

- 인터넷 쇼핑몰을 중심으로 -

온라인기업(On-line Companies)에 대한 지방세 과세 방안 연구

- 충청북도 제천시 세무과 -

I. 서론

1. 문제제기 및 연구목적

인터넷을 통한 경제활동은 1993년에 개발된 WWW(World Wide Web) 기술이 확산되면서 최근 몇 년 사이 그 범위 및 영역이 매우 크게 확대되어 왔다. 더구나 우리나라는 IT(Information Technology) 강국으로써 인터넷을 기반으로 경제활동을 하는 기업, 즉 온라인기업(On-line Companies)¹⁾이 급속히 증가하였으나, 이에 따른 지방세제도는 사회의 변화에 따르지 못하여 온라인기업에 대한 지방세 과세가 사실상 불가능하고, 오프라인(Off-line) 경제 활동의 축소에 따른 지방세수 감소로 지방자치의 가장 중요한 재원확보에도 문제가 될 것이다.

온라인 기업은 그 활동 영역의 범위가 제한되지 않으므로 지방세 과세에 대한 어려움이 존재하며, 지방자치단체에 있어서도 과세대상의 설정 및 과세권의 확보에 대한 매우 중요한 문제점이 발생한다. 현재의 지방세 제도는 온라인상의 경제활동 이라는 새로운 영역에서의 사회 현상에 적절하게 대응할 수 없어 점차 과세행정상에 많은 문제점을 노출시킬 것이다.

또한 온라인기업과 오프라인기업과의 과세형평성문제, 지역적 영역의 파괴에 따른 지방자치단체간의 과세권문제 등은 앞으로 온라인기업이 점차 확대되어 가고 그 분야도 넓어지는 추세이어서 온라인기업에 대한 지방세 과세에 대한 입장을 정리하고, 다각적인 대책마련이 필요하다.

1) 온라인기업(On-line Companies) : 닷컴기업(dot com companies) 기업이라고도 하며 인터넷 기반으로 경제활동을 하며 전자상거래 등을 하는 기업

본 연구는 온라인기업에 대하여 인터넷쇼핑몰을 중심으로 지방세과세 방안 및 과세권행사에 관한 논의를 다루어 온라인기업에 대한 효과적인 지방세 과세방안에 대하여 연구하고자 한다.

2. 연구의 범위와 방법

본 연구는 온라인기업 중 인터넷쇼핑몰을 중심으로 오프라인기업과의 과세형평성 및 현행 지방세법상의 과세방법 그리고 지방소비세 도입을 전제로 한 지방자치단체간의 과세권 및 과세자료 확보에 문제를 연구범위로 하며 연구의 방법은 온라인기업이 활성화된 시기가 불과 5~6년 밖에 되지 않은 상황에서 지방세는 물론 국세 또한 온라인기업에 대한 과세문제에 대하여는 연구 및 기준이 확립되지 않아 구체적인 과세방안의 도출이 어렵다는 판단하에 온라인기업의 개념 및 지방세납부현황 등을 살펴보고 온라인기업에 대한 지방세 과세 개선방안, 지방소비세 도입을 전제로 한 온라인기업에 대한 지방소비세 과세 문제점 및 해결 방안 등을 제시하는 방식으로 연구를 진행 하고자 한다.

II. 온라인 기업의 개념 및 현황

1. 온라인기업의 개념 및 종류

1993년에 개발된 WWW(World Wide Web)기술이 확산되면서 인터넷이 기업홍보 및 상품의 광고, 상거래 등에 이용되기 시작하였고 기술의 발달 및 응용을 기반으로 1990년대 후반을 지나 인터넷의 이용이 크게 늘어나면서 그 활용 분야가 상거래 뿐만 아니라 금융(증권, 은행, 보험), 포털서비스, 게임, 콘텐츠산업, 인터넷광고, 전자경매(Auction), 음악, 출판사업 등으로 다양하게 세분화 및 전문화를 이루며 발전되어가고 있는 양상이다.

온라인기업이라 함은 이러한 인터넷을 바탕으로 전자자금결제(EFT : Electronic Fund Transfer)²⁾와 신용카드거래를 포함한 모든 전자적인 거래와 전자상거래(EC : Electronic Commerce)를 기반으로 경제 활동을 하는 기업을 지칭한다.

전자상거래는 온라인상 거래를 위한 기반구축업체, 전자적 접근 제공업체, 전자상거래 중간 유통업체뿐만 아니라 정부와 기업간의 거래, 기업간의 거래와 기업과 소비자간의 거래도 포괄적으로 포함되고, 협의의 개념은 기업과 소비자간의 전자적인 대금지불 거래만을 전자상거래로 국한시키고 있다.

2) 전자자금결제(Electronic Fund Transfer) : 은행권, 어음 등의 수단을 사용하지 않고 컴퓨터와 데이터 통신을 응용해서 전자 신호에 의한 지불 지시에 의하여 송금이나 결제 등의 자금 이동방식

온라인 기업의 유형을 살펴보면 여러 IP(internet protocol)³⁾를 가지고 있다가 인터넷 접속자에게 IP주소를 제공하여 인터넷에 접속할 수 있도록 제공하고 접속료를 받는 인터넷접속사업자(ISP: internet service provider), 야후, 다음, 라이코스, 네이버등 검색서비스, 종합정보제공 및 전자메일등 커뮤니티서비스를 제공하는 포털서비스사업자(portal service provider), 인터넷 상거래를 통해 제품을 매매하거나, 매매를 중개하는 쇼핑몰사업자(shopping mall provider), 인터넷으로 बैं킹, 증권, 보험등의 사업을 하는 전자금융사업자(electronic financial provider), 문화, 동영상상의, 음악, 게임등 각종 콘텐츠를 제공하는 콘텐츠제공사업자(Contents service provider)등으로 구분할 수 있다.

이렇게 여러 분야에서 빠르게 발전하고 있는 전자상거래 분야는 기업간(B2B), 기업정부간(B2G), 기업개인간(B2C) 거래를 모두 합치면 2006년말 현재 60조원에 달하고 있는 것으로 조사되었으며, 현재의 오프라인 거래를 완전하게 대체하지는 못하겠지만 그 영역과 범위는 더욱 커져갈 것으로 예상된다.

2. 우리나라 인터넷쇼핑몰 및 거래 현황

급속한 인터넷의 확산 및 IT강국으로서의 우리나라는 1990년대 후반부터 인터넷 쇼핑몰이 생기기 시작하여 2006년말 현재 사업체수가 4,463개 업체에 달하고 있다. 우리가 인터넷 포털 사이트에 접속하여 보면 가장 먼저 눈에 보이는 것이 인터넷쇼핑몰 배너일 정도로 인터넷쇼핑몰은 온라인기업중 가장 급속히 오프라인시장을 잠식하였다.

〈인터넷 쇼핑몰 사업체수 연도별 추세〉

(단위 : 개소)

연도별	사업체수	취급상품별		조직형태별		
		종합몰	전문몰	개인사업자	회사법인	기 타
2002	2,521	362	2,159	1,142	1,342	37
2003	3,268	394	2,874	1,737	1,478	53
2004	3,444	322	3,122	1,871	1,495	78
2005	3,915	317	3,589	2,260	1,547	108
2006	4,463	266	4,197	2,697	1,622	144

자료 : 통계청발표자료(2007.1), 통계메타DB시스템 www.meta.nso.go.kr

3) IP주소(internet protocol address) : 인터넷 등 TCP/IP에 의한 컴퓨터통신에서 통신상대를 식별하기 위해 사용되는 32비트수치

또한 인터넷 쇼핑몰의 연간 거래금액도 2002년 60,299억원, 2003년 70,548억원, 2004년 77,681억원이며 2005년에는 10조원을 넘어 106,756억원에 이르렀고 2006년에는 134,596억원이었다, 통계청의 자료를 살펴보면 2006년말 현재 2002년대비 5년동안 223%가 늘어났으며 2010년에는 연간 30조원을 넘어설 것으로 예상하고 있다.

〈인터넷 쇼핑몰 거래액 년도별 추세〉

(단위 : 억원)

년도별	거래액	취급상품별		조직형태별		
		종합몰	전문몰	개인사업자	회사법인	기 타
2002	60,299	43,891	16,408	1,316	57,931	1,053
2003	70,548	51,081	19,467	1,391	67,886	1,271
2004	77,681	56,207	21,474	1,434	74,787	1,460
2005	106,756	74,150	32,606	2,164	97,363	7,229
2006	134,596	95,707	38,889	2,703	124,563	7,330

자 료 : 통계청발표자료(2007.1), 통계메타DB시스템 www.meta.nso.go.kr

[그림] 인터넷포털사이트 쇼핑몰광고 배너



Ⅲ. 온라인기업의 과세에 관한 문제점

정보통신기반 기술이 발전을 거듭함에 따라 앞으로 온라인기업들은 기존 오프라인기업들의 대부분의 영역에서 대체하여 갈 것이고 이는 경제 전반에 영향을 미칠 뿐 아니라 지방자치의 근간이 되는 지방세 제도에도 변화를 요구하고 있다.

앞에서도 언급한 바와 같이 현재의 지방세제도로는 전자상거래를 기반으로 하는 온라인기업들에 대한 과세에 어려운 점이 많다고 할 수 있다.

1. 온라인기업의 과세 현황 및 과세대상 확보의 문제

온라인기업들은 기본적으로 금융, 교통, 인적자원, 사회기반시설이 잘 정비된 대도시에서 사업장을 두고 인터넷을 기반으로 상거래를 하기 때문에 지방의 중소도시에는 사업장이나 인력을 둘 필요가 없다. 따라서 지방세 과세의 근간이 되는 부동산, 동산의 취득 및 보유, 인력고용, 사업장 등이 없기에 지방자치단체로써는 지역주민이 인터넷을 통하여 물건을 구매하고 또 실질적으로 인터넷을 통하여 온라인기업들이 해당 자치단체 주민들을 대상으로 영업활동을 하여도 현행 지방세법상으로 과세할 수 있는 법적근거가 없다.

이렇게 되면 자치단체내의 재화는 외부로 유출되지만 그에 상응하는 재화의 유입이나 조세의 확보가 어려워 질 것이다.

우리나라 최대의 인터넷 쇼핑몰 업체인 GS홈쇼핑(GS이숍, GS-estear)과 오프라인 최대 유통업체인 롯데쇼핑(롯데백화점, 롯데마트, 롯데슈퍼)의 기업현황과 2006년 재무정보 및 영업실적, 국세 및 지방세 납부현황을 비교하여 보면 다음과 같다.

〈GS홈쇼핑과 롯데쇼핑의 기업비교 현황〉

2006년말 현재

(단위 : 백만원)

구 분	GS홈쇼핑	롯데쇼핑
자산총계	565,608	11,872,314
매 출 액	575,999	9,055,880
영업이익	70,196	749,372
경상이익	72,383	985,943
국세납부액	22,496	267,099
지방세납부액	2,928	38,256

자 료 : 대항상공회의소, 기업통계정보 코잡비즈 www.korchambiz.net

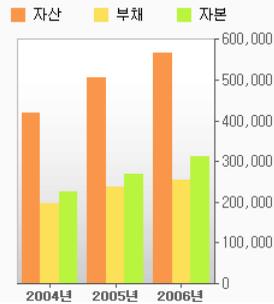


GS홈쇼핑의 재무제표

▶ 대차대조표

항목	2004.12 (11기)	2005.12 (12기)	2006.12 (13기)
유동자산	175,295	296,711	199,420
고정자산	244,613	210,207	366,188
자산총계	419,908	506,918	565,608
유동부채	170,722	211,914	226,009
고정부채	24,700	25,386	27,777
부채총계	195,422	237,300	253,786
자본금	32,813	32,813	32,813
자본잉여금	75,607	77,522	79,263
미익잉여금	133,669	175,088	207,417
자본조정	-17,603	-15,804	-7,670
자본총계	224,486	269,619	311,823

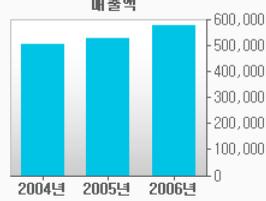
(단위:백만원)



▶ 손익계산서

항목	2004.12 (11기)	2005.12 (12기)	2006.12 (13기)
▶ 매출액	505,226	525,635	575,999
매출총이익	449,706	501,190	530,524
영업이익	66,086	75,986	70,196
영업외수익	14,024	13,272	10,661
경상이익	76,274	83,693	72,383
특별이익			
특별손실			
당기순이익	53,022	60,133	51,192

(단위:백만원)



롯데쇼핑의 재무제표

▶ 대차대조표

항목	2004.12 (35기)	2005.12 (36기)	2006.12 (37기)
유동자산	1,336,791	1,389,790	3,465,106
고정자산	6,284,443	7,001,562	8,407,208
자산총계	7,621,234	8,391,352	11,872,314
유동부채	3,112,019	3,528,199	3,377,972
고정부채	1,821,413	1,627,299	978,489
부채총계	4,933,432	5,155,498	4,356,461
자본금	100,000	100,000	145,217
자본잉여금	1,146,678	1,146,678	4,650,895
미익잉여금	1,370,790	1,907,007	2,635,392
자본조정	70,333	82,169	84,348
자본총계	2,687,801	3,235,854	7,515,852

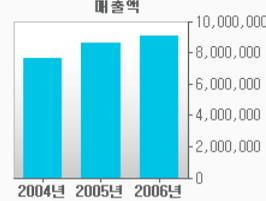
(단위:백만원)



▶ 손익계산서

항목	2004.12 (35기)	2005.12 (36기)	2006.12 (37기)
▶ 매출액	7,627,917	8,607,104	9,055,880
매출총이익	2,127,598	2,417,848	2,672,340
영업이익	545,312	688,820	749,372
영업외수익	90,584	201,174	430,877
경상이익	414,267	728,779	985,943
특별이익			
특별손실			
당기순이익	302,481	546,217	739,844

(단위:백만원)





GS홈쇼핑과 롯데쇼핑의 영업장 비교

■ GS홈쇼핑

- ⇒ GS쇼핑의 영업장 현황(3개소)
- 본 사 : 서울시 영등포구 문래동
- 고객센터 : 서울시 중구 중림동
- 물류센터 : 경기도 이천시 마장면

■ 롯데쇼핑

- ⇒ GS쇼핑의 영업장 현황(약120개소)
- 본 사 : 서울시 중구 소공동
- 영 업 장 : 전국 각 지방에 백화점 22개, 대형할인점 42개, 대형슈퍼 48개, 주요도시에 물류센터운영

따라서 인터넷쇼핑몰 업체인 GS홈쇼핑은 지방세를 납부하는 자치단체가 서울시 영등포구, 서울시 중구, 경기도 이천시에 국한될 수밖에 없다. 그러나 롯데쇼핑은 전국 각 지방에 있는 120여개의 사업장이 위치한 자치단체에 지방세를 납부하고 있을 것이다.

제천시의 경우만 보더라도 제천시민들이 인터넷을 통하여 GS홈쇼핑의 물품도 구매하고 제천시에 위치한 롯데쇼핑(청전점, 장락점)의 물품을 구매하지만 롯데쇼핑은 제천시에 2005년 233,979천원, 2006년 157,489천원을 지방세로 납부하고 있고 GS홈쇼핑은 지방세를 전혀 납부하고 있지 않다.

〈GS쇼핑과 롯데쇼핑의 지방세납부 자치단체 현황 추정〉

세목	과세대상	GS쇼핑	롯데쇼핑
취 득 세	과세객체의 취득행위	서울시영등포구청 서울시중구청 경기도이천시	본사소재지인 서울시중구청외 롯데백화점,롯데마트,롯데 쇼핑등 120여개 사업장이 소재한 자치단체
등 록 세	등기등록행위		
면 허 세	신고, 인가, 허가등의행위		
주 민 세	주소 및 사업장을 둔 개인.법인 법에의하여 납부한 법인세,소득세		
재 산 세	과세객체의 보유		
자 동 차 세	자동차의 보유		
사 업 소 세	일정면적이상의 사업소 사업소에서 근무하는 직원의급여		

또한 온라인기업들의 영역확대를 통한 오프라인기업들이 점차 입지가 좁아지고 있는 상황에서 그나마 지방에 존재하고 있는 중소기업 및 상인들의 경영이 어려워짐으로 인하여 지방기업들의 수가 줄어들어 세수의 감소를 불러 올 것이다.

2. 온라인기업에 대한 과세행정상의 문제

온라인 기업에 대하여 과세대상을 확보하였다 하더라도 과세권의 귀속에 관하여 지방자치단체간의 다툼이 예상될 것이다. 과세권의 귀속이 공급지나 소비지냐에 따라 과세하는 자치단체가 달라 질 수 있기 때문이다.

또한 가상의 온라인에서 이루어지는 기업활동으로 인한 과세자료의 확보 및 과세방법 등도 어려울 것으로 생각된다.

IV. 온라인기업에 대한 과세방안

1. 현행지방세법상 온라인기업에 대한 과세방안

온라인기업은 앞에서 살펴본 바와 같이 인터넷 및 전자상거래를 기반으로 대도시나 사회기반 시설이 확충된 곳에 영업장을 두고 경제활동을 영위하기 때문에 지방이나 중소자치단체에서는 과세권을 확보하기가 어렵다.

지방세의 과세대상은 해당자치단체 내에서 물건의 취득, 등록 및 보유, 허가, 고용등의 행위가 이루어져야 자치단체에서 과세대상의 확보 및 과세권을 행사 할 수 있으나 온라인기업은 이러한 행위를 할 필요가 없다.

따라서 온라인기업들이 실질적으로 인터넷을 통하여 해당자치단체 주민들을 대상으로 영업활동을 하고 주민들이 인터넷쇼핑몰에서 상품을 구입한다 하더라도 지방세법상 온라인기업에 대한 과세는 거의 불가능하다.

단지 법인세할주민세의 경우 현재 지방세법상 안분방법을 개선하면 과세가 가능 할 것으로 보인다. 법인세할 주민세의 경우 지방세법 제175조 3항 및 제177조2의 1항에 의하여 사업장이 있는 해당자치단체에 다음 방법에 의해 안분하여 납부하고 있다.

$$\begin{aligned}
 \text{사업장소재지 시·군 납세부액} &= \text{법인세총액} \times \left(\frac{\text{당해 시·군내 종업원수}}{\text{법인의 총 종업원수}} \right) \\
 &+ \frac{\text{당해 시·군내 건축물연면적}}{\text{법인의 총 건축물연면적}} \div 2 \times \text{당해 시·군의 세율}
 \end{aligned}$$

롯데쇼핑의 경우 2006년 법인세할주민세 납부액 13,243백만원을 120여개 사업장이 존재하는 50개 자치단체에 안분하여 납부하였으나, GS홈쇼핑의 경우 3개 자치단체에만 안분 납부하였다.

그러나 법인세할 주민세는 법인이 영업을 통하여 얻은 영업이익에 대하여 국가에 법인세를 납부하고 그의 일정부분을 지방세로 납부하는 것인데 인터넷쇼핑몰 사업자인 GS홈쇼핑은 인터넷을 통하여 전국의 자치단체 주민들에게 영업활동을 하였고, 그에 따른 영업이익을 사업장이 존재하는 자치단체에만 안분 납부하는 것은 과세형평상 불합리하다고 할 수 있다.

따라서 온라인기업의 법인세할 주민세 안분방법에 자치단체별 매출액의 비율이나 또는 자치단체별 인구수의 개념을 추가 도입하여 안분하여 납부하는 방법을 검토하여 볼 수 있다.

그러나 이 방법은 온라인기업에 대한 신규 세율 발굴이 아닌 기존의 세율을 자치단체별 분할하여 과세하는 방안임으로 온라인기업에 대한 근본적인 과세방안이라 할 수 없다.

법은 사회가 변화함에 따라 변하는 것이다. 그동안 온라인기업이 생겨나고 비약적으로 발전하였으나 지방세법은 그에 따라가지 못하였다. 따라서 온라인 기업에 대하여 지방자치단체가 과세권을 확보하기 위하여는 지방세법의 발전적 개정 및 연구 노력이 필요할 것이다.

2. 지방소비세제 도입을 전제로 한 과세방안

지방소비세 도입의 필요성은 지방재정의 확보 차원에서 1990년대 중반부터 꾸준히 제기 되어 왔으며 중앙정부도 자치단체의 지역경제 활성화 노력으로 창출된 소비세원이 국세로만 귀속되는 현행 세원분배체계의 문제점을 개선하고 부동산 과세위주의 지방세 세수구조를 소비과세와 균형을 이루기 위하여 긍정적인 검토를 하고 있는 것으로 알고 있다.

소비세제의 바탕은 그 근간을 부가가치세법에 두고 있다. 물론 지방세의 경우 담배소비세나 주행세도 소비세제로 볼 수 있지만 그 범위와 과세대상이 한정되어 있다.

따라서 온라인기업에 대한 소비세제 도입을 전제로 온라인 기업의 지방소비세 과세방안에 대하여 살펴보기로 한다.

가. 과세권 귀속에 대한 문제 및 해결방안

우선 지방소비세를 도입하기 전 과세권의 귀속에 관하여 발생하는 문제점을 제기하고 과세권을 어디에 귀속할 것인가에 대한 정립이 필요할 것으로 보인다.

전통적인 거래⁴⁾의 경우는 그 특성상 공급장소에서 소비되는 것으로 보고 공급지에서 과세를 하는 것이 원칙에 부합하는 것이었다. 현재 부가가치세법에서도 부가가치대상을 재화와 용역의 공급 및 재화의 수입으로 정의⁵⁾하고 공급장소에 대하여 “재화의 이동이 필요한 경우 재화의 이동이 개시되는 장소, 이동이 필요하지 아니한 경우에는 재화가 공급되는 시기에 재화가 소재하는 장소”를 공급장소로 규정하고 있으며⁶⁾, 재화와 용역을 공급하는자가 수요자로부터 세금을 징수하여 자신의 사업장이 소재하는 지역의 세무서에 납세하게 되어있다. 즉 공급자의 사업장이 과세의 중심이 된다.

따라서 온라인기업의 사업장을 어디로 볼 것인가는 과세권의 귀속에 가장 중요한 문제가 된다. 대부분 인터넷쇼핑몰의 전자상거래형태는 서버 & 클라이언트 (Server & Client)⁷⁾ 형태를 취하고 있다.

온라인기업의 사업장 서버(Server)에 공급되는 재화의 정보, 가격, 판매방식 등의 정보를 저장하여 놓고, 소비자들이 개인 PC 즉 클라이언트(Client)를 이용하여 인터넷으로 접속 물건을 구매하는 방식이다.

즉 전자상거래에 있어서 사업장을 온라인기업의 서버(Server)로 보게 되면 과세권은 온라인기업의 사업장이 소재한 자치단체가 과세권을 가지게 될 것이고, 온라인에서 구매하는 개인의 PC 클라이언트(Client)를 사업장으로 보게 되면 소비자가 거주하는 자치단체가 과세권을 확보하게 될 것이다.

부가가치세는 국세임으로 어느 지역의 세무서에 납부하더라도 국가로 귀속되어 아무런 문제가 없으나 지방소비세의 경우 온라인기업은 공급지 중심의 과세가 될 경우 대부분의 자치단체는 해당 자치단체의 주민이 소비함으로써 발생하는 소비세원을 온라인기업의 사업장이 존재하는 자치단체에 빼앗기는 경우가 된다. 이러한 문제는 앞서도 살펴본바와 같이 중소 자치단체의 재원을 대도시 자치단체가 가져감으로써 지역간 불균형이 더욱 심화 될 것이다. 따라서 온라인기업에 대한 지방소비세는 소비지과세 원칙으로 정립되어야 할 것이다.

4) 전통적거인거래 : 온라인거래와 대조되는 개념으로 전통적인 거래라는 용어를 사용하였다

5) 부가가치세법 제1조 (과세대상) ①부가가치세는 다음 각호의 거래에 대하여 부과한다.

1. 재화 또는 용역의 공급 2. 재화의 수입

6) 부가가치세법 제10조 (거래장소) ①재화가 공급되는 장소는 다음 각호에 규정하는 곳으로 한다.

1. 재화의 이동이 개시되는 장소 2. 재화가 공급되는 시기에 재화가 소재하는 장소

7) 서버 & 클라이언트 (Server & Client) : 인터넷에서 정보 요청을 받아들이고 처리하여 결과를 제공하는 쪽의 컴퓨터나 프로그램을 ‘서버’라고 하고 반대로 정보를 요청하는 컴퓨터나 프로그램을 ‘클라이언트(client)’라고 한다.

1998년 캐나다의 오타와에서 열린 OECD 전자상거래 각료회의에서 회원국들은 제품의 거래에 대한 소비세는 소비지 과세를 원칙으로 한다는 데 합의⁸⁾ 하였다. 합의 내용은 “B2B거래(기업간거래)에 있어서는 소비즉기업의 사업거점, B2C(기업과개인의거래)에 있어서는 소비자의 통상적인 거주지로 본다”라고 되어 있다. 이 합의는 국제적 합의이지만 이 합의가 우리나라 지방소비세의 과세권 결정에도 도입되어야 하며, 우리나라의 전자상거래 및 온라인기업의 과세방안에 대한 연구⁹⁾등에도 소비지, 즉 클라이언트(Client)를 공급장소로 보아야 한다는 견해가 지배적이다.

이러한 소비자의 거주지 중심의 지방소비세 과세가 되어야만 온라인기업의 경우 해당자치단체의 주민이 소비하는 소비세의 과세권을 해당자치단체에서 행사 할 수 있게 될 것이다.

나. 과세자료의 확보

온라인기업에 대한 지방소비세를 소비지 과세로 정할 경우 과세자료, 소비지의 확보가 또 하나의 관건으로 B2C(기업과개인의거래)의 경우 소비지의 확인 즉 구매자 거주지의 확보 문제가 중요한 문제로 부각될 것이다.

이문제의 해결 방안으로 소비자로부터 하역금 온라인쇼핑몰에서 물품 구매시 소비지를 신고하는 방법도 생각해 볼 수 있으나 납세자의 편익보호 차원에서 합당하지 않으며, 온라인기업에 소비자의 거주지를 확인 요구 하는 것은 기업에 대하여 영업활동에 새로운 부담을 준다는 점에서 도입이 힘들다.

따라서 소비자 신용카드정보이용, IP주소(internet protocol address)이용, 전자인증(digital certificate)¹⁰⁾ 제도 및 배송지 정보이용등 여러 가지 방안이 강구되고 있으나 그중 전자인증 제도가 가장 실현가능성이 있는 것으로 판단되어 논의¹¹⁾가 지속되어 지고 있으며, 보완적으로 배송지 정보 이용도 상당히 합리적인 방안으로 거론되고 있다.

전자인증서(digital certificate)란 본인임을 확인하는 일종의 “사이버 인감증명서”의 개념으로 전자상거래시 이용되는 전자인증 제도로는 현재 온라인쇼핑몰에서 제한적으로 시행되고 있는 인터넷안전결제(ISP : Internet service payment)를 거론할 수 있다.

인터넷안전결제(ISP)란 전자상거래시 신용카드회원이 신용카드번호, 비밀번호 등을 입력함으로써 발생될 수 있는 개인정보 유출의 문제점을 해소하고 인터넷안전결제(ISP) 비밀번호만으로

8) 오타와회의 : 캐나다의 오타와에서 열린 OECD 전자상거래 각료회의에 재정위원회가 준비한 ‘Electronic commerce : Taxation Framework Conditions’ 라는 문서에 포함된 제품의 거래에 있어서 소비지과세원칙을 승인

9) 광광규(2000), “전자상거래의 활성화를 위한 부가가치세의 부과방안에 관한연구”

10) 전자인증(digital certificate) : 전자 인증서(공인인증서)란 웹상에서 상거래를 수행할 때 사용자 자격을 확인하는 일종의 자격확인증을 말한다. 전자 인증서에는 사용자인식 정보로 사용자나 기관의 이름·주소 등의 정보와 사용자 공용키·인증의 유효기관·인증 일련번호·디지털 서명과 인증발행기관의 인식정보 등을 담고 있다.

11) 정희영(1998), “전자상거래의 효과적인 과세시스템개발에 관한 연구”

로 거래함으로써 안전하고 편리한 전자상거래를 이용할 수 있도록 개발한 인터넷 전용 지불수단으로, 인증서에는 금융감독원에서 권고한 공개키기반(PKI) 암호화 방식(공개키 1024bit, SEED 128bit 암호화)으로 개인의 신용 정보를 담고 있다.

따라서 인터넷안전결제(ISP)에 포함된 개인의 정보를 이용하여 인터넷쇼핑몰에서 물품을 구매하는 구매자의 정보 및 소비자 정보를 확인함으로써 과세자료로 이용 할 수 있을 것으로 기대된다.

그러나 전자인증제도 및 인터넷안전결제(ISP)의 본래 기능이 사이버공간에서 발생할 수 있는 개인의 정보유출이나, 타인의 정보를 이용하여 전자거래를 방지하기 위한 목적으로 개발되었다. 그런데 이러한 전자인증제도를 과세자료의 확보 목적으로 이용할 수 있는냐에 대한 논란은 피하기 어려울 것으로 보인다.

따라서 이러한 논란을 피하기 위하여 전자상거래상 제품의 주문은 온라인으로 이루어지고 제품의 전달이 주문자의 요청에 따른 우편, 택배등의 배송으로 이루어 진다는 점에 따라 배송정보를 이용한 소비자 결정방식이 보완적으로 거론되고 있다.

VI. 결 론

온라인기업은 지방세행정측면에서 많은 인식의 전환 및 재정립을 요구하고 있다. 온라인기업은 그 과세대상 및 과세방식에 이르기까지 많은 논란을 야기한다. 즉 기존의 지방세체계에 문제를 발생시키는 가장 큰 원인은 인터넷을 기반으로 하여 그 영업활동이 자치단체의 영역의 범위를 초월한다는 것이다.

기존의 지방세 과세대상 및 과세권의 정립은 경제활동의 지역과 연관관계를 바탕으로 하여 정의되고 있으나 인터넷을 기반으로 하는 전자상거래에서는 경제활동 지역의 경계가 존재하지 않는다는 점이다.

이러한 문제로 인하여 온라인 기업에 대한 과세는 지방세제도와 지방세법상 사실상 포기하고 있다고 해도 과언이 아닐 것이다. 그러나 더 큰 문제는 이러한 온라인 기업이 몇 년 동안 급속하게 발전되어 왔고 앞으로는 여태까지 발전 속도 보다 더욱 늘어날 것이며, 그 발전영역도 인터넷 서비스접속사업, 쇼핑몰사업, 금융거래사업, 문화 예술, 게임등, 콘텐츠사업, 교육분야등 더욱 확장되어 갈 것이라는 데 문제가 있다.

그러나 지금까지 우리는 눈에 보이는 과세대상에만 안주하여 사회의 변화를 인식하지 못하고 있었다. 본 연구를 시작하면서 전자상거래 및 온라인기업에 대한 과세방안의 연구는 국세의 경우는 어느 정도 있었지만 지방세 과세방안의 연구는 전무하였다.

본 연구가 온라인기업에 대한 지방세 과세의 근본적인 방안 및 문제해결 방안이라고 생각되어 지는 것은 아니지만 본 연구를 시작으로 해서 온라인 기업에 대한 지방세 과세방안에 대한 발전적인 연구가 시작되어 지방재정확충 및 지방자치의 발전에 밑거름이 되기를 바란다. ☺

◀◀ 참고문헌 ▶▶▶

곽광규(2000), “전자상거래의 활성화를 위한 부가가치세의 부과방안에 관한연구”.
홍범교·안중석(2001), “ 「전자상거래와 조세」, 국제적 논의 동향과 정책시사점”.
한국조세연구원(1997), “전자상거래와 조세정책”.
정희영(1998), “전자상거래의 효과적인 과세시스템개발에 관한 연구”.
김현아(2003), “지방소비세,지방소득세제 도입 여부에 관한 연구”.
통계청, 통계메타DB시스템 (www.meta.nso.go.kr).
대한상공회의소, 기업통계정보코잡비즈 (www.korchambiz.net).

