

고향사랑기부제 성과 요인에 관한 탐색적 연구 : 기초자치단체의 제도운영전략을 중심으로

An Exploratory Study on the Factors Influencing the Success of the Hometown Love Contribution System

: Focusing on the Operational Strategies of Local Governments

박 윤 경*·유 보 램**·조 정 래***

Park, Yun-Kyung·Yoo, Bo-Ram·Cho, Chung-Lae

■ 목 차 ■

- I. 서론
- II. 이론적 논의
- III. 연구설계
- IV. 분석결과
- V. 결론

본 연구는 2023년도 첫 시행된 고향사랑기부제의 성과요인을 탐색하였다. 각 기초자치단체는 고향사랑기부 확대를 위하여 노력을 기울이고 있으나, 첫 시행연도의 기부성과는 일부 지역을 중심으로 편중되어 있음을 확인할 수 있다. 이에 본 연구는 기초자치단체 간 고향사랑기부제의 성과 차이를 지방자치조직 운영, 홍보 전략, 답례품 구성의 차이 등 제도운영전략 특성을 중심으로 실증분석 하였다. 분석결과, 2023년 기준 고향사랑기부제 성과는 지역 인구규모나 재정상황, 관광 지로서의 지역 인지도 등의 지역 특성보다는 지방자치단체 제도운영전략의 영향을 받은 것으로 나타났다. 구체적으로, 고향사랑기부제를 전담할 조직을 설치한 기초자치단체의 경우 기부성과가 더 높았으며, 홍보활동의 유형을 다각화할수록 기부성과가 높음을 확인하였다. 한편, 홍보예산의 경우 일정구간에서는 기부성과를 높이지만 어느 수준에 도달하면 기부수익에 미치는 영향력이 감

* 제1저자, 이화여자대학교 이화사회과학원 비상임연구원

** 공동저자, 한국지방행정연구원 부연구위원

*** 교신저자, 이화여자대학교 행정학과 교수

논문 접수일: 2025. 2. 14. 심사기간: 2025. 2. 14. ~ 2025. 3. 17. 게재확정일: 2025. 3. 17.

소하는 것으로 나타나 홍보예산을 적절하게 설정할 필요가 있음을 확인하였다. 마지막으로 기초 자치단체가 제공하는 답례품이 다양할수록 기부성도가 높아지는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 새로운 제도의 정착과 성공을 위해서 기초자치단체의 역할이 중요함을 시사한다. 향후 지방 자치단체는 고향사랑기부제 성과를 높이기 위해 지속적으로 운영전략을 모색할 필요가 있다.

□ 주제어: 고향사랑기부제, 기부성과, 제도운영전략, 전담조직, 홍보

While local governments have been making efforts to expand participation in the program, an examination of the donation performance in its inaugural year reveals disparities in outcomes across regions. Accordingly, this study empirically analyzes the differences in donation performance among local governments, focusing on institutional management strategies such as variations in administrative organization, promotional strategies, and the composition of return gifts.

The analysis results indicate that the success of the Hometown Love Contribution System is influenced more by the institutional management strategies of local governments than by regional characteristics such as population size, financial status, or recognition as a tourist destination. Specifically, municipalities that established specialized organizations for the program exhibited higher donation performance. Moreover, a more diversified approach to promotional activities was associated with increased donation outcomes.

On the other hand, while an increase in promotional budgets contributed to higher donation performance up to a certain threshold, its marginal impact diminished beyond that level, highlighting the need for efficient budget allocation. Finally, the diversity of return gifts provided by local governments was positively related with donation performance.

These findings underscore the crucial role of local governments in the successful establishment and operation of new policy initiatives. They also suggest that continuous efforts to diversify operational strategies for the Hometown Love Contribution System are necessary to ensure its long-term success.

□ Keywords: Hometown Love Contribution System, Donation Performance, System Operational Strategy, Specialized Agency, Public Promotion

I. 서론

3대 인구 리스크¹⁾인 저출산, 고령화, 수도권과 비수도권 간 인구 격차 현상은 점차 확대되고 있으며, 정부는 인구 구조 변화에 따른 다양한 대응 정책을 제시하고 있다. 우리나라의 2024년도 합계출산율은 0.72로 전 세계 198개국 중 최하위를 기록하고 있으며, 2024년도 평균연령은 44.9세에서 2035년 50.3세로 전망되어 고령화 현상의 심각성을 확인할 수 있다(통계청, 2023). 또한 2023년 말 기준 인구의 50.69%가 수도권에 거주하는 것으로 파악되어 수도권과 비수도권 간 인구 격차가 크게 나타나고 있음을 확인할 수 있다(연합뉴스, 2024-01-10).

이와 같은 인구 구조의 변화는 인구 총규모를 감소시킬 뿐만 아니라 경제활동 가능 인구의 감소로 이어져 지역의 노동력, 생산·소비의 감소를 유발하는 등 지역경제를 후퇴시키는 요인이 된다. 또한 지역의 기초생활시설 및 서비스 수급 문제를 발생시킨다. 한이철 외(2022)의 연구에 따르면 인구 규모에 따라 보건의료서비스 수급 문제, 의식 관련 서비스 문제의 발생 가능성이 높아짐을 확인할 수 있다.²⁾ 마지막으로 지역의 인구감소는 지방재정 기능의 악화를 초래한다. 지방자치단체의 세입 기반인 지방세와 교부세 등의 이전 재원은 지역의 인구수를 기초로 산정되기 때문에, 인구의 절대적 감소는 지역의 세입 기반을 약화시키는 요인이 된다.

정부는 다양한 사회·경제·재정적 문제에 대한 방안으로 인구감소 대응 정책을 시행하였다. 지방소멸대응기금, 세컨드 홈 세제지원 등 재정지원 측면의 정책을 진행하고 인구감소지역 지원 특별법, 지역 특화형 비자 발급 지원 등 법·제도적 측면에서 정책을 추진하였다. 또한 최근 인구감소 대응 정책의 일환으로 고향사랑기부제도가 도입되어 운영되고 있다. 고향사랑 기부제도는 정책을 통한 수혜대상자와 규모가 사전에 결정되지 않고, 전국 지방자치단체의 주민이 모두 수혜 대상이 될 수 있다는 점이 타 정책과의 차별점이다.

고향사랑기부제는 개인의 지역에 대한 기부를 촉진하여 열악한 지방재정을 확충하고, 지역 경제 활성화를 통해 지역 균형발전을 도모하는 것을 주요 목적으로 한다. 고향사랑기부제는 1인당 최대 2,000만 원까지 자신의 주민등록지 이외의 지방자치단체를 대상으로 기부할 수 있다. 기부한 금액에 대해서는 일정 비율만큼 세액공제 혜택을 받을 수 있고, 기부 지역에서 생산된 각종 답례품도 받을 수 있도록 설계되어 있다.

1) 기획재정부는 인구 3대 리스크를 선정하고, 그에 따른 대응 필요성을 강조해 왔다(기획재정부, 2021).

2) 인구 3천명 이하 지역은 병원, 치과의원, 한의원 약국 등 보건의료서비스 시설의 수급이 원활하지 않을 수 있고, 인구 2천명 이하 지역은 식당, 세탁소, 주유소 등 의식 관련 필수생활 시설 수급 문제가 발생할 수 있음을 지적하였다.

고향사랑기부제는 2023년 시행되기 시작하여, 제도가 도입된 지 3년 차에 접어들었다. 시행 초기 총 모금 규모는 약 650억 원 정도이며, 행정 구역별 평균 금액은 시(29,094만원), 군(38,109만원), 자치구(9,452만원), 시도(32,188만원)로 상대적으로 재정력이 취약한 군 지역 중심의 기부금 모금이 이루어져 제도의 도입 취지가 반영된 것으로 평가받고 있다. 그러나 지역별 모금 규모 현황을 검토하면 여전히 대다수의 지방자치단체 모금 규모가 크지 않음을 확인할 수 있다. 예를 들어 총모금액이 가장 큰 군 지역의 모금 규모를 비교하면 82개 군 지역 중, 평균 모금액(3억8천1백만 원) 이하 지역이 55개로 전체 군 지역의 67.1%를 차지한다.

고향사랑기부제의 도입과 함께 전국 모든 지방자치단체는 다양한 지역 답례품을 제공하고, 차별화된 홍보 전략을 구상하는 등 고향사랑기부금 확대를 위해 노력하였다. 그러나 실제 모금 현황 결과를 살펴보면 지역 간 모금액 격차가 크며, 일부 지역을 중심으로 기부금이 모금된 것으로 보인다.

따라서 본 연구는 지방자치단체별 고향사랑기부금 규모의 격차가 발생하는 요인은 무엇인지 고찰하고자 한다. 지방자치조직 운영, 홍보 전략, 답례품 구성의 차이 등 지방자치단체별 제도운영전략 특성을 조사하여 기부 결정요인을 실증적으로 살펴볼 것이다.

II. 이론적 논의

1. 고향사랑기부제 도입 배경 및 현황

고향사랑기부제는 2009년부터 2021년까지 여러 차례의 법제화가 시도된 이후 2023년 첫 시행되었다. 「고향사랑 기부금에 관한 법률」 제1조에 따르면, 고향사랑기부제는 고향에 대한 건전한 기부문화 조성 and 지역경제 활성화를 통해 지역균형발전에 이바지함을 목적으로 하고 있다. 고향사랑기부제는 주로 비수도권 지역의 인구 감소와 재정악화 문제에 대응하기 위한 수단으로써 언급되어왔다(홍근석 외, 2019).

우리나라는 수도권과 비수도권 간의 지역 불균형 문제를 해결하기 위해 여러 가지 정책을 추진해 왔지만, 최근 지방 소멸이라는 용어까지 등장하면서 지방의 인구감소와 경제적 쇠락에 대한 우려가 확산되고 있는 실정이다. 이에 행정안전부는 지방소멸대응을 위해 몇 가지 전략을 추진하고 있는데, 그 중 하나가 고향사랑기부제이다. 고향사랑기부제는 기부금을 통해 지방자치단체의 재정을 보완하고 지역 경제를 활성화시키기 위한 방안으로 기대를 받고 있는 상황이다(유보람 외, 2024).

이러한 기대의 배경에는 일본 정부가 2008년부터 시행한 후루사토 납세제도가 있다. 고향사랑기부제의 원형으로 볼 수 있는 후루사토 납세제도는 2008년 시행 이후 현재 상당한 납세 수익과 경제적 파급효과를 갖는 것으로 평가되고 있다. 2021년 수입액 규모와 접수 건수는 각각 약 8,000억 엔 이상, 약 4,400만 건 이상이며, 후루사토 납세제도를 기반으로 한 지역 활성화 사업과 답례품 생산을 통해 2조 8,044억 엔 규모의 경제적 파급효과가 발생하였다(유보람 외, 2024).

일본의 사례처럼, 고향사랑기부제가 제도적으로 안착한다면 재정 기반이 약한 지방의 자치단체에겐 유용한 재정확충 수단이 될 수 있다. 고향사랑기부금은 지역사회 취약계층을 비롯한 주민들의 복리 증진과 공동체 활성화에 쓰이도록 지정되어 있어 주민들은 직접적인 수혜자가 될 수 있다.³⁾ 이에 지방자치단체는 고향사랑기부제의 성과를 기대하며 각기 다른 양상으로 정책을 참여하였다. 특히 본 연구의 분석단위인 기초자치단체의 경우 두 곳을 제외한 224개의 기초자치단체가 2022년~2023년에 「고향사랑기부금 모금 및 운영에 관한 조례」를 제정하여, 제도 운영을 위한 기틀을 마련하였다.⁴⁾ 그렇다면 2023년 고향사랑기부제의 첫 성과는 어떻게 나타났을까?

〈표 1〉은 2023년도 기초자치단체의 기부 모금 현황을 나타낸다. 226개 기초자치단체가 모금한 총 기부액은 약 596억 원으로, 평균 기부액 규모는 약 2억6천만 원이다. 기초자치단체 유형별로 살펴보면, 총 기부액은 군 지역 312억 원, 시 지역 218억 원, 자치구 지역 65억 원으로 나타나, 82개 군 지역의 모금액이 가장 큰 것을 확인할 수 있다. 평균 기부액 역시 군 지역 3.8억 원, 시 지역 2.9억 원, 자치구 지역 9천만 원 정도로, 군 지역이 가장 높으며 자치구 지역 평균 기부액에 비해 약 4배 높게 나타난다.

226개 기초자치단체의 총 기부건수는 약 46만 건이며, 군 지역이 약 20만5천 건, 시 지역이 19만1천 건, 자치구 지역이 6만6천 건으로 나타났다. 평균적으로는 시와 군 지역이 약 2천5백 건으로 거의 유사하고, 자치구 지역은 약 950건의 기부 참여를 이끌어냈다. 이와 같이, 상대적으로 재정 기반이 약한 군 지역의 기부성도가 비교적 높게 나타났으며, 이는 고향사랑기부제의 도입 취지에 부합한 결과로 평가할 수 있다.

3) 구체적으로 1. 사회적 취약 계층의 지원 및 청소년의 육성·보호, 2. 지역 주민의 문화·예술·보건 등의 증진, 3. 시민참여, 자원봉사 등 지역공동체 활성화 지원, 4. 그 밖에 주민의 복리 증진에 필요한 사업의 추진으로 기부금 사용 목적을 지정하였다 (「고향사랑 기부금에 관한 법률」 제11조)

4) 인천 계양구와 경북 성주군은 2023년도 고향사랑기부제 시행에 동참하여 답례품 발굴, 홍보활동 등을 진행하였으나, 관련 조례는 2024년도에 제정하였다.

〈표 1〉 기초자치단체 유형별 기부 모금 현황

구분	기부금액 (단위: 억 원)				기부건수 (단위: 백 건)			
	전체	시	군	자치구	전체	시	군	자치구
n	226	75	82	69	226	75	82	69
합계	595.91	218.21	312.49	65.21	4631.55	1913.24	2058.26	660.02
평균	2.64	2.91	3.81	0.95	20.49	25.51	25.10	9.57
표준편차	2.49	2.04	3.03	0.69	15.59	16.00	16.48	5.24
최댓값	22.42	10.67	22.42	3.12	116.74	66.52	116.74	29.77
최솟값	0.25	0.31	0.39	0.25	2.22	3.22	2.22	2.79

출처: 정보공개청구(행정안전부) 자료를 바탕으로 구성함

그러나 기초자치단체 간 모금액의 편차가 크다는 점도 발견할 수 있다. 기부금액의 표준편차는 평균에 가까운 수치로, 지역 간 기부금액의 차이가 크다는 것을 보여준다. 가장 높은 기부금을 모금한 지역과 가장 낮은 기부금을 모금한 지역은 약 90배에 가까운 차이를 보이고 있다. 기부건수 역시 가장 높은 기부건수는 약 11,700건이지만, 가장 낮은 기부건수는 200건으로 50배 이상의 차이가 나타난다.

지역별 기부금 불균형 현상을 보다 구체적으로 살펴볼 수 있다. 〈표 2〉에 제시된 바와 같이 전체 기초자치단체 226개 중 상위 10%에 해당하는 23개 지역에서 전체 기부금의 31%인 약 185억을 모금하였고, 상위 20%에 해당하는 45개 지역에서 전체 기부금의 48%인 약 286억 원을 모금하였다. 즉, 226개 지역 중 45개의 지역에서 거의 절반에 해당하는 기부금을 모금한 것이다. 반면 하위 50%에 해당하는 113개 지역은 전체 기부금의 18%인 약 107억을 모금하였다.

〈표 2〉 226개 기초자치단체 기부금액 분포표

구간	지역 개수	구간 내 기부금액 합계 (단위: 억 원)	전체 기부금 비율
상위 10% 지역	23개	184.73	31%
상위 20% 지역	45개	286.04	48%
상위 50% 지역	113개	488.65	82%
하위 50% 지역	113개	107.26	18%
전체	226개	595.91	100%

지역 간 기부금 편차는 상대적으로 모금액 규모가 큰 군 지역에서도 나타난다. <표 3>을 참조하면 82개 군 지역 중 상위 10%에 해당하는 8개 지역에서 총 전체 기부금의 27%에 해당하는 약 84억 원을 모금하였다. 또한 상위 20%에 해당하는 16개 지역이 전체 기부금의 42%인 약 131억 원을 모금하였다. 반면 하위 50%에 해당하는 41개 지역은 전체 기부금의 26%인 81억 원을 모금하였다. 이와 같이, 고향사랑기부금이 자치단체별로 고르게 분포하기보다는 일부 지역에 편중되어 있음을 확인할 수 있다.

<표 3> 기초자치단체 군 지역의 기부금액 분포표

구간	지역 개수	구간 내 기부금액 합계 (단위: 억)	전체 기부금 비율
상위 10%	8개	84.37	27%
상위 20% 지역	16개	131.25	42%
상위 50% 지역	41개	231.24	74%
하위 50% 지역	41개	81.25	26%
전체	82개	312.49	100%

그렇다면 이와 같은 지역 간 불균형한 분포는 어떤 요인으로 설명할 수 있을까? 고향사랑기부제는 자치단체를 중심으로 운영되는 새로운 제도이며, 기부금액의 편차는 자치단체가 제도를 어떻게 운영했는지에 기인할 가능성이 있다. 이에 본 연구는 선행연구 검토를 통해 기초자치단체의 고향사랑기부제 활성화 전략은 무엇인지를 탐색해 보고, 기초자치단체의 고향사랑기부제 운영전략이 기부성과에 미친 영향을 실증적으로 분석하고자 한다.

2. 선행연구 검토

고향사랑기부제에 관한 기존 연구는 크게 제도운영 측면에서 시사점을 제시하는 연구와 제도의 효과를 실증적으로 분석하는 연구로 구분된다. 첫 번째 유형의 연구는 일본의 후루사토 납세제도를 조사하고, 고향사랑기부제의 개선방안을 모색하는 연구가 주를 이루고 있다(심재승, 2017; 염명배, 2019; 국승용·김창호, 2022; 이동호, 2023; 주만수, 2023; 황이경·김남철, 2023). 두 번째 유형의 연구는 재정확충효과, 지방재정 형평화 효과 측면에서 제도의 효과를 실증분석하고 있다(홍근석·임정빈, 2019; 국중호·염명배, 2021; 송영현, 2023). 다만, 고향사랑기부제 시행 초기인 만큼 제도의 효과에 대한 연구는 적극적으로 이루어지지 않았다.

첫 번째 유형의 연구를 구체적으로 살펴보고자 한다. 국승용·김창호(2022)는 일본의 후루

사토 납세제도를 검토하고, 인지도 제고와 제도 개선을 강조하였다. 일본의 사례를 살펴보면, 후루사토 납세제도가 시작된 2008년부터 초기에는 납세규모가 크지 않았지만, 인지도가 상승하면서 규모가 확대되었다. 또한 2015년도에 제도운영 과정에서 발견된 문제점을 해결하기 위한 제도 개선이 납세규모 확대에 기여하였다고 분석하였다. 구체적인 활성화 방안으로 홍보확대, 지자체 차원의 협력, 제도 취지에 부합하는 기금사업 개발 및 사업 계획과 성과에 대한 소통 강화, 기부자들의 선호와 지역별 실정을 고려한 답례품 선정이 필요하다고 하였다(국승용·김창호, 2022). 또한 제도 개선으로 모금촉진활동에 대한 규제완화, 거주지 관할 지자체에 기부금지 개선, 기부금 사용 목적에 지역경제 활성화 포함, 답례품으로 유가증권 제한 등을 제시하였다.

황이경·김남철(2023)의 연구는 일본의 후루사토 납세제도와 비교분석을 통해 몇 가지 제언을 하였다. 특히 지방자치단체의 경우, 지역에 대한 관심을 이끌어낼 수 있는 답례품을 발굴하고, 궁극적으로는 관계인구 확대를 도모하는 하는 것이 중요하다고 하였다. 또한 기부금 활용 사업을 적극 개발하고, 기부 접근성과 편의성을 제고하여 기부 참여율을 높이고, 기부금 성과를 공유하는 것이 필요하다고 하였으며, 기초-광역 간 관계를 정립하고 협력 체계를 구축할 것을 제시하였다. 이외에 제도적으로 모금 수단의 제한, 기부금액 상한 제한, 기부자 및 기부대상 제한 등 과도한 규제를 완화해야한다고 하였다.

심재승(2017)의 연구 역시 일본의 후루사토 납세제도의 운영 현황을 분석하고 시사점을 제시하였다. 일본의 경우, 2011년 이후 후루사토 납세제도에 대한 전국적인 인지도가 높아짐에 따라 납세 건수와 규모가 증가한 것으로 평가하였다. 또한 2016년 후루사토세 성과가 약 2배 가까이 크게 성장한 배경으로 답례품에 대한 충실과 홍보를 꼽았다.

최근열·남인수(2023)는 경산시의 고향사랑기부제를 활성화하기 위한 방안을 연구하고, 자치단체 측면에서 기부금 사업의 목표 설정과 추진전략 수립, 지역 특성을 반영한 다양한 답례품 발굴 및 선정, 고향사랑기부금 홍보 목표 및 전략수립을 통한 홍보 강화, 경산시 고향사랑기부금 플랫폼 구축을 제시하였다.

이상의 선행연구 논의를 종합하면, 고향사랑기부제가 성공적으로 안착하고 점차 규모를 확대해 나가기 위해서는 제도적인 개선과 함께 이를 운영하는 지방자치단체의 역할도 중요함을 확인할 수 있다. 특히, 지방자치단체는 고향사랑기부제 운영에 관한 전반적인 사항을 담당하고 있기 때문에, 지방자치단체별 특성을 반영할 수 있는 홍보 전략 구상, 답례품 개발, 기금사업 발굴은 고향사랑기부제 성과에 중요한 요소이다.

구체적으로 살펴보면, 정부의 홍보활동은 제도의 인지도 확산을 위해 중요하다. 앞서 언급하였듯이, 일본의 납세규모 확대는 인지도 향상과 맞물려 있다. 또한 김홍환·이경우(2023)의 연구에서도 추정된 기부금액 규모에 대한 가장 큰 영향요인은 제도 인지도인 것으로 나타났다.

다. 그러나 우리나라의 경우 고향사랑기부제에 대한 인지도가 높지 않은 상황이다. 국승용·김창호(2022)의 연구에 따르면, 제도 시행 전 인지도는 2022년도 4월 기준 12%, 8월 기준 35%로, 낮은 수준인 것으로 나타났다. 또한 제도에 대해 인지하고 있는 경우에도, 세부내용을 알지 못한다는 비율이 24%인 것으로 나타났다. 따라서 제도의 성공을 위해서는 인지도 향상을 위한 노력이 선행되어야 하며, 정부의 적극적인 홍보전략이 필요하다. 염명배(2023)는 다양한 각도에서 해당 자치단체에 대한 홍보 전략을 병행해야 하며, 자신의 지역으로 인력과 자금을 끌어들이는 마케팅 전략을 구사해야한다고 하였다.

다음으로 답례품은 기부동기를 높이는 요인으로 평가된다. 「고향사랑기부금에 관한 법률」 제9조에 따르면 지방자치단체는 기부자에게 대통령령으로 정하는 한도를 초과하지 아니하는 범위에서 물품 또는 경제적 이익을 제공할 수 있다. 또한 시행령 제5조에 따라 매회 기부되는 고향사랑 기부금액의 100분의 30에 해당하는 금액의 한도 내에서 답례품을 제공해야한다. 홍근석 외(2019)의 연구에 따르면, 고향사랑기부제 도입 이전 약 1,000명을 대상으로 설문조사한 결과 약 74%에 해당하는 조사자들이 답례품 제공에 찬성한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 답례품이 잠재적 기부자들의 기부참여에 영향을 줄 수 있음을 시사한다. 특히 지역만의 개성 있는 답례품을 제공하여 지역에 대한 관심도를 높이고, 답례품 판매를 통해 지역 경제 활성화에 기여할 수 있기 때문에 지방자치단체는 답례품 발굴을 위해 노력할 필요가 있다(신두섭·하혜수, 2017; 유보람 외, 2024).

마지막으로 특색 있는 기금사업의 개발도 기부 향상에 기여할 수 있다. 지방자치단체는 「고향사랑 기부금에 관한 법률」 제11조에 따라 모금한 기부금의 효율적인 관리·운용을 위하여 기금을 설치하고, 기금의 사용은 법률에 해당되는 목적으로 사용해야 한다.⁵⁾ 지방자치단체의 기부금 사업은 잠재 기부자들의 기부동기를 높이는 요인이 될 수 있다. 이는 자신이 기부한 금액이 적절하게 사용되어 사회적 가치를 실현할 경우 지속적인 기부동기가 생겨날 수 있기 때문이다(유보람 외, 2024). 따라서 지방자치단체는 기금사업을 적극적으로 개발하여 지속적인 기부참여를 유도해야 한다(황이경·김남철, 2023). 그러나 2023년도는 고향사랑기부제를 처음 시행한 연도로 지방자치단체는 모금될 기부금의 규모를 예측할 수 없어 기금사업을 계획하고 홍보하는 것이 어려웠을 것이다. 이러한 이유로 고향사랑기부제 본연의 취지보다는 연말정산 시 세제 혜택과 같은 유인책이 더 작용했다는 지적이 있다. 향후 고향사랑기부제가 더 활성화될 경우, 지역만의 의미 있는 기부금 사업을 제시하여 잠재 기부자들의 기부 동기를 높이는 것이 필요하다(염명배, 2023). 2024년 2월 20일 개정된 「고향사랑기부금에 관한 법

5) 「고향사랑 기부금에 관한 법률」 제11조에 따라 기금의 사용은 1. 사회적 취약계층의 지원 및 청소년의 육성·보호, 2. 지역 주민의 문화·예술·보건 등의 증진, 3. 시민참여, 자원봉사 등 지역공동체 활성화 지원, 4. 그 밖에 주민의 복리 증진에 필요한 사업의 추진으로 제한되어 있다.

를」에 따라, 기부자는 기금 사용 사업이나 제11조 제2항에 해당하는 목적을 지정하여 기부할 수 있게 된 만큼 지방자치단체는 더 다양한 기금사업을 발굴하여 추진할 것으로 예상된다.

그러나 이상에서 논의된 지방자치단체의 기부금 모금 전략이 실제 기부성과에 미치는 영향에 대한 실증연구는 거의 진행되지 않았다. 대표적인 실증연구는곽제훈·신승근(2024)의 연구가 있으며, 이 연구는 답례품이 고향사랑기부제에 미치는 영향을 분석하였다. 분석결과, 다양한 답례품 선정이 고향사랑기부금 규모에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그러나 지방자치단체 간 고향사랑 기부성과에 차이가 나타나는 요인을 면밀히 탐색하기 위해서는 지방자치단체의 제도운영전략을 더 자세하게 고찰하여 기부성과에 영향을 미치는 요인을 탐색할 필요가 있다.

III. 연구설계

1. 연구 분석틀 및 연구방법

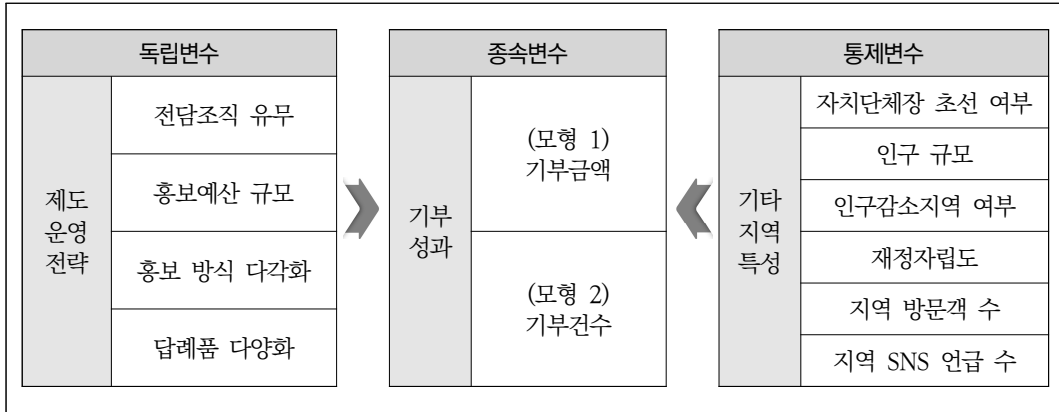
본 연구는 지방자치단체의 제도운영전략을 중심으로 기초자치단체 간 기부성과의 차이를 살펴보고자한다. 이를 위하여 선행연구를 바탕으로, 기부성과에 영향을 미치는 요인을 <그림 1>과 같이 설정하고 기초자치단체의 2023년 기부성과에 대한 영향력을 분석하였다.

독립변수는 기초자치단체의 제도운영전략이다. 지방자치단체 간 제도운영전략에 차이가 존재하며, 이러한 차이는 제도에 대한 지방 정부의 관심, 지원, 참여 정도를 반영한다고 가정할 수 있다. 지방자치단체는 고향사랑기부제 업무를 담당할 인력과 예산을 편성하고, 고향사랑기부제의 구체적인 업무 방안을 기획하였을 것이다. 특히 선행연구에서 강조한 홍보 및 답례품과 관련된 사항은 기부성과 향상에 있어 주요 관심 대상이 될 수 있다. 이에 따라, 제도운영 전략은 전담조직 유무, 홍보예산 규모, 홍보 방식 다각화, 답례품 다양화로 구분하였다. 이 외에 각 기초자치단체의 기타 지역 특성을 통제변수에 포함하였다.

본 연구의 분석대상은 226개 기초자치단체이며, 2023년 기준 고향사랑기부제 기부성과를 종속변수로 한다. 기부성과 및 기초자치단체의 제도운영전략을 분석하기 위한 자료는 정보공개 청구를 통해 수집하였으며 분석방법으로 기초통계분석 및 회귀분석을 활용하였다.⁶⁾

6) 2024년 7월부터 9월까지 행정안전부 및 기초자치단체에 정보공개청구를 통해 자료를 수집하였다.

〈그림 1〉 연구의 분석틀



2. 변수설명

1) 종속변수

본 연구의 종속변수는 2023년도 고향사랑기부제 기부성과이다. 기부성과는 크게 기부금액과 기부건수로 구분하였다. 기부금액은 2023년도 각 기초자치단체가 고향사랑기부제를 통해 모금한 총액이며, 기부건수는 2023년도 각 기초자치단체에 기부된 총 건수이다. 자료는 행정안전부에 정보공개 요청을 통해 수집하였다.

2) 독립변수

본 연구의 독립변수는 고향사랑기부제에 대한 기초자치단체의 제도운영전략으로 전담조직 여부, 홍보예산 규모, 홍보활동 다각화, 답례품 수로 구분하였다. 기초자치단체가 제도 첫 시행과정에서 선택한 전략들이 기부성과에 미치는 영향을 분석하기 위하여 설정된 변수들이다.

첫 번째, 전담조직 유무이다. 제도의 운영을 담당하는 전담조직의 유무는 제도 성과에 중요한 영향 요인이 될 수 있다. 전담조직이 설치된 경우 업무에 대한 몰입이 높아질 수 있고, 제도의 목표달성을 위하여 다양한 전략들을 기획하고 추진할 수 있는 역량이 마련될 수 있다. 특히, 고향사랑기부제는 새롭게 시행된 제도로 담당 공무원의 전문성이 부족할 수 있다. 이러한 상황에서 기존 업무에 새로운 업무가 추가될 경우 공무원의 부담이 과중될 가능성이 있다.⁷⁾

7) 기초자치단체별 고향사랑기부제 담당부서가 세정과, 재무과 등 기존 부서에서 추진되는 경우, 기존 업무에 고향사랑기부제 업무가 추가되어 기부접수, 답례품 생산자, 기부금 활용처, 홍보 등 업무량이

따라서 전담조직을 설치하여 고향사랑기부제 운영에만 집중할 수 있는 여건이 조성된다면 업무의 효율성과 효과성이 높아질 수 있고, 이는 더 높은 기부성으로 이어질 수 있을 것이다.

가설 1: 전담조직을 설치한 기초자치단체의 기부성도가 더 높을 것이다.

두 번째, 홍보예산 규모이다. 홍보예산 규모는 정부가 해당 정책과 사업을 얼마나 중요하게 생각하는지를 보여주는 지표이며, 충분한 재원이 마련될 경우 정책을 지속적으로 운영해나갈 수 있는 기반이 되기 때문에 기부성도를 결정지을 수 있는 중요한 요인이 될 수 있다. 지방자치단체가 홍보를 중요하게 인식할 경우 홍보에 필요한 재원을 충분히 확보하였을 것이며, 이를 기반으로 적극적인 홍보활동을 진행할 수 있을 것이다. 그러나 한편으로는 고향사랑기부제 운영과정에서 지방자치단체의 홍보 과대 및 중복이 비판받고 있다는 점도 고려해볼 필요가 있다 (에이티엔뉴스, 2024-02-20). 과도한 홍보활동과 중복은 홍보 예산의 낭비를 초래하고, 비효율을 야기한다. 이는 예산의 증가에 따른 홍보의 성과가 나타나지 않을 수 있음을 의미한다. 따라서 기부성도에 대한 홍보예산 규모의 영향력은 비선형관계로 예측해 볼 수 있다. 즉, 예산이 한 단위 투입될 때 기부성도의 증가분이 일정구간에서는 증가할 수 있지만, 점차 그 크기가 감소할 수 있다. 홍보예산은 각 기초자치단체에 정보공개 요청을 통해 제공받은 자료로, 2022년과 2023년도의 홍보예산 합계 금액을 사용하였다.

가설 2: 기초자치단체의 홍보예산 규모와 기부성도는 비선형 관계일 것이다. 초기에는 홍보예산 증가에 따라 기부성도가 증가하지만 일정 수준을 넘어서면 기부성도가 감소할 것이다.

세 번째, 홍보 방식의 다각화이다. 2023년 고향사랑기부제의 인지도가 낮은 상황에서 제도의 홍보는 기부성도에 중요한 영향을 미칠 수 있다. 제도 시행 초기단계에서는 제도에 대한 인지도가 성과 결정에 중요한 요인이기 때문이다. 본 연구는 기초자치단체에 정보공개요청을 통해 제도 시행을 앞둔 2022년도부터 2023년까지 진행한 홍보활동에 대한 자료를 수집하였다. 자료를 검토한 결과, 대부분의 기초자치단체는 고향사랑기부제 홍보를 위하여 자체적인 노력을 기울인 것으로 보이며, 홍보 유형은 크게 5가지로 구분할 수 있었다.⁸⁾ 본 연구는 홍보

늘어난 점이 지적된 바 있다(농촌여성신문, 2023-11-08).

⁸⁾ 기초자치단체가 사용한 홍보활동의 유형은 다음과 같다. 1. 지역축제활용 2. 유관기관, 기업체, 사회조직 등 찾아가는 홍보 3. 정부 외 단체와의 합동 홍보 4. 타 지자체와의 합동 홍보 5. 홍보대사(인플루언서)를 통한 홍보이다.

방식을 더 다양하게 기획하여 추진할 경우 기부성고가 더 높아질 것이라고 예측하였다. 이는 다양한 잠재 기부자에게 접근할 기회를 확장할 수 있으며, 서로 다른 홍보 방식들 간의 상호 보완 효과도 기대할 수 있기 때문이다. 예를 들어, 지역축제를 통한 홍보활동 시 지방자치단체 단독이 아닌 주민들로 구성된 사회단체나 지역 기업 등 다양한 지역 주체들과 협력할 경우, 잠재 기부자들의 기부동기를 더 다양하게 자극하고 신뢰도를 높일 수 있을 것이다. 변수의 측정은 기초자치단체가 사용 가능한 5가지 홍보 유형 중에서 몇 가지의 홍보 방법을 사용하였는지로 측정하였으며, 최소 0부터 최대 5의 값을 가질 수 있다.

가설 3: 기초자치단체가 다양한 홍보 방식을 사용할수록 기부성고가 높아질 것이다.

마지막 변수는 기초자치단체의 답례품 다양성이다. 답례품 제공은 기부 결정을 높일 수 있는 요인으로 평가되고 있다. 일본의 후루사토세를 중심으로 한 연구들도 답례품이 기부금 증가에 기여한 것으로 평가하였다(황이경·김남철, 2023). 또한 국내 연구의 인식조사 결과에서도 답례품 제공에 대해 찬성이 기부동기에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다(홍근석 외, 2019; 유보람 외, 2024). 최근 연구인 객제훈·신승근(2024)의 연구 결과에서도 답례품 개수가 기부금 모집에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 보여주었다.

답례품의 발굴과 제공은 지방자치단체가 담당하는 업무로, 자치단체별로 차별화된 양상을 나타내고 있다. 근본적으로 고향사랑기부제의 취지에 부합하기 위해서는 지역의 특성을 반영한 답례품 선정이 필요하지만, 시행 첫해이기 때문에 기부금 규모나 기부자의 선호 등을 고려할 수 있는 정보가 제한적이었다(국승용·김창호, 2022). 이를 고려하여, 답례품의 다양성을 양적 측면인 답례품 개수로 평가하고자 한다. 본 연구는 답례품의 개수가 많을수록, 답례품의 다양성이 높은 것으로 간주하고 답례품의 다양성이 기부성고에 긍정적인 영향을 미쳤을 것이라고 예측하였다. 답례품 개수는 객제훈·신승근(2024)가 제공한 자치단체별 2023년 평균 답례품 개수를 사용하였다.

가설 4: 답례품이 다양할수록(답례품 개수가 많을수록) 기부성고가 높아질 것이다.

3) 통제변수

기초자치단체의 고향사랑 기부성고에 대한 통제변수로 지역특성을 반영하는 변수들을 포함하였다. 지역요인은 크게 자치단체장 초선 여부, 인구규모, 인구감소지역 여부, 재정자립도, 지역 방문객수 및 SNS 언급수를 포함하였다.

첫 번째로, 기초자치단체장의 초선 여부는 고향사랑기부제 성과에 영향을 미칠 수 있다. 기초자치단체장은 크게 초선인 그룹과 재선 이상인 그룹으로 구분된다. 기초자치단체장이 초선일 경우 재선을 위한 성과 창출을 위해 고향사랑기부제에 더 큰 관심을 가지고 적극적인 리더십을 발휘하여 기부성과를 높이는데 기여할 수 있다. 고향사랑기부금을 통해 세외수입이 증가할 경우 지역 주민들로부터 긍정적인 평가와 표를 획득할 수 있기 때문이다 (박지영·조정래, 2024). 그러나 한편으로는 재선 이상인 기초자치단체장이 주민들로부터의 지역적 지지와 외부 출향민과의 네트워크가 강할 수 있어 기부금 모금에 유리할 수 있다. 이와 같이 초선인 그룹과 재선 이상인 그룹 간 성과의 차이가 나타날 수 있기 때문에 변수로 포함하였다. 변수의 측정은 초선일 경우 1, 재선 이상일 경우 0으로 측정하였다.

두 번째로, 기초자치단체의 인구규모가 고향사랑기부제 성과에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 고향사랑기부제는 기부자가 자신의 거주지 외의 지역에 기부해야한다는 조건이 있다. 따라서 고향사랑기부금은 지역의 관계 인구가 많을수록 많이 모금될 가능성이 있다. 지역의 인구규모가 클 경우, 다양한 인적 네트워크를 통한 잠재적 기부자의 수가 증가할 것이며 이는 기부금 증가에 기여할 수 있을 것이다. 기초자치단체의 인구규모는 주민등록인구수로 측정하였다.

세 번째 통제변수는 인구감소지역 여부이다. 행정안전부는 「지방자치분권 및 지역균형발전에 관한 특별법」 제2조 및 같은 법 시행령 제3조에 따라 2021년에 89곳의 인구감소지역(시군구)을 지정하였다. 인구감소지역은 연평균 인구 증감율, 인구밀도, 청년 순이동률, 주간인구, 고령화 비율, 유소년 비율, 초출생률, 재정자립도 등 8개 지표를 종합하여 지정된 것으로, 지방의 소멸 위기에 대한 대응으로 시작되었다. 인구감소 위기에 있는 지방자치단체는 고향사랑기부제에 대한 참여 의지가 더 높을 가능성이 있다. 또한 잠재적 기부자들은 기부 대상 지역을 선택할 때, 최근 자주 언급되는 지방소멸 문제와 재정지원의 필요성에 따라 기부 대상 지역을 선택할 가능성이 있다(유보람 외, 2024). 이에 따라 인구감소지역의 경우 기부성과가 더 높을 수 있다.

네 번째로, 재정자립도가 낮은 기초자치단체의 고향사랑기부제 성과가 높을 수 있다. 재정자립도는 기초자치단체의 자체적인 재정 능력을 나타내는 지표이다. 재정자립도가 낮을 경우 주민들의 복리 증진과 관련된 자체 사업을 운영하기 위한 재원 마련에 어려움을 겪을 가능성이 높기 때문에, 고향사랑기부금은 중요한 재원이 될 수 있다. 따라서 재정자립도가 낮은 기초자치단체는 고향사랑기부금 모금에 적극적으로 참여하려는 의지가 강할 수 있다. 또한 잠재적 기부자들은 재정상황이 열악한 지역에 기부하려는 동기를 가질 가능성이 있어, 낮은 재정자립도는 기부성과를 높이는 요인이 될 수 있다.

〈표 4〉 변수의 조작적 정의 및 자료 출처

구분	변수명		조작적 정의	자료 출처
종속 변수	기부 성과	기부금액	2023년 각 기초자치단체가 모집한 고향사랑기부금 총액	행정안전부
		기부건수	2023년 각 기초자치단체의 고향사랑기부금 총 기부건수	행정안전부
독립 변수	제도 운영 전략	전담조직 여부	2022년-2023년 고향사랑기부제 전담 운영을 위한 조직 존재 여부	기초자치단체 정보공개
		홍보예산 규모	2022년-2023년 고향사랑기부제 홍보를 위한 기초자치단체의 예산 총액	기초자치단체 정보공개
		홍보예산 규모 제공항	2022년-2023년 고향사랑기부제 홍보를 위한 기초자치단체의 예산 총액의 제공 값	기초자치단체 정보공개
		홍보방식 다각화	2022년-2023년 진행한 홍보활동 유형 수	기초자치단체 정보공개
		답례품 다양화	기초자치단체가 2023년 동안 제공한 답례품 수를 약 2개월 간격으로 6차례 취합한 자료의 평균값 ※ 3월, 5월, 6월, 8월, 10월, 11월	곽제훈·신승근 (2024)
통제 변수	기타 지역 특성	자치단체장 초선 여부	자치단체장이 초선일 경우 1, 재선 이상일 경우 0의 값 부여	선거통계시스템
		인구규모	주민등록인구수 (천명)	국가통계포털
		인구감소지역 여부	2021년도 행정안전부가 지정한 인구감소지역은 1, 그 외 지역은 0의 값을 부여	행정안전부
		재정자립도	일반회계 세입 중 지방세와 세외수입의 비율 (%)	국가통계포털
		지역 방문객수	관광 등의 목적으로 지역에 방문한 연간 인구수	한국관광 데이터랩
		지역 SNS 연급수	소셜미디어에서 관광 관련으로 해당 지역을 연급한 연간 연급량	한국관광 데이터랩

마지막으로 지역 방문객수와 지역의 SNS 연급수는 관광과 관련된 인지도와 관심도를 반영하는 변수로, 잠재기부자의 기부지 선택에 영향을 미칠 수 있어 포함하였다. 특히 고향사랑기부제에 참여하고 받는 답례품 중 지역의 랜드마크나 관광지를 이용할 수 있는 상품이 있기 때문에 특정 지역에 연고가 없는 사람들이 기부지를 선택할 때 지역의 인지도가 영향을 미칠 수

있다. 또한 지역에 대한 관심도가 높다는 것은 해당 지역에 대한 심리적인 관여가 높다는 것을 의미하며, 기부행동의 동기요인이 될 수 있다고 하였다(김봉철 외, 2012; 최혜민 2023 재인용). 지역 방문객수와 SNS 언급수는 한국관광데이터랩에서 제공하는 데이터를 사용하였다.⁹⁾

IV. 분석결과

1. 기초통계 분석결과

〈표 5〉는 226개 기초자치단체의 기술통계이다. 독립변수 중 전담조직 유무 변수의 평균은 0.18이며, 이는 전담조직을 설치한 기초자치단체가 전체의 18%임을 의미한다. 226개 기초자치단체 중 41곳이 전담조직을 설치하였으며, 185곳은 기존 부서에서 기부금 모금업무를 진행한 것으로 나타났다.

홍보예산 규모를 보면, 2022년도-2023년도 기초자치단체의 평균 홍보예산은 3천500만원이며, 표준편차가 평균보다 큰 것으로 나타나 지역 간 홍보예산 규모의 차이가 큰 것으로 보인다. 최댓값과 최솟값을 보면, 홍보예산을 별도로 편성하지 않은 지역도 있는 반면, 3억 이상의 예산을 소요한 기초자치단체도 있는 것으로 나타났다.

다음으로, 기초자치단체의 고향사랑기부제 실질적 운영과 관련된 변수로 홍보활동과 답례품에 대한 기초통계량을 살펴보겠다. 홍보활동 다각화 변수의 기초통계량을 보면 평균 값은 1.62로 나타나, 기초자치단체들이 평균적으로 2가지 유형의 홍보활동을 진행한 것으로 보인다. 답례품 다양화의 경우 평균적으로 약 30종류의 답례품이 사용되고 있는 것으로 나타났으며, 128가지 종류의 답례품을 사용하는 기초자치단체가 있는 반면, 1가지 종류의 답례품만 사용하는 기초자치단체도 있음을 알 수 있다.

⁹⁾ 방문자는 일상생활권(거주, 통근, 통학 등)을 벗어나 관광 등의 목적으로 한 장소에 일정시간(30분 이상) 체류한 사람으로, 외부방문자(외지인방문자 및 외국인 방문자) 기준으로 측정된 값이다 (한국관광데이터랩 홈페이지). 민보경·최지선(2023)의 연구는 지역의 생활인구 중 비정기적, 일시적 이동인 관광방문을 측정하기 위하여 한국관광데이터랩에서 제공하는 방문자수를 사용하였다.

〈표 5〉 독립변수 및 통제변수의 기초통계량

구분	변수	최솟값	최댓값	평균	표준편차	n
독립 변수	전담조직 유무(유=1)	0	1	0.18	0.39	226
	홍보예산 규모(백만 원)	0.00	333.80	35.42	48.95	226
	홍보유형 다각화	0.00	5.00	1.62	1.29	225
통제 변수	답례품 다양화(개)	1	128	29.86	22.16	226
	기초자치단체장 초선 여부(초선=1)	0	1	0.6	0.5	226
	인구규모(천 명)	9.1	1197.3	222.4	223.7	226
	인구감소지역 여부 (인구감소지역=1)	0	1	0.39	0.49	226
	재정자립도(%)	6.2	61.1	19.6	11.67	226
	방문객수(백만 명)	0.4	222.0	33.49	34.76	226
	SNS 지역 언급수 (백만 건)	0.1	48.9	0.79	4.22	226

통제변수들의 기초통계량을 살펴보겠다. 먼저 기초자치단체장의 초선 여부에 대한 평균값은 0.6으로 약 60%가 초선인 것으로 나타났다. 즉, 2023년도 기준 226개 기초자치단체 중 136곳이 과거 단체장 이력이 없는 초선 단체장에 의해 운영되고 있다. 두 번째로, 기초자치단체의 평균 인구 규모는 약 22만 2천 명이다. 인구가 가장 많은 기초자치단체는 약 119만7천 명이며, 인구가 가장 적은 기초자치단체는 약 9천 명이다. 세 번째로, 인구감소지역 여부에 대한 평균값은 0.39로 226개 기초자치단체의 약 39%에 해당하는 89곳이 인구감소지역임을 보여준다. 다음으로, 기초자치단체의 평균 재정자립도는 약 19.6% 수준으로 낮음을 알 수 있다. 특히, 가장 낮은 재정자립도는 6.2%로 나타나, 자립적으로 지역을 운영할 수 있는 재정적 능력이 취약한 기초자치단체가 있음을 알 수 있다.

마지막으로 2023년도 지역의 방문객 수와 SNS 언급 수를 살펴보고자 한다. 기초자치단체의 평균 연간 방문객 수는 약 3천3백만 명이며,¹⁰⁾ SNS를 통해 지역이 언급된 횟수는 평균 79만 건이다. 다만, 평균에 비해 표준편차가 크며, 최댓값과 최솟값의 비교에서도 알 수 있듯이 지역의 방문객 수와 SNS 언급량은 지역 간 큰 편차가 존재함을 확인할 수 있다.

10) 방문객수는 일자별 순방문객 수를 기준으로 집계되기 때문에 연간 방문객수의 수치가 크게 나타난다. 예를 들어, A씨가 이틀간 B지역을 방문할 경우, 총 2명이 B지역에 방문한 것으로 계산된다.

2. 회귀분석 결과

국내 226개 기초자치단체의 2023년도 고향사랑기부제 성과에 대한 기초자치단체의 제도 운영전략의 영향력을 회귀분석을 통해 검증하였다.

〈표 6〉에서 모형 1은 고향사랑기부제 성과 중 기부금액을 종속변수로 한 분석 결과이며, 모형 2는 기부 건수를 종속변수로 한 분석 결과이다. 각 모형의 설명력을 살펴보면, R제곱 값은 각각 0.47, 0.48로 비슷하게 나타났다. 이는 본 연구에서 설정한 독립변수들이 종속변수의 변동성을 약 47~48%를 설명하고 있음을 의미한다. 모형 1과 모형 2에서 독립변수 및 통제변수의 유의성과 계수의 방향이 거의 유사하게 나타났기 때문에, 두 모형의 결과를 종합적으로 해석해보고자 한다.

본 연구의 독립변수는 기초자치단체가 고향사랑기부제 시행과정에서 보여준 제도운영 전략이다. 첫 번째 변수인 전담조직의 설치 유무는 모형 1과 모형 2에서 모두 통계적으로 유의미한 요인인 것으로 나타났다. 이는 전담조직을 설치한 기초자치단체가 더 많은 기부금액을 모금하고 기부참여를 높였음을 의미한다. 비표준화 계수 값을 해석해보면, 고향사랑기부제 시행에 대응하여 전담조직을 설치한 기초자치단체가 약 1억7천만 원을 더 모금하였고, 기부건수도 약 750건이 더 높은 것으로 나타났다.

두 번째로, 홍보예산 변수의 분석 결과를 보면 홍보예산의 회귀계수는 양의 방향이지만 홍보예산을 제공한 변수는 음의 방향으로 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 이는 기초자치단체가 홍보활동에 사용하는 예산의 규모가 증가함에 따라 일정 구간에서는 기부금 및 기부 건수가 증가하지만 일정 구간이 지나면 감소하는 비선형 관계임을 보여준다. 즉, 홍보예산에 대한 한계수익이 체감하는 현상을 나타낸다. 따라서 홍보예산의 영향은 홍보예산이 어느 수준에 도달하면 기부수익에 미치는 영향력이 감소하며, 홍보예산을 투입하는 만큼의 정책성과가 계속하여 나타나는 것은 아님을 알 수 있다.

세 번째로, 홍보활동 유형의 다각화는 기부성과와 통계적으로 유의미한 관계를 보였다. 기초자치단체가 보여준 홍보활동 유형은 크게 5가지로 구분되며, 홍보유형을 다각화하여 모금 활동을 진행 한 경우 기부 금액과 기부 건수가 향상되는 것으로 나타났다. 구체적으로, 홍보유형이 1가지 추가될 때 약 2천 3백만 원의 기부금과 약 138건의 기부가 증가할 수 있다.

마지막으로, 기초자치단체가 제공하는 답례품 개수는 기부성과와 관계가 있는 것으로 나타났다. 더 많은 개수의 답례품을 제공하는 기초자치단체가 더 많은 기부금과 기부 건수를 확보하는 것으로 나타났다. 구체적으로, 답례품 종류가 1가지 추가될 경우, 기부 금액이 약 210만 원 증가하고 약 17건의 기부가 증가한다.

〈표 6〉 고향사랑 기부성과의 영향요인 분석 결과

구분	변수명		모형1: 기부금액 (단위: 천만 원)			모형2: 기부건수 (단위: 백 건)		
			비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	비표준화 계수	표준오차	표준화 계수
독립 변수	제도 운영 전략	전담조직유무 (유=1)	16.955***	3.688	.260	7.586***	2.286	.187
		홍보예산규모 (백만원)	.261***	.074	.513	.211***	.046	.664
		홍보예산규모 ² (백만원)	-.001**	.000	-.312	-.001***	.000	-.396
		홍보유형 다각화	2.353**	1.092	.121	1.378***	.678	.114
		답례품 개수(개)	.214***	.069	.190	.174***	.043	.246
통제 변수	지역 특성	자치단체장 초선 여부(초선=1)	2.131	2.654	.042	-.347	1.645	-.011
		인구규모(천명)	-.005	.009	-.040	.003	.006	.042
		인구감소지역 여부 (감소지역=1)	6.507*	3.771	.128	3.274	2.338	.103
		재정자립도(%)	-.149	.206	-.070	-.086	.128	-.065
		방문객수 (백만명)	.065	.068	.092	.062	.042	.141
		SNS연급량 (백만건)	.151	.328	.026	.106	.204	.029
상수			4.142	5.137		3.537	3.185	
F			17.11***			17.60***		
R ² (adjusted R ²)			0.469(0.442)			0.476(0.449)		
n ^{a)}			225			225		

***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1.

a) 홍보활동에 대한 정보를 공개하지 않은 기초자치단체 한 곳이 제외되어, 225개의 기초자치단체에 대한 회귀분석결과이다.

기부성과에 대한 통제변수의 영향력을 살펴보겠다. 먼저 자치단체장의 초선 여부는 기부 금액 및 기부 건수에 통계적으로 유의미한 변수가 아닌 것으로 확인되었다. 본 연구는 초선과 재선 이상인 그룹에 따라 기부 성과의 차이가 존재할 수 있다고 예측하였으나, 분석결과 자치단체장의 초선 여부와 고향사랑기부제의 성과 간 관계가 없는 것으로 나타났다.

두 번째, 기초자치단체의 인구 규모는 두 가지 모형에서 모두 통계적으로 유의미하지 않은

것으로 나타났다. 자치단체의 인구 규모가 클 경우 지역 주민들의 인적 네트워크를 통한 관계 인구가 확대될 수 있어, 고향사랑기부제 성과에 긍정적인 영향을 줄 것이라 예측하였다. 그러나 분석 결과, 자치단체의 인구 규모는 고향사랑기부금과 기부 건수에 대한 영향요인이 아닌 것으로 확인되었다.

세 번째, 인구감소지역 여부 변수는 모형 1에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 89 곳의 인구감소지역은 그 외 다른 기초자치단체들에 비하여 평균적으로 약 6천5백만 원의 기부금을 더 모금하였음을 보여준다. 이와 같은 결과는, 고향사랑기부제를 통한 기부행위가 소멸 위기에 처한 인구감소지역에 더 집중적으로 이루어진 것을 의미하며 정책 취지에 부합하는 결과로 평가될 수 있다. 한편 모형 2의 분석 결과, 인구감소지역 여부는 기부 건수와 통계적으로 유의미한 관계가 없었다.

네 번째, 재정자립도 변수는 고향사랑기부제 성과에 통계적으로 유의미한 영향력이 없는 것으로 나타났다. 재정자립도가 낮은 기초자치단체가 고향사랑기부제에 대한 참여나 관심도가 높은 경향이 있고, 기부자들이 기부 대상 지역을 선택할 때 재정여건이 열악한 지역을 선택할 가능성이 있기 때문에 재정자립도가 낮을수록 기부성과가 높을 수 있을 것이라 예측하였다. 그러나 분석 결과 재정자립도의 정도는 기부성과와 관계가 없는 것으로 나타났다.

다섯 번째, 지역 방문객수와 SNS 언급수는 기부성과에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉, 타 지역에서 관광 등을 목적으로 방문하는 사람이 많은 지방자치단체나, 온라인상에서 관광과 관련하여 자주 언급되는 지역들이 더 높은 기부성과를 얻는 것은 아님을 의미한다. 이와 같은 결과는, 고향사랑기부제가 사람들의 인지도나 관심도가 이미 높은 지역 중심으로 성과가 나타난 것은 아니며, 지방자치단체의 독자적인 운영전략을 통해 기부참여를 높여나갈 수 있는 가능성이 있음을 시사한다. 기부금 규모의 확대를 위해, 기부지로서의 가치와 매력을 높여나가는 노력이 필요하다.

3. 소결

이상에서 살펴본 회귀분석 결과는 고향사랑기부제의 실질적인 운영을 담당하고 있는 지방자치단체의 제도운영전략은 기부성과의 결정요인이며, 지방자치단체의 전략에 따라 기부성과의 편차가 존재할 수 있음을 시사한다. 특히 선행 연구에서 강조했던 정부의 홍보 활동과 답례품을 발굴하는 노력이 고향사랑기부제 성과에 대한 유의미한 영향 요인이라는 것을 경험적으로 확인하였고, 홍보와 답례품 관련 업무를 효과적이고 효율적으로 추진할 필요가 있음을 확인하였다.

이러한 결과는 향후 고향사랑기부제의 운영에 있어서 다음과 같은 정책적 함의를 갖는다. 첫 번째, 고향사랑기부제 업무에 대한 조직적인 지원이 중요하다는 점이다. 전담조직의 설치 여부에 따라 고향사랑기부제 성과의 차이가 나타난 것은 지방자치단체가 고향사랑기부제에 대한 관심을 가지고 전담조직을 운영하는 것이 제도의 성공 가능성을 높아질 수 있음을 보여 준다. 특히, 시행 초기 단계일수록 제도운영에 대한 경험이 부족하여 전문성을 발휘하기 어려운 만큼 조직차원에서 체계적인 전문화가 중요하다. 별도 조직을 설치한 기초자치단체의 경우, 고향사랑기부팀과 같은 새로운 팀을 구성하고 인력을 배치하였다. 별도 조직을 설치하지 않은 자치단체의 경우, 기존 팀에서 기존 업무와 병행하여 고향사랑기부제를 관리하거나, 고향사랑기부제를 전담하는 인력 1명을 배치하고 있었다. 이 경우 과중된 업무로 인한 부담이 높아지고, 업무 효율성이 낮아질 수 있다. 반면, 전담 조직이 마련된 경우 몇 가지 장점이 존재할 수 있다. 첫째, 팀장이 리더십·책임성·전문성을 발휘할 수 있는 여건이 조성되어 제도의 운영 효율성이 높아질 수 있다. 둘째, 향후 고향사랑기부제 운영 과정에서 지방자치단체의 지속적인 사업 발굴과 기금사업 평가 및 성과 공유, 기부자들과의 소통 등 일회성에 그치지 않는 업무들을 체계적으로 모니터링하며 진행할 수 있어, 지속적으로 제도를 보완해나갈 수 있다. 이러한 장점은 고향사랑기부제가 안정적으로 정착하고 활성화되는데 기여할 수 있다.

두 번째, 지방자치단체의 홍보 활동이 기부성과를 높이는 중요한 요인이라는 점이다. 특히, 홍보활동을 위한 예산 규모가 고향사랑기부제의 기부성과를 높이는 요인인 것으로 나타났다. 홍보예산의 규모는 기초자치단체가 홍보의 중요성을 얼마나 인지하는지를 반영할 수 있고, 정부의 관심과 지원이 증가할수록 기부 성과 향상에 기여할 수 있다. 그러나 각 지방자치단체가 중복되는 홍보활동을 펼치는 것은 국가 전체적으로 예산낭비가 될 수 있으며, 홍보예산의 증가가 계속적인 성과의 향상으로 돌아오진 않는다는 점에서 과대한 예산 편성은 지양해야 한다. 또한 제도 운용에 따른 비용은 일부 기초자치단체에 부담이 될 수 있다. 행정안전부가 고향사랑기부제 정보시스템 구축 및 운영을 위해 90억7,000만 원과 고향사랑의 날 박람회 개최를 위한 비용을 지방자치단체로부터 각출한 것은 일본 총무성이 후루사토세 운영과 홍보를 위한 비용을 지방자치단체에 부담시키지 않는다는 점과 대조적이라는 지적이 있다(내일신문, 2024-01-15). 이러한 부분을 고려해보면, 중앙정부와 지방자치단체의 적절한 홍보 역할을 배분하여 협력하는 것이 중요해 보인다. 국민들의 전반적인 제도 인지도 향상을 위한 적극적인 홍보는 중앙정부 차원에서 담당하고, 각 지방자치단체는 지역의 기부금 사업과 지역 특산물과 같은 지역 홍보에 더 집중하는 방법을 생각해볼 수 있다. 이를 통해 지방자치단체 간 중복되는 홍보로 인한 예산 낭비를 줄이고, 지역에 대한 애향심과 관심을 높이는 홍보에 더 집중할 수 있을 것이다.

또한 지방자치단체는 더 다양한 방법을 동원하여 홍보활동을 할 경우 효과적일 수 있다.

2022년-2023년도 기초자치단체가 보여준 홍보 활동 방식은 크게 지역 축제를 활용한 홍보, 지역의 유관기관, 기업체, 대학, 사회조직 등을 찾아가는 홍보, 비정부조직과 협력하여 진행한 홍보, 타 지방자치단체와 협력한 홍보, 지역 홍보대사가 참여한 홍보로 구분할 수 있었다. 이선희·이준영(2023)는 모금활성화를 위해 지방자치단체의 모금활동 제한을 극복할 수 있는 방안으로 민간 파트너를 조직화하는 것을 제시한 바 있다. 다양한 방식의 홍보활동이 주는 이점은 더 폭넓게 지역 인적 네트워크와 접촉하고 지역과의 관계를 형성할 수 있다는 것이다. 향후 기초자치단체가 단일한 홍보 방식보다는 다양하고 협동적인 홍보 방식을 취한다면 장기적인 기부금 확보와 제도 안정화에 기여할 수 있을 것이다.

마지막으로 답례품의 중요성을 다시 한 번 확인할 수 있었다. 지방자치단체의 답례품 과열 경쟁에 대한 우려가 있지만, 답례품은 기부동기를 높이는 중요한 요인임을 확인할 수 있었다. 따라서 기초자치단체는 기부자들의 기부 동기를 높이기 위하여 다양한 답례품을 발굴하는 노력을 지속할 필요가 있다. 다만, 다양성을 높이는 것과 함께 지역의 특색을 반영하고 질 높은 답례품을 개발하기 위한 노력이 동반되어야 한다. 지역의 특산물과 같은 상품을 제공하는 것과 함께 지역을 체험할 수 있는 체험형 답례품을 개발하여 기부자들이 한 번 더 지역에 방문하고 관심을 가질 수 있도록 한다면 지역 발전에 더 기여할 수 있을 것이다.

V. 결론

고향사랑기부제가 제도적으로 안착될 경우 지방정부의 재정자원 확보에 기여할 수 있을 것으로 보인다. 더불어 국민들의 애乡심을 바탕으로 한 기부문화의 발전과 이를 통한 지역 활성화까지도 기대해 볼 수 있다. 이는 인구감소 위기에 직면한 국내 지방자치단체에 새로운 활력이 될 수 있다. 따라서 고향사랑기부제의 기대효과를 얻기 위해서는 제도에 대한 지속적인 관심과 개선 노력이 요구되며, 이를 위한 정책적 연구가 축적될 필요가 있다.

2023년 고향사랑기부제 첫 시행 결과, 기초자치단체는 약 590억 원의 기부성과를 얻었으며 특히 재정 기반이 약한 지방자치단체들을 중심으로 높은 기부금을 모집한 것으로 나타나 긍정적으로 평가 받고 있다. 그러나 향후 고향사랑기부제가 더욱 활성화되고 기부 규모가 확대되어야 실질적인 재정 효과를 기대할 수 있기에, 아직은 여정의 첫발을 내딛었다고 할 수 있을 것이다. 또한 첫 기부성과를 들여다보면, 지방자치단체 간 불균형한 기부수익 규모를 발견할 수 있었던 만큼 기부수익이 일부 지역에 편중되지 않기 위한 방안도 함께 모색해 나가야 할 것으로 보인다.

이에 본 연구는 지방자치단체 간 고향사랑기부제 성과의 차이가 어떤 요인에 의해 결정되는지를 좀 더 면밀하게 분석하고자 하였다. 고향사랑기부제 활성화 방안에 대한 선행연구 논의를 중심으로 지방자치단체의 역할에 대해 고찰해보고, 실질적 제도 운영자인 기초자치단체가 수행한 운영전략에 대한 자료를 수집하였다. 또한 지방자치단체의 고향사랑기부제 제도운영전략에 따라 지방자치단체의 기부성고가 어떻게 달라지는지에 대하여 실증적인 분석을 시도하여, 그동안 논의되었던 방안들의 효과를 실증적으로 검증하였다는 점에서 의의가 있다.

2023년도 기준 고향사랑기부제의 성과는 지역의 인구규모나 재정상황, 관광지로서의 지역인지도 등 지역 특성보다는 지방자치단체 제도운영전략의 영향을 받았다는 것을 경험적으로 발견하였다. 이는 향후 제도의 성공적인 운영을 위해 지방자치단체의 지속적인 운영전략 개선 노력이 중요함을 시사한다. 구체적으로 제도운영 과정에서 조직적인 지원과 홍보 및 답례품 전략을 다변화하며 기부를 독려하는 것이 중요할 것이다.

그러나 본 연구는 2023년도 한 해 고향사랑기부제 성과 결과만을 활용하였다는 한계가 있으며, 지속적인 관찰과 데이터 축적을 통한 후속 연구가 필요하다. 또한 지방자치단체의 제도운영전략을 중심으로 실증 분석하는 선행연구가 거의 이루어지지 않았기 때문에 변수에 대한 이론적인 논거가 부족했던 점도 본 연구의 한계일 것이다. 향후 이를 보완하여 실용성 있는 정책적 함의를 제공하고, 고향사랑기부제가 지역에 새로운 활기를 가져오는 제도로 안착하는데 기여 할 수 있기를 기대한다.

【참고문헌】

- 곽제훈·신승근. (2024). 지방자치단체 인구 및 재정 상태가 고향사랑기부제에 미치는 영향에 대한 연구—답례품을 중심으로—. 「세무와 회계연구」, 13(2): 135-174.
- 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr/>).
- 국가 통계포털(<https://kosis.kr/>).
- 국승용·김창호. (2022). 고향사랑기부제 활성화 방안. 「한국농촌경제연구원 농정포커스」, 1-21.
- 국중호·염명배. (2021). 일본 고향납세 기부 제도의 지방재정 형평화 효과. 「한국지방재정논집」, 26(2): 69-99.
- 김홍환·이경우. (2023). 고향사랑기부제 기부금액 추정. 「한국지방재정논집」, 28(1): 157-184.
- 기획재정부. (2021). “인구구조 변화 영향과 대응방향: 인구감소, 지역소멸, 초고령사회 임박의 3대 인구리스크에 대응한 우리 사회의 적응력 강화방안”. (7.7).
- 내일신문. (2024). “[기고] 실질적 고향사랑기부제 성공 전략”. (1.15).
- 농촌여성신문. (2023). “고향사랑기부제 ‘자치분권 상징’ 되려면...”. (11.3).
- 민보경·최지선. (2023). 생활인구 개념을 반영한 지역 유형화 분석: 전국 기초자치단체를 중심으로. 「도시행정학보」, 36(4): 41-60.
- 박지영·조정래. (2024). 특별교부세 배분 성과가 국회의원 재선 득표율에 미치는 영향에 관한 연구 -회고적 투표 이론을 중심으로. 「한국정책학회보」, 33(3): 27-54.
- 송영현. (2023). 고향사랑기부제의 재정확충효과 모의실험-충청남도를 사례로. 「GRI 연구논총」, 25(3): 179-200.
- 신두섭·하혜수. (2017). 고향발전기부금 제도의 도입 가능성 연구: 기부동기 및 지불의사액 추정. 「지방정부연구」, 21(1): 437-469.
- 심재승. (2017). '고향사랑기부제도'를 활용한 지방자치단체 활성화의 실행가능성에 관한 연구: 일본의 '후루사토세' 제도를 중심으로. 일본의 '후루사토세' 제도를 중심으로. 「한국지적정보학회지」, 19(3): 111-124.
- 에이티엔뉴스. (2024). “충남도·15개 시군, 고향사랑기부제 문제점 개선 촉구”. (2.20).
- 연합뉴스. (2024). “수도권 인구, 비수도권보다 70만명 더 많다...역대 최대”. (1.10).
- 염명배. (2019). 성공적인 [고향사랑 기부제] 도입을 위한 정책대안 시나리오 및 정책제언. 「재정정책논집」, 21(3): 63-109.
- 염명배. (2021). 고향세 논의 10 여년 추적과 [고향사랑기부제] 법제화 이후의 과제. 「경제연구」, 39(4): 133-181.
- 염명배. (2023). 고향사랑기부제에 대한 경영전략적 접근: 성공적 제도정착을 위한 지자체의 '3+1 마케팅전략' 제안. 「경제연구」, 41(3): 27-58.

- 유보람·박지영·신두섭. (2024). 고향사랑 기부제 기부 결정요인에 관한 연구: 예비 기부자의 인식 조사를 중심으로. 「한국행정논집」, 36(1): 57-75.
- 이동호. (2023). 일본 고향납세제 운영의 주요 특징과 수산물 답례품 관련 주요 논제-한국 고향사랑기부제 운영을 위한 제언. 「한국도서연구」, 35(1): 57-75.
- 이선희·이준영. (2023). 고향사랑기부제도의 모금활성화 과제. 「인문사회 21」, 14(1): 2239-2254.
- 주만수. (2023). 우리나라와 일본의 고향기부제도 비교 평가 및 정책적 시사점. <예산정책연구>, 12(1): 87-115.
- 중앙선거관리위원회 선거통계시스템. <http://info.nec.go.kr/>
- 최근열·남인수. (2023). 경산시 고향사랑기부제의 운영 현황분석 및 활성화 방안. 「한국지방자치연구」, 25(2): 129-147.
- 최혜민. (2023). 심리적으로 가까운 지역일수록 기부 의향은 높아지는가?: 기부대상 지역에 대한 관심과 지역매력의 영향력을 중심으로. 「지역사회학」, 24(3): 5-30.
- 통계청. (2023). 「장래인구추계」.
- 한국관광데이터랩(<https://datalab.visitkorea.or.kr/>).
- 행정안전부(<https://www.mois.go.kr/>).
- 홍근석·임정빈. (2019). 조건부가치측정법을 활용한 고향사랑기부제도의 도입 효과 분석. 「한국정책과학학회보」, 23(3): 1-31.
- 홍근석·염명배·신두섭. (2019). 기부자 인식조사에 기반한 고향사랑기부제도의 성공적 도입방안 연구. 「지방행정연구」, 33(4): 189-221.
- 홍근석·염명배·신두섭. (2019). 기부자 인식조사에 기반한 고향사랑기부제도의 성공적 도입방안 연구. 「지방행정연구」, 33(4): 189-221.
- 황이경·김남철. (2023). 고향사랑기부제 도입에 따른 주요 쟁점과 개선과제. 「공법연구」, 51(3): 643-675.

- 박 윤 경:** 이화여자대학교에서 공공정책학 박사학위(2023.2. 이화여자대학교, 축소도시의 축소 양상 및 구조적 특성이 도시민의 삶의 만족도에 미치는 영향)를 취득하고, 현재 이화여자대학교 이화사회과학원 비상임연구원으로 재직 중이다. 주요 관심분야는 도시계획 및 정책, 지역경제, 지방행정 등이다 (yk0306@ewhain.net).
- 유 보 람:** 이화여자대학교에서 행정학 박사학위(2022.2 이화여자대학교, 정부 간 재원 배분 결정요인에 관한 연구: 특별교부세와 특별교부금을 중심으로)를 취득하고, 현재 한국지방행정연구원 부연구위원으로 재직중이다. 주요 관심분야는 지방재정, 정부간 관계, 지역발전이다. 최근 논문으로는 고향사랑 기부제 기부 결정요인에 관한 연구: 예비 기부자의 인식조사를 중심으로(2024), 재정 투명성과 정부 간 자원배분: 특별교부세 지역현안수요분을 중심으로(2024), 재정분권정책 관련 학계와 언론에 대한 빅데이터 분석결과와 정책적 함의: 네트워크 분석과 토픽모델링을 중심으로(2024)등이 있다(boram3884@gmail.com).
- 조 정 래:** 미국 노스캐롤라이나대학(University of North Carolina at Chapel Hill)에서 2004년 정치학 박사학위(논문: The Dynamics of Cooperative and Coercive Intergovernmental Relations in the 1990s: Measuring and Explaining National Influence as Perceived by State Administrators)를 취득하고, 현재 이화여자대학교 행정학과 교수로 재직 중이다. 주요 관심분야는 정부간관계론, 지방행정, 방법론이다. 최근 논문으로는 “재정 투명성과 정부 간 자원배분: 특별교부세 지역현안수요분을 중심으로(2024)”, “특별교부세 배분 성과가 국회의원 재선 득표율에 미치는 영향에 관한 연구: 회고적 투표 이론을 중심으로”, “Subnational Investment Promotion Agencies and Foreign Direct Investment in South Korea: A District-Level Analysis(2021)” 등이 있다(clcho@ewha.ac.kr).