

성공하는 기업의
비즈니스 어드바이저

CHANNEL

2022 AUGUST
Vol.235

KPMG

**Find Opportunity
Everywhere with KPMG!**

삼성 KPMG

COVER STORY

삼성KPMG와 함께 건강한 성장을!



People First!

삼성KPMG는 인재 존중 문화를 추구하며,
구성원들과 함께 일상 속 재미와 행복을 만들어 가고 있습니다.

화합을 도모하는 다양한 이벤트를 개최하고,
업무 공간 혁신을 위한 스마트 오피스를 구축하고 있습니다.

앞으로도 삼성KPMG는 구성원들의 행복을 최우선으로,
함께 건강한 성장을 이뤄나갈 것입니다.

삼성KPMG에서 여러분의 꿈을 펼쳐보세요!

발행처 삼성KPMG

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

AUGUST 2022 Vol.235

삼정KPMG 뉴스레터



QR코드를 통해 삼정KPMG의
생생한 정보를 만나보세요!
스마트폰으로 QR코드를 스캔하면
삼정KPMG 홈페이지로
접속할 수 있습니다.

행복한 일터

People First 16

업무 공간의 혁신!
GFC 9층, 10층 스마트 오피스 오픈

New People 18

6월 입사자가 전하는
“삼정KPMG는 []이다!”

라떼 스토리 20

“라떼는 말이야~!”
신임 파트너들이 말하는 나의 신입 시절은?

삼정별그램 22

행복 넘치는 삼정인들의 워크숍 & 동기 모임 대공개

KPMG Story 24

일상에서 가치를 찾다
삼정인을 한 뼉 더 성장시킨 경험은?

이동규의 두줄칼럼 26

의미와 재미

心 Care 28

‘건강한 거절’을 위해 필요한 ‘마음의 힘!’

Samjong News

‘삼정KPMG 프로페서 위촉식’ 개최 外 30

건강한 성장

04 Emerging Trends

KPMG가 바라본 글로벌 소비자의 소비 패턴 변화는?

06 Market Reader

호황을 달려온 지식산업센터 이제는 Next Quest를 준비할 시기

08 Team Story

자금흐림 예방하는 IA본부 - ‘Dynamic Risk Finder’팀

10 Client+

국내 유일 방산전자·ICT 솔루션 기업
한화시스템

12 Expert's Advice

‘트윈 트랜스포메이션’ 어떻게 준비할까?

13 맛있는 경제

알면 더 좋은 시사·경제 상식!



08p



16p



18p



22p

KPMG가 바라본 글로벌 소비자의 소비 패턴 변화는?

코로나19 엔데믹에 대한 기대감이 고조되고 일상 회복으로의 움직임이 나타나는 가운데, 소비자의 구매 트렌드도 변화를 거듭하고 있다. KPMG 미국은 2022년 미국 소비자 1,000여 명을 대상으로 실시한 구매 패턴 변화 및 지출 계획에 관한 설문조사 결과를 발표했다. 이번 호에서는 코로나19 이후 달라지고 있는 소비 행동 방향성을 집중 조명했다.



○ 코로나19로 변화된 소비 습관과 경험 선호 현상

코로나19로 글로벌 소비 트렌드가 변화하고 있다. KPMG 미국의 설문조사 결과, 절반 이상의 소비자는 코로나19를 계기로 자신의 구매 패턴이 바뀌었다는 데 동의했고, 평소 자신의 지출 습관을 되돌아봤다고 밝혔다.

코로나19 팬데믹 이전과 비교해 가장 눈에 띄는 변화 중 한 가지는 소유보다 경험에 대한 지출을 선호하는 소비자가 늘었다는 점이다. 이는 MZ세대뿐만 아니라 베이비부머 및 X세대 등 전 세대에서 공통적으로 관찰되는 현상이지만, 그중 특히 밀레니얼 세대 소비자에게서 더욱 두드러지게 나타난다. 최근 실외 활동을 자제하려는 전반적인 기조가 완화되고 외출 수요가 증대되면서 외부 활동과 관련한 활발한 소비 흐름이 엿보인다. 소비자들은 특별한 레스토랑에 방문하여 외식을 즐기고, 외출 시 착용할 패셔너블한 의류를 구입하는 등 카테고리 전반에서 지출을 확대하고 있다. 일상 회복에 대한 기대감이 고조되면서 외출 관련 품목에 대한 구매를 늘려갈 것으로 예상된다.

○ 지속되는 온라인 소비, 오프라인 매장도 회복세

소비자 지출 중 온라인을 통한 지출이 차지하는 비중은 2022년 35~45%로 2021년 19~20% 대비 크게 확대됐다. 이처럼 코로나19 팬데믹 동안 뉴노멀이 된 비대면 소비로 온라인이 주요 구매 채널로 자

리매김했다. 소비자들은 온라인으로 식료품, 생활용품, 의약품, 의류 등 다양한 필수재를 구입하고 있다. 버튼을 클릭하기만 하면 손쉽게 제품 구매가 이뤄지는 온라인의 편의성을 인지한 상당수 소비자는 온라인에서 활발한 구매 활동을 이어갈 것으로 보인다. 반면, 코로나19가 완전히 끝나지 않았음에도 오프라인 매장을 찾는 소비자가 점차 늘고 있다. 65%의 소비자는 오프라인 쇼핑이 편하다고 응답했고, 불편하다고 답한 소비자는 19%였다. 온라인으로는 제품을 직접 눈으로 보거나 만져볼 수 없는 불편함이 있어 제품·서비스에 대한 직접적인 체험과 경험이 가능한 오프라인으로 돌아가려는 움직임이 포착된다.

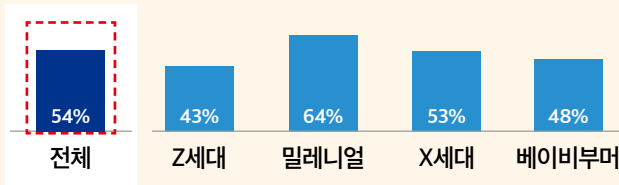
○ MZ세대가 이끈 새로운 구매 채널, 'SNS'

소셜미디어(SNS) 플랫폼에서 원하는 제품·서비스를 구매하는 소비자가 많아지면서 소셜미디어는 단순 정보 제공 수단을 넘어 새로운 쇼핑 채널로 부상 중이다. 특히 타 연령대 소비자층 대비 소셜미디어 이용률이 더 높은 MZ세대 소비자가 소셜미디어 기반의 제품·서비스 구매에 적극적이다. KPMG 미국의

코로나19로 인한 미국 소비자의 지출 패턴 변화에 대한 인식

코로나19를 계기로 자신의 구매 패턴이 바뀌었다는데 '동의' **57%**

소유보다 경험에 지출하는 것을 선호



Source: KPMG 2022 Consumer pulse report, 2022.02, n=1,002

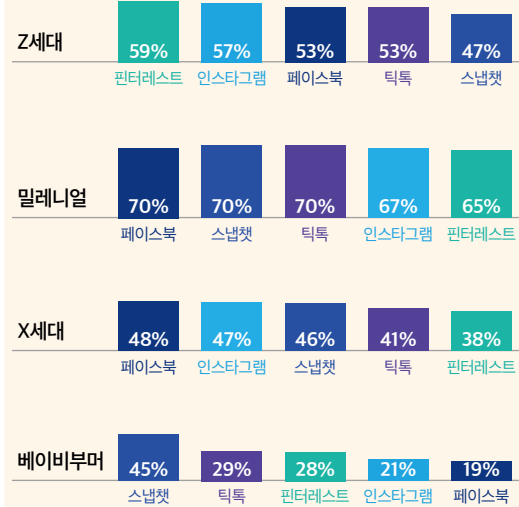
조사에서도 MZ세대 응답자 절반 이상이 SNS 기반 커머스를 이용하는 것으로 분석됐다. 소비자들은 SNS를 통해 의류, 레스토랑, 식품, 생활용품, 엔터테인먼트·미디어 등 다양한 품목을 구매하고 있다. 이들 소비자는 소셜미디어를 통해 제품·서비스 구매 시, 브랜드 홈페이지에 대한 접속 용이성, 가족·지인 추천, 웹사이트상의 리뷰 등에 주안점을 두는 것으로 조사됐다.

한국에서 대중적으로 이용되는 소셜미디어 커머스 플랫폼으로는 인스타그램을 꼽을 수 있겠으나, 미국의 경우 인스타그램, 스냅챗, 틱톡 등 다양한 소셜미디어가 커머스 플랫폼으로 이용되고 있다. 유통·소비재 기업은 MZ세대 소비자를 확보하기 위해 다양한 소셜미디어 플랫폼과의 연계를 고려해야 한다. 또한, 커머스 효과를 극대화시키는 동시에 이들을 사로잡기 위한 체계적 전략 수립에 나서야 할 때이다.

○ 다각적 역량 확보 통해 변화하는 소비 트렌드 대응해야

코로나19 팬데믹 이후 사회 전반에서 많은 변화가 관찰되고 소비 트렌드도 급변함에 따라 유통·소비재 기업은 전략적 방안을 마련해야 한다. 기업은 변화하는 소비 패턴 및 고객 니즈를 발 빠르게 포착하기 위해 정밀한 모니터링 시스템을 구축하고, 소비자 선호에 맞는 제품·서비스를 제공하며 신규 비즈니스 기회를 탐색해야 할 것이다. 코로나19 이후 경험에 대한 소비자들의 수요가 높아진 가운데, 기

미국 소비자의 소셜미디어 플랫폼을 통한 세대별 구매 빈도



Source: KPMG 2022 Consumer pulse report, 2022.02, n=1,002
Note: 세대별 각 소셜미디어에서 구매한 빈도를 묻는 질문에 대한 응답으로 중복선택 허용

업들은 온라인과 오프라인의 강점을 살린 하이브리드 전략을 통한 대응이 필요하다. 유통·소비재 기업은 오프라인 매장을 브랜드 체험 공간으로 변모시키고 고객과의 소통 및 경험 제공에 집중하기 위해 온·오프라인을 체계적으로 융합한 O4O(Online-for-Offline) 전략 도입을 고려할 수 있다. 아울러 신(新) 유통 채널로 부상 중인 소셜미디어뿐만 아니라 메타버스 관련 사업적 기회를 분석하여 다각적 활용 방안 모색이 가능할 것으로 보인다.

CONTACT US

유통·소비재산업1본부장
신장훈 부대표
Tel. 02-2112-0808
E-mail. jshin@kr.kpmg.com



경제연구원
김지윤 선임연구원
Tel. 02-2112-3043
E-mail. jeeyoonkim@kr.kpmg.com



호황을 달려온 지식산업센터 이제는 Next Quest를 준비할 시기

과거 아파트형 공장으로 불리던 지식산업센터가 최근 수요 증가와 가격 상승을 기반으로 호황기를 맞이했다. 한편 건설사의 무분별한 시장 진입에 따른 공급 과잉이나 수익률 하락에 대한 우려가 공존하는 만큼 차별화된 미래 전략 수립이 필요해진 시기이다. 이번 호에서는 지식산업센터의 성장을 견인한 주요 요인과 Next Quest를 위한 공략을 살펴보고자 한다.

지식산업센터란 제조업, 지식산업 및 정보통신산업을 영위하는 사업시설과 근린생활시설, 복지 증진 시설 등의 지원 시설이 복합적으로 입주할 수 있는 다층형 집합건축물이다. 입주 시 일반 수익형 부동산 대비 세금 감면, 자금 지원 등의 혜택이 제공됨에 따라 최근 지식산업센터가 수익형 부동산계 블루칩으로 주목받고 있다. 시장의 호황기를 반영하듯 2021년 국내에서 승인된 지식산업센터는 2014년 36개소 대비 260% 이상 증가한 130개소를 기록했다. 지역별로는 수도권에 전체 지식산업센터의 80.2%가 집중됐다. 비수도권의 경우 최근 부산, 대구, 광주 등 대도시를 중심으로 공급이 늘어나는 모양새다. 이처럼 지식산업센터의 성장을 이끈 요인은 무엇일까? 크게 주체를 네 분야로 구분하여 각각의 니즈를 살펴보았다.

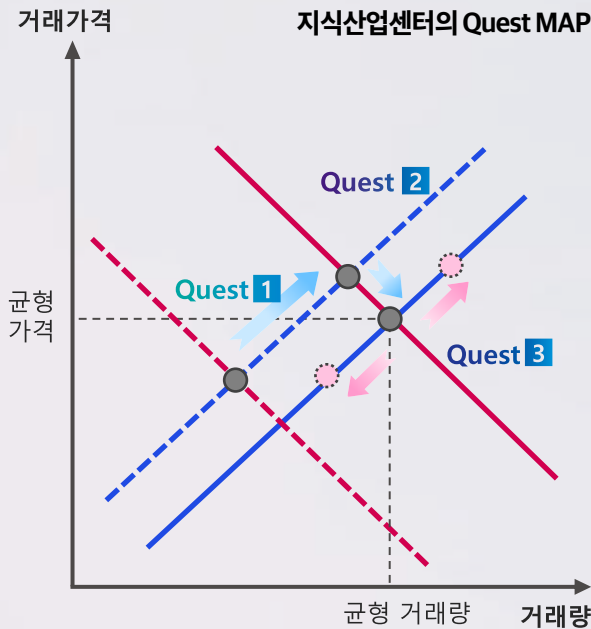
○ 지식산업센터 성장 이끈 4가지 Needs

첫 번째로 수요자의 니즈이다. 지식산업센터의 초기 성장을 이끌었던 제1벤처붐에 이어 2020년을 전후로 제2벤처붐이 도래하며 지식기반산업이 급격하게 부상했다. 이러한 트렌드 속에서 도심 내 맞춤형 오피스를 선호하는 벤처기업, 스타트업 및 중소기업 등이 입주 혜택을 내세우는 지식산업센터에 주목하며 수요가 급증했다.

두 번째로는 중대형 건설사를 중심으로 한 공급자의 니즈이다. 최근 주택 규제 강화 속에서 안정적인 수익 창출과 사업 다각화를 위해 국내 주요 건설사가 지식산업센터 시장에 눈길을 돌리며 공급이 확대되고 있다. 건설사 브랜드를 가진 지식산업센터는 세련된 외관 디자인 뿐만 아니라, DTD(Door to Door) 시스템 등 특화설계나 체계적 사후관리를 보장하며 신뢰를 기반으로 수요를 견인했다.

또한 지식산업센터는 일반 수익형 부동산과는 다르게 주택 수에 포함되지 않는다. 이로 인해 입주 시 취득세, 중부세 등 부동산 규제에서 비교적 자유롭고 투자 손실 리스크가 상대적으로 적다는 점에서 개인 투자자, 자산 운용사 및 증권사에 불어온 투자 열풍이 세 번째 니즈로 작용했다.

끝으로 정부 역시 지식산업센터의 활성화를 도모했다. 지자체를 중심으로 생활 인프라 구축, 일자리 창출 등 지역경제 활성화를 위해 공공 지식산업센터의 개발 및 지원을 확대하면서 지식산업센터의 호황에 일조하고 있다.



지식산업센터는 수요 증가와 공급 증가를 지나 선택이 필요한 Next Quest, Quest 3를 준비해야 함

출처: 삼정KPMG 경제연구원

Next Quest 위한 미래 전략 수립 방안은?

반면 일각에서는 지식산업센터의 호황이 정점에 이르러, 이제는 공급 과잉이나 시세 하락의 문제로 시장 매력도가 저하될 것이라는 우려의 목소리도 있다. 이에 지식산업센터는 시장의 새로운 트렌드를 선제적으로 이해하고 Next Quest를 위한 미래 전략을 수립해야 한다.

우선 최근 단독 오피스 공간을 선호하는 지식기반의 창업 기업과 1인 기업이 늘어나고 있으며, 스마트워크 및 워케이션(Work와 Vacation의 합성어로 여행지·휴가지에서 일하는 근무 형태)을 도입하는 기업 또한 증가하고 있다는 점에 주목할 필요가 있다. 특히 재개발을 앞둔 노후 산업단지뿐만 아니라 과거 공장부지나 휴양지를 적극 활용하여 이전 기업의 수요 흡수가 가능한 입지를 고려해야 한다.

또한 근린생활시설, 커뮤니티 시설 등의 개발로 지식산업센터의 가치를 제고할 필요성이 있다. 이와 더불어 새 정부의 주택 규제 완화 정책과 지식산업센터를 향한 관리·감독 강화 등 시장의 성장을 저해할 수 있는 부정적인 변수도 면밀히 검토하는 것이 미래 전략 수립에 중요하다.

미래를 준비하는 지식산업센터의 Quest MAP

Quest 1 수요

- 지식기반의 첨단기업, 벤처기업, 중소기업 증가로 도심이나 역세권 등 주요 지역에서 지식산업센터 인기 부상
- 일반기업 또한 하이브리드 근무 체계를 도입하며 거점오피스로 지식산업센터에 눈길
- 수익형 부동산계 블루칩으로 부상한 지식산업센터에 개인 및 기업 투자 열풍

Quest 1 결과

수요 증가 → 거래량 증가 → 거래가격 상승 유도

Quest 2 공급

- 주택 규제 강화 가운데 안정적인 수익 창출과 사업 다각화를 위해 국내 중대형 건설사의 지식산업센터 시장 진입
- 중소기업의 입지공간 지원, 비수도권 지역의 지식기반 산업 육성, 지역경제의 근간 강화 등을 목적으로 정부의 지식산업센터 건립 지원

Quest 2 결과

공급 증가 → 수요 대비 과잉공급 우려로 거래가격 하락 리스크 발생

Quest 3 미래를 위한 선택

- 입지 선정
 - Ⓐ 이미 과포화 지역이지만 역세권 및 도심에 주목한 입지
 - Ⓑ 과거 공장부지, 휴양지 등을 적극 활용하여 창업기업뿐만 아니라 이전 기업의 수요까지 흡수 가능한 입지
- 설계·운영 방안 선택
 - Ⓐ 시공 비용 절감, 수익성 극대화를 위해 일반 오피스텔과 크게 다르지 않은 설계 및 외관 디자인
 - Ⓑ 근린생활시설, 커뮤니티 시설 등을 적극 개발하여 지역 내 랜드마크로 자리매김

Quest 3 예상 결과

[선택 A] 수요 확보 실패, 가치 하락

[선택 B] 수요 증가, 거래가격 및 가치 상승, 지역경제 활성화

CONTACT US

부동산자문부문

서광덕 상무

Tel. 02-2112-0170

E-mail. kwangdukseo@kr.kpmg.com

경제연구원 전혜린 선임연구원

Tel. 02-2112-7976

E-mail. haerinjeon@kr.kpmg.com





자금횡령 예방하는 IA 본부 - 'Dynamic Risk Finder' 팀

대규모 자금횡령 사건이 최근 잇따라 발생하면서 기업의 내부회계관리제도를 포함한 내부통제에 관한 관심이 높아진 상황이다. 삼정KPMG는 기업들의 자금횡령 사고를 예방하기 위해 IA본부 내에 Dynamic Risk Finder팀을 운영하며 기업들의 리스크를 재점검하고 관리 방안을 제공하고 있다. 이번 호에서는 리스크 관리의 One-Stop Solution을 제공하는 Dynamic Risk Finder팀을 만나본다.

○ 기업횡령 사고 예방 위해, 기업별 리스크 맞춤형 전략 필요해

최근 기업들의 대규모 자금횡령 사고에 관한 기사들을 자주 접하곤 한다. 2021년 KPMG 글로벌이 발표한 보고서에 따르면 코로나19 이후 비대면 업무 등 기업들의 디지털화가 급격히 진행됨에 따라 새로운 경영 환경에서 발생하는 리스크를 선제 대응하지 못해 부정사고가 급증할 것이라고 경고한 바 있다. 아울러 기업들이 규제 강화에 따라 다양한 내부통제 제도를 운영하고 있으나 제도가 그저 형식적으로, 보여주기 방식으로 운영되는 경우가 많아 위험에 노출된 사례도 많다. 심지어 내부통제 수준이 최상위권이라는 금융권, 대기업에서도 끊임없이 사고가 발생하고 있다.

그럼 과연 무엇이 문제였을까? 이제는 더 이상 기존의 매뉴얼, 사후 모니터링, 샘플링, 문서 검토 중심의 관리 방식으로는 이러한 사고를 막을 수 없다. 그동안의 정형화되고, 표준화된 기존의 기준과 접근방식에서 벗어나, 실제 발생 가능한 리스크를 역동적으로 탐지하는 새로운

기법의 적용이 필요하다. 개별 기업의 리스크에 대응하는 맞춤형 전략으로 디지털 기반의 전수 조사를 통해 실제 관리 현황을 낱낱이 파악해야 한다.

○ 리스크 관리 One-Stop Solution, Dynamic Risk Finder팀

삼정KPMG는 기업의 리스크 관리를 One-Stop Solution으로 제공하는 Dynamic Risk Finder팀(이하 DRF팀)을 운영 중이다. DRF팀은 기업들이 다양한 내부통제를 구축, 운영하고 있음에도 끊임없이 사고가 발생하는 아이러니한 상황에 대응하고자 기존 방식에서 벗어나 기업들의 숨겨진 리스크를 역동적으로 찾아내 사고 발생 가능성을 사전에 차단하고 있다.



DRF에는 세 가지 Finder가 존재한다. 컨설턴트가 직접 시스템 내의 모든 권한 분석을 통해 부적절한 권한 보유자를 색출하는 User Finder, 컨설턴트가 직접 IT Configuration 및 소스 코드 분석을 통하여 통제 우회 경로를 식별하는 Design Finder, 컨설턴트가 직접 시스템에서 산출되는 전수 데이터 분석을 통해 사고 발생 여부를 확인하는 Data Finder, 이 세 가지 Finder를 통해 미래 발생 가능한 구체적 부정 시나리오를 정의하고, 시스템 개선을 통해 사고 발생 가능성을 원천 차단하고 있다.

DRF 서비스를 수행하기 위해서는 내부감사, 프로세스, 리스크, 내부통제, 시스템 그리고 데이터 전반에 걸친 높은 이해도가 필요하다. '팀보다 위대한 개인은 없다'고 생각하는 DRF팀은 각 영역의 '짠' 전문가들이 모여 서로가 보유한 전문 지식을 공유하고, 발전시켜 최고의 팀워크와 가치를 창출하고 있다. 기존의 많은 제도들이 샘플링 기반의 문서 검토를 위주였다면, DRF팀은 개별 기업의 리스크에 대응하는 맞춤형 전략으로 디지털 기반의 전수 조사를 통해 실제 관리 현황을 낱낱이 파악한다. 이러한 탄탄한 토대 위에 '시장 선도'라는 목표 아래, 뭉친 전문가들의 노하우와 경험이 다양한 기업들의 만족을 이끌어 내고 있다.

앞으로도 DRF팀은 기업들의 다양한 리스크를 사전에 예방하고, 지속적으로 관리해 나가고자 한다. 아울러, 디지털 기반 기법으로 법인의 감사본부를 적극 지원해, 감사업무 혁신을 실현시키고, 진정한 대한민국 No.1 Accounting Firm으로 거듭날 수 있도록 힘써 돕고자 한다. 중장기적으로는 DRF팀의 System/Data 지식 전수를 통해 법인 디지털 인재 양성에도 기여하고자 한다.

Dynamic Risk Finder팀 주요 서비스

Dynamic Risk Finder [D.R.F]

시스템/데이터 정밀 분석을 바탕으로 사고 발생 가능성을 원천 차단하는 시스템 개선을 통해 실질적인 예방 체계 구축을 지원함.

Data Analytics Out-sourcing [D.A.O]

D.A.O는 시스템 개선 이후 D.R.F 서비스와 동일 시나리오를 단기간 내에 분석하는 서비스로, 시스템 개선이 실질적으로 잘 적용됐는지 확인함. 내부통제 운영의 적정성을 단기간에 점검할 수 있는 D.A.O를 주기적 제공함으로써, 과거 내부감사/리스크 관리 용역의 일회성이라는 한계점을 극복함.

Continuous Auditing System [C.A.S]

상시 모니터링 시스템으로, 1세대 Rule Base를 시작으로 현재는 A.I, Algorithm Model을 활용한 시스템 구축까지 발전함. 상시 모니터링은 내부감사 영역에도 난이도가 가장 높고, 성공하기 힘든 업무이지만, D.R.F에서 D.A.O로 그리고 C.A.S 서비스까지 체계적으로 연계 발전시키면, 한계를 극복하고 지속적으로 성공 사례를 만들 수 있음.



Dynamic Risk Finder팀을 소개한다면?



심정훈 상무
jshim@kr.kpmg.com

횡령사고가 발생한 회사들도 내부통제, 내부감사 체계 등을 구축하고 있었습니다. 좋은 제도가 설계됐다 해도, 형식적으로 운영된다면 정작 중요한 문제를 놓칠 수 있습니다. 또한 표본추출 방식의 점검도 그 한계가 있을 수 있습니다. DRF는 데이터 전수검사를 통해, 부정을 적발하거나 예방하여 내부통제를 실질적으로 지원하는 것을 목표로 합니다.



정승환 이사
sjung20@kr.kpmg.com

점점 고도화되고, 지능화되는 부정행위에 맞서 이제는 기업들의 선제적인 대응 전략이 필요합니다. 디지털화가 가속화되는 뉴노멀 시대에 횡령/부정 사고 예방을 위한 단 하나의 솔루션이 바로 Dynamic Risk Finder입니다. 회사가 믿고 있던, 믿고 싶던 관행적 이해와 현실의 차이를 보여주고, 언제나 정답은 삼정KPMG라는 것을 증명해 보이겠습니다.



염알음 부장
almyoum@kr.kpmg.com

다수의 내부회계관리제도 업무를 수행하면서 항상 가져왔던 고민은 시작 단계에서는 실질적 운영을 목표로 하다가 점점 형식적 운영으로 변질되는 부분이었습니다. 전수 점검을 통하여 취약점을 직접 고객이 목격하고 이 취약점이 큰 사고로 이어질 수 있겠다는 경각심을 느끼게 되면 그때부터 실질 운영이 시작될 것이라고 확신합니다. DRF는 빈틈없는 내부통제 완성의 마지막 조각이 될 것입니다.

도심항공모빌리티(Urban Air Mobility, UAM)



국내 유일 방산전자·ICT 솔루션 기업 한화시스템

한화시스템은 국내 유일의 글로벌 첨단 방산전자와 IT 분야의 스마트 기술을 갖춘 글로벌 토털 솔루션 기업이다. 공공산업과 민수산업에서 더 안전하고 편리한 미래의 기술을 연구하며 4차 산업혁명 시대의 혁신을 선도하고 있다. 이번 호에서는 40여 년간 축적된 기술력으로 글로벌 방산전자 및 ICT 스마트 솔루션 대표 기업으로 성장 중인 한화시스템을 만나본다.



Client+

◦ **독보적인 방산·통신·레이다 기술력으로 지속성장 이어와**

한화시스템은 방산전자와 ICT, 두 가지 사업 부문의 디지털 소프트웨어 핵심 역량을 기반으로 국방과 민수 분야의 융합 시너지를 창출하고 있다. 1977년 이래 지난 40여 년간 업계 최고의 기술력과 연구인력을 바탕으로 군 무기체계의 두뇌와 감각기관에 해당하는 시스템 개발사업을 성공적으로 수행하는 등 독보적인 지위를 구축해왔다. 지상·공중·우주를 잇는 초연결·초지능·초융합 기술과 사업 역량을 선보이며 대한민국 대표 방산업체로서 위상을 공고히 하고 있다.

나아가, AI·블록체인 등 첨단 IT 서비스를 기반으로 디지털 혁신 경쟁력을 강화하며, 도심항공모빌리티(Urban Air Mobility, UAM)·저궤도위성과 위성통신 안테나를 통한 우주 인터넷 사업·MEMS 차량용 반도체 생산 전장(電裝)사업 등 미래 신성장 동력을 지속 발굴하고 있다.

이러한 기술력과 노력을 바탕으로 한화시스템은 지난 2021년 방산·ICT, 양 부문 연간 수주액 3조 5,600억 원을 달성하고, 연결재무제표 기준 매출 2조 895억 원을 기록하는 등 최대 실적으로 성장세를 이어가고 있다. 한편, 한화시스템은 2019년 11월 코스피에 상장됐으며 지난 3월 10일, 한국거래소에서 '2021년 유가증권시장 공시우수법인'을 선정된 바 있다.

◦ **오버에어와 손잡고, 국내 최초 UAM 시장 진출**

한화시스템은 2019년 7월 국내 최초로 UAM 시장 진출을 전격 발표했다. UAM은 지상과 항공을 연결하는 3차원 도심 항공 교통체제로 도심 상공에서 사람이나 화물을 운송할 수 있는 차세대 교통체계이다. 한화시스템은 지난해 2월부터 미국 개인항공기 전문업체 오버에어와 함께 에어택시 '버터플라이(Butterfly)'의 공동개발에 본격 착수, 현재 오버에어의 '최적 속도 틸트로터(OSTR, Optimum Speed Tiltrotor)' 특허기술을 바탕으로 UAM 기체 '버터플라이' 상세설계를 진행 중이다. 한화시스템은 오버에어와 함께 2023년 상반기 실물 크기의 무인 시제기 제작, 내년 3분기 UAM 무인 시제기 비행을 목표로 하고 있다. 지난 7월 18일부터 22일까지, 영국 햄프셔 카운티에서 열린 '판버러 에어쇼 2022'에서 한화시스템은 버터플라이 기체의 실물크기 로터(대형 회전날개) 모형을 최초 공개하며, 모빌리티 기술력을 글로벌 시장에 알렸다.

○ **초고속 우주 인터넷 기술로 삶을 더욱 풍요롭게!**

뉴 스페이스 시대가 열리며 최근 새로운 기술들이 대두되는 가운데 우주에서도 5G·LTE급의 인터넷을 전 세계 어디에나 제공할 수 있는 ‘우주 인터넷’ 기술이 차세대 성장 동력으로 떠오르고 있다. 우주 인터넷을 실현하기 위한 핵심기술 두 가지는 ‘저궤도 위성’과 지상기지국 네트워크를 연결해 주는 ‘위성통신 안테나’다. 한화시스템은 지난해 8월, 세계적인 ‘우주 인터넷’ 기업이자 영국의 저궤도 위성통신 기업인 원웹(OneWeb)에 3억 달러(약 3,450억 원)를 투자를 발표했다. 한화시스템은 세계적인 위성·안테나 기술을 바탕으로 원웹과 시너지를 낼 것으로 기대하고 있다.

또한 2020년 6월, 영국의 위성통신 안테나 전문기업 ‘페이지 솔루션’의 사업을 전격 인수해 한화페이지를 설립, 해상 육상 항공기 내에서의 고속통신을 가능케 하는 ‘전자식 빔조향 안테나’(Electronically Steerable Antenna, ESA) 시스템을 선도하며 반도체 기반 차세대 위성통신 안테나 설계 개발에 집중하고 있다. 이어 같은 해 12월에는 미국의 ESA 기술 선도 기업인 카이메타(Kymeta)에 3,000만 달러(한화 약 345억)를 투자해 전략적 파트너십을 맺었다. 카이메타 위성 안테나 제품의 한국 시장 독점 판권을 확보하여 국내외 시장 개척에 나설 예정이며, 차세대 전자식 위성통신 안테나 공동개발도 계획하고 있다. 한화시스템은 방산분야에서 축적한 감시·정찰, 지휘통제·통신, 레이더, 레이저 기술로 이미 우주와 항공 분야에서 핵심 솔루션을 제공하고 있으며, 특히 위성 산업 분야 중 향후 성장이 더욱 확대될 것으로 전망되는 위성 제조, 지상시스템 분야에서 핵심 첨단 기술을 보유하고 있다.

○ **‘차세대 전장산업’ 태동기…**

기술 경쟁력·역량 집결해 대비

한화시스템은 센서업체 트루윈과 손잡고 자동차 전장(電裝) 부품 시장 본격 진출을 시작했다. ‘자율주행차의 눈’ 나이트비전의 핵심 부품인 IR(Infrared·적외선) 센서 및 전장 센서와 같은 MEMS 차량용 반도체 생산에 나선다. 한화시스템과 트루윈이 설립한 합작법인 한화인텔리전스는 MEMS(Micro Electro Mechanical System·미세전자기계시스템) 반도체 펌(Fab·전용 설비)부터 구축, 최첨단 IR 센서와 자동차 전장 센서 3종을 집중 개발 및 생산할 예정이다.

한화시스템은 지난 40여 년간 감시정찰용 전자광학 장비와 전자·장갑차의 나이트비전, 주·야간 조준경·관측경 등을 개발 및 공급해오며 국내 최고의 센서 기술 경쟁력을 입증해왔다. 지난해 ‘지능형 다목적 열상엔진 모듈’인 퀀텀레드를 출시하며 차량용 나이트비전 시장 진입을 알린 바 있다. 2021년 나이트비전 개발을 위한 자율주행 기술 혁신 사업인 ‘주야간 대응이 가능한 열영상 융합형 3D 카메라 기술개발’ 국책 과제 또한 수주한 바 있다.

1. 초소형 SAR 위성
2. 지대공 유도무기체계-II (MSAM-II, 천궁-II) 다기능레이더(MFR)
3. 국방과학연구소와 한화시스템이 개발한 AESA레이더 시제기 1호 이미지
4. 초박형 능동형 빔조향 안테나



‘트윈 트랜스포메이션’ 어떻게 준비할까?

디지털과 ESG는 지금 현재 모든 기업들이 직면하고 있는 메가 트렌드로, 대부분의 기업들은 이 두 분야에서 각각의 목표를 세우고 혁신적 대책을 고민하고 있다. 이번 호에서는 ESG 전문가와 함께 디지털과 ESG의 융합을 의미하는 트윈 트랜스포메이션에 대해 살펴보고, 실현 방안에 대해 이야기를 나눠 봤다.



Q1 최근 트윈 트랜스포메이션이 부각되는 배경은 무엇인가요?

디지털 전환과 ESG 전환을 결합하는 트윈 트랜스포메이션은 최근 1~2년 사이에 새롭게 떠오르고 있지만, 그렇다고 갑자기 등장한 개념은 아닙니다. 특히 팬데믹 이후 ESG 전환은 기업들에 더 이상 선택이 아닌 필수가 되었고 한국에서도 많은 기업들이 ‘넷 제로’ 선언 등에 앞다퉈 동참했습니다. 그러면 지금부터 중요한 것은 이를 ‘어떻게 이행할 것인가?’인데, 여기에서 디지털 전환의 역할이 절대적입니다. ESG 성과 관리와 모니터링 등의 모든 과정에서 빅데이터·인공지능(AI)·사물인터넷(IoT) 등의 디지털 기술이 전반적으로 뒷받침돼야 하기 때문입니다. 이미 유럽에서는 디지털 없는 그린 경제로의 전환은 불가능하다는 논의가 진행 중이며, 실제로 유럽연합에서는 디지털 기술을 잘 활용하면 2030년까지 글로벌 탄소 배출량을 지금의 5분의 1 수준으로 줄일 수 있다고 말합니다.

Q2 우리나라 기업들 상황은 어떠한가요?

우리나라에서는 트윈 트랜스포메이션이 아직 낯선 개념입니다. ESG나 디지털 전환이라는 개념을 받아들이기 시작한 것도 최근이지요. 이 둘을 각기 다른 개념으로 바라보고 접근하는 곳이 훨씬 많고, 대부분의 기업들은 현재까지 ESG 경영을 ‘리스크 관리’ 차원에서만 다루고 있습니다. 물론 그 와중에도 대기업 중에는 탄소 저감과 같은 측면에서 진전을 보이는 기업들도 적지 않습니다. 다만, 아직 한국 기업들은 디

지탈과 ESG의 융합을 통한 ‘새로운 기회 창출’이라는 측면에서는 소극적인 태도를 보입니다. 글로벌 시장에서 한국 기업들의 경쟁력을 강화하기 위해서는 보다 공격적으로 시장을 발굴하고 개척해 나가는 ‘관점의 변화’가 중요한 때입니다.

Q3 디지털과 ESG, 융합을 위해 어떤 노력 필요할까요?

한국 기업들의 ESG에 대한 이해는 최근 1~2년 새 무척 높아졌지만 이를 위한 디지털 전환 측면에서는 이해도가 높지 않은 실정입니다. 반대로 테크 기업들은 디지털과 관련해서 전문가이지만 새로운 시장을 발굴하는 과정에서 ESG에 대한 이해가 약할 수 있습니다. 디지털과 ESG의 융합을 통해 시너지를 일으키기 위해서는 각각 부족한 점을 채워 줄 수 있는 좋은 파트너들과 협력할 필요가 있습니다. 특히 2022년과 2023 ESG 2.0의 관점에서 본격적으로 ESG 경영 목표를 달성하기 위한 ‘이행 단계’에 돌입하고 나아가 ‘새로운 시장’을 발굴할 수 있는 가능성이 열리는 매우 중요한 시기입니다. 이미 글로벌 기업들은 이 분야에서 상당히 앞서가고 있고 많은 고민과 투자가 이뤄지고 있습니다. 한국 기업들 또한 기업 경영 관점에서 디지털과 ESG의 융합을 보다 적극적으로 고려해야 합니다.



ESG비즈니스그룹 김정남 상무

Tel. 02-2112-7976

E-mail. jungnamkim@kr.kpmg.com

<이 칼럼은 지난 4월 8일 게재된
한경비즈니스 “디지털과 ESG의 융합, ‘위기 대응’ 넘어 ‘새로운 기회’ 찾아 나설 때”를
바탕으로 정리되었습니다.>

알면 더 좋은 시사·경제 상식!

인공지능 시대가 도래됨에 따라 새로운 기술이 등장하고 있다. 이번 호에서는 신기술에 대한 용어와 유럽연합에서 내놓은 새로운 법안 등에 대해 배워본다. 아울러, 우리나라 제약, 바이오 업계의 수출 호조 소식도 소개한다.

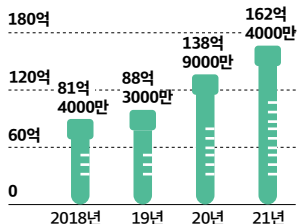


K-제약·바이오, 엔데믹에도 '수출 신기록' 성장 저력 과시

국내 제약·바이오업계가 K-제약·바이오의 성장 저력을 과시하고 있다. 지난 7월 1일 산업통상자원부가 발표한 '2022년 6월 및 상반기 수출입 동향'에서 바이오헬스 품목의 상반기 수출 실적이 92억 5,000만 달러(약 12조 원)로 집계됐다. 이는 지난해 상반기보다 20.5% 증가한 것으로, 역대 상반기 수출액의 최고 기록이다. 엔데믹 전환에 따른 코로나 방역 수요 감소에 K-바이오 수출 효과가 정체, 혹은 하락한다는 우려와 달리 국내 제약·바이오 업계의 수출 행진이 지속되고 있다. 한편, 바이오 품목 수출액은 코로나19 사태가 전면화된 2020년부터 수출액이 비약적으로 증가했다. 코로나 진단키트 활약뿐 아니라, 바이오시밀러(바이오의약품 복제약) 수출 호조가 가세하면서 2021년에는 사상 처음 '수출 150억 달러 돌파' 성과를 일궈냈다.

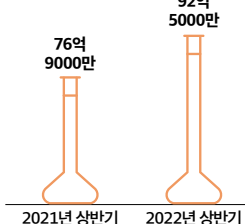
바이오 헬스 연간 수출 동향

(단위 : 달러)



2021-2022 상반기 수출

(단위 : 달러)



멀티모달 인터페이스 (Multi-Modal Interface)



출처 : 연합인포맥스

키보드와 마우스 등 전통적 텍스트 외에 음성이나 제스처, 시선, 표정, 생체 신호 등 여러 입력 방식을 융합해 인간과 컴퓨터가 자연스럽게 의사소통하는 기술을 의미한다. 최근 정보기술(IT)이 급속도로 발전해 초거대 인공지능(AI) 시대가 다가옴에 따라 멀티모달 AI에 대한 연구·개발(R&D)도 빠르게 진행 중이다. LG는 사람 말을 이해하고 그림과 영상을 만드는 초거대 AI인 '엑사원'을 개발, AI 생태계 개발에 나서고 있다. 카카오의 AI 연구 자회사인 카카오브레인은 초거대 멀티모달 AI인 '민달리'를 개발 중이며, 검색과 쇼핑 등에 활용할 계획이다.

디지털시장법

(DMA-Digital Markets Act)



지난 7월 5일, 유럽의회가 대형 IT 기업의 독점적 관행을 금지하는 법안, '디지털 시장법'(DMA)을 처리했다. DMA는 SNS, 검색엔진, 운영체제와 같은 서비스를 제공하며 이른바 '온라인 게이트키퍼' 역할을 하는 기업이 자사 서비스를 타사 서비스보다 우위에 두는 것을 금지하는 법안이다. 출시되는 제품에 설치돼 있는 소프트웨어(SW), 앱 등을 지울 수 있고 메시징 서비스를 상호운용할 수 있도록 하는 내용도 담겼다. 이 법은 시가총액 750억 유로, 연 매출 75억 유로, 월간 사용자 4,500만 명 이상인 IT 기업에 적용하며 아마존, 마이크로소프트 등도 영향을 받을 것으로 보인다. 아울러 안드로이드, iOS 등의 프로그램을 제품에 탑재하는 구글, 애플 등은 타격이 불가피해 보인다.

Happy workplace



People First

업무 공간의 혁신!
GFC 9층, 10층
스마트 오피스 오픈

16

New People

6월 입사자가 전하는
“삼성KPMG는 이다!” 18

라떼 스토리

“라떼는 말이야~!”
신임 파트너들이 말하는
나의 신입 시절은? 20

삼성별그램

행복 넘치는 삼성인들의
워크숍 & 동기 모임 대공개

22

KPMG Story

일상에서 가치를 찾다
삼성인을 한 뼘 더 성장시킨
경험은?

24

이동규의 두줄칼럼

의미와 재미 26

Samjong News

‘삼성KPMG 프로페서 위촉식’
개최 外

心 Care

‘건강한 거절’을 위해 필요한
‘마음의 힘!’ 28

30

업무 공간의 혁신! GFC 9층, 10층 스마트 오피스 오픈

삼성KPMG가 지난 7월 18일, 강남파이낸스센터(GFC) 9층, 10층에 스마트 오피스를 오픈했다. 삼성KPMG는 인재를 존중하는 문화를 위한 계획으로 2022년 GFC 내 모든 업무 공간을 스마트 오피스로 탈바꿈하고 있다. 이번 GFC 9층, 10층 오픈 세레머니 현장을 소개하며, 달라진 스마트 업무 공간도 살펴보자.



○ '자유성'과 '편의성', 모두 갖춘 스마트 오피스!

삼성KPMG가 지난 7월 18일, 강남파이낸스센터(GFC) 9층, 10층의 스마트 오피스 오픈식을 개최했다. 올 초 삼성KPMG는 2022년 GFC 내 삼성KPMG 업무 공간 전체를 스마트 오피스로 구축할 것을 발표했다. 지난 2019년에는 GFC 8층을, 2020년에는 GFC 28층을 스마트 오피스로 구축한 데 이어, 올해는 GFC 내 사무 공간 전 층을 스마트 오피스로 구축함으로써, 구성원들에게 최고의 업무 환경을 제공하겠다는 계획이다.

그 첫 순서로 GFC 9층과 10층의 스마트 오피스를 오픈했다. 오픈식 현장에는 김교태 회장을 비롯해 임직원 등이 참석하여 기념 테이프 컷팅식을 가지며, 스마트 오피스 오픈을 축하하는 시간을 마련했다. 특히, 이번 스마트 오피스 오픈을 기념하며 구성원들에게 시루떡과 햄버거 등의 간식을 제공하며 함께 기쁨을 나눴다.

이번에 오픈한 GFC 9층, 10층은 도서관형, 칸막이형, 카페형 등 다양한 업무 공간으로 구성되어, 본부 구분 없이 자유롭게 개인이 선호하는 좌석에서 근무할 수 있다. 특히, 전 좌석에는 24인치 모니터를 설치하여 업무 집중도와 효율성을 높였다. 무엇보다, Staff들의 좌석을 우선 고려하여, 파트너와 직원의 업무 공간을 구분 짓고, 라운지와 OA룸, 사물함 등도 Staff의 동선을 최우선으로 하여 배치했다.

아울러, 층마다 임직원의 쉼터가 되어줄 휴게 라운지 공간도 마련했다. 라운지에서 캐주얼한 회의와 업무 진행은 물론, 고급 커피머신과 다과 등으로 업무 중 지친 심신을 달래며 재충전하는 시간을 갖도록 했다.



창가 쪽이 개방되어 기존보다 여유 있는 전망과 밝은 분위기를 자아낸다



회의실 이름은 이벤트를 통해 구성원들의 자녀 이름으로 선정됐다



○ 회의실 명칭은 구성원 자녀 이름으로 선정해

이와 함께 다양한 니즈(Needs)를 고려한 프로젝트 룸과 회의실이 마련되어 팀원 간의 협업을 이루도록 했다. 특별히 함께 모여 협업하는 공간인 회의실에 보다 소중한 의미를 부여하기 위해 구성원 자녀 이름을 부여하는 회의실 명칭 공모 이벤트를 진행했다. 그 결과 300여 명이 이벤트에 참여했으며, 총 134개의 자녀 이름이 회의실 명칭으로 선정됐다.

회의실 명칭 이벤트에 참여한 진성용 S.Manager(IM1)는 “제가 일하는 곳이 어떤 곳인지, 또 그 곳에서 아이의 이름이 걸린 회의실을 보여줄 수 있다면, 제가 하는 일을 아이에게 더 잘 설명해 줄 수 있을 것 같아 참여하게 됐어요! 이번 기회로 아이에게 좋은 추억을 선물해준 것 같아 기분이 좋습니다.”라고, 또 김민희 S.Manager(SCG)는 “제 첫 직장인 법인에서 동기인 남편을 만나 결혼했고, 이제 아이를 키우며 다니고 있어요. 사회생활, 결혼, 육아의 모든 과정의 터전이 된 곳에서 아이의 이름이 함께하기를 기대하며 응모했는데, 선정되었네요! 어린 나이에 엄마와 떨어져 있어 미안한데, 늘 함께 있는 기분이 들 것 같네요!”라고 이벤트 선정 소감을 전했다.

한편, 삼정KPMG는 People First - 인재 존중 문화를 추구하며, 최고의 업무 환경을 위해 지속적으로 노력해오고 있다. 2022년 하반기에는 GFC 11층, 27층, 29층의 업무 공간을 스마트 오피스로 구축할 계획이다. 일하는 방식과 공간의 변화를 통해 구성원들이 각자의 업무 스타일에 맞게 자유롭고 편안하게 근무하며, 동료들 간의 협업 시너지를 더욱 창출해 나가기 바라본다.

Lounge

휴식과 업무가 공존할 수 있는 효율적인 공간



Shelter

1인 집중 업무 공간으로 24인치 모니터 설치

Common Ground

전 좌석 24인치 모니터 설치



Library

전/측면 모두 스크린이 설치되어 있어 집중도를 올릴 수 있는 공간

Home Zone

집처럼 따뜻한 분위기로, 자유롭고 캐주얼한 오픈 회의실



6월 입사자가 전하는 “삼정KPMG는 이다!”

‘New People’에서는 새로운 삼정KPMG 가족을 소개하는 시간을 가져본다. 6월에 조기 입사한 신입 회계사를 만나 삼정KPMG에 지원한 동기, 또 삼정KPMG 가족이 된 소감 등을 들어보려 한다. 그럼 지금부터 신입 회계사 3인방을 만나보자!



“출근길이 설레는 우리는 신입 회계사입니다!” 삼정인이라는 설렘과 감사의 마음으로

조재상 매일 출근길이 설렌다면 믿으실까요? 하하. 저는 아침마다 설렘 가득한 마음으로 삼정KPMG에 출근하고 있습니다. 아침에 휴게 라운지에 놓인 사과도 먹고, 점심 후 함께 즐기는 커피타임도 그저 행복합니다.

이지수 신입이라면 누구나 그렇듯이 저 역시도 아침 출근길이 가장 설렙니다. 특히 입사 전부터 Deal Advisory 본부를 희망했는데, 원했던 본부에서 일할 수 있게 되어 정말 기쁩니다. 감사하는 마음으로 생활하고 있습니다.

문민석 삼정인으로서 출발한 기간은 짧지만 그동안 좋은 동기들과 선배들을 만나게 되면서 하루하루 법인 생활에 만족하고 있습니다. 첫 입사 교육 때 GFC 27층에서 창밖의 수많은 빌딩들, 인파 넘치는 거리를 보면서 ‘바쁘게 돌아가는 세상의 중심에 와 있구나!’ 느꼈습니다. 그토록 원하던 법인에 입사하게 되어 정말 뿌듯하고, 앞으로 마주할 다양한 경험들이 매우 기대됩니다!

○ 자유로운 수평적 문화, 스마트 오피스 그리고 입사자를 위한 배려에 감동

이지수 저는 예전에 삼정KPMG에서 개최한 행사에 참여하며, 회계사 꿈을 갖게 되었습니다. 회계사라는 꿈을 처음 품게 해준 만큼 삼정KPMG에서 첫 걸음을 내딛고 싶었고, 수험기간 받은 합격키트와 계산기 케이스 등은 제가 힘든 수험생활을 이겨내게 해준 버팀목이 되었기에 망설임 없이 지금의 법인을 선택했습니다. 입사 전에는 막연한 두려움이 있었지만, 입사 후 제 걱정들이 무색하게 많은 선배님들이 도와주시고, 업무 과정에서 따뜻한 격려를 해주셔서 정말 감사히 지내고 있습니다. 현직에서도 자부하는 우리 법인만의 수평적 문화를 직접 경험해보니, 생각 이상으로 분위기가 너무 좋은 것 같아요. 무엇보다 이번 해에 전 층이 스마트 오피스로 바뀌면서 더 자유로운 분위기 속에서 근무할 수 있어 좋은 것 같습니다~!

문민석 저는 지난해 삼정KPMG 유튜브 채널을 통해 법인을 더 자세히 알게 되면서 입사를 희망하게 되었어요. 먼저 입사하신 선배들의 자신감 있는 모습과 좋은 인상이 만족하는 환경에서 근무하며 나오는 에너지라는 생각이 들었죠. 그 배경으로 수직적인 업무 환경을 벗어나 소통의 제약 없이 편하게 업무할 수 있는 오피스 환경이 마음에 들었고, 삼정KPMG가 가진 체계적인 시스템과 인프라를 통해 제가 바라던 회계사의 모습으로 성장할 수 있다고 믿었어요. 그럼에도 직급에 따른 수직적인 문화를 어느 정도 기대하고 온 제 예상과 달리, 저를 한 사람의 전문가로서 동등히 대우해주는 모습에 놀랐습니다. 특히, 빠르게 적응하도록 꼼꼼히 신경 써주는 모습에 감동받았습니다.



조재상 저는 문항당 2,500바이트의 자소서와 두 번에 걸친 면접을 준비하느라 삼성KPMG에 더욱 관심을 가지게 되었어요. 가장 고생하며 준비한 법인이었고 사업보고서를 보고, 삼성KPMG 홈페이지를 자세히 들여다보는 준비 과정 속에서 저도 모르게 법인과 내적 친밀감이 생겼습니다. 다행히 삼성KPMG에서도 저를 선택해주었고 합격소식을 들었을 때 주저하지 않고 이 법인에 가야겠다고 결정했습니다. 입사 전, '어떤 사람들과 일하게 될까?' 걱정했는데 입사 후 주변사람들을 보면 존경스럽고 배워가고 싶은 분들이 많습니다. 일도 프로답게 하시면서 주변사람을 배려하시는 분들을 보면 이 분들과 함께 할 수 있다는 것이 감사합니다.

◦ “내게 삼성KPMG는 이다!”
→ **도화지&정답&멘토!**

문민석 삼성KPMG는 제가 그려나갈 ‘도화지’라고 생각합니다. 앞으로 법인 생활을 하며, 이 큰 도화지에 다양한 색을 가진 사람들과 여러 경험을 채워 나가며, 저만의 긍정적인 태도와 노력으로 모두가 조화를 이루는 무지개 컬러의 그림을 완성하고 싶어요! 요즘 코로나 때문인지, 덕분인지 산업이 정말 다양해지고, 많은 종류의 플랫폼 사업들이 떠오르는 것 같아요. 저 역시도 산업별 스페셜리스트를 만드는 법인 취지에 맞게 IM2에서 감사 업무를 열심히 수행하며, 추후 기회가 된다면 다양

한 신성장 산업 관련 업무도 경험해보고 싶어요. 아울러, ‘Keep Learn, Keep Run!’이란 말처럼 시대에 뒤처지지 않도록 끊임없이 공부해서, 시대를 선도할 기업들과 함께 성장해 나가는 전문가가 되면 좋겠습니다.

이지수 제게 삼성KPMG는 ‘정답’이라고 정의해봤어요. 삼성KPMG는 ‘성장하는 조직, 성장하는 법인’이기에 저 또한 다양한 프로젝트를 수행하면서 전문가로 성장할 수 있는 답을 찾을 수 있다고 생각해요. 아직 신입이기에 재무자문에 대한 종합적인 시각을 가지는 것은 어렵지만, 다양한 산업군에 대한 지식을 넓히고, 업무 능력을 키우기 위해 스스로 더욱 공부하고, 노력하며 발전해 가고 싶어요. 또한, 프로젝트에서 이슈가 발생할 경우 저희 팀원분들과 함께 적극적으로 소통하며, 집단지성을 통해 어려움을 극복하는 과정 속에서 성장하고 싶습니다.

조재상 내게 삼성 KPMG는 ‘멘토’입니다. 입사한 지 얼마 안 됐지만 일하시는 것을 보며 많이 배우고 있고 교육 시스템도 훌륭하다고 느끼고 있습니다. 지난주에도 ‘고객소통의 장’을 통해 강의를 들었는데 정말 좋은 시간이었습니다. 지금은 일을 성실히 배워 팀에 기여하고 싶은 마음이 가득합니다! 스스로 전문 지식을 공부하고 쌓아나가 법인 성장에 기여하고, 저 역시도 건강한 성장을 이뤄나가는 회계사가 되고 싶습니다!





라떼는 말이야~!

신입 파트너들이 말하는 나의 신입 시절은?



김경아 상무 (B&F3)

용역팀 워크숍에서 찰칵!

○ 떨리고 긴장된 신입 시절, 많은 후배들의 롤모델이 되도록 노력할 것

저는 상장사 회계팀에서 2년 정도 근무한 후, 회계사라면 회계법인에서 감사를 해봐야 할 것 같아 삼정KPMG에 신입으로 입사하게 됐어요. 2년간의 사회생활 경험으로 신입 회계사지만, 신입 같지 않다는 이야기를 참 많이 들었고, 입사 1년 후 결혼해서 많은 분들이 '여사님'이라는 별칭을 부르시곤 했죠. 하하. 그렇게 애 늙은이 포스에도 불구하고 고객사를 상대로 처음 회계 교육을 준비할 때는 너무 긴장되고 떨렸던 기억이 나요. 그때, 선배 회계사님이 여기 교육에 참석하는 그 누구보다 회계사님이 이 내용에 대해 잘 알고 있으니 마음 편히 진행하라고 조언해 주셨고, 그 조언은 아직도 고객사를 마주할 때, 가장 마지막에 읊조리는 말이 됐어요. 솔한 경험 끝에 이제는 상대방에게 떨고 있는 것을 들키지 않는 경지에 이른 것 같아요. 하하. 이때의 조언이 큰 힘이 되었듯이 제가 아직 하지 않고, 꾸준히 발전해온 데에는 많은 선배, 동료, 그리고 후배 회계사들이 있기 때문이에요. 심지어 같은 본부, 팀이 아닐지라도 함께 고민해주고 해결책을 마련하기 위해 노력해 주신 많은 분들이 계셨기에 큰 힘을 얻을 수 있었죠. 이 덕분에 저는 올해 금융사업본부 첫 여성 파트너가 되었는데, 기쁘면서도 이 명예에 부응하기 위해 더욱 열심히 해야겠다는 생각에 어깨가 매우 무겁네요. 성장하는 법인에서 많은 후배 삼정인들이 성장할 수 있도록, 솔선수범하여 삼정KPMG 모든 후배분들의 롤모델이 되도록 노력하겠습니다.

○ 부정적 시기를 넘어 긍정적인 자세로! 후배들의 미래 성장 위해 노력하고파

저는 회계사 합격 후 경리병과 장교로 군 복무를 마치고, 삼정KPMG에 입사해 어느덧 신입 파트너가 되었네요! 커리어 도중 만나는 인생의 갈림길에서 많은 고민이 있었지만, 이를 뿌리치고 법인의 신입 파트너가 된 것은 너무나 영광입니다! 사실, 저는 매니저 고참이 될 때까지 저의 대인관계, 영업능력에 대해 부정적이었어요. 공부만 하던 사람이 대인관계를 넓히며 고객을 만나고, 업무 수임을 한다는 것은 불가능의 세계에 도전하는 것처럼 느껴졌죠. 그러나 현재 저는 학회, 지방자치단체 등에서 감사나 위원 등으로 활동을 하는 등 여러 대외활동도 활발히 하고 있으며, 당초 고객으로 만났으나 지금은 저를 인간적으로 신뢰하고, 도와주는 분들도 계십니다. 돌이켜 보면, 만난 지 5분 안에 '형님, 아우'되는 사람들과 Tax 지식과 경험이 많은 분들, 일을 잘하는 분들을 많은 고객들이 원하는 것 같습니다. 따라서 저처럼 혹여나 외향적이지 않고, 사람을 만나는 것이 서투르더라도, 본인 영역에서 업무 전문성을 가지면 꼭 성공할 수 있다는 믿음을 후배들이 가졌으면 좋겠습니다. 이제 우리 법인은 당당히 Big2가 되었고, 상당한 영역에서 1위를 이뤄가고 있습니다. 이처럼 조직의 성장은 우리 구성원들에게 높은 성장과 보상, 그리고 미래의 성공 가능성에 대한 밝은 신호라고 생각해요. 앞으로 저는 더욱 열심히 노력해서, 함께 일하는 후배들의 성공적인 미래에 일조하는 선배 회계사, 파트너가 되겠습니다!



최세훈 상무 (Tax4)

2017년 9월 영국 연수 중

FY22 신입 파트너들을 만나 지난 과거 신입 시절을 회상하고,
어떻게 삼정KPMG에서 성장의 길을 걸어왔는지 들어보는 시간을 가졌다.
아울러, 신입 파트너들의 목소리로 삼정KPMG의 짠! 장점도 소개해본다.



2014년 본부 워크숍에서 V(브이)

○ **어리숙하고 기합이 잔뜩 들어간 신입 시절! 후배들과 소통하며 성장 이끄는 리더 될 것**

저는 2010년 Advisory 신입 공채로 입사해, 약 13년째 금융기관의 경영관리 분야 컨설팅 업무를 수행하고 있습니다. 주니어 시절 파트너 선배님들은 한없이 높아 보이고, 우러러보던 큰 존재였는데 제가 그런 파트너가 되었다니 감개무량합니다. 물론, 파트너 자리가 주는 막중한 책임감도 느끼고 있습니다. 제 신입 시절을 떠올려 보니, 어리숙하고, 기합이 잔뜩 들어간 여느 신입사원의 모습과 다르지 않더라고요. 첫 프로젝트였던 B카드사의 관리 회계 프로젝트 참여 당시 고객에게 인사이트를 제공하기 위해 끊임없이 고민하고, 치열하게 토론하며 퀄리티 높은 결과물을 만들어 내는 선배님들을 동경했던 기억이 나요. 그리고 선배님들이 밤을 새워가며 데이터를 검증하는데, 저 역시도 도움이 되는 팀원이 되기 위해 졸린 눈을 비벼가며 부단히 노력했지요. 컨설팅 업무는 비즈니스 환경에 따라 다양한 업무를 수행하는데, 이 업무를 수행하면서 성취감을 느끼고, 전문가로서의 제 역할을 잘 해내고 있다는 만족감이 성장의 원동력이었던 것 같아요. 무엇보다, 우리 법인에 대한 애착과 항상 따뜻하게 대해주시는 선배님들, 후배님들과 가족 같은 관계가 큰 힘이 되었어요. 지금까지 이끌어 주신 선배님들의 은혜에 보답하고, 받은 것 이상으로 후배들과 동반 성장하도록 후배들에게 많은 경험을 공유하고 지원하고 싶어요! 많은 후배들이 우리 법인에서 커리어를 이어 나가도록 소통하고 신뢰할 수 있는 리더가 되겠습니다.

○ **열정과 패기 넘쳤던 신입 회계사, 성장과 행복을 목표로 한 걸음 나아갈 것**

2010년 공채 입사 후, 첫 직장인 삼정KPMG에서 전문성을 키우고, 성장해온 건 제게 큰 행운이자, 자랑입니다. 무엇보다 이번 승진은 도움 주신 선배, 동료, 후배들의 덕분이라고 생각합니다. 신입 시절, 저는 새로운 것을 빨리 배우고 전문가로 인정받고 싶다는 욕심이 컸고, 열정과 패기로 앞장서서 일을 찾아 했던 것 같아요. 현재 보이는 사진은 창원 소재의 공장 옥상에 있는 컨테이너에서 한여름에 실사 업무를 하다가 찍은 건데, 숨길 것이 많던 회사가 다분히 의도적으로 열악한 업무 공간을 내어준 경우였습니다. 당시 아랑곳하지 않고 끝까지 뒤져서 분식을 적발하고 고객에게 투자 중지를 권고한 바 있습니다. 그해 크리스마스에 독일에 있는 고객이 감사 카드를 보내주기도 해서 기억에 남아요. 이제는 저런 환경에서는 저뿐만 아니라 누구도 업무하지 못할 테니 정말 '라떼는 말이야' 이야기가 된 것 같네요. 하하.

제가 생각하는 삼정KPMG는 단순히 구성원의 연령이 낮은 것을 넘어, 능동적으로 시장에 대처하고 외부 환경에 맞춰 조직의 체질을 개선할 의지와 가능성이 내재된 젊은 조직입니다. 따라서 아직 후배분들이 만들어 나갈 부분이 많으니, 함께 행복한 조직을 만들어 가면 좋겠습니다. 앞으로 저는 고객이 찾아주고, 신뢰하는 'Cross Border Deal 전문가'가 되는 것이 목표인데요, 그러기 위해서 우리 팀원들의 성장과 행복에 초점을 맞추고, 한 걸음씩 나아가려 합니다. 많은 관심과 응원 부탁드립니다.



컨테이너에서 실사 업무 중 촬영한 사진!
당시 사진은 DA3 김진만 부대표가 촬영했으며,
맨 좌측에서 두 번째는 DA4본부의 천재준 상무이다

행복 넘치는 삼정인들의 워크숍 & 동기 모임 대공개

최근 엔데믹 시대에 접어들며 사회적 거리두기가 완화되면서 점차 우리 일상이 회복되고 있다. 삼정인들은 어떻게 일상을 회복하고 있을까? 이번 호에서는 2년여 만에 열린 본부 워크숍, 팀원 혹은 동기들과 함께 즐거운 시간을 보내고 있는 삼정인들의 모습을 공개한다.

WORKSHOP

삼정인들끼리



동기들과 떠난 MT

신호용 Analyst (Deal Advisory5)

6월 말에 1년 차 실무시험을 마치고, 7월 첫 주말을 맞이해 동기들과 함께 MT를 다녀왔어요. 숙소를 예약하고 함께 장을 보는 과정에서 잠시나마 대학생으로 돌아간 듯한 재미를 만끽했어요. 특히, 감사하게도 DA5 본부 김이동 부대표님과 팀장님들께서 십시일반으로 MT 비용을 지원해 주셔서 좋은 숙소에서 바비큐 파티도 하고, 편히 쉬고 올 수 있었어요. 각자 다른 업무와 스케줄로 본부 입사 동기들끼리 모일 기회가 많지 않았는데, 이번 기회를 통해 처음으로 동기 전원이 함께 하는 시간을 보내 기억에 남고, 앞으로의 법인 생활이 더욱 즐거워질 것 같습니다!



본부 게임 동아리로 화합 다져

김현규 Associate (IM3)

IM3본부에는 다양한 동아리가 있는데, 그중 최근 6월에 신설된 '리그오브레전드' 동아리가 있어요! 우리 동아리는 지난 6월 16일 첫 설립 총회를 PC방에서 진행했습니다. 설립총회를 맞이해 5:5로 팀을 나누어 게임을 진행했어요. 동아리는 Director부터 Associate까지 다양한 직급으로 구성됐지만, 팀 편성은 철저히 게임 실력에 맞춰 배정됐어요. 게임 플레이 또한 직장 동료가 아닌 실제 동네 친구들과 동네 PC방에 온 것처럼 편한 분위기에서 서로에게 질타와 칭찬을 나누며 즐거운 시간을 보냈어요~!

방탈출 소모임으로 친목 도모!

권혜빈 Associate (ICE2)

ICE2 1년 차 동기 중 방탈출에 관심 있는 사람들끼리 방탈출 소모임을 만들었습니다. 벌써 3번째 방탈출을 다녀왔는데! 가장 최근에 다녀온 곳은 '용사가 되어 눈을 뜨고 악의 무리를 무찌르는 테마'였습니다. 각각 마법사, 전사, 도적, 대장장이가 되어 방탈출 게임을 진행했는데 용사가 된 상황에 과몰입해서 저희 모두 너무 재밌게 즐기다 왔네요. 탈출도 성공해서 더 기분 좋게 맥주 한잔하러 갈 수 있었습니다!





120여 명의 본부원이 함께 청와대 관람을

이학범 Director (IM2)

지난 6월 13일 본부 워크숍으로 74년 만에 일반인에게 공개된 청와대를 방문했어요. 2년 만에 대면으로 진행된 워크숍 시기에, 마침 청와대가 개방되고, 본부원 모두 관람 신청도 성공해 그 의미가 더욱 깊었어요. 120여 명의 본부원 전체가 청와대를 배경으로 기념사진도 찍고, 본관이나 관저 등 청와대 내부 곳곳을 관람하며 업무를 떠나 새로운 주제로 많은 이야기들을 나눌 수 있었어요. 관람 후에는 저녁 와인파티와 2차 수제맥주 파티를 하면서 뜻깊은 이야기를 나누며 행복한 시간을 보냈습니다.

미니 체육대회로 열린 본부 워크숍

김태경 Manager (Tax6)

지난 6월 9일, 어린이대공원에서 미니 체육대회로 본부 워크숍을 진행했어요. 다양한 스포츠 게임을 준비했는데, 가장 호응이 좋았던 건 '버블 슈트 풋살'이었어요! 남녀 구성원의 체급 차이를 보완하기 위해 남자 멤버들은 커다란 버블 공간에 들어간 채 경기에 참여했어요. 몸싸움 끝에 여기저기 내동댕이쳐지는 모습이 모두에게 큰 웃음을 준 것 같아요. 하하. 특히 평소에는 다소 어려운 본부 파트너분들이 동등하게 버블슈트를 입고 게임하니 더욱 즐거웠습니다. 약 2년 반에 본부원 100여 명의 본부원이 모두 모여 단체 티를 입고 즐거운 시간을 보낼 수 있어 준비한 만큼 보람되고 뿌듯했던 워크숍이었습니다.



Tax 1년 차 동기들의 통합 MT

김영근 Associate (Tax2)

Tax본부 1년 차 동기들과 첫 통합 MT를 가졌습니다. 우리들은 2021년 코로나가 한창 유행하던 시절에 입사하는 바람에 교류할 기회가 적었는데, 이 상황이 아쉬워 Tax4본부 동기들이 힘을 모아 MT 계획을 세우고 각 본부 동기들에게 참여를 독려하며, Tax본부 첫 통합 MT를 추진할 수 있었어요. 추후 이 사실을 알게 된 윤학섭 대표님께서 경비를 지원해 주셔서 MT가 더욱 빛을 발했습니다. 가평에서 즐긴 수상레저는 무더위를 잊을 만큼 시원했고, 함께 먹은 고기와 술은 무척이나 달콤했습니다. 밤에는 보드게임을 즐기며 한바탕 웃을 수 있었어요. 정말 잊지 못할 행복한 추억입니다.



So(속) Ca(하) Go(고)! 게임으로 즐거웠던 시간!

정수연 S.Consultant (SCG)

워크숍 TF 멤버로 선발되어, 기획을 고민하던 중 팀 빌딩 게임을 준비하게 됐습니다. 바로 'So(속) Ca(하) Go(고)' 게임인데요, 세대를 막론하고 모두가 게임을 즐길 수 있는 노래, 포스터, 초성 게임으로 구성했습니다. 노래 게임은 음원을 듣고 가수와 제목을, 포스터 게임은 영화나 드라마 포스터를 보고 작품 제목을 맞추는 것이죠. 초성 게임은 주어진 초성에 대해 식음료와 속담을 맞추는 게임인데, 어렵다고 느껴진 게임들을 본부원들이 척척 맞추며 즐기는 모습을 보고 행복했습니다.





일상에서 가치를 찾다 삼정인을 한 뼘 더 성장시킨 경험은?

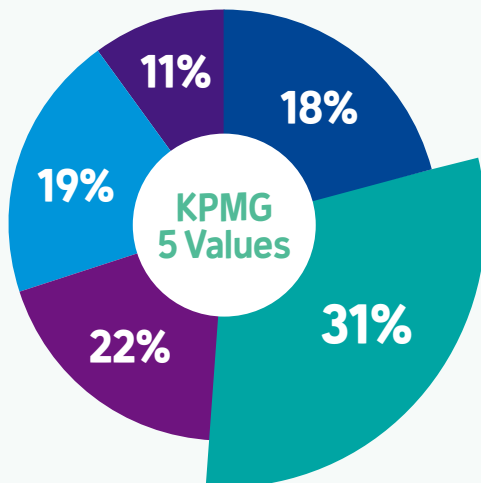
삼정인을 한 층 더 성장의 길로 안내한 경험은 무엇일까? 이번 호에서는 삼정인들만의 성장의 경험을 공유하고, 성장 경험의 순간에서 꼭 지키고 실천하고자 하는 가치는 무엇인지 들어보았다. 이벤트를 통해 선정된 삼정인의 사연을 공유한다.

수많은 성장 경험 순간에서 꼭 지키고, 실천하고 싶은 가치는?

‘Excellence’

‘Life is connecting the dot’ 스티브 잡스의 말처럼 ‘인생은 수많은 점이 모여 만들어낸 선’으로 이뤄졌다. 수많은 점에는 영원히 머물고 싶은 좋은 순간과 도망치고 싶은 힘든 순간도 있다. 하지만, 힘든 순간을 포기하지 않고 극복하면 성장 경험의 점으로 기억될 수 있다. **이에 삼정인들에 물어봤다. 성장 경험을 통해 어떤 성취를 이뤘으며, 그 순간 꼭 지키고 싶은 실천 가치는 무엇인지? 그 결과 많은 삼정인들이 KPMG 5 Values 중 ‘Excellence’를 선정했다.** 이로써, 삼정인들이 성장 경험을 빌미로 더욱 역량을 강화하고, 발전해 나가기 원한다는 것을 확인할 수 있었다.

- Integrity ● Excellence ● Courage
- Together ● For Better * 복수 응답



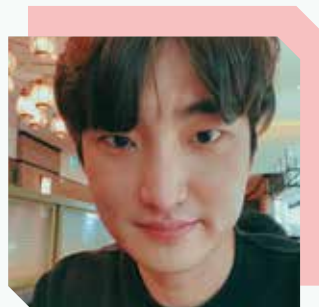
KPMG Story



첫 감사업무의 성장 경험

이윤성 Senior (B&F3)

2019년 입사 후 감사업무를 진행하며 성장 경험을 가장 크게 느꼈어요. 회사의 주장을 합리적으로 입증할 수 있는 증거를 획득하며 조서를 작성했을 때 ‘나도 할 수 있다’는 성취를 느꼈습니다. 앞으로도 Integrity 가치를 실천하고, 할 수 있다는 자신감으로 성장 경험을 계속해서 쌓아 나갈 수 있도록 하겠습니다.



업에 대한 자세를 바꿔준 성장의 시작점

김정환 S.Consultant (Digital)

가장 기억에 남는 성장 경험은 입사 후 첫 프로젝트에 참여했던 순간입니다. 정해진 시간에 정해진 일을 하는 것이 아닌 주어진 일을, 주어진 기간까지 마쳐야 한다는 관점을 얻었습니다. 이 순간이 업을 향한 자세를 바꾸어 준 귀중한 성장의 시작점이었습니다. 업을 향한 진지한 자세를 가질 수 있었어요. 새로운 산업에 대한 공부를 끊임없이 할 수 있도록 저를 일깨워줬고, 이를 바탕으로 프로젝트를 성공적으로 마무리할 수 있었습니다. 이 경험을 통해, 끊임없는 성장(Excellence)을 위한 끊임없는 욕구를 유지하도록 하겠습니다!



**자신 있게,
혼자 이뤄냈을
때의 성취감**

임민호 S.Manager (Tax1)

어렵게만 느껴졌던 일들을 혼자서 자신 있게 해낸 후의 경험은 잊지 못해요. 물론, 혼자 할 수 있는 일은 극히 드물고, 다양성을 통해 팀워크를 발휘해야 할 일이 더욱 많지만요. 따라서, 저는 앞으로도 Excellence와 Integrity 그리고 Together 가치를 실현하며 성장 경험을 만들어 가고 싶어요. 인공지능(AI) 시대에 대체할 수 없는 인재가 되기 위해서 노력하겠습니다.



**전국체육대회
1위에서 얻은
자신감과 끈기!**

정인호 S.Senior (IA)

제 삶에서 가장 기억에 남을 성장 경험은 전국체육대회 1위를 한 것입니다. 어린 시절 약 10년 정도 수영선수 생활을 했었는데, 당시 전국체육대회 자유형 종목에서 전국 1위를 차지한 적이 있어요. 이 경험은 단순히 1위가 아니라 도전정신, 자신감, 끈기, 성취감 등 여러 가지 단어의 진정한 의미를 이룬 나이에 알게 해준 경험이었어요. 어떤 일이든 자신감과 끈기를 가지고 도전한다면 목표를 달성하고 성취감을 얻을 수 있다는 것을 배울 수 있었죠. 이때의 경험을 바탕으로 저는 자신감(Courage) 있고, 끈기 있게 최선을 다하는 사람(Excellence)이 되기 위해 노력하고 있습니다.



**난관 끝에
큰 결실이
온다는 것**

조신형 S.Analyst (Deal Advisory3)

회계사 시험을 준비하던 어느 연말, 무작정 강원도로 자전거 여행을 떠난 적이 있습니다. 별다른 준비도 없이, 간단한 옷가지와 지도 한 장만 들고 떠났는데, 끊임없이 나타났던 강원도의 언덕길, 오르막들이 참으로 야속했죠. 하지만, 묵묵히 오르막을 나아가다 보면 결국 정상을 마주하고, 그 앞에 시원한 내리막이 기다리고 있더라고요. 그렇게 일주일 정도 강원도 곳곳을 자전거로 누볐던 시간들이 아직도 선명히 남아있고, 눈앞에 난관을 마주해도 끝까지 헤쳐 나갈 힘을 얻을 수 있었어요. 'Without haste, but without rest'라는 말을 좋아하는데, 그 말을 가슴에 품고 스스로를 돌아보며 성장(Excellence)해 나가겠습니다.



**고통을 넘어
성장으로!**

원창일 S.Senior (ICE2)

성장에는 반드시 고통이 수반된다고 생각해요. 제가 1년 차 시즌을 마치고, SOX 구축 용역 업무를 맡은 적이 있어요. 당시 내부회계의 개념, 회사, ERP 등 SOX 구축을 위해 필요한 모든 지식과 경험이 부족했던 상황이었죠. 그래서인지 육체적, 정신적으로 매우 힘들었어요. 물론, 결론적으로 업무가 잘 완료되었고, 당시 겪은 고통만큼 한 뼘 더 성장할 수 있었어요. 그리고 매년 감사 시즌마다 찾아오는 힘든 시간을 이겨 내기 위해 일의 가치를 단순히 Money가 아니라 Meaning(의미) 더 나아가 Mission(사명)으로 여기고 있습니다. 공인회계사로서 대한민국의 자본주의 시장을 유지하는 중요한 한 축이라는 사명감으로 Integrity, For Better를 실천하며 법인의 성장과 제 개인의 성장을 모두 이뤄가고 싶어요.



“의미가 있으면 재미가 없고,
재미가 있으면 의미가 없다
둘이 결합해야 대박이다”

의미와 재미

그리 길지 않은 우리 인생의 두 가지 축은 ‘의미’와 ‘재미’다. 지구상 가장 뛰어난 민족이라 주장하는 한국인이 전 세계에서 최고로 잘하는 건 놀랍게도 ‘의미 있는’ 일을 ‘재미없게’ 하는 것이다. “심각한 사람들에게서는 절대로 좋은 아이디어가 나오지 않는다. 반대로 아이디어가 풍부한 사람들은 결코 심각하지 않다!” 19세기 프랑스 시인, 폴 발레리(Paul Valery)의 말이다.

실제로 우리나라는 가정, 학교, 직장 할 것 없이 의미는 있는데 재미가 없다. 근엄한 상사, 지겨운 회의, 반복되는 일상 등등 재미와는 동떨어진 장면들이 여전하다. 특히 회의실에 들어가면 누구나 회의적인 얼굴이 된다. 그런 직원들이 회식 자리에선 완전 딴판이다. 재미가 없으니 마음이 즐거움 턱이 없고, 그런 분위기 속에서 창조는커녕 생산성조차 기대하기 어렵다. 문제는 이걸 당연한 것으로 받아들이고 있는 현실이다.

일찍이 월트 디즈니는 “불가능을 가능케 하는 유일한 방법은 재미”라고 외쳤다. 게임 디자이너 제시 셸은 재미는 ‘놀라움을 수반한 즐거움’이라고 정의하고 있다. 정확히 말하자면 ‘즐거움’은 ‘재미’보다 포괄적인 개념이다. 즐겁지만 재미없을 수는 있어도, 즐겁지 않으면서 재미있을 수는 없다. 기분이 좋으면 직원은 마음을 열고, 고객은 지갑을 연다. 알고 보면 즐거움이야말로 최고의 경영전략이다.

일단 재미의 위력은 상상 이상으로 강력하다. 특히 감정노동 위주의 서비스업에선 더욱 현저하다. “재미없는 직장은 사표를 써라.” 편경영으로 유명한 사우스웨스트항공(SWA)의 창업자이자 전설적 CEO였던 허브 켈러 회장의 말이다. 회사에 애완견도 데려오게 하는 구글의 핵심가치 10가지 중 제3조를 보라. “Working at Google is fun.”

비즈니스 솔루션 세계 1위, SAS는 한술 더 떠서 직원 구내식당에서 피아노 연주도 들려준다. 이 회사는 제프리 삭스 교수의 책 <히든 챔피언>의 주인공이다. 창업자인 굿나잇 회장은 원래 엔지니어 출신인데 이전 직장의 지겨운 구태에 환멸을 느끼고 창업한 케이스다. SAS는 구글을 제치고 2013년 포춘지 선정 ‘일하기 좋은 100대 기업(GWP)’ 1위에 선정되기도 했다.

한편 수많은 노벨상 수상자들은 그들이 일궈낸 창의적 성과에 대한 질문에 대해 하나같이 “좋아하는 걸 하라(Do what you love)”고 대답한다. 좋아해야 재미가 붙고, 이는 즐거움으로 확산된다. 융복합 시대 가장 주목되고 있는 ‘창조’란 것도 결국 즐거움이란 텃밭에서만 수확할 수 있는 열매다. 국내 현실은 어떨까? 푸릇한 젊은이들이 청운의 꿈을 품고 입사한 회사는 어느덧 ‘침묵은 금이다’를 새기며, 선배 뺨치는 눈치 9단의 고수가 되는 데에는 그리 오랜 시간이 걸리지 않는다.



따라서 조직에 창조성을 불러일으키고 싶은 리더는 무엇보다 직원들의 가슴이 설레고 요동치게 만들어야 한다. 경영학에서 말하는 ‘루돌프 효과(Rudolph Effect)’가 이것이다. 국내 수많은 기관, 기업을 평가해보면 불 끄는 직원은 많아도 불 지르는 직원은 거의 찾아볼 수 없다. 역설적인 말이지만 뛰어난 조직일수록 ‘방화범’을 길러야 한다. 업무시간의 일정 비율을 설정하여 자기 흥미와 관심에 맞는 일을 할 시간을 보장해 주는 3M의 ‘15% 룰’이나 구글의 ‘20% 룰’이 노리는 것이 그것이다.

바야흐로 심각하기만 했던 우리에게도 변화의 바람이 불고 있다. ‘낯설림’으로 상징되는 역대 최강 MZ세대가 창업한 상당수 스타트업에서 구글을 뺨치는 재미, 자율, 창의를 내세우고 있음은 새로운 희망이다. “재미 있지 않으면 인생은 비극이다.” 세계적 물리학자 스티븐 호킹의 말이다.

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 광화문출판 선정(2022년) 작가이다. 현재 조선일보 고정 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.



거절하기 힘든 사람이라면? ‘건강한 거절’을 위해 필요한 ‘마음의 힘!’

유난히도 거절하기 힘들어 곤혹스러운 사람들, 또 자신의 입장을 말하기 힘든 사람들이 있다. 특히, 타인의 부탁을 들어주는 바람에 정작 본인이 해야 할 업무를 처리하지 못하고 애를 먹거나 시간을 쫓기는 경우가 있다. 이런 사람들을 위해, 이번 호에서는 건강하게 거절하는 방법에 대해 고민해본다.

글. 최은영 임상심리전문가



모임 장소를 물색하고 예약 선정을 도맡아 해야 하는 사람이 필요하단다. 바쁜 시기라 다들 이 일은 맡고 싶지 않아 할 텐데. 어찌지? 분명히 제일 만만한 나에게 하라고 할 것이다. 주변에선 ‘또 네가 맡았나?’고 다들 딱해하지만 도와주진 않겠지. 한두 번 거절 못해 요청을 승낙하고 나서는 그 다음부터는 당연히 내가 그 일을 하리라 기대하는 사람들이 있다. 그때부터는 잘해야 본전. 거절하면 ‘사람이 변했다’는 평을 듣기도 한다.



○ 어떤 사람이 거절하기 어려워할까?

‘거절을 잘하지 못하는 사람’이라는 명제가 정해져 있는 것은 아니다. 어떤 사람은 업무를 맡아달라는 부탁을 거절 못하고, 어떤 사람은 피곤해서 쉬고 싶는데 퇴근 후 술 한잔하자 친구의 제안을 거절 못 한다. 이렇듯 사람마다 부탁하기 어려운 거절은 제각각 다르다. 그럼에도 ‘대체로 거절하는 것이 불편한 사람들’이 있다.

첫째, 공감 능력이 뛰어나고 상황에 대한 책임감이 강한 사람들

“내가 안 도와주면 다른 사람이 힘들다”, “이 상황에서 내가 이 일을 맡으면 모두가 편해진다”는 생각이 들면 거절을 못 하는가? 아마 당신은 공감 능력이 뛰어나고, 어려운 상황을 넘겨놓고 지켜보기엔 책임감이 강한 사람일 것이다. 그러나 명심해야 할 것이 있다. ‘공간에서 인심 난다’ 속담처럼, 다른 이의 고통과 스트레스를 내가 덜어주기 위해서는 내가 나 자신을 보살필 수 있어야 한다. 이 기본 명제를 지키지 않는다면, 사회생활에서 다른 사람의 부탁을 들어주는 것이 아무 의미가 없다.



둘째, 거절함으로써 생기는 갈등을 원치 않는 사람들

상대방으로부터 부탁이나 제안을 들으면 “내가 거절하면 상대방이 기분 나빠하면 어떡하지”, “이번 제안 거절하면 다음번에는 나에게 같이 프로젝트 하자고 안 할 텐데, 다음을 위해서라도 이번에 무리를 해서라도 해야 하나”는 생각이 들 때가 있다. 모든 대인관계는 ‘심리적 경계선’과 관련된다. 건강한 심리적 경계선을 가진 사람들은 자기가 원하는 것과 상대방이 원하는 것을 구분할 수 있고, 다른 사람이 자신의 진심을 알아줄 의무가 없으므로 자신이 원하는 것은 스스로 표현하고 언어야 한다는 것을 안다. 또, 건강한 사람들은 남들의 기대를 내가 채워줄 수 없게 되어도 무조건 미안해하는 죄책감을 나의 심리적 뒤편으로 끌어들이지 않는다. 거절이 필요한 순간에는 심리적 경계선을 다시 한번 점검해 보자.

○ 거절의 역발상, 어떻게 하면 승낙할 수 있을까?

거절을 마음 편하게 하는 것이 가능할까? 기본적으로 거절과 관련해 고민하는 사람이라면, 어떻게든 도움이 되고 싶은 선량하고 이타적인 마음일 것이다. 그런데 거절 이후에 벌어질 일을 어떻게든 내가 감당하고 싶기에 거절이 어렵다면 다시 한번 생각해보자.

“나의 자원(시간, 돈, 에너지)을 활용하는 것인가, 혹은 참고 희생하는 것인가?”

‘나만 좀 더 고생하면 다른 사람들이 편해질 것’이라는 생각은 버리자. 다른 사람들의 편함과 고마움은 이미 당신의 소관이 아니다. 만일 단순하게 승낙하고 거절할 문제가 아니라 다수의 관계가 얽혀 있는 복합적인 문제라면 결정의 통제권을 가져와야 한다.

“어떤 조건, 어떤 상황이라면 내가 이 약속을 지킬 수 있을까?”, “내가 이 약속을 지킬 수 없는 조건은 무엇일까?” 이 질문에 답을 하다 보면 거절하면서 생기는 미안함, 죄책감이 ‘나는 무엇을 선택할 수 있는가?’의 주도성으로 변할 것이다.

Profile

최은영 임상심리전문가 & 정신건강임상심리사

기업과 사람의 정신건강을 위해 마음으로 다가가는 기업 정신건강 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 전임 상담사로, ‘CIM Care Program’에 참여해 삼성KPMG 구성원들의 스트레스 관리 및 마음 치유를 위한 상담을 진행 중이다.

‘삼정KPMG 프로페서 위촉식’ 개최, 황인태·정광화·조미옥·하원석 교수 위촉



지난 7월 28일 서울 강남구 역삼동 삼정KPMG 본사에서 한국회계학회가 주관하고 삼정 KPMG가 후원하는 ‘삼정KPMG 프로페서(Professor) 위촉식’이 개최됐다. 우수한 회계학 연구와 함께 학식이 높은 교수에게 수여하는 ‘디스틸귀시드 프로페서(Distinguished Professor)’에는 황인태 중앙대 교수가, ‘ACI 프로페서(Audit Committee Institute Professor)’에는 정광화 강원대 교수가 선정됐다. 조미옥 명지대 교수와 하원석 중앙대 교수는 회계학 관련 참신한 논문을 발표한 신진학자를 일컫는 ‘스칼라십 프로페서(Scholarship Professor)’로 위촉됐다. 한편 삼정 KPMG는 이번에 위촉된 교수들에게 향후 1년간 소정의 연구비를 지원할 예정이다.

KNOW 상반기 정기모임 온라인으로 진행



삼정KPMG는 7월 19일 KNOW(KPMG Network of Women) 상반기 정기 모임을 온라인으로 진행했다. 이번 모임에서는 <할 말은 합니다>의 저자이자, 52만 명 유튜브 구독자를 보유한 희렌 최 강사가 ‘관계를 살리는 슬기로운 대화의 기술’이라는 주제로 특강을 진행했다. 희렌 최는 효율적인 커뮤니케이션 방법과 함께 동료 및 상사와의 실용적인 관계 형성 팁을 공유했다. 특강 후 Q&A 시간에는 참석자들이 자

유롭게 고민을 나누고 솔루션을 찾는 시간을 가졌다. 한편 KNOW는 법인의 여성 임직원들이 자신의 잠재력을 최대한 발휘하도록 지원하는 모임으로 상/하반기 특강 기회를 통해 여성 임직원의 리더십 역량을 제고하고 네트워킹 기회를 제공한다.

삼정KPMG 임직원 자녀 초청 교육 행사 열려 서울대 최종학 교수, ‘공부하는 법 & 삶의 자세’ 주제로 특강 진행



지난 7월 27일 서울 강남구 역삼동 삼정KPMG 본사 교육장에서 ‘삼정KPMG 임직원 자녀 초청 특강’이 개최됐다. 이번 특강은 삼정KPMG 임직원들의 중·고등학생 자녀(중3~고2)와 학부모를 대상으로 진행됐으며, 특별히 서울대학교 경영학부 최종학 교수가 연사로 나서 ‘공부하는 법 & 삶의 자세’를 주제로 열띤 강연을 펼쳤다. 임직원 및 자녀들은 이번 특강을 통해 꿈과 목표를 달성하기 위한 공부 방법과 삶을 대하는 자세에 대해 성찰해보는 뜻깊은 시간을 가졌다. 특강 후에는 참가자 전원에게 기념품을 증정했으며, 럭키드로우를 통해 행운의 주인공들에게는 스페셜한 선물도 제공했다. 끝으로 새롭게 오픈한 GFC 9층, 10층 스마트 오피스를 둘러보며 엄마, 아빠가 근무하는 업무 공간, 휴게 라운지 등을 살펴보며 삼정KPMG만의 자유로운 문화를 느껴보는 시간도 가졌다. 한편, 행사에 참여한 임직원 자녀들은 “최종학 교수님의 조언과 진솔한 경험담이 와 닿았다”, “부모님이 다니는 회사에 처음 방문했는데 크고 멋진 곳이라, 부모님이 존경스러웠다”, “질 높은 강연과 다채로운 행사로 즐거웠고, 다음에도 기회가 되면 참여하고 싶다”고 소감을 전했다.

‘여성 리더십 프로그램 5기’ 수료식 가져



삼정KPMG가 지난 7월 15일부터 29일까지, 총 3회에 걸쳐 ‘여성 리더십 프로그램 5기’를 진행했다. 여성 리더십 프로그램은 차세대 여성 리더로서의 성장과 발전을 위해 마련된 프로그램으로 법인 내 여성 Manager~Director 직급을 대상으로 진행 중이다. 본 프로그램을 통해 참가자들은 먼저 자신의 강점에 대해 진단하고 이해했다. 아울러, 다양한 연사들의 강의를 통해 리더십 역량 강화 및 갈등 방법에 대해 모색하고, 멘토링 세션을 통한 그간의 고민을 해소하는 시간을 가졌다. 모든 세션이 마무리된 7월 29일에는 수료식을 통해 참가자들에게 수료증을 수여했다.

2022 신입회계사 공채

2022.06.27 ~ 09.01

입사지원서 접수	2022년 6월 27일 ~ 9월 1일 23:59까지
사전면접	2022년 7월 11일 ~ 8월 23일
발표 후 추가면접	2022년 8월 29일 ~ 9월 2일
예비소집	2022년 9월 7일(예정)
입사일	2022년 9월 26일 또는 2022년 12월 26일

Find Opportunity
Everywhere with KPMG



삼성KPMG YouTube 채널에서
Function별 소개영상을 확인하세요!



'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 a trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.