



주식시황 Analyst 하인환 02. 6454-4893 / inhwan.ha@meritz.co.kr

디지털세에 대해 미리 알아두어야 하는 이유

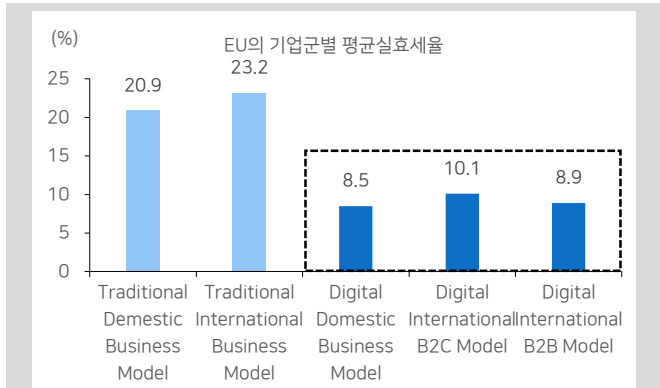
USTR이 디지털세를 적용 중이거나 적용 예정인 국가들에 대해 조사하겠다고 발표했습니다. 디지털세가 지금 당장 증시에 영향을 미치지 않을 것으로 봅니다. 하지만 이것이 무엇인지 분명히 알아두어야 하는 이슈라 판단해 오늘 자료를 작성합니다. 아래의 3가지 관점에서 정리했습니다.

지금의 주식시장은 구글(알파벳), 넷플릭스, 페이스북 등이 주도하고 있습니다. 그리고 이러한 종목들이 주도주라는 것은 우리(인간)의 삶이 점점 더 디지털 경제에 의존하고 있음을 반영하는 현상입니다. 우리의 삶이 디지털 경제에 더욱 의존하게 될수록, 디지털세의 적용은 불가피할 것입니다. 경제 구조가 바뀌는 만큼, 정부가 세금을 부과하는 방식도 그에 걸맞게 변할 것이기 때문입니다. 디지털세를 그 변화를 반영하는 것입니다.

또한, 디지털세의 적용 대상(기업)은 현재 주식시장의 주도주입니다. 전세계 각국이 디지털세를 적용하게 되면, 주도주들의 순이익은 감소할 수밖에 없습니다. 수요가 위축되거나, 공급 측면에서의 문제가 생기는 것은 아니기 때문에 큰 문제는 아닐 것이지만, 장기적인 미래 현금흐름을 감소시킬 수 있다는 점에서 조정의 빌미가 될 수도 있는 이슈입니다.

마지막으로 USTR이 6월 2일 발표한 내용에 따르면, 트럼프 대통령이 디지털세 적용 국가에 대해 보복 관세를 암시했다는 점입니다. 그리고 실제로 디지털세를 적용했던 프랑스에 대해 보복 관세를 시사하며 압박했던 선례가 존재합니다(이후 프랑스는 디지털세 적용을 유예).

EU 평균실효세율 : 전통적 기업 > 디지털 기업



과세 형평성 : 주도 산업이 바뀌면, 세금부과 방식도 변해야 한다

- 현재 글로벌 경제를 주도하는 기업들은 '디지털' 기업이지만, 이들 기업은 전통 산업의 기업들에 비해 낮은 세율을 적용받고 있음

자료: European Commission 『A Fair Efficient Tax System in the European Union for the Digital Market』, 메리츠증권 리서치센터

왜 디지털세를 도입하려고 할까?

왜 디지털세를 도입하려고 할까?	
과세제도의 문제점	현 과세제도 문제점 [OECD모델조세조약] - 물리적 고정사업장이 위치한 국가에서 관세부과 가능 - IT서비스의 경우 서버가 위치한 국가에서 관세부과 가능
IT기업	디지털세 적용 대상인 기업들의 특징 - 물리적인 고정사업장이 없어도 이윤 창출 가능 (현재 과세제도 하에서는 과세부과하는 데에 한계가 있음) - 저세율국에 로열티 등 소득을 이전하는 방식의 조세회피
프랑스 사례	프랑스는 2019년 7월 디지털세 시행('19.1월부터 소급 적용) 미국, 이에 대응해 프랑스에 대해 24억\$ 규모 관세부과 경고 프랑스는 결국 디지털세 적용 1년 유예 결정

문제의 원인은 시대 흐름을 반영하지 못한 과세제도

- 글로벌 과세제도는 '물리적 고정사업장'이 위치한 국가에서 과세 가능. IT기업들은 해외에서 물리적 고정사업장 없이 이윤 창출 중

자료 : 메리츠증권 리서치센터

▼ 메리츠 시황의 판단

- 6월 2일, USTR은 디지털세를 적용 중이거나 적용을 고려 중인 국가들에 대해 조사하겠다고 발표
- 디지털세는 3가지 관점에서 관심을 갖고 지켜봐야 할 사안
 - 디지털 경제에 의존하는 정도가 심화될수록 정부의 세금부과 방식도 그에 맞게 변화할 가능성(DST). 따라서 이는 장기적 이슈로 봐야 함
 - 디지털세의 적용 대상이 현재 증시의 주도주이기 때문(미국, IT기업). (2page 그림 1~2)
(수요를 위축시키는 문제는 아니므로 추세를 바꾸진 않을 것이지만, 미래현금흐름을 감소시키므로 조정의 빌미가 될 수도 있음)
 - 트럼프 대통령이 디지털세 적용 국가에 대해 보복 관세를 암시. 관세부과 이슈로 전이될 가능성(프랑스 사례 참고)
- 현상황에서는 리스크 크지 않다고 판단. 다만, 하반기(또는 내년) 중 OECD에서 DST 적용과 관련한 논의가 본격화 된다면 경계할 필요 있음

본 조사분석자료는 제3자에게 사전 제공된 사실이 없습니다. 당사는 자료작성일 현재 본 조사분석자료에 언급된 종목의 지분을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.
 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 해당 종목과 재산적 이해관계가 없습니다.
 본 자료에 게재된 내용은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.
 본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 본 자료를 이용하시는 분은 본 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기를 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 투자 결과와 관련한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료는 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로 당사의 허락 없이 복사, 대여, 배포 될 수 없습니다.

Digital Service Tax(디지털세)

표1 프랑스 디지털세 적용 가능 기업(예상) – US Company

Company (Covered Brands)	Advertising	Marketplace
Airbnb		O (travel services)
Alphabet Inc. (Google, YouTube)	O	O (apps)
Amazon	O	O (retail)
Apple		O (apps)
Booking Holdings		O (travel services)
eBay	O	O (retail)
Expedia		O (travel services)
Facebook (Facebook, Instagram)	O	
Groupon		O
Match Group (Match, Meetic, Tinder)		O (dating services)
Microsoft	O	
Sabre		O (travel services)
Snapchat	O	
Twitter	O	
Uber		O (transportation)
Verizon	O	
ContextLogic (Wish)		O (retail)

자료: USTR, 메리츠증권 리서치센터

표2 프랑스 디지털세 적용 가능 기업(예상) – Non-US

Company (Covered Brands)	Advertising	Marketplace
Alibaba [China]		O (retail)
Amadeus [Spain]		O (travel services)
Axel Springer [Germany] (Seloger)		O (real estate)
Criteo [France]	O	
Rakuten [Japan]		O (retail)
Randstad [Netherlands]		O (human resources)
Recruit [Japan]		O (human resources)
Schibsted [Norway] (Leboncoin)		O (retail)
Travelport [UK]		O (travel services)
Zalando [Germany]		O (retail)

자료: USTR, 메리츠증권 리서치센터

표3 국가별 디지털세 추진 현황

국가	도입 날짜	시행 날짜	적용 세율/대상	적용 매출	비고
오스트리아	'19 10월	'20 1월	온라인 광고 매출의 3%	전세계 매출 최소 7.5억 유로 국내 매출 0.25억 유로 이상 기업	
브라질	입법 논의중		디지털 서비스로부터 발생한 매출		CIDE(경제영역 침범 저지를 위한 분담금) 입법 추진 중
체코	입법 논의중		디지털 광고 매출의 3%	전세계 매출 최소 7.5억 유로 국내 매출 0.5억 CZK 이상 기업	
유럽연합	입법 논의중		디지털 광고 매출의 3%	전세계 매출 최소 7.5억 유로 EU 내 매출 0.5억 유로 이상 기업	코로나19 재정패키지의 일환으로 디지털세 고려 중
인도	'20 3월	'20 4월	인도 내 국민들을 대상으로 온라인 상품 및 서비스 매출(2%)	연 매출 약 2,000만 루피인 외국 기업 (약 26.7만달러)	
인도네시아	연초		국경 통과하는 디지털 기반의 거래	연 매출 약 2,000만 루피인 기업 (약 26.7만달러)	향후 신규 세금 도입을 위한 여러 법적 제도를 마련 중
이탈리아		'20 1월	디지털 광고 매출(3%)	전세계 매출 최소 7.5억 유로 국내 매출 5,500만 유로 이상 기업	
스페인	입법 논의중		디지털 광고 매출의 3%	전세계 매출 최소 7.5억 유로 국내 매출 300만 유로 이상 기업	
터키		'20 3월	SNS/디지털 광고 매출의 7.5%	전세계 매출 최소 7.5억 유로 국내 매출 2,000만 리라 이상 기업	터키 대통령은 세율을 15%까지 올릴 수 있는 권한을 행사할 수 있음
영국	입법 논의중		검색엔진/SNS/전자상거래 매출의 2%	전세계 매출 최소 5억 파운드 EU 내 매출 2,500만 파운드 이상 기업	디지털세 도입 고려 중 가결 직전 단계, 가결 2021년부터 적용

자료: USTR, 메리츠증권 리서치센터