



삼일회계법인

플랫폼·결제 산업 Business Guidebook

Technology, Media & Telecommunications
December 2025





인사말

안녕하십니까?

최근 플랫폼 및 결제산업 비즈니스는 금융, 모빌리티, 콘텐츠 등 다양한 산업과의 결합을 통해 상호 의존적인 여러 그룹을 연결하여 가치를 창출하는 모델로 발전하고 있으며 급속히 이뤄지고 있는 전통적인 산업들의 디지털 전환을 통한 플랫폼 모델 도입으로 인해 지속적으로 확장되고 있습니다. 여기에 인공지능(AI), 블록체인, 데이터 분석 등 디지털 및 첨단 신기술은 플랫폼 및 결제산업의 혁신을 이끌고 있습니다. 이는 국내 플랫폼 및 결제산업의 글로벌 경쟁력 강화의 중요성을 부각시키고 더욱 정교하고 전략적인 접근을 요구하는 동시에 다양한 규제 환경과 도전 과제를 수반하고 있습니다.

이러한 산업 환경의 변화에 발맞추어 삼일회계법인은 그동안 각종 세미나 개최 및 회계 기고문 배포 등을 통해 시장의 요구에 부응하고 산업의 역량 강화에 기여하기 위해 다양한 노력을 진행하였습니다. 이러한 노력의 연장선에서, 삼일회계법인은 그동안 축적된 지식과 산업의 전문성을 바탕으로 작년에 이어 플랫폼 및 결제산업에 특화된 비즈니스 Guidebook을 발간하게 되었습니다. 작년에 발간되었던 플랫폼 비즈니스 가이드북과 이커머스 및 플랫폼 산업 회계 가이드북의 내용에서 결제산업을 추가하여 하나의 Guidebook으로 정리하였으며, 매년 급변하는 산업의 변화내용을 업데이트할 것을 약속드립니다.

이번 Guidebook이 국내 플랫폼 및 결제산업의 경쟁력 강화에 이바지할 수 있기를 바라며, 삼일회계법인은 향후에도 전문화된 산업별 Know How를 바탕으로 산업의 발전과 회계투명성 제고를 위해 끊임없는 노력을 경주할 것입니다.

감사합니다.

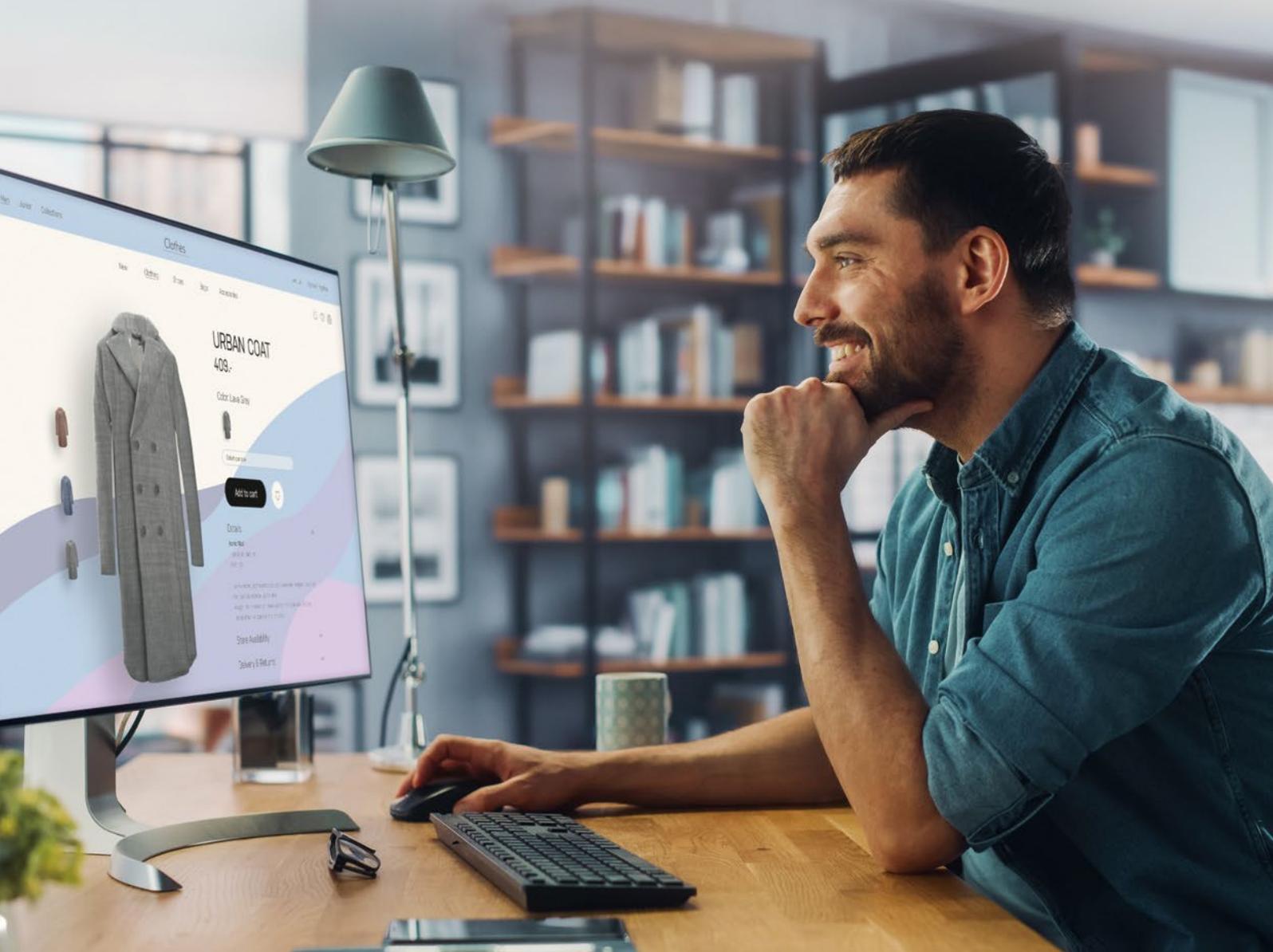
기술·미디어·통신(TMT) 산업
플랫폼 Sector팀

Contents

01 플랫폼 비즈니스 현황	03
1. 플랫폼 비즈니스 Overview	04
2. 플랫폼 비즈니스 업계 동향: 업종별 분석	06
3. 플랫폼 비즈니스 전망	17
02 결제산업 비즈니스 현황	19
1. 결제산업의 개요	20
2. 결제산업의 규제환경	35
03 플랫폼·결제산업 비즈니스 회계적 이슈	37
1. 수익인식	38
2. 고객 인센티브 및 기타 유사 거래	58
3. 기타 수익 거래	76
4. 자산 및 손상	88
5. 리스	102
6. K-IFRS 제1118호 재무제표 표시와 공시 주요 내용	117
04 플랫폼·결제산업 비즈니스 세무적 이슈	130
1. 플랫폼 사업자의 부가가치세 공급가액	131
2. 마일리지와 관련된 세무이슈	133
3. 외국법인에 전자결제대행용역 제공시 영세율·면세 적용여부	135
4. 전자상거래 소매업(소매 중개업)의 현금영수증 의무발행업종 포함	137
5. 부가통신사업자의 현금영수증 대리교부 특례	139
6. 부가가치세법 상 자료제출의무	140
7. 용역제공자에 관한 과세자료 제출	141
05 플랫폼·결제산업 비즈니스 LIFE-CYCLE에 따른 주요 고려사항	145
1. 플랫폼·결제산업 비즈니스 설립 및 이에 따른 주요 고려사항	146
2. 플랫폼·결제산업 비즈니스 펀딩 및 이에 따른 주요 고려사항	150
3. 플랫폼·결제산업 비즈니스 성장 및 M&A, IPO등 주요 고려사항	156
APPENDIX	169
1. 플랫폼·결제산업 비즈니스 관련 기초 회계 사항	169
2. 플랫폼·결제산업 비즈니스 관련 기초 세무 사항	174
Contacts	184

01

플랫폼 비즈니스 현황



1. 플랫폼 비즈니스 Overview

(1) 플랫폼 비즈니스 개념 및 진화

초기 플랫폼 개념은 물리적 공간이나 기술적 기반을 의미했으나, 현대의 플랫폼은 생산자와 소비자를 연결하여 경제적 가치를 창출하는 디지털 생태계로 진화했다. 최근 주목받고 있는 양면 및 다면 플랫폼은 두 개 이상의 상호 의존적인 여러 그룹을 연결하여 가치를 창출하며, 네트워크 효과를 통해 사용자 기반과 플랫폼 가치를 기하급수적으로 성장시킨다.

도표1-1. 플랫폼 개념의 변화



(2) 플랫폼 비즈니스의 특성

플랫폼 비즈니스는 세 가지 중요한 특성을 갖고 있다. 첫째, ① 승자독식의 특성을 지닌다. 잘 설계된 플랫폼은 네트워크 효과와 규모의 경제를 통해 시장 지배적 지위를 확보하게 되며, 나머지는 도태될 가능성이 높고 후발주자의 진입도 어려워진다. 둘째, 플랫폼 사업은 ② 데이터 중심 비즈니스 모델을 지향한다. 플랫폼 사용자 행동 파악과 맞춤형 서비스 제공을 위해 대량의 데이터를 수집하고 분석하게 된다. 마지막으로, ③ 플랫폼 거버넌스가 중요한 역할을 한다. 즉, 개방성이 유지되는 플랫폼 생태계 내에서 다양한 이해관계자들이 공정하게 상호작용할 수 있도록 참여 규칙을 설정하고, 콘텐츠 및 행동을 관리하며, 규제에 대응하는 것이 필수적이다.

(3) 플랫폼 비즈니스 수익 모델

플랫폼 비즈니스는 다양한 수익 모델을 통해 수익을 창출하며, 각 플랫폼의 특성에 맞는 수익화 전략을 선택하는 것이 중요하다. ① 중개 수수료 모델은 여러 사용자 그룹 간 거래가 이루어질 때마다 수수료를 부과하는 방식으로, 온라인 마켓플레이스에서 주로 사용된다. ② 구독 모델은 사용자가 일정 금액을 정기적으로 지불하고 콘텐츠나 서비스에 지속적으로 접근할 수 있는 방식으로, 콘텐츠 스트리밍과 소프트웨어 서비스에서 활용된다. ③ 광고 모델은 광고 공간을 판매하고 사용자 데이터에 기반한 타겟 광고를 제공하여 수익을 얻으며, 소셜 미디어와 검색 엔진에서 많이 채택된다. ④ 프리미엄 모델은 기본 서비스를 무료로 제공하고, 추가 기능이나 고급 서비스를 유료로 제공하는 방식으로, 소프트웨어와 온라인 도구에서 흔히 사용된다. ⑤ 라이선싱 및 API 연계 모델은 기술이나 데이터를 외부에 라이선스 형태로 제공하거나 API를 통해 활용하게 하여 사용료를 부과한다. 마지막으로, ⑥ 아이템 판매 모델은 플랫폼 내에서 사용 가능한 아이템이나 기능을 판매하여 수익을 창출한다.

도표1-2. 플랫폼 비즈니스 수익모델 정리

구분	기업 및 서비스	방식
중개 수수료	애플 앱스토어	유료 어플 판매 시 금액 30%를 수수료로 가져가는 방식
	우버	드라이버가 올린 매출의 20~30%를 수수료로 가져가는 방식
	에어비앤비	호스트와 게스트로부터 일정 부분의 중개 수수료를 가져가는 방식
	알리바바	상품 판매시 중개 수수료의 일부를 가져가는 방식
광고	페이스북	페이스북 가입자 데이터를 기반으로 타겟 광고를 통해 수익 창출
	구글	광고 프로그램 애드센스, 애드워즈 등을 통해 수익 창출
프리미엄	링크드인	기본 서비스는 무료, 프리미엄 구독료는 월 \$23~99.9 까지 과금
구독료	넷플릭스	스탠다드(광고형) 5,500원~ 프리미엄 17,000원 (한국, 월 기준)
	스포티파이	10,900원 과금 (한국, 월 기준)
라이선싱	아마존 웹 서비스	IT 서비스를 사용한 시간만큼 비용을 지불하는 방식
	마이크로소프트	라이선스 구매 후 소프트웨어 사용 가능
아이템 판매	카카오, 라인	사용자 집단에 게임과 캐릭터 아이템 등을 판매해 수익 창출

Source: 삼일PwC경영연구원

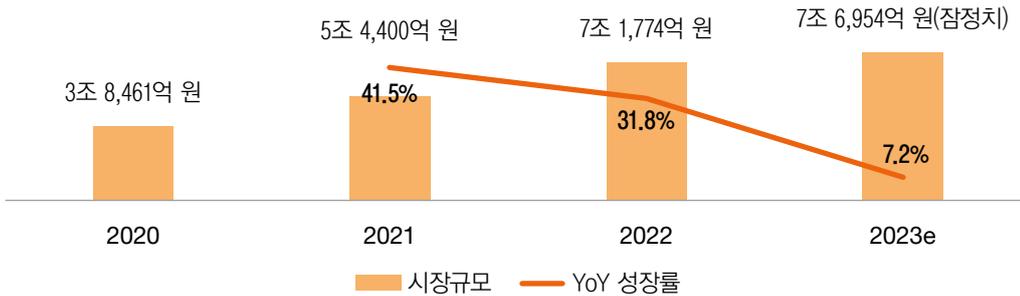
2. 플랫폼 비즈니스 업계 동향: 업종별 분석

(1) O2O 서비스 비즈니스 개괄

O2O(Online to Offline)는 온라인과 오프라인을 연결하여 소비자가 디지털 플랫폼을 통해 정보를 얻고 오프라인에서 서비스를 경험하거나 구매할 수 있도록 하는 서비스 형태를 말한다. 음식점 및 숙박, 건물 임대 및 중개, 가사, 의료, 운송, 문화·교육 서비스 플랫폼 등이 포함된다.

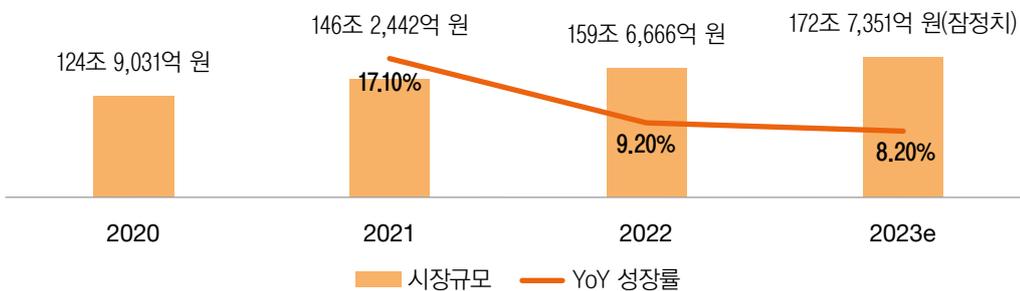
과학기술정보통신부에 따르면, 2023년 국내 O2O 서비스 비즈니스 시장은 7조 6,945억 원으로 고성장세를 지속했으며, 특히 의료 및 보건 서비스와 운송 서비스 산업이 큰 성장을 견인했다. O2O 서비스 거래액은 2023년 약 172조 7,351억 원으로 연평균 11.4%의 성장을 기록하며 음식점 및 숙박 서비스와 운송 서비스가 주요 성장 산업으로 부각되었다. O2O 플랫폼의 과점화가 진행되면서 무료화에서 유료화 비중이 증가하여 매출액 대비 수익성이 개선되고 있다.

도표 2-1. 2020~2023년 O2O 서비스 비즈니스 기반 시장 규모



Source: 과학기술정보통신부
주: 2020~2023년 연평균성장률 26%

도표 2-2. 2020~2023년 O2O 서비스 거래액 기반 시장 규모



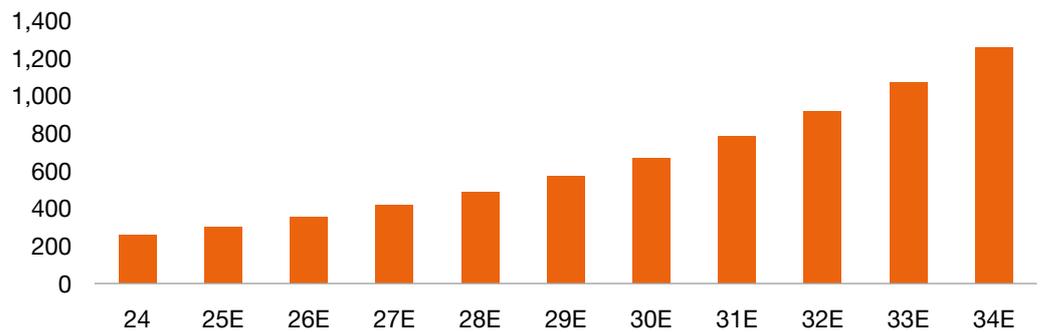
Source: 과학기술정보통신부
주: 2020~2023년 연평균 성장률 11.4%

(2) 모빌리티 플랫폼

① 시장 동향

모빌리티 플랫폼은 다양한 교통수단을 하나의 서비스로 통합하여 사용자가 효율적이고 편리하게 이동할 수 있도록 돕는다. 기존의 대중교통과 자가용의 한계를 극복하고 교통 서비스와 다른 산업을 연결하여 부가가치를 창출하는 슈퍼앱으로 발전하고 있다. MaaS 시장은 빠르게 성장하고 있으며, 2025년 3,021억 8천만 달러에서 2034년에는 1조 2,510억 달러에 이를 것으로 예상된다.

도표 2-3. 세계 MaaS(Mobility-as-a-Service) 시장규모 전망 (단위: 십억 달러)



Source: Precedence Research

② 주요 Player

국내 주요 MaaS 업체인 카카오모빌리티, 티맵모빌리티, 쏘카는 각자의 강점을 활용하여 종합 모빌리티 플랫폼으로 발전하려는 목표를 갖고 있다. ① 카카오모빌리티는 택시 중개 서비스 경쟁력을 활용해 차량 관리, 금융, 광고, 이커머스 등 다양한 모빌리티 서비스를 확장하고 있다. ② 티맵모빌리티는 내비게이션 시장 점유율을 바탕으로 운전자 대상 맞춤형 추천 서비스와 보험 접점을 강화하며, 여행 코스 추천 등을 통한 고객 Lock-in 전략을 구사 중이다. ③ 쏘카는 차량 공유에 집중하며 이동수단을 다양화하고, 사용자가 자동차를 소유하지 않아도 다양한 이동 서비스를 원스톱으로 제공하는 것을 목표로 하고 있다.

도표 2-4. 국내 모빌리티 3사 매출액 추이 (단위: 억 원)



Source: 전자공시시스템

③ 서비스 현황 및 경쟁

카카오모빌리티, 쏘카, 티맵모빌리티 등 국내 모빌리티 플랫폼 업체들이 슈퍼앱 전략을 추진하며, 사용자에게 한 앱에서 다양한 서비스를 제공하여 락인 효과를 강화하고 있다. 이러한 슈퍼앱은 길 안내, 맛집 검색, 숙박 및 액티비티 예약 등 다양한 기능을 통합함으로써 사용자의 편의성을 높이고, 나아가 유관 서비스 및 신규 사업 진출을 통한 성장 가능성을 확대하고 있다.

도표 2-5. 모빌리티 슈퍼앱 서비스 현황

기업	앱	서비스
카카오 모빌리티	카카오T	택시, 자전거, 주차, 대리운전, 퀵서비스, 렌터카 항공, 기차, 전기차충전 등
티맵 모빌리티	티맵	내비, 대중교통, 대리운전, 주차 렌터카, 전기차충전, 바이크, 숙박
쏘카	쏘카	카셰어링, 전기 자전거, 숙박, KTX연계 예약, 결제 서비스

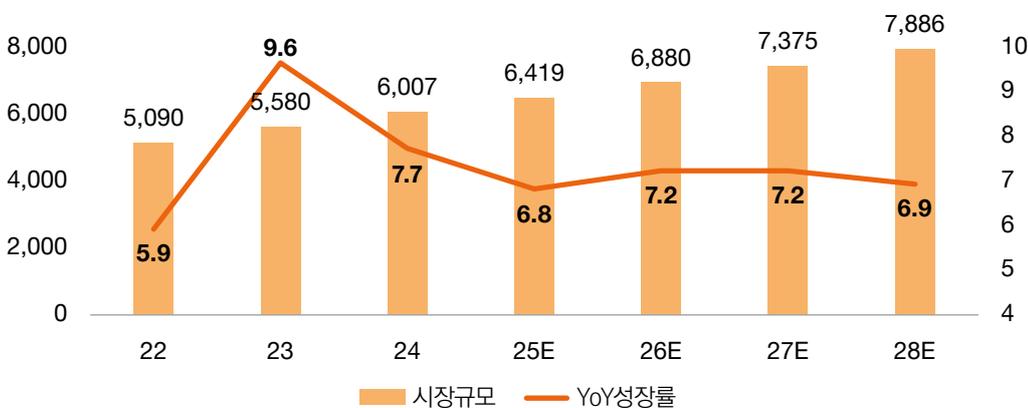
Source: 각 사

(3) 이커머스 플랫폼

① 시장 동향

글로벌 이커머스 시장은 2019년부터 2024년까지 연평균 성장률 약 12.5%로 성장했으며, 중국 기업의 약진이 이러한 성장에 주효했다. 팬데믹 이후 성장률이 둔화된 측면이 있으나, 글로벌 이커머스 시장은 앞으로도 연평균 7.1%의 성장을 이어가며 2028년까지 7조 8,860억 달러 규모에 도달할 것으로 예상된다. 한국의 이커머스 시장은 2024년 약 242조 원 규모로 세계 5위, 침투율은 세계 3위로 추정되며, 전년 대비 성장률은 점진적으로 감소하고 있는 추세다.

도표 2-6. 글로벌 이커머스 시장 규모 추이 ('22-'28e) (단위: 십억 달러, %)



Source: eMarketer, 삼일PwC경영연구원

도표 2-7. 한국 이커머스 시장 규모 (단위: 십억 원, %)



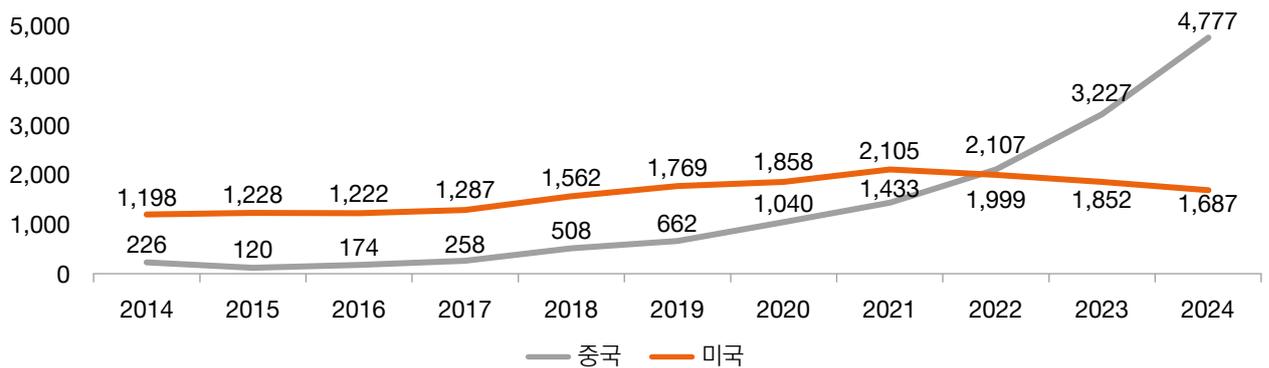
Source: 통계청, 삼일PwC경영연구원

② 주요 Player

● C커머스(China+e-commerce)의 성장

2024년 한국의 온라인 해외 직접 구매액은 총 7.96조 원(+12.4% YoY)에 달했으며, 이 중 중국 비중은 60%로 금액은 4.78조 원(+48.0% YoY)까지 급증했다. 저가 상품을 앞세운 알리익스프레스와 테무 등의 중국계 전자상거래 플랫폼이 국내에서 활성화된 것이 주요했던 것으로 분석된다. 실제로 2025년 8월 MAU 기준 알리익스프레스와 테무는 국내 이커머스 플랫폼 앱 중 각각 3위와 4위를 차지했다. 다만 낮은 객단가로 인해 중국 직구액은 국내 전체 온라인 쇼핑 거래액 대비 약 2.0% 제한적이며, 쿠팡 등 K커머스의 시장 지배력을 단기적으로 위협할 가능성은 제한적인 것으로 판단된다. 공격적인 마케팅이 지속될 경우 한국의 중견 기업들에는 시장 경쟁도와 수익성 측면에서 부담을 줄 수 있다.

도표 2-8. 한국 온라인 해외 직접 구매액 추이-미국 vs 중국 (단위: 십억 원)



Source: 통계청, 삼일PwC경영연구원

도표 2-9. 국내 e커머스 플랫폼 순위 변화 추이(2025년 8월 MAU 기준) (단위: 만 명)



Source: 모바일인덱스

도표 2-10. 국내 이커머스 거래액 및 중국 직구액 규모 비교 (단위: 조 원)



Source: 통계청, 삼일PwC경영연구원

● 오픈마켓 침체

한때 국내 이커머스 시장을 주도하던 오픈마켓 업계는 현재 대규모 적자와 사업성 부족으로 침체기에 빠졌으며, 출혈 경쟁과 과도한 할인 쿠폰 발행으로 인해 어려움을 겪고 있다. 네이버쇼핑의 등장으로 소비자들이 오픈마켓보다 네이버를 통해 상품을 검색하고 구매하는 경향이 강해졌으며, 이로 인해 오픈마켓의 수익성이 더욱 악화되는 상황이다.

● 쿠팡의 사업다각화·경쟁력 확보

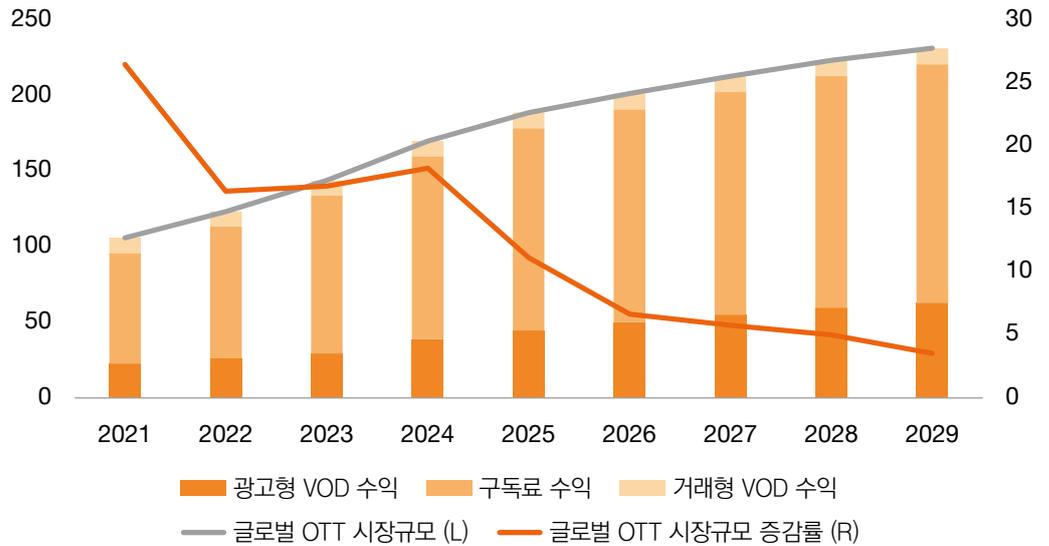
쿠팡은 '로켓배송'과 직매입 구조를 통해 물류 시스템을 전국적으로 구축하며 제품군을 신선식품, 가전, 가구까지 확대하고, 설치 및 AS 서비스까지 포함하여 사업을 다각화했다. 또한, 와우 멤버십과 쿠팡플레이를 통해 서비스를 강화하고, C-커머스 침투에 대응하기 위해 2024년부터 3조 원을 투자하여 풀필먼트센터 확장과 배송 네트워크 고도화를 추진하며 경쟁력을 확보하고자 한다.

(4) OTT 플랫폼

① 시장 동향

전통적인 TV 방송의 영향력이 감소하면서, 콘텐츠 유통 주도권은 OTT 등 스트리밍 업체로 넘어왔다. 팬데믹 이후 OTT 시장의 성장세는 둔화되었으며, 2024년 글로벌 OTT 시장 성장률은 18.1%로 이전의 팬데믹 시기보다 낮았다. 향후 5년간 OTT 시장의 연평균 성장률은 6.4%로 예상되며, 가입자 성장률은 4.6%에 불과할 것으로 보인다.

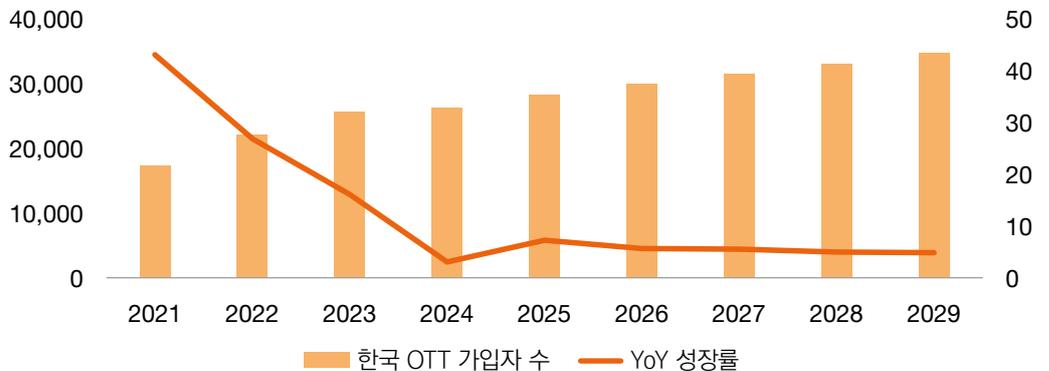
도표 2-11. 글로벌 OTT 시장 규모 (단위: 십억 달러, %)



Source: PwC Global Entertainment and Media outlook, 2025~2029

국내 OTT시장도 성숙기에 진입하였다고 판단된다. 국내 시장은 팬데믹 기간인 '20~'22년까지 연평균 49%씩 증가하였으나, '24년도에는 14.6% 증가, '25~'29년까지는 연평균 6.0% 증가에 그치며 저성장 국면에 진입할 전망이다.

도표 2-12. 국내 OTT 가입자 수 및 증감률 추이 (단위: 천 명, %)

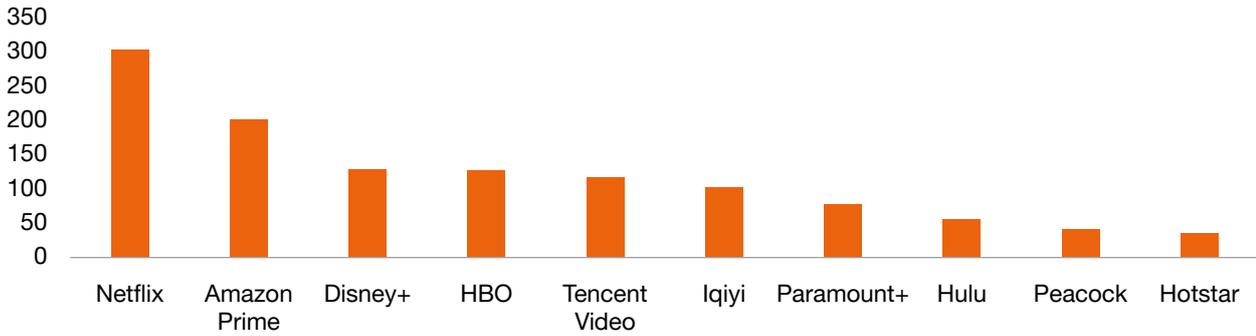


Source: PwC Global Entertainment and Media outlook, 2025~2029

② 주요 Player

넷플릭스는 약 3억 명의 가입자를 확보하며 글로벌 OTT 시장을 주도하고 있다. 아마존 프라임과 디즈니플러스가 그 뒤를 이어 경쟁하고 있으며, 중국에서는 텐센트와 아이치이가 각각 약 1억 명의 가입자를 보유한 것으로 추정된다.

도표 2-13. 글로벌 상위 사업자들의 구독자 수 현황 (단위: 백만 명, %)



Source: Flix patrol, 한국콘텐츠진흥원 「글로벌 OTT 동향분석」, EDGAR

국내 OTT 시장은 넷플릭스, 쿠팡플레이, 티빙의 3강 구도로 재편된 모습이다. '23년까지는 넷플릭스가 압도적 강세 흐름을 보였으나, '24년부터 스포츠 콘텐츠에 강점을 지닌 쿠팡플레이와 독점 콘텐츠 차별화를 추구한 티빙의 MAU 점유율 확대가 이루어졌다. 여전히 넷플릭스가 MAU 점유율, 누적 신규 설치, 활성 기기 수 부문에서 1위를 유지 중이나, 향후 티빙과 웨이브의 통합 플랫폼 출시, 국내 OTT 육성 정책 시행 등으로 시장의 판도가 변할 가능성이 있다.

도표 2-14. MAU 기준 국내 OTT 점유율 추이

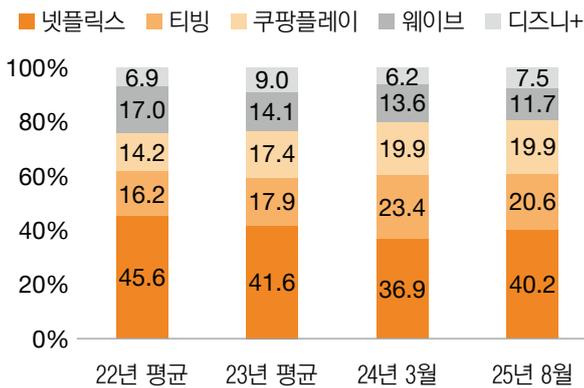
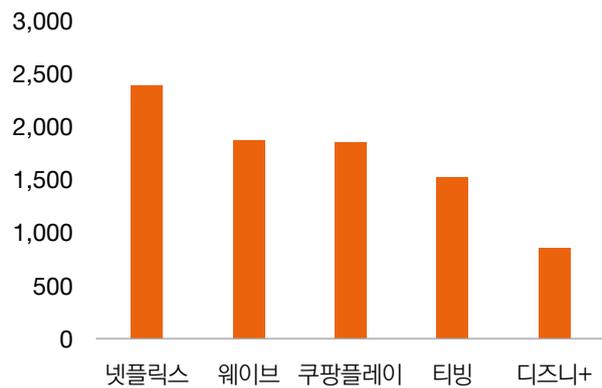


도표 2-15. OTT 업종 활성 기기 수 TOP 5 (단위: 만 명)



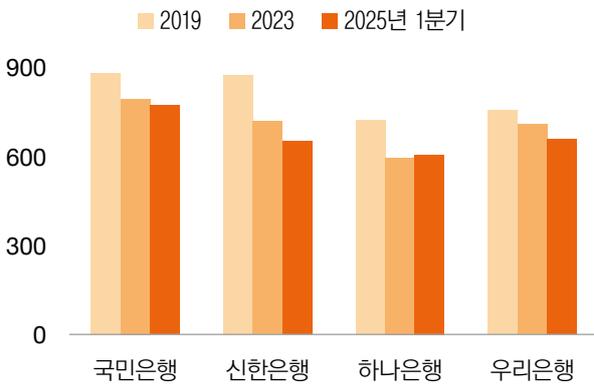
Source: 모바일인덱스, 한국방송통신전파진흥원, 언론자료, 삼일PwC경영연구원

(5) 금융 플랫폼

① 시장 동향

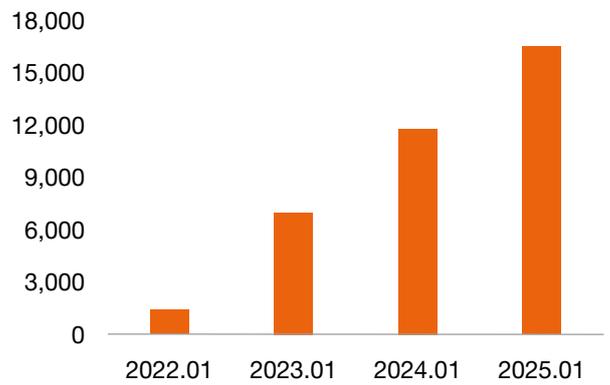
팬데믹 이후 비대면 거래 확대, 규제 환경 변화, 오픈 बैं킹 시행 등으로 인해 금융 플랫폼이 활성화되고 있다. 특히 은행, 보험, 증권 등에 분산된 고객의 정보를 하나의 플랫폼에서 통합적으로 관리할 수 있게 하는 서비스인 마이데이터 시행으로 금융의 플랫폼화가 가속화되었다. 은행은 대면 접점을 줄이고 디지털화에 집중해 금융 플랫폼 선점을 위한 경쟁을 벌이고 있으며, 정부도 이를 지원 하는 정책을 도입하고 있다.

도표 2-16. 4대 시중은행 점포 수 변화 (단위: 개)



Source: 각 사, 은행연합회

도표 2-17. 마이데이터 가입자 수 추이 (단위: 만 명)



Source: 금융위원회

최근 국내 금융 플랫폼 기업들은 결제와 금융상품 중개 부문에 주력하고 있다. 과거 플랫폼의 금융 상품 비교추천 서비스는 광고로 분류되었으나, '20년 금융소비자보호법 시행과 맞물려 중개로 해석되기 시작했다. 중개 라이선스를 취득한 금융 플랫폼의 대출, 카드 중개가 가장 먼저 허용되었으며, '23년 이후 예금, 보험, 펀드의 중개도 샌드박스 형태로 확대 시행되기 시작했다.

도표 2-18. 금융상품 유형별 플랫폼상 중개

구분	대리·중개	플랫폼 중개	시행 시기	제도화
대출	가능	샌드박스 운영 후 제도화	'20년	'20년 금융소비자보호법
카드	가능	제휴모집인 등록	'20년	'20년 유권해석
예금	불가	불가 → 허용(샌드박스)	'23년 6월	성과검토후 '24년 제도화(금소법)
보험	가능	불가 → 허용(샌드박스)	'24년 상반기	성과검토후 '24-'25년 제도화(금소법)
펀드	가능	불가 → 추후 인가 검토	'24년 중	성과검토후 제도화(자본시장법)

Source: 금융위원회, 하나금융경영연구소

② 주요 Player

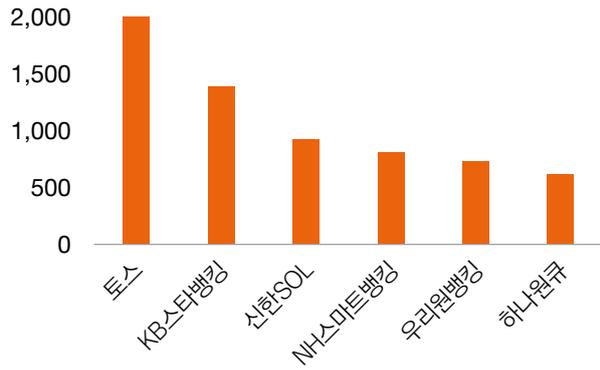
금융 플랫폼 기업은 크게 4가지로 나눌 수 있다. ① 전통 금융사에서 운영하는 금융 플랫폼, ② 네이버페이·카카오페이 등의 빅테크 플랫폼, ③ 토스·케이뱅크·카카오뱅크 등 핀테크·인터넷 전문 은행, ④뱅크샐러드·트레블월렛 등 특화된 기업 서비스로 분류되며, 각각의 Player별로 차별화된 전략을 펼친다.

도표 2-19. 금융 플랫폼 구분 및 대표 기업

구분	업체
빅뱅크	국민은행, 신한은행, 하나은행, 우리은행
빅테크	네이버페이, 카카오페이
핀테크	케이뱅크, 토스
특화 서비스	뱅크샐러드, 트레블월렛, 핀다

Source: 모바일 인덱스

도표 2-20. 금융사 MAU ('25년 2월 기준) (단위: 만 명)



Source: 모바일 인덱스

우선 은행들은 금융 계열사들의 기능을 통합한 'One-App'을 구축하여 사용자를 늘리고 있다. 네이버 등 빅테크 기업들은 간편 결제에 주력하고 있으며, 최근 대출 중개와 보험 영역에도 진출하고 있다. 토스와 같은 핀테크 기업들은 금융 밸류체인의 일부분만을 영위하다가 현재는 증권 거래 및 대출까지 취급하고 있고, 카카오뱅크 등의 인터넷 전문 은행은 전통 은행보다 세련된 UI 등으로 확보한 젊은 고객층을 바탕으로 영향력을 확대하고 있다. 뱅크샐러드와 같이 특화된 금융서비스를 제공하던 핀테크 기업들 또한 사업 모델을 확장해 나가고 있다.

도표 2-21. 국내 주요 금융 플랫폼의 사업 확대 추이

기업명	2015년	2020년	2023년
네이버	간편결제	소상공인 대출, 자산통합조회, 환전, 증권계좌	후불결제, 대출 중개
카카오페이	간편결제, P2P 송금	간편결제, 증권계좌, 대출비교, 간편보험	대출 중개, 보험 확대
카카오뱅크	미존재	예적금, 대출, 신용카드, 제휴 주식계좌	주택담보대출, WM 상품 확대
토스	간편송금	간편결제, 송금, 계좌개설, 대출·보험 상품 비교	인터넷전문은행 진출, 대출·예금·카드 중개
뱅크샐러드	자산관리	금융상품 비교	금융상품 중개
제도 시행		인터넷전문은행 도입 금융 샌드박스	마이데이터, 후불 결제 소액·특화금융사 도입, 금융상품 중개(샌드박스)

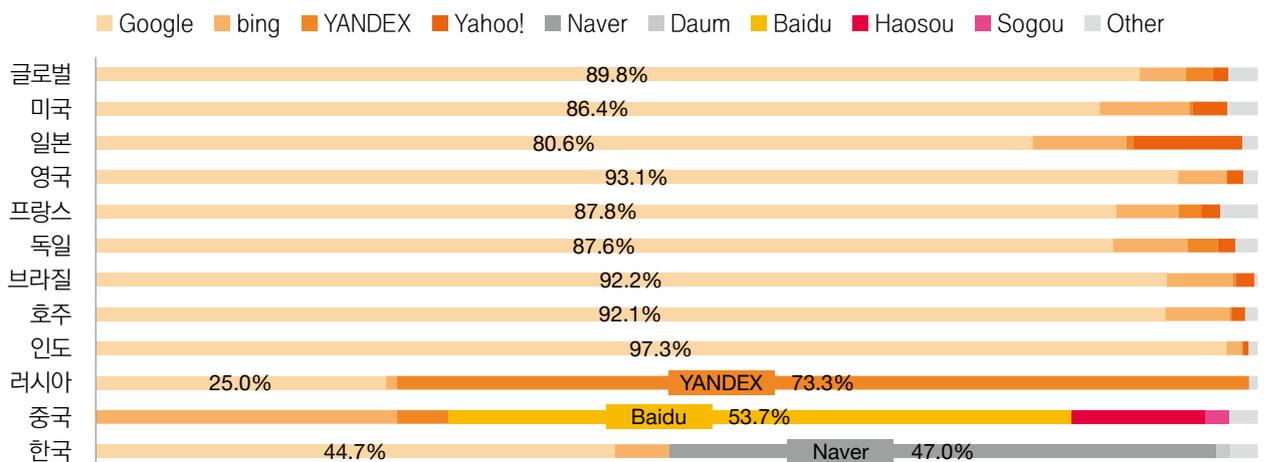
Source: BCG, 하나금융경영연구소

(6) 포털

① 시장 동향

포털(Portal)은 현관문이라는 의미로, 사용자들이 인터넷에 접속할 때 기본적으로 거쳐 가도록 만들어진 사이트를 말한다. 현재 전세계 대부분의 국가에서 포털 사이트 검색 시장은 구글이 지배하고 있으며, 구글이 아닌 현지 포털이 1위를 차지하고 있는 국가로는 한국(네이버), 중국(바이두), 러시아(안덱스)가 있다.

도표 2-22. 국가별 검색엔진 점유율



Source: Statcounter

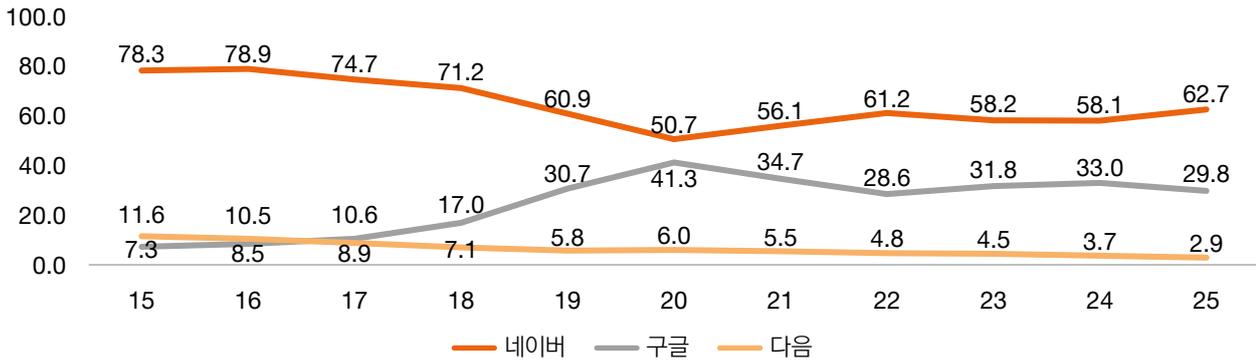
주: 2015.01~2015.10 기준, 집계 방법상 네이버 모바일 앱 검색 반영 미비한 것으로 추정

포털 기업의 수익구조는 광고에 크게 의존하는 구조로, 광고 수익을 극대화하기 위해 시장 점유율 확대가 중요하다. 네이버와 구글이 국내 시장을 주도하는 구도는 지속될 것으로 보이나, 생성형 AI가 검색 방식과 비즈니스 모델을 근본적으로 바꿀 것으로 예상되어 각 Player들은 AI를 접목한 새로운 비즈니스 모델을 선보이기 위해 노력 중이다.

② 주요 Player

국내 검색 시장은 과거 네이버가 80% 이상의 점유율로 독점적 구조를 이루었으나, 2015년 이후 구글이 빠르게 시장을 점유하며 네이버와의 격차를 줄였다. 2025년 기준 네이버의 점유율은 약 63%로 감소했고, 구글은 약 30%까지 증가했다. AI 기술을 접목한 구글의 공세로 한국 내 포털들도 변화에 기민하게 대응하고 있다.

도표 2-23. 국내 검색시장 점유율 추이 (단위: %)



Source: 인터넷트렌드

주: 25년 데이터는 1월 1일부터 9월 30일까지 기간 내 평균

포털 업체들은 AI 기반 검색에서 승자가 되기 위해 경쟁 중이며, 특히 생성형 AI가 기존 검색 패턴을 변화시킬 것으로 예상된다. 네이버는 AI 시대에 대응하기 위해 대규모 투자를 진행하고 있으며, 대화형 AI 서비스 'CLOVA'와 생성형 검색 서비스 'Cue' 등을 출시하며 AI 비즈니스를 확대하고 있다. 네이버는 '검색-커머스' 연결을 통해 AI 기반 매출 증대를 기대하고 있으며, 한국 시장에서 영향력을 확대하려고 한다. 구글은 글로벌 차원에서 생성형 AI 기반 검색 서비스 'AI Overview'를 도입하고, 워크스페이스에도 AI를 적용하여 지식 및 업무 분야에서 입지를 강화하려 한다.

도표 2-24. 생성형 AI검색과 기존 검색엔진의 차이점

구분	생성형AI검색	기존 검색엔진
기술	언어 모델링 기술 바탕으로 답변 생성	키워드 검색을 통한 정보 제공
생성성	사용자 질문에 새로운 정보를 생성	새로운 정보 생성 불가
상호작용	질문을 이해하고 대답하는 방식	사용자와 상호작용 없음
질문·문맥 이해도	이전 질문을 기억하고, 이전 질문과의 연관성을 고려해 답변	각 검색마다 독립적 정보 제공

Source: 삼일PwC경영연구원

3. 플랫폼 비즈니스 전망

(1) 플랫폼 경제의 지속적인 확장

플랫폼 비즈니스는 향후에도 디지털 및 신기술을 접목하며 지속적으로 확장될 것이다. 디지털화와 인터넷 연결성의 증가 그리고 기술 혁신은 더 많은 산업과 분야에서 플랫폼 모델을 채택할 유인으로 작용한다. 특히, 아직 플랫폼을 도입하지 않은 전통적인 산업들이 디지털 전환을 통해 플랫폼 모델을 도입할 가능성은 여전하다. 확장 방향성은 다음과 같다.

- **B2B 플랫폼 확장:** 지금까지 플랫폼 비즈니스는 주로 소비자 중심의 B2C(Business-to-Consumer) 모델에 집중되어 있었으나 앞으로는 B2B(Business-to-Business) 분야에서도 플랫폼화가 가속화될 전망이다. 예를 들어, 산업용 장비, 부품 유통, 비즈니스 서비스 등 다양한 B2B 분야에서 플랫폼을 통해 거래와 협업이 더욱 원활해질 것이다. 이는 기업 간의 거래 효율성을 높이고, 글로벌 공급망의 복잡성을 관리하는 데 유용하다.
- **공공 플랫폼의 부상:** 공공 부문에서도 플랫폼 모델이 점차 채택될 전망이다. 정부와 공공 기관은 플랫폼을 통해 시민들에게 더 나은 서비스를 제공하고, 효율성을 극대화할 수 있는 기회를 모색 중이다. 예를 들어, 스마트 시티 플랫폼은 교통, 에너지, 공공 안전 등의 분야에서 데이터를 기반으로 한 서비스 통합을 가능하게 할 것이다.
- **슈퍼앱과 플랫폼 통합의 진화:** 슈퍼앱(Super Apps)은 하나의 플랫폼 내에서 다양한 서비스를 통합하여 제공하는 방식으로 발전할 것이다. 사용자는 다양한 앱을 번갈아 사용하는 대신, 하나의 통합된 플랫폼에서 일상적인 모든 활동을 처리하길 선호한다. 이러한 통합은 사용자 경험을 극대화하고, 플랫폼 내에서의 사용자 체류 시간을 증가시켜, 더 많은 수익 창출 기회로 연결된다. 예를 들어, 금융 서비스, 쇼핑, 교통, 헬스케어 등 다양한 분야의 서비스가 하나의 플랫폼에 통합될 수 있다. 이는 플랫폼이 사용자 데이터를 종합적으로 분석하여 더욱 개인화된 경험을 제공하고, 사용자 충성도를 높이는 데 활용될 수 있기 때문이다.

(2) AI 기술의 접목으로 초개인화 플랫폼 시대 전망

향후 플랫폼은 증강 현실(AR), 가상 현실(VR), 메타버스, 그리고 AI 기술의 발전과 접목되어 초개인화된 플랫폼 모델로 진화할 전망이다. 생성형 AI와 플랫폼 비즈니스를 결합함으로써 다음과 같은 시너지를 기대할 수 있다.

- **맞춤형 콘텐츠 제공:** 생성형 AI는 사용자의 선호도를 학습하고, 그에 맞춘 맞춤형 콘텐츠를 자동으로 생성할 수 있다. 예를 들어, 미디어 플랫폼에서는 사용자에게 최적화된 뉴스 기사, 비디오, 음악을 실시간으로 제공할 수 있으며, 이로 인해 사용자 참여도와 만족도가 크게 향상될 수 있다.
- **서비스 제공의 자동화:** 플랫폼 비즈니스는 수많은 서비스 제공자와 사용자 간의 중개 역할을 한다. 생성형 AI는 이러한 과정에서 반복적이거나 단순한 작업을 자동화하여 서비스 제공 속도와 효율성을 높일 수 있다. 예를 들어, 고객 지원 챗봇이나 자동화된 마케팅 콘텐츠 생성이 가능하다.
- **사용자 경험 개선:** 생성형 AI는 대화형 인터페이스를 통해 사용자의 요구를 보다 정확히 파악하고, 이에 맞춘 서비스를 제공할 수 있다. 이를 통해 사용자 경험이 크게 개선되며, 플랫폼에 대한 충성도가 높아질 수 있다.

(3) 도전 과제: 생성형 AI와 플랫폼 비즈니스의 접목에서 고려해야 할 사항

생성형 AI와 플랫폼 비즈니스의 결합이 새로운 가능성을 열어주지만 동시에 고려해야 할 여러 도전과제도 수반된다.

- **데이터 윤리 및 개인정보 보호:** 생성형 AI는 대규모 데이터를 학습하여 동작하는데, 이 과정에서 개인정보 보호와 데이터 윤리 문제가 발생할 수 있다. 플랫폼은 이러한 문제를 사전에 예방하고, 투명한 데이터 사용 정책을 확립해야 한다.
- **콘텐츠 품질 및 신뢰성:** 생성형 AI가 생성하는 콘텐츠의 품질과 신뢰성을 유지하는 것이 중요하다. 특히, 가짜 정보나 부정확한 데이터가 유통될 경우 플랫폼의 신뢰도가 하락할 수 있다. 이를 방지하기 위해, AI 모델의 학습 과정에서 품질 관리가 필수적이다.
- **기술적 통합 및 유지 관리:** 생성형 AI를 플랫폼 비즈니스에 통합하는 과정은 기술적으로 복잡할 수 있으며, 지속적인 유지 보수가 필요하다. 이는 플랫폼 운영에 추가적인 부담으로 작용할 수 있다.

AI와의 접목은 향후 플랫폼 비즈니스에서 가장 핵심적인 과제가 될 것이다. 위에서 언급한 여러 도전과제에도 불구하고 향후 플랫폼 비즈니스의 전망은 여전히 밝다는 것에는 이견이 없을 것이다. 디지털 경제로의 전환 과정에서 코로나19 영향까지 겹치면서 국내 온라인 시장의 성장세가 폭발적임에 따라 쿠팡, 마켓컬리 등 수많은 플랫폼 회사들이 가파르게 성장하였고, 이러한 트렌드는 이제 생성형 AI 기술까지 겹치면서 더욱 가속화될 것으로 전망되고 있다. AI 기술 발달로 데이터 수집 및 분석이 용이해지면서 빅데이터 기반의 맞춤형 서비스 제공이 가능해짐에 따라 향후 10년내 대부분의 산업에서는 AI를 활용한 플랫폼 비즈니스 모델이 상용화될 것으로 전망된다.

02

결제산업 비즈니스 현황



1. 결제산업의 개요

(1) 전통적 결제산업의 거래구조

① 오프라인

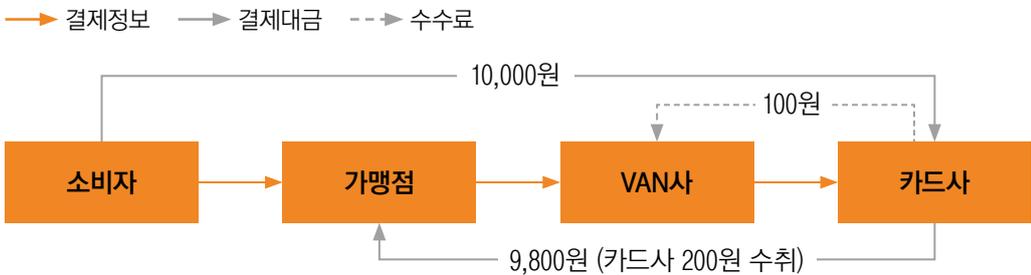
결제산업은 오랫동안 오프라인 기반의 체크·신용카드 결제가 주류를 이뤘다. 카드 결제 거래의 경우 오프라인 카드 결제는 기본적으로 이용자(소비자)-가맹점-카드사로 이어지는 구조이며, 이 과정에서 VAN(Value Added Network)사가 거래 승인 정보 중계 및 단말기(POS) 관리 등을 수행한다.

소비자가 신용카드 지급수단을 이용해 가맹점에서 결제를 요청하면, 가맹점과 카드사 사이에서 거래 승인 정보를 중계하는 네트워크가 작동한다. 오프라인 매장에서는 VAN사가 카드 단말기(POS)로부터 전송된 결제 데이터를 카드사로 안전하게 전달하고, 카드사로부터 수수료를 정산 받는 구조이다. 승인 이후 카드사는 소비자 카드 한도를 조회하고 결제를 승인하며, 매출대금은 카드사 → 가맹점으로 정산된다.

해당 거래구조 순서와 결제대금의 이동구조를 도식화하면 다음과 같다.

그림 1. 카드 결제 거래 구조(오프라인)

* 이용자는 오프라인 가맹점으로부터 10,000원의 재화를 신용카드로 구매, 결제 수수료율 2%, VAN사 수수료율은 1%로 가정



Source: 삼일PwC경영연구원

여신전문금융업법¹에서 명시된 바에 따라 신용카드가맹점은 가맹점수수료를 신용카드회원이 부담하게 할 수 없으므로 이러한 규제환경 속에서 신용카드 결제 시 결제업자가 수취하는 수수료는 신용카드 이용자가 아닌 재화 및 용역을 공급하는 가맹점이 주로 부담하고 있다.

1 여신전문금융업법 제19조(가맹점의 준수사항) ① 신용카드가맹점은 신용카드로 거래한다는 이유로 신용카드 결제를 거절하거나 신용카드회원을 불리하게 대우하지 못한다. 및 ④ 신용카드가맹점은 가맹점수수료를 신용카드회원이 부담하게 하여서는 아니 된다.

② 온라인

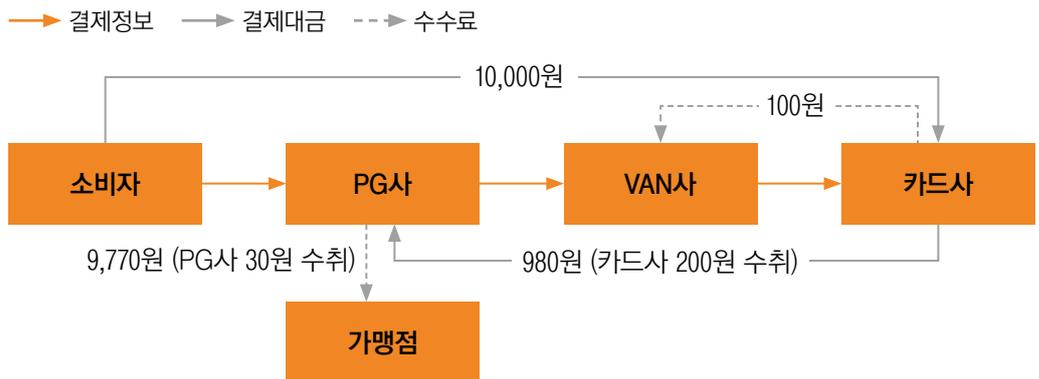
2000년대 이후 인터넷이 상용화되고 전자결제 인프라가 등장하면서 PG사(Payment Gateway)가 등장하였다. 가맹점이 각 카드사와 일일이 계약 및 연결하는데 어려움이 있었기 때문에, PG사는 다수의 카드사 및 은행과 미리 망을 연결해놓고, 개별 온라인 상점이 PG사 한 곳과 계약함으로써 다양한 결제수단(신용카드, 계좌이체, 휴대폰 소액결제 등)을 한 번에 제공할 수 있게 해주었다.

또한 PG사는 온라인 결제정보 전송뿐 아니라 매출대금의 통합정산 서비스까지 제공하여, 여러 카드사로부터 서로 다른 시점에 입금될 대금을 한꺼번에 지급하는 등 가맹점의 정산 편의를 높여준다. 이 과정에서 PG사는 가맹점으로부터 일정 비율의 수수료를 받는데, 이는 카드사가 부과하는 수수료 외에 PG사의 부가서비스 대가에 해당한다.

즉, 온라인 거래에서는 소비자-가맹점-PG(→VAN)-카드사의 구조로 확장되어 가맹점과 금융기관을 연결해주는 추가 중개단계(PG)가 존재한다. 해당 거래구조 순서와 결제대금의 이동구조를 도식화하면 다음과 같다.

그림 2. 카드 결제 거래 구조(온라인)

사례) 이용자는 오프라인 가맹점으로부터 10,000원의 재화를 신용카드로 구매, 결제수수료율 2%, VAN사 수수료율은 1%, PG 수수료율은 0.3%로 가정



Source: 삼일PwC경영연구원

최근에는 PG사 없이 일부 대형 가맹점과 카드사가 직접 연결되는 새로운 거래 구조도 나타나고 있다. 원래 온라인 가맹점이 결제를 처리하기 위해서는 PG사→VAN사를 거쳐 카드사 승인을 받는 것이 일반적이었으나, 최근 카드사가 PG를 생략하고 가맹점과 직접 결제승인 및 정산까지 수행하는 모델이 일부 도입되고 있다. 이는 카드사 입장에서는 중간수수료를 절감하고자 하는 의도가, 가맹점 입장에서는 결제수수료 구조를 단순화하여 비용을 낮추려는 수요가 맞물린 결과이다.

예를 들어 BC카드의 쿠팡, 배달의 민족, 네이버와 같은 대형 온라인 가맹점들을 대상으로 가맹점-카드사 직승인 서비스를 개시하여 PG를 거치지 않는 새로운 결제망을 지원하고 있으며, 이로 인해 전통 PG업계와 마찰을 빚기도 했다. 이는 결제산업의 밸류체인 재편 가능성을 보여주는 사례로, 간편결제 기술의 발전과 이용 확대가 향후 결제사업자들 간 경쟁구도와 수익배분 구조에 지속적인 변화를 가져올 가능성을 시사한다.

(2) 간편결제의 등장으로 인한 거래구조의 변화

2010년대 스마트폰의 보급 및 핀테크의 발전과 2015년 3월 공인인증서 의무 사용 폐지 이후 각종 모바일 및 온라인 플랫폼기업에서 간편결제 플랫폼 사업을 시작하였다. 간편결제는 한 번만 카드나 계좌 정보를 모바일 기기나 PC에 등록해 두고 결제 시 복잡한 인증 대신 간단한 비밀번호 입력이나 기기 접촉만으로 결제하는 서비스이다. 간편결제 사업자는 대부분 전자금융업 라이선스(예: 전자지급결제대행업, 선불전자지급수단 발행업)를 취득하여 결제중개자로서 카드 결제과정에 개입하며, 사용자 인터페이스 측면의 편의성 제고를 통해 빠르게 시장을 넓혀왔다.

간편결제의 등장으로 인해 빅테크·핀테크 기업이 새로운 결제산업의 핵심 주체로 떠올랐으며, 플랫폼 기업들은 자체 앱을 통해 PG 기능과 간편결제 서비스를 동시에 제공함으로써 지급결제 가치 사슬 내 추가적인 사업영역을 확보하였다. 예컨대 네이버페이, 카카오페이 등은 소비자와 가맹점 사이에 개입하여 거래를 중개할 뿐 아니라, 포인트 적립이나 할인 혜택을 접목함으로써 소비자 락인(lock-in) 효과를 창출하고 있다.

전자금융업자 서비스가 제공하는 간편결제 지급수단은 총 3가지(신용·체크카드, 선불충전금, 계좌이체)이다. 지급수단에 따른 이용방식은 다음과 같다.

그림 3. 지급수단에 따른 간편결제 이용방식

지급수단	간편결제 이용방식
신용·체크카드	카드 정보를 미리 저장해두고 간편인증을 통해 해당 카드 이용
선불충전금	충전된 선불금으로 대금 지급 충전금이 부족한 경우 연결된 계좌에서 즉시 충전되면서 이용 가능
계좌이체	은행계좌 정보를 저장해두고 간편인증을 통해 계좌에서 대금 출금

Source: 삼일PwC경영연구원

① 카드연동 방식

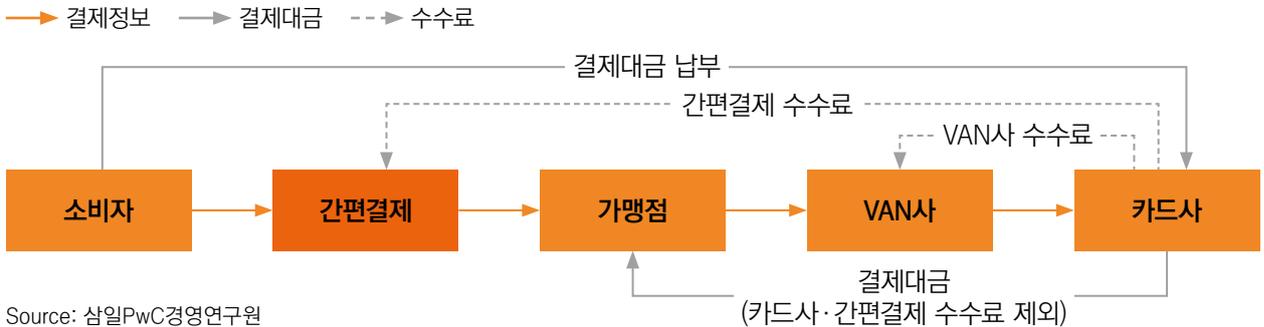
스마트폰, PC에 카드를 등록하여 결제하는 간편결제 방식은 신용카드 결제 과정에 간편결제 사업자가 개입하는 구조로 되어 있다. 오프라인의 경우 결제 단말기에 따라 다양한 결제 방식(MST, NFC, 앱카드방식)으로 되어 있으며, 온라인의 경우는 결제 단말기 없이 모바일 기기에 저장된 결제 정보를 통해 결제하는 방식이다.

그림4. 오프라인 간편결제 방식

결제 방식	특징	관련 사업자
앱카드 (바코드, QR코드)	<ul style="list-style-type: none"> 신용카드사가 제공하는 모바일 카드 서비스로, 실물 카드 없이 스마트폰 앱 내 가상카드로 오프라인 결제 가능 바코드·QR코드 스캔을 통해 결제 	현대카드 앱카드, 신한 SOL페이 등
MST	<ul style="list-style-type: none"> 스마트폰에서 마그네틱 스트라이프 신호를 생성해 전송하는 방식 기존 카드 단말기에서 사용 가능 	삼성월렛(구 삼성페이)
NFC	<ul style="list-style-type: none"> 스마트폰의 NFC칩을 단말기에 근접시켜 전자기 유도 방식으로 통신 후 결제 인증 수행 MST방식에 비해 빠르다는 장점이 있으나 NFC 단말기에서만 가능 	애플페이, 구글페이

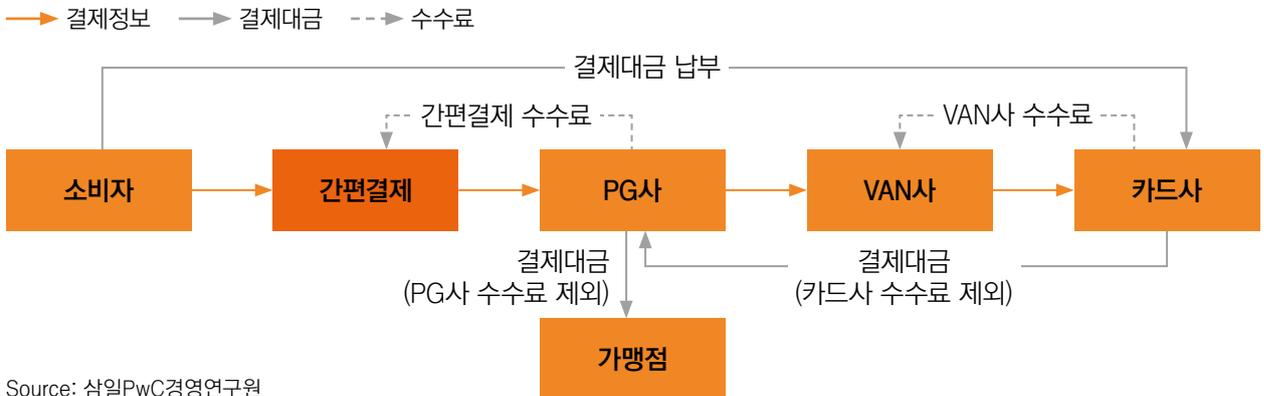
Source: 삼일PwC경영연구원

그림 5. 신용카드 간편결제 구조(오프라인)



Source: 삼일PwC경영연구원

그림 6. 신용카드 간편결제 구조 (온라인)



Source: 삼일PwC경영연구원

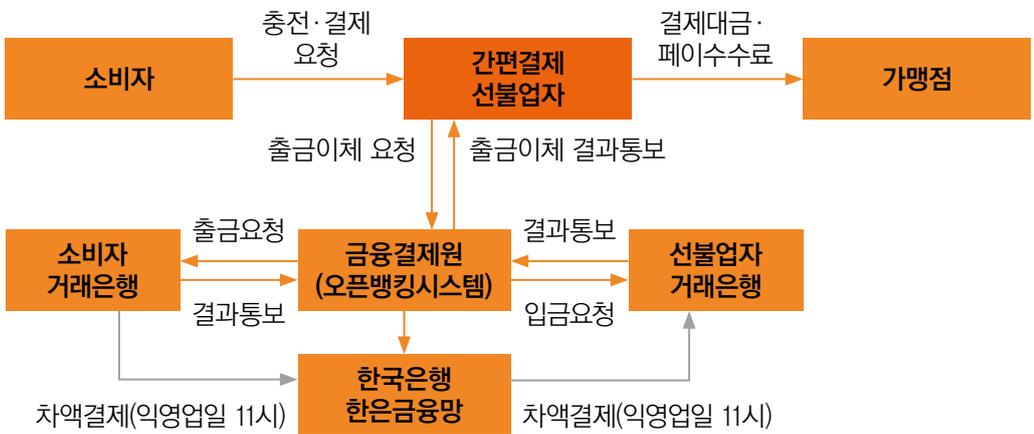
② 선불충전금·계좌이체

간편결제 사업자는 선불충전금을 통해 사실상 전자화폐처럼 기능하는 자체 결제수단을 만들기도 했다. 선불금 충전형 간편결제는 이용자가 간편결제 앱에 돈을 충전해 두면, 사업자는 거래 발생 시 해당 금액을 차감하는 방식으로 결제를 처리하고 나중에 가맹점에 대금을 정산해주는 방식이다. 대표적인 예로는 스타벅스 카드, 카카오페이 머니, 네이버페이 포인트 등이 있으며, 사용자는 앱이나 웹에서 로그인 또는 생체인증을 통해 간편하게 결제를 진행할 수 있다.

또는 계좌 정보를 등록해놓고 즉시 이체하는 방식으로 이뤄지는 경우도 있다. 계좌이체 기반 간편결제는 사용자의 은행 계좌에서 실시간으로 금액을 출금하여 결제하는 방식으로, 금융결제원의 오픈뱅킹 API를 기반으로 구현된다. 사용자는 최초 1회 계좌 등록 및 ARS 인증을 거친 후, 이후에는 비밀번호 입력만으로 간편하게 결제를 진행할 수 있다. 이 방식은 카드번호 입력이나 PG/VAN을 통한 중계 없이 직접 계좌에서 출금이 이루어지기 때문에 수수료 절감 효과가 크며, 사용자 편의성도 높다.

결제 프로세스 측면에서 선불금 충전형은 충전 → 저장 → 결제 → 정산의 흐름을 따르며, 계좌이체형은 계좌 등록 → 인증 → 출금 요청 → 실시간 이체 → 승인 및 정산의 구조로 이루어진다. 오픈뱅킹은 이러한 계좌 기반 결제의 핵심 인프라로 작용하며, 잔액 조회, 거래내역 확인, 출금이체 등 다양한 기능을 API 형태로 제공함으로써 간편결제 서비스의 확장성과 안정성을 높이고 있다. 이처럼 선불금 충전 및 계좌이체 기반 간편결제는 기존 카드 결제 대비 비용 효율성과 사용자 경험 측면에서 강점을 가지며, 다양한 온라인 및 오프라인 가맹점에서 활용도가 높아지고 있다.

그림 7. 선불충전금·계좌이체 간편결제 구조



Source: 삼일PwC경영연구원

(3) 결제산업의 각 당사자별 역할

결제서비스업에서 등장하는 각 주요 Player의 역할은 다음과 같다.

① VAN사

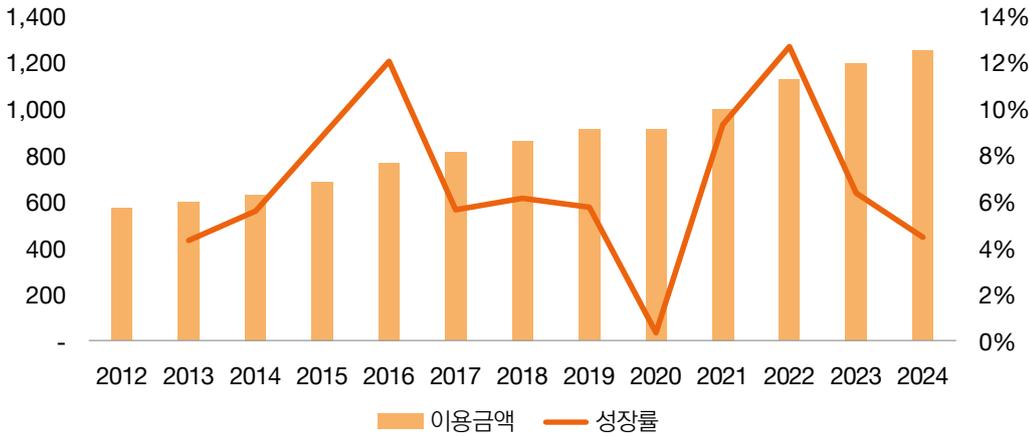
- **정의:** 주로 오프라인에서의 여신전문금융업법 상 "신용카드등부가통신업"을 영위하는 회사로서 1) 카드 사용 승인을 중계하고, 2) 단말기를 설치하며, 3) 가맹점을 모집 및 관리한다. 즉, 신용카드업자 및 신용카드가맹점과의 계약에 따라 단말기를 설치하고, 신용카드 등의 조회·승인 및 매출전표 매입·자금정산 등 신용카드 등의 대금결제를 승인·중계하기 위한 전기통신서비스 제공을 수행한다.
- **계약구조:** VAN사는 일반적으로 신용카드사와 가맹점(혹은 간편결제업자)와 각각 독립적으로 계약을 체결하며 계약의 내용은 다음과 같다.

구분	VAN - 신용카드사 간 계약	VAN - 가맹점 간 계약
계약명	업무대행계약	서비스이용계약
계약내용	카드사 오프라인 가맹점 모집업무, 카드거래 승인 및 매입정보 전달업무, 단말기 판매·설치·AS를 포함한 가맹점향 지원업무	단말기의 매매 혹은 리스계약을 맺고 해당 단말기로부터의 거래승인, 매입정보를 카드사에 중계
수익비용구조	수익) 카드사로부터 수취하는 VAN수수료 비용) VAN대리점 비용	수익) 단말기 판매·리스 수익

- **VAN사 예시:** (주)다우데이터, 한국결제네트웍스, 엔에이치엔케이씨피, 한국정보통신(주), (주)코벤, (주)케이에스넷, 나이스정보통신(주), (주)스마트로, (주)섹터나인, 브이피(주), (주)KG이니시스, 토스페이먼츠(주)

VAN사의 매출은 카드사 수수료 중 일부를 수취하는 형태로 카드사로부터 발생한다. 과거 VAN 수수료는 정액제로서 결제금액과 무관하게 결제 건당 일정 금액을 부과했으나, 2018년 7월 31일을 기점으로 정률제가 도입되기 시작했다. 따라서 VAN사의 수수료 매출은 P(Price, 수수료율)*Q(Quantity, 카드 결제금액)로 구성되며, P인 카드사가 VAN사에게 지급하는 수수료율은 하락세에 있으며, Q인 카드사 거래금액은 증가세에 있다. 수수료율의 경우는 카드 가맹점의 수수료율 인하와 정률제로의 체계 변경이 그 원인이다.

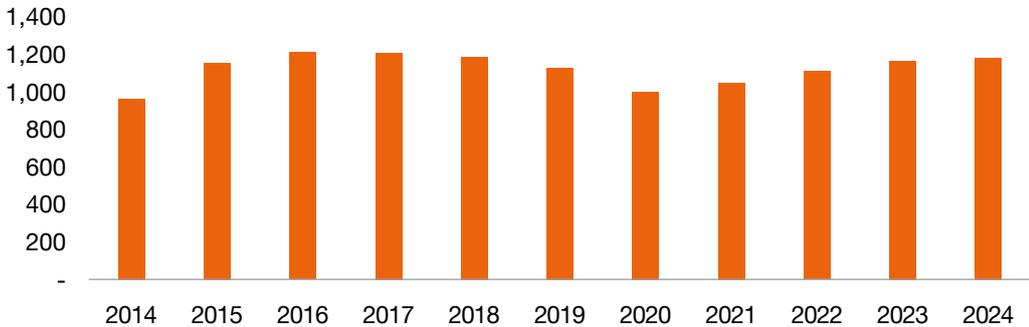
그림 8. 카드사 거래금액 추이 (단위: 조 원)



Source: 한국은행, 삼일PwC경영연구원

한국IR협회의에 따르면, 국내 VAN 수수료 시장 신용카드사의 지급수수료로부터 추정된 국내 VAN 수수료 시장은 2024년 1.18조 원으로 전년대비 1.3% 증가했으며, 등락을 반복하며 정체 중이다. 이는 코로나19가 시작됐던 2020년 1조 원 대비 17.9% 회복된 수치이지만, 고점을 기록했던 2016년 1.21조 원 대비 2.5% 낮다.

그림 9. VAN사 수수료 시장 규모 (단위: 십억 원)



Source: 금융감독원, 한국IR협회의 기업리서치센터

그림 10. 카드수수료 개편방안

연매출	'13~'15년	'16~'18년	'19~'21년	'22~'24년	'25년~
2억 원 이하	1.5%(1.0%)	0.8%(0.5%)	0.8%(0.5%)	0.5%(0.25%)	0.4%(0.15%)
2~3억 원	2.12%(1.53%)*	1.3%(1.0%)			
3~5억 원		2.09%(1.60%)*	1.3%(1.0%)	1.1%(0.85%)	1.0%(0.75%)
5~10억 원			1.4%(1.1%)	1.25%(1.0%)	1.15%(0.9%)
10~30억 원			1.6%(1.3%)	1.5%(1.25%)	1.45%(1.15%)
30억 원~			2.07%(1.48%)*	2.07%(1.45%)*	2.07%(1.45%)*

Source: 금융감독원, 한국IR협회의 기업리서치센터

② PG사

- **정의:** 주로 온라인에서 전자금융거래법에서 정의된 전자지급결제대행의 업무를 수행하는 회사로서 전자적 방법으로 재화의 구입 또는 용역의 이용에 있어서 지급결제정보를 송수신하거나 그 대가의 정산을 대행하거나 매개하는 업을 영위하는 회사로 정의된다. VAN사와의 차이는 VAN사는 거래의 정보를 송수신하는 전기통신 서비스만을 제공하는데 반하여, PG사는 거래의 정보를 송수신함과 더불어 실제 거래대금을 주고받는 기능을 추가적으로 수행한다.
- **계약구조:** PG사도 일반적으로 신용카드사와 가맹점(혹은 간편결제업자)와 각각 독립적으로 계약을 체결하며 계약의 내용은 다음과 같다.

구분	PG사 - 결제원천사 (결제수단제공회사) 간 계약	PG사 - 가맹점 간 계약
계약명	제휴계약	결제정산서비스 이용계약
계약내용	결제수단 별 결제데이터의 연동 후 대금정산 대행지급	결제데이터 연동 및 조회, 가맹점에 대한 지급정산
수익비용구조	비용) 결제원천사에 지급하는 결제수수료	수익) 정산수수료

- **PG사 예시:** NHN KCP, 토스페이먼츠, KG이니시스, 다날, 나이스페이, KICC, 헥토파이낸셜, 블루월렛, 토스페이먼츠, 엑심베이, KG모빌리언스, 스마트로, KPN, 페이레터 등 총 154개 회사

결제 수단으로는 신용카드, 계좌이체와 휴대폰결제 등 다양한 결제 수단을 활용할 수 있다. 현재 신용카드를 통한 결제가 대부분을 차지하고 있으나, 최근에는 선불금을 통한 결제가 증가하고 있다.

PG 이용금액 2008-2024년 연평균 성장률은 22.6%이며, 2024년 PG 이용금액은 501조 원으로 전년 대비 11.6% 성장하였다. 2020년대 초반까지 전자지급결제 서비스 이용 실적이 견조하였으나, 코로나 이후 온라인쇼핑 거래액 성장률 둔화와 맞물려 2022년부터는 20% 이하의 성장률을 보이고 있다. 그러나 이는 여전히 온라인 쇼핑 거래액 증가분을 상회하는 수치인데, 이는 카카오페이, 네이버페이, 삼성월렛(구 삼성페이), 애플페이 등 QR·바코드와 NFC기반 오프라인 간편결제가 증가했기 때문이다.

즉, 전자지급결제 서비스 성장률은 지속적 소비 둔화로 이전에 비해 다소 정체될 수 있으나, 정부의 내수 부양책과 간편결제 확산에 따른 오프라인 결제의 온라인 결제화 현상으로 성장 기조 자체는 유지할 것으로 보인다.

그림11. 온라인쇼핑거래액과 성장률 추이 (단위: 조 원)



Source: 한국은행, 삼일PwC경영연구원

그림 12. 전자지급결제대행 이용금액 (단위: 조 원)



Source: 한국은행, 삼일PwC경영연구원

주) 2025년 상반기 증감률은 2024년 상반기 대비 증감률

③ 간편결제사

- **정의:** 온오프라인에서 전자금융거래법에서 정의된 전자금융업(자금이체, 선불전자지급수단의 발행 및 관리 등)을 수행하는 회사로서 지급결제정보를 단순히 송수신하는 것을 넘어서 추가적으로 플랫폼 내 신용카드, 계좌이체, 휴대폰결제, 상품권결제 등 다양한 결제수단을 구축하고 이용자가 플랫폼 내에서 결제를 수행하는 정보를 송수신하여 전달하는 회사이다. 최근에는 간편결제사가 PG업이 수행하는 대가의 지급정산을 대행하는 경우가 많다.
- **계약구조:** 간편결제사는 결제수단을 구축하는 가맹점, 지급정산을 대행하는 PG사 혹은 지급정산을 간편결제사가 수행할 경우 각각의 결제원천사와 각각 독립적으로 계약을 체결하며 계약의 내용은 다음과 같다.

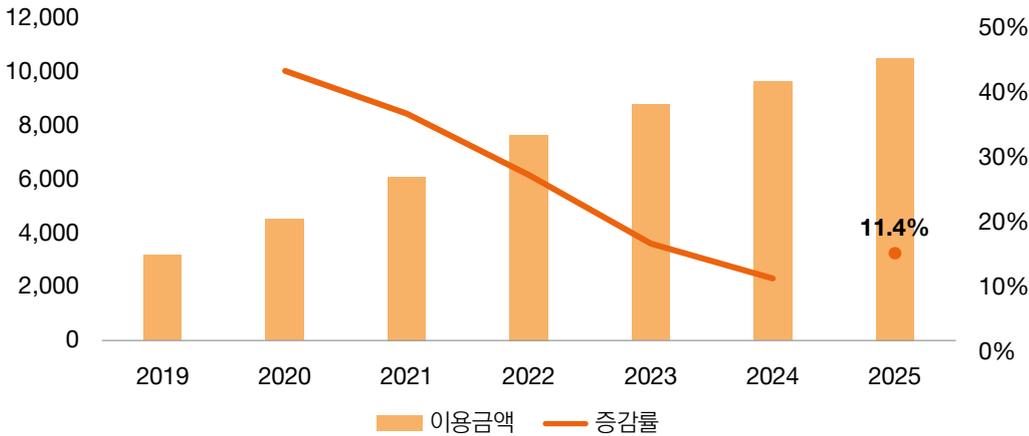
구분	간편결제사 - 가맹점	간편결제사 - PG사	간편결제사 - 결제원천사 (결제수단제공회사) 간 계약
계약명	가맹계약	정산서비스 이용계약	제휴계약
계약내용	가맹점 결제망 구축 및 결제서비스의 제공	결제수단 별 결제데이터의 연동 후 대금정산지급	결제수단 별 결제데이터의 연동 후 대금정산지급
수익비용구조	수익) 결제정산수수료	비용) 정산수수료	비용) 결제원천사에 지급하는 결제수수료

- **간편결제사 예시:** 네이버파이낸셜(네이버페이), 비바리퍼블리카(토스페이), NHN페이코(PAYCO), 롯데멤버스(LPAY), SSG.COM(SSGPAY) 등

국내 일평균 간편결제 금액은 2019년 이후 연평균 성장률 24.7% 성장해 2024년 9,594억 원을 달성하여, 전체 민간최종소비(약 1,240조 원)의 30% 가량을 차지하고 있다. 2025년 상반기에는 일평균 1조 464억 원으로 전년동기대비 11.4% 증가해 1조를 돌파하였다. 이러한 성장은 e-커머스와의 전자상거래 확산과 자기장 인식(MST, Magnetic Secure Transmission)을 통해 카드 단말기를 그대로 사용할 수 있는 삼성월렛(구 삼성페이)의 오프라인 간편결제가 등장에서 기인한 것으로 보인다.

향후 간편결제 서비스는 소비자·가맹점에 제공되는 혜택과 글로벌 시장 공략을 기반으로 지속적으로 확대될 것으로 보인다. 일부 간편결제 사업자들은 해외 관광 수요가 상승하고 있는 만큼, 알리페이 플러스, GLN 등 글로벌 결제망과의 연계를 통해 동남아시아, 일본 등 주요 지역에서 QR 기반 간편결제 서비스를 제공 중이다.

그림 13. 국내 일평균 간편결제 금액 및 증감률 추이 (단위: 억 원)



Source: 한국은행, 삼일PwC경영연구원
 주) 2025년 상반기 증감률은 2024년 상반기 대비 증감률

국내 간편결제 서비스 제공업자는 휴대폰제조사, 전자금융업자, 금융사가 제공하는 서비스로 나뉘며, 전자금융업자는 빅테크뿐만 아니라 유통, 배달, 통신 등 비금융업자를 포함하고 있다. 2025년 6월말 기준 간편결제 서비스 조사대상 업체는 59개가 있으며, 이 중 전자금융업자의 비중은 2024년 기준 50.2%를 차지하고 있다. 전자금융업자는 PG서비스와 간편결제 서비스를 같이 제공하여 온라인 가맹점의 편의성을 높이고 자체 플랫폼과 연계된 포인트를 제공하는 등 다양한 혜택을 바탕으로 꾸준히 많은 고객을 확보하고 있다. 금융사들의 비중은 2019년 33.9%에서 점차 감소하여 2024년에는 24.4%를 기록하였다. 휴대폰제조사 대부분은 삼성월렛 위주이며, 2023년 3월 애플페이 서비스가 시작되면서 일시적으로 점유율이 상승했다가 현재는 소폭 감소한 상태이다.

전자금융업자의 경우 선불전자지급수단에 기반한 간편결제 이용비중이 지속적으로 확대되고 있는 상황이다. 이용률이 높은 주요 4사(카카오페이, 네이버페이, 토스, 쿠팡페이)는 적립, 할인 등의 혜택을 내걸며 적극적으로 선불금 충전을 유도하고 있는데, 이는 선불충전금을 통해 이자수익을 얻을 수 있고, 카드사에 지불하는 수수료도 절감할 수 있기 때문인 것으로 보인다.

그림 14. 간편결제 시장에서 Player별 비중 추이 (이용금액 기준)



Source: 한국은행, 삼일PwC경영연구원

그림 15. 전자금융업자 지급수단별 비중



Source: 한국은행, 삼일PwC경영연구원

그림 16. 간편결제 서비스 제공 기업 정리

구분	업체명(서비스명)	
전자금융업자(41)	카카오페이(카카오페이), 네이버파이낸셜(네이버페이), KGI이니시스(KPAY), 토스페이먼츠(브랜드페이), 하렉스인포텍(UBpay), NHN페이코(페이코), 섹타나인(카드자동결제), 스마트로(SS페이), 비바리퍼블리카(토스페이), G마켓글로벌(스마일페이), 에스에스지닷컴(SSG페이), 롯데멤버스(L.pay), 놀유니버스(NOL인터파크페이), 우아한형제들(배민페이), 쿠팡페이(쿠팡페이), 십일번가(SK페이), 다날(NC페이, 아프리카페이 등), 쿠콘(체크페이), 위메프(위메프페이), 세틀뱅크(세틀뱅크머니), 코나아이(코나카드 등), 한국조폐공사(모바일지역사랑상품권), 차이코퍼레이션(차이페이), 샌드페이(샌드),뱅크샐러드(뱅크샐머니), 한국선불카드(모바일팝), 로드시스템(로드페이), 블루월렛(Took, 블루페이), 지머니트랜스(지머니페이), 인스타페이(인스타페이), 당근페이(당근페이 결제 서비스), 한국전자영수증(원터치페이), 핀샷(코인샷 머니), 온오프코리아(NFC모바일 단말기 결제서비스), 비즈플레이, 위대한상상(요기페이), 씨제이올리브네트웍스(슈가페이), 페이시스(달페이), 무신사페이먼츠(무신사페이), 나이스정보통신(NICEePAY), 현대이지웰(이지웰pay)	
휴대폰제조사(2)	삼성전자(삼성월렛), 애플(애플페이)	
금융회사(16)	카드사(9)	BC카드(페이북), 국민카드(ISP, KB페이), 농협카드(앱카드, NH페이), 롯데카드(앱카드), 삼성카드(앱카드), 신한카드(신한SOL페이), 우리카드(우리페이), 하나카드(하나페이), 현대카드(앱카드)
	은행 등(6)	금융정보화추진협의회(모바일현금카드)2), 국민은행(리브KB pay), 농협은행(NH앱캐시), 신한은행(땡겨요페이, 쓸편한결제 등), 하나은행(N Wallet, 돈통 등), 케이뱅크(케이뱅크페이), IM뱅크(IM샵 QR 결제)

Source: 한국은행, 삼일PwC경영연구원

(4) 주요 간편결제 서비스 소개

① 삼성월렛(구 삼성페이)

2015년 8월 출시된 삼성전자가 제공하는 모바일 결제 및 디지털 지갑 서비스로, 스마트폰 등을 이용해 오프라인·온라인 매장에서 결제 가능하도록 설계되었다. MST(Magnetic Secure Transmission) 및 NFC 결제 기술을 모두 지원해, 전통적인 카드 단말기에서도 결제가 가능하다는 장점을 가지고 있다. 2023~2024년부터 네이버페이·카카오페이의 오프라인 결제 인프라로도 가능하고 있다.

- **이용현황:** 2024년 9월 와이즈앱의 조사결과에 따르면 삼성월렛 이용자 수는 1856만 명에 육박하였으며, 2025년 2월 기준 삼성월렛의 누적 결제액은 219조 원으로, 출시 1년 시점 2조 원 수준에서 약 100배 증가하였다.
- **최근 주요 동향:** 삼성월렛은 기능 확장 및 제휴를 지속하고 있다. 미국 Green Dot와 제휴하여 삼성월렛 내 P2P 송금 서비스 “Tap to Transfer” 기능(삼성월렛 → 타 디지털 지갑 또는 NFC 기반 직불카드로 즉시 송금이 가능한 기능)을 출시하였으며, 미국 일부 주부터 삼성월렛 내 크레딧카드 할부 결제 기능이 도입되었다. 또한 Splitit 파트너십 기반으로 신용 조회 없이 최소 50달러 이상 구매 시 할부 선택 가능하며, 연내 전 주 확대 예정이라고 한다. 또한 Coinbase와 협업해 삼성월렛 내 암호화폐 서비스 연동을 준비 중이기도 하다.

② 애플페이

애플이 제공하는 모바일 결제·디지털 지갑 서비스로, iPhone, Apple Watch 등 애플 생태계 내에서 간편하게 결제 가능하도록 설계되었다. 한국에는 2023년 3월 현대카드 단독 제휴로 한국에 진입하였으며, NFC 결제 기능만을 제공해서 NFC 단말 보급률·제휴 카드사 스펙이 확장 여부를 결정한다.

- **이용현황:** 2024년 애플페이를 이용한 현대카드 결제승인금액은 2조 97억 원으로, 같은 기간 현대카드 총 결제액 185조 5664억 원 중 1.1%에 불과한 수준이며 결제 1건당 평균 결제 금액도 1만 5000원 수준이다.
- **최근 주요 동향:** 삼성월렛과 달리 카드사에 수수료(건당 0.15%p)를 받고 있어 전체 결제에서 애플페이가 차지하는 점유율이 높아질수록 카드사의 수수료 부담이 커지고 있으며, NFC단말기 구축 비용 등이 추가로 들어가면서 이중고를 겪고 있다. 현시점까지 현대카드 단독 제휴로 이용 규모가 크지는 않았지만, 신한·KB국민·하나카드도 2025년 중 애플페이 서비스를 도입할 예정이며, 신한카드의 경우 금융당국 심사를 완료하여 빠르게 움직이는 중이다.

③ 카카오페이

카카오페이는 2014년 카카오톡 생태계를 바탕으로 한 간편송금 서비스를 시작으로 결제·보험·증권·마이데이터 서비스를 제공하는 종합 금융 플랫폼이다.

- **이용현황:** 2024년 연간거래액(TPV)은 167.3조 원(+19% YoY)을 기록했으며, 연결 매출은 전년 대비 25% 성장한 7,662억 원을 달성했다. 2024년 월간활성사용자수(MAU)는 2,402만 명을 기록했으며, 핵심 사업인 결제·금융·송금 서비스의 사용자당 거래 건수는 전년 동기 대비 10% 증가한 92건을 달성했다. 국내 가맹점 수는 식음료 업종을 중심으로 한 신규 가맹점 유입에 힘입어 113만 개(+14% YoY)를 돌파했다.
- **최근 주요 동향:** Alipay, TrueMoney 등 12개 해외 결제 플랫폼과 제휴를 확대하여, 해외 관광객의 결제 건수가 두드러지게 증가하고 있다. 향후 업계 최다 수준의 마이데이터와 자사 데이터를 활용해 서비스를 고도화하고 생성형 IA를 결합한 금융 플랫폼으로의 진화를 추진할 계획이라고 밝혔다.

④ 네이버페이

네이버의 간편결제 서비스로, 검색 네이버의 간편결제 서비스로, 검색·쇼핑·금융 등 네이버 생태계와 연계되어 있으며, 온라인 쇼핑 및 오프라인 QR결제 영역에서도 점차 확대 중이다.

- **이용현황:** 2024년 연간 결제액(TPV) 72조1000억 원을 달성했으며, 매출과 수익에서 모두 10% 성장세를 보였다. 특히 신규 가맹점들을 늘리며 외부 결제 비중을 키우는 등 온오프라인에서 생태계를 확장하고 있다. 외부 결제액은 네이버가 아닌 쇼핑몰, 사이트에서 결제할 때 네이버페이를 이용하는 거래의 수익을 의미하며, 이는 전체 결제액의 50%가량을 차지했다.
- **최근 주요 동향:** 국내 오프라인 쿠팡결제처를 확대하고 있으며, 다양한 프로모션을 진행하며 외부 결제액을 늘렸다. 올리브영, 골프장, 편의점 등 일상영역 가맹점과 제휴를 맺었다. 또한 결제를 포함해 보험, 부동산까지 제공하는 종합금융플랫폼을 목표로 하는 만큼 부동산 서비스를 적극적으로 유치하고 있다. 네이버부동산 앱과 서비스를 통합하고 대출·보험 비교 라인업 확장, VR매물·단지투어 확대, 부동산·보험 홈 개편 등 서비스를 고도화하고 있다.

⑤ 토스

토스는 한국의 대표 핀테크 플랫폼 중 하나로, 송금·결제·투자·보험 등 다양한 금융 서비스를 “슈퍼앱” 형태로 제공한다. 이러한 전략 하에 각 사업 부문별로 경쟁력 있는 서비스를 지속적으로 선보이며 주요 서비스와 계열사(토스증권, 토스페이먼츠, 토스인컴, 토스인슈어런스 등)간 시너지를 강화하고 있다.

- **이용현황:** 2024년 말 기준 토스 앱의 월간 활성 이용자 수(Monthly Active Users, MAU)는 와이즈앱 기준 전년 대비 29% 늘어난 2,480만 명을 기록했다. 토스와 자회사의 매출을 포함한 연결 영업수익은 1조 9,556억 원을 기록, 전년 대비 42.7% 성장하며 사상 최대치를 달성했으며, 첫 연간 흑자 전환에도 성공하였다. 특히 송금·결제·증권·광고 등 컨슈머 서비스가 매출의 64.9%를 차지하면서 수익성 개선을 주도하였다.
- **최근 주요 동향:** 2025년 5월, Toss는 송금 특화 fintech 기업 'MOIN'과의 제휴를 60여 개국 대상으로 24/7 송금이 가능하다. 또한 얼굴인식 결제 시스템 'FacePay'를 서울 2만여 매장에 시범 적용했고, 보안·개인정보 가이드라인 준수 및 1초 결제 속도 등이 핵심 강점으로 소개되었다. 즉, 한국의 슈퍼앱을 넘어 글로벌 슈퍼앱으로 도약하고자 관련 사업 확장·제휴를 지속하는 중이다.

⑥ 쿠팡페이

쿠팡이 운영하는 대표적인 유통사 기반 전자상거래 플랫폼 및 디지털 결제 서비스로, 쿠팡이츠를 포함하여 이커머스 내 결제 및 금융 서비스 기능을 제공하고 있다. 자체 결제 인프라(OneTouch 등) 및 금융 확장 전략을 통해 결제시장 진입을 강화하고 있다.

- **이용현황:** 쿠팡페이의 2024년 매출액은 1조 1248억 원으로 32.2% 늘었으며, 영업이익은 561억 원으로 전년대비 57.4% 증가하였다.
- **최근 주요 동향:** 쿠팡페이는 마켓플레이스 판매자를 대상으로 제휴 금융사 대출 상품을 비교·추천하고, 앱 내에서 신청 가능하도록 하는 ‘대출 모집’ 기능을 도입하였으며, 이는 플랫폼 데이터 기반의 셀러 금융 통합 전략이다.

2. 결제산업의 규제환경

(1) 전자금융거래법

한국의 간편결제 산업을 포함한 전자지급결제 비즈니스는 「전자금융거래법」이라는 법률의 틀 안에서 존재한다. 전자금융거래법은 2006년 제정되어 2007년부터 시행된 법으로서, 전자적 방식으로 자금을 이체하거나 결제하는 거래의 안전성과 이용자 보호를 목적으로 한 기본법이다. 동 법은 전자금융거래에 관여하는 사업자들을 인가·등록제로 규율하면서, 이들의 의무와 이용자 권익에 관한 사항을 상세히 규정하고 있다.

법에서 정의한 전자금융업자의 유형으로는 전자지급결제대행업(PG업), 선불전자지급수단 발행 및 관리업(선불업), 직불전자지급수단 발행 및 관리업(직불업: 체크카드 등), 전자자금이체업, 결제대금예치업(에스크로), 전자화폐업, 전자고지결제업 등이 있다. 간편결제 서비스를 제공하는 업체들은 이중 사업 모델에 따라 PG업 및/또는 선불업 라이선스를 주로 취득하여 운영하고 있다.

전자금융거래법은 이용자 자금 보호와 시스템 안정성을 핵심 원칙으로 삼으며, 이를 위해 전자금융업자에 대해 최소자본금 요건, 전산시설 및 보안기준 준수, 거래 내역기록 의무, 사고 시 손해배상 책임 등을 부과하고 있다. 또한 이용자의 과실 없는 금융사고에 대해서는 금융회사가 배상책임을 지도록 규정하여 소비자를 두텁게 보호한다.

(2) 선불전자지급수단 가이드라인의 제정

간편결제의 확산으로 선불충전금을 보유·운영하는 사업자가 급증하자, 금융당국은 이용자 자금 보호를 위해 2020년 9월부터 「선불전자지급수단 이용자 자금 보호 가이드라인」을 시행하여, 선불전자지급수단 발행 및 관리업자(선불업자)에 대해 충전금의 최소 50% 이상을 신탁 또는 지급보증보험 등으로 별도 예치하도록 의무화했다. 나머지 충전금에 대해서도 상대적으로 안전성이 높은 자산(CMA를 통한 MMF 등 단기금융상품)으로 운용하도록 권고하여, 이용자가 선불충전금을 돌려받지 못하는 위험을 줄이고자 한 것이다.

이 가이드라인 도입 배경은 전자금융업자의 경영악화와 도산 등으로 인한 지급 불능시 이용자 자금 보호장치가 미흡하다는 점이 지적되어 왔으며, 해외의 경우 이미 이용자자금 분리보관 및 외부기관 예치 또는 지급보증보험 가입 등을 의무화하고 있었기 때문이다.

가이드라인은 법적 강제력은 없지만 감독당국의 행정지도 형식으로 업계의 자율적 준수를 유도하였고, 주요 핀테크 기업들은 이에 따라 예치금의 절반 이상을 은행 신탁 등에 맡겨두는 식으로 리스크 관리를 강화하였다. 또한 전자금융업계 스스로도 소비자 보호 필요성에 공감하게 된 계기를 마련했으며, 이후 법령 개정을 통해 규제의 사각지대를 보완하는 기반이 되었다.

(3) 최근의 개정동향

전자금융거래법 등 결제산업 관련 규제환경은 2010년대 후반부터 변화하는 금융환경에 맞춰 지속적으로 개정 작업이 이루어지고 있다. 특히 2021년 발생한 머지포인트 사건 이후, 선불전자지급수단 분야의 소비자 보호 미비점이 사회적 문제로 부각되면서 전자금융거래법의 전면 개편이 추진되었다. 그 결과 「선불전자지급수단 이용자 자금 보호 가이드라인」의 내용을 한층 강화한 형태로 2023년 국회를 통한 개정 전자금융거래법이 2024년 9월 15일부터 시행되었는데, 이는 2007년 법 시행 이후 16년 만의 가장 큰 폭의 개정으로 평가된다. 주요한 내용은 다음과 같다.

● 선불전자지급수단 발행·관리업(선불업)의 규율 강화

- 등록 대상 범위 확대: 종전에는 선불카드 등 선불수단이 한정된 가맹점에서만 쓰이는 경우 또는 발행규모가 일정 기준 이하면 금융위원회 등록의무가 면제되었으나, “1개 가맹점 전용”인 경우를 제외하고는 연간 발행액 500억 원 또는 발행잔액 30억 원을 초과하면 모두 등록하도록 요건이 강화되었다.
- 이용자 자금 보호 의무 법제화: 선불충전금 100%에 대한 별도예치 및 안전자산 운용을 의무화하였다. 또한 선불업자의 자금운용에 있어서 지급보증보험에 가입했다라도 해당 금액을 임의로 투자하지 못하고 정해진 안전자산에 예치하도록 제한하여, 이용자 예탁금을 사실상 고객신탁재산화하였다.

● 소액후불결제업 신설

- 소액후불결제(BNPL) 서비스는 개정 전자금융거래법에 따라 선불업자의 겸영업무 형태로 법제화되었으며, 금융소비자보호법상 대출성 상품으로 규정되었다. 이 업종으로 등록한 사업자는 여신전문금융업 수준의 건전성 규제와 이용자 보호 의무를 지게 된다.
- 그동안 통신사 등의 부가서비스 형태로 규제외 영역에 있던 후불결제에 대해 금융당국이 감독근거를 마련한 것으로, 향후 BNPL 서비스의 무분별한 남용 억제와 신용질서 보호에 기여할 것으로 기대된다.

● 거래 투명성 및 기타 이용자 보호 강화

- 개정법은 선불전자지급수단으로 결제 시 소비자가 실제로 거래하는 가맹점 정보를 확인할 권리를 명시하고, 이를 위해 중간에 거래를 대행하는 플랫폼이나 PG사가 가맹점 정보를 소비자에게 제공하도록 의무화했다.

이밖에도 전자금융사고에 대비한 전자금융업자의 보험가입 의무, 전자금융보조업자(클라우드 등 아웃소싱)에 대한 관리·감독 규정 신설, 금융회사 등이 외부 핀테크와 협업시 준수해야 할 기준(공정한 접근보장 등) 마련 등 다양한 조항이 추가되었다.

03

플랫폼·결제산업 비즈니스 회계적 이슈





1. 수익인식

1.1 온라인 판매업체에 대한 통제 이전

기준서 분석

● Key 회계처리 이슈

플랫폼 기업 중 전자상거래 플랫폼 기업의 경우 판매중개용역에 대한 수익인식시점을 재화의 인도 시점으로 할 것인지, 아니면 소비자의 구매확정시점으로 할 것인지에 대한 이슈가 있을 수 있다. K-IFRS에서 수익인식시점은 (기간에 걸쳐 이행하는 수행의무가 아닌 경우) 고객에게 재화나 용역의 통제가 이전되는 시점이며, 통제가 이전되었음을 나타내는 지표는 다음과 같이 예시하고 있다 (이에 한정되지 않음).

- 지급청구권의 보유
- 법적 소유권
- 물리적 점유의 이전
- 자산의 소유에 따른 유의적인 위험과 보상의 이전
- 고객의 자산 인수

따라서 플랫폼 기업이 고객에게 제공하기로 약속한 '수행의무'가 무엇인지를 식별하고, 이 수행의무에 대한 통제가 이전되는 시점이 언제인지에 대한 분석이 필요할 것이다. 이에 대한 분석은 일반적으로 볼 때 아래와 같이 판단할 수 있을 것이나, 플랫폼 기업과 고객(소비자)간에 체결된 약정에 기재된 상세 조건에 따라 건별로 상세 분석해야할 문제일 것으로 판단된다.

통제 이전의 지표	시점	K-IFRS 제1115호
지급청구권	Case by case	고객이 자산에 대해 지급할 현재 의무가 있다면, 고객이 해당 자산의 사용을 지시하고 자산의 나머지 효익의 대부분을 획득할 능력을 갖고 있음을 나타냄.
법적소유권	Case by case	자산의 법적소유권의 이전은 자산을 고객이 통제하게 되었음을 의미함.
물리적 점유의 이전	인도시점(*) 등	자산에 대한 고객의 물리적 점유는 고객이 '자산의 사용을 지시하고 자산의 나머지 효익의 대부분을 획득할 능력'이 있거나 '그 효익에 다른 기업이 접근하지 못하게 하는 능력'이 있음을 나타낼 수 있음.
자산의 소유에 따른 유의적인 위험과 보상의 이전	Case by case	자산의 사용을 지시하고 자산의 나머지 효익의 대부분을 획득할 능력이 고객에게 있음을 나타낼 수 있다
고객의 자산 인수	구매확정시점 등	계약상 고객의 인수 조항이 자산에 대한 통제를 이전하는 시점에 미치는 영향을 평가해야함.

(*) 고객의 주문취소가 (유의적인 페널티 없이) 언제까지 이루어질 수 있는지에 따라 판단이 달라질 수 있음

● 관련 회계기준 내역

구분	관련 기준서	수익인식 시점 - 한 시점에 이행하는 수행의무
K-IFRS	K-IFRS 제1115호 고객과의 계약에서 생기는 수익인식	<ul style="list-style-type: none"> • 고객에게 약속한 재화나 용역(자산)을 이전하여 수행의무를 이행할 때, 즉 고객이 자산을 통제할 때(또는 기간에 걸쳐 통제하게 되는 대로) 이전된다. • 자산에 대한 통제: 자산을 사용하도록 지시하고 자산의 나머지 효익의 대부분을 획득할 수 있는 능력. 다른 기업이 자산의 사용을 지시하고 자산에서 효익을 획득하지 못하게 하는 능력 포함 • 다음 통제 이전의 지표(이에 한정되지 않음)를 참조하여 고객에게 통제가 이전된 시점을 판단한다. <ul style="list-style-type: none"> - 기업은 자산에 대해 현재 지급청구권이 있다 - 고객에게 자산의 법적 소유권이 있다. - 기업이 자산의 물리적 점유를 이전하였다. - 자산의 소유에 따른 유의적인 위험과 보상이 고객에게 있다. - 고객이 자산을 인수하였다.
일반기업 회계기준	일반기업회계기준 제16장 수익	<p>재화의 판매로 인한 수익은 다음 조건이 모두 충족될 때 인식한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 재화의 소유에 따른 유의적인 위험과 보상이 구매자에게 이전된다. (2) 판매자는 판매한 재화에 대하여 소유권이 있을 때 통상적으로 행사하는 정도의 관리나 효과적인 통제를 할 수 없다. (3) 수익금액을 신뢰성 있게 측정할 수 있다. (4) 경제적 효익의 유입 가능성이 매우 높다. (5) 거래와 관련하여 발생했거나 발생할 원가를 신뢰성 있게 측정할 수 있다.

(*) 고객의 주문취소가 (유의적인 페널티 없이) 언제까지 이루어질 수 있는지에 따라 판단이 달라질 수 있음

● 수익인식 방법

하기 회계처리는 플랫폼 기업이 단순 중개서비스만을 제공하여 거래 수수료를 수익으로 인식하는 경우를 가정하였음(플랫폼 기업이 재고부담을 지지 아니함). 재화의 거래가격은 100원이며, 이에 더해 플랫폼기업은 중개자로서 3%의 수수료를 부과함.

구분	인도시점	구매확정시점
고객(소비자)이 플랫폼에서 주문	차변) 미수금 100원 대변) 예수금 100원	차변) 미수금 100원 대변) 예수금 100원
재화가 소비자에게 배송완료	차변) 예수금 100 대변) 영업수익 3 미지급금 97	자산의 법적소유권의 이전은 자산을 고객이 통제하게 되었음을 의미함.
소비자가 구매를 확정함(*)		차변) 예수금 100 대변) 영업수익 3 미지급금 97

(*) 소비자의 구매확정시점은 스스로 플랫폼에서 구매확정 버튼을 누르거나, 개별 약정에 의거하여 인도일로부터 특정일 이후 시점이 될 수 있음.

사례 분석

Background



이커머스업체 X사는 Y사와 계약을 체결하여 자사의 제품을 최종 고객에게 공급하고 있다. Y사는 제품에 대한 법적 소유권을 가지며, X사로부터 제품을 수령한 후 제품에 대한 대금을 지불해야 한다. Y사는 X사와의 계약에 명시된 대로 제품의 표준 반품 권리를 가지고 있다.

Issue



X사는 수익을 언제 인식해야 하는가?

Solution



K-IFRS 1115 문단 38은 고객이 약속된 자산을 통제하고 기업이 수행의무를 이행하는 시점을 판단하기 위해, 통제 이전의 지표를 제시하고 있다. Y사는 제품을 물리적으로 소유하고 있으며, 이에 대한 법적 소유권을 보유하고 있다. 또한, 현재 X사로부터 제품을 수령할 때 제품에 대하여 대금을 지급할 의무가 있다. 이는 모두 Y사에게 제품이 배송될 때 X사의 통제가 이전되는 것을 나타내는 지표에 해당된다.

반품권은 별도의 수행의무는 아니지만 이전된 상품의 추정 거래 가격에 영향을 미친다. 수익은 Y사가 반품하지 않을 것으로 예상되는 상품에 대해서만 인식된다. X사는 과거 data 및 정보 등을 근거로, 누적 수익 금액 중 유의적인 부분을 되돌리지(환원하지) 않을 가능성이 매우 높은(highly probable) 정도를 평가해야 하며 이에 따라 수익이 인식되어야 한다[K-IFRS 1115 문단 56]. 기업이 받을 권리를 갖게 될 것으로 예상하는 대가(금액)(반품 예상 제품은 제외)를 산정하기 위해 받은(또는 받을) 금액 중 기업이 권리를 갖게

될 것으로 예상하지 않는 부분은 고객에게 제품을 이전할 때 수익으로 인식하지 않고, 환불부채로 인식한다[K-IFRS 1115 문단 B23]. 이후 보고기간 말마다, 기업은 제품을 이전하고 그 대가로 권리를 갖게 될 것으로 예상하는 금액을 다시 평가하고 이에 따라 거래가격과 인식된 수익 금액을 수정한다.

예시로, X사는 거래 가격에 95%의 매출을 포함하는 경우 누적 수익 금액 중 유의적인 부분을 되돌리지(환원하지) 않을 것으로 예상하고 있다. 이 때 X사는 Y사에게 제품의 통제권이 이전될 때 매출의 95%에 대한 수익을 인식한다. 잔여 5%에 대해서는 X사는 수익을 인식하지 않고 환불 부채 및 자산(판매비용 및 원가에 대한 조정 포함)을 계상해야 하며, 이는 Y사로부터 제품을 회수할 권리를 나타낸다. 반품된 자산은 환불 부채와 별도로 손상평가를 해야 한다. X사는 반품 자산의 손상 여부를 평가하고, 손상된 경우 자산의 가치를 조정해야 한다.

1.2 배송 서비스가 포함된 상품 판매

사례 분석

Background



전자제품 제조업체인 X사는 이커머스업체 Y사와 텔레비전을 판매하기 위한 계약을 체결했다. Y사는 X사에게 텔레비전을 판매하고 배송을 준비해 줄 것을 요청한다.

계약서에는 텔레비전이 배송 부두에서 운송업체에 의해 픽업될 때 법적 소유권과 재고 위험이 Y사에게 이전된다고 명시되어 있으며 X사는 텔레비전이 배송 부두에서 운송업체에 의해 픽업된 후 배송업체를 재지정하는 등의 방식으로 텔레비전을 다른 이커머스업체에 판매할 수 없다. Y사는 텔레비전이 선적되었을 때 통제가 Y사에게 이전된다고 결론 내렸다.

Issue



이 계약에는 몇 개의 수행의무가 있으며, X사는 언제 수익을 인식해야 하는가?

Solution



계약서에는 텔레비전 판매 및 배송 서비스 등 여러 가지 약속이 포함되어 있다. X사는 이들이 단일의 수행의무인지 여부를 결정해야 한다[K-IFRS 1115 문단22].

X사는 명시된 배송 조건을 평가하여 재화의 통제가 Y사에게 언제 이전되는지를 결정해야 하며, 배송 서비스는 별도의 수행의무로 식별된다.

고객에게 상품을 배송(또는 상품이 배송되도록 주선)하기로 하였으며 배송 전에 재화의 통제가 고객에게 이전되는 경우 배송 및 취급 서비스는 별도의 수행의무로 식별될 수 있다.

반대로, 재화의 통제가 고객에게 배송 전에 이전되지 않는 경우 배송은 고객에게 약속된 서비스가 아니다. 이는 배송이 이행 활동이며 비용이 고객에게 재화를 이전하는 과정의 일환으로 발생하기 때문이다.

수행의무

Y사는 배송 서비스를 제공받지 않더라도 텔레비전 그 자체로 효익을 얻을 수 있다. 텔레비전이 배송 부두에서 운송업체에 의해 픽업될 때 통제가 소매업체에게 이전되며, X사가 배송 서비스를 제공하거나 주선하기로 약속한 경우 이는 별개로 판매하는 용역에 해당하여 별도의 수행의무이다.

따라서 이 계약에는 두 가지 수행의무가 식별된다: (1) 텔레비전 판매 (2) 배송 서비스.

수익 인식

X사는 텔레비전에 대한 통제가 소매업체로 이전되는 시점인 텔레비전이 배송 부두에서 운송업체에 의해 픽업될 때 텔레비전 판매에 대한 수익을 인식해야 한다.

X사는 배송 서비스에 대한 수익을 수행의무를 완료하는 정도에 따라 인식해야 한다. X사가 다른 당사자(제3자 운송업체)에 의해 배송이 수행되도록 주선하고 있으므로, 배송 서비스에 배분된 수익을 본인으로서 총액 기준으로 인식할지 혹은 대리인으로서 순액 기준으로 인식할지 평가해야 한다.

1.3 온라인 판매 수익

사례 분석

Background



고객은 의류업체 X사의 온라인플랫폼에서 옷을 구매하기로 하였으며, 금액을 전액 X사의 온라인플랫폼에서 지급하였다.

구매한 의류를 고객의 집까지 배송할 경우 추가 배송비를 청구하며, 고객은 또한 이 X사의 오프라인매장 어디에서나 구매한 옷을 찾아갈 수 있다. 가능한 경우, X사는 이러한 판매에 대해 별도의 재고자산으로 분류한 후에 매출로 처리하고 있다. 이 때 고객은 구매배송지를 변경할 수 없으며, 의류를 수령할 때까지 어떤 물리적인 소유권을 갖지 않는다.

고객A: 오프라인 매장수령을 선택했고, 대금지급 1주일 후에, 옷을 가져가기 위해 해당 매장으로 간다. 오프라인 매장에서는 해당 고객이 주문한 상품을 오프라인 매장 내 별도의 픽업존에 별도로 구분하여 관리하고 있으며, 픽업대상인 상품은 다른 고객에게 판매하거나 회사 내부 목적으로 사용하지 않는 정책을 가지고 있다.

고객B: 배송비를 지급하고, 집으로 배송을 선택한다.

Issue



X사는 고객 A와 고객 B에 대해 언제 수익을 인식해야 하는가?

Solution



고객 A

미인도청구약정(Bill-and-hold)은 고객에게 배송 준비가 된 상품에 대한 청구는 이루어졌지만, 회사가 상품을 고객에게 배송하지는 않은 경우에 발생한다. 회사는 고객이 물리적 소유를 하지 않은 경우라도 통제(Control)가 고객에게 이전되었는지에 대한 검토가 필요하다. 수익은 재화에 대한 통제가 고객에게 이전되는 경우 인식한다.

K-IFRS 15 문단 B81에서는 청구되는 되었으나 고객에게 배송되지 않은 거래(Bill-and-hold)에서 고객이 통제를 획득하는 요건을 충족하여야 하는 추가 요건을 다음과 같이 설명하고 있다.

1. 미인도청구약정(Bill-and-hold)의 이유가 실질적이어야 한다(예: 고객이 그 약정을 요구하였다).
2. 제품은 고객의 소유물로 구분하여 식별되어야 한다.
3. 고객에게 제품을 물리적으로 이전할 준비가 현재 되어 있어야 한다.
4. 기업이 제품을 사용할 능력을 가질 수 없거나 다른 고객에게 이를 넘길 능력을 가질 수 없다.

사례에서 X사는 제품(즉, 의류)이 고객 A를 위해 특별히 따로 보관되었을 때 수익을 인식할 수 있다는 결론을 내렸다. 이는 제품이 픽업 장소에서 고객 A에게 이전하기 위해 물리적으로 이용 가능하고 다른 고객에게 사용할 수 없기 때문이다(이 경우 고객 A는 이 미인도청구약정에서 재고에 대한 통제권을 얻었다).

만약, 상품이 여전히 창고에서 배송되어야 하는 경우, 매장에서 최종 소비자가 주문한 제품을 수령할 때까지는 위와 같은 상황이라고 고려할 수 없을 것이다. 이 경우에, 반품과 관련한 추정치를 별도로 고려해야 할 수 있다.

고객 B

회사는 반드시, 제품(즉 의류)이 배송되었을 때 수익을 인식해야 한다. 고객 B는 구매 시 대금지급을 하였지만, 의류를 수령할 때까지는 해당 자산을 사용을 지시할 수가 없다.

또한, 제품이 배송될 때 통제권이 이전되었다는 것을 나타내는 지표로는 고객이 배송지 변경이 불가능하고, 고객은 물리적 소유권을 가지고 있지 않고 자산을 수령할 때까지 "Accept"하지 않은 것이므로, 물리적인 소유를 하지 않았다는 점이다.

1.4 반품권

사례 분석

Background



이커머스업체 X사

이커머스업체 X사는 유통체인을 이용하여 최종 고객에게 제품을 공급한다. X사는 유통업체 Y사에게 각각 CU50에 100개의 제품을 판매한다.

각 제품의 비용은 CU10이다. X사가 수익을 인식하는 시점은 Y사가 제품을 배송 받을 때 즉, Y사가 제품에 대한 통제권을 얻는 시점에 인식한다.

X사는 기대가치에 근거하여 판매된 제품의 6%가 반품될 것으로 추정하며, 예상 반품의 추정치가 변경되더라도 누적수익이 크게 환원되지 않을 가능성이 매우 높다고 추정한다.

Y사는 제품을 배송받은 후, 최대 120일 동안 제품을 반품할 수 있는 계약상의 권리가 있으며, 전액 현금 환불을 받을 수 있다. X사는 판매된 제품에 대해 추가적인 수행 의무는 없으며, Y사는 120일 이후에는 추가적인 반품 권리가 없다.

유통업체 Y

Y사는 매장을 통해 최종 고객에게 제품을 판매한다. Y사는 제품이 매장에서 판매될 때(즉, 고객이 물리적으로 소유하고 전액을 지불했을 때) 수익을 인식한다. Y사는 고객에게 구매 후 최대 90일 동안 제품을 반품할 수 있는 권리를 부여하는 반품 정책을 가지고 있다.

Y사는 기대가치에 근거하여 판매된 제품의 10%가 반품될 것으로 추정하며, 예상 반품의 추정치가 변경되더라도 누적수익이 크게 환원되지 않을 가능성이 매우 높다고 추정한다.

Issue



X사와 Y사는 이 계약에서 어떻게 수익을 인식해야 하는가?

Solution



X사

반품권은 X사에 대한 별도의 수행 의무가 아니지만, 거래 가격 추정에 영향을 미친다.

K-IFRS 1115 문단 B21은 X사가 기업이 받을 권리를 갖게 될 것으로 예상하는 대가(금액)를 이전하는 제품에 대한 수익으로 인식한다 (그러므로 반품이 예상되는 제품에 대해서는 수익을 인식하지 않을 것이다).

X사는 거래 가격에 94%(기대되는 반품율 6% 제외)를 포함하는 것이 누적수익이 크게 환원되지 않을 것이라고 추정한다. 따라서, X사는 Y사에 대한 판매의 94%에 대해 수익을 인식한다. X사는 고객에게 환불하게 될 6%에 대해서는 환불부채를 인식해야 한다. 환불부채는 수익의 조정과 함께 환불추정을 반영하여 매 보고기간 재측정되어야 한다. 환불부채는 현금을 이전하는 의무로써, 계약 부채의 정의를 충족하지 않는다.

X사는 또한 Y사로부터 상품(재고)을 다시 받을 반품자산을 인식해야 한다. 반품자산은 판매 시점에 상품의 장부 금액에서 상품 회수에 대한 예상 비용과 가치 감소를 제외한 금액으로 측정된다. 따라서 반품자산은 매출원가의 차감이 된다. 경우에 따라 반품자산은 이후 폐기되거나 가치가 없다면, 즉시 손상을 인식할 수도 있다.

반품자산의 권리는 환불부채와 별도로 표시된다. 자산으로 인식된 금액은 환불부채가 변경될 때마다, 그리고 자산의 손상 가능성을 시사하는 기타 상황의 변화에 대해서도 업데이트되어야 한다.

수익: 단위당 판매 가격 × 판매된 수량(반품될 것으로 예상되는 수량 제외): CU50 × 94개 = CU4,700

매출원가: 단위당 비용 × 단위 수(반품될 것으로 예상되는 수량 제외): CU10 × 94개 = CU940

반품자산: 단위당 이전 장부 금액 × 예상 반환 단위 수: CU10 × 6개 = CU60

환불부채: 반품 비율 × 판매된 단위 수 × 단위당 판매 가격: 6% × 100개 × CU50 = CU300은 환불 의무에 해당한다.

Y사가 구매한 제품을 반품할 계약적 권리가 없었지만, X사가 반품을 수용하는 관행이 있었다면, 반품 권리는 위에서 설명한 것과 동일한 방식으로 회계 처리된다. 이는 K-IFRS 1115 문단 10이 계약은 서면으로, 구두로, 기업의 사업 관행에 따라 암묵적으로 체결할 수 있다고 명시하고 있기 때문이다.

Y사

X사와 유사하게, Y사는 거래 가격에 판매의 90% (즉, 예상 반품의 10%를 제외한 금액)를 포함하여 수익을 인식하고, 고객에게 환불될 금액 (즉, 10%)에 대한 환불 의무를 인식하며, 이에 상응하는 반품자산을 인식해야 한다.

일부 업체는 교환 형태로만 반품을 제공한다. K-IFRS 1115 문단 B26은 고객이 한 제품을 유형, 품질, 조건, 가격이 같은 다른 제품(예: 색상이나 크기가 다른 제품)과 교환하는 경우에는 이 기준서의 적용 목적상 반품으로 보지 않는다고 언급한다.

1.5 상품 판매 - 본인 vs. 대리인

기준서 분석

● Key 회계처리 이슈

플랫폼 비즈니스에서의 거래는 일반적으로 '중개'서비스 (즉 플랫폼)를 제공하는 회사와 플랫폼을 이용하려는 공급자(*) 그리고 기업고객의 서비스를 이용하는 유저(소비자) 간에 이루어지는 경우가 많다. 이를 도식화하면 아래와 같다.

(*) 배달앱의 경우 음식점, 숙박 및 여행앱의 경우 숙박업체 및 여행사 등, 기타 전자상거래의 경우 유저에게 제(상)품을 공급하는 업체를 의미함.



상기의 거래에서 플랫폼 기업이 수수료 수익만을 매출로 인식할지, 아니면 소비자가 지급한 판매대가 총액을 매출로 인식한 후 기업고객에 지급한 대가를 영업비용으로 인식할지는 결국 동 거래에서 플랫폼 기업이 재화 혹은 서비스를 제공하는 약속을 이행하는 주된 의무를 부담하는 본인인지, 혹은 대리인인지 여부에 따라 결정될 것이다. K-IFRS에서는 재화나 용역이 고객에게 이전되기 전에 기업이 통제하는지 여부에 따라 본인·대리인을 판단하도록 하고 있으며, 플랫폼 비즈니스에서 플랫폼 기업이 본인인지 대리인인지를 판단하는 요건으로 아래의 기준을 살펴볼 수 있다.

- 플랫폼 기업이 재화나 용역에 대한 가격결정권을 가진다면 본인일 가능성이 있음

- 플랫폼 기업이 고객에게 통제가 이전되기 전이나 후에 재고위험을 부담한다면 본인일 가능성이 있음
- 플랫폼 기업이 고객과 계약한 정해진 재화나 용역을 제공하기 위해 다른 당사자가 공급하는 재화나 용역을 통합하는 유의적인 용역을 제공하는 경우에는 그 재화나 용역이 고객에게 이전되기 전에 재화나 용역을 통제하게 됨. 이는 정해진 재화나 용역(다른 당사자에게서 받은 재화나 용역을 포함함)의 투입물을 처음 통제하게 되고 정해진 재화나 용역인 결합산출물을 창출하는 데 그것을 사용하도록 지시하기 때문이며, 플랫폼 기업이 본인일 가능성이 있음.
- 플랫폼 기업이 소비자로부터의 반품을 받을 의무나 배상의무가 있다면 본인일 가능성이 있음. 단 이러한 반품의무나 배상의무를 공급자에게 전가 시킬 수 있다면 판단이 달라질 수 있음
- 플랫폼 기업이 정해진 재화나 용역을 제공하는 약속을 이행하는 주된 책임을 부담한다면 본인일 가능성이 있음. 이는 보통 정해진 재화나 용역을 수용할 수 있게 하는 책임(예: 재화나 용역을 고객의 규격에 맞춤 주된 책임)도 포함함.
- 플랫폼 기업이 다른 고객에게 해당 재화나 용역을 공급하도록 지시하는 등의 방법으로 해당 재화나 용역으로부터의 효익을 얻을 능력이 있다면 이 때 플랫폼 기업은 본인일 가능성이 있음

플랫폼 기업이 전자상거래 등에서 기업고객과 최종소비자에게 제공하는 것이 단순 중개서비스에 한정된다면 해당거래에서 플랫폼 기업이 본인이라고 주장하기 어려울 수도 있을 것이다. 또한 기업이 대리인임을 시사하는 특성 중 하나로 거래 당 고정수수료 또는 고객에게 청구된 금액의 특정비율로 기업이 가득하는 금액이 미리 결정되는 경우가 있다.

전자상거래업을 영위하는 오픈마켓 및 소셜커머스를 포함한 플랫폼 기업에서 거래금액에 판매자 계약단위 또는 제품 카테고리별로 고정 수수료를 부과하여 플랫폼 기업이 가득하는 금액이 미리 결정된다면, 즉 기업이 재화 판매나 용역의 제공에 관련된 유의적인 위험과 보상에 노출되지 않는다면, 이는 기업이 대리인임을 시사하는 특성 중 하나에 해당한다.

또한 온라인플랫폼을 통해 상품을 판매하는 과정에서, 일부 공급자와는 상품 매입단가 협상과 연계하여, 해당 공급자에게만 제공하는 용역 계약(예: “광고 및 운송대행 용역” 등)을 체결하였음에도, 해당 용역계약(매출)과 상품 매입 계약(매출원가)를 별도(*) 계약으로 판단하여 용역매출을 상품 매출원가에서 차감하지 않고 별도 매출로 계

상하게 된다면 매출과 매출원가를 과대계상하였을 가능성이 있다 (Source: 금융감독원 2024년도 재무제표 중점심사 회계이슈업종사전예고 보도자료).

(*) 재화 및 용역의 상호의존도나 상호관련성이 매우 높아 별도로 식별해 낼 수 없음.

플랫폼 기업이 제공하는 재화 및 서비스에 대해, 그 자신이 본인인지 대리인인지를 결정하는 것은 종합적인 분석이 요구되는 판단의 영역이며, 따라서 해당 거래의 유형을 그룹화하거나 일원화하여 분석하기보다는 개별 거래건 별로 계약조건 등을 상세 분석하여 판단할 사항이라고 판단된다.

● 관련 회계기준 내역

구분	관련 기준서	수익인식 시점 - 한 시점에 이행하는 수행의무
K-IFRS/ US-GAAP	K-IFRS 제1115호 고객과의 계약에서 생기는 수익인식 ASC 606 Revenue	<p>기업은 약속의 성격을 판단하기 위해 고객에게 제공될 정해진 재화나 용역(또는 이에 대한 권리)를 식별하고, 재화나 용역이 고객에게 이전되기 전에 기업이 통제하는 지를 판단한다. 기업이 본인이라면 다음 중 하나를 통제하게 된다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 고객에게 이전하게 될, 다른 당사자에게서 받은 재화 또는 다른 자산 • 기업이 자신을 대신하여 고객에게 용역을 제공하도록 지시할 수 있는, 다른 당사자가 수행할 용역에 대한 권리 • 기업이 고객과 계약한 정해진 재화나 용역을 제공하기 위해 다른 당사자가 공급한 재화나 용역을 통합하는 유의적인 용역을 제공 (기업이 투입물을 처음 통제하게 되고, 결합산출물을 창출하는 데 그 사용을 지시하기 때문임) <p>기업이 정해진 재화나 용역이 이전되기 전에 이들을 통제하고 본인임을 나타내는 지표 (이에 한정되지는 않음)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 기업이 정해진 재화나 용역을 제공하는 약속을 이행하는 주된 책임을 부담 (고객이 수용할 수 있도록 할 책임 - 예: 재화나 용역을 고객의 규격에 맞춤 주된 책임) • 고객에게 통제가 이전되기 전이나 후에 재고위험을 부담 (예: 계약 체결 전에 정해진 재화나 용역을 획득하는 경우) • 가격결정 권한 - 단, 대리인도 가격을 결정할 재량이 있을 수 있음.

구분	관련 기준서	수익인식 시점 - 한 시점에 이행하는 수행의무
일반기업 회계기준	일반기업회계기준 제16장 수익	<p>기업이 재화나 용역의 제공과 관련된 유의적인 위험과 보상에 노출된다면 기업은 본인으로서 활동하는 것이다. 기업이 본인으로 활동하는 것을 제시하는 특성은 다음과 같다.</p> <p>(1) 주요 지표</p> <ul style="list-style-type: none"> (가) 기업이 거래의 당사자로서 재화나 용역의 제공에 대한 주된 책임을 부담한다. (나) 기업이 재고자산에 대한 전반적인 위험을 부담한다. <p>(2) 보조 지표</p> <ul style="list-style-type: none"> (가) 기업이 가격결정의 권한을 갖는다. (나) 기업이 재화를 추가 가공(단순한 포장은 제외)하거나 용역의 일부를 수행한다. (다) 기업이 공급자를 선정할 수 있는 재량을 갖는다. (라) 기업이 고객에게 제공되는 재화나 용역의 성격, 유형, 특성, 또는 사양을 주로 결정한다. (마) 기업이 재고자산의 물리적 손상에 따른 위험을 부담한다. (바) 기업이 신용위험을 부담한다.

● 수익인식 방법

회사가 해당 거래에서 본인으로 판단될 경우, 유저의 결제 총액을 매출로, 공급자에 지급하는 대가 (이는 결제 총액에서 회사의 수수료를 차감한 금액임)를 영업비용으로 인식한다. 즉 매출과 비용을 모두 총액으로 인식한다. 만약 회사가 해당 거래에서 대리인으로 판단될 경우, 중개 거래로서 수취하는 수수료 대가만을 매출로 인식한다. 즉, 소비자가 지불한 판매대가에서 공급자에 지급하는 대가를 차감한 순액으로 매출을 인식하며, 별도로 영업비용이 계상되지 않는다. 하기 회계처리 사례에서는 매출액이 100원이고, 수수료가 30%인 경우를 가정하였다.

본인일 경우의 회계처리	차변) 매출채권 100 영업비용 70	대변) 매출 100 매입채무 70
	→ 상기 회계처리에서 매출채권과 매입채무의 상계여부는 회사와 기업고객 간의 채권채무 상계약정에 따라 달라질 수 있음	
대리인일 경우의 회계처리	차변) 매출채권 30	대변) 매출 30

사례 분석

Background



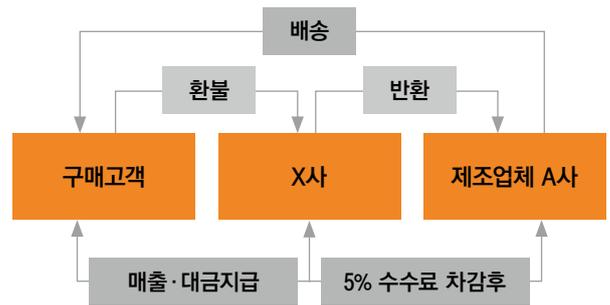
이커머스업체 X사는 여러 제조업체가 생산한 상품을 판매하는 웹사이트를 운영한다. X사는 제조업체 A사와 계약을 체결하여 A사의 제품을 온라인으로 판매한다. X사의 웹사이트는 A사와 최종 소비자 간의 거래구조를 운영한다. 판매 가격은 A사에 의해 설정되며, X사는 판매 가격의 5%에 해당하는 수수료를 얻는다.

A사는 고객에게 직접 상품을 배송하고, 배송 중 손실·손상에 대한 보험에 가입한다. 법적 소유권은 상품이 A사의 창고를 떠날 때 A사에서 X사로 이전된다. 최종 소비자는 불만족스러운 경우 상품을 X사에 반품한다. X사는 고객이 반품한 경우 A사에 상품을 벌금 없이 반품할 권리가 있다.

Issue



X사는 최종 고객에게 상품을 판매하는 본인인가, 대리인가?



Solution



이 계약에서 명시된 상품 또는 서비스는 A사가 생산한 상품이다. X사는 자신이 대리인인지 본인인지(즉, 고객에게 이전되기 전에 특정 상품에 대한 통제를 취하는지) 평가할 때 다음 사실을 고려한다[K-IFRS 1115 문단 B35-B37]:

- X사는 최종 고객이 상품을 구매하고 대금을 지급한 후에만 법적 소유권을 취득한다.
- X사는 A사가 상품을 고객에게 직접 배송하기 때문에 다른 고객에 대한 판매 등의 방식으로 상품으로부터 이익을 얻을 수 있는 능력이 없다.
- X사는 고객이 불만족할 경우 A사로부터 보상을 받을 수 있다.
- 판매 가격은 A사에 의해 결정된다. 따라서, X사는 상품 가격을 결정하는 데 재량이 없다.

X사는 법적 소유권을 취득하고 불만족한 고객이 상품을 직접 X사에 반품한다는 사실을 포함하여, 자신이 “본인”으로서 행동하고 있다는 지표를 고려했다. 그러나 법적 소유권은 고객에게 상품이 이전되기 전의 짧은 기간 동안만 X사에 의해 유지되므로, X사는 상품을 통제하지 않는다. X사는 최종 고객에게 상품이 이전되기 전에는 재고 위험이 없으며, 고객에게 통제권이 이전된 후에도 재고 위험이 없다. 이는 X사가 A사에 상품을 penalty 없이 반품할 권리가 있기 때문이다. 따라서, X사는 “대리인”의 지표를 가지고 있다.

따라서 X사는 판매를 촉진하기 위한 약속을 이행했을 때(즉, 고객이 상품을 구매했을 때) 순수익 기준으로 수수료 수익을 인식해야 한다. A사는 CU100의 수익을 인식하고, 동시에 CU5의 수수료 비용을 인식해야 한다.

1.6 위탁 판매 계약

사례 분석

Background

X사는 garden 용품을 운영하는 업체 Y사에게 목재가구를 위탁 판매한다. 제품은 Y사의 garden 용품에서 즉시 판매된다. X사는 제품이 최종 고객에게 판매될 때까지 법적 소유권을 유지한다. Y사는 판매가 발생할 때까지 X사에 지불할 의무가 없으며, 판매되지 않은 제품은 X사에 반품할 수 있다. X사는 판매되지 않은 제품을 회수하거나 다른 소매업체로 이전할 권리를 유지한다. Y사가 제품을 최종 고객에게 판매하면 X사는 더 이상 의무가 없으며, Y사는 더 이상 반품 권리가 없다.

Issue

X사는 언제 수익을 인식하는가?

Solution

X사는 Y사가 제품을 최종 고객에게 판매할 때만 수익을 인식해야 한다.

Y사가 제품의 물리적 소유권을 가지고 있지만, 제품이 X사에 의해 배송될 때 제품에 대한 통제권은 없다. Y사는 제품을 판매할 권리만 있으며, 최종 고객에게 판매가 이루어질 때까지 X사에 대한 무조건적인 지급 의무는 없다. X사 또한 Y사가 판매하지 않은 제품을 회수할 권리를 보유한다. 따라서 이 계약은 K-IFRS 1115 문단 B78에 따른 위탁 판매 계약임을 나타낸다. 따라서 X사는 제품이 Y사에게 배송될 때 수익을 인식하지 않으며, 이는 K-IFRS 1115 문단 B77 및 B78의 지침에 따른다.

K-IFRS 1115 문단 B77~B78

최종 고객에게 판매하기 위해 기업이 제품을 다른 당사자(예: 중개인이나 유통업자)에게 인도하는 경우에 그 다른 당사자가 그 시점에 제품을 통제하게 되었는지를 평가한다. 다른 당사자가 그 제품을 통제하지 못하는 경우에는 다른 당사자에게 인도한 제품을 위탁 약정에 따라 보유하는 것이다. 따라서 인도된 제품이

위탁물로 보유된다면 제품을 다른 당사자에게 인도할 때 수익을 인식하지 않는다.

어떤 약정이 위탁약정이라는 지표에는 다음 사항이 포함되지만, 이에 한정되지는 않는다. (1) 정해진 사건이 일어날 때까지(예: 중개인의 고객에게 자산을 판매하거나 정해진 기간이 만료될 때까지) 기업이 자산을 통제한다. (2) 기업은 제품의 반환을 요구하거나 제품을 제삼자(예: 다른 중개인)에게 이전할 수 있다. (3) 중개인은 (보증금을 지급해야 하는 경우도 있지만) 제품에 대해 지급해야 하는 무조건적인 의무는 없다.

X사는 고객이 누구인지 평가해야 한다.

- Y사 또는 최종 소비자.

만약 고객이 최종 소비자라면 (즉, Y사가 대리인으로 활동하는 경우), X사는 최종 소비자로부터 받은 금액을 수익으로 인식하고, Y사가 보유한 금액은 X사의 수수료 비용으로 인식된다. 만약 Y사가 고객이라면, X사는 소매업체 Y사로부터 받은 금액을 수익으로 인식한다.

1.7 상품권 판매

사례 분석

Background



이커머스업체 X사는 기프트 카드를 판매한다. 기프트 카드는 구매일로부터 최대 1년간 유효하며, X사의 플랫폼 쇼핑몰에서만 사용할 수 있다. 고객은 사용하지 않은 금액분의 기프트 카드에 대해 현금으로 환급을 받을 수 없다.

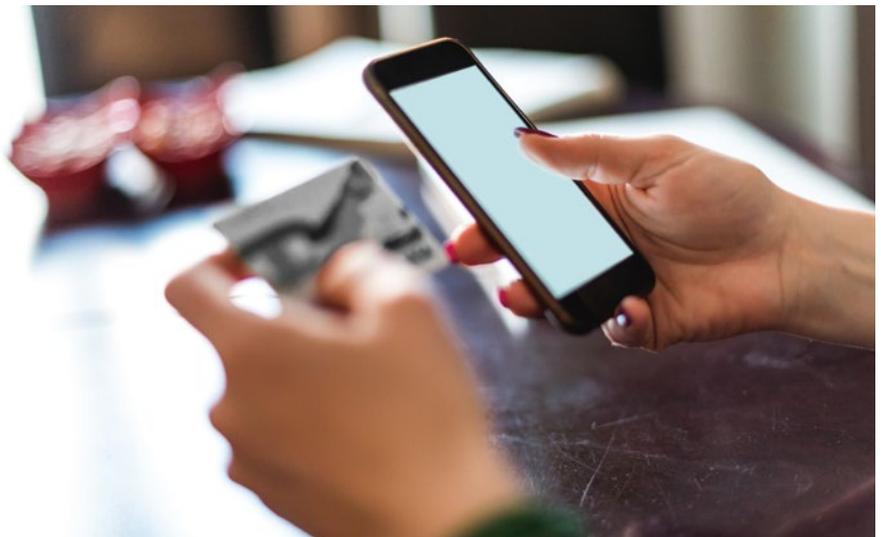
X사는 과거 정보를 바탕으로 기프트 카드의 가치의 10%가 사용되지 않고 소멸될 것으로 예상한다. 1년 후 유효기간 경과시점까지 사용되지 않은 금액은 X사에 의해 관리되며 고객의 사용이 제한된다. X사는 사용되지 않은 기프트 카드 금액을 최종 고객 또는 제 3자(예: 정부 등)에게 지급할 의무가 없다.

20X1년 8월 31일, 60명의 고객이 X사로부터 각각 CU100의 기프트 카드를 구매했다. 20X1년 12월 31일 기준으로, 그 60명의 고객 중 36명이 X사 제품에 대해 총 CU3,600의 기프트 카드를 전액 사용했다.

Issue



X사는 기프트 카드 판매 시 수익을 인식해야 할지, 아니면 기프트 카드가 사용될 때 인식해야 하는가?



Solution



X사는 기프트 카드의 사용시 수익을 인식해야 한다. 고객의 X사에 지불한 환불 불가능한 선불금은 고객이 미래에 X사로부터 재화나 용역을 받을 권리를 부여한다. X사는 고객이 행사하지 않은 귀속되는 대가를 수익 인식이 아닌 계약부채를 인식해야 한다.

고객이 환불받을 수 없는 선금금을 기업에 지급하면 고객은 미래에 재화나 용역을 받을 권리를 기업에서 얻게 된다(그리고 기업은 언제라도 재화나 용역을 이전할 수 있는 상태에 있어야 하는 의무가 있다). 그러나 고객은 자신의 계약상 권리를 모두 행사하지 않을 수 있다. 그 행사되지 않은 권리를 흔히 미행사 부분(breakage)이라고 부른다[K-IFRS 1115 문단 B45].

기업이 계약부채 중 미행사 금액을 받을 권리를 갖게 될 것으로 예상된다면, 고객이 권리를 행사하는 방식에 따라 그 예상되는 미행사 금액을 수익으로 인식한다. 기업이 미행사 금액을 받을 권리를 갖게 될 것으로 예상되지 않는다면, 고객이 그 남은 권리를 행사할 가능성이 희박해질 때 예상되는 미행사 금액을 수익으로 인식한다. 고객이 권리를 행사하지 아니한 대가를 다른 당사자(예: 미청구 자산에 관한 관련 법률에 따른 정부 기관)에게 납부하도록 요구받는 경우에는 받은 대가를 (수익이 아닌) 부채로 인식한다[K-IFRS 1115 문단B46-B47].

X사는 고객이 미행사분의 수익인식하는 금액을 추정하기 위해 고객이 권리를 행사하는 방식에 대한 충분한 역사적 정보를 보유하고 있다고 판단하였다. 이 추정을 통해 유의적인 부분을 되돌리지(환원하지) 않을 가능성이 매우 높은(highly probable) 정도인 10%의 미행사분만 수익으로 인식하는 것으로 판단하였다.

기프트 카드 구매 시, X사의 회계처리는 다음과 같다:

(차) 현금 CU6,000
(대) 계약 부채 - 기프트 카드 CU6,000

전체 CU6,000의 기프트 카드에 대한 총 미행사 금액(Breakage)은 CU600이다. 고객이 사용할 것으로 예상되는 기프트 카드는 CU5,400이다. 20X1년 12월 31일까지, X사는 CU3,600의 기프트 카드 사용분에 대하여 다음과 같이 인식해야 한다:

(차) 계약부채 CU4,000
(대) 수익 CU3,600 (상품의 판매 가격)
(대) 미행사분 수익 CU400 (CU3,600/CU5,400 × CU600)

미행사분 수익은 다음과 같이 계산된다:

* 미행사분 수익 = (사용된 기프트 카드금액/총 기프트 카드 금액) × 총 추정 미행사 금액(Breakage).

미행사 금액(Breakage)의 추정치는 일반적으로 각 기간말 업데이트되며, 그 외 필요시 조정이 된다.

기프트 카드를 정기적으로 판매하고 유효기간 만료일이 길거나 없는 경우, 미행사 금액(Breakage)의 계산이 더 복잡할 수 있다. K-IFRS 1115는 재무제표에 미치는 영향이 비슷한 계약들의 포트폴리오에 적용한 경우와 개별 계약에 K-IFRS 1115를 적용하는 것이 실질적으로 다르지 않을 것이라고 합리적으로 예상되는 경우, 포트폴리오 접근법을 사용할 수 있도록 허용한다.

기프트 카드 선금금은 일반적으로 거래에 중요한 금융 요소가 있다고 간주되지 않는다. 고객이 재화나 용역의 대가를 선금하였고 그 재화나 용역의 이전 시점은 고객의 재량에 따르기 때문이다[K-IFRS 1115 문단 62(a)].

1.8 연장 보증

사례 분석

Background



이커머스업체 X사는 제품의 제조 결함에 대한 제조업체의 1년 보증이 포함된 전자 제품을 판매한다. X사는 또한 고객에게 전자 제품의 판매일과 동시에 제조업체가 제공하는 1년 보증이 만료된 후 추가로 3년을 보장하는 연장 보증을 구매할 수 있는 옵션을 제공한다.

전자 제품의 판매 가격은 CU500이며, 연장 보증의 가격은 CU120이다.

이 계약은 제조업체, 판매업자에 의해 제공되는 '보증'과 관련이 있기 때문에 K-IFRS 1117의 범위에서 제외된다 [K-IFRS 1117 문단 7a].

Issue



X사는 이 계약을 어떻게 회계 처리해야 하는가?

Solution



이 고객과의 계약에는 다음과 같은 상품 또는 서비스가 포함된다:

- (1) 전자 제품
- (2) 추가 연장 보증(3년)

고객이 관련 재화나 용역과 별도로 구매할 수 있는 보증(가격도 별도로 책정되는)은 별도로 판매되는 별도의 수행의무이다. 별도로 보증서비스가 판매된다는 사실은 일반적으로 해당 보증이 일반적으로 제품이 정상 작동할 수 있는 이후 기간에 대한 보증서비스라는 것을 의미할 때가 많다.

별도로 판매되지 않고 제품과 함께 제공되는, 다시 말해 제품과 함께 하나의 판매 가격에 포함되어 판매되는, 보증서비스에 대해서는 그것이 별도의 수행의무로 식별되어 회계처리 되어야 하는지 판단해야 한다. 판매자와 구매자(i.e. 당사자들) 간에 “합의된 규격에 부합하므로 당사자들의 의도 대로 작동할 것이라는 확신”을 주는 보증의 경우에는 일반적으로 별도의 수행의무로 식별되지 않는다. 그러나, “합의된 규격에 부합하므로 당사자들의 의도 대로 작동할 것이라는 확신”에 더하여(즉, 그 이상으로, 추가적으로) 제공되는 보증서비스는 수행의무로 인식한다.

사례의 경우에서 X사는 K-IFRS 1037에 따라 제품 보증(제조 결함에 대한)을 회계 처리하고 예상되는 연장 보증 의무에 대한 비용과 부채를 인식해야 한다. X사는 연장 보증을 별도의 수행의무로 회계 처리해야 하며, 해당 의무가 3년 기간 동안 이행될 때 수익을 인식해야 한다.

한편으로, 고객이 현금 또는 포인트 등으로 반품을 할 수 있다면 대한 반품은 일반적으로 반품권으로 회계 처리되어야 한다. 이 경우 판매자는 예상 반품 금액을 정하여 이를 부채로 인식해야 한다.

1.9 상품 판매 수수료 인식 시점

사례 분석

Background



이커머스업체 X사는 판매자들이 상품을 판매할 수 있는 플랫폼을 운영하고 있으며 판매자들로부터 동 플랫폼을 통해 판매된 금액의 일정 비율로 판매수수료를 수취한다. 플랫폼을 통해 판매되는 재화의 판매가격은 판매자가 결정하며 X사는 판매되는 재화에 대한 소유권이 없고 판매되지 않은 재고에 대한 책임 역시 부담하지 않는다. X사는 판매의 당사자가 아니라는 사실을 판매화면에 명시하고 판매자 정보를 게시하고 있다.

Issue



X사는 언제 수수료수익을 인식해야 하는가?

Solution



이 사례에서 X사는 재화 판매의 당사자가 아니며 판매자들이 재화를 판매할 수 있도록 플랫폼을 제공하고 있으므로 플랫폼에 입점한 판매자들이 X사의 고객이 된다. X사는 고객과의 계약에서 수행의무를 식별하고 이러한 수행의무가 이행되는 시점에 수수료수익을 인식하여야 한다.

X사가 고객인 판매자들에게 부담하는 의무는 일반적으로 판매자와의 계약서나 약관 등에 정의되어 있다. X사가 부담하는 수행의무는 일반적으로 다음을 포함한다.

- 플랫폼에 판매자의 제품 노출
- PG 결제 확인 및 거래 체결
- 운송업체 주선
- 판매자와 운송업체에 판매 및 배송정보 제공

상기 일반적 수행의무 외에도 X사가 사업을 영위하는 국가의 법률 또는 규정, 혹은 사회적 관습 및 문화, 회사의 과거 사업관행 등에 따라 계약서나 약관에 명시되지 않은 다양한 의무를 부담하기도 하며 상기 언급된 수행의무에 대해 보다 확대된 책임을 부담하기도 한다. 또한 계약의 형태에 따라 광고용역 등 더욱 다양한 수행의무를 부담할 수 있다. 따라서 X사는 고객과의 계약 뿐만 아니라 법률적 규정 및 규제, 사회적 관습 및 회사의 과거 사업 관행 등을 종합적으로 검토하여 고객에게 약속한 재화나 용역을 검토하고 식별된 수행의무가 이행되는 시점을 판단하여야 한다.

예시 1 - 중개인으로서의 책임

X사는 거래의 중개인으로서의 책임만을 부담한다. 소비자가 플랫폼을 통해 재화나 용역을 구매 요청하는 경우 해당 정보를 판매자에게 제공하며 PG사를 통해 결제가 정상적으로 완료되는 시점에 거래가 정상적으로 체결되었음을 판매자와 소비자에게 알리고 운송업체에 배송을 위한 정보를 전달한다. X사는 이후 판매된 재화나 용역의 제공 및 하자 등에 대해 책임을 부담하지 않으며 매월 체결 완료된 거래를 대상으로 익월에 판매자에 대한 대금정산이 이루어진다.

예시 2 - CS센터 운영

X사는 과거부터 차별화된 판매자 서비스를 제공하기 위하여 CS센터를 운영하여 왔다. X사는 판매된 재화나 용역에 대한 소비자의 문의나 불만 등을 CS센터를 통해 판매자를 대신하여 접수 및 대응하여 해결한다. X사는 소비자 불만이 적은 판매자에게는 판매수수료를 할인해 주는 정책을 운영하고 있다. X사의 판매자 약관에는 CS센터의 운영이 X사의 의무로 명시되어 있지 않으나 판매자와 소비자는 이러한 운영이 계속 될 것으로 기대하고 있다.

예시 3 - 법·규정에 따른 책임

X사가 사업을 영위하는 A국가에서는 이커머스 플랫폼을 통해 판매된 제품에서 제품하자 및 가품판매 등의 피해사례가 빈번히 발생하였으며 판매자에 의해 보상이 적절히 이루어지지 않음에 따라 소비자 피해가 여러차례 발생하였다. 이에 따라 A국가에서는 소비자 보호를 위하여 플랫폼 운영업체에 대해 단순 중개업자 이상의 책임을 부과하며 X사는 판매된 재화가 운송 도중 파손 및 분실되거나 제품에 하자가 있는 경우 일정 부분 판매자와 공동책임을 부담한다.

상기 각 예시에서 X사가 부담하는 수행의무 및 각 수행의무가 이행되는 시점은 각각 다를 수 있으며 아래의 사항을 종합적으로 고려하여 수행의무가 이행되는 시점을 판단하여 수익인식 시점을 결정하여야 한다.

- 회사에 제공하는 수행의무가 구별되는지 여부 (예시1의 판매정보 제공, 운송업체 배송 정보 전달 등, 예시 2의 CS센터 운영 등, 예시3의 규정에 의한 확대된 책임)
- 각 수행의무가 K-IFRS 1115 문단 35(1)~(3)에서 정의하는 기간에 걸쳐 이행하는 수행의무의 요건을 만족하는지 여부
- 수행의무 구분 및 기간에 걸쳐 수익을 인식하는 것이 실익이 없는 경우 (ex: 각 수행의무가 이행되는 기간이 매우 짧거나 시점이 동일 등) 수행의무를 이행한 시점에 수익을 인식

1.10 숙박항공 중개플랫폼의 수익인식 시점

사례 분석

Background

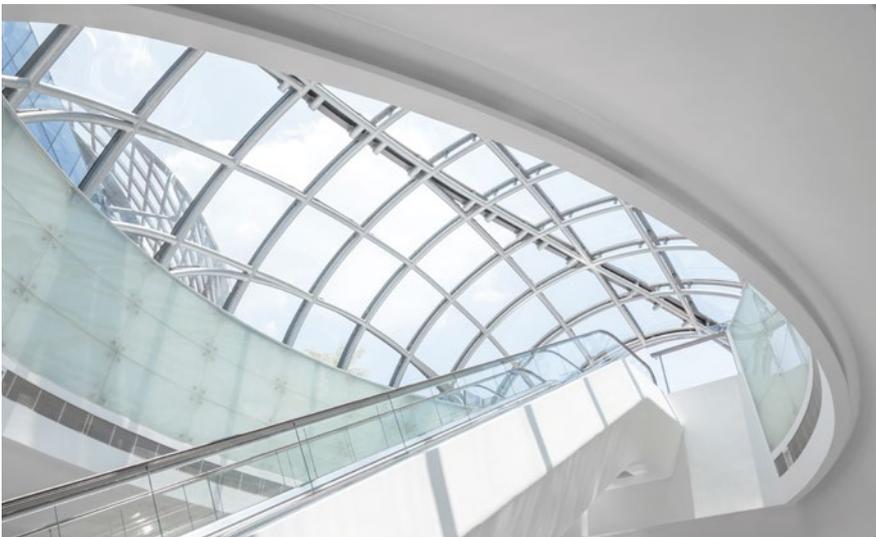


숙박항공플랫폼 업체 X사는 자사의 플랫폼을 통하여 제 3자인 다수의 항공사의 항공권과 다수의 숙박업소의 숙박권을 판매하고 있다. X사는 플랫폼에서 항공권 또는 숙박권을 결제한 구매 고객에게 판매자(Seller)인 항공사 및 숙박업소로부터 서비스를 예약 및 결제대행 서비스를 제공하고 있으며, X사는 항공사 또는 숙박업소로부터 항공권 또는 숙박권을 사전확보(하드블록) 형태로 매입하지 않고 있다. 항공권 및 숙박권의 판매가격은 해당 항공사 및 숙박업소에서 결정하고 있으며, 항공서비스 및 숙박서비스에 대한 고객 불만 및 보상에 대해서는 각 항공사 및 숙박업소에서 부담하는 책임 및 의무가 있다. X사는 매월말에 전월 구매 고객이 결제한 항공권 및 숙박권 금액을 항공사 및 숙박업소에게 정산하며(판매되지 않은 항공권 및 숙박권은 정산대상에서 제외됨), 정산대금에서 각 항공사 및 숙박업소와의 계약에 따라 판매금액에서 일정 비율(%)을 항공사 및 숙박업소로부터 수수료로 수취한다.

Issue



X사는 예약 및 결제대행 서비스를 어느 시점에 인식하여야 하나?



Solution



X사는 플랫폼에 입점한 판매자인 항공사 및 숙박업소와 예약 및 결제대행서비스 계약에 따라, 해당 항공사 및 숙박업소의 상품(항공권 및 숙박권)의 판매를 대행하는 대리인(Agent)의 역할을 수행하므로, X사의 고객은 구매 고객이 아닌 항공사 및 숙박업소이다. X사는 항공사 및 숙박업소에 대하여, 구매 고객에 대한 판매대행 및 결제대행을 계약상 수행의무로 식별하여야 한다. 다만, 각 세부 계약조건에 따라, 고객응대(CS) 등의 추가적인 수행의무를 부담할 수 있다.

항공권에 대한 수익인식은 구매 고객의 항공권 구매 시점 또는 구매 고객의 항공권 이용완료(즉, 탑승일) 시점 등 다양하게 인식하고 있으며, 숙박권에 대한 수익인식은 구 고객의 숙박권 이용완료(즉, 체크인일) 시점 또는 각 숙박일(즉, 2박 이상일 경우 각 숙박일 경과기준) 시점 인식하는 경우 등 다양하나, 계약 조건에 따른 고객에 대한 수행의무가 다를 수 있으므로, 수수료 수익인식시점은 각 항공사 및 숙박업소와의 계약조건의 면밀하게 분석한 후 여러 계약 요소를 종합적으로 고려하여 판단하여야 한다.

추가적으로 X사가 항공사 및 숙박업소로부터 각각 항공권과 숙박권을 사전확보(하드블록) 형태로 매입하고, X사가 최종구매 고객에게 항공권 및 숙박권을 재판매시의 판매가격을 독립적으로 정할 수 있으며, 사전확보로 매입된 항공권 및 숙박권을 외부 고객에게 판매하지 않고 X사가 자체적으로 사용하는 의사결정 권한을 보유한 상황을 가정한다. 또한, X사는 사전확보한 항공권 및 숙박권에 대하여 그 항공권 및 숙박권의 재판매여부와 관계없이 대금을 지급하여야 한다고 가정하였을 때, X사가 본인인지 대리인인지 여부를 판단하기 위하여, X사는 고객에게 제공될 정해진 재화나 용역을 식별하고, 그 재화나 용역이 고객에게 이전되기 전에 그 재화나 용역을 통제하는지 파악하여야 한다.

상기의 지표를 고려하여 X사는 항공사 및 숙박업소에서 구매하기로 약정한 각 항공권 및 숙박권으로 이후 고객 중 하나에게 이전할 '정해진 비행기에 탑승할 권리' 및 '숙박업소에 숙박할 권리'를 X사가 통제한다고 판단할 수 있다. 실무적으로 계약상 본인 대 대리인 여부를 판단할 추가 지표가 없는 경우 X사는 K-IFRS 1115 문단 B37 (2) 및 (3)의 지표에 따라 본인으로 판단할 수 있으며, 이 경우 회사의 고객은 항공권 및 숙박권의 구매 고객이고, X사는 구매 고객이 항공권 및 숙박권을 사용한 시점(다른 수행의무가 식별되지 않은 경우)에 수익을 인식한다.

2. 고객 인센티브 및 기타 유사 거래

2.1 구매량에 따른 할인

사례 분석

Background



예시 1

X사는 이커머스업체 Y사에게 1,000개의 제품을 CU10,000에 판매한다. 추가적으로 Y사는 7,500개 이상의 제품을 구매할 경우 총구매액의 5% 할인을 받는다. X사는 Y사에 대한 연간 매출이 CU100,000이 될 것으로 예측된다.

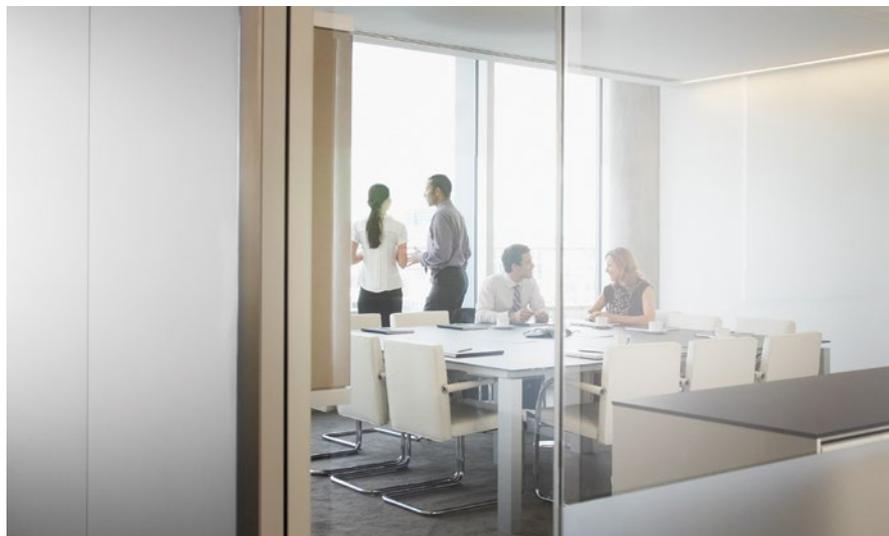
예시 2

판매회사 X사는 이커머스업체 Z사에게 1,000개의 제품을 CU10,000에 판매한다. 추가적으로 Z사는 7,500개 이상의 제품을 구매할 경우 7,500개를 초과하는 구매액의 5%를 할인을 받는다. X사는 Z사에 대한 연간 매출이 CU100,000이 될 것으로 예측된다.

Issue



X사는 구매량에 따른 할인 계약(Volume discounts)을 어떻게 회계 처리해야 하나?



Solution



예시 1 - Y사

거래 가격에는 변동성이 있거나 미래 사건에 따라 달라지는 고려 요소가 포함된다. K-IFRS 1115는 기업이 '기대값' 또는 '가능성이 가장 높은 금액' 중 최종 결과를 더 잘 예측할 수 있는 방법을 사용하여 변동대가를 추정하도록 요구한다. 거래 가격은 변동대와 관련된 불확실성이 나중에 해소될 때, 이미 인식한 누적 수익 금액 중 유의적인 부분을 되돌리지(환원하지) 않을 가능성이 매우 높은(highly probable) 정도까지만 추정된 변동대가(금액)의 일부나 전부를 거래가격에 포함한다(문단 56).

1,000개의 제품에 대한 거래 가격은 CU9,500이며, 이는 CU500의 예상 환급을 반영한 금액이다. X사는 인보이스 금액(CU10,000)과 거래 가격(CU9,500)의 차이에 대해 별도의 환불부채를 인식한다. 이는 Y사에게 환급할 것으로 예상되는 현금을 나타낸다. X사는 불확실성이 해소될 때까지 각 보고일마다 예상 환급에 대한 추정을 업데이트한다.

예시 2 - Z사

X사는 예상 구매량에 따른 할인에 대해 별도의 수행 의무로서 중요한 권리(할인된 가격으로 추가 제품을 구매할 수 있는 선택권)로 회계 처리하고, 거래 가격을 제품과 선택권의 개별 판매가격에 따라 배분해야 한다.

X사는 이론적으로 각 선택권의 개별 판매가격을 평가해야 한다. 그러나 미래의 상품이 원래 상품과 유사하기 때문에, K-IFRS 1115 문단 B43는 기업이 거래 가격을 배분하기 위해, 실무적 대안으로 제공할 것으로 예상되는 재화나 서비스(및 이에 상응하는 예상 대가)를 포함할 수 있도록 허용한다.

X사가 K-IFRS 1115 문단 B43에서 실무적 대안을 적용하기로 선택한다고 가정하면, CU75,000의 구매액과 이 구매액을 초과하는 CU25,000의 예상 구매액에 대해 5% 할인을 반영한 금액 CU 22,500을 합하여 총 예상 구매액을 CU97,500으로 계산하고, 각 제품에 대해 CU9.75(즉, CU97,500의 총 예상금액을 10,000개의 총 제품으로 나눈 값)를 인식한다.

따라서 X사는 1,000개의 제품 판매시 CU9,750의 수익을 인식하고, 아직 충족되지 않은 중요한 권리(할인된 가격으로 추가 제품을 구매할 수 있는 선택권)에 대해 CU250의 계약 부채를 인식한다. CU250은 고객이 각 제품에 지불한 CU10에서 각 제품에 배분된 CU9.75 거래 가격을 초과한 금액을 나타낸다. 이 계약 부채는 할인된 제품이 배송될 때까지 누적되며, 제품이 배송되는 시점 수익으로 인식된다.

X사는 각 보고일마다 총 예상 판매액에 대한 추정을 업데이트하고, 이에 따라 누적 수익 및 계약 부채금액을 조정한다.

2.2 상품 판매에 부수하는 광고 계약

사례 분석

Background



제조업체 X사는 두 고객(이커머스업체 Y사 및 Z사)과 총 CU100에 해당하는 X사의 제품을 판매하기 위한 계약을 체결하였다. 각 계약에는 아래에 설명된 대로 제품 광고 및 판촉과 관련하여 고객에 대한 수행의무도 포함되어 있다.

Y사

Y사와의 계약은 Y사가 X사의 제품 광고를 제3의 광고매체(이커머스사의 플랫폼이 아닌 타플랫폼 또는 방송, 신문 포함)에 게재하도록 요구하고 있다. X사는 과거에 해당 제3의 광고매체에 직접 유사한 계약을 체결한 바 있다. 만약 X사가 Y사와 동 계약을 체결하지 않았다면, X사는 해당 제3의 광고매체에 직접 광고를 했을 것이다.

Y사는 해당 제3의 광고매체와 직접 계약을 체결하고 광고캠페인 전체 비용을 지불하였다. X사는 광고 비용의 50%를 Y사에게 환급하기로 하였다. X사가 Y사에게 환급하기 위해서는 Y사가 광고를 게재하고 해당 제3의 광고매체에 게재된 증거를 X사에게 제공해야 한다.

X사는 이러한 용역에 대해 Y사에게 합리적으로 추정할 수 있는 공정한 가치를 지불하고 있다.

Z사

Z사와의 계약은 Z사가 X사로부터 CU10의 광고 보조금을 받을 수 있도록 하고 있다. 이 계약은 Z사가 연중 특정한 빈도로 X사의 상품을 자사 플랫폼의 광고판에 광고하도록 요구한다. Z사는 자신이 판매하는 브랜드만 자사 플랫폼에 광고한다.

Issue



X사는 이러한 거래를 어떻게 회계 처리해야 하나?

Solution



Y사와의 계약

X사가 Y사에게 지급한 금액은 K-IFRS 1115 문단 27에 설명된 바와 같이 구별되는 용역에 대한 대가이다. X사는 이전에 유사한 가격으로 유사한 광고 용역을 구매한 적이 있으며, 해당 용역은 제3자에 의해 제공되고 있다. X사는 Y사가 고객인지 여부와 관계없이 이 계약을 체결할 수 있었다. X사는 이러한 용역에 대해 합리적으로 추정할 수 있는 공정가치를 Y사에게 지급하고 있다. 따라서 X사는 광고 비용을 손익계산서에서 비용으로 인식한다.

X사가 Y사에게 지급한 구별되는 광고 용역에 대한 대가가 제공받은 광고 용역의 공정 가치를 초과했다면, 초과대가분은 판매된 제품의 거래 가격의 차감으로 인식한다. 이는 초과 금액이 본질적으로 Y사에 대한 매출 할인을 나타내기 때문이다.

일부 상황에서는 제공받은 구별되는 재화나 용역의 공정 가치를 결정하는 것이 어려울 수 있다. 만약 X사가 제공받은 재화나 용역의 공정 가치를 결정할 수 없다면, Y사에 지급한 모든 대가를 거래 가격의 차감으로 회계 처리해야 한다. 이는 지급한 금액 중 Y사에 제공된 할인 부분을 결정할 수 없기 때문이다.

Z사와의 계약

X사는 구별되는 용역을 식별하거나 Z사에 대한 제품 판매와 Z사로부터 수령하는 광고 용역 계약을 분리할 수 없다. 따라서 X사가 Z사에게 지급해야 할 금액은 X사의 수익의 차감으로 인식한다. 반대로 Z사의 경우 X사로부터 매입하는 제품 가격의 차감으로 인식하여야 한다.

실제로 상품 판매와 광고를 구별되는 용역으로 식별하는 것은 종종 어려운 일이다. 이러한 계약은 일반적으로 판매된 제품의 가격의 일환으로 협상된다. 광고 활동은 구체적으로 합의될 수도 있고 그렇지 않을 수도 있으며, 종종 제품 판매와 관련하여 이커머스업체만이 제공할 수 있는 '플랫폼 내' 광고를 포함한다. 이러한 요소들은 용역이 별개라고 결론짓기 어렵게 만든다.

2.3 고객 인센티브 - 할인 쿠폰

기준서 분석

- Key 회계처리 이슈

플랫폼 비즈니스 거래에서 중개서비스를 제공하는 회사가 플랫폼을 이용하는 유저(소비자)에게 할인쿠폰을 지급하는 경우가 있다. 이러한 할인쿠폰은 소비자의 주문거래 건별로 사용 조건을 충족하는 경우에 사용이 가능하며, 발행시점과 사용시점 간에 유의적인 차이가 존재하지 않는 경우가 많다(즉, 발행 시점으로부터 사용할 수 있는 기간이 극히 짧은 기간으로 제한되고, 기간 경과시에는 이월되지 않고 소멸함). 이 경우 플랫폼으로서 소비자에 제공한 쿠폰을 어떻게 회계처리 해야 하는지에 대한 이슈가 있을 수 있다.

이 때 우선적으로 판단할 부분은, 최종소비자를 플랫폼 기업의 고객으로 볼 수 있는지 여부이다. 만약 최종소비자를 플랫폼 기업의 고객으로 볼 수 있다면, 소비자에게 지급되는 할인쿠폰은 K-IFRS 1115호 문단 70에서 언급하는 ‘고객에게 지급할 대가’의 정의를 충족하게 된다. 고객에게 지급할 대가는 매출차감 항목이므로, 할인쿠폰으로 인해 제공된 할인금액은 수익에서 차감해야 할 것이다.

만약 플랫폼 기업의 고객이 판매자로 한정되고 최종소비자는 고객으로 간주되지 않는다면, 최종소비자에게 제공된 할인쿠폰이 매출차감 항목인지 아니면 별도의 영업비용으로 계상될 성격인지에 대한 추가 분석이 필요할 것이다. 이 때 주로 고려해야 할 것은 이러한 할인쿠폰이 판매자와의 약정에 따라 지급되는 것인지, 아니면 플랫폼 기업의 재량에 따라 지급되는 것인지 여부이다. 만약 할인쿠폰이 공급자와 사전에 체결된 약정에 근거하여 지급된 것이라면, 할인쿠폰으로 인해 제공된 할인금액은 (플랫폼 기업이 공급자를 대상으로 인식한) 수익에서 차감해야 할 것이다. 할인쿠폰의 지급이 플랫폼 기업의 재량에 따라 이루어지는 것이며, 할인된 금액에 대해 기업이 부담을 한다면, 이 때는 매출차감 항목이 아니라 영업비용(일종의 마케팅 비용)인 것으로 해석이 가능할 수도 있을 것이다.

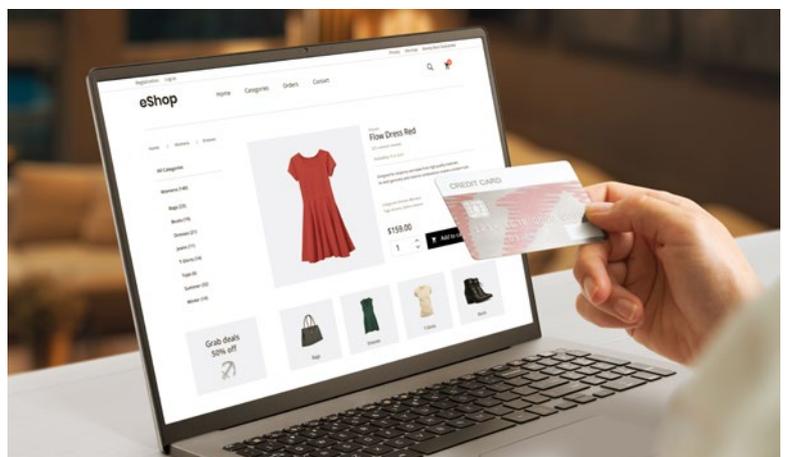
또한 이러한 판단에 영향을 미치는 것은 플랫폼 기업이 해당 거래에서 재화나 용역을 제공하는 주된 의무를 부담하는 본인인지, 혹은 대리인인지 여부이다. 만약 플랫폼 기업이 본인으로 판단되었다면, 최종소비자는 플랫폼 기업의 고객인 것으로 판단할 수 있을 것이나, 플랫폼 기업이 대리인으로 판단된다면, 최종소비자가 플랫폼 기업의 고객인지 아닌지 여부는 추가 분석의 대상이 될 것이다.

예시로, 회사가 다양한 상품을 매입하여 온라인 플랫폼(모바일앱 등)을 통해 판매하는 과정에서, 자사 플랫폼에 신규로 가입한 회원들을 대상으로 할인(20%) 쿠폰을 지급하여 회원들이 할인된 가격으로 자사 상품을 구매할 수 있도록 하였다면, 회사는 해당 할인 쿠폰을 고객에게 지급할 대가(*)로 보아 회원들이 상품을 구매할 때 매출에서 차감하여 인식해야 한다. 만약 해당 대가를 판매관리비(광고비)로 인식하게 되면 매출이 과대 계상될 수 있음을 고려해야 할 것이다.

(*): 가격산정 시 고객이 기업에 갚아야 할 금액에 적용될 수 있는 공제나 그 밖의 항목(예: 쿠폰이나 상품권)은 고객에 지급할 대가로 보아 수익에서 차감(Source: 금융감독원 2023년도 재무제표 중점심사 회계이슈 업종 사전 예고 보도자료).

한편, 플랫폼 기업은 최종소비자를 대상으로 결제금액의 일정 부분을 포인트로 지급하기도 한다. 이러한 포인트는 고객에게 지급한 선택권으로서 수익 이연 대상이 될 것이며, 향후 고객이 포인트를 사용할 때 매출로 인식될 것이다. 최초 매출액 인식 시에는 전체 거래가격을 재화(또는 용역)와 선택권에 배부해야 할 것이며, 선택권에 배부된 거래가격이 수익 이연 될 것이다. 거래가격을 수행의무별로 배부하는 방법은 만약 거래 시점에 각 수행의무에 대한 거래가격이 관측가능한 경우 그 가격으로 배부하며, 직접 관측이 불가능한 경우에는 다음의 방법으로 추정한다.

- 시장평가 조정 접근법 - 경쟁자 가격 참조하여 조정
- 예상원가 이윤 가산 접근법
- 잔여 접근법 - 다음 기준 중 하나를 충족하는 경우에만 총 거래가격에서 관측 가능한 개별 판매가격을 차감하여 추정
 - 서로 다른 고객들에게 광범위한 금액으로 판매한다.
 - 가격을 아직 정하지 않았고 따로 판매한 적이 없다.



● 관련 회계기준 내역

구분	관련 기준서	고객에게 지급할 대가의 회계처리	추가 재화나 용역에 대한 고객의 선택권(예: 판매인센티브, 포인트 등)
K-IFRS/ US-GAAP	K-IFRS 제1115호 고객과의 계약에서 생기는 수익인식 ASC 606 Revenue	<p>고객에게 지급할 대가에는 기업이 고객 (또는 고객에게서 기업의 재화나 용역을 구매하는 다른 당사자)에게 지급하거나 지급할 것으로 예상하는 현금 금액을 포함한다. 기업이 고객에게 지급할 대가에는 고객이 기업에(또는 고객에게서 기업의 재화나 용역을 구매하는 다른 당사자에게) 갚아야 할 금액에 적용될 수 있는 공제나 그 밖의 항목(예: 쿠폰이나 상품권)도 포함된다.</p> <p>만약 고객에게 지급할 대가가 고객이 기업에 이전하는 구별되는 재화나 용역의 대가라면, 다른 공급자에게서 구매한 것과 같은 방법으로 회계처리하나, 고객이 이전하는 구별되는 재화나 용역의 대가로 지급하는 것이 아니라면 수익에서 차감한다.</p>	<p>계약에서 추가 재화나 용역을 취득할 수 있는 선택권을 고객에게 부여하고, 그 선택권이 그 계약을 체결하지 않으면 받을 수 없는 중요한 권리를 고객에게 제공하는 경우에만 그 선택권은 계약에서 수행 의무가 생기게 한다. 선택권이 고객에게 중요한 권리를 제공한다면, 고객은 사실상 미래 재화나 용역의 대가를 기업에 미리 지급한 것이므로 기업은 그 미래 재화나 용역이 이전되거나 선택권이 만료될 때 수익을 인식한다.</p> <p>추가 재화나 용역을 구매할 수 있는 고객의 선택권의 개별 판매가격을 직접 관측할 수 없다면 이를 추정한다. 그 추정에는 고객이 선택권을 행사할 때 받을 할인을 반영하되, 다음 모두에 대해 조정한다.</p> <p>(1) 고객이 선택권을 행사하지 않고도 받을 수 있는 할인액</p> <p>(2) 선택권이 행사될 가능성</p>
일반기업 회계기준	일반기업회계기준 제16장 수익 재무보고에 관한 실무의견서 [2006-4] 판매인센티브에 대한 회계처리 [GKQA01-019] 전자상거래용 Point에 대한 회계처리	<p>현금할인, 현금보조의 방식으로 지급하는 현금판매 인센티브는 실질판매가격을 하락시켜 재화 또는 용역의 매출로 인해 수취할 대가의 공정가액을 감소시키므로 판매자의 매출에서 직접 차감하고, 무료 현물이나 무료서비스 등 현물 판매인센티브의 경우는 판매거래의 일부로 보아 비용처리 하도록 규정함.</p>	<p>포인트를 가맹점에 교부하고 받은 대가는 교부시점에 선수금으로 처리하고, 가맹점이 포인트를 소비자에게 부여하는 시점에 해당 포인트를 가맹점에 교부하고 받은 선수금을 수익으로 인식하는 것이 타당함. 이 때 동 수익과 관련하여 소비자가 유효기간 내에 포인트를 사용하여 회사에 경품을 청구함에 따라 발생할 것으로 예상되는 비용을 추정하여 동액만큼의 비용과 부채를 인식함.</p>

● 수익인식 방법

고객에게 지급한 할인쿠폰의 회계처리

플랫폼 기업은 공급자와 최종소비자를 중개하는 대리인이라고 가정한다. 따라서 플랫폼은 수수료만을 매출로 인식하고 있다. 하기 회계처리 사례에서는 판매자의 매출액이 100원이고 플랫폼기업이 이에 대해 10%의 할인쿠폰을 지급하는 경우를 가정하였다. (플랫폼기업은 30원의 수수료를 수익으로 인식함)

회계처리	차변	대변
매출차감인 경우 회계처리	매출채권 30 수수료매출 10	수수료매출 30 매출채권 10
영업비용인 경우의 회계처리	매출채권 30 광고비용 10	수수료매출 30 매출채권(*) 10

(*)중개인으로서의 회사는 할인금액을 제외한 금액을 판매자로부터 수령하게 될 것이므로 매출채권에서 차감하였음

포인트의 회계처리

회사는 결제서비스를 제공하는 플랫폼 기업이다. 재화의 거래가격이 100원이고, 이에 대해 플랫폼 기업이 3%의 수수료를 판매자에 부과하고, 최종소비자에게는 기업의 부담으로 1%의 포인트를 지급하는 경우를 상정함. (단, 논의의 단순화를 위해 플랫폼 기업은 대리인인 것으로 가정함)

	회계처리	비고
수익인식 시	차변) 매출채권 3원 대변) 매출 3원 차변) 매출 1원 대변) 이연수익 1원	총 거래가격의 3%를 수익으로 인식한 후, 1%의 포인트에 해당하는 금액(*)을 수익 이연함
포인트 사용 시	차변) 이연수익 1원 대변) 매출 1원	

(*)엄밀하게는, 회사의 영업수익 3원을 수행의무(결제서비스)와 선택권(포인트)에 배부해야 하며, 이 때 배부방법에 따라 선택권의 금액이 달라질 수 있음

사례 분석

Background



이커머스업체 X사는 총 구매액이 CU1,500을 초과하는 상품을 구매하는 고객에게 할인 쿠폰을 제공하는 프로모션 캠페인을 시작하였다. 고객은 할인쿠폰으로 캠페인 직후 90일 동안 선택된 품목 구매 시 50% 할인을 받을 수 있다.

X사는 캠페인 동안 CU100,000 상당의 상품을 구매한 고객 소비자에게 50% 쿠폰 60장을 발행하였다. X사는 과거 추세를 바탕으로 다음과 같이 예상한다:

1. 50%의 할인쿠폰을 받은 고객의 75%가 쿠폰을 사용할 것이고,
2. 쿠폰을 사용하는 고객은 평균적으로 CU1,000을 지출할 것이다.

X사는 쿠폰이 사용될 때 해당 거래에서 계속적으로 마진을 얻을 것이라고 판단하여, K-IFRS 1037에 따른 인식해야 할 손실부담계약은 없다.

Issue



X사는 고객에게 발행한 할인 쿠폰을 어떻게 회계 처리해야 하나?

Solution



고객이 추가 재화나 용역을 취득할 수 있는 선택권에는 판매 인센티브, 고객보상점수(points), 계약갱신권, 미래의 재화나 용역에 대한 그 밖의 할인 등이 포함된다. 만약 이 선택권이 고객에게 중요한 권리를 제공한다면, 고객은 계약에서 다음의 두 가지를 구매하는 것이며, 사실상 미래 재화나 용역에 대한 대가를 기업에 미리 지급한 것이다 (K-IFRS 1115 문단 B40).

- 원래 구매한 재화나 용역과
- 미래에 무료 또는 할인된 재화나 용역을 권리 (“중요한 권리”)
- X사는 총 CU100,000의 상품을 판매하였고, 동시에 고객에게 향후 구매 시 사용할 수 있는 50% 할인 쿠폰을 부여하였다. 할인 쿠폰은 중요한 권리를 나타내므로, 이는 계약에서 구별되는 수행의무로 회계 처리한다.

X사는 ‘포트폴리오 접근법’을 사용하기로 결정했으며, 이는 재무제표에 미치는 영향이 비슷한 계약들의 포트폴리오에 적용한 경우와 개별 계약에 K-IFRS 1115를 적용하는 것이 실질적으로 다르지 않을 것이라고 합리적으로 예상되기 때문이다.

K-IFRS 1115 문단74에 따라 거래 가격의 수행의무에 대한 배분은 상대적 개별 판매가격에 기초하여 배분된다. 중요한 권리에 대한 추정 개별 판매가격은 고객이 받을 수 있는 할인에서 고객이 선택권을 사용하지 않고 제공받을 수 있는 할인(즉, 다른 고객들 누구나 받을 수 있는 할인)을 조정한 후 고객이 선택권을 사용할 가능성을 반영해야 한다.

포트폴리오로서 선택권의 개별 판매가격의 결정:

50% 할인 쿠폰의 가치(개별 판매가격) = 추가 제품의 순 가격 × 할인을 × 사용 가능성

CU1,000(쿠폰을 사용하는 고객의 평균 지출액) × 60(발행한 쿠폰 수량) × 50%(할인율) × 75%(추정 사용 가능성) = CU15,000

거래 가격의 배분:

거래의 총 가치 = 최초 구매 가격 + 부여된 선택권의 가치

CU100,000 + CU15,000(할인 쿠폰의 개별 판매가격) = CU115,000

거래 가격은 상대적 개별 판매가격을 기준으로 중요한 권리에 배분:

거래 가격 = CU100,000

할인 쿠폰에 배분된 거래 가격

CU15,000/CU115,000 × CU100,000 = CU13,040

최초 구매시점회계처리:

(차) 현금 CU100,000

(대) 제품매출 CU86,960

(대) 계약 부채 - 할인 쿠폰 CU13,040

쿠폰 사용시점 회계처리:

(차) 현금 CU22,500(CU1,000의 50% × 45)

(차) 계약 부채 - 할인 쿠폰 CU13,040

(대) 제품매출 CU35,540

회사는 쿠폰 사용과 관련하여, 미행사 부분(breakage) 금액을 받을 권리가 있다고 예상하는지 여부를 결정하기 위해 변동대가 추정치의 제약 관련 가이드를 고려해야 한다(K-IFRS 1115 문단 56-58). 만약 회사가 미행사 금액을 받을 권리를 갖게 될 것이라고 예상한다면, 고객이 권리를 행사하는 방식에 따라 그 예상되는 미행사 금액을 수익으로 인식한다(즉, 쿠폰이 사용될 때). 회사가 미행사 금액을 받을 권리를 갖게 될 것이라고 예상되지 않는다면, 고객이 남은 권리를 행사할 가능성이 희박해질 때 예상되는 미행사 금액을 수익으로 인식한다(K-IFRS 1115 문단 B46). 추정된 미행사 금액의 평가는 각 보고 기간마다 업데이트되어야 한다. 추정된 미행사 금액의 변동분은 사용될 것으로 예상되는 잔여 쿠폰을 반영하기 위해 계약 부채의 조정으로 회계 처리한다.

미사용 금액의 추정 및 이러한 추정치를 업데이트하는 것은 복잡할 수 있으며, 특히 쿠폰의 경우 상당한 기간 동안 유효하거나 만료되지 않을 수도 있다. 이러한 항목에 대한 회계 처리는 각 보고 기간마다 추정치를 업데이트하기 위해 상당한 양의 데이터 추적이 필요하다. 경영진은 미사용 금액의 추정치를 업데이트할 때 고객의 선택권에 최초 배부된 개별 판매가격을 조정해서는 안된다(예: 고객이 사용할 것으로 예상되는 쿠폰 수를 업데이트하는 경우).

2.4 고객 인센티브 - 구매 없이 제공되는 할인

사례 분석

Background

X사는 회사 홈페이지에 쿠폰을 게시하여 CU50 이상의 구매 시 5% 할인을 제공하는 프로모션 캠페인을 시작하였다. 쿠폰을 고려하기 전, 유사한 거래에서 X사의 마진은 30%에서 40% 수준이다. 따라서 X사는 K-IFRS 1037에 따라 인식할 손실부담 계약이 없다고 판단하였다.

Issue

X사는 이러한 쿠폰을 어떻게 회계 처리하나?

Solution

쿠폰의 발행은 고객과의 구속력 있는 계약을 체결하지 않는다. 쿠폰은 고객이 CU50을 초과하여 구매할 때에만 사용 가능하다. 따라서 X사는 쿠폰 배포시 동 금액에 대한 부채를 재무제표에 인식하지 않는다. X사는 고객이 쿠폰을 사용할 때만 거래 가격에 대한 조정(차감)으로 할인 쿠폰을 회계 처리해야 한다.

2.5 고객충성제도

사례 분석 | 포인트 발급회사의 상품구매로만 사용 가능한 고객충성포인트

Background



- 이커머스업체 X사는 고객이 드레스를 구매할 수 있는 웹사이트를 운영하고 있다.
- X사는 고객이 드레스를 구매할 때마다 CU1당 1포인트를 부여하는 고객충성제도를 운영하고 있다.
- 각 포인트는 향후 구매 시 CU0.1 할인으로만 사용할 수 있으며(즉, 적립된 포인트당 할인), 현금으로 교환할 수 없다.
- X사는 과거 추세에 따라 5%의 포인트가 사용되지 않고 소멸될 것으로 예상하고 있다.
- X사는 이 기간 동안 드레스를 CU1,000 판매하였고, 고객들은 동 기간 동안 총 1,000포인트를 적립하였다.

Issue



X사는 고객에게 발행된 포인트를 어떻게 회계 처리해야 하나?

Solution



이 거래는 X사가 두 가지 수행의무를 이행하기로 약속하는 것을 포함한다:

1. 구매된 상품의 제공; 및
2. 포인트와 관련된 권리 제공.

이는 X사가 고객에게 향후 추가 상품을 구매할 수 있는 선택권, 즉, 해당 계약을 체결하지 않으면 받을 수 없는 중요한 권리를 실질적으로 제공했기 때문이다(K-IFRS 1115 문단 26 및 B40).

X사는 포트폴리오 접근법을 사용하기로 결정했으며, 이는 재무제표에 미치는 영향이 비슷한 계약들의 포트폴리오에 적용한 경우와 개별 계약에 K-IFRS 1115를 적용하는 것이 실질적으로 다르지 않을 것이라고 합리적으로 예상하기 때문이다.

K-IFRS 1115 문단74에 따라 거래 가격의 수행의무에 대한 배분은 상대적 개별 판매가격에 기초하여 배분된다. 중요한 권리에 대한 추정 개별 판매 가격은 고객이 받을 수 있는 할인에서 고객이 선택권을 사용하지 않고 제공받을 수 있는 할인(즉, 다른 고객들 누구나 받을 수 있는 할인)을 조정한 후, 고객이 선택권을 사용할 가능성을 반영해야 한다.

선택권의 개별 판매가격의 결정:

향후 구매에 대한 총 할인 = 할인율 × 적립된 총성도 포인트

$$= CU0.1 \times 1,000 \text{ 포인트} = CU100$$

부여된 선택권의 개별 판매가격 = 향후 구매에 대한 총 할인 - 예상되는 포인트 소멸분

$$= CU100 - (5\% \times 1,000 \text{ 포인트} \times CU0.1) = CU95$$

거래 가격의 배분:

Y사는 고객이 지불한 대가 CU1,000을 제품 판매분과 포인트 부분 간에 상대적 개별 판매가격에 따라 배분해야 한다.

고객이 지불한 대가 = 최초 구매 가격 + 고객에게 부여된 선택권의 개별 판매가격

$$= (CU1,000 + CU95)$$

$$= CU1,095$$

고객충성제도에 배분된 고객이 지불한 대가 = $CU1,000 \times CU95 / CU1,095 = CU87$

제품 판매분에 배분된 고객이 지불한 대가 = $CU1,000 \times CU1,000 / CU1,095 = CU913$

최초 구매 시 회계 처리:

(차) 현금 CU1,000

(대) 제품매출 CU913

(대) 계약부채 - 로열티 포인트 CU87

X사는 고객에게 제품이 판매될 때 CU913의 수익을 인식한다. CU87의 수익인식을 연기하여 고객이 포인트를 사용하거나 만료될 때 수익 인식한다.

회사는 포인트 사용과 관련하여 미행사 부분(breakage) 금액을 받을 권리가 있다고 예상하는지 여부를 결정하기 위해 변동대가 추정치의 제약 관련 가이드를 고려해야 한다(K-IFRS 1115 문단 56-58). 만약 회사가 미행사 금액을 받을 권리를 갖게 될 것이라고 예상한다면, 고객이 권리를 행사하는 방식에 따라 그 예상되는 미행사 금액을 수익으로 인식한다. 회사가 미행사 금액을 받을 권리를 갖게 될 것이라고 예상되지 않으면, 고객이 남은 권리를 행사할 가능성이 희박해질 때 예상되는 미행사 금액을 수익으로 인식한다(K-IFRS 1115 문단 B46). 추정된 미행사 금액의 평가는 각 보고 기간마다 업데이트되어야 하며, 미행사 금액의 변동분은 사용될 것으로 예상되는 잔여 포인트를 반영하기 위해 계약 부채의 조정으로 회계 처리한다.

미사용 금액의 추정 및 이러한 추정치를 업데이트하는 것은 복잡할 수 있으며, 특히 포인트의 경우 상당한 기간 동안 유효하거나 만료되지 않을 수도 있다. 이러한 항목에 대한 회계 처리는 각 보고 기간마다 상당한 양의 데이터 추적이 필요하다. 경영진은 미사용 금액의 추정치를 업데이트할 때(예: 고객이 사용할 것으로 예상되는 포인트 수를 업데이트 하는 경우 등) 고객의 선택권에 최초 배부된 개별 판매가격을 조정해서는 안 된다.

사례 분석II 제3자의 상품 또는 서비스만 이용가능한 고객충성포인트

Background



이커머스업체 Y사는 항공사 B사와 협력하여 고객충성제도를 운영하고 있으며, 고객이 Y사에서 구매한 상품에 대해 지출한 CU1당 1개의 항공 여행 포인트를 부여한다. 동 고객충성제도 이용고객은 B사의 항공 여행에만 동 포인트를 사용할 수 있다.

각 포인트에 배분된 거래 가격은 상대적인 추정 개별 판매가격을 기준으로 CU0.01이다. Y사는 사용된 각 포인트에 대해 B사에 CU0.009를 지불합니다.

Y사는 총 CU1백만의 자사 상품을 판매하고 이 기간 동안 1백만 포인트를 부여하였다. Y사는 발행된 포인트 수(1백만 포인트)에 포인트당 할당된 거래 가격(CU0.01)을 곱하여, CU10,000을 포인트의 거래 가격으로 배분하였다.

Y사는 고객에게 B사의 포인트를 제공하도록 연결시키는 것이 회사의 수행의무라고 판단하고, K-IFRS 1115 문단 B34-B38의 지침에 따라 이 거래에서 대리인이라고 판단한다.

Issue



Y사는 고객에게 발행한 포인트를 어떻게 회계 처리해야 하나?

Solution



Y사는 포인트의 수행 의무에 대해 대리인으로 판단하였으므로, 사용된 각 포인트에 대해 수수료를 수익으로 인식한다. Y사가 인식하는 수수료수익은 포인트에 배분된 거래 가격(CU10,000)과 Y사가 B사에 지불한 CU9,000의 차이인 CU1,000이다. Y사는 고객에게 포인트를 부여할 때(Y사에서 상품을 구매할 때) 수수료를 인식한다. 이는 Y사가 고객에게 B사가 포인트를 제공하도록 연결해주는 수행의무를 이행했기 때문이다.

사례 분석Ⅲ 다수의 당사자가 부담하는 고객충성포인트

Background



이커머스업체 Z사는 호텔 C사와 협력하여 고객충성제도를 운영하며, Z사는 고객이 Z사의 플랫폼에서 구매한 상품에 대해 지출한 CU1당 1개의 포인트를 부여한다.

고객충성제도 이용 고객은 포인트를 C사에서 숙박을 이용하거나 Z사의 상품을 향후 구매할 경우 할인받는 것으로 이용할 수 있다.

각 포인트에 배분된 거래 가격은 상대적인 추정 개별 판매가격을 기준으로 CU0.01이다.

Z사는 총 CU1백만의 자사 상품을 판매하고 이 기간 동안 100만 포인트를 부여하였다. Z사는 발행된 포인트 수(100만)를 포인트당 배분된 거래 가격(CU0.01)과 곱하여 CU10,000를 포인트의 거래 가격으로 배분하였다. Y사는 향후 고객이 호텔 C에서 포인트를 사용하지 않기로 선택할 경우, 자사의 재화나 용역을 제공할 준비가 되어 있어야 하므로 포인트 부여 시점에 수행의무를 이행하지 않았다고 판단하였다.

Issue



Z사는 고객에게 발행한 포인트를 어떻게 회계 처리해야 하나?

Solution



Z사는 포인트가 발행될 때, 포인트로 배분된 거래 가격 CU10,000을 수익으로 인식하지 않아야 한다. 이는 수행의무를 이행하지 않았기 때문이며, 동 포인트 잔액은 계약 부채로 계상해야 한다. Z사는 고객이 Z사의 플랫폼에서 포인트를 사용하는 시점, 또는 수행의무가 C사로 이전되는 시점, 또는 포인트가 소멸되는 시점에 수익으로 인식한다. 고객이 해당 포인트를 C사에서 숙박하는 것으로 사용하기로 선택할 경우 Z사는 본인인지 대리인인지 평가해야 한다.

2.6 음식배달플랫폼의 중개 및 배달서비스 제공

사례 분석

Background



음식배달플랫폼업체 X사는 자사의 음식배달플랫폼상 다수의 음식점과 온라인 음식 판매 중개 서비스 및 배달서비스 계약을 체결하고 있다. 각 음식점은 동 계약에 따라, X사에 음식주문금액의 10%의 중개수수료와 각 배달주문 건별 배달수수료로 CU30을 X사에 지급하여야 한다. 각 음식점은 주문 고객이 음식을 구매할 수 있도록 음식 제공을 하여야 하며, 품질관리 및 고객센터 등의 음식 제공 서비스에 따른 책임을 전적으로 부담한다. X사는 각 음식점의 배달서비스에 대하여 자사의 책임하에 배달서비스를 수행하여야 한다.

Issue



X사는 음식 판매 중개 및 배송서비스를 어떻게 회계 처리해야 하나?

Solution



X사의 고객은 각 음식점이며, 각 음식점과의 계약에 따라 음식 판매 중개 서비스와 배달서비스의 용역 수행의무를 이행하여야 한다. 판매 중개 서비스의 경우, X사는 음식제공 서비스에 대한 책임을 부담하지 않으므로 고객의 대리인 역할을 수행하여 음식주문금액의 10%인 중개수수료를 수익으로 인식한다. 동 사례에서 배달서비스의 경우, X사는 자사의 책임하에 배달서비스를 제공하므로 배달수수료 CU30의 총액으로 수익을 인식한다. 만일 X사가 자사의 책임하에 배달서비스를 제공하는 과정에서 특정 시점 이후의 배달을 다른 기업에 이전(배달에 대한 전적인 책임 포함)할 경우, 동 시점 이전까지의 서비스에 대해서는 다른 기업이 재수행할 필요가 없으므로 해당 시점까지 X사의 수익으로 인식하며, 이후 시점은 배달을 이전 받은 다른 기업이 수익을 인식하게 된다. 다만 이 경우 음식주문서비스와 배달서비스의 수익인식시 수행의무의 구별 여부는 수행의무 구분에 따른 실익을 고려하여야 하며, 각 수행의무에 대한 개별 판매가격의 공정가치의 산정이 가능한지 종합적인 검토가 필요하다. 대부분의 음식주문서비스 및 배달서비스는 당일 서비스가 제공되므로 수행의무의 구분 실익이 크지 않기 때문이다.

2.7 포인트 및 쿠폰 유형별 회계처리

사례 분석

Background



이커머스업체 X사는 플랫폼 거래 활성화를 위해 다음과 같은 다양한 형태의 프로모션을 제공한다.

- 포인트팩: 결제대금에 사용할 수 있는 포인트 구매시 추가 포인트 부여
- 상품후기(리뷰)·수취확인: 구매상품에 대한 후기·리뷰 작성 또는 수취확인시 포인트 부여
- 무작위추첨: 룰렛으로 무작위 추첨 당첨된 가입자 포인트 부여
- 출석체크: 사이트 접속자 포인트 부여
- 쿠폰: 특정 카트·상품·딜 등의 구매시 적용 가능한 할인쿠폰 부여

Issue



X사는 상기의 프로모션을 각각 어떻게 회계 처리해야 하는가?

Solution



X사가 제공한 구매자에게 부여한 포인트 및 쿠폰은 그 성격에 따라 추가 재화나 용역에 대한 고객의 선택권, 고객에게 지급한 대가, 또는 판매촉진 비용 등에 해당할 수 있다.

K-IFRS 1115에 따르면 고객과의 계약에서 추가 재화나 용역을 취득할 수 있는 선택권을 고객에게 부여하고 그 선택권이 그 계약을 체결하지 않으면 받을 수 없는 중요한 권리를 고객에게 제공하는 경우(예: 구매 10원당 고객충성포인트 1점을 고객에게 보상하는 고객충성제도), 이는 추가 재화나 용역에 대한 고객의 선택권에 해당하며 고객은 사실상 미래 재화나 용역의 대가를 미리 지급한 것이므로 그 미래 재화나 용역이 이전되거나 선택권이 만료될 때 수익을 인식한다.

고객에게 부여한 포인트 또는 쿠폰 등이 상기 고객의 선택권에 해당하지 않는 경우 이는 고객에게 지급할 대가에 해당할 수 있다. 고객에게 지급할 대가에는 X사가 고객(또는 고객에게서 X사의 재화나 용역을 구매하는 다른 당사자)에게 지급하거나 지급할 것으로 예상하는 현금 금액을 포함하며 고객이 X사에(또는 고객에게서 X사의 재화나 용역을 구매하는 다른 당사자에게) 갚아야 할 금액에 적용될 수 있는 공제나 그 밖의 항목(예: 쿠폰이나 상품권)도 포함된다. 고객에게 지급할 대가는 고객이 X사에 이전하는 구별되는 재화나 용역의 대가로 지급하는 것이 아니라면, 그 대가는 거래가격, 즉 수익에서 차감하여 회계처리한다.

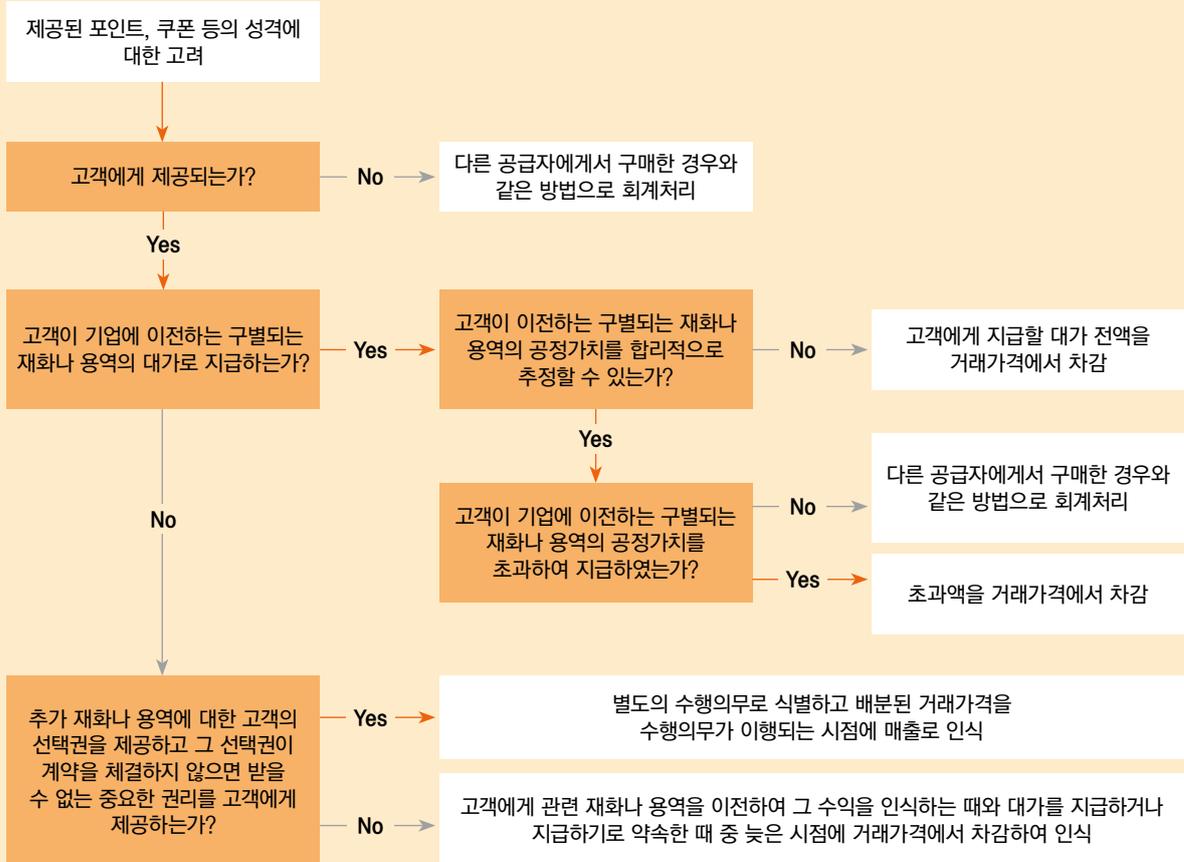
만약 고객에게서 받은 구별되는 재화나 용역의 공정가치를 초과하여 고객에게 대가를 지급한다면 그 초과액을 거래가격에서 차감하여 회계처리하며 고객에게서 받은 재화나 용역의 공정가치를 합리적으로 추정할 수 없다면, 고객에게 지급할 대가 전액을 거래가격에서 차감하여 회계처리한다. 이 경우 X사가 고객에게 관련 재화나 용역을 이전하여 그 수익을 인식하는 때와 대가를 지급하거나 지급하기로 약속한 때 중 늦은 시점에 인식하여야 한다.

고객에게 지급할 대가가 고객에게서 받은 구별되는 재화나 용역에 대한 지급이라면, 다른 공급자에게서 구

매한 경우와 같은 방법으로 회계처리한다.

한편 부여한 포인트 또는 쿠폰 등이 재화 또는 용역에 부수하여 제공되지 않는 경우가 있다. 고객이 아닌 불특정 다수에게 무작위로 포인트를 제공하는 경우 등이 이에 해당하며, 이러한 경우 이는 고객에게 부여된 것이 아니며 고객으로부터 수취할 수 있는 대가와 무관하게 지급하는 경우이므로 판매촉진 활동으로 보아 다른 공급자에게 지급한 경우와 같은 방법(ex: 지급시점에 판매관리비로 회계처리 등)으로 회계처리한다.

상기를 종합하면 다음과 같다.



3. 기타 수익 거래

3.1 소매업체의 통신 판매

사례 분석

Background



통신업체는 소매업체와 같은 제3자 유통업체를 통해 새로운 선불 고객을 유치하며 이때 소매업체의 고객은 통신 서비스의 최종 사용자이다.

이 예시에서 소매업체 Y사는 SIM 카드 판매하여 고정 수수료를 수취하고 고객의 SIM 카드를 계속적으로 사용하는 동안 지속적인 수수료를 수취한다. 소매업체는 매장에서 고객에게 SIM 카드를 판매하며, SIM 카드의 통제가 고객에게 이전될 때 판매에 대한 수익을 인식한다.

Y사는 고객이 SIM 카드를 활성화할 때와 SIM 카드에 통화 시간이나 데이터를 추가 충전할 때 수수료를 수취한다. 고객은 바우처, 가상계좌, 휴대폰결제, 은행 애플리케이션 등을 통해 통화 시간을 충전한다. 이러한 SIM 카드는 Y사의 활성화된 카드 기반에 포함된다.

Y사는 통신 서비스를 제공하는 주체가 아니며 유통 채널을 제공하는 대리인의 역할을 수행한다. Y사의 통신 서비스 제공 계약을 주선하는 대리인으로서의 수행의무는 SIM 카드 판매 시점에 이행이 완료된다.

Issue



Y사는 지속적인 수수료를 어떻게 회계 처리해야 하는가?

Solution



K-IFRS 1115는 기업이 '기댓값' 또는 '가능성이 가장 높은 금액' 중 하나를 사용하여 변동대가를 추정하도록 요구한다. 변동대와 관련된 불확실성이 나중에 해소될 때, 이미 인식한 누적 수익 금액 중 유의적인 부분을 되돌리지(환원하지) 않을 가능성이 매우 높은(highly probable) 정도까지만 변동대의 일부나 전부를 거래가격에 포함한다.

Y사가 선불 계약에서 얻는 수수료는 본질적으로 변동대가이다. 이는 이러한 금액에 대한 권리가 선불 고객의 미래 지출 패턴에 의존하며, 따라서 미래 사건의 발생 여부에 따라 달라지기 때문이다. 따라서 소매업체는 고객과 체결한 계약에 대해 얻게 될 것으로 예상되는 변동대가의 금액을 추정해야 한다.

기댓값 방법이 변동대가를 추정하는 데 가장 적합한 방법일 가능성이 높다. 이는 미래에 고객이 지출하여 소매업체가 얻게 되는 지속적인 수수료가 다양한 가능한 결과의 범위내 하나의 값이며, 많은 고객 포트폴리오가 존재하기 때문이다. 여기에는 유사한 다른 계약에서 수집된 정보를 포함하여 기업이 이용할 수 있는 모든 정보를 고려하는 것이 포함된다.

Y사는 변동대가 추정치의 제약을 적용해야 하며, 이는 변동대와 관련된 불확실성이 나중에 해소될 때, 이미 인식한 누적 수익 금액 중 유의적인 부분을 되돌리지(환원하지) 않을 가능성이 매우 높은(highly probable) 경우에만 수익을 인식하도록 한다. 제약의 범위를 평가할 때 고려해야 할 사항에는 수익이 소매업체가 통제할 수 없는 요인에 민감한지 여부, 불확실성이 해소되는 기간, 그리고 소매업체의 경험 또는 기댓값이 제한적인지 여부가 포함된다.

3.2 개별소비세 및 세금

사례 분석

Background



Example A

A사는 브랜드 주류의 글로벌 생산자이자 유통업체이다. A사는 보세 창고를 떠나는 제품의 가치와 양에 따라 주류에 부과되는 소비세인 주세를 납부하며 보세 창고에서 통관을 위한 제품의 이동 시점에 주세 납부 의무가 발생한다. A사는 고객으로부터 주류의 판매대가 및 세금 납부액을 징수한다.

A사는 제품의 판매 가격에 세율의 변동을 반영할 법적인 무 또는 의제 의무가 없다. 세율이 인상될 경우 A사가 판매 가격을 인상할 수 있으나, 이는 A사의 의사결정 사항이며 필연적이지 않으나 A사는 실질적으로 주세의 인상을 가격에 반영하고 있다. 세액은 invoice에 별도로 표시되지 않는다.

Example B

B사는 다양한 관할권의 고객에게 위젯을 판매한다. 제조업체는 특정 관할권에서 판매된 위젯의 수에 따라 판매세를 납부한다. 판매세 납부 의무는 고객에게 판매되는 시점에 발생한다. 세액은 고객에게 발행된 invoice에서 별도로 식별되며, 세율의 인상이 있을 경우 고객에게 부과되는 세액도 동일하게 인상된다. 제조업체는 미수금이 회수되지 않을 경우 세액은 환급된다.

Issue



A사와 B사는 고객으로부터 수취하는 세액을 총액(즉, 수익 및 비용으로)으로 인식해야 하는가, 아니면 제3자(예: 정부 기관)에 지급된 금액을 차감한 순액으로 인식해야 하는가?

Solution



기업은 종종 고객으로부터 제3자에게 지급해야 하는 금액을 수취한다(예: 세금을 수취하여 정부 기관에 납부하는 경우). 고객으로부터 수취한 세액에는 판매세, 사용세, 부가가치세 및 소비세 등이 있다. 특정 판매세와 같이 제3자를 대신해서 회수한 금액은 정부를 대신하여 고객으로부터 수취하기 때문에 거래 가격에 포함되지 않는다. 이러한 상황에서 기업은 정부의 대리인이다.

세금의 명칭(예: 판매세 또는 소비세)은 기업이 세금의 주체인지 대리인인지를 평가할 때 항상 결정적인 요소는 아니다. 고객이 세액을 알고 있는지 여부도 반드시 분석에 영향을 미치는 것은 아니다. 경영진은 세금의 특성과 관련 관할권의 세법을 살펴보아야 하며, 이를 통해 기업이 세금을 납부할 주체인지 또는 세금이 고객에게 부과되는지를 판단해야 한다. 이는 특히 다양한 세제 체계를 가진 여러 관할 구역에서 운영하는 일부 기업에게는 상당한 작업이 될 수 있다.

K-IFRS 1115에 따르면 과세당국을 대신해서 판매자가 회수하는 금액은 매출에서 제외하고, K-IFRS 1002 문단 11에 따르면 과세당국으로부터 추후 환급받을 수 있는 세금은 재고자산 원가에서 제외한다.

국내 과세규정에 따라 주류에 대해 납부한 주세도 품질 불량, 변질 등의 사유로 판매가 불가능한 경우 환급 가능하며 이는 과세당국으로부터 추후 환급받을 수 있는 세금이고 A사 B사의 경우 모두 주세가 실질적으로 최종소비자에게 전가되므로 제조자(수입업자)가 부담하는 비용이 아니라 최종소비자에게 담세 의무가 있는 세금임을 알 수 있는 근거이다. 과세 방식이 부가가치세와 다르다고 할지라도 이는 징수 편의를 위한 제도상 차이일 뿐, 주세는 최종소비자를 대신하여 과세당국에 세금을 납부하고 판매 과정에서 회수하므로 재고자산의 원가, 매출에서 제외한다.

주세 회수에 대한 부담이 회사에 있다고 할지라도 이는 판매 방식 차이로 인하여 회사가 추가로 부담하는 비용일 뿐, 주세 과세 취지상 최종소비자가 담세자임이 명확하고 주세가 과세당국을 대신해서 판매자가 회수하는 금액이 아니라고 판단할 근거가 충분하지 않다.

따라서 주세는 소비자가 부담하는 비용이므로 A사와 B사의 판매 방식에 따라 주세 납부 방법이 달라지더라도 A사, B사의 재고자산 원가, 매출에서 제외한다.

3.3 입점수수료의 수익인식

사례 분석

Background



대형 이커머스 플랫폼 오픈마켓을 운영하는 A사는 여러 온라인 판매자들에게 상품을 업로드하고 판매할 수 있는 판매자(Seller)의 형태로 입점 계약을 체결하였다. 이 과정에서 A사의 오픈마켓에 입점하려는 판매자들은 A사에 최초로 가입비로 C100,000을 지불하며, 이후 1년마다 판매자 자격유지 갱신비용으로 C50,000을 지불해야 한다. 최초로 부담하는 가입비는 환불되지 않으며 판매자 자격을 상실하는 경우에는 최초가입비인 C100,000을 동일하게 지불하여야 한다.

Issue



A사는 어떠한 방식으로 입점수수료를 수익으로 인식할 수 있는가?

Solution



상기 계약에서 오픈마켓을 영위하는 A사에 식별된 수행의무는 “오픈마켓 판매자 자격” 및 “계약을 갱신할 수 있는 선택권” 2가지로 식별됨. K-IFRS 1115 ‘고객과의 계약에서 발생하는 수익’ 기준서에서는 고객에게 중요한 권리(Material Right)를 제공하는 경우, 중요한 권리는 별도의 수행의무로 간주될 수 있어 그 권리의 개별 판매가격을 산정하고, 거래가격의 일부를 배분함을 언급하고 있다.

오픈마켓을 운영하는 A사는 여러 온라인 판매자들이 판매하는 상품을 ‘중개’하는 위치에 있으므로 대리인에 해당되며, 사례에서의 최초 지불되는 가입비 C100,000은 기준서상 매년의 회원자격을 C50,000만큼 저렴하게 갱신할 수 있게 하는 ‘중요한 권리’에 해당하므로 이 가입비는 거래가격 산정에 포함됨. 따라서 다음의 회계처리의 대안을 고려할 수 있다.

대안1) 오픈마켓 판매자 자격을 부여하는 수행의무에 배분된 거래가격 C100,000은 최초 1년동안 수익으로 인식하며, 계약을 갱신할 수 있는 선택권은 그 권리가 배분된 매 1년마다 기간에 안분하여 수익을 인식한다.

대안2) 실무적 대안으로서, 제공할 것으로 예상되는 용역과 이에 상응하는 예상 대가를 참조하여 선택권이 있는 재화나 용역에 거래가격을 배분하는 방식으로 예를 들어, 고객이 최초 가입하고 나서 오픈마켓 판매자 자격을 약 3년을 유지할 것으로 기대되는 경우 전체 대가(가입비 C100,000 + 계약 갱신비용 C50,000의 3개년분)인 C250,000을 자격유지 예상기간인 3년에 걸쳐 수익으로 인식할 수 있다.

3.4 라이선스 회계처리

사례 분석

Background



콘텐츠 플랫폼 기업 A사는 고객에게 소프트웨어 및 콘텐츠의 라이선스를 제공하고 대가를 받는다. 라이선스 제공에 따른 거래가격은 100원이다.

Issue



A사는 라이선스 제공에 따른 수익은 어느 시점에 인식해야 하나?

Solution



소프트웨어, 기술, 음원, 상표권 등과 관련 지적자산을 보유한 기업들은 이에 대한 라이선스를 고객에게 제공하고 대가를 받는다. 기준서 제1115호 '고객과의 계약에서 발생하는 수익'에서는 라이선스 회계처리에 대한 세부적인 지침을 제공한다. 고객에게 라이선스만 부여하고 다른 재화나 용역을 제공하지 않는 경우 또는 다른 재화나 용역을 같이 제공하더라도 이와 구별되는 라이선스를 제공하는 경우, 기업이 고객에게 부여하는 라이선스가 다음 중 무엇을 제공하는 것인지를 판단해야 한다.

- 접근권(right to access): 라이선스 기간 전체에 걸쳐 존재하는, 기업의 지적재산에 접근할 권리
- 사용권(right to use): 라이선스를 부여하는 시점에 존재하는, 기업의 지적재산을 사용할 권리

기업이 라이선스를 제공한 후에도 라이선스 대상이 되는 지적재산에 유의적인 영향을 미치는 활동을 하기로 약정하였거나 고객이 그럴 것으로 합리적으로 예상하며, 고객이 기업의 활동으로 인해 긍정적이든, 부정적이든 영향을 받게 된다면 이는 접근권으로 볼 수 있을 것이다. (다만, 기업이 해당 지적재산과 구별되는 별도의 재화나 용역을 고객에게 이전하여 영향을 받는 경우는 제외될 것이다.) 기업이 제공하는 라이선스 거래가 접근권으로 판단된다면, 라이선스 제공 의무는 라이선스 부여를 약속한 기간에 걸쳐 이행하는 수행의무가 되며, 제공에 따른 수익은 기간에 걸쳐 인식될 것이다.

상기의 접근권으로 판단되는 요건을 충족하지 못하는 경우에는 기업이 라이선스를 부여하는 것은 그 시점에 라이선스가 존재하는 대로 그 지적재산에 대한 '사용권'을 제공하는 것이 된다. 따라서 고객이 특정 시점에 해당 라이선스에 대한 통제를 획득하므로 한 시점에 이행하는 수행의무에 해당하고, 회사는 그 시점에 수익을 인식하게 될 것이다.

접근권 판단을 위한 핵심 요소인 지적재산에 유의적인 영향을 미치는 활동은 다음과 같은 특성을 가진다.

- 그 활동이 지적재산의 형식(예: 디자인, 콘텐츠)이나 기능성(예: 기능 또는 업무수행능력)을 유의적으로 바꿀 것으로 예상됨
- 지적재산에서 효익을 얻을 고객의 능력이 실질적으로 그 활동에서 생기거나 활동에 따라 달라짐(예: "상표에서 생기는 효익"과 "지적재산의 가치를 뒷받침하거나 유지하는 기업의 지속적인 활동" 사이의 관계)

고객에게 라이선스를 부여하는 경우에 특정 기간 동안만 부여하는 것으로 제약하는 경우도 많다. 이렇게 기간제약이 존재한다고 해서 반드시 해당 기간에 걸쳐 수익을 인식해야 하는 것은 아니다. 왜냐하면 기간의 제약, 지역의 제한, 사용제한은 라이선스의 속성을 정하는 것이지 이러한 제약 유무에 따라 라이선스가 접근권인지 사용권인지를 결정하는 것은 아니기 때문이다. 즉, 기간 제약이 존재하더라도 라이선스 부여가 사용권으로 판단되면 특정 시점에 수익을 인식해야 하는 것이다.

접근권 회계처리 - 기간은 2년으로 가정

최초 계약시

(차) 매출채권 100 (대) 선수수익 100

계약시로부터 1년 경과시

(차) 선수수익 50 (대) 영업수익 50

계약시로부터 2년 경과시

(차) 선수수익 50 (대) 영업수익 50

사용권 회계처리

최초 계약시

(차) 매출채권 100 (대) 영업수익 100

또한, 라이선스 제공이 접근권인지 사용권인지와 관계없이 라이선스 제공의 대가가 향후 발생하는 판매나 사용에 따라 지급하는 로열티인 경우에는 변동대가 기준의 예외가 적용되어 다음 중 나중 사건이 일어날 때 인식한다.

- 후속판매나 사용
- 판매 또는 사용기준 로열티 일부, 전부가 배분된 수행의무 이행

추가적으로, 라이선스를 제공하면서 기업이 이와 구별되지 않는 재화나 용역도 고객에게 제공하기로 약정한다면(예: 라이선스를 부여하여 고객이 콘텐츠에 접근할 수 있도록 제공하는 온라인 서비스) 라이선스를 약속한 재화나 용역과 함께 단일수행의무로 회계처리 해야 하는지 여부를 결정해야 하며, 이 단일의 수행의무가 접근권인지, 사용권인지의 판단에 따라 어떻게 수익 인식되어야 하는지를 결정해야 할 것이다.

3.5 미납가산금 회계처리

사례 분석

Background



결제 플랫폼 기업 A사는 가맹점과 후불결제서비스 계약을 체결하여 서비스를 제공하고 있으며, 이러한 후불결제 서비스는 이용자들에게 소액의 신용(예를 들어, 1달기준 30만원 신용결제)을 부여하고 제공된 신용 내에서 이용자들이 후불로 결제할 수 있도록 함. 즉, A사는 가맹점에 대해 약정된 정산대금은 정산주기에 따라 선지급하지만 이용자들로부터 정산수수료를 포함한 결제대금을 이후에 수취하도록 약정되어 있다. 다만, 이용자들은 회사와 사전에 약정된 약관에 따라 예정된 결제기일에 대금을 납부하지 않을 경우, 미납시점으로부터 1일에 0.1%씩 납부가산금을 추가로 납부하여야 한다.

Issue



A사가 수취하는 납부가산금의 회계처리와 그 표시방법은?

Solution



A사가 계약을 체결한 고객은 가맹점이므로, 서비스 이용자로부터 받는 납부가산금은 고객과 계약상 어떠한 수행의무를 이행하며 제공받은 대가에 해당하지 않는다. 따라서, 이용자로부터 수취하는 추가적인 납부가산금은 유의적인 금융요소의 개념에 해당하며, 기준서 제1115호에서 정의하는 '고객과의 계약에서 생기는 수익'의 정의에는 부합하지 않는다.

다만, 해당 납부가산금이 주된 영업활동에서 발생하는 수익에 해당하는 경우 포괄손익계산서에서는 금융효과(이자수익이나 이자비용)를 고객과의 계약에서 생기는 수익과 구분하여 표시한다. 이자수익과 이자비용은 고객과의 계약에 대한 회계처리에서 인식하는 계약자산(또는 수취채권)이나 계약부채를 인식하는 정도까지만 인식한다.

3.6 포인트 지급거래: 광고시청시 포인트 제공하는 경우의 판단

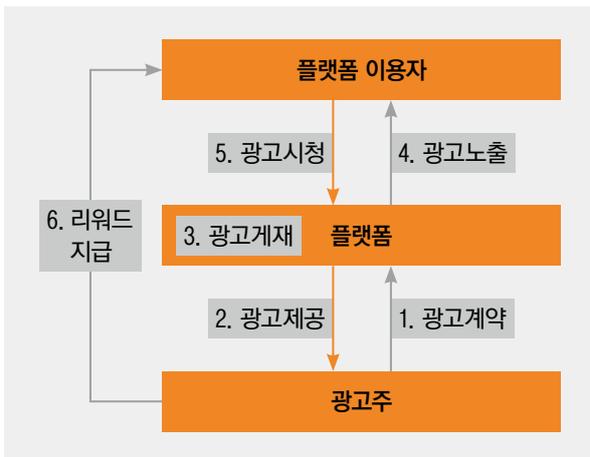
사례 분석

Background



최근 결제 등 플랫폼을 영위하는 A사는 광고주(또는 광고 대행사를 포함하며 이하 '고객')과 계약을 체결하고 A사가 영위하는 플랫폼 내에서 고객이 지정한 광고물을 게재하는 광고 서비스를 제공하는 계약을 체결하였다. A사는 고객과의 광고게재 계약·약정에 따라 광고를 시청, 클릭, 회원가입 등 요구하는 활동을 완료한 플랫폼이용자(이하 '이용자')에게 광고주와의 약정에 따라 플랫폼에서 결제시 결제대금에서 차감할 수 있는 포인트를 제공할 예정이다.

[거래구조]



Issue



A사가 광고시청자에게 광고시청의 대가로 포인트에 대한 회계처리 방법은?

Solution



K-IFRS 1115호 문단 70에 따르면, '고객에게 지급할 대가' 지참을 적용할 때의 '대가'에는 '고객(고객의 고객을 포함)에게 지급하거나 지급할 것으로 예상하는 금액을 포함'한다고 명시되어 있다.

K-IFRS 1115호에서 고객은 기업의 통상적인 활동의 산출물(재화·용역)을 대가와 교환하여 획득하기로 기업과 계약한 당사자로 정의된다. 본 사안에서 광고주는 플랫폼의 광고용역을 구매하는 계약 상대방이므로 '고객'에 해당하며, 이용자는 고객의 고객으로 식별되거나 광고용역의 구매자에는 해당하지 않지만 광고유통망내의 고객으로 식별될 수도 있다. 즉, 광고서비스와 관련한 계약에 따라, A사는 광고주(또는 광고대행사)에게 플랫폼 내 광고지면을 제공하는 수행의무가 존재하며 계약의 당사자는 A사와 광고주(또는 광고대행사)이지만, 광고를 이용하는 불특정 다수의 광고이용자 또한 해당 유통망 내에서 광의의 고객의 범주에 해당하는 것으로 판단될 수 있다.

따라서 A사가 별도로 구별되는 재화·용역을 수취하지 않을 경우, 광고서비스와 관련하여 고객인 광고주의 약정에 따라 고객의 고객 또는 고객으로 식별된 이용자에게 지급되는 포인트는 '고객에게 지급할 대가에 해당하여 수익에서 차감하여야 한다.

반면, 이용자에 대한 포인트 지급이 구별되는 재화·용역에 대한 대가로 명확히 식별되는 경우, 그 공정가치 범위 내에서는 비용으로 인식하고, 공정가치를 초과하는 부분은 거래가격에서 차감하여야 한다.

3.7 환불부채의 인식

사례 분석

Background



플랫폼기업 A사는 가맹점과 간편결제 서비스를 제공하면서 그 대가로 결제서비스 이용자의 결제대금에서 약정된 수수료율(3%)의 결제수수료를 가맹점으로부터 수취하는 계약을 체결하였다. 또한, A사는 신용카드사인 B사와 이용자가 B사의 신용카드를 이용하여 플랫폼에서 결제할 경우 B사에 결제대금에서 수수료(1%)를 지급하는 별도의 계약을 체결하였다.

이 경우, A사는 신용카드사로부터 신용카드수수료가 공제된 금액을 수취하며, 이후 가맹점에는 결제대금에서 A사 약정 수수료를 공제한 금액을 지급하는 구조로 표현된다. 다만, 이용자는 해당 거래를 언제든지 취소할 수 있으며, 거래취소가 발생한 경우 A사는 계약상 조건에 따라 가맹점으로부터 정산대금을 돌려받고 동시에 신용카드사로부터는 카드수수료를 환급받아 이용자에게 결제대금 전액을 지급하여야 하는 의무가 발생한다.

- 결제금액 100, 플랫폼 결제수수료율 3%, 신용카드사 수수료 1%로 가정

Issue



이용자가 결제거래에 대한 환불이 가능한 경우에 A사의 고려사항은?



Solution



환불부채 인식

고객(가맹점)에게서 받은 또는 받을 대가 중 기업이 권리를 갖게 될 것으로 예상하지 않는 금액(거래가격에 포함되지 않는 금액)에 대해 환불부채를 인식하며, 보고기간 말에는 사실과 상황의 변동을 반영하여 환불부채를 재측정해야한다. 반품권이 있는 거래(재화 판매뿐 아니라 환불 대상이 될 수 있는 일부 용역 제공 포함)를 처리할 때 기업은 (i) 환불이 예상되는 부분에 대해서는 수익을 인식하지 않고, (ii) 환불부채를 인식하며, (iii) 환불부채 결제 시 고객으로부터 회수할 권리가 있는 자산을 인식함. 사례에서 수수료 환불이 계약상 의무로 예상된다면 수익은 환불 예상분을 제외하고 인식되며, 환불의무는 환불부채로 인식됨.

반품권자산 개념의 적용

K-IFRS 1115의 '반품권자산'은 환불부채를 결제할 때 기업으로부터 고객으로부터 제품(재고)을 회수할 권리에 대응하는 자산으로 정의된다. 해당 자산의 최초 측정은 회수할 제품의 장부금액에서 회수 관련 원가(가치 감소를 포함)를 차감하여 산정하며, 환불부채와 별도로 표시함. 이 지침은 '제품 회수'가 존재하는 거래를 대상으로 하는 점에 유의하여야 한다.

즉, 결제수수료와 같은 서비스 거래에는 고객으로부터 '제품'을 회수하는 권리가 존재하지 않으므로, K-IFRS 1115에서 정의된 반품권자산(제품 회수에 대응한 자산)을 인식하는 대상에는 해당하지 않는다. 따라서 결제취소로 인해 환불부채를 인식하더라도, 그 자체로 '반품권자산'을 설정하지는 않는다. 다만, 제3자인 신용카드사 등으로부터 결제취소에 따라 환불받을 계약상 권리가 있으면 별도의 '금융자산(채권)'으로 인식한다. 금융자산은 계약상 신용카드수수료의 환급으로 인해 현금수취의 권리가 발생하는 때에 무상태표에 인식한다.

3.8 선불충전금 신탁계좌의 현금성자산 분류

사례 분석

Background



플랫폼업을 영위하는 A사는 전자금융업법에 의해 플랫폼 이용자가 충전한 선불충전금 전부에 대해 지급보증을 가입하거나, 국채 및 예금 등 계좌에 신탁 등의 방법으로 예치하여야 한다. 이러한 선불충전금의 신탁을 위해 A사가 금융기관에 가입한 MMT상품의 개요는 다음과 같다.

구분	내용
신탁기간	202X.1.1 ~ 202X.12.31
신탁보수	<ul style="list-style-type: none"> 기본보수: 신탁원본평균잔액 x 연0.x% 후취 수익보수: 없음
중도해지수수료	없음
운용지시내역	콜론, RP, 발행어음의 100%를 낮은위험으로 운용
수시입출금 가능여부	수시입출금형MMT로서 별도의 동의·승인 등 제약사항 없이 수시입출금이 가능

전자금융거래법 제13조의6에 따라 선불충전금의 운용방법을 정할 때 가맹점에 대한 정산 및 이용자에 대한 환급 등에 필요한 자금 규모와 정산·환급 시기를 고려하도록 하고 있으며 회사는 선불충전금을 가맹점에 대한 정산·환급 규모 및 시기를 고려하여 수시입출금식 신탁상품으로 운용하였다. 또한 전자금융거래법 상 선불충전금을 별도관리 하지 않거나, 선불충전금을 양도·담보로 제공하는 경우 전자금융거래법 제51조상 5천만원 이하의 과태료가 부과될 수 있다. 다만, 선불충전금에 대해 회사가 동 계좌에서 인출·사용에 대한 법적 혹은 행정적 제약은 존재하지 않으며, 선불충전금이 부족한 부분에 대해서는 전자금융거래법 제13조의6에 따라 익영업일까지 부족분을 해당 계좌에 보충하는 경우 별도의 Penalty는 존재하지 아니하다.

Issue



A사가 신탁한 선불충전금은 재무상태표 상 현금및현금성자산으로 분류할 수 있는지?

Solution



IAS1007호 문단 7에 따르면 '현금성자산'은 현금성자산은 1) 투자나 다른 목적이 아닌 단기의 현금수요를 충족하기 위한 목적으로 보유하는 자산이며, 2) 확정된 금액의 현금으로 전환이 용이하고, 가치변동의 위험이 경미해야 하는 것으로 정의된다

(1) 투자나 다른 목적이 아닌 단기현금수요 충족의 목적인지 여부

회사가 선불충전금을 가맹점에 대한 정산·환급 규모 및 시기를 고려하여 수시입출금식 신탁상품으로 운용하였다는 점과, 선불충전금 잔액 변동 및 간편송금 수요에 대응하기 위하여 매일 이루어지는 수시입출금 계좌의 성격을 고려하였을 때 단기의 가맹점 정산·환급에 사용하는 현금수요에 대응하는 목적을 충족할 수 있을 것으로 판단된다.

(2) 확정된 금액의 현금으로 전환이 용이하고, 가치변동의 위험이 경미한지 여부

선불충전금이 부족한 부분에 대해서는 전자금융거래법 제13조의6에 따라 익영업일까지 부족분을 해당 계좌에 보충하는 경우 별도의 Penalty는 존재하지 않은 점과 회사가 가입한 상품은 수시입출금 성격에 해당하여 확정금액의 현금으로 전환이 용이하며, 중도해지수수료가 0%이므로 가치변동위험이 경미한 점을 고려하면, 실질적으로 해당 신탁잔액은 확정된 금액의 현금으로 전환이 용이하고 가치변동의 위험이 경미한 것으로 판단할 수 있다. 이에 따라, 투자된 신탁자산의 구성요소를 반영하여 "현금및현금성자산"으로 인식하는 회계정책을 고려할 수 있을 것이다. 다만, 수시입출금이 가능하더라도, 기준서 1007호 문단 48에 따라 회사가 신탁한 자산의 규모와 성격에 대한 경영진의 설명을 주석상 공시할 필요성을 고려하여야 한다.

4. 자산 및 손상

4.1 다중 플랫폼 이커머스업체의 현금창출단위 결정

사례 분석

Background

이커머스업체 X사는 국내외에 여러 플랫폼을 소유하고 있다. 각 웹사이트는 일반적으로 서로 다른 국가나 지역에서 사업을 영위하지만 플랫폼 A사와 플랫폼 B사는 같은 지역에서 사업을 영위한다. 모든 셀러 선정, 수수료 책정, 마케팅, 광고 및 인사 정책은 모든 플랫폼에 대해 중앙에서 수행한다.

Issue

A사와 B사는 손상 테스트 목적으로 통합해야 하는가?

Solution

전통적인 플랫폼은 일반적으로 별도의 현금창출단위로 간주된다. 각 플랫폼은 다른 플랫폼과 독립적으로 현금 유입을 생성하기 때문이다. 현금창출단위는 '다른 자산 또는 자산 그룹의 현금 유입과 대부분 독립적으로 현금 유입을 생성하는 가장 작은 식별 가능한 자산 그룹'으로 정의된다 [K-IFRS 1036 문단 6]. K-IFRS 1036의 적용사례 [사례 1]에서는 동일 도시 내 각기 다른 상권에 위치하는 여러 매장을 가진 체인 소매업체의 현금창출단위를 분석하며, 매장 단위로 결정될 가능성이 높다고 결론짓는다.

2007년 3월 IFRS 해석 위원회 의제 결정에서는 K-IFRS 1036의 '독립적인 현금 유입'이 순현금 흐름을 의미하지 않는다고 명시하고 있다. 따라서 현금 유출은 분석에 고려되지 않는다. A사와 B사의 경우, 비용이 중앙에서 발생한다는 사실은 관련이 없다.

4.2 손상 - 플랫폼의 사용 가치

사례 분석

Background



이커머스업체 X사는 여러 개의 개별 플랫폼을 영위하고 있다. 각 플랫폼은 사용권자산과 리스개량자산을 보유하고 있다.

Issue



각 플랫폼은 어떻게 손상 테스트를 해야 하는가?

Solution



X사는 K-IFRS 1036을 적용하여 플랫폼 사업의 현금창출단위가 손상되었는지 여부를 판단하고 손상이 발생한 경우 손상차손을 인식해야 한다. 대부분의 경우, 각 플랫폼은 사용권자산과 리스개량자산을 보유한다. 이러한 자산은 어느 하나가 다른 자산과 독립적인 현금흐름을 창출하기 보다는 다른 자산과 함께 유입되는 현금흐름을 창출할 가능성이 높다. 따라서 결합된 자산은 하나의 현금창출단위로 손상 평가를 수행해야 하며, 합리적이고 일관된 방식으로 배부가 가능한 경우 현금창출단위에 배부되는 공동자산과 함께 평가해야 한다.

각 현금창출단위에 귀속된 자산(및 적절한 경우 부채)은 회수 가능한 금액을 계산하기 위해 식별된 예상 미래 현금 흐름과 일관되어야 한다. 플랫폼의 회수가능금액을 사용가치에 기반하여 결정한다면, 사용가치 산정에 활용되는 미래 현금흐름에는 플랫폼에서 발생하는 모든 미래 현금 유입 및 유출이 포함된다.

사용권자산은 사용가치 모델을 활용하여 테스트할 때 현금창출단위에 포함되지만, 관련된 리스 부채는 제외되어야 한다. 이는 리스 부채가 자금 조달의 한 형태이기 때문이며, 모든 자금 조달 현금 흐름은 K-IFRS 1036 문단 50(a) 항에 따라 사용가치에서 명시적으로 제외된다. 일부 경우, 부채는 관련 자산과 분리할 수 없으며 (예: 구매자가 부채 없이 자산이나 사업을 인수할 수 없거나 인수하지 않으려는 경우) 이 경우 부채를 어떻게 고려할 지에 대해서는 2016년 IFRIC에서 고려되었는데, K-IFRS 1036은 인식된 부채의 장부 금액은 현금창출단위의 장부 금액 및 부채와 관련된 현금 유출을 제외한 사용가치 모두에서 차감해야 한다고 언급하였다. 이 경우 현금창출단위에 리스 부채 포함 여부가 사용가치 테스트에 미치는 영향은 없을 것이다.

예상 현금 흐름은 다음과 같다:

- 현금창출단위의 장부 금액에 사용권자산을 포함한다;
- 리스부채는 자금 조달과 관련이 있기 때문에 현금창출단위의 장부 금액에서 제외한다;
- 사용가치 계산에서 리스 부채와 관련된 리스 지급액을 제외한다;
- 리스 기간 종료 시 현금창출단위를 지속적으로 운영하기 위해 필요한 리스 자산 교체 목적의 현금 유출을 포함한다 (즉, 손상검사 테스트 대상이 되는 사용권자산은 기존 리스에 대해서만 반영된다) - 리스 자산 교체를 위한 현금 유출 관련 추가 지침은 아래 4.4 섹션 참조;
- 리스 부채에 포함되지 않은 예상되는 미래 변동 임대료와 단기 및 저가 리스에 대한 현금 유출을 포함한다[K-IFRS 1036 문단 75].

예상 미래 세전 현금 흐름은 화폐의 시간 가치와 미래 현금 흐름 추정치에 반영되지 않은 자산·현금창출단위에 특정한 위험을 반영하는 세전 할인율로 할인된다. 가중평균 자본비용(WACC)은 기준으로 사용될 수 있지만, 이는 해당 기업 자체의 자본 구조가 아닌 동종기업들의 적정 자본 구조를 반영하여 적절히 조정되어야 한다. 리스 부채는 기존 부채 및 자본 외에 자본 구조의 추가적인 부채와 같은 요소로 고려될 것으로 예상된다.

가중 평균 자본 비용은 동종 그룹의 자본 구조를 반영해야 한다. 따라서 X는 적절한 동종 그룹을 식별하는 데 주의해야 한다. 손상 테스트는 종종 세후 할인율을 사용하여 수행된다. 관찰 가능한 시장 수익률이 일반적으로 세후 수익률이기 때문에, 실제로는 세후 현금 흐름을 세후 할인율로 할인하여 사용 가치를 계산하는 것이 일반적이다. 이는 세전 할인율이 미래 세금 현금 흐름의 특정 금액과 시점을 반영하도록 조정된 세후 할인율일 때만 적용된다. 중요한 일시적 차이가 있는 경우, 이 계산에서 불일치를 제거하기 위해 세금 현금 흐름을 조정해야 한다. 세후 현금 흐름을 사용하여 사용 가치를 결정할 때 일시적 차이를 처리하는 방법 중 하나는 현금창출단위의 자산과 부채의 세무 기준액이 장부 금액과 같다고 가정하여 세금 현금 흐름을 계산하는 것이다.

4.3 손상 - 본사 배분 비용과 자산

사례 분석

Background



이커머스업체 X사는 3개의 독립적인 플랫폼을 운영하고 있다. 본사는 별도의 본사 건물을 소유하고 있으며 마케팅, 광고, IT, 인사, 급여, 회계, 총무 등과 같은 다양한 일반적인 기능을 수행한다. 플랫폼 중 하나인 A사업부(현금 창출단위)는 손실을 보고 있으며, 경영진은 이 플랫폼의 손상 여부를 테스트할 계획이다.

Issue



본사 비용과 관련하여 A사업부의 손상 테스트를 위한 사용가치 결정 시 고려해야 할 사항은 무엇인가?

Solution



K-IFRS 1036 문단41에 따라 현금 흐름에는 본사 기능과 관련된 미래 간접비의 예측도 포함되어야 하며, 직접 귀속되거나 합리적이고 일관된 기준으로 배부될 수 있는 비용도 포함되어야 한다.

K-IFRS 1036 문단 102에 따라 A사업부와 관련된 공동자산을 식별하고, A사업부에 합리적이고 일관된 기준으로 배부할 수 있는 경우, 장부 금액의 일부를 A사업부에 배부해야 한다.

모든 배부에는 본질적으로 판단이 필요하며, 기업 간접비가 사용가치 계산에서 누락되거나 이중으로 계산되지 않도록 하는 것이 중요하다. 예를 들어, 손상 검토를 위해 기업 자산의 장부 가치 일부가 A사업부에 할당되는 경우, 해당 자산 사용과 관련하여 A사업부가 지불한 내부 관리 비용은 이중 계산을 초래할 수 있는 경우 현금 유출에서 제외해야 한다.

4.4 손상 - 임차 자산의 대체 현금 흐름

사례 분석

Background



A사는 현금창출단위 내에 사용권자산을 보유하고 있다. 이 임차계약과 관련된 현금 지급액은 K-IFRS 1036 문단 50에 따라 재무 활동 현금 흐름에 포함되므로 현금창출단위 현금 흐름에서 제외되어야 한다. 현금창출단위는 임차 종료 후 동일한 자산이 필요하므로, A사는 사용가치 모델 적용시 이러한 임차 자산의 대체로 인한 현금 유출을 고려하여야 한다. 대체 자산의 사용이 예측 가능한 미래에 계속될 것으로 예상되는 경우, 현금 유출은 terminal value에 반영될 수 있다.

Issue



리스 자산 교체를 위한 현금 유출을 사용가치 모델에 포함시키는 실질적인 방법은 무엇인가?



Solution



A사는 자본적 지출을 통해 대체 자산을 구매하거나 유사 자산에 대한 또 다른 리스 계약을 체결할 수 있는 옵션이 있다.

경영진이 대체 자산의 취득을 위한 자금 조달 방법(즉, 구매 또는 리스 갱신)에 관계없이, 사용가치 모델은 기존 리스가 만료되는 해와 이후 연도에 자산 교체를 위한 현금 유출을 포함해야 한다. 현금창출단위가 대규모 사용권자산 포트폴리오를 보유하고 있는 경우 모델링이 복잡할 수 있다.

해결책 중 하나는 현금창출단위의 사용권자산의 연간 감가상각비를 리스 기간 이후 대체 자산의 현금 유출액의 지표로 사용하는 것이다. 이러한 단순화된 모델은 안정된 리스 포트폴리오(비교적 안정된 갱신 현금 흐름)에만 적용 가능하다. 감가상각은 역사적 원가를 기준으로 산출되므로 인플레이션을 고려해야 한다. 인플레이션이 무시할 수 없는 수준인 경우 미래 현금 유출액이 과소하게 추정되는 것을 피하기 위해 감가상각은 인플레이션을 반영하여 조정해야 한다.

이 방법은 다음과 같은 예시로 설명할 수 있다. 20X0년 12월 31일, A사는 연간 리스료가 CU100인 리스를 보유하고 있으며 사용권자산은 CU190, 잔여 계약 기간 2년, 연간 감가상각비가 CU95이다. 기존 사용권자산의 잔존가치는 0이다.

사용가치 모델	Year1	Year2	Year3	Year4	Year5	Terminal
현금창출단위 자산	현금창출단위 내 기존 사용권자산		대체될 자산은 손상검사 대상 현금창출단위 자산에 포함되지 않음			
	리스료 지급액 현금흐름에서 제외		기존 리스계약 만료 시점 대체 자산 취득을 위한 현금유출 포함 (사용권자산의 연간 감가상각비 사용 가능)			
사용가치 현금흐름	현금유출 CU100 제외	현금유출 CU100 제외	인플레이션 조정된 현금유출 CU95 포함	인플레이션 조정된 현금유출 CU95 포함	인플레이션 조정된 현금유출 CU95 포함	Terminal value 계산시 인플레이션 조정된 현금유출 CU95 포함

이 방법은 가능한 접근 방식 중 하나일 뿐이며, 다른 방법이 적절할 수 있다. 예를 들어, 이 방법은 불규칙한 임대 포트폴리오에는 적합하지 않을 수 있으며, 이 경우 더 자세한 예측이 필요할 것이다.

4.5 유휴 자산의 감가상각

사례 분석

Background



정부 규제로 인해 소매업체 Y사는 일정 기간 동안 임차 매장을 열 수 없다. 또한 매장에 대한 접근이 제한되어 있으며, 소매업체는 매장에서 보수작업을 하거나 온라인 판매를 위한 창고로 사용할 수 없다. 그러나 상품은 여전히 해당 장소에 보관되어 있다. 소매업체는 K-IFRS 1016에 따라 사용권자산의 감가상각비를 인식하며, 이는 정액법 또는 기업이 사용권자산을 소비할 것으로 예상하는 패턴을 더 잘 나타내는 다른 체계적인 방법에 따라 감가상각된다. 이 사용권자산은 임차인이 기초자산을 사용할 수 있는 계약적 권리를 가진 기간에 걸쳐 정액법으로 감가상각된다.

Issue



소매업체는 자산이 유휴 상태일 때 감가상각을 중단할 수 있는가?

Solution



폐쇄 기간 동안 소매업체가 사용권자산의 감가상각을 중단하거나 감가상각 방법을 변경하는 것은 적절하지 않다. 정액법 감가상각 방식에서는 자산이 유휴 상태가 되더라도 감가상각이 중단되지 않기 때문이다.

소매업체는 사용권자산의 감가상각에 있어 K-IFRS 1016의 지침을 적용한다. K-IFRS 1016 문단 55에 따르면 자산의 사용 가능 시점에 감가상각이 개시되고, K-IFRS 1105에 따라 자산이 매각 예정자산으로 분류되거나 매각을 위해 보유 중인 처분 그룹에 포함되는 시점 또는 자산이 제거되는 시점 중 더 이른 날짜에 감가상각이 중단되어야 한다. 따라서 자산이 유휴 상태가 되더라도 자산이 완전히 감가상각되지 않는 한 감가상각은 중단되지 않는다.

4.6 데이터센터 상면, 서버의 임차계약의 리스 회계처리 적용 여부

사례 분석

Background



이커머스업체 X사는 데이터센터를 보유한 Y사와 데이터 센터의 상면 및 서버를 임차하여 이용하는 계약을 체결하고 있다. 계약상 X사가 임차하는 상면, 서버의 수량이 정해져 있으며 수량과 기간에 근거하여 책정된다.

Issue



X사는 데이터상면 및 서버 임차 계약을 K-IFRS 1116에 따른 리스계약으로 식별해야 하는가?

Solution



많은 이커머스, 플랫폼 기업들은 데이터서비스를 제공하는 데이터센터와 상면, 서버 등을 임차하는 계약을 체결한다. 대부분의 경우에 데이터센터들은 별도의 동의 없이 고객이 사용하는 상면의 위치, 서버 등을 교체할 수 있다. 고객은 일정 수량의 상면과 서버를 사용하는 것이 목적이며, 반드시 특정한 위치의 상면이나 특정한 서버일 필요는 없다. 따라서, 계약상 상면(별도의 합의 내역을 포함)과 서버의 수량만 특정될 뿐 상면의 위치나 서버의 일련번호가 명시되어 있지 않다. 이러한 경우 계약이 K-IFRS 1116 문단 B14의 “공급자가 그 자산을 대체할 실질적 권리(대체권)를 사용기간 내 내 가지는지”에 대한 판단이 필요하다.

일부 계약의 경우 데이터센터의 상면과 서버가 특정될 수 있다. 이 때에는 특정 고객의 상면과 서버가 타 고객 임대 부분과 물리적으로 구분되며, 교체가 필요할 경우 고객의 동의를 얻어야 한다. 이러한 경우 K-IFRS 1116 문단B14에 따라 공급자가 실질적인 대체권을 보유한 것에 해당하지 않아 리스 대상 요건을 충족할 수 있으므로 주의가 필요하다.

4.7 사업결합으로 취득한 브랜드의 내용연수

사례 분석

Background

A사는 명품 판매를 위주로 하는 이커머스업체이며, 사업 영역 확장을 위해 두 개의 향수 브랜드를 인수했다:

- **브랜드 1** : 오랜 세월 동안 플래그십 제품으로 자리 잡은 시대를 초월한 클래식 향수 브랜드
- **브랜드 2** : 새롭게 유명해진 KPOP 스타의 이름을 딴 새로운 향수 브랜드로 이 스타는 향수의 홍보 및 마케팅에 적극적으로 참여하고 있음

Issue

각 브랜드에 대해 무형 자산이 인식되었다. C 사는 브랜드를 비한정 내용연수를 가진 것으로 회계 처리할 수 있는지?

Solution

특정 무형 자산은 비한정 내용연수를 가질 수 있으며, 이는 “자산이 순현금유입을 창출할 것으로 기대되는 기간에 대하여 예측가능한 제한이 없을 경우”를 의미한다[K-IFRS 1038 문단88]. 이 경우, 각 향수 브랜드의 내용연수 산정에 있어서 고려될 수 있는 요소는 다음과 같다:

- 회사의 브랜드 지원에 대한 의지가 어느 정도인지?
- 브랜드가 단기적인 유행이나 시장 트렌드에 의해 뒷받침되지 않고, 오랜 기간 동안의 성공으로 입증된 장기적인 잠재력을 얼마나 가지고 있는지?
- 브랜드의 제품이 환경의 변화에도 불구하고 어느 정도 경쟁력을 유지할 수 있는지? 예를 들어, 제품이 법적, 기술적 및 경쟁 환경의 변화 대응할 수 있는 정도

브랜드 1은 비한정 내용연수로 판단할 가능성이 높다. 이 브랜드는 수십 년 동안 시장에서 성공을 거두며 그 지속성을 입증했기 때문이다.

브랜드 2는 대상 스타의 인기에 밀접하게 연관되어 있으므로, 이 브랜드가 스타의 인기 주기나 미디어 트렌드를 넘어 지속될 수 있을지 평가하기 어렵다. 또한, 새로운 브랜드로서 과거 경쟁력을 유지해왔던 것이 입증되지 않았기 때문에 이 브랜드가 비한정 내용연수를 가질 가능성은 낮다.

비한정 내용연수 무형 자산의 내용연수는 매 회계기간에 검토되어야 하며, 주변 사건과 상황에도 불구하고 여전히 비한정 내용연수를 가지는지를 확인해야 한다. 만약 그렇지 않다면, 내용연수를 다시 추정해야 하며 이러한 변경은 K-IFRS 1008에 따른 추정의 변경으로 회계 처리되어야 한다[K-IFRS 38 문단109].

4.8 개발비(웹사이트 혹은 모바일 앱 구축비용 등)의 자산화

사례 분석

Background



대형 이커머스 플랫폼 오픈마켓을 운영하는 X사는 고객 주문 접수를 위한 웹사이트 및 모바일 앱을 구축하고 있다.

Issue



X사는 해당 웹사이트 및 모바일 앱 구축을 위해 소요된 비용을 K-IFRS 1038에 따라 내부적으로 창출한 무형자산으로 인식할 수 있는가?

Solution



웹 사이트나 모바일 앱 구축을 위해 소요된 비용을 내부적으로 창출한 무형자산으로 인식하기 위해서는 이러한 웹 사이트나 모바일 앱이 어떻게 미래 경제적 효익을 창출할 지를 제시할 수 있어야 한다. X사의 경우 웹 사이트나 모바일 앱에서 이루어진 주문접수를 통해 수익을 직접 발생시키는 경우에 해당한다고 볼 수 있으므로 내부적으로 창출한 무형자산으로 볼 수 있다.

K-IFRS 1038문단 52-67에 따르면 내부적으로 창출한 무형자산이 인식기준을 충족하는지를 평가하기 위하여 무형자산의 창출과정을 연구단계와 개발단계로 구분하며, 내부 프로젝트의 연구단계에서 발생하는 지출은 발생시점에 비용으로 인식한다. 개발단계는 연구단계보다 훨씬 더 진전되어 있는 상태이기 때문에 내부프로젝트의 개발단계에서는 무형자산을 식별할 수 있으며, 그 무형자산이 미래 경제적 효익을 창출할 것임을 제시할 수 있다. 이때 무형자산을 창출하기 위한 내부 프로젝트를 연구단계와 개발단계로 구분할 수 없는 경우에는 그 프로젝트에서 발생한 지출은 모두 연구단계에서 발생한 것으로 본다.

웹 사이트 및 모바일 앱 구축을 위한 지출은 개발비의 인식과 유사하게 연구단계(웹 사이트 및 모바일 앱 개발을 위한 계획단계)와 개발단계(응용프로그램과 하부구조 개발단계, 그래픽 디자인 개발단계, 콘텐츠 개발단계)의 성격으로 구분된다. 계획단계를 제외하고는 모두 무형자산의 인식요건을 충족하는 것으로 판단할 수 있을 것이다. 운영단계는 웹 사이트 및 모바일 앱의 개발이 완성되면 개시한다. 이는 소위 말하는 자본적지출(무형자산 취득이나 완성 후에 증가·대체·수선을 위하여 발생한 원가)에 해당하는지 여부를 판단하여 자산화 여부를 결정하여야 한다.

다만 기업이 주로 자체의 재화와 용역의 판매촉진과 광고를 위해 웹 사이트를 개발한 경우라면 그 웹 사이트가 어떻게 미래 경제적 효익을 창출할 지를 제시할 수 없다. 따라서 이러한 웹 사이트 개발에 대한 모든 지출은 발생시점에 비용으로 인식한다.

4.9 사업결합 시 조건부대가의 회계처리

사례 분석

Background



이커머스기업 X사는 AI 기반의 검색 기술을 보유한 Y사를 인수하였다. 이는 지분취득이 아닌 사업양수도의 형태로 이루어진 사업결합이며, 조건부대가는 부채임을 가정하기로 한다. 또한 매수자 입장에서 취득법으로 회계처리가 이루어졌음을 가정한다.

Example A

X사는 Y사의 이전 주주에게 일정 조건의 충족 시 추가로 자산 혹은 지분을 이전하는 조건부대가를 지급한다.

Example B

X사는 Y사의 핵심 기술에 대한 노하우를 가진 임원인 매도주주에게 의무고용조건이 포함된 조건부대가를 지급한다.

Issue



X사는 이러한 거래를 어떻게 회계 처리해야 하나?

Solution



Example A

플랫폼 비즈니스의 경우 사업결합 시 일정 조건의 충족 시 피취득자의 이전 주주에게 추가로 자산 혹은 지분을 이전하는 조건부대가를 많이 이용한다. 조건부대가는 일반적으로 사업결합 취득일에 공정가치를 이전대가에 포함해야 하며, 이 때 조건부대가의 발생가능성과는 무관하다.

사업결합 회계처리에 있어서 취득일 시점의 조건부대가의 분류는 사업결합 이후의 손익에 영향을 미칠 수 있다는 점에서 중요한 고려요소의 하나이다. 즉, 사업결합 이후에 조건부대가는 취득일의 분류에 따라, 금융부채로 분류되는 경우에는 공정가치로 재측정하고 변동액을 당기손익으로 인식하고, 자본으로 분류되는 경우에는 재측정하지 않게 된다. K-IFRS 제1103호에 따르면, 취득자는 조건부대가의 지급 의무를 기준서 제1032호 '금융상품: 표시' 문단 11의 지분상품과 금융부채의 정의나 그 밖의 적용가능한 K-IFRS 기준에 기초하여 부채 또는 자본으로 분류한다. 취득자는 특정 조건을 충족하는 경우 과거의 이전대가를 회수할 수 있는 권리를 자산으로 분류한다.

조건부대가의 공정가치를 어떻게 평가해야 하는지도 중요한 고려사항 중 하나이다. 기업은 조건부대가의 공정가치를 결정하기 위해 사용하는 가정을 도출할 때 약정의 주요한 투입변수와 시장참여자 가정을 고려해야 하며, 이는 약정 상 적절한 단계에 도달할 시기와 가능성을 예측하는 것을 포함할 것이다. 각각의 잠재적인 결과가 발생할 확률과 확률 결과에 따라 지급될 약정상 금액은 불확실하므로 이에 대한 판단이 필요하다. 조건부대가에 대한 측정방법으로는 일반적으로 현금흐름할인분석, 현금흐름할인모형과 연관된 이항모형, 그리고 이보다 더 복잡한 몬테카를로 시뮬레이션 등이 적용되고 있다. 사용될 측정방법의 선택은 약정의 기간과 지급구조에 따라 영향을 미칠 것이다.

[매수자의 회계처리]

인수한 순자산은 공정가치로 측정되며, 이전대가로 지급한 현금 및 파생부채(조건부대가)의 합계와 인수한 순자산 공정가치의 차이가 영업권으로 인식된다.

[매도자의 회계처리]

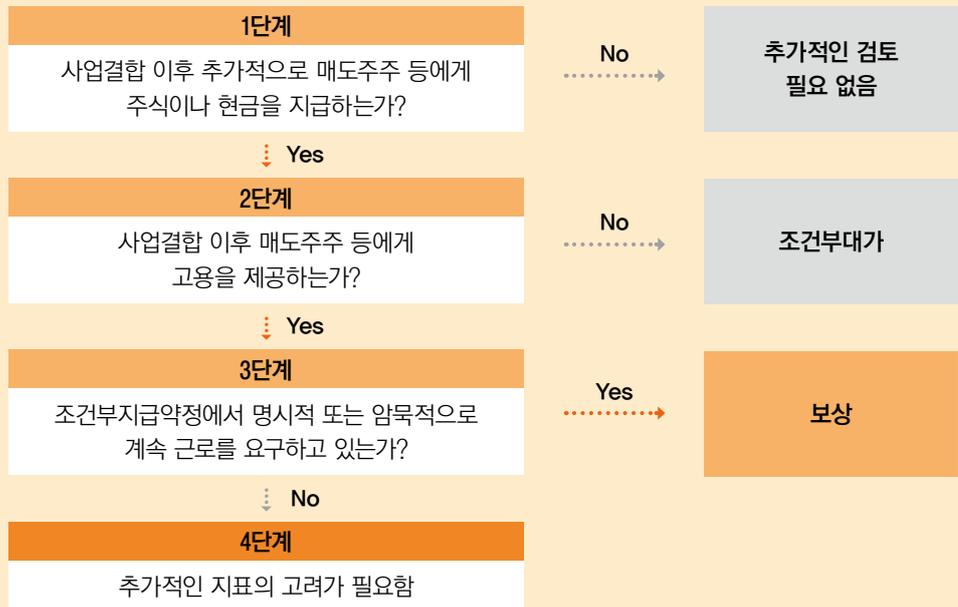
매도자는 매각한 사업에 대한 순자산 장부가액과 이전대가로 수령한 현금 및 조건부대가 자산(이는 공정가치로 측정됨)의 차이를 처분손익으로 인식하게 된다.

Example B

사업결합 거래 시 임원 및 종업원인 매도주주에 대한 조건부 대가의 지급에 임원 및 종업원의 의무고용조건이 포함된 경우 인수 기업 입장에서 조건부대가를 지분 매입이 아니라 근로에 대한 보상으로 볼 여지가 존재한다. 이러한 거래는 특히 인수되는 사업의 성공적인 운영 여부에 핵심 임직원의 노하우나 기술개발이 중요한 산업에서 빈번하게 목격되고 있다.

따라서 종업원이나 매도주주에 대한 조건부 지급약정이 약정의 성격에 따른 사업결합의 조건부 대가인지, 아니면 별도의 거래인지를 우선적으로 파악해야 하며, 조건부 지급약정이 조건부대가로 판단되는 경우 이전대가의 일부로서 사업결합 회계처리에 영향을 미치게 되나 만약 고용에 따른 보수로 판단되는 경우 고용기간에 따라 별도의 비용으로 인식하여야 한다.

조건부 지급 약정을 조건부대가인지 아니면 별도의 거래로서 근로용역의 대가인지에 대한 구분은 일반적으로 다음의 단계에 따르고 있다.



사업결합 약정에 조건부 지급 조항이 왜 포함되었는지, 그 약정의 제안자가 누구인지 그리고 그 약정의 체결 시점이 언제인지를 이해하는 것은 그 약정의 성격을 평가하는 데 도움이 될 수 있다.

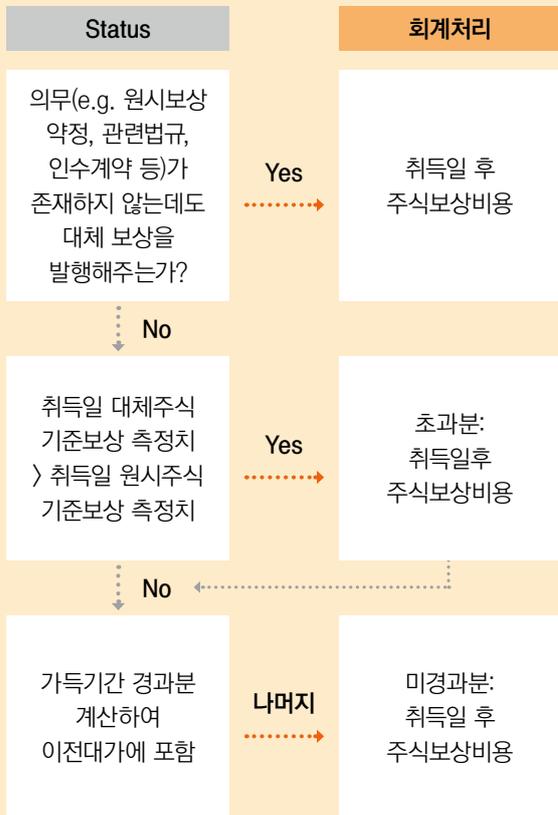
위의 검토단계에서 제4단계에 해당하는 경우 즉, 종업원이나 매도주주에 대한 조건부 지급이 피취득자에 대한 교환의 일부인지 또는 사업결합과는 별도의 거

래인지가 명확하지 않은 경우에는 기업회계기준서 제 1103호 적용지침 B55에의 지표를 추가적으로 고려하여야 하며, 그 주요한 지표의 내용은 다음과 같다.

문단 B55(1)에서는 고용의 지속여부나 대가의 결정 산식등을 종합적으로 고려해 판단하도록 설명하고 있으나, 종업원의 퇴사 시 대가를 받을 수 없는 경우에는 근무용역에 대한 보수로 간주하도록 규정하고 있다.

보상의 지표	내용	조건부대가의 지표
조건부지급기간과 같거나 조건부 지급기간보다 길 경우	고용의 지속기간	조건부 지급기간보다 짧을 경우
결합기업의 다른 주요 종업원의 보수와 비교하여 비합리적으로 낮은 수준인 경우	보수의 수준 (조건부 지급대가 제외)	결합기업의 다른 주요 종업원의 보수와 비교하여 합리적이거나 또는 높은 수준인 경우
결합기업의 종업원이 되지 않는 매도주주가 결합기업의 종업원이 되는 매도주주보다 주당기준으로 더 낮은 조건부 지급을 받는 경우	종업원에 대한 증분 지급	결합기업의 종업원이 되지 않는 매도주주가 결합기업의 종업원이 되는 매도주주와 주당기준으로 유사한 조건부 지급을 받는 경우
피취득자의 주식 대부분을 소유하고 있는 매도주주들이 주요 종업원으로 계속 남는 경우 실질적으로 사업결합 후 용역에 대한 보수를 제공하기 위한 이익배분약정으로 볼 수 있음	소유주식의 수	주요 종업원이 되는 매도주주가 피취득자의 주식을 조금만 소유하고 있고 모든 매도주주가 주당 기준에 따라 동일한 조건부 대가 금액을 수령하고 있는 경우
취득일의 최초 이전대가가 피취득자에 대한 가치평가에서 설정된 범위의 높은 쪽에 근거를 두고 조건부 지급산식이 과거의 이익분배 약정과 일관될 경우	가치평가와의 연계	취득일의 최초 이전대가가 피취득자에 대한 가치평가에서 설정된 범위의 낮은 쪽에 근거를 두고 조건부 지급산식이 가치평가접근법에 근거한 경우

추가적으로 조건부대가가 자본일 경우를 고려할 수 있다. 특히 피취득자가 발행한 주식기준보상이 존재하거나 피취득자를 인수하며, 취득자가 피취득자의 주식기준보상을 자신의 주식기준보상으로 대체발행할 수 있으며 하기와 같은 회계처리를 고려할 수 있다.



한편, 상기와는 다르게, 만약 조건부 지급 약정이 사업결합에 대한 대가가 아니고 별도의 거래로 파악되었다면, 이 경우 조건부 지급약정은 사업결합의 일부로 회계처리되지 않고, 의무근로제공 기간 동안에 근로용역에 대한 영업비용으로 회계처리될 것이다.

추가적으로 사업결합 약정에 의한 지배력 판단 시 의사결정기구(이사회 등)의 의사결정방식 및 의결권 보유 여부, 주주간 약정 등에 의사결정 관련 조항여부를 고려해야 한다.

제1110호 '연결재무제표'

10 투자자가 관련 활동(즉, 피투자자의 이익에 유의적으로 영향을 미치는 활동)을 지시하는 현재의 능력을 갖게 하는 현존 권리를 보유하고 있을 때, 투자자는 피투자자에 대한 힘이 있다

14 다른 기업들이 관련 활동의 지시에 참여하는 현재의 능력을 갖게 하는 현존 권리(예: 유의적인 영향력)를 보유하고 있다 하더라도, 투자자는 피투자자에 대한 힘이 있을 수 있다

B26 권리가 투자자에게 피투자자에 대한 힘을 갖게 하는지를 평가할 때, 투자자는 자신의 권리와 다른 투자자들이 갖는 권리가 방어권인지를 평가해야 한다

B27 방어권은 그 권리와 관련된 피투자자에 대한 힘을 갖게 하지 않으면서 권리 보유자의 이익을 보호하기 위해 설계되었기 때문에, 방어권만을 보유한 투자자는 피투자자에 대한 힘을 가질 수 없거나, 다른 당사자가 그러한 힘을 갖지 못하게 할 수 없다

B28 방어권의 예는 다음과 같으며, 이에 한정되지는 않는다. (1) 차입자의 신용위험을 대여자의 손실로 유의적으로 전환되게 할 수 있는 차입자의 행위를 제한하는 대여자의 권리 (2) 통상적인 영업수행 과정에 필요한 것보다 훨씬 큰 규모의 자본적 지출을 승인하거나 지분상품이나 채무상품의 발행을 승인하는, 피투자자의 비지배지분 보유자의 권리 (3) 차입자가 특정 대출 상환 조건을 충족하지 못하는 경우에, 차입자의 자산을 압류하는 대여자의 권리

B35 피투자자의 의결권 과반수를 보유하는 투자자가 다음의 상황에서 힘을 가진다. (1) 의결권 과반수 보유자의 결의로 관련 활동을 지시하거나, (2) 관련 활동을 지시하는 의사결정기구 구성원의 과반수를 의결권 과반수 보유자의 결의로 선임한다.

5. 리스

5.1 리스의 정의 - 참고

사례 분석

Background



온라인 이커머스업체 A사는 본사와 계약을 체결하여 A사의 상품을 보관할 창고를 5년 동안 사용할 수 있는 권리를 부여받았다. 본사는 A사에게 다른 창고를 사용할 것을 요구할 수 있으며, A사는 유사한 면적 및 형태를 가진 여러 창고 중에서 이용 가능하다.

본사는 A사에게 다른 창고를 사용할 것을 요구시 A사의 창고이전 비용을 지불해야 하므로, A사를 이전시키는 것은 다른 업체로부터 받을 이전 비용으로 A사의 창고이전 비용을 충당할 수 있는 금액 내에서 A사가 넓은 점포를 이용하고 싶어할 경우에만 경제적으로 이익이 될 수 있지만, 본사가 A사에게 이전을 요구할 가능성은 낮다고 여겨진다.

본사와 A사의 계약은 A사가 대형마트의 영업 시간 동안 창고를 이용하도록 요구하며, A사는 보관할 상품의 조합, 상품 가격 및 보유할 재고의 양을 스스로 결정한다. A사는 또한 5년 동안 다른 회사의 창고이용에 대한 물리적 접근을 통제한다.

A사가 지불하는 리스료는 고정 금액과 A사가 창고를 이용하여 판매한 상품매출액의 일정 비율로 구성된다.

Issue



A사가 본사와 체결한 계약에 리스가 포함되어 있는가?

Solution



K-IFRS 1116에서는 '계약에서 대가와 교환하여, 식별되는 자산의 사용 통제권을 일정 기간 이전하게 한다면 그 계약은 리스이거나 리스를 포함한 다'라고 명시하고 있다. A사가 리스 계약이 있는지 평가하기 위해서는 식별되는 자산이 있는지 확인한 후, 경제적 효익의 대부분을 얻을 권리와 사용을 지시할 권리가 모두 있는지를 평가해야 한다.

- **식별되는 자산이 있는가?:** A사가 이용할 창고는 계약서에 명시되어 있다. 다만, 본사가 권리를 행사하여 이익을 얻는 것은 발생할 가능성이 낮은 특정 상황에서만 가능하기 때문에 자산을 대체할 권리는 본사에게 있지만, 대체 권리는 실질적이지 않는 것으로 평가된다. 창고는 식별되는 자산에 해당한다[K-IFRS 1116 문단 B13].
- **A사는 창고의 사용으로부터 경제적 효익의 대부분을 얻을 권리가 있는가?:** A사는 사용 기간 동안 창고를 독점적으로 사용한다. 사용으로부터 발생하는 현금 흐름의 일부가 본사에게 리스료로 전달되지만 A사가 창고의 사용으로부터 경제적 효익의 대부분을 얻을 권리를 보유한다[K-IFRS 1116 문단B21].
- **A사는 창고의 사용을 지시할 권리가 있는가?:** 사용 기간 동안 창고의 사용 방법과 목적에 대한 모든 결정은 A사에 의해 이루어지며 상품이 대형마트의 영업시간 동안에만 판매될 수 있다는 제한은 계약의 범위를 정의하지만, A사의 창고 사용 지시 권리를 제한하지는 않다 [K-IFRS 1116 문단 B24].

결론적으로 계약에는 창고의 리스가 포함되어 있다.

5.2 창고 - 계약 내 구성 요소 식별

사례 분석

Background



B사는 쇼핑몰 내에서 창고를 임대하며, 비품의 적재·저장 공간도 함께 임대한다. 임대인은 매달 고정 금액을 청구하는데, 계약서에는 고정 금액이 다음을 포함한다고 명시되어 있다: (a) 창고, 비품 및 적재·저장 공간에 대한 리스료; (b) 재산세 및 보험; (c) 보안 및 청소; (d) 창고의 유지보수.

Issue



이 계약의 구성요소는 무엇인가?

Solution



이 계약의 리스요소는 적재·저장 공간이 있는 창고와 비품에 해당한다. 비리스요소는 보안 및 청소, 그리고 유지보수 서비스이다[K-IFRS 1116 문단12].

재산세 및 보험

K-IFRS 1116문단 B33을 적용하여, 임차인은 특정 상황에서 재산세 및 보험에 대한 지불이 별도의 재화나 서비스를 이전하지 않으므로 별도의 비리스요소로 회계 처리되지 않는다고 판단했다. 대신, 이들은 계약에서 별도로 식별되는 구성요소에 배분하는 총 대가의 일부로 간주된다.

비품

비품은 창고나 적재·저장 공간에 대한 의존도나 상호관련성이 매우 높지는 않기 때문에 별도의 리스요소로 간주된다. 비품은 다른 공급업체로부터 조달될 수 있으며 다른 창고에서도 사용될 수 있다. 따라서 비품을 사용할 권리는 별도의 리스요소에 해당한다.

보안 및 청소 서비스

보안 및 청소 서비스는 B사에 대한 별도의 서비스 제공을 포함하며, 별도의 비리스요소로 간주된다. B사는 다음 중 하나를 선택할 수 있다.

- 리스요소 및 비리스요소를 분리하고 각 구성 요소에 대한 대가를 배분하거나
- 실무적간편법을 적용하여 리스요소와 관련된 비리스요소를 단일의 리스요소로 회계 처리한다.

유지 관리 서비스의 중요성으로 인해 B사는 비리스요소를 관련 리스요소와 결합하는 실무적 간편법을 적용하지 않기로 결정한다.

리스요소 및 비리스요소가 식별되면 계약 대가는 각 구성요소에 배분되며, 임차인은 상대적 공정가치에 따라 별도의 리스요소 및 비리스요소에 계약 대가를 배분해야 한다.

임대인은 K-IFRS 1115의 거래 가격 배분 지침에 따라 별도의 리스요소 및 비리스요소에 계약 대가를 배분해야 한다. 임차인에게 제공되는 리스요소 및 비리스요소에 대한 실무적 간편법은 임차인에게는 적용되지 않는다. K-IFRS 1116은 임차인이 재화나 서비스를 임차인에게 이전하지 않는 활동 및 비용(예: 재산세 및 보험)에 대해 지급해야 하는 금액은 계약의 별도의 구성요소가 아니라 계약의 별도로 식별되는 구성요소에 배분하는 총 대가의 일부로 간주된다고 명시하고 있다.

5.3 리스기간 - 상당한 위약금이 있는 종료선택권의 발생

사례 분석

Background



B사는 20X1년 1월 1일 임대인과 건물 리스계약을 체결하였다. 임대차계약서에는 특정 계약 기간이 명시되어 있지 않으며, 어느 한 쪽이 해지 통지를 할 때까지 무기한으로 계속된다. B사와 임대인은 각각 20X2년 6월 30일부터 매년 6월 말에 계약을 해지할 권리가 있으며, 상대방의 허가 없이 해지할 수 있다. 해지 통지는 6개월 전에 해야 한다(즉, 가장 이른 리스계약의 종료선택권 행사가능시기는 20X2년 6월 30일이며, 6개월 통지 기간으로 인해 20X2년 12월 31일에 효력이 발생함).

B사는 10년이 끝나기 전에 계약을 해지하는 경우, 임대인에게 두 해의 리스료에 해당하는 해지 위약금을 지급해야 하며, 이는 상당한 불이익에 해당함. B사가 그 이후에 리스계약을 해지하는 경우에는 위약금이 발생하지 않으며, 임대인에게는 리스계약을 해지할 때 언제든지 해지 위약금이 발생하지 않는다.

Issue



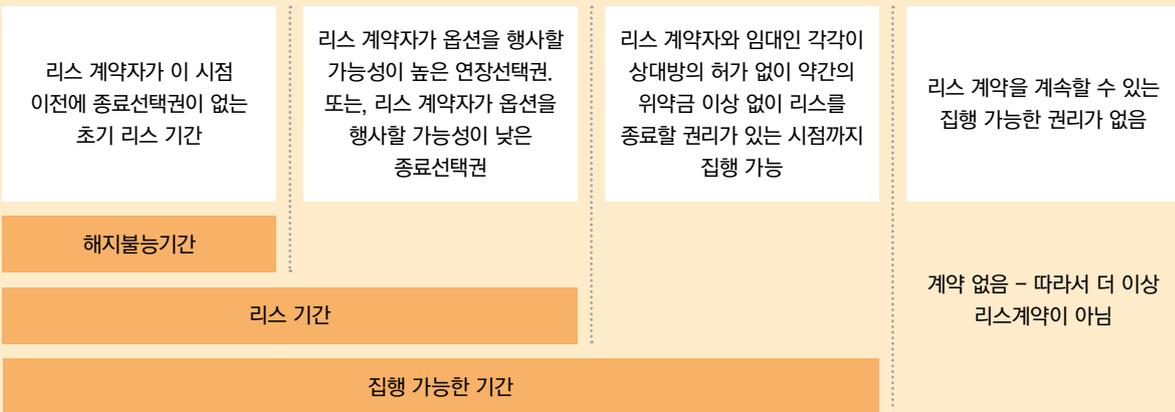
리스개시일에 리스기간은 어떻게 산정하는가?

Solution



다음 다이어그램은 리스기간과 관련된 취소 불가능하고 집행 가능한 기간을 설명함:

시간



리스 기간은 다음 사항을 고려하여 결정된다:

- K-IFRS 1116 문단 B34는 리스 계약자와 임대인 각각이 상대방의 허가 없이 약간의 위약금 등 약간의 불이익만 감수하면 리스를 종료할 권리가 있을 때 리스가 더 이상 집행 가능하지 않다고 설명한다. 10년 이전에는 리스 계약자가 종료하기 위해 약간의 위약금 이상을 부담해야 한다. 10년 이후에는 양 당사자가 약간의 위약금 이상 없이 종료할 수 있으므로 집행 가능한 기간은 10년이다.
- 해지불능기간은 24개월로 판단되며, 리스 계약자가 통지 기간을 고려할 때 20X2년 12월 31일 이전의 날짜로 리스를 종료할 수 없기 때문이다.
- 임차인 종료선택권에 대한 지침은 최소 취소불가능 기간인 2년(18개월 + 6개월 통지)과 최대 집행 가능 기간인 10년 사이에서 리스기간을 결정하는데 적용된다.
- 계약의 첫 10년 동안 임차인의 종료선택권은 임차인이 첫 10년 동안 건물을 계속 임대할 것인지에 대해 상당히 확실하다고 판단하지 못하는 경우 리스기간에 영향을 미치게 된다(즉, 종료선택권을 행사하지 않을 것이 상당히 확실한 경우) [K-IFRS 1116 문단 B37]. 임차인이 모든 관련 사실과 상황을 고려한 후 전체 집행 가능 기간 동안 리스를 계속할 것이라는 합리적인 확신이 있는 경우(종료선택권을 행사하지 않도록 경제적 유인을 만드는 모든 관련 사실과 상황을 고려한 경우), 리스기간은 10년으로 산정된다. 반대로, 임차인이 특정 시점에서 해지 위약금에도 불구하고 리스를 계속할 것이라는 것이 상당히 확실하지 않은 경

우, 리스기간은 통지기간을 고려하여 그 시점에서 종료된다.

- 임차인이 해지를 하지 않을 것이 상당히 확실한지 여부를 평가할 때, 해지 위약금은 관련 요소 중 하나로 평가된다[K-IFRS 1116 문단 B37(c)]. 이 경우, 위약금의 규모는 임차인이 10년 이전에 리스를 해지하지 않을 것이 상당히 확실한지에 대한 판단을 갖게 할 가능성이 있지만, 기업은 모든 관련 사실과 상황(예: 선택적 기간에 대한 계약 조건과 시장 요율 비교, 수행된 중요한 리스개량, 자산이 임차인의 운영에 미치는 중요성 등)을 고려해야 한다.

IFRS 해석 위원회(IC)는 취소 가능하거나 갱신 가능한 리스계약의 리스기간을 어떻게 결정할 것인지, 그리고 K-IFRS 1116 문단 B34항의 '불이익'이 계약 해지 위약금 지급만 포함하는지 아니면 계약의 더 넓은 경제적 측면도 고려해야 하는지에 대한 질문을 받았다 [IFRIC 업데이트 2019년 11월].

IC는 계약의 더 넓은 경제적 측면을 고려해야 하며, 계약 위약금 지급만 고려해서는 안 된다고 언급하였다. 이러한 고려 사항에는 예를 들어, 리스개량을 철회하거나 포기하는 비용, 계약 해지와 관련된 비용(예: 대체 리스를 찾는 비용, 재협상 또는 이전 비용), 자산이 임차인의 운영에 미치는 중요성 등이 포함된다. 따라서 어느 한 쪽 당사자가 해지 시 어느 시점에서든 무시할 수 없는 위약금을 부담하게 된다면, 집행 가능 기간은 이러한 기간을 포함하는 것이 적절할 수 있다.

5.4 양측에 종료선택권이 있는 영구 리스계약

사례 분석

Background



A사는 창고 리스계약을 체결하였으며, 리스계약은 영구적으로 계속되지만, 임대인과 임차인 모두 종료선택권을 가지고 있다. 종료선택권은 언제든지 행사할 수 있으며, 종료선택권을 행사하는 당사자는 유의적 수준의 위약금을 부담하지 않는다. 두 옵션 모두 해지 전 통지 기간이 있으며 아래와 같다:

- 임차인이 옵션을 행사하면, 해지는 행사 후 6개월 후에 효력이 발생한다.
- 임대인이 옵션을 행사하면, 해지는 행사 후 18개월 후에 효력이 발생한다.

Issue



리스개시일 기준으로 리스기간은 얼마이며, 리스기간의 재평가 방법은?

Solution



K-IFRS 1116 문단 18에 따르면, 기업은 리스기간을 취소불가능한 리스기간으로 결정해야 하며, 여기에는 리스의 연장선택권이 포함된 기간(임차인이 해당 옵션을 행사할 것이라고 것이 상당히 확실한 경우)과 임대 종료선택권이 포함된 기간(임차인이 해당 옵션을 행사하지 않을 것이 상당히 확실한 경우)이 포함된다.

먼저, A사는 취소불가능한 기간이 무엇인지 결정해야 하며, 이 경우는 6개월이다. A사는 그 다음에 집행 가능한 기간을 결정해야 한다. 리스계약은 임차인과 임대인이 서로의 동의 없이 경미한 위약금으로 리스를 종료할 권리가 있을 때 더 이상 집행 가능하지 않는다[K-IFRS 1116 문단 B34].

이 예에서 리스개시일 기준으로 리스의 집행 가능한 기간은 18개월이다. 이는 리스개시일로부터 양 당사자가 경미한 위약금으로 계약을 종료할 수 있

는 가장 이른 시점까지의 기간이다.

리스이용자의 종료선택권에 대한 지침이 리스기간을 결정하는 데 적용되어야 하며, 이는 취소불가능한 기간(6개월, 임차인의 통지 기간)과 집행 가능한 기간(18개월) 사이의 최소값과 최대값이다. 임차인이 18개월 동안 리스를 계속할 것이 상당히 확실한 경우, 리스기간은 18개월이 된다.

리스개시일 기준으로 계약의 취소불가능한 기간은 6개월(임차인의 종료 통지)이며, 집행 가능한 기간은 18개월이다. 집행 가능한 기간은 리스개시일로부터 양 당사자가 경미한 위약금으로 계약과 계약 의무를 종료할 수 있는 가장 이른 시점까지의 기간이다. 따라서 리스기간은 임차인의 특정한 사실과 상황에 따라 6개월에서 18개월 사이로 결정된다.

K-IFRS 1116 문단 21에 따르면, 리스기간은 리스계약 상 취소불가능한 기간이 변경되면 수정된다. 이 사례에서 어느 당사자도 계약을 종료하지 않는 경우, 남은 취소불가능한 리스기간은 6개월로 유지되고(취소불가능한 기간이 끝나는 날짜가 매일 하루씩 늦춰짐), 남은 집행 가능한 기간은 18개월로 유지된다(집행 가능한 기간이 끝나는 날짜도 매일 하루씩 늦춰짐). 따라서 남은 리스기간은 항상 최소 6개월이 된다.

대안 시나리오 - 위와 동일한 사실이지만, 임차인이 60개월 동안 '갱신'할 것이라고 상당히 확실한 경우

60개월 동안 임대차 계약을 계속할 가능성이 높은 임차인은 해당 기간 동안 해당 장소에 남아 있을 경제적 유인이 있다[K-IFRS 1116 문단 B37]. 따라서, A사는 60개월 기간이 끝나기 전에 계약을 종료할 경우 상당한 불이익을 받을 것이며, K-IFRS 1116 문단 B34에 따라 계약은 60개월 동안 집행 가능하다. 따라서 리스기간은 60개월이다(즉, 임차인이 해당 장소에 남아 있을 가능성이 높은 기간임).

5.5 리스계약이 변경되지 않는 경우 리스기간의 재평가

사례 분석

Background



리스기간의 평가는 임대인이 임차인에게 기초 자산을 사용할 수 있도록 제공하는 날짜에 해당하는 리스개시일에 이루어진다.

리스계약이 변경되지 않는 경우, 리스기간은 제한된 상황에서만 재평가되어야 한다. 특히, K-IFRS 1116은 리스이용자가 통제할 수 있는 범위에 있고, 선택권의 행사가 상당히 확실한지에 영향을 미치는 유의적인 사건이 일어나거나 상황에 유의적인 변화가 있을 때에 선택권의 행사 여부를 다시 평가하도록 한다[K-IFRS 1116 문단 20].

Issue



어떤 사건이 리스기간의 재평가를 촉발하는지?

Solution



리스기간의 재평가를 초래할 수 있는 중요한 사건이나 변화는 다음과 같다:

- 리스개시일 이후에 수행되거나 수행될 것으로 예상되는 중요한 리스개량: 임대인이 리스 자산을 개선하거나 특별한 필요에 맞게 조정하기 위해 상당한 투자를 하는 경우, 임대인이 연장선택권을 행사할 가능성이 더 높다.
- 일부 회사의 리스계약 연장 결정은 사업 계획 준비 과정에서 이루어졌으며, 이는 사업 계획의 주요 가정으로서 구체적으로 논의되고 관련 거버넌스 수준에 공개되었다.
- 최초 리스기간 종료 이후에 참고 또는 그 상당 부분을 전대리스하는 결정.
- 상권의 매력 감소로 인해 소매점을 폐쇄하기로 결정.

- 옵션을 행사하거나 행사하지 않는 것과 직접적으로 관련된 사업 결정(예: 온라인 중개에 집중하기 위해 참고를 폐쇄하기로 결정하거나 참고를 아웃소싱하는 경우).

임차인은 중대한 사건이나 상황 변화가 없는 한 리스기간을 지속적으로 재평가할 필요가 없다.

시장 기반 요인의 변화만으로(예: 갱신 기간 동안의 리스료가 이제는 저렴하다고 간주될 정도로 시장 리스료가 상승하는 경우) 리스기간의 재평가를 촉발해서는 안된다.

이사회에서 승인한 5년 사업 계획은 임대인이 초기 리스기간 종료 시 연장선택권을 행사할 것이라고 가정하고 있지만, 이는 리스기간의 재평가를 촉발하기에 충분하지 않다. 사업 계획을 승인하는 것은 임대인의 통제 내에 있다. 그러나 시간이 지남에 따라 임대인이 리스계약을 연장할 가능성이 높아지거나 연장할 것이라는 암묵적인 가정만으로는 촉발 사건으로 간주될 수 없다.

K-IFRS 1116은 또한 다음의 상황에서 리스기간을 재평가해야 한다고 요구한다:

- 이전에 리스기간을 산정할 때 포함되지 않았던 선택권을 임대인이 행사한다.
- 이전에 리스기간을 산정할 때 포함되었던 선택권을 임대인이 행사하지 않는다.
- 이전에 리스기간을 산정할 때 포함되지 않았던 선택권을 임대인이 계약상 의무적으로 행사하게 하는 사건이 일어난다.
- 이전에 리스기간을 산정할 때 포함되었던 선택권을 임대인이 행사하는 것을 계약상 금지하는 사건이 일어난다.

5.6 리스 부채 - 시장요율로 행사하는 연장선택권

사례 분석

Background



20X1년 1월 1일, A사(임차인)는 창고에 대한 리스계약을 체결하였다. 취소할 수 없는 리스기간은 7년이다. 첫 해의 연간 리스료는 CU10,000이며, 이후 매년 5% 증가한다. CU10,000은 리스개시일의 시장 리스료를 반영하였다. A사는 리스기간을 추가로 5년 연장할 수 있는 옵션을 가지고 있다. 리스개시일에 A사는 연장선택권을 행사할 것이 상당히 확실하다고 결론지었다.

Issue



A사는 아래 예시에서 리스 부채에 포함되는 리스 지급액을 어떻게 결정할지?

Solution



예시 A - 연장선택권 행사 시점의 시장 리스료 상한

연장된 기간의 변경된 리스료는 옵션이 행사되는 시점에 임대인과 A사 간에 합의되며, 그 시점의 시장 리스료를 기준으로 한다. 그러나 변경된 리스료는 이전 기간의 리스료의 105%를 초과할 수 없다.

A사가 연장선택권을 행사할 가능성이 높기 때문에, 리스 기간은 12년이다. 그 기간 내의 모든 리스 지급액은 리스 부채에 포함된다.

임대인과 임차인이 연장된 기간의 변경된 리스료에 동의해야 하므로, 그 시점의 시장 리스료가 될 것이라고 가정할 수 있다. 지수나 요율에 따라 달라지는 변동 리스료, 즉 시장 리스료 변동을 반영하는 리스료는 최초 측정 시 리스개시일의 지수나 요율을 사용하여 측정된다[K-IFRS 1116 문단27]. 따라서 리스부채의 최초 측정에 포함된 연장된 기간의 리스료는 갱신 기간의 매년 CU10,000(리스개시일의 시장 리스료)이다.

	1	2	3	4	5	6	7	8-12
리스료(CU)	10,000	10,500	11,025	11,577	12,155	12,763	13,401	10,000

A사는 연장된 기간의 첫 번째 리스료(즉, 8년 차의 지불 금액)를 합의할 때, 그 시점의 시장 리스료를 반영하기 위해 리스부채를 재측정한다.

예시 B - 옵션 행사 시점의 시장 리스료에 대한 상한선과 하한선

연장된 기간의 변경된 리스료는 옵션이 행사되는 시점에 임대인과 A사 간에 합의되며, 그 시점의 시장 리스료를 기준으로 한다. 그러나 변경된 리스료는 이전 기간의 리스료의 85% 미만이거나 115%를 초과할 수 없는 하한선과 상한선이 있다. 따라서 연장된 기간 동안의 리스료는 최소한 $(CU10,000 \times 1.05^6) \times 0.85 = CU11,391$ 이다.

예시 B에서 연장된 기간 동안의 지불은 완전히 변동적이지 않고 하한선이 설정되어 있다. CU11,391의 하한선이 리스개시일의 시장 리스료(CU10,000)보다 높기 때문에, 8-12년 동안 리스부채의 최초 측정에 포함되는 금액은 CU11,391이다.

	1	2	3	4	5	6	7	8-12
리스료(CU)	10,000	10,500	11,025	11,577	12,155	12,763	13,401	11,391

A사는 연장된 기간의 첫 번째 리스료(즉, 8년 차의 지불 금액)를 합의할 때, 그 시점의 시장 리스료를 반영하기 위해 리스부채를 재측정한다.

예시 C - 7년 차 리스료와 옵션 행사 시점의 시장 리스료 중 높은 금액

연장된 기간의 변경된 리스료는 (i) 7년 차에 지불된 리스료(CU13,401)와 (ii) 연장된 기간 시작일의 현재 시장 리스료(임대인과 임차인이 합의하거나 독립적인 감정사가 결정함) 중 높은 금액이다.

예시 B와 유사하게, 연장된 기간 동안의 지급액은 완전히 변동적이지 않고 하한선이 설정되어 있다. 예시 C에서 하한선은 7년차에 지급된 리스료(CU13,401)이다. CU13,401의 기준점이 리스개시일의 시장 리스료(CU10,000)보다 높기 때문에, 8-12년차의 리스부채 초기 측정에 포함되는 금액은 CU13,401이다.

	1	2	3	4	5	6	7	8-12
리스료(CU)	10,000	10,500	11,025	11,577	12,155	12,763	13,401	13,401

A사는 연장된 기간의 첫 번째 리스료(즉, 8년차의 지불 금액)를 합의할 때, CU13,401보다 높다면 그 시점의 시장 리스료를 반영하기 위해 리스부채를 재측정한다.

5.7 별도의 리스로 회계 처리되지 않는 리스계약의 변경

사례 분석

Background



이커머스업체 C사는 임차인에게 추가 창고를 사용할 권리를 부여하기 위해 기존 리스계약을 변경하는 계약을 체결하였다. 리스료의 증가는 추가 창고에 대한 개별가격 및 적절한 조정보다 낮다.

Issue



C사는 리스변경 유효일이 새로운 리스의 리스개시일 이전인 경우 리스계약 변경사항을 어떻게 회계 처리하는지?

Solution



증가된 대가가 증가된 공간에 대한 개별가격과 일치하지 않기 때문에, 리스계약의 변경은 별도의 리스로 회계 처리되지 않는다. 이 맥락에서 각각의 할인은 새로운 리스요소(추가 창고)와 기존 리스요소 모두와 관련이 있다. 따라서 리스계약 변경은 기존 및 추가 사용 권리에 모두 영향을 미치며, 해당 구성 요소에 배분되어야 한다.

기존 리스와 관련된 리스부채는 변경일에 재측정된다[K-IFRS 1116 문단45]. C사는 리스계약 변경의 유효일에 리스부채를 재측정해야 하며, 변경된 할인율을 사용하고, 사용권자산에 상응하는 조정을 해야한다. 변경된 할인율은 리스기간의 나머지 동안 리스에 내재된 이자율이다. C사는 리스에 내재된 이자율이 쉽게 결정되지 않는 경우, 그 시점의 증분차입이자율을 사용한다.

새로운 리스요소의 리스개시일이 변경된 리스계약의 유효일과 다를 경우, 리스부채의 측정은 리스변경일에 이루어지며[K-IFRS 1116 문단45], 추가 리스요소의 인식은 리스개시일에 이루어진다[K-IFRS 1116 문단22].

5.8 리스계약의 변경 - 리스 범위 감소

사례 분석

Background



리스이용자는 사무실 공간 5,000제곱미터를 10년간 리스하는 계약을 체결하였다. 연간 리스료는 매년 말에 50,000원씩 지급해야 한다. 리스의 내재이자율은 쉽게 산정할 수 없다. 리스개시일에 리스이용자의 증분차입이자율은 연 6%이다. 6차 연도 초에 리스이용자와 리스제공자는 기존 리스를 수정하여 6차 연도의 첫 번째 분기 말부터 기존 공간의 2,500제곱미터만으로 공간을 줄이기로 합의하였고, 연간 고정리스료(6차 연도부터 10차 연도까지는)는 30,000원씩이다. 6차 연도 초에 리스이용자의 증분차입이자율은 연 5%이다.

리스변경 전 리스부채와 사용권자산의 장부금액은 다음과 같다.

- 사용권자산 CU184,002
- 리스부채 CU210,618

Issue



리스계약 변경을 어떻게 회계 처리하는지?

Solution



리스의 범위를 좁히는 리스변경이므로 별도 리스로 회계처리할 대상이 아니다. 별도 리스로 회계처리하지 않는 리스변경에 대하여 리스이용자는 리스의 일부나 전부의 종료를 반영하기 위하여 사용권자산의 장부금액을 줄이며, 리스부채를 재측정한다. 또한, 리스이용자는 리스의 일부나 전부의 종료에 관련되는 차손익을 당기손익으로 인식한다.

1단계: 리스이용자는 나머지 사용권자산(변경 전 사용권자산의 50%에 상당하는 2,500제곱미터)에 기초하여 사용권자산의 장부금액 중 비례하는 감

소액을 산정한다. 변경 전 사용권자산(184,002원)의 50%는 92,001원이다. 변경 전 리스부채(210,618원)의 50%는 105,309원이다. 따라서 리스이용자는 사용권자산의 장부금액을 92,001원만큼 줄이고 리스부채의 장부금액을 105,309원만큼 줄인다. 리스이용자는 리스부채 감소액과 사용권자산 감소액의 차이(105,309원 - 92,001원 = 13,308원)를 변경 유효일(6차 연도 초)에 차익으로서 당기손익에 인식한다.

- 리스부채 (변경 전 장부가의 50%) CU105,309
- 사용권자산 (변경 전 장부가의 50%) CU92,001
- 당기 이익 CU13,308

2단계: 별도 리스로 회계처리하지 않는 리스변경에 대해서는 수정 할인율로 수정 리스료를 할인하여 리스부채를 다시 측정한다. 변경 유효일(6차 연도 초)에 리스이용자는 (1) 남은 리스기간 5년, (2) 연간 리스료 30,000원과 (3) 리스이용자의 증분차입이자율 연 5%에 기초하여 리스부채를 다시 측정한다. 이 금액은 129,884원이다. 리스이용자는 나머지 리스부채 105,309원과 변경된 리스부채 129,884원의 차액인 24,575원을 사용권자산을 조정하여 인식하여, 지급 대가의 변동과 수정 할인율을 반영한다.

$$\left(= \frac{CU30,000}{1.05} + \frac{CU30,000}{1.05^2} + \frac{CU30,000}{1.05^3} + \frac{CU30,000}{1.05^4} + \frac{CU30,000}{1.05^5} \right)$$

리스의 범위를 넓히는 리스변경이나, 추가된 리스료가 추가된 리스 범위의 개별 가격에 상응하는 금액에서 적절히 조정된 리스료가 아닌 경우, 이러한 리스의 변경도 별도 리스로 회계처리하지 않는 리스변경으로 처리한다.

- 사용권자산 CU24,575
- 리스부채 CU24,575

5.9 임대인의 자발적인 리스료 면제

사례 분석

Background



임대인은 임차인이 재정적 어려움에 처해 있는 경우 리스 계약에 따라 지급해야 할 일부 금액을 면제하기로 합의할 수 있다. 이 경우 리스의 범위나 기타 조건은 변경하지 않는다.

Issue



계약이나 법률 또는 규정에 의해 요구되지 않는 경우, 임차인이 임대인으로부터 제공받은 리스료 면제의 회계처리 방법

Solution



K-IFRS 1109와 K-IFRS 1116은 이러한 자발적인 리스료 면제의 처리에 대해 서로 다른 지침을 포함하고 있다. 따라서 회사는 하나의 정책을 선택하여 일관되게 회계정책을 유지할 필요가 있을 것으로 판단된다.

(1) 금융부채의 소멸규정을 적용시

첫번째로 임차인은 리스료 인하를 리스부채의 부분적인 소멸로 간주할 수 있다. K-IFRS 1109호 문단 2.1(2)(나)에서 리스이용자가 인식하는 리스부채의 제거는 동 기준서상 금융부채의 제거 요구사항을 적용 받는다고 명시하고 있다. 따라서, 임차인은 임대인의 자발적인 임차료 인하를 리스부채의 부분적 소멸로 간주할 수 있다. 금융부채의 제거는 금융부채(또는 금융부채의 일부)가 소멸되는 때에 재무제표에서 제거되어야 하며(K-IFRS 1109호 문단3.3.1), 임대인의 자발적인 임차료 면제는 계약에 명시된 리스부채에 대한 의무의 취소에 해당된다. 임차료의 면제는 합의된 기간 동안 각 리스부채의 의무가 소멸하는 때에 리스부채를 감소시키며, 리스부채의 조정은 손익계산서상 관련 손익으로 인식한다.

(2) 리스계약의 변경규정을 적용시

또는 임차인은 리스료 인하가 리스계약의 변경이라고 간주할 수 있다. 리스변경은 그 정의 상 변경 전 계약조건의 일부가 아니었던 리스대가의 변경을 포함하는데, 임대인의 자발적인 임차료 인하는 원래 리스계약에 존재했던 계약조건의 일부가 아닐 것이다. 따라서, 리스이용자는 임차료 인하를 리스에 대해 지급하는 대가가 변경되는 리스변경으로 간주할 수 있다. 리스이용자는 K-IFRS 1116호 문단46 리스변경 회계처리에 따라, 임차료 인하를 반영하여 수정된 임차료의 현재가치를 리스변경 유효일에 측정된 수정 할인율로 재평가하여야 한다. 리스변경 유효일에 재측정한 리스부채와 기존 장부금액의 차이는 사용권자산으로 조정한다.

회사는 하나의 회계 정책을 선택하고 유사한 특성과 유사한 상황의 리스계약 변경에 일관되게 적용해야 한다.

5.10 회사의 자발적 채권채무조정 합의(CVA)에 따른 리스계약의 변경

사례 분석

Background



이커머스업체 X사는 재정적 어려움에 처해 있으며, 구조 조정을 위해 회사 자발적 채권채무조정 합의(CVA)를 체결하여 법정관리 절차에 들어가는 것을 피하고자 한다. 그 결과, X사는 고정리스료에서 완전히 매출액에 연동되는 모델로 전환하여 리스계약을 재협상했다. 리스계약은 남은 기간이 3년에서 5년 사이인 리스에 해당한다.

Issue



리스료 변경은 어떻게 회계 처리하는지?

Solution



이는 리스에 대한 대가가 원래 리스계약에서 변경 되었으므로 리스계약의 변경으로 간주된다. 리스 계약 변경은 K-IFRS 1116 문단 44의 조건 중 기초 자산의 사용권이 추가되지 않았으므로 별도의 리스계약으로 회계 처리되지 않는다. 대신, 리스부채는 리스계약 변경의 유효일에 결정된 수정된 할인율을 사용하여 재측정된다. 지수나 요율에 기반하지 않은 변동 리스료는 리스부채의 일부가 아니지만, 이러한 지불을 촉발하는 사건이나 조건이 발생할 때 손익계산서에 인식된다. 이 예에서 수익 연계 리스료는 수익이 발생할 때 인식된다. 따라서 리스부채는 변경일에 전액 제거되며, 사용권자산에 대한 해당 조정이 이루어진다[K-IFRS 1116 문단 44-46].

5.11 임차권리금 회계 처리

사례 분석

Background



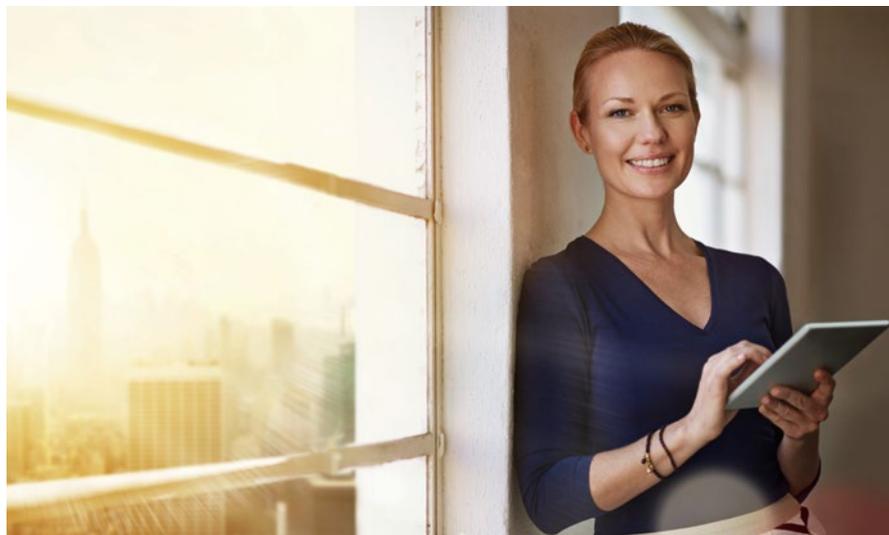
이커머스업체 C사는 주요 위치에 있는 창고에 대한 장기 리스계약을 체결했으며, C사는 기존 세입자에게 창고를 인수하기 위해 '임차권리금'을 지불했다. 지역 법률에 따라 C사는 첫번째 리스 기간이 끝날 때 리스계약의 갱신을 요청할 권리가 있으며(이때 요금은 반드시 시장 조건을 반영하지 않을 수 있음), 임대인이 갱신을 거부할 경우, 임대인은 세입자가 입은 손해에 대해 보상해야 한다. 또는 C사가 첫번째 리스 기간이 끝날 때 갱신을 요청하지 않기로 선택할 수 있는 경우에는 새로운 세입자가 해당 공간을 인수하도록 허용할 수 있으며, 새로운 세입자로부터 임차권리금을 받을 권리가 있다.

이커머스업체는 창고의 리스계약을 종결할 때 임대인으로부터의 권리금을 수취하거나 또는 새로운 임차인으로부터의 권리금을 수령하는 방식으로 원래 지불한 임차권리금 전액을 회수할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

Issue



이커머스업체 C사가 지급한 임차권리금의 회계처리 방법



Solution



1. 최초 인식: 권리금을 사용권자산에 포함

임차인이 기존 임차인에게 지급한 권리금은 리스 계약을 체결하지 않았다면 부담하지 않았을 리스체결의 증분원가이므로 리스개설직접원가에 해당한다(K-IFRS 1116 부록 A: 용어의 정의). 따라서 권리금은 K-IFRS 1116 문단 24에 따라 사용권자산의 원가에 포함한다.

2. 후속측정 시 고려사항

임차인은 다음의 두가지 경우에 해당하지 않는다면 사용권자산의 후속 측정 시 원가 모형을 적용할 것이다(K-IFRS 1116 문단 29, 34, 35).

- 투자부동산에 공정가치모형을 적용하고 사용권자산이 투자부동산의 정의를 충족,
- 유형자산에 재평가모형을 적용하고 해당 유형자산의 유형에 관련된 사용권자산에도 재평가모형을 적용하기로 선택

부동산의 사용권자산이 원가 모형을 적용하는 투자부동산에 해당하거나 유형자산에 해당되는 경우 감가상각을 수행해야 한다. K-IFRS 1116 문단 31에서는 사용권자산의 감가상각에 대해 K-IFRS 1016 '유형자산'의 요구사항을 적용하도록 하고 있으므로, 이에 따라 다음과 같은 접근법을 적용할 수 있을 것이다.

- (1) K-IFRS 1016 문단 43에 따라 권리금이 관련된 사용권자산의 전체 원가와 비교하여 그 금액이 유의적이라면, 별도의 부분(component)으로 구분하여 감가상각할지를 고려한다. 권리금을 별도의 부분으로 구분하여 감가상각하는 경우, 향후 수취할 것으로 예상되는 권리금이 지급한 권리금과 같거나 초과할 것으로 예상된다면, K-IFRS 1016 문단 54에 따라 권리금 부분에 대해 인식될 감가상각비는 영(0)이 될 것이다.
- (2) 권리금을 별도의 부분으로 구분하지 않고 사용권자산 전체에 대해 감가상각을 수행한다. 이 경우 리스기간 만료 시점에 권리금의 회수를 예상한다면 회수예상금액을 잔존가치로 보고 단일의 사용권자산에 대한 감가상각을 수행한다.

두 경우 모두, K-IFRS 1016 문단 51에 따라 권리금의 회수예상액이 변동된다면 잔존가치의 변동에 해당하므로 추정의 변경으로 회계처리하며, 이는 감가상각비에 영향을 줄 것이다.

5.12 리스자산과 관련된 손상 및 복구 비용 회계 처리

사례 분석

Background



A사는 소매점을 임대하며, 리스계약의 일환으로 매장을 받은 상태와 동일한 상태로 반환해야 할 의무가 있다.

Issue



A사의 리스자산에 대한 손상 및 복구와 관련된 의무의 처리방법

Solution



메자닌(Mezzanine) 층

A사는 메자닌 층을 설치하고, 리스 종료 시 이를 제거하기 위한 부채를 K-IFRS 1037에 따라 인식해야 한다. 원상복구 의무는 A사가 설치 작업을 완료했을 때 발생하며, 이는 과거 사건이다. A사는 K-IFRS 1116 문단24(d)를 적용하여 해당 항목을 사용권자산의 일부로 포함한다.

K-IFRS 1116 문단 24(d)의 지침은 최초 측정 섹션에 포함 되어있지만, 문단25에서는 이러한 복구 원가에 대한 의무를 부담할 때 복구 원가가 사용권자산의 원가의 일부로 인식되어야 한다고 명시하고 있다. 예를 들어, 메자닌 층이 리스기간 중간에 설치되면, A사는 여전히 이를 사용권자산으로 자본화할 수 있다.

손상(즉, '마모 또는 손상')

리스기간동안 A사는 리스기간 종료 시 수리해야 할 마모 및 손상에 직면하게 되며, 수리 비용에 대한 추정치를 반영한 부채가 설정되어야 한다. 그 이유는:

- 세입자는 리스계약에서 발생하는 계약적 의무를 가지고 있다.
- 의무 발생 사건은 리스기간 동안 발생하는 자산의 마모이다.
- 의무는 자산의 마모에서 발생하며, 이는 미래 운영 비용과는 관련이 없다.
- 이 의무로 인해 경제적 혜택의 유출이 발생할 가능성이 높다.
- 마모로 인해 발생하는 의무에 대한 신뢰할 수 있는 추정이 가능하다.
- 리스계약에서 의무가 존재하는지 여부는 명확해야 함. 손상이 확인되면 부채가 인식되어야 한다.

결론적으로 A사는 해당 항목을 사용권자산의 원가로 인식해야 한다. K-IFRS 1116의 결론도출근거는 사용권자산을 원가로 측정하는 것이 K-IFRS 1116의 측정과 일치한 것으로 언급하고 있으며, 이는 자산의 설치, 건설 또는 인수와 관련된 복원 및 제거 비용만 자본화할 수 있도록 허용한다.

6. K-IFRS 제1118호 재무제표 표시와 공시 주요 내용

6.1 IFRS 18 제정의 주요 내용

국제회계기준위원회(IASB)는 2024년 4월, 기존의 'IAS 1(재무제표 표시)'를 대체하는 새로운 기준서인 'IFRS 18 'Presentation and Disclosure in Financial Statements'을 제정하였다. IFRS 18은 재무제표 이용자의 이해가능성을 높이고 기업 간 비교가능성을 강화하기 위해, 손익계산서의 구조 개편, '영업손익' 정의의 명확화, MPM(Management Performance Measure) 공시 의무화 등을 포함하고 있다.

IFRS 18은 2027년 1월 1일 이후 시작되는 회계연도부터 적용될 예정이며, 비교표시 재무제표도 함께 공시하도록 하고 있다.

영업손익의 정의 변경

기존 IAS 1에서는 영업손익의 정의가 없어서 기업이 임의적으로 판단할 여지가 컸다. 이를 개선하기 위해 IFRS 18에서는 영업손익을 새롭게 정의하였으며, 기업들이 영위하는 다양한 사업활동을 일일이 정의하는 것이 불가능함에 따라, 투자범주와 재무범주에 속하는 손익을 명시하고, 이에 속하지 않는 잔여범주로 영업손익을 정하고 있다. 따라서 기존에 K-IFRS 1001호에서 실무적으로 영업외로 분류되던 변동성이 높거나 비경상적인 항목들도 투자나 재무 범주에 속하는 손익의 정의를 충족하지 못한다면 영업손익에 포함되어야 한다. 다만 다음의 특정한 주된 사업활동을 하는 회사의 경우 해당 특정한 주된 사업활동을 하지 않았다면 투자범주나 재무범주로 분류하였을 일부 수익과 비용을 영업범주로 분류한다.

- **특정 유형의 자산에 대해 투자하는 활동**(예: IFRS 10에 정의된 투자기업, 투자부동산기업, 보험회사 등)
- **고객에게 금융을 제공하는 활동**(예: 은행과 다른 금융기관, 고객에 기업의 제품을 살 수 있도록 고객에게 금융을 제공하는 기업, 고객에게 금융리스에서 자금조달을 제공하는 리스제공자)

재무제표의 변경

- **재무상태표:** 영업권을 무형자산과 별도로 구분하여 표시하도록 변경되었다.
- **손익계산서:** 기존 K-IFRS 1001에서는 법인세차감전손익 이전 항목을 영업과 영업외의 범주로 구분했으나, IFRS 18에서는 영업, 투자, 재무범주로 구분한다. 이는 마치 현금흐름표와 유사하나, 손익계산서와 현금흐름표의 범주별 구분이 반드시 일치하는 것은 아니다.

기존 손익계산서와 IFRS 18에서 변경된 손익계산서의 비교

K-IFRS 1001		IFRS 18	
수익	영업	수익	영업
매출원가		매출원가	
판매비와 관리비		판매비와 관리비	
영업손익		매출채권 및 매입채무의 외화환산 손익	
지분법손익	영업외 손익	유무형자산손상	
유무형자산손상		유무형자산처분손익	
유무형자산처분손익		영업손익	
이자비용		지분법손익	투자
외화환산손익		재무 및 법인세비용 차감전 손익	
법인세차감전손익		차입금과 리스부채에서 발생하는 이자비용	재무
법인세비용	법인세	확정급여채무와 총당부채에 대한 이자비용	
당기순이익		법인세차감전손익	
		법인세비용	법인세
		당기순이익	

손익계산서의 각 범주별 구분

영업 Operating	투자 Investing	재무 Financing
<ul style="list-style-type: none"> • 잔여 범주로 다른 범주에 속하지 않는 손익 • 기업의 주된 사업활동으로 인한 손익을 포함(지분법 손익 제외) • 변동적(volatile) 또는 비경상(unusual) 손익 포함 • 성격별·기능별 둘 중 하나 또는 둘 다의 방식으로 표시·공시 	<ul style="list-style-type: none"> • 다음으로 인한 손익은 투자 <ul style="list-style-type: none"> (a) 관계·공동기업·비연결종속 기업에 대한 투자로 인한 자산 (b) 현금및현금성자산 (c) 개별적으로 그리고 기업의 다른 자원과 대부분 독립적으로 수익을 창출하는 자산 • 상기 자산의 투자이익, 최초 및 후속측정, 제거로 인한 손익, 자산의 취득·처분에 직접 관련되는 증분비용 • 모든 기업의 지분법 손익은 투자범주 	<ul style="list-style-type: none"> • 다음으로 인한 손익은 재무 <ul style="list-style-type: none"> (a) 자금조달에만 관련된 거래에서 발생하는 부채(only the raising of financing)로부터 발생하는 손익 (b) 자금조달에만 관련되지는 않는 거래에서 발생하는 부채의 이자비용과 이자율 변동효과 • (a)부채의 최초 및 후속 측정, 제거로 인한 손익, (b)부채의 발행·소멸과 직접 관련되는 증분비용

(*) 특정 주된 사업활동을 영위하는 회사의 경우, 일반적으로 투자범주나 재무범주로 분류하는 손익이라도 특정 주된 사업활동과 관련된다면 영업범주로 분류한다.

- **현금흐름표:** 영업활동 현금흐름의 출발점이 당기순손익에서 영업손익으로 변경되었으며, 이자 및 배당 관련 현금흐름에 대한 분류 회계정책이 없어진 대신 아래와 같이 분류한다.

구분	특정 주된 사업활동을 하지 않는 기업	특정 주된 사업활동을 하는 기업
이자 수취	투자활동	각 항목별로 손익계산서에서 분류하는 방법을 참조하여 분류 → 영업, 투자, 재무
이자 지급	재무활동	
배당금 수취	투자활동	
배당금 지급	재무활동	

경영진이 정의한 성과 측정치, MPM(Management Performance Measure)의 도입

IFRS 18에서는 기업 전체의 재무성과에 대한 경영진의 견해에 대한 정보를 제공하기 위해 경영진이 정의한 성과측정치라는 개념이 새롭게 도입되었으며 이는 다음의 모든 요건을 충족하는 수익과 비용의 중간합계이다.

- (1) 재무제표와 구분되어 공개적인 의사소통에 사용된다.
- (2) 기업 전체의 재무성과 측면에 대한 경영진의 견해를 재무제표이용자에게 전달하기 위해 사용된다.
- (3) IFRS 18에서 열거하지 않은 것이거나, 한국채택국제회계기준에서 표시나 공시를 명시적으로 요구하지 않은 것이다.

MPM이 식별되었다면, IFRS 18에서 정하고 있는 공시사항(ex. 계산방식과 조정내역 법인세효과 등)을 단일의 주석에 공시한다.

6.2 IFRS 18 적용 사례

주된 사업활동의 판단

Background



이커머스 회사인 X사가 보유하고 있는 종속기업 Y사는 금융투자업(특정 유형의 자산에 대한 투자 활동)을 주된 사업활동으로 하고 있다.

Issue



IFRS18이 적용될 경우, IFRS8의 영업부문에 따른 X사의 연결재무제표에서 주된 사업활동은 무엇인가?

Reference



기준서 제1118호 '재무제표 표시와 공시'

특정한 주된 사업활동의 평가

B30 문단 49에서는 자산에 투자하거나 고객에 대한 금융제공이 주된 사업활동인지 평가할 것을 요구한다. 기업은 하나 이상의 주된 사업활동을 할 수 있다. 예를 들면, 제품을 제조하면서 고객에게 금융을 제공하는 회사는 제조와 고객에게 금융을 제공하는 것을 모두 주된 사업활동으로 결정할 수 있다. 이 기준서의 요구사항에 따라 수익과 비용을 영업, 투자, 재무 범주로 분류하기 위해 자산 투자 또는 고객에 대한 금융제공 중 하나 또는 모두가 주된 사업활동인지만을 결정할 필요가 있다.

B33 자산에 대한 투자 또는 고객에 대한 금융제공이 주된 사업활동인지 여부는 단순한 주장이 아니라 사실의 문제이다. 기업은 자산에 대한 투자 또는 고객에 대한 금융제공 주된 사업활동인지 평가할 때 판단을 사용해야 하며, 그 평가는 증거에 근거해야 한다.

Solution



IFRS18에서 기업이 특정 주된 사업활동을 하고 있는지 여부는 보고기업 수준에서 이루어져야 한다. 따라서, 연결재무제표에서 주된 사업활동의 판단은 연결회사의 입장에서 평가해야 한다.

보고기업은 하나 이상의 주된 사업활동을 할 수 있다. 예를 들면, 연결회사는 이커머스업과 금융투자업 모두 주된 사업활동으로 결정할 수 있다. X사는 연결회사 기준으로 주된 사업활동이 하나 또는 모두가 주된 사업활동인지 판단하여야 한다. 주된 사업활동인지 여부는 단순한 주장이 아니라 사실의 문제이므로 그 판단은 증거에 근거해야 한다.

Y사의 금융투자업 성과가 X사의 연결재무제표의 영업성과에 대한 중요한 지표라면 그 사업활동이 주된 사업활동일 수 있다. 아니라면, Y사의 별도재무제표에서 영업범주로 분류한, '특정 유형의 자산에 대한 투자'로 인한 특정 손익은 X사의 연결재무제표에서는 투자범주로 분류되도록 조정한다.

개별적으로 그리고 기업의 다른 자원과 대부분 독립적으로 수익을 창출하는 자산

Background



플랫폼 회사인 X사는 건물, 서버, 기계장치, 개발비, 매출 채권 등을 보유하고 있으며, 종속회사 Y사의 지분증권을 보유하고 있다. 한편, X사의 건물 중 일부는 종속회사인 Y사가 임대하여 쓰고 있으며, X사는 해당 건물을 투자부동산으로 분류하였다. X사는 별도와 연결재무제표에서 모두 특정 주된 사업활동을 영위하지 않는 것으로 판단한다.

Issue



IFRS 18에서는 개별적으로 그리고 기업의 다른 자원과 대부분 독립적으로 수익을 창출하는 자산에서 발생하는 수익과 비용을 투자범주로 분류한다. X사가 관련된 수익과 비용을 투자범주로 분류해야 하는 자산에는 어떤 것이 있는가?

Solution



투자범주로 분류되기 위해서는 아래와 같이 구별되는 두개의 기준을 모두 충족해야 한다.

- a. 자산이 개별적으로 수익을 창출하는지 여부
- b. 자산이 해당 기업의 다른 자원과 대부분 독립적으로 수익을 창출하는지 여부

개별적으로 그리고 다른 자원과 대부분 독립적으로 수익을 창출하는 자산의 예

개별적으로 그리고 다른 자원과 대부분 독립적으로 수익을 창출하는 자산이 되기 위해서는 개별 자산 보유(또는 판매)를 통해 수익을 창출할 수 있어야 하며, 수익을 창출하기 위해 다른 자원의 지원이나 결합을 필요로 하지 않아야 한다.

위 요건을 충족하는 자산의 예는 일반적으로 다음과 같다.

- a. 기업이 보유한 채무 상품
- b. 기업이 보유한 지분 상품
- c. 투자 부동산 그리고 투자 부동산에서 발생한 임대료 수취채권

다음은 개별적으로 그리고 다른 자원과 대부분 독립적으로 수익을 창출하는 자산으로 간주 되지 않는 자산의 예이다.

자산	수익 창출방법		설명
	개별적으로	기업의 다른 자원과 대부분 독립적으로	
매출채권	Yes	No	이러한 자산은 재화와 용역의 생산 또는 공급으로부터 발생하거나, 그로 인해 인식되며, 이로 인한 수익과 비용은 영업 범주로 분류함. 이러한 자산의 수익은 다른 자산과 구별되지만(따라서 개별적으로 수익을 창출함), 이는 기업의 다른 자원과 결합하여 재화와 용역을 생산하거나 공급하는 과정의 일환으로 생성됨.
계약자산	Yes	No	이러한 자산은 각각의 자산에 특정하게 관련된 수익을 발생시키지 않음. 또한, 이러한 자산은 일반적으로 재화와 용역의 공급에 투입 요소로 사용되어 수익을 창출하기 위해 기업의 다른 자산 및 자원과 결합되어야 함.
유형자산	No	No	
개발비	No	No	

한편, X사가 종속회사인 Y사에게 임대한 건물의 경우, X사의 별도재무제표에서는 투자부동산으로 분류되어 관련된 손익(예: 감가상각비, 처분손익)이 투자범주로 분류되나, X사의 연결재무제표에서는 유형자산으로 분류되기 때문에 관련된 손익이 영업범주로 분류된다.

자금조달에만 관련되지 않은 기타 부채

Background



플랫폼회사인 X사는 장기 연불조건의 스포츠 경기 중계권(라이선스) 사용계약을 체결함에 따라 장기미지급금에서 이자비용이 발생한다. 또한 해당 라이선스 사용계약 체결과 관련해서 법무수수료도 발생하였다.

한편, X사는 자금조달 목적으로 은행으로부터 차입금을 조달하였으며, 관련해서 이자비용과 금융수수료가 발생한다.

Issue



IFRS18에서는 자금조달에만 관련된 거래로부터 발생하는 비용은 재무범주로 분류하고, 자금조달에만 관련되지 않는 거래에서 발생하는 부채의 경우, 이자비용과 이자율 변동효과만 재무범주로 분류한다. X사는 각 비용들을 어떤 범주로 분류해야 하는가?

Solution



장기미지급금의 경우, 회사는 플랫폼의 트래픽(traffic)을 증가시키기 위해 스포츠 경기 중계권을 구매하였기 때문에 자금조달과 관련하여 발생한 부채에 해당하지 않는다. 따라서 관련된 이자비용은 재무범주로 구분하지만 그 외에 법무수수료는 영업범주로 분류한다.

은행차입금의 경우, 회사는 자금조달만을 목적으로 차입하였으므로 관련된 이자비용이나 금융수수료는 모두 재무범주로 분류한다.

자금조달에만 관련되지 않는 기타부채와 관련된 환산손익

Background



한국에 본사를 둔 플랫폼 회사(기능통화: KRW)인 X사는 해외 공급업체로부터 소모성 부품과 소프트웨어 등을 장기외상조건의 USD로 구매하며, 이에 대해 외화표시 매입채무를 인식한다.

이 매입채무는 자금조달 활동에서만 발생한 부채가 아니므로 '기타부채'로 분류한다. 따라서 이들 부채와 관련된 이자비용만 재무범주로 분류되고, 그 밖의 수익과 비용은 영업범주로 분류한다.

Issue



매입채무에서 발생하는 환산손익은 손익계산서에 어떤 범주로 분류해야 하는가?

Solution



배경에서 설명했던 것처럼 자금조달에만 관련되지 않는 거래에서 발생한 수익과 비용은 둘 이상의 범주로 분류할 수 있다. 예를 들어 외화로 표시되고 연장된 신용조건으로 소모품을 구매하는 거래의 경우 영업범주로 분류되는 소모품 구매비용과 재무범주로 분류되는 이자비용이 발생할 수 있다. 이러한 매입채무에서 발생하는 외환차이는, 재무 혹은 영업 복수의 범주로 배분하지 않고, 사업의 성격과 기타부채의 성격을 고려하여 외환차이 전체가 영업 범주와 관련되는지 또는 재무 범주와 관련되는지를 결정해야 한다.

유형자산 처분이익의 분류

Background



회사는 플랫폼회사이다. 당기 중, 서버 보관용으로 사용했던 건물을 처분하고 처분이익을 계상하였다.

Issue



관련 손익은 손익계산서에서 어떤 범주로 표시되어야 하는가?

Solution



이러한 거래에서 발생한 손익은 영업범주로 표시되어야 한다. 그 이유는 아래와 같다.

- IFRS 18은 자산의 제거로 인한 손익을 제거 직전 그 자산에서 발생한 수익 및 비용과 동일한 범주로 분류할 것을 요구한다.
- 건물에 대한 수익과 비용(예: 감가상각비)은 처분 직전에 영업 범주에서 인식되었을 것이다. 이 건물은 기업의 주된 사업활동에 사용되었기 때문에 관련 손익은 투자 범주에서 인식되지 않는다.

해당 자산이 처분 전에 판매 목적으로 분류되었다라도, 손익은 영업 범주 내에서 표시되어야 한다.

고객 예치금 이자비용 표시

Background



IT회사인 X사는 주된 사업 활동의 일환으로 고객으로부터 연간·다년 선결제금, 선불 크레딧, 보증금 등(통상 계약부채로 인식)을 보유함에 따라 결과적으로 고객으로부터 상당한 자금조달이 이루어지고 있다. 회사는 고객에게 금융을 제공하는 활동을 주된 사업활동으로 영위하지 않는다.

Issue



회사는 주된 사업의 일환으로 보유한 고객 예치금에서 발생하는 이자비용을 영업범주로 분류할 수 있는지?

Solution



영업범주로 분류할 수 없다. 회사는 고객에게 금융을 제공하는 것이 주된 사업 활동이 아니기 때문이다.

따라서 일반 분류 원칙이 적용되며, 회사는 고객 예치금(선수금·계약부채 등)에서 발생하는 이자비용은 재무범주로 분류해야 한다.

경영진이 정의한 성과측정치(MPM)의 식별을 위한 Framework

Background

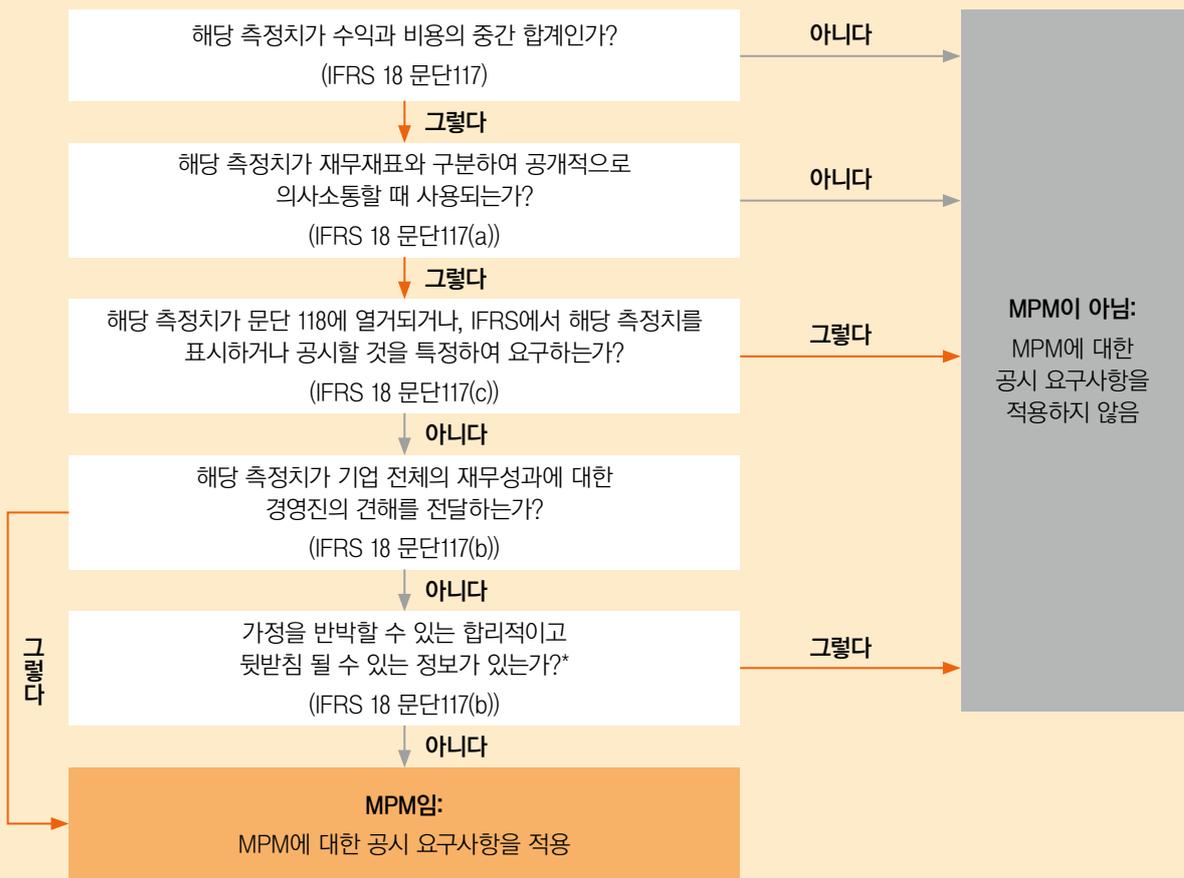
IFRS 18에서는 기업이 '경영진이 정의한 성과측정치'를 식별하여 재무제표 이용자에게 재무성과 측면에 대한 경영진의 견해와 IFRS에서 정의하는 측정치와의 비교정보를 제공하도록 하고 있다.

Issue

경영진이 정의한 성과측정치의 식별을 위한 판단 요건은 무엇인가?

Solution

기준서에서는 다음과 같이 경영진이 정의한 성과측정치(MPM)를 식별하기 위한 판단 요건을 다음과 같이 설명하고 있다.



* 공개적으로 의사소통할 때 사용하는 수익과 비용의 중간합계는 경영진의 견해를 전달하는 것으로 가정한다(문단 119).

한편, 해외의 IT 및 플랫폼 회사들의 MPM 공시사례를 보면 영업이익에서 주식보상비용이나 비경상적인 비용들 제외해서 MPM을 산출하고 있다.

MPM 공시사례

Company	Salesforce	Uber	Amazon	Spotify
MPMs	Adjusted Operating Income	Adjusted EBITDA	Adjusted Operating Income	Adjusted EBITDA
주요 조정사항	<ul style="list-style-type: none"> 주식보상비용 구조조정비용 인수합병 관련 일회성 비용 	<ul style="list-style-type: none"> 주식보상비용 법률 관련 일회성 비용 	<ul style="list-style-type: none"> 인프라 투자 관련 감가상각 광고 및 물류 자동화 투자 	<ul style="list-style-type: none"> 주식보상비용 구조조정비용 콘텐츠 라이선스 등 일회성 비용
MPM 선정목적	핵심 운영성과를 강조하고 비경상 항목 제거	주요 영업부문의 핵심 운영 성과 강조	주요 영업부문의 실질 수익성을 강조	주요 사업의 수익성과 확장성을 강조

Company	Apple	NVIDIA	Microsoft	Alphabet
MPMs	Adjusted Operating Income	Adjusted EBITDA	Adjusted Operating Income	Adjusted EBITDA
주요 조정사항	<ul style="list-style-type: none"> 주식보상비용 구조조정비용 인수합병 관련 일회성 비용 	<ul style="list-style-type: none"> 주식보상비용 법률 관련 일회성 비용 R&D 특수 비용 	<ul style="list-style-type: none"> 인프라 투자 관련 감가상각 광고 및 물류 자동화 투자 클라우드 인프라 투자 관련 감가상각 	<ul style="list-style-type: none"> 주식보상비용 콘텐츠 라이선스 비용 법률·규제 관련 일회성 비용
MPM 선정목적	핵심 운영성과를 강조하고 사업부별 수익성과 효율성을 명확히 전달	운영 효율성 강조	사업의 핵심 운영 성과 강조 및 전략적 투자로 인한 비경상적 비용을 제외	사업의 실질 수익성 강조

Reference



기준서 제1118호 '재무제표 표시와 공시'

117 경영진이 정의한 성과측정치는 다음의 모든 요건을 충족하는 수익과 비용의 중간합계이다(문단 B113~B122 참조).

- (1) 기업은 재무제표와 구분하여 공개적인 의사소통에 해당 중간합계를 사용한다.
- (2) 기업 전체의 재무성과 측면에 대한 경영진의 견해를 재무제표이용자에게 전달하기 위해 해당 중간합계를 사용한다.
- (3) 해당 중간합계는 문단 118에서 열거하지 않은 것이거나, 한국채택국제회계기준에서 표시나 공시를 명시적으로 요구하지 않은 것이어야 한다.

119 문단 120에 따라 반박할 수 있지 않는 한, 재무제표가 아닌 다른 방식으로 공개적인 의사소통에 사용하는 수익과 비용의 중간합계는 기업 전체의 재무성과 측면에 대한 경영진의 견해를 재무제표이용자에게 전달한다고 가정한다.

120 주장의 근거를 제시하는 합리적이고 뒷받침될 수 있는 이용가능한 정보를 기업이 갖고 있는 경우에만, 문단 119에서 기술한 가정을 반박하고 중간합계가 기업 전체의 재무성과에 대한 경영진의 견해를 전달하지 않는다고 주장할 수 있다(문단 B124~B131 참조).

04

플랫폼·결제산업 비즈니스 세무적 이슈



1. 플랫폼 사업자의 부가가치세 공급가액

거래 플랫폼은 주로 플랫폼 사업자가 특정 플랫폼을 운영하면서 해당 플랫폼에 입점하는 사업자(판매회원)와 서비스 이용자(구매회원) 사이에서 거래를 중개 또는 대행해주는 역할을 수행하는 방식으로 사업이 운영된다. 이 때 플랫폼 사업자는 판매회원으로부터 구매대행(중개) 등의 용역을 제공하는 대가로 수수료를 수령하게 되는 바, 이에 따른 부가가치세법 상 공급가액 이슈는 다음과 같다.

현행 부가가치세법 규정 및 유권해석

현행 부가가치세법 제29조 제3항에서는 부가가치세 공급가액은 수수료 등 그 밖에 어떤 명목이든 상관없이 재화 또는 용역을 공급받는 자로부터 받는 금전적 가치 있는 모든 것으로 포함(부가가치세는 제외)하는 것으로 금전으로 대가를 받는 경우 그 대가를 공급가액으로 보도록 규정하고 있으며 플랫폼 사업자의 공급가액에 관해서는 구체적으로 규정하고 있지 않다.

관련 유권해석에서는 플랫폼 사업자가 특정 플랫폼을 운영하면서 해당 플랫폼에 입점하는 사업자와 서비스 이용자 사이에서 단순히 구매대행(또는 중개용역)을 제공하고 그 대가로 플랫폼 입점 사업자에게서 구매대행(또는 중개) 수수료를 받는 경우, 부가가치세 공급가액은 해당 구매대행(중개) 수수료가 되는 것이며, 플랫폼 회사가 플랫폼 입점 사업자를 공급받는 자로 하여 동 수수료에 대한 세금계산서를 발급하여야 한다고 해석하고 있다(사전-2020-법령해석부가-0923, 2020.12.04. 외).

다만, 플랫폼 사업자가 자기의 책임과 계산하에 부가가치세가 과세되는 재화 또는 용역을 소비자에게 제공하고 그 대가를 받는 경우에는 그 대가가 플랫폼 사업자의 부가가치세 공급가액이 되는 것이므로 각 플랫폼사업자가 어느 경우에 해당하는지는 사실관계를 종합적으로 판단하여 적용하여야 할 것이다(부가46015-103, 2001.01.15).

관련예규

사전-2020-법령해석부가-0923, 2020.12.04.

해외직구대행업을 영위하는 사업자가 온라인 상품중개 플랫폼(이하 “오픈마켓”)에 입점하여 해당 오픈마켓에서 해외상품 구매를 원하는 자로부터 상품의 구매대행을 의뢰받아 단순히 구매를 대행하고 그 대가로 대행수수료를 지급받는 경우 「부가가치세법」 제29조제3항제1호에 따라 대행수수료가 공급가액이 되는 것임.

사전-2020-법령해석부가-0931, 2020.10.27

상품중개업을 영위하는 사업자가 온라인 직거래 플랫폼을 운영하며 해당 플랫폼에서 농산물 구매를 원하는 사업자(이하 “구매자”)로부터 농산물의 구매대행을 의뢰받아 단순히 구매를 대행하고 그 대가로 대행수수료를 지급받는 경우 「부가가치세법」 제29조제3항제1호에 따라 대행수수료가 공급가액이 되는 것이며 사업자가 같은 법 제32조제1항에 따라 구매자를 공급받는 자로 하여 구매대행 용역에 대한 세금계산서를 발급하는 것임.

서면-2018-법인-0981, 2018.10.16

‘선불제 티켓 택시 플랫폼’을 개발하여 택시승차권의 예매와 그 밖의 부가서비스를 공급하는 법인이 해당 서비스 이용자로부터 예상택시요금 및 수수료를 예약대금으로 선지급받아 해당 서비스 이용자가 이용하는 택시요금을 대신 지급하는 서비스를 공급하고 그 대가로 수수료를 받는 경우 해당 수수료가 법인의 수입금액이 되는 것임.

사전-2016-법령해석부가-0301, 2016.10.06

사업자가 대리운전 기사와 대리운전 이용자에게 단순히 대리운전 중개용역을 제공하고 그 대가로 중개수수료를 받는 경우 「부가가치세법」 제29조제1항에 따라 해당 중개수수료가 부가가치세 과세표준이 되는 것임.

부가46015-103, 2001.01.15

사업자가 자기의 책임과 계산하에 부가가치세가 과세되는 재화나 용역을 제공하고 그 대가를 받는 경우는 그 대가의 합계액이 당해 사업자의 부가가치세 과세표준이 되는 것이나, 단순히 판매를 대리하고 그 대가로 수수료를 받는 경우에는 당해 수수료에 해당하는 금액이 부가가치세 과세표준이 되는 것으로 귀 질의 경우에 어느 경우에 해당하는지는 사실관계를 종합적으로 판단하여 적용할 사항임.

2. 마일리지와 관련된 세무이슈

법인세법 상 마일리지 손익귀속시기

플랫폼 사업자가 구매회원들에게 지급하는 마일리지 등의 손금귀속시기는 당해 구매회원이 해당 마일리지를 사용한 날이 속하는 사업연도의 손금으로 하여야 한다. 따라서, 기말 현재 마일리지 상당액을 기업회계기준에 따라 비용처리 하면서 총당부채로 계상한 경우 동 총당부채는 손금불산입(유보)으로 반영하여야 하며, 해당 마일리지가 실제로 사용하거나 소멸되는 날이 속하는 사업연도의 손금산입(△유보)로 세무조정하여야 한다.

관련예규

서면인터넷방문상담2팀-1600, 2004.07.29., 서이46012-11711, 2002.09.13

법인이 고객과 사전약정에 의하여 일정 기간의 구매금액에 따라 차등 적용되는 구매포인트를 해당기간 경과 후 일시 적립하여 그 적립된 누적포인트에 상당하는 금액을 구매금액에서 할인하여 주거나 사은품을 지급하는 할인카드 누적포인트 제도를 시행하는 경우 동 누적포인트의 손금 귀속시기는 당해 고객이 누적포인트를 실제로 사용한 날이 속하는 사업연도의 손금으로 하는 것임.

소비자에게 마일리지 지급 시 고려사항

플랫폼 사업자가 고객에게 마일리지 등을 지급하는 경우 동 지급내역은 법적증빙 수취대상에 해당하지 않으며, 지출증빙으로 고객에게 마일리지를 지급한 근거 및 지출증빙 등을 보관하면 된다. 또한 마일리지를 수령한 고객의 경우 동 마일리지는 기타소득에 해당하지 않는다.

관련예규

서면2팀-1105, 2005.7.15.

법인이 고객에게 지급하는 마일리지 보상은 재화나 용역의 대가로 볼 수 없어 「법인세법」 제116조에 규정한 증빙수취대상이 아니므로 지출증빙으로 고객에게 보상을 지급한 근거(마일리지 기록)와 지출증빙(입금증 등)을 보관하는 것이며, 마일리지, 사이버머니 적립제도 등의 방법으로 일정기간 구매실적에 따라 사은품 또는 사례금을 지급하는 경우에도 그 사은품 등은 구매 고객의 과세소득에 해당하지 아니하는 것으로 기타소득에 해당하지 아니하는 것임.

마일리지로 결제 받은 부분에 대한 부가가치세 과세 여부

마일리지등의 정의

부가가치세법 상 마일리지란 재화 또는 용역의 구입실적에 따라 마일리지, 포인트 또는 그 밖에 이와 유사한 형태로 별도의 대가 없이 적립받은 후 다른 재화 또는 용역 구입 시 결제수단으로 사용할 수 있는 것과 재화 또는 용역의 구입실적에 따라 별도의 대가 없이 교부받으며 전산 시스템 등을 통하여 그 밖의 상품권과 구분 관리되는 상품권으로 정의하고 있다(부가가치세법 시행령 제61조 제1항).

또한, 자기적립마일리지란 당초 재화 또는 용역을 공급하고 마일리지등을 적립(다른 사업자를 통하여 적립하여 준 경우를 포함한다)하여 준 사업자에게 사용한 마일리지등으로 만약 여러 사업자가 적립하여 줄 수 있거나 여러 사업자를 대상으로 사용할 수 있는 마일리지등의 경우 다음의 요건을 모두 충족한 경우로 한정하여 자기적립마일리지로 정의하고 있다(부가가치세법 시행령 제61조 제2항 제9호)

- ① 고객별·사업자별로 마일리지 등의 적립 및 사용 실적을 구분하여 관리하는 등의 방법으로 당초 공급자와 이후 공급자가 같다는 사실이 확인될 것
- ② 사업자가 마일리지 등으로 결제받은 부분에 대하여 재화 또는 용역을 공급받는 자 외의 자로부터 보전받지 않을 것

마일리지로 결제받은 부분에 대한 부가가치세 과세 여부

소비자가 재화 또는 용역을 구입하면서 마일리지 등으로 결제하는 경우의 부가가치세 공급가액의 범위에 대해서는 다수의 쟁점 사례가 발생한 바 있으며, 2017년 2월 7일 부가가치세법 시행령 개정 시 마일리지 과세방식 정비를 위해 재화 또는 용역을 공급하고 마일리지 등으로 대금의 일부 또는 전부를 결제받는 경우 자기적립마일리지 등으로 결제받은 부분은 공급가액에서 제외하되, 그 외의 마일리지 등으로 결제받은 부분은 사업자가 실제 보전받을 금액을 공급가액에 포함하도록 하였다.

동 시행령 규정에 따르면 소비자가 마일리지 등으로 대금의 전부 또는 일부를 결제하는 경우 공급가액은 다음의 금액을 합한 금액으로 하도록 규정하고 있다(부가가치세법 시행령 제61조 제2항 제9호).

- ① 마일리지 등 외의 수단으로 결제받은 금액
- ② 자기적립마일리지 등 외의 마일리지 등으로 결제 받은 부분에 대하여 재화 또는 용역을 공급받는 자 외의 자로부터 보전받았거나 보전받을 금액

즉, 자기적립마일리지 및 자기적립마일리지 등 외의 마일리지 중 재화 또는 용역을 공급받는 자 외의 자로부터 보전받지 아니한 금액은 부가가치세 공급가액에서 제외되는 것으로, 거래 플랫폼 사업자의 경우 판매회원과의 사전 동의(약정) 하에 구매회원들에게 마일리지 등을 제공하여 구매회원들에게 상품 등을 할인판매하고, 판매회원으로부터 지급받는 수수료에서 마일리지 적용에 따른 할인금액을 직접 차감하기로 약정하여 할인액을 거래플랫폼 사업자가 부담하게 되는 경우, 해당 마일리지 등 할인액은 거래 플랫폼 사업의 에누리에 해당할 것이다.

다만, 플랫폼 사업자와 판매회원 등 간의 약정 등 종합적인 사실관계 판단에 따라 마일리지의 공급가액 제외 여부는 달리 판단될 수 있으므로, 실제 부가가치세 신고 적용 전 세무전문가의 면밀한 검토가 필요할 것으로 판단된다.

3. 외국법인에 전자결제대행용역 제공시 영세율·면세 적용여부

전자금융거래법상 전자지급결제대행업체¹⁾(이하 "PG사업자")가 외국법인에게 전자지급결제대행 용역(이하 "해외전자결제대행용역" 또는 "쟁점용역")을 지급하고 대가를 받는 경우 동 대가에 대한 부가가치세법상 영세율 또는 면세 적용여부에 대한 쟁점이 존재하였으며, 이와 관련하여 최근 국세청에서는 쟁점 용역은 외국환업무 용역에 해당되므로 면세대상 용역이라는 추가적인 해석을 생성하였다.

현행 부가가치세법 규정 및 유권해석

국세청은 현행 부가가치세법 제24조 제1항 제3호 및 동 법 시행령 제33조 제2항 제1호에서는 외화 획득 재화 및 용역공급이 적용되는 재화 및 용역공급을 열거하고 있는데 PG사업자가 제공하는 전자지급결제대행용역은 한국표준산업분류상 전문, 과학 및 기술서비스업이 아닌 금융지원서비스업으로 외화획득 재화 및 용역공급에 해당하지 않는다고 보아 영세율 적용대상이 아니라고 명시적으로 해석하였다.

관련예규

사전-2021-법령해석부가-1414, 2021.11.29

전자지급결제대행을 위해 전자금융업을 등록한 사업자가 국외 사이버몰 운영업체인 외국법인에게 해당 용역을 제공하고 대가를 받는 경우 한국표준산업분류상 금융지원 서비스업에 해당하여 영세율이 적용되지 아니함

1 일반적으로 PG(Payment gateway) 사업자로 통칭됨.

최신 유권해석등

최근 국세청에서는 PG사업자의 경우 해외전자결제대행용역을 제공하기 위해 구 외국환거래법 제8조 제1항 및 동 법 시행령 제13조 제1항에 따라 외국환업무취급기관으로 등록이 필요한 바, 외국환업무취급기관으로서 수행하는 해외전자결제대행용역의 경우 부가가치세법 제26조 제1항 제11호 및 부가가치세법 시행령 제40조 제1항 제4호에 따라 외국환업무용역에 해당되므로 면세대상 용역인 것으로 판단하였다.

한편, 국세청 유권해석 생성 이후 조세심판원에서도 해당 해외전자결제대행용역은 면세에 해당한다고 반복적으로 결정하였고 법원판례²에서도 쟁점 용역은 면세가 타당하다고 명확하게 판단³하였는바 관련 쟁점에 대해서는 관련 논란이 정리된 것으로 보인다.

관련 예규 및 선결정례

서면-2022-법규부가-5177, 2023.09.19

「외국환거래법」에 따른 전문외국환업무취급업자가 「전자금융거래법」에 따른 전자지급결제대행 업무 과정에서의 대한민국과 외국 간의 결제대금을 지급·추심 및 수령하는 용역을 공급하는 경우 해당 용역의 공급은 부가가치세가 면제되는 것임

조심2023서7617, 2024.08.22

청구법인의 전신인 ○○○는 2015.○.○. 외국환업무 관련 자본·시설 및 전문인력 등의 요건을 갖추어 「외국환거래법」 제8조 제4항에 따라 기획재정부장관에게 전문외국환업무취급업자로 등록한 것으로 나타나는 점, 처분청 또한 쟁점용역은 다국통화 지급결제 서비스와 자국통화 승인결제 서비스 등 통화와 관련된 서비스를 국외가맹점에게 제공하고 있다는 의견으로, 청구법인이 전자지급결제대행 업무과정에서 대한민국과 외국간 결제대금의 지급·추심 및 수령업무를 수행하고 있는 점을 인정하고 있는 것으로 보이는 점 등에 비추어, 쟁점용역의 공급분 중 2018.2.13. 이후 용역의 공급분은 「부가가치세법」 제26조 제1항 제11호 및 같은 법 시행령 제40조 제1항 제4호에 따라 부가가치세가 면제되는 용역에 해당하는 것으로 보임

2 서울행정법원2024구합75109, 2025.07.17

3 처분청의 항소여부에 대한 추가적인 파악은 필요하겠으나 국세청의 행정해석의 입장이 쟁점용역을 면세라고 해석한 이상 항소하였을 가능성은 거의 없다고 판단됨.

4. 전자상거래 소매업(소매 중개업)의 현금영수증 의무발행업종 포함

플랫폼 사업자 중 쇼핑몰 등 전자상거래 플랫폼을 운영하는 사업자는 대부분 한국표준산업분류표상 전자상거래 소매 중개업(47911) 또는 전자상거래 소매업(47912)에 해당하며, 이 경우 현금영수증 의무발행업종에 해당한다.

현금영수증 의무발행업종은 소득세법 시행령【별표 3의 3】에서 규정하고 있는데 2021년 1월 1일과 2023년 1월 1일에 각각 전자상거래 소매업과 소매 중개업을 영위하는 사업자도 현금영수증 의무발행업종에 포함되었다(단, 통신판매업 중 현금영수증 의무발행대상 업종의 재화 또는 용역을 온라인 통신망을 통하여 소매하는 경우에만 해당).

현행 법인세법 규정

법인세법 제117조의 2 및 같은법 시행령 제159조의 2 규정에 따르면 일정 업종을 경영하는 내국법인 이 건당 10만 원 이상(부가가치세액을 포함함)인 재화 또는 용역을 공급하고 그 대금을 현금으로 받은 경우에는 거래 상대방이 현금영수증 발급을 요청하지 않더라도 현금영수증을 발급하여야 한다.

(*) 다만, 사업자등록을 한 자에게 재화나 용역을 공급하고 계산서 또는 세금계산서를 발급한 경우에는 현금영수증을 발급하지 아니할 수 있음

업종의 구분

업종의 구분은 한국표준산업분류를 기준으로 한다. 참고로, 한국표준산업분류에서 오픈마켓 등 플랫폼 사업자가 고려해야 할 업종 중 전자상거래 소매 중개업과 전자상거래 소매업의 업종 분류내용은 다음과 같은 바, 전자상거래 소매업에 해당하는 산업활동을 영위할 경우 현금영수증 의무발행 대상에 해당하게 된다.

한국표준산업분류(해설서) 발취

분류명	전자상거래 소매 중개업	전자상거래 소매업
분류코드	47911	47912
설명	<p>사회 관계망 서비스(소셜 네트워크 서비스, SNS)를 통하여 일반 대중을 대상으로 각종 상품을 소매하거나 개인 또는 소규모 업체가 온라인상에서 직접 상품을 등록해 판매할 수 있도록 만든 전자상거래 중개업무를 담당하는 산업활동을 말한다.</p> <p>〈예시〉</p> <ul style="list-style-type: none"> • 소셜 커머스(할인 쿠폰 공동 구매형 전자상거래 중개) • 전자상거래 소매 중개(오픈마켓 사업자) <p>〈제외〉</p> <ul style="list-style-type: none"> • 각종 정보 및 기타 서비스를 전자상거래 방식으로 제공하는 경우 서비스 유형별로 분류 	<p>일반 대중을 대상으로 온라인 통신망을 통하여 각종 상품을 소매하는 산업활동을 말한다.</p> <p>〈예시〉</p> <ul style="list-style-type: none"> • 구입 상품 전자상거래 판매 <p>〈제외〉</p> <ul style="list-style-type: none"> • 전자상거래 중개 및 소셜커머스(47911) • 제조 사업체가 전자상거래 방식으로 제조한 제품을 판매하는 경우에는 해당 제품 제조업으로 분류 • 도매 사업체가 전자상거래 방식으로 사업자를 대상으로 상품을 도매하는 경우 도매업으로 분류 • 소비자를 대상으로 직접 소매하는 일정 매장을 운영하면서 전자상거래 방식으로 소매를 병행하는 경우 471~478로 분류 • 각종 정보 및 기타 서비스를 전자상거래 방식으로 제공하는 경우 서비스 유형별로 분류
색인어	소매품 온라인 구매대행, 소셜 커머스, 전자상거래 소매 중개, 전자상거래 오픈마켓 사업	기업 소비자간 전자상거래(B2C), 쇼핑몰 전자상거래 소매, 온라인 상품 소매, 온라인 통신 소매(유형재), 인터넷 상품 소매, 인터넷 통신 소매(유형재), 전자쇼핑몰 소매(유형재), 전자상거래 소매, 전자상거래 소매(유형재)

5. 부가통신사업자의 현금영수증 대리교부 특례

현금영수증은 재화나 용역을 공급하는 사업자가 발급하는 것이 원칙이나, 통신판매업자⁴가 부가통신사업자⁵가 운영하는 사이버몰⁶을 이용하여 재화 또는 용역을 공급하고 그 대가를 부가통신사업자를 통하여 받는 경우에는 부가통신사업자가 해당 통신판매업자의 명의로 현금영수증을 발급할 수 있다(조세특례제한법 시행령 제121조의 3 제12항).

동 규정은 2015년 2월 3일 조세특례제한법 시행령 개정에 따른 것으로, 개정전에는 부가통신사업자가 소비자에게 직접 현금영수증을 발급하면서 해당 현금영수증에 통신판매업자의 사업자등록번호를 포함하도록 규정하였으나, 현금영수증은 재화 또는 용역을 공급하는 자의 명의로 발급한다는 원칙에 따라 통신판매업자가 부가통신사업자를 통하여 재화 등을 공급하고 그 대가를 부가통신사업자를 통하여 받는 경우에도 해당 현금영수증의 명의를 통신판매업자로 하여 발급하도록 개정한 것⁷이다.

한편, 전자상거래 등 관련 자료제출에 관한 고시(국세청 고시 제2025-20호)에 따르면 재화 또는 용역의 공급자가 사업자등록을 한 자가 아닌 경우에는 공급자에 같음하여 부가통신사업자의 명의로 현금영수증을 발급할 수 있다.

따라서 부가통신사업자에 해당하는 플랫폼 사업자가 현금영수증을 발급하는 경우 사실관계에 따라 현금영수증 발급방식이 상이할 수 있으므로 현금영수증 발급 정책 수립 시 반드시 세무전문가의 검토를 선행할 필요가 있다.

- 4 통신판매업자 : 부가가치세법 시행령 제14조 제1항 제11호에 따른 통신판매업자
 - 사이버몰[「전기통신사업법」 제5조에 따른 부가통신사업을 하는 사업자(부가통신사업자)가 컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화 등을 거래할 수 있도록 설정한 가상의 영업장을 말한다]에 인적사항 등의 정보를 등록하고 재화 또는 용역을 공급하는 사업을 하는 사업자
- 5 부가통신사업자
 - 「전기통신사업법」 제5조에 따른 부가통신사업(부가통신역무를 제공하는 사업)을 영위하는 사업자
- 6 사이버몰 : 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조 제4호에 따른 사이버몰
 - 컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화 등을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장
- 7 동 개정 규정은 2015년 7월 1일 이후 재화 또는 용역을 공급한 경우부터 적용한다.

7. 용역제공자에 관한 과세자료 제출

용역제공자에 대한 과세자료 제출 의무

소득세 납세의무가 있는 개인으로서 다음의 “용역제공자”에게 인적용역의 제공과 관련된 사업장을 제공하거나 그 용역을 알선·중개하는 자 또는 용역서비스 제공 플랫폼(「고용보험법」 제77조의7의 적용을 받는 노무제공 플랫폼)을 제공하는 자는 용역제공자에 관한 과세자료를 성실히 작성하여 수입금액 또는 소득금액이 발생하는 달의 다음달 말일까지(*)사업장소재지 관할세무서장·지방국세청장 또는 국세청장에게 제출하여야 한다.

(*) 2021.11.11. 이후 수입금액 또는 소득금액이 발생하는 경우부터 적용. 2011.11.11. 전에 수입금액 또는 소득금액이 발생하는 용역에 대해서는 수입금액 또는 소득금액이 발생하는 과세기간의 다음 연도 2월 말일까지 제출

인적용역제공자

한국표준산업분류에 따른 다음 중 어느 하나의 용역을 제공하는 자

- 대리운전용역, 소포배달용역, 간병용역, 골프장경기보조용역, 파출용역, 수하물운반원, 중고자동차판매원, 육실종사원, 스포츠 강사 및 트레이너

용역제공자에 대한 과세자료 제출에 대한 세액공제

용역제공자에 관한 과세자료 제출의무자가 국세정보통신망을 통하여 2026년 12월 31일까지 수입금액 또는 소득금액이 발생하는 용역에 관한 과세자료를 제출하는 경우 월별로 제출한 각각의 과세자료에 기재된 용역제공자 인원 수에 500원⁸을 곱하여 계산한 금액의 합계로 하되, 연간 한도를 200만원으로 하여 소득세 또는 법인세에서 공제할 수 있다(조세특례제한법 제104조의 32).

용역제공자에 대한 과세자료 제출 관련 과태료

용역제공자에 관한 과세자료를 제출하여야 할 자에 대한 명령사항을 위반하는 경우 소득세법 상 과태료가 부과된다(소득세법 제177조).

- 제출명세서 전부를 제출하지 않거나 제출명세서에 기재해야 할 용역제공자에 관한 사항의 전부를 누락한 경우 : 제출명세서 건별 20만 원
- 제출명세서 일부를 제출하지 않거나 사실과 다르게 제출한 경우 : 제출명세서 건별 10만 원

(부록) 쇼핑몰 수익인식시기와 관련된 쟁점 사항

8 2025년 2월 28일 시행령 개정시 용역제공자 인원 1인당 공제금액을 300원에서 500원으로 확대하였으며, 동 개정규정은 2025년 2월 28일이 속하는 과세연도에 과세자료를 제출하는 경우부터 적용한다.

법인세법 상 손익귀속시기 및 부가가치세법 상 공급시기와 관련된 쟁점

법인세법 상 손익귀속시기는 권리의무 확정주의에 따라 그 익금이 확정되는 날을 손익귀속시기로 한다. 이때, 상품 등 판매의 경우 그 상품 등을 인도한날을 손익의 귀속사업연도로 규정하고 있으며, 자산의 위탁매매의 경우 수탁자가 그 위탁자산을 매매한 날을 위탁판매손익의 귀속 사업연도로 규정하고 있다(법인세법 제40조, 같은법 시행령 제68조 등).

부가가치세법 상 재화의 공급시기는 재화의 이동이 필요한 경우 재화가 인도되는 때이며, 용역의 공급시기는 역무의 제공이 완료되는 때를 원칙으로 하면서, 이외 다양한 거래 상황에 따른 공급시기는 시행령 등에서 별도로 규정하고 있다.

거래 플랫폼 사업자의 경우 입점업체와 소비자의 거래를 중개해주는 역할을 하면서 입점업체로부터 수수료를 수취하고 있는데 이때 거래 플랫폼 사업자가 인식해야 할 수익의 손익귀속시기와 부가가치세법 상 공급시기에 대한 쟁점이 발생한다.

관련 유권해석 및 판례

거래 플랫폼 사업자의 수수료수익에 대한 손익귀속시기와 공급시기에 대한 명확한 유권해석은 없으나, 거래플랫폼 사업자를 통해 상품 등을 판매하는 입점업체 입장에서의 법인세법 상 손익귀속시기와 부가가치세법 상 공급시기와 관련된 유권해석 및 판례 내용을 소개하면 다음과 같다.

거래 플랫폼 사업자를 통해 상품등을 판매하는 입점업체 입장에서의 법인세법 상 손익귀속시기가 언제인지 여부에 대해서는 법인세법 제40조 및 같은법 시행령 제68조 제1항 제1호에 따라 그 상품 등을 인도한 날이 속하는 사업연도로 회신하고 있다(서면-2020-법인-2518, 2020.10.19, 서면-2019-법령해석법인-1879, 2019.11.25, 서면인터넷방문상담3팀-697, 2006.04.12).

또한, 부가가치세법 상 공급시기와 관련해서는 상품을 위탁판매 하는 경우의 공급시기는 수탁자가 재화를 공급받는 자에게 인도하는 때이며(서면인터넷방문상담 3팀-697, 2006.04.12), 소셜커머스 업체(판매 중개업체)를 통하여 판매한 재화의 공급시기 또한 상품의 배송일로 판단하고 있다(서울행정법원-2019-구합-54429, 2020.01.16).

한편, 최근 유권해석에서는 온라인 쇼핑몰의 약관에 따라 재화를 수령한 소비자가 일정기간 내에 구매결정(확정)이나 교환, 반품 등의 의사표시를 하도록 하고 의사표시가 없는 경우 일정기간 경과 시 자동으로 구매결정(확정) 되는 경우 해당 재화의 공급시기는 부가가치세법 제15조제2항 및 같은법 시행령 제28조 제2항에 따라 약관상 조건이 성취되거나 기한이 지나 판매가 확정되는 때로 하는 것으로 회신(사전-2023-법규부가-0485, 2023.08.25, 서면-2022-법규부가-1407, 2022.06.28, 서면-2019-법령해석부가-1949, 2019.10.08)하고 있다.

즉, 부가가치세법 상 일반적인 재화의 공급시기는 재화가 인도되는 때이며, 반환조건부 판매, 동의 조건부 판매, 그 밖의 조건부 판매 및 기한부 판매의 경우에는 그 조건이 성취되거나 기한이 지나 판매가 확정되는 때를 공급시기로 보는 것인데, 상기 유권해석을 참고할 경우 거래플랫폼을 통해 상품을 판매하는 판매업자들의 부가가치세법 상 공급시기가 그 상품을 인도한 날인지, 판매가 확정되는 때인지 여부가 다소 불분명한 부분이 있으므로 거래플랫폼을 통해 상품을 판매하는 판매업자들의 거래구조 등 사실관계를 면밀히 검토할 필요가 있다.

한편, 거래 플랫폼 사업자들의 수수료 손익귀속시기 및 용역의 공급시기에 관해서도 상기 유권해석을 참고하여 세무처리를 할 수도 있을 것이나, 플랫폼 사업자 입장에서의 명확한 해석사례가 없으므로 향후 세무처리 방식에 쟁점이 발생할 가능성도 있을 수 있다.

관련 유권해석 및 판례

서면-2020-법인-2518, 2020.10.19

온라인 몰에서 상품을 판매하는 경우로서 갑법인으로부터 상품을 구입한 소비자가 청약철회가능 기간 및 구매결정기간 내에 반품, 교환 등을 할 수 있는 경우 해당 상품의 손익귀속시기는 「법인세법」 제40조 및 같은 법 시행령 제68조제1항제1호에 따라 그 상품 등을 인도한 날이 속하는 사업연도임

서면-2019-법령해석법인-1879, 2019.11.25

의류제조업을 영위하는 내국법인이 자사의 온라인 몰 또는 통신판매중개자가 운영하는 온라인 몰에서 상품을 판매하는 경우로서 갑법인으로부터 상품을 구입한 소비자가 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제17조에 따른 청약철회가능기간 및 통신판매중개자의 약관에 규정된 구매결정기간 내에 반품, 교환 등을 할 수 있는 경우 해당 상품의 손익귀속시기는 「법인세법」 제40조 및 같은 법 시행령 제68조 제1항 제1호에 따라 그 상품 등을 인도한 날이 속하는 사업연도임

서면인터넷방문상담3팀-697, 2006.04.12

사업자가 위탁판매계약에 의하여 재화를 위탁판매하는 경우 공급시기는 부가가치세법 시행령 제21조 제2항의 규정에 의하여 수탁자가 재화를 공급받는 자에게 인도하는 때가 되는 것이며, 이 경우 당해 공급시기에 위탁재화의 판매금액을 과세표준으로 하여 같은법 시행령 제58조 제1항의 규정에 의하여 세금계산서를 교부하는 것임

사전-2023-법규부가-0485, 2023.08.25

사업자가 다른 온라인쇼핑몰을 통하여 고객에게 재화를 공급하는 경우로서 전자상거래법상 청약 철회 및 해당 쇼핑몰의 개별약관에 따라 동의조건이나 기한을 약정한 경우에는 해당 조건의 성취나 기한이 지나 판매가 확정되는 때가 공급시기가 되는 것임.

서면-2022-법규부가-1407, 2022.06.28

사업자가 다른 온라인쇼핑몰을 통하여 고객에게 재화를 공급하는 경우로서 해당 쇼핑몰의 개별 약관에 따라 동의조건이나 기한을 약정한 경우에는 해당 조건의 성취나 기한이 지나 판매가 확정되는 때가 공급시기가 되는 것임.

서면-2019-법령해석부가-1949, 2019.10.08

사업자가 온라인 쇼핑몰에서 재화를 판매하는 경우로서 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제17조에 따라 일정기간 내에 소비자가 청약철회 할 수 있으나 계약상 그 외 다른 조건이나 기한의 약정이 없는 경우 재화의 공급시기는 「부가가치세법」 제15조 제1항 제1호에 따라 해당 재화가 인도되는 때로 하는 것이며 온라인 쇼핑몰의 약관에 따라 재화를 수령한 소비자가 일정기간 내에 구매결정(확정)이나 교환, 반품 등의 의사표시를 하도록 하고 의사표시가 없는 경우 일정기간 경과시 자동으로 구매결정(확정) 되는 경우 해당 재화의 공급시기는 같은 법 제15조 제2항 및 같은 법 시행령 제28조 제2항에 따라 약관상 조건이 성취되거나 기한이 지나 판매가 확정되는 때로 하는 것임.

서울행정법원2019구합54429, 2020.01.16

소셜커머스 업체를 통하여 상품을 판매하면서 각 딜별로 판매기간을 설정하여 판매한 재화의 공급시기는 그 대금의 정산일이 아닌 해당 딜의 종료일로 봄이 타당함.

05

플랫폼·결제산업 비즈니스 Life-cycle에 따른 주요 고려사항



1. 플랫폼·결제산업 비즈니스 설립 및 이에 따른 주요 고려사항

스타트업(Start-up)은 단어 그 자체로 설립한 지 오래되지 않은 신생 기업을 의미한다. 이 용어는 미국의 실리콘밸리에서 발생하였으며, 혁신적 기술과 아이디어를 보유한 설립된 지 얼마되지 않은 창업 기업을 뜻하는 의미로 사용된다. 플랫폼·결제산업 비즈니스의 경우 인터넷과 거래 기술 발달에 따른 산업 활성화로 인하여 애플, 알파벳(구글), 마이크로소프트, 아마존, 메타 등 전 세계 시가 총액 10위 내의 거대회사로의 성장과 국내 네이버, 카카오, 쿠팡 등의 대형 플랫폼 기업의 성장으로 이어졌으며, 다수의 유니콘 기업 탄생, IPO 기회 확대 등 산업의 성장 추세는 점점 고도화되어 가는 추세이다. 따라서 플랫폼·결제산업 비즈니스 스타트업의 Set-up, Funding, Exit의 일련의 절차 안에서 어떠한 주요 고려사항이 있는지 살펴보도록 한다.

플랫폼·결제산업 비즈니스 스타트업 설립

처음 플랫폼·결제산업 비즈니스 스타트업을 설립 시, 일반 스타트업 설립 방법과 동일하게 개인사업자로서 사업을 시작하거나 법인기업을 설립하여 사업을 시작하는 두 가지 방법이 있다. 관련 정의 및 설립 절차는 다음과 같다.

(1) 용어의 정리

① 개인사업자

개인사업자는 개인이 사업주체이므로 사업 자체가 개인과 분리되지 않는다. 손실이든 이익이든 모든 사업의 성과는 개인에게 귀속되며, 해당 성과는 사업소득이란 이름으로 개인명의로 세금이 부과된다. 또한 사업과 관련된 모든 채무는 개인채무로 무한책임을 지게 된다.

② 법인기업

법인기업은 단어 그대로 법인이 사업주체이며, 출자자인 주주는 본인이 출자한 출자금액 한도 내에서만 유한책임을 지게 된다. 또한 사업성과는 법인계좌에 귀속되며, 법인세란 이름으로 법인명의로 세금이 부과된다. 법인의 이익은 주주에게는 배당으로, 대표자에게는 급여의 형태로 지급되며, 이에 각각 배당은 배당소득세, 급여는 근로소득세가 부과된다.

③ 개인사업자와 법인기업의 비교

개요	개인사업자	법인기업
설립절차 및 비용	세무서에 사업자등록을 수행함. (인허가가 필요한 업종의 경우 관할 관청 인허가를 우선적으로 득해야 함) * 별도의 설립비용 없음.	하기와 같은 절차를 거침. i) 주주출자 ii) 대표자확정 iii) 설립등기 iv) 사업자등록 * 진행과정에서 설립 비용 소요
설립자본금	별도의 법정자본금 불필요함.	법정 최저자본금은 폐지되었으나, 통상적으로 100만 원 ~ 5,000만 원 수준으로 설정함.
계속성	대표자 변경 시 기존 사업자 폐업 후 다시 사업자 등록	대표자 변경 시에도 법인은 그대로 존속
소득의 귀속	개인이 사업주체이므로 개인 대표에게 귀속	법인의 귀속으로 주주나 대표자의 소득이 아님.
자금의 인출	개인의 소득이므로 개인명의의 통장에서 자유롭게 인출 가능	법인의 계좌에서 인출불가(임의 인출 시 가지급금으로 횡령). 이에 따라 대표자는 급여, 주주는 배당으로 이익을 개인 자금화 함.
세금 문제	사업자 개인의 소득이므로 소득세법 상 사업소득이며, 6~45%의 소득세율을 적용하여 사업소득을 부과(지방소득세 제외한 세율)	법인의 소득에 대해서 법인세 부과(9%, 19%, 21%, 24%)(법인지방소득세 제외한 세율) * 개인 자금화에 대한 세금은 별도 고려 대상
기타 이슈	회계 및 세무처리가 간편하여 소규모 사업자형태에 적합	회계 및 세무처리가 복잡하며 일정 규모 이상의 사업자나 회사의 지속성장이 목표인 경우에 적합

(2) 개인사업자와 법인기업의 등록절차

① 개인사업자

개인사업자 등록 시의 절차는 하기와 같다.

- I) 업태와 종목 코드를 확인: 국세청 홈택스 조회·발급 코너에서 확인
- II) 임대차 계약서 준비: 사업장이 임대인 경우 임대차 계약서를 준비하여야 함.
- III) 개인사업자 등록신청서 작성
- IV) 국세청 홈택스에서 인터넷 신고 혹은 관할세무서 방문
 - 국세청 홈택스 인터넷 신고: 국세청 홈택스 신청·제출 코너지에서 사업자등록신청·정정 등 탭을 클릭하여 관련 서류 작성 후 신청 가능
 - 관할세무서 방문: 개인사업자 등록신청서, 주민등록등본, 신분증, 도장을 지참하여 방문

② 법인기업(주식회사)

I) 발기인 구성

발기인은 회사 설립 시 발행하는 주식에 대해 반드시 1주 이상을 인수하여야 하여야 한다. 발기인의 자격에는 특별한 제한이 없으므로 내국인은 물론 외국인이나 법인도 가능하며, 미성년자의 경우에도 법정대리인의 동의가 있으면 발기인이 될 수 있다.

II) 상호결정

상호는 한글 표기를 원칙으로 하며, 상호에 주식회사라는 명칭이 반드시 들어가야 한다. 상호는 같은 관할구역 내에서 동일한 상호를 사용할 수 없으므로, 상호의 유사성에 대하여 본점 소재지 관할 등기소에서 검색을 하여야 한다.

III) 정관작성

주식회사 설립을 위해 발기인은 정관을 작성하여야 한다. 정관은 공증인의 인증이 있어야 하나, 자본금이 10억 미만인 경우 발기인의 기명날인으로 효력이 발생한다. 정관에는 i) 사업목적, ii) 상호, iii) 회사가 발행할 주식의 총수, iv) 1주의 금액(액면주식 발행의 경우), v) 회사가 설립 시 발행하는 주식의 총수, vi) 본점 소재지, vii) 회사의 공고방법, viii) 발기인의 성명, 주소 및 주민등록번호를 반드시 기재하여야 한다.

IV) 주식발행사항의 결정 및 주식의 인수

회사가 설립 시 발행하는 주식의 총수 및 1주의 금액은 정관에 의해 정하지만, 그 외의 주식발행사항과 관련하여 정관에 특별히 규정되지 않는 경우에는 발기인 전원의 동의에 따라 주식의 종류와 수 그리고 액면 이상으로 발행하는 경우에는 그 액면주식의 수와 금액을 정하여야 한다. 발기인은 회사 설립 시에 발행하는 주식 중 최소 1주 이상의 주식을 서면으로 인수해야 한다.

V) 주주의 모집, 청약, 배정

회사 설립 시에 발행하는 주식 중 발기인이 인수하고 남은 주식에 대하여는 발기인이 주주를 모집해야 한다. 모집주주인 주식 청약인은 1인 이상이면 가능하고, 모집주주가 인수하는 주식 수도 1주 이상이면 된다. 주식청약은 「주식청약서」에 의하여 서면으로 하여야 하고, 발기인은 청약인에게 주식인수 여부와 인수할 주식 수를 결정하여 통지해야 한다.

VI) 주금납입

발행하는 주식의 총수가 인수되면 발기인은 주식인수인에 대하여 주식청약서에 기재된 은행 등 금융기관에 주금을 납입시켜야 한다. 주금의 납입 완료 후 은행은 설립등기가 완료될 때까지 주금을 보관하며, 발기인의 청구에 따라 「주금납입보관증명서」를 발기인에게 교부해야 한다. 10억 미만의 자본금으로 발기 설립하는 경우에는 잔고증명서로 대체 가능하다. 또한 주금의 납입 완료 후회사는 주주의 성명과 주소, 인수주식의 종류와 수, 취득년월일 등이 기재된 「주주명부」를 작성해야 한다.

VII) 발기인 총회

창립총회 소집은 상법상 창립총회일 2주 전에 주주에게 서면으로 통지하여야 한다. 주식을 인수한 발기인이 본점의 위치를 확정하고 이사·감사를 선출해야 한다. 선출된 이사·감사는 정관 및 주식 발행 사항 등 일련의 절차를 확인, 조사 후 발기인에게 보고한다.

VIII) 이사회 개최

이사회를 개최하여 대표이사를 선임하고 이사회 의사록을 작성하여 이사 및 감사가 날인한 다음 공증인의 인증을 받는다.

IX) 등록세 납부

본점 소재지 관할 시, 군, 구청 세무과에 등기 신청서 사본 1부 제출 및 등록 면허세를 납부한다.

X) 사업자 등록

등기 신청서 1부와 첨부서류를 구비하여 본점 소재지 관할 등기소 법인 등기 담당자에게 접수한다.

XI) 등기 신청

법인설립등기신청서, 인감, 개인신고서, 인감카드 발급 신청서, 정관, 발기인 총회 의사록, 이사·감사 조사보고서, 주식 발행사항 동의서, 주식인수증, 주주명부, 잔고증명서, 법인등록면허세 영수증, 주민등록증(초)본, 인감증명 등을 준비하여 등기 신청을 한다.

2. 플랫폼·결제산업 비즈니스 펀딩 및 이에 따른 주요 고려사항

벤처캐피탈(Venture Capital: VC) 펀딩 및 엔젤펀딩(Angel Funding), 스케일업(Scale-up) 및 엑셀러레이팅(Accelerating)

플랫폼·결제산업 비즈니스의 경우 일반적인 기계장치 등 유형자산의 가치보다 플랫폼 개발력, 콘텐츠와 같은 무형자산의 가치가 기업가치의 대부분을 차지하고 있어 미래 손익 예측이 어려운 관계로 제도권 금융기관으로부터의 차입 등이 용이하지 않다. 이에 개인투자자 중심의 엔젤펀딩이나 고위험을 부담할 수 있는 벤처캐피탈의 투자를 유치하는 것이 일반적인 펀딩 방법이다.

(1) 플랫폼·결제산업 비즈니스 스타트업 투자단계별 펀딩에 대한 설명

플랫폼·결제산업 비즈니스는 네트워크 효과를 기반으로 빠르게 성장하며, 글로벌 시장에서 가장 주목받는 비즈니스 모델 중 하나이다. 하지만 이러한 성장은 단순한 아이디어만으로 이루어지지 않는다. 엔젤 투자부터 시리즈 펀딩, 그리고 IPO에 이르기까지 투자 단계별 전략을 잘 이해하고, 기업의 성장 단계에 따라 적합한 전략을 수립하는 것이 기업의 생존과 확장에 결정적인 역할을 한다.

스타트업의 성장과정은 투자 라운드라고 불리는 프로세스로 표현된다. 이러한 구분은 주로 미국 실리콘밸리 벤처캐피탈의 투자 관행에서 비롯되었으며, 보통 시드(Series Seed), 시리즈 A(Series A), B, C 등으로 구분된다. 필요에 따라 시리즈 D, E, F 까지 확장되기도 하며, 궁극적으로 투자자들이 수익을 실현할 수 있는 엑시트 단계까지 이어지기도 한다. 스타트업은 이러한 투자 라운드를 통해 사업 성장에 필요한 자금을 조달하고, 제품 및 서비스를 개발하며 시장을 확대하여 사업을 스케일업 할 수 있는 기회를 얻게 된다.

투자 단계	단계 설명	주요 투자자	주요 펀딩 형태
1. 시드 (Series Seed)	제품·서비스 출시 전 아이디어 및 컨셉에 기반한 창업 초기 단계 투자	엔젤투자자, 엑셀러레이터, 초기 VC	<ul style="list-style-type: none"> • 보통주 투자 • SAFE(Simple Agreement for Future Equity) 투자
2. 시리즈 A (Series A)	프로토타입 제품·서비스 개발하고, 시장 검증 완료한 상태에서 베타버전 및 정식 제품·서비스를 준비하는 단계	VC, 기관 투자자	<ul style="list-style-type: none"> • 상환전환우선주 (RCPS) 투자
3. 시리즈 B (Series B)	정식으로 출시한 제품·서비스로 안정적인 수익을 창출하는 단계로서 사업 확장을 모색	대형 VC, 전략적 투자자	
4. 시리즈 C (Series C)	글로벌 진출 또는 사업 스케일을 확장하기 위한 방안을 모색하는 단계	글로벌 VC, PE, 투자은행	<ul style="list-style-type: none"> • 상환전환우선주 (RCPS) 투자
5. 이후 단계 (Pre-IPO / Series D+)	사업 규모 등을 확장하여 기업가치를 상승시켜 IPO 및 M&A를 준비하는 단계	PE, 기관 투자자	<ul style="list-style-type: none"> • 전환사채 (CB) 투자 • 신주인수권부사채 (BW) 투자

(2) 벤처캐피탈 투자현황 및 주요 투자사례

중소기업벤처부 벤처투자회사 전자공시시스템에 따르면 2024년 벤처캐피탈의 플랫폼·결제산업 비즈니스 산업에 대한 신규 투자 금액은 2조 741억 원으로 직전 해인 2023년 1조 4,595억 원 대비 42% 성장하였으며, 지속적으로 성장하는 추세이다. 언론에 보도되어 공개된 주요 투자유치 사례에서 파악할 수 있는 투자 대상 회사의 공통점은 대형 플랫폼·결제산업 비즈니스사에서 수년간 경력을 쌓은 핵심 소규모 인력으로 구성되었고, 회사가 투자한 금액으로 주로 국내 확장보다는 해외 진출을 노리고 있다는 점이다.

-
- W사**
- **투자자:** 굿워터캐피탈, BRV캐피탈매니지먼트, 캡스톤파트너스, 우리벤처파트너스, 수이제네리스파트너스 등
 - **투자형태:** 알려지지 않음
 - **최근 투자단계:** Series B(2025년 3월)
 - **특이사항:** W사는 2021년 4월 설립된 회사로서 AI서비스 플랫폼 운영을 주요 사업으로 영위하고 있음. 주요 서비스로는 텍스트 기반의 AI 챗봇, 글쓰기 도우미 ‘뤼튼 트레이닝’, 그리고 최근에는 캐릭터 챗 기능을 별도 앱 ‘크랙(Crack)’으로 분리하여 출시했음. 또한 사용자가 직접 AI 도구를 만들 수 있는 노코드 스튜디오 기능도 제공하며, GPT-4 등 최신 모델을 활용한 대화형 인터페이스를 갖추고 있음. 서비스 개시 1년 10개월만인 24년 10월에 월간 활성이용자(MAU, Monthly Active Users) 수 500만 명을 돌파하였으며, 회사는 앞으로도 “실험실 속 AI가 아닌, 대중과 함께 호흡하는 일상적 AI”를 지향하며, AI 시대를 대표하는 중심 플랫폼으로 성장해 나가겠다는 비전을 제시하고 있음.
-
- M사**
- **투자자:** Peak XV(세쿼이아캐피탈 인디아 & SEA), HSG(세쿼이아캐피탈 차이나), 세일즈포스벤처스, 코렐캐피탈, 와이콤비네이터, 알토스벤처스, 에이티넘인베스트먼트, 스마일게이트인베스트먼트 등
 - **투자형태:** 알려지지 않음
 - **최근 투자단계:** Series B(2025년 9월)
 - **특이사항:** M사는 2019년 12월에 설립된 회사로서 AI 기반 지식재산(IP) 보호 및 관리 플랫폼 운영을 주요 사업으로 영위하고 있음. 주요 서비스로는 생성형 AI 기반 위조상품·불법 콘텐츠 탐지 및 자동 제재를 수행하는 MarqAI(마크AI), 글로벌 상표 출원 및 관리 솔루션 제공을 담당하는 MarqFolio, 오프라인 단속 및 법률 대응 서비스를 담당하는 MarqLaw 등을 고객사에 제공하고 있음. 특히, 업계 최초의 생성형 AI 기반 브랜드 보호 솔루션 ‘마크AI’는 전 세계 180개국 1,500여개 마켓플레이스에서 유통되는 위조상품 및 무단판매를 AI 딥러닝 기반의 탐지 기술을 활용해 24시간 자동으로 모니터링하고, 제재에 필요한 각종 증거를 자동으로 수집하여 마켓플레이스에 자동으로 신고하는 솔루션 서비스를 제공하고 있음.
-

-
- M사**
- **투자자:** KB증권, 시그나이트인베스트먼트, KT인베스트먼트, LB인베스트먼트, 컴퍼니케이파트너스, 하나벤처스, 대성창업투자 등
 - **투자형태:** 알려지지 않음
 - **최근 투자단계:** Series D(2025년 3월)
 - **특이사항:** M사는 2016년 설립된 회사로서 "글로벌 1등 패션&뷰티 커머스"를 목표로, 한국과 일본 등 10개 이상의 국가에서 20개 이상의 브랜드와 플랫폼을 운영하고 있는 회사임. 회사는 일본에서 1등 인플루언서 스타일 커머스 플랫폼으로 자리잡은 NUGU 와 sholist를 운영하고 있으며, 그 외에 더바닛, 마하그리드, 나이스고스트 클럽, 드로우핏 등 다양한 패션 브랜드와 아닐로, 메디247 등의 뷰티 브랜드를 운영 중에 있음. 회사는 2030년까지 5개의 글로벌 버티컬 이커머스 플랫폼 보유, 2개 이상의 유니콘 플랫폼으로의 성장, 100개의 인플루언서 PB브랜드를 만들겠다는 비전을 제시하고, 패션과 뷰티 카테고리에서 다양한 브랜드, 플랫폼을 런칭하고 있으며, 유망한 브랜드 M&A 등을 통해 글로벌 시장에서 빠른 성장을 달성해가고 있음.
-

- E사**
- **투자자:** 한국투자파트너스, 스마일게이트인베스트먼트, 에이벤처스, 발랑스인베스트먼트, 롯데벤처스 등
 - **투자형태:** 알려지지 않음
 - **최근 투자단계:** Series D(2025년 7월)
 - **특이사항:** E사는 2019년 4월에 설립된 회사로서 한국 뷰티 브랜드를 글로벌 시장에서 성공시키는 뷰티 액셀러레이터로서의 역할을 수행하는 K-뷰티 글로벌 유통 및 마케팅 플랫폼 회사임. 회사는 3가지 전략(Brand Sourcing, Growth Marketing, Global Sales)을 통해서 북미 시장에서 성장 가능성이 높은 K-뷰티 브랜드 선별하여 사입하며, 아마존·틱톡 등 글로벌 채널에 최적화된 마케팅 콘텐츠를 제작하고, 관련 광고를 운영하고 있음. 또한, 온라인 성과를 기반으로 오프라인 유통(세포라, 코스트코 등)으로 그 영역을 확장하는 방식으로 영업을 수행하고 있음. 그 결과, 가히, 잇츠스킨, 모다모다, 오설록 등 뷰티 관련 170여개 브랜드의 북미 진출을 지원하고 있으며, 최근에는 자체 PB상품 출시 등을 통해 매출을 다변화시키고 있음.
-

- B사**
- **투자자:** 굿워터캐피탈, 클리블랜드 애비뉴, 스마일게이트인베스트먼트, KB인베스트먼트, 메인스트리트벤처스 등
 - **투자형태:** 알려지지 않음
 - **최근 투자단계:** Series B(2025년 10월)
 - **특이사항:** B사는 2021년에 설립된 회사로서 자체 개발·운영하는 비스테이지를 기반으로 광고·마케팅 / 팬클럽 운영 / 이커머스 / 팬 커뮤니케이션 / 콘서트·행사 운영 / IP 기반 비즈니스 등 6가지 핵심 영역을 포함한 '팬덤 비즈니스 360' 사업을 수행해 왔음. 2025년 11월에 음악 플랫폼인 플로(FLO)를 운영하던 드림어스컴퍼니를 인수하면서 음원 스트리밍 / 음원반 유통 / MD 제작 유통 / 공연기획 등 음원 관련 인접 사업으로의 영역 확장 및 기존 사업과의 시너지 창출을 위한 작업을 수행하고 있음.
-

크라우드펀딩(Crowd Funding)

플랫폼·결제산업 비즈니스는 설립 이후에도 대부분 소규모이고 새로운 아이디어를 가지고 시작하기 때문에 투자를 받기가 어렵다. 이에 따라 최근 많은 플랫폼·결제산업 비즈니스 회사들이 자금을 모으기 위해 일반 개인들로부터 투자를 유치하는 크라우드펀딩을 많이 이용한다.

(1) 정의 및 종류

크라우드펀딩이란 군중(Crowd)으로부터 자금조달(Funding)을 받는다는 의미로, 자금이 필요한 개인, 단체, 기업이 웹이나 모바일 네트워크 등을 이용해 불특정다수로부터 자금을 모으는 것을 말한다. 소셜 네트워크 서비스(SNS)를 통해 참여하는 경우가 많아 소셜 펀딩이라고도 하며, 크라우드펀딩은 크게 대출형, 투자형, 후원형, 기부형으로 구분할 수 있다.

① 대출형

대출형은 개인과 개인 사이에서 이루어지는 P2P 금융(개인간 직거래 방식 금융 서비스)의 일종을 의미한다. 자금 여유가 있는 개인은 돈을 빌려주고 원리금회수를 통해 수익을 올릴 수 있고, 돈을 빌리는 개인 또는 법인은 까다롭고 복잡한 절차를 거쳐야 하는 금융권을 통하지 않고도 쉽고 간단하게 자금 조달이 가능하다.

② 투자형

투자형은 신생기업이나 벤처기업, 개발프로젝트 등에 투자하는 방식으로, 대출형과 마찬가지로 자금수요자는 은행을 통하지 않고도 쉽게 투자금 조달이 가능하다. 투자자는 투자에 따른 지분 획득 등을 통해 수익을 낼 수 있다.

③ 후원형

후원형은 금전적 보상을 기대하지 않는 펀딩방식이다. 후원형은 주로 창작활동, 문화예술상품, 사회공익활동 등을 지원하는 데 이용된다. 영화·연극·음반 제작, 전시회, 콘서트 등의 공연, 스포츠 행사, 그리고 다양한 사회공익 프로젝트 등에 자금을 후원하고 공연티켓, 시제품, 기념품을 받거나 기여자 명단에 이름을 올리는 식의 보답을 받게 된다.

(2) 크라우드펀딩 방법 및 기타 사항

크라우드펀딩은 주로 인터넷의 중개사이트를 통해 이루어진다. 모금자가 모금취지, 목표금액, 모금기간, 투자보상내용 등을 게시하고 이를 홍보하는 동영상 등을 올리면 다수의 개인들이 마음에 드는 프로젝트를 골라 중개사이트 계좌로 돈을 보내고, 모금이 성공하면 중개사이트는 일정한 수수료를 떼 다음 모금자에게 돈을 전달해주는 식으로 운영된다. 만약 모금기간 내에 목표액이 채워지지 않으면 모금참여자의 돈은 모두 돌려주는 것이 특징이다.

크라우드펀딩은 2000년대 이후 출현하였으며 대표적 업체로는 후원형 펀딩 사이트로 가장 유명한 미국의 킥스타터(Kickstarter)와 인디고고(Indiegogo), 영국의 비영리(공익기부형) 펀딩 사이트인 저스트기빙(Just Giving), P2P 금융서비스를 제공하는 영국의 조파(Zopa)와 미국의 프로스퍼(Prosper) 등을 들 수 있다. 국내의 경우 와디즈플랫폼(주), 텀블벅(주), (주)크라우디 등의 크라우드펀딩 플랫폼이 성행하고 있다.

현재 국내에서 크라우드펀딩 법안은 2016년 1월 25일부터 개정안이 국회를 통과하여, 대중이 소액을 투자하는 증권형 크라우드펀딩 제도가 시행되고 있다. 또한, 2018년 4월 3일 자본시장법 개정안이 통과됐고, 4월 10일부터 일반투자자의 크라우드펀딩 투자한도가 종전 500만 원에서 1,000만으로 확대되었다. 세부적으로 이전에는 1년간 동일기업당 200만 원, 총 500만 원을 투자할 수 있었으나, 그 한도가 동일기업당 500만 원, 총 1,000만 원으로 확대되었다(적격투자자의 경우, 동일기업당 1,000만 원, 총 2,000만 원). 또한 2020년 6월 발표한 “크라우드펀딩 발전방안”의 후속조치에 따라 자본시장법 시행령 및 금융투자규정 개정이 추진되어 크라우드펀딩 연간 발행한도가 기존 15억 원에서 30억 원으로 확대되었고, 프로젝트투자 대상사업이 확대, 중개업자의 등록유지요건 강화 등 활성화를 위한 제도개선이 이루어지고 있다.



정부 지원 사업

정부는 기업들의 기술 및 상품개발, 사업화에 있어 성장과 발전을 돕기 위해 다양한 형태의 지원사업을 제공하고 있다. 지원 사업은 자금 대여나 금전 지원뿐만 아니라, 민간 투자 매칭, 컨설팅 제공 등의 형태로 다양하다. 기업의 life-cycle별 각 대표 사업의 주요 내용은 다음과 같다.

구분	대표 사업 및 주요 내용
창업지원 • 창업교육 • 사업화지원 • 판로개척 등	<ul style="list-style-type: none"> • 초기창업패키지(중소벤처기업부) 업력 3년 이내 창업기업을 대상으로 사업화 자금 및 창업프로그램을 지원하여 사업 안정화와 성장 지원 • 창업도약패키지(중소벤처기업부) 업력 3년 초과 7년 이내 창업기업에 대해 사업모델 및 제품, 서비스 고도화에 필요한 사업화 자금 및 대기업 특화 프로그램을 지원하여 스케일업 촉진 • 청년창업사관학교(중소벤처기업진흥공단) 유망 창업아이템 및 혁신기술을 보유한 우수 창업자를 발굴하여 창업 사업화 등 창업 전단계를 일괄 지원 • K-스타트업센터(KSC)(중소벤처기업진흥공단) 전세계 거점에 설치된 K-스타트업 센터에서 국내 스타트업의 현지시장 진입과 안착, 스케일업 지원
성장지원 • 기술개발 • 정책자금 • 기술보증 등	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업기술혁신개발(R&D)(중소벤처기업부) 중소기업이 기술개발을 통해 Scale-Up할 수 있도록 혁신역량 단계별 R&D 지원으로 중소기업의 혁신성장 지원 • 중소기업 연구인력 지원(R&D)(중소벤처기업부) 연구인력 채용 지원, 공공연 연구인력 파견 등을 통해 중소기업 기술혁신역량 강화 • 국가과학기술지식정보서비스 과제(NTIS)(과학기술정보통신부), 산업통상부 지원사업 및 과제(산업통상부) 국가 R&D 과제 관련 용역 수행을 통해 연구비 지원, 연구계획 및 진행상황, 성과물 관리 • 일반경영안정자금, 성장기반자금(소상공인시장진흥공단) 소상공인의 경영활동 등에 필요한 자금을 제공하여 소상공인 자생력 제고 및 성장촉진 도모, 생업안전망 구축을 위한 자금 지원
재기지원 • 재창업 교육 • 법률 자문 등	<ul style="list-style-type: none"> • 재도전성공패키지(창업진흥원) 사업 경험과 우수 아이템을 바탕으로 성장 가능성이 높은 재창업자발굴 및 패키지식 지원을 통해 재창업 성공률 제고

Source: 중소기업부, 중소기업진흥공단, 과학기술정보통신부, 산업통신부, 소상공인시장진흥공단, 창업진흥원

정부지원사업은 매년 각 부처에서 새로운 프로그램을 출시하고, 지원 예산 규모에도 변동이 있다. 이러한 지원사업 현황은 '중소벤처24(smes.go.kr)'포털 및 'K-Startup 창업지원포털(k-startup.go.kr)', '국가과학기술지식정보서비스(nits.go.kr)', '산업통상부(motir.go.kr)' 홈페이지 등을 통해 확인할 수 있다.

3. 플랫폼·결제산업 비즈니스 성장 및 M&A, IPO등 주요 고려사항

M&A를 통한 확장

플랫폼·결제산업 비즈니스의 경우 개발력을 인정받아 대형 플랫폼·결제산업 비즈니스 회사 또는 플랫폼·결제산업 비즈니스에 관심을 가지고 있는 회사에 지분 매각을 통해 투자자본을 회수하는 것이 가장 빠른 Exit 방법이다. 최근 쿠팡의 명품 이커머스업체 ‘파페치’ 인수, 네이버의 ‘Poshmark’ 인수 등 지속적으로 M&A를 해왔던 네이버 등 대형 플랫폼·결제산업 비즈니스 회사들이 활발한 M&A를 통해 비즈니스를 강화하고 있다. 한편, 공정거래위원회 역시 기술혁신과 중소벤처기업 지원을 위한 M&A는 오히려 활성화할 필요가 있다고 판단하고, 대기업의 스타트업 M&A에 걸림돌로 작용하던 대기업 계열사 현황 발표를 2018년부터 분기마다 발표하기로 했다.

(1) 세무상 고려사항

① 양도소득세

현행 소득세법 제104조 제1항 제11호에 의하면 상장주식의 대주주 및 비상장주식의 양도차익에 대하여 양도소득 과세표준의 일정비율을 곱하여 양도소득세를 부과한다. 한편, 2023년 소득세법 시행령 개정으로 인해 대주주 기준이 개정됨에 따라 플랫폼·결제산업 비즈니스 회사가 지분 매각을 통해 투자자본을 회수하고자 할 때 양도소득세 관련 이슈가 발생할 수 있다. 양도소득세법 상 대주주의 범위 및 양도소득세율의 내용은 다음과 같다.

대주주 범위(지분율 또는 시가총액 기준 충족)

분류	지분율	양도시기별 시가총액기준(종목당)				
	기준일	직전 사업연도 종료일				
	기준	~18/03/31	18/04/01~ 20/03/31	20/04/01~ 21/03/31	21/04/01~ 23/12/31	24/01/01~
유가증권시장	1% 이상	25억 원 이상	15억 원 이상	10억 원 이상	50억 원 이상	50억 원 이상
코스닥시장	2% 이상	20억 원 이상	15억 원 이상	10억 원 이상	50억 원 이상	50억 원 이상
코넥스시장	4% 이상		10억 원 이상			50억 원 이상
비상장	4% 이상		10억 원 이상			50억 원 이상

주식 양도소득세율

분류	양도소득세율	
중소기업	대주주 외	10%
	대주주	과세표준 3억 원 이하: 20%, 과세표준 3억 원 초과: 25%
중소기업 외	대주주 외	20%
	대주주	과세표준 3억 원 이하: 20%, 과세표준 3억 원 초과: 25% (단, 1년 미만 보유주식은 30%)

② 증권거래세

양도소득세와 별도로, 지분 매각에 대하여 증권거래세도 납부하여야 한다. 증권거래세법 제7조에 의하면 증권거래세의 과세표준은 당해 주권 등의 양도가액이며, 그 가액이 부당행위에 의하여 시가보다 낮은 가액으로 양도된 것으로 인정되는 경우에는 시가액을, 정상가격보다 낮은 가액으로 양도된 것으로 인정되는 경우에는 정상가격을, 양도가액을 알 수 없는 경우에는 대통령령이 정하는 방법에 의하여 그 주권을 평가한 가액을 과세표준으로 하도록 규정하고 있다. 또한 제 8조 제1항에서는 증권거래세의 세율을 35/10,000으로 규정하고 있다. 증권거래세는 주권 등의 양도일이 속하는 반기의 말일부터 2개월 이내에 납세의무자(비상장법인의 주식을 양도하는 경우 양도자)의 관할세무서장에 신고 및 납부하여야 한다. 기획재정부가 발표한 2023년 세법 개정안에 따르면 주식시장 활성화의 지원을 위하여 증권거래세율을 아래와 같이 단계적으로 인하할 예정이다.

증권거래세율

구분	2023년	2024년	2025년 이후
유가증권시장(*)	0.20%	0.18%	0.15%
코스닥시장	0.20%	0.18%	0.15%
코넥스시장	0.1%	0.1%	0.10%
K-OTC	0.20%	0.18%	0.15%
장외시장	0.35%	0.35%	0.35%

(*) 농어촌특별세 0.15% 포함

(2) Earn-out 방식의 M&A 시 고려사항

플랫폼·결제산업 비즈니스의 경우 사업결합 시 일정 조건의 충족 시 피취득자의 이전 주주에게 추가로 자산 혹은 지분을 이전하는 조건부대가를 많이 이용한다. 이 때, 임원 및 종업원인 매도주주에 대한 의무고용조건이 존재할 경우 인수 기업 입장에서 Earn-out 금액에 대해 지분 매입이 아니라 근로에 대한 보상으로 볼 수 있는 바 매각자의 입장에서 세무상 높은 세율의 근로소득세가 부과될 수 있다(참고: Chapter 3의 플랫폼·결제산업 비즈니스 업계의 회계적 이슈).

IPO를 통한 기업공개

안정적인 성장을 바탕으로 경영권을 유지하면서 코스닥 또는 코넥스 상장 및 이미 상장되어 있는 SPAC과의 합병을 통해 주식시장에서 새로운 도약을 위한 투자자금을 유치하고 일정부분 투자수익을 실현할 수 있다. 스타트업으로 출발한 밀리의서재, 오픈놀, 오픈엠티테크놀로지 등 플랫폼·결제산업 비즈니스 회사의 경우 코스닥 직상장을 통해, 핑거스토리의 경우 SPAC과의 합병으로 통해 성공적으로 주식시장에 진출하였다.

금융위원회는 「코스닥 시장 활성화를 통한 자본시장 혁신방안」 후속조치로 한국거래소 상장 규정을 개정하여 세전이익, 시가총액, 자기자본만 충족하더라도 상장이 가능하도록 하는 등 단독 상장요건을 별도로 신설하여 진입 요건을 다변화했다. 이번 개정으로 스타트업 시장에도 상장 바람이 부는 등 코스닥 진입이 수월해졌다.

(1) 코스닥시장 상장요건(2024.1.1 개정규준 기준)

구분	일반기업(벤처 포함)		기술성장기업	
	수익성·매출액 기준	시장평가·성장성 기준	혁신기술 트랙	사업모델 트랙
주식분산 (택일)	다음 요건 중 택일 1) 소액주주 500명 이상(상장신청일 기준) & (a) or (b) (a) 소액주주 25%미만 소유시(신청일 기준) : 공모 10%이상 & 소액주주 지분이 25% 이상 (b) 소액주주 25%이상 소유시(신청일 기준) : 공모 5%이상(10억 원 이상) 2) 소액주주 500명 이상(상장신청일 기준) & 공모 10%이상 & 공모주식수가 일정주식수 이상 3) 소액주주 500명(상장신청일 기준) & 공모 25%이상 4) 소액주주 500명(상장신청일 기준) & 국내외 동시공모 20%이상 & 국내공모주식수 30만주 이상 5) 신청일 기준 소액주주 500명 & 모집에 의한 소액주주지분 25%(or 10%이상 & 공모주식수가 일정주식수 이상)			
경영성과 및 시장평가 등 (택일)	다음 요건 중 택일 1) 법인세차감전 계속사업이익 20억 원(벤처: 10억 원) 이상, 시가총액 90억 원 이상 2) 법인세차감전 계속사업이익 20억 원(벤처: 10억 원) 이상, 자기자본 30억 원(벤처: 15억 원) 이상 3) 법인세차감전 계속사업이익이 존재하며, 시가총액 200억 원 이상, 매출액 100억 원 (벤처: 50억 원) 이상 4) 법인세차감전 계속사업이익 50억 원 이상	다음 요건 중 택일 1) 시가총액 500억 원 이상, 매출액 30억 원 이상, 최근 2사업연도 평균 매출증가율 20% 이상 2) 시가총액 300억 원 이상, 매출액 100억 원(벤처: 50억 원) 이상 3) 시가총액 500억 원 이상, PBR 200% 4) 시가총액 1,000억 원 이상 5) 자기자본 250억 원 이상 6) (코넥스 이전상장 이익미실현 요건) 시총 750억 원 & 코넥스 일평균 거래대금 1억 원 이상 & 소액주주 지분율 20% 이상	다음 요건 중 택일 1) 자기자본 10억 원 이상 2) 시가총액 90억 원 이상 전문평가기관의 기술 등에 대한 평가를 받고 평가결과가 A&BBB 등급 이상일 것 (외국기업의 경우 A등급 & A등급 이상일 것)	상장주선인이 사업모델을 평가하여 추천한 중소기업일 것

감사의견	최근 사업연도 적정
경영투명성 (지배구조)	사외이사, 상근감사 요건 충족
기타 요건	주식양도 제한이 없을 것 등
질적요건	기업의 성장성, 지속성 경영의 투명성 및 안정성, 기타 투자자보호, 코스닥시장의 건전한 발전, 업종별 특성, 고용창출효과 및 국민경제적 기여도 등을 종합 고려. 실제로 진단키트 전문기업 A는 코로나 종식 이후 시장성을 확신할 수 없다는 질적 요건이 고려되어 상장 예비심사 재청구가 최종 미승인 결정된 사례가 존재함.

Source: 한국거래소 홈페이지

(2) 코넥스시장 상장요건

① 외형요건 심사

코넥스시장은 아직 실적이 가시화되지 않은 성장 초기 중소·벤처기업이 원활하게 코넥스시장에 상장할 수 있도록 매출액·순이익 등의 경영성과 요건을 적용하지 않고 있다.

그 밖에 초기 중소·벤처기업 실정에 부합하지 않는 요건은 폐지하거나 완화하고, 증권의 자유로운 유통과 재무정보의 신뢰성 확보를 위한 최소한의 요건만 적용하도록 하였다.

구분	내용	비고
주권의 양도제한	주식의 양도제한이 없을 것 * 다만, 법령에 의해 제한되는 경우로서 그 제한이 코넥스시장에서의 매매거래를 저해하지 않는다고 인정되는 경우에는 예외	
감사의견	최근 사업연도 감사의견이 적정일 것	
지정자문인	지정자문인 1사와 선임계약을 체결할 것	특례상장은 제외
중소기업 여부	중소기업기본법 제2조에 따른 중소기업에 해당될 것	
액면가액	100원, 200원, 500원, 1,000원, 2,500원, 5,000원 중 하나일 것	액면주식에 한함

Source: 한국거래소 홈페이지

② 질적요건 심사

코넥스시장은 지정자문인이 신규상장신청기업의 상장적격성을 심사하고 있으며 한국거래소에서는 해당 기업의 상장이 공익과 투자자보호에 적합한지 여부를 위주로 심사하고 있다. 이와 관련하여 한국거래소는 지정자문인이 제출한 상장적격성보고서를 토대로 경영진의 시장건전성 저해행위 여부, 경영투명성, 회계정보 투명성, 투자위험 등을 종합적으로 검토하여 공익과 투자자보호에 부적합한 사유가 없는지에 대해 심사하고 있다.

③ 기술특례상장

창업초기기업의 코넥스시장 상장지원을 위하여 '15년 7월 상장규정 개정을 통해 기술특례 상장제도를 마련하였다.

i) 외형요건

중소기업기본법 제2조에 따른 중소기업으로서 기술신용평가기관 등으로부터 BB이상의 기술평가등급을 받고 지정기관투자자(VC 등)의 상장 동의를 받은 기업은 지정자문인 선임계약 없이 코넥스시장에 상장할 수 있다.

구분	내용	비고
투자유치	거래소가 지정하는 기관투자자(지정기관투자자)가 10% 이상 지분 보유 또는 투자금액이 30억 원 이상(6개월 이상)	주1) 주2)
기술력	기술신용평가기관(TCB) 또는 기술전문평가기관으로부터 일정 수준(BB) 이상 기술등급 확보	주3)
투자자동의	지정기관투자자의 특례상장 및 지분 매각 제한 동의	

주1) 지정기관투자자(2022년 4월 현재 24개사)

주2) 주식 이외에 주식관련사채권 투자 포함(잔존만기 2년 이상인 경우에 한함)

주3) 기술신용평가기관(TCB) 및 기술전문평가기관 현황

기술신용평가기관 NICE평가정보, 한국기업데이터, 이크레더블, 나이스디앤비, SCI평가정보

기술전문평가기관 한국과학기술연구원, 한국과학기술정보연구원, 한국보건산업진흥원, 한국산업기술평가관리원, 한국생명공학연구원, 한국전자통신연구원, 정보통신기획평가원, 기술보증기금, 농업기술실용화재단, 한국기계전기전자시험연구원, 한국식품연구원, 해양수산과학기술진흥원, 정보통신정책연구원, 한국인터넷진흥원, 금융보안원, 국토교통과학기술진흥원, 한국에너지기술평가원, 신용보증기금, 한국건설생활환경시험연구원, 한국발명진흥회, 한국산업기술시험원

ii) 질적요건(공익·투자자보호 관련 부적격 사유 등)

지정자문인이 없는 기술특례 상장기업은 한국거래소가 지정자문인을 대신하여 질적 심사과정에서 기업 전반을 심사한다. 특히, 기술특례상장의 경우 기술성, 공시능력 및 경영투명성을 토대로 공익과 투자자보호 여부를 심사하고 있다.

④ 크라우드펀딩 특례상장

정부의 크라우드펀딩 발전방안('16.11.7)에 따라 투자형 크라우드펀딩(온라인소액공모)를 통해 일정 규모 이상 자금조달에 성공한 스타트업기업의 코넥스시장 상장을 통한 지속성장을 지원하기 위해 신설하였다.

i) 외형요건

크라우드펀딩에 성공한 기업과 한국거래소의 스타트업기업 전용 장외시장인 KSM(KRX Startup Market, '16.11.14 개설) 시장 등록 전후로 크라우드펀딩에 성공하여 KSM 등록기간이 일정 기간 이상인 기업에 대해 외형요건을 차등화하고 있다. 또한 정책금융기관 등이 추천한 기업의 경우 외형요건 중 펀딩규모 요건을 완화하였다.

구분	일반 크라우드펀딩기업	KSM등록 크라우드펀딩 기업(*)
펀딩규모	3억 원 이상 (추천기업: 1억 원 이상)	1.5억 원 이상 (추천기업: 0.75억 원 이상)
참여 투자자수	50인 이상 (전문투자자 2인 포함)	20인 이상 (전문투자자 2인 포함)

(*) KSM 등록 후 6개월 경과 및 한국거래소가 정하는 일정요건 충족 기업

ii) 질적요건

지정자문인이 없는 크라우드펀딩 특례상장의 경우 기술특례상장시와 마찬가지로 한국거래소가 지정자문인을 대신하여 질적 심사과정에서 기업전반을 심사한다. 이 경우 신생 창업기업의 특성을 감안하여 상장심사는 최소화하되 정기·수시공시 등의 공시업무 능력과 경영투명성 등에 초점을 맞춰 심사하게 된다.



⑤ 코넥스시장에서 코스닥시장 신속이전 상장

금융위원회는 2019년 4월 코스닥 이전상장 요건 내 시장성 수익성 요건 이외 성장성 요건을 추가하여 성장성 있는 코넥스 기업의 성장을 지원할 수 있도록 이전상장 요건을 개선하였다.

구분	공통요건	트랙 별 요건
Track 1	① 코넥스 상장 후 1년 경과 ② 지정자문인(상장주선인) 추천 ③ 기업경영의 건전성 충족	① 최근 사업연도 영업이익 有 ② 최근 사업연도 매출액 100억 원 이상 ③ 기준 시가총액 300억 원 이상
Track 2		① (직전 사업연도) ROE 10% 이상 ② (최근 사업연도) ROE 10% 이상, 계속사업이익 20억 원 이상
Track 3		① 최근 사업연도 계속사업이익 20억 원 & ROE 20% 이상
Track 4		① 매출액 증가율 20% 이상 ② 최근 사업연도 매출액 200억 원 이상 ③ 영업이익 10억 원 이상
Track 5		① 소액주주 10% ② 코넥스시총 2,000억 원 이상, 자본금 초과 ③ 기준 시가총액 3,000억 원
Track 6		① 소액주주 20% 이상 ② 코넥스 시총 1,500억 이상일 것 ③ 코넥스 일평균 거래대금이 상장예비심사 신청일 기준 최근 1년간 10억 원 이상 ④ 상장주선인이 기업 계속성 보고서를 제출
신속 합병 상장		⑤ 코넥스시총 2,000억 원 이상, 자본금 초과 ⑥ 기준 시가총액 3,000억 원

Source: 한국거래소 홈페이지

(3) 해외 자본시장 상장 고려사항

① 자본시장의 선택

국내가 아닌 해외 자본시장에 IPO를 고려하는 경우 최적의 자본시장 의사결정을 위하여 동종산업 평균 PER, 자본시장 유동성, 규제환경, 각 자본시장별 특화 산업, 상장 및 유지 요건, 상장 비용 등 다양한 요소를 고려하여야 한다.

② 상장구조

국내기업이 해외 자본시장에 상장하는 경우 지주회사 상장 또는 예탁증서 (Depository Receipt, "DR") 발행을 통한 외국기업으로서의 상장의 2가지 방식이 있다.

i) 지주회사 상장 (Flip)

상장하려는 국가내 지주회사 설립 후 지주회사가 상장하는 방식으로 이를 위해서는 주주가 보유하고 있는 기존 국내기업의 주식과 설립된 지주회사의 주식을 교환하는 Flip의 과정을 거쳐야 하며 이때 주주가 보유 중이던 기존 주식을 처분하는 것으로 간주되어 양도세 납부 의무가 발생할 수 있다. 따라서 해외 자본시장 상장을 고려하는 경우 설립 초기부터 상장구조를 고려하여야 하며 Flip을 할 경우 초기에 완료할 수록 세무 risk를 줄일 수 있다.

ii) DR 상장

상장하려는 국가에 외국기업으로서 주식을 상장하고 예탁기관을 통해 해당 국가내에 주식을 유통하는 방식으로 각 자본시장별로 외국기업에게 적용하는 혜택을 누릴 수 있는 이점이 있다.

iii) 미국 상장 고려사항

미국 증권시장은 세계 유니콘 기업들이 가장 선호하는 주식시장이다. 우선 미국 시장에선 풍부한 유동성을 바탕으로 기업 가치 평가가 다른 주식 시장 대비 매우 높은 수준이다. 상장 심사 시 국내 주식시장은

과거 실적을 주로 보지만, 미국 주식시장은 미래 성장성을 더 높게 평가해 영업이익·매출·자기자본 등에 큰 비중을 두지 않는다. 또한 유능한 경영진 확보가 훨씬 용이한 점, 차등의결권 같은 경영권 방어 장치가 있다는 점은 미국시장의 큰 매력이다.

그러나 미국 증시에 상장하면 상장유지 비용, 보고·공시 부담에 상당히 많은 신경을 써야 한다. 또한 미국은 소송 천국으로써 미국법상 계약·특허·상표·제조물책임·독점금지법·수출입·노동과 고용 및 연금 등과 관련한 소송 및 집단소송, 주주대표소송 등 수많은 법률 리스크에 노출되어 있다.

이에 대비하기 위하여 미국 특정 주 회사법에 따라 회사를 설립해 '미국 국적 상장기업'을 상장하는 것이 아니라, 외국(한국) 회사법에 따라 설립한 회사를 '외국 국적 상장기업(FPI)'으로 상장할 경우 미국 증권위원회(SEC)는 미국증권법에 따라 훨씬 덜 엄격한 기준을 적용한다. FPI의 경우 자국(한국)의 기업지배구조 규범과 관행을 따르고, 문제를 일으키지 않는 한 자국의 회계감독을 받으면 된다. 또 대표소송 요건도 그 기업이 설립된 국가의 회사법에 따라 결정된다(설립준거법주의). 소송의 경우 외국 기업을 상대로 미국에서 소송하는 데는 비용이 지나치게 많이 발생하고 정보와 자료 수집이 용이하지 않아 화해하는 경우가 일반적이다. 집단소송도 가끔 발생하나, 대부분 화해로 마무리된다. 연방증권법 위반에 대해서도 SEC의 조사나 소송은 일반적으로 과도하지 않은 정도의 벌금 부과로 끝난다. 따라서 FPI 방식을 선택한다면 미국 주식회사법상의 주주 대표소송, 연방증권법상의 집단소송 그리고 SEC의 조사 및 소송 위협으로부터 상당히 자유로워질 수 있다.

④ IPO 시장 동향

PwC의 2025년 3분기 IPO 트렌드 리포트에 따르면 2025년 상반기 전 세계 주식시장에서 총 486건의 기업 공개가 진행되었으며 이는 전년 동기 대비 9% 증가한 수치다. IPO에 나선 기업들이 증시에서 조달한 금액은 전년 동기 대비 17% 증가한 582억 달러 수준이다. 지역별로 살펴보면 한국을 포함한 아시아·태평양 지역의 경우 250건의 IPO를 통해 213억 달러의 자금이 조달됐으며, 전년 동기 대비 IPO 건수는 34건 감소하였으나, 공모금액은 44% 증가했다. 이 중 인도는 아시아 태평양 지역에서 가장 활발한 IPO 시장으로 2024년 중 총 149건의 IPO를 기록하여 인도의 최고 IPO 실적을 달성하였으나, 2025년 상반기에는 50개 기업이 IPO를 진행해 2024년 상반기의 65건에 비해 다소 주춤하였다. 이외 중국의 배터리 제조회사인 CATL이 올해 5월 홍콩 증권거래소에 2차 상장되어 46억 달러를 조달하였으며, 도쿄 증권거래소에 상장한 반도체 관련 업체인 JX Advanced Metals Corporation의 IPO가 25억 달러를 조달하였다. 올해 상반기 한국에서는 총 40건의 IPO가 성사돼 전년 동기 대비 15건 감소했으나, 약 공모금액은 LG씨엔에스 상장(공모금액 1조 1,994억 원)에 힘입어 2조 2천억 원을 조달해 20% 늘어났다. 미주 지역에서 IPO 건수는 전년 동기 대비 106% 증가한 169건, 조달 금액은 전년 동기 대비 56% 증가한 275억 달러로 집계되어 글로벌 IPO 상승을 견인했다. 우호적인 규제 환경과 전문성을 갖춘 스폰서들의 영향으로 기업인수목적회사(SPAC)의 IPO가 상반기 IPO의 40% 이상을 차지하였다. 금융 부문은 SPAC 반등에 힘입어 미주 지역에서 가장 우수한 성과를 보였다. 산업별로는 금속, 에너지, 산업재, 헬스케어, 금융 등 다양한 부문이 글로벌 Top 10 IPO에 포함되어 있다. 기술 부문은 글로벌 Top 10 IPO 중 4건의 IPO를 차지하며 상승의 모멘텀을 회복하고 있다. 전체적으로 기술기업은 2025년 상반기 글로벌 IPO의 13%를 차지했다. 한편, 금융 부문은 IPO 공모금액 측면에서 가장 큰 부문으로 183억 달러를 조달하며 전 세계 IPO의 31% 이상을 차지했다. 이는 미국에서 SPAC IPO가 급증하여 상반기에만 116억 달러 이상의 공모금액을 조달한 데 크게 기인한다.

또한 PwC의 2025년 3분기 Capital Markets Watch 리포트에 따르면 SPAC IPO는 2021년 이후 가장 활발한 시기를 맞이했다. 2025년 3분기까지 100개의 SPAC이 187억 달러를 조달했으며, 이는 2024년 같은 기간 동안 34개의 SPAC이 53억 달러를 조달한 것과 비교된다.

SPAC(기업 인수 등을 위한 특수목적법인, Special Purpose Acquisition Company) 상장

(1) 스펙의 정의 및 구조

나스닥 상장 규정에 따르면 스펙은 '특정되지 않은 회사와의 인수나 합병(M&A)을 사업목적으로 하는 회사'이다. 조금 더 구체적으로 스폰서가 명목회사(Paper Company)를 설립한 후 IPO를 통해 모집한 공모자금으로 다른 기업을 인수합병(M&A)하는 것을 의미한다. 대상기업(피합병법인)의 입장에서는 우회 상장의 수단이 되고, 스펙(합병법인)의 주주 입장에서는 합병을 기반으로 하는 투자의 수단이 된다.

미국에서는 IPO 후 24개월 이내에 국내의 경우에는 36개월 이내해 합병이 완료되어야 한다. 기한 내 합병하지 못하고 해산하는 경우 공모자금 등 잔여재산을 스폰서를 제외한 주주에게 반환하는 것으로 청산된다. 초기 투자자나 공모에 참여한 주주 입장에서는 투자 원금에 가까운 금액을 돌려받을 수 있다는 점에서 '하방 경직성'이 가장 큰 특징이다. 따라서 스펙 투자의 본질은 원금보존추구형 중장기(2년) 투자 수단이라는 점에 있다.

스펙의 참여자는 크게 스폰서(발기인)와 일반 투자자로 구분된다. 스폰서는 스펙을 설립하는 주체로 설립한 이후에 경영진으로서 스펙의 운영을 담당하게 된다. 일반 투자자는 공모에 참여한 주주들과 상장 이후 공개 시장에서 주식을 매수한 주주들을 의미한다.

일반적인 미국 SPAC의 자본구조 예시

구분	주식 수량(백만 주)	비중(%)	조달 금액(달러)	주당 평균 가격(달러)
스폰서	5	20	25,000	0.005
공모주주	20	80	200,000,000	10
합계	25	100		

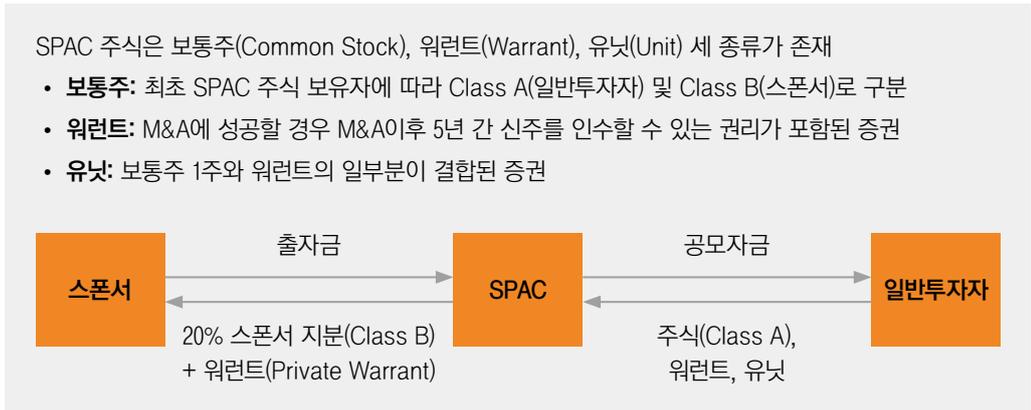
Source: 국제금융센터, 메리츠증권 리서치센터

스폰서의 특징은 보유 주식의 평균 가격이 공모가보다 훨씬 낮다는 것과 M&A 이후 신주를 인수할 수 있는 워런트(Warrant)를 가지고 있다는 점이다. 이를 통해 스폰서는 M&A가 성사됐을 때 일반 주주보다 더 높은 수익 기회를 제공하는데, 위험 부담과 서비스 제공에 대한 대가의 성격으로 볼 수 있다. 따라서 스폰서의 경우 스펙 합병 실패 시, 그에 대한 책임으로 잔여재산배분청구권을 행사할 수 없고 대상기업 탐색 및 M&A에 대한 보수가 전혀 없으며, 보유 주식 또한 의결권이 제한된 Class B에 해당한다.

일반 투자자의 경우 스폰서보다 높은 가격에 주식을 인수(할증 발행)하기 때문에 지분 희석(dilution)을 감수해야 하지만, 기한 내 합병 실패 시 공모자금에 해당하는 금액에 준하는 잔여재산을 돌려받을 수 있으며 합병에 대한 주주총회 결의에서 의결권(Class A)을 행사할 수 있다. 또한 시장을 통해 주식을 자유롭게 사고 팔 수 있다는 장점도 있다.

스팩에 따라서 주식, 워런트, 주식과 워런트가 혼합된 유닛(Unit)을 섞어서 발행하기도 한다. 국내의 경우 종류주식이 없기 때문에 별도의 규정으로 스폰서의 의결권을 제한하고 있으며 워런트의 역할을 전환사채(CB)로 대신한다. 전환 가능성이 높은 잠재적 지분이라는 점에서 공모주의 희석 효과를 계산할 때 포함되어야 한다. 또한 기업결합 방식이 합병으로 제한되는 등 세부적인 부분에서 차이가 있다.

SPAC의 주식 구성: 보통주, 워런트, 유닛(미국 기준)



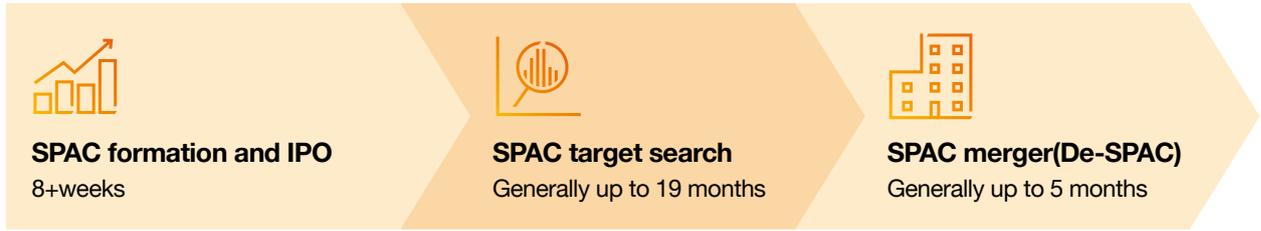
Source: 국제금융센터, 메리츠증권 리서치센터

(2) 스팩 상장과 전통적 방식의 IPO 비교

구분	스팩과의 합병	전통적 방식의 IPO
상장방식	Private(합병)	Public(공모)
가치평가	미래가치평가	유사회사와 비교평가(PER, EV/EBITDA), 특수 사례 제외 시 과거 실적 기준
장점	<ul style="list-style-type: none"> • 사업계획, 미래가치 반영 • 사전적인 가격확정(공모 불확실성 감소) 	<ul style="list-style-type: none"> • 다수(기관, 일반) IR
단점	<ul style="list-style-type: none"> • 스팩 합병 주주총회 • 합병 제반 절차 	<ul style="list-style-type: none"> • 과거 실적 기반한 평가 • 기관 수요 예측을 통한 가격 결정 • 주식시장 침체 시 가치평가 불리함
공통	상장 사전 준비(내부통제시스템, 내부회계관리제도 구축 등), 국내는 K-IFRS, 미국은 US-GAAP 기준에 따른 회계처리 준비 완료, 상장 전 지정감사	

Source: 삼일회계법인

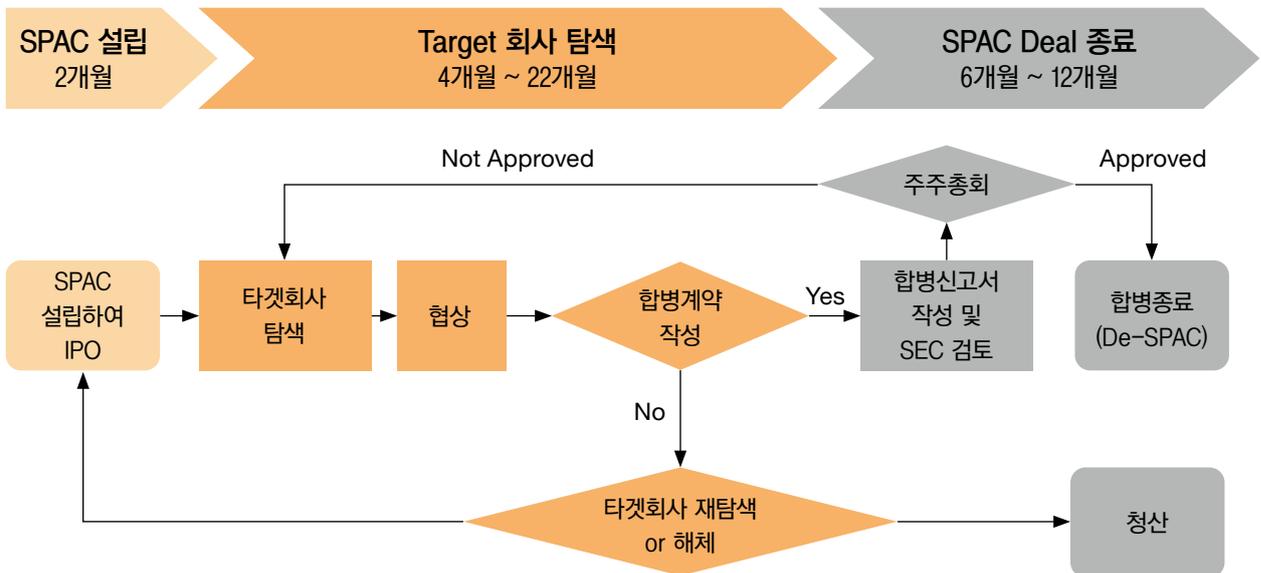
(3) 설립부터 합병까지의 과정



스팩은 크게 1) 설립 이후 IPO를 통한 자금 모집, 2) 대상기업 탐색 (Searching) 및 투자의향서(LOI, Letter of Intent) 제출, 3) 협상을 거쳐 투자합의(DA, Definitive Agreement) 후 주주총회를 통한 합병 여부 결정에 따른 합병 혹은 해산의 과정을 거친다.

설립에서 IPO까지는 최소 8주 이상이 소요되며, IPO 이후에는 24개월(국내는 36개월) 이내에 모든 절차를 완수해야 한다. 그 중에서 합병이 결의된 다음 실제 합병까지 소요되는 시간이 5개월 정도 인 점을 감안한다면, 스팩이 대상기업을 탐색하고 협상하는 시간은 최대 19개월이다. 대상 기업 입장에서는 일반 IPO의 경우 최소 12개월에서 최대 24개월 이상 소요되는 반면, 스팩 합병을 통하면 5개월 안에 상장이 가능하다는 장점이 있다.

SPAC Life Cycle(미국상장예시)



Source: 삼일회계법인

(4) 미국 스펙 상장 시 재무제표 준비 일정(예시)

연말 결산법인인 스펙 법인이 2023년 설립되어, 2023년 7월까지 initial IPO를 마쳤으며, 2024년 3월 스펙 법인의 첫번째 10-K(한국의 사업보고서 개념)를 제출하였으며, 2024년 9월 Target회사(비상장회사)와 합병하기로 선언한 상황을 가정하여 정리하였다.

Filing date	스펙	Target company	Pro forma
2024년 11월 1일 ^(*)	<ul style="list-style-type: none"> 2023년 감사받은 재무제표 2024년 6월 30일 기준 감사받지 않은 재무제표 	<ul style="list-style-type: none"> 2021, 2022, 2023년 감사받은 재무제표 2024년 6월 30일 기준 감사받지 않은 재무제표 	<ul style="list-style-type: none"> 2024년 6월 30일 기준 pro forma 재무상태표 및 2023년과 2024년 6월 30일 기준 pro forma 손익계산서
2024년 12월 18일 ^(*)	<ul style="list-style-type: none"> 2023년 감사받은 재무제표 2024년 9월 30일 기준 감사받지 않은 재무제표 	<ul style="list-style-type: none"> 2021, 2022, 2023년 감사받은 재무제표 2024년 9월 30일 기준 감사받지 않은 재무제표 	<ul style="list-style-type: none"> 2024년 9월 30일 기준 pro forma 재무상태표 및 2023년과 2024년 9월 30일 기준 pro forma 손익계산서

(*) Form 10-Q(한국의 3분기보고서)가 아직 스펙에서 공시되지 않은 시점

(*) Form 10-Q(한국의 3분기보고서)가 공시된 시점

(5) 스펙 상장 시 직면하는 회계이슈 사례

① 어떤 법인을 회계상 취득자로 볼 것인지

스펙은 법적 취득자이고 (스타트업)회사는 법적 피취득자이다. 그러나 스펙이 법적으로 회사를 취득하기 위해 지분을 발행하는 경우에는 거래의 실질을 고려 시 회계 상의 취득자는 법적인 취득과는 반대일 수 있으며, 이 경우 마치 회사가 취득자이고 스펙을 피취득자로 보는 역합병인 것처럼 회계처리한다(실제로는 역합병이 아님. 하기 참조). 따라서 거래의 외형과는 달리 마치 회사가 지분을 발행하여 스펙을 회계처리하는 것처럼 회계처리한다.

② 동 거래를 사업결합으로 볼 수 있는지 여부

상기의 경우 스펙이 회계상의 피취득자가 되는데, 스펙은 실질상 paper company로 기준서 제 1103호 문단B7에 따른 사업의 정의를 충족하지 못한다. 따라서, 사업결합이 되기 위해서는 인수대상인 "사업"의 정의를 충족해야 한다는 기준서 제1103호의 사업결합의 전제조건이 성립되지 않으므로 동 거래는 해당 기준서의 적용대상에서 제외된다. 동 거래가 사업결합에 해당하지 않으므로, 해당 거래는 기준서 제1102호 "주식기준보상"의 적용대상이 된다. 동 기준서에 따르면, 해당 거래가 사업결합의 적용대상이 아니라면 기업이 제공받은 재화나 용역의 일부 또는 전부를 특정하여 식별할 수 있는지에 관계없이 이를 제공받고 주식을 발행하는 거래는 동 기준서의 적용대상임을 명확히 하고 있다. 사업결합 기준서의 적용대상이 아니므로, 취득법에서와 같은 영업권 계상 등 회계처리는 적용할 수 없을 것이다.

③ 발행한 지분 공정가치와 인수한 자산부채 공정가치와의 차이는 어떻게 회계처리 되는지

또한 회계상 취득자인 회사가 발행한 것으로 간주하게 되는 주식의 공정가치(기준서 제1103호 문단 B20에 따라 측정)와 스펙이 보유하고 있던 현금 및 기타 금융상품, 부채 등의 공정가치의 차이는 비상장사가 제공받은 서비스의 가치로 측정이 된다. 동 서비스는 비상장사가 스펙의 인수를 통해 누리는 상장효과에 해당할 것이며, 이는 기준서 제1038호 "무형자산"의 무형자산 정의를 충족하지 않으므로, 부여일에 비용으로 인식되어야 한다(기준서 제1102호 문단 8).

Appendix

1. 플랫폼·결제산업 비즈니스 관련 기초 회계 사항

(1) 재무제표의 의의

① 재무제표의 구성

재무제표는 재무상태표(BS), 손익계산서(IS), 현금흐름표(CF), 자본변동표(CE), 주석으로 구성되어 있으며 재무보고의 주요 수단이다. 기초 BS에서 기중 변화가 누적적으로 기록되는 IS를 통해 기말 BS를 구할 수 있고, 기초 BS와 기말 BS에서 자본의 변동만을 나타낸 것이 CE이다. 한편 CF는 현금주의로 표시하며, IS와 CF를 비교하여 유용한 정보를 얻어낼 수 있다.

② 재무제표작성과 표시의 일반원칙

I) 계속기업

만약 경영활동의 중단의도가 없다면 계속기업을 전제로 재무제표를 작성하면 되고, 중단의도가 있을 경우, 사실, 작성기준, 이유를 주석에 기재한다. 계속기업의 가정은 역사적 원가나 감가상각의 근본이 된다.

II) 재무제표의 작성 책임과 공정한 표시

재무제표의 작성 책임은 회사 경영자에게 있으며, 공정한 표시는 한국채택 국제회계기준(K-IFRS) 또는 일반기업회계기준을 말한다. 동 내용은 재무제표 주석에 기재하게 되어있다.

III) 재무제표 항목의 구분과 통합표시

중요성을 통해 구분 표시할지, 통합 표시할지 결정한다. 중요성은 일반적으로 의사결정에 영향을 미치는가의 여부를 말한다.

IV) 비교재무제표의 작성

계량정보의 경우 일반적으로 당기와 전기를 함께 공시하여 비교할 수 있도록 하고 있으며, 이를 통해 정보이용자는 유용한 정보를 얻을 수 있다. 비계량정보의 경우 주석을 통해 설명하도록 되어 있으며, 서술식이고 연도별 비교를 하지 않는다.

V) 재무제표항목의 표시와 분류의 계속성

작성시 동일성의 원칙에 따라 일정 형식을 유지하도록 되어있으며, 이를 통해 기간별 비교가 가능하다. 예외적으로 i) 일반기업회계 기준에서 변경을 요구하거나 ii) 사업결합이나 중단으로 영업의 내용이 유의적으로 변경되었거나 iii) 기업재무정보를 더욱 적절하게 전달할 수 있는 경우 형식을 바꿔서 공시할 수 있으며, 이런 경우에는 내용, 금액, 이유를 주석에 포함해야 한다.

VI) 재무제표의 보고양식

IS와 CF, CE는 flow개념으로 기간표시를 하고 BS는 stock개념으로 시점표시를 한다. 주석은 중요성에 따라 자세한 내용을 기술한다. 예를 들어 BS의 현금 및 현금성자산에 대해 설명이 필요하다면, BS상에 주기를 적고 주석에 보유현금과 요구불예금 등 자세한 사항을 기재한다.

(2) 재무상태표

① 재무상태표의 의의

I) 재무상태표의 유용성

i) 유동성정보

자산 및 부채를 유동성이 큰 순으로 배열하므로 유동성 정보를 얻을 수 있음.

ii) 재무탄력성

부채의 비중을 통해 탄력성을 알 수 있다.

iii) 기업의 투자 및 재무활동에 관한 정보

공장을 늘린다면 유형자산이 증가하고, 타사주식을 구매하면 투자자산이 늘어나므로, 어떻게 성장하고 있는지 알 수 있다.

② 재무상태표의 한계

I) 자산, 부채의 장부가치가 시장가치와 일치하지 않는다. 역사적 원가로 장부를 기록하는 유형자산 등의 존재 때문이다. 이를 보완하기 위해 여러 지표를 사용한다.

II) 주관적 측정이 개입될 수 있다.

i) 매출채권 회수가능성의 평가에 대해, 업태에 따라 정상채권을 가리는 기간이 다르기 때문에 대손설정 판단에 있어 주관이 개입될 수 있다.

ii) 재고자산 판매가능성은 평가손실여부에 주관이 개입되므로 영향을 받을 수 있다.

iii) 유형자산의 내용연수의 경우 감가상각방법에 따라 주관이 개입될 수 있다.

III) 비계량정보를 나타낼 수 없으며 이를 위해 주석을 공시한다.

③ 재무상태표의 구성

I) 자산

유동·비유동으로 구분되며, 일반적으로 보고기간 종료일로부터 1년 이내 현금화 가능하고 사용에 제한이 없는 자산은 유동으로 본다. 1년이 아니더라도 정상영업주기 내에 실현 가능하면 유동으로 볼 수 있고 단기매매목적인 경우도 유동으로 본다.

자산	유동	당좌자산	현금및현금성자산, 단기투자자산, 매출채권, 이연법인세자산, 선급비용, 선급금, 미수수익, 미수금
		재고자산	상품, 제품, 반제품(판매가능), 재공품, 원재료, 저장품
	비유동	투자자산	투자부동산, 장기투자증권, 지분법적용투자주식, 장기대여금
유형자산		토지, 건물, 구축물, 기계장치, 차량운반구, 건설중인자산	
무형자산		소프트웨어, 개발비 등	
기타비유동자산		이연법인세자산, 임차보증금, 장기매출채권, 장기미수금	

* 임차보증금, 임차료는 차변, 임대보증금, 임대료는 대변(자산, 비용, 부채, 수익)

II) 부채

유동·비유동으로 구분되며, 보고기간 종료일로부터 1년 이내 결제하기로 되어있거나 정상영업주기 내에 결제되면 유동으로 본다. 단기매매목적으로 보유하는 경우 유동으로 보며, 자산과는 달리 보고기간 후 12개월 이상 부채의 결제를 연기할 수 있는 무조건의 권리를 가지고 있지 않다면 유동으로 본다.

부채	유동	단기차입금, 매입채무, 당기법인세부채, 미지급비용, 이연법인세부채, 예수금, 선수수익, 선수금
	비유동	사채, 장기차입금, 퇴직급여충당부채, 장기제품보증충당부채, 이연법인세부채

* 비유동부채의 상환일이 1년 이내로 돌아온 경우: (차) 장기차입금 (대) 유동성장기차입금

* 차입약정 위반으로 상환을 요구할 수 있는 경우: 기간에 관계없이 유동부채로 취급

III) 자본

자본	자본금	보통주 자본금, 우선주 자본금(우선주는 배당을 우선 받지만 지분에 대한 권한은 없음)
	자본잉여금	주식발행초과금, 기타자본잉여금(감자차익, 자기주식처분이익): 자본의 (+)항목
	자본조정	자기주식, 기타자본조정(감자차손, 주식할인발행차금, 자기주식처분손실, 주식선택권, 출자전환채무): 자본의 (-)항목
	이익잉여금	법정적립금, 임의적립금, 미처분이익잉여금
	기타포괄손익누계액	기타포괄손익-공정가치 측정 금융상품평가손익, 해외사업환산손익, 현금흐름위험회피 파생상품손익, 유·무형자산 재평가잉여금, 확정급여제도의 재측정요소

(3) 손익계산서

① 손익계산서의 의의

1) 손익계산서의 유용성

발생주의를 택하기 때문에 현금주의에는 없는 미수수익, 미지급비용 등이 나타난다. 발생주의는 미래 현금흐름에 관한 정보를 제공하고, 기업의 경영성과를 정확하게 평가할 수 있으며, 과세소득 산정의 기초자료를 제공한다.

② 손익계산서의 한계

숫자로만 표기하므로 심리적 이익을 무시하며, 주관이 개입될 수 있고(대손상각비), 대체적인 회계 처리로 인해 손익이 변동될 수 있으며, 수익은 현행원가로 비용은 역사적 원가로 측정하므로 수익이 과대측정되는 경향이 있다.

③ 손익측정방법

매출액	순 매출액으로, 예누리, 환입, 할인을 제외한 값
매출원가	상품(또는 제품)계정 상, 판매가능액에서 기말재고를 차감한 금액
매출총이익	매출액-매출원가
판관비	주된 사업 목적에 관련된 비용으로 급여, 접대비 등
영업이익	매출총이익-판관비
영업외수익(+)	금융업이 아닌 이상 이자수익은 영업외수익으로 처리
영업외비용(-)	이자비용, 기부금, 기타의대손상각비, 잡손실 등
당기순이익	영업이익+영업외수익-영업외비용-법인세비용

(4) 현금흐름표

미래 현금흐름을 예측하고, 배당지급능력이나 부채상환능력을 나타내는 등의 역할을 한다. 또, 매출채권 대비 매출액을 파악하여 분석 등 부정위험에 대한 검토를 할 수 있다.

(5) 자본변동표

자본 항목인 자본금, 자본잉여금, 이익잉여금, 자본조정, 기타포괄손익누계액의 변동을 나타낸다. 이익잉여금은 당기순이익으로부터 도출된다.

(6) 주식

비계량정보를 서술하거나 회계정책, 방법, 특징 등이 서술된다. 우발채무, 약정, 이익잉여금처분계산서 등이 포함된다. 재무제표에 표시되지 않은 상세정보를 제공한다.

(7) 외부감사제도

비계량정보를 서술하거나 회계정책, 방법, 특징 등이 서술된다. 우발채무, 약정, 이익잉여금처분계산서 등이 포함된다. 재무제표에 표시되지 않은 상세정보를 제공한다.

주식회사 등으로부터 독립된 외부의 감사인이 수행하는 회계감사를 말한다. 회계감사란 재무제표에 표시된 경제행위와 사건에 관한 주장에 대하여 이 주장이 설정된 기준을 어느 정도 따르고 있는가를 판정하기 위하여 객관적으로 증거를 수집하고 그 결과를 이해관계자에게 전달하기 위한 체계적 과정이다. 현재 외감법 제4조 및 외감법 시행령 제5조에 따르면 외부감사 대상 기업은 아래와 같다.

2. 주권상장법인
3. 해당 사업연도 또는 다음 사업연도 중에 주권상장법인이 되려는 회사
4. 그 밖에 직전 사업연도 말의 자산, 부채, 종업원수 또는 매출액 등 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 회사. 그 기준은 다음과 같음.
 - 1) 직전 사업연도 말의 자산총액이 500억 원 이상인 회사
 - 2) 직전 사업연도의 매출액이 500억 원 이상인 회사
 - 3) 다음 각 목의 사항 중 2개 이상에 해당하는 회사
 - 가. 직전 사업연도 말의 자산총액이 120억 원 이상
 - 나. 직전 사업연도 말의 부채총액이 70억 원 이상
 - 다. 직전 사업연도의 매출액이 100억 원 이상
 - 라. 직전 사업연도 말의 종업원이 100명 이상
 - 4) 다음 각 목의 사항 중 3개 이상에 해당하는 유한회사
 - 가. 직전 사업연도 말의 자산총액이 120억 원 이상
 - 나. 직전 사업연도 말의 부채총액이 70억 원 이상
 - 다. 직전 사업연도의 매출액이 100억 원 이상
 - 라. 직전 사업연도 말의 종업원이 100명 이상
 - 마. 직전 사업연도 말의 사원이 50명 이상

2. 플랫폼·결제산업 비즈니스 관련 기초 세무 사항

(1) 법인세

주식회사와 같이 법인 형태로 사업을 하는 경우 그 사업에서 생긴 소득에 대하여 부과하는 세금으로, 기업소득세라 할 수 있다. 개인이 소득세를 납부하는 것과 같이 법인은 소득세법의 적용을 받지 않고 법인세법에 의하여 법인세를 부담하게 된다.

① 법인세 신고납부대상

법인은 각 사업연도의 소득에 대한 법인세 납세의무가 있으며, 국내에 본점이나 주사무소 또는 사업의 실질적 관리장소를 둔 법인(내국법인)은 국내·외에서 발생하는 모든 소득에 대하여 법인세 납부의무가 있다. 외국에 본점이나 주사무소를 둔 단체(외국법인)은 국내에서 발생하는 소득 중 법에서 정한 것(국내원천소득)에 한하여 법인세 납부의무가 있다.

② 법인세 신고기간

신고·납부기한은 사업연도 종료일이 속하는 달의 말일부터 3개월 이내이다. 12월에 사업연도가 종료되는 법인은 해당 사업연도 다음해 3월 31일까지 법인세를 신고 납부해야 한다(일정 요건^(*)을 충족하여 법인세법 제60조의2의 성실신고 대상인 법인은 성실신고 확인서를 제출하는 경우 사업연도 종료일이 속하는 달의 말일로부터 4개월 이내 신고).

(*) 해당사업연도 종료일 현재 지배주주 50% 초과(특수관계인 포함), 부동산 임대업이 주된 사업이거나 매출액 중 이자, 배당, 부동산 임대수입금액이 50% 이상인 경우, 해당 사업연도의 상시근로자 5명 미만 등

각 사업연도 소득

과세표준	세율	누진공제
2억 원 이하	9%	-
2억 원 초과 200억 원 이하	19%	20,000,000 원
200억 원 초과 3,000억 원 이하	21%	420,000,000 원
3,000억 원 초과	24%	9,420,000,000 원

③ 가산세

세법에 규정하는 의무의 성실한 이행을 확보할 목적으로 그 의무를 위반한 경우에 당해 세법에 의하여 산출한 세액에 가산하여 징수하는 금액을 말한다.

무신고가산세 : 무기장가산세와 중복되는 경우 그 중 큰 금액 적용	
부당한 방법으로 무신고	MAX ① 부당무신고 납부세액 × 40%(역외거래 60%) ② 부당무신고 수입금액 × 0.14%
일반 무신고	MAX ① 일반무신고 납부세액 × 20% ② 일반무신고 수입금액 × 0.07%
과소신고 가산세 : 무기장 가산세와 중복되는 경우 그 중 큰 금액 적용	
부정행위로 인한 과소신고	MAX ① 과소신고납부세액 × 부정과소 신고과세표준/과세표준 × 40% (역외거래 60%) ② 부정과소신고 수입금액 × 0.14%
일반 과소신고	과소신고납부세액 × 일반과소 신고금액/과세표준 × 10%
납부지연 가산세	
미납·미달 납부 (초과환급)	미납·미달납부세액(초과환급세액) × 미납기간 × 22/100,000 (미납기간: 납부기한(환급받은 날) 다음날-자진납부일) (가산세율: 2019.2.12 전일까지는 3/10000 적용, 2019.2.12부터 2022.2.15 전일까지는 25/100,000 적용)
납세고지후 미납	미납·미달 납부세액 × 3/100
원천징수 납부지연 가산세	
[(①+②)(미납 미달납부세액 × 10% 한도)]	
① 미납·미달납부세액 × 미납기간 × 22/100,000, ② 미납·미달납부세액 × 3%	
지출증명 미수취(허위수취)가산세	
법정증빙서류를 수취하지 않은 금액 또는 사실과 다른 증빙 수취금액 × 2%	
지급명세서제출 불성실 가산세	
미제출, 누락제출, 불분명 제출금액 × 1%(제출기한 경과 3월내 제출시 0.5%)	
계산서 교부 불성실 가산세	
매입·매출처별 계산서 합계표 미제출, 불분명 공급가액 × 1%	
세금계산서합계표 제출 불성실 가산세	
매입처별 세금계산서 합계표 미제출, 불분명 공급가액 × 0.5%	
현금영수증 가입 및 발급 불성실 가산세	
미가입	미가입한 사업연도 수입금액 × 1% × 미가맹기간/해당 사업연도 일수
발급불성실	발급거부 및 사실과 다르게 발급한 금액 × 5% (건별 계산금액 5천원 미만은 5천원)

④ 법인세 신고 절차

● 세무조정

기업이 일반적으로 공정·타당하다고 인정되는 기업회계기준에 의하여 작성한 재무제표상의 당기 순손익을 기초로 하여 세법의 규정에 따라 익금과 손금을 조정함으로써 정확한 과세소득을 계산하기 위한 일련의 절차를 말한다.

● 기업회계와 세무회계 차이

기업회계와 세무회계의 차이는 법인의 결산상 당기순손익과 법인세를 계산하는 각 사업연도 소득간의 차이를 말하는 것으로서 다음 항목들을 가감하여 조정하게 된다.

- 익금산입: 기업회계상 수익이 아니나 세무회계상 익금으로 인정하는 것
- 익금불산입: 기업회계상 수익이나 세무회계상 익금으로 보지 않는 것
- 손금산입: 기업회계상 비용이 아니나 세무회계상 손금으로 인정하는 것
- 손금불산입: 기업회계상 비용이나 세무회계상 손금으로 보지 않는 것

● 세무조정 구분

세무조정은 사업연도 말의 결산서에 손비로 계상한 경우에만 세법에서 인정하는 「결산조정사항」과 법인세 신고서에만 계상해도 되는 「신고조정사항」으로 나누어진다.

결산조정항목(예시)

- 감가상각비(즉시상각액 포함)(법§23)
 - * 중소, 중견기업이 사업에 사용하기 위해 설비투자자산을 2017년 6월 30일까지 취득하여 일정요건을 충족하는 경우 해당 설비투자자산에 대한 감가상각비를 손금으로 계상하였는 지와 관계없이 감가상각 한도내 범위에서 손금으로 산입 가능함(조특법 제28조의2)
- 고유목적사업준비금(법§29)
 - * 외부감사를 받는 비영리법인의 경우 신고조정 가능
- 퇴직급여충당금(법§33)
- 대손충당금(법§34)
- 구상채권상각충당금(법§35)
- 법인세법시행령 제19조의2 제1항 제7호 내지 제13호의 사유에 해당하는 대손금(영§19의2 ③ 2호)
- 파손·부패 등의 사유로 인하여 정상가격으로 판매할 수 없는 재고자산의 평가손(법§42 ③ 1호)
- 천재지변·화재 등에 의한 고정자산평가손(법§42 ③ 2호)
- 다음 주식으로서 발행법인이 부도발생, 회생계획인가결정 또는 부실징후기업이 된 경우 당해 주식 등의 평가손(법§42 ③ 3호)
 - ㄱ. 중소기업창업투자회사 또는 신기술사업금융업자가 보유하는 주식등 중 각각 창업자, 신기술사업자가 발행한 것
 - ㄴ. 주권상장법인이 발행한 주식
 - ㄷ. 주권상장법인이 아닌 법인 중 특수관계 없는 법인이 발행한 주식
- 시설의 개체 또는 기술의 낙후로 인한 생산설비의 폐기손(영§31 ⑦)

신고조정항목(예시)

- 무상으로 받은 자산의 가액과 채무의 면제 또는 소멸로 인한 부채의 감소액 중 이월결손금의 보전에 충당한 금액(법§18 6호)
- 퇴직보험료·퇴직연금 부담금 등(영§44의2)
- 공사부담금·보험차익·국고보조금으로 취득한 고정자산가액의 손금산입(법§36 ① 등)
- 자산의 평가손실의 손금불산입(법§22)
- 제 총당금·준비금 등 한도초과액의 손금불산입
- 감가상각비 부인액의 손금불산입(법§23)
- 건설자금이자의손금불산입(과다하게 장부계상한 경우의 손금산입)(법§28 ①)

● 외부조정 신고

조세감면을 받는 법인 등과 외부회계감사 대상법인 등은 기업회계와 세무회계의 차이가 많이 발생하므로 정확한 과세소득을 자체적으로 계산하기가 쉽지 않다. 이러한 법인이 정확하고 성실한 납세의무 이행을 위하여 법인세를 신고·납부함에 있어 세무사 등(공인회계사 및 변호사 포함)로부터 세무조정 계산을 받아 신고하도록 하는 제도가 「외부조정 신고」이다. 회계사·세무사 등이 세무조정 계산서를 작성하여야 하는 법인의 범위는 법인세법 시행령 제97조2에서 규정하고 있다(다만, 「조세특례제한법」 제72조에 따른 당기순이익 과세를 적용받는 법인은 제외).

- 직전 사업연도의 수입금액이 70억 원 이상인 법인 및 「주식회사등의 외부감사에 관한 법률」 제4조에 따라 외부의 감사인에 의한 회계감사를 받아야 하는 법인
- 직전 사업연도의 수입금액이 3억 원 이상인 법인으로서 법 제29조부터 제31조까지, 제45조 또는 「조세특례제한법」에 따른 조세특례(같은 법 제104조의 8에 따른 조세특례는 제외한다)를 적용 받는 법인
- 직전 사업연도의 수입금액이 3억 원 이상인 법인으로서 해당 사업연도 종료일 현재 법 및 「조세특례제한법」에 따른 준비금 잔액이 3억 원 이상인 법인
- 해당 사업연도 종료일부터 2년 이내에 설립된 법인으로서 해당 사업연도 수입금액이 3억 원 이상인 법인
- 직전 사업연도의 법인세 과세표준과 세액에 대하여 법 제66조 제3항 단서에 따라 결정 또는 경정 받은 법인
- 해당 사업연도 종료일부터 소급하여 3년 이내에 합병 또는 분할한 합병법인, 분할법인, 분할 신설 법인 및 분할합병의 상대방 법인
- 국외에 사업장을 가지고 있거나 법 제57조 제5항에 따른 외국자회사를 가지고 있는 법인
- 정확한 세무조정을 위하여 세무사등이 작성한 세무조정계산서를 첨부하려는 법인

● 법인세 공제 감면

법인세 및 조세례제한법 상 세액공제·감면 등 조세지원 제도는 중소기업에게만 적용되는 제도와 중소기업 및 일반기업 모두에게 적용되는 제도가 있다. 세금 감면은 사업의 종류, 규모 등에 따라 그 크기가 달라진다. 세법상 중소기업 업종(2017. 1. 1. 이후 개시하는 과세연도 분부터 농업·제조업·건설업 등 49개 업종(Positive 방식)에서 소비성 서비스업을 제외한 모든 업종(Negative 방식)으로 변경됨)으로서, 매출액이 중소기업기본법의 기준을 충족하고, 자산총액 5,000억 원 이내로서, 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」제31조 제1항에 따른 공시대상기업집단에 속하는 회사 또는 같은법 제33조에 따라 공시대상기업집단의 소속회사로 편입·통지된 것으로 보는 회사에 해당하지 않고, 실질적인 독립성이 중소기업기본법 시행령 제3조 제1항 제2호의 규정에 적합한 경우 중소기업으로서 세무상 많은 혜택이 주어진다.

중소기업에 한하여 적용되는 지원제도(예시)

구분	내용
<p>세액감면 및 공제</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 통합투자세액공제(기본공제 10% + 추가공제*) * 직전 3년 연평균 투자 또는 취득금액 초과금액의 3%(한도 : 기본공제금액의 2배) • 창업중소·벤처기업에 대한 세액감면(50%~100%) • 중소기업에 대한 특별세액감면(5~30%) • 수도권과밀억제권역 외 지역 이전시 세액감면(50~100%) • 고용증가인원에 대한 사회보험료세액공제 • 경력단절여성 재고용 중소기업 세액공제 • 근로소득을 증대시킨 기업에 대한 세액공제 • 고용을 증대시킨 기업에 대한 세액공제 • 중소기업 취업자에 대한 소득세 감면(중소기업기본법상 중소기업) • 고용유지중소기업 등에 대한 과세특례(중소기업기본법상 중소기업)
<p>손금산입</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 정보화지원금 손금산입(중소기업기본법상 중소기업) • 중소기업지원 설비 수증이익 손금산입 등 • 고용유지중소기업 등에 대한 과세특례(중소기업기본법상 중소기업) • 설비투자자산의 감가상각비 손금산입 특례
<p>기타 조세지원</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 최저한세율 적용 우대(중소기업 7%, 일반기업* 10~17%) * 중소기업 졸업 유예기간 이후 3년간 8%, 그 이후 2년간 9% • 기업업무추진비 한도액 우대 • 중소기업 통합시 양도소득세 이월과세 적용 • 이월결손금 공제 시 한도 미적용 • 결손금 소급공제에 의한 환급 • 수도권과밀억제권역의 대체투자에 대한 감면허용 • 원천징수세액 반기납부(직전년도 상시 고용인원이 20인이하로 반기납부 승인 또는 지정된 기업, 금융보험업을 영위하는 법인 제외) • 법인세 분납기한 우대 등 • 미환류소득에 대한 법인세 신고 제외 • 영세중소기업의 경우 중간예납 신고의무 면제

모든 기업에 적용되는 지원제도(예시)

- 상생협력에 대한 조세지원
- 연구·인력 개발에 대한 과세이연 및 세액공제
- M&A 활성화 지원
- 통합투자세액공제
- 영농조합법인 등에 대한 감면
- 감면연구개발특구 입주 기업에 대한 감면
- 공장(본사) 등 지방이전 세액감면 등

● 법인세 중간예납 신고·납부대상

각 사업연도의 기간이 6개월을 초과하는 법인은 중간예납세액을 신고 및 납부하여야 한다. 다만, 아래 법인은 중간예납 의무가 없다.

- 신설법인의 최초사업연도(합병 또는 분할에 의한 신설법인은 제외)
- 중간예납기간에 휴업 등의 사유로 사업수입금액이 없는 법인
- 청산법인 (다만, 청산기간 중에 해산전의 사업을 계속 영위함으로써 수입금액이 발생하는 경우에는 중간예납 의무가 있음, 서면2팀-1593, 2004.7.29.)
- 국내사업장이 없는 외국법인
- 직전사업연도 법인세액이 없는 유동화전문회사, 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」에 따른 투자회사 및 투자목적회사, 기업구조조정투자회사, 문화산업전문회사
- 각 사업연도의 기간이 6개월 이하인 법인
- 외국인 투자자가 자본금의 100%를 출자하여 설립한외국인 투자기업이 조특법 121의 2에 의해 당해사업연도에 있어서 법인세 전액을 면제받을 수 있는 경우
- 「고등교육법」 제3조에 따른 사립학교를 경영하는 학교법인, 「산업교육진흥 및 산학협력촉진에 관한 법률」에 따른 산학협력단, 국립대학법인(서울대학교, 인천대학교), 초·중등교육법 제3조 제3호에 따른 사립학교를 경영하는 학교법인
- 영세 중소기업: 직전 사업연도의 중소기업으로서 직전 사업연도 산출세액을 기준으로 계산한 중간예납세액이 50만 원 미만인 내국법인

중간예납 신고·납부

1월 1일부터 6월 30일까지를 중간예납 기간으로 하여, 2개월 이내인 8월 31일까지 신고·납부하여야 한다.

중간예납의 분납

납부할 세액이 1천만 원을 초과할 경우에는 다음의 금액을 납부기한이 경과한 날로부터 1개월(중소기업은 2개월) 이내에 분납 가능하다.

- 1,000만 원 초과 2,000만 원 이하일 때 → 1,000만 원을 초과한 금액
- 2,000만 원 초과할 때 → 납부할 세액의 50/100 이하의 금액

(2) 부가가치세

기업이 재화나 용역을 공급할 때 구매자로부터 징수한 부가가치세에서 원재료나 상품 등을 공급받을 때 이미 징수당한 부가가치세를 뺀 차액을 납부하는 것으로 재화나 용역이 생산·제공되거나 유통될 때에 각 단계마다 기업이 창출하는 부가가치에 대하여 부과하는 세금이다.

① 부가가치세 신고·납부기한

부가가치세는 6개월을 과세기간으로 하여, 각 과세기간을 다시 3개월로 나누어 1년에 4번 신고 납부한다.

신고대상			신고·납부기간	
일반	1기	예정신고	1.1 ~ 3.31 사업실적	4.1 ~ 4.25
		확정신고	4.1 ~ 6.30 사업실적	7.1 ~ 7.25
	2기	예정신고	7.1 ~ 9.30 사업실적	10.1 ~ 10.25
		확정신고	10.1 ~ 12.31 사업실적	다음해 1.1 ~ 1.25
간이	1.1 ~ 12.31 사업실적		다음해 1.1 ~ 1.25	

② 납부세액의 계산

$$\text{매출세액} - \text{매입세액} = \text{납부/환급세액}$$

매출세액	매출액×10%
매입세액	<ul style="list-style-type: none"> • 발급받은 세금계산서상 매입세액 • 신용카드매출전표 등에 의한 매입세액 • 의제 매입세액, 변제대손세액 • 재활용폐자원 등 매입세액 • 매입자발행 세금계산서상 매입세액 등 • (-) 공통매입 면세분 • (-) 공제받지 못할 매입세액

③ 세금계산서

● 세금계산서 발급의무자 대상

납세의무자로 등록한 사업자(일반과세자)가 재화 또는 용역을 공급(부가가치세가 면제되는 재화 또는 용역의 공급은 제외)하는 경우에는 부가가치세법이 정하는 발급시기에 세금계산서를 그 공급을 받는 자에게 발급하여야 한다.

● 세금계산서의 기능

세금계산서를 발급하는 자나 발급받는 자는 과세당국에 제출해야 하고 제출된 세금계산서는 집계, 분류, 분석되어 상호대사 하는데 활용된다.

이러한 세금계산서는 과세재화 및 용역을 공급하는 사업자 측면에서 보면 자기의 공급가액을 표시하는 증거자료가 되는 동시에 공급받는 자에 대하여는 원가를 구성하는 매입자료로서 매출액 측정의 기준이 된다.

● **세금계산서 발급의 의미**

세금계산서의 발급은 공급자가 재화나 용역을 공급하고 해당 공급사실에 대하여 공급내용을 기재한 세금계산서를 작성하고 이를 공급받는 자에게 발급하는 것을 말한다. 그렇기 때문에 세금계산서를 작성은 하였으나 이를 발급하지 않은 상태에서는 발급(건내주는 행위, 즉 직접 전달 및 우편발송 등)이 없으므로 세금계산서로서의 효력이 없는 것이며, 공급받는 자의 동의 없이 일방적으로 세금계산서를 작성하여 작성자만이 정부에 제출하거나 우편발송 하였으나 공급받는 자가 수취를 거부한 때에는 정당하게 세금계산서를 발급한 것으로 보지 아니한다.

● **법인사업자 전자계산서 발급·전송**

• 전자계산서 발급

소득세법 제163조 제1항에 따른 전자계산서는 「전자문서 및 전자거래 기본법」 제24조 제1항에 따른 제정된 전자계산서의 표준에 따라 생성·발급·전송되어야 한다.

• 전자계산서 발급시기

재화나 용역을 공급받는 자가 지정하는 수신함에 입력되거나 국세청 전자계산서 발급 시스템에 입력된 때에 공급받는 자가 그 전자계산서를 수신한 것으로 본다.

원칙적으로 계산서도 부가가치세법상의 공급시기에 발급하여야 하나, 월합계산서의 경우 예외적으로 공급시기가 속하는 달의 다음달 10일까지 발급할 수 있다.

부가가치세 면세사업자는 전자계산서를 발급하거나 국세청에 전송할 수 있으나, 전자계산서 발급과 국세청 전송이 의무화되어 있지 아니하여 거래의 투명성을 높이는 데에 한계가 있어 2015년 7월 1일부터 법인사업자에 대하여 전자계산서 발급과 국세청 전송을 의무화하고, 이를 불이행하는 경우 2016년 1월 1일부터 가산세가 부과되고 있다.

구분	내용	가산세율
지연전송	발급일의 다음날이 지나서 과세기간 확정신고 기한까지 전송하는 경우	공급가액의 0.3%
미전송	발급일의 다음날이 지나서 과세기간 확정신고 기한까지 전송하지 아니한 경우	공급가액의 0.5%

● **주요 가산세**

• 공급시기가 속한 과세기간 내에 발급받는 경우

예를 들어 4월에 물품을 구매하고 세금계산서는 6월에 받는 경우, 이런 경우에는 판매자에게 공급가액의 1%, 매입자에게 공급가액의 0.5%의 가산세가 부과된다.

• 공급시기를 지나서 다른 과세기간에 발급받는 경우

예를 들어 4월에 물품을 구매하고 세금계산서는 과세기간(1~6월)을 지나 8월에 발급받는 경우, 이런 경우에는 판매자에게는 공급가액의 2%의 가산세가 부과되고 매입자에게는 매입세액을 공제해 주지 않는다.

다만, 확정신고기한이 지난 후 1년 이내에 세금계산서를 발급받은 매입세액이라 하더라도 다음 중 어느 하나에 해당될 경우 매입세액공제가 가능하다(매입자 가산세 0.5% 부담)

- 수정신고서와 경정청구서를 세금계산서와 함께 제출하는 경우
- 거래사실이 확인되어 관할 세무서장 등이 결정 또는 경정하는 경우

④ 재화 및 용역의 공급시기

● 재화의 공급시기

- 현금판매, 외상판매, 할부판매 : 재화가 인도되거나 이용가능하게 되는 때
- 1년 이상 장기할부판매 : 대가의 각 부분을 받기로 한 때
- 반환조건부판매, 동의조건부판매, 기타 조건부 및 기한부판매 : 조건이 성취되거나 기한이 경과되어 판매가 확정되는 때
- 완성도기준지급 또는 중간지급조건부로 재화를 공급하거나 전액 기타 공급단위를 구획할 수 없는 재화를 계속적으로 공급하는 경우 : 대가의 각 부분을 받기로 한 때 (다만, 완성도기준지급 또는 중간지급조건부의 경우 재화가 인도되거나 이용가능하게 되는날 이후에 받기로 한 대가의 부분에 대해서는 재화가 인도되거나 이용가능하게 되는 날)

● 용역의 공급시기

- 통상적인 경우 : 역무가 제공되거나 시설물, 권리 등 재화가 사용되는 때
- 완성도기준지급, 중간지급, 1년 이상 장기할부, 기타 조건부로 용역을 공급하거나 그 공급단위를 구획할 수 없는 용역을 계속적으로 공급하는 경우 : 대가의 각 부분을 받기로 한 때
- 위의 공급시기 도래 전에 세금계산서를 발급하고 그 세금계산서 발급일로부터 7일 이내에 대가를 지급받는 경우 : 세금계산서를 발급하는 때

⑤ 부가세 예정신고

부가세 신고기간은 1기(1.1 ~ 6.30)와 2기(7.1 ~ 12.31)로 나누어져 있다. 하지만 법인의 경우에는 1기와 2기의 중간기간에 한번 더 신고를 하도록 하고 있는데, 이를 '예정신고'라고 한다.

신고 방법은 확정신고와 예정신고가 큰 차이가 없기 때문에, 실질적으로 법인 사업자의 경우는 1년에 4번 부가세 신고를 한다고 보면 된다. 예정신고 기간은 각 예정신고 기간 종료일로부터 25일 이내이다.

● 부가세 예정신고 시 필요한 서류

매출자료

- 종이로 발급된 매출 세금계산서·계산서(전자·수기)
- 신용카드·현금영수증 매출내역
- 순수 현금매출 내역 자료(소매매출) 및 기타 수수료 매출 세금계산서나 카드, 현금영수증 발급이 안된 순수 현금매출 내역은 따로 정리해 두어야 한다.
- 업종별 추가 서류
 - 수출입 무역업체: 수출실적 명세서 및 신고필증, 인보이스, 수출입계약서, 내국신용장·구매확인서 등의 영세율 관련서류
 - 부동산 임대업: 부동산임대현황 및 임대내용 변경 시 변경된 임대차 계약서
 - 전자상거래업체: 인터넷 쇼핑 사이트 매출내역

매입자료

- 종이로 발급된 매출 세금계산서·계산서(전자·수기)
- 신용카드·현금영수증 매출내역
- 업종별 추가 서류
 - 수출입 무역업체: 수입신고 내역 등
 - 음식점업: 면세농산물 등에 대한 매입관련 계산서나 신용카드 및 현금영수증 전표
- ※ 증빙서류를 갖춰 놓지 않으면 실제 지출한 비용을 세법상 비용으로 인정받지 못한다.

● 부가세 예정신고 시 필요한 서류

법인사업자가 예정신고를 하지 않을 경우 신고불성실 가산세 및 납부지연가산세가 적용된다.

- 신고불성실가산세(무신고가산세) : 납부세액 × 20% (일반 무신고인 경우)
- 납부지연가산세 : 납부세액 × 0.022% × 미납일수
 (* 가산세율: 2019.2.12 전일까지는 3/10000 적용, 2019.2.12부터 2022.2.15 전일까지는 25/100,000 적용)

(3) 원천징수세

원천징수 대상 소득금액을 지급할 때(원천징수의무자) 이를 받는 사람(납세의무자)이 내야 할 세금을 미리 떼어서 국가에 대신 납부하는 제도로 직원들의 급여나 상여금, 퇴직금이 지급될 때 원천징수하는 근로소득세 등을 말한다.

원천징수	신고납부
<ul style="list-style-type: none"> 원천징수 대상소득을 지급할 때 원천징수함 납세의무자에게 “원천징수영수증” 교부 	<ul style="list-style-type: none"> 원천징수한 달의 다음달 10일까지 세무서에 ‘원천세’ 신고·납부 상시고용인 20명 이하인 원천징수의무자(금융보 협업 제외)은 6월단위 신고가능

① 원천징수 방법

● 근로소득

매월 급여(상여금 포함)를 지급할 때마다 ‘간이세액표’에 의해 원천징수한 후 다음연도 2월분 급여 지급시 근로소득자의 각종 공제내역을 제출받아 정산한다.

국세청에서는 매년 연말정산 신고가 끝나면 소득·세액공제 내용의 적정성을 전산분석을 통해 검증하고 있으므로 실수로 과다하게 공제받아 가산세를 부담하지 않는 것이 더 중요한 절세전략이다.

● 퇴직·이자·배당·기타·사업소득

대상 소득금액 또는 수입금액을 지급하는 때에 해당 소득의 원천징수세율에 의해 원천징수한다.

* 법인이 원천징수당한 세금은 각 사업연도 소득에 대한 법인세 납부 시 ‘기납부세액’으로 공제받는다.

Contacts

TMT 산업 Leader

정재국 Partner
 02-709-0980
 jae-kook.jung@pwc.com

플랫폼 산업 전문가

Assurance

한종업 Partner
 02-3781-9598
 jongyup.han@pwc.com

김기록 Partner
 02-709-7974
 ki-rok.kim@pwc.com

심현석 Partner
 02-3781-9868
 hyoun-seok.shim@pwc.com

정원석 Partner
 02-709-8730
 won-suk.jung@pwc.com

이지현 Partner
 02-3781-3167
 ji.hyun.lee@pwc.com

이승목 Partner
 02-3781-3163
 seung-mok_2.lee@pwc.com

신승엽 Director
 02-709-8091
 yeob.sheen@pwc.com

이창훈 Director
 02-3781-9674
 chang-hun.lee@pwc.com

임가원 Director
 02-709-8384
 ga-won.lim@pwc.com

정기성 Director
 02-709-8761
 ki-sung.jung@pwc.com

Tax

홍창기 Partner
 02-3781-9489
 chang-ki.hong@pwc.com

이계현 Partner
 02-3781-3063
 kye-hyun.lee@pwc.com

장은종 Partner
 02-3781-3229
 eun-jong.chang@pwc.com





삼일회계법인

삼일회계법인의 간행물은 일반적인 정보제공 및 지식전달을 위하여 제작된 것으로, 구체적인 회계이슈나 세무이슈 등에 대한 삼일회계법인의 의견이 아님을 유념하여 주시기 바랍니다. 본 간행물의 정보를 이용하여 문제가 발생하는 경우 삼일회계법인은 어떠한 법적 책임도 지지 아니하며, 본 간행물의 정보와 관련하여 의사결정이 필요한 경우에는, 반드시 삼일회계법인 전문가의 자문 또는 조언을 받으시기 바랍니다.

S/N: 2511A-RP-137

© 2025 Samil PricewaterhouseCoopers. All rights reserved. "PricewaterhouseCoopers" refers to Samil PricewaterhouseCoopers or, as the context requires, the PricewaterhouseCoopers global network or other member firms of the network, each of which is a separate and independent legal entity.