

고향사랑기부제 활성화 방안

국승용·김창호

요약

2023년 1월 1일부터 지역경제 활성화를 위한 고향사랑기부제 시행

- 기부자가 거주하지 않은 지자체에 최대 500만 원까지 기부할 수 있으며, 10만 원까지는 전액, 10만 원을 초과하는 금액은 16.5%를 세액공제
- 지자체는 기부금을 활용하여 지역 사회의 취약계층 지원 등 주민의 복리 증진을 위한 사업을 추진
- 기부금의 30% 이내에서 지자체는 기부자에게 답례품을 제공

고향사랑기부금에 대한 국민 인지도가 상승하고 있으나, 전반적인 인식 수준은 미흡

- 고향사랑기부금제에 대한 인지도는 2022년 4월 조사에서 12%에 불과하였으나, 8월 조사에서 35%로 상승
- 제도 자체에 대해서는 인지하고 있어서, 그 구체적인 내용을 알지 못하는 비율이 24%에 달해, 고향사랑기부금에 대한 국민 인지도 제고를 위한 적극적인 홍보 필요
- 인지도가 낮아 고향사랑기부금에 대한 선호 여부를 표명하지 않은 비율이 48%에 달하나, 제도에 대한 찬성이 44%에 달해 고향사랑기부제에 대한 공감은 비교적 높은 편
- 기부 희망 금액은 10만 원 이하가 46%를 차지하였으며, 답례품의 종류로는 지역사랑상품권을 선호하는 비율이 52%
- 기부금을 사회적 취약계층 지원에 사용하기를 희망하는 비율이 52%

고향사랑기부제 활성화를 위해서는 정부, 지자체, 국회의 다각적인 노력 필요

- 도입 초기에는 기부액이 크지 않았으나, 인지도 향상·제도 개선 등을 통해 지역발전의 소중한 재원으로 자리 잡은 일본의 고향납세제도를 참고
- 정부는 고향사랑기부금에 대한 국민들의 인지도 향상을 위해 홍보활동을 적극적으로 전개
- 지자체는 기부금을 활용한 목적 사업 개발, 기부자와 소통 강화, 적절한 답례품 개발 등을 통해 고향사랑기부제가 지역 주민의 복리 증진, 지역경제 활성화 등에 기여할 수 있는 기반 조성
- 제도 도입 첫해임을 감안, 지나치게 다양한 답례품 선정을 지양하고, 지역 특산물 온라인 쇼핑몰에서 사용 가능한 온라인 상품권, 지역사랑상품권 등을 효율적으로 활용
- 국회는 고향사랑기부제 전반을 면밀히 모니터링하고, 필요한 제도 개선을 신속하게 추진

01

[고향사랑기부제의 주요 내용¹⁾

1.1. 제도의 취지와 목적

고향사랑기부제는 기부자가 거주하지 않은 지방자치단체의 발전을 위해 기부를 촉진하는 제도

2023년 1월 1일부터 발효되는 ‘고향사랑 기부금에 관한 법률’(이하 고향사랑기부제)은 기부를 통해 지역경제를 활성화시키기 위해 도입된 제도

- ‘고향에 대한 건전한 기부문화를 조성하고 지역경제를 활성화함으로써 국가균형발전에 이바지함을 목적’으로 도입된 제도(법 제1조)
 - 건전한 기부, 지역 경제 활성화, 국가균형발전 등이 고향사랑기부제의 주요 키워드
- 기부자가 거주하지 않은 광역 또는 기초 지방자치단체에 최대 500만 원까지 기부
 - 기부금의 10만 원까지는 전액, 10만 원을 초과하는 액수에 대해서는 16.5% 세액공제
 - 예를 들어 고향사랑기부금을 20만 원 납부 시, 10만 원과 10만 원을 초과하는 10만 원의 16.5%인 116,500원을 세액공제
- 지방자치단체는 기부금을 법에서 정한 목적의 사업에 사용(법 제11조 ②)
 - 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

1.2. 기부금의 모금

기부금 모집 과정에서 발생할 수 있는 강제성, 위법성 등을 차단하기 위한 규제 도입

기부금 모집 과정의 부작용 발생을 우려하여 다양한 규제가 도입

- 타인 명의로 가명 기부, 이해관계자의 기부 금지(법 제 5조)

1) 고향사랑 기부금에 관한 법률(법률 제18489호, 2021. 10. 19., 제정); 고향사랑 기부금에 관한 법률 시행령(대통령령 제32904호, 2022. 9. 13., 제정).

- 업무·고용, 계약이나 처분 등에 의한 재산상의 권리·이익 또는 그 밖의 관계가 있는 지방자치단체에 기부 금지
- 기부 또는 모금 강요 금지(법 제 6조)
 - 업무·고용 그 밖의 관계를 이용한 고향사랑 기부금의 기부 또는 모금 강요 금지
 - 공무원이 그 직원에게 기부금 모금, 적극적 권유, 독려 금지
- 기부금 모금 방법의 제한(법 제 7조)
 - 개별적인 전화, 서신, 전자적 전송매체 이용 금지, 호별 방문 금지
 - 향우회, 동창회 등 사적인 모임을 통한 적극적인 기부 권유 금지

시행령에서 기부금 모금 방법을 규정하고, 모금 촉진을 위한 광고 매체 등을 구체화

- 고향사랑 기부금 모집을 위한 행정절차, 정보시스템 등을 규정
 - 한국지역정보개발원이 고향사랑기부금 관련 모금 등의 정보시스템 서비스를 제공(시행령 제8조)
 - 기부금 모금에 관한 행정 절차, 지자체의 고향사랑 기금 관리·운용 등에 대한 사안을 규정
- 광고 매체, 모금 독려 등에 대한 규제 구체화(시행령 제3조)
 - 정보통신망, 신문 및 인터넷 신문, 정기간행물, 방송, 옥외광고물, 인쇄물 등을 통해 모금 가능
 - 지방자치단체와 계약관계에 있는 자, 지방자치단체가 주최·주관하거나 후원하는 행사의 참석자에게 기부의 권유·독려 등을 금지
- 법령 위반에 대한 지자체 등에 대한 규제 구체화(시행령 제2조)
 - 업무·고용관계 등을 이용한 기부금 강요, 적극 권유·독려 시, 1~8개월의 모금 제한
 - 공무원이 직원에게 기부금을 강요하거나 적극 권유·독려 시에는 1~8개월의 모금 제한
 - 기부금 홍보 방법 위반 시에는 1~6개월의 모금 제한

1.3. 답례품의 선정과 지급

지방자치단체는 기부금의 30% 한도에서 기부자에게 답례품을 제공

- 지역 특산물 등을 답례품으로 제공함으로써 기부자의 지속적인 기부를 유도
 - 지역 특산물, 해당 지역 내에서만 통용되는 유가증권, 기타 조례로 정한 것 등을 답례품으로 제공
 - 현금, 귀금속, 해당 지역을 벗어나서 사용할 수 있는 유가증권 등은 답례품으로 제공 금지
- 고향사랑기부제와 유사한 일본의 고향납세제에서는 현물만 답례품으로 제공 가능
 - 답례품으로 유가증권을 제공할 수 있도록 한 것은 일본의 고향납세제 대비 주요한 차이 중 하나

시행령에서 답례품 지급과 관련된 규정 구체화

- 법에서 위임한 답례품의 제공 한도를 개인 기부액의 30%로 명문화(시행령 제 5조 ①)
 - 답례품 제공 한도를 설정하여 상한액인 500만 원 기부 시 150만 원 상당의 답례품을 지급 가능
- 답례품으로 제공할 수 없는 것 구체화(시행령 제5조 ②)
 - 개별소비세를 부과하는 장소(경마장, 경륜장, 골프장, 카지노 등)의 입장권, 고가의 스포츠용품·전자용품 등은 제공 불가
 - 사람의 생명, 재산에 해를 미치거나, 미풍양속을 해칠 수 있는 물품
 - 직불전자지급수단·선불전자지급수단·전자화폐 등의 지급은 제한하나, 해당 지방자치단체 관할 구역에서 통용될 수 있도록 발행한 상품권·유가증권 등은 지급 가능
 - 시행령에서 통용되는 지역을 한정한 선불전자지급수단 등을 제공 금지 답례품에서 제외함으로써, 지역 내에서 통용되는 전자적 선불권을 답례품으로 지급하는 것이 가능
- 답례품 선정 등은 지자체에서 구성한 답례품선정위원회 등을 통해 추진(시행령 제6조)
 - 지자체가 조례로 답례품, 공급업체 등을 선정하는 답례품선정위원회를 운영할 수 있도록 규정

각 지자체에서 제정하고 있는 조례²⁾에 답례품의 종류와 선정 방법에 대한 조항 포함

- 답례품 선정위원회, 종류, 공급업체 선정, 비용 등에 대해 규정
 - 선정위원회는 7명 이내의 일정한 자격을 갖춘 자로 구성, 답례품의 선정, 공급업체 선정, 답례품 공급과 관련된 자문 등을 수행
 - 선정위원은 공무원, 특산물 선정 경험이 풍부한 자, 의회 의장이 추천한 자, 생산 또는 제조 분야를 대표하는 자, 유통에 전문적 지식을 갖춘 자 중에서 위촉
 - 선정위원회에서 공모 등을 통해 공급업체를 선정하도록 하고 있는데, 생산·제조 분야를 대표하는 자는 이해충돌 등으로 제척될 수 있으므로 이에 대한 고려 필요
 - 답례품은 농특산물과 공예품, 지역사랑상품권 등 유가증권, 도가 출자·출연·위탁 운영하는 쇼핑몰의 온라인 및 모바일 상품권 등을 제공
 - 답례품 지급 비용은 기부금액의 30% 이내 또는 별도의 예산을 편성하여 확보

2) 전라남도의 '전라남도 고향사랑기부금 모금 및 운용에 관한 조례'를 바탕으로 기술함. 다수의 지자체가 관련 조례를 제정하였으며, 그 큰 틀에서 조문 체계는 유사하며 지자체에 따라 세부 사항이 다소 상이함.

02

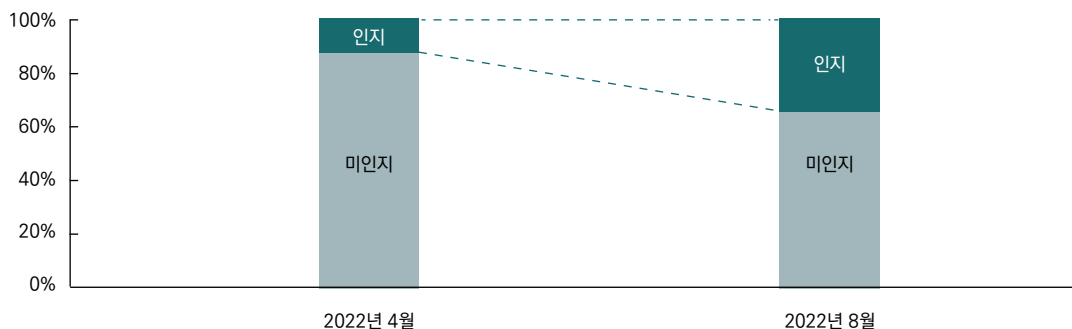
고향사랑기부제에 대한 국민 의식과 시사점

한국농촌경제연구원은 고향사랑기부제에 대한 국민의식 조사를 실시³⁾

고향사랑기부제에 대한 인지도(8월 조사)는 4월에 비해 상승

- 4월 조사에서는 고향사랑기부제에 대한 인지도가 12%였으나, 8월에는 35%로 상승
 - 인지하고는 있으나 자세한 내용을 알지 못하는 비율이 24%로, 인지도 상승을 위한 홍보를 확대하는 것이 필요

〈그림 1〉 고향사랑기부제에 대한 인지도 변화



자료: 국승용, 김창호(2022).

고향사랑기부제에 대해 44%가 찬성

- 고향사랑기부제의 내용에 대해 설명한 후 찬/반을 물은 결과 찬/반 의사를 표명하지 않은 비율이 48%
 - 매우 찬성 5%, 대체로 찬성 39%
- 50대 이상의 연령대에서 50%로 가장 찬성률 높아
 - 20대 이하 39%, 30대 30%, 40대 42%
 - 20~30대의 고향사랑기부제에 대한 인지도를 높이기 위한 홍보 활동 강화 필요

3) 2022년 4월 '고향사랑기부제 시행에 따른 의견조사', 8월 '고향사랑기부제 국민의식 조사'를 실시하였으며, 인지도 변화를 비교하기 위해 4월 조사 결과를 인용하였고, 나머지는 8월 조사 결과를 분석함.

국민의 43%는 현재 거주지에 고향사랑기부금을 기부하고 싶어 함

- 현재 거주지 기부 의사가 가장 높은 비율을 차지하고 있으나, 법에서는 거주지 기부를 금지
 - 고향사랑기부제에 대한 인지도가 상승하고, 기부 규모가 확대됨에 따라 논란 발생할 가능성 존재
 - 현재 거주지에도 기부할 수 있도록 법을 개정해야 한다는 의견이 33%, 법 시행 초기이므로 추후 개정 검토가 필요하다는 의견이 33%, 부작용이 있을 수 있으므로 현행법을 유지하자는 의견은 16%
- 거주지와 출생지가 동일하지 않는 경우 출생지 기부 의사는 28%
- 서울 거주자는 현재 거주지(30%)보다 출생지(32%) 기부 의사가 상대적으로 높음.
 - 다른 지역 거주자들의 기부 희망 지역은 거주지와 출생지가 비교적 유사

〈표 1〉 고향사랑기부금 기부 희망 지역

단위: %

구분	현재 거주지	출생지	그 밖의 지역	기부 의사 없음	계
전체	43.4	27.6	10.5	18.5	100.0
서울	29.7	31.9	16.8	21.6	100.0
인천/경기	42.8	26.5	11.9	18.8	100.0
부산/울산/경남	46.0	26.0	9.1	18.9	100.0
대구/경북	49.1	27.3	4.8	18.8	100.0
광주/전라	55.3	25.3	5.1	14.3	100.0
대전/세종/충청	46.6	29.1	8.1	16.3	100.0
강원/제주	51.1	26.0	7.6	15.3	100.0

자료: 국승용, 김창호(2022).

답례품의 종류로 국민의 52%가 지역사랑상품권을 희망

- 기부자가 원하는 물품을 구입할 수 있는 지역사랑상품권에 대한 선호가 상대적으로 높음.
 - 지역사랑상품권은 기부한 지자체 관할구역에서 사용할 수 있으므로, 기부자의 거주지가 아닌 곳에 거주하는 지인에게 증여하거나, 본인이 기부한 지자체에 방문해야 사용 가능
 - 지자체 간 거리가 먼 농촌 지역보다는 지자체 간 거리가 가까운 대도시에서 상대적으로 이용하기 편리
- 지자체의 답례품 선정 시 답례품에 대한 기부자의 선호 고려 필요
 - 지자체가 사전에 정한 답례품보다, 기부자의 선택권이 강화된 지역사랑상품권과 같은 답례품에 대한 선호가 높은 상황을 고려
 - 지역사랑상품권이나 통용 지역이 한정된 온라인·모바일 상품권 등 소비자의 선택권을 보장할 수 있는 답례품을 포함시키고, 지역을 대표하는 특산품으로 답례품을 선정하는 것이 바람직

〈표 2〉 희망하는 답례품의 종류

단위: %

지역사랑상품권	지역 농식품	지역 특산물	기부에 대한 감사를 표하는 물품	답례품 제공 반대
52.4	27.6	6.9	5.2	7.9

자료: 국승용, 김창호(2022).

국민의 46%가 10만 원 이하 금액의 기부를 희망

- 모든 연령대, 모든 지역에서 10만 원 이하의 금액을 기부하겠다는 비율이 가장 높음.
 - 10만 원까지 전액 세액공제하는 고향사랑기부금의 규정이 기부 희망 금액과 연관
 - 기부의사가 없다는 비율은 25%, 10만~20만 원을 기부하겠다는 비율은 20%

〈표 3〉 고향사랑기부금 기부 희망 금액

단위: %

기부의사 없음	10만 원 이하	10만~20만 원	20만~50만 원	50만~100만 원	100만~500만 원
24.7	45.9	19.9	6.5	2.2	0.8

자료: 국승용, 김창호(2022).

기부자의 52%는 기부금을 사회적 취약계층 지원에 사용하기를 희망

- 법에 정한 기부금의 사용 목적 중에서는 사회적 취약계층 지원에 대한 선호도가 52%로 가장 높음.
 - 지역 주민의 문화·예술·보건 증진 15%, 청소년 육성·보호 10%
- 법에 정한 목적 이외의 기부금 사용처로는 지역경제 활성화에 대한 선호도가 26%로 가장 높음.
 - 노인 돌봄 23%, 지역 교육 개선 15%, 농어촌 환경보전 12%

〈표 4〉 고향사랑기부금의 희망 사용 목적

단위: %

사회적 취약계층의 지원	청소년의 육성/보호	지역 주민의 문화/예술/보건 등의 증진	시민참여, 자원봉사 등 지역공동체 활성화 지원	그 밖에 주민의 복리 증진 사업
52.0	10.3	14.6	9.1	14.0

자료: 국승용, 김창호(2022).

03

고향사랑기부제 활성화 방안

3.1. 기부 활성화 방안

고향사랑기부금에 대한 인지도 제고와 제도 개선으로 기부를 활성화하는 것이 당면 과제

일본의 고향납세제도 또한 초기에는 실적이 미미했으나, 인지도 향상, 제도 개선 등으로 활성화

- 일본의 고향납세제도가 시작된 2008년 실적은 약 5만 4,000건, 81억 엔으로 그 규모가 크지 않았으나, 연차가 거듭되어 인지도가 상승함에 따라 그 규모가 확대됨.
 - 2021년 4,447만 건, 8,302억 엔으로 시행 첫해에 비해 납세 건수는 824배, 납세액은 102배 확대
- 제도 운영과정에서 발견된 문제점을 해결하기 위해 2015년 단행된 일본의 고향납세 관련 제도 개선이 고향납세 규모 확대의 주요 요인으로 작용
 - 고향납세 한도⁴⁾를 2배 상향하였으며, 고향기부 시 세액공제를 받을 수 있는 절차를 간소화
 - 2015년부터 고향납세 건수와 금액이 큰 폭으로 증가

〈표 5〉 일본 고향납세 현황

단위: 만 건, 억 엔

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
건수	5.4	5.6	8	10.1	12.2	42.7	191.3
금액	81.4	77	102.2	121.6	104.1	145.6	388.5
구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
건수	726	1,271.1	1,730.2	2,322.4	2,333.6	3,488.8	4,447.3
금액	1,652.9	2,844.1	3,653.2	5,127.1	4,875.4	6,724.9	8,302.4

자료: 일본 총무성(2022). ふるさと納税に関する現況調査結果(令和4年度実施) 재구성.

- 우리나라의 고향사랑기부금도 처음에는 인지도가 낮아 그 규모가 크지 않을 수 있으나 인지도가 상승함에 따라 그 규모가 확대될 것으로 기대

4) 일본의 고향납세제도는 기부 하한액이 2,000엔이며, 2,000엔은 세액공제를 하지 않음. 일본의 고향납세제도는 납세액 중 2,000엔을 제외한 전액을 소득공제하여 고액 기부를 유도한다는 점에서 우리나라의 고향사랑기부제와 방식이 상이함. 공제한도는 우리나라의 소득세와 유사한 소득할 주민세의 일정 비율로 정하는데 2015년 그 한도를 10%에서 20%로 상향 조정함. 즉, 고향납세를 통해 공제받을 수 있는 한도를 2배로 늘리는 제도 개선이 이루어짐.

- 일본의 경우 첫해에는 약 5만 4,000건, 81억 엔으로 그 규모가 크지 않았으나, 해가 지날수록 인지도가 향상되어 규모가 성장하였고, 2015년 고향납세 활성화를 위한 제도 개선 이후 규모가 큰 폭으로 성장
- 일본의 사례와 같이 고향사랑기부제 활성화의 제약 요인을 조기에 찾아내 적절하게 제도를 개선한다면 기부금 규모 확대에 기여할 수 있음.

고향사랑기부제는 세액공제 방식 측면에서 정치후원금과 유사하며, 홍보 수단은 상대적으로 미흡하나 답례품 제공은 기부를 확산시키기에 유리한 수단

- 10만 원까지는 전액 세액공제하고, 10만 원을 초과하는 금액은 16.5% 세액공제하는 고향사랑기부금 체계는 정치후원금과 유사
 - 국회의원 선거가 있었던 2020년 중앙당 후원금은 약 64억 원, 국회의원 후원금은 약 538억 원(중앙선거관리위원회 보도자료, 2021. 2. 25.)
 - 정치후원금은 2004년부터 현행 제도가 시행되어 인지도가 비교적 높은 후원제도임.
- 고향사랑기부금은 정치후원금에 비해 홍보할 수 있는 수단이 미흡
 - 고향사랑기부금은 개별적으로 모금할 수 없도록 하고 있어, 이메일·문자메시지 등으로 후원을 독려할 수 있는 정치후원금에 비해 홍보 수단이 미흡
 - 인지도가 높지 않고, 모금 과정의 제약으로 고향사랑기부금 총액이 정치후원금 총액 수준을 넘어서는 것이 단기적으로 쉽지 않은 상황
- 답례품을 제공한다는 것이 다른 기부제도와 고향사랑기부제의 가장 큰 차이점
 - 정치후원금을 비롯한 타 기부금과 달리 고향사랑기부금은 기부액의 30% 이내에서 답례품을 제공할 수 있다는 것이 가장 커다란 차이점
 - 지역경제 활성화와 지역균형발전에 기여한다는 제도의 취지 및 답례품과 같은 타 기부금과의 차이 등을 적절히 홍보하여 제도에 대한 인지도를 높이는 노력이 필요

정부 차원의 홍보 확대와 지자체 차원의 협력 필요

- 고향사랑기부금의 활성화를 위해서는 정부 차원의 홍보 확대가 무엇보다 중요
 - 고향사랑기부금에 대한 국민적 인지도 자체가 낮은 상황이기 때문에 정부가 적극적으로 고향사랑기부금에 대한 홍보를 확대
 - SNS 등을 활용한 개인 맞춤형 홍보가 법에 의해 금지되기 때문에 대중 매체를 활용할 수밖에 없고, 이는 지자체가 각각 독립적으로 수행하는 것보다는 정부가 계획을 수립하여 종합적으로 수행하는 것이 효율적

- 지자체 간 협력을 통해 고향사랑기부제 활성화 필요
 - 기부자가 기부를 가장 많이 희망하는 지자체가 거주하고 있는 지자체이나 이를 법으로 금하고 있기 때문에 고향사랑기부금의 활성화에 장애요인이 될 수 있음.
 - 서울과 같은 대도시는 지자체가 서로 인접하여 위치하므로 인근 지자체에 기부하고 인근 지자체의 지역사랑상품권을 수령할 때 기부자가 경제적 이익이 극대화되는 측면이 있음. 이는 자칫 고향사랑 기부금이 농촌보다 도시로 쏠리는 현상을 야기할 수도 있음.
 - 이와 같은 문제점을 극복하고 고향사랑기부제를 활성화 시키기 위해서는 농촌 지자체 간의 협력이 필요함. 농촌의 각 지자체가 거주지에 기부를 못 하는 시민들에게 인근 지자체에 기부할 것을 독려할 수 있음. 광역 도 차원에서 도내 인근 지자체에 기부를 권장하는 것도 검토할 수 있음. 이 같은 노력을 통해 고향사랑기부제에 대한 농촌 지역 인지도를 제고시키고, 농촌 지자체로의 기부를 확대시키는 여건이 조성될 수 있음.

3.2. 기부금의 목적 사업 개발

고향사랑기부제의 지속적 발전을 위해서는 취지에 부합하는 기금 사업 개발 필요

고향사랑기부제도의 확대·발전을 위해서는 각 지자체가 기부자의 공감을 얻을 수 있는 사업 개발이 관건

- 설문조사에 의하면 국민의 52%가 고향사랑기부금이 사회적 취약계층을 위해 사용되기를 희망하고 있으므로 관련 사업을 개발하는 것이 바람직
 - 지자체가 시행하고자 하였으나 예산 제약 등으로 추진할 수 없었던 취약계층 지원사업을 고향사랑 기부금을 활용하여 추진
 - 또한 고향사랑기부금을 활용하고 지자체가 시행하여 일정한 성과를 거두고 있다고 평가되는 취약계층 지원사업의 규모와 대상을 확대
 - 농촌 돌봄, 농촌 노인 먹거리 지원, 농촌형 교통 등 다양한 영역의 사업 개발 필요
- 공동체 활성화와 지역 주민의 복리 증진을 동시에 추진하는 사업 개발
 - 지자체가 지원하여 지역 주민이 참여하는 공동체 활동을 활성화하고 이들이 지역 주민의 복리 증진에 기여할 수 있는 사업을 개발하는 것은 고향사랑기부제의 취지에 부합
 - 고향사랑기부금을 통해 추진하는 사업을 지자체가 직접 수행하거나 일반 민간 기관에 위탁하는 것 보다는 주민 공동체를 지원하여 주민 스스로 기금 사업을 수행하는 것이 바람직
 - 사회적 농업, 사회적 경제, 지역 공동체 기반 사회서비스 제공 등 이미 성과를 거두고 있는 다양한 사례를 참고하여 고향사랑기부금을 집행

각 지자체의 고향사랑기부금 사업의 계획과 성과를 널리 알려야 고향사랑기부제의 활성화 가능

- 기부금은 기부자가 기부할 때 의도한 성과를 거두고 있음이 확인될 때 확대 가능
 - 고향사랑기부제는 기부자의 자발적인 기부를 바탕으로 유지되는 제도이므로, 기부금이 목적에 맞게 사용되어 농촌의 발전에 기여하는 가시적 성과가 나타날 때 확대 가능
 - 성과를 기반으로 기부자와 소통을 강화하는 것이 필요
- 지자체는 고향사랑기부금을 어떻게 사용할 것인지 사전에 그 계획을 수립하고, 홍보해야 함.
 - 지자체가 기부자의 공감을 이끌어 낼 수 있는 사업 계획을 수립하고, 기부자와 소통을 통해 기부금을 유치하려는 노력이 필요
 - 다수의 지자체가 기부금 사용 계획 수립보다는 답례품 선정에 더 큰 관심을 보이고 있는 것으로 알려져 있는데, 이는 고향사랑기부제의 활성화를 위해서 바람직하지 않음.
- 일본의 고향납세제도에서 시행하고 있는 목적 기부 또는 크라우드펀딩 방식의 도입 필요
 - 일본에서는 지자체가 기부금의 사용보다는 기부금의 모금 자체에 초점을 맞추고 있다는 비판이 제기 되면서, 모금 이전에 기부금의 용도를 제시하고, 기부금의 용도별로 고향납세를 하도록 하는 크라우드펀딩 방식의 고향납세제도를 도입
 - 크라우드펀딩 방식은 기부금의 사용 목적과 대상을 사전에 제시함으로써 기부자의 공감을 확대하고 고향납세를 활성화하기 위해 시행됨. 이를 통해 과도하게 답례품에 의존하는 것을 지양하고, 제도의 취지에 부합하는 목적 사업에 충실하도록 하는 효과를 기대하고 있음.
 - 제도 시행 초기인 우리나라에서 당장 크라우드펀딩 방식을 도입하는 것은 쉽지 않을 수 있으나, 제도의 취지에 부합하는 목적 사업을 기획하여 기부자의 공감을 확대하고 이를 기부로 연계시키려는 노력이 필요함.

고향사랑기부금을 기부하면 기부자에게 유리하다는 취지보다는 기부가 농촌 발전에 기여하는 가치있는 행동임을 강조하는 것이 바람직

- ‘고향사랑기부금을 10만 원 기부하면 전액 세액공제받고, 3만 원의 답례품을 받을 수 있다’는 취지의 고향사랑기부제 홍보가 이루어지고 있음.
 - 이 같은 홍보 전략은 고향사랑기부제가 지역균형발전을 위한 것이라는 제도의 도입 취지를 왜곡시켜 장기적으로는 고향사랑기부제 활성화에 도움이 되지 못함.
 - 기부는 기부자가 일정한 경제적 부담을 무릅쓰고 사회적으로 바람직한 분야에 경제적 도움을 주는 것인데, 기부를 하면 경제적 이익을 얻을 수 있다는 것은 기부제의 취지를 퇴색시킴.

- 현재와 같은 취지로 고향사랑기부제가 인식된다면, 도시의 기부자들이 인근 지자체에 10만 원을 기부하여, 기부액을 전액 세액공제받고, 지역사랑상품권 3만 원을 추가적으로 수령하는 행태를 합리화시키는 결과를 초래할 수 있음.
- 고향사랑기부금이 농촌으로 유입되어 지역균형발전에 기여하는 제도의 근본 취지를 부각시키려는 노력 필요
 - 지자체들이 답례품을 지나치게 강조하거나 답례품을 이용하여 과도한 경쟁을 하지 않도록 정부 차원의 지침이 필요

3.3. 답례품의 선정

시행 초기의 특성과 지역별 실정을 고려한 답례품 선정 필요

정보가 부족하여 시행 초기에는 답례품의 종류와 규모를 결정하는 것이 곤란

- 시행 첫해라는 특성 때문에 기부 규모나 건수, 기부자의 선호 등을 예측하기 어려워 답례품의 종류와 물량 등을 결정하기 곤란
 - 국민의식 조사 등을 통해 기부자별 기부금 액수, 기부 의향 등에 대해 일정하게 짐작하고는 있지만 실제 기부가 이루어진 경험이 없어 지자체 차원에서는 기부 건수, 건당 기부액, 기부자가 희망하는 답례품 등에 대한 정보가 매우 부족
 - 답례품 선정은 공식적인 논의와 공개 과정을 거쳐야 하므로 사전에 답례품의 종류가 결정되어야 하고, 답례품 공급업체를 선정하기 위해서는 답례품별 공급 규모도 일정하게 예측해야 함.
 - 경험이 없는 상태에서 답례품의 종류와 규모, 납품업체 등을 선정하는 것이 쉽지 않은 상황
- 지나치게 다양한 답례품을 선정 시 답례품과 관련한 오해나 비효율이 발생할 가능성 확대
 - 과일과 같이 계절성이 있는 농산물을 답례품으로 선정하는 경우, 기부 시점과 답례품 제공 시점이 불일치하여 오해가 발생할 수 있음. 예를 들어 6월에 기부하며 사과·배 등의 과일을 답례품으로 신청하게 되면, 햇과일이 부족한 시기여서 즉시 답례품을 제공할 수 없음.
 - 기부금 10만 원을 기준으로, 3만 원 상당의 답례품을 개발하는 경우, 새롭게 포장재를 제작하는 등의 추가적 초기 투입비용 발생하고 물량이 충분하지 않다면 공급업체가 기대하는 수준의 수익을 얻지 못할 수 있음.

지자체가 운영하는 온라인몰과 연계한 전자적 선불권 활용

- 법령에 의해 지자체 관할구역에서만 통용되는 전자적 선불권을 답례품으로 지급 가능
 - 전라남도 관련 조례에서는 전라남도가 출자·출연·위탁하는 온라인몰에서만 통용되는 온라인·모바일 상품권을 답례품으로 지급할 수 있도록 규정
- 대부분의 농촌 지자체는 온라인몰을 운영
 - 도나 시군을 막론하고 대부분의 농촌 지자체는 지역 특산물을 판매하는 온라인몰을 운영 중
 - 조례를 통해 지자체가 운영하는 온라인몰에서만 통용되는 온라인·모바일 상품권을 답례품으로 지급 가능, 조례에 해당 내용이 없는 경우에는 답례품 선정위원회에서 온라인·모바일 상품권을 답례품으로 선정 가능
 - 지역의 우수 농특산물을 지자체의 온라인몰에 입점시키고, 답례품으로 온라인몰 선불권을 제공함으로써 별도의 답례품 선정 과정을 거치지 않고서도 지역의 다양한 농특산물을 기부자에게 제공하는 직간접 효과
- 지역 농특산물 온라인몰의 활성화 가능
 - 답례품과 관련된 방문과 구매가 확대되어 지역 농특산물 온라인몰 활성화 가능
 - 기부자가 답례품 가액을 넘어서는 농특산물을 구매하게 되면, 답례품 가액보다 큰 규모의 농특산물 소비가 고향사랑기부제를 통해 발생
- 지자체 온라인몰의 기능 개선 필요
 - 답례품으로 지자체 온라인몰에서 통용 가능한 온라인 선불권을 지급하기 위해서는 이를 수용할 수 있는 정보시스템 기능 개선 필요
 - 지자체 온라인몰에서 구매자가 상품을 구매할 때, 결제 과정에서 답례품 활용 여부를 파악할 수 있는 기능을 갖추고, 상품 발송 시 기부자들에게 감사 편지, 고향사랑기부금의 활용 성과 등을 제공하여 재기부를 유도

중장기적 계획하에 답례품을 발굴하는 것이 바람직

- 국민의식 조사 결과 국민의 약 5%는 기부에 대한 감사를 표하는 답례품을 희망
 - 지역의 특산품이나 공예품 등을 기부에 대한 감사를 표하는 답례품으로 개발 필요
- 중장기적으로 기부 건수, 기부 금액, 기부자의 선호 등에 대한 정보가 축적되면, 이를 바탕으로 기부자가 선호하는 답례품 개발 가능

3.4. 제도 개선 과제

고향사랑기부제의 조기 활성화를 위해서는 법령 개선 시급

일본의 고향납세제도가 활성화된 요인 중 하나는 제도 개선

- 국민이 지역 발전을 위해 기부하고, 이를 세액으로 지원하는 독특한 제도이기 때문에 초기 시행착오는 불가피
 - 일본은 고향납세제도 활성화를 위해 문제가 되는 제도를 획기적으로 개선
 - 기부자의 부담 완화, 기부 상한액 상향 조정, 세액공제 과정의 편의성 제고 등을 통해 현재와 같은 수준으로 고향납세제도 활성화
- 고향사랑기부제는 일본의 사례를 참고하였으나, 일본과 우리나라의 실정이 상이한 부분이 많아 초기 시행착오가 불가피
 - 제도 운영 상황을 면밀하게 모니터링하고, 문제점이 발견되는 제도를 신속하게 개선해야 고향사랑 기부제의 활성화 가능

지역경제 활성화를 위한 기부금의 사용(법 제11조 ②)

- 법의 목적에는 지역경제 활성화를 명시하고 있으나, 기부금의 사용 목적에는 지역경제 활성화가 빠져 있음.
 - 국민의식 조사에서 현재 법에서 정한 목적 이외에 기부금을 활용할 수 있다면 지역경제 활성화에 사용하는 것이 필요하다는 인식이 26%로 가장 높음.
- 지역 경제 활성화에 기부금을 사용할 수 있도록 제도 보완 필요
 - 지역 경제 활성화라는 목적이 지나치게 광범위하여, 구체적이어야 하는 기금 운영 목적으로 적절하지 못하다는 인식이 있고, 기금 운용 과정이 투명하지 못하면 오남용될 수 있다는 우려에 따라 기금 목적에 지역 경제 활성화가 포함되지 못한 것으로 사료됨.
 - 기부금을 모금할 때 크라우드펀딩 방식으로 기금의 목적 사업을 미리 제시하고 모금할 수 있도록 하고, 이때 목적 사업으로 지역 경제 활성화와 관련된 내용을 제시하도록 하는 방안을 검토하는 것이 필요함. 기부자가 기부금의 구체적인 사용 목적과 내용을 사전에 확인한 후 기부한 것이므로 기금의 오남용에 대한 우려를 불식시킬 수 있음.
 - 기부금 모금 과정에서 기부의 목적과 내용을 공지하여 기부금을 모금할 수 있도록 하고, 이 경우 기부금 사용 목적의 범위를 현행법보다 확대할 수 있도록 법 개정 필요

거주지 관할 지자체에 기부 금지 개선(법 제 4조 ①)

- 기부자 거주 지역의 관할 지자체에 기부를 금지하는 이유는 불명확
 - 도시 거주자가 농촌에 기부하도록 유도하기 위해 해당 조항이 제정되었을 수 있음.
 - 기부자가 거주하는 곳에 기부하는 것이 자신이 사는 지역에 자산을 위해 기부하는 것으로 간주되어 기부의 취지에 어긋나기 때문에 해당 조항이 도입되었을 수 있음.
 - 기부자 거주 지역에 기부를 허용할 경우 지자체 공무원 등이 지역 주민에게 기부를 강요하여 부작용이 발생할 것으로 우려하여 해당 조항이 제정되었을 수 있음.
- 이유 여하를 떠나 거주지 관할 지자체에 기부를 금지한 것은 고향사랑기부금의 활성화에 적지 않은 장애를 초래할 수 있음.
 - 예를 들어 서울시 A구의 거주자가 서울시 B구에 기부를 할 수 있으므로, 현행 조항으로는 도시 기부자의 농촌 기부를 유도하기에 충분하지 못함.
 - 수도권 거주자가 거주지 기부를 희망하는 비율은 38%, 비수도권 거주자가 거주지 기부를 희망하는 비율은 49%로, 수도권 거주자보다는 비수도권 거주자에게 미치는 영향이 큰 조항임.
 - 동 지역에 거주하는 기부자가 농촌(읍면) 지역의 발전을 위해 기부를 할 수도 있는데, 동일한 시군에 거주한다고 이 같은 기부를 법으로 금하는 것은 불합리(농촌은 도시에 비해 읍·면·동 간 거주 여건의 격차가 큰 편)
 - 공무원 등에 의한 적극적 기부 강요를 법으로 금하고 있으므로, 기부 강요를 막기 위해 거주지 기부를 금하는 것은 이중 규제
- 거주지 기부 금지 조항의 타당성 등에 대한 면밀한 검토를 통해 관련 규정의 개정 추진 논의 필요
 - 일본의 고향납세제도와 같이 거주지 제한 규정을 폐지할 수도 있음.
 - 특별·광역시 거주자의 경우 해당 특별·광역시 내에 기부할 수 없도록 거주지 제한의 범위를 구체화 하여 대도시 거주자의 농촌 기부를 활성화하는 방향으로 규정을 개정할 수 있음.
 - 농촌이 포함된 도농통합시나 군 지역의 거주자가 해당 지역 지자체에 기부할 수 있도록 하는 등 거주지 제한 규정이 농촌에 대한 기부를 제약하지 않도록 법 개정 추진 필요

유가증권 담례품의 지급 제한(법 제 9조 ②의 2)

- 일본의 고향납세제도는 지역 특산품이 비교적 풍부한 농산어촌 지자체의 기부금 모금 활성화를 위해 담례품 제공을 도입
 - 기부 대상 지역에 대한 규제가 없는 상황에서 농산어촌 지자체가 기부금 모금 활동을 적극적으로 수행할 수 있도록 기부자에게 담례품을 제공할 수 있도록 제도를 운영
 - 담례품을 유가증권으로 제공할 수 없도록 하여 지역 특산물 현물만 담례품으로 제공 가능

- 고향사랑기부제는 유가증권의 답례품 제공을 허용함으로써 답례품 측면에서 도시 지자체와 농촌 지자체의 차별화가 불가능
 - 오히려 대도시 A구 거주자가 같은 도시의 인접한 B구에 기부하고 지역사랑상품권을 수령하는 등 지역균형발전을 위한 기부 활성화보다는 기부자의 경제적 편익 확대를 위한 수단으로 고향사랑 기부제가 악용될 수 있는 소지 존재
- 답례품이 기부자의 경제적 편익 확대의 수단으로 오용되지 않도록 유가증권 답례품 지급을 일정하게 제한하는 것이 바람직

모금 촉진 활동에 대한 규제 완화(제 7조)

- 개별적인 기부금 모금 자체를 법으로 금하는 것은 과도한 규제
 - 현행법에서는 개별적인 전화, 서신, 문자메시지 등 전자적 전송매체 등을 활용하여 고향사랑기부금을 모금할 수 없도록 규제
 - 사적 모임에서 ‘적극적’으로 기부를 독려하는 것을 금하고 있는데, ‘적극적’이라는 용어가 모호하여 기부 독려 자체를 위축시킬 우려
 - 고향사랑기부금과 유사한 정치후원금과 비교해도 모금을 위한 홍보, 정보 제공 등을 과도하게 제한하고 있어 고향사랑기부금의 활성화가 곤란
- 모금 활동에 대한 포괄적인 제한 지양, 개별적 모금이 가능한 합리적인 방안 마련 필요
 - 대부분의 홍보·광고가 개별화되고 있는 사회적 추세에 비추어 개별적 홍보 전반을 제한하는 것은 과도한 규제
 - 각계의 의견을 종합적으로 수렴하여, 고향사랑기부를 촉진할 수 있는 다양한 방법을 제시하면서, 모금 과정에서 발생할 수 있는 부작용을 완화하려는 노력 필요

04

고향사랑기부제의 성공적 정착을 위한 제언

정부는 고향사랑기부제의 활성화를 위해 홍보 확대, 우수 사례 공유 필요

- 고향사랑기부제에 대한 국민 인지도가 높지 않은 상황이므로 정부의 적극적인 홍보 필요
 - 제도를 도입한 초기이므로, 제도 자체에 대한 홍보 확대가 필요하며, 이는 지자체나 기관들이 개별적으로 추진하는 것보다는 정부가 종합적으로 추진하는 것이 효율적
- 정부가 지자체 조례 제정, 사업 발굴, 답례품 선정 등 고향사랑기부제 도입 전반을 점검하면서 우수한 사례를 타 지자체가 참고할 수 있도록 정보 제공
 - 새롭게 도입되는 고향사랑기부제 준비를 위해 다수의 지자체가 노력을 경주하고 있어, 타 지자체의 우수 사례를 참고할 만한 여유를 가지지 못할 수 있음.
 - 정부 차원에서 우수한 사례를 파악하고 이를 전체 지자체가 참고할 수 있도록 정보를 제공하는 것이 바람직

지자체는 기금 운용 계획 수립, 답례품 선정, 홍보 등 제도 운영을 위한 준비를 면밀하게 추진

- 기부자들이 모금한 소중한 고향사랑기부금을 지역 발전에 사용하기 위해 기금 사용의 목적, 대상, 계획 등에 대한 면밀한 계획 수립 필요
 - 주민자치회 또는 주민자치위원회, 시민운동 단체, 전문가 등 지역 사회의 의견을 광범위하게 수렴하여 고향사랑기부금 사업 계획 수립 필요
 - 지역 주민의 호응도가 높은 주민 복리 증진 사업 중 지자체 예산 부족 등으로 그 규모를 확대하고 있지 못한 사업 참고
 - 사업 계획을 수립하고 우선 순위를 정하여, 기금 모금 규모에 따라 단계적으로 기금 사업을 추진
- 지나치게 다양한 답례품 선정 지양, 대표적인 특산물을 중심으로 답례품 선정, 온라인 상품권 도입
 - 공급 시기, 품질, 물량 등의 측면에서 유연하면서도 안정적으로 생산할 수 있는 명확한 지역 특산물을 중심으로 답례품을 발굴
 - 지역 특산물 온라인몰을 운영하고 있는 지자체는 해당 온라인몰에서 제한적으로 통용될 수 있는 온라인·모바일 상품권을 적절하게 활용, 효과적으로 답례품을 선정
 - 답례품을 통해 기부자의 재기부를 유도할 수 있도록 기부자와 소통 강화

- 고향사랑기부제는 국토균형발전을 위해 도입된 제도로, 농촌 지자체의 모금이 활성화되는 것이 바람직하므로 광역지자체 차원, 유관 지자체 간 협력 등을 통해 농촌 지자체로 모금 유도
 - 고향사랑기부제의 취지에 대한 홍보, 농촌 지자체 간 협력 등을 통해 고향사랑기부금이 농촌 지역에 더 많이 기부될 수 있는 여건 조성
 - 광역지자체 차원에서는 해당 지역 주민이 광역지자체 내 인근 시군에 기부해 줄 것을 독려
 - 인접한 지자체 등 상호 협력이 용이한 지자체 간 협력을 통해 인근 시군으로 기부를 확대하는 여건 조성 필요

국회는 고향사랑기부제 활성화를 위한 제도 개선 추진

- 고향사랑기부제에 대한 다양한 우려가 제기되고 있으므로, 이에 대한 국회 차원의 관심 필요
 - 제기되고 있는 각각의 우려가 현실에서 나타나는 상황을 면밀히 모니터링하여, 고향사랑기부제가 조속히 정착·활성화될 수 있도록 국회 차원의 관심 필요
 - 소관 상임위는 행정안전위원회이나, 농촌에 대한 전문성이 높은 국회 농해수위 차원의 관심 필요
- 제도 개선이 요구되는 경우 신속하게 개정 입법 추진
 - 고향사랑기부제 활성화를 위해 제도의 한계가 명확한 것으로 판단되면 조속하게 개정 입법을 추진하는 국회 차원의 노력이 필요

참고문헌

국승용, 김창호. (2022). 고향사랑기부제 활성화를 위한 과제. 한국농촌경제연구원.

중앙선거관리위원회 보도자료. (2021. 2. 25.). “2020년도 중앙당후원회 64억 3천3백여만 원, 국회의원후원회 538억 2천4백여만 원 모금.”

일본 총무성. (2022). ふるさと納税に関する現況調査結果(令和4年度実施).

고향사랑 기부금에 관한 법률(시행 2023. 1. 1. 법률 제18489호, 2021. 10. 19., 제정. <https://www.law.go.kr/lsSc.do?section=&menuId=1&subMenuId=15&tabMenuId=81&eventGubun=060101&query=%EA%B3%A0%ED%96%A5%EC%82%AC%EB%9E%91+%EA%B8%B0%EB%B6%80%EA%B8%88%EC%97%90+%EA%B4%80%ED%95%9C+%EB%B2%95%EB%A5%A0#undefined>). 검색일: 2022. 8. 3.

고향사랑 기부금에 관한 법률 시행령(시행 2023. 1. 1. 대통령령 제32904호, 2022. 9. 13., 제정. <https://www.law.go.kr/lsSc.do?section=&menuId=1&subMenuId=15&tabMenuId=81&eventGubun=060101&query=%EA%B3%A0%ED%96%A5%EC%82%AC%EB%9E%91+%EA%B8%B0%EB%B6%80%EA%B8%88%EC%97%90+%EA%B4%80%ED%95%9C+%EB%B2%95%EB%A5%A0#undefined>). 검색일: 2022. 8. 3.

전라남도 고향사랑기부금 모금 및 운용에 관한 조례(시행 2023. 1. 1. 조례 제5609호, 2022. 11. 10., 제정. <https://www.elis.go.kr/allalr/selectAlrBdtOne>). 검색일: 2022. 10. 28.

2022년

- 제211호 고향사랑기부제 활성화 방안(국승용, 김창호)
- 제210호 농촌 노인의 '지역사회 계속 거주(Aging in Place)'를 위한 장기요양 재가서비스 개선 과제 (김수린, 조승연, 김정승)
- 제209호 원재료 수입가격 상승의 가공식품 물가 영향(김상호, 김종진, 주준형)
- 제208호 농산어촌 관계인구 현황과 의의(성주인, 송미령, 한이철, 정학성)
- 제207호 한·미 FTA 10년, 농식품 교역 변화(김경필, 이현근, 곽혜선, 명수환, 구혜민, 박서윤)
- 제206호 신 균형발전 전략과 과제: 도농상생을 위한 농촌 활성화(송미령, 성주인, 심재현, 한이철, 권인혜)
- 제205호 우크라이나 사태의 국제곡물 시장 영향 분석(김종진, 김지연, 정대희, 박성진, 김범석, 윤성주)
- 제204호 WTO 농업협상 최근 논의 동향 및 전망(김상현, 정대희, 이두영)
- 제203호 2021년 농업·농촌 국민의식 조사(정도채, 박혜진)
- 제202호 2022년 10대 농정이슈(이명기 외)

2021년

- 제201호 최근 농산물 가격 변동 실태와 시사점(국승용, 서홍석, 서동주, 권상욱, 김경진)
- 제200호 2020년 귀농·귀촌 동향과 시사점(송미령, 성주인, 심재현, 한이철, 민경찬)
- 제199호 탄소중립, 농촌 태양광의 이슈와 과제(김연중, 서대석, 허정희, 이정민)
- 제198호 취약계층 대상 농식품바우처 지원사업 추진 현황과 당면과제(김상호, 이계임, 유기환)
- 제197호 '지역재생잠재력지수'의 의의와 시사점(송미령, 성주인, 심재현, 서형주)
- 제196호 2021년 10대 농정이슈(이명기 외)

2020년

- 제195호 2020년 농업·농촌 국민의식 조사(우병준, 박혜진)
- 제194호 귀농·귀촌 인구이동 동향과 시사점-2019년 귀농어·귀촌인 통계를 중심으로 (송미령, 성주인, 김광선, 정도채, 한이철)
- 제193호 코로나19 사태와 북한의 식량수급 동향과 전망(최용호)
- 제192호 환경 변화를 반영한 2020년 농업부문 수정 전망(서홍석, 김충현, 김준호)
- 제191호 2020년 추석 성수기 주요 농축산물의 출하 및 가격 전망(국승용, 이형우, 윤종열, 김종인, 한은수, 은종호, 서강철)
- 제190호 대체식품 현황과 대응과제(박미성, 박시현, 이용선)
- 제189호 코로나19 확산에 따른 농업부문 영향분석(서홍석, 순병민, 김충현)
- 제188호 코로나19와 농업 고용노동력(엄진영)
- 제187호 코로나19 확산에 따른 국제 곡물 시장 영향 및 전망(박성진, 박지원, 강두현, 안정욱)
- 제186호 2020년 10대 농정이슈(이명기 외)

2019년

- 제185호 2019년 농업·농촌 국민의식 조사(이정민, 우성희, 이명기, 박혜진)
- 제184호 취약계층 농식품바우처 지원사업 필요성과 도입 방안(김상호, 이계임, 임소영, 허성윤)
- 제183호 동남아 6개국(CLMVIP)의 쌀 산업과 국제개발협력사업 추진 방향(김종선, 이윤정, 조선미)
- 제182호 「농지법」상 예외적 농지소유 및 이용 실태와 개선과제(채광석, 김부영)
- 제181호 2019년 추석 성수기 주요 농축산물의 출하 및 가격 전망(국승용, 이형우, 윤종열, 한은수, 김종인, 은종호)
- 제180호 최근 중국의 돼지고기 수입 증가에 따른 국내 영향 분석(이형우, 한봉희, 우병준, 박기환)
- 제179호 2013~2017년 농가경제 변화 실태와 시사점(유찬희, 서홍석, 김태후)

KREI 농정포커스

감 수	성주인 선임연구위원	061-820-2199	jiseong@krei.re.kr
내 용 문 의	국승용 선임연구위원	061-820-2275	gouksy@krei.re.kr
발 간 물 문 의	유정인 선임전문원	061-820-2282	edela@krei.re.kr

※ 「KREI 농정포커스」는 농업·농촌의 주요 동향 및 정책 이슈를 분석하여 간략하게 정리한 것입니다.

※ 이 자료는 우리 연구원 홈페이지(www.krei.re.kr)에서도 보실 수 있습니다.

KREI 농정포커스 제211호

고향사랑기부제 활성화 방안

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25.)

발 행 2022. 11.

발 행 인 김홍상

발 행 처 한국농촌경제연구원
우) 58321 전라남도 나주시 빛가람로 601
대표전화 1833-5500

인 쇄 처 (주)에이치에이엔컴퍼니

I S S N 2672-0159

※ 이 책에 실린 내용은 한국농촌경제연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

※ 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다. 무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.