

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 경제와의 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 세제개편에 따라 기부금 역시 기존 소득공제에서 세액공제로 변화하면서 고액 기부일수록 혜택 감소폭이 커진다는 우려가 상존하고 있다.

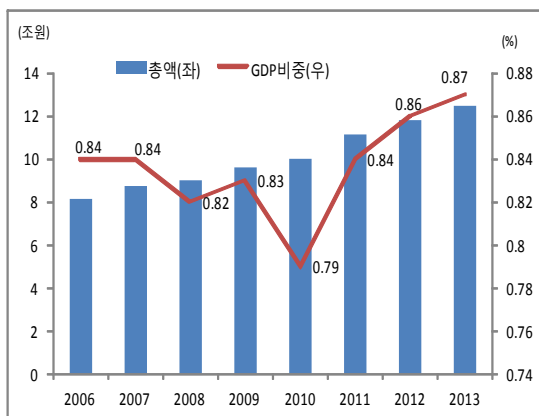
#### 4. 시사점

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

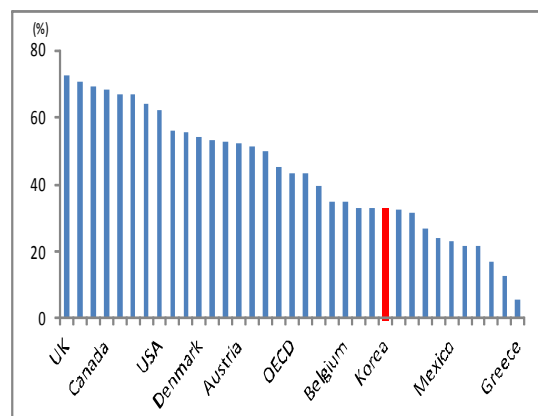
- 국내 기부가 지속적으로 증가하는 등 나눔<sup>1)</sup>문화는 꾸준히 활성화됨
  - 국내 기부금 신고 현황을 살펴보면, 2006년 8조 1,400억원에서 2010년 10조 340억원으로 10조를 넘었고, 2013년에는 12조 4,859억원으로 지속적으로 증가하는 추세를 보임
  - GDP 대비 비중은 2006년 0.84%에서 2010년 0.79%로 약간 후퇴한 이후 계속 증가해 2013년 0.87%를 기록함
- 다만, 한국의 경우 OECD 주요국과 비교할 때 나눔문화가 아직 선진국 수준이라고 보기 어려움
  - OECD 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.

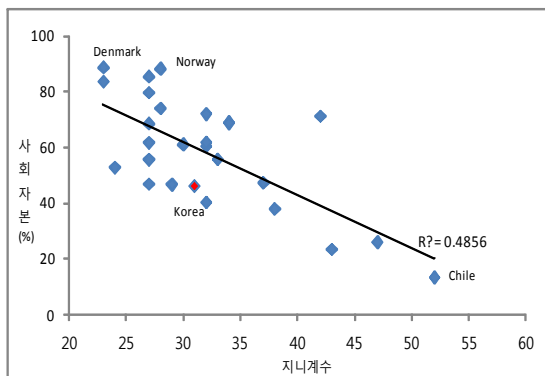
1) 보건복지부의 나눔실태 2014에 따르면, 나눔이란 인간의 복지향상과 공공복리의 증진을 위하여 대가없이 자발적으로 사회경제적 가치가 있는 자원을 제공하는 것으로, 대표적으로 기부와 자원봉사 등이 존재함.

## 2. 나눔과 경제의 관계

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

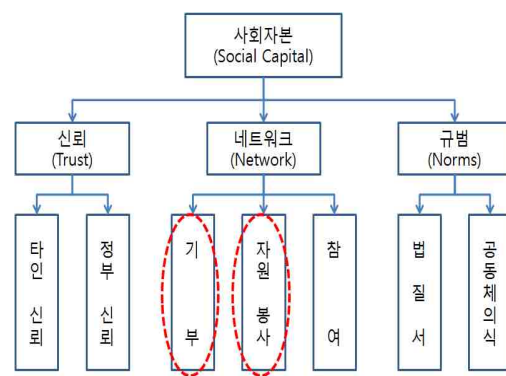
- 사회자본이 확충될 경우 국가 경제 성장에 긍정적 영향을 끼친다는 연구 결과들이 많음
  - Knack and Keefer(1997)<sup>2)</sup>의 29개국을 대상으로 분석한 결과에 의하면 신뢰가 10% 하락 시 경제성장률은 약 0.8%p 하락 (1980-1992년)한다고 함
  - Whiteley(2002)<sup>3)</sup>는 1970~92년 34개국을 대상으로 분석하여 신뢰가 1% 증가할 경우 1인당 실질 GDP가 약 0.6% 상승한다고 주장함
- 또한, 각국별로 살펴보면, 사회자본을 대표하는 신뢰가 낮을수록 소득불평등도가 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 일컫음<sup>4)</sup>

< 주요국 사회자본과 지니계수 관계 >



자료 : World Bank, World Value Survey 자료 (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 있음<sup>5)</sup>
  - 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

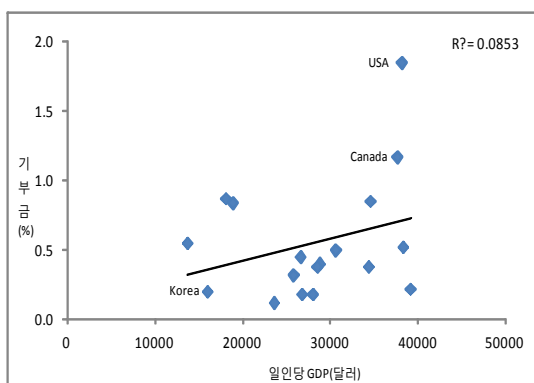
자료 : Bureau of Labor Statistics.  
 주 : 전체고용인원대비 비중은 민간부문 (private sector)에서 차지하는 비중.

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

○ (나눔과 경제발전) 나눔과 1인당 GDP는 정비례 관계

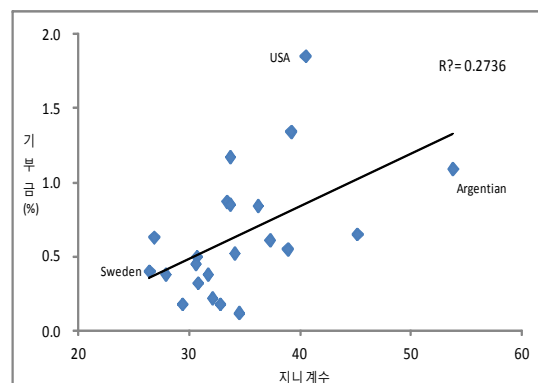
- 기부와 1인당 GDP는 약간의 정의 관계를 보임
  - Johns Hopkins Comparative Nonporofit Sector Project에서 2002년 발표한 GDP 대비 기부금액 비중과 1인당 GDP와의 관계를 살펴보면 1인당 GDP가 높은 나라일수록 기부도 증가하는 모습을 나타냄
  - 미국과 캐나다의 경우 GDP 대비 기부금액은 각각 약 2%와 약 1.2%로 가장 높은 수준이고 1인당 GDP도 높은 바람직한 모습을 보인 반면, 한국은 2002년 까지만 해도 낮은 GDP 대비 기부금액(0.22%)과 낮은 1인당 GDP를 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 >

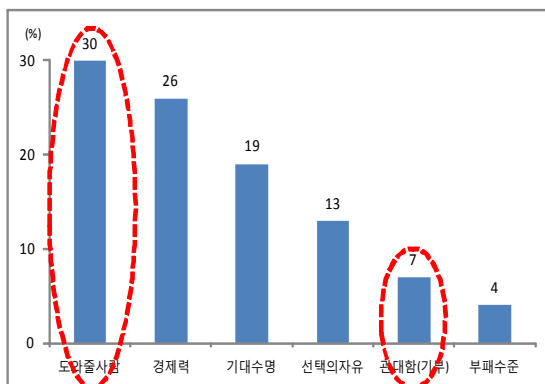


자료 : World Bank(지니 계수), Johns Hopkins Comparative Nonporofit Sector Project (기부금).  
 주 : 기부금은 GDP 대비 비중(2002년).

○ (나눔과 행복) 나눔은 국민 행복과 같은 정성적인 측면에도 영향

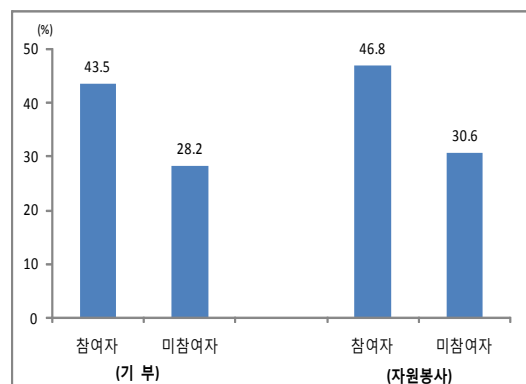
- 타인을 돕는 자원봉사나 기부 등 나눔 행위가 행복을 결정하는 주요 요인임
  - UN(2015년)의 조사보고서에 따르면, 행복을 결정하는 요인으로는 1인당 GDP와 같은 경제력(26%)보다 도와줄 사람의 존재(30%) 여부가 가장 중요한 것으로 나타남
  - 또한, 얼마나 건강하게 오래 살 수 있는지 여부인 기대수명(19%), 삶을 선택할 수 있는 개인 자유(13%) 이외에도, 타인에게 기부를 하는 관대함도 7% 정도 영향을 미침
- 실제, 나눔 행위를 한 사람은 그렇지 않은 사람보다 자신의 삶에 더 만족하는 것으로 나타남
  - 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.

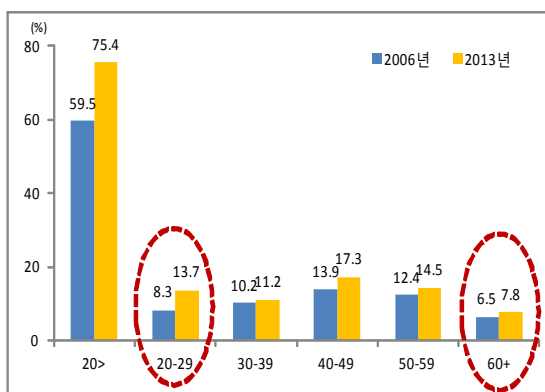


### 3. 영미 비교를 통해본 한국 나눔문화의 특징

#### ○ (나눔 연령) 나눔의 연령간 연결사다리 부족

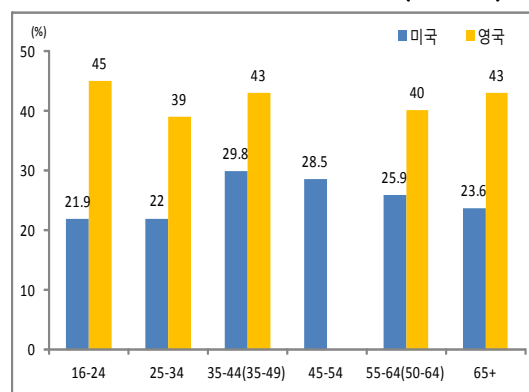
- 한국의 자원봉사 참여율은 2006년에 비해 2013년 전반적으로 증가하고 있으나 청소년을 제외하고는 각 연령대에서 10%대에 불과함
  - 미국과 영국의 경우 전연령대에서 각각 40%대와 20%대로 비슷한 수준의 자원봉사 참여가 나타나고 있음
  - 반면, 한국은 청소년의 자원봉사가 압도적으로 많고, 60세 이상 고령자의 자원봉사 참여율이 상대적으로 저조하여 각 연령대간 연결사다리가 충분히 발달되지 못한 현상을 나타냄
- 한국의 청소년의 자원봉사 문화는 장단점이 존재하나, 이들의 자원봉사 경험이 향후 국내 자원봉사 확대에 이어질 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 상황임<sup>6)</sup>

< 한국 연령별 자원봉사 참여율 >



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

< 영미 연령별 자원봉사 참여율(2014년) >



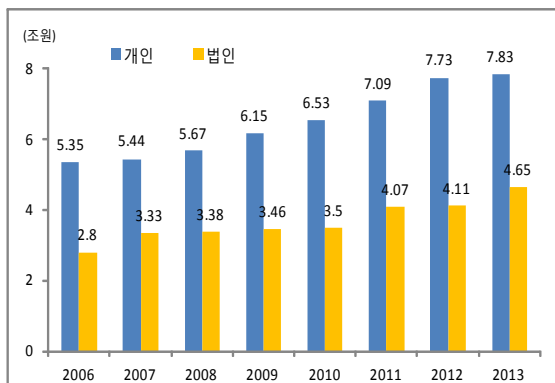
자료 : UK Civil Society Almanac 2015(영국), the Bureau of Labor Statistics(미국).  
주 : 1년간 자원봉사 경험, 연령 구분 중 ( )은 영국 구분.

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

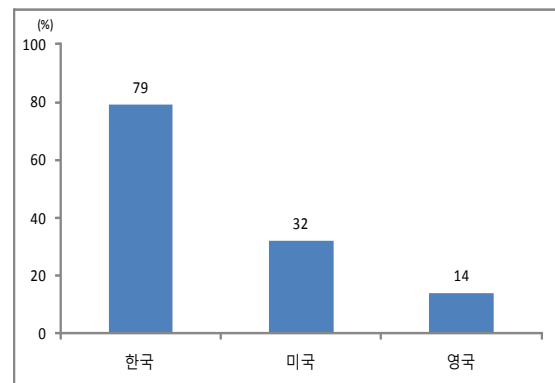
- 최근 한국도 개인 중심의 기부문화가 정착되고 있음
  - 2006년 5조원이던 개인기부금이 2009년 6조원, 2011년 7조원을 넘었고 2013년에는 약 7조 8천억원으로 꾸준히 증가하고 있음
  - 다만, 전체 중 개인기부액의 비중은 2006년 65.7%를 기록한 이후 60%대에서 정체되는 모습을 보여 70%가 넘는 미국 개인기부에 비해 낮은 편임
- 한편, 미국이나 영국의 기부는 다양한 이유로 인해 발생하는 반면, 한국의 경우 특정 이유에 편중되는 경향을 보임
  - 미국은 1980년대 까지만 해도 종교적 이유의 기부가 전체 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(기부)로 나타남

< 한국 개인과 법인 기부금 현황 >



자료 : 국세통계연보.

< 한미영 종교관련 기부금비율(2014년) >



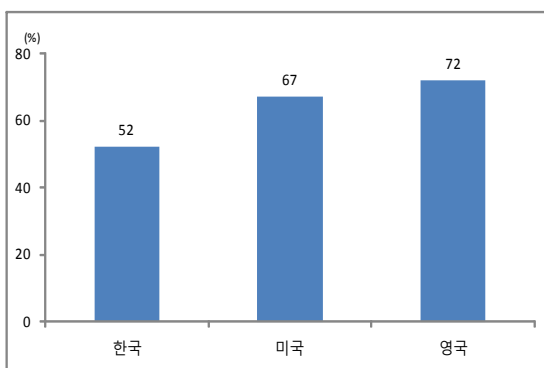
자료 : Giving USA, Giving UK, Giving Korea.

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 있음<sup>8)</sup>
- 한국의 경우 선진국과 달리 계획기부가 도입기에 불과한 실정임
  - 대표적인 계획기부인 유산기부<sup>9)</sup>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

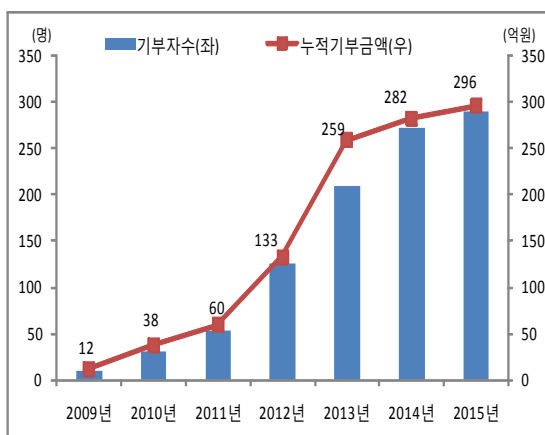
자료 : 통계청 사회조사(한국), Blackbaud(미국), Giving USA.  
 Community Life Survey(영국).  
 주 : 미국 2012년.

8) 영국의 경우 기부 관련 설문이 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, 총누적기부액은 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) >

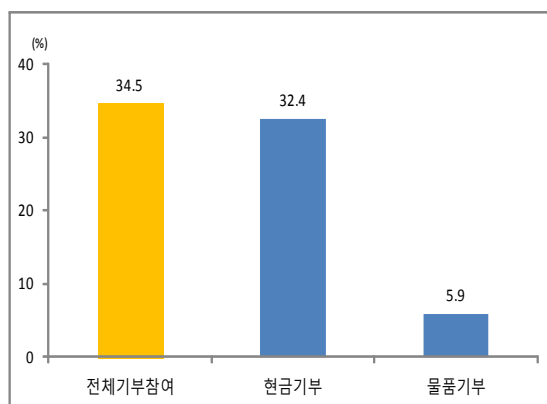
	미국	영국
기부회수	1,064	298
기부금액	141억 달러	23억 달러
주 체 별	개인	94억 달러
	기업	7억 달러
	재단	40억 달러
		6억 달러
		5억 달러
		12억 달러

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 이룸<sup>10)</sup>
  - 영국의 경우 정부 등록 단체만 약 16만개가 넘으며, 이들의 1년 전체 수익은 약 1천억 달러에 이르는 것으로 나타남<sup>11)</sup>
- 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)