

성공하는 기업의
비즈니스 어드바이저

CHANNEL

2022 JULY
Vol.234



바쁜 일상 속 작은 심포,
Happy Summer

삼성 KPMG

COVER STORY

이 여름 SUMMER!
쉼과 휴식으로 얻는 힐링 에너지



Work Hard & Play Hard

일은 일상을 풍요롭게 하며
휴식은 피곤한 나날을 더욱 값지게 한다.
일한 뒤의 휴식은 환희 속에 감사를 불러일으킨다.
- 샤를 보들레르 (프랑스 시인)

바다로, 산으로 어디든 훌쩍 떠나고 싶은
휴가의 계절, 여름이 왔습니다.

삼정인 가족 여러분들은 어떤 휴가를 계획하고 있나요?
Work Hard & Play Hard! 바쁜 일상에 잠시 쉼표를 주고,
힐링 에너지로 가득 채우는 여름날 되기를 바랍니다.

발행처 삼정KPMG
기획·편집 홍보팀(02-2112-7567)
디자인 네오메디아(02-512-1666)
인쇄 드림인쇄(02-464-6161)
주소 서울시 강남구 테헤란로 152
강남파이낸스센터 27층
(우편번호)06236
홈페이지 home.kpmg/kr/ko/home.html

CONTENTS

JULY 2022 Vol.234
삼성KPMG 뉴스레터



QR코드를 통해 삼성KPMG의
생생한 정보를 만나보세요!
스마트폰으로 QR코드를 스캔하면
삼성KPMG 홈페이지로
접속할 수 있습니다.

행복한 일터

- 삼성인터뷰 16**
KPMG 몽골 단기 파견으로
글로벌 역량 높여요!
- 삼성별그림 18**
삼성인만의 여름철 Refresh 방법은?
- Smart Play 20**
러너스 하이! 러닝으로 짜릿함을 느끼다
- 이동규의 두줄칼럼 22**
새로운 눈으로 인재를 보라
- 心 Care 24**
나의 트라우마 해방일지
- Samjong news 26**
2022년 정기 파트너 승진 인사 단행 外

건강한 성장

- 04 Emerging Trends**
럭셔리 시장에 부는 변화의 물결, '뉴럭셔리 비즈니스'
- 06 Market Reader**
빅블러를 앞당긴 빅테크, 디지털 금융의 방향은?
- 08 Team Story**
미국 자본시장의 Trusted Advisor
CMG(Capital Markets Group)팀
- 10 Client+**
글로벌 메디컬 에스테틱 전문기업
'클래시스'
- 12 Expert's Advice**
반드시 관심 가져야 할 해외 ESG 관련 법규는?
- 13 맛있는 경제**
알면 더 좋은 시사·경제 상식!



럭셔리 시장에 부는 변화의 물결, ‘뉴럭셔리 비즈니스’

보수적인 시장으로 손꼽히던 럭셔리 시장이 변하고 있다. 그동안 럭셔리 기업들은 고유의 브랜드 가치 훼손 방지를 위해 최소한의 변화를 수용해왔다.

하지만, 소비패턴 변화와 사회 전반의 디지털화 가속으로 과거 방식만을 고수하는 기업은 생존하기 힘든 환경이다. 럭셔리 시장이 급속도로 변화하는 가운데, 이번 호에서는 플렉스(Flex), 스몰럭셔리, 보복소비 등 새롭게 등장한 소비패턴으로 재조명되는 럭셔리 시장을 살펴보려 한다.

○ MZ세대가 주도하는 뉴럭셔리

전통적으로 럭셔리 소비층은 경제력과 자산을 축적한 40대 이상으로 여겨졌다. 그러나 최근 MZ세대로 불리는 20·30세대가 럭셔리 제품의 주요 소비자로서 주목받고 있다. 이와 함께 현대적인 감각으로 Z세대에게 인기를 끄는 컨템포러리 브랜드가 신(新)명품으로 부상한 가운데, 루이비통, 구찌 등 클래식 럭셔리 브랜드와 새로운 경쟁 구도를 형성하는 모습이다.

또한 패션 외 영역의 럭셔리 제품에도 관심이 많은 MZ세대는 럭셔리 카테고리 다변화를 주도하며, 리빙, 펫, 카페·레스토랑 등 라이프스타일 전반의 럭셔리 소비를 통해 ‘럭셔리테리어(Luxury+인테리어)’, ‘펫셔리(Pet+Luxury)’ 등의 신조어를 양산하기도 한다. 이처럼 럭셔리 소비자 저변 확대로 럭셔리업계 전반이 변화를 겪으며 비즈니스 구도가 재편될 가능성이 엿보인다.

○ 뉴노멀로 급부상한 럭셔리 이커머스와 리세일

온라인 럭셔리 구매는 뉴노멀로 자리 잡았다. 눈으로 직접 보고 사는 것이 당연하던 럭셔리 시장에서 클릭만으로 손쉽게 럭셔리 제품을 구매할 수 있는 온라인 플랫폼이 부상하고 있다. 특히 100만 원 이하의 스몰럭셔리 제품을 중심으로 이런 경향이 두드러진다. 2021년 글로벌 럭셔리 시장에서 온라인 채널이 차지하는 비중은 22%로, 오프라인 브랜드숍에 이어 두

번째로 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타난다. 기존 온라인 럭셔리 시장은 파페치, 마이테레사와 같은 글로벌 럭셔리 플랫폼이 주도해 왔으나 최근 이커머스 기업과 럭셔리 브랜드 기업이 가세하며 시장 내 플레이어 확대로 경쟁이 심화되고 있다.

중고 럭셔리 시장 역시 온라인 플랫폼을 중심으로 확대되고 있다. 이전과 같이 명품을 구매해 10~20년간 장기 보유하는 것이 아닌 1~2년 동안 경험하다가 바꾸는 트렌드가 중고 럭셔리 시장의 성장을 뒷받침하고 있다.

아울러 럭셔리 제품의 소유보다 경험에 가치를 두는 소비 트렌드는 중고 럭셔리 시장을 활성화시켰을 뿐만 아니라 럭셔리 제품에 대한 소비자의 인식을 바꿔 나가는 중이다. 구찌와 버버리 등 중고 럭셔리 시장에 적극적으로 진출하고자 하는 럭셔리 브랜드 기업도 생겨났으며, 더리얼리얼, 베스티에르 콜렉티브 등 럭셔리 중고

소비패턴 변화



뉴럭셔리 비즈니스 트렌드

소비층 확대	<ul style="list-style-type: none"> 40대 이상에서 2030세대로 럭셔리 소비자 저변 확대 컨템포러리 브랜드의 신명품화와 럭셔리 카테고리 다변화 등 소비층 변화에 따른 새로운 비즈니스 트렌드가 나타남
온라인 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 럭셔리 소비가 늘어나며 기존 오프라인 중심에서 온라인으로 소비 채널 확대 이커머스, 럭셔리 D2C(Direct to Consumer)의 온라인 진출로 온라인 경쟁 심화
럭셔리 리세일	<ul style="list-style-type: none"> 소유보다 경험을 중시하는 경향 및 리세일테크 부상에 따라 럭셔리 리세일 일상화 플랫폼 위주의 시장이 형성된 가운데, 럭셔리 브랜드 기업도 리세일 시장에 진출
디지털 럭셔리	<ul style="list-style-type: none"> 가상공간에서 전개되는 디지털 럭셔리가 미래 소비자를 확보할 럭셔리 기업의 넥스트 비즈니스로 부상 메타패션, 디지털 런웨이, 디지털 아트웍 등 다양한 형태의 비즈니스 활발

* 본 칼럼에 대한 자세한 내용은 삼정KPMG 공식 Youtube 영상에서 만나볼 수 있습니다. 스마트폰으로 QR코드를 스캔하면 접속할 수 있습니다.



거래 전문 플랫폼도 투자자와 소비자의 선택을 받으며 성장하고 있다.

○ 럭셔리 기업, 메타버스·NFT 등 디지털 럭셔리로 Z세대 공략

럭셔리 브랜드 기업은 메타버스, NFT(대체불가토큰) 등 디지털 럭셔리를 도입에 적극 나서며 Z세대를 미래 소비자로 확보하기 위해 노력 중이다. 럭셔리 소비 연령층이 점차 낮아지고 있는 상황에서 메타버스, 게임 등 가상 공간은 Z세대와 문화를 공유하고 소통할 수 있는 창구로 떠올랐다. 기술의 발전으로 희소성·배타성이 확보된 가상공간에서 구찌, 발렌시아가 등 럭셔리 브랜드 기업들은 NFT·AR·VR·3D 등을 활용해 메타패션, 디지털 런웨이, 디지털 아트웍 등의 디지털 럭셔리를 전개하고 있다. 가상공간에서의 브랜드 경험이 기업 활동의 중요한 일부로 자리잡음에 따라 이를 위한 기업의 새로운 시도도 당분간 지속될 것으로 예상된다.

○ 새로운 국면을 맞이한 럭셔리 시장, 비즈니스 기회 포착이 중요해

럭셔리 소비자 저변이 확대되고 새로운 소비자가 시장에 진입함에 따라 기업은 신규 소비자 니즈에 맞춘 전략적 대응이 필요한 상황이다. 기업은 오프라인에서 럭셔리 브랜드 가치를 전달할 수 있는 차별적인 오프라인 고객 경험을 극대화하는 동시에 증가하는 온라인 럭셔리 소비자를 놓치지 않기 위한 온·오프라인 양방향 접근 전략을 모색해야 한다. 아울러 소비자 니즈에 맞춘 브랜드 포트폴리오 재편 및 라이프스타일 전반을 아우르는

럭셔리 큐레이팅 전략을 통해 일상을 럭셔리로 채우려는 소비자의 로열티 제고를 도모할 필요가 있다.

럭셔리 시장의 판도가 흔들리고 있다. 럭셔리 관련 기업은 변화의 기로에 놓인 럭셔리 시장의 흐름을 면밀히 모니터링하고 새로운 비즈니스 기회를 포착해 다가올 미래에 대비해야 할 것이다.

CONTACT US

Deal Advisory5
김유미 상무
Tel. 02-2112-7998
E-mail. yumikim@kr.kpmg.com



경제연구원
차윤지 책임연구원
Tel. 02-2112-6914
E-mail. yoonjicha@kr.kpmg.com

빅블러를 앞당긴 빅테크, 디지털 금융의 방향은?

코로나19 팬데믹 이후 비대면 채널이 일상화되면서 빅테크의 잠재력이 발현됐다. 금융 생태계의 빅블러 현상이 가속화되고 빅테크가 디지털 메가 트렌드를 선도하는 가운데, 빅테크의 영향력 확대에 따라 각국의 규제 재정비 논의도 진행되고 있다. 이번 호에서는 국내외 빅테크의 금융업 진출과 규제 정비 현황을 통해 디지털 금융의 방향을 조망해 본다.



○ 팬데믹 시대의 디지털 전환 가속화, 빅테크의 질주가 시작되다

2년 이상 지속된 코로나19 팬데믹으로 전 세계 사람들의 생활에 비대면화가 이뤄지고, 기업의 디지털 전환이 가속화되는 등 일상 속 큰 변화가 일어났다. 이러한 상황에서 국내외 빅테크는 플랫폼과 기술을 기반으로 'D·N·A(Data·Network·Activities)' 선순환 구조를 구축하며 코로나 특수를 누렸다. 또한 불확실성이 높은 환경임에도 불구하고 빅테크는 M&A부터 신규 디지털 서비스 출시, 고급 인력 채용에 이르기까지 미래 성장 동력 확보를 위한 적극적인 행보를 보였다.

금융업에서 빅테크의 활약도 눈에 띈다. 예를 들어 미국에서는 아마존, 애플이 BNPL(Buy Now Pay Later) 등 페이먼트 사업을 중심으로 지급결제 생태계를 구성해 나가며 디지털 뱅킹 서비스 시장을 확장하고 있다. 국내에서도 네이버, 카카오가 자사 플랫폼을 기반으로 보험, 증권 등 다양한 서비스를 선보이는 가운데 토스도 종합금융플랫폼으로서 입지를 강화해 가고 있다.

○ 주요국 감독당국은 빅테크 규제 재정비 중

그동안 국내외 금융당국은 오픈 이노베이션(Open Innovation) 이니셔티브를 펼치면서 금융 산업 개방을 지속해왔다. 이에 빅테크가 금융업 내 혁신과 편의성을 제고했다는 긍정적 평가를 받았다. 그러나 빅테크의 영향력이 증대되면서 시장 경쟁, 금융 안정성, 소비자 보호 측면에서 우려가 제기되고 규제 필요성이 높아졌다.

미국에서는 반독점 보고서를 기반으로 빅테크 규제 수립을 진행 중이며, 플랫폼 서비스를 통한 독점적 지위 및 경제력 집중을 경계하고 있다. EU의 경우 대표적인 빅테크가 부재한 상황에서, 디지털 시장법·디지털 서비스법, 데이터법 제정 등으로 유럽에 진출한 해외 빅테크를 규제하려는 적극적 움직임을 보인다. 중국은 기관 중심 규제 방식을 통해 금융자회사 중심으로 빅테크를 규제 및 감독하고 있다. 최근 주요 빅테크에 금융지주사 설립을 요구하고 있으며, 국영은행을 통해 간접적으로 감독하는 방안도 병행하고 있다.

국내 감독당국은 금융산업의 혁신과 역동성을 제고 하면서 금융안정과 소비자 보호를 동시에 구현하기 위해 빅테크 관련 규율 체계를 합리적으로 재정비할 계획을 마련하고 있다. 일례로 금융위원회는 금융사의 디지털 트랜스포메이션(Digital Transformation)을 지원하고 금융-비금융 간 융합과 다양한 사업 모델을 펼칠 수 있도록 금융회사의 업무 범위 규제를 정비하는 한편, 빅테크의 잠재 리스크를 점검하는 방안을 검

금융사 및 빅테크, 규제 변화 고려한 전방위적 전략 재검토

	 금융사	 빅테크
금융안정성	<ul style="list-style-type: none"> 자기자본비율, 레버리지비율 등 엄격한 건전성 규제를 준수하며 신규 비즈니스 영위에도 건전성을 유지할 수 있도록 노력 	<ul style="list-style-type: none"> 규모, 레버리지, 연계성, 복잡성 확대 가능성에 따라 시스템 리스크, 지배구조 리스크 등 관련 잠재 위험 요소를 면밀히 관리할 필요
소비자보호 금융포용성	<ul style="list-style-type: none"> 개인 프라이버시 보호, 불완전 판매 및 금융상품 중개-대리인에 대한 관리/감독, 디지털 금융 민원 및 사고 발생 시 선제적 대응 전략 등 재검토 	<ul style="list-style-type: none"> 소비자 중심 경영전략 및 내부 컴플라이언스, 건전한 거버넌스 구축, 리스크 관리 강화 등으로 소비자보호 책임 확보 신파일러 등 금융포용성 제고, 자영업·중소기업 자금 공급 등 영향력 확대에 따른 사회적인 역할 수행에도 노력
혁신	<ul style="list-style-type: none"> 영업력과 기술 수준 등을 고려한 빅테크와의 관계 정립, 핀테크/비금융사와의 파트너십을 통한 미래가치 제고 축적된 금융 노하우를 바탕으로 자동차·부동산·헬스케어 등 새로운 영역 진출을 통한 비금융 플랫폼으로의 진화와 디지털 신사업 기회 모색 	<ul style="list-style-type: none"> 규제 변화에 유연한 사업구조 확보 및 전략 재정비하고 디지털 금융의 확장성·연결성 등을 고려한 해외진출 고민 소비자의 페인포인트를 해소함과 동시에, 핀테크·메타버스·가상자산 등 새로운 디지털 비즈니스 투자 및 M&A 기회 선점

출처: 삼정KPMG 경제연구원

토하겠다는 정책 추진 방향을 발표한 바 있다. 아울러 최근 발표된 ‘새 정부 경제정책방향(2022.06.16)’에 따르면 디지털 환경 변화에 맞춰 금융 산업 규제 전반을 개선하겠다고 밝혀 디지털 전환과 빅테크 성장을 균형 있게 다루고자 하는 정책 방향성을 확인할 수 있다.

○ 금융 환경 변화에 직면한 플레이어들, 발전적 경쟁 구도와 전략 재정비 필요

D·N·A를 경쟁력의 원천으로 성장해온 빅테크의 시장지배력을 견제하고 금융소비자를 보호하기 위한 위한 규제 정비는 불가피할 것으로 전망된다. 특히 금융산업 내에서 불완전 판매 방지, 건전성과 금융안정성 확보 차원의 규제가 검토될 것이다. 이 과정에서 디지털 금융에 적합한 규제 체계 정비와 혁신 촉진, 금융소비자 효익 증대 관점의 정책이 무엇보다 중요하다.

더불어 그동안 공급자 중심의 서비스를 제공해왔던 전통 금융사들은 수요자 관점에서 미래 비즈니스 전략을 재검토해야 한다. 잠재적 문제점에도 불구하고 빅테크는 소비자 눈높이에 맞춰 다양한 금융·비금융 데이터를 융합하여 편리한 UI/UX(사용자인터페이스/사용자경험)와 높은 금융접근성을 가진 종합생활금융서비스로 금융소비자의 선택을 받았다는 점을 주시해야 한다. 이에 금융사는 엄격한 건전성 규제를 준수하면서 소비자정보 보호, 금융상품 중개-대리인에 대한 관리·감독을

철저히 함과 동시에, 축적된 금융 노하우와 디지털·플랫폼 역량 강화를 통해 고객 접점의 확장, 금융자산과 건강자산의 최적 포트폴리오 관리, 전반적인 디지털 신사업 및 제휴/투자 전략을 재정비해야 한다.

아울러 빅테크는 시스템 및 지배구조 등 잠재 위험 요소를 면밀히 관리하고 소비자 보호 책임을 강화하는 한편, 금융포용성 제고, 규제 변화에 유연한 사업구조를 확보해야 한다. 또한 디지털 금융의 확장성과 연결성을 고려해 금융 노하우 및 리스크 관리 역량 추가 확보, 신규 디지털 비즈니스 확대 측면에서의 M&A 기회 선점, 글로벌 시장 진출 모색을 통해 경쟁력을 제고할 필요가 있다.

CONTACT US

디지털본부
조재박 부대표
Tel. 02-2112-7514
E-mail. jaeparkjo@kr.kpmg.com



경제연구원 최연경 책임연구원
Tel. 02-2112-7769
E-mail. yeonkyungchoi@kr.kpmg.com



미국 자본시장의 Trusted Advisor! CMG(Capital Markets Group)팀

올 초, 미국 증권거래위원회(SEC)에는 기후변화 리스크 대응과 관련한 공시를 의무화하는 새로운 규정에 대한 제안서를 발표했다. 미국에 상장된 기업은 물론, 상장을 준비하는 기업들에게 큰 영향을 미칠 것으로 전망된다. 이에 이번 호에서는 CMG(Capital Markets Group)팀을 만나 이와 관련하여 기업들의 준비 방안에 대해 들어보고, CMG팀이 제공하는 서비스에 대해 소개하려 한다.

◦ 미국 SEC, 기업 기후정보 공시 의무화 추진 미국 상장사 선제적 준비 필요해

기업들의 ESG(환경·사회·지배구조) 역량이 갈수록 중요해질 것으로 보인다. 기후변화 및 환경 이슈와 관련한 기업의 정보공개가 의무화되고 있기 때문이다. 2022년 3월, 미국 SEC는 상장 기업의 온실가스 배출 상황을 포함한 기후변화 리스크 대응과 관련한 공시를 의무화하는 새로운 규정에 대한 제안서를 발표했다. 이에 미국 SEC는 내년부터 단계적으로 미국 내 모든 상장사에 '기후변화 정보공시'를 적용할 계획이다. 이는 매우 포괄적이고 복잡해, 대부분의 미국 상장사를 비롯해 미국 IPO를 준비하는 기업들에 큰 영향을 미칠 것으로 보인다. 특히, 국제지속가능성표준위원회(ISSB)의 제안서와 달리, 미국 SEC의 제안서는 재무 보고에 대한 회사의 내부 통제 범위에 포함되고 감사 대상이 되는 특정 기후 관련 지표에 대한 재무제표 공시를 요구한다. 따라서, 미국 상장사 혹은 상장 예정 기업들은 이 규칙안이 기업에 어

떤 영향을 미칠지 이해하는 것이 중요하다.

아울러, SEC가 최종 규정을 수립하는 방향으로 나아가면서 국제적으로 다른 규제 기관들도 유사한 방향으로 흘러갈 것으로 보인다. 이에 기관들의 상호작용과 국내 상장사들에 대한 적용 가능성을 이해해야 한다. 향후 몇 년 내에 IPO를 고려하고 있다면, SEC 제안서가 IPO의 타이밍이나 접근 방식에 어떤 영향을 줄 수 있는지 파악해야 한다. 혹은, M&A 계획이 있는 회사의 경우에도 SEC 제안서가 M&A 전략 및 실사 프로세스에 어떤 영향을 줄 수 있는지 고려해야 한다.

◦ 미국 자본시장 진출 기업들의 길라잡이! PCAOB 품질관리에서 인정받은 베테랑

삼정KPMG의 CMG팀은 기업들의 미국 IPO 계획 초기 단계부터, 성공적으로 완수할 때까지의 여정 동안 신뢰할 수 있는 조연자 역할을 해내고 있다. 아울러, 미국 상장사의 감사에 대한 감사 품질 관리 및 향상을 위해 감사팀과 업무 협업을 이뤄가고 있다. 삼정KPMG는 미국 SEC에 등록된 한국 기업 중 50%를 넘는 기업의 감사업무를 오랜 기간 수행해왔으며, 미국 PCAOB의 2016년 품질관리감리에서 '노 코멘트(No Comment)'를 받는 등 우수한 회계감사 실력을 인정받고 있다.

CMG팀의 강점은 모든 구성원들이 PCAOB 감사 기준 및 SEC 재무보고 관련 이슈에 대한 실질적인 지식과 경험을 쌓아온 베테랑들이라는 점이다. CMG팀의 모든 구성원들은 KPMG US National Office를 포함한 KPMG US에서의 근무 경험을 쌓아왔으며, PCAOB 감사업무에 대해 감사계획부터 완료단계까지 PCAOB 감사 절차 및 SEC filing 이슈 사항 등 다양한 분야의 연중 코칭을 감사팀에 제공하고 있다.

한편, CMG팀은 한국에 기반을 둔 Foreign SEC Filing Reviewing Partner가 있다는 점도 최대 강점이다. 이를 통해 감사팀과 고객의 필요(Needs)에 맞춰 적시에 커뮤니케이션 및 지원을 제공할 수 있고, 직접 SEC filing 관련 업무를 검토하고 최종 승인을 할 수 있다.

CMG팀의 주요 서비스

감사 코칭

Public Company Accounting Oversight Board ('PCAOB', 미국상장회사 감사인의 감독기관) 기준 감사업무에 대해 감사 계획단계부터 종결단계까지 감사업무별 감사 위험 및 최근 이슈 사항들을 고려하여 코칭 제공

감사 모니터링

법인 내 모든 국내 미국 상장사 및 선정된 해외 미국 상장사의 부문 감사업무에 대한 감사보고서 발행 전 감사 수행 내용 리뷰

PCAOB Inspection 대응

PCAOB Inspection 사전 준비, Inspection 기간 동안 대상 감사팀에 대한 지원 및 Inspection 이후 결과에 대한 분석을 통한 remedial action을 수립하여 감사 품질 향상을 위한 노력

가이던스 및 교육 제공

PCAOB 감사, SEC 재무 보고 관련 가이던스, 조서 사례 및 교육의 적시성 있는 제공 (감사팀의 효과적인 도움을 위해 Global 가이던스 및 교육의 국문화 포함)

Cross-border offering

US IPO 또는 해외채권발행 관련 코칭, 모니터링 및 가이던스 제공

PCAOB 감사 업무 리스크 Down, 품질은 UP!

CMG팀은 앞으로도 미국 자본시장에 진출한 기업들의 감사 품질 관리 및 제고를 위해 힘써 나갈 것이다. 이를 위해 적시성 있고 효과적인 코칭, 모니터링 및 가이던스 제공을 통해 감사팀을 적극적으로 지원해 나가고자 한다.

경험 많은 CMG 팀원의 전문성과 감사팀의 원활한 커뮤니케이션을 통해 식별된 감사 또는 회계 이슈를 고객과 빠르게 소통하며, 최고의 고객 서비스 경험을 만들어 나갈 계획이다. 이를 기반으로 PCAOB 감사업무 리스크는 줄이고 품질은 향상시키는 것을 목표로 하고 있다.

아울러, 현재 불확실한 시장 환경에서 미국 상장 계획을 가진 고객의 요구 사항을 충족하기 위해 감사팀에 최근 규제 변동 사항 및 인사이트를 지속적으로 제공하고자 한다. 미국 상장 자문 업무와 관련해서도 상장 계획 시부터 완료 단계까지 회사에 필요한 사항들에 대한 자문 서비스를 제공할 계획이다.



CMG팀에 대해 소개한다면?



차오 리아 전무

(Foreign SEC Filing Reviewing Partner)
leahcao@kr.kpmg.com

감사인으로서 우리는 SEC 상장사가 궁극적으로 추구하는 높은 수준의 재무 보고 품질 달성의 목표를 함께 합니다. SEC 보고 및 PCAOB 감사 이슈에 경험이 있을 뿐만 아니라 국내 기업의 Practices 및 상황에 대한 지식과 경험을 가진 CMG팀은 계속해서 감사팀들과 긴밀히 협력하여 미국 자본시장의 고객들에게 가장 신뢰할 수 있는 조언자가 되겠습니다.



제원용 상무

(금융업)
wjeh@kr.kpmg.com

금융업 감사 경험 및 KPMG US에서 PCAOB 감사 경험까지 겸비한 전문가들과 함께 금융본부의 SEC Client 감사업무를 지원하고 있습니다. PCAOB 기준이 날이 높아지는 상황에서, 항상 금융본부 감사팀들과 소통하고 함께 고민하며 금융본부 PCAOB 감사업무의 품질 향상을 위해 노력하고, 올해 있을 PCAOB Inspection에서도 좋은 결과를 얻을 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

공평식 상무

(금융업)
pyungsikkong@kr.kpmg.com



저희 팀은 높은 수준의 Audit Quality가 요구되는 미국 상장법인에 대한 감사업무가 미국 PCAOB 및 SEC 기준에 따라 적절히 이루어지도록 감사팀을 코칭하며 지원하고 있습니다. 앞으로도 삼정KPMG가 미국상장법인에 최고 수준의 Client Service를 제공할 수 있도록 최선의 노력을 다하겠습니다.

슈링크 유니버스



피부미용 시장을 선도하는 글로벌 메디컬 에스테틱 전문기업 ‘클래시스’

클래시스는 피부미용 의료기기 사업을 영위 중이며 주력 제품으로 하이푸(HIFU, 고강도 집속초음파)를 이용한 리프팅 기기 ‘슈링크(Shurink)’를 보유하고 있다. 국내에서는 누적 판매 대수 3,500대를 돌파하며 명실상부 리프팅 기기의 대명사로 떠올랐으며, 해외에서는 ‘Ultraformer III’라는 이름으로 글로벌 하이푸 시장을 선도하고 있다. 유저와 환자 모두로부터 안정성과 효과성을 인정받으며, 2021년 연 매출 1,000억 원 돌파에 이어 2022년 1분기 분기 최대 실적을 경신하고 있다.

ULTRA F 핸드피스 전용
4개의 카트리지



더마슈링크
1.5 카트리지

아이슈링크
2.0 카트리지

셀업슈링크
3.0 카트리지

라인업슈링크
4.5 카트리지

ULTRA BOOSTER 핸드피스 전용
3개의 펜타입 카트리지



더마부스터
1.5 카트리지

셀업부스터
3.0 카트리지

라인업부스터
4.5 카트리지

○ 개발부터 생산, 임상, 허가, 마케팅, 서비스까지 자체 시스템 구축

클래시스는 2007년 1월 설립 이후, 2017년 12월 KTB2호스팩과 합병을 통해 코스닥시장에 입성했다. 지난 3월 3일에는 ‘2021년 코스닥시장 공시우수법인’으로 선정됐다. 클래시스는 미용 의료기기 시장의 대중화를 위해 다양한 기술 기반의 신제품 개발 및 지속적인 제품 업그레이드, 그리고 다양한 마케팅 기법을 통해 브랜드를 확장하고 있다. 2007년 회사 설립 초에 기업부설연구소를 설치했으며, 서울 본사를 비롯해 문정동 제1공장, 미사 제2공장 세 건물을 보유하며 개발부터 생산, 임상, 허가, 마케팅 및 서비스에 이르기까지 자체적인 인프라를 모두 갖췄다. 또한, 클래시스는 2022년 1분기 기준 등록된 특허 181건을 포함해 국내외 지적재산권이 총 967에 달하는 지식재산 강소기업으로, 안정성과 효과성뿐만 아니라 품질 개선과 소비자 편의성을 높일 수 있는 기술 개발에 박차를 가하고 있다.

최근에는 각국의 식약처 허가를 받아 의사들이 사용하는 의료기기 브랜드 ‘클래시스(CLASSYS)’ 뿐만 아니라, 해외 미용기기 시장을 전문적으로 유

통하는 ‘클루덤(Cluederm)’ 브랜드, 일반 소비자를 위한 홈케어 디바이스 및 화장품을 판매하는 ‘스케덤(Skederem)’의 3가지 브랜드를 통해 사업을 영위하며 사업을 확장하고 있다. 이와 함께 의료기기와 미용기기를 사용할 때 필수적으로 사용하는 소모품을 함께 판매하고 있다.

○ 신제품 개발 및 장비 업그레이드로 포트폴리오 확대

하이푸 기술을 이용한 슈링크(ULTRAFORMER III)는 눈썹 리프팅 및 얼굴, 복부, 허벅지 탄력 개선, 눈가 및 입가, 목주름 개선으로 식약처에 허가를 받았다. 꾸준한 업그레이드를 통해 다양한 카트리지를 출시했을 뿐만 아니라, 피부 분야에서 권위 있는 SCI급 학술지에도 해당 장비를 이

용한 논문이 발간되며, 그 효과를 입증하고 있다. 이외에도 냉각제어 기술을 이용하여 지방층을 감소시키는 알파(해외명 Clatuu Alpha) 및 하이푸 기술로 복부둘레 감소에 사용하는 사이저(Scizer), 레이저 토너브도 함께 인지도를 높이기 위한 영업 활동을 진행 중이다.

클래시스 제품들은 국내 시장을 넘어 아시아, 중동, 유럽, 남미 등 전 세계 60여 개국으로 시장을 확대해 가고 있다. 2021년 기준 전체 매출에서 수출이 차지하는 비중은 70%로 브라질을 비롯한 일본, 대만, 호주 등 국가들의 매출 성장이 지속되고 있다. 브라질의 경우 2021년 말 기준 장비 판매 대수가 1,000대를 상회하여 소모품 매출도 본격화되는 중이다.

클래시스는 2021년 10월, 신제품 슈링크 유니버스의 국내 식약처 허가를 획득했다. 슈링크 유니버스는 국내 3,500대 이상 판매된 슈링크의 업그레이드 버전으로 클래시스 기술연구소의 자체 기술력을 통해 개발한 신제품이다. 기존 대비 시술 속도가 향상됐으며 사용자의 편의성이 높아지고, 다양한 핸드 피스를 통해 시술 범위가 확장됐다. 특히 울트라 부스터 카트리지와 슈링크 유니버스 앰플이 추가되어 새로운 기능에 대한 호평이 이어지고 있다. 또한 올해는 고주파 기술을 이용한 신제품 '볼뉴머'의 출시를 기대하고 있다. 이를 통해 리프팅과 주름 개선에 주로 이용되는 하이푸 장비(슈링크 및 슈링크 유니버스)와 RF장비(볼뉴머)를 모두 갖춰 접근 가능 시장을 확대할 예정이다.

● **꾸준한 성장, 글로벌 트렌드 확산 가속화**

최근 5년간 클래시스 매출은 급격히 성장했다. 지난 2017년 300억 원대였던 매출은 2021년 처음으로 1,000억 원을 돌파했다. 올해도 분기 최대 실적 달성과 함께 어닝 서프라이즈로 첫 분기를 출발했다. 올해 1분기 매출액은 354억 원을 기록해 작년 1분기 213억 원 대비 66% 증가했다. 매출 성장과 함께 영업이익은 109억 원에서 167억 원으로 53% 성장했다.

클래시스는 글로벌 기업으로 거듭나기 위해 향후에도 브랜드 인지도를 강화하고 신뢰성을 확보하는 노력을 지속할 계획이다. R&D에 지속적인 투자를 하여 우수한 제품을 만들어 버즈 마케팅을 최고의 마케팅 전략으로 세우고 있으며 이외에도 페이스북, 인스타그램, YouTube 등 다양한 SNS 활동, Key Doctor를 활용한 임상 및 학회 참여 등을 통하여 타 경쟁업체 대비 기술력 및 인지도, 영업 네트

워크를 빠르게 쌓아 나가고 있다. 최근에는 스케덤 브랜드에서 신제품 3종을 출시하며, 떠오르는 홈케어 시장을 공략하고 있다. 이러한 노력을 바탕으로 클래시스는 중소기업청 글로벌 강소기업 인증, 슈링크(UltraFormer III) 세계일류상품 선정, 글로벌 IP STAR기업 선정 등의 성과를 달성했다. 최근에는 국내외 헬스케어 기업에서 글로벌 사업 운영 역량과 경험을 쌓아온 글로벌 전문가 백승한 신임 대표이사(CEO) 선임과 최윤석 최고재무책임자(CFO) 영입을 통해 주주 중심 경영과 글로벌 기업으로의 도약을 위한 전문경영인 체제의 본격적인 개막을 알렸다.



1. 스케덤 - UV 쉴드 스포츠 패치
2. 클래시스 슈링크의 모델 배우 이나영
3. 서울 강남구 테헤란로에 위치한 클래시스 본사



반드시 관심 가져야 할 해외 ESG 관련 법규는?

최근 해외에서 ESG 관련 법규들이 쏟아지고 있다. 각종 이니셔티브 중심에서 현실 정책과 규제로 정착되고 있으며, 이 법규들은 국내 기업과 정부정책 방향에도 중요한 역할을 할 것으로 보인다. 이에 이번 호에서는 올해 반드시 관심 가져야 할 ESG 관련 해외 법규에 대해 삼정KPMG ESG 정보공시/인증 리더 김진귀 전무와 이야기를 나눠봤다.



Q1 우리가 주목해야 하는 해외 ESG 법규는 어떤 것이 있을까요?

첫째, 유럽연합 택소노미(EU Taxonomy)와 '기업 지속가능성 보고 지침(CSRD)'입니다. 현재 EU 택소노미에 따른 주요 핵심성과지표(KPIs, 매출액 자본적지출 운영경비 중 EU 택소노미에 부합하는 비율)를 매년 공시해야 하는데, 이는 2024년부터 일정 규모 이상의 기업에 적용돼 EU의 국내 현지법인 중 상당수가 영향권에 있지만 현지법인에는 별도 대응조직이 없는 상황입니다.

둘째, 최근 개정안이 발표된 EU의 탄소조정국경세(CBAM)입니다. 주요 개정내용은 탄소세 부과시점 단축(2025년), 적용 품목 및 내재배출량 범위 확대, 무상할당 폐지 시점 단축(2029년) 등을 담고 있습니다. 우리나라의 EU 수출액 중 CBAM 개정안 범위에 속하는 7가지 품목 비중은 15% 정도로 알려졌는데, 탄소세 부담에 대비해 기업들은 전환기(2024년까지) 동안 탄소배출 관리·측정·배부 프로세스 재 정비, 탄소배출 감축시설 투자 확대 등의 대응책을 마련해야 합니다.

셋째, 최근 개정안이 공개된 EU의 '기업 지속가능성 실사법'입니다. 이는 EU 내 기업의 공급망 인권침해와 환경훼손 방지를 목적으로 실사를 의무화한 것으로 실사시행 모니터링 정보공시 뿐만 아니라 탄소중립 전략까지 포함된 폭넓은 규제입니다. 대상은 역대 일정규모 이상의 그룹1, 그룹2에 한정되고 중소기업은 제외되었으나, EU 기업과 거래하는 역외기업에도 간접적인 영향을 미칠 것입니다.

Q2 EU 외에 미국은 어떠한가요?

미국 증권거래위원회의 기후공시 관련 법안(The Enhancement and Standardization of Climate-Related Disclosures for Investors)을 주목해야 합니다. 확정까지 상당한 진통이 예상되나 가장 체계적인 기후위험 공시 관련 법안인면서 자본시장의 중심인 미국에서 적용된다는 면에서 각국의 감독기관들에게 미치는 정책적인 영향력은 엄청날 것으로 예상됩니다.

법안에는 기후변화 관련 재무정보공개 협의체(TCFD)와 온실가스 프로토콜을 통합하고 재무영향과 온실가스 배출량의 계량화된 공시 및 인증범위 등이 구체화됐으며, 경영진의 책임 있는 공시가 요구되는 미국 증권거래위원회(SEC) 등록서류 및 연차보고서에 공시를 요구함으로써 기업에 상당한 부담이 될 것입니다. 관련해 비교 분석할 국내 ESG 법규가 없다는 것이 다소 아쉬우며, ESG 정책 속도조절론에 공감하지만 이는 너무 뒤쳐지지 않는 것도 포함된다는 점에서 국내 정책 당국의 적극적인 대응을 기대해봅니다.



ESG 정보공시/인증 리더 김진귀 전무
Tel. 02-2112-0223
E-mail. jinkwikim@kr.kpmg.com

<이 칼럼은 지난 3월 28일 게재된 내일신문 '김진귀의 ESG 경영' 반드시 관심 가져야 할 해외ESG 관련 법규' 기사를 바탕으로 정리되었습니다.>

알면 더 좋은 시사·경제 상식!

전 세계적으로 인플레이션 현상이 두드러지고 있다. 그 요인 중 하나로 러시아와 우크라이나 간 전쟁으로 꼽히고 있으며, 이러한 현상을 표현하는 신조어도 나타났다. 이번 호에서는 ‘푸틴플레이션’과 ‘서비스형 인공지능’에 대해 배워본다. 또한, 통계 자료를 통해 K-푸드 인기도 실감해보자.

K-푸드 인기 고공행진!... 라면 & 막걸리 인기

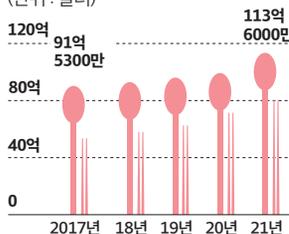


코로나19 대유행과 세계적인 물류난에도 K-푸드 인기가 고공행진을 이어가고 있다. 동남아시아 국가 외에도 미국, 일본 등에서 K-푸드 러브콜이 잇따르고 있다.

지난 6월 7일 통계청과 증권가에 따르면 5월 라면수출실적(잠정치)은 7,597만 달러로 지난해 같은 기간보다 50% 증가했다. 월 매출 기준 사상 최고치다. 막걸리도 K-푸드 바람을 이어가고 있다. 5월 막걸리 수출액(잠정치)은 135만 5,000달러로 지난해 같은 기간보다 22% 늘었다.

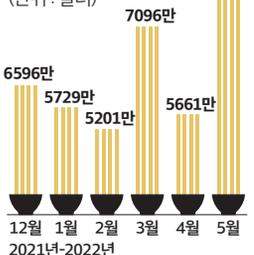
한편 지난해 K-푸드 수출액은 전년보다 15.1% 증가한 113.6억 달러를 달성하며, 역대 최고 실적을 기록한 바 있다. 이와 함께 올해 5월까지의 농수산물품 누적 수출액이 52억 달러에 달하며 역대 최고치를 기록했다.

최근 5년간 K푸드 수출액 추이
(단위: 달러)



자료 : 농림축산식품부-해양수산부

라면 수출액 추이
(단위: 달러)



자료 : 통계청, DS투자증권

푸틴플레이션 (Putinflation)



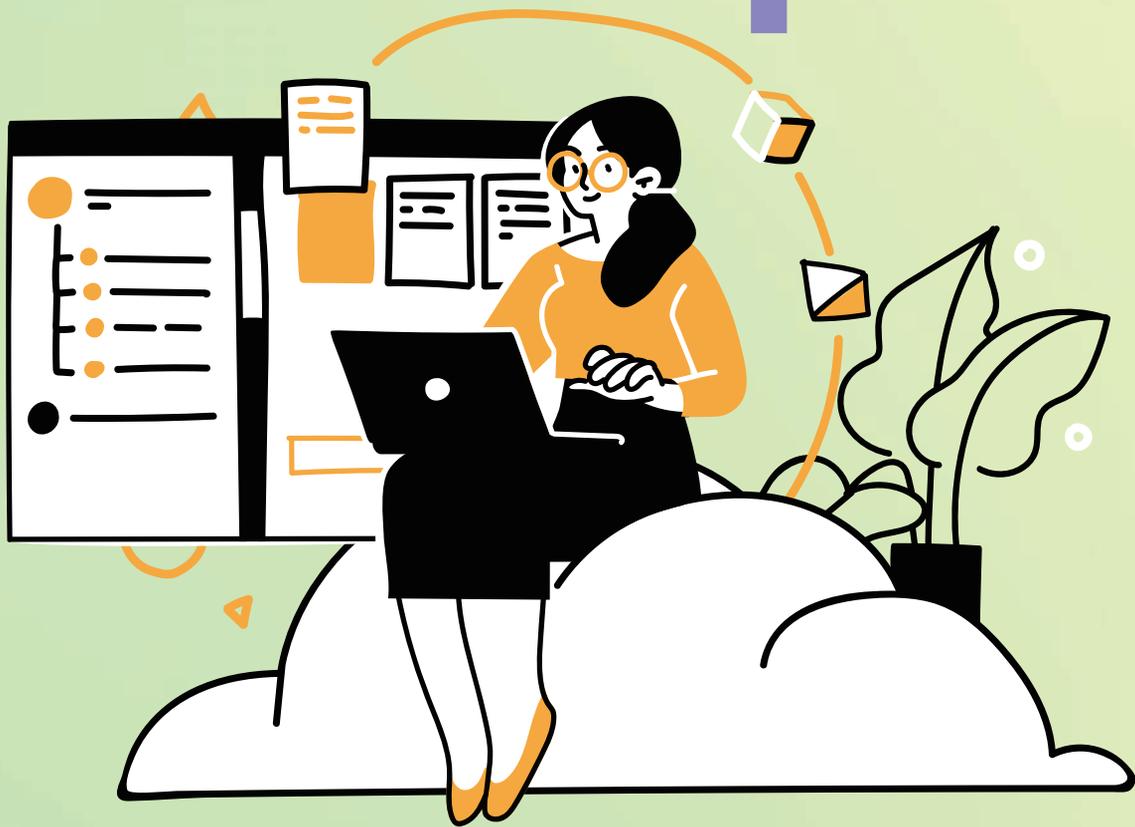
최근 가파른 물가 상승의 원인을 제공한 러시아 푸틴 대통령과 인플레이션을 합친 신조어로, 러시아의 우크라이나 침공에 따른 직·간접적인 물가상승 현상을 의미한다. 러시아와 우크라이나의 주요 생산품인 원유, 밀, 옥수수, 해바라기씨유 등이 글로벌 시장에 공급되는데 차질을 빚으며 물가가 급상승세를 보였다. 해바라기씨유의 가격은 2019년 대비 4배 올랐고, 국제 곡물 가격 역시 역대 최고치를 기록했다. 아울러 서부 텍사스산 원유(WTI) 선물 가격은 올해 초 70~80달러 사이에서 거래됐으나 러시아의 우크라이나 침공으로 지난 3월 130달러를 돌파했다.

서비스형 인공지능 (AlaaS, AI-as-a-Service)



기업이 제공하는 인공지능(AI) 기술의 클라우드 기반 구독형 서비스를 의미한다. 클라우드 기술을 이용하기에 빠르고 안정적이며, 비교적 저렴하게 AI 기술을 도입할 수 있다는 장점이 있어, 자체적으로 AI 기술을 개발할 역량이 부족한 기업들에게는 투자 규모, 투자자금 등의 부담을 덜 수 있다. 이에 수많은 비(非) IT 기업이 AlaaS를 통해 AI 서비스를 구현하고 있다. 현재 아마존웹서비스, 마이크로소프트, 구글클라우드, 오라클 등 글로벌 기업은 물론 SK텔레콤, KT클라우드, 네이버클라우드, 카카오엔터프라이즈 등 국내 기업이 AlaaS 분야에 투자를 집중하고 기술과 서비스를 고도화하고 있다. 시장조사업체 마켓앤드마켓에 따르면 AlaaS 시장은 2023년 13조 원 이상 규모로의 성장이 전망된다.

Happy workplace



삼성인터뷰

KPMG 몽골 단기 파견으로
글로벌 역량 높여요!

16

삼성별그림

삼성인만의
여름철 Refresh 방법은?

18

Smart Play

러너스 하이! 러닝으로
짜릿함을 느끼다

20

이동규의 두줄칼럼

새로운 눈으로
인재를 보라

22

心 Care

나의 트라우마 해방일지

24

Samjong News

2022년 정기 파트너
승진 인사 단행 外

26

보는 업무라 배우는 부분도 많았고, 이번 기회를 통해 앞으로 더욱 노력해야겠다고 다짐했어요.

권찬주: 먼저, 저는 업무 시간 외에 KPMG 몽골 직원 분들과 홈 파티, 저녁 모임, 하이킹 등을 함께하고 교류하면서 즐겁게 생활할 수 있어 좋았어요. 그리고 우려와 달리 실제로 생활하며 업무 진행 시 영어로 소통이 잘 이뤄져 자신감을 얻게 됐어요. 영문으로된 조서도 양식과 내용이 한국 조서와 크게 다르지 않아 읽거나 리뷰하는 데 큰 무리가 없었어요. 큰 문제라고 여겼던 점들이 실제로 부딪히면 생각보다 큰 문제가 아니었음을 다시 한번 깨닫게 되었어요.

유상래: 와, 저 역시도 매니저님처럼 걱정했던 제 영어가 현지에서 실제로 통한다는 것이 놀라웠어요. 소통이 된다는 것만으로도 자신감이 더 붙더라고요! 언어 장벽을 넘어서고 나니 다른 문화를 대하는 태도나 그 이해도도 훨씬 높아졌어요. 이러한 경험으로 글로벌 역량을 더욱 키울 수 있었던 것 같아요.

● **적극적으로 파견 기회를 잡으세요!**

권찬주: 파견을 생각하는 분들에게 단기 파견은 아마도 파견 맛보기로 적합한 프로그램인 것 같아요! 단기 파견을 통해 미리 파견 생활을 경험해 보고 앞으로의 준비 사항도 고려해볼 수 있는 좋은 시간이었어요. 이번 경험을 바탕으로 장기 해외 파견도 고민하게 되었답니다!

유상래: 이번 파견은 커리어 면에서도, 제 개인적인 삶에서도 충만하고 행복했던 시간이었어요. 새로운 문화에 대한 견문도 넓히고, 주말에는 관광객이 되어 Refresh 시간도 즐기구요. 복귀 후에도 업무도, 영어 공부도 열심히 해서 법인에 도움이 되는 인재로 성장하고 싶어요!

최혜빈: 저 역시도 2개월간 현지 업무 외에도 생활과 문화를 경험할 수 있어 단기 파견의 매력을 느꼈어요. 주중에는 업무를 수행하고, 주말에는 몽골 여행도 즐기며 시간을 알차게 보낼 수 있었어요. 앞으로도 제 경험과 역력이 더 쌓이면 해외 파견을 지원하고 싶고, 지금보다 더 많이 법인에 기여하는 삼정인이 될 거라 스스로 기대하고 있어요. 하하.

이승훈: 저는 정말 운 좋게 3차례 파견을 다녀왔는데, 이 귀한 경험으로 쌓아온 글로벌 역량과 네트워크로 법인 발전에 기여하고 싶어요~! 무엇보다, 많은 분들이 적극적으로 파견의 기회를 잡았으면 좋겠어요. 고민된다면 몽골 단기 파견부터 시작하는 건 어떠세요? 몽골은 한국인에 대한 이미지도 좋고, 한국 분들이 함께 근무하고 계셔서 적응하기도 수월하답니다. 법인의 다채로운 파견 프로그램의 기회를 꼭 잡으시기를 바랄게요!



1. 수흐바타르 광장 2. 테를지 국립공원에서 독수리와 함께! 3. KPMG 몽골의 장현수 전무, 조상용 상무 그리고 파견자들이 함께 테를지 국립공원의 골프장에서 즐긴 라운딩 4. KPMG 몽골 오피스 사람들과 즐거운 저녁 모임 사진

테를지 골프장

삼정인만의 여름철 Refresh 방법은?

찌는 듯한 더위로 몸도 마음도 지치는 여름이 다가왔다. 삼정인들은 어떤 방법으로 심신을 달래며 Refresh 시간을 보낼까? 이번 '삼정별그림' 이벤트를 통해 삼정인들의 여름 휴가 계획을 들어보았다.



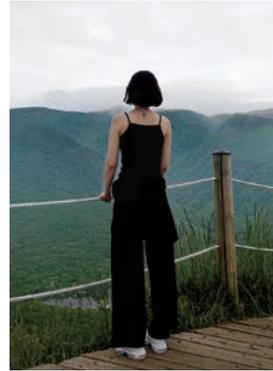
좋은 숙소에서 온전히 쉬는 것!

김지윤 S.Analyst (ERI)

저의 여름철 Refresh 방법은 좋은 숙소에서 온전히 쉬는 것입니다! 여행지에 가기 전에 감성감성하고 유명한 숙소를 잡아 두는 게 가장 우선 순위입니다. 숙소에 가서는 하루종일 책 읽고 음악을 블루투스 스피커에 연결해서 들으면 힐링되고 좋더라고요! 또한, 같이 간 친구와 근처 맛집에 방문해서 맛있는 음식도 먹고 저녁에는 맥주나 와인 한 잔 마시면서 소소한 대화를 나누는 게 무더운 여름의 Refresh할 수 있는 방법입니다.

이열치열! 산 정상에서 느끼는 상쾌함

이혜지 직원 (Q&RM-RM)



저만의 Refresh 방법은 바로 '등산'입니다. 이 열치열이라는 말이 있듯이, 더운 여름날에 등산하며 개운하게 운동하고, 시원하게 산 정상 of 경치를 만끽하면 훌륭한 Refresh가 됩니다. 대부분의 사람들은 등산을 하면 덥기 때문에 기피하는 경향이 있지만, 되려 나무 때문에 그늘진 곳이 많고, 땀을 많이 흘릴 수 있기 때문에 디톡스 효과도 뛰어나요!



올 여름에는 내가 요리사!

김영근 Associate (Tax2)

저는 이번 여름 휴가를 활용해 요리학원에 다닐 생각입니다. 평소에 '냉장고를 부탁해', '쿡가대표' 등의 과거 요리 예능을 보는데, 자연스럽게 요리를 배우고 싶다는 생각이 들더라고요. 오랜 시간 생각으로 갖고 있던 계획을 이번 휴가를 통해 실행하려 합니다! 우연히 법인과 가까운 강남역 근처에 상당한 규모의 요리 학원이 있더라고요. 특히 법인에서 지급하는 BLSP로 요리학원을 등록해서 더 좋았고요, 칼 가방과 조리복까지 받으니 벌써부터 실력 넘치는 요리사가 된 듯한 기분이 드네요! 이번 휴가는 그 어느 때보다 굉장히 특별한 휴가가 될 거 같아요!





수상 액티비티 즐기는 빠지로!

김효림 Consultant (SCG)



매년 여름에는 강원도 빠지가 국룰이죠! 다양한 수상레저를 즐길 수 있는 빠지에서 런닝맨 게임도 하고, 근처에서 캠프파이어도 하고 벌써부터 설렘니다. 올해도 친구들과 함께 빠지로 물놀이를 떠날 계획이에요! 근처에 펜션도 잡아서 바비큐도 할 생각이고요. 특히, 물놀이 후 맥주는 그동안 쌓였던 업무 스트레스도 확! 날려버리게 도와줍니다!

호캉스&스킨스쿠버로 여름 즐기!

이권재 Senior (IM1)



여자친구와 처음으로 여름휴가를 보내게 되었습니다. 이번 휴가 주제는 호캉스와 스킨스쿠버인데요. 여자친구가 물을 무서워하지만 잘 이겨내서 재밌게 즐기고 올 거라 생각합니다. 무더운 여름에는 시원한 호텔과 물놀이가 최고죠!

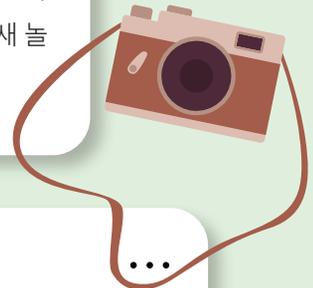


고등학교 친구들과 함께하는 여름 MT!

김유희 Consultant (MCS2)



7월, 어느 주말에 고등학교 친구들과 서울 근교로 MT를 가기로 했습니다. 그간 코로나19며, 취업 준비 등으로 오래 보지 못했던 친구들도 모두 모일 예정이라 더욱 기대가 돼요! 그래서인지 두 달 전부터 옷도 디자인해서 맞추고, 숙소도 정하는 등 단독방이 활력 넘칩니다. 친구들과의 MT를 통해 물놀이도 하고, 수박도 먹고, 고기도 야무지게 구워 먹고, 밤새 놀고 마시며 기갈나게 즐기다 오겠습니다!



첫 여름 휴가, 휴양지에서 폭 쉬기!

황진서 Associate (IGH)



회계사 시험에 합격하고 첫 여름휴가라 아무 생각없이 휴양하고 싶어요. 운전하거나 돌아다니지 않고 호텔에서 폭 쉬는 게 목적입니다. 창밖으로 제주의 하늘과 바다가 보이는 호텔에 누워 자연을 만끽하고 싶어요. 저녁에는 흑돼지고기, 갈치구이도 먹을 예정이고, 낮에는 회계사 시험 합격 후 배운 서핑도 탈 거예요. 첫 여름 휴가인 만큼 회사 노트북은 두고 가겠습니다!



오랜만에 떠나는 해외여행! 몽골로 Go!

이윤영 Consultant (RCS)

이제 곧, 1년간의 장기 프로젝트를 마치게 됩니다! 그동안 쌓아온 연차를 조금 쓸 수 있게 되었고, 마침 코로나 격리 조건도 해제되어 해외여행을 다녀오려고 합니다. 더운 여름 더위를 피할 수 있고, 대자연의 느낄 수 있고, 거리도 멀지 않은! '몽골'에 다녀올 계획입니다. 드넓은 초원과 사막, 맑은 하늘의 별 모두 너무 기대됩니다!

김준현 Consultant (SCG) 러너스 하이! 러닝으로 짜릿함을 느끼다

30분 이상 뛰었을 때 밀려오는 행복감을 러너스 하이(Runners' High)라고 부른다. 이는 장시간 달린 후 고통이 정점을 찍을 때, 갑자기 찾아오는 짜릿한 쾌감이나 도취감을 이야기하는데, 이걸 한번 느끼면 달리기의 매력에서 헤어나올 수 없단다. SCG본부의 김준현 Consultant 역시 그 중 한 명이다. 그가 말하는 러닝(Running)의 매력은 무엇인지 들어보자.



○ 고등학교 때부터 지금까지, 쉽 없이 달려오다!

코로나19 이후 혼자서 하는 1인 운동으로 러닝을 취미로 즐기는 이들이 많아졌다. 특별한 기술, 장비가 필요하지 않은 유산소 운동으로 누구나 쉽게 접할 수 있는 운동 중 하나이다. ‘취미가 뭐예요?’라고 물으면 당당히 ‘러닝’이라고 답할 수 있는 김준현 Consultant는 꽤 오랜 시간 러닝을 즐겨왔다.

“미국에서 기숙 고등학교에 다녔는데요, 가을 스포츠 중 하나인 Cross Country Running을 접하게 됐어요. Cross Country Running이란, Track이 아닌 초원, 들 등을 코스로 하는 달리기

시합인데요, 보통 3.1마일(약 5km) 코스를 달리는데 당시 제 최고 기록은 17분 50초입니다. 그때부터 단거리, 장거리 러닝을 하게 되었는데, 졸업 후에도 러닝의 매력을 느끼며 꾸준히 러닝을 이어오게 되었죠.”

김준현 Consultant는 반포대교에서 한남대교 왕복 코스로, 보통 3~6km 정도를 러닝한다고 한다. 맑은 프로젝트와 계절에 따라 달라지지만, 주 2회 이상은 꾸준히 러닝을 하고 있다. 그럼, 그가 고등학교부터 지금까지 이어온 러닝의 매력은 무엇일까? 물론, 건강한 신체는 말할 것 없겠지만, 그는 가장 큰 매력 중 하나는 ‘스트레스 해소’라고 답했다. “러닝은 스트레스 해소에 정말 좋아요. 러닝을 하다 보면 잡생각이 사라지고, 온전히 달리기에만 몰두하게 돼요. 그렇게 한바탕 달리고 난 후에는 그간 쌓였던 스트레스들이 사라지고, 진정한 상쾌함을 느낄 수 있어요!”

아울러 노력한 만큼 결과가 따라오는 것도 달리기를 지속하게 해주는 원

동력이란다. “달리기를 하면 할수록 더 빨리, 더 오래 달릴 수 있어요! 보통 인생을 살다 보면 노력이 바로바로 결과로 나타나지 않을 때가 많은데요. 러닝은 자주 뛴수록, 더 오래 뛴수록, 더 빠르게 뛴수록 실력이 향상됨을 몸으로 온전히 느낄 수 있어요!”

● 마라톤 대회라는 목표로 귀차니즘 탈피!

늘 체력적으로 컨디션이 좋으면 좋겠지만, 우리의 몸은 그날그날 날씨와 환경 등에 따라 달라진다. 지친 몸을 이끌고 운동을 해야 하는데, 보통은 “내일부터~!”라는 말로 무너지고 만다. 김준현 Consultant 역시 사람인지라 날씨가 안 좋거나, 피곤할 땐 러닝을 하기 싫을 때가 있다. “사실, 귀차니즘이 확 물려올 때가 있죠. 날씨가 안 좋거나, 컨디션이 좋지 않을 때, 쉬고 싶은 마음이 굴뚝이죠. 이를 극복하기 위한 방법으로 풀 마라톤, 하프 마라톤 등의 대회를 기회가 될 때마다 신청하고 있어요. 마라톤 대회에서 전보다 발전된 기록을 위해서는 3~6개월 달리기 훈련 스케줄을 꾸준히 소화해야 하거든요. 지금 제 실력보다, 향후 3~6개월 후에 더 빨리 달리고 있을 저를 스스로 상상하면서 꾸준히 러닝을 이어올 수 있었던 것 같아요.”

김준현 Consultant가 처음으로 참여한 마라톤 대회인 2013년 서울국제마라톤대회를 시작으로, 최근에는 2021년 JTBC 서울마라톤, 2021년 서울국제마라톤 등에 참여했다. 올해는 11월에 열릴 마라톤 대회를 준비하고 있다. “힘든 만큼 완주 후에는 보람이 커요. 그래서 마라톤 대회에 꾸준히 참여하고 있는데, 코로나19로 지난해에는 언택트 방식으로 진행되어 아쉬웠는데, 올해 11월에 있을 JTBC 서울마라톤대회는 일부 대면으로 바뀐다고 하니 조금 더 기대되네요. 지난해보다 조금 더 발전된 모습으로 대회에 참여하고 싶어요!”

● 나에게 러닝이란? ‘Practice Makes Perfect!’

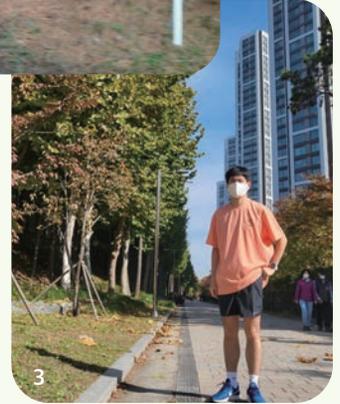
“저에게 러닝이란 정의를 물으신다면, 제 모토인 ‘Practice Makes Perfect!’를 가장 잘 대변해주는 운동이라고 말하고 싶어요. 처음에는 서툴고 부족할지 모르지만, 꾸준히 노력하고 투자한 만큼 꼭 좋은 결과를 돌려주거든요! 러닝과 함께 늘 열심히 노력하는 삶을 살고 싶습니다!”

김준현 Consultant는 앞으로도 꾸준히 목표를 향해 달려 나갈 계획이다. “우선, 가을에 마라톤 대회를 위해 꾸준히 훈련할 계획이에요. 그리고 러닝으로 얻은 긍정 에너지로 SCG본부 내에서 능력을 인정받고, 도움을 주는 팀원이 되고 싶습니다! 본부에서도 열심히 달려 볼게요~!” 앞을 향해 힘차게 달려 나갈 김준현 Consultant에게 힘찬 응원의 메시지를 보내본다. 파이팅!



2

1. 첫 마라톤인 2013년 서울국제마라톤에 참가하며, 좌측이 김준현 Consultant
2. 미국 기숙 고등학교 다니던 때, Cross Country Running 참여 모습
3. 러닝 전 한 컷!



3



러닝 취미로 즐기고 싶다면?

“러닝은 러닝화만 있으면 어디서든 할 수 있는 운동입니다. 생각보다 시간이 오래 걸리지 않아요! 삼정인 분들 중에서 ‘시간이 부족해서 운동을 못하고 있다!’라고 하시는 분들에게 추천 드리고 싶습니다! 편한 러닝화와 활동하기 편한 옷만 있다면 어디든 달릴 수 있어요!”

러닝 추천 아이템 저는 러닝할 때 가민 포러너 55 (GARMIN Forerunner 55)라는 운동 시계를 차는데요, GPS 기반으로 러닝도 Track해주고, Garmin Coach 기능을 통해서 마라톤을 체계적으로 관리할 수 있어요. 비슷한 기능을 가진 스마트폰 앱으로는 Nike Run Club, Strava 등이 있으니, 참고해주세요!

러닝 코스 제가 달리는 반포대교와 성수대교 왕복(5km)도 좋고, 잠실 석촌호수(2.5km) 등이 거리를 생각하면서 뛰기 좋은 코스인 것 같아요!

달리기 전, 후 음식 과식 후 무리하게 달리면 복부 내벽이 자극되어 통증이 발생할 수 있어요. 음식물 섭취는 달리기 운동 2~3시간 전에 하는 것이 좋아요. 저는 러닝 전, 후에 바나나를 즐겨 먹습니다! 나름의 포만감도 있어 든든해요!





“핵심인재는 없다
인재가 핵심일 뿐이다”

새로운 눈으로 인재를 보라

AI 메타노믹스 시대, 미래형 ‘인재 4.0’에 대한 논의가 뜨겁다. 그러나 아무리 세월이 변해도 사람을 기르는 일은 그 원리가 동일하다. 현소포박(見素抱樸), 즉 인재를 양성할 때는 인간의 자연적인 본성을 바탕으로 직원을 대해야 한다는 의미가 그것이다. 주위에서 늘 들려오는 이야기는 “사람은 많은데 쓸만한 인재는 없다”는 말이다. 사실은 사람이 없는 게 아니라 사람을 고르는 눈이 없는 것이다.

사람을 주로 관리 대상으로 보는 서양에 비해, 동양은 사람을 알아보는 것에서 출발한다. 동양의 인재경영은 노자의 ‘상선구인 고무기인(常善求人故無棄人)’으로 요약된다. 좋은 지도자는 사람을 쓸 때 그 강점과 장점을 잘 파악하여 사용하기에 세상에 버려지는 사람이 없게 한다는 뜻이다. 물건들도 본연의 용도에 맞게 활용하면 모두 가치가 있고 버릴 것이 없다는 이른바 ‘습명(襲明)’의 이치와 같다.

청나라 시인 고사협(顧嗣協)은 “견고한 수레는 무거운 짐을 실을 수 있으나 배처럼 강을 건너지는 못한다”는 심오한 글을 남겼다. 이렇게 사람을 쓰는(用) 데에는 장단점 자체가 아니라 오히려 그 장단점을 어떻게 잘 활용하는가가 핵심 포인트다. 피터 드러커(P. Drucker) 또한 사람을 쓰는 노하우는 그 사람의 단점을 줄이는 게 아니라 장점을 발굴하는 데 있다고 강조했다. 경영자가 아랫사람과 직원을 부리는 데 능숙하지 못하면 장점은

보지 못하고 단점만 보게 되며 나아가 그 단점을 부각시키게 되고, 그 결과 직원들은 자포자기하게 된다.

인사의 원칙에 관해 서양적 관점으로는 GE그룹의 잭 웰치 회장이 말한 적임자(right people)를 뽑아 이기는 팀(winning team)을 만드는 것이다. 이에 비해, 동양적 관점은 맹자의 ‘임현사능(任賢使能)’으로 요약된다. 즉, 현자에게는 일을 맡기고, 능자에게는 일을 시키면 된다는 뜻이다. 일단 어진(賢) 인재와 유능한(能) 인재를 구분하는 것은 쉬운 일이 아니다. 그러나 그들을 움직이게 하려면 역할 구분만으로는 안 되고 엄정한 신상필벌이 충분조건이다.

한편 “사람을 쓰려면 의심하지 말고, 의심이 가면 쓰지 말라”는 것은 삼성그룹 창업주, 호암(湖巖) 이병철 회장의 철학으로 잘 알려진 글귀다. 경영학 이론상 리더십은 권한위임(empowerment)의 함수다. 한비자가 “현명한 군주라면 관리를 움직이지 백성들을 다스리지 않는다”고 말한 것도 같은 차원이다. 그 핵심은 공정한 평가다. 일단 맡기고 공정한 평가로 대우하라는 거다. 문제는 일을 제대로 할 수 있는 권한도 안 쥐여주고 평가는 옛장수 마음대로 해버리는 경우가 너무나 흔하다는 것이다.

경영이란 리더십을 발휘해서 탁월한 성과를 내야하는 팀워크 게임이다. 여기서 리더십이란 불투명한 미래로 다른 사람들을 이끄는 일이다. 이는 결국 나와 다른 사람을 데리고 탁월한 성과를 제조하는 색다른 여행길(Business

Excellence Journey)이다. 일찍이 아인슈타인은 전문 지식만 갖춘 사람은 ‘잘 훈련된 개’와 비슷한 상태가 된다고 했다. 가장 중요한 건 역시 사람을 보는 안목이다.

결국 경영이란 한마디로 사람을 다루는 기술이다. 그 어떤 이론과 주장을 들이대도 핵심은 사람의 경쟁력으로 귀착된다. 이와 관련해서 호텔업계 리더인 리츠칼튼이 내세우는 <Lead People, Manage Process>라는 경영모토는 늘 되새길 필요가 있다. 이와 관련해서 기업문화의 세계적 석학, 짐 콜린스는 “버스가 어디로 갈지를 정하는 것보다 좋은 사람을 태우는 게 더 중요하다”고 갈파했다. GE의 전설적 CEO, 잭 웰치 회장이 집무실에 걸어둔 ‘People 1st, Strategy 2nd’란 글귀는 이런 원리를 웅변하고 있다.

제4차 산업혁명의 거대한 발자국 소리가 점점 더 가까이 들려온다. 위대한 시대, 위대한 사람들의 시대가 열리고 있다. 성공학 강사로 유명한 데이빗 라이백 박사는 『설득의 리더십』에서 “진정한 리더십은 새로운 인재를 찾는 데 있지 않고 새로운 눈으로 사람을 보는 데 있다”고 했다.



저자 소개

이동규 교수 / 경희대학교 경영대학원



이 교수는 매우 다양한 경력을 거친 국내 정상급 경영평가 전문가이며, 스타 강사로도 유명하다. 또한 베스트셀러, 『생각의 차이가 일류를 만든다』 저자이자 교보 광화문글판 선정(2022년) 작가이다. 현재 조선일보 고경 칼럼니스트로 활동하고 있다. 『두줄칼럼』은 삶과 일에 대한 인사이트, 아이디어 및 최신 트렌드 등을 불과 ‘두줄’로 풀어낸 국내 최초의 독창적인 초미니 칼럼 (부제: Think Audition)이다. 내용은 주로 인문과 경영의 융복합 구성이며, 생각근육을 키우고 마음의 울림을 느끼게 하는 지식과 사색의 아포리즘 결정체다.



나의 트라우마 해방일지

자연재해, 전쟁, 생명이 위급했던 사고, 이것만이 스트레스가 아니라고? 우리가 쉽게 접하는 다른 사람들의 말, 시선, 누군가의 무관심, 소외감도 트라우마가 될 수 있다. 이번 호에서는 최은영 상담사를 통해 스몰 트라우마를 건강하게 다루는 방법에 대해 들어본다.

글. 최은영 임상심리전문가



가족도 화목하고 대인관계도 원만한 편이고... 살면서 큰 걱정과 골곡 없이 지냈는데요. 이상하게 초등학교 때 별거 아닌 걸로 어떤 친구에게서 놀림을 당했던 게 마음에 남아 있어요. 지금 생각하면 중요한 일도 아닌데, 아직도 종종 그 친구의 눈빛과 당시의 분위기, 어디 쥐구멍에라도 들어가고 싶었던 기분이 생생해요. 그런데 이런 걸로도 상담받으러 오는 사람들이 있나요?



○ 스몰 트라우마란?

사소하지만 트라우마로 기억될 일들이 반복 경험되는 것

“이런 일로도 상담받나요?”, 상담실에서 가장 많이 듣는 질문이다. 단도직입적으로 답하자면, 많은 분들이 ‘이런 일’로 상담받는다. 물론 성장 과정에서, 사회생활 중에 일상 경험의 범주를 넘어서는 큰 충격을 받은 분들도 있다. 생명에 위협을 느낄 정도의 사고, 전쟁, 천재지변, 성폭력처럼 거의 대부분 사람에게 부정적인 영향을 주는 끔찍한 사건을 ‘빅 트라우마’라고 한다.

반면, 일상생활에서 경험하는 사소한 일이지만 개인의 감정, 자존감 등에 지속적으로 영향을 미치는 사건들을 ‘스몰 트라우마’라고 한다. 낯선 장소에서 길을 잃어 잠시 부모님을 찾지 못해 혼자서 울었던 기억, 준비물을 챙기지 않았다고 선생님께 혼이나 창피했던 일, 소풍날 나만 짝이 없어서 부끄럽고도 서러웠던 기억, 군대 고참에게 모욕적인 말을 들었던 기억, 배

신의 경험 등 누구나 겪을 법하지만 그것들이 나에게서는 버거운 상처일 수 있다. 스몰 트라우마의 ‘스몰’은 부정적 영향이 작다는 것을 의미하는 것이 아니다. 스몰 트라우마는 주변에 트라우마로 기억될만한 소소한 자극이 더 많고, 오랜 시간에 걸쳐 여러 번 반복해서 경험한다.

문제는 스몰 트라우마에 해당하는 사건들이 워낙 일상적이다 보니, 경험한 사람은 고통스러워도 그것을 충분히 공감받기가 참 어렵다. “시간이 약이다”, “그렇게 충격받기에는 너무

사소한 일이야' 등의 위로를 듣다 보면 "이걸로 힘들어하는 내가 이상한 건가"라고 느끼기 쉽다. 그렇게 별것 아닌 것으로 덮어둔 마음의 상처와 긴장하고 두려울 때 느꼈던 신체 증상은 오랜 시간이 지나도 자리 잡고 있다. 결국 유사한 일에 더 과민해지고 괴로움을 느끼는 악순환이 반복 되는 것이다.

● **스몰 트라우마, 어떻게 다뤄야 할까?**

많은 사람들이 스몰 트라우마에 매몰되어 지내기보다는 그 경험으로부터 회복되거나 혹은 잊어가면서 성장한다. 사람들은 대부분 자신만의 스스로를 돌보는 방법을 가지고 있기 때문이다. 단, 스스로를 돌보고 트라우마를 다루는 방식은 건강해야 한다. 마음 깊은 곳에 묻어두거나 없던 일 삼치는 것은 상처를 덧나게 하는 일이다. 나의 스몰 트라우마를 있는 그대로 들여다보자.

첫째, 내 인생에 장기적으로 영향을 주고 있는 어린 시절의 사소하지만 힘들었던 일이 무엇이었는지 찾아보자.

예) 반장 선거에 나갔다가 한 표를 받았고, 친구들로부터 놀림을 받음.

둘째, 힘든 당시, 직후의 생각과 신체 반응, 감정이 무엇이었는지 구분해보자.

예) **생각** 선생님과 친구들이 날 형편없는 사람이라고 생각할 것이다
신체 반응 얼굴이 빨개짐, 말을 제대로 할 수 없음, 시선을 어디에 뒤편해야 할지 모르겠음
감정 수치심

셋째, 그 사건이 나에게 미쳤던 영향이 단기적, 장기적으로 무엇인지 생각해 보자.

예) **단기적 영향** 그 일이 있고선 다시는 반장선거에 나가지 않았다. 한동안 친구들과 서먹했고 수업 시간에도 주눅이 들었다.

장기적 영향 주목 받을 수 있는 자리에서는 심장이 뛰고 되도록이면 피하고 싶다.

넷째, 그럼에도 그 시간을 잘 견딜 수 있었던 힘은 무엇인지 찾아보자.

예) 선생님이 괜찮다고 친구들 앞에서 말씀 해주시며 나를 믿어주셨다.

현재 나에게 영향을 미치는 과거의 사건을 찾는다고 해서 근본적인 변화가 일어나지는 않는다. 그러나 우리가 집중해야 할 것은 '소소한 안정'이다. 스몰 트라우마를 겪을 당시 자신의 감정과 반응을 알아차리고, 그 중 현재 삶에 방해 요소가 되는 것을 받아들이자. 알아차리고, 이것을 인정하는 과정 자체만으로도 자연스럽게 안정된다. 여전히 안 좋은 생각이 들고 작은 일에 기분이 가라앉는다 하더라도 내가 하는 시도를 인정해주는 경험이 회복의 첫 번째다.



Profile

최은영 임상심리전문가 & 정신건강임상심리사

기업과 사람의 정신건강을 위해 마음으로 다가가는 기업정신건강 힐링멘토. 연세대학교에서 심리학을 전공하고 동대학원에서 임상심리학을 공부했다. 강남세브란스병원 정신건강의학과에서 임상심리레지던트 과정을 마치고 그 직후에는 심리진단, 평가 영역에서 경력을 쌓았다.

기업에서 근무하는 사람들이 업무뿐 아니라 다양한 심리적 문제들로 고민하고 있다는 것을 알고 주로 기업 내 심리상담 및 심리치료 현장에서 발로 뛰어왔다. 다수 대기업, 공공기관, 외국계 기업에서 상담, 위기 개입, 교육을 진행했고, 근로자를 위한 정신건강 관련 글을 썼다. 현재 강북삼성병원 기업정신건강연구소 전임상담사로, 'CIM Care Program'에 참여해 삼성 KPMG 구성원들의 스트레스 관리 및 마음 치유를 위한 상담을 진행 중이다.

SAMJONG NEWS

2022년 정기 파트너 승진 인사 단행

삼정KPMG가 6월 29일 '2022년 정기 파트너 승진 인사'(7월 1일 정식 발령)를 발표했다. 이번 파트너 인사에서 부대표 6명 등 산업·서비스 전문가 20명의 임원 승진 인사를 단행했다. 이번 파트너 인사에서 부대표 6명, 전무 14명, Equity Partner 21명, Salary Partner 32명, Principal/Senior Director(전무) 3명, Senior Director(상무) 10명 등이 승진했으며, 승진 인사에는 금융, 정보통신(IT), 제조 등 산업 전문가들과 함께 기업세무, 인수합병(M&A), 디지털, 계리 등 서비스 전문가들이 포함됐다. 아울러 2022년 신입 파트너도 38명 선임됐다. 6년 연속 두 자릿수 성장률에 걸맞은 역대 최대 규모이다. 또한 지난해 감사·세무자문·재무자문·컨설팅 모든 부문에서 양적·질적 균형 있는 성장을 기록함에 따라 올해 파트너 승진 인사도 전 서비스 영역에서 고루 이뤄졌다.

파트너 승진 인사

부대표



박성배
(ICE1)



강정구
(IM4)



이성태
(Tax4)



김경미
(Tax5)



김진원
(Deal Advisory1)



조영환
(Digital)

전무



김양문
(B&F2)



강인혜
(ICE1)



안창범
(ICE2)



최이현
(ICE3)



강성채
(IM3)



신동준
(IM3)



조영환
(Actuaries)



나석환
(Tax1)



류용현
(Tax2)



계봉성
(Tax4)



원정준
(Deal Advisory5)



김일훈
(Deal Advisory6)



봉찬식
(MCS2)



정우철
(RCS)

Equity Partner



조형욱
(B&F2)



박관중
(CM1)



현윤호
(CM1)



정현진
(CM2)



김익찬
(ICE2)



전원표
(IM1)



지동현
(IM1)



최연석
(IM2)



김성배
(IM4)



홍승모
(Tax2)



이상무
(Tax3)



김태주
(Tax6)



이진연
(Deal Advisory4)



최상욱
(Deal Advisory4)



김유미
(Deal Advisory5)



박영걸
(Deal Advisory5)



양진혁
(Deal Advisory6)



황학순
(MCS1)



윤대철
(Digital Tech)



김정남
(SCG)



신기진
(SCG)

Salary Partner



박찬호
(B&F1)



신대철
(B&F1)



정응훈
(B&F3)



김수광
(CM2)



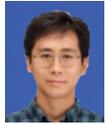
김태준
(CM2)



구승희
(ICE1)



강진명
(ICE2)



김원석
(ICE2)



강상현
(ICE3)



나재광
(IM1)



박상훈
(IM1)



김현석
(IM3)



조상용
(IM3)



이규홍
(IM4)



박창남
(IT Audit)



한상현
(Q&RM-DPP)



김병국
(Tax1)



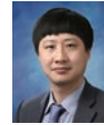
홍하진
(Tax1)



김형곤
(Tax2)



조응균
(Tax3)



최영우
(Tax4)



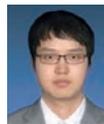
홍민정
(Tax5)



임규성
(Deal Advisory2)



한윤성
(Deal Advisory3)



박경상
(Deal Advisory5)



강병학
(MCS1)



이승근
(MCS2)



이준기
(MCS2)



정현중
(MCS2)



최민화
(Digital Tech)



문상원
(SCG)



윤훈상
(SCG)

신임 파트너/ 상무



황정환
(Audit 임원실)



장영욱
(B&F1)



박정환
(B&F2)



임수빈
(B&F2)



김경아
(B&F3)



김중규
(CM1)



이주형
(CM1)



박홍민
(ICE1)



설유진
(ICE3)



변상현
(IM1)



차용재
(IM1)



조화수
(IM2)



강희석
(IM3)



이호철
(IM4)



이덕영
(IGH)



공평식
(Q&RM-DPP)



김세환
(Tax1)



홍태선
(Tax2)



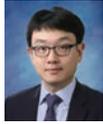
이진욱
(Tax3)



이창훈
(Tax3)



최세훈
(Tax4)



하성룡
(Tax5)



김병두
(Deal Advisory2)



임현수
(Deal Advisory3)



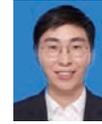
심재길
(Deal Advisory3)



권준오
(Deal Advisory4)



김양태
(Deal Advisory5)



정도영
(Deal Advisory5)



정유철
(Deal Advisory6)



윤승구
(Deal Advisory7)



임창희
(Deal Advisory7)



김만재
(MCS1)



김세진
(MCS2)



남윤철
(MCS2)



구자면
(RCS)



이기복
(RCS)



김한수
(Digital Tech)



허인재
(SCG)

Principal, Senior Director/ 전무



박상우
(Tax)



조동민
(Tax)



이은민
(Digital Tech)

Senior Director/ 상무



양태석
(B&F2)



김진영
(ICE2)



김창신
(IM3)



서은아
(Q&RM-DPP)



김충원
(Tax1)



조성래
(Tax5)



조영규
(Tax6)



강경찬
(Deal Advisory7)



이성운
(Digital Tech)



이효정
(ERI)

FY22 신입 파트너 & S.Director 승진자 교육 진행

6월 24일 'FY22 신입 파트너 승진자 과정'이 역삼동 삼성KPMG 본사에서 진행됐다. 삼성KPMG의 신입 파트너 38명을 대상으로 진행된 이번 승진자 과정은 삼성KPMG 서지희 부대표, 양승열 대표, 신경철 부대표의 강연으로 진행됐으며, 김교태 회장의 승진 축하 메시지로 마무리됐다. 이후 롯데 시그니엘 서울에서 열린 축하 만찬을 통해 신입 파트너로서 새 각오를 다지는 시간을 가졌다. 이어 7월 1일에는 FY22 S.Director 승진자 과정이 인터콘티넨탈 서울 코엑스에서 진행됐다. 삼성KPMG 서지희 부대표가 'Leading Self : Strength Leadership'을 주제로 1부, 2부에 걸쳐 강연을 진행했고, 류재언 변호사가 'Leading People: 설득 커뮤니케이션'을 주제로 강연을 펼쳤다. 이번 행사를 통해 새롭게 변화된 삼성KPMG의 역할을 이해하고 Vision 2025 달성을 위한 실천 의지를 다질 수 있는 뜻깊은 자리가 마련됐다.



'제2회 ACI Peer Exchange Program' 개최



삼성KPMG 감사위원회 지원센터(ACI)는 6월 23일 '제2회 Peer Exchange 프로그램'을 개최했다. 금번 교육은 '그룹 차원의 모회사 감사(위원회) 활동 방안'을 주제로 한 대면 토론 형식으로 진행됐으며, 총 32명의 감사(위원)와 함께했다. ACI 리더인 김유경 전무를 비롯해, 심정훈 상무, 오현창 전무, 숭실대학교 전규안 교수 등이 연사로 참여하여, 바람직한 기업지배구조를 위한 모회사와 자회사의 감사(위원회) 역할과 책임, 연결 내부회계관리제도 점검 사항, 외부감사에서 발생할 수 있는 위험 등에 대해 강연을 펼쳤다.

‘삼정KPMG 챔피언십’ 초대 우승팀! Tax 5·6본부 우승 기념 라운딩 진행

‘제1회 삼정KPMG 챔피언십’의 초대 우승팀, Tax5·6본부가 우승 기념 라운딩을 진행했다. 지난 6월 29일, 안양컨트리클럽에서 챔피언십 우승 팀원들과 김교태 회장, 그리고 우승팀 Function 대표인 윤학섭 대표와 우승팀 본부장 강길원 부대표, 챔피언십 대회추진위원장 박정수 전무가 팀을 나눠 라운딩을 즐겼다.

경기는 포볼매치플레이 방식으로 2경기가 진행됐으며, 장마로 인해 우중 경기였지만 모두가 즐거운 마음으로 기쁨의 라운딩을 즐겼다는 후문이다. 라운딩 후에는 함께 저녁 식사를 나누며, 소통의 시간을 보냈다. 이민선 Manager는 “초대 우승팀이 되어 회장님과의 기념 라운딩에 참여할 수 있어 영광이었습니다. 특히, 평소 방문하기 힘든 명문 골프장에서 라운딩할 수 있어 더욱 좋았던 것 같습니다.”라며, “이번 챔피언십 대회를 통해 다시 한번 삼정인으로서 자부심을 느낄 수 있었고, 앞으로도 구성원들이 즐길 수 있는 이벤트들로 화합을 나누는 시간이 많아지면 좋겠습니다”라고 소감을 전했다.

한편, 삼정KPMG는 2022년 봄, 생활 속 재미와 즐거운 법인 문화를 위해 Director 이하 직원들의 골프 대회, ‘제1회 챔피언십’을 개최했다. 골프 외에도 다양한 이벤트를 마련해 법인 구성원들의 열띤 호응 속에 대회를 마무리하며, 다음 챔피언십을 더욱 기대하게 했다.



삼성KPMG 자회사, KPMG 몽골 창립 10주년 맞이해



KPMG 몽골이 창립 10주년을 맞이했다. KPMG 몽골은 삼성KPMG가 지난 2012년 몽골의 수도 울란바토르에 설립한 곳으로, 몽골 현지 전문 지식과 삼성KPMG의 성공 노하우 및 전문성을 결합해 감사, 세무, 재무자문 및 컨설팅 서비스를 제공하고 있다. 창립 이래 10년간 336개의 고객에게 1,335건의 업무를 수행해왔으며, 연 100억 투그릭(약 41억 원) 매출 규모로 성장했다. 아울러, 2012년 창립 당시 25명으로 시작해 현재는 127명이 함께 근무 중이며, 평균 연령 30.8세로 젊은 에너지가 넘치는 조직이다. KPMG 몽골은 10주년 기념행사와 임직원 워크숍을 진행하며 구성원들과 함께 축하와 기쁨을 나눴다. 10주년 행사에는 신경철 부대표를 비롯해 현지 파견 중인 장현수 전무, 조상용 상무, 이주호 이사 등 현지 임직원 120여 명이 참석했다. 또한 올해 첫 시행한 몽골 단기 파견에 참여한 삼성KPMG 회계사들도 현장에서 함께 축하를 나눴다. 기념행사에서는 지난 10년의 발자취를 돌아보고, 향후 10년을 내다보며 ‘몽골 내 Big1, 최고의 회계법인’이라는 목표를 공유했다.

한편, KPMG 몽골은 한국에서의 파견 근무 및 승진자 프로그램 등을 통해 인재들의 성장을 지원하며, 삼성KPMG와의 교류를 더욱 강화해 나갈 계획이다. 삼성KPMG 역시, 올해 첫 시행한 KPMG 몽골 단기 파견 프로그램을 통해 KPMG 몽골과의 협업을 지속해 나가고자 한다.





경영 패러다임 변화 속 지속가능한 성장 아젠다 제시

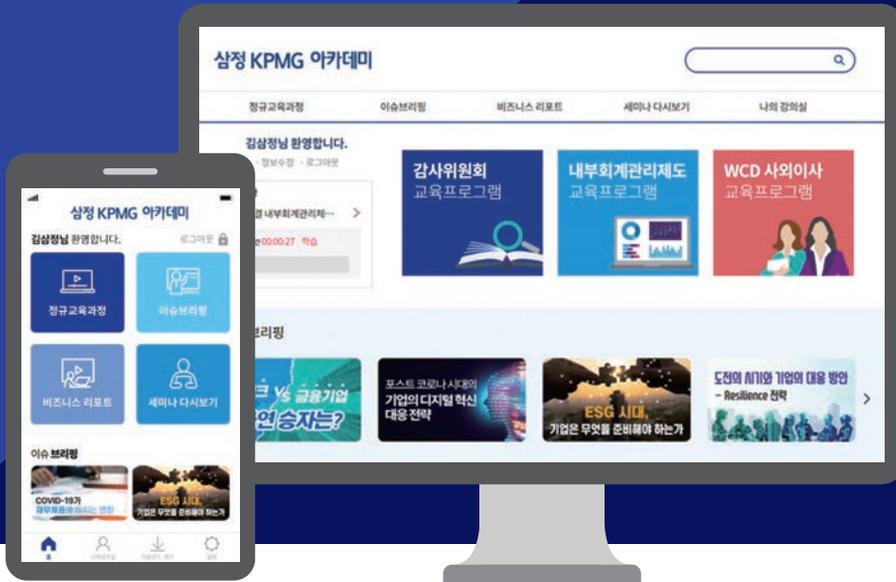
체계적인 커리큘럼으로 구성된 교육 프로그램과
산업별, 분야별 인사이트를 포함한 지식 콘텐츠 제공

온라인 지식 콘텐츠 플랫폼

삼정KPMG 아카데미



삼정KPMG 아카데미
미리보기



정규 교육 과정

- 감사위원회 교육 프로그램
- 내부회계관리제도 교육 프로그램
- WCD 사외이사 교육 프로그램

이슈 브리핑

- 국내외 주요 트렌드와 산업별 이슈를 영상 콘텐츠로 제공

비즈니스 리포트

- KPMG의 발간물과 분야별 분석 보고서 저장소

세미나 다시보기

- 삼정KPMG 주요 세미나 다시보기

접속 방법

www.kpmgacademy.co.kr

포털사이트에서 '삼정KPMG 아카데미' 검색

이용 대상

누구나 무료 회원가입을 통해 이용 가능



'Channel' 구독 정보 변경/ 신규 구독/ 구독 취소 안내

주소가 변경되었거나, 신규 구독을 원하는 분, 또는 수신을 원치 않는 분께서는 스마트폰으로 QR코드를 스캔하면 변경 정보를 입력하실 수 있습니다. 이메일과 전화로도 이용 가능합니다.

E-mail: kr-fmchannel@kr.kpmg.com Tel: 02-2112-7567

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2022 KPMG Samjong Accounting Corp., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.

© 2022 KPMG Samjong Accounting Corp., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.