



전북형 고향사랑기부제 정립 및 발전방안



제 출 문

전라북도지사 귀하

본 보고서를 『전북형 고향사랑기부제 정립 및 발전방안』
최종보고서로 제출합니다.

2022년 10월
전북연구원장 권혁남

Contents

제 1 장 서 론	1
1. 연구필요성 및 목적	3
2. 연구내용	5
3. 선행연구 검토	8
 제 2 장 일본 고향납세제도 사례분석	13
1. 일본 고향납세제도 도입배경	15
2. 고향납세제도 운영현황	18
3. 고향납세제도 운영사례	25
4. 시사점	43
 제 3 장 인식현황 및 재정효과분석	45
1. 고향사랑기부제 기부의사 현황	47
2. 고향사랑기부제 기부액 분석	70
 제 4 장 전복형 고향사랑기부제 마케팅 전략	77
1. 환경분석	79
2. 종합분석	116
3. STP 전략	119
4. 마케팅 전략	123

제 5 장 고향사랑기부금 운영방안	133
1. 기금활용 사업발굴	135
2. 인력·조직운영	155
3. 기부자의 관계인구화전략	160
 제 6 장 결 론	 167
1. 요약	169
2. 제언	180
 참고문헌	 183
 부 록	 185
1. 고향사랑기부제 분석결과	187
2. 고향사랑기부제 설문지	213

〈표 차례〉

〈표 1-1〉 고향사랑기부금에 관한 법률 주요 내용	4
〈표 1-2〉 고향사랑기부제관련 선행연구 분류 및 내용	8
〈표 1-3〉 선행연구에서 나타난 일본 고향납세제 주요내용	10
〈표 2-1〉 고향납세 제도 추이	16
〈표 2-2〉 고향납세 수입액 및 수입전수 추이(2008~2020)	18
〈표 2-3〉 광역자치단체별 고향납세 수입액 및 수입전수 현황(2019~2020)	20
〈표 2-4〉 2020 년도 기초자치단체 고향납세 수입액 및 수입전수 순위	21
〈표 2-5〉 고향납세관련 주민세공제액 및 공제적용자수 추이(2009~2021)	22
〈표 2-6〉 2021 년 광역자치단체별 주민세공제 및 공제적용자수 현황	23
〈표 2-7〉 2021 년 기초자치단체별 주민세공제 및 공제적용자수 현황	24
〈표 3-1〉 표본 산출	47
〈표 3-2〉 조사 내용	47
〈표 3-3〉 조사대상자의 일반적 특성	48
〈표 3-4〉 전라북도 고향사랑기부금 기부 의사 기초분석 단위	71
〈표 3-5〉 전라북도 고향사랑기부금 재정효과(모집단 전수 최대)	71
〈표 3-6〉 전라북도 고향사랑기부금 재정효과(모집단 15 세 이상 최대)	72
〈표 3-7〉 전라북도 고향사랑기부금 재정효과(모집단 전수 적극적 기부층: 최소)	72
〈표 3-8〉 전라북도 고향사랑기부금 재정효과(모집단 15 세 이상 전수 적극적 기부층: 최소)	73
〈표 3-9〉 한국지방행정연구원 고향사랑기부금 재정효과분석 기준	73
〈표 3-10〉 인구 추계(2023~2027)	74
〈표 3-11〉 전라북도 고향사랑기부금 재정유입 추계	75
〈표 3-12〉 전라북도 2023 년 고향사랑기부금 추정액	76
〈표 4-1〉 시도별 인구 및 출향민 현황	80
〈표 4-2〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 출향민 거주지역 현황	82
〈표 4-3〉 광역자치단체별 방문객 수	86
〈표 4-4〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 방문객 수 상·하위 시·군	88
〈표 4-5〉 전라북도 내 시·군 방문객 수	89

〈표 4-6〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 업종별 관광소비액	92
〈표 4-7〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 내비게이션 관광지 검색 건수 상·하위 시·군	93
〈표 4-8〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 주요 관광지 내비게이션 검색 순위	95
〈표 4-9〉 시도별 도농교류 사업활동 행정리 수	97
〈표 4-10〉 시도별 도농교류 사업활동 행정리	98
〈표 4-11〉 전라북도 농어촌체험휴양마을 개소 현황	99
〈표 4-12〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 농촌여행지 상위등급 결정 현황	100
〈표 4-13〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 지역특산물	103
〈표 4-14〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 작목별 10a(아르) 당 1 기작 판매량	106
〈표 4-15〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 지역브랜드	109
〈표 4-16〉 국내 실질 기부금 총액	111
〈표 4-17〉 전북 고향사랑기부제 SWOT 분석	117
〈표 4-18〉 SWOT 전략	118
〈표 4-19〉 일본 고향납세제의 기부금 분담금액 및 분담비율(600 만 엔의 급여소득자)	120
〈표 4-20〉 우리나라 고향사랑기부제의 기부금 분담금액 및 분담비율	121
〈표 4-21〉 전북 고향사랑기부제 홍보 제안	124
〈표 4-22〉 전북 고향사랑기부제의 지역특산품을 활용한 답례품 제안	126
〈표 4-23〉 전북 고향사랑기부제의 농촌체험관광을 활용한 답례품 제안	127
〈표 4-24〉 전북 고향사랑기부제 답례품 예시	129
〈표 4-25〉 전북 고향사랑기부제 시행 주기별 추진전략	131
〈표 5-1〉 일본 고향납세 기부금에 의한 지방정부의 주요사업	142
〈표 5-2〉 고향사랑기부금 희망 사용사업	142
〈표 5-3〉 분야별 세부사업과제(안)	144
〈표 5-4〉 전라북도 경로당 현황	145
〈표 5-5〉 전라북도 의료취약지역 현황	146
〈표 5-6〉 시군별 청년(19~34 세) 순 이동자 수 및 이동률	147
〈표 5-7〉 기부금 운영비 사용 범위	156
〈표 5-8〉 위반 사실 공표 방법 및 내용	157
〈표 5-9〉 다양한 인구개념	160

〈표 5-10〉 관계인구의 개념	161
〈표 5-11〉 관계인구 대상별 유형	161
〈표 5-12〉 관계인구 행위별 유형	162
〈표 5-13〉 고향사랑기부형 관계인구 유형별 목표설정	163
〈표 5-14〉 출생지역별 기부 의사	163
〈표 5-15〉 체류형 관계인구 사업(안)	164
〈표 5-16〉 참여형 관계인구 사업(안)	164
〈표 5-17〉 이증거주형 관계인구 사업(안)	165
〈표 6-1〉 전라북도 고향사랑기부금 기부 의사 기초분석 단위	171
〈표 6-2〉 전라북도 고향사랑기부금 재정효과(모집단 15 세 이상 전수 적극적 기부층 : 최소)	172
〈표 6-3〉 전북도 고향사랑기부금 재정유입 추계	172
〈표 6-4〉 전북 고향사랑기부제 시행 주기별 촉진전략	176
〈표 6-5〉 분야별 세부사업과제(안)	177

〈그림 차례〉

〈그림 2-1〉 고향납세 답례품 선택 사이트(후루사토 초이스)	16
〈그림 2-2〉 고향납세제도 세액공제	16
〈그림 2-3〉 고향납세제도 연도별 수입액과 수입건수	18
〈그림 2-4〉 전국 대비 광역지자체 기부건수 및 기부금액 비율	19
〈그림 2-5〉 고향납세관련 주민세공제액 및 공제적용자수 추이	22
〈그림 2-6〉 미국단기유학 귀국보고회	25
〈그림 2-7〉 토토리현 코토우라조 고향납세 답례품	26
〈그림 2-8〉 후쿠야마성 천수각 철판 복원 고향납세 답례품	27
〈그림 2-9〉 분교구 지원품목 예시	28
〈그림 2-10〉 게스트 하우스 내부 도면	30
〈그림 2-11〉 후쿠야마성 천수각 철판 복원 고향납세 답례품	31
〈그림 2-12〉 가메가이온천 낙뢰 화재 현장	32
〈그림 2-13〉 교행철로가 설치된 핫케구치역 모습	33
〈그림 2-14〉 약용식물 재배관리	35
〈그림 2-15〉 미야자키 취업응원 섬머페스	36
〈그림 2-16〉 하안의 역 사카이 리모델링 전/후	37
〈그림 2-17〉 목재펠릿을 연료로 사용하는 발전기(45kW)	38
〈그림 2-18〉 집중호우 재난 복구 이전의 구레시	39
〈그림 2-19〉 국보‘야마토리계’의 전시장 모습	40
〈그림 2-20〉 아동 놀이시설을 이용 중인 지역주민	41
〈그림 2-21〉 ‘힘내자! 나(키바이안세! 와타시)’ 촬영 현장	42
〈그림 3-1〉 거주형태별 고향에 대한 인식	49
〈그림 3-2〉 연령별 고향에 대한 인식	49
〈그림 3-3〉 거주형태별 고향방문 정도	50
〈그림 3-4〉 연령별 고향방문 정도	50
〈그림 3-5〉 거주형태별 고향사랑기부제도 인식	51
〈그림 3-6〉 거주형태별 알게 된 경로	51

〈그림 3-7〉 연령별 고향사랑기부제도 제도 인식	51
〈그림 3-8〉 연령별 알게 된 경로	52
〈그림 3-9〉 거주형태별 고향사랑기부금 기부 의사	52
〈그림 3-10〉 연령별 고향사랑기부금 기부 의사	53
〈그림 3-11〉 거주형태별 고향사랑기부 이유	53
〈그림 3-12〉 연령별 고향사랑기부 이유	53
〈그림 3-13〉 거주형태 및 연령별 평균 기부예정금액	54
〈그림 3-14〉 거주형태별 고향사랑기부 예정금액	54
〈그림 3-15〉 연령별 고향사랑기부 예정금액	54
〈그림 3-16〉 거주형태별 지역수 및 단일기부예정 지역	55
〈그림 3-17〉 연령별 지역수 및 단일기부예정 지역	55
〈그림 3-18〉 거주형태별 고향지역 기부	56
〈그림 3-19〉 연령별 고향지역 기부	56
〈그림 3-20〉 거주형태별 특정지역기부이유	56
〈그림 3-21〉 연령별 특정지역기부이유	57
〈그림 3-22〉 거주형태별 고향사랑기부를 하지 않는 이유	57
〈그림 3-23〉 연령별 고향사랑기부를 하지 않는 이유	58
〈그림 3-24〉 거주형태별 향후 기부 의사	58
〈그림 3-25〉 연령별 향후 기부 의사	58
〈그림 3-26〉 거주형태 및 연령별 평균 기부금액(기부 의사 없는 집단)	59
〈그림 3-27〉 거주형태별 고향사랑기부 고려 조건	59
〈그림 3-28〉 연령별 고향사랑기부 고려 조건	59
〈그림 3-29〉 선호답례품(중복응답)	60
〈그림 3-30〉 거주형태별 선호답례품(중복응답)	60
〈그림 3-31〉 연령별 선호답례품(중복응답)	61
〈그림 3-32〉 전라북도 기부지역 선호도(중복응답)	61
〈그림 3-33〉 거주형태별 전라북도 기부지역 선호도(중복응답)	62
〈그림 3-34〉 연령별 전라북도 기부지역 선호도(중복응답)	62
〈그림 3-35〉 전라북도 선호 답례품(중복응답)	62

〈그림 3-36〉 거주형태별 전라북도 선호 답례품(중복응답)	63
〈그림 3-37〉 연령별 전라북도 선호 답례품(중복응답)	63
〈그림 3-38〉 전체 및 거주형태별 답례품에 따른 기부지역 변경 의사	64
〈그림 3-39〉 연령별 답례품에 따른 기부지역 변경 의사	64
〈그림 3-40〉 전체 및 거주형태별 기부지역 방문의사	65
〈그림 3-41〉 연령별 기부지역 방문의사	65
〈그림 3-42〉 전체 및 거주형태별 기부지역 이주의사	65
〈그림 3-43〉 연령별 기부지역 이주의사	66
〈그림 3-44〉 전체 및 거주형태별 고향사랑기부제 활성화 노력	66
〈그림 3-45〉 연령별 고향사랑기부제 활성화 노력	66
〈그림 3-46〉 고향사랑기부금 희망 사용용도(전체)	67
〈그림 3-47〉 거주형태별 고향사랑기부금 희망 사용용도	67
〈그림 3-48〉 연령별 고향사랑기부금 희망 사용용도	67
〈그림 3-49〉 전체 및 거주형태별 홍보방법	68
〈그림 3-50〉 연령별 홍보방법	68
〈그림 4-1〉 일본 고향납세제의 납세금액 및 납부건수 추이	79
〈그림 4-2〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 연령별 출향민 비율	83
〈그림 4-3〉 전라북도 거주 타 시도 출향민 현황	84
〈그림 4-4〉 전라북도 거주 타 시도 출향민 성별·연령별 인구	85
〈그림 4-5〉 전라북도 및 인접 광역자치단체별 방문객 수	87
〈그림 4-6〉 시·군·구 방문객 수(2021 년 기준)	88
〈그림 4-7〉 광역자치단체별 내국인 관광소비액	90
〈그림 4-8〉 전라북도 내 시·군·구별 관광소비액	91
〈그림 4-9〉 전국 시·군·구별 내비게이션 관광지 검색 건수(2021 년 기준)	94
〈그림 4-10〉 전라북도 내 시·군별 내비게이션 관광지 검색 건수 추이	95
〈그림 4-11〉 농촌관광 목적지 선택 이유(단위 : %)	101
〈그림 4-12〉 성별·연령별 농촌관광 경험 의향	101
〈그림 4-13〉 연령별 농촌관광 시 선호 활동	102
〈그림 4-14〉 연령별 현금기부인구 비율(%)	110

〈그림 4-15〉 30 대~60 대 1 인당 실질 평균 현금기부금액	111
〈그림 4-16〉 기부이유 및 기부 희망 분야(2021 년 기준)	112
〈그림 4-17〉 기부방법 선호도	113
〈그림 4-18〉 연령별 현금기부의 주기성	113
〈그림 4-19〉 기부 요청 및 정보수집 방식(2020 년 기준)	114
〈그림 4-20〉 기부문화 확산을 위해 가장 필요한 것(2021 년 기준)	115
〈그림 5-1〉 고향사랑기부금 법률적 사업범위	135
〈그림 5-2〉 고향사랑기부금 사업 우선순위	143
〈그림 5-3〉 시군구별 지역문화종합지수 현황	148
〈그림 5-4〉 도시와 농촌의 문화적인 삶을 선도하는 마을기록관	149
〈그림 5-5〉 응급의료 취약인구비율 시군구 격차분석	150
〈그림 5-6〉 익산시 마을자치연금 운영체계	152
〈그림 5-7〉 부여군 농촌체험 이동교실	154
〈그림 5-8〉 고향사랑기부금 접수절차	155
〈그림 5-9〉 답례품 선정 절차	156
〈그림 5-10〉 고향사랑기부금 업무체계	157
〈그림 5-11〉 고향사랑기부금 팀 조직구성	158
〈그림 5-12〉 고향사랑기부금 운영체계	159
〈그림 5-13〉 관계의 계단	162
〈그림 6-1〉 고향사랑기부금 운영체계	178



제1장 서론

1. 연구필요성 및 목적
2. 연구내용
3. 선행연구 검토

제1장 서론

1. 연구필요성 및 목적

- 지방의 인구감소로 인한 지방소멸이 가속화되면서 지방자치단체의 재정악화
- 인구유출과 재정악화 등의 악순환으로 소멸위기에 처한 지방자치단체의 재정확충과 지역경제 활성화 도모를 목적으로 도입된 고향사랑기부제가 '21.10.19.법률 제정으로 '23.1월부터 시행예정
 - 고향사랑기부금법은 “고향에 대한 건전한 기부문화를 조성하고 지역경제를 활성화함으로써 국가균형발전에 이바지함을 목적”으로 제정
- 고향사랑기부금법의 가장 큰 특징은 기부주체를 출향민으로 한정하지 않고 모든 개인으로 확대하고 기부대상도 고향으로 한정하지 않고 거주지 이외 모든 지방자치단체로 확대했다는 점임
 - 고향사랑기부금법에서는 자신이 거주하는 지방자치단체에 대해서는 기부가 불가함(고향사랑기부금에 관한 법률 제4조1항)
- 모금주체는 크게 광역단체와 기초지자체로 구분할 수 있으며 모금대상은 광역단체는 광역시도 외에 거주하는 사람을 대상으로 기부금을 모집할 수 있고, 기초지자체는 같은 광역시도 내에 거주하더라도 해당 기초지자체에 거주하지 않으면 기부금 모집 가능
 - 광역단체와 기초지자체는 1차로 출향민을 기부대상으로 볼 수 있기 때문에 출향도민을 대상으로 과열된 경쟁이 발생할 수 있음
- 고향사랑기부금법은 1조 목적을 시작으로 17조까지 고향사랑기부금 모금주체 및 대상, 모금방법, 답례품제공, 사업영역 등을 포함하고 있으며 답례품한도, 답례품 선정 방법 등은 2022.9월 시행령으로 제정됨
- 고향사랑기부제의 시행에 앞서 전라북도의 특성에 맞는 홍보, 답례품 선정 및 기부금 활용 등 도·시군이 상생하고 타 시도와 차별화된 전북형 제도 정립을 위한 추진 방향 설정 및 개선방안 도출 필요

〈표 1-1〉 고향사랑기부금에 관한 법률 주요 내용

법조항	주요내용
제1조 (목적)	- 고향에 대한 건전한 기부문화 조성 - 지역경제 활성화를 통한 국가균형발전
제2조 (정의)	- 고향사랑기부금: 지방자치단체가 해당 지방자치단체의 주민이 아닌 사람으로부터 자발적으로 제공 받거나 모금을 통하여 취득하는 금전 - 고향사랑 기부금의 모금: 지방자치단체가 광고, 정보통신망의 이용, 그 밖의 방법으로 해당 지방자치단체에 고향사랑 기부금을 제공하여 줄 것을 다른 사람에게 의뢰, 권유, 요구하는 행위
제4조 (모금 주체 및 대상)	해당지방자치단체의 주민이 아닌 사람
제5조 (기부의 제한)	- 타인의 명이나 가명으로 기부 불가 - 업무·고용, 계약이나 처분 등에 의한 재산상의 권라이익, 그 밖의 관계가 있는 자
제6조 (강요 금지)	- 업무·고용 그 밖의 관계를 이용하여 기부금의 기부 또는 모금 강요 금지 - 공무원은 그 직원에게 기부 또는 모금을 강요하거나 적극적으로 권유·독려 금지
제7조 (모금방법)	- 대통령령으로 정하는 광고매체에서만 모금 - 모금불가 방법 - 개별적인 전화, 서신 또는 전자적 전송매체 - 호별 방문 - 향우회, 동창회 등 사적 모임에 참석 방문하여 기부 권유 독려 - 그 밖에 제1호~제3호까지와 유사한 방법
제8조 (접수 및 상한액)	- 지방자치단체의 장이 지정한 금융기관, 전자결제·신용카드·전자자금이체 또는 지방자치단체의 청사, 그 밖의 공개된 장소 - 기부한 사람에게 지방자치단체의 장 명의로 영수증 발급 - 연간 상한액 500만원
제9조 (답례품)	- 대통령령으로 정하는 한도를 초과하지 아니하는 범위에서 물품 또는 경제적 이익 제공 - 지역특산물 등 지방자치단체의 관할구역에서 생산·제조된 물품 - 지방자치단체가 해당 지방자치단체의 관할구역에서만 통용될 수 있도록 발행한 상품권 등 유가증권 - 그 밖에 해당 지역의 경제 활성화 등에 기여할 수 있는 것(조례 제정) - 답례품 제공 불가 품목 - 현금 - 고가의 귀금속 및 보석류 - 제2항제2호에 해당하지 아니하는 상품권 등 유가증권
제11조 (기금의 설치)	- 기금의 사용 목적 - 사회적 취약계층의 지원 및 청소년의 육성·보호 - 지역 주민의 문화·예술·보건 등의 증진 - 시민참여, 자원봉사 등 지역공동체 활성화 지원 - 그 밖에 주민의 복리 증진에 필요한 사업의 추진 - 고향사랑기금의 전년도 고향사랑 기부금액의 100분의 15 이내의 범위에서 기부금의 모집과 운용 등에 필요한 비용으로 사용 가능
제12조 (제도연구 및 지원)	- 고향사랑 기부금 제도에 대한 주기적인 조사·분석, 연구 등 - 고향사랑 기부금의 모금·접수 및 답례품 제공 등의 업무를 지원하고 그에 관한 정보를 제공하기 위하여 필요한 경우 정보시스템을 구축·운영(관계 전문기관에 위탁 가능)
제17조 (벌칙)	- 제6조제1항, 제2항 위반시 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금 - 제7조제1항 위반시 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금

자료: 고향사랑기부금에 관한 법률, 법률 제18489호 참고 정리

2. 연구내용

1) 고향사랑기부제 관련 여건분석 및 추진방향 제시

- 일본의 고향납세제도 시행에 따른 기부금 모금 및 활용, 답례품 개발 및 제공방안, 홍보 및 조직운영 등의 시사점 도출
 - 일본은 지방소멸위기 극복과 도시와 지방의 재정격차를 해소하기 위한 방안으로 2008년부터 고향납세제도를 도입했으며 초기에는 효과가 미진했으나 2015년 원스톱 특례제도 개편이후 기부금의 액수가 증가하여 2020년 기준 약 6,724억엔(약6조 7,240억원, 3488만건)에 이르고 있음
 - 일본의 고향세 기부자 설문조사 결과, 기부하는 지역을 선택하는 기준으로 '갖고 싶은 물품이나 서비스가 답례품으로 제공되기 때문에'(66.4%), '답례품의 충실'(53.8%)¹⁾ 등으로 답례품이 기부 결과에 큰 비중을 차지하고 있음
- 고향사랑기부제 관련 선행연구를 분석하여 전라북도에 적용할 수 있는 답례품, 홍보, 조직운영관련 시사점 도출
- 전라북도의 여건 및 상황 진단·분석을 통해 전라북도(시군 포함)에 적용 가능한 고향사랑기부제 추진전략 제시

2) 고향사랑기부제 도입에 따른 재정유입 효과분석

- 지자체의 열악한 재정상황에서 고향기부제제도 도입 주장은 새로운 지방재정 확보 전략으로써 의미가 있음(김동영 외, 2016)
 - 출향주민 중 기부 의사(24.5%)가 있는 경제활동참여자(61.1%)가 소득세의 10%를 고향에 기부할 경우 16개 시도의 기부총액은 3,947억원으로 추정되고, 전라북도는 약 374억원²⁾의 재정유입효과가 있을 것으로 추정(김동영 외, 2016)
 - 지방인구의 수도권 이전에 따른 국가발전에 대한 지방의 기여를 인정하고 자신이 나고 자란 고향에 대한 사랑과 직접 기부를 통해 지역활성화를 위한 재정확충에 기여
- 고향사랑기부금은 조세는 아니지만 10만원까지 전액 세액공제를 받을 수 있고 10만원 초과분³⁾에 한해 16.5%에 대해 세액공제를 하기 때문에 국세의 지방이전효과가 있음
 - 고향기부에 의해 기부금이 국세인 소득세에서 공제된다는 점을 감안하면 국세의 경우 최소 3,947억원에서 최대 2.6조원이 지방으로 이전되는 효과가 있음(김동영 외, 2016)

1) 전지성, 박상현(2021). RIG브리프 이슈리포트 재인용

2) 전라북도의 재정유입효과는 “출향도민1,891,094명×기부 의사24.5%×152,792명(경제활동인구61.1%)×132,235원(소득세10%기부) = 약 374억원”

3) 1인 연간 기부한도는 모든 지자체를 합산해 500만원으로 제한

- 고향사랑기부제의 법제정 내용에 맞춰 출향민, 도민, 타시도민의 전북에 대한 기부금 납부의사 및 기부금액 등에 대한 설문조사를 통해 지방재정 유입효과 분석추진

3) 도·시군이 상생할 수 있는 제도 운영방안

- 전라북도의 강점을 살린 특색있는 홍보·답례품 아이템 발굴 및 도·시군 역할 분담 방안
 - 고향사랑기부금은 법률에 의해 광역단체와 기초자치단체를 구분하지 않고 해당 주민이 아닌 경우 기부금 납부 가능
 - 일본에서는 기부자들이 답례품에 따라 지역을 선택하면서 답례품 제공에 대한 과열경쟁이 일어나 2017년 일본 총무성은 답례품 가격이 기부액의 30%를 초과하는 것을 제공하지 못하도록 요청(국중호, 염명배, 2018)
 - 일본에서는 고향납세제도 활성화를 위해 각 지방자치단체에서 지역 특산품을 답례품을 개발하였고, 농수산물, 숙박상품, 클라우드 펀딩(GCF, Government Crowd Funding)을 통해 해결하고 싶은 지역문제나 프로젝트 기부 가능
- 기부자의 지속적인 기부 유도 및 관계인구 형성·관리방안, 전라북도와 시군 특성을 반영할 수 있는 기금 운용방안
- 전북사랑도민제도, 명예도민 등 유사제도 연계 방안
- 효율적인 제도 운영을 위한 전담조직 구성방안

4) 제도 운영상 예상되는 문제점 및 발전방안

- 자치단체별 경쟁 과열방지 및 도·시군 상호 협력 방안
- 제도의 미비점 및 도입 취지에 부합하는 개선방안

(1) 광역단체와 기초자치단체간 갈등 및 지역 간 갈등 심화

- 현행 고향사랑기부금에 관한 법률에 의하면 광역단체와 기초자치단체를 구분하지 않고 모든 지방자치단체는 해당 지방자치단체의 주민이 아닌 사람에 대해 고향사랑 기부금 모금
- 고향사랑기부금의 1차적인 대상이 출향민, 2차적인 대상은 지역과 연관을 가진 사람이라고 할 때 전라북도와 14개 시군이 고향사랑 기부금 모집을 놓고 경쟁하는 관계

- 기초자치단체에 비해 광역자치단체가 상대적으로 고향으로서의 애착이 작음
- 가능한 한 14개 시군이 출향민을 대상으로 기부금을 모집하도록 하고 광역자치단체는 추가로 기부하거나 출향민이 아닌 타시도민을 대상으로 고향사랑 기부금을 모집하여 지자체 간의 기부금 모집 갈등을 해소하는 방안 모색 필요
- 지방자치단체 간 기부금 유치경쟁이 과열화되면 지역갈등 초래 우려

(2) 운영비 과다에 따른 재정유입효과 미비

- 기부자에 대한 답례품은 기부금의 30%이하(최대 150만원)로 설정하고 있어 답례품에 의한 도덕적 해이는 적을 것으로 판단되지만 답례품 경쟁으로 인한 추가 경비지출 우려
 - 답례품에 따른 기부금 납부경향이 나타날 수 있어 고가와 고품질의 답례품을 할인하여 제공할 경우 답례품 경쟁으로 인한 경비의 초과지출 우려
- 고향사랑기부금 모집을 위한 광고의 경우 전화, 서신, 문자 호별방문, 향우회 방문 등을 금지하고 있으나, 전년도 기부금의 15%이내에서 광고매체를 통한 홍보 가능
 - 지방자치단체의 고향사랑기부금액이 공개될 경우 지자체의 순위가 공개돼 어떤 방식으로든 기부금을 더 많이 모집하기 위해 고향사랑기부금 외에 지자체 자체적으로 광고비를 과대하게 투자하여 실질적인 지방정부의 재정유입효과가 미비할 수 있음

(3) 기부금액 예상불가로 계획적 사업추진 어려움

- 고향사랑기부금은 조세와 달리 강제성이 없어 개인의 기부 의사에 의존해야하기 때문에 세수 예측이 부정확하여 계획적인 사업추진이 어려움
- 고향사랑기부금에 기부금을 축적하면서 예산에 다른 사업영역을 확정하는 방식으로 예산의 예측 부정확성을 보완하는 방식 필요

3. 선행연구 검토

- 고향사랑기부제 관련 국내 연구는 2008년(박균조)의 연구에서 일본 「지방세법령개정안(2008)」의 고향납세제도 내용과 도입배경, 도입방법 등을 소개하면서 시작됨
- 고향사랑기부제 관련 국내 연구는 일본사례분석 및 국내도입방안, 고향세 도입에 대한 지역의 대응방안, 기부 의사분석, 효과분석, 법률 제정 의의와 향후과제로 분류할 수 있음

〈표 1-2〉 고향사랑기부제관련 선행연구 분류 및 내용

구분	학자(연도)
일본사례분석 및 국내도입방안	염명배(2010), 김봉진(2016), 박상현, 이원학(2016), 신두섭, 염명배(2016), 김철(2017), 신승근, 조경희(2017), 심재승(2017), 신승근(2018) 국중호, 염명배(2018), 김홍환, 최원규(2018), 이현우 외(2020), 조진우(2020), 유병선, 이창림(2020)
기부 의사분석	신두섭, 하혜수(2017), 홍근석, 염명배, 신두섭(2019)
효과분석	김동영 외(2016), 홍근석, 임정빈(2019), 국중호, 염명배(2021)
법률 제정 의의와 향후과제	김홍환(2021), 염명배(2021), 김광용(2022), 신동철(2022)

자료: 연구자 정리

- 2010년 이후로 고향세의 국내 도입에 대한 논의가 이루어졌으며, 염명배(2010)의 연구에서 일본 고향납세제를 소개하고 이를 국내 도입 시 지역별 고향세 순유출입 규모를 분석하고, 긍정적, 부정적 측면을 일본과 비교하여 한국형 고향세 도입에 대한 정책을 제안함
 - 일본 고향납세제는 대도시와 농어촌 지역의 지방세 불균형을 개선하기 위해 2008년 도입되어 2009년 실시되었으나, 세수 규모가 작아 세수편차 개선의 효과가 크지 않음
 - 고향세 세수예측 결과(모든 주민들이 동일한 비율로 자신의 고향에 기부할 경우), 재정자립도가 높은 수도권 지역으로부터 재정자립도가 낮은 전남, 전북 등 지역으로 고향세가 이전되어 재정의 수평적 형평성을 증진시키고, 재정상태가 열악한 지역의 세수증가율이 높은 것으로 나타남
 - 고향세 제도의 다섯 가지의 긍정적 측면은 납세자가 '선택'가능, '고향의 중요성' 상기, '자치의식의 진화', '지방경영시대'의 특성 발휘, 재정격차를 줄이고 지역균형발전에 기여로 평가됨. 고향세 제도의 여섯가지 부정적 측면은 지방세의 조세원칙에 위배, 납세자 간 형평성 저해, 지방자치 원칙과 충돌, 납세자의 자발적 의사에 의존, 정책목적 달성여부 불투명, 지방자치단체 간 갈등, 고향세 과열 유치경쟁, 납세자의 선택 갈등 조장으로 평가됨
- 이후 2015년까지 관련 선행연구는 이루어지지 않았고, 2016~2020년 시기에 본격적으로 고향사랑기부제에 대한 학술적, 법적 논의가 이루어짐
- 2016~2020년까지 이루어진 고향사랑기부제도 관련 선행연구에서는 법률이 제정 전으로 일본의 고향납세제도를 분석하고 이를 한국에 적용했을 때 나타날 수 있는 쟁점 논의, 한국형 고향납세제도 운영방안에 대한 내용으로 이루어짐

- 일본 고향납세제도의 추이를 살펴보면서 도입성과 평가 및 국내 도입에 대한 시사점을 도출하고자 한 신두섭, 염명배(2016)의 연구결과, 일본의 고향납세제도는 답례품 제공, 세제 및 세정의 개편으로 어느 정도 성과를 거두었다고 평가함. 국내에 도입을 위해서는 지방자치단체에서 기부금품 납부 허용, 자기부담금 폐지, 답례품 가액 상한 설정, 응원지수 산출을 통한 지역별 소득공제율 차등 등 다섯가지 방안을 제시함
- 신승근, 조경희(2017)의 연구 결과, 제도로입 후 기부 활성화를 위한 답례품으로써 특산품을 개발하고 이를 지역사업과 어떻게 연계할지에 대한 방안 마련이 필요하고, 농수산물과 같은 일회성답례품, 숙박상품 등 연속성 답례품 등 창의성 있는 답례품을 제공하고 기부자 만족도 조사를 실시하여 지속적인 관리 필요
- 일본사례 및 선행연구를 통해 고향납세제도 도입 시 발생할 수 있는 문제점을 예방 또는 극복할 수 있는 대안을 마련하고자 한 김홍환, 최원구(2018) 연구 결과, 고향을 특정하지 않고 고향납세제도를 운영할 때 제한을 두지 않거나 전전년도 지방재정자립도나 재정자주도를 기준으로 전국 하위 70%이하 자치단체만 운영하는 방안을 제안함. 운영은 기부금방식으로 조세경쟁 방지를 위해 답례품을 제공하지 않는 것이 바람직함. 이러한 정책을 운영하기 위해서 고향사랑기부금센터 설립이 필요함을 주장
- 일본 고향세의 도입배경, 주요내용 등을 살펴보고, 우리나라 도입을 위한 입법 동향 및 문제점을 검토한 조진우(2020)의 연구결과, 일본 고향세는 지방자치단체의 인구가 적어도 세수를 확보할 수 있는 장점이 있고, 답례품을 통해 특산품을 홍보하는 방안으로 활용되어 지역경제 활성화에 기여할 수 있음. 그러나 고향납세 공제한도는 납세자의 작년 수입에 따라 달라지므로, 수입이 줄어든 경우 공제 한도가 줄어들고, 특색있는 답례품이 없는 경우 고향세 효과가 미비함. 고향세를 우리나라에 도입할 때는 고향세의 법적 성격(조세인가 기부금인가), '고향'에 대한 정의, 답례품으로 인한 과도한 경쟁을 방지, 법인세감면 도입, 세액공제 기준 등을 논의함
- 고향사랑기부제도 관련 사례는 '일본의 고향납세제도'가 유일하기 때문에 관련 선행 연구에서는 대부분 일본의 고향납세제도를 정리·분석하고, 한국형 고향세를 도입할 때 발생할 수 있는 쟁점과 대안에 대한 내용이 주를 이루고 있음
- 일본은 수도권지역과 비수도권 지역이 인구, 산업, 재정 등 전반적인 측면에서 큰 차이를 보이고, 이에 세수에서도 큰 격차가 존재하여, 지방자치단체의 세수를 확보하고 중앙과 지방간의 세원 편재를 해결하고자 고향납세제도를 도입함(김홍환, 최원구, 2018)
- 고향납세제도 법제화를 위해 총무성 고향납세연구회에서 고향납세를 할 수 있는 고향에 대한 정의, 고향납세의 세금 또는 기부 여부, 기부금의 주민세 공제방식(소득공제 또는 세액공제), 공제대상, 절차의 간소화 방안, 사용처, 세액공제 비율, 공제상한액 설정 등 쟁점사항에 대한 방안을 발표하여 제도 마련(신승근, 조경희, 2017)
- 일본 고향납세제도가 도입된 2008년에는 세수규모가 작았으나 2015년 원스톱특례제도 시행, 세액공제 확대, 답례품의 다양화, 지방정부의 적극적인 홍보 등으로 고향납세 기부금 규모가 증가하고 있으나, 고향납세에 대한 기부금은 매년 총액 예상이 어렵고 지방정부의 지방세수입 대비 고향납세 기부금 비중이 약 0.1%미만으로 세수확보 효과가 미비한 것으로 평가됨

〈표 1-3〉 선행연구에서 나타난 일본 고향납세제 주요내용

구분	주요내용
도입배경	수도권과 비수도권 간의 세원편재 현상을 해결하기 위해 고향납세제도 도입(김홍환, 최원구, 2018)
법률	「지방세법」 제37조의2(기부금세액공제)를 신설하면서 고향납세제 도입(2008년) - 2011년 개정, 납세자의 자비부담금액 인하(5,000엔→2,000엔) - 2015년 개정, 공제를 적용하는 기부상한액 인상(개인주민세 소득분의 10%→20%), 고향납세 원스톱 특례제도 도입 - 2016년, 지방창생응원세제(기업판 고향세) 도입
도입 쟁점	- 찬성의견 - 지방자치단체 간 재정 격차 해소에 기여 - 지방자치단체 조례 등으로 세수의 사용처를 한정하고, 납세자가 납세지를 선택하여 기부하기 때문에 세수가 투명하게 사용 운영 - 반대의견 - 고향에 대한 정의 및 적용 대상이 불명확함 - 기존 세목과 다른 특성을 가진 세목이 추가되어 지방자치단체의 세무 행정적 부담 확대 - 지방자치단체 간 재정 격차를 근본적으로 해소할 수 있는 대책이 아님
운영방식	- 소득세 납세 의무가 있는 납세자(개인)가 지방자치단체에 기부한 경우, 기부금에 해당하는 금액을 소득관련 세금으로 공제 - 고향납세는 특정기부금으로, 당해연도에 지출한 기부금 합계액에서 2,000엔을 제외한 나머지 금액에 대해 소득공제 - 출생지, 거주지 기초·광역자치단체, 응원하고 싶은 지방자치단체 등 기부할 지방자치단체 선택 - 공제한도 이내에서 기부대상 단체의 수, 금액, 횟수에 제한 없이 기부 가능 - 지방자치단체에서 제공하는 사용처 및 사용 용도, 교육 및 육아지원, 고령자 돌봄, 지진 및 재해피해지원 등 선택 가능 - 기부한도는 없고, 답례품은 기부금의 30% 이내로 권고하고 있음 - 답례품 외에 GCF(Government Crowd Funding)으로 고향세를 사용하여 운영하는 크라우드 펀딩으로 기부금 납부
기부금 ⁴⁾ 실적	- 고향납세 기부금 규모: 2008년 5.4만건, 총 81.4억엔 → 2015년 147.7만건 1,652.9억엔 → 2019년 2,333.6만건 4,875.4억엔으로 매년 소폭 증가 - 주민세액 공제자 실적: 2009년 3.3만명(18.9억엔) → 2016년 129.9만명(1,001.9억엔) → 2020년 406만명(3,391억엔)

자료: 김홍환, 최원구(2018), 이현우 외(2020), 홍근식, 염명배(2019)의 일본 사례분석 재구성

○ 일본사례분석 및 국내도입방안 연구에서 고향사랑기부제도의 전반적인 도입방안을 탐색하거나 제안한 연구가 대부분이나, 법률 제정이 탄력을 받으면서 지역별 대응방안에 대한 연구도 이루어지고 있음

- 충남형 고향사랑 기부제도 활용모델 개발 연구를 진행한 신승근(2018) 연구결과, 충청남도 지역명과 관련된 지역브랜드와 특산물 브랜드를 보유하고 있으나 인지도가 낮기 때문에 대표 브랜드를 육성에 대한 필요성과 고향사랑기부금을 주민참여예산으로 편입하여 지출현황을 모든 국민이 확인할 수 있게 공개, 기부자에게 정책평가를 받는 방안을 도입한 기부금 확충 방안을 제안함
- 고향사랑기부금제 도입과 대전광역시 대응방안 연구결과(유병선, 이창림, 2020), 대전광역시는 특별한 특산품이 없고 과학과 문화에 특화되어 있기 때문에 지역에서 사용가능한 지역화폐, 숙박권, 관광지, 박물관, 테마파크 입장권 등 체험형 답례품 개발이 필요함. 유성온천 숙박과 연계한 계룡산, 공주지역 자연문화투어, 대전 1일 시티투어 등을 고려할 수 있고, 근대문화거리 조성사업, 전통시장 관광자원화 사업 등 매력있는 기부금 사용 용도를 제시하여 기부금 확충을 위한 노력이 필요함

4) 일본총무성(2020). 고향납세에 관한 현황조사 결과, 이현우 외(2020) 재인용

- 2021년 10월 19일 고향사랑기부금에 관한 법률이 공포되면서 이후에는 고향사랑 기부제의 의의와 향후과제에 대한 내용으로 연구가 이루어지고 있으나, 법 시행 이전으로 학술적 연구보다는 이슈브리핑 등 정보제공 목적의 기고문이 주를 이루고 있음
 - 「고향사랑기부금에 관한 법률」은 인구감소와 유출로 인한 지방재정 악화와 지방소멸의 위기를 완화할 수단으로 제정됨(류영아, 2022)
 - 고향사랑기부금 유치를 위한 사업 및 아이디어 발굴에 지역의 역량을 집중하고, 답례품으로 제공할 지역 특산물의 품질을 향상할 필요가 있음. 특히 기부자가 지역에 방문할 수 있도록 일회성 답례품보다는 체험형 답례품(농업체험, 지역 시설이용권, 숙박 등) 개발 등 고향사랑기부제 성공을 위한 지역의 선제적 대응 필요(전지성 외, 2021)
- 고향사랑기부제 시행을 준비하기 위한 기부자에 대한 인식조사 연구는 신두섭, 하혜수(2017), 홍근석, 염명배, 신두섭(2019) 등의 연구가 있음
 - 비수도권이 고향인 수도권(서울, 경기, 인천)거주자를 대상으로 기부의사를 분석한 결과(신두섭, 하혜수, 2017), 기부대상처로는 '내가 살고 있는 지역'에 기부하겠다는 응답이 가장 많았고, '특정지역 없음'이 두 번째로 많았음. 기부 이후에는 기관현황 및 기부금 사용내역을 제공받고 싶어함
 - 잠재적 기부자의 인식을 조사 분석한 홍근석, 염명배, 신두섭(2019)의 연구에서는 전국에 있는 만 19-65세 국민을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 그 결과 고향사랑기부제도에 대한 도입 찬성은 약 50%로, 연령이 높을수록 자신의 출생지역에 기부하겠다는 응답이 높았고, 연령이 낮을수록 기부금 납부 의사가 낮았음
- 지금까지 이루어진 효과과련 연구는 신두섭, 하혜수(2017), 홍근석, 임정빈(2019), 국중호, 염명배(2021) 연구 등으로, 종합적으로 제도가 안정화되면 지방재정 확충 효과나 국세의 지방이전효과가 있을 것으로 분석됨
 - 신두섭, 하혜수(2017)는 비수도권이 고향인 수도권(서울, 경기, 인천) 거주자를 대상으로 설문조사를 실시하였고, 연간 지불의사액은 115.83만원, 전라도 지역은 112.93만원으로 추정됨
 - 홍근석, 임정빈(2019)은 조건부가치측정법을 활용하여 고향사랑기부제도의 도입효과 분석하였고, 그 결과 평균 지불의사금액은 99,164원으로 20세 이상 65세 미만 국민 전체, 납세자, 종합소득세 납세자가 평균 지불의사금액을 기부할 경우 지방재원은 3,058억원에서 15,917억원 증가하고, 비수도권 지역의 재원확충 효과 발생할 것으로 예측됨
 - 국중호, 염명배(2021)는 일본의 고향납세관련 데이터(2008~2018)를 활용하여 재정형평화 효과가 있는지를 분석하였고, 그 결과 2008년보다 2018년에 기부액, 공제액이 모두 증가하였고 일본 내 전체 인구수에 대한 고향납세 적용 비율을 보면 2008년 0.03%에서 2018년 3.11%로 증가하였음. 고향납세기부제도의 성숙화에 따라 지방재정 형평화 효과도 증가하고 있는 것으로 나타남



제2장

일본 고향납세제도 사례분석

1. 일본 고향납세제도 도입배경
2. 고향납세제도 운영현황
3. 고향납세제도 운영사례
4. 시사점

제2장 일본 고향납세제도 사례분석

1. 일본 고향납세제도 도입배경

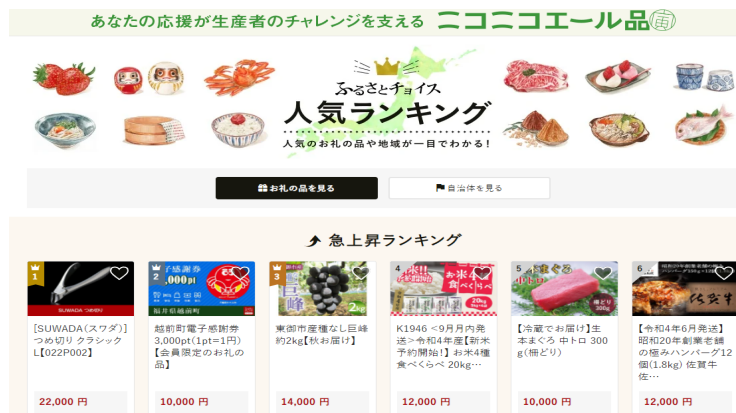
- 일본은 지방자치단체의 세수확보 및 중앙자치단체와 지방자치단체 간의 세원 편재를 해결하기 위해 지방분권일괄법(2000년)과 삼위일체개혁(2007년)을 추진
 - 일본정부는 1995년에 지방분권추진법을 제정하여 지방분권과 관련된 정책들의 계획적인 수립을 도모하기 시작하였으며, 2000년 4월에 지방분권일괄법을 제정하여 지방자치에 대한 제도적 틀을 구축함
 - 지방분권일괄법의 시행을 통해 기관위임사무를 국가사무와 자치사무, 법정수탁사무로 재편하였으나(국회예산정책처, 2009), 사무적 요소 외 실질적인 지방재정 건전성은 제고하지 못한 한계점이 지적됨
 - 삼위일체 개혁은 국고보조금, 지방세수입, 지방세교부를 일괄적으로 개혁하는 것으로 중앙-지방 간의 업무분담을 재검토하고 지방재건을 도모하기 위해 추진됨(한국법제연구원, 2007)
 - 삼위일체 개혁의 주요 내용은 1) 국가보조금 내 경비 및 기타경비 등의 일부를 삭감하고 이를 지방자치단체로 이양하여 지방세원으로 확충 2) 세원이양은 소득세 및 소비세와 같은 기본세를 대상으로 함 3) 지방투자경비 및 교부세 총액 억제 등을 통해 재원을 축소하여 지방재정의 세출 개선 등으로 구성됨
 - 삼위일체개혁은 제한적인 세원이양을 비롯하여 지방세출을 삭감하고 지방자치단체의 재원을 확보하고자 하였으나, 중앙의 재정적 어려움을 지방자치단체가 부담하는 형식으로 변모한 한계점을 지니고 있음
- 2008년, 도시권과 지방 간의 세수 격차를 완화하기 위해 ‘고향납세(ふるさと納税)제도’를 추진함
 - 일본의 광역자치단체에 해당하는 후쿠이현(福井県) 지사에 의해 ‘고향기부금 공제’도입이 제안되었으며, 감소추세를 이어나가고 있던 지방세수와 재정적자를 해결하고자 함(경기연구원, 2020)
 - 2007년, 일본의 아베내각이 ‘고향납세제도’에 대한 구체적인 제도설계 및 방안을 마련하였으며, 총무성 내에 고향납세연구회를 설치하였으며, 2008년에는 「지방세법등의 일부를 개정하는 법률」을 기반으로 「도도부현·시구정촌은 자율적 판단에 의거하여 개인주민세에 기부금이 공제될 수 있도록 기부금 조례를 지정할 수 있는 제도」가 발의됨(충남연구원, 2021)
 - 2019년 6월에 시행된 법률 개정 이후에는 총무대신이 지정기준(모집적정 실시기준, 답례비율 3할 이하, 지역 생산품) 하에 고향납세제도의 대상 지방자치단체를 지정하고 지정받지 못한 지방자치단체의 기부금은 고향납세의 혜택을 못받게 됨

〈표 2-1〉 고향납세 제도 추이

시기	내용
2007년 5월	스가 요시히데 총무대신(당시)은, 고향납세의 제도 창설을 위해 관련 연구회 창립을 발표
2007년 10월	고향납세연구회가 제도 설계 등을 제안한 보고서를 발표
2008년도세제개정	고향납세 도입(2008년 1월 이후에 지출되는 기부금으로부터 적용 개시). 구체적으로는 ①공제 방식의 소득공제에서 세액공제로의 변경 ②적용 하한액의 10만엔에서 5,000엔으로의 인하 ③지자체에의 기부금에 대해서 소득세와 개인주민세를 합해 일정한 상한(개인주민세 소득할액의 10%)까지 전액을 공제하는 구조(특례공제)의 도입 등 종전의 개인주민세의 기부금 세제를 확충
2011년도세제개정	소득세·개인 주민세에 있어서의 기부금 세제의 적용 하한액에 대해 5,000엔에서 2,000엔으로의 인하(2011년 1월 이후에 지출되는 기부금부터 적용 개시)
2015년도세제개정	개인 주민세의 특례 공제의 상한액에 대해 개인 주민세 소득할액의 10%에서 20%로의 인상(2015년 1월 이후에 지출되는 기부금부터 적용 개시), 원스톱 특례 제도의 도입(2015년 4월 이후에 지출되는 기부금부터 적용 개시)
2019년도세제개정	고향납세(특례공제)에 관한 지정제도의 도입(2019년6월 이후에 지출되는 기부금부터 적용 개시)

자료: 일본 국립국회도서관(2021)

- ‘고향납세제도’의 세(税)는 엄밀하게 정의하면 세금이 아닌 기부금이며, 납세자가 기부금을 통해 세액공제의 혜택을 받는 것을 의미
- 납세자는 ‘고향납세제도’를 통해 자신이 기부하고자 하는 자치단체를 결정할 수 있으며, 세액공제 및 기부대상 지역의 특산물을 답례품으로 받을 수 있음

자료: 후루사토 초이스 홈페이지(<https://www.furusato-tax.jp/>)

〈그림 2-1〉 고향납세 답례품 선택 사이트(후루사토 초이스)

- 납세자가 지방자치단체에 기부한 금액에서 2,000엔을 제외한 금액을 차년도 세금에서 공제받을 수 있음
- 예를 들어, 납세자의 기부상한액이 10,000엔 임에도 불구하고 11,000엔을 ‘고향납세 제도’를 통해 지방자치단체에 기부했을 경우, 11,000엔에서 자기부담금인 2,000엔이 제외된 9,000엔이 공제되는 것이 아닌, 기부상한액인 10,000엔에서 2,000엔을 제외한 8,000엔이 공제대상 금액이 됨
- ‘고향납세제도’는 자신의 기부상한액을 알아보고 기부를 희망하는 지방자치단체를 선택 하여 답례품을 받고 이후 공제를 신청하는 순서로 진행됨

← 공제외 →		← 공제액 →	
적용 하한액 2,000엔	소득세 공제액 (고향납세액-2,000엔)×소득세율	주민세공제액(기본분) (고향납세액-2,000엔)×주민세율(10%)	주민세공제액(특별분) 주민세소득의 20%한도

자료: 일본 총무성

〈그림 2-2〉 고향납세제도 세액공제

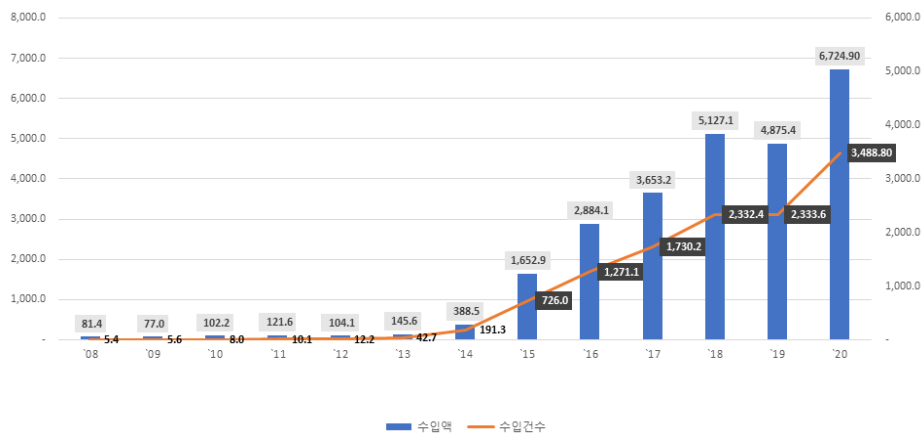
- ‘고향납세제도’를 통한 공제신청은 ‘확정신고’와 ‘원스톱 특례제도’로 구분됨
 - 확정신고란 기부할 지방자치단체를 결정 및 기부 후, 공제금액에 대한 기부금영수증을 세무서에 제출하여 주민세 공제 및 소득세의 환급이 진행됨
 - 원스톱 특례제도는 기부자 개인이 확정신고를 하지 않아도 기부금이 공제될 수 있도록 하기 위해 도입된 제도임. 확정신고 절차와 동일하게 기부를 희망하는 지방자치단체에 기부하고 기부서류 내에 원스톱 특례제도를 선택하여 이후에 주민세를 전액공제 받게 됨
 - 확정신고와 원스톱 특례제도의 공제금액은 동일하지만 기부 자자체수, 신청방법, 세금공제 방식, 신청기한 등에 차이점이 존재함
 - 확정신고는 기부 가능 지방자치단체 수에 제한이 없지만 원스톱 특례제도는 5개의 지방자치단체에만 기부가 가능하며, 확정신고는 기부금 영수증을 세무서에 제출해야 하지만 원스톱 특례제도는 기부 후, 기부신청서와 본인확인서류를 각 지방자치단체에 제출해야 함. 세금공제 방식에 있어서는 확정신고는 소득세와 주민세 공제 등의 혜택이 있지만 원스톱 특례제도는 주민세 내에서 전액공제가 진행되며, 확정신고는 기부 다음 해의 3월 까지, 원스톱 특례제도는 다음 해의 1월 까지 신고 및 제출이 진행되어야 함
 - 원스톱 특례제도의 특징은 1년 이내 5개 이하의 지방자치단체에 기부할 때, 확정신고가 요구되지 아니하고 특정 지방자치단체에 반복적으로 기부하여도 기타 4군데의 지방자치단체에도 기부가 가능함. 단, 특정 지방자치단체에 여러번 기부할 경우에는 기부할 때마다 신청서가 요구됨(한국지방행정연구원, 2019)
- 2016년부터는 기업판 고향납세제도인 지방창생응원세제가 도입되어 지방자치단체에 대한 기업의 납세(기부)가 허용됨
 - 기업판 고향납세제도는 내각부가 지정한 지방자치단체의 지방자치 프로젝트에 대해 기업이 기부할 경우, 법인관계세로부터 세액공제를 하는 구조임
 - 구체적으로 기존의 기부는 기부액의 30%를 손입산금 대상이었으나, 지방창생응원제도에서는 추가적으로 30%의 세액공제가 계상되며, 기업에 있어 기존에 비해 약 2배에 달하는 조세 경감 효과가 발생하게 됨
 - 예를 들어, 법인이 지방자치단체에 1,000만엔을 기부할 경우, 최대 900만엔의 법인관계세가 공제됨. 법인관계세는 법인주민세 및 법인세, 법인사업세 등으로 구성되며, 법인주민세는 기부액의 40%를 공제받을 수 있으며(법인주민세 법인세 중 상한은 20%), 법인세에 있어서는 법인주민세로 인한 공제가 40% 미만일 때 잔액을 공제받을 수 있음(상한액은 기부액의 10%이며, 법인세액의 5%가 상한임). 마지막으로 법인사업세에 있어서는 기부액의 20%를 세액공제 받을 수 있으며, 상한액은 법인사업세액의 20%임(내각부지방창생추진사무국, 2021)
 - 단, 개인의 고향납세제도와는 상이하게 기부금의 최소 금액이 10만 엔이며, 기업의 본사가 소재하고 있는 지방자치단체와 답례 및 대가성이 있는 기부는 단서조항에서 세액공제를 제한하고 있음

2. 고향납세제도 운영현황

○ 고향납세제도에 의한 기부금액은 매년 증가하고 있는 추세를 보이고 있음

- 2020년도의 고향납세 실적은 약 3,488만 건으로 전년대비 약 49.5% 증가하였으며, 금액의 경우에는 6,724억엔으로 전년도 대비 약 37.9% 증가함

* 2011년 동일본 지진과 관련된 기부금은 포함되지 않음



〈그림 2-3〉 고향납세제도 연도별 수입액과 수입건수

〈표 2-2〉 고향납세 수입액 및 수입건수 추이(2008~2020)

(단위: 억엔, 만건)

연도	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20
수입액	81.4	77.0	102.2	121.6	104.1	145.6	388.5	1,652.9 (286.7)	2,884.1 (501.2)	3,653.2 (705.7)	5,127.1 (1,140.7)	4,875.4 (1,166.7)	6,724.9 (1,808.5)
수입건수	5.4	5.6	8.0	10.1	12.2	42.7	191.3	726.0 (147.7)	1,271.1 (256.7)	1,730.2 (376.1)	2,332.4 (581.0)	2,333.6 (594.0)	3,488.8 (1,006.5)

주1) 수입액 및 수입건수는 법인으로부터의 기부금을 제외하고 고향납세로 인정되는 기부금만 계상

주2) 2011년 도호쿠 지방 태평양 해역 지진과 관련된 일부 기부금은 미포함될 수 있음

주3) 괄호 안의 수치는 원스톱 특례제도의 이용실적임

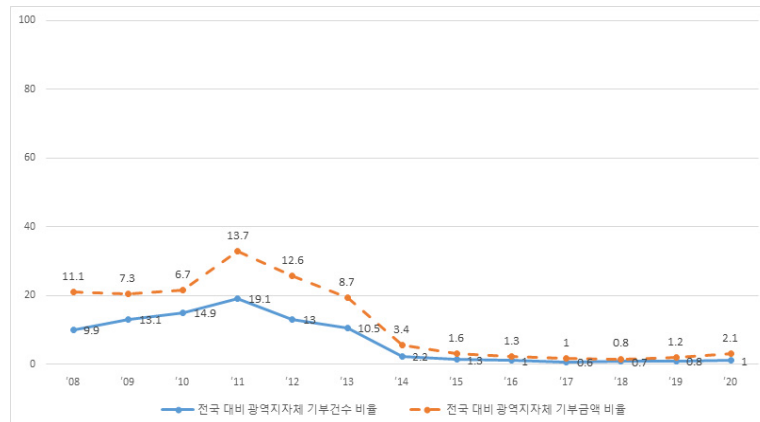
자료: 총무성(2021) '고향납세에 관한 현황조사 결과(2021년도 실시)' 재구성

○ 일본 고향납세 실적 중 광역지자체의 기부건수와 기부금액의 비율을 보면, 시행초기인 2008년 전국 대비 광역지자체에 기부건수 비율은 9.9%로 2011년까지 점차적으로 증가하다가 2012년부터 감소하기 시작, 2014년에는 2.2%로 급격하게 감소 후 2015년부터 현재까지 약 1% 비율을 유지하고 있음

- 2020년 기초지자체 기부건수는 34,531,978건, 광역지자체 기부건수는 355,926건으로 전체 기부건수 중 광역지자체 비율은 1%임

○ 전국 대비 광역지자체 기부금액 비율도 시행초기에는 11.1%(2008) 정도였으나, 2014년 3.4%로 급격하게 감소 후 2015년부터 현재까지 약 1~2% 비율 유지

- 2020년 기초지자체 기부금액은 658,564,144천엔, 광역지자체 기부금액은 13,925,410천엔으로 전체 기부금액 중 광역지자체 비율은 2.1%임



〈그림 2-4〉 전국 대비 광역지자체 기부건수 및 기부금액 비율

자료: 행정안전부, 한국지방행정연구원(2022). '광역지자체의 고향사랑기부제 추진 방향' 재구성

- 2020년 기준, 일본의 광역자치단체 중에서 가장 많은 고향납세 수입액을 달성한 지역은 홋카이도로 2019년 대비 46.6% 증가한 975.1억엔인 것으로 나타남
 - 2020년 고향납세 수입액 순위는 홋카이도가 975.1억엔으로 가장 높았으며, 카고시마(398.2억엔), 미야자키(365.4억엔), 후쿠오카(364.9억엔), 야마가타(347.8억엔) 등의 순으로 나타남
 - 2020년 고향납세 수입액 순위가 가장 낮은 지역은 토쿠시마(15.1억엔)로 나타났으며, 토야마(18.1억엔), 야마구치(23.0억엔), 나라(23.7억엔), 토치기(33.2억엔) 등의 순으로 나타남
 - 2019년 대비 고향납세 수입액 증가율이 가장 높은 지역은 쿠마모토가 144.2%로 가장 높았으며, 교토(115.2%), 후쿠이(109.3%), 후쿠시마(88.2%), 도쿄(87.7%) 등의 순으로 나타남
 - 2019년 대비 고향납세 수입액 증가율이 가장 낮은 지역은 오사카(-37.6%)로 나타났으며, 치바(-17.2%), 돗토리(-10.7%), 군마(-2.7%), 나가사키(7.8%) 등의 순으로 나타남
- 2020년 기준, 일본의 광역자치단체 중에서 가장 많은 고향납세 수입건수를 달성한 지역은 홋카이도로 나타났으며, 2019년 대비 50.9% 증가한 577만 건인 것으로 나타남
 - 2020년 고향납세 수입건수 순위는 홋카이도가 576.8만 건으로 가장 높았으며, 후쿠오카(242.5만 건), 카고시마(226.5만 건), 야마가타(198.5만 건), 사가(189.7만 건) 등의 순으로 나타남
 - 2020년 고향납세 수입건수 순위가 가장 낮은 지역은 도쿄(6.5만 건)로 나타났으며, 토야마(7.3만 건), 토쿠시마(7.9만 건), 야마구치(9.1만 건) 등의 순으로 나타남
 - 2019년 대비 고향납세 수입건수 증가율이 가장 높은 지역은 쿠마모토가 153.6%로 가장 높았으며, 후쿠이(148.8%), 교토(146.8%), 효고(114.6%), 야마나시(106.5%) 등의 순으로 나타남
 - 2019년 대비 고향납세 수입액 증가율이 가장 낮은 지역은 돗토리(-17.6%)로 나타났으며, 오키나와(1.0%), 오사카(2.9%), 치바(3.8%), 시마네(3.9%) 등의 순으로 나타남

〈표 2-3〉 광역자치단체별 고향납세 수입액 및 수입건수 현황(2019~2020)

(단위: 억엔, 만건)

지역명	2020년				2019년				증감률			
	수입액	순위	수입건수	순위	수입액	순위	수입건수	순위	수입액	순위	수입건수	순위
홋카이도	975.1	1	576.8	1	660.5	1	382.2	1	47.6	18	50.9	22
아오모리	45.7	39	32.8	29	34.8	35	23.8	28	31.1	29	37.7	28
이와테	116.1	20	67.0	17	64.8	25	35.0	21	79.2	7	91.8	6
미야기	112.1	21	56.4	19	82.2	22	40.7	20	36.3	26	38.8	27
아키타	68.7	29	42.4	24	45.2	31	27.1	27	52.2	12	56.5	15
야마가타	347.2	5	198.5	4	234.6	6	120.0	6	48.0	17	65.4	11
후쿠시마	47.3	36	17.4	37	25.2	41	10.5	38	88.2	4	66.4	9
이바라키	153.5	15	71.2	15	119.9	12	53.8	13	28.0	33	32.2	31
토치기	33.2	43	14.5	41	23.8	43	9.0	42	39.9	23	59.9	14
군마	48.1	35	16.6	38	49.4	29	12.8	36	-2.7	44	29.8	33
사이타마	46.7	37	14.9	40	31.1	38	9.6	39	50.4	16	55.3	18
치바	88.4	23	50.8	21	106.8	15	49.0	15	-17.2	46	3.8	44
도쿄	46.4	38	6.5	47	24.7	42	4.0	47	87.7	5	62.1	12
카나가와	127.4	19	38.1	25	111.0	14	30.9	25	14.7	41	23.2	38
니가타	199.9	10	73.0	14	154.8	8	57.7	12	29.1	32	26.4	34
토야마	18.1	46	7.3	46	10.9	47	4.4	46	66.3	9	65.6	10
이시카와	33.3	42	11.7	42	28.6	40	9.3	40	16.4	40	25.0	37
후쿠이	70.1	28	37.2	26	33.5	36	15.0	35	109.3	3	148.8	2
야마나시	184.3	12	100.4	11	98.6	20	48.6	16	87.0	6	106.5	5
나가노	192.5	11	87.2	13	154.5	9	71.7	8	24.6	36	21.6	39
기후	155.3	14	68.1	16	102.1	16	45.0	18	52.1	13	51.4	21
시즈오카	211.7	9	107.2	9	147.3	10	68.9	9	43.7	20	55.5	17
아이치	151.5	16	45.3	23	113.8	13	33.0	23	33.2	27	37.3	29
미에	85.0	25	35.2	28	58.9	26	23.1	29	44.2	19	51.9	20
시가	76.5	27	21.9	34	53.9	28	15.3	34	42.0	21	43.2	25
교토	67.2	30	19.8	35	31.2	37	8.0	43	115.2	2	146.8	3
오사카	158.7	13	52.6	20	254.2	5	51.1	14	-37.6	47	2.9	45
효고	228.0	8	94.3	12	128.3	11	44.0	19	77.7	8	114.6	4
나라	23.7	44	10.4	43	17.9	44	9.2	41	32.3	28	13.7	42
와카야마	150.6	17	126.1	8	99.6	19	80.7	7	51.2	14	56.3	16
돗토리	48.2	34	26.4	32	54.0	27	32.0	24	-10.7	45	-17.6	47
시마네	44.0	40	17.5	36	40.0	32	16.9	33	9.9	42	3.9	43
오카야마	54.5	32	22.8	33	45.9	30	20.0	30	18.7	38	13.9	41
히로시마	39.7	41	15.5	39	30.5	39	12.3	37	30.1	30	25.8	35
아마구치	23.0	45	9.1	44	15.3	45	5.9	45	50.4	15	53.5	19
토쿠시마	15.1	47	7.9	45	12.6	46	6.7	44	19.7	37	19.1	40
카가와	58.7	31	35.6	27	36.1	34	19.8	31	62.7	11	80.1	7
에히메	52.7	33	29.5	30	38.0	33	19.6	32	38.8	24	50.7	23
고치	136.6	18	100.5	10	97.4	21	62.6	10	40.2	22	60.6	13
후쿠오카	364.9	4	242.5	2	222.9	7	138.7	4	63.8	10	74.9	8
사가	336.7	6	189.7	5	266.4	3	145.9	3	26.4	35	30.1	32
나가사키	110.1	22	58.6	18	102.1	16	46.8	17	7.8	43	25.1	36
쿠마모토	249.0	7	151.2	7	101.9	18	59.6	11	144.2	1	153.6	1
오이타	88.1	24	49.4	22	68.1	23	33.9	22	29.3	31	45.6	24
미야자키	365.4	3	176.3	6	264.2	4	132.0	5	38.3	25	33.6	30
카고시마	398.2	2	226.5	3	311.7	2	159.7	2	27.8	34	41.8	26
오키나와	78.2	26	28.1	31	66.8	24	27.8	26	17.1	39	1.0	46
합계	6,724.9	-	3,488.8	-	4,875.4	-	2,333.6	-	37.9	-	49.5	-

자료: 총무성(2021) '고향납세에 관한 현황조사 결과(2021년도 실시)' 재구성

- 2020년 기준, 일본의 기초자치단체 중에서 가장 많은 고향납세 수입액을 달성한 지역은 135.3억엔을 달성한 미야자키현 미야코노조시인 것으로 나타났으며, 고향납세 수입건수의 경우에는 홋카이도 몬베쓰시가 60.4만 건으로 가장 많은 것으로 나타남
- 2020년 고향납세 수입액이 가장 많은 기초자치단체는 미야자키현 미야코노조시가 135.3억엔으로 가장 높았으며, 홋카이도 몬베쓰시(133.9억엔), 홋카이도 네무로시(125.5억엔), 홋카이도 시라누카조(97.4억엔), 미야자키현 쓰노조(82.7억엔) 등의 순으로 나타남
- 2020년 고향납세 수입건수가 가장 많은 기초자치단체는 홋카이도 몬베쓰시가 86.7만건으로 가장 많았으며, 홋카이도 네무로시(72.3만 건), 홋카이도 시라누카조(65.9만 건), 미야자키현 미야코노조시(60.4만 건), 미야자키현 쓰노조(41.6만 건) 등의 순으로 나타남

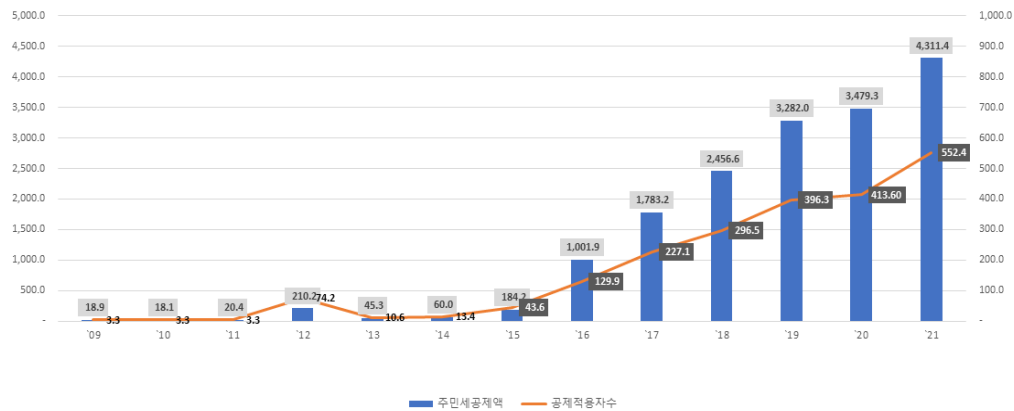
〈표 2-4〉 2020년도 기초자치단체 고향납세 수입액 및 수입건수 순위

(단위: 억엔, 만건)

지역명		수입액	순위	수입건수	순위
미야자키현	미야코노조시	135.3	1	60.4	4
홋카이도	몬베쓰시	133.9	2	86.7	1
홋카이도	네무로시	125.5	3	72.3	2
홋카이도	시라누카조	97.4	4	65.9	3
미야자키현	쓰노조	82.7	5	41.6	5
아마나시현	후지요시다시	58.3	6	23.3	15
아마가타현	사가에시	56.8	7	26.7	11
효고현	스모토시	54.0	8	34.7	8
효고현	카사이시	53.4	9	12.8	20
시즈오카현	아이즈시	52.2	10	26.1	12
가고시마현	시부시시	51.1	11	21.7	17
가고시마현	오사키조	49.8	12	35.0	7
니가타현	쓰바메시	49.0	13	15.8	19
기후현	세키시	48.9	14	18.8	18
사가현	기미미네조	44.4	15	24.5	13
사가현	가라쓰시	44.1	16	28.4	10
후쿠오카현	이이즈카시	43.8	17	37.7	6
가고시마현	미나미사쓰마시	43.0	18	24.0	14
와카야마현	아리다시	41.0	19	32.8	9
홋카이도	데시카가조	39.7	20	22.5	16

자료: 총무성(2021) '고향납세에 관한 현황조사 결과(2021년도 실시)' 재구성

- 고향납세제도에 의한 주민세 공제액은 매년 증가하고 있는 추세를 보이고 있음
- 2021년도의 고향납세로 인한 주민세 공제액은 약 4.311억엔으로 전년 대비 약 1.2배에 달하며, 소득공제적용자수는 552만 명으로 전년 대비 약 1.3배인 것으로 나타남



〈그림 2-5〉 고향납세관련 주민세공제액 및 공제적용자수 추이

〈표 2-5〉 고향납세관련 주민세공제액 및 공제적용자수 추이(2009~2021)

(단위: 억엔, 만명)

년도	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21
주민세 공제액	18.9	18.1	20.4	210.2	45.3	60.0	184.2	1,001.9 (229.6)	1,783.2 (448.1)	2,456.6 (649.4)	3,282.0 (964.0)	3,479.3 (1,086.1)	4,311.4 (1,535/4)
공제 적용자수	3.3	3.3	3.3	74.2	10.6	13.4	43.6	129.9 (41.9)	227.1 (77.2)	296.5 (110.1)	396.3 (161.5)	413.60 (177.3)	552.4 (270.8)

주1) 각년도의 수는 전년도(예를 들어, 2021년도의 대해서는 2020년 1월 1일 ~ 2020년 12월 31일 간)의 고향납세에 대한 공제적용상황을 의미함

주2) 괄호 안의 수는 고향납세 원스톱특례제도의 적용실적률 의미함

주3) 2020년까지의 수치는 각년도 '시정촌세 과세 상황 등의 조사'에 기반하며, 2021년도의 수치는 현황조사 결과에 의해 산출됨

자료: 총무성(2021) '고향납세에 관한 현황조사 결과(2021년도 실시)' 재구성

- 2021년 기준, 일본의 광역자치단체 중에서 고향납세로 인한 주민공제액이 가장 높았던 지역은 도쿄로 나타남
 - 2021년 고향납세로 인한 주민공제액은 도쿄가 1,079.2억엔으로 가장 높았으며, 카나가와(453.4억엔), 오사카(361.5억엔), 아이치(324.1억엔), 사이타마(239.8억엔) 등의 순으로 나타남
 - 2021년 고향납세로 인한 주민공제액이 가장 낮은 지역은 돗토리(7.5억엔)로 나타났으며, 아키타(8.1억엔), 시마네(8.3억엔), 코치(9.3억엔), 이와테(12.6억엔) 등의 순으로 나타남
- 2021년 기준, 일본의 광역자치단체 중에서 고향납세로 인한 공제적용자수가 가장 많았던 지역은 도쿄로 나타남
 - 2021년 고향납세로 인한 공제적용자수는 도쿄가 111.6만명으로 가장 높았으며, 카나가와(55.7만명), 오사카(49.6만명), 아이치(41.4만명), 사이타마(33.6만명) 등의 순으로 나타남
 - 2021년 고향납세로 인한 공제적용자수가 가장 낮은 지역은 돗토리(1.2만명)로 나타났으며, 아키타(1.3만명), 시마네(1.3만명), 고치(1.4만명), 이와테(1.9만명) 등의 순으로 나타남

〈표 2-6〉 2021년 광역자치단체별 주민세공제액 및 공제적용자수 현황

(단위: 억엔, 만명)

지역명	주민세공제액	순위	공제적용자수	순위
홋카이도	111.1	9	16.9	9
아오모리	12.7	42	1.9	42
이와테	12.6	43	1.9	41
미야기	48.3	15	6.8	16
아키타	8.1	46	1.3	46
야마가타	13.8	38	2.1	40
후쿠시마	23.5	27	3.4	27
이바라키	62.8	13	8.9	13
토치기	39.7	20	5.3	21
군마	39.6	21	5.4	20
사이타마	239.8	5	33.6	5
치바	237.8	6	30.8	6
도쿄	1,079.2	1	111.6	1
카나가와	453.4	2	55.7	2
니가타	29.1	23	4.3	23
토야마	17.3	35	2.8	34
이시카와	26.2	25	3.9	25
후쿠이	13.6	39	2.2	38
야마나시	17.0	36	2.3	36
나카노	34.5	22	5.0	22
기후	52.7	14	7.6	14
시즈오카	86.2	11	12.2	11
아이치	324.1	4	41.4	4
미에	47.4	17	6.8	15
시가	44.9	18	6.5	17
교토	94.8	10	12.6	10
오사카	361.5	3	49.6	3
효고	214.3	7	28.3	7
나라	47.5	16	6.5	19
와카야마	20.2	31	2.9	33
돗토리	7.5	47	1.2	47
시마네	8.3	45	1.3	45
오카야마	43.1	19	6.5	18
히로시마	75.4	12	10.1	12
야마구치	24.2	26	3.7	26
토쿠시마	13.2	41	1.9	43
카가와	21.5	30	3.2	30
에히메	23.3	28	3.3	28
고치	9.3	44	1.4	44
후쿠오카	136.8	8	19.2	8
사가	13.4	40	2.2	39
나가사키	20.1	33	2.9	32
쿠마모토	26.6	24	3.9	24
오이타	17.4	34	2.6	35
미야자키	15.0	37	2.2	37
카고시마	22.8	29	3.3	29
오키나와	20.1	32	3.1	31
합계	4,311.4	-	552.4	-

자료: 총무성(2021) '고향납세에 관한 현황조사 결과(2021년도 실시)' 재구성

- 2021년 기준, 일본의 기초자치단체 중에서 고향납세로 인한 시정촌민공제액이 가장 높은 지역은 카나가와현 요코하마시로 나타남
- 2021년 고향납세로 인한 시정촌민공제액은 카나가와현 요코하마시가 177.0억엔으로 가장 높았으며, 아이치현 나고야시(106.5억엔), 오사카부 오사카시(91.8억엔), 카나가와현 카와사키시(81.7억엔), 도쿄도 세타가야구(60.7억엔) 등의 순으로 나타남
 - 2021년 고향납세로 인한 공제적용자수는 카나가와현 요코하마시가 26.0만명으로 가장 높았으며, 오사카부 오사카시(15.6만명), 아이치현 나고야시(15.1만명), 카나가와현 카와사키시(12.5만명), 홋카이도 삿포로시(9.3만명) 등의 순으로 나타남

〈표 2-7〉 2021년 기초자치단체별 주민세공제 및 공제적용자수 현황

(단위: 억엔, 만명)

지역명		시정촌민공제액	공제적용자수	순위
카나가와현	요코하마시	177.0	26.0	1
아이치현	나고야시	106.5	15.1	3
오사카부	오사카시	91.8	15.6	2
카나가와현	카와사키시	81.7	12.5	4
도쿄도	세타가야구	60.7	8.7	6
사이타마현	사이타마시	54.1	8.4	9
후쿠오카현	후쿠오카시	53.5	8.5	8
효고현	고베시	52.3	8.6	7
홋카이도	삿포로시	51.4	9.3	5
교토부	교토시	49.8	7.8	10
도쿄도	미나토구	39.0	3.4	19
치바현	치바시	35.3	5.0	16
도쿄도	고토구	32.9	5.7	12
히로시마현	히로시마시	32.7	5.5	13
도쿄도	오타구	32.0	6.3	11
도쿄도	시나가와구	30.7	5.1	15
도쿄도	시부야구	30.5	2.8	20
도쿄도	스기나미구	30.2	5.3	14
미야기현	센다이시	28.5	4.6	17
도쿄도	메구로구	27.4	3.5	18

자료: 총무성(2021) '고향납세에 관한 현황조사 결과(2021년도 실시)' 재구성

3. 고향납세제도 운영사례

가. 고향납세 활용사례

1) 교육·육아 분야

- 오키나와 기노완시(沖縄県・宜野湾市)⁵⁾에는 약 480ha 규모의 후텐마 비행장이 소재해 있으며, 비행장의 소음으로 인해 지역 내 학생들에 대한 부담이 지역문제로 대두됨
 - 기노완시는 오키나와의 정치, 경제, 문화의 중심지로 컨벤션센터, 트로피컬 비치 등이 입지해 있음
 - 시내 중심에는 후텐마 비행장이 위치해 있으며, 시내 면적의 약 25%를 차지하고 있음. 후텐마 비행장의 인근에는 15개의 초중학교가 위치하고 있어 사고 및 소음에 대한 문제가 제기되고 있음
 - 기노완시는 후텐마 비행장의 반환을 통해 오키나와의 경제, 교육, 문화의 중심으로서의 발전과 국제성 높은 ‘뿌리’의 도시로서의 도약을 도모하고 있음
- 오키나와 기노완시에서는 고향납세로 인한 기부금을 통해 ‘미래를 짚어질 국제성있는 청년 육성’ 사업을 진행함
 - 기부 모집기간은 2017년 9월부터 2018년 3월까지 총 194일간 진행되었으며, 목표금액은 8백만 엔으로 이중 328.1만엔(41%)이 달성됨
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 ‘양질의 포괄적인 교육제공과 평생학습기회 제공’ 및 ‘목표들의 이행수단 강화와 기업 및 의회, 국가 간의 글로벌파트너십 강화’를 달성하고자 함
- ‘미래를 짚어질 국제성있는 청년 육성’ 사업은 시내 학생들의 미국유학을 지원하는 사업임
 - 시내 학생들의 국제적인 시야를 넓힐 수 있도록 미국 단기 유학을 지원하기 위해 사업이 실시되었으며, 시내의 중학생 10명이 사업 대상임(* 1인당 80만엔 x 10명 = 800만엔)
 - 미국 단기 유학 대상은 영어 스토리 콘테스트(영어 발표회)의 우수 학생 상위 10명을 선정하여 지원하게 됨



자료: 후루사토 초이스 홈페이지(<https://www.furusato-tax.>)

〈그림 2-6〉 미국단기유학 귀국보고회

5) 자료 : <https://www.furusato-tax.jp/gcf/205>

2) 지역개발·스포츠 분야

- 돗토리현 코토우라조(鳥取県・琴浦町)⁶⁾는 집중호우로 인해 기존의 벚꽃 나무들이 쓰러지는 사태를 겪음
 - 코토우라조는 돗토리현 중앙에 위치하고 있으며, 농업과 어업, 상공업이 발달한 지역임
 - 약 2만명의 인구가 거주하고 있으며, ‘오야마 폭포’, ‘천황수’ 등의 지역관광자원을 비롯하여 지역 술, 어묵, 과자, 우유 및 유제품 등의 특산물들을 보유하고 있음
 - 코토우라조에는 벚꽃으로 유명한 센조산이 위치하고 있으며, 약 4,600그루의 벚꽃나무 중심의 ‘센조산 벚꽃 축제’ 등으로 관광객들을 유치하고 있음
- 돗토리현 코토우라조에서는 고향납세로 인한 기부금을 통해 ‘센조산의 벚꽃을 되살리자’ 사업을 진행함
 - 기부 모집기간은 2014년 9월부터 2014년 10월까지 총 15일간 진행되었으며, 목표금액은 2백만 엔으로 이중 306만엔(153%)이 달성됨
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 ‘안전하고 복원력 있는 지속 가능한 도시와 인간거주’ 및 ‘기후 변화에 대한 영향방지와 긴급조치’, ‘육지생태계 보존과 산림보존, 사막화방지, 생물다양성 유지’ 등을 달성하고자 함
- ‘센조산의 벚꽃을 되살리자’ 사업은 기부금을 통해 집중호우로 쓰러진 벚꽃나무를 복원하여 벚꽃의 명소를 도모하는 사업임
 - 기부금을 통해 130그루의 벚꽃나무를 식재하였으며, 식재 당시에는 코토우라조의 주민들을 비롯하여 코토우라조 의회의장 및 코토우라조 관광협회 관계자들이 참여함
 - 기부자에게는 지역의 특산물인 마츠바가니(꽃게)와 하가시후키 와규(소고기) 등의 답례품이 제공되었으며, 20만엔 이상의 기부자에게는 센조산 벚꽃 축제의 1박 2일권을 제공함



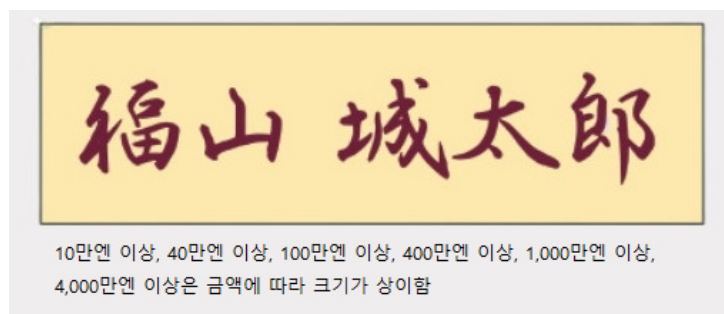
자료: 후루사토 초이스 홈페이지(<https://www.furusato-tax.>)

〈그림 2-7〉 돗토리현 코토우라조 고향납세 답례품

6) <https://www.furusato-tax.jp/gcf/3>

3) 문화·역사 분야

- 히로시마 후쿠야마시(広島県福山市)⁷⁾에는 400년의 역사를 자랑하는 후쿠야마시의 상징인 후쿠야마성이 위치해 있으며, 외관복원 사업이 진행되고 있음
 - 후쿠야마시는 세토우치 연안부 중앙에 위치하고 있으며, 온난한 기후 및 풍부한 자연관광자원을 보유하고 있음
 - 후쿠야마시는 제조업 중에서도 원단산업이 발달하였으며, 일본 내 청바지 원단소재의 약 70%를 생산하고 있음
 - 이외에도 제2차 세계대전으로 인해 소실된 시가지에 장미 1,000송이를 심어 장미공원을 개발하였으며, ‘장미의 거리 후쿠야마’라는 브랜드를 창출해냄
- 히로시마 후쿠야마시에서는 고향납세로 인한 기부금을 통해 ‘후쿠야마성 천수각 철판 복원’ 사업을 진행함
 - 기부 모집기간은 2021년 4월부터 11월까지 총 230일간 진행되었으며, 목표금액은 1천만엔으로 이중 2,679만엔(267.9%)이 달성됨
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 ‘안전하고 복원력 있는 지속 가능한 도시와 인간거주’, ‘지속 가능한 소비와 생산 패턴 보장’을 달성하고자 함
- 후쿠야마성 천수각 철판 복원’ 사업은 1945년, 후쿠야마 공습으로 인해 소실되었던 천수각을 복원하는 사업임
 - 1966년, 시민들의 기부로 인해 천수각의 일부는 복원되었으나, 기술적인 문제 및 기부금 부족 등의 문제로 천수각 북측 철판장, 천수각 최상층의 환연 및 고란, 하두창 등은 복원할 수 없었음
 - 후쿠야마성 축성 400년을 기념하여 전면복원 사업이 추진되었으며 이를 통해 일본 유일의 철판장 성벽을 복원하고자 함
 - 기부자들에게는 증명서 발행을 비롯하여 철판 내 이름 각인, 기념배지, 기념이벤트 초대 등의 답례가 제공됨



자료: 후루사토 초이스 홈페이지(<https://www.furusato-tax>.)

〈그림 2-8〉 후쿠야마성 천수각 철판 복원 고향납세 답례품

7) <https://www.furusato-tax.jp/gcf/1214>

4) 복지 분야

- 도쿄도 분쿄구(東京都・文京区)⁸⁾에서는 경제적으로 어려운 가정 내 어린이들에게 식료품을 지원하는 사업을 추진함
 - 코로나19는 일본 내 가계의 금전적 어려움을 초래하였으며 이로 인해 아동들의 식생활에도 어려움이 발생함
 - 빈곤 가정 속에서 주위에 도움을 구할 수 없는 부모 및 아동들은 질병과 우울, 학대 등에 노출될 가능성이 높으며, 분쿄구는 이와 같은 근본적 문제들을 해결하고자 함
- 도쿄도 분쿄구에서는 고향납세로 인한 기부금을 통해 ‘생명을 잇는 아동 가정식(집밥)’으로 아동과 가정을 돕기’ 사업을 진행함
 - 기부 모집기간은 2021년 4월부터 2022년 3월까지 총 365일간 진행되었으며, 목표금액은 4,740만엔으로 이중 5,764만엔(121.6%)이 달성됨
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 ‘모든 형태의 빈곤 종결’, ‘국가 내, 국가 간의 불평등 해소’, ‘평화적, 포괄적 사회증진, 모두가 접근가능한 사법제도와 포괄적 행동제도 확립’, ‘목표들의 이행수단 강화와 기업 및 의회, 국가 간의 글로벌파트너십 활성화’ 등을 달성하고자 함
- ‘생명을 잇는 아동 가정식(집밥)’으로 아동과 가정을 돕기’ 사업은 빈곤 가정 내 아동들을 대상으로 식료품을 제공하는 복지사업임
 - 빈곤 가정 아동들에게 정기적으로 쌀과 간식 등의 식료품을 자택으로 배송하는 사업으로 소셜 네트워크로 간편하게 신청할 수 있음
 - 행정기관을 비롯하여 기업, MPO 등 7개의 단체가 지원사업에 협력하고 있음
 - 해당 사업의 이용 가정들은 인근 주민이 모르도록 지원받기를 희망했기에 이에 대한 대응으로 주민 센터에 방문하지 않아도 소셜 네트워크로 신청할 수 있도록 시스템을 구축하였으며, 일반 택배와 동일한 형태로 받을 수 있도록 조치를 취함



자료: 후루사토 초이스 홈페이지(<https://www.furusato-tax.>)

〈그림 2-9〉 분쿄구 지원품목 예시

8) <https://www.furusato-tax.jp/gcf/1187>

5) 지역·산업진흥 분야

- 에히메현 세이요시(愛媛県・西予市)⁹⁾에서는 인구감소로 인한 지방소멸 문제가 대두되었으며, 활기 있는 마을을 조성하기 위해 오래된 가옥을 카페로 개조하는 사업을 진행함
 - 에히메현의 남부에 위치한 세이요시는 면적의 약 75%가 산림으로 되어 있으며, 자연과 문화, 사람이 빛나는 교류의 거리로 불리고 있음
 - 세이요시는 역사적 건조물과 고분군 등의 문화유산을 비롯하여 민속예능과 전통행사들이 보존·전승되어 있음
 - 지역의 특산물로는 대표적으로 굴이 있으며, 이외에도 어패류, 쌀, 포도, 밤, 유제품, 쇠고기 등 다 품목산지로 손꼽힘
- 에히메현 세이요시에서는 고향납세로 인한 기부금을 통해 ‘고민가 카페가 연결하는, 사람과 사람’ 사업을 진행함
 - 기부 모집기간은 2016년 4월부터 7월까지 총 112일간 진행되었으며, 목표금액은 300만엔으로 이 중 360만엔(120.2%)이 달성됨
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 ‘지속 가능한 경제성장 및 양질의 일자리와 고용보장’, ‘사회기반시설 구축, 지속 가능한 산업화 증진’, ‘지속 가능한 소비와 생산 패턴 보장’ 등을 달성하고자 함
- ‘고택 카페가 연결하는, 사람과 사람’ 사업은 단순히 카페로서의 역할만을 수행하는 것이 아닌 부수적인 메커니즘을 도입하여 지역 진흥을 도모하고 있음
 - ‘중요 전통적 건조물군 지구’로 지정되어 있기 때문에 관광객들이 머물 수 있는 휴식공간을 제공하고 메뉴 구성은 현지 특산물을 활용하여 현지 식료품 산업에 기여 하고자 함
 - 타지역 출신 주부들의 사회적 고립을 완화하기 위해 지역 커뮤니티 ‘엄마들의 살롱’을 계획하였으며, 헤어·메이크업 강습 및 핸드메이드 교육 등을 제공하며, 맞은 편에 위치한 유치원의 원생들을 대상으로 부모가 데리러 오기 전까지 아이들을 맡아주는 기능도 수행함

6) 관광·교류 분야

- 고치현 오치조정(高知県・越知町)¹⁰⁾은 숙박시설과 관련된 인프라가 미흡하여 관광객 유치에 어려움을 겪고 있음
 - 고치현 중앙부에 위치한 오치조정에는 일본에서 가장 오래된 지질인 요코구라산과 같이 자연환경을 중심으로 관광자원들을 보유하고 있음
 - 오치조정에는 시코쿠의 최고봉인 이시즈치산에서부터 흐르는 니요도 강이 있으며, 카누와 래프팅,

9) <https://www.furusato-tax.jp/gcf/75>

10) <https://www.furusato-tax.jp/gcf/42>

캠핑, 낚시 등을 즐기기에 방문하는 관광객들로 붐비고 있음

- 개발되지 않은 자연 그대로의 모습이 오치조의 특색이지만 한편으로는 관광객의 편의시설이 부족한 점으로도 지적받아 왔음

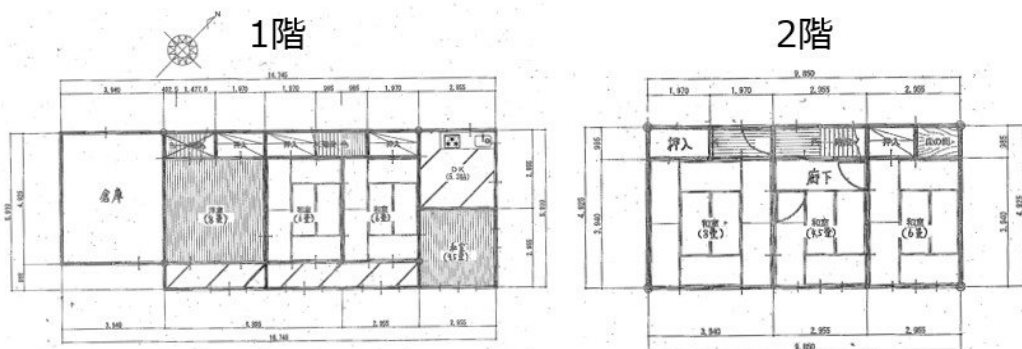
○ 고치현 오치조에서는 고향납세로 인한 기부금을 통해 ‘일본 시골의 옛 멋을 느낄 수 있는 게스트하우스 건축’ 사업을 진행함

- 기부 모집기간은 2016년 4월부터 9월까지 총 173일간 진행되었으며, 목표금액은 300만엔으로 이 중 305만엔(101.6%)이 달성됨

- 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 ‘지속 가능한 경제성장 및 양질의 일자리와 고용 보장’, ‘사회기반시설 구축, 지속 가능한 산업화 증진’, ‘지속 가능한 소비와 생산 패턴 보장’ 등을 달성하고자 함

○ ‘일본 시골의 옛 멋을 느낄 수 있는 게스트하우스 건축’ 사업은 게스트하우스 신축과 부가 설비시설들을 마련하는 사업임

- 게스트 하우스는 총 2층으로, 개인실(일본식) 3개, 2인실, 3인실, 4인실 각 1개씩으로 구성되어 있으며, 1층에는 공유 스페이스(부엌 포함)가 구성되어 있음
- 숙박용 객실 외에 온천과 이로리(일본식 전통 난방 및 취사용 장치), 천연 대마 모기장, 렌탈용 전동 자전거 및 웨트 슈트, 구멍조끼 등의 대여도 진행하고 있음



자료: 후루사토 초이스 홈페이지(<https://www.furusato-tax>.)

〈그림 2-10〉 게스트 하우스 내부 도면

7) 환경 분야

○ 야마나시현 나라사키시(山梨県 韮崎市)¹¹⁾에는 1989년, 천연기념물(시 지정 문화재)로 지정된 와니츠카 벚꽃이 있음

- 야마나시현 나라사키시는 사람과 문화가 오가는 교통의 요충지이며, 인근에는 남알프스와 유네스코 세계유산인 후지산 등이 자리하고 있음

11) <https://www.furusato-tax.jp/gcf/1377>

- 나라사키시의 상징인 와니츠카 벚꽃은 1989년에 천연기념물로 지정되며, 방송 드라마, 우표, 포스터 등에 사용되어 인기가 증가하여 관광객을 유치하고 있음
- 와니츠카 벚꽃은 최근 폭설과 같은 자연재해로 인해 분지와 꽃의 수가 감소하고 있으며, 와니츠카 벚꽃 보존에 대한 지역주민들의 목소리가 높아지고 있음
- 아파나시현 나라사키시에서는 고향납세로 인한 기부금을 통해 ‘와니츠카의 벚꽃을 구하자! 역사를 만들어가는 수령 330년 울벚나무를 남기자’ 사업을 진행함
 - 기부 모집기간은 2021년 10월부터 2022년 1월까지 총 91일간 진행되었으며, 목표금액은 400만 엔으로 이중 579만엔(128.7%)이 달성됨
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 ‘육지생태계 보존과 산림보존, 사막화 방지, 생물다양성 유지’를 달성하고자 함



(좌) 2014년 봄

(우) 2021년 봄

자료: 후루사토 초이스 홈페이지(<https://www.furusato-tax.>)

〈그림 2-11〉 후쿠야마성 천수각 철판 복원 고향납세 답례품

- ‘와니츠카의 벚꽃을 구하자! 역사를 자행하는 수령 330년 에드히간 벚꽃을 미래에 남기자’에서 모인 기부금들은 와니츠카 벚꽃의 건강 회복 및 유지비용으로 사용됨
 - 지엽의 밀도가 높은 곳을 솎아 내거나 부러진 큰 가지의 단면을 절단하여 약제 도포 등의 복원 작업이 진행됨
 - 주변 환경이 와니츠카 벚꽃나무 뿌리에 미치는 악영향을 최소화하기 위해 주변 환경 및 경관 정비를 진행함

8) 안전·진흥 분야

- 에히메현 이카타조(愛媛県 伊方町)¹²⁾에는 대표 명소로 가메가이케 온천이 위치하고 있으며, 2021년에 발생한 낙뢰 화재로 인해 온천시설의 약 65.6%가 소실됨

12) <https://www.furusato-tax.jp/gcf/1420>

- 이카타조는 시코쿠의 최서단 사다미사키 반도에 위치하고 있으며, 리아스식 해안을 형성하여 온난한 해양성 기후를 가지고 있음
 - 온주귤, 청견, 감귤 등의 과일들이 특산물이며, 어업 또한 활발하게 진행되고 있음
 - 최근에는 저출산과 고령화 문제가 대두되고 있어 지역 이탈률을 감소시키고 이주 정착을 위한 정책 사업들이 진행되고 있으며, 가메가이케온천을 중심으로 관광산업을 발전시키고 있었음
- 에히메현 이카타조에서는 고향납세로 인한 기부금을 통해 ‘낙뢰로 소실된 이카타조 가메가이케온천재건’ 사업을 진행함
- 기부 모집기간은 2021년 10월부터 12월까지 총 92일간 진행되었으며, 목표금액은 150만엔으로 이중 225만엔(150.6%)이 달성됨
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 ‘건강 보장과 모든 연령대 인구의 복지증진’, ‘안전하고 복원력 있는 지속 가능한 도시와 인간거주’, ‘기후변화에 대한 영향방지와 긴급조치’, ‘목표들의 이행수단 강화와 기업 및 의회, 국가 간의 글로벌파트너십 활성화’를 달성하고자 함



자료: 후루사토 초이스 홈페이지(<https://www.furusato-tax.>)

〈그림 2-12〉 가메가이케온천 낙뢰 화재 현장

- ‘낙뢰로 소실된 이카타조 가메가이케온천재건’ 사업은 지역 관광명소인 가메가이케 온천을 복구하는 사업임
- 기부금은 낙뢰 화재로 인해 소실된 기와의 철거 공사비용과 재건을 위한 건축 비용의 일부로 사용되며, 재건 계획 추진을 위한 각종 사업 운영비로 활용됨

나. 기업판 고향납세 활용사례

1) 교통·도시계획 분야

- 효고현 가사이시(兵庫県 加西市)에서는 기업판 고향납세의 기부금으로 ‘호쥬전철(北条鉄道) 활성화 프로젝트’를 진행함
 - 사업기간은 2018년 4월부터 2020년 3월까지이며, 총사업비 1.9억엔 중 21건의 기부(후쿠신 전기주식회사, 서부 전기건설주식회사 외 19사)에 의해 약 33.0%에 해당하는 0.6억엔을 유치함
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 ‘안전하고 복원력 있는 지속 가능한 도시와 인간거주’를 달성하고자 함
- 무인(無人)역의 혼잡 대비를 위한 교행철로를 설치함
 - 호쥬철도는 가사이시의 호우쥬마치에서 오노시의 오오역까지 8개 역을 잇는 단선 지역철도로서 학생들의 통학과 고령자의 주요 이동수단으로 이용되고 있음
 - 호쥬철도의 경우, 하나의 철로로만 구성되어 있기 때문에 1시간 당 1개 열차만을 수용할 수 있으며, 이로 인해 이용자들에 대한 편의성은 낮은 실정임
 - 추후 지역 내 인구감소와 통근 및 통학 등의 문제도 제기되고 있으므로, 호쥬철도 역의 중간역이자 무인역인 핫케구치역에 교행설비를 추진함
- 기부 모집에 있어서는 기업판 고향납세의 창구부서가 산업진흥부서로부터 기업리스트를 받은 후, 후보기업을 선정함
 - 본 사업에 공감한 기업들을 대상으로 기업판 고향납세의 혜택에 대한 설명을 실시함
 - 기부에 참여한 기업들을 대상으로 기업명이 들어간 석판을 핫케구치역에 설치하였으며, 설비 완공 행사에 기부 기업 등을 초대함



자료: 내각부(2021), 기업판 고향 납세 활용사례집

〈그림 2-13〉 교행철로가 설치된 핫케구치역 모습

- ‘호조전철(北条鐵道) 활성화 프로젝트’를 통해 혼잡한 시간대의 증편이 가능하였고 통근객이 증가하는 효과를 보임
 - 오전 시간대 3왕복과 저녁시간대 2왕복 전철 증편을 실시하여 신규 통근객들이 발생함
 - 철도 마니아층들의 지역 방문 증가로 인해 교류인구가 증가함
 - 이벤트 열차 운행과 같은 철도 활용 방안이 증가함

2) 산업진흥 분야

- 오이타현 기쓰키시(大分県 杵築市)에서는 기업관 고향납세의 기부금으로 ‘세계농업유산의 고장이 키우는 의약생산 기반 확립 프로젝트’를 진행함
 - 사업기간은 2018년 4월부터 2021년 3월까지이며, 총사업비 0.23억엔 중 2건의 기부(주식회사 용각산, 2020년 9월 기준)에 의해 약 78.7%에 해당하는 0.16억엔(2020년 9월 기준)을 유치함
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 ‘사회기반시설 구축, 지속 가능한 산업화 증진’, ‘안전하고 복원력 있는 지속 가능한 도시와 인간거주’, ‘목표들의 이행수단 강화와 기업 및 의회, 국가 간의 글로벌 파트너십 활성화’등을 달성하고자 함
- 약용 식물 재배로 농업 활성화를 도모함
 - 기쓰키시는 지역 전역에 세계농업유산인 상수리나무 숲과 연못 등을 보유하고 있음
 - 농장 규모 및 주요 시장까지의 거리와 같은 물리적 제약 등으로 인해 농업의 경쟁력이 다소 미흡한 실정이며, 고령화 문제와 맞물려 농지의 황폐화가 진행되고 있음
 - 이와 같은 문제들을 해결하기 위해 최근 수요가 높아지고 있는 약용 실물을 재배하여 종묘 확보 및 상품화 등의 전반적인 사업화를 통해 지역 내 농산업의 활성화를 도모하고 있음
- ‘세계농업유산의 고장이 키우는 의약생산 기반 확립 프로젝트’의 기부 기업인 주식회사 용각산은 공익재단법인과의 제휴를 통해 약용 식물 재배의 노하우를 쌓아왔음
 - 약용 식물의 재배를 희망하는 지역과 주식회사 용각산의 원료 조달 등의 전반적인 방향성 및 목표가 일치하여 사업의 기부가 실현됨
 - 이와 같은 사례는 농업복지 제휴의 대표적인 사례로 소개되고 있음
- ‘세계농업유산의 고장이 키우는 의약생산 기반 확립 프로젝트’를 기쓰키시는 약용 식물 생산지로서의 인지도가 향상됨
 - 지역 주민과 농업인들을 위해 약용식물의 기초강좌를 9회 실시하였으며, 재배자원봉사자 모집에 있어서는 총 67명이 참여함
 - 도라지와 왕벚나무 등과 같은 약용식물의 출하량이 증가함



자료: 내각부(2021), 기업판 고향 납세 활용사례집

〈그림 2-14〉 약용식물 재배관리

3) 인재육성 분야

- 미야자키현(宮崎県)에서는 기업판 고향납세의 기부금으로 ‘미야자키 산업 인재 확보 지원 사업’을 진행함
 - 사업기간은 2017년 4월부터 2020년 3월까지이며, 총사업비 2.1억엔 중 17건의 기부(마츠노 공업 주식회사, 신세이 전자 주식회사, 주식회사 이와타 산업그룹 홀딩스 외 5사)에 의해 약 21.5%에 해당하는 0.4억엔을 유치함
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 '모든 형태의 빈곤 종결', '양질의 포괄적인 교육제공과 평생학습 기회 제공', '지속 가능한 경제성장 및 양질의 일자리와 고용보장', '사회기반시설 구축, 지속 가능한 산업화 증진'을 달성하고자 함
- 장학금 반환을 지원하여 청년들의 지역 내 취업 및 정착 촉진을 도모함
 - 미야자키현은 젊은 청년층의 인구감소가 지역문제로 대두되고 있으며, 이를 개선하기 위해 지역 단위에서 청년층 유치를 위한 지원사업이 계획됨
 - 청년층 유치를 위해 '미야자키 산업 인재 확보 지원 기금'을 설치하여 지역 내 기업에 취직한 대학 생들을 대상으로 대학장학금의 반환 지원사업을 진행함
- 미야자키현과 인연이 있는 기업들을 중심으로 기부 활용 사업 설명회를 진행함
 - 미야자키현 종합정책과를 중심으로 기부 활용 사업의 내용과 기부 의뢰 기업 정보 공유 등을 기업 들에게 설명하는 자리들을 마련함
 - 기업의 인지도 증진의 혜택을 제공하기 위해 미야자키현 홈페이지에 기부 기업명을 게재하고 있음
- 장학금 반환 지원 사업의 인지도 증가가 산업·지역인재 확보로 이어짐
 - 미야자키현 내에 취직한 101명의 대학생들을 장학금 반환 지원 대상자로 지정함

- 여학생들을 대상으로는 '여성 취업 응원 세미나' 등 여성 지원 사업들을 개최함



자료: 내각부(2021), 기업판 고향 납세 활용사례집

〈그림 2-15〉 미야자키 취업응원 섬머페스

4) 관광·교류 분야

- 이바라키현 사카이마치(茨城県 境町)에서는 기업판 고향납세의 기부금으로 '강기슭의 마을 사카이 부흥 프로젝트'를 진행함
 - 사업기간은 2016년 11월부터 2020년 3월까지이며, 총사업비 9.8억엔 중 40건의 기부(로열화장품 주식회사, 고마츠 마테레 주식회사, 주식회사 아네스트원 외 19사)에 의해 약 84.1%에 해당하는 8.2억엔을 유치함
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 '지속 가능한 경제성장 및 양질의 일자리와 고용보장', '안전하고 복원력 있는 지속 가능한 도시와 인간거주', '목표들의 이행수단 강화와 기업 및 의회, 국가 간의 글로벌파트너십 활성화' 등을 달성하고자 함
- 하안(河岸)마을을 매력을 중심으로 교류인구의 확대 및 관광사업 활성화를 도모함
 - 2013년, 사카이마치는 장래 부담비율이 184.1%인 것으로 나타나 이바라키현 내에서 재정상태가 어려운 지역 중 하나임
 - 1994년을 정점으로는 인구감소가 지속되고 있어 지역 내 활성화에 어려움을 겪고 있으며, 지역 활성화가 요구되고 있는 실정임
 - 도네강의 수상교통으로 번성기를 맞이했던 하안의 거리의 역사 및 지리 등의 강점을 대외적으로 홍보하고 이를 기반으로 교류인구의 확대와 관광 추진사업 등을 도모함
- 자치단체장이 우수 지방자치단체와 기업들을 방문하여 지역 상황을 적극적으로 알리며 공유함
 - 지역의 상황에 공감한 기업들을 대상으로 본 사업의 내용 및 기업판 고향 납세의 혜택 등의 홍보 팸플릿 배부 등을 실시함

- 지역 간행물 및 신문, TV 등의 매스 미디어를 통해서도 사업과 기업판 고향납세 혜택 등을 적극적으로 홍보함
- ‘강기슭의 마을 사카이 부흥 프로젝트’를 통해 마을 인지도 증가와 교류인구 확대를 달성함
 - 빈 점포들을 활용한 ‘하안의 역 사카이’가 개장하여 도시 내 새로운 명소로 자리잡음
 - 미국 하와이의 호놀룰루시에서 개최된 ‘사카이 워크’를 통해 지역의 인지도를 높여 지역 활성화에 기여함
 - ‘토네가와 불꽃놀이축제’를 통해서도 총관람자 수가 매년 증가하고 있어 지역경제에 도움이 되고 있음



자료: 내각부(2021), 기업판 고향 납세 활용사례집

〈그림 2-16〉 하안의 역 사카이 리모델링 전/후

5) 환경보호·에너지 분야

- 군마현 가와바무라촌(群馬県 川場村)에서는 기업판 고향납세의 기부금으로 ‘산림자원을 활용한 에너지 개발과 농산물 브랜드화 프로젝트’를 진행함
 - 사업기간은 2016년 8월부터 2020년 3월까지이며, 총사업비 0.45억엔 중 8건의 기부(주식회사 에코계획, 일본 스키장개발 주식회사)에 의해 약 14.4%에 해당하는 0.06억엔을 유치함
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 ‘적정가격의 지속 가능한 에너지 제공’, ‘안전하고 복원력 있는 지속 가능한 도시와 인간거주’, ‘기후변화에 대한 영향방지와 긴급조치’, ‘육지생태계 보존과 산림보존, 사막화 방지, 생물다양성 유지’ 등을 달성하고자 함
- 목재펠릿을 활용하여 마을의 특산품의 브랜드화를 목표로 함
 - 가와바무라촌은 지역의 약 83%가 산림으로 구성되어 있으며, 과거에는 임업이 주요 산업이었으나 목재수요의 침체 및 저렴한 수입재의 유입으로 인해 산업의 쇠퇴를 맞이함
 - 2012년 시미즈 건설 주식회사와 도쿄농업대학과 3자 협정을 맺어 ‘우드 빌리지(wood village) 카와바’를 설립하였으며, 산림자원 활용에 의한 제작, 발전, 온실 등을 중심으로 콤비나트사업을 진행하고 있음

- 본 사업은 제재소에서 제조되는 목재펠릿을 연료로 사용하는 목재 바이오 매스발전과 폐열을 이용한 온실 농업을 실시하며, 새로운 산업 창출 및 지역 경제 활성화를 도모하고 있음
- 기부 모집에 있어서는 지역 내 사무소를 설치하고 기업들을 대상으로 홍보를 진행함
 - 기업판 고향 납세 및 기부 호러용 사업에 대해 설명회를 진행하고 관심을 보이는 기업들을 대상으로 기부를 의뢰함
 - 적은 공무원 수로 인해 지방자치단체 차원에서 고향 납세의 영업 체제를 마련하는데 어려움이 있었으나 지역주민들의 활약을 통해 기부금을 유치함
- '산림자원을 활용한 에너지 개발과 농산물 브랜드화 프로젝트'를 통해 산림이 보전되었으며, 새로운 재생 가능 에너지 창출 수단이 확립됨
 - 산에 방치된 간벌재들의 활용 방법이 확립되어 환경 및 경관 보전에 기여함
 - 온실에서 재배되는 딸기가 마을의 특산물로 자리 잡으면서 겨울철 관광객들이 증가함
 - 일자리 확대 및 마을 경제가 활성화되었으며, 마을에서 생산된 전력을 자면결연을 맺고 있는 도쿄 세타가야구에 공급함(약 40세대)
 - 목재펠릿 보일러를 도입한 마을들을 대상으로 목재펠릿을 판매하는 등 새로운 사업을 창출함



자료: 내각부(2021), 기업판 고향 납세 활용사례집

〈그림 2-17〉 목재펠릿을 연료로 사용하는 발전기(45kW)

6) 감염병 대책·방재·진흥지원 분야

- 히로시마현 구레시(広島県 呉市)에서는 기업판 고향납세의 기부금으로 '살고 싶은 마을 만들기 사업~2018년 7월 호우재해로부터의 진흥을 위해~'를 진행함
 - 사업기간은 2018년 7월부터 2020년 3월까지이며, 총사업비 4.9억엔 중 1건의 기부(주식회사 디스코)에 의해 약 51.4%에 해당하는 2.5억엔을 유치함
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 '적정가격의 지속 가능한 에너지 제공', '안전하고 복원력 있는 지속 가능한 도시와 인간거주', '기후변화에 대한 영향방지와 긴급조치', '육지생태계 보존과 산림보존, 사막화 방지, 생물다양성 유지' 등을 달성하고자 함

- 집중 호우에 의한 재해로부터의 진흥을 이룩하고 매력적인 마을 실현을 도모함
 - 구레시는 2018년 7월, 집중호우로 인해 산사태 및 하천 범람 등으로 인해 막대한 피해가 발생함
 - 교통 및 네트워크 혼란 등 지역주민 생활에도 큰 영향을 미쳤으며, 방문 관광객 감소로 인해 지역 경제가 침체됨
 - 본 사업은 지역 주민들의 생활 정상화를 위해 임시항로 및 임시 스쿨버스 운행, 중고주택 지원, 관광객 유치 사업 등을 진행하여 집중호우 이전보다 더 매력적인 도시로 복구하는 것을 목표로 하고 있음



자료: 내각부(2021), 기업판 고향 납세 활용사례집

〈그림 2-18〉 집중호우 재난 복구 이전의 구레시

- 재해로 인한 복구사업의 경우, 중앙부처로 부터의 재정조치가 강구되는 경우들이 있으므로 선별을 통해 기업판 고향 납세 사업을 제안함
 - 홈페이지를 통해 대외적 홍보를 진행함과 동시에 지역 내에 소재 중인 기업들의 임원들을 대상으로 간담회를 진행함
 - 기업기부에 대한 PR을 위해 기부관련 행사들을 실시하였으며, 현지 보도기관 등을 통해 기업의 활동을 소개함
- ‘살고 싶은 마을 만들기 사업~2018년 7월 호우재해로부터의 진흥을 위해~’ 사업을 통해 지역 복구 및 진흥에 크게 공헌함
 - 독자적인 재난지원금 지급과 중고주택 취득비용 지원 등으로 지역 시민들의 주거환경을 지원함
 - 단절된 교통망의 완전복구 이전까지 임시항로 및 임시 스쿨버스 등의 보조 교통수단을 운행함
 - 관광시설의 개선 및 복구행사를 통해 교류인구를 확대함

7) 문화·예술·스포츠 분야

- 오카야마현 세토우치시(岡山県 瀬戸内市)에서는 기업판 고향납세의 기부금으로 ‘국보 야마토리게 구입 활용 프로젝트’를 진행함
 - 사업기간은 2018년 11월부터 2020년 3월까지이며, 총사업비 7.4억엔 중 154건의 기부(주식회사 카르파인, 료비 홀딩스 주식회사 외 145사)에 의해 약 42.3%에 해당하는 3.1억엔을 유치함
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 '양질의 포괄적인 교육제공과 평생학습기회 제공', '지속 가능한 경제성장 및 양질의 일자리와 고용보장', '안전하고 복원력 있는 지속 가능한 도시와 인간거주', '목표들의 이행수단 강화와 기업 및 의회, 국가 간의 글로벌 파트너십 활성화' 등을 달성하고자 함
- 국보 ‘야마토리게’를 구입하여 일본도(刀) 문화 전파를 도모함
 - 세토우치시는 과거부터 일본도 가장 많은 일본도를 생산하는 지역으로 일본도의 성지로 불리고 있으나 당시 세토우치시 내에는 국보 및 중요문화재로 지정된 일본도가 남아 있지 않은 실정이었음
 - 일본도 중 국보인 ‘야마토리게’가 오카야마현 밖으로 유출되려는 조짐이 보이자 세토우치시는 이를 구입하여 일본도 문화 계승을 이어나가고자 함
 - ‘야마토리게’의 명성을 통해 어린이 교육 및 관광자원으로의 활용도 계획함
- 일본도에 관심을 가지고 있을 것으로 예상되는 기업들을 리스트업하여 기업판 고향납세 제도에 대한 팸플릿을 송부함
 - 지역 내 신문 광고를 비롯하여 방송국, 클라우드 펀딩 등 다양한 수단으로 현내 상황을 홍보함
 - 일본도에 대한 관심을 높이기 위하여 칼과 연관성이 깊은 신사(神社) 및 행사, SNS 등을 통해 일본도에 관한 정보들을 홍보함
- ‘국보 야마토리게 구입 활용 프로젝트’로 인하여 ‘야마토리게’의 구입이 가능하였으며, 일본도 고장의 명성을 계승할 수 있게 되었음
 - 사업이 주목받으면서 지역의 인지도와 이미지가 제고됨
 - 지역문화의 보존 및 계승을 통해 지역 주민들의 자긍심이 증가함



자료: 내각부(2021), 기업판 고향 납세 활용사례집

〈그림 2-19〉 국보‘야마토리게’의 전시장 모습

8) 육아 분야

- 아마구치현 산요오노다시(山口県 山陽小野田市)에서는 기업판 고향납세의 기부금으로 '산요오노다시 육아종합지원센터 정비 및 운영 사업'을 진행함
 - 사업기간은 2016년 8월부터 2020년 3월까지이며, 총사업비 1.5억엔 중 13건 기부(일본 사진판정 주식회사 외 12사)에 의해 약 11.8%에 해당하는 0.2억엔을 유치함
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 '건강 보장과 모든 연령대 인구의 복지증진', '양질의 포괄적인 교육제공과 평생학습기회 제공', '안전하고 복원력 있는 지속 가능한 도시와 인간거주', '목표들의 이행수단 강화와 기업 및 의회, 국가 간의 글로벌파트너십 활성화' 등을 달성하고자 함
- 육아에 특화된 도시로 거듭나기 위해 원스톱 시설 정비를 목표로 함
 - 산요오노다시는 저출산·고령화가 진행됨에 따라 핵가족화를 비롯하여 맞벌이로 인한 육아의 고립, 육아 불안 등의 문제들이 사회적으로 대두됨
 - 부모와 자녀가 안심하고 시간을 보낼 수 있는 장소 또한 부족하여 이에 대한 해결책이 요구되고 있었음
 - 본 사업은 분산되어 있던 육아 상담 기능과 보건 등을 총괄할 수 있는 종합지원센터를 정비하여 임신기부터 육아기까지 지원받을 수 있는 방안을 마련하고자 함
- 지역 내 공장 및 사업장이 소재 중인 기업들을 중심으로 기부 유치를 진행함
 - 리스트업된 기업들을 중심으로 세제 우대조치를 비롯하여 지방창생의 지원 혜택 등의 설명을 진행함
 - 지역에 대한 공헌으로 발생하는 기업의 이미지 제고 등을 강조하여 투자유치를 진행함
- '산요오노다시 육아종합지원센터 정비 및 운영 사업'을 통해 보호자들 간의 교류의 장으로서 새로운 네트워크를 창출함
 - 육아에 대한 고민 심화를 방지할 수 있도록 조언 및 상담 기능을 제공함
 - 상담원 및 보건전문인력 간의 연계를 통해 아동학대를 방지함
 - 키즈농장 및 키즈키친 등을 통한 지역민과의 연계로 육아환경 개선을 도모함



자료: 내각부(2021), 기업판 고향 납세 활용사례집

〈그림 2-20〉 아동 놀이시설을 이용 중인 지역주민

9) 이주·거주 분야

- 가고시마현 미나미오스미조(鹿児島県 南大隅町)에서는 기업판 고향납세의 기부금으로 ‘미나미오스미조 타운 프로모션 사업’을 진행함
 - 사업기간은 2017년 11월부터 2019년 3월까지이며, 총사업비 1.0억엔 중 48건의 기부(난슈농장 주식회사, 주식회사 마루야마 제작소, 미나미큐슈 윈드파워 주식회사 외 41사)에 의해 약 50.4%에 해당하는 0.5억엔을 유치함
 - 해당사업은 지속 가능 목표 개발의 '안전하고 복원력 있는 지속 가능한 도시와 인간거주', '목표들의 이행수단 강화와 기업 및 의회, 국가 간의 글로벌파트너십 활성화' 등을 달성하고자 함
- 영화를 테마로 지역의 인지도와 이주자 및 관광객 증가를 도모함
 - 미나미오스미조에서는 육아 지원을 비롯하여 산업 진흥, 주택 대책 등 다양한 정책들을 비롯하여 이주자와 관광객 유치를 계획하였으나 지역의 인지도가 낮아 실질적인 성과가 발생하지 않았음
 - 지역을 배경으로 한 영화를 제작하여 지역의 인지도 향상과 이주자 및 관광객 증가를 도모함
 - 영화 제작에 있어서는 실행위원회를 설립하여 영화 ‘힘내자! 나(키바이안세! 와타시)’를 제작하였으며, 극장개봉 및 DVD 출시를 진행함
- 미나미오스미조 출신자 단체에 기업 정보 제공을 의뢰하여 기부의회 후보 기업을 리스트업 함
 - 본 사업으로 제작한 영화의 엔딩 크레딧에 기부 기업명을 표시하는 것을 제안하여 기부가 성사된 경우도 있음
 - 일부 기업은 영화 촬영 시에 사용하는 상품 및 스텝용 식사 등을 제공함
- 미나미오스미조 타운 프로모션 사업을 통해 지역의 인지도와 관광객 및 이주자가 증가함
 - 영화 프로모션 사업을 통해 지역 인지도가 향상됨
 - 외부지역으로부터 15명의 이주자를 영입하였으며, 관광객 수가 전년대비 2배 이상 증가(434,832명)
 - 지역에 대한 주민들의 애착 및 주민 간의 교류 네트워크 향상



자료: 내각부(2021), 기업판 고향 납세 활용사례집

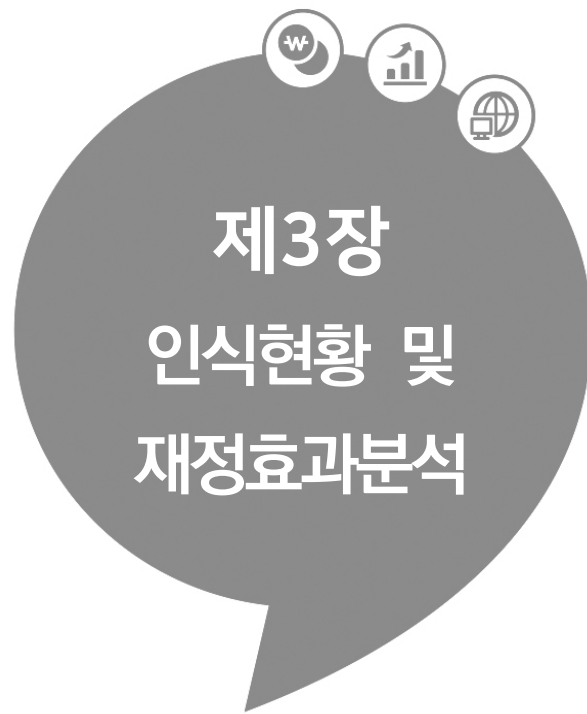
〈그림 2-21〉 ‘힘내자! 나(키바이안세! 와타시)’ 촬영 현장

4. 시사점

- 고향납세제도는 기부를 통해 지방자치단체의 재원을 마련할 수 있는 방안으로 지방자치단체와 기부자 모두에게 만족도가 높은 재원 마련을 강구함
 - 지방자치단체는 기부금을 통해 재원을 마련할 수 있고 기부자에게는 세액공제 및 답례품이 제공되어 상호 높은 만족도를 보이고 있음
 - 기부자의 경우, 선호하는 답례품들이 형성되므로 지방자치단체 간의 답례품 경쟁이 과열되었으므로 기부가 지역별로 균등하게 배분될 수 있도록 최소한의 규정 및 규제가 필요함
- 일본의 고향납세가 시작된 2008년부터 약 5년간 수입액은 낮은 편으로 증감을 반복해 시행초기에는 안정적이지 못했음
 - 일본의 고향납세가 시작된 2008년 수입액은 81.4억엔, 2009년 77억엔, 2010년 102.2억엔, 2011년 121.6억엔 2012년 104.1억엔으로 시행 5년 간 수입액이 낮았음
 - 내년부터 시행되는 고향사랑기부제에 대한 인식이 높지 않기 때문에 초기 수입액은 낮을 수 있고 제도가 안정화되는 데 시간이 소요될 가능성이 높음
 - 기부자들에게 고향사랑기부제를 인식시키고, 전라북도 및 14개 시군에 대한 기부를 높이기 위해서는 적절한 홍보방안, 답례품, 기금사용처(사업)에 대한 고민이 요구됨
- 일본의 광역지자체 기부건수와 금액 비율은 시행초기 약 10% 정도였으나 2014년 이후로 급격하게 감소하여 2020년에는 약 1~2%로 낮은 비율을 보이고 있어, 고향사랑기부금제도의 시행시기에 따라 광역자치단체의 역할에 대한 고민 필요
 - 현재는 광역자치단체와 기초자치단체에 모두 기부할 수 있으나 기부처를 기초자치단체에 한정하거나 광역자치단체에 기부된 금액을 사용하는 방법에 대한 논의가 추가로 필요
- 지방자치단체는 각 지역의 출신(출향민)들을 우선적으로 기부자 대상으로 고려하고 있음
 - 지역 출신의 출향민들에게 감정적 호소는 중장기적인 대안이 어려울 수 있으므로 출신 지역에 상관없이 기부 받을 수 있는 전략 및 방안을 마련해야 함
 - 기부자들이 출신 지역에만 기부할 경우, 지역 간의 갈등이 초래될 우려가 존재하므로 지역갈등을 방지할 수 있는 방안이 필요함
- 일본의 고향납세제도로 인한 지방자치단체의 사업들은 재원마련을 통한 구체적인 사업계획을 제시하고 있음
 - 기부자들의 기부를 유도하기 위해 지방자치단체는 재원이 필요한 배경 및 이유를 비롯하여 객관적인 정보들을 제공해야 함
 - 일본의 사례와 같이 구체적인 사업계획 및 지속 가능한 발전방안 등을 함께 제시하는 것이 바람직

할 것으로 사료됨

- 일본은 고향납세제도로 인한 기부금을 사용하여 정책사업을 진행 할 때 사업 분야를 세분화 하고 있음
 - 기부금을 사용하는 사업들은 각 분야별로 분류하여 체계적인 사업 진행 체계가 구축되어야 함
 - 분야별 사업 수를 비롯하여 기부금 등을 통계자료로 구축하여 쏠림현상을 파악하고 소외되는 분야가 발생하지 않도록 제도적 조치가 필요함
- 돗토리현 코토우라조는 벚꽃나무 복원사업을 진행하면서 지역특산물인 꽃게와 소고기 등 답례품과 축제이용권을 제공하는 등 기금사업과 연계된 답례품 개발 필요
 - 전라북도에서도 기금사업과 연계될 수 있는 직접적인 답례품(예: 사업관련 시설 이용권, 각인 등)과 지역특산물로 구성된 답례품(예: 쌀, 사과 등) 등 다양한 형태와 품목의 답례품 개발 필요



1. 고향사랑기부제 기부 의사 현황
2. 고향사랑기부제 기부액 분석

제3장 인식현황 및 재정효과분석

1. 고향사랑기부제 기부의사 현황

가. 조사 방법

- 고향사랑기부금 기부의사를 토대로 전라북도 고향사랑기부금의 총 재정효과 분석 및 고향사랑기부금 활성화방안 도출을 위해 고향사랑기부제 설문조사 실시
- 설문대상은 전라북도 고향사랑기부제와 금액을 추정하기 위해 출향민, 전라북도민, 타지역 거주민으로 구분하여 2022년 현재 전국만 19세 이상 성인남녀 1,000명으로 표집방법은 지역별 임의할당표집으로 지역별 비율에 따라 표본 수 산출
- 구조화된 설문지를 활용하여 온라인 조사와 면접조사 병행하여 실시
 - 전라북도민과 전북 제외 타지역 거주인구는 현대리서치 위탁을 통해 22.8.6~22.8.12, 7일 간 온라인 조사 실시
 - 출향민은 전라북도청 정무기획과 협조를 통해 전라북도 출향민단체 회원을 대상으로 22.8.6~22.8.12, 7일 간 온라인 조사를 실시하고 22.8.24~8.26, 3일 간 면접조사 수행

〈표 3-1〉 표본 산출

대상	인구수	비율	표본 수
전라북도 거주인구	153만명	45.8%	250명
전북출신 타지역 거주인구(출향인구)	189만명	55.2%	300명
전북 제외 타지역 거주인구	-	-	450명
전체		100%	1,000명

- 조사내용은 전라북도와 연구진의 논의를 통해 1차로 구성하고 14개 시군 고향사랑기부제 담당자 의견을 수렴하여 시군고향사랑기부제에 대한 인식, 기부의사 및 기부금액, 고향사랑기부제 활성화 방안 등 고향사랑기부제 인식조사로 구성

〈표 3-2〉 조사 내용

구분	주요내용
고향사랑기부제 인식	• 고향에 대한 인식 • 고향사랑기부제에 대한 인식
기부 의사 및 기부금액	• 고향사랑기부금의 기부 의사 • 기부 희망 금액 및 기부 지역 등 기부 계획 • 고향사랑기부 이유와 향후 기부 의향
고향사랑기부제 활성화 방안	• 기부 시 선호하는 답례품 유형 • 고향사랑기부제 활성화 방법 • 고향사랑기부금 활용 방법 • 고향사랑기부제 홍보 방법

- 조사된 내용의 원자료를 제공받아 고향사랑기부제에 대한 일반적인 인식과 기부
사 및 기부액 등을 기초분석하고, 이를 토대로 전라북도 고향사랑기부금 재정효과
추정
- 고향사랑기부제 조사결과 출향민 300명, 전라북도민 273명, 타지역주민 463명으로
남성 573명(55.3%), 여성 463명(44.7%)으로 조사됨
- 연령별로는 20대 126명(12.2%), 30대 119명(11.5%), 40대 168명(16.2%), 50대
239명(23.1%), 60대 이상 383명(37.0%)로 조사됨

〈표 3-3〉 조사대상자의 일반적 특성

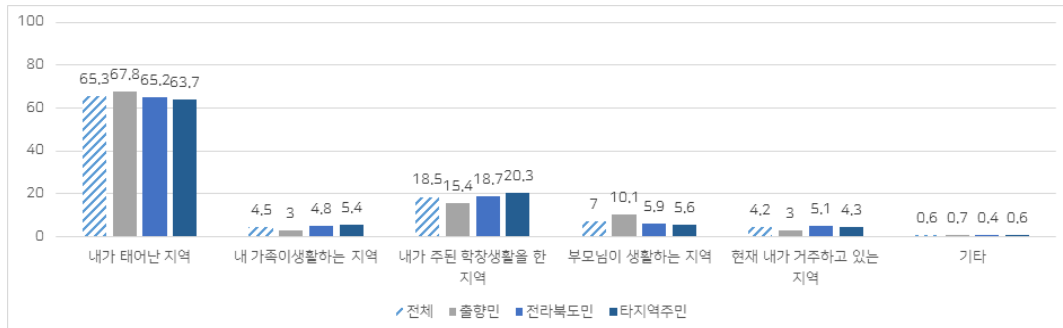
N=1036

구분	범주	사례수(n)	비율(%)	구분	범주	사례수(n)	비율(%)
성별	남성	573	55.3	사회적 기부	기부하고 있음	578	55.9
	여성	463	44.7		기부하지 않음	456	44.1
연령	20대	126	12.2	기부 시설 (중복 응답)	종교단체	154	21.1
	30대	119	11.5		정치	69	9.5
	40대	168	16.2		사회복지	404	55.4
	50대	239	23.1		시민사회단체	77	10.6
	60대 이상	383	37.0		기타	25	3.4
고향 거주 형태	출향민	300	29.0	가족 고향 거주	거주	592	57.2
	전라북도민	273	26.4		미거주	443	42.8
	타지역주민	463	44.7				
학력	고졸이하	314	30.3	현재 거주 지역	서울	216	20.8
	대졸이상	722	69.7		경기/인천	293	28.3
소득 수준	300만원미만	209	20.3		경상권(부산, 대구 등)	131	12.6
	300~500만원 미만	304	29.6		충청권(대전, 세종 등)	61	5.9
	500~700만원 미만	257	25.0		호남권(광주, 제주)/강원	60	5.8
	700만원 이상	258	25.1		전북	275	26.5
직업	농업임업어업	13	1.3	고향	서울	114	11.0
	자영업	144	13.9		경기/인천	95	9.2
	판매영업서비스직	95	9.2		경상권(부산, 대구 등)	156	15.1
	생산기능노무직	65	6.3		충청권(대전, 세종 등)	85	8.2
	사무관리전문직	369	35.6		호남권(광주, 제주)/강원	114	11.0
	주부	159	15.3		전북	472	45.6
	학생	30	2.9				
	무직퇴직	141	13.6				
	기타	20	1.9				

나. 고향사랑기부제 기부의사 분석 결과

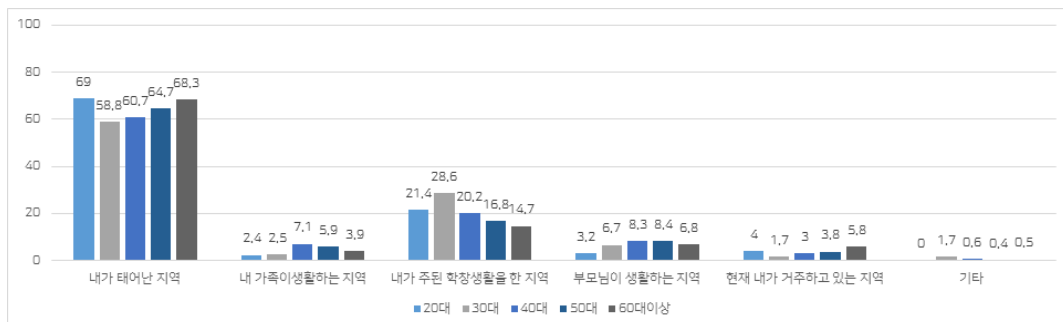
(1) 고향에 대한 인식

- 조사대상자들의 고향에 대한 인식을 분석한 결과, 내가 태어난 지역(65.3%), 내가 주된 학창생활을 한 지역(18.5%), 부모님이 생활하는 지역(7.0%), 내 가족이 생활하는 지역(4.5%) 등 순으로 나타나 전반적으로 자신과 관련이 있는 지역을 고향으로 인식
- 거주형태별 고향에 대한 인식을 보면 출향민은 내가 태어난 지역을 고향으로 생각하는 비율(67.8%)이 전라북도민(65.2%)이나 타지역 주민(63.7%)보다 높게 나타났고, 부모님이 생활하는 지역을 고향으로 생각하는 비율도 10%이상으로 높게 나타남



〈그림 3-1〉 거주형태별 고향에 대한 인식

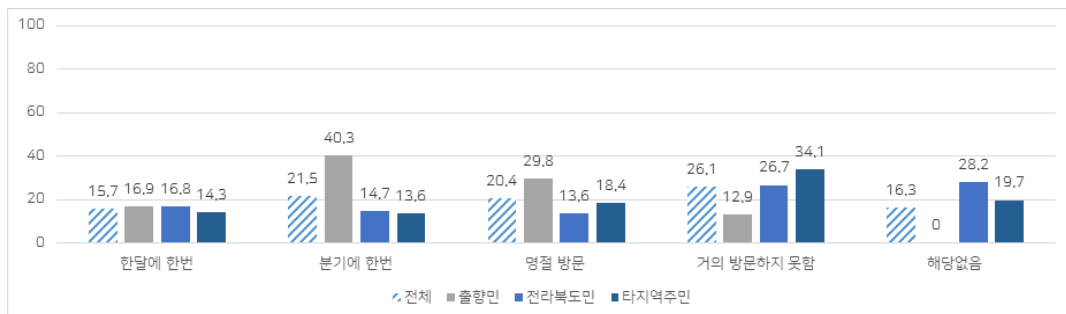
- 연령별 결과를 보면 전반적으로 내가 태어난 지역을 고향으로 인식하는 비율이 가장 높게 나타남. 특히 60대 이상은 68.3%로 다른 연령대에 비해 높았고, 30대는 58.8%로 다른 연령대에 비해 낮게 인식함
- 연령별로 두 번째로 높게 나타난 고향에 대한 인식은 내가 주된 학창생활을 한 지역으로 20대는 21.4%, 30대 28.6%, 40대 20.2%로, 20~40대에서 높게 나타남



〈그림 3-2〉 연령별 고향에 대한 인식

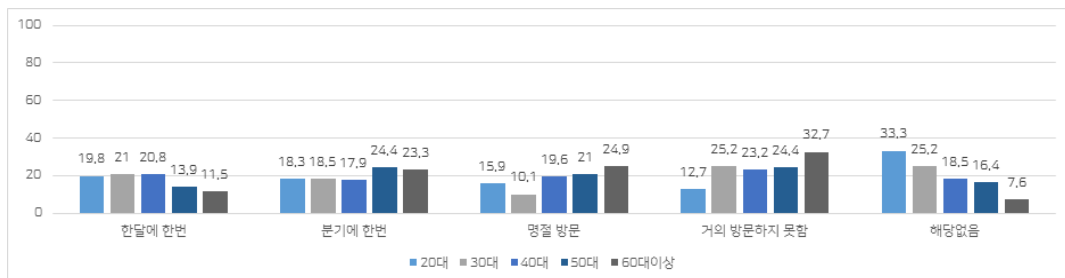
2) 고향방문 정도

- 조사대상자들의 고향방문 정도를 보면, 거의방문하지 못함(26.1%), 분기에 한번(21.5%), 명절방문(20.4%), 해당없음(16.3%) 순으로 전체적으로 자주 방문하지 못하는 것으로 나타남
- 고향거주형태에 따른 고향방문 정도를 보면 출향민은 분기에 한번(40.3%), 명절 방문(29.8%) 등 순으로 다른 집단에 비해 고향에 자주 방문하는 것으로 나타남



〈그림 3-3〉 거주형태별 고향방문 정도

- 연령별 고향방문 정도를 보면 20대는 현재 고향거주로 해당없음이 33.3%로 가장 많고, 30대~60대 이상은 거의방문하지 못함이 가장 높은 비율을 보임

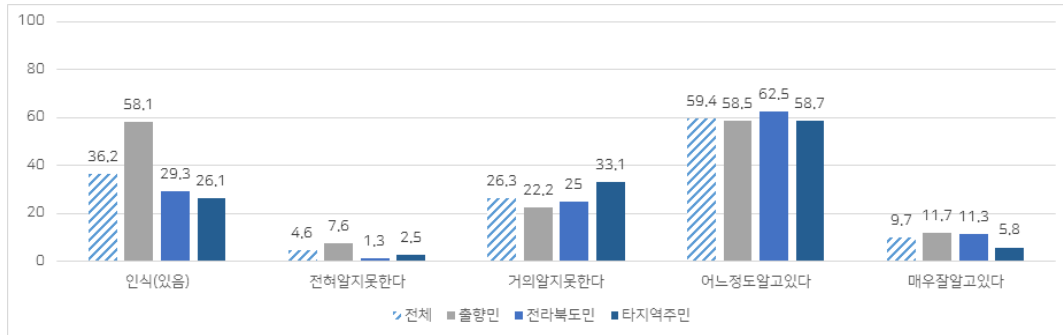


〈그림 3-4〉 연령별 고향방문 정도

3) 고향사랑기부제도 인식과 알게 된 경로

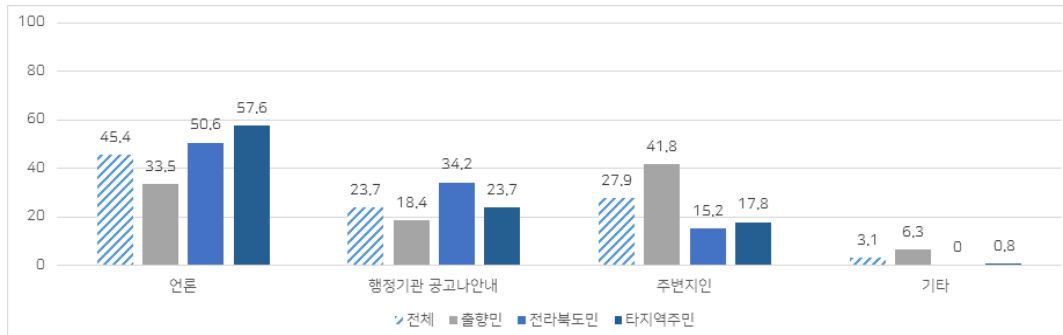
- 고향사랑기부제도에 대해 '들어 본 적이 있다'는 36.2%로 전반적인 인식률은 낮은 편이며, 집단별로 분석한 결과에서도 대부분 고향사랑기부제도에 대한 인식률이 50%를 넘지 못해 전반적으로 낮은 편으로 볼 수 있음
- 고향사랑기부제도를 들어본 적이 있는 응답자 중 '어느 정도 알고 있다' 59.4%, '거의 알지 못 한다' 26.3%, '매우 잘 알고 있다' 9.7% 순으로 고향사랑기부제도에 대해 알지 못하는 비율이 약 30%로 나타남
- 고향사랑기부제도를 알게 된 경로는 언론(45.4%), 주변지인(27.9%), 행정기관 공고나 안내(23.7%) 등 순으로 나타남

- 출향민은 ‘들어 본 적이 있다’로 응답한 비율이 58.1%로 전라북도민(29.3%), 타지역주민(26.1%)에 비해 높은 인식률을 보임



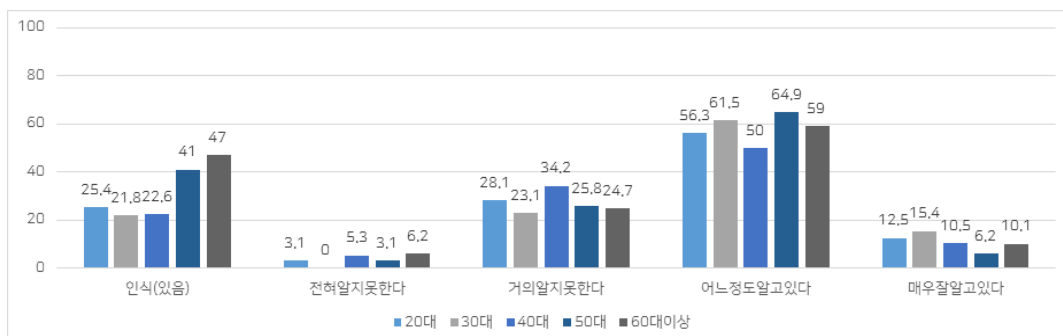
〈그림 3-5〉 거주형태별 고향사랑기부제도 인식

- 거주형태별로 알게 된 경로를 보면, 출향민은 주변지인 41.8%, 언론 33.5%, 행정기관 공고나 안내 18.4% 순이었고, 전라북도민과 타지역주민은 모두 언론, 행정기관 공고나 안내, 주변지인 순으로 나타남



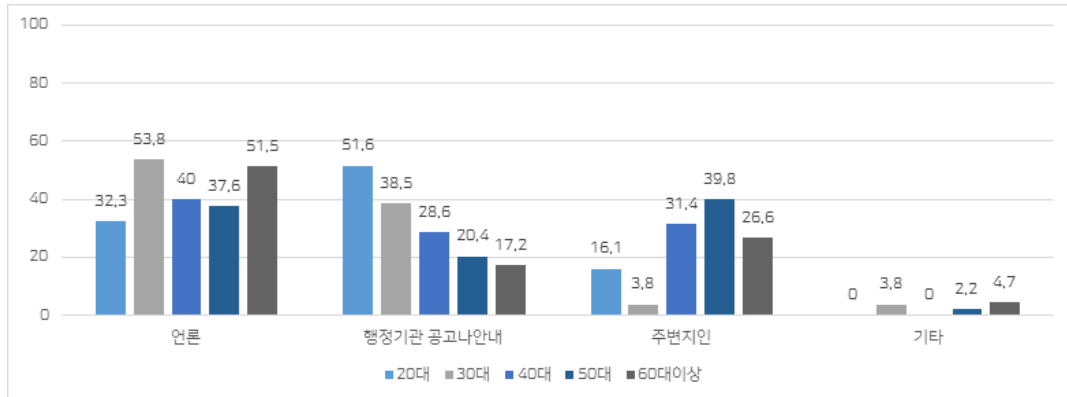
〈그림 3-6〉 거주형태별 알게 된 경로

- 연령별로는 고향사랑기부제도에 대해 ‘들어 본 적이 있다’로 응답한 비율은 60대 이상(47.0%), 50대(41.0%), 20대(25.4%) 등 순으로 나타남



〈그림 3-7〉 연령별 고향사랑기부제도 제도 인식

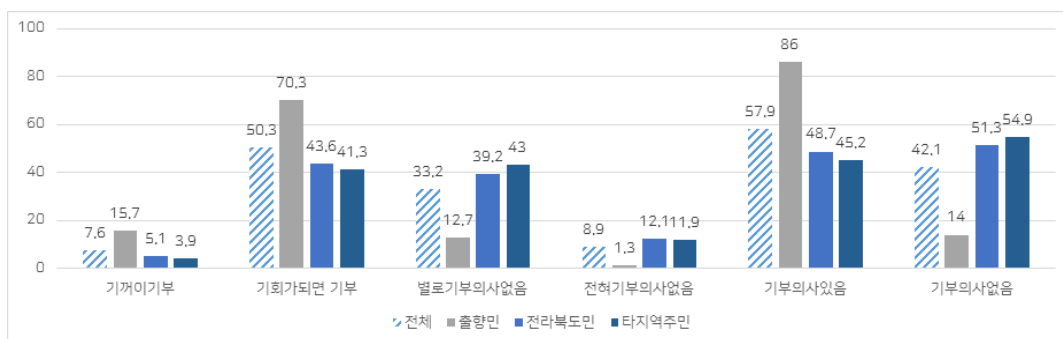
- 연령별로 알게 된 경로를 보면 20대는 행정기관 공고나 안내를 통해 알게 된 비율이 높았고(51.6%), 30대, 40대, 60대 이상은 언론으로 알게 된 비율이 높았음



〈그림 3-8〉 연령별 알게 된 경로

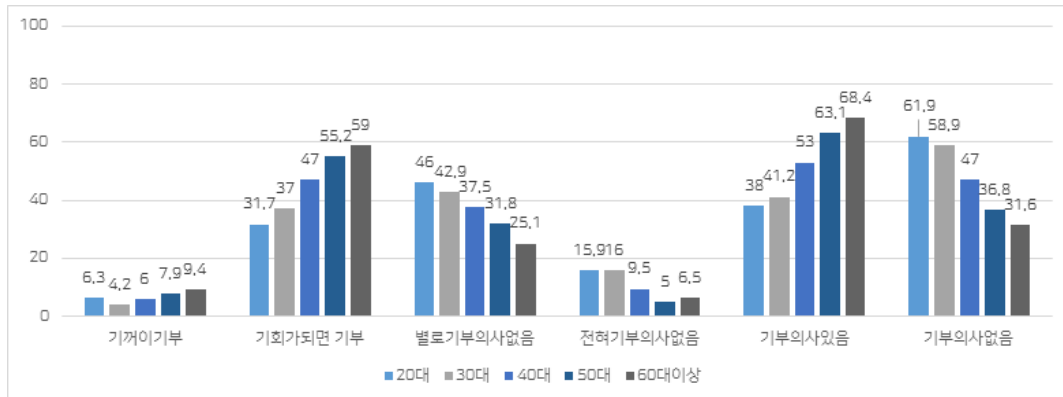
4) 고향사랑기부금 기부 의사

- 고향사랑기부금에 대한 기부 의사는 ‘기회가 되면 기부하고 싶다’ 50.3%, ‘별로 기부할 의사가 없다’ 33.2%, ‘전혀 기부할 의사가 없다’ 8.9%, ‘기꺼이 기부하고 싶다’ 7.6% 순으로, 기부 의사가 있는 비율은 57.9%로 나타남
- 고향거주형태에 따라서 전체 기부 의사는 출향민 86.0%, 전라북도민 48.7%, 타지역 주민 45.2%로 출향민의 기부 의사가 높게 나타남
- 특히 출향민의 ‘기꺼이 기부하고 싶다’고 응답한 비율이 15.7%로 타집단에 비해 높게 나타남



〈그림 3-9〉 거주형태별 고향사랑기부금 기부 의사

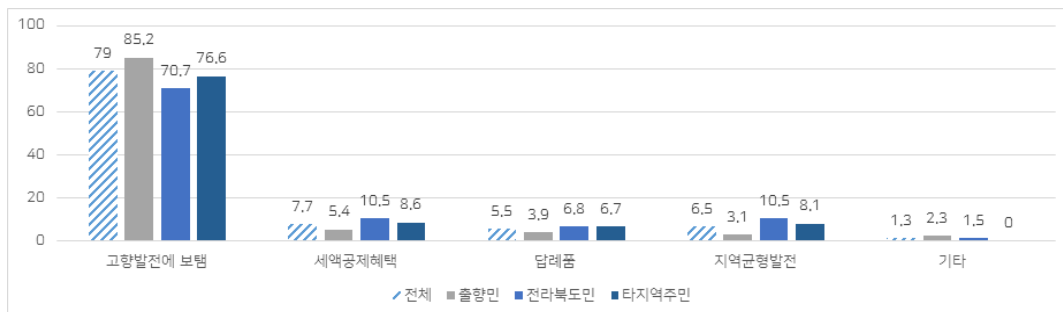
- 연령별에 따라 기부 의사 있음으로 응답한 비율은 60대 이상 68.4%, 50대 63.1%, 40대 53.0%, 30대 41.2%, 20대 38.0% 순으로, 연령이 높을수록 기부 의사가 높음
- 그러나 ‘기꺼이 기부하고 싶다’에 응답한 비율은 60대 이상 9.4%, 50대 7.9%, 20대 6.3%, 40대 6.0%, 30대 4.2% 순으로 30~40대에 비해 20대의 적극기부 비율이 높은 편임



〈그림 3-10〉 연령별 고향사랑기부금 기부 의사

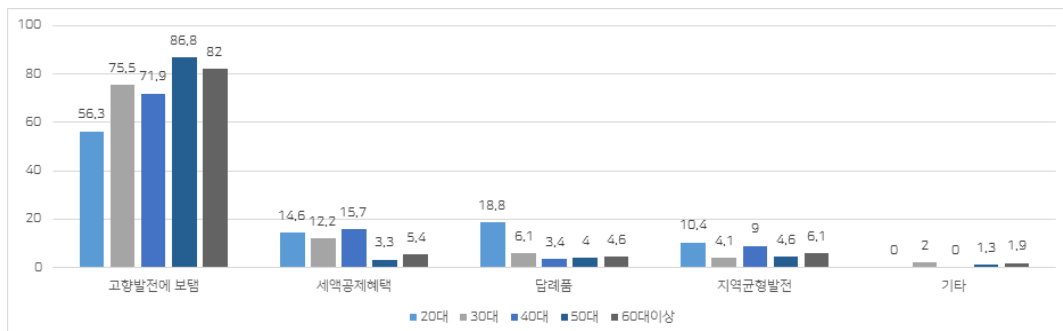
5) 고향사랑기부 이유

- 고향사랑기부 이유는 고향발전에 보탬 79.0%, 세액공제혜택 7.7%, 고향은 아니지만 지역균형발전에 도움 6.5%, 답례품 5.5% 순으로 나타남
- 거주형태별 고향사랑기부 이유는 출향민이 고향발전에 보탬이 85.2%로 타 집단에 비해 높고, 전라북도민은 세액공제혜택과 지역균형발전이 10.5%의 비율을 보임



〈그림 3-11〉 거주형태별 고향사랑기부 이유

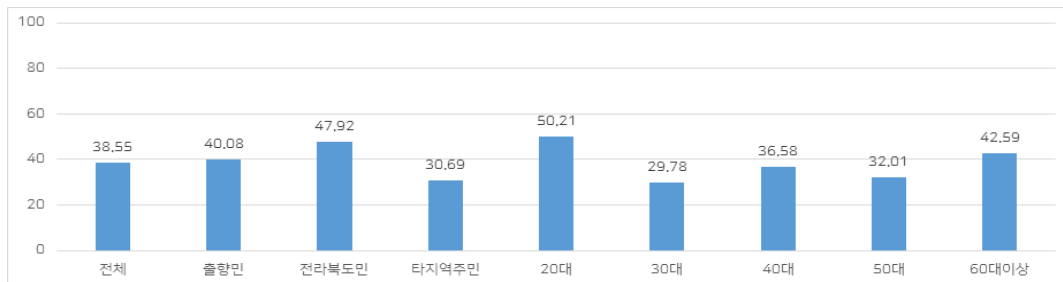
- 연령별 고향사랑기부 이유는 고향발전에 보탬이 되고 싶어서가 모든 연령대에서 높게 나타났으나, 20대는 답례품, 세액공제혜택 등이 다른 연령대에 비해 높게 나타남



〈그림 3-12〉 연령별 고향사랑기부 이유

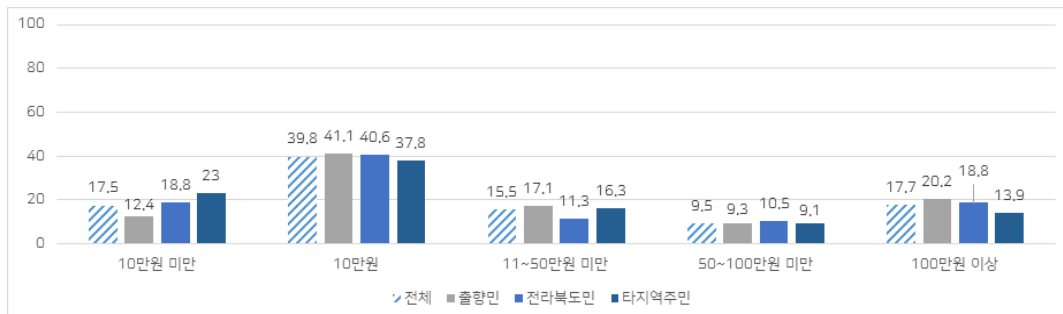
6) 고향기부예정금액

- 고향사랑기부 예정금액은 평균 38.55만원으로, 구간별로는 10만원이 39.8%, 100만원 이상 17.7%, 10만원 미만 17.5%, 11~50만원 미만 15.5% 순으로 나타남
- 거주형태별 평균 기부예정금액은 출향민 40.08만원, 전라북도민 47.92만원, 타지역주민 30.69만원, 연령별로는 20대 50.21만원, 30대 29.78만원, 40대 36.58만원, 50대 32.01만원, 60대 이상 42.59만원임



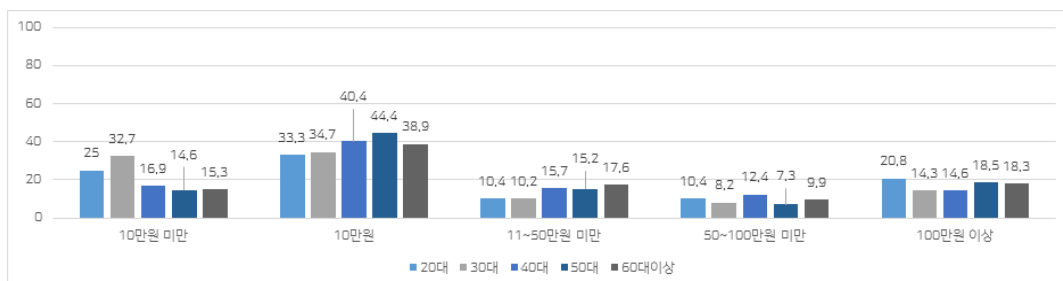
〈그림 3-13〉 거주형태 및 연령별 평균 기부예정금액

- 출향민, 전라북도민, 타지역주민 모두 10만원을 기부하겠다고 응답한 비율이 가장 높았으나, 출향민은 10만원 미만 기부는 12.4%로 타 집단에 비해 낮은 비율을 보임



〈그림 3-14〉 거주형태별 고향사랑기부 예정금액

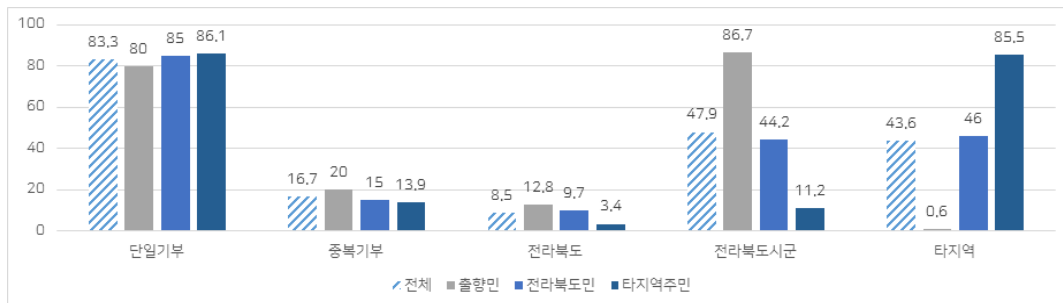
- 연령별 고향사랑기부 예정금액도 모든 연령대에서 10만원이 가장 높게 나타났으나, 10만원 미만 기부가 20대 25.0%, 30대는 32.7%로 높게 나타남



〈그림 3-15〉 연령별 고향사랑기부 예정금액

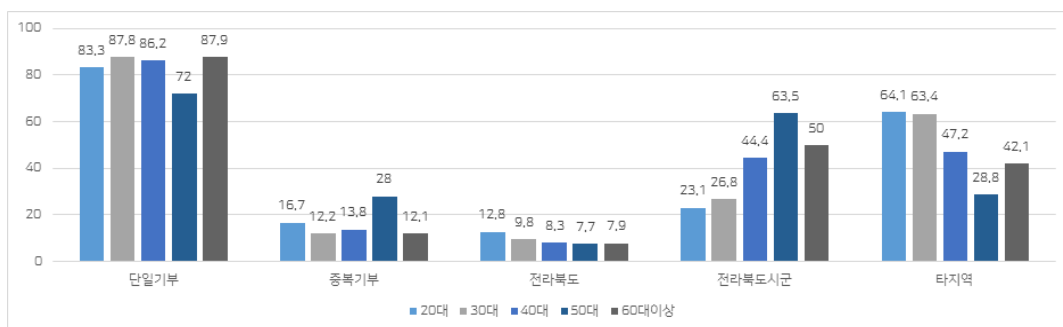
7) 고향사랑기부지역수와 단일기부지역

- 단일기부 83.3%, 중복기부 16.7%로 대부분 한 지역에만 기부할 것으로 보임
- 단일기부 지역을 전라북도, 전라북도 시군, 타지역으로 구분하여 분석한 결과, 전체 응답자의 8.5%는 전라북도, 47.9%는 전라북도 시군, 타지역 43.6%로 나타남
- 거주형태별 지역수는 약 80%이상이 한 지역에 기부할 예정으로, 단일기부예정 지역은 출향민은 전라북도 12.8%, 전라북도 시군 86.7%, 타지역 0.6%로 대부분 전라북도 지역에 기부할 예정이나, 타지역주민은 전라북도 3.4%, 전라북도 시군 11.2%, 타지역 85.5%로 대부분 타지역에 기부할 것으로 응답함



〈그림 3-16〉 거주형태별 지역수 및 단일기부예정 지역

- 연령별로도 대부분 한 지역에 기부할 예정인 것으로 응답하였으나, 50대는 중복기부도 28.0%로 타 연령에 비해 높은 편임
- 연령별 단일기부예정 지역은 20대~40대는 타지역, 전라북도 시군, 전라북도 순이며, 50대~60대 이상은 전라북도 시군, 타지역, 전라북도 순으로 응답함

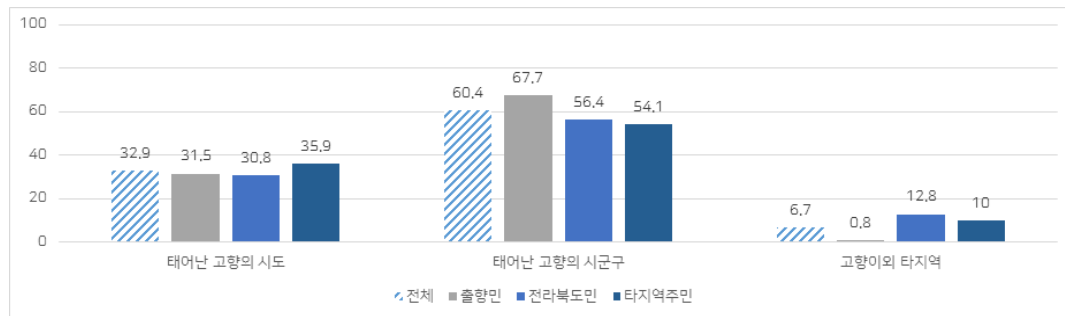


〈그림 3-17〉 연령별 지역수 및 단일기부예정 지역

8) 고향사랑기부 기부계획 지역과 특정지역기부이유

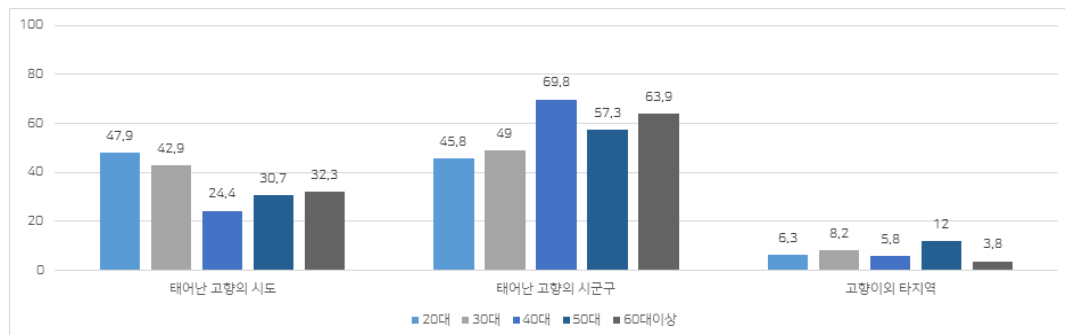
- 고향지역에 대한 기부의사를 보면 태어난 고향의 시군구 60.4%, 태어난 고향의 시도 32.9%, 고향이외 타지역 6.7%로 대부분 고향에 기부할 의사가 있음

- 특정지역에 기부하는 이유는 태어난 고향 61.4%, 가족, 부모거주 16.7%, 출신학교나 직장의 연고지 10.3% 등 순으로 나타남
- 거주형태별 고향지역 기부여사는 태어난 고향의 시군구, 태어난 고향의 시도, 고향 이외 타지역 순으로, 특히 출향민의 고향이외 타지역 기부는 0.8%로 낮게 나타남



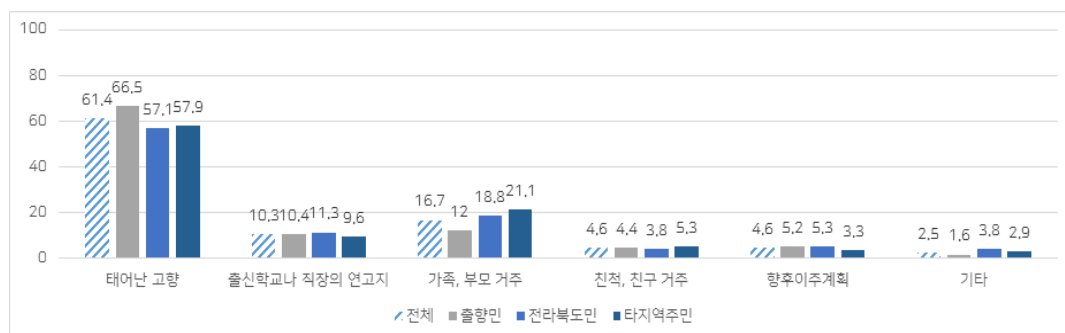
〈그림 3-18〉 거주형태별 고향지역 기부

- 연령별 고향지역 기부여사는 태어난 고향의 시군구, 태어난 고향의 시도, 고향이외 타지역 순으로, 40대의 태어난 고향의 시군구 기부가 약 70%로 높게 나타남



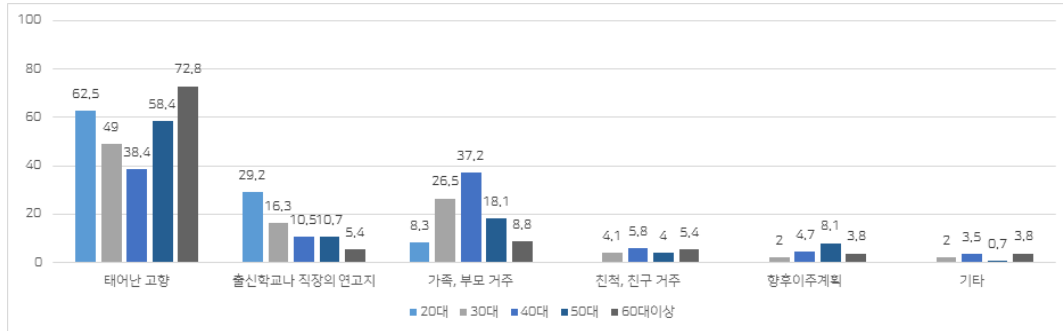
〈그림 3-19〉 연령별 고향지역 기부

- 거주형태별 특정지역에 기부하는 이유는 전반적으로 비슷한 비율을 보이고 있으며, '태어난 고향'이기 때문에, '가족, 부모 거주' 때문에, '출신학교나 직장의 연고지' 순으로 나타남



〈그림 3-20〉 거주형태별 특정지역기부이유

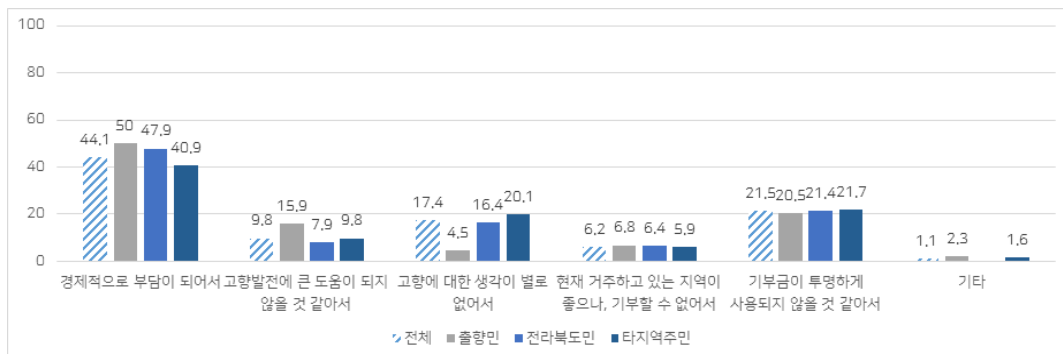
- 연령별 특정지역에 기부하는 이유는 ‘태어난 고향’이기 때문이 가장 높았고, 40대는 ‘가족, 부모거주’도 비슷하게 나타남. 20대는 ‘출신학교나 직장의 연고지’이기 때문이 다른 연령에 비해 높게 나타남



〈그림 3-21〉 연령별 특정지역기부이유

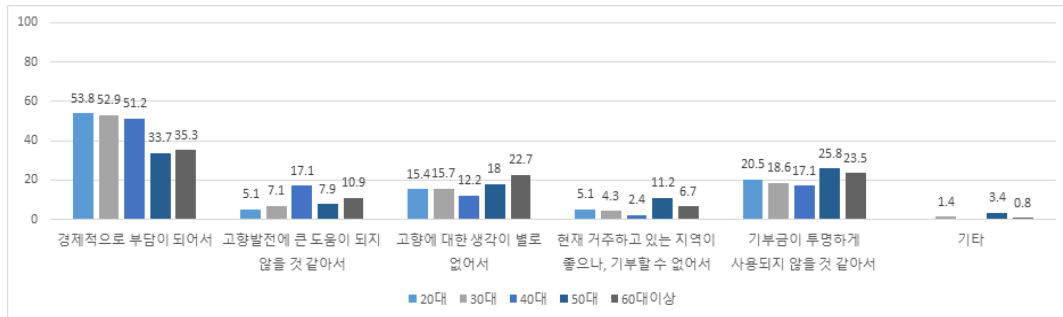
9) 고향사랑기부를 하지 않는 이유

- 고향사랑기부의사가 없다고 응답한 사람들의 기부를 하지 않는 이유는 경제적으로 부담되어서 44.1%, 기부금이 투명하게 사용되지 않을 것 같아서 21.5%, 고향에 대한 생각이 별로 없어서 17.4%, 고향발전에 큰 도움이 되지 않을 것 같아서 9.8%, 현재 거주하고 있는 지역이 좋으나 기부할 수 없어서 6.2% 순으로 나타남
- 거주형태별 고향사랑기부를 하지 않는 이유를 보면 공통적으로 경제적 부담이 가장 높게 나타났고, 출향민은 고향발전에 큰 도움이 되지 않을 것 같아서가 15.9%로 다른 집단에 비해 높았으며, 타지역주민은 고향에 대한 생각이 별로 없어서가 20.1%로 높게 나타남



〈그림 3-22〉 거주형태별 고향사랑기부를 하지 않는 이유

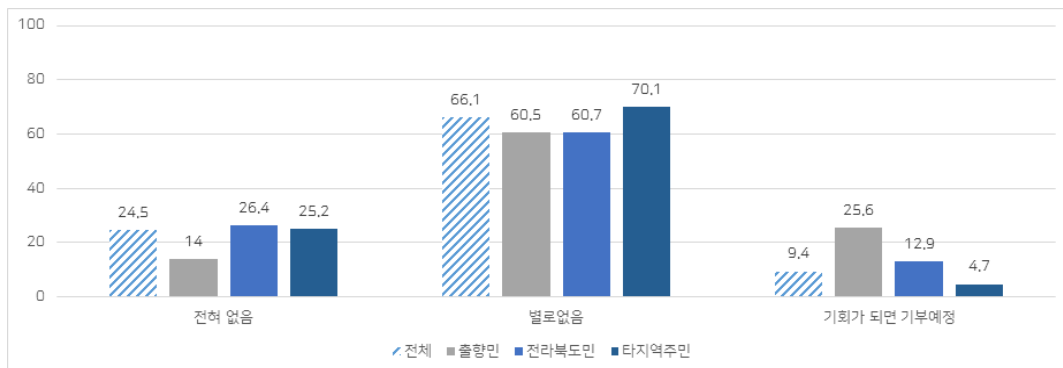
- 연령별 고향사랑기부를 하지 않는 이유는 ‘경제적으로 부담’이 20~40대는 약 50%로 높게 나타났으나 50대 이상은 약 30%로 상대적으로 낮게 나타났고 오히려 ‘기부금이 투명하게 사용되지 않을 것 같아서’가 약 25%로 높게 나타남



〈그림 3-23〉 연령별 고향사랑기부를 하지 않는 이유

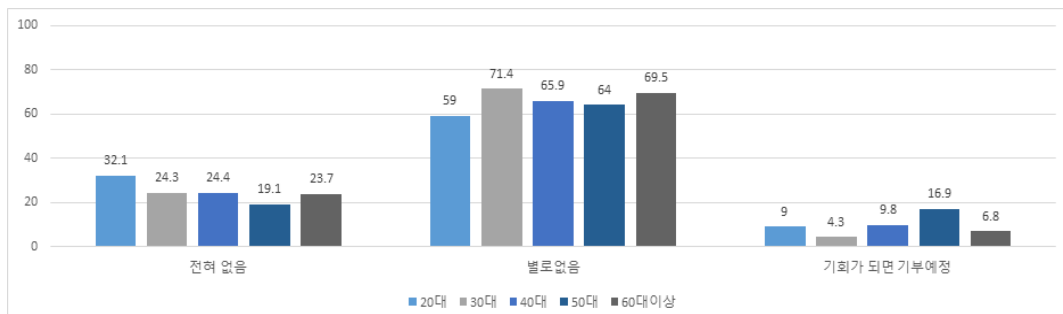
10) 기부 의사가 없는 집단의 향후 기부 의사와 기부금액

- 기부 의사가 없는 집단의 향후 기부 의사를 보면 전혀 없음 24.5%, 별로 없음 66.1%, 기회가 되면 기부 예정 9.4%로 기부 의사가 거의 없음
- 출향민은 기회가 되면 기부 예정이 25.6%로 타 집단에 비해 높은 편임



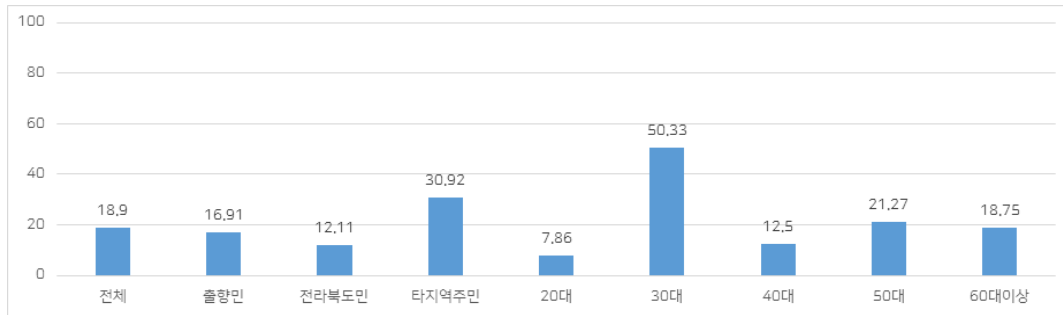
〈그림 3-24〉 거주형태별 향후 기부 의사

- 연령별로도 대부분 약 90% 이상 기부 의사가 없었으며, 50대의 16.9%에서 기회가 되면 기부 예정으로 응답함



〈그림 3-25〉 연령별 향후 기부 의사

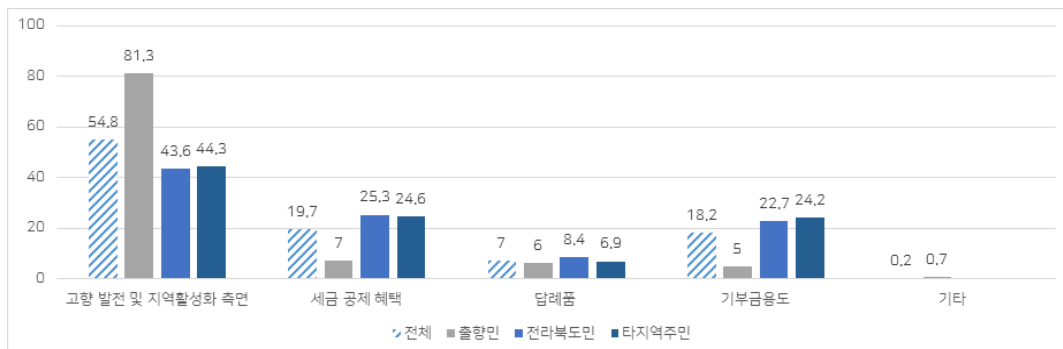
- 기회가 되어서 기부한다면 얼마를 기부할지에 대해 평균 18.9만원으로, 거주형태별로는 출향민 16.91만원, 전라북도민 12.11만원, 타지역주민 30.92만원으로 나타남



〈그림 3-26〉 거주형태 및 연령별 평균 기부금액(기부 의사 없는 집단)

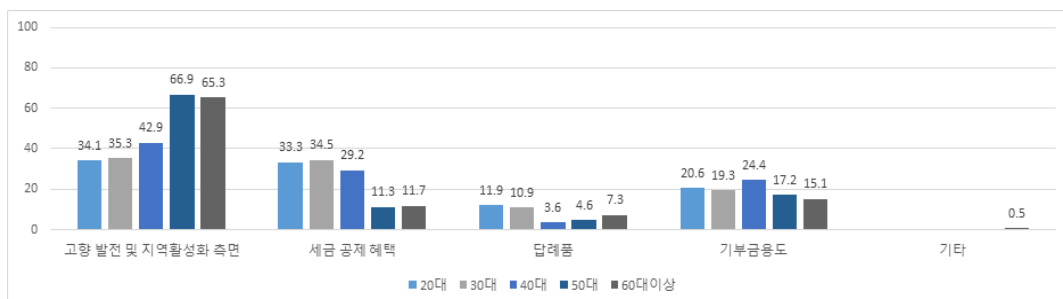
11) 고향사랑기부 고려 조건

- 고향사랑기부를 할 때 고려하는 조건으로는 고향발전 및 지역활성화 측면 54.8%, 세금공제혜택 19.7%, 기부금용도(사용처) 18.2%, 답례품 7% 순으로 응답함
- 출향민은 고향발전 및 지역활성화 측면 응답비율이 81.3%로 타집단에 비해 높게 나타남



〈그림 3-27〉 거주형태별 고향사랑기부 고려 조건

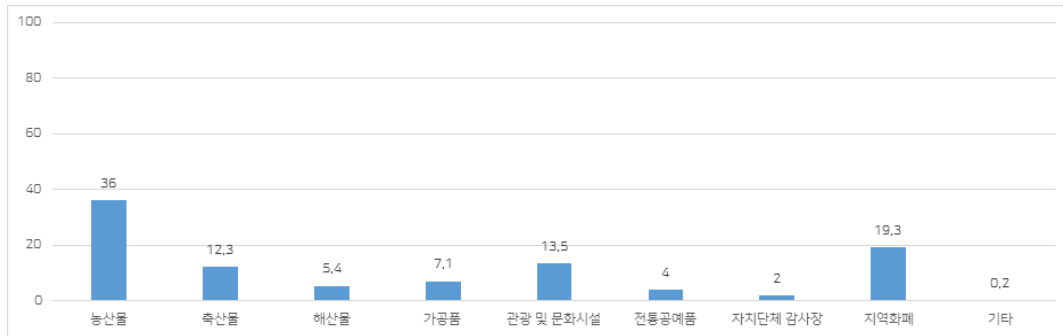
- 연령별로는 50대 이상은 고향 발전 및 지역활성화 측면 응답 비율이 65% 이상으로 높게 나타났으나 20~30대는 고향 발전 및 지역활성화와 세금공제혜택이 각 30%정도로 비슷한 비율로 나타남



〈그림 3-28〉 연령별 고향사랑기부 고려 조건

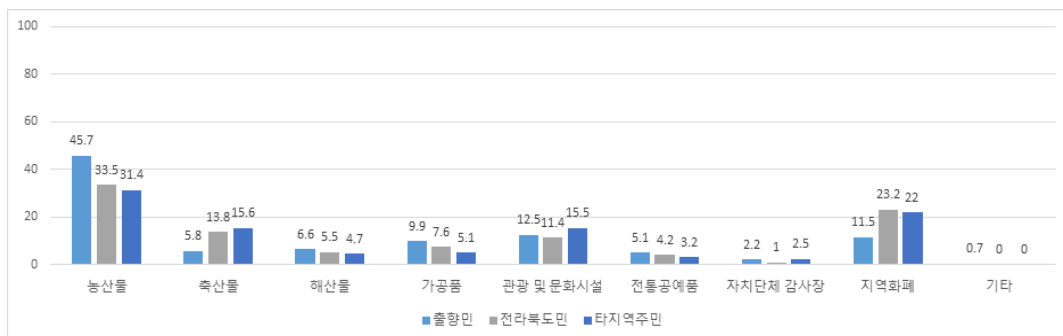
12) 선호 답례품

- 고향사랑기부 시 받고 싶은 답례품으로는 1순위 농산물(36.0%), 2순위 지역화폐(19.3%), 3순위 관광 및 문화시설(13.5%), 4순위 축산물(12.3%) 등 순으로 나타남



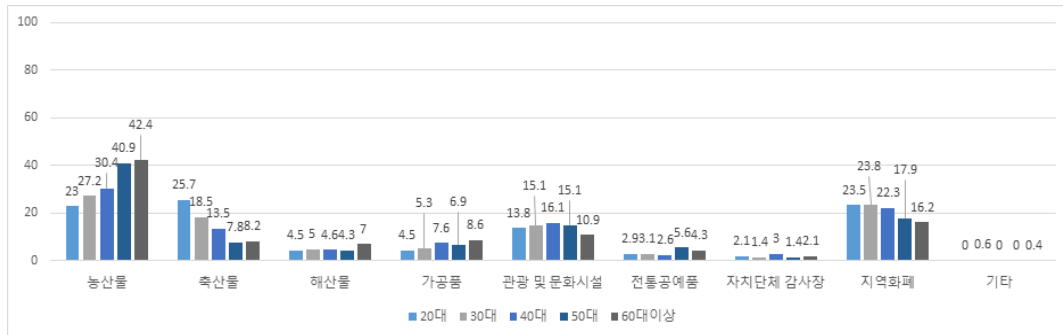
〈그림 3-29〉 선호답례품(중복응답)

- 출향민의 선호 답례품은 1순위 농산물(45.7%), 2순위 관광 및 문화시설(12.5%), 3순위 지역화폐(11.5%) 순이며, 전라북도민은 1순위 농산물(33.5%), 2순위 지역화폐(23.2%), 3순위 축산물(13.8%) 순이며, 타지역주민은 1순위 농산물(31.4%), 2순위 지역화폐(22.0%), 3순위 축산물(15.6%) 순으로 나타남



〈그림 3-30〉 거주형태별 선호답례품(중복응답)

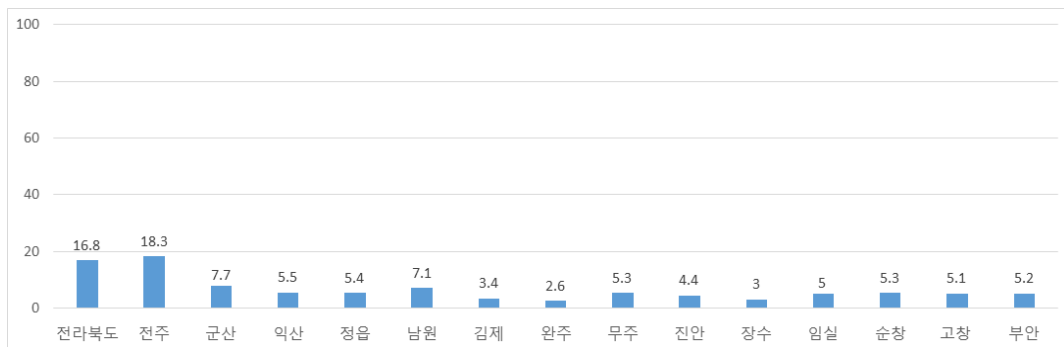
- 연령별로 20대는 1순위 축산물(25.7%), 2순위 지역화폐(23.5%)이며, 30대는 1순위 농산물(27.2%), 2순위 지역화폐(23.8%), 40대는 1순위 농산물(30.4%), 2순위 지역화폐(22.3%), 50대는 1순위 농산물(40.9%), 2순위 지역화폐(17.9%), 60대 이상은 1순위 농산물(42.4%), 2순위 지역화폐(16.2%) 순으로 나타남
- 대부분의 연령에서 농산물의 선호도가 가장 높고 연령이 높아질수록 선호도도 높아지는 것으로 볼 수 있으며, 20대는 다른 연령에 비해 농산물 선호도가 떨어지고 오히려 축산물 선호도가 높게 나타남
- 해산물, 가공품, 전통공예품, 자치단체감사장은 각 약 5%로 선호도가 낮은 편임



〈그림 3-31〉 연령별 선호답례품(중복응답)

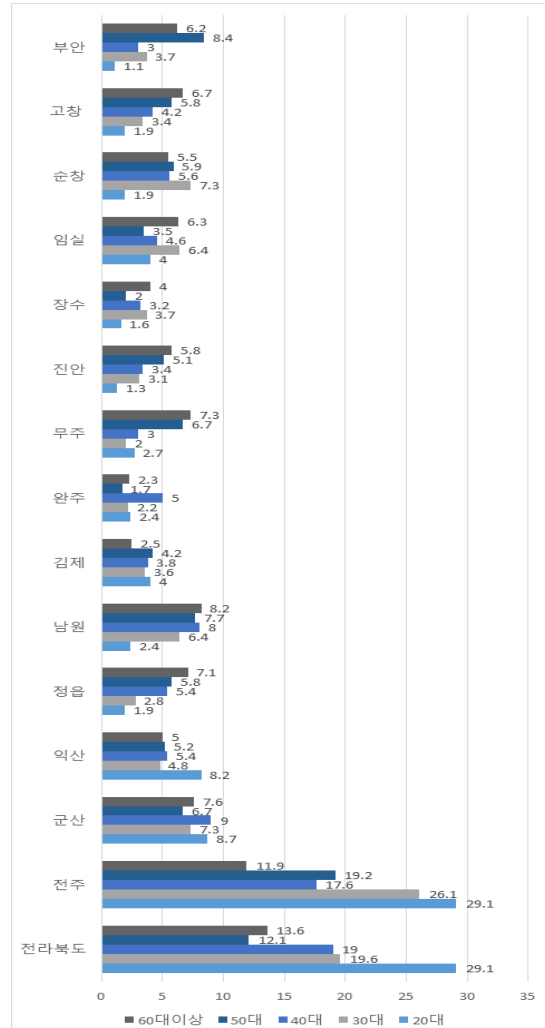
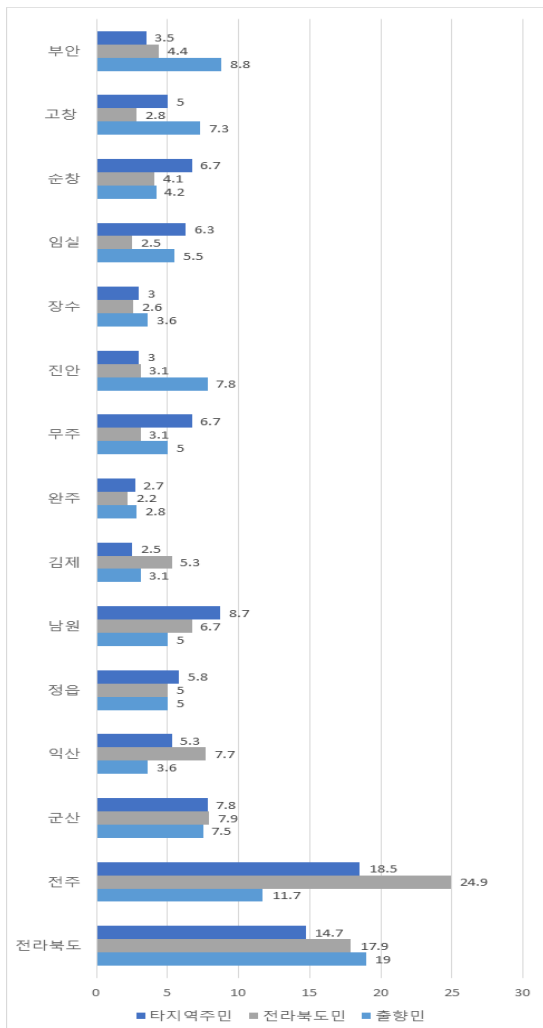
13) 전라북도 기부지역 선호도

- 전라북도로 한정하여 어디에 기부할지를 조사한 결과 1순위 전주(18.3%), 2순위 전라북도(16.8%), 3순위 군산(7.7%), 4순위 남원(7.1%) 순으로 전주와 전라북도를 제외한 전라북도 내 시군에 대한 선호도는 5% 내외로 전반적으로 낮은 편임



〈그림 3-32〉 전라북도 기부지역 선호도(중복응답)

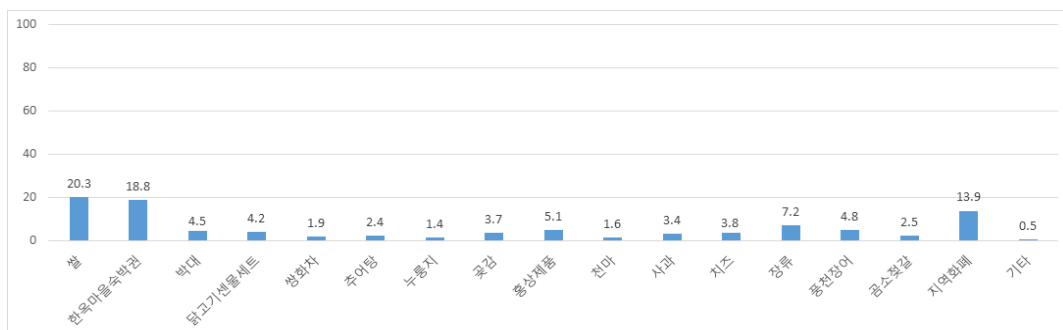
- 거주형태에 따라서는 출향민은 1순위 전라북도(19.0%), 2순위 전주(11.7%) 순이며, 전라북도민은 1순위 전주(24.9%), 2순위 전라북도(17.9%) 순, 타지역주민은 1순위 전주(18.5%), 2순위 전라북도(14.7%) 순으로 나타남
- 연령별로는 20대 1순위는 전주, 전라북도(29.1%), 3순위 군산(8.7%) 순이며, 20대는 1순위 전주(26.1%), 2순위 전라북도(19.6%), 40대 1순위 전라북도(19.0%), 2순위 전주(17.6%), 50대 1순위 전주(19.2%), 2순위 전라북도(12.1%), 60대 이상 1순위 전라북도(13.6%), 2순위 전주(11.9%)로 나타남
- 거주지역이나 연령별로 보았을 때 전주와 전라북도에 대한 선호도가 높게 나타났으며 전라북도 대부분의 시군에 기부하겠다는 응답은 약 5% 내외로 낮은 편임



〈그림 3-33〉 거주형태별 전라북도 기부지역 선호도(중복응답) 〈그림 3-34〉 연령별 전라북도기부지역 선호도(중복응답)

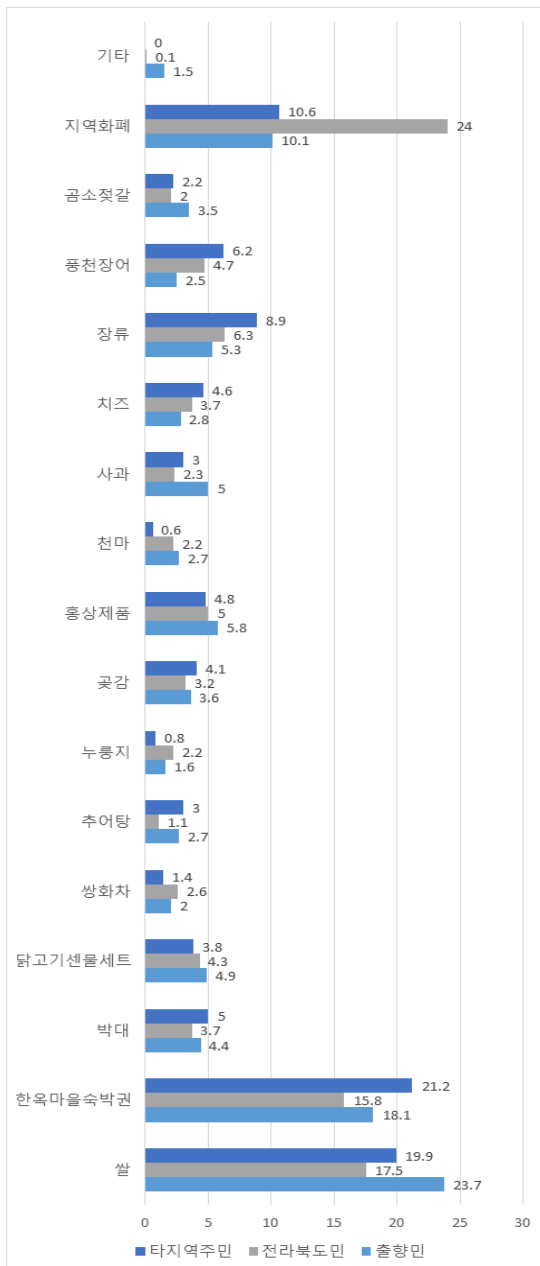
14) 전라북도 선호 답례품

- 전라북도 지역 답례품 중 선호도 1순위는 쌀(20.3%), 2순위는 한옥마을숙박권(18.8%), 3순위 지역화폐(13.9%) 순으로 나타남

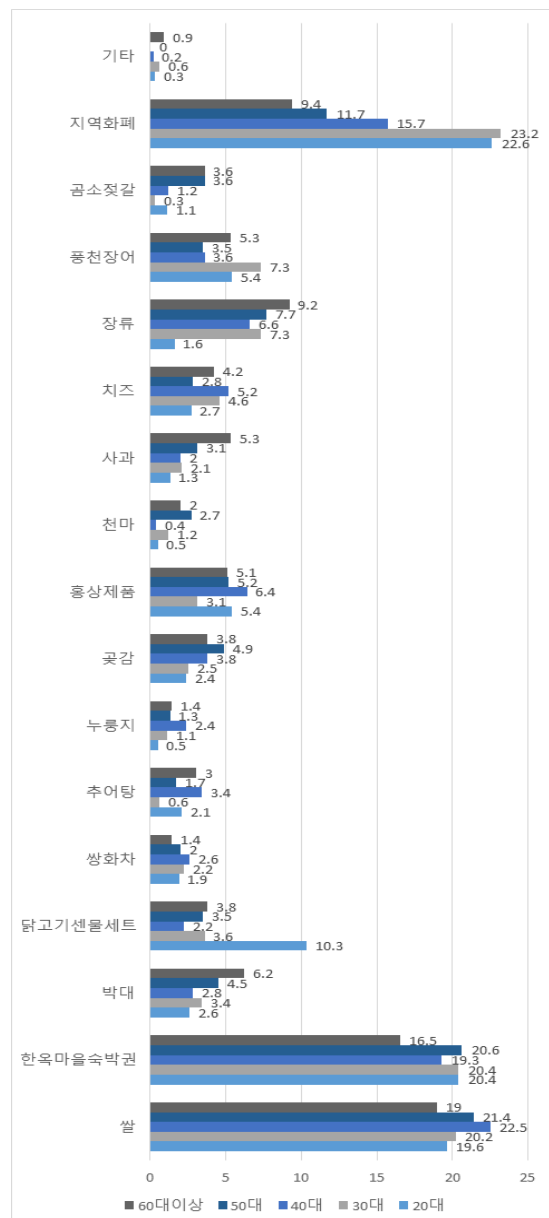


〈그림 3-35〉 전라북도 선호 답례품(중복응답)

- 거주형태별 전라북도 답례품 선호도는 출향민은 1순위 쌀(23.7%), 2순위 한옥마을 숙박권(18.1%), 전라북도민은 1순위 지역화폐(24.0%), 2순위 쌀(17.5%), 타지역주민은 1순위 한옥마을숙박권(21.2%), 2순위 쌀(19.9%) 순으로 나타남
- 연령별로는 20대 1순위 지역화폐(22.6%), 2순위 한옥마을숙박권(20.4%), 30대 1순위 지역화폐(23.2%), 2순위 한옥마을숙박권 20.4%, 40대 1순위 쌀(22.5%), 2순위 한옥마을숙박권(19.3%), 50대 1순위 쌀(21.4%), 2순위 한옥마을숙박권(20.6%), 60대 이상 1순위 쌀(19.0%), 한옥마을숙박권(16.5%) 순으로 나타남



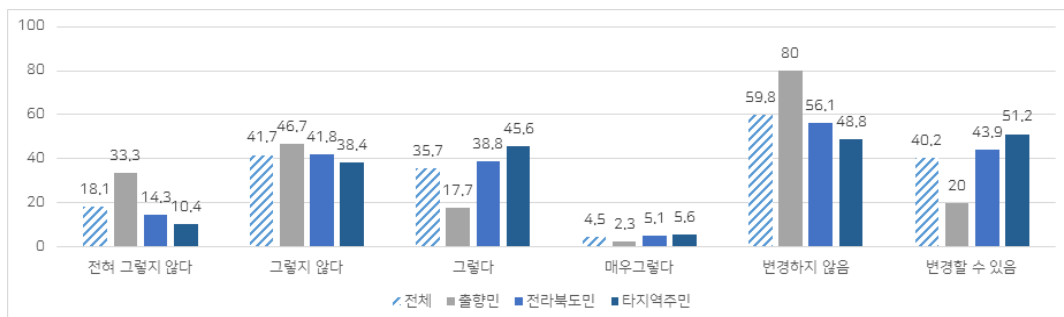
〈그림 3-36〉 거주형태별 전라북도 선호 답례품(중복응답)



〈그림 3-37〉 연령별 전라북도 선호 답례품(중복응답)

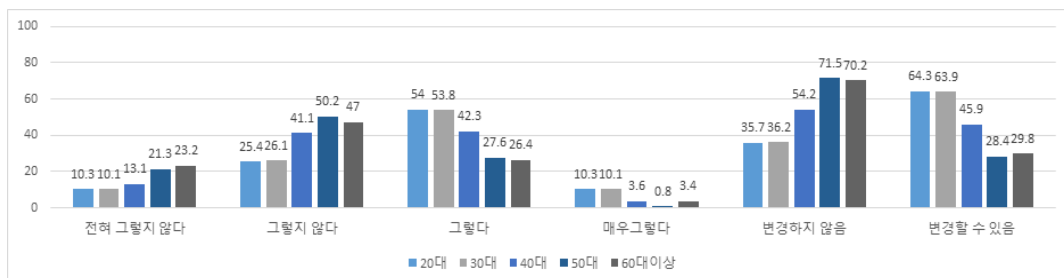
15) 답례품에 따른 기부지역 변경의사

- 답례품에 따라 기부지역을 변경할 것인지에 대해 변경하지 않음이 59.8%(전혀 그렇지 않다 18.1%+그렇지 않다 41.7%)로 변경의사가 낮은 것으로 나타남
- 거주형태별로는 변경하지 않는다고 응답한 비율이 출향민 80.0%, 전라북도민 56.1%, 타지역주민 48.8%로 출향민의 변경의사는 낮으나, 타지역 주민은 변경의사가 약간 높게 나타남



〈그림 3-38〉 전체 및 거주형태별 답례품에 따른 기부지역 변경 의사

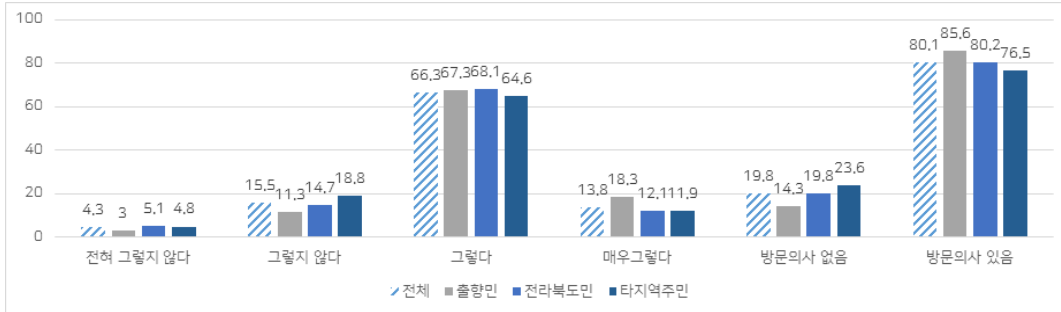
- 연령별로 살펴보면, 변경하지 않음이 20대 35.7%, 30대 36.2%, 40대 54.2%, 50대 71.5%, 60대 이상 70.2%로, 20~30대 젊은 층은 답례품에 따라 기부지역을 변경할 가능성이 높고, 50대 이상은 기부지역을 변경할 가능성이 낮은 것으로 볼 수 있음



〈그림 3-39〉 연령별 답례품에 따른 기부지역 변경 의사

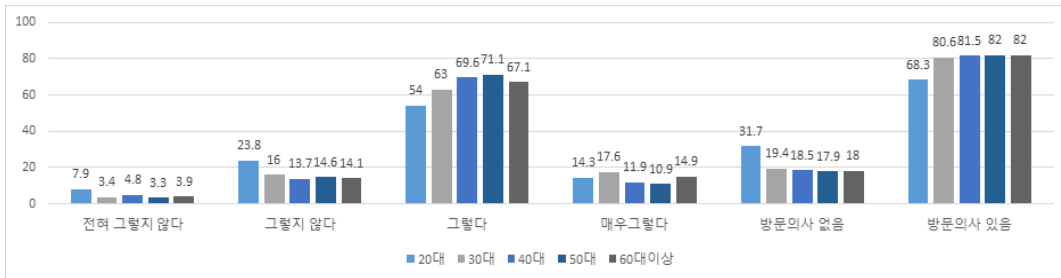
16) 기부지역 방문 의사

- 기부지역 방문의사가 있다고 응답한 비율은 80.1%(그렇다 66.3%+매우 그렇다 13.8%)로 높은 편임
- 거주형태별로 방문의사가 있는 비율은 출향민 85.6%, 전라북도민 80.2%, 타지역주민 76.5%로 전반적으로 방문의사가 높게 나타남



〈그림 3-40〉 전체 및 거주형태별 기부지역 방문의사

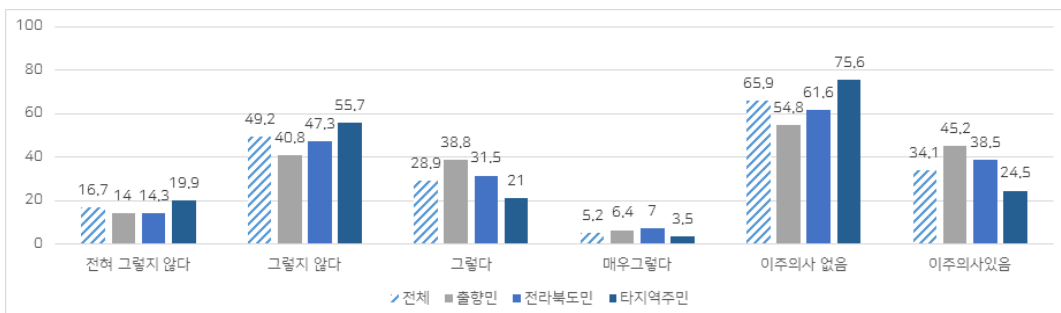
- 연령별로 기부지역 방문의사가 있다고 응답한 비율은 20대 68.3%, 30대 80.6%, 40대 81.5%, 50대 82.0%, 60대 이상 82.0%로 전반적으로 높은 편이나 20대는 다른 연령대에 비해 낮게 나타남



〈그림 3-41〉 연령별 기부지역 방문의사

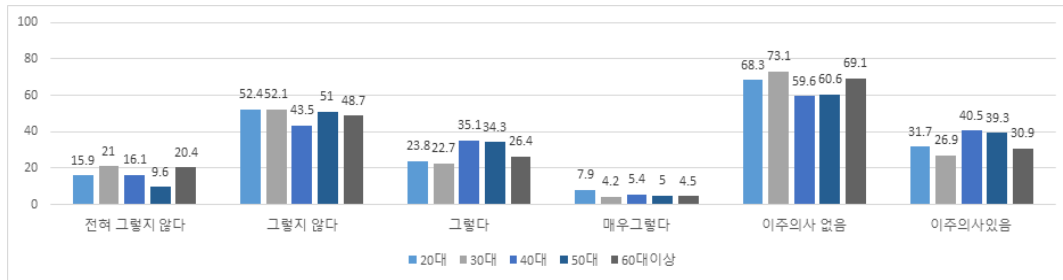
17) 기부지역 이주 의사

- 기부지역에 대한 이주의사가 있다고 응답한 비율은 34.1%(그렇다 28.9%+매우 그렇다 5.2%)로 나타남. 거주형태별로 이주의사가 있다고 응답한 비율은 출향민 45.2%, 전라북도민 38.5%, 타지역주민 24.5%로 출향민의 이주의사 있음이 높게 나타남



〈그림 3-42〉 전체 및 거주형태별 기부지역 이주의사

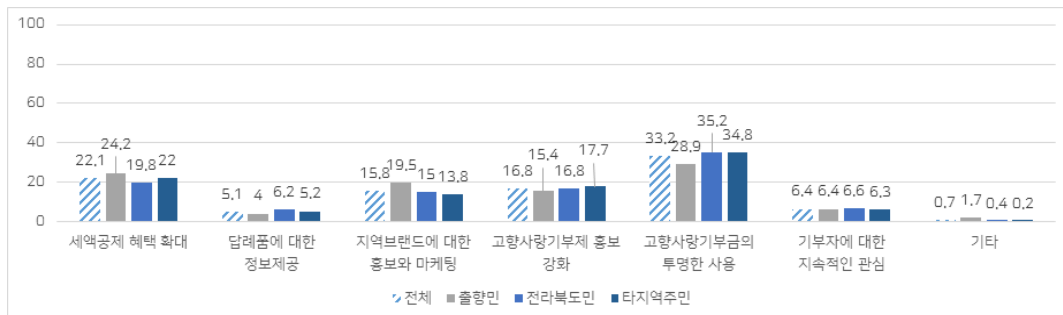
- 연령별로 이주의사 있음으로 응답한 비율은 20대 31.7%, 30대 26.9%, 40대 40.5%, 50대 39.3%, 60대 이상 30.9%로 나타났고, 전혀 이주의사가 없는 비율은 30대(21.0%)와 60대 이상(20.4%)에서 높게 나타남



〈그림 3-43〉 연령별 기부지역 이주의사

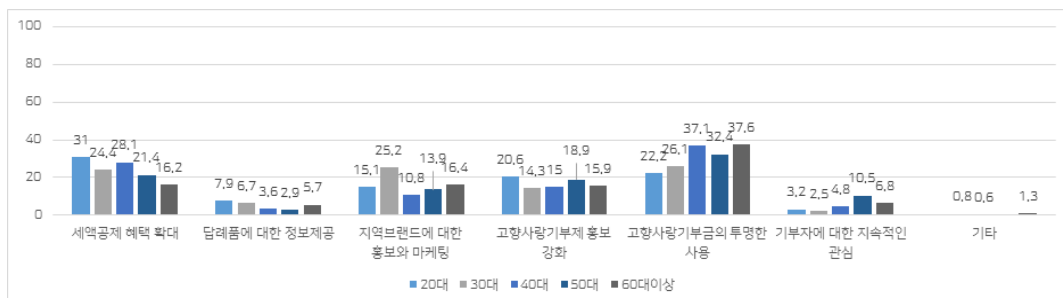
18) 고향사랑기부제 활성화 노력

- 고향사랑기부제 활성화를 위해서는 고향사랑기부금의 투명한 사용 33.2%, 세액공제 혜택확대 22.1%, 고향사랑기부제 홍보강화 16.8%, 지역브랜드에 대한 홍보와 마케팅 15.8% 순으로 나타남. 거주형태별로는 출향민, 전라북도민, 타지역주민 모두 고향사랑기부금의 투명한 사용, 세액공제 혜택 확대 순으로 응답 비율이 높게 나타남



〈그림 3-44〉 전체 및 거주형태별 고향사랑기부제 활성화 노력

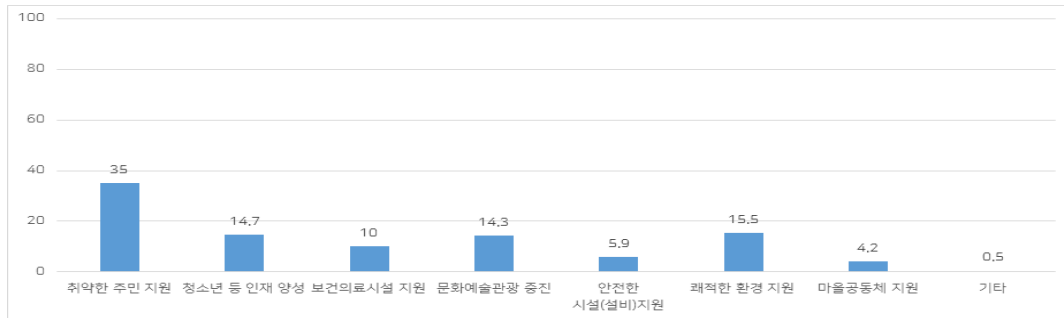
- 연령별로는 20대는 세액공제 혜택 확대, 고향사랑기부금의 투명한 사용 순으로, 30대는 기부금의 투명한 사용, 지역브랜드에 대한 홍보와 마케팅 순으로, 40대는 기부금의 투명한 사용, 세액공제 혜택 확대 순으로, 50대는 기부금의 투명한 사용, 세액공제혜택 확대 순으로, 60대 이상은 기부금의 투명한 사용, 지역브랜드에 대한 홍보와 마케팅 순으로 나타남



〈그림 3-45〉 연령별 고향사랑기부제 활성화 노력

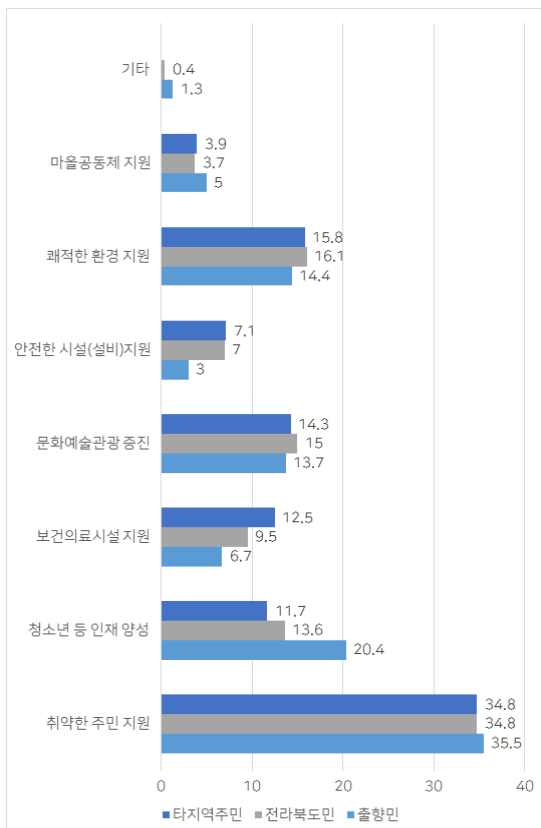
19) 고향사랑기부금 희망 사용용도

- 고향사랑기부금이 쓰이길 원하는 사용처는 취약한 주민지원(35.0%), 쾌적한 환경지원(15.5%), 청소년 등 인재양성(14.7%), 문화예술관광증진(14.3%) 등 순으로 나타남

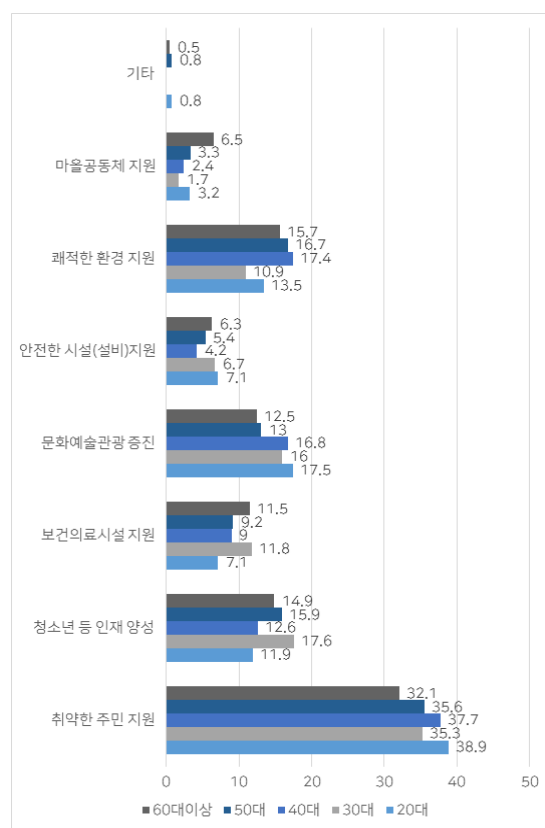


〈그림 3-46〉 고향사랑기부금 희망 사용용도(전체)

- 거주형태에 따라서는 취약한 주민지원이 가장 높게 나타났고 그 다음으로는 쾌적한 환경지원이었으나, 출향민은 청소년 등 인재양성이 두 번째로 높게 나타남. 연령별로도 취약한 주민지원이 가장 높게 나타났고, 20대는 문화예술관광증진, 30대는 인재양성, 40대 이상은 쾌적한 환경지원이 두 번째로 높게 나타남



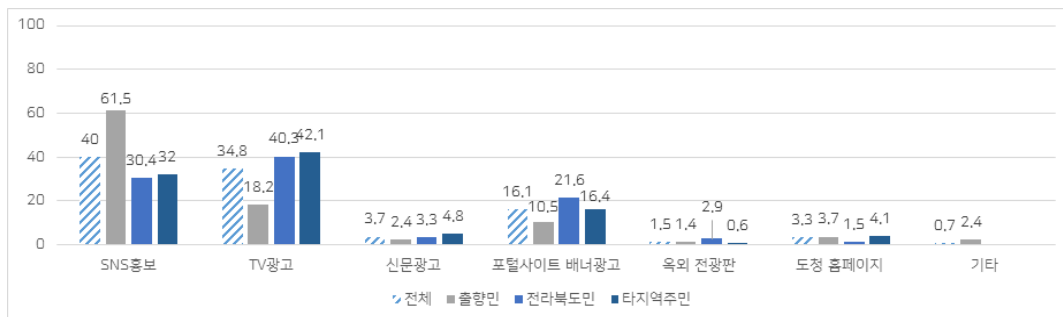
〈그림 3-47〉 거주형태별 고향사랑기부금 희망 사용용도



〈그림 3-48〉 연령별 고향사랑기부금 희망 사용용도

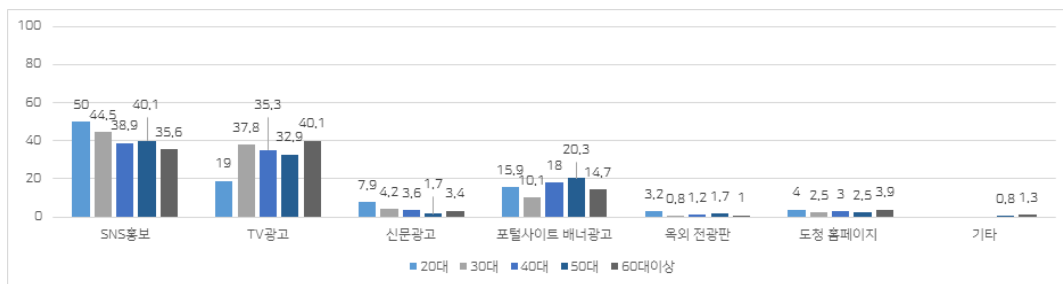
20) 고향사랑기부제 홍보방법

- 고향사랑기부제를 알릴 적절한 홍보방법으로는 SNS 홍보(40.0%), TV광고(34.8%), 포털사이트 배너광고(16.1%) 등 순으로 나타남. 신문광고, 옥외전광판, 도청홈페이지 등은 전체 약 10%미만으로 응답함
- 거주형태별로는 출향민은 SNS홍보(61.5%), TV광고(18.2%) 등 순으로 나타났고, 전라북도민은 TV광고(40.3%), SNS홍보(30.4%), 포털사이트 배너광고(21.6%) 등 순으로, 타지역주민은 TV광고(42.1%), SNS홍보(32.0%), 포털사이트 배너광고(16.4%) 순으로 나타남



〈그림 3-49〉 전체 및 거주형태별 홍보방법

- 연령별로는 20대 SNS홍보 50.0%, TV광고 19.0%, 포털사이트 배너광고 15.9% 등 순으로, 30대 SNS홍보 44.5%, TV광고 37.8% 등 순으로, 40대는 SNS홍보 38.9%, TV광고 35.3% 순, 50대는 SNS홍보 40.1%, TV광고 3.29% 순, 60대 이상 TV광고 40.1%, SNS홍보 35.6% 등 순으로 나타남
- 20~50대는 SNS홍보를 가장 적절한 홍보방법으로 응답하였고 60대 이상은 TV광고가 가장 높게 나타남



〈그림 3-50〉 연령별 홍보방법

다. 시사점

- 고향사랑기부제 인식조사 결과 ‘들어 본 적이 있다’는 36.2%로 인식률이 낮은 편.
정부차원의 고향사랑기부제도에 대한 적극적인 홍보 필요
 - 다만 광역 및 기초단체의 홍보비용은 한계가 있기 때문에 중앙을 중심으로 제도에 대한 홍보 필요
- 고향사랑기부에 대해 출향민의 기부 의사 및 기부예정금액이 전라북도민, 타지역주민에 비해 높게 나타났기 때문에 1차 타겟으로 출향민을 설정하고 출향민에 대한 홍보 및 기부자 관리 방안에 대한 준비 필요
 - 전라북도와 14개 시군 출향민이 동일하기 때문에 고향사랑기부제 홍보 시 전라북도의 역할 정립 필요
 - 전라북도와 14개 시군이 경쟁관계를 형성하기보다 협력관계를 통해 상생할 수 있는 방안 마련
- 고향사랑기부 예정금액은 평균 38.55만원이나, 금액별로 보면 10만원 39.8%, 1~9만원 17.5%로 약 60%가 10만원 이하의 금액을 기부할 예정으로, 3만원 이하의 답례품의 종류와 품질에 대한 고민 필요
 - 반면 100만원 이상 기부하겠다고 한 비율이 17.7%로 높게 나타나 다양한 금액의 답례품 개발 필요
- 전반적인 고향사랑기부 시 받고 싶은 답례품은 1순위 농산물, 2순위 지역화폐로 나타났다, 전라북도 지역 답례품으로 1순위 쌀, 2순위 한옥마을숙박권으로 전라북도 지역 농산물을 활용한 답례품 구성 필요
 - 다만 특정 지역특산물(쌍화차, 천마 등)에 대한 선호도는 2% 미만으로 지역에서 대표하는 상품이라고 할지라도 기부자들에게 선호가 낮을 수 있기 때문에 답례품을 구성할 때 수요자 관점에서 답례품 구성 필요
- 답례품에 따라 기부지역을 변경하지 않을 것으로 나타났고, 특히 출향민의 변경 의사는 낮기 때문에 시행초기에는 답례품중심의 기부자 모집보다는 기부자들이 지속적으로 전라북도와 기초자치단체에 기부할 수 있도록 고향에 대한 애착을 가지도록 사업중심의 홍보와 기부자 관리 방안 마련 필요
 - 고향사랑기부제에 대한 인식률이 제고되고 안정화되면 타지역에 대한 답례품, 기부금사용처 등에 대한 관심도가 높아 질 수 있기 때문에 지속적인 기부자관리, 답례품 선정, 기부금사용처 개발 등이 필요

2. 고향사랑기부제 기부액 분석

가. 재정효과 분석의 기준

- 전국 15세 이상 성인남녀 대상 고향사랑기부금 제도 전반에 관한 설문조사를 포함하여 고향사랑기부금 기부인식 및 평균 기부금액 조사에 기반하여 재정효과 분석
- 재정효과 분석방법은 첫째 통계청 인구주택총조사를 기준으로 4개 집단(출향민, 전북출생도민, 타지역출신 전북도민, 타지역주민)의 인구구성비에 기초한 모집단 설정
- 조사대상 집단별 고향사랑기부금 기부의사(기부 의사, 적극적 기부 의사)와 기부금액(연간 평균 기부금액)에 기초하여 모집단의 인구규모에 대입하여 최종 재정유입효과 분석
 - 전라북도의 출향민은 출향민 173만명, 전북출생 전북도민 141만명, 타지역출신 전북도민 34.8만명, 타지역주민 4,840만명
 - 재정효과의 분석단위는 인구기준(전체 인구와 15세 이상 인구로 분류)과 기부 의사 기준(적극적 기부와 소극적 기부로 분류)으로 각각의 재정효과 분석
 - 전체 인구 기준*소극적 기부 산출공식은 '대상별 전체 인구×기부 의사×기부 지역×대상별 기부금액'
 - 전체 인구 기준*적극적 기부 산출공식은 '대상별 전체 인구×적극적 기부 의사×기부 지역×대상별 기부금액'
 - 15세 이상 인구*소극적 기부 산출공식은 '대상별 15세 이상 인구×기부 의사×기부 지역×대상별 기부금액'
 - 15세 이상 인구*적극적 기부 산출공식은 '대상별 15세 이상 인구×적극적 기부 의사×기부 지역×대상별 기부금액'
- 고향사랑기부금 설문조사의 기초분석결과를 보면, 출향민의 경우 소극적 기부층 86.0%, 적극적 기부층 15.7%이고, 전북출생 도민은 소극적 기부 44.2%, 적극적 기부 5.1%로 조사
- 이외 타지역 출신 전북도민은 소극적 기부 54.7%, 적극적 기부 5.1%, 그리고 타지역주민은 소극적 기부 45.2%, 적극적 기부 3.9%로 조사
- 조사 대상 집단별로 기부하고자 하는 지역에 대한 설문조사 결과를 바탕으로 전라북도과 전라북도 시군에 기부할 기부금액 산출
 - 출향민은 태어난 고향(전라북도) 31.5%, 태어난 고향(전라북도 시군) 67.7%, 전라북도 출생도민은 태어난 고향(전라북도 시군구) 62.3%, 타지역출신 전북도민은 고향 외 지역 15.6%, 타지역주민은 고향 외 지역 10.5%에 대한 조사 결과 대입
 - 고향사랑기부금에 관한 법률에 따라서 현재 거주하고 있는 지역의 광역자치단체에는 기부할 수 없기 때문에 전북출생 도민의 태어난 고향(전라북도)은 제외하고 기부금액 산출

〈표 3-4〉 전라북도 고향사랑기부금 기부 의사 기초분석 단위

모집단 구성	모집단		기부 의사		기부 지역			기부 금액
	전체	15세 이상	소극적 기부	적극적 기부	태어난 고향 (광역시)	태어난 고향 (시군구)	고향 외 지역	
전라북도출생주민	3,149,496	2,939,844						
출향민	1,735,291	1,711,813	86.0	15.7	31.5	67.7	0.8	40.08
전북 출생도민	1,414,205	1,228,031	44.2	5.1	29.0	62.3	8.7	46.72
타지역출신전북도민	348,544	3,225,999	54.7	5.1	34.4	50.0	15.6	47.72
타지역주민	48,399,067	42,417,345	45.2	3.9	35.4	54.1	10.5	31.14

나. 재정효과 분석 결과

- 고향사랑기부금 제도 시행 시 전체 주민을 대상으로 전라북도에 유입되는 고향사랑 기부금은 본청의 경우 출향민 1,884억원 정도로 추정되고 시군에 유입되는 기부금은 최대 5,868억원으로 추정
- 또한, 전라북도 이외 거주자의 경우 지역을 특정하지 않고 고향 이외 지역으로 기부하겠다는 주민까지를 포함할 경우 전라북도와 시군에 기부하는 기부금은 일부 증가할 수 있음

〈표 3-5〉 전라북도 고향사랑기부금 재정효과(모집단 전수 최대)

(단위: 만원)

모집단 구성	모집단		전체 기부	태어난 고향 (광역시)	태어난 고향 (시군구)	고향 외 지역	재정 효과
	전체	15세 이상					
전라북도 출생주민	314.9만명	294만명					
출향민	173.5만명	171.1만명	86.0	18,841,220	40,493,670	852,430	59,334,890
전북 출생도민	141.4만명	122.8만명	44.2	8,469,065	18,193,888	2,540,720	18,193,888
타지역출신 전북도민	34.8만명	32.2만명	54.7	3,129,708	4,548,994	1,419,286	1,419,286
타지역주민	4,840만명	4,242만명	45.2	241,155,569	368,545,657	71,529,194	71,529,194
재정효과				18,841,220	58,687,558	72,948,480	
재정효과 산출	· 전라북도 : 1,884억원 +α · 전북시군 : 5,868억원 +α · 총 7,752억원 +α						

- 다음으로 고향사랑기부금의 추정기준을 15세 이상 경제활동인구로 설정할 경우 전라북도는 최대 1,858억원 이상 그리고 전라북도 시군은 5,574억원 이상이 될 것으로 추정
- ※ 다만, 전체 인구와 15세 이상 인구를 기준으로 고향사랑기부금의 소극적 기부 의향을 기준으로 고향사랑기부금을 추정하는 것은 다소 과대 추정될 수 있음

〈표 3-6〉 전라북도 고향사랑기부금 재정효과(모집단 15세 이상 최대)

(단위: 만원)

모집단 구성	모집단		기부 의사	태어난고향 (광역시)	태어난고향 (시군구)	고향 외 지역	재정 효과
	전체	15세이상					
전라북도 출생주민	314.9만명	294만명					
출향민	173.5만명	171.1만명	86.0	18,586,304	39,945,802	472,033	58,532,106
전북 출생도민	141.4만명	122.8만명	44.2	7,354,149	15,798,741	2,206,245	15,798,741
타지역출신 전북도민	34.8만명	32.2만명	54.7	28,967,461	42,103,868	13,136,407	13,136,407
타지역주민	4,840만명	4,242만명	45.2	211,350,747	322,996,480	62,688,781	62,688,781
재정효과				18,586,304	55,744,543	75,825,188	
재정효과 산출	· 전라북도 : 1,858억원 + α · 전북시군 : 5,574억원 + α · 총 7,432억원 + α						

- 고향사랑 기부금제도가 아직 시행 전이라는 점 그리고 고향사랑기부금제도에 대한 이해가 부족한 시점에서 적극적 기부가 아닌 소극적 기부인향을 기준으로 고향사랑기부금제도의 재정유입효과를 추정하는 것은 기대이상으로 과대 추정될 수 있음
- 따라서 소극적 기부가 아닌 '반드시 기부하겠다'는 적극적 기부층을 대상으로 전체 인구를 대상으로 고향사랑기부금을 추정해 보면, 전라북도는 최대 343억원, 시군은 949억원 정도 유입될 것으로 추정됨

〈표 3-7〉 전라북도 고향사랑기부금 재정효과(모집단 전수 적극적 기부층: 최소)

(단위: 만원)

모집단 구성	모집단		적극적 기부	태어난고향 (광역시)	태어난고향 (시군구)	고향 외 지역	재정 효과
	전체	15세이상					
전라북도 출생주민	314.9만명	294만명					
출향민	173.5만명	171.1만명	15.7	3,439,618	7,392,449	87,355	10,832,067
전북 출생도민	141.4만명	122.8만명	5.1	977,200	2,099,295	293,160	2,099,295
타지역출신 전북도민	34.8만명	32.2만명	5.1	291,801	424,129	132,328	132,328
타지역주민	4,840만명	4,242만명	3.9	20,807,671	31,799,293	6,171,767	6,171,767
재정효과				3,439,618	9,491,743	6,304,095	
재정효과 산출	· 전라북도 : 343억원 + α · 전북시군 : 949억원 + α · 총 1,292억원 + α						

- 마지막으로 전체 인구가 아닌 15세 이상 인구를 대상으로 적극적 기부층만을 기준으로 재정효과를 추정해 보면, 전라북도는 최대 339억원, 시군은 911억원 정도의 기부금이 유입될 것으로 추정
- ※ 다만, 설문조사에 기초한 기부금 유입효과는 실제 기부행위가 이루어지는 경제활동 인구를 모수로 하지 않고 측정되었다는 점에서 고향사랑기부금의 현실적인 모금액과는 다소 차이가 있을 수 있음

〈표 3-8〉 전라북도 고향사랑기부금 재정효과(모집단 15세 이상 전수 적극적 기부층: 최소)

(단위: 만원)

모집단 구성	모집단		적극적 기부	태어난고향 (광역시)	태어난고향 (시군구)	고향 외 지역	재정 효과
	전체	15세이상					
전라북도 출생주민	314.9만명	294만명					
출향민	173.5만명	171.1만명	15.7	3,393,081	7,292,431	86,173	10,685,512
전북 출생도민	141.4만명	122.8만명	5.1	848,556	1,822,932	254,567	1,822,932
타지역출신 전북도민	34.8만명	32.2만명	5.1	2,700,805	3,925,589	1,224,784	1,224,784
타지역주민	4,840만명	4,242만명	3.9	18,236,016	27,869,165	5,408,988	5,408,988
재정효과				3,393,081	9,115,363	6,633,772	
재정효과 산출	· 전라북도 : 339억원 + α · 전북시군 : 911억원 + α · 총 1,250억원 + α						

다. 납세자 기준 재정유입효과 분석

- 한국지방행정연구원에서는 지자체 기금운용 계획 수립을 위해 기금추정액 산출방법을 제시함
- 고향사랑기부금제도와 관련한 별도의 설문을 진행하지 않고 행정통계와 기존 선행연구의 고향사랑기부금의 기부의향 등을 활용하여 지역별 재정효과 산출
- 한국지방행정연구원에서는 주민등록인구를 기준으로 납세실적, 1인당 연간기부총액, 지역별 기부자 비율, 기부율 평균 추정치를 활용하여 고향사랑기부금의 재정효과를 분석
 - 인구유형에 따른 균등분할(안): 광역자치단체 산출공식은 ‘1인당 연간 기부추정액×적용인구×도비율’로 적용인구는 만19-65세 국민, 전체납세자, 종합소득세 납세자 중에서 택하여 산출
 - 출향인구에 따른 차등분할(안): 광역자치단체 산출공식은 ‘1인당 연간 기부추정액×적용인구×도비율’로 출향인구는 최근 5년간 출향인구를 의미함
 - 기부비율을 적용한 기준치 적용 균등분할(안): 광역자치단체 산출공식은 ‘1인당 연간 기부추정액×적용인구×도비율×기부율’로, 적용인구는 만19-65세 국민, 전체납세자, 종합소득세납세자 중에서 택하여 산출함
- 한국지방행정연구원의 고향사랑기부금 재정효과분석 기준을 적용하여 전라북도의 기부자 비율 등은 〈표 3-9〉와 같음

〈표 3-9〉 한국지방행정연구원 고향사랑기부금 재정효과분석 기준

- 통계청 인구추계(전라북도 만19세~65세 인구 2023~2027년) 기준
- 납세자 비율(2020년 한국지방행정연구원 기준 적용 49.73%)
- 종합소득세 납세비율(2020년 한국지방행정연구원 기준적용 19.87%)
- 1인당 연간기부총액 (지방행정연구원 산식 99,146원)
- 전라북도 기부자 비율 (지방행정연구원 산식 7.9%)
- 기부율 평균 추정치 (지방행정연구원 산식 1.85%)

- 전라북도에 유입되는 고향사랑기부금 재정 추계를 분석하기 위해 2023년부터 2027년까지 5년 간 인구추계를 반영하여 재정유입효과를 분석함

〈표 3-10〉 인구 추계(2023~2027)

구분	2023년	2024년	2025년	2026년	2027년
출향인구	1,729,436	1,716,703	1,704,772	1,693,596	1,683,094
만19~65세 국민	35,523,750	35,286,445	34,986,540	34,642,118	34,236,029
전체납세자	17,665,961	17,547,949	17,398,806	17,227,525	17,025,577
종합소득세납세자	7,058,569	7,011,417	6,951,825	6,883,389	6,802,699

- 이 기준을 활용할 경우 2023년 전라북도의 고향사랑 기부금은 최소 10.2억원에서 최대 2,782억원 정도 유입될 것으로 추정
 - 한국지방행정연구원 기준으로 산출한 전라북도 재정효과는 14개 시군의 고향사랑기부금을 포함하고 있는 금액임
- 특히 균등분할의 경우 전체 15세에서 65세 인구를 기준으로 평균기부액 9.9만원을 적용하여 산출한 값으로 추정한다는 점에서 다소 과대 추정될 수 있고, 이 같은 이유 때문에 전체 인구 중에서 납세자를 기준으로 추정할 경우 1,383억원 그리고 종합소득세로 범위를 줄일 경우에는 553억원으로 추정
- 또한 출향인구를 기준으로 할 경우는 2023년에만 최대 135억원 정도의 재정유입효과가 있을 것으로 추정
- 이러한 방법으로 통계청 인구추계 기준을 적용하여 향후 5년간 재정효과를 분석하였고, 그 결과 2024년 최소 10.1억원에서 최대 2,763억원, 2025년 최소 10억원에서 최대 2,740억원, 2026년 최소 9.9억원에서 최대 2,713억원, 2027년 최소 9.8억원에서 최대 2,681억원으로 추정
- 출향인구 기준 재정유입금액은 2024년 134억원, 2025년 133억원, 2026년 132억원, 2027년 131억원으로 추정
- 균등분할로 산출하면 전체 기준 금액은 2024년 2,763억원, 2025년 2,740억원, 2026년 2,713억원, 2027년 2,681억원으로 추정
- 균등분할에서 전체 납세자 기준 금액은 2024년 1,374억원, 2025년 1,362억원, 2026년 1,349억원, 2027년 1,333억원으로 추정
- 균등분할에서 종합소득세 납세자 기준 금액은 2024년 549억원, 2025년 544억원, 2026년 539억원, 2027년 532억원으로 추정
- 기부율을 적용한 가중치적용 균등분할로 산출한 전체 기준 금액은 2024년 134억원, 2025년 133억원, 2026년 132억원, 2027년 131억원으로 추정

- 가중치적용 균등분할에서 전체납세자 기준 금액은 2024년 51.1억원, 2025년 50.6억원, 2026년 50.1억원, 2027년 49.6억원으로 추정
- 가중치 적용 균등분할에서 종합소득세 납세자 기본 금액은 2024년 10.1억원, 2025년 10억원, 2026년 9.9억원, 2027년 9.8억원으로 추정

〈표 3-11〉 전라북도 고향사랑기부금 재정유입 추계

(단위 : 만원)

구분		2023년	2024년	2025년	2026년	2027년
균등분할	전체	27,824,098	27,638,228	27,403,326	27,133,557	26,815,486
	전체납세자	13,836,924	13,744,491	13,627,674	13,493,518	13,335,341
	종합소득세 납세자	5,528,648	5,491,716	5,445,041	5,391,438	5,328,237
출향인구 기준	출향인구	1,354,587	1,344,613	1,335,269	1,326,515	1,318,289
가중치 적용 균등분할	전체	514,746	511,307	506,962	501,971	496,086
	전체납세자	255,983	254,273	252,112	249,630	246,704
	종합소득세 납세자	102,280	101,597	100,733	99,742	98,572

라. 전라북도 고향사랑기부금 재정효과

- 본 연구에서 실시한 고향사랑기부제 설문조사를 통해 산출한 전라북도 기부금 추정액과 한국지방행정연구원 기준으로 산출한 기부금 추정액은 최소 10.2억원에서 최대 2,782억원으로 추정 금액 범위가 넓게 나타남
- 고향사랑기부금을 추정할 때 적용인구집단, 기부율, 기부예정금액 등 어떤 기준을 두고 산출하느냐에 따라 기부금액이 달라짐
- 본 연구에서 2022년 8월에 조사한 결과 고향사랑기부제도에 대한 전체 인식률(들어 본 적이 있다)은 36.2%로 전반적인 인식률은 낮은 편으로 시행초기에는 기부율이나 기부금액이 적을 수 있음
- 전년도 기부금액에서 따라 홍보 및 운영 예산을 산출할 수 있기 때문에 시행 첫 해에는 기부금액을 과대 추정하는 기준보다는 적절한 기준으로 2023년 기부금액을 추정할 필요가 있음
 - 전북연구원 기준으로 전체인구나 전체 기부율 기준보다는 15세 이상 인구기준, 적극적 기부율 기준으로 산출
 - 한국지방행정연구원 기준으로는 적용인구를 전체인구보다는 전체납세자나 종합소득납세자 기준, '1인당 연간 기부추정액에 도비율 뿐만 아니라 기부율을 고려한 가중치적용균등분할 방식으로 산출

〈표 3-12〉 전라북도 2023년 고향사랑기부금 추정액

(단위 : 만원)

구분			기부금액(추정)
전북연구원	전체인구	전체기부율	18,841,220
		적극적기부율	3,439,618
	15세 이상	전체기부율	18,586,304
		적극적기부율	3,393,081
한국지방행정연구원	균등분할	전체	27,824,098
		전체납세자	13,836,924
		종합소득세납세자	5,528,648
	출향인구기준	출향인구	1,354,587
	가중치적용균등분할	전체	514,746
		전체납세자	255,983
		종합소득세납세자	102,280

주: 한국지방행정연구원 기준으로 산출된 금액은 14개 시군의 고향사랑기부금이 포함된 금액임



제4장

전북형 고향사랑기부제 마케팅 전략

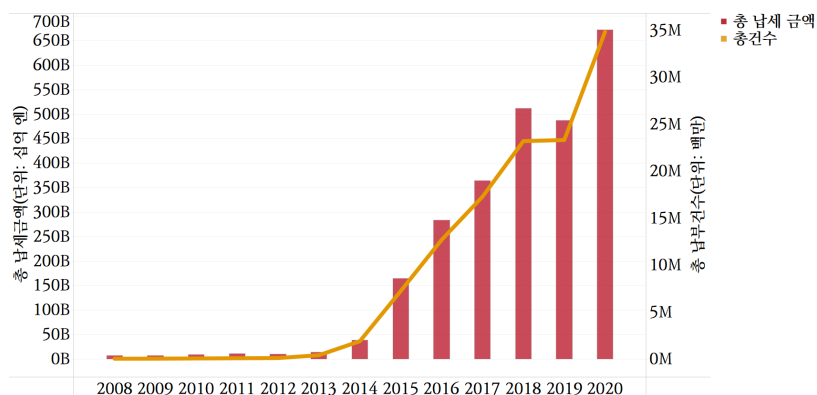
1. 환경분석
2. 종합분석
3. STP 전략
4. 마케팅 전략

제4장 전북형 고향사랑기부제 마케팅 전략

1. 환경분석

가. 개요

- 일본 고향납세제의 기부금은 2013년을 기점으로 급격히 증가하기 시작하였는데, 이는 일부 선도적인 지방자치단체가 기부금 모집 전략에 기업의 마케팅 프레임워크(marketing framework)를 적용했기 때문임(Hidaka & Mizukosi, 2018)
- 일부 지방자치단체가 매력적인 답례품을 중심으로 기부자를 확보하기 위한 마케팅 전략을 수립하고 실행하여 성공시킴과 동시에 이러한 성공적인 전략을 타 지방자치단체와 적극적으로 공유함
- 답례품 중심의 마케팅 전략이 타 지방자치단체로 급속히 확산하면서 고향납세제의 기부금 총액이 재정의 10% 이상을 차지하는 지방자치단체가 2014년 12개에서 2016년 149개로 증가하였음



자료 : 일본 총무성(2021). 유학열(2021)에서 재인용.

〈그림 4-1〉 일본 고향납세제의 납세금액 및 납부건수 추이

- 고향사랑기부제의 확산과 성공을 위해서는 지방자치단체가 보유한 자산과 잠재적인 자원을 파악하고, 자산의 부가가치를 혁신적으로 촉진시키는 마케팅을 전개하여 기부금을 확보하는 경쟁전략이 필요함
- 지방자치단체는 많은 예산을 확보하여 대규모 사업 실행을 추구하는 반면, 기업은 적은 예산으로 성과를 달성하는 효율성을 추구함
- 고향사랑기부제는 지방자치단체가 자체적으로 자금을 조달해야 하는 것으로써, 기업의 혁신적인 마케팅 기법을 도입하여 적은 예산으로 목표를 달성해야하기 때문에 도정의 패러다임이 행정에서 경영으로 바뀌는 전환점을 맞이하였다 할 수 있음
- 재정 불균형을 완화하기 위해 2023년 1월 1일 시행하는 고향사랑기부제는 「고향사랑 기부금에 관한 법률」 제4조제1항에 따라 해당 지방자치단체의 주민이 아닌 비

거주자에 대해서만 고향사랑기부금을 모금 및 접수할 수 있으므로, 일본의 고향납세제 사례와 같이 지리적으로 인접한 지방자치단체와 기부금 고객 유치경쟁으로 이어질 수 있음(Hoda & Dasher, 2021)

- 따라서 여기서는 전라북도의 5개 시·군이 인접한 충청남도과 4개 시·군의 지리적 경계선이 맞닿아 있는 전라남도를 경쟁 강도가 강한 직접적 경쟁 광역자치단체로 선정하고, 전라북도와 1개 시·군 이상이 인접한 충북, 경북, 경남을 경쟁 강도가 상대적으로 약한 간접적 경쟁자치단체로 선정하여 전라북도와 경쟁 광역자치단체, 고객, 외부 환경을 분석함으로써 전북형 고향사랑기부제의 마케팅 전략을 도출하고자 함
- 비거주자를 해당 지방자치단체의 신규고객으로 확보하려 할 경우, 상당수가 방문율이 높은 인접 지방자치단체의 주민이 될 가능성이 높기 때문에 인접 지방자치단체 간 고객 유치경쟁으로 이어질 수 있음(Hoda & Dasher, 2021)

나. 출향민

- 2020년 기준 시도별 출향민 현황을 보면, 서울이 3,763,169명(전국 대비 출향민 비율 : 16.5%)으로 가장 많았으며, 전남 2,668,833명(11.8%), 경북 2,521,502명(11.1%), 충남 1,844,253명(8.2%), 경남 1,834,686명(8.1%) 순이었음

〈표 4-1〉 시도별 인구 및 출향민 현황

(기준 및 단위 : 2020년 기준, 명, %)

시도	인구	전국비율	출생인구(A)	전국비율	고향거주인구(B)	전국비율	출향민(A-B)	전국비율
서울	9,230,846	18.4	8,196,836	16.7	4,460,667	16.8	3,736,169	16.5
부산	3,289,077	6.6	3,179,628	6.5	1,837,017	6.9	1,342,611	5.9
대구	2,363,803	4.7	2,127,315	4.3	1,326,477	5.0	800,838	3.5
인천	2,846,663	5.7	1,844,632	3.8	1,218,200	4.6	626,432	2.8
광주	1,440,811	2.9	1,222,105	2.5	736,689	2.8	485,416	2.1
대전	1,462,072	2.9	1,102,095	2.2	658,949	2.5	443,146	2.0
울산	1,106,012	2.2	829,920	1.7	539,827	2.0	290,093	1.3
세종	346,613	0.7	147,922	0.3	69,776	0.3	78,146	0.3
경기	12,949,776	25.8	6,815,945	13.9	5,134,102	19.3	1,681,843	7.4
강원	1,491,535	3.0	2,252,037	4.6	987,521	3.7	1,264,516	5.6
충북	1,578,746	3.1	2,098,610	4.3	991,913	3.7	1,106,697	4.9
충남	2,088,055	4.2	3,085,873	6.3	1,241,620	4.7	1,844,253	8.2
전북	1,762,749	3.5	3,149,496	6.4	1,414,205	5.3	1,735,291	7.7
전남	1,745,180	3.5	4,054,585	8.2	1,385,752	5.2	2,668,833	11.8
경북	2,571,964	5.1	4,387,374	8.9	1,865,872	7.0	2,521,502	11.1
경남	3,238,125	6.5	4,076,262	8.3	2,241,576	8.4	1,834,686	8.1
제주	649,789	1.3	611,416	1.2	448,987	1.7	162,429	0.7
계	50,161,816	100	49,182,051	100	26,559,150	100	22,622,901	100

주 : 총인구와 총출생인구가 일치하지 않는 것은 총인구에 외국 출생 등이 포함되어 있기 때문임

자료 : 통계청 인구총조사(2020). 재구성.

- 전북 출생의 출향민은 1,735,291명(7.7%)으로 전국에서 여섯 번째로 많았으며, 직접 경쟁자치단체인 전남, 충남보다 적고, 간접 경쟁자치단체를 포함한 포괄적 경쟁자치단체와 비교해도 충북을 제외한 모든 경쟁자치단체보다 적은 것으로 나타남
- 전북 및 인접 광역자치단체의 출향민 거주지역 현황을 살펴보면, 해당 광역자치단체 출생의 서울 거주자는 전남 671,370명, 전북 518,475명, 충남 452,824명, 경북 427,730명, 경남 291,296명, 충북 259,180명 순이었음
 - 전북 및 인접 광역자치단체 출생자의 서울 거주 비율은 전북이 29.9%로 가장 높음
- 전북 출생 출향민 1,735,291명 중 1,265,283명이 서울, 경기, 인천에 거주하여 출향민의 72.9%가 수도권에 거주하는 것으로 나타남
 - 직접 경쟁자치단체인 충남 출생의 출향민은 1,844,253명으로 수도권에 거주하는 출향민은 1,312,126명이어서 수도권 거주 비율은 71.1%, 전남의 출향민 2,668,833명 중 수도권에 거주하는 출향민이 1,624,047명으로 수도권 거주 비율은 60.9%로임
 - 간접 경쟁자치단체인 충북의 출향민 1,106,697명 중 717,168명이 수도권에 거주하고 있어 출향민 중 64.8%, 경북 출향민 2,521,502명 중 42.3%인 1,066,858명, 경남 출향민 1,834,686명 중 36.9%인 677,736명이 수도권에 거주함
 - 전북 출향민의 수도권 거주 비율은 직접 경쟁자치단체인 충남, 전남보다 높고, 포괄적 경쟁자치단체와 비교하더라도 가장 높음
- 전북 출향민의 타 시·도 거주 인원은 경기 623,547명(35.9%), 서울 518,475명(29.9%), 인천 123,261명(7.1%), 대전 72,864명(4.2%), 광주 62,651명(3.6%) 순으로 나타나 수도권을 제외하면 전북과 인접한 광역시의 거주 비율이 상대적으로 높음
 - 충남 출향민은 경기 677,225명(36.7%), 서울 452,854명(24.6%), 대전 227,731명(12.3%), 인천 182,077명(9.9%) 순으로 거주하여서, 대전의 거주 비율이 인천보다 높은 것을 제외하면 전북 출향민과 유사한 거주 현황을 보여 고향사랑기부제의 시장이 전북과 중복될 가능성이 큼
 - 전남은 경기 778,483명(29.2%), 서울 671,370명(25.2%), 광주 509,723명(19.1%), 인천 174,194명(6.5%), 부산 119,479명(4.5%) 순이어서 수도권과 광주의 출향민 거주 비율이 높아 전북과 고향사랑기부제의 고객 유치경쟁이 심화될 것으로 보임
 - 충북 출향민은 경기(34.7%), 서울(23.4%), 대전(9.7%), 인천(6.7%), 충남(5.4%), 경북(3.1%) 순으로 나타나 수도권과 대전에서 전북과 기부금 모집 경쟁이 예상됨
 - 경북 출향민은 대구(25.1%), 경기(21.4%), 서울(17.0%), 부산(9.5%), 울산(6%), 경남(5.5%) 순이었고, 경남은 부산(34.4%), 경기(18.0%), 서울(15.9%), 대구(7.4%), 울산(5.7%), 경북(5.1%) 순으로 출향민이 많이 거주하는 것으로 나타나 전북과 서울, 경기에서 기부금 유치경쟁이 예상됨

〈표 4-2〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 출향민 거주지역 현황

(기준 및 단위 : 2020년 기준, 명, %)

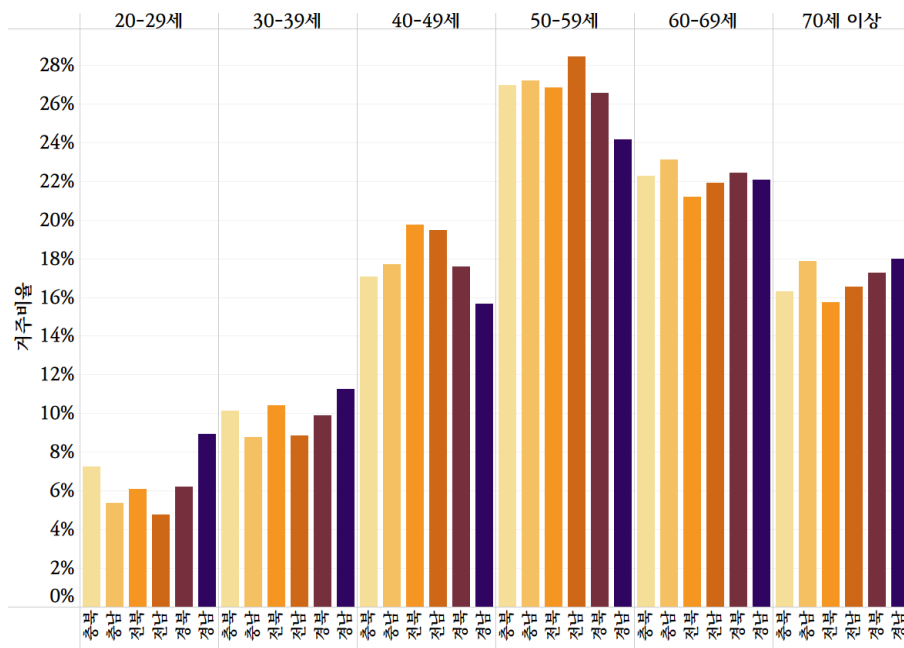
구분	충북	충남	전북	전남	경북	경남
서울	259,180 (23.4)	452,824 (24.6)	518,475 (29.9)	671,370 (25.2)	427,730 (17.0)	291,216 (15.9)
부산	29,817 (2.7)	29,536 (1.6)	43,453 (2.5)	119,479 (4.5)	239,888 (9.5)	631,511 (34.4)
대구	20,919 (1.9)	14,964 (0.8)	15,878 (0.9)	16,623 (0.6)	634,060 (25.1)	135,200 (7.4)
인천	74,366 (6.7)	182,077 (9.9)	123,261 (7.1)	174,194 (6.5)	100,041 (4.0)	55,737 (3.0)
광주	5,077 (0.5)	8,191 (0.4)	62,651 (3.6)	509,273 (19.1)	6,303 (0.2)	9,314 (0.5)
대전	106,885 (9.7)	227,731 (12.3)	72,864 (4.2)	38,251 (1.4)	49,833 (2.0)	30,688 (1.7)
울산	17,687 (1.6)	13,836 (0.8)	16,004 (0.9)	24,906 (0.9)	152,329 (6.0)	103,862 (5.7)
세종	27,449 (2.5)	41,041 (2.2)	16,849 (1.0)	12,933 (0.5)	13,500 (0.5)	9,890 (0.5)
경기	383,622 (34.7)	677,225 (36.7)	623,547 (35.9)	778,483 (29.2)	539,087 (21.4)	330,783 (18.0)
강원	39,714 (3.6)	29,398 (1.6)	22,375 (1.3)	28,933 (1.1)	59,625 (2.4)	24,240 (1.3)
충북		60,143 (3.3)	32,018 (1.8)	31,395 (2.5)	62,949 (2.5)	24,768 (1.3)
충남	59,799 (5.4)		74,208 (4.3)	66,430 (1.6)	57,917 (2.3)	39,398 (2.1)
전북	10,756 (1.0)	36,095 (2.0)		78,037 (2.9)	13,013 (0.5)	14,493 (0.8)
전남	8,510 (0.8)	13,704 (0.7)	49,581 (2.9)		15,734 (0.6)	27,176 (1.5)
경북	33,948 (3.1)	23,663 (1.3)	20,383 (1.2)	25,959 (1.0)		92,923 (5.1)
경남	23,803 (2.2)	25,889 (1.4)	33,544 (1.9)	69,423 (2.6)	137,842 (5.5)	
제주	5,165 (0.5)	7,936 (0.4)	10,200 (0.6)	23,144 (0.9)	11,651 (0.5)	13,487 (0.7)
계	1,106,697	1,844,253	1,735,291	2,668,833	2,521,502	1,834,686

주 : ()안은 출향민의 해당 지방자치단체 거주 비율임.

자료 : 통계청 인구총조사(2020). 재구성.

- 전북 및 인접 광역자치단체의 연령별 출향민 비율은 20대에서 경남이 8.9%로 가장 높고, 30대 경남 11.3%, 40대 전북 19.7%, 50대 전남 28.5%, 60대 충남 23.1%, 70세 이상에서는 경남이 18.0%로 가장 높은 비율을 나타냄
- 전북의 20대 출향민 비율은 6.1%로 경남(8.9%), 충북(7.3%) 다음으로 높게 나타나 직접 경쟁자 치단체인 충남(5.4%), 전남(4.8%)보다 높으며, 30대 출향민 비율은 10.4%로 나타나 경남(11.3%) 다음으로 높음
- 전북의 40대 출향민 비율은 전북이 19.7%로 가장 높고, 50대에서는 26.9%로 전남(28.5%), 충남(27.2%), 충북(27.0%)보다 낮게 나타났으나, 1위와의 격차가 1%로 낮은 격차를 나타냄
- 전북의 60대, 70대 출향민 비율은 각각 21.2%, 15.8%로 인접 광역자치단체 대비 가장 낮았으나, 60대 출향민 비율의 1위와의 격차가 0.9%로 가장 낮은 격차를 보임

- 전북과 포괄적 경쟁자치단체를 합한 총 연령별 출향민은 50대가 3,052,629명(26.1%)으로 가장 많고, 60대 2,524,092명(21.6%), 40대 2,052,148명(17.5%), 70대 1,935,995명(16.5%), 30대가 1,113,876명(9.5%)으로 그 뒤를 이어 경제활동참가율을 고려하면 40-60대를 대상으로 한 기부금 모집 경쟁이 치열할 것으로 예상됨

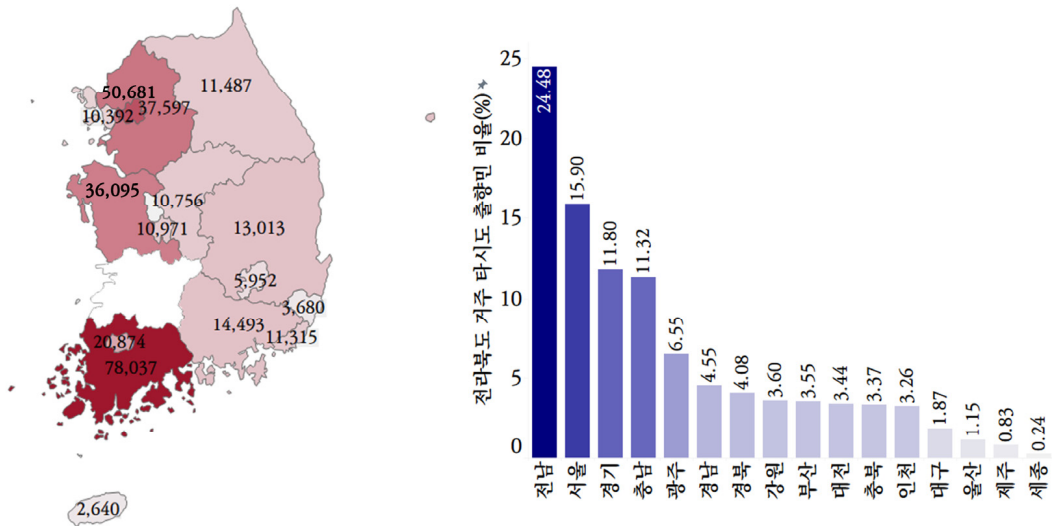


자료 : 통계청 인구총조사(2020). 재구성.

〈그림 4-2〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 연령별 출향민 비율

- 전북에 거주하는 타 시·도의 출향민 중 전남 출생자가 78,037명(24.5%)으로 가장 많고, 그다음으로 서울 출생자 50,681명(15.9%), 경기 출생자 37,597명(11.8%), 충남 출생자가 36,095명(11.3%), 광주 출생자 20,874명(6.6%) 순이었음
- 충남에 거주 중인 타 시·도 출향민 중 전북 출향민은 74,028명(9.3%)으로 경기 134,988명(16.9%), 서울 132,207명(16.5%) 다음으로 많으며, 전남 66,430명(8.3%), 경북 57,917명(7.2%), 대전이 54,884명(6.9%)으로 그 뒤를 이음
- 전남은 광주 출향민이 81,449명(24.8%)으로 가장 많고, 그다음으로 전북 출향민이 49,581명(15.1%)으로 많으며, 서울 41,348명(12.6%), 경기 29,924명(9.1%), 경남 27,176명(8.3%), 부산 21,339명(6.5%) 순이었음
- 충북의 타 시·도 출향민은 경기 87,570명(15.7%), 서울 83,150명(14.9%), 경북 62,949명(11.3%), 강원 60,909명(10.9%), 충남 60,143명(10.8%) 순으로 많고, 경북의 타 시·도 출향민은 대구 185,650명(27.9%), 경남 92,923명(14.0%), 부산 71,022명(10.7%), 서울 55,398명(8.3%) 순이었으며, 경남의 타 시·도 출향민은 부산 378,300명(40.3%), 경북 137,842명(14.7%), 전남 69,423명(7.4%), 서울 59,799명(6.4%), 대구 53,350명(5.7%) 순으로 나타남

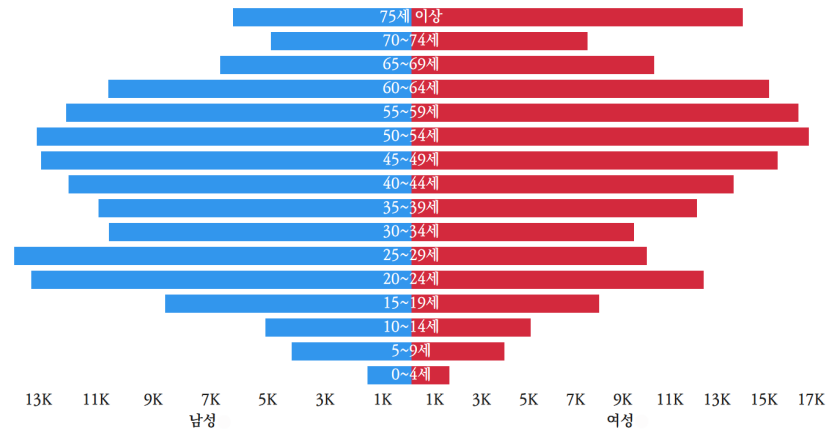
- 전북에 거주 중인 전남, 충남 출향민의 비율이 높으므로 전북 내 거주 시·군 이외의 시·군에 기부금을 내게 하는 유인 전략이 필요하며, 두 광역단체 내 전북 출향민의 거주 비율이 높아 전남, 충남 거주 전북 출향민을 대상으로 하는 기부금 모집 전략이 필요함



자료 : 통계청 인구총조사(2020). 재구성.

〈그림 4-3〉 전라북도 거주 타 시도 출향민 현황

- 전북 거주 타 시·도 출향민의 성별, 연령별 인구를 보면 남성은 20대가 27,134명(18.5%)으로 가장 많고, 50대 25,115명(17.2%), 40대 24,871명(17%), 30대 21,466명(14.7%), 60대 10,566명(11.8%), 70세 이상은 11,122명(7.6%)으로 나타남
- 전북에 거주하는 타 시·도 여성 출향민은 50대 33,373명(19.4%), 40대 29,258명(17.0%), 60대 25,513명(14.8%), 20대 22,444명(13.0%), 30대 21,602명(12.5%), 70세 이상이 21,578명(12.5%) 순으로 나타나 전북 거주 남성 출향민은 여성 출향민보다 청년층이 상대적으로 많으며, 여성 출향민은 장년층과 노년층이 상대적으로 더 많은 것으로 나타남
- 통계청 사회조사에 의하면 2010년 남성과 여성의 현금기부인구 비율은 각각 37.4%, 32.1%이어서 남성의 현금 기부율이 5.3%p 높았으나, 2016년 24.3%로 같은 기부율을 보였으며, 2020년에는 남성과 여성의 기부율이 각각 19.6%, 21.6%로 나타나 여성의 기부율이 2%p 높았음
- 현금기부 인구 1인당 평균 현금기부 금액은 50대, 60대에서 크게 나타나므로 전북 거주 타 시·도 출향민의 남성 청년층을 대상으로 직장, 대학에서의 고향사랑 기부 문화 조성을 통해 타 시·도에 거주 중인 부모 세대를 겨냥한 기부금 유인책과 여성 중·장년층을 대상으로 한 답례품의 중심의 기부금 유인책이 필요해 보임



자료 : 통계청 인구총조사(2020).

〈그림 4-4〉 전라북도 거주 타 시도 출생인 성별·연령별 인구

다. 관계인구

- 2016년 타카하시 히로유키의 저서 ‘도시와 지방을 섞다. 타베루 통신의 기적’에서 관계인구란 용어를 처음 사용하였는데, 정주라는 선택은 진입장벽이 높으므로 교류 인구와 정주민 사이에서 관계인구를 발굴하여 도시에 거주하는 사람들이 지방과 관계를 맺는 수준을 강화해야 한다고 강조(류영진, 2020)
 - 관광을 시작으로 어떠한 계기를 통해 해당 지역을 방문하는 사람들을 교류인구로 취급하는데, 이러한 교류가 거듭되면서 교류인구와 정주민 사이의 협동이 발생하여 해당 지역과 관계가 깊어지고, 나아가 해당 지역의 문제해결이나 지역자원의 활용에 대한 능동적인 움직임을 보이게 되어 최종적으로 정주민구에 다다르게 됨(한주성, 2019)
- 이소영, 김도형(2021)은 한국관광 데이터랩의 빅데이터를 활용하여 방문행태를 분석하고, 경북관광과 농촌관광의 현황을 조사하여 경북 관계인구의 실태를 분석한바, 여기서도 이 연구방법에 따라 전북과 인접 광역자치단체의 관계인구를 추정하고자 함
- 2019년부터 2021년까지 광역자치단체별 총방문객 수는 2019년 약 29억 5천만 명으로 전년 대비 7.8% 증가하였으나, 2020년 COVID-19 팬데믹으로 인해 16.3% 급감한 약 24억 7천만 명으로 나타났으며, 2021년 1.5%의 소폭 회복세를 보임
 - 광역자치단체별 증감률을 보면 2019년 인천이 15.4%로 가장 높았고 그다음으로 경기, 서울 순이었으며, 2020년 서울이 25.5%의 감소세를 보여 COVID-19 팬데믹으로 인한 악영향을 가장 크게 받았고 인천 23.2%, 대구 19.1% 순으로 큰 감소세를 보였음
 - 2021년 제주의 외지인 방문객 수가 전년 대비 28.4%가 증가하여 가장 큰 회복세를 나타냈으며, 그다음으로 세종 6.1%, 경북 5.7%, 전남 3.7% 순으로 회복세를 보임

- 연도별 외지인 방문객 수는 2019년 경기, 서울, 인천, 경북, 충남, 경남 순으로 많았고, 2020년은 경기, 서울, 경북, 경남, 충남, 인천 순이었으며, 2021년에는 경기, 서울, 경북, 충남, 경남, 인천 순으로 나타나 경기와 서울을 제외한 지역에서 방문객 순위의 변화가 나타나고 있음

〈표 4-3〉 광역자치단체별 방문객 수

(단위 : 명, %)

구분	2019		2020		2021	
	외지인 방문자	증감률	외지인 방문자	증감률	외지인 방문자	증감률
서울	648,561,588	10.8	483,312,564	-25.5	485,882,474	0.5
부산	149,672,134	2.7	124,725,884	-16.7	123,660,862	-0.9
대구	106,502,840	2.0	86,201,112	-19.1	87,651,389	1.7
인천	177,054,619	15.4	135,966,530	-23.2	135,519,552	-0.3
광주	65,535,267	3.2	56,610,108	-13.6	56,231,056	-0.7
대전	83,144,173	1.1	69,473,159	-16.4	69,111,136	-0.5
울산	47,793,760	4.5	43,244,282	-9.5	42,680,078	-1.3
세종	25,170,582	9.3	23,921,040	-5.0	25,390,470	6.1
경기	655,389,497	12.1	548,938,292	-16.2	550,778,084	0.3
강원	143,757,912	7.7	131,065,291	-8.8	130,221,676	-0.6
충북	105,067,452	3.1	93,383,798	-11.1	96,151,230	3.0
충남	154,606,564	4.5	138,428,948	-10.5	142,540,388	3.0
전북	92,151,059	3.3	83,792,698	-9.1	83,144,446	-0.8
전남	117,585,839	5.6	110,317,383	-6.2	114,436,973	3.7
경북	172,036,882	3.8	152,541,333	-11.3	161,251,041	5.7
경남	151,265,289	3.1	139,194,072	-8.0	140,211,858	0.7
제주	52,895,899	4.1	46,183,160	-12.7	59,284,068	28.4
계	2,948,191,356	7.8	2,467,299,654	-16.3	2,504,146,781	1.5

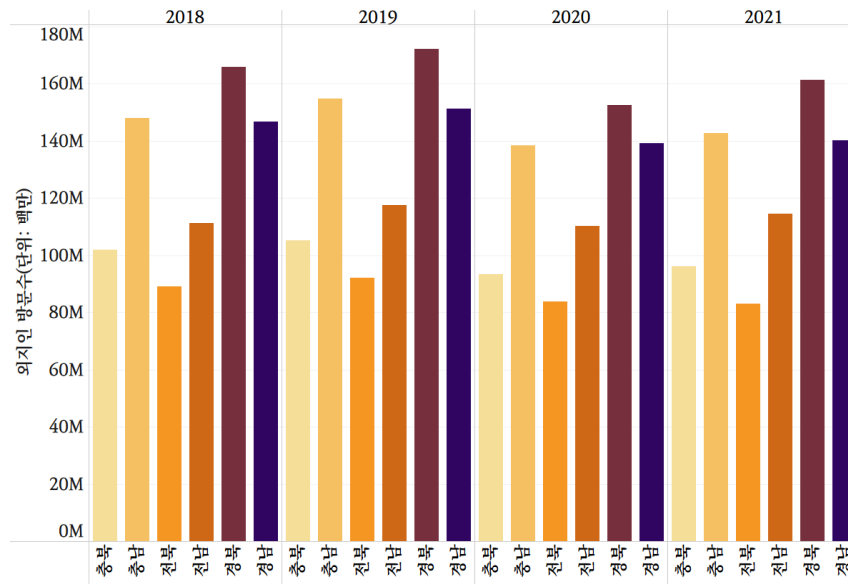
주1: 특정 이동통신사 가입자 데이터(KT)를 활용하여 전체 방문객 수를 추정하였으므로 실제보다 과대 또는 과소 추정되었을 가능성이 존재함

주2: 방문자는 일생할권(거주, 통근, 통학 등)을 벗어나 관광 등의 목적으로 한 장소에 일정시간 이상 머무른 사람으로 정의함

자료 : 한국관광 데이터랩(2022). 재구성.

- 최근 4년간의 전북 및 인접 광역자치단체별 방문객 수를 살펴보면, 경북이 연도별로 가장 많은 방문객 수를 기록했으며, 2020년 경남이 충남보다 더 많은 방문객 수를 기록한 것을 제외하면 경북, 충남, 경남, 전남, 충북, 전북 순으로 나타나 전북이 포괄적 경쟁자치단체 대비 가장 낮은 외지인 방문객 수를 나타냄

- 전북은 2019년 9천 2백만 명의 외지인이 방문하였고, 2020년 8천 4백만 명이 방문하여 COVID-19 팬데믹으로 인한 전국 평균 감소율보다 낮은 9.1%의 감소율을 보였으나, 2021년 8천 4백만 명의 방문객 수를 나타내 전년 대비 0.8% 감소하여 포괄적 경쟁자치단체가 모두 증가세를 보인 것과 대조됨
- COVID-19 팬데믹으로 인한 방문객 감소의 회복세는 경북이 전년 대비 5.7% 증가하여 전북 및 인접 경쟁자치단체 대비 가장 큰 회복세를 보였고, 전남 3.7%, 충북과 충남이 3.0%, 경남이 0.7%의 회복세를 나타냈으나 전북은 2020년 대비 0.8%의 감소세를 보임



주1: 특정 이동통신사 가입자 데이터(KT)를 활용하여 전체 방문객 수를 추정하였으므로 실제보다 과대 또는 과소 추정되었을 가능성이 존재함
 주2: 방문자는 일생활권(거주, 통근, 통학 등)을 벗어나 관광 등의 목적으로 한 장소에 일정시간 이상 머무른 사람으로 정의함
 자료 : 한국관광 데이터랩(2022). 재구성.

〈그림 4-5〉 전라북도 및 인접 광역자치단체별 방문객 수

- 2021년 기준 전북 및 인접 광역자치단체 내 방문객 수가 가장 많은 시·군은 1억 2천 3만 명이 방문한 경남 창원시였으며, 충북 청주시가 1억 1천 1백만 명, 충남 천안시가 7천 3백만 명, 전북 전주시가 6천 8백만 명 순이었음
- 상위 10위 지역에 경북 3개 지역, 경남 3개 지역, 충남 3개 지역, 전북과 충북이 각 1개 지역이 포함되었고, 전남 내 시·군은 포함되지 않았음
- 경북 울릉군이 1백 4십만 명으로 가장 적은 인원이 방문하였고, 경북 영양군 1백 7십만 명, 전북 장수군 2백 8십만 명, 경남 의령군 4백 1십만 명 순으로 적은 방문객 수를 보였음
- 하위 10개 지역에 전북 3개 지역, 경북 3개 지역, 충남 2개 지역, 전남과 경남이 각 1개 지역이 포함되었으며, 충북 내 시·군은 포함되지 않았음

〈표 4-4〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 방문객 수 상·하위 시·군

(기준 및 단위 : 2021년 기준, 명)

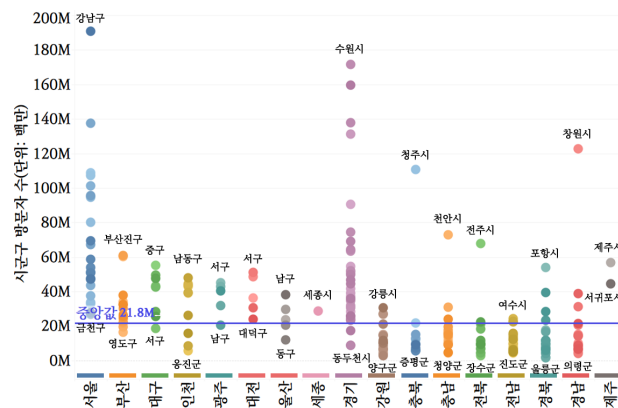
구분	상위지역		하위지역	
	시·군	방문객 수	시·군	방문객 수
1위	경남 창원시	122,843,293	경북 울릉군	1,421,388
2위	충북 청주시	110,727,015	경북 영양군	1,711,731
3위	충남 천안시	72,965,361	전북 장수군	2,749,824
4위	전북 전주시	67,833,462	경남 의령군	4,051,152
5위	경북 포항시	53,870,754	경북 봉화군	4,177,862
6위	경북 경주시	39,514,853	충남 청양군	4,360,615
7위	경남 김해시	38,782,096	전남 진도군	4,400,865
8위	경남 양산시	31,281,656	전북 순창군	4,421,498
9위	충남 아산시	30,910,642	전북 진안군	4,480,966
10위	경북 경산시	30,910,642	충남 계룡시	4,659,302

주1: 특정 이동통신사 가입자 데이터(KT)를 활용하여 전체 방문객 수를 추정하였으므로 실제보다 과대 또는 과소 추정되었을 가능성이 존재함

주2: 방문자는 일생활권(거주, 통근, 통학 등)을 벗어나 관광 등의 목적으로 한 장소에 일정시간 이상 머무른 사람으로 정의함

자료 : 한국관광 데이터랩(2022). 재구성.

- 2021년 기준 광역자치단체 시·군·구 방문객 수는 서울 강남구가 1억 9천 1백만 명으로 가장 많았고, 경기 수원시 1억 7천 2백만 명, 경기 성남시 1억 3천 8백만 명, 서울 서초구 1억 3천 8백만 명 순이었으며, 전북 전주시는 전체 시·군 중 20위를 기록하였음
- 전북 및 인접 광역자치단체 내의 시·군인 충북 청주시, 충남 천안시, 전북 전주시, 경남 창원시의 외지인 방문객 수는 서울과 경기를 제외한 모든 광역시 내 시·군·구 보다 많은 외지인이 방문하였음
- 제주와 세종을 제외한 외지인 방문객 수의 광역자치단체 내 시·군·구 간 격차가 가장 큰 지역은 서울이며, 그다음으로 경기, 경남, 충북, 전북 순이고, 시·군·구 간 격차가 가장 작은 지역은 전남이며, 그다음으로는 광주, 울산, 대전, 강원 순임



주1: 특정 이동통신사 가입자 데이터(KT)를 활용하여 전체 방문객 수를 추정하였으므로 실제보다 과대 또는 과소 추정되었을 가능성이 존재함

주2: 방문자는 일생활권(거주, 통근, 통학 등)을 벗어나 관광 등의 목적으로 한 장소에 일정시간 이상 머무른 사람으로 정의함

자료 : 한국관광 데이터랩(2022). 재구성.

〈그림 4-6〉 시·군·구 방문객 수(2021년 기준)

- 최근 3년간 전북 내 시·군의 방문객 수는 전주시가 가장 많았으며, 군산, 익산, 완주가 그 뒤를 이었음
 - 방문객 수가 가장 적은 지역은 장수군으로 나타났고, 그다음으로는 순창군과 진안군 순으로 나타남
- 2019년 임실군의 방문객 증가율은 전년 대비 29.3%로 가장 큰 증가율을 보였고, 2020년 COVID-19 팬데믹으로 인한 감소율이 0.4%로 나타나 김제 다음으로 가장 적은 영향을 받았으며, 2021년 14.3%로 증가하여 가장 빠른 회복세를 나타냄
 - 2020년 팬데믹으로 인한 감소율은 무주군이 17.5%로 가장 큰 영향을 받았으며, 그 뒤를 이어 전주시 14.4%, 정읍시 12.6%, 남원시가 11.5% 순이었음

〈표 4-5〉 전라북도 내 시·군 방문객 수

(단위 : 명, %)

구분	2019		2020		2021	
	외지인 방문자	증감률	외지인 방문자	증감률	외지인 방문자	증감률
전주시	73,530,758	-1.4	62,944,928	-14.4	67,833,462	7.8
군산시	23,651,268	4.1	21,534,697	-8.9	22,403,854	4.0
익산시	22,542,065	4.7	20,682,953	-8.2	21,168,035	2.3
정읍시	11,600,134	12.8	10,135,432	-12.6	10,483,697	3.4
남원시	9,638,794	2.8	8,528,045	-11.5	9,066,844	6.3
김제시	10,475,826	3.8	10,590,049	1.1	11,594,272	9.5
완주군	17,442,786	6.7	16,291,496	-6.6	18,135,372	11.3
진안군	4,300,240	4.4	4,201,730	-2.3	4,480,966	6.6
무주군	7,704,168	-2.7	6,353,797	-17.5	6,618,734	4.2
장수군	2,809,331	2.5	2,646,563	-5.8	2,749,824	3.9
임실군	6,440,147	29.3	6,412,108	-0.4	7,329,430	14.3
순창군	4,196,878	6.3	4,040,564	-3.7	4,421,498	9.4
고창군	9,600,630	4.6	8,748,848	-8.9	9,529,978	8.9
부안군	9,304,922	0.0	8,830,538	-5.1	9,431,628	6.8

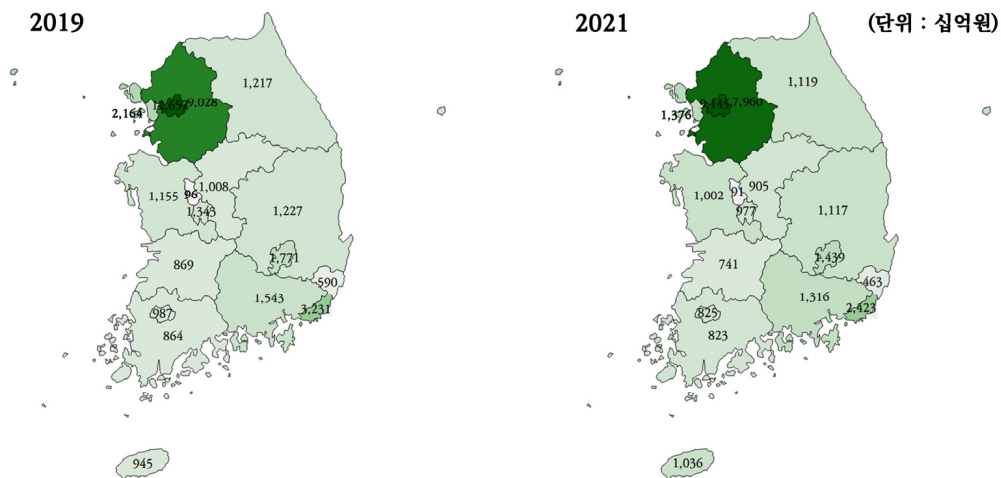
주1: 특정 이동통신사 가입자 데이터(KT)를 활용하여 전체 방문객 수를 추정하였으므로 실제보다 과대 또는 과소 추정되었을 가능성이 존재함

주2: 방문자는 일생활권(거주, 통근, 통학 등)을 벗어나 관광 등의 목적으로 한 장소에 일정시간 이상 머무른 사람으로 정의함

자료 : 한국관광 데이터랩(2022). 재구성.

- 2019년 광역자치단체별 내국인 관광소비액을 살펴보면, 서울이 12조 7천억 원, 경기 9조 원, 부산 3조 2천억 원, 인천 2조 2천억 원 순이었으며, 2021년 내국인 관광소비액은 서울 9조 2천억 원, 경기 8조 원, 부산 2조 4천억 원, 대구 1조 4천억 원 순으로 나타남
- 2019년 전북 및 인접 광역자치단체의 내국인 관광소비액은 경남이 1조 5천억 원으로 가장 많았으며, 경북 1조 2천억 원, 충남 1조 2천억 원, 충북 1조 원, 전북 8천 7백억 원, 전남 8천 6백억 원 순으로 전년도와 동일한 순위를 나타냄
 - 2021년은 전북의 관광소비액은 7천 4백억 원이어서 인접 광역자치단체와 비교해 가장 적은 관광소비액을 나타냄

- 한편 COVID-19 팬데믹으로 인한 관광소비액 감소의 회복률은 제주도가 27.6%로 가장 높았으며, 이어서 경북 8.3%, 부산 4.5%, 전남 3.1%, 전북이 3.1% 순으로 나타났으나 서울, 부산, 경남, 울산은 2020년 대비 감소세를 보였음

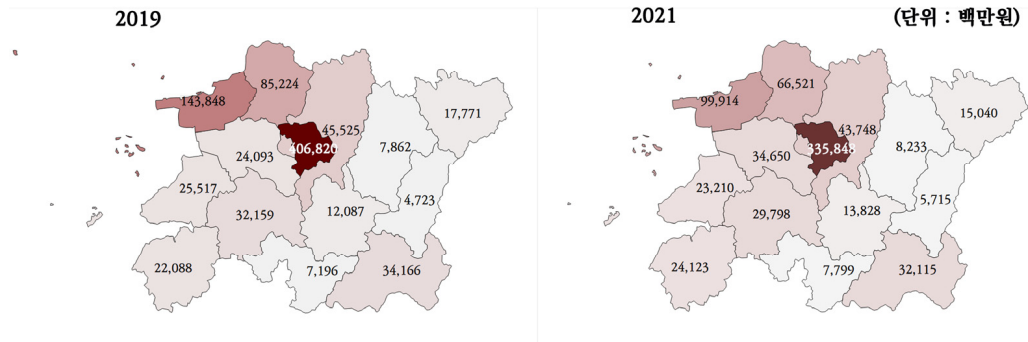


주 : 특정 신용카드사(BC+신한) 이용고객의 소비액만 분석하였으므로, 현금소비 및 타 신용카드사 이용고객 등의 소비까지 감안하여 추정하지 않음

자료 : 한국관광 데이터랩(2022).

〈그림 4-7〉 광역자치단체별 내국인 관광소비액

- 전북 내 시·군별 관광소비액은 전주시가 2019년 4천억 원, 2021년 3천 4백억 원으로 약 6백억 원이 감소하였으며, 김제시의 2019년 관광소비액은 2백 4십억 원, 2021년은 3백 5십억 원으로 약 45.8% 증가
 - 2021년 전북 내 14개 시·군 중 2019년 대비 관광소비액이 감소한 지역은 8개 시·군(전주시, 군산시, 익산시, 완주군, 남원시, 정읍시, 부안군, 무주군)이었으며, 증가한 지역은 6개 시·군(김제시, 고창군, 임실군, 진안군, 순창군, 장수군)이었음
 - 2020년 전북 관광소비액은 COVID-19 팬데믹으로 인해 김제시, 고창군, 장수군을 제외한 11개 지역에서 감소하였으며, 2021년에는 군산시, 익산시, 무주군을 제외한 11개 지역에서 증가하였음
- 2021년 전주시의 관광소비액이 전북 전체 관광소비액의 45.3%를 차지했고, 그다음으로는 군산시 13.5%, 익산시 9.0%, 완주군 5.9% 순으로 나타남
 - 최근 3년간 전주시의 관광소비액의 전북 전체 관광소비액에서 차지하는 비율이 가장 높았으며, 2019년 46.8%, 2020년 45.7%, 2021년 45.3%로 소폭 감소하는 추세임
 - 이와 더불어 군산시가 차지하는 비율이 2019년 16.6%, 2020년 13.9%, 2021년 13.5%로 나타나 감소하는 추세임
 - 전주시와 군산시의 관광소비액 비율이 감소하는 반면 완주군, 남원시, 부안군, 김제시, 고창군, 임실군, 진안군, 순창군, 장수군 등은 증가하는 추세임



주 : 특정 신용카드사(BC+신한) 이용고객의 소비액만 분석하였으므로, 현금소비 및 타 신용카드사 이용고객 등의 소비까지 감안하여 추정하지 않음
 자료 : 한국관광 데이터랩(2022). 재구성.

〈그림 4-8〉 전라북도 내 시·군·구별 관광소비액

- 전북 및 인접 광역자치단체의 업종별 관광소비액을 살펴보면 2021년 식음료업의 비중이 전 지역 평균 56.3%로 가장 컸으며, 그 뒤를 이어 쇼핑업 23.3%, 여가서비스업 15%, 숙박업 5.3%, 운송업 0.1% 순이었음
- 2021년 전북의 업종별 관광소비액은 쇼핑업 27.2%, 식음료업 56.5%로 전북과 인접 광역자치단체를 포함한 지역 평균보다 높았으며, 숙박업은 4.4%, 여가서비스업은 11.8%로 지역 평균보다 낮았음
- 2021년 지역별 관광소비액은 2019년 대비 전북의 감소율이 14.8%이어서 가장 큰 폭으로 감소하였으며, 경남 14.7%, 충남 13.3%, 충북 10.2%, 경북 8.9%, 전남 4.7% 순으로 감소하여 COVID-19 팬데믹의 악영향을 전북이 가장 크게 받은 것으로 나타남
 - 2019년 대비 2021년의 지역별 쇼핑업의 감소율은 충북이 15.1%, 전북이 14.7%로 큰 폭으로 감소하였으며, 숙박업은 경남 23%, 전북 20.3%, 식음료업은 경남 19.2%, 충북 18.2%, 여행업은 충남 93.5%, 충북 90.1%, 운송업 전북 98.8%, 경북 39.0% 등으로 감소하여 여행업과 운송업이 가장 큰 폭으로 감소하였음
 - 반면 2021년 국내 여가서비스업의 관광소비액은 2019년 대비 증가하였는데, 충북이 39.1%로 가장 큰 폭으로 증가하였으며, 그다음으로는 전북 24.8%, 전남이 19.7% 증가한 것으로 나타남
- 한 걸음 더 들어가서 2021년 전북 업종별 관광소비액의 중분류 소비액을 보면 여가서비스업 8백 7십억 원 중 ‘골프장’ 관련 소비가 여가서비스업 전체 소비액 대비 85.4%인 7백 5십억 원으로 대부분을 차지하여 2019년 대비 20.1%p 상승함
 - 2019년 대비 2021년 여가서비스업 소비액 중 ‘기타레저’와 ‘문화서비스’ 소비액이 감소한 반면, ‘골프장’ 소비액이 2019년 4백 9십억 원에서 2021년 7백 4십억 원으로 크게 증가한 것으로 나타나 COVID-19 팬데믹으로 인해 해외에 나가지 못한 골프여행객들이 국내로 골프여행지를 변경한 것으로 보임

- 이러한 현상은 인접 광역자치단체에도 나타났는데, ‘골프장’ 소비액이 여가서비스업 전체 소비액에서 차지하는 비율이 충북 91.4%, 충남 83.6%, 전남 81%, 경북 88.5%, 경남 88.3%이었음
- 쇼핑업은 ‘레저용품쇼핑’ 소비액이 2019년 2021년 모두 40%를 상회하여 ‘대형쇼핑몰’ 소비액 다 음으로 높았고, ‘관광기념품’ 소비액은 쇼핑업 전체 소비액 중 1%에 지나지 않았음

〈표 4-6〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 업종별 관광소비액

(단위 : 백만원, %)

구분		충북	충남	전북	전남	경북	경남
총소비	2019	1,008,056 (100)	1,155,410 (100)	869,080 (100)	864,242 (100)	1,226,573 (100)	1,543,459 (100)
	2021	904,947 (100)	1,002,044 (100)	740,542 (100)	823,379 (100)	1,117,055 (100)	1,316,438 (100)
	증감률	-10.2	-13.3	-14.8	-4.7	-8.9	-14.7
쇼핑업	2019	265,061 (26.3)	302,245 (26.2)	236,165 (27.2)	193,738 (22.4)	268,876 (21.9)	412,220 (26.7)
	2021	225,146 (24.9)	265,476 (26.5)	201,496 (27.2)	165,995 (20.2)	229,408 (20.5)	358,662 (27.2)
	증감률	-15.1	-12.2	-14.7	-14.3	-14.7	-13.0
숙박업	2019	35,473 (3.5)	53,701 (4.6)	40,828 (4.7)	56,046 (6.5)	67,130 (5.5)	72,594 (4.7)
	2021	30,910 (3.4)	46,267 (4.6)	32,547 (4.4)	58,638 (7.1)	58,903 (5.3)	55,875 (4.2)
	증감률	-12.9	-13.8	-20.3	4.6	-12.3	-23.0
식음료업	2019	581,935 (57.7)	713,862 (61.8)	493,043 (56.7)	497,081 (57.5)	722,828 (58.9)	881,147 (57.1)
	2021	475,834 (52.6)	601,975 (60.1)	418,712 (56.5)	460,007 (55.9)	632,947 (56.7)	711,917 (54.1)
	증감률	-18.2	-15.7	-15.1	-7.5	-12.4	-19.2
여가 서비스업	2019	122,797 (12.2)	83,698 (7.2)	69,967 (8.1)	114,363 (13.2)	165,770 (13.5)	174,240 (11.3)
	2021	170,856 (18.9)	87,554 (8.7)	87,349 (11.8)	136,918 (16.6)	194,500 (17.4)	187,864 (14.3)
	증감률	39.1	4.6	24.8	19.7	17.3	7.8
여행업	2019	527 (0.1)	827 (0.1)	275 (0.0)	712 (0.1)	332 (0.0)	569 (0.0)
	2021	52 (0.0)	54 (0.0)	84 (0.0)	474 (0.1)	299 (0.0)	281 (0.0)
	증감률	-90.1	-93.5	-69.5	-33.4	-9.9	-50.6
운송업	2019	2,263 (0.2)	1,078 (0.1)	28,802 (3.3)	2,303 (0.3)	1,637 (0.1)	2,689 (0.2)
	2021	2,148 (0.2)	718 (0.1)	355 (0.0)	1,348 (0.2)	998 (0.1)	1,839 (0.1)
	증감률	-5.1	-33.4	-98.8	-41.5	-39.0	-31.6

주1 : 특정 신용카드사(BC+신한) 이용고객의 소비액만 분석하였으므로, 현금소비 및 타 신용카드사 이용고객 등의 소비까지 감안하여 추정하지 않음

주2 : ()안은 총 관광지출액 대비 해당 업종의 관장지출액 비율임

자료 : 한국관광 데이터랩(2022). 재구성.

- 2021년 전북 및 인접 광역자치단체의 내비게이션 관광지 검색 건수에 따른 상위 10개 지역을 살펴보면, 경북 경주시가 5백 4십만 건으로 가장 많았고, 그다음으로 는 충북 청주시 4백 3십만 건, 충남 천안시 4백 2십만 건 순이었으며, 전북 전주시는 3백 1십만 건으로 상위 7위를 기록함
 - 상위 10개 지역에 경남 3개, 경북 2개, 충남 2개, 전북, 전남, 충북이 각 1개씩의 시·군이 포함됨
 - 상위 10개 지역의 9개 지역이 시 단위이었으며, 군 단위로는 유일하게 충남 태안군이 8위로 포함됨
- 내비게이션 검색 건수 하위 10개 지역에는 경북 영양군이 2만 7천 건으로 가장 낮은 검색 건수를 나타냈으며, 전북 장수군 5만 8천 건, 경북 울릉군 8만 2천 건 순으로 낮은 검색 건수를 나타냄
 - 하위 10개 지역에 경북 4개, 전북 2개, 충남 2개, 충북과 경남이 각 1개씩의 시·군이 포함되었으며, 전남 내 시·군은 하위 10개 지역에 없는 것으로 나타남
 - 하위 10개 지역의 9개 지역이 군 단위이며, 시 단위로는 충남 계룡시가 유일하게 포함됨

〈표 4-7〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 내비게이션 관광지 검색 건수 상·하위 시·군

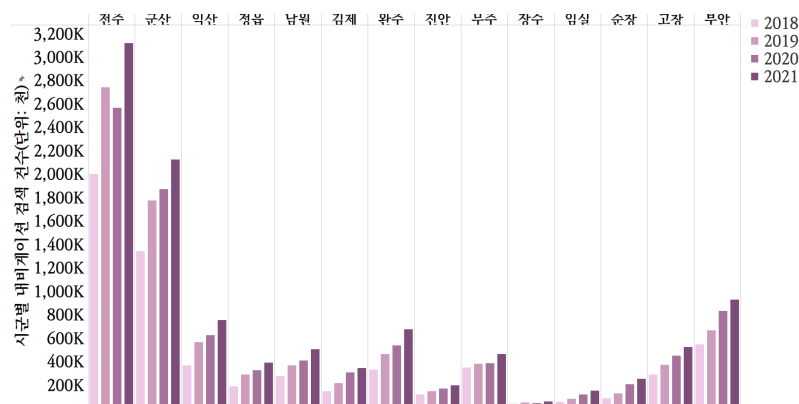
(기준 2021년)

구분	상위지역		하위지역	
	시군구	검색 건수	시군구	검색 건수
1위	경북 경주시	5,427,697	경북 영양군	26,790
2위	충북 청주시	4,292,050	전북 장수군	58,389
3위	충남 천안시	4,187,276	경북 울릉군	81,930
4위	경남 창원시	3,835,609	경북 봉화군	128,317
5위	전남 여주시	3,661,931	충남 청양군	144,503
6위	경북 포항시	3,516,462	경남 의령군	145,127
7위	전북 전주시	3,119,008	충북 영동군	146,105
8위	충남 태안군	2,894,184	경북 의성군	148,621
9위	경남 거제시	2,442,711	전북 임실군	152,000
10위	경남 김해시	2,128,290	충남 계룡시	162,493

주 : Tmap 어플리케이션 검색 건수를 분석한 것으로, 내비게이션을 이용하지 않고 이동하거나 타 내비게이션을 이용한 경우의 특성은 반영되지 않음

자료 : 한국관광 데이터랩(20220. 재구성).

- 2021년 전국 시·군·구별 내비게이션 관광지 검색 건수를 살펴보면, 제주시가 1천 2백 2십만 건으로 가장 많았으며, 그다음으로 경기 용인시 1천 5십만 건, 고양시 9백 7십만 건, 제주 서귀포시 9백 2십만 건, 서울 강남구가 7백 7십만 건으로 뒤를 이음
- 제주와 세종을 제외한 내비게이션 관광지 검색 건수의 격차가 가장 큰 지역은 경기로 약 1천만 건의 격차를 보였으며, 그 뒤를 이어 서울 내 격차 7백 2십만 건, 인천 내 격차 6백 7십만 건 등의 순임



주 : Tmap 어플리케이션 검색 건수를 분석한 것으로, 내비게이션을 이용하지 않고 이동하거나 타 내비게이션을 이용한 경우의 특성은 반영되지 않음

자료 : 한국관광 데이터랩(2022) 재구성

〈그림 4-10〉 전라북도 내 시·군별 내비게이션 관광지 검색 건수 추이

- 최근 4년간 전북 및 인접 광역자치단체의 주요 관광지 내비게이션 검색 순위를 살펴보면, 충남 대천해수욕장이 296,590건의 연평균 검색 건수를 나타내 가장 많았으며, 그다음으로는 전북 전주한옥마을 295,788건, 부산 롯데아울렛김해점 266,545건, 충북 청주국제공항 216,524 등의 순으로 나타남
- 전북은 전주한옥마을에 이어 군산 선유도해수욕장, 선유도, 부안 채석강, 군산 롯데몰, 고창 선운사, 군산 비응항 등의 순으로 나타남
 - 전북은 직접 경쟁자치단체인 충남과 비교하면, 전주한옥마을을 제외한 순위별 관광지 검색 건수에서 큰 차이를 보이며 적게 나타났고, 전남과 비교해도 2위부터 8위의 모든 주요 관광지 검색 건수가 적은 것으로 나타남

〈표 4-8〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 주요 관광지 내비게이션 검색 순위

(기준 : 2018~2021년)

순위	충북	충남	전북	전남	경북	경남
1	청주국제공항 (216,524)	대천해수욕장 (296,590)	전주한옥마을 (295,788)	죽동원 (131,924)	죽도시장 (189,808)	롯데아울렛김해 (266,545)
2	오창호수공원 (86,562)	삽교호관광지 (168,045)	선유도해수욕장 (84,580)	순천만국가정원 (119,442)	불국사 (182,064)	통영중앙전통시장 (147,352)
3	만천하스카이워크 (81,742)	꽃지해수욕장 (126,941)	선유도 (77,811)	오동도 (111,673)	호미곶해맞이광장 (152,994)	독일마을 (139,678)
4	단양경주시장 (76,183)	독립기념관 (117,385)	채석강 (74,587)	항일암 (98,974)	첨성대 (143,901)	바람의언덕 (138,610)
5	도담삼봉 (70,056)	예당호출렁다리 (110,554)	롯데몰군산점 (71,095)	여수해상케이블카 (88,747)	영일대해수욕장 (133,436)	통도사 (111,343)
6	청남대 (67,423)	삼길포항 (107,997)	선운사 (64,254)	완도항여객선 (85,732)	강구항 (130,377)	화개장터 (82,901)
7	롯데아울렛청주 (65,072)	동학사 (106,296)	비응항 (62,338)	아쿠아플라넷여수 (74,168)	동궁과월지 (124,665)	보리암 (81,777)
8	떼제베CC (53,411)	해미읍성 (101,612)	전주월드컵경기장 (60,755)	순천만습지 (67,594)	보문관광단지 (99,031)	한려수도케이블카 (80,743)

주1 : Tmap 어플리케이션 검색 건수를 분석한 것으로, 내비게이션을 이용하지 않고 이동하거나 타 내비게이션을 이용한 경우의 특성은 반영되지 않음.

주2 : ()안은 2018~2021년 연평균 내비게이션 관광지 검색 건수임.

자료 : 한국관광 데이터랩(2022)

- 인구가 감소하고 저출생, 고령화 현상에 의한 국토의 불균형으로 인해 지속가능성의 위기 속에서 농산어촌이 지닌 잠재력이 부상하고 있음(성주인 외, 2022)
 - 농산어촌에 방문하는 실질적 관계인구는 지속적으로 확대될 전망이며, 농산어촌 관계인구는 지역공동체사업을 지역 주민과 공동으로 이끄는 주요 인적 자원으로서 농산어촌의 활성화에 기여할 것임
- 도농교류는 도시와 농산어촌이 상생할 수 있는 대안으로써 상호교류를 통한 공감대 형성을 목적으로 하며, 도농교류 사업활동에는 자매결연, 농어촌 체험관광, 농수산물 직거래 등이 있음
- 도농교류를 통해 관계인구를 형성하기 위해서는 체험활동에서 협동으로 나아가는 프로그램을 개발해 관계인구로 유도해야 함(한주성, 2019)
 - 이를 위한 촉진자의 역할이 중요하고 교류지역이나 단체와의 협동에 의한 프로젝트를 개발하고 진행시켜야 함
 - 또한 지역과제 해결을 위해 관계인구와 지역의 다양한 이슈를 공유하여 지역과의 관계성을 심화시켜야 함
- 시도별 도농교류 사업활동 행정리 수를 살펴보면, 2015년 전국 행정리 가운데 도농교류 사업활동을 하는 행정리가 32.2%이었으나, 2020년 COVID-19 팬데믹으로 인해 18.1%p 급감한 14.1%로 나타남
 - 2015년 광역자치단체별 도농교류 활동률은 부산이 70.5%로 가장 높았고, 그다음으로는 제주도 59.9%, 충북 50.1%, 강원 46.9% 등의 순으로 높게 나타남.
 - 2020년 COVID-19 팬데믹의 영향으로 전체 시·도의 도농교류 활동률은 감소하였으며, 가장 크게 감소한 지역은 46.3%가 감소한 부산이었고, 이어서 충북 37.7%, 전북 23.3%, 강원 21.2%, 충남 18.2% 등의 순으로 감소함
 - 전북은 2015년 도농교류 사업활동률이 33.5%로 직접 경쟁자치단체인 충남, 전남보다 높았고, 간접 경쟁자치단체를 포함한 포괄적 경쟁자치단체와 비교해도 충북 다음으로 가장 높았으나, 2020년 전북의 도농교류 사업활동률은 10.2%로 나타나 인접 광역자치단체 대비 가장 낮은 활동률을 나타냄
- 도농교류는 관계인구를 형성하는 가장 중요한 지방자치단체 사업 중의 하나이고, 관계인구는 고향사랑기부제의 로열티가 높은 고객이 될 수 있으므로, 전북은 팬데믹 이전으로 활동률을 회복하는 데에 상당한 노력을 기울여야 할 것으로 판단됨

〈표 4-9〉 시도별 도농교류 사업활동 행정리 수

구분	총행정리(A)			도농교류활동 행정리(B)			도농교류활동률(=(B/A)×100)		
	2015	2020	증감률(%)	2015	2020	증감률(%)	2015	2020	증감률(%)
부산	166	186	12.0	117	45	-61.5	70.5	24.2	-46.3
대구	270	314	16.3	38	15	-60.5	14.1	4.8	-9.3
인천	261	266	1.9	116	110	-5.2	44.4	41.4	-3.0
울산	349	376	7.7	95	56	-41.1	27.2	14.9	-12.3
세종	259	255	-1.5	18	17	-5.6	6.9	6.7	-0.2
경기	4,034	4,194	4.0	1,170	511	-56.3	29.0	12.2	-16.8
강원	2,228	2,266	3.6	1,046	582	-44.4	46.9	25.7	-21.2
충북	2,919	3,025	1.9	1,462	374	-74.4	50.1	12.4	-37.7
충남	4,307	4,390	1.6	1,419	645	-54.5	32.9	14.7	-18.2
전북	5,163	5,245	1.6	1,731	537	-69.0	33.5	10.2	-23.3
전남	6,768	6,785	0.3	1,650	857	-48.1	24.4	12.6	-11.8
경북	5,189	5,275	1.7	1,506	815	-45.9	29.0	15.5	-13.5
경남	4,707	4,814	2.3	1,381	638	-53.8	29.3	13.3	-16.0
제주	172	172	0.0	103	83	-19.4	59.9	48.3	-11.6
계	36,792	37,563	2.1	11,852	5,285	-55.4	32.2	14.1	-18.1

자료 : 통계청 농림어업총조사(2015, 2020).

- 시·도별 도농교류 사업활동별 행정리를 살펴보면, 2015년 자매결연 활동하는 행정리가 45.6%이어서 가장 많았으며, 농수산물 직거래가 25.8%, 농어촌 체험관광이 12.7%로 뒤를 이었음
 - 전북 및 인접 광역자치단체의 도농교류 사업활동별로 보면 자매결연은 전북이 1,208개로 가장 많았고, 그다음으로는 충북 1,168개, 충남 1,030개 행정리 등의 순이었으며, 농수산물 직거래 역시 전북이 331개 행정리로 가장 많았으며, 경북이 276개, 전남이 273개로 그 뒤를 이었음
- 2020년 사업활동별 행정리는 자매결연이 21.6%로 가장 많았고, 이어서 음식물 판매 및 숙박 제공 17.9%, 농어촌 체험관광 17.5%, 농수산물 직거래가 11.5% 등의 순으로 나타나 2015년 대비 총 사업활동이 감소한 가운데 농어촌 체험관광, 농수산물 직판장, 음식물 판매 및 숙박 제공, 주말 농업 임대 및 분양 등의 사업비율은 증가함

〈표 4-10〉 시도별 도농교류 사업활동 행정리

시도	연도	도농교류 사업활동별 행정리								
		계	자매 결연	농어촌 체험관광	농수산물 직거래	농수산물직 판장	음식물 판매 및 숙박제공	주말농업임 대 및 분양	방문객 대상 지역축제	기타
충북	2015	2,645	1,168	266	869	121	57	25	·	139
	2020	546	173	78	72	35	69	18	47	54
충남	2015	2,265	1,030	269	614	88	94	21	·	149
	2020	946	222	183	108	54	125	30	133	91
전북	2015	2,415	1,208	331	597	110	95	9	·	65
	2020	756	110	161	96	42	116	17	95	119
전남	2015	2,132	910	273	568	67	135	23	·	156
	2020	1,398	268	226	190	98	235	67	143	171
경북	2015	2,224	937	276	650	94	92	14	·	161
	2020	1,152	268	181	155	67	162	37	100	182
경남	2015	1,859	902	227	393	40	112	26	·	159
	2020	945	166	188	102	74	196	25	86	108
계	2015	17,667 (100)	8,049 (45.6)	2,241 (12.7)	4,563 (25.8)	700 (4.0)	897 (5.1)	230 (1.3)	·	987 (5.6)
	2020	8,051 (100)	1,743 (21.6)	1,410 (17.5)	927 (11.5)	502 (6.2)	1,440 (17.9)	334 (4.1)	831 (10.3)	864 (10.7)

주 : ()안은 총 도농교류 사업활동별 행정리 대비 각 사업활동별 행정리 비율(%)을 나타냄

자료 : 통계청 농림어업총조사(2015, 2020).

- 농어촌 체험휴양마을은 「도시와 농어촌 간의 교류촉진에 관한 법률」 등에 따라 농어촌의 자연환경, 전통문화 등 지역자원을 활용하여 도시민에게 생활체험, 휴양공간 프로그램 등을 제공하는 사업임
- 2022년 5월 기준 전북의 농어촌 체험휴양마을 개소 현황을 살펴보면 전북 14개 시·군에서 146개소를 두고 있으며, 무주군이 18개소로 가장 많고, 이어서 남원시 16개소, 임실군 14개소, 김제시, 완주군, 진안군, 순창군이 각 12개소 등의 순으로 나타남
- 농식품부와 한국농어촌공사는 도시민에게 신뢰성 있는 농촌관광 정보를 제공하기 위해 체험, 교육, 숙박, 음식 등으로 구분하여 매년 등급평가를 시행하고 있음
 - 등급은 1등급, 2등급, 3등급, 등급 외로 분류하며 체험, 교육, 숙박, 음식 분야에서 모두 1등급으로 평가받으면 으뜸촌으로 선정함
 - 체험 분야는 체험프로그램 운영, 실내·외 체험장 관리 등을 평가하고, 교육 분야는 교육프로그램 운영, 교육 운영관리, 교육 환경 관리 등을 평가하며, 숙박 분야는 건물 외관 및 주위환경, 출입구 및 안전관리, 객실관리, 화장실 및 욕실관리 등을 평가하고, 음식 분야는 음식의 전통성, 취식 및 조리시설 관리, 건물 내·외 관리 등을 평가하여 등급을 결정함
- 전북 및 인접 광역자치단체의 농촌여행지 상위등급 결정 현황을 보면 전북이 남원시 ‘달오름마을’, 무주 ‘休무풍승지마을’, 완주 ‘창포마을’ 등 5개 농촌여행지가 으뜸촌으로 선정되어 가장 많은 으뜸촌을 보유한 것으로 나타남.
 - 그다음으로는 경남 3곳, 경북, 2곳, 충남 1곳 순이었고, 충북과 전남은 으뜸촌으로 선정된 농촌여행지가 없었음

- 전북이 인접 광역자치단체 대비 으뜸촌이 가장 많은 이유는 교육 분야에서 1등급으로 평가받은 농촌여행지가 상대적으로 많았기 때문인데, 전북이 농촌관광사업에 교육프로그램을 활발히 운영하고 있고, 농촌관광 관련 교육 운영 및 환경 등의 관리 수준이 높기 때문으로 보임

- 전국에서도 경기 다음으로 강원과 더불어 가장 많은 으뜸촌을 보유하고 있으므로, 전북 내 으뜸촌을 보유한 시·군은 이를 적극적으로 홍보하여 가족 단위 농촌체험 여행객의 확보 및 교류인구를 증가시키고, 고향사랑기부제 답례품으로 선정하여 기부금을 촉진시킬 필요가 있음

〈표 4-11〉 전라북도 농어촌체험휴양마을 개소 현황

(기준 : 2022년 5월 18일)

시군	체험휴양마을	시군	마을명	시군	체험휴양마을	시군	체험휴양마을
전주	원색명화마을	남원 (계속)	추어마을	진안	하가막마을	임실 (계속)	신전(다락골)마을
군산	간치말마을		하주발효마을회	(계속)	황금마을		십이연주권역
(2)	발산권역마을		흥부마을		대문바위권역		인하마을
익산 (10)	다송권역	김제 (12)	광활권역마을	무주 (18)	덕곡마을		왕방힐링마을
	두동편백		김제수류산골마을		두문마을		치즈마을
	미륵산권역		남포(지평선)마을		무릉도원후도인성학교		학정마을
	산들강웅포마을		내촌아리랑마을		명천물숲마을		후촌마을
	성당포구마을		두월노을마을		삼도봉권역	순창 (12)	구미(거북장수)마을
	수은마을		백산조수골마을		서면마을		금돼지권역마을
	용머리마을		벽골제마을		신무마을		도라지마을
	죽청대파니마을		사방외갓집마을		앞섬마을		물통골마을
	풀빛향기송정마을		산성메(당월)마을		오방색권역		방화마을
	함라두레마당		알콩쌀콩등대마을		죽장마을		버들나루터마을
	꽃두레행복마을		진봉심포드리마을		중산마을		순창고추장익는마을
	달고운청정사교마을		향토마을		진원반디길		쌍치오룡마을
	대흥리마을	완주 (12)	경천애인마을		초리녕쿨마을		종곡마을
	매당마을		고산농촌마을		추동체험휴양마을		종암마을
정읍 (11)	민하마을		도계마을	장수 (10)	치목삼베마을		총명마을
	백연마을		두억행복드림마을		호룡불마을		향토열매마을
	송죽마을		서두생강골		休무풍송지마을	고창 (6)	강선달마을
	신기(십장생)마을		안덕마을		광산마을		고산돌맹마을
	정문마을		오복마을		논개생개(주촌)마을		구암학춤마을
	태산선비마을		오성한옥마을		매산청풍마을		사등마을
	향토현마을		원용복마을		무병장수(양악)마을		책마을해리
	곰재다무락마을		위봉산성마을		문성생태마을		화산마을
	노봉훈불문학마을		인덕마을		썩발들마을	부안 (10)	각동마을
	달오름마을	진안 (12)	창포마을		용계(당그레)마을		계화섬마을
남원 (16)	란두리덕동마을		감동마을	임실 (14)	용바우마을		구름호수(운호)마을
	만행산상신마을		구봉산마을		유정담		사랑감(용사만화)마을
	벌촌천향봉마을		두원마을		육십령권역마을		산들바다마을
	산덕마을		마조마을		강변사리마을		용동마을
	선돌촌마을		봉황골(봉곡)마을		구담마을		우동우리밀마을
	솔바람권역마을		상가막골		꽃심지둔대기마을		우유홍삼마을
	요천다솔기마을		씨없는꽃감마을		대리만족힐리지		청호수마을
	원천마을		외사양마을		박사골권역		후촌갈대숲마을
	전촌(동편제)마을		원연정마을		방길마을		
	지리산나들락마을		포동마을		수풍마을		

자료: 한국농어촌공사 농어촌체험휴양마을(2022).

〈표 4-12〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 농촌여행지 상위등급 결정 현황

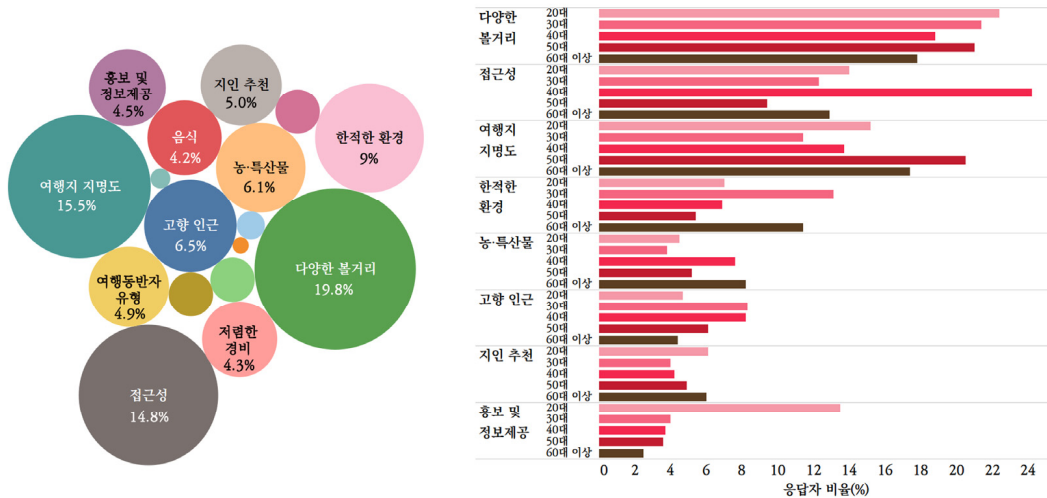
(기준 : 2022년)

시도	시군	여행지명	등급결정				으뜸촌	가입보험	
			체험	교육	숙박	음식		체험	화재
충북	괴산	백마권역마을	1	2	1	1	N	Y	Y
	단양	한드리마을	1	2	1	1	N	Y	Y
충남	청양	알프스마을	1	1	1	1	Y	Y	Y
	금산	조팝꽃피는마을	1	2	1	1	N	Y	Y
	아산	외암마을	1	2	1	1	N	N	N
	태안	매화뽕마을	1	2	1	1	N	Y	N
전북	남원	달오름마을	1	1	1	1	Y	Y	Y
	무주	휴무풍송지마을	1	1	1	1	Y	Y	Y
	완주	창포마을	1	1	1	1	Y	Y	Y
	익산	산들강웅포마을	1	1	1	1	Y	Y	Y
	정읍	황도현 녹두랑 시루랑 마을	1	1	1	1	Y	Y	Y
	완주	안덕마을	1	2	1	1	N	Y	Y
	완주	오복마을	1	2	1	1	N	Y	Y
전남	나주	에코왕곡마을	1	2	1	1	N	Y	Y
경북	봉화	청량산비나리마을	1	1	1	1	Y	N	Y
	영덕	인랑전통테마마을	1	1	1	1	Y	N	Y
	고령	개실마을	1	2	1	1	N	Y	Y
	고령	예마을	1	2	1	1	N	Y	Y
	예천	출렁다리마을	1	2	1	1	N	Y	Y
경남	남해	해바리마을	1	1	1	1	Y	Y	Y
	산청	마근담마을	1	1	1	1	Y	Y	Y
	창원	빗돌배기마을	1	1	1	1	Y	Y	Y
	거창	수송대마을	1	2	1	1	N	N	N
	남해	두모마을	1	2	1	1	N	Y	N
	진주	가뫼골마을	1	2	1	1	N	Y	Y

자료 : 농촌여행 웰촌(2022).

- 2020년 농촌진흥청 농촌관광실태조사에 의하면 농촌관광 목적지를 선택하는 이유는 다양한 볼거리 및 프로그램이 19.8%로 가장 높았고, 여행지의 지명도를 보고 선택한다는 답변이 그다음이었으며, 접근성 14.8%, 사람이 몰리지 않는 한적한 환경 9% 고향인근 6.5%, 농·특산물 6.1% 순이었음
- 한 걸음 더 들어가서 연령별 농촌관광 목적지 선택 이유를 살펴보면 다양한 볼거리 및 프로그램은 20대 22.4%, 30대 21.4%로 나타나 청년층에서 높았고, 접근성으로 선택한다는 답변이 40대 24.2%로 가장 높았음
- 여행지의 지명도는 50대 20.5%, 60대 17.4%로 나타나 중·장년층에서 높았으며, 사람이 몰리지 않는 환경은 30대와 60대, 농·특산물은 40대와 60대, 고향 인근은 60대와 40대, 지인 추천은 20대와 60대, 홍보 및 정보 제공을 통해 선택한다는 답변은 20대가 많았음
- 다양한 볼거리 및 프로그램과 더불어 여행지의 지명도를 보고 농촌관광 목적지를 선택한다는 답변이 많았는데, 그만큼 그 지역의 매력도가 높아야 더 많은 농촌관광객을 확보하여 관계인구를 증가시킬 수 있다는 것을 의미함

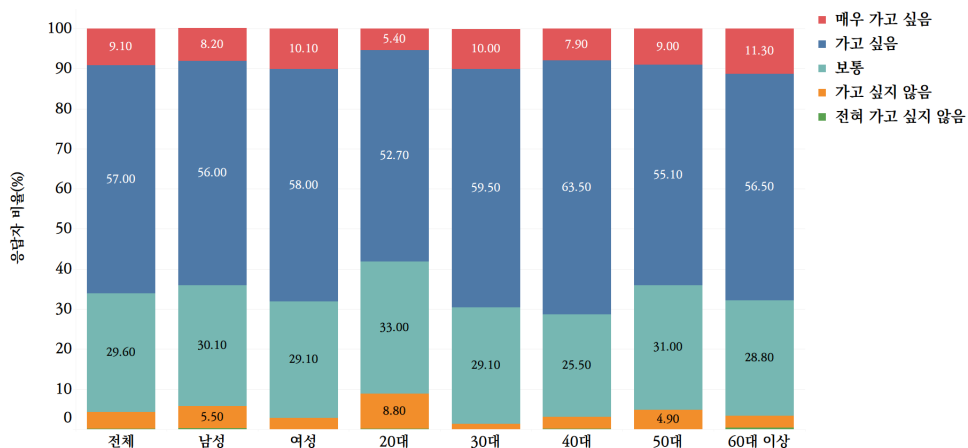
- 고향사랑기부제는 저출산, 고령화 상황에서 기부자, 답례품, 기부금을 두고 경쟁해야 하므로 경쟁우위 확보를 위해 지역의 매력도를 높이고, 이 매력을 마케팅하기 위한 노력이 필요함



자료 : 농촌진흥청 농촌관광실태조사(2020). 재구성.

〈그림 4-11〉 농촌관광 목적지 선택 이유(단위 : %)

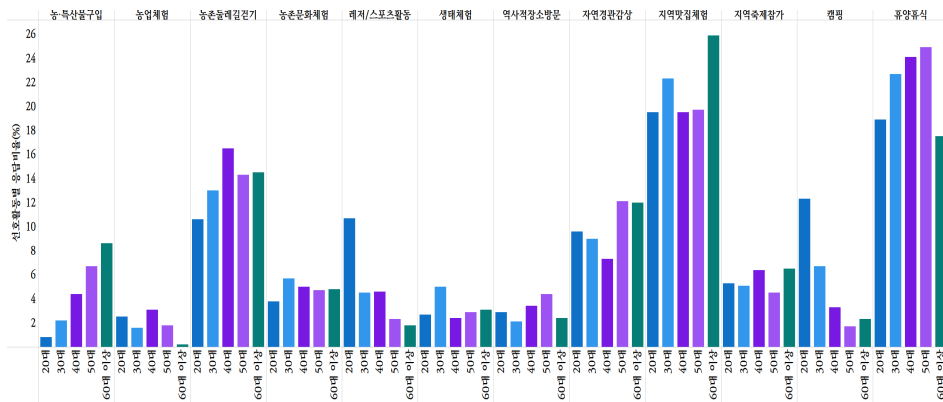
- 농촌관광 경험 의향은 ‘가고 싶음’이 57%, ‘매우 가고 싶음’이 9.1%로 나타났고, 남성보다 여성이 농촌관광 경험을 더 희망하는 것으로 나타남.
- 연령별로 살펴보면 ‘가고 싶음’과 ‘매우 가고 싶음’의 답변 비율이 40대에서 가장 높았으며, 그다음으로는 30대, 60대, 50대, 20대 순으로 나타남
- 농촌관광을 통해 관계인구를 확보함과 동시에 고향사랑 기부금 유치경쟁에서 경쟁우위를 확보하기 위해 다양한 볼거리 제공과 더불어 농촌관광 프로그램을 다양화하는 노력이 필요함



자료 : 농촌진흥청 농촌관광실태조사(2020).

〈그림 4-12〉 성별·연령별 농촌관광 경험 의향

- 2020년 기준 농촌관광 시 선호하는 활동을 살펴보면 ‘지역 음식·맛집 체험’이 21.4%로 가장 높았으며, 이어서 ‘휴양·휴식’ 21.1%, ‘농촌 들레길 걷기’ 14.0%, ‘자연경관 감상’ 10.2% 순으로 나타남
 - 선호하는 활동을 연령별로 살펴보면 ‘지역 맛집·음식 체험’은 60대와 30대가 높았고, ‘휴양·휴식’은 50대와 40대, ‘농촌 들레길 걷기’는 40대와 60대, ‘자연경관 감상’은 50대와 60대가 높게 나타남
- 체험형 관광의 한 유형인 ‘농촌문화 체험’은 4.7%로 낮게 나타나 농촌 체험관광객을 유인하기 위해 농촌 음식을 개발하고 농촌 체험관광 프로그램에 농가음식 체험 활동의 비중을 높일 필요성이 있음



자료 : 농촌진흥청 농촌관광실태조사(2020). 재구성.

〈그림 4-13〉 연령별 농촌관광 시 선호 활동

라. 지역특산품

- 일본의 고향납세 사례와 같이 답례품으로 사용되는 지역특산품의 매력은 매우 중요하므로 인기 있는 답례품을 생산하는 지역은 경쟁우위를 가질 것이며, 답례품의 선택이 제한적인 지역은 기부자 모집 경쟁에서 우위를 확보하지 못할 것임
- 농업기술포털 ‘농사로’에서 소개하는 각 지역의 특산물을 살펴보면 충북 62개, 충남 101개, 전북 104개, 전남 140개, 경북 158개, 경남은 304개의 지역특산물을 소개하고 있음
- 전북 완주군은 34종의 지역특산품, 군산시는 21종의 지역특산품을 생산하고 있어 답례품 선정이 용이해 보이나, 지역특산품 종류가 상대적으로 적은 지역은 기부금 모집 경쟁에서 불이익을 받을 것이므로, 관광상품과 같은 그 지역의 자산과 강점을 파악하여 보유한 자산의 부가가치를 혁신적으로 촉진하는 마케팅을 전개해야 할 것임
 - 답례품 매력도가 기부 지역 선택에 상당한 영향을 미칠 것이므로, 해당 지역과 답례품 제공업체는 상품의 매력도를 높이기 위해 상호 노력해야 하며, 이러한 노력이 지역 비즈니스 역량 강화에 기여할 것임

〈표 4-13〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 지역특산물

시도	시군	지역특산물	종류
충북	충주	고구마, 밥, 복숭아, 사과	4
	제천	황기된장, 참웃된장, 박달재식품, 전통황기메주, 소시지, 토종흑염소탕, 약초, 홍화, 사과	10
	영동	포도주, 감식초, 인삼, 복숭아, 벌꿀, 수박, 메론, 사과, 마늘, 밤, 호두, 표고, 감, 포도	14
	증평	장들쌀, 선애삼, 토마토, 부추, 감자, 고구마, 도라지, 딸기, 배, 복숭아, 사과, 잡곡	12
	음성	들깨, 닭, 화훼, 오리, 양돈, 청결한우, 낙농, 마, 사과, 배, 복숭아, 다올찬수박, 다 올찬쌀, 인삼, 천마, 청결고추	16
	단양	청정잡곡, 두산감자, 소백산죽령사과, 고추, 마늘, 오미자	6
	계		62
충남	공주	알밤한우, 울란, 알밤묵, 조청류, 아로니아류, 한과, 알밤막걸리, 전통장류, 산삼주, 백일주, 알밤가공식품, 배, 사과, 딸기, 토마토, 수박, 메론, 동의한방오이, 신평고추, 밤, 느타리버섯, 표고버섯, 쌀	23
	보령	감말랭이, 감미료, 유제품, 전통식품, 한과, 조미김, 전통주, 냉품삼, 무화과, 방풍나물, 고구마, 머드미쌀, 머드제품, 양송이버섯, 사현포도, 배, 딸기, 방울토마토	18
	서산	뜨레한돈, 한우, 고북알타리무, 양념, 6년근인삼, 팔봉산감자, 생강조청, 생강한과, 생강, 발효흑마늘, 육쪽마늘, 쌀	12
	논산	딸기	1
	계룡	칼라피망, 마음자리된장, 마음자리청국장, 무공해쌈채	4
	서천	서래야쌀, 김, 한산소곡주, 한산모시	4
	청양	오미자, 복분자, 양봉, 토종닭, 사슴, 양돈, 한우, 느타리버섯, 표고버섯, 맥문동, 밤, 배, 수박, 토마토, 쌀	15
	홍성	누룽지, 쌀국수, 마늘, 크로바목장	4
	예산	추사상품, 전통옹기, 목각공예, 미향쌀, 한우고기, 돼지고기, 고구마, 방울토마토, 파리고추, 수박, 배, 사과, 전통한과, 파프리카, 블루베리	15
	태안	송화소금, 까나리액젓, 느타리버섯, 안면도고추, 육쪽마늘	5
	계		101
전북	전주	장미, 벚단가리, 딸기, 토마토, 국화, 호박, 미나리, 포도, 배, 복숭아	10
	군산	바다향, 궁전꽃게장, 내고향시푸드, 아리울수산, 효송그린푸드, K-FOOD, 아리울현푸드, 영국빵집, 노시콩네천연꿀농장, 웃담요구르트, 서해푸드, 옥산한과, 더미들래, 옹고집영농, 풍년보리원, 어울림, 중수비영농조합, 흰찬쌀보리, 화현농협RPC, 옥구농협RPC, 생금들	21
	정읍	단풍미인복분자주, 단풍미인토마토, 단풍미인씨없는수박, 단풍미인한우, 단풍미인쌀	5
	완주	민물매운탕, 묵은지닭볶음탕, 로컬푸드밥상, 순두부백반, 한우구이, 토마토, 배, 수박, 마늘, 양파, 대추, 딸기, 생강, 꽃감, 딸기, 꿀, 씨없는동상꽃감, 느타리버섯, 상황, 표고, 흑곶감, 고산대추, 경천대추, 동상표고버섯, 봉동생강, 이서신고배, 삼례수박, 비보청정수박, 운주완창포도, 봉동왕포도, 고산마늘, 고산양파, 화산골자연한우, 화산양파	34
	무주	여름딸기, 배추, 무, 토마토, 복숭아, 포도, 마늘, 고추, 사과, 다래	10
	임실	딸기, 토마토, 엿, 복숭아, 포도, 배, 한우, 치즈, 고추	9
	순창	명품한우, 배, 복숭아, 콩, 고구마, 두릅, 오미자, 고추, 상추, 오디, 매실, 딸기, 복분자, 블루베리	14
	부안	참봉오디	1
	계		104

[표 계속]

시도	시군	지역특산물	종류
전남	여수	향토지킴이, 귀리다움귀리, 섬섬여수옥수수, 거북선에실란쌀, 토마토, 유자차, 두릅, 동백화장품, 기능성잡곡, 금오도잎방풍, 거문도해풍썩, 돌산갯김치	12
	순천	고들빼기, 한우, 미나리, 조기합쌀, 딸기묘, 매실, 오이	7
	나주	참외, 한라봉, 방울토마토, 멜론, 나주쌀, 나주배	6
	곡성	갯잎, 벌꿀, 한우, 동실나이, 간토란, 토란대, 피토란, 토란파이만주, 황칠순액, 부각, 발아현미, 건나물, 처음처럼, 백세미, 곡성쌀, 흑찰옥수수, 토란, 블루베리, 밤, 포도, 꽃감, 배, 사과, 딸기, 대봉, 매실, 멜론	27
	구례	단감, 송이버섯, 은어, 고로쇠약수, 배, 토종꿀, 방울토마토, 산채류, 오이, 밤, 쌀	11
	보성	용문석, 전통염색, 삼베, 웅기, 유기, 고추, 오이, 감자, 쪽파, 방울토마토, 딸기, 사과, 참다래, 배, 웅치면올벼쌀, 건강미, 다향이숨쉬는쌀, 녹차미인보성쌀, 복분자, 삼백초, 어성초, 녹돈, 한우, 전어, 꼬막, 표고버섯, 느타리버섯, 녹차, 녹차한과, 녹차된장·고추장	30
	장흥	아르미쌀, 청태전	2
	해남	겨울배추, 황토고구마, 김, 땅콩햇살	4
	영암	단감, 대봉감, 달마지쌀, 축산물, 김장무, 배추, 알타리무, 월출산토마토, 배, 풋고추, 무화과, 무화과잼, 월출수박, 황토고구마, 기타특산물	15
	무안	연관력특산물, 갯벌자주식돌김, 쌀, 황토고구마, 황토마늘, 황토양파	6
	장성	사과, 오디, 복분자, 새송이, 딸기, 토마토, 배, 포도, 단감, 대봉	10
	완도	딸기, 비파, 감자, 방울토마토, 삼지구엽초, 유자, 부지화, 포도, 마늘, 쌀	10
	계		140
경북	포항	노란콩잎무침, 푸른콩잎물김치, 부추해물잡채, 해물부추전, 오징어순대, 화국수, 시금장, 전복죽, 물회,	9
	경주	부추, 딸기, 사과, 포도, 경주천년한우, 체리, 양송이, 토마토	8
	김천	자두, 포도	2
	영주	산삼배양근, 벌꿀, 부각, 한과, 버섯, 술, 문어, 전통장류, 가지, 애호박, 복숭아, 자두, 고구마, 참마, 생강, 포도, 콩, 계란, 쌀, 한우, 풍기인삼, 사과	22
	상주	오미자, 벌꿀, 복숭아, 한우, 오이, 포도, 사과, 배, 꽃감, 쌀	10
	의성	마늘, 쌀, 복숭아, 자두, 사과	5
	청송	꽃돌, 남근목공방, 청송한지, 청송웅기, 국화차, 통밀빵, 야생화, 신마물김치, 엿기름, 찹쌀, 인진숙, 전통장류, 상황버섯, 느타리버섯, 표고버섯, 상추, 오이·호박, 포도, 꿀배, 고춧가루, 한우, 벌꿀, 토종꿀, 야콘, 꽃송이버섯, 토마토, 파프리카, 토종대추, 고추, 사과	30
	청도	감와인, 과육퓨레, 아이스홍시, 감잎차, 감식초, 반건시, 감말랭이, 쌀, 대추, 딸기, 느타리버섯, 팽이버섯, 노지고추, 한재미나리, 복숭아, 청도반시	16
	고령	가야그린포크, 가야그린한우, 감자, 성산메론, 딸기, 참외, 우곡그린수박, 옥미	8
	성주	팽이버섯, 오미자, 양돈, 벌꿀, 노루궁뎅이버섯, 표고버섯, 느타리버섯, 새송이버섯, 늘푸른청정채소, 토마토, 쌀, 사과, 참외	13
	예천	단샘미, 일품쌀, 복숭아, 참외, 배, 양잠제품, 학가산메주, 고추장아찌, 고춧가루, 참기름, 홍화, 금당꿀, 상황버섯, 누에제품, 예천사과, 은풍준시꽃감, 잡곡, 옹골진쌀, 옹골진상미	19
	봉화	감자, 잡곡, 수박, 화훼, 표고버섯, 한약우, 송이, 고추, 사과	9
	울릉	참고비, 삼나물, 두메부추, 홍감자, 옥수수엿청주, 섬말나리, 찹소	7
	계		158

[표 계속]

시도	시군	지역특산물	종류
경남	창원	버섯, 인개초, 국화, 토마토, 파프리카, 멜론, 딸기, 참외, 풋고추, 수박, 천혜향, 복숭아, 블루베리, 키위, 단감, 국화	16
	진주	꽃감, 대나무숯, 밤, 새송이버섯, 상황버섯, 파리고추, 오이, 호접란, 우엉, 마, 복숭아, 매실, 배, 단감, 진주고추, 깻잎, 토마토, 수박, 메론, 가지, 파프리카, 호박, 피망, 딸기	21
	통영	고구마쥬독이, 고구마배데기죽, 미나리진액, 아콘진액, 동백오일, 유자오일, 옥수수, 마늘, 아콘, 블루베리, 옹과, 애플망고, 유자, 유자청, 마늘·흑마늘엑기스, 참다래, 시금치, 땅두릅, 파프리카, 밀감, 딸기, 고구마줄기, 통영풍난, 고구마	24
	사천	체리, 고구마·단호박, 쌀, 밀가루, 블루베리, 키위, 매실, 딸기, 토마토, 배, 단감	10
	김해	산딸기, 키위, 매실, 포도, 복숭아, 단감, 파프리카, 부추, 가지, 토마토, 참외, 딸기, 서양란, 금어초, 속근안개초, 케베라, 카네이션, 국화, 장미	19
	밀양	은어, 카네이션, 표고버섯, 밤, 대추, 가지, 감자, 수박, 배, 포도, 얼음골사과, 파프리카, 홍고추, 파리고추, 청양고추, 들깻잎, 얼음골쌀, 흙으로빛은쌀, 아리랑쌀, 한천, 양란, 딸기, 단감	23
	거제	고구마, 마늘, 상황버섯, 한라봉, 배추, 무, 무농약쌀, 표고버섯, 알로에, 파프리카, 알로에, 토마토, 파인애플, 포도, 축산, 유자, 비파, 느타리버섯, 들깨, 맹종죽, 풋고추, 치차	23
	함안	애플망고, 꽃감, 파프리카, 참외, 포도, 연근, 단감, 복숭아, 방울토마토, 메론, 오이, 수박	13
	창녕	송이버섯, 돼지고기부분육, 인동초한우, 우포늪복숭아, 성산배, 파프리카, 토마토, 풋고추, 화왕산미나리, 오이, 단감, 고추, 마늘, 양파, 송이버섯	15
	남해	삼베, 만복당향, 한방향, 우렁쉥이, 홍합, 개조개, 굴, 바지락, 전복죽, 전어, 갈치, 봉장어, 멸치액젓, 멸치, 메주, 우리밀국수, 비자, 유자주, 사슴, 특란, 남해유정란, 보물섬한우, 시금치, 호박차, 호박찜, 참다래, 땅두릅, 박나물, 청정쌀, 고사리, 치차, 유자청, 유자, 알로에, 마늘	35
	하동	파프리카, 양상추, 참다래, 토마토, 수박, 딸기, 단감, 대봉감, 배	9
	산청	벌꿀, 양계, 양돈, 한우, 복분자, 누에한, 동충하초, 봉잎차, 녹차, 느타리버섯, 취나물, 양파, 마늘, 수박, 딸기, 밤, 꽃감, 단감, 배, 사과, 고구마, 친환경쌀	22
	함양	산머루, 옻, 새송이버섯, 꿀, 계란, 돼지고기, 소고기, 상황버섯, 느타리버섯, 송이버섯, 감말랭이, 꽃감, 절임배추, 두릅, 파프리카, 토마토, 여주, 딸기, 양파, 블루베리, 오미자, 복분자, 단감, 배, 사과, 밀가루, 잡곡, 쌀, 산양삼	29
	합천	밤, 녹차, 발효차, 허균농차, 기능성소금선물세트, 황토소금, 사과, 파프리카, 미나리, 도자기, 우렁이쌀, 황도한우, 황매산친환경밤묵, 황매산블루베리, 표고버섯, 친환경고추, 유기농토마토, 딸기, 친환경쌀, 고사리, 두릅, 꿀, 덕곡생생마늘, 토종흑돼지, 곰취, 브로콜리, 수박, 호박, 양파, 전통장류, 꿈꾸는달걀, 메론, 새송이버섯, 배, 주키니, 방울토마토, 양떡메, 산그리메국화차, 산그리메감잎차, 산그리메봉잎차, 육모정, 봉산건강원, 자생담, 매실, 고추	45
	계		304

자료 : 농촌진흥청 농업기술포털 농사로(2022).

- 전북 및 인접 광역자치단체의 10a(아르) 당 1기작 판매량을 살펴보면 식량작물인 겉보리는 전북이 전국 평균보다 적게 나타났으며, 쌀보리와 밀은 전국 평균보다 많게 나타남
 - 전북의 10a(아르) 당 1기작 고구마 판매량은 직접 경쟁자치단체인 충남과 전남보다 적었으나 전국 평균보다 많았음
 - 봄감자는 직접 경쟁자치단체인 충남과 전남보다 많았고, 포괄적 경쟁자치단체와 비교하면 경북 다음으로 많게 나타났으며, 소득률도 55.9%로 높아 경쟁력 있는 답례품이 될 것으로 판단됨
- 노지채소를 보면 노지수박은 인접 광역자치단체 대비 판매량이 가장 많았으며, 소득률도 63%이어서 해당 지역과 지역특산품 제공업체가 선정할 수 있는 매력적인 답례품이 될 것임

- 노지 가을무는 충남, 전남보다 판매량이 많았고 소득률은 57.3%이며, 노지 봄배추는 인접 광역자치단체 대비 가장 많이 나타났고 소득률은 44.5%임
- 노지 가을배추는 충남보다 많았으나 전남과 경북보다 적은 것으로 나타났고 소득률은 63.3%로 전북이 생산하는 작목 중 블루베리, 노지포도 다음으로 높은 소득률임
- 시설채소를 보면 시설 딸기는 전북이 포괄적 경쟁자치단체 대비 가장 많은 수량을 판매하며 수익률은 38.9%로 나타남
 - 전북의 시설 토마토 판매량은 포괄적 경쟁자치단체 대비 가장 많은 판매량을 보이고 수익률은 32.1%로 나타남
 - 전북의 시설 가지와 파프리카는 전국 평균보다 많이 나타났으며, 수익률은 각각 19.0%, 26.0%임
- 과수의 10a(아르) 당 1기작 판매량을 보면 전북 노지포도가 포괄적 경쟁자치단체 대비 가장 많은 판매량을 보이고 수익률도 67.7%로 높아 경쟁력 있는 답례품이 될 것임
 - 블루베리는 전북의 판매량이 충남과 전남보다 많았고, 포괄적 경쟁자치단체와 비교해도 충북 다음이었으며, 전국 평균보다도 높음과 더불어 수익률이 74%로 전북이 생산하는 작목 중 가장 높은 수익률을 나타냄
- 화훼인 시설장미의 판매량은 전국 평균보다 많았으며, 수익률은 22.7%로 나타남

〈표 4-14〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 작목별 10a(아르) 당 1기작 판매량

(기준 및 단위 : 2020년 기준, kg)

작목	충북	충남	전북	전남	경북	경남	전국
겉보리			457		481	464	463
쌀보리			460	418			406
맥주보리				456		373	
밀			312	205		350	294
노지꽃옥수수	2,303(개)	3,400(개)		3,564(개)	3,461(개)	2,630(개)	2,899(개)
시설꽃옥수수						4,608(개)	
고구마	1,588	1,687	1,610	1,784	1,632	805	1,515
봄감자	2,164	2,417	2,738	2,089	2,888	2,246	2,271
가을감자				1,321		1,219	1,533
시설감자			2,518				
노지수박	5,063		5,978	3,050	4,538		4,273
노지단호박				1,347		905	
노지오이			5,876				
노지봄무		5,395	7,368				
노지가을무		6,110	8,641	7,647	8,797		6,168
노지고랭지무					4,974		6,396
노지당근					3,398	3,228	3,726

[표 계속]

작목	충북	충남	전북	전남	경북	경남	전국(계)
노지연근					1,402	1,574	
노지봄배추	5,787	8,397	8,369		7,662		7,552
노지가을배추	5,350	5,931	7,028	10,083	8,221	2,563	6,490
노지월동배추				10,281			
노지고랭지배추			4,598		7,916		6,219
노지시금치				1,300	1,038	1,192	1,190
노지부추						1,469	
노지풋마늘						1,985	
노지구마늘						1,319	
노지양배추		6,713		8,021	5,950		6,502
노지쪽파		1,935		1,710			1,698
브로콜리	808						
노지대파			3,177		3,269		
노지생강		1,423	1,582		1,699		1,568
노지조생양파				6,381			
노지부지깅이					1,640		
시설수박	5,150	5,013	4,514	5,059	4,801	2,317	4,654
시설참외					4,662	1,214	3,725
시설멜론		2,935	2,166	2,640		1,738	
시설딸기	2,761	3,003	3,926	2,951	3,207	3,113	3,080
시설오이		16,377		16,106		7,819	15,436
시설호박	6,278	5,281		13,056	8,491	7,436	7,979
시설토마토		6,786	16,253	9,550	7,266	14,384	11,520
시설방울토마토	3,614	4,061	5,322	6,205		9,509	7,769
시설가지			14,091		9,221	12,931	11,880
시설배추		12,319					
파프리카			14,350	11,962		13,291	12,453
시설미나리				2,700	1,373		
시설시금치		1,757					1,419
시설취나물		3,293				1,999	
시설들깻잎		3,502				3,047	
시설상추		3,434	3,950				3,548
시설양상추						6,906	
시설부추	5,840			3,132	3,514		4,018
시설고추		7,290		2,595	3,282	7,432	4,918
사과	1,689	2,310	1,825	1,470	2,259	2,291	2,004
배	2,058	2,746	1,886	1,976	2,007	1,498	1,981
복숭아	973		917	764	1,363	854	1,068
노지포도	1,685	1,022	1,887	1,801	1,527	1,528	1,407
단감				1,033	1,854	1,553	1,419
유자				1,713		1,468	
참다래				1,202		983	1,320

[표 계속]

작목	충북	충남	전북	전남	경북	경남	전국(계)
블루베리	548	390	526	352		349	406
매실				566		774	
무화과				1,455			
오디				364			
한라봉				2,426		1,610	
자두	683				894		
살구					1,244		
시설포도	1,570	1,591			1,707		1,649
복분자			457				
시설국화		51,433(본)				53,253(본)	
수국				11,633(본)			
장미			95,830(본)			68,958(본)	74,783(본)
아로니아	471						
참깨			28	37	56	53	46
땅콩			361				
엽연초	275			251	213		
인삼	573	1,302	520		668		613
녹차				424		136	
구기자		381		230			
오미자	485		289		397	426	
산약						866	
새송이버섯						281	
느타리버섯		4,828	2,674	6,745			
양송이버섯		5,316					
양잠						121	
당귀	437				296		
들깨	98	74			101		81
우엉					1,950		
양봉	1,372	655		1,034			
쌀	491	516	501	441	509	483	483

자료 : 농촌진흥청 농산물소득조사(2020).

마. 지역브랜드

- 최근 상표 등록한 농특산물 관련 전북 및 인접 광역자치단체의 지역 브랜드를 보면 전북과 충북은 한우, 경북과 경남은 사과로 중복되고, 충남은 인삼, 전남은 단감을 주요품목으로 선정해 상표 등록함
- 최근 등록한 시·군 지역브랜드의 주요품목은 쌀이 28개로 가장 많았으며, 다음으로 는 한우 9개, 사과 8개 등의 순이어서 일본의 고향납세제 사례와 같이 고향사랑기부제의 인기 있는 답례품으로 쌀과 한우가 선정될 가능성이 높아 보임

〈표 4-15〉 전라북도 및 인접 광역자치단체 지역브랜드

충북		충남		전북		전남		경북		경남	
시군	브랜드	시군	브랜드	시군	브랜드	시군	브랜드	시군	브랜드	시군	브랜드
청풍명월(한우)		진스큐(인삼제품)		참예우(한우)		상금애플(단감)		데일리(사과)		이로로(사과)	
청주	청원 생명쌀	천안	흥타령쌀	전주	참예우 (한우)	여수	금강고운 (농산가공)	포항	영일만친구 (농산가공)	창원	창에그린 (단감)
충주	청정한우	공주	알밤한우	군산	새들군산(쌀)	순천	순천미인(쌀)	경주	마실맛(쌀)	진주	참햇쌀
제천	하늘뜨레 (사과)	보령	만세보령 (쌀)	익산	탑마루 (쌀)	나주	나주오 (농산)	김천	김천애플 (포도)	통영	해풍내음 (공통)
보은	황금갯간 (쌀)	아산	아산맑은 (쌀)	정읍	단풍미인 (쌀)	광양	광양 매화쌀	안동	안동장터 (농산가공)	사천	코뚜레 사천한우
옥천	향수30리 (포도)	서산	뜨레한돈 (돈육)	남원	춘향애플 (파프리카)	담양	대숲맑은 (메론)	구미	일선정품 (쌀, 토마토)	김해	달내음 (단감)
영동	메이빌 (포도)	논산	에스민 (쌀)	김제	지평선 (쌀)	곡성	자연속의 가족마을	영주	흙향기 (포도)	밀양	미르피아 (쌀)
증평	홍삼포크 (돈육)	계룡	신도안 (상추)	완주	완전한 완주(양파)	구례	구례산 수려(오이)	영천	별빛한방촌 (한약재)	거제	한결한우
진천	숫채화(수박)	당진	혜나루(쌀)	진안	흑돼지 감도야	고흥	쵸미(쌀)	상주	명실상 감한우	양산	수(秀)양산 (딸기)
괴산	임걱정 (고추)	금산	금홍 (인삼)	무주	반딧불베스 트탑(사과)	보성	미미보 (농산가공)	문경	새재의아침 (사과)	의령	뜨레숨 (공통)
음성	디올찬 (쌀)	부여	굿뜨레 (과실류)	장수	장수 오미자	화순	자연속애 (파프리카)	경산	뽕밭담정 (대추)	함안	e-아라리 (수박)
		서천	서래야 (쌀)	임실	열매의 고장(고추)	장흥	미ShallWe (표고버섯)	군위	이로운 (사과)	창녕	우포누리 (공통)
		청양	칠갑마루 (고추)	순창	울안에 (농산)	강진	마음에 그린(딸기)	의성	의성眞 (사과)	고성	생명환경쌀
		홍성	홍성한우	고창	황토배기 (쌀)	해남	땅끝뜬섬 (쌀)	청송	청송사과 한우+	남해	보물섬남해 한우
		예산	예가정성 (사과)			영암	월출산기프 트(무화과)	영양	영양고추	하동	대봉곶감
						무안	연이랑 (쌀)	영덕	그대그리고 영덕(복숭아)	산청	불취기쁜 (곶감)
						함평	나비햇살미	청도	청도반시 (감)	함양	물레방아골 함양(쌀)
						영광	보리울 (맥류)	고령	고령옥미 (쌀)	거창	거창韓거창 (사과)
						장성	365생(쌀)	성주	참별미소 (참외)	합천	가을뜨락(쌀)
						완도	자연그대로 (방울토마토)	칠곡	아침해칠곡 (참외)		

주1 : 각 시군이 출원한 브랜드 중 최근에 등록한 지역브랜드임

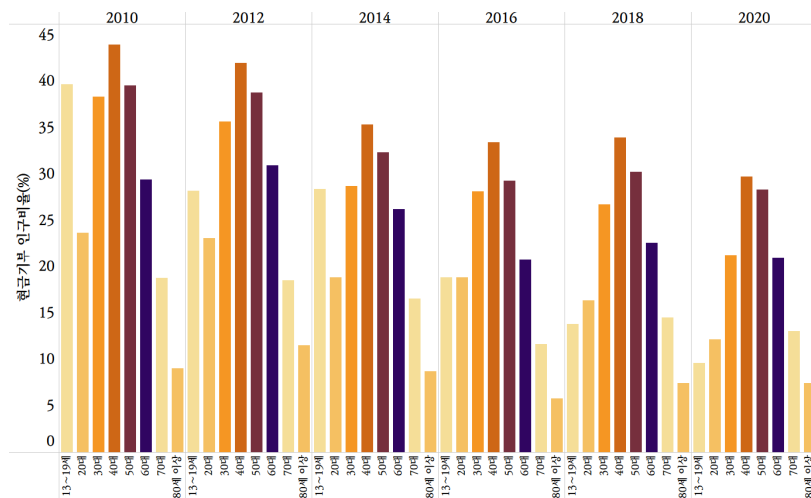
주2 : ()안은 주요품목을 나타냄

자료 : 농촌진흥청 농업기술포털 농사로(2022).

바. 현금기부

- 임정빈 외(2017)는 고향사랑 기부제도의 도입효과 분석에서 기부 인원을 추정하기 위해 경제활동인구 비율, 근로소득 과세 대상 비율, 현금인구 비율 등을 활용한바, 여기서는 현금인구 비율, 현금기부금액, 세액공제 대상 개인기부금 등을 활용하여 기부 추이 및 규모를 조사하고자 함

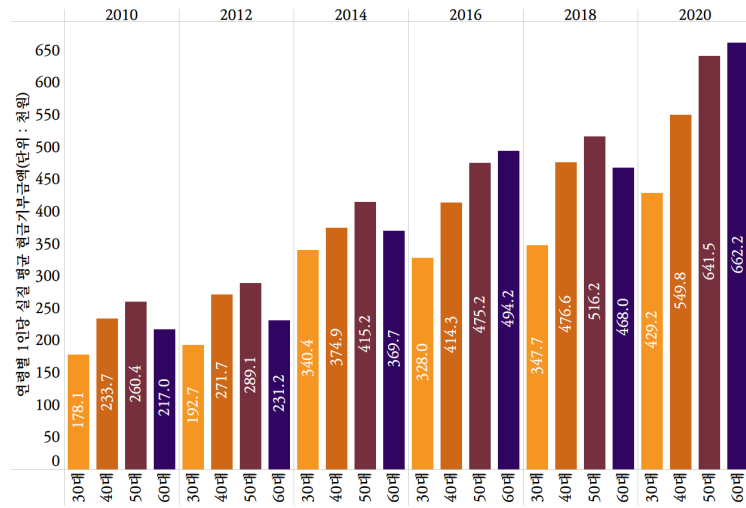
- 현금기부인구 비율을 살펴보면 2010년 34.8%이었으나 2016년 24.3%로 감소하였고, 2020년 20.6%로 감소하여 지속적으로 감소하는 추세임
 - 한 걸음 더 들어가서 연령별 현금기부인구 비율의 추이를 보면 전 연령대에서 2016년까지 감소하다가 2018년은 정체를 나타냈고, 2020년에는 다시 감소한 것으로 나타남
 - 기간 대부분에서 40대와 50대의 기부 비율이 높은 것으로 나타나 중년층의 기부 관심도가 높은 것을 알 수 있음
 - 2010년 30대와 60대의 현금기부인구 비율은 30대가 38.3%, 60대가 29.4%로 8.9%p 격차를 나타냈으나, 시간이 흐를수록 그 격차가 감소하여 2020년에는 30대가 21.3%, 60대가 20.9%로 나타나 두 연령대의 격차는 0.4%p로 작아짐



자료 : 통계청 사회조사(2011~2021). 재구성.

〈그림 4-14〉 연령별 현금기부인구 비율(%)

- 현금기부자의 1인당 실질 평균 현금기부액을 보면 현금기부인구 비율이 감소하는 추세와 다르게, 2010년 1십 9만 3천이었던 평균 기부금액이 2016년 3십 9만 4천 원으로 약 103.8% 증가하였고, 2020년에는 6십만 3천 원이어서 2016년 대비 약 53.0%가 증가하여 지속적으로 증가하는 추세임
 - 30대와 60대 사이의 1인당 실질 평균 현금기부액을 살펴보면 2010년 대비 2020년의 평균 현금기부액이 가장 많이 증가한 연령대는 60대로 200.5%가 증가하였으며, 그다음으로는 50대 146.3%, 30대 141.0%, 40대 135.3% 순이었음
 - 2020년 1인당 평균 현금기부액은 60대에서 가장 많았으며, 연령대가 낮아질수록 평균 현금기부액이 낮아지는 것으로 나타남
- 전반적으로 40대와 50대의 현금기부인구 비율이 높고 현금기부금액도 상대적으로 많았으며, 30대와 60대의 현금인구 비율 격차가 작아지고 있는 상황에서 현금기부액은 60대가 많음과 동시에 상대적으로 깊은 애향심이 있으므로 고향사랑기부제의 주 고객은 40대에서 60대의 기부자가 될 것으로 예상됨



주 : 실질 평균 현금기부금액은 명목 평균 현금기부금액에 소비자물가지수를 반영한 금액

자료 : 통계청 사회조사(2011~2021). 재구성

〈그림 4-15〉 30대~60대 1인당 실질 평균 현금기부금액

- 개인 기부자의 실질 기부금 총액은 2020년 약 9조 2천억 원으로 나타나 2010년 대비 21.6%가 증가하였으며, 개인기부금과 법인기부금의 격차는 2010년 약 3조 5천억 원이었던 금액이 2020년 약 4조로 나타나 법인기부금의 증가액보다 개인기부금의 증가액이 더 큰 것으로 나타남

- 〈표 4-16〉에 표시된 기부금은 세액공제 혜택을 받기 위해 신고한 금액의 총액이므로 신고하지 않은 기부금은 포함되어 있지 않음

- 고향사랑기부제는 법인이 아닌 개인만을 대상으로 기부금을 모집할 수 있으므로 개인 기부금의 증가 추세는 기부금 모집 주체인 지방자치단체에 기회가 될 것으로 판단됨

〈표 4-16〉 국내 실질 기부금 총액

(단위 : 백만 원)

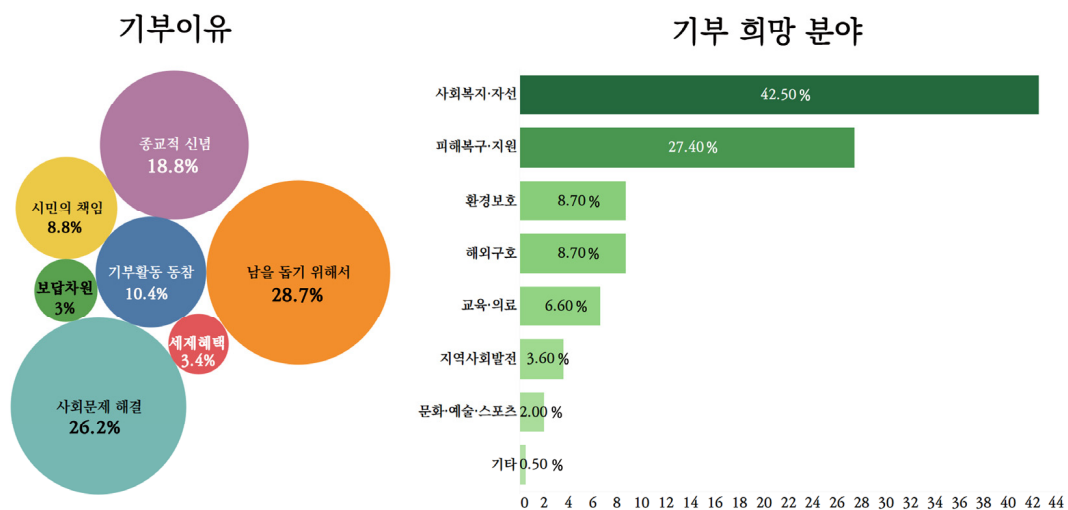
구분	개인기부금			법인기부금	합계
	근로소득세 공제대상	종합소득세 공제대상	소계		
2020년	6,266,408	2,924,877	9,191,285	5,154,668	14,345,953
2019년	6,292,806	2,961,475	9,254,281	5,316,022	14,570,302
2018년	6,041,668	2,808,626	8,850,294	5,143,298	13,993,591
2017년	5,864,321	2,601,118	8,465,439	4,743,983	13,209,422
2016년	5,749,018	2,701,232	8,450,250	4,851,754	13,302,005
2015년	5,392,611	2,661,242	8,053,854	5,037,056	13,090,910
2014년	4,641,831	2,729,158	7,370,989	5,208,599	12,579,588
2013년	6,003,837	2,416,076	8,419,913	5,004,295	13,424,208
2012년	6,034,975	2,381,104	8,416,079	4,478,872	12,894,951
2011년	5,770,688	2,116,535	7,887,223	4,527,596	12,414,819
2010년	5,621,621	1,938,105	7,559,726	4,057,355	11,617,081

주1 : 실질 기부금 총액은 명목 기부금 총액에 소비자물가지수를 반영한 금액임

주2 : 세액공제 혜택을 받기 위해 신고하지 않은 기부금은 포함되어 있지 않음

자료 : 국세통계포털(2022). 재구성

- 2021년 기준 기부자의 기부동기를 보면 ‘남을 돕는 것이 행복하므로’가 28.7%로 가장 높았고, 이어서 ‘어려운 사람을 돕거나 사회문제를 해결하려고’가 26.2%, ‘종교적 신념을 실천하려고’가 18.8%, ‘학교나 직장 등에서의 기부활동에 동참하려고’가 10.4% 나타났으며, ‘기부금에 대한 세제 혜택을 받으려고’가 3.4%로 낮게 나타남
 - 일반적인 기부자는 이타심이나 사회문제 해결과 같은 순수한 목적으로 기부를 하는 것으로 나타났으나, 2021년 세액공제 대상 개인기부금 총액이 9조 2천억 원인 것을 고려하면 기부자의 상당수가 세액공제 혜택을 받기 위해 국세청에 신고하는 것으로 판단됨
- 기부 희망 분야의 주된 응답을 살펴보면 ‘사회복지·자선’ 분야가 42.5%로 가장 높았으며, 그다음으로는 ‘재난 또는 재해 피해 복구·지원’ 27.4%, ‘환경 보호’ 8.7% 등의 순으로 나타났고, ‘지역사회발전’ 분야는 3.6%로 낮게 나타남
 - 기부 희망 분야 중 ‘지역사회발전’ 분야의 낮은 관심도는 고향사랑기부제의 위험이 될 수 있으므로, 고향사랑기부제가 인구감소, 지방소멸 등의 사회적인 문제를 해결하는 대안이라는 것과 고향사랑기부제를 통해서 모집된 기부금은 사회적 취약계층의 지원에 활용될 것임을 적극적으로 홍보할 필요가 있음
 - 「고향사랑 기부금에 관한 법률」 제11조제2항에 규정한 사용 목적 중 ‘지역 주민의 문화·예술·보건’을 추진하기 위해 기부금을 사용할 수 있으나, 기부 희망 분야 중 문화·예술·스포츠의 관심도가 낮은 것으로 나타남

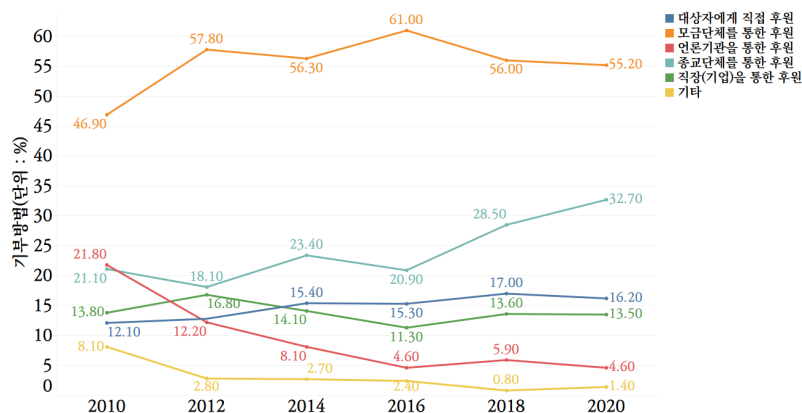


자료 : 통계청 사회조사(2021). 재구성.

〈그림 4-16〉 기부이유 및 기부 희망 분야(2021년 기준)

- 2021년 기준 기부자의 기부방법 선호도를 보면 ‘모금단체를 통한 후원’이 가장 높았으며, 이어서 ‘종교단체를 통한 후원’, ‘대상자에게 직접 후원’ 등의 순으로 나타남
 - ‘모금단체를 통한 후원’ 선호도가 가장 높은 이유는 기부에 대한 접근성, 모금단체의 투명성, 모금단체의 적극적인 기부 홍보 및 마케팅에 의한 것으로 판단됨

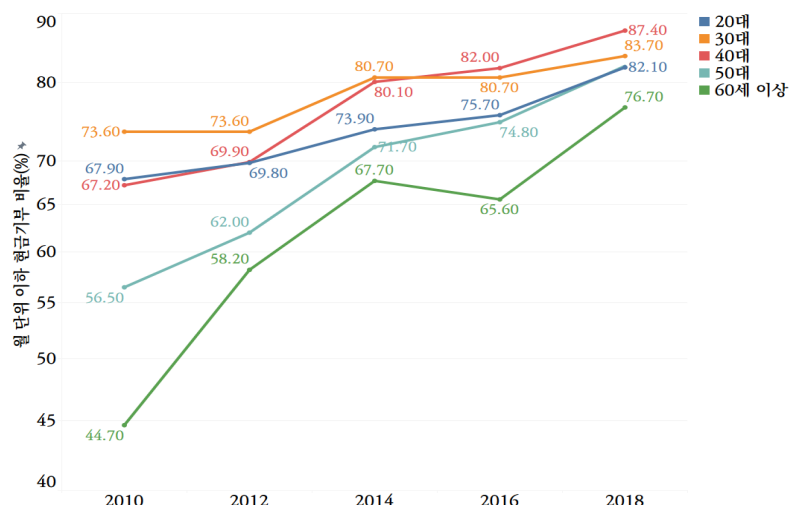
- 기부금의 모집 주체인 지방자치단체의 신뢰도를 고려하면 어느 정도 투명성이 확보 될 것으로 보이므로, 지방자치단체가 곧 모금단체와 같이 기부 접근성을 제고하고 기부금 홍보와 마케팅을 전개한다면 고향사랑기부제를 성공적으로 안착시킬 수 있을 것으로 판단됨



자료 : 통계청 사회조사(2011~2021). 재구성.

〈그림 4-17〉 기부방법 선호도

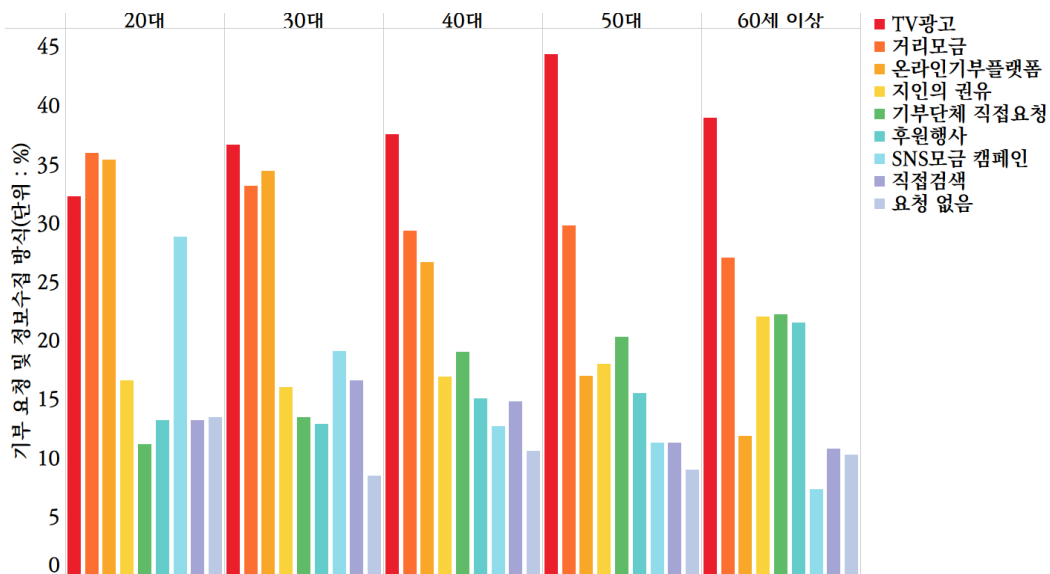
- 연령별 현금기부의 주기성을 보면 모든 연령대에서 월 단위 이하 현금기부 비율이 증가하는 것으로 나타났으며, 60세 이상은 가장 낮은 주기성을 보였으나 가장 급격한 월 단위 이하의 주기성 상승세를 나타냄
 - 2018년 기준 월 단위 이하 현금기부 비율은 40대에서 87.4%로 가장 높았으며, 그다음으로는 30대 83.7%, 50대 82.3%, 20대 82.1%, 60세 이상 76.7% 순으로 나타남
- 30대에서 60대의 1인당 평균 현금기부액이 4십 3만 원에서 6십 2만 원으로 나타났으나, 월 단위 이하의 기부 주기성이 76.7%에서 87.4%로 나타나 5만 원에서 10만 원 사이가 최적의 기부금으로 선정될 가능성이 높음



자료 : 통계청 사회조사(2011~2019). 재구성.

〈그림 4-18〉 연령별 현금기부의 주기성

- 2020년 기준 기부에 대한 요청 및 정보수집 방식을 살펴보면 ‘TV 등 방송광고나 프로그램을 통한 모금’이 38.2%로 가장 많았으며, 이어서 ‘거리 모금이나 거리 회원모집’ 30.6%, ‘온라인기부플랫폼의 모금캠페인’ 23.5%, ‘친구 또는 지인을 통해서’ 18.3% 등의 순으로 나타남
- 한 걸음 더 들어가서 연령별로 구분해 놓고 보면 ‘온라인기부플랫폼의 모금캠페인’은 20대에서 가장 높게 나타났고, 연령대가 많아질수록 낮아지는 경향을 보임
- ‘TV 등 방송광고나 프로그램을 통한 모금’은 50대에서 가장 높았고, 50대 이하에서는 연령대가 적어질수록 낮아지는 경향을 나타냄
- ‘SNS(페이스북, 유튜브 등) 모금캠페인’을 통한 기부 정보수집은 20대에서 가장 높았고, 연령대가 많아질수록 낮아지는 경향을 보임
- 고향사랑기부제의 주 고객이 될 것으로 보이는 40대에서 60대까지의 기부자는 기부에 대한 정보를 TV 광고와 거리 모금을 통해서 수집하는 것으로 나타나, 상대적으로 낮은 온라인기부플랫폼 활용은 고향사랑기부제의 위협이 될 것으로 판단됨

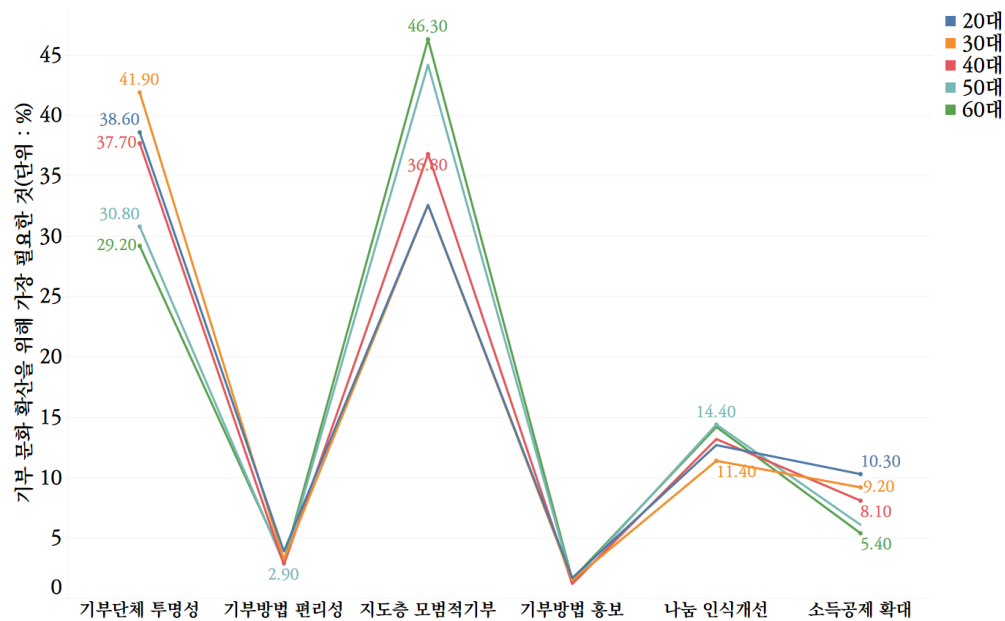


자료 : 아름다운재단 기부문화연구소(2022). 재구성.

〈그림 4-19〉 기부 요청 및 정보수집 방식(2020년 기준)

- 2021년 통계청 사회조사에 의하면 기부문화 확산을 위해 가장 필요한 것은 ‘사회지도층과 부유층의 모범적 기부 증대’가 39.8%로 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 ‘기부단체의 자금운영 투명성 강화’가 높게 나타남
- 연령별로 살펴보면 사회지도층의 모범적 기부가 기부문화 확산을 위해 필요하다는 답변은 40대에서 60대가 높게 나타남

- 기부단체의 자금운영 투명성이 강화되어야 한다는 답변은 20대에서 40대가 높게 나타나 상대적으로 젊은 층에서 기부단체의 투명성을 중요하게 봄
- 소득공제 확대 등 정부지원을 강화해야 한다는 답변은 20대에서 40대가 높은 것으로 나타나 젊은 층에서 기부금에 대한 세제혜택을 더 중요하게 보는 것으로 나타남
- 기부 방법의 편리성이나 기부 방법을 홍보해야 한다는 답변은 상대적으로 미미한 것으로 나타남
- 고향사랑기부제의 기부금 모집 주체가 지방자치단체이므로 기부단체의 투명성은 어느 정도 확보될 것으로 보여 고향사랑기부제의 기회가 될 것으로 보임
- 전북 고향사랑기부제의 확산을 위해 전북 출신의 정치인, 기업인, 연예인 등이 전북에 고향사랑 기부금을 내도록 하고, 이를 대대적으로 홍보하는 방안이 필요함



자료 : 통계청 사회조사(2021). 재구성.

〈그림 4-20〉 기부문화 확산을 위해 가장 필요한 것(2021년 기준)

2. 종합분석

- SWOT 분석은 전략적 마케팅 과정을 만들기 위하여 분석하는 것으로써, 조직 내부의 강점(Strength)과 약점(Weakness), 외부의 기회(Opportunity)와 위협(Threat)을 분석하여 당면한 문제를 파악하고 대안 마련을 지원함
- 여기서는 전라북도 및 인접 광역자치단체, 고객, 외부 환경분석을 통하여 도출된 결과를 토대로 SWOT 분석을 실시함
- 강점요인
 - 출향민의 수도권 거주 비율 : 환경분석 결과, 전북 및 인접 광역자치단체의 수도권 거주 비율은 전북이 72.9%로 가장 높음
 - 경쟁자치단체 대비 높은 40대 출향민 비율 : 현금기부인구가 가장 많은 40대의 출향민 비율이 19.7%로 인접 광역자치단체와 비교해 전북이 가장 높음
 - 양질의 농촌관광사업 프로그램 : 전북은 농촌관광사업 운영에 있어 체험, 교육, 숙박 및 음식 분야의 높은 수준으로 인해 농림축산식품부와 한국농어촌공사가 선정한 다수의 '으뜸촌' 보유
- 약점요인
 - 외지인 방문객 및 관광소비액 저조 : 빅데이터 분석 결과, 전북이 인접 광역자치단체 대비 가장 적은 외지인 방문객 수를 나타냈으며, 인접 광역자치단체가 COVID-19 팬데믹에 대한 회복세를 나타내는 것과는 달리 감소세를 나타냈고, 내국인 관광소비액 역시 가장 적은 것으로 나타남
 - 도농교류 사업활동 : 2015년 도농교류 사업활동률이 직접 경쟁자치단체인 충남, 전남보다 높았으나, 2020년 COVID-19 팬데믹으로 인해 급감하여 인접 광역자치단체 대비 가장 낮은 활동률을 나타냄
 - 차별적 이미지 없는 지역특산물 및 지역브랜드 : 전북 내 시·군이 보유한 지역특산물은 인접 광역자치단체 대비 특색있는 특산품을 찾아보기 어려움
- 기회요인
 - 지방정부의 자원 확충 : 고향사랑기부제가 지방정부의 재원을 확충하는 효과와 지역 간 재정 격차를 완화하는 기회를 제공함(임정빈 외, 2017)
 - 농촌관광 선호도 증가 : COVID-19 확산 이후 농촌관광의 참여 의향이 이전보다 높아지고 있으며(성주인 외, 2022), 농촌관광 경험 의향이 66.1%로 높게 나타남
 - 현금기부금액의 증가 : 현금기부자의 1인당 실질 평균 현금기부액이 2010년 1십 9만 3천 원에서 2016년 3십 9만 4천 원으로 증가하였고, 2020년 6십만 3천으로 증가하여 지속적으로 증가하는 추세임

〈표 4-17〉 전북 고향사랑기부제 SWOT 분석

강점요인(Strength Factor)	약점요인(Weakness Factor)
• 출향민의 수도권 거주 비율 • 경쟁자치단체 대비 높은 40대 출향민 비율 • 양질의 농촌관광사업 프로그램	• 외지인 방문객 및 관광소비액 저조 • 도농교류 사업활동 축소 • 차별적 이미지 없는 지역특산물 • 특색 없는 지역브랜드
기회요인(Opportunity Factor)	위협요인(Threat Factor)
• 지방정부의 자원 확충 • 농촌관광 선호도 증가 • 현금기부금액의 증가 • 높은 모금단체를 통한 기부율	• 고향사랑기부제 인식도 저조 • 낮은 농촌문화 체험 선호도 • 현금기부 인구의 감소 • 낮은 온라인기부플랫폼 활용

자료 : 저자 작성

○ 위협요인

- 고향사랑기부제 인식도 저조 : 2022년 전북연구원이 실시한 고향사랑기부제 인식 조사에 의하면 전체 응답자 중 36.2%가 고향사랑기부제를 인식하고 있는 것으로 나타나 낮은 인식도를 보임
- 낮은 농촌문화 체험 선호도 : 2020년 농촌진흥청 농촌관광실태조사에 따르면 대표적인 체험형 관광 한 유형인 농촌문화 체험에 대한 선호도 4.7%로 낮게 나타남
- 현금기부인구의 감소 : 현금기부인구 비율은 2010년 34.8%이었으나 2016년 24.3%로 감소하였고, 이어서 2020년 20.6%로 감소하여 지속적으로 감소하는 추세임

○ SWOT 분석을 토대로 전북 고향사랑기부제의 기부금 유치 증대 방안을 제시하기 위한 SWOT 전략을 제안함

- S-O 전략 : 첫째, SWOT 분석에서 강점과 기회는 각각 출향민 수도권 거주 비율과 지방정부의 재정확충으로 나타났으므로, 수도권 거주 출향민을 대상으로 한 최적의 홍보전략을 구사하여 고향사랑기부제 기부금 유치 증대를 통해 전북 재원을 확충하고 둘째, 강점과 기회가 각각 양질의 농촌관광사업 프로그램과 농촌관광 선호도 증가로 나타났기에 높은 수준의 농촌관광프로그램을 적극적으로 홍보하여 가족 단위 농촌관광객의 유인을 통해 관계인구를 발굴하고, 이를 통한 기부금 모집 확대를 제안함
- S-T 전략 : 첫째, 도출된 강점과 위협이 각각 출향민의 높은 수도권 거주 비율과 고향사랑기부제 인식도 저조로 나타났으므로, 수도권 거주 출향민을 대상으로 한 홍보 강화를 통해 전북 고향사랑기부제의 인식도를 제고하며 둘째, 강점으로 양질의 농촌관광사업 프로그램, 위협으로 도농교류 사업활동의 축소인 바, 농촌 교육프로그램 중심의 농촌관광 체험프로그램을 재편하여 도농교류 사업 활동을 활성화시킬 것을 제안함
- W-O 전략 : 첫째, 도출된 약점으로는 도농교류 사업활동 축소, 기회로 농촌관광에 대한 니즈가 증가하기 때문에 도농교류 사업활동을 팬데믹 이전으로 회복하는 데 총력을 기울여 농촌관광객 유치 증대를 제안하며 둘째, 약점으로는 차별적 이미지 없는 지역특산물, 기회로 지방 재원의 확충이므로, 답례품 제공업체와 상호 노력하여 지역특산물의 매력도를 제고하고, 이를 통해 지역 비즈니스 역량을 강화하여 기부금 유치 증대를 제안함

- W-T 전략 : 약점과 위협을 종합했을 때, 다양한 볼거리 제공, 농가음식체험, 최상의 휴양·휴식 환경 제공 중심의 농촌관광 프로그램을 확대하여 지역브랜드 가치를 제고하고, 중앙정부 차원의 고향사랑기부제 홍보 강화를 촉구하여 고향사랑기부제를 대중화시킬 것을 제안

〈표 4-18〉 SWOT 전략

S-O 전략	S-T 전략
• 수도권 거주 출향민을 대상으로 한 공격적인 기부금 모집 전략을 통해 재정확충 • 가족단위 농촌관광객 유치를 확대하여 관계인구의 발길을 통한 기부금 모집 확대	• 출향민 대상 고향사랑기부제 홍보 강화를 통한 전북 고향사랑기부제 인식도 제고 • 교육프로그램 중심의 농촌문화 체험프로그램을 개발하여 도농교류 사업활동 활성화
W-O 전략	W-T 전략
• 도농교류 사업활동을 팬데믹 이전으로 회복하여 농촌관광객 유치 확대 • 지역특산품의 매력도를 높이기 위해 답례품 제공업체와 상호 노력하여 지역 비즈니스 역량 강화를 통한 기부금 유치 증대	• 다양한 볼거리, 농가음식체험, 최상의 휴양·휴식 환경 제공 중심의 농촌관광 프로그램을 확대하여 지역브랜드 가치 제고 • 중앙정부 차원의 고향사랑기부제 홍보 강화를 촉구하여 고향사랑기부제 대중화

자료 : 저자 작성

3. STP 전략

가. 시장 세분화(market segmentation)

○ 인구통계학적 세분화

- 환경분석 결과, 전북의 40대 출향민 비율은 인접 광역자치단체와 비교해 가장 높은 비율을 나타냄
- 전북 출향민이 가장 많은 연령대는 50대로 454,000명이었으며, 이어서 60대 358,471명, 40대 334,052명, 70대 266,474명, 30대 175,909명, 20대 102,949명 순으로 나타나 40대에서 60대의 출향민 비율이 높음
- 전북의 50대 출향민 비율은 직접 광역자치단체보다 낮게 나타났으나, 1위인 전남과의 격차가 1%에 지나지 않았으며, 60대 출향민 비율 역시 1위의 격차가 0.9%로 미미하였음

○ 지리학적 세분화

- 출향민의 거주지역 현황을 살펴본 결과, 전북 출향민 1,735,291명 중 72.9%인 1,265,283명이 수도권에 거주하는 것으로 나타남
- 직접 경쟁자치단체인 충남 출향민의 71.1%, 전남 출향민의 60.9%가 수도권에 거주하는 것으로 나타나 직접 경쟁자치단체 대비 출향민의 수도권 거주 비율이 높음
- 간접 경쟁자치단체인 충북, 경북, 경남을 포함한 포괄적 경쟁자치단체와 비교해도 전북 출향민의 수도권 거주 비율이 가장 높았음

나. 목표 시장(target marketing)

- 연령대별 현금기부인구 비율을 살펴본 결과, 40대와 50대의 기부 비율이 높은 것으로 나타나 중년층의 기부 관심도가 상대적으로 높은 것을 알 수 있음
- 30대와 60대의 현금기부인구 비율을 보면 30대가 60대보다 높은 기부 관심도를 보였으나, 시간이 흐를수록 그 격차가 감소하여 2020년 두 연령대의 현금기부인구 비율의 격차는 0.4%에 지나지 않았음
- 전북연구원이 실시한 고향사랑기부제 인식 조사에서는 60세 이상의 68.4%가 고향사랑기부 의사를 나타냈으며, 그다음으로는 50대 63.1%, 40대 53%, 30대 41.2%, 20대 38% 순으로 나타나 연령대가 낮아질수록 고향사랑기부제의 기부 관심도가 낮아지는 것으로 나타남
- 고향 거주 형태로 보면 출향민의 86%가 고향사랑기부금을 낼 의사가 있는 것으로 나타남
- 연령대별 현금기부자의 1인당 실질 평균 현금기부액을 살펴본 결과, 40대와 50대의 현금기부금액이 타 연령대보다 많은 것으로 나타났으며, 30대와 60대의 현금기부인구 비율의 차이가 작아지는 상황에서 2020년 기준 더 높은 애향심을 가지고 있는 60대의 1인당 평균 현금기부금액이 6십 6만 2천 원으로 30대의 4십 2만 9

천 원보다 2십 3만 3천 원 더 많은 것으로 나타났음

- 전북연구원의 고향사랑기부제 인식 조사에서도 60대의 평균 기부예정금액이 약 4십 3만 원, 30대의 평균 기부예정금액은 약 3십만 원으로 나타남
- 전북 출향민의 상당수가 수도권에 거주하고 있는 것으로 나타나 40대에서 60대 사이의 수도권 거주자가 전북 고향사랑기부제의 주 고객이 될 것임
- 고향사랑기부제 인식 조사에 의하면 수도권 거주자의 기부 의사가 다른 지역보다 더 높은 것으로 나타났고, 고향사랑기부 1인당 평균 예정금액은 서울시 약 5십 4만 원으로 가장 많은 것으로 나타남

다. 포지셔닝(positioning)

- 고향사랑기부제는 일본의 고향납세제에 비해 더 큰 애향심을 요구하는 제도임(염명배, 2021)
- 일본의 고향납세제는 자기부담금 2,000엔을 제외한 기부금이 소득세 공제, 주민세 기본 공제 및 특례 공제에서 전액 공제받는 구조임
 - 일본 고향납세제의 중앙정부, 지방자치단체 및 개인 기부자 간 부담금액과 부담비율을 살펴보면, 예를 들어 과세소득이 600만 엔의 급여소득자가 2만 엔을 고향납세로 기부할 경우, 소득세율 20%를 반영한 소득세 공제액 3,600엔((2만엔-2천엔)×20%), 주민세 공제액(기본) 1,800엔((2만엔-2천엔)×10%), 주민세 공제액(특례)에서 12,600엔((2만엔-2천엔)×(100%-10%-20%))을 공제받아 자기부담금 2천 엔을 공제한 1만 8천 엔 전액 공제받고, 여기에 기부금 30%에 해당하는 답례품을 받는다면 4천 엔의 이득이 발생함
 - 3만, 4만, 5만 엔을 고향납세로 납부하면 각각 7천, 1만, 1만 3천 엔의 순이득이 발생함
 - 개인 기부자의 부담비율은 2천 엔으로 동일하기 때문에 기부금이 많아질수록 개인 부담비율은 적어지고 순이득이 커지는 구조이나, 지방자치단체의 부담비율은 중앙정보보다 상당히 높고 기부금액이 많아질수록 그 격차는 커짐

〈표 4-19〉 일본 고향납세제의 기부금 부담금액 및 부담비율(600만 엔의 급여소득자)

(단위: 엔, %)

기부금	소득세공제액 (국세)	중앙정부 부담비율	주민세공제액 (지방세)	지자체 부담비율	개인 부담금	개인 부담비율	답례품 (30%)	기부자 순손익
10,000	1,600	16.0	6,400	64.0	2,000	20.0	3,000	1,000
20,000	3,600	18.0	14,400	72.0	2,000	10.0	6,000	4,000
30,000	5,600	18.7	22,400	74.7	2,000	6.7	9,000	7,000
40,000	7,600	19.0	30,400	76.0	2,000	5.0	12,000	10,000
50,000	9,600	19.2	38,400	76.8	2,000	4.0	15,000	13,000
70,000	13,600	19.4	54,400	77.7	2,000	2.9	21,000	19,000
100,000	19,600	19.6	78,400	78.4	2,000	2.0	30,000	28,000

주 : 소득세 공제액=(기부금-2천엔)×20%, 주민세 공제액(기본+특례)=(기부금-2천엔)×10%+(기부금-2천엔)×20%

자료 : 저자 작성

- 반면 고향사랑기부제는 과세소득금액과 무관하게 20만 원을 고향사랑기부제로 기부하면 소득세 공제액 105,900원(10만원×90.9%)+(20만원-10만원), 지방세 공제액에서 10,600원((10만원×9.1%)+(20만원-10만원)×1.5%)을 공제받아 기부자의 개인 부담금은 83,500원이 되어 기부금액에 대해 30%의 답례품을 받는다고 하더라도 23,500원의 순손실이 발생함
 - 30만 원, 40만 원, 50만 원을 기부하면 각각 7만 7천 원, 13만 5백 원, 18만 4천 원의 순손실이 발생함
 - 중앙정부, 지방자치단체 및 개인 기부자 간 부담비율을 살펴보면 중앙정부의 부담비율이 지방자치단체보다 높고, 기부금액이 증가할수록 그 격차는 작아짐
- 그러므로 전북 고향사랑기부제를 목표 시장의 고객의 마음속 특정 위치에 고정시키기 위해서는 현금기부자의 기부동기 및 기부 희망 분야, 전북연구원이 실시한 고향사랑기부제 인식 조사의 결과를 종합적으로 살펴볼 필요가 있음
- 기부자의 기부동기를 살펴본 결과, 사회문제 해결이 26.2%로 높게 나타났으며, 기부 희망 분야에서는 사회복지자선 분야가 42.5%로 다른 분야에 비해 월등히 높게 나타났으므로, 전북 고향사랑기부제가 전북 내 시군의 인구감소 문제해결과 지방소멸 위험 억제에 큰 효과를 가지는 대안이라는 것을 출향민에게 인식시킬 필요가 있음
 - 고향사랑기부제 인식 조사에 따르면 응답자의 79%가 고향사랑기부 이유로 '고향 발전에 보탬이 되고 싶어서'를 선택한 것으로 나타났으며, 기부계획 지역으로는 태어난 시도 내지 시군구에 기부하겠다는 의사가 93.3%로 높게 나타났기 때문에 고향의 지역문제 해결을 위해 고향사랑기부제의 최적의 대안이라는 것을 인식시켜야 함

〈표 4-20〉 우리나라 고향사랑기부제의 기부금 부담금액 및 부담비율

(단위: 원, %)

기부금	소득세공제액 (국세)	중앙정부 부담비율	지방세공제액 (지방세)	지자체 부담비율	개인 부담금	개인 부담비율	답례품 (30%)	기부자 순손익
100,000	90,900	90.9	9,100	9.1	0	0.0	30,000	30,000
200,000	105,900	53.0	10,600	5.3	83,500	41.8	60,000	-23,500
300,000	120,900	40.3	12,100	4.0	167,000	55.7	90,000	-77,000
400,000	135,900	34.0	13,600	3.4	250,500	62.6	120,000	-130,500
500,000	150,900	30.2	15,100	3.0	334,000	66.8	150,000	-184,000
700,000	180,900	25.8	18,100	2.6	501,000	71.6	210,000	-291,000
800,000	195,900	24.5	19,600	2.5	584,500	73.1	240,000	-344,500
1,000,000	225,900	22.6	22,600	2.3	751,500	75.2	300,000	-451,500

주 : 소득세 공제액=(10만원×90.9%)+(고향사랑기부금-10만원)×15%, 지방세 공제액=(10만원×9.1%)+(고향사랑기부금-10만원)×1.5%

자료 : 저자 작성

- 한편, 2021년 통계청 사회조사에 의하면 기부동기 중 ‘기부금에 대한 세제 혜택을 받으려고’가 3.4%로 나타났으며, 전북연구원이 실시한 고향사랑기부제 인식 조사에서도 고향사랑기부 이유 중 ‘세액공제 혜택을 받을 수 있어서’가 7.7%로 나타나 세액공제 혜택의 효과는 낮은 것으로 판단됨
 - 통계청 사회조사에 따르면 기부문화 확산을 위해서 필요한 것과 관련하여 연령대가 많아질수록 ‘소득공제 확대’에 대한 중요도를 낮게 보는 것으로 나타났으며, 고향사랑기부제 인식 조사에서도 고향사랑기부제를 활성화하기 위한 노력으로 ‘세액공제 혜택 확대’에 대한 중요도가 40대 이상에서 연령대가 많아질수록 낮아지는 것으로 나타남
- 특히 고향사랑기부제는 일본의 고향납세제에 비해 기부금이 많아질수록 세액공제 혜택이 적어지므로 지역사회 문제해결의 최적의 대안이라는 것과 지역 특유의 답례품으로 전북 고향사랑기부제를 인식시킬 필요가 있음

4. 마케팅 전략

가. 홍보방안

○ 홍보 메시지

- 비영리조직은 부정적인 홍보 메시지의 내용 구성보다 긍정적인 홍보 메시지의 내용 구성이, 이기적 이득 호소보다 이타적 이득 호소가 광고태도 및 기부의도에 더 효과가 클 수 있으며, 기부자 관점의 호소보다 수혜자의 관점의 호소가 광고태도 및 기부의도에 더 효과가 큼(서문식 외, 2010)
- 일반적인 기부자가 어려운 사람을 돕거나 사회문제 해결에 대한 관심도가 높은 것을 고려하면, 기부자가 내는 고향사랑 기부금으로 인해 지역사회 문제를 해결할 수 있다는 긍정적 메시지로 내용을 구성하고, 해당 지역의 사회적 취약계층이 그 혜택을 받을 수 있다는 수혜자 관점에서 호소하는 유형으로 홍보할 경우 고향사랑 기부금 유치 증대에 긍정적인 효과가 있을 것으로 판단됨
- 고향사랑기부제 인식 조사에 의하면 고향사랑기부금의 희망 사용처에 취약한 주민 자원이 35%로 가장 높게 나타났음

○ 수도권 옥외광고를 활용한 홍보

- 옥외광고는 사람들이 많은 곳에 항상 고정적으로 위치하고 있기 때문에 고객들에게 반복적, 지속적으로 광고 노출이 가능하며 고객들의 시선을 끌고 주목도를 높일 수 있는 장점이 있음(임정일 외, 2021)
- 전북 고향사랑기부제 목표 시장인 수도권에 옥외광고를 활용하여 전북 출향민 및 교류인구에게 지속적으로 반복적인 노출을 통해 전북 고향사랑기부제를 인식을 제고하고, 전북 고향사랑기부제의 성공적인 정착에 기여할 것으로 판단됨

○ 수도권 대중교통을 활용한 홍보

- 버스 외부 광고는 목표 고객의 일상적 생활 환경과 동선에 부합하는 전략을 구사하는 데 비용 효율성을 견지할 수 있는 장점이 있음(이태준 외, 2014)
- 지하철 옥외광고는 주목도가 높은 옥외광고 중의 하나로써, 다른 매체에 비해 장기적인 노출이 가능하여 동일한 메시지에 대한 반복적 소구가 가능할 뿐만 아니라 지역 밀착형 광고로 특정 지역 공략에 효과적임(김한수 & 김준교, 2014)
- 따라서 지하철 객차 및 역사, 버스 외부 및 버스쉼터를 활용하여 전북 고향사랑기부제 목표 시장의 고객을 대상으로 한 공격적인 홍보를 제안함

○ 전북 출신, 정치인, 기업인, 연예인 등 유명인의 활용한 홍보

- 통계청 사회조사에 의하면 기부문화 확산을 위해 가장 필요한 것은 '사회지도층과 부유층의 모범적 기부 증대'가 36.9%로 가장 높게 나타났으므로, 전북 출신의 유명인을 활용하여 전북 고향사랑기부제를 홍보한다면 기부금 유치에 상당한 기여가 있을 것으로 판단됨

○ 사용자 직접 정보 전달 방식의 미디어 역할을 수행하는 SNS를 활용한 홍보

- 페이스북, 인스타그램, 블로그, 유튜브 등을 활용하여 모든 SNS에 자사의 브랜드를 노출할 경우, ① 홍보 메시지의 빠른 확산과 지속적인 메시지 노출 ② 각기 다른 SNS의 특징을 살려 활용함으로써 시너지 극대화 ③ 팔로워를 통한 구전효과 ④ 옥외광고와 같은 콘텐츠의 영속성 ⑤ 저예산으로 광고를 진행할 수 있다는 이점이 있음(윤일기, 2020)
- 전북연구원이 실시한 고향사랑기부제 인식 조사에서도 고향사랑기부의 홍보방법 중 SNS를 활용한 홍보가 40.0%로 TV 광고, 포털사이트 배너광고보다도 높게 나타났음
- 그러므로 브랜드 충성도 제고에 효과적인 페이스북, 이미지로 표현할 수 있는 직관적이고 사용이 용이한 인터페이스를 가진 인스타그램, 브랜드 충성도 제고 및 장기적인 고객관계관리에 효과적인 블로그, 적극적인 소비자 참여도가 높은 유튜브(윤일기, 2020) 등의 채널을 활용하여 고객과의 접촉면을 확대할 것을 제안함

○ 스포츠 경기를 활용한 홍보

- 프로 스포츠 리그는 지역연고제로 운영되고 있기 때문에 프로스포츠 팬인 출향민에게 고향에 대한 향수를 느끼게 할 수 있는 수단이 될 수 있으므로, 전북 현대모터스의 경기 중계방송 시 잔디 등에 노출되는 가상광고를 제안함
- 스포츠 중계방송 시 노출되는 가상광고가 유니폼 광고나 경기장펜스 광고보다 광고효과가 높은 것으로 나타남(전찬수 외, 2012)
- 경남은 NC 다이노스의 홈 경기장인 창원NC파크 내 전광판을 사용하여 경남 연고팀인 NC 다이노스와 고향의 이미지를 연결하여 경남 고향사랑기부제를 홍보하고 있음

〈표 4-21〉 전북 고향사랑기부제 홍보 제안

홍보유형	장점	홍보 효과
옥외광고	지속적, 반복적 노출	옥외광고 활용하여 지속적이고 반복적인 노출 통해 전북 고향사랑기부제 초기 정착에 기여
교통 광고	메시지 반복적 소구	비용 효율적인 대중교통 광고를 통해 생활 환경과 동선에 부합하는 홍보 효과 창출
유명인 홍보	유명인-지역의 이미지 유사도 제고	전북 출신의 정치인, 기업인, 연예인, 인플루언서 등 유명인의 모범적 고향사랑 기부 선례 통한 기부금 확산
SNS 홍보	메시지의 급격한 확산	페이스북, 인스타그램, 블로그, 유튜브 등의 전북 고향사랑기부제 채널을 통한 기부 메시지 확산 및 지역브랜드 충성도 제고
스포츠 중계방송 광고	시청률, 광고 주목률 제고	가상광고를 활용하여 출향민의 고향 애착도 제고 통한 기부금 유치 증대

자료 : 저자 작성

나. 중앙정부의 고향사랑기부제 홍보 강화

- 전북연구원이 실시한 고향사랑기부제 인식조사에 따르면 제도 시행 4개월을 앞둔 시점에서 36.2%의 제도 인식률을 보여 고향사랑기부제의 인식도가 낮은 것으로 나타나 고향사랑기부제 초기 정착에 대한 불확실성이 높음

- 통계청 사회조사에 의하면 남성과 여성의 현금기부인구 비율은 2011년 각각 37.4%, 32.1%이어서 남성이 여성보다 5.3%p 높은 것으로 나타났고, 2017년은 남성과 여성이 24.3%로 같은 비율을 보였으며, 2021년은 남성 19.6%, 여성 21.6%로 나타나 여성이 남성보다 더 높은 기부 관심도를 보였음
- 그러나 전북연구원의 고향사랑기부제 인식조사에 의하면 제도의 인식률이 남성 41.0%, 여성 30.2%로 나타나 기부 관심도가 상대적으로 더 높은 여성의 제도 인식률이 낮았음
- 또한 현금기부인구 비율이 가장 높은 연령대인 40대의 고향사랑기부제 인식률이 22.6%로 타 연령대 대비 낮은 것으로 나타났으며, 이는 고향사랑기부제 초기 정착에 상당한 위협이 될 수 있음
- 고향사랑 기부금의 예정지역으로 응답자의 93.3%가 고향에 기부할 예정이라고 답하였으며, 2020년 기준 전북 출향민의 수도권 거주 비율이 72.9%, 직접 경쟁자치단체인 충남과 전남의 수도권 거주 비율이 각각 71.1%, 60.9%이어서 수도권을 대상으로 기부금 유치 과당경쟁이 발생하여 초기 시행착오가 다수 발생할 가능성이 큼
- 간접 경쟁자치단체인 충북 64.8%, 경북 42.3%, 경남 36.9%의 출향민이 수도권에 거주하고 있고, 다른 지방자치단체 역시 수도권 거주 비율이 높으므로, 수도권을 대상으로 한 지방자치단체 간 기부금 유치경쟁이 치열할 것으로 판단됨
- 기부 공급의 불확실성 속에 시행하는 고향사랑기부제의 예측력 강화, 초기 정착 및 제도 확산을 제고하며, 지방자치단체 간 과당경쟁으로 인한 답례품 개발비용, 홍보·촉진 등의 비용 과다 지출을 억제하고 시행착오를 줄이기 위해 중앙정부의 차원의 고향사랑기부제 홍보 강화가 절실히 필요하므로, 중앙정부에 대한 제도 홍보를 적극적으로 요구해야 함
- 중앙정부는 고향사랑기부제의 제도 홍보를 강화하고, 각 지방자치단체가 기부금 모집 홍보를 확대하면, 제도 초기의 안정적인 정착이 가능할 것으로 판단됨

다. 최적의 답례품 선정

- 일본 고향납세제의 기부자는 세액공제 혜택과 더불어 답례품을 받기 때문에 고향납세제는 세금을 사용하는 온라인 쇼핑에 비유되기도 함(Hoda & Dasher, 2021)
- 우리나라 고향사랑기부제는 일본 고향납세제에 비해 세액공제 혜택이 적어 기부금의 성격이 더 강하므로, 답례품의 중요성이 그만큼 더 클 수 있기 때문에 지방자치단체는 답례품 제공업체와 공동의 노력으로 답례품의 매력도를 높이기 위해 상당한 노력을 기울여야 할 것임
- 전북 고향사랑기부제의 답례품 선정 시 인접 경쟁자치단체 대비 경쟁력 있는 답례품을 구성해야 할 것이며 다음의 사항을 고려해야 함

- 통계청 사회조사의 2020년 기준 1인당 평균 현금기부금액은 40대 5십 5만 원, 50대 6십 4만 2천 원, 60대 6십 6만 2천 원으로 나타났고, 전북연구원의 고향사랑기부제 인식 조사에서는 40대 3십 6만 6천 원, 50대 3십 2만 원, 60세 이상에서는 4십 2만 6천 원 등으로 나타남
- 통계청 사회조사에 따르면 40대와 60대 사이의 월 단위 이하 현금기부 비율은 76.7%에서 87.4%로 나타나 회당 기부금액은 적을 것으로 예상되므로, 답례품의 가치를 고려한다면 5만 원에서 10만 원 사이가 주 기부금액이 될 가능성이 있음
- 전북 고향사랑기부제의 충성도 높은 고객은 회당 기부금액에 대한 답례품을 받지 않고 포인트로 누적하여 고가의 답례품을 선택할 여지가 있으므로 50만 원 이상의 기부금액에 대한 고가의 답례품을 선정하여 구성해야 할 것임
- 기업은 여러 가지의 산업 구분이 있고 한 기업 내에서도 다양한 사업 분야가 존재하지만, 지방자치단체는 도시와 농촌의 구분밖에 없으므로 규모가 작은 지방자치단체가 답례품 중심의 마케팅 전략을 개발하는 것은 어려울 수밖에 없음(Hoda & Dasher, 2021)
- 그렇기에 전북은 전북 내 사군과 고향사랑기부제에 대해 상호 협력적인 네트워크를 구성해야 하며, 답례품 선정 및 개발과 관련하여 사군과 함께 효율적인 방안을 모색해야 하고, 성공적인 사군의 운영방식을 타 사군에 공유하여 전북 내 모든 사군이 고향사랑기부제를 통해 재원을 확충할 수 있도록 지원해야 함.

○ 지역특산물

- 농업기술포털 농사로에 의하면 지역특산물 관련 전북의 지역브랜드는 한우를 주요품목으로 하는 '참예우'로 나타났으며, 한우는 일본 고향납세제의 인기 있는 답례품인 쇠고기와 같이 우리나라 고향사랑기부제의 인기 답례품이 될 것이므로 전북의 주력 답례품으로 선정해야 할 것임
- 전북 고향사랑기부제의 성공적인 정착과 전북 내 사군의 농촌사업 및 각 사군의 답례품 홍보 활성화, 계절별 매력적인 답례품을 구성하기 위하여 분기별로 사군의 경쟁력 있는 지역특산물을 순환하여 선정할 것을 제안함

〈표 4-22〉 전북 고향사랑기부제의 지역특산품을 활용한 답례품 제안

기준	답례품 제안
전북 브랜드 기준	'참예우' 한우
최근 사군 브랜드 기준	새들군산(쌀), 익산 탐마루(쌀), 정읍 단풍미인(쌀), 남원 춘향(파프리카), 김제 지평선(쌀), 완전한 완주(양파), 진안 흑돼지감도야, 무주 반딧불 베스트탑(사과), 장수 오미자, 임실 열매의 고장(고추), 순창 울안에(농산), 고창 황토배기(쌀) 등
판매량 기준	쌀보리, 봄감자, 밀, 시설감자, 노지수박, 노지가을무, 노지오이, 노지가을배추, 노지봄무, 노지봄배추, 노지생강, 시설딸기, 시설토마토, 시설가지, 파프리카, 시설상추, 노지포도, 블루베리, 복분자, 시설장미 등
선호 답례품 기준	쌀, 닭고기 선물세트, 장류, 풍천장어 등

자료 : 저자 작성

- 식량작물인 쌀보리, 봄감자, 밀, 시설감자, 노지채소인 노지수박, 노지가을무, 노지오이, 노지가을배추, 노지봄무, 노지봄배추, 노지생강, 시설채소인 시설딸기, 시설토마토, 시설가지, 파프리카, 시설상추, 과수인 노지포도, 블루베리, 복분자, 화훼인 시설장미는 경쟁자치단체 대비 판매량이 많고, 일

부 작목은 높은 수익률을 보장하므로 전북 고향사랑기부제 답례품에 포함되어야 할 것임

- 답례품으로 세트상품 구성 시 기부자의 시군 단위 고향이 포함될 수 있도록 권역별 세트상품을 구성할 필요가 있으며, 세트상품에 인기 있고 경쟁력 있는 지역특산품이 포함됨과 동시에 각 시군의 지역특산품 내지 신규 개발한 답례품을 일부 포함시켜 홍보할 것을 제안함

○ 농촌체험관광

- 대표적인 체류형 관광의 한 유형인 농촌체험관광은 전북의 관계인구를 증가시킬 수 있는 중요한 대안이 될 것이며, 관계인구의 증가는 향후 전북 고향사랑기부제의 기부금 유치를 확대해 나갈 것이므로 전북 고향사랑기부제의 답례품으로 구성되어야 할 것임
- 농촌여행 웰촌의 농촌여행지 상위등급 결정 현황을 보면 남원시 '달오름마을', 무주 '휴무풍승지마을', 완주 '창포마을', 익산 '산들강웅포마을', 정읍 '황토현 녹두랑 시루랑 마을'이 선정되어 경기도 다음으로 가장 많은 농촌여행 으뜸촌을 보유하고 있으므로, 이를 답례품으로 선정하여 가족 단위 농촌체험 여행객을 확보하고 교류인구를 증가시킬 것을 제안함
- 교육 분야에서 1등급을 획득하지 못했지만 체험, 숙박, 음식 분야에서 1등급을 획득한 농촌여행지인 완주 '안덕마을', '오복마을', 부안 '청호수마을', 순창 '버들나루터마을'은 경쟁자치단체 대비 경쟁력 있는 농촌여행지이므로 전북 고향사랑기부제 답례품으로 분기별 순환 구성할 것을 제안함

〈표 4-23〉 전북 고향사랑기부제의 농촌체험관광을 활용한 답례품 제안

구분	답례품 제안
으뜸촌	남원 '달오름마을', 무주 '휴무풍승지마을', 완주 '창포마을', 익산 '산들강웅포마을', 정읍 '황토현 녹두랑 시루랑 마을'
3개 분야 1등급 농촌여행지	완주 '안덕마을', '오복마을', 부안 '청호수마을', 순창 '버들나루터마을'

자료 : 저자 작성

○ 관광 여행상품

- 숙박을 포함한 관광 여행상품은 고가의 기부금 납부자를 위한 답례품으로 적절해 보이며, COVID-19 팬데믹으로 인한 외지인 방문객 및 관광객 감소세를 회복할 수 있는 기회를 제공할 것으로 판단됨
- 2021년 기준 전북 한옥마을은 경쟁자치단체의 모든 시군과 비교해 경쟁력이 강한 관광 여행상품이며, 고향사랑기부제 인식 조사에서도 쌀 다음으로 선호도가 높은 답례품이므로 전북 고향사랑기부제의 답례품에 포함되어야 할 것임
- 군산 선유도해수욕장, 선유도, 비응항, 부안 채석강, 격포항, 변산해수욕장, 고창 선운사, 남원 광한루원, 전주 동물원, 무주 덕유산리조트, 완산 남부시장, 정읍 내장산국립공원, 김제 금산사 등 전북 내 인기 있는 관광지를 분기별로 순환하여 답례품으로 선정할 것을 제안함
- 또한 고액 기부자의 답례품으로 지리적 접근성을 고려해 권역별 인기 있는 관광지를 세트 여행상품으로 구성하여 숙박일 수가 길고 체류시간이 긴 체류형 관광활동으로 유도함으로 인해 전북 관계인구 증가 및 기부금 유치 증대를 촉진할 필요가 있음

○ 전북 고향사랑기부제 답례품 제안

- 5만 원에서 10만 원 사이가 주 기부금이 될 가능성이 있기 때문에 5만 원, 8만 원, 10만 원의 기부금에 대해서는 되도록 다양한 답례품을 구성해야 할 것임
- 한우와 쌀은 고향사랑기부제의 인기 있는 답례품이 될 것이므로, 쌀은 양을 달리하여 각 기부금액에 대한 답례품으로 구성하고, 한우는 부위를 달리하여 10만 원과 20만 원 사이의 기부금에 대한 답례품으로, 한우의 알뜰, 특선, 로얄, 명품세트 등은 50만 원과 150만 원 사이의 고액 기부금에 대한 답례품으로 구성할 것을 제안함
- 30만 원의 기부금에 대해서는 전북 내 권역별 특산품의 세트상품을 답례품으로 선정하고, 특산품의 종류를 다양화하면 50만 원의 기부금에 대한 답례품으로도 가능할 것임
- 농촌 체험형 답례품은 으뜸촌 및 상위등급 농촌여행지를 중심으로 체험의 구성, 농가음식 제공, 민박, 캠핑, 펜션의 숙박 제공 등으로 구분하여, 주 기부금에서 고액 기부금에 이르기까지 다양한 기부금액에 대한 답례품으로 구성해야 할 것임
- 관광형 답례품은 상대적으로 젊은 층의 가족여행을 위한 3인 식사 및 숙박, 베이비붐 세대의 출향민을 부모로 둔 세대의 가족여행을 위한 4인 식사 및 숙박, 300만 원의 고액 기부금에 대한 권역별 여행상품 등을 답례품으로 구성할 것을 제안함
- 전북지역에 부모 혹은 조상의 묘지가 있는 40~60대 출향민을 대상으로 한 별초대행 서비스는 묘지 1기, 2기, 3기 등으로 구분하여 50만 원에서 70만 원 사이의 기부금에 대한 답례품으로 구성하고, 매도가 되지 않거나 기타 사정으로 인해 일정 기간 집을 비워 두어 자산의 가치하락을 염려하는 출향민 혹은 지역연고자를 대상으로 한 빈집관리 서비스는 건물 내·외부 점검, 먼지 제거 및 환기, 누수·누전 점검, 청소, 우편물 수거 및 배송 등을 내용으로 한 일회성 서비스, 연 4회, 연 6회 등의 연속성 서비스로 구분하여 답례품으로 제공할 것을 제안함
- 유가증권형 답례품인 지역사랑상품권은 전북지역의 방문을 유도하고, 지역특산품 구매, 관광 등을 목적으로 자유롭게 사용할 수 있어 답례품에 대한 선택을 정해진 금액 내에서 다양화시킬 수 있는 장점이 있으므로, 해당 기부금의 30%에 해당하는 지역사랑상품권을 답례품으로 구성할 것을 제안함
- 고향사랑기부제에 대한 기록을 남기고 싶어 하는 기부자를 위해 기부금액이 명시된 기부증서 혹은 기부감사패를 증정하고, 500만 원의 최대금액 기부자에 대해서는 명예도민증 수여를 제안하며, 이에 더하여 전북사랑도민증을 제공해 전북지역 공공시설의 이용료 감면, 민간 할인가맹점의 이용료 감면, 투어패스 및 선불카드 제공 등의 혜택을 받도록 하여 교류인구 확산에 기여하고, 이를 통한 향후 고향사랑기부금 모집 증대를 도모할 것을 제안함

〈표 4-24〉 전북 고향사랑기부제 답례품 예시

기부금액(원)	지역특산품	농촌 체험형	관광형	서비스형	증권형	증서형
30,000	감자, 양파, 무				지역사랑상품권 (1만원)	
50,000	파프리카, 쌀보리, 오이, 가지, 상추	으뜸촌 체험			지역사랑상품권 (1.5만원)	
80,000	수박, 배추, 생강, 딸기, 토마토, 블루베리, 닭고기, 사태, 한우불고기	으뜸촌 체험			지역사랑상품권 (2.4만원)	
100,000	쌀(10kg), 삼겹살, 오미자엑기스, 사과, 장미	으뜸촌 체험 (1식)			지역사랑상품권 (3만원)	고향사랑기부증서 +전북사랑도민증
120,000	치즈세트, 포도, 풍천장어, 채끝	으뜸촌 체험 (1식)			지역사랑상품권 (3.6만원)	고향사랑기부증서 +전북사랑도민증
150,000	오미자주스, 복분자, 한우2구	으뜸촌 체험 (2식)	단일 여행지 (3인 식사)		지역사랑상품권 (4.5만원)	고향사랑기부증서 +전북사랑도민증
200,000	쌀(20kg), 건고추, 고춧가루, 한우등심, 한우채끝	으뜸촌 여행 (3인 1박, 1식, 체험)	단일 여행지 (3인 1박)		지역사랑상품권 (6만원)	고향사랑기부증서 +전북사랑도민증
300,000	무주·진안·장수 특산품 세트 완주·익산·군산 특산품 세트 김제·부안·정읍·고창 특산품세트 순창·임실·남원 특산품 세트	으뜸촌 여행 (3인 민박 1박, 2식, 체험)	단일 여행지 (3인 1박, 식사)	빈집관리 1회	지역사랑상품권 (9만원)	고향사랑기부증서 +전북사랑도민증
500,000	한우 알뜰 선물세트	으뜸촌 여행 (3인 민박 1박, 3식, 체험)	단일 여행지 (3인 1박, 식사)	별초대행 1기	지역사랑상품권 (15만원)	고향사랑기부증서 +전북사랑도민증
700,000	한우 특선세트	으뜸촌 여행 (3인 캠핑 1박, 3식, 체험)	단일 여행지 (4인 1박, 식사)	별초대행 2기	지역사랑상품권 (21만원)	고향사랑 기부감사패 +전북사랑도민증
1,000,000	한우 로얄세트	으뜸촌 여행 (4인 황토 1박, 3식, 체험)	단일 여행지 (4인 2박, 식사)	별초대행 3기 빈집관리 4회	지역사랑상품권 (30만원)	고향사랑 기부감사패 +전북사랑도민증
1,500,000	한우 명품세트	으뜸촌 여행 (4인 펜션 1박, 3식, 체험)	단일 여행지 (4인 2박, 식사)	빈집관리 6회	지역사랑상품권 (45만원)	고향사랑 기부감사패 +전북사랑도민증
3,000,000			무주·진안·장수 여행상품(3박) 완주·익산·군산 여행상품(3박) 김제·부안·정읍·고 창 여행상품(3박) 순창·임실·남원 여행상품(3박)		지역사랑상품권 (90만원)	고향사랑 기부감사패 +전북사랑도민증
5,000,000					지역사랑상품권 (150만원)	명예도민증

출처 : 저자 작성

라. 전북 고향사랑기부제 시행 주기별 추진전략

○ 도입기

- 고향사랑기부제 도입기에는 제도를 알리는 데 많은 시간이 소요되고, 제도 홍보와 기부금 모집 홍보에 많은 비용이 발생하므로 기부금 모집의 성장은 완만하게 진행될 것임
- 따라서 초기의 안정적인 정착을 위해 수도권에 거주하는 40~60대의 출향민을 대상으로 한 집중적인 홍보가 필요하며, 도입기에서는 각 사군이 홍보 및 추진 전략을 차별화하기 어렵기 때문에 전북은 전북 내 사군과 협력적인 네트워크를 강화하여 공동으로 홍보방안을 개발하고 추진 전략을 실행하는 것이 필요함
- 도입기에서는 기부금에 대한 답례의 의미에 중점을 둔 지역특산품으로 답례품을 구성하고, 별초 대행이나 농어촌 빈집을 관리해주는 서비스형 답례품을 추가 구성하는 것이 필요해 보임

○ 성장기

- 성장기에서는 기부금 모집이 대폭 증가할 가능성이 크고, 지방자치단체 간 기부금 유치경쟁이 심화될 것이므로, 교류인구 혹은 지역연고자를 대상으로 홍보를 확대하여 기부금 모집 시장을 확대할 필요가 있음
- 또한 지역브랜드 이미지의 강화를 통한 기부금 모집 증대를 위해 전북 내 각 사군은 보유한 자산의 부가가치를 혁신적으로 촉진시키는 차별화된 홍보전략을 실행해야 할 것임
- 교류인구 혹은 지역연고자를 대상으로 농촌체험관광, 관광상품 등을 답례품으로 제공하여 교류인구를 증가시키고, 나아가 관계인구로 발전할 수 있도록 답례품의 구성을 체험형 혹은 체류형 답례품으로 확대할 것을 제안함

○ 정착기

- 정착기에서는 기부금 모집 시장을 개척하기 위해 매력적인 답례품 중심의 공격적인 홍보 및 마케팅 대상을 전 국민으로 확대해야 할 것임
- 이 주기에서는 도입기와 성장기를 거쳐 오면서 강화된 지역 비즈니스 역량을 바탕으로 경쟁우위를 유지하기 위해 특색있고 매력적이며 차별화된 답례품을 개발해야 할 것이며, 가격 대비 높은 품질을 가진 답례품으로 고급화하여 제공할 필요가 있음

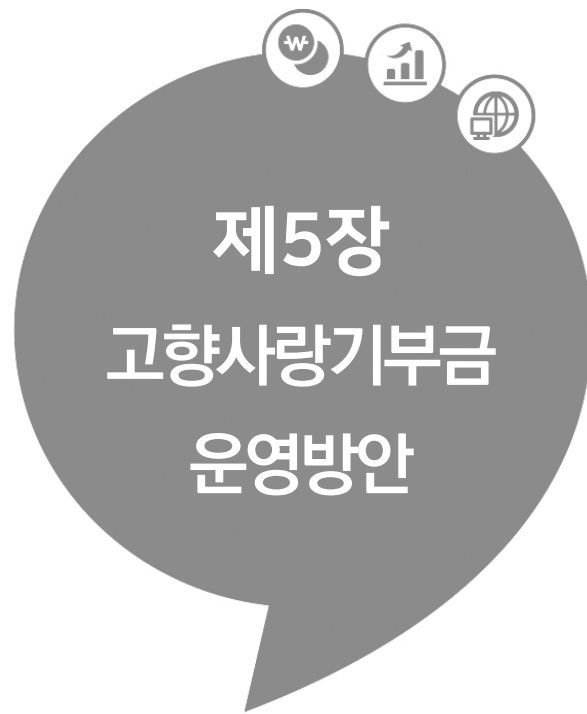
○ 클라우드 펀딩

- 인구감소, 저출산 고령화 사회, 지역산업 쇠퇴 등으로 지역경제가 위축되고 지방소멸위험이 증폭되고 있는 상황에서 지방자치단체는 수익원의 확보가 어려우므로, 이러한 상황에서 사회적 금융은 지역문제를 해결할 수 있는 새로운 수익원이 될 것임(Hoda & Dasher, 2021)
- 각 지방자치단체는 고향사랑기부제를 통한 기부금 모집 증대에 집중할 것이며, 그 사용처는 모집 이후에 고려할 가능성이 있기 때문에 모집된 기부금이 법률에서 정한 다양한 사용처로 흩어질 가능성이 있고, 이에 따라 지역 주민은 고향사랑기부제의 실질적인 혜택을 체감하기 어려울 수 있음
- 고향사랑기부제에 클라우드 펀딩 방식을 도입할 경우, 기부자가 기부 이전에 기부금의 구체적인 사

용처를 미리 알 수 있는 장점이 있고, 지방자치단체로서는 지역의 미래 과제를 미리 발굴할 수 있는 장점이 있기 때문에 고향사랑기부제의 확산에 큰 기여가 있을 것이므로 조기에 도입할 필요성이 있음

〈표 4-25〉 전북 고향사랑기부제 시행 주기별 추진전략

구분	목표고객	홍보방안	답례품 구성
도입기 (1~2년)	출향민	• 고향사랑기부제 인식 제고를 위한 제도 홍보 • 전북 주관의 기부금 모집 공동홍보	• 답례의 의미에 충실한 답례품 구성 • 지역특산물 제공, 별초 대행 등의 서비스형 답례품 제공
성장기 (3~5년)	교류인구	• 교류인구 혹은 지역연고자 대상 홍보 확대 • 각 사군 주관의 기부금 모집 홍보 차별화	• 시장 확대를 위해 방문을 유도하는 답례품 구성 • 농촌체험, 관광상품 등 체험형·체류형 답례품 제공
정착기 (5년 이후)	전 국민	• 전 국민을 대상으로 한 홍보 확대 • 시장 개척을 위한 공격적인 홍보 강화	• 강화된 지역 비즈니스 역량을 바탕으로 새롭게 개발된 답례품 구성 • 경쟁자치단체와 차별화된 특색 있는 답례품 제공



1. 기금활용 사업발굴
2. 인력·조직운영
3. 기부자의 관계인구화전략

제5장 고향사랑기부금 운영방안

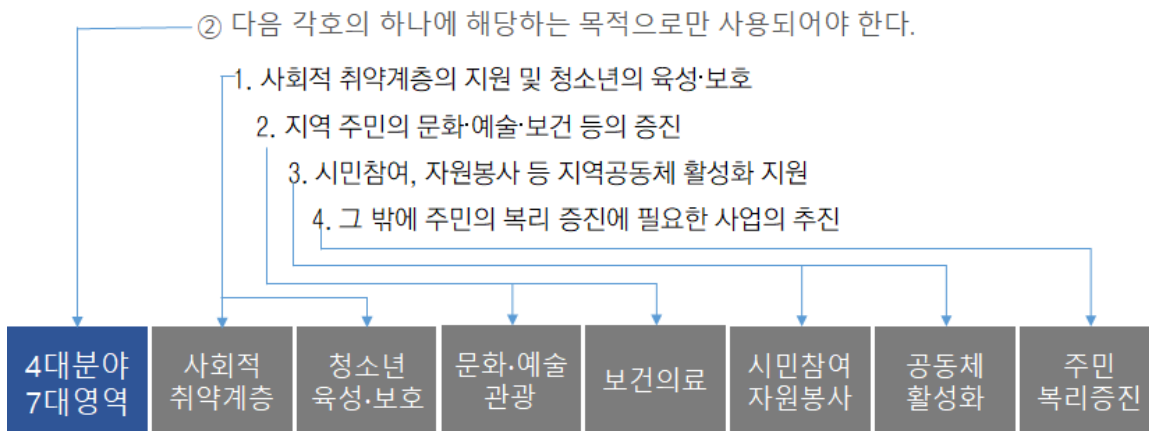
1. 기금활용 사업발굴

1) 법률검토

- ‘고향사랑 기부금에 관한 법률’의 목적은 고향에 대한 건전한 기부를 통해 지역경제 활성화와 국가균형발전에 기여에 있음
- 이를 위해 지방자치단체는 고향사랑기부금을 효율적으로 관리·운영하기 위한 기금을 설치하여야 함
- 기금은 고향사랑 기부금에 관한 법률 11조 제2항에 따라 사업을 발굴하고 추진하되 지자체 사업과 중복되지 않도록 신규사업 발굴을 원칙으로 함
 - 사회적 취약계층의 지원 및 청소년의 육성·보호
 - 지역 주민의 문화·예술·보건 등의 증진
 - 시민참여, 자원봉사 등 지역공동체 활성화 지원
 - 그 밖에 주민의 복리 증진에 필요한 사업의 추진
- 4대 분야를 좀 더 세분화 하면 사회적 취약계층지원, 청소년육성·보호, 문화·예술·관광, 보건의료, 시민참여·자원봉사, 공동체활성화, 주민복리증진 7대 영역을 구분 가능

고향사랑 기금 사업범위

제11조 고향사랑기금의 설치 등



〈그림 5-1〉 고향사랑기금 법률적 사업범위

2) 일본고향납세 분야별 우수사례

(1) 교육육아

지자체	사례명	주요내용
홋카이도 유바리시	지역의 과제를 배워서 지역의 미래를 찾다	· 유바리시 고등학교는 급속한 인구감소와 재정파탄 후 초중학교 통폐합의 영향 등으로 입학자 수 감소 문제를 「유바리고교 매력화 프로젝트」를 추진 · 지역 공공교통 등 지역과제를 교재로 교육프로그램을 개발, 자주학습 서포트나 지역학습을 활용 학교 내 공영학원 설치 운영 등의 비용으로 크라우드 펀딩형 고향세 모집 · 기부자에게 고등학생 도전과 노력의 진척상황을 알림과 동시에 공영학원 기획에 참가를 유도하여 관계인구 증가로 연결.
홋카이도 엔베쓰정	고향납세로 매력있는 농업학교 만들기	· 엔베쓰농업학교는 마을에 있어 농업의 미래를 짊어질 중요한 학교이나, 최근 입학자가 감소하고 있어 매력적인 학교 만들기 일환으로 논이나 밭 상황관측 등 농업분야 드론을 활용하기 위해 조사연구를 새롭게 실행하는 것으로 고교가 최첨단 연구로 부활하는 취지 고향세 모집 · 기부자에게 사업 보고와 고등학생으로부터 감사 메시지가 옴
홋카이도 가미시 호로정	육아 지원 내실화로 인구 증가	· 고향세를 활용 도시주민 이주를 돕기 위해 기금을 설치 · 육아지원, 저출산대책을 중점적으로, 인가어린이집 보육료 10년간 완전 무료화, 영어교육 위해 외국인 강사 배치, 초등학교 교직원 추가 배치로 소인원 학급운영 실현, 공설민영 학원을 개설하는 등 자녀교육 가능 마을 조성 · 기부자에게 직업안내, 이주체험하우스 등을 소개하는 이벤트, 생활체험 이벤트 등을 참가 지원
아키타현 유자와시	국제교류사업 내실화와 고향 제설대행 서비스 제공	· 고향세로 아이들 국제교류사업 지원 : 1991년부터 교류도시인 독일 지크브루쿠시 중학생 상호 파견교류 비용 충당 · 폭설지역으로 고령자 세대나 빈집 지붕 눈을 치우는 제설서비스도 고향세를 활용하여 제공
아마가타현 나카이시	새로운 생명에 축하하는 마음을 담아	· BabyBox사업(아이가 태어난 세대에 육아용품 등이 들어있는 베이비 박스를 보내는 프로젝트) 필요 경비 크라우드 펀딩으로 고향세 모집
후쿠이현	학생들 희망을 고향 납세로 이루다	· 고등학생들 『고향모교응원사업』(교고 시설정비와 연구활동비, 장학금 등)과 『장기해외유학지원』재원 고향세 활용 · 기부자에게 활용실적 보고 및 감사편지, 해외유학중인 학생의 생활과 성장내용 담긴 보고서 송부
나가노현 하쿠바촌	지역 자원을 최대한 활용한 하쿠바고교 존속 프로젝트	· 학생수 감소 폐교위기 하쿠바촌 유일한 현립 하쿠바고교를 존속시키기 위해(국제관광과 신설 전국대상 학생모집, 뉴질랜드 유학 지원, 글로벌 인재 형성 활용) 크라우드형 고향세 · 기부자에게 유학을 갔던 학생으로부터 리포트를 송부
교토부 나가오 카쿄시	아이들에게 책 보내기 프로젝트	· 아이들에게 가장 접하기 쉬운 학교 도서관에서 자유롭게 영어책 등 다양한 책을 읽을 수 있도록 사업 시행 · 기부자가 기부학교나 기증책 지정가능, 기부자에게 아이들로부터 감사장, 독서감상문 등을 송부
돗토리현	제도의 원점 으로 되돌아간 대처로 어린이 이재민을 지원	· 아이들을 위해 고향납세를 활용「어린이 미래 기금」설치, 아이들에게 도서 증정사업이나, 현립학교 운동부 활동 촉진하기 위해 지역의 전문가를 외부지도자로서 초청 사업 실시 · 2016년 10월에 발생한 돗토리현 중부 지진 부흥 사업도 추진, 기부자에게 감사장과 현 정보지 등을 송부
오카야마현 와케정	공영학원 개설로 '교육 마을' 외계정을 부활 시키기	· 교육 마을 목표로 공영학원 설치, 방과후 학습지원, 영어에 능통한 인재 육성 위해 2016년 본격적으로 운영 개시 · 운영비용은 크라우드 펀딩형 고향납세로 모집, 토요일 중학생 대상을 매주 수요일 초등 학교 5~6학년까지 확대 · 또한 월 1회 유치원부터 초등학교 4학년 까지 대상으로 「공영학원 KIDS」도 개최 · 기부자에게 감사장과 공영학원 활동상황 알림

[표 계속]

지자체	사례명	주요내용
도쿠시마현 이시이정	이동도서관차 부활을 고향 납세로 이룬다	· 이동도서관차 이용 자원봉사자 마을 내에 유치원, 보육원 순환하며, 그림책, 종이연극 읽여주기 활용되었으나, 노후화로 폐지 · 폐지 후에 자원봉사단체가 개인소유 차를 이용하여 운영, 도서관차 부활 요구 많아 신차 구입 비용을 위해 고향납세 모집 · 기부자에게 감사장과 운행개시식의 안내
나가사키현 고토시	낙도 핸디캡을 극복하기 위해 ICT로 교육	· 섬 아이들의 타학교, 다른 현에 사람들과 교류 실현하기 위해 ICT환경의 정비, 인터넷을 활용한 비디오 통화, 원격수업이 가능하도록 고향세를 활용 · 기부자에게 감사 영상 메시지를 제작하여 동영상 사이트, 홈페이지 등에 공개
오кина와현 기노원시	미래를 책임질 국제적 청년 육성	· 기지 반환 후에 유적지 이용에 관하여 국제적인 시야를 갖고 장래에 활약이 가능한 인재 육성 위해 사업을 적극 추진 · 유학을 희망하는 학생에게 평등하게 유학기회를 주기위해 자기부담 없이 유학을 지원하도록 크라우드 펀딩형 고향납세 모집 · 기부자에게 학생이 유학처 체험이나 연수 등의 모습이 담긴 보고서와 함께 감사장을 송부

자료: 행정안전부(2022)

(2) 마을만들가스포츠

지자체	사례명	주요내용
홋카이도 니세코정	고향세로 떨어져 있어도 마을조성에 참가	· 고향세를 활용 목제완구 정비나 아리시마다케로 자필 서한 수집 등 구체적인 사업을 실시 · 「니세코정 고향만들기 위원회」의견 듣고 활용사업을 결정 · 기부자에게 정기 소식 보내고 마을 최신 정보 알림
군마현 다카사키시	문화·스포츠 활성화시켜 도시를 활성화	· 고향약단 포함하여 지역 야구팀, 기업의 소프트볼부, 육상부 등 문화, 스포츠 단체 활동 지원 · 기부자 의사 존중 단체 특정하여 지원 가능, 활동상황 알림
가나가와현 요코스카시	사용처 공감 12개 기금 조성	· 조례에서 양육, 복지 등에 관계된 12개의 기금을 설치, 고향세에서 선택된 사용처 사업에 각각 총당 · 예를 들어 「아이 양육 기금」아이 낳아 기르기 쉬운 환경을 만들고, 아이지원 도움사업 지원 · 기부자에게 각 기금의 사용 내용을 알리고 활용상황 보고
도야마현 히마시	핸드볼러 동경 선수권 대회 존속	· 초, 중학교 팀 전국 우승 등 핸드볼 유명한 도시로서 2005년부터 「춘계 전국중학생 핸드볼 선수권 대회」개최 · 행사 지속 위한 자금부족 문제해결하기 위해 크라우드펀딩 고향납세를 시행 · 기부자에게 대회 결승전 티켓을 보냄.
후쿠이현 사카이시	시민의 시민에 의한 시민을 위한 고향 납세	· 「기부시민참여제도」 2008년부터 실시, 고향납세 활용 시민이제안하고 시민 의견으로 결정하는 제도 시민정책참가 가능 · 기부자에게 10년간 사업보고서 송부, 기부금 활용 보고
나가노현 이다시	마음 편해지는 고향으로서 지구를 가깝게	· 조례근거 시내 20지구 모든 지역자치를 담당할 「마을만들기 위원회」 조직, 시민과 행정 협동 마을 만들기 추진 · 지구활동 직접 응원할 수 있도록 「이다시 20지구 응원대」 시작, 지구 착수 사업이나 활동 웹사이트에 올리고, 각 지구 사업에 찬성하는 분이 사업비를 교부하는 방식 · 기부자에게 소식지나 초대장 등을 통해 교류
돗토리현 고도우라정	다시 살아나는 후나카미산 만송이 벚꽃	· 후나카미산 사쿠라 축제 열리는 사쿠라 명소, 집중호우로 나무가 줄어 고향세를 통해 명소를 부활 노력, 2014년도부터 130그루의 사쿠라를 심고 관리비용으로 총당 · 사쿠라 심는 날 주민단체 참가자 전원에게 식사를 대접하는 등 고향세를 계기로 주민이 하나가 되어 마을 만들기에 동참 · 고향세 기부납세자에게는 사쿠라 축제 개최안내를 보내고 있으며 관광객도 증가

[표 계속]

지자체	사례명	주요내용
사가현	협동에 의한 마을만들기로 지역과제 해결	· 당뇨병 근절, 건강관련사업으로 고령자 이동 서비스 등 위한 연구자금 조성·개발 활동에 필요한 비용을 고향세로 모집 · 겐카이(玄海)지구 수산업진흥 지원하는 사업으로 낚시 체험, 생선해체, 절임생선 만들기 교실 등을 개최 기부자와 교류
가고시마현 요로정	마라톤대회 통한 교류 인구 확대	· 27회째 요로마라톤 대회 개최로 전국 참가자 1,000명이 참여 도민이 자원봉사자로 참여 마을 이벤트로 발전 · 대회 운영 경비를 고향세로 충당하고, 해안 청소용 쓰레기 봉투도 고향세로 구입
오사카부 히라카타시	문화예술 활용 매력있는 마을 만들기	· 종합문화예술센터(가칭)를 정비 재원으로 고향세를 모집 · 문화예술 활용한 마을 만들기 홍보를 위해 시내 문화재를 시장이 직접 안내하는 기부자가 참여하는「시장이 안내하는 히라카타 시내 문화재 견학 투어」실시

자료: 행정안전부(2022)

(3) 문화·역사

지자체	사례명	주요내용
아오모리현 히로사키시	기부자 참여 고향납세	· 중요문화재 히로사키성 이시가키 수리비용으로 모집 · 그 때 밖에 할 수 없는 체험으로 히로사키성과 이시가키수리에 관한 체험이벤트를 실시
이바라키현 기타이바라키시	국가중요문화재 지정 축하 어선제 개최	· 히타치오쓰의 어선제는 5년에 1번, 이바라키현 이바라키시에서 열리는 봄축제 · 도로에 목재를 깔고 배를 끌기 때문에 배가 상처를 입어 수선비용이 많이 들어 자금조달 어려운 상황에서 고향세 모집 · 기부자에게는 적극적으로 축제 참가를 권하고 축제 모습은 웹사이트에 게재함으로써 시의 매력을 알리는 데도 도움
도치기현 나스카라스야마시	전통과 자부심 있는 마을 만들기	· 야마야게사이(축제) 운영비로 고향세 모집 · 기부자에게 답례장을 보낼 때 축제 팸플릿 등 동봉해서 보냄
이시카와현 와치마시	와치마도장인 구마모토 지진 재해 도기 재생 프로젝트	· 구마모토 지진으로 깨진 도기파편과 와치마누리칠기를 같이 하여 새로운 그릇으로 만드는「피해도기재생프로젝트」실시 · 작품 제작 비용, 전시회, 오차회 등 개최비용 고향세로 모집 · 기부자에게 도쿄에서 도기 수복 작업 체험 이벤트 열어 참여
나가노현 나가노시	마쓰시로성 복원·도가쿠시 거리전통지킴이	· 마쓰시로성 본래 모습을 되돌리는 복원프로젝트, 국가 중요 전통적건조물군 보존지구로 선정된 도가쿠시신사 문젠마치의 경관을 유지 향상 · 주택 등 수리, 전통적 공예품 「도가쿠시 죽공예」의 기술을 이어갈 인재 육성 등에 활용 · 기부자에게 마쓰시로성 비공개부분을 특별안내, 도가쿠시 죽공예 숲보전활동체험회에 초대
기후현 구조시	고향납세로 일본3대 봉오도리 합동공연 이벤트 실현	· 일본3대 봉오도리 합동 공연 실시 비용 일부 고향세로 모집 · 기부자에게는 활용실적 보고서와 관광팸플릿 송부
아이치현 가리야시	가리야성을 복원하여 역사낭만넘치는 마을 만들기	· 가리야성 복원, 역사박물관 정비를 위하여 고향세 모집 · 기부자에게 가리야성 복원과 역사박물관 정비가 완료한 후 기념 이벤트 개최안내 송부 등을 검토 중
나라현 오지정	쇼토쿠태자 관련문화재 '달마사방장' 수리프로젝트	· 달마사 방장은 건축 후 350년이 지났으나 한 번도 큰 수리를 하지 않아 수복비용을 위해 고향세 모집 · 수복공사 진척내용 마을 홈페이지로 안내해가며 기부자에게 현장에서의 설명회, 완성 이벤트에 초대 등을 계획
시마네현 고쓰시	지역 전통예능, 문화의 전승	· 오모토카구라(大元神樂) 전통예능과 가치지반시(勝地半紙, 일본전통종이) 전통문화 보존을 위한 사업에 고향세를 모집 · 오모토카구라 전승관 운영, 가치지반시 기술 보존 보급 후계자 육성에 활용 · 매년도 활동 내용을 시 홈페이지나 홍보지에 게재

[표 계속]

지자체	사례명	주요내용
히로시마현 히로시마시	'평화에 대한 생각을 공유하는 마을' 실현을 위해	· 고향세를 「히로시마시 원목 돔 보존사업 등 기금」에 적립하여 원목 돔 보존사업과 피폭 나무 등 보존 계승 피폭자료 훼손방지 국내외의 청소년 초대 등에 사용 · 히로시마 평화기념자료관 도록, 평화기념공원 바쳐진 종이학 재생하여 만든 명함, 메모 장, 엽서 등을 기부자에게 송부
기후현 다카야마시	나무의 온기로 연결하는 마을 만들기	· 후다카야마고향기금으로 적립하여 여러 사업에 활용 · 다카야마시 특징인 전통과 자연을 활용한 마을 조성을 위해 전통적 공예품 산업의 후계자 육성 지원이나 노리쿠라산로쿠 고시키기하라모리(乗鞍山麓五色ヶ原の森, 숲) 정비로 전통과 자연을 지키기 위해 고향 납세를 활용

자료: 행정안전부(2022)

(4) 복지

지자체	사례명	주요내용
군마현 마에바시시	타이거 마스크 운동 지원 프로젝트	· 아동보육시설(만18세 미만) 퇴소 후 자립할 수 있도록 경제적으로 지원해주기 위한 사업(일명, 타이거마스크 운동)에 활용 · 신생활준비금 15만엔 지급과 자동차운전면허증 취득에 필요한 본인부담액을 시내교습소에서 관민 연계로 무료지원 · 기부자에게 팸플릿을 보내 사업의 의의와 지원을 받은 아이들의 메시지를 소개
도쿄도 분쿄구	생명을 잇는 어린이집 식사 지원	· NPO단체와 함께 공동체를 형성, 생활이 어려운 집 아이에게 정기적으로 식품을 배달하여 어린이 빈곤 퇴치 노력 · 사업의 진척상황을 홈페이지를 통해 알림과 동시에 공표에 동의한 기부자의 성명을 공표
미에현 구마노시	'롯데코라이' 과소지역 교통 수단 확보	· 과소 고령화로 고령자들 교통수단 확보가 어려워, NPO롯데코라이(타고가자) 자가용 운송 사업을 통해 운송서비스 제공하고 고향세를 통해 새 차량을 구입 · 기부자에게는 홈페이지를 통해 운행 상황을 공개하고 전국의 지원이 구마노시에 큰 도움이 되고 있음을 어필
효고현	소아근전의원수 뱅크 설립	· 근전의원수 1개 약150만 엔 정도 고액, 소아는 성장으로 의수의 교환이 필요하여, 많은 아이들이 이용할 수 있도록 훈련용 의수를 대여하는 소아근전의원수 뱅크 설립, 고향세로 지원 · 기부자에게 훈련용 의수의 대여 실적, 대여 받은 가족 메시지, 훈련 모습 등을 홈페이지에 공개하여 정보를 공유

자료: 행정안전부(2022)

(5) 지역·산업진흥

지자체	사례명	주요내용
아오모리현 무쓰시	지역홍보 및 방문서비스로 건강한 마을 조성	· 교류인구 증가, 지역 매력 홍보 위해 「시모키타지오파크」 홍보활동 비용을 고향세로 모집 지역발전을 도모 · 증가한 독거 고령자에게 일본우체국과 연계하여 「미마모리 방문 서비스」를 기부자에게 제공 · 「미마모리 방문 서비스」는 우체국 직원이 고향에 계신 부모님이나 친인척을 월 1회 정도 방문하고 고령자의 건강이나 식사상태, 일상생활의 어려움 등 10항목에 대해서 기부자에게 정기적으로 알리는 시스템
이와테현	동일본 대지진 극복을 위한 철도 활성화	· 동일본대지진 극복하기 위한 기반정비 사업에 고향세를 모집하여 산리쿠철도 노후화된 레일, 터널, 철교, 등을 보수, 각종 기획열차 조성 등에 활용 · 기부자에게는 산리쿠철도의 소식지를 정기적 발송하고, 산테츠오너즈클럽회원증을 발급하고 희망자에게는 역 안에 성명을 게시하는 등 기부자와 산리쿠해안지역 연결하여 교류 확대
치바현 미나미 보소시	전국 식탁에 지역의 자랑인 전복과 소리를 전달	· 전복, 소라 방류사업을 내실화하여 전국의 식탁에 미나미보소 바다에서 잡힌 전복, 소라를 제공할 수 있도록 크라우드 펀딩형 고향세를 모집 · 기부자에게는 치페(稚貝, 어린전복) 육성시설 견학에 초대

[표 계속]

지자체	사례명	주요내용
도아마현 다테아마정	기업판 고향 납세와 제후에 젊은이 유턴	· 졸업 후의 젊은이들의 유턴을 촉진하기 위하여 장학금 반납응원보조금제도 도입. · 졸업 후 마을에 사는 경우 교육 대출이나 장학금 반환 일부를 10년간 보조. 보조금 재원으로 고향세를 모집 · 기부자에게 제도이용 상황 제공, 「다테아마서포터클럽」을 창설, 가입한 기부자에게는 메일 매거진을 전송
교토부 아야베시	고향납세로 '수이겐노사토' 더욱 건강하게	· 아야베시는 「수이겐노사토」(과소고령화 진행으로 소멸위기 직면 시정촌)로 분류, 마을 활성화 위해 고향세를 모집 · 고향에서 개발한 특산품의 PR, 생산확대, 신상품 개발 필요한 비품구입, 판매거점 정비 비용에 충당 · 기부자에게 활동보고 보내 계속적 지원으로 이어지도록 노력
효고현 고베시	IT를 활용한 창업(스타트업) 지원	· 스타트업오피스사업은 선발된 창업가에게 자금조달 목적으로 투자자대상 성과발표회 개최와 발표를 위한 비즈니스 플랜의 책정 지도를 실시함과 동시에 창업가에게 자금조달의 기회가 되도록 크라우드 펀딩형 고향세로 창업 비용 일부에 활용 · 고향세 모집은 기부자가 공감한 기업가 사업에 특정하여 고향세 기부할 수 있고, 기부자를 사업보고 이벤트에 초대
오카야마현 다마노시	노노짱의 매력 전개 프로젝트	· 다마노시 출신 만화가 이시이히사이치씨 만화 주인공 노노짱 다마노시 이미지캐릭터, 노노짱 PR활동에 고향세를 활용 · 기부자에게 활동내용 보고, 노노짱 인형 완성 발표회 초대
야마구치현 우베시	테크놀로지×아트 로 젊은이 현지 정착 목표	· 젊은이들의 타지역 유출을 막기 위해 고향의 매력(테크놀로지&아트)을 알리는 노력을 함 · 야마구치대학 공학부와 우베고등전문학교 연계하여 세계적인 전문가 등을 강사로 초청, 「테크놀로지&아트」 챌린지 강좌 진행, 비용으로 고향세를 활용 · 기부자에게 실적보고서, 도키와공원에서 개최된 디지털 아트 작품 발표이벤트 초대권 제공
에히메현 세이요시	고민가 카페가 연결하는 사람 과 사람	· 지역 일으키기 협력대 대원 창업지원으로 창업 관련된 경비를 클라우드펀딩형 고향세로 모집 · 세이요시 중심부의 중요 전통적 건조물군 보존지구에 고민가를 Cafe&Bar로 오픈, 지역커뮤니티의 장으로 활용

자료: 행정안전부(2022)

(6) 관광·교류

지자체	사례명	주요내용
후쿠시마현 쇼와촌	80년 폐교를 사람이 모이는 거점으로	· 1937년 건축된 목조건물 초등학교로 1980년에 폐교 후 몇 번 해체 위기, 새롭게 옛 정신 이어받는 「배움의 장」, 마을 사람들 「교류의 장」으로 보수 · 새로운 「관광 스폿」활용, 비용은 크라우드 펀딩형 고향세로 모집, 기부자에게는 진척 상황을 보고
아이치현 이누아마시	기소강(川) 우카이 전통을 미래에 연결	· 전통적 고대어법 우카이(길들인 우(鵜, 사다새)를 사용, 은어 등을 잡는 전통적인 어법)를 보존하기 위하여 고향세 활용 · 우카이를 자세히 소개, 공감하는 사람들로부터 기부를 모음
시가현 히노정	역사 있는 역 재생과 활기 창출	· 현존하는 몇 없는 목조 기차역 히노역 재생 프로젝트 2016년 시작, 크라우드 펀딩형 고향세를 재원으로 공사, 2017년 준공 · 기부자에게 역 재생 축하 이벤트에 초대, 기부자 포함 2,000명 이상이 이벤트에 참가
와카야마현 다나베시	성지순례를 이 끄는 유구한 자연을 지키기	· 다나베시의 성지 순례를 위한 공중화장실 정비, 외국인 여행자를 위한 다국어 안내 간판 설치 등의 사업에 고향세 활용 · 산림이나 옛길 환경 정비 하고, 기부자에게 관광팸플릿 보냄
돗토리현 히노정	고향에 애착이 있는 사람들의 연결을 활용	· 마을 활기치게 하는 사업, 마을과 관련된 테마 주민 뮤지컬을 개최, 개최 비용과 어린이 도서구입 비용으로 고향세 활용 · 기부자에게 마을행사 홍보 안내지와 함께 고향 주민표(퍼블릭코멘트참가 등의 서비스를 제공, 190명이 등록) 신청서 제공

[표 계속]

지자체	사례명	주요내용
오카야마현 마니와시	지역일으키기 협력대에 의한 인터내셔널 쉐어 하우스 개업	· 빈 집을 활용, 지역자원의 발굴, 세계에의 발신의 장으로서 인터내셔널 쉐어하우스를 개설 · 개설비용과 일본 시골 생활 체험을 원하는 외국인 거주 스페이스 제공을 위한 자금으로 크라우드 펀딩형 고향세를 모집 · 주민이나 시외 자원봉사자들이 잔디깎이, 청소, 도배 등 여러 가지 형식으로 도와주고, 기부자를 오프닝 행사에 초대
고치현 무로토시	학교 존속을 위한 지역 일체 이주 촉진의 추진	· 인구 감소에 따라 폐교 위기에 처한 학교 존속시키기 위하여 육아세대의 이주를 촉진시키기 위한 PR을 실시, 교직원 주택 리폼하여 이주체험 주택으로 제공, 비용으로 고향세를 모집 · SNS를 통해 사업내용을 홍보함과 동시에 기부자에게 아이들 제작한 죽공예와 편지를 보냄
고치현 오치정	일본의 시골을 느낄 수 있는 게스트하우스	· 좋은 자연환경 관광자원이 있음에도 불구하고 숙박시설 부족, 일본 시골을 컨셉으로 한 게스트하우스를 건축, 비용을 크라우드 펀딩형 고향세로 활용
후쿠오카현 오무타시	세계문화유산 미이케탄광을 세계에 발신	· 2015년 미이케 탄광 세계문화유산으로 등록 계기로 탄광전차이동 전시하기로 하고 비용을 크라우드펀딩형 고향세로 모집. · 기부자에게 실제로 방문하여 체험해 볼 수 있도록 탄광전차 운전석의 견학이 가능한 티켓을 보내고 기부자의 이름이 들어있는 기념판을 침묵(선로)를 받치는 나무토막)에 설치

자료: 행정안전부(2022)

(7) 환경

지자체	사례명	주요내용
아이치현 오와리 아사하시	귀중한 습지와 생태계 보전에 대한 대응	· 습지 산책로로 정비된 목재로 된 길이 설치한지 20년 이상이 경과하여 훼손이 심해 재정비가 필요. 고향세를 활용 보수 · 대피소에 고향세에 의해 재정비되었음을 표시하여 알리고 홈페이지에도 상황을 보고 · 기부자가 사용용도를 고를 수 있도록 14개의 사용용도로부터 선택 가능하게 하고, 구체적 사업내용과 필요한 금액을 표시
나라현 이코마시	이코마산의 삼림과 사람들 생업을 지키다	· 벌채를 통해 나라가레(ナラ枯れ, 시들음병, 나무전염병) 피해 확대 방지, 산림 보호, 농산물 피해경감 위해 포획틀로 연간 수백마리의 멧돼지를 포획하는데 고향세 활용. · 기부자에게 기부실적, 사용내용 보고, 관광가이드북 송부
오кина와현 요미탄촌	아름다운 산호초 바다 지키다	· 생태계 배려 산호 이식 사업 실시, 비용을 고향세로 활용 · 지역 다이버가 산호를 이식하고 기부자의 이름 플레이트와 같이 사진을 찍어「바다로부터의 감사장」기부자에게 보냄

자료: 행정안전부(2022)

(8) 안전·부흥

지자체	사례명	주요내용
도쿠시마현	생명을 지키는 재해구조건, 테라피견 키움	· 동물애호관리센터에 수용되는 개 중에서 「재해구조견」, 「테라피견」, 「후레이아활동견」 등의 육성을 현내 훈련소 협력하여 실시. 비용을 고향세로 활용 · 「재해시의 준비」, 「동물애호 추진」이라는 좋은 의도 공감 많이 받고, 개들 활동을 홈페이지 등으로 적극적으로 제공
후쿠오카현 후쿠오카시	안전·안심 마을 만들기	· 「후쿠오카시 소방구급기금」설치, 소방 구급차 등의 정비나 구급차에서 사용하는 수액, 기도를 확보하는 장비 등의 구입 비용으로 고향세를 모집 · 2016년 구마모토 지진, 2017년 규슈북부호우 시에 고향세를 활용 피해지역에 소방지원활동. 기부자에게는 사업실적보고서와 시의 관광팸플릿을 송부
구마모토현 구마모토시	구마모토 지진으로부터의 복구·부흥을 위해	· 2016년 구마모토 지진 복구 부흥에 관련된 고향세는 기부자에게 원하는 기부가 되도록 사용 용도를 6개의 메뉴로부터 선택 가능하게 하여 많은 기부를 받게 되었음 · 기부자에게는 부흥 관련 이벤트 등에 초대, 참여를 통해 복구 기여하고 있음을 실감하게 함

자료: 행정안전부(2022)

3) 전라북도 기금활용 사업추진방향

(1) 사업 우선순위

- 일본의 고향납세는 우리나라보다 사업영역이 넓으며 교육인재육성부터 재해지원복구까지 10개 분야
- 고향납세를 통해 지자체가 추진한 사업순위는 10개 분야 중 교육 및 인재양성, 건강·의료·복지 분야, 아동·육아분야, 지역산업진흥 분야 순

〈표 5-1〉 일본 고향납세 기부금에 의한 지방정부의 주요사업

사업분야	지방정부	사업분야	지방정부
교육·인재양성	1,370	스포츠·문화진흥	1,116
건강·의료·복지	1,343	마을만들기·시민활동	1,066
아동·육아	1,323	관광·교류·정주촉진	1,027
지역·산업진흥	1,257	안전·방재	776
환경·위생	1,174	재해지원·복구	289

자료: 일본 총무성(2020), 고향납세에 관한 현황조사 결과, 경기연구원(2020) 재인용

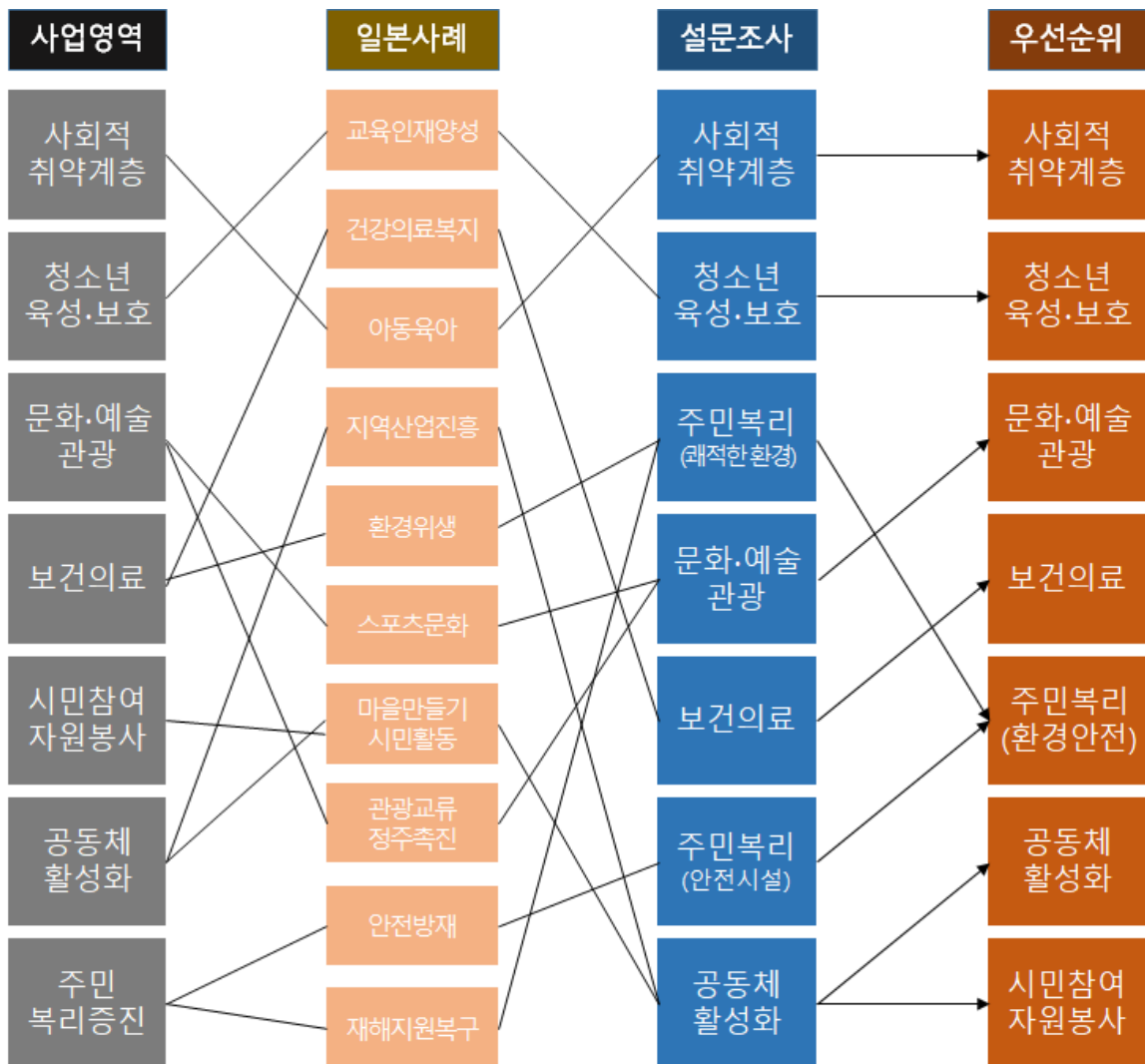
- 도내, 출향민, 도외 시민을 대상으로 추진한 설문조사에서 고향사랑기부금 희망 사업영역은 취약한 주민지원, 쾌적한 환경지원, 문화예술관광증진, 청소년 등 인재양성 순
 - 출향민이 선호하는 사업은 취약한 주민지원, 청소년 등 인재양성, 쾌적한 환경지원, 문화예술관광증진, 보건의료시설지원, 안전한 시설지원, 마을공동체지원, 기타 순
 - 전라북도민은 취약한 주민지원, 쾌적한 환경지원, 문화예술관광증진, 청소년 등 인재양성, 보건의료시설지원, 안전한 시설지원, 마을공동체지원 순
 - 타 지역주민은 취약한 주민지원, 쾌적한 환경지원, 문화예술관광증진, 보건의료시설지원, 청소년 등 인재양성, 안전한 시설지원, 마을공동체지원 순

〈표 5-2〉 고향사랑기부금 희망 사용사업

(단위: %)

구분	범주	취약한 주민 지원	청소년 등 인재 양성	보건의료 시설 지원	문화예술 관광 증진	안전한 시설(설비) 지원	쾌적한 환경 지원	마을공동체 지원	기타
성별	남성	36.4	17.5	7.7	13.5	4.2	15.4	5.1	0.3
	여성	33.3	11.2	13.0	15.3	8.0	15.6	3.0	0.6
연령	20대	38.9	11.9	7.1	17.5	7.1	13.5	3.2	0.8
	30대	35.3	17.6	11.8	16.0	6.7	10.9	1.7	
	40대	37.7	12.6	9.0	16.8	4.2	17.4	2.4	
	50대	35.6	15.9	9.2	13.0	5.4	16.7	3.3	0.8
	60대	32.1	14.9	11.5	12.5	6.3	15.7	6.5	0.5
	60대이상	32.1	14.9	11.5	12.5	6.3	15.7	6.5	0.5
고향 거주 형태	출향민	35.5	20.4	6.7	13.7	3.0	14.4	5.0	1.3
	전라북도민	34.8	13.6	9.5	15.0	7.0	16.1	3.7	0.4
	타지역주민	34.8	11.7	12.5	14.3	7.1	15.8	3.9	

- 전라북도 고향사랑기부금 사업은 일본의 고향납세 우선순위와 설문조사에서 나타난 사업우선순위를 고려하되 법령에서 제안한 사업영역을 중심으로 우선순위 선정
- 특히, 고향사랑기부금을 가장 많이 낼 것으로 예측되는 주체인 출향민의 희망 사업영역을 우선적으로 고려하여 사업의 우선순위 선정
- 그 결과 전라북도 고향사랑기부금의 사업영역은 사회적 취약계층지원, 청소년 육성 및 보호, 문화예술관광 증진, 보건의료, 복리증진(주민안전), 공동체활성화, 시민참여·자원봉사 순으로 우선순위 선정



〈그림 5-2〉 고향사랑기부금 사업 우선순위

(2) 사업발굴 원칙 및 추진방향

- 세부추진과제는 법률에서 제안한 4대 분야를 세분화한 7대 영역별로 사업추진방향을 설정
- 사업발굴의 원칙은 신규사업, 도민 전체혜택사업, 균형발전 기여사업으로 하고 이에 맞는 사업발굴 추진
- 사업발굴 원칙 첫 번째는 신규사업을 우선으로 발굴하되 시·군에서 추진하는 사업 중 도민전체로 확대 가능한 사업의 경우 발굴추진
- 여기서 신규사업이란 현재 전라북도 실국에서 추진하는 사업과 향후 추진예정인 인구감소대응기금사업에서 추진할 예정인 사업과 중복되는 사업을 제외하고 예산부족 등의 이유로 추진하지 못했던 새로운 사업을 발굴예정
- 또한 전라북도 현재 추진 중인 사업과 중복되지 않으면서 전라북도 전체로 확대가 가능한 시·군 추진사업 발굴
- 둘째, 특정한 지역이나 계층이 아닌 전라북도민 전체에 혜택이 갈 수 있는 사업으로 발굴
- 전라북도는 광역지자체로서 특정지자체나 특정 사람이 아닌 도민 전체를 대상으로 하는 사업으로 제한
- 다만, 성이나 연령, 인종이나 소득 등의 차이에 의해 나타나는 전라북도 전체의 소외계층을 대상으로 하는 사업의 경우는 가능
- 셋째, 지역 간 균형발전을 도모할 수 있는 사업을 발굴하여 추진
- 고향사랑 기부금제도의 취지 자체가 열악한 지방재정 확충과 지역 균형발전에 있기 때문에 사업발굴 또한 지역의 균형발전을 위해 필요한 사업을 발굴하는 것을 원칙으로 정함
- 위 사업발굴 원칙에 따라 7대 영역별로 고향사랑기금사업추진의 방향을 설정하고 방향에 따른 세부사업 발굴제안

〈표 5-3〉 분야별 세부사업과제(안)

7대영역	추진방향	사업예시
사회적 취약계층지원	전라북도 취약계층 공공인프라 확대	경로당 현대화지원, 공공산후조리원 건립
청소년 육성·보호	지역인재가 지역을 키우는 인재의 선순환 구축	글로벌 인재육성지원, 지역-대학 공공인재프로젝트
문화·예술·관광	마을단위 문화예술관광 거점 조성	마을기록관설립, 농촌관광 거점마을 조성
보건의료	공공의료서비스 확대	도립 공공요양원 건립, 왕진서비스 확대
주민복리(환경·안전)	환경개선 및 재해복구	악취 및 수질 등 환경개선, 재난재해 복구지원
공동체활성화	빈곤 노인의 소득 및 고용보장	마을자치연금확대, 마을기업육성지원
시민참여·자원봉사	도시와 농촌의 교류확대	도시초등학생 농촌체험이동교실, 고향발전 자원봉사

4) 기금활용사업 추진방향

(1) 전라북도 취약계층 공공인프라 확대

- 전라북도 취약계층관련 사업은 영유아, 여성, 노인, 결혼이민자 등 다양한 분야에 대한 사업을 추진하고 있으나 재정이 열악해 추진하지 못하거나 균형발전 차원에서 추진해야할 사업을 고려했을 때 영유아·여성과 노인에 대한 사업추진을 통해 고향 주민들의 삶의 질 개선에 기여하는 것이 필요
- 전라북도의 농촌지역은 공공인프라가 부족해 특히 영유아·임산부와 노인 등 취약계층의 삶의 질이 현저히 낮음
- 전라북도 연령별 인구를 보면 60대 이상이 41.86%로 압도적인 비율을 차지하고 있으며 전라북도 내 고령화비율은 임실군(34.56%), 진안군(33.78%), 순창군(33.03%), 고창군(32.98%), 장수군(32.85%) 순이며 가장 낮은 곳은 전주시(14.32%), 군산시(17.93%), 익산시(18.74%), 완주군(22.2%) 순임
- 60대 이상 노인비율이 높으면서 농촌지역일수록 30인 미만의 영세한 경로당의 숫자가 많아 고향에 살고 계신 부모님과 어르신들의 휴식공간이자 삶의 공간으로서 경로당에 대한 관심이 더욱 높음

〈표 5-4〉 전라북도 경로당 현황

시군명	30인 미만	50인 미만	100인 미만	100인 이상	미등록 경로당	회원수
전주시	199	324	108	4	29	25,311
군산시	254	211	57	1	1	16,544
익산시	280	285	114	5	90	23,262
정읍시	355	267	80	2	23	20,155
남원시	225	168	92	6	0	17,434
김제시	321	232	70	3	21	19,525
완주군	238	148	53	1	50	14,458
진안군	262	56	8	0	0	7,608
무주군	195	68	7	0	0	6,565
장수군	192	73	12	0	0	7,011
임실군	237	86	23	0	0	8,907
순창군	271	95	6	0	0	8,569
고창군	374	187	35	4	0	15,318
부안군	323	132	17	0	0	12,469
합계	3,726	2,332	682	26	214	203,136

자료: 공공데이터포털, data.go.kr

- 고향사랑기부금을 경로당 현대화에 사용함으로써 고향 부모님과 어르신들이 따뜻한 겨울과 시원한 여름을 날 수 있도록 지원하고 문화, 보건, 스포츠 등 시설지원을 통해 건강한 노후생활을 위한 복합공간화에 기여
- 또한, 고향사랑기부금은 응급의료와 분만산부인과 등의 기초보건의료분야에서의 의료 사각지대를 해소하고 농촌지역의 취약한 의료사각지대를 해소하는데 예산활용 필요

〈표 5-5〉 전라북도 의료취약지역 현황

구분	취약지역
응급의료취약 (9개)	고창군, 남원시, 무주군, 부안군, 순창군, 임실군, 장수군, 정읍시, 진안군
분만출산취약지역(7개)	완주군, 진안군, 무주군, 장수군, 임실군, 순창군, 부안군

- 지방소멸 위기에 놓인 자치단체는 인구감소와 저출산에 기인하여 임신·출산·양육 인프라가 취약해지고 있으며, 퇴보된 출산 인프라 및 서비스 불균형은 지역 내 출산기피로 이어지는 악순환 반복
- 출산·산후조리 취약지역 및 사각지대를 연계하는 공동인프라 조성(권역)을 통해 「임신-출산-산후건강관리」등 출산친화 환경조성으로 출산을 제고
- 분만출산 취약지역을 생활권역으로 나누고 생활권역별 전라북도 공공산후조리원 건립 및 산모와 신생아의 산후조리 및 양양을 위한 출산 친화적 환경조성 필요

(2) 지역인재가 지역을 키우는 인재의 선순환구축

- 지역인재 특히 청년인재의 필요성은 새로운 정보에 대한 습득과 창의적 일을 만들어내어 지역에 활력을 불어넣는 사람이 얼마나 있느냐의 문제와 직결
- 세계의 성공한 100대기업 중 87%가 10-40대 사이에 창업한 기업으로 페이스북은 마크 저커버그가 19살에, 마이크로소프트는 빌게이츠가 20살에, 애플은 스티브잡스가 21살에 창업한 기업
- 하지만 전라북도의 유소년(14세 이하)비율은 5개년 평균 12.09%로 전국 평균인 12.48%보다 낮으며 도내 청년인구는 매년 -3.08로 감소 중
- 지역인재 육성을 위해서는 첫째, 지역에 있지만 글로벌 마인드를 가진 인재로 육성하기 위해 지역인재를 글로벌 인재로 육성하는 프로그램 운영
- 지역인재의 글로벌 인재육성을 위해서는 학령층(5~14세)인구의 글로벌 감각과 언어능력 함양을 위한 지원체계구축
- 20대 이상의 청년인구의 경우 해외연수나 혁신기업에 대한 해외 인턴 등의 혁신역량강화에 초점

〈표 5-6〉 시군별 청년(19~34세) 순 이동자 수 및 이동률

(단위: 명, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	5년 평균 이동률
전북	-8,341	-11,694	-11,531	-10,286	-8,219	-3.08
인구감소 외 지역	전주	-2,726	-1,362	-942	-458	-0.82
	군산	-1,659	-1,508	-1,370	-1,264	-2.98
	익산	-162	-3,329	-3,226	-3,089	-4.33
	완주	-281	-655	-843	-395	-3.39
인구감소 지역	정읍	-854	-960	-1,018	-1,011	-5.75
	남원	-543	-592	-785	-603	-5.49
	김제	-505	-625	-664	-676	-5.16
	진안	-93	-180	-104	-232	-5.66
	무주	-118	-129	-145	-203	-5.24
	장수	-298	41	-337	-225	-7.66
	임실	-173	-34	-439	-622	-8.48
	순창	-182	-242	-317	-295	-8.01
	고창	-299	-1,408	-770	-632	-10.02
	부안	-448	-711	-571	-581	-8.18

주1. 순이동 = 전입 - 전출. 순이동률(%) = [연간 순 이동자 수/주민등록연앙인구]×100

자료: 통계청(www.kosis.kr/)

- 둘째, 지역 특성화 교육기반 구축을 통한 지역특화 교육 및 대학-지자체 연계 공공 인재 프로젝트 추진
- 초, 중, 고등학교 교육의 지역특화 프로그램운영은 물론 대학과 마을 간의 협력프로그램 운영으로 고령친화형 무장애마을 만들기, 마을재생, 마을자원 비즈니스모델 만들기 등 다양한 지역특화형 공공인재 육성

일본 대학-지자체 공공인재 프로젝트

대학들은 '지역공공인재 육성코스' 등으로 불리는 학부 또는 대학원을 개설하고 정규 학사행정을 운영함과 동시에 이 프로젝트에 참여하는 지자체, 공공기관, 시민사회단체 등에는 정책 컨설팅을 지원하고 있다.

지자체는 내부 인력수요를 파악해 이 코스를 수료한 인재를 우선 채용하고 관련 사업비를 지원함과 동시에 대학에 대한 행·재정 지원을 제공한다. 지역 내 공공기관도 이 코스의 학생들을 적극 채용할 뿐만 아니라 그들에게 장학금을 지원하며 또 대학의 공식 수업으로 설치된 현장실습 세미나 등의 멘토로 참여한다.

시민사회단체나 사회적 경제조직 역시 학생들에게 지역사회 문제들과 관련한 현장실습의 기회와 전문적인 멘토링을 제공할 뿐만 아니라 그들이 필요로 하는 인재들을 교육하고 채용한다.

류코쿠대학의 경우, 이 프로젝트에 참여하고 있는 기관들의 임직원도 코스의 학부생 또는 대학원생으로 참여해 현장 경험이 없는 젊은 학생들과 필드 스터디 팀을 조직해 꽤 강도 높은 멘토링을 제공하고 있고 또 그들 스스로도 보다 높은 차원의 전문성을 확보하고 있다.

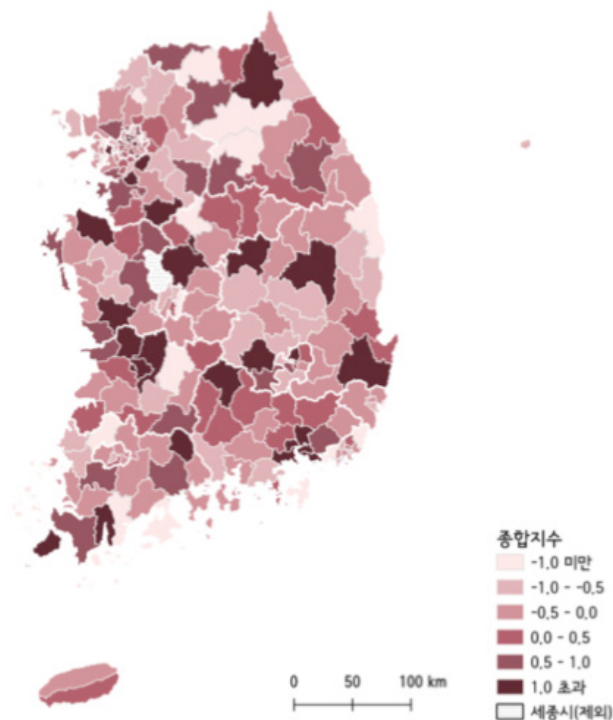
일본의 경우 이 코스 수료생들의 대부분이 해당지역 지자체와 공공기관의 전문 직원, 시민운동가, 사회적 경제기업가로 활동하고 있다. 또 이 코스가 설치된 오사카, 요코하마, 교토는 흥미롭게도 청년 실업률이 매우 낮게 나타나고 있는 곳일 뿐 아니라 사회적경제의 성숙도도 높게 나타나고 있다. 이 프로젝트 이후에 협치가 제도화되면서 지자체, 공공기관과 시민 간 신뢰, 소통, 호혜와 같은 사회적 자본 역시 풍요롭게 축적되고 있는 도시로 나타나고 있다.

자료 : Usline(유스라인)(<http://www.usline.kr>)

- 셋째, 타시도 또는 해외 지역인재의 지역 내 유입지원으로 능력 있는 지역인재의 귀향강화
- 청년의 인구이동은 더 많은 것을 보고 들으며 배우고, 더 많은 사람을 만나 인적 네트워크를 강화하고, 더 많은 경험으로 경험치를 확대하기 위한 자연스런 현상으로 이렇게 능력을 함양한 지역인재를 다시 고향으로 유치하는 귀향 청년에 대한 지원은 반드시 필요한 사업
- 많은 지자체들이 이미 귀향 청년을 위한 일자리마련 및 이주비 지원을 하고 있어 전라북도의 귀향청년인재 정책추진 필요

(3) 마을단위 문화예술관광 거점조성

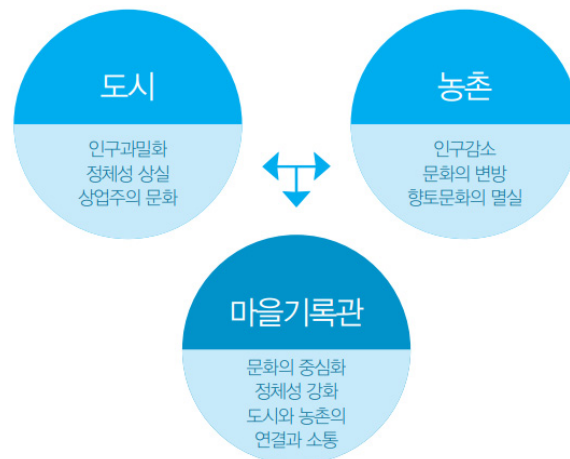
- 문화체육관광부가 3년 단위로 조사하는 2020년 지역문화종합지수에 의하면 문화정책과 자원분야는 비수도권이 높으나 문화활동 부문은 수도권이 높음
- 특히 문화활동분야의 수도권과 도시의 집중현상은 2017년에 비해 더욱 집중화되고 있어 농촌지역의 문화활동을 위한 방안모색이 필요한 상황
- 전라북도는 시 단위에서의 전주시와 군단위에서 완주군이 지역문화종합지수에서 순위권에 있지만 동부권을 포함한 군 지역의 문화향유지수는 매우 취약한 상황



자료: 문화체육관광부, 2020, 지역문화 실태조사 및 분석연구

〈그림 5-3〉 시군구별 지역문화종합지수 현황

- 전라북도 문화예술관광관련 사업은 문화예술관광 취약지역인 농촌지역의 마을단위를 중심으로 추진
- 마을단위의 문화자원과 마을주민의 삶과 이야기를 담은 “마을기록관”설립을 통해 잊혀져가는 고향의 이야기를 복원하고 언제나 찾아가면 고향에 대한 이야기를 보고 들을 수 있도록 기록조사 및 전시관 건립



자료: 김덕목, 2013, 마을기록관을 설립하자

〈그림 5-4〉 도시와 농촌의 문화적인 삶을 선도하는 마을기록관

- 현재 추진 중인 농촌관광거점마을의 개선을 통한 마을단위의 관광거점 조성과 프로그램 운영 사업확대 필요
- 지역별·계절별·테마별 농촌관광 코스개발과 위케이션 거점공간 조성 등 새로운 트렌드에 맞는 농촌관광 거점마을 조성사업 추진

(4) 공공의료 서비스 확대

- 농촌지역의 의료서비스는 도시에 비해 의사는 물론 의료시설의 부족으로 도시와 농촌 간의 의료서비스 격차가 심화되고 있는 상황
- 특히 농촌지역의 경우 고령화에 의한 의료서비스의 수요는 증가하고 있지만 이를 해소할 의료체계는 태 부족
- 국토연구원(2020)의 응급의료 취약지도로 본 농촌vs도시에 의하면 152개 시군의 평균 취약인구비율이 군단위로 갈수록 종합병원, 응급의료시설, 소방서 모두 증가하고 있으며 특히 응급의료시설의 경우 시(20.5%)와 군(60.3%)이 39.8%의 차이를 보이고 있음

- 전라북도의 응급의료 매우 취약지역은 무주군, 순창군, 임실군, 진안군이고 취약지역은 장수군으로 동부권이 응급의료에 매우 취약한 상황
- 기본적인 보건의료 인프라가 취약한 지역은 의료원 등의 공공의료시설을 확충하고 보건의료취약지역에서 대해서는 의료인력과 의료장비를 지원하여 농촌지역의 의료 접근성을 향상시키는 방향으로 예산투입 필요
- 공공의료 인프라 확충과 함께 현재 운영 중인 농촌지역 공공의료기관의 운영비 지원을 통한 농촌지역 주민의 의료서비스 이용률 제고 필요

등급 (종합점수)	개수	해당 시·군·구
I (0-1) 매우 취약	21	[강원도] 인제군, 정선군, 평창군 [경기도] 가평군 [경상남도] 산청군, 하동군, 합천군 [경상북도] 군위군, 봉화군, 영양군, 의성군, 청송군 [전라남도] 보성군, 영암군, 함평군 [전라북도] 무주군, 순창군, 임실군, 진안군 [충청북도] 단양군, 영동군
II (2-3) 취약	39	[강원도] 고성군, 양구군, 양양군, 철원군, 화천군, 횡성군 [경기도] 양평군, 여주시 [경상남도] 거창군, 고성군, 남해군, 사천시, 의령군, 창녕군, 함양군 [경상북도] 고령군, 성주군, 영덕군, 예천군, 울진군, 청도군 [세종특별자치시] [전라남도] 강진군, 고흥군, 곡성군, 구례군, 장흥군, 진도군, 해남군 [전라북도] 장수군 [충청남도] 금산군, 부여군, 서천군, 청양군, 태안군 [충청북도] 괴산군, 보은군, 음성군, 증평군
III (4-5) 보통	32	[강원도] 삼척시, 영월군, 홍천군 [경기도] 동두천시, 연천군, 포천시 [경상남도] 밀양시, 함안군 [경상북도] 경주시, 문경시, 상주시, 안동시, 영주시, 영천시 [부산광역시] 강서구 [인천광역시] 강화군 [전라남도] 나주시, 담양군, 영광군, 완도군, 장성군, 화순군 [전라북도] 고창군, 김제시, 부안군, 완주군 [충청남도] 계룡시, 공주시, 당진시, 보령시, 예산군 [충청북도] 옥천군
IV (6-7) 양호	76	[강원도] 태백시 [경기도] 광주시, 남양주시, 수원시 영통구·팔달구, 안성시, 양주시, 용인시 처인구, 이천시, 파주시, 평택시, 화성시 [경상남도] 거제시, 진주시, 창원시 마산합포구·의창구·진해구, 통영시 [경상북도] 경산시, 김천시, 울릉군, 칠곡군, 포항시 남구·북구 [대구광역시] 남구·달성군·서구·중구 [부산광역시] 동구·동래구·부산진구·북구·서구·수영구·연제구·영도구·중구·해운대구 [서울특별시] 광진구·구로구·금천구·동대문구·동작구·마포구·서대문구·성동구·성북구·송파구·양천구·영등포구·용산구·중구·종로구 [울산광역시] 울주군 [인천광역시] 동구·미추홀구·부평구·옹진군·중구 [전라남도] 광양시, 무안군, 순천시, 신안군 [전라북도] 남원시, 익산시, 정읍시 [제주특별자치도] 서귀포시, 제주시 [충청남도] 논산시, 서산시, 아산시, 홍성군 [충청북도] 제천시, 진천군, 청주시 상당구, 충주시
V (8-9) 매우 양호	82	[강원도] 강릉시, 동해시, 속초시, 원주시, 춘천시 [경기도] 고양시 덕양구·일산동구·일산서구, 과천시, 광명시, 구리시, 군포시, 김포시, 부천시, 성남시 분당구·수정구·중원구, 수원시 권선구·장안구, 시흥시, 안산시 단원구·상록구, 안양시 동안구·만안구, 오산시, 용인시 기흥구·수지구, 의왕시, 의정부시, 하남시 [경상남도] 김해시, 양산시, 창원시 마산회원구·성산구 [경상북도] 구미시 [광주광역시] 광산구·남구·동구·북구·서구 [대구광역시] 달서구·동구·북구·수성구 [대전광역시] 대덕구·동구·서구·유성구·중구 [부산광역시] 금정구·기장군·남구·사상구·사하구 [서울특별시] 강남구·강동구·강북구·강서구·관악구·노원구·도봉구·서초구·은평구·종로구 [울산광역시] 남구·동구·북구·중구 [인천광역시] 계양구·남동구·서구·연수구 [전라남도] 군산시, 목포시, 여수시, 전주시 덕진구·완산구 [충청남도] 천안시 동남구·서북구 [충청북도] 청주시 서원구·청원구·홍덕구

주: 등급 및 종합점수는 표준편차에 따라 분류한 계급구간을 0~3점의 점수를 차등 부여한 후 각 사실의 점수를 합산한 것이며, I 등급이 취약인구비율이 가장 높고 V 등급이 가장 낮음을 의미, 등급 내 시·군·구의 순서는 가나다순임.

자료: 국토연구원, 2020, 응급의료 취약지도로 본 농촌vs도시

〈그림 5-5〉 응급의료 취약인구비율 시군구 격차분석

- 노인인구가 집적되어 있는 응급의료 취약지역의 의료서비스 강화를 위해 가장 필요한 시설이 노인의 의료를 책임지는 질 높은 의료요양시설로 고향사랑기부금을 활용한 '도립 공공요양원' 설립과 운영 등의 사업추진 필요
- 국가에서 운영하는 공공요양원의 경우 시설에 비해 비용이 저렴해 대기수요가 많아 전라북도차원에서 도립 공공요양원을 설립하여 운영하는 방안 검토 필요

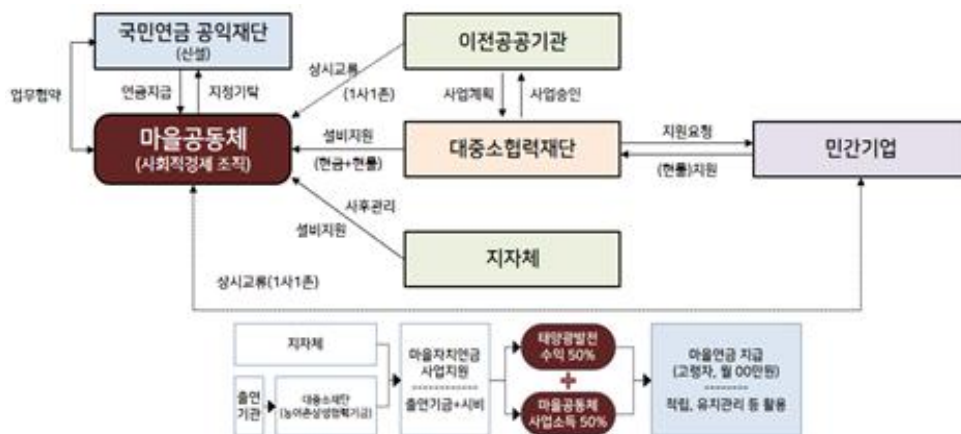
- 이 외에도 병을 가진 어르신들을 의사들이 직접 찾아가서 진료하고 이차 치료로 연계될 수 있도록 하는 '왕진 서비스'를 확대할 필요가 있음
- 현재 공공보건의로사로 한정되어 있는 왕진 서비스를 일반 의사까지 확대하고 그 비용을 고향사랑기부금을 활용하여 고향의 의료 취약계층과 어르신들의 건강한 삶을 보장하는데 쓰일 수 있도록 사업 추진

(5) 환경개선 및 재해복구

- 세계로 연결되는 교통인프라 구축과 기업유치 등을 통해 세계적인 국제도시로의 도약을 모색하고 있는 새만금의 성공적인 추진을 위해서는 깨끗한 수질을 유지하기 위한 수질개선사업이 선행되어야 함
- 새만금 위원회는 새만금유역 제3단계 수질개선대책 계획으로 새만금호 목표 수질을 중·상류 농업용지구간은 4등급(총유기탄소량 6.0mg/L 이하·총인 0.10mg/L 이하 등), 하류 도시용지구간은 3등급(총유기탄소량 5.0mg/L 이하·총인 0.05mg/L 이하 등)으로 설정
- 이를 위해 1조6천875억원을 투입해 하수·가축분뇨처리시설이 확충되며, 비점오염이 심각한 지역은 '비점오염관리지역'으로 지정하여 새만금호가 오염되지 않도록 정체수역 수질개선사업 추진 예정
- 새만금 수질개선과 더불어 전라북도로 들어오는 고속도로 관문인 왕궁리는 축사가 많아 악취가 고질적인 민원 중 하나
- 전라북도는 지속적으로 왕궁리 축사를 매입하고 가축분뇨에 대한 정화를 통해 새만금 수질은 물론 악취문제를 해결하기 위해 노력 중
- 고향사랑기부금을 활용하여 악취제거사업에 활용하여 고속도로를 통해 전라북도로 들어오는 관문인 왕궁리를 통과할 때 기부자가 자신의 기부금에 의해 악취가 제거된 것으로 몸으로 체험할 수 있는 사업 추진
- 또한, 자연재난이나 재해로 인한 피해를 복구하는데 긴급한 비용이 들어갈 때 고향사랑기부금 활용 필요
- 일본의 경우 고향사랑기부금이 대폭으로 증가하는 시기는 대부분 재난재해상황시 그 지역에 기부금 증가
- 재난재해복구는 상시적 사업으로 추진하기 보다는 재난재해가 발생하여 긴급하게 사용해야 할 때 활용하는 방식으로 사업 추진

(6) 빈곤노인의 소득 및 고용보장

- 농촌지역은 농촌인구 감소로 인한 공동체 활력저하와 인구한계마을이라는 마을소멸의 문제에 직면
- 2021년 기준 전라북도 65세 이상 고령인구 비율은 22%로 고령사회에서 초고령사회로 진입을 앞두고 있음
- 전라북도 과소화마을(2016년 기준)은 경계마을 353개로 5.1%, 심각마을 301개로 전북마을 전체의 4.3%에 달함
- 농촌이 가지고 있는 공동자원을 활용하여 기업이나 공공기관이 공동으로 만든 수익모델과 마을공동체 사업으로 만들어진 소득의 일부를 농촌 노인들의 노후소득 보완으로 지급하는 마을자치연금이 새로운 마을활성화의 대안 부각
- 통계청에 따르면 2018년 기준 농어민 국민연금 가입률은 35.6%로 전체(70.9%)의 절반에 불과
- 전라북도 익산시는 2019년 국민연금공단과 ‘지역문제 해결을 위한 사회적 가치 실현사업 추진 업무협약’을 체결하고 2020년 익산시, 국민연금공단, 대중소기업농업협력재단, 한국전기안전공사, 농업기술실용화재단, 새만금개발공사, 한솔테크닉스와 업무협약을 통해 농촌자치연금 시범사업을 추진하여 2021년 8월부터 마을주민 28명에게 월 10만원의 마을자치연금을 지급한 성공적 경험을 공유하고 있음



자료 : 황영모 & 배균기. (2021). 지역을 살리는 농촌마을 자치연금 실천사례와 확대방안. 이슈브리핑 254호. 전북연구원.

〈그림 5-6〉 익산시 마을자치연금 운영체계

- 마을 공동체의 공동자산을 활용한 생산, 판매, 체험 등의 소득과 태양광 설치지원 등을 통해 얻은 수익을 경제활동이 어려운 마을 고령자에게 연금으로 지급하는 마을 자치연금 운영체 설립 지원

- 마을자치연금의 성공적인 운영을 위한 인력양성과 마을자치의 역량강화 및 컨설팅을 위해 전라북도 차원의 마을자치연금 교육 및 지원조직 운영
- 마을공동체 활성화를 위해 지역주민이 각종 지역자원을 활용한 수익사업을 통해 공동의 지역문제를 해결하고, 소득 및 일자리를 창출하여 지역공동체 이익을 효과적으로 실현하기 위해 설립·운영하는 마을단위의 기업인 마을기업 육성지원
- 고향사랑기부금을 활용한 마을기업 육성지원사업은 마을공동체 활성화를 위한 주체의 육성과 지역 경제활력에 기여할 것으로 기대

마을기업이란?

- (지역자원) 지역에 존재하는 유무형의 자연적, 문화적, 역사적 자산
- (지역문제) 전체 주민의 생활의 질 향상을 위해 필요한 사항
- (지역공동체 이익) 마을기업의 이익뿐만 아니라 지역사회 전체가 얻게 되는 편익의 총합
- (마을) 지리적으로 타지역과 구분되는 경계를 가지면서 지역 내부에 상호관계나 정서적 공감대가 형성되어 있는 곳

(7) 도시와 농촌의 교류확대

- 고향의 균형발전을 위해 시민참여가 가능한 사업으로 도시민들의 농촌에 대한 방문과 교류를 확대하는 방안 제안
- 현재 많은 지자체들이 자매결연 도시를 지정하여 운영하고 있으나 형식적인 교류에 그치고 있어 이를 실제적인 교류로 추진하기 위한 지원 필요
- 부안군의 경우 경기도 안산시, 고양시, 광명시, 부산광역시 수영구, 중구, 경상북도 포항시, 충청북도 충주시 등과 자매결연도시를 체결하고 있으나 협약식과 농산물 팔아주기 정도의 교류협력 추진 중
- 전라북도 시·군이 자매결연도시에 소재하고 있는 초등학교와 시·군 소재의 초등학교와 교류협력을 체결하고 초등학교 교과목에 농촌체험을 추가하여 시골학교에서 2박3일정도 체류하면서 농촌체험을 교육받을 수 있도록 도시초등학생 농촌체험 이동교실 운영
- 고향사랑기부금을 활용하여 도시소재 초등학생들의 농촌체험 이동교실을 위한 교통편과 체류비를 지원하여 도시와 농촌의 실질적인 교류확대 지원
- 고향사랑 기부자 중 다양한 분야의 전문가들이 전라북도의 다양한 행사나 사업에 참여할 경우 이를 지원하는 ‘고향발전 자원봉사’사업 추진
- 고향사랑 자원봉사는 전라북도에서 이루어지는 다양한 축제나 행사의 자원봉사는 물론 도시재생, 마을기업 등 전문적 분야에도 참여하여 기부자의 재능을 고향에 기여하는 방식으로 추진



〈그림 5-7〉 부여군 농촌체험 이동교실

- 단순 자원봉사가 아닌 지역발전에 자신이 가진 재능을 활용하는 고향발전 자원봉사 추진으로 지역균형발전에 자발적인 시민참여 확대

일본 작은 농촌마을 가와바, 200만 관광객 몰리는 까닭은?

가와바는 도쿄 북쪽으로 자동차로 2시간여 거리에 있는 평범한 시골마을이다. 하지만 지금은 매년 180만명의 관광객이 찾는 유명 관광지로 변신했다. 가와바의 인구는 1980년대 초 이후 40년간 4000여명에서 3500여명으로 줄었다. 대다수 일본 농촌마을이 같은 기간 절반 이하, 심지어 4분의 1 수준으로 크게 줄어든 것에 비하면 선방한 셈이다. 주업인 농업과 관광을 융합해서, 관광객을 유치하고 새 일자리를 만들어 소득을 높이고, 도시 청년들을 끌어들이며 지방소멸 극복이라는 선순환을 이뤄냈다는 평이다. 미야바야시 시게유키(69) 도쿄 농업대 교수는 “가와바는 일본 전체에서 지방 살리기의 표본이 되고 있다”고 말했다.

귀농인 오오타씨의 고향은 도쿄의 강남구로 불리는 세타가야이다. 이곳 출신으로 가와바로 귀농한 사람은 오오타씨를 포함해 10가구나 된다. 세타가야 출신 귀농인이 많은 데는 나름의 이유가 있다. 바로 두 지역 간에 41년째 이어지고 있는 교류사업이다. 세타가야는 1981년 급속한 도시화로 주민들의 연대감과 커뮤니티가 약화하자 ‘제2의 고향 만들기’ 프로젝트를 추진했다. 파트너가 될 농촌마을을 공모했는데, 마침 마을 살리기에 발 벗고 나선 가와바가 적극 호응했다. 세타가야구청에서 교류사업을 맡은 기타무라 마사후미(52) 과장은 “40년 이상 이어진 세타가야와 가와바의 관계는 단순한 자매결연 차원을 넘어 부부 수준의 인연을 뜻하는 ‘연교류’라고 표현하는 게 더 적합하다”고 말했다.

세타가야는 가와바와 여러 교류 프로그램을 운영하고 있다. 학생들을 위한 자연학교와 계절교실, 어른들을 위한 농업기술교실, 모내기 및 벼베기 체험, 사과 과수원 체험, 임대 텃밭 가꾸기, 수제 소바 만들기, 농가 지붕 교체 실습, 산림 가꾸기, 목공예와 낚시 교실 등 내용이 다채롭다. 구민용 휴양숙박시설을 짓고, 교류사업 활성화 위해 ‘세타가야-가와바 고향공사’도 합작 설립했다.

교류 프로그램 중에서 가장 유명한 것이 세타가야 초등학교 5학년 어린이들의 농촌체험 이동교실이다. 61개 공립 초등학교에 다니는 어린이들은 5학년이 되면 2박3일 동안 가와바에서 사과 키우기, 고구마 캐기, 벼 베기 등을 체험한다. 정규 수업과정에 포함돼 있어 6천여명의 5학년생 대부분이 참가한다. 오오타씨는 이런 경험이 자신의 귀농에 큰 영향을 미쳤다고 말한다.

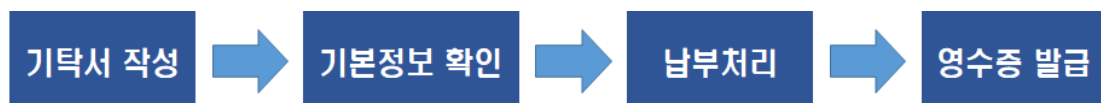
세타가야와의 교류는 가와바의 마을 살리기가 성공할 수 있었던 최대 비결로 꼽힌다. 94만명의 세타가야 구민 중에서 가와바 휴양숙박시설 이용자만 연간 6만~7만명에 이른다. 민박 이용자와 당일 관광을 하는 구민까지 포함하면 숫자는 훨씬 커진다. ‘고향공사’ 사장을 맡고 있는 미야바야시 교수는 “40여년간 누적 방문자가 200만명을 넘을 것”이라면서 “가와바는 세타가야와의 교류를 통해 마을을 살릴 수 있는 기초를 쌓았다”고 말했다. 세타가야 구민도 교류사업을 통해 자연을 즐기고, 건강한 삶을 누릴 수 있어 서로 윈윈이 됐다. 기타무라 과장은 “도쿄의 23구 대부분이 도농교류를 하지만, 세타가야만큼 활발한 곳은 없다”면서 “초등학교 5학년의 이동교실도 우리가 유일하다”고 말했다.

자료: 한겨레, 2022. 9. 19

2. 인력·조직운영

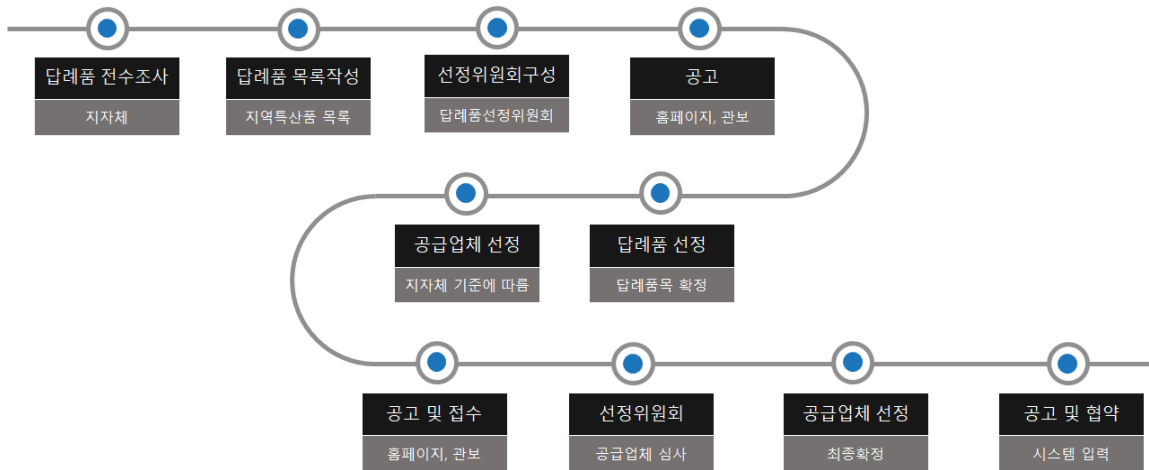
1) 업무수요

- 고향사랑기부금 운영을 위해 법에서 제시하고 있는 업무분야는 고향사랑기부금 조례제정 및 관리, 고향사랑기부금 모집 및 홍보, 답례품선정 및 배송, 고향사랑기금의 관리·운용, 정보공개 등이 있음
- 고향사랑기부금 조례제정은 2022년 12월까지 완료해야하기 때문에 조례제정에 관련된 업무는 고향사랑기부금이 실행되는 2023년 이후에는 조례의 개정에 관련된 사안에 관한 업무 필요
- 고향사랑기부금 모집의 경우 지자체명칭, 기부금의 사용용도, 기부절차 및 방법, 답례품에 관한 사항을 명시하여 광고매체를 통해 홍보
- 고향사랑기부금 모집 담당자는 광고매체에 대한 관리 및 모금할 수 없는 방법에 대한 관리를 통해 지자체가 페널티를 받지 않도록 관리 필요
- 고향사랑기부금 접수는 지자체나 지정 금융기관에 기탁서를 접수해야 하며 기탁서에는 본인여부, 기부 지자체 주민인지 여부, 기부 상한액, 답례품 제공 여부 등을 확인해야 하며 지자체 지정 금융기관 주민등록표 초본 확인 한 후 기부자에게 납부절차 안내 및 기부금 영수증 발급



〈그림 5-8〉 고향사랑기부금 접수절차

- 답례품 선정과 관련된 업무는 답례품 한도, 답례품 금지품목 관리, 답례품 선정 방법 및 절차 관리 등
- 답례품 한도는 매회 기부되는 고향사랑 기부금액의 100분의 30으로 제한하고 있으며 답례품의 가격은 답례품을 선택하는 시점의 단가를 고려하여 책정
- 현금, 고가의 귀금속 및 보석류, 관할 지역 이외에서 통용되는 상품권 등 유가증권, 그 밖의 지역경제 활성화에 미치는 못하는 것 등은 답례품으로 선정할 수 없기 때문에 답례품 선정 시 관리 필요
- 답례품의 선정과 공급업체 선정을 위해 답례품선정위원회를 구성하여 답례품 선정절차 및 답례품 선정기준 제시
- 담당자는 답례품의 선정 및 운영을 위하여 공모 등의 선정방식과 자체 상품개발, 기존 관광상품 연계, 지역특성에 맞는 서비스 상품 등 다양한 답례품의 신규 발굴 추진



〈그림 5-9〉 답례품 선정 절차

- 고향사랑기금의 관리·운영업무는 기부자의 선의 존중 및 주민복리 증진이라는 제도 도입 목적이 구현되고 제도 운영의 투명성 확보 등을 위해 기금 설치·운영
- 기금의 관리·운용은 지방자치단체 기금관리기본법이 정하는 바에 따라 구체적인 내용은 조례로 제정하여 운영
- 기금의 사용을 위한 사업은 법 제11조 1항과 2항에 따라 기존 지자체 사업과 중복되지 않도록 적극 발굴 운영
- 기금관리자는 모금 금액의 100분의 15 범위 내에서 홍보비, 사무관리비 등 운영경비를 관리 운영

〈표 5-7〉 기부금 운영비 사용 범위

모집금액	적용비율
10억원 이하	모집금액의 15% 이하
10억원 초과 ~ 100억원 이하	모집금액의 13% 이하
100억원 초과 ~ 200억원 이하	모집금액의 12% 이하
200억원 초과	모집금액의 10% 이하

- 정보시스템의 경우 기부금의 모금·접수 및 답례품 제공 등의 업무를 지원하고 그에 관한 정보를 제공하기 위하여 정보시스템 구축 운영을 하고 있으며 지자체는 한국 지역정보개발원에게 예산의 범위에서 위탁업무 비용을 지원해야 함
- 인터넷에는 지자체별 고향사랑 기부금 관련 정보 공개를 의무적으로 추진해야 하며 기부자에 대해 기부 지자체 선택에 필요한 정보 제공 필요
- 매년 2월 말일까지 전년도 고향사랑 기부금의 접수, 운용에 관한 사항 세부적으로 고향사랑 기부 현황 및 접수금액, 고향사랑기금 사업의 사용내역, 답례품의 제공 현황 및 지출 등에 관하여 홈페이지에 공고

- 기타업무로 지자체가 기부금 운영에 관한 사항을 위반했을 경우 위반 사실에 대한 공표 및 고향사랑 기부금의 모금·접수가 제한됨을 공표

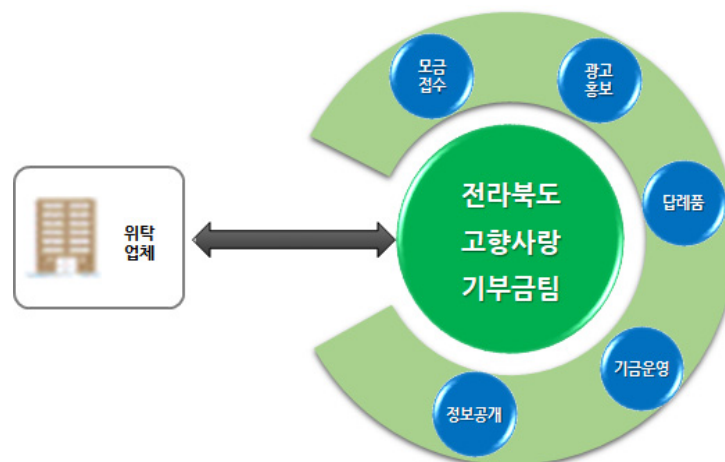
〈표 5-8〉 위반 사실 공표 방법 및 내용

구분	내용
공표내용	1. 고향사랑기부금에 관한 법률 위반사실의 공표라는 내용의 표제 2. 해당 지방자치단체의 명칭 3. 위반 종류 4. 위반 내용 5. 모금, 접수 제한기간 6. 그 밖에 행정안전부장관이 공표가 필요하다고 정한 사항
공표방법	1. 관보 또는 공보 2. 행정안전부 또는 지방자치단체의 인터넷 홈페이지 3. 정보시스템 4. 그 밖의 행정안전부장관이 정하는 방법
공표기간	7일 이내의 범위에서 행정안전부 장관이 정하는 기간 * 관보·공보: 1일, 인터넷 홈페이지 3일, 정보시스템 7일
공표시기	고향사랑기부금의 모금·접수가 제한된 날부터 30일 이내

- 법에서 제시하는 사업 외에도 기부자의 체계적 관리, 전라북도와 시군의 협력, 민간단체나 중간지원조직과의 거버넌스 구축 등 추가사업 필요

2) 조직구성

- 고향사랑기부금 운영을 위한 조직은 크게 전라북도청에 기금관리업무를 담당하는 팀 규모의 조직과 외부에 답례품공급과 배송을 책임지는 위탁업체로 구성



〈그림 5-10〉 고향사랑기부금 업무체계

- 전라북도청 고향사랑기부금 팀은 소요업무 및 업무량과 전문성을 고려하여 팀장1명, 팀원4명의 최소 5인의 팀으로 구성

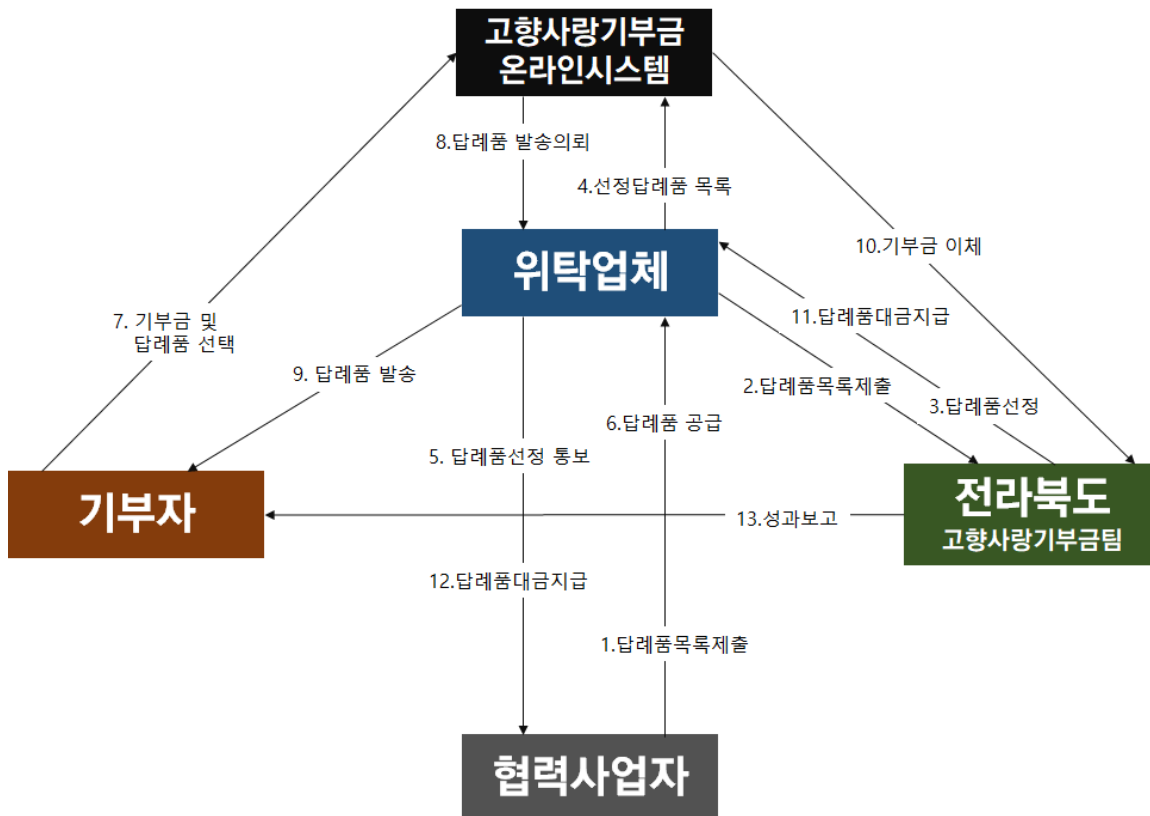
- 팀장은 고향사랑 기부금 관련 기획 및 업무 총괄
- 담당자1은 고향사랑기부금 조례 제·개정 및 고향사랑기부금 모금 및 홍보계획 수립 및 추진
- 담당자2는 답례품 및 관계기관 협력업무를 위해 답례품 선정위원회 구성 및 운영, 답례품 관련 위탁업체와의 협력, 전라북도와 시군 협력사업 등
- 담당자3은 고향사랑 기부자 관리 및 기부금 모집에 따른 후속조치와 기부금 반환 및 부정모금 관리 등
- 담당자4는 고향사랑 기금운영 결과 공개 및 고향사랑기금 관련 사업선정 및 관리 업무 추진 등

구분	업무분장
팀장	고향사랑기부금 기획 및 업무총괄
담당자1(법무·홍보)	고향사랑기금의 관리·운용 조례 제정 및 개정 기부금모집 활성화 계획 수립 및 목표액 설정 기부금모집 극대화를 위한 홍보 계획 수립 기부금 활성화 위한 출향인사·향우회 관리운영 기금 위원회 구성 및 운영(기금사업 등)
담당자2(답례품·협력)	답례품 선정을 위한 답례품선정위원회 구성 및 운영 답례품 선정절차 및 답례품 제공업체 선정기준 제시 답례품 품목개발 및 답례품 관리 전라북도·시군 연계협력 도의회 및 국회 관련 업무
담당자3(기부관리)	고향사랑 기부자관리 - 감사 서한문 발송, 기부금 사용내역 정기보고 - 명예도민증, 고액 기부자 관리 및 운영 - 고향사랑기부제 관련 홍보지 발간 및 운영 기부금모집 시스템 관리 및 운영 기부금 반환, 기부금 부정 모금 관리 등
담당자4(사업·정보관리)	고향사랑 기부금 사업 선정 및 추진 - 취약계층 및 청소년 보호육성, 문화·예술·보건, 지역공동체 활성화, 주민복지증진 사업 등 기획 및 추진 고향사랑기부금 기금운영 결과 공개 고향사랑 기부금 자료 관리 및 부서 서무업무

자료: 김홍환, 2022, 고향사랑기부금 추정과 시사점, 재구성

〈그림 5-11〉 고향사랑기부금 팀 조직구성

- 답례품의 공급과 관리는 위탁업체를 통해 일괄관리하는 방안과 공급업체별로 직접 관리하는 방안이 있음
- 전라북도는 현재 전북경제통상진흥원을 통해 전라북도 온라인장터를 운영하고 있어 이를 활용하여 전북경제통상진흥원이 답례품 위탁관리를 책임지고 답례품의 공급과 관리를 총괄하는 방안 검토 필요
- 위탁업체의 경우 답례품 목록작성 및 목록제출, 답례품선정위원회 참석, 답례품 발송의뢰, 반송 및 관리, 답례품 대금지급 등의 업무추진
- 위탁업체는 답례품을 실제적으로 제공하는 협력사업자관리를 통해 답례품의 차질없는 공급과 관리업무 대행



〈그림 5-12〉 고향사랑기부금 운영체계

3. 기부자의 관계인구화전략

1) 관계인구 유형설정

- 관계인구는 기존 주민등록중심의 정주인구정책이 가지는 한계를 인정하면서 이를 극복하기 위한 새로운 인구정책의 전환에서 기인
- 주민등록인구는 법적으로 거주지역을 선택해 신고를 통해 결정되지만 사람의 거주 형태는 주민등록지를 중심으로 이루어지기 보다는 근무, 교육, 여가 등 상황에 따라 다양한 방식으로 존재
- 특히 우리나라 전체인구가 2020년 정점을 찍고 2021년부터 감소세로 돌아서면서 절대적인 인구감소시대에 주민등록인구의 증가가 불가능하며 지역별 인구정책이 주민등록인구 늘리기에 집중하면서 나타나는 부작용과 제로섬게임의 문제를 극복하기 위해 생활인구, 체류인구, 관계인구 등 다양한 형태의 인구개념이 등장

〈표 5-9〉 다양한 인구개념

구분	정의	비고
유동인구	특정지점, 일정시간 기준의 유입, 유출, 이동 인구수	통계청
생활인구	특정지역, 특정시점에 존재하는 모든 인구(빅데이터분석)	서울시
계획인구	상주인구+1일 체류인구(관광객수×계획일집중률×동시 체재율)	제주도, 한국문화관광연구원
체재교류인구	관광객을 정주인구 1인당 소비액으로 환산한 후 정주인구와 합계	일본 관광청
관광체류인구	거주인구+연간관광객수	전북연구원
체류인구	관광, 직장, 업무, 교육, 생활서비스 등의 목적으로 주민등록지 이외의 지역에 방문하여 하루 이상 머무르는 인구(단기체류인구: 1개월 미만체류, 장기체류인구: 1개월 이상 체류)	전북연구원

자료: 김동영·김형오, 2018, 김동영, 2020

- 관계인구라는 개념이 처음 사용된 것은 2016년 타카하시 히로유키의 저서 ‘도시와 지방을 섞다’에서였으며 그는 관광은 일회적이고 지역의 저력으로는 이어지지 못하고, 정주라는 선택은 진입장벽이 높다고 설명하면서, 교류인구와 정주인구 사이에서 잠자고 있는 관계인구를 발굴해야 한다고 주장하면서 ‘관계인구’라는 용어를 처음 사용(류영진, 2020, 이소영·김도형, 2021 재인용)

〈표 5-10〉 관계인구의 개념

구분	내용	비고
타카하시 히로유키 (2016)	- 관광은 일회적으로 지역의 저력으로 이어지지 못하고, 정주 선택은 진입장벽이 높으므로, 교류인구와 정주민 사이에는 관계인구 발굴 필요 - 이주는 힘들지만 지방과 관계 맺는 수준은 가능한 도시민들이 많음 - 관계인구 개념을 도시민들의 여러 거주지 중 선택가능한 한 곳을 전제	- 관계인구 최초 사용 1가구 다중주택 허용 비판
사시데 카즈마사 (2016)	- 관계인구란 말 그대로 지역에 관계를 맺어오는 인구를 의미 - 자신이 마음에 드는 지역을 주말마다 방문하거나, 자주 방문하지 못해도 지역을 응원하고자 하는 사람들을 정의	친환경라이프지향잡지 편집인
다나카 테루미 (2017)	- 그 지역에 살지 않더라도 지역에 다양한 형태로 관계 맺는 사람들 - 지역을 응원하고 관계를 맺는 동료들이 늘어난다면 지역이 활력을 찾을 것이라는 아이디어로, 지역의 '팬(fan)'으로서 의미가 강함	
오다기리 토쿠미 (2017)	- 농촌에 대한 관심을 가지고 다양한 방식으로 관계를 맺는 사람들을 총칭 - 무관계와 이주라는 양극에 포함하지 않는 중간지대 전체에 포함되는 인구 - 지역에 대한 관심 증대는 관계의 심화로 이어지며 관계의 계단이 상승	농촌 관계인구 개념 설정

자료: 이소영, 2022

- 관계인구는 단순방문인구와 정주민 사이 존재하는 인구로 하나 이상의 지역을 선정해 관계를 형성하고 그 지역의 다양한 사업에 참여하거나 주말마다 방문하는 듀얼라이프의 거점으로 삼거나 자주 방문하지 못하더라도 그 지역을 응원하는 인구로 정의
- 관계인구는 그 대상에 따라 관계 창출형과 관계 심화형으로 나눌 수 있으며 관계 창출형은 그 지역에 어떠한 관계가 없는 상태에서 새롭게 관계를 형성하는 인구이고 관계 심화형은 기존의 관계를 좀 더 밀접하게 형성하는 단계의 인구를 말함
- 관계 심화형은 다시 당해 지역에 연고가 있는 사람을 대상으로 지속적인 관계의 강화를 목적으로 하는 연고형과 고향납세를 하는 기부를 매개로 지역과 관계를 형성하는 고향납세형으로 구분

〈표 5-11〉 관계인구 대상별 유형

구분	내용	지원
관계 심화형	연고형 당해 지역에 연고가 있는 사람을 대상으로, 관계인구를 모집하는 체계를 마련하여 이 안의 사업에 동참하는 사람이 지속적으로 지역과 관계를 가질 수 있도록 기회를 제공하는 지자체를 지원	11개 지자체 - 지원금 상한 500만엔 - 복수단체 연계사업인 경우 700만엔
	고향납세형 고향납세제도를 활용하여 고향에 일정한 관심을 가지고 있는 기부자에게 지역과 지속적인 관계를 가질 기회를 제공하는 지자체에게 재정을 지원	
관계 창출형	지역과 관계를 가지려고 하는 사람을 대상으로 지역과 지속적인 연계를 가질 기회나 계기를 제공하면서, 지역의 과제 혹은 요구와 관계인구가 될 사람의 지식기술을 매칭하기 위한 중간지원기능을 조성하는 지자체에게 재정을 지원	7개 지자체 - 지원금 상한 700만엔 - 복수단체 연계사업인 경우 1,000만엔

자료: 이소영, 2022

- 본 연구에서는 일본의 고향납세형과 유사하게 전라북도에 고향사랑기부금을 내는 기부자를 대상으로 이들과 지역의 관계를 심화는 방식으로 사업 추진 필요

- 관계인구의 행위별 유형은 취미활동을 하는 취미·소비형, 지역의 이벤트나 체험프로그램에 참여하는 참가·교류형, 주민등록지는 아니지만 지역소재의 기업에서 일하는 취업형, 지역의 다양한 기획사업에 참여하는 직접 기여형으로 구분

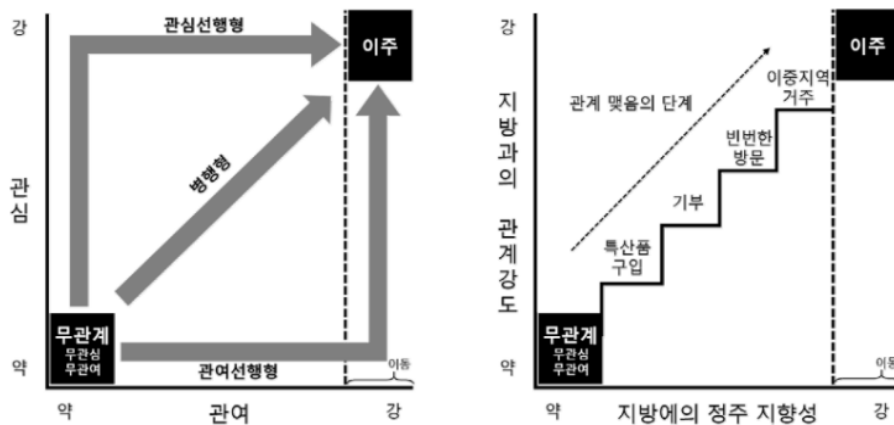
〈표 5-12〉 관계인구 행위별 유형

구분	내용
취미소비형	• 자연·혈연 관계가 없는 지역 고유의 음식문화나 취미활동을 수행
참가교류형	• 지역주민과의 교류나 이벤트, 체험 프로그램 등에 정기적·지속적 참가
취업형	• 지역에서 원격근무를 하고 있거나 지역 소재 기업이나 농림어업 분야에서 파트타임 근무
직접기여형	• 지역산업·일자리 창출 관련 활동, 지역 만들기 프로젝트 기획·운영·협력 과정에 참여하거나 지역 봉사 활동에 참여

자료: 일본 국토교통성, 이소영, 2022 재인용

2) 고향사랑기부형 관계인구 목표인구 설정

- 고향사랑기부자를 관계인구로 형성하기 위해서는 지역에 대한 단계별 관계의 심화가 필요
- 일반적으로 관계인구는 무관심에서 특산품구입, 기부, 빈번한 방문, 이중지역거주, 이주 형태로 관계가 심화되는 과정을 거침



자료: 류영진, 2020, 유학열, 2022 재인용

〈그림 5-13〉 관계의 계단

- 고향기부자형 관계인구의 1차적 목표는 더 많은 사람이 고향에 기부를 하는 기부자를 확대하는 것이며 2차적으로 기부자와 지역의 관계를 심화하는 과정이 필요
- 기부자와 지역의 관계 심화는 방문 체류형, 참여형, 이중거주형으로 나눌 수 있으며 체류형은 관광, 예술, 농촌체험 등을 위한 체류를 하는 인구로 구분하고 참여형은 지역 행사나 도시재생 등의 전문적 분야에 참여하여 재능을 나누는 사람으로 구분할 수 있고 이중거주형은 지역에 세컨드 하우스를 마련하여 주말에 거주하는 사람으로 구분 가능

〈표 5-13〉 고향사랑기부형 관계인구 유형별 목표설정¹³⁾

대상	내용	목표(안)
고향사랑기부자	출향민, 도외 거주자 등 전라북도에 고향사랑기부금을 내는 사람	1,923,007명 (출향민 268,627명+타지역 1,654,380명)
방문 체류형	한달살기, 예술레지던스, 체험형 농촌살기 등 중장기 체류인구	109,582명 (출향민 기부자 10%, 타지역 기부자 5%)
참여형	지역축제나 이벤트 자원봉사, 농촌재생이나 환경개선 등의 전문적 재능나눔 등의 지역사업 참여연구	19,230명 (전체 기부자 중 1%)
이중거주형	전라북도에 세컨드 하우스를 마련하여 주말마다 방문하는 인구	1,923명 (전체 기부자 중 0.1%)

- 고향사랑기부형 관계인구를 유형별로 목표를 설정하면 단순 고향사랑기부자의 경우 출향민과 도외 거주자의 적극 기부의사를 반영하여 출향민 중 적극기부 15.7%를 반영한 268,627명에 타지역주민 중 3.9%에 해당하는 1,654,380명을 합한 1,923,007명으로 설정

〈표 5-14〉 출생지역별 기부의사

(단위 : 만명, %)

모집단구성	모집단		기부 (기꺼이+ 기회가되면)	적극적 기부	태어난고향 (광역시)	태어난고향 (시군구)	고향 외 지역
	전체	15세 이상					
전라북도출생주민	314.9만명	294만명					
출향민	173.5만명	171.1만명	86.0	15.7	31.5	67.7	0.8
타지역주민	4,840만명	4,242만명	45.2	3.9	35.9	54.1	10.0

- 체류형의 목표인구는 출향민 적극기부자 중 10%에 해당하는 26,863명에 타 지역주민 적극기부자 중 5%에 해당하는 82,719명을 합하여 109,582명으로 설정
- 참여형 목표인구는 전체 고향사랑기부자의 1%에 해당하는 19,230명으로 설정하고 이중거주형 목표인구는 전체기부자의 0.1%에 해당하는 1,923명으로 설정

3) 관계인구 유형별 사업(안)

- 고향사랑기부형 관계인구사업은 관계의 단계에 있는 유형인 방문체류형 관계인구, 참여형 관계인구, 이중거주형 관계인구 별로 사업제안
- 방문체류형 관계인구를 위한 사업은 고향사랑기부자를 대상으로 고향에서 한달살기, 예술인레지던스, 농촌체험형 살아보기, 일자리 체험형 등의 사업추진

13) 본 목표인구는 전라북도에 고향사랑기부금을 내는 사람들에게 더욱 적극적인 관계형성을 위한 목표제시안으로 향후 관계인구의 정책목표인구는 달라질 수 있음

〈표 5-15〉 체류형 관계인구 사업(안)

유형	사업내용	사업예시
관광형 한달살기	중장기 체류를 희망하는 관광객을 위한 체류형 관광지 지정 및 숙소, 위케이션관련 인프라 구축과 프로그램 지원	문체부 생활관광활성화 사업 관광공사 위케이션 시범사업
농산어촌 체험형	귀농귀촌 탐색자를 대상으로 거주형 농산어촌 체험프로그램 운영	농림부 도농교류협력사업
예술인 레지던스	고향사랑기부자 중 예술인을 대상으로 지역에 거주하면서 지역주민과 함께하는 예술활동 지원	문체부 예술인레지던스
일자리 체험형	지역자원을 활용하여 지역문제 해결과 새로운 비즈니스모델을 찾고자 하는 청장년 창업지원	행안부 지역주도형청년일자리사업

- 관광형 한달살기는 문체부의 생활관광 활성화사업이나 관광공사의 위케이션 시범사업과 연계하여 휴양과 일을 함께 하고자 하는 사람들을 대상으로 지역에서 중장기 체류할 수 있도록 지원
- 농산어촌 체험형은 농림부 도농교류협력사업과 연계하여 귀농귀촌 탐색자들이 농촌에서 거주하면서 농산어촌 이주를 모색하도록 지원
- 예술인 레지던스는 특수목적사업으로 고향사랑기부자 중 예술인을 대상으로 현재 추진 중인 예술인레지던스사업에 우선권을 부여
- 일자리 체험형은 행안부 지역주도형청년일자리사업과 연계하여 주소지를 옮기지 않았지만 지역에서 다양한 로컬비즈니스의 창업과 기업활동을 모색하도록 지원
- 참여형 관계인구관련 사업은 단순 자원봉사형과 전문영역의 재능기부형으로 구분하여 추진
- 자원봉사형은 전라북도가 주최하는 다양한 축제나 2023년 세계잼버리대회와 같은 국제행사의 자원봉사에 참여하거나 긴급한 재난재해 복구를 위한 자원봉사 등에 참여하여 전라북도와의 관계를 심화
- 재능기부형은 도시재생이나 농촌재생, 지역환경개선 등 지역문제나 지역발전을 위한 사업의 계획수립, 직접적인 활동참여, 자문이나 모니터링 등의 활동을 통해 전문적 지식을 지역을 위해 활용하는 사업
- 참여형 사업은 단순한 고향사랑기부를 넘어 적극적으로 지역에 도움이 되고자 참여하는 사업으로 참여자들이 보람을 느낄 수 있도록 향후 참여자들에게 지역관련 다양한 답례가 가능하도록 사업설계 필요

〈표 5-16〉 참여형 관계인구 사업(안)

유형	사업내용	사업예시
자원봉사형	전라북도 주최행사나 세계잼버리대회와 같은 국제행사의 자원봉사나 재해복구 등을 위한 활동에 참여	축제 또는 국제행사 자원봉사 재해복구 자원봉사
재능기부형	지역문제 해결을 위한 계획수립, 사업참여, 자문이나 모니터링, 공동활동 등 전문지식을 활용한 사업참여	농촌재생지원단 환경모니터링자문단

- 이중거주형 관계인구는 현재 거주하는 지역 외에 다른 지역에 제2의 거주공간을 확보하여 두 곳을 정기적으로 반복하여 왕래하는 삶을 의미
- 이중거주형 사업은 휴식과 취미활동 등을 위한 휴양거주형과 일자리를 위해 거주하는 일자리형으로 구분
- 휴양거주형 사업은 러시아 국민의 71%가 참여하는 다차(Dacha)문화와 같이 도시에서의 삶에서 벗어나 주말이면 시골의 두 번째 집에서 텃밭가꾸기, 텃밭수확작물로 요리와 식사, 자연체험활동 등을 통해 휴식과 치유를 받는 이중 거주형태
- 일자리형 사업은 기업의 일부기능을 지역으로 이전하여 지역에 위성사무소를 설치하고 이들이 작업하는데 문제가 없도록 코워킹스페이스를 제공하여 일자리를 위해 중장기적으로 지역에 머무르는 유형을 말함

〈표 5-17〉 이중거주형 관계인구 사업(안)

유형	사업내용	사업예시
휴양거주형	현재 거주지를 떠나 주말이나 특정기간 동안 거주하면서 휴양, 텃밭가꾸기, 취미활동을 위한 제2거점 조성	산림청 산림휴양치유마을
일자리형	특정한 기간 동안 지역에 거주하면서 일을 목적으로 머무는 위성사무소 또는 코워킹스페이스	행안부 스마트워크센터 문체부 위케이션 시범사업

- 이중거주형 관계인구를 확대하기 위해서는 지역에 세컨드하우스 건립시 세제지원이나 빈집활용 전원주택 개선사업 지원 등이 필요하며 일자리형 관계인구 확대를 위해 위성사무소를 위한 기업유치와 기업관련 전문가들이 일을 하는데 어려움이 없도록 관련 인프라를 구축하는 등의 지원 필요
- 고향사랑기부자의 관계인구사업을 전북사랑도민증과 연계하여 전북사랑도민증 발급자에게 주는 인센티브와 답례품 및 관계인구 관리정책을 추가로 연계하여 전북에 대한 관계심화를 위한 사업추진 필요
- 전북사랑도민증은 출향도민, 전라북도에서 직장이나 교육 등을 통해 연고가 있는 사람, 고향사랑기부자 등을 대상으로 발급되고 전라북도 및 14개 시군 공공시설 이용료 감면과 도정소식지 발송, 투어패스 1일권 지급 등의 혜택을 부여
- 고향사랑기부TF팀과 전북사랑도민증을 관리하는 인구정책팀 간의 유기적 사업관리를 통해 전북사랑도민증과 고향사랑기부자에 대한 좀 더 촘촘한 관리 및 전북에 대한 관심증가를 통해 적극적으로 이중거주 및 향후 전북이주를 도모할 수 있도록 관리 필요



제6장 결론

1. 요약
2. 제언

제6장 결 론

1. 요약

1) 고향사랑기부제 개요 및 예상쟁점

- 고향사랑기부금법의 가장 큰 특징은 기부주체를 출향민으로 한정하지 않고 모든 개인으로 확대하고 기부대상도 고향으로 한정하지 않고 거주지 이외 모든 지방자치단체로 확대했다는 점
 - 고향사랑기부금법에서는 자신이 거주하는 지방자치단체에 대해서는 기부가 불가함(고향사랑기부금에 관한 법률 제4조1항)
- 모금주체는 크게 광역단체와 기초지자체로 구분할 수 있으며 모금대상은 광역단체는 광역시도 외에 거주하는 사람을 대상으로 기부금을 모집할 수 있고, 기초지자체는 같은 광역시도 내에 거주하더라도 해당 기초지자체에 거주하지 않으면 기부금 모집 가능
 - 광역단체와 기초지자체는 1차로 출향민을 기부대상으로 볼 수 있기 때문에 출향도민을 대상으로 과열된 경쟁이 발생할 수 있음
- 고향사랑기부금법은 1조 목적을 시작으로 17조까지 고향사랑기부금 모금주체 및 대상, 모금방법, 답례품제공, 사업영역 등을 포함하고 있으며 세액공제, 답례품한도 등은 향후 시행령을 통해 규정
- 고향사랑기부금의 1차적인 대상이 출향민, 2차적인 대상은 지역과 연관을 가진 사람이라고 할 때 전라북도와 14개 시군이 고향사랑 기부금 모집을 놓고 경쟁하는 관계
 - 기초자치단체에 비해 광역자치단체가 상대적으로 고향으로서의 애착이 작음
 - 가능한 한 14개 시군이 출향민을 대상으로 기부금을 모집하도록 하고 광역자치단체는 추가로 기부하거나 출향민이 아닌 타시도민을 대상으로 고향사랑 기부금을 모집하여 지자체 간의 기부금 모집 갈등을 해소하는 방안 모색 필요
- 기부자에 대한 답례품은 기부금의 30% 이하(최대 150만원)로 설정하고 있어 답례품에 의한 도덕적 해이는 적을 것으로 판단되지만 답례품 경쟁으로 인한 추가 경비 지출 우려
 - 답례품에 따른 기부금 납부경향이 나타날 수 있어 고가와 고품질의 답례품을 할인하여 제공할 경우 답례품 경쟁으로 인한 경비의 초과지출 우려

- 고향사랑기부금은 조세와 달리 강제성이 없어 개인의 기부 의사에 의존해야하기 때문에 세수 예측이 부정확하여 계획적인 사업추진이 어려움

2) 인식조사 결과

- 전라북도 고향사랑기부 의사를 알아보기 위해 출향민, 전라북도민, 타지역 거주민으로 구분하여 2022년 현재 전국 만 19세 이상 성인남녀 1,000명으로 표집방법은 지역별 임의할당표집으로 지역별 비율에 따라 표본 수 산출 후 구조화된 설문지를 활용하여 온라인 조사와 면접조사 병행하여 실시
- 고향사랑기부제도에 대해 ‘들어 본 적이 있다’는 36.2%로 전반적인 인식률은 낮은 편이며, 집단별로 분석한 결과에서도 대부분 고향사랑기부제도에 대한 인식률이 50%를 넘지 못해 전반적으로 낮은 편으로 볼 수 있음
- 고향사랑기부금에 대한 기부 의사는 ‘기회가 되면 기부하고 싶다’ 50.3%, ‘별로 기부할 의사가 없다’ 33.2%, ‘전혀 기부할 의사가 없다’ 8.9%, ‘기꺼이 기부하고 싶다’ 7.6% 순으로, 기부 의사가 있는 비율은 57.1%로 나타남
- 고향거주형태에 따라서 전체 기부 의사는 출향민 86.0%, 전라북도민 48.7%, 타지역 주민 45.2%로 출향민의 기부 의사가 높게 나타남
- 고향사랑기부 이유는 고향발전에 보탬 79.0%, 세액공제혜택 7.7%, 고향은 아니지만 지역균형발전에 도움 6.5%, 답례품 5.5% 순으로 나타남
- 고향사랑기부 예정금액은 평균 38.55만원으로, 구간별로는 10만원이 39.8%, 100만원 이상 17.7%, 10만원 미만 17.5% 순으로 나타남
- 단일기부 83.3%, 중복기부 16.7%로 대부분 한 개 지역에만 기부할 것으로 보이며 단일기부 지역을 전라북도, 전라북도시군, 타지역으로 구분하여 분석한 결과, 전체 응답자의 8.5%는 전라북도, 47.9%는 전라북도 시군, 타지역 43.6%로 나타남
- 고향사랑기부 시 받고 싶은 답례품으로는 1순위 농산물(36.0%), 2순위 지역화폐(19.3%), 3순위 관광 및 문화시설(13.5%), 4순위 축산물(12.3%) 등 순으로 나타남
- 전라북도로 한정하여 어디에 기부할지를 조사한 결과 1순위 전주(18.3%), 2순위 전라북도(16.8%), 3순위 군산(7.7%), 4순위 남원(7.1%) 순으로 전주와 전라북도를 제외한 전라북도 내 시군에 대한 선호도는 5% 내외로 전반적으로 낮은 편임
- 전라북도 지역 답례품 중 선호도 1순위는 쌀(20.3%), 2순위는 한옥마을숙박권(18.8%), 3순위 지역화폐(13.9%) 순으로 나타남

- 답례품에 따라 기부지역을 변경할 것인지에 대해 변경하지 않음이 59.8%(전혀 그렇지 않다 18.1%+그렇지 않다 41.7%)로 변경의사가 낮은 것으로 나타남
- 고향사랑기부금이 쓰이길 원하는 사용처는 취약한 주민지원(35.0%), 쾌적한 환경지원(15.5%), 청소년 등 인재양성(14.7%), 문화예술관광증진(14.3%) 등 순으로 나타남

3) 재정효과

- 재정효과는 본 연구의 설문조사에 기반한 재정효과분석을 기본으로 한국지방행정연구원 등이 제안한 재정효과분석방법을 추가
- 설문조사를 통한 재정효과는 인구주택총조사를 기준으로 4개 집단(출향민, 전북출생도민, 타지역출신 전북도민, 타지역주민)의 인구구성비에 기초한 모집단 설정

〈표 6-1〉 전라북도 고향사랑기부금 기부 의사 기초분석 단위

모집단 구성	모집단		기부 의사	적극 기부	태어난 고향 (광역시)	태어난 고향 (시군구)	고향 외 지역	기부 금액
	전체	15세 이상						
전라북도 출생주민	314.9만명	294만명						
출향민	173.5만명	171.1만명	86.0	15.7	31.5	67.7	0.8	40.08
전북 출생도민	141.4만명	122.8만명	44.2	5.1	29.0	62.3	8.7	46.72
타지역출신 전북도민	34.8만명	32.2만명	54.7	5.1	34.4	50.0	15.6	47.72
타지역주민	4,840만명	4,242만명	45.2	3.9	35.4	54.1	10.5	31.14

- 인구기준(전체 인구나 15세 이상 인구나 분류)과 기부 의사 기준(적극적 기부와 소극적 기부로 분류)으로 각각의 재정효과 분석
- 고향사랑기부금 제도 시행 시 전체 주민을 대상으로 전라북도에 유입되는 고향사랑기부금은 본청의 경우 출향민 1,884억원 정도로 추정되고 시군에 유입되는 기부금은 최대 5,868억원으로 추정
- 고향사랑기부금의 추정기준을 15세 이상 경제활동인구로 설정할 경우 전라북도는 최대 1,858억원 이상 그리고 전라북도 시군은 5,574억원 이상이 될 것으로 추정
- 반드시 기부하겠다는 적극적 기부층을 대상으로 전체 인구를 대상으로 고향사랑기부금을 추정해 보면, 전라북도는 최대 343억원, 시군은 949억원 정도 유입될 것으로 추정
- 15세 이상 인구를 대상으로 적극적 기부층만을 기준으로 재정효과를 추정해 보면, 전라북도는 최대 339억원, 시군은 911억원 정도의 기부금이 유입될 것으로 추정

〈표 6-2〉 전라북도 고향사랑기부금 재정효과(모집단 15세 이상 전수 적극적 기부층 : 최소)

모집단 구성	모집단		적극적 기부	태어난고향 (광역시)	태어난고향 (시군구)	고향 외 지역	재정 효과
	전체	15세이상					
전라북도 출생주민	314.9만명	294만명					
출향민	173.5만명	171.1만명	15.7	3,393,081	7,292,431	86,173	10,685,512
전북 출생도민	141.4만명	122.8만명	5.1	848,556	1,822,932	254,567	1,822,932
타지역출신 전북도민	34.8만명	32.2만명	5.1	2,700,805	3,925,589	1,224,784	1,224,784
타지역주민	4,840만명	4,242만명	3.9	18,236,016	27,869,165	5,408,988	5,408,988
재정효과				3,393,081	9,115,363	6,633,772	
재정효과 산출	· 전라북도 : 339억원 + α · 전북시군 : 911억원 + α · 총 1,250억원 + α						

- 한국지방행정연구원에서는 고향사랑기부금제도와 관련한 별도의 설문을 진행하지 않고 행정통계와 기존 선행연구의 고향사랑기부금의 기부의향 등을 활용하여 지역별 재정효과 산출
- 한국지방행정연구원에서는 주민등록인구를 기준으로 납세실적, 1인당 연간기부총액, 지역별 기부자 비율, 기부율 평균 추정치를 활용하여 고향사랑 기부금의 재정효과를 분석
- 전체 기부금을 지역별로 균등분할 할 경우 전체 인구 중에서 납세자를 기준으로 추정할 경우 1,383억원 그리고 종합소득세로 범위를 줄일 경우에는 553억원으로 추정
- 출향인구를 기준으로 할 경우는 2023년에만 최대 135억원 정도의 재정유입효과가 있을 것으로 추정
- 마지막으로 기부율을 감안할 경우 2023년 납세자 기준 25.5억원 정도, 종합소득세 납세자를 기준으로 할 경우 10억원 정도 재정유입효과가 있을 것으로 추정

〈표 6-3〉 전라북도 고향사랑기부금 재정유입 추계

(단위 : 만원)

구분		2023년	2024년	2025년	2026년	2027년
균등분할	전체	27,824,098	27,638,228	27,403,326	27,133,557	26,815,486
	전체납세자	13,836,924	13,744,491	13,627,674	13,493,518	13,335,341
	종합소득세 납세자	5,528,648	5,491,716	5,445,041	5,391,438	5,328,237
출향인구 기준	출향인구	1,354,587	1,344,613	1,335,269	1,326,515	1,318,289
가중치 적용 균등분할	전체	514,746	511,307	506,962	501,971	496,086
	전체납세자	255,983	254,273	252,112	249,630	246,704
	종합소득세 납세자	102,280	101,597	100,733	99,742	98,572

4) 홍보방안

- 고향사랑기부제 인식조사에 따르면 제도 시행 4개월을 앞둔 시점에서 36.2%의 제도 인식률을 보여 고향사랑기부제의 인식도가 낮은 것으로 나타나 고향사랑기부제 초기 정착에 대한 불확실성이 높음
- 기부 공급의 불확실성 속에 시행하는 고향사랑기부제의 예측력 강화, 초기 정착 및 제도 확산을 제고하며, 지방자치단체 간 과당경쟁으로 인한 답례품 개발비용, 홍보·촉진 등의 비용 과다 지출을 억제하고 시행착오를 줄이기 위해 중앙정부의 차원의 고향사랑기부제 홍보 강화가 절실히 필요하므로, 중앙정부에 대한 제도 홍보를 적극적으로 요구해야 함
- 중앙정부는 고향사랑기부제의 제도 홍보를 강화하고, 각 지방자치단체가 기부금 모집 홍보를 확대하면, 제도 초기의 안정적인 정착이 가능할 것으로 판단됨
- 전라북도 홍보 1차 타깃은 출향민이며 그중에서도 가장 많은 연령대인 40대에서 60대까지를 핵심타깃으로 설정
- 지리적으로는 전북 출향민 1,735,291명 중 72.9%인 1,265,283명이 수도권에 거주하는 것으로 나타나 수도권 출향민 공략 필요
- 연령대별 현금기부인구 비율을 살펴본 결과, 40대와 50대의 기부 비율이 높은 것으로 나타나 중년층의 기부 관심도가 상대적으로 높은 것을 알 수 있음
- 결국 홍보마케팅의 핵심타깃은 전북 출향민의 상당수가 수도권에 거주하고 있는 것으로 나타나 40대에서 60대 사이의 수도권 거주자가 전북 고향사랑기부제의 주 고객이 될 것임
- 전북 고향사랑기부제를 목표 시장의 고객의 마음속 특정 위치에 고정시키기 위해서는 현금기부자의 기부동기 및 기부 희망 분야, 전북연구원이 실시한 고향사랑기부제 인식 조사의 결과를 종합적으로 살펴볼 필요가 있음
- 기부자의 기부동기를 살펴본 결과, 사회문제 해결이 26.2%로 높게 나타났으며, 기부 희망 분야에서는 사회복지·자선 분야가 42.5%로 다른 분야에 비해 월등히 높게 나타났으므로, 전북 고향사랑기부제가 전북 내 시군의 인구감소 문제해결과 지방소멸 위험 억제에 큰 효과를 가지는 대안이라는 것을 출향민에게 인식시킬 필요가 있음
- 고향사랑 기부금으로 인해 지역사회 문제를 해결할 수 있다는 긍정적 메시지로 내용을 구성하고, 해당 지역의 사회적 취약계층이 그 혜택을 받을 수 있다는 수혜자 관점에서 호소하는 메시지로 다양한 홍보방안 활용
 - 전북 고향사랑기부제 목표 시장인 수도권에 옥외광고를 활용하여 전북 출향민 및 교류인구에게 지속적으로 반복적인 노출을 통해 전북 고향사랑기부제를 인식을 제고하고, 전북 고향사랑기부제의

성공적인 안착에 기여할 것으로 판단됨

- 지하철 객차 및 역사, 버스 외부 및 버스쉼터를 활용하여 전북 고향사랑기부제 목표 시장의 고객을 대상으로 한 공격적인 홍보를 제안함
- 통계청 사회조사에 의하면 기부문화 확산을 위해 가장 필요한 것은 ‘사회지도층과 부유층의 모범적 기부 증대’가 36.9%로 가장 높게 나타났으므로, 전북 출신의 유명인을 활용하여 전북 고향사랑기부제를 홍보한다면 기부금 유치에 상당한 기여가 있을 것으로 판단됨
- 브랜드 충성도 제고에 효과적인 페이스북, 이미지로 표현할 수 있는 직관적이고 사용이 용이한 인터페이스를 가진 인스타그램, 브랜드 충성도 제고 및 장기적인 고객관계관리에 효과적인 블로그, 적극적인 소비자 참여도가 높은 유튜브(윤일기, 2020) 등의 채널을 활용하여 고객과의 접촉면을 확대할 것을 제안함
- 프로스포츠 리그는 지역연고제로 운영되고 있기 때문에 프로스포츠 팬인 출향민에게 고향에 대한 향수를 느끼게 할 수 있는 수단이 될 수 있으므로, 전북 현대모터스의 경기 중계방송 시 잔디 등에 노출되는 가상광고를 제안함
- 고향사랑기부제 도입기에는 제도를 알리는 데 많은 시간이 소요되고, 제도 홍보와 기부금 모집 홍보에 많은 비용이 발생하므로 기부금 모집의 성장은 완만하게 진행될 것임
 - 초기의 안정적인 정착을 위해 수도권에 거주하는 40~60대의 출향민을 대상으로 한 집중적인 홍보가 필요하며, 도입기에서는 각 사군이 홍보 및 촉진 전략을 차별화하기 어렵기 때문에 전북은 전북 내 사군과 협력적인 네트워크를 강화하여 공동으로 홍보방안을 개발하고 촉진 전략을 실행하는 것이 필요함
- 성장기에서는 기부금 모집이 대폭 증가할 가능성이 크고, 지방자치단체 간 기부금 유치경쟁이 심화될 것이므로, 교류인구 혹은 지역연고자를 대상으로 홍보를 확대하여 기부금 모집 시장을 확대할 필요가 있음
 - 또한 지역브랜드 이미지의 강화를 통한 기부금 모집 증대를 위해 전북 내 각 사군은 보유한 자산의 부가가치를 혁신적으로 촉진시키는 차별화된 홍보전략을 실행해야 할 것임
- 정착기에서는 기부금 모집 시장을 개척하기 위해 매력적인 답례품 중심의 공격적인 홍보 및 마케팅 대상을 전 국민으로 확대해야 할 것임

5) 답례품 선정

- 전북 고향사랑기부제의 답례품 선정 시 인접 경쟁자치단체 대비 경쟁력 있는 답례품을 구성을 위해 다음의 사항을 고려해야 함
 - 통계청 사회조사에 따르면 40대와 60대 사이의 월 단위 이하 현금기부 비율은 76.7%에서 87.4%로 나타나 회당 기부금액은 적을 것으로 예상되므로, 답례품의 가치를 고려한다면 5만 원에서 10만 원 사이가 주 기부금액이 될 가능성이 있음

- 전북 고향사랑기부제의 충성도 높은 고객은 회당 기부금액에 대한 답례품을 받지 않고 포인트로 누적하여 고가의 답례품을 선택할 여지가 있으므로 50만 원 이상의 기부금액에 대한 고가의 답례품을 선정하여 구성해야 할 것임
- 그렇기에 전북은 전북 내 사군과 고향사랑기부제에 대해 상호 협력적인 네트워크를 구성해야 하며, 답례품 선정 및 개발과 관련하여 사군과 함께 효율적인 방안을 모색해야 하고, 성공적인 사군의 운영방식을 타 사군에 공유하여 전북 내 모든 사군이 고향사랑기부제를 통해 재원을 확충할 수 있도록 지원해야 함
- 전북 고향사랑기부제의 성공적인 안착과 전북 내 사군의 농촌사업 및 각 사군의 답례품 홍보 활성화, 계절별 매력적인 답례품을 구성하기 위하여 분기별로 사군의 경쟁력 있는 지역특산물을 순환하여 선정할 것을 제안함
- 고향사랑기부금의 금액에 따른 답례품 구성이 필요하며 5만 원에서 10만 원 사이가 주 기부금이 될 가능성이 있기 때문에 5만 원, 8만 원, 10만 원의 기부금에 대해서는 되도록 다양한 답례품을 구성해야 할 것임
- 한우와 쌀은 고향사랑기부제의 인기 있는 답례품이 될 것이므로, 쌀은 양을 달리하여 각 기부금액에 대한 답례품으로 구성하고, 한우는 부위를 달리하여 10만 원과 20만 원 사이의 기부금에 대한 답례품으로, 한우의 알뜰, 특선, 로얄, 명품세트 등은 50만 원과 150만 원 사이의 고액 기부금에 대한 답례품으로 구성할 것을 제안함
- 30만 원의 기부금에 대해서는 전북 내 권역별 특산품의 세트상품을 답례품으로 선정하고, 특산품의 종류를 다양화하면 50만 원의 기부금에 대한 답례품으로도 가능할 것임
- 농촌 체험형 답례품은 으뜸촌 및 상위등급 농촌여행지를 중심으로 체험의 구성, 농가음식 제공, 민박, 캠핑, 펜션의 숙박 제공 등으로 구분하여, 주 기부금에서 고액 기부금에 이르기까지 다양한 기부금액에 대한 답례품으로 구성해야 할 것임
- 관광형 상품은 상대적으로 젊은 층의 가족여행을 위한 3인 식사 및 숙박, 베이비붐 세대의 출향민을 부모로 둔 세대의 가족여행을 위한 4인 식사 및 숙박, 300만 원의 고액 기부금에 대한 권역별 여행상품 등을 답례품으로 구성할 것을 제안함
- 고향사랑기부에 대한 기록을 남기고 싶어 하는 기부자를 위해 기부금액이 명시된 기부증서 혹은 기부감사패를 증정하고, 500만 원의 최대금액 기부자에 대해서는 명예도민증 수여를 제안함
- 시기를 도입기, 성장기, 정착기로 구분하여 시기별 고향사랑기부금 답례품을 차별화하는 전략 필요
- 도입기에서는 기부금에 대한 답례의 의미에 중점을 둔 지역특산품으로 답례품을 구성하고, 별초 대행이나 농어촌 빈집을 관리해주는 서비스형 답례품을 추가 구성하는 것이 필요해 보임

- 성장기에는 교류인구 혹은 지역연고자를 대상으로 농촌체험관광, 관광상품 등을 답례품으로 제공하여 교류인구를 증가시키고, 나아가 관계인구로 발전할 수 있도록 답례품의 구성을 체험형 혹은 체류형 답례품으로 확대할 것을 제안함
- 정착기에는 도입기와 성장기를 거쳐 오면서 강화된 지역 비즈니스 역량을 바탕으로 경쟁우위를 유지하기 위해 특색있고 매력적이며 차별화된 답례품을 개발해야 할 것이며, 가격 대비 높은 품질을 가진 답례품으로 고급화하여 제공할 필요가 있음

〈표 6-4〉 전북 고향사랑기부제 시행 주기별 촉진전략

구분	목표고객	홍보방안	답례품 구성
도입기 (1~2년)	출향민	• 고향사랑기부제 인식 제고를 위한 제도 홍보 • 전북 주관의 기부금 모집 공동홍보	• 답례의 의미에 충실한 답례품 구성 • 지역특산물 제공, 별초 대행 등의 서비스형 답례품 제공
성장기 (3~5년)	교류인구	• 교류인구 혹은 지역연고자 대상 홍보 확대 • 각 사군 주관의 기부금 모집 홍보 차별화	• 시장 확대를 위해 방문을 유도하는 답례품 구성 • 농촌체험, 관광상품 등 체험형체류형 답례품 제공
정착기 (5년 이후)	전 국민	• 전 국민을 대상으로 한 홍보 확대 • 시장 개척을 위한 공격적인 홍보 강화	• 강화된 지역 비즈니스 역량을 바탕으로 새롭게 개발된 답례품 구성 • 경쟁자치단체와 차별화된 특색 있는 답례품 제공

6) 기금활용 사업발굴

- 기금은 고향사랑 기부금에 관한 법률 제11조 제2항에 따라 사업을 발굴하고 추진 하되 지자체 사업과 중복되지 않도록 신규사업 발굴을 원칙으로 함
 - 사회적 취약계층의 지원 및 청소년의 육성·보호
 - 지역 주민의 문화·예술·보건 등의 증진
 - 시민참여, 자원봉사 등 지역공동체 활성화 지원
 - 그 밖에 주민의 복리 증진에 필요한 사업의 추진
- 4대 분야를 좀 더 세분화 하면 사회적 취약계층지원, 청소년육성·보호, 문화·예술·관광, 보건의료, 시민참여·자원봉사, 공동체활성화, 주민복리증진 7대 영역을 구분 가능
- 도내, 출향민, 도외 시민을 대상으로 추진한 설문조사에서 고향사랑기부금 희망 사업영역은 취약한 주민지원, 쾌적한 환경지원, 문화예술관광증진, 청소년 등 인재양성 순
 - 출향민이 선호하는 사업은 취약한 주민지원, 청소년 등 인재양성, 쾌적한 환경지원, 문화예술관광증진, 보건의료시설지원, 안전한 시설지원, 마을공동체지원, 기타 순

- 전라북도민은 취약한 주민지원, 쾌적한 환경지원, 문화예술관광 증진, 청소년 등 인재양성, 보건의료시설지원, 안전한 시설지원, 마을공동체지원 순
- 타 지역주민은 취약한 주민지원, 쾌적한 환경지원, 문화예술관광 증진, 보건의료시설지원, 청소년 등 인재양성, 안전한 시설지원, 마을공동체지원 순
- 전라북도 고향사랑기금 사업은 일본의 고향납세 우선순위와 설문조사에서 나타난 사업우선순위를 고려하되 법령에서 제안한 사업영역을 중심으로 우선순위 선정
- 특히, 고향사랑기부금을 가장 많이 낼 것으로 예측되는 주체인 출향민의 희망 사업영역을 우선적으로 고려하여 사업의 우선순위 선정
- 그 결과 전라북도 고향사랑기부금의 사업영역은 사회적 취약계층지원, 청소년 육성 및 보호, 문화예술관광 증진, 보건의료, 복리증진(주민안전), 공동체활성화, 시민참여·자원봉사 순으로 우선순위 선정
- 사업발굴의 원칙은 신규사업, 도민 전체혜택사업, 균형발전 기여사업으로 하고 이에 맞는 사업발굴 추진으로 설정

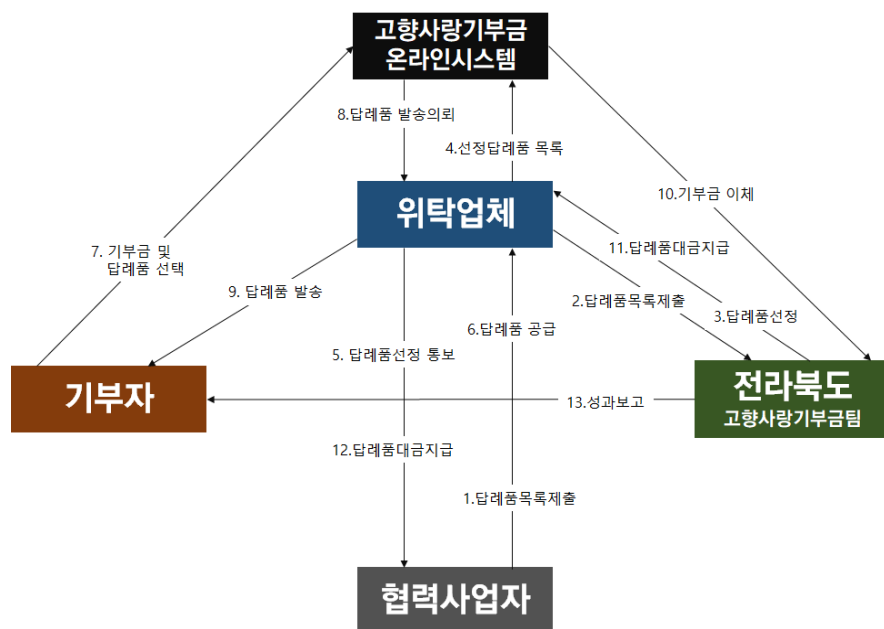
〈표 6-5〉 분야별 세부사업과제(안)

7대 영역	추진방향	사업예시
사회적 취약계층지원	전라북도 취약계층 공공인프라 확대	경로당 현대화지원, 공공산후조리원 건립
청소년 육성·보호	지역인재가 지역을 키우는 인재의 선순환 구축	글로벌 인재육성지원, 지역-대학 공공인재프로젝트
문화·예술·관광	마을단위 문화예술관광 거점 조성	마을기록관설립, 농촌관광 거점마을 조성
보건의료	공공의료서비스 확대	도립 공공요양원 건립, 왕진서비스 확대
주민복리(환경·안전)	환경개선 및 재해복구	악취 및 수질 등 환경개선, 재난재해 복구지원
공동체활성화	빈곤 노인의 소득 및 고용보장	마을자치연금확대, 마을기업육성지원
시민참여·자원봉사	도시와 농촌의 교류확대	도시초등학생 농촌체험이동교실, 고향발전 자원봉사

7) 인력·조직운영

- 고향사랑기부금 운영을 위해 법에서 제시하고 있는 업무분야는 고향사랑기부금 조례제정 및 관리, 고향사랑기부금 모집 및 홍보, 답례품선정 및 배송, 고향사랑기금의 관리·운용, 정보공개 등이 있음
- 고향사랑기부금 운영을 위한 조직은 크게 전라북도청에 기금관리업무를 담당하는 팀 규모의 조직과 외부에 답례품공급과 배송을 책임지는 위탁업체로 구성
- 전라북도청 고향사랑기부금 팀은 소요업무 및 업무량과 전문성을 고려하여 팀장1명, 팀원4명의 최소 5인의 팀으로 구성
- 팀장은 고향사랑 기부금 관련 기획 및 업무 총괄
- 담당자1은 고향사랑기부금 조례 제·개정 및 고향사랑기부금 모금 및 홍보계획 수립 및 추진

- 담당자2는 답례품 및 관계기관 협력업무를 위해 답례품 선정위원회 구성 및 운영, 답례품 관련 위탁업체와의 협력, 전라북도와 시군 협력사업 등
- 담당자3은 고향사랑 기부자 관리 및 기부금 모집에 따른 후속조치와 기부금 반환 및 부정모금 관리 등
- 담당자4는 고향사랑 기금운영 결과 공개 및 고향사랑기금 관련 사업선정 및 관리 업무 추진 등
- 답례품의 공급과 관리는 위탁업체를 통해 일괄관리하는 방안과 공급업체별로 직접 관리하는 방안이 있음
- 전라북도는 현재 전북경제통상진흥원을 통해 전라북도 온라인장터를 운영하고 있어 이를 활용하여 전북경제통상진흥원이 답례품 위탁관리를 책임지고 답례품의 공급과 관리를 총괄하는 방안 검토 필요
- 위탁업체의 경우 답례품 목록작성 및 목록제출, 답례품선정위원회 참석, 답례품 발송의뢰, 반송 및 관리, 답례품 대금지급 등의 업무추진
- 위탁업체는 답례품을 실제적으로 제공하는 협력사업자관리를 통해 답례품의 차질 없는 공급과 관리업무 대행



〈그림 6-1〉 고향사랑기부금 운영체계

8) 관계인구를 통한 기부자관리

- 관계인구는 기존 주민등록중심의 정주인구정책이 가지는 한계를 인정하면서 이를 극복하기 위한 새로운 인구정책의 전환에서 기인

- 주민등록인구는 법적으로 거주지역을 선택해 신고를 통해 결정되지만 사람의 거주 형태는 주민등록지를 중심으로 이루어지기 보다는 근무, 교육, 여가 등 상황에 따라 다양한 방식으로 존재
- 관계인구라는 개념이 처음 사용된 것은 2016년 타카하시 히로유키의 저서 ‘도시와 지방을 섞다’에서였으며 그는 관광은 일회적이고 지역의 저력으로는 이어지지 못하고, 정주라는 선택은 진입장벽이 높다고 설명하면서, 교류인구와 정주인구 사이에서 잠자고 있는 관계인구를 발굴해야 한다고 주장하면서 ‘관계인구’라는 용어를 처음 사용(류영진, 2020, 이소영·김도형, 2021 재인용)
- 관계인구는 그 대상에 따라 관계 창출형과 관계 심화형으로 나눌 수 있으며 관계 창출형은 그 지역에 어떠한 관계가 없는 상태에서 새롭게 관계를 형성하는 인구이고 관계 심화형은 기존의 관계를 좀 더 밀접하게 형성하는 단계의 인구를 말함
- 관계 심화형은 다시 당해 지역에 연고가 있는 사람을 대상으로 지속적인 관계의 강화를 목적으로 하는 연고형과 고향납세를 하는 기부를 매개로 지역과 관계를 형성하는 고향납세형으로 구분
- 고향사랑기부자를 관계인구로 형성하기 위해서는 지역에 대한 단계별 관계의 심화가 필요
- 일반적으로 관계인구는 무관심에서 특산물구입, 기부, 빈번한 방문, 이중지역거주, 이주 형태로 관계가 심화되는 과정을 거침
- 고향기부자형 관계인구의 1차적 목표는 더 많은 사람이 고향에 기부를 하는 기부자를 확대하는 것이며 2차적으로 기부자와 지역의 관계를 심화하는 과정이 필요
- 기부자와 지역의 관계 심화는 방문 체류형, 참여형, 이중거주형으로 나눌 수 있으며 체류형은 관광, 예술, 농촌체험 등을 위한 체류를 하는 인구로 구분하고 참여형은 지역 행사나 도시재생 등의 전문적 분야에 참여하여 재능을 나누는 사람으로 구분할 수 있고 이중거주형은 지역에 세컨드 하우스를 마련하여 주말에 거주하는 사람으로 구분 가능
- 방문 체류형 관계인구를 위한 사업은 고향사랑기부자를 대상으로 고향에서 한달살기, 예술인레지던시, 농촌체험형 살아보기, 일자리 체험형 등의 사업추진
- 참여형 관계인구관련 사업은 단순 자원봉사형과 전문영역의 재능기부형으로 구분하여 추진
- 이중거주형 사업은 휴식과 취미활동 등을 위한 휴양거주형과 일자리를 위해 거주하는 일자리형으로 구분

2. 제언

1) 고향사랑기부금 모금주체

- 모금주체는 기부자와 기부처로 구분이 가능하고 고향사랑기부금법에 의하면 기부자는 개인 및 해당 지방자치단체의 주민이 아닌 사람으로 설정되어 있고 기부처는 자치단체(광역시, 기초)로 설정되어 있으며 법인, 해당 자치단체 주민, 이해관계자는 기부 불가능
- 우선 기부자를 해당 지방자치단체의 주민이 아닌 사람으로 되어있으나 고향사랑기부금이 지방재정유입효과와 지역활력 및 인구감소대응에 있다면 특히 지방재정이 열악하고 인구감소가 뚜렷한 지역(인구감소지역 또는 군 지역)에 대해서는 거주지역에도 기부를 가능하게 제도개선 검토
- 기부처의 경우 현재의 제도로 운영한다면 광역자치단체와 기초단체가 출향민을 대상으로 경쟁을 해야 하는 문제가 있음
- 이 문제를 해결하기 위해서는 기부처에서 광역단체를 제외하고 기초단체에만 기부하게 하는 방안과 기초단체가 기부금의 일부분(예를 들면 10%)을 광역단체에 재납부하고 광역단체가 기부금이 부족한 지역에 다시 교부하는 방식으로 조정지역할 수행 검토

2) 납부 플랫폼의 다원화

- 현재 행안부는 고향사랑기부금 납부를 위한 온라인과 오프라인 플랫폼을 각각 일원화하는 방식으로 사업을 추진하고 있으나 일본의 경우 다양한 방식으로 납부가 가능한 다원화 방식을 취하고 있음
- 고향사랑기부를 위한 하나의 홈페이지와 농협을 통한 하나의 오프라인 납부방식을 추진할 예정이지만 언제 어디서든지 고향사랑 기부금을 납부할 수 있도록 관광지나 축제장 등 다양한 곳에서도 언제든지 납부할 수 있도록 지로납부 또는 ATM기 납부 등에 대한 검토 필요
- 전라북도과 전북농협이 협약을 체결하여 전라북도와 시군에서 개최되는 축제와 다양한 행사에 농협이 이동창구를 운영하여 이동창구에서 바로 고향사랑기부금 납부 지로를 작성하고 축제의 다양한 혜택을 바로 볼 수 있도록 현장기부를 할 수 있도록 납부창구 현장운영 필요

3) 클라우드 펀딩형 고향사랑기부제 도입

- 현재의 방식은 기부자가 지역을 선택한 이후 기부를 하고 답례품을 선정하도록 되어 있음
- 이는 어떤 지역에 기부할 것인지에 대한 선택을 위한 이해 없이 이미 지역을 선택했다는 전제하에서 추진 프로세스를 진행하는 방식
- 기부자가 자신의 기부금이 어떤 지역에 어떤 사업에 쓰이는지를 명확히 알기 위해서는 사업을 보고 기부지역을 판단할 수 있도록 사업보완 필요
- 이를 위한 대표적인 방식이 특정한 사업을 위해 필요한 예산을 미리 공개하고 사업 내용의 가치를 중심으로 모금하는 하는 클라우드 펀딩형 고향사랑기부제 임
- 행안부는 2024년 경 클라우드 펀딩형 고향사랑기부제를 추진할 예정이지만 시기를 당기는 문제와 지자체는 이에 대한 사전준비가 필요

4) 운영주체

- 고향사랑기부금을 운영을 위해서는 기금조례를 제정하고 기금운동을 위한 지방자치단체 내에 조직이 필요
- 하지만 기금자체의 관리를 떠나 전반적인 사업의 추진을 단순한 관리가 아닌 지역 마케팅과 부가가치창출이라는 전문적 운영을 추진하기 위해서는 민간전문가를 통한 중간지원조직 운영 필요
- 고향사랑기부금법에 의하면 전년도 기부금의 15%를 운영자금으로 활용할 수 있으므로 전문가 영입을 통한 민간의 창조적 운영방식이 가능하도록 중간지원조직 운영 검토
- 지금까지 검토한 내용 외에도 기업이나 법인의 기부를 허용할 것인지, 답례품의 제한을 어떻게 설정할 것인지, 광고나 홍보의 범위 등에 대한 검토가 필요하며 고향사랑기부금이 특정지역에 집중되지 않고 균형발전을 위한 초석이 될 수 있는 방안으로 제도개선 검토 필요

참고문헌

- 경기연구원(2020). 자치분권시대의 고향사랑 기부제 도입방안 연구.
- 공공데이터포털 www.data.go.kr.
- 국중호, 염명배(2021). 일본 고향납세 기부 제도의 지방재정 형평화 효과. 한국지방재정논집, 26(2), 69- 99.
- 국회예산정책처(2009). 일본의 지방분권 개혁사례와 시사점.
- 김동영, 양성빈, 김형오, 이중섭(2016). 고향기부제 도입방안 및 지방재정 유입 효과 분석, 전북연구원.
- 김봉균(2019). 고향세 도입에 대한 김해시 대학생의 의향분석. 경북대학교 대학원, 석사학위논문.
- 김봉진(2016). 고향세 도입 주요 이슈와 광주전남의 대응방향, 광전리더스, 21, 광주전남연구원.
- 김철(2017). 일본의 미야코노조시 사례를 통해 살펴본 고향세 도입의 성과와 과제. 지역경제보고서, 86-89.
- 김한수, 김준교(2014). 지하철 옥외광고의 효율적인 브랜드 이미지 전략 연구: 대전 지하철을 중심으로. 디지털디자인학연구 15(1).
- 김홍환, 최원구(2018). 고향납세제도의 쟁점에 관한 연구. 한국지방세연구원.
- 내각부(2021). 기업판 고향 납세 활용사례집.
- 내각부지방창생추진사무국(2021). 기업판 고향납세 활용사례집 <https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/portal/pdf/R2jireisyu.pdf>
- 농업기술포털 농사로 홈페이지 www.nongsaro.go.kr.
- 농촌여행 웰촌 홈페이지 www.welchon.com.
- 류영진(2020). 일본의 '관계인구(關係人口)' 개념의 등장과 의미, 그리고 비판적 검토. 지역사회학 21(1).
- 박균조(2008). 일본의 지방세법령 개정과 고향세 도입, 『지방재정과 지방세』. 한국지방행정학회, 제2호, 158-168.
- 서문식, 안진우, 오대양(2010). 비영리조직 광고에서 기부형태와 호소유형에 따른 광고효과 차이. 광고연구 87.
- 성주인, 송미령, 한이철, 정학성(2022). 농산어촌 관계인구 현황과 의의.
- 신두섭, 하혜수(2017). 고향발전기부금 제도의 도입 가능성 연구 : 기부동기 및 지불의사액추정. 지방정부 연구, 21(1), 437-469.
- 신승근, 조경희(2017). 일본의 고향사랑 조세제도 도입방안에 관한 연구. 지방자치법연구, 17(1), 265-289.
- 심재승(2017). 고향사랑기부제도를 활용한 지방자치단체 활성화의 실행가능성에 관한 연구-일본의 후루사토 세제도를 중심으로-. 한국지적정보학회지, 19(3), 111-124.
- 아름다운재단 기부문화연구소 홈페이지 research.beautifulfund.org.
- 염명배(2010). 일본 '후루사토(故郷)납세' 제도에 대한 논의와 '한국형' 고향세(향토발전세) 도입 가능성 검토. 한국지방재정논집, 15(3), 71-111.
- 염명배(2021). 고향세 논의 10여년 추적과 「고향사랑기부제」 법제화 이후의 과제, 경제연구, 39(4), 133-181.
- 유학열(2021). 고향사랑기부제 국외사례 연구. KREI 농정포커스, 208. 충남연구원.
- 윤일기(2020). 시너지 극대화를 위한 소셜미디어 믹스 홍보전략 사례. The e-business Studies 21(5).
- 이소형, 김도형(2021). -작지만 강한 연결- 관계인구를 활용한 인구유입방안. 한국지방행정연구원 정책이슈 리포트.
- 이태준, 이종민, 고한준(2014). 버스 외부 광고의 역할 및 효과에 대한 질적 연구: 광고 실무자의 인식과 의사결정을 중심으로. 광고학연구 25(3).
- 이현우, 이수행, 가선영(2020). 자치분권시대의 고향사랑 기부제 도입방안 연구. 경기연구원.

- 일본 국립 국회 도서관(2021). 조사와 정보, 고향납세의 현황과 과제
- 임정빈, 김성찬, 홍근석(2017). 고향사랑 기부제도의 도입효과 분석: 재원확충과 재정격차 완화 효과를 중심으로. *현대사회와 행정* 27(4).
- 임정일, 이인성, 김나경(2021). 국내 광고실무자들의 옥외광고 매체 선정요인 연구. *OOH광고학 연구* 18(3).
- 전북연구원(2016). 고향기부제 도입방안 및 지방재정 유입효과 분석. *ISSUE BRIEFING*, Vol.149, 전북연구원.
- 전지성, 박상현(2021). 고향사랑 기부금에 관한 법률, 국회통과와 의미. *RIG브리프* 10월 10호, 강원연구원.
- 전찬수, 김영란, 김정만(2012). 스포츠중계방송 시 노출되는 가상광고와 유니폼광고 및 경기장펜스광고 효과 비교연구. *한국엔터테인먼트산업학회논문지*, 6(4).
- 총무성(2021). 고향납세에 관한 현황조사 결과 https://www.soumu.go.jp/main_content/000761685.pdf
- 충남연구원(2021). 고향사랑기부제 국외사례 연구.
- 통계청 국가통계포털 kosis.kr.
- 한국관광 데이터랩 홈페이지 datalab.visitkorea.or.kr.
- 한국법제연구원(2007). 일본의 지방재정제도 개혁.
- 한국지방행정연구원(2019). 일본 고향납세제도 현황과 우리나라 적용 방안.
- 한주성(2019). 농업교육과 체험에 의한 관계인구의 지역활동 : 서울시와 지방과의 교류를 중심으로. *대한지리학회지*, 54(4).
- 행정안전부(2022). 고향사랑기부제 준비를 위한 지자체 설명회 제5차, 2022.9.14.
- 행정안전부, 한국지방행정연구원(2022). 고향사랑기부금 시도연구원 연합토론회. 신동철, 광역지자체의 고향사랑기부제 추진 방향-일본 광역지자체의 추진 상황 검토. 2022.7.27.
- 홍근석, 염명배(2019). 일본 고향납세제도 현황과 우리나라 적용방안. *한국지방행정연구원*.
- 홍근석, 염명배, 신두섭(2019). 기부자 인식조사에 기반한 고향사랑기부제도의 성공적 도입방안 연구. *지방행정연구*, 33(4), 189-221.
- 홍근석, 임정빈(2019). 조건부가치증정법을 활용한 고향사랑기부제도의 도입효과 분석. *한국정책과학학회보*, 23(3), 1-31.
- 内閣府(地方創生推進事務局)(2021). 企業版ふるさと納税活用事例集.
- Hidaka, Y., & Mizukoshi, K. (2018). From Social Marketing to Societal Perversion: History of Hometown Tax in Japan. *Markets, Globalization & Development*. 3(1).
- Hoda, T., & Dasher, R. (2021). Local Tax Benefits at a Distance: Japan's Hometown Tax Donation Payment. *SpringerBriefs in Economics*.



1. 고향사랑기부제 분석결과
2. 고향사랑기부제 설문지

부 록1

고향사랑기부제 분석결과

〈표-1〉 고향에 대한 인식

구분	범주	고향인식					
		내가 태어난 지역	내 가족이 생활하는 지역	내가 주된 학생생활을 한 지역	부모님이 생활하는 지역	현재 내가 거주하고 있는 지역	기타
성별	남성	66.1	3.8	17.6	7.7	3.8	0.9
	여성	64.2	5.4	19.5	6.1	4.6	0.2
연령	20대	69.0	2.4	21.4	3.2	4.0	
	30대	58.8	2.5	28.6	6.7	1.7	1.7
	40대	60.7	7.1	20.2	8.3	3.0	0.6
	50대	64.7	5.9	16.8	8.4	3.8	0.4
	60대 이상	68.3	3.9	14.7	6.8	5.8	0.5
고향 거주 형태	출향민	67.8	3.0	15.4	10.1	3.0	0.7
	전라북도민	65.2	4.8	18.7	5.9	5.1	0.4
	타지역주민	63.7	5.4	20.3	5.6	4.3	0.6
학력	고졸 이하	70.0	3.2	11.8	6.4	8.3	0.3
	대졸 이상	63.2	5.1	21.4	7.2	2.4	0.7
소득 수준	300만원 미만	65.7	4.3	18.8	5.3	5.8	
	300~500만원 미만	59.5	3.6	22.0	7.6	6.6	0.7
	500~700만원 미만	71.6	4.3	16.3	4.3	2.7	0.8
	700만원 이상	65.5	5.8	16.3	10.1	1.6	0.8
현재 거주 지역	서울	66.5	4.2	20.5	6.5	1.4	0.9
	경기/인천	66.4	3.8	17.8	8.6	2.7	0.7
	경상권(부산, 대구 등)	66.4	4.6	15.3	6.9	6.9	
	충청권(대전, 세종 등)	63.9	6.6	18.0	6.6	4.9	
	호남권(광주, 제주)/강원	58.3	5.0	18.3	6.7	10.0	1.7
	전북	64.4	5.1	19.3	5.8	5.1	0.4
고향	서울	61.4	7.9	25.4	1.8	3.5	
	경기/인천	60.0	3.2	25.3	6.3	3.2	2.1
	경상권(부산, 대구 등)	65.4	3.2	16.7	8.3	6.4	
	충청권(대전, 세종 등)	67.1	5.9	18.8	5.9	2.4	
	호남권(광주, 제주)/강원	64.9	3.5	18.4	6.1	6.1	0.9
	전북	67.0	4.5	16.0	8.3	3.6	0.6
사회적 기부	기부하고 있음	64.6	5.4	19.4	7.5	2.3	0.9
	기부하지 않음	66.2	3.5	17.4	6.4	6.4	0.2
전체	비율(%)	65.3	4.5	18.5	7.0	4.2	0.6
	사례수(n)	675	47	191	72	43	6

〈표-2〉 고향방문 정도

구분	범주	고향방문정도				
		한달에 한번	분기에 한번	명절 방문	거의 방문 하지 못함	해당없음 (고향거주)
성별	남성	17.3	24.3	22.4	22.7	13.3
	여성	13.6	18.0	17.7	30.1	20.6
연령	20대	19.8	18.3	15.9	12.7	33.3
	30대	21.0	18.5	10.1	25.2	25.2
	40대	20.8	17.9	19.6	23.2	18.5
	50대	13.9	24.4	21.0	24.4	16.4
	60대 이상	11.5	23.3	24.9	32.7	7.6
고향 거주 형태	출향민	16.9	40.3	29.8	12.9	
	전라북도민	16.8	14.7	13.6	26.7	28.2
	타지역주민	14.3	13.6	18.4	34.1	19.7
학력	고졸 이하	13.4	22.9	18.8	31.8	13.1
	대졸 이상	16.7	20.8	21.0	23.5	18.1
소득 수준	300만원 미만	20.1	16.7	17.2	25.4	20.6
	300~500만원 미만	15.5	20.7	19.4	26.3	18.1
	500~700만원 미만	12.8	23.0	19.8	30.0	14.4
	700만원 이상	15.2	24.5	23.7	23.0	13.6
현재 거주 지역	서울	16.8	28.0	28.0	18.2	8.9
	경기/인천	16.4	25.9	22.9	28.7	6.1
	경상권(부산,대구 등)	7.6	16.0	19.8	29.8	26.7
	충청권(대전,세종 등)	26.2	16.4	19.7	26.2	11.5
	호남권(광주,제주)/강원	5.0	25.0	15.0	28.3	26.7
	전북	17.8	14.5	13.1	26.9	27.6
고향	서울	15.8	10.5	12.3	46.5	14.9
	경기/인천	18.9	16.8	12.6	33.7	17.9
	경상권(부산,대구 등)	7.7	15.4	19.9	34.0	23.1
	충청권(대전,세종 등)	22.4	10.6	27.1	31.8	8.2
	호남권(광주,제주)/강원	9.6	15.8	21.9	38.6	14.0
	전북	17.9	30.4	22.3	12.8	16.6
사회적 기부	기부하고 있음	16.6	26.5	22.0	21.5	13.3
	기부하지 않음	14.5	15.2	17.8	31.9	20.7
전체	비율(%)	15.7	21.5	20.4	26.1	16.3
	사례수(n)	162	222	210	269	168

〈표-3〉 고향사랑기부제도 인식과 알게된 경로

구분	범주	고향기부금 인식 (있음)	고향기부금 인식 정도				알게된 경로			
			전혀알지 못한다	거의알지 못한다	어느정도 알고있다	매우잘 알고 있다	언론	행정기관 공고나 안내	주변 지인	기타
성별	남성	41.0	4.3	24.4	60.7	10.7	45.1	23.9	27.4	3.5
	여성	30.2	5.1	29.7	57.2	8.0	45.7	23.3	28.7	2.3
연령	20대	25.4	3.1	28.1	56.3	12.5	32.3	51.6	16.1	
	30대	21.8		23.1	61.5	15.4	53.8	38.5	3.8	3.8
	40대	22.6	5.3	34.2	50.0	10.5	40.0	28.6	31.4	
	50대	41.0	3.1	25.8	64.9	6.2	37.6	20.4	39.8	2.2
	60대 이상	47.0	6.2	24.7	59.0	10.1	51.5	17.2	26.6	4.7
고향 거주 형태	출향민	58.1	7.6	22.2	58.5	11.7	33.5	18.4	41.8	6.3
	전라북도민	29.3	1.3	25.0	62.5	11.3	50.6	34.2	15.2	
	타지역주민	26.1	2.5	33.1	58.7	5.8	57.6	23.7	17.8	0.8
학력	고졸 이하	39.7	7.3	25.8	60.5	6.5	40.0	20.0	35.7	4.3
	대졸 이상	34.6	3.2	26.6	58.9	11.3	47.9	25.4	24.2	2.5
소득 수준	300만원 미만	32.7	8.8	27.9	55.9	7.4	59.4	20.3	17.2	3.1
	300~500만원 미만	33.9	5.8	27.2	62.1	4.9	40.0	27.4	30.5	2.1
	500~700만원 미만	33.9	3.4	26.4	60.9	9.2	41.2	24.7	27.1	7.1
	700만원 이상	42.6	1.8	24.8	57.8	15.6	44.9	22.4	32.7	
현재 거주 지역	서울	43.0	5.6	21.1	60.0	13.3	42.4	18.8	31.8	7.1
	경기/인천	44.0	7.8	27.1	56.6	8.5	39.2	23.3	35.0	2.5
	경상권(부산, 대구 등)	27.5	2.8	25.0	66.7	5.6	62.9	14.3	20.0	2.9
	충청권(대전, 세종 등)	27.9		35.3	52.9	11.8	43.8	18.8	37.5	
	호남권(광주, 제주)/강원	33.3		40.0	55.0	5.0	45.0	25.0	30.0	
	전북	29.1	1.3	26.3	62.5	10.0	50.6	34.2	13.9	1.3
고향	서울	25.4		24.1	72.4	3.4	65.5	27.6	6.9	
	경기/인천	25.3	8.3	41.7	41.7	8.3	40.9	31.8	27.3	
	경상권(부산, 대구 등)	28.8	2.2	35.6	57.8	4.4	61.4	18.2	18.2	2.3
	충청권(대전, 세종 등)	25.9		36.4	54.5	9.1	68.2	22.7	9.1	
	호남권(광주, 제주)/강원	28.1		18.8	71.9	9.4	43.8	34.4	21.9	
	전북	47.2	6.4	23.2	58.6	11.8	37.4	21.8	35.9	4.9
사회적 기부	기부하고 있음	46.3	3.4	22.6	62.0	12.0	41.2	27.1	28.2	3.5
	기부하지 않음	23.3	7.6	36.2	52.4	3.8	55.6	15.2	27.3	2.0
전체	비율(%)	36.2	4.6	26.3	59.4	9.7	45.4	23.7	27.9	3.1
	사례수(n)	374	17	98	221	36	161	84	99	11

〈표-4〉 고향사랑기부 의사

구분	범주	기부의사					
		가까이 기부하고 싶다 (a)	기회가 되면 기부하고 싶다 (b)	별로 기부할 의사가 없다 (c)	전혀 기부할 의사가 없다 (d)	기부하고 싶다 (a+b)	기부할 의사가 없다 (c+d)
성별	남성	10.1	55.5	27.6	6.8	65.6	34.4
	여성	4.5	43.8	40.2	11.4	48.3	51.6
연령	20대	6.3	31.7	46.0	15.9	38	61.9
	30대	4.2	37.0	42.9	16.0	41.2	58.9
	40대	6.0	47.0	37.5	9.5	53	47
	50대	7.9	55.2	31.8	5.0	63.1	36.8
	60대 이상	9.4	59.0	25.1	6.5	68.4	31.6
고향 거주 형태	출향민	15.7	70.3	12.7	1.3	86	14
	전라북도민	5.1	43.6	39.2	12.1	48.7	51.3
	타지역주민	3.9	41.3	43.0	11.9	45.2	54.9
학력	고졸 이하	6.4	49.7	33.1	10.8	56.1	43.9
	대졸 이상	8.2	50.6	33.2	8.0	58.8	41.2
소득 수준	300만원 미만	4.8	42.6	38.8	13.9	47.4	52.7
	300~500만원 미만	5.6	51.0	34.5	8.9	56.6	43.4
	500~700만원 미만	5.8	54.5	32.3	7.4	60.3	39.7
	700만원 이상	13.2	51.9	28.3	6.6	65.1	34.9
현재 거주 지역	서울	11.6	57.4	26.4	4.6	69	31
	경기/인천	10.2	54.9	28.7	6.1	65.1	34.8
	경상권(부산, 대구 등)	2.3	42.0	42.0	13.7	44.3	55.7
	충청권(대전, 세종 등)	6.6	47.5	32.8	13.1	54.1	45.9
	호남권(광주, 제주)/강원	5.0	51.7	35.0	8.3	56.7	43.3
	전북	5.1	44.0	38.9	12.0	49.1	50.9
고향	서울	3.5	35.1	50.9	10.5	38.6	61.4
	경기/인천	3.2	38.9	42.1	15.8	42.1	57.9
	경상권(부산, 대구 등)	1.9	47.4	37.8	12.8	49.3	50.6
	충청권(대전, 세종 등)	3.5	38.8	48.2	9.4	42.3	57.6
	호남권(광주, 제주)/강원	8.8	50.9	30.7	9.6	59.7	40.3
	전북	11.9	59.1	23.5	5.5	71	29
사회적 기부	기부하고 있음	11.8	60.9	22.8	4.5	72.7	27.3
	기부하지 않음	2.4	36.6	46.5	14.5	39	61
전체	비율(%)	7.6	50.3	33.2	8.9	57.9	42.1
	사례수(n)	79	521	344	92	600	436

〈표-5〉 고향사랑기부 이유

구분	범주	고향사랑기부 이유				
		고향발전에 보탬이 되고 싶어서	세액공제혜택을 받을 수 있어서	답례품을 받을 수 있어서	고향은 아니지만 지역균형발전에 도움이 되고 싶어서	기타
성별	남성	80.3	8.0	4.0	6.9	0.8
	여성	76.8	7.1	8.0	5.8	2.2
연령	20대	56.3	14.6	18.8	10.4	
	30대	75.5	12.2	6.1	4.1	2.0
	40대	71.9	15.7	3.4	9.0	
	50대	86.8	3.3	4.0	4.6	1.3
	60대 이상	82.0	5.4	4.6	6.1	1.9
고향 거주 형태	출향민	85.2	5.4	3.9	3.1	2.3
	전라북도민	70.7	10.5	6.8	10.5	1.5
	타지역주민	76.6	8.6	6.7	8.1	
학력	고졸 이하	75.4	8.0	5.1	8.0	3.4
	대졸 이상	80.4	7.5	5.7	5.9	0.5
소득 수준	300만원 미만	78.8	8.1	7.1	4.0	2.0
	300~500만원 미만	76.7	8.7	2.9	10.5	1.2
	500~700만원 미만	77.9	8.4	7.1	5.8	0.6
	700만원 이상	83.3	5.4	6.0	4.8	0.6
현재 거주 지역	서울	80.5	6.0	7.4	2.7	3.4
	경기/인천	82.1	6.3	3.2	8.4	
	경상권(부산, 대구 등)	79.3	10.3	5.2	5.2	
	충청권(대전, 세종 등)	81.8	6.1	9.1		3.0
	호남권(광주, 제주)/강원	82.4	11.8	2.9	2.9	
	전북	71.1	9.6	6.7	11.1	1.5
고향	서울	68.2	2.3	9.1	20.5	
	경기/인천	70.0	12.5	10.0	7.5	
	경상권(부산, 대구 등)	75.3	9.1	7.8	6.5	1.3
	충청권(대전, 세종 등)	69.4	22.2	2.8	5.6	
	호남권(광주, 제주)/강원	75.0	8.8	5.9	8.8	1.5
	전북	84.1	5.7	4.2	4.2	1.8
사회적 기부	기부하고 있음	80.7	6.7	5.0	6.4	1.2
	기부하지 않음	74.7	10.1	6.7	6.7	1.7
전체	비율(%)	79.0	7.7	5.5	6.5	1.3
	사례수(n)	473	46	33	39	8

〈표-6〉 고향사랑기부 예정금액

구분	범주	기부금액					평균기부금액 (만원)
		10만원 미만	10만원	11~50만원 미만	50~100만원 미만	100만원 이상	
성별	남성	14.4	42.3	14.4	8.8	20.2	39.18
	여성	22.8	35.7	17.4	10.7	13.4	37.48
연령	20대	25.0	33.3	10.4	10.4	20.8	50.21
	30대	32.7	34.7	10.2	8.2	14.3	29.78
	40대	16.9	40.4	15.7	12.4	14.6	36.58
	50대	14.6	44.4	15.2	7.3	18.5	32.01
	60대 이상	15.3	38.9	17.6	9.9	18.3	42.59
고향 거주 형태	출향민	12.4	41.1	17.1	9.3	20.2	40.08
	전라북도민	18.8	40.6	11.3	10.5	18.8	47.92
	타지역주민	23.0	37.8	16.3	9.1	13.9	30.69
학력	고졸 이하	21.0	40.3	14.8	6.8	17.0	34.68
	대졸 이상	16.0	39.6	15.8	10.6	17.9	40.15
소득 수준	300만원 미만	21.2	47.5	14.1	5.1	12.1	30.84
	300~500만원 미만	19.8	37.8	19.8	9.3	13.4	31.06
	500~700만원 미만	17.4	36.8	14.8	12.3	18.7	40.25
	700만원 이상	13.1	39.9	12.5	9.5	25.0	49.90
현재 거주 지역	서울	14.8	41.6	16.8	8.1	18.8	38.04
	경기/인천	17.8	39.3	16.8	9.9	16.2	36.91
	경상권(부산, 대구 등)	22.4	31.0	19.0	12.1	15.5	33.05
	충청권(대전, 세종 등)	12.1	48.5	6.1	9.1	24.2	35.30
	호남권(광주, 제주)/강원	17.6	35.3	23.5	5.9	17.6	30.29
	전북	19.3	41.5	11.1	10.4	17.8	46.65
고향	서울	18.2	27.3	20.5	13.6	20.5	53.86
	경기/인천	25.0	47.5	5.0	2.5	20.0	33.88
	경상권(부산, 대구 등)	24.7	29.9	15.6	15.6	14.3	34.69
	충청권(대전, 세종 등)	11.1	44.4	16.7	2.8	25.0	45.83
	호남권(광주, 제주)/강원	17.6	48.5	19.1	8.8	5.9	20.65
	전북	15.5	40.6	15.2	9.3	19.4	40.83
사회적 기부	기부하고 있음	14.5	38.6	17.6	10.2	19.0	41.74
	기부하지 않음	24.2	42.7	10.7	7.9	14.6	31.38
전체	비율(%)	17.5	39.8	15.5	9.5	17.7	38.55
	사례수(n)	105	239	93	57	106	600

〈표-7〉 고향사랑기부 지역수와 단일기부지역

구분	범주	기부지역수		단일기부지역		
		단일기부	중복기부	전라북도	전라북도시군	타지역
성별	남성	85.4	14.6	7.8	55.7	36.5
	여성	79.7	20.3	9.7	33.3	57.0
연령	20대	83.3	16.7	12.8	23.1	64.1
	30대	87.8	12.2	9.8	26.8	63.4
	40대	86.2	13.8	8.3	44.4	47.2
	50대	72.0	28.0	7.7	63.5	28.8
	60대 이상	87.9	12.1	7.9	50.0	42.1
고향 거주 형태	출향민	80.0	20.0	12.8	86.7	0.6
	전라북도민	85.0	15.0	9.7	44.2	46.0
	타지역주민	86.1	13.9	3.4	11.2	85.5
학력	고졸 이하	84.3	15.7	10.9	54.0	35.0
	대졸 이상	82.9	17.1	7.5	45.4	47.2
소득 수준	300만원 미만	90.8	9.2	11.1	42.0	46.9
	300~500만원 미만	88.2	11.8	10.0	46.7	43.3
	500~700만원 미만	79.7	20.3	4.3	48.7	47.0
	700만원 이상	77.1	22.9	8.0	52.8	39.2
현재 거주 지역	서울	81.3	18.8	7.9	67.3	24.8
	경기/인천	81.5	18.5	10.7	53.0	36.2
	경상권(부산, 대구 등)	82.5	17.5	2.1	19.1	78.7
	충청권(대전, 세종 등)	84.8	15.2	14.3	28.6	57.1
	호남권(광주, 제주)/강원	94.1	5.9	-	28.1	71.9
	전북	85.2	14.8	9.6	46.1	44.3
고향	서울	77.3	22.7	2.9	11.8	85.3
	경기/인천	82.5	17.5	-	25.0	75.0
	경상권(부산, 대구 등)	85.7	14.3	-	10.6	89.4
	충청권(대전, 세종 등)	91.7	8.3	-	6.1	93.9
	호남권(광주, 제주)/강원	91.2	8.8	1.6	4.8	93.5
	전북	81.0	19.0	15.5	82.4	2.0
사회적 기부	기부하고 있음	80.0	20.0	10.1	51.7	38.2
	기부하지 않음	90.9	9.1	5.2	39.2	55.6
전체	비율(%)	83.3	16.7	8.5	47.9	43.6
	사례수(n)	493	99	40	226	206

〈표-8〉 고향사랑기부 예정지역과 이유

구분	범주	기부계획 지역			특정지역 기부 이유					
		태어난 고향의 시도	태어난 고향의 시군구	고향이외 타지역	태어난 고향	출신 학교나 직장의 연고지	가족, 부모 거주	친척, 친구 거주	향후 이주 계획	기타
성별	남성	30.6	62.6	6.7	64.9	10.8	13.0	4.9	4.9	1.6
	여성	36.6	56.7	6.7	55.6	9.4	22.9	4.0	4.0	4.0
연령	20대	47.9	45.8	6.3	62.5	29.2	8.3			
	30대	42.9	49.0	8.2	49.0	16.3	26.5	4.1	2.0	2.0
	40대	24.4	69.8	5.8	38.4	10.5	37.2	5.8	4.7	3.5
	50대	30.7	57.3	12.0	58.4	10.7	18.1	4.0	8.1	0.7
	60대 이상	32.3	63.9	3.8	72.8	5.4	8.8	5.4	3.8	3.8
고향 거주 형태	출향민	31.5	67.7	0.8	66.5	10.4	12.0	4.4	5.2	1.6
	전라북도민	30.8	56.4	12.8	57.1	11.3	18.8	3.8	5.3	3.8
	타지역주민	35.9	54.1	10.0	57.9	9.6	21.1	5.3	3.3	2.9
학력	고졸 이하	32.0	60.7	7.3	61.4	7.4	17.0	6.3	6.3	1.7
	대졸 이상	33.3	60.3	6.5	61.4	11.5	16.5	3.8	3.8	2.9
소득 수준	300만원 미만	37.8	55.1	7.1	61.9	8.2	13.4	8.2	5.2	3.1
	300~500만원 미만	28.2	62.6	9.2	56.3	14.9	19.5	2.3	4.6	2.3
	500~700만원 미만	34.4	60.9	4.6	62.7	8.0	16.0	5.3	5.3	2.7
	700만원 이상	32.5	61.4	6.0	64.5	9.0	16.9	4.2	3.6	1.8
현재 거주 지역	서울	34.7	63.2	2.1	66.0	17.0	7.1	2.8	4.3	2.8
	경기/인천	36.6	58.1	5.2	60.7	7.3	17.3	7.3	5.8	1.6
	경상권(부산, 대구 등)	28.8	64.4	6.8	61.0	3.4	23.7	3.4	5.1	3.4
	충청권(대전, 세종 등)	12.1	75.8	12.1	63.6	12.1	18.2		3.0	3.0
	호남권(광주, 제주)/강원	32.4	58.8	8.8	58.8	5.9	29.4	5.9		
	전북	32.6	55.6	11.9	57.8	11.1	19.3	3.7	4.4	3.7
고향	서울	38.6	40.9	20.5	40.9	27.3	11.4	9.1	4.5	6.8
	경기/인천	35.0	57.5	7.5	55.0	17.5	20.0	5.0	2.5	
	경상권(부산, 대구 등)	37.7	49.4	13.0	58.4	5.2	20.8	3.9	6.5	5.2
	충청권(대전, 세종 등)	27.8	55.6	16.7	47.2	11.1	30.6	5.6	2.8	2.8
	호남권(광주, 제주)/강원	36.8	58.8	4.4	70.6	2.9	19.1	4.4		2.9
	전북	30.5	66.8	2.7	65.2	9.8	14.0	4.0	5.5	1.5
사회적 기부	기부하고 있음	32.9	61.9	5.2	61.0	11.0	15.6	5.0	5.0	2.4
	기부하지 않음	32.8	56.9	10.3	62.6	8.6	19.0	3.4	3.4	2.9
전체	비율(%)	32.9	60.4	6.7	61.4	10.3	16.7	4.6	4.6	2.5
	사례수(n)	196	360	40	364	61	99	27	27	15

〈표-9〉 고향사랑기부를 하지 않는 이유

구분	범주	기부하지 않는 이유					
		경제적으로 부담이 되어서	고향발전엔 큰 도움이 되지 않을 것 같아서	고향에 대한 생각이 별로 없어서	현재 거주하고 있는 지역이 좋으나, 기부할 수 없어서	기부금이 투명하게 사용되지 않을 것 같아서	기타
성별	남성	45.0	12.0	14.5	5.0	21.5	2.0
	여성	43.3	8.0	19.7	7.1	21.4	0.4
연령	20대	53.8	5.1	15.4	5.1	20.5	-
	30대	52.9	7.1	15.7	4.3	18.6	1.4
	40대	51.2	17.1	12.2	2.4	17.1	-
	50대	33.7	7.9	18.0	11.2	25.8	3.4
	60대 이상	35.3	10.9	22.7	6.7	23.5	0.8
고향 거주 형태	출향민	50.0	15.9	4.5	6.8	20.5	2.3
	전라북도민	47.9	7.9	16.4	6.4	21.4	-
	타지역주민	40.9	9.8	20.1	5.9	21.7	1.6
학력	고졸 이하	48.1	4.4	17.0	7.4	22.2	0.7
	대졸 이상	42.2	12.2	17.5	5.6	21.1	1.3
소득 수준	300만원 미만	56.4	7.3	13.6	4.5	18.2	-
	300~500만원 미만	46.9	7.7	11.5	7.7	25.4	0.8
	500~700만원 미만	38.7	10.4	24.5	7.5	17.0	1.9
	700만원 이상	30.8	15.4	22.0	4.4	25.3	2.2
현재 거주 지역	서울	49.3	4.2	19.7	2.8	23.9	-
	경기/인천	37.6	16.8	14.9	8.9	17.8	4.0
	경상권(부산, 대구 등)	41.7	8.3	19.4	8.3	22.2	-
	충청권(대전, 세종 등)	35.7	17.9	25.0	-	21.4	-
	호남권(광주, 제주)/강원	50.0	3.8	11.5	3.8	26.9	3.8
	전북	47.9	7.9	16.4	6.4	21.4	-
고향	서울	38.6	8.6	17.1	8.6	25.7	1.4
	경기/인천	38.2	10.9	27.3	5.5	16.4	1.8
	경상권(부산, 대구 등)	49.4	6.3	19.0	6.3	19.0	-
	충청권(대전, 세종 등)	40.8	10.2	22.4	4.1	22.4	-
	호남권(광주, 제주)/강원	45.7	6.5	21.7	4.3	19.6	2.2
	전북	46.8	12.9	9.4	6.5	23.0	1.4
사회적 기부	기부하고 있음	31.8	13.4	20.4	10.2	22.3	1.9
	기부하지 않음	50.9	7.8	15.7	3.9	21.0	0.7
전체	비율(%)	44.1	9.8	17.4	6.2	21.5	1.1
	사례수(n)	193	43	76	27	94	5

〈표-10〉 기부 의사가 없는 집단의 향후기부 의사와 기부금액

구분	범주	향후 기부 의사			평균기부금액 (만원)
		전혀 없음	별로없음	기회가 되면 기부예정	
성별	남성	23.5	66.0	10.5	20.00
	여성	25.3	66.2	8.4	17.75
연령	20대	32.1	59.0	9.0	7.86
	30대	24.3	71.4	4.3	50.33
	40대	24.4	65.9	9.8	12.50
	50대	19.1	64.0	16.9	21.27
	60대 이상	23.7	69.5	6.8	18.75
고향 거주 형태	출향민	14.0	60.5	25.6	16.91
	전라북도민	26.4	60.7	12.9	12.11
	타지역주민	25.2	70.1	4.7	30.92
학력	고졸 이하	29.9	62.7	7.5	14.70
	대졸 이상	22.1	67.7	10.2	20.26
소득 수준	300만원 미만	32.7	61.8	5.5	7.17
	300~500만원 미만	17.7	71.5	10.8	16.36
	500~700만원 미만	23.6	66.0	10.4	17.36
	700만원 이상	25.3	63.7	11.0	31.20
현재 거주 지역	서울	27.1	64.3	8.6	25.00
	경기/인천	17.8	75.2	6.9	22.00
	경상권(부산, 대구 등)	25.0	66.7	8.3	20.50
	충청권(대전, 세종 등)	32.1	60.7	7.1	55.00
	호남권(광주, 제주)/강원	23.1	69.2	7.7	10.00
	전북	26.4	60.7	12.9	12.11
고향	서울	30.0	67.1	2.9	75.00
	경기/인천	29.1	63.6	7.3	10.00
	경상권(부산, 대구 등)	13.9	77.2	8.9	19.43
	충청권(대전, 세종 등)	20.4	75.5	4.1	7.50
	호남권(광주, 제주)/강원	26.1	65.2	8.7	7.50
	전북	26.8	57.2	15.9	18.36
사회적 기부	기부하고 있음	17.9	67.9	14.1	16.23
	기부하지 않음	28.1	65.1	6.8	22.00
전체	비율(%)	24.5	66.1	9.4	18.90
	사례수(n)	107	289	41	41

〈표-11〉 고향사랑기부금 기부시 고려 조건

구분	범주	기부 고려 조건				
		고향 발전 및 지역활성화 측면	세금 공제 혜택	답례품	기부금용도 (사용처)	기타
성별	남성	63.2	16.4	7.9	12.6	-
	여성	44.5	23.8	6.0	25.3	0.4
연령	20대	34.1	33.3	11.9	20.6	-
	30대	35.3	34.5	10.9	19.3	-
	40대	42.9	29.2	3.6	24.4	-
	50대	66.9	11.3	4.6	17.2	-
	60대 이상	65.3	11.7	7.3	15.1	0.5
고향 거주 형태	출향민	81.3	7.0	6.0	5.0	0.7
	전라북도민	43.6	25.3	8.4	22.7	-
	타지역주민	44.3	24.6	6.9	24.2	-
학력	고졸 이하	55.7	17.5	8.3	18.2	0.3
	대졸 이상	54.4	20.6	6.5	18.3	0.1
소득 수준	300만원 미만	46.4	23.9	7.2	22.5	-
	300~500만원 미만	55.9	17.8	7.2	19.1	-
	500~700만원 미만	52.9	21.4	6.6	18.7	0.4
	700만원 이상	61.6	17.4	7.0	14.0	-
현재 거주 지역	서울	64.8	13.4	10.2	11.1	0.5
	경기/인천	63.1	19.5	3.1	14.0	0.3
	경상권(부산, 대구 등)	42.7	16.8	9.2	31.3	-
	충청권(대전, 세종 등)	55.7	19.7	4.9	19.7	-
	호남권(광주, 제주)/강원	53.3	25.0	6.7	15.0	-
	전북	44.0	25.1	8.4	22.5	-
고향	서울	38.6	28.9	8.8	23.7	-
	경기/인천	36.8	25.3	10.5	27.4	-
	경상권(부산, 대구 등)	42.3	19.9	9.0	28.8	-
	충청권(대전, 세종 등)	45.9	27.1	2.4	24.7	-
	호남권(광주, 제주)/강원	52.6	24.6	7.0	15.8	-
	전북	68.6	13.8	6.1	11.0	0.4
사회적 기부	기부하고 있음	64.9	14.5	5.7	14.5	0.3
	기부하지 않음	41.9	26.3	8.8	23.0	-
전체	비율(%)	54.8	19.7	7.0	18.2	0.2
	사례수(n)	568	204	73	189	2

〈표-12〉 고향사랑기부 선호 답례품(1순위)

구분	범주	선호답례품(1순위)								
		지역 농산물	지역 축산물	지역 해산물	지역 가공품	지역관광 및 문화시설	지역 전통 공예품	자치단체 감사장	지역화폐	기타
성별	남성	45.0	8.6	4.2	6.8	9.8	3.8	2.4	19.2	0.2
	여성	43.2	10.6	3.9	3.7	9.3	2.2	1.1	25.9	0.2
연령	20대	27.0	21.4	4.8	1.6	9.5	2.4	1.6	31.7	0.0
	30대	34.5	17.6	2.5	4.2	9.2	1.7	0.8	28.6	0.8
	40대	35.7	12.5	3.0	6.5	12.5	1.8	3.0	25.0	0.0
	50대	51.0	5.0	3.3	5.4	10.5	4.2	1.3	19.2	0.0
	60대 이상	52.2	4.4	5.2	6.5	7.8	3.7	2.1	17.8	0.3
고향 거주 형태	출향민	57.7	2.7	4.3	9.0	8.0	4.3	2.0	11.3	0.7
	전라북도민	41.4	9.5	4.4	5.9	8.8	2.6	0.7	26.7	0.0
	타지역주민	37.1	13.8	3.7	2.8	11.0	2.6	2.4	26.6	0.0
학력	고졸 이하	50.0	6.1	3.8	6.1	7.3	2.5	1.3	22.9	0.0
	대졸 이상	41.7	10.9	4.2	5.1	10.5	3.3	2.1	21.9	0.3
소득 수준	300만원 미만	44.5	9.1	1.9	8.1	6.2	1.4	1.4	27.3	0.0
	300~500만원 미만	45.1	12.2	2.3	3.6	6.6	4.6	2.3	23.4	0.0
	500~700만원 미만	38.1	10.9	6.2	5.1	12.5	2.3	1.2	23.7	0.0
	700만원 이상	48.1	5.4	5.8	5.8	13.2	3.5	2.3	15.5	0.4
현재 거주 지역	서울	52.3	10.2	3.2	4.2	9.7	2.8	0.9	15.7	0.9
	경기/인천	49.1	7.2	4.8	7.2	9.2	3.8	3.8	15.0	0.0
	경상권(부산,대구 등)	32.1	16.8	3.8	3.1	8.4	4.6	0.8	30.5	0.0
	충청권(대전,세종 등)	34.4	8.2	1.6	4.9	14.8	1.6	1.6	32.8	0.0
	호남권(광주,제주)/강원	40.0	3.3	5.0	5.0	11.7	1.7	1.7	31.7	0.0
	전북	41.5	9.5	4.4	5.8	8.7	2.5	1.1	26.5	0.0
고향	서울	33.3	13.2	3.5	4.4	11.4	3.5	3.5	27.2	0.0
	경기/인천	36.8	13.7	6.3	4.2	8.4	3.2	3.2	24.2	0.0
	경상권(부산,대구 등)	32.1	14.7	2.6	5.8	10.9	2.6	0.6	30.8	0.0
	충청권(대전,세종 등)	49.4	16.5	0.0	2.4	5.9	2.4	1.2	22.4	0.0
	호남권(광주,제주)/강원	42.1	7.9	5.3	2.6	13.2	3.5	1.8	23.7	0.0
	전북	51.9	5.1	4.7	7.0	8.7	3.2	1.7	17.4	0.4
사회적 기부	기부하고 있음	47.1	6.2	4.3	7.1	11.1	3.6	1.9	18.3	0.3
	기부하지 않음	40.4	13.6	3.7	3.3	7.7	2.4	1.8	27.2	0.0
전체	비율(%)	44.2	9.5	4.1	5.4	9.6	3.1	1.8	22.2	0.2
	사례수(n)	458	98	42	56	99	32	19	230	2

〈표-13〉 고향사랑기부 선호 답례품(2순위)

구분	범주	선호답례품(2순위)								
		지역 농산물	지역 축산물	지역 해산물	지역 가공품	지역관광 및 문화시설	지역 전통 공예품	자치단체 감사장	지역화폐	기타
성별	남성	16.6	19.3	7.9	10.2	22.5	5.5	3.8	13.9	0.4
	여성	22.5	16.7	8.8	11.2	20.7	6.4	0.7	13.0	0.0
연령	20대	15.1	34.1	4.0	10.3	22.2	4.0	3.2	7.1	0.0
	30대	12.6	20.2	10.1	7.6	26.9	5.9	2.5	14.3	0.0
	40대	19.8	15.6	7.8	9.6	23.4	4.2	3.0	16.8	0.0
	50대	20.3	13.6	6.4	9.7	24.6	8.5	1.7	15.3	0.0
	60대 이상	21.9	16.1	10.7	12.8	17.2	5.7	2.2	12.8	0.5
고향 거주 형태	출향민	19.8	12.6	11.5	11.9	22.3	6.8	2.5	11.9	0.7
	전라북도민	17.6	22.3	7.7	11.0	16.5	7.3	1.5	16.1	0.0
	타지역주민	19.9	19.0	6.7	9.7	24.4	4.5	2.8	13.0	0.0
학력	고졸 이하	18.5	19.5	9.3	10.9	20.9	7.0	2.0	11.3	0.7
	대졸 이상	19.5	17.6	7.9	10.5	22.1	5.5	2.5	14.5	0.0
소득 수준	300만원 미만	17.6	25.1	10.1	13.1	18.1	3.5	3.0	9.5	0.0
	300~500만원 미만	20.2	15.6	10.3	8.6	26.8	4.6	2.6	10.6	0.7
	500~700만원 미만	20.1	14.6	9.4	11.8	18.9	9.4	2.8	13.0	0.0
	700만원 이상	18.8	19.1	3.1	9.8	21.5	5.9	1.2	20.7	0.0
현재 거주 지역	서울	18.8	19.3	11.2	10.7	22.3	5.1	2.5	9.1	1.0
	경기/인천	17.6	15.9	8.6	11.0	25.2	7.2	3.4	11.0	0.0
	경상권(부산,대구 등)	26.0	14.5	7.6	6.9	23.7	3.1	0.8	17.6	0.0
	충청권(대전,세종 등)	23.0	16.4	6.6	16.4	14.8	4.9	3.3	14.8	0.0
	호남권(광주,제주)/강원	21.7	15.0	1.7	10.0	30.0	3.3	3.3	15.0	0.0
	전북	16.7	22.5	8.0	10.9	16.4	7.3	1.5	16.7	0.0
고향	서울	11.4	21.9	8.8	14.0	22.8	6.1	3.5	11.4	0.0
	경기/인천	23.2	16.8	5.3	8.4	26.3	6.3	3.2	10.5	0.0
	경상권(부산,대구 등)	22.4	17.3	5.1	7.1	22.4	6.4	3.8	15.4	0.0
	충청권(대전,세종 등)	17.6	23.5	3.5	23.5	22.4	2.4	0.0	7.1	0.0
	호남권(광주,제주)/강원	22.8	17.5	9.6	4.4	21.9	4.4	1.8	17.5	0.0
	전북	18.7	16.9	10.4	10.7	20.0	6.7	2.0	14.2	0.4
사회적 기부	기부하고 있음	20.2	16.2	8.9	10.3	20.8	7.6	3.0	13.0	0.0
	기부하지 않음	18.0	20.6	7.5	11.1	22.8	3.8	1.6	14.2	0.4
전체	비율(%)	19.2	18.1	8.3	10.7	21.7	5.9	2.4	13.5	0.2
	사례수(n)	195	184	84	108	220	60	24	137	2

〈표-14〉 고향사랑기부 선호 답례품(중복응답)

구분	범주	선호답례품(중복응답)								
		지역 농산물	지역 축산물	지역 해산물	지역 가공품	지역관광 및 문화시설	지역 전통 공예품	자치단체 감사장	지역화폐	기타
성별	남성	35.7	12.1	5.4	7.9	14.0	4.4	2.9	17.5	0.2
	여성	36.4	12.6	5.5	6.2	13.0	3.6	0.9	21.7	0.1
연령	20대	23.0	25.7	4.5	4.5	13.8	2.9	2.1	23.5	0.0
	30대	27.2	18.5	5.0	5.3	15.1	3.1	1.4	23.8	0.6
	40대	30.4	13.5	4.6	7.6	16.1	2.6	3.0	22.3	0.0
	50대	40.9	7.8	4.3	6.9	15.1	5.6	1.4	17.9	0.0
	60대 이상	42.4	8.2	7.0	8.6	10.9	4.3	2.1	16.2	0.4
고향 거주 형태	출향민	45.7	5.8	6.6	9.9	12.5	5.1	2.2	11.5	0.7
	전라북도민	33.5	13.8	5.5	7.6	11.4	4.2	1.0	23.2	0.0
	타지역주민	31.4	15.6	4.7	5.1	15.5	3.2	2.5	22.0	0.0
학력	고졸 이하	39.8	10.4	5.6	7.6	11.7	4.0	1.5	19.1	0.2
	대졸 이상	34.4	13.1	5.4	6.9	14.3	4.0	2.2	19.4	0.2
소득 수준	300만원 미만	35.8	14.3	4.5	9.7	10.0	2.1	1.9	21.6	0.0
	300~500만원 미만	36.8	13.3	4.9	5.3	13.3	4.6	2.4	19.1	0.2
	500~700만원 미만	32.2	12.1	7.3	7.3	14.6	4.7	1.7	20.2	0.0
	700만원 이상	38.3	10.0	4.9	7.1	15.9	4.3	1.9	17.2	0.3
현재 거주 지역	서울	41.8	13.0	5.7	6.2	13.7	3.5	1.4	13.7	1.0
	경기/인천	38.7	10.0	6.1	8.4	14.5	4.9	3.7	13.7	0.0
	경상권(부산,대구 등)	30.0	16.0	5.1	4.3	13.5	4.1	0.8	26.2	0.0
	충청권(대전,세종 등)	30.6	10.9	3.3	8.7	14.8	2.7	2.2	26.8	0.0
	호남권(광주,제주)/강원	33.9	7.2	3.9	6.7	17.8	2.2	2.2	26.1	0.0
	전북	33.2	13.8	5.6	7.5	11.3	4.1	1.2	23.3	0.0
고향	서울	26.0	16.1	5.3	7.6	15.2	4.4	3.5	21.9	0.0
	경기/인천	32.3	14.7	6.0	5.6	14.4	4.2	3.2	19.6	0.0
	경상권(부산,대구 등)	28.8	15.6	3.4	6.2	14.7	3.8	1.7	25.6	0.0
	충청권(대전,세종 등)	38.8	18.8	1.2	9.4	11.4	2.4	0.8	17.3	0.0
	호남권(광주,제주)/강원	35.7	11.1	6.7	3.2	16.1	3.8	1.8	21.6	0.0
	전북	41.2	8.9	6.5	8.2	12.3	4.3	1.8	16.4	0.4
사회적 기부	기부하고 있음	38.3	9.5	5.8	8.1	14.3	4.9	2.3	16.6	0.2
	기부하지 않음	32.9	15.9	5.0	5.9	12.7	2.9	1.7	22.9	0.1
전체	비율(%)	36.0	12.3	5.4	7.1	13.5	4.0	2.0	19.3	0.2
	순위	1	4	6	5	3	7	8	2	9

〈표-15〉 고향사랑기부금 전라북도 기부지역(1순위)

구분	범주	전라북도 기부지역(1순위)														
		전라북도	전주	군산	익산	정읍	남원	김제	완주	무주	진안	장수	임실	순창	고창	부안
성별	남성	13.6	19.8	10.7	6.5	4.9	7.5	2.4	1.6	4.7	5.2	3.3	3.7	3.3	6.3	6.5
	여성	17.7	16.5	6.9	5.2	6.3	6.5	4.1	3.2	5.8	3.5	2.6	5.6	7.1	4.8	4.1
연령	20대	28.6	30.2	9.5	10.3	1.6	2.4	4.0	1.6	1.6	0.8	2.4	3.2	0.8	2.4	0.8
	30대	22.7	28.6	7.6	4.2	2.5	5.9	3.4	1.7	2.5	2.5	2.5	5.0	6.7	1.7	2.5
	40대	16.8	18.6	11.4	5.4	6.0	8.4	4.2	5.4	3.6	3.0	3.0	3.6	4.8	3.0	3.0
	50대	7.9	20.9	7.9	6.3	5.0	6.3	3.8	1.3	5.4	6.3	2.1	2.9	6.3	7.5	10.0
	60대 이상	12.8	9.4	8.9	5.0	7.9	8.9	2.1	2.1	7.9	5.8	3.9	6.3	5.2	7.9	6.0
고향 거주 형태	출향민	12.4	10.4	10.1	3.7	5.4	6.4	2.7	3.4	5.4	9.4	3.0	5.4	4.4	8.7	9.4
	전라북도민	14.7	26.4	8.8	8.1	5.5	7.3	5.1	1.8	3.3	2.6	2.6	2.2	3.3	3.3	5.1
	타지역주민	17.9	18.6	8.4	6.0	5.6	7.3	2.4	1.9	6.3	2.4	3.2	5.4	6.5	5.0	3.0
학력	고졸 이하	13.7	13.7	8.0	6.7	7.0	5.1	4.5	1.9	7.0	5.1	4.8	5.1	6.4	5.4	5.7
	대졸 이상	16.3	20.3	9.4	5.6	4.9	7.9	2.6	2.5	4.4	4.2	2.2	4.3	4.4	5.7	5.3
소득 수준	300만원 미만	21.6	18.8	7.7	7.7	6.7	3.4	5.3	2.9	4.3	2.9	3.8	4.8	3.8	2.4	3.8
	300~500만원 미만	12.5	18.4	7.9	6.3	6.9	8.9	3.0	1.3	4.6	3.3	3.0	5.3	7.2	4.6	6.9
	500~700만원 미만	12.5	17.5	11.7	4.7	3.5	8.6	3.1	3.9	5.4	3.9	4.7	6.2	4.3	6.2	3.9
	700만원 이상	16.7	18.6	8.5	5.4	4.7	6.6	1.6	1.6	6.6	7.8	0.8	1.9	4.3	8.5	6.6
현재 거주 지역	서울	14.5	19.2	9.3	6.1	7.0	5.6	2.8	0.5	7.0	5.1	3.7	4.2	5.1	5.6	4.2
	경기/인천	15.7	11.3	8.2	5.8	5.1	6.8	3.1	2.7	3.1	7.2	2.7	5.8	6.5	7.5	8.5
	경상권(부산,대구 등)	8.2	6.6	21.3	4.9	4.9	9.8	3.3	4.9	14.8	3.3	1.6	4.9	4.9	3.3	3.3
	충청권(대전,세종 등)	8.2	6.6	21.3	4.9	4.9	9.8	3.3	4.9	14.8	3.3	1.6	4.9	4.9	3.3	3.3
	호남권(광주,제주)/강원	18.3	20.0	10.0	1.7	3.3	5.0	1.7	5.0	3.3	1.7	5.0	6.7	1.7	11.7	5.0
	전북	14.9	26.2	8.7	8.0	5.5	7.3	5.1	1.8	3.6	2.5	2.5	2.2	3.3	3.3	5.1
고향	서울	17.5	25.4	5.3	7.9	7.0	8.8	3.5	0.0	6.1	1.8	2.6	1.8	4.4	4.4	3.5
	경기/인천	15.8	13.7	9.5	6.3	5.3	5.3	3.2	3.2	2.1	3.2	3.2	9.5	10.5	4.2	5.3
	경상권(부산,대구 등)	16.7	26.3	8.3	3.8	4.5	7.1	1.3	2.6	5.8	1.9	4.5	5.1	6.4	4.5	1.3
	충청권(대전,세종 등)	14.1	17.6	12.9	5.9	5.9	7.1	3.5	3.5	12.9	1.2	1.2	4.7	2.4	4.7	2.4
	호남권(광주,제주)/강원	20.2	13.2	4.4	7.0	7.0	11.4	4.4	0.9	4.4	2.6	4.4	1.8	7.0	6.1	5.3
	전북	13.6	16.2	10.4	5.7	5.1	6.0	3.4	2.8	4.3	7.2	2.6	4.7	3.6	6.6	7.9
사회적 기부	기부하고 있음	14.6	16.1	8.7	5.2	5.6	8.0	2.1	2.3	5.7	5.4	3.3	5.7	4.3	6.9	6.1
	기부하지 않음	16.7	21.1	9.4	6.8	5.5	5.9	4.4	2.4	4.6	3.3	2.6	3.1	5.9	3.7	4.6
전체	비율(%)	15.5	18.3	9.0	5.9	5.5	7.1	3.2	2.3	5.2	4.4	3.0	4.5	5.0	5.6	5.4
	사례수(n)	160	189	93	61	57	73	33	24	54	46	31	47	52	58	56

〈표-16〉 고향사랑기부금 전라북도 기부지역(2순위)

구분	범주	전라북도 기부지역(2순위)														
		전라북도	전주	군산	익산	정읍	남원	김제	완주	무주	진안	장수	임실	순창	고창	부안
성별	남성	23.0	16.8	5.7	5.4	4.5	6.6	3.9	2.7	5.7	4.3	2.3	6.3	5.4	3.0	4.5
	여성	15.0	20.1	4.4	3.5	5.8	8.2	3.8	3.8	4.9	4.0	4.0	5.8	6.4	5.1	5.3
연령	20대	30.2	27.0	7.1	4.0	2.4	2.4	4.0	4.0	4.8	2.4	0.0	5.6	4.0	0.8	1.6
	30대	13.4	21.0	6.7	5.9	3.4	7.6	4.2	3.4	0.8	3.4	5.0	7.6	6.7	5.9	5.0
	40대	23.4	15.6	4.2	5.4	4.2	7.2	3.0	4.2	1.8	4.2	3.6	6.6	7.2	6.6	3.0
	50대	20.5	15.8	4.3	3.0	7.3	10.7	5.1	2.6	9.4	2.6	1.7	4.7	5.1	2.1	5.1
	60대 이상	15.3	17.2	4.9	4.9	5.5	6.8	3.3	2.7	6.0	6.0	4.1	6.3	6.0	4.4	6.6
고향 거주 형태	출향민	33.3	14.5	1.8	3.3	4.3	2.2	4.0	1.4	4.3	4.3	4.7	5.8	4.0	4.3	7.6
	전라북도민	24.5	22.0	6.2	7.0	4.0	5.5	5.5	2.9	2.6	4.0	2.6	2.9	5.5	1.8	2.9
	타지역주민	8.2	18.4	6.5	3.9	6.0	11.4	2.8	4.3	7.6	4.1	2.4	8.0	7.1	5.0	4.3
학력	고졸 이하	19.3	17.3	3.3	5.3	5.7	8.0	3.0	3.0	4.7	4.7	3.3	6.3	5.7	4.3	6.0
	대졸 이상	19.5	18.7	5.9	4.2	4.8	7.0	4.2	3.2	5.6	3.9	2.9	5.9	5.9	3.8	4.4
소득 수준	300만원 미만	17.8	18.8	5.1	5.1	6.1	5.1	4.6	2.5	3.6	7.6	4.6	6.6	3.6	5.6	3.6
	300~500만원 미만	17.2	17.5	5.9	5.3	4.6	6.3	3.3	5.3	4.3	3.6	3.3	6.9	6.6	4.3	5.6
	500~700만원 미만	20.6	17.8	6.3	3.6	6.7	9.5	3.6	1.6	4.3	3.2	1.2	5.1	7.9	3.2	5.5
	700만원 이상	22.7	19.2	3.1	4.3	3.1	8.2	4.3	2.4	9.0	3.1	3.5	4.7	4.7	3.1	4.3
현재 거주 지역	서울	21.9	18.9	4.1	4.6	4.1	4.6	2.6	4.1	3.1	5.1	6.1	7.1	5.1	4.6	4.1
	경기/인천	19.0	19.4	5.5	3.8	7.6	6.2	3.1	2.1	5.9	3.8	1.0	6.2	5.9	3.1	7.3
	경상권(부산,대구 등)	10.7	14.5	3.8	3.1	3.8	14.5	3.1	3.8	6.9	4.6	3.1	10.7	8.4	6.1	3.1
	충청권(대전,세종 등)	19.7	18.0	6.6	1.6	1.6	8.2	4.9	4.9	11.5	3.3	4.9	3.3	1.6	6.6	3.3
	호남권(광주,제주)/강원	10.0	3.3	3.3	3.3	6.7	11.7	5.0	3.3	13.3	3.3	3.3	8.3	8.3	6.7	10.0
	전북	24.4	21.8	6.2	6.9	4.0	5.8	5.5	2.9	2.5	4.0	2.5	2.9	5.5	2.2	2.9
고향	서울	11.4	17.5	6.1	6.1	7.0	9.6	4.4	6.1	4.4	3.5	3.5	6.1	3.5	7.0	3.5
	경기/인천	8.4	18.9	4.2	2.1	10.5	9.5	2.1	2.1	4.2	5.3	0.0	6.3	12.6	4.2	9.5
	경상권(부산,대구 등)	7.7	16.7	5.8	3.2	3.8	16.7	1.9	3.8	7.7	5.1	1.9	9.0	9.6	5.1	1.9
	충청권(대전,세종 등)	9.4	18.8	12.9	7.1	4.7	9.4	1.2	4.7	9.4	3.5	3.5	7.1	2.4	2.4	3.5
	호남권(광주,제주)/강원	9.6	16.7	4.4	1.8	6.1	10.5	3.5	2.6	10.5	3.5	3.5	7.0	12.3	3.5	4.4
	전북	32.4	19.2	3.6	5.4	3.6	1.8	5.4	2.2	2.9	4.0	3.8	4.5	2.7	3.1	5.6
사회적 기부	기부하고 있음	20.9	16.3	4.4	4.8	5.1	6.7	4.8	2.7	5.0	4.8	3.7	5.7	5.8	3.9	5.5
	기부하지 않음	17.7	20.8	6.0	4.3	4.9	8.1	2.7	3.8	5.8	3.4	2.2	6.5	5.8	4.0	4.0
전체	비율(%)	19.5	18.3	5.1	4.5	5.0	7.3	3.9	3.2	5.3	4.2	3.1	6.0	5.8	4.0	4.8
	사례수(n)	197	185	52	46	51	74	39	32	54	42	31	61	59	40	49

〈표-17〉 고향사랑기부금 전라북도 기부지역(중복응답)

구분	범주	전라북도 기부지역(중복응답)														
		전라북도	전주	군산	익산	정읍	남원	김제	완주	무주	진안	장수	임실	순창	고창	부안
성별	남성	16.7	18.8	9.0	6.1	4.8	7.2	2.9	1.9	5.0	4.9	3.0	4.5	4.0	5.2	5.8
	여성	16.9	17.7	6.1	4.7	6.1	7.0	4.0	3.4	5.5	3.6	3.1	5.7	6.9	4.9	4.5
연령	20대	29.1	29.1	8.7	8.2	1.9	2.4	4.0	2.4	2.7	1.3	1.6	4.0	1.9	1.9	1.1
	30대	19.6	26.1	7.3	4.8	2.8	6.4	3.6	2.2	2.0	3.1	3.7	6.4	7.3	3.4	3.7
	40대	19.0	17.6	9.0	5.4	5.4	8.0	3.8	5.0	3.0	3.4	3.2	4.6	5.6	4.2	3.0
	50대	12.1	19.2	6.7	5.2	5.8	7.7	4.2	1.7	6.7	5.1	2.0	3.5	5.9	5.8	8.4
	60대 이상	13.6	11.9	7.6	5.0	7.1	8.2	2.5	2.3	7.3	5.8	4.0	6.3	5.5	6.7	6.2
고향 거주 형태	출향민	19.0	11.7	7.5	3.6	5.0	5.0	3.1	2.8	5.0	7.8	3.6	5.5	4.2	7.3	8.8
	전라북도민	17.9	24.9	7.9	7.7	5.0	6.7	5.3	2.2	3.1	3.1	2.6	2.5	4.1	2.8	4.4
	타지역주민	14.7	18.5	7.8	5.3	5.8	8.7	2.5	2.7	6.7	3.0	3.0	6.3	6.7	5.0	3.5
학력	고졸 이하	15.5	14.9	6.5	6.3	6.6	6.0	4.0	2.3	6.3	5.0	4.3	5.5	6.1	5.1	5.8
	대졸 이상	17.3	19.7	8.3	5.1	4.8	7.6	3.2	2.7	4.8	4.1	2.5	4.8	4.9	5.1	5.0
소득 수준	300만원 미만	20.4	18.8	6.9	6.9	6.5	3.9	5.1	2.8	4.1	4.4	4.1	5.4	3.8	3.4	3.8
	300~500만원 미만	14.1	18.1	7.2	5.9	6.1	8.0	3.1	2.6	4.5	3.4	3.1	5.8	7.0	4.5	6.5
	500~700만원 미만	15.1	17.6	9.9	4.3	4.6	8.9	3.3	3.1	5.1	3.7	3.5	5.9	5.5	5.2	4.4
	700만원 이상	18.7	18.8	6.7	5.1	4.2	7.1	2.5	1.8	7.4	6.2	1.7	2.9	4.4	6.7	5.8
현재 거주 지역	서울	16.8	19.1	7.7	5.6	6.1	5.3	2.7	1.6	5.8	5.1	4.5	5.1	5.1	5.3	4.2
	경기/인천	16.8	13.9	7.3	5.1	5.9	6.6	3.1	2.5	4.0	6.1	2.2	5.9	6.3	6.1	8.1
	경상권(부산,대구 등)	16.8	18.6	4.3	3.6	4.8	10.9	1.5	3.3	6.9	3.6	3.1	7.6	7.4	5.1	2.5
	충청권(대전,세종 등)	12.0	10.4	16.4	3.8	3.8	9.3	3.8	4.9	13.7	3.3	2.7	4.4	3.8	4.4	3.3
	호남권(광주,제주)/강원	15.6	14.4	7.8	2.2	4.4	7.2	2.8	4.4	6.7	2.2	4.4	7.2	3.9	10.0	6.7
	전북	18.1	24.7	7.9	7.6	5.0	6.8	5.2	2.2	3.3	3.0	2.5	2.4	4.0	2.9	4.4
고향	서울	15.5	22.8	5.6	7.3	7.0	9.1	3.8	2.0	5.6	2.3	2.9	3.2	4.1	5.3	3.5
	경기/인천	13.3	15.4	7.7	4.9	7.0	6.7	2.8	2.8	2.8	3.9	2.1	8.4	11.2	4.2	6.7
	경상권(부산,대구 등)	13.7	23.1	7.5	3.6	4.3	10.3	1.5	3.0	6.4	3.0	3.6	6.4	7.5	4.7	1.5
	충청권(대전,세종 등)	12.5	18.0	12.9	6.3	5.5	7.8	2.7	3.9	11.8	2.0	2.0	5.5	2.4	3.9	2.7
	호남권(광주,제주)/강원	16.7	14.3	4.4	5.3	6.7	11.1	4.1	1.5	6.4	2.9	4.1	3.5	8.8	5.3	5.0
	전북	19.7	17.1	8.2	5.6	4.6	4.6	4.0	2.6	3.8	6.2	3.0	4.6	3.3	5.5	7.1
사회적 기부	기부하고 있음	39.9	38.8	17.4	12.1	13.0	18.1	7.1	5.7	13.1	12.4	8.2	13.7	11.6	14.2	5.9
	기부하지 않음	17.0	21.0	8.3	6.0	5.3	6.6	3.8	2.9	5.0	3.3	2.5	4.2	5.9	3.8	4.4
전체	비율(%)	16.8	18.3	7.7	5.5	5.4	7.1	3.4	2.6	5.3	4.4	3.0	5.0	5.3	5.1	5.2
	순위	2	1	3	5	6	4	13	15	7	12	14	11	7	10	9

〈표-18〉 고향사랑기부금 전라북도 답례품(1순위)

구분	범주	전라북도 답례품(1순위)																
		쌀	한옥 마을 숙박 권	박대	달고 기선 물세 트	쌍화 차	추어 탕	누룽 지	꽃감	홍삼 제품	천마	사과	차즈	장류	풍천 장어	곰소 젓갈	지역 화폐	기타
성별	남성	28.5	20.0	4.4	4.0	1.9	3.0	0.7	2.3	5.1	1.4	1.9	2.5	4.0	4.4	1.8	13.2	0.9
	여성	22.1	22.9	5.2	2.0	1.5	1.3	0.9	3.7	3.7	1.1	3.7	3.1	7.6	2.6	2.2	16.4	0.0
연령	20대	24.6	20.6	3.2	6.3	1.6	2.4	0.0	1.6	3.2	0.0	1.6	1.6	0.8	4.8	1.6	26.2	0.0
	30대	26.9	21.8	4.2	0.8	1.7	0.0	0.8	1.7	3.4	0.8	0.8	2.5	4.2	5.0	0.0	24.4	0.8
	40대	26.8	22.0	2.4	1.2	2.4	4.2	1.8	3.6	6.5	0.0	1.2	4.2	4.8	3.0	0.6	15.5	0.0
	50대	27.6	24.3	4.6	3.8	2.1	1.7	0.8	3.3	5.0	2.1	1.7	1.3	5.9	2.1	3.8	10.0	0.0
	60대 이상	23.7	19.2	6.7	3.2	1.3	2.4	0.5	3.2	4.0	1.9	5.1	3.5	8.0	4.0	2.1	10.1	1.1
고향 거주 형태	출향민	29.6	20.3	4.8	4.5	2.4	3.1	0.7	2.4	5.2	2.1	4.5	1.7	3.1	1.4	2.4	10.3	1.7
	전라북도민	20.1	16.5	4.0	2.6	2.6	1.1	1.8	3.3	4.0	2.6	2.2	2.2	5.5	3.3	1.5	26.7	0.0
	타지역주민	26.3	24.8	5.2	2.6	0.9	2.4	0.2	3.0	4.3	0.0	1.9	3.7	7.3	5.2	1.9	10.2	0.0
학력	고졸 이하	27.3	17.2	5.8	4.9	0.6	2.6	0.3	2.9	3.2	2.6	2.9	2.6	4.9	3.2	2.9	14.6	1.3
	대졸 이상	24.9	23.1	4.3	2.4	2.2	2.1	1.0	2.9	5.0	0.7	2.6	2.8	6.0	3.8	1.5	14.6	0.1
소득 수준	300만원 미만	26.7	15.5	3.4	2.4	2.4	1.9	0.5	3.4	6.8	0.5	2.4	2.4	5.8	4.4	2.4	18.9	0.0
	300~500만원 미만	26.4	21.1	4.6	3.3	1.3	1.3	1.0	3.0	4.3	2.0	4.3	3.6	3.0	4.0	2.3	13.9	0.7
	500~700만원 미만	23.9	22.4	7.8	2.0	2.0	3.1	0.8	2.7	2.7	2.4	2.0	3.5	7.5	2.4	0.8	13.3	0.8
	700만원 이상	24.4	25.6	3.1	4.7	1.6	2.7	0.8	2.7	4.7	0.0	1.6	1.2	7.0	3.9	2.3	13.6	0.4
현재 거주 지역	서울	35.4	19.1	3.8	1.4	0.5	1.9	0.5	1.9	5.3	0.5	4.3	1.0	4.3	6.2	1.4	10.0	2.4
	경기/인천	26.1	25.8	3.4	4.1	2.1	3.8	0.3	3.8	4.8	1.7	2.7	3.4	4.5	2.7	2.7	7.9	0.0
	경상권(부산,대구 등)	22.9	26.7	9.9	3.1	1.5	0.8	0.8	3.1	1.5	0.0	1.5	3.8	10.7	3.1	1.5	9.2	0.0
	충청권(대전,세종 등)	19.7	27.9	4.9	4.9	1.6	3.3	0.0	3.3	3.3	0.0	1.6	4.9	4.9	3.3	3.3	13.1	0.0
	호남권(광주,제주)/강원	26.7	11.7	6.7	3.3	1.7	3.3	0.0	0.0	10.0	0.0	3.3	3.3	6.7	3.3	1.7	18.3	0.0
	전북	20.0	16.4	4.0	2.9	2.5	1.1	1.8	3.3	4.0	2.5	2.2	2.2	5.5	2.9	1.5	27.3	0.0
고향	서울	28.1	21.9	3.5	2.6	0.9	7.9	0.0	2.6	7.9	0.9	0.9	2.6	7.0	6.1	0.0	7.0	0.0
	경기/인천	26.3	23.2	5.3	1.1	1.1	1.1	0.0	3.2	4.2	0.0	2.1	5.3	4.2	5.3	1.1	16.8	0.0
	경상권(부산,대구 등)	21.2	27.6	8.3	2.6	0.6	0.6	0.6	3.8	3.2	0.0	1.9	2.6	10.3	2.6	1.9	12.2	0.0
	충청권(대전,세종 등)	27.1	23.5	1.2	2.4	2.4	0.0	0.0	3.5	8.2	0.0	2.4	3.5	10.6	7.1	1.2	7.1	0.0
	호남권(광주,제주)/강원	25.4	20.2	4.4	5.3	2.6	1.8	0.9	1.8	3.5	0.9	3.5	3.5	6.1	3.5	0.9	15.8	0.0
	전북	26.1	18.6	4.5	3.5	2.2	2.2	1.3	2.8	3.7	2.4	3.5	1.9	3.0	2.4	3.0	17.9	1.1
사회적 기부	기부하고 있음	24.2	23.6	5.1	2.8	2.5	2.6	1.1	3.2	4.0	1.8	2.8	2.8	6.1	2.5	2.5	12.1	0.5
	기부하지 않음	27.5	18.5	4.4	3.5	0.9	1.8	0.4	2.6	4.8	0.7	2.6	2.6	5.1	5.1	1.3	17.8	0.4
전체	비율(%)	25.6	21.3	4.8	3.1	1.8	2.2	0.8	2.9	4.5	1.3	2.7	2.7	5.6	3.6	1.9	14.6	0.5
	사례수(n)	263	219	49	32	18	23	8	30	46	13	28	28	58	37	20	150	5

〈표-19〉 고향사랑기부금 전라북도 답례품(2순위)

구분	범주	전라북도 답례품(2순위)																
		쌀	한옥 마을 숙박 권	박대	달고 기선 물세 트	쌍화 차	추어 탕	누룽 지	꽃감	홍삼 제품	천마	사과	차즈	장류	풍천 장어	곰소 젓갈	지역 화폐	기타
성별	남성	9.2	15.3	3.6	7.1	1.2	2.8	3.2	5.9	4.6	2.7	5.0	4.8	9.9	7.3	3.6	13.3	0.5
	여성	10.3	12.1	4.2	5.7	3.3	2.4	2.0	4.6	8.6	1.8	4.2	7.7	10.8	6.8	3.7	11.6	0.2
연령	20대	9.5	19.8	1.6	18.3	2.4	1.6	1.6	4.0	9.5	1.6	0.8	4.8	3.2	6.3	0.0	14.3	0.8
	30대	6.7	17.6	1.7	9.2	3.4	1.7	1.7	4.2	2.5	1.7	4.2	7.6	11.8	10.1	0.8	15.1	0.0
	40대	13.8	13.8	3.6	4.2	3.0	1.8	3.6	4.2	6.0	1.2	3.6	7.2	10.2	4.8	2.4	16.2	0.6
	50대	8.9	13.1	4.2	3.0	1.7	1.7	2.1	8.0	5.5	3.8	5.9	5.9	11.4	6.3	3.4	15.2	0.0
	60대 이상	9.5	11.1	5.1	4.9	1.6	4.3	3.3	4.9	7.3	2.2	5.7	5.7	11.7	7.9	6.5	7.9	0.5
고향 거주 형태	출향민	11.7	13.5	3.5	5.7	1.1	1.8	3.5	6.0	7.1	3.9	6.0	5.0	9.9	5.0	5.7	9.6	1.1
	전라북도민	12.1	14.3	2.9	7.7	2.6	1.1	2.9	2.9	7.0	1.5	2.6	6.6	7.7	7.3	2.9	17.6	0.4
	타지역주민	7.1	13.8	4.5	6.3	2.6	4.1	1.9	6.3	5.6	1.7	5.0	6.5	12.1	8.2	2.8	11.4	0.0
학력	고졸 이하	10.9	12.9	3.3	7.9	2.3	3.3	3.0	4.6	6.9	2.6	6.6	5.3	7.9	7.3	4.0	11.2	0.0
	대졸 이상	9.2	14.3	4.1	5.9	2.1	2.4	2.5	5.6	6.2	2.1	3.8	6.4	11.3	7.0	3.5	13.1	0.6
소득 수준	300만원 미만	12.0	14.0	4.0	11.0	2.0	3.0	3.0	5.5	8.0	2.5	3.0	4.0	9.5	4.5	1.5	12.0	0.5
	300~500만원 미만	9.6	11.2	4.6	5.6	2.3	5.6	3.0	4.6	5.6	1.0	4.3	5.6	10.6	9.9	2.6	13.9	0.0
	500~700만원 미만	9.8	14.5	4.3	4.7	1.2	1.6	2.7	7.1	6.7	3.5	7.1	7.5	8.6	5.1	5.1	10.6	0.0
	700만원 이상	8.2	16.4	2.3	5.9	3.1	0.0	2.0	3.9	5.9	2.3	3.5	7.0	12.5	7.8	4.3	13.7	1.2
현재 거주 지역	서울	6.5	17.4	5.0	6.5	4.0	5.5	1.5	4.5	4.0	1.0	6.0	3.0	13.9	4.5	6.0	9.5	1.5
	경기/인천	11.0	11.7	2.4	7.6	1.4	1.0	3.1	7.2	8.6	3.1	6.2	7.6	9.3	6.6	3.1	10.0	0.0
	경상권(부산,대구 등)	6.1	13.7	4.6	5.3	0.8	3.1	2.3	6.9	7.6	2.3	3.1	6.1	11.5	9.2	3.8	13.7	0.0
	충청권(대전,세종 등)	11.5	13.1	8.2	3.3	0.0	4.9	1.6	3.3	3.3	3.3	3.3	1.6	8.2	11.5	3.3	19.7	0.0
	호남권(광주,제주)/강원	10.0	11.7	3.3	1.7	3.3	5.0	5.0	6.7	1.7	5.0	6.7	10.0	16.7	6.7	1.7	5.0	0.0
	전북	12.0	14.2	3.3	7.6	2.5	1.1	2.9	3.3	6.9	1.5	2.5	6.9	7.3	7.6	2.9	17.1	0.4
고향	서울	5.3	14.0	7.9	4.4	4.4	3.5	1.8	7.9	4.4	0.0	6.1	3.5	12.3	7.9	0.9	14.9	0.9
	경기/인천	9.5	11.6	1.1	7.4	0.0	0.0	1.1	7.4	9.5	2.1	4.2	8.4	12.6	9.5	4.2	11.6	0.0
	경상권(부산,대구 등)	5.1	15.4	3.8	7.1	2.6	4.5	1.9	3.2	5.8	1.9	0.6	9.0	13.5	9.0	4.5	12.2	0.0
	충청권(대전,세종 등)	8.2	20.0	7.1	5.9	3.5	4.7	0.0	4.7	8.2	1.2	5.9	4.7	5.9	7.1	0.0	12.9	0.0
	호남권(광주,제주)/강원	7.9	14.9	0.9	2.6	3.5	4.4	3.5	6.1	2.6	2.6	3.5	8.8	16.7	5.3	5.3	11.4	0.0
	전북	13.2	12.3	3.5	7.7	1.3	1.5	3.7	4.8	7.0	3.1	5.7	4.8	7.5	6.2	4.2	12.6	0.7
사회적 기부	기부하고 있음	10.2	12.5	4.9	5.6	1.6	1.9	3.0	6.7	5.8	3.3	4.6	7.0	9.9	6.7	5.3	10.4	0.5
	기부하지 않음	9.1	15.6	2.4	7.6	2.9	3.6	2.2	3.6	7.1	0.9	4.7	4.9	10.9	7.6	1.6	15.3	0.2
전체	비율(%)	9.7	13.9	3.8	6.5	2.2	2.7	2.7	5.3	6.4	2.3	4.6	6.1	10.3	7.1	3.6	12.6	0.4
	사례수(n)	99	141	39	66	22	27	27	54	65	23	47	62	105	72	37	128	4

〈표-20〉 고향사랑기부금 전라북도 답례품(중복응답)

구분	범주	전라북도 답례품																
		쌀	한옥 마을 숙박 권	박대	달고 가선 물세 트	쌍화 차	추어 탕	누룽 지	꽃감	홍삼 제품	천마	사과	차즈	장류	풍천 장어	곰소 젓갈	지역 화폐	기타
성별	남성	22.1	18.5	4.1	5.1	1.7	2.9	1.5	3.5	4.9	1.8	2.9	3.2	6.0	5.3	2.4	13.2	0.8
	여성	18.2	19.3	4.9	3.2	2.1	1.7	1.2	4.0	5.3	1.3	3.9	4.6	8.7	4.0	2.7	14.8	0.1
연령	20대	19.6	20.4	2.6	10.3	1.9	2.1	0.5	2.4	5.4	0.5	1.3	2.7	1.6	5.4	1.1	22.6	0.3
	30대	20.2	20.4	3.4	3.6	2.2	0.6	1.1	2.5	3.1	1.2	2.1	4.6	7.3	7.3	0.3	23.2	0.6
	40대	22.5	19.3	2.8	2.2	2.6	3.4	2.4	3.8	6.4	0.4	2.0	5.2	6.6	3.6	1.2	15.7	0.2
	50대	21.4	20.6	4.5	3.5	2.0	1.7	1.3	4.9	5.2	2.7	3.1	2.8	7.7	3.5	3.6	11.7	0.0
	60대 이상	19.0	16.5	6.2	3.8	1.4	3.0	1.4	3.8	5.1	2.0	5.3	4.2	9.2	5.3	3.6	9.4	0.9
고향 거주 형태	출향민	23.7	18.1	4.4	4.9	2.0	2.7	1.6	3.6	5.8	2.7	5.0	2.8	5.3	2.5	3.5	10.1	1.5
	전라북도민	17.5	15.8	3.7	4.3	2.6	1.1	2.2	3.2	5.0	2.2	2.3	3.7	6.3	4.7	2.0	24.0	0.1
	타지역주민	19.9	21.2	5.0	3.8	1.4	3.0	0.8	4.1	4.8	0.6	3.0	4.6	8.9	6.2	2.2	10.6	0.0
학력	고졸 이하	21.9	15.8	5.0	5.9	1.2	2.8	1.2	3.5	4.5	2.6	4.1	3.5	5.9	4.6	3.3	13.5	0.9
	대졸 이상	19.7	20.2	4.2	3.5	2.2	2.2	1.5	3.8	5.4	1.2	3.0	4.0	7.8	4.8	2.2	14.1	0.3
소득 수준	300만원 미만	21.9	15.0	3.6	5.2	2.3	2.3	1.3	4.1	7.2	1.1	2.6	2.9	7.0	4.4	2.1	16.7	0.2
	300~500만원 미만	20.8	17.8	4.6	4.1	1.7	2.8	1.7	3.5	4.7	1.7	4.3	4.3	5.5	5.9	2.4	13.9	0.4
	500~700만원 미만	19.2	19.7	6.7	2.9	1.7	2.6	1.4	4.2	4.1	2.7	3.7	4.8	7.8	3.3	2.2	12.4	0.5
	700만원 이상	19.0	22.5	2.8	5.1	2.1	1.8	1.2	3.1	5.1	0.8	2.2	3.1	8.8	5.2	3.0	13.6	0.6
현재 거주 지역	서울	26.0	18.6	4.2	3.1	1.6	3.1	0.8	2.7	4.8	0.6	4.8	1.6	7.4	5.7	2.9	9.9	2.1
	경기/인천	21.1	21.1	3.1	5.3	1.8	2.9	1.3	4.9	6.1	2.2	3.9	4.8	6.1	4.0	2.9	8.6	0.0
	경상권(부산,대구 등)	17.3	22.4	8.1	3.8	1.3	1.5	1.3	4.3	3.6	0.8	2.0	4.6	10.9	5.1	2.3	10.7	0.0
	충청권(대전,세종 등)	16.9	23.0	6.0	4.4	1.1	3.8	0.5	3.3	3.3	1.1	2.2	3.8	6.0	6.0	3.3	15.3	0.0
	호남권(광주,제주)/강원	21.1	11.7	5.6	2.8	2.2	3.9	1.7	2.2	7.2	1.7	4.4	5.6	10.0	4.4	1.7	13.9	0.0
	전북	17.3	15.6	3.8	4.5	2.5	1.1	2.2	3.3	5.0	2.2	2.3	3.8	6.1	4.5	1.9	23.9	0.1
고향	서울	20.5	19.3	5.0	3.2	2.0	6.4	0.6	4.4	6.7	0.6	2.6	2.9	8.8	6.7	0.3	9.6	0.3
	경기/인천	20.7	19.3	3.9	3.2	0.7	0.7	0.4	4.6	6.0	0.7	2.8	6.3	7.0	6.7	2.1	15.1	0.0
	경상권(부산,대구 등)	15.8	23.5	6.8	4.1	1.3	1.9	1.1	3.6	4.1	0.6	1.5	4.7	11.3	4.7	2.8	12.2	0.0
	충청권(대전,세종 등)	20.8	22.4	3.1	3.5	2.7	1.6	0.0	3.9	8.2	0.4	3.5	3.9	9.0	7.1	0.8	9.0	0.0
	호남권(광주,제주)/강원	19.6	18.4	3.2	4.4	2.9	2.6	1.8	3.2	3.2	1.5	3.5	5.3	9.6	4.1	2.3	14.3	0.0
	전북	21.9	16.5	4.2	4.9	1.9	2.0	2.1	3.5	4.8	2.6	4.2	2.9	4.5	3.6	3.4	16.2	0.9
사회적 기부	기부하고 있음	19.5	19.9	5.0	3.7	2.2	2.4	1.7	4.3	4.6	2.3	3.4	4.2	7.4	3.9	3.4	11.5	0.5
	기부하지 않음	21.4	17.5	3.8	4.9	1.5	2.4	1.0	2.9	5.6	0.7	3.3	3.4	7.0	5.9	1.4	17.0	0.4
전체	비율(%)	20.3	18.8	4.5	4.2	1.9	2.4	1.4	3.7	5.1	1.6	3.4	3.8	7.2	4.8	2.5	13.9	0.5
	순위	1	2	7	8	14	13	16	10	5	15	11	9	4	6	12	3	17

〈표-21〉 선호 답례품에 따른 기부지역 변경 의사

구분	범주	기부지역 변경 의사					
		전혀 그렇지 않다 (a)	그렇지 않다 (b)	그렇다 (c)	매우 그렇다 (d)	변경하지 않음 (a+b)	변경할 수 있음 (c+d)
성별	남성	23.2	43.1	29.7	4.0	66.30	33.70
	여성	11.7	40.0	43.2	5.2	51.70	48.40
연령	20대	10.3	25.4	54.0	10.3	35.70	64.30
	30대	10.1	26.1	53.8	10.1	36.20	63.90
	40대	13.1	41.1	42.3	3.6	54.20	45.90
	50대	21.3	50.2	27.6	0.8	71.50	28.40
	60대 이상	23.2	47.0	26.4	3.4	70.20	29.80
고향 거주 형태	출향민	33.3	46.7	17.7	2.3	80.00	20.00
	전라북도민	14.3	41.8	38.8	5.1	56.10	43.90
	타지역주민	10.4	38.4	45.6	5.6	48.80	51.20
학력	고졸 이하	19.4	41.1	34.7	4.8	60.50	39.50
	대졸 이상	17.5	42.0	36.1	4.4	59.50	40.50
소득 수준	300만원 미만	15.8	37.3	39.7	7.2	53.10	46.90
	300~500만원 미만	15.5	41.1	38.8	4.6	56.60	43.40
	500~700만원 미만	14.8	45.5	36.2	3.5	60.30	39.70
	700만원 이상	25.6	42.6	29.1	2.7	68.20	31.80
현재 거주 지역	서울	24.1	42.6	30.1	3.2	66.70	33.30
	경기/인천	20.8	41.3	33.8	4.1	62.10	37.90
	경상권(부산, 대구 등)	14.5	38.2	41.2	6.1	52.70	47.30
	충청권(대전, 세종 등)	16.4	45.9	32.8	4.9	62.30	37.70
	호남권(광주, 제주)/강원	8.3	40.0	45.0	6.7	48.30	51.70
	전북	14.5	42.5	38.2	4.7	57.00	42.90
고향	서울	10.5	37.7	45.6	6.1	48.20	51.70
	경기/인천	12.6	36.8	46.3	4.2	49.40	50.50
	경상권(부산, 대구 등)	8.3	40.4	46.8	4.5	48.70	51.30
	충청권(대전, 세종 등)	7.1	42.4	43.5	7.1	49.50	50.60
	호남권(광주, 제주)/강원	10.5	40.4	42.1	7.0	50.90	49.10
	전북	28.0	44.3	24.6	3.2	72.30	27.80
사회적 기부	기부하고 있음	22.3	44.3	29.1	4.3	66.60	33.40
	기부하지 않음	12.7	38.4	44.1	4.8	51.10	48.90
전체	비율(%)	18.1	41.7	35.7	4.5	59.8	40.2
	사례수(n)	187	432	370	47	619	417

〈표-22〉 기부지역 방문의사

구분	범주	기부지역 방문의사					
		전혀 그렇지 않다 (a)	그렇지 않다 (b)	그렇다 (c)	매우 그렇다 (d)	방문의사 없음 (a+b)	방문의사 있음 (c+d)
성별	남성	3.7	14.8	65.1	16.4	18.50	81.50
	여성	5.2	16.4	67.8	10.6	21.60	78.40
연령	20대	7.9	23.8	54.0	14.3	31.70	68.30
	30대	3.4	16.0	63.0	17.6	19.40	80.60
	40대	4.8	13.7	69.6	11.9	18.50	81.50
	50대	3.3	14.6	71.1	10.9	17.90	82.00
	60대 이상	3.9	14.1	67.1	14.9	18.00	82.00
고향 거주 형태	출향민	3.0	11.3	67.3	18.3	14.30	85.60
	전라북도민	5.1	14.7	68.1	12.1	19.80	80.20
	타지역주민	4.8	18.8	64.6	11.9	23.60	76.50
학력	고졸 이하	6.7	20.1	62.7	10.5	26.80	73.20
	대졸 이상	3.3	13.6	67.9	15.2	16.90	83.10
소득 수준	300만원 미만	5.3	23.4	62.2	9.1	28.70	71.30
	300~500만원 미만	3.6	16.4	68.1	11.8	20.00	79.90
	500~700만원 미만	5.1	13.6	69.3	12.1	18.70	81.40
	700만원 이상	3.1	10.1	64.7	22.1	13.20	86.80
현재 거주 지역	서울	4.2	14.8	63.9	17.1	19.00	81.00
	경기/인천	3.4	16.7	65.9	14.0	20.10	79.90
	경상권(부산, 대구 등)	5.3	19.8	63.4	11.5	25.10	74.90
	충청권(대전, 세종 등)	4.9	11.5	65.6	18.0	16.40	83.60
	호남권(광주, 제주)/강원	3.3	11.7	75.0	10.0	15.00	85.00
	전북	5.1	14.5	68.4	12.0	19.60	80.40
고향	서울	6.1	16.7	64.9	12.3	22.80	77.20
	경기/인천	4.2	21.1	66.3	8.4	25.30	74.70
	경상권(부산, 대구 등)	3.2	20.5	67.3	9.0	23.70	76.30
	충청권(대전, 세종 등)	2.4	15.3	71.8	10.6	17.70	82.40
	호남권(광주, 제주)/강원	7.0	10.5	67.5	14.9	17.50	82.40
	전북	4.0	13.8	65.0	17.2	17.80	82.20
사회적 기부	기부하고 있음	2.9	9.5	69.7	17.8	12.40	87.50
	기부하지 않음	6.1	23.2	61.8	8.8	29.30	70.60
전체	비율(%)	4.3	15.5	66.3	13.8	19.8	80.1
	사례수(n)	45	161	687	143	206	830

〈표-23〉 기부지역 이주의사

구분	범주	기부지역 이주의사					
		전혀 그렇지 않다 (a)	그렇지 않다 (b)	그렇다 (c)	매우 그렇다 (d)	이주의사 없음 (a+b)	이주의사있음 (c+d)
성별	남성	12.4	48.5	32.6	6.5	60.90	39.10
	여성	22.1	50.0	24.2	3.7	72.10	27.90
연령	20대	15.9	52.4	23.8	7.9	68.30	31.70
	30대	21.0	52.1	22.7	4.2	73.10	26.90
	40대	16.1	43.5	35.1	5.4	59.60	40.50
	50대	9.6	51.0	34.3	5.0	60.60	39.30
	60대 이상	20.4	48.7	26.4	4.5	69.10	30.90
고향 거주 형태	출향민	14.0	40.8	38.8	6.4	54.80	45.20
	전라북도민	14.3	47.3	31.5	7.0	61.60	38.50
	타지역주민	19.9	55.7	21.0	3.5	75.60	24.50
학력	고졸 이하	18.8	48.9	26.8	5.4	67.70	32.20
	대졸 이상	15.8	49.3	29.8	5.1	65.10	34.90
소득 수준	300만원 미만	14.8	48.3	30.6	6.2	63.10	36.80
	300~500만원 미만	16.4	53.9	24.3	5.3	70.30	29.60
	500~700만원 미만	19.1	47.1	31.1	2.7	66.20	33.80
	700만원 이상	15.5	47.7	30.2	6.6	63.20	36.80
현재 거주 지역	서울	20.5	42.8	33.0	3.7	63.30	36.70
	경기/인천	14.7	49.1	29.7	6.5	63.80	36.20
	경상권(부산,대구 등)	19.1	61.1	19.1	0.8	80.20	19.90
	충청권(대전,세종 등)	14.8	54.1	24.6	6.6	68.90	31.20
	호남권(광주,제주)/강원	20.0	48.3	26.7	5.0	68.30	31.70
	전북	14.5	47.6	30.9	6.9	62.10	37.80
고향	서울	21.9	50.0	23.7	4.4	71.90	28.10
	경기/인천	21.1	50.5	24.2	4.2	71.60	28.40
	경상권(부산,대구 등)	17.9	58.3	23.1	0.6	76.20	23.70
	충청권(대전,세종 등)	14.1	64.7	17.6	3.5	78.80	21.10
	호남권(광주,제주)/강원	22.8	50.0	21.9	5.3	72.80	27.20
	전북	13.2	42.7	36.7	7.4	55.90	44.10
사회적 기부	기부하고 있음	12.8	45.3	34.6	7.3	58.10	41.90
	기부하지 않음	21.8	54.1	21.5	2.6	75.90	24.10
전체	비율(%)	16.7	49.2	28.9	5.2	65.9	34.1
	사례수(n)	173	509	299	54	682	353

〈표-24〉 고향사랑기부제 활성화 노력

구분	범주	고향사랑기부제 활성화 노력						
		세액공제 혜택 확대	답례품에 대한 정보제공	지역브랜드에 대한 홍보와 마케팅	고향사랑 기부제 홍보 강화	고향사랑 기부금의 투명한 사용	기부자에 대한 지속적인 관심	기타
성별	남성	26.0	4.5	15.6	16.1	29.2	8.0	0.5
	여성	17.1	5.8	16.0	17.7	38.1	4.3	0.9
연령	20대	31.0	7.9	15.1	20.6	22.2	3.2	-
	30대	24.4	6.7	25.2	14.3	26.1	2.5	0.8
	40대	28.1	3.6	10.8	15.0	37.1	4.8	0.6
	50대	21.4	2.9	13.9	18.9	32.4	10.5	-
	60대 이상	16.2	5.7	16.4	15.9	37.6	6.8	1.3
고향 거주 형태	출향민	24.2	4.0	19.5	15.4	28.9	6.4	1.7
	전라북도민	19.8	6.2	15.0	16.8	35.2	6.6	0.4
	타지역주민	22.0	5.2	13.8	17.7	34.8	6.3	0.2
학력	고졸 이하	19.4	6.1	20.4	16.6	31.8	5.1	0.6
	대졸 이상	23.2	4.7	13.8	16.9	33.8	6.9	0.7
소득 수준	300만원 미만	20.2	5.3	17.3	17.3	32.7	6.3	1.0
	300~500만원 미만	18.8	5.9	15.8	18.4	33.6	7.2	0.3
	500~700만원 미만	23.3	6.2	15.6	14.0	35.4	5.1	0.4
	700만원 이상	26.5	2.7	14.8	17.5	30.7	7.0	0.8
현재 거주 지역	서울	24.2	4.7	15.8	14.4	32.6	5.6	2.8
	경기/인천	24.3	6.2	16.1	19.2	29.5	4.8	-
	경상권(부산, 대구 등)	16.0	5.3	14.5	14.5	42.0	7.6	-
	충청권(대전, 세종 등)	21.3	-	23.0	19.7	26.2	9.8	-
	호남권(광주, 제주)/강원	26.7	1.7	15.0	15.0	33.3	8.3	-
	전북	20.0	6.2	14.5	17.1	34.9	6.9	0.4
고향	서울	18.4	8.8	10.5	14.0	43.0	4.4	0.9
	경기/인천	22.1	10.5	13.7	18.9	30.5	4.2	-
	경상권(부산, 대구 등)	21.2	5.8	12.8	18.6	34.6	6.4	0.6
	충청권(대전, 세종 등)	23.5	-	20.0	16.5	32.9	7.1	-
	호남권(광주, 제주)/강원	21.9	3.5	18.4	11.4	36.0	8.8	-
	전북	23.0	4.3	17.0	17.9	30.2	6.6	1.1
사회적 기부	기부하고 있음	20.1	3.8	15.8	17.7	35.2	6.6	0.7
	기부하지 않음	24.6	6.8	15.4	15.8	30.7	6.1	0.7
전체	비율(%)	22.1	5.1	15.8	16.8	33.2	6.4	0.7
	사례수(n)	228	53	163	174	343	66	7

〈표-25〉 고향사랑기부금 희망사용 용도

구분	범주	희망사용용도							
		취약한 주민 자원	청소년 등 인재 양성	보건의료 시설 지원	문화예술 관광 증진	안전한 시설(설비) 지원	쾌적한 환경 자원	마을공동체 지원	기타
성별	남성	36.4	17.5	7.7	13.5	4.2	15.4	5.1	0.3
	여성	33.3	11.2	13.0	15.3	8.0	15.6	3.0	0.6
연령	20대	38.9	11.9	7.1	17.5	7.1	13.5	3.2	0.8
	30대	35.3	17.6	11.8	16.0	6.7	10.9	1.7	
	40대	37.7	12.6	9.0	16.8	4.2	17.4	2.4	
	50대	35.6	15.9	9.2	13.0	5.4	16.7	3.3	0.8
	60대 이상	32.1	14.9	11.5	12.5	6.3	15.7	6.5	0.5
고향 거주 형태	출향민	35.5	20.4	6.7	13.7	3.0	14.4	5.0	1.3
	전라북도민	34.8	13.6	9.5	15.0	7.0	16.1	3.7	0.4
	타지역주민	34.8	11.7	12.5	14.3	7.1	15.8	3.9	
학력	고졸 이하	38.9	15.3	8.6	10.2	7.6	14.6	4.8	
	대졸 이상	33.3	14.4	10.7	16.1	5.1	15.8	3.9	0.7
소득 수준	300만원 미만	35.4	16.7	10.0	10.5	7.7	13.4	5.7	0.5
	300~500만원 미만	37.8	14.1	8.6	14.1	6.3	16.4	2.6	
	500~700만원 미만	32.3	14.0	11.7	16.7	7.4	14.4	3.1	0.4
	700만원 이상	33.9	14.8	10.5	15.6	2.3	17.1	5.1	0.8
현재 거주 지역	서울	33.5	14.0	10.2	15.3	4.7	14.9	6.5	0.9
	경기/인천	37.2	17.1	9.2	13.3	4.8	14.7	3.1	0.7
	경상권(부산,대구 등)	33.6	16.8	12.2	9.9	6.1	17.6	3.8	
	충청권(대전,세종 등)	39.3	6.6	13.1	14.8	9.8	9.8	6.6	
	호남권(광주,제주)/강원	30.0	16.7	8.3	18.3	6.7	18.3	1.7	
	전북	34.5	13.1	9.5	15.6	6.9	16.4	3.6	0.4
고향	서울	41.2	12.3	9.6	12.3	7.0	16.7	0.9	
	경기/인천	31.6	12.6	12.6	15.8	6.3	17.9	3.2	
	경상권(부산,대구 등)	31.4	13.5	16.0	12.2	6.4	16.0	4.5	
	충청권(대전,세종 등)	32.9	10.6	14.1	16.5	5.9	15.3	4.7	
	호남권(광주,제주)/강원	36.8	10.5	11.4	13.2	8.8	14.0	5.3	
	전북	35.2	17.8	6.6	15.1	4.7	14.9	4.7	1.1
사회적 기부	기부하고 있음	32.6	17.0	10.7	14.0	4.5	16.1	4.3	0.7
	기부하지 않음	37.9	11.6	9.2	14.7	7.7	14.7	3.9	0.2
전체	비율(%)	35.0	14.7	10.0	14.3	5.9	15.5	4.2	0.5
	사례수(n)	362	152	104	148	61	160	43	5

〈표-26〉 고향사랑기부제를 알리기 위한 적절한 홍보방법

구분	범주	홍보방법						
		SNS홍보	TV광고	신문광고	포털사이트 배너광고	옥외 전광판	도청 홈페이지	기타
성별	남성	44.2	29.8	4.0	17.5	1.6	2.5	0.4
	여성	34.8	40.9	3.2	14.3	1.3	4.3	1.1
연령	20대	50.0	19.0	7.9	15.9	3.2	4.0	-
	30대	44.5	37.8	4.2	10.1	0.8	2.5	-
	40대	38.9	35.3	3.6	18.0	1.2	3.0	-
	50대	40.1	32.9	1.7	20.3	1.7	2.5	0.8
	60대 이상	35.6	40.1	3.4	14.7	1.0	3.9	1.3
고향 거주 형태	출향민	61.5	18.2	2.4	10.5	1.4	3.7	2.4
	전라북도민	30.4	40.3	3.3	21.6	2.9	1.5	-
	타지역주민	32.0	42.1	4.8	16.4	0.6	4.1	-
학력	고졸 이하	39.3	34.8	3.2	15.3	1.9	4.2	1.3
	대졸 이상	40.3	34.8	3.9	16.4	1.3	2.9	0.4
소득 수준	300만원 미만	33.3	38.6	5.3	16.9	2.9	2.4	0.5
	300~500만원 미만	39.8	36.5	2.6	15.8	1.3	3.9	-
	500~700만원 미만	41.0	34.4	3.1	15.6	1.6	3.5	0.8
	700만원 이상	45.5	30.7	3.1	16.3	0.4	3.1	0.8
현재 거주 지역	서울	47.9	25.4	6.6	12.2	0.9	4.7	2.3
	경기/인천	47.3	27.1	3.1	17.1	1.4	3.4	0.7
	경상권(부산, 대구 등)	37.4	44.3	2.3	13.0	-	3.1	-
	충청권(대전, 세종 등)	32.8	49.2	1.6	11.5	1.6	3.3	-
	호남권(광주, 제주)/강원	30.0	46.7	3.3	13.3	-	6.7	-
	전북	31.3	40.0	3.3	21.1	2.9	1.5	-
고향	서울	26.3	42.1	6.1	19.3	1.8	4.4	-
	경기/인천	37.9	35.8	5.3	14.7	2.1	4.2	-
	경상권(부산, 대구 등)	30.1	42.3	5.1	17.9	1.3	3.2	-
	충청권(대전, 세종 등)	30.6	47.1	2.4	18.8	-	1.2	-
	호남권(광주, 제주)/강원	27.2	46.5	3.5	16.7	1.8	4.4	-
	전북	51.9	25.2	2.6	14.3	1.5	3.0	1.5
사회적 기부	기부하고 있음	41.7	31.8	3.7	17.2	1.4	3.0	1.2
	기부하지 않음	37.7	38.6	3.7	14.7	1.5	3.7	-
전체	비율(%)	40.0	34.8	3.7	16.1	1.5	3.3	0.7
	사례수(n)	413	359	38	166	15	34	7

부 록2

고향사랑기부제 설문지

고향사랑기부제 관련 인식조사

안녕하십니까? 전북연구원에서는 전라북도 고향사랑기부제 시행과 관련한 연구를 진행 중입니다. 전라북도에서는 고향사랑기부제 시행과 관련한 대응방안을 마련 중에 있습니다. 본 설문은 전라북도의 고향사랑기부제 활성화를 위한 시민의 의견을 수렴하기 위해 구성된 것입니다. 질문지를 통해서 시민의 의견을 반영하여 우리지역의 균형적인 발전을 도모하는데 최선의 노력을 다하겠습니다. 귀하의 고견을 부탁드립니다. 참고로 귀하의 의견은 통계법 제31조에 의거하여 전적으로 연구 자료로만 활용될 것임을 약속드립니다.

연구책임 : 김동영 연구위원 Tel. 063.280.7174

담 당 : 김현수 전문연구원 Tel. 063.280.7137

SQ1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

① 남성

② 여성

SQ2. 귀하의 연령은 만으로 어떻게 되십니까? (만 _____ 세)

SQ3. 귀하의 주민등록상 거주지는 어디입니까?

① 서울특별시

② 부산광역시

③ 대구광역시

④ 인천광역시

⑤ 광주광역시

⑥ 대전광역시

⑦ 울산광역시

⑧ 세종특별자치시

⑨ 경기도

⑩ 강원도

⑪ 충청북도

⑫ 충청남도

⑬ 전라북도

⑭ 전라남도

⑮ 경상북도

⑯ 경상남도

⑰ 제주특별자치도

SQ3-1. 그렇다면 시군구는 어디입니까?(_____ 시/군/구)

SQ3-2. 현재 살고 계신 지역의 거주기간은 어떻게 됩니까?(_____ 년)(_____ 개월)

SQ4. 귀하께서 태어나신 지역은 어디입니까?

① 서울특별시

② 부산광역시

③ 대구광역시

④ 인천광역시

⑤ 광주광역시

⑥ 대전광역시

⑦ 울산광역시

⑧ 세종특별자치시

⑨ 경기도

⑩ 강원도

⑪ 충청북도

⑫ 충청남도

⑬ 전라북도

⑭ 전라남도

⑮ 경상북도

⑯ 경상남도

⑰ 제주특별자치도

SQ4-1. 그렇다면 시군구는 어디입니까?(_____ 시/군/구)

SQ4-2. 태어난 고향 거주기간은 어떻게 됩니까?(_____ 년)(_____ 개월)

4 귀하께서는 고향사랑기부금에 기부할 의사가 있습니까?

③, ④ 선택 시
4-6 이동

- ① 가까이 기부하고 싶다
- ② 기회가 되면 기부하고 싶다
- ③ 별로 기부할 의사가 없다
- ④ 전혀 기부할 의사가 없다

①, ② 선택 시
4-1 이동

4-1 기부를 하겠다면 그 이유는 무엇입니까?

- __① 고향발전에 보탬이 되고 싶어서 __② 세액공제혜택을 받을 수 있어서
- __③ 지역특산물 등 답례품을 받을 수 있어서 __④ 고향은 아니지만 지역균형발전에 도움이 되고 싶어서
- __⑤ 기타()

4-2 기부를 한다면 한해(1년 기준)동안 어느 정도 기부할 생각이 있으십니까?

* 고향사랑기부제는 연간 500만원까지 기부가 가능하며, 기부금의 30% 이내 답례품 제공, 10만원은 전액 세액공제

약()만원 정도

4-3 한 개의 지방자치단체(단일기부)에만 기부하시겠습니까?

아니면 둘 이상의 지방자치단체에 (중복기부) 기부하시겠습니까?

*기부하고 싶은 광역자치단체(서울, 전라북도 등) 혹은 기초자치단체(전주시, 천안시, 무주군)를 직접 기입

__① 단일기부	광역단체(시도)(), 기초단체(시군구)()
__② 중복기부	광역단체(시도)(), (), ()
	기초단체(시군구)(), (), ()

4-4 기부 시 어떤 지역에 기부할 계획이십니까?

- __① 태어난 고향의 시도(광역) 기부 __② 태어난 고향의 시군구(기초)에 기부
- __③ 고향이외 타지역에 기부

4-5 고향사랑기부금을 특정 지역에 기부하신다면 그 이유는 무엇입니까?

- __① 태어난 고향이라서 __② 출신학교나 직장의 연고지라서
- __③ 가족이나 부모가 거주하고 있어서 __④ 친척이나 친구 등이 거주하고 있어서
- __⑤ 향후 이주할 계획이 있어서 __⑥ 기타 ()

4-6 기부하지 않겠다면 그 이유가 무엇입니까?

- __① 경제적으로 부담이 되어서 __② 고향의 발전에 큰 도움이 되지 않을 것 같아서
- __③ 고향에 대한 생각이 별로 없어서 __④ 현재 거주하고 있는 지역이 좋으나, 기부할 수 없어서
- __⑤ 기부금이 투명하게 사용되지 않을 것 같아서 __⑥ 기타()

4-7 향후 기회가 된다면 기부할 의사가 있습니까?

- __① 전혀 기부할 의사가 없다
- __② 별로 기부하고 싶지 않다
- __③ 기회가 되면 기부할 예정이다
- (기부한다면 한해 어느정도 기부할 계획이십니까? 약()만원 정도)

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다
③ 그렇다 ④ 매우 그렇다

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다
③ 그렇다 ④ 매우 그렇다

- [illegible]

- __① 지역의 취약한 주민을 지원하는 사업 __② 지역의 청소년 등 인재를 양성하는 사업
 __③ 지역의 보건의료시설을 지원하는 사업 __④ 지역의 문화예술관광을 증진하는 사업
 __⑤ 지역의 안전한 시설(설비)을 지원하는 사업 __⑥ 지역의 쾌적한 환경을 지원하는 사업
 __⑦ 마을공동체를 지원하는 사업 __⑧ 기타 ()

- ① SNS 홍보 __② TV광고
--③ 신문광고 __④ 포털사이트(네이버, 다음 등) 배너광고
--⑤ 옥외 전광판 광고 __⑥ 도청홈페이지를 통한 홍보
__⑦ 기타()

- [illegible]

- ① 농업/임업/어업 ② 자영업 ③ 판매/영업/서비스직
④ 생산/기능/노무직 ⑤ 사무/관리/전문직 ⑥ 주부
⑦ 학생 ⑧ 무직/퇴직 ⑨ 기타 _____

16 귀댁의 월평균 가구 총 소득은 어느 정도 되십니까?(만원)

17 귀하의 가족(부모, 형제 포함) 중 태어난 고향에 거주하고 계신 분이 계십니까?

__① 예(현재 태어난 고향에 거주)

__② 아니오(고향이 아닌 곳에 거주)

18 귀하는 사회적 기부를 하고 계십니까?

__① 매년 정기적으로 기부한다

__② 부정기적으로 기부한다

__③ 기부하고 있지 않는다(→ 설문종료)

19 귀하께서 연평균 기부액은 어느 정도 되십니까?(연평균: 만원)

20 귀하께서 기부하고 있는 시설은 어디입니까?

__① 종교단체(교회 헌금 등)

__② 정치단체(정치인 후원금)

__③ 사회복지(봉사) 단체 후원금

__④ 시민사회단체

__⑤ 기타()

♣ 끝까지 성의 있게 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다 ♣

연구 담당

연구책임	김동영	연구위원	연구총괄, 제1장 일부, 5장, 6장
공동연구	김형오	연구위원	2장
	이중섭	연구위원	3장 일부
	정은천	연구위원	4장
	김현수	전문연구원	1장 일부, 3장 일부

연구관리 코드 : 22SU24