

대 법 원

제 3 부

판 결

사 건 2015두52098 관세등부과처분취소
원고, 피상고인 아디다스코리아 주식회사
소송대리인 법무법인(유한) 바른
담당변호사 강훈 외 4인
피고, 상고인 서울세관장
소송대리인 법무법인(유한) 화우
담당변호사 임승순 외 3인
원 심 판 결 서울고등법원 2015. 8. 27. 선고 2014누65495 판결
판 결 선 고 2016. 8. 30.

주 문

원심판결을 파기하고, 사건을 서울고등법원에 환송한다.

이 유

상고이유(상고이유서 제출기간이 경과한 후에 제출된 상고이유보충서의 기재는 상고
이유를 보충하는 범위 내에서)를 판단한다.

1. 관세법은 수입물품에 대한 관세의 과세가격은 우리나라에 수출하기 위하여 판매되는 물품에 대하여 구매자가 실제로 지급하였거나 지급하여야 할 가격에 '상표권 및 이와 유사한 권리를 사용하는 대가' 등을 가산·조정하여 산정한 거래가격에 의하여 결정하도록 하고 있다(관세법 제30조 제1항 제4호). 그리고 세법 중 과세표준의 계산에 관한 규정은 소득, 수익, 재산, 행위 또는 거래의 명칭이나 형식에 관계없이 그 실질 내용에 따라 적용하여야 하고(국세기본법 제14조 제2항), 이는 관세법을 해석·적용할 때도 마찬가지이다. 따라서 구매자가 상표권자에게 지급한 금액이 수입물품 과세가격의 가산조정요소가 되는 '상표권 및 이와 유사한 권리의 사용 대가'(이하 '권리사용료'라고 한다)에 해당하는지는 지급한 금액의 명목이 아니라 그 실질내용이 상표권 등 권리를 사용하는 대가로서의 성격을 갖는 것인지 여부에 따라 판단하여야 한다.

2. 원심이 적법하게 채택한 증거에 의하면 다음과 같은 사실을 알 수 있다.

1) 원고는 독일 법인인 아디다스 사(adidas AG. 이하 '독일 아디다스'라고 한다)의 한국 자회사인데, 네덜란드 법인인 「아디다스 인터내셔널 트레이딩 비브이」로부터 아디다스 상표가 부착된 스포츠용 의류, 신발 등을 수입하면서 상표권 사용료에 관하여는 독일 아디다스와 라이선스 계약을 체결하여 독일 아디다스에게 지급하였다. 원고는 아디다스 그룹이 보유한 다른 브랜드인 리복, 락포트 상표가 부착된 물품에 관하여도 마찬가지 방식으로 수입하여 왔다.

2) 원고는 2003. 1. 1. 독일 아디다스와 '상표권 사용계약'을 체결하고 2008년까지 독일 아디다스에게 아디다스 제품 순매출액의 8.5% 내지 10% 상당액을 '종합수수료' 명목으로 지급하면서 이를 수입물품 과세가격에 가산하여 신고하였다. 이러한 종합수수료는, ① 허여지역 내에서의 상표사용권, 노하우 사용권, 독점적 유통권, 프로모션 계

약 체결권 외에도 ② 상표권자에 의해 제공되는 국제적인 특정 선수·팀·연맹·조직 등의 로고와 상징 등에 대한 사용권, ③ 올림픽과 월드컵 등 세계적인 브랜드 행사에 대한 상표권자의 지원과 그에 따른 무형자산 및 상표의 발전, ④ 아디다스 브랜드 관련 범세계적 광고 홍보 프로그램 등에 대한 대가를 포괄하여 지급하는 것으로 약정되어 있다.

3) 원고는 2009. 1. 1. 위와 같은 종전의 '상표권 사용계약'에 갈음하여 독일 아디다스와 새로운 '라이선스 계약'을 체결하고, 이에 따라 독일 아디다스에게 권리사용료(royalties)로 매년 순매출액의 10% 상당액을 지급하는 한편 그와 별도로 '국제마케팅비(IMF)' 명목으로 순매출액의 4% 상당액(이하 '이 사건 국제마케팅비'라고 한다)을 지급하였다. 원고는 2010. 1. 1. 「리복 인터내셔널 엘티디」 및 「더 락포트 컴퍼니 엘엘씨」와도 유사한 형식과 내용의 '라이선스 계약'(이하 원고가 새로이 체결한 위 라이선스 계약들을 통틀어 '이 사건 라이선스 계약'이라고 한다)을 체결하였다.

4) 이 사건 라이선스 계약에서 권리사용료는, 판매지역 내에서의 포장 및 노하우 사용권, 독점적 유통권, 스포츠 마케팅 계약 체결권, 비독점적 제조권 등을 포함하여 이 사건 라이선스 계약에 의하여 허여되는 권리에 대한 보상이라고 규정되어 있다(제8조).

5) 이 사건 라이선스 계약에 따르면, 이 사건 국제마케팅비는 원고가 이 사건 라이선스 계약 하에서 획득한 마케팅 혜택에 대한 보상으로 규정되어 있고(제5조 제1항), 라이선스 제공자인 독일 아디다스는, ① 범지역적 또는 전세계적 중요성을 가진 운동 선수·팀·연맹들과의 계약 체결, 관리 및 자료와 기회 제공, ② 올림픽·월드컵 등의 후원계약 체결, 관리, 자료와 기회 제공, ③ 글로벌 및 지역적 광고 캠페인과 슬로건을

위한 컨셉트 창조, ④ 아디다스 웹사이트의 구축과 유지, ⑤ 국제 무역 박람회와 마케팅 회의의 조직 등의 활동을 이 사건 국제마케팅비에 의하여 충당하며(제5조 제2항), 이러한 활동의 성격, 범위, 규모, 시기 선택은 라이선스 제공자의 재량에 달려 있고 그로 인하여 발생하는 실제 또는 계획된 지출 세부내역을 제공할 필요가 없다고 되어 있다(제5조 제5항).

6) 이에 따라 독일 아디다스는, ① 세계축구연맹 월드컵이나 유럽축구연맹 챔피언스리그 등 국제 스포츠 경기를 후원하고, ② 유명 운동경기팀이나 유명 운동선수를 후원하며, ③ 각종 글로벌 마케팅 이벤트를 개최하고, ④ 인터넷에서 아디다스 웹사이트를 구축하고 유지하며, ⑤ 후원하는 팀이나 선수를 모델로 각종 텔레비전 광고, 지면 광고, 동영상 광고, 배너 광고 등을 제작하여 스스로 광고를 하거나 이러한 마케팅 자료를 원고와 같은 각국 현지법인에 제공하였다.

7) 원고는 아디다스, 리복, 락포트 등의 상표가 부착된 스포츠용 의류와 신발 등(이하 '이 사건 수입물품'이라고 한다)을 4,297회에 걸쳐 수입하면서 이 사건 라이선스 계약에 따른 권리사용료는 이 사건 수입물품의 과세가격에 가산하여 신고하였으나, 이 사건 국제마케팅비는 가산하지 않았다. 피고는 2012. 1. 12. 이 사건 국제마케팅비 역시 그 실질이 권리사용료라고 보아 이를 이 사건 수입물품의 과세가격에 가산하여 관세, 부가가치세 및 각 가산세를 부과하는 이 사건 처분을 하였다.

3. 위와 같은 사실관계 및 거래의 실질을 반영하는 다음과 같은 여러 사정과 더불어 원고와 독일 아디다스 사이의 중전 상표권 사용계약의 내용 및 관세신고 내역 등 전후 경과 등을 종합해 보면, 이 사건 국제마케팅비는 그 명목에도 불구하고 실질이 이 사건 수입물품의 구매자인 원고가 상표권 등에 대한 권리자인 독일 아디다스에게 그 권

리사용의 대가로 지급한 금액이라고 볼 여지가 충분하다. 비록 이 사건 라이선스 계약에서 권리사용료와 이 사건 국제마케팅비를 구분하여 정하고 그에 따라 원고가 독일 아디다스에게 권리사용료 명목의 돈을 별도로 지급하였지만, 그러한 사정만으로 거래의 실질을 달리 볼 것은 아니다.

1) 이 사건 국제마케팅비는 원고가 수입하는 이 사건 수입물품을 개별적으로 광고함으로써 그 판매를 촉진하기 위한 것이 아니라 주로 독일 아디다스가 유명 운동 선수나 팀 또는 국제적인 운동경기 등을 통하여 자신이 보유하는 상표의 명칭과 로고 등을 대중들에게 지속적으로 노출시키는 데 쓰인 비용의 일부이다.

2) 독일 아디다스가 보유하는 상표의 명칭과 로고를 널리 알리는 활동이 이 사건 수입물품의 국내 판매에 도움이 되는 면도 있겠지만, 독일 아디다스가 보유하는 상표권의 가치를 상승시키는 데 직접 기여할 것임은 의문의 여지가 없다. 이러한 활동은 상표권 사용자가 할 수도 있으나 원칙적으로는 상표권을 보유하는 상표권자가 하여야 할 성질의 것이고, 이 사건 라이선스 계약에서도 라이선스 제공자인 독일 아디다스가 브랜드 이미지에 대한 책임이 있고 그에 따라 마케팅 활동을 할 의무가 있음을 명시하고 있다.

3) 이와 같이 이 사건 국제마케팅비에 의한 활동으로써 독일 아디다스가 보유하는 상표권의 가치가 높아지게 되면, 상표권자인 독일 아디다스로서는 상표권 사용자인 원고에게 상표권 사용의 대가를 추가로 요구할 합당한 이유가 있게 된다. 설령 그러한 활동으로써 상표권의 가치가 구체적으로 얼마만큼 상승하는지에 관한 실증적인 수치가 제시되지 않더라도 마찬가지이다.

4) 반면 이러한 활동을 원고가 독일 아디다스 및 다른 해외 현지법인들과 함께 수

행하면서 그 비용을 부담한 것이라고 보면, 독일 아디다스로서는 원고들과 같은 현지 법인들의 부담으로 자신이 보유하는 상표권의 가치를 증대시키는 결과가 되어 불합리하다. 즉 원고로서는 그 비용만 부담할 것이 아니라 거꾸로 독일 아디다스로부터 상표권의 가치 증대에 기여한 부분에 대한 대가를 받았어야 할 것이지만 그러한 사정은 보이지 아니한다.

5) 이 사건 라이선스 계약에 의하면, 이 사건 국제마케팅비에 의하여 총당되는 활동은 전적으로 독일 아디다스가 결정하여 실행하도록 되어 있고, 독일 아디다스는 그와 같은 활동으로 인한 비용의 지출내역을 원고에게 공개할 필요가 없다. 또한 실제로 지출된 비용을 바탕으로 원고와 같은 각국 현지법인들과 사후 정산을 거치지도 아니하였다. 이와 같은 국제마케팅비의 지출과 정산과정에 비추어 보더라도 이 사건 국제마케팅비가 독일 아디다스와 원고 등 각국 현지법인들이 함께 전세계적인 마케팅활동의 주체가 되면서 다만 집행만 독일 아디다스가 전담하여 수행하고 원고 등이 그 비용을 부담한 것이라고 보기는 어렵다.

4. 따라서 이 사건 국제마케팅비는 원고가 상표권자인 독일 아디다스에 지급한 권리 사용료라고 보는 것이 거래의 실질에 부합한다고 할 것임에도, 원심은 그 판시와 같은 이유만으로 이 사건 국제마케팅비가 권리사용료가 아니라고 보아 이 사건 처분이 위법하다고 판단하였다. 이러한 원심의 판단에는 관세법상 권리사용료 및 실질과세의 원칙에 관한 법리를 오해하거나 그 적용을 그르쳐 판결 결과에 영향을 미친 잘못이 있다.

그러므로 원심판결을 파기하고 사건을 다시 심리·판단하도록 원심법원에 환송하기로 하여, 관여 대법관의 일치된 의견으로 주문과 같이 판결한다.

재판장 대법관 김 신

주 심 대법관 박병대

 대법관 박보영

 대법관 권순일