

B-Corp 기업의 패션산업 공급망 내 지역사회 발전 전략

의류·텍스타일 기업의 Impact Business Models 분석

Community Development Strategies in the Fashion Supply Chain of B-Corp Enterprises

Analysis of Impact Business Models in Apparel and Textile Companies

주 저 자 : 이은옥 (Lee, Eun Oak)

덕성여자대학교 텍스타일디자인전공 교수
haleolea@duksung.ac.kr

<https://doi.org/10.46248/kids.2025.1.40>

접수일 2025. 02. 20. / 심사완료일 2025. 02. 28. / 게재확정일 2025. 03. 10. / 게재일 2025. 3. 30.

Abstract

The fashion industry faces sustainability challenges due to complex global supply chains and environmental and social issues, making sustainable management essential. B-Corp certification has emerged as a key tool for fashion and textile companies to demonstrate their commitment to these values and enhance competitiveness by ensuring ethical production and transparency. This study analyzes the community development strategies of B-Corp-certified companies, highlighting key Impact Business Models such as supply chain poverty alleviation, local economic development and design to give. Findings suggest that Korean fashion companies can leverage B-Corp certification to build sustainable models and strengthen global competitiveness.

Keyword

Sustainable fashion(지속가능패션), B-Corp Certification(B-Corp 인증), Impact Business Models(사회적 가치 창출 비즈니스 모델)

요약

패션산업은 글로벌 공급망의 복잡성과 환경·사회적 문제로 인해 지속 가능한 경영이 중요한 과제로 부각되고 있다. 특히, 윤리적 생산과 투명한 공급망을 요구하는 소비자 인식 변화에 따라 기업의 사회적 책임과 지속가능성 확보가 필수적 요소로 작용하고 있다. 이러한 흐름 속에서 B-Corp은 기업이 사회적 가치를 입증하는 중요한 인증으로 자리 잡았으며, 의류·텍스타일 기업들 또한 이를 통해 경쟁력을 강화하고 있다. 본 연구는 B-Corp 인증을 받은 전 세계 의류·텍스타일 기업을 대상으로 지역사회 발전 전략을 분석하고, 이들이 채택한 Impact Business Models의 유형과 사례를 고찰하였다. 연구 결과, 기업들은 지역사회와 협력하여 공급망 빈곤 완화, 지역 경제 발전, 기부 중심 설계와 같은 Impact Business Models를 통해 경제적·사회적 가치를 동시에 창출하는 다양한 전략을 활용하여 지역사회 발전에 중요한 역할을 하고 있었다. 이러한 분석을 토대로 본 연구는 한국 의류·텍스타일 기업들이 B-Corp 인증을 활용하여 지속 가능한 비즈니스 모델을 구축하고, 세계 시장에서 경쟁력을 확보할 수 있는 전략적 방향성을 제시한다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구 배경의 배경 및 목적
- 1-2. 연구 방법 및 범위

2. B-Corp 인증과 Impact Business Models

- 2-1. 지속가능패션과 공급망 내 지역사회
- 2-2. B-Corp 인증의 개념과 의의
- 2-3. B-Corp 인증 평가 영역과 Impact Business Models

3. B-Corp 기업의 지역사회 평가와 특성 분석

3-1. 연구설계 및 방법론

3-2. B-Corp 인증기업의 특성

3-3. 지역사회 Impact Business Models 유형

4. 지역사회 Impact Business Models의 사례 분석

- 4-1. Impact Business Models 유형 및 사례
- 4-2. 유형별 Impact Business Models 분석 결과

5. 결론 및 시사점

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

패션산업은 패스트 패션의 확산으로 인해 저임금 노동 착취와 불공정 무역과 같은 비윤리적 문제가 지속적으로 발생하며, 이에 따른 사회적·환경적 이슈가 더욱 심화되고 있다. 2013년 방글라데시 라나플라자 붕괴 사고는 패션산업의 비윤리적 문제를 전 세계적으로 환기하는 계기가 되었으며, 이후 개별 기업의 경영 방식을 넘어 의류 생산 과정의 투명성과 윤리적 책임이 중요한 이슈로 부각되었다. 이에 따라 소비자들은 윤리적 소비와 지속 가능한 경영을 실천하는 기업을 선호하게 되었고, 기업은 공정한 노동 환경 조성, 공급망 투명성 강화 등 지속 가능한 발전을 위한 실천적 노력이 필요하게 되었다.

이러한 흐름 속에서 B Impact Assessment(BIA)에 대한 기업들의 관심이 증가하고 있다. BIA는 기업의 사회적·환경적 영향을 종합적으로 평가하는 지표로, 이를 기반으로 B-Corp 인증을 획득한 기업은 지속가능성과 윤리적 경영을 입증함으로써 신뢰와 경쟁력을 강화하는 효과를 얻을 수 있기 때문이다.¹⁾ 또한, BIA는 기업이 사회적, 환경적 측면에서 긍정적인 영향을 창출할 수 있도록 Impact Business Models를 지원한다.

2025년 2월 기준, 전 세계적으로 9,311개 기업이 B-Corp 인증을 획득하였으나²⁾, 이 중 한국 기업은 30개에 불과하며³⁾ 의류와 텍스타일 분야에서 인증을 받은 곳은 더기프팅컴퍼니 한 곳뿐이다. 이는 국내 패션 기업이 세계 시장에서 경쟁력을 확보하기 위해서는 지속가능경영 전략이 필요함을 시사한다. 특히 패션산업은 세계의 다양한 지역에서 여러 공정을 거쳐 제품이 완성되는 특성을 가지므로 원자재 조달, 제조, 유통 등 전 과정에서 지역 노동자, 중소기업, 장인, 생산업체 등 다양한 이해관계자가 관여하게 된다. 따라서 지속 가능한 패션을 구현하기 위해서는 다양한 이해관계자들이 속한 지역사회 발전에 기여하는 비즈니스 모델을 구축

하는 것은 매우 중요하다.

B-Corp은 지속 가능한 경영과 사회적 가치를 증명하는 국제적 인증으로서 중요한 역할을 하고 있지만, 패션산업뿐만 아니라 경영학 분야에서도 이에 대한 국내 연구는 아직 부족한 실정이다. 최근 조신현·석혜정(2024)은 B-Corp 인증을 받은 국내 패션 기업 4곳을 대상으로 ESG 경영 활동을 분석하고, 중소 패션 기업이 B-Corp 인증을 활용하여 ESG 경영을 활성화하는 방안을 제시하였다. 그러나 해당 연구는 국내 기업 4곳의 활동 사례로서 연구 표본이 제한적이어서 글로벌 차원의 B-Corp 동향을 분석하는 데 한계가 있다.

이에 본 연구는 B-Corp 인증을 획득한 기업들이 공급망 내 지역사회와 협력하여 창출하는 경제적·사회적 가치를 조명하고, 이를 바탕으로 한국 패션 기업이 글로벌 B-Corp 동향을 반영한 지속 가능한 비즈니스 모델을 구축하는 데 시사점을 제공하고자 한다. 이를 위해 최근 2년간 B-Corp 인증을 획득한 전 세계 의류·텍스타일 기업을 대상으로 지속 가능 경영 전략과 지역사회 발전을 위한 활동 사례를 분석하였다. 특히, BIA의 5개 평가 영역 중 패션산업에 큰 영향을 미치는 지역사회(community) 영역을 중심으로, 해당 기업들이 채택한 Impact Business Models가 지역사회 발전에 기여하는 방식을 고찰하였다.

본 연구는 이러한 분석을 바탕으로 한국의 패션 기업이 B-Corp 인증을 보다 깊이 이해하고, 이를 활용하여 글로벌 경쟁력을 확보할 수 있도록 전략적 방향성을 제시하는 것을 목표로 한다. 나아가, 한국 기업이 B-Corp 인증을 획득하기 위한 비즈니스 모델을 구축하는 데 필요한 실질적인 자료를 제공함으로써, 지속 가능한 산업 생태계 조성에 기여하는 데 그 목적이 있다.

1-2. 연구 방법 및 범위

본 연구를 위해 B-Corp 인증 포털 및 디렉토리에서 제공하는 BIA 평가자료를 비롯하여, 기업의 B Impact Report, 학술 논문 등의 문헌 자료와 기업 공식 홈페이지에 게시된 기업 및 제품 정보를 수집하였다. 이를 바탕으로 BIA의 지역사회 평가 영역과 지역사회 기반 Impact Business Models의 유형과 특징에 관해 기업의 사례 중심으로 고찰하였다. 연구의 시대적 특성과 시사점을 반영하기 위해 최근 2년 이내에 인증된 기업

1) 구현화, 지난해 3000개 기업 도전: 비콕이 뭐길래, 환경, 2022.02.16., (2024.12.08.)
www.hankyung.com/article/202201173308i

2) Find a B Corp, (2025.2.16.)
www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/

3) 비콕 코리아, (2025.2.16.)
www.bcorporation.kr/BCorp-korea

중 B-Corp 디렉토리 내 의류(apparel)와 텍스타일(textile) 산업군으로 분류된 기업만을 대상으로 하였다.

2. B-Corp 인증과 Impact Business Models

2-1. 지속가능패션과 공급망 내 지역사회

패션산업에서 지속가능성의 개념은 1960년대 미국과 유럽의 사회문화적 운동과 더불어 처음 도입되었으나, 본격적으로 논의가 활성화된 것은 1990년대부터였다. 이 시기에는 패션 기업의 사회적 책임을 체계적으로 명시한 지속가능성 플랫폼과 기업의 사회적 책임(CSR) 규정이 확립되면서 지속가능성에 대한 적극적인 문제 제기가 시작되었다.⁴⁾ 2000년대 이후로는 과도한 제품생산과 소비로 인한 환경문제가 심각해지면서, 생산에서 폐기까지의 전 과정에서 환경 오염을 줄이기 위한 다양한 방안들이 본격적으로 제시되었다.⁵⁾ 특히 패스트 패션 기업이 글로벌 공급망을 기반으로 저가의 대량생산을 통해 성장하는 과정에서 노동 착취, 임금 체불, 취약한 노동 환경 등의 문제가 발생하였다. 이는 해당 지역의 심각한 사회 문제로 확산하면서 기업은 공급망 내에서 임금 착취나 인권침해가 발생하지 않는 기업윤리 차원을 넘어 사회적 책임까지 포괄하는 방향으로 지속가능패션의 개념은 확장되고 있다.

패션산업에서 소비되는 제품의 라이프 사이클은 생산, 판매, 사용, 회수, 재생산의 단계를 거치게 되며⁶⁾, 특히 생산단계에는 수많은 공급사슬, 다양한 조직 및 이해관계자가 복잡하게 얽혀있다. 이는 기업마다 요구하는 소재, 제조 방식, 생산 능력의 정도가 다르며, 이러한 공급업체들은 전 세계적으로 분산되어 있기 때문에 더욱 복잡한 구조를 형성하게 된다. 또한, 각 국가와 지역, 그리고 그 지역을 구성하는 사회·경제·문화적 기반이 다르므로 패션산업의 공급망은 더욱더 다층적이고 복합적인 특성을 갖는다. 특히, 기업의 지속가능성 이슈 중 상당수가 생산 과정에서 발생하며, 이는 소비자가 기업을 윤리적 관점에서 어떻게 인식하는지에 직

접적인 영향을 미친다. 소비자들은 제품의 제조 공정에 대한 투명한 정보 제공을 중요하게 여기며, 지속적으로 이를 공개하는 기업을 선호하는 경향을 보인다.⁷⁾ 따라서, 패션 기업이 공급사슬의 투명성을 유지하고 공급망 내 지역사회와 구성원과의 지속 가능한 협력 관계를 구축하는 것은 기업에 대한 소비자의 장기적인 신뢰와 기업의 지속 가능한 성장에 필수적 요소이다.

2-2. B-Corp 인증의 개념과 의의

B-Corp은 2006년 스탠포드 대학 동문인 제이 코헨 길버트, 바트 홀리안과 앤드류 카소이에 의해 설립된 비영리 기관 B Lab에서 창시된 개념이다. 이들은 기업의 이익이 주주에게만 집중되는 기존 경제 체계가 빈곤, 부의 불평등, 기후변화 등 다양한 사회적 문제를 초래한다고 보았다.⁸⁾ 이러한 문제를 해결하기 위해서는 부와 권력의 집중을 지양하고, 기업의 모든 이해관계자가 혜택을 받을 수 있도록 형평성과 상호 의존성을 중시하는 경제 구조로 전환되어야 한다고 주장하였다. 이를 토대로 "모두에게 이익(benefit)을 준다"라는 의미를 담아 B-Corp 인증 체계를 도입하였다. B-Corp 인증은 재무적 성과와 사회적 성과를 균형 있게 추구하며, 비즈니스를 통해 더 나은 사회를 만들고자 하는 기업에 부여되는 인증제도이다. 1년 이상 지속된 영리 기업이 대상이며 규모, 지역, 산업군, 기업 형태와 관계 없이 취득할 수 있다.⁹⁾

B-Corp 인증은 B Lab에서 개발한 B Impact Assessment(BIA)라는 기준을 토대로 평가된다. BIA는 일종의 시험지 형식의 질문을 통해 기업과 관련된 주요 이해관계자에게 기업이 어떠한 영향을 주고 있는지 평가한다. BIA는 지배구조(governance), 기업 구성원(workers), 지역사회(communitiy), 환경(environment), 고객(customer) 등 5개 평가 영역으로 구성되며, B Lab의 공인 심사관에 의한 제3자 검증 방식으로 심사를 진행한다. 심사 결과 총점 80점 이상의 점수를 최종 획득하면 B-Corp의 자격을 인증받는다. 또한, 기업이 B-Corp 인증을 유지하기 위해서는 3년마다 갱신해야 하고, 소유권 변경이나 기업공개(IPO)와 같은 주요

4) 유해만·전재훈, '재료 및 기법의 특성에 기반하는 업사이클 패션 디자인 연구', 한국의류학회지, 2020, Vol.44, No.5, p.985, 재인용

5) 고애란·이정순, '포스트 코로나 시대의 지속가능 패션소비', 소비자학 연구, 2020, Vol.31, No.5, p.3 재인용

6) 이윤경, '패션에서의 지속가능성과 감성적 디자인', 한국디자인포럼, 2014, Vol.45, p.324

7) 이지연, '글로벌 패션 기업의 해외 소싱 프로세스에서 나타난 지속가능성 기준', 한국의류산업학회지, 2022, Vol.24, No.2, p.207

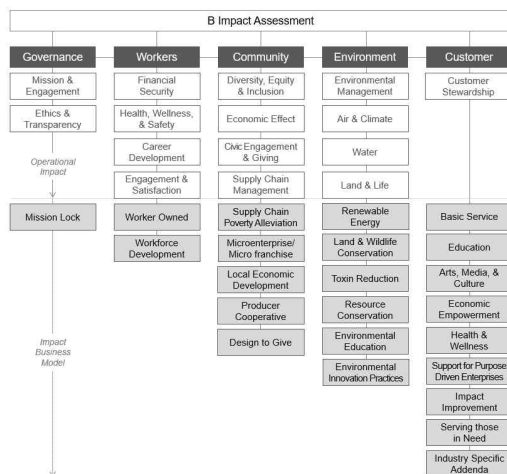
8) 손연아 외, '미국 비Corp(B-Corp)인증과 베네핏 코퍼레이션 법제분석', 한국법제연구원, 2021, p.10

9) B Corp Korea, (2025.2.16.)
www.bcorporation.kr/certification

경영 변화가 있을 때도 재평가를 받아야 한다. BIA는 B-Corp 인증을 추진하지 않는 기업도 B Lab이 제공하는 온라인 플랫폼을 통해 활용할 수 있으며, 영어, 스페인어, 포르투갈어 등 총 3가지 언어로 지원된다. B-Corp 인증을 받은 대표적인 패션 기업으로는 파타고니아, 올버즈, 골로에, 텐트리 등이 있으며, B-Corp 인증은 단순히 미국에서만 나타나는 현상이라기보다는 전 세계적으로 인정받고 있는 제도로 확장되고 있다.¹⁰⁾

2-3. B-Corp 평가 영역과 Impact Business Models

BIA는 5개의 평가 영역으로 구성되어 있으며, 각 평가 영역은 Operational Impact와 Impact Business Models의 평가 항목으로 구성되어 있다(그림1)¹¹⁾. Operational Impact는 운영 성과를 측정하는 것으로, [표1]에서 보는 바와 같이 기업의 일상적인 운영과 관리 과정에서 이해관계자에게 미치는 고유한 영향을 평가하며, 모든 기업에 공통으로 적용되는 기본항목이다. 반면 Impact Business Models는 [표 2]¹²⁾에서 보는



[그림 1] B Impact Assessment Structure

10) 이지연 외, '기업의 사회적 책임 확산과정에서의 근접성의 역할', 중소기업연구, 2021, p.35

11) BIA Support Portal, 그림 정리, (2025.2.16.), <https://kb.bimpactassessment.net/support/solutions/articles/43000574682-b-impact-assessment-structure>

12) B-Corp Korea, (2025.2.16.), https://blog.naver.com/blab_korea/223667278627

[표 1] BIA-Operational Impact 평가

Impact area	Operational Impact
지배구조	①기업 미션 및 참여 ②기업윤리 및 투명성
기업 구성원	①재정 안정성 ②건강, 웰빙, 안전 ③근로자 경력 개발 ④근로자 복지와 만족
지역사회	①다양성·공정성·포용성 ②경제적 영향 ③시민참여 및 기부 ④공급망 관리
환경	①환경 관리 ②공기 및 기후 ③물 ④토양과 생물 다양성
고객	①고객 책임 관리

[표 2] BIA-Impact Business Models 평가

Impact area	Impact topics
지배구조	①미션이탈방지
근로자	①직원 소유권 ②취약계층 고용기회
지역사회	①공급망 관리 ②소기업(프랜차이즈) 빈곤 완화 ③지역 경제 발전 ④생산자 협동조합 ⑤기부 중심 설계
환경	①재생 에너지 ②자원보존 ③토양·야생물 보호 ④독성 감축·복원 ⑤환경 정보 및 교육 ⑥환경적 혁신과정
고객	①취약계층을 위한 기본 서비스 ②취약계층 경제적 권한 부여 ③건강과 웰빙 ④교육 ⑤소외되거나 목적 지향적 기업/기관 지원 ⑥임팩트 향상 ⑦예술, 미디어, 문화 ⑧사회기반시설/시장 접근성 강화 ⑨취약계층 지원

바와 같이 특정 이해관계자에게 긍정적인 사회적·환경적 영향을 창출하도록 설계된 비즈니스 모델을 평가한다. 이 평가 항목은 모든 기업에 적용되지 않으며, Impact topics를 위해 설계된 Impact Business Models로 인정된다면 추가 점수를 받는다. 다만 Impact Business Models는 Operational Impact 점수에 비해 배점이 크지만, 평가 기준이 높아 인정받기

어렵고, 기업의 총매출액 대비 당해 매출액에 따른 비율을 산정해 점수를 부여하고 있어 기업의 핵심적인 비즈니스 모델이 아닌 경우 점수 인정의 폭이 작다.¹³⁾ Impact Business Models의 기본 원칙은 구체적(specific), 실질적(material), 검증 가능(verifiable), 지속 가능(lasting), 그리고 특별함(extraordinary)이다. 즉, 특정 이해관계자 그룹에 이익을 주는 데 초점을 맞추고, 실질적으로 수혜자에게 상당한 혜택을 제공하며, 기업의 문서와 자료로 검증할 수 있어야 한다. 또한 비즈니스 모델 자체로 설계되어 지속 가능하며, 전통적인 기업이 볼 수 없는 특별함이 요구된다.

3. B-Corp 기업의 지역사회 평가와 특성 분석

3-1. 연구설계 및 방법론

3-1-1. 연구 대상 및 자료수집

연구 대상을 선정하기 위해 B-Corp 디렉토리에서 제공하는 산업군 분류 중 의류(apparel)와 텍스타일(textile) 산업으로 필터링해 총 493개의 기업을 추출하였다. 이 중 2022년 11월부터 2024년 10월까지, 최근 2년간 B-Corp 인증을 획득한 239개 기업을 연구 대상으로 선정하였다. 해당 기업의 BIA 평가 결과와 Impact Business Models를 분석하기 위해 우선 B-Corp 디렉토리에서 제공하는 BIA 총점, 지역사회 영역 평가점수, 지역사회 영역의 Operational Impact 평가점수, 그리고 지역사회 영역의 Impact topics 유형과 Impact Business Models 평가점수를 수집하였다. 이어 기업 홈페이지 및 기업보고서를 통해 기업 정보 및 기업 미션, 주요 취급 품목, 지속가능경영 노력 사례, 그리고 사회적 책임 활동 등의 자료를 수집하였다.

3-1-2. 분석 방법 및 절차

수집된 자료는 연구 절차에 따라 다음과 같이 분류하여 분석하였다. 첫째, 분석 대상 기업의 본사가 위치한 지역을 국가로 분류하여 B-Corp 인증기업의 지역 분포도를 분석하였다. 둘째, 분석 대상 기업의 주요 취급 품목을 의류, 섬유 소재, 패션잡화, 섬유 생활제품, 그리고 기타의 다섯 가지 범주로 분류하여 B-Corp 인증기업의 제품 유형을 분석하였다. 셋째, 분석 대상 기업을 지역사회 영역 Impact topics에 따라 분류하여 Impact Business Models의 채택 여부 및 채택 유형을 분석하였다. 넷째, 도출된 Impact Business Models

에 따라 기업의 사례를 고찰함으로써 B-Corp 인증 의류·텍스타일 기업이 가진 지속 가능한 비즈니스 모델의 전략적 방향성을 분석하였다.

3-2. B-Corp 인증기업의 특성

3-2-1. 지역적 분포 및 주요 제품군

분석 대상 기업의 국가 및 대륙별 분포를 분석한 결과, 영국이 46개 기업으로 가장 높은 비중을 차지하였으며, 미국(33개), 호주(22개), 프랑스(22개), 네덜란드(13개) 순으로 나타났다. 대륙별로 살펴보면, 유럽에 본사를 둔 기업이 전체의 53.14%로 가장 높은 비율을 기록하였으며, 북미(18.41%)가 그 뒤를 이었다. 반면, 아프리카 대륙에 본사를 둔 기업은 없는 것으로 확인되었다. [표 3], [표 4]는 이러한 대륙별 및 국가별 분포를 구체적으로 보여주며, 특히 영국과 미국의 기업들이 적극 참여하고 있음을 알 수 있다. 또한 분석대상

[표 3] B-Corp 인증기업의 국가별 분포

국가	기업수	국가	기업수	국가	기업수
네덜란드	13	스페인	2	캄보디아	1
네팔	1	싱가포르	2	크로아티아	1
뉴질랜드	2	아르헨티나	5	태국	1
대만	4	아일랜드	5	튀르키예	2
덴마크	6	영국	46	파라과이	1
독일	5	우루과이	1	페루	2
말레이시아	2	이태리	6	포르투갈	4
미국	33	인도네시아	2	프랑스	22
벨기에	3	인디아	3	핀란드	2
브라질	3	일본	4	한국	1
스웨덴	2	중국	4	호주	22
스위스	2	칠레	1	홍콩	1

[표 4] B-Corp 인증기업의 대륙별 분포

구분	기업수	비율(%)	구분	기업수	비율(%)
아시아	28	11.72	유럽	127	53.14
남미	16	6.69	아프리카	0	0.00
북미	44	18.41	오세아니아	24	10.04

기업의 주요 제품 유형을 분석한 결과, 의류가 주요 제품인 기업이 143개(59.83%)로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 패션잡화(54개, 22.59%), 섬유 생활제품(21개, 8.79%) 순으로 나타났다. [표 5]의 분석 결과는 B-Corp 인증을 획득한 기업 중 직물과 같은 섬유 소재보다는 의류, 생활용품과 같은 완제품을 취급하는 기업이 높은 비율을 차지함을 보여준다. 이는 B-Corp 인증이 소비자 지향적 제품군과 밀접한 관련이 있고,

13) 손연아 외, Ibid., p.16

이들 제품군을 중심으로 B-Corp 인증을 적극 활용하고 있음을 알 수 있다.

[표 5] B-Corp 인증기업의 주요 제품군

품목	의류	텍스 타일	패션 잡화	생활용품	기타
기업수	143	15	54	21	6
비율(%)	59.83	6.28	22.59	8.79	2.51

3-2-2. BIA 지역사회 평가 결과

분석 대상 기업의 BIA 평가점수 분석 결과, [표 6]에서 보는 바와 같이 BIA 평균 총점은 91.5점이며, 이 중 지역사회 영역의 평균 점수는 25.7점으로 나타났다. 특히, 지역사회 영역의 최고 점수(84.5점)와 최저 점수(3.4점) 간 차이가 매우 큰 것으로 확인되었다. 이러한 차이는 영역별 최소 기준 점수가 없이 특정 영역의 점수만으로도 인증이 가능하고, Impact topics에 따른 추가 가산점이 부여되도록 설계된 것과 관련이 있는 것으로 보인다. 이는 기업들이 자신이 강점을 보이는 특정 영역에서 전략적으로 높은 점수를 확보하는 방식으로 B-Corp 인증을 획득하는 경향이 있음을 시사한다. 또한, 지역사회 영역의 4개 평가 항목별 평균 점수는 공급망 관리(5.7점), 다양성·형평성·포용성(5.0점), 경제적 임팩트(4.9점), 시민참여 및 기부(2.9점) 순으로 분포하였다. 이 결과는 B-Corp 인증기업들이 지속 가능한 공급망 구축을 통해 사회적 가치를 창출하는 전략을 추진하고 있음을 알 수 있다.

[표 6] B-Corp 인증기업의 BIA 평가 결과

구분	BIA 총점	지역 사회 영역 점수	지역사회 영역 인증 요소 점수			
			다양성 형평성/ 포용	경제적 임팩트	시민 참여/ 기부	공급망 관리
최고	126.2	84.5	16.0	14.6	11.0	17.3
최저	80.0	3.4	1.7	0.1	0.0	0.7
평균	91.5	25.7	5.0	4.9	2.9	5.7
표준 편차	9.5	13.6	2.4	2.6	1.9	2.3

3-3. 지역사회 Impact Business Models 유형

분석 대상 239개 기업 중 지역사회 영역에서 Impact Business Models 점수를 받은 기업은 총 73개(30.5%)로 나타났다. [표 7]에서 보는 바와 같이 이들 기업은 주로 ‘공급망 빈곤 완화(supply chain poverty alleviation)’, ‘지역경제 발전(local economic

development)’, ‘기부 중심 설계(designed to give)’ 유형을 선택했으며, 그 외 다른 유형은 나타나지 않았다. 이 중 ‘기부 중심 설계’ 유형을 채택한 기업은 전체의 46.6%로 가장 높은 비중을 차지했으며, 이어 ‘공급망 빈곤 완화(39.7%)’, ‘지역경제 발전(13.7%)’ 순으로 나타났다. 특히, 일부 기업은 두 가지 Impact topics로부터 점수를 획득하기도 하였는데, ‘기부 중심 설계’ 및 ‘공급망 빈곤 완화’의 두 유형을 모두 선택한 기업이 4곳, ‘공급망 빈곤 완화’와 ‘지역경제 발전’의 두 유형에서 모두 점수를 받은 기업은 1곳으로 나타났다. 이러한 결과는 B-Corp 인증을 받은 의류·텍스타일 기업들이 ‘기부 중심 설계’ 유형을 선호하는 경향이 있음을 알 수 있다.

[표 7] B-Corp 인증기업의 Impact Business Models

Impact topics	기업 수	최고점	최저점	평균
①공급망 빈곤 완화	29	29.4	0.5	9.6
②소기업(프랜차이즈) 빈곤 완화	0	0	0	0
③지역 경제 발전	10	13.7	7.8	10.3
④생산자 협동조합	0	0	0	0
⑤기부 중심 설계	34	42.3	12.6	22.3

4. 지역사회 Impact Business Models 사례 분석

4-1. Impact Business Models 유형 및 사례

4-1-1. 기부 중심 설계 모델

‘기부 중심 설계’ 모델은 기업의 이익, 매출, 자본 또는 시간의 상당 부분을 의도적으로 자선 활동에 기부하는 모델로¹⁴⁾, 지역 내·외 자선단체와 적극적으로 협력하며 사회적 기여를 확대하는 특징을 가진다. 분석 결과, 분석 대상 기업 중 총 34개 기업이 이 유형을 채택하였으며, 그중 미국(13곳)과 영국(8곳) 기업이 가장 큰 비중을 차지했다. 기업들의 기부 규모는 연간 매출액의 1%에서 최대 20%까지 다양했으며, 기부의 목적과 대상에 따라 임금 기부, 제품기부, 프로젝트후원 등 여러 방식을 활용하고 있었다. 특히, ‘기부 중심 설계’ 모델을 채택한 기업들은 사회적 취약계층 지원, 환경문제 해결, 문화적 가치 보존의 세 가지 주요 목적을 중심으로 활동을 전개하는 것으로 나타났다. 다음은 해당 유형에서 높은 점수를 받은 기업들의 대표적인

14) B-Corp Korea, (2025.2.16.),
https://blog.naver.com/blab_korea/223667278627

사례이다.

가. 사회적 취약계층 지원

사회적 취약계층을 지원하는 대표적인 사례로는 《Underwear for Humanity》¹⁵⁾가 있다. 이 속옷 브랜드는 원포원(one-for-one) 캠페인을 통해 제품 판매 시 속옷을 기부하며, 노숙자 단체 및 가정 폭력 피해자 지원 단체와 협력해 필수품 제공, 숙박 및 정서적 지원, 재사용할 수 있는 생리대 기부 등을 실천하고 있다. 또한, 판매 수익 일부를 원주민과 청소년의 자립 지원 프로그램에 기부한다.¹⁶⁾ 《Stand4 Socks》도 원포원 방식을 활용해 노숙자들에게 양말을 지원한다. 노숙자들이 처한 환경을 고려해 항균성과 보온성을 갖춘 특수 양말을 제작해 기부함으로써 그들의 건강과 생활 여건을 개선하는데 기여한다.¹⁷⁾ 또한, 자전거 특화 의류 브랜드 《Vaela》는 난민 지원 프로그램인 ‘The Bike Project’를 통해 난민들에게 재활용 자전거를 제공한다. 이는 대중교통 이용이 어려운 난민들의 이동권 보장과 자립을 지원할 뿐만 아니라, 자전거를 통해 일자리, 교육, 의료 서비스 접근성을 향상하기 위한 활동을 지원한다.¹⁸⁾ 이 외에도 《Galpon de ropa》와 《XTM Australia Pty》는 취약계층과 노숙자에게 중고 의류를 제공하며, 《Scamp & Dude》는 유방암 환자 가족을 위한 물품을 지원한다. 또한, 《City Apparel+Merch》는 직원 기부금 매칭 프로그램을 운영해 연간 40시간의 유급 자원봉사를 통해 지역사회 지원한다. 이 외에 《Turtle Fur》, 《Essential Layer》, 《Chantilly》, 《DiVERGE》 등도 지역 취약계층을 지원하기 위해 지역 자선단체에 기부한다.

나. 환경문제 해결 지원

환경문제 해결을 위한 기부 사례로는 《Girafon Bleu》가 있다. 이 기업은 멸종 위기종인 야생 기린의 서식지 보호하고 개체 수의 증가를 위해 제품 판매당 2유로를 아프리카의 기린 보호 협회에 기부한다.¹⁹⁾

《The Re-Pete Project》는 플라스틱 문제 해결을 위해 수익의 2%를 The Ocean Cleanup에 기부하고, 지역 해변 청소 활동과 대학 강연을 통해 환경문제에 대한 인식을 높이고 있다.²⁰⁾ 《Definite Articles》는 전 세계 산림 복구를 목표로 판매된 제품당 나무 한 그루를 심는 프로그램을 One Tree Planted와 협력하여 운영한다. 이를 통해 생물 다양성을 복원하고 탄소 흡수를 강화하며, 벌채 및 자연재해로 손상된 생태계를 복구하는 등 환경 개선에 기여한다.²¹⁾ 또한, 《Waterlust》는 매출의 5%를 해양 연구 및 교육기금으로 기부하며, 《1 People A/S》는 수익의 15%를 환경보호 활동에 지원한다. 이 외에도 《The Tartan Blanket》, 《Parks Project》, 《Bohemi Australia AWDRI》 등은 동물의 서식지 복원을 위해 국립공원, 동물 구조 기금 등에 지원한다.

다. 문화적 가치 보존 지원

문화적 가치 보존을 위한 지원 활동의 대표적인 사례로는 《Equal Hands》가 있다. 이 기업은 소외된 세계 여러 지역의 장인들과 협력하여 그들에게 공정한 임금을 제공하며, 여성 장인들의 경제적 자립을 돕는다.²²⁾ 《Mexicali Blues》는 글로벌 지역사회의 자립과 문화 보존을 위해 지원한다. 과테말라 여성 장인들에게 전통 공예 기술을 통한 경제적 기회를 제공하고, 이를 통해 얻은 이익을 주택 건설 및 교육 프로그램에 재투자한다. 또한, 네팔과 태국 등지에서 문화적 정체성 보존과 경제적 안정을 위해 지원한다.²³⁾ 《Atelier Jolie》는 재단사 및 패턴 제작자 등 저평가된 장인들과 난민 등의 취약계층을 위한 기술 교육 기회를 제공한다. 또한, 지역 장인을 위한 갤러리, 디자인 작업장 등을 조성해 지역사회의 예술적, 문화적 가치를 보존하기 위해 지원한다.²⁴⁾

4-1-2. 공급망 빈곤 완화 모델

‘공급망 빈곤 완화’ 모델은 기업이 무역 조건 개선, 근로 조건 향상, 취약한 공급업체 지원 등을 통해 공급

15) B-Corp 디렉토리에 사용된 브랜드 또는 기업명을 《브랜드 또는 기업명》으로 표기함

16) Underwear for Humanity, (2025.2.16.), www.underwearforhumanity.com.au

17) Stand4 Socks, (2025.2.16.) www.stand4socks.com

18) Vaela, (2025.2.16.) www.vaela.cc

19) Girafon Bleu, (2025.2.16.) www.girafonbleu.com

20) The Re-Pete Project, (2025.2.16.) www.therepeteproject.com

21) Definite Articles, (2025.2.16.) www.definitearticles.com

22) Equal Hands, (2025.2.16.) www.equalhands.com

23) Mexicali Blues, (2025.2.16.) www.mexicaliblues.com

24) Atelier Jolie, (2024.11.17.) www.atelierjolie.com

망 내 빈곤을 줄이는 방식으로²⁵⁾, 지역사회와의 협력을 기반으로 지속 가능한 경제적 자립을 도모하는 특징을 가진다. 분석 결과, 분석 대상 기업 중 총 29개 기업이 이 유형을 채택하였으며, 미국(9곳), 인도(3곳), 영국(2곳), 말레이시아(2곳) 등 다양한 국가에서 운영되고 있었다. 기업들은 공급망 내 숙련된 장인과 지역 사회의 빈곤 문제 해결에 집중하며 공정무역, 전통 기술 보존 및 전승, 그리고 지역 공동체의 자원과 기반 활용 등의 방식을 통해 경제적 자립과 빈곤 완화에 기여하고 있는 것으로 나타났다. 다음은 해당 유형에서 높은 점수를 받은 기업들의 대표적인 사례이다.

가. 공정무역 기반 빈곤 완화

공정무역 기반 빈곤 완화는 주로 소규모 농업 생산자나 원자재 공급자를 대상으로 공정한 임금과 안정적인 거래 조건을 제공하고, 장기적인 파트너십을 통해 빈곤 완화에 기여한다. 대표적인 사례인 《Mifuko》는 북유럽 디자인과 아프리카 전통 장인 기술을 결합한 제품을 제작하며, 모든 제품에는 아프리카 여성 제작자의 이름을 새겨넣어 장인의 가치를 존중한다. 현재 약 1,300명이 참여하며, 아프리카 여성의 빈곤 완화에 기여한다.²⁶⁾ 《Eclectic Array》는 농촌 및 소외 지역의 장인들과 협력해 전통적인 수공예 제품을 제작한다. 공정한 거래를 기반으로 장인들에게 가격 책정 권한을 부여하고, 지속적인 주문을 보장해 안정적인 소득을 창출하게 함으로써 경제적 자립을 지원한다.²⁷⁾ 《Vonadhona》는 공정무역 및 유기농 인증을 받은 면화 제품을 생산한다. 농부들에게 공정한 대가를 받도록 사전 자금과 장기 계약을 제공하여 안정적인 농업 기반을 구축함으로써 경제적 자립을 도모한다.²⁸⁾ 이 외에 공유가능 면화를 사용해 지역사회를 지원하는 《Oolie》와 《Alp N Rock》 등이 있다.

나. 전통 기술 기반 빈곤 완화

전통 기술 기반 빈곤 완화는 장인들이 적절한 처우와 안정적인 근무 환경을 보장받고, 전통 기술과 지식을 보존해 지역의 경제적 자립을 지원한다. 대표적인

사례로 《Amal Embroideries》는 손 자수 장인들에게 생계 임금을 보장하고, 전통 손 자수 공예가 전승되도록 기술 교육을 제공해 경제적 자립을 지원한다.²⁹⁾ 《Batik Boutique》는 전통 바틱 기술을 가진 400명 이상의 장인과 협력하여 전통 기술의 유지와 보존에 기여하며, 공정한 보상시스템을 통해 지속 가능한 소득 창출 기회를 제공함으로써 장인들의 경제적 자립을 지원한다.³⁰⁾ 《Pampa》는 전통 직조 기술을 가진 아르헨티나 및 라틴아메리카의 장인들과 협력하여 전통 기술을 보존하고, 직접 거래를 통해 공정한 임금을 제공함으로써 장인들의 경제적 자립을 지원한다.³¹⁾ 이 외에 전통 공예 기술을 가진 전 세계 지역 장인들과 협력하는 《Cleobella》, 전통 캐시미어와 울 제조 기술로 스코틀랜드 직물을 생산하는 《Johnstons of Elgin》이 있다.

다. 지역 공동체 기반 빈곤 완화

지역 공동체 기반 빈곤 완화는 지역이 가진 특수한 원재료나 제조 기술 등을 활용해 전체 지역 공동체의 소득을 높임으로써 지역의 경제적 자립에 기여한다. 대표적인 사례인 《Topiku》는 인도네시아 서자바주 치곤데와 지역의 가정들과 협력하여 재활용 폐기물을 활용한 커스텀 모자를 제작한다. 지역 남성과 여성 모두에게 공평한 일자리 기회를 제공하고, 생계 임금 보장과 재택근무 환경을 조성해 지역사회의 지속 가능한 경제적 성장을 지원한다.³²⁾ 《Jennifer Manners Design》은 네팔과 인도 지역의 장인들과 협력하여 러그를 제작하며 공정 거래를 통해 안정적인 수입을 보장하고, 자녀들의 교육을 지원한다. 지역 주민을 위한 의료 및 교육기금 조성, 여성 직업 교육을 후원해 지역 공동체의 빈곤 완화와 경제적 자립을 촉진한다.³³⁾ 《I was a Sari》는 인도 다바리 지역의 소외된 여성들에게 재단, 수공예 자수, 직물 공예 등의 전문 교육과 고용의 기회를 제공해 여성들의 경제적 독립을 지원함으로써 지역 공동체 빈곤을 완화하는데 기여한다.³⁴⁾ 이 외에 열살

25) B-Corp Korea, (2025.2.16.),
https://blog.naver.com/blab_korea/223667278627

26) Mifuko, (2025.2.16.)
www.mifuko.com

27) Eclectic Array, (2025.2.16.)
www.eclecticarray.com

28) Vonadhona, (2025.2.16.)
www.vonadhona.com

29) Amal Embroideries, (2025.2.16.)
www.amalembroideries.com

30) Batik Boutique, (2025.2.16.)
www.global.batikboutique.com

31) Pampa, (2025.2.16.)
www.pampa.com.au

32) Topiku, (2025.2.16.)
www.topiku.co

33) Jennifer Manners Design, (2025.2.16.)
www.jennifermanners.co.uk

34) I was a Sari, (2025.2.16.)

바도르와 페루의 전통 직조마을을 지원하는 《Descalza》, 베트남과 인도네시아 봉제 마을을 지원하는 《Esse》 등이 있다.

4-1-3. 지역 경제 발전 모델

‘지역 경제 발전’ 모델은 기업이 구매, 소유권, 기부 등을 통해 지역 경제를 강화하는 방식으로³⁵⁾, 지역 내 산업체와의 협력을 바탕으로 지속 가능한 지역의 경제적 성장을 도모한다. 분석 결과, 분석 대상 기업 중 총 10개 기업이 이 유형을 채택하였으며, 미국(2곳), 캐나다(2곳), 영국(1곳), 이탈리아(1곳), 일본(1곳), 아일랜드(1곳), 포르투갈(1곳), 호주(1곳) 등에서 운영되고 있었다. 이들 기업은 지역 생산자 간 연대와 고객 주문 제작을 통해 지역 제품의 품질과 신뢰를 제고하는 방식으로 지역 경제의 자생력과 산업의 지속가능성을 강화하는 것으로 나타났다. 다음은 해당 유형에서 높은 점수를 받은 기업들의 대표적인 사례이다.

가. 지역 생산자 연대 방식

기업이 지역 내 제조, 생산 등 지역산업의 생태계를 보호하면서 지역 기업 간 경제적 시너지를 통해 지역 산업의 경쟁력을 강화한다. 대표적인 사례인 《Ocean + Main》은 로스앤젤레스 지역 내에서 전 제품을 생산하여 지역 제조업과 45,000명 이상의 근로자를 지원함으로써 지역 의류 산업 생태계를 보호한다.³⁶⁾ 아일랜드 지역에서 전통적 방법으로 생산되는 양모와 린넨을 사용하는 《Aoife McNamara》는 지역 내 직물 공급업체와 기술 장인들의 고용을 창출해 지역 경제 활성화에 기여한다.³⁷⁾ 《Nice Corporation》은 오카야마 데님의 발생지인 코지마 지역을 기반으로 기획, 생산, 배송까지의 전 과정을 〈지역사회 기반 원스톱 프로덕션〉 방식으로 협력해 지역 산업의 경쟁력을 강화한다.³⁸⁾ 이 외에 캐나다 빅토리아 지역 기반 《ecologist outfitters》, 영국 더비셔와 노팅엄셔 기반 《Gilda & Pearl》 등이 있다.

나. 주문 제작 방식

www.iwasasari.com

35) B-Corp Korea, (2025.2.16.),
https://blog.naver.com/blab_korea/223667278627

36) Ocean+Main, (2025.2.16.)
www.oceanandmain.com

37) Aoife McNamara, (2025.2.16.)
www.aoifemcnamara.com/

38) Nice Corporation, (2025.2.16.)
www.nicecorporation.jp/en/

지역의 특화된 기술과 자원을 기반으로 소량생산이 가능한 주문형(made-to-order) 제작 방식은 지역 장인과 중소 생산업체들의 참여를 촉진해 지역 경제 발전에 기여한다. 대표적인 사례인 《Poches et Fils》는 퀘벡을 기반으로 소비자가 원하는 티셔츠를 맞춤 제작한다. 특히 지역 예술가 및 창작자와의 협력 생산을 통해 이들의 경제적 활동을 지원하며, 지역 내 생산으로 해외 제조 의존도를 낮춰 지역 경제 활성화에 기여한다. 《Maison Cashmere》는 이태리 키안티 지역의 캐시미어 제품을 주문형 제작 방식으로 생산한다. 숙련된 기술의 지역 장인과 지역 중소기업이 협력하며, 미래 전문 인력을 양성해 지역산업의 발전을 도모한다.³⁹⁾ 《State of Escape》는 자체 조달, 디자인 및 제조가 모두 호주 지역 내에서 이루어져 지역 내 고용 창출과 지역경제 활성화에 기여한다.⁴⁰⁾

4-2. 유형별 Impact Business Models 분석 결과

본 연구에서는 B-Corp 인증을 받은 의류·텍스타일 기업들이 채택한 Impact Business Models 유형별로 지역사회 발전에 기여하는 방식을 분석하였다. 그 결과, 기업들은 기부 중심 설계, 공급망 빈곤 완화, 지역 경제 발전이라는 세 가지 주요 모델을 통해 지역사회와 협력하며 지속 가능한 경제·사회적 가치를 창출하고 있음을 확인할 수 있었다.

첫째, ‘기부 중심 설계’ 모델을 채택한 기업들은 제품 판매 수익의 일부를 지역사회 발전을 위한 기부금으로 활용하거나, 제품 자체를 기부하는 방식으로 지역 사회를 지원하고 있었다. 이러한 기업들은 특히 사회적 소외계층, 교육, 복지 등의 분야에서 기여하며, 단순한 기부를 넘어 지속적인 지역사회 파트너십을 구축하는 경향을 보였다. 이를 통해 기업들은 사회적 책임을 강화하는 동시에 소비자들에게도 윤리적 소비의 기회를 제공하며, 기업과 지역사회가 상호 이익을 얻을 수 있는 방식을 활용하고 있는 것으로 나타났다.

둘째, ‘공급망 빈곤 완화’ 모델을 채택한 기업들은 공정무역, 전통 기술 보존, 지역 공동체 기반 지원 등을 통해 공급망 내 경제적 불평등을 해소하고자 했다. 이를 위해 지역 장인들과 협력하여 전통 기법을 활용한 제품을 생산하고, 공정한 가격 책정을 통해 지역 생

39) Maison Cashmere, (2025.2.16.)
www.eu.maisoncashmere.com

40) State of Escape, (2025.2.16.)
www.stateofescape.com

산자들의 지속 가능한 경제적 자립을 지원하는 방식이 두드러졌다. 또한, 기업들은 지역 내 취약계층과 협력하여 안정적인 일자리 창출과 근로 환경을 개선함으로써 지역사회의 경제적 안정을 도모하고 있는 것으로 나타났다.

셋째, ‘지역 경제 발전’ 모델 채택한 기업들은 지역 산업 연대 방식과 고객 주문 제작 방식을 활용해 지역 경제 활성화에 기여하는 모습을 보였다. 지역 생산업체, 장인, 창작자들과 협업을 활성화하고, 고객 주문방식을 통해 규모가 작은 지역 내 기업의 경제활동을 촉진함으로써 지역의 산업 생태계를 강화하고 있는 것으로 나타났다.

본 연구의 분석 결과, Impact Business Models을 채택한 B-Corp 인증 의류·텍스타일 기업들은 단순한 기부나 일회성 지원이 아닌, 기업의 비즈니스 모델 자체에 내재된 방식으로 지역사회 발전을 구현하고 있음을 확인할 수 있었다. 이들은 지역사회의 경제적 자립과 지속 가능한 성장을 도모하기 위해 제품의 생산, 유통, 협력 구조를 전략적으로 설계하고 있었으며, 이를 통해 기업과 지역사회가 상호 이익을 창출하는 구조를 형성하고 있었다. 이러한 접근 방식은 기업의 장기적인 지속가능성을 강화하는 중요한 요소로 작용하며, 지역 사회와 기업이 동반 성장할 수 있는 기반을 마련하는데 기여하고 있음을 알 수 있었다.

5. 결론 및 시사점

본 연구는 B-Corp 인증을 받은 의류·텍스타일 기업들의 지역사회 발전 전략과 Impact Business Models를 분석함으로써 한국 패션 기업이 B-Corp 인증을 활용해 글로벌 경쟁력을 확보할 수 있는 전략적 방향성을 제시하고자 하였다. 연구 결과, B-Corp 인증 기업들은 단순한 사회공헌 활동을 넘어, 지역사회와의 협력을 비즈니스 모델에 내재화함으로써 경제적·사회적 가치를 동시에 창출하고 있음을 확인할 수 있었다. 이러한 전략은 한국 패션 기업에도 적용할 수 있으며, 지속 가능한 비즈니스 모델 구축을 위한 실질적인 시사점을 제공할 수 있을 것이다. 본 연구를 통해 도출된 주요 시사점은 다음과 같다.

첫째, 지역 맞춤형 경제 발전 모델의 필요성이 강조된다. 기업들은 각 지역의 산업 특성과 자원을 기반으로 맞춤형 발전 전략을 수립하며, 지역사회와의 긴밀한 협력을 통해 경제적 시너지를 창출하고 있다.

둘째, 지속 가능한 생산 방식의 도입과 확산이 필수적이다. 사례 기업들은 공정무역, 주문 제작, 로컬 생산 등의 방식을 적용하여 자원 낭비를 줄이고 환경적 영향을 최소화하는 동시에, 장기적인 기업 경쟁력을 확보하고 있다.

셋째, 지역 공동체와의 협력 강화가 경제적·사회적 가치 창출의 핵심 요소로 작용한다. 기업들은 지역 내 장인·중소기업·창작자들과 협력하여 고용을 창출하고, 전통 기술의 보존 및 계승을 지원하고 있다.

넷째, 지역 경제 발전을 위한 기업의 역할 확대가 요구된다. B-Corp 인증기업들은 단순한 기업 활동을 넘어, 지역사회에 대한 장기적인 투자와 상생 전략을 통해 지속 가능한 지역 경제 생태계 구축에 기여하고 있다.

또한, 지속 가능한 산업 생태계에서 환경적 가치 또한 중요한 요소로 작용하는 만큼, 향후 B-Corp 인증기업이 환경 영역에서 채택한 Impact Business Models에 관한 추가 연구가 필요하다. 본 연구가 한국 패션산업의 지속 가능한 발전을 위한 기초 자료로 활용되고, 나아가 B-Corp 인증을 고려하는 기업에 실질적인 전략적 방향성을 제공할 수 있기를 기대한다.

참고문헌

1. 고애란·이정순, ‘포스트 코로나 시대의 지속가능 패션소비’, 소비자학 연구, 2020
2. 고재중, ‘전통적 사회적 기업의 기능상 한계와 그에 대한 대응방안’, 가천법학, 2023
3. 유해만·전재훈, ‘재료 및 기법의 특성에 기반하는 업사이클 패션 디자인 연구’, 한국의류학회지, 2020
4. 이윤경, ‘패션에서의 지속가능성과 감성적 디자인’, 한국디자인포럼, 2014
5. 조신현·석혜정, ‘국내 B Corp 인증기업의 ESG 사회적 활동 분석’, 한국의상디자인학회지, 2024
6. 손연아·김정태·정태은, ‘미국 비콥(B-Corp)인증과 베네팅 코퍼레이션 법제 분석’, 한국법제연구원,

2021

7. 이지연·이여원·김상준, '기업의 사회적 책임 확산 과정에서의 근접성의 역할: 미국 기업들의 비콕 무브먼트 참여과정을 중심으로', 중소기업연구, 2021
8. 이지연, '글로벌 패션 기업의 해외 소싱 프로세스에서 나타난 지속가능성 기준', 한국의류산업학회지, 2022
9. www.amalembroideries.com
10. www.aoifemcnamara.com
11. www.atelierjolie.com
12. www.bcorporation.net
13. www.bcorporation.kr
14. www.definitearticles.com
15. www.eclecticarray.com
16. www.equalhands.com
17. www.eu.maisoncashmere.com
18. www.girafonbleu.com
19. www.global.batikboutique.com
20. www.hankyung.com
21. www.iwasasari.com
22. www.jennifermanners.co.uk
23. www.kb.bimpactassessment.net
24. www.mexicaliblues.com
25. www.mifuko.com
26. www.naver.com
27. www.nicecorporation.jp
28. www.oceanandmain.com
29. www.pampa.com.au
30. www.stand4socks.com
31. www.stateofescape.com
32. www.therepeteproject.com
33. www.therepeteproject.com