

새로운 경제시스템 창출을 위한

경제주평

Weekly Economic Review

■ 나눔의 경제학

- 영미와 비교한 한국 나눔 문화의 7대 특징 및 시사점

목 차

■ 나눔의 경제학

- 영미와 비교한 한국 나눔 문화의 7대 특징 및 시사점

Executive Summary	i
1. 꾸준히 증가하는 한국의 기부	1
2. 나눔과 경제의 관계	2
3. 영미와 비교한 한국 나눔문화의 7대 특징	6
4. 시사점	13

본 보고서에 있는 내용을 인용 또는 전재하시기 위해서는 본 연구원의 허락을 얻어야 하며, 보고서 내용에 대한 문의는 아래와 같이 하여 주시기 바랍니다.

총 괄 : 백 흥 기 이사대우 (2072-6228, hkback@hri.co.kr)

산업컨설팅실 : 장 후 석 연구위원 (2072-6234, chahus@hri.co.kr)

Executive Summary

□ 나눔의 경제학

1. 꾸준히 증가하는 국내 기부

국내 기부가 지속적으로 증가하는 등 나눔문화는 꾸준히 활성화되고 있으나, OECD 주요국과 비교할 때 나눔문화가 아직 선진국 수준이라고 보기 어려운 상황이다. 따라서 본 연구에서는 국내 나눔문화의 특징을 분석하고 이에 따른 정책적 시사점을 살펴보고자 한다.

2. 나눔과 경제와의 관계

(산업 규모) 나눔은 경제성장과 밀접한 관련이 있는 사회자본의 주요 구성요소 중 하나로 미국의 경우 나눔관련 산업 규모가 GDP의 5.4%, 고용도 10% 정도를 담당한다.

(나눔과 경제발전) 각국의 기부와 1인당 GDP/지니계수 관계를 살펴보면, 소득이 높은 나라일수록 기부가 많아지며, 소득불평등도가 높아지면 기부라는 나눔 행위를 통해 소득불평등도를 줄이는 모습을 나타내고 있다.

(나눔과 국가행복) 나눔은 한국가의 행복을 결정하는 주요 요인 중 하나이며, 개인 관점에서도 나눔을 통해 삶의 만족도가 향상되는 모습을 보인다.

3. 영미 비교를 통해본 한국 나눔문화의 특징

(① 나눔 연령) 한국은 청소년의 자원봉사가 압도적으로 많고, 60세 이상 고령자의 자원봉사 참여율이 상대적으로 저조하여 각 연령대간 **나눔의 연결사다리**가 충분히 발달되지 못한 현상을 나타내고 있다.

(② 나눔 이유) 꾸준한 개인기부 증가에도 불구하고 한국의 경우 미국이나 영국에 비해 종교적 이유의 기부가 많고 환경이나 문화 등 다양한 나눔이 부족한 실정이다.

(③ 나눔의 정기성) 대표적인 계획기부인 유산기부는 미국에서 전체 기부액의 약 8%인데 반해 한국에서는 발달하지 못해 **이벤트성 기부가 될 가능성이 높다**.

(④ 고소득자의 나눔) 미국의 백만달러 이상 기부가 1000회 이상 총 141억 달러를 달성하는 것에 비하면 **고액기부 문화가 미흡한 수준**이다.

(⑤ 나눔 유형) 한국은 전체 기부 참여자가 34.5%인데, 현금기부를 하는 사람은 32.4%나 되는 반면 물품기부를 하는 사람은 5.9%에 불과하다. 또한 선진국에서 활용되는 DAF, CRT 등 **다양한 기부방법들이 제대로 도입되지 못하고 있다**.

(⑥ 나눔 수행자) 한국의 NPO는 2013년 약 2만 여곳에 불과해 미국의 150만개, 영국의 16만개에 비하면 현저히 부족하다. 또한 재정적인 측면에서도 국내 NPO의 기부금 수익은 4조원에 불과해 선진국에 비해 낮은 수준이다.

(⑦ 나눔 관련 정책) 2013년 세계개편에 따라 기부금 역시 기존 소득공제에서 세액공제로 변화하면서 고액 기부일수록 혜택 감소폭이 커진다는 우려가 상존하고 있다.

4. 시사점

나눔을 경제발전의 성장 동력과 선진국 진입의 계기로 활용하기 위해서는 나눔과 같은 사회자본 확충을 모색해야 하는데, 국내 나눔문화의 확산을 위해서는 **첫째**, 나눔문화의 연령대 간 연결사다리 형성 방안이 마련되어야 한다. **둘째**, 다양한 계획기부가 도입되고 확대될 수 있는 방안이 마련해야 한다. **셋째**, 비영리단체의 양적 질적 발전을 도모해야 한다. **넷째**, 고액기부자들이 솔선수범할 수 있는 기부문화를 형성해야 한다. **다섯째**, 탄력적인 기부 관련 세제 운영을 통해 나눔 축소 우려를 해소해야 한다.

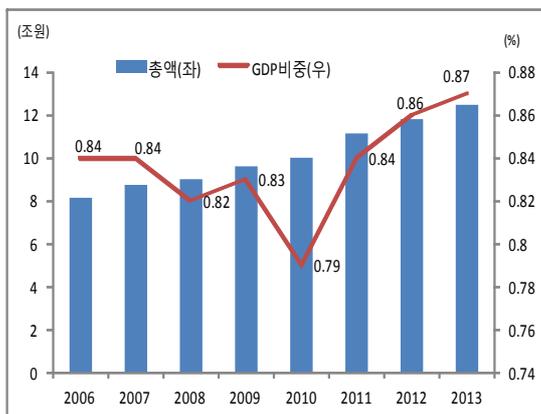
1. 꾸준히 증가하는 국내 기부

- 국내 기부가 지속적으로 증가하는 등 나눔¹⁾문화는 꾸준히 활성화됨
 - 국내 기부금 신고 현황을 살펴보면, 2006년 8조 1,400억원에서 2010년 10조 340억원으로 10조를 넘었고, 2013년에는 12조 4,859억원으로 지속적으로 증가하는 추세를 보임
 - GDP 대비 비중은 2006년 0.84%에서 2010년 0.79%로 약간 후퇴한 이후 계속 증가해 2013년 0.87%를 기록함

- 다만, 한국의 경우 OECD 주요국과 비교할 때 나눔문화가 아직 선진국 수준이라고 보기 어려움
 - OECD 국가들의 기부참여율을 보면 한국의 경우 OECD 평균에 못미치며 전체 국가 중 25위로 하위 수준에 불과함
 - 기부금의 GDP 대비 비중도 미국의 경우 2%가 넘어 한국의 0.87%에 비해 월등히 높은 수준임

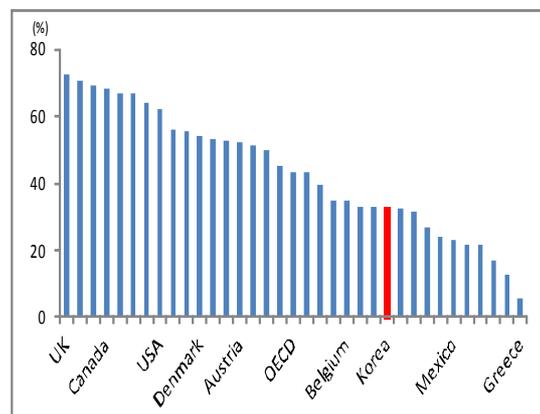
- 따라서 본 연구에서는 나눔의 경제적 효과를 살펴보고, 국내 나눔문화의 특징 분석을 통해 정책적 시사점을 살펴보고자 함

< 국내 기부 총액 및 GDP비중 >



자료 : 국세통계연보 각년도.

< OECD 주요국 기부 참여율(2013년) >



자료 : OECD.

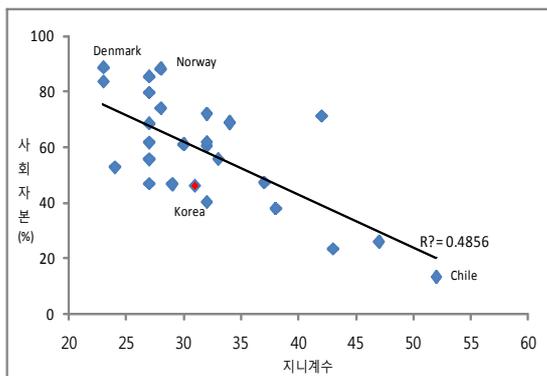
1) 보건복지부의 나눔실태 2014에 따르면, 나눔이란 인간의 복지향상과 공공복리의 증진을 위하여 대가없이 자발적으로 사회경제적 가치가 있는 자원을 제공하는 것으로, 대표적으로 기부와 자원봉사 등이 존재함.

2. 나눔과 경제의 관계

○ 나눔은 경제성장과 밀접한 관련이 있는 사회자본 주요 구성 요소 중 하나

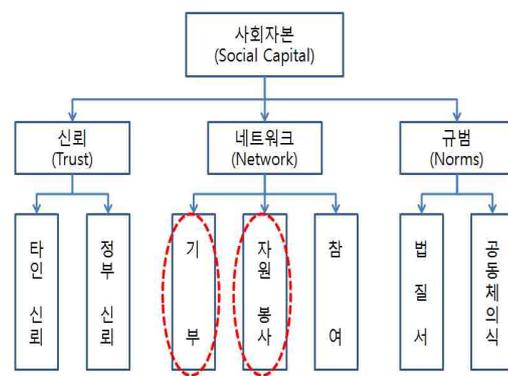
- 사회자본이 확충될 경우 국가 경제 성장에 긍정적 영향을 끼친다는 연구 결과들이 많음
 - Knack and Keefer(1997)²⁾의 29개국을 대상으로 분석한 결과에 의하면 신뢰가 10% 하락 시 경제성장률은 약 0.8%p 하락 (1980-1992년)한다고 함
 - Whiteley(2002)³⁾는 1970~92년 34개국을 대상으로 분석하여 신뢰가 1% 증가할 경우 1인당 실질 GDP가 약 0.6% 상승한다고 주장함
- 또한, 각국별로 살펴보면, 사회자본을 대표하는 신뢰가 낮을수록 소득불평등도가 높아지는 등 신뢰와 지니계수는 매우 높은 부정적 상관관계(-0.70)를 보임
- 이렇듯 경제발전에 매우 중요한 역할을 담당하는 사회자본을 구성하는 주요 요소 중 하나가 나눔임
 - 사회자본 관련 대표적 학자인 Putnam은 사회자본의 주요 구성요소로 신뢰, 규범, 네트워크(나눔)등을 일컫음⁴⁾

< 주요국 사회자본과 지니계수 관계 >



자료 : World Bank, World Value Survey (2012년)를 현대경제연구원에서 자체 계산.
주 : 사회자본은 신뢰수준으로 평가됨.

< 사회자본 구성요소 >



자료 : OECD와 영국 통계청(ONS)의 사회자본 구성요소 참조.

2) Knack, S., Keefer, P. (1997). Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation. Quarterly Journal of Economics 112 (4): 1251-1288.
3) Paul F. Whiteley(2002), Economic Growth and Social Capital. Political Studies 48(3): 443-466.
4) Putnam, Robert D. (1995). "Bowling Alone: America's Declining Social Capital". Journal of Democracy 6 (1): 65-78.

○ (산업규모) 나눔 관련 산업은 한나라의 경제에서 중요한 부분을 차지함

- 한국의 비영리단체(NPO) 관련 산업 규모는 아직 미비하나 선진국과 대비할 경우 성장가능성은 매우 높음
 - NPO 수는 2013년 2만여개 정도이며, 매출 규모는 4조 원 정도임
- 반면, 미국의 NPO 관련 산업 규모는 전체 GDP의 약 5.4%를 차지함
 - NPO 전체 매출은 2013년 2조 2,600억 달러, 지출은 2조 1,000억 달러 규모이며, 이들의 GDP 공헌액은 9,059억 달러로 추정되고 있음⁵⁾
 - 나눔과 관련해서도 기부금액만 3,584억 달러로 GDP 대비 약 2.1%이고, 자원봉사자들이 투자한 전체 자원봉사 시간을 금액으로 환산하면 1,792억 달러로 GDP 대비 1.0% 정도임
- 고용 측면에서도 나눔 관련 산업이 차지하는 비중은 매우 높고, 지속적으로 성장하고 있음
 - NPO 관련 전체 고용인원은 2007년 1,050만 명으로 전체 민간부문 고용의 9.2%를 담당하였고, 2012년에는 1,140만 명으로 10.3%를 차지하는 등 꾸준히 증가하고 있음
 - 이들 분야 종사자의 일인당 연봉도 2007년 39,997달러에서 2012년 46,568 달러로 증가함

< 미국 나눔 관련 산업 규모(2014년) >

	규모	GDP 대비
NPO 수	150만 개	-
NPO 전체	9,059억 달러	5.4%
기부금액	3,584억 달러	2.1%
자원봉사가치	1,792억 달러	1.0%

자료 : Bureau of Labor Statistics.
 주 : NPO 전체 금액은 2013년.

< 미국의 나눔 관련 산업 고용 현황 >

	2007년	2012년
고용인원	1,050만명	1,140만명
전체고용인원대비	9.2%	10.3%
총연봉	4,213억 달러	5,321억 달러
일인당 연봉	39,997 달러	46,568 달러

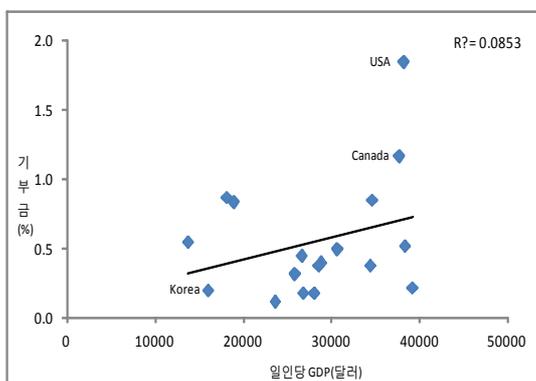
자료 : Bureau of Labor Statistics.
 주 : 전체고용인원대비 비중은 민간부문 (private sector)에서 차지하는 비중.

5) Urban Institute(2015년), The Nonprofit Sector in Brief 2015.

○ (나눔과 경제발전) 나눔과 1인당 GDP는 정비례 관계

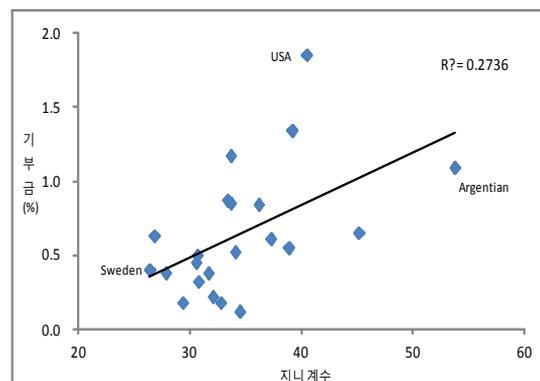
- 기부와 1인당 GDP는 약간의 정의 관계를 보임
 - Johns Hopkins Comparative Nonporofit Sector Project에서 2002년 발표한 GDP 대비 기부금액 비중과 1인당 GDP와의 관계를 살펴보면 1인당 GDP가 높은 나라일수록 기부도 증가하는 모습을 나타냄
 - 미국과 캐나다의 경우 GDP 대비 기부금액은 각각 약 2%와 약 1.2%로 가장 높은 수준이고 1인당 GDP도 높은 바람직한 모습을 보인 반면, 한국은 2002년 까지만 해도 낮은 GDP 대비 기부금액(0.22%)과 낮은 1인당 GDP를 기록함
- 소득불평등도가 높을수록 나라일수록 기부가 많아지는 모습을 나타냄
 - 소득불평등도를 나타내는 지니계수와 기부와의 상관관계를 살펴보면, 높은 정의 관계를 보임
 - 미국의 경우 상대적으로 높은 지니계수를 나타내며 기부금도 GDP 대비 약 2%를 기록한 반면, 지니계수가 매우 낮은 스웨덴의 경우 GDP 대비 기부금액 (0.4%)도 상대적으로 낮은 편임
- 종합하면, 소득이 높은 나라일수록 기부가 많아지지만, 소득불평등이 높아지면 기부라는 나눔 행위를 통해 소득불평등도를 줄이려는 행동이 늘어남을 추정할 수 있음

< 주요국 기부와 1인당GDP 관계 >



자료 : World Bank(명목GDP) Johns Hopkins Comparative Nonporofit Sector Project (기부금).
 주 : 기부금은 GDP 대비 비중(2002년), 일인당GDP(2002년 current LCU).

< 주요국 기부와 지니계수 관계 >

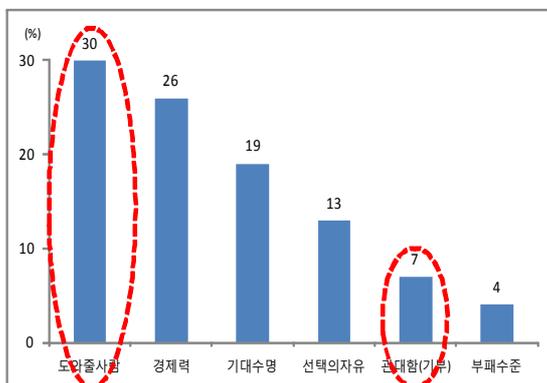


자료 : World Bank(지니 계수), Johns Hopkins Comparative Nonporofit Sector Project (기부금).
 주 : 기부금은 GDP 대비 비중(2002년).

○ (나눔과 행복) 나눔은 국민 행복과 같은 정성적인 측면에도 영향

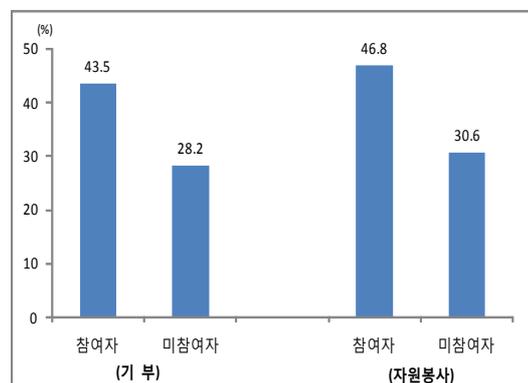
- 타인을 돕는 자원봉사나 기부 등 나눔 행위가 행복을 결정하는 주요 요인임
 - UN(2015년)의 조사보고서에 따르면, 행복을 결정하는 요인으로는 1인당 GDP와 같은 경제력(26%)보다 도와줄 사람의 존재(30%) 여부가 가장 중요한 것으로 나타남
 - 또한, 얼마나 건강하게 오래 살 수 있는지 여부인 기대수명(19%), 삶을 선택할 수 있는 개인 자유(13%) 이외에도, 타인에게 기부를 하는 관대함도 7% 정도 영향을 미침
- 실제, 나눔 행위를 한 사람은 그렇지 않은 사람보다 자신의 삶에 더 만족하는 것으로 나타남
 - 경제적인 면, 직업, 건강 등을 전반적으로 고려한 현재 본인의 생활에 대한 만족 수준을 기부 참여자와 미참여자로 나누어 비교해 보면, 기부 참여자의 삶에 대한 만족도는 43.5%로 미참여자보다 높은 수준임
 - 자원봉사활동 참여자의 삶에 대한 만족도는 46.8%로 미참여자의 만족수준 30.6% 보다 16.2% 포인트가 높음
- 따라서 경제발전에도 도움이 되고 삶의 질이라는 정성적인 관점에서도 국가에 영향을 미치는 나눔문화를 활성화시키기 위해 한국의 나눔 문화 특징을 살펴보고 분석을 통해 이를 발전시킬 수 있는 방안을 마련해야 함

< 행복을 결정하는 요인 >



자료 : UN(2015), 'World Happiness Report 2015'.

< 나눔참여자의 삶의 만족도 >



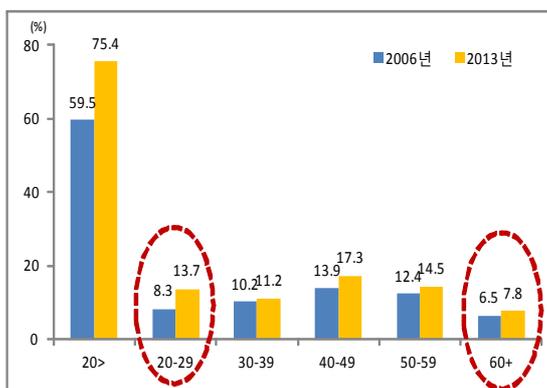
자료 : 통계청, 나눔실태 2014.

3. 영미 비교를 통해본 한국 나눔문화의 특징

○ (나눔 연령) 나눔의 연령간 연결사다리 부족

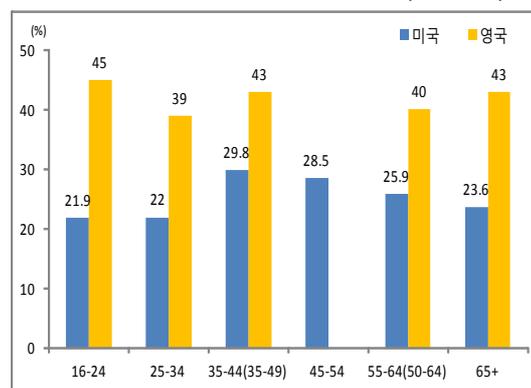
- 한국의 자원봉사 참여율은 2006년에 비해 2013년 전반적으로 증가하고 있으나 청소년을 제외하고는 각 연령대에서 10%대에 불과함
 - 미국과 영국의 경우 전연령대에서 각각 40%대와 20%대로 비슷한 수준의 자원봉사 참여가 나타나고 있음
 - 반면, 한국은 청소년의 자원봉사가 압도적으로 많고, 60세 이상 고령자의 자원봉사 참여율이 상대적으로 저조하여 각 연령대간 연결사다리가 충분히 발달되지 못한 현상을 나타냄
- 한국의 청소년의 자원봉사 문화는 장단점이 존재하나, 이들의 자원봉사 경험이 향후 국내 자원봉사 확대에 이어질 확률 높음
 - 따라서, 청소년 시절부터 개인별 산발적인 봉사보다 한 단체와의 연계성 강화를 통한 지속적인 연결사다리 제공 방안이 필요함
- 기부 역시 40대와 50대가 가장 많이 참여하고 있으며, 60대 이상의 참여율이 선진국에 비해 상대적으로 저조하여 비슷한 상황임⁶⁾

< 한국 연령별 자원봉사 참여율 >



자료 : 통계청 사회조사.
주 : 2006년, 2013년 각 1년간 자원봉사 경험.

< 영미 연령별 자원봉사 참여율(2014년) >



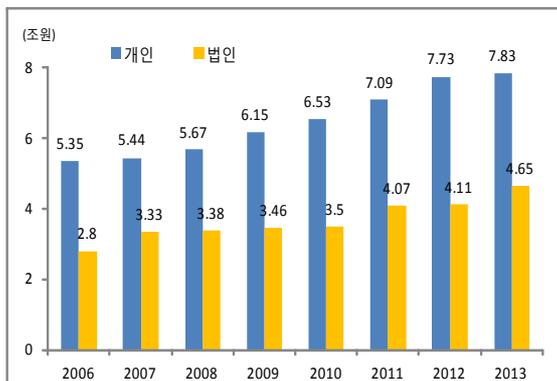
자료 : UK Civil Society Almanac 2015(영국), the Bureau of Labor Statistics(미국).
주 : 1년간 자원봉사 경험, 연령 구분 중 ()은 영국 구분.

6) 한국인의 1인당 현금기부(2013년)는 통계청 사회조사에 따르면, 20대 125,000원, 30대 179,000원, 40대 253,000원, 50대 269,000원, 60세 이상 193,000원으로 나타남.

○ (나눔 이유) 꾸준한 개인기부 증가에도 불구하고 특정 이유에 따른 기부 많음

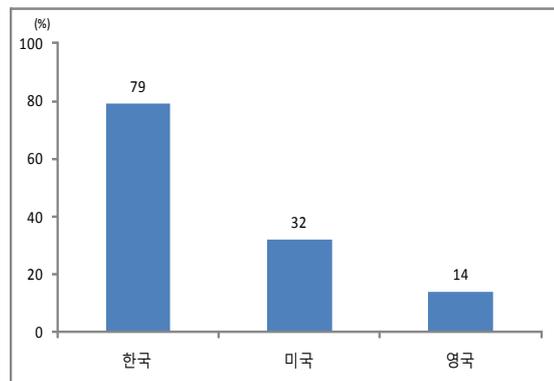
- 최근 한국도 개인 중심의 기부문화가 정착되고 있음
 - 2006년 5조원이던 개인기부금이 2009년 6조원, 2011년 7조원을 넘었고 2013년에는 약 7조 8천억원으로 꾸준히 증가하고 있음
 - 다만, 전체 중 개인기부액의 비중은 2006년 65.7%를 기록한 이후 60%대에서 정체되는 모습을 보여 70%가 넘는 미국 개인기부에 비해 낮은 편임
- 한편, 미국이나 영국의 기부는 다양한 이유로 인해 발생하는 반면, 한국의 경우 특정 이유에 편중되는 경향을 보임
 - 미국은 1980년대 까지만 해도 종교적 이유의 기부가 전체 기부액의 50%를 넘었으나 최근 약 30%대를 유지하고 있음
 - 영국은 사회, 문화, 환경 등 다양한 이유로 기부가 이루어지고 있으며, 종교적 이유의 기부는 전체 기부액의 14% 정도임
 - 한국의 경우 Giving Korea의 설문조사(2014년)에 따르면, 종교적 기부 참여율은 38.0%로 상대적으로 낮은 편이지만, 금액 측면에서 살펴보면 종교적 기부(121.5만원)와 순수 기부(32.1만원)의 차이는 크며, 결과적으로 약 80% 정도가 종교관련 기부(7)로 나타남

< 한국 개인과 법인 기부금 현황 >



자료 : 국세통계연보.

< 한미영 종교관련 기부금비율(2014년) >



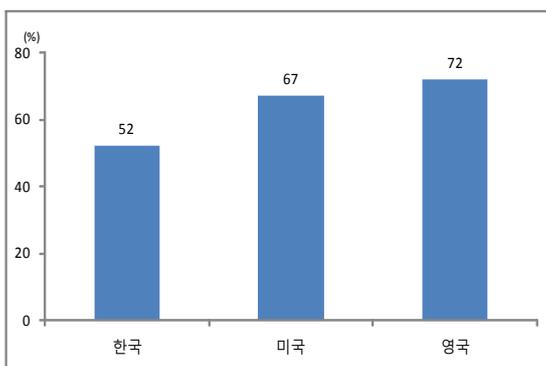
자료 : Giving USA, Giving UK, Giving Korea.

7) 한국의 경우 통계청 조사 결과도 비슷한 양상을 보이는데, 가계지출 중 비영리단체로의 이전액 항목에서 종교 기부금이 약 90% 정도를 차지하고 기타 사회단체 등의 기부는 10%로 수준에 머무른 것으로 나타났다. 한편, Giving Korea의 조사 결과에서는, 종교적 기부금의 활용에 대해서 약 30% 정도만 사회공헌에 활용하고 나머지는 종교기관을 위해 활용하기를 원하는 것으로 조사되었다.

○ (정기적 나눔 여부) 계획 기부보다는 이벤트성 기부 우려 상존

- 나눔문화 정착을 위해서는 계획기부와 같은 정기적인 나눔이 필수적임
 - 한국의 현금기부자는 32.4%이고, 주기적으로 현금을 기부하는 사람은 52.1%로 나타남
 - 영미의 경우 조사에 따라 다소 상이한 결과가 나타나고 있으나, 미국은 약 2/3 정도가 정기적 기부를 하며, 영국은 70%를 넘는 사람들이 정기적으로 기부하고 있는 것으로 추정하고 있음⁸⁾
- 한국의 경우 선진국과 달리 계획기부가 도입기에 불과한 실정임
 - 대표적인 계획기부인 유산기부⁹⁾는 미국에서 전체 기부액의 약 8%를 차지할 정도로 발달되어 있는데 한국에서는 이제 막 유산기부에 대한 논의가 이루어지고 있음
 - 또한, 기부금이 재단의 형식으로 펀딩 운영되는 기부조언펀드(DAF, Donor Advised Fund)도 계획기부의 일종으로 미국에서 많이 활성화됨
- 따라서, 국내에서도 유산기부의 적극적인 확대와 DAF의 적극적인 도입방안을 강구하여 나눔문화 정착에 도움이 되도록 해야 함

< 각국 정기적 기부 참여율(2013년) >



< 미국의 계획기부 현황 >

		2013년	2014년
유산기부	기부액	277억달러	281억달러
	전체기부금 비중	8.2%	7.8%
DAF	계좌수	218,993개	238,293개
	자산	537억달러	707억달러

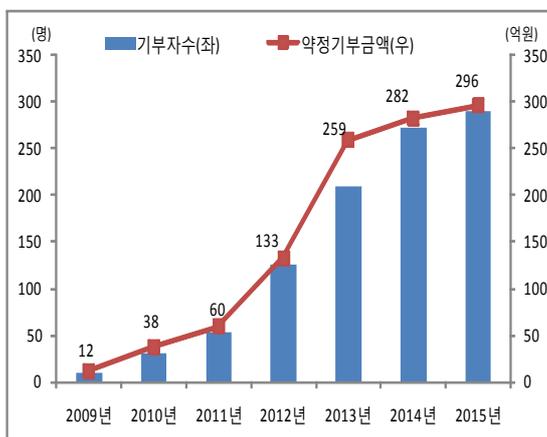
자료 : 통계청 사회조사(한국), Blackbaud(미국), Giving USA.
 Community Life Survey(영국).
 주 : 미국 2012년.

8) 영국의 경우 기부 관련 설문은 지난 1년간의 기부 경험과 지난 4주간의 기부 경험 두 항목으로 나뉘는데, 지난 4주간의 기부 경험을 정기적 기부로 추정함.
 9) 유산기부는 유산을 기부하는 형태로 기부자가 기부에 대한 제한사항을 설정해 기부의 목적과 시기 등을 관리할 수 있는 프로그램임.

○ (고소득자의 나눔) 고액기부자의 적극적 나눔 부족 등 고액기부 문화 형성 미흡

- 한국도 고액기부자가 최근 늘어나는 추세에 있으나, 아직 고액기부 문화가 완전하게 형성되는 수준까지 이르지 못함
 - 고액기부는 사회의 거울과 같은 역할을 담당하여 기부 확산에 매우 중요한 역할을 담당함
 - 대표적으로, 1억 이상 기부자가 가입할 수 있는 ‘아너소사이어티’의 경우 2008년 이후 꾸준히 멤버가 증가하고 있으나, 2015년 약정기부액은 아직 3백억 수준인 것으로 나타남
- 반면, 미국과 영국은 고액기부자의 적극적인 기부가 활발함
 - Coutts Million Dollar Donors Report에 따르면, 미국은 백만달러 이상 기부가 한해 동안 1,064회 이루어졌고, 이들의 기부 총액은 141억달러임
 - 영국의 경우 백만 달러 이상 기부는 2014년에만 300회 정도 이루어졌고, 이들의 기부 총액은 23억 달러에 이름
- 특히, 영국과 미국의 경우 개인 고액기부가 기업 고액기부보다 훨씬 많아 일반 개인들의 고액 기부가 훨씬 적극적임
 - 미국은 기업 기부 7억 달러인데 비해 개인 기부가 94억 달러임
 - 영국도 기업 기부 5억 달러에 비해 개인 기부가 6억 달러로 높은 수준임

< 한국 고액 기부자 현황 >



자료 : 사회복지공동모금회.
주 : 1억 이상 기부자.

< 영미 고액 기부자 현황(2014년) >

	미국	영국
기부회수	1,064	298
기부금액	141억 달러	23억 달러
주 체 별	개인	94억 달러
	기업	7억 달러
	재단	40억 달러
		6억 달러
		5억 달러
		12억 달러

자료 : Coutts Million Dollar Donors Report 2014.
주 : 백만달러 이상 기부자.

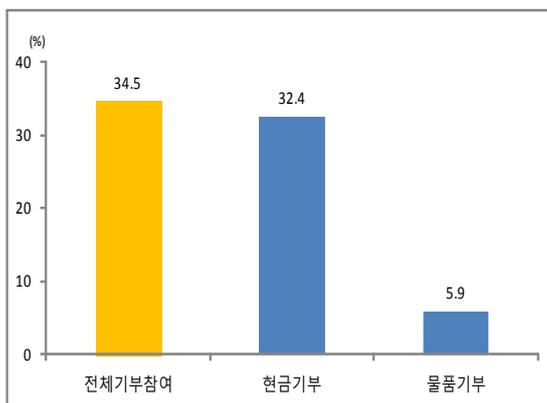
○ (나눔 유형) 현금 기부 치중되어 다양한 나눔 유형 발달 부족

- 나눔에는 현금기부, 물품기부, 재능기부, 권리 기부 등 다양한 형태가 존재하는데 한국에서는 현금기부에 치중된 모습을 나타냄
 - 전체 기부 참여자가 34.5%인데, 현금기부를 하는 사람은 32.4%나 되는 반면 물품기부를 하는 사람은 5.9%에 불과함

- 나눔을 좀더 적극적으로 수행하기 위해서는 일차적으로 기부자의 니즈에 맞는 다양한 나눔 유형을 개발하고 이에 적합한 나눔기관들을 만들어야 하는데 국내에는 이런 연구들이 미흡한 실정임
 - 미국의 경우 다양한 기부처들을 통해 미국인들의 다양한 기부 욕구를 충족하고 있음
 - 대표적인 기부처로 Supporting Organization이 있는데, 이는 민간재단과 유사하지만 기부에 대한 소득공제를 좀더 높게 받을 수 있음

- 또한, 기부자가 현금이나 기타 자산을 비영리단체에 기부하기로 약속하고, 기부 전까지 자산의 운용에 따른 수익의 일부를 본인이나 특정인에게 지급할 수 있는 Charitable Remainder Trust(CRT)도 많이 이용됨
 - CRT는 매년 정해진 비율을 수혜자에게 지급하는 Charitable Remainder Unitrust와 정해진 액수를 지급하는 Charitable Remainder Annuity Trust로 구분할 수 있음

< 한국의 기부 유형(2013년) >



자료 : 통계청 사회조사.

< 미국의 다양한 기부 단체(2012년) >

단체명	개수	자산(달러)
Charitable Remainder Unitrust	91,244	852억
Charitable Remainder Annuity Trust	14,616	64억
Charitable Lead Trust	6,498	237억
Pooled Income Fund	1,324	12억
Supporting Organization	57,000	760억

자료 : National Center for Charitable Statistics.

○ (비영리단체 수준) 나눔의 주요 당사자인 비영리단체(NPO)의 양적 질적 수준이 낮은 상태임

- 국내 NPO는 지속적으로 성장하고 있으나 선진국에 비해 미미한 수준임
 - 국내 비영리단체는 2008년 18,023곳, 2012년 20,420곳이었으며, 2013년에는 21,372곳으로 꾸준히 성장하고 있음
 - 전체 NPO 중 국세청에 의무공시한 공익법인은 5,542개이며 이들의 1년 기부금 수익은 약 4조원 수준임
- 미국과 영국의 NPO는 양적 질적으로 매우 높은 수준임
 - 미국은 약 150만개가 넘는 비영리단체가 존재하며, 이들의 1년 전체 수익은 약 1.6조 달러에 이룸¹⁰⁾
 - 영국의 경우 정부 등록 단체만 약 16만개가 넘으며, 이들의 1년 전체 수익은 약 1천억 달러에 이르는 것으로 나타남¹¹⁾
- 한편, 한국의 경우 NPO에 대한 사회적 관심도 낮은 수준임
 - 미국의 경우 대학생이 선호하는 기업에 Teach for America 등과 같은 NPO들이 10권내에 지속적으로 존재함
 - 한국은 NPO에 대한 인식이 낮아 선호 대상이 되지 못하고 있음

< 국내 NPO 현황(2013년) >

	개수	기부금 수익
전체 NPO	21,372	-
국세청 의무공시 공익법인	5,542	3조 9,120억원
100억 이상 기부금 받은 공익법인	50	2조 5,105억원

자료 : 국세청.
 주 : 전체 공익법인 중 종교법인이 17,629개로 59%를 차지함.

< 대학생 취직선호기업(2014년) >

순위	미국	순위	한국
1	월트디즈니	1	대한항공
2	UN	2	삼성전자
3	구글	3	국민은행
4	FBI	4	아모레퍼시픽
6	Peace Corp	5	CJ제일제당
8	Teach for America	6	포스코
10	애플	7	한국전력공사

자료 : Universum Global(미국), 인쿠르트(한국).
 주 : 미국문과대생 81,707명, 한국대학생 1,106명 설문 참여.

10) The Urban Institute, National Center for Charitable Statistics.

11) UK Charity Commission.

○ (정부 정책) 다양한 세제 지원 등 나눔을 장려하는 정책 미흡

- 최근 정부의 세제개편과 맞물려 개인기부금 감소 현상을 우려하는 의견이 많아지고 있음
 - 2013년 세제개편에 따라 기부금 역시 기존 소득공제에서 세액공제로 변화했는데, 일률적인 세율을 적용하는 세액공제는 소득의 크기와 관계없기 때문에 고액 기부일수록 혜택 감소폭이 커지는 경향이 있음
 - 실제, 사회복지공동모금회에 따르면 직장인 정기기부액이 2014년에 비해 2015년 많이 감소한 것으로 나타남
- 주요 선진국의 경우 다양한 형태로 기부 관련 세제를 지원하여 나눔 문화를 확산하려고 노력함
 - 미국과 일본은 개인기부에 대한 소득공제율을 각각 50%와 40%를 유지해 기부를 적극 장려하고 있음
 - 프랑스의 경우는 개인기부금에 대해 세액공제율을 66%에 적용하여 기부확산을 유도하고 있음
 - 영국의 경우 1990년도 기부금의 28%를 추가 기부할 수 있는 기프트에이드 (Gift Aid) 제도를 운영하여 2014/5년에 1.4억 파운드 가량의 기프트에이드 관련 기부를 모금함

< 한국 기부 관련 세제 변화 >

세제 개편	변화 내용
2007년	개인 지정기부금 공제 한도 확대
소득공제	10% -> 15% -> 20%(2010년)
기부단체	세공제 혜택 단체 확대
2011년	지정기부금에 대한 소득공제 한도 확대
법인	5% -> 10%
개인	20% -> 30%
2013년	소득공제 -> 세액공제

자료 : 각 언론사.

< 주요국 기부 관련 세제지원 방식 >

국가	세제 지원 방식
미국	정부 지정단체에 개인 기부시 소득공제율 50%
영국	기부금의 28%를 추가 기부할 수 있는 기프트에이드제도 운영
프랑스	개인기부금에 대해 세액공제율 66%-75%
일본	개인기부금에 대해 소득공제율 40%

자료 : 한국조세재정연구원.

4. 시사점

○ 나눔을 경제발전의 성장 동력과 선진국 진입의 계기로 활용하기 위한 다양한 노력이 필요함

- 첫째, 경제 발전의 원천적인 경쟁력 제고 방안 중의 하나로 나눔과 같은 사회자본 확충을 모색해야 함

- 국가 전체의 사회자본 확충을 위해서는 다양한 부문에 걸친 동시다발적인 정책 노력이 필요하며, 이에 따라 복잡한 정책 기능을 효율화하기 위한 정부내 정책추진체제 구축이 요구됨
- 특히 나눔과 같은 요소는 정부 부처 간, 정부와 민간 부문 간 등 다양한 이해관계자들의 의견을 조율·통합하여 일관되고 효율적으로 정책을 수행하기 위한 정부 추진 체제가 마련되어야 함

- 둘째, 정부 차원에서 기부관련 세제 등의 보다 탄력적인 운영을 통해 나눔 축소의 우려를 해소해야 함

- 현행 세액공제 방식은 앞서서도 제기했듯이 고액기부자의 기부 욕구를 축소시킬 우려가 상존함
- 따라서, 현행 세액공제 방식을 그대로 두더라도 일부 고액기부 구간을 신설해 더 높은 세액공제율을 적용하는 방법으로 세제 혜택을 늘리는 것도 하나의 대안이 될 수 있음

○ 이를 위해 나눔문화 전반에 걸친 혁신이 필요함

- 첫째, 나눔문화의 연령대 간 연결사다리 형성 방안이 마련되어야 함

- 자원봉사 참여자가 기부에 참여할 가능성이나 기부 참여자가 자원봉사에 참여할 가능성이 높듯이, 나눔에 한번 참여한 사람은 다시 나눔에 참여할 가능성이 매우 높으므로 청소년 시기부터 나눔에 참여할 수 있도록 해야 함
- 특히, 한국의 경우 청소년들의 자원봉사 활동 경험이 매우 높기 때문에 이를 적극 활용하는 방안이 필요함
- 이를 위해, 청소년들이 특정 단체와의 지속적 연계를 모색하도록 유도하여

향후에도 나눔에 동참할 수 있도록 해야 함

- 둘째, 다양한 계획기부 방안이 모색되어야 함

- 나눔문화가 정착되기 위해서는 나눔 관련 단체들의 양적 질적인 측면에서 활발한 활동이 필요하며, 특히, 재정적 측면에서 일정한 수입이 유지되어야 하는데 이를 위해서 계획기부가 선행되어야 함
- 따라서, 선진국에서 널리 활용되고 있는 유산기부나 DAF 등의 방안이 적극 활성화되어야 하며, 다양한 형태의 기부처 모색을 통해 나눔문화 확산에 노력해야 함

- 셋째, 비영리단체의 질적 양적 발전을 도모해야 함

- 한국의 경우 선진국에 비해 나눔문화의 주요 당사자인 비영리단체 숫자나 규모 적은 편이며, 국민들의 NPO에 대한 인식 수준도 낮음
- 따라서, 나눔문화의 확산을 위해서는 현재 일정 기준 이하로 국세청에 보고되지 않는 작은 규모의 NPO들에 대한 투명성을 강화하고 그들에 대한 정보도 적극적으로 공시해야 함

- 넷째, 고액기부자들이 솔선수범하는 기부문화를 형성해야 함

- 고액기부자의 적극적인 기부는 미러효과를 발생시켜 사회전반적으로 기부문화를 활성화시키는 효과가 큼
- 실제 통계청 사회조사 결과에 따르면, 기부문화 확산을 위해 가장 중요한 요인으로 사회 지도층과 부유층의 모범적 기부증대를 꼽고 있는 것을 볼 때 고액기부자의 솔선수범이 필요함
- 이를 위해, 아너소사이어티와 같은 다양한 형태의 고액기부자 클럽의 확산과 더불어 사회지도층의 노블리스 오블리제 인식이 선행되어야 함

장후석 연구위원 (2072-6234, chahus@hri.co.kr)