

석사학위논문

전통시장의 지속성 확보를 위한  
ESG 평가지표 개발과 활용에 관한 연구

2023년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

김 연 철



석사학위논문  
지도교수 김태영

# 전통시장의 지속성 확보를 위한 ESG 평가지표 개발과 활용에 관한 연구

A Study on the Development and Utilization of  
ESG Evaluation Indicators to Secure the  
Sustainability of Traditional Markets

2022년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

김 연 철

석사학위논문  
지도교수 김태영

전통시장의 지속성 확보를 위한  
ESG 평가지표 개발과 활용에 관한 연구

A Study on the Development and Utilization of  
ESG Evaluation Indicators to Secure the  
Sustainability of Traditional Markets

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2022년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

김 연 철

김연철의 컨설팅학 석사학위 논문을 인준함

2022년 12월 일

심사위원장 정진택 (인)

심사위원 주형근 (인)

심사위원 김태영 (인)

# 국 문 초 록

## 전통시장의 지속성 확보를 위한 ESG 평가지표 개발과 활용에 관한 연구

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스 마 트 융 합 컨 설 팅 학 과

스 마 트 융 합 컨 설 팅 전 공

김 연 철

본 연구는 최근 세계적 이슈로 떠오르는 ESG 관련 상업이나 경제 분야에서 다양한 지표에 대한 연구가 활발히 진행되면서 ESG 평가지표가 완성되고 있으나 전통시장에서 접목 가능한 ESG 평가지표가 개발되지 않고 관련 연구가 미비한 상황에서 전통시장의 지속성 확보를 위한 ESG 평가지표를 개발하고, 활용을 통해 기존의 시설물 위주의 활성화 정책에서 벗어나 지역 활성화 대응 방안으로 전통시장이 제 역할을 다 할 수 있도록 하기 위해 수행되었다.

전통시장 ESG 평가지표 개발에 있어 연구자의 현장경험을 바탕으로 전통시장에 직접적인 활용이 가능하도록 고려하여 각 평가항목에 대한 평가 기준을 제시하였다. 전통시장 분야 ESG 평가지표 개발을 위해 국내·외 주요 ESG 평가기관의 평가지표를 참조하여 농어촌 전통시장에 적합한 15개 지표를 도출하였고, 도출된 평가지표를 전통시장 분야 ESG 평가에 활용될 수 있

는 지표로 만들기 위해 평가기관 대부분 대기업을 대상으로 평가지표를 제시한 상황에서 중소기업 대상 ESG 기준을 제시한 K-ESG 가이드라인이 전통시장에 가장 적합하다 볼 수 있기 때문에 K-ESG 가이드라인을 참조하여 전통시장 ESG 평가지표 각 항목 평가 기준을 도출하여 제시하였다.

제시된 전통시장 ESG 평가지표 도출에 있어서 검증을 위한 전문가 표적집단면접법(FGI : Focus Group Interview)를 실시하여 각 항목의 적정성과 필요성에 대한 결과를 검증하였다.

본 연구로 지금껏 시설물 위주의 보조금 지원정책에 변화를 가져와 전통시장 자체 운영능력을 강화하고, 정부나 지자체의 지원 없이도 스스로 성장해 나갈 수 있는 방안을 마련하였다. 또한, 전통시장 지속가능성을 평가하는 방면에서 학문적인 근거를 제시하여 전통시장의 자립 성장 척도에 따른 전통시장 활성화 정책을 펼칠 수 있도록 평가지표와 활용방안을 제공하였다.

그러나 본 연구는 연구자의 다년간 현장경험을 연구자료에 녹아내면서 전통시장 환경적 측면을 고려하여 모든 전통시장에 적용 가능한 평가지표를 제시하고자 하였으나, 현장경험과 선행연구를 바탕으로 전통시장 ESG 평가지표를 도출한 질적 연구로써 실제 전통시장에 적용하여 적용 가능성 평가 등 객관적인 평가가 이루어지지 못했다는 한계가 있으나, 향후 본 연구로 도출된 전통시장 ESG 평가지표와 활용방안이 관련 연구에 있어 기초 자료로 활용될 수 있을 것으로 기대하고 있다.

이후 연구에서는 전통시장 ESG 평가지표가 실제 전통시장에 적용되기 위해서 좀 더 명확한 기준 제시를 통해 전통시장 ESG 평가지표와 평가 기준 개선이 필요할 것이고, 평가체계를 지속적으로 보완하여 나가야 할 것이다.

**【주제어】** ESG, ESG 평가지표, 농어촌 활성화, 전통시장, 지속가능성, 평가지표 개발, 평가지표 활용

# 목 차

I. 서 론 .....	1
1.1 연구의 배경 및 목적 .....	1
1.2 연구의 범위 및 방법 .....	4
II. 이론적 배경 .....	5
2.1 전통시장 및 활성화 정책의 개념 .....	5
2.1.1 전통시장의 정의 .....	5
2.1.2 전통시장의 기능 .....	6
2.1.3 전통시장 현황 .....	7
2.1.4 농어촌 전통시장 현황 .....	10
2.1.5 전통시장 소비자의 변화 .....	13
2.1.6 전통시장 활성화 관련법의 변화 .....	14
2.1.7 전통시장 활성화 정책의 변화 .....	17
2.1.8 전통시장 활성화 정책 .....	18
2.1.9 전통시장 활성화 지원정책의 현주소 .....	20
2.1.10 전통시장 활성화가 지역 활성화에 미치는 영향 .....	21
2.2 ESG와 평가지표 .....	22
2.2.1 ESG의 개념 및 특성 .....	22
2.2.2 ESG 경영의 중요성 .....	25
2.2.3 ESG 평가 .....	26
2.2.4 주요 ESG 평가지표 .....	28
III. 전통시장 ESG 평가지표 개발 .....	50
3.1 전통시장 ESG 평가지표 도출 .....	50
3.1.1 환경(E) 부문 평가지표 도출 .....	51
3.1.2 사회(S) 부문 평가지표 도출 .....	52
3.1.3 지배구조(G) 부문 평가지표 도출 .....	52
3.2 전통시장 ESG 평가지표 검증 .....	52
IV. 전통시장 ESG 평가지표 활용방안 .....	56

4.1 전통시장 ESG 평가지표의 활용 .....	56
4.2 전통시장 ESG 평가지표 진단항목 정의 .....	57
V. 결 론 .....	62
5.1 연구의 요약 및 결론 .....	62
5.2 연구 시사점 .....	63
5.3 연구의 한계와 향후 연구 방향 .....	64
참 고 문 헌 .....	65
부        록 .....	71
ABSTRACT .....	76

## 표 목 차

[표 2-1] 법령에 따른 시장의 특성별 구분 .....	6
[표 2-2] 전국 전통시장 통계 .....	9
[표 2-3] 2011년 지역별 전통시장 현황(대도시 제외) .....	10
[표 2-4] 2022년 지역별 전통시장 현황(대도시 제외) .....	11
[표 2-5] 전통시장 법·제도의 변화 .....	15
[표 2-6] 중소벤처기업부 전통시장 활성화 지원사업 .....	18
[표 2-7] MSCI 평가지표 .....	31
[표 2-8] 블랙록 ESG 평가지표 .....	33
[표 2-9] KCGS ESG 모범규준 .....	36
[표 2-10] 서스틴베스트 ESG 등급표 .....	39
[표 2-11] 서스틴베스트 ESG 평가지표 중 환경(E) .....	40
[표 2-12] 서스틴베스트 ESG 평가지표 중 사회(S) .....	40
[표 2-13] 서스틴베스트 ESG 평가지표 중 지배구조(G) .....	41
[표 2-14] 국민연금 개선 전 평가지표 .....	44
[표 2-15] 국민연금 개선 후 평가지표 .....	45
[표 2-16] K-ESG 가이드라인 ESG 평가지표 중 환경(E) .....	47
[표 2-17] K-ESG 가이드라인 ESG 평가지표 중 사회(S) .....	48
[표 2-18] K-ESG 가이드라인 ESG 평가지표 중 지배구조(G) .....	49
[표 3-1] 환경(E) 부분 평가지표 .....	50
[표 3-2] 사회(S) 부분 평가지표 .....	51
[표 3-3] 지배구조(G) 부분 평가지표 .....	52
[표 3-4] 전문가 직업적 특성 .....	53
[표 3-5] 환경(E) 부분 FGI 결과 .....	54
[표 3-6] 사회(S) 부분 FGI 결과 .....	54
[표 3-7] 지배구조(G) 부분 FGI 결과 .....	55
[표 4-1] 전통시장 ESG 진단 항목 .....	53
[표 4-2] 전통시장 ESG 평가 기준 - 환경(E) .....	55
[표 4-3] 전통시장 ESG 평가 기준 - 사회(S) .....	56

[표 4-4] 전통시장 ESG 평가 기준 - 지배구조(G) ..... 57

## 그림 목 차

[그림 2-1] 특성화시장 육성사업 추진방향 .....	19
[그림 2-2] 일반적인 ESG 평가절차 .....	27
[그림 2-3] MSCI 7단계 ESG 평가등급 .....	30
[그림 2-4] MSCI 평가구조 .....	30
[그림 2-5] KCGS 평가모형 .....	34
[그림 2-6] KCGS 평가절차 .....	35
[그림 2-6] 국민연금 ESG 평가 및 ESG 통합 프로세스 .....	43

# I. 서론

## 1.1 연구의 배경 및 목적

한국고용정보원에서는 매년 인구소멸지수를 비롯한 지방소멸에 대한 연구 자료를 발표해왔다. 2022년 한국고용정보원에서 발표한 연구자료 ‘지방소멸 위기 극복을 위한 지역 일자리 사례와 모델’에서는 지난 몇 년간 울산, 경상남도, 거제와 통영, 전라남도 목포·영암 등 주요 조선업 집적지를 비롯하여 창원이나 구미, 포항 같은 주요 산업도시에서 수만명이 일자리를 잃었고, 주민등록 연앙인구 기준으로 2022년 전국 228개 시군구 중 113곳이 소멸위험에 진입하였다고 하였다. 이는 대부분의 군 단위는 소멸 위기단계에 접어들었으며, 지속적인 인구감소와 고령화로 일자리는 물론 소득원이 줄어드는 악순환이 반복되고 있다.

오래전부터 정부에서는 이러한 악순환을 막기 위해 다양한 정책사업으로 농·어촌 지역개발에 많은 시간과 자금을 들여왔다. 농림축산식품부, 문화체육관광부 등 중앙행정기관에서 소규모부터 대단위까지의 지역개발 사업을 추진해 왔었으나 대부분 선진국의 사례를 모방하여 시행하면서 국내 농·어촌의 환경과 맞지 않거나 지역의 의견을 반영하지 않는 행정의 독단적인 사업추진으로 많은 문제점이 발생하였다. 이를 해결하기 위해서 그동안 많은 사업이 바뀌고 사라지기를 반복해 왔고, 정부가 바뀔 때마다 지역개발 사업들의 지침이 바뀌면서 담당 공무원조차 지침을 숙지하지 못하는 사태가 발생하게 되었다. 또한, 지역의 성장 잠재력을 개발하고 공공과 민간의 투자를 촉진하여 지역개발사업이 효율적으로 시행될 수 있도록 종합적이고 체계적으로 지원함으로써 지역경제 활성화와 국토의 균형있는 발전을 목적으로 2015년 ‘지역개발 및 지원에 관한 법률’이 시행되기 전 지역에서는 국비를 더욱 더 확보하기 위해 여러 사업지구를 중첩하여 지구를 지정함으로써 전국 160개 시·군 중 3종 이상의 지역 지구가 지정된 시·군이 전체의 44%를 차지하였고, 이는 결과적으로 개발계획의 난립을 유발하였고 유사계획으로 인한 인력과 예산의 낭비를

초래하는 문제를 야기하였다.(김남정, 2016)

이렇듯 무분별한 지역개발 사업과 지역의 특색 없고 유사한 사업추진은 결과적으로 시설물 위주의 사업으로 편향되면서 사업추진 지역 중 성공적으로 마무리되어 지역의 활성화를 이끌어낸 지역은 일부에 지나지 않아 찾아보기 힘든 상황이다.

본 연구는 지금까지의 지역개발사업이 더이상 의미 없는 시설물 위주의 사업으로 인해 발생한 문제점이 발생되지 않도록 지역의 대표자원을 적극 활용하여 지역성을 반영한 지역다움을 실천하기 위한 기초 자료로 이용되길 바라는 마음에서 시작하였으며, 지역다움을 나타낼 수 있는 지역의 대표자원으로 어느 지역이나 보유하고 있는 전통시장이 지역의 활성화를 이루기 위한 효율적인 방안이라 보고 전통시장이 어떻게 지역의 활성화를 이룰 수 있는지에 대해 살펴보고자 한다.

지금까지의 전통시장 관련 지원사업들은 지역을 가리지 않고 시설물의 현대화에 집중되어 왔다. 2002년 231억 원으로 시작하여 2019년에는 5,370억 원으로 매년 전통시장 지원사업 예산액이 커지고 있으나 정부의 지속적인 지원에도 불구하고 전체적인 전통시장의 침체는 계속되고 있다.(조규호, 2020)

정부의 지원 속에서도 전통시장 침체의 원인으로 전통시장의 장소성을 고려하지 않은 단순한 시설개선이 전통시장 매력성과 만족도 및 행동의도에 부정적인 영향을 주었고(조동원, 2019), 유통시장의 환경 변화에 따라 소비자의 외면으로 전통시장들이 점차 쇠락하게 되었다.(Agency for Traditional Market Administration, 2010)

전통시장은 단순히 물건을 사고파는 공간을 넘어 정보제공과 사교, 오락 등 사회적 기능까지 수행하는 공간으로 지역 발전에 있어 중요한 역할을 수행하는 (권혁성 외, 2011) 한편 구매자와 판매자가 규칙적인 만남을 가지는 특별한 장소라고 정의하였다.(Belshaw, 1965)

이는 전통시장이 지역 발전과 활성화에 주요한 역할을 하고 있고, 지역의 소멸위험에서 벗어나기 위한 대응 방안으로 여겨지고 있다는 것이다. 그러나 이러한 인식에도 불구하고 전통시장 활성화 사업은 거의 모든 전통시장에서 동일한 접근방식을 보이고 있기 때문에 전통시장의 특성을 고려한 실질적인

활성화에 미흡한 면이 있다(이상준 외, 2010).

이렇듯 전통시장 활성화 지원정책이 시설물 위주로 추진되었으나, 한편으로는 전통시장 상인 역량강화, 컨설팅 등 전통시장의 특성에 맞춘 활성화 지원정책도 시행이 되었다.

2011년 중소기업청은 ‘전통시장 사회적기업 도입 방안’을 발표하면서 유일하게 지자체의 인증을 받은 예비 사회적기업인 온양온천 전통시장, 부산 부전시장, 논산 화지사장, 광주 양동시장을 집중 지원해 성공모델을 발굴한 후, 상인회 등에 보급하여 사회적기업 전환을 유도할 방침이라 하였다. 사회적기업 전환을 통해 일자리 창출, 지역주민들과의 소통 기회 제공, 고객 확보 등을 기대하였으나, 사회적기업 전환 노력을 기울이는 시장의 경우 현대화 사업, 신용보증 지원사업 등 우대하고 정기적으로 우수 시장을 발굴해 포상하기로 하는 등 사회적기업으로써 전통시장 육성보다는 단순 지원에 치중하면서 아직까지도 이렇다할 성과를 보이지 못하고 있다.

이후 소상공인시장진흥공단에서 2019년부터 전통시장 고객서비스 개선을 위한 다다익선 캠페인을 추진하고 있으며, 2022년에는 시행 4년차로 ESG분야가 확대되어 운영 중이다. 대표적인 사례로 모바일 결제수단 활용도를 높여 종이 영수증 없는 전통시장을 만드는 등 전통시장 ESG 활성화 방안을 실천하기 위해 추진 중이다.

그러나 최근 경영 및 경제 등 다양한 분야에서 ESG 관련 연구가 완성되고 있는데 전통시장 분야에서는 관련 연구가 미비한 상황이고, 전통시장 분야 ESG 평가지표 개발도 미비한 상황에서 본 연구가 전통시장 ESG 평가지표 개발과 활용에 대한 심도 있는 연구의 기초 자료로 활용되길 바란다.

결과적으로 본 연구는 전통시장이 지역 발전과 활성화에 주요한 역할을 하고 있음에도 유통구조의 변화와 코로나19 등 다양한 상황에 빠르게 대처할 수 있는 활성화 정책이 자리를 잡지 못한 상황에서 전통시장 활성화를 위해 전통시장이 정부나 지자체의 지원 없이도 스스로 성장해 나가면서 농어촌 지역사회와 함께 발전하여 인구소멸, 고령화 등 농어촌이 가지고 있는 다양한 사회적 문제 해결 방안을 마련하고자 한다.

## 1.2 연구의 범위 및 방법

본 연구에서는 농·어촌지역의 소멸 위기 상황과 그에 대한 대안으로 전통시장의 ESG 접목을 통한 전통시장의 경영에 주목하면서 지금까지 진행되었던 전통시장 활성화 정책의 문제점에 유의하여 전통시장 상황과 특성에 맞출 수 있는 활성화 방안을 탐색하였다.

지역개발사업이 단순한 시설물 개보수에 중점 되면서 실질적으로 지역 활성화에는 많은 영향을 끼치지 못하고 있는 상황에서 지역성을 가장 잘 나타내고 오랫동안 존재하면서 문화까지 형성된 전통시장이 지역 발전의 중요 수단으로써 긍정적이라는 전제에서 출발하였다.

이를 위하여 전통시장 활성화와 ESG 경영 관련 실증적인 연구와 문헌연구를 병행하면서 전통시장의 활성화 전략에 대해 파악하고자 하였다.

이렇게 수집된 자료 분석을 통해 도출한 전통시장 ESG 평가지표의 활용 방안을 마련하여 향후 전통시장 ESG 활성화 연구가 나아갈 방향을 고찰하고자 시도 하였다.

본 연구는 선행연구의 논문을 기초로 하여 이론을 정리하였고, 문헌연구를 중심으로 진행되었다. 전통시장 활성화를 비롯한 지역개발사업에 관한 단행본, 선행연구논문, 보고서, 기타 출판물 등을 중심으로 문헌연구를 통해 문제제기와 연구의 필요성을 검토하였다. 그리고 전통시장, ESG의 개념과 정책에 대해 조사하여 전통시장 현황의 이론적 검토를 바탕으로 분석하여 한계점을 살펴보고 전통시장 ESG 경영을 위해 고려해야 할 사항이 무엇인지 파악하면서 전통시장 활성화 방안을 도출하고자 하였다.

마지막으로 전통시장 ESG 평가지표 검증을 위해 전문가의 의견조사를 통해 각 항목별 중요도를 측정, 평균값을 산출하여 검증하였다.

## Ⅱ. 이론적 배경

### 2.1 전통시장 및 활성화 정책의 개념

#### 2.1.1 전통시장의 정의

전통시장이란 어떠한 집단이나 공동체에서, 지난 시대에서 이미 이루어져 계통을 이루면서 전해 내려오는 사상·관습·행동 따위의 양식의 사전적 정의인 ‘전통’과 여러 가지 상품을 사고파는 일정한 장소라는 사전적 정의인 ‘시장’이 만나 ‘오랜 기간에 걸쳐 일정한 지역에서 자연 발생적으로 형성된 상설시장이나 정기시장’을 의미한다. 이는 오래전부터 한 지역에서 물건을 사고파는 사람들이 모여 자연스럽게 생겨난 시장이라 할 수 있고, 오래되었다는 의미대로 전통시장은 낡고 노후한 이미지로 통용되어왔다. 전통시장은 재래시장과 같은 개념으로 법률상 2002년도에 제정된 ‘중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법’에서 처음 등장하였고, 이 법에서의 재래시장은 ‘일정 구역의 건물 또는 지하도에 설치된 다수의 점포에서 도매업·소매업자 또는 용역업자가 상시나 정기적으로 모여 상품 매매나 용역을 제공하는 장소로서 현대에 맞는 유통기능이 취약하여 경영현대화와 정보화를 필요로 하거나 노후화된 건물시설의 개·보수 또는 재개발·재건축을 필요로 하는 장소’로 정의되어왔다. 이후 재래시장은 지금의 ‘전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법’으로 개정되기 전 2005년도에 제정된 ‘재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법’에서는 재래시장이란 ‘상업기반시설이 노후화되어 개·보수나 정비를 필요로 하거나 유통기능이 취약하여 경영개선 및 상거래의 현대화 촉진이 필요한 장소’로 정의하고 있다. 재래시장이 전통시장으로 명칭만 바뀌면서 전통시장은 낙후·노후화된 근대적인 유통시설로 개선이 요구되는 공간이라 하였고(김상휘, 2022.), ‘법령이 정한 일정한 요건을 충족한다’고 시장·군수·구청장이 인정하는 곳을 말한다. 전통시장은 하나의 의미로는 ‘오래된 시장’이라 할 수 있으나 전통시장이라 하더라도 그 특성에 따라 다양하게 구분될 수 있고, 법령에서는

시장의 크기, 소유자, 형태, 개설주기, 취급상품에 따라 다양하게 구분하고 있다.

[표2-1] 법령에 따른 시장의 특성 구분

구 분	시장의 종류
1. 시장의 인정여부	- 인정시장, 미인정시장
2. 시장의 크기	- 대형(점포 1,000개 이상) - 중대형(점포 100개 이상 500개 미만) - 중형(점포 100개 이상 500개 미만) - 소형(점포 100개 미만)
3. 시장의 소유자	- 법인, 개인, 공설, 공동시장
4. 상권의 크기	- 전국상권 대형시장, 광역상권 중심시장, 중소형시장, 근린생활 시장
5. 시장의 형태	- 상가건물형 시장, 노점형 시장, 장옥형 시장, 상가주택복합형 시장
6. 시장의 개설주기	- 상설시장, 정기시장
7. 시장의 취급상품	- 종합시장, 전문시장

출처 : 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 시행규칙 제3조 제1항

### 2.1.2 전통시장의 기능

전통시장은 오래전에 지역에 생성되어 현대에 오기까지 전통시장의 기능과 역할이 변화되어 왔다. 전통시장은 지역주민의 삶 속에서 상품을 거래하는 시장 이상의 기능을 해왔다. 장이 서는 날에는 주민이 한 장소에 모여 서로 소식과 이야기를 나누고 상인들끼리 정보를 교환하며 다른 장으로 움직이는 등

생활필품의 유통이라는 경제적 기능 외에도 다양한 형태의 비경제적 기능을 수행해 왔다. 즉 전통시장은 지역 커뮤니티의 중심 장소로 그 역할을 담당해 왔었던 것이다. (김도형, 2013) 전통시장은 단순히 물건을 사고팔거나 물물교환을 위한 장소에서 벗어나 한 지역의 전통성과 문화, 특징을 나타내는 장소로 바뀌면서 전통시장은 이제 단순히 상업의 공간이 아닌 하나의 트렌드로써 낙후되어가는 농·어촌 지역을 활성화 시킬 수 있는 미래성장 동력으로 여겨지고 있다. 이에 따라 정부에서는 2002년부터 전통시장의 노후시설 개량과 경영개선 등에 약 1조 1,700억 원을 지원했으나 시설현대화로 인한 전국시장의 획일적인 변화로 각 지역의 지역적 특색이 없어지면서 전국의 시장이 비슷해지면서 지역 친화적이지 않거나 특화전문화가 이루어지지 않게 되었다. (이덕훈, 2013)

### 2.1.3 전통시장 현황

소상공인시장진흥공단 2020년 전통시장·상점가 및 점포경영 실태조사 결과 보고서에서는 다음과 같은 기준으로 전통시장을 구분하였다.

#### 1) 시장 및 상점가 크기별 구분

- ① 대형시장 : 시장 내 영업 점포가 1,000개 이상인 시장
- ② 중대형시장 : 시장 내 영업 점포가 500개 이상, 1,000개 미만인 시장
- ③ 중형시장 : 시장 내 영업 점포가 100개 이상, 500개 미만인 시장
- ④ 소형시장 : 시장 내 영업 점포가 100개 미만인 시장

#### 나) 소유 형태별 구분

- ① 법인시장 : 민법 또는 상법에 의해 법인이 소유·관리하는 시장
- ② 개인시장 : 개인이 시장을 소유하고 관리하는 시장
- ③ 공설시장 : 지방자치단체가 직접 개설하였거나 관리하고 있는 시장
- ④ 공동시장 : 법인·개인·공설시장이 아닌 곳으로 상인들이 공동으로 개설하였거나 자연발생적으로 형성된 시장(소유주가 10인 이상이면 공동시장으로 분류)

#### 다) 상권 크기별 구분

- ① 전국상권형 시장 : 전국을 대상으로 상권이 형성된 시장
- ② 광역상권형 시장 : 전국을 대상으로 상권이 형성된 시장
- ③ 지역상권형 시장 : 시장이 소재한 시·군·구를 대상으로 상권이 형성된 시장
- ④ 근린상권형 시장 : 시장이 소재한 읍·면·동 또는 그 일부를 대상으로 상권이 형성된 시장

라) 외부형태별 구분

- ① 건물형 시장 : 대형 단일 건물 또는 건물 몇 동이 연결되어 운영되는 시장
- ② 노점형 시장 : 노점상으로 구성된 시장
- ③ 장옥형 시장 : 일정한 건물이 존재하지 않더라도 일정한 장소에 대한 소유권을 가지고 재화 판매 또는 서비스 제공이 이뤄지는 장옥으로만 구성된 시장
- ④ 상가주택복합형 시장 : 골목형 시장 등과 같이 1개 이상의 건물의 집합으로 이루어진 시장

마) 개설주기별 구분

- ① 상설시장 : 상시적으로 영업을 하는 시장(노점 포함)
- ② 정기시장 : 일정 주기로 개설되거나 영업을 하는 시장(예 : 5일장) 또는 노점을 포함한 대부분의 점포가 일정 주기로 영업을 하는 곳
- ③ 상설+정기시장 : 상설시장과 정기시장의 성격을 동시에 갖는 시장

바) 소재지별 구분

- ① 대도시 : 서울특별시 및 6대 광역시에 위치한 시장
- ② 중소도시 : 시 단위에 위치한 시장
- ③ 읍면지역 : 군 단위에 위치한 시장

전국의 전통시장은 2018년 1,437개에서 2020년 1,401개로 지속적으로 사라지고 있다. 그러나 대도시 43.2%에서 43.8%, 중소도시 38.0%에서 38.8%로 대도시와 중소도시의 전통시장 비율은 늘어나는 반면 농어촌지역은 2018년 18.8%에서 17.5%로 크게 감소하고 전통시장 개수도 대도시와 중소도시에 비해 큰폭으로 감소하고 있음을 [표2-2]에서 확인할 수 있다.

[표2-2] 전국 전통시장 통계

구 분		단위	2018년		2019년		2020년		
시장현황	전체 전통시장	개,%	1,437	100.0	1,413	100.0	1,401	100.0	
	상권크기	전국상권	개,%	39	2.7	42	3.0	42	3.0
		광역상권	개,%	119	8.3	117	8.3	117	8.4
		지역상권	개,%	500	34.8	462	32.7	463	33.0
		근린상권	개,%	779	54.2	792	56.1	779	55.6
	시장크기	대형시장	개,%	21	1.5	18	1.3	18	1.3
		중대형시장	개,%	31	2.2	32	2.3	32	2.3
		중형시장	개,%	464	32.3	485	34.3	494	35.3
		소형시장	개,%	921	64.1	878	62.1	857	61.2
	소유형태	법인시장	개,%	374	26.0	359	25.4	357	25.5
		개인시장	개,%	34	2.4	37	2.6	37	2.6
		공설시장	개,%	302	21.0	300	21.2	289	20.6
		공동시장	개,%	727	50.6	717	50.7	718	51.2
	외부형태	건물형	개,%	732	50.9	717	50.7	712	50.8
		노점형	개,%	20	1.4	29	2.1	16	1.1
		장옥형	개,%	160	11.1	162	11.5	151	10.8
		상가주택복합형	개,%	525	36.5	505	35.7	522	37.3
	개설주기	상설시장	개,%	1,022	71.1	1,013	71.7	1,014	72.4
		정기시장	개,%	137	9.5	151	10.7	156	11.1
		상설+정기시장	개,%	278	19.3	249	17.6	231	16.5
	소재지	대도시	개,%	621	43.2	597	42.6	613	43.8
		중소도시	개,%	546	38.0	544	38.5	543	38.8
		농어촌지역	개,%	270	18.8	271	19.2	245	17.5
	지역	서울	개,%	211	14.7	208	14.7	209	14.9
		부산	개,%	173	12.0	172	12.2	168	12.0
		대구	개,%	113	7.9	100	7.1	101	7.2
		인천	개,%	45	3.1	44	3.1	44	3.1
		광주	개,%	26	1.8	24	1.7	24	1.7
		대전	개,%	28	1.9	28	2.0	28	2.0
		울산	개,%	40	2.8	38	2.7	39	2.8
		경기	개,%	140	9.7	143	10.1	142	10.1
		강원	개,%	59	4.1	59	4.2	59	4.2
충북		개,%	60	4.2	58	4.1	57	4.1	
충남		개,%	57	4.0	57	4.0	58	4.1	
전북		개,%	58	4.0	58	4.1	58	4.1	
전남		개,%	100	7.0	100	7.1	93	6.6	
경북		개,%	143	10.0	141	10.0	138	9.9	
경남		개,%	157	10.9	157	11.1	157	11.2	
제주		개,%	23	1.6	22	1.6	22	1.6	
세종	개,%	4	0.3	4	0.3	4	0.3		

출처 : 소상공인시장진흥공단 2020년 전통시장·상점가 및 점포경영 실태조사

## 2.1.4 농어촌 전통시장

### 1) 농어촌 전통시장 현황

대도시 및 중소도시의 전통시장과 농어촌 전통시장의 가장 큰 차이점은 시장규모를 들 수 있다.

농어촌 소규모 전통시장은 몇몇 지역을 제외하고 대부분 읍면지역에 분포하고 있으며, 읍면지역에 분포하고 있는 전통시장 감소현황을 파악하기 위해 2011년 시장경영진흥원<sup>1)</sup> 내부자료와 2022년 소상공인진흥공단 ‘전통시장·상점가 및 점포경영실태조사’자료(2022년 4월 27일 기준)를 토대로 대도시를 제외한 읍면지역 전통시장의 현황을 비교분석 하였다.

[표2-3] 2011년 지역별 전통시장 현황(대도시 제외)

지역별	전체(개)	중소도시(개)	읍면지역(개)
경기	150	133	17
강원	74	41	33
충북	64	28	36
충남	71	29	42
전북	64	37	27
전남	114	42	72
경북	178	131	47
경남	151	103	48
제주	23	23	-
전체	889	567	322

출처 : 2011년 시장경영진흥원(소상공인진흥공단) 내부자료.

1) 시장경영진흥원은 2014년 시장경영진흥원을 통합하여 소상공인시장진흥공단으로써 출범하였다.

[표2-4] 2022년 지역별 전통시장 현황(대도시 제외)

지역별	전체(개)	중소도시(개)	읍면지역(개)
경기	143	135	7
강원	59	34	25
충북	58	34	23
충남	57	27	31
전북	58	32	26
전남	100	37	56
경북	141	100	38
경남	157	118	39
제주	22	22	-
전체	795	539	245

출처 : 소상공인시장진흥공단 2020년 전통시장·상점가 및 점포경영 실태조사

2022년 읍면지역의 전통시장은 245개로 전남이 22%, 경남 15.9%, 경북 15.5%, 충남 12.6%, 전북 10.6%, 강원 10.2%, 충북 9.3%, 경기 2.8% 순으로 나타났다.

2011년과 2022년 대도시를 제외한 전통시장 수는 2011년 889개에서 795개로 94개가 감소했으며, 이 중 중소도시 전통시장은 28개, 읍면지역 전통시장은 66개가 감소하였다.

다만, 2006년~2012년 전통시장 통계는 등록, 인정, 무등록 시장을 포함하였고, 2015년 이후는 등록, 인정시장만 포함하는 기준이기는 하나 무등록시장의 비중이 2006년 19.6%에서 2014년 9%로 감소<sup>2)</sup>하고 이후 무등록시장의 비중은 더욱 감소했을 것으로 판단되어 무등록시장이 포함되지 않더라도 추세변화를 살피는 데에는 큰 무리가 없을 것으로 보인다.

2) 보험연구원 전통시장 화재위험 관리방안 정책토론회 자료 II. 전통시장의 경제적 의미 (2017)

읍면지역 전통시장 감소율이 전체 감소 개수에서 70%를 차지할 정도로 읍면지역 전통시장이 사라졌고 감소 수치는 읍면지역의 고령화와 지역소멸 위험도와 함께 빠르게 증가할 것으로 예상된다.

## 2) 농어촌 전통시장의 기능

앞서 살펴본 전통시장의 정의와 기능에서 말하는 전통시장은 대도시, 중소도시, 농어촌 읍면지역 등으로 구분되지 않는 통합적인 의미를 가지고 있다. 그러나 전통시장은 대도시, 중소도시를 비롯한 농어촌 읍면지역에 따라 입지여건, 공간구조, 업종분포 등 다양한 요소에 따라 분명한 차이점이 있다는 점이다. 그럼에도 정부에서 오래전부터 시행해온 전통시장 활성화 정책은 대도시나 중소도시를 중심으로 이루어지면서 농어촌 읍면지역 전통시장에 지역성을 반영하지 않고 기존 활성화 정책을 그대로 반영하면서 읍면지역 전통시장 활성화에는 별다른 영향을 미치지 못한 결과를 초래하게 되었다. 전통시장 활성화 정책은 대도시, 중소도시, 농어촌 읍면지역 등으로 구별된 지역 여건에 맞는 활성화 정책으로 다시 개정되어야 할 필요가 있으며 이를 위해 대도시 및 중소도시 전통시장과 읍면지역 전통시장이 어떠한 차이점을 가지고 있는지 명확한 이해가 바탕이 되어야 한다.

농어촌 읍면지역 전통시장은 대부분 가장 우수한 곳에 다양한 공공시설과 함께 교통 중심지로 접근성이 우수하며, 단일 핵 도시를 구성하고 있어 대도시보다 활성화가 비교적 쉬운 반면(홍경구, 2012) 판매 물품의 한계, 교통체증, 주변 상가로 인한 경쟁력 약화 등의 이유로 점차 사라지고 있으며 결정적으로 읍면지역 전통시장을 이용하는 소비자는 지역주민이 대다수이고 지역을 방문하는 관광객 등 외지인은 읍면지역 지역에 전통시장이 있는지조차 모르는 경우가 많다.

그럼에도 읍면지역 전통시장은 다양한 상업적, 공간적, 문화적 특성을 가진 공간으로 지역의 중심적인 도시공간으로서 기능을 수행하고 있다. 즉 상설적인 상업 기능과 전통적인 상업 기능의 복합공간으로 다양한 물품을 거래하는 상거래의 장소이며, 공간적으로 지역 중심부에 위치하여 많은 유동을 유발하고, 다양한 이벤트 및 정기적인 볼거리 등을 제공하여 여러 가지 복합적인

인간행태를 표출할 수 있는 공간으로서 기능을 수행하고 있다. (이상준, 2006)

‘지방 중소도시 전통시장 유형분류 및 특성에 관한 연구(이상준, 이정수, 2013)’에서는 지방 중소도시 전통시장은 도시 전통시장과는 유사하면서도 다른 속성을 지니고 있다고 하였으며, 이를 살펴보면 첫째, 도시의 핵심 구성요소로 전통시장은 도시 내부에 입지하여 함께 성장·쇠퇴하며 사람 간 교류를 통해 형성되어진 ‘장소’이다. 둘째, 인구가 적고 고령화가 심각하다. 지방의 중소도시는 배후인구나 유동인구가 매우 적기 때문에 전통시장은 유입인구가 제한되면서 경쟁력 상실로 인한 쇠퇴 현상과 고령화 현상을 겪고 있다. 결국, 전통시장에 활성화와 새로운 개선을 도모하는데 많은 어려움으로 작용하고 있다. 셋째, 내부활동이 단조롭다. 사람이 적고, 고령화율이 매우 높은 전통시장에서 다양한 시설 및 공간 활동이 전개되기 어렵다. 이는 결국 사람 간 관계 형성을 어렵게 하여 전통시장의 기능과 역할을 상업적 측면으로 한정시키고 있어 도입될 수도 있는 시설과 기능을 제한시키는 요소로 작용하고 있다. 넷째, 지역성이 매우 강하다. 농·어촌 중소도시에 있는 전통시장은 입지하고 있는 도시의 중심적 자체를 형성하고 있기에 도시와 강한 밀착성을 갖고 있다. 이로 인해 개별적인 전통시장은 다른 지역의 전통시장과 다른 모습, 다른 특성을 나타내게 된다. 결국, 농·어촌 중소도시 전통시장은 시설·공간적 한계성과 지역성, 차별성 등으로 인해 유형 분류의 필요성이 높다고 하였다.

### 2.1.5 전통시장 소비자의 변화

전통시장은 그 자체로도 지역 문화의 일부이고, 상업적 거래뿐만 아니라 상인과 고객 등 전통시장에 모인 사람들 간 교류가 이루어지는 등 다양한 기능을 수행하고 있다. 또한, 전통시장은 규모에 따라 국내·외 관광객 방문이 이루어지는 관광자원으로도 인식되고 있다.

과거 전통시장은 ‘재래시장’이라는 명칭으로 오래되고 낡았다는 이미지가 강했으나 지금의 전통시장은 지켜야만 하는 우리의 문화이자 다양한 세대가 각각의 목적으로 전통시장을 방문하고 있다. 대표적인 전통시장 방문의 목적

을 살펴보면 먼저 전통시장의 다양한 먹거리와 볼거리를 즐기기 위한 관광의 목적을 들 수 있으며, 시장의 고유 기능인 상업적 거래를 위한 목적이 있다.

이렇듯 현대의 전통시장은 단순히 낡고 오래된 이미지에서 지역의 문화를 즐길 수 있는 하나의 아이টে으로 인식되면서 여러 대도시 전통시장에서 관광객 유치에 노력하고 있다. 관련 선행연구에서도 전통시장 반경 10Km 이내에 관광명소 1% 증가에 따라 전통시장 방문 확률이 6.9% 증가한다고 하였다.(한지연, 2022)

전통시장에 대한 소비자들의 인식 변화는 전통시장 지원정책에도 변화를 보이고 있으며, 이는 전통시장 ESG 분야로 확대되어 운영되고 있다.

대표적인 사례로 소상공인시장진흥공단에서 2019년부터 전통시장 고객서비스 개선을 위한 다다익선 캠페인을 추진하고 있으며, 2022년에는 시행 4년 차로 ESG 분야가 확대되어 전통시장 ESG 활성화 방안을 실천하기 위해 추진 중이다.

전통시장 ESG 분야가 확대 운영됨에 따라 향후 본격적으로 추진될 경우 전통시장 ESG 평가에 대한 기준 마련이 필요할 것이며, 평가에 필요한 ESG 평가지표도 필요해질 것이기에 본 연구의 필요성을 제시할 수 있을 것이다.

전통시장의 소비자 인식은 변화하고 있으나 농어촌의 소규모 전통시장은 이러한 변화에 대응하지 못하고 있는 것이 현실이다. 전통시장 ESG 접목은 이러한 전통시장의 다양한 소비자와 환경 변화에 빠르게 대처할 수 있는 대안으로 작용할 수 있으며, 중소기업과 같이 세분화된 전통시장에도 ESG 평가 체계에 대한 지표가 요구된다고 할 수 있다.(최신혜, 2022)

## 2.1.6 전통시장 활성화 관련법의 변화

시장에 관한 최초 법률은 1914년 총독부령 제136호 ‘시장규칙’이다. (조은영, 2012) 이후 1961년 ‘시장법’으로 제정되면서 대체되었고, 1981년 전부 개정되면서 장소 위주의 노점시장이던 시장의 개념이 건물 위주의 상설시장과 장소 위주의 정기시장으로 구분되면서 정기시장과 상설시장으로 나누고 정기시장은 시장·군수·구청장이 개설하도록 하였다. ‘시장법’은 1986년 ‘도·소매업

진흥법'으로 변경되었고 1997년 '도·소매업진흥법'과 '유통산업합리화촉진법'이 통합되면서 '유통산업발전법'으로 제정되면서 시장, 대규모 점포, 센터 등을 개설할 경우 기존에 허가를 받도록 하던 것을 등록만 하면 되도록 각종 규제를 완화하였다. 이로 인해 전통시장이 위협받는 대형점포들이 생겨나면서 전통시장이 쇠락하게 되었고, 뒤늦게 전통시장을 보호하고 활성화하기 위해 전통시장이나 전통상점가의 경계로부터 1Km 이내의 범위에서 지방자치단체의 조례로 '전통상업보존구역'을 붙일 수 있도록 하고, 대형점포에 영업시간 제한을 두는 등 규정을 추가하였다.

전통시장과 관련된 현실적인 정책 추진은 2002년 '중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법'의 제정부터이다. 이후 전통시장의 환경 개선사업이 추진되기 시작되고, 전통시장의 시설현대화를 지원할 수 있게 되었다.

'중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법'은 다시 '재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법'으로 2006년 변경되었고, 2012년 일부 법을 개정하면서 전통시장 정의를 명확하게 구분하였고, 당초 2016년 12월 31일까지 한시법으로 시행되었던 것을 2013년 유효기간 삭제로 영구법화 되었다.

[표2-5] 전통시장 법·제도의 변화

구분	내용
제도	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법</li> </ul>
목적 및 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 목적 : 재래시장의 활성화를 통한 국민경제발전</li> <li>◦ 내용 : 시장시설현대화사업, 재개발·재건축</li> </ul>
시행연도 및 주요내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 2002년 / 물리적 개선</li> </ul>

구분	내용
제도	◦ 재래시장 육성을 위한 특별법
목적 및 내용	◦ 목적 : 지역경제의 활성화와 국민경제발전 ◦ 내용 : 시설개선사업, 시장환경개선사업, 시장경영현대화
시행연도 및 주요내용	◦ 2005년 / 물리적개선 및 경영현대화
제도	◦ 재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법
목적 및 내용	◦ 목적 : 시설 및 경영현대화를 통한 지역상권 활성화와 국민경제 발전에 이바지 ◦ 내용 : 시장 및 상점가 활성화, 상업기반시설의 현대화, 경영현대화
시행연도 및 주요내용	◦ 2006년 / 물리적개선 및 경영현대화
제도	◦ 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법
목적 및 내용	◦ 목적 : 시설 및 경영현대화를 통한 지역상권 활성화와 국민경제의 발전에 이바지함 ◦ 내용 : 시장 및 상점가 활성화, 상업기반시설의 현대화, 경영현대화, 상권활성화사업
시행연도 및 주요내용	◦ 2010년 / 물리적개선 및 경영현대화
제도	◦ 문화를 통한 전통시장 활성화시범사업
목적 및 내용	◦ 목적 : 지역 문화공간, 일상의 관광지로 조성, 서민경제 활성화, 지역민 문화향유 제고 ◦ 내용 : 상인참여형 문화콘텐츠 개발 및 프로그램 운영, 시장별 전통과 특성을 활용한 문화마케팅, 문화적 환경 조성
시행연도 및 주요내용	◦ 2008년 ~ 2011년 / 문화적 활동

출처 : 김혜용, 2017. 한국기초조형학회지 자료를 토대로 연구자 재구성

### 2.1.7 전통시장 활성화 정책의 변화

전통시장 활성화 지원정책은 전통시장의 시설과 경영현대화를 위한 시장정비사업을 촉진하여 지역상권 성장을 도모하기 위한 목적이 있으며, 전통시장 활성화 정책 내용은 전통시장 활성화 촉진, 시설 현대화지원, 경영현대화, 상인조직 운영 등을 포함하고 있다.

전통시장을 활성화하기 위한 정책이 추진된 것은 2002년 ‘중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법’이 제정되면서 2002년 최초로 총 99개 시장을 선정하여 431억 원 예산을 편성하여 시설현대화 사업 중심으로 시장 활성화 지원정책이 시작됐다.

이후 전통시장 활성화 정책은 전통시장 특성을 고려하지 않고 주차장 조성, 비가림막 설치 등 일관적인 시설지원 정책으로 이뤄지면서 역효과를 낳기도 하였다.

전통시장 특성과 지역성 반영 없이 추진된 시설현대화 사업은 전통시장에 방문하는 소비자 만족도에는 높게 평가되었으나, 경영이나 지속성 확보에 대한 활성화 정책은 등한시 되면서 지역문화와 지역자원을 연계한 전통시장 활성화 전략 필요성이 대두되면서 문화관광형시장 육성계획이 수립되었다.(조광익, 2014) 그러나 문화관광형시장 육성에 적합한 전통시장은 대도시나 지방군, 읍 등 규모가 있는 전통시장에 접목할 수 있는 정책으로 농어촌 소규모 전통시장에는 접목하기 힘든 정책이다.

또 다른 지원정책으로 2015년 중소기업청은 총 2,822 억원이 투입된 특성화 전통시장 집중 육성에 나서게 되었다. 그러나 특성화 전통시장도 결국 침체시장을 제외하거나 도심이나 주택 단지에 위치한 전통시장에 집중되면서 농어촌 전통시장은 계속해서 외면받게 되었다.

이렇듯 전통시장 활성화 정책이 변화하고 있음에도 전통시장이 지속적인 활성화를 가져오기 위해서는 전통시장 활성화를 위해 지역성을 반영한 새로운 정책으로 전통시장에 활력을 불어 넣어야 할 필요가 있다.(이영석, 2018) 또한, 다양한 전통시장 활성화 정책이 전통시장과 상권에 대한 단계별 영향에 파악하고, 급변하는 상황에 맞춰 효과가 있는 활성화 정책을 펼치는

것이 최종 단계라 하였다.(손용석, 2022)

### 2.1.8 전통시장 활성화 정책

최근 전통시장 활성화 정책은 이전과는 달리 전통시장에 국한되지 않고 지역경제 활성화, 일자리 창출 등 다방면에서 시행되고 있으며, 대표적으로 소상공인진흥공단과 중소벤처기업부 등 전통시장 활성화를 위해 시설현대화 사업과 함께 지역선도시장, 특성화 첫걸음 기반조성, 청년몰 육성, 문화관광형 시장 육성 등 여러 지원사업을 추진 중에 있고, 중점 내용을 살펴보면 아래 표와 같다.

[표2-6] 중소벤처기업부 전통시장 활성화 지원사업

사업명	지원 내용 및 우대 요건
시장경영 패키지지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지원금 한도 내에서 상인회 자율적으로 시장별 특성을 반영하여 시장경영혁신을 위한 사업 추진</li> </ul>
지역상품 전시회	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지역 내 전통시장·상점가의 우수상품 및 특산품의 전시·판촉 지원</li> </ul>
특성화시장 (디지털 전통시장)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 온라인 진출 기반 구축 비용 종합지원 * 기반시설, 장비, 인력 등</li> </ul>
특성화시장 (문화관광형)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 지역 문화·관광자원을 연계, 시장 고유의 특징점을 집중 육성하는 상인중심의 프로젝트 지원</li> </ul>
특성화시장 (첫걸음기반조성)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 기초역량을 갖춘 시장을 대상으로 5대 혁신과제 등 특성화사업 추진을 위한 사전 기반조성 지원</li> </ul>

출처 : 소상공인시장진흥공단 소상공인마당 오늘의 뉴스  
([https://www.sbiz.or.kr/sup/ssbiz\\_news/1219565\\_1470.jsp](https://www.sbiz.or.kr/sup/ssbiz_news/1219565_1470.jsp))



[그림2-1] 특성화시장 육성사업 추진 방향

\* 출처 : 전통시장통통 홈페이지 자료

([https://www.sbiz.or.kr/sijangtong/nation/chrztnMkt/chrztnMkt01.do?menu\\_id=020600](https://www.sbiz.or.kr/sijangtong/nation/chrztnMkt/chrztnMkt01.do?menu_id=020600))

### 2.1.9 전통시장 활성화 지원정책의 현주소

앞서 살펴본 전통시장 관련 법과 정책에서 언급했듯이 전통시장 지원정책에도 불구하고 전통시장에는 다양한 문제점이 발생하고 있으며, 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 국내 유통산업의 구조가 급속하게 변화함에 따라 대형마트, 백화점, 온라인 유통 등 새로운 유통산업은 계속해서 발전하면서 성장하고 있으나 전통시장은 계속해서 쇠퇴하고 있다.

둘째, 코로나의 영향으로 오프라인 매장 이용률 감소와 보편화되고 간편화된 온라인 쇼핑몰 산업의 성장으로 오프라인과 온라인의 경계가 무너지게 되었고, 이로 인해 소비시간의 제약이 사라지게 되었다.

셋째, 전통시장 활성화 지원정책으로 시설현대화를 이룬 전통시장은 전국에 산재한 전통시장 중 일부분으로 아직도 낙후되거나 편의시설 부족 등 문제를 겪고 있는 전통시장이 더 많은 상황으로 이러한 상황에 있는 전통시장은 정부나 지자체의 지원정책 없이는 해당 문제를 해결할 수 있는 관리체계가 구축되어 있지 않아 그대로 방치되고 있는 실정이다.

이렇듯 지속적인 전통시장 활성화 지원정책에도 불구하고 전통시장은 지속적인 매출과 소비자 방문이 감소하면서 경쟁력 약화, 상인 점포 운영능력 부족, 상인조직 결속력 부족 등 다양한 문제점이 발생하고 있다.

전통시장 활성화 지원정책의 효과가 미미한 상황에서 단발성 지원정책으로 시설현대화를 추진한 전통시장도 결국 관리체계가 형성되지 않아 시간이 지나면 다시 시설이 낙후되는 악순환이 반복되고 있다.

이제는 지금까지의 전통시장 활성화 지원정책이 가진 문제점에 대해 파악하고 전통시장이 스스로 지속가능성을 확보하여 성장해 나갈 수 있는 새로운 방안이 필요하고, 지원정책도 다양한 변화에 대응 가능한 전통시장 육성에 집중할 필요가 있다.

## 2.1.10 전통시장 활성화가 지역 활성화에 미치는 영향

앞서 살펴본 전통시장 활성화 지원정책들은 전통시장 활성화가 지역활성화에 지대한 영향을 미치고 있다는 전제에서 시작해 왔으며, 여러 선행연구에서도 전통시장 활성화가 지역경제 발전에 밀접하게 작용하고 있다고 하였다.

그간 선행연구에서 다른 전통시장 활성화가 지역 활성화에 미치는 영향을 다음과 같이 보여주었다.

첫째, 많은 연구들은 전통시장 활성화가 지역 이해관계자들에 대한 인식조사에서 지역경제 활성화에 있어 전통시장 활성화 방안을 제시하는데 중점을 두어 왔다.(김판진 외, 2009; 김웅진 외, 2008; 장홍섭 외, 2007) 또한, 전통시장의 구조적인 문제점을 파악하여 실증적 분석기법으로 전통시장 활성화 방안을 제시하였다.(이상준 외, 2010)

둘째, 지역경제 활성화를 위한 전통시장 활성화 방안 모색을 위한 선행연구에서는 전통시장의 현황과 문제점에 대한 해결과제를 진단하여 향후 활로를 모색하고자 하면서 전통시장을 통한 지역 활성화를 위해서는 상인, 소비자, 정부 및 지자체 등 이해관계자 스스로 강한 의지가 가장 중요하다 하였다.(장홍섭 외, 2007)

셋째, 유통산업의 발전과 함께 대형마트, 온라인 유통시장 등과 동반성장을 위해서는 전통시장의 지속가능성을 확보한 경쟁력을 구축할 것에 대해 제안하였다.(최호규 외, 2008)

넷째, 전통시장 활성화 정책과 시설현대화, 상인교육 강화, 경영현대화와 상권 활성화 등을 통해 지역경제 활성화 정책에서 긍정적 영향을 끼친다고 하였다.(변명식, 2007)

다섯째, 안영규(2008)의 연구에서는 경북지역 전통시장 활성화가 지역경제 활성화에 미친 영향을 분석하였고, 결과에 따르면 경북권 산업구조에서 전통시장 활성화에 따라 고용유발효과, 부가가치유발효과, 생산유발효과와 전통시장 상권의 전·후방 연쇄효과로 지역 경제 파급효과가 비교적 큰 것으로 나타났다.

선행연구의 내용을 종합해보면 전통시장 활성화가 지역경제 활성화에 긍

적적인 영향을 끼친다는 것을 확인하였으며, 전통시장의 품질 증가는 소비자 만족도 향상으로 이어지고, 이는 다시 전통시장의 매출과 고용 창출, 상인 소득증가로 이어지면서 전통시장 활성화는 지역경제 활성화에 영향을 미친다는 논리가 가능하다. 지역경제 활성화는 결과적으로 지역 활성화를 이루었다는 결과를 도출할 수 있다.

## 2.2 ESG와 평가지표

### 2.2.1 ESG의 개념 및 특성

ESG는 환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)를 일컫는 개념으로써 국제연합책임투자원칙(UN Principles for Responsible Investment) 보고서에서는 ESG를 투자자들이 투자를 결정할 때 반드시 고려해야 할 주요 요소로 보고 있다(Murphy, C. N. 2006).

기업의 경영은 전통적으로 핵심 이해관계자들의 요구에 재무적 성과 달성에 맞추어져 있었으나 기업이 보유한 사회적 영향력에 맞는 사회적 책임이 필수로 요구되었으며, 지속가능성을 확보하기 위해 노력하는 기업이 장기적인 이익 창출이 가능하다는 공감대가 형성되었다(고희경, 2022).

ESG는 기업의 지속가능성을 평가하기 위한 지침이자 평가지표라고 할 수 있다. ESG 평가 척도가 높을수록 회사의 정체성이 강화되면서 정체성이 기업을 경쟁자와 차별화함에 따라 긍정적인 윤리적 이미지를 구축할 수 있어 이를 위해 갈수록 더 많은 기업이 이에 주목(Heikkurien, 2010; Siltaoja, 2006)하면서 최근 전 세계적으로 정부, 기업, 시민단체 등 사회의 모든 곳에서 ESG 대책을 세우고 있다(이형중, 2021).

ESG에서 환경(Environmental)은 기업의 제품생산과 서비스 활동으로 인해 필연적으로 발생하는 현상으로, 환경친화적 경영은 생태계와 자연자원의 훼손·고갈 및 환경오염 문제를 방지하면서, 기업의 지속 가능한 발전을 도모하고자 하는 경영활동이다(박소정 외, 2021).

이러한 환경경영은 기업의 사회적 책임, 긍정적 환경성과, 경제적 수익 향상의 목표를 달성하는 것으로 환경적 전략은 이미 발생한 오염을 줄이는 개념이 아닌 오염 방지를 위함이며, 환경경영은 환경 가치를 기업 전략과 통합 시킴으로써 과거 수익만을 추구하던 기업의 전통적 경영방식과는 구별되는 개념이다(Banerjee, 2002; Buysse & Verbeke, 2003).

경제 발전과 더불어 세계 각국이 직면한 환경 문제가 날로 심각해지면서 각국은 기후변화, 자원 부족 등의 문제가 경제 발전과 활동에 초래할 수 있는 부정적인 영향을 최소화하기 위하여 노력하고 있다(강원 외, 2020).

기업의 환경문제 발생은 기업의 생산성, 명성, 신용도를 떨어트릴 뿐만 아니라 자본조달 비용이 증가하고, 시장 환경의 변화와 환경규제에 신속한 대응을 하지 못할 경우 외부의 규제로 시장기회를 상실하면서 기업 활동에 문제를 야기할 수 있다(주혜영 외, 2014).

기업은 사회의 일부분으로써 모든 기업은 환경을 보호할 의무를 져야 하고, 지속 가능한 발전을 위해 환경 책임을 이행해야 하며, 환경 책임을 이행하기 위해 자발적인 환경정보 공시가 필요하다. 이는 기업들이 외부정보이용자들에게 기업 자신의 환경보호 노력에 관한 유용한 정보를 널리 제공한다는 의미가 있다(Jaggi and Zhao, 1996).

최근 기업은 자발적으로 환경보호 규칙과 제도를 세우면서 각 기업에 맞는 환경보호 수준을 높여가고 있다(나아람, 2022).

기업의 환경경영의 목표는 환경보호를 통한 기업이익 증대이며, 전략적 환경경영과 연계되었을 때 기업의 경쟁력과 수익, 기업성과의 향상을 기대할 수 있다(Dangelico et. al. 2017; Huppess & Ishikawa. 2009).

농·어촌 방문에 있어 관광객들은 답답한 도시에서 벗어나 농·어촌이 보유한 깨끗한 자연경관 안에서 힐링과 치유를 목적으로 여행 계획을 세우는 추세로 전통시장은 수익보다는 환경을 보존하고 보호하면서 청정한 지역의 이미지 홍보를 통해 관광객을 유입시킬 수 있는 수단으로 활용하여 수익 창출로 이어질 수 있도록 목표를 세울 필요가 있다.

ESG에서 사회(Social)는 기업과 이해관계자의 관계에서 기업은 이해관계자와의 유기적인 연관성을 이해하고 경영활동에 임할 필요가 있고(임효창,

2021), 기업은 사회의 구성원이자 일원으로 사회의 지속 가능한 발전을 위한 노력을 해야 그 역할과 책임을 다하는 것이라고 할 수 있다(이갑두, 2020).

기업의 사회에 대한 의무와 책임으로 다양한 사회적, 경제적 문제를 해결 하면서 기업의 이익 활동과 전략적으로 연계하여 사회적 가치 창출과 함께 경제적 가치 창출도 높일 수 있는 공유가치를 창출할 수 있는 방안 모색이 필요하다(Porter & Kramer, 2011).

기업의 사회에 대한 의무와 책임보다는 전통시장이 가져가야 할 사회에 대한 의무와 책임은 작을 수 있으나 지역사회에 지역문화를 대표하는 자원으로써 전통시장은 지역사회에 대한 책임과 의무를 다해야 할 필요가 있다. 그러나 농·어촌 지역 소규모 전통시장을 구성하는 상인들은 별도의 관리체계가 없기 때문에 노상에서 장사를 하는 상인은 타지에서 온 장사꾼이 대부분으로 불법적인 거래 및 행위 등 전통시장에서 발생 가능한 사회적 책임에서 벗어나 있다. 또한, 지역을 위해 봉사활동, 기부활동 등 활동 참여에 있어서도 지역에 소속되어 있지 않아 기대하기 어려운 현실이다.

전통시장이 사회적 책임을 다하고 지역사회를 위한 활동에 참여시키기 위해서는 전통시장 상인들을 지역민이 우선시 될 수 있도록 지침이나 규약을 제정하여 관리할 필요가 있다.

마지막으로 기업에 있어 ESG에서 지배구조(Governance)는 기업 구성원인 주주, 경영자, 채권자 및 기타 이해관계자 간의 대리인 비용 발생을 방지하고 주주 가치를 증대시키기 위한 제도적 장치의 하나로 정의되었다(최현섭, 2011). 또한, 기업경영에 있어 통제시스템으로 근로자, 경영진, 이해관계자, 주주 등의 관계를 조정하고, 최적의 이해관계를 유지하기 위해서 기업의 소유와 의사결정 구조, 경영관리구조 등이 통합된 시스템이다(고희경 외, 2021).

앞서 언급했듯이 농·어촌 지역의 전통시장의 경우 대부분 관리가 제대로 이루어지지 않고 있고, 관리를 하더라도 지역의 상인회가 주도적으로 관리를 하고 있으나 농·어촌 지역의 상인회는 도시지역 상인회와 다르게 지역에서 강한 권력을 휘두를 수 있기 때문에 전통시장 상인과 다양한 갈등 발생 소지가 존재한다.

이러한 갈등 발생 상황을 사전에 방지하기 위해 별도의 전통시장 관리체

계를 구축하여 전통시장에 관련된 통합 관리가 가능한 권리 부여가 필요하다.

### 2.2.2 ESG 경영의 중요성

기업의 사회적 책임은 유능한 인재를 끌어 모으고, 직원들에게 일에 대한 동기를 부여하면서 유대감을 증진시킴으로써 종업원을 보유하고 유지하면서 기업 역량을 높일 수 있다(Bhattacharya et. al., 2008). 또한, 기업경영의 혁신은 바람직한 제품과 서비스의 제공을 통해, 소비를 촉진하고, 인간의 삶의 질을 높이며, 새로운 시장기회와 일자리를 창출함으로써, 기업이 성장을 지속하는 데 도움이 될 수 있다(Stead & Stead, 2014). 기업의 성장을 지속하면서 투자에 대한 리스크를 줄여 시장에서 기업 가치를 높여 기업에 대한 투자 위험을 완화하면서 장기적 투자를 유도하여 기업 가치를 높일 수 있다(Cornell & Shapiro, 2021)

2020년 촉발된 코로나19 대유행을 계기로 전세계는 기업의 지속가능성을 위한 비재무적 성과인 ESG에 본격적으로 주목하기 시작했다(양진수, 2022).

지속가능경영은 기업의 사회적 책임과 지속 가능한 발전이라는 개념이 합쳐진 것이다. 또한, 근로자와 관련 업체, 지역사회 전반에서, 이들 삶의 질을 개선시키고 지속 가능한 경제적 발전을 이루기 위한 기업들의 노력이라고 할 수 있다(박종철 외, 2009). 기업은 지속가능경영을 통해 단기적 재무성과 뿐만 아니라 비재무적인 성과를 함께 고려함으로써 기업의 가치를 지속적으로 높여 나갈 수 있다(김은혜 외, 2020). 이러한 기업환경의 불확실성과 복잡성이 증가함에 따라, 이에 대응하기 위한 지속 가능경영은 기업생존에 중요한 요인이 될 수 있다(김경일, 2021).

지속 가능경영활동이 필요한 이유로 다음 세가지를 들 수 있다.

첫째, 정부의 규제, 정치적 환경의 변화, 경쟁업체의 출현, 경영진의 교체 등, 기업 내·외부 환경요인의 변화이다. 둘째, 조직의 주요 이해관계자의 변화와 권한의 지속적인 변화이다. 셋째, 급격하게 변화하는 시장상황과 경영환경의 변화 등이 있다(Mitchell et. al. 1997).

선행연구에서 언급한 지속 가능경영활동이 필요한 이유를 토대로 전통시장

지속 가능경영활동이 필요한 이유를 다음 세가지로 볼 수 있다.

첫째, 정부 및 지자체의 규제, 지역사회의 변화, 지자체장을 비롯한 지역사회 주요 단체장의 잦은 교체 등 전통시장 내·외부 환경요인의 변화이다. 둘째, 선행연구에서 전통시장은 지역에 속한 하나의 문화로써 많은 사람이 엮인 지역자원으로 여겨지고는 있으나 운영에 있어서는 지역사회의 구성원에 의해 좌지우지되는 경우가 많고, 상인회가 관리하는 경우에는 상인회장의 임기에 따른 권한이 지속적으로 바뀐다는 것이다. 셋째, 중·소규모 전통시장의 경우 농어촌에 위치하고 있기 때문에 소비자, 사회 분위기 등 급격한 변화에 대응하기 어렵다는 점을 들 수 있다.

또한, 전통시장의 보조금 지원사업을 기업의 투자와 같은 개념으로 봤을 경우 지금까지 전통시장에 대한 정부와 지자체의 투자는 뚜렷한 전통시장 평가지표 없이 대부분 전통시장의 노후화와 필요성을 나열한 사업계획서를 기준으로 평가하여 지원대상을 선정하였다. 이러한 사업계획서는 전통시장이 속한 지역에서 작성된 것이나, 사업비 규모가 큰 전통시장 지원정책 사업들 대부분이 H/W사업으로 편중되어 결국 내용은 H/W사업 위주로 작성되어 왔다. 기업의 투자를 위해 ESG를 가장 우선시하는 투자가 늘어나고 있고, 기업은 ESG 경영을 도입하고 있는 추세로 이를 토대로 지금까지 전통시장 지원 정책에 있어 변화를 가져오기 위해 전통시장도 ESG를 고려한 전통시장 지속가능성을 평가하여 전통시장 관련 공모사업을 추진하고, 전통시장이 ESG 경영이 가능하도록 전통시장 ESG 관련 지원정책이 신설되어야 할 필요가 있다.

### 2.2.3 ESG 평가

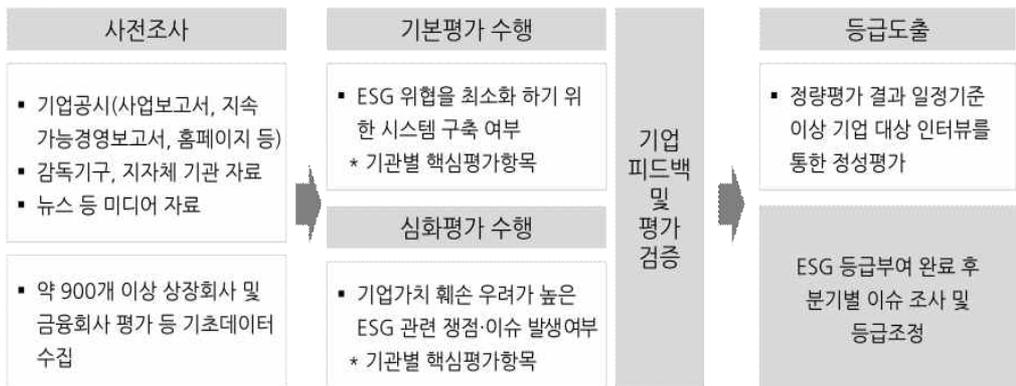
ESG 생태계는 크게 공시와 평가의 측면으로 나뉠 수 있으며, ESG 공시는 지금까지 GRI 지표(지속가능경영 지표)를 채택하는 기업이 주를 이뤘다면, 최근에는 회계적 관점인 SASB(지속가능성 회계기준위원회)나 TCFD(기후변화 관련 재무정보공개 협의체) 프레임워크 등이 주목받고 있다.

기업의 재무적 요소 외 환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)의 비재무적 요소까지 반영하여 기업의 지속가능성을 평가하고

장기적인 관점에서 SRI(사회책임투자) 전략의 성공은 정확한 ESG 성과 측정에서 출발한다. ESG 등급은 투자에 있어 신용평가와 비슷한 역할을 하고, ESG 중심의 인덱스펀드와 같이 설계되며, ESG 등급에 있어 구조화된 상품은 주식 평가 시 ESG 등급의 영향력이 커지고 있으며(진미경, 2022), 기업의 ESG 성과는 사회적 책임투자가 활성화되어 윤리적이고 친환경적인 기업 투자의 핵심지표로 미국, 유럽, 일본 등의 선진 자본시장에서 활용되고 있다(한성희, 2022).

ESG가 전 세계 핵심 키워드로 떠오르면서 ESG 경영과 투자에 대한 요구가 날로 급증하고 있으나, 급속하게 확산되면서 ESG에 대한 이해와 정보, 대응 역량, 전문성 등은 여전히 부족한 것이 현실이다(김이진, 류현정, 2021)

전 세계 ESG 평가기관이 600개가 넘는 상황에서, 같은 기업의 평가에 있어서도 평가기관에 따라 5단계까지 평가 결과가 다르게 나오는 등 아직 국제 표준의 ESG 평가 기준은 존재하지 않는다.



[그림2-2] 일반적인 ESG 평가절차

\* 출처 : 로봇신문 뉴스

자료(<http://m.irobotnews.com/news/articleView.html?idxno=26069>) 및 KCGS ESG 평가절차를 토대로 연구자 재구성

이러한 이유로 ESG 평가에 앞서 기업이 자체적으로 진단을 하기가 불가능한 경우가 많다. 이를 해결하고자 정부에서는 2021년 12월 ‘K-ESG 가이드라인’이라는 평가지표를 내놓았고 K-ESG 가이드라인을 통해 국내 상황을

고려해 기업이 ESG 평가에 앞서 준비해야 할 사항이 뭔지 알려주기 위한 목적으로 개발되었다.

아직은 개발 초기로 K-ESG가 모든 ESG 평가 기준이 되기에는 부족한 점이 있으나 향후 1~2년 주기로 개정판이 발행되면서 지속적으로 ESG 평가 기준을 보완해 나갈 예정이다.

이렇듯 명확한 기준이 없는 상황이나 본 논문에서는 다양한 ESG 평가기관 중 국내외 대표적으로 언급되는 평가기관인 MSCI, 블랙록(Blackrock), 한국 ESG 기준원(KCGS), 서스틴베스트, 국민연금과 K-ESG의 평가는 어떻게 하는지 살펴보고 전통시장에 접목 가능한 ESG 평가지표를 도출하고자 한다.

여러 ESG 평가기관이 존재하나 평가절차는 기업 공시 자료, 미디어 자료 등 기초적인 데이터 수집을 통한 사전조사를 하고 시스템 구축 여부, 관련 이슈 발생 여부 등 핵심평가항목을 통해 기초 및 심화평가를 수행하며, ESG 평가 등급을 도출하여 다양한 데이터 검증을 실시하여 최종적으로 기업에 평가 결과를 보내 피드백을 받는다.

#### 2.2.4 주요 ESG 평가지표

앞서 언급했듯이 전세계 ESG 평가기관이 600개가 넘게 있으나 그 중에서도 국내외에서 자주 언급되고 대표적인 평가기관이라고 언급되는 ESG 평가기관 중에서 본 연구에서는 6개(MSCI, Blackrock, 한국 ESG 기준원, 서스틴베스트, 국민연금, K-ESG)의 평가기관을 선정하여 각 평가기관의 특성과 평가지표를 분석하여 전통시장 ESG 평가지표 도출에 활용하고자 한다.

각 평가기관의 주요 내용을 살펴보면 MSCI는 2009년부터 2021년까지 약 2,800개 기업의 ESG 평가점수를 공개하고, 자체적으로 환경(E) 분야(13개), 사회(S) 분야(16개), 지배구조(G) 분야(6개) 등 분야별로 총 35개의 기준을 마련하고 있고, Blackrock은 1988년 설립된 세계 최대 규모의 글로벌 자산운영사로 Larry Fink 회장의 투자 결정에 ESG경영을 중요한 투자지표로 감안하면서 ESG의 중요성이 알려지기 시작하였다. 한국 ESG 기준원은 2002년 설립 이후 매년 코스닥 회사, 유가증권시장 상장회사, 상장 및 비상장 금융사

등 약 900여 기업을 대상으로 국내외 법과 제도 등을 활용한 자체 평가모형을 구축하여 지속적인 개정작업을 통해 고도화하고 있다. 2006년 설립된 서스틴베스트는 독자적으로 개발한 기업의 지속가능성 평가모델인 ‘ESG Value TM’을 통해 국내 상장기업의 ESG 성과를 평가하면서 기관투자자의 투자 의사 결정에 도움을 주고 있다. 국민연금은 2015년 국내주식에 대한 13개 이슈로 구성된 52개의 ESG 평가체계를 구축하고, 코스피와 코스닥 100에 상장된 기업들을 대상으로 연 2회에 걸쳐 ESG 평가를 진행하고 있다. 마지막으로 K-ESG는 2022년 1월 산업자원부에서 국내외 약 600여개의 ESG 지표 혼란을 줄이기 위한 목표로 국내 특성을 고려한 K-ESG 가이드라인을 발표했다.

#### 1) MSCI(Morgan Stanley Capital International

MSCI는 미국의 대표 투자은행으로 40년이 넘게 ESG 평가를 전 세계 1만여 개 기업을 대상으로 하고 있으며, 평가기관 중 가장 많은 평가를 진행한 평가기관으로 글로벌 투자자들에게 헤지펀드 관련 지수 및 주식, 주식 채권, 포트폴리오 분석 도구 등을 제공하고 있다.

전 세계 주요 지속가능성 평가 지수 인지도와 신뢰성을 평가하는 ‘Rate The Raters’보고서에 따르면 MSCI의 ESG 평가 지수는 CDP(Carbon Disclosure Project, 탄소 정보 공개프로젝트), DJSI(Dow Jones Sustainability Indices, 다우존스 지속가능경영지수) 평가 지수와 함께 ‘2020년 투자자와 전문가가 선정한 신뢰도 높은 지표’로 선정될 만큼 공신력을 인정받았다.

MSCI는 ESG 평가 시 공개자료 분석으로 이루어지고 ESG 중 환경(E)과 사회(S) 부문은 산업별 특성을 반영하여 매년 전문 애널리스트들이 산업별 주요 환경, 사회 관련 이슈를 선정하고 비중을 산정한다. 일반적으로 환경 분야에서는 기후변화, 공해와 폐기물, 자연 자본, 환경적 기회 요인, 사회 분야에서는 제품 책임, 이해관계자 반대, 사회적 기회 요인에 관련된 사업별 이슈를 평가한다. 지배구조 분야는 35개의 이슈를 설정하고 이슈에 대한 리스크와 기회 요인을 집중 분석한다.

MSCI ESG 평가에 있어서 ESG 공시 자료가 많다고 해서 기업이 높은 점수를 받는 것이 아닌 ESG 관련 리스크의 실질적인 위험으로의 전환 기간, 외

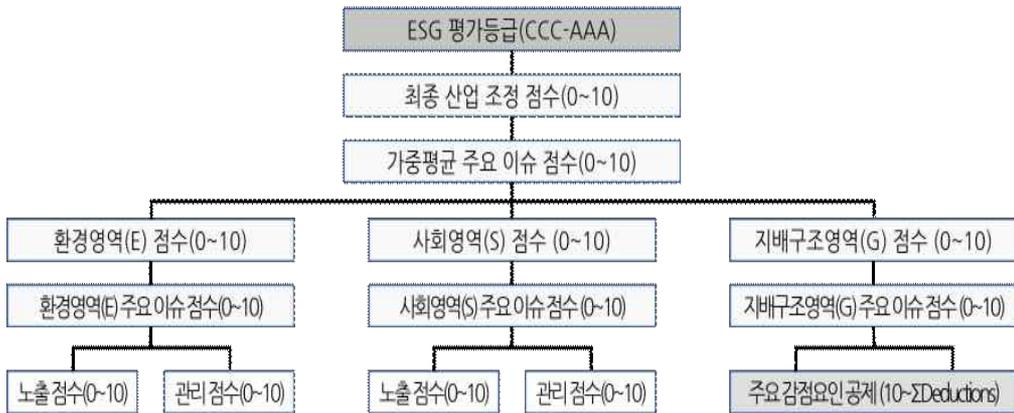
부 영향을 많이 받을수록 각 분야 해당 이슈의 가중치를 크게 크게 두어 기업별 평가 이후 산업 내 상대평가를 통해 다시 계산하여 최종 점수를 계산한다.



[그림2-3] MSCI 7단계 ESG 평가등급

\*출처 : MSCI

홈페이지(<https://www.msci.com/our-solutions/esg-investing/esg-ratings>)



[그림2-4] MSCI 평가구조

\*출처 : ESG 평가체계 현황 분석 연구 : 환경영역(E)을 중심으로. (2021). p32  
내용을 토대로 연구자 재구성

[표2-7] MSCI 평가지표

영역	테마	ESG 주요 이슈
환경 (E)	기후변화	탄소 배출량
		제품 탄소 발자국
		금융행위의 환경 영향
		기후변화 취약성
	자연자본	물 스트레스
		생물다양성 & 토지이용
		원자재 수급
	오염&폐기물	독성물질 배출 & 폐기물
		포장재 & 폐기물
		전자폐기물
	환경적 기회	청정기술
		녹색 건물
재생가능한 에너지		
사회 (S)	인적자원	근로자 관리
		건강 & 안전
		인적자원개발
		공급망 노동기준
	제조물 책임법	제품 안전 & 품질
		화학물질 안전
		금융상품 안전
		프라이버시 & 데이터 보안
		책임투자
		건강 & 인구학적 리스크
	이해관계자 대응	논란이 되는 이슈
		커뮤니티 관계
	사회적 기회	커뮤니케이션 접근성
		재정 접근성
		건강관리 접근성
영양 & 건강 기회		
지배구조 (G)	기업 지배구조	소유권 & 지배
		이사회
		보수
	기업 행태	회계
		비즈니스 윤리
		세금 투명성

출처 : ESG 평가체계 현황 분석 연구 : 환경영역(E)을 중심으로. (2021). p32.

MSCI는 영역별 10개 주제, 35개 핵심 이슈를 평가하여 CC, B, BB, BBB, A, AA, AAA의 7개 등급으로 평가 결과를 부여하고 있으며, 이 7단계 평가는 KCGS(한국 ESG 기준원)의 ESG 평가와 동일하다.

MSCI의 평가구조를 살펴보면 [그림 2-4]와 같다.

또한, 기업의 산업 특성을 고려해 분야별로 35개 세부 ESG 요소들로 중요 평가 기준을 마련하여 평가 기업이 속한 산업군과 관련된 분야별 ESG 주요 이슈와 ESG 관련되어 노출된 리스크 요소 관리 현황, ESG 관련 기회 포착 정도를 세밀하게 분석해 평가 기준을 선정하고 있다.

## 2) Blackrock

블랙록(Blackrock)은 기후관련 재무정보공개 태스크포스(TCFD)의 창립멤버이며, UN 책임투자원칙 서명권자로 2020년 기업들의 기후 관련 정보공개를 개선하고 사업전략을 파리협약의 목표와 일맥상통하도록 하기 위한 기업들에 관여하는 투자자의 네트워크인 기후 행동 100+(Climate Action 100+)에도 가입했다.

블랙록은 2008년 한국법인을 설립한 이후 기관, 전문투자자, 개인을 위한 광범위한 솔루션을 제공하고 있으며, 2020년 1월 ESG 중심 자산운용 기준을 선언하면서 모든 투자과정에 ESG를 고려해 화석연료 관련 매출이 전체 매출액의 25%를 초과하는 기업들은 투자대상에서 제외할 것을 선언했고, 국내 온실가스 배출량 상위권에 속하는 상장사들에게 TCFD 권고안 기준에 맞춰 작성한 기후 관련 리스크를 공시 하라는 내용의 서한을 보내기도 했다.

블랙록의 ESG 평가는 환경(E) 부문 8개, 사회(S) 부문 6개, 지배구조(G) 부문 19개 평가지표를 마련하여 ESG 평가등급은 총 7단계(AAA-CCC)로 AAA-AA 등급을 받은 기업은 재정적으로 관련된 환경, 사회 및 지배구조 문제에 대해 강력하고 개선된 관리를 보이고 있으며, ESG 이벤트로 인해 발생하는 혼란에 탄력적인 대응이 가능하다고 보고 있다. 또한, 블랙록은 AAA-BB 등급의 기업에 투자를 하고 있다.

[표2-8] 블랙록 ESG 평가지표

영역	평가 내용
환경 (E)	온실가스 배출, 에너지 관리, 생물 다양성 영향, 공기 질, 용수 및 폐수 관리, 연료 관리, 폐기물 관리, 유해물질 관리
사회 (S)	인권 및 지역사회 관계, 접근성 및 부담 능력, 고객 복지, 데이터 안전성 및 고객 프라이버시, 공정한 공시 및 라벨링, 공정한 마케팅 및 광고
지배구조 (G)	노사 관계, 라이프스타일 변화, 자산(운영)에 미치는 영향, 공정한 노동 행위, 사업 모델 및 혁신, 제품 포장, 종업원 안전 및 복지, 채용·능력개발·고용 유지, 제품 안전성 및 품질, 다양성 및 포용성, 보상 및 혜택, 리더십 및 지배구조, 위험관리 시스템, 경쟁적 행태, 규제 및 정책적 영향, 사고 및 안전 관리, 기업 윤리 및 지출의 투명성, 자원 소싱, 공급 사슬 관리

출처 : 블랙록 홈페이지 자료를 토대로 연구자 재구성.

### 3) 한국 ESG 기준원(KCGS)

한국 ESG 기준원(이하 KCGS)은 높은 투명성과 전문성을 갖춘 국내 ESG 평가기관으로써 2003년 기업지배구조 모범규준 1차 개정을 시작으로 기업지배구조 평가를 실시해오다 2011년부터 사회책임과 환경경영을 포함한 ESG 통합평가를 실시하여 상장사들이 환경(E), 사회(S), 지배구조(G)를 위해 고려해야 할 ‘ESG 모범규준’과 TCFD(기후변화 관련 재무정보 공개 협의체) 등 글로벌 가이드라인을 반영한 평가를 하고 있다.

평가영역	평가모형모델	KCGS모범규준	법·제도·규범
환경	<ul style="list-style-type: none"> <li>경영프로세스 모델</li> <li>업종에 따른 환경 위험관리 및 성과 평가 고려</li> <li>산업별 환경 민감도를 상·중·하로 구분하여 구성</li> <li>환경경영 체계, 성과, 이해관계자 대응 수준 판단</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>리더십과 거버넌스</li> <li>위험관리</li> <li>운영 및 성과</li> <li>이해관계자 소통</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>저탄소 녹색성장 기본법</li> <li>화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률</li> <li>ISO 14001 및 환경표지·환경인증제도</li> <li>기후관련 재무정보공개(TCFD) 등</li> </ul>
사회	<ul style="list-style-type: none"> <li>이해관계자 모델</li> <li>기업과 작·간접적 이해관계를 형성한 대상에 중점</li> <li>산업 분류기준인 WICS 중분류로 분리하여 산업별로 이해관계자에게 중대한 사회적영향 이슈 고려</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>리더십과 거버넌스</li> <li>비재무 위험관리</li> <li>운영 및 성과</li> <li>이해관계자 소통</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>독점규제 및 공정거래에 관한 법률</li> <li>사회적 책임 세계 표준 (ISO 26000)</li> <li>국제노동기구 핵심 협약</li> <li>UN 국제 인권 선언 및 OECD 인권 실사 지침 등</li> </ul>
지배구조	<ul style="list-style-type: none"> <li>통제가능 모델</li> <li>지배구조가 작동하기 위한 주요 장치별 분류</li> <li>일반 상장사 및 금융회사 특화 지배구조 요건 고려</li> <li>자산 규모 및 이사회 내 주요 위원회 설치 여부, 세부 금융업권 특성 고려</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>이사회 리더십</li> <li>주주권 보호</li> <li>감사</li> <li>주주 및 이해관계자 소통</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>상법 및 금융회사의 지배구조에 관한 법률</li> <li>OECD 기업지배구조 원칙</li> <li>영국 FRC 및 일본 JPX 기업지배구조 코드</li> <li>ICGN 글로벌 지배구조 원칙</li> <li>바젤은행감독위원회 은행 지배구조 원칙 등</li> </ul>

[그림2-5] KCGS 평가모형

\* 출처 : KCGS 홈페이지 ESG 평가 안내

자료([http://www.cgs.or.kr/business/esg\\_tab01.jsp](http://www.cgs.or.kr/business/esg_tab01.jsp))

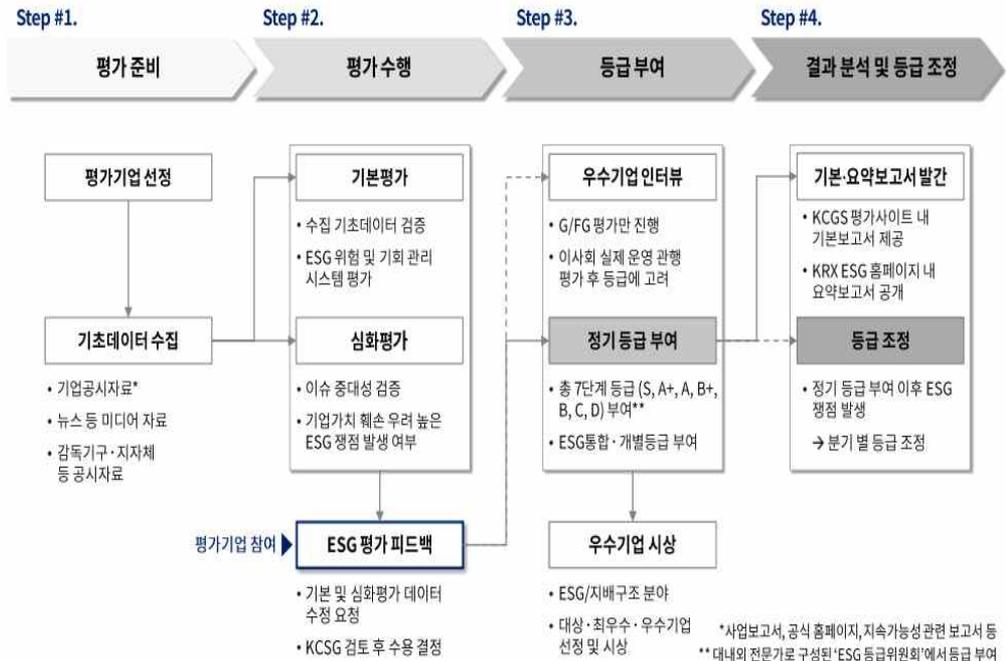
KCGS의 평가절차는 평가 준비-평가 수행-등급 부여- 결과 분석 및 등급 조정의 총 4단계로 진행된다. 평가 준비를 위한 기초데이터 수집은 기업공시 자료, 뉴스, 지자체 공시자료를 토대로 수집하고, 평가가 시작되면 기본평가와 심화평가를 통한 결과로 양방향 피드백을 실시한다. 이후 등급을 부여하고 마지막 단계에서는 결과 분석 및 등급 조정 관련 보고서가 발간되며, ESG 쟁점이 발생한 기업 대상 등급 조정이 진행된다.

통합평가를 위한 ESG 평가모형에는 환경(E) 분야 50개, 사회(S) 분야 52개, 지배구조(G) 분야 81개 등 각 항목별 세부지표를 가중치에 따라 평가하고 S~D까지 7등급으로 분류해 매년 결과를 공개하고 있다.

KCGS에서는 기업공시나 뉴스 등 이슈를 통해 기업별로 900개 이상 수집한 데이터를 바탕으로 개별 기업의 ESG 위험 회피 시스템, 기업가치 훼손 이슈 등을 반영하여 평가하고 있다.

KCGS의 ESG 평가는 국내에서 가장 오래된 ESG 평가지표로 국민연금 등 국내 주요 기관투자자들이 사회적 책임투자 확대에 있어 KCGS ESG 평가

결과를 활용하고 있다. 비록 해외 시장에서는 KCSG가 MSCI와 같은 수준의 신뢰를 얻고 있지는 못하고 있으나, 국내 법규 및 제도, 국내 기업 실정이 잘 반영된 지표 제공을 통해 국내 기업들의 접근성과 활용성이 높은 ESG 평가 지표라 할 수 있다(한성희, 2022).



[그림2-6] KCGS 평가절차

\*출처 : KCGS 홈페이지 ESG 평가 안내

자료([http://www.cgs.or.kr/business/esg\\_tab01.jsp](http://www.cgs.or.kr/business/esg_tab01.jsp))

KCGS의 ESG 평가는 총 18개 대분류, 265개 핵심평가항목으로 구성된 기본평가와 58개 핵심 평가항목으로 구성된 심화평가로 진행되며, 상세 평가 문항은 평가대상 기업만 확인이 가능하다.

2021년 8월 개정되어 2022년 ESG 평가에 반영되는 KCGS ESG 모범규 준을 살펴보면 아래 표와 같다.

[표2-9] KCGS ESG 모범기준

영역	대분류	중분류
환경 (E)	리더십과 거버넌스	환경경영 리더십
		환경경영 전략 및 목표
		환경경영 거버넌스
	위험 관리	환경 위험과 기회의 식별, 평가 및 관리
		기후변화 위험 및 기회
		위험관리체계
	운영 및 성과	친환경 제품 및 서비스
		친환경 공급망
		친환경 사업장
		친환경 성과관리
		환경회계
		생태계 보전
	이해관계자 소통	이해관계자 설정
		이해관계자 대응 활동
		환경정보 공개
사회 (S)	리더십과 거버넌스	리더십
		전략과 방침
		조직과 의사결정
		기업 문화
	비재무 위험 관리	비재무 위험의 통합적 관리
		비재무 위험과 기회의 인식
		비재무 위험의 대응

영역	대분류	중분류
사회 (S)	운영 및 성과	인권
		노동관행(공정한 고용 등)
		공정운영관행(공급망 관리 등)
		지속가능한 소비(불공정 거래, 윤리적 마케팅 등)
		정보 보호(개인 정보 보호 등)
	지역사회 참여 및 개발	
	이해관계자 소통	이해관계자 참여 및 소통
		정보 공개
지배구조 (G)	이사회 리더십	이사회의 역할과 책임
		이사의 역할과 책임
		이사회의 구성
		사외이사
		이사회의 운영
		이사회 내 위원회
	주주권 보호	주주의 권리
		주주총회
	감사	내부감사
		외부감사
	주주 및 이해관계자와의 소통	주주 및 이해관계자와의 직접 소통
		정보 공개

출처 : KCGS ESG 모범규준 자료를 토대로 연구자 재구성

KCGS ESG 모범규준에 따르면 환경(E) 부문에서는 기후 환경 대응 중요성을 강조하고 있으며, 사회(S) 부문은 사회책임경영 리더십, 지속가능한 소비 지원을, 지배구조(G) 부문에서는 기업집단 소속 이사회 역할과 책임 강화를 강조하고 있다.

#### 4) 서스틴베스트

서스틴베스트는 운용사 등 기관투자자를 대상으로 ESG 데이터와 통합 솔루션을 제공하는 회사로 2006년 국내 최초 ESG 평가모형을 개발하였고, 국내 ESG 평가기관 중 가장 많은 약 122만개의 데이터를 보유하고 있다.

서스틴베스트의 ESG 평가는 학계 및 산업계 관계자 인터뷰, 국내 ESG 관련 정책, 증권사 설문조사 등을 통해 진행하며, 평가대상 정보는 공시자료, 지자체 등 공공자료, 뉴스 등을 통한 데이터 수집 알고리즘을 통해 자동화 하였다.

매년 평가모형 개선으로 업데이트를 진행하고 있으며, 자체 개발한 평가모형인 'ESG Value Tm'의 구조는 이해관계자 관점에서 설계되어 상부에서 하부로 이어지는 위계적 구조로 구성된다.

투자자를 포함해 각 이해관계자 관점에서 어떠한 외부효과가 있는지와 장기적인 가치에 어떠한 영향을 미치는지 분석하여 기업의 ESG 리스크 관리 성과를 평가하고 있다.

서스틴베스트는 통계 분석을 바탕으로 산업별 특성을 고려한 가중치를 산정하고, 자산규모에 따라 평가하여 규모에 적절한 ESG 활동을 진행하고 있는지 평가한다. 또한, 대규모 기업집단의 주주가치 훼손 리스크 등 국내 지배구조의 특징을 평가 모델이 반영하여 한국형 모델을 구축하였다.

서스틴베스트가 발간한 기업 ESG 분석보고서(2021)에 따르면 환경(E) 부문에서 기업이 환경에 미치는 부정적 외부효과를 최소화하고 환경적으로 지속가능한 성장을 추구하고 있는지 평가하고, 사회(S) 부문에서는 근로자, 협력업체, 소비자, 지역사회 관점에서 기업의 지속가능경영 수준을 평가하고 있다.

지배구조(G)는 각 이해관계자의 의견을 수렴하고 그에 대응할 수 있는 지속가능한 형태의 지배구조를 보유하고 있는지, 경영진에 대한 내부통제 수준

과 외부통제 수준이 높은지, 기업성과를 이해관계자들에게 적절한 수준으로 배분하고 있는지를 중점적으로 평가한다고 하였다.

서스틴베스트의 ESG 평가 등급은 한국 ESG 기준원(KCGS), MSCI와 동일한 7등급으로 AA를 ESG 평가 최우수 등급으로 하고 E를 최하위 등급으로 부여하고 있다.

[표2-10] 서스틴베스트 ESG 등급표

등급	등급 의미
AA	ESG 평가 최우수 종목
A	ESG 평가 우수 종목
BB	ESG 성과가 다소 우수한 종목
B	ESG 성과 보통 종목
C	ESG 성과 미흡 종목 / 채권단 자율협약이 진행 중인 종목
D	ESG 성과 부진으로 투자 배제 고려 종목
E	ESG 성과가 부진하거나 심각한 ESG 문제 발생으로 인해 투자 배제가 고려되는 종목

출처 : 서스틴베스트 기업 ESG 분석보고서. 2021.

서스틴베스트의 ESG 평가모형의 최상위체계는 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 세 영역으로 구분되며, 각 영역은 평가항목(Category), 평가지표(KPI), 세부지표(Data Point) 순의 단계별 하부체계로 구성되어 있다. 환경(E) 부문은 총 4개의 평가항목, 7개의 평가지표, 21개의 세부지표로, 사회(S) 부문은 총 4개의 평가항목, 13개의 평가지표, 34개의 세부지표로 구성되고, 지배구조(G) 부문은 총 6개의 평가항목, 18개의 평가지표, 41개의 세부지표로 구성되어 있다.

[표2-11] 서스틴베스트 ESG 평가지표 중 환경(E)

평가항목	평가지표	평가 내용
혁신활동	친환경 혁신역량	친환경 제품개발 연구 및 관련 성과(특히, 인증 등) 등
	환경성 개선성과	환경 개선 노력 등
생산공정	환경사고 예방 및 대응	환경사고 예방 및 대응 활동 및 시스템 구축 여부 등
	공정관리	에너지 사용량, 용수 사용량, 화학물질 사용 및 배출량, 대기오염물질 배출량 등
	온실가스	CDP(탄소 정보공개 프로젝트) 대응, 녹색경영 시스템 인증, 온실가스 배출 저감 활동 등
공급망관리	친환경 공급망 관리	협력업체 선정 및 운영, 제품 관리 환경성 고려 등
고객관리	그린마케팅	제품 환경성 소비자 인지도 향상, 친환경적 행동 촉진 노력 등

출처 : 서스틴베스트 기업 ESG 분석보고서 자료 연구자 재구성

[표2-12] 서스틴베스트 ESG 평가지표 중 사회(S)

평가항목	평가지표	평가 내용
인적자원 관리	근로조건	근로자 업무환경 제공
	고용평등 및 다양성	고용평등, 사회적 약자 고용 수준 등
	노사관계 관리	협력적인 노사관계 구축
	근로자 보건 및 안전	근로자 보건 및 안전 보장, 산업재해 발생빈도 등
공급망관리	공정거래	협력업체 거래 법규 준수, 지위 남용
	상생협력	협력업체 상생협력 노력
	공급사슬관리	사회적 책임 노력

평가항목	평가지표	평가 내용
고객관리	고객정보 보호	고객의 정보 보호 전담조직 및 시스템 구축
	소비자 만족 경영	소비자 불만 수용 및 대응 시스템 구축
	품질관리	제품 및 서비스 품질관리 시스템 구축, 협력업체 품질관리
사회공헌 및 지역사회	국제 이니셔티브 가입 및 활동	지속가능경영 관련 이니셔티브 가입
	사회공헌 활동	기업 자원 활용 사회공헌 활동
	지역사회 관계	지역사회 신뢰관계 구축 노력

출처 : 서스틴베스트 기업 ESG 분석보고서 자료 연구자 재구성

[표2-13] 서스틴베스트 ESG 평가지표 중 지배구조(G)

평가항목	평가지표	평가 내용
주주의 권리	경영권 보호장치	정관 상 경영권 보호장치
	주주총회	주주총회 공시 시간적 여유, 주주 친화적 투표제도 마련
	주주가치 환원	배당, 자사주 소각 등 주주가치 환원
정보의 투명성	공정공시	기업 정보 공시 의무
	공시위반	공시 규정 위반 사례
	회계 투명성	회계 기준 위반 사례 및 회계 감사의 독립성
이사회의 구성과 활동	이사의 선임	이사 선임 방식 및 이사 후보 선정과정 투명성
	이사회의 구성	이사회 구성 독립성 및 적정성
	이사회의 활동	이사회 직무 이행 및 기능
	감사 및 감사위원회	감사위원회 구축 및 독립성 확보

평가항목	평가지표	평가 내용
이사의 보수	이사 보수의 적정성	이해관계자에 대한 이익배분 수준
	보상위원회	보상위원회 설치 및 독립성 확보
관계사 위험	관계사 우발채무	부당지원을 통한 가치누수 발생 가능성
	관계사 거래	관계사 재무적 의존도
	내부거래 위반	부당내부거래 및 내부거래 공시 위반 여부
지속가능경영 인프라	지속가능경영 거버넌스	지속가능경영의 이행 조직 구축
	지속가능경영 보고	지속가능경영 공시 의무 투명성 및 이행
	윤리경영	윤리문제 예방 및 프로그램 수립

출처 : 서스틴베스트 기업 ESG 분석보고서 자료 연구자 재구성

### 5) 국민연금

전 세계 연기금 가운데 운용 자산 규모로는 세계 3위인 국민연금은 2009년 국내 연기금 투자기관으로서 최초로 UN PRI에 가입하여 2019년 말에는 7개 투자기관이 가입하였고, 2015년부터 국민연금 투자 의사 결정에서 기업의 사회적 책임을 고려하면서 기금관리 및 운용현황을 공시하여 사회적 책임을 장려하고 독려하기 시작(김대영, 2022)하면서 국내 주식에 대한 ESG 평가체계를 마련하였다.



[그림2-6] 국민연금 ESG 평가 및 ESG 통합 프로세스

\*출처 : 국민연금 지속가능경영 보고서. (2021)

투자대상의 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 등 비재무적 요소를 체계적으로 분석하기 위해 국민연금의 특성이 반영된 고유의 ESG 평가체계를 마련하여 산업별 가중치를 다르게 적용하여 ESG 점수와 등급(AA-D)을 산출하고 있다. 또한, ESG 평가결과를 바탕으로 정기 ESG 평가결과가 일정 수준 이하로 하락한 경우 정성평가 등을 거쳐 중점관리 사안으로 선정하여 주주활동을 수행하고 있다.

중점관리 사안에 대한 주주활동을 위해 ‘국민연금기금 국내주식 수탁자 책임 활동 가이드라인’의 기준에 따라 대상기업선정, 비공개대화, 비공개중점관리기업 선정, 공개중점관리기업 선정, 주주제안 등 단계별 절차를 통해 추진하고 있다.

이렇듯 국민연금은 주주가치 제고와 장기 수익성을 제고하고자 노력하고 있으며, 2022년 부터는 기후변화(탄소중립)와 산업안전을 추가하여 이 부분을 집중적으로 반영하여 개선할 계획이다.

국민연금의 ESG 평가지표는 책임투자 운용을 위해 2021년 새로이 개선되면서 14개 평가 이슈(환경(E) 부문 3개, 사회(S) 부문 5개, 지배구조(G) 부문 6개)에 61개의 평가지표(환경 부문 15개, 사회 부문 24개, 지배구조 부문 22개)로 평가지표가 좀 더 확대되고 기존 지배구조 중심에서 환경, 사회 요인 반영이 커지게 되었다.

[표2-14] 국민연금 개선 전 평가지표

영역	대분류	중분류
환경 (E)	기후변화	온실가스관리시스템, 온실가스배출량, 에너지소비량
	청정생산	청정생산관리시스템, 용수사용량, 화학물질사용량, 대기오염물질배출량, 폐기물 배출량
	친환경 제품개발	친환경 제품개발 활동, 친환경 특허, 친환경제품 인증, 제품환경성 개선
사회 (S)	인적자원관리 및 인권	급여, 복리후생비, 고용증가, 조직문화, 근속연수, 인권, 노동관행
	산업안전	보건안전시스템, 보건안전시스템인증, 산대다발사업장 지정
	하도급거래	거래대상선정 프로세스, 공정거래자율준수 프로그램, 협력업체 지원활동, 하도급법 위반
	제품안전	제품안전시스템, 제품안전시스템인증, 제품관련 안전사고 발생
	공정경쟁 및 사회발전	내부거래위원회 설치, 공정경영 저해행위, 정보보호시스템, 기부금
지배구조 (G)	주주의 권리	경영권보호장치, 주주의견 수렴장치, 주주총회 공시시기
	이사회 구성과 활동	대표이사와 이사회회장 분리, 이사회 구조의 독립성, 이사회외 사외이사 구성현황, 이사회 활동, 보상위원회 설치 및 구성, 이사보수 정책 적정성
	감사제도	감사위원회 사외이사 비율, 장기재직 감사(위원)비중, 감사용역 비용 대비 비감사용역비용 비중
	관계사위험	순자산 대비 관계사 우발채무 비중, 관계사 매출거래 비중, 관계사 매입거래 비중
	배당	중간/분기 배당 근거, 총주주이익률, 최근 3년 내 배당지급, 과소배당

출처 : 국민연금 ESG 투자 OVERVIEW 자료를 토대로 연구자 재구성

[표2-15] 국민연금 개선 후 평가지표

영역	대분류	중분류
환경 (E)	기후변화	온실가스관리시스템, 온실가스배출량, 에너지소비량, 자발적 기후변화 대응
	환경영향관리	환경경영시스템 인증, 환경경영 목표, 청정생산 관리, 용수 사용량, 화학물질사용량, 대기오염물질 배출량, 폐기물 배출량
	친환경 제품개발	친환경 제품개발 활동, 친환경 특허, 친환경제품 인증, 제품환경성 개선
사회 (S)	인적자원관리 및 인권	급여, 인적자원투자, 고용, 가족친화문화, 근속연수, 인권, 노동관행
	산업안전	안전보건시스템, 산업안전보건 전담 조직, 안전보건경영시스템 인증, 산재다발사업장 지정
	공정거래	거래대상선정 프로세스, 공정거래자율준수 프로그램, 협력업체 지원활동, 하도급법 위반, 공정경쟁 저해 행위
	제품안전	제품안전시스템, 제품안전시스템 인증, 제품관련 안전사고 발생, 소비자 고충처리채널 운영 여부, 소비자중심경영 인증
	정보보호	정보보호시스템, 정보보호시스템 인증, 정보보안 유출사고
지배구조 (G)	주주권리향상	경영권보호장치, 주주의견 수렴장치, 주주총회 공시시기, 최근 3년 내 배당 지급
	이사회 구성과 운영	대표이사와 이사회회장 분리, 이사회 구조의 독립성, 이사회외 사외이사 구성현황, 이사회 활동, 이사보수 정책 적정성
	이사회 내 위원회	보상위원회, 사외이사후보추천위원회, ESG위원회
	감사제도	감사위원회 사외이사 비율, 장기재직 감사(위원) 비중, 감사용역비용 대비 비감사용역비용 비중
	관계사위험	순자산 대비 관계사 우발채무 비중, 관계사 매출거래 비중, 관계사 매입거래 비중
	내부통제와 준법	내부통제 및 준법경영시스템, 부패방지 경영시스템 인증, 내부통제 준법경영 위반여부

출처 : 국민연금 ESG 투자 OVERVIEW 자료를 토대로 연구자 재구성

## 6) 한국 ESG 기준원(KCGS)

ESG에 대한 세계적 관심 증가는 다양한 ESG 기준이 경쟁하듯이 생겨났고, 결과적으로 시장에서는 혼란이 가중되고 있는 실정이다.

K-ESG 가이드라인은 국내 기업들의 혼란을 방지하고, 안정적인 ESG 경영을 도입하도록 지원하기 위해 산업통상자원부가 2021년 상반기 ESG 평가에 대응할 수 있도록 가이드라인을 개발하겠다고 발표한지 약 1년 만에 공개되었다.

각 분야별 핵심 내용을 살펴보면 첫 번째, 환경(E) 분야에서는 정보공개범위로 국내 몇몇 기업은 지속가능경영보고서 보고주기가 2년 또는 3년으로 다르거나, 온실가스, 용수 등 환경 관련 데이터 공시 범위도 당해연도 또는 직전 3년치 등 제각각이었고, K-ESG 가이드라인에서는 최소 기준을 제시하였다.

정보공시의 경우 발간 주기가 2년이 넘지 말아야 하며, 정보공시 주기를 특정할 수 없거나 명시하지 않았을 경우 0점, 2년 단위로 보고할 경우는 75점, 1년마다 공시할 경우 100점이다.

정보 접근성도 사업보고서, 지속가능경영보고서, 기업 홈페이지, 정부 기관 플랫폼 등 여러 채널을 제시하면서 ‘전자공시시스템 자율공시’ 사항으로 공식적으로 알렸을 경우 100점 만점을 부여했다.

온실가스, 에너지 사용량, 재생에너지 사용량, 용수 및 폐기물 배출량 등 환경 관련 데이터 공개 기준선도 제시하여 직전 1개년 사용량은 필수로, 지난 5개년 사용량을 공개하면서 감소 또는 증가 추세를 보여주도록 하였다.

K-ESG 가이드라인은 국내외 주요 13개 평가기관의 3,000개 이상의 ESG 평가지표와 측정항목을 분석해 61개 항목으로 평가 기준을 정리한 자료로 정보공시 분야 5개, 환경(E) 분야 17개, 사회(S) 분야 22개, 지배구조(G) 분야 17개로 분류된다. 기업은 K-ESG 가이드라인을 이용해 기업 간 거래에서도 활용하여 ESG 평가와 검증이 가능하다.

본 연구에서는 전통시장 ESG 평가지표와 평가 기준 도출에 있어 중소기업을 대상으로 한 K-ESG 가이드라인을 집중적으로 참조하였다.

[표2-16] K-ESG 가이드라인 ESG 평가지표 중 환경(E)

영역	범주	진단 항목
환경 (E)	환경경영 목표	환경경영 목표 수립
		환경경영 추진체계
	원부자재	원부자재 사용량
		재생 원부자재 비율
	온실가스	온실가스 배출량(Scope1 & Scope2)
		온실가스 배출량(Scope3)
		온실가스 배출량 검증
	에너지	에너지 사용량
		재생에너지 사용 비율
	용수	용수 사용량
		재사용 용수 비율
	폐기물	폐기물 배출량
		폐기물 재활용 비율
	오염물질	대기오염물질 배출량
		수질오염물질 배출량
	환경 법/규제 위반	환경 법/규제 위반
환경 라벨링	친환경 인증 제품 및 서비스 비율	

출처 : K-ESG 가이드라인 v1.0 자료를 토대로 연구자 재구성

[표2-17] K-ESG 가이드라인 ESG 평가지표 중 사회(S)

영역	범주	진단 항목
사회 (S)	목표	목표 수립 및 공시
	노동	신규 채용 및 고용 유지
		정규직 비율
		자발적 이직률
		교육훈련비
		복리후생비
		결사의 자유 보장
	다양성 및 양성평등	여성 구성원 비율
		여성 급여 비율(평균 급여액 대비)
		장애인 고용률
	산업안전	안전보건 추진체계
		산업재해율
	인권	인권정책 수립
		인권 리스크 평가
	동반성장	협력사 ESG 경영
		협력사 ESG 지원
		협력사 ESG 협약사항
	지역사회	전략적 사회공헌
구성원 봉사참여		
정보보호	정보보호 시스템 구축	
	개인정보 침해 및 구제	
사회 법/규제 위반	사회 법/규제 위반	

출처 : K-ESG 가이드라인 v1.0 자료를 토대로 연구자 재구성

[표2-18] K-ESG 가이드라인 ESG 평가지표 중 지배구조(G)

영역	범주	진단 항목
지배구조 (G)	이사회 구성	이사회 내 ESG 안건 상정
		사외이사 비율
		대표이사 이사회 의장 분리
		이사회 성별 다양성
		사외이사 전문성
	이사회 활동	전체 이사 출석률
		사내이사 출석률
		이사회 산하 위원회
		이사회 안건 처리
	주주권리	주주총회 소집 공고
		주주총회 집중일 이외 개최
		집중/전자/서면 투표제
		배당정책 및 이행
	윤리경영	윤리규범 위반사항 공시
	감사기구	내부감사부서 설치
		감사기구 전문성(감사기구 내 회계/재무 전문가)
	지배구조 법/규제 위반	지배구조 법/규제 위반

출처 : K-ESG 가이드라인 v1.0 자료를 토대로 연구자 재구성

### Ⅲ. 전통시장 ESG 평가지표 개발

#### 3.1 전통시장 ESG 평가지표 도출

##### 3.1.1 환경(E) 부분 평가지표 도출

전통시장 ESG 평가지표 중 환경적 측면은 코로나 등 이슈로 인해 농어촌의 이미지에 있어 깨끗함, 자연, 힐링 등 도시에서 느끼지 못했던 경험을 제공해주는 공간으로 인식이 확대되고 있다.

그러나 이러한 인식은 실제 농어촌에 거주하는 주민은 지역 리더의 역량에 따라 지역 환경개선에 대한 인식이 달라지게 된다. 전통시장 ESG 접목에 따라 환경평가가 중요시 되어지고 전통시장에서 확대되어 지역 전체에 환경에 대한 인식확장으로 이루어질 수 있다는 기대를 할 수 있다.

실제 농어촌 전통시장 방문에서 관리가 되지 않는 부분에 중점을 두어 각 평가기관의 평가지표를 참조하여 전통시장에 적합한 환경(E) 부분 평가지표를 도출하였고 결과는 [표5-1]과 같다.

[표3-1] 환경(E) 부분 평가지표

분류	지표명	MSCI	B-rock	KCGS	SUSTIN	국민연금	K-ESG
환경 (Environment)	폐기물 관리	○	○			○	○
	친환경 상품 관리			○	○	○	○
	친환경 농사 관리	○	○	○	○	○	○
	용수 및 폐수 관리		○			○	○
	에너지 사용 관리		○			○	○

폐기물 관리, 친환경 상품 관리, 친환경 농사 관리의 경우 전통시장 상인과 상인회에서 관리를 할 수 있는 부분이라고 할 수 있으나 용수 및 폐수 관리, 에너지 사용 관리는 지자체의 관리 개입이 필요하다.

### 5.1.2 사회(S) 부분 평가지표 도출

전통시장 ESG 평가지표 중 사회적 측면은 전통시장 지속가능성을 위해 가장 필요한 부분이라 할 수 있다. 농어촌에 있는 전통시장은 지역사회와 밀접한 관계가 형성되어 있는 경우가 많아 전통시장 활성화가 사회적책임에 있어 지역 활성화에 가장 도움이 될 수 있는 항목이라 할 수 있다.

전통시장을 통해 소비자응대 서비스 개선과 지역사회 공헌을 통해 일자리 창출, 취약계층 서비스 지원, 전통시장 이미지 개선에 중점을 두어 전통시장 ESG 평가지표 중 사회(S) 부분 평가지표를 도출하였고 결과는 [표5-2]와 같다.

[표3-2] 사회(S) 부분 평가지표

분류	지표명	MSCI	B-rock	KCGS	SUSTIN	국영협	K-ESG
사회 (Social)	고객서비스 관리체계		○	○	○		○
	지역사회 공헌		○	○	○	○	○
	안전 관리	○			○	○	
	공정한 마케팅	○	○	○		○	
	공정거래		○	○	○	○	

### 5.1.3 지배구조(G) 부분 평가지표 도출

대부분의 농어촌 전통시장은 별도의 전통시장 상인회가 존재하지 않거나

지역 상인회가 관리하는 형태로 운영되고 있다.

그러나 지역 상인회는 일반적으로 지역에서 어느정도 위치에 있거나 영향력이 있는 주민으로 이루어진 경우가 많기 때문에 자칫 강압적인 운영으로 이어질 수 있거나 전통시장 소속 상인과 갈등이 발생할 수 있다.

하여 본 연구에서 도출할 전통시장 ESG 평가지표 중 지배구조(G) 부분은 이러한 갈등을 방지하고 상인을 보호하면서 지속적인 상인 역량강화를 통해 결속력 증대로 대부분의 농어촌 전통시장의 고질적인 문제인 외부 상인 유입을 막아 상인회와 상인이 함께 전통시장 지속가능성 확보에 중점을 두어 도출하였고 결과는 [표5-4]와 같다.

[표3-3] 지배구조(G) 부분 평가지표

분류	지표명	MSCI	B-rock	KCGS	SUSTIN	국내시장	K-ESG
지배구조 (Governance)	상인권리		○				
	상인회 구성 및 투명성	○	○	○	○	○	○
	전통시장 규범			○	○	○	○
	지속 가능 경영구조	○	○		○	○	○
	갈등 관리		○	○	○		

## 3.2 전통시장 ESG 평가지표 검증

### 3.2.1 전문가 표적집단면접법(FGI) 실시

본 연구에서 도출한 전통시장 ESG 평가지표는 국내외 대표 ESG 평가기관의 평가지표를 토대로 전통시장에 접목 가능한 평가지표를 도출하였고, 평가지표의 활용성 도출에 앞서 각 항목별 지표의 타당성 검증을 위한 개방형 설문을 제시하여 10년 이상 농어촌지역개발 컨설턴트 경력을 보유한 4명의

전문가 표적집단면접법(FGI : Focus Group Interview)를 실시하여 각 항목의 적정성과 필요성에 대한 결과를 검증하였다.

설문 개발을 위해 ‘호텔 ESG 경영 평가지표 개발’(조금봉, 2022)의 델파이 조사에 사용된 설문을 참고하였고, 각 항목에 대한 의견으로 ‘전혀 중요하지 않다’ 1점부터 ‘매우 중요하다’ 7점까지 적용하여 평균값인 4.0점 이하인 항목은 삭제하고자 하였으나 모든 항목이 4.0 이상을 기록하여 최종 전통시장 ESG 평가지표로 그대로 채택하였다.

표본의 특징으로는 관련 분야 근무 기간 최소 10년부터 17년까지 부서장 이상의 전문가를 대상으로 하였으며 자세한 사항은 [표3-4]와 같다.

[표3-4] 전문가 직업적 특징

구분	내용	빈도	
직업	학계	대학교수	1
		연구원	2
		박사학위 소유자	1
	관련 분야 의사 결정자	대표이사	2
		이사급	1
		부서장 이상	1

향후 이 결과를 토대로 중요도가 높게 측정된 항목 먼저 전통시장 ESG 분야를 확대해 나가고, 점수가 낮은 항목에 대한 재검토를 통해 전통시장에 실제 적용 가능한 ESG 평가지표 도출에 도움이 되길 바란다.

### 3.2.2 환경(E) 부분 FGI 결과

전통시장 ESG 평가지표 중 환경(E) 부분 FGI 결과 폐기물 관리 6.3, 용수 및 폐수 관리 6.0, 에너지 사용 관리 5.5, 친환경 농사 관리 5.3, 친환경 상품 관리 4.5 순으로 나타났으며, 농어촌 전통시장에서 생산할 수 있는 친환경 상품의 한계가 있음을 보여주는 결과라 할 수 있다.

[표3-5] 환경(E) 부분 FGI 결과

분류	전통시장 지표	평균	순위
환경 (Environment)	폐기물 관리	6.3	1
	친환경 상품 관리	4.5	5
	친환경 농사 관리	5.3	3
	용수 및 폐수 관리	6.0	4
	에너지 사용 관리	5.5	2

### 3.2.3 사회(S) 부분 FGI 결과

전통시장 ESG 평가지표 중 사회(S) 부분 FGI 결과 지역사회 공헌과 공정한 마케팅이 6.0으로 가장 높게 측정되었으며, 공정거래 5.8, 안전 관리 5.5, 고객서비스 관리체계 5.3 순으로 나타났다. 이는 전통시장이 지역사회와의 밀접한 관계에 있으면서 전통시장의 판매 물품에 대한 신뢰도 회복이 필요하다고 볼 수 있다.

[표3-6] 사회(S) 부분 FGI 결과

분류	전통시장 지표	평균	순위
사회 (Social)	고객서비스 관리체계	5.3	3
	지역사회 공헌	6.0	1
	안전 관리	5.0	4
	공정한 마케팅	6.0	1
	공정거래	5.8	2

### 3.2.4 지배구조(G) 부분 FGI 결과

전통시장 ESG 평가지표 중 지배구조(G) 부분 FGI 결과 상인회 구성 및 투명성 6.8, 상인권리와 지속 가능 경영구조 5.8, 갈등 관리 5.5, 전통시장 규범 5.3 순으로 나타났다. 전통시장의 지속가능 경영을 위해서는 독립된 상인회 구성이 필요하고, 상인회 구성 시 투명성을 위해 지역민과 외부인사나 지자체의 중간지원조직 등으로 구성하기 위한 장치가 필요할 것이다.

[표3-7] 지배구조(G) 부분 FGI 결과

분류	전통시장 지표	평균	순위
사회 (Governance)	상인권리	5.8	2
	상인회 구성 및 투명성	6.8	1
	전통시장 규범	5.3	4
	지속 가능 경영구조	5.8	2
	갈등 관리	5.5	3

## IV. 전통시장 ESG 평가지표 활용방안

### 4.1 전통시장 ESG 평가지표의 활용

본 연구에서 도출한 전통시장 ESG 평가지표가 전통시장에서 실제로 활용될 수 있도록 연구자가 농어촌 전통시장 현장에서 축적한 내용을 바탕으로 전통시장 상인회와 상인, 지역주민이 쉽게 접근할 수 있고, 지자체와 협력하여 향후 전통시장 활성화 정책 지원사업 공모에 있어 사전 데이터를 축적할 수 있도록 세부 진단항목을 도출하였다.

전통시장 ESG 평가지표 도출을 통해 15개의 평가지표에서 환경(E) 부분 13개, 사회(S) 부문 13개, 지배구조(G) 부문 12개 총 38개의 세부진단 항목을 도출하였고 결과는 [표5-4]와 같다.

본 연구에서 제시한 진단항목을 통해 전통시장 ESG 평가지표의 활용도 제고를 이끌 수 있기를 바란다.

[표4-1] 전통시장 ESG 진단 항목

분류	전통시장 지표	진단 항목
환경 (Environment)	폐기물 관리	①쓰레기 분리배출 ②쓰레기 배출량 ③재활용 비율 ④유해물질 관리
	친환경 상품 관리	⑤친환경 제품 인증 ⑥친환경 상품 개발
	친환경 농사 관리	⑦농사 환경성 개선 활동 ⑧친환경 농사 인증 ⑨인증 농가 관리
	용수 및 폐수 관리	⑩용수 사용량 ⑪용수 및 폐수 배출량
	에너지 사용 관리	⑫에너지 소비량 ⑬재생에너지 사용량

분류	전통시장 지표	진단 항목
사회 (Social)	고객서비스 관리체계	①고객 민원 수용 ②대응 시스템
	지역사회 공헌	③지역 일자리 창출 ④지역 상생발전 체계 구축 ⑤상인 역량강화 프로그램 운영 ⑥사회적 약자 고용률
	안전 관리	⑦상인 보건 및 안전 ⑧소방 안전 관리 ⑨상품 안전 관리
	공정한 마케팅	⑩허위·과장 마케팅 규제 ⑪생산지 및 생산자 관리 시스템 구축
	공정거래	⑫상인·농가와와의 거래에서 법규 준수 ⑬지위 남용 규제
지배구조 (Governance)	상인권리	①지역상인 보호장치 ②상인 의견 수렴장치
	상인회 구성 및 투명성	③상인회 리더십 ④윤리규범 위반사항 공시 ⑤회계 관리 ⑥투명한 납세
	전통시장 규범	⑦규범을 통한 고객 보호장치 마련 ⑧상인 보호장치 마련
	지속 가능 경영구조	⑨상인회 ESG 안전 회의 ⑩ESG 경영 자문 ⑪사회적기업 전환
	갈등 관리	⑫갈등 관리 매뉴얼 관리 및 교육

#### 4.2 전통시장 ESG 평가지표 진단항목 정의

도출된 평가지표의 활용도 제고와 통일된 기준을 마련하기 위해 K-ESG 가이드라인의 기본 진단항목 정의서를 참고하여 전통시장 ESG 평가 기준을 제시한다. 본 연구에서 제시하는 평가 기준은 새로이 개발하는 전통시장 ESG 평가지표가 지역 또는 규모에 상관없이 적용될 수 있는 평가지표를 개발하는

데에 목적이 있기에 전통시장에 ESG가 접목되어 운영 전반에 걸쳐 미칠 영향을 고려하여 초기 평가 기준으로서 향후 추가적인 연구에서 세분화와 평가 가능성을 검토해야 할 필요가 있다.

[표4-2] 전통시장 ESG 평가 기준 - 환경(E)

구 분	항 목	내 용
폐기물 관리	지표 설명	전통시장에서 발생하는 폐기물 처리 방법, 배출량 저감 활동 점검
	성과 점검	지자체 및 홈페이지 등 공개정보 기반 평가
	점검 기준	직전 1개년 폐기물 배출량 지역(읍, 면, 동) 평균값 대비 배출량 측정
친환경 상품 관리	지표 설명	전통시장 내에서 판매 중인 전체상품 중 친환경 상품이 차지하는 비율, 친환경 상품 개발 활동 점검
	성과 점검	상인회 관리 장부 및 현장 점검 기반 평가
	점검 기준	직전 1개년 판매 제품 대비 친환경 상품 비율
친환경 농사 관리	지표 설명	전통시장이 소속된 지역 내 친환경 농사 인증 시스템 개발 및 친환경 농사 추진 중인 농가 관리체계 점검
	성과 점검	지자체 및 홈페이지 등 공개정보 기반 평가
	점검 기준	직전 1개년 친환경 농가 인증 및 출하량
용수 및 폐수 관리	지표 설명	전통시장에서 사용되는 용수량, 폐수 관리 및 저감 활동 점검
	성과 점검	지자체 및 홈페이지 등 공개정보 기반 평가
	점검 기준	직전 1개년 용수 및 폐수 사용량, 배출량 지역(읍, 면, 동) 평균값 대비 측정
에너지 사용 관리	지표 설명	전통시장에서 사용되는 에너지 사용량 및 저감 활동 점검
	성과 점검	지자체 및 홈페이지 등 공개정보 기반 평가
	점검 기준	직전 1개년 에너지 사용량 지역(읍, 면, 동) 평균값 대비 사용량 측정

[표4-3] 전통시장 ESG 평가 기준 - 사회(S)

구 분	항 목	내 용
고객서비스 관리체계	지표 설명	전통시장에서 발생하는 고객 민원 수용 및 대응 시스템 점검
	성과 점검	전통시장 방문 고객 대상 설문조사 시행 5점 척도 평균값 산출 평가
	점검 기준	0 ~ 50 점 : 위험 51 ~ 70 점 : 노력 필요 71 ~ 100 점 : 우수
지역사회 공헌	지표 설명	전통시장과 지역사회 관계 개선 노력 및 취약계층 지원 등 지역사회 공헌 활동 점검
	성과 점검	상인회 회계, 회의록 등 활동 명시자료 검토 및 지자체 복지 등 공개정보 기반 평가
	점검 기준	취약계층 지원 등 활동 지수에 따른 점수 배점 0 ~ 50 점 : 위험 51 ~ 70 점 : 노력 필요 71 ~ 100 점 : 우수
안전 관리	지표 설명	전통시장 내 고객 및 상인들을 위한 안전 시스템 점검
	성과 점검	상인회 회의록, 지자체 및 홈페이지 등 공개 정보 기반 평가(필요 시 설문조사)
	점검 기준	전통시장 내 안전 문제 발생 수 및 해결 활동에 따른 점수 배점 0 ~ 50 점 : 위험 51 ~ 70 점 : 노력 필요 71 ~ 100 점 : 우수
공정한 마케팅	지표 설명	전통시장 내 판매 제품 허위 및 과장 마케팅 규제 활동, 생산지 및 생산자 관리 시스템 구축
	성과 점검	전통시장 방문 고객 대상 설문조사 시행 5점 척도 평균값 산출 평가
	점검 기준	0 ~ 50 점 : 위험 51 ~ 70 점 : 노력 필요 71 ~ 100 점 : 우수

구 분	항 목	내 용
공정거래	지표 설명	상인·농가·소비자 거래에서 법규 준수 및 지위 남용 규제 점검
	성과 점검	전통시장 방문 고객, 상인, 생산자 대상 설문조사 시행 5점 척도 평균값 산출 평가
	점검 기준	0 ~ 50 점 : 위험 51 ~ 70 점 : 노력 필요 71 ~ 100 점 : 우수

[표4-4] 전통시장 ESG 평가 기준 - 지배구조(G)

구 분	항 목	내 용
상인권리	지표 설명	지역상인의 권리 보호를 위한 장치마련 및 의견 수렴장치 점검
	성과 점검	지역상인 대상 설문조사 시행 5점 척도 평균값 산출 평가
	점검 기준	0 ~ 50 점 : 위험 51 ~ 70 점 : 노력 필요 71 ~ 100 점 : 우수
상인회 구성 및 투명성	지표 설명	상인회 리더십, 윤리규범 위반사항 공시, 투명한 납세 등 상인회 활동 점검
	성과 점검	상인회 회계, 회의록 등 활동 명시자료 검토 및 지자체, 홈페이지 등 공개정보 기반 평가
	점검 기준	직전 1개년 회계, 회의록 등 활동 명시자료 검토

구 분	항 목	내 용
전통시장 규범	지표 설명	전통시장 규범을 통한 고객 및 상인 보호 장치 마련
	성과 점검	전통시장 규범 검토 평가
	점검 기준	직전 1개년 전통시장 규범 제정 및 내용 적정성 검토
지속가능 경영구조	지표 설명	상인회의 ESG 안건 회의, 자문, 사회적기업 전환 등 활동 점검
	성과 점검	상인회 회의록 등 활동 명시자료 검토
	점검 기준	직전 1개년 ESG 관련 활동 및 사회적기업 전환 활동에 따른 점수 배점
전통시장 규범	지표 설명	전통시장 규범을 통한 고객 및 상인 보호 장치 마련
	성과 점검	전통시장 규범 검토 평가
	점검 기준	직전 1개년 전통시장 규범 제정 및 내용 적정성 검토
갈등 관리	지표 설명	상인, 고객 갈등 관리 매뉴얼 관리 및 교육 활동 점검
	성과 점검	상인회 회계, 회의록 등 활동 명시자료 및 지자체, 홈페이지 등 공개정보 기반 평가
	점검 기준	직전 1개년 상인 및 소비자 불만 접수 건수 /해결 건수(방안 마련 활동)에 따른 점수 배점

본 연구에서 제시한 전통시장 ESG 평가지표 정의를 토대로 각 성과에 따라 점수를 산정하여 CCC, B, BB, BBB, A, AA, AAA의 7개 등급으로 평가 결과 부여를 제안한다. 이 7단계 평가는 전통시장 ESG 평가지표 도출에 참조한 MSCI, Blackrock, KCGS(한국 ESG 기준원), 서스틴베스트 의 ESG 평가와 동일하다.

## V. 결론

### 5.1 연구의 요약 및 결론

전통시장 ESG 경영은 지금껏 시설물 위주의 보조금 지원정책에 변화를 가져와 전통시장 자체 운영능력을 강화할 것이다. 전통시장 분야에서 ESG 관련 연구가 시작 단계인 상황에서 전통시장 ESG 경영을 통해 전통시장 분야의 지속가능성을 자체적으로 평가할 수 있고, 성장을 유도하면서 단순한 공모 사업에서 벗어나 정부 부처의 지원제도 개편에 필요한 정보를 제공할 것이다. 또한, 전통시장 ESG 평가에 있어 관련 규범과 법·제도를 마련하는 대도 도움이 될 것이고, 전통시장 ESG 기준점을 제시하여 전통시장 자립 성장 기회를 제공할 것이다.

본 연구는 전통시장이 지역 발전과 활성화에 밀접한 연관성을 가지고 있음에도 불구하고 유통구조의 변화와 코로나 19 등 다양한 상황에 빠르게 대처하지 못하고 지속적으로 사라지고 있는 전통시장을 보호하고, 정부나 지자체의 지원 없이도 스스로 성장해 나갈 수 있는 방안 마련으로 지역사회에 사회적책임을 다하면서 지역과 함께 성장해 나가기 위해 전통시장 ESG 접목이 필요함을 명시하며 전통시장 지속가능성을 평가할 수 있는 합리적 지표를 개발하기 위해 시행되었다.

전통시장 ESG 평가지표와 활용방안 중요도 요인을 선정하기 위해 관련 보고서, 서적, 논문 등 선행연구와 국내·외 대표 ESG 평가기관 자료를 바탕으로 총 15개 평가지표, 38개의 세부진단 항목을 도출하였고, 각 분야별 평가 기준을 도출하기 위해 K-ESG 가이드라인의 기본 진단항목 정의서를 참고하여 전통시장 ESG를 평가할 수 있는 기본적인 평가 기준을 제시하였다.

도출된 평가지표의 검증을 위해 전문가 표적집단면접법(FGI)을 통해 각 항목의 중요도 분석을 하였고, 결과 모든 항목이 평균값 4.0 이상으로 조사되어 모든 평가지표 항목을 그대로 채용하였다. 전문가 의견으로 분야별 도출된 결과 가장 높게 측정된 항목은 환경(E) 부분에서는 폐기물 관리, 사회(S) 부

분에서는 지역사회 공헌과 공정한 마케팅, 지배구조(G) 부분에서는 상인회 구성 및 투명성으로 측정되었고, 지배구조(G) 부분 상인회 구성 및 투명성이 6.8점으로 가장 높은 측정값을 보여주었으며, 이는 전통시장의 지속성 확보에 있어 운영을 위한 조직의 존재 여부가 가장 큰 영향을 미친다는 것을 알 수 있다.

전통시장 ESG 평가지표의 중요도는 지역사회와의 관계, 상인회 독립성 확보 등을 고려해 사회(S), 환경(E), 지배구조(G) 순으로 볼 수 있다.

## 5.2 연구 시사점

본 연구에서는 전통시장 ESG 분야 연구가 미비한 상황에서 전통시장 개념과 ESG 개념을 고려하여 전통시장 지속가능성을 평가하는 방면에서 학문적인 근거를 제공하여 전통시장의 ESG 접목에 있어 평가지표를 제공하는 의미가 있는 연구로 전통시장은 지속가능성 측정과 평가를 통해 시설물 위주의 활성화 정책에서 벗어나 전통시장의 자립 성장 척도에 따른 전통시장 활성화 지원정책을 펼칠 수 있는 방안으로 긍정적인 의미가 있다고 볼 수 있다.

전통시장 환경적 측면을 고려하여 모든 전통시장에 접목가능한 ESG 평가 지표를 제시하고자 하였으며, 본 연구를 통해 나타난 시사점은 다음과 같다.

첫째, 전통시장 환경적 측면을 고려한 운영에 있어 깨끗한 농어촌의 이미지 개선과 복원을 위한 지표로 사용할 수 있는 근거가 될 수 있다. 둘째, 전통시장의 ESG 활동은 기존의 사회적 책임을 다하면서 이익보다는 지역과의 상생발전을 추구하면서 지역상인과 방문객을 보호하면서 전통시장이 지역 활성화에 지대한 영향을 미칠 수 있다는 근거를 마련하였다. 셋째, 일반적인 기업의 지배구조와는 다른 전통시장 상인회의 독립성 확보에는 이미 농어촌지역에서 관행처럼 이어져오고 있는 구조를 통째로 바꾸지 않는 한 쉽게 확보할 수 없다는 한계가 있다.

기존의 ESG 경영 선행연구는 주로 기업을 대상으로 이익 창출을 목표로 지표를 개발하였으나 본 연구는 전통시장이 지역사회에 녹아들어 지역사회에 공헌하면서 함께 성장하여 지역 활성화에 지대한 영향을 미칠 수 있다는 비

영리성 평가지표를 도출하여 선행연구와 비교하여 의미가 있다.

앞서 언급한대로 전통시장 ESG 분야 연구가 미비한 상황에서 전통시장 ESG 분야에 학술적 및 정책적 발전을 위한 기초 연구로서 가치가 있다고 할 수 있다.

### 5.3 연구의 한계와 향후 연구 방향

본 연구는 전통시장 지속성 확보를 위해 ESG를 중심으로 전통시장 활성화가 지역 활성화에 유의미한 의미가 있다는 근거를 제시하고, 전통시장 ESG 분야에서는 다뤄지지 않은 평가지표를 개발하였다는 의미가 있다.

그러나 본 연구는 연구자가 다년간 지역개발사업 컨설팅업에 종사하면서 현장에서 보고 느낀점을 선행연구에 근거하여 전통시장 ESG 평가지표를 도출한 질적연구로써 실제 전통시장에 적용하여 적용 가능성 평가를 하지 못했다는 한계가 있으나 전문가 의견(FGI)을 청취하여 객관성을 확보하였으며, 이를 바탕으로 향후 연구에서는 본 연구에서 도출된 전통시장 ESG 평가지표에 대한 검증연구와 실제 전통시장 적용 가능성 평가와 결과를 분석하는 후속연구가 필요할 것이고, 지역과 정부 정책사업 간 발생할 수 있는 견해를 좁힐 수 있는 후속연구가 추진되어야 할 것이다.

또한, 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 각 분야에 추가적인 평가지표를 제시하여 전통시장 관련 특정 지역에 시범적용을 통해 객관적인 평가가 바탕이 되는 평가지표 개발이 진행되어야 할 것이며, 지역별 의견수렴이 충분히 이루어진 상태에서 평가지표 개발이 완료되어야 할 것이다.

마지막으로 지역이나 규모에 상관없이 적용 가능한 전통시장 ESG 평가지표를 개발하고자 하였으나 실제 전통시장에 적용하기 위해서는 좀 더 명확한 기준 제시를 통해 전통시장 ESG 평가지표와 평가 기준 개선이 필요하다.

# 참 고 문 헌

## 1. 국내문헌

- 강원, 정무권. (2020). ESG 활동의 효과와 기업의 재무적 특성. 『한국증권학회지』 49(5), 681-707.
- 고희경. (2022). 기업의 ESG 활동이 구매의도에 미치는 영향: 브랜드 신뢰도, 브랜드 이미지, 지각된 품질의 매개효과를 중심으로. 숙명여자대학교 박사학위 논문.
- 고희경, 안동휘, 서용구. (2021). ESG 환경경영 : 블랙야크 스타일. 『상품학연구』 39(3), 77-86.
- 김경일. (2021). 기업의 ESG노력에 대한 소비자 평가. 동아대학교 박사학위 논문.
- 김남정. (2016). 지역개발사업의 효율적 관리 및 활용을 위한 관리체계 구축에 관한 연구. 『LHI 토지, 주택 및 도시 문제 저널』 7(1), 1-8.
- 김대영. (2022). 기업가 정신과 사회적 가치 지향성이 일반제조업 기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구. 한성대학교 박사학위 논문.
- 김도형. (2013). 지역활성화를 위한 전통시장 육성방안. 『한국지방행정연구원』 17-19.
- 김상휘. (2022). 전통시장 매출액 영향요인. 강원대학교 박사학위 논문.
- 김웅진, 배일현. (2008). 재래시장 소비자의 지각된 서비스품질이 고객만족, 고객충성도, 재방문 의도에 미치는 영향. 『유통정보학회지』 11(1), 151-174.
- 김은혜, 마희영. (2020). 지속 가능경영활동의 가치 관련성에 관한 연구 회계와 정책연구. 『한국회계정책학회』 25(2), 251-277.
- 김이진, 류현정. (2021). ESG 평가체계 현황 분석 연구 : 환경영역(E)을 중심으로. 『한국환경연구원』 1-5.
- 김판진, 김경조, 남궁석, 윤명길. (2009). 재래시장 시설현대화에 따른 소비자 인식도에 관한 연구. 『유통과학연구』 7(1), 55-70.
- 김해용. (2017). 전통시장 활성화를 위한 디자인경영 방안 연구 : 문화관광형시장

- 육성사업을 중심으로. 『기초조형학연구』 18권 6호.
- 권혁성, 박윤규. (2011). 전통시장 활성화 정책에 대한 반성적 고찰과 발전 방향. 『산업경영농촌』 1-15.
- 나아람. (2022). ESG경영이 소비자의 참여의도와 기업 이미지에 미치는 영향에 관한 연구. 전주대학교 박사학위 논문.
- 박소정, 김은비, 유지선, 이문준, 이선아, 김우혁. (2021). IT기업의 환경 친화적 경영이 기업이미지 및 구매의도에 미치는 영향:소비자의 친환경인식을 조절변수로. 『사회과학연구』 60(1), 121-140.
- 박종철, 이광현. (2009). 기업의 지속 가능경영 노력이 기업신뢰 및 고객만족도에 미치는 영향. 『한국산업경제저널』 1(2), 1-22.
- 변명식. (2007). 지방 도시에 있어서 지역경제 활성화 측면에서 재래시장의 발전 방안. 『한국유통학회 추계 학술대회 발표논문집』 191-218.
- 손용석. (2022). 논리모형 관점에서 본 전통시장 지원정책 성과에 관한 연구 : 경기도 전통시장을 중심으로. 광운대학교 박사학위 논문.
- 안영규. (2008). 재래시장 활성화가 지역경제발전에 미치는 영향에 관한 연구 : 경상북도를 중심으로. 『경영교육논총』 52, 149-168.
- 양진수. (2022). 자본시장 변동 시 기업의 ESG 경영 수준이 기업가에 미치는 영향:코로나19 팬데믹 기간 동안의 유가증권 상장기업을 중심으로. 한성대학교 석사학위 논문.
- 이갑두. (2020). 칼빈의 신앙과 경제윤리 그리고 제네바의 변혁의 관계. 『로고스 경영연구』 18(4), 1-26.
- 이덕훈. (2013). 정부의 전통시장 정책이 시장활성화에 미치는 영향에 관한 연구 : 대구-대전의 도시지역 전통시장을 중심으로. 『대한경영학회지』 619-645.
- 이상준. (2006). 유희공간을 활용한 소도읍 재래시장 환경개선연구. 충남대학교 석사학위 논문.
- 이상준, 이정수. (2013). 지방중소도시 전통시장 유형분류 및 특성에 관한 연구 : 충청남도 전통시장을 중심으로. 『대한건축학회』 통권57호, 21-28.
- 이상준, 송지현, 이정수. (2010). 전통시장 유형별 활성화 연구. 『도시설계연구』 제11권 제3호, 통권40호, 113-128.

- 이영석. (2018). 정부의 전통시장 지원정책이 시장활성화에 미치는 영향에 관한 연구 : 대구·대전의 도시지역 전통시장을 중심으로. 『대한경영학회 추계학술대회 발표논문』
- 이형중. (2021). ESG 경영과 자본주의 혁신. 『21세기복스』
- 임효창. (2021). KEJI 데이터를 활용한 기업의 사회적 책임과 직원만족 간의 관계 연구. 『경영컨설팅연구』 21(2), 193-200.
- 장홍섭, 김광석. (2007). 재래시장의 속성에 대한 소비자와 상인 간 인식 비교. 『경영교육연구』 46, 112-137.
- 조광익. (2014). 전통시장 활성화 정책 비교 - 관광을 통한 전통시장 활성화인가, 전통시장의 관광상품화인가?. 『관광연구논총』 제26권 제4호, 157-187.
- 조규호. (2020). 전통시장 활성화 지원정책의 성과 분석 : 청주지역을 중심으로. 『유통경영학회지』 23(3), 147-162.
- 조동원. (2019). 전통시장 재생유형이 관광매력성, 만족도, 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구. 동신대학교 박사학위 논문.
- 조은영. (2012). 전통시장 활성화 시범사업 ‘문전성시’ 프로젝트에서의 SNS 활용 사례연구. 『문화예술경영학연구』 제5권 1호, 통권8호, 117-134.
- 조금봉. (2022). 호텔 ESG 경영 평가지표 개발. 한남대학교 박사학위 논문.
- 주혜영, 두해도. (2014). 환경경영과 공급업체와의 환경협력이 성과에 미치는 영향. 『무역학회지』 39(4), 243-273.
- 진미경. (2022). 기업의 ESG 활동이 기업위험에 미치는 영향에 관한 연구. 한성대학교 박사학위 논문.
- 최신혜. (2022). 전통시장 이용 소비자의 소비윤리 유형에 따른 적극적 참여가 소비생활 만족에 미치는 영향 : 2021 한국의 소비생활조사 지표를 중심으로. 『소비자문제연구』 제53권 제2호.
- 최현섭. (2011). 기업지배구조와 환경성과간의 관계에 관한 연구. 『국제회계연구』 40, (42), 49-73.
- 최호규, 윤정근. (2008). 유통환경 변화에 따른 재래시장 발전방향 : 대전광역시 를 중심으로. 『유통과학연구』 6(1), 25-46.

한성희. (2022). ESG 평가 모델 개발과 활용에 관한 연구 : 건설산업에 있어서  
협력사 중심으로. 한성대학교 박사학위 논문.

한지연. (2022). 빅데이터를 활용한 관광지로서 전통시장의 소비자 인식 연구. 세  
종대학교 박사학위 논문.

홍경구. (2012). 중소도시 전통시장 현대화사업의 시간적 변화에 대한 효과분석  
: 영천공설시장 상인들의 시기별 만족도를 중심으로. 『한국도시설계학회지  
』 제13권 제4호.

인터넷 홈페이지

[https://www.sbiz.or.kr/sijangtong/nation/chrztnMkt/chrztnMkt01.do?menu\\_id=020600](https://www.sbiz.or.kr/sijangtong/nation/chrztnMkt/chrztnMkt01.do?menu_id=020600) : 전통시장통통

[http://www.cgs.or.kr/business/esg\\_tab01.jsp](http://www.cgs.or.kr/business/esg_tab01.jsp) : KCGS

인터넷 기사

<https://www.donga.com/news/Economy/article/all/20210915/109263872/1>

<https://www.segyenewsagency.com/news/articleView.html?idxno=389699>

<http://ladnews.net/?p=329896>

<https://www.fnnews.com/news/202205251357552383>

[https://www.sbiz.or.kr/sup/ssbiz\\_news/1219565\\_1470.jsp](https://www.sbiz.or.kr/sup/ssbiz_news/1219565_1470.jsp)

<http://m.irobotnews.com/news/articleView.html?idxno=26069>

## 2. 국외문헌

- Banerjee, S. B.(2002). Corporate Environmentalism: The Construct and Its Measurement. *Journal of Business Research*, 55(3), 177–191.
- Belshaw. C. R. (1965). *Traditional Exchange and Modern Market*, Prentice–Hall, Englcwood Cliff, N.J.
- Bhattacharya, C. B., S. Sen and D. Korschun. (2008). Using Corporate Social Responsibility to Win the War for Talent. *MIT Sloan Management Review*, 49(2), 37–44.
- Buyse, K. and A. Verbeke. (2003). Proactive Environmental Strategies: A Stakeholder Management Perspective. *Strategic Management Journal*, 24(5), 453–470.
- Claire Jolly. (2021). *Sustainable Finance and Space: The Case of Greening Infrastructure*. ESA Digital Workshop, OECD.
- Cornell, B. and A. C. Shapiro. (2021). Corporate Stakeholders, Corporate Valuation and ESG. *European Financial Management*, 27(2), 196–207.
- Dangelico, R. M., D. Pujari and P. Pontrandolfo. (2017). Green Product Innovation in Manufacturing Firms: A Sustainability–riented Dynamic Capability Perspective. *Business Strategy and the Environment*, 26(4), 490–506.
- Heikkurinen. P. (2010). Image differentiation with corporate environmental responsibility. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag*, 17, 142–152.
- Huppés, G. and M. Ishikawa. (2009). Eco–Efficiency Guiding Micro–Level Actions towards Sustainability: Ten Basic Steps for Analysis. *Ecological Economics*, 68(6), 1687–1700.
- Jaggi, B., and Zhao, R. (1996). Environmental performance and reporting: perceptions of managers and accounting professionals in Hong Kong. *The international journal of accounting*, 31(3), 333–346.

- Kaplan, Robert S. and Norton, David P. (1992). The Balanced Scorecard: Measures That Drive Performance. *Harvard Business Review*, 71-79.
- Murphy, C. N. (2006). *The United Nations development programme: A better way?.* Cambridge University Press.
- MSCI. (2021). ESG Ratings Key Issue Framework. <https://www.msci.com/our-solutions/esg-investing/esg-ratings/esg-ratings-key-issue-framework>
- Mitchell, R. K., B. R. Agle and D. J. Wood. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who . 22(4), and What Really Counts. *Academy of management Review*, 22(4), 853-886.
- Porter, M. E. and M. R. Kramer. (2011), *Creating Shared Value: Redefining Capitalism and the Role of the Corporation in Society.* *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
- Siltaoja, M. E. (2006). Value priorities as combining core factors between CSR and reputation—a qualitative study. *J. Bus. Ethics* 68 (1), 91-111.
- Stead, J. G. and W. E. Stead. (2014). Building Spiritual Capabilities to Sustain Sustainability-Based Competitive Advantages. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 11(2), 143-158.
- The Agency for Traditional Market Administration. (2010). *White paper on traditional market*, Daejeon, The Agency for Traditional Market Administration.

인터넷 홈페이지

<https://www.msci.com/our-solutions/esg-investing/esg-ratings> MSCI

# 설문지

## 전통시장 ESG 평가지표 개발을 위한 전문가 대상 의견조사

- FGI (Focus Group Interview, 표적집단면접) 질문지 -

안녕하십니까?

바쁘신 와중에 의견조사에 응답해 주셔서 진심으로 감사 드립니다.

본 연구는 전통시장이 지역 활성화에 지대한 영향을 미치고, 최근 전통시장 활성화 정책에 ESG 분야가 확대되어 추진되고 있으나, 관련 연구와 ESG 평가지표 개발이 미비한 상황에서 전통시장 활성화는 지속적인 운영이 중요하기에 전통시장의 지속성 확보와 시대적 변화에 대응하고, 새로운 정책 도입에 필요한 전통시장 ESG 평가지표 개발을 목적으로 수행되고 있습니다.

본 설문은 지표개발에 있어 국내·외 사례와 주요 평가기관 지표 분석을 통해 선정된 지표 중 최종 지표에 포함되어야 할 지표 및 추가되어야 할 지표를 정리하기 위해 설계되었습니다. 이에 따라 전문가 여러분의 고견을 수렴하고자 합니다.

앞서 언급 하였듯이 전통시장 분야 ESG 관련 연구는 거의 없는 실정에서 지표 개발을 위해 추가되거나 삭제되어야 할 항목과 전통시장 접목 가능성에 대한 논의가 필요합니다. 본 설문의 근거를 위해 선행연구에서 다른 내용을 토대로 정리하였으니 의견을 꼭 남겨주시길 부탁드립니다.

전문가 여러분의 의견이 전통시장 ESG 평가지표 개발과 지속성 확보에 큰 도움이 되리라 생각합니다. 귀하께서 응답해 주신 사항은 모두 익명으로 처리되며, 연구 이외의 목적에는 이용되지 않습니다.

귀하의 성실한 응답과 협조를 부탁드립니다.

ESG는 기업의 지속가능성을 평가하기 위한 지침이자 평가지표라고 할 수 있어 전통시장 ESG 접목은 전통시장의 지속가능성 확보를 위한 평가라고 할 수 있습니다. 향후 전통시장 ESG 분야 확대로 지역의 문화를 포괄적으로 포함하는 전통시장이 지역 활성화를 이끌 수 있길 기대하며, 본 연구가 기초 자료로써 활용될 수 있길 바라는 마음으로 수행하고 있습니다.

2022년 12월

한성대학교 지식&컨설팅대학원  
스마트융합컨설팅학과  
스마트융합컨설팅전공  
지도교수 : 김태영 교수  
연구자 : 석사과정 김연철  
이메일 : kimyc101@naver.com

1. 전통시장 ESG 평가지표 환경(E) 부분의 중요도를 측정하기 위한 문항입니다.

분류	지표명	전혀 중요하지 않다	중요하지 않다	약간 중요하지 않다	보통이다	약간 중요하다	중요하다	매우 중요하다
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
환경 (E)	폐기물 관리							
	친환경 상품 관리							
	친환경 농사 관리							
	용수 및 폐수 관리							
	에너지 사용 관리							

- 각 지표의 이해를 돕기 위한 진단 항목 설명입니다.

분류	전통시장 지표	진단 항목
환경 (E)	폐기물 관리	①쓰레기 분리배출 ②쓰레기 배출량 ③재활용 비율 ④유해물질 관리
	친환경 상품 관리	⑤친환경 제품 인증 ⑥친환경 상품 개발
	친환경 농사 관리	⑦농사 환경성 개선 활동 ⑧친환경 농사 인증 ⑨인증 농가 관리
	용수 및 폐수 관리	⑩용수 사용량 ⑪용수 및 폐수 배출량
	에너지 사용 관리	⑫에너지 소비량 ⑬재생에너지 사용량

2. 전통시장 ESG 평가지표 사회(S) 부문의 중요도를 측정하기 위한 문항입니다.

분류	지표명	전혀 중요하지 않다	중요하지 않다	약간 중요하지 않다	보통이다	약간 중요하다	중요하다	매우 중요하다
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
사회 (S)	고객서비스 관리체계							
	지역사회 공헌							
	안전 관리							
	공정한 마케팅							
	공정거래							

- 각 지표의 이해를 돕기 위한 진단 항목 설명입니다.

분류	전통시장 지표	진단 항목
사회 (S)	고객서비스 관리체계	①고객 민원 수용 ②대응 시스템
	지역사회 공헌	③지역 일자리 창출 ④지역 상생발전 체계 구축 ⑤상인 역량강화 프로그램 운영 ⑥사회적 약자 고용률
	안전 관리	⑦상인 보건 및 안전 ⑧소방 안전 관리 ⑨상품 안전 관리
	공정한 마케팅	⑩허위·과장 마케팅 규제 ⑪생산지 및 생산자 관리 시스템 구축
	공정거래	⑫상인·농가와의 거래에서 법규 준수 ⑬지위 남용 규제

3. 전통시장 ESG 평가지표 지배구조(S) 부분의 중요도를 측정하기 위한 문항입니다.

분류	지표명	전혀 중요하지 않다	중요하지 않다	약간 중요하지 않다	보통이다	약간 중요하다	중요하다	매우 중요하다
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
지배 구조 (G)	상인권리							
	상인회 구성 및 투명성							
	전통시장 규범							
	지속 가능 경영구조							
	갈등 관리							

- 각 지표의 이해를 돕기 위한 진단 항목 설명입니다.

분류	전통시장 지표	진단 항목
지배구조 (G)	상인권리	①지역상인 보호장치 ②상인 의견 수렴장치
	상인회 구성 및 투명성	③상인회 리더십 ④윤리규범 위반사항 공시 ⑤회계 관리 ⑥투명한 납세
	전통시장 규범	⑦규범을 통한 고객 보호장치 마련 ⑧상인 보호장치 마련
	지속 가능 경영구조	⑨상인회 ESG 안건 회의 ⑩ESG 경영 자문 ⑪사회적기업 전환
	갈등 관리	⑫갈등 관리 매뉴얼 관리 및 교육

4. 직업

학계(①대학교수, ②연구원, ③박사학위 소유자)

관련 분야 의사 결정자(①대표이사, ②이사급, ②부서장 이상)

5. 관련 분야 근무 기간(       년)

- 응답해 주셔서 대단히 감사합니다 -

## ABSTRACT

### A Study on the Development and Utilization of ESG Evaluation Indicators to Secure the Sustainability of Traditional Markets

Kim, Yeon-Cheol

Major in Smart Convergence Consulting

Dept. of Smart Convergence Consulting

Graduate School of Knowledge Service  
Consulting

Hansung University

This research has been completed through active research on various indicators in the ESG-related commercial and economic fields, which have recently emerged as chartered issues. , develop an ESG evaluation index to ensure the sustainability of the traditional market in a situation where related research is insufficient, deviate from the existing facility-centered revitalization policy through utilization, and traditional markets as a plan for regional revitalization. It was done so that I could do my part.

Based on the field experience of researchers in the development of traditional market ESG evaluation indicators, the evaluation criteria for each evaluation item were presented in consideration of direct application

to the traditional market. In order to develop ESG evaluation indicators for the traditional market sector, we refer to the evaluation indicators of major domestic and foreign ESG evaluation organizations, derive 15 indicators suitable for the traditional market of farming and fishing villages, and apply the derived evaluation indicators to the traditional market sector ESG. In order to make indicators that can be used for evaluation, most of the evaluation organizations have presented evaluation indicators for large companies, and it can be seen that the K-ESG guidelines, which present ESG criteria for small and medium-sized companies, are most suitable for traditional markets. Therefore, we derived and presented the evaluation criteria for each item of the traditional market ESG evaluation index with reference to the K-ESG guidelines.

In this research, we have changed the subsidy support policy centered on facilities so far, strengthened the management ability of the traditional market itself, and established a plan that can grow without the support of the government or local government. In addition, it provided academic grounds for evaluating the sustainability of traditional markets, and provided evaluation indicators and utilization plans to expand traditional market revitalization policies based on the scale of independent growth of traditional markets.

However, in this study, while incorporating the researcher's long-term field experience into research materials, we tried to present an evaluation index that can be grafted to all traditional markets, considering the traditional market environmental aspects. As a qualitative study that derives traditional market ESG evaluation indicators based on previous research, there is a limitation that objective evaluation such as applicability evaluation cannot be performed by applying it to actual traditional markets. The derived traditional market ESG evaluation

indicators and utilization plans are used as basic materials in related research. I hope we can.

In future research, in order for traditional market ESG evaluation indicators to be applied to actual traditional markets, it is necessary to improve traditional market ESG evaluation indicators and evaluation criteria by presenting clearer criteria, and to continuously supplement the evaluation system. should continue.

**【Keywords】** ESG, ESG evaluation index, revitalization of farming and fishing villages, traditional markets, sustainability, development of evaluation indicators, utilization of evaluation indicators