

# 2014 모금트렌드 TOP 10

## 펀드레이저의 라운드 테이블

펀드레이저의 라운드테이블은 경력모금가들이 모금지식과 경험을 배우고 나누는 수평적이고 자발적인 모금가 그룹입니다.



# 2014 모금트렌드

## 1. 아이스버킷 챌린지: Philanthropy와 Fun의 만남

- ‘얼음물을 머리에 뒤집어 쓰는 재미있는 방식으로 기부에 대한 관심을 환기시켰다. SNS를 통해 이슈화 됨으로써 참여자 수 및 모금액 규모도 상당히 컸다.(전세계 모금액 한화 1,025억원)  
‘쉽고 재미있는 참여방법’을 통하여 기부자에게 기부에 대한 진입장벽을 허무는 계기가 되었으며, 국내 NPO 모금/마케팅 담당자들에게 ‘즐겁게 기부에 참여하게 할 수 있는 캠페인’을 기획하게 하는 좋은 자극제가 되었다. 후반부에는 비판도 일어 모금의 본질에 대한 질문을 대중적으로 제기하는 계기가 되기도 했다.

## 2. 세월호 사건의 역효과

- 세월호 사건이 발생하고 각계 각층에서 약1,000억원 이상의 모금액이 모금 되었다. 그러나 성금이 모아진 모였으나 정확히 얼마가 모였는지, 이러한 국민성금을 어떻게 사용할 지 구체적인 계획이 확정되지 않아 국민들의 모금과 비영리기관에 대한 신뢰도가 다소 낮아진 상태이다.
- 한편 세월호 사건에 모든 국민의 관심이 집중됨으로써 상대적으로 다른 기부에 대한 이슈나 캠페인에 대한 관심도가 낮아지고 모금 규모도 다소 축소 되었다.

## 3. 온라인 (SNS) 및 모바일을 통한 기부의 증가

- 다음 희망해, 네이버 해피빈 등 인터넷 기부 플랫폼 뿐 아니라 광고기부(ex.캐시슬라이드), 통화기부(ex.기부톡), 워킹 기부(ex.빅워크) 등 기부와 관련된 다양한 모바일 어플리케이션이 출시되는 등 온라인 및 모바일에서 기부할 수 있는 새로운 기부 방법들이 등장하고 있다.  
또한 온라인에서 이슈화된 모금 아이템이 오프라인에서 활용되거나 오프라인에서 활성화된 모금 아이템이 온라인과 접목되어 더 큰 시너지를 내는 경우 등 온/오프라인 채널의 통합 믹스가 증대되고 있다.  
(ex. 세이브더칠드런의 오프라인 모금 상품-> 온라인 내 활용)

## 4. giving club (고액기부자 클럽의 증가)

- 사회복지 공동모금회의 아너소사이어티, 레거시 클럽(Legacy club) 등 NPO 들은 ‘고액기부자들의 모임’을 통해 사회지도층의 기부실천 독려와 함께 개인기부의 활성화를 도모하기 위해 노력하고 있다.

### 5. Youth philanthropy

- 초,중, 고등학생을 대상으로 한 '나눔교육'에 대한 관심이 증대되고 있다. 나눔에 대한 학생들의 인식을 긍정적으로 변화시키고, 나눔의 가치를 쉽게 이해하고 실천할 수 있게 하기 위해 최근 국내 NPO들은 다양한 나눔교육 콘텐츠를 활용하고 있다. (ex. 해비타트-시티은행, 위즈뱅크)

### 6. 비현금성 기부의 증대

- 기부자의 자산 형태가 다양해 지고, 기부자의 욕구가 증대되면서 현금을 기부하던 기존 방식에서 나아가 부동산, 증권, 주식 등 비현금성 자산을 기부하는 방법에 대한 기부자들의 관심이 증대 되고 있다.

### 7. NPO의 유산기부 준비

- 국내 NPO 대부분이 유산기부에 대한 준비 작업이 한창이다. 비록 아직까지는 국내 유산기부 실천 이 다소 미비한 상황이나, 관심 기부자들의 수요가 존재하는 만큼 이를 위한 대비는 필수적일 것이다.

### 8. 기업 재단 설립 + 직접 사업 증가

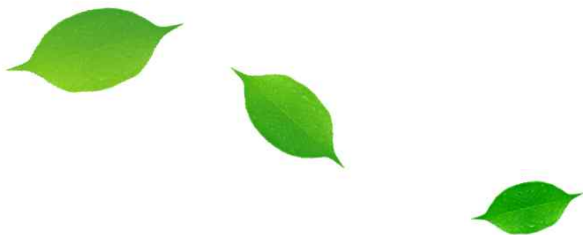
- 기업의 사회적 책임이 증대되면서 국내 기업들이 사회공헌 활동을 위한 재단을 설립하고, 기업의 성격에 부합하는 분야에 직접 사업을 하는 등의 활동이 증가하고 있다. 이러한 영향으로 인해 국내 NPO를 통해 기부하거나 지원하는 활동이 상대적으로 감소하는 경향이 나타나고 있다.

### 9. 국제 대형 NGO의 국내 진출

- 영국 최대 국제구호개발기구인 옥스팜, WWF 등 국제 대형 NGO의 국내 진출이 두드러지고 있다. 이는 한국의 모금 시장 성장세 및 NPO 부문의 역량이 매우 높아졌다는 방증이기도 할 것이다.

### 10. NPO의 양극화

- 아직까지 우리나라의 경우 모금 단체의 부익부빈익빈(양극화 현상)이 다소 심한 상태이며 이는 국내 기부 문화와 NPO 성장에 장애요인이 될 수 있다. 한국의 NPO가 성장하기 위해서는 건강한 중소형 재단의 증가가 필수적이라고 본다. (Ex. 지역 재단의 증대).



## 2014 모금트랜드 기타 순위 후보

임직원 기부 캠페인 증가	Women philanthropy 증가
재능기부 + 전문성 + 분야의 다양성	.재단 설립 욕구의 기부로의 전환
온라인 기부(클라우드 펀딩 등)이 증가되고 있으나 아직까지 모금성과는 다소 미비	기부 중간 지원단체 역할 증가
Cause의 다양화 (동물, 문화예술 등 비복지 분야)	기부자들의 NPO전문성 기대 증가
기업 매칭기부의 증가	사회적 기업의 모금욕구 증가
Giving와 Entertainment의 결합	파이낸셜 섹터와의 콜라보
펀드레이저의 전문성 수요 증가	지역재단의 태동기
응급성의 어필 자제	. 소득공제 -> 세액공제 여파 적음



## 2015 향후 전망

1

모금 성장세 지속  
(모금 성장율은 높지 않을 것이나, 모금 총액은 증가할 것이다.)

2

NPO 수, 지속적으로 증가

3

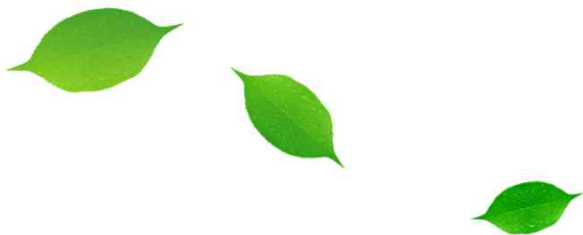
여성 기부자 증가 및 Women Philanthropy가 대두

4

환경단체 기부 이슈 부각

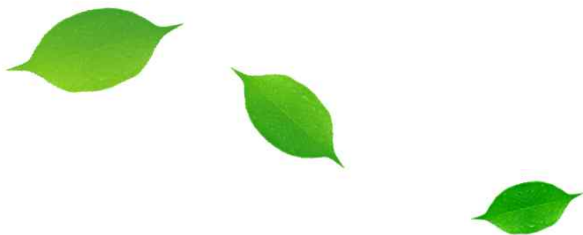
5

Youth philanthropy 중요성 인식 및 활동 증가



## 2015 향후 전망

6	펀드레이징 과정에서의 온/오프라인 채널의 믹스 증대
7	유산기부 및 비현금성 기부의 증가
8	NPO의 Super rich 등장(1,000억 이상 기부자) 및 젊은 기부자의 증가



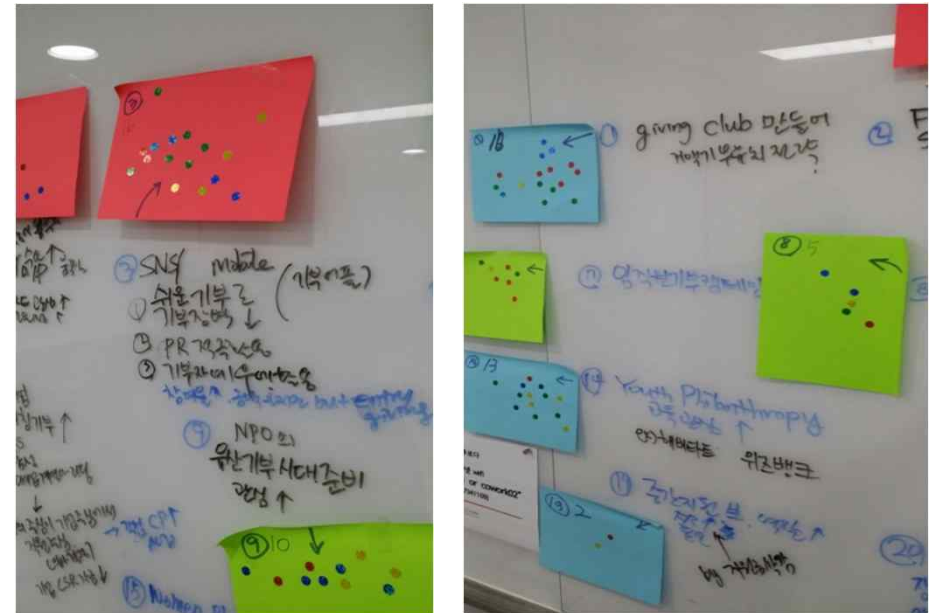
## 현장 스케치

구분	내용
일시	2014년 11월 26일 수요일 저녁 7~9시
참석자	모금/비영리마케팅 담당경력자 6명
내용	2014 모금트렌드 선정 및 2015년 예측!

1. 2014 모금 트렌드에 대해 펀드레이저분들의 의견 토론 및 논의!



2. 2014 모금트렌드 후보 항목들에 대한 투표 시작!  
어디다 스티커 몇 개를 줄 것인가?



3. 총 27개의 후보 항목들 중 1인당 32개의 스티커를 붙이는 방식으로 투표를 진행 & 선정완료!



# Thank You!

펀드레이저의 라운드 테이블



[www.themegallery.com](http://www.themegallery.com)

