소비자정책동향 제153호

ISO/UNDP 53001의 주요 내용과 소비자중심경영(CCM)에서의 시사점

- SDG 경영시스템 국제표준의 발행과 CCM 지정제 전환을 중심으로 -

목 차

1. 검토 배경 / 01

2. ISO/UNDP 53001의 주요 내용 / 04

3. CCM과의 연계성 / 09

4. 소비자중심경영(CCM)에서의 시사점 / 17

부록. CCM-53001-SDG 상세 정합표(예시) / 21

박용혁 기업정책평가팀장 | parkyh@kca.go.kr

1. 검토 배경

□ 2026년 9월을 전후하여 기업의 지속가능경영과 소비자정책을 둘러싼 제도 환경이 변화하고 있음

○ 국제표준화기구(ISO)와 유엔개발계획(UNDP)이 공동 개발한 최초의 SDG 경영시스템 요구사항 표준인 「ISO/UNDP 53001」이 2026년 9월 발행됨

○ 국내에서는 「소비자기본법」 개정(법률 제21444호, 2026. 3. 10. 공포)에 따라 2026년 9월 11일부터 소비자중심경영(CCM: Consumer Centered Management)이 종전의 '인증' 제도에서 공정거래위원회의 '소비자중심경영사업자 지정' 제도로 전환됨[1)]

○ 아울러 국내외에서 지속가능성 공시의 의무화가 진행되면서, 공시와 보고를 뒷받침할 '관리체계'에 대한 수요도 확대되고 있음

□ 기업 지속가능경영 규범은 대체로 원칙 선언에서 측정·보고·공시를 거쳐 실사·경영시스템으로 무게중심이 이동해 옴(〈그림 1〉 참조)

○ UN 글로벌콤팩트(UNGC)의 10대 원칙, OECD 다국적기업 가이드라인, ISO 26000(2010) 등 자발적 원칙·지침에서 출발하여, 2010년대 후반 이후에는 측정·보고·공시의 표준화와 제도화(GRI Standards, TCFD 권고안, ISSB 기준, EU의 CSRD)가 진전되었고, 최근에는 공급망 실사(EU의 CSDDD)와 SDG 경영시스템(ISO/UNDP PAS 53002, ISO/UNDP 53001) 등 실행 체계 자체를 다루는 단계로 이행하고 있음

1) 「소비자기본법」 개정에 따라 종전의 '인증심사기관'은 '지정심사기관'으로 명칭이 변경되며, 한국소비자원이 그 역할을 이어 감

〈그림 1〉 기업 지속가능경영 규범의 단계적 진화

제1단계: 원칙·지침		**제2단계: 측정·보고·공시**		**제3단계: 실사·경영시스템**
UNGC · OECD 가이드라인 · ISO 26000	—	GRI · TCFD · ISSB · CSRD	—	CSDDD · PAS 53002 · ISO/UNDP 53001

※ 출처: 저자 작성

○ 이러한 흐름은 SDG 달성을 위해 측정·보고 등 회계·책임성(accountability) 체계의 역할이 중요하다는 문제 제기(Bebbington and Unerman, 2018), 그리고 실질적 기여 없이 SDG의 상징만 활용하는 이른바 'SDG 워싱'에 대한 비판(Heras-Saizarbitoria et al., 2022)과 맞닿아 있음

- 실제로 지속가능성 보고서를 분석한 연구에서는 조직이 자신에게 유리한 목표만 선별하는 체리피킹(cherry-picking)과 상징적 수준의 SDG 원용이 확인되어, 실질적 이행 체계의 공백이 지적된 바 있음(Heras-Saizarbitoria et al., 2022)

○ 본지 제118호에서도 기업 활동의 성과를 지속가능발전목표(SDGs) 및 소비자 중심 가치와 체계적으로 연계하여 관리하는 성과중심 관리 방안이 논의된 바 있으며(이혜미, 2021), ISO/UNDP 53001은 이러한 관리체계에 대한 요구가 국제표준의 형태로 구체화된 것으로 볼 수 있음

□ UN 소비자보호지침(UNGCP)[2]은 1999년 개정 이후 지속가능소비의 촉진을 포함하고 있고, 2015년 UN이 채택한 SDG는 지속가능한 생활양식에 관한 정보와 인식(12.8), 사법 접근성(16.3) 등 소비자정책과 맞닿은 과제를 세부목표로 포함하고 있어(UN, 2015), 소비자정책과 지속가능발전 의제의 접점도 넓어져 옴

2) UN 소비자보호지침(United Nations Guidelines for Consumer Protection): 1985년 UN 총회에서 채택된 소비자보호 정책의 국제 준거로, 1999년 지속가능소비 관련 내용이 보강되고 2015년 전면 개정됨

○ ISO 26000이 7대 핵심주제의 하나로 '소비자 이슈'를 두어 공정 마케팅, 소비자 안전, 지속가능소비, 분쟁해결 등을 다루는 것도, 소비자에 대한 책임 있는 경영이 지속가능경영의 사회(S) 축을 구성하는 주요 요소임을 보여 줌

○ 국내에서는 CCM 인증의 공신력이 소비자 성과에 긍정적으로 작용할 수 있음을 보인 실증연구가 제시된 바 있으며(서여주, 2018), 소비자 영역의 경영체계를 심사·공인해 온 CCM 제도는 소비자정책과 지속가능경영 규범이 만나는 지점에 위치함

□ 국내에서도 K-ESG 가이드라인(산업통상자원부 외, 2021)의 보급에 이어, 2026년 7월에는 2028년(2027 사업연도)부터 자산 10조 원 이상 코스피 상장사를 시작으로 지속가능성 공시를 단계적으로 의무화하는 방안이 발표되는(금융위원회, 2026) 등 제도적 기반이 정비되고 있으며, 대기업 공급망에 속한 중견·중소기업이 고객사의 지속가능성 실사·평가 요구에 직면하는 등 그 파급은 대기업에 그치지 않음

○ 이 지점에서 인증 가능한 경영시스템 표준은 개별 기업이 자신의 관리 수준을 대외적으로 입증하는 공통의 수단이 될 수 있음

□ 이에 본 고는 제2장에서 ISO/UNDP 53001의 주요 내용을 개발 경위와 성격, 구조와 운영 원리, 인접 국제 규범과의 비교 순으로 정리하고, 제3장에서 CCM 제도와 유사 제도를 개관한 뒤 CCM과 53001의 연계성을 정합과 간극의 측면에서 검토하며, 제4장에서 소비자중심경영(CCM)에서의 시사점을 기업·정책 차원의 제언과 개선방향으로 제시함

□ 본 고는 표준 발행 시점을 전후한 동향 검토로서, 53001 인증 운영의 실증 자료가 축적되기 이전 단계의 개념적·제도적 검토라는 한계를 가짐

2. ISO/UNDP 53001의 주요 내용

2.1 개발 경위와 표준의 성격

□ ISO/UNDP 53001(Management systems for United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) — Requirements)은 ISO 프로젝트위원회(ISO/PC 343, 지속가능발전목표 경영)가 UNDP와 함께 개발하여 2026년 9월 발행한 표준으로(ISO/UNDP, 2026), SDG 기여의 관리에 관한 세계 최초의 국제표준으로 소개됨(UNDP, 2026)

○ 2024년 9월 발행된 ISO/UNDP PAS 53002(Guidelines for contributing to the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs))가 조직의 SDG 기여를 관리·최적화하는 방법을 안내하는 지침이라면(ISO/UNDP, 2024), 53001은 적합성평가의 기준이 되는 '요구사항(requirements)' 표준이라는 점에서 차이가 있음

○ 표준 개발에 UNDP가 참여함으로써 SDG에 관한 UN 체계의 전문성과 ISO의 표준화·적합성평가 인프라가 결합되었다는 점도 특징임

*** [참고] ISO/UNDP 53001 개요**

- (명칭) Management systems for United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) — Requirements
- (개발) ISO 프로젝트위원회(ISO/PC 343)와 UNDP가 공동 개발
- (발행) 2026년 9월 발행(제1판), 제3자 인증에 활용될 수 있는 요구사항 표준
- (적용) 기업·정부·교육기관·시민사회 등 규모·업종·지역과 무관하게 모든 조직에 적용 가능
- (구조) ISO 경영시스템 표준의 공통 상위구조(HS)를 따라 ISO 9001·14001 등 기존 인증 시스템과 통합 운영 용이

□ 표준의 특징은 다음 네 가지로 요약됨

○ 조직의 유형·규모·업종·지역과 무관하게 적용할 수 있는 일반 요구사항으로 구성됨(UNDP, 2026)

○ ISO 9001(품질)·ISO 14001(환경)과 같은 방식의 제3자 인증[3]에 활용될 수 있어 대외 신뢰 확보의 수단이 될 수 있음

○ ISO 경영시스템 표준의 공통 상위구조(HS)[4]를 따르고 있어 기존 품질·환경 인증 시스템과의 통합 운영이 용이함

○ SDG 기여를 일회성 선언이 아니라 계획·실행·평가·개선의 지속적 관리 대상으로 전환하도록 설계됨

□ 제3자 인증은 조직의 자기 선언이 갖는 신뢰의 한계를 독립적 검증으로 보완하는 장치임

○ 정보 비대칭 상황에서 인증은 조직의 관리 수준에 관한 신호(signal)로 기능하며, 고객·공급망·투자자 등 외부 이해관계자의 평가·거래 비용을 낮추는 효과를 기대할 수 있음

○ 다만 인증은 '성과의 우수성'이 아니라 '요구사항에 부합하는 시스템의 운영'을 확인하는 것이므로, 취득 자체를 성과 달성과 동일시해서는 안 됨

3) 적합성평가(conformity assessment): 제품·프로세스·시스템 등이 규정된 요구사항을 충족하는지를 실증하는 활동으로, 독립된 제3자가 수행하는 인증(certification)은 그 대표적 형태임

4) HS(Harmonized Structure): ISO 경영시스템 표준이 공통으로 채택하는 표준화된 조항 구조(조직상황–리더십–기획–지원–운영–성과평가–개선)로, 복수 표준 간 통합 운영을 용이하게 함

2.2 구조와 운영 원리

□ 53001의 본문 요구사항은 HS에 따라 조직상황(4)에서 개선(10)에 이르는 조항 체계로 구성됨(〈표 1〉 참조)

○ 조항 4~6은 '계획'에 해당함 — 조직의 맥락과 이해관계자의 이해(4), 리더십과 방침(5), 목표와 달성 계획(6)으로 이어지는 방향 설정의 단계임

○ 조항 7~8은 '실행'에 해당함 — 자원·역량·인식·의사소통·문서화(7)의 뒷받침 아래 프로세스를 운영(8)하는 단계임

○ 조항 9~10은 '점검과 개선'에 해당함 — 모니터링·내부심사·경영검토(9)와 시정조치·지속적 개선(10)의 순환 단계임

〈표 1〉 ISO/UNDP 53001의 공통 상위구조(HS) 조항 구성

조항	명칭	핵심 내용
4	조직상황	조직과 그 맥락의 이해, 이해관계자의 요구 파악, 적용 범위 결정
5	리더십	최고경영진의 리더십과 의지 표명, 방침 수립, 역할·책임·권한의 부여
6	기획	리스크와 기회에 대한 대응, 측정 가능한 목표의 수립과 달성 계획
7	지원	자원, 역량, 인식, 의사소통, 문서화된 정보의 관리
8	운영	요구사항 이행을 위한 프로세스의 계획·실행·관리
9	성과평가	모니터링·측정·분석·평가, 내부심사, 경영검토
10	개선	부적합에 대한 시정조치와 지속적 개선

※ 주: HS의 일반적 조항 체계를 기준으로 한 개관이며, 세부 조항의 구성·명칭은 표준 원문에 따름

□ 운영 원리는 계획(Plan)–실행(Do)–점검(Check)–개선(Act)의 순환으로, 조직은 ① SDG에 미치는 긍정적·부정적 영향을 식별·평가하여 관련성이 높은 SDG를 정하고, ② 이해관계자의 참여를 바탕으로 SDG 목표를 수립하며, ③ 책임·자원·프로세스를 갖추어 이행하고, ④ 진척을 측정·추적하여 지속적으로 개선함(ISO/UNDP, 2026)

○ 이러한 구조와 원리는 ISO 9001·14001 등 기존 경영시스템 표준과 같으므로, 인증 시스템을 운영해 온 조직은 문서·프로세스·내부심사 체계를 상당 부분 공유할 수 있음

□ 인증은 기존 ISO 경영시스템 인증과 유사하게 신청–문서심사–현장심사–인증 결정–사후관리의 절차로 운영될 것으로 전망되며, 초기에는 인증기관의 준비 상황에 따라 가용성이 점진적으로 확대될 것으로 보임

○ 도입 초기에는 인증 취득에 앞서 표준 요구사항을 준거로 한 자가진단과 갭 분석부터 시작하고, 인증은 시스템이 정착된 이후에 검토하는 단계적 접근을 고려할 수 있음

2.3 인접 국제 규범과의 비교

□ 53001의 위상은 인접 규범과의 비교를 통해 분명해짐(〈표 2〉 참조)

○ ISO 26000은 사회적 책임의 개념·원칙·핵심주제를 포괄적으로 안내하는 지침 표준으로 인증을 목적으로 하지 않는 반면, 53001은 SDG 기여를 관리하는 시스템의 요구사항을 규정한다는 점에서 양자는 보완적으로 활용될 수 있음

○ GRI Standards와 ISSB 기준(IFRS S1·S2) 등 보고·공시 기준이 '무엇을 어떻게 밝힐 것인가'를 다룬다면, 53001은 '공시할 성과를 만들어 내는 내부 체계'를 다루며 양자는 데이터의 생산과 공개라는 분업·보완 관계에 있음

○ SDG Compass[5]는 기업이 SDG를 전략에 통합하는 5단계 방법론으로, 53001 운영 과정에서 목표·지표의 기업 단위 번역 등에 활용될 수 있음

〈표 2〉 주요 국제 규범과 ISO/UNDP 53001의 비교

구분	성격·초점	제3자 인증	ISO/UNDP 53001과의 관계
ISO 26000(2010)	사회적 책임 전반에 관한 지침 (7대 핵심주제)	무	사회적 책임의 주제·원칙 안내 — 인증용 요구사항은 아님
PAS 53002(2024)	SDG 기여를 위한 조직 차원의 지침	무	53001에 앞서 발행된 지침 — 요구사항이 아닌 안내 문서
ISO 9001·14001	품질·환경 등 특정 주제의 경영 시스템 요구사항	유	동일한 공통 상위구조(HS) — 통합 운영의 기반
GRI Standards	조직의 경제·환경·사회 영향에 관한 보고 기준	무	시스템이 산출한 성과·데이터의 보고 틀
ISSB IFRS S1·S2	투자자 관점의 지속가능성 공시 기준	무	공시를 뒷받침하는 내부 관리체계로 기능
SDG Compass	기업의 SDG 이행 방법론(5단계)	무	목표·지표의 기업 단위 번역 등 이행 도구
UN Global Compact	10대 원칙에 대한 자발적 서약	무	원칙 선언을 관리 가능한 시스템으로 구체화

※ 주: 제3자 인증은 표준 적합성 인증을 말하며, 보고서의 외부 검증과는 구분됨

□ 요컨대 53001은 기존 규범들을 대체하는 것이 아니라, 원칙(UNGC·ISO 26000) — 방법론(SDG Compass·PAS 53002) — 보고·공시(GRI·ISSB)와 함께 SDG 기여를 체계적으로 관리하는 '관리 시스템'의 층위를 담당하는 표준으로 이해할 수 있음

5) SDG Compass: GRI·UN Global Compact·WBCSD가 공동 개발한 기업용 SDG 이행 지침으로, SDG 이해 → 우선순위 결정 → 목표 설정 → 경영 통합 → 보고·소통의 5단계로 구성됨

3. CCM과의 연계성

3.1 CCM 제도 개요

□ CCM은 기업이 수행하는 모든 활동을 소비자 관점에서 구성하고 지속적으로 개선하고 있는지를 심사하여 우수 사업자를 공인하는 제도로, 한국소비자원이 심사하고 공정거래위원회가 인증(지정)하는 구조로 운영되어 옴(〈표 3〉 참조)

○ 2007년 시행 이래 소비자 영역의 대표적인 자율 개선 유도 제도로 정착하였으며, 2026년 10월 현재 272개 기업이 인증을 보유하고 있음(한국소비자원)

○ 심사기준은 리더십, CCM 체계, CCM 운영, 성과관리의 4개 대분류로 구성되며, 「소비자중심경영(CCM) 사업자 지정제도 운영·심사에 관한 규정」의 지정기준(제12조)에 따라 지정사업자로 선정되려면 지정대상 요건을 충족하고 심사기준 총점 800점 이상과 대분류 항목별 배점의 75% 이상을 득점해야 함

〈표 3〉 CCM 제도의 주요 연혁

시기	주요 내용
2007	소비자중심경영(CCM) 인증제도 시행 — 한국소비자원이 심사하고 공정거래위원회가 인증
2026. 3.	「소비자기본법」 일부개정 공포(법률 제21444호) — 인증제의 지정제 전환 확정
2026. 9.	'소비자중심경영사업자 지정' 제도 시행(9. 11.) — 시행령 개정(9. 1. 국무회의 의결)과 「소비자중심경영(CCM) 사업자 지정제도 운영·심사에 관한 규정」 개정·시행(지정확인서, 심사비용 관리 등)

※ 출처: 한국소비자원 소비자중심경영 홈페이지(www.kca.go.kr/ccm), 「소비자기본법」(법률 제21444호), 공정거래위원회(2026), 「소비자중심경영(CCM) 사업자 지정제도 운영·심사에 관한 규정」을 바탕으로 작성

□ 「소비자기본법」 개정으로 제20조의2의 '인증'이 '지정'으로 전환되어(2026. 9. 11. 시행) 공정거래위원회가 우수 사업자를 '소비자중심경영사업자'로 지정하며, 한국소비자원은 지정심사기관으로서 심사 업무를 수행함 — 아울러 시행령 개정(2026. 9. 1. 국무회의 의결)과 관련 고시 개정을 통해 '인증서'가 '지정 확인서'로 바뀌는 등 용어가 정비되고, 신청 사업자가 심사비용을 지정심사기관에 직접 납부하도록 하는 등 운영 기반이 정비됨(공정거래위원회, 2026)

○ 명칭 변경은 '소비자중심경영인증'이라는 명칭이 소비자의 혼선을 유발할 수 있다는 점을 고려한 것임(「소비자기본법」 개정이유)

- '인증'이라는 명칭은 정부가 해당 기업의 상품·서비스 품질을 직접 보증하는 것으로 소비자에게 오인될 소지가 있어, 이를 바로잡으려는 것임

- 아울러 우수 기업의 품질을 인증하는 것이 아니라, 소비자를 중심으로 경영 활동을 구성·운영하는 사업자를 국가가 지정한다는 제도 본래의 성격을 명확히 하려는 취지임

□ CCM은 최고경영진의 공개적 의지 표명, 소비자의 소리(VOC) 관리 체계 구축, 불만처리·피해구제 체계 정비 등을 통해 기업의 소비자 지향성을 높이는 데 기여해 온 한편, 다음과 같은 과제도 제기되어 옴

○ 지속가능경영의 사회(S) 축 가운데 소비자 영역에 특화되어 있어 환경(E)·지배구조(G)와 여타 이해관계자 이슈를 포괄하지 못하고, 인증(지정)의 취득이 목적화될 경우 심사 대비용 문서 관리에 치중할 수 있으며, 중소기업에는 체계 구축과 심사 대응의 부담이 상대적으로 크게 작용할 수 있음

○ 이러한 과제는 이후의 간극 검토(3.3) 및 시사점(4장)과 연결됨 — 범위의 한계는 확장의 필요를, 형식화 우려는 실질적 개선 순환의 중요성을, 참여 부담은 단계적 접근의 필요를 각각 시사함

3.2 유사 제도와의 비교

□ 고객·소비자 대응에 관한 국제 표준 및 해외 제도와 견주어 보면, CCM 제도의 성격과 함께 53001 대응에 참고할 지점이 드러남 (〈표 4〉 참조)

○ ISO 10001~10004 고객만족 시리즈[6]는 행동강령·불만처리·분쟁해결·만족도 측정을 다루는 프로세스 단위의 비인증형 지침임 — CCM 심사는 이러한 프로세스(예: ISO 10002형 불만처리)를 전사 체계의 일부로 포섭해 평가해 왔다는 점에서, 국내 지정기업은 표준화된 프로세스 요구를 문서·심사 대응의 형태로 다뤄 온 경험을 갖고 있음을 시사함

○ 일본 소비자청이 2016년부터 추진해 온 소비자지향경영[7]은 사업자의 자율선언과 후속관리 활동의 공표에 기반한 자율규제형 접근임(일본 소비자청) — 제3자 심사·평가에 기반한 국내 방식과 대비되며, 심사형 제도의 운영 경험이 인증형 표준인 53001의 요구를 이해하고 대응하는 데 참고가 될 수 있음을 시사함

○ ISO 26000의 '소비자 이슈'는 공정 마케팅, 안전·보건, 지속가능소비, 분쟁해결 등 CCM과 주제 영역이 상당 부분 겹치나 이행 수준의 판정 절차를 두지 않는 지침임 — 주제·개념의 준거(26000)와 판정 기반 제도(CCM)·인증형 표준(53001)의 역할 구분을 시사함

6) ISO 10001(행동강령)·10002(불만처리)·10003(외부 분쟁해결)·10004(만족도 모니터링·측정)는 품질경영 분야의 고객만족 시리즈를 구성하는 지침 표준임

7) 소비자지향경영(消費者志向経営): 일본 소비자청이 2016년 4월 검토회 보고서를 토대로 같은 해 10월 추진 조직(플랫폼)을 출범시키며 본격 추진한 제도로, 사업자의 자율선언(自主宣言)과 후속관리(follow-up) 활동의 공표를 기반으로 함

〈표 4〉 CCM과 유사 제도의 비교

구분	운영 주체·방식	초점	CCM과의 비교
CCM(한국)	공정거래위원회 지정, 한국소비자원 심사 — 평가 기반 국가 지정제도	전사적 소비자중심 경영체계	(비교 기준)
ISO 10001~10004	ISO — 지침 표준(비인증형)	행동강령·불만처리·분쟁해결·만족도 측정 등 고객만족 프로세스	프로세스 단위 지침 (CCM : 전사 체계의 심사)
일본 소비자지향 경영	소비자청 — 자율선언·후속관리 공표, 우수사례 표창	소비자와의 공동 창출·협동을 통한 사회가치 향상	자율선언 방식 (CCM : 심사·지정 방식)
ISO 26000 소비자 이슈	ISO — 지침 표준(비인증형)	공정 마케팅·안전·지속가능 소비·분쟁해결 등	원칙·주제의 제시 (CCM : 이행 수준의 평가)

※ 출처: ISO, 일본 소비자청(消費者庁) 등 공표 자료를 바탕으로 작성

*** [참고] 일본 소비자지향경영(消費者志向經營) 개요**

- (정의) 소비자와의 공동 창출·협동을 통해 사회가치를 높이는 경영
- (경과) 2016년 4월 검토회 보고서 → 같은 해 10월 추진 조직(플랫폼) 출범과 자율선언 활동 개시
- (방식) 사업자가 소비자지향의 방침·활동을 자율선언(自主宣言)하고 후속관리 내용을 공표 — 소비자청 웹사이트에 게시
- (지원) 소비자청이 사무국을 맡는 추진 조직이 연락회 개최, 우수사례 표창(2018년도~) 등으로 참여를 지원
- (특징) 심사·인증이 아닌 자율규제형 접근 — 평가·지정 방식의 한국 CCM과 대비

□ 비교를 종합하면 CCM은 전사적 경영체계를 대상으로 제3자 심사에 기반하여 국가가 공인하는 제도라는 특성을 결합하고 있으며, 이러한 심사형 운영 경험은 지정기업이 53001형 인증 심사에 대한 대응을 검토할 때 참고할 수 있는 기반이 될 수 있음

3.3 정합과 간극

□ SDG, ISO/UNDP 53001, CCM은 서로를 대체하는 관계가 아니라 역할이 다른 세 개의 층위로 이해할 수 있음(〈그림 2〉 참조)

○ SDG는 17개 목표와 169개 세부목표로 구성된 지속가능발전의 글로벌 공통 언어로서 '무엇을(What)' 지향할 것인지를 제시함

○ ISO/UNDP 53001은 SDG 기여를 계획·실행·평가·개선하는 경영시스템 요구사항으로서 '어떻게(How)' 이행할 것인지를 규정함

○ CCM은 소비자 영역에 특화된 국가 지정제도로서, 심사를 통해 운영 수준이 확인되어 온 '실행의 출발점(Start)'으로 볼 수 있음

〈그림 2〉 CCM — ISO/UNDP 53001 — SDG의 층위 구조

SDG — 무엇을(What)
17개 목표 · 169개 세부목표 — 지향할 방향

▲ SDG 언어로의 번역(SDG Compass 등)

ISO/UNDP 53001 — 어떻게(How)
경영시스템 요구사항 · 제3자 인증 가능

▲ 갭 분석 후 전사 확장

CCM — 출발점(Start)
소비자 영역의 국가 지정제도 — 검증된 실행 기반

※ 출처: 저자 작성

□ 따라서 세 체계의 관계는 항목 간 1:1 등가 매칭이 아니라 '층위별 정합'으로 접근할 필요가 있음 — 즉, CCM으로 다져 온 소비자중심 체계를 SDG의 언어로 번역하고, 53001을 통해 전사적 경영시스템으로 확장하는 구조임

□ CCM의 4대 평가축(리더십, CCM 체계, CCM 운영, 성과관리)은 53001이 따르는 HS의 조항 체계와 대응시켜 볼 수 있음(〈표 5〉 참조)

〈표 5〉 CCM 4대 평가축 — ISO/UNDP 53001 — SDG 세부목표 총괄 매핑(예시)

CCM 평가 대항목	ISO/UNDP 53001 (조항)	SDG 세부목표 (예시)
리더십 최고경영진의 의지·가치·전략	4. 조직상황 · 5. 리더십 · 6. 기획	12.6 기업의 지속가능 관행 · 16.6 책임 있는 제도 · 17.17 파트너십
CCM 체계 전담조직·자원·교육훈련	7. 지원 (자원·역량·인식·의사소통)	4.7 지속가능발전 교육
CCM 운영 상품·서비스 전 과정의 소비자 보호	8. 운영	3 건강·안전 · 12.8 정보·인식 · 16.3 사법 접근성 · 10.2/10.3 포용
성과관리 지표·모니터링·피드백	9. 성과평가 · 10. 개선	12.6 보고 통합 · 16.6 책임 있는 제도

※ 주: 대항목 기준의 예시 매핑으로, 세부 평가항목 단위의 정합표는 부록 및 별도 매트릭스 참조

○ 리더십·CCM 체계 축은 소비자중심 방침과 교육훈련 체계를 지속가능경영 방침·지속가능발전 교육으로 확장하는 방식으로, CCM 운영·성과관리 축은 대상 이슈의 확장과 내부심사·경영검토 형식의 보완으로 각각 53001의 요구에 대응할 수 있음

□ 이러한 대응 관계에 비추어 보면, CCM 지정기업은 적어도 소비자 영역에서는 53001형 경영시스템의 기본 골격을 운영해 온 것으로 볼 수 있음

□ CCM 체계 아래에서 일상적으로 수행되는 활동들은 소비자 관련 SDG 세부목표와 연결됨(〈표 6〉 참조) — 주로 관련되는 목표는 SDG 3, 4, 10, 12, 16임

〈표 6〉 일상적 CCM 활동과 SDG 세부목표의 연계(예시)

일상적 CCM 활동	관련 SDG 세부목표	연계 내용
소비자 안전 확보	SDG 3	건강과 웰빙 — 제품·서비스의 안전 확보
소비자 정보제공	SDG 12.8	지속가능성 관련 정보 제공과 인식 보장
불만처리·피해구제	SDG 16.3	분쟁해결·피해구제를 통한 사법 접근성 제고
취약계층 배려	SDG 10.2 · 10.3	사회적 포용 확대와 기회균등
임직원 교육훈련	SDG 4.7	지속가능발전 교육 확산
지속가능 소비 지원	SDG 12.4 · 12.5	자원·폐기물의 책임 있는 관리

○ 특히 충실한 정보 제공은 그린워싱의 방지와, 불만처리·피해구제는 시장 영역에서의 사법 접근성(16.3) 제고와, 취약계층 배려는 포용과 기회균등(10.2·10.3)의 실천과 각각 맞닿아 있음

□ 다만 CCM은 지속가능경영의 사회(S) 축 가운데 소비자 영역에 특화된 트랙인 만큼, 그 운영 경험만으로 53001의 요구가 곧바로 충족되는 것은 아님 — 그 간극은 세 측면으로 정리됨

○ 이해관계자 범위 면에서 CCM은 소비자에 집중되어 있으나, 53001은 이해관계자의 참여를 바탕으로 근로자·지역사회·공급망 등 관련 이해관계자 전반을 고려하도록 함

○ 주제 범위 면에서 CCM은 사회(S) 축의 소비자 영역을 다루는 반면, 53001은 17개 SDG 전체를 검토 범위로 하되 조직의 맥락과 이해관계자에 비추어 관련성이 높은 목표에 집중하도록 하므로(UNDP, 2026), 소비자 영역 밖의 환경(E)·지배구조(G) 관련 목표에 대한 검토가 새로 필요할 수 있음

○ 방법론 면에서는 관련 SDG의 식별에 중대성 평가[8]가, 국가 단위 SDG 지표의 기업 단위 번역에 SDG Compass 등의 방법론이 필요하며, 소비자에 대한 영향을 넘어 조직이 사회·환경 전반에 미치는 긍정적·부정적 영향을 식별·관리하는 관점[9]이 요구됨

□ 이상을 종합하면 CCM과 53001은 대체 관계가 아니라 '선행 트랙과 확장 시스템'의 관계로 볼 수 있음 — 관리 원리(PDCA)를 공유하는 만큼 CCM 운영 경험을 토대로 삼되, 이해관계자·주제 범위와 방법론의 간극을 보완하는 방식의 확장이 필요함

□ 이러한 간극은 CCM의 결함이라기보다 제도 목적의 차이에서 비롯되는 것으로, 다음 장의 시사점은 이를 단계적으로 보완하는 방향으로 구성함

8) 중대성 평가(materiality assessment): 조직과 이해관계자에게 중요한 지속가능성 이슈를 식별하고 우선순위를 정하는 절차

9) 이른바 인사이드아웃(inside-out) 관점으로, 조직의 활동이 사회·환경에 미치는 영향에서 출발하여 관리 대상을 정하는 관점을 말하며, 외부의 지속가능성 이슈가 조직에 미치는 영향에서 출발하는 아웃사이드인(outside-in) 관점과 대비됨

4. 소비자중심경영(CCM)에서의 시사점

4.1 기업 차원 — 갭 분석에 기초한 단계적 확장

□ CCM 운영 기업은 최고경영진이 공개적으로 선언한 소비자중심 방침, 전담조직과 PDCA 운영체계, 소비자의 소리(VOC)에 기반한 개선 루프, 성과지표·모니터링 체계 등 53001이 요구하는 경영시스템의 핵심 요소를 소비자 영역에서 운영해 옴(〈표 7〉 참조)

〈표 7〉 CCM 운영 기업의 현재 — 갭 분석의 출발점

이미 갖춘 것	확장할 것
• 최고경영진의 공개된 소비자중심 방침 • 전담조직과 PDCA 운영체계 • 소비자의 소리(VOC) 기반의 개선 루프 • 성과지표·모니터링 체계	• 이해관계자 범위 — 소비자에서 전체로 • 환경(E)·지배구조(G) 축의 목표 설정 • SDG 세부목표·지표와의 연결 • 문서화·인증 대응 체계 정비

□ 따라서 SDG 경영시스템의 도입을 검토하는 지정기업에는 '신규 구축'보다 '갭 분석 후 확장'의 단계적 접근을 제언할 수 있음(〈표 8〉 참조)

○ ① 갭 분석 — CCM 운영체계를 53001 요구사항과 조항별로 대조하여 충족·부분 충족·미비를 판정하고 보완 과제를 도출함(CCM의 방침·매뉴얼·성과보고 등 문서체계가 출발 자료가 됨)

○ ② 범위 확장 — 중대성 평가를 통해 이해관계자와 이슈의 범위를 소비자 중심에서 전사 차원으로 확대함

○ ③ 목표·지표 설정 — SDG Compass 방법론 등을 활용하여 국가 단위로 설계된 SDG 지표를 기업 단위의 목표와 KPI로 번역하며, 기존 CCM 성과지표 중 전용 가능한 항목을 우선 활용함

○ ④ 통합·인증 준비 — 기존 품질·환경 등 ISO 인증 시스템과 통합 운영하고 문서화·내부심사 등 제3자 인증 심사에 대응하되, 53001은 성과가 아닌 '시스템' 표준인 만큼 인증 취득 이후에도 지속적 개선 체계를 실제로 운영하는 것이 중요함

〈표 8〉 단계별 주요 활동과 산출물(예시)

단계	주요 활동	산출물(예시)
① 갭 분석	53001 조항별 대조, 충족·부분 충족·미비 판정과 보완 과제 도출	갭 분석 보고서, 조항별 대응표
② 범위 확장	이해관계자 식별, 중대성 평가, 우선 SDG·이슈 선정	이해관계자 맵, 중대성 매트릭스
③ 목표·지표 설정	기업 단위 목표·KPI 번역, 베이스라인·목표연도 설정	SDG 목표·지표 체계, 성과관리 계획
④ 통합·인증 준비	문서 통합, 내부심사·경영검토, 인증심사 대응	통합 매뉴얼, 내부심사·경영검토 기록

□ 공통 상위구조(HS)의 공유는 통합 운영의 기반이 됨 — 문서체계를 통합 재편하고 내부심사·경영검토를 통합 일정으로 운영하면 관리 부담을 낮출 수 있으며, 품질(9001)·환경(14001) 인증 보유 기업은 관련 SDG 식별과 목표 번역 등 53001 특유의 요구에 역량을 집중할 수 있음

○ 추진 체계는 별도 조직의 신설보다 CCM 전담조직을 모체로 유관 부서 협의체를 구성하고, 최고경영진 보고·경영검토를 기존 CCM 보고 체계와 통합하여 연 단위 운영 사이클로 정례화하는 방안을 검토할 수 있음

○ 도입 초기에는 소비자 영역의 기존 체계를 유지하면서 환경(E)·지배구조(G) 영역의 목표를 시범적으로 도입하는 등 단계적으로 확장하는 방안을 검토할 수 있음

□ 이러한 접근을 통해 다음의 효과를 기대할 수 있음

○ 지속가능성 공시·보고를 뒷받침하는 관리체계와 데이터 기반을 갖추어 공시 대응력을 높이고, 고객·공급망의 지속가능성 인증·실사 요구에 국제 표준으로 대응할 수 있음

○ 소비자중심 경영의 성과를 국제 공통 언어로 소통함으로써 이해관계자 신뢰의 축적과 지속가능성 리스크의 체계적 관리에 기여할 수 있음

4.2 정책 차원 — 제언과 개선방향

□ CCM 지정제 전환과 ISO/UNDP 53001 발행이 같은 시기에 맞물리면서 소비자정책과 지속가능발전 정책의 접점이 넓어지고 있으며, 이를 뒷받침하기 위한 정책적 지원을 다음과 같이 검토할 수 있음

○ ▲CCM 세부 평가항목과 53001 조항·SDG 세부목표 간 정합 매트릭스의 개발·보급, ▲지정기업 대상 SDG 경영 교육과 갭 분석 지원, ▲CCM 지정제도와 지속가능성 공시·인증 제도 간 연계 정보 제공을 제언함

○ 중장기적으로는 CCM 지정과 53001 인증 간 심사 자료·결과의 상호 활용 등 제도 간 연계 방안, 중소 지정기업의 부담을 낮추기 위한 갭 분석 도구와 교육 프로그램의 보급도 검토할 만함

○ 특히 지속가능성 정보의 제공(12.8)과 표시·광고의 신뢰성 확보는 소비자정책과 SDG 경영이 만나는 직접적 접점으로, CCM의 정보제공·표시광고 관리 역량을 그린워싱 방지 노력과 연계하는 방안도 함께 모색할 수 있음

□ 본 고의 정합·간극 판단은 53001 인증 심사의 실제 관행이 축적되기 전의 개념적 검토이므로 향후 재검증이 필요하며, 세부 정합 매트릭스의 개발과 지정기업의 확장 사례 축적·분석은 후속 과제로 남음

□ CCM의 심사형 운영 경험은 SDG 경영시스템의 도입을 검토하는 기업에 유용한 출발점이 될 수 있으며, 소비자정책과 지속가능발전 정책의 연계를 넓혀 가는 기반이 될 것으로 기대됨

부록. CCM 평가 영역 — ISO/UNDP 53001 조항 — SDG 세부목표 상세 정합표(예시)

□ 아래 표는 〈표 5〉의 대항목 매핑을 세부 영역 수준으로 전개한 예시로, 지정기업이 갭 분석의 초기 작업표(worksheet)로 활용할 수 있도록 구성한 것임

〈부표 1〉 CCM 세부 영역과 ISO/UNDP 53001 조항·SDG 세부목표의 정합(예시)

CCM 축	세부 영역(예시)	ISO/UNDP 53001 조항	SDG 세부목표(예시)
리더십	소비자중심 방침의 수립·공표	5.2 방침	12.6
리더십	최고경영진의 의지 표명과 책무	5.1 리더십과 의지 표명	16.6
리더십	전략·실행계획의 수립	6. 기획(목표와 달성 계획)	12.6
리더십	조직 맥락·이해관계자 분석	4. 조직상황	17.17
CCM 체계	전담조직의 구성과 권한	5.3 역할·책임·권한	16.6
CCM 체계	인력·예산 등 자원 배분	7.1 자원	—
CCM 체계	임직원 교육훈련	7.2 역량 · 7.3 인식	4.7
CCM 체계	내부 의사소통 체계	7.4 의사소통	12.8
CCM 체계	매뉴얼·기록 등 문서 관리	7.5 문서화된 정보	—
CCM 운영	상품·서비스의 소비자 관점 기획	8. 운영	12
CCM 운영	소비자 안전 관리와 리콜 대응	8. 운영	3
CCM 운영	정보 제공과 표시·광고 관리	8. 운영	12.8
CCM 운영	불만처리와 피해구제(VOC)	8. 운영	16.3
CCM 운영	취약계층 배려와 접근성 제고	8. 운영	10.2 · 10.3
성과관리	성과지표의 측정·모니터링	9.1 모니터링·측정·분석·평가	12.6

CCM 축	세부 영역(예시)	ISO/UNDP 53001 조항	SDG 세부목표(예시)
성과관리	내부 점검과 경영진 보고	9.2 내부심사 · 9.3 경영검토	16.6
성과관리	시정조치와 지속적 개선	10. 개선	—

※ 주 1: HS의 세부 조항 번호는 ISO 경영시스템 표준의 공통 체계에 따른 것으로, 53001의 실제 세부 조항 구성·명칭과는 차이가 있을 수 있음
※ 주 2: 대응 관계는 예시이며, 개별 기업의 갭 분석 시에는 표준 원문과 CCM 평가기준의 최신 내용을 기준으로 재확인이 필요함

□ 각 행의 대응 관계를 확인한 뒤에는 충족·부분 충족·미비의 판정 열과 보완 과제 열을 추가하여 자사 갭 분석표로 발전시킬 수 있음

[참고 문헌]

- Bebbington, J. and J. Unerman(2018), Achieving the United Nations Sustainable Development Goals: An Enabling Role for Accounting Research, Accounting, Auditing & Accountability Journal, 31(1).
- EU(2024), Directive (EU) 2024/1760 on Corporate Sustainability Due Diligence(CSDDD).
- GRI·UN Global Compact·WBCSD(2015), SDG Compass — SDGs에 관한 기업 행동 지침.
- Heras-Saizarbitoria, I., L. Urbieta and O. Boiral(2022), Organizations' Engagement with Sustainable Development Goals: From Cherry-picking to SDG-washing?, Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 29(2).
- ISO(2010), ISO 26000, Guidance on social responsibility.
- ISO(2018), ISO 10002, Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for complaints handling in organizations.
- ISO/UNDP(2024), ISO/UNDP PAS 53002:2024, Guidelines for contributing to the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs).
- ISO/UNDP(2026), ISO/UNDP 53001:2026, Management systems for United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) — Requirements, Edition 1(www.iso.org/standard/53001).
- ISSB(2023), IFRS S1(일반 요구사항) · IFRS S2(기후 관련 공시).
- OECD(2023), OECD Guidelines for Multinational Enterprises on Responsible Business Conduct.
- TCFD(2017), Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures.

- UN(2015), Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, A/RES/70/1.
- UNCTAD(2016), United Nations Guidelines for Consumer Protection.
- UNDP(2026), ISO and UNDP launch world's first International Standard to advance action on the Sustainable Development Goals, Press release(2026. 9.).
- 공정거래위원회(2026), 소비자기본법 시행령 개정안 국무회의 통과, 보도자료(2026. 9. 2.).
- 금융위원회(2026), 지속가능성 공시 제도화 방안(2026. 7. 8.).
- 산업통상자원부 외(2021), K-ESG 가이드라인.
- 서여주(2018), 소비자중심경영(CCM) 인증의 공신력이 소비자 성과에 미치는 영향에 관한 연구, 고객만족경영연구, 20(3).
- 「소비자기본법」(법률 제21444호, 2026. 3. 10. 일부개정, 2026. 9. 11. 시행) 및 개정이유(국가법령정보센터).
- 「소비자중심경영(CCM) 사업자 지정제도 운영·심사에 관한 규정」(공정거래위원회 고시 제2026-16호, 2026. 9. 11. 일부개정·시행).
- 이혜미(2021), UN SDGs 및 소비자 중심의 ESG 경영을 위한 전략적 성과관리 방안, 소비자정책동향 제118호, 한국소비자원.
- 일본 소비자청(消費者庁), 소비자지향경영(消費者志向経営) 관련 자료 (www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/consumer_oriented_management/).
- 한국소비자원 소비자중심경영 홈페이지(www.kca.go.kr/ccm).

* 본 연구의 내용은 연구자 개인의 견해이며 공식 견해가 아닙니다.