

공무국외출장(일본)결과보고서
(2019.5.13-5.16)

공무국외여행 결과보고서

- 일본 (오사카, 교토, 나라) -

2019. 5

충남연구원

1. 공무국외 출장 목적

- 저출산·고령화·양극화 등 3대 위기 극복을 도정의 기본 목표로 추진중으로 우리원에서 역시 충남형 양극화 대응방안 마련을 위한 연구용역 수행 중
- 소득·고용·복지 등 여러 부문에 양극화 현상이 확산되고 있으며, 내수부진, 갈등악화 등 경제·사회적 문제 해결을 위한 대응방안 마련 필요
- 고령화 및 소상공인 중심의 선진정책을 펼치고 있는 일본사례를 바탕으로 충남도에 접목시킬 수 있는 정책방안 탐구 및 현장방문 추진

2. 공무국외 출장 개요

- 과 제 명 : 충남형 양극화 대응방안 마련 연구용역
- 방문기간 : 2019. 5. 13.(월) ~ 5. 16.(목) / 3박 4일
- 방문지역 : 일본(오사카, 교토, 나라 현)
- 주요내용 : 양극화 관련 정책, 사례조사 및 공유경제 모델 벤치마킹
- 방 문 자 : 2명 (경제산업실 백운성 연구위원, 강수현 연구원)
 - “충남형 양극화 대응방안” 연구용역은 충남여성정책개발원과 공동컨소시엄형태로 진행되는 과제로 해외사례조사에 있어 충남도, 충남연구원, 충남여성정책개발원 공동으로 추진
 - 공동 출장자(9명) : 충청남도 경제정책과장외 3인, 충남여성정책개발원 우북남 연구책임외 2인, 본원 2인

3. 방문기관 및 출장 일정

날짜	시 간			내 용	비 고
	출발	도착	소요 (분)		
5/13 (월)	14:30	16:30	120	고령자 시설(주택) 방문	(양극화 관련)
	16:30	17:00	30	이동	
	17:00	18:00	60	오사카 왓소축제위원회 방문	(공유경제 관련)
5/14 (화)	10:00	12:00	120	D&DEPARTMENT KYOTO 방문	(공유경제 관련)
	14:00	16:00	120	남녀공동참획센터 방문	(양극화/공유경제 관련)
5/15 (수)	17:00	18:30	90	니시키시장, 청수사 공예거리	(공유경제 관련)
	10:00	12:00	120	나라시청(번성과) 방문	(양극화 관련)
5/15 (수)	14:00	16:00	120	나라시청(납세과) 방문	(양극화 관련)
	17:00	18:30	90	나라현 로컬푸드직매장 방문	(양극화/공유경제 관련)

4. 기관 인터뷰 및 현장답사

① 고령자 주택(오사카)

◆고령자가 간병이나 의료치료 등의 생활지원 서비스를 받으면서 평생학습과 사회활동 등에 참가하는 공동 생활시설

◆고령자주택은 고령자가 일정한 비용을 지불하고 생활하는 시설로 공공주택이지만, 독립적인 생활공간과 개인 일정 중심의 시설로 기존 요양원과는 차별화된 시설

○ (운영개요) 고령자들을 위한 주택시설로서 민간 재단법인으로 운영

- 사업주는 개인이지만, 운영주체는 독립법인으로 위탁하여 공공성을 띤 운영형태를 가지고 있음(현재 일본 전체 11개소 운영중)

- 본 시설의 고령이용자는 49명(정원 50명), 직원은 25명이 상주하여 운영하고 있으며, 인근 의료기관 등과 연계하여 운영

* 일본은 다양한 형태의 고령자주택이 존재하며, 본 시설은 사회서비스를 제공하는 공공주택임(대기업을 중심으로 고령자 대상의 다양한 주택사업을 시행하고 있음).

- (참고) 일본은 주택내 사회서비스를 직접 제공하지 않을 경우라도 call service, helper station 등을 통해 구역 내 고령자를 위한 사회안전망을 구축하고 있음(시니어하우스)

* 개호요양형의료시설(장기요양), 노인보건시설(상태가 안정되어 가정 등으로 복귀를 목적으로), 특별양호노인홈(장애가 있는 분), 경비노인홈(고령자 주택), 유료노인홈(고가의 이용료), 고령자전용 임대주택(경제력에 따른 선택), 공영주택(저소득자) 등

○ (이용시설) 의료, 보건 등을 포함한 생활 및 사회서비스 제공(요양등급에 따른 차별적 적용)

- 본 시설의 1층은 공동시설(식당, 목욕탕, 세탁실, 운영사무실 등), 2층~4

층까지는 개별실로 사용

- 개별실(방) 및 식사비용은 개인부담이며, 요양 등급에 따른 서비스 이용(목욕, 세탁 등) 요금은 요양등급에 따라 차별지원(1-5등급)

* 이용요금 : 1인당 130~180만원 정도(방 및 식사는 개별부담이며 소득구분 및 요양등급에 따라 사회서비스 차등적용, 사회서비스 비용의 자가부담은 10%임)

- 일본 고령자 주택은 의료목적의 요양원은 아니기 때문에 요양보호사 채용이 의무는 아님(일본 내 시설 등급에 따라 차별적 적용, 본 시설은 요양등급이 높은 고령자 위주의 시설로서 요양보호사가 상시 근무 중)

○ (공공지원) 별도의 운영지원은 없으나, 초기 조성금과 거주자들의 요양등급에 따른 사회서비스는 보험에서 지원

- 본 시설은 40억 정도의 자본금이 들었으며, 관으로부터 조성금 및 기계장비 구입비 등 10억원 자금지원을 받음
- 이용자의 요양등급에 따라 의료보험에서 지원금이 차등적용(1~5등급)

○ (시사점) 공동주택시설의 도심입지와 이용자 중심의 시설운영 관리

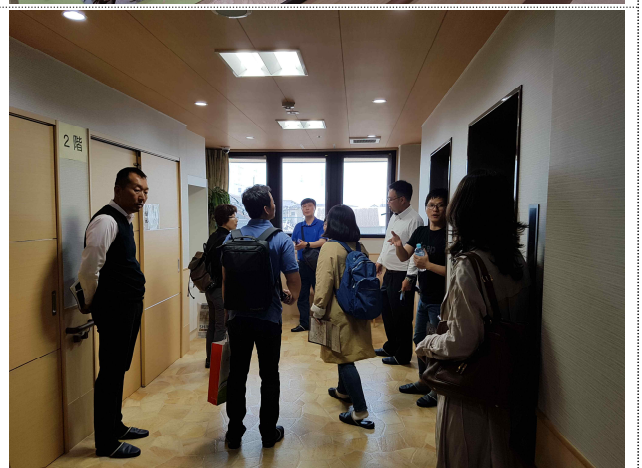
① 공동시설 입지에 대한 검토와 인식전환을 위한 정책 개발

- 우리나라의 요양시설과는 달리 도심, 주택가 중심에 시설이 위치하여 외부의 접근성 및 공동주택 이용자가 일반적 사회생활을 하는데 효과적
- 우리나라의 경우 도심입지를 위한 지역공동체와의 공감대형성과 인식전환이 필요

② 이용자 중심의 시설운영 및 관리, 중앙정부 지원의 차별화 검토

- 일반적인 시설(요양원)의 일정에 맞춘 것이 아닌 이용자 각각의 개인적 일정에 맞춰 시설의 모든 이용을 지원하고, 독립적인 이용자 공간을 확보함으로써 인해 우리나라 요양원 등과는 차별성이 큼
- 현재 우리나라의 양극화된 사회에서 취약계층에 대한 집단적 지원이외 선별적이고, 수요자 중심형 지원에 대한 다각적 검토가 병행될 필요가 있음. 이 과정에 중앙정부에서 지원대상별 차별화와 선택적 지원 등의

수요자 맞춤형 정책도 함께 도입할 필요가 있음



② D&Department Kyoto

◆ 「Long life design」을 테마로 물건판매, 식사, 관광 등을 통하여 지역적 특색을 살리는 활동을 진행

◆ 지역의 커뮤니티와 연계하여 갤러리 및 카페 공간을 개설·운영

* 〒600-8084 Kyoto, Shimogyō-ku, Shinkaichō, 高倉通仏光寺下る397 佛光寺

○ (D&Department 개요) 일본 디자이너인 나가오카겐메이가 시작한 프로젝트로 룡 라이프 디자인을 생각하고 전한다는 의미의 브랜드

* Long Life Design이란 긴 생명을 지닌 디자인, 유행이나 시대에 좌우되지 않는 보편적인 디자인을 뜻함

- 생산 연대나 브랜드, 신품·중고품에 얽매이지 않으며, 사물 그 자체의 기능성과 디자인을 재검토하여 일본 전역은 물론 세계로부터 수집한 생활 잡화와 가구 등으로 구성됨

* 산업용품과 업무용 제품들 가운데에서도 생활 속에서 사용할 수 있는 것들을 선택하여 생활용품으로서의 사용을 제안함

- ‘전하는 상점’으로서 한때의 유행에 편승하지 않고 전통적 방법으로 오랫동안 만들어지고 사용되어온 것, 오늘날에도 촌스러움이 느껴지지 않는 완성된 디자인의 가치를 지닌 상품을 찾아내 적극적으로 소개

* 실제로 상품은 일반적인 시장상품에 비해 높은 가격이지만, 디자인과 창의성이 가미되어 있고, 지역의 자원 등의 특수성도 함께 포함되어 있는 상품을 만듦

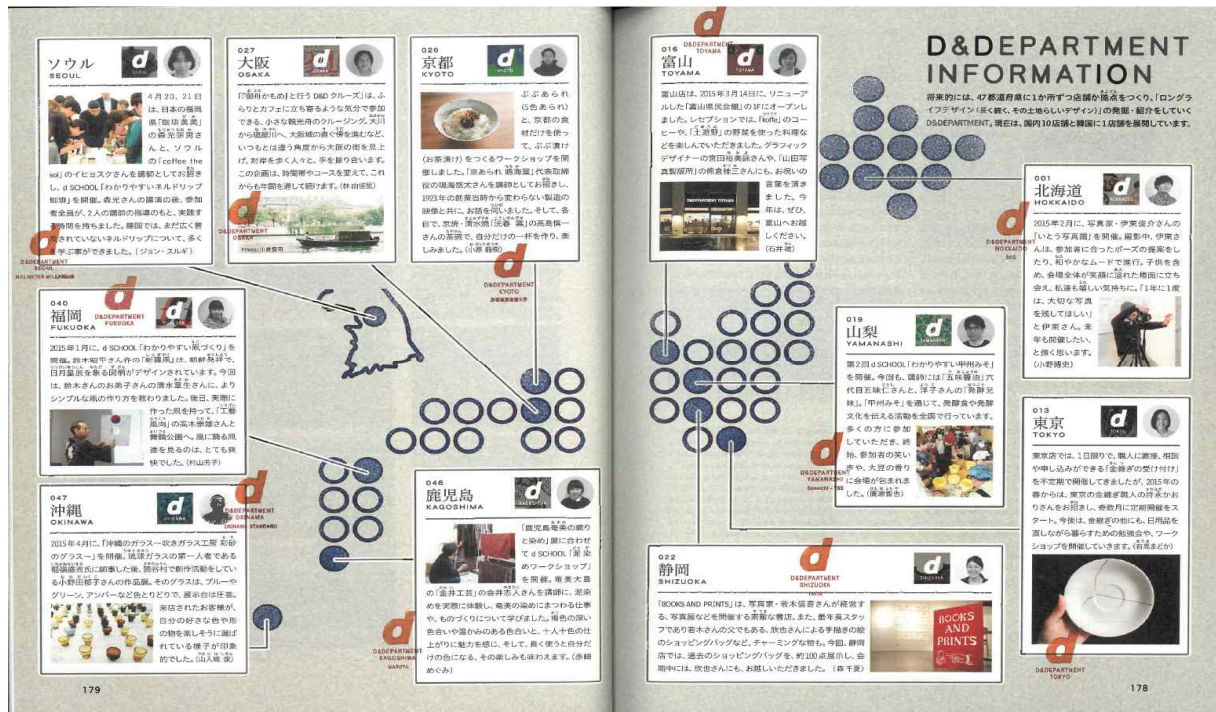
- 상품에 대한 자신감이 있기 때문에 취급하는 모든 상품의 재매입을 보증하고 있음

○ (Design Recycle) 디자이너는 늘 새로운 디자인을 탄생시키고, 제작자는 늘 신상품을 출시해야한다는 보편적 시각을 벗어나, 이미 만들어진 디자인이나 상품 중에도 보편성을 지녀 지속적으로 판매할 수 있다는 룡 라이프 상품을 제안

- 이러한 보편적 디자인의 상품을 골라 판매하고, 그 후 소비자로부터 되어서 다시 판매한다는, 소비 현장에서의 재활용을 제안함

○ (d design travel) 디자인관점에서 전국 여행을 특색 있게 안내

- 디자인의 관점에서 각 지역의 특수성을 반영한 상품을 생산함으로써 지역의 특성을 더욱 부각시키고 있음



출처:D&DEPARTMENT PROJECT, kyoto, 2019

- 롱 라이프 디자인과 지역의 특수성을 반영하여 D&DEPARTMENT PROJECT 8호점이자 해외 첫 지점인 서울점이 2013년 11월 9일 한국 서울의 이태원 지역에 개소



출처:<http://d-seoul.mmmg.net/store-info/>

- (D&Department Project) 디엔디 프로젝트는 단순히 지역의 특색있는 상품을 제작하고 판매하는 것보다 “지역의 가치”를 중요시하고 있음. 이를 위해 다섯가지 가치를 제시하고 함께 공유¹⁾

1) 알기 : 만드는 사람에 대한 이해가 담긴 물건

- 만드는 사람의 작업장을 방문하고, 그들의 생각을 직접 들으며, 물건을 만드는 과정과 물건에 대한 소신에 귀를 기울임. 만든 사람을 이해하고 생각을 공유하면서 물건을 파는 것을 중요한 가치로 여김

2) 사용하기 : 먼저 사용해본 물건

- 고객에게 물건을 소개하기 전에 프로젝트 팀에서 먼저 써보고 사용시 느낌이나 물건의 장점을 고객에게 전함. 디자인만 생각하는 것이 아니라 실용성을 검토하여 제작자에게 전달하고 문제점을 개선할 수 있도록 도움

3) 되사기 : 다시사서 팔 수 있을만한 수명의 물건

- 물건을 판매하고 5년 정도의 시간이 흐른 뒤, 고객에게 되사서 다시 팔아도 여전히 괜찮을만한 물건을 선택. 유행에 민감한 물건이나 튼튼하지 않은 물건은 고르지 않음

4) 고치기 : 수리해서 계속 사용할 수 있는 물건

- 가능한 한 수리해서 계속 사용할 수 있는 물건과, 고쳐 사용하는 일의 매력을 고객에게 전하고자 함. 수리할 수 없는 물건은 취급하지 않음. 수리에 대한 생각과 수리 시스템을 갖추고 있는 제작자의 물건을 고객에게 소개함.

5) 지속하기 : 제작자가 꾸준히 만들 물건

- 제작자가 자신의 제품에 대한 애정을 가지고 계속 만들고 개선해 나갈 의지가 있는지 없는지를 확인. 그 제품을 애용하는 생활자와 똑같은 마음을 제작자가 가지고 있지 않다면 롱라이프디자인을 실현할 수 없다는 가치를 가지고 있음

1) 전하는 상점 - 디엔디파트먼트 서울(<http://www.d-seoul.mmmg.net>) 홈페이지 소개에서 재정리

- (D&department kyoto) 교토점은 프로젝트의 10번째 개점소로 교토만의 공예품, 인테리어 소품, 그릇, 잡화 등을 판매하고 있음
 - 교토 내 붓코지라는 경내를 활용하여 관광객과 자연스럽게 연결시키고 있음
 - 교토는 예술대학으로 인해 예술인들이 많이 거주하여 공예품 등 예술품이 많이 제작되고 판매되는 특징이 있음
 - 쓸모없어진 종이 봉투를 회수해 쇼핑백으로 재활용하는 시도도 하고 있음 (고객들에 의해 수거된 종이봉투에 브랜드 심볼마크가 들어간 테이프를 붙여 상점의 쇼핑백으로 재사용하고 있음)

- (시사점) 지역의 특화된 상품에 대한 제작판매로 지역의 자원과 가치 창출, 지역내 작지만 많은 일자리 창출을 위한 대안적 사업

① 지역의 특성, “지방다움”에 주목하고 지역의 브랜드를 찾기

- 지방의 정보를 수집하고, 지방의 특성이나 이미지를 살려 일상적인 생활상품에 접목함으로서 메이저 브랜드가 아닌 지역특유의 지방발 브랜드를 창출
- 지역성에 대한 새로운 인식을 통해 지역의 가치를 창출할 수 있는 수단을 모색해 지역의 취약계층에 대한 일자리와 가치를 창출할 수 있는 방안 모색 필요

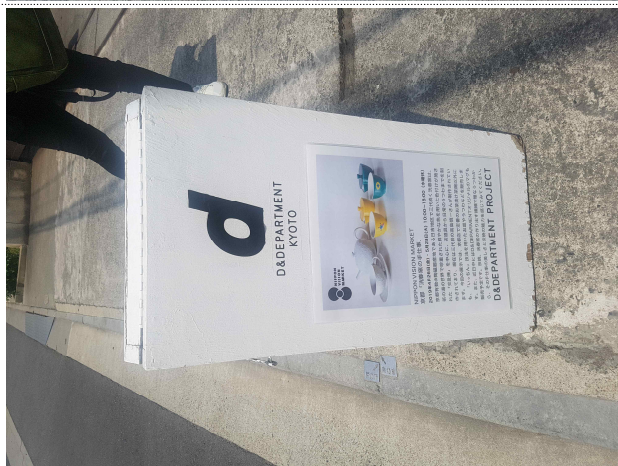
② Long-life Design 정신을 통한 리사이클

- 과도한 소비성향, 유행과 시대를 뛰어 넘어 새로운 부가가치를 창출하는 새로운 디자인비즈니스의 형태로 대기업 상품의 소비에서 지역의 소상공인, 사회적기업 등의 새로운 산업모색의 기회

* 다만, 소상공인 및 사회적기업 등에서 생산되는 상품에 대한 품질확보가 선행

③ 지역의 특색을 상품화하는 새로운 지역여행

- 디엔디 프로젝트는 일본 전역을 중심으로 하여 운영되고 있지만, 충남지역 내에서 지역의 특수성이나 자원을 상품화하는 새로운 패러다임 도입도 충분히 가능성이 있음
- 그러나, 상품의 판매에는 상품에 대한 특성과 수준 높은 품질이 선행되므로, 사업을 추진 할 때의 주체와 추진체계 등에 대한 고려가 선행



③ 남녀공동참획센터

◆남녀공동사회참여 실현을 목표로 정보의 발신, 학습, 교류를 추진하기 위한 거점시설

◆여성 쉼린지 지원사업(취·창업, NPO 활동) 및 여성의 광범위한 고민 등 상담창구 운영, 교류 및 자주활동, 네트워크 형성 지원사업 등

* Higashikujō Shimotonodachō, Minami-ku, Kyoto, 601-8047

○ (운영개요) 교토시 조례에 의거, 1997년도에 여성종합센터로 설립

* 지역내에서는 여성성을 표현한 애칭으로 ‘라라교토’로 불림

- 활동내용 : 일본 내 여성지위 향상을 위한 사회운동, 취업활성화 지원, 보육소 운영 등 전반적인 여성사회활동 지원
- 여성활동지원사업 : 창업지원, 재취업지원, 가정내 폭력방재 사업
- 상담사업 : 여성일자리 관련, 젠더상담, 여성변호사 법률상담, 창업지원, 중소기업 근로자 대상 상담
- 방재지원사업 : 재난시 여성에 대한 피난지원(피난소 생활시 남녀 프라이버시 문제 해결 목적으로서 성평등 관점으로 일본의 재난·재해 예방과 대책에 대한 사업을 진행 중)
- 보육소 운영 : 여성근로자들을 위한 보육소 운영

○ (활동현황) 여성에 대한 다각적 지원으로 이용자수, 연수참가자 수, 남성참가자 비율 등 사업참여율이 점차 증가

*2018년 기준 총 이용자수는 23,155명이며, 하루 평균 78명이 이용

- 현재는 교토시만을 대상으로 하는 사업이나, 향후 교토후까지 포괄하여 사업을 확장하는 방안 모색 중(교토 노동국, 교토시, 교토경영자협회 등의 참여)
- 마자르(어머니) 카페를 운영하며, 취업준비를 위해 일시적으로 필요한 정장, 가방 등을 무료로 렌탈해주고 있음(반납전 세탁 비용 개별부담)

○ (취업지원 관련) 여성관련 구인, 구직에 대한 중계역할 지원

- 여성취업 비율이 높아지고 있으나, 기업이 본 사업에 참여하지는 않음(기업 참여에 대한 인센티브 지원 등의 공공 정책 관여는 없음). 최근 일본의 일자리 수요 부족 문제와 여성고용률 유지 정책으로 등으로 기업에서 먼저 요청하는 상황임.

* 현재 일본은 젠더의 문제가 아닌 인재 부족의 상황이 더 큰 현실임

- 사업결과 2011년도 여성 재취업률이 상승하기 시작했는데 그 이유로는 공동육아에 대한 국가개혁 제도, 여성 비혼률 증가, 노동생산성의 향상 등이 작용한 결과로 추정됨(일본은 20년간 임금상승이 일어나지 않음)

○ (시사점) 여성에 특화된 정책지원 및 여성들을 위한 커뮤니티 공간 제공을 통한 사회 참여 확대 기반 마련

① 여성에 대한 별도 커뮤니티 공간 및 고민을 해결해줄 창구 역할 제공

- 여성의 경제활동지원 이외 고민이나 법률적 상담이 필요한 내용 등에 대한 무료 상담 및 운영을 통해 남녀공동 사회참여를 추진

* 최근 가정내 폭력상담(2%→6%)이 확대되고 있고, 한부모가정이 증가하는 추세이며, 이를 위한 지원사업도 확대 중임

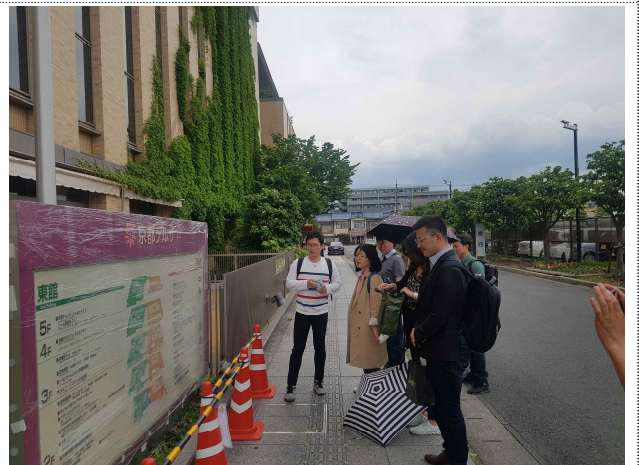
- 우리나라 역시 한부모가정, 다문화가정 등의 취약계층에 대해 소소한 고민이나 법률적 검토를 해줄 수 있는 정책방안 검토 필요

② 여성 취업지원을 위한 다각적 활동 지원

- 경력단절여성, 미혼모 등의 여성 취업지원을 위해 취·창업 상담, 임시보육, 정장대여, 법률 상담 등의 다각적 활동을 지원

③ 지원기관과의 공조체계 구축 필요

- 일반적인 기업지원, 취·창업지원을 위한 중소기업지원센터가 존재(교토 내, 예산 300억 규모)하나 본 기관과의 연관성은 크지 않음
- 우리도 역시 경제진흥원, 여성새로일하기센터, 여성긴급전화1366 등이 기관들의 공조체계 구축과 연계가 필요



4] 나라마치, 빈집활용 사례

◆노후화되는 일본전통 가옥에 대한 보존을 위해 매입자와 매수자를 연계해주고, 관련 제반 행정, 예산 등에 대한 중계 추진

◆나라시청에서 오래된 노후주택에 대한 적극적 활용정책과 사업 운영

* 〒639-1159 Yamatokoriyama, Nara, 奈良町(나라시청 번성과)

○ (나라마치 개요) 일본의 전통 보존 노력을 가늠할 수 있는 도심속의 마을로 나라시가 지켜가는 전통가옥보존지구

- 나라시가 ‘나라마치’에 특별한 관심을 갖고 보존작업에 본격적인 노력을 하기 시작한 이후 지금은 나라시가 불교문화의 본향인 대표적인 사찰과 함께 새로운 관광명소로 부각되고 있음

* 나라시는 1990년 ‘도시경관조례’를 만들어 조례를 기초로 주민들의 동의를 얻어내는 작업을 진행함

- 문화재적 가치가 있는 공간을 대상으로 규제하면서 공간 전체를 등급화해 규제의 조건을 강화하거나 완화하는 정책

- 조례제정 이후 나라마치 조성사업은 지역 주민의 요구를 바탕으로 마을을 지키기 위한 단순한 건축물 규제나 보존에 그치지 않고, 전문가들과 지역 주민들이 새로운 문화를 이끌어 나갈 수 있는 환경을 만들고 시가 이를 적극적으로 뒷받침함

○ (나라시 빈집현황 및 정책) 오랜 건축물을 활용하고자 2011년부터 ‘빈집뱅크’ 정책사업을 시작하여 오래된 집을 리모델링하고 살 수 있는 건물을 남기는 것을 목표로 추진

- 나라시는 1700년부터 유지되어온 마을이 존재하여 빈 전통가옥이 상당히 남아 있었음(고령화 시대에 따른 다량의 빈집 발생)

- 나라시 주요 관광거점의 빈집활용(여관, 게스트하우스 등)을 대상으로 하

는 ‘마치야 뱅크’와 산간지방 귀농귀촌인들의 거주를 목표로 하는 ‘아키야 뱅크’로 구분됨(마치야뱅크의 수급이 훨씬 큼)

○ (빈집활용 정책에 대한 관의 역할) 빈집에 대한 중계역할에 초점을 맞추고 지원에 있어서는 최소한의 지원만 추진

- 전국을 대상으로 나라시의 빈집을 팔고자(or 빌려주고자)하는 사람과 사고자(or 빌리고자)하는 사람을 연결시키는 역할(주택 공급자와 수요자의 매칭)로서 홈페이지 운영을 통해 네트워크를 구축
- 공급 주택수는 한정되어 있으나, 수요자는 증가하고 있는 상황으로 ‘마치야뱅크’의 경우 2018년 기준으로 297명이 신청하였고 32건의 집주인과 연결되어 사업을 추진함(신청자의 10%만이 계약체결 가능). 교통편이 불편한 산간지방의 ‘아키야 뱅크’는 5건 체결.
- 본 사업은 행정(관)+은행(부동산)+업체로 구분되어짐.

○ (지원내용) 수리비, 이사비, 처분비, 구입비 등 최대 300만원 이내의 지원금(임차인, 임대인 중 선택하여 지원받을 수 있으며 지원에 따라 임대료 조정이 가능하도록 규정)

- 건물 수리비는 계약당사자들 간 합의에 의해 지원받는 쪽을 결정함. 빌린 사람이 지불 할 경우 임대료는 저렴하게 계약하게 됨
- 오래된 건물이기에 담보대출은 불가하며, 신용보증, 지방세감면 혜택 등의 별다른 지원정책은 없음(이 때문에 마치야뱅크를 통한 대출을 추진)

○ (일본의 특이점)

- 일본의 경우 상속제도로 인해 집건물의 상속인이 확인 가능 할 시에만 거래가 가능한 빈집으로 등록됨.
- 일본 정서 상 고령자들이 자신의 집을 내어놓을 경우, 지역사회의 지나친 관심으로 정책이 추진하기에 한계가 있음(예를 들어 돈이 필요해서 집을 내어놨다는 등의 이웃의 시선)

○ (시사점) 지역의 전통가옥에 대한 적극적인 정책 추진

① 지역에 대한 현황 파악과 새로운 수요처의 모색을 위한 방안 마련 필요

- 일본 전통가옥에 대한 보존을 위한 사업으로 우리나라의 일반적인 농가 빈집정책과는 차이점이 있음
- 다만, 정부가 수요를 파악하고 공급을 유도하는 정책을 추진하고 있다는 점에서 시사점을 가짐

② 빈집활용을 위한 별도의뱅크 마련

- 일반 시중은행과는 별도로 빈집활용을 위한 별도의 마차아뱅크(아키야뱅크) 등을 마련하여 지원방안을 고민

③ 이주자를 위한 사전교육 및 마을자치회 소개 등을 통한 정착 지원

- 새로 이주해오는 이주자에게 마을에 대한 사전교육과 마을자치회에 사전 연락을 통해 지역내 안정적으로 정착할 수 있도록 지원



⑤ 나라시청 납세과, 고향세 관련

◆노후화되는 일본전통 가옥에 대한 보존을 위해 매입자와 매수자를 연계해주고, 관련 제반 행정, 예산 등에 대한 중계 추진

◆나라시청에서 오래된 노후주택에 대한 적극적 활용정책과 사업 운영

* 〒639-1159 〒630-8580 奈良縣奈良市二條大路南1丁目1-1 나라시청 납세과

○ (일본의 고향납세) 일본에서 ‘고향납세’란 개인이 자신이 지정한 지방자치단체에 기부를 할 경우, 기부한 금액에 대해 세액공제를 해주는 제도를 말함

* 2008년 4월 30일 개정된 ‘지방세법 등의 일부를 개정하는 법률’에 의해 개인주민세 기부금제도를 대폭 확충하는 형태로 도입됨(기부금의 일부를 현재 거주하고 있는 지자체의 주민세에서 세액공제해 주는 시스템)

- 일본은 2007년부터 인구감소 등으로 세수가 감소하고 있는 지방자치단체 간 격차 시정을 추진하기 위한 정책의 일환으로 논의되기 시작함

- 고향세는 납세자의 납세지 선택 허용, 지방의 중요성 재인식 계기, 자치의식의 증진 등을 의의로 볼 수 있음

* 고향납세는 비록 그것이 납세분의 일부라고 하더라도 납세자가 자신의 의사로 납세대상을 선택할 수 있는 길을 열었음. 또한 국토의 균형적인 발전을 위해 지방 활성화 인식향상에 도움.

○ (나라시 고향세 정책현황 및 실적) 기부규모는 2018년 기준 25억원으로 매년 꾸준히 증가하고 있음

- 2008년부터 고향세 정책도입. 모집된 기부금은 문화재보존, 자녀양육, 교육 등 주요 복지사업 및 관광활성화사업에 활용하고 있음.

* 나라시는 인구 35만명, 2조원 정도의 예산규모를 가진 지방자치시

- 기부에 대한 답례품으로서 지역 토산품을 증정하는 방식으로 진행함(답례품 도입 이후 기부금액은 훨씬 증가함). 현재 330개 품목을 대상으로 기

부금액에 따른 답례품목을 선택함

○ (고향세 제도 시행의 문제점과 법 개정) 그동안 제도의 문제점으로 인해 중앙정부에서 금년도 법 개정을 통해 소득대비 고향세 한도를 책정

- 답례품에 대한 규정이 정해져 있지 않을 당시, 지역간 경쟁이 심하였음 (항공권, 상품권 등 현금성 품목에 대한 수요 불균형문제 발생, 일본의 한 지방자치단체에서는 5,000억까지 기부금 모집 -> 과열경쟁에 따른 부작용 발생 후 제도개선 시행)
- 현재는 지역토산품으로 한정되어 있으며, 소득별 기부금에 대한 한도도 규정되어 있음(답례품 비율은 기부금액의 30%이하로 규정, 지역토산품에 한정, 총무성지침으로 6월 1일부터 개정될 예정)

* 세액공제대상 한도액 또한 총소득금액의 30%, 공제 하한액 5천엔으로 규정

全額控除されるふるさと納税額(年間上限)の目安

ふるさと納税 を行う方本人 の給与収入	ふるさと納税を行う方の家族構成					
	独身又は共働き※1	夫婦※2 又は 共働き+子1人 (高校生※3)	共働き+子1人 (大学生※3)	夫婦+子1人 (高校生)	共働き+子2人 (大学生と高校生)	夫婦+子2人 (大学生と高校生)
300万円	28,000円	19,000円	15,000円	11,000円	7,000円	-
350万円	34,000円	26,000円	22,000円	18,000円	13,000円	5,000円
400万円	42,000円	33,000円	29,000円	25,000円	21,000円	12,000円
450万円	52,000円	41,000円	37,000円	33,000円	28,000円	20,000円
500万円	61,000円	49,000円	44,000円	40,000円	36,000円	28,000円
550万円	69,000円	60,000円	57,000円	48,000円	44,000円	35,000円
600万円	77,000円	69,000円	66,000円	60,000円	57,000円	43,000円
700万円	108,000円	86,000円	83,000円	78,000円	75,000円	66,000円
800万円	129,000円	120,000円	116,000円	110,000円	107,000円	85,000円
900万円	151,000円	141,000円	138,000円	132,000円	128,000円	119,000円

具体的な計算はお住まいの市町村にお尋ねください。

○ (시사점) 고향세 제도에 도입을 위한 명확한 기준과 제반 절차 선행

① 고향세 제도 신설시 답례품의 증정기준, 소득대비 최고한도 등의 기준 설정 필요

- 현재 우리나라 국회에서 계류중인 고향세 법안이 10건이 넘는 상황으로 추진에 있어서는 시간문제임
- 지역차원에서는 고향세 답례품, 최고한고 설정 등의 다양한 기준마련이 필요

② 고향세에 대한 지역의 답례품 발굴

- 고향세 제도가 전국에 공통적으로 시행될 경우 상호 경쟁은 불가피한 상황으로 충남지역의 특성을 고려한 지역 답례품 개발이 필요

③ 기타, 교차보조 등의 문제는 지방자치 원칙에 대한 충돌 등 일본에서도 지속적으로 제기됨

- 고향세는 지자체에 내는 세금으로 반드시 그 지역에서 사용되어야 하며, 지역경계를 넘는 지방세 이전은 과세권 및 납세의무 차원에서 인정되기 어려워 교차보조의 문제가 지속 제기됨으로 이에 대한 명확한 기준과 논리 설정 필요



