에 반영된다’며, 고향납세에 대해서도 ‘과거와 같은 취급을 한다’고 한다. 수입액에 반영되어 고향납세에 대해서도 ‘지금까지와 동일하게 취급한다’고 한다. 따라서 이를 고려하면 상기 공제에 대한 X현, A시, 국가의 부담은 다음과 같다.

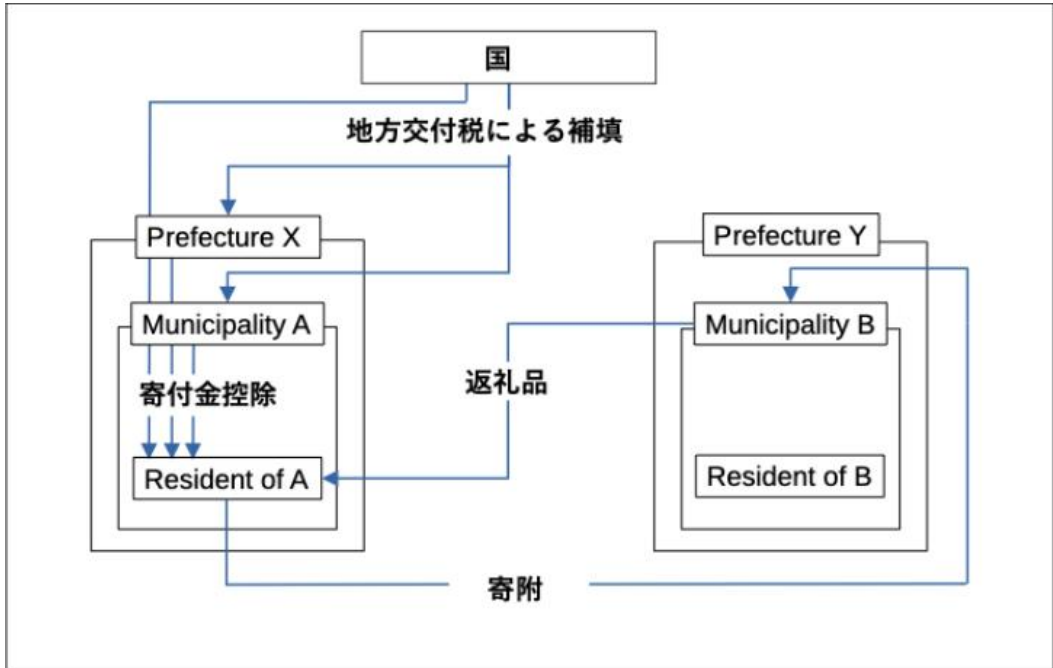
- X현: 주민세 공제액 ▲15,360엔 + 국가보전 11,520엔 = ▲3800엔
- A시: 주민세 공제액 ▲23,040엔 + 국가로부터의 보전 17,280엔 = ▲5800엔
- 국가: 소득세 공제액 ▲9600엔 + X현에 대한 보전 ▲11,520엔 + A시에 대한 보전 ▲17,280엔 = ▲38,400엔

또한, Y현 B시의 수령액은 5만엔이지만, 그중 50%(2.5만엔)를 답례품과 그 발송에 충당하고 있기 때문에 실제로 B시가 받을 수 있는 금액은 2.5만엔이 된다. 이처럼 고향납세 기부자가 경제적 이익을 얻는 반면, 국가와 지방자치단체가 재정적 부담을 지

12) 深澤英司, 「ふるさと納税の受け入れに伴う自治体財政の効率性への影響—「財政錯覚」を背景とした技術的効率性の低下の観点から」, 『レファレンス』, No.848, 2021, pp 1~30.

게 되어, 하시모토(橋本, 2019)¹³⁾가 지적한 바와 같이 ‘사실상 국가와 지방자치단체의 부담으로 답례품 구입에 많은 보조금을 지급’하고 있는 상황이라고 할 수 있다. 위의 재정적 부담 구조를 정리하면 [그림 II-2]와 같다.

[그림 II-2] 고향납세의 재정 부담 구조



자료: 橋本恭之, 「ふるさと納税制度と国・地方の財政」, 『関西大学経済論集』, 69巻1号, 2019, p. 12.

그런데 개인 주민세 감액분의 75%가 지방교부세로 보전되는 것은 지방교부세를 받는 교부단체만 해당되며, 미교부단체는 보전되지 않는다. 이 점에 대해 미교부단체는 “지방교부세 교부단체의 경우, 고향납세에 의한 세수 감소액의 75%가 지방교부세로 국가로부터 보전되는 구조로 되어 있다. 우라야스시(浦安市)는 지방교부세 미교부 단체이기 때문에 지방교부세에 의한 보전이 없고, 고향납세에 의한 시세 유출분은 순수하게 시세 감소로 이어진다”는 지적이 나오고 있다.¹⁴⁾ 참고로 우라야스시에 따르면, 아래와 같이 각 연도의 시민세 공제액(우라야스시의 수입 감소액)은 확대되는 추세라고 한다.

13) 橋本恭之, 「ふるさと納税制度と国・地方の財政」, 『関西大学経済論集』, 69巻 1号, 2019, pp. 1~23.

14) 浦安市, 「ふるさと納税による市税の流出について, 考えてみませんか?」, <https://www.city.urayasu.lg.jp/todokede/zeikin/1034408/1037848.html>, 검색일자: 2024. 10. 15.

〈표 II-4〉 우라야스시의 각 연도별 시민세 공제액(감소액)

연도	건수(개)	공제액(천엔)
2015	1,330	48,403
2016	4,152	262,042
2017	7,415	467,065
2018	9,543	607,181
2019	12,059	772,572
2020	12,494	814,597
2021	16,240	968,697
2022	20,057	1,172,919
2023	23,496	1,386,009

자료: 浦安市, 「ふるさと納税による市税の流出について, 考えてみませんか?」에서 인용

다. 고향납세 기부금(수입액) 동향

[그림 II-3]은 2008~2022년의 고향납세액 추이를 나타낸 것이다. 그림에서 확인할 수 있듯이 2008년도에는 81억엔이었으나 2023년도에는 1조 1,175억엔에 달하고 있다. 기부를 받은 지자체는 거의 전부가 기초자치단체인 시정촌이며, 광역자치단체인 도도부현을 기부대상으로 한 것은 1%에 지나지 않는다. 또한 수입액이 늘어남과 동시에 지자체의 지방세 수입 대비 비율도 상승하고 있으며, 2022년도에는 약 4.5%에 달하고 있다.

2014년도 전후로 수입액이 크게 차이가 나는데, 이는 월스톱 특례와 답례품(후술함)의 등장에 따른 것이다. 2013년 트러스트뱅크가 플랫폼을 개설¹⁵⁾하면서 더 많은 기부금을 모으기 위해 “지역 제품이라고 할 수 없는 가전제품을 나눠주겠다는 지자체가 나오기 시작했고, 옆 동네가 1억엔을 모으면 우리 동네도 1억엔을 모아야 한다는 식의 본질을 고려하지 않은 경쟁이 시작됐다”고 한다.¹⁶⁾ 참고로 그 이전의 상황은 하시모토·스즈키(2016)¹⁷⁾에서 알 수 있는데, 2013년도 고향납세 현황을 조사한 결과, 특징적인 기부 메뉴를 제시함으로써 나고야시와 오사카시가 상대적으로 많은 고향납세

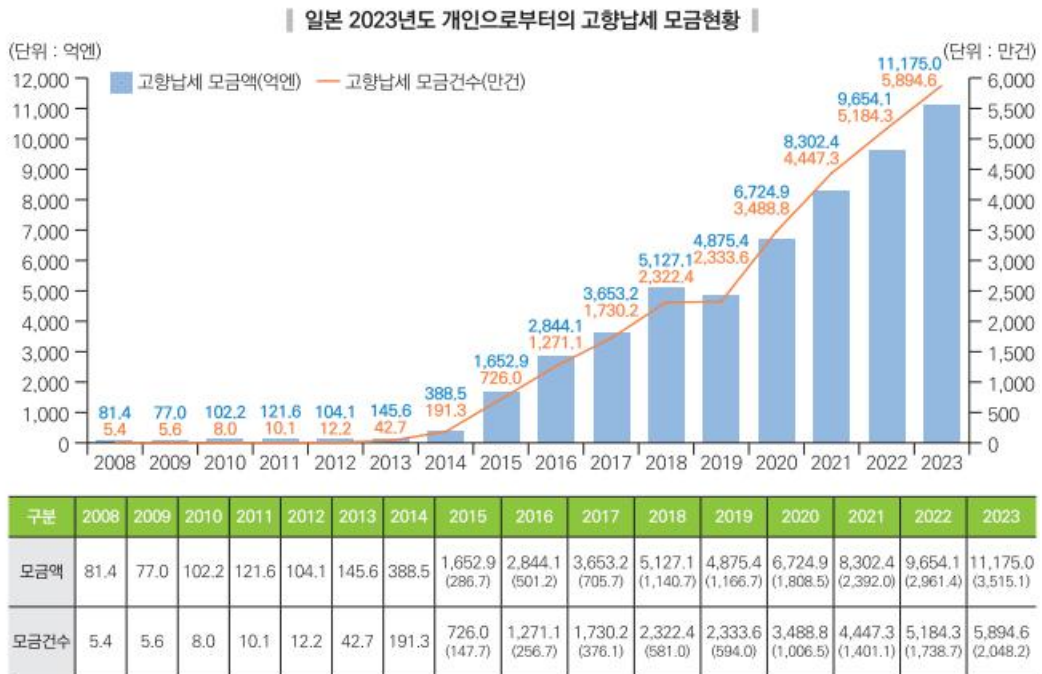
15) 고향납세 종합 사이트 ‘후루사토 초이스(ふるさとチョイス)’를 운영

16) 日経グローバル, 「ふるさと納税“拡大”の主役者 “地域が付加価値を高める機会に”トラストバンク会長兼フェウンダー須永珠代氏」, No. 434, 2022. 4. 18.

17) 橋本恭之・鈴木善充, 「ふるさと納税制度の現状と課題」, 『会計検査研究』, 54, 2016, pp. 13~38.

를 모으고 있음을 알 수 있다. 즉, 답례품을 취급하는 사이트와 민간 사업자가 등장하기 전에는 나고야시나 오사카시처럼 인지도가 높은 지자체가 아니면 고향납세를 모으기 어려웠다고 볼 수 있다. 총무성의 '고향납세에 관한 현황 조사 결과(2023년도 실시)'에서는 고향 납세를 모집할 때 사용처를 선택할 수 있는지 여부가 제시되어 있다. 이에 따르면 1,745단체(97.7%)가 '선택할 수 있다', 41단체(2.3%)가 '선택할 수 없다'로 되어 있다. '선택할 수 있다'에서 선택할 수 있는 범위에 대해서는 1,677단체(93.9%)가 '분야를 선택할 수 있다'에 불과하며, 기부금 투표 조례와 같이 '구체적인 사업을 선택할 수 있는' 것은 431개 단체(24.1%)에 불과하다. 여기서 말하는 분야는 아동·보육, 교육·인재육성, 지역·산업진흥, 마을만들기·시민활동, 환경·위생 등 사업보다 넓은 범위이다.

[그림 11-3] 고향납세 기부금(수입액) 추이



- 주: 1. 고향납세 수입액 및 건수는 지자체가 개인으로부터 수령한 기부금을 계상한 것임.
- 2. '11년 동북지방 태평양해역 대지진 관련 기부금은 포함되지 않은 경우도 있음.
- 3. () 내 값은 고향납세 원스톱 특례제도의 이용 실적임.

자료: 총무성 고향납세에 관한 현황조사 결과(2024. 8. 2. 기준).

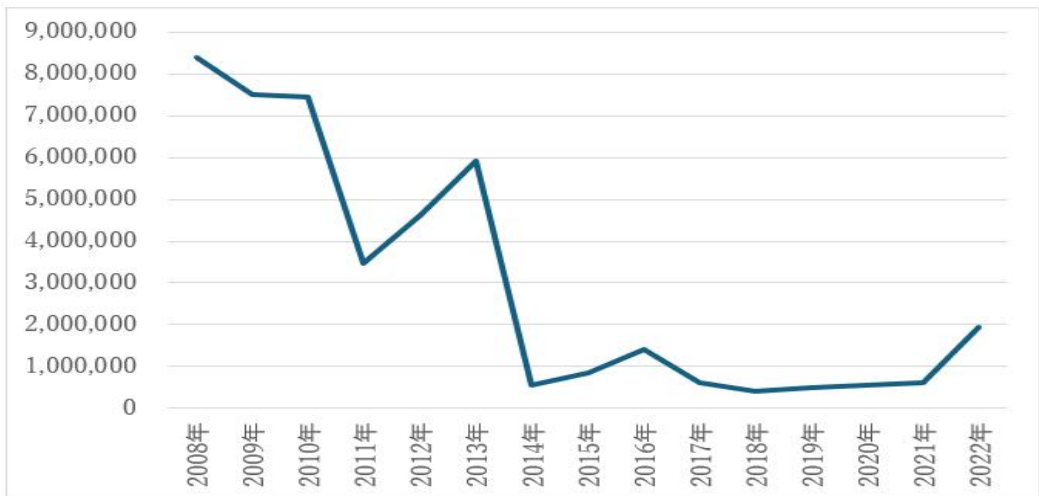
라. 지역별로 살펴본 고향납세 기부금(수입액) 동향

다음으로, 수령액이 많은 상위 10개 단체가 어떻게 변화해왔는지 확인한다. [그림 II-4]는 고향납세액 상위 10개 단체의 총인구 추이를 보여주고 있다. 이에 따르면 2013년도까지와 2014년도 이후 총인구가 크게 달라진 것을 알 수 있다. 이 요인은 민간 사업자의 사이트에서 답례품을 취급하기 시작했기 때문인 것으로 보인다. 앞서 언급했듯이, 이전까지는 나고야시나 오사카시 등 인지도가 높은 지방단체에 고향납세가 물리는 경향이 있었다. 그러나 민간 사업자의 사이트에서는 ‘어떤 답례품을 받을 수 있는지가 강조되고 있어, 인지도와 관계없이 고향납세를 모을 수 있게 되었다고 생각된다. 또한 인기가 높은 농수산물이나 해산물을 답례품으로 제시할 수 있는 단체가 지방에 있고, 인구가 상대적으로 적은 것도 한 요인으로 보인다.

한편, 2011년도에도 총인구가 감소했다가 2012년도에는 증가하고 있다. 이는 동일본 대지진으로 큰 피해를 입은 이와테현 가마이시시(釜石市)와 후쿠시마현 소마시(相馬市)가 상위 10개 단체에 포함되었기 때문이다. Yamamura et al.(2021)은 재해지 지원과 같은 이타적 동기에 기반한 고향납세가 존재함을 보여주고 있지만, 이와테현 가마이시시와 후쿠시마현 소마시에 대한 고향납세가 일시적으로 증가한 것은 바로 이러한 이유 때문이라고 볼 수 있다.

[그림 II-4] 고향납세액 상위 10개 단체의 총 인구수

(단위: 명)



자료: 총무성 '각 지자체의 고향 납세 수입액 및 수입 건수(각 연도)' 및 총무성 「시정촌별 결산 상황 조사(각 연도)」를 바탕으로 필자 작성

한편, 최근 고향납세로 인한 주민세 유출이 계속되고 있는 도시부 지방단체에서 고향납세를 모으기 위한 노력이 강화되고 있다.¹⁸⁾ 2022년도에 총인구가 증가한 것은 교토시가 상위 10위권에 진입한 것에 기인한다. 이것도 도시부 지방단체의 노력 강화의 일환이라고 할 수 있다. 2008년도부터 2022년도까지 상위 10개 단체의 기부금액과 인구는 [부록 1]에 제시되어 있다.

마. 개인 주민세 공제액(유출액)이 많은 지역

다음으로 개인 주민세 공제액(유출액)이 많은 지역에 대해 살펴보기로 한다. 수입액이 많은 단체와 달리 개인 주민세 공제액이 많은 지역은 일관되게 인구가 많은 도시 지역 단체였다. 데이터가 2015년부터만 존재하지만, 상위 10개 단체에 큰 변화는 일어나지 않았다. 또한 1인당 공제액으로 보더라도 일부(야마나시현 오시노무라(山梨県忍野村) 등을 제외하고는 인구가 많은 도시지역 단체가 많은 경향은 비슷하다. 2015년부터 2021년까지 개인 주민세 공제액(유출액)이 많은 단체에 대해서는 [부록 2]에 총액 및 1인당 공제액을 정리해 놓았다.

[그림 11-5] 개인 주민세 공제액이 많은 10개 단체의 합계 인구

(단위: 명)



자료: 총무성, 「과세에 있어서의 주민세 공제액 실적 등(각 연도)」, 총무성, 「시장촌별 결산상황조사(각 연도)」를 바탕으로 필자가 작성함.

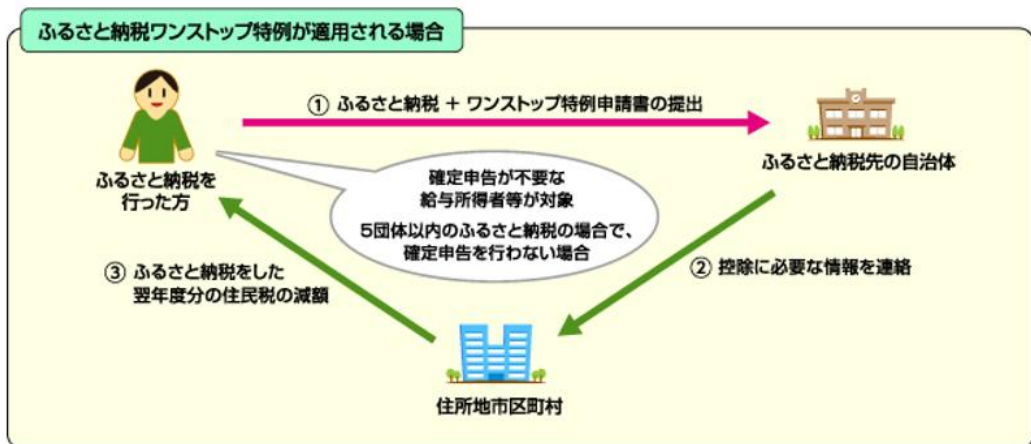
18) 요미우리신문 「고향 납세로 세수 115억엔 잃고, 가와사키 시장 “전국 제일의 영향”과 불만」(2023년 9월 23일)에 의하면, 요코하마시는 “새로운 반례품을 늘리는 것과 동시에 PR 강화를 위해 게재하는 민간 포털 사이트 수를 2곳에서 7곳으로 확충했다고 한다.

3. 기부금 액수(수령액)에 영향을 미친 제도

가. 원스톱(one-stop) 특례제도

2015년 4월 1일부터 “확정신고가 필요 없는 급여소득자 등은 고향납세처가 5개 단체 이내인 경우에만 고향납세를 한 각 지자체에 신청하면 확정신고가 필요 없는” 「고향 납세 원스톱 특례제도」가 시작되었다.¹⁹⁾ 이것도 고향납세의 수입액이 2015년부터 늘어난 요인이었다고 생각된다. 원스톱 특례제도의 적용을 받는 경우, 소득세로부터의 공제분도 주민세 감면으로 공제되지만, 이로 인해 ‘국가가 부담해야 할 소득세 공제분을 지자체의 개인 주민세 공제로 부담하고 있다’²⁰⁾는 문제점이 지적되고 있다. 아래 그림은 고향납세 원스톱 특례제도의 개요를 나타낸 것이다.

[그림 11-6] 고향납세 원스톱 특례제도의 개요



자료: 총무성 홈페이지 「고향납세 포털 사이트」에서 인용

19) 총무성, 「고향 납세의 구조」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20150401.html#block02, 검색일자: 2024. 10. 15.

20) 도쿄도 아라카와구, 「고향 납세에 대한 구의 견해 등」, <https://www.city.arakawa.tokyo.jp/a001/kunogaiyou/kihonjohou/arakawakukenkai.html>, 검색일자: 2024. 10. 15.

나. 고향납세를 취급하는 민간 사업자

고향납세를 취급하는 민간사업자에는 기부금 공제에 관한 증명서를 작성할 수 있는 ‘특정사업자’와 지방단체를 대신하여 답례품 등을 발송하는 ‘중간사업자’가 있다.

다음은 특정사업자에 대해 국세청 홈페이지²¹⁾에서 인용한 내용이다. 기부금 공제를 적용받기 위해서는 소득세 확정신고서에 기부금 영수증 등을 첨부해야 하지만, 고향납세인 경우 기부금별 기부금 영수증을 대신하여 특정사업자가 발행하는 연간 기부금 액이 기재된 ‘기부금 공제에 관한 증명서’를 첨부할 수 있다. 이 특정사업자는 지방자치단체와 특정 기부금(고향납세)의 중개에 관한 계약을 체결한 자로서, 특정 기부금이 지출된 사실을 적정하고 확실하게 관리할 수 있다고 인정되는 자로서 국세청장이 지정한 자로 되어 있다. 2024년 9월 6일 현재 국세청장이 지정한 특정사업자는 <표 II-5>와 같다.

<표 II-5> 특정사업자 목록(2024년 9월 6일 기준)

표시번호	포털 사이트 이름	특정사업자
FN	후루나비(ふるなび)	주식회사 아이모바일
SF	사토후루(さとふる)	주식회사 사토후루
RA	라쿠텐(楽天) 고향 납세	라쿠텐 그룹 주식회사
FC	후루사토 초이스(ふるさとチョイス)	주식회사 트러스트뱅크
TK	후루사토 팔레트(ふるさとパレット)	도큐(東急) 주식회사
FP	후루사토 프리미엄(ふるさとプレミアム)	주식회사 유니미디어
PL	후루사토 플러스(ふるさとプラス)	주식회사 에스투(エスツー)
CS	시즌(シーズン)의 고향 납세	주식회사 크레디시즌(クレディセゾン)
AN	ANA의 고향 납세	전일본공수 주식회사
FH	후루사토 본점(ふるさと本舗)	주식회사 후루사토혼포
MI	미츠코시 이세탄(三越伊勢丹) 고향 납세	주식회사 미츠코시 이세탄
JL	JAL 고향 납세	주식회사 JALUX
AU	au PAY 고향 납세	KDDI 주식회사
AF	후루라보(ふるらぼ)	아사히방송 텔레비전 주식회사

21) 국세청, 「고향 납세에 관련된 기부금 공제에 관한 증명서」, <https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/shinkoku/kakutei/koujyo/kifukin.htm>, 검색일자: 2024. 10. 14.

〈표 II-5〉의 계속

표시번호	포털 사이트 이름	특정사업자
IF	고향 납세 닛폰(ニッポン)	아이하츠(アイハーツ) 주식회사
GF	G-Call 고향납세	주식회사 지에이피(ジーエイピー)
AN	ANA의 고향납세	ANA Akindo 주식회사
JR	JRE MALL 고향 납세	동일본 여객철도 주식회사
MF	마이ナビ(マイナビ) 고향납세	주식회사 마이ナビ
MP	만복(まん福)	주식회사 SHIFT
AM	마이후루(まいふる)	이온파이낸셜서비스 주식회사
FM	후루사폰(ふるさぽん)	주식회사 F&M

자료: 국세청 홈페이지, 「고향 납세에 관련 기부금 공제에 관한 증명서 등」에서 발췌

중간사업자는 지방 단체의 담당 직원을 대신하여 입금 관리, 답례품 배송 관리, 기부금 수령 증명서 발송, 기부자로부터의 문의나 고충(claim) 대응 등을 수행한다. 2024년 8월 5일부터 9일까지 홋카이도의 시정촌을 대상으로 실시한 면담조사(interview)에 따르면, 특정사업자와 중간사업자를 겸하는 민간사업자는 적고,²²⁾ 많은 지방단체는 특정사업자 및 중간사업자와 각각 계약을 맺고 있다.

또한, 각각 지불하는 수수료는 지자체에 따라 조금씩 다르지만, 특정사업자에게는 기부금의 10~13%, 중간사업자에게는 기부금의 3~5%의 수수료를 지불하고 있다. 특정사업자 간 경쟁은 있지만, 취급하는 고향납세 건수가 두드러지는 특정사업자(‘후루나비’, ‘사토후루’, ‘라쿠텐 고향납세’, ‘후루사토 초이스’)에 대해 각 지자체가 수수료에 관한 협상을 하는 것은 거의 불가능하다. 따라서 총무성이 모집적합성 기준의 재검토(후술)에 따라 고향납세 모집에 소요되는 비용을 낮출 필요가 생길 경우, 그 여파는 중간사업자에게 지불하는 수수료에까지 미치게 될 것이다.

22) 인터뷰를 실시한 홋카이도 지자체의 경우 ‘사토후루’만 특정사업자와 중간사업자를 겸하고 있는 것으로 조사되었다.

다. 답례품

1) 포털사이트와 답례품

이 절에서는 특정사업자의 포털 사이트에 답례품이 어떻게 게재되어 있는지 확인한다. 다음 그림은 '사토후루'의 포털 사이트의 홈페이지이다.

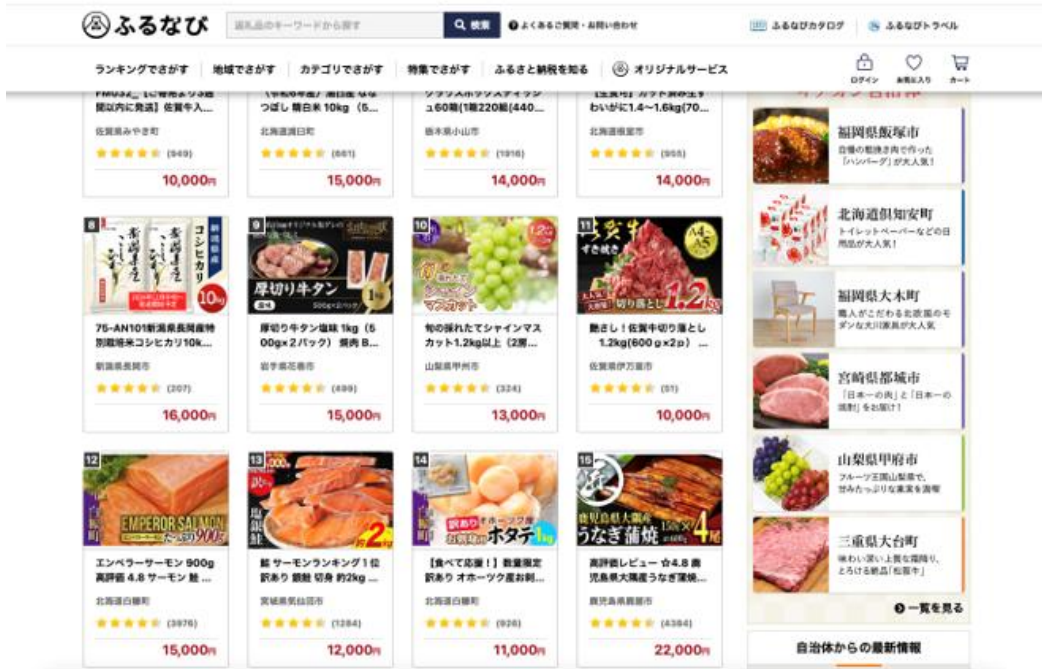
[그림 II-7] 「사토후루」 포털 메인 페이지



자료: 사토후루, https://www.satoharu.jp/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_content=text&utm_campaign=Google_normal_PC_A200173&gad_source=1&gbraid=0AAAAADMVnG52taByqNYgL9olkcfg5i6Wm&gclid=Cj0KCQjwsJO4BhDoARIsADDv4vDIRK0CpWFveDL4TLU-iqbYiXMej4jChxLDIGlqqoeEj-KQcwFDv0aAu2-EALw_wCB, 검색일자: 2024. 10. 9.

2024년 8월 5일부터 9일까지 홋카이도 지자체에서 실시한 면담조사에 따르면, 거의 모든 기부자가 이러한 포털 사이트를 통해 고향납세를 하고 있다. 이 홈페이지에 게재되어 있는 것은 '사정이 있는(訳あり) 답례품 특집'이라고 표시된 배너와 인기 급상승 답례품의 랭킹이다. 또한, 홈페이지 오른쪽에는 육류 랭킹, 해산물 랭킹, 고향의 자랑 가전제품 특집, 제철 과일 특집 등의 배너가 표시되어 있다. 인기 급상승 랭킹에는 미야자키현 완숙 망고, 명수(名水) 커피 젤리, 활 바지락 등이 표시되어 있다. 이러한 경향은 다른 특정사업자의 포털 사이트에서도 비슷하게 발견된다. 예를 들어, [그림 II-8]은 '후루나비'의 홈페이지인데 사토후루와 비슷한 형태로 구성되어 있음을 확인할 수 있다.

[그림 II-8] 「후루나비」 포털 메인 페이지



자료: 「후루나비」, https://furunabi.jp/ranking_total.aspx, 검색일자: 2024. 10. 9.

대표적인 민간 포털 사이트인 ‘사토후루’와 ‘후루나비’ 홈페이지로부터의 특징을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 농산물·수산물이 인기라는 점이 매우 두드러진다. 결국 「고향납세연구회 보고서」에서 고향납세의 의의라고 하는 ‘고향의 소중함’에 의해 도시에서 지방으로의 재분배가 일어나고 있는 것이 아니라, 농·수산물과 같은 인기있는 답례품을 제공하는 지역단체가 지방에 위치하고 있기 때문에 도시에서 지방으로 기부가 일어나고 있는 것이다.

둘째, ‘사정이 있음(訳あり)’과 같은 단어로 가성비를 강조하고 있지만, 실제로 홋카이도 지자체에 대한 조사에 따르면 단순히 상품명을 기재하는 것보다 ‘사정 있음(訳あり)’ 등의 단어를 추가하는 것이 기부액을 증가시킨다고 한다.

셋째, 답례품이 랭킹 형식으로 표시되는 점으로 미루어 볼 때, 각 지역단체가 기부처로 지정한 분야나 사업은 기부처 선택에 아무런 영향을 미치지 않는다는 것을 알 수 있다. 예를 들어, [그림 II-9]는 후루나비 홈페이지의 랭킹에서 홋카이도 시라누카

초(白糠町)의 연어알을 선택한 후 표시되는 페이지이다. 여기에 이르러서 비로서 '기부 신청 양식에서 사용처를 선택해 기부하세요'라는 문구가 표시되지만, 선택해야 할 '사용처'는 표시되지 않는다.

[그림 II-9] 「후루나비」 홋카이도 시라누카초의 금액 선택 페이지



자료: 「후루나비」, https://furunavi.jp/ranking_total.aspx, 검색일자: 2024. 10. 9.

이런 점은 다른 특정사업자의 포털 사이트에서도 마찬가지이다. [그림 II-10]은 '사토후루' 홈페이지의 랭킹²³⁾에서 홋카이도 몬베츠시(紋別市)의 가리비를 선택한 후 표시되는 페이지이다. 하나 더 덧붙이자면 소위 온라인 쇼핑과 같은 '장바구니 담기' 버튼은 이용자에게 더 이상 기부라는 것을 느끼지 못하게 할 가능성도 있음을 지적하고 싶다.

23) 사토후루, https://www.satofull.jp/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_content=text&utm_campaign=Google_normal_PC_A200173&gad_source=1&gbraid=0AAAAADMVnG5wbdnxNDvNOct6PD4nYtP7U&gclid=Cj0KCQjw05i4BhDiARIsAB_2wfCRh79mdEYhHUuVf4M5nW6fRav6w3a9PuzpefoHc1eiJNgefWu5tXgaAifEEALw_wcB, 검색일자: 2024. 10. 9.

[그림 11-10] 홋카이도 몬베츠시의 「사토후루」 가리비



자료: 사토후루, https://www.satofull.jp/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_content=text&utm_campaign=Google_normal_PC_A200173&gad_source=1&gbraid=0AAAAADMVnG52taByqNYgL9olkcfg5i6Wm&gclid=Cj0KCQjwsJO4BhDoARIsADDv4vDIRK0CpWFveDL4TLU-iqbYiXMej4jChxLDIGlgqooEeJ-KQcwFDv0aAu2-EALw_wcB, 검색일자: 2024. 10. 9.

이와 같이, 답례품을 선택함으로써 기부처의 지방단체가 결정되고, 그 후에야 기부처의 분야나 사업을 선택하는 포털 사이트의 구조는 고향납세의 현주소가 「고향납세 연구회 보고서」에서 주장한 고향납세의 의의, 즉 ① 납세자의 선택, ② 고향의 중요성, ③ 자치 의식의 발전과는 거리가 멀다는 것을 단적으로 보여주고 있다.

마지막으로 다음 그림은 ‘라쿠텐’ 포털 사이트에 게재되어 있는 고향납세를 설명한 만화의 일부이다.²⁴⁾ 여기에는 ‘과일 등 다양한 종류가 있어서 여러 지역의 특산품을 즐길 수 있어요’라고 적혀 있다.

24) 라쿠텐, <https://event.rakuten.co.jp/furusato/>, 검색일자: 2024. 10. 9.

[그림 11-11] 「라쿠텐」 포털 메인 페이지



자료: 「라쿠텐」의 포털 사이트에서 인용. 라쿠텐, <https://event.rakuten.co.jp/furusato/>, 검색일자: 2024. 10. 9.

‘후루나비’의 홈페이지상의 홋카이도 시라누카초의 가리비에 ‘먹어서 응원(食べて応援)’이라고 적혀 있는 것처럼, 특정사업자나 기부자에게도 답례품을 통해 지역경제 활성화에 기여하고 있다는 인식이 널리 퍼져 있다. 그러나 고향납세제도의 도입을 주장한 「고향납세연구회 보고서」에서는 “고향납세로 얻은 수입을 납세자의 ‘뜻’에 부응하는 시책에 활용하는 것을 통해 그 지역이 활성화되고, 발전이 촉진될 것으로 기대된다”, “고향납세를 통해 지방 행정에 대한 관심과 참여 의식이 높아져 ‘고향’의 지방단체와 함께 성장해 나갈 수 있을 것으로 기대된다”고 되어 있어, 제도 도입 시 의도한 취지와 현재 기부가 이루어지고 있는 형태 사이에 큰 괴리가 있다고 여겨진다.

2) 답례품 경쟁과 총무성 규제

답례품이 퍼지면서 더 많은 고향납세를 모으기 위해 지방단체 간에 ‘답례품 경쟁’이 생기게 되었다. 즉, 기부액에 대한 답례품의 액수를 높이는 것으로 보다 많이 고향 납세를 모으려고 하는 단체나, 아마존(Amazon) 상품권 등 환금성이 높은 답례품을 제공하는 단체가 나타나기 시작했다.

이미 언급했듯이 「고향납세연구회 보고서」에서는 ‘기부를 독려하기 위해 지방단체가 기부자에게 특산품 등의 증여를 약속하거나, 과거에 거주했던 고소득자 등에 대해 개별·직접적인 권유활동을 강하게 하는 제도 남용 우려가 있음’을 지적하고 ‘각 지방단체의 양식있는 행동을 강력히 기대한다’고 명시하고 있다. 하지만 고가의 답례품을 보내는 단체가 하나라도 나타나면 다른 단체들도 똑같이 고가의 답례품을 보낼 수밖에 없다.

이에 총무성은 지방단체에 고가의 답례품에 대한 자제를 거듭 요청하였다. 약간 길기는 하지만, 2017년부터 2019년 「지방세법」 개정에 이르기까지의 경위를 총무성 자치세무국의 「고향납세 지정제도에 있어서 2019년 6월 1일 이후의 지정 등에 대하여」에서 인용하면 다음과 같다.

2017년도

4월

- 총무대신 고시 발령
- ‘기부금 대비 답례품 비율이 높은 답례품’에 대해 조속히 답례품 비율을 30% 이하로 할 것 요청
- ‘금전적 유사성이 높은 것’, ‘자산성이 높은 것’, ‘가격이 고가인 것’을 보내지 말아 줄 것을 요청
- 전국시장회 및 전국시장군수구청장협의회에서 총무대신 고시를 근거로 대응할 것을 합의

5월

- 4월 조사에서 확인된 수용액이 많은 200개 단체 중 재검토가 필요하다고 생각되는 단체에 대해 재검토를 실시하도록 문서로 요청함

7월

- 4월 조사에서 확인된 약 1,100개 단체(상기 약 200개 단체 이외의 재검토가 필요하다고 생각되는 단체)에 대해 도도부현을 통해 재검토를 실시하도록 문서로 요청함

9월

- 총무대신 서한 「고향납세의 추가적 활용에 대하여」 를 발신

10월

- 「고향기업가 지원 프로젝트」, 「고향 이주 교류 촉진 프로젝트」 개시 발표
- 「전국시장회 춘계 블록 총회」(전국 9개 블록)에서 지자체장에게 재검토를 요청

1월(2018)

- 「전국 도도부현 재정과장·시정촌 담당과장 합동회의」에서 재검토 요청

3월(2018)

- 「후루사토 납세 활용 사례집」 공표

2018년도

4월

- 총무대신 고시 발령
- 답례품 비율이 30%를 초과하는 것을 답례품으로 하고 있는 단체에 대해 책임감 있고 양심적인 대응을 철저히 하도록 요청
- 지역자원의 활용이 이루어질 수 있도록 ‘지역 특산품 이외의 송부’에 대한 양심적인 대응을 요청
- 지방단체에 대해 신속한 재검토를 요청함과 동시에 4월 1일 시점의 재검토 상황을 조사
- 「전국 도도부현 재정과장·시정촌 담당과장 합동회의」에서 재검토 요청
- 전국시장회 및 전국 읍면동회에서 총무대신 고시를 바탕으로 대응할 것임을 재차 확인

5월

- 검토 상황이 좋지 않은 도도부현에 대한 청문회 실시
- 「전국시장회 춘계 블록총회」(전국 9개 블록)에서 시장에게 재검토 요청

· 「지방재정연락회의」(전국 8개 블록)에서 각 도도부현 간부에게 재검토 요청

6월

- 지방단체에 조속한 재검토를 요청함과 동시에 6월 1일 시점의 재검토 상황을 조사
- 전국시장회 창립 120주년 기념·제88회 전국시장회의에서 시장들에게 재검토 요청

7월

- 현황조사 결과 공표와 함께 통지에 따르지 않고 답례품을 발송한 12개 단체*를 공표하고, 장관 각료회의 후 기자회견에서 필요한 재검토를 조속히 실시하도록 요청

※ 답례품 비율이 30% 이상의 답례품 및 지역 특산품 이외의 답례품을 모두 보내고 있는 시구정촌으로, 2018년 8월까지 재검토할 의사가 없고, 2019년도 수령액이 10억엔 이상인 시구정촌: 이바라키현 사카이마치(茨城県境町), 기후현 세키시(岐阜県関市), 시즈오카현 오야마초(静岡県小山町), 시가현 오우미하치만시(滋賀県近江八幡市), 오사카부 이즈미사노시(大阪府泉佐野市), 후쿠오카현 무나카다시(福岡県宗像市), 고우게마치(上毛町), 사가현 가라쓰(佐賀県唐津市), 우레시노시(壱野市), 기야마초(基山町), 미야키초(みやき町), 오이타현 사에키시, 오이타현 사에키시(大分県佐伯市)

7월

- 「전국시장회 재정위원회·도시세제조사위원회」 회의에서 시장에게 재검토를 요청함
- 행정재정 연수회(지방행정재정조사회 주최)에서 야스다 사무차관 강연

8월

- 공표된 12개 단체장에게 직접 전화로 재검토를 요청하고, 재검토 진행상황 확인

9월

- 9월 1일 현재 검토 상황 공표와 함께 ‘과도한 답례품을 발송하여 제도의 취지를 왜곡하는 단체에 대해서는 고향납세의 대상에서 제외할 수 있도록 제도 재검토’할 것임을 각료회의 후 기자회견에서 표명
- 답례품 비율이 30%를 초과하거나 지역 특산품 이외의 답례품을 송부하고 있는 단체에 대해 개별적으로 시정촌세과장 통지를 발신하고, 11월 1일 현재 답례품의 재검토 내용 등을 조사하기 위해 그 사이에 하루라도 빨리 필요한 재검토를 실시하도록 요청이와 함께 개별적으로 시(읍-면-동)의회의장에게 시정촌세과장의 통지를 과장 공문으로 발송하여 답례품 재검토에 대한 현황을 인식하고 제도의 건전한 발전을 위한 배려를 요청

10월

- 11월 1일 시점 조사를 실시. 조회 문서에서 “현재 제도의 재검토를 검토하고 있는 중이며, 이번 보고 결과에 따라 각 단체의 재검토 진행 상황을 확인하겠다.”라고 밝힘“(11월 2일 이후 송부 현황에 대해서도) 제도 재검토 검토 시 참고하도록 하겠다.”라고 기재

11월

- 11월 1일 시점에서 담레품 비율이 30%를 초과하거나 지역산품 이외의 담레품을 발송하고 있는 단체를 공표하고, 그 내용도 감안하여 여당 세제조사회의에서 제도 재검토를 논의할 것임을 각료 각의 후 기자회견에서 표명
- 2019년도 지방세제 개정 등에 관한 지방재정심의회 의견(지금까지의 총무대신 고시 내용도 감안하여, (중략) 제도의 취지를 왜곡하고 있는 지방자치단체에 지출한 기부금에 대해서는 개인주민세의 특례공제를 하지 않는 것으로 하는 것 등을 검토할 수 있다).

12월

- 고향납세제도의 재검토안에 대해 여당 세조에서 논의, 여당 대강 정리
- 11~12월 시점 및 1월 1일 시점의 조사를 실시. 조회문서에서 “제도 재검토에 관한 법안 제출 전이지만, 본 보고 내용에 대해 담레품 발송 상황이 적정한지 여부를 확인하여 법 성립 후 새로운 제도에 따른 지정을 검토할 때 참고하겠다.”라고 기재
- 정부대강(政府大綱) 각의 결정

2월(2019)

- 「지방세법」 개정안 각의 결정, 국회 제출
- 오사카부 이즈미시노시의 대응에 대한 총무대신 코멘트 발표

3월(2019)

- 「지방세법」 개정 법안 성립
- 전국의 도도부현을 대상으로 고향납세제도에 관한 설명회 개최
- 고향납세 지정제도 창설 등에 관한 총무대신 코멘트 발표

2019년도

4월

- 고향납세 지정 제도에 관한 지정기준 결정, 고시
- 고향납세 지정 제도에 관한 신청서 제출(지방단체→총무성)
- 신청서 내용에 대해 지방단체의 청문회 실시(기본적으로 도부현의 시정촌 담당과를 대상으로 하며, 해당 시정촌이 희망하는 경우에는 청문회에 동석)

5월

- 고향납세 지정 제도에 관한 총무대신의 지정, 대상 단체를 고시한 후, 총무대신 코멘트 발표

고향납세와 관련한 2019년 「지방세법」의 주요 개정 내용은 ① 고향납세 대상이 되는 지방단체를 총무대신이 지정한다, ② 지정을 받지 않는 지방단체에 대한 기부금은 고향납세의 대상에서 제외한다 등 이다. ①의 총무대신에 의한 지정 기준은 모집 적정 실시 기준, 답례품 비율 30% 이하 기준, 지역 특산품 기준의 세 가지 기준이다.

첫 번째 기준은 모든 지방단체에 대한 기준이며, 고향납세의 모집을 적정하게 실시할 것을 요구하는 것이다. 두 번째와 세 번째 기준은 답례품에 관한 것이며, 두 번째 기준은 '기부금 수령에 따라 제공하는 답례품 등의 조달에 소요되는 비용으로서 총무대신이 정하는 바에 따라 산출한 금액'이 기부금의 30% 이하일 것을 요구하고 있다. 세 번째 기준은 답례품이 '도도부현의 구역 내에서 생산된 물품 또는 제공되는 용역 기타 이와 유사한 것'으로 할 것을 요구하고 있다.

그러나 작년 11월부터 올해 3월까지 지속적으로 '답례품 비율이 30%를 초과'하면서 '지역생산품 이외'의 답례품을 제공하고, 여기에 더하여 11월 이후에 '아마존 상품권' 등 이른바 상품권류를 새롭게 답례품에 추가하여 모집한 단체로서, 작년 11월부터 올해 3월까지 이러한 제도 취지에 반하는 방법으로 50억엔을 초과하는 금액을 모집한 4개 단체가 불지정되었다. 그리고 '답례품 비율이 30% 초과'하였거나 '지역특산품 외'의 답례품을 제공하여 2억엔을 초과하는 금액을 모집한 43개 단체의 지정대상 기간을 4개월로 한정하였다.²⁵⁾ 구체적인 단체는 <표 II-6>과 같다.

25) 총무성 자치 세무국, 「고향납세 지정제도에 있어서 2019년 6월 1일 이후의 지정 등에 대하여」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/file/report20190514_02.pdf, 검색일자: 2024. 10. 14.

〈표 II-6〉 불지정 또는 지정대상 기간이 4개월로 한정된 단체

불지정/4개월	도도부현명	시정촌명
불지정	오사카부(大阪府)	이즈미사노시(泉佐野市)
	시즈오카현(静岡県)	오야마초(小山町)
	와카야마현(和歌山県)	고야초(高野町)
	사가현(佐賀県)	미야키초(みやき町)
지정 대상 기간 4개월	홋카이도(北海道)	모리마치(森町), 야쿠모초(八雲町)
	미야기현(宮城県)	다가조시(多賀城市), 오사키시(大崎市)
	아키타현(秋田県)	요코테시(横手市)
	아마가타현(山形県)	사카타시(酒田市), 소나이초(庄内町)
	후쿠시마현(福島県)	나카지마무라(中島村)
	이바라키현(茨城県)	이나시카시(稲敷市), 츠클라미라이시(つくばみらい市)
	니가타현(新潟県)	산조시(三条市)
	나가노현(長野県)	오타리무라(小谷村)
	기후현(岐阜県)	미노카모시(美濃加茂市), 카니시(可児市), 도미카초(富加町), 히치소우초(七宗町)
	시즈오카현(静岡県)	아이즈시(焼津市)
	오사카부(大阪府)	기시와다시(岸和田市), 가이즈카시(貝塚市), 이즈미시(和泉市), 구마토리초(熊取町), 미사키초(岬町)
	와카야마현(和歌山県)	유야사초(湯浅町), 키타야마무라(北山村)
	오카야마현(岡山県)	소사시(総社市)
	고치현(高知県)	나하리초(奈半利町)
	후쿠오카현(福岡県)	노오가타시(直方市), 이이즈카시(飯塚市), 유쿠하시시(行橋市), 나카마시(中間市), 시메마치(志免町), 아카무라(赤村), 후쿠치마치(福智町), 고우게마치(上毛町)
	사가현(佐賀県)	가라쓰시(唐津市), 다케오시(武雄市), 오기시(小城市), 요시노가리초(吉野ヶ里町), 가미미네초(上峰町), 아리타초(有田町)
	미야자키현(宮崎県)	츠노초(都農町)
	가고시마현(鹿児島県)	가고시마시(鹿児島市), 미나미사쓰마시(南さつま市)

자료: 총무성 자치 세무국 「고향납세 지정제도에 있어서 2019년 6월 1일 이후의 지정 등에 대하여」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/file/report20190514_02.pdf, 검색일자: 2024. 10. 14.

그리고 총무성은 2023년 6월 27일 총무성 고시를 일부 개정하여 ① 고향 납세를 모집하는 비용에 대해 원스톱 특례 사무나 기부금 영수증 발행 등의 부대비용을 포함하여 50% 이하로 할 것(모집적합성 기준), ② 가공품 중 숙성육과 정미에 대해 원재료

가 해당 지방자치단체와 동일한 도도부현 내에서 생산된 것에 한하여 답례품으로 인정하기로 했다(지역산품 기준).

여기에 더하여, 총무성은 2024년 6월 28일에도 총무성 고시를 일부 개정하여 ① 기부부에 따라 포인트 등을 부여하는 것을 통한 모집 금지, ② 답례품 등을 강조한 광고 금지를 모집적합성 기준에 추가했다.

포인트는 특정사업자가 기부자에게 기부 금액에 따라 일정 포인트를 환원하는 것으로, ‘라쿠텐’(楽天) 이나 ‘후루나비’ 등에서 시행하고 있다. [그림 II-12]는 후루나비 홈페이지에 게재된 포인트 환원에 관한 배너로, ‘가을 후루나비 메가 환원제 최대 50% 환원’이라고 게재되어 있다(2024년 10월 10일 기준). 최근 특정사업자 간에 포인트 환원에 의한 기부자 확보 경쟁이 벌어지고 있는데, 이는 각 지역 단체가 특정사업자에게 지불하는 수수료가 재원이 되고 있다는 점에서 금지되어야 할 것이다.

[그림 II-12] 「후루나비」의 포인트 환원

The image shows a screenshot of the Furunabi website. At the top, there is a navigation bar with the Furunabi logo, a search bar, and various utility links like 'Ranking', 'Region', 'Category', 'Special', 'Points and Tax', and 'Original Service'. Below the navigation bar, there is a large promotional banner for 'Autumn Furunabi Mega Redemption Festival'. The banner features a large '50%' discount and 'Redemption' text. It also mentions 'Maximum 2024 October 20th' and 'Pre-entry required'. Below the banner, there are logos for 'Furunabi Coin Exchange', 'amazon', 'PayPay', 'dPOINT', and 'R POINT'. At the bottom of the banner, there is a list of terms and conditions in Japanese.

자료: 「후루나비」, https://furunabi.jp/ranking_total.aspx, 검색일자: 2024. 10. 14.

3) 피해지역 지원과 고향납세

이미 언급한 바와 같이, Yamamura et al.(2021)에서는 동일본 대지진 피해지역에 대한 고향납세가 일시적으로 증가했음을 보여주고 있다. 특정사업자의 포털 사이트에서는 지진이나 폭우와 같은 자연재해가 발생했을 때, 피해지역 지원을 강조하는 배너를 홈페이지에 게재하고 있다(그림 II-13) 참조). 이 배너를 통해서 실시하는 재해지역에서의 고향납세는, 「답례품을 희망하지 않는다」를 선택하게 된다. 또한 각 지역 단체도 특정사업자에게 수수료를 지불하지 않아도 된다. 그럼에도 불구하고 2024년 9월 이시카와현 호우 피해 긴급 지원에 91,915,835엔이 기부된 것으로 표시되어 있다(2024년 10월 10일 현재).

[그림 II-13] 「사토후루」의 피해지역 지원 기부



자료: 사토후루, https://www.satofull.jp/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_content=text&utm_campaign=Google_normal_PC_A200173&gad_source=1&gbraid=0AAAAADMVnG52taByqNYgL9olkf95i6Wm&gclid=Cj0KCQjwsJO4BhDoARIsADDv4vDIRK0CpWFveDL4TLU-iqbYiXMej4jChxLDIGlGqooEeJ-KQcwFDv0aAu2-EALw_wcB, 검색일자: 2024. 10. 14.

[그림 II-14]는 실제로 피해 지역에 고향 납세를 선택할 경우의 페이지이다. ‘기부를 한다(답례품을 원하지 않는다)’라고 기재되어 있는 것을 알 수 있다.

[그림 11-14] 「사토후루」의 피해지역 지원 고향납세

自治体一覧

愛媛県久万高原町	愛媛県今治市	愛媛県鬼北町
<p>石川県輪島市</p> <p>代理寄付: 愛媛県久万高原町</p>	<p>石川県輪島市</p> <p>代理寄付: 愛媛県今治市</p>	<p>石川県輪島市</p> <p>代理寄付: 愛媛県鬼北町</p>
<p>寄付をする (返礼品を希望しない)</p> <p>※上記リンクよりお申し込みされた寄付は、 選択して頂く寄付の使い道に関わらず、すべて 支援金として寄付されます。</p>	<p>寄付をする (返礼品を希望しない)</p> <p>※上記リンクよりお申し込みされた寄付は、 選択して頂く寄付の使い道に関わらず、すべて 支援金として寄付されます。</p>	<p>寄付をする (返礼品を希望しない)</p> <p>※上記リンクよりお申し込みされた寄付は、 選択して頂く寄付の使い道に関わらず、すべて 支援金として寄付されます。</p>
<p>寄付総額</p> <p>1,000円</p> <p>[2024年10月10日 14時13分 時点]</p>	<p>寄付総額</p> <p>2,000円</p> <p>[2024年10月10日 14時13分 時点]</p>	<p>寄付総額</p> <p>17,000円</p> <p>[2024年10月10日 14時13分 時点]</p>

자료: 사토후루, https://www.satofull.jp/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_content=text&utm_campaign=Google_normal_PC_A200173&gad_source=1&gbraid=0AAAAADMVnG52taByqNYgL9olkcfg5i6Wm&gclid=Cj0KCQjwsJO4BhDoARIsADDv4vDIRK0CpWFveDL4TLU-iqbYiXMej4jChxLDIGlqqooEeJ-KQcwfDv0aAu2-EALw_wcB, 검색일자: 2024. 10. 9.

4) 현지 결제형 답례품

최근 고향납세를 하고자 하는 지역 단체를 직접 방문하여 결제하는 현지 결제형 환급품이 등장했다. 특정사업자의 포털 사이트에서 농수산물을 선택하면 기부처가 결정되는 기존과 달리, 실제로 기부처를 방문해야만 고향납세를 할 수 있기 때문에 기존형 답례품에 비해 고향납세제도의 취지에 부합하고, 인기있는 농수산물을 답례품으로 제공할 수 없는 지방단체에도 고향납세를 모을 수 있는 가능성이 넓어졌다고 한다.

홋카이도 아바시리시(網走市)에서는 ‘유빙 관광 쇠빙선 오로라 터미널’의 유빙 관광 쇠빙선 오로라 승선료, ‘오호츠크 유빙관’ 입장료, ‘Connect trip(리버 카약, 사이클링, 피자 만들기 체험 등)’의 체험형 액티비티 이용 쿠폰을 현지 결제형 답례품으로 지정하고 있다. 이를 이용할 때는 현지에서 ‘고향납세로’라고 말하고, 고향납세 전용 결제 단말기에서 결제 후, 휴대전화 번호를 등록하면 나중에 문자메시지가 발송되고, 거기서 기부자 정보를 등록하면 아바시리시에서 기부금 수령 증명서 등 관련 서류를 보내준다.

2024년 8월 5일부터 9일까지 실시한 면담조사에서 기존형 답례품에 의존하는 경우, 답례품의 공급 능력에 따라 고향납세의 수용액이 좌우되는 점, 재방문자의 확보로 이어지기 어려운 점(동일한 답례품을 더 저렴한 가격으로 제공하는 지방단체로 기부자가

쉽게 이동하는 점) 때문에 더 이상 고향납세의 수용액을 늘리는 데는 한계가 있다는 점을 담당자가 지적하였다. 반면, 현지 결제형 고향납세의 경우, 실제로 기부처인 아버시리시까지 방문하게 되므로 그곳에서의 체험이 충실하다면 재방문 가능성이 높고, 현지에서의 소비(숙박이나 음식)가 발생한다는 점 등을 장점으로 꼽았다.

4. 소결

일본에서의 고향납세제도의 기부자 및 지방단체의 행위에 대한 이상과 실재를 정리하면 다음과 같다.

우선, 고향납세제도 도입의 근거가 된 「고향납세연구회 보고서」에 따르면, 지방단체가 기부를 받기 위해서는 ‘지방단체가 기부를 받기에 적합한 행정을 전개하고 있는 것이 전제’ 되고, ‘각 지방단체에서는 지역의 매력을 높이기 위한 지속적인 노력, 지역의 바람직한 정치·행정을 향한 끊임없는 경영개선 노력이 요구됨은 말할 필요도 없다’고 되어 있다. ‘기부금을 받기에 적합한 행정’이나 ‘지역의 매력을 높이기 위한 지속적인 노력’, ‘지역의 바람직한 정치·행정을 위한 끊임없는 개선 노력’은 명시되어 있지 않지만, 지역 간 경쟁이 지방정부를 규율하고 효율적인 재정운영을 촉진한다는 스토리를 상정하고 있었다고 생각된다.

그런데 답례품은 이러한 가정을 크게 바꾸어 놓았다. 원래는 경제적 이익(기부금 공제)이 있는 것이 인센티브이고, 기부처 선택은 기부 메뉴(정책)에 주목하였다. 하지만 답례품의 등장으로 금전적 인센티브가 강화되면서 기부처 선택이라는 행동이 답례품 선택이라는 행동으로 바뀌게 되었다.

본래 기부자에게 가장 중요한 것은 기부금의 사용처이며, 따라서 기부자는 기부처를 모니터링할 인센티브를 가진다. 기부자의 모니터링은 기부처인 지역단체를 규율하는 것으로 이어지며 각 지역단체도 기부금을 모으기 위해 ‘경영개선 노력’을 할 인센티브를 갖게 된다. 하지만 기부처의 선택이 기부금품의 선택으로 바뀌게 되면 기부자는 더 이상 기부처를 모니터링할 인센티브를 갖지 못한다. 따라서 기부처인 지역단체가 징계를 받지 않고, 각 지역단체는 ‘경영개선 노력’이 아닌 인기있는 답례품을 구비하는 데 매진하게 될 것이다. 또한, 다른 기부금 공제에 비해서도 기부금의 30%에

해당하는 답례품을 받을 수 있는 기부금은 고향납세 외에는 존재하지 않아 기부 문화 조성은 커녕 오히려 기부 문화를 훼손할 가능성도 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이, 고향납세제도의 이상과 현실의 괴리를 다음과 같이 정리할 수 있다.

괴리 ①: 답례품으로 인해 제도 도입 당시보다 강화된 기부자의 금전적 인센티브

괴리 ②: 기부처(기부 메뉴)가 아닌 답례품 선택이라는 기부자의 행동 변화

괴리 ③: '경영개선 노력'이 아닌 답례품 마련이라는 지방단체의 행동 변화

이러한 현상에 대해 총무성은 「지방세법」 개정을 통해 답례품의 금액과 특정사업자의 모집방법을 규제하는 방향으로 대응해왔다. 그러나 애초에 「고향납세연구회 보고서」에서는 답례품의 존재 자체를 상정하지 않았기 때문에 여전히 제도의 이상과 현실이 괴리되어 있는 상황이 지속되고 있다.

한편, 답례품을 원하지 않는 피해지역 지원을 목적으로 한 고향납세나 현지 결제형 고향납세 등 새로운 시도도 확산되고 있다는 점에 주목할 수 있다.

Ⅲ. 한국의 고향사랑기부제

1. 제도 도입²⁶⁾

가. 연혁 및 도입 배경

우리나라에서 고향세(고향사랑기부제)에 대한 논의가 본격적으로 제기되기 시작한 것은 일본에서 고향납세제 논의가 이루어진 시점과 거의 유사한 때였다. 일본의 경우, 2006년 3월 「일본경제신문」이 처음으로 ‘고향세제’라는 용어를 소개한 것을 시작으로, 같은 해 10월 후쿠이현의 니시카와 카즈미 지사가 ‘고향 기부금 공제제도’ 도입을 제안하면서 고향세 문제가 정치적으로 확산되었다. 이어 2007년 6월 아베 신조 내각의 자민당이 참의원 선거 전략으로 고향납세제를 통한 ‘향토사랑’이라는 테마를 적극적으로 강조하면서, 결국 2008년 4월 고향납세제의 입법화에 성공하였다.

우리나라에서도 비슷한 시기인 2007년에 공식적으로 ‘고향세’가 등장하였다. 당시 제17대 대통령 선거를 앞둔 2007년 12월 창조한국당 문국현 후보가 선거 공약으로서 “자유무역협정(FTA)에 따른 농촌 및 농민 피해를 완화하기 위해 도시 거주자의 주민세 중 10%를 고향지역으로 돌리는 ‘고향세’를 도입하겠다”고 밝힌 것이 최초의 공식적 논의였다. 그러나 문국현 후보가 선거에서 패배하면서 이 제안은 현실화되지 못했고, 이어 2008년 4월 창조한국당은 국회의원 선거에서 다시 ‘고향세 제도화’를 공약으로 내세워 사회적 관심을 불러일으켰지만, 의회 내 교섭단체 구성에 실패하여 이 역시 실현되지 못하였다.

이후 2010년 4월 하순, 당시 여당인 한나라당이 6·2 지방선거에서 지역균형발전을 위해 ‘고향세(향토발전세)’ 도입을 검토하면서 재차 주목받게 되었다. 당시 한나라당의 김성조 의원은 지역 간 재정 불균형을 해소하고자, 일본의 고향납세제와 기본 구조는 유사하지만, 지방소득세(당시 명칭 소득할 주민세)의 최대 30%까지 본인의 고향 또는

26) 이 부분은 신두섭·염명배(2016), 염명배(2017), 염명배(2019), 홍근석·염명배·신두섭(2019), 염명배(2021), 염명배(2024) 등에서 정리한 것임

5년 이상 거주한 타 지역에 납부할 수 있도록 하는 방안을 제안하였다. 그러나 이러한 제안은 세금의 지역 간 분산에 따른 지방자치 원칙 위배 논란과 조세 원칙과의 충돌, 실질적인 지방재정 확충 효과가 미미하다는 기획재정부의 부정적 견해와 함께, 수도권에 집중된 약 800만명의 출향민에 대한 역차별 우려, 그리고 지자체 간 경쟁과 갈등 유발 가능성 등이 문제가 되어 최종적으로 지방선거의 공식 공약으로 채택되지 않았다.

그 이후 지방자치단체 주도로 고향세 도입 논의가 다시 활발해지면서, 2012년 충청남도는 ‘향토발전세’라는 명칭으로 제도화를 시도했지만, 구체적인 성과를 이루지는 못했다. 그러다 2015년부터 다시 각 지자체를 중심으로 ‘고향세’에 대한 관심이 커지기 시작하였다. 2015년 7월 2일 경상북도 김관용 도지사가 지방세의 최대 30%를 개인의 출생지에 납부하는 ‘고향발전세’의 도입을 주장하였으며, 2016년 3월 7일 전라북도 의회는 ‘고향기부제 도입 촉구 건의안’을 통과시켰고, 같은 달 23일에는 전국 시·도의 회 의장협의회가 ‘고향기부제 도입을 위한 대정부 정책건의안’을 만장일치로 채택하였다. 또한 지역연구원 차원에서도 2016년 2월 강원발전연구원(현재 강원연구원)과 같은 해 4월 전북연구원이 각각 고향세 관련 연구보고서를 발표하는 등 활발한 논의가 이루어졌다.

한편, 국내에서는 고향사랑기부제(고향세)에 대한 학술연구가 2010년 이후부터 약 50편 가까이 수행되어 발표되었다. 국내의 고향사랑기부제에 대한 기존 연구를 시기별 및 유형별로 체계화한 자료로는 국중호·염명배(2021), 염명배(2021)를 참고할 수 있다.

나. 「고향사랑기부금법」 제정²⁷⁾

우리나라에서 고향사랑기부제(일반적으로 ‘고향세’) 논의가 일본과 거의 동 시기에 시작되었음에도 불구하고, 일본에서는 처음 공론화된 지 1~2년 만에 신속하게 법률로 제정된 반면, 한국에서는 제도의 도입 여부와 구체적 방식 등을 둘러싼 치열한 논쟁과 찬반 토론으로 인해 법제화에 이르기까지 무려 14년이라는 긴 기간이 소요되었고, 실제 제도의 시행까지는 총 16년이라는 시간이 걸렸다.

27) 이 부분은 주로 염명배(2021)를 활용하였음

1) 법제화 추진 경과

고향사랑기부제(고향세)와 관련한 국회의 법안 발의는 2009년 당시 한나라당 소속 이주영 의원의 법안 제출을 시작으로, 2021년 「고향사랑기부금법(고향사랑기부금에 관한 법률)」이 국회 본회의를 통과하기까지 12년에 걸쳐 모두 21건의 법안(행정안전위원회 대안 포함)이 발의되었다. 국회 회기별로 살펴보면, 제18대 국회에서 2건, 제20대 국회에서 13건, 제21대 국회에서 6건(대안 포함)이 각각 발의되었다. 이 가운데 고향세(고향사랑기부제)를 위한 완전히 새로운 법률의 '제정안'은 대안을 포함하여 총 11건이었고, 나머지 10건은 기존 법률의 '일부 개정'을 통해 고향세 제도를 도입하려는 내용을 담고 있다.

이러한 법안의 국회 회기별 발의 현황을 정리하면 다음과 같다.

가) 제18대 국회

제18대 국회에서는 2009년에 당시 한나라당의 이주영 의원이, 2011년에는 민주통합당의 홍재형 의원이 각각 고향사랑기부제(고향세) 관련 법안을 대표로 제출하였다.

먼저, 이주영 의원은 2009년 3월에 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」 일부개정안을 발의하여, 기초자치단체가 자기 관할 이외 지역에 주소를 둔 사람들에게 '고향 투자기부금' 형태의 기부금을 받을 수 있도록 법적 근거를 마련하고자 했다.

이어 2011년 7월에는 홍재형 의원이 「소득세법」의 일부 개정안을 발의하였다. 이 개정안은 수도권 과밀 현상을 완화하고 지역 간 재정 불균형을 해소하는 것이 목적이었으며, 비수도권에 거주하는 납세자가 자신이 내야 할 소득세의 최대 10%까지 본인이 지정한 고향(단, 수도권은 제외)의 세입으로 납부할 수 있도록 하는 내용을 담고 있었다.

이 두 의원이 제안한 법안들은 기존 법률을 일부 수정하는 '개정안' 형태였으며, 완전히 새로운 법을 만드는 '제정안'은 아니었다. 그러나 이 두 법안은 찬성과 반대의 첨예한 의견대립 속에서 결국 입법화되지 못하고 제18대 국회의 임기 만료와 함께 자동 폐기되었다.

다음은 제18대 국회에서의 고향세 관련 법안 발의 현황을 정리한 표이다.

〈표 III-1〉 고향세 관련 법률안 발의 현황(제18대 국회)

대표 발의자		제안일	법률안	도입 목적	주요 내용
18대 국회	이주영 의원	2009. 3. 13	「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률 일부 개정 법률안」	지역불균형 해소	기초자치단체가 관할 구역 밖에 주민등록이 되어있는 자로부터 고향투자기부금을 모집할 수 있는 근거 마련
18대 국회	홍재형 의원	2011. 7. 7	「소득세법 일부 개정 법률안」	지역불균형 해소, 수도권 과밀화 해소	비수도권 거주자가 본인이 납부할 소득세액의 10% 이내 금액을 본인이 지정하는 고향(수도권 제외)의 세입으로 신청

자료: 국회의안정보시스템(<http://likms.assembly.go.kr/bill/main.do>)을 바탕으로 작성; 홍근석·염명배 신두섭(2019), p. 196.

나) 제20대 국회

제19대 국회에서는 고향세 관련 법안이 제출되지 않았으나, 제20대 국회에서는 총 13건의 관련 법률안이 발의되었다. 우선 2016년 7월에 황주홍 의원은 「농어촌발전을 위한 공동모금 및 배분에 관한 법률」을 제정하여 농어촌 활성화를 위한 기부금의 공동모금 및 배분을 가능하게 하는 내용을 최초로 제안하였다. 뒤이어 2016년 8월 안호영 의원은 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」 일부개정안을 제출해, 특정 지역에 10년 이상 거주한 이들이 해당 지역 발전을 위한 기부금을 자발적으로 낼 경우 이를 ‘고향기부금품’이라는 명칭으로 지자체가 모금할 수 있도록 하는 내용을 담았다.

이후 2017년 문재인 정부 출범과 함께 한 해 동안 가장 많은 9건의 고향사랑기부제 관련 법률안이 국회에 제출되었다. 전재수 의원은 2017년 5월 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」 개정안을 발의하여 재정자립도나 재정자주도가 20% 이하인 지방자치단체가 100만원 이하의 ‘고향기부금’을 모집할 수 있도록 했다. 2017년 6월 홍의락 의원은 「소득세법」을 일부 개정해, 수도권(서울·경기·인천) 거주자가 자신의 소득세의 최대 10%를 지방자치단체(수도권 제외)의 세입으로 납부하도록 하는 방안을 발의했다. 같은 해 6월 강효상 의원은 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」 개정안을 통해, 개인의 출생지 또는 이와 관련된 지자체가 기부금을 받을 수 있도록 허용하는 내용을 제시했다.

2017년 8월 박덕흠 의원은 「지방세법」 개정안을 통해 납세자가 지방소득세의 최대 30%까지 다른 지자체에 납부할 수 있게 하였고, 같은 달 김광림 의원은 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」 개정안을 발의해, 기초지자체가 10년 이상 거주했던 사람

으로부터 ‘고향기부금’을 모금하고, 기부자에게 지역 특산물 등의 보상을 제공할 수 있도록 규정하였다.

2017년 9월 김두관 의원은 「지방세특례제한법」 개정안을 제출하여 재정자립도가 30% 이하인 지자체가 해당 지역 출신 인사로부터 최대 연간 3,000만원까지 ‘고향사랑기부금’을 모금할 수 있도록 했다. 같은 달 이개호 의원은 「고향사랑기부금에 관한 법률안」을 최초로 제정안 형태로 제안하였으며, 이는 해당 지자체 주민 이외의 사람들만 대상으로 기부금을 모집하고 기부자에게 일정한 보상을 제공할 수 있도록 했다. 이 법안은 이후 행정안전부의 정부입법안으로 채택되었다.

또한 2017년 9월 주승용 의원은 「소득세법」을 개정하여 수도권 및 대도시 거주자가 소득세의 최대 10%를 본인이 지정한 시·군의 세입으로 이전할 수 있도록 제안했으며, 같은 해 11월 이명수 의원은 「지방세법」 개정안을 발의하여 도시로 이주한 사람이 부동산을 취득할 때 취득세 일부를 자신의 고향에 납부할 수 있도록 했다.

2018년에는 총 2건의 법안이 추가로 제출되었다. 2018년 8월 정인화 의원은 「지역균형발전기부금에 관한 법률」 제정안을 발의하여 해당 지자체 거주민 외의 사람들만 기부할 수 있고, 기부자에게는 보상을 제공하도록 하였다. 뒤이어 2018년 9월 윤영일 의원은 「고향발전기부금법」 제정안을 제출하면서 역시 거주민 외 인물의 기부금만을 허용하고 이를 지역주민 복지향상을 위한 용도로만 사용하도록 규정하였다.

제20대 국회에 제출된 13개의 고향사랑기부제 관련 법안 가운데 완전히 새로운 법을 만드는 ‘제정안’은 5건, 기존 법률을 일부 수정하는 ‘개정안’은 8건이었다. 이는 당시까지는 법률 개정 형태의 법안이 제정 형태의 법안보다 더 많았음을 보여준다. 그러나 제20대 국회에서 발의된 모든 법안은 결국 제18대 국회와 마찬가지로 실제 법제화까지 이르지 못하고 회기 종료와 함께 자동 폐기되었다.

〈표 III-2〉 고향세(고향사랑기부제) 관련 법률안 발의 현황(제20대 국회)

대표 발의자	제안일	법률안	도입 목적	주요 내용	
20대 국회	황주홍 의원#	2016. 7. 13.	「농어촌 발전을 위한 공동모금 및 배분에 관한 법률안」 (제정)	농어촌 발전, 국가균형발전	농어촌발전공동모금회를 설립하여 농어촌 지방자치단체에 배분하기 위한 목적으로 기부금품 모집
	안호영 의원	2016. 8. 16.	「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률 일부 개정 법률안」	지방세수 증대, 지역균형발전	한 지역에 10년 이상 거주한 사람 등이 그 지역의 발전을 위하여 자발적으로 기탁하는 경우 지방자치단체가 이를 고향기부금품으로 접수
	전재수 의원	2017. 5. 15.	「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률 일부 개정 법률안」 등 4건	지방세수 증대, 지역균형발전	재정자립도 또는 재정자주도가 20% 이하인 지방자치단체로 하여금 100만원 이하의 고향기부금 모집
	홍의락 의원	2017. 6. 1.	「소득세법 일부 개정 법률안」	비수도권 재정여건 개선, 지역 간 재정불균형 완화	서울·경기·인천(수도권)의 거주자는 본인이 납부할 소득세액의 10% 이내의 금액을 본인이 지정하는 고향(수도권 제외)의 세입으로 신청
	강효상 의원	2017. 6. 27.	「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률 일부 개정 법률안」 등 4건	지방재정 확충, 기부문화 활성화	기부자의 출생지 및 이에 준하는 지방자치단체가 모집하는 기부금의 경우 기부금품 모집
	박덕흠 의원	2017. 8. 8.	「지방세법 일부 개정 법률안」 등 2건	지방재정 확충, 지역 간 재정불균형 완화	납세자가 지방소득세의 30% 범위에서 현행 「지방세법」에 따른 지방소득세 납세자가 아닌 다른 지방자치단체에 납부할 때에 그 지방자치단체가 도 또는 구에 해당하는 경우에는 도 또는 구 세입으로 간주
	김광림 의원	2017. 8. 9.	「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률 개정안」	애향심 고취, 지방재정 확충	기초자치단체는 10년 이상 거주한 사람으로부터 고향기부금을 모집·접수하고 고향기부금을 자발적으로 기탁한 사람에게 특산물 등 제공
	김두관 의원	2017. 9. 14.	「소득세법 일부 개정 법률안」 등 4건	지방재정 확충, 지역균형발전	재정자립도가 30% 이하인 지방자치단체로 하여금 해당 지역 출신자에게 연간 3천만원 이하의 고향사랑기부금 모집
	이개호 의원#	2017. 9. 27.	「고향사랑기부금에 관한 법률안」 (제정)	건전한 기부문화 조성, 지방재정 확충, 국가균형발전	지방자치단체는 해당 지방자치단체의 주민이 아닌 사람에 대해서만 고향사랑기부금을 모금·접수할 수 있으며, 지방자치단체는 기부자에게 물품 또는 경제적 이익 제공

〈표 III-2〉의 계속

대표 발의자	제안일	법률안	도입 목적	주요 내용	
20대 국회	주승용 의원#	2017. 9. 29.	「고향사랑기부금에 관한 법률안」 (제정)	지역 간 재정불균형 해소, 지역균형발전	수도권 및 대도시 거주자가 납부할 소득세의 10% 한도에서 본인이 지정한 시·군의 세입으로 이전
	이명수 의원	2017. 11. 17.	「지방세법 일부 개정 법률안」	애향심 고취, 지역 간 재정불균형 해소, 지역활성화	대도시로 이전하여 살고 있는 사람들이 부동산을 취득하는 경우에 취득세의 일부를 자신의 고향에 납부
	정인화 의원#	2018. 8. 27.	「지역균형발전 기부금에 관한 법률안」 (제정)	건전한 기부문화 조성, 지역활성화	지방자치단체는 해당 지역의 주민이 아닌 사람에 대해서만 지역균형발전 기부금을 모금·접수할 수 있으며, 기부자에게 물품 또는 경제적 이익 제공
	윤영일 의원#	2018. 9. 13.	「고향발전 기부금 법안」 (제정)	건전한 기부문화 조성, 지역 간 재정불균형 해소, 지역균형발전	지방자치단체는 해당 지역의 주민이 아닌 사람에 대해서만 기부금을 모금·접수할 수 있으며, 지방자치단체는 지역주민 복지 확대를 위한 용도로만 사용

주: # 표시는 법률 제정안 발의 의원, 나머지는 개정안 발의 의원.
자료: 국회의안정보시스템(<http://likms.assembly.go.kr/bill/main.do>)을 바탕으로 작성: 홍근석·염명배 신두섭(2019), p. 196-197.

다) 제21대 국회

(1) 개별 발의안(5건)

2017년 문재인 당시 대통령 후보가 고향사랑기부제 도입을 대선 주요 공약으로 내세운 이후, 문재인 정부는 출범 직후 고향사랑기부제 법제화를 ‘국정운영 100대 과제’ 및 ‘자치분권 로드맵 30대 추진과제’에 포함시켜 적극적으로 추진하였다. 이러한 정부 차원의 강력한 정책 추진으로 마침내 제21대 국회에서 「고향사랑기부금법(고향사랑기부금에 관한 법률)」이 제정되는 결실을 맺게 되었다.

제21대 국회에서는 총 6건의 고향사랑기부제 관련 법안이 제출되었으며, 이 중 5건은 개별 국회의원이 각각 발의한 법안이었고 나머지 1건은 행정안전위원장이 개별 의원들이 발의한 법안들의 주요 내용을 통합하여 만든 대안이었다. 특히 제21대 국회에서 발의된 법안 6건 모두 기존 법률을 개정하는 형태가 아닌, 완전히 새로운 법률을 만드는 ‘제정안’이었다는 점이 특징이다.

제20대 국회에서는 기존 법률의 일부를 수정하는 개정안이 더 많았던 것과 달리, 제21대 국회에서는 기존 법률을 수정하는 방식보다는 새로운 독립된 법률 제정을 통

해 고향사랑기부제를 도입하는 것이 보다 적절하다는 인식이 압도적으로 형성되었음을 보여준다. 이는 문재인 대통령의 대선공약과 이후 정부 차원에서 국정과제로 설정된 법 제정 기조가 직접적인 영향을 미친 결과라고 볼 수 있다.

〈표 III-3〉 고향사랑기부제 관련 법률안 발의 현황(제21대 국회)

대표 발의자	제안일	법률안	도입 목적	주심사 경과
이개호 의원#	2020. 6. 3.	「고향사랑기부금에 관한 법률안」(제정)	건전한 기부문화 조성, 지방재정 보완, 국가균형발전	제382회 국회(정기회) 제2차 전체회의(2020. 9. 10.) 상정 후 제안 설명, 검토보고 및 대체토론을 거쳐 소위원회 회부 제382회 국회(정기회) 제2차 법안심사 제1소위(2020. 9. 21.) 상정
김태호 의원#	2020. 7. 2.	「고향사랑기부금에 관한 법률안」(제정)	지방재정 확충, 세수격차 축소, 국가균형발전	제382회 국회(정기회) 제2차 전체회의(2020. 9. 10.) 상정 후 제안설명, 검토보고 및 대체토론을 거쳐 소위원회 회부 제382회 국회(정기회) 제2차 법안심사 제1소위(2020. 9. 21.) 상정
김승남 의원#	2020. 7. 7.	「고향사랑기부제에 관한 법률안」(제정)	지방재정 확충, 지역경제 활성화, 기부문화 활성화	제382회 국회(정기회) 제2차 전체회의(2020. 9. 10.) 상정 후 제안설명, 검토보고 및 대체토론을 거쳐 소위원회 회부 제382회 국회(정기회) 제2차 법안심사 제1소위(2020. 9. 21.) 상정
한병도 의원#	2020. 7. 23.	「고향사랑기부금에 관한 법률안」(제정)	건전한 기부문화 조성, 지역경제 활성화, 국가균형발전	제382회 국회(정기회) 제2차 전체회의(2020. 9. 10.) 상정 후 제안설명, 검토보고 및 대체토론을 거쳐 소위원회 회부 제382회 국회(정기회) 제2차 법안심사 제1소위(2020. 9. 21.) 상정
이원욱 의원#	2020. 8. 18.	「고향사랑기부금에 관한 법률안」(제정)	건전한 기부문화 조성, 지방재정 확충, 국가균형발전	국회법 제58조제4항의 규정에 따라 법안심사 제1소위원회(2020. 9. 15.)에 직접 회부, 제382회 국회(정기회) 제2차 법안심사 제1소위(2020. 9. 21.) 상정

주: # 표시는 법률 제정안 발의 의원
 자료: 국회의안정보시스템(<http://likms.assembly.go.kr/bill/main.do>); 행정안전위원회(2020; 2021)를 바탕으로 작성

2020년 6월 제21대 국회가 개원하자마자 최초의 법안으로 발의된 이개호 의원안은 「고향사랑기부금에 관한 법률」을 새로 제정하는 방안으로, 제20대 국회 당시 2017년 9월 발의된 이개호 의원안의 내용과 큰 틀에서 거의 동일하였다. 이 법안의 주요 내용은 특정 지자체에 거주하지 않는 사람만을 대상으로 ‘고향사랑기부금’을 모집 및 접수할 수 있도록 허용하며, 기부자에게는 지역 특산품 등의 보상이나 경제적 혜택을 제공할 수 있도록 했다. 또한 기부금을 사회적 취약계층 지원 및 주민의 복리 향상

목적에 한정하여 사용하도록 규정하고, 투명한 기부금 운용을 위해 별도의 기금을 설치하며 정보공개시스템을 운영하여 현황을 공개할 것을 제안하고 있다.

2020년 7월에는 김태호 의원이 「고향사랑기부금에 관한 법률」 제정안을 발의했는데, 이는 지방세 납세자가 자신이 부담하는 지방세액의 최대 10% 범위 내에서 다른 지자체(본인의 지방세 납부지역 이외의 지자체)를 선택해 기부 형태로 세입을 납부할 수 있게 허용하고, 이 경우에도 기부자에게 물품 또는 경제적 혜택을 제공할 수 있도록 했다. 또한 기부금을 효율적으로 관리하기 위한 별도의 기금을 설치하여, 기금이 사회적 취약계층 지원과 주민 복지 증진에만 사용되도록 명시하였다.

같은 달(2020년 7월)에 김승남 의원이 제출한 「고향사랑기부제에 관한 법률」 제정안은 고향사랑기부의 대상, 방식, 범위, 사용처, 답례품의 제공 여부 및 한도 등을 명확히 하여 지방재정의 자립을 강화하기 위한 목적을 담고 있다. 기부의 대상 지역은 수도권권을 제외한 비수도권 지자체로 제한하고, 기부금에 대해서는 「조세특례제한법」에 따라 세액공제 혜택을 부여하며, 기부금을 수령한 지자체가 지역 농축수산 특산물을 답례품으로 제공할 수 있도록 규정했다. 아울러 기금 설치를 통해 기부금의 투명성을 보장하도록 하였다.

2020년 7월 한병도 의원이 발의한 「고향사랑기부금에 관한 법률」 제정안 역시 특정 지자체 거주민이 아닌 사람만을 대상으로 기부금을 모집·접수하도록 하였고, 기부자에 대한 답례로 지역 특산품 또는 경제적 혜택을 제공할 수 있도록 했다. 기금 설치를 통해 기부금이 지역경제 활성화와 주민의 복리 증진 목적으로만 활용되도록 명시했다.

이어 2020년 8월 이원욱 의원은 「고향사랑기부금에 관한 법률」 제정안을 발의하면서, 기부금 모집 대상을 지자체에 거주하지 않는 개인은 물론 소재지를 해당 지자체에 두지 않은 법인까지 확대하였다. 또한, 개인지방소득세와 법인세의 공제를 허용하고, 기부자에게 지역 특산품 등 보상을 제공할 수 있도록 했으며, 기부금의 효율적 관리 및 사용을 위한 기금을 설치하고 이를 사회적 취약계층 지원 및 주민 복지 증진 목적으로만 사용하도록 규정하였다.

이상의 법안들처럼 ‘고향사랑기부금’을 직접 명시한 법안 5건 이외에도 제21대 국회에서는 고향사랑기부제와 유사한 취지를 담은 법안이 3건 더 있다. 전재수 의원이 2020년 8월 14일 발의한 「기부금품법, 조세특례법, 지방세특례법, 소득세법 일부개정 법률안」[재정자립도가 20% 이하인 지자체 대상, 답례품 제공 없음]과 위성곤 의원이

2020년 8월 21일 제안한 「지역균형발전을 위한 공동모금 및 배분에 관한 법률안」[모든 국민을 대상으로 지역균형발전 공동모금회 운영, 답례품 제공 없음], 그리고 배준영 의원이 같은 날 발의한 「인구감소지역발전 특별법안」 등이 이에 해당한다.

(2) 행안위 대안(통합·조정안)

제21대 국회에서 발의된 5개의 법률안은 2020년 9월 21일 열린 제382회 국회(정기회) 행정안전위원회 제2차 법안심사 제1소위원회에서 심사를 진행한 결과, 개별 법안을 각각 국회 본회의에 올리는 대신, 해당 법률안들의 주요 내용을 하나로 종합하여 수정·보완한 후 소위원회 차원에서 마련한 대안에 기부자에게 답례품을 제공할 수 있는 근거 조항을 추가한 수정안을 ‘행정안전위원회 대안’으로 채택하기로 결정하였다.

이에 따라 행정안전위원회는 2020년 9월 22일, 이 통합된 「고향사랑기부금에 관한 법률안」(대안)을 행정안전위원장 명의로 공식 발의하고, 같은 회기인 제382회 국회(정기회)에 상정하기로 여야 간 합의로 최종 결정하였다.

〈표 III-4〉 고향사랑기부제 행안위 대안(통합조정안)(제21대 국회)

대표 발의자	제안일	법률안	도입 목적	주심사 경과
행정안전위원장#	2020. 9. 22	「고향사랑기부금에 관한 법률안」(대안)(제정)	지방소멸 방지, 건전한 기부문화 조성, 지역경제 활성화, 국가균형발전	제382회 국회(정기회) 제5차 행정안전위원회(2020. 9. 22)에서 상기 5건의 법률안을 각각 본회의에 부의하지 아니하고, 각 법률안의 내용을 통합·조정하여 위원회 대안으로 제안하기로 함

주: #표시는 법률 제정안 발의 의원
 자료: 국회의안정보시스템(<http://likms.assembly.go.kr/bill/main.do>); 행정안전위원회(2020)를 바탕으로 작성

법안심사 과정에서 마련된 통합·조정 대안의 주요 내용은 다음과 같다.

- ① 고향사랑기부금 제도는 건전한 기부문화 확산, 지역경제 활성화 및 국가 차원의 균형발전에 기여하는 것을 목적으로 한다(제1조).
- ② 고향사랑기부금은 해당 지방자치단체에 거주하지 않는 사람만을 대상으로 모집·접수가 가능하다(제4조).
- ③ 지자체는 기부자에게 일정 범위 내에서 지역 특산물 등의 답례품을 제공할 수 있다(제9조).

- ④ 기부금의 투명하고 효율적인 관리와 운용을 위해 별도의 기금을 설치하여 지역 경제 활성화 및 주민 복지 증진 목적으로만 사용해야 한다(제10조).
- ⑤ 기부금 접수 현황과 기금 운영 결과를 투명하게 공개하기 위해 관련 정보시스템을 구축하고 운영하도록 규정하고 있다(제11조, 제12조).
- ⑥ 또한 기부금의 기부나 모금을 타인에게 강요하는 행위를 금지하고, 이를 위반할 경우 처벌할 수 있도록 규정하고 있다(제16조).

(3) 법제사법위원회(법사위) 논의사항 및 대안 수정안

행정안전위원회를 통과한 통합·조정안(행안위 대안)은 2020년 11월 18일 국회 법제사법위원회(법사위)의 법안심사 제2소위원회로 넘어갔으나, 여기서 야당인 국민의힘 의원들이 지자체가 기부금을 모금하는 과정에서 지역기업에 부담을 주거나 선거에 영향을 미칠 수 있다는 부작용을 우려하며, 법사위 권한을 넘어서는 내용상의 수정요구를 제기하여 보류 의견을 냈다. 이에 대해 소관 상임위원회인 행안위 소속의 더불어민주당 의원들은 “행안위에서 이미 답례품 지급 규정 등 주요 쟁점들을 모두 해소하고 여야가 합의하여 법안을 통과시켰는데, 법사위가 체계·자구심사의 범위를 벗어나 법안의 내용까지 문제 삼아 다시 소위원회로 회부한 것은 부당하다”며 반발했으나 상황은 바뀌지 않았다(농민신문, 2021. 2. 5.).

이처럼 법사위 전체회의를 통과하지 못하고 장기간 표류한 법안은 이후 약 10개월간 네 차례(1차 2021. 2. 25.; 2차 3. 16.; 3차 6. 24.; 4차 9. 24.)의 추가적인 논쟁과 논의를 거치면서 원안의 일부가 수정되었다. 이 가운데 원안의 핵심 내용을 결정적으로 수정·변경한 대표적인 회의는 3차(6월 24일) 및 4차(9월 24일) 소위원회였으며, 여기서는 3차 소위원회(6월 24일) 논의 과정을 구체적으로 소개한다.

① 3차 소위(2021. 6. 24.)의 주요 논의 내용

법사위에 상정된 행안위 대안(원안)에 대해 법사위 법안심사 제2소위원회가 중점적으로 제기한 수정요구는 다음 네 가지였다. ㉠ 공무원이 동원되어 강제로 기부금을 모집하는 행위 방지 방안 마련, ㉡ 기부금 납부자 개인과 지자체의 연간 기부액 상한 설정, ㉢ 광역 및 기초지자체가 동시에 중복으로 기부금을 모집하는 행위 방지, ㉣ 제도 시행 시기의 지방선거 이후로의 유예였다. 법사위 소위는 이러한 문제점들에 대해

보다 엄격한 규제를 마련하도록 원안 수정을 요구했다.

법사위의 수정요구에 대해 행정안전부 차관은 3차 소위원회 회의에 참석하여 다음과 같은 입장을 밝혔다. 먼저, ㉓ 공무원 동원 모금 강요 방지에 대해서는 공무원이 소속 직원들에게 고향사랑기부금 납부 및 모집을 강제하거나 권유하는 행위를 금지하는 규정과 이에 대한 처벌 규정을 신설하겠으며, 고향사랑기부금 심의위원회라는 종합적 심의·조정기구를 설치하고 공익제보를 위한 조항을 추가하겠다고 답변하였다. 다음으로 ㉔ 개인별 및 지자체별 기부금 상한 설정과 관련하여 개인이 납부 가능한 기부액은 연간 500만원까지로 법률에 명시하고, 이를 초과한 액수는 기부금 심의위원회의 별도 심사를 거쳐 승인받아야 하며, 각 지자체가 모집할 수 있는 연간 총액도 100억원으로 한도를 법제화하고 다만 예외적으로 재난 및 안전관리 기본법상 특별재난지역으로 선포된 지역의 경우 선포 후 3개월 내에 접수한 금액은 상한에서 제외하는 방향으로 하겠다고 밝혔다.

또한 ㉕ 광역과 기초지자체의 중복 모금 방지 요구에 대해서는 접수 주체를 기초자치단체로만 제한하면 광역 지자체에 대한 역차별 문제 및 지자체 간 갈등 소지가 있으므로 모든 지자체가 중복해서 기부금을 모집하는 방안을 유지하되, 광역과 기초 지자체가 동일한 연간 모집 상한선을 갖도록 하겠다고 설명했다. 마지막으로 ㉖ 제도 시행 시기를 지방선거 이후로 유예하자는 요구에 대해서는 2022년 지방선거(6월 1일) 이후인 2023년 1월 1일부터 시행하는 방향으로 조정하겠다고 밝혔다.

이러한 논의를 통해 3차 소위에서 그동안 쟁점이 되었던 대부분의 사안이 구체적으로 보완·해소되었음에도 불구하고, 국민의힘 의원들은 “행안부가 상임위원회(행안위)와 협의 없이 원안 내용을 수정하는 것은 적절하지 않다”는 절차적 문제와 더불어 “기부금 제도 자체에 반대하는 원론적인 입장”을 제시하면서, 여전히 미해결된 쟁점이 남아 있다는 이유로 합의안 채택을 보류하였다. 이에 따라 법안 처리가 장기적으로 지연되면서 고향사랑기부제 논의가 더 이상 진전되지 않고 공회전할 수 있다는 우려까지 나오게 되었다(염명배, 2021).

② 4차 소위(2021. 9. 24.) 및 법사위 전체회의(2021. 9. 24.) 의결

법사위 소위에서의 3차례 논의에도 불구하고 「고향사랑기부금법」(고향사랑기부제 법안)은 법사위 소위원회에 9개월 가까이 머물면서 내용상의 논쟁으로 인해 계속해서

진전을 이루지 못했다. 이에 2021년 8월, 더불어민주당은 법사위에서 120일 이상 처리되지 않은 주요 법안을 본회의에 곧바로 상정할 수 있도록 국회법 제86조 3항(법사위 회부 후 120일 경과 시 소관 상임위에서 재적위원 5분의 3 이상의 찬성으로 본회의 직행 가능)을 근거로 삼아 본격적인 대응에 나섰다. 이 같은 배경에서, 더불어민주당은 법사위에서 계류 중인 법안 중 시급한 민생 법안을 8월 임시국회와 9월 정기국회를 통해 우선 처리하겠다는 입장을 정했다.

그중에서도 대표적인 민생 법안으로 평가받고 있던 「고향사랑기부금에 관한 법률안(고향세법)」은 본회의 직행을 위한 중점 추진 법안으로 선정되었다. 이에 행정안전위원회는 법사위의 심사 지연을 사실상 월권적 행위로 보고, 2020년 9월 이미 여·야 합의로 의결했던 행안위 대안(「고향사랑기부금법」)을 법사위를 통과하지 않고 직접 본회의에 부의하기 위한 절차를 추진하였다. 비록 8월 임시국회에서 본회의에 안건으로 상정되지는 못했지만, 9월 정기국회에서 처리를 목표로 추진하던 중, 9월 16일 더불어민주당과 국민의힘 원내수석부대표 간 협상으로 인해 본회의 직행 대신 법사위를 거쳐 처리하기로 극적으로 합의에 이르렀다.

이러한 합의에 따라 개최된 4차 법사위 소위원회(9월 24일)에서는 행안위 원안에 대해 몇 가지 소폭 수정된 내용을 반영한 수정안이 최종 가결되었다. 이 수정안에는 다음과 같은 내용이 추가되었다.

- ㉠ 제6조 제2항: “공무원은 그 소속 직원에게 고향사랑기부금의 납부나 모금을 강요하거나 적극적으로 권유 또는 독려하여서는 안 된다”는 규정이 신설되었다.
- ㉡ 제8조 제3항: “개인별 기부금액의 연간 상한은 500만원으로 한다”는 조항이 추가되었다.
- ㉢ 제10조: 위법행위의 신고 및 신고자 보호에 대한 규정이 새롭게 포함되었다.
- ㉣ 제17조 제2항: “제6조 제2항을 위반하여 공무원이 소속 직원에게 고향사랑기부금 납부나 모금을 강요하거나 적극 권유·독려할 경우 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처한다”는 처벌 조항을 마련하였다.
- ㉤ 부칙(시행일 관련): 행안위 대안에 있던 “이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다”는 내용을 “이 법은 2023년 1월 1일부터 시행한다”로 변경하였다.

반면, 3차 소위원회에서 주요 쟁점이 되었으나 최종 수정안에는 반영되지 않은 사항은 두 가지로 정리된다. 첫째는 광역지자체와 기초지자체가 중복으로 모금을 할 수

없도록 하고, 기초지자체만 모금할 수 있도록 제한하자는 논의였으나, 이는 행정안전부가 광역지자체 배제로 인한 갈등 및 역차별 발생 우려를 지속적으로 제기한 결과 받아들여지지 않았으며, 결국 광역과 기초지자체 모두가 모금 주체가 될 수 있도록 허용하는 방식을 유지했다. 둘째로, 지자체별 연간 접수 총액을 100억원으로 제한하는 상한액 설정 문제는 논의가 있었으나, 상한을 두지 않기로 결론지었다.

이와 같이 최종적으로 조정된 수정 법안은 9월 24일 오전 법사위 소위원회를 통과하였고, 같은 날 오후에 개최된 법사위 전체회의에서도 최종 통과되었다.

(4) 국회 본회의 통과(2021년 9월 28일) 및 법률 공포(2021년 10월 19일)

2021년 9월 24일 법제사법위원회(법사위) 전체회의를 거쳐 통과된 「고향사랑기부금에 관한 법률」(「고향사랑기부금법」) 수정안은 같은 해 9월 28일 국회 본회의에서 최종적으로 표결에 부쳐졌으며, 표결 결과 재석 의원 193명 중 찬성 172명, 반대 4명, 기권 17명으로 법사위 의결 내용 그대로 최종 확정되었다. 이로써 2020년 9월 22일 소관 상임위원 행정안전위원회에서 법안이 가결된 이후 만 1년 만에 국회 본회의 통과가 이루어졌으며, 이 법률은 2021년 10월 19일 법률 제18489호로 법제처를 통해 공식 공포되었다(자세한 법 조문은 [부록 4 참조]).

국회의 최종 의결과 법률 공포를 통해 확정된 「고향사랑기부금에 관한 법률」의 핵심 내용을 요약하면 다음과 같다(행안부, 2021).

첫째, 기부의 주체 및 대상

- 개인은 자신의 주소지가 아닌 전국의 모든 지자체에 고향사랑기부금을 낼 수 있다.
- 강제적인 기부금 모집이나 압력 행위를 예방하기 위해, 현재 거주 중인 지자체에 대한 기부는 제한하며, 법인의 기부는 허용되지 않는다.
- 개인이 낼 수 있는 기부금의 연간 상한은 최대 500만원이며, 각 지자체가 모금할 수 있는 총액에는 별도의 제한을 두지 않는다.

둘째, 답례품 제공

- 기부 참여를 장려하고 지역경제 활성화에 기여하기 위해 답례품 지급을 허용한다.
- 지자체 간 과도한 경쟁을 방지하고자 답례품의 종류와 금액 상한을 기부액의 30%

까지로 제한하고 시행령에 명시하도록 규정하였다.

셋째, 기부금의 운영 및 사용 용도

- 지자체는 별도의 고향사랑기금을 설치하고, 해당 기금은 주민복지 증진 목적에만 사용할 수 있도록 제한했다(예시: 청소년 육성, 주민복지 확대, 문화·예술·체육 활성화, 공동체 발전 등).
- 운영의 투명성을 확보하기 위해 각 지자체는 조례를 제정하고, 기금의 운용을 관리·감독하는 기금심의위원회를 구성하여 운영하도록 하였다.

넷째, 기부금의 모집 및 홍보 방법

- 지자체는 기부금 모집을 위한 홍보활동을 자율적으로 시행할 수 있다. 다만, 홍보는 지자체의 공식적인 광고 형태로만 가능하며, 개별적인 접촉이나 방문을 통한 기부금 모집은 금지된다.

다섯째, 개인 및 기관에 대한 처벌 규정

- 개인(특히 공무원)이 기부를 강요하거나 부적절한 방법으로 모금을 유도할 경우, 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금형에 처할 수 있다.
- 기관(지자체)이 법을 위반할 경우, 위반 사실을 공개하고, 최대 1년의 범위 내에서 해당 지자체의 기부금 모집·접수를 제한하도록 규정하였다.

여섯째, 세액공제 혜택 제공

- 고향사랑기부금 활성화를 위해 기부자에게 세금 혜택(세액공제)을 제공한다.
- 구체적으로는 기부금 10만원까지는 전액 세액공제되며, 10만원 초과 금액에 대해서는 16.5%의 세액공제가 이루어진다(조세특례제한법 제58조(고향사랑기부금에 대한 세액공제)(2021. 12. 28 신설).

다. 「고향사랑기부금법」 개정법률안 발의²⁸⁾

1) 국회의 개정법률안 발의 현황

앞서 살펴본 바와 같이, 고향사랑기부제는 지난 10여 년 동안 수많은 논란과 공방 끝에 어렵사리 제도 도입에 성공하였다. 제도 도입 과정에서 나타난 「고향사랑기부금법」의 문제점과 향후 개선과제에 대한 자세한 평가는 염명배(2021)를 참고할 수 있다.

우여곡절 끝에 제도가 도입되기는 하였으나, 충분한 사회적·정치적 합의를 이루지 못한 상태에서 급박하게 법률 제정이 이루어진 탓에, 제도 시행 직후부터 법률을 개정하려는 움직임이 활발히 나타났다. 실제로 「고향사랑기부금법」이 2021년 10월 공포된 직후인 2022년 5월부터 2023년 말까지 약 1년 6개월 동안 국회에 제출된 「고향사랑기부금법」 개정안은 무려 20건에 달했으며, 특히 2023년 한 해 동안에만 15건의 개정안이 집중적으로 발의되었다. 이는 과거 제정안이 가장 많이 제출된 제20대 국회의 13건보다도 더욱 많은 수치로, 법이 만들어지자마자 이렇게 다수의 개정안이 집중적으로 발의된 것은 매우 이례적 현상으로 평가된다.

이처럼 제정 직후부터 개정 요구가 급격히 늘어난 이유는, 법제화 과정에서 법사위의 강력한 반대 의견을 수용하는 과정에서 원래의 제도적 유인책들은 대부분 약화되거나 사라지고, 반대로 각종 규제와 처벌 조항들이 강화되었기 때문으로 해석된다. 대표적인 사례로는 최초 행정안전위원회의 법안(원안)에는 없었지만 법사위 논의 과정에서 ‘준조세적 성격의 강제적 부담’이라는 지적에 따라 개인별 기부금 상한을 연간 500만원으로 제한하는 조항이 신설된 점을 들 수 있다. 또한, 지자체 간 과열 경쟁을 방지하기 위해 공무원 등의 모금 강요를 명시적으로 금지하고 이에 대한 처벌 조항을 추가로 마련한 것도 규제 강화의 또 다른 사례로 꼽을 수 있다.

발의된 20건의 개정법안 가운데 2건은 수정 또는 철회되었으며, 나머지 18건은 국회 소관위원회에 장기간 계류되어 있었다. 이 중에서 12건의 개정안을 하나로 통합·조정한 「고향사랑기부금에 관한 법률 일부개정법률안(대안)」이 국회 행정안전위원장 명의로 마련되어 위원회안으로 2023년 11월 행정안전위원회를 통과하였다. 이어서 2024년 1월 법사위를 거쳐 2024년 2월 국회 본회의에서 최종 의결되었다(구체적인 개정법의 세부 내용은 [부록 5]를 참조 바람).

28) 이 부분은 주로 염명배(2024)를 활용하였음

제21대 국회에서 발의된 「고향사랑기부금법」 개정안들의 내용을 발의 시기별로 정리한 결과는 아래 표와 같다. 각각의 발의안에 대한 제안 의원별 구체적인 제안 이유 및 주요 내용은 <부록 6>을 참조하면 된다.

〈표 III-5〉 「고향사랑기부금법」 개정안 발의 현황(제21대 국회)

대표 발의자 (총 발의자 수)		제안 일자	의안 번호	개정안 주요 내용
1	정우택 의원(10인)	2022. 5. 24.	2115696	개별 전화·서신·전자전송매체 허용
2	위성곤 의원(10인)	2022. 7. 5.	2116299	모금주체 제주시·서귀포시 포함
3	이재익 의원(10인)	2022. 9. 29.	2117634	(수정)
4	윤준병 의원(10인)	2022. 10. 12.	2117781	(철회)
5	윤준병 의원(10인)	2022. 10. 28.	2117980	모금주체 인구감소지역 한정, 법인 허용
6	한병도 의원(10인)	2023. 1. 9.	2119379	기부금 상한 폐지, 공무원 금지조항 삭제
7	이형석 의원(12인)	2023. 2. 20.	2120128	해외동포 기부 허용
8	김성원 의원(11인)	2023. 2. 28.	2120347	인구감소지역에 법인 기부 허용
9	김영주 의원(10인)	2023. 3. 31.	2121069	법인 기부 허용, 법인 상한액 미설정
10	김용민 의원(16인)	2023. 4. 10.	2121219	미풍양속 저해 답례품 불가 품목 추가
11	민형배 의원(11인)	2023. 4. 10.	2121228	기금지원·답례품 대상에 사회적기업·중소기업·여성기업·장애인기업 포함
12	전봉민 의원(10인)	2023. 4. 10.	2121231	법인 기부 허용, 연간 상한액 상향, 지역사회공헌사업 병행추진, 지정기부 허용
13	김승남 의원(10인)	2023. 4. 27.	2121688	지역사회 공헌사업 허용, 개별 전화·서신·전자전송매체 허용, 지정기부 허용
14	양경숙 의원(10인)	2023. 5. 26.	2122313	지역주민 기부 허용, 국가의 적극적 홍보
15	양정숙 의원(10인)	2023. 7. 3.	2123044	외국인·법인·단체 허용, 기부금 상한 폐지
16	김교흥 의원(11인)	2023. 8. 22.	2123927	홍보수단 규제완화, 정보시스템 구축·운영에 민간기관 참여 허용
17	조정식 의원(10인)	2023. 9. 4.	2124212	법인·단체 기부 허용, 기부액 상한 탄력적 운영, 홍보수단 규제완화, 정보시스템 민간 참여 허용
18	정우택 의원(21인)	2023. 9. 14.	2124442	지역사회 공헌사업 추가, 사업·목적 지정기부 허용
19	송재호 의원(13인)	2023.10. 25.	2125168	거주지 기부 제한 및 연간 기부금 상한 규정 철폐, 기부금 접수 자율화
20	이만희 의원(10인)	2023.10. 26.	2125184	고향사랑기금에서 답례품 제공 비용 총당, 법무부 장관에 외국인 기부자 체류지역 확인 정보제공 요청

자료: 국회의안정보시스템(<http://likms.assembly.go.kr/bill/main.do>)

라. 「고향사랑기부금법」 개정

가) 「고향사랑기부금법 일부개정법률안(대안)」 가결

이상에서 살펴본 것처럼 상당 부분 유사한 법 개정안이 난립하게 되자, 국회 행안위는 그동안 소위에 계류되어 있던 18개 개정법안 중에서 12개 개정법안(대표 발의자: 정우택(2022), 위성곤, 한병도, 이형석, 김용민, 민형배, 김승남, 양경숙, 김교홍, 정우택(2023), 송재호, 이만희 의원 등)을 통합·조정한 국회 행정안전위원장 명의의 「고향사랑기부금에 관한 법률 일부개정법률안(대안)」을 위원회안으로 2023년 11월 15일 행안위 제3차 법안심사 제1소위에서 통과시키고, 이어서 11월 23일 제410회(정기회) 제8차 행안위 전체회의에서 원안대로 개정안을 가결했다.

행안위를 통과한 개정안(대안)은 2024년 1월 31일 법사위에서 의결되고 다음날인 2월 1일 국회 본회의에서 가결되었다. 그리고 2월 13일 국무회의 의결을 거쳐 2월 20일 공포(법률 제20314호)되었다.

나) 개정안(대안) 제안 이유

개정안(대안)에 명시된 개정 제안 이유는 다음과 같다. “고향에 대한 건전한 기부문화 조성 및 지역경제 활성화를 통한 지역균형발전이라는 입법 목적을 보다 효율적으로 달성하기 위하여 고향사랑기부금의 모금 방법을 원칙적 허용, 예외적 금지 방식으로 규정하고, 개인별 고향사랑기부금의 연간 상한액을 500만원에서 2,000만원으로 상향 조정하는 한편, 고향사랑기부금의 사용 목적 또는 이를 달성하기 위한 사업을 지정하여 고향사랑기부금을 모금하거나 기부할 수 있도록 하는 등 고향사랑 기부금 제도가 보다 활성화될 수 있도록 현행 제도를 보완한다”는 것이다.

다) 법 개정 내용

이번 개정에는 「고향사랑기부금법」 제7조 제1항, 제8조 제3항, 제11조 제2항, 제12조에 대한 수정 및 제8조의2, 제11조 제4항, 제14조의2 등의 신설을 포함한 법 개정이 이루어졌다(개정법률 전문은 [부록 5] 참조 바람). 다만 시행일은 사안에 따라서 차이가 있다.²⁹⁾

29) 이번에 개정된 법률은 공포한 날(2024. 2. 20.)로부터 시행하는 것을 원칙으로 하되, 제7조 제1항, 제11조 제2항 본문 및 같은 조 제4항의 개정 규정은 공포 후 6개월이 경과한 날(2024. 8. 21.)부터 시행하고, 제8조 제3항의 기부상한 확대 조항은 기부금에 대한 세액공제 근거를 담은 작업(「조세특례제한법」 개정)을 거쳐야 하기 때문에

주요 법률 개정 내용은 다음 여섯 가지로 정리된다.

첫째, 모금방법에 대한 규제완화이다 제7조 제1항 수정. 호별 방문, 개별적 전화 또는 서신 등은 계속 금지사항으로 유지하면서 나머지 향우회·동창회 등 사적모임 참석·홍보는 허용하고, 전자적 전송매체(문자메시지 등)는 대통령령으로 연 1~2회만 제한적으로 허용한다는 내용이다(2024. 8. 21. 시행). 이로써 지자체가 활용할 수 있는 홍보수단이 다양화 될 전망이다.

둘째, 기부한도의 상향 조정이다 제8조 제3항 수정. 개인별 기부금의 연간 상한액을 500만원에서 2,000만원으로 확대한다는 내용이다. 이는 고액기부자를 유치하기 위한 방안으로 해석된다(2025. 1. 1. 시행).

셋째, ‘지정기부제’의 근거를 마련했다는 것이다 제8조의2 신설. 즉, 지자체가 제시하는 기금사업 중에서 기부자가 자신이 원하는 사업을 선택·지정하여 기부할 수 있도록 한다는 내용이다(행안부, 2024. 4.). 이는 주로 사회복지 분야에 국한되어 있던 기금사업의 다양화와 다각화를 의미한다(2024. 6. 4 시행).³⁰⁾

넷째, 비용 충당 범위의 확대이다 제11조 제2항 수정 및 제11조 제4항 신설. 모집·운영 비용뿐 아니라 답례품 제공에 필요한 비용도 포함한다는 내용이다(2024. 8. 21 시행).

다섯째, 문구 수정이다 제12조 수정. 제12조의 제목 중 “연구”를 “홍보·연구”로 하고, 같은 조 제1항 중 “주기적인 조사·분석·연구”를 “홍보, 주기적인 조사·분석 및 연구”로 수정한다는 내용이다(2024. 2. 20.(공포일) 시행).

여섯째, 기부자의 체류 확인에 관한 것이다 제14조의2 신설. 행안부 장관이나 지자체장이 법무부 장관에게 ‘등록외국인의 국내 체류지 및 거소에 대한 자료제공’ 요청을 할 수 있으며, 법무부 장관은 특별한 사유가 없으면 이에 협조해야 한다는 내용이다(2024. 2. 20.(공포일) 시행).

이상에서 열거한 법률 개정 내용 중에서 가장 핵심적인 것은 ① 고향사랑기부금 모금방법 제한 완화, ② 연간 기부 상한액 확대, ③ 지정기부 근거 마련 등의 세 가지로 요약할 수 있다. 이를 통해 법이 안고 있었던 일부 규제가 완화되었다.

2025년 1월 1일부터 시행한다.

30) 2024년 6월 4일 기준 8개 지자체에서 11개 지정기부 사업을 발굴해 고향사랑기부금에 사업을 등록했으며, 9월 24일 현재 총 23개 지정기부 사업이 등록했다. 이 중 충남 청양군의 초·중·고 탁구부 훈련용품 및 대회 출전비 지원사업은 8월 13일 총 5,339만원의 기부금이 모여져 목표 모금액 5,000만원을 넘어섰다. 다음으로 전남 목포시의 보호종료 아동 자립준비 교육비 지원사업이 64%, 전남 영암군의 산후조리원 필수 의료기기 구입 사업이 60.7%, 서울시 은평구의 소아암 환자 의료용 가발 지원사업이 58%의 모금액을 달성했다. 이외의 사업들은 목표 모금액 30%를 밑돌고 있는 수준이다(『한국농어민신문』, 2024. 9. 24.).

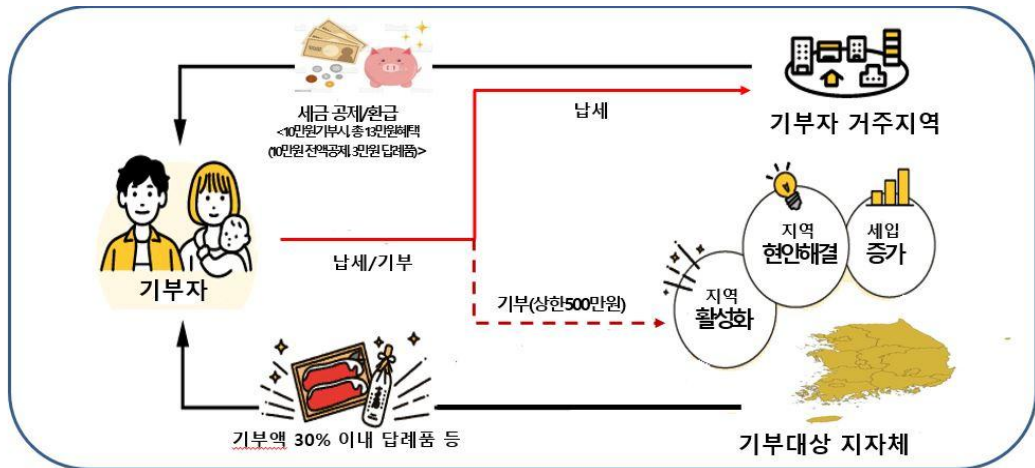
2. 고향사랑기부제의 구조와 현황

가. 정책목적

1) 도입 당시 주요 특성(3대 특성)

고향사랑기부제의 3대 특성은 ① 거주지 이외의 모든 지자체(기초, 광역)에 기부 가능, ② 기부금에 대한 세제혜택(소득세(국세) + 지방소득세(지방세) 공제 부여), ③ 기부 받는 지자체로부터 답례품(지역특산물, 관광 서비스) 제공 등으로 요약할 수 있다.

[그림 III-1] 고향사랑기부제의 기부 및 혜택의 흐름



자료: 『서울신문』, 「10만원 기부하고 13만원 돌려받는 고향사랑 기부제」, 2022. 9. 14., <https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20220914500038>, 검색일자: 2024. 12. 2.

이러한 상황에서 고향사랑기부제를 둘러싼 경제주체 간의 재정관계를 ‘4자 구도’ 개념으로 표현할 수 있겠는데, 첫째 경기자(player)는 기부 주체로서의 개인(X), 둘째 경기자(player)는 기부 받는 주체로서의 지자체(A), 셋째 경기자(player)는 세액공제의 주체로서 기부자의 거주지 지자체(B), 넷째 경기자(player)는 세액공제와 보통교부세 주체로서 중앙정부(Y)이다.

이들 4개의 경제주체는 서로서로 상호 간에 영향을 미친다. 예를 들어 지자체 B에 거주하는 개인 X가 지자체 A에 기부할 경우, 자원(기부금)은 개인 X로부터 지자체 A로 흘러들어가고, 기부금에 대한 소득세 공제로 인해 국세수입이 감소하면서 그에 따라

지자체 B의 지방세(지방소득세) 수입 역시 감소한다. 한편 재원이 감소하는 지자체 B는 (교부세 불교부단체가 아니라면) 세입 감소분의 일정 부분(75%)을 중앙정부로부터 보통교부세로 보전받는다. 즉, 이는 중앙정부로부터 지자체 B로 재원이 흘러들어가는 것을 가리킨다. 이처럼 기부자 X의 기부 행동에 따라 경제주체별 재원의 흐름도 동시에 발생한다.

2) 고향사랑기부제의 3대 정책목적

일본의 고향납세제가 독립적인 법을 마련하여 도입된 제도가 아니라 「지방세법 등의 일부를 개정하는 법률」에 의해 개인주민세 기부금제도를 대폭 확충하는 형태로 도입되었다는 점에서 제도의 목적이 명확하게 나타나 있지 않은 반면, 우리나라의 고향사랑기부제는 독립된 법을 마련하여 성립된 제도이기 때문에 제도의 목적이 뚜렷하게 명시되어 있다는 차이를 보인다.

「고향사랑기부금법」 제1조는 고향사랑기부제의 정책목적으로 ① ‘건전한 기부문화’ 조성, ② ‘지역경제 활성화’, ③ ‘국가균형발전’에 이바지 등 세 가지를 명시하고 있다 (법 조문은 [부록 4] 참조 바람). 따라서 고향사랑기부제의 성공적 정착을 위해서는 이 세 가지 목적을 달성하기 위한 노력이 필요한 것으로 판단된다.

나. 고향사랑기부제의 특징

1) 기부금에 대한 세액공제

우리나라에서는 자발적 기부행위를 통한 기부문화 확산 및 사회활동 참여를 유도하기 위해 기부금에 대한 세액공제를 실시하고 있다. 구체적으로는 개인이 「소득세법」이 정하고 있는 지원 대상에 대해 기부를 할 경우 그 기부금에 대해 세액공제를 받거나 또는 필요경비에 산입하여 세액공제를 적용받을 수 있도록 하고 있다. 현행 세법상 세액공제를 받을 수 있는 기부금은 특례기부금(법정기부금), 일반기부금(지정기부금), 정치자금기부금, 우리사주조합기부금, 고향사랑기부금이다.

특례기부금(법정기부금)은, 「법인세법」 제24조 제2항, 동법 시행령 제39조에 의거, 국가나 지방자치단체에 무상으로 기증하는 금품의 가액, 국방헌금과 국군장병 위문금품의 가액, 천재지변으로 생기는 이재민을 위한 구호금품의 가액, 학교 등에 시설비·

교육비·장학금 또는 연구비로 지출하는 기부금, 병원에 시설비·교육비 또는 연구비로 지출하는 기부금, 사회복지사업, 그 밖의 사회복지활동의 지원에 필요한 재원을 모집·배분하는 것을 주된 목적으로 하는 비영리법인으로서 기획재정부장관이 지정·고시하는 법인에 지출하는 기부금이다.

일반기부금(지정기부금)은 「소득세법」 제34조 제4항, 동법 시행령 제80조에 의거, 지정기부금단체 등의 고유목적사업비를 지출하는 기부금이다. 해당 공익 법인 등의 고유목적사업비로 지출하는 기부금, 세법상 지정하는 목적으로 지출하는 기부금, 사회복지시설 등에 지출하는 기부금품, 기획재정부장관이 고시하는 국제기구에 지출하는 기부금, 법인으로 보는 단체에 고유목적사업비로 지출하는 기부금이 이에 해당한다.

정치자금 기부금은 「정치자금에 관한 법률」에 따라 정당, 후원회 및 선거관리위원회에 기부한 정치자금으로, 예를 들어 국회의원 후원금, 선거관리위원회에 정치자금 기탁, 정당의 당원으로 당비 납부 등이 이에 해당한다.

우리사주조합기부금은 우리사주조합원이 아닌 근로자가 우리사주조합에 지출하는 기부금을 의미하며, 「조세특례제한법」 제88조의 4에 의거, 해당 연도의 출자금액과 400만원 중 적은 금액을 해당 연도의 근로소득금액에서 공제한다.

고향사랑기부금은 「고향사랑기부금에 관한 법률」에 따라 고향사랑기부금을 지방자치단체에 기부한 금액을 의미한다. 기부금의 세액공제는 정치자금기부금, 고향사랑기부금, 특례기부금, 우리사주조합기부금, 일반기부금 순으로 공제된다.

가) 소득세 감면 혜택

사업소득이 있는 거주자(국내에 주소를 두거나 183일 이상의 거소를 둔 개인에 한함)가 지급한 기부금은 소득세 계산 시 필요경비에 산입하여 세금감면 혜택을 받을 수 있다(「소득세법」 제1조의2 제1항 제1호 및 제34조). 사업소득 외 소득이 있는 거주자(사업소득만 있는 자는 제외함)가 지급한 기부금은 종합소득산출세액에서 공제를 받을 수 있다(「소득세법」 제59조의4 제4항).

정치자금기부금에 대해서는, 10만원 이하는 공제율이 100/110, 10만~3천만원에 대해서는 기부금의 15%, 3천만원 이상에 대해서는 25%의 세액공제가 적용된다.³¹⁾

31) 「정치자금법」 제59조 제1항 및 「조세특례제한법」 제76조 제1항 본문

법정 기부금, 지정 기부금, 우리사주조합기부금은 공제 대상이 되는 금액을 모두 합산한 금액을 기준으로 금액 구간별 공제율이 적용된다. 거주자 및 기본공제를 적용받는 부양가족(나이의 제한을 받지 않음)이 해당 과세기간에 지급한 공제한도 내의 기부금에 대하여, 1천만원 미만까지는 기부금액의 15%, 1천만원 초과: 30%, 3천만원 초과: 40%('24. 1. 1.~'24. 12. 31.)를 해당 과세기간의 종합소득 산출세액에서 공제한다.

한편, 정치자금기부금·고향사랑기부금·우리사주조합기부금은 이월공제가 적용되지 않으며, 근로자 본인이 지급한 기부금에 한해 공제된다.

나) 법인세 감면 혜택

내국법인이 지급한 기부금은 법인세 계산 시 손금에 산입하여 세금감면 혜택을 받을 수 있다(「법인세법」 제24조). 식품 등을 기부한 법인도 기부한 식품 등의 장부가액만큼 손실 또는 비용 처리를 할 수 있다(「법인세법」 제19조 제1항 및 「법인세법 시행령」 제19조 제13의2호).

〈표 III-6〉 기부금별 세액공제 비교

구분	공제항목	세액공제 대상금액 한도	공제율
정치자금 기부금	정당기부 등	근로소득금액 전액	10만원 이하(100/110) 10만원 초과(15%, 25%)
고향사랑기부금	지방자치단체 기부	500만원	10만원 이하(100/110) 10만원 초과(15%)
특례기부금	국방헌금, 위문금품 등	근로소득금액 전액	특례 + 우리사주 + 일반 15%(30%, 40%)
우리사주조합기부금	우리사주조합원이 아닌 사람이 우리사주조합에 지출하는 기부금	근로소득금액의 30%	
일반 기부금	종교단체 외 지정된 사회·복지·문화·예술단체	근로소득금액의 30%	
	종교단체	주무관청에 등록된 종교단체	근로소득금액의 10%

자료: 국세청 특별세액공제, <https://www.nts.go.kr/nts/cm/cntnts/cntntsView.do?mi=6595&cntntsId=7874>, 검색일자: 2024. 10. 14.

2) 고향사랑기부금에 대한 세액공제

고향사랑기부금에 대해서는 국세(소득세)와 지방세(지방소득세)의 세액공제 혜택이 부여된다. 기부금 10만원까지는 전액 세액공제되고, 10만원 초과부터 기부 한도³²⁾까

32) 2024년 현재는 500만원이나 2025년부터는 2,000만원으로 인상된다.

지는 16.5%(=소득세 15% + 지방소득세 1.5%)의 세액이 공제된다. 이러한 세액공제 구조는 자기부담금(2,000엔)을 제외하고는 거의 전액 공제받는(전액공제) 일본의 고향납세제에 비해 우리의 고향사랑기부제는 기부금 10만원까지는 전액 공제되지만 10만원을 초과하는 기부금에 대해서는 ‘부분공제’ 방식을 통하여 기부자(개인)에게 상당히 많은 부담을 전가한다는 특징을 보인다(염명배, 2017).

고향사랑기부액의 증가에 따른 중앙정부(국세)-지자체(지방세)-기부자(개인) 간 부담률의 변화양상은 아래 표에 나타나 있다.

〈표 III-7〉 기부액 증가에 따른 부담 분담 상황 비교

기부액	국세(중앙정부)	지방세(지자체)	기부자(개인)
10만원	91%	9%	0%
20만원	53%	5.3%	41.7%
30만원	40.3%	4%	55.7%
40만원	34%	3.4%	62.6%
50만원	30.2%	3%	66.8%
100만원	22.6%	2.3%	75.1%
500만원	16.5%	1.7%	81.8%
1,000만원#	15.8%	1.6%	82.6%
2,000만원#	15.4%	1.5%	83.1%

주: # 2025년부터 가능
 자료: 염명배(2017)에서 재구성

위 표에서 보는 바와 같이 기부금 액수가 증가할수록 세액공제를 통한 중앙정부(국세)와 지자체(지방세)의 재원부담은 계속 줄어드는 반면 기부자의 부담은 지속적으로 늘어난다. 그리하여 기부한도 2,000만원(2025년부터 시행 예정)을 기부할 경우 기부자가 83.1%의 부담을 지게 된다는 것이다.³³⁾ 이처럼 기부액이 늘어날수록 기부자의 부담이 커지는 우리나라 고향사랑기부제 구조는 기부자에게 거의 재정적 추가 부담을 지우지 않는 일본의 고향납세제에 비해서 기부자에게 “더 한층 깊은 ‘애향심’(부담 감수)을 요구”하는 정책이라고 평가할 수 있겠다(염명배, 2017; 2023).

33) 단, 답례품 제공을 금전적 혜택으로 간주할 경우에는 기부자의 부담률은 다소 낮아질 수 있다.

다. 고향사랑기부금 현황

1) 기부금액 및 분기별추이(2023년도 모금 실적)

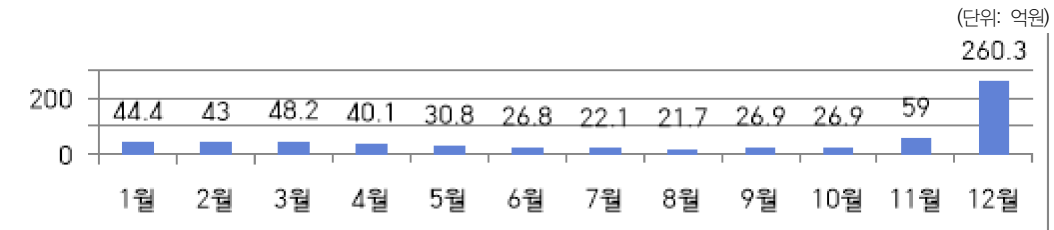
정부(행안부)는 올해 1월 고향사랑기부제 첫해(2023년) 시행 성과를 공식 발표했다. 제도 도입 초반에는 전국적으로 상당한 관심을 끌어 기부 열기가 고조되었으나, 이내 국민의 관심이 사그라지면서 2분기와 3분기 연속 분기당 기부액이 줄었다. 하지만 4분기 들어 연말정산 세액공제를 겨냥한 기부금이 급속하게 증가함으로써 2023년 연간 모금 총액이 당초 목표액(500억원)을 상회하는 650.2억원으로 집계되었다.

〈표 Ⅲ-8〉 고향사랑기부금 모금 현황(2023년도)

구분	1분기	2분기	3분기	4분기	연간 총계
총 모금액(억원)	135.6	97.7	70.7	346.2	650.2
전 분기 대비 증감액(억원)	-	- 37.9	20.0	+ 275.5	-

자료: 행정안전부, 「고향사랑기부제 첫해 기부액 약 650억원 모금, 제도 시행 첫해 성공적으로 안착 평가」, 보도자료, 2024. 1. 10.

[그림 Ⅲ-2] 2023년 월별 기부금 모금액



자료: 행정안전부, 「고향사랑기부제 첫해 기부액 약 650억원 모금, 제도 시행 첫해 성공적으로 안착 평가」, 보도자료, 2024. 1. 10.

2) 2023년도 실적에 대한 평가

2023년도 모금내용을 보면 상대적으로 재정자립도가 낮은 지자체가 많은 기부금을 모금했으며³⁴⁾ 인구감소지역 지자체들의 모금도 활발하게 이루어진 것으로 나타남으로써³⁵⁾ 고향사랑기부제가 당초 목표인 국가(지역)균형발전에 기여했음을 보였다. 그리하여 행안부는 고향사랑기부제가 “시행 첫해에 성공적으로 안착됐다”고 평가하고 있다.

34) 예를 들어 재정자립도가 20% 미만인 140개 지자체의 평균 모금액은 3.35억원인 데 비해 20% 이상인 103개 지자체의 평균 모금액은 1.74억원으로 절반 정도에 불과한 것으로 나타났다.

35) 89개 인구감소지역의 평균 모금액은 3.8억원으로 인구감소지역이 아닌 지자체의 평균 모금액 2.0억원보다 두 배 가까이 큰 것으로 나타났다.

고향사랑기부제 시행 첫해 결과를 볼 때 어느 정도 긍정적 평가를 내릴 수는 있겠지만 아직까지 충분히 만족할 만한 상황은 아니라고 본다. 연간 기부 건수(기부자 수)가 52만 5천건으로 2,000만명이 넘는(정확하게는 20,534,714명, 2022년 신고 기준) (소득공제 대상) 근로소득자 수에 비해 기부자가 여전히 아주 작은 규모(2.6% 수준³⁶⁾)에 머물고 있을 뿐만 아니라³⁷⁾ 기부액도 10만원(세금 전액공제 한도)이 총 기부 건수의 83.8%를 차지하는 반면 기부상한액(500만원) 기부 건수는 2천여 건(0.39%)에 불과하기 때문이다.

이로부터 고향사랑기부제에 대한 국민적 관심도 작고 기부자 대부분이 세제혜택을 목적으로 기부할 뿐 고향사랑이나 농어촌 지원에 공감하는 사람은 극소수라는 점에서 기부정신이 아직까지 활성화된 상황은 아니라고 판단된다. 따라서 이 제도의 첫 번째 목적인 '건전한 기부문화 조성'은 아직까지 갈 길이 멀다고 하겠다.³⁸⁾

한편, 수도권과 비수도권 간의 기부금 흐름을 보면 수도권 거주자와 비수도권 거주자 모두 비수도권으로 기부가 많이 이루어졌음을 발견할 수 있다. 국가(지역)균형발전을 강화하기 위해서는 비수도권에서 비수도권으로 흘러가는 기부금보다는 수도권에서 비수도권으로 흘러가는 기부금의 비중이 앞으로 더 늘어나야 할 것으로 판단된다.

〈표 III-9〉 지역 간(수도권-비수도권) 기부 현황

지역	수도권 거주자(100%)		비수도권 거주자(100%)	
	수도권→수도권	수도권→비수도권	비수도권→수도권	비수도권→비수도권
비중(%)	38.8	61.2	8.5	91.5

주: 지자체당 평균금액 기준
자료: 저자 작성

스포츠계나 경영계에서 자주 쓰이는 말로 '2년차 징크스'라는 용어가 있다. 이는 첫 해에는 있는 힘을 쏟아 부어 좋은 성과를 올렸지만 다음해부터는 상대적으로 의욕과 능력이 떨어져 실적이 저하되는 현상을 가리킨다. 이것은 마치 시차가 큰 나라로 여

36) 일본의 경우 2022년 기준 고향납세 건수는 5,184만건으로, 전체 기부 참여 대상자의 30%가 고향납세 기부에 참여하는 것으로 집계된다.

37) 2022년 기준 근로소득 면세자의 비중이 34%인 점을 감안한다면 실제 근로소득 납세자 수는 698만명 정도 되는데, 실제 근로소득세 납세자에 대한 고향사랑기부자의 비중은 7.5% 정도에 불과하다.

38) 더구나 비공식적이기는 하지만 올해(2024년) 1분기 모금 실적(212개 지자체 대상)이 전년 동기 대비 31.8%나 줄었다는 보도가 있어 고향사랑기부제에 대한 열기가 식은 것 아니냐는 우려까지 나오는 상황이라 선불리 안심할 단계는 아니라고 본다.

행할 때 도착 첫날은 긴장 탓으로 시차 적응에 제법 성공했다고 느끼지만, 오히려 긴장이 다소 풀리는 둘째 날부터 본격적으로 시차에 시달리는 현상이 나타나는 것과 흡사하다고 하겠다.

따라서 고향사랑기부제도의 첫해 실적에 만족할 것이 아니라, 이른바 ‘2년차 징크스’를 깨고 신규 기부자를 지속적으로 확대하는 동시에 기존 기부자가 이탈하지 않고 기부를 계속할 수 있도록 유인을 제공하는 보다 적극적인 기부금 유치 전략이 필요하다는 것이다. 즉, ‘주마가편(走馬加鞭)’이 요구된다는 뜻이다.

3) 본청과 자치구

광역자치단체 가운데 서울특별시와 6개의 광역시는 기부를 할 수 있는 곳이 본청과 자치구로 나뉜다. 고향사랑기부제와 관련한 홍보활동이나 답례품 개발 등은 대부분의 경우 자치구가 하는 반면 실제로 적극적인 활동을 하지 않는 본청에 대해서도 고향사랑기부금을 기부할 수 있으므로 현장에서는 이에 대한 불만을 확인할 수 있었다. 실제로 양자 사이에 어느 정도의 차이가 발생하고 있는가를 확인하기 위해 서울과 6개의 광역시의 본청과 자치구의 기부액을 살펴본 것이 <표 III-10>이다.

<표 III-10> 본청과 자치구의 기부액

(단위: 백만원, 개)

구분	본청	자치구 평균	자치구 수
서울	289,414	86,796	25
부산	155,994	69,837	16
대구	78,849	74,232	9
인천	79,636	69,25	10
광주	111,648	280,791	5
대전	122,71	100,894	5
울산	230,791	150,901	5

자료: 저자 작성

본청은 어느 도시나 하나이므로 본청으로 기부된 금액을 나타낸 것이며, 자치구는 평균값이다. 양자를 비교한 결과, 자치구의 기부액이 본청보다 많은 경우는 광주의 한 곳에 지나지 않으며, 나머지 7곳은 모두 본청의 기부액이 자치구보다 많은 것으로 나

타났다. 특히 서울과 부산, 울산에서 양자의 격차가 크며, 대구, 인천, 대전은 상대적으로 적은 것으로 조사되었다.

본청이 자치구에 비해 기부액이 많은 이유로는 고향이라고 할 때 개인이 서울 은평구나 부산 영도구와 같이 특정 지역보다는 서울이나 부산이라는 단위에서 고향을 생각하기 때문이라고 생각된다.

라. 고향사랑기부금과 관련한 논의³⁹⁾

제21대 국회의 「고향사랑기부금법」 개정 논의 과정에서 일부 지자체와 국회를 중심으로 강력하게 제기되었던 이슈 중에서 대표적인 세 가지 쟁점사안에 대해 논의해보고자 한다.

1) 세액공제한도액 상향 조정

2023년 고향사랑기부금의 기부 현황을 볼 때 세금 전액공제 한도인 10만원 기부자 비율이 총 기부 건수의 83.8%를 차지한다는 점에서 세액공제한도액을 10만원 이상으로 높일 경우 분명히 기부자 수와 기부금 총액이 늘 것이라는 점은 거의 확실하다. 하지만 여기에는 다음과 같은 문제점들이 내재해 있다는 것을 인식할 필요가 있다.

첫째는 고향사랑기부금에 대한 세제 우대 정도가 현행 기부금제도 중에서 이미 국내 최고 수준이라는 점이다. 「고향사랑기부금법」을 제정할 당시 세제혜택이 가장 큰 정치자금기부금의 내용을 벤치마킹 한 것이기 때문이다. 정치자금기부금의 세액공제 혜택에 대하여 「조세특례제한법」 제76조에는 정치자금기부금 10만원까지는 전액 세액공제하는 것으로 명시되어 있으며, 정치자금기부금의 한도에 대해서는 「정치자금법」 제11조에 후원인의 기부한도를 대통령 후보자 후원회(1,000만원)를 제외한 대부분의 정치후원회에 대하여 후원회당 500만원(후원 총액 연간 2,000만원 이내)으로 기부한도를 설정하고 있다. 외국인과 국내·외의 법인 또는 단체는 정치자금기부금의 납부 자격이 없다.

따라서 고향사랑기부금에 대한 10만원 전액 세액공제와 500만원(2025년부터 2,000만원으로 상향 예정) 기부금 상한액은 무작정 임의로 정한 것이 아니라 당시 가

39) 이 부분은 주로 염명배(2024)에서 발췌·인용하였음

장 혜택을 많이 받고 있던 정치자금기부금의 조건을 원용한 것임을 인정할 필요가 있다. 더구나 고향사랑기부금에 대해서는 정치자금기부금에는 없는 답례품 제공까지 허용하고 있기 때문에 사실상 고향사랑기부금의 혜택은 정치자금기부금보다 더 크다고 할 수 있다. 명실 공히 국내 최대 수준이라고 할 수 있다. 이런 점을 인지하지 못하고 지금보다 기부한도와 전액 세액공제 금액을 더 높여야 한다고 주장하는 것은 당장은 기재부와 국회에 대한 설득력이 약한 것으로 판단된다. 이러한 주장을 관철시키기 위해서는 고향사랑기부금이 정치자금기부금에 비해서 국가적 중요성이 더 크다는 것을 논리적·실증적으로 입증해야만 할 것이기 때문이다.

둘째는 어떤 법률안이 국회를 통과하려면 어느 한 분야만 봐서는 미흡하고 국민경제 전체에 미치는 영향을 종합적으로 따져야 한다는 것이다. 예를 들면 기부한도를 높여서 기부금 증대를 꾀할 경우 재정당국인 기획재정부(기재부)의 세수가 줄어들 가능성과 타 기부금에 비해서 혜택이 더 클 경우 타 기부금으로부터 고향사랑기부금으로 옮겨오는 구축효과(crowding-out effect) 등을 고려할 필요가 있다는 것이다. 이때 피해를 보는 측을 설득하기 어렵다면 쉽게 합의에 도달하기는 힘들 수 있다. 어느 한 쪽의 확대가 다른 쪽의 축소를 초래해서는 안 될 것이기 때문에 고향사랑기부제 하나만을 대상으로 혜택 증대 문제를 논할 것이 아니라 세수 감축 문제와 동시에 전체 기부금 분야에서 인정받을 수 있는 정책방향을 모색하는 편이 바람직하다고 본다. 고향사랑기부제 측면에서만 본다면 기부금 확대를 위해서 당연히 세액공제한도액을 높이고 세제혜택을 증가시켜야 하겠지만 다른 경제주체와의 관계까지 고려할 경우 세액공제한도액 상향에 보다 신중을 기할 필요가 있다는 것이다.

과세 규칙을 정하고 세율 및 공제한도를 결정하는 일은 원칙적으로 재정당국인 기획재정부의 소관이다. 따라서 조세에 영향을 미치는 사안을 결정할 때에는 반드시 주무부처인 기재부와 협의하고 동의를 얻어야 한다. 앞서서도 보았듯이 2010년 ‘고향세(향토발전세) 신설’을 검토하는 과정에서 기재부의 부정적 입장으로 인해 제도 도입 계획이 무산된 사례를 되짚어볼 필요가 있다.

이번 법 개정으로 개인별 기부금 상한이 연간 500만원에서 2,000만원으로 상향 조정되었으니 일단 기부금 상한액 상향효과를 살펴본 이후에 세액공제한도액의 상향 조정 문제를 검토하는 것이 바람직한 방안이라고 판단된다.

2) 답례품⁴⁰⁾

답례품 제공은 고향사랑기부제의 기부금을 양적으로 확대하는 데 결정적으로 기여할 수 있는 긍정적인 효과가 있지만, 다음과 같은 질적인 문제들도 동시에 안고 있다. 답례품 제공제도의 문제점과 개선방안에 대한 논의는 신두섭·염명배(2016)를 참고할 수 있다.

첫 번째로, 답례품이 본래의 도입 취지에서 벗어나 인기 상품을 획득하기 위한 일종의 ‘쇼핑 수단’으로 변질될 가능성이 있다는 점이다. 과거 일본에서는 지자체 간 답례품 경쟁이 과열되면서 기부금액 대비 답례품 비율이 최대 80~90%까지 치솟는 사례가 나타났고, 이를 기회로 삼아 고향세 답례품을 전문적으로 취급하는 쇼핑몰까지 등장하였다. 이에 따라 자기부담금 2,000엔만 지불하고 값비싼 답례품을 얻는 수단으로 악용된다는 비판도 제기되었다. 이러한 현상이 지속되면 인기 있는 답례품을 제공할 능력이 있는 지자체와 그렇지 못한 지자체 간에 기부금 유치의 격차가 심화되어 지역 간 양극화가 발생할 가능성도 있다(『농민신문』, 2017. 6. 9.).⁴¹⁾

즉, 답례품 경쟁이 지나칠 경우 ‘고향 사랑’이라는 기부의 순수한 취지보다 ‘답례품 획득’이라는 부수적 목적이 앞서는 부작용을 일으킬 우려가 있고, 이는 지역 간 재정격차 완화라는 제도 본연의 목적을 약화시키고 특정 인기 답례품 제공 지자체에 기부가 집중되는 또 다른 재정불균형을 초래할 가능성이 크다. 기부자의 관심이 원래 목적보다는 부수적인 이득(답례품)에 집중되는 본말전도의 상황이 발생할 수 있으며, 과도한 답례품 경쟁은 오히려 지자체의 재정 건전성을 훼손하는 결과를 가져올 수도 있다.

둘째, 답례품 제도가 지역 산업 육성 및 지역경제 활성화에 기여할 수 있다는 주장이 있지만, 이는 지역마다 특색있는 향토산업이 존재한다는 전제가 필요하다. 일본의 경우 상대적으로 다양한 지역기업과 특산품이 존재하는 데 비해, 우리나라는 모든 지자체가 지역 특색이 뚜렷한 산업이나 충분한 생산기반을 갖추고 있다고 보기 어렵다(신두섭·염명배, 2016).

따라서 답례품 경쟁이 과열될 경우 재정이 열악한 지자체들은 자체적으로 인기 있는 답례품을 충분히 제공하지 못하고 타 지역에서 생산된 상품이나 원재료를 구매해

40) 이 부분은 염명배(2017)를 활용하였음

41) 『농민신문』, 「고향세로 활력 찾는 일본 농촌을 가다<하> · 끝 발전하는 고향세」, 2017. 6. 9., <https://www.nongmin.com/article/20170608245744>, 검색일자: 25. 3. 24.

서 제공하게 될 가능성이 높다. 이렇게 되면 기부금 중 상당 부분이 지역 내 소비로 이어지지 못하고 타 지역으로 유출되는 현상이 발생하여 오히려 지역경제 활성화라는 본래 목적과 상충되는 결과를 초래할 수 있다.

셋째, 일본의 사례처럼 답례품 경쟁이 과열될 경우 기부자가 본래 목적으로 의도한 분야에 실제로 투입되는 순 기부액이 줄어들 가능성이 크다. 일본농업신문에 따르면, 일본에서는 2016년 한 해 동안 기부금 총액의 40%를 넘는 약 680억엔이 답례품 마련과 배송에 소요된 것으로 나타났다(『농민신문』, 2016. 7. 27.).⁴²⁾

예컨대, 한 기부자가 지역의 어린이 보육을 위해 100만원을 기부하였다고 할 때 답례품 비용으로 30만원이 사용된다면, 실제 어린이 보육 사업에는 70만원만이 투자될 수밖에 없게 된다. 답례품 제공 경쟁이 심해질수록 목적 사업에 실제 투입되는 재원 규모가 축소되어 기부 취지가 약화되는 ‘외화내빈’의 결과가 초래될 수 있는 것이다. 따라서 답례품으로 기부금이 과도하게 소모되는 것을 방지하고 기부자가 본래 의도한 목적사업에 최대한 많은 금액이 사용되도록 유도하는 것이 중요하다. 답례품 제공이 지역경제 활성화에 도움이 된다는 주장도 있지만, 기부의 목적과 지역경제 활성화가 항상 같은 방향으로 작동하지 않을 수 있으므로 이 두 가지 목적을 분리하여 신중하게 접근하는 것이 바람직하다.

실제로 일본에서도 과도한 답례품 경쟁으로 부작용이 심각해지자, 2017년 3월 도쿄도 23개 특별구의 구청장들은 총무대신에게 “답례품을 목적으로 하는 기부 증가로 인해 일부 지자체에 기부가 쏠리고 경비 부담이 커지며, 대도시의 세수 유출로 행정서비스 질이 저하될 우려가 있다”고 호소하는 탄원서를 제출하였다. 이에 일본 총무성은 2017년 4월 1일부터 답례품 금액을 기부액의 30% 이하로 제한하라는 권고안을 전국 지자체에 전달했고, 2019년부터는 이를 준수하지 않는 지자체를 고향납세 대상에서 제외하는 강력한 규제를 도입했다(농민신문, 2017. 6. 9.).

답례품은 본래 감사의 의미로 제공되는 추가적인 선물이므로 원칙적으로 지자체의 자원에 맡겨야 할 영역이다. 그러나 답례품이 지나치게 유치수단으로 변질되고 그 부작용이 확대될 경우에는 일정한 규제나 제도적 보완이 필요할 것으로 판단된다.

42) 『농민신문』, 「일본 ‘고향세’ 작년 1조 7600억…고향 살리기 열풍」, 2016. 7. 27., <https://www.nongmin.com/article/20160726034075>, 검색일자: 2025. 3. 24.

3) 민간 포털 사이트 허용: 플랫폼 민간 개방

일부 지자체와 국회의원들이 지속적으로 주장하는 고향사랑기부제 활성화 방안의 하나는 플랫폼의 구축·운영을 정부가 독점하지 말고 민간업체에 개방하라는 것이다.

「고향사랑기부금법」 제11조에는 고향사랑기부금의 모금·접수 등 업무를 지원하는 종합정보시스템의 구축·운영을 ‘관계 전문기관’에 위탁할 수 있도록 하고 있는데, 현재는 기부금 납부, 답례품 선택, 자동 세액공제 등의 업무를 한국지역정보개발원이 구축한 ‘고향사랑e음’을 통해서만 독점운영하고 있다. 일본의 경우 중앙부처인 총무성은 플랫폼 구축에 일절 개입하지 않으며, 40여 개의 민간 플랫폼 업체가 주도적으로 모금·접수에 필요한 정보시스템을 구축·운영하여 기부의 편의성을 높이고 있는 반면, 우리는 국가가 주도적으로 모금·접수창구를 운영하고 있는 점이 제도 활성화를 제약하는 요인으로 작용한다는 지적이다. 따라서 과도한 중앙집권적 시스템 운영으로 인해 지자체의 자율성·신축성이 떨어지기 때문에 기부금 접수를 위한 정보시스템을 다양한 주체가 운영할 수 있도록 민간 플랫폼을 허용하는 것이 고향사랑기부제 활성화를 위한 제도개선 방안의 하나라고 보는 것이다.

현재 한국지역정보개발원이 독점적으로 운영하고 있는 종합정보시스템 ‘고향사랑e음’에 대해서 지자체와 기부자의 불평·불만과 함께 상당한 문제점이 발견되고 있는 것은 사실이다.⁴³⁾ 플랫폼의 민간 개방을 주장하는 측의 의견은 고향사랑기부제 플랫폼 시장에 대한 경쟁적 민간 참여 허용이다.⁴⁴⁾ 즉, 일본의 고향납세 플랫폼 시장과 같은 완전한 민간 개방을 염두에 두고 있다고 하겠다.

그렇지만 곧바로 민간플랫폼을 전면 개방한다고 해서 현재 정부 주도의 플랫폼 시스템이 안고 있는 문제가 일시에 모두 해결될 것이라고 여기는 것은 지나친 속단이라고 본다. 우리의 고향사랑기부제가 일본의 고향납세제와 정책목표나 시스템상으로 완전히 똑 같지는 않기 때문이다. 일본은 중앙정부의 규제도 거의 없고 따라서 중앙정부의 역할도

43) ‘고향사랑e음’ 운영을 둘러싼 대표적인 불편·불만 사항은 ① 시스템 접속이 원활하지 않고 접속절차가 까다롭다, ② 내용검색 전에 기부대상 지자체를 먼저 선택해야만 한다, ③ 지자체를 선택하면 바로 답례품 사이트로 들어가서 지자체가 추진하는 사업분야를 알 수 없다, ④ ‘고향사랑e음’ 구축 및 운영비용을 지자체에 강제분담시킨다, ⑤ 지자체가 답례품 배송지 외에 기부자의 정보를 알 수 없으며 따라서 기부자에게 감사의 메시지도 보낼 수 없다는 것 등 다양하다.

44) 『동민신문』(2023. 1. 13.)은 “일반 기부금도 정부가 주도한 ‘1365기부포털’에서 네이버의 ‘해피빈’, 카카오의 ‘같이 가치’, ‘도너스’로 민간 창구가 확장되며 활성화됐고 (고향기부제와 비슷한 구조인) 정치후원금 역시 정부의 ‘정치후원금 센터’에 더해 토스(toss) 등이 참여하면서 젊은층의 후원 참여가 늘어나는 효과를 거뒀다”면서 “민간의 전문성 등을 적극 활용하면 일본 고향납세처럼 고향사랑기부제도 빠르게 성공할 수 있을 것”이라고 주장했다.

뚜렷이 없기 때문에 오로지 기부금 확대를 위해서 모든 것을 지자체의 자원에 맡기는 반면, 우리는 어느 정도 중앙정부의 역할(컨트롤타워 기능)이 존재한다는 차이가 있다.

그것은 기부 과정에서 기부자의 거주지 확인과 기부액(기부한도) 확인이 필요하다는 것이다. 기부자가 혹시 거주지에 기부하는지, 혹은 여러 지자체에 기부한 기부액이 개인별 한도를 초과하는지 등을 일일이 확인해야 하기 때문이다. 이를 확인하기 위해서는 기부 정보를 파악하는 중앙정부의 통합정보 수집 기능이 어느 정도 필요하다. 따라서 이 두 가지 역할이 법적으로 불필요한 것으로 인정되지 않는 한 종합정보시스템을 민간에 완전 개방하는 것은 거의 불가능한 일이라고 판단된다.⁴⁵⁾ 그러므로 일본과 같이 전적으로 민간 플랫폼에 시스템을 맡기는 일은 한계가 있다는 것이다.

뿐만 아니라 플랫폼을 완전히 민간에 개방할 경우 다음과 같은 문제점도 예상된다. 첫째는 일본의 사례에서 보듯이 플랫폼 시장에서 자연스럽게 독과점 현상이 나타날 가능성이 있다는 것이다. 일본은 현재 40여 개의 민간 플랫폼(온라인 쇼핑몰) 기업이 고향납세 업무를 위탁운영하고 있지만 그중에서도 후루사토 초이스, 라쿠텐 후루사토 납세, 사토후루 등 3대 기업이 고향납세 시장을 거의 장악하다시피 하고 있으며, 이 중에서도 특히 후루사토 초이스는 일본 내 전 지자체의 90% 이상으로부터 홍보위탁을 받고 있어 시장지배력이 압도적이다.

〈표 III-11〉 일본 고향납세 플랫폼 상위 기업의 지자체 독과점 현황

순위	사이트 명	운영 주체	참여 지자체	특징
1	후루사토 초이스	트러스트뱅크	1,621개	참여 지자체 및 답례품 등록 건수 최다 플랫폼
2	라쿠텐 후루사토납세	라쿠텐	1,305개	라쿠텐 카드 사용자는 3~30% 포인트 환원 등 라쿠텐 회원 혜택 다수 제공
3	사토후루	소프트뱅크 계열사	1,046개	특별 대용량 답례품 다수, 답례품의 빠른 배송과 반품 지원 등을 내세움

자료: 송재호(2023)에서 발췌 작성

이처럼 몇 개의 플랫폼 기업이 시장을 독식하는 것을 과연 우리는 허용할 수 있겠는가? 일본의 사례는 우리가 따라가야 할 모범사례가 아니라 어쩌면 우리가 피해야 할 시행착오가 아닐까 하는 생각마저 든다.

45) 이상민 행안부 장관도 2023년 10월 행안위 국감에서 플랫폼 개방의 전제조건으로 이 두 가지 중앙정부의 역할을 강조했다.

둘째는 대기업의 시장 장악력이 압도적인 우리나라의 특수한 경영환경으로 미루어 볼 때 대기업이 막강한 자금력을 앞세워 플랫폼 시장에 진출할 경우 고향사랑기부제의 판도를 바꿔놓을 가능성이 크다는 것이다. 예를 들어 네이버, 카카오 같은 초대형 플랫폼 기업이나 홈쇼핑 기업, 통신사, 금융기관, 여행사 등과 같은 자체 네트워크와 유통망을 보유한 대형 택배·유통·여행·통신업체 등이 월등한 시장지배력을 이용하여 지자체의 답례품 유통망을 장악한다면, 원칙적으로는 (답례품 생산자인) 지자체가 의사결정의 주체가 되고 플랫폼 업체는 이를 뒷받침해주는 보조적 역할(유통업자)을 해야 함에도 불구하고 거꾸로 대형 플랫폼·유통 업체가 오히려 지자체의 결정을 좌지우지하는 사태가 발생할 우려도 있다는 것이다. 대기업 편중의 기업구조상 일본에 비해서 우리나라는 훨씬 그 가능성이 크다고 본다.

이처럼 일본의 사례와 우리의 경영환경 등을 참고로 할 때 플랫폼 시장을 민간에게 전면개방 하는 일은 매우 신중하게 접근해야 할 것으로 판단된다. 현재 독점적으로 운영되고 있는 ‘고향사랑e음’의 독단성과 비효율성을 완화할 필요가 있다는 견해에 대해서는 전적으로 동의하는 바이지만, 그렇다고 해서 무작정 민간 플랫폼을 전면 허용해서는 또 다른 부작용이 발생할 우려가 있기 때문이다.

이상과 같은 사유로 인하여 「고향사랑기부금법」 개정에 관해 2023년 11월 15일 개최된 행안위 법안 심사 제1소위에서 소속 위원 9명 가운데 8명이 민간 플랫폼 허용안에 대해 사실상 반대의견을 내면서 민간 플랫폼을 허용하는 대신 ‘고향사랑e음’의 활성화 방안을 찾기로 했다. 이날 소위에서는 “다양한 민간 플랫폼을 참여시키기보다 고향사랑e음을 고치면 되지 않느냐?”는 의견이 나오면서 행안부 측에 고향사랑e음 개선 방안을 마련해 보고하라고 요구했다(『시사저널』, 2023. 11. 24).

이러한 국회의 방침에도 불구하고 행안부는 일부 지자체와 민간단체의 거센 플랫폼 시장 개방 요구를 받아들여 연내 민간 플랫폼 서비스를 도입할 방침이다. 행안부는 그동안 기부자가 불편을 호소해온 기존 ‘고향사랑e음’ 대신 쉽게 접근 가능한 민간 플랫폼 17곳을⁴⁶⁾ 공모를 통해 선정하고 협의체를 구성하여 연내 모금이 가능한 곳부터 순차적으로 서비스를 시작하기로 했다.

46) 농협은행, 국민은행, 기업은행, 신한은행, 하나은행 등 5개 은행과 우리홈쇼핑, NS홈쇼핑 등 대형 홈쇼핑 업체, 인터넷은행 토스, 공감만세, 네이버, 당근마켓, LG헬로비전, SK브로드밴드, 웰로, 체리, 액티부키, 파스칼랩 등 업체가 이에 해당한다(『내일신문』, 2024. 9. 27.).

4) 법인의 기부 허용

법인의 기부를 허용하지는 주장은 현행 「고향사랑기부금법」이 고향사랑기부금의 모금대상에서 법인을 제외하고 있으나, 고향사랑기부제의 주요 목적 중 하나인 지역경제 활성화를 촉진하기 위해서는 기부금의 규모를 확대할 필요가 있으며, 이에 따라 기업(법인)의 기부를 허용할 필요가 있다는 것이다. 일본의 경우도 ‘기업관 고향납세제’(지역창생응원세제)를 통해 법인의 고향납세(기업관 고향납세)를 허용하고 있다고 주장한다.

현행법은 원칙적으로 기부자를 ‘개인(사람)’을 대상으로 한다. 「고향사랑기부금법」에 “고향에 대한 건전한 기부문화를 조성한다.”는 목적이 명시되어 있기 때문이다(고향사랑기부금법 제1조). 사람만이 고향이 있다는 것이다. 그런데 개인의 기부실적이 저조한 상황에서 법을 바꿔서 기업(법인)의 기부까지 허용한다면 기부금의 규모가 커질 것이라는 예측은 어쩌면 지극히 당연한 발상이라고 하겠다. 하지만 기업(법인)을 기부주체에 포함시키는 일은 결코 생각만큼 단순한 일은 아니다. 개인이 아닌 기업(법인)으로부터 고향사랑기부금을 모금할 경우 그 과정에서 다음과 같은 다섯 가지 유형의 부작용이 발생할 가능성이 있다는 점에 유의할 필요가 있다.

첫째, 기부금 수요 측면(기부 받는 측)의 부작용으로서 지자체(기부 받는 측)의 강요 혹은 준조세, 정경유착(log-rolling 거래)의 가능성이 있다는 점이다. 즉, 지자체가 기업에 비해 우월한 위치에 있을 때 고향사랑기부금에 있어서 역시 기업(법인)을 대상으로 한 지자체의 암묵적 기부 강요 및 기부 압력 등 준조세로 인식할 우려가 크다는 것이다(유상조, 2023).

둘째, 기부금 공급 측면(기부하는 측)의 부작용으로서 제도의 원래 목적과는 다른 전략적 행동이 나타날 가능성이 있다는 점이다. 기업(법인)이 개인에 비해 상대적으로 우월한 자금력으로 어느 특정 지역에 특정 목적으로 기부를 집중할 경우 이 제도의 근본 목적인 국가(지역)균형발전을 오히려 저해할 가능성마저 있으며, 기업의 기부가 개인의 자발적 기부정서를 압도함으로써 고향사랑기부제의 본래 정신을 훼손할 우려까지 있다.

특히 기업(법인)의 대부분이 영리를 목적으로 한다는 점에서 개인의 기부처럼 고향사랑이나 농어촌 지원이라는 순수한 의도에서가 아니라 어떤 특정한 목적(이권개입,

정경유착 등)을 가지고 [예를 들면 해당 지자체에 간접적 판로 개척이나 사전투자, 지자체 사업 수주(사업권), 자치단체장 선거에 영향을 미치고자 하는 의도 등] 청탁·로비 창구로 활용할 가능성을 배제하기 어렵다.

현행 「고향사랑기부금법」에서 기업(법인)의 기부를 고려대상에서 제외하고 있는 취지는 기업(법인)의 경우 개인에 비해 활동범위가 넓고 이로 인해 주된 사무소의 소재지가 아닌 지자체의 모금에 대해서도 강력한 영향을 미칠 수 있다는 점 때문이라고 하겠다. 또한 기업(법인)의 기부가 개인의 기부에 비해서 상대적으로 파급력이 클 가능성이 있다는 가정으로부터 만일 기업(법인)에 대해서 기부상한을 철폐 또는 상향 조정할 경우, 기업의 전략적 행동에 더 큰 유인을 제공함으로써 대기업이 창업자 연고지 등을 앞세워 재정이 그다지 열악하지 않은 특정 지자체에 기부금을 집중하는 일이 발생할 수도 있을 것이다.

셋째, 기부금 관련 재정 측면의 문제로서 세액공제로 인한 세수 감소로 피해를 보는 중앙정부(국세) 및 지자체(지방세)의 저항에 부딪힐 우려가 있다는 점이다. 즉, 기업(법인)의 고향사랑기부금에 대한 세액공제는 법인세 감소와 그에 따른 지방소득세의 감소를 유발해서 필연적으로 중앙정부(기획재정부)와 기업 소재지 지자체의 재정에 악영향을 미칠 것이다.

실제로 지난 2010년 6·2 지방선거에서 여당인 한나라당이 지방소득세의 30%까지 본인의 고향이나 5년 이상 거주했던 다른 지역에 낼 수 있도록 하는 ‘향토발전세’를 선거공약으로 채택하려고 했지만 세수 감소를 우려한 기재부의 부정적 입장과 수도권 지자체의 반발에 부딪혀 무산되었던 기억을 되살릴 필요가 있다(염명배, 2010; 2017).⁴⁷⁾ 뿐만 아니라 기업(법인)의 기부금에 대해서 법인세 세액공제를 허용하기 위해서는 별도로 「조세특례제한법」을 개정해야 할 터이므로 이 과정에서 상당한 법적 절차와 논의가 필요할 것이다.

예를 들어 기업(법인)이 납부하는 고향사랑기부금을 현행 개인을 대상으로 하는 「조세특례제한법」 일반 기부금 규정 안에 포함시킬 것인지 아니면 별도로 기업을 대상으로 하는 고향사랑기부금 「조세특례제한법」 규정을 신설할 것인지, 세액공제는 개

47) 특히 대기업집단 계열사의 75%가 수도권에 집중되어 있고(중소기업뉴스, 2022. 3. 8) 100대 기업 본사의 86%가 수도권에 집중되어 있는(KDI, 2023) 극심한 불균형 상태에서 기업의 기부금에 대한 세액공제는 수도권 지자체의 거센 저항과 반발을 불러일으킬 가능성이 크다.

인의 고향사랑기부금에 대한 것처럼 국세(법인세)에서 공제할 것인지, 이와 달리 지방세(지방소득세)에서 주로 공제할 것인지 등에 대해서도 심도 있게 논의해야 할 것이다. 이에 적지 않은 시간과 노력이 든다는 것이다.

넷째, 또 하나의 부작용으로 기업의 기부금 간 발생하는 구축효과(crowding-out effect)의 가능성을 들 수 있다. 기업(법인)의 고향사랑기부를 유도하기 위해서는 타 기부금에 비해 보다 강력한 세제혜택을 제공하지 않으면 안 될 것이라는 점에서⁴⁸⁾ 여타 조세 감면제도에 비해 상대적으로 조세왜곡을 악화시킬 수 있다는 문제가 생긴다. 기업의 고향사랑기부금에 대한 혜택(세액공제, 답례품 등)이 일반 기업기부금의 혜택에 비해서 차별적으로 크다면 기업은 다른 곳에 기부할 돈을 빼서 고향사랑기부금으로 돌릴 수가 있다는 것이다. 그렇게 되면 기업(법인)의 기부총액은 변함없이 기부구조와 경제 효율성만 왜곡시킬 우려가 있다.

다섯째, 기부주체와 부담주체의 불일치 문제가 생길 수 있다는 점이다. 기부자가 개인일 경우 기부금의 최종 부담자는 기부자 자신이 되겠지만, 기부자가 기업(법인)일 경우에는 기부금 부담이 다른 주체로 전가(shifting)될 수 있다는 것이다. 만일 기부금이 비용처리 되어 경비로 산정될 경우에는 결국 소비자와 피고용자가 강제적으로 그 부담을 지게 될 것이며, 이는 마치 법인세의 귀착(incidence)과도 같다고 하겠다. 즉, 형식적 기부자(기업)와 실질적 부담자(개인)가 달라질 수 있다는 것이다. 기부주체와 부담주체가 달라진다는 것은 ‘자발적 기부’라는 고향사랑기부제의 근본정신에 위배되는 일이다.

이상에서 거론된 다섯 가지의 부작용 우려가 완전히 해소되기 전까지, 또는 고향사랑기부제에 기업(법인)을 포함시킬 때 기업(법인)이나 사회가 얻는 이득(편익)이 그로

48) 일본의 기업판 고향납세제는 인정을 받은 지역재생계획에 기재된 지방창생 사업에 기업이 기부한 경우에는 해당 기부금에 대해 우대조치를 받을 수 있다. 우대조치의 내용을 보면, 현행 손금산입조치에 더해 법인주민세, 법인사업세, 법인세 세액공제 조치를 받는다. 기부액에 대한 공제액의 비율은, 법인주민세, 법인사업세, 법인세 합계가 기부액의 30%가 된다. 즉 법인주민세에서 기부액의 20%를 공제하고, 법인주민세로 20%에 미치지 못하는 부분을 법인세로 공제(단, 기부액의 10%가 한도)하며, 법인사업세에서 기부액의 10%를 공제하게 된다. 납세액에 대한 공제액의 상한은 법인주민세 20%, 법인사업세 20%, 법인세 5%이다. 또한 1기업의 1사업당 기부액의 하한액은 10만엔이다. 그리고 기부기업에 대한 지자체의 행위의 제한을 두고 있는데, 지자체는 기부를 한 기업에 대해 기부의 대상(代償)으로 경제적 이익을 주는 다음과 같은 행위를 할 수 없도록 하고 있다. 그것은, 첫째 기부액의 일부를 보조금으로 공여하는 것, 둘째 입찰과 인허가로 편익을 도모하는 것, 셋째 유리한 이율로 용자하는 것 등이다. 주요 사업 분야로는 ① 일자리 창출(지역산업진흥, 관광 진흥, 농림수산진흥, 로컬 이노베이션, 인재 육성 과 확보 등), ② 지방으로 인력 유입(이주 및 정주 촉진, 생애 활약마을 등), ③ 일하는 방식 개혁(저출산 대책, 일하는 방식 개혁 등), ④ 마을 만들기(작은 거점, 콤팩트 시티 등) 등이다. 단 기업이 본사가 입지한 지역에 기부한 경우에는 우대조치 대상에서 제외된다(신두섭·염명배, 2016).

인한 부작용(비용)보다 더 크다는 확증이 없는 한 모금 실적이 미흡하다고 해서 선불리 기부자 범주를 바로 기업(법인)으로까지 확대하는 법 개정은 매우 신중하게 접근해야 할 것으로 판단된다.

그보다는 현행법대로 일단은 개인 기부를 늘리는 데 최선을 다하고 나서(즉, 소수의 고액 기부보다는 다수의 소액 기부가 제도의 지속가능성을 증대시킨다는 것이다) 개인 기부가 한도에 이르러 더이상 기부 확대가 어렵다고 판단될 때 비로소 기업(법인)·단체로 범위를 확대하는 것이 좋을지를 고려하는 것이 순서일 것으로 판단된다. 따라서 현행 고향사랑기부제에 단순히 기업(법인)을 포함하는 일은 아직은 시기상조라고 본다. 일단 현행 제도 본연의 정신에 집중하여 ‘개인’에 대한 충분한 제도 홍보와 유인책을 통해 개인으로 하여금 기꺼이 기부하고자 하는 건전한 기부문화를 높이는 작업이 선행되어야 할 것이다. 이를 위해서는 국가와 지자체 차원에서 고향사랑기부제의 의미와 혜택을 적극적으로 홍보하고 기부 장려를 위한 대국민 캠페인을 대대적으로 벌이는 작업이 무엇보다도 필요하다.

한편 이와는 별도의 논의로서 만일 기업(법인)을 기부주체에 포함시키기로 결정할 경우 어떠한 법체계 속에서 이를 허용할 것인가 하는 문제도 고려해야 한다. 흔히들 일본이 기업(법인)에 대해서도 개인과 똑같은 틀에서 고향납세를 적용하고 있는 것처럼 오해하는 경우가 많은데, 사실상 개인을 대상으로 한 고향납세제와 기업을 대상으로 한 이른바 기업관 고향납세제(지방창생응원세제)는 엄연히 다른 제도로 분리해서 다루고 있다는 사실에 주목할 필요가 있다.

일본은 2008년에 개인을 기부주체로 한정하는 고향납세제를 도입했으며, 2016년에는 법인을 기부주체로 하는 지방창생응원세제를 도입했다. 이 두 제도는 자칫 일본의 고향납세제에 개인과 기업(법인)을 함께 포함한 것으로 착각할 수도 있겠으나, 실제로는 같은 틀에서가 아니라 별개의 제도로 운영된다는 사실을 주지할 필요가 있다. 즉, 개인의 기부는 고향납세제, 기업의 기부는 지방창생응원세제의 지배를 받는다. 두 제도의 기부조건도 다르고⁴⁹⁾ 주관부서도 다르다. 고향납세제는 총무성이 맡고 있는 반면, 기업관 고향납세제는 내각부 소관이다. 즉, 비록 목적은 유사하다고 하더라도 고향납세제와 지방창생응원세제는 엄연히 서로 다른 틀에서 운영되는 제도라는 것이다. 더구나 우리가 법인의 기부를 허용하면 기부금 규모가 폭발적으로 증가할 것으로 예

49) 기업에 대한 기부조건은 개인에 대한 기부조건에 비해 훨씬 까다롭고 엄격하다.

상하는 것과는 달리 실제로 일본에서는 법인의 고향납세 기부 규모가 매우 작다는 사실에 주목할 필요가 있다.⁵⁰⁾

이처럼 기업(법인)의 기부 허용 문제는 여러 가지 직·간접적 문제점과 부작용을 일으킨다는 점에서 매우 조심성 있게 다루어야 할 것으로 사료된다. 개인과 기업(법인)은 속성이 다르기 때문에 설사 기업의 기부가 고향사랑기부금 확충에 도움이 된다 하더라도 개인과 기업을 같은 제도 틀에서 함께 다루는 것은 또 다른 문제를 일으킬 가능성이 있다. 따라서 선불리 기업을 기부주체에 포함시키기보다는 다소 시간이 걸리더라도 현행 제도가 충분히 성숙할 때까지 주로 개인의 기부를 극대화하는 방향으로 제도를 운영하는 방안이 바람직할 것으로 판단된다.

그리고 설사 기업(법인)의 기부를 허용한다고 하더라도 일본의 경우처럼 개인의 기부와 기업(법인)의 기부를 별도로 분리해서 다루는 것을 권고하고자 한다.

50) 2022년 현재 고향납세 기부금 수입규모는 9,654.1억엔이고 지방창생응원세제(기업관 고향납세)의 수입규모는 341.1억엔으로 기업관 고향납세액의 비중이 개인 고향납세 규모의 3.5%에 불과하다.

3. 소결

고향사랑기부제는 고향에 대한 건전한 기부문화 조성, 지역경제 활성화와 이를 통한 지역균형발전에 이바지를 목적으로 2023년 도입된 제도이다. 개인이 자신의 고향(현 거주지 이외)이나 응원하고 싶은 지자체에 기부를 하면 기부금에 대해 10만원까지는 전액(국세인) 소득세로부터 세액공제 된다. 기부 상한액은 2023년에는 500만원이었으나, 2025년부터 2,000만원으로 상향된다.

2023년 고향사랑기부제에 의한 총 기부액은 약 640억원이며, 기부자의 83.8%(441,271명)는 세액공제를 100% 받는 100,000원을 기부한 것으로 나타났다. 기부자 가운데 수도권 거주자가 비수도권에 기부한 경우는 61.2%였으며, 비수도권 거주자가 비수도권으로 기부한 경우는 91.5%였다.

제도 시행 1년이 지난 시점에서 많은 지자체가 고향사랑기부제의 활성화를 명목으로, ① 10만원인 100% 세액공제 한도 인상, ② 기부금 한도 500만원 인상, ③ 기부금의 30%인 답례품 한도 인상, ④ 답례품 확대를 통한 지역경제 활성화를 위해 답례품에 대한 민간 포털 사이트 허용, ⑤ 법인 기부 허용 등을 요구하고 있다.

이러한 요구 가운데 기부금 한도 인상 및 답례품 활성화를 위한 민간 포털 사이트의 허용은 이미 제도가 개편되어 2025년부터는 시행이 예정되어 있다. 지자체가 가장 많이 요구하는 사항은 현재 10만원까지로 되어 있는 100% 세액공제 한도 인상이다. 이를 요구하는 입장은 2023년 기부자의 약 84%가 10만원에 집중되어 있어, 세액공제가 가장 큰 요인으로 작용하고 있으므로 고향사랑기부제를 활성화하기 위해서는 100% 세액공제 한도액을 인상해야 한다는 것이다. 그러나 세액공제액이 확대될 경우 세수 감소가 그만큼 커질 것이며 이는 재정당국에 적지 않은 부담으로 작용할 가능성이 있으므로, 고향사랑기부제로 인한 지역경제의 활성화와 세수 감소에 따른 국가재정 운영의 어려움을 면밀히 검토하여 신중하게 정하는 것이 타당하다고 판단된다.

답례품과 관련하여, 현재는 기부액의 30%를 상한으로 기부액에 대해 답례품을 지급할 수 있도록 하고 있다. 하지만 많은 지자체에서 답례품을 기부액의 30%로 한정함에 따라 기부액 10만원을 가정할 때 실질적으로 제공할 수 있는 답례품에 제약이 있어 고향사랑기부제의 활성화에 걸림돌이 되고 있다고 주장한다. 그러나 고향사랑기부제의 주된 취지가 기부문화의 확대라는 것을 고려할 때 답례품 목적으로 기부를 하는

것은 진정한 의미에서의 기부라고 단정하기 어렵다. 아울러 답례품은 정부가 세금으로 소비자 구매를 지원하는 것이므로 이를 확대하는 것이 재원의 효율적 배분에서 바람직하지 않으며 매력적인 답례품이 있는 지자체와 그렇지 않은 지자체 간 격차를 확대할 수 있어, 고향사랑기부제를 통한 지역균형발전 도모라는 목적과도 일치하지 않을 수 있으므로 신중한 접근이 필요하다고 하겠다.

IV. 고향납세와 고향사랑기부제의 실태와 효과

1. 일본의 고향납세

가. 고향납세 효과에 관한 선행연구

2008년부터 시행된 고향납세제도는 자신을 키워준 고향에 보답을 하고 싶다는 사람들의 생각과, 지방 간 격차나 인구 감소 등에 의한 세수 감소에 고민하고 있는 지자체에 대해 그 격차 시정을 추진하기 위한 신규상으로 도입되었음은 앞에서 설명한 바와 같다. 고향납세제도는 처음에는 기부액이 많지 않아 제도 자체 대한 설명 및 기대할 수 있는 효과 등에 대한 분석에 그치는 경향이 있었으나, 2015년 이후 규모가 급속히 확대되면서 고향납세제도의 효과 등에 대해 실증적 연구가 이루어지고 있다.

고향납세 효과 관련한 실증연구를 보면, 우선 西村·瀬田(2017)는 이전의 연구에서 많은 기부금을 모은 것을 고향납세의 성공이라고 하는 것에 대해 고향납세에 기부금 이상의 것을 상정하고 기부자의 지역에 대한 생각, 공감에 주목하여 의식이나 의향을 독자적 조사에 근거하여 연구 결과를 발표하였다. 구체적으로는 2008~2012년의 5년간 우와지마시(宇和島市)에 고향납세를 한 적이 있는 2,191명에 대해 설문조사를 실시하여 고향납세 시 기부자의 지역 공헌에 대한 의향을 분석하였다.

조사 내역을 보면, 우선 기부자 가운데 본인 혹은 가족이 우와지마 출신인 응답자는 전체의 20.4%였으며, 고향납세를 한 동기로 우와지마시 출신 응답자의 73.8%는 지역의 진흥에 도움이 되기 위해서라고 응답한 반면, 우와지마시와 무연고인 사람은 94.7%가 답례품이라고 응답하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 고향납세를 할 때 가장 중시한 정보로 출신자는 사용처라고 응답한 비율이 37.4%로 가장 많았으나 무연고자는 87.2%가 답례품이었다.

이상과 같은 조사 결과를 바탕으로 저자는 고향납세의 성공을 '새로운 재원의 확보와 지역 활성화의 실현'이라고 한다면, 지자체의 특산물의 매력을 제고하고 사용처에 대해서도 다양한 요구에 적확하게 대응할 수 있는, 즉 사용처를 다양하게 제공할 수

있는 체계를 만드는 것이 중요하다는 함의를 도출하고 있다.

동 연구는 설문조사 대상 기간이 2008~2013년으로 초기 고향납세에 대한 인식을 보여주고 있으나 2015년 이후의 달라진 운영에 대해서는 많은 시사점을 제공하지는 못하였다. 즉, 이후 3절의 인터뷰에서도 명백히 드러나듯이 2015년 이후 답례품이 기부를 결정하는 가장 주된 요인으로 부상하면서 답례품 위주로 고향납세 기부가 이루어지고 고향납세제도가 질적으로 크게 변동하게 되었으나 이러한 변화에 대한 시사점을 제공하지는 못하고 있다. 아울러 고향납세제도가 지향하는 지역균형발전을 다루기 위해서는 어떤 특정 지역에 대한 조사만으로는 다룰 수 없다는 한계도 지니고 있다.

矢部・笠井・木下(2017)는 지자체별 고향납세 수입액과 유출액을 재정력지수와 비교하여 고향납세제도의 지역 간 균형발전의 정도를 분석하였다. 수입액은 고향납세로 기부를 받은 금액이며 유출액은 해당 지역주민이 타 지역으로 고향납세 기부를 할 경우 해당 지역의 주민세 감소분이다. 재정력지수는 과거 3년의 기준재정수입액을 기준 재정수요액 평균치로 나눈 값으로, 일본에서 자치단체의 재정 상태를 나타내는 대표적인 지수이다. 재정력지수가 1보다 크면 지방교부세교부금이 지급되지 않는다.

저자가 주목한 것은 고향납세 수지가 플러스인 경우는 고향납세제도에 의해 그 금액만큼 지자체의 자주재원이 증가한 것을 의미하며 고향납세 수지가 마이너스인 경우는 해당 지자체의 재원이 감소한 것을 의미하므로, 재정력지수가 높은 자치단체의 고향납세 수지가 마이너스이고 재정력지수가 높은 자치단체의 고향납세 수지가 플러스일 경우 결과적으로 고향납세는 지역균형발전에 기여하고 있는 것으로 해석할 수 있다.⁵¹⁾

일본의 광역자치단체를 대상으로 분석한 결과, 기본적으로 재정력이 높은 도시부의 도부현(都府県)에서는 고향납세 수지는 적자, 낮은 지방의 거의 대부분은 흑자인 것으로 나타났으며, 특히 도쿄로부터 유출이 크므로 이런 의미에서 세수격차 수정효과는 있는 것으로 분석하고 있다. 그러나 도야마(富山), 나라(奈良), 도쿠시마(徳島)현과 같이 재정력이 낮음에도 고향납세 수지가 적자인 자치단체도 있어 세수가 반드시 재정력이 낮은 지역으로 균등하게 흘러가고 있는 것은 아닐 가능성도 아울러 지적하고 있다.

51) 단, 고향납세 수지가 마이너스인 경우 지방교부세 교부단체에 대해서는 유출액의 75%가 지방교부세로 보전되므로 고향납세 수지액은 지자체의 실질적인 재원 증감분과는 다를 수 있음을 저자들도 지적하고 있다.

西村(2018)는 고향납세제도의 기부자, 자치단체, 기부처 주민을 대상으로 한 각각의 설문조사 결과에 근거하여 고향납세제도의 효과에 대한 다각적인 실증분석을 실시하였다. 西村가 분석하고자 한 것은, 첫째, 어떠한 제도 운영을 하는 지자체에 기부가 모이고 있는가? 둘째, 고향납세를 행한 기부자의 특성은 이타적인가 이기적인가? 셋째 고향납세를 받은 지자체의 주민은 제도 활용에 만족하고 있는가? 라는 3가지 문제 의식이었다. 각각의 문제의식에 대해 설문조사를 통해 자료를 수집하고 이를 바탕으로 실증분석을 실시하였다.

주된 결과를 보면, 먼저 고향납세가 이타적 동기에 의해서 이루어지는가 아니면 이기적 동기에 의해 이루어지는가를 분석한 결과, 인구 5만명 이상의 대규모 지자체 및 인구 1~5만명의 중규모 지자체에서는 지자체로부터 제공되는 특전(답례품 등)이 고향납세의 주된 동기이며, 인구 규모 1만명 이하의 소규모 지자체에 대한 기부만이 답례품을 증정하지 않더라도 사용처를 설명하여 지역에 공헌하는 것이 고향납세를 모으는 요인이라는 이타적 요인이 발견되었다.

이 결과에 근거하여 西村는 앞으로의 제도 개정으로 특례공제의 폐지나 특전 증정 등이 제한될 가능성을 상정하여, 이타적인 기부를 할 수 있는 구조를 만들 필요가 있으며 이를 위해서는 기부금 사용처에 대한 설명 및 정보공개를 위한 가이드라인을 설정하여 포털 사이트 등에 적극적으로 지자체의 정보를 개시하고 사용처를 비교 검토할 수 있도록 해야 한다고 주장하고 있다.

한편, 2016년의 기부금액을 종속변수로 하여 어떤 요인이 고향납세를 결정하는가에 대한 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 연간 수입액, 거주지 지자체의 과세소득, 답례품 등이 유의하게 플러스의 효과를 미치고 있다고 분석하고 있다. 분석 결과를 바탕으로 여러 함의를 도출하고 있으나 추정 결과의 해석에 무리한 부분이 있음을 부정할 수 없는 측면도 있다. 예컨대 추정 모델의 설명변수 설정, 표본 수에 비해 설명 변수가 너무 많다는 점 등 전체적으로 추정 모델에 개선할 점이 있다고 판단된다.

마지막으로 주민이 거주 지자체의 고향납세제도 활용을 만족도의 관점에서 분석하였다. 분석 결과 제도의 이해 및 알림, 지역 과제와의 매칭 등에 의해 주민 만족도는 높다는 것을 확인할 수 있었다. 이러한 결과에 근거하여 답례품을 증시하여 묻지도 않고 기부금을 모으는 것보다 지자체의 수요에 부합하는 사용처를 선정하는 것이나 이러한 사업을 알림으로써 주민 만족도를 높이는 방향으로 정책을 설정하여야 한다고

제언하고 있다. 그러나 지역 주민의 경우 실시되는 사업이 자신의 주머니에서 나가는 비용이 아니므로 어떤 사업을 하더라도 만족도가 낮게 나타날 가능성은 낮으며 해당 사업이 고향납세로 실시되는지, 일반재원으로 실시되는지를 구분할 수 있는 지역 주민은 그리 많지 않을 것으로 생각되므로, 지역 주민에 대해 제도 활용에 따른 만족도를 조사하는 것만으로 제도의 효과성을 검증하는 것이 타당한가에 대해서는 의문의 여지가 있다.

나. 고향납세 수입액의 지역 간 격차 추이

앞 절의 고향납세의 실증분석에 관한 선행연구에서 살펴본 바와 같이 고향납세의 효과성을 실증적으로 분석한 연구의 대부분은 특정 지역의 고향납세 결정 요인, 만족도 등에 대해 설문조사를 통해 자료를 수집하고 그에 근거하여 분석을 한 것이다. 분석 시기 또한 대부분이 고향납세제도가 본격화되기 시작한 2015년 이전이거나 2015년 이후라고 하더라도 2017년 정도에 그치고 있다는 단점이 있었다. 이러한 문제점을 보완하여 고향납세가 지역의 균형발전에 기여하고 있는가를 살펴보는 방법의 하나로 고향납세 수입액의 상위와 하위 지자체 사이의 격차를 비교하는 방법이 있다.

고향납세로 인한 기부금이 특정 지역에 집중된다고 하면 고향납세 수입액의 상위 그룹과 하위 그룹 사이에는 그 차이가 확대될 것이며, 반대로 전국적으로 균등하게 기부가 이루어지고 있다고 한다면 그 차이는 줄어들 것으로 예상된다. 이를 확인하기 위해 상위와 하위를 각각 상위 10개~하위 10개 지자체, 상위 10%~하위 10%, 상위 25%~하위 25%, 상위 50%~하위 50%로 범주화하여 평균금액의 비율을 구한 것이 <표 IV-1>이다. 분석에 사용한 데이터는 2008~2023년의 기초 자치단체인 1,788개 시정촌의 기부금액이다.

<표 IV-1>의 제1열은 상위 10단체와 하위 10단체의 평균 기부금액의 차이를 구한 것이다. 2015년까지 값이 없는 것은, 전국 1,788개 시정촌 가운데 기부금액이 0엔인 시정촌이 10개 이상으로 하위 10단체의 평균값이 0으로 계산이 불가능하였기 때문이다.⁵²⁾ 계산이 가능한 2016년부터 추이를 보면, 2016년에는 상위 10개 단체의 평균이

52) 고향납세 기부액이 0엔 시정촌의 수는 2008년 207개, 2009년 136개, 2010년 129개, 2011년 109개, 2012년 102개, 2013년 68개, 2014년 27개, 2015년 12개로 10개 이상의 지자체가 0을 기록하였으나, 매년 줄어들고 있는 것을 확인할 수 있으며, 2016년부터는 연도에 따라 약간 차이가 있으나 0인 지자체가 1~3개 정도였다.

하위 10개 단체보다 17만배 이상 됨을 알 수 있으며, 2018년에는 50만배에 이르는 등 상위 10개 단체가 하위 10개 단체에 비해 월등히 많은 기부금을 모집하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 2019년 이후는 하위 10개 단체의 기부금액이 크게 증가하여 그 비율이 급격히 줄어들고 있음을 확인할 수 있다. 상위 10개 단체와 하위 10개 단체는 비교 대상의 수가 많지 않아 연도에 따른 변동 폭이 커서 안정적인 경향을 보여주고 있다고는 단정하기 어렵다.

〈표 IV-1〉 지자체별 고향납세 상위와 하위 격차 추이

(단위: 배)

	상위 10단체 / 하위 10단체	상위 10%/ 하위 10%	상위 25%/ 하위 25%	상위 50%/ 하위 50%
2008년	—	—	286	32
2009년	—	7,646	161	23
2010년	—	3,934	196	28
2011년	—	4,013	219	31
2012년	—	2,722	154	23
2013년	—	1,663	143	23
2014년	—	1,270	180	37
2015년	—	1,564	280	45
2016년	168,256	1,233	203	31
2017년	120,729	1,043	168	28
2018년	501,373	1,120	170	30
2019년	90,157	617	116	22
2020년	62,038	508	90	18
2021년	109,000	495	90	17
2022년	79,535	518	94	18
2023년	70,149	484	90	17

주: 1. 2008~2015년의 경우 하위 10개 단체의 고향납세액이 0원으로 비교가 불가능

2. 2016년 이후도 하위 1~3위까지는 0인 경우가 대부분임

자료: 総務省、ふるさと納税 포털 사이트에 있는 2008~2023년 각 연도의 시장촌별 수입액을 이용하여 저자작성, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/archive/, 검색일자: 2024. 12. 2.

표본수에 따른 변동폭의 크고 작음을 보완하기 위해 제2열부터 4열에 상위 10%/하위 10%, 상위 25%/하위 25%, 상위 50%/하위 50%의 비율을 구하여 제시하였다. 상위와 하위 단체 간의 수입액 비율의 추이를 보면, 비교하는 표본의 수가 커질수록 격차의 배율은 줄어들며, 전체적으로 시간이 지남에 따라 상위 단체와 하위 단체의 격차도 줄어들고 있으나, 전년도에 비해 격차가 증가한 경우가 전체 16년 가운데 6년이나 있

다는 점 등이 특징이라고 할 수 있다.

이 가운데 비교하는 표본이 커짐에 따라 편차가 줄어들게 된다는 것은 통계적으로 충분히 예상된 결과이다. 흥미로운 점은 크게 보았을 때 시간이 지남에 따라 격차가 줄어들고 있으나, 때때로 격차가 확대되고 있다는 것이 동시에 존재한다는 점이다. 특히 제도가 확대된 2014~2015년도에 모든 경우에서 격차가 크게 확대되었다는 점과 이후에도 소폭이긴 하나 격차가 확대된 연도가 2개년이나 존재했다는 점에 대해서는 주목할 가치가 있다고 판단된다.

이상의 결과는 고향납세로 인한 수입액이 지역별 수입격차를 보전하는 역할을 하고 있는 것으로 보이나 때때로 그 반대의 움직임도 있어 고향납세의 지역균형발전에 대한 역할에 대한 평가에 대해서는 향후 보다 면밀한 분석이 필요하다고 생각한다.

다. 고향납세 수입액 10위 단체에 대한 분석

앞 절에서는 고향납세 상위 10단체와 하위 10단체의 비교가 평균치의 변동 폭이 커서 해석에 어려움이 있을 수 있음을 지적하였다. 이러한 변화가 어떠한 질적인 측면이 있는지를 살펴보기 위해 고향납세 수입액이 많은 지방자치단체의 변화를 통해 고향납세가 지니는 역할을 알아보하고자 한다.

〈표 IV-2〉는 2008~2022년의 15년간 고향납세 수입액 상위 10개 자치단체 가운데 가장 높은 빈도를 보인 광역단체 5곳의 빈도, 수입액 평균을 나타낸 것이다.⁵³⁾

〈표 IV-2〉 상위 10개 자치단체 1~5위 순

순위	도도부현	빈도(곳)	수입액(천엔)	비고
1	도쿄도	23	321,689	2008~2013년에 집중
2	홋카이도	21	7,938,529	전년도에 걸쳐 골고루 분포
3	미야자키현	17	7,979,069	2013년 이후
4	사가현	13	4,970,449	2009~2022년 골고루 분포, 2017년 3개
5	오사카부	11	10,786,217	2008~2022년 골고루 분포

자료: 総務省, 「ふるさと納税に関する現況調査」調査結果(2008~2022年, 各年度)를 이용하여 저자 작성

53) 2008~2023년의 상위 10개 자치단체에 대해서는 [부록 1] 참조

지난 15년간 고향납세 기부액 상위 10위에 가장 높은 빈도를 보이고 있는 곳은 도쿄도이다. 그러나 도쿄도가 상위 10위를 기록한 것은 거의 대부분 제도 시행 초기라 할 수 있는 2008~2013년에 집중되어 있으며 이후로는 상위 10위에 진입한 경우가 없다. 고향납세제도의 도입 목적의 하나로 지역 간 재정격차의 해소가 있으나 제도가 정착되기 전인 2013년까지 대기업이 소재하는 후츄시(府中市), 도심지역인 분쿄구(文京区)가 다수를 차지하고 있는 것에서 알 수 있듯이 다른 지역으로 고향납세를 하기 보다는 자신이 있는 곳에 납세를 하는 경향이 강했음을 짐작할 수 있다. 이러한 사실은 2008~2013년 도쿄도의 23회 다음으로 많은 5회의 홋카이도, 4회의 오사카도 각각 삿포로, 오사카시로의 기부금이 대부분이었다는 것으로부터도 확인할 수 있다.⁵⁴⁾

홋카이도의 경우 2008~2013년은 삿포로가 상위 10위에 들어가고 있으나 도쿄도와 마찬가지로 수입액은 1,000만엔에서 5,000만엔 정도의 수준에 그치고 있었다. 그러나 고향납세제도의 제도적 변화가 있었던 2015년 이후는 네무로시(根室市), 몬베츠시(紋別市), 시라누가쵸(白糠町) 등 홋카이도의 중심지역이 아닌 지역이 전국 상위 10위 안에 들어갈 정도로 기부액이 증가하고 있다. 홋카이도의 위 세 지역의 고향납세 수입액은 2015~2019년에는 3억엔~7억엔 수준이었으나, 2020년 이후는 10억엔~19억엔으로 2020년 이후에는 수입액이 증가하고 있음을 확인할 수 있다. 앞 절에서 설명한 고향납세제도의 제도적 변화를 통해 고향납세제도가 원래 추구한 형태의 지역 간 재정격차의 해소 및 지역경제 활성화, 기부문화의 활성화 등의 효과가 나타나기 시작했다고 생각된다.⁵⁵⁾

세 번째인 미야자키는 도쿄도와 홋카이도와는 약간 다른 형태를 보이고 있다. 미야자키의 경우 2013년과 2014년의 아야쵸(綾町)의 경우를 제외하고, 2015년 이후는 미야코노쵸시(都城市)와 츠노쵸(都濃町) 두 지역이 계속하여 전국 10위권을 유지하고 있다. 위 두 지역은 답례품이 활성화되면서 고향납세액이 급격히 증가한 대표적인 지역이며 고향납세 수입금도 매년 증가하여 미야코노쵸시의 경우 2014년에 약 5천만엔에서 2022년에는 약 19억 6천만엔으로 증가하였다. 츠노쵸의 경우도 2016년 약 5천만엔에서

54) 고향납세제도 도입 초기에 대도시 위주로 기부금액이 많은 이유로는 기업에 의한 고액의 고향납세가 많았을 가능성을 생각할 수 있다.

55) 거의 시기를 같이하여 진행된 답례품 활성화가 고향납세액을 증대시킨 큰 요인이었으나, 답례품을 기부액의 30%로 제한한 2019년 이후에도 고향납세액이 증가하여, 답례품이 어느 정도 고향납세 기부액 증대에 기여하고 있는가에 대해서는 보다 엄밀한 분석이 필요하다고 여겨진다.

2021년에는 약 11억엔으로 20배 이상 증가하였다. 그러나 츠노초의 경우 주된 답례품인 소고기가 부족하게 되자 2022년 총무성이 지정한 비율 이상의 비용을 들여 답례품을 증정하였고, 이로 인해 2년간 고향납세 기 대상 지역에서 제외되기도 하였다.

사가현은 규슈 북서쪽에 위치한 지역으로 인구나 면적 모두 규슈에서 가장 적으며 전국 47개 도도부현 가운데서 42번째이다. 사가현에서 상위 10위를 기록한 자치단체를 보면, 가미미네초(上峰町)가 6번으로 거의 1/2을 차지하고 있으며 미야키초(みやき町), 겐카이초(玄海町)가 각각 2번, 간카키시, 오기시, 카라츠시가 1번씩 기록하고 있다. 특징적으로는 겐카이초의 경우 고향납세 수입금이 2013년에는 2,486만엔이었으나 2014년에는 10억 666만엔으로 급격히 증가하였다는 것과 2018년 미야키초가 16억 8,338억엔으로 사가현에서 최고의 고향납세 수입액을 기록하였다는 것이다. 인구가 9,600명 정도인 가미미네초가 고향납세 상위에 위치하기 시작한 것이 2015년 이후인 것으로 판단할 때 답례품에 의한 고향납세 수입액이 대부분일 것으로 생각되나, 상대적으로 여러 지역이 2009년 이후 꾸준히 상위에 위치하고 있는 것으로 판단할 때 고향납세가 지역 활성화를 위한 수단으로 사용되고 있을 가능성을 보이는 지역이라고 할 수 있다.

도쿄도와 더불어 일본의 대도시권인 오사카부의 경우, 도쿄도와 마찬가지로 2008년부터 2013년까지 수입액이 높았던 지역은 오사카시이며, 2016년 이후는 2018년의 쿠마토리초(熊取町)를 제외하고는 전부 이즈미사노시(泉佐野市)가 기록하고 있다. 이즈미사노시는 2016년 이후 전국 자치단체 가운데 고향납세 수입액 1위를 3번이나 차지할 정도로 고향납세를 대표하는 지역으로 알려져 있다. 이즈미사노시는 1994년 간사이(関西) 국제공항의 개항에 맞추어 고속도로의 정비 등 다양한 투자를 계획하였으나 이후 경기침체 등으로 재정상황이 악화되어 2008년에는 재정적자비율이 조기건전화 기준인 17.44% 이하로 떨어져, 재정건전화 단체가 되었다. 2011년 시장으로 당선된 치요마츠(千代松) 시장은 이러한 재정상황을 타개하기 위한 수단의 하나로 고향납세 제도에 착목하여 답례품으로 1,000개 이상의 품목을 제공하는 등 적극적 활동을 펼친 것으로 널리 알려져 있다. 답례품을 이용한 이즈미사노시의 고향납세에 대한 적극적인 유치는 적지 않은 반향을 불러왔으며 답례품에 대한 상한을 설정하는 등의 조치가 취해진 계기가 되었다고도 할 수 있다.

이상은 공식 행정자치기구인 도도부현별 상위 10개 지역의 동향을 살펴보았으나 공

식적인 행정조직은 아니나 일본에서 흔히 사용되고 있는 지역의 특성을 반영하는 7개의 지방으로 나누어 상위 10위 빈도를 살펴본 것이 <표 IV-3>이다.

<표 IV-3> 지방별 상위 10위 빈도

지방	상위 10위 빈도
홋카이도	21
도호쿠(아오모리, 이와테, 아키타, 미야기, 야마가타, 후쿠시마)	10
츄부(니이가타, 도야마, 이시카와, 후쿠이, 야마나시, 나가노, 기후, 시즈오카, 아이치)	21
간토(이바라키, 토치기, 군마, 사이타마, 치바, 도쿄, 가나가와)	29
긴키(미에, 사가, 교토, 오사카, 효고, 나라, 와카마타)	20
츄고쿠(돗토리, 시마네, 오카야마, 히로시마, 야마구치)	7
시고쿠(도쿠시마, 가가와, 에히메, 고우치)	1
규슈(후쿠오카, 사가, 나가사키, 구마모토, 오이타, 미야자키, 가고시마, 오키나와)	41

자료: 総務省, 「ふるさと納税に関する現況調査」調査結果(2008~2022年, 各年度)를 이용하여 저자 작성

상위 10위 지자체를 지방별로 분류한 결과 다음과 같은 특징을 확인할 수 있다. 우선, 상위 10위에 든 150개 자치단체의 규슈지방에 약 27%에 해당하는 41개 지자체가 분포하고 있다는 점, 둘째, 홋카이도, 츄부, 간토, 긴키 지방의 경우 약간의 차이는 있지만 대체로 유사한 비율로 존재하며, 셋째, 도호쿠, 고쿠, 시고쿠 지방의 경우 상위를 차지한 경우가 매우 적다는 것을 확인할 수 있었다. 특히 시고쿠의 경우 2017년 고우치현 나하리쵸가 9위를 기록한 것이 유일하다.

고향납세액이 적은 시고쿠, 츄고쿠, 도호쿠 지역이 상대적으로 인구도 적으며 경제적 자립도도 낮은 지자체가 많은 지역이라는 것을 감안할 때, <표 IV-3>의 결과는 고향납세제도가 균등한 지역경제의 활성화에 충분히 기여하지 못하고 있을 가능성을 보여주는 것이라 하겠다.

2. 우리나라의 고향사랑기부제

2023년도 지자체별 고향사랑기부제의 기부금 수입액이 어느 정도인지에 대해 동 제도를 시행하고 있는 행정안전부는 공식적으로 자료를 공개하고 있지 않다. 그러나 고향사랑기부제 전문신문인 '고향사랑리포트'의 홈페이지⁵⁶⁾에 지자체별 기부액이 조사되어 있어, 본 절에서는 이 자료를 이용하여 2023년도의 현황 파악 및 결정 요인에 대한 실증분석을 시도하기로 한다. 고향사랑리포트가 조사한 고향사랑기부금의 전국 총액은 650억 3,042만원으로 행정안전부가 2023년 고향사랑기부제를 통한 기부금으로 발표⁵⁷⁾한 650억 2천만원과 거의 같은 수준으로 지자체별 기부금 분석을 위한 자료로서 충분하다고 판단하였다.

가. 지역별 고향납세 수입액

2023년도 광역지자체별 인구, 기부금 수입액, 재정자립도 등 고향사랑기부제와 관련한 사항을 <표 IV-4>에 제시하였다. 표에서 자치단체 수는 고향사랑기부제의 기부 대상이 되는 기초자치단체의 수이다.⁵⁸⁾

고향사랑기부제 기부금 총액이 가장 많은 곳은 143억 3,676만원을 기록한 전라남도이며, 경상북도, 전라북도가 89억 9,283억원, 84억 7,977억원으로 그 뒤를 잇고 있다. 이 세 자치단체의 인구 비중은 전체 인구의 12% 정도인데 비해 고향납세 기부액 전체에서 차지하는 비중은 26.9%로 이 세 자치단체가, 그 가운데서도 특히 전라남도가 두드러진 결과를 보이고 있다.

서울특별시와 5개 광역시의 기부금 총액을 보면, 서울특별시가 24억 5,903억원으로 기부금이 가장 많으며 광주광역시가 15억 1,560만원, 부산시가 12억 7,339만원으로 세 지역만 10억원을 초과하고 있으며 그 외의 광역시는 10억원에 미치지 못하고 있다.

56) 고향사랑리포트 홈페이지 주소는 <https://gosari.co.kr>이다.

57) 행정안전부, 「고향사랑기부제 첫 해 기부액 약 650억원 모금, 제도 시행 첫 해 성공적으로 안착 평가」, 보도자료, 2024. 1. 10.

58) 서울특별시 외 6개의 광역시의 경우 자치구에 대하여 본청도 기부대상이 되므로 통상의 자치구 수에 비하여 하나가 더 많다.

〈표 IV-4〉 광역지자체별 인구, 기부금액, 재정자립도

지역	자치단체 수	인구(명)	기부금액(백만원)	1인당 기부금액(원)	재정자립도(%)
서울시	26	9,386,034	2,459	262	26.00
부산시	17	3,293,362	1,273	387	18.12
대구시	10	2,374,960	747	315	18.85
인천시	11	2,997,410	772	258	21.36
광주시	6	1,419,237	1,516	1,068	16.44
대전시	6	1,442,216	627	435	18.31
울산시	6	1,103,661	985	893	23.95
세종시	1	193,263	145	750	50.16
경기도	32	13,630,821	3,905	286	31.04
강원도	19	1,527,807	5,294	3,465	11.86
충청북도	12	1,593,469	3,111	1,953	15.12
충청남도	16	2,130,119	4,316	2,026	15.46
전라북도	15	1,754,757	8,480	4,832	10.40
전라남도	23	1,804,217	14,337	7,946	11.16
경상북도	23	2,554,324	8,993	3,521	11.60
경상남도	19	3,251,158	6,247	1,922	13.58
제주도	1	337,626	1,823	5,399	32.02
합계	234	50,794,441	65,030	-	18.22 ¹⁾

주: 1) 전국 지자체 234개 재정자립도의 평균치임
 자료: 기부금액은 「고향사랑리포트」, 인구 및 재정자립도는 「지방재정365」에서 가져와 저자 작성

기부자가 거주하는 곳에는 고향사랑기부를 할 수 없지만, 자신이 거주하는 기초자치단체 이외의 자치단체에는 기부를 할 수 있다. 아울러 거주자가 많으면 고향사랑기부제와 관련된 관계인이 많아질 가능성이 있으므로, 광역 레벨에서 거주자가 많을 경우 기부금액이 증가할 수 있다. 인구수에 따른 기부금액 증가 효과를 완화한 지역별 기부금액 수준을 살펴보기 위해 거주민 1인당 기부금액을 살펴보았다.

거주민 1인당 기부금액을 보면 전라남도가 7,946원으로 가장 높으며, 제주도가 5,399원으로 2위, 전라북도, 경상북도, 강원도의 순으로 나타났다. 전라남도, 경상북도, 전라북도의 경우 1인당 기부금액으로도 상위에 위치하고 있어, 2023년의 기부는 위 세 지역이 중심이 되고 있음을 짐작할 수 있다. 그 외에도 절대규모는 크지 않으나

1인당 기부액으로는 제주도가 2위에 위치하고 있어 제주특별자치도에 고향사랑기부제를 이용한 기부가 활발하게 이루어지고 있음을 알 수 있다.

서울특별시를 비롯하여 도시부의 광역자치단체의 1인당 기부금액을 보면 총액으로 파악한 모습과는 다른 형태를 보이고 있다. 우선 총액에서는 3위였던 광주광역시가 1인당 기부금액으로는 유일하게 1,000원을 초과한 1,068원의 기부금을 기록하고 있으며, 울산광역시와 세종시가 2위와 3위를 기록하고 있다.⁵⁹⁾ 한편, 기부금 총액으로는 가장 많았던 서울시의 경우 1인당으로는 262원을 기록하여 258원의 인천시와 더불어 200원대로 낮은 상태임을 할 수 있다.

전라남도와 광주가 고향사랑기부제 기부금에서 1위를 기록하고 있는 이유로는 현재 위 두 지역의 유출인구가 많으며, 향우회 등을 통한 인적 네트워크가 잘 형성되어 있을 가능성, 해당 지역의 단체장 및 담당자의 적극적인 노력 등을 지적할 수 있다.

마지막으로 재정자립도와 기부금과의 상관관계를 보면, 전국 243개 지자체의 기부금 총액과 재정자립도 사이의 상관관계는 -0.2674로 양자 사이에 음의 상관관계가 존재하고 있다. 전국 지자체의 재정자립도 평균이 18.22%인 데 비해 이보다 6~7%포인트 정도 낮은 재정자립도 11~12%인 곳의 기부액이 큰 것을 확인할 수 있는데, 이는 재정자립도가 평균보다 낮은 지자체에서는 재정의 어려움을 타개하기 위한 수단의 일환으로 고향사랑기부제를 통한 기부액 모집에 적극적으로 대응하였을 가능성을 보여 주는 것이라 할 수 있다.

나. 고향납세 수입액의 지역 간 격차

2023년 1년 동안 기부금액이 많았던 10개 지역과 가장 적었던 지역 10개 지자체를 보면 <표 IV-5>와 같다. 2023년 고향사랑기부금이 가장 많았던 지자체는 전라남도 담양군으로 기부액은 22억 4,351만원이었으며, 이어 제주도, 전라남도 고흥군, 전라남도 나주시로 이어지고 있다. 지역을 보면, 전라남도가 5개로 가장 많으며 전라북도가 3개, 경상북도 1개, 제주도가 1개이다. 상위 10개 지역의 평균은 11억 3,718만원이다.

한편, 하위 10개 지자체를 보면 부산시 중구가 2,459만원으로 가장 낮았으며 인천시 동구, 중구, 부산시 수영구 순으로 낮은 것으로 나타났다. 부산시가 4개, 서울시, 인천

59) 세종시의 경우 비교적 최근에 만들어진 도시이며, 인구수나 재정자립도 등 많은 면에서 다른 특별시, 광역시와는 다른 특성을 지니고 있어 동일 선상에서 비교를 하는 것이 적절한 지에 대해서는 이론의 여지가 있을 수 있다.

시, 경기도가 각각 2개이다. 하위 10개 지역의 평균은 3,742만원으로 상위 10개 지자체와의 평균이 하위 10개 지자체의 평균보다 약 37배 높은 것으로 나타났다.

고향사랑기부제의 경우 기부자가 현재 어디에 거주하고 있는지에 대해서는 조사를 하고 있지 않아 도시부에서 농촌부로 기부가 이루어지고 있는지에 대해서는 알 수가 없으나, 기부금액 상위 10개 지역과 하위 10개 지역에 대한 조사 결과 서울시, 부산시, 인천시 등 대도시 지역의 기부금이 낮으며, 전라남도, 전라북도, 경상북도 등 농업 위주의 유출인구가 많은 지역의 기부금이 높다는 사실은 고향사랑기부제를 통한 기부는 도시 지역에서 농촌 지역으로 이루어지고 있을 가능성을 보여주는 것이라 하겠다.

〈표 IV-5〉 고향납세기부액 상위 10개 지역과 하위 10개 지역

(단위: 천원)

상위 10개 지역	기부액	하위 10개 지역	기부액
담양군	2,243,510	서울시 도봉구	35,229
제주특별자치도	1,823,000	경기도 오산시	34,622
고흥군	1,230,822	부산시 서구	34,365
나주시	1,066,893	서울시 강북구	32,306
예천군	977,342	부산시 연제구	31,930
영광군	933,787	경기도 과천시	30,784
순창군	877,880	부산시 수영구	28,306
영암군	845,478	인천시 중구	26,707
임실군	693,325	인천시 동구	25,382
김제시	679,738	부산시 중구	24,586
평균	1,137,177	평균	30,422

자료: 저자 작성

표본수에 따른 변화의 폭을 줄이기 위해 상위 10%와 하위 10%, 상위 25%와 하위 25%, 그리고 상위 50%와 하위 50%의 기부금액과 차이를 비교한 것이 〈표 IV-6〉이다. 표에서 확인할 수 있듯이, 비교 대상이 되는 표본의 수가 클수록 양자의 차이는 줄어들어 상위 10%와 하위 10%의 차이는 약 21배이나 상위 25%와 하위 25%는 11배, 상위 50%와 하위 50%는 약 4배 정도의 차이가 나는 것으로 나타났다.

〈표 IV-6〉 기부금액 상위와 하위 비교

(단위: 백만원)

구분	상위	하위	비율
10%	828.5	39.0	21.24
25%	594.7	56.6	10.51
50%	438.4	98.2	4.46

자료: 저자 작성

상위 10개 단체와 하위 10개 단체, 상위 10%와 하위 10% 등 모든 경우에서 우리나라가 일본의 동일 비교 대상에 비해 그 차이가 월등히 적은 것을 확인할 수 있다. 이는 기부금 대상이 되는 지자체가 일본은 1,788개, 한국은 243개로 1,500개 이상 차이가 나므로 일본의 경우 한국에 비해 지역 간 편차가 크게 나타날 수밖에 없다는 것을 감안하더라도 큰 차이라고 할 수 있다. 이렇듯 양국 간에 차이가 나는 이유로, 우선 고향사랑기부제는 일본의 고향납세제도의 장단점, 예컨대 기부한도 상한, 세액공제, 답례품 비중 등 여러 사항을 신중하게 고려하여 도입된 제도여서 지역 간 많은 차이가 발생하지 않았을 가능성을 생각할 수 있다. 한편, 2023년의 결과는 제도 시행 1년차로 안정적인 결과가 아닐 수 있으며, 향후 자료가 축적되면서 양태가 변화될 수 있을 가능성이 있으므로 2023년만의 결과로 직접적인 비교를 하는 것은 주의가 필요하다.

다. 고향사랑기부액 결정요인

앞 절에서 고향사랑기부제의 기부액과 재정자립도가 음의 상관관계에 있음을 확인하였다. 그러나 재정자립도가 낮아도 고향사랑기부제를 통한 기부액이 낮은 지자체도 있었으며, 반대로 재정자립도가 높음에도 기부액이 많은 지자체도 있었다. 따라서 무엇이 기부금액을 결정하는 요인인가를 분석하기 위해서는 보다 엄밀한 실증분석이 필요하다.

고향사랑기부제의 기부금을 결정하는 요인으로 선행연구에서 지적하고 있는 요인으로 기부자의 입장에서는 자신이 태어나고 자란 지역에 대한 보답, 재정상태가 어려운 지역에 대한 지원과 같은 이타적인 요인에 더하여 각 지자체가 제공하는 답례품을 상대적으로 저렴한 비용으로 구입하기 위함 등 다양한 요인을 생각할 수 있다. 한편 지자체의 경우 ‘기부금’이라는 새로운 경로를 통하여 지자체 수입을 제고할 수 있는 새

로운 경로가 생긴 것이므로, 이를 중시하는 지자체에서는 많은 노력을 기울여 기부금을 모집할 것이다. 지자체의 재정상태가 좋지 않을수록, 혹은 기존의 노력에 의한 지자체의 생산이나 수익이 많지 않은 경우 새로운 수익원에 대해 더 많은 노력을 기울일 것으로 예상된다.

고향사랑리포트의 각 지자체별 고향사랑기부액 데이터와 공표되어 있는 기초자치단체에 대한 인구 및 재정요인을 고려하여 고향사랑기부제를 통한 기부액을 추정하기 위한 모델을 다음과 같이 설정할 수 있다.

$$GOC = f(\text{POP}, \text{GRDP}, \text{REV}, \text{FINDP}, \text{L_REGION})$$

GOC: 각 지자체 고향사랑 기부액 총액

POP: 지자체 인구

GRDP: 지역내 총생산

REV: 지역 수익

FINDP: 지역 재정자립도

L_REGION: 광역지자체

각 지역의 인구와 지역내 총생산, 지역 수익 간에는 90%가 넘는 상관관계가 있어⁶⁰⁾ 지역의 수익을 나타내는 위 세 변수를 함께 추정하는 것은 적절하지 않아 지역의 생산력을 나타내는 변수와 재정자립도를 각각 별도로 추정하였다. 추정결과는 <표 IV-7>과 같다

60) $\text{corr}(\text{pop}, \text{grdp})=0.9703$, $\text{corr}(\text{pop}, \text{rev})=0.9146$, $\text{corr}(\text{grdp}, \text{rev})=0.9387$

〈표 IV-7〉 고향사랑기부금 추정결과 1

변수	(1)		(2)		(3)	
	추정치	p-value	추정치	p-value	추정치	p-value
POP	0.000016	0.330				
GRDP			0.000000644	0.108		
REV					0.0000214	0.036
FINDP	-6.898049	0.000	-7.714524	0.000	-7.843317	0.000
상수항	386.683	0.000	396.6831	0.000	399.6921	0.000
Adj-R2	0.0675		0.0733		0.0807	
n	243					

자료: 저자 작성

〈표 IV-7〉의 (1)열은 인구, (2)열은 지역내 총생산, (3)열은 지역 수익을 나타내는 변수로 추정한 결과이다. 추정결과 재정자립도(FINDP)는 모든 경우에 유의하게 (-)로 추정되었으나, 지역 내 인구(POP) 및 지역내 총생산(GRDP)은 통계적 유의성이 없는 것으로 나타났다. 지역 수익(REV)는 5%의 유의수준에서 (+)로 유의한 것으로 추정되었으나 추정치는 0.0000214로 크지 않았다. 위 결과는 지역의 수입을 나타내는 요인을 통제하여도 재정자립도가 유의한 변수라는 것을 보여주는 것이며, 재정자립도가 낮은 지역으로 고향사랑기부제를 통한 기부가 이루어지고 있다는 것을 보여주는 것이라 하겠다.

그러나 위 추정식은 각 지자체 고유의 특성을 파악하지 못하고 있어 Adj-R2에서 확인할 수 있듯이 모델의 설명력이 그리 크다고는 할 수 없다. 각 지자체가 지니는 고유의 특성으로 생각할 수 있는 것은 출향민의 많고 적음, 출향민과의 네트워크, 매력적인 특산물 여부, 고향사랑기부제에 대한 지자체장을 비롯한 관계자들의 열의 등 여러 요인을 생각할 수 있다. 하지만 이러한 정성적인 내용을 데이터로 파악하기는 어려워 본 연구에서는 고향사랑기부제의 대상인 기초지자체를 포함하는 광역지자체를 지역의 특성을 반영하는 변수로 설정하여 고향사랑기부제의 기부액과 지역과의 관계에 대해 추정하였다.

〈표 IV-8〉 고향사랑기부금 추정결과 2

변수	(1)		(2)	
	추정계수	p-value	추정계수	p-value
REV			0.0000058	0.416
FINDP			-0.10685	0.941
부산	-19.6839	0.713	-16.3515	0.764
대구	-19.8954	0.755	-16.9219	0.793
인천	-24.391	0.692	-22.005	0.723
광주	158.0116	0.043	160.8441	0.042
대전	9.941593	0.898	12.91206	0.869
울산	69.62704	0.370	73.60887	0.345
세종	50.41129	0.773	54.53639	0.760
경기	27.43837	0.544	28.77889	0.532
강원	184.0448	0.000	187.9108	0.001
충북	164.6844	0.006	168.2297	0.007
충남	175.1486	0.001	178.5636	0.002
전북	470.7292	0.000	474.1561	0.000
전남	528.7486	0.000	532.4713	0.000
경북	296.4037	0.000	299.9367	0.000
경남	234.212	0.000	237.2849	0.000
제주	1728.411	0.000	1723.782	0.000
상수항	94.58871	0.005	90.88359	0.060
Adj-R2	0.5790		0.5769	

자료: 저자 작성

(1)열은 오직 광역자치단체만을 설명변수로 포함한 경우이며, (2)열은 (1)의 추정식에 지역의 수입과 재정자립도를 설명변수로 추가한 경우이다.

(1)열의 설명변수는 서울을 기준(base)으로 한 광역지자체 더미변수이다. 먼저 주목할 점은 광역시, 세종시와 같은 도시기반의 광역지자체의 추정치 가운데 광주를 제외하고는 모두 통계적으로 유의하지 않았다. 한편 특별시, 광역시가 아닌 광역자치 단체인 도에서는 경기도만 유일하게 통계적으로 유의하지 않고, 나머지 모든 도에서 통계적으로 유의하게 양의 추정치가 얻어졌다. 특히 제주, 전남, 전북, 경북 등의 추정치

가 크게 나타나, '가. 지역별 고향납세 수입액'에서 분석한 지역별 기부금액과 유사한 결과가 얻어졌다.

또한 모델의 설명력을 나타내는 Adj_R2는 0.5790으로 지자체의 수입과 재정자립도를 사용하여 추정된 추정식의 Adj_R2에 비해 높게 나타나 단순히 지역만을 변수로 한 경우의 설명력이 크다는 것을 알 수 있다. 이 추정결과는 고향사랑기부제를 통한 기부금액은 지역의 재정자립도나 수익, 현재의 인구보다도 각 지역의 특성으로 인한 부분이 크다는 것을 보여주는 것이라 하겠다.

(2)열의 추정치는 (1)의 지역더미 변수에 더하여 각 기초자치단체의 수익과 재정자립도를 변수로 추가할 경우 추정값에 변화가 있는가를 살펴본 것이다. 추정결과, 수익과 재정자립도의 추정치가 훨씬 줄었으며 특히 단독으로 추정할 때는 유의하였던 추정치가 유의하지 않게 추정되었다. 이는 결국 지역더미를 넣지 않았을 경우 명확하게 파악되지 않았던 지역 특성이 지역의 수익이나 재정자립도에 반영되어 추정되었을 가능성을 의미한다고 할 수 있다. 이상의 추정결과는 2023년 고향사랑기부제의 기부액은 데이터로는 파악되지 않은 지역의 특성을 반영한 많은 정성적인 요인이 가장 중요한 요인이었음을 보여주는 것이라 하겠다.

3. 고향납세 및 고향사랑기부제 담당자 인터뷰

이번 절에서는 한국과 일본의 제도를 비교하고자 각 도시별로 제도 운영 현황과 수입의 활용 방식 및 제도 운영 방식, 제도 개선 관련 의견 등을 지역 담당자와의 인터뷰를 통해 정리하고 비교하였다. 인터뷰 지역은 일본은 홋카이도의 북동부에 위치한 6개 지역이며 우리나라는 어느 특정 지역에 한정되지는 않았다. 고향납세제도의 지자체 사례로 홋카이도의 특정지역을 선정한 이유는 우선, 도도부현 수준에서 홋카이도가 고향납세 기부금이 가장 많은 지역이기 때문이며 둘째로, 홋카이도 내에서는 지자체에 따라 기부금액의 편차가 매우 크기 때문에 고향납세 기부액을 결정하는 요인 및 기부금의 사용처 등에 대해서도 비교적 선명하게 대조를 할 수 있을 것으로 기대되었기 때문이다.

가. 일본

1) 몬베츠시(紋別市)

홋카이도 북동쪽 오오츠크해와 접하고 있는 몬베츠시는 2024년 현재 인구가 2만여 명, 예산은 약 440억엔이며, 재정력지수⁶¹⁾는 0.32이다. 그러나 몬베츠시는 2019년 고향납세 기부액 순위에서 일본 전 시정촌 가운데 3위를 기록한 이후 2023년까지 규슈의 미야코노조시와 1~2위를 다투는 유명 도시가 되었다. 몬베츠시가 고향납세에서 전국적으로 이름을 알리는 가장 큰 이유로는 몬베츠시에서 생산되는 해산물, 특히 가리비가 답례품으로서 전국적으로 인기를 끌면서이다.

몬베츠시는 고향납세 업무에 정규직원 3명과 연도별 임용직원 1명을 배치하고 있으며, 고향납세 전담계가 설립된 이후로 7년 동안 동일한 인원을 유지해 왔다. 인터뷰에 응한 담당 계장인 사이토 씨는 총 6년간 근무했는데, 통상 3년을 기준으로 부서 이동이 이루어지지만, 고향납세계는 지역 내 사업자와의 관계 형성 등 고유 업무의 연속성을 위해 장기적으로 해당 업무를 담당하고 있는 것으로 확인되었다.

고향납세액이 일본 전국에서 1~2위를 하고 있어, 고향납세액 목표치를 사전에 설정하는지에 관한 질문에 수입 목표치를 별도로 설정하지 않고 있으며, 언제라도 제도가 변경될 수 있다는 점을 감안하여 전년도 수입액 수준을 유지하는 방향으로만 목표를 설정하고 있다.

답례품 등록은 포털 사이트에서 이루어지나, 일부 답례품은 포털 사이트에 게시되지 않고, 시의 홈페이지에만 게시되는 경우도 있다. 포털 사이트 운영비용으로는 평균적으로 수익의 10%를 시스템 이용료로 지출하고 있으나, 포털 사이트가 고향납세의 주요 접점 역할을 하므로 이에 대한 비용은 불가피한 측면이 있다고 한다.

답례품 선정은 사업자 제안과 직원의 현장 방문을 통해 이루어지는데, 2024년 현재 40여 민간사업자와 계약하고 있는 것으로 조사되었다. 몬베츠시는 답례품이 답례품으로서 적정한지의 여부는 우선 심의회 없이 담당 부서의 판단으로 정하고 이를 총무성에 등록하여 총무성으로부터 적합성 여부를 심사받는 것으로 나타났다. 통상 답례품

61) 재정력지수(財政力指数)는 일본의 지방공공단체의 재정상태를 나타내는 대표적인 지수의 하나로 해당 자치단체의 기준재정수입액을 기준재정수요액으로 나눈 값을 의미한다. 통상적으로 발표되는 재정력지수는 과거 3년의 평균치가 제시되고 있다. 재정력지수가 1.0보다 크면 지방교부세교부금이 지급되지 않는 불교부단체가 된다. 2022년의 전국 재정력지수의 평균은 0.49378이며 도도부현 가운데 1.0이 넘는 곳은 도쿄도(東京都)가 유일하다.

이 충무성으로부터 인가를 받기까지는 약 3개월이 소요된다고 한다.

기부액에 대한 답례품의 금전적 가치 산출은 사업자가 제시한 가격을 기준으로 30% 역산하여 정하며, 답례품은 시장 가격과 거의 유사하거나 다소 저렴하게 설정된다. 시중가격을 따로 고려하지 않지만, 같은 품목이라면 기부액은 거의 가격으로 결정되는 경향이 있다. 사업자의 경우 전국의 사업자와 비교하여 가격을 결정하는데, 가격 설정에 적극적으로 관여하는 편이다. 도매가가 아닌 소매가로 판매할 수 있고, 주문이 들어오면 발송만 하면 되며, 기타 업무는 시가 수행하며, 수금 위험도 없는 편이다. 이러한 이유로 사업자들은 고향납세에 적극적이며, 이는 고향납세 수익 증가로 이어지고 있다. 지역경제 활성화 측면에서는 기부자의 60~70%가 답례품으로 해산물을 선택하고 있어 해산물이 고향납세 수익에 결정적인 역할을 담당한다.

모집된 고향납세 기부금의 사용과 관련하여 몬베츠시는 수입액에서 경비를 제외한 나머지 금액을 기금으로 적립하며 다음 연도에 해당액을 고향납세와 관련된 사업에 사용한다. 2023년에는 64억엔을 사용하였으며 2024년에는 70억엔 이상 사용할 계획이다. 기금은 연도별로 일정 금액을 적립해두고 이를 의료, 공공시설 유지 등 노후화된 시설에 활용하고, 자녀 양육을 위한 기금으로도 사용한다. 몬베츠시의 경우 시장이 자녀 양육 지원을 증시하여 고향납세 수익이 자녀 양육 지원에 가장 많이 투입되며 출산 축하금, 급식비·의료비·보육비 무상화 등의 사업에 사용된다. 고향납세기부금을 활용하여 자녀양육 지원을 증대시키고 있으나, 2024년 현재 동 사업으로 인해 출생아 수가 특별히 증가하지는 않았다.

2) 유우베츠초(湧別町)

유우베츠초는 몬베츠시 남동쪽 약 23km 정도의 거리에 위치하는 인구 약 8천명의 자그마한 지자체이다. 1년 예산은 약 118억엔이며 재정력지수는 0.25로 낮은 편에 속한다. 유우베츠초 역시 주된 답례품으로 가리비를 비롯한 해산물을 제공하고 있으나 고향납세 기부금액은 2023년 1.2억엔으로 몬베츠시와는 비교가 불가능할 정도로 적다.

그러나 유우베츠초에서는 고향납세를 활성화 시키려는 노력을 많이 하고 있었는데, 그 예로 정직원 두 명과 회계연도 임용직원 한 명으로 구성된 총 세 명의 직원이 고향납세 업무를 담당하고 있는 것을 들 수 있다. 담당 직원의 이동주기는 보통 3~4년

으로, 직원들이 일정 기간 동안 안정적으로 업무를 수행할 수 있도록 배치되어 있다.

고향납세 목표액은 예산 요구 시기에 설정되며 이를 위해 지난 3개월간의 실적 및 현재 수입 상황을 고려해 수입 목표액을 조정한다. 예산 설정 시에는 재정과와 연계하여 필요한 수입 목표를 조정하며 2024년도에는 약 2억엔으로 예산을 계상하였다. 유우베츠초는 같은 부서 내에 재정과가 있어 조정이 용이한 것이 특징이었다.

포털 사이트와의 계약 및 사업자 선정 과정에서는 입금 관리, 배송 관리, 기부금 영수증 발급, 문의 및 클레임 처리, 제안 능력 등을 기준으로 삼아 평가하고 있으며 2024년부터는 '사토후루'를 시작으로 지역경제 활성화와 고용 창출을 위해 아마존(Amazon) 등의 추가 플랫폼을 고려하고 있다. 현재 중간사업자는 Red Force Corporation과 유우베츠초 관내 사업자인 '모구팩'으로 총 두 곳이 있다. 유우베츠초는 2023년도에 약 1억 2,421만엔의 기부금을 확보했으며 포털 사이트 운영사업자에게 10.53%, 중간대행업자에게 5.36%, 답례품 제공 사업자에게 25.22%의 비용을 지불하고 있다. 향후에는 기부액이 적은 사이트는 줄여나갈 계획이다.

답례품의 선정 기준은 총무성에서 제시하는 기준을 따르고 있으며 품질과 수량이 안전하게 공급될 수 있는 제품, 식품위생법과 상표법 등 관계 법령을 준수하는 제품이 선정 기준에 포함된다. 또한 마을 홍보와 지역산업 진흥에 기여할 수 있는 제품들이 우선적으로 선정된다. 기부액 대비 답례품 비용은 2023년 9월 이전에는 기부액의 약 30%를 기준으로 하였으나 10월 이후에는 21%로 조정하였다. 이러한 답례품 비율의 변경은 기부 건수의 감소로 이어졌다.

답례품의 가격은 기부액의 21% 이내로 설정되어 있으며 시중가격과 유사하게 맞추고 있다. 유우베츠초의 주요 답례품 중 하나인 가리비는 몬베츠시와 비교했을 때 가격 경쟁력이 낮는데 몬베츠시에는 가리비 출하 조합이 있어 더 저렴하게 제공할 수 있기 때문이다. 유우베츠초는 지역 내 출하 조합과 협력해 답례품 가격을 유지하고 있다. 특정 단체의 사례를 참고하거나 정보를 발신하는 경우는 있지만 유우베츠초가 자체적으로 전략을 공개하는 경우는 드문 것으로 조사되었다.

유우베츠초는 적절한 기부액 수준에 대해서는 언급을 하지 않았으나 고향납세로부터의 수입액 증가를 바라고 있으며 이를 위해 상품 공급 체계 강화, 신규 답례품 개발 등이 필요하다고 판단하고 있었다. 특히 유우베츠초는 가공업 기반이 약해 몬베츠시와 비교할 때 해산물 가공품 종류가 부족하며, 이를 개선하기 위해 새로운 사업자

밭갈 및 답레품 개발을 목표로 하고 있다고 하였다.

수입액의 운영과 관련하여서는 고향납세 수익 중 당해 연도의 답레품 제공 비용, 배송비 등을 충당하고 남은 잔액은 적립한다. 이 적립금은 '유우베츠쵸 후루사토 응원 기부조례'에 근거하여 관리되며 재정 확보가 어려운 분야별 사업에 활용될 예정이다. 기부금은 마을 만들기와 관련된 다양한 분야에 사용되며, 그 예로 '따뜻함이 있는 마을', '자연과 산업이 조화를 이루는 마을', '안전하고 쾌적한 마을' 등의 다양한 사업을 지원하는 데 충당하고 있다. 이와 같이 기부금은 다양한 사업에 충당되지만 구체적인 사용처는 공개되지 않으며 필요시 재정 담당 부서와 협의하여 결정한다. 예를 들어 작년에는 공원 내 친수시설 설치 및 e스포츠 관련 사업 추진 등이 기부금을 통해 진행되었다. 이사장(촌장)의 결정에 따라 정책 방향이 정해지며 현재 유우베츠쵸는 의료비와 보육비를 고등학생까지 무료로 지원하는 정책도 시행 중이다.

최근 답레품 취급 사업자가 증가하고 있으며 이는 고향납세제도를 통한 지역경제 활성화와 고용 창출에도 기여하고 있다. 예를 들어 2017년도에 17개였던 답레품 취급 업체가 2023년 말 기준으로 29개로 증가하였다. 앞으로도 답레품 취급업체가 늘어난다면 지역경제에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대하고 있었다. 동시에 고향납세 답레품 제공을 둘러싼 과도한 지자체 경쟁으로 인해 고향을 응원하는 본래 취지에서 벗어나고 있다는 우려를 가지고 있다. 또한 기부금액 격차가 커지면서 이로 인한 행정 서비스의 질 저하에 대한 걱정이 있다.

유우베츠쵸는 지역주민이 스스로 지역발전에 기여할 수 있는 방식의 제도 개선이 필요하다고 느끼고 있으며 답레품 경쟁보다는 지역의 특색을 살릴 수 있는 방법으로서의 전환을 바라고 있다. 또한, 해산물이 주요 답레품으로 자리 잡고 있는 유우베츠쵸는 홋카이도와 규슈 등의 지자체와 비교할 때 필연적으로 발생하는 높은 배송비 문제 해결을 위해 지역별 특성을 반영한 세밀한 제도 설계가 이루어지기를 바라고 있었다.

3) 사로마쵸(佐呂間町)

사로마쵸는 유우베츠쵸의 남동쪽에 위치하며 거리로는 22km 떨어져 있다. 사로마쵸의 인구는 4,675명이며 예산은 약 60억엔 정도이며 2023년 고향납세 기부액은 2.5억엔이며, 재정력지수는 0.24로 유우베츠쵸와 비슷하다. 유우베츠쵸보다 규모는 적으

나 고향납세 기부액이 2배 이상 많은 것은 관내에 유명 버터 공장이 있어 답례품으로 해산물에 더하여 버터를 제공하고 있기 때문이라고 담당자는 설명하였다.

사로마초에서 고향납세 업무를 담당하는 직원은 정직원 두 명이지만, 모두 겸직으로 일하며 2~3년 주기로 인사 이동이 이루어진다. 고향납세 목표치 설정은 전년도 실적 기준을 수립하지만 특별한 변화가 없는 한 기부 수입을 크게 확대하기는 어렵다고 판단하고 있었다. 최근 위탁료 절감과 답례품 제공 사업자의 업무 부담을 줄이기 위해 지역 사업자가 아닌 외부 사업자로 중간사업자를 변경하였으며, 사토후루와 라쿠텐을 포함하여 총 12개의 포털 사이트와 계약하여 고향납세를 진행하고 있는 것으로 조사되었다. 고향납세 기부는 주로 라쿠텐과 사토후루를 통하여 모집되고 있다고 한다. 또한, 아마존(Amazon)으로부터 고향납세 관련 안내를 받았지만 아직 해당 플랫폼에 게시할지에 대해서는 내부 검토 중이라고 한다.

인기 있는 답례품으로는 모리나가 공장에서 생산된 버터가 있으며 이는 사로마초 고향납세의 대표적인 기부 유인 요소로 자리 잡고 있다. 답례품은 사업자가 제안한 가격대로 게시되며 일반적으로 기부금의 30%를 기준으로 가격이 책정된다. 그러나 물품에 따라 23~24%로 조정되기도 한다.

사로마초는 고향납세 답례품으로 인기를 끌고 있는 다른 지자체인 몬베츠시와 벳카이초의 SNS 전략을 살펴보거나 답례품의 전국 순위를 확인하여 운영 전략을 세운다. 기부 수입이 증가하는 것을 바라고 있으나 주된 답례품인 가리비와 유제품과 유사한 답례품을 제공하는 지자체가 많아 기부금 수익을 증대시키기 위해서는 광고비 지출이 필수적이다. 하지만 사로마초는 광고비를 충분히 확보하기 어려운 소규모 지자체이므로 큰 지출을 감당하기는 어려운 상황이다. 기부자의 출신지는 파악할 수 없으나 기부자의 거주지는 관동, 관서, 나고야, 후쿠오카가 많은 편이다.

고향납세 기부액의 사용은 고향납세 기금을 따로 적립하지 않고 당해 연도에 거의 모두 사용하며 잔액이 발생하면 다음해에 모두 소진하는 방식을 채택하고 있다. 우선 순위는 단독사업으로 충당하며, 인구 감소와 저출산 문제 해결을 위해 고향 고등학교 졸업생을 대상으로 학비 지원을 시행하고 있다. 이 지원은 연간 50만엔을 4년간 제공하는 방식으로 주로 국공립 대학에 진학한 학생을 대상으로 한다. 이러한 학비 지원은 고향 고등학교의 존속과 연계된 방안으로서 고향납세를 통해 가능해진 정책이다.

또한 사로마초에서 고등학교를 졸업한 후 마을 내에 취업하는 청년에게는 10만엔을

추가로 지원한다. 하지만 이러한 지원에도 불구하고, 현재까지는 외부로 나갔던 인구가 다시 사로마초로 돌아오는 경우는 거의 없는 상태이다. 사로마초는 특히 인구 감소와 저출산 문제를 해결하는 데 중점을 두고 정책을 설계하고 있으며 고령자 지원 정책도 다수 운영 중이다. 예를 들어, 마을 내에서는 고령자에게 무료로 버스를 제공하고 있으며 인접 마을로 이동할 때는 500엔의 요금이 부과된다.

사로마초의 고향납세 담당자는 고향납세제도 변경이 빈번하게 이루어져 제도 운영에서 어려움을 겪고 있다고 보고 있으며 안정적이고 일관성 있는 제도 운영이 필요하다고 제언하였다.

4) 아바시리시(網走市)

아바시리시는 홋카이도 동부에 위치하고 있는 인구 약 3만 2천명의 도시로 홋카이도 지자체 가운데 18~19위 정도의 규모이나 오호츠크해 연안에서는 가장 큰 도시이다. 2024년 예산은 약 327억엔이었으며 재정력지수는 0.44로 인터뷰를 실시한 6개 시군구 가운데 가장 높았다. 고향납세 기부액은 16억엔 정도였는데, 몬베츠시는 물론이거니와 홋카이도 내의 다른 도시에 비해서도 높은 수준은 아니다.

아바시리시의 고향납세 담당자는 전담 직원 한 명(과 주사)과 겸직 직원 한 명(계원)으로 구성되어 있으며, 전담 주사는 2~3년 주기로 이동하고, 겸직 계원은 1~2년 주기로 인사 이동이 이루어진다. 기부 수입 목표액은 정책 검토 회의와 재정과와 협의 후 시장이 결정하는데 예산에 따른 세입액으로 목표치를 정하지만 이는 달성 목표가 아닌 단순한 지표로 기능한다고 한다.

고향납세 수입은 매년 증가하고 있으며 지출 경비율은 50% 이하로 관리하고 있다. 중간사업자 수수료는 3%에 세금을 추가로 지불하고 있으며 10개의 포털 사이트와 계약 중이다. 포털 사이트 수수료는 평균 13%이며, 사토후루만 중간사업자 없이 직접 계약하고 있다. 수수료가 10% 미만인 포털 사이트도 있지만 집객력이 높은 사이트일수록 수수료가 높다. 대부분의 기부(99%)는 포털 사이트를 통해 이루어지며 라쿠텐의 경우 광고비를 지불하면 랭킹을 상위로 노출시키는 유료 서비스를 제공한다고 한다.

답례품 선정은 협력업자의 신청을 받고 시의 내부 검토위원회에서 결정한다. 체험형 답례품의 경우 비용 절감을 위해 서비스 쿠폰 형태도 고려하고 있는 것으로 조사

되었다. 아바시리시는 독자적인 관광 콘텐츠로 ‘유빙’을 답례품으로 제공한다. 한편, 총 16억엔의 수입 중 주요 답례품은 해산물(게와 가리비)과 젤라토인데 최근 답례품 관련 총비용을 기부금의 50% 이내로 한정한다는 제도 변경으로 답례품 제공 비율을 30%에서 21%로 줄이자 기부 수입이 감소하기도 했다.

고향납세 담당자의 주요 업무는 답례품으로서의 가리비 취급량을 늘리고⁶²⁾ 규격 확장이나 설비투자 확대를 위한 지원 방안을 제안하는 것이다. 아바시리시의 사업자가 체험형 답례품에 대한 경험이 부족하여, 시가 직접 현장을 방문하며 조정한다. 특히 10월부터는 총무성의 새로운 인가 요건을 충족하기 위해 기존과 다른 자료를 제출하고 있어, 이를 위한 설명회 등을 연말까지 계획하고 있었다.

답례품 가격은 사업자가 제시한 가격과 양을 기준으로 결정하며 시중가격 조사 없이 대부분 동일한 가격으로 유지된다. 기부액 증대를 희망하고 있으나 실제 수입은 답례품 공급량에 크게 의존하고 있다. 자치단체마다 사정이 달라 적절한 기부액 기준을 따로 고려하지 않고 있으며 기부자의 거주지는 파악하고 있으나 출신 지역에 대한 구체적인 조사는 실시하지 않는다.

아바시리시의 고향납세 기부액은 일단 전액 고향기부 기금으로 적립되며 다음 연도에 나누어 사용하고 있다. 예산 편성 시에는 재정과와 협의하여 시장이 기금 사용 방법을 결정하며 기금 활용에 있어서는 복지 시책보다는 단발성 공공시설 정비나 인프라 구축 등과 같은 지속적인 예산 부담이 없는 사업에 사용하도록 지침을 두고 있다. 이는 아동 복지와 의료 지원 같은 특정 분야에 활용되는데 예를 들어 초중학교와 유치원, 보육시설의 급식을 무상화하는 사업에도 일부 사용되고 있다. 정책 대상은 주로 청년층을 대상으로 하는데 이는 고령자를 위한 사업보다 사업비도 적게 들고 홍보효과가 있기 때문이다. 기부자가 지정한 분야 외에도 ‘기타’ 분야가 기부 선택에서 가장 많다.

아바시리시는 고향납세제도를 통한 기부금이 지역경제 활성화에 기여하고 있다고 보고 있다. 특히 답례품 제공을 통해 지역 소상공인의 활성화와 매출 증대를 이루고 있다고 평가하였다. 또한 지역사회에 필요한 복지서비스 제공의 일부분을 고향납세

62) 아바시리시는 고향납세 이전에도 가리비가 유명하여 일본 국내는 물론이고 해외로 수출하고 있었다. 답례품이 고향납세 기부금 모집의 중요한 항목으로 대두됨에 따라 새로이 고향납세 답례품을 위한 가리비 취급량을 확보하는 것이 필요하다.

기부금이 담당하고 있어 고향납세제도가 없다면 지자체 입장에서도 상당히 곤란한 경우에 처할 수 있으므로 제도는 지속되어야 한다고 주장하였다. 하지만 답례품에 대한 비용보다도 포털 사이트 사업자에게 지불하는 비용이 크다는 점은 큰 문제라고 지적하였다. 특히 포털 사이트 사업자는 홋카이도가 아니라 도시부에 있어 지역경제 활성화하고도 무관하므로 포털 사이트에 대한 의존도가 높아지는 것에 대해 경계를 하고 있었다.

5) 가미카와초(上川町)

가미카와초는 홋카이도 중앙부에 위치한 다이세츠산(大雪山) 주위의 인구 3천명 남짓의 조그만 마을로, 2024년도 예산액은 61억엔 정도이며, 재정력지수도 0.16으로 인터뷰를 실시한 6개 시정촌 가운데서 가장 낮은 곳이다. 2023년 고향납세 기부액은 7천 5백만엔으로 매우 낮은 수준이다.

가미카와초의 고향납세 담당자는 정규직 직원 1명과 회계연도 임용 직원 1명 총 2명이고, 3~4년 주기로 이동한다. 가미카와초는 기부자 대응을 JTB와 사토후루와 같은 중간사업자에게 위임하여 주로 영수증 발행과 윈스톱 특례 신청 대응을 담당하고 있다.

가미카와초는 고향납세 수입의 목표치를 설정하고 세입 예산을 짜는데 2024년 목표는 약 7,500만엔으로 설정하였다. 목표를 1억엔까지 증액하자는 의견도 있었다고 한다. 목표액은 지자체장과 지자체 의회에서 증대의 필요성이 논의된 후 확정되었으며 고향납세 답례품 공급에 있어 일부 제약 사항이 고려되었다.

고향납세 수수료는 사업자에 따라 다르지만 대체로 기부액의 8~12% 사이에서 운영되며 중간사업자의 수수료는 2.5%에서 6% 수준이다. 원래 답례품 비용 비율이 기부금의 30%였으나, 최근 25%로 조정하여 비용을 절감했다. 그럼에도 불구하고 기부금은 작년에 비해 증가 추세에 있다. 답례품은 주로 지역 내 사업자가 직접 제안하며 일반적으로 행정기관이 제안하는 경우는 드물다. 총무성에 답례품 등록 신청을 하기 전에 내부 결재를 거치며 내부 경쟁은 심하지 않다. 가장 인기있는 답례품은 지역 특산품인 벌꿀이다. 일부 포털 사이트는 광고비를 지불하면 상위 랭킹에 검색되거나 더 큰 광고를 게재할 수 있는 서비스도 제공한다.

답례품 설정은 원가를 기준으로 역산하여 산출되며 시중에서 동일한 품목을 구매할 때의 가격과 유사하게 책정되나 송료분만큼 저렴하게 구입할 수 있도록 설정하는 것이 일반적이다. 예를 들어, 시중에서 4,000~5,000엔 정도의 벌꿀을 답례품으로 받기 위해서는 약 17,000엔 정도의 기부금이 필요하다고 안내하고 있다.

고향납세 운영과 관련하여 가미카와초가 특별히 전략을 참고한 사례는 없으며 올해 목표를 1억엔으로 설정하고 기부금 증대를 추진하고 있다. 마을의 특성상 적절한 기부액은 매년 달라 연간 약 2~3억엔이 소요되는 등산로 및 대청소 등의 환경보호 활동을 주요 사업으로 추진하고 있다.

가미카와초는 고향납세 수익을 일반적인 운용 방식으로 관리하고 있으며, 특정 재원이 필요한 경우 초기에 예산으로 계상하여 적재적소에 사용하고 있다. 기부금은 대체로 연간 7,000만엔 중 3,600만엔은 지정하고 1,400만엔을 대설산과 관련된 사업에, 230만엔은 지역주민 복지 증진, 730만엔은 교육 문화 사업, 360만엔은 산업 진흥에 충당하는 방식으로 사용하고 있다. 현재 고향납세 기부금이 증가하고 있으나 예산 증가와 관련해서는 기대하지 않고 있으며, 기부금은 주로 지역활성화 및 환경보호와 같은 분야에 충당되고 있다.

마지막으로 제도 개선 요구와 관련하여 가미카와초 담당자는 고향납세 답례품 등록을 위한 총무성의 승인 절차가 오래 걸리는 문제를 지적하며 평균적으로 약 3개월이 소요되어 답례품 등록에 어려움을 느끼고 있다고 하였다. 가미카와초의 특색을 살린 답례품을 기획할 때 특정 지역성을 반영하는 데 제약이 많다는 것이다. 예를 들어 가미카와초의 마스코트인 에조진달래를 포함한 디자인 상품이 답례품으로서 허가를 받지 못했다. 또한 고향납세 포털 사이트의 높은 수수료 부담을 줄이기 위해 JTB와 협상을 진행해 수수료를 일부 낮추기도 했으며 자연보호를 위해 기업관 고향납세에도 힘을 쏟고 있다. 미쓰비시UFJ은행과 같은 대기업이 연간 약 1,700만엔을 기부하면서 탄소 제로 실현을 위한 지원을 요청하는 사례도 있어 기업 기부를 통한 환경보호 기금 조성에 대한 필요성을 강조하였다.

6) 히가시카와초(東川町)

홋카이도에서 두 번째로 큰 도시인 아사히카와시(旭川市)와 대설산의 중간쯤에 위치한 히가시카와초는 인구 8천 3백여 명의 크지 않은 마을이나 1980년대 중반부터 사진 수도를 선언하면서 사진을 중심으로 한 마을가꾸기를 시행하여, 일본 내에서 지난 30여 년간 인구가 증가하고 있는 지역으로 유명하다.⁶³⁾ 2024년 시 예산은 161억엔 정도이며 재정력지수는 0.24, 고향납세 기부액은 17억엔으로 인구 3만명이 넘는 아바시리시보다 많다.

히가시카와초의 고향납세 담당자는 정직원 2명과 회계연도 임용직원 3명이며, 이외에 회계연도 직원 2명이 지원 업무를 담당한다. 정직원은 겸직이며, 2~3년 주기로 이동한다. 수입액 목표와 결산액 확정을 위해 재정과와 긴밀히 연락하며 소통하고 있다. 2024년도에는 약 12억엔을 목표로 설정하였으며 이 목표는 주로 재정과의 목표 수립 과정에서 제시된다.

히가시카와초는 포털 사이트를 통한 고향납세 기부를 적극 활용하고 있으며 현재 총 10개의 포털 사이트와 계약 중이다. 중간사업자로는 시프트 플러스가 참여하고 있으며, 제3섹터인 히가시카와 진흥공사가 발주 및 발송 대응을 맡고 있다. 마을 측 직원들은 마케팅에 주력하며, 지역 관공서와의 협력을 통해 효율적인 업무 분담을 하고 있다. 포털 사이트 운영 비용은 대략 기부액의 10%이며, 기부 수급 업무의 외부 위탁 비용으로 약 3%를, 결제 수수료로 3% 정도가 추가로 지출된다.

답례품 제공 업체를 주로 직원이 직접 접촉하여 등록을 의뢰하며, 답례품 가격은 시중가격을 기준으로 설정한다. 특히 쌀과 같은 주요 답례품은 농업협동조합(JA)과 협력해 매입 가격을 낮추고 있으며, 이와 같은 가격 조정을 통해 본토보다 가격 경쟁력을 확보하고 있다. 히가시카와초는 고향납세 모금액 증대에 관심을 가지고 있으며, 공공 연계 파트너로서 제휴한 홋카이도 비바이(美唄)시, 아мага타현 니시카와(西川)초, 기후현 다카야마(高山)시, 나가사키현 잇키(壱岐)시, 가고시마현 오사키(大崎)초 등 여러 지자체와 정보 교류를 통해 전략을 수립하고 있다. 히가시카와초는 독자적인 수익 창출 노력의 일환으로 ‘히가시카와 주주 제도’를 운영하여 수익 증대에 기여하고

63) 사진을 중심으로 한 히가시카와초의 활동, 마을만들기 등과 관련한 내용은 본 보고서의 범위를 벗어나므로 자세히 다루지 않으나, 히가시카와초 홈페이지(<https://higashikawa-town.jp>)에 자세히 소개되어 있으므로 참조하기 바람.

있는 특징이 있다. 주주는 2008년부터 시작되어 현재 18만명에 달하고 있다.

2024년도의 고향납세 수입 목표는 12억엔으로, 전년도 실적인 17억엔에 비해 감소하였으나, 내년 이후 수입액을 증대시키고자 하고 있다. 다만 쌀 생산량에 한계가 있어 기부 수익을 확대하기 위해 쌀 생산 예약제를 도입했으며, 1,350톤의 생산량 중 약 10%를 고향납세로 활용하고 있다. 마을의 재정 상황에 따라 적절한 기부액의 기준이 다르며 이를 고려해 연간 10억엔 이상의 수익을 유지하고자 노력하고 있다.

고향납세 수익의 약 50%를 당해 연도에 사용하며 나머지 50%는 기금으로 적립한다. 이를 통해 이월금으로 활용하며 지속 가능한 재정을 운영하고 있다. 기부금은 다양한 사업에 활용되는데 특히 보조금 및 교부금만으로는 재원 확보가 어려운 일반 재원 활용분의 사업에 활용되고 있다. 히가시카와초는 공공시설의 정비와 관련한 곳에 기금을 사용하고 사회복지 서비스의 확충에는 사용하지 않는다는 방침을 가지고 있는데 이는 위험(risk) 관리 차원에서 이해할 수 있다. 한편 기부금의 활용을 ‘초장에 맡긴다’는 기부자도 약 20~30%에 달한다.

2022년 기준 전국의 고향납세 수입액은 약 9,700억엔으로 시장 규모도 매년 확대되고 있으며 히가시카와초도 기부액이 증가하고 있으므로 동 제도는 지역경제 활성화에 공헌한다고 생각하였다. 고향납세 기부금의 사용처를 보면, 2023년 4월부터 고등학생까지 의료비와 급식비 무료 지원을 시작하였으며, 공공시설 정비와 같은 단기적 사업에 주로 활용되고 있는 것으로 조사되었다. 고향납세 담당자는 이러한 사업을 통해 지역주민들의 생활 지원에 기여하고 있다고 하였다. 단, 고향납세 기부금은 매년 금액이 달라질 수 있으므로 대상자 수가 많아 고정적인 지출이 되는 고령자를 위한 사업은 실시하기가 어렵다고 설명하였다.

히가시카와초는 고향납세 수입을 극대화하기 위해 주력하고 있는 분야로 사진 문화를 강조하고 있으며, ‘사진 문화 수도’라는 별칭을 가지고 있다. 이를 통해 ‘사진 마을 추진 사업’을 위한 기부금을 모집하고, 지역 브랜드 이미지를 강화하며 고향납세제도를 활용해 인구 증가와 지역 문화 확산을 도모하는 점에서 지역 특화 사업과의 연계성을 더욱 높이기를 원하고 있다.

이상에서 논의한 일본 고향납세의 도시별 현황을 정리하면 <표 IV-9>와 같다.

〈표 IV-9〉 일본 고향납세 현황에 대한 지역별 비교

지역	몬베츠시	유베츠초	사로마초	아바시리시	카와가미초	히가시가와초
인구(명)	20,225	7,935	4,675	32,319	3,131	8,314
예산(억엔)	439.5	117.7	59.7	326.8	60.5	160.9
재정력지수	0.32	0.25	0.24	0.44	0.16	0.24
고향납세기부금액(억엔)	192	1.2	2.5	16	0.75	17
담당자수(명)	3+1(임시)	2+1	2(겸무)	1+1(겸무)	2	2+3(회계)
담당부서	재정과	재정과	재정과	상공노동과	지역매력 창조과	경제진흥과
기관장 관심도	높음	높음	높음	높음	높음	높음
주된 답례품	해산물(가리비)	해산물(가리비)	해산물/버터	해산물(가리비)	별꼴	쌀
주된 기부금 사용처	<ul style="list-style-type: none"> - 자녀양육(출산 지원금 10만엔, 보육비 3세 미만 무상화 등) - 의료(고교까지 무상) 	<ul style="list-style-type: none"> - 고교까지 의료 무상 - 보육료 무료 - 인프라 정비보다는 그해에 필요한 것에 사용 	<ul style="list-style-type: none"> - 고등학생에게 학비 조성 - 인구 감소, 저출산 대책으로 사용 - 기금적립은 바람직 하지 않음(당해 연도에 소진하는 것이 바람직) 	<ul style="list-style-type: none"> - 일단 기금으로 적립한 후 다음 연도에 사용 - 아동·의료 등 12개 사용처를 설정 - 단발성 보통 건설사업비 등 계속 비용이 들지 않는 사업 	<ul style="list-style-type: none"> - 산업진흥(이주자 카페 개업 등) - 고교생까지 의료비 무상화 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 기금으로 적립 후 재원 확보가 어려운 사업에 사용 - 사회복지 서비스에는 사용하지 않음
지역경제 활성화	△	△	△	△ (협력사업자 활성화에 기여)	○	○
문제점	<ul style="list-style-type: none"> - 내년에도 기부금이 많을 거라는 보장이 없음 - 몬베츠시가 아니라 답례품을 보고 	<ul style="list-style-type: none"> - 답례품 과당경쟁(고향을 응원한다는 본래의 취지로부터 크게 벗어남) 	<ul style="list-style-type: none"> - 빈번한 제도 변경 	<ul style="list-style-type: none"> - 답례품 과당 경쟁 - 포털 사이트 비용 - 포털 사이트는 도시부입지(지역활성화와 무관) 	<ul style="list-style-type: none"> - 답례품에 대한 총무성 인가에 시간이 많이 소요 - 포털 사이트의 높은 수수료 	<ul style="list-style-type: none"> - 주요 상품의 프로모션 - 답례품 재고 확보 - 답례품 확충

자료: 저자 작성

나. 한국⁶⁴⁾

1) A시

경기도에 속한 A시에는 두 명의 직원이 고향사랑기부제 업무를 담당하고 있으나 다른 업무와 병행하고 있다. A시의 고향사랑기부제 관련 예산은 충분하지 않고 자자체장의 관심은 크지 않은 편이다. 2023년도 기준으로 약 1,900만원의 기부금을 확보하였다.

A시는 관내 경제활동인구의 80% 이상이 직장인이고 A시 출신이 다른 지역으로 출근하는 경우도 많아 A시 출신이 다른 지역으로 이주한 출향민 비율에 대한 구체적인 관리는 이루어지지 않고 있다고 하였다. 기부자에 대해서는 답례품인 지역화폐를 발급받을 때 주민번호 앞자리와 성별 코드로만으로 확인이 가능하므로 A지역 출신이 얼마나 기부했는지를 파악하지는 못하고 있다.

A시에서는 지역 내에서 제조하거나 생산된 물품 또는 서비스로 답례품을 구성하고 있지만 가장 많이 선택되는 답례품은 지역화폐이다. 답례품으로 지역화폐가 가장 많이 선택되는 이유로 주민등록상 주소지가 A시는 아니지만 A시에서 경제활동을 하는 사람들이 A시에 기부하고 있다고 짐작할 수 있다. 이러한 사례는 일본의 고향납세제가 답례품 경쟁으로 제도가 변질된 것처럼 향후 고향사랑기부제 역시 제도의 목적을 벗어날 우려를 내포하고 있다는 점에서 눈여겨보아야 할 점이라고 생각된다.

면담자는 고향사랑기부제가 지역경제에 실질적인 도움이 되기 위해서는 최소 10억 원 이상의 기부금 확보가 필요하다고 판단하고 있었으며, 따라서 현재 확보된 기부금으로는 지역경제에 미치는 영향은 크지 않다고 하였다. 답례품 비용은 기부금의 30% 이내, 홍보비와 일반 운영비는 최대 15%까지 책정하고 있다. 비용을 제외하면 실질적으로 시의 사업에 이용할 수 있는 금액은 총 기부금의 55% 정도다. 총 기부금액이 크지 않다는 것을 감안할 때 이 금액만으로는 구체적인 사업을 운영하기에 어려움이 있어, 2024년 현재까지 기부금은 사용하지 않고 적립하고 있다고 한다.

A시는 고향사랑기부제를 운영하면서 전담 인력이 없고, 매력적인 답례품도 부족하

64) 고향사랑기부제에 대해 5곳의 지자체와 인터뷰를 하였으나, 일부 지자체에서 익명을 요구하여 인터뷰에 응한 전체 지자체를 익명으로 처리함에 따라 지자체를 특정지을 수 있는 사항에 대해서는 가능한 한 명시적으로 제시하지 않고 있음

여 기부금 모금에 어려움이 있고, 적립된 기부금에 대해서도 기금 편성과 관련하여 시의성 있는 지정 기부가 가능하도록 제도 개선이 필요하다고 보고 있다.

2) B시

B시의 고향사랑기부제팀은 시민공감홍보실 내에 구성되어 있으며, 팀장은 물론 주무관 두 명을 포함한 총 3명의 전담 인력이 이 업무를 담당한다. B시의 시장은 고향사랑기부제에 대해 높은 관심을 보이며 각종 행사나 회의에서도 제도의 중요성을 강조하고 있다. 이에 따라 기부 건수는 작년에 비해 1.5배 증가하며 제도의 활성화가 가시화되고 있다. 2023년도 기준으로 약 10억 6천만원의 기부금을 확보하였으며, 이 중 약 5억 5천만원을 다양한 지역 사업에 활용하고 있다. 단, 기부자의 인적사항은 파악할 수가 없어 기부자 가운데 출향민이 어느 정도인지에 대해서는 정확히 파악을 하지는 못하고 있었다.

B시는 고향사랑e음 사이트에서 지역의 다양한 답례품을 제공하고 있다. 답례품에는 농수축산물, 관광서비스, 가공식품, 생활용품, 지역상품권 등 총 64개 품목이 포함되어 있다. 최근에는 소고기, 돼지고기, 오리고기 등 육류가 가장 인기있는 품목으로 자리 잡았다. 초기에는 상품권이 가장 많이 제공되었으나 올해 들어 육류 품목이 인기를 얻고 있다.

B시는 답례품 제공처 선정 시 지역에서 생산된 재료를 사용하는 제품을 우선 선정하고 답례품 제공 사업장이 B시 내에 등록된 경우를 우선 고려한다. 답례품 제공처는 1차적으로 담당 팀의 평가를 거친 후 기금운용위원회에서 의견을 수렴하여 결정되며 품질과 균일성을 확보하고 있다. 이를 통해 지역 소상공인의 홍보와 매출 증대에 기여하고 있다. 기부금의 약 30%는 답례품 비용으로, 15%는 홍보비와 운영비로 지출된다.

B시는 기부금이 지역경제에 미치는 효과를 확대하기 위해 다양한 기금을 운용하고 있지만, 아직 기부액이 충분하지 않아 대규모 사업 추진에는 어려움이 있다고 밝혔다. 시간이 지나 사업이 확대되고 기부 건수가 늘어나면 지역경제에 상당한 영향을 미칠 것으로 기대하고 있다.

기부금의 사용과 관련하여 B시는 2023년에 확보된 10억 6천만원의 기부금을 3건의

기금 사업에 배정하였다. 각 사업은 3천만원과 1억 5천만원 규모인데, 차년도의 기부 규모를 예측하기 어려우므로 향후 기부금 규모가 안정되면 더 큰 규모의 사업을 추진할 예정이다. 이 밖에도 지역을 특정한 지정기부도 추진할 계획이다. 고액 기부자 가운데는 ○○면, △△면 등 특정 면을 선정하여 출향민이 자기 고향의 특정 시설에 대해 기부를 하고 싶어하는 경향이 있어 지정기부가 되면 이런 형태의 기부를 독려할 수도 있다고 보고 있다.

고향사랑기부제 운영상의 어려움과 관련해 B시는 답례품 구성에서 품질 유지가 어려운 점과 비용 부담 문제를 지적하였다. 기부자들이 원하는 고품질의 답례품을 구성하려면 최소 5만원 이상의 답례품이 필요하나, 현 제도로는 이를 충족하기 어려운 실정이다. 또한 수요가 낮은 일부 답례품은 신청이 거의 없는 경우도 있어 개선이 필요하다고 판단하고 있다.

고향사랑기부제의 효율적인 운영을 위해 기부금 편성에 있어 유연성을 높이는 것이 필요하다고 보고 있다. 회계와 기금 재원 구분 문제를 해결하면 사업 운영이 더욱 용이할 것이며, 또한 큰 틀에서 보면 시 예산을 쓰는 관점에서 보면 예산이나 고향사랑기부금이나 같다고 할 수 있다. 따라서 예산·기금 편성 기준을 만들어 사업 수행 규모에 따라 고향사랑기부금을 어떻게 사용할지를 법률 등으로 정해둔다면 보다 효율적인 집행이 될 수 있으리라 여기고 있다.

고향사랑e음 사이트의 속도 개선과 전담 부서 설치 등 행정적 지원도 필요하다. 홍보 전략으로는 ‘고향사랑’이라는 이름 대신 ‘지역사랑기금’과 같은 대체 용어를 사용하 것을 제안하였으며, 기부에 대한 거부감을 줄이기 위해 제도에 대한 인식 개선이 필요하다고 보았다.

3) C시

C시 각 구청에서는 세무1과에서 고향사랑기부제 업무를 담당하고 있다. 북구의 경우 세무1과 행정직원이 이 업무를 타 업무와 병행하여 수행하고 있으며, 중구와 동구에서는 전담 인력 1명을 두고 있지만, 이는 신규 인력이 아닌 기존 인력의 재배치를 통해 운영되고 있다. 구청장들은 고향사랑기부제에 많은 관심을 보이고 있으며 기부금을 현재는 적립해두고 있으나, 금액이 더 많이 모이면 본격적인 사업을 추진할 계

획이다.

C시는 2023년에 고향사랑기부제로 약 9.9억원의 기부금을 확보하였다. 기부자들은 서울과 경기 등 수도권 인구가 절반 이상을 차지하며, 관내에서는 인접한 구에서 기부가 많이 이뤄지고 있다. 연령대별로는 30~50대가 주를 이루며 60대 기부자는 거의 없는데, 이는 직장인들이 연말정산을 위해 고향사랑기부금 제도를 활용하고 있음을 짐작할 수 있다. 이는 기부금의 약 50%가 12월에 집중되는 양상을 보이는 것으로도 알 수 있다. 한편, 연령과 거주지 정보 등 기부자 관련 데이터만으로는 기부자가 C시 출향민인지를 구체적으로 파악하기는 어렵다. 따라서 현 제도하에서 기부자가 출향민 또는 기부한 지역과 관계가 있는지는 파악할 수 없다.

C시는 답례품선정위원회를 통해 지역 특산품을 결정하고 있다. 다만, 답례품이 되는 품목의 경우 원재료가 다른 구청 관할에 있는 경우는 해당 지역에서 가공하여야만 C시의 답례품으로 제공할 수 있다. 답례품 중 가장 인기가 많은 품목은 육류이다. 지역화폐 또한 많은 사람들이 선호하고 있으며, 페이 앱과 카드 2가지 방식으로 제공된다. 관내 기부자는 지역화폐를 선호하는 반면 관외 기부자는 육류를 선호하는 경향이 뚜렷하다.

기부금 수령 주체와 관련해 기부금이 주로 구청보다 시청에 모이기 때문에 시가 운용하기에는 규모가 작고 특정 구에 나눠주기에 부담스러우며, 각 구청도 기부된 금액이 작아서 운용비와 답례품 비용으로 일부 지출하고 나머지는 적립 중에 있다. 한편, 동구에서는 지정기부 형태로 청년 주택 보증금 및 월세 지원 사업을 추진하고 있다.

고향사랑기부제 운용상의 애로점을 묻는 질문에 C시는 지정기부를 사업화하는 과정에서 기부금액의 규모를 예측하기 쉽지 않아 사업 계획을 수립하는 데 어려움이 있다고 응답하였다. 또한 시청에서 기부금을 받은 후 구청으로 내려 보내는 방안이 없고 구청은 답례품 발권을 주도하고 있지만 시청과 구청 간의 역할 분담이 적절하지 않으므로 시청은 홍보를 전담하고, 구청만 기부금을 받는 방식으로 제도 개선이 필요하다고 제안하고 있다.

행안부에서 고향사랑기부제를 담당하는 전담부서를 지정하거나 인력을 배정해 줄 것을 건의하기도 하였다. 신규 배치가 어렵다면 시간 선택제나 정원 외 인력 방식으로라도 충원할 수 있도록 해주고 중앙정부 차원에서 보다 적극적인 홍보를 해주면 지자체가 제도 홍보에 사용할 예산을 답례품에 지원할 수 있으므로 중앙의 적극적인 역

할을 요청하였다. 또한 행안부가 고향사랑기부 내역 정보를 공개하여 지자체별 기부 현황 등을 파악할 수 있도록 하는 것이 필요하다고 주장하였다. 시의원이나 고위공직자가 관련 데이터나 현황을 물어보는 경우도 많은데 관련 자료가 연구자들에게도 공개가 되지 않아 대답을 하지 못하는 어려움도 있다. 고향사랑기부제의 실적과 관련한 자료에 관해서는 최소한 연구자에게라도 행안부가 공개하면 좋을 거 같다.

지자체 차원에서는 MD나 상품 개발, 영업을 잘할 수 있는 세일즈 마인드를 많이 가진 사람을 민간에서 채용하거나 전문성이 쌓이도록 순환보직을 자제할 필요가 있다고 보았다. 또한 고향사랑기부제 담당자에게 인센티브를 제공하여 담당자가 적극적으로 업무를 담당하도록 유도할 필요가 있다.

답례품의 지급비율을 상향시키고 제도의 명칭 역시 개선이 필요하다는 제안도 하였다. ‘기부’라는 단어는 빼고, ‘고향’보다는 ‘지역’ 또는 ‘지방 사랑’이 좋다고 생각한다. 기부에 대한 부담감과 거부감을 줄이는 차원에서 시대에 맞게 ‘지역사랑기금’ 정도로 바꾸면 좋을 것 같다는 의견이 있었다. 기부 방식도 몇 년 단위의 약정식 기부방식을 도입할 것을 요청하고 기업도 고향사랑기부를 할 수 있도록 제도를 개선하여 본점 소재지 외의 지역에는 기부할 수 있도록 하는 방안을 제안하였다.

4) D구

D구는 기획예산실 내 인구정책계에서 고향사랑기부제 업무를 담당하고 있다. 인구정책계는 총 3명의 직원으로 구성되며, 다른 업무도 병행하고 있어 실제 전담 직원은 1명으로 볼 수 있다. D구청장은 고향사랑기부제에 관심이 높고 의욕적이다.

D구는 2023년에 총 8,180명이 기부에 참여하여 9억 2,641만 2,700원의 기부금을 모금하였다. 기부자 중 서울 및 경기 지역 거주자의 비중이 55%로 가장 높으며, 광주 8.7%, 전남은 7.5%를 차지한다. 기부자 중 88%가 10만원 이하의 금액을 기부하고 있다. D구는 향우회를 별도로 관리하지 않고 있으며 유명한 특산품이 부족해 고향사랑e음에서 기부금을 모으는 데 어려움이 예상되었다. 이를 해결하고자 기부금을 사용하는 구체적인 용도를 설정하고 기부 접근성을 높이고 편리한 기부환경을 제공하고자 민간협력 시스템인 위기브를 활용하여 모금하였다. 그 결과 기부 규모는 전국 8위, 자치구로는 1위를 차지하였다. 기부자들이 체감할 수 있는 프로젝트에 집중하고자 발달

장애 청소년 야구단 지원, 광주극장 보존과 같은 사회적으로 의미있는 프로젝트를 제시하여 기부자들이 참여할 동기를 유도하고 있다. 구체적으로 <광주극장 100년 프로젝트>를 통해 노후화 된 시설 개선과 독립 영화 프로그램을 제공하고, 발달장애 청소년 야구단(East Tigers)을 위한 지원 프로젝트로 야구 활동비, 야구 장비, 교류전 지원, 장기적으로는 실내 야구 연습장 건립도 고려하고 있으며, 초등 5학년 대상 통기타 강습도 지원할 예정이다.

D구에서는 관내 공장, 식당, 카페에서 생산되는 공산품과 가공품, 미술작품 등 총 100여 가지 답례품을 제공하고 있다. 답례품은 공모를 통해 접수하여 답례품선정심의 위원회에서 결정하나 사회적기업, 여성기업, 청년기업, 자활기업 등의 지역 소상공인이 만든 제품이 우선적으로 선정된다.

고향사랑기부제의 지역경제 활성화 효과 측면에서는 기부금액의 30%를 답례품 제공에 사용하면서 답례품을 제공하는 업체들의 매출이 증가해 지역경제 활성화에 일부 기여하고 있으나, 전체 기부 금액이 작고 답례품 매출이 크지 않아 그 영향은 미미한 수준이라고 한다. 한편 D구는 일반회계 재정이 어려운 상황이라 고향사랑기금에서 기부금의 법적 한도인 15% 내에서 운용비를 책정하려고 노력 중이다. 2025년에는 재정 상황이 더 어려워질 것으로 예상되며, 이에 따라 답례품 배송료도 고향사랑기금에서 지출될 가능성이 있어 현재 검토 중이라고 밝혔다.

제도개선과 관련해 D구에서도 다른 지자체들과 유사한 의견이 제기되었다. 고향사랑기부제를 지역사랑기부제로 변경할 것을 제안하였는데, 고향이라는 말에서 자치구를 떠올리기보다 광역시를 먼저 떠올리므로 고향보다 지역이라는 명칭이 더 어울린다고 주장하였다. 그리고 기부금 수령 주체를 정비할 것을 제안하였는데 시청과 같이 광역 단위는 홍보를 담당하고 구청이 기부금을 관리하는 방식을 제안하였다. 중앙정부에는 답례품 지급 규모를 30%로 유지한다면 공제액이 대략 10만원 정도 될 수 있도록 세액공제규모를 높이는 것을 제안하였다. 그리고 인력을 충원해주지 않은 상태에서 인구정책 지방소멸대응기금 업무 등을 병행하여 업무 부담이 크다는 점을 토로하였다. 고향사랑기부제 업무의 성격 역시 홍보, 기획 등 광범위하고 전문성이 필요한 영역이지만 순환보직으로 인해 한계가 있어 전담인력 배치를 요청하였다.

5) E시

E시의 자치행정과에서 고향사랑기부제 업무를 담당하는 직원은 총 2명이며, 이 중 1명은 타 업무와 병행하여 담당하고 있다. 시장은 고향사랑기부제에 대해 적극적인 관심을 보이는 편은 아니며, 직원들에게 열심히 하라는 정도로만 언급하고 있다.

E시는 2023년에 1,484건, 약 1억 2천만원의 기부금을 확보하였고, 올해는 전년 동기 대비 약 4배 증가하였다. E시는 향우회를 관리하지 않고 있어 출향민에 대한 구체적인 파악은 이루어지지 않고 있는데, 기부자들은 주로 수도권에 거주하며, 20~30대가 많다.

E시는 현재까지 총 861건의 답례품을 제공했으며, 답례품 비용으로 약 2,800만원을 지출하였다. E시의 답례품은 관내 생산자와 업체의 제품을 중심으로 제공되며, 답례품 선정위원회에서 결정된다. E시의 대표적인 답례품은 ○○○ 빵으로, 가장 많이 선택되고 있다. 그 외에도 지도표 성경김, 참기름, 쌀 등 지역 농산품이 제공된다. 답례품 지급을 포함한 부대 경비는 일반회계 예산을 통해 지원하고 있다.

현재 기부금은 대부분 적립 중이며, 10억원 이상이 모여야 본격적인 사업 추진이 가능할 것으로 보고 있다. 기부금이 지역경제 활성화에 기여하는가에 대한 질문에 E시는 기부금이 일부 골목경제 활성화에 기여할 수 있지만, 현재는 금액이 적어 실질적인 영향은 미미한 수준이라고 응답하였다.

기부금 운영과 관련해 E시는 기부자가 지속적으로 기부하기는 어려울 것이며, 선의에 기대어 운영하는 건 한계가 있을 수밖에 없다는 다소 회의적인 반응이었다. 그리고 업무상 출장도 잦은 편인데 전담인력이 부족하므로 장기적으로 팀이 만들어질 필요가 있다고 보았다. 기부금 수령 주체와 관련해서는 자치구는 노력해서 기부금을 받고 본청에서는 홍보 정도로 역할을 분담하는 것이 필요하다고 보았다.

〈표 IV-10〉 한국 고향사랑기부 현황에 대한 지역별 비교

지역	A	B	C	D	E
행정구역	시	시	자치구	자치구	시(본청)
인구(명)	544,660	117,377	577,432	107,176	1,442,216
예산(백만원)	1,531,084	879,796	1,350,741	377,602	5,325,002
재정자립도(%)	35.1	16.79	17.9	16.3	36.94

〈표 IV-10〉의 계속

지역	A	B	C	D	E
기부금액(백만원)	190	1,067	985 ¹⁾ (64/73/128)	290 ²⁾ (926)	123
담당자수	2(겸무)	3	1	1+2(겸무)	2+1
담당부서	-	-	세무1과	인구정책계	자치행정과
기관장 관심도	낮음	매우 높음	높음	높음	-
주된 답례품	- 공산품 - 지역상품권	- 농축산물, 관광 상품, 지역 상 품권 등 64종 - 2023년에는 지 역상품권이 가 장 많았음	- 육류(관외) - 지역화폐(관내)	- 공산품, 가공품, 미술작품 등 100여 가지	- 지역특산물 - 농산물(김, 참기 름, 쌀)
주된 기부금 사용처	- 적립 중	- 3건	- 적립 중 - 청년주택 보증 금 및 월세 지 급 사업	- 발달장애 청소 년 야구단 지원 - 노후 문화시설 개선	- 적립 중
지역경제 활성화	- 크게 도움이 되 지 않음	- 도움이 됨	- 크게 도움이 되 지 않음(기금 적립 중)	- 골목경제 활성화 - 기부액 자체가 크지 않음	- 골목경제 활성화 - 기부액 자체가 크지 않음
문제점	- 전담인력 없음 - 매력적인 답례 품 부족 - 기금편성과 관 련하여 시의성 있는 지정기부 가 가능하도록 제도개선 필요	- 답례품 비율 또 는 한도 상향 - 회계/기금 자원 구분 - 전담조직 설치 - 거주지역 기부 가능하도록 해 야 함	- 기부금액 규모 예측 곤란 - 기부금 수령 주체 정비 - 전담인력 확보 - 답례품 한도 상향 - 행안부 지원 강화 - 담당자 인센티브 제공	- 중앙부처의 과 도한 규제와 간섭 - 고향사랑기부 제라는 명칭 - 공제액 상한 - 전담인력 지원	- 기부금 수령 주체

주: 1) 는 광역시 전체의 기부액이며 ()는 인터뷰를 한 자치구 3곳의 기부금액임

2) ()의 값은 자치구가 독자적으로 운영한 민간 기부 플랫폼을 통한 기부금액을 포함한 금액임

자료: 저자 작성

4. 소결

일본 고향납세제도와 우리나라의 고향사랑기부제는 외형적으로는 매우 유사한 것처럼 보이지만 자세히 보면 적지 않은 차이점을 발견할 수 있다. 가장 대표적인 차이는 제도의 목적에서 찾을 수 있다. 일본 고향납세제는 제도에 구체적 목적이 나타나있지 않은 반면, 우리 고향사랑기부제는 명확한 목적이 명시되어 있다는 차이가 있다.

첫째는 ‘균형발전 목적’이다. 일본도 고향납세제 도입 논의 초기(2006년)에는 ‘지방창생(地方創生)’을 도모하고 지역경제 활성화, 지자체 간 ‘재정력 격차(세수격차) 완화’를 주된 정책목표로 삼으려 했지만(염명배, 2010; 신두섭·염명배, 2016; 주만수, 2017; 원종학, 2017), 개인의 자발적인 기부에 의존하는 방식으로 지자체 간 재정력 격차를 완화하기는 어렵다는 것을 인지하고, 제도 도입 당시 ‘재정력 격차 완화’라는 항목을 목표에서 삭제해 버렸다(주만수, 2017). 따라서 일본의 고향납세제는 당초의 목표였던 지역균형발전(세수격차 축소)을 포기한 것으로 보인다(염명배, 2024).

반면에 우리의 고향사랑기부제는 여전히 ‘국가(지역)균형발전’을 가장 핵심적인 과제로 삼고 있다는 차이가 있다. 일본의 고향납세제 담당부서가 총무성 ‘시정촌세과’인데 비하여 우리는 행안부 고향사랑기부제 담당부서의 명칭이 ‘균형발전진흥과’이다. 그만큼 ‘국가(지역)균형발전’에 정책목표의 방점을 두고 있다는 증거라고 하겠다.

그리하여 일본의 경우 고향납세 기부금이 어디서든지 많이 흘러나오기만 하면 되지만(기부금 액수 극대화), 우리의 경우 고향사랑기부금이 어디서 흘러나와서 어디로 흘러들어가는가에 대한 경로를 면밀하게 추적할 필요가 있다.

둘째는 ‘기부의 동기’다. 일본의 고향납세제가 기존 법령(지방세법)을 개정해서 도입된 것으로 주로 세제혜택을 강조할 뿐 기부의 목적이 명확하게 제시되지 않은 까닭에 기부가 마치 반대급부(답례품, 세제혜택)의 대가로 지불하는 금액으로 인식되어 기부의 본래 정신이 상당히 훼손된 반면, 우리의 고향사랑기부제에는 별도의 독립적인 법제정에 의해서 도입된 것으로 ‘건전한 기부문화 조성’이라는 규범적 목표가 명시되어 있다는 차이가 있다.

이에 덧붙여 보다 구체적으로 일본의 고향납세제와 우리의 고향사랑기부제를 비교해보면 <표 IV-11> 같다.

〈표 IV-11〉 고향세 제도의 한·일 비교

구분		고향납세제도(일본)		고향사랑기부제(한국)	
법적 근거		「지방세법 등의 일부를 개정하는 법률」 (2008. 4.) [법 개정]		「고향사랑기부금에 관한 법률」 (2021. 10.) [법 제정]	
제도 목적		기부 활성화 (기부금 규모 극대화)		① '건전한 기부문화' 조성 ② '지역경제 활성화' ③ '국가균형발전'에 이바지	
법제화 소요시간		2년 이내		14년	
기부 조건	기부자 자격	개인		개인	
	기부대상 지역	전국 모든 광역 또는 기초지자체 대상		기부자 거주지 외 전국 모든 광역 또는 기초지자체 대상	
	자기부담금	2,000엔		없음	
기부 한도		없음		개인별 기부 상한 연간 500만원 (2025년부터 2,000만원으로 상향)	
답례품 한도		기부금의 30%(총무성 권고)		기부금의 30%(시행령)	
세제혜택		국세(소득공제) + 지방세(세액공제)		국세(세액공제) + 지방세(세액공제)	
적용 예	소득수준	연간 급여소득 700만엔인 주민 (무자녀 부부 가구원이 3만엔 기부 시)		연간 급여소득 7,000만원인 주민이 30만원 기부 시	
	부담 상황	국세	18.7%(5,600엔)	국세	40.3%(120,900원)
		지방세	74.7%(22,400엔)	지방세	4.0%(12,100원)
		기부자	6.6%(2,000엔)	기부자	55.7%(167,000원)

자료: 저자 작성

한일 간 가장 큰 제도적 차이는 세제혜택(세금공제)이라고 하겠다. 일본의 경우 세금환급에 따른 재정부담을 주로 기부자 거주 지자체(지방세 환급)가 지는 반면, 우리나라는 주로 중앙정부(국가)(국세 환급)가 진다는 차이가 있다. 이는 우리나라가 지방-지방 간 수평적 형평성(horizontal equity)보다는 중앙-지방 간 수직적 형평성(vertical equity) 제고에 더 많은 관심을 보이고 있음을 나타낸다. 또한 일본은 자기부담금(2,000엔) 이상의 기부금에 대해서 거의 모두 공제해주는 전액공제 방식을 취하는 반면, 우리나라는 10만원까지만 전액공제이고 그 이상의 기부금에 대해서는 기부자에게 상당히 많은 부담을 지우는 부분공제 방식을 택하고 있다는 차이가 있다.

이상에서 언급한 양국의 제도적 차이점을 인식하고 목적 달성을 위한 한국형 고향사랑기부제의 제도 개선 방향을 모색할 필요가 있을 것이다.

V. 요약 및 시사점

우리나라의 고향사랑기부제는 일본의 고향납세제도를 벤치마킹한 것이라고 할 수 있다. 일본에서는 고향에 대한 '세금납부'의 의미를 강조해서 '고향납세'라는 명칭을 사용하는 반면, 우리나라에서는 강제성을 띠는 '납세'의 이미지보다는 고향에 대한 자발적 '기부'의 의미를 부각해서 '고향사랑기부'로 이름을 붙이게 되었으나 제도 도입 취지는 양국이 유사하다.

산업화·도시화로 인해 급격한 이촌향도(離村向都) 및 수도권 집중 현상이 가속화 되면서 한 사람이 시골에서 태어나 중·고등교육을 마칠 때까지는 출생지(고향) 지자체가 출산·육아·교육·의료·안전·복지 등 온갖 행정·재정 서비스를 제공하여 그 사람을 키워냈음에도 불구하고 그 사람이 취업과 진학을 위해 수도권·대도시로 이주 하게 되면 그때부터는 자신의 거주지 지자체(수도권·대도시)에만 세금(지방세)을 낼 뿐, 정작 막대한 비용을 들여 자신을 기른 고향 지자체는 세금을 한 푼도 받지 못하는 현실을 대하게 된다.

그리하여 현재 수도권·대도시에 살고 있지만 “자기를 키워준 고향에 자신들의 의지로 얼마라도 세금을 낼 수 있다면 좋지 않을까?” 하는 인식에서 '고향세'(혹은 '고향납세')라는 개념이 생겨나게 된 것이다. 그러나 현실적으로 개인이 거주지 이외의 다른 지자체에 직접 납세할 수 있는 시스템은 존재하지 않기 때문에 대안으로 자신이 납세하기 원하는 지자체에 기부금을 내면 국가와 거주지 지자체로부터 '기부금에 대해 세금혜택을 제공하는 소득공제 방식'을 채택하게 된 것이다. 이는 결과적으로 소득공제 방식을 통해 기부자가 국가와 거주 지자체에 내는 세금을(기부하는) 다른 지자체로 납세이전 하는 것과 동일한 효과를 가진다.

이러한 의미에서 일본의 고향납세제도는 개인의 기부를 통해 재정을 보완할 수 있는 하나의 수단으로 도입되었다는 해석도 가능하다. 고향납세 도입의 근거가 된 「고향납세연구회 보고서」에서, 지방단체가 기부를 받기 위해서는 '지방단체가 기부를 받기에 적합한 행정을 전개하고 있는 것이 전제'되고, '각 지방단체에서는 지역의 매력

을 높이기 위한 지속적인 노력, 지역의 바람직한 정치·행정을 향한 끊임없는 경영개선 노력이 요구됨은 말할 필요도 없다'고 하고 있는 것으로부터도 유추할 수 있다. 지방정부가 경쟁을 통해 추가적인 수입을 창출하여 효율적인 재정운영을 촉진한다는 스토리를 상징하고 있었다고 생각된다.

그렇다면 우리가 벤치마킹하고 있는 일본의 고향납세제도의 모든 면이 과연 우리 고향사랑기부제의 이상적인 롤모델(role model)이 될 수 있을까? 국내의 상당수 지자체와 학자들이 일본에서 고향납세제가 성공을 거둔 것으로 판단하여 “우리도 일본의 제도를 그대로 받아들이는 것이 최선의 방안”이라는 주장을 펴고 있다. 그러나 자세히 보면 일본의 고향납세제가 결코 완벽하게 성공한 것이 아니라 자체적으로 분명히 문제점과 부작용을 보이고 있다는 점을 발견할 수 있을 것이다.

일본 고향납세제의 가장 대표적인 성과는 지난 10여 년간 기부금의 외형(액수와 건수)이 폭발적으로 늘었다는 점이다. 고향납세제가 시행된 2008년 대비 공식적으로 고향납세 기부 실적이 발표된 가장 최근 연도(2023년)를 비교하면 고향납세 기부금 수입 규모는 2008년 81.4억엔에서 2023년 1조 1,175.0억엔으로 137.3배 증가했고, 고향납세 기부 건수는 2008년 5.4만건에서 2023년 5,894.6만건으로 무려 1,091.6배나 증가했다.

이처럼 양적 측면에서만 본다면 일본 고향납세제가 분명히 성공한 것으로 판단할 수 있을 것이다. 하지만 고향납세제의 질적인 측면까지 종합적으로 고려해 볼 때 일본의 고향납세제가 다음과 같은 두 가지의 치명적 부작용(문제점)을 드러내고 있다는 사실에 주목할 필요가 있다.

첫째는 ‘고향 응원과 농어촌 지원’이라는 당초의 순수한 기부정신이 퇴색하고 제도 자체가 단순히 답례품을 둘러싼 ‘쇼핑몰(시장판) 기능으로 전락했다는 점이다. 이에 대해 일본에서조차 “고향 팔아 장사한다”는 비난과 함께 나랏돈(세금환급금)으로 쇼핑한다는 뜻의 ‘관제(官制)쇼핑’이라는 비판적 신조어까지 나오고 있는 실정이다. 이처럼 ‘나눔의 의미’가 변질되어 “어느 지역에 기부해야 내 맘에 드는 답례품을 공짜로 받을 수 있을까?”에 관심이 집중되면서 고향사랑, 농어촌 지원이라는 순수한 기부·응원 정신보다는 이른바 ‘염불보다 잣밥’에 더 관심을 쏟는 물질 만능의 비정상적인 현상이 만연하게 되었다는 것이다.

둘째는 답례품을 매개로 새로운 지역 불균형이 커지고 있다는 점이다. 고향살리기 보다는 답례품에 기부자의 관심이 집중되면서 자연스럽게 인기있는 답례품을 제공하

는 지자체로 기부금이 집중되는 현상이 심화되고 있다. 그리하여 일본 전국 상위 10 위권 지자체의 기부금 수입 규모가 하위 10위권 지자체의 10만 8,700배, 상위 50위권 은 하위 50위권의 4,347배, 상위 100위권은 하위 100위권의 132배, 상위 50%와 하위 50%는 17.6배 차이를 보이는 등 극심한 지역불균형 현상을 나타내고 있다. 또한 고향 납세 기부금이 해산물·축산물 등 인기 답례품을 제공하는 지역에 집중되면서 홋카이도 > 후쿠오카현 > 야마가타현 > 미야자키현 > 사가현 순으로 일부 지역으로 기부금이 편중되는 쏠림현상이 심화되고 있다(김기홍, 2023).

제도 도입 당시에는 거의 상정하지 못했던 개인의 기부에 대해 지자체가 제공하는 답례품이 고향납세의 취지 및 성격을 완전히 바꾸어 놓았다. 원래는 경제적 이익(기부금 공제)이 있는 것이 인센티브이고, 기부처 선택은 기부 메뉴(정책)에 주목하였다. 그러나 답례품의 등장으로 금전적 인센티브가 강화되면서 기부처 선택이라는 행동이 답례품 선택이라는 행동으로 바뀌게 되었다.

기부자가 특정지역에 기부를 할 때는 물론 세액공제도 중요하지만, 자신이 기부한 기부금이 어떻게 사용되고 있는지에 관심을 가지게 될 것이다. 따라서 기부자는 기부처를 모니터링할 인센티브를 가진다. 각 지자체도 기부금을 모으기 위해 '경영개선 노력'을 할 인센티브를 갖게 된다. 하지만 기부처의 선택이 기부금품의 선택으로 바뀌게 되면 기부자는 더 이상 기부처를 모니터링할 인센티브를 갖지 않게 된다. 따라서 기부처인 지자체는 '경영개선 노력'이 아닌 인기있는 답례품을 구비하는 데 매진하게 될 것이다. 또한 다른 기부금 공제에 비해서도 기부금의 30%에 해당하는 답례품을 받을 수 있는 기부금은 고향납세 외에는 존재하지 않아 기부 문화 조성은커녕 오히려 기부 문화를 훼손할 가능성도 있다. 실제 고향납세제도가 도입되고 15년이 지나 매우 활성화되고 있는 일본에서 가장 우려하고 있는 점은 답례품 위주로 운영됨에 따른 제도의 파행적 운영이었다.

이처럼 긍정적 측면과 부정적 측면을 동시에 내보이고 있는 일본의 고향납세제를 우리가 그대로 받아들이기보다는 후발주자의 이점을 최대한 살려 앞서간 선발자의 시행착오를 최대한 피해가면서 우리에게 적합한 제도를 찾는 길이 바람직할 것으로 판단된다.

우리나라 「고향사랑기부금법」 제1조(목적)에는 ① '고향에 대한 건전한 기부문화 조성', ② '지역경제 활성화', ③ '국가균형발전에 이바지'라는 (일본과는 사뭇 다른) 고향

사랑기부제의 3대 목적이 명시되어 있다. 따라서 고향사랑기부제의 성공적 정착을 위해서는 이 세 가지 정책목적에 부합하는 방향으로 제도의 장기적 발전방향을 모색할 필요가 있다. 단순히 기부금의 양적 확대에만 최대 관심을 쏟는 일본 고향납세제에 비해 기부금의 양적 규모뿐 아니라 기부금 흐름의 방향까지 고려해야 하는 우리 입장에서 일본보다 훨씬 정교하고 치밀하게 제도를 설계해야 한다는 것이다.⁶⁵⁾

고향사랑기부금의 흐름은 기부자로부터 흘러나오는 ‘유출(outflow)’과 지자체로 흘러 들어가는 ‘유입(inflow)’으로 나눌 수 있겠는데, 위 세 가지 정책목적을 달성하기 위해서는 첫째, 가급적 많은 규모의 기부금이 개인으로부터 흘러나오도록 해야 한다. 둘째, 그렇게 흘러나온 기부금이 기부받은 지자체에서 역외로 다시 흘러나가지 않고 역내에 남아 지역생산과 지역고용을 증대시켜 지역경제를 활성화하고 지역소득을 늘리는 방향으로 선순환하도록 해야 한다. 셋째, 가급적 재정력과 경제력이 우월한 지역에서부터 재정력과 경제력이 열악한 지역으로 기부금이 흘러가도록 해야 한다.

특히 건전한 기부문화를 조성하기 위해서는 지나치게 답례품이나 세액공제 같은 금전적 혜택을 강조하는 물질 위주의 기부 풍토는 가급적 지양하고, 지역 자체에 대한 관심과 지역문제 해결을 위한 공감대를 형성하는 일에 힘써야 한다고 본다. 기부란 원래 반대급부나 보상을 바라는 사적 이득을 위한 쌍방 ‘거래(주고받기)’가 아니라 일방적으로 자신의 것을 떼어 나눠주고 희생함으로써(즉, ‘매매’가 아닌 ‘희생’) 타인을 돕는 ‘이타적(利他的) 행위’를 가리킨다. 따라서 “10만원을 기부하면 13만원을 돌려받습니다.”와 같은 금전적 사고 위주의 캠페인보다는 “내가 응원하는 지역사업에 기여이 기부하고 지역발전으로부터 큰 보람을 얻습니다!”는 식의 기부자의 마음을 얻는 접근법이 더 중요하다는 것이다.

65) 실제로 2023년 지자체별 모금 실적을 분석한 결과 실적 상위 30곳(평균 7억 8,127만원)과 하위 30곳(평균 4,188만원)의 평균 모금액 격차는 무려 18.65배에 달하는 등 모금액을 둘러싼 지역격차가 결코 작지 않음을 발견할 수 있다(『농민신문』, 2024. 1. 24.). 자유로운 기부를 통해 균형발전을 이루기는 쉬운 일이 아니라는 것을 알 수 있다.

참고문헌

〈국내 문헌〉

- 국중호 · 염명배, 「일본 고향납세 기부 제도의 지방재정 형평화 효과」, 『한국지방재정논집』, 제26권 제2호, 2021, pp. 69~99.
- 김기홍, 「고향사랑기부제의 성공적인 정착 방안」, '23년 제1회(제8차) 고향사랑기부제 정책연구회 발표자료집, 2023, pp. 3~26.
- 송재호, 「고향사랑기부제 문제점과 개선방향」, 『2023 국정감사 정책자료집』, 2023, pp. 1~41.
- 신두섭 · 염명배, 「일본의 고향납세제도 도입 성과와 한국에 대한 시사점」, 『재정정책논집』, 제18집 제4호, 2016, pp. 145~194.
- 염명배, 「일본 '후루사토(故郷)납세' 제도에 대한 논의와 '한국형' 고향세(향토발전세) 도입 가능성 검토」, 『한국지방재정논집』, 제15권 제3호, 2010, pp. 71~111.
[※ 국내 최초 고향사랑기부제(고향세) 관련 학술논문]
- _____, 「우리나라의 고향세 제도 법제화 논의와 쟁점사안에 관한 연구」, 『한국지방재정논집』, 제22권 제3호, 2017, pp. 27~78.
- _____, 「성공적인 「고향사랑 기부제」 도입을 위한 정책대안 시나리오 및 정책제언」, 『재정정책논집』, 제21집 제3호, 2019, pp. 63~109.
- _____, 「고향세 논의 10여년 추적과 「고향사랑기부제」 법제화 이후의 과제」, 『경제연구』, 제39권 제4호, 2021, pp. 133~181.
- _____, 「고향사랑기부제에 대한 경영전략적 접근 - 성공적 제도정착을 위한 지자체의 '3+1 마케팅전략' 제안」, 『경제연구』, 제41권 제3호, 2023, pp. 27~58.
- _____, 「제21대 국회의 「고향사랑기부금법」 개정 동향 및 평가」, 『재정정책논집』, 제26집 제2호, 2024, pp. 37~83.
- 원종학, 「일본의 고향납세제도와 시사점」, 『재정포럼』, 2017, pp. 6~23.

유상조, 「고향사랑기부금에 관한 법률 일부개정법률안 검토보고」, 국회 행정안전위원회, 2023, pp. 1~38.

주만수, 「고향기부제도에 대한 비판적 평가: 일본 고향납세제도의 경험과 지방분권 원리에 기초하여」, 『지방행정연구』, 제31권 제3호, 2017, pp. 245~272.

행정안전부, 「고향사랑기부제 첫 해 기부액 약 650억원 모금, 제도 시행 첫 해 성공적으로 안착 평가」, 보도자료, 2024. 1.

_____, 「고향사랑기부제 지정기부 시행지침」, 2024. 4.

홍근석 · 염명배 · 신두섭, 「기부자 인식조사에 기반한 고향사랑기부제도의 성공적 도입 방안 연구」, 『지방행정연구』, 제33권 제4호, 2019, pp. 189~221.

〈해외 문헌〉

橋本恭之 · 鈴木善充, 「ふるさと納税制度の現状と課題」, 『会計検査研究』, 54, 2016, pp. 13~38.

橋本恭之, 「ふるさと納税制度と国・地方の財政」, 『關西大學經濟論集』, 69卷 1号, 2019, pp. 1~23.

西村忠士 · 瀬田史彦, 「ふるさと納税の寄付者の地域貢献に対する意向に関する研究」, 『改革行政』, 54, 2017, pp. 90~97.

西村慶友, 『ふるさと納税に関する実証分析』, 大阪大学博士論文, 2018.

矢部拓也 · 笠井明日香 · 木下齋, 「ふるさと納税」は東京一極集中を是正し地方を活性化しているのかー都道府県・市町村収支データと財政力との関係から考えるー, pp. 17~70.

赤井伸郎 · 佐藤主光 · 山下耕治, 『地方交付税の経済学』, 有斐閣, 2003.

『読売新聞』, 「ふるさと納税で税収115億円失い, 川崎市長「全国一の影響」と不満」, 2023. 9. 23.

『日経グローバル』, 「ふるさと納税 “拡大” の立役者「地域が付加価値高める機会に」
トラスバンク会長兼ファウンダー須永珠代氏」, No. 434, 2022. 4. 18.

C M. Tiebout, “A Pure Theory of Local Expenditures,” *Journal of Political*

Economy, 64(5), 1956, pp. 416~424.

Yamamura, E., Tsutsui, Y., & Ohtake, F., “An analysis of altruistic and selfish motivations underling hometown tax donations in Japan,” *Japanese Economic Review*, 2021, pp. 1~27. <https://doi.org/10.1007/s42973-021-00083-x>

〈웹사이트〉

국회의안정보시스템, <http://likms.assembly.go.kr/bill/main.do>

고향사랑리포트, <https://gosari.co.kr>

총무성, 「고향 납세 포털 사이트」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/mechanism/deduction.html, 검색일자: 2024. 10. 14.

_____, 「고향 납세 포털 사이트」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/mechanism/deduction.html, 검색일자: 2024. 10. 15.

国税庁, 「ふるさと納税に係る寄附金控除に関する証明書等について」, <https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/shinkoku/kakutei/koujyo/kifukin.htm>

楽天ふるさと納税ポータルサイト, <https://event.rakuten.co.jp/furusato/>

東京都荒川区ホームページ, 「ふるさと納税に対する区の見解」, <https://www.city.arakawa.tokyo.jp/a001/kunogaiyou/kihonjohou/arakawakukenkai.html>

総務省, 「ふるさと納税研究会」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/furusato_tax/

_____, 「ふるさと納税ポータルサイト」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/policy/

_____, 「第6回ふるさと納税研究会における小田切委員提出資料」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/furusato_tax/

_____, 「地方交付税」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/c-zaisei/kouhu.html

_____, 「ふるさと納税のしくみ」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20150401.html#block02

総務省自治税務局, 「ふるさと納税指定制度における令和元年6月1日以降の指定等について」, https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/file/report20190514_02.pdf

浦安市, 「ふるさと納税による市税の流出について, 考えてみませんか?」, <https://www.city.urayasu.lg.jp/todokede/zeikin/1034408/1037848.html>

さとふるポータルサイ, https://www.satofull.jp/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_content=text&utm_campaign=Google_normal_PC_A200173&gad_source=1&gbraid=0AAAAADMVnG5wbdnxNDvNOct6PD4nYtP7U&gclid=Cj0KCCQjw05i4BhDiARIsAB_2wfCRh79mdEYhHUuVf4M5nW6fRav6w3a9PuzpeIoHc1eiJNgefWu5tXgaAifEEALw_wcB

ふるなびポータルサイト, https://furunavi.jp/ranking_total.aspx

<https://www.yomiuri.co.jp/economy/20230902-OYT1T50172>, 검색일자: 2024. 12. 20.

부록 1

〈부표 1〉 2008~2022년 일본 고향납세 수입액 상위 10개 단체

年	順位	都道府県	市区町村	受入額(千円)	人口(人)
2008	1	東京都	府中市	661,949	242,614
	2	広島県	広島市	629,148	1,153,579
	3	北海道	札幌市	397,801	1,884,939
	4	東京都	杉並区	328,712	527,942
	5	東京都	文京区	118,413	188,317
	6	兵庫県	神戸市	112,842	1,508,200
	7	長野県	飯山市	109,934	24,734
	8	大阪府	大阪市	108,666	2,525,153
	9	神奈川県	厚木市	107,229	219,510
	10	千葉県	木更津市	107,099	126,663
2009	1	東京都	府中市	577,664	245,438
	2	北海道	札幌市	514,419	1,891,494
	3	広島県	広島市	198,719	1,157,495
	4	岐阜県	岐阜市	148,422	410,971
	5	東京都	文京区	128,469	189,959
	6	大阪府	大阪市	112,569	2,534,176
	7	東京都	足立区	103,299	643,077
	8	佐賀県	神埼市	102,975	33,543
	9	福岡県	大野城市	101,686	94,975
	10	三重県	四日市市	100,015	305,277
2010	1	東京都	品川区	1,522,458	352,468
	2	兵庫県	神戸市	1,156,701	1,511,855
	3	東京都	府中市	502,234	246,682
	4	大阪府	大阪市	214,272	2,537,920
	5	東京都	三鷹市	213,222	176,462
	6	東京都	世田谷区	130,318	837,185
	7	東京都	目黒区	119,617	254,817

年	順位	都道府県	市区町村	受入額(千円)	人口(人)
	8	東京都	文京区	118,488	192,138
	9	千葉県	千葉市	117,089	936,809
	10	岐阜県	岐阜市	105,145	410,426
2011	1	岩手県	釜石市	2,064,061	37,590
	2	福島県	相馬市	627,773	36,601
	3	東京都	府中市	443,577	247,126
	4	福岡県	大野城市	301,310	96,272
	5	北海道	網走市	268,317	38,548
	6	宮城県	山元町	216,664	14,226
	7	東京都	調布市	162,753	218,683
	8	東京都	文京区	133,523	193,375
	9	東京都	大田区	104,168	677,380
	10	北海道	札幌市	100,330	1,904,319
2012	1	東京都	府中市	429,591	252,004
	2	東京都	荒川区	311,934	206,749
	3	愛知県	名古屋市	289,547	2,247,645
	4	岩手県	釜石市	214,424	37,161
	5	東京都	杉並区	174,389	541,253
	6	千葉県	流山市	170,997	168,024
	7	福岡県	宗像市	157,252	96,281
	8	東京都	葛飾区	154,678	446,612
	9	東京都	文京区	153,901	202,123
	10	岐阜県	岐阜市	131,515	416,750
2013	1	東京都	三鷹市	429,789	180,194
	2	東京都	府中市	375,695	253,288
	3	群馬県	高崎市	314,431	375,229
	4	愛知県	名古屋市	293,798	2,254,891
	5	鳥取県	米子市	279,241	150,313
	6	長野県	阿南町	265,444	5,142
	7	佐賀県	玄海町	248,594	6,260
	8	宮崎県	綾町	247,328	7,652
	9	北海道	上士幌町	243,503	5,046

年	順位	都道府県	市区町村	受入額(千円)	人口(人)
2014	10	大阪府	大阪市	187,931	2,667,830
	1	長崎県	平戸市	1,462,597	33,822
	2	佐賀県	玄海町	1,066,630	6,139
	3	北海道	上士幌町	957,169	4,924
	4	宮崎県	綾町	943,968	7,697
	5	山形県	天童市	780,875	62,171
	6	島根県	浜田市	726,992	57,504
	7	長野県	飯山市	625,473	22,764
	8	佐賀県	小城市	511,962	46,003
	9	宮崎県	都城市	499,823	169,461
2015	10	鳥取県	米子市	475,690	149,857
	1	宮崎県	都城市	4,231,234	168,448
	2	静岡県	焼津市	3,825,582	142,016
	3	山形県	天童市	3,227,844	62,136
	4	鹿児島県	大崎町	2,719,642	13,879
	5	岡山県	備前市	2,715,686	36,545
	6	長崎県	佐世保市	2,647,597	258,466
	7	長崎県	平戸市	2,599,785	33,216
	8	長野県	伊那市	2,582,627	69,479
	9	佐賀県	上峰町	2,129,960	9,516
2016	10	島根県	浜田市	2,093,573	56,730
	1	宮崎県	都城市	7,333,161	167,351
	2	長野県	伊那市	7,204,693	69,059
	3	静岡県	焼津市	5,121,281	141,338
	4	宮崎県	都農町	5,008,695	10,818
	5	佐賀県	上峰町	4,573,292	9,591
	6	熊本県	熊本市	3,686,310	733,844
	7	山形県	米沢市	3,530,993	82,843
	8	大阪府	泉佐野市	3,483,582	100,813
	9	山形県	天童市	3,357,549	62,164
2017	10	北海道	根室市	3,307,434	27,018
	1	大阪府	泉佐野市	13,532,509	100,739

年	順位	都道府県	市区町村	受入額(千円)	人口(人)
	2	宮崎県	都農町	7,914,819	10,740
	3	宮崎県	都城市	7,474,220	166,409
	4	佐賀県	みやき町	7,223,542	25,473
	5	佐賀県	上峰町	6,672,270	9,595
	6	和歌山県	湯浅町	4,951,282	12,304
	7	佐賀県	唐津市	4,388,880	123,775
	8	北海道	根室市	3,973,346	26,399
	9	高知県	奈半利町	3,905,639	3,271
	10	静岡県	藤枝市	3,708,148	146,173
2018	1	大阪府	泉佐野市	49,752,906	100,702
	2	静岡県	小山町	25,062,972	18,781
	3	和歌山県	高野町	19,637,067	3,073
	4	佐賀県	みやき町	16,833,835	25,548
	5	宮崎県	都農町	9,626,977	10,607
	6	宮崎県	都城市	9,562,349	165,433
	7	大阪府	熊取町	7,640,427	43,773
	8	茨城県	境町	6,082,537	25,250
	9	北海道	森町	5,908,852	15,575
	10	佐賀県	上峰町	5,317,765	9,558
2019	1	大阪府	泉佐野市	18,496,917	100,420
	2	宮崎県	都城市	10,645,341	164,506
	3	北海道	紋別市	7,737,695	21,582
	4	北海道	白糠町	6,733,389	7,710
	5	北海道	根室市	6,589,107	25,457
	6	宮崎県	都農町	5,208,339	10,508
	7	佐賀県	上峰町	4,672,145	9,620
	8	鹿児島県	南さつま市	4,644,199	33,873
	9	山形県	寒河江市	4,423,410	40,955
	10	新潟県	燕市	4,237,202	79,270
2020	1	宮崎県	都城市	13,525,480	163,571
	2	北海道	紋別市	13,392,711	21,317
	3	北海道	根室市	12,545,869	24,858

年	順位	都道府県	市区町村	受入額(千円)	人口(人)
	4	北海道	白糠町	9,736,640	7,539
	5	宮崎県	都農町	8,268,490	10,457
	6	山梨県	富士吉田市	5,831,248	48,183
	7	山形県	寒河江市	5,675,843	40,719
	8	兵庫県	洲本市	5,398,232	42,781
	9	兵庫県	加西市	5,337,514	43,482
	10	静岡県	焼津市	5,218,275	138,921
2021	1	北海道	紋別市	15,296,767	20,928
	2	宮崎県	都城市	14,616,191	162,572
	3	北海道	根室市	14,604,567	24,231
	4	北海道	白糠町	12,521,863	7,391
	5	大阪府	泉佐野市	11,346,705	98,840
	6	宮崎県	都農町	10,945,146	10,333
	7	兵庫県	洲本市	7,842,264	42,307
	8	福井県	敦賀市	7,722,015	64,333
	9	山梨県	富士吉田市	7,213,867	47,744
	10	福岡県	飯塚市	6,563,981	126,555
2022	1	宮崎県	都城市	19,592,615	161,605
	2	北海道	紋別市	19,432,906	20,618
	3	北海道	根室市	17,612,782	23,546
	4	北海道	白糠町	14,833,646	7,234
	5	大阪府	泉佐野市	13,771,905	98,545
	6	佐賀県	上峰町	10,873,990	9,789
	7	京都府	京都市	9,507,775	1,385,190
	8	福岡県	飯塚市	9,085,607	125,753
	9	山梨県	富士吉田市	8,806,033	47,298
	10	福井県	敦賀市	8,748,810	63,662

자료: 1. 고향납세액 관련 자료: 総務省, ふるさと納税に関する現況調査「調査結果」(2008~2022年, 各年度)
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/archive/

2. 인구: 総務省, 市区町村別の人口及び世帯数, https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/17216_1.html

1, 2를 이용하여 저자 작성

부록 2

〈부표 2〉 개인 주민세 공제액이 많은 시군구 상위 10개 단체

年	順位	都道府県	市区町村	控除人数(人)	控除額(円)	人口(人)
2015	1	神奈川県	横浜市	65,197	3,153,589,808	3,729,357
	2	愛知県	名古屋市	37,008	1,919,002,586	2,269,444
	3	大阪府	大阪市	36,701	1,685,411,507	2,681,555
	4	東京都	世田谷区	23,326	1,644,361,087	883,289
	5	東京都	港区	11,264	1,540,960,598	243,977
	6	神奈川県	川崎市	28,544	1,281,454,012	1,459,768
	7	兵庫県	神戸市	23,234	1,075,557,775	1,547,850
	8	京都府	京都市	19,520	1,003,000,487	1,419,549
	9	埼玉県	さいたま市	18,786	892,390,431	1,270,476
	10	福岡県	福岡市	17,450	846,128,592	1,500,955
2016	1	神奈川県	横浜市	114,042	5,636,523,608	3,735,843
	2	愛知県	名古屋市	61,447	3,256,959,679	2,279,194
	3	東京都	世田谷区	43,024	3,102,600,058	892,535
	4	大阪府	大阪市	62,025	2,927,667,985	2,691,425
	5	神奈川県	川崎市	51,728	2,372,240,802	1,474,167
	6	東京都	港区	19,788	2,354,917,673	249,242
	7	兵庫県	神戸市	39,326	1,859,686,425	1,546,255
	8	京都府	京都市	32,953	1,650,337,321	1,418,340
	9	埼玉県	さいたま市	33,674	1,619,714,237	1,281,414
	10	福岡県	福岡市	32,205	1,554,197,425	1,514,924
2017	1	神奈川県	横浜市	148,228	10,377,959,237	3,737,845
	2	愛知県	名古屋市	80,767	6,050,370,528	2,288,240
	3	大阪府	大阪市	85,073	5,528,805,153	2,702,432
	4	神奈川県	川崎市	69,559	4,236,716,752	1,488,031
	5	東京都	世田谷区	54,853	4,081,756,348	900,107
	6	兵庫県	神戸市	50,975	3,307,609,909	1,542,935
	7	東京都	港区	25,287	3,155,447,946	253,639

年	順位	都道府県	市区町村	控除人数(人)	控除額(円)	人口(人)
2018	8	京都府	京都市	43,395	3,011,198,147	1,415,775
	9	埼玉県	さいたま市	45,047	2,996,252,839	1,292,016
	10	福岡県	福岡市	43,401	2,982,008,656	1,529,040
	1	神奈川県	横浜市	194,310	13,676,584,355	3,745,796
	2	愛知県	名古屋市	107,623	8,097,680,240	2,294,362
	3	大阪府	大阪市	116,150	7,443,080,172	2,714,484
	4	神奈川県	川崎市	91,507	5,648,650,815	1,500,460
	5	東京都	世田谷区	71,499	5,340,510,424	908,907
	6	兵庫県	神戸市	67,615	4,407,474,590	1,538,025
	7	東京都	港区	32,001	4,258,117,640	257,426
2019	8	埼玉県	さいたま市	60,212	4,122,263,884	1,302,256
	9	福岡県	福岡市	57,663	3,910,492,702	1,540,923
	10	京都府	京都市	58,157	3,903,646,332	1,412,570
	1	神奈川県	横浜市	200,843	14,465,865,330	3,754,772
	2	愛知県	名古屋市	110,916	8,592,157,241	2,301,639
	3	大阪府	大阪市	113,402	7,146,496,063	2,730,420
	4	神奈川県	川崎市	95,471	6,370,609,249	1,514,299
	5	東京都	世田谷区	66,753	4,931,196,408	917,486
	6	兵庫県	神戸市	66,295	4,325,855,065	1,533,588
	7	埼玉県	さいたま市	60,719	4,110,173,515	1,314,145
2020	8	京都府	京都市	59,581	4,050,884,385	1,409,702
	9	福岡県	福岡市	59,716	4,008,969,999	1,554,229
	10	北海道	札幌市	64,123	3,909,086,555	1,959,313
	1	神奈川県	横浜市	260,253	17,695,499,920	3,759,939
	2	愛知県	名古屋市	151,052	10,649,079,176	2,300,949
	3	大阪府	大阪市	156,485	9,176,336,959	2,739,963
	4	神奈川県	川崎市	124,150	8,170,680,538	1,521,562
	5	東京都	世田谷区	86,796	6,074,376,240	920,372
	6	埼玉県	さいたま市	84,122	5,405,204,044	1,324,589
	7	福岡県	福岡市	84,786	5,354,216,709	1,562,767
	8	兵庫県	神戸市	85,785	5,225,150,847	1,526,835
	9	北海道	札幌市	92,946	5,135,220,513	1,961,575

年	順位	都道府県	市区町村	控除人数(人)	控除額(円)	人口(人)
2021	10	京都府	京都市	77,526	4,977,034,154	1,400,720
	1	神奈川県	横浜市	340,749	23,008,902,494	3,755,793
	2	愛知県	名古屋市	195,648	14,314,921,413	2,293,437
	3	大阪府	大阪市	211,140	12,359,294,219	2,732,197
	4	神奈川県	川崎市	161,579	10,291,326,609	1,522,390
	5	東京都	世田谷区	117,483	8,395,660,979	916,208
	6	埼玉県	さいたま市	115,626	7,391,042,881	1,332,226
	7	兵庫県	神戸市	115,342	7,000,405,761	1,517,627
	8	北海道	札幌市	122,918	6,638,791,512	1,960,668
	9	京都府	京都市	100,935	6,443,055,115	1,388,807
10	福岡県	福岡市	110,103	6,254,582,195	1,568,265	

자료: 1. 고향납세액 관련 자료: 総務省, ふるさと納税に関する現況調査「調査結果」(2008~2022年, 各年度)

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/archive/

2. 인구: 総務省, 市区町村別の人口及び世帯数, https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/17216_1.html

1, 2의 자료를 이용하여 저자 작성

부록 3

〈부표 3〉 1인당 공제액이 많은 상위 10개 시군구 단체

年	順位	都道府県	市区町村	1人あたり控除額(円/人)
2015	1	東京都	港区	6,316.0
	2	東京都	千代田区	5,239.4
	3	東京都	中央区	3,467.5
	4	東京都	渋谷区	3,330.2
	5	北海道	北竜町	3,072.0
	6	東京都	文京区	2,525.9
	7	東京都	目黒区	2,229.7
	8	兵庫県	芦屋市	2,149.2
	9	東京都	新宿区	1,999.5
	10	山梨県	忍野村	1,888.8
2016	1	東京都	千代田区	10,059.4
	2	東京都	港区	9,448.3
	3	千葉県	睦沢町	7,159.4
	4	東京都	中央区	6,036.8
	5	東京都	渋谷区	5,875.4
	6	東京都	文京区	4,389.0
	7	東京都	目黒区	4,348.7
	8	兵庫県	芦屋市	3,773.5
	9	山梨県	忍野村	3,632.1
	10	東京都	世田谷区	3,476.2
2017	1	東京都	千代田区	12,961.6
	2	東京都	港区	12,440.7
	3	東京都	中央区	8,399.6
	4	東京都	渋谷区	7,764.7
	5	東京都	文京区	6,205.3
	6	東京都	目黒区	5,822.8
	7	熊本県	小国町	5,687.1

年	順位	都道府県	市区町村	1人あたり控除額(円/人)
	8	山梨県	忍野村	5,260.5
	9	兵庫県	芦屋市	5,011.0
	10	東京都	新宿区	4,545.1
2018	1	東京都	港区	16,541.1
	2	東京都	千代田区	16,213.8
	3	東京都	中央区	11,358.8
	4	東京都	渋谷区	10,306.3
	5	東京都	文京区	8,251.0
	6	東京都	目黒区	7,717.1
	7	山梨県	忍野村	7,284.6
	8	兵庫県	芦屋市	6,356.5
	9	東京都	新宿区	6,154.3
	10	東京都	世田谷区	5,875.8
2019	1	東京都	千代田区	15,783.8
	2	東京都	港区	12,765.0
	3	東京都	渋谷区	11,553.0
	4	東京都	中央区	9,732.1
	5	東京都	目黒区	7,717.9
	6	山梨県	忍野村	7,457.4
	7	東京都	文京区	7,232.1
	8	兵庫県	芦屋市	6,212.7
	9	東京都	品川区	6,082.8
	10	東京都	新宿区	5,621.7
2020	1	東京都	千代田区	18,990.2
	2	東京都	港区	15,048.9
	3	東京都	中央区	14,100.7
	4	東京都	渋谷区	13,229.9
	5	東京都	目黒区	9,729.1
	6	東京都	文京区	8,750.7
	7	山梨県	忍野村	8,020.2
	8	東京都	品川区	7,562.9
	9	兵庫県	芦屋市	7,484.9

年	順位	都道府県	市区町村	1人あたり控除額(円/人)
2021	10	東京都	新宿区	7,407.9
	1	東京都	港区	23,832.3
	2	東京都	千代田区	23,360.9
	3	東京都	中央区	17,573.2
	4	東京都	渋谷区	15,733.5
	5	東京都	目黒区	12,228.3
	6	東京都	文京区	12,109.4
	7	山梨県	忍野村	10,122.4
	8	東京都	品川区	9,780.2
	9	東京都	新宿区	9,646.2
10	兵庫県	芦屋市	9,191.3	

자료: 1. 고향납세액 관련 자료: 総務省, ふるさと納税に関する現況調査「調査結果」(2008~2022年, 各年度)

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/archive/

2. 인구: 総務省, 市区町村別の人口及び世帯数, https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/17216_1.html

1, 2를 이용하여 저자 작성

부록 4

법 제정 당시 고향사랑기부금에 관한 법률 내용

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

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

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

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

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

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

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

③ 제2항에 따른 구체적인 제한기간 등은 대통령령으로 정한다.

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

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

제6조(기부·모금 강요 등의 금지) ① 누구든지 업무·고용 그 밖의 관계를 이용하여 다른 사람에게 고향사랑기부금의 기부 또는 모금을 강요하여서는 아니 된다.

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

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

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

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

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

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

③ 개인별 기부액의 연간 상한은 500만원으로 한다.

④ 제1항 및 제2항에서 규정한 사항 외에 고향사랑기부금의 접수 방법과 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

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

② 지방자치단체는 기부자에게 답례품을 제공하는 경우 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것을 제공하여야 한다.

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

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

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

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

1. 제5조제1항 또는 제2항을 위반하여 고향사랑기부금을 기부한 자
2. 제6조제1항 또는 제2항을 위반하여 고향사랑기부금의 기부 또는 모금을 강요하거나 적극적으로 권유·독려한 자
3. 제7조를 위반하여 이 법에 정하지 아니한 방법으로 고향사랑기부금을 모금한 자
4. 제8조제1항을 위반하여 공개된 장소가 아닌 장소에서 고향사랑기부금을 접수한 자
5. 제9조제1항 또는 제3항을 위반하여 답례품을 제공한 자

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

제11조(고향사랑기금의 설치 등) ① 지방자치단체는 모금·접수한 고향사랑기부금의 효율적인 관리·운용을 위하여 기금(이하 “고향사랑기금”이라 한다)을 설치하여야 한다.

② 고향사랑기금은 고향사랑기부금을 재원으로 하되, 제3항에 따라 모집비용에 충당하는 경우 외에는 다음 각 호에 해당하는 목적으로만 사용되어야 한다.

1. 사회적 취약계층의 지원 및 청소년의 육성·보호

2. 지역 주민들의 문화·예술·보건 등의 증진

3. 시민참여, 자원봉사 등 지역공동체 활성화 지원

4. 그 밖에 주민의 복리 증진에 필요한 사업의 추진

③ 지방자치단체는 전년도 기부액의 100분의 15 이내의 범위에서 대통령령으로 정하는 비율을 초과하지 아니하는 고향사랑기금의 일부를 고향사랑기부금의 모집과 운용 등 필요한 비용에 충당할 수 있다.

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

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

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

③ 행정안전부장관 및 지방자치단체의 장은 제2항의 정보시스템의 구축·운영업무를 대통령령으로 정하는 바에 따라 관계 전문기관에 위탁할 수 있다.

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

제14조(불법 고향사랑기부금의 반환) ① 지방자치단체는 다음 각 호의 어느 하나에 해당되는 경우 고향사랑기부금을 기부자에게 반환하고, 교부된 영수증을 회수하여야 한다.

1. 제4조제1항을 위반하여 해당 지방자치단체의 주민으로부터 고향사랑기부금을 받은 경우

2. 제4조제2항에 따라 모금주체에서 제외된 지방자치단체가 고향사랑기부금을 접수한 경우

3. 제5조제1항 또는 제2항을 위반하여 고향사랑기부금을 기부한 경우

4. 제6조제1항 또는 제2항을 위반하여 고향사랑기부금을 낼 것을 강요하거나 적극적으로 권유·독려한 경우

5. 제7조를 위반하여 이 법에 정하지 아니한 방법으로 고향사랑기부금을 모금한 경우

6. 제8조제1항을 위반하여 공개된 장소가 아닌 장소에서 고향사랑기부금을 접수한 경우

7. 제9조제1항 또는 제3항을 위반하여 답례품을 제공한 경우

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

제15조(지도·감독 등) ① 행정안전부장관은 고향사랑기부금의 모금, 고향사랑기금의 관리·운용 등에 대하여 지도·감독을 하거나 시정권고, 그 밖에 필요한 조치를 지방자치단체에 요구할 수 있다.

② 지방자치단체는 특별한 사유가 없으면 지도·감독, 시정권고, 그 밖에 필요한 조치를 따라야 한다.

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

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

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

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

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

부 칙

〈법률 제18489호, 2021. 10. 19〉

이 법은 2023년 1월 1일부터 시행한다.

부록 5

고향사랑 기부금에 관한 법률 일부개정 내용

고향사랑 기부금에 관한 법률 일부를 다음과 같이 개정한다.

제7조제1항 및 제2항을 각각 다음과 같이 한다.

① 지방자치단체는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방법으로 고향사랑 기부금의 모금을 하여서는 아니 된다.

1. 호별 방문
2. 개별적인 전화 또는 서신
3. 그 밖에 제1호 및 제2호에서 규정한 방법과 유사한 방법으로서 대통령령으로 정하는 방법

② 지방자치단체는 제1항에 따라 고향사랑 기부금의 모금을 하는 경우 해당 지방자치단체의 명의로만 하여야 한다. 이 경우 대통령령으로 정하는 모금의 횟수와 내용, 형식 등 모금 방법과 절차를 준수하여야 한다.

제8조제3항 중 “500만원”을 “2,000만원”으로 한다.

제8조의2를 다음과 같이 신설한다.

제8조의2(지정 모금 및 기부) ① 지방자치단체는 제11조제2항 각 호의 어느 하나에 해당하는 목적을 달성하기 위한 사업에 필요한 경비 충당을 위한 고향사랑 기부금을 모금할 수 있다.

② 기부자는 제1항에 따른 사업 또는 제11조제2항 각 호의 어느 하나에 해당하는 목적을 지정하여 기부할 수 있다.

제11조제2항 각 호 외의 부분 중 “제3항에 따라 모집·운용”을 “제3항에 따른 모집·운용 비용 및 제4항에 따른 답례품 제공에 필요한”으로 하고, 같은 항 각 호 외의 부분에 단서를 다음과 같이 신설한다.

다만, 제8조의2제2항에 따라 사업 또는 목적을 지정하여 기부한 고향사랑 기부금의 경우 해당 사업 또는 목적으로만 사용되어야 한다.

제11조제4항을 제5항으로 하고, 같은 조에 제4항을 다음과 같이 신설한다.

④ 지방자치단체는 대통령령으로 정하는 한도를 초과하지 않는 범위에서 고향사랑 기금의 일부를 제9조에 따른 답례품 제공에 필요한 비용에 충당할 수 있다.

제12조의 제목 중 “연구”를 “홍보·연구”로 하고, 같은 조 제1항 중 “주기적인 조사·분석, 연구”를 “홍보, 주기적인 조사·분석 및 연구”로 한다.

제14조의2를 다음과 같이 신설한다.

제14조의2(자료제공의 요청) ① 행정안전부장관 또는 지방자치단체의 장은 기부자가 기부 대상 지방자치단체에 체류하는지 여부 확인 등의 업무처리를 위하여 필요한 경우에는 전산매체를 이용하여 법무부장관에게 「출입국관리법」 제32조제4호에 따른 국내 체류지 및 「재외동포의 출입국과 법적지위에 관한 법률」 제7조제2항제7호에 따른 대한민국 안의居所(居所)에 대한 등록전산정보자료의 제공을 요청할 수 있다. 이 경우 요청을 받은 법무부장관은 특별한 사유가 없으면 이에 협조하여야 한다.

② 행정안전부장관은 제1항에 따라 제공받은 등록전산정보자료를 대통령령으로 정하는 바에 따라 지방자치단체의 장에게 제공할 수 있다.

제17조제3항 중 “제7조제1항”을 “제7조제1항 또는 제2항”으로 한다.

부 칙

제1조(시행일) 이 법은 공포한 날부터 시행한다. 다만, 다음 각 호의 개정규정은 해당 호에 규정된 날부터 시행한다.

1. 제7조제1항, 제11조제2항 본문 및 같은 조 제4항의 개정규정은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.

2. 제8조제3항의 개정규정은 2025년 1월 1일부터 시행한다.

제2조(고향사랑 기부금 모금방법에 관한 경과조치) 이 법 시행 전에 종전의 제7조제1항을 위반하여 고향사랑 기부금을 모금한 경우에 대해서는 제7조제1항의 개정규정에도 불구하고 종전의 규정에 따른다.

제3조(고향사랑기부금 상한액에 관한 적용례) 제8조제3항의 개정규정에 따른 개인별 고향사랑 기부금의 연간 상한액은 부칙 제1조제2호에 따른 제8조제3항의 개정규정의 시행일이 속한 과세기간부터 적용한다.

신·구 조문 대비표

현 행	개 정 안
<p>제7조(고향사랑 기부금의 모금 방법) ① 지방자치단체는 대통령령으로 정하는 광고매체를 통하여 <u>고향사랑 기부금의 모금을 할 수 있다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방법으로는 <u>고향사랑 기부금의 모금을 할 수 없다.</u></u></p> <p>1. <u>개별적인 전화, 서신 또는 전자적 전송매체</u> (「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제13호에 따른 전자적 전송매체를 말한다)의 이용</p> <p>2. <u>호별 방문</u></p> <p>3. <u>향우회, 동창회 등 사적인 모임에 참석·방문하여 적극적으로 기부를 권유·독려하는 방법</u></p> <p>4. <u>그 밖에 제1호부터 제3호까지에서 규정한 방법과 유사한 방법으로서 대통령령으로 정하는 방법</u></p> <p>② <u>제1항에 따른 <u>고향사랑 기부금의 모금 방법·절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</u></u></p>	<p>제7조(고향사랑 기부금의 모금 방법) ① 지방자치단체는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방법으로 <u>고향사랑 기부금의 모금을 하여서는 아니 된다.</u></p> <p>1. <u>호별 방문</u></p> <p>2. <u>개별적인 전화 또는 서신</u></p> <p>3. <u>그 밖에 제1호 및 제2호에서 규정한 방법과 유사한 방법으로서 대통령령으로 정하는 방법</u></p> <p>② 지방자치단체는 제1항에 따라 <u>고향사랑 기부금의 모금을 하는 경우 해당 지방자치단체의 명의로만 하여야 한다. 이 경우 대통령령으로 정하는 모금의 횟수와 내용, 형식 등 모금 방법과 절차를 준수하여야 한다.</u></p>
<p>제8조(고향사랑 기부금의 접수 및 상한액) ①·② (생략)</p> <p>③ <u>개인별 <u>고향사랑 기부금의 연간 상한액은 500만원으로 한다.</u></u></p> <p>④ (생략)</p> <p>〈<u>신설</u>〉</p>	<p>제8조(고향사랑 기부금의 접수 및 상한액) ①·② (현행과 같음)</p> <p>③ _____ - 2,000만원 _____.</p> <p>④ (현행과 같음)</p>
<p>제11조(고향사랑기금의 설치 등) ① (생략)</p> <p>② <u>제1항에 따른 기금(이하 “<u>고향사랑기금</u>”이라 한다)은 <u>고향사랑 기부금을 재원으로 하고, 제3항에 따라 모집·운용 비용에 총당하는 경우 외에는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 목적으로만 사용되어야 한다. <단서 신설></u></u></p>	<p>제8조의2(지정 모금 및 기부) ① 지방자치단체는 제11조제2항 각 호의 어느 하나에 해당하는 목적을 달성하기 위한 사업에 필요한 경비 총당을 위한 <u>고향사랑 기부금을 모금할 수 있다.</u></p> <p>② <u>기부자는 제1항에 따른 사업 또는 제11조제2항 각 호의 어느 하나에 해당하는 목적을 지정하여 기부할 수 있다.</u></p> <p>제11조(고향사랑기금의 설치 등) ① (현행과 같음)</p> <p>② _____ _____제3항에 따른 모집·운용 비용 및 제4항에 따른 답례품 제공에 필요한 _____, 다만, 제8조의2제2항에 따라 사업 또는 목적을 지정하여 기부한 <u>고향사랑 기부금의 경우 해당 사업 또는 목적으로만 사용되어야 한다.</u></p>

현 행	개 정 안
<p>1. ~ 4. (생 략)</p> <p>③ (생 략)</p> <p>〈신 설〉</p> <p>④ (생 략)</p> <p>제12조(제도의 연구 및 지원) ① 행정안전부장관 및 지방자치단체의 장은 고향사랑 기부금 제도에 대한 주기적인 조사·분석, 연구 등을 통하여 기부가 활성화되도록 노력하여야 한다.</p> <p>②·③ (생 략)</p> <p>〈신 설〉</p> <p>제17조(벌칙) ①·② (생 략)</p> <p>③ 제7조제1항을 위반하여 고향사랑 기부금을 모금한 자는 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다.</p>	<p>1. ~ 4. (현행과 같음)</p> <p>③ (현행과 같음)</p> <p>④ 지방자치단체는 대통령령으로 정하는 한도를 초과하지 않는 범위에서 고향사랑기금의 일부를 제9조에 따른 답례품 제공에 필요한 비용에 충당할 수 있다.</p> <p>⑤ (현행 제4항과 같음)</p> <p>제12조(제도의 홍보·연구 및 지원) ① _____ _____ 홍보, 주기적인 조사·분석 및 연구 _____ _____.</p> <p>②·③ (현행과 같음)</p> <p>제14조의2(자료제공의 요청) ① 행정안전부장관 또는 지방자치단체의 장은 기부자가 기부 대상 지방자치단체에 체류하는지 여부 확인 등의 업무처리를 위하여 필요한 경우에는 전산매체를 이용하여 법무부장관에게 「출입국관리법」 제32조제4호에 따른 국내 체류지 및 「재외동포의 출입국과 법적지위에 관한 법률」 제7조제2항제7호에 따른 대한민국 안의居所(居所)에 대한 등록전산정보자료의 제공을 요청할 수 있다. 이 경우 요청을 받은 법무부장관은 특별한 사유가 없으면 이에 협조하여야 한다.</p> <p>② 행정안전부장관은 제1항에 따라 제공받은 등록전산정보자료를 대통령령으로 정하는 바에 따라 지방자치단체의 장에게 제공할 수 있다.</p> <p>제17조(벌칙) ①·② (현행과 같음)</p> <p>③ 제7조제1항 또는 제2항 _____ _____.</p>

부록 6

고향사랑 기부금에 관한 법률 일부개정안에 대한 발의 의원별 제안 이유 및 주요 내용

제21대 국회에서 (수정·철회된 2건을 제외한) 18건의 개정법률안 발의안에 대해 대표발의 의원별로 분류하여 개정안 제안 이유 및 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다 (개정법률안에 명시된 표현을 그대로 인용하였음).

① 정우택 의원 대표 발의안(2022. 5. 24.)

- (i) <제안 이유> 현행법은 고향사랑기부금의 모금 방법과 관련하여 개별적인 전화, 서신 또는 전자적 전송매체를 이용하는 행위를 금지하고 있음. 그러나 지역경제의 활성화 등 현행법의 제정 목적을 고려할 때 위와 같은 제한은 고향사랑기부금 제도의 활성화에 저해될 수 있다는 의견이 있음.
- (ii) <주요 내용> 이에 고향사랑기부금을 모집하는 방법으로 개별적인 전화, 서신 또는 전자적 전송매체의 이용을 허용함으로써 고향사랑기부금 모금 활성화를 도모하고자 함(안 제7조제1항).

② 위성곤 의원 대표 발의안(2022. 7. 5.)

- (i) <제안 이유> 최근 가속화되고 있는 지역 인구유출로 인해 지역사회의 활력이 저하되고 있음. 지역에서 성장한 각계각층의 인재들이 외지로 이주하는 탓에 이들이 나고 자란 고향에 기여하는 선순환 구조를 만드는 것도 어려운 실정임. 고향을 떠나 외지에 살고 있는 사람들이 느끼는 애향심은 침체된 지역에 활력을 불어올 수 있는 효과적인 요소가 될 수 있는 만큼 고향을 생각하는 사람들이 고향 지자체에 기부할 수 있는 기회를 열어줌으로써 열악한 지방재정을 돕고 지역경제 활성화에 보탬을 주기 위해 「고향사랑기부금에 관한 법률」이 제정되고 시행될 예정임. 그러나 고향사랑기부제가 시행되는 전국 광역, 기초자치단체 243곳에서 행정시인

제주시와 서귀포시는 빠져있음. 제주특별자치도만 기부금을 모금할 수 있을 뿐 제주시, 서귀포시는 해당되지 않아 광역, 기초 지자체가 별도로 모금하는 다른 지역보다 지방재정 확충에 불리할 수밖에 없음.

- (ii) <주요 내용> 이에 고향사랑기부금을 모집할 수 있는 주체에 제주시, 서귀포시가 포함되도록 함으로써 지방재정 확충에 적극 대응할 수 있도록 하는 한편, 기부자로 하여금 직접 제주시, 서귀포시에 기부할 수 있도록 하여 고향사랑기부제의 도입 취지를 적극 실현하고자 함(안 제2조제2호).

③ 윤준병 의원 대표 발의안(2022. 10. 28.)

- (i) <제안 이유> 국민이면 누구나 자신의 주소지를 제외한 전국 지자체에 지역발전기금을 기부할 수 있도록 하는 내용을 담은 「고향사랑기부금에 관한 법률」이 2021년 10월 19일 제정되었으며, 2023년 1월 1일부터 시행될 예정임. 그러나, 고향사랑기부금의 모금 주체가 전국 모든 지자체로 확대되어 있어서 소멸위기에 처한 지방중소도시 살리기 재원을 마련하겠다는 당초 취지가 많이 퇴색되었다는 비판이 있으며, 모금 주체를 행정안전부 고시로 지정하는 ‘인구감소지역’에 속한 기초지자체(2021년 89곳)로 제한해야 한다는 주장이 계속 제기되는 상황임.
- (ii) <주요 내용> 이에, 모금 주체를 기초지자체 중 행정안전부 고시로 지정하는 ‘인구감소지역’으로 한정하는 한편, 모금 대상에 주민등록지가 해당 지자체로 되어있지 않은 사람뿐만 아니라 주된 사무소의 소재지가 해당 지자체에 있지 않은 법인도 포함시켜 고향사랑기부금제의 당초 도입 취지와 효과를 더욱 살리려는 것임(안 제4조제1항).

④ 한병도 의원 대표 발의안(2003. 1. 9.)

- (i) <제안 이유> 현행 법률은 개인이 지자체에 직접 기부를 가능하게 하여 지방재정을 확충하고, 기부자에 대한 답례품 제공을 통해 지역 생산물의 소비 촉진과 지역경제 활성화를 도모하는 법으로서, 현재 각 지자체에서 제도 활성화를 위해 적극적으로 노력하고 있는 상황임. 특히 시행 초기임에도 불구하고 인구감소와 청년유출로 지역소멸의 어려움을 겪고 있는 지자체를 중심으로 기부가 이어지고 있는데, 법률상 개인별 기부금액 상한이 정해져 있어 기부 활성화에 장애가 된다는 의견이

제기되고 있음. 한편, 공무원이 기부금의 기부 또는 모금을 강요하거나 적극적으로 권유·독려하여서는 안 된다는 현행 제6조제2항의 경우 동조 제1항의 규정으로도 그 취지를 달성할 수 있고, ‘적극적으로 권유·독려’라는 표현이 죄형법정주의 상 명확성의 원칙에 위반된다는 지적이 있음.

- (ii) <주요내용> 이에, 개인별 기부금액 상한액 제한을 폐지하여 기부 활성화를 도모하고, 공무원의 기부 또는 모금 강요 및 권유·독려 조항을 삭제하여 조문을 정비하려는 것임(안 제6조, 제8조 및 제17조 등).

⑤ 이형석 의원 대표 발의안(2023. 2. 20.)

- (i) <제안 이유> 현행법은 고향사랑 기부 대상에 특별한 제약을 두고 있지 않음에도 불구하고, 시행령에 따른 거소지 확인 절차로 인하여 국내에 주소지를 두고 있지 않은 해외동포 등은 기부를 할 수 없음.
- (ii) <주요 내용> 이에 해외동포 등이 이 법에 따라 기부할 수 있는 대상임을 명확히 함으로써 국적 등에 따른 제약 없이 고향사랑기부금을 기부할 수 있도록 하고자 함(안 제4조제1항).

⑥ 김성원 의원 대표 발의안(2023. 2. 28.)

- (i) <제안 이유> 현행법은 지방재정을 확충하고 지역경제 활성화를 도모해 인구 감소에 따른 지역소멸을 방지하기 위해 도입되었음에도 불구하고, 홍보 부족과 낮은 인지도 등으로 실적이 예상보다 저조한 실정임. 특히, 개인의 참여만을 독려하기에는 한계가 있다는 지적이 제기되고 있어 제도정비가 필요함. 반면, 우리보다 먼저 고향납세를 실시한 일본은 개인뿐만 아니라 법인도 지자체(내각부가 인정한 지방 활성화 또는 재생사업 지역)에 기부할 수 있음.
- (ii) <주요 내용> 이에 고향사랑기부금 제도 활성화 및 취지 달성을 위해 인구감소지역으로 지정된 지자체의 경우 고향사랑기부금 모집 대상에 법인을 포함할 수 있도록 하려는 것임(안 제4조제1항).

⑦ 김영주 의원 대표 발의안(2023. 3. 31.)

- (i) <제안 이유> 현행법은 해당 지자체의 주민이 아닌 사람에 대해서만 연간 500만원

이하의 고향사랑기부금을 모금·접수할 수 있다고 규정함. 그러나 고향사랑기부제 시행 이후 고향발전을 위한 기부에 동참하고 싶어하는 법인의 문의가 이어지고 있으며, 지방재정 확충을 위하여 법인의 기부를 허용해야 한다는 의견이 제기되고 있음. 또한 법인은 대다수의 개인에 비하여 큰 금액을 기부할 수 있는 경우가 많으므로 연간 500만원으로 정해진 상한액 규정을 적용받지 않도록 해야 한다는 의견이 있음.

- (ii) <주요 내용> 이에 주된 사무소의 소재지가 해당 지자체에 있지 아니한 법인이 고향사랑기부금을 기부할 수 있도록 하고, 법인에 대하여는 연간 상한액 한도를 두지 않음으로써 지역경제 활성화와 국가균형발전에 기여하려는 것임(안 제4조제1항 및 제8조제3항 등).

⑧ 김용민 의원 대표 발의안(2023. 4. 10.)

- (i) <제안 이유> 현행법에는 고향사랑기부금에 기부한 사람들에게 대통령령으로 정하는 한도를 초과하지 아니하는 범위에서 물품 또는 경제적 이익을 제공할 수 있도록 규정하고 있음. 하지만 답례품 품목에 대한 상세한 규정이 부족해 선량한 풍속 및 기타 사회질서를 흐릴 수 있는 항목들이 답례품 품목으로 올라오며 이에 대한 법적제재가 필요하다는 지적이 있음.
- (ii) <주요 내용> 이에 「고향사랑기부금에 관한 법률」에서 규정된 제공하면 안 되는 답례품에 '선량한 풍속 기타 사회질서에 위반할 수 있는 물품 및 서비스'를 추가하고자 함(안 제9조제3호의2 신설).

⑨ 민형배 의원 대표 발의안(2023. 4. 10.)

- (i) <제안이유> 고향사랑기부금을 통한 사회적기업, 중소기업, 여성기업 및 장애인기업 지원을 강화하고자 합니다. 고향사랑기부금은 고향에 대한 건전한 기부문화를 조성하고 지역 경제를 활성화함으로써 국가균형발전에 이바지함을 목적으로 합니다. 기부금을 재원으로 설치되는 고향사랑기금은 사회적 취약계층 지원 등에 사용되는데, 사회적기업 등은 지원대상에 포함되지 않습니다. 기부자에 대한 답례품도 지역특산품 등으로 한정했는데, 사회적기업 등이 누락됐습니다.
- (ii) <주요 내용> 이에 고향사랑기금의 지원 대상에 사회적기업, 중소기업, 여성기업

및 장애인기업을 명시하고자 합니다. 아울러 답례품의 범위에 해당 기업 등이 생산·제공하는 물품도 포함했습니다. 기업 지원강화를 통한 실질적 지역 경제 활성화를 도모하기 위한 것입니다(안 제9조제2항제3호 및 제11조제2항제4호 신설).

⑩ 전봉민 의원 대표 발의안(2023. 4. 10.)

(i) <제안 이유> 현행법은 해당 지자체의 주민이 아닌 사람에 대해서만 연간 500만원 이하의 고향사랑기부금을 모금·접수할 수 있도록 제한하고, 고향사랑기금은 사회적 취약계층의 지원 및 청소년의 육성·보호, 지역주민의 문화·예술·보건 등의 증진 등 특정 목적으로만 사용하도록 규정하고 있으나, 기금 운용에 대해서는 대통령령으로 정하는 바에 따라 조례로 정하도록 하고 있음. 그런데 고향사랑기부제 시행 이후 고향발전을 위한 기부에 동참하고 싶어 하는 법인의 문의가 이어지고 있고, 연간 기부 상한액이 지나치게 낮게 책정되었다는 의견이 있음. 또한 기금을 더욱 체계적으로 운영할 수 있는 방안을 마련해야 한다는 지적이 제기됨. 또한 고향사랑기부금 제도와 유사한 일본의 고향납세제도의 경우 지자체별로 지역사회 공헌 사업을 계획하여 추진하는 방식을 채택함으로써 지역의 문제 해결, 일자리 창출을 통한 인구 유입 촉진, 재정자립도 향상 등의 성과를 거두고 있어 우리나라도 이러한 방식을 참고할 필요가 있음.

(ii) <주요 내용> 이에 주된 사무소의 소재지가 해당 지자체에 있지 아니한 법인이 고향사랑기부금을 기부할 수 있도록 하고 기부자별 연간 상한액을 1천만원으로 상향하며, 지자체로 하여금 매년 고향사랑기금 운용 계획을 수립하도록 하는 한편, 지자체가 고향사랑기금의 목적에 부합하는 사업을 계획하여 필요한 경비를 모금할 수 있도록 하고 기부자로 하여금 기부금의 용도를 지정할 수 있도록 규정함으로써 고향사랑기부제를 활성화하려는 것임(안 제7조제2항, 제8조제4항 신설 등).

⑪ 김승남 의원 대표 발의안(2023. 4. 27.)

(i) <제안 이유> 현행법은 고향사랑기부금을 사회적 취약계층의 지원 및 청소년의 육성·보호, 지역주민의 문화·예술·보건 등의 증진, 지역공동체 활성화 지원 등을 위하여 사용하도록 규정하고 있음. 그런데, 일본의 고향납세제도의 경우에는 지자체별로 지역사회 공헌 사업을 계획하여 추진하는 방식을 채택함으로써 지역의 문

제 해결, 일자리 창출을 통한 인구 유입 촉진, 재정자립도 향상 등의 성과를 거두고 있어 우리나라도 이러한 방식을 참고할 필요가 있다는 의견이 있음. 또한 현행 법상 개별적인 전화, 서신, 또는 전자적 전송매체를 이용한 모금을 할 수 없도록 규정하고 있으나, 이러한 매체를 이용한 모금 방법을 허용하여 고향사랑기부제의 활성화를 유도할 필요가 있다는 지적이 있음.

- (ii) <주요 내용> 이에 지자체가 고향사랑기금의 목적과 부합하는 사업을 계획하여 필요한 경비를 모금할 수 있도록 하고, 기부자는 사업·목적을 지정하여 기부할 수 있도록 규정하는 한편, 전화, 서신, 또는 전자적 전송매체를 이용한 모금을 허용하도록 규정함으로써 고향사랑기부제의 활성화 및 지역균형발전을 도모하려는 것임(안 제7조, 제8조 및 제11조).

⑫ 양경숙 의원 대표 발의안(2023. 5. 26.)

- (i) <제안 이유> 현행법은 지역주민 대상의 과도한 기부금 모집·홍보 행위를 억제하기 위하여 지자체가 해당 지역주민이 아닌 사람으로부터만 고향사랑기부금을 모금할 수 있도록 하고 있고, 모금방법을 대중매체 광고로만 제한하고 있음. 그러나 고향사랑기부금 제도가 출범한 지 수 개월이 지났음에도 제도가 활성화되지 못하고 모금실적이 저조한 상황인데, 이는 지자체의 사업과 정책에 직접적으로 영향을 받고 관심이 높은 해당 지역주민을 기부자에서 제외했기 때문이라는 의견이 있음. 또한, 재정여건이 열악한 지자체의 경우 광고·홍보에 집중하기 어려울 수 있다는 지적이 있음.
- (ii) <주요 내용> 이에 고향사랑기부의 활성화를 위하여 지역주민의 기부를 허용하고, 국가가 고향사랑기부금 제도 전반에 관해 적극적으로 홍보할 수 있는 근거를 신설하려는 것임(안 제4조, 제12조 및 제14조).

⑬ 양정숙 의원 대표 발의안(2023. 7. 3.)

- (i) <제안 이유> 현행법은 해당 지자체의 주민이 아닌 사람에 대해서만 연간 500만원 이하의 고향사랑기부금을 모금·접수할 수 있다고 규정함. 나아가, 외국인의 경우에는 고향사랑기부금에 대한 법적 근거가 없는 실정임. 한편, 고향사랑기부금을 통한 지방재정의 확충과 지역 활력 제고를 위해서는 지자체에 애정을 가지고 있는

외국인, 법인 또는 단체의 기부를 허용하고, 고향사랑기부금의 상한액을 없애야 한다는 의견이 있음.

- (ii) <주요 내용> 이에 고향사랑기부금의 모금 대상에 “대통령령으로 정하는 외국인”과 “주된 사무소의 소재지가 해당 지자체에 있지 아니한 법인 또는 단체”를 추가하고, 고향사랑기부금의 연간 상한액 한도를 두지 않음으로써 지역경제 활성화를 통한 국가균형발전에 기여하려는 것임(안 제2조제1호 및 제8조제3항 등).

⑭ 김교홍 의원 대표 발의안(2023. 8. 22.)

- (i) <제안 이유> 현행법은 고향사랑기부금 모금을 위한 지자체의 경쟁 과열과 이로 인한 주민의 불편을 막기 위하여 홍보수단을 신문·방송 등 광고매체로만 제한하고 있음. 또한, 고향사랑기부금의 모금·접수 등 업무를 지원하는 정보시스템의 구축·운영을 ‘관계 전문기관’에 위탁할 수 있도록 하고 있음. 그러나 법 시행(2023. 1. 1.) 이후 고향사랑기부금 모금 실적이 기대보다 저조한 상황으로, 이는 홍보수단에 대한 규제가 과도하여 지자체들의 모금 활동에 제약이 있기 때문이라는 지적이 있음, 또한, 이와 유사한 제도를 운영 중인 일본의 경우 다수의 민간 업체가 주도적으로 모금·접수에 필요한 정보시스템을 구축·운영하여 기부자의 편의성을 높이고 있는 것과 달리 우리나라는 국가 등이 주도적으로 모금·접수창구를 운영하고 있는 점도 한계로 지적되고 있음.
- (ii) <주요 내용> 이에 고향사랑기부금 모금 활성화를 위하여 전자적 전송매체 또는 향우회·동창회 등 개인 모임을 이용한 기부 독려를 허용하고, 농·수협, 신협 및 새마을금고 등 신용사업을 하는 공신력 있는 기관들이 기부금 모금·접수를 위한 정보시스템을 구축·운영할 수 있도록 하여 접수창구 다변화를 통한 기부자의 편의성 제고를 도모하려는 것임(안 제7조 및 제12조).

⑮ 조정식 의원 대표 발의안(2023. 9. 4.)

- (i) <제안 이유> 현행법은 고향에 대한 건전한 기부문화를 조성하고 지역경제를 활성화하기 위하여 고향사랑기부금 제도를 도입하였음. 그런데 과도한 기부금 모금 및 기부 강요 등 부작용을 방지하려는 차원에서 도입된 법인·단체의 기부행위 금지, 광고매체를 통한 홍보 외의 다른 홍보방법 제한, 개인별 기부금 상한(연간 500만

원) 등 각종 규제로 인하여 고향사랑기부제가 활성화되지 못하고 그 성과가 제한적이라는 평가가 있음.

- (ii) <주요 내용> 이에 법인·단체의 경우에도 그 소재지 외의 지자체에 대하여는 고향사랑기부를 허용하고, 지자체가 전화·서신·방문 및 사적 모임 참석 등을 통하여 모금을 할 수 있도록 하며, 연간 기부액 상한을 대통령령에서 탄력적으로 정하도록 하고, 기부금 접수를 위한 정보시스템을 다양한 주체가 운영할 수 있도록 하는 등 고향사랑기부제 활성화를 위한 각종 제도개선을 도입하려는 것임(안 제4조 및 제7조 등).

⑩ 정우택 의원 대표 발의안(2023. 9. 14.)

- (i) <제안 이유> 현행법은 고향사랑 기부금을 사회적 취약계층의 지원 및 청소년의 육성·보호, 지역주민의 문화·예술·보건 등의 증진, 지역공동체 활성화 지원 등을 위하여 사용하도록 규정하고 있음. 고향사랑기부제 활성화를 위하여 고향사랑기금을 더욱 체계적으로 운영할 수 있는 방안을 마련하여야 한다는 지적이 있음. 가령, 고향납세제도를 운영하고 있는 일본은 지역의 문제 해결, 일자리 창출을 통한 인구 유입 촉진, 재정자립도 향상 등을 위해 지자체별로 지역사회 공헌사업을 계획하여 추진하는 방식을 채택하고 있음. 우리나라도 이러한 방식을 참고할 필요가 있다는 의견이 있음.
- (ii) <주요 내용> 이에 지자체가 고향사랑기부금의 목적과 부합하는 사업을 계획하여 필요한 경비를 모금할 수 있도록 하고, 기부자는 사업·목적을 지정하여 기부할 수 있도록 규정하는 한편, 지자체로 하여금 고향사랑기금 운용 계획을 수립하도록 함으로써 고향사랑기부제의 활성화 및 지역균형발전을 도모하려는 것임(안 제6조의2, 제8조 및 제11조).

⑪ 송재호 의원 대표 발의안(2023. 10. 25.)

- (i) <제안 이유> 현행 고향사랑기부제는 지자체의 부족한 재정을 확보하고 국가균형발전을 도모하기 위해서 도입되었음. 그런데 근거가 되는 「고향사랑기부금에 관한 법률」 시행(2023. 1. 1) 이후 ‘거주지 기부 제한’, ‘연간 기부금 상한 규정’ 등과 같이 기부금 모금 경쟁과 기부 강요 등 부작용을 방지하고자 도입된 조항들이 기부

참여를 저해하는 과도한 규제로 작동하여 제도 활성화를 막고 있어 그 성과가 저조한 실정임.

- (ii) <주요 내용> 이에 연간 기부금 상한 규정을 폐지하는 한편 지자체의 사업과 정책에 관심이 높은 해당 지역주민의 기부 참여를 보장하도록 하여 기부자의 참여 동기를 제고하고 고향사랑기부금 모금 활성화를 도모하고자 함. 또한 현행 제8조의 기부금의 접수에 관한 조항이 죄형법정주의상 명확성의 원칙에 위반되고 접수처의 범위가 축소 해석되어 지자체의 자율적인 제도 운용과 기부자의 접근성을 저해하고 있어 제도 활성화의 걸림돌로 작용한다는 지적이 있는바, 관련 조문을 정비하고자 함(안 제2조, 제4조, 제8조 및 제11조 등).

⑱ 이만희 의원 대표 발의안(2023. 10. 26.)

- (i) <제안 이유> 현재 답례품 비용을 충당할 재원에 대한 명확한 법적 근거가 없어 그 비용을 일반회계 예산에서 지출하고 있으나, 답례품 비용을 정확히 예측할 수 없어 지자체가 사전에 답례품 구매 예산을 편성하는데 어려움이 있다는 지적이 있어 지자체가 모금된 기부금에서 답례품 비용을 지출할 수 있도록 법적 근거를 신설하려는 것임. 또한 등록외국인 등이 기부를 할 경우 지자체가 기부자의 본인 여부와 해당 지자체 주민인지 여부를 확인하기 위하여 “등록외국인 체류지 주소” 및 “국내 거소신고자의 거소지” 정보를 법무부장관으로부터 제공받아야 하나, 정보를 제공할 수 있는 법적 근거 규정이 없어 이를 보완하고자 하는 것임.
- (ii) <주요 내용> 지자체는 대통령령으로 정하는 한도를 초과하지 않는 범위에서 고향사랑기금의 일부를 안 제9조에 따른 답례품 제공 등에 필요한 비용에 충당할 수 있도록 하고(안 제11조제4항), 행정안전부장관 또는 지자체의 장은 기부자가 기부 대상 지자체에 체류하는지 여부를 확인하는 등의 업무를 처리하기 위하여 필요한 경우에는 전산매체를 이용하여 법무부 장관에게 관련 정보의 제공을 요청할 수 있는 근거 규정을 두려는 것임(안 제14조의2).

부록 7

일본 홋카이도 지역 고향납세 담당자 인터뷰

【질문 항목】

아래의 항목에 대해 청취조사를 실시하고자 하오니 아무쪼록 잘 부탁드립니다.

1. 고향 납세의 모집에 관하여

- 1) 고향 납세자 모집에 직접 참여하는 직원의 수는 얼마나 됩니까
- 2) 담당 직원이 이동하는 간격은 어느 정도인가
- 3) 재정과의 연계는 어떻게 이루어지고 있는지(예를 들어 수입액 목표치 설정 등은 사전에 있는지 등)
- 4) 포털 사이트를 운영하는 민간 사업자의 선정은 어떻게 하고 있는가
- 5) 민간 사업자에게 지불하는 비용은 어느 정도인가
- 6) 답례품 선정은 어떻게 하고 있는가
- 7) 기부액에 대한 답례품의 금전적인 가치(예를 들어, 10,000엔의 기부에 대해 최고가를 답례품으로 보낼 경우, 몇 g으로 할 것인가? 등)에 대해 어떻게 결정하고 있는가
- 8) 답례품의 금전적인 가치와 시중가격과의 관계(같은 것을 시중에서 구입한 경우에 얼마에 살 수 있는가?)
- 9) 고향 납세를 모집할 때 참고하고 있는 자치 단체가 있는가
- 10) 지금보다 수입액을 늘리려고 생각하고 있는가
- 11) 각 시정촌에 있어서 적절하다고 생각되는 (바람직한) 기부액은 어느 정도라고 생각하고 있는가
- 12) 기부자 중에서 고향납세를 받아들인 자치단체 출신(관련이 있는 사람의)의 비율은 어느 정도인가

2. 고향 납세의 용도에 대해서

- 1) 고향 납세를 받아들이면 한 번 기금으로 편입하는 것이 바람직하다고 여겨지고 있다(총무성 자치 재정국(2017) 「고향 납세에 대해서는, 받아들이는 연도에 활용한 잔액을 기금에 적립한 후, 다음 연도 또는 다음 연도 이후에 철거해 활용하는 것이, 일반적 운용」)고 되어 있는데, 받아들이는 고향 납세에 대해서 받아들이는 당해 연도에 어떻게 처리하고 있는가
- 2) 기금으로부터의 철거는 어떠한 기준·생각에 근거하고 있는가
- 3) 기금에서 너무 많이 빼지 않는다면 어떤 이유가 있을까
- 4) 기부자가 선택할 수 있는 것은 분야와 구체적인 사업 중 어느 쪽인가
- 5) 기부자가 선택한 분야·구체적인 사업과 실제 사용처는 어떻게 대응하고 있는가
- 6) 어떤 용도가 바람직하다고 생각하고 있는가
- 7) 고향 납세 수입액이 증가함에 따라 예산이 증가한 사업이 있으면
- 8) 고향세가 지역경제 활성화에 기여하고 있다고 생각하는가

3. 고향 납세 제도에 대하여

- 1) 고향 납세 제도의 개선할 점은 있는가

【 몬베츠시 】

- 1-1) 정직원 3명, 회계연도 임용직원이 1명. 고향납세 계(係)가 만들어지고 7년 동안 위 인원 구성임
- 1-2) 사이토(齊藤) 계장은 합하여 6년(한번 다른 부서로 이동하였으나 다시 돌아옴). 일반적으로는 3년을 단위로 부서 이동을 하나, 고향납세 계는 시내 사업자와의 관계 형성 등 매년 다른 업무가 발생하므로 다른 부서와는 달리 오래 근무하는 경향이 있음
- 1-3) 고향납세액의 목표치는 없음. 제도가 언제 없어질지도 모르는 것을 상정하여 일을 하고 있음. 목표치는 전년도 정도하면 되지 않은가 하는 정도로 설정하고 있음
- 1-4) 민간사업자는 전부 40개 정도와 계약하고 있으며, 수수료가 많지 않으면 계약하는 것으로 하고 있음. 중간사업자는 지자체에 따라 다르나, 몬베츠시는 '新朝프레스'라는 곳과 계약을 맺고 있으며, 하는 일은 주로 콜 센터 업무 등을 위탁하고 있음. 포털사이트에 답례품을 등록하는 것과 재고 등의 반영은 시청 내부에서 하고 있으며, 답례품 가운데는 포털사이트에 올라가는 것과 올라가지 않는 것이 있음
- 1-5) 평균하면 포털사이트 운영사업자에게 10%를 시스템 이용료로서 지불하고 있으나, 집객력이 있으므로 어쩔 수 없음. 포털사이트는 고향납세에 접근하는 입구로서의 역할이 큼
- 1-6) 사업자가 제안을 하는 경우와 직원이 사업자를 방문하여 답례품으로 제안하는 경우가 있음. 답례품으로 적합한 가 아닌 가를 심의하는 심의회가 아니라, 담당 부서에서 판단하여 지자체가 총무성에 답례품을 제시하고, 답례품이 기준에 적합한지 여부를 총무성이 판단함. 신청 후 인정받기까지 3개월이 걸리는 경우도 있음
- 1-7) 사업자로부터 제시된 가격을 30%로 역산하여 기부액을 결정함(예: 가격이 3천엔 이면, $3,000/0.3=10,000$). 사업자가 제시하는 가격은 시장가격보다 싸거나 가게에서 파는 가격과 같거나 하는 두 경우가 있음. 사업자는 전국의 사업자와 비교하여 가격을 결정하고 있으며, 가격설정에 적극적으로 관여하고 있음(포털사이트 등을 보면서)
- 1-8) 시중가격은 보지 않는데, 같은 품목이라면 기부액은 거의 가격으로 결정되는 경

향이 있음. 사업자는 도매가격이 아니라 소비자 가격으로 판매할 수 있을 뿐 아니라, 주문이 오면 발송만하면 되게끔 기타 업무는 시가 수행하므로 답례품 사업 자측은 고향납세에 의욕적임. 아울러, 수급에 따른 위험도 없어, 답례품 사업자 의 의욕이 수입액의 증가와 연계됨

1-9) 상위 단체를 참고로 하고 있으나, 전략을 세세하게 공개하는 지사체는 그다지 없음

1-10) 시장으로부터 목표치가 제시되는 경우는 없음. 작년과 비슷한 정도로 하자...정도

1-11) 특별히 없음

1-12) 현재 거주지는 알 수 있으나 몬베츠시와 어떤 연관이 있는 지에 대해서는 파악 하지 못하고 있음

2-1) 수입액에서 경비를 차감한 후 그대로 기금으로 적립하고 있음

2-2) 다음 연도에는 인출을 하여, 2023년에는 64억엔, 2024년도는 70억엔 이상 인출한 예정임. 고향납세 메뉴에 합치하는 사업에 대해서는 적극적으로 사용하고 있음

2-3) 다음해에 별도의 기금으로 적립하는 1억엔은 순수히 지출로서 인출할 수 있는 의료 확보와 공공시설·자녀양육 기금으로 적립하고 있음(노후화한 시설이 많으므로)

2-4) 분야

2-5) 고향납세와 관련한 조례에 따르는 형태로

2-6) 시장이 자녀양육 지원을 하자고 하는 방향성을 제시하였기 때문에, 담당과에서 안을 검토하고, 출산금으로 결정하였음

2-7) 자녀양육 지원이 가장 크게 증가하였으며(출산 축하금 1인당 10만엔, 급식비·의료비 고교생까지 무상화, 보육비 3세 미만 무상화, 자녀 양육 관련 전자서적 정비), 단독사업은 증가하고 있음

2-8) 자녀양육 지원이 증가하고 있으나, 출생자수는 특별히 증가한 것은 아님. 시내에 있는 사업자의 대부분이 관련이 있으며, 법인세는 증가하고 있음(2023년도는 과거 최고치). 체험형 답례품을 총무성에 신청하고 있음

3-1) 답례품에 대한 가격경쟁 상태가 되어있어, 몬베츠시이므로 기부를 하겠다는 의지를 가진 소비자가 적음

〈기타〉

- ① 고향납세의 수입을 극대화하기 위해 가장 노력을 많이하고 있는 분야가 있다면 무엇인가
→ 현재 고향납세액에 가장 결정적인 영향을 미치는 것은 해산물이므로, 해산물이 가장 결정적(기부자의 60~70%가 해산물을 선택하고 있음). 단, 리피터의 비율도 높음. 기타 문화활동 등을 통한 몬베츠시의 홍보는 수입액 증가에 그다지 크게 기여하고 있다고 여겨지지는 않음
- ② 앞으로도 계속하여 수입액 확보가 가능한가?
→ 사업자는 (답례품의) 수가 한정되어 있기 때문에, 200억엔 이상은 되지 않을 것이라는 이야기를 미야코노죠시의 직원과 한 적이 있음. 현실적으로 10억엔을 모집하는 답례품을 만들어내는 것은 상당히 어려움
- ③ 다른 지역과 전략적으로 제휴하는 것이 가능한가?
→ 다른 지자체와 협력하는 것은 상당히 어려움

【 유우베츠초 】

- 1-1) 정직원 2명, 회계연도 임용직원 1명으로 전체 3명
- 1-2) 3~4년 정도
- 1-3) 예산요구 시기에 다음 연도 수입 목표액을 설정할 때, 기부활동이나 충당액에 대해 조정하고 있음. 예산액 산출로는 과거 3개월의 실적이나 현 연도의 수입상황에 따라 설정하며, 2024년에는 2억엔으로 예산을 제상함. 유우베츠초에는 같은 과에 재정과가 있다는 게 특징임.
- 1-4) 업무수행능력(입금관리, 배송관리, 기부금 영수증 증명서 발송, 기부자가 문의, 클레임 대응, 제안 능력, 광고 전개, 답례품 제공사업자와의 연계, 경비절감)에 의해 판단하고 있으며, 지역경제활성화, 고용확보 등을 목적으로 2024년부터 '사토후루'를 시작하였으며, 내년도부터는 Amazon도 검토하고 있음. 중간사업자는 2개사로, Red force corporation과 관내사업자 '모구팩' 임
- 1-5) 2023년도 실적 기부총액 124,216,300엔에 대해, 포털사이트 운영사업자에게 10.53%, 중간대행업자에게 5.36%, 답례품 제공사업자에게 25.22%의 비용을 지불하고 있음. 아울러, 직원이 겸무이므로 이 이상 포털사이트를 증가시키기는 어렵고, 기부액이 적은 사이트는 줄일 예정임.
- 1-6) 기준은 ① 총무성이 제시하는 기준에 적합한 것, ② 품질 및 수량 면에서 안전공급할 수 있는 것, ③ 식품위생법, 식품표시법, 상표법, 특허법 등 관계법령을 준수한 것, ④ 마을의 PR이나 지역산업 진흥과 관련이 있는 것임
- 1-7) 총무성의 고향납세 지정 기준에 근거하여 경비율 50% 이하로 하기 위해, 기부액에 대해 답례품 상당액을 21%로 설정(2023년 9월 이전 30%, 10월 이후 21%)하고 있음. 답례율을 낮춤으로서 건수는 줄어들었음
- 1-8) 답례품에 대해서는 기부액의 21% 이내에서 설정하고 있으며, 시중 가격도 같은 금액 또는 거의 같은 금액임. 몬베츠시와 비교하여 가리비의 가격 경쟁은 이길 수 없으나, 적어도 유우베츠초 내에서는 가격은 같은 수준임. 몬베츠시에는 가리비 출하 조합이 있어 (다른 지역에 비해) 가격 경쟁력이 있는 것으로 생각됨. 유우베츠초에는 가리비의 출하조합도 있으며, 출하조합에 물건을 제공하는 업자도 답례품 사업자로서 참가하고 있음.

- 1-9) 특정 단체는 없으나, 정보 발신 등은 많은 기부를 모으고 있는 지자체 등을 참고로 하고 있음
- 1-10) 당연히 증가시키고 싶다고 생각하고 있으나, 수입액을 증가시킨다고 하는 것은, 상품공급체계도 충실히 해야 하나, 신규 참가 사업자의 확보나 새로운 매력이 있는 답례품 개발제안 등에 노력해야 하는 과제가 있음. 우리 지역(유우베츠쵸)의 경우, 답례품으로 해산물이나 농산물, 특산품이 있으나, 이를 가공하는 수산가공이 몬베츠시하고 비교할 때 적으며, 답례품 수도 적은 상황임
- 1-11) 각 시정촌의 재정 규모도 다르므로 한 마디로는 말하기 어려움
- 1-12) 기부자의 도도부현별 내역은 파악하고 있으나, 우리 지역 출신자 여부는 파악하고 있지 않음(관동, 동경도, 중부, 긴키가 대부분). 각 시정촌의 재정 규모도 다르므로 한 마디로는 말하기 어려움

- 2-1) 당해연도 답례품의 댓가, 송료 실비 상당액 및 사업비에 20,000천엔을 충당하고, 잔액을 적립하고 있음
- 2-2) 유우베츠쵸 후루사토 응원 기부조례에 근거하고 있음
- 2-3) 해당 없음
- 2-4) 분야(누구나 생기있게 웃는 얼굴로 살아갈 수 있는 따뜻함이 있는 마을 만들기, 풍요로운 마음으로 고향을 사랑하는 마음을 키우는 마을 만들기, 풍요로운 자연과 산업이 같이 숨을 쉬는 활력 넘치는 마을 만들기, 안전·안심한 쾌적한 삶을 계속하는 마을 만들기)
- 2-5) 실제의 사용처에 대해서는, 분야별로 당해 연도의 주요 사업으로 되어 있는 것에 충당하고 있음
- 2-6) 한마디로는 말하기 어려움. 어떤 사업에 충당할 것인가에 대해 홈페이지에서는 공개하지 않으나, 재정담당 부서와 주요한 사업에 충당하기 위한 이야기를 언제나 하고 있음. 작년이라면, 아이들이 놀 수 있는 친수시설을 공원에 만드는 사업 및 e스포츠를 추진하기 위한 사업 등에 대해 의견 교환을 함. 인프라 정비보다는 그 해에 화제가 될 것 같은 정책에 충당하고 있으며, 이사장(촌장?)의 생각이 강하게 작용함. 의료비는 고교생까지는 무료, 보육료도 무료화하고 있음
- 2-7) 해당 없음

2-8) 본 지역의 경우, 중간대행업자 2사 중 1사가 마을 업자이며, 고향납세를 다루게 되어 새로운 고용주가 탄생하였음. 답례품 취급업자도 2017년도의 17사업자가 2023년도 말 현재 29사업자로 증가하였으며, 고향납세를 취급함으로써 사업자 측에 경제적인 메리트가 발생하고 있음. 앞으로도 답례품 취급업자가 증가하면 지역 전체로서 활성화로 이어진다고 생각하고 있으나, 현 단계에서 고향납세에 따른 혜택은 한정적임

3-1) ① 답례품 목적의 기부에 의한 과도한 지자체 경쟁이 발생하고 있으며, 고향을 응원한다고 하는 제도 본래의 취지로부터 크게 벗어나게 되었음

② 이 정도로 시장규모가 확대하고, 지자체가 기부금액의 격차가 커지고 있어, 최종적으로는 행정서비스의 저하로 이어지는 것에 대해 우려하고 있음

③ 지방창생이라고 한다면, 지역의 노력을 후원하는 제도가 아니면 의미가 없으며, 역으로 재원 확보가 되지 않아 현재 다루고 있는 노력이 후퇴하는 것은 본말전도임

④ 우리 지역의 경우, 해산물이 주요 답례품이며 핫카이도나 규슈 방면 등의 지자체로서 필연적인 송료의 경비율이 높아져서, 일률적인 기준이 아니라 이러한 과제에 대응한 세세한 제도 설계가 되었으면 함

⑤ 답례품으로 가리비 유무에 따라 수입액이 크게 차이가 나는 것은 어떤 가 함. 라쿠텐으로부터는 체험형을 추천받고 있으며, 골프장 등을 답례품으로서 검토하고 있음

【 사로마쵸 】

- 1-1) 정직원 2명(겸무)
- 1-2) 2~3년
- 1-3) 목표치는 작년 실적에 근거하여 작성하나, 확대를 전망하는 것은 매우 어려움.
연도 말에 수입에 따라 추경예산을 편성함
- 1-4) 올해부터 새로운 중간사업자로 변경하였으나(위탁료가 저렴하다는 것이 주요한 이유이며, 답례품 제공 사업자의 수고가 줄어드는 가에도 착목하였음), 지자체 내의 사업자는 아님
- 1-5) 기부액의 3.5%가 중간사업자, 사토후루는 12%이나 여기는 중간사업자의 업무도 포함되어 있음. 기타 라쿠텐 등은 10% 정도이며, 등록된 포털사이트는 12사임. 포털사이트측에서 안내가 있어야 게재를 시작함. 라쿠텐, 사토후루, 후루나비의 기부액이 많은 경향이 있음. Amazon으로부터 안내는 있었으나 게재할 인기는 아직 정해지지 않았음(다른 지자체를 보면서 게재할 것인가를 결정함)
- 1-6) 지자체 사업자로부터의 제안에 의하며, 관이 제안하는 경우는 거의 없음. 인기가 없는 답례품도 관에서 이를 취하하는 경우는 없음
- 1-7) 사업자가 정한 가격대로 게재함
- 1-8) 기부액의 30%가 기본이나, 물품에 따라서는 23%나 24%인 것도 있음
- 1-9) 몬베츠시나 벳카이쵸의 SNS 전략을 보거나, 답례품은 전국 순위를 참고로 함
- 1-10) 증가하는 것이 좋다고 생각하고 있으나, 어느 지자체든 유사한 답례품을 제공하고 있으므로 광고 선전비가 포인트가 되고 있으나, 많은 광고비를 낼 수 있는 것은 수입액이 많은 단체에 한한다. 가리비와 유제품은 어디나 하고 있음(작년도는 2억 5천만엔). 가리비의 공급량이 다를 경우 수입액에 차이가 발생함
- 1-11) 수입액이 증가하면 여러 다양한 시설을 리뉴얼 할 수 있음
- 1-12) 출신지는 파악할 수 없으나, 거주지는 관동, 관서, 나고야, 후쿠오카가 많음

- 2-1) 기금에 넣지 않고, 당년도에 어느 정도 충당하고, 남아도 다음해에는 다 사용하도록 함
- 2-2) 단독사업에 우선적으로 충당하고 있음

2-3) 기금을 사용하고 있음

2-4) 분야

2-5) 고향납세가 증가하고 있어도 그다지 신규사업을 하지는 않음. 사로마 고등학교 졸업생에 대해 학비 조성을 하고 있음. 연간 50만엔을 4년간 지급하고 있음(국공립을 기본으로 하여 정하고 있음), 이 지원은 3~4년 전부터 시작한 것으로 고향납세 제도가 없었다면 하지 않았을 지도 모르겠음(사로마 고교의 존속대책으로). 고졸로 사로마초 내에서 취직을 하면 10만엔을 지원함. 단, 일단 외부로 나간 사람이(학생)이 사로마로 돌아오는 경우는 아직 없었음. 인구감소, 저출산고령화 대책이 무엇보다 먼저 떠오르는 정책으로 우선적으로 충당하고 있으나, 고령자에 대해서는 이미 여러 정책을 실시하고 있음(마을내 버스 무료, 옆 마을로 가는데 500엔). 답례품으로 버터가 가장 인기가 있음(모리나가 공장이 있으므로)

2-6) 기금으로 적립하는 것이 아니라, 다 사용하는 것이 좋음. 운영비용(running cost)이 부담이 되지 않기 때문에 (기부액을 사용하기 위한) 인프라가 더 필요하지 않으며, 기존 시설의 리뉴얼도 공공시설 등 유지관리계획에 따라 이미 계획이 되어 있음

2-7) 굳이 이야기 하자면 사로마 고교 졸업생에 대한 학비 조성

2-8) 마을에서 EC 사이트를 만들기보다는 고향납세를 통하여 판매할 수 있다는 이점이 있음. 인구의 약 10%는 외국인인데, 현재 12개국에 있으며 중국이 가장 많음

3-1) 제도 변경이 빈번하여, 제도에 휘둘리는 측면이 있음

【 아바시리시 】

- 1-1) 1명 전속(과 주사), 1명 겸무(계원)
- 1-2) 2~3년(전속과 주사), 1~2년(겸무 계원)
- 1-3) 기부 수입액 목표치는, 정책검토회의 등을 거쳐, 재정과와 협의를 한 후, 시장이 결정함. 정책검토회·재정과 협의 등을 거쳐 예산상의 세입액으로서 기부 실적에 근거하여 결정함. 단, 달성목표라고는 하지 않음
- 1-4) 수의계약(중간사업자). 가리비 취급량을 증대시킬 것인가, 규격을 늘리기 위한 설비투자의 확대나, 설비투자를 위한 지원메뉴 제안 등을 하고 있음. 체험형 노우하우가 그다지 많지 않아, 지자체가 현장을 보면서 조정함. 10월부터 총무성으로부터 새로운 인가를 받기 위해 지금까지는 없었던 것을 제출하고 있음. 음식점 등은 연말까지 가동시키고자 함. 관광객 수는 공급계약 수준까지 도달하고 있음.
- 1-5) 매년 증가하고 있으나, 50% 이하가 되도록 운영하고 있음. 중간사업자는 3%+세금. 10개의 포털사이트와 계약하고 있으며, 평균하여 13% 정도. 사토후루만 중간사업자 없이 게재하고 있음. 수수료가 낮은 곳은 10% 미만인 포털사이트도 있음. 집객력이 높은 포털사이트의 수수료는 높음. 포털사이트는 부르는 값이 기본이므로, 경비율을 내린 부분은 중간사업자가 손해를 봄(기부 가운데 포털사이트 경우가 99%임). 라쿠텐은 광고비를 지불하면 랭킹을 상위로 올려 게재(기간한정) 준다고 함.
- 1-6) 답례품 협력업자의 신청을 받아, 시 내부의 검토위원회에서 결정함. 체험형이 경비를 줄일 수 있음. 서비스에 대한 쿠폰권이면 가능. 아바시리의 경우 '유빙'이라는 관광 콘텐츠가 있어 이를 답례품으로 하고 있음. 16억엔의 수입액 가운데 해산물(계·가리비), 젤라토가 주된 답례품임. 제도 변경에 의해 25% 감액됨. 기부액 10,000엔에 대해 3,000엔의 답례품을 제공하다 2,000엔의 답례품으로 하였더니 기부액이 줄었음. 답례품 비율을 30%로 할 것인가 21%로 할 것인가에 따라 기부액이 크게 달라짐.
- 1-7) 원칙적으로 각 답례품 사업자가 신청한 값에 근거하여 결정(제시된 가격·양에 의함)
- 1-8) 특별히 연구나 조사를 하고 있지 않으나, 답례품 한정품을 제외하고는, 기본적으로

로 동일 가격이라고 생각됨

1-9) 특별히 없음

1-10) 가능하다면 기부액 증가를 희망함. 단 답례품 공급량에 의존함.

1-11) 각 시정촌의 사정에 따라 다르므로, 적절하다고 생각되는 기부액에 대해서는 고려하고 있지 않음

1-12) 특별히 연구나 조사를 하고 있지 않기 때문에, 알 수 없음

2-1) 후루사토 기부 기금으로 적립하고 있음. 일단 전액 적립하여 다음 연도에 나누어 충당하고 있음

2-2) 당초 예산 조정시, 재정과를 중심으로 예산을 편성할 때, 기부 목적에 따라 시장이 기금을 어떻게 사용할 것인가에 대해 판단함

2-3) 우리 시에는 해당하지 않음

2-4) 12분야

2-5) 기부자가 선택한 분야의 적립액에 따라 실제 사용처(사업)는 시장이 판단

2-6) 아바시리시에서는 아동·의료 등의 12개 사용처를 설정하고 있음. 항상적인 사업에 충당하는 것은 마약에 손을 대는 것과 마찬가지로 생각함. 단발성의 보통 건설사업비 등 계속 비용이 들지 않는 사업에 사용하는 것이 바람직함(유치원이라거나 인정 아동원 통합 등). 정책 대상자를 청년층으로 하는 것이 선전효과도 있으며 고령자를 위한 사업보다 사업비도 적게 들고 하여 많이 선정됨. 기부자의 선택은 '기타'가 가장 많음

2-7) 초중학교·유치원·보육시설의 급식 무상화

2-8) 고향 기부 답례품 협력사업자의 활성화에 기여하고 있다고 생각됨

3-1) ① 고향납세 기부금에 대한 답례품을 둘러싼 과도한 경쟁 규제

② (고향납세제도를) 그만두게 되면 곤란함(제도는 지속되어야 함)

③ 고등학교까지 의료비 무상화 등을 실시함

④ 초중학교 급식 무료화

⑤ 병원 유치에 5,000만엔까지 보조

⑥ 일상적인 업무 이외의 사업에 대해 지급하고 있음

- ⑦ 답례품에 대한 비율보다도, 포털사이트 사업자에 지불하는 비율이 너무 큼
- ⑧ 포털사이트 사업자는 도시부에 입지하고 있음(지역활성화와 무관)
- ⑨ 아바시리는 해산물 수출이 상당히 정착되어 있어, 고향납세의 답례품으로 전환할 수 있는 여지는 그다지 많지 않음
- ⑩ 답례품 사업자 설명회를 매년 개최하고 있음(1회당 1시간을 3세트)

【 가미카와초 】

- 1-1) 2명(정규직원과 회계연도 임용직원) 전임. 기부자에 대한 대응은 JT와 사토후루를 중간사업자로 위임하고 있음. 영수증 발행과 윈스톱 특례 대응
- 1-2) 3~4년
- 1-3) 세입예산을 짜고 있음. 올해는 75,000천엔(목표 1억엔). 목표는 지자체 장의 의사에 의거하여 지자체 의회에서도 증대하는 것이 좋다는 의견이 있었으나, 공급계약이 있음
- 1-4) 기본적으로는 영업으로 온 사업자로부터 내용을 듣고 선정함
- 1-5) 사업자에 의하기는 하지만, 기부액의 8~12%. 중간사업자는 2.5%라든가 5.5%라든가 6% 이내임. 원래 30%였던 것을 25%로 하였음, 그래도 기부액은 작년보다 증가하였음
- 1-6) 우리 지역 사업자로부터의 의뢰가 대부분임. 관이 제안하는 경우는 거의 없음. 총무성에 등록하기 전에는 과 안에서 결재를 함. 경합하는 제품에 대해서는 내부 검토가 필요할지도 모르나 가와카미초의 경우는 이러한 경우는 거의 없음. 벌꿀이 가장 인기가 있음. 돈을 더 내면 광고의 크기나 검색상위에 게재하는 것이 가능하다고 함
- 1-7) 사업자에게 맡기고 있음. 답례품의 원가를 답례율로 역산하여 기부액을 산출함.
- 1-8) 같은 금액이거나, 송료분만큼 저렴하게 구입할 수 있도록 설정. 예컨대, 벌꿀은 17,000엔의 기부가 필요하므로 대략 4,000~5,000엔 정도라는 이미지. 시중에서 같은 벌꿀을 구입한다고 해도 같은 정도의 가격이므로, 소비자로부터 '벌꿀'끼리 가격을 비교하기 때문임
- 1-9) 없음
- 1-10) 목표 1억엔을 지향하고 있음
- 1-11) 2~3억엔 정도. 자연환경보호에 관심이 있는 사람이 많으며, 등산도·소운료 지구의 청소예 연간 2~3억엔 정도가 소요되기 때문
- 1-12) 전체 기부자 수의 1%에도 못 미친다고 생각함
- 2-1) 우리 지역에서는 일반적 운용을 하고 있음

- 2-2) 사용 용도에 합치하는 사업에 충당할 수 있도록, 특정 재원으로서 당초 예산으로 계상하고 있음. 7,000만엔 가운데, 3,600만엔은 지정하고, 1,400만엔은 대설산, 지역주민의 복지증진 230만엔, 교육문화 730만엔, 산업진흥이 360만엔임
- 2-3) 사용처에 대응하는 사업이 없는 것. 복지시책은 작은 단위의 마을은 단독사업이 많음. 의료비가 고교생까지 무료(복지의료)로 하면 1,000만엔 필요하므로, 사용하고 있음. 산업진흥 등 실질적인 정비에 대해서는 기금으로 적립하고 나서 이를 쪼개서 사용하고 있음. 인정 어린이원의 정비(단 출생자수는 15명 정도). 이주자 카페 개업 등 사업을 시작하기 위한 산업진흥 보조금에 사용하는 1건에 대해 300만엔. 지방교부세가 증감하기 때문에 그것에 고향납세를 사용하고 있음. 교부세와 고향납세는 궁합이 나쁨
- 2-4) 분야
- 2-5) 지정된 분야에 관한 사업에 사용하고 있음
- 2-6) 기부자가 사용처에 대해 공감할 수 있는 사용처(본래 고향납세제도의 취지). 응원하고 싶은 마을에 기부하는 것이 본래의 목적이므로, 대설산의 보호 등에 사용하는 것이 좋은 것은 아닌가, 이러한 사용처를 증대하자 함. 가와카미초는 과소법(過疎法)의 지정을 받고 있기 때문에, 과소채(過疎債)의 소프트 사업이라는 항목이 있어 연간 7,000만엔 기채할 수 있음(70%가 교부세 산정됨). 과소채와의 조합으로 고향납세의 충당을 고려하고 있음. 인구감소문제 대처를 10년 전에, 60대 사람이 은퇴 후의 거주지로서 선택하도록 하는 정책을 고려하였으나, 다른 곳과 경합을 하므로 타겟을 젊은 층(아이를 기르는 세대)으로 하였다. 지역 진흥책으로 3년간 거주하고, 졸업을 할 때 스타트업 비용을 제공하고 있음. 활성화 기업인 제도를 사용하여 3명정도 부업을 하려 함. 장애인 시설 등이 부족함. 장애인 배움과 전승을 마을이 하고 있음
- 2-7) 당초 예산에 대해 충당하고 있기 때문에 예산이 증가한다는 생각은 없음
- 2-8) 공헌하고 있다고 생각함. 그 지역과 연계되는 계기가 됨. 스타트업 비용은 카페 등의 개업 자금으로 사용하고 있으나, 이러한 자금이 없으면 사회 증감을 플러스로 유지하는 것은 어려움
- 3-1) ① 신규 답례품 등록을 위한 총무성의 확인에 시간이 너무 걸림

- ② 포털사이트의 수수료가 높음
- ③ JTB에 가입을 포기하는 협의를 하였더니 11%가 8%가 됨
- ④ 총무성의 확인에는 3개월 이상이 소요됨(1년에 10개 정도 신청하고 있음).
며칠 전 회답이 온 것은 작년 10월에 신청한 것인데 ‘안 된다’는 답신이 옴
- ⑤ 콜롬비아 상품개발부와 청년층 직원이 가미카와초의 특색을 나타낸 상품을
답례품으로 한 것으로, 토토 백은 OK였는데, 제2탄(자콧슈 백)은 안 되었음.
가미카와초를 특정할 수 있는 것이 아니라는 이유였음. 마을의 꽃인 예조진
달라고 특정할 수 없음이라는 이유로 었음.
- ⑥ 기업관 고향납세에 노력을 경주하고 있음. 자연보호를 위한 기부를 하는 기업
이 많으며, 작년은 1,700만엔, 그 전에는 1,500만엔(미츠비시UFJ은행)으로 제
로 카본을 위한 노력을 해달라는 부탁이 있었음(기업측은 10%의 부담만 함)

【 히가시카와쵸 】

- 1-1) 메인 담당은 정직원 2명, 회계연도 임용직원 3명, 지원으로 회계연도 직원 2명.
정직원은 겸무
- 1-2) 정직원 이동 간격은 2~3년 정도
- 1-3) 수입액의 설정이나 결산액 확정 등의 상담 사항이 있으면 긴밀하게 연락을 함.
연락 수단은 내선이나 그룹웨어를 사용하는 경우가 많음. 재정으로부터 목표치 제시가 있으며, 올해는 12억엔이었음
- 1-4) 시장에서의 점유율, 수수료 등을 보고 선정하고 있음. 10개의 포털사이트와 계약하고 있으며, 중간사업자(문의, 원스톱 발송)는 시프트 플러스. 상품의 발주·발송 대응은 히가시쵸의 제3섹터 히가시카와 진흥공사에 맡기고 있으며, 지역 관공서의 직원은 마케팅에 주력하고 있음
- 1-5) 포털사이트 수수료 10%, 기부 수급 업무 외부위탁 3%, 기타 결제 수수료 등이 약 3%, 결제수수료는 신용카드 회사에 지불함
- 1-6) 직원이 각 사업자에 부탁을 하고, 답례품 등록을 위뢰함
- 1-7) 기부액을 미리 정하는 경우는 거의 없으며, 답례품 가격에 맞추어 30% 기준액에 맞출 수 있도록 기부액을 설정하고 있음
- 1-8) 기본적으로 시중가격을 기준으로 하여 취급하고 있음. 쌀은 JA로부터 협력을 받아 사입 가격을 낮추고 있음(송료를 포함하면 본토보다 가격이 높아지기 때문에). 한편, 의장의 경우는 경합이 없으므로 가격을 낮추는 경우는 거의 없음
- 1-9) 우리 지역과 같은 종류의 답례품을 주력 상품으로 취급하고 있는 지자체의 답례품 판매 페이지 등은 참고로 함. 또한, 히가시카와쵸와 공공연계 파트너로서 제휴를 하고 있는 지자체와 정보교환을 하면서 참고로 하고 있음(홋카이도 비바이시, 아마가타현 니시카와쵸, 기후현 다카야마시, 나가사키현 잇키시, 가고시마현 오사키쵸). 단, 히가시카와쵸는 ‘히가시카와 주주제도’를 시작으로 독자의 노력을 통해 수입액을 확보하고 있음(주주는 2008년부터 시작하여 현재 18만명에 달하고 있음)
- 1-10) 2024년도 수입액 목표는 12억엔으로 2023년도 실적 17억엔보다 적으나, 내년도 이후 수입액은 증대시키고자 하고 있음. 단, 쌀의 공급능력에 상한이 있으므로

(작년 12월부터 2024년 쌀 선행예약으로 전환하였으나, 반 정도는 이미 주문을 받은 상황). 1,350톤의 생산량 가운데 10%가 고향납세로 사용하고 있음.

- 1-11) 인구 규모나 마을의 재정 상황에 따라 다르므로, 한 마디로 하기는 어려우나, 본 초의 경우 10억엔 이상은 유지하고 싶다고 생각하고 있음
- 1-12) 기부자 가운데, 출신자 비율을 구체적으로 계산하는 것은 어려우나, 2023년도 전체 기부 건수가 87,643건이므로 체감으로는 전체의 1% 정도라고 생각함. 2023년도의 기부로 히가시카와 주재자로부터의 기부는 27건임
- 2-1) 경비 50%는 당해연도의 기부금으로 사용하고, 나머지 50%는 이월금으로 기금으로 적립하고 있음
- 2-2) 모집하고 있는 프로젝트의 내용에 따라 사업 및 보조금, 교부금 등으로 재원 확보가 어려운 일반 재원 활용분의 사업에 사용하고 있음
- 2-3) 활용하는 분을 기금에서 빼내서 사용하고 있음. 대략 50% 이상은 빼내서 사용하고 있음
- 2-4) 기본적으로는 구체적인 사업의 프로젝트 전개이나, 사업에 따라 다양한 내용으로 구성된 것도 준비하고 있음
- 2-5) 모집하고 사업의 내용에 따른 사용처별로 사용하고 있음
- 2-6) 기부자의 이미지가 쉽게 떠올릴 수 있도록 추상적인 사업내용 프로젝트를 모집하는 것이 좋다고 생각함. 공공시설의 정비와 관련한 비용에 사용하고 있으며, 사회복지 서비스의 확충 등에는 사용하지 않는다는 방침(리스크 관리의 관점에서) '초 장에 맡긴다'는 것을 선택하고 있는 기부자가 대략 20~30%
- 2-7) 고향납세를 사업의 일반재원에 충당함으로써 실실할 수 있는 사업이 증가하고 있음
- 2-8) 2022년도 시점에서 전국 고향납세 수입액 약 9,700억엔으로 시장 규모도 매년 확대하고 있으며, 그 영향도 있어, 우리 초에서도 기부액이 증가하고 있어, 지역 경제 활성화에 공헌하고 있다고 생각함. 신규 사업은 그다지 없음. 고교생까지 의료비 무료. 고교생은 올해부터 당연하다면 당연한 일이지만 고향납세가 없다고 하더라도 실시할 가능성이 큼. 급식비의 무상화는 2023년 4월부터임. 고령자를 위한 정책은 대상자 수가 많으므로 실시하기가 어려움. 지방창생 교부금이나 특

별교부금의 비율이 특출하게 높음. 지역 진흥 협력대(70인, 500만엔)으로 인건비가 증가하고 있으나 특별교부세로 수당을 지급함

- 3-1) ① 사진 문화 수도선언과 고향납세 수입과의 관계는? → 사진 문화 수도 ‘사진 마을’ 추진사업이라는 프로젝트로서 ‘사진 마을’ 추진을 위한 기부를 모집하고 있음
- ② 인구 증가와 고향납세 수입과의 관계는? → 고향납세로 얻은 재원을 활용하여 다양한 사업을 하고 있으므로 인구 증가와 고향납세 수입과의 관계도 있음
- ③ 고향납세 수입을 최대화하기 위해 가장 힘을 들이고 있는 분야는 → 주요 상품의 프로모션, 답례품의 재고확보, 답례품의 확충

부록 8

우리나라 고향사랑기부제 담당자 인터뷰

【A시】

1. 기부금액의 규모

2023년도 1,900만원

2. 누가 주로 하는가? 출향민은 많은가? 파악하고 있는가?

- 지방이 많이 하고 있는 것으로 파악하고 있음
- 경기도에서는 인천이 향우회를 통해 출향민을 파악하고 있음
- 수원과 화성은 출향민 관리를 하고 있지 않음
- A시의 경우 관내 경제활동인구의 80% 이상이 직장인
- 지역화폐를 발급받을 때 주민번호 앞자리와 성별을 나타내는 코드 확인 정도로 누가 기부를 했는지를 파악할 수밖에 없음(개인정보)

3. 답례품으로는 무엇을 제공하고 있는가?

답례품: 해당 지자체에서 제조, 생산 / 서비스 제공 / 해당지역 경제활성화

- 답례품을 어디까지 해야 하는가에 대한 지침이 필요
- 답례품으로 지역화폐가 가장 많이 사용함
- 성남시는 지역화폐를 100원 단위로 제공하고 있음: 성남시 1억 9천만원으로 작년 5위
- A시의 경우 70% 이상이 지역화폐를 선택

4. 담당하는 직원의 수는 몇 명인가? 상급자들은 고향사랑기부제에 대해 관심이 많은가?

- 2명이 있으나 전담은 아님: 1/2 정도로 일하고 있음

- 고향사랑기부제 관련 예산이 적으며, 시장님도 큰 관심 없음
5. 지자체의 경제활력 증진에 도움이 되는가? 지역경제에 도움이 되기 위해서는 어느 정도의 규모가 되어야 한다고 생각하는가?
 - 고향사랑기부금이 지역 경제에 도움이 되기 위해서는 10억 이상은 되어야 한다고 생각함
 6. 답례품을 포함한 고향사랑기부제의 운용 비용은 어느 정도인가?(기부금액의 몇 퍼센트 정도가 운용비용으로 지출되는가?)
 - 운용비용은 기부금의 15%, 답례품은 30% 이내여야 한다
 - 55% 가지고는 일을 하기가 어렵다. 기금사업 부서의 협조가 어렵다
 7. 고향사랑기부금은 어디에 사용되고 있는가?
 8. 지역 생산자에게는 어떠한 영향을 미치는가? 답례품 제공처는 공모를 통해 선정하는가?
 9. 고향사랑기부제를 운영하는 과정에서의 애로사항은 없는가? 있다면 무엇이 해결해야 할 큰 애로사항인가?
 - 홍보예산도 적음: A시 4백만원, 경기도 1천만원 정도
 - 단순히 팜프렛을 이용한 광고는 효과 적음
 - 제주도는 한 달에 1억 6천만원의 기부금을 모집하기도 함(← 기업방문 일정)
 - 홍보는 밖으로 나가서 함(관내축제, 무료시식회 기업 구내식당, 월례 미팅 등)
 - 전단지, ppt 자료 발표
 - 시흥: 시청직원이 발표하는 경우도 있음
 10. 제도개선 요망사항은 있는가?(보다 적극적인 활용을 위해서는 어떤 제도적 변화가 필요하다고 생각하는가?)
 - 기금편성과 관련하여 시의성 있는 지정 기부가 가능하도록 제도를 개선할 필요가 있음

11. 지역특산품은 어떻게 정해지는가?

【B시】

1. 기부금액의 규모

2023년 기준 10억 6천만원이 세외수입으로 잡혔고, 5.5억원을 사업에 활용하였음

2. 누가 주로 하는가? 출향민은 많은가? 파악하고 있는가?

기부자의 주민등록번호 중 일부로 출향민인지를 가늠해볼 수는 있으나 알 수는 없음
기부자는 시스템으로 확인할 수 있음

3. 답례품으로는 무엇을 제공하고 있는가?

답례품은 고향사랑e음 사이트에서 지자체몰로 넘어가서 확인할 수 있음

농수축산물, 관광서비스, 가공식품, 생활용품, 지역상품권 등 64개 품목이 있음

답례품 중 제일 많이 나가는 품목은 현재로서는 고기인 편임, 고기는 소고기, 돼지고기, 오리고기 등 종류가 나뉘긴 함. 작년에는 상품권이 독보적으로 많았고, 그다음에 나주 배, 고기 순이었는데, 올해 들어 상품권은 많이 줄었음

상품권은 지류로 우편 발송함. 당초 포인트가 적립된 카드로 지급하려고 했는데, 절차가 복잡하고 정산의 문제가 있어 지류로 지급하고 있음. 원거리일 경우 3만 포인트를 쓰려고 방문하는 경우는 현실적으로 많지 않음

4. 담당하는 직원의 수는 몇 명인가? 상급자들은 고향사랑기부제에 대해 관심이 많은가?

시민공감홍보실 내에 고향사랑팀을 구성하여 팀장 및 주무관 2인 포함 총 3인의 전담자가 있음. B시의 경우 타 지역에 비해 조직이 빨리 구성된 편임.

시장의 경우 고향사랑기부제에 관심이 높으시고, 트렌드를 잘 이해하고 계심. 기부액은 작년 대비해서 줄었으나, 건수는 사실 작년에 비해서 1.5배는 늘었음. 이게 어차피 단발성으로 하는 게 아니고 계속하는 거니까 기부하는 인원이 늘어나면 이게

잘 되고 있는 거다. 부담 느끼지 마라 이런 식으로 계속 얘기하시고 가시는 데마다 또 언급을 해 주시고 행사 장소라든가 사람들 만나실 일 있으면 항상 언급하심. 고향사랑 기부제 이렇게 이런 제도가 있으니깐 관심을 갖고 참여도 해 주시고 이 근데 그 말이 우리가 한마디 하는 것보다 시장님이 한마디 해 주시면 한 10배 20배 이렇게 효과가 큼

5. 지자체의 경제활력 증진에 도움이 되는가? 지역경제에 도움이 되기 위해서는 어느 정도의 규모가 되어야 한다고 생각하는가?

기금 사업을 3건 정해서 지금은 이제 추진 중에 있긴 한데 이제 완료가 되지 않은 상태임.

완료 시 효과는 분명히 있을텐데 이게 시간이 흐르고 가짓수가 늘어나면 그게 합쳐졌을 때에는 상당한 효과는 있을 거라고 보는데 현재 금액이나 1차년도 사업이다 보니까 소액 기부 사업으로밖에 안 했음. 기부액이 안정적으로 확보되는 것이 아니므로 본격적인 사업추진은 어려움이 있음

6. 답례품을 포함한 고향사랑기부제의 운용 비용은 어느 정도인가?(기부금액의 몇 퍼센트 정도가 운용비용으로 지출되는가?)

이 중 답례품으로 30%, 홍보비, 일반운영비 등으로 최대 15% 지출됨

7. 고향사랑기부금은 어디에 사용되고 있는가?

작년에 10억 6,700만원 들어왔는데 그중에서 기금 사업으로 선정한 건 3건을 선정. 두 건은 각각 3천만원짜리 한 건은 1억 5천만원짜리 이렇게 했는데 이유는 아무래도 좀 불안해서임

우리가 많은 돈을 한 번에 투자하기에는 이 사업을 안 해봤기 때문에 시범적으로 조그마한 사업부터 먼저 해보고 그다음에 돈이 일정 부분 모아졌을 때 그때 이제 사실 좀 티나는 사업을 하기를 또 원하시기도 하고, 소모성 예산을 쓴다는 거는 이런 기부금을 모아가지고 활용하는 건 좀 안 맞다고 생각해 복지 사업으로 해가지고 기부 포인트를 기부 쿠폰을 준다. 이런 거는 크게 보면 좋긴 한데 그냥 시비 들여가지고 지원해주나 좀 1년 2년 지나면 그냥 없어지는 돈이다 보니까 사업선정에 어

려움이 있음

지정기부를 지역을 넣고 해보려고 계획 중임. 예를 들어 먼단위 초중고 살리기 프로젝트 같은걸 선정해서 출향민이 자기고향의 특정 시설 설치에 관한 기부를 독려함
○○면의 경우 서울에 있는 삼청각 주인이 ○○면 출신이고, 배우 정보석씨의 경우 △△이 고향이므로 이분들이 딱 찍어서 기부하고 싶어 하기도 함

8. 지역 생산자에게는 어떠한 영향을 미치는가? 답례품 제공처는 공모를 통해 선정하는가?

우리 지역에서 생산된 재료를 이용하여 만든 제품이나, 사업장 등록이 B시로 되어 있는 경우 답례품에 포함될 수 있음. 제품에 들어가는 재료의 생산지라든가 재료는 점수에 일정 부분 반영되지만 요건에서 탈락되지는 않음. 요건이 통과된 물품이 답례품에 선정되기 위해서는 1차적으로 담당 팀에서 판단하고 요건이 통과되면 기금 운용위원회에 상정해서 의견을 수렴함. 품질이 좀 균일하지 못할 수도 있거나 원재료에 대한 믿음에서도 문제가 생길 수도 있으므로 가급적 균일한 답례품 제공을 위해 노력함

지역 소상공인의 경우 답례품 판매채널에 포함될 경우 홍보효과가 있으므로 호응이 좋은 편임

9. 고향사랑기부제를 운영하는 과정에서의 애로사항은 없는가? 있다면 무엇이 해결해야 할 큰 애로사항인가?

(답례품 규모) 답례품은 최소 5만원 정도는 되어야 어느 정도 품질이 기본적으로 보장이 됨, 3만원 가지고는 박스 구성이 쉽지 않고, 고품질의 실질적으로 의미있는 물건이 많지 않음. 예를 들어, 답례품 중 별초 대행권이 있는데, 신청이 한 건도 안 들어왔음. 처음에는 이게 좋을 것이라라고 생각을 했는데 별초가 한 번 할 때 20만원 정도씩 함. 근데 20만원 하려면 60만원 막 이렇게 금액대를 엄청 높여야 되는데, 그렇지 않음. 이런 상품도 구성이 가능한 실질적으로 세액 공제 금액이 늘어나거나 아니면 답례품을 50% 정도까지 제공할 수 있도록 제도 개선할 수 있을 것임

10. 제도개선 요망사항은 있는가?(보다 적극적인 활용을 위해서는 어떤 제도적 변화가 필요하다고 생각하는가?)

(회계/기금 재원구분의 문제) 기금으로 편입되는 것에 대해 제도개선이 가능하다면 일반회계, 기금 구분없이 편성되면 좋을거 같음. 금액이 100억원이 넘는 등 규모가 크면 기금에 편입되는 것이 맞을 수도 있는데, 큰 틀에서 시 예산을 쓰는 관점에서 보면 동일하다고 볼 수 있음. 그래서 예산, 기금 편성 기준을 만들어서 예를 들면 10억원 대, 50억대, 100억대까지 등 기부액별 기준을 좀 두면 100억 이상이 소요됐을 때에는 뭐 이렇게 기금으로 활용을 해야 된다 뭐 이런 걸 좀 법률적으로 추가해 놓으면 될 거 같음

(시의회, 국회의원의 정치적 영향력) 기금으로 해버리니까 우리가 하나 힘든 게 의원들 때문에 더 힘들. 지금 의원들이 자기 공약 사업으로 할 것처럼 분위기를 잡는데, 고향사랑 기부를 열심히 우리가 했는데 우리는 집행부의 공무원들이고, 어떻게 보면 물론 시민을 위한 공무원들인데 본인들의 했던 공약 사항을 좀 플러스 알파 해가지고 대부분 이게 아무래도 복지 쪽으로 가니까 기금 사업이 그래서 저희가 지금 막 입장이 곤란해서 사업 진행이 그 주무과에서는 그거 눈치 보느라고 쉽게 우리가 했던 원하는 대로 못 가는 경우가 있음. 기금운영위원회에 의회를 안 넣을 수가 없어 의원들을 한 분씩 추천받아 넣는데, 그러면 그분들의 입김하고 또 이제 기금 우리가 예산을 편성해서 할 때 거기에 또 이제 위원회 소속의 의원들하고 또 의견이 또 엇갈릴 수도 있어 곤란함

(웹사이트 이용 편의성) 고향사랑e음 사이트가 느려서 한국지역개발원에서 서버를 확대할 필요가 있음

(전담조직 설치) 행안부가 총액인건비 외 인원을 신설해서 전 지역에서 고향사랑 전담 부서를 설치할 필요가 있음

(자기지역 기부 가능) 주소지를 둔 지역에도 한도를 정해서 기부금을 지급할 수 있게 해주는 것도 의미있는 고향사랑기부임. 재정자립도가 높은 지역의 경우 제외하거나, 상한을 정하는 식으로도 운영할 수 있음. 사실은 원칙적으로 하면 고향사랑기부제는 결국은 기부 문화를 활성화하고 지역 경제를 활성화하고 이런 게 있는데 지역 숙원사업 같은 걸 해결하든지 기부 문화 확산이나 숙원사업 등도 추진할 수 있음

(선의의 경쟁 확산) 우리만 보여주고 우리는 타 지역을 못 보는게 아니라 같이 공유를 해줘야지 경쟁을 붙이려면 사이트에서 모든 지자체를 재정 기부는 보여줄 수 있고 그러면, 지금 금액이 서로 그러듯이 일반 기부도 통계 정도는 지자체도 같이 공

유하는 게 서로 열심히 할 수 있음. 일본의 경우 1위부터 끝까지 금액이 다 공개됨

11. 지역특산품은 어떻게 정해지는가?

8번 질의응답 내용으로 같음

【C시】

1. 기부금액의 규모

제공한 데이터 참고 요망. 약 9.9억원임

2. 누가 주로 하는가? 출향민은 많은가? 파악하고 있는가?

북구의 경우 서울 및 경기 지역민이 절반 이상을 차지하고, 관내에서는 중구에서 많
이 기부함(북구와 중구가 인접)

연령대별로 보면 60대는 거의 없다고 보면 되고, 30~50대가 대부분이며 연말정산 때
문에 12월달에 50% 정도가 들어옴

대부분 시청으로 하는 경우가 많은 거 같고, 남구, 동구, 북구청의 기부액은 1억~2
억 사이임

3. 답례품으로는 무엇을 제공하고 있는가?

답례품 중 제일 많이 나가는 건 육류이며, 지역화폐도 많이 선호함. ○○페이는 앱,
카드 2가지 유형임

관내 기부자는 지역화폐를 선호하고, 관외 기부자는 육류를 선호하는 추세임

4. 담당하는 직원의 수는 몇 명인가? 상급자들은 고향사랑기부제에 대해 관심이 많 은가?

각 구별로 세무1과에서 담당하고 있음. 행안부에서 정책기획담당관에게 주고, 정책
담당관이 세정담당관에게 업무를 배분하고, 세정담당관이 세무1과로 고향사랑기부제
업무를 배치하였기 때문에 홍보부서가 아니라 세무 관련 부서에서 하게 되었음. 북
구의 경우 세무1과 행정직이 타 업무와 함께 담당하고 있으며, 중구 및 동구의 경우
업무분장을 조정하여 전담인력을 1명 만들었으나, 기존 인력의 재배치이지 신규 티
오를 받은 것은 아님

구청장이 관심은 많은 편이나, 아직 사업을 추진하지 않고 적립해두는 실정이라 좀 더 규모가 생기면 사업을 추진할 계획임

5. 지자체의 경제활력 증진에 도움이 되는가? 지역경제에 도움이 되기 위해서는 어느 정도의 규모가 되어야 한다고 생각하는가?

C시의 경우 기부금이 주로 시에 모이는데, 시 입장에서는 시가 운영하기엔 큰 돈도 아니고, 특정 구군에 나누어 줄 수도 없어서 계층같은 존재임. 한편 구청 입장에서는 금액이 너무 작아서 적립 중에 있음. 구청장의 경우 금액이 크면 본인의 업적이 될 수도 있고 해서 관심을 가질텐데 미미한 금액임

6. 답례품을 포함한 고향사랑기부제의 운용 비용은 어느 정도인가?(기부금액의 몇 퍼센트 정도가 운용비용으로 지출되는가?)

7. 고향사랑기부금은 어디에 사용되고 있는가?

대부분 적립중에 있음

한편, 동구에서는 청년주택 보증금 및 월세를 지급하는 사업을 추진하고 있음(지정 기부)

8. 지역 생산자에게는 어떠한 영향을 미치는가? 답례품 제공처는 공모를 통해 선정하는가?

9. 고향사랑기부제를 운영하는 과정에서의 애로사항은 없는가? 있다면 무엇이 해결해야 할 큰 애로사항인가?

(기부금액 규모 예측 곤란) 지정기부를 사업화하는 과정이 쉽지 않는데, 사업담당자 입장에서는 예상되는 모금액의 규모를 가늠하기가 쉽지 않으므로 사업규모를 계획하기가 어려움

10. 제도개선 요망사항은 있는가?(보다 적극적인 활용을 위해서는 어떤 제도적 변화가 필요하다고 생각하는가?)

(기부금 수령 주체 정비) 시청이 기부받은 돈이 구로 내려온다는 보장이 없으며, 답

레폼 발굴은 각 구청이 하는데 시는 같이 이용하고 있으므로 광역시 단위는 시에 기부하는 것을 없애야 된다고 생각함. 시청은 홍보를 전담하고, 구청은 기부를 받는 식으로 역할을 분담하는 제도개선 필요

(전담인력 확보로 전문성 강화) 행안부에서 전담부서 지정 및 인력 배정해줄 필요. 총액인건비를 묶어 놓으니까 정원을 더 늘릴 수가 없음, 시간선택제나 정원 외 인력 방식으로라도 충원해주고, 전문성이 쌓이도록 순환보직을 자제할 필요. 이름은 고향 사랑기부금제지만 사실 쇼핑몰 사업이라고 볼 수도 있음. 사실 MD라든지 상품 개발이라든지 영업을 잘할 수 있는 세일즈 마인드를 많이 가진 사람을 민간에서 채용하는 편이 좀 더 낫지 않을까라는 생각도 함

(답례품 한도 상향) 김영란법이 약간 개정이 되어 5만원으로 올린다는 이야기가 나오는데, 답례품도 최소한의 기준이 올라가야 되지 않나 싶음

(Naming 개선) 고향사랑기부제를 홍보하기 위해 지역축제를 나가보면 기부라는 단어에 거부감을 가지고 있는 모습을 봄. 한번은 할아버지 한 분이 오셔서 왜 자꾸 기부하냐고 내 혼자 살기도 힘든데 기부하라고 기분 나쁘다고 욕을 하심. 물가가 많이 오르고 사는 게 팍팍하다고 생각을 하는데 기부라는 단어 자체가 되게 자극적인 것 같고, 사람들이 기분 나빠함. 고향이라는 단어보다는 지역사랑, 지방사랑이 좋지 않을까 싶음. 사실 어르신들은 어떻게 생각할지 모르겠지만, 젊은 사람들은 고향에 대한 개념이 잘 없음. 기부에 대한 부담감, 거부감을 줄이고 요즘 시대에 맞게 지역사랑기금 정도로 바꾸면 거부감이 덜하지 않을까 싶음

(행안부의 제도 지원 강화) 지역 축제에서 고향사랑기부제를 홍보하면 많은 분들이 잘 모르는 경우가 많음. 중앙정부 차원에서 보다 적극적인 홍보를 해주면 지자체가 제도 홍보에 사용할 예산을 답례품에 지원할 수 있으며, 행안부가 내역정보를 공개하여 지자체별 기부현황 등을 파악할 수 있으면 좋겠음

(담당자 인센티브 제공) 고향사랑기부제 담당자에게 인센티브를 제공하여 담당자가 적극적으로 업무를 담당하도록 유도할 필요 특히 전담인력이 없는 경우 본업과 병행해야 하므로 승진 등 인센티브 필요함. 전라도 익산의 경우 고향사랑 기부금제 만 들고 많이 들어오니까 주무관님이 계장되고 과장되는 등 그 과가 진급 다 되고, 그랬더니 인기 좋은 과가 되었음. 진급에 대한 베네핏이 생기니까 실적이 되고 그러면 동기부여가 됨

(예치금 적립 관련) 규모가 작아서 예치금으로 적립 중에 있는데, 예치금은 금고은행에만 넣어둘 수 밖에 없어 시중에 안전하면서도 금리가 높은 상품에 투자할 수 없어 아쉬움이 있음. 관련 제도개선이 가능하다면 활용방안을 모색할 수 있음

(기부금 관련 정보 공개) 시의원이나 국장님 이상 고위공직자가 관련 데이터나 현황을 물어보는데 연구자들에게도 공개가 되지 않아 어려움이 있음. 최소한 연구자에게라도 관련 정보를 행안부가 공개하면 좋을 거 같음

(기타) 지자체별 고향사랑기부제 담당자 워크숍을 개최하고, 정례화하여 지자체 간 벤치마킹 도모할 수 있음/ 기부자에게 감사표시를 하지 못하도록 선거법에서 규제하고 있는데, thank you letter, 기부자wall과 같은 기부에 대한 감사 표시 정도는 할 수 있도록 관련 규제 완화 요망. 선거와 연결시켜 생각하지 않도록 기부금을 받은 시청이나 구청이 기부자의 전화번호로 문자메시지를 보내는 방법을 생각할 수 있음/ 몇 년 단위의 약정식 기부방식 도입 요청/ 기업도 고향사랑기부를 할 수 있도록 제도를 개선하고, 본점이 위치한 본점 소재지 외의 지역에 기부할 수 있도록 제도개선 요청함. 본사는 서울에 있고 지역에는 제조사업장이 많은데, 제조사업장에서 생기는 피해, 분진이나 산업재해 이런 건 사실 해당 지역이 다 떠맡고 있음

11. 지역특산품은 어떻게 정해지는가?

시청 및 구청별로 답례품선정위원회에서 결정

한편, 선정위원회에서 제기된 애로사항으로, 답례품 만드는 사업장 소재지가 관할구에 있어야 되는데, 원재료가 타 구청 관할이라면 답례품으로 사용할 수 없고 가공해야만 관할 구의 답례품으로 제공가능함

예를 들어 C1군 한우가 너무 좋아 보여도 그거는 C!군까지 중구청에서 못 쓰는 것임. 그런데 거기서 생육을 사가지고 중구에서 가공을 해서 만들면 가능함. 고향사랑기부 답례품을 위해 공장 짓고 사람 뽑고 기계 설비 들여서 하지 않음

【D시】

1. 기부금액의 규모

8,180명, 926,412,700원임

동구는 향우회를 별도로 관리하고 있지 않고, 답례품으로 제공될 만한 유명 특산품이 부재하여 고향사랑e음으로 기부금 모금에 애로가 있을 것으로 예상하여

- 기부금을 어떻게 사용할지 구체적으로 정하고, 기부자들이 직접적인 변화를 체감할 수 있는 프로젝트에 집중
 - 발달장애 청소년 야구단, 광주극장 보존과 같은 사회적으로 의미 있는 프로젝트를 제시해 기부에 대한 보람으로 기부 참여 유도
- 민간 플랫폼 도입
 - 민간기업과 협력하여 민간 기부 플랫폼 도입
 - 공공시스템만으로는 기부 접근성 결여, 편리한 기부환경 제공

2023년에 지자체 민간협력 시스템인 위기브를 본격적으로 도입하여 모금한 결과, 총 모금액의 약 70%를 위기브 시스템을 통해 기부 받았음

기부규모는 전국 순위로 8위, 자치구로는 1위를 차지함

2. 누가 주로 하는가? 출향민은 많은가? 파악하고 있는가?

기부자 중 서울 경기 비중이 55%에 달하며, 광주 8.7%, 전남 7.5%를 차지하여 절반 이상이 수도권에서 기부되고 있음. 기부금 10만원 이하인 기부자수의 비중이 88%에 달함

3. 답례품으로는 무엇을 제공하고 있는가?

관내 공장, 식당, 카페 등에서 제공되는 공산품이나 가공품, 미술작품 등 100여 가지 답례품을 제공하고 있음

사회적기업, 여성기업, 청년기업, 자활기업 등 지역소상공인 물품 우선 선정

4. 담당하는 직원의 수는 몇 명인가? 상급자들은 고향사랑기부제에 대해 관심이 많은가?

기획예산실 내 인구정책계에서 고향사랑기부 업무를 담당하고 있음. 현원 3명이지만, 지역소멸기금 등 다른 업무도 병행하고 있어 전담직원은 1명이라고 볼 수 있음

5. 지자체의 경제활력 증진에 도움이 되는가? 지역경제에 도움이 되기 위해서는 어느 정도의 규모가 되어야 한다고 생각하는가?

기부금액의 30%를 답례품을 제공함으로써 답례품업체의 매출은 증대되어 골목경제 활성화에 기여는 하고 있으나, 기부모금액 자체가 미미하고 답례품 매출금액이 미미한 실정임

예를들어 50억을 모금할 경우 15억의 지역소상공인 매출 증대

6. 답례품을 포함한 고향사랑기부제의 운용 비용은 어느 정도인가?(기부금액의 몇 퍼센트 정도가 운용비용으로 지출되는가?)

동구 같은 경우 일반회계 재정 자체가 어려운 실정으로 고향사랑기금에서 기부금액의 법에서 정한 15% 범위 내에서 운용을 하려고 노력(9억의 15% 1억3천5백만원) 2025년도에는 재정이 더 어려워 답례품 배송료(24년 일반회계에서 지출) 또한 고향사랑기금에서 지출될 수 있도록 검토 중

7. 고향사랑기부금은 어디에 사용되고 있는가?

전 국민의 공감을 얻을 수 있는 고향사랑 지정기금사업 모금 중임.

광주극장 100년 프로젝트(노후 시설개선, 영화프로그램 등) 발달장애 청소년 East Tigers(E.T.) 야구단 지원 프로젝트(주말 야구활동비 지원, 야구장비 지원, 교류전 등, 장기적으로 실내야구연습장 조성을 위해 기금 예치 중) 하였고, 초등 5학년 대상 통기타 강습을 지원 예정(2025년)

8. 지역 생산자에게는 어떠한 영향을 미치는가? 답례품 제공처는 공모를 통해 선정하는가?

질문5와 같은 답변, 광역시 자치구(도시) 특성상 원재료가 지역에서 생산되지 않기 때문에 지역소상공인의 가공제품까지 폭넓게 답례품으로 선택

공모를 통해 접수된 답례품 중 답례품선정심의위원회에서 선정

9. 고향사랑기부제를 운영하는 과정에서의 애로사항은 없는가? 있다면 무엇이 해결해야 할 큰 애로사항인가?

중앙부처의 과도한 규제와 간섭, 고향사랑기부제는 지자체의 권한과 책임으로 운영 되는 자치사무임

자치사무임에도 불구하고 지자체장의 권한을 축소, 자율성 침해

현재, 행정안전부가 공식적으로 민간플랫폼 도입을 추진한다고 하나, 결국 고향사랑 e음 연계에만 치중되어 민간플랫폼 도입 취지가 저해될까 우려됨

10. 제도개선 요망사항은 있는가?(보다 적극적인 활용을 위해서는 어떤 제도적 변화가 필요하다고 생각하는가?)

(명칭 변경) 고향사랑기부금제를 지역사랑기부제로 변경했으면 함. 고향이라는 말에서 동구라는 자치구를 떠올리기보다 광주를 먼저 떠올리므로 고향보다 지역이라는 명칭이 더 어울린다고 생각함

(공제액 상향) 답례품 지급규모를 30%로 한다면 공제액이 대략 10만원정도 될 수 있도록 세액공제규모를 높였으면 함. 고액기부자 감소로 모금액은 줄었지만, 일선에서는 더 열심히 뛰고 있음. 자발적 참여를 유도하는 방안으로 생각함

(전담인력 지원) 행안부에서 인력을 충원해주지 않은 상태에서 인구정책 지방소멸대응기금 업무 등을 같이 하다보니 업무부담이 과다한 편임. 그리고 업무성격 역시 홍보, 기획 등 광범위하고 전문성이 필요하지만 순환보직으로 인해 한계가 있음

11. 지역특산품은 어떻게 정해지는가?

해당없음. 동구 같은 경우 특산품이 없기 때문에 선정절차를 모르겠음

【E시】

1. 기부금액의 규모

E시 시청은 1,484건 1.2억원을 기부받았음
올해는 작년 동기 대비 한 4배 정도 증가하였음

2. 누가 주로 하는가? 출향민은 많은가? 파악하고 있는가?

주로 수도권에서 기부자하고 있으며, 20, 30대가 많은 편임
E 시청에서 향우회를 별도로 관리하고 있지 않음

3. 답례품으로는 무엇을 제공하고 있는가?

○○당 빵이 답례품으로 가장 많이 선택되었고, 그 밖에 지도표 성경김, 참기름, 쌀 등 농산품이 제공됨

4. 담당하는 직원의 수는 몇 명인가? 상급자들은 고향사랑기부제에 대해 관심이 많은가?

자치행정과에서 2명이 전담하고 있으며, 1명은 타 업무와 겸해서 담당함
E시 시장은 그렇게 관심이 많으신 거 같지는 않고 열심히 해라 정도임
E시의 경우 시청이 답례품을 발굴한 것을 구청에서도 활용하였고, 시가 준비한 대전 0시 축제에서도 구청이 참여해서 홍보하였음

5. 지자체의 경제활력 증진에 도움이 되는가? 지역경제에 도움이 되기 위해서는 어느 정도의 규모가 되어야 한다고 생각하는가?

골목경제 활성화에 기여한다고 볼 수는 있겠으나, 금액이 미미한 수준임

6. 답례품을 포함한 고향사랑기부제의 운용 비용은 어느 정도인가?(기부금액의 몇 퍼센트 정도가 운용비용으로 지출되는가?)

답례품 제공 건수는 861건, 2,800만원 정도 지출함
답례품 지급 등 부대경비는 일반회계 예산으로 사용 중에 있음

7. 고향사랑기부금은 어디에 사용되고 있는가?

기부금은 현재 적립 중이며, 10억원 정도는 되어야 사업을 추진할 것으로 보임

8. 지역 생산자에게는 어떠한 영향을 미치는가? 답례품 제공처는 공모를 통해 선정하는가?

고향사랑기부제 답례품선정위원회에서 결정됨

9. 고향사랑기부제를 운영하는 과정에서의 애로사항은 없는가? 있다면 무엇이 해결해야 할 큰 애로사항인가?

기부자가 한두 번 하고 사실 지속적으로 기부하기는 어려울 것으로 생각되며, 선의에 기대어 운영하는 건 한계가 있을 수밖에 없다고 생각함
업무상 출장도 잦은 편인데, 이 업무가 아닌 분들을 데리고 가야 되니 인력적인 면에서 부족함이 있음. 장기적으로 팀이 만들어질 필요가 있음

10. 제도개선 요망사항은 있는가?(보다 적극적인 활용을 위해서는 어떤 제도적 변화가 필요하다고 생각하는가?)

(기부금 수령 주체) 자치구는 노력해서 기부금을 받고, 본청은 받으면 나중에 분배 문제도 있으므로, 자치구별로 기부받고 본청에서는 홍보 정도로 역할을 분담하는 것이 필요. 충남도의 경우 도청은 안 받고 기초 지자체를 서포트 하는 식으로 운영하고 있음

11. 지역특산품은 어떻게 정해지는가?

고향사랑기부제 답례품선정위원회에서 결정됨

한국의 고향사랑기부제와 일본의 고향납세제도 비교연구

원종학 · 염명배 · Akinobu Ogawa

본 연구는 한국의 고향사랑기부제와 일본의 고향납세제를 비교 분석하여 공통점과 차이점을 분석하고, 한국의 고향사랑기부제가 안정적으로 정착하기 위한 제도적 개선 방향을 제시하는 데 목적이 있다. 일본의 고향납세제는 2008년에 도입되어 지방자치단체 간 재정 불균형 해소와 지역 활성화를 목표로 설계된 제도이다. 고향납세제는 소득세와 주민세의 세액공제를 제공하며 기부자에게 지역 특산물 등 답례품을 지급하는 방식으로 활성화되었다. 특히 원스톱 특례제도와 민간 사업자가 운영하는 포털사이트를 통해 편의성이 증대되면서 기부금과 참여율이 대폭 증가하였다. 그러나 답례품 경쟁과 인센티브 중심의 운영으로 인해 제도의 본래 취지인 지역 간 균형발전 목적이 약화되고, 일부 지역에 기부금이 편중되어 지자체 간 재정 격차가 심화하는 문제가 발생하였다.

한국의 고향사랑기부제는 2023년에 시행되어 지역경제 활성화와 국가균형발전을 목표로 하고 있다. 이 제도는 기부자의 자발적인 참여를 유도하며 기부금을 지역 공익사업에 투명하게 활용하도록 설계되었다. 도입 초기에는 기부 참여 저조와 지역 간 기부금 격차라는 과제를 안고 있으나 법적 기반을 통해 제도의 안정성을 확보하였고, 정책적 지원과 홍보를 통해 기부문화 확산을 도모하고 있다. 제도 시행 1년이 지난 시점에서 많은 지자체가 고향사랑기부제의 활성화를 명목으로 세액공제 한도 인상, 기부금 한도 인상, 답례품 한도 인상을 요청하고 있으나, 세액공제액이 확대될 경우 세수 감소가 그만큼 커질 수 있어 고향사랑기부제로 인한 지역경제의 활성화와 세수 감소에 따른 국가재정 운영의 어려움을 면밀히 검토하여 신중하게 정하는 것이 필요하다. 그리고 고향사랑기부제의 주된 취지가 기부문화의 확대라는 것을 고려할 때 답례품 목적으로 기부하는 것은 진정한 의미에서의 기부라고 하기 어렵다. 아울러 답례품은 정부가 세금으로 소비자 구매를 지원하는 것이므로 이를 확대하는 것이 재원의

효율적 배분에서 바람직하지 않으며 매력적인 답례품이 있는 지자체와 그렇지 않은 지자체 간 격차를 확대할 수 있다. 그러므로 고향사랑기부제를 통한 지역균형발전 도모라는 목적과도 일치하지 않을 수 있으므로 신중한 접근이 필요하다.

A Comparative Study on Hometown-Loving Donation System in Korea and Hometown Taxation System in Japan

Weon, jong-hak · Yeom, Myung-bae · Akinobu Ogawa

The purpose of this study is to analyze the similarities and differences between the Korean ‘Hometown Love Donation’ system and the Japanese ‘Hometown Tax’ system, and to suggest institutional improvement directions for the stabilization of the Korean Hometown Love Donation system.

Japanese Hometown Tax system was introduced in 2008 and was designed to resolve financial imbalances between local governments and to revitalize local areas. The Hometown Tax system was activated by providing tax credits for income and residence taxes and by rewarding donors with local specialities. In particular, donations and participation rates increased dramatically due to the increased convenience of the one-stop special programme and portals run by private providers. However, due to competition for gifts and incentive-driven operation, the original purpose of the system, balanced development among regions, has been weakened, and contributions have been skewed toward some regions, leading to growing financial disparity among local governments.

Korean Hometown Love Donation system, launched in 2023, aims to revitalize local economies and achieve balanced national development. The system is designed to encourage voluntary participation from donors and transparently use donations for local public projects. Although the system faced challenges of low donor participation and regional disparities in donations in its early years, the legal foundation has ensured the stability of the system, and efforts are being made to spread the donation

culture through policy support and publicity.

As the system has been in effect for a year, many local governments are requesting an increase in the tax deduction limit, donation limit, and gift limit under the pretext of revitalizing the hometown love donation system. However, if the tax deduction amount is increased, the decrease in tax revenue may be that much greater. It is necessary to carefully review the revitalization of the local economy due to the Hometown Love Donation system and the difficulties in managing national finances due to the decrease in tax revenue and make a careful decision.

Given that the main purpose of the Hometown Love Donation System is to expand the culture of donation, it is difficult to say that donating for the purpose of a gift is a true donation. Furthermore, since the government supports consumer purchases with taxes, expanding them is not an efficient allocation of resources. It may widen the gap between local governments with attractive rewards and those without, which may be inconsistent with the purpose of promoting balanced regional development through the Hometown Love Donation System, so a cautious approach is needed.

저자약력

원종학

연세대학교 경제학과 졸업
일본 一橋大學 經濟學研究科 박사
현, 한국조세재정연구원 선임연구위원

염명배

서울대학교 경제학과 졸업
미국 Johns Hopkins대학교 경제학 박사
전, 한국재정학회 회장, 한국재정정책학회 회장
현, 충남대학교 경제학과 명예교수

Akinobu Ogawa

慶應義塾大学 경제학과 졸업
大阪大学 경제학 박사
현, 新潟大学 경제과학부 준교수

한국의 고향사랑기부제와 일본의 고향납세제도 비교연구

2024년 12월 23일 인쇄

2024년 12월 30일 발행

발행인 이영

발행처 한국조세재정연구원

세종특별자치시 시청대로 336

TEL: (044)414-2114(대) www.kipf.re.kr

등록 1993. 7. 15. 제2014-24호

조판 및
인쇄 (주)다원기획 (044)865-8115

I S B N 979-11-6655-332-5



한국의 고향사랑기부제와 일본의 고향납세제도 비교연구

kipf 한국조세재정연구원

30147 세종특별자치시 시청대로 336
TEL : 044-414-2114 www.kipf.re.kr



9 791166 553325
ISBN 979-11-6655-332-5