

빅4 회계법인 '신외감법' 수혜... 외형·수익 두 토끼

신외감법 도입 첫 해

감사회계사 투입 늘고 비용도 증가
환경 변화 따른 인건비용 부담 커져
소형 회계법인은 겨우 실적 턱걸이

신(新)외감법이 시행된 첫해 회계법인의 '실적 성적표'가 양호한 것으로 나타났다. 중대형 회계법인을 중심으로 외형(매출)과 수익(영업이익)이 크게 늘어난 것. 공인회계사(CPA)의 급여도 비슷한 비중으로 상승했다. 기업 외부 감사가 간간해지면서 회계사의 몸값과 회계법인의 수익이 높아진 셈이다.

◆ 매출 ↑ 월급 ↑ 비용 ↑

2일 메트로신문이 6월 이후 사업보고서를 제출한 3월 결산 회계법인 173곳 중 공인회계사를 50명 이상 보유한 중대형 회계법인의 매출을 분석한 결과 총 1조5566억원으로 전년(1조2856억원)보다 21.1% 증가한 것으로 나타났다. 특히 삼정회계법인, 한영회계법인, 삼덕회계법인 등 대형회계법인은 평균보다 높은 성장세를 기록했다.



회계사의 몸값도 높아졌다. 지난해 삼일회계법인이 기본급 15%를 인상하면서 인력을 빼앗기지 않기 위한 대형 회계법인의 연봉 인상이 줄을 이었다.

실제 회계법인이 지출한 급여비용은 매출 증가세보다 높았다. 중대형 회계법인은 총 8143억원을 급여항목으로 지출했다. 지난해(6704억원)보다 21.5% 늘어난 것이다. 인원 자체가 늘어난 것을 감안하더라도 상여금까지 포함하면 회계법인의 급여 인상은 매출 인상률을 크게 뛰어넘을 것으로 추정된다.

이에 대해 회계업계 관계자는 "외감법 시행으로 감사가 간간해지면서 기

업 감사 시 회계사 투입도 늘었고, 자연스럽게 비용이 증가하게 됐다"면서 "아직 지정감사제와 표준감사시간제가 완전히 도입되지 않았다는 점에서 앞으로 회계법인의 수익은 점차 늘어날 것"이라고 밝혔다.

다만 회계법인들이 마냥 '잔치'만 벌인 것은 아니다. 감사 기준이 높아짐에 따라 감사에 드는 회계법인의 자체 비용도 늘었다. 디지털포렌식 도입에 따른 외부용역비용, 소송 이슈에 따른 법무법인 수수료 등이 영향을 끼친 것으로 보인다.

실제 한영은 매출이 26.6% 늘었지만 영업이익은 80.5% 감소했다. 한영 관

계자는 "외감법 개정안 시행과 표준 감사시간제 도입, 그리고 주 52시간 근무제 실시와 같은 환경 변화에 따른 인건비 상승이 비용 증가에 큰 영향을 미쳤다"고 밝혔다.

◆ 중·대형회계법인만 웃는 신외감법

이번 사업보고서에서 주목할 점은 대형회계법인의 매출 증가 속도가 가팔랐다는 점이다. 집계 대상 회계법인 중 공인회계사 70명 미만의 회계법인의 매출 증가율은 13.4%였다. 반면 70명 이상 회계사를 보유한 회계법인은 22.1% 늘었다. 1.5배 이상 차이가 벌어진 것이다.

이는 신외감법의 주요 내용인 지정감사제 등이 대형 회계법인에 유리한 구조로 되어 있기 때문이다. 심지어 금융당국은 오는 11월부터는 등록 공인회계사 40명 이상 회계법인만 상장기업 외부감사를 맡도록 한 감사인 등록제를 시행한다. 중소 회계법인의 합병을 유도해 감사 품질을 높여겠다는 의도다.

이에 따라 한길회계법인(한길+두레, 한길+성신), 회계법인 상지원+대안

(상지원+대안), BOD성도이현회계법인(성도+이현) 등 중소 회계법인이 합병을 통해 규모를 키우기도 했다. 한길 회계법인은 합병 이후 첫 성적표를 내놨는데 전년보다 매출이 31.9% 늘어난 것으로 나타났다.

또 회계법인을 회계사 규모에 따라 5개 군으로 분류해 각 군에 맞게 외부감사를 맡게 했다. 회계사가 600명 이상이면 가군, 120명 이상이면 나군, 60명 이상이면 다군 등으로 분류해 인력 규모가 클수록 감사할 수 있는 기업군도 늘어난다. 감사 비용 역시 기업 규모가 클수록 많이 받을 수 있다. 회계사 50명 이상을 보유한 회계법인은 전체 15.1%에 불과하다.

이러한 환경적 요인 때문에 중소형 회계법인의 불만은 계속되고 있다. 회계사 11명으로 구성된 한 회계법인 파트너 회계사는 "대형 회계법인은 실적 잔치를 벌인다고 하지만 소형 회계법인은 작년 실적을 간신히 맞췄을 뿐이다"면서 "작은 회계법인의 마켓이 점점 좁아지고 있다"고 말했다.

/손영지 기자 sonumji301@metroseoul.co.kr

2분기 유통株 '적신호'... 편의점 관련株 '주목'

온라인 유통업체, 두 자릿 수 성장세
편의점 호조... 하반기까지 이어질 듯

2분기 실적 발표를 앞두고 오프라인 유통강자인 이마트의 적자 전망까지 제기되며 대형마트, 백화점 등 오프라인 유통주에 적신호가 켜졌다. 반면, 1인 가구 증가에 힘입어 편의점이 호황을 누리면서 증시에서 편의점 관련주가 주목받고 있다.

산업통상자원부에 따르면 폭발적인 성장세를 기록하고 있는 온라인 유통업체의 5월 매출은 18.1%로 두 자릿수 성장세를 기록한 반면, 오프라인 유통업체의 매출은 실적 부진으로 1.9% 성장해 온·오프라인 유통이 큰 차이를 기록했다. 특히 온라인 유통은 5월 총 유통 매출 11조 4300억원 가운데 41.1%를 기록해 지난해 동기 대비 3.5%포인트가 늘었다.

실적 부진에 빠진 이마트는 이미 1분기 저조한 실적을 내놓은 데 이어 2분기에는 적자를 기록할 수 있다는 예상이나 오면서 비상이 걸렸다. 1분기에는 전년 동기보다 51.6% 감소한 743억원의 영업이익을 기록한 바 있다.

박종대 하나금융투자 연구원은 "이



마트의 2분기 영업이익은 전년 동기보다 70%나 감소한 160억원 규모로 추정된다"며 "대형마트 부분에서 기존점의 역신장으로 고정비 부담이 증가하고, 전문점의 영업손실도 200억원 이상 지속될 가능성이 커 영업적자 가능성을 배제할 수 없다"고 분석했다.

이상한 하이투자증권 연구원은 "고정비 부담과 SSG 닷컴의 마케팅 비용 및 종합부동산세 증가로 2분기 실적은 연결 기준 매출액 4조 7898억원, 영업이익 185억원으로 올해 최저치를 기록할 것"으로 예상했다.

대형마트의 실적 부진은 이마트 뿐 아니라 홈플러스·롯데마트 등 주요업체에 공통적으로 나타나 5월 대형마트 3사의 매출은 전년 동기 대비 3.6%나 감소해 유통업종 중 5월 매출이나 홀로 하락세를 기록했다.

롯데백화점 등 백화점 3사는 5월 일부 품목 성장이 이뤄지고, 전년 동기 대비 2.7% 성장해 대형마트에 비하면 나은 편이다. 하지만 증권가에서는 해외 유명브랜드 이외 제품 성장률이 주춤한 점과, 식품 부문 성장세 둔화 등을 부정적으로 보고 있다.

이에 반해 오프라인 유통 분야 중 편의점들이 실적 호조세를 보이며 증권가에서 주목을 받고 있다.

편의점업체들은 늘어나는 1인 가구를 타깃으로 즉석·가공 식품 비중을 늘리면서 두드러진 매출 성장세를 나타냈다. 전반적인 오프라인 유통의 부진 속에서도 5월 CU 등 편의점 3사의 매출은 8.4%나 늘었다.

증권가에서는 이 같은 편의점 성장세는 하반기까지 이어질 것으로 분석하고 있다. 하반기에는 날씨도 편의점업체에 우호적일 것으로 예상되며, 주류업체의 단가 인하, 액상형 전자담배 판매로 편의점의 성장세가 유지될 것으로 전망된다.

조용선 SK증권 연구원은 "편의점의 구매건수 증가, 구매단가 인상 등은 공히 안정적인 지표를 시현하고 있어 단기 실적 안정성의 바로미터로 작용하고 있다"고 분석했다. /채윤정 기자 echo@



신한카드는 2일 베트남 호치민에서 베트남 현지법인인 '신한베트남파이낸스' 출범식을 진행했다. 이날 출범식에는 조용병 신한금융그룹 회장(왼쪽 네번째), 임영진 신한카드 사장(다섯번째), 임재훈 주호치민 총영사(세번째), 부이 후이 토(BUI HUY TOE, 왼쪽 여섯번째) 베트남 중앙은행 인허가국장 등 주요 관계자들이 참석했다. /신한카드

신한카드, 베트남 현지사업 본격 개시

신한베트남파이낸스 출범식 진행
우량 고객군 대상 대출상품 운영
트렌드 맞춰 초개인화 마케팅 계획

신한카드가 베트남 현지 사업을 본격화한다.

신한카드가 베트남 호치민에 위치한 인터컨티넨탈 사이공(InterContinental Saigon) 호텔에서 조용병 신한금융그룹 회장과 임영진 신한카드 사장, 임재훈 주 호치민 총영사 및 베트남 중앙은행과 정부기관, 현지 진출 한국기업 등 국내외 주요 관계자들이 참석한 가운데 신한베트남파이낸스(Shinhan Vietnam Finance Company Limited, 이하 SVFC)의 출범식을 가졌다고 2일 밝혔다.

SVFC는 지난 2017년 7월 출범한 그룹 차원의 글로벌 매트릭스 사업부문이 이뤄낸 첫 번째 해외 M&A 성공 사례로서, 지난해 1월 영국에 본사를 둔 프루덴셜(Prudential) 금융그룹의 베트남 소비자금융회사인 PVFC(Prudential Vietnam Finance Company Limited) 지분 100%를 인수하는 계약을 체결하고 올해 베트남 현지 당국의 승인을 최종 완료했다. 이번 현지 당국 승인

에는 베트남 주재 대사관, 총영사관, 금감원 등 한국 정부기관들의 적극적인 지원도 큰 역할을 한 것으로 알려졌다.

베트남 파이낸스 업계 4위인 SVFC는 현재 호치민, 하노이 등 대도시 위주의 우량 고객군을 대상으로 신용대출 상품을 운영해, 업계 최고 수준의 리스크 관리역량을 보유하고 있다. 신한카드는 SVFC가 보유한 비은행금융업(Non-banking Financial Institution) 라이선스를 활용해 소비재, 자동차 할부금융 등 리테일 소매금융으로 사업을 확장해 SVFC를 최고의 멀티파이낸스 회사로 성장시킬 예정이다.

또 신한카드는 최근 베트남 금융시장에서도 활발히 진행되고 있는 디지털 트렌드에 맞춰 신한카드가 보유한 모바일 플랫폼과 디지털 기술, 빅데이터 기반의 초개인화 마케팅 등을 SVFC에도 단계적으로 적용시켜 나갈 계획이다. 베트남 내 유수의 디지털 업체들과 제휴해 신사업 영역을 적극 확장해가는 등 '뉴 익스피리언스, 뉴 벨류(New Experience, New Value)'라는 모토 아래, 베트남 소비자금융 시장에 새로운 바람을 불러일으킬 계획이다. /홍민영 기자 hong93@

우리카드, 쇼군본드 8000만 달러 발행

우리카드는 지난 1일 미화 8000만불(약 924억원) 규모의 쇼군본드 발행에 성공했다고 2일 밝혔다.

쇼군본드는 일본에서 발행하는 비엔화표시 채권으로, 이번 발행 물량은 2년 만기 미 달러화 표시 채권으로 미쓰이 스미토모은행(SMBC)이 대부분을 인수한다.

이번 건은 지난 2017년 발행된 미화

5000만불 규모의 쇼군본드에 3000만불이 증액된 금액으로 발행에 성공했으며, 조달된 자금은 기존 차입금의 상환 및 운영자금으로 활용될 예정이다.

우리카드 관계자는 "글로벌 경제의 불확실성 속에서도 우리 정부의 외평채 흥행 성공에 따라 우호적인 시장 분위기에서 쇼군본드 발행을 성공적으로 마무리할 수 있었다"고 설명했다. /홍민영 기자



지난 1일 일본 현지에서 진행된 기념식에서 우리카드 정원재 사장(왼쪽)과 히로시 이리에 미쓰이 스미토모은행(SMBC) 부행장이 기념사진을 촬영하고 있다. /우리카드