



Deloitte in Media

Making an impact that matters

제 47 호 | 2020.12.23

"아태 지역 집콕 소비, 2025 년 3 조 달러 규모로 급성장" (뉴스 1, 10.15)

딜로이트 보고서, 기업의 비대면 경제 대응 전략 조언

지난해 1 조 2000 억 달러 규모였던 아시아-태평양 지역 내 '집 안에서의 소비' 규모가 오는 2025 년까지 3 조 달러 규모로 성장할 것이라는 전망이 나왔다. 이에 따라 기업이 비대면 경제를 바탕으로 이윤을 낼 수 있는 대응 전략을 세워야 한다는 제언이 뒤따른다.

딜로이트는 15 일 발간한 보고서 '비대면 경제'에서 비대면 경제를 '과거 실외에서 이뤄졌던 고객의 구매 행동이 집 안으로 이동하는 변화를 포괄하는 집 안에서의 소비'와 '과거 실외에서 하던 구매 행동이 여전히 실외에서 이뤄지지만, 기술 및 서비스 혁신으로 비대면 방식이 도입된 비대면 실외 소비'로 분류했다.

집 안에서의 소비에는 이커머스, 배달 서비스, 원격진료, 온라인 banking, 원격수업, 가상현실 경험 등이 포함된다. 비대면 실외 소비에는 미래형 매장, 자동화된 운영 방식을 통한 실험적 식당 운영, 비접촉식 건강상태 체크 등이 포함된다.

만약 신종 코로나바이러스 감염증(코로나 19) 사태가 발생하지 않았다면 3 조 달러 규모의 시장 전망은 20%가량 축소됐을 것으로 딜로이트는 전망했다. 집 안에서의 소비 트렌드에 코로나 19 가 적지 않은 영향을 주고 있는 것이다.

딜로이트는 기업이 비대면 경제에서 발생하는 기회를 놓치지 않기 위해서는 우선 기존 영업 및 마케팅 기능을 활용해 시장에서 고객의 니즈와 행동이 어떻게 진화하고 있는지 정확히 평가해야 한다고 조언했다.

이어 고객의 니즈와 행동에 대한 평가를 바탕으로 비대면 경제의 새로운 고객층을 정의한 후 공략할 고객층과 공략하지 않을 고객층을 결정해야 한다고 했다. 또 빅 데이터 분석 기술 등을 빠르게 도입하고 디지털 전환의 효과를 배가시키기 위한 5G의 활용 방법 등을 핵심 아젠다로 다뤄야 한다고 봤다.

딜로이트 “데이터 애널리틱스 도입 기업, 이익 16% 더 많다” (연합인포맥스, 10.21)

기업이 수집한 고객 데이터를 분석하는 '데이터 애널리틱스'를 도입한 기업들이 그렇지 않은 곳들보다 이익을 최대 16% 더 많이 거둔 것으로 나타났다.

21일 딜로이트에 따르면 미국 상위 52개 소비재 기업을 대상으로 지난 10년간의 자료를 분석한 결과 데이터 애널리틱스를 높은 수준으로 도입한 기업은 그렇지 않은 곳보다 최대 16% 많은 이익을 거뒀다.

매출원가율은 12% 낮았다.

디지털 애널리틱스 도입 수준이 낮은 기업들도 아예 도입하지 않은 곳보다 판매 관리비가 6.1% 적었다.

중간 수준으로 도입한 곳들 역시 매출 채권 회전율과 현금 회수 기간 등이 산업 내 다른 기간보다 빠른 것으로 나타났다.

딜로이트는 "애널리틱스 도입 수준이 높은 기업은 그렇지 못한 기업 대비 생산 효율성을 높이고, 효율적인 원가 관리를 통해 현금 흐름을 개선했다"고 분석했다.

현재 소비자를 대상으로 사업을 하는 많은 기업은 데이터 수집에 꾸준히 투자해 잠재적 가치가 있는 정보를 많이 만들어 내고 있다.

하지만, 딜로이트 분석 결과 이런 고객 데이터의 80%가 제대로 된 정보로 연결되지 못하고 있었다. 이에 딜로이트는 "신종 코로나바이러스 감염증(코로나 19)으로 기업들에 어느 때보다 애널리틱스가 중요하다"며 "소비자 중심 기업은 애널리틱스를 통해 성공을 거둘 수 있다"고 강조했다.

하지만, 애널리틱스를 일찍이 도입한 기업들도 모든 영역에서 이를 충분히 활용하지는 못한 것으로 나타났다.

기업들은 주로 애널리틱스 도입 초기 5년간 효율과 품질을 위한 자동화와 공급망 현대화 등에 투자했고, 2015년부터는 소셜 미디어의 성장으로 최종 소비자에게로 초점을 옮겼다.

이에 제조와 물류 영역의 경우 기업들은 품질관리와 현지화, 자동화 등의 부문에 디지털 애널리틱스를 추가로 활용할 여지가 많은 것으로 나타났다.

경영관리와 지원 영역 역시 실시간 의사결정과 지속 가능한 목표 도달을 위해서는 애널리틱스를 활용할 필요가 있다.

마케팅과 판매 영역에서는 신제품과 서비스 개발, 최적 가격 전략 창출 등에서 데이터 애널리틱스를 활용할 수 있을 것으로 분석됐다.

딜로이트는 "코로나 19 에 따른 뉴노멀에 대비하기 위해 소비재 기업들은 신중하게 애널리틱스를 사용해야 한다"며 애널리틱스의 효과적 사용으로 기업들이 변화에 더 신속하게 대응하고, 재도약할 수 있다고 권고했다.

[기고]회계 쓰나미 온다..보험사 '미래 리스크' 대비해야 (이데일리, 10.23)

[함현중 딜로이트 안진회계법인 이그제큐티브 디렉터(ED)]

보험 업계가 비상이다. 저금리가 장기화되면서 운용 수익률은 갈수록 낮아지는데 새 보험국제회계기준(IFRS17), 신지급여력제도(K-ICS) 등 보험사가 대응해야 할 환경 변화는 수도룩하기 때문이다.

하지만 IFRS17 과 K-ICS 는 보험사들을 옥죄기 위한 목적으로 나온 게 아니다. 보험사들이 향후에 발생할 수도 있는 재무 리스크를 보다 객관화하고 투명하게 살펴보기 위한 목적이 강하다.

신지급여력제도는 유럽 등 회계 선진국에 근접한 회계 관리다. 이 제도가 도입되면 우리나라 보험사들의 재정 건전성을 높일 수 있다. 한국 기업들의 통과의례이자 이 들 시장 문을 여는 관문이 될 수 있다.

IFRS17 과 신지급여력제도는 약간의 차이가 있다. IFRS17 은 보험사의 부채와 자산의 가치를 원가가 아닌 시가로 계산하는 새로운 회계 방식으로 미래 채무에 대한 보험사들의 부담을 투명하게 측정하는 것이 목적이다.

신지급여력제도는 종전 보험사의 건전성 감독기준인 지급여력(RBC)보다 더 정교하게 만든 계산 방식으로 앞으로 지급해야 할 보험금 규모를 시가로 평가하고 재난, 재해 등의 여러 가지 시나리오를 대입한다. 코로나 19 상황처럼 예기치 못한 경제 상황 하에서 보험사가 과연 얼마만큼의 손실을 감내할 수 있는지 분석하는 식이다.

IFRS17 과 신지급여력제도 도입과 관련된 논란의 핵심은 어찌 보면 간단하다. 과거 회계 처리방식에 가려졌던 '보험사의 미래 리스크'가 적나라하게 드러날 수 있다. 보험사들은 이런 상황을 심각하게 우려하고 있다. 보험사들은 자칫 부실기업 이미지를 안게 될까 걱정한다. 그렇다고 마냥 미룰 수만은 없다. 2023 년 국내 모든 보험사가 이를 따라야 한다. 시급할 수밖에 없다.

미래 리스크에 대한 객관적인 측정과 대비, 선진화된 금융 시스템 적용을 위해서라도 이 두 제도에 대한 대비는 반드시 해야 한다. 시스템을 갖추고 리스크에 대비한 가용자본을 늘려야 한다. 지금이라도 늦지 않았다.

함현중 ED 는?

함현중 ED 는 리스크 기반 자본관리 분야 전문가다. 딜로이트안진 내에서 보험사를 포함한 금융권의 '리스크 기반 자본관리 컨설팅'을 주도적으로 수행하고 있다. 이그제큐티브 디렉터(Executive Director, 수석위원)는 파트너에 준하는 임원급 직급이다.

딜로이트-행복얼라이언스, 복지 사각지대 아동 지원 협약 (파이낸셜뉴스, 10.26)

딜로이트 한마음 나눔 재단, 기부금 기탁

회계사, 변호사 등 각 분야의 전문가들이 아동 대상 교육 지원 예정

사회공헌 플랫폼 행복얼라이언스와 딜로이트 안진의 '사단법인 딜로이트 한마음 나눔'이 26일 협약을 체결하고 복지의 사각지대에 놓여 혜택을 받지 못하는 아동을 돕기 위한 뜻을 모았다.

이번 협약으로 사단법인 딜로이트 한마음 나눔은 아동들의 든든한 한 끼 지원을 위한 1000만 원을 기탁하고 임직원 자원봉사 등 행복얼라이언스의 다양한 캠페인에 동참한다. 특히, 회계사를 비롯해 변호사, 컨설턴트, 관리분야 전문가 등 각 분야의 전문가들이 아동들을 대상으로 경제교육을 지원하는 등 아동들을 위한 활동을 다양하게 확대할 계획이다.

딜로이트 한마음 나눔은 국내 4대 회계법인 딜로이트 안진이 2016년 설립한 사단법인으로, 임직원의 전문지식을 활용한 청소년 교육, 지역사회 교류를 통한 사회복지 활성화 및 사회적 가치 창출 기여를 위해 설립됐다. 한국 딜로이트그룹 임직원의 참여로 조성된 기부금으로 보호종료 아동과 청소년을 지원하는 사업, 탄광촌 지역 아동·청소년 및 주민들을 위한 환경 개선 사업 등 다양한 사회공헌 활동을 펼치고 있다.

김준철 딜로이트 한마음 나눔 이사장은 "이번 행복얼라이언스와의 협약을 통해 우리 사회의 미래인 아동·청소년들에게 딜로이트가 가진 자원을 통해 도움을 줄 수 있게 돼 기쁘다"며 "한국 딜로이트그룹은 2030년까지 교육기회를 제공받지 못하는 아동·청소년을 대상으로 다양한 사업을 펼칠 계획으로, 일회성이 아닌 지속 가능한 지원으로 우리 사회 다양한 문제 해결을 위해 노력할 것"이라고 밝혔다.

조민영 행복나래 소셜밸류 혁신실장은 "프로보노(공공의 이익을 위한 무료봉사)를 기반으로 공공의 이익을 위해 노력하고 있는 사단법인 딜로이트 한마음 나눔과의 협약으로 도움이 필요한 아동들에게 더욱 다양한 도움을 줄 수 있을 것으로 기대한다"며 "91개 멤버사들과의 튼튼한 협력으로 도움이 필요한 아동들을 위한 안 전망 구축을 위해 적극 노력하겠다"고 말했다.

행복얼라이언스는 기업, 시민, 정부 등 다양한 이해관계자의 역량과 보유자원을 결집해 사회문제를 영향력있게 해결하는 사회공헌 플랫폼이다. 현재 91개의 멤버사와 지자체 그리고 시민이 함께 하는 기부 캠페인 '행복두끼 챌린지'를 진행하고 있다.

딜로이트 "지속가능 기업 되려면 미래전망, 내부점검, 외부탐색해야" (연합인포맥스, 10.30)

딜로이트는 지속가능한 기업으로 전환하기 위해서는 미래 전망과 내부점검, 외부탐색을 해야 한다고 조언했다.

딜로이트는 30일 발간한 '위기를 기회로 바꾸는 세 가지 비즈니스 전략' 리포트에서 "기후변화로 기업들이 위기 대응과 관련해 받는 압박 수위가 점차 높아지고 있다"며 이같이 말했다.

딜로이트는 지난 10년간 지속가능한 기업으로 전환해온 유니레버의 사례를 언급하며 지속가능한 기업으로 전환할 수 있는 팁 3가지를 제시했다.

우선, 미래 사업을 전망해야 한다.

딜로이트는 “경영진들은 분기별 실적에 대한 압박에 사로잡혀 단기적 사고에서 벗어나야 하고, 이와 동시에 어떤 식으로 장기적으로 영구적 가치를 창출할 수 있는지 지속 고민해야 한다”고 설명했다.

기업이 더 빨리 앞을 내다볼수록 미래의 혼란을 새로운 기회로 바꿀 가능성이 커진다는 설명이다.

실제 유니레버 최고경영자(CEO)인 폴 폴먼이 가장 먼저 한 일은 분기별 보고서와 수익의 공시를 중지한 것이었다.

그의 결정으로 당시 유니레버의 주식은 8% 폭락했지만, 향후 10년간 유니레버는 상당한 성과를 보여주며 그의 결정이 옳았음을 보여줬다.

혁신을 가속하기 위해서는 내부를 점검해야 한다.

경영진들은 미래 계획을 가속하기 위해 현재 착수할 수 있는 일이 무엇인지 알아보고, 사업 내부를 점검해야 한다.

딜로이트는 리스크 집중형 기업이 기회 집중형으로, 불투명한 기업이 투명형 추구 기업으로 변화하는 등 지속가능성을 위한 혁신적 접근법을 취하는 기업에는 몇 가지 핵심적 변화가 나타난다고 분석했다.

외부 상황을 탐색해 경쟁 우위를 확보하는 것 또한 중요하다.

경영진이 외부 상황을 탐색하는 방법에는 두 가지가 있다.

지속가능성 혁신을 가속하기 위해 다른 기업의 능력을 활용하고, 그 다음 다른 기업의 영향력을 활용해 자사 경영에 유리한 환경을 조성하는 방법이다.

딜로이트는 “기업의 지속가능성 확대를 요구하는 시장 상황에 대응하기 위해 기업은 사업 모델을 획기적으로 변화시킬 필요가 있다”며 이제 전환에 착수해야 한다고 강조했다.

한국 딜로이트 그룹 명품 산업 리포트에도 등장한 ‘지속가능성’ (이투데이, 12.01)

한국 딜로이트 그룹은 올해 명품산업의 트렌드는 ‘지속가능성’이라고 평가했다. 이것이 명품 브랜드 기업의 매출을 회복시키는 요소가 될 것으로 전망했다.

한국 딜로이트 그룹은 1일 ‘명품 산업’에 영향을 미치고 있는 새로운 트렌드와 명품 기업들의 현황을 정리한 ‘글로벌 명품 산업 2020’ 리포트를 발간했다.

한국 딜로이트 그룹은 “2025년 이후 글로벌 명품 시장에서 전체 소비의 절반을 차지할 밀레니얼과 Z 세대를 중심으로 ‘Woke(의식있는)’ 패션이 중요한 문제로 떠오르고 있다”면서 “‘지속가능성’이 명품 브랜드 기업의 매출을 회복시키는 요소가 될 것”이라고 전망했다.

실제 샤넬(Chanel), 에르메스(Hermes), 타미힐피거(Tommy Hilfiger) 등이 1순위 공급자 정보를 포함한 다양한 정보를 공개하기 시작하는 등 환경 및 사회적 이슈에 적극적인 행보를 강화하고 있다.

동시에 ‘탄소중립’이 명품 브랜드 기업의 핵심 가치로 떠오르면서 케링(Kering), 샤넬(Chanel), 에스티로더(Estee Lauder), 랄프로렌(Ralph Lauren), 버버리(Burberry) 등이 RE100 캠페인에 참여하고 있다.

해당 캠페인에 참여하는 기업들은 2050년까지 필요한 전력의 100%를 신재생 전기 공급자들로부터 조달 받아야 한다.

아울러 신종 코로나바이러스 감염증(코로나 19)에 따라 대면접촉이 줄어들면서 디지털화도 중요한 사업 요소가 됐다.

현재 티파니(Tiffany&Co.), 루이비통(Louis Vuitton), 몽클레어(Moncler), 프라다(Prada)등이 가상현실(VR) 기술이나 클라우드 솔루션을 도입하고, 옴니채널 전략을 활용하고 있다.

이에 대해 한국 딜로이트 그룹은 “디지털 기술을 활용하면서도 명품 브랜드의 VIP 경험을 강화하기 위한 방안 모색이 필요하다”고 조언했다.

2019년 회계연도 기준 글로벌 탑 100 명품기업의 매출은 2810억 달러(약 327조 5000억 원)로 전년보다 8.5% 성장한 것으로 집계됐다. 다만 2018년 회계연도에 전년 대비 10.8% 성장한 것과 비교하면 성장세가 소폭 둔화했다.

한국 딜로이트 그룹은 “주요 명품 브랜드 시장인 미국과 중국의 보호무역정책과 무역제한조치가 영향을 미친 것으로 파악된다”고 분석했다.

또 탑 10기업의 매출액이 탑 100 매출액의 절반 이상(51.2%)을 차지하며 상위 기업 집중 현상을 보였다. 탑 10기업의 구성은 지난 3년간 변동이 없었다.

국내 기업 중에서는 MCM 그룹이 유일하게 글로벌 명품 기업 탑 100 안에 신규 진입했다. MCM 그룹의 매출은 전년 대비 11.8% 성장하며 66위를 기록했다.

[M&A 이사람 - 딜로이트 정동섭·이해섭 파트너] “유통혁신, 기술기업 M&A에 길” 유통·소비재 산업을 위한 디지털 혁신 방안을 제시하는 정동섭·이해섭 파트너 (헤럴드경제, 12.03)

글로벌 공급자 중심서 소비자 중심으로
기업 디지털전환 전 과정 자문

“유통그룹의 디지털 전환을 가속화할 기술기업 발굴 및 M&A, 기술도입과 협업체계 방법론 개발 등으로 유통산업 혁신을 지원하려 합니다.”

코로나 사태 여파로 유통산업 ‘디지털 전환’이 빨라지고 있다. 공급자 중심에서 소비자 중심으로 추세가 급격히 변화하고 있는 시점에서 한국 딜로이트 그룹은 최근 유통 소비재혁신그룹을 출범했다.

이를 이끌고 있는 정동섭 파트너(리더)와 이해섭 파트너는 본지와 인터뷰에서 “딜로이트는 기획·전략수립 단계에만 중점을 둔 ‘MBB(맥킨지, 베인, BCG)’ 컨설팅 펌과 서비스를 차별화했다”며 “M&A 뿐 아니라 M&A 전후 단계에서의 기업 디지털전환 전 과정의 자문을 지원하고 있다”고 밝혔다.

EBITDA(상각전영업이익) 개선, 디지털 신사업 개발, CDO(최고디지털책임자) 조직 구성, IT 솔루션 도입, CVC(기업주도형 벤처캐피탈) 투자 지원 등이 그 내용이다.

실제 그룹에선 대형 리테일 기업을 대상으로 한 자산유동화 전략, '뉴스토어' 포맷 개발, 국내 QSR(퀵서비스레스토랑)을 대상으로 한 다이내믹 프라이싱(가격변동정책), 화장품 기업 대상 M&A 전략 등 전방위 프로젝트를 수행 중이다.

딜로이트 유통소비재혁신그룹은 유통기업들의 디지털 비즈니스 전환을 위한 전략 수립부터 실행까지 '엔드 투 엔드(End to End)' 서비스 제공을 목표로 삼았다. 경영전략, 부동산, 물류, HR, 재무, 세무 등 분야 전문가와 최근까지 삼성전자와 신세계, 이마트 등 대기업에서 사업 및 투자 기획·관리를 맡았던 전문가들 50 여명이 그룹에 포함됐다.

최근엔 유통그룹들의 기술기업 M&A 도 적극 지원하고 있다. 대기업들이 보유한 CVC와 연계, 원천기술과 우수 인력을 보유한 스타트업을 인수, 투자하는 작업을 주요 서비스 중 하나로 육성 중이다.

이 파트너는 "2000년대 후반에서 2010년대 중반까지 미국 실리콘밸리에서 자주 일어났던 '에퀴하이어(Acquihire)', 즉 인재 영입을 위한 기업인수 수요가 국내에서 본격화하고 있어 이를 적극 지원하고자 한다"고 말했다.

딜로이트는 고객사가 데이터를 수집하고 분석하는 톨도 제공하고 있다. 정 파트너는 "유통기업들의 최고 화두인 디지털 전환 핵심이 데이터"라며 "사물인터넷(IoT), 인공지능(AI) 등 기술 적용 기반으로 온오프라인 경계 없이, 고객 중심 기업으로의 대전환을 도우는 전략이 필요하다"고 강조했다.

ESG 채권인증 치고 나가는 딜로이트 안진 (파이낸셜뉴스, 12.06)

"국내 딜로이트 안진이 빅 4 회계법인과 신용평가회사로 구성된 국내 ESG(환경·사회·지배구조)채권인증평가 시장에서 지배력을 키우고 있다.

ESG 채권은 발행사가 조달한 자금을 자사 ESG 인프라 개선에 사용할 것을 약속한 특수목적 채권이다. 사회책임투자(SRI) 채권으로도 불리는 ESG 채권은 세부적으로 녹색채권과 사회적 채권, 지속가능채권으로 나뉜다.

6일 금융투자업계에 따르면 딜로이트 안진은 지난달 말 하나카드가 발행한 2000억 원 규모의 ESG 채권의 관리체계를 인증했다.

딜로이트 안진은 올 초 합류한 이옥수 리스크자문본부 이사 주도로 ESG 채권 인증평가 실적을 쌓고 있다. 회계법인과 신평사, 해외 리서치회사 등이 현재까지 실시한 ESG 채권인증평가 계약 30여건 가운데 하나캐피탈, 하나카드, KB금융지주 등 15건을 딜로이트 안진이 맡았다. 딜로이트 안진은 국내에서 유일하게 인증팀 핵심인력 전원을 회계사로 구성해 공신력을 높였다는 평가를 받는다.

국내 회계법인, 신평사나 글로벌 리서치회사 등 외부 평가기관은 발행사와 인증평가 계약을 맺고 ESG 채권이 발행 목적에 따라 관리될 수 있는지 검증한다. 현재까지는 사전검증 위주로 인증이 이뤄져 왔으나, KDB산업은행이 올해 발행한 SRI(사회책임투자)채권(ESG 채권)에 대해 사후보고하기로 가닥을 잡으면서 내년부터는 민간기업 ESG 채권도 발행 전후 모두 평가받는 흐름에 동참할 전망이다.

국민연금의 스튜어드십코드(수탁자 책임원칙) 도입으로 ESG 평가가 투자 시 중요한 요인으로 자리잡으면서 책임경영을 내세운 기업들의 ESG 채권 발행이 늘고 있다. 한국거래소에 따르면 올해 들어 지난 2일까지 국내 ESG 채권 발행금액은 지난해(25조 6900억 원)보다 104%가량 급증한 52조 3625억 원으로 집계됐다.

지난 2013년 수출입은행이 저탄소 친환경 산업 프로젝트 지원을 위해 5억달러 규모의 녹색채권을 발행한 것을 시작으로 산업은행과 수출입은행, 한국주택금융공사 등 금융공공기관 위주로 ESG 채권이 발행되고 있다. 최근에는 한국전력, GS칼텍스, SK에너지 등 에너지 관련 기업과 포스코건설, 롯데지주 등 비금융 기업도 ESG 채권을 발행하고 있다.

ESG 채권 발행규모가 눈에 띄게 커지자 신용평가업계도 ESG 채권 인증평가 시장에 뛰어들고 있다. 한국신용평가는 지난 10월 한국중부발전을 대상으로 ESG 채권 인증평가를 처음으로 실시했다. 나머지 3대 신평사인 한국기업평가와 나이스신용평가도 ESG 채권 인증평가에 나설지 검토 중인 것으로 알려졌다.

연경흠 딜로이트 안진 이사 “기후변화, 날씨뿐만 아니라 재무제표도 바꾼다” (이투데이, 12.10)

연경흠 딜로이트 안진 리스크자문본부 이사는 이투데이와 인터뷰에서 “기후변화는 기업이 대비해야 할 리스크로 자리 잡았다. 돈의 흐름을 바꿔야 지구도, 기업도 생존할 수 있다”며 “석탄 시장 감시를 넘어 탄소 중립 경제로 나아가야 할 때”라고 말했다.

“기후변화 전문가를 찾습니다”

최근 회계업계에선 조금 특별한 채용 공고들이 눈길을 끈다. ‘기후’와 ‘재무 리스크’의 관계를 분석을 전담할 금융 전문가를 뽑는다는 내용이다. 기후변화가 실물 경제와 기업 운영 비용에 어떤 충격을 가져올지 예측하고 대비하는 프로젝트를 담당하는 게 주요 업무다.

왜 회계업계가 ‘기후변화’에 촉각을 곤두세울까. 저탄소 경제 체제에 발맞추지 못하면 기업이 살아남을 수 없다는 위기의식에서 출발한다. 이미 유럽 등 금융 선진국에선 기후변화와 재무제표를 연결하려는 움직임이 본격화되고 있다.

탄소 순 배출량을 ‘0’으로 만들자는 ‘탄소 중립’이 기후 문제를 넘어 새로운 국제질서로 떠오르고 있다. 지난 7일, 정부도 ‘2050 탄소중립 실현 추진전략’을 통해 태양광·풍력 등 신재생에너지 기반의 친환경 경제로 전환하겠다는 의지를 밝혔다.

딜로이트 안진도 일찍이 ‘기후변화’를 리스크로 인식하면서 탄소 중립 시장을 대비하고 있었다. 연경흠 이사는 리스크자문 본부에서 저탄소 경제·기후금융 관련 프로젝트를 이끌며 바쁜 날을 보내고 있다.

연 이사는 “기업 리스크 분야에서 ‘탄소 중립’은 중요한 메가 트렌드다. 석탄 사업 감시를 넘어서 기업 활동 전반에 대해 기후 리스크를 고려하고 평가하는 시도가 잇따르고 있다”며 “이런 시도들이 모여면서 저탄소 경제 전환 속도도 빨라지고 있다”고 말했다.

세계 시민사회에서도 관련한 실험들이 잇따른다. UNEP FI(유엔 환경계획 금융이니셔티브)에선 TCFD(기후변화 관련 재무정보공개 전담협의체) 파일럿 프로젝트가 한창이다. 금융기관들이 기후변화에 대해 기후 스트레스 테스트, 물리적 전환 위험 평가, 위험·기회 요소 등을 파악하고, 기후 리스크를 투자 의사 결정 과정에 사전적으로 반영하자는 취지에서다.

일찍이 글로벌 기업들은 탄소 중립 시장 대응에 머리를 싸맸다. 그는 “지난 8월, 글로벌 석유업체인 브리티시 페트롤리엄(BP)이 통합 에너지 회사로 전환하겠다는 계획을 발표했다”며 “이는 기업들도 저탄소 경제 전환을 생존 전략으로 인식한 결과”라고 해

석했다. BP는 매년 5억 달러를 저탄소 비즈니스 발굴에 투자하고, 바이오 발전·연료, 재생에너지 분야로도 사업을 확대할 방침이다.

“바이든 시대, 저탄소 경제 대비 못한 기업 어려워질 것”

최근 그는 숫자보다 ‘에너지 동향’을 살펴보는 날이 더 많다. 친환경을 내건 바이든 시대 개막을 앞두고 있다. 그는 “바이든 당선인의 정책을 보면, 기후변화를 중요한 국제적 화두로 인식하고 있다. 탄소·에너지 분야 관련 정책이 많이 나온다는 시장 관측에 기업들도 민감하게 반응하고 있다”고 말했다.

조 바이든 미국 대통령 당선인은 재생에너지 확대를 공약으로 내걸었다. 또 2050년까지 탄소배출량을 제로로 만들겠다는 ‘탄소 중립’도 내세웠다. 여기에 연경희 이사는 ‘탄소조정세 도입’도 함께 주목할 필요가 있다고 한다. 유럽연합(EU)에 이어 미국도 ‘탄소세’를 마련한다면 세계 무역통상 환경도 급변할 수 있어서다. 지난 7일, 정부도 ‘탄소세’ 도입을 공식 시사했다. ‘기후대응기금’(가칭)을 조성해 탄소중립 지원을 위한 재원으로 활용할 예정이다.

‘탄소조정세’는 이산화탄소 배출량에 따라 부과하는 세금이다. 미 환경 당국이 미국에 진출한 해외 기업에 대해 탄소 배출량을 측정하고 새로운 세금을 부과하는 등 환경 오염 복구 비용을 요구할 수 있다는 게 시장 관측이다. 무역 의존도가 높은 한국 기업 역시 시장 충격을 받을 수 있다는 분석도 나온다.

그는 “이미 글로벌 기업은 제품생산 공정뿐만 아니라 공급망에서부터 제품, 운송 등 전 과정에서 탄소 중립을 선언하는 등 저탄소 경제를 대비하고 있다”며 “대표적으로 애플은 올해 환경 보호 성과 보고서를 공개하면서 2030년까지 전 제품 생산 과정에서 탄소중립을 이루겠다고 선언했다. 지난 9월, 딜로이트도 2030년까지 탄소중립에 동참하겠다고 밝혔다”고 설명했다.

이어 “저탄소 경제 활동 프레임에 속한 기업들은 살아남고, 그렇지 못한 기업은 도태될 수 있다”면서 “특히 한국 산업구조는 에너지 소비가 많은 제조업을 기반으로 하기에 저탄소 시장 흐름을 놓친다면 세계 시장 경쟁력을 갖추지 못할 것”이라고 강조했다.

그러면서 금융·산업 등 전방위적 인프라 구축을 숙제로 꼽았다. 연 이사는 “최근 녹색채권에 참여하는 기업이 많아진 점은 긍정적이지만, 규모의 경제를 달성하기에 아직 부족한 수준”이라고 말했다.

이어 “최근 시행을 앞둔 녹색요금제도에서 REC 구매제도, 제 3자 PPA(전력거래계약) 등 관련한 제도에 시장이 함께한다면 정부·기업·금융 중심의 탈탄소화 선순환을 만들면서 탄소 중립 경제 시대도 앞당길 수 있을 것”이라고 기대했다.

[인터뷰] “ESG 경영 흥내만 내는 기업 가려내는 방법은” (파이낸셜뉴스, 12.10)

“ESG 경영·투자는 국내외 사모펀드 등 기관투자자와 글로벌 발주처들이 요구로 시작됐다. 이들은 이제 숫자(실적)보다는 ESG 계획을 얼마나 구체적으로 세우고 실천하는지 묻고 있다.”

이재호 딜로이트 안진 리스크자문본부 파트너와 이옥수 딜로이트 안진 리스크자문본부 이사는 10일 파이낸셜뉴스와 만나 기업의 환경·사회·지배구조(ESG) 요소가 사회적 관심으로 떠오른 배경에 대해 이같이 설명했다. 이들은 국내에서는 아직 생소한

ESG 채권 인증평가 업무와 ESG 전략 컨설팅을 맡고 있다. ESG 채권을 발행하는 기업들은 딜로이트 안진과 같은 ESG 적격인증기관에서 채권 관리체계 인증을 받는다.

그동안 '지속가능경영'은 기업의 핵심전략이기보다는 부차적으로 챙기는 이슈에 가까웠다. 환경오염 물질 배출을 관리하고 사회적으로 물의를 일으키지 않으며 사회공헌활동을 하는 선에서 진행됐던 탓에 사회공헌팀이나, 홍보팀 등 관련 실무부서에서 다룰 뿐 최고경영자(CEO)나 이사회 주요 논제가 되지 못했다.

그러나 경영 윗단에서 이 문제들을 진지하게 고민하기 시작했다. 자금줄인 투자자들이 ESG 경영·투자를 명확하게 요구하기 시작했기 때문이다. 이재호 파트너는 "기업이 선한 의도로 환경과 사회, 지배구조에 관심을 갖게 된 것이 아니다"라며 "예를 들어 글로벌 사모펀드로부터 자금을 융통하는 금융회사의 경우 사모펀드의 권고로 화력발전소 건설을 위한 프로젝트 파이낸싱(PF) 및 채권 인수 사업에 참여하지 않는다든지, 이해관계자들이 ESG 를 중요하게 생각하기 시작한 영향"이라고 말했다.

또 "적도원칙(EP·Equator Principles) 등 이니셔티브에 가입하지 않으면 신디케이트론(두 개 이상의 은행이 차관단 또는 은행단을 구성해 일정금액을 융자해 주는 중장기 대출)에서 제외되는 등 불이익이 현실화하고 있어 비즈니스 안에 들어가기 위해 필수가 됐다"고 부연했다. 적도원칙은 개발과정에서 환경파괴나 원주민 인권 침해가 발생하는 프로젝트에 대한 금융지원을 하지 않겠다는 자발적 협약으로 세계은행(WB) 산하의 국제금융공사(IFC)와 글로벌 금융회사들이 참여하는 이니셔티브다.

올해 초 글로벌 최대 상장지수펀드(ETF) 운용사인 미국 블랙록의 래리 핑크 회장은 최고경영자(CEO)들에게 보낸 연례서한에서 "발전용 석탄처럼 지속가능하지 않은 사업에서는 자금을 빼고, 기업이 지속가능성에 대한 정보를 공개하지 않으면 의결권을 행사해 이사회에 책임을 묻겠다"고 경고한 바 있다.

이재호 파트너는 "국내에서도 연기금, 사모펀드 등 주요 주주들이 기업에 레터(서한)를 보내 구체적으로 질의한다"며 "계획이 없다면 답할 수 없기 때문에 주요 기업들이 ESG 계획을 세우고 관련 투자를 이어나가고 있다"고 전했다. 이옥수 이사는 "과거에는 기업이 지속가능성을 확보하고 사회적 책임을 다하도록 정부나 시민단체가 압박했는데, 이는 한계가 명확했다"며 "기업을 가장 쉽게 움직일 수 있는 방법은 투자자 사이드, 즉 돈을 쥐고 있는 기관투자자를 움직이는 것"이라고 설명했다.

이들에게는 ESG 경영·투자에 나서지 않고 흉내만 기업을 선별하는 노하우가 있다. 이옥수 이사는 "CEO 를 만나 △회사만의 핵심 ESG 이슈 5 개는 무엇인지 △ESG 이슈를 관리하기 위한 정량적 목표와 성과지표를 가지고 있는지 △경영진이 얼마나 체계적으로 관리하는지 △커뮤니케이션이 원활한지 등 네 가지 질문을 던졌을 때 곧바로 답을 하면 실제 ESG 경영을 하는 것으로 평가한다"고 말했다.

ESG 가 사회적 화두가 됐지만 경영에 반영하는 기업들은 아직 많지 않다. 이옥수 이사는 "국내에서는 ESG 경영·투자가 100 대 기업 단위에서만 이뤄지고 있고, 상장기업 대다수는 관련 활동 및 정보공개가 부족한 상황"이라면서 "몇몇 기업이 선전하고 있지만 국제무대에서 자랑할 만한 회사는 부족하다. 1 등인 회사가 나왔으면 하는 바람"이라고 전했다.



Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

© 2020. For information, contact Deloitte Anjin LLC & Deloitte Consulting LLC