

2016. 6.

농어촌 상생협력기금
운영 및 활용방안 연구

연구기관
한국농촌경제연구원

농림축산식품부

제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

본 보고서를 『농어촌 상생협력기금 운영 및 활용방안 연구』 과제의 최종보고서로 제출합니다.

2016년 6월

연 구 기 관: 한국농촌경제연구원

연구책임자: 성 주 인

연구참여자: 심 재 헌

유 은 영

조 미 형

요 약

1. 연구 배경 및 목적

- 한·중 FTA 여야정협의를 논의 결과, 민간기업, 공기업, 농·수협 등의 자발적 기부금을 재원으로 매년 1천 억 원씩 10년간 총 1조 원의 기금을 조성하여 농어업과의 상생협력 및 지원 사업을 수행하기로 합의함('15.11.30).
 - ‘농어촌 상생협력기금’이 효과적으로 사용되기 위해서는 기업과 농촌 지역사회 및 주민들의 요구 사항을 효율적으로 수렴하고 민간 부문의 자율성과 창의성을 활용하여 최적의 기금 조성 및 운용 방안을 설계할 필요가 있음.
- 이 연구는 각종 국내외 사회공헌활동과 기금 운영 사례를 고찰하고, 이해관계자 의견 수렴 결과 등을 바탕으로 농어촌 상생협력기금의 효과적인 활용 방안을 도출하고 기금의 운영체계를 제시하는 것을 목적으로 함.

2. 농촌 여건 변화와 상생협력기금의 의의

- 우리나라의 농어촌 인구는 급속한 감소와 고령화가 진행되고 있고 농가의 인구도 빠르게 감소하는 추세임.
- 과소화·공동화로 정주 기반이 취약한 농촌에 활력을 불어넣는 일은 농촌 주민들뿐만 아니라 도시민들에게도 가치 있는 과제임.
 - 과거 고도의 경제 성장기에는 농촌지역이 도시지역의 성장 자원으로서 역할을 수행하였음.
 - 실제 농촌지역은 국가 경제성장에 기여하고 있으며, 경제 위기 시에는 안정적인 일자리를 제공하는 등 여러 측면에서 도움을 줄 수 있는 곳임.

- 이러한 농촌의 상황 속에서 농어촌 상생협력기금이 가진 정책적 의의는 다음과 같음.
 - 기업의 기부 참여에 유리한 조건을 제시하여 농촌 활성화를 위한 새로운 재원이 투입될 것으로 기대
 - 분산적으로 이루어졌던 기업의 기존 사회공헌활동의 체계화
 - 농촌 활성화에 대한 일반 국민들의 참여 기회 확보
 - 기존의 농업·농촌 분야 사회공헌활동의 발전적 계승
 - 농촌의 현안에 대응하는 새로운 방식의 해법 모색

3. 국내 기부 및 사회공헌활동 현황

- 국내의 기부문화가 지속적으로 확산되고 있음.
 - 개인 기부 규모와 기업의 사회공헌 규모는 2000년대 들어서 지속적으로 향상되고 있으며, 특히 매출 상위 500대 기업의 사회공헌 규모는 일본보다 앞서는 것으로 나타남.
- 하지만 매출 상위기업과 기업재단의 2013년~2014년의 사회공헌 지출액이 감소하는 것으로 나타나 대내외 불확실성의 심화로 인해 기업의 사회공헌활동 분야의 지출이 다소 위축된 모습을 보이고 있음.
 - 이러한 상황에서 기업은 사회공헌활동에 있어서 효율성이 높은 방향으로 선택과 집중을 할 가능성이 큼.
 - 농어촌 상생협력기금에 기업의 참여를 활성화하기 위해서는 세금 감면과 홍보 등으로 기부 기업에 충분한 혜택을 제공해야 함. 더불어 기업이 기금에 참여하는 것이 농어촌 지역사회에 대한 효과성이 높은 사회공헌활동을 수행하는 것이라는 인식을 갖도록 하여야 함.
- 국내 기부 현황과 기업의 사회공헌활동 현안을 감안할 때 농어촌 상생협력기금이 나아가야 할 방향은 다음과 같음.
 - 농촌사회공헌활동의 기존 성과를 발전적으로 계승하면서 새로운 사업 분야 개발

- 전문성·투명성을 지닌 기금 사업 주체 필요
- 농어촌을 대상으로 사회공헌활동을 진행해온 관련 기관들을 활용할 필요
- 기업의 특기와 강점을 효과적으로 살리는 기금 사업 아이템 발굴 유도

4. 외국의 기금활용 사업 및 사회공헌활동 사례

- 일본의 고향(후루사토) 납세제는 본인이 현재 살고 있는 곳과 다른 지자체에 기부했을 경우, 일정 한도 내에서 세금 공제 또는 환급을 받을 수 있는 제도임.
 - 일본 정부는 지역 활성화 정책의 일환으로 고향 납세 제도의 이용자 확충을 위한 정책을 추진하고 있음.
 - 아베노믹스에 의한 경기 회복이 대도시 및 대기업에 집중되어 지방에는 충분한 효과가 없다는 비판을 받아, 도시와 지방의 세수 격차를 축소시키는 것이 목적
 - 방송 등의 미디어를 활용한 고향 납세의 홍보활동을 추진하고, 답례품을 통한 홍보 등을 통해 국민들의 기부금 납부가 증가하고 있음.
- 일본은 2017년부터 기업판 고향 납세제도인 지방 창생 응원 세제를 도입하고자 함.
 - 일본은 지역을 근간으로 활동하는 기업이 많기 때문에 기업 입장에서 지역 인구의 감소와 경쟁력 약화가 기업의 존립을 위협할 수 있다는 인식이 있음.
 - 즉, 지역이 살아야 기업도 생존할 수 있다는 인식이 확산되면서 기업의 지역사회에 대한 공헌을 통해 지역과 기업의 상생을 유도하기 위한 목적으로 지방 창생 응원 세제 도입이 추진되고 있음.
 - 2016년 4월 조세 개정을 통해 지방 창생 사업에 대한 기업의 기부에 관하여 현행의 손금산입에 더해 법인주민세, 법인사업세, 법인세 등의 세액 공제에 대한 우대 조치를 마련한 「지방 창생 응원 세제 (기업판 고향 납세)」를 창설

- 그 외에도 일본 지자체에서 다양한 방식으로 기금을 활용하여 지역발전을 꾀하고 있음.
 - 교토부의 교토 지역창조기금, 교토 NPO 지원 연계 용자 제도와 이사카와 현의 이사카와 사토야마 창성 펀드를 예로 들 수 있음.
- 영국 왕실의 비영리 활동조직인 BITC(Business in the Community)에서는 농촌공헌 프로그램인 RAP(Rural Action Program)를 추진하고 있음.
 - 2010년부터 기존의 RAP(Rural Action Programme)를 더 확장하여, BITC가 운영 주체인 The Prince's Countryside Fund를 설립하고, 기금 내에서 지원할 수 있는 여러 가지 프로그램을 운영하고 있음.
- 위의 해외 기금 운영사례를 통해 얻을 수 있는 시사점은 다음과 같음.
 - 지방 공동화 문제에 국가적 대응이 필요하다는 공감대에서 기금 및 기부금 활용 사업이 도입됨.
 - 기업과 지역 주민의 상생협력을 위한 지자체의 자발적 노력이 필요함.
 - 기부자와 지역사회 양자가 체감하는 창조적 활동이 중심이 되어야 함.
 - 기부금의 사용처가 명확해야 하며, 기부를 통한 혜택과 이득에 대한 홍보가 필요함.
 - 소규모 사업을 우선적으로 실시하여 가시적 성과를 도출하는 것이 중요
 - 중간조직의 역할이 필요함.

5. 농어촌 상생협력기금 사업 추진 방안

- 기금 사업의 기본 방향은 다음과 같음.
 - 기업과 농촌 모두에 도움이 되는 사업 방향 제시로 기존의 형식적·분산적인 사회공헌사업과 양적·질적인 차별화 도모
 - 도농 상생에 대한 관심을 촉발하도록 일반 국민의 참여 유도
 - 정부 사업과 차별화되는 사업 영역을 대상으로 민간 주도 하에 기금 사업을 추진

- 도농 교류, 협력 분야의 사업을 중점적으로 발굴하여 추진
 - 지역사회 체감도가 높은 소프트웨어 분야 사업을 우선적으로 시행
 - 민간 기구 중심의 기금 사업 추진체계 마련
- 농어촌 상생협력기금 사업의 세 가지 유형과 그 내용은 다음과 같음.
- ① 본부 기획 사업
- 기부자가 특정 목적이나 공모 사업을 선정하지 않고 포괄적으로 기부한 경우의 재원을 바탕으로 이루어지는 사업을 의미함.
 - 협력재단의 기금 운영 전담본부에서는 이와 같이 마련된 목적 미지정 기금을 효과적으로 사용하기 위한 사업 내용 및 추진체계를 기획할 필요가 있음.
- ② 기업 및 단체 자율 추진 사업
- 기업 및 단체가 주관하여 자신이 출자한 돈으로 진행하는 사업을 의미함.
 - 기존의 농업·농촌 분야 사회공헌활동의 성과를 계승하여 기업 주관의 기금 사업 방향을 모색할 필요가 있음.
 - 도농 연계 네트워크에 기반하여 추진 가능한 아이টে을 중심으로 사업이 시행되어야 함.
 - 농촌의 삶의 질을 개선하면서도, 기업의 비즈니스 영역도 함께 확대할 수 있는 사업 아이টে을 발굴이 필요
 - 농촌사랑범국민운동본부 등 관련 기관과 협력체계를 구축함으로써 효과성이 더 높을 것으로 예상됨.
- ③ 공모사업
- 지자체, 농어민 단체, 비영리 민간단체 등이 농어촌의 발전과 농어촌 주민의 삶의 질 향상을 위해 필요한 사업을 공모를 통해 제안함. 기부자들이 그 내용을 보고 자발적으로 선택·기부하여 기금을 조성하고, 요청 단체에 조성된 기금을 전달하여 집행하거나, 전문 기관에 기금 집행을 위탁하여 운영하는 사업임.

- 기금 사업 관리를 담당할 대·중소협력재단 운영체계는 다음과 같음.
 - 협력재단의 기존 업무와 별개로 운영되도록 의사결정체계를 재설계하고, 전담 본부를 구성하여 기금 관리·운용을 총괄함.
 - 농어촌 상생협력기금 운영위원회: 기금 운영·관리 전반의 중요 사항에 대한 의사결정 역할을 수행하면서, 재단의 기존 업무와 별개로 독립적으로 운영
 - 농어촌 상생협력본부: 기금 운영계획 수립, 성과 분석, 홍보·실적 관리를 총괄함.

- 대·중소협력재단에서는 농어촌 상생협력기금이 성공적으로 안착될 수 있도록 지속적인 관리 및 모니터링을 진행해야 하며, 성과 홍보와 사례 확산에 힘씀으로써 상생기금의 활성화를 유도할 필요가 있음.

차 례

제1장 서론

- 1. 연구 배경 및 목적 1
- 2. 주요 연구 내용 4
- 3. 연구 방법 6

제2장 농촌 여건 변화와 상생협력기금의 의의

- 1. 농어촌의 여건 변화와 과제 9
- 2. 농어촌 상생협력기금 논의 배경과 정책적 의의 22

제3장 국내 기부 및 사회공헌활동

- 1. 기부 및 사회공헌활동 현황 29
- 2. 농어촌 사회공헌활동 사례 43

제4장 외국의 기금활용 사업 및 사회공헌활동 사례

- 1. 일본의 고향(후루사토) 납세 제도 55
- 2. 일본 지자체의 기부금 활용 사례 68
- 3. 영국 BITC를 통한 사회공헌활동 73
- 4. 외국기업의 사회공헌활동 사례 77
- 5. 외국 사례의 시사점 79

제5장 농어촌 상생협력기금 사업 추진 방안

- 1. 사업 방향 83
- 2. 사업 세부 추진 방안 89
- 3. 관리·운영 방안 107
- 참고 문헌 112

표 차례

제2장

표 2-1. 도시와 농어촌의 취약계층 실태	14
표 2-2. 무역이득공유제 관련 정부 수행 연구용역 목록	22
표 2-3. 20대 국회 발의된 법률안 주요내용	24
표 2-4. 『FTA 농어업법』 여야 발의안 차이	24

제3장

표 3-1. 연도별 국세청 기부금 신고 현황	30
표 3-2. 15세 이상 개인의 기부참여 현황	31
표 3-3. 연도별 기업 사회공헌 지출 규모	31
표 3-4. 연도별 기업재단 지출 규모	33
표 3-5. 15세 이상 개인의 현금 및 물품 기부 경로	34
표 3-6. 2014년 기업재단 분야별 지출 비중 및 참여 현황	36
표 3-7. 2015년 중견·중소기업의 사회공헌 지원 분야 비율	37
표 3-8. 15세 이상 개인의 기부하지 않는 이유	38
표 3-9. 기업의 사회공헌활동 저해요인 및 애로사항	39
표 3-10. 기업의 사회공헌활동 시 파트너십 추진 이유 및 방안	40
표 3-11. 일사일촌 교류 실적	46
표 3-12. 농촌사회공헌인증 기업의 주요 활동 내용	49

제5장

표 5-1. 농어촌 상생협력본부 조직구성	108
------------------------------	-----

그림 차례

제2장

그림 2-1.	65세 이상 고령 인구 증가 추이	10
그림 2-2.	도시근로자가구 소득 대비 농가소득 비율 변화 추이	12
그림 2-3.	마을당 평균 인구 변화(2013년 기준 마을 구분)	13
그림 2-4.	인구 2천 명 미만 읍·면의 전국적 확산 추이	13
그림 2-5.	시·군 지역의 고용률 및 실업률 비교	17
그림 2-6.	수도권-농촌 간 순이동자 수 추이	18
그림 2-7.	현재와 미래 농업·농촌의 중요한 역할(복수 응답)	20
그림 2-8.	농업·농촌의 다원적 가치 유지 위한 추가적 세금 부담 의향 ...	20
그림 2-9.	상생협력 참여 의향	25

제3장

그림 3-1.	매출액 상위 기업의 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율	32
그림 3-2.	2014년 주요 기업의 사회공헌 프로그램 운영 방식 및 내용 ...	35
그림 3-3.	일사일촌 운동 추진체계	44
그림 3-4.	연도별, 분기별 자매결연 수 변화 추이('12년 KREI 집계)	45
그림 3-5.	일사일촌 교류활동 내용('12년 KREI 집계)	46

제4장

그림 4-1.	'15년 변경된 일본의 고향 납세의 원스톱 특례 절차	56
그림 4-2.	고향 납세의 공제 절차 및 예시	58
그림 4-3.	연도별 고향 납세액	60
그림 4-4.	조세 조치 개념	67
그림 4-5.	지역 단체와 NPO법인의 연계 촉진 사업의 기부 체계	69

제5장

그림 5-1. 농어촌 상생협력기금 사업의 세 가지 유형	89
그림 5-2. 농어촌 상생협력기금의 운용 체계	90
그림 5-3. 본부 기획 사업 체계	92
그림 5-4. 기업 및 단체 자율 추진 사업 체계	97
그림 5-5. 농어촌 상생협력기금 공모사업 추진 절차	99
그림 5-6. 공모사업 체계	100
그림 5-7. 농어촌상생협력기금 조직체계	107

제 1 장

서 론

1. 연구 배경 및 목적

□ 연구 배경

- 한·중 FTA 여야정협의회 논의 결과, 민간기업, 공기업, 농·수협 등의 자발적 기부금을 재원으로 매년 1천억 원씩 10년간 총 1조 원의 기금을 조성하여 농어업과의 상생협력 및 지원사업을 수행하기로 합의함('15.11.30).
- 이 기금은 대·중소기업협력재단¹에서 관리·운영하고 농어촌 자녀들을 위한 장학사업, 농어촌 의료·문화 지원 사업, 주거생활 개선사업, 농수산물 상품권사업 등에 사용하는 것으로 계획됨.

1 대·중소기업협력재단은 ‘대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률’에 따라 설립된 재단으로, 동반성장 문화를 확산하여 공정거래 관계 조성을 지원하는 목적으로 설립되었음. 대·중소기업간 기술, 인력, 판로 등 협력 사업을 추진하고 우수 협력모델을 발굴하는 역할을 하고 있으며, 성과공유제, 중소기업 기술보호, 대·중소기업 동반지출 지원 사업, 기업 간 거래 공정화 등을 추진하고 있음.

- ‘농어촌 상생협력기금’이 효과적으로 사용되기 위해서는 기업과 농촌 지역 사회 및 주민들의 요구 사항을 효율적으로 수렴하고 민간 부문의 자율성과 창의성을 활용하여 최적의 기금 조성 및 운용 방안을 설계할 필요가 있음.
 - 기금이 효율적이고 효과적으로 쓰일 수 있기 위해서는 어떤 곳에 어떻게 써야 할지에 대한 면밀한 연구가 요구됨.
 - 또한 기금 사업의 추진체계, 운영 방식과 함께 기금을 운영할 재단의 관리체계, 기금의 지속적인 조성 방안 등에 대해서도 고찰이 필요함.

- 기존에 농촌에서 이루어지던 일사일촌 교류와 같은 기업의 사회공헌 성격의 활동들에서 제기된 성과와 한계 진단을 바탕으로 일회적이지 않고 지속성 있는 사업 내용 및 추진 방식을 모색하는 작업이 요구됨.
 - 기업의 사회공헌활동이 단순히 시혜적인 수준에서 이루어지게 되면 지속성을 확보하지 못한 일회성 행사로 그칠 가능성이 높음.
 - 실제 그동안 시행한 일사일촌 교류활동 실적을 분석한 결과 일정 수준 이상의 지속적 활동이 이루어지는 마을은 전국 대비 3% 가량을 차지하며, 대부분의 마을은 형식적이고 일회적인 활동을 수행하는 것으로 파악됨 (이규천 등 2012).
 - 따라서 주민과 농촌 지역사회가 관심을 갖고 참여할 수 있는 사업 모델을 개발하는 것이 농촌의 수요자뿐 아니라 기부 주체인 기업 입장에서도 중요함.
 - 농촌 활성화 효과 제고를 위해 단일 마을과 단일 기업 단위의 교류에서 벗어나 복수의 마을들이 참여하여 마을들을 연계한 지역사회 차원의 활동 구조를 형성하는 방안의 모색도 필요함.

- 상생협력기금을 통한 사업이 농촌 활성화에 실질적으로 기여하도록 기존 정부 보조금사업과는 차별화되는 내용과 방식을 모색해야 함.
 - 이를 위해 지역사회에 기반을 두고 가시적이고 지속적인 성과 창출이 가능한 사업을 발굴함으로써 타 지역에 확산이 가능토록 해야 함.

- 아울러 기업 입장에서도 단순한 사회공헌 수준에 머물지 않고 보다 관심을 갖고 참여할 수 있는, 미래 지향적인 사업 추진 사례를 제시하는 것이 요구됨.
 - 공공적 성격을 지니는 동시에 비즈니스적인 매력요소도 지니는 등 기업체의 장점을 활용할 수 있는 사업 영역을 발굴하여 다양한 기업들이 관심을 갖고 기금 사업에 참여할 수 있도록 유도하는 작업이 필요함(예: 농촌 주택공급 등).
- 기금 사업 유형별로도 적합한 사업 모델을 발굴하여 제시할 필요
 - 기업별 전용계좌를 바탕으로 추진할 사업과 전담 본부가 기획하여 자체적으로 추진할 사업을 구분하여 유형별 사업 모델을 제시할 필요가 있음.
 - 특히 기존 사회공헌활동이나 정부 보조사업과 구분되는 창의적인 사업 모델을 다양하게 발굴함으로써 기금 사업이 앞으로 확대·발전될 가능성을 보여줄 필요가 있음.

□ 연구 목적

- 이 연구는 각종 국내외 기금 운영과 농촌 지원활동 사례 고찰 및 이해관계자의견 수렴 결과 등을 바탕으로 농어촌 상생협력기금의 효과적인 활용 방안을 도출하고 기금의 운영체계를 제시하는 것을 목적으로 함. 세부 연구 목표는 다음과 같음.
 - 주요 선진국들에서 시행되는 기부금 및 사회공헌 성격의 다양한 사업 사례 그리고 창의적인 농촌 활성화 사례를 고찰하고 시사점을 도출
 - 기존에 시행된 기업의 사회 공헌 차원의 활동 사례들을 살펴보고 성과와 한계를 진단함.
 - 농촌 주민과 기업체 등 이해관계자의 요구를 파악하여 상생협력기금 사업 아이템을 발굴하고 구체적인 추진 방안을 도출함.
 - 기금 활용 방안과 더불어 효과적인 기금 운영 및 사업 추진체계 구축 방안을 제시함.

2. 주요 연구 내용

□ 농촌 여건 변화와 상생협력기금의 의의

- 농어촌의 여건 변화와 과제
 - 농어촌 지역의 고령화·과소화, 생활여건, 농가소득 등의 여건 현황 분석
 - 농어촌 지역의 성장을 위한 과제 제시
- 농어촌 상생협력기금 제도 현황과 정책적 의의
 - 농어촌 상생협력기금 제도의 합의 및 협의 진행 상황 정리
 - 농어촌 상생협력기금 제도의 정책적 의의 제시

□ 국내 기부 및 사회공헌활동 현황과 시사점

- 기부 및 사회공헌활동 현황
 - 개인 및 기업의 사회공헌활동 지출 및 주요 활동 내용 정리
 - 현황에 따른 시사점 제시
- 농어촌 사회공헌활동 사례
 - 공익단체의 농어촌 관련 사회공헌활동 정리(농촌사랑범국민운동본부, 농어촌희망재단)
 - 민간기업의 농어촌 관련 사회공헌활동 정리(농촌사회공헌 인증 기업 및 그 외 우수사례)
 - 이에 따른 시사점 제시

□ 외국의 기금 활용 사업 및 사회공헌활동 사례와 시사점

- 외국의 기금 활용 사업 사례 정리

- 일본의 고향 납세 제도, 지방 창생 응원 세제, 교토부·이사카와현의 기금 사업 정리
- 영국의 BITC의 농촌공헌 프로그램인 RAP 정리
- 외국 기업의 사회공헌활동 사례 정리
 - Google, Intel, Huawei Technologies, Vodafone, Microsoft 등 외국 기업의 농촌지역 사회공헌활동 사례 정리
- 외국 사례의 시사점 제시

□ 농어촌 상생협력기금 사업의 세부 추진 방안

- 농어촌 상생협력기금 사업 방향 제시
 - 기금 사업의 기본 방향, 상생협력기금의 운용 주체, 사업 유형 및 기부금 관리 방안 등 제시
- 사업의 세부 추진 방안 제시
 - 상생협력기금의 운용 체계, 본부 기획 사업·기업 및 단체 자율 추진 사업·공모사업의 추진 절차 및 사업내용 제시
- 농어촌 상생협력기금의 관리 및 운영 방안 제시
 - 대·중소기업협력재단의 운영체계 제시
 - 사업 관리 및 모니터링, 성과 홍보 및 사례 확산 방안 제시

3. 연구 방법

□ 문헌, 정책보고서 등 관련 자료 조사

- 농어촌 상생협력기금 추진 관련 정부 자료 검토
 - 농어촌 상생협력기금 제도의 논의 배경 및 추진 현황 등 관련 내용 검토
- 기금 사업, 기업의 사회공헌활동과 관련된 논문 및 연구보고서 등 국내외 문헌 자료 검토

□ 통계 및 행정자료 검토

- 농어촌 여건 관련 통계자료 검토
 - 농림축산식품부가 2014년에 실시한 농림축산식품 주요통계, 통계청이 2015년에 실시한 지역별 고용조사 및 각 연도 농업총조사, 주민등록 인구통계, 고용률 및 실업률 통계 등의 원자료를 재분석하여 농어촌지역의 여건을 살펴봄.
- 국내 기부 및 사회공헌활동 실태 관련 자료 검토
 - 국세청의 국세통계연보, 통계청의 사회조사, 전국경제인연합회의 2015년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서, 사회복지협의회 사회공헌정보센터의 2015 중견·중소기업 사회공헌백서 등의 원 자료 및 보고서 자료를 재분석하여 개인 및 기업의 사회공헌활동의 현황 및 인식 등을 살펴봄.

□ 외국의 기금 활용 사업 관련 사례 조사

- 일본의 고향 납세 제도와 교토 지역창조기금 방문 조사 실시
 - 기금 활용 사례에 해당하는 일본의 고향 납세 제도와 교토 지역 창조기금의 조사를 위해 일본의 교토부청 및 요사노정, 교탄고시 등의 방문 조사를 실시하여 농어촌 상생협력기금을 위한 시사점을 도출
- 일본 사례와 관련하여 위탁조사 실시
 - 그 외에 일본의 기업형 고향 납세 제도와 지자체의 기금 활용 사례에 대해 현지 전문가에게 위탁조사를 실시하였으며, 이를 바탕으로 시사점을 도출함.

□ 농어촌 현장자문단 및 관련 단체 의견 수렴

- 기금 활용 사업 방안과 관련하여 농어촌 현장자문단 자문회의 개최
 - 농어촌지역의 현장 실무자로 구성된 한국농촌경제연구원의 현장 자문단을 대상으로 자문회의를 개최하여, 농어촌 상생협력기금의 활용을 위한 공모사업 방안에 대해 논의함.
- 농어촌 사회공헌과 관련된 기관 담당자 인터뷰
 - 농어촌과 관련된 사회공헌활동을 진행해오고 있는 농촌사랑범국민운동본부와 농어촌희망재단 담당자와의 인터뷰를 통해 농어촌 상생협력기금의 운용 체계 및 사업의 추진 방안 등에 대한 의견을 수렴함.

제 2 장

농촌 여건 변화와 상생협력기금의 의의

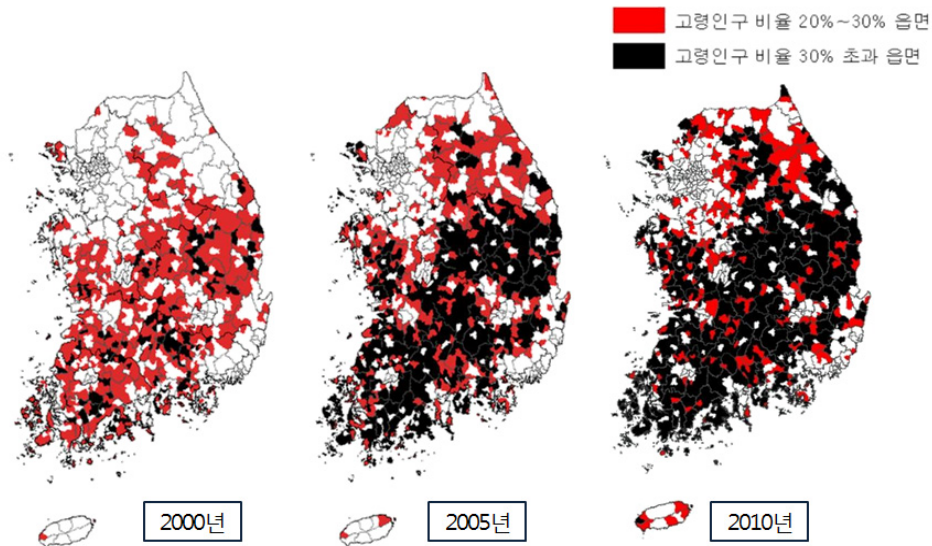
1. 농어촌의 여건 변화와 과제

1.1. 농어촌의 여건 변화

- 우리나라의 농어촌 인구는 급속한 과소화와 고령화가 진행되고 있고 농가의 인구도 빠르게 감소하고 있는 추세임².
- 특히 농어촌지역의 65세 고령 인구 증가 추이를 살펴보면, <그림 2-1>과 같이 고령인구 비율이 30%를 초과한 읍면이 급속히 증가하고 있는 것으로 나타남.
- * 농촌 인구: ('00) 9,808 천 명(전국 대비 20.5%) → ('10) 9,615천 명(전국 대비 19%) → ('15) 9,556천 명(전국 대비 18.5%)
- * 농촌 고령자 비율: ('05) 읍 11%, 면 20.7 % → ('10) 읍 12.7%, 면 24.0% → ('15) 읍 14.6%, 면 27.1%
- * 농가인구: ('06) 330만 명 → ('10) 306만 명 → ('14) 275만 명

² 수치값은 통계청의 주민등록인구통계 자료를 인용한 것임.

그림 2-1. 65세 이상 고령 인구 증가 추이



자료: 성주인 외(2012), 『귀촌과 지역공동체 육성 정책의 연계 추진방안』, 한국농촌경제연구원

- 이러한 이유로 대부분의 농촌지역 정주 환경은 급격하게 낙후되고 있으며, 삶을 영위하기 위한 공공 및 생활 서비스 전달 체계가 부족한 실정
 - 이를 극복하기 위한 농업기반 경제 활동도 지속적으로 약화되고 있으며, 물적·인적 역량의 부족 등의 문제점이 도출되고 있는 상황임.
 - 농촌 주민의 삶의 질을 좌우하는 정주 환경이 전반적으로 저하되고 있으며 도시에 비해서 개선될 여지가 낮기 때문에 젊은 인재 유입의 장애 요인으로 작용하는 등 악순환이 초래되고 있음.³

* 30년 이상 주택 비율: 20.7% [도시 6.6]

* 100호당 빈집 수 변화: ('05) 3.2% → ('10) 3.63 (13.4% 증가)

* 2008년 환경부의 슬레이트 지붕 주택에 대한 표본조사(28개 마을 981농가 대상) 결과 37.9%가 슬레이트 소재 지붕(부속건물을 포함할 경우 조사 대상 가구의 82%)

3 아래 수치는 “성주인 외. 2014. 제3차 농어업인 삶의 질 향상 기본계획(2015-2019) 수립방향 연구. 한국농촌경제연구원”의 보고서 내용을 재인용 한 것임.

- 이에 정부에서는 개별 사업(산업, 농가경제지원, 농업, 지역개발)으로 농촌의 문제를 풀어가려고 다양한 노력을 해왔으나 각 사업의 성과가 연계되지 못해 시너지 발생이 낮은 것으로 평가되고 있음.⁴
 - 지속적 투자에도 불구하고, 상하수도, 주택, 교통 등 기본적인 생활 여건이 도시에 비해 미흡한 상황이 지속될 전망이다.
 - * 상수도(면지역) 보급률: ('07) 45.0% → ('14) 62.9 [도시99.6]
 - * 하수도(군지역) 보급률: ('07) 45.7% → ('14) 62.0
 - 젊은 인재에게 필수적인 통신·의료·교육·문화 등 인프라 미흡
 - * 농어촌 광대역 통합보급률: ('11) 61.5% → ('14) 77.3
 - * 농어촌 보건의료기관 수: 5,145개소 (도시 54천개의 1/10 수준, '13)
 - * 보육시설이 없는 읍면: 412개소 (전체 읍면의 29.2%, '13)
 - * 읍면·도서벽지 학생 수 60명 이하 초교 비율: 49.9% ('13)

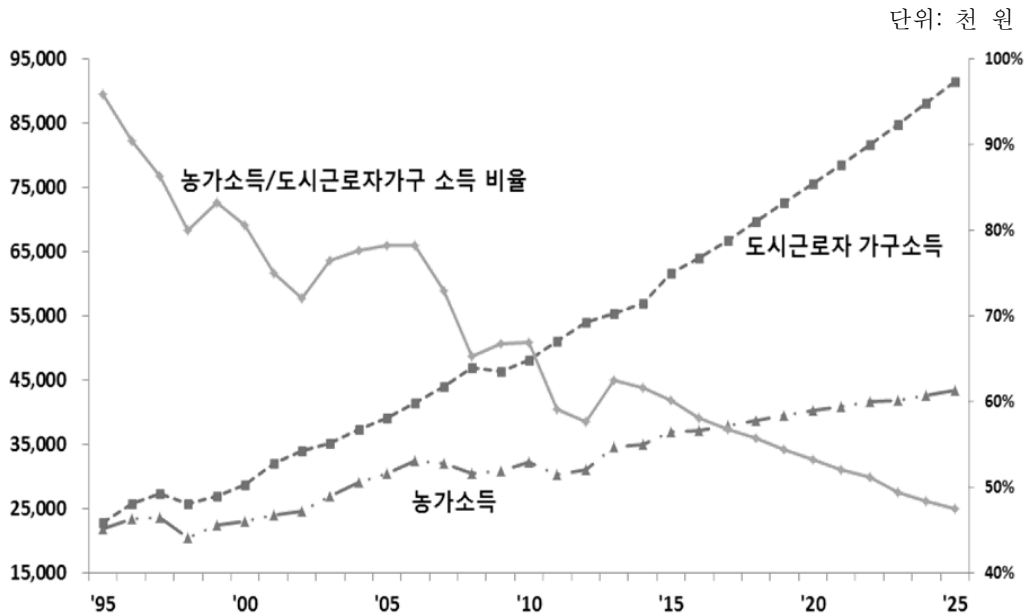
- 특히, 산업화 및 개방화의 과정에서 농촌의 경제적 상황은 악화 혹은 정체하고 있으며, 이는 농촌의 발전을 더디게 하는 원인으로 지목되고 있음.
 - 농가의 농업소득은 낮고 농외소득이 주요 소득원이 되고 있으나 농촌지역에서 농외소득만으로는 농촌 경제가 개선되기 어려운 실정임.
 - <그림 2-2>와 같이 도시근로자 가구 소득과 농가소득 간의 격차도 꾸준히 상승하고 있음.
 - * '14년 기준 농가 평균 소득: 3천5백여 만 원(농업소득은 1천만 원, 농외 소득 2천5백여 만 원)⁵
 - * '15년 상반기 기준 비임금 노동자 비율: 군 지역 56.8% vs 시 지역 27.2%⁶

4 수치값은 “성주인 외, 2014, 『제3차 농어업인 삶의 질 향상 기본계획(2015-2019) 수립방향 연구』, 한국농촌경제연구원”의 보고서 내용을 재인용한 것임.

5 농림축산식품부(2014), 농림축산식품 주요통계

6 통계청(2015), 지역별 고용조사

그림 2-2. 도시근로자 가구 소득 대비 농가소득 비율 변화 추이



자료: 최지현 외(2016), “2016년 농업 및 농가경제 동향과 전망”, 『농업전망 2016』, 한국농촌경제연구원

○ 악화되고 있는 농어촌의 사회경제적 상태로 인해 농어촌의 존립마저 위태로운 상황임.

- 농어촌의 ‘마을’ 중 가구 수가 20호가 안 되는 마을인 과소화 마을은 급격하게 증가하는 추세임.

* 가구 수 20호 미만 지역(과소화 마을): ('05) 2,048 개 → ('10) 3,091개⁷

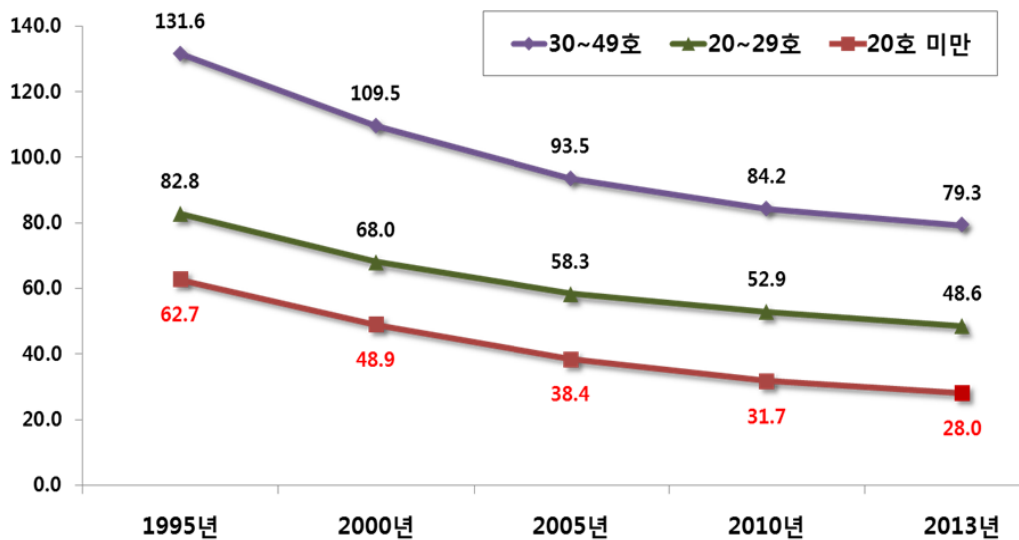
- 이제 마을의 소멸을 넘어서 ‘면’ 단위 지역의 정주기반이 무너질 위협을 받고 있는 실정임. 인구 2천 명 이하의 ‘면’이 2000년 105개에 불과했으나 2015년에는 261개로 증가하였으며 인구 1천 명 이하의 ‘면’도 2000년에는 66개였으나 15년이 지난 2015년에는 84개로 증가하였음.⁸

7 통계청(각 연도), 농업총조사 지역조사 원자료 집계

8 통계청(각 연도), 주민등록인구통계 집계

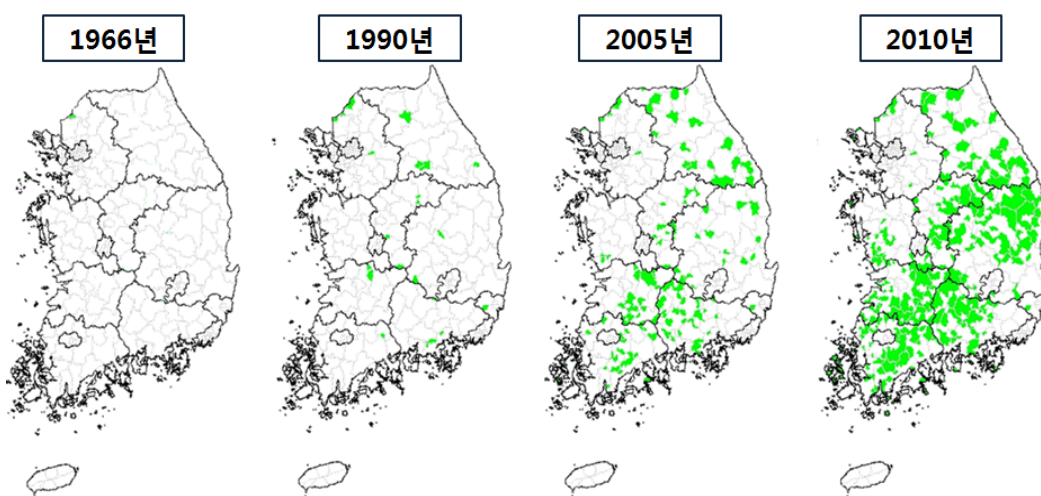
그림 2-3. 마을당 평균 인구 변화(2013년 기준 마을 구분)

단위: 명



자료: 성주인 외(2016), “변화하는 농촌마을: 미래 정주공간을 준비한다”, 『농업전망 2016』, 한국농촌경제연구원

그림 2-4. 인구 2천 명 미만 읍·면의 전국적 확산 추이



자료: 한국농촌경제연구원(2015), 『농업·농촌 70년』, 농림축산식품부 발간, p840

1.2. 농어촌의 취약계층 실태

- 농어촌의 취약계층인 노인, 장애인, 다문화가족, 국민기초생활보장제도의 수급자 등은 도시지역보다 그 비율이 높은 상태임.
- 여러 선행연구들에서는 공통적으로 취약계층을 노인, 장애인, 다문화가족으로 보고 있는데, <표 2-1>에서 볼 수 있듯이 농어촌지역은 대도시나 중소도시에 비해 상대적으로 적은 인구지만 취약계층의 비중은 높은 상태임.

표 2-1. 도시와 농어촌의 취약계층 실태

구분		대도시	중소도시	농어촌	시·구	군	전체
인구 학적 특성 (‘12)	전체	23,337,599 (45.8)	23,708,414 (46.5)	3,902,259 (7.7)	46,452,450 (91.2)	4,495,822 (8.8)	50,948,272 (100.0)
	18세 미만	4,215,386 (43.5)	4,884,388 (50.4)	592,102 (6.1)	8,982,226 (92.7)	709,650 (7.3)	9,691,876 (100.0)
	65세 이상	2,479,654 (41.5)	2,569,074 (43.0)	931,332 (15.6)	4,971,683 (83.1)	1,008,377 (16.9)	5,980,060 (100.0)
	여성	11,720,737 (50.2)	11,778,416 (49.7)	1,945,059 (49.8)	23,208,212 (50.0)	2,236,000 (49.7)	25,444,212 (49.9)
장애인 (‘12)	전체	1,024,838 (4.4)	1,152,630 (4.9)	333,691 (8.6)	2,144,823 (4.6)	366,336 (8.1)	2,511,159 (4.9)
	중증 장애인	224,781 (1.0)	250,606 (1.1)	72,225 (1.9)	467,677 (1.0)	79,935 (1.8)	547,612 (1.1)
	경증 장애인	800,057 (3.4)	902,024 (3.8)	261,466 (6.7)	1,677,146 (3.6)	286,401 (6.4)	1,963,547 (3.9)
국민 기초 생활 보장 제도 ⁸⁾ (‘13)	전체 수급자	369,537 (1.6)	336,341 (1.4)	110,666 (2.8)	694,778 (1.5)	119,963 (2.7)	816,544 (1.6)
	남성	270,482 (2.3)	246,504 (2.1)	77,548 (4.0)	509,033 (2.2)	85,501 (3.8)	594,534 (2.3)
	여성	351,208 (3.0)	321,467 (2.7)	98,499 (5.1)	662,964 (2.9)	108,210 (4.8)	771,174 (3.0)

구분		대도시	중소도시	농어촌	시·구	군	전체
다문화 (‘12)	결혼 이민자	90,844 (0.4)	105,957 (0.5)	23,466 (0.6)	194,585 (0.4)	25,682 (0.6)	220,267 (0.4)
	영유아기 자녀	36,531 (0.157)	51,850 (0.219)	16,048 (0.411)	87,014 (0.187)	17,415 (0.387)	104,429 (0.205)
	학령기 자녀	16,726 (0.072)	22,269 (0.094)	6,985 (0.179)	38,515 (0.083)	7,465 (0.166)	45,980 (0.090)
	청소년기 자녀	5,582 (0.024)	7,545 (0.032)	2,169 (0.056)	12,933 (0.028)	2,363 (0.053)	15,296 (0.030)
	후기 청소년기 자녀	967 (0.004)	1,352 (0.006)	294 (0.008)	2,291 (0.005)	322 (0.007)	2,613 (0.005)
	의료 ¹¹⁾ (‘12)	건강보험 수급자	22,640,040 (97.0)	23,128,456 (97.6)	3,725,066 (95.5)	45,194,860 (97.3)	4,298,700 (95.6)
	의료급여 수급자	59,843 (0.3)	54,267 (0.2)	16,484 (0.4)	112,821 (0.2)	17,773 (0.4)	130,594 (0.3)

주: 1) 시군구 단위 기준으로 구분함. 대도시, 중소도시 및 농어촌으로 구분시 대도시는 75개 지역, 중소도시 77개 지역, 농어촌은 78개 지역으로 구분되며, 시구와 군은 각각 149개 지역, 군은 83개 지역으로 구분함. 군지역이 83개 지역이지만, 대도시 인접군(예, 기장군, 울주군 등)을 대도시 지역으로 편입함으로 농어촌 지역 갯수에 차이가 발생함.

2) 2014년도 안전행정부 행정구역 기준임.

3) 중증장애인은 장애등급 1~2급이고, 경증장애인은 장애등급 3~6급임.

4) ‘의료급여’ 수급자는 국민기초생활보장제도 수급자를 제외한 의료급여 수급자임.

5) (): 인구학적 특성은 구성비를, 나머지는 지역별 전체 인구에서 차지하는 비율임.

자료: 송미령 외(2016), 『농촌 취약계층 생활실태 조사 및 지원체계 구축을 위한 기초연구』, 한국농촌경제연구원, 재인용

○ 소득 취약계층인 중위소득 60% 이하 가구 비율은 지난 10년 동안 농촌이 도시에 비해 높지만 국민기초생활보장 급여 금액은 도농 간 차이가 점점 커지고 있음(송미령 외, 2016).

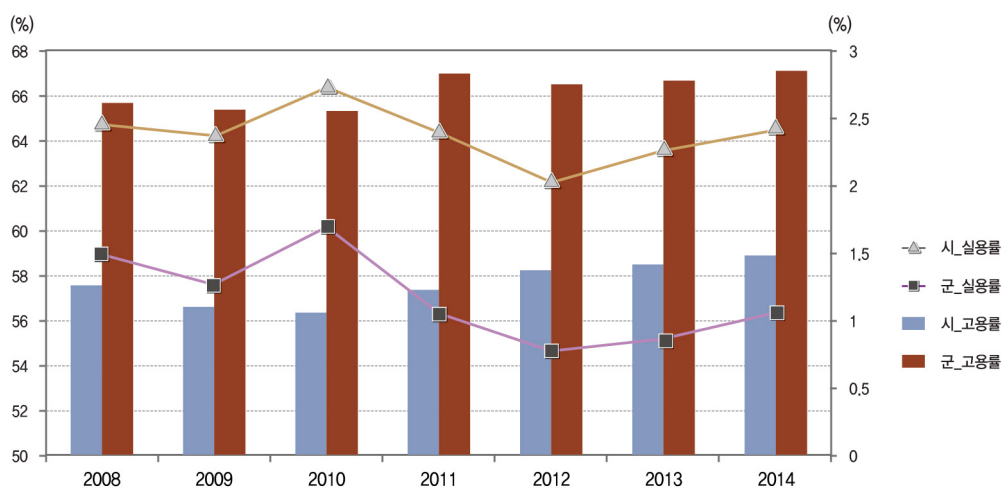
- 소득 취약계층이 우울감이나 사회적 관계 만족도 등에 있어서는 도시에 비해 양호하지만, 50세 이상 주 4회 이상 음주 비율은 다소 높은 것으로 나타났음.

- 최저주거기준 미달 가구는 군 지역이 시나 구 지역에 비해 다소 높은 것으로 나타났음(송미령 외, 2016).
 - 군 지역은 6개 기준 항목 중에서 전용 수세식 화장실과 목욕시설을 갖추지 못한 가구 비율이 4.45%, 3.19%로 높은 실정임.
 - 군 지역은 자가인 경우가 68.44%로 높지만, 또한 주택 연한이 30년 이상된 가구가 36.25%에 이르고 있음.

1.3. 농어촌과 도시의 상생 발전 추진

- 과거 급격한 경제 성장기에는 농어촌지역이 도시지역의 성장의 자원으로써 역할을 수행하였음.
 - 이로 인해 농어촌지역은 계속적으로 낙후되었고 농촌 주민들의 삶은 도시 지역보다 어려워짐.
- 하지만 농촌지역은 국가 경제성장에 기여를 하고 있으며, 경제 위기 시에는 안정적인 일자리를 제공하는 등 여러 측면에서 도움을 줄 수 있는 곳임.
 - 농촌지역의 고용률은 시 지역에 비해 10%p 가량 높으며 실업률은 1%p 이상 낮음. 경제 위기 시기인 '08년~'10년에 도시지역은 고용률이 1%p 감소했지만 농촌지역인 군은 0.36%p 감소에 그침. 실업률은 동기간 도시지역이 0.27% 증가한 반면, 군 지역은 0.2% 증가에 그침.

그림 2-5. 시·군 지역의 고용률 및 실업률 비교

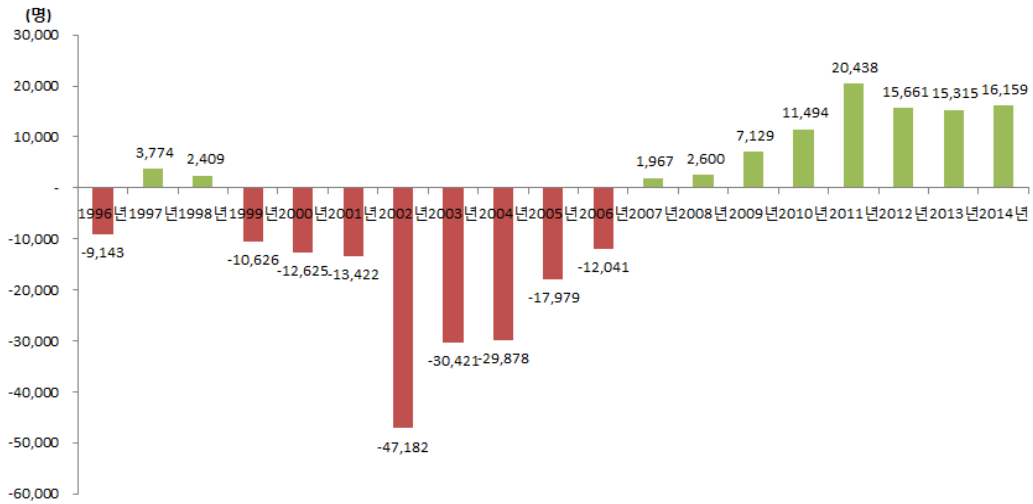


주: 고용률은 만15세 이상 인구 중 취업자가 차지하는 비율, 취업률은 실업자가 경제활동 인구(취업자+실업자)에서 차지하는 비율을 의미

자료: 통계청(각 연도). 고용률 및 실업률

- 더불어 경제가 침체될 때 농촌지역은 국가의 인구를 지탱하는 힘이 되고 있음.
 - 우리나라는 경제 위기나 경기 침체 때마다 도시에서 농촌으로 귀촌하는 사람들이 늘어나는 현상을 보임. 즉, 농촌은 국가의 경제 위기로 인해 밀려나오는 사람들을 포용할 수 있는 완충역할을 함.
 - 1997년~1998년 IMF의 한파가 몰아쳤던 시절에는 수도권 도시에서 농촌으로 이동한 사람들이 농촌에서 수도권 도시로 이동한 사람보다 6,183명 (3,774명+2,409명) 더 많음. 그 후 경기가 다시 좋아지면 도시로 인구가 이동하였지만 글로벌 금융위기인 2008년경부터는 농촌으로 이동하는 사람들이 더 많은 현상은 꾸준히 이어지고 있는 상황임.

그림 2-6. 수도권-농촌 간 순이동자 수 추이



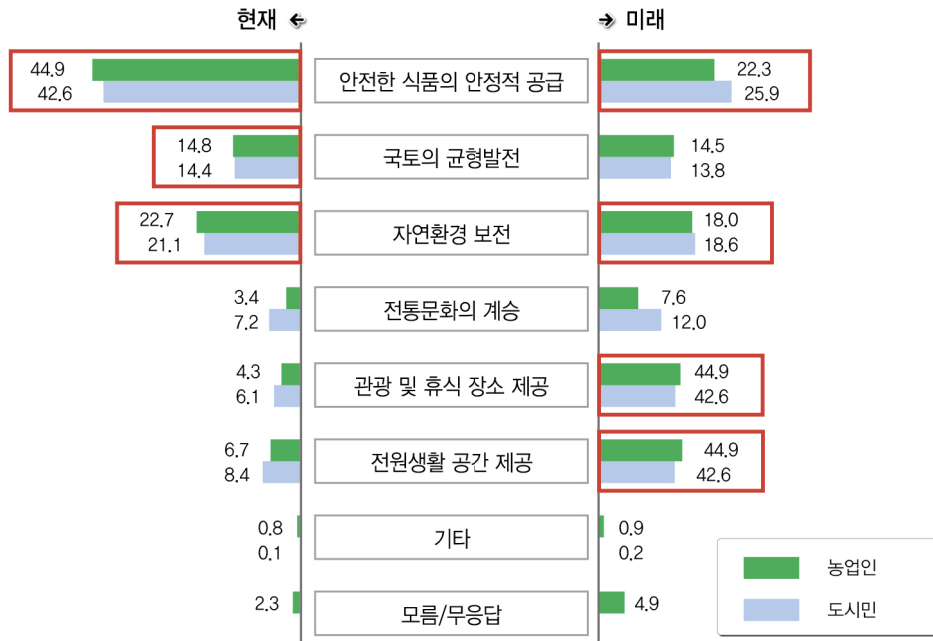
출처: 한국일보(15.12.20), “IMF, 카드대란, 금융위기... 불경기마다 귀촌 늘었다”

- 농촌지역이 국민의 식량 안보를 담당하고 있으며 도시민들에게는 편안한 휴식의 장소를 제공하고 있음. 더불어 국가 경제 위기를 극복하는 데 큰 역할을 수행하기도 함.
 - 즉, 농어촌지역과 도시지역은 서로 불가분의 관계에 있기 때문에 농어촌 지역의 활성화는 도시지역의 발전을 이끌 수 있음.
 - 따라서 상생기금을 통해 도시지역이 농어촌지역의 발전을 돕는 일은 궁극적으로 도시 주민의 삶의 질 향상에 기여할 수 있음.

- 나아가 농촌은 미래 새로운 성장공간으로 국가 경제 발전에 기여하는 역할을 하리라 전망되기도 함.
 - EU 국가들의 경우 농촌지역이 국가의 총량적 경제 성장을 앞서고 농촌에서 2·3차 산업 부문이 발전하는 ‘New Rural Economy’ 현상이 나타나는 등 농촌이 더 이상 경제적 침체와 낙후의 동의어가 아닌 것으로 인식되고 있음.

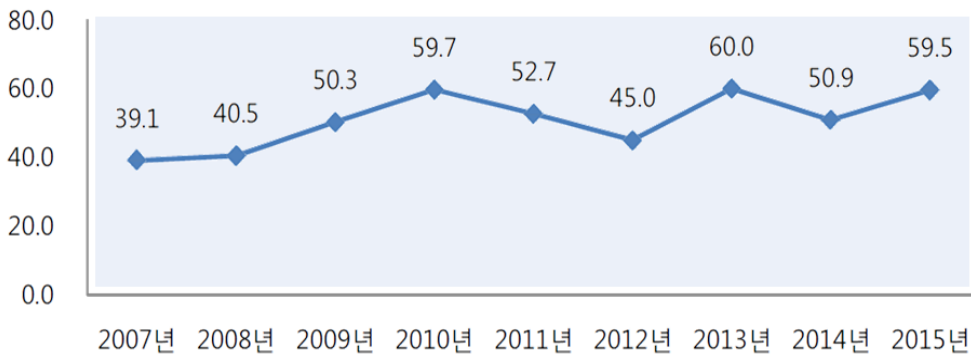
- 우리의 농촌도 과거와 달리 정부 지원의 대상으로만 간주되지 않고 농업 부문 및 6차 산업 부문 등에서 새로운 성장 동력 발굴과 투자 유치, 창조적 인력 유입으로 장래 활력이 넘치는 공간으로의 역할을 발휘할 잠재력을 갖추고 있음.
- 농촌 활성화가 가치 있는 과제라는 점은 적극적인 국민 인식조사 결과에서도 확인됨.
- <그림 2-7>의 국민 인식조사 결과(김동원 외, 2014)와 같이 장래 농촌은 식품 공급처로서만이 아니라 자연환경 보전이나 관광·휴식 장소이자 전원생활 공간으로서 역할이 현재보다 더 중요해질 것이라고 도시민과 농업인이 공통적으로 인식하고 있음.
 - 또한 도시민을 대상으로 농업·농촌의 다원적 가치를 유지하고자 하는 목적으로 추가적인 세금을 부담할 의향이 있는지에 대해 조사한 결과, 2015년에는 응답자의 59.5%가 부담할 의향이 있다고 답함.
 - 이처럼 미래 농업·농촌에 대해 국민들이 기대하는 다양한 역할을 발휘하도록 하려면, 농촌의 경우 당장은 자력으로 성장 동력을 만들기 힘들기 때문에 적절한 외부 지원을 통해 주민들의 정주 여건 개선을 뒷받침하는 노력이 요구됨.
 - 정부 예산을 비롯한 다양한 수단으로 장래 농촌이 지닌 잠재력을 실현하도록 지원한다면 농업인과 농촌 주민뿐 아니라 국민 전반에 대해서도 편익을 가져올 수 있음.

그림 2-7. 현재와 미래 농업·농촌의 중요한 역할(복수 응답)



자료: 김동원·박혜진(2014), 『농업·농촌에 대한 2015년 국민의식 조사 결과』, 한국농촌경제연구원

그림 2-8. 농업·농촌의 다원적 가치 유지 위한 추가적 세금 부담 의향
단위: %



자료: 김동원·박혜진(2014), 『농업·농촌에 대한 2014년 국민의식 조사 결과』, 한국농촌경제연구원

1.4. 농어촌지역의 과제

- 농어촌은 고령화, 인구 감소, 농업기반의 경제활동 위축 등으로 인해 어려움이 가중되고 있는 실정임에도 불구하고, 국가 발전을 위한 농어촌 지역의 역할과 중요성은 더욱 강조되고 있음.
 - 농어촌지역이 도시 및 국가 전체의 발전에 기여하고 있으며, 그 중요성은 더욱 부각될 것이라는 점에 국민 공통의 합의가 이루어지고 있음.
- 농어촌지역이 국가의 성장 동력으로서의 잠재력과 가능성을 발휘가 위해서는 외부의 도움이 필요한 상황임.
 - 농어촌지역이 자력으로 성장 동력을 만들기에는 아직 농어촌의 역량이 부족한 실정이므로, 역량 강화를 위해 외부의 적극적인 도움과 지원이 요구됨.
- 이러한 상황에서 농어촌 상생협력기금이 농어촌의 성장과 발전을 지원해줄 수 있는 효과적인 도구로서 활용될 수 있을 것임.
 - 농어촌 상생협력기금의 효율적인 활용 방안과 운영체계를 구축함으로써, 농어촌지역의 역량강화와 발전에 이바지할 수 있을 것임.

2. 농어촌 상생협력기금 논의 배경과 정책적 의의

2.1. 논의 배경

□ 논의 과정

- 한·칠레 FTA 체결 이래로 FTA로 득실 산업간 이해 불균형 문제가 지속적으로 대두되면서, 농업계는 무역이득공유제 도입을 주장해 왔으며, 이는 산업 분야 간 갈등 요소로 작용해 왔음.
- 영연방 FTA 체결시 여야정 합의('14.11.13)에 따르면, “정부는 무역이득공유제 법제화 또는 그 대안에 대하여 성실하게 연구 및 검토”하기로 하였고, 이에 따라 정부 합동으로 무역이득공유제 도입 가능성에 대한 연구용역을 실시함.
 - 용역 결과, 무역으로 인한 이익을 조세나 부담금 형식으로 강제 환수하는 방안은 기술적 어려움과 위험 소지가 있어 실제 도입하기 어렵다는 결론을 내림. 다만, 일본의 고향(후루사토) 납세제도의 운영 사례를 참고하여 민간 기금 조성 방안을 제시하였음.

표 2-2. 무역이득공유제 관련 정부 수행 연구용역 목록

용역주제	용역시점	주관기관	수행기관
무역이득공유제 도입 가능성 연구	2015년 6월	산업통상자원부	대외경제정책연구원, 산업연구원, 한국농촌경제연구원, 한국해양수산개발원
무역이득공유제 논의에 대한 검토	2015년 6월	농림축산식품부	(사) 한국농업경제학회

- 한·중 FTA 여야정협의체 논의 결과, 민간 기업 등의 자발적 기부금을 재원으로 매년 1천억 원 씩 10년간 총 1조 원 규모의 기금을 조성하여 농어업과의 상생협력 및 지원사업을 수행하기로 합의함('15.11.30).

[참고] 여야정 합의문 주요 내용('15.11.30)

- ① 무역이득공유제 대안으로 민간기업, 공기업, 농·수협 등의 자발적 기부금을 재원으로 매년 1천억 원 씩 10년간 총 1조 원의 기금을 조성하여 농어업과의 상생협력 및 지원사업을 수행하도록 한다.
- ② 동 기금은 기존 대·중소기업협력재단에서 관리·운영하고, 동 재단 사업에 준하는 세제 등의 인센티브를 부여한다. 이를 위해 「자유무역 협정 체결에 따른 농어업인 등의 지원에 관한 특별법」과 「조세특례 제한법」을 즉시 개정한다.
- ③ 만일 자발적 기금 조성액이 연간 목표에 미달할 경우 정부는 그 부족분을 충당하도록 필요한 조치를 한다.
- ④ 농어업과의 상생협력 및 지원사업을 위해 재단 내에 농어업인 등 관계자·전문가를 영입하여 별도의 본부를 구성하고, 기금은 독립회계로 운영한다.
- ⑤ 재단은 농어촌 자녀들을 위한 장학사업, 농어촌 의료·문화 지원 사업, 주거생활 개선사업, 농수산물 상품권사업 등을 추진한다.
- ⑥ 동 사업내용을 반영하기 위해 재단 명에 “농어업”을 추가하는 방식으로 이를 변경하고, 「대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률」을 개정한다.

- 제19대 국회 여야정 협의 후속조치로 상생협력기금 관련 3개의 법률안이 발의되었으나 임기 만료로 폐기되었다가, 제20대 국회에서 의원입법으로 다시 발의('16.6.24)

□ 제20대 국회 발의된 법률안 주요 내용

- 「조세특례제한법」과 「상생협력법」 개정안은 여야 공동 발의되었으나, 「자유무역협정 체결에 따른 농어업인 등의 지원에 관한 특별법」 개정안은 여야 개별 발의되었으며, 일부 내용에 차이가 있음.

표 2-3. 제20대 국회 발의된 법률안 주요 내용

법률	주요내용	소관 상임위
자유무역협정 체결에 따른 농어업인 등의 지원에 관한 특별법	<ul style="list-style-type: none"> • 농어촌상생협력기금 설치 • 대·중소기업·농어업협력재단이 기금 관리·운용 • 피해보전직불제 보전비율 상향: 90 → 95% 	농해수위
대중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률	<ul style="list-style-type: none"> • 재단명칭 변경: 대·중소기업협력재단 → 대·중소기업·농어업협력재단 • 재단업무에 기금 관리·운용 업무 추가 	산업위
조세특례제한법	<ul style="list-style-type: none"> • 농어촌상생협력기금 출연시 출연금에 대한 7% 법인세 공제 혜택 부여 	기재위

표 2-4. 『FTA 농어업법』 여야 발의안 차이

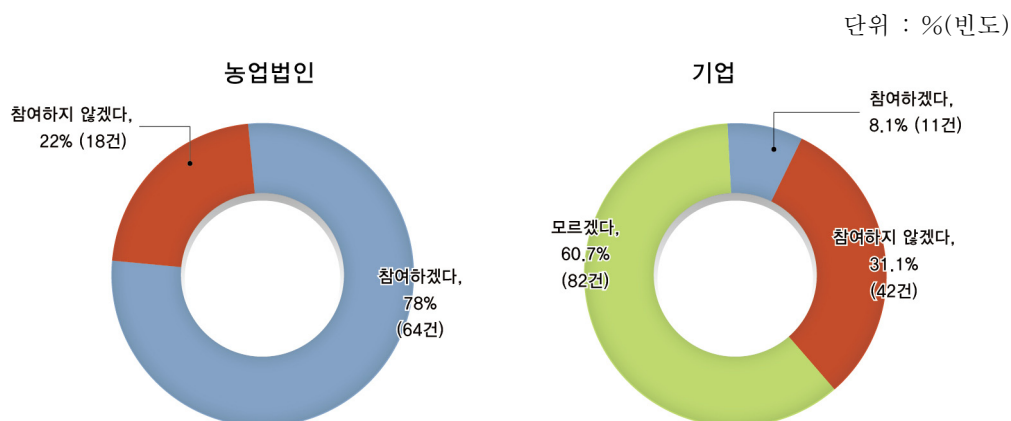
쟁점	홍문표 의원 대표발의안	이개호 의원 대표발의안
① 상생기금 구성목표액	<ul style="list-style-type: none"> • 명문화 없음 (자율적 모금 취지 존중) 	<ul style="list-style-type: none"> • 부칙에 ‘매년 1,000억원 씩 10년간 총 1조원 조성’ 명기
② 목표액 미달 시 정부 필요조치	<ul style="list-style-type: none"> • 명문화 없음 	<ul style="list-style-type: none"> • 부칙에 ‘정부가 부족분을 충당 하도록 필요조치를 한다’는 내용 명기
③ 상생기금 조성	<ul style="list-style-type: none"> • 정부 외의 자의 출연금으로 조성 	<ul style="list-style-type: none"> • 제18조의2③에 정부와 정부 외의 자의 출연금으로 조성 * 부족분을 재정으로 충당하려는 의도
④ 기금 운영주체	<ul style="list-style-type: none"> • 대·중소기업·농어업 협력재단 	<ul style="list-style-type: none"> • 제18조의2②에 대·중소기업·농어업 협력재단 내 기금 운영위원회와 운영분부를 설치, 기금 운영

2.2. 제도의 의의

□ 기업의 기부 참여에 유리한 조건을 제시함으로써 농촌 활성화를 위한 새로운 재원 투입 기대

- 농어촌 상생협력기금 도입을 계기로 농촌 활성화에 투입되는 재원이 다변화·확대되는 효과를 얻을 것으로 예상됨.
 - 농어촌 상생협력기금은 기존의 기부금과 비교해서 기부 기업에 여러 가지 유리한 조건들을 제공하게 되므로 기업의 농업·농촌 기부 참여를 유도하는 효과가 발생할 것으로 기대
 - 기금이 제도화되기 전에는 기업들의 농업·농촌 공헌활동 참여 의지가 적극적이지 않거나 구체적인 참여 방안도 마련되지 않았는데, 상생협력기금을 통해 이런 상황을 타개해갈 수 있으리라 기대됨.
- * 일례로 농업법인과 기업을 대상으로 농업 부문과의 상생협력 참여 의향을 조사한 기존 연구('15년 KREI 조사)에 따르면, 농업법인의 78%가 참여 의지가 있다고 대답한 반면, 기업의 경우 8.1%만이 참여 의지가 있다고 밝힌 바 있었음(이계임 외 2015).

그림 2-9. 상생협력 참여 의향



자료: 이계임 외(2015), 『농업과 기업의 상생협력 제도화 방안』, 한국농촌경제연구원

□ 분산적인 기존 기업 사회공헌활동의 도약과 시너지 창출

- 그동안 기업의 사회공헌활동은 개별적·분산적으로 진행되었으며, 농업·농촌 부문에서도 일사일촌 자매결연과 같이 일회적인 교류 활동 중심으로 이루어져 지속적인 성과 창출에는 제한이 있었음.
 - 이전에도 기업과 농업·농촌 분야 간의 상생·협력 필요성이 제기되었지만, 이를 구체화시킬 해법과 아이디어가 충분치 않아 형식적인 자매결연 중심으로 공헌활동이 진행되었다는 한계가 있었음.
- 농어촌 상생협력기금이 도입되어 농업·농촌에 기업이 공헌할 수 있는 다양한 가능성과 사업 방향, 아이템 등을 제시해줌으로써 기존 농촌 사회공헌사업의 한계를 극복하고 농촌 사회공헌활동이 새롭게 도약할 수 있는 계기가 마련됨.
 - 기존에 개별 기업들이 분산적으로 진행하던 사회공헌활동에 비해 농업·농촌 분야에서의 시너지 창출에도 유리한 조건이 마련될 것으로 기대됨.
 - 기업 입장에서는 이전과 비교해서 농업·농촌 활성화를 위한 역할을 대외적으로 홍보함에 있어서도 보다 유리할 것으로 예상됨.
- 중장기적으로는 기업이 선호할 사업 아이템을 발굴, 확산하는 효과도 기대할 수 있음.
 - 단순히 사회 공헌적 성격의 활동만 추진하는 데 그치지 않고, 기업의 장래 비즈니스 분야 확대에 기여할 사업 아이템을 발굴하도록 유도하는 효과를 낼 수 있음.
 - 또한 제도가 효과적으로 활용된다면 미래 농업 부문 성장 동력 개발에 기업 참여를 유도할 수 있는 잠재력도 발휘할 것으로 기대됨.

□ 농촌 활성화에 대한 일반 국민들의 참여 기회 확보

- 기업뿐 아니라 도시민들이 기부 활동에 참여하도록 유도함으로써 농업·농촌에 대한 범국민적인 관심을 확산시키는 계기가 될 수 있음.
- 장래 농업·농촌 분야의 정책 지원이 지속적으로 이루어져야 한다는 국민적인 공감대를 형성하는 데 상생협력기금이 기여할 가능성을 지님.
- 이전에는 정부나 지자체의 공공 투자 중심으로만 농업·농촌에 대한 지원이 이루어졌지만, 앞으로 선진국과 마찬가지로 우리도 국민들의 자발적 참여에 의해 농촌 활성화를 도모할 필요성이 높아지고 있음.
- * 일본에서 NPO 등을 중심으로 자원봉사 조직이 참여하는 각종 지역 활성화 기금 활용 사례 증가
- * 영국에서도 자원봉사 및 기부 활동을 통해 농촌을 활성화하는 시도가 꾸준히 이어짐.

□ 기존 농업·농촌 분야에서 진행되었던 사회공헌활동의 발전적 계승

- 시행 초기에 붐을 이루었으나 정체 상태에 이른 일사일촌 등의 활동 성과와 한계를 진단하여 이를 발전적으로 계승하는 계기로 삼아야 함.
- 일사일촌 운동의 경우 도입 초기 자매결연 건수가 급증하다가 이후 정체한 경향이 있음.
- * 그동안 시행한 일사일촌 교류활동 실적을 분석한 결과 일정 수준 이상의 지속적 활동이 이루어지는 마을은 전국 대비 3% 가량을 차지하며, 대부분 마을은 형식적이고 일회성의 활동을 수행하는 것으로 파악됨(이규천 외 2012).
- 형식적인 교류 활동을 벗어나서 주민과 농촌 지역사회가 관심을 갖고 참여할 수 있는 사업 모델을 개발하는 것이 농촌의 수요자뿐 아니라 기부 주체인 기업 입장에서도 중요한 과제로 대두됨.

□ 농촌의 현안에 대응하는 새로운 방식의 해법 모색

- 농촌에는 정부 및 지자체의 공공 투자만으로 대응할 수 없는 현안들이 증가하고 있으며, 민간 기금을 통한 유연하고 다양한 활동 추진 요구가 높음.
 - 자원봉사 단체 등의 자발적인 활동 촉진 및 이를 매개할 수 있는 민간 주체들의 활동 영역 확보 등에 기금을 활용하는 것이 효과적
 - 또한 부처별 지원 사업에 한정하지 않고 유연한 지원 수단을 확보할 필요성도 높음.

- 농어촌 상생협력기금을 통해 기업의 사회공헌활동을 촉진시킴으로써, 그동안 정부만으로는 충분히 대응할 수 없었던 농어촌 지역의 정책과제들을 민간 부문과 협력하여 해결할 수 있는 해법을 마련할 수 있음.
 - 인구 과소화 및 고령화 심화에 따라 농어촌지역의 복지 서비스 수요가 증가하고 있음. 주민 생활 서비스 제공을 위한 농촌 활성화 재원을 다변화 하고 민간 부문의 참여를 유도하여 이런 서비스 수요에 대응할 수 있는 방안을 마련함.

제 3 장

국내 기부 및 사회공헌활동

1. 기부 및 사회공헌활동 현황

1.1. 사회공헌활동 지출 현황

□ 국세청에 신고된 개인과 법인의 기부 총액⁹⁾

- 국세청에 신고된 개인과 법인의 기부 총액은 2014년 기준으로 총 14조 6천억 원으로 전년도에 비해 2조 천2백억 원 증가한 수치이며, 기부 총액은 2008년부터 지속적으로 증가하고 있음.

9 국세청의 『국세통계연보』를 참고한 자료로, 해당 자료는 소득공제 신고자료를 집계하기 위한 목적으로 작성된 것으로, 세법상 소득공제 대상이 아니거나 신고되지 않은 기부금은 포함되어 있지 않음.

표 3-1. 연도별 국세청 기부금 신고 현황

단위: 조 원

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
근로소득자	4.27	4.64	4.86	5.18	5.54	5.58	7.74
종합소득자	1.40	1.51	1.67	1.90	2.19	2.25	1.95
개인 기부금	5.67	6.15	6.53	7.09	7.73	7.83	9.69 (66.3%)
법인 기부금	3.38	3.46	3.50	4.07	4.11 (34.7%)	4.65 (37.3%)	4.91 (33.6%)
기부금 총액	9.05	9.61	10.03	11.15	11.84	12.48	14.60 (100%)

주: 1) 기부금은 세법상 '종교적 헌금', '정치후원금', '노조비' 등과 같이 기부금 영수증 발행이 가능한 기부활동도 포함함.

2) 근로소득자의 기부금은 소득공제를 받은 금액으로, 연말정산 시 신고한 기부금액과는 차이가 있음.

자료: 국세청(각 연도), 『국세통계연보』

□ 15세 이상 개인의 기부 참여 현황¹⁰

- 15세 이상 개인을 대상으로 조사한 결과, 지난 1년간(조사일 기준) 현금기부 또는 현물기부를 해 본 경험이 있는 사람은 29.9%로 집계되어, 2011년부터 지속적으로 감소하는 것으로 나타났으나, 1인당 평균 참여 횟수와 1인당 평균 기부금액은 지속적으로 증가하고 있음.
- 1인당 평균 기부금액의 경우 2015년에는 2013년에 비해 111,000원 상승한 것으로 조사되었음.

¹⁰ 통계청의 『사회조사』를 참고한 자료로, 『사회조사』는 복지, 사회참여, 문화와 여가, 소득과 소비, 노동 등 총 5개의 분에 대해 2년 주기로 조사가 진행되며, 2015년 조사는 전국 약 18,576 표본 가구 내의 만 13세 이상 가구원을 대상으로 2015년 5월 14일부터 2015년 5월 29일까지 16일간 조사를 진행하였음. 본 연구에서는 『사회조사』의 내용 중 '사회참여' 분야의 조사내용을 참고하였음.

표 3-2. 15세 이상 개인의 기부참여 현황

구분	총 기부 참여율 (%)	현금기부			물품기부	
		현금기부 참여율 (%)	1인당 평균참여 횟수(회)	1인당 평균 기부금액 (원)	물품기부 참여율 (%)	1인당 평균참여 횟수(회)
2011년	36.4	34.4	6.2	174,000	8.6	3.5
2013년	34.6	32.5	6.3	199,000	5.9	3.3
2015년	29.9	27.4	7.7	310,000	6.2	3.2

자료: 통계청(각 연도), 『사회조사』

□ 매출액 상위 기업의 사회공헌활동 현황¹¹

- 2013년, 2014년 조사 대상에 해당하는 231개사의 사회공헌 지출 비용은, 2008년부터 증가 추세를 유지하였으나 2013년부터 총 지출액과 평균 지출액 모두 감소하는 것으로 조사됨.

표 3-3. 연도별 기업 사회공헌 지출 규모

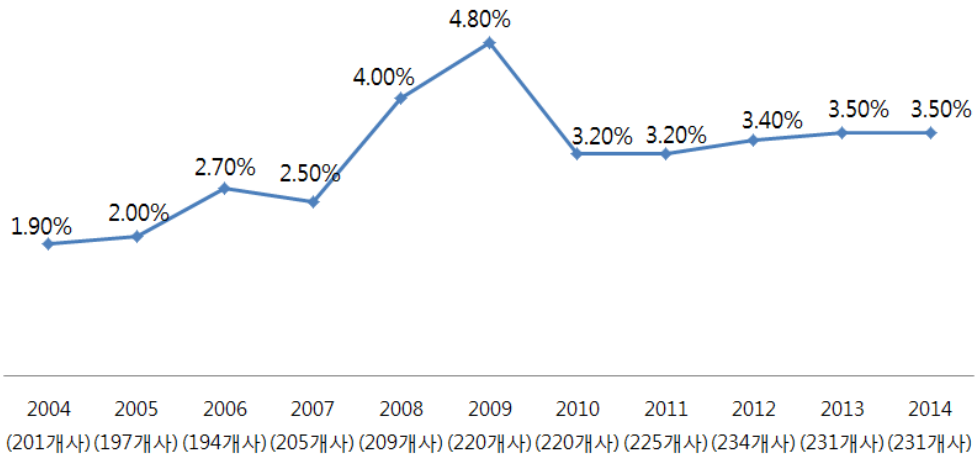
단위: 백만 원

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
조사대상	209개사	220개사	220개사	225개사	234개사	231개사	231개사
총지출액 규모	2,160,141	2,651,756	2,873,505	3,088,382	3,253,478	2,772,764	2,670,835
평균지출액 규모	10,336	12,053	13,061	13,726	13,903	12,003	11,562

자료: 전국경제인연합회, 『2015년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서』

11 전국경제인연합회의 『주요 기업·기업재단 사회공헌백서』를 참고한 자료로, 매출액 상위 500대 기업 중 설문에 응한 231개사를 대상으로 2013년과 2014년도의 사회공헌 규모, 사회봉사 실적 및 제도, 사회공헌 인식 등을 조사하였음. 본 조사는 1998년부터 지속적으로 이루어지고 있음.

그림 3-1. 매출액 상위 기업의 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율



자료: 전국경제인연합회, 『2015년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서』

- 연도별 세전이익(경상이익) 대비 사회공헌 지출 비율을 살펴보면, 2010년 이후 지속적으로 증가하고 있음.
- 세전이익 대비 사회공헌 지출 비중을 일본과 비교해보면, 일본에 비해 우리 기업의 사회공헌 지출 비율이 높다고 판단할 수 있음.
- * 세전이익 대비 사회공헌 지출비율('14): 한국 3.50%(231개사) vs 일본 1.97%(329개사)¹²

12 경제단체연합회(일본), 2014년 사회공헌 실적조사결과

□ 기업재단의 사회공헌활동 현황¹³

- 조사 대상 기업재단의 2014년 지출액은 총 3조 33백억 원으로 본 조사가 시행된 2010년부터 지속적으로 증가하다가 2014년 조사 결과 전년도에 비해 감소한 것으로 나타남.

표 3-4. 연도별 기업재단 지출 규모

단위: 백만 원

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
조사대상	64개사	70개사	65개사	62개사	66개사
총 지출액	2,700,766	2,856,636	2,999,908	3,194,774	3,337,925
평균 지출액	42,223	42,636	46,872	51,529	50,575

자료: 전국경제인연합회, 『2015년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서』

□ 중견·중소기업 사회공헌 현황¹⁴

- 조사에 응한 국내 중견·중소기업 210개 기업 중 2014년도에 사회공헌 활동을 수행했다고 답한 기업의 비율은 71.9%이며, 매출액과 세전이익이 높은 업체일수록 사회공헌활동에 참여하는 비율이 높은 것으로 나타남.
 - * 조사 대상 기업 중 사회공헌활동 수행 기업: 210개 기업 중 151개 기업(71.9%)
 - * 매출액 4천억 원 이상 기업 중 사회공헌 수행 기업: 81개 기업 중 66개 기업 (81.5%)
 - * 세전이익 300억 원 이상 기업 중 사회공헌 수행 기업: 44개 기업 중 38개 기업(86.4%)

13 전국경제인연합회의 『주요 기업·기업재단 사회공헌백서』를 참고한 자료로, 총 66개의 기업재단을 대상으로 2014년도의 사업비 지출액, 사업분야 및 분야별 지출액, 사업내용 등을 조사하였음. 본 조사는 2010년부터 지속적으로 이루어지고 있음.

14 사회복지협의회 사회공헌정보센터의 『중견·중소기업 사회공헌 백서』를 참고한 자료로, 매출액 상위 501위~1,000위 기업 중 설문에 응답한 210개의 기업을 대상으로 2015년 9월 17일부터 2015년 10월 20일까지 사회공헌활동 실시 현황, 비용, 성과 만족도 등을 조사하였음.

1.2. 사회공헌활동 내용

□ 15세 이상 개인의 기부 참여 방식

- 기부 참여자의 기부 경로를 확인해보면, 기부 참여자들은 종교단체, 언론단체 등과 같이 기부사업을 부수적으로 하는 기관보다는 기부사업을 주요 목적으로 하는 전문 기부단체를 통한 기부활동을 선호하는 것으로 나타남.

표 3-5. 15세 이상 개인의 현금 및 물품 기부경로

단위: %

구분		대상자에게 직접	언론기관	모금단체/물품 후원단체	종교단체	직장(기업)	기타
현금 기부	2011년	12.5	22.6	47.6	21.9	14.3	5.9
	2013년	12.8	12.2	57.8	18.1	16.8	2.8
	2015년	15.4	8.1	56.3	23.4	14.1	2.7
물품 기부	2011년	30.4	4.6	23.6	35.8	12.9	3.9
	2013년	32.1	2.4	36.7	24.3	8.7	3.6
	2015년	31.3	1.8	40.6	22.7	9.8	2.6

자료: 통계청(각 연도), 『사회조사』

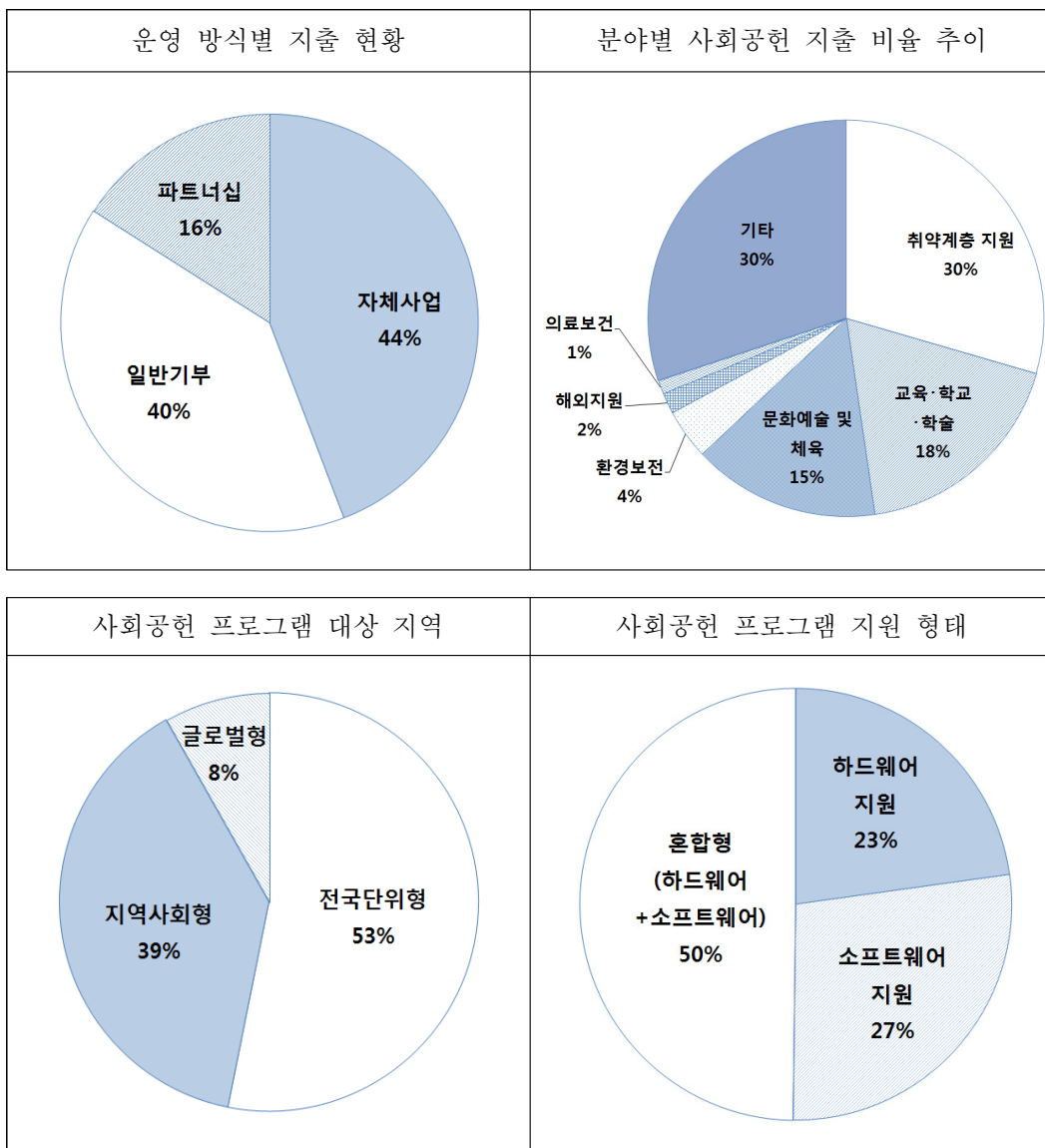
□ 매출액 상위 기업의 사회공헌활동 내용

- 사회공헌 운영방식별 지출 현황을 살펴보면, 2014년도에는 자체사업을 통한 운영이 44.2%로 가장 많았고, 일반기부가 39.8%, 외부와 협업을 통해 진행되는 사업인 파트너십이 16.0%를 차지하고 있음.
- 대표 사회공헌 프로그램의 대상 지역 구분을 보면, 2개 이상의 광역시·도를 대상으로 하는 전국 단위형 프로그램이 53.2%, 사업장이 위치한 지역 또는

특정지역에 한정하여 운영하는 지역사회형 프로그램이 38.7%, 글로벌 단위로 운영하는 글로벌형이 8.2%인 것으로 조사됨.

그림 3-2. 2014년 주요 기업의 사회공헌 프로그램 운영 방식 및 내용

(대표 프로그램 334개 기준, 중복응답 포함)



자료: 전국경제인연합회, 『2015년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서』

□ 기업재단의 사회공헌활동 내용

- 2014년 기업재단의 사회공헌 분야별 지출 현황 및 참여 현황을 살펴보면, 농어촌지역을 대상으로 한 사회공헌활동을 포함하여 의료보건, 사회복지, 교육 등 다양한 분야에서 공헌활동을 진행하고 있음.
 - 본 조사에서는 농어촌에 대한 사업비 지출이 타 분야에 비해 저조하게 책정되었음.
 - 이는 농어촌 봉사활동이나 직거래 등만 농어촌 분야에 대한 공헌활동으로 집계된 것이기 때문에 실제 수행된 농어촌 분야의 사회 공헌활동보다 낮은 비중으로 산출된 것으로 판단됨.
 - 즉, 농어촌지역을 대상으로 한 사회공헌활동임에도 불구하고 본 조사의 분류 항목에 해당하는 ‘의료보건’, ‘사회복지’, ‘교육’, ‘문화예술’, ‘환경’, ‘응급’ 등의 분류로 집계되어, 농어촌 지역에 대한 기업재단의 실제 지출 및 참여보다 낮게 책정된 것으로 보임.

표 3-6. 2014년 기업재단 분야별 지출 비중 및 참여 현황

단위: %

구분	의료 보건	사회 복지	교육	문화 예술	환경	농어 촌	체육	해외	응급	자립 지원	기타
사업비 지출 비중	90.5	3.5	3.0	1.9	0.4	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
분야별 참여 현황 (중복응답)	13.6	48.5	68.2	28.8	7.6	3.0	1.5	9.1	3.0	1.5	30.3

자료: 전국경제인연합회, 『2015년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서』

□ 중견·중소기업 사회공헌 내용

- 조사에 응한 국내 중견·중소기업 210개 기업 중 2014년도에 사회공헌 활동을 수행했다고 답한 기업이 수행한 사회공헌활동 분야를 살펴보면, 농어촌 지원 분야의 경우, 사회공헌활동을 수행하고 있는 기업 중 11.9%가 2014년 한 해 동안 지원한 것으로 조사되었으며, 조사 대상 기업의 12.6%가 향후 사회공헌활동으로 농어촌 지원을 하고 싶다고 답함.

표 3-7. 2015년 중견·중소기업의 사회공헌 지원 분야 비율

단위: %

구분	사회복지	보건 의료	학술 장학	문화 예술	스포츠	환경 보호	응급재난 구호	농어촌 지원	해외 구호	기타
지원한 분야	88.7	11.9	18.5	15.2	7.9	17.9	12.6	11.9	15.2	4.6
지원 의향이 있는 분야	86.8	13.2	17.9	15.9	6.6	21.2	7.3	12.6	15.2	1.3

자료: 사회복지협의회 사회공헌정보센터, 『2015 중견·중소기업 사회공헌백서』

- 국내 중견·중소기업이 사회공헌활동을 가장 많이 하는 대상으로는 ‘지역 사회’로 80.1%를 차지하였으며, 그 다음으로 사회복지시설이 60.9%, 학교가 11.9%인 것으로 나타남.
 - 특히 중견·중소기업은 사회공헌활동 시 중요한 고려 요소로 응답 기업 중 85.4%가 ‘사회적 요구 및 지역사회 필요성’을 가장 중요한 요소로 꼽고 있다는 점에서, 지역사회를 대상으로 한 사회공헌활동을 중요하게 생각하고 있는 것으로 보임.

1.3. 사회공헌활동에 대한 인식

□ 15세 이상 개인의 사회공헌활동에 대한 인식

- 15세 이상 국민을 대상으로 한 통계청의 ‘2015 사회조사’에서 전체 응답자의 70.1%가 지난 1년간 기부한 경험이 없다고 답하였음.
- ‘경제적 여유 부족’과 ‘무관심’을 응답한 경우를 제외하고 기부할 의향이 있음에도 기부를 하지 않는 가장 큰 이유는 ‘기부단체를 신뢰할 수 없어서’인 것으로 나타남. 해당 항목은 2013년 조사에 비해 2015년 조사에서 그 비율이 상승하기도 함.

표 3-8. 15세 이상 개인의 기부하지 않는 이유

단위: %

구분	경제적 여유가 없어서	기부에 대한 관심이 없어서	기부단체를 신뢰할 수 없어서	직접요청을 받은 적이 없어서	기부 방법을 몰라서	기타
2013년	60.9	18.3	8.2	7.8	4.2	0.6
2015년	63.5	15.2	10.6	7.1	3.5	0.2

자료: 통계청(각 연도), 『사회조사』

- 통계청의 ‘2015 사회조사’에서 기부 문화 확산을 위해 가장 필요한 것이 무엇인지에 대해 조사한 결과, 2013년 조사에 비해 2015년 조사에서 기부 문화 확산을 위해 필요한 부분으로 비율이 가장 많이 상승한 항목은 ‘기부단체의 자금 운영 투명성 강화’였음.

* 기부단체의 자금 운영 투명성 강화: (‘13) 19.6% → (‘15) 20.5%

□ 기업의 사회공헌활동에 대한 인식

- 기업의 사회공헌활동의 저해요인 및 애로사항으로, 매출 상위 500대 기업에 대한 조사와 중견·중소기업(매출 상위 501대 기업~1,000대 기업)에 대한 조사 모두에서, ‘전문성 부족’이 주요 요인으로 조사되었음.

표 3-9. 기업의 사회공헌활동 저해요인 및 애로사항

단위: % / 중복응답

매출 상위 500대 기업 조사 결과				중견·중소기업 조사 결과	
사회공헌 내부 저해요인		사회공헌 외부 저해요인		사회공헌활동 추진의 애로사항	
내부 임직원 관심 부족	19.8	외부의 선심성 지원요구	25.4	인력 및 예산 부족	70.9
자체 사업을 위한 예산 부족	17.3	반기업 정서로 인한 왜곡된 시선	17.2	사내 공감대 및 협조 부족	64.2
사회공헌 관련 이슈에 대한 전문성 부재	13.2	NPO/사회문제에 대한 체계적 정보 부족	16.4	전담부서 등 전문성 부족	42.4
단기 성과 위주 평가	12.8	나눔 활동에 대한 사회적 무관심	16.0	사회적 분위기의 비활성화	19.9
담당 인력/전담부서 부재	11.1	외부기관과의 파트너십 어려움	10.7	사회공헌 활동 관련 법·제도 및 정부 지원책 부족	14.6
전사 차원 지원 및 자원 활용에 대한 부재	7.8	법/제도로 인한 제약	4.5	반기업 정서 등 외부의 왜곡된 시선	2.0
사회공헌 업무에 대한 내부 매뉴얼 부족	6.2	학계의 사회공헌에 대한 체계적 연구 미흡	3.3	기타	2.0
CEO 의지 부족	4.1	기타	6.6		
기타	7.8				

자료: 전국경제인연합회, 『2015년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서』
 사회복지협의회 사회공헌정보센터, 『2015 중견·중소기업 사회공헌백서』

- 매출 상위 500대 기업을 대상으로 사회공헌활동에 있어서의 파트너십에 대해 조사한 결과, 파트너십 선호 대상으로 NPO(55.6%), 정부/지자체(19.1%)를 가장 많이 꼽았음,
 - 파트너십을 추진하는 이유로는 ‘관련 분야의 전문성 활용(63.2%)’이 가장 많았고, ‘대외적 투명성·신뢰성 확보(21.3%)’가 그 뒤를 이었음.
 - * 파트너십 선호 대상(중복응답 포함): NPO(55.6%), 정부/지자체(19.1%), 학계/연구소(4.3%), 타 기업(1.2%), 기타(19.8%)

표 3-10. 기업의 사회공헌활동 시 파트너십 추진 이유 및 방안

단위: % / 중복응답

파트너십 추진 이유		원활한 파트너십 방안	
관련분야 전문성(경험/네트워크 등) 활용	63.2	파트너 기관의 기업 생리에 대한 이해 제고	25.6
사회공헌에 대한 대외적 투명성/신뢰성 확보	21.3	기업-외부 기관 간 지속적 네트워크 장 마련	24.8
내부 전담 인력 부족	5.1	사업 추진을 위한 외부 기관 역량 강화	13.5
기부금 처리 용이	4.4	파트너십 매뉴얼 개발	11.3
내부설득 용이	0.7	외부 기관 정보 인프라 구축	8.3
기타	5.1	파트너 단체의 투명성	6.8
		기타	2.2

자료: 전국경제인연합회, 『2015년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서』

1.4. 시사점

□ 한국의 기부 문화는 지속적으로 확산 추세

- 개인 기부 규모와 기업의 사회공헌 규모는 2000년대 들어서 지속적으로 확대되고 있으며, 특히 기업의 사회공헌 지출 비율은 일본보다 앞서는 것으로 나타남.

- 국세청에 신고되는 기부 금액의 총액은 지속적으로 상승하고 있으며, 15세 이상 개인 1인의 기부 액수와 기부 횟수 모두 지속적으로 상승하고 있음.
- 기업의 경우, 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율이 일본보다 높은 것으로 나타남.

□ 농어촌 상생협력기금이 기업에게 효과성과 효율성이 높은 사회공헌활동의 한 방안으로 인식되는 것이 중요

- 하지만 매출 상위기업과 기업재단의 2013년~2014년의 사회공헌 지출액이 감소하는 것으로 나타나, 심화되고 있는 대내외 불확실성으로 인해 기업의 사회공헌활동 분야의 지출이 다소 위축되는 모습을 보이고 있음.
 - 이러한 상황에서 기업은 사회공헌활동에 있어서 효율성이 높은 방향으로 선택과 집중을 할 가능성이 큼.
- 농어촌 상생협력기금에 기업의 참여를 활성화하기 위해서는, 기업에게 농어촌 상생협력기금에의 참여를 통한 세금 감면 및 홍보 등의 다양한 혜택을 제공해야 할 것임.
 - 더불어 기업이 기금에 참여하는 것이 지역사회에 대한 효과성도 높은 사회공헌활동을 수행하는 것이라는 인식을 주어야 함.
 - 특히, 기업들이 지금까지 농어촌지역에 대한 사회공헌활동을 진행해 왔음에도 불구하고, 그 성과가 제대로 평가되지 못한 경향이 있었음.
 - 기업의 농어촌지역에 대한 사회공헌활동이 농어촌 상생협력기금을 통해 이루어짐에 따라, 농어촌에 대한 기업의 역할과 성과들이 더 명확하게 제시되고 정당한 평가를 받을 수 있을 것으로 보임.

□ 기존의 농촌사회공헌활동 성과를 발전적으로 계승하면서 새로운 사업 분야 개발

- 기업이 지역사회를 대상으로 진행해온 기존 사회공헌활동이 상생협력 기금의 틀 내에서 어떻게 농촌에 연결될 수 있도록 할지에 대한 방안 마련이 필요함.
 - 농어촌 상생협력기금 도입으로 새로운 사업 효과는 저조하면서, 기존의 수혜 계층 또는 지역사회에 대한 기업의 지원만 중단되는 상황을 초래해서는 안 될 것임.
- 그동안 진행되었던 기업 농촌사회공헌활동의 성과를 계승하면서 농어촌에 새로운 편익이 창출되도록 할 필요가 있으며, 다양한 분야의 도농 상생 프로그램을 도입하는 방향으로 기금 사업을 구상해야 함을 시사함.

□ 전문성·투명성을 지닌 기금 사업 주체 필요

- 개인 및 기업의 공헌활동 모두 모금단체·후원단체 등의 파트너 단체를 활용하는 경우가 직접 활동이나 자체사업보다 많음.
 - 특히, 기업의 경우 기업 자체적으로 사회공헌활동에 대한 전문성과 전문인력이 부족하다는 판단 하에 파트너십을 통한 사회공헌활동을 선호하고 있음.
- 상생협력기금 운영 시에도 개인 기부자 및 기업이 파트너 단체에게 요구하는 바가 무엇인지 파악하여 이러한 요구를 충족시켜주는 것이 필요함.
 - 개인 기부자의 경우, 모금단체·후원단체의 투명성에 대한 신뢰도가 기부에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 보임.
 - 기업의 경우, 파트너 단체를 활용하는 가장 큰 이유는 전문성이며, 파트너 단체에게 요구하는 바는 파트너 기관의 기업 생리에 대한 이해 제고인 것으로 조사됨.
- 농어촌 상생협력기금이 농어촌 활성화에 기여하기 위해서는, 기금 운영의 전문성과 투명성을 확보할 필요가 있으며, 특히 기업과의 원활한 소통 능력 등을 갖춘 파트너 단체의 역할이 요구됨.

2. 농어촌 사회공헌활동 사례

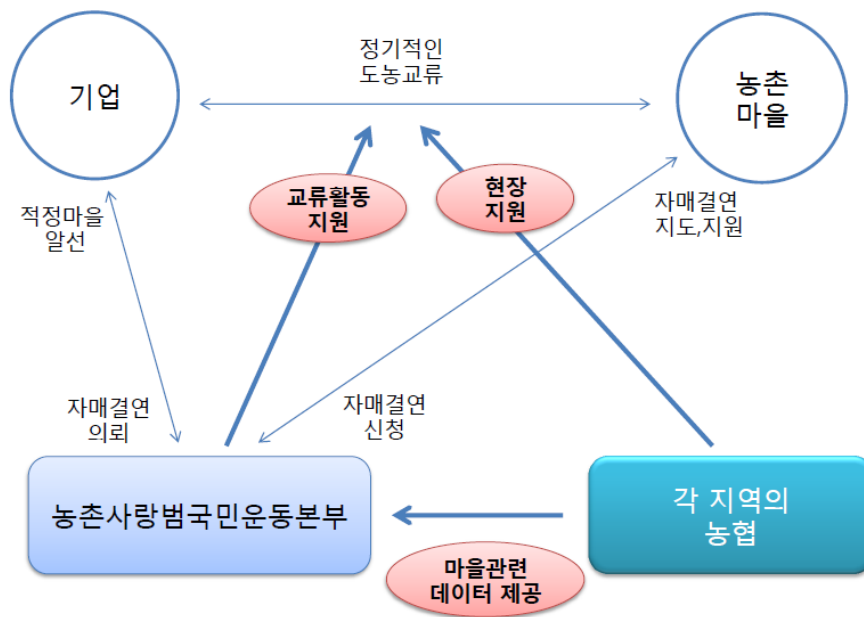
2.1. 공익단체의 농어촌 관련 사회공헌활동

□ 농촌사랑범국민운동본부 - 일사일촌 운동

- 농촌사랑범국민운동본부는 농촌사랑운동을 진행하기 위해 2006년 3월에 설립된 농협 산하의 사단법인으로, 농업인의 삶의 질 향상을 위한 다양한 활동을 추진하고 있음.
- 농촌사랑범국민운동본부에서 진행하고 있는 사업 중 대표적인 사회공헌 활동은, ‘경제단체(기업체)협력사업 전개’의 일환으로 2006년부터 추진하고 있는 ‘일사일촌 운동’임.
 - ‘일사일촌 운동’이란, 도시와 농촌의 교류 활성화를 주요 목적으로 하며, 사업체와 농촌 마을이 자매 결연을 맺고 농촌 일손 돕기, 농산물 직거래, 농촌 체험 및 관광 등의 교류활동을 진행하는 방식의 도농교류 운동임.
- ‘일사일촌 운동’을 추진하는 데 있어서 농촌사랑범국민운동본부는 기업과 마을의 자매결연을 체결할 수 있도록 중개 역할을 하고 있으며, 지역 농협이 각 마을의 현장에서 원활한 교류활동이 가능하도록 지원하는 역할을 하고 있음.
 - 농협 산하 기관인 농촌사랑범국민운동본부가 기업과 마을을 중간에서 매칭하고, 자매결연을 관리하는 역할을 맡고 있음. 기업과 마을에 자매결연 신청을 받거나, 자매결연을 독려하고, 각 기업과 농촌마을의 요구가 합치되는 기업과 마을을 매칭하여 자매결연의 체결을 추진함.
 - 지역 농협에서는 자매결연을 추진하는 데 필요한 마을의 인구구성, 시설, 주민의 요구 등 마을에 대한 자세한 데이터들을 제공해주고 있음. 또한

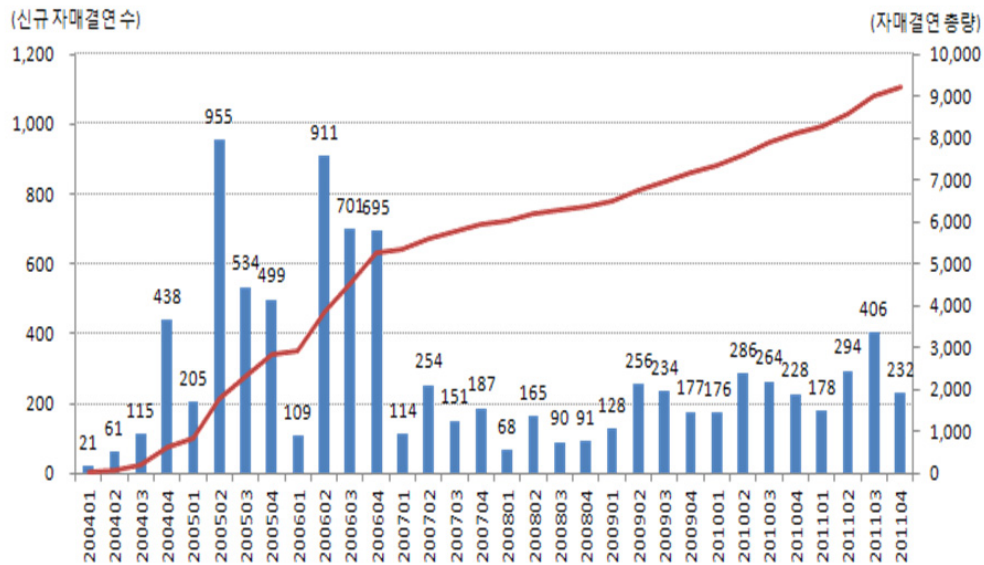
각 지역의 현장에서 기업이 방문했을 시 안내해주거나, 마을주민과 기업의 교류활동에 필요한 다양한 부분들을 지원해주는 역할을 하고 있음.

그림 3-3. 일사일촌 운동 추진체계



- 국내 100대 기업 중 70여 개의 기업이 농촌 마을과 자매결연을 맺고 교류 활동을 진행하고 있으며, 자매결연 업체는 2012년부터 지속적으로 증가하여 2015년 10월 기준으로 총 10,511쌍의 기업과 마을이 ‘일사일촌 운동’을 진행하고 있음(농촌사랑범국민운동본부 내부자료 참조).
- 교류 액수 및 건수 기준으로 2015년에 가장 활발하게 진행된 부분은 ‘직거래’로, 액수로는 277억 원이며 건수로는 9,337건으로 조사됨.
- * 일사일촌 자매결연 업체 수: (‘12) 9,627쌍 → (‘13) 10,446쌍
→ (‘14) 11,195쌍 → (‘15) 10,511쌍

그림 3-4. 연도별, 분기별 자매결연 수 변화 추이



자료: 이규천 외(2012), 『일사일촌 농촌사랑 운동의 추진 실태와 발전 전략』, 한국농촌경제연구원

- 교류활동 내용을 확인해보면, 농번기 일손 돕기가 가장 많은 부분을 차지하고 있으며, 그 외에 방문행사, 농산물 구매, 물품기부, 봉사활동 등 다양함.
- 하지만 대부분 일회성의 행사 중심이라는 점과 개별 마을 수준의 교류 활동이라는 점에서 지속적인 성과를 창출하는 데 한계를 지니고 있음.

표 3-11. 일사일촌 교류 실적

단위: 백만 원, 건수

구분	직거래 (건수)	일손돕기 (건수)	봉사활동/ 시설개선 (건수)	농촌체험 등 (건수)	발전기금 (건수)	기타 (건수)	계
'15.10	27,730 (9,337)	12,778 (8,509)	1,220 (2,563)	1,713 (6,094)	3,117 (2,393)	255 (7,267)	46,816 (36,163)
'14	54,573 (16,542)	26,641 (16,188)	1,880 (4,054)	3,861 (9,400)	8,786 (3,893)	787 (5,461)	96,530 (55,538)
'13	44,946 (14,777)	15,207 (9,860)	1,250 (3,264)	3,530 (11,404)	2,387 (2,423)	986 (3,985)	68,308 (38,605)
'12	49,681 (17,330)	16,195 (10,949)	2,592 (4,190)	7,827 (11,827)	2,096 (2,405)	898 (2,670)	79,292 (48,677)

자료: 농촌사랑범국민운동본부 내부자료

그림 3-5. 일사일촌 교류활동 내용('12년 KREI 집계)



자료: 이규천 외(2012), 『일사일촌 농촌사랑 운동의 추진 실태와 발전 전략』, 한국농촌경제연구원, 재인용

□ 농어촌희망재단

- 농어촌희망재단은 2005년부터 연간 약 600억 원 규모의 마사회 특별적립금 (경마 사업으로 얻어지는 수익금의 일부)으로 농어촌지역 인재 양성과 삶의 질 향상에 기여하기 위한 장학복지사업을 진행해 옴.
 - 농림축산식품부 소관의 재단법인이며, 2015년부터 마사회 특별 적립금 사업이 실질적으로 폐지되어 국고 사업으로 전환됨.

- 농어촌희망재단은 전국 농어촌지역에 복지물품 전달, 복지차량 지원, 농어입인 자녀 고교 및 대학 장학금사업, 영농후계 지원 사업, 농어촌지역을 위한 문화 복지 사업 등을 추진하고 있음.
 - 농어촌 복지시설 332개소에 물리치료기구, 안마의자 등의 보건기구 세트를 전달하고 복지차량 400여 대 등을 지원하였음.
 - 농어촌지역에 거주하는 고교생들을 위한 ‘농어촌희망 고교 장학금’을 제공하고 있으며, 영농 후계인력 양성을 위해 대학장학금에 해당하는 ‘후계인력양성 지원 장학금’, ‘전문인력양성 지원 장학금’, ‘농어촌특별 전형 지원 장학금’ 등을 지원하고 있음.
 - * 고교장학금으로는 2014년까지 총 98,691명에게 총 222억 91백만 원의 장학금을 지원함.
 - * 대학장학금으로는 후계인력양성을 위한 장학금으로 2014년까지 총 14,919명에게 총 약 415억 원을 지원하였으며, 그 외에 농어촌 자녀를 위한 장학금까지 합하여 2014년까지 총 63,081명에게 979억 원의 대학장학금을 지원함.
 - ‘문화와 예술이 흐르는 살맛나는 농어촌 건설’을 캐치프레이즈로 하여, 매년 50억 원의 문화사업을 진행하고 있음.
 - * ‘찾아가는 문화예술 순회공연’은 매년 창작 공연을 제작하여 시·군의 농촌 마을을 순회하며 공연을 펼치고 있음.
 - * 농어촌지역에 거주하는 청소년으로 구성된 오케스트라 동아리 20개소에 운영비를 지원하는 ‘농어촌희망 청소년 오케스트라 지원사업’과 농어민단체 및 지자체 등에서 구성한 합창단 단체 5개소에 강사료 및 운영비 등을 지원하는 ‘농어촌희망 어버이합창단 지원사업’을 진행하고 있음.

2.2. 민간 기업의 농어촌 관련 사회공헌활동

□ 농촌사회공헌 인증 기업

- 농림축산식품부에서는 농촌지역의 발전과 지역 활성화를 위한 사회공헌 활동을 진행한 기업과 단체를 인증하는 ‘농촌사회공헌인증제’를 2013년부터 시행하고 있음.
 - 농촌사회공헌인증을 받기 위해서는 최소 3년 이상 농촌지역을 위한 사회공헌활동을 진행해야 하며, 농촌사회공헌 조직체계, 사회공헌활동 실적 및 활성화, 도농상생 프로그램 운영 등의 기준으로 평가를 받음.
 - 현재까지 총 46개소의 기업 및 기업 외 단체가 농촌사회공헌인증을 받음.
 - 2013년, 2014년, 2015년 총 3회에 걸쳐 농촌사회공헌인증을 받은 기업은 총 24개소임.

- 농촌사회공헌 인증을 받은 기업들의 사회공헌 내용을 살펴보면, 농특산물 직거래, 봉사활동 등의 도농교류활동은 농촌사회공헌활동을 하고 있는 기업들이 모두 흡사하게 진행하고 있는 일반적인 활동임. 이에 반해 각 기업이 자신의 특기를 활용하여 농촌에 기여하는 재능기부 활동은 해당 기업과 대상 마을 간의 교류를 통해서만 가능하다는 점에서 특색을 가짐.
 - 농촌사회공헌인증 기업 중, 13 기업에서 농어촌 마을에 기업의 특기를 활용한 공헌활동을 진행한 것으로 나타남.
 - * (주)라인테크시스템: 컴퓨터관련 부품을 판매하고 컴퓨터 시스템 컨설팅을 제공하는 기업으로, 자매결연 마을에 마을 홈페이지를 개설하고 마을 주민들의 컴퓨터 활용 및 수리를 돕고 있으며, 컴퓨터 프로그램을 활용한 경영 및 회계 마케팅 교육 및 지원을 실시하고 있음.
 - * (주)벤티코리아: 브랜드 마케팅 전문기업으로 온·오프라인 홍보 마케팅 노하우를 활용하여, 자매결연을 맺은 농어촌 마을의 농수산물 판매 웹사이트를 제작 및 관리할 수 있도록 돕고, 리플렛 제작 및 DM발송 등의 오프라인 홍보 마케팅을 도움으로써 농어촌 마을의 소득 향상에 기여함.

- * (주)코스콤: 자본시장IT 서비스 기업으로, 자매결연 마을의 농특산물을 판매할 수 있는 새로운 판로로 IT인프라를 지원하고 있으며, 마을의 농특산물의 브랜드화 및 마케팅을 지원하고 있음.

표 3-12. 농촌사회공헌인증 기업의 주요 활동 내용

기업명	사회공헌 주요 활동 내용
(주)경농	- 농특산물 직거래 (매년 1천만 원 이상) - 대학교 학자금 지원 (3억 원 이상) - 농촌일손 돕기, 재해복구 등의 봉사활동 - 재능기부 : 병해충 관리 세미나
(주)농협유통	- 농특산물 직거래 장터 운영 - 물품 및 발전기금 기부 - 난타공연 등 문화봉사활동, 재해복구 등의 봉사활동
(주)라인테크시스템	- 재능기부: 마을 홈페이지 개설, 컴퓨터 사용법 설명, 컴퓨터 고장 수리, 마을 예초기 및 디지털 카메라 등 물품 기증, 경영과 회계 마케팅에 관한 지원
(주)벤티코리아	- 농특산물 직거래 (매년 1천만 원 이상) - 재능기부: 농수산 회원제 프로그램인 무릉외갓집 운영을 제안, 무릉외갓집 웹사이트 제작, 리플렛제작, DM발송, 웹사이트 관리를 통한 지원
(주)삼성생명보험	- 농특산물 직거래 (3억원 이상) - 농촌일손돕기, 다문화 저소득 청소년 농촌캠프, 마을벽화그리기 등의 봉사활동
(주)삼성중공업	- 농특산물 직거래 (1억원 이상) - 기부금 전달 (12억원 이상) - 방과 후 학습지도, 농촌일손돕기 등의 봉사활동
(주)신동아건설	- 일일장터 개설을 통한 농산물 판매 - 마을주민 초청행사 등의 도농교류활동 - 재능기부: 마을 정자 설치, 개울가 정비사업 등
(주)LIG넥스원 구미생산본부	- 농특산물 직거래 - 경로당 운동기기 및 장학금, 집수리 등 지원
(주)정림건축	- 농특산물 직거래 - 마을가꾸기 등의 봉사활동 - 재능기부: 주택 무상설계
(주)현대미포조선	- 농특산물 직거래 - 재능기부: 소형 선박 수리

기업명	사회공헌 주요 활동 내용
(주)현대증권	- 농특산물 직거래 (매년 5천만 원 이상) - 마을축제참여, 농촌체험활동 등의 도농교류 활동
(주)대교	- 농특산물 직거래 - 재능기부: 도서 기증 및 어린이 무료학습지도 지원
(주)대우인터내셔널	- 농특산물 직거래 - 임직원 자녀들의 농촌봉사활동 진행
(주)신한금융투자	- 농특산물 직거래 - 마을주민 초청문화행사, 직원자녀 농촌체험 등 도농교류활동 - 재능기부: 농촌 청소년을 위한 금융경제 교육
(주)아시아나항공	- 농특산물 직거래 - 농촌체험활동 등을 통한 도농교류활동
(주)중앙고속	- 농산물 직거래 - 재능기부: 중앙고속 무료 이용사업 추진
(주)청수식품	- 농산물 직거래 - 환경정화 활동, 마을 시설 개선 활동 등을 통한 봉사활동
(주)현대자동차 전북지역본부	- 농산물 직거래 - 노인 일자리 취업알선, 농수로 정비 및 농작업 대행 등 봉사활동 - 재능기부: 자매결연마을에 판매 마케팅 및 상품화 컨설팅
(주)백스코	- 농산물 직거래 - 자매결연 마을의 밭 임대하여 주말농장 운영 - 공동화작업장 시설설치 및 포장기기 지원을 통한 6차산업화 지원
(주)상지엔지니어링 건축사무소	- 농산물 직거래 - 모내기 등 일손돕기 등의 봉사활동 - 재능기부: 마을회관 및 경로당 시설 개선 지원, 농촌 부존자원 개발, 마을 개발을 위한 컨설팅(농산물가공시설 설계·감리, 행정업무 지원 등)
(주)신한은행	- 농산물 직거래 - 일손돕기 등의 봉사활동 및 농촌체험을 통한 도농교류 - 재능기부: 금융관리 교육 실시
(주)코스콤	- 재능기부: IT인프라 지원, 마을 농산물 공동 브랜드 작명 및 마케팅, 컨설팅 활동, 마을 특산물 판로개척 지원활동 등의 홍보활동
(주)효성 창원공장	- 농산물 직거래 - 농촌체험, 주말농장, 효도관광 등을 통한 도농교류 - 일손돕기, 마을환경개선, 소득증대를 위한 컨설팅 및 교육 등의 봉사 활동

자료: 농림축산식품부 농촌산업과 보도자료

□ 사례 1: KT

○ 청학동 기가 창조마을 구축

- 기가 창조마을은 정보기술(IT) 인프라가 취약한 산간도서와 오지에 초고속 네트워크망을 구축하여 주민의 생활편의를 돕는 KT의 사회공헌 사업임.
- 우선 마을 도서관을 ICT 복합문화 공간인 ‘기가 서당’으로 재단장함. 기가 서당에는 전자출판 기술 스타트업(신생기업) ‘애니랙티브’의 기술을 적용, 청학동 훈장이 먼 거리에 있는 청소년이나 외국인에게도 전통문화와 한자 등을 원격에서 가르칠 수 있도록 함. 센서가 장착된 ‘붓펜’으로 종이에 글씨를 쓰면 그 글씨가 대형화면은 물론이고 학생들의 스마트폰에도 실시간으로 나타나는 방식으로 가르침.
- KT는 자체 개발한 스마트폰 애플리케이션(앱) ‘청학동’을 통해 관광객이 숙소와 식당, 서당 등에 대한 정보를 확인할 수 있도록 함. 이 앱은 지역 특산품 온라인 직거래 장터와도 연동돼 농가소득 증대에도 기여

○ 임자·백령 기가 아일랜드 구축

- KT에서 진행하고 있는 기가 아일랜드 프로젝트는 육지와 단절된 도서지역에 GiGA인프라 구축을 기반으로 하여, ICT를 활용한 에너지, 보안, 미디어, 헬스, 교통 등의 서비스를 제공함으로써 정보 격차를 해소하고 지역사회를 활성화하고자 하는 프로젝트임. ICT 기술을 기반으로 한 혁신적인 민관 협력 지역개발 모델로 평가받고 있음.
- 2014년부터 전라남도에 위치한 임자도에 기존보다 10배 빠른 GiGA네트워크를 공급하고, 교육, 문화, 경제, 의료, 환경 등과 관련된 ICT서비스를 제공함으로써 주민들의 삶의 질을 향상시키고 있음.
- 서해 최북단에 위치하여 지리적으로 안보 불안을 가지고 있는 백령도에 2015년부터 LTE 커버리지 확장 기술인 4안테나 기술을 서해 5도에 시범 적용하는 등의 해상통신 환경을 개선하여 비상시에 빠른 대처가 가능하도록 하였으며, ICT 서비스를 통해 주민의 생활자립 기반을 개선함.

□ 사례 2: 삼성전자 - 스마트스쿨

- 삼성전자는 IT 접근성 취약지역과 교육 취약지역에 디지털 기기를 활용한 참여형 교육을 제공하여 창의적 인재를 육성하는 스마트 스쿨 프로그램을 2012년부터 운영하고 있음.
 - 기본적인 교육 인프라 제공과 함께 최첨단 IT를 활용한 스마트 교육 환경을 조성해줌으로써 창의적 학습, 자기주도 학습, 참여형 학습이 가능하도록 지원함.
 - 현재까지 전남 나주, 신안, 담양, 목포, 장흥, 완도지역의 27개 학급의 539명의 학생이 지원을 받았고, 강원 철원, 화천, 춘천, 인제, 강릉, 양양, 동해지역의 21개 학급 355명의 학생이 지원을 받음.

□ 사례 3: 코웨이 - 안심지하수 지원사업

- 환경가전서비스기업 코웨이와 환경부는 오는 2020년까지 5년 동안 농촌 지하수 오염지역에 정수기를 지원하는 ‘안심지하수 지원 사업’ 협약을 체결
 - 환경부는 지난 2012년부터 상수도 시설이 보급되지 않은 전국 26개 시·군 4만2710 곳의 지하수 수질 검사를 실시. 일부 취약 지역 지하수의 경우 인체에 유해한 영향을 미칠 수 있는 질산성질소 및 총대장균군 등이 검출됨.
 - 이에 따라 코웨이와 환경부는 지하수 취약 지역 주민들도 안심하고 물을 마실 수 있도록 정수기를 지원하는 ‘안심 지하수 지원 사업’ 공동 추진을 통한 깨끗한 물 제공 추진
- 코웨이는 역삼투압필터가 장착된 코웨이 정수기를 약 500가구에 무상 지원, 지하수 개선 및 수질 기준 초과지역 개선을 위한 기술 지원, 지하수의 효율적 관리 방안 연구를 중점 추진

2.3. 시사점

□ 농어촌을 대상으로 사회공헌활동을 진행해온 관련 전문기관들과 연계하여 기금 사업을 발굴·추진할 필요

- 농촌사랑범국민운동본부는 일사일촌 운동을 진행해오면서, 기업의 사회공헌활동 수요와 마을의 요구를 매칭하는 역할을 해옴. 이러한 노하우를 농어촌 상생협력기금의 사업 운영에 있어서 기업과 지자체를 연계하는 중간지원 역할에서 활용할 수 있을 것으로 보임.
 - 특히 기업 및 단체가 주관하는 사업에서 농촌 마을의 발전에 효과가 높은 사업 아이디어를 제공하거나, 특정 마을과 기업을 매칭해주는 역할을 일사일촌 운동의 연장선상에서 지원해줄 수 있음.
- 농어촌희망재단은 기존에 진행해 왔던 영농후계자 장학사업과 농어촌 복지 및 문화사업의 노하우를 농어촌 상생협력기금의 사업 운영에 활용할 수 있을 것으로 보임.
 - 특히 협력재단이 주관하는 본부 기획 사업부문에서, 장학사업 및 복지사업 분야의 아이디어를 제공하거나 사업진행을 지원해주는 역할을 해줄 수 있을 것으로 보임.

□ 기업의 특기와 강점을 효과적으로 살리는 기금 사업 아이템 발굴 유도

- 농어촌과 관련된 기업의 기존 사회공헌활동을 살펴보면, 농특산물 직거래, 체험행사 등의 도농교류, 일손 돕기 등의 봉사활동이 주를 이루고 있음.
- 이러한 일반적인 교류 활동 이외에도 기업의 특기를 살려서 농촌 활성화에 기여할 수 있는 다양한 사회공헌 사업 아이템이 존재한다는 점을 일부

기업들의 사례에서 알 수 있음.

- 농어촌 상생협력기금을 통해 도움을 필요로 하는 마을의 수요와 기업의 특기를 매칭해 줌으로써 기업의 사회공헌활동의 효과를 높일 수 있을 것으로 보임.

제 4 장

외국의 기금활용 사업 및 사회공헌활동 사례

1. 일본의 고향(후루사토) 납세 제도

1.1. 고향 납세 제도

□ 배경과 목적

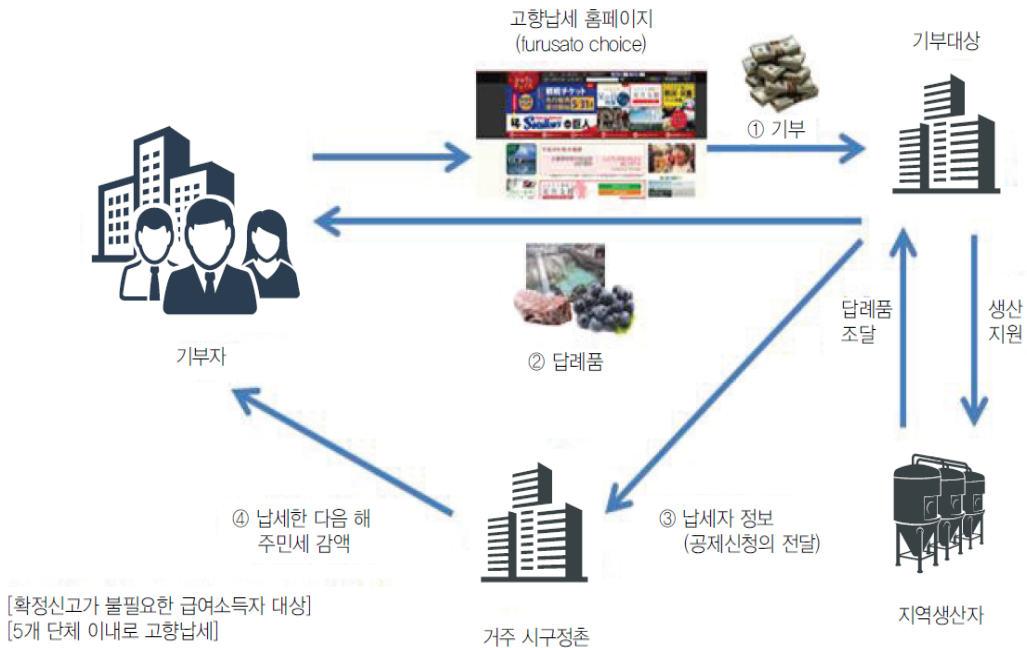
- 고향 납세 제도는 본인이 현재 살고 있는 곳과 다른 지자체에 기부했을 경우, 일정 한도 내에서 세금 공제 또는 환급을 받을 수 있는 제도임.
- '08.4.30에 공포된 『지방세법 등 일부 개정 법률』에 따라 개인 주민세의 기부금 세제를 크게 확대할 목적으로 도입되었음.
 - 지금은 도회지에 살고 있어도 자신을 길러준 고향에 대하여 자신의 의사로 얼마든지 납세할 수 있는 제도를 만들고자 함.
 - 많은 사람들이 지방에서 태어나 자라나며 교육을 받지만, 상급학교 진학이나 취직을 위해 대도시로 나와 그곳에서 거주하기 때문에 도시 집중화 현상이 나타남. 이들이 지방세를 납세하는 경우 이들이 살고 있는

도회지는 세수를 얻지만 그들을 기른 고향의 지방자치단체에는 세수가 없다는 문제에 착안하여 제도를 신설함.

□ 방식 및 절차

- 납세자의 연수입이나 가족 구성에 따라 조금씩 차이를 보이지만 우리 돈으로 약 2만 원인 2,000엔 이상을 지자체에 기부를 할 때 기부년도의 소득세와 차년도 주민세가 환급·공제되는 제도임.
- 각 개인들의 기부 대상 지역은 광역자치단체(도도부현)나 기초자치단체(시(구)정촌) 어느 곳이나 가능하며, 기부자의 현 주소나 출신지 등에 관계 없이 자유롭게 여러 지자체를 선택할 수 있음.

그림 4-1. '15년 변경된 일본의 고향 납세의 원스톱 특례 절차



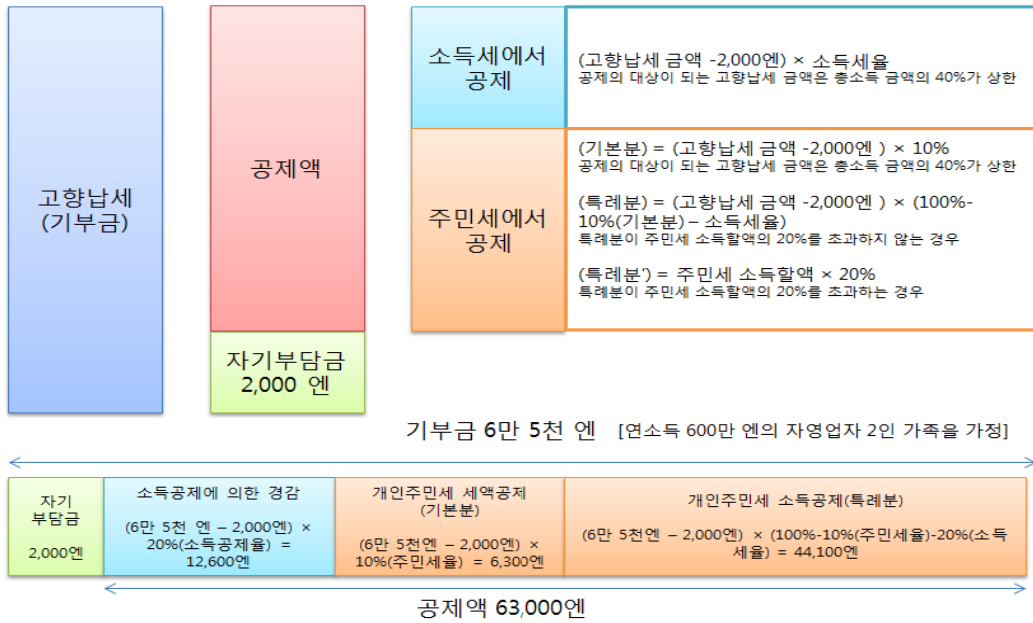
자료: 심재현(2016), “고향발전을 위한 납세형 기부”, 『지역과 발전』, Vol24

- 기부금을 받은 지자체는 납세금의 사용처를 사전에 공지하고, 기부자는 자신이 기부하고자 하는 지자체의 특정 사업 또는 특정 사용처를 고향 납세 홈페이지를 통해 선택하여 기부를 함.
 - 고향 납세가 이루어지면 지자체에 세수로 이전되기 때문에 지자체의 보조금 사업에 해당 기부금이 함께 사용될 수 있다는 장점이 있음.

- 납세한 금액에 대한 공제 방식은 크게 소득공제 부문과 기본분과 특례분의 개인주민세 공제로 나뉨.
 - 예를 들어 자영업을 하고 연소득 600만 엔인 2인 가구의 가구주가 5개의 지자체에 ‘15년도에 6만 5천 엔을 기부했다고 가정했을 때 공정 및 기부 내역을 <그림4-2>에 예시함.
 - 이 납세자가 세무서에 확정신고서를 제출하면 작년도 소득세분의 12,600엔을 환급받고 기부 차년도인 2016년의 주민세 50,400엔을 공제받아 총 63,000엔을 공제 또는 환급을 받음. 즉, 자기부담금 2,000엔만 실제로 기부하게 됨.

- 기부금을 교육, 관광 진흥, 스포츠·문화 진흥 사업 등에 지정하여 사용하도록 납세자가 선택 가능함.
 - 각 지자체는 후루사토 납세를 통해 조성한 기금의 사용처를 사전에 공지하고, 기부자는 자신이 기부하고자 하는 지자체의 특정 사업 또는 특정 사용처를 선택하여 기부를 하게 됨.
 - 자신이 기부한 기부금이 어떠한 활동에 쓰이는지 명확하게 알 수 있다는 점이 기부의 동기로 작용함.
 - 후루사토 납세는 기금펀드가 아니라 세금이기 때문에, 보조금이 들어가는 특정 사업에 해당 기부금이 함께 사용될 수 있음.
 - 주민이 기부를 하지만, 기부금을 통해 세금이 공제되고 그 세금이 지역에 들어가는 것이기 때문에 가능함. 이 제도는 주민이 스스로 사용처를 지정하여 기부를 하고, 해당 사용처에 세금을 사용할 수 있는 유일한 제도임.

그림 4-2. 고향 납세의 공제 절차 및 예시



□ 납세자 혜택

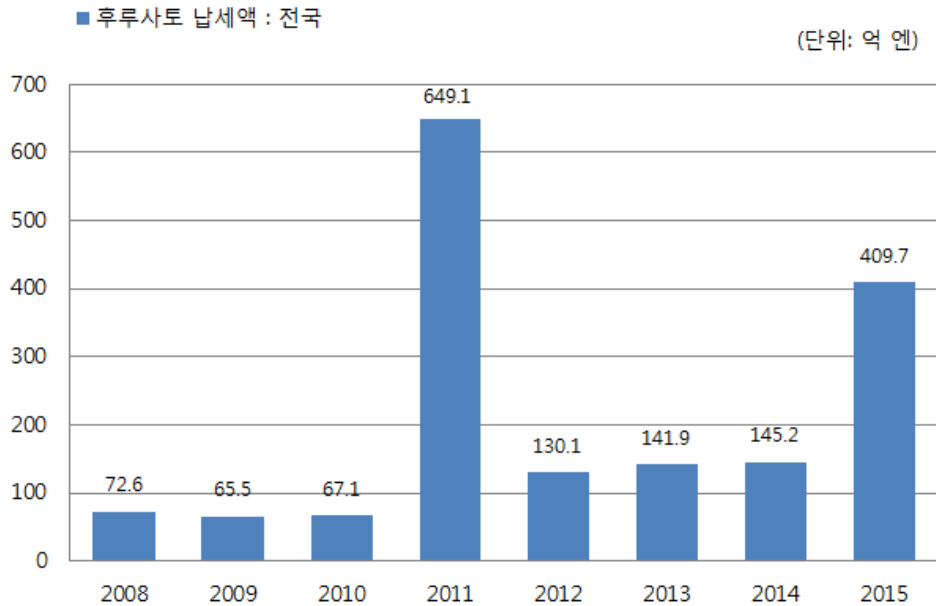
- 기부를 하면 지자체의 농민 등이 혜택을 받거나 지역 진흥을 목적으로 사용되기 때문에 기부 금액에 따라 지역 특산품 등을 선물로 받을 수 있음.
- 제도 도입 초기는 선물의 종류도 적고 선물을 주는 지자체도 많지 않았으나 최근 선물의 질이 높아져 제도를 활용하는 사람이 증가
 - 세금 공제 후 실제로 기부자가 부담하는 2,000엔 정도의 기부금으로 다양한 답례품 혜택을 받을 수 있음.
- 선물로는 고기, 해산물, 쌀과 같은 식료품이 인기가 많지만 최근에는 실제로 기부한 지역을 방문할 수 있도록 온천, 골프장 등 시설의 이용권, 여관·호텔의 숙박권을 제공하는 지자체도 증가

- 스쿠버 다이빙, 캠핑, 산림욕 등 체험형 관광을 PR하는 데 고향 납세 선물을 활용하는 지자체도 잇달아 등장
- 하지만 최근 지자체 간 선물을 둘러싼 과도한 경쟁이 일어나 원래 기부금의 목적에서 벗어나는 경향이 보이고 있어 문제점으로 지적
 - 일부에서는 이러한 경쟁을 통해 지방이 활성화한다는 의견도 있으나 아직 일본 정부가 나서서 경쟁을 자제시키는 상황은 아님.

□ 실적

- 2015년부터 고향 납세 행정절차의 간소화 및 전폭적인 홍보가 이루어져 기부금이 2014년에 비해 2배 이상 증가함.
 - 납세자 본인이 확정 신고를 해야 하는 등 절차가 복잡하기 때문에 납세를 주저하는 사람도 많았음.
 - 일본 정부는 '15년부터 고향 납세에 의한 세금 공제를 주민세로 일원화 하고, 소득세 공제를 위해 필요로 했던 확정 신고절차를 생략, 세금이 감액되는 기부의 한도액을 개인 주민세 소득액의 10%에서 20%로 확대함.
 - 일본 정부는 지역 활성화 정책의 일환으로 고향 납세 제도의 이용자 확충을 위한 정책을 추진하고 있음.
 - 아베노믹스에 의한 경기 회복이 대도시 및 대기업 중심에 집중되어 지방에는 충분한 효과가 없다는 비판을 받아, 도시와 지방의 세수 격차를 축소시키는 것이 목적
 - 방송 등의 미디어를 활용한 고향 납세의 홍보활동을 추진하고, 답례품을 통한 홍보 등을 통해 기부금 납부가 증가함.
- * '08년: 72억 5만 → '12년: 130억 1만 → '14년: 145억 2만 → '15년: 409억 7만

그림 4-3. 연도별 고향 납세액



□ 사례 1: 교토부

- 교토부는 고향 납세 기금을 모두 문화재 보호에 사용하고 있음.
 - 교토부에는 전부터 문화재가 많아 50년 전부터 문화재 보존에 35억 엔을 사용해 왔고, 건수로는 7,000건임. 50년간 문화재 보존에 연간 1억 엔 이상을 사용해 왔지만, 교토부의 예산이 감소하면서 문화재 보존에 사용할 수 있는 금액도 감소함.
 - 감소한 예산 부분을 고향 납세로 보충하고 있음. 다른 지역의 경우에는 어린이 보호나 자연보호에 고향 납세를 사용하고 있지만, 오직 교토부에서만 이 기금을 문화재 보존에 사용하고 있음.
 - 문화재 보수사업, 문화재 보존 의식 향상 활동에 관한 사업, 문화재 방법관련 시설 등에 고향 납세 기금을 사용하고 있음.

- 교토부는 기부에 대한 답례품으로 문화재 체험과 관련한 상품을 제공함.
 - 교토에 3대 축제 중 하나인 아오이 축제의 특별관람석, 청수사 야간 입장권, 5만 엔 이상을 기부한 경우 절에서 직접 제작한 현판 등을 답례품으로 제공
- 고향 납세에 1억 엔 정도를 모아서 사용했으며, 141개 사업에 사용함.
 - 기부금 수준은 다른 자치단체들에 비해 중간정도 수준임. 다른 곳은 특산품을 답례품으로 주기 때문에, 답례품에 대한 인기가 높음. 인기가 높은 지역의 경우, 5억 엔 정도의 실적을 올리기도 함.

□ 사례 2: 요사노정(与謝野町)

- 2014년부터 적극적으로 고향 납세 기금 실적을 높이기 위해 노력함.
 - 인터넷 신청이 가능하도록 함으로써 멀리 거주하는 사람들도 인터넷이나 스마트폰으로 쉽게 신청할 수 있도록 함.
 - 손쉽게 기부할 수 있도록 신용카드로 기부 가능
 - 특산품으로 쌀, 도자기, 직물로 만든 넥타이, 램프 등을 제공함. 특산품을 답례품으로 줌으로써 지역 제품을 홍보할 수 있고, 지역 회사들의 소득 창출에도 도움이 되고 있음. 특산품은 총 22세트 종류가 있음.
- 고향 납세 사용 분야는 복지, 산업관광, 생활환경, 교육 등임. 기존에 요사노정이 시행해온 사업들에 기금을 추가로 사용하고 있음.
- 새롭게 지역 활성화라는 분야를 신설함. 지역 활성화 분야는 요사노정의 각 지구별로 고향 납세를 배분하여 지역 활성화에 사용하도록 하는 것임. 지구별로 사용하는 후루사토 기금을 ‘후루사토응원보조금’이라고 함.
 - 지역 활성화 분야를 만들어서 고향 납세의 돈이 어디에 사용되는지 명확해짐.

- 기부자들이 연고가 있거나 더 친근감 있는 지구를 선택하여 기부하도록 함으로써 기부자와 지역 간의 유대관계를 강화했음.
 - 각 지구도 고향 납세에 관심을 가짐으로써 고향 납세를 활성화하는 데 기여함.
 - 지역 활성화와 관련된 구체적인 목적을 갖는 사업을 설정하여, 해당 사업에 기부를 받는 모금 방법도 강구하고 있음. 매력 있는 정책과 사업을 구상하여 고향 납세를 증가시키고자 함.
- 요사노정에서는 고향 납세 기금이 부족한 재원을 충당하는 데 큰 도움이 되고 있음.
- 요사노정은 작은 지자체라서 재정이 부족함.¹⁵
 - 부족한 재정을 충당하기 위한 고향 납세를 더욱 활성화하기 위해 전국적으로 홍보를 진행하고, 답례품도 더 충실하게 준비하여 더 많은 기부자들에게 어필하고자 함.
 - 그 결과, 2014년에 400만 엔까지 증가하여, 2013년에 비해 2.5배 정도 증가함.

□ 사례 3: 교탄고시(京丹後市)

- 교탄고시는 고향 납세라는 용어를 쓰지 않고, 기부의 형태임을 강조하기 위해 ‘교탄고시 후루사토 응원기부금’이라는 용어를 사용함.
- 교탄고시는 더 많은 기부금을 모으기 위해 기부금의 사용처에 대한 홍보를 강화

¹⁵ 세금이나 지방교부세 등을 통해 얻게 되는 일반재원이 2014년에 77억 엔임. 그 중 인건비나 채무청산하면 약 90.7%의 돈이 지출로 나감. 실질적으로 남는 돈이 9.3%인 7억 엔 정도로 이 돈으로 요사노정의 다양한 사업을 추진하게 되는데 상당히 부족함.

- 기부금 사용 용도는 ①지역 분위기 활성화 ②환경 ③건강·복지 ④미래를 짊어지는 어린이 육성 ⑤시민협력·협동과 생애학습 ⑥안전하고 안심할 수 있는 고향 응원 ⑦커뮤니티 비즈니스 응원임. 이러한 사용 용도 중 선택하여 기부를 할 수 있게 함.
 - 구체적인 기금 활용 내역으로는, 스포츠 이벤트, 바이오매스 생산, 어린이 건강검진, 어린이 장학금, 환경미화 등으로 활동 실적을 홈페이지에 공개하고 있음.
- 2015년 9월부터 기부한 사람들을 위한 답례품을 제공함. 전국의 사람들에게 지역의 특산품을 홍보하는 기회로 고향 납세를 활용하고 있음.
- 쌀, 과일 등의 좋은 상품들이 있는데 인지도가 낮기 때문에 인지도를 높이기 위해 고향 납세를 활용하고 있음.
 - 기부를 통해 지역특산물을 홍보하고, 기부금이 지역 안에서 순환하기 때문에 지역경제 활성화에 도움이 되어 농수산물 산업도 활성화되고 있음.
 - 답례품도 다른 지역과의 경쟁이기 때문에 농가에서도 자신의 상품을 잘 어필할 수 있는 방법에 대해 관심을 갖게 하는 역할도 하고 있음.
 - 답례품에 기부금의 40%의 돈을 씀. 질 높은 답례품을 통해 특산품의 수요도 높일 수 있기 때문에 지역 활성화를 위한 홍보수단으로 답례품에 공을 들이고 있음.
- 교탄고시의 고향 납세 실적을 보면, 2014년, 76건 500만 엔에서 2015년에는 5,630건 9억 엔으로 많이 증가함.
- 2015년부터 인터넷 신청 및 신용카드를 통한 기부가 가능해지면서 실적이 크게 상승했으며, 답례품의 전폭적인 홍보를 통해 기부자들에게 호응을 얻을 수 있었음.

1.2. 기업 대상(지방 창생 응원 세제)¹⁶

□ 배경 및 목적

- 일본 정부는 국가가 직면한 인구 감소 및 고령화라는 구조적 문제를 정면에서 대처하고자 2015년 11월 21일에 지방 창생 이념 등을 정한 「지역·사람·일자리 창생법」을 제정함.
 - 같은 해 12월 27일에는 앞으로 5개년 계획 목표와 시책, 기본적인 방향을 제시한 「지역·사람·일자리 창생 종합 전략」(이하, 「종합 전략」)을 내각에서 의결함.¹⁷
 - 지방이 스스로 생각하여 책임지고 지방 창생을 추진한다는 취지로 지방공공단체가 국가의 종합전략을 감안하고, 지역의 특성을 고려한 「지방관 종합전략」을 2015년도 중으로 수립하고, 각 지역의 특성을 고려한 대책을 시행하도록 함.
- 특히, 일본은 지역을 근간으로 활동하는 기업이 많기 때문에 기업 입장에서 지역 인구 감소와 경쟁력 악화가 기업의 존립을 위협할 수 있다는 인식이 강화되고 있음.
 - 즉, 지역이 살아야 기업도 생존할 수 있다는 인식이 확산됨에 따라, 기업의 지역사회에 대한 공헌으로 지역과 기업의 상생을 유도하기 위해 지방 창생 응원 세제가 도입되었다고 할 수 있음.
- 이러한 관점에서 2016년 4월 조세 개정으로 지방공공단체가 시행하는 효과가 높은 지방 창생 사업에 대한 기업의 기부에 관하여, 현행의 손금산입에 더하여 법인주민세, 법인사업세, 법인세 등의 세액 공제에 대한

16 ‘기업 창생 응원 세제’는 일본 교토대 김두환 박사에게 위탁한 원고를 요약 정리한 것이다.

17 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局. 2016.

우대 조치를 새롭게 마련한 「지방 창생 응원 세제 (기업관 후루사토 납세)」를 창설함.¹⁸

- 민간 기업은 기업관 고향 납세를 활용하여 각 지역의 지방 창생 정책과 활동에 대한 이해를 높이고, 기부를 통하여 지역사회에 대한 적극적인 공헌을 기대함.
- 2017년부터 시행될 예정임.

□ 방식 및 절차

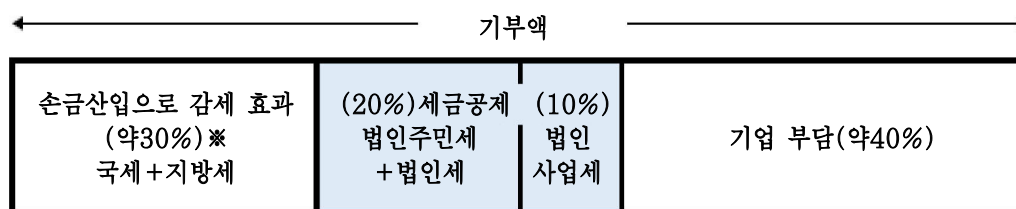
- 본 제도는 지방관 종합 전략을 수립하는 지방공공단체를 대상으로 함.
 - 제도 대상인 지방공공단체는 지방관 종합 전략안에 자리매김한 사업이자, 일자리 창생과 결혼·출산·어린이 양육 관점에서 효과가 높은 지방 창생 사업에 대하여 지역재생계획을 수립하여 중앙정부의 인정을 받아야 함.
- 인정을 받은 지역재생계획(인정지역재생계획)에 기재한 지방창생사업 (지역·사람·일 창생 기부 활용 사업)에 대하여 기업이 기부한 경우, 해당 기부에 대한 세금 우대 조치를 받을 수 있음.
 - 단, 기업이 본사가 위치하는 지방공공단체에 기부하는 경우 우대 조치 대상에서 제외함.
- 지방공공단체는 기업의 기부금을 모금하기 위해서 스스로 시행하는 지방 창생 정책과 활동을 기업에 홍보해야 하기 때문에, 지자체 간의 경쟁을 촉진하게 됨.
 - 지방공공단체로 하여금 지방창생에 도움이 될 수 있는 창의적인 다양한 정책들을 강구하도록 독려하는 계기가 됨.

18 內閣府地方創生推進事務局. 2016.

□ 조세 우대 조치 내용

- 지방세법과 조세특별조치법에 근거하여 내각부가 인정한 「지역·사람·일자리 창생 기부 활용 사업」에 대하여 기부한 법인에 대하여 기부금액의 30%에 해당하는 금액의 세액 공제 특별 조치를 시행함.
- 지방공공단체에 기부한 기업에 대하여 법인주민세, 법인사업세, 법인세의 세액 공제 조치를 창설함.
 - 기업이 지방공공단체에 기부한 경우 전액이 손금산입으로 처리되므로 기부액의 약 30%(법인실효세율)에 대한 세금 경감효과가 발생함.
 - 즉, 기업은 약 60%로 세액이 경감되어 실질적으로 기업은 기부액의 40%를 부담하게 됨.
- 기부 금액에 대한 공제 비율은 법인주민세, 법인사업세, 법인세 합계로 기부금액의 30%로 결정함.
 - 법인 주민세에서 기부액의 20%를 공제
 - 법인 주민세에서 20%에 달하지 않는 남은 부분을 법인세에서 공제(단, 기부액의 10%가 최고 한도)
 - 법인사업세로 기부액의 10%를 공제
- 납세액에 대한 공제액의 상한은 법인주민세 20%(지방법인특별세 폐지 후에는 15%), 법인사업세 20%, 법인세 5%로 정함.
- 한 개 기업의 한 개 사업에 대한 기부액의 하한액은 10만 엔으로 정함.
 - 10만엔 정도의 소액도 기부가 가능하다는 것을 알리기 위해 정한 것임. 이를 통해 중소기업의 참여도 이끌고자 함.

그림 4-4. 조세 조치 개념



출처: 内閣府地方創生推進事務局, 2016.

□ 사업 유형

- 내각부 지방창생 추진 사무국은 기업판 고향 납세 참고자료에서 기업판 고향 납세를 크게 두 가지 유형으로 제시하고 있음. 첫째는 창업지 응원형이며, 둘째는 프로젝트 응원형임.
 - ‘창업지 응원형’은 기부하고자 하는 기업이 본 기업의 창업지에 기부하는 형태임.
 - ‘프로젝트 응원형’은 지자체가 제시한 지역창생 관련 프로젝트에 기부하는 형태임.

2. 일본 지자체의 기부금 활용 사례¹⁹

2.1. 교토부

□ 교토부의 ‘교토부 지역 힘 재생 프로젝트’

- 교토부에서는 ‘교토부 지역 힘 재생 프로젝트’를 통해, 고령화 및 과소화로 인해 약해지고 있는 공동체 커뮤니티를 회복시키고자 함.
- 9년 간 사업을 추진해왔으며, 5억 엔의 조성금을 만들어 현재까지 5,300만 엔을 지원함.
 - 5억 엔의 조성금 중 3억 엔은 교토부 재원이며, 나머지 2억 엔은 시정촌 관련 재원이고, 시정촌의 지원은 복권과 관련된 재원임.

□ 기금 도입 목적

- ‘교토부 지역 힘 재생 프로젝트’는 교토부 보조금에 의해서 마을 만들기를 추진하는 형태이므로 보조금이 끊기면 마을 만들기가 더 이상 진행이 되지 못함.
 - 사업이 지속적으로 추진되도록 하기 위해 ‘교토 지역창조기금’, ‘지역 단체와 NPO법인의 연계 촉진 사업’, ‘교토 NPO 지원 연계 융자 제도’를 만들어 시행하고 있음.

□ 교토 지역창조기금

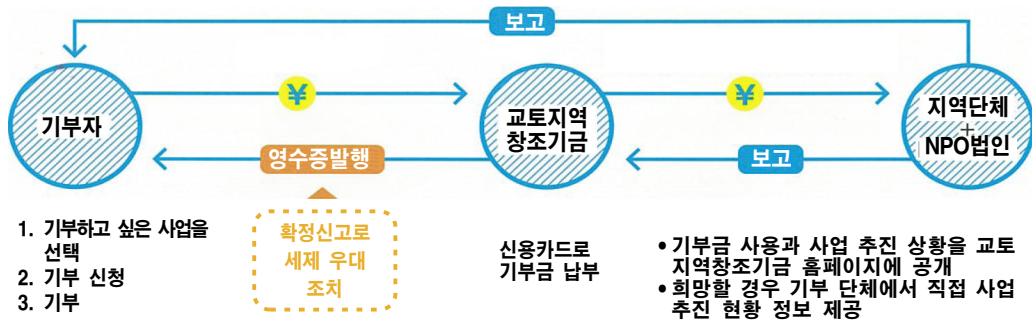
- ‘교토 지역창조기금’은 교토의 기부 문화 배양과 시민 사회 조성을 목적으로 설립한 공익재단법인으로, 2009년에 시민 등 300명 이상의 기부로 설립한 일본 최초의 시민 커뮤니티 재단임.

¹⁹ ‘일본 지자체의 기부금 활용 사례’는 일본 교토대 김두환 박사에게 위탁한 원고를 요약 정리한 것이다

- 시민과 기업의 기부 등으로 지역 자원을 발굴하여, 지역 과제를 해결하기 위한 활동을 추진하여 지속 가능하면서도 살기 쉬운 지역사회 만들기 도모
 - 설립으로부터 5년 간 약 2억 8천 엔의 기부금으로 지역 과제 해결을 위한 활동을 추진
 - 교토 부민이 아닌 다른 지역의 사람도 교토 지역 창조 기금에 기부를 할 수 있음.

- 기금 모금 형태는 다음의 다섯 가지가 있음.
 - **기부자 기념 기금:** 기부하는 회사의 이름을 따서 기금을 만듦.
 - **사업 지정 조성:** 사업에 필요한 계정을 만듦. 사업을 지정해서 기금을 마련하는 것임.
 - **테마형 기금:** 「어린이」, 「약년성 치매」, 「하천 환경」 등 지역과 관계가 있는 테마로 기금을 모금하여 관련 활동을 하는 다양한 조직에 분배하여 사용하는 형태임.
 - **미래 협창(協創) 기금:** 간과해서는 안 될 과제 제안을 받아 지역의 여러 조직의 다양한 자원과 지혜를 모아 과제를 해결하는 형태의 기금
 - **지역 단체와 NPO법인의 연계 촉진 사업:** 지역 단체와 NPO가 연계하여, 지역 단체가 지닌 ‘지역 내의 네트워크와 과제 파악 능력’과 NPO법인이 지닌 ‘전문성과 기동성’ 등 서로의 지식과 장점을 활용하여 지역 과제를 해결하는 활동을 촉진하여, 지역 커뮤니티 활성화와 NPO활동 기반 강화를 도모하고자 하는, 교토시와 공익재단법인 교토지역창조기금의 협력 사업임.

그림 4-5. 지역 단체와 NPO법인의 연계 촉진 사업의 기부 체계



- 교토부가 교토 지역창조기금을 만들기 전에는 기금을 마련하여 지역 활성화를 도모하는 시스템이 거의 없었음. 지금은 교토부의 이러한 기금 시스템을 일본의 내각부가 도입하고자 하고 있으며, 약 20개 부·현에서 민간 기금을 마련하여 활용하고 있음.
 - 다양한 사업 아이디어로 기금을 모금하고, 해당 기금의 활용을 통해 지역사회를 변화시키는 소셜 이노베이션을 만들어 나갈 수 있는 방향으로 나아가고 있음.

□ 교토 NPO 지원 연계 용자 제도

- NPO법인은 은행으로부터 자금을 빌리기 어려움. 그래서 NPO법인이 은행으로부터 용자를 쉽게 받을 수 있게 하려고 만든 제도가 「교토 NPO 지원 연계 용자 제도」 임.
 - 일본에서 NPO는 규모가 작고 여러 유형이 많아 신뢰도가 낮은 상태임. 그렇기 때문에 교토부 창조기금 단체에서 NPO에 대해 보증을 서고 NPO가 용자를 받을 수 있도록 함.
 - 교토 신용 금고, 교토 북부 신용 금고, 주식회사 교토 은행, 교토 중앙 신용 금고 등의 금융기관에서 금리 2%에 용자를 받을 수 있고, 교토부와 교토시에서 금리를 부담함.

- NPO법인에 대한 신뢰는 교토 지역창조기금이 보증하여 은행이 NPO 법인에 용자를 해줌.
- 처음에는 용자금 회수에 대한 우려가 많았지만, 실제로 돈을 빌린 NPO 법인에서 돈을 갚지 못한 경우가 한 건에 그쳤고, 지속적인 설득 과정을 통해서 금융기관들이 위의 시스템에 동의하여 2013년 6월부터 실시하게 됨.
 - 지역 NPO 용자 실적은 NPO 100곳에 1억 9000만 엔을 용자함. 용자 금액은 법인 1곳당 상한 500만 엔임. 300만 엔까지는 무이자이고 300-500만 엔은 금리가 2%임.
 - NPO는 금융기관들과 신뢰를 쌓을 수 있고 실제로 NPO 스스로 100만 엔을 추가적으로 금융기관으로부터 용자를 받은 경우도 있음.

2.2. 이시카와현

□ 배경 및 목적

- 2011년 5월 이시카와현과 지역 금융기관이 협력하여 총 53억 엔의 출자금을 모금하여 「이시카와 사토야마 창성 펀드」(기금)를 마련함. 또한 지역의 기업에 요청하여 기부금을 모금하였음.
- 지역의 인구가 감소하여 지역이 쇠퇴하면 은행 경영도 어려워질 수 있음. 또한 과소화·고령화와 지역 쇠퇴 환경 속에서 기업도 지역 활성화에 대한 사회적 역할을 해야 한다는 공통 의식을 바탕으로 은행과 기업이 이 펀드에 출자함.
 - 출자금을 다른 곳에 투자하여 이익을 얻을 수도 있지만, 기금으로 추진하는 펀드 사업을 시행하여 농림수산업 분야의 신규 업체가 만들어지고, 사업이 확장되면 이들이 지역 기업과 거래를 하게 되므로 장기적인 관점에서 지역 은행에도 도움이 된다는 생각을 바탕으로 출자하였다고 할 수가 있음.

- 5년간(2011~2015년) 195건이 신청되어 86건이 펀드 사업으로 채택되었음.
 - 195건 중 131건이 이시카와현의 오쿠노토 지역의 단체 등이 신청하였으며 이시카와현 안에서도 상대적으로 과소화·고령화가 심한 지역의 주민이 이 사업에 관심이 높았음.

□ 사업 내용

- 분야별 조성 대상 사업 내용은 다음과 같음.
 - 마을 산 및 앞바다 지역 자원을 활용한 생업 창출
 - 마을 산 및 앞바다 지역을 건강하게 만드는 이벤트 지원 및 자원 순환 모델 구축으로 지역 활성화
 - 슬로 투어리즘 추진: 마을 산 지역의 다양한 식재와 식문화를 중심으로 이와 함께 배양된 전통문화, 전통기술, 아름다운 경관을 활용·발전 시키고 이를 네트워크화 하여 지역의 매력을 높임으로써, 방문자가 하루라도 더 지역에 체재할 수 있도록하는 다양한 서비스 개발 사업
- 구체적 사례 지역 1 - 와지마시의 「카나쿠라 아카리회」
 - 와지마시의 「카나쿠라 아카리회」는 카타쿠라 마을이 된장을 사용한 가공품 상품화, 마을 방문자에게 제공하는 향토요리 식단, 카나쿠라 약초 차, 카타쿠라 약초차 푸딩 등을 개발하여, 카나쿠라 브랜드 상품 특산품화 실현
- 구체적 사례 지역 2 - 아나미즈 마치의 「어머니 학교 식당」
 - 아나미즈 마치의 「어머니 학교 식당」은 폐교한 초등학교를 활동 거점으로 활용하여 지역 어머니 그룹이 지역 농산물을 활용한 식단 개발을 하여 식당을 운영하여 지역에 활력을 불어넣음.
- 펀드의 성과를 높이기 위해서는 변하는 지역의 실정에 맞게 새로운 사업 분야에 대한 아이디어를 발굴하는 것이 중요함. 공무원은 행정 업무를 담당하므로 이러한 아이디어를 발굴하는 데 한계가 있음.

3. 영국 BITC를 통한 사회공헌활동

□ BITC(Business in the Community)에서 농촌공헌 프로그램인 RAP (Rural Action Program) 추진

- 영국 왕실의 비영리 활동조직인 BITC(Business in the Community)는 기업의 사회적 책임을 장려하기 위해 1981년 영국의 찰스 황태자에 의해 설립된 비영리기관(NPO)으로, 영국의 기업들이 효과적인 사회 환원 활동을 할 수 있도록 돕는 컨설팅 전문 업체의 역할을 하고 있음.
 - 현재 850개의 기업이 회원사로 참여하고 있으며, 회원사들이 시장, 일터 등 비즈니스가 발생하는 모든 분야에서 사회공헌활동을 펼 수 있도록 돕는 역할을 함.
- BITC는 2001년부터 기업의 자원이나 역량을 농촌지역 활성화에 활용하고자 하는 취지로 농촌공헌 프로그램인 RAP(Rural Action Program)를 추진하고 있음.
 - 기업과 농촌지역사회 간의 연계를 통해 농촌사회가 필요로 하는 다양한 분야에 기업이 지속성 있는 사회공헌활동을 할 수 있도록 돕고 있으며, HSBC, Tesco, Spar 등의 대기업들이 RAP에 참여하고 있음.
 - 시니어 비즈니스 리더들과 농촌의 이해관계자들이 참여하는 Rural Leadership Team을 구성하여 협의를 진행함으로써, 다양한 업종의 기업 네트워크를 통해 농촌 지역 문제에 통합적으로 접근하여 다각적인 해결책을 제시하고 있음.

<RAP의 대표적인 6대 프로젝트>

- ① **The Pub is Hub**: 영국 체신부와 주류기업의 투자로 축제문화의 허브로 재탄생한 시골마을 선술집
- ② **ProHelp**: 전문적인 컨설팅을 통해 농가 경쟁력 강화
- ③ **Market Town**: 마을장터를 활용한 지역사회 활성화
- ④ **Seeing is Believing**: 기업 임직원의 농촌체험을 통해 도·농 상생의 공감대 형성
- ⑤ **Plough to Plate**: 생산 및 유통이력 추적시스템을 통해 농산물식품의 안정성 보장
- ⑥ **Healthy School Meals**: 유기농 학교급식 시스템 구축

□ The Prince's Countryside Fund 설립

- 2010년부터 기존의 RAP(Rural Action Programme)를 더 확장하여, BITC가 운영 주체인 The Prince's Countryside Fund를 설립하고, 기금 내에서 지원할 수 있는 여러 가지 프로그램을 운영하고 있음.
- The Prince's Countryside Fund는 영국 농업과 농촌 커뮤니티의 경제적 발전을 촉진시키고, 지속가능성을 높일 수 있는 다양한 사업들을 시행하고 있는 기업, 민간재단 등에 자금을 지원하는 것을 목적으로 함.
- The Prince's Countryside Fund가 운영되기 시작한 2010년 이래로 2015년까지 총 £6,000,000의 기부금을 조성함.
- The Prince's Countryside Fund의 기금모금 방법으로는 공익 연계 마케팅(Cause Related Marketing), 올해의 자선사업(Charity of the year), 기업기부, 이벤트 스폰서쉽 등이 있음.

- 공익 연계 마케팅은 파트너십을 맺은 기업이 소비자의 구매를 통해 얻은 수익의 일부를 The Prince's Countryside에 기부한다는 명목으로 판매를 촉진시키는 마케팅 방식으로, 영국의 The Goring, Westmorland 등의 기업이 참여하였음. Westermorland의 경우, 해당기업 상품 판매금액의 10%를 기부금으로 조성하는 방식을 통해 2015년 한해 동안 £15,800을 기부함.
 - 올해의 자선사업(Charity of the year)은 매년 한 기업과 파트너십을 맺고, 해당 기업의 직원들이 기금 모금 활동에 직접 참여하는 방식으로 기금을 모금함. 2015년에는 영국의 'milk & more'이라는 기업이 참여하여 다양한 모금활동을 통해 영국 전역의 500,000가구로부터 £60,000의 기금을 모금함.
 - 기업 기부는 기부를 원하는 기업이 The Prince's Countryside Fund가 진행하고 있는 특정 프로그램이나, 파산을 겪고 있는 특정 농촌 마을을 지정하여 기부금을 전달하는 방식임.
 - 이벤트 스폰서십은 The Prince's Countryside Fund와 스폰서십을 맺는 기업을 대상으로 홍보 행사와 모금행사를 결합하는 방식을 통해 기금을 모금하는 것임.
 - 그 외에도 기업이 아닌 일반 개인도 소액을 기부하거나 매달 정기적으로 소액을 기부할 수 있게 함으로써 기금을 모금함.
- 2015~2016년에는 50개의 농촌 커뮤니티, 1000여개의 농촌 내 기업, 800여 명의 청년층을 지원하는 £ 600k의 보조금을 두 차례에 걸쳐 지원할 예정이며, 지난 5년 간의 기금사용에 대한 영향 분석을 실시하여 발표하고자 함.

< The Prince's Countryside Fund의 사용처 >

- ① 농촌 청년층의 역량 강화
 - 각종 직업교육과 연수과정을 통하여 지난 5년간 5,500명에 가까운 청년층이 새로운 기술을 연마하여 농촌에서 일자리를 찾음.
- ② 농촌의 가치를 알리기 위한 교육 시행
 - Countryside Program을 개발하여 일선의 교사들이 농촌의 가치를 알리는 교육을 할 수 있도록 교육자료를 제공하고, FACE(Farming and Countryside Education)을 통해 학생들이 농장을 방문하여 농업생산 과정에 대해 이해할 수 있는 기회의 장을 마련 (지난 5년간 약 35,000명의 사람들이 농촌의 가치에 대한 교육을 접함.)
- ③ 농민들의 경영 능력을 향상시키고 수익성을 증진시킬 수 있도록 하여 회복력(Resilient)이 강한 기업을 운영할 수 있게 함.
 - 멘토링, 연수과정, 벤치마킹서비스, 재정관리와 농업기술에 관한 워크숍, 각종 지원 네트워크 구성을 통해서 경영능력과 수익성을 증진 (지난 5년간 2,500여개의 농업사업체가 회복력을 가질 수 있도록 지원)
- ④ 농촌 커뮤니티에 반드시 필요한 서비스 분야 및 기능 발전
 - 멘토링, 현장학습, 연수를 통해서 필요한 서비스 분야(상점, 우체국, 카페, 술집 등)에 대해 커뮤니티에서 운영하는 형태로 설립할 수 있도록 하였음(310여개의 커뮤니티에서 중요한 서비스의 전달이 가능토록 지원).
- ⑤ The Prince's Dairy Initiative 시행
 - The Prince's Dairy Initiative는 영국 내 낙농업에 종사하는 농부들의 생존 능력을 향상시켜 낙농업 분야의 공급 사슬 강화를 목표로 2012년부터 시행된 프로그램
 - 벤치마킹 프로그램과 워크숍을 통해서 농장경영, 재정관리 등의 부분에서 농부들의 역량을 집중적으로 강화시키고자 함.
 - 300여개의 농장에서 The Prince's Dairy Initiative에 참여 중

4. 외국기업의 사회공헌활동 사례

□ Google(세계전역) - Google Impact Challenge

- 구글이 사회단체나 지역조직, 비영리단체를 대상으로 지역사회의 개선과 변화에 대한 혁신적이고 독창적인 아이디어를 선정하여 상금을 수여하는 사회 혁신 프로젝트 공모전으로, 2016년 올해 한국에 최대 30억 원을 지원하여 Google Impact Challenge Korea를 개최하려 하고 있음.
- 대표사례1: The Health Trust(2014) 미국
 - 미국 서부 지역의 유희토지에서 도시민들이 직접 농사를 지어 지역 주민들에게 신선한 농작물을 공급하는 유통채널 건설
- 대표사례2: Literacy Lab/(2014) 미국 서부
 - 저소득층 자녀 대상 디지털 도서관 및 온라인 교육 서비스 제공
 - 교육권이 제한되어 있는 저소득층 자녀들에게 다양한 언어로, 디지털 도서관을 이용하고, 부모님과 함께 소통하는 온라인 커뮤니티를 제공
- 대표사례3: Kiva Oakland/(2015) 미국
 - 오클랜드 소상공인을 위한 0% 대출금리 기금 조성
 - 오클랜드 지역 800개의 지역기반 소상공인들에게 약 4백만 달러의 기금을 지원하여, 오클랜드 지역사회의 경제를 발전시키는데 일조할 예정

□ Intel(프랑스) - 농촌지역 학교를 위한 디지털 계획

- 프랑스의 Intel 지사에서는 2007년부터 프랑스의 농촌지역 학교에 현대화된 ICT 시설을 정비해주고, 농어촌 학생들이 ICT를 활용하여 양질의 교육을 받을 수 있는 환경을 제공하고 있음.

- Intel은 지식사회에서 디지털 기술이 경제와 사회 발전의 중요한 요소라는 점에 착안하여, 디지털 자원이 부족한 프랑스의 농촌지역 학교에 디지털 관련 프로그램, 기술, 설비 등을 제공하여 더 나은 수업환경을 만들어주고자 2007년부터 교육부와 협업하여 시행하고 있음.
- 대표적인 프로그램으로 ‘ENR’이 있음. ICT를 활용하여 양질의 교육 프로그램을 제공하는 것으로, 5,000명의 봉사단을 동원하여 농어촌지역 총 1,700개의 학교에 ICT 수업을 진행할 수 있는 기기들을 제공하고, 해당 기기들을 활용하여 양질의 수업을 진행할 수 있는 교사들을 대상으로 교육을 실시하는 프로그램을 진행함.

□ Huawei Technologies(방글라데시) - 폰 레이디

- 중국기업인 Huawei Technologies은 방글라데시 등의 개발도상국의 소외지역에 거주하는 주민들의 열악한 정보접근성에 대한 해결책으로 전화 서비스를 통해 다양한 정보를 제공하는 복지 서비스를 제공하고 있음.
- Huawei Technologies는 모바일 네트워크와 플랫폼을 제공하는 통신 회사로, 방글라데시의 가장 큰 핸드폰 회사인 Grameenphone과 파트너쉽을 맺고, “폰 레이디(Phone Lady)”라는 복지사업을 시행함.
- 중심도시에서 멀리 떨어진 소외된 지역의 주민들에게 핸드폰을 제공하여, 전화를 통해 주민들이 필요로 하는 직업 정보, 농산물 생산과 관련된 정보 등의 경제활동과 일상생활에 필요한 다양한 정보를 제공하고 있음.

□ Vodafone(그리스) - 텔레메디슨(Telemedicine) 프로그램

- 영국 기업인 Vodafone의 그리스 지사에서는 소외된 농촌지역에 양질의 의료서비스가 충분히 제공되지 못하고 있다는 점에 착안하여 2006년부터 전화를 통해 무료로 전문 의료진에게 진료를 받을 수 있는 서비스를 제공하고 있음.

- 해당 서비스는 2006년 그리스의 농촌 5개의 지역에서 시작하여, 2008년에는 17개의 농촌지역으로 확대되어 시행되었으며 2011년에서 30개의 지역에서 서비스가 시행됨.
- 본 서비스의 주요 목적은 소외지역에 거주하는 주민에게 양질의 초기 건강진료를 제공하는 것이며, 정보통신기술을 통해 지리적 한계를 극복하여 지역주민의 복지를 향상시키고자 하는 것임.

□ Microsoft(유럽전역) - 텔레센터 유럽

- 유럽의 마이크로소프트사에서는 지식 기반사회에서 사회경제적 발전을 위해 가장 필요한 소양이 디지털 기술이라는 점에 착안하여, 2008년부터 유럽 전역의 디지털 소외지역에 거주하는 주민들을 상대로 디지털 기술 교육 프로그램을 제공하는 서비스를 제공하고 있음.
- 33개의 유럽지역에서 80개가 넘는 조직에 디지털 기술을 교육할 수 있는 여건을 만들 수 있는 기금을 전달하여, 해당 조직들이 받은 자금으로 소외지역의 주민들에게 교육서비스를 제공하고 있음.

5. 외국 사례의 시사점

□ 지방 공동화 문제에 국가적 대응이 필요하다는 공감대에서 기금 및 기부금 활용 사업이 출발

- 인구 감소 및 초고령화라는 구조적 문제를 해결하기 위해 지방 창생 정책을 국가적 차원에서 전폭적으로 추진하고 있는 일본은 국가 보조금으로 부족한 지역 발전 사업들을 위해 기금을 적극적으로 활용하고 있음.

- 일본은 국가 차원에서 일반국민을 기부자로 하는 고향 납세 정책과 기업을 기부자로 하는 지방 창생 응원 세제를 도입함으로써 지역발전을 도모하고 있음.
- 지역은 재원상의 부족한 부분을 국가적 차원에서 진행하고 있는 기금을 통해 충당함으로써, 창의적이고 다양한 아이디어를 추진할 수 있는 기반을 마련할 수 있음.

□ 기업과 지역 주민의 상생협력을 위한 지자체의 자발적 노력

- 지역이 발전해야 지역을 근간으로 한 은행 및 기업도 생존할 수 있다는 인식 하에, 일본의 여러 지자체에서 기업 주도의 기부금 조성을 통한 지역발전을 도모하고 있음.
- 이사카와 진흥펀드와 교토 지역창조기금 등의 사례는 일본의 지자체 주도로 진행하고 있는 기금 사업으로, 금융과 기업을 통해 조성된 기금을 지역 주민을 위해 활용함으로써 기업과 지역 주민의 상생협력을 이끌고 있음.
- 기금을 활용하는 데 있어서, 지역 기업 및 금융, 주민, 농업인 조직, 민간단체, 행정 등 각 주체가 자발적으로 참여하여 지역 활성화를 위해 노력함.

□ 기부자와 지역사회 양자가 체감하는 창조적 활동이 중심

- 민간이 운영하는 기금 활용은 국가 보조금 사업에 비해 지역민 스스로 더 폭넓고 다양한 아이디어를 추진할 수 있게 함으로써 지역 혁신을 이끌 수 있음.
- 교토 지역창조기금과 같이, 기금 모금 형태를 다양화함으로써 지역 발전에 도움을 줄 수 있는 다양한 아이디어를 수집하고 추진할 수 있으며, 이러한 기금을 통한 운영 자체가 지역민의 지혜를 모으는 장으로서 역할을 할 수 있음.

- 또한 국가 보조금으로는 추진이 제한적인 사업들에 기부금을 활용할 수 있기 때문에 소규모 조직과 농림어업자에게도 혜택이 갈 수 있을 뿐만 아니라, 폭넓은 아이디어의 추진이 가능함.
- 영국의 RAP 사례 역시 소규모 사업이지만 주민 체감도가 높은 지역사회 활동을 중심으로 지원하고 있음.

□ 기부금의 사용처가 명확해야 하며, 기부를 통한 혜택과 이득에 대한 적극적인 홍보 필요

- 고향 납세의 주요한 성공요인으로 기부자들이 자신의 기부금 사용처를 지정하여 기부할 수 있다는 점을 꼽을 수 있음.
 - 자신이 낸 기부금이 구체적으로 어떠한 곳에 쓰이게 되는지 알 수 있을 때, 기부의 목적성이 명확해지고 기부금 사용에 대한 투명성도 높아져 기부하고자 하는 동기를 높일 수 있음.
 - 교토부의 요사노정의 경우, 납세기금의 사용처로 지역 활성화 분야를 신설하여, 기부자들이 특정 지구를 선택하여 기부할 수 있도록 함으로써 보다 효과적으로 기부금을 유치할 수 있었음. 또한 이러한 방침은 기부자와 해당 지역 간의 유대관계를 강화하는 기능을 하여 지속적인 기부를 이끌고 있음.
- 기부를 통해 기부자가 얻을 수 있는 혜택과 이득이 명확해야 기부 참여를 높일 수 있을 것으로 보임.
 - 고향 납세의 경우, 기부자들이 세금 공제 외에도 기부한 지자체의 특산품을 답례품으로 받을 수 있는 혜택으로 기부 참여를 높일 수 있었음.
 - 기업의 경우에는 기부를 함으로써 얻을 수 있는 법인세 혜택 외에도, 기업 이미지 쇄신 등의 기업 홍보에 이득이 될 수 있는 방향으로 기부금을 운영함으로써 기업의 참여를 높일 수 있을 것으로 보임.

- 교토부의 경우, 고향 납세 기금을 문화재 보호에 사용하기 때문에 2017년부터 시행되는 기업판 고향 납세를 통해 기업에게 문화재를 소중히 여기는 기업이라는 이미지를 심어줄 있다는 점을 강조하고 있음.

□ 소규모 사업의 우선적 실시 필요

- 일본의 고향 납세 사례에서 보듯이 초기에는 소액이라도 다수의 희망자가 기부 활동에 참여하도록 관심을 유도하는 사업 방식이 상생협력기금의 홍보와 지속성 확보에 더욱 효과적일 수 있음.
 - 다수 기부자들(기업 및 일반 국민 포함)이 소액 출연을 하여 지원 가능한 소프트웨어 분야 활동을 중점적으로 발굴하여 추진하는 것이 필요함.

□ 중간조직의 역할 필요

- 기업의 기부금이 지역 활성화에 실질적인 도움이 되기 위해 서로에게 필요한 기업과 지역을 연계해주는 컨설팅 역할을 하는 중간 조직이 필요함.
 - 영국의 BITC는 기업의 효과적인 사회 환원 활동을 돕는 컨설팅 전문 업체로, 농촌공헌 프로그램을 통해 기업과 농촌지역을 연결해줌으로써 기업과 지역이 서로에게 필요한 활동을 할 수 있도록 조연자 역할을 함.

제 5 장

농어촌 상생협력기금 사업 추진 방안

1. 사업 방향

1.1. 기금 사업 기본 방향

□ 기업과 농촌 모두에 도움이 되는 사업 방향으로 기존의 형식적·분산적인 농촌 사회공헌사업과 차별화 도모

- 형식적인 사회공헌사업이 아니라 농촌 활성화에 실질적 효과가 있는 다양한 활동들을 기업이 추진하도록 기금 사업 방향을 설정
 - 기존에 기업들이 사회공헌 부문에 투자해온 재원을 단순히 옮겨놓는 것이 아니라 농촌과 기업 모두에게 도움이 되는 기금 사용처를 지속적으로 발굴하고 귀감 사례를 확산하는 것이 기금 사업의 지향점임.
 - 기존 사회공헌사업의 발전적 확대와 시너지 창출에 초점을 둔 기금 사업 추진을 통해 농업·농촌 부문에 투입되는 민간 재원의 확대 도모

□ 도농 상생에 대한 관심을 촉발하도록 일반 국민의 참여 유도

- 기금 사업과 연계하여 일반 국민의 기부 참여 기회를 제공함으로써 자발적 기부 문화를 확산하고 도농 상생에 대한 범국민적인 관심 유도 필요
 - 기업에서 지금까지 진행했던 사회공헌 관련 재원 외에도 일반 국민까지 포함하여 상생협력기금 재원을 마련하도록 함.
 - 일본의 고향 납세의 아이디어를 참고하여 크라우드 펀딩(crowd funding) 등 다양한 대안을 통해 기금을 조성함으로써 보다 많은 국민들이 손쉽게 참여토록 유도함.

□ 정부 사업과 차별화되는 사업 영역을 대상으로 민간 주도 하에 기금 사업을 추진할 필요

- 농어촌 상생협력기금 사업은 정부 재정 투자와는 명확히 구분되는 영역을 대상으로 시행
 - 그간 정부의 FTA 국내대책 사업은 농업의 경쟁력 제고 및 체질 개선에 도모하기 위해 추진되어 오고 있음.
 - 기금 사업은 대상, 역할, 지원 방식 등에서 정부의 투융자 사업과 성격을 달리하도록 설계하며, 전체적인 사업 관리·운영 주체도 정부가 아닌 민간 기구에서 담당하는 것이 바람직
- 따라서 기존 정부 보조금 사업이 지닌 다음의 제약요소와 한계를 극복하는 방향으로 기금 사업 방향을 설정하도록 함.
 - 기존 정부 보조사업은 취약지역보다 투자 효율성이 기대되는 곳을 중심으로 시행되었음(농촌보다 도시, 면보다 읍지역 우선 투자).
 - 기존 사업은 보조금으로 시설 조성을 지원하지만 운영 인력의 인건비 등 경상비 지원은 제한되어 사업 시행 효과성이 저하되는 문제가 있었음.

- 따라서 서비스 전달 인력 등 민간 주체에 대한 경상비 지원과 같이 기존 정부 보조 사업으로써 추진하는 데 제약이 있던 사업들을 발굴하여 추진하는 것도 고려할 필요

□ 도농교류, 협력 분야 사업을 중점 발굴하여 추진

- 농업인 및 농촌 주민뿐 아니라 도시민들이 관심을 갖고 참여할 수 있는 분야의 사업들을 발굴하여 지원되도록 함.
 - 농촌 환경 보전, 경관 가꾸기, 도농교류, 로컬푸드 공급 등 도시민들에게도 편익을 제공할 수 있는 사업들을 중점적으로 추진
- 특히 기업들이 지금까지 수행하던 사회공헌 사업의 재원이 농업·농촌 부문에 투입됨으로써 기존에 성과를 내던 사업이 중단되지 않도록 할 것
 - 이를 위해 기금을 통해 도시와 농촌 지역사회를 매개할 수 있는 사업 아이템을 적극적으로 발굴
 - 또한 기부하는 기업 이미지 제고에 기여할 수 있는 사업 아이템이면서 동시에 기업체의 강점을 활용할 수 있는 사업을 중점 추진함.

□ 지역사회 체감도가 높은 소프트웨어 분야 사업의 우선적 시행

- 상생협력기금 사업에 대한 농촌 주민의 만족도를 높일 수 있도록 다음 기준에 부합하는 사업들에 우선순위를 두는 방안을 검토할 필요
 - [지역사회에 기반을 둔 운영 인력 지원] 농촌 지역의 다양한 분야에서 활동할 인력, 조직을 대상으로 기존 보조금 사업에서는 지원이 어려웠던 인건비, 경상비를 지원
 - [원격지 중심의 생활 여건 개선] 주민 복지, 생활 여건 개선을 위한 사업 추진 시 농촌지역 내에서도 서비스 접근성이 취약한 면부를 우선 지원
 - [체감도 높은 사업 우선 추진] 주민들이 느끼는 삶의 질 개선 효과가 높은

사업들을 우선적으로 발굴·추진함으로써 기금 사업에 대한 인지도 향상을 도모

- [준비된 지역 선별] 기금 사업의 효과를 극대화할 수 있도록 지역 차원의 사업 기반이 갖추어지고 지속적인 사업 추진 주체 형성이 가능한 곳을 선별 지원

**[참고] 주민 요구도가 높은 농촌 행복꾸러미 프로그램
(농식품부 선정 10개)**

- 기초생활형: 반찬배달, 이동식 세탁소, 장보기 대행, 병원 동행, 방문목욕, 복지셔틀 등
- 보건의료형: 건강체조교실, 치매진단·예방프로그램 등
- 소득연계형: 글쓰기·독서교실 등

[참고] 정선군 화암면의 서비스전달체계 개선 사례

- 인구 1,700명, 복지시설이 전무한 지역
- 119소방대 있던 자리를 군청에서 공부방으로 리모델링하여 복지관에 운영 위탁
- 현재 화동초등학교 전교생 35명 중 25명이 공부방에 등록
- 지역사회주민이 참여: 자율방범대에서 아이들 송영서비스, 부모는 간식 지원 등
- 면사무소에서 운영비, 복지관에서 사업비와 인건비 지원
- 공부방의 파급효과로 주민 자치적으로 노인대학을 운영(기존 복지회관 이용)

□ 민간 기구 중심의 기금 사업 추진체계 마련

- 기존 농업·농촌 관련 사회공헌활동 수행 기관의 노하우를 충분히 활용하도록 대·중소협력재단과 공동의 사업 추진체계를 구축
 - 농촌사랑범국민운동본부가 일사일촌 교류 활동 등을 추진하면서 구축한 기업체 및 농촌 현장 네트워크를 동원하여 활용함으로써 기업의 상생협력 사업의 효과적 추진을 지원
 - 농어촌희망재단의 경우에도 농업인 대상 다양한 복지사업 추진 경험을 활용할 수 있도록 대·중소협력재단의 기금 사업에 참여하는 방안 모색

1.2. 상생협력기금 구성

□ 상생협력기금 운용 주체

- 상생협력기금의 관련 주체는 크게 기부자, 수혜자, 중계인 및 집행인으로 구분 가능
 - 기부자는 기업, 공기업, 농·수협, 일반 민간인 등임. 수혜자는 농어민, 농촌 지자체, 농촌에 거주하고 있는 비영리 민간단체 등임. 중계인은 기부자와 수혜자를 연계하는 조직으로 협력재단 등을 의미함. 집행인은 협력재단 뿐만 아니라 상생기금을 위탁 운영하는 데 적합한 기존 관련 전문 조직이나 현장 중간지원조직 등을 의미함.

□ 상생협력기금 사업 유형 및 기부금 관리 방법

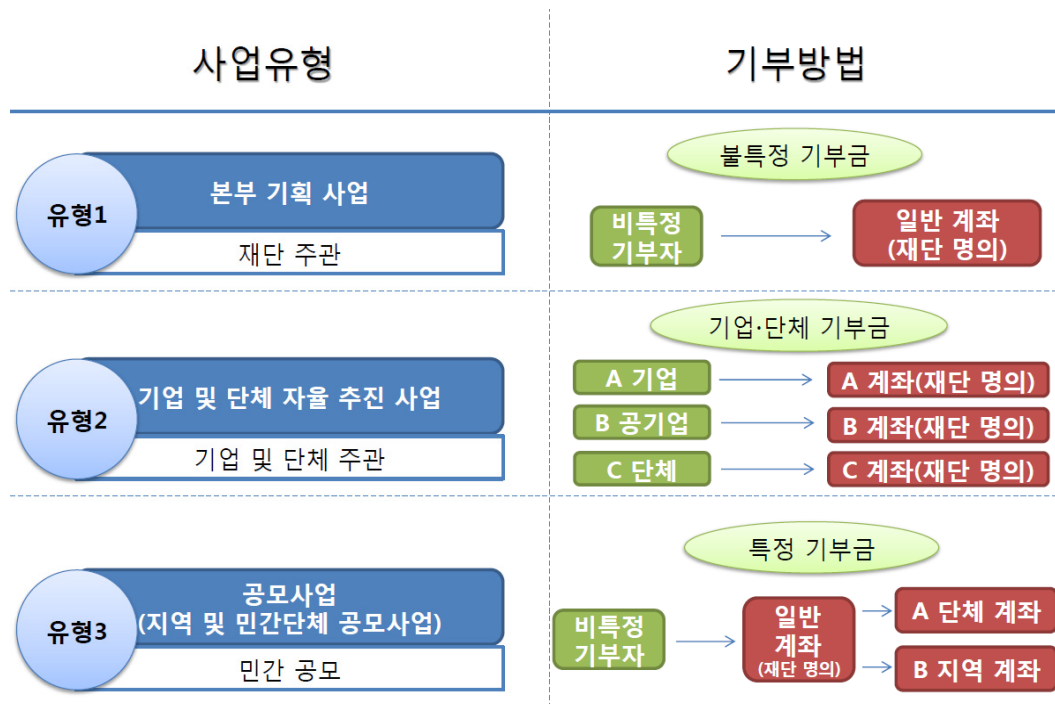
- 상생협력기금의 사용처(기금 사업 내용)는 아래 그림과 같이 세 가지 유형으로 나타낼 수 있음.
 - 첫째, 협력재단이 농어촌 상생협력발전을 위하여 기획한 “본부 기획 사업” 유형

- 둘째, 기업 및 특정 단체가 기부금을 자신들이 특정하는 목적에 사용하겠다고 지정하는 경우인 “기업 및 단체 자율 추진 사업” 유형
 - 셋째, 농촌 지역 지자체 및 농촌지역의 비영리 단체가 지역의 애로사항 해결을 위해 기금 사용을 요청할 때 기부자의 기부금에 의해 사업이 수행될 수 있는 “지역 및 민간단체 공모사업(공모사업)” 유형
- **(본부 기획 사업)** 협력재단 내 기금 운영 전담 본부가 농어촌 상생협력 발전을 위해 추진하는 “본부 기획 사업”의 경우, 재원은 기부자가 특정 목적을 지정하지 않고 농어촌 상생협력기금에 기부했을 때 마련된 재원을 바탕으로 협력재단이 주관하여 추진하는 사업임.
 - **(기업 및 단체 자율 추진 사업)** “기업 및 단체 자율 추진 사업”의 경우는 기업이나 단체가 추진하려는 특정한 사업이 있을 경우 개별 기업이나 단체의 의도에 따라 자체적으로 기획하여 집행하는 기금 사업을 의미함.
 - **(공모사업)** “지역 및 민간단체 공모사업”의 경우는 지자체, 농어민 단체, 비영리 민간단체 등이 농어촌의 발전과 농어촌 주민의 삶의 질 향상을 위해 필요한 사업을 공모를 통해 제안함. 기부자들이 그 내용을 보고 자발적으로 선택·기부하여 기금을 조성하고, 요청 단체에 조성된 기금을 전달하여 집행하거나, 전문 기관에 기금 집행을 위탁하여 운영하는 사업임.

□ 기부금 조성 방법

- 위 세 유형의 사업에 투입되는 기부금이 서로 섞이지 않도록 기부자의 선택에 따라 기부금은 각각의 계좌로 나뉘어 적립되고 집행되는 구조를 갖게 함.

그림 5-1. 농어촌 상생협력기금 사업의 세 가지 유형



2. 사업 세부 추진 방안

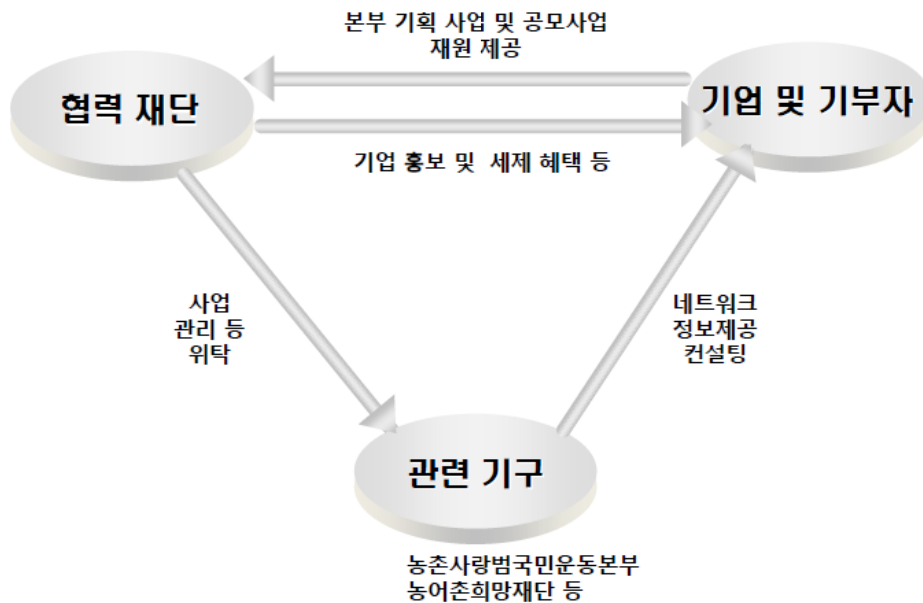
2.1. 상생협력기금 운용 체계

□ 협력재단, 기부자, 관련 기구의 협력 방식으로 운용

- 협력재단은 상생협력기금의 사업을 기획하고 농어촌 지자체나 주민 등의 기부사업을 공모하는 역할을 수행함. 또한 기업이나 기부자들의 기부 내용과 기금 사업 성과를 홍보하고 각종 세제 혜택 등에 대한 지원 절차를 수행

- 협력재단은 사업 기획에 주안을 두고, 농어촌지역에 각종 사회공헌 활동을 지원해 온 기존 전문 단체를 활용하여 사업 등을 위탁하고 관리함.
- 기업은 사전에 목적을 지정하지 않은 “본부 기획 사업”과 기업 차원의 “자율 추진 사업” 및 농어촌지역의 “공모사업”을 위한 계좌 모두에 기부가 가능하도록 설계
- 농촌사랑범국민운동본부, 농어촌희망재단 등 농촌 사회공헌 관련 기구들은 협력재단으로부터 사업비를 제공받고 자신들의 사업 수행 경험과 역량을 바탕으로 “본부 기획 사업”과 “공모사업”을 수행하고, “기업 및 단체의 자율 추진 사업” 수행 시에도 사업 노하우를 전수

그림 5-2. 농어촌 상생협력기금의 운용 체계



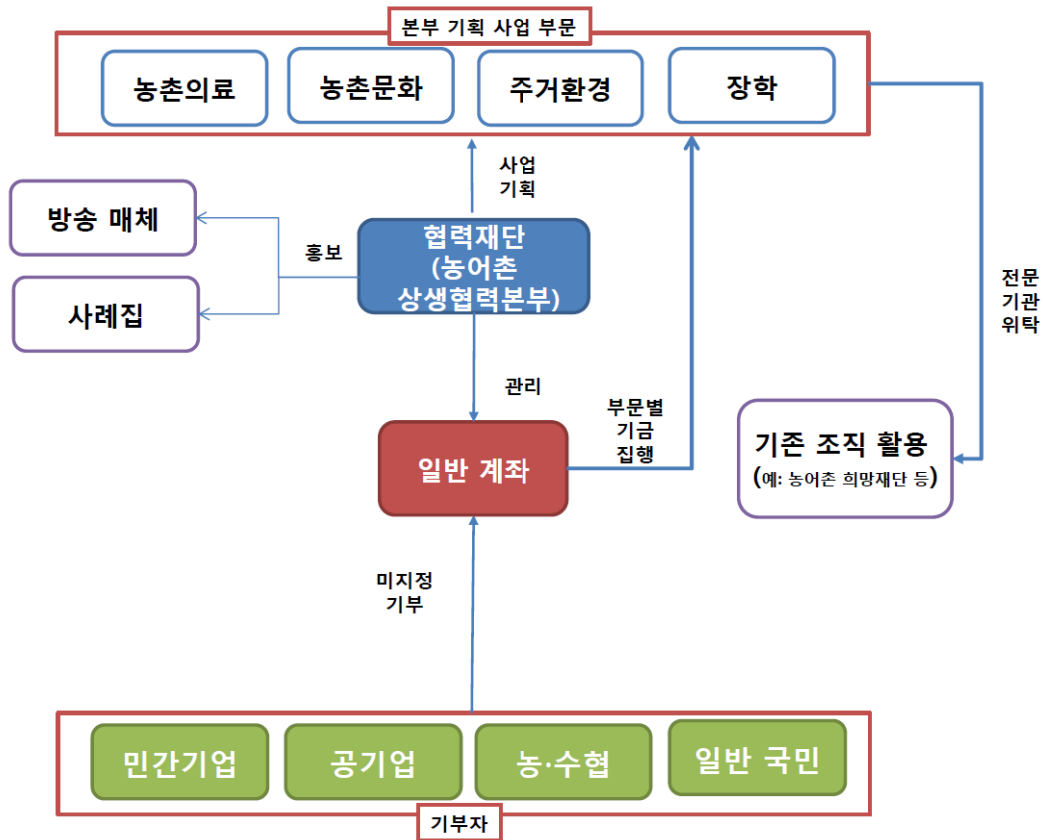
2.2. 세부 사업 추진 방안

① 본부 기획 사업

□ 사업 절차

- 본부 기획 사업은 기부자가 특정 목적이나 공모 사업을 선정하지 않고 포괄적으로 기부한 경우의 재원을 바탕으로 이루어지는 사업을 의미함.
- 따라서 협력재단의 기금 운영 전담본부에서는 이와 같이 마련된 목적 미지정 기금을 효과적으로 사용하기 위한 사업 내용 및 추진체계를 기획할 필요가 있음.
 - 현재까지는 농어촌 자녀 장학사업, 농어촌 의료·문화 지원사업, 주거생활 개선사업 등에 기금이 사용되도록 여야정이 협의하였음.
 - 큰 틀에서 사업 부문은 합의되었으나 구체적인 사업 내용은 마련되지 못한 상황임. 이에 차후 협력 재단에서는 사업 내용 및 세부 추진 방안을 수립할 필요가 있음.
- 효과적인 추진체계를 마련하기 위해서 협력재단은 농어촌에서 사회공헌 활동을 하고 있는 역량 있는 단체에게 기획한 사업을 위탁 집행하고 관리하는 방법도 고려할 수 있음.
 - 협력재단 내에 집행 인력을 두어 상생협력기금 운영 조직의 규모를 키우기보다는 오랜 기간 동안 농어촌에 사회공헌활동을 추진해온 관련 기관의 노하우 및 인력을 통해 본부 기획 사업을 효과적으로 집행하는 것이 효율적일 수 있음.
- 협력재단은 그들이 기획한 사업과 기부자에 대하여 지속적인 홍보를 수행하고 목적을 지정하지 않고, 기부한 기부자에게 사용 내역에 관한 정보를 제공

그림 5-3. 본부 기획 사업 체계



□ 사업 내용

- 농어촌 복지정책의 사각지대를 없애고 농어촌 발전을 위해 필요한 사업들을 본부 기획 사업의 내용으로 해야 할 것임.
 - 지역에서 참여 역량이 부족하거나 기업과의 연계가 적은 경우는 농어촌 생상기금의 수혜를 받기 어려움.
 - 이러한 경우 생상기금의 재원 배분도 편중될 수 있기 때문에 이를 보완할 수 있는 사업이 필요함.

- 따라서 본부 기획 사업은 정부 정책과 유사·중복되지 않으면서 배려농정 취지에 부합하고, 농어촌 지역에 필요한 사업들로 구성할 필요가 있음.
- 미지정 기부금을 통해 재단이 운영하는 본부 기획 사업은 현재 국회 여야정 협의체의 합의 사항으로 농어촌 자녀들을 위한 장학사업, 농어촌 의료·문화 지원 사업, 주거생활 개선사업, 농수산물 상품권사업 등으로 되어 있음.
- 향후 ‘기업 및 단체 자율 추진 사업’과 ‘공모사업’의 추진과정에서 얻을 수 있는 좋은 사업 아이디어를 본부 기획 사업에서 추진하는 것도 하나의 방안이 될 수 있음. 기업 및 단체 자율 추진 사업과 공모사업을 통해 검증받은 효과성 높은 사업을 여러 농어촌 지역에 적용함으로써 기금의 활용도를 높일 수 있음.

<사업 예시>

- [농업인 자녀를 위한 장학사업] 농업인 자녀 대상 학자금 외 도서 구입비, 기숙사비 등을 장학금으로 지급하거나, 교육 여건이 불리한 농촌 학교에 학습교구, 장비 등 필요시설 지원 등이 그 사업의 내용이 될 수 있음.
- [농어촌 의료 지원 사업] 의료방문 서비스, 경로식당 운영, 노인요양시설 지원, 농번기 공동급식 지원, 다문화가정 지원, 복지기관 셔틀버스 운행, 복지상담 및 정보 안내, 사회복지 봉사자들의 경비 지원 등을 사업의 내용으로 삼을 수 있음.
- [농어촌 문화 지원 사업] 찾아가는 문화서비스, 문화·예술 동아리 지원, 문화접근성이 어려운 농촌주민 대상 ‘문화 셔틀’ 사업 등을 그 내용으로 할 수 있음.
- [고령자 공동이용시설 효율화 사업] 정부에서 추진하고 있는 ‘공동생활홈’, ‘공동급식시설’, ‘작은 목욕탕’ 등의 공동시설을 중심으로 의료, 문화 등의 종합 서비스 추가 지원

- [농어촌 차상위 취약계층 주거환경 개선 사업] 기준 미달로 인해 정부의 취약계층 지원의 대상이 되지 않는 못하지만 생활이 어려운 차상위계층에 대한 지원

② 기업 및 단체 자율 추진 사업

□ 기존의 농업·농촌 분야 사회공헌활동의 성과를 계승하여 기업 및 단체의 자율적인 기금 사업 방향 모색

- 상생협력기금에 의한 기업 및 단체의 기금사업을 본격적으로 추진하기 위해 기존의 일사일촌 교류활동 등의 사업 경험을 밑바탕으로 삼아 새로운 사업 영역을 발전시키는 것이 필요함.
 - 상당수의 기업 및 단체는 농업·농촌 분야 교류·협력사업의 경험이 부족하고 구체적인 아이디어도 충분치 않아 교류활동이 교착 상태라는 지적도 제기되고 있음.
 - 반면, 농촌사랑범국민운동본부에서는 그동안 일사일촌 교류를 진행한 경험과 현장의 정보가 축적되어 있으므로, 이를 새롭게 발전시켜서 기업 및 단체주관의 기금 사업을 추진하는 것이 효과적일 수 있음.
- 도시-농촌 교류·협력 관계 구축을 통해 기업들의 기존 사회공헌활동이 농촌에서의 새로운 활동으로 연결될 수 있는 사업 방안을 마련
 - 기업들이 그동안 진행해온 사회공헌활동(예: 도시 취약계층 지원 등)이 농어촌 상생협력기금 도입으로 중단되는 것이 아니라 기금을 매개로 새로운 활로를 찾고 발전해나갈 수 있도록 기금 사업을 추진

□ 도농 연계 네트워크에 기반하여 추진 가능한 아이টে을 중심으로 사업 시행

- 도농 연계 활동이 안정적이고 지속적으로 이루어질 수 있도록 가급적 단일 마을이 아니라 농촌 지역사회 단위로 사업을 추진
 - 마을 네트워크를 형성하여 도농교류 및 농특산물 공급 등의 규모화와 시너지 창출
 - 기업체의 선물용 농특산물 구매 등도 일회적이지 않고 안정적으로 이루어지도록 함.
 - 6차산업 인증제품 등 구매를 통해 교류 지역의 농촌융복합산업 활성화에 기여
- 기업의 상생협력기금 재원 투입 효과가 도시와 농촌 양측 모두에 동시 발생할 수 있는 기금 사업 아이টে을 중점 발굴
 - 도시의 복지기관이나 취약계층 등에 농촌 교류마을의 농산물 공급
 - 농촌 체험마을 운영이나 마을 복지 프로그램 등에 필요한 물품 기부 시에 도시지역의 사회적 기업이나 자활기업 등에서 생산한 제품을 활용
- 도시민들의 농촌 체험 프로그램 참여 지원
 - 도농교류 및 농촌관광 프로그램 개발
 - 기업체 임직원뿐 아니라 고객, 거래처 등 보다 폭넓은 범위의 도시민들이 교류활동에 참여하도록 유도
 - 기업체 주관의 아름다운 농촌 마을 가꾸기 봉사 활동 추진

□ 농촌의 삶의 질 개선과 기업 비즈니스 영역 확대가 동시에 가능한 기금 사업 아이টে을 발굴

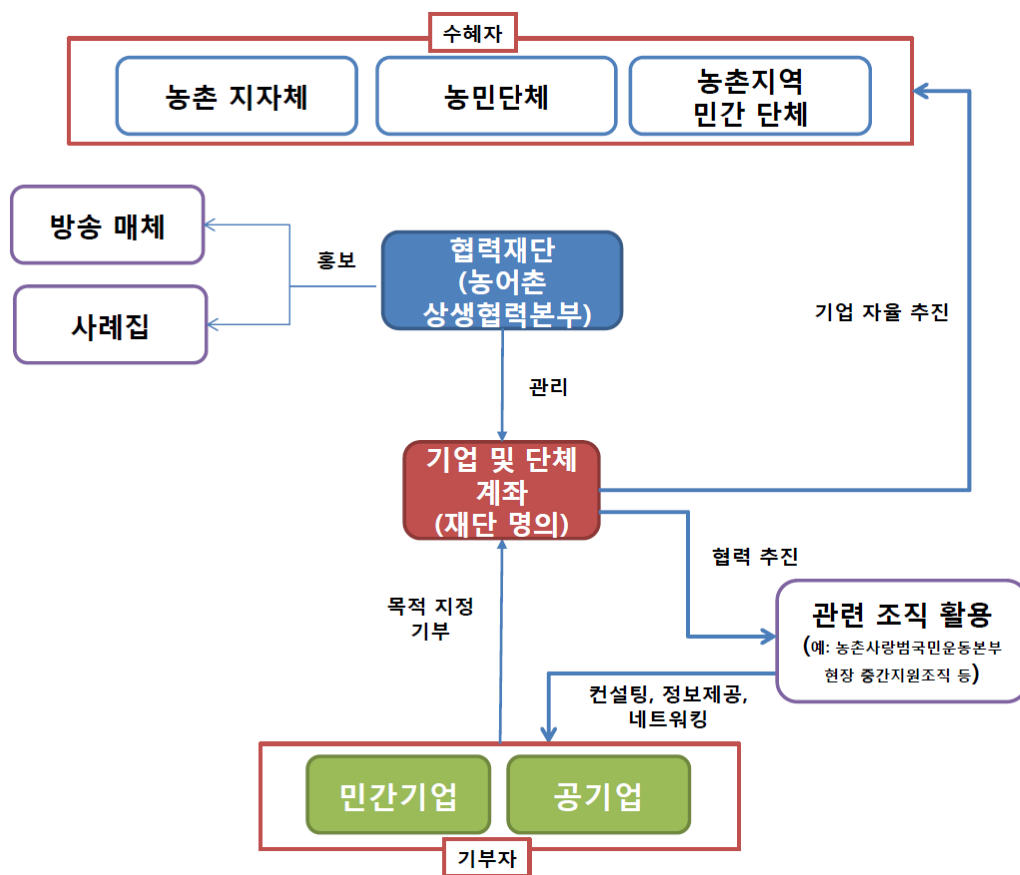
- 농촌 주민의 삶의 질 서비스 향상을 위한 여러 가지 창조적 아이디어를 시도해볼 수 있는 신기술 분야 사업을 기금 사업의 일환으로 추진

- ICT, 바이오 분야 등 신기술이 접목된 농촌 주민 생활서비스 개선 아이디어 개발과 적용(의료, 주택 설비, 교통 등 다양한 분야)
- 기업의 인재상에 맞추어 미래 세대를 양성하는 교육 분야, 기업 부가가치 제고를 위한 농촌 자원 개발 분야 등도 기금 사업으로 추진 가능

□ 농촌사랑범국민운동본부 등 관련 기관과 협력체계 구축

- 농촌과 도시를 잇는 연계 네트워크 형성을 위해 농촌사랑범국민운동본부가 주관이 되어 추진한 일사일촌 교류활동을 내실화할 필요
 - 기업 차원에서 기존에 농촌 마을과 개별적으로 진행했던 일사일촌 교류활동에서 벗어나 농촌 지역사회와 도시 부문을 잇는 새로운 네트워크로 확대 발전되도록 농촌사랑범국민운동본부에서 역할 확대
 - 관련 컨설팅, 현장 정보 제공 등을 위해 농촌사랑범국민운동본부의 기능을 강화하고 대·중소기업협력재단과의 연계 관계도 마련
- 농어촌 상생협력기금의 기업 및 단체 자율 추진 사업 체계는 다음의 그림과 같음.

그림 5-4. 기업 및 단체 자윈 추진 사업 체계



③ 상생협력기금 공모사업

□ 사업 절차

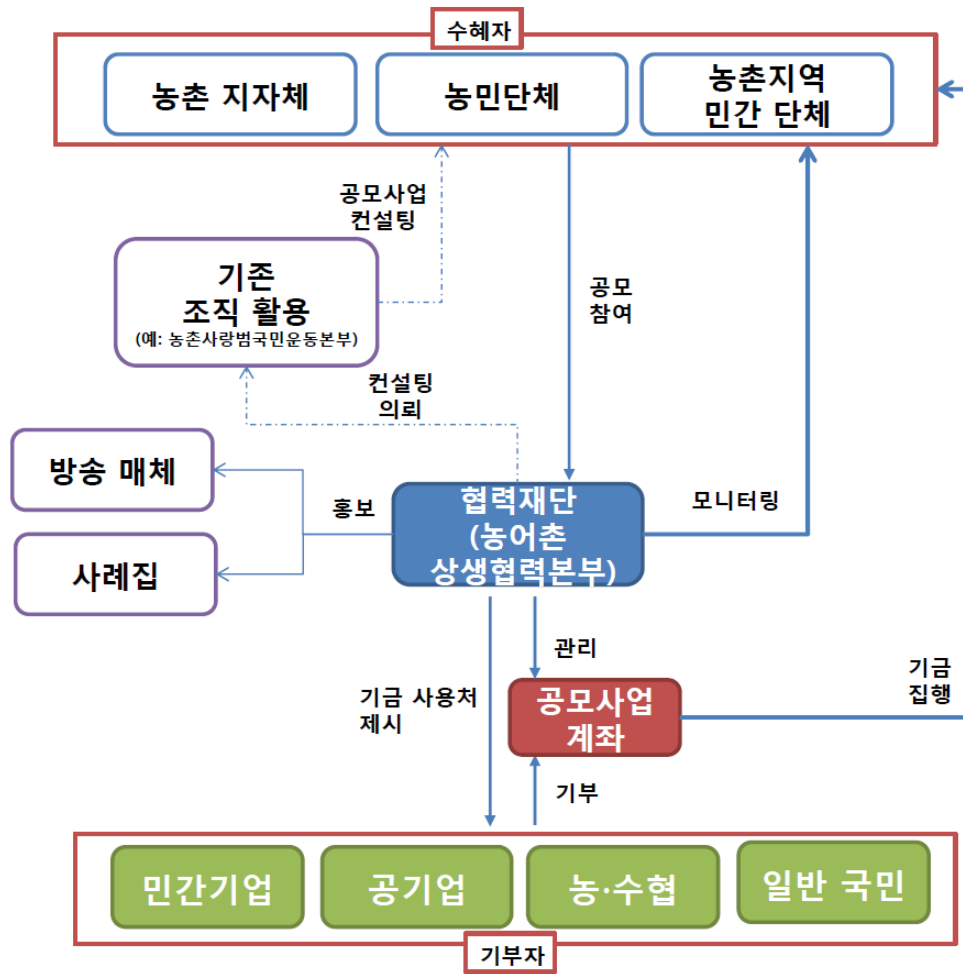
- 기금 사업의 세 가지 유형 중 지역 및 단체의 공모 사업은 지역, 민간, 농어민 등을 대상으로 홍보 및 교육을 진행하고, 이들이 사업을 계획하여 공모할 수 있도록 하는 절차가 필요함.
 - 농어촌 상생협력기금의 지원 기관이 지역, 민간, 농어민 등을 대상으로 공모 시 신청할 수 있는 사업 분야에 대해 홍보하고, 공모 절차에 대한 교육을 진행하는 사전 준비를 진행함.
 - 홍보 및 교육을 받은 지역, 민간, 농어민 등은 사업에 대한 상세한 계획서를 작성하여 공모에 참여함.
- 협력재단은 농촌 지역 지자체, 농어민 단체, 농촌주민 단체 등이 신청한 사업들을 심사하여 기금 사업 아이템 및 수혜지역 등을 선정함.
 - 협력재단은 기금 활용 원칙을 적용하여 기금 사업을 선정
- 사업 내용과 수혜자가 선정되면 협력재단이 이를 공고하고, 해당 사업과 단체에 기부하고 싶은 기부자를 모집
 - 기부자는 사업 목록을 확인한 후 자신들이 원하는 사업에 원하는 금액만큼 기부
 - * 인터넷, SNS 등의 매체를 활용하여 크라우드 펀딩(crowd funding) 방식으로 기부 희망자를 모집(네이버 해피빈 등의 사례 참조)
- 사업별로 기금이 모이면 협력재단이 이를 집행하고 사후 관리를 수행
 - 기금의 실제 집행은 협력재단이 아니라, 사업 공모에 응한 수혜자가 직접 시행할 수도 있음.
 - 기금 사용 모니터링을 통해 과정상에서 나타나는 개선 과제를 도출
 - 차년도 기금 사용 목록에 대한 의견을 제시

그림 5-5. 농어촌 상생협력기금 공모사업 추진 절차



- 협력재단은 조성된 기금을 집행하고, 이때 관련 지자체, 단체 등은 기금 집행의 중간조직으로 참여함.
- 농림축산식품부는 해당 기금 사업과 농림축산식품부 정책을 연계하는 방식으로 지원함으로써, 기금 사업의 지속성을 강화하고 시너지효과를 증대
- 최종 농어촌 상생협력기금 중 공모사업의 운영 체계는 <그림5-6>과 같음.

그림 5-6. 공모사업 체계



[참고] 기부자들이 기부할 수 있는 목록을 확인하여 기부할 수 있는 온라인 시스템의 사례

<p style="text-align: center;"><일본 고향 납세 홈페이지 사례></p> 	<p style="text-align: center;"><네이버 해피빈 사례></p> 
<p>고향 선택(후루사토-초이스) 홈페이지로, 이곳에서 기부자는 기부를 하고 싶은 지역 및 기부를 하고 싶은 특정 목적을 확인하고 기부할 수 있음.</p>	<p>네이버의 기부 시스템인 해피빈 홈페이지로, 특정 목적별로 기부금을 여러 사용자가 기부하여 적립하는 형태를 제공</p>

[참고] 네이버 해피빈 기부 시스템 구성 내용

- 기부 시스템의 주요 카테고리 ‘나눔기부’, ‘공감펀딩’ 등이 있음.
- ‘나눔기부’에서는 개별적으로 지원이 필요한 각각의 사연을 소개하고, 해당 기부 사연에 100원 단위의 소액 기부가 가능함.
 - ‘더 나은 세상(의료지원일반, 장애인 보조기구 지원, 노숙인 자립, 난민 보호 등)’, ‘아이들에게 희망을(환아지원, 결식아동·청소년, 장애아동 지원 등)’, ‘환경과 동물(유기동물 보호, 환경보호 등)’, ‘지구촌 나눔(해외아동 교육, 해외의료 지원 등)’, ‘피플&피플(의료지원일반, 장애인 보조기구 지원, 등)’, ‘어르신 돕기(노인건강 돌봄, 어르신 여가활동지원 등)’ 등의 분야와 관련된 내용의 기부사연을 다루고 있음.
- ‘공감펀딩’에서는 큰 액수의 사업비가 필요한 복지프로젝트에 사업별로 10,000원 이상의 기부가 이루어지고 있으며, 사업별로 기부액에 따라 사은품을 전달함으로써 기부금 유치를 위한 홍보를 하고 있음.

□ 사업 분야 및 내용(예시)

<건강함을 나누는 농촌>

- 농촌의 식품산업 육성 및 농업 지원을 통해, 도시민에게 건강하고 신선한 먹거리를 제공하는 농촌을 만들기 위한 사업 부문
- (예시) 지역 6차 산업화 육성 투자조합 운영
 - 지역농협, 지자체, 농업법인, 농가 등이 조합원으로 참여하는 지역 단위의 6차 산업화 관련 활동에 기반하여 기업의 상생기금 재원 유치
 - 단기 수익 창출 활동뿐 아니라 중장기적인 육성이 필요한 분야(R&D, 제품 개발, 지역 차원의 6차 산업화 인력 양성 등)의 육성을 목적으로 기금 사업을 수행
 - * 진천군 센트럴 생거진천 투자조합 사례: 농식품모태펀드 중 특수목적 펀드인 '6차산업펀드'를 활용, 민간투자회사와 투자조합을 구성하여 민간자본을 유치하고 지역의 농산업 경영체를 지원
- (예시) 도시 학생들의 농촌지역 견학을 통한 식생활 교육
 - 도시 지역의 교육청과 지역의 농협이 연계하여 도시 학생들에게 농어촌을 직접 방문하여 식생활 교육 및 농산물에 대한 교육을 받을 수 있는 프로그램의 운영을 통한 도농교류 활동 진행
 - 농촌이 도시지역 아이들에게 올바른 식생활 및 농산물에 대한 이해를 위한 교육을 제공함으로써, 우리 미래세대가 건강하게 성장할 수 있는 기반을 마련해 줌과 동시에 농촌과 가까워질 수 있는 기회를 제공
 - 동시에 농촌지역 주민은 지역의 농특산물을 도시 지역에 소개·홍보함으로써 장기적으로 농산물 판매 확대 효과를 기대

<아름다움을 나누는 농촌>

- 농촌의 자연경관의 개선 및 농촌 유무형 자원 발굴 지원을 통해, 도시민에게 아름다운 관광 명소를 제공하는 농촌을 만들기 위한 사업 부문
- (예시) 농촌 생태계 서비스(ecosystem service) 보전을 위한 주민 조직 지원
 - 주민 자율적 농촌 환경 가꾸기 활동 참여를 유도하여 농촌 마을의 생태계 서비스 기능을 강화하는 취지로 기금 사업 추진
 - 영농 폐비닐, 농약병, 폐농약봉지, 농수로 쓰레기 등을 집중 수거하는 주민 조직의 활동비를 지원하여 깨끗한 농촌 환경을 조성
 - 농촌 마을의 도랑 살리기, 생태형 하천 조성 등의 활동을 병행하여 추진
- (예시) 농촌 마을 문화경관(cultural landscape) 보전 기금 조성·지원
 - 지역에서 선정한 가치 있고 고유한 농촌 경관, 전통·문화 자원을 발굴, 보전하는 활동을 기금을 모금하여 추진
 - * 농업유산제도의 대상인 농업 생산 활동뿐 아니라 마을 주거, 생활환경 분야 자원을 보전 대상으로 확대
 - 주민 협의회 및 외부 전문가 등이 참여하는 연구회 구성을 지원하고, 기부금 조성에 참여한 기업 및 도시민을 회원으로 하는 오너 제도 운영 등 도농교류 활동을 추진
- (예시) 농촌마을박물관(eco-museum) 큐레이터 육성
 - 지역에 산재한 다양한 유무형 자원을 발굴하고 보전·활용하여 농촌의 다원적 가치 제고 및 지역사회 활성화에 기여하는 지역 주체를 ‘에코 뮤지엄 큐레이터’로 육성
 - 에코뮤지엄에 기반한 농촌 마을 해설사 역할 등 도농교류 활동을 큐레이터가 담당함으로써 농촌 활성화에 기여

<미래가 있는 농촌>

- 농촌지역의 아동 및 다문화 가정 아동의 교육을 지원함으로써 농촌의 미래세대를 육성하는 사업 부문
- (예시) 다문화 학생들을 위한 진로상담센터 지원
 - 농어촌 지역의 다문화 학생들이 한국에서의 미래를 꿈꿀 수 있도록 구체적인 진로 상담을 제공하고, 교육 및 생활에 필요한 다양한 도움을 지원함.
 - 도시지역 대학생 봉사자와의 연계를 통한 진로지도 및 과외활동 지원, 정기적인 상담을 통해 농어촌지역에 거주하는 다문화 학생들의 애로 사항을 파악하고 도움을 줄 수 있는 부분에 대한 지원책 모색 및 지원
- (예시) 농업계 학교 학생과 성공한 영농인의 멘토링 지원
 - 농업계 학교 학생들이 졸업 후 농업 분야에 본격적으로 진출할 수 있도록, 성공한 젊은 영농인과의 멘토링을 지원함으로써 농업 분야의 인재 육성 지원
 - 방학기간 멘토의 사업장에서의 인턴활동 지원, 정기적으로 멘토 역할을 맡은 영농인이 모여 멘토링 진행 상황과 학생들에게 제공해줄 수 있는 교육 프로그램에 대해 의견을 나누는 자리 마련

<모두가 행복한 농촌>

- 농촌지역을 대상으로 한 보건복지 관련 지원 및 농촌 취약계층을 지원함으로써 모두가 행복한 농촌을 만들기 위한 사업 부문
- (예시) 농촌 공동체 기반 자율적 복지 서비스 조직 및 인력 육성
 - 농어촌 지역사회와 마을 여건을 반영하여 주민생활의 필요에 맞는 지역복지서비스를 자율적으로 발굴하여 제공하도록 지역복지 공동체 조직을 육성하고 지원

- 지역의 자원봉사 인력과 연계, 종합적인 주민 생활서비스 전달 역할을 담당하는 지역공동체 단위의 복지 인력 지원
- (예시) 응급의료 취약지 주민의 응급 이송 서비스 비용 지원
 - 119 응급 서비스가 원활히 지원되지 않는 원격지 농촌 주민들이 민간 앰블런스 이용 시 개인이 부담하는 비용을 기금을 통해 지원
 - 기금 사업의 일환으로 도시지역 민간병원에서는 응급 이송 차량 및 인력 확충 등을 통해 취약지역 응급의료 여건 개선
- (예시) 농촌 지역사회 주거 지원단 육성
 - 귀농·귀촌 희망자를 위한 농촌 임대주택 정보 제공 및 알선 업무를 담당하는 지역사회 단위의 주거 지원단 활동 지원
 - 독거노인 등 취약계층 대상 주택 수리, 주거복지 서비스도 담당
 - 농촌 정주 수요 확대에 대응하여 미래 주거 모델 시험·개발, 에너지 절감 주택 보급 역할을 기업과 연계를 통해 추진
- (예시) 농촌의 교통 취약계층을 대상으로 한 자동차 공유 서비스
 - 교통 상황이 열악한 지역에 거주하면서 몸이 불편한 노인들에게 지역사회 주민들이 자동차 공유 서비스를 제공하고, 지역 조직과 지자체에서 이에 대한 재정 지원 및 보조 지원
 - 개인 스마트기기, 마을별 미디어폴 등을 활용하여 노인 대상의 자동차 공유앱 개발 등 관련 오픈 플랫폼 제공
- (예시) 찾아가는 우리 마을 전파상 및 농기계 수리소 운영
 - 서비스 취약지역인 농어촌을 대상으로 하여 소형 가전이나 생활 가전 및 농기계를 수리해주는 서비스 기사를 육성하고 농어촌 오지 지역에서 운영
 - 거동이 불편하거나 이동에 제약이 있는 농어촌 고령자 및 저소득층의 애로사항을 해결하며 농촌 지역에 새로운 일자리를 창출할 수 있음.

<살기 좋은 농촌>

- 농촌지역 주민이 향유할 수 있는 여가시설 및 여가서비스를 제공하거나 주민들의 평생교육을 위한 서비스를 제공하는 등 농촌에 거주하는 주민들의 삶의 질을 향상시킴으로써 살기 좋은 농촌을 만들기 위한 사업 부문
- (예시) 농촌 학교시설의 지역사회 복합공간화 사업 지원
 - 학생들의 방과 후 학습과 더불어 학부모와 주민의 평생교육을 위하여 학교 시설 및 설비를 리모델링·확충
 - 문화·예술·체육 관련 시설을 방과 후에 지역사회에 개방하고, 도서 열람실을 주민이 이용할 수 있도록 하며, 도서 구입비 등도 지원
 - 특히 소규모 학교를 중심으로 주민, 동창회, 학부모, 교직원 등이 참여하는 교육공동체 활동을 이와 연계하여 지원
- (예시) 농촌 지역사회 기반 문화 매개인력 양성
 - 주민의 문화예술활동 향유 기회 확대를 위해 농촌 지역사회를 단위로 활동하는 문화 매개인력을 지원
 - 문화 접근성이 취약한 면 지역을 주 대상으로 하여 외부 네트워크를 통해 찾아가는 문화예술 프로그램 유치, 주민들의 문화예술 교육 및 활동 참여를 유도하는 역할
 - 농촌 지역사회에 기반을 두고 주민과 밀착하여 활동할 수 있는 귀농·귀촌인 등이 문화 매개자 역할을 담당하도록 지원

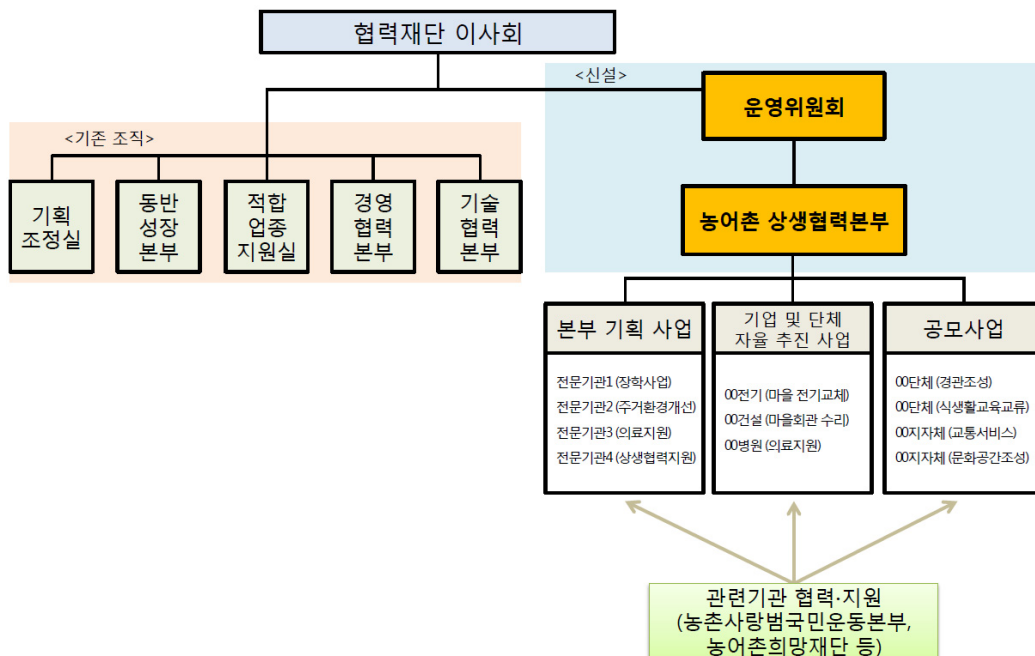
3. 관리·운영 방안

3.1. 대·중소기업협력재단 운영체계

□ 재단 조직 및 관리방안

- 협력재단의 기존 업무와 별개로 운영되도록 의사결정체계를 재설계하고, 상생기금 운영을 전담할 별도 본부를 구성하여 기금 관리·운용을 총괄함.
- 재단 조직·관리 사안은 재단의 정관 변경사항으로서, 중소기업청의 인가가 필요한 상황

그림 5-7. 농어촌 상생협력기금 조직체계



- 전담 본부는 총 10~15인 내외로 구성하는 방안 검토
 - ① 재단 이사회: 현 재단 이사회에 농어업계 대표를 추가 선임함.
 - 현 재단 이사회는 정부(중기청·산업부·공정위), 협회(전경련·중소기업중앙회 등), 업계(삼성전자 등) 15인으로 구성되어 있음
 - 재단 이사회는 기금 운영·관리에 관한 사항은 운영위원회에 위임하여 처리하게 하고, 운영위원회의 의사결정 사항을 최종 승인함.
 - ② 농어촌 상생협력기금 운영위원회: 기금 운영·관리 전반의 중요 사항에 대한 의사결정 역할을 수행하면서, 재단의 기존 업무와 별개로 독립적으로 운영
 - 농어민단체, 농·수협 및 식품업계 등으로 위원회 구성
 - ③ 농어촌 상생협력본부: 기금 운영계획 수립, 성과분석, 홍보·실적 관리를 총괄함.
 - 본부 내 팀은 ‘기획·홍보’와 ‘운영·재무’로 구분하여 운영함.
 - 또한 기금 사업 실적은 각 사업수행기관(민간기업, 공기업, 농·수협 등)이 본부에 보고토록 하고, 본부는 전체 실적을 관리함.

표 5-1. 농어촌 상생협력본부 조직구성

조직	담당 업무(예시)
기획·홍보	- 기금 운영계획 수립, 기부 모델 개발, 성과 분석, 홍보 등
운영·재무	- 기부금 심의조정위원회 운영 - 사업 모니터링, 실적 관리 등 - 기업별 출연계획 조사, 통장·출연금 등 재원 관리, 기부금 영수증 발행 등

- 운영비 지원: 기금의 안정적인 관리·운영 및 사업 관리를 위해 출연기금의 1~2% 수준을 전담 본부 운영비로 사용하는 방안을 검토
- 농촌사랑범국민운동본부와 농어촌희망재단 등과 같이 농어촌지역에 대한 사회공헌활동과 관련하여 노하우와 경험을 가지고 있는 관련 기관들과 협력재단 간의 연계를 통해 원활한 기금 운영이 가능할 수 있도록 함.
 - * 예시1) 농촌사랑범국민운동본부: 일사일촌 운동을 통해 기업과 농촌 마을을 매칭함으로써 기업의 사회공헌활동을 지원했던 경험을 바탕으로 농어촌상생협력기금의 기업 및 단체 자율 추진 사업과 공모사업을 지원할 수 있음.
 - * 예시2) 농어촌희망재단: 농어촌지역을 대상으로 장학사업, 복지사업, 문화사업 등을 진행해왔던 경험을 바탕으로 농어촌 상생협력기금의 본부 기획 사업을 지원할 수 있음.

3.2. 사업 관리·운영 방안

□ 사업 관리 및 모니터링

- 농어촌 상생협력기금 사업의 효율적인 관리에 필요한 세부 사항을 규정하기 위하여 사업관리 지침을 마련
 - 기금 사업 방향 및 추진 체계에 맞추어 농어촌 상생협력본부는 관리지침을 마련
 - 주요 내용은 상생협력기금의 목적, 적용 범위, 용어의 정의 등에 관련한 총칙, 기금사업 심의위원회, 기금사업 평가 및 관리 위원회, 위원의 구성, 기금사업 전담기관, 수행기관, 참여 기관에 대한 사업추진체계 등을 포함하도록 함.
 - 또한 기부 협약 체결 등에 관련한 내용과 기금 사업비의 관리 및 사용에 대한 내용 등을 관리지침에 명시하여 체계적인 사업 관리 지침을 수립

- 기금 사업과 정부사업의 중복성을 피하기 위하여 상생기금의 중기 운용전략을 마련
 - 사회경제 환경, 기금 특성, 근거 법령 등 사회경제 변화를 고려하여 향후 5년 간 상생기금 사업의 목표 달성을 위한 운용전략을 구체적으로 수립
- 협력재단 주관으로 공모사업 참여 마을, 단체 등의 추진 상황 모니터링
 - 기금 비전 달성을 위한 성과목표를 설정하고 목표달성을 위해 관리가 필요한 성과 지표를 구축
 - * 사업비 집행 내역 및 실적 보고와 주요 성과 집계 및 모니터링
 - 기금 사업에 대한 성과관리 체계 구축하고 기금 사업 부진 내용에 대한 환류 체계를 구축
 - * 문제점 및 개선책, 애로사항 등에 대한 의견 청취 및 대안 제시
- 협력재단, 농촌사랑범국민운동본부 등을 통한 기금 사업 컨설팅
 - 기금 사업 참여 희망 기업, 단체 대상 컨설팅
 - 참여 희망 농어촌 마을, 지역사회 네트워킹 및 정보 제공
 - 공모사업 참여 희망 마을, 단체 등에 대한 컨설팅, 계획 수립 지원
- 기업·단체 자율 추진 사업에 대한 정례적 실적 보고
 - 필요시 전문가 매칭 등을 통한 자문 및 컨설팅

□ 성과 홍보 및 사례 확산

- 농어촌 상생협력기금의 인식 조사를 통해 향후 기금 홍보 전략을 수립
 - 기금 사업의 핵심은 기부금 모금이기 때문에 기금 홍보에 주안점을 두어야 함.
 - 기금 홍보 전략 수립을 위하여 먼저 상생기금에 대한 기업 및 기부자의 인식, 농어촌 주민의 인식에 관련한 조사가 이루어질 필요가 있음.

- 단계별 홍보 전략 수립을 통한 상생기금의 활성화 유도
 - 상생기금은 내용으로 보면 기부금 모금을 위한 홍보와 기금 사업의 성과에 대한 홍보로 나눌 수 있음. 하지만 실제 홍보 시에는 둘 간은 차별적이기 보다는 보완적인 관계이기 때문에 홍보 콘텐츠 차이는 없을 것으로 판단됨.
 - 1단계에서는 농어촌 상생기금 홍보 강화를 위한 시스템 구축 및 인식 전환 기반 마련이 필요함. 이를 위해 농어촌 상생협력기금 홍보를 위한 One Voice 인프라를 구축. 이 단계에서는 미디어 PR, SNS 등을 활용한 온라인 홍보, 옥외 광고 매체 등을 통해 인식전환의 기반을 구축
 - 2단계에서는 농어촌 상생협력기금의 인지도 증대 및 긍정적 이미지를 형성하는 것이 필요함. 상생협력기금의 가치와 의미에 대하여 국민적 공감대를 형성시키는 것이 필요함. 이 경우는 대규모 광고캠페인 및 참여형 캠페인 등을 개최하는 것도 필요함.
 - 3단계에서는 농어촌 상생협력기금에 대한 공감대 형성 및 참여 증대를 목표로 정기적인 참여형 캠페인 프로그램을 만들고 이를 통해 성과 홍보 등을 추진해야 함. 예를 들어 “기부자와 농어촌 주민의 상생 한마당” 같은 축제 형식의 참여 캠페인도 그 예가 될 수 있을 것임.

- 농어촌 상생협력사업 및 기금 안내를 위한 인터넷 홈페이지 운영
 - 온라인 홍보 페이지를 통해 상생협력기금을 소개하고, 상생협력 우수 사례 등을 홍보(기업, 개인, 지역사회 등)
 - 또한 공모사업(클라우드 펀딩 대상) 소개 및 기부금 온라인 납부 시스템 등을 마련하여 기부자의 접근성 편의를 증대시킬 필요가 있음.

- 상생협력기금 우수 사례 소개 책자 발간 및 홍보
 - 연도별 우수 사례집 제작, 배포
 - 우수 사례 시상식 및 정례적인 홍보 행사 개최

참고 문헌

- 김광선, 권인혜, 김창호. 2010. 『농촌지역 지역개발 활성화를 위한 사회적 기업의 발전 방향과 과제』. 한국농촌경제연구원.
- 김동원, 박혜진. 2014. 『농업·농촌에 대한 2015년 국민의식 조사 결과』, 한국농촌경제 연구원.
- 김재현, 장주연, 이효정. 2011. “농촌지역 활성화를 위한 기업의 지역사회투자활동과 중간 지원조직의 역할: 농촌사랑국민운동본부의 1사1촌 운동을 사례로.” 『한국경제 지리학회지』. 14(2): 211-224.
- 김창수, 2009. “기업의 사회적 책임 활동과 기업가치.” 『경영학연구』, 38(4). 507-545.
국세청. 『국세통계연보』
- 박경원, 2001. “도시 거버넌스와 협력적 계획모형.” 『대한국토·도시계획학회지』, 36(5): 195-209.
- 박인석, 염철호, 차주영. 2009. “영국 도시재생사업에서 참여주체별 역할과 협력관계.” 『대한건축학회논문집 계획』, 25(12): 349-360.
- 박혁서. 2009. “일본의 도시재생정책에 있어서 관민파트너십에 대한 분석.” 『주거환경』, 7(2): 93-109.
- 사회복지협의회 사회공헌정보센터. 『2015 중견·중소기업 사회공헌백서』 .
- 성주인, 민경찬. 2016. “변화하는 농촌마을: 미래 정주공간을 준비한다.” 『농업전망 2016』. 한국농촌경제연구원.
- 성주인, 김영단. 2014. 『정주 여건 변화에 대응한 농촌 주거정책 추진 방안』. 한국농촌경제 연구원.
- 성주인 외. 2012. 『귀촌과 지역공동체 육성 정책의 연계 추진방안』. 한국농촌경제연구원.
- 성주인 외. 2014. 『제3차 농어업인 삶의 질 향상 기본계획(2015-2019) 수립방안 연구』. 한국농촌경제연구원.
- 송미령 외, 2016. 『농촌 취약계층 생활실태 조사 및 지원체계 구축을 위한 기초연구』. 한국농촌경제연구원.
- 심재현, 2016. “고향발전을 위한 납세형 기부”. 『지역과 발전』. Vol24.

- 양재섭, 김인희. 2012. 『서울의 마을단위계획 운영실태와 자치구 역할 개선방향 연구』. 서울연구원.
- 염명배. 2010. “일본 “후루사토(故郷)납세” 제도에 대한 논의와 “한국형” 고향세(향토발전세) 도입 가능성 검토.” 『한국지방재정논집』. 15(3): 71-111.
- 이계임, 한정훈, 허성운, 제철웅. 2015. 『농업과 기업의 상생협력 제도화 방안』. 한국농촌경제연구원.
- 이규천, 성주인, 김정섭, 채종현. 2012. 『일사일촌 농촌사랑 운동의 추진 실태와 발전 전략』. 한국농촌경제연구원.
- 이명수, 2012. “일본 세타가야 트러스트 마치즈쿠리와 시민참여형 제3섹터.” 『한국지방자치연구』. 13(4): 155-175.
- 이정동, 김영, 이필용. 2008. “해외 도시재생에서의 파트너십 사례를 통한 국내 파트너십 행태 연구”. 『대한국토·도시계획학회 2008 추계학술대회 발표논문』.
- 전국경제인연합회. 『2015년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서』.
- 정건영, 정용철, 1999. “기업의 기부금 지출수준 결정요인에 관한 연구.” 『세무회계연구』. 6: 323-346.
- 최숙희, 2004. 『원원전략으로서의 사회공헌활동 현황과 시사점』. 삼성경제연구소.
- 최운열, 이호선, 홍찬선. 2009. “기업의 사회공헌활동이 기업가치에 미치는 영향: 기부금 지출을 중심으로”. 『경영학연구』. 38(2), 407-432.
- 최일홍, 이창호. 2005. “일본의 마치즈쿠리 사례와 시사점.” 『국토계획』. 288: 44-51.
- 최지현, 한석호, 서홍석, 염정완, 김충현. 2016. “2016년 농업 및 농가경제 동향과 전망.” 『농업전망 2016』. 한국농촌 경제연구원.
- 통계청. 『2015 사회조사』.
- 통계청. 주민등록인구통계 .
- 한국농촌경제연구원. 2015. 『농업·농촌 70년』. 농림축산식품부 발간
- 한국일보(15.12.20). “IMF, 카드대란, 금융위기... 불경기마다 귀촌늘었다.”
- 內閣府地方創生推進事務局. 2016. 地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）活用の手引き -企業の力で地方創生-
- 內閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局. 2016. 平成28年度税制改正（租税特別措置）要望事項-地方創生応援税制の創設（「企業版ふるさと納税」）.
- 교토지역창조기금. 2016. 2016년도 교토지역창조기금 홍보 자료.

京都地域創造基金・京都市. 2016. 地域団体とNPO法人の連携促進事業応援寄付カダログ.

京都地域創造基金. 2016. きょうととNPO支援連携融資制度のご紹介.

石川県・里山創成室. 2011. いしかわ里山創成ファンドを利用した里山里海づくりの資料

石川県・里山振興室. 2016a. 2016年度「いしかわ里山振興ファンド」公募説明会の資料1-
いしかわ里山振興ファンド事業のついて-.

石川県・里山振興室. 2016b. 2016年度「いしかわ里山振興ファンド」公募説明会の資料
2-2015年度採擇事例の紹介.

石川県・里山振興室. 2016c. 2016年度「いしかわ里山振興ファンド」公募説明会の資料3-
いしかわ里山振興ファンド2016年度公募要項.