소비자정책동향 제153호

소비자중심경영(CCM) 활성화를 위한 국내외 인센티브 동향 및 시사점

목 차

1. 서론 / 01

2. 소비자중심경영(CCM) 인센티브 운영 현황 및 한계점 / 02

3. 국내외 인증·평가제도의 인센티브 운영 동향 / 07

4. 결론 및 시사점 / 26

이지현 책임연구원 | easy@kca.go.kr

1. 서론

1.1 소비자중심경영 사업자 지정제도의 의의

□ 소비자중심경영(Consumer Centered Management, 이하 CCM) 사업자 지정제도('구' 인증제도[1])는 경영활동 전반을 소비자 관점에서 구성하고 이를 지속적으로 개선하는 사업자를 지정함으로써 소비자 권익 증진과 기업 경쟁력 강화를 도모하는 제도임[2]

○ CCM 사업자 지정제도는 「소비자기본법」에 근거하여 공정거래위원회(이하 공정위)가 지정하고 한국소비자원이 운영하는 제도로, 2007년 도입 이후 지속적으로 운영되고 있으며[3], 2026년 1월 기준 272개 기업·기관이 지정을 유지하고 있음

□ 이는 기업이 소비자문제를 예방하고 해결할 수 있는 체계를 갖추도록 하여 소비자 신뢰를 높이고 소비생활 향상에 기여하는 것을 목적으로 함

○ OECD(2023)의 「다국적기업 기업책임경영 가이드라인」에 따르면 소비자 보호(consumer protection)는 인권, 노동권, 환경, 뇌물방지 등과 함께 책임있는 기업행동의 주요 영역으로 간주됨[4]

○ 이러한 측면에서 CCM 제도는 소비자 권익 보호에 대한 기업의 책임이 실제 경영체계에 반영되도록 유도한다는 정책적 의의가 있음

1) 공정거래위원회(2026). 「소비자기본법」 제20조의2 (법률 제21444호) 개정에 따라 기존 소비자중심경영 '인증제도'가 '사업자지정제도'로 변경됨('26. 9. 11. 시행)
2) 소비자중심경영 홈페이지. http://kca.go.kr/ccm/
3) 공정거래위원회(2026). 「소비자중심경영(CCM) 사업자 지정제도 운영·심사에 관한 규정」 제4조(공정거래위원회고시 제2026-16호)
4) OECD(2023). *OECD Guidelines for Multinational Enterprises on Responsible Business Conduct*. OECD Publishing, Paris. https://doi.org/10.1787/81f92357-en

1.2 논의의 필요성

□ CCM은 지정 취득뿐만 아니라 소비자중심경영 체계의 운영과 개선을 요구하는 제도로, 기업의 지속적 참여를 위한 유인체계가 중요함

○ 기업은 지정 및 유지를 위해 소비자중심경영 체계의 구축·운영, 임직원 교육, 소비자 불만 및 피해구제 절차 개선 등 전사적 경영체계를 지속적으로 개선해야 하며, 지정 과정에서 교육 이수와 심사 등의 절차적·비용적 부담이 수반됨

□ 따라서 현재 지정사업자에게 제공되는 인센티브가 이에 상응하는 실질적인 참여 유인으로 작동하는지 점검할 필요가 있음

□ 이에 본 고는 CCM 제도의 현행 인센티브 운영 현황을 점검하여 신규 지정 유도뿐만 아니라 지정 이후 기업의 소비자중심경영 활동 유지를 위한 인센티브를 제안하고자 함

2. 소비자중심경영(CCM) 인센티브 운영 현황 및 한계점

2.1 인센티브 운영 현황

□ CCM 지정사업자에게는 지정기간 동안 지속적인 제도 참여와 소비자중심경영 활동을 지원하기 위한 인센티브가 제공됨

○ 현재 지정마크 사용 및 우수기업 포상을 비롯해 소비자 관련 법령 위반에 따른 공표명령의 제재 수준 경감, 공정거래협약 이행평가 가점, 일부 공공계약 평가 가점 등의 인센티브가 제공됨

□ 기존 문헌에서는 인센티브 유형을 경제적·평판적 편익을 제공하는 시장 인센티브(market incentives)와 교육·기술지원 등을 통한 역량 강화(capacity-building)의 관점에서 구분하거나[5], 정책수단의 형태에 따라 세제·금융·규제·기술·경영지원 등으로 구분하여 제시함[6]

□ 본 고에서는 선행연구의 분류를 참고하되, CCM 및 유사제도의 인센티브를 체계적으로 구분하기 위해 편익의 성격에 따라 여섯 가지 유형으로 구분하며(〈표 2-1〉) 아래와 같이 정의함

○ 명예형 인센티브: 공식적 인정에 따른 대외적 위상·평판상의 편익

○ 행정형 인센티브: 행정처리 및 법 집행 과정에서의 부담 경감에 따른 편익

○ 경제형 인센티브: 비용의 절감 또는 금융상 우대에 따른 경제적 편익

○ 평가형 인센티브: 외부 평가·심사 시 우대에 따른 편익

○ 인식형 인센티브: 소비자의 인식·선택을 통해 기업에 발생하는 간접적 편익

○ 지원형 인센티브: 교육·기술 지원 등 경영활동 강화를 위한 지원에 따른 편익

5) Depoorter, C., & Marx, A. (2024). Fostering compliance with voluntary sustainability standards through institutional design: An analytic framework and empirical application. *Regulation & Governance*, 18(4), 1132-1152. http://doi.org/10.1111/rego.12573

6) Johnson, L., & Toledano, P. (2022). *Investment incentives: A survey of policies and approaches for sustainable investment*. Columbia Center on Sustainable Investment. http://dx.doi.org/10.2139 /ssrn.4323885

〈표 2-1〉 CCM 사업자 지정제도의 인센티브 현황

구 분	혜 택	내 용
명예형 인센티브	우수기업 포상	• CCM 우수 지정사업자 및 실무자 표창 -대상 법인 표창(대통령) -최우수 : 법인 표창(국무총리) -우수 : 법인·개인 표창(위원장)
	지정마크 사용권한 부여	• 지정마크 사용권한 부여 • 지정마크 사업장 게시 및 홍보물, 광고 등에 사용 가능
행정형 인센티브	공정위에 신고된 소비자피해 사건 자율처리 권한 부여	• 공정위에 신고된 「표시광고법」, 「방문판매법」, 「전자상거래소비자보호법」, 「할부거래법」 위반사건 중 개별소비자피해사건에 대해 지정사업자에 우선 통보하여 당사자의 자율처리 유도 → 소비자의 결과 수락 시, 별도 조사 및 심사절차 면제
	법 위반 공표명령의 제재 수준 경감	• 지정사업자가 공정위 운영 법령의 위반으로 공표명령을 받은 경우 제재 수준 경감
경제형 인센티브	보증료율 감면	• 충북신용보증재단을 통한 신용보증 시 보증료율 감면(0.2%)
평가형 인센티브	공정거래협약 이행평가 시 가점 부여	• (하도급분야) 평가기업이 CCM 지정사업자인 경우 가점(1점), 협력업체의 CCM 지정 취득을 지원하는 경우 가점(최대 1점)
		• (유통분야) 평가기업이 CCM 지정사업자인 경우(1점), 협력업체의 CCM 지정 취득을 지원하는 경우 가점(최대 4점)
		• (가맹분야) 평가기업이 CCM 지정사업자인 경우 가점(1점)
		• (대리점분야) 평가기업이 CCM 지정사업자인 경우 가점(1점)
	보세판매장 특허 평가 시 가점 부여	• 보세판매장(시내면세점) 특허 및 갱신 평가 시 가점(10점)
	항공운송 서비스 평가 시 가점 부여	• 항공운송서비스 평가 시 가점(1점)
	서울시 용역 계약 시 가점 부여	• 서울시의 일반 용역 계약을 위한 적격심사 시 가점(0.5점)

구 분	혜 택	내 용
	군 마트 물품 선정 평가 시 가점 부여	• 국군복지단 군 마트 물품 선정 평가 시 가점(1점)*
인식형 인센티브	소비자 인식 및 선택	• CCM 지정사업자 및 상품에 대한 소비자의 긍정적 인식[7]

* 출처: 소비자중심경영 홈페이지(http://kca.go.kr/ccm/), 관세청 홈페이지(http://customs.go.kr)[8], 국군복지포털(https://www.welfare.mil.kr/index.jsp)[9] 토대로 연구자 정리
* '군 마트 물품 선정 평가 시 가점 부여' 인센티브는 2026년 신설('26. 4. 시행)
* CCM은 공식 확인 가능한 지원형 인센티브가 제한적

2.2 한계점

□ 현행 CCM 제도는 다양한 유형의 인센티브를 운영하고 있음에도 불구하고 지정사업자의 체감 수준은 낮아 실질적인 유인 효과가 부족함

○ 기업의 비용 또는 행정부담을 직접적으로 경감하거나 지정 유지에 따라 지속적으로 제공되는 혜택이 제한적이므로, 인센티브의 수에 비해 기업의 지정 참여·유지에 대한 유인 효과는 제한적임

□ 또한 현행 인센티브는 업종별 수혜 요건이 제한적이고 기업별 활용 가능성이 상이하므로, 지정사업자가 체감할 수 있는 실질적 혜택으로 기능하기에 한계가 있음

○ 중소기업 여부, 공정거래협약 참여, 법 위반에 따른 제재 또는 공공계약 참여 등 일정 요건이나 상황에 따라 적용되어, 기업 규모와 업종 등 사업 특성에 따라 활용 가능한 혜택에 차이가 있음

7) 이호영(2025). *소비자중심경영(CCM) 인증이 소비자선택에 미치는 영향* (Doctoral dissertation, 서울대학교 대학원). https://hdl.handle.net/10371/229644
8) 관세청 홈페이지. http://customs.go.kr
9) 국군복지포털. https://www.welfare.mil.kr/index.jsp

□ 인식형 인센티브의 경우, CCM 제도에 대한 소비자의 인지도가 낮아 소비자 인식 기반 편익이 충분히 형성되지 못하는 한계가 있음

○ 소비자는 CCM 지정사업자와 지정마크 부착 상품을 대체로 긍정적으로 인식하며 지정제도의 인지도 또한 증가하고 있으나[10], 지정 여부가 소비자에게 미치는 영향력은 제한적인 수준이므로 인식 제고가 제도 활성화를 위한 우선 과제로 지적되어 왔음

□ 이에 CCM 사업자 지정제도의 인센티브 실효성 제고 방안을 마련하기 위해 국내외 유사 인증·평가제도의 인센티브 운영 동향을 비교 및 검토할 필요가 있음

○ 이를 위해 CCM 제도와 정책목적 및 운영방식이 유사하거나 기업의 자율적 관리체계 구축을 위해 인센티브를 운영하는 국내외 제도를 비교 대상으로 선정함

10) 김승화, 고은희, & 강하영(2026). *2025 한국의 소비생활지표.* 한국소비자원

3. 국내외 인증·평가제도의 인센티브 운영 동향

3.1 국내 동향: 공정거래 자율준수 프로그램

□ 공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program, 이하 CP)은 기업(기관)들이 공정거래 관련 법규를 준수하기 위해 자체적으로 제정하고 운영하는 교육 및 감독 등의 내부 준법시스템을 의미함[11)]

○ CP는 임직원들에게 경쟁법 준수를 위한 행동기준을 제시하고 준법의식을 기업문화로 체화함으로써, 법 위반행위 여부를 조기에 발견하고 이를 자진 시정할 수 있는 기회를 제공하며 재발 방지 대응책 마련의 기반을 제공함

□ 우리나라는 2001년 민간 주도로 자율준수위원회를 구성하여 공정거래 자율준수규범을 제정·공표하고 CP를 시행하였으며, 이후 기업의 공정거래 역량 강화 유도를 위해 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 등 관련 법령에 따라 공정위가 주관하고 공정거래조정원이 평가하는 CP등급평가를 도입함[12)]

○ CP등급평가제도란 CP 도입 1년 이상 경과한 기업 중 등급평가 신청 기업을 대상으로 연 1회 CP 운영 실적 등을 평가해 등급을 산정하는 제도임

○ 주관기관은 공정위, 평가기관은 공정거래조정원이며 2025년 「공정거래 자율준수제도(CP) 운영·평가에 관한 규정」 개정에 따라 기존 6등급을 3등급(AAA, AA, A)으로 개편하고, AA등급 이상 기업에게 포상, 과징금·시정조치 감경, 직권조사 면제 등 인센티브를 제공함(〈표 3-1〉)

11) 노미리(2024). 공정거래 자율준수제도에 관한 소고-CP운영·평가에 관한 규정을 중심으로, *경제법연구*, 23(3), 197-226. http://doi.org/10.22829/kela.2024.23.3.197

12) 공정거래위원회(2026). 「공정거래 자율준수제도(CP) 운영·평가에 관한 규정」 제4조(공정거래위원회고시 제2025-3호)

〈표 3-1〉 CP등급평가제도의 인센티브 내용

구 분	혜 택	내 용
명예형 인센티브	우수기업 포상	• 2년 이상 연속 AA 이상 등급 기업에게 법인 또는 개인 대상 공정위 표창
	평가증 수여	• A등급 이상 기업에게 평가증 수여
행정형 인센티브	과징금 경감	• 과징금 고시 상 2차 조정 단계에서 유효기간 내 1회 과징금의 10~15% 이내 감경 -AA 10% 이내 / AAA 15% 이내 (당해 사건에 대한 조사개시 전 기업이 당해 법 위반행위를 중단하였음을 입증한 경우, 5% 범위 내 추가 감경)
	직권조사 면제	• 「공정거래법」(제45조제1항제9호 제외), 「표시광고법」, 「방문판매법」, 「약관규제법」, 「전자상거래법」, 「할부거래법」 위반행위에 대한 직권조사 면제 -AA 1년 6개월 / AAA 2년
	법 위반 공표명령의 제재 수준 경감	• 공정거래 관련 법규 위반으로 공표지침 상 시정명령 받은 경우, 유효기간 내 1회 제재 수준을 1~2단계 감경 -AA 1단계 / AAA 2단계
평가형 인센티브	ESG 평가 시 반영	• 상장기업 ESG 평가 시, CP 운영상황을 사회(S) 평가항목에 반영

* 출처: 「공정거래 자율준수제도(CP) 운영·평가에 관한 규정」 제19조(시정조치 또는 과징금 감경), 제20조(직권조사 면제), 제21조(표창), 제22조(평가증 수여) 토대로 연구자 정리
* CP는 공식 확인 가능한 경제형, 지원형 인센티브가 제한적
* 제도의 특성상, 일반 소비자에게 노출되지 않아 인식형 인센티브 관련 논의 자료 확인 불가

□ CP의 인센티브는 기업의 자율준수체계 도입 여부가 아니라 실제 운영수준과 평가등급에 연계하여 차등적으로 부여하는 성과연계형 인센티브라는 특징이 있음

○ 우수 평가등급(AA 이상)을 획득한 기업에 직권조사 면제, 공표명령 감경·면제, 포상 등 공정거래법 집행과 직접 관련된 혜택을 제공함으로써, 기업의 지속적인 운영성과 개선을 유도함

□ CCM 제도는 지정 여부를 기준으로 혜택을 제공하며 기업 규모, 공공계약 참여, 다른 평가제도 참여 등 별도의 요건에 따라 실제 활용 가능성이 달라지는 구조인 반면, CP는 평가등급에 따라 법 집행상 차등적 혜택을 직접 부여함

○ 이는 실제 운영성과를 기준으로 혜택 수준을 결정하여 기업이 투입한 노력이 규제 부담 완화라는 편익으로 직결되는 구조를 갖추고 있음

□ CP는 관점에 따라 제도의 주된 수혜자가 국민과 사회가 아닌 기업이라는 비판적 시각이 있으나[13], 우수성과에 따른 차등적 혜택 지급은 지속적 참여 및 성과 향상을 유도할 수 있으므로, CCM 제도 또한 소비자중심경영의 정량적 성과와 연계한 인센티브 도입방안을 검토할 필요가 있음

3.2 국내 동향: 공정거래협약 이행평가

□ 공정거래협약이란 대·중견기업과 중소 거래기업이 자율적인 공정거래 질서를 확립하고 상호 경쟁력 제고를 위하여 체결한 법규에 대한 자율적 준수 및 상생협력약속을 의미함[14]

○ 공정거래협약은 자율적인 의사에 의해 서로 협력 및 협의하여 정한 약속으로, 법적 권리나 의무를 발생시키지 아니하므로 협약 당사자는 협약위반을 이유로 상대방에게 법적 분쟁 절차를 제기할 수 없음

□ 공정거래협약 이행평가는 대·중견기업과 중소 거래기업 간 불공정행위 예방 및 상생협력을 위한 약정의 이행실적을 공정위가 평가하는 제도로, 2007년 하도급 분야에서 처음 도입된 이후 적용 범위가 확대되어 운영되고 있음[15]

13) 이기종(2023). 공정거래 CP 활성화를 위한 CP 평가제도의 중장기적 발전방안-CP 평가의 2 원화를 통한 CP 인센티브 강화방안을 중심으로. *상사판례연구*, 227-258. https://doi.org/10.36894/kcca.2023.36.4. 227
14) 공정거래협약 이행평가 포털시스템. https://gowith.ftc.go.kr

○ 공정위는 협약에 포함할 원칙과 내용을 제시하고, 공정거래조정원은 기업이 제출한 이행실적과 현장 심사 등을 토대로 협약의 이행수준을 평가함

○ 공정거래협약은 하도급, 대규모유통, 가맹, 대리점까지 총 4가지 거래 분야에 도입되어 있으며, 해당 분야별 협약 체결 및 이행평가는 해당 분야별 공정위 예규 제1조(목적)에 따라 운영됨[16)]

□ 협약이행평가 결과, 우수 성과를 거둔 기업에게는 등급(최우수(95점 이상), 우수(90점 이상), 양호(85점 이상))에 따라 표창, 직권조사 면제, 벌점 경감 등의 인센티브가 차등 제공됨(〈표 3-2〉)

〈표 3-2〉 공정거래협약 이행평가 인센티브 내용

구 분	혜 택	내 용
명예형 인센티브	우수기업 포상	• 표창 수여 -최우수 법인·개인 표창(위원장 이상) -우수·양호 : 법인 표창(위원장)
행정형 인센티브	벌점 경감	• (하도급 분야) 양호 등급 이상을 받은 경우 벌점 감경 -최우수 3점 / 우수 2점 / 양호 1점
	직권조사 면제	• (하도급 분야) 직권조사 면제 -최우수 2년 / 우수 1년
경제형 인센티브	금융 우대	• 신용등급 상향 및 대출금리 인하 등 금융 우대
평가형 인센티브	관계기관 평가 시 가점 부여	• (하도급 분야) 국토교통부 상호협력평가 가점(0.5점), 조달청 물품구매 적격심사 가점(0.5점)

* 출처: 「대·중소기업간 공정거래협약 이행평가 등에 관한 기준(하도급분야)」, 「대·중소기업간 공정거래협약 이행평가 등에 관한 기준(유통분야)」, 「가맹본부·가맹점사업자간 공정거래 및 상생협약 절차·지원 등에 관한 기준」, 「공급업자·대리점간 공정거래 및 상생협력 협약 절차·지원 등에 관한 기준」 토대로 연구자 정리
* 공정거래협약 이행평가는 공식 확인 가능한 의 경제형, 지원형 인센티브가 제한적
* 제도의 특성상, 일반 소비자에게 노출되지 않아 인식형 인센티브 관련 논의 자료 확인 불가

15) 공정거래위원회 보도자료(2026. 01. 22.) 조정원, 2026년 공정거래협약 이행평가 설명회 개최
16) 공정거래협약 이행평가 포털시스템. https://gowith.ftc.go.kr

□ 공정거래협약 이행평가의 인센티브는 개별 혜택의 규모보다 기업의 이행성과를 행정적 신뢰와 실질적 편익으로 전환하는 특징이 있음

○ 평가등급이 높을수록 조사·제재 부담이 완화되고, 관계기관의 평가 및 금융 혜택으로 확장되어 기업이 우수한 이행성과를 달성할 유인책으로 작용함

○ 이는 인센티브의 실효성이 단순히 혜택의 확대보다 성과와의 연계, 성과 수준에 따른 차등화 및 타 제도와의 연계 여부에 의해 좌우될 수 있음을 시사함

3.3 국내 동향: 가족친화인증제도

□ 가족친화인증제도는 2008년 시행된 「가족친화 사회환경의 조성 촉진에 관한 법률」[17]에 따라 가족친화제도를 모범적으로 운영하는 기업 및 기관에 대하여 심사를 통해 성평등가족부가 인증을 부여하는 제도임

○ 근로자에게는 직무만족도 증가와 삶의 질 향상, 기업에게는 근로자의 사기 진작 및 사회적 이미지 개선을 도모하여 사회적으로 저출산과 고령화 해소에 따른 국가경쟁력 강화를 목표로 두고 있음

○ 가족친화제도는 가족친화직장문화 조성, 유연근무제도, 자녀출산 및 양육 지원의 세 가지로 구분되며, 가족친화인증을 받고자 하는 기업 및 기관이 관련 법규 요구사항의 위반 사항이 있는 경우 인증기준을 갖추지 못한 것으로 간주됨[18]

17) 성평등가족부(2025). 「가족친화 사회환경의 조성 촉진에 관한 법률」(법률 제21270호)에 따르면 “가족친화 사회환경”이란 일과 가정생활을 조화롭게 병행할 수 있고, 아동양육 및 가족부양 등에 대한 책임을 사회적으로 분담할 수 있는 제반 환경을 말하며, “가족친화 직장환경”이란 근로자가 일과 가정생활을 조화롭게 병행할 수 있도록 가족친화제도가 운영되고 있는 직장환경을 말함

18) 가족친화인증 홈페이지. https://ffsb.kr/ 에 고시된 바에 따르면 인증 배제사유(직장어린이집 설치 의무 미이행, 적극적 고용개선조치 미이행, 체불사업주, 폭력예방교육 부진, 최근 2년 이내 가족친화 관련 법규 「근로기준법」, 「남녀고용평등법」, 「양성평등기본법」, 「성폭력·가정폭력방지법」 위반, 최근 2년 이내 언론보도, 민원 등 사회적 물의 야기)

○ 2026년 기준 가족친화인증 기업·기관으로 인증된 기업은 총 6,971개사(대기업 865개사, 중소기업 4,934개사, 공공기관 1,172개사)로 2023년(5,911개사) 대비 17.9% 증가함

□ 가족친화인증제도는 인증기업에 대해 포상, 금융·사업지원, 평가 가점, 행정상 우대 등 다양한 유형의 인센티브를 제공하고 있으며, 특히 인증 취득이 기업의 경영활동과 연계될 수 있도록 다기관 협력형 인센티브 체계를 구축함

□ 인증은 최고경영층의 리더십, 자녀출산·양육 지원·유연근무·근로자 및 가족 지원·가족친화 직장문화 등 가족친화제도의 실행 수준과 이에 대한 직원 만족도를 종합적으로 평가하며, 중소기업 60점 이상, 중견기업 65점 이상, 대기업·공공기관 70점 이상을 충족한 기업에 인증을 부여함[19)]

○ 중앙부처·공공기관·지방자치단체·민간기관 등 다양한 주체와의 협력을 통해 각 기관이 운영하는 기업 지원사업 및 평가체계와 연계하여 인증 취득의 활용도를 높이는 인센티브를 제공함(〈표 3-3〉)

〈표 3-3〉 가족친화인증제도 인센티브 내용

구 분	혜 택	내 용
명예형 인센티브	우수기업 포상 및 홍보	• 가족친화 우수기업 및 실무자 표창 • 신규 인증기업·기관 현판 제작 지원 • 우수사례 홍보 및 네트워킹 지원
행정형	세무·관세 조사	• 인증기업 대상 국세 정기 세무조사 2년 유예

19) 위의 자료, 평가 배점 기준

구 분	혜 택	내 용
인센티브	유예	• 지방세 정기 세무조사 2~3년 유예 • 관세조사 유예 등 행정 부담 완화
	납부·통관 절차 우대	• 인증기업 대상 관세 납부기한 연장 및 분할납부 • 수입부가가치세 납부 최대 1년 유예 • 수출환급금 신속 지급 등 지원
	출입국 우대	• 인증기업 임직원 대상 출입국 우대카드 기업당 1명 발급 (카드소지자 포함 최대 3명 동반 가능)
경제형 인센티브	보증료율 감면 및 금융 우대	• 중소·중견기업 대상 기술보증기금 보증료율 0.1%p 감면 (일자리창출기업 0.2%p 감면) • 신용보증기금 보증료율 0.2%p 할인 • 보증한도 30억 원까지 우대 등 금융지원
	보험료·사업비 감면	• 중소·중견기업 대상 무역보험료 20~30% 할인, 지원한도 1.5배 우대 • 국외기업 신용조사 수수료 최대 5회 면제 • KOTRA 해외지사화사업 참가비 10% 할인
	광고·판로 지원	• 방송광고 송출비 70% 할인 또는 보너스 광고 제공 • TV 광고 제작비 50%(최대 4,500만 원), 라디오 광고 제작비 70%(최대 300만 원) 지원
평가형 인센티브	공공조달·입찰 가점	• 조달청 물품구매·일반용역·계약이행능력 적격심사 가점(2점) • 기술용역 적격심사 가점(0.4점) • 시설공사 입찰참가자격 사전심사 가점(1.5점) • 시설공사 적격심사 가점(0.27점) • KITA 무역진흥자금 신청 시 가점(5점) • KOTRA 해외지사화사업 선정 시 가점(1점)
	선정 평가 시 가점	• 인증기업 대상 독서경영 우수직장 인증 시 가점(3점 이내) • 여가친화기업 선정 시 가점(5점 이내) • 스포츠산업 선도기업 및 고령자친화기업 선정 시 각각 가점(1점)
	정부지원사업 가점	• 고용안정장려금, 인적자원개발 우수기관 인증심사, 일·생활 균형 관련 지원사업 선정 시 각각 가점(5점) • 일터혁신 상생컨설팅·안전일터 조성지원사업·산업재해예방시설 자금 융자사업, 중소기업 연구인력 지원사업 선정 평가 시 가점(2점)
	공공기관 경영평가 반영	• 인증 공공기관 대상 중앙 공공기관 경영평가 비계량 지표 0.5점 • 지방 출자·출연기관 경영평가 시 지역별 기준에 따라 0.1~1점

구 분	혜 택	내 용
	신용평가 우대	• 중소기업은행 신용평가 시, 비재무모형의 ESG 정성항목에 가족친화인증 우대 반영
지원형 인센티브	컨설팅·교육 지원	• 신규·연장/재인증 희망기업 대상 가족친화 인증 및 규정지원 컨설팅 무료 지원 • 직장문화개선 컨설팅 무료 지원 • 가족친화 직장교육 무료 지원
	근무환경·조직 문화 개선	• 인증기업·기관 대상 가족친화 프로그램 운영 • 근무혁신 프로그램, 기업문화 개선, 휴게실·수유실·육아지원 공간 등 근무환경 개선 지원

* 출처: 「2026년도 가족친화 인센티브 목록_인증기업(관) 인센티브」를 기준으로 인증기업·기관 대상 주요 혜택을 인센티브 유형별로 연구자 정리
* 인센티브별 적용 대상 및 지원 수준은 기업·기관 유형, 제공기관 및 개별 사업 요건에 따라 상이함
* 제도의 특성상, 일반 소비자에게 노출되지 않아 인식형 인센티브 관련 논의 자료 확인 불가

□ 가족친화인증제도는 인증 취득을 유도하는 단기적 혜택뿐 아니라, 인증 이후 기업의 지속적인 가족친화경영 실천을 지원하기 위한 인센티브를 제공해 가족친화경영이라는 비재무적 활동이 기업이 활용 가능한 경영 요소로 인식될 수 있도록 지원함

○ 특히 보증료율 감면, 금융 우대, 세무·관세 절차상 우대 등 기업 운영 비용을 절감할 수 있는 인센티브를 제공하고 있어, 인증 기업의 사회적 가치 실현을 넘어 경영 측면의 편익으로 연결될 수 있도록 설계됨

○ 이에 CCM 제도 또한 단순한 소비자 보호 노력에 머무르지 않고 기업 경쟁력 강화 요소로 작용할 수 있도록 정량·정성적 소비자중심경영 성과와 연계 가능한 평가·지원 체계 등 실질적 인센티브 확대 방안을 검토할 필요가 있음

□ 국내 타 제도와 달리 가족친화인증제도는 인증기업(관) 대상 컨설팅 및 교육과 근무환경 개선을 위한 프로그램을 무상 지원하여 가족친화 문화 정착을 도모하는 지원형 인센티브를 제공함

○ 현재 CCM 제도 또한 사후관리의 일환으로 정기교육을 실시하고, 이를 재평가 가점과 연계하고 있으나, 지정사업자가 교육비를 부담하는 구조로 운영되고 있어 인센티브로 간주하기에 한계가 있음

□ 가족친화인증제도의 지원형 인센티브를 사례를 참고하여, 법령 개정 없이 운영 가능한 범위에서 CCM 지정사업자의 역량 강화를 위한 인센티브 도입 방안을 검토할 필요가 있음

3.4 국내 동향: 경영혁신형 중소기업(Main-Biz)

□ 메인비즈는 Management(경영), Innovation(혁신), Business (기업)의 합성어로, 마케팅·조직·생산 등 경영 전반의 혁신 활동을 통해 경쟁력 확보가 가능하거나 미래 성장가능성이 있는 중소기업을 중소벤처기업부가 선정하는 제도로, 2006년 도입되어 운영되고 있음[20]

○ 「중소기업기술혁신 촉진법」 제15조의3에 의거 중소벤처기업부장관이 선정한 경영혁신형 중소기업을 의미하며[21], 기술혁신형 중소기업 대상인 이노비즈(Inno-Biz) 및 벤처인증과 함께 주요 혁신형 중소기업 제도로 운영됨

○ 단순히 기업의 경영혁신성을 확인하는데 그치지 않고, 경영혁신형 중소기업의 발굴·육성과 지원을 법률에 규정함으로써 기업의 혁신활동에 대한 평가·선정과 정책적 지원을 연계함

□ 메인비즈는 업력 3년 이상 중소기업을 대상으로 OECD 오슬로(Oslo) 매뉴얼에 기반하여 기업의 경영혁신 인프라·활동·성과를 종합적으로 평가하고, 선정 이후에는 3년의 유효기간을 부여함[22]

20) 한국경영혁신중소기업협회 홈페이지. https://mainbiz.or.kr
21) 중소벤처기업부(2026).「경영혁신형 중소기업(Main-Biz) 제도 운영규정」(중소벤처기업부고시 제2026-45호)

○ 경영혁신형 중소기업 평가지표 자가진단 600점 이상 기업을 대상으로 현장평가를 실시하고, 평가점수 700점 이상 기업을 메인비즈로 선정하며, 선정·평가와 제도관리를 각각의 전문기관이 부담하는 운영체계를 구축하고 있음

□ 선정기업에는 중소벤처기업부가 직접 지원하는 방식뿐만 아니라 금융·조달·판로 등 관계기관의 지원제도와 연계하여 보증료 감면, 평가 가점, 세무·관세조사 유예 등 인센티브를 제공함(〈표 3-4〉)

○ 개별 인센티브의 규모뿐 아니라 선정기업의 지위와 타 지원·평가제도 간 연계체계를 구축하는 것이 기업의 체감 편익 증대에 효과적임을 시사함

〈표 3-4〉 메인비즈제도 인센티브 내용

구 분	혜 택	내 용
명예형 인센티브	현판 제작 지원	• 신규 인증기업 현판 제작 지원
행정형 인센티브	세무·관세 조사 유예	• 국세 정기 세무조사 수도권 2년, 지방 3년간 유예 (탈루혐의가 있거나 국세부과 제척기간 도래 시 제외) • 최근 수입실적 1억 달러 이하 등 요건 충족 기업에 대해 관세조사 1년 유예
경제형 인센티브	보증료율 감면	• 신용보증기금 보증료율 0.1% 감면 (최대 부분보증비율 85% 적용)
	매출채권보험료 할인 및 보증한도 우대	• 협약 보험상품 가입 시 다사랑보험 20%, 한사랑보험 15% 할인 (손실금의 최대 80% 보상 및 최고보증한도 70억 원 적용)
	SGI서울보증 보증우대	• 신용등급별 보증한도 10~30억 원 우대 • 보증요율 10% 할인
	광고·판로 지원	• 정상 광고비의 70% 할인 • 정상가격 구매 시 250% 보너스 광고 제공(계약 시부터 최대 3년)

22) OECD/Eurostat(2018). Oslo manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation (4th ed.). OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/9789264304604-en - 오슬로 매뉴얼이란 기업의 혁신 기준 및 측정에 대한 국제적인 지침서로 신기술이나 R&D 개발을 비롯해 생산, 유통, 마케팅, 정보시스템, 조직관리 등 비기술적 경영혁신도 혁신의 범위에 포함됨

구 분	혜 택	내 용
		• KOBACO 혁신형 중소기업 방송광고 제작비 지원사업 신청자격 부여 • 심사 선정 시 TV 광고 제작비 50%(최대 4,500만 원), 라디오 광고 제작비 70%(최대 300만 원) 지원
평가형 인센티브	공공조달·입찰 가점	• 조달청 물품구매 적격심사 시 가점(2점) (제조기업 2.5점) • 조달청 일반용역적격심사 시 가점(최대 1.5점)
	선정 평가 시 가점	• 글로벌 강소기업 1,000+ 프로젝트 시 혁신형 중소기업 가점(1점) • 수출지원사업에서 혁신형 중소기업 가점(1점)

* 출처: 「경영혁신형 중소기업(Main-Biz) 제도 운영규정」 및 한국경영혁신중소기업협회 홈페이지 (https://mainbiz.or.kr) 토대로 연구자 정리
* 메인비즈는 공식 확인 가능한 지원형 인센티브가 제한적
* 제도의 특성상, 일반 소비자에게 노출되지 않아 인식형 인센티브 관련 논의 자료 확인 불가

□ 메인비즈의 인센티브는 경영혁신 활동에 소요되는 비용을 직접 보전하기보다 기업의 자금조달, 사업 참여 및 판로 확대 과정에서 우대받을 수 있도록 설계되어 기업의 일반적 경영활동과 연계되는 특징이 있음

○ 또한 제도의 목적과 직접 관련된 지원 외에도 기업의 역량을 다른 정책 영역에서도 인정하는 방식으로 선정 지위의 활용가치를 높임

□ CCM 또한 소비자중심경영을 기업의 경영성과와 연계할 수 있도록 인센티브의 활용 영역을 확장하고, 기업의 신뢰성·지속가능성을 판단하는 지표로서 기능하도록 제도적 활용 범위를 확대할 필요가 있음

3.5 국내 동향: HACCP

□ HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)은 식품의 원료관리부터 제조·가공·조리·소분·유통 단계를 거쳐 소비자가 받아보기 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 사전에 분석하고 중요관리점을 설정 및 관리하여 식품의 안전성을 확보하는 예방적 식품안전관리 인증기준제도임[23]

○ 「식품위생법」, 「축산물 위생관리법」에 근거하여 식품 및 축산물 관련 영업자가 기준에 따른 안전관리체계를 구축하고 운영하는 경우, 식품의약품안전처장이 이를 인증하는 제도로 운영됨

○ 우리나라는 1995년 HACCP 제도를 도입하였으며, 현재 한국식품안전관리인증원이 인증 및 관련 지원 업무를 수행하고 있음

□ HACCP은 인증 이후에도 운영성과를 지속적으로 평가하고, 평가 결과에 따라 차년도 사후관리 강도와 일부 행정적 부담을 차등 적용하는 등 우수한 관리성과가 편익으로 환류되는 구조를 갖춤

□ HACCP 인증평가는 선행요건관리와 HACCP 관리 항목을 기반으로 실시하며, 평가 대상 항목의 점수를 기준으로 85% 이상은 적합, 85% 미만 70% 이상은 보완, 70% 미만은 부적합으로 판정함

○ 「식품위생법 시행규칙」에 따라 전년도 정기 조사·평가 점수 95% 이상인 업체는 2년간 정기 조사·평가를 자체평가로 대체하고(95% 미만 90% 이상인 경우 1년), 근무자는 차년도 정기교육훈련 면제가 가능하여 우수관리 업체의 평가 부담을 완화하는 반면, 기준 미달 업체에 대해서는 정기 조사·평가 및 기술지원을 통해 관리 수준 개선을 유도함

□ HACCP 인증업소에는 인증사실 광고 허용, 관계기관의 출입·검사 및 수거 완화, 국가계약 관련 우대 등의 혜택이 제공되며 위생관리 및 설비시설 개선을 위한 융자사업 우선 지원 대상 선정 등 인센티브가 제공됨(〈표 3-5〉)

23) 식품의약품안전처(2026). 「식품 및 축산물 안전관리인증기준」 (식품의약품안전처고시 제2026-60호)
24) 마지원, 이혜연, & 배현주(2025). 시판 도시락 구매 고객의 소비실태와 HACCP 인식도 조사. *동아시아식생활학회지*, 35(5), 192-204. https://dx.doi.org/10.17495/easdl.2025.6.35.3.192

〈표 3-5〉 HACCP 인센티브 내용

구 분	혜 택	내 용
명예형 인센티브	인증표시 사용권한 부여	• 인증표시 사용권한 부여 • 업소 및 인증을 받은 품목 및 광고 등에 인증표시 사용 가능
행정형 인센티브	정기 조사·평가 부담 완화	• 전년도 정기 조사·평가 결과 기반 차년도 정기 조사·평가 자체조사로 대체 -95% 이상 2년간 / 95% 미만 90% 이상 1년간
	사후관리 수준 차등 적용	• 전년도 조사·평가 결과에 따라 사후관리 수준 차등 적용 -90% 미만 85% 이상 연 1회 이상 정기 조사·평가 -85% 미만 70% 이상 연 1회 이상 정기 조사·평가 및 연 1회 이상 기술지원 -70% 미만 연 1회 이상 정기 조사·평가 및 연 2회 이상 기술 지원
	정기교육훈련 면제	• 조사·평가 결과 95% 이상인 HACCP 적용업소 근무자는 차년도 정기교육훈련 면제
	출입·검사·수거 완화	• HACCP 적용업소에 대해 관계 공무원의 출입·검사·수거 등을 완화할 수 있는 우대조치 운영
경제형 인센티브	시설개선 융자 우선지원	• HACCP 적용업소의 위생관리시설 및 위생설비시설 개선을 위한 융자사업 우선 지원 가능
평가형 인센티브	국가계약 관련 우대	• 「식품 및 축산물 안전관리인증기준」에 따라 HACCP 적용업소에 대해 국가계약 관련 우대 근거 마련
	공공 납품·조달 평가 활용	• 식자재 납품 및 급식사업자 선정 과정에서 HACCP 인증 여부를 품질·위생관리 수준을 평가하는 요소로 활용
인식형 인센티브	소비자 신뢰 및 선택	• 소비자의 HACCP 인증 상품에 대한 긍정적 인식 및 선택[24]

* 출처: 「식품 및 축산물 안전관리인증기준」 토대로 연구자 정리
* HACCP은 공식 확인 가능한 지원형 인센티브가 제한적

□ HACCP 인센티브는 일회성 평가가 아닌, 지속적인 성과 관리를 통해 자율적 품질관리와 위해관리 역량 강화에 기여하며, 관리수준 향상에 초점을 두고 있으며, 평가·사후관리·부담완화를 결합하여 규제 순응을 유도하며 동시에 보상을 제공한다는 특징이 있음

○ 이를 반영하여 CCM 또한 VOC 관리, 소비자 불만 개선, 내부 프로세스 개선 등 지정사업자가 투입하는 관리 노력에 상응하는 편익을 제공함으로써 실질적인 소비자중심경영 활동의 유지·개선을 유도하는 인센티브 도입을 검토할 필요가 있음

□ 또한 HACCP은 제도 및 인증마크에 대한 소비자 인지도가 높으며 인증여부가 식품안전에 대한 소비자의 우려를 절감시켜 구매결정에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타남[25)]

○ 이에 CCM도 지정마크가 단순한 제도 참여 여부를 나타내는 표시를 넘어 기업의 소비자 불만 대응 역량 또는 소비자중심경영 수준을 나타내는 신뢰 신호로 기능하도록 소비자 대상 핵심 이미지를 명확히 정립할 필요가 있음

3.6 국외 동향: 싱가포르 CaseTrust

□ CaseTrust는 싱가포르의 민간 소비자협회(Consumers Association of Singapore, 이하 CASE)가 운영하는 소비자 신뢰 인증제도로, B2C 사업자를 대상으로 거래 투명성과 소비자 보호 관련 운영체계를 평가하여 인증을 부여함[26)]

○ B2C 사업자의 영업정책, 소비자 정보제공, 직원 역량, 피드백 및 분쟁해결 체계 등 소비자보호와 관련된 경영활동을 평가하여 인증하고, 인증사업자에게 홍보·노출 및 인증마크 활용 등을 통해 우수한 소비자보호 활동과 소비자 신뢰 제고의 연계를 도모함

○ 인증심사 과정에서 사업자의 정책과 소비자 커뮤니케이션 자료를 점검하며, 기업의 자체 분쟁해결 절차를 갖추도록 요구함

25) 조동형, 문동현(2025). 가공김치 소비자 선호 분석 : 인증제 vs. 브랜드, *식품유통연구*, 42(4), 57-79. https://doi.org/10.47085/KJFME.42.4.3
26) CaseTrust 홈페이지. https://case.org.sg/casetrust/

□ CaseTrust의 인센티브는 정부·유관기관과 연계된 경제·평가형 인센티브 없이, 운영기관인 CASE 차원에서 직접 제공하는 명예형·행정형·지원형 인센티브로 구성됨(〈표 3-6〉)

〈표 3-6〉 CaseTrust 인센티브 내용

구 분	혜 택	내 용
명예형 인센티브	인증마크 사용권한 부여	• 사업장, 홈페이지, 홍보물 등에 마크 사용 허용
행정형 인센티브	분쟁조정 서비스 이용	• 소비자 분쟁 발생 시 CASE의 조정 서비스 활용 가능
지원형 인센티브	교육 세미나 참여	• CASE가 제공하는 교육 세미나 참여 가능
인식형 인센티브	소비자 신뢰 및 인식	• CaseTrust 인증 상품에 대한 신뢰, 소비자보호 인식[27]

* 출처: CaseTrust 홈페이지 (https://case.org.sg/casetrust/) 토대로 연구자 정리
* CaseTrust의 경제형, 평가형 인센티브는 공식 확인 가능한 혜택이 제한적

□ CaseTrust는 사업자의 계약 조건, 환불 정책, 소비자 불만 처리 절차, 분쟁 해결 체계 등 소비자 거래 과정에서 요구되는 기준을 평가하며, 업종별 특성을 반영한 인증 프로그램을 운영하고 있음

○ CaseTrust는 소비자 보호 수준을 확인할 수 있는 기준으로 작용하여 소비자 신뢰 형성과 차별화된 인식을 형성함

□ CaseTrust의 소비자보호 관련 교육 및 분쟁조정 서비스 지원을 참고하여 CCM도 VOC 관리, 소비자불만 대응 및 피해구제 관련 교육 지원 등 지원형 인센티브를 확대할 필요가 있음

27) Consumers Association of Singapore(2024). *Public awareness of consumer rights at an all-time high in 2024: CASE survey* [Media release]. https://case.org.sg/media_centre/public-awareness-of-consumer-rights-at-an-all-time-high- in-2024-case-survey/?__cf_chl_rt_tk=g0Bb.in08rA3jmaPw4czwu7rPxm0zlKZx8yJqKKnGNA-1789433150-1.0.1.1-Od0kIiTUZjduyEEyDNaj_ykC6I.tpLIRKnJ.ZSCWXt8

3.7 인증 인센티브 제도 소결

□ (CCM) 명예·행정·경제·평가 등 다양한 유형의 인센티브를 운영하고 있으나, 개별 혜택이 여러 기관과 제도에 분산되어 있어 지정사업자의 여건에 따라 실제 활용 가능성에 차이가 있음

○ 특히 기업규모나 타제도 참여 여부에 따라 실제 활용 가능한 혜택이 상이하며, 지정 이후 성과에 따른 차등적 보상은 상대적으로 제한적임

○ 또한 지정 이후 운영기관이 직접 제공하는 교육·컨설팅, 분쟁조정 연계 등 지원형 인센티브는 사실상 부재하여, 지정사업자가 소비자중심 경영 활동에서 체감할 수 있는 지원이 제한적임

□ (CP) 실제 준법경영 체계의 운영수준을 등급으로 평가하고 우수한 성과에 상응하는 혜택을 제공하는 성과 연계형 인센티브 구조임

○ 평가결과를 법 집행상 우대 인센티브와 연계함으로써 기업의 지속적인 준법경영 수준 향상을 유도할 수 있음

○ 「소비자기본법 시행령」 제11조2의제4항은 공정위가 정하여 고시하는 바에 따라 등급을 구분할 수 있으나, 형행 「소비자중심경영(CCM) 사업자 지정 제도 운영·심사에 관한 규정」은 등급별 지원내용은 규정하고 있지 않아, 관련 행정규칙 마련이 선행될 필요가 있음

□ **(공정거래협약 이행평가)** 협약의 이행성과를 등급화하고 평가수준에 따라 혜택을 차등 제공함으로써 실질적인 협약 이행을 유도하는 구조임

○ 특히, 평가점수를 기반으로 모범업체 지정 및 관계기관 평가·금융상 우대와 연계하여 인센티브를 제공하고 있으나, 주요 혜택이 하도급 분야에 집중되어 거래 분야에 따른 체감효과 차이가 발생할 수 있음

□ (가족친화인증제도) 다양한 중앙부처·지자체·공공기관·금융기관의 지원제도와 인증을 연계하여 광범위한 인센티브 체계를 구축함

○ 금융·보증, 세무·관세, 조달·평가, 사업지원 등 기업 활동의 다양한 영역에서 활용가능하나, 기업규모·지역 및 개별 지원사업의 요건에 따라 실제 활용 가능한 혜택에는 차이가 있음

□ (MainBiz) 경영혁신 역량을 인정받은 중소기업을 기존 지원정책과 연계하여 경영활동상의 실질적 편익을 제공함

○ 보증료 감면, 광고·판로 지원 등 비용 절감과 시장진입에 직접 활용 가능한 혜택이나, 중소기업을 대상으로 하는 제도의 특성상 기업규모가 다양한 인증제도에서 적용할 경우 차별화가 필요함

□ (HACCP) 식품안전 관리성과와 인센티브를 직접 연계하여 우수한 관리수준의 유지 및 향상을 유도하는 구조임

○ 높은 관리수준을 유지하는 업체에 조사·평가 및 교육 등의 부담을 완화함으로써 관리성과가 실질적인 행정상 편익으로 환류되며, 제도의 정책목표와 인센티브 간 연계성이 명확함

□ (CaseTrust) 정부의 금융·행정상 지원보다는 운영기관이 제공하는 명예형·지원형 인센티브에 한정되며, 그 외 소비자 신뢰와 선택이 사업자의 편익으로 이어지는 인식형 인센티브의 성격이 강함

○ 다른 기관과의 협의 없이 운영기관 차원에서 도입할 수 있는 유형이라는 점에서 단기 적용 가능성이 높으나, 제도 인지도가 낮을 경우 인센티브 효과도 제한될 수 있음

□ **(소결)** 인센티브의 실효성은 혜택의 수나 범위뿐 아니라 제도의 정책목표 및 기업의 운영성과와의 연계, 혜택의 체감 가능성 등에 따라 상이함

○ CP와 공정거래협약 이행평가는 우수한 운영·이행성과에 따라 혜택을 차등화하고 있으며, HACCP 또한 관리성과를 인증 유지를 위한 행정부담 완화와 연계함으로써 기업의 지속적 참여와 성과 향상을 유도함

○ 가족친화인증제도와 메인비즈는 관계부처·공공기관·금융기관 등의 기존 지원 제도와 연계하여 기업이 실제 경영활동에서 활용할 수 있는 인센티브를 제공하고 있음

○ 컨설팅·교육·분쟁조정 등 운영기관이 직접 제공하는 지원형 인센티브는 가족친화인증제도와 CaseTrust에서 제공하고 있으며, 이외 제도에서는 해당 유형이 부재함

□ 논의된 제도별 인센티브 유형을 다음과 같이 요약할 수 있음(〈표 3-7〉)

〈표 3-7〉 인증 인센티브 종합

구 분	혜 택	CCM	CP	공정거래협약	가족친화	메인비즈	HACCP	Case Trust
명예형 인센티브	우수기업 포상	●	●		●			
	마크 사용 권한	●					●	●
행정형 인센티브	자율처리 권한	●						
	과징금 경감		●	●				
	직권조사 면제		●	●				
	제재 수준 경감	●	●					

구 분	혜 택	CCM	CP	공정 거래 협약	가족 친화	메인 비즈	HACCP	Case Trust
	세무·관세 조사 유예				●	●		
	납부·통관 우대				●			
	출입국 우대				●			
	조사·평가 부담 완화						●	
	사후관리 차등 적용						●	
	정기교육훈련 면제						●	
	출입·검사·수거 완화						●	
경제형 인센티브	보증료율 감면	●			●	●		
	보증한도 우대				●	●		
	보험료·사업비 감면				●			
	광고·판로 지원					●		
	융자 우선지원						●	
평가형 인센티브	정부지원사업 우대	●			●	●	●	
	ESG 연계		●		◑*			
	공공조달·입찰 가점	●		●	●	●	●	
	선정 평가 시 가점				●	●		
지원형 인센티브	컨설팅·교육 지원				●			●
	근무환경 개선				●			
인식형 인센티브	소비자 신뢰	●					●	●

* 논의된 내용을 바탕으로 연구자 정리
* 가족친화인증제도의 경우, 중소기업은행 신용평가 시 인증여부가 비재무모형의 ESG 정성항목에 제한적 반영됨

4. 결론 및 시사점

□ 국내외 인증·평가제도의 사례를 검토한 결과, 인센티브의 양적 확대보다 제도의 정책목표 연계성, 운영성과에 대한 차등적 보상을 통해 실제 활용도를 높이는 방향으로 개선할 필요가 있음

□ 이에 인센티브의 발굴·확대 방안을 ▲ 관계부처·기관과의 협의를 통한 외부 인센티브 발굴, ▲ 운영기관 차원의 자체 인센티브 개선·확대 방안으로 구분하여 제안하고자 함

4.1 관계부처 협의 기반 인센티브 발굴 방안

□ CCM 성과에 따른 등급기준을 마련하고, 성과에 따라 인센티브를 차등 제공하는 성과연계형 인센티브 체계를 구축할 수 있음

○ 기업규모·업종별 CCM 평균 성과수준과 개선 가능 수준을 산출하고, 이를 토대로 규모·업종별 성과목표 및 평가기준을 마련할 수 있음

□ **(행정형 인센티브)** CP 및 공정거래협약 이행평가의 성과연계형 인센티브를 참고하여 지정 유지를 위한 심사절차상의 행정적 부담 경감 방안을 검토할 수 있음

○ (심사부담 완화) 우수등급인 지정사업자에 대해서는 재지정시 일부 평가항목 또는 심사절차를 간소화하여 우수성과가 차기 지정과정의 실질적 편익으로 환류되도록 할 수 있음

○ (행정혜택 연계) 관계부처·기관과의 실무협의를 통해 과징금 감경 또는 직권조사 면제 등 행정상 혜택의 적용 가능성을 검토하고, 관계부처·기관과의 협의를 통해 적용요건 및 범위, 관련 규정의 정비 방안을 검토할 필요가 있음

□ **(평가형 인센티브)** 우수등급 지정사업자의 CCM 운영성과가 외부평가 및 정부지원사업의 우대요건으로 활용될 수 있도록 관련 제도와의 연계를 확대할 필요가 있음

○ (ESG 연계) CCM 지정 및 우수 운영성과를 소비자보호·소비자책임 등 사회 영역 평가항목과의 연계 가능성을 검토하고, 관계기관과의 협의를 통해 구체적인 반영 방안을 마련할 수 있음

○ (외부평가 연계) 우수등급인 지정사업자에게는 타 정부지원사업 및 평가 가점 또는 우대요건을 적용하는 등 CCM 평가상의 편익으로 이어지도록 연계방안을 검토할 수 있음

4.2 운영기관 차원의 개선 방안

□ 등급제 도입이 불가하더라도, CCM 활동 및 제도 참여 성과를 종합적으로 평가하여 우수 활동 지정사업자를 선정하고, 운영기관 차원의 인센티브 제공 방안을 검토할 수 있음

○ 지정기간 내 행정제재 여부, 제도 참여 수준, 우수·혁신 사례 등 기업의 CCM 운영성과와 제도 이행 수준을 종합적으로 검토하고, 이를 바탕으로 우수 활동 지정사업자에 차등적 인센티브를 부여하는 방안을 마련할 수 있음

□ **(명예형 인센티브)** 우수 활동 지정사업자의 성과를 대외적으로 확산 가능한 기회를 제공하여 선도기업으로서의 위상을 제고할 수 있음

○ (성과공유 기회) 명예의 전당 선정기업 등 우수 활동 지정사업자에게 CCM 성과교류회 우수사례 발표 기회를 우선 제공하여 전문성과 선도적 역할을 대외적으로 알릴 수 있도록 지원할 수 있음

□ **(행정형 인센티브)** 운영기관이 수행하는 소비자 관련 업무와 연계하여 지정사업자에게 인증 유지를 위한 행정 편익을 제공할 수 있음

○ (자율처리 지원) 지정사업자에게 한국소비자원의 분쟁조정·피해구제 단계에서 자율처리 기회를 우선 제공하여 소비자문제의 자율적 해결을 지원하고 지정에 따른 편익으로 활용할 수 있음

□ **(경제형 인센티브)** 운영기관 차원에서 CCM 지정사업자의 제품·서비스 판매 기회 확대를 위한 프로그램을 마련할 수 있음

○ (기획전 운영) 주요 유통사와 협업을 통해 CCM 지정사업자 상품을 공동 소개·판매하는 기획전을 시범 운영

□ **(지원형 인센티브)** 운영수준과 개선수요에 맞춘 교육·컨설팅 지원을 통해 지속적인 CCM 성과 향상을 지원할 수 있음

○ (교육·컨설팅 지원) 우수 활동 지정사업자 대상 컨설팅 및 취약 항목 개선 맞춤형 지원을 제공하고 심화 교육을 진행하는 등 역량강화와 우수 활동 수준 유지·고도화를 위한 지원체계를 마련할 수 있음

□ **(인식형 인센티브)** CCM 지정이 사업자의 소비자중심경영 수준을 판단하는 신뢰 정보로 기능하도록 차별적 가치를 강화할 필요가 있음

○ (재포지셔닝) 업종별 주요 소비자 이슈를 규명하고, 이를 토대로 CCM의 핵심 가치와 차별적 이미지를 재정립할 필요가 있음

□ 이상의 내용을 추진하기 위한 단계별 방안은 다음과 같음(〈표 4-1〉)

〈표 4-1〉 CCM 인센티브 개발을 위한 단계적 추진 방안

구 분	1단계 (기반 구축)	2단계 (제도 추진)	3단계 (확대·정착)
공통 기반	• 기업규모·업종별 세부 등급기준 마련	• 등급 시범적용 및 등급별 차등 인센티브 연계	• 등급제 운영 및 성과연계형 인센티브 체계 정착
명예형 인센티브	• 우수 활동 지정사업자의 성과공유 기회 제공방안 마련	• 우수 활동 지정사업자에게 성과공유회·홍보 기회 우선 제공	• 성과공유 프로그램 정례화
행정형 인센티브	• 인센티브 발굴을 위한 검토보고서 작성 및 관계기관 실무협의 • 피해구제 단계 자율처리 적용방안 검토	• 규정 개정 추진 및 제도화 시범 추진 • 피해구제 단계 자율처리 우선 통보 적용	• 우수등급 지정사업자에게 과징금 감경·직권조사 면제 등 행정 혜택 정착 • 운영기관 차원의 행정 인센티브 정착
경제형 인센티브	• 주요 유통사 협업 CCM 기획전 시범 운영	• CCM 기획전 확대	• 판로지원 정례화
평가형 인센티브	• CCM-ESG 인센티브 연계안 검토	• 공동 설계 및 반영 추진	• CCM-ESG 연계 정착
지원형 인센티브	• 지원수요 파악 및 지원 방안 마련	• 우수 활동 지정사업자 대상 맞춤형 컨설팅 및 심화교육 운영	• 경영지원 프로그램 고도화
인식형 인센티브	• 소비자 인식조사 등을 통한 업종별 주요 소비자 이슈 및 체감 성과 분석	• 업종별 차별적 이미지 재정립 및 인식 변화 정보 기업 제공	• 업종에 따른 CCM 재포지셔닝 방안 정착

[참고 문헌]

- CaseTrust 홈페이지. https://case.org.sg/casetrust/
- Consumers Association of Singapore(2024). Public awareness of consumer rights at an all-time high in 2024: CASE survey [Media release]. https://case.org.sg/media_centre/public-awareness-of-consumer-rights-at-an-all-time-high-in-2024-case-survey/?__cf_chl_rt_tk=g0Bb.in08rA3jmaPw4czwu7rPxm0zlKZx8yJqKKnGNA-1789433150-1.0.1.1-Od0kIiTUZjduyEEyDNaj_ykC6I.tpLIRKnJ.ZSCWXt8
- Depoorter, C., & Marx, A.(2024). Fostering compliance with voluntary sustainability standards through institutional design: An analytic framework and empirical application. Regulation & Governance, 18(4), 1132-1152. http://doi.org/10.1111/rego.12573
- Johnson, L., & Toledano, P.(2022). Investment incentives: A survey of policies and approaches for sustainable investment. Columbia Center on Sustainable Investment. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4323885
- OECD/Eurostat(2018). Oslo manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation (4th ed.). OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/9789264304604-en
- OECD(2023). OECD Guidance for Multinational Enterprises on Responsible Business Conduct. OECD Publishing, Paris, https://doi.org/10.1787/81f92357-en
- 가족친화인증 홈페이지. https://ffsb.kr
- 공정거래위원회(2026). 「공정거래 자율준수제도(CP) 운영·평가에 관한 규정」 제4조(공정거래위원회고시 제2025-3호). https://www.law.go.kr/LSW//admRulLsInfoP. do?admRulId=89459&efYd=0

- 공정거래위원회(2026). 「소비자기본법」 제20조의2 (법률 제21444호).https ://www. law.go.kr/LSW/lsSc.do?menuId=1&subMenuId=15&tabMenuId=81 &query=%EC%86%8C%EB%B9%84%EC%9E%90%EA%B8%B0%EB%B3%B8%EB %B2%95#undefined
- 공정거래위원회(2026).「소비자중심경영(CCM) 사업자 지정제도 운영·심사에 관한 규정 제4조(공정거래위원회고시 제2026-16호). https://www.law.go.kr/ LSW/ admRulLsInfoP.do?admRulSeq=2100000285096#AJAX
- 공정거래위원회 보도자료(2026. 01. 22.) https://www.ftc.go.kr/www/ selectBbsNttView.do?pageUnit=10&pageIndex=1&searchCnd=all&key=12& bordCd=3&searchViolt=000001&nttSn=47019&rltnNttSn=46249
- 공정거래협약 이행평가 포털시스템. https://gowith.ftc.go.kr
- 관세청 홈페이지. https://customs.go.kr
- 국군복지포털. https://www.welfare.mil.kr/index.jsp
- 김승화, 고은희, & 강하영(2026). 2025 한국의 소비생활지표. 한국소비자원
- 노미리(2024), 공정거래 자율준수제도에 관한 소고-CP운영·평가에 관한 규정을 중심으로, 경제법연구, 23(3), 197-226. https://doi.org/10.22829/kela.2024. 23.3.197
- 마지원, 이혜연, & 배현주(2025). 시판 도시락 구매 고객의 소비실태와 HACCP 인식도 조사. 동아시아식생활학회지, 35(5), 192-204. http://dx.doi.org/ 10.17495/easdl.2025.6.35.3.192
- 성평등가족부(2025).「가족친화 사회환경의 조성 촉진에 관한 법률」(제21270호). https://law.go.kr/LSW//lsInfoP.do?lsId=010583&ancYnChk=0#0000
- 소비자중심경영 홈페이지. https://kca.go.kr/ccm/
- 식품의약품안전처(2026). 「식품 및 축산물 안전관리인증기준」(식품의약품안전처 고시 제2026-60호). https://www.law.go.kr/%ED%96%89%EC%A0%95%EA %B7%9C%EC%B9%99/%EC%8B%9D%ED%92%88%20%EB%B0%8F%20%EC% B6%95%EC%82%B0%EB%AC%BC%20%EC%95%88%EC%A0%84%EA%B4%80% EB%A6%AC%EC%9D%B8%EC%A6%9D%EA%B8%B0%EC%A4%80

- 이기종(2023). 공정거래 CP 활성화를 위한 CP 평가제도의 중장기적 발전방안 -CP 평가의 2 원화를 통한 CP 인센티브 강화방안을 중심으로. 상사판례연구, 227-258. https://doi.org/10.36894/kcca.2023.36.4.227
- 이호영(2025) 소비자중심경영(CCM) 인증이 소비자선택에 미치는 영향. Doctoral dissertation, 서울대학교 대학원. https://hdl.handle.net/10371/229644
- 조동형, 문동현(2025). 가공김치 소비자 선호 분석 : 인증제 vs. 브랜드, 식품유통연구, 42(4), 57-79. https://doi.org/10.47085/KJFME.42.4.3
- 중소벤처기업부(2026). 「경영혁신형 중소기업(Main-Biz) 제도 운영규정」 (중소벤처기업부고시 제2026-45호). https://www.law.go.kr/LSW/admRulLsInfoP.do?admRulId=45245&efYd=0
- 한국경영혁신중소기업협회 홈페이지. https://mainbiz.or.kr

* 본 연구의 내용은 연구자 개인의 견해이며 공식 견해가 아닙니다.