

지식재산권 활성화를 위한 기업상표권 가치평가 모형 개발

김홍수
조선대학교

Development of Valuation Model on Trademark Rights for Intellectual Property Revitalization

Heung-Su Kim
Chosun University

요 약 소득증대와 고용창출의 핵심역할을 하는 지식재산권은 특히 창조경제에서 매우 중요한 역할을 한다. 많은 기업들은 이러한 패러다임에서 브랜드관리에 심혈을 기울이고 있는 가운데 강력한 브랜드자산을 구축함으로써 궁극적으로 이윤극대화 등 기업의 경영성과를 올리기 위한 노력이 높아지고 있다. 기술거래 및 사업화, 금융지원, 투자의 사결정, M&A, 소송, 브랜드전략 등의 목적에서 브랜드 재활성화(revitalizing)를 위한 상표권 가치의 합리적 평가는 매우 중요한 것이라 할 것이다. 그러나 이러한 중요함에도 불구하고 지식재산권에 대한 인식부족과 평가하는 역량은 매우 부족한 실정이다.

이에 본 연구는 기업상표권 가치평가를 위해 실제 상표권을 보유하고 있는 사례기업을 대상으로 원가법과 수익접근법에 의한 사례분석을 실시하여, 원가법의 205백만원에서부터 수익접근법의 변동할인율, 조정기여도를 적용한 270백만원까지 다양한 결과를 제시하였다. 하지만 단일기업을 통해 시사점을 얻은 것은 본 연구의 한계이며, 향후 규모별, 업종별 다양한 기업군의 사례분석과 적용방안에 대한 연구가 계속되어야 할 것이다.

주제어 : 지식재산권, 브랜드관리, 기업상표권, 원가법, 수익접근법

Abstract Intellectual property rights play a key role in employment creation and income generation plays an important role, especially in the creative economy. Many companies are ultimately increasing efforts to boost the company's financial performance, such as maximizing profits by building a strong brand assets amid committed to brand management in this paradigm. Reasonable evaluation and commercialization of technology transactions, financial assistance, investment decisions, trademark brand value for the reactivation (revitalizing) for the purposes of M & A, litigation, brand strategy will be said to be very important. In spite of the importance, the awareness of the property and the capabilities to assess are hardly sufficient. Thus, this study, targeting companies with valid trademarks for value assessment, conducted case analysis by cost method and income approach; the analysis presented the result from 2.05 million by the cost method to 2.7 million by the income approach applied to a variable discount rate and adjustment contribution. However, now that the implication was drawn from a single company, further studies covering case study and application plan according to scale and type of diverse company groups should be continued.

Key Words : Property Rights, Brand Management, Corporate Trademarks, Cost Approach, Income Approach

* 본 논문은 2015년도 조선대학교 학술연구비의 지원을 받아 연구되었음

Received 21 March 2016, Revised 24 June 2016

Accepted 20 September 2016, Published 28 September 2016

Corresponding Author: Heung-Su Kim(Chosun University)

Email: sookh@chosun.ac.kr

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 1738-1916

1. 서론

소득증대와 고용창출의 핵심역할을 하는 지식재산권은 특히 창조경제에서 매우 중요한 역할을 한다. 많은 기업들은 이러한 패러다임에서 브랜드관리에 심혈을 기울이고 있는 가운데 강력한 브랜드자산을 구축함으로써 궁극적으로 이윤극대화 등 기업의 경영성과를 올리기 위한 노력이 높아지고 있다. 이러한 경제 환경변화에 따라 기업상표권에 대한 비중이 크게 높아지고 있으며, 상표권에 대한 가치를 합리적, 객관적으로 평가할 필요성이 매우 증대되고 있다. 따라서 기술거래 및 사업화, 금융지원, 투자의사결정, M&A, 소송, 브랜드전략 등의 목적에서 브랜드 재활성화(revitalizing)를 위한 상표권 가치의 합리적 평가는 매우 중요한 것이라 할 것이다. 그러나 이러한 중요함에도 불구하고 지식재산권에 대한 인식부족과 평가하는 역량은 매우 부족한 실정이다[1,2]. 「감정평가에 관한 규칙」에서도 무형자산의 평가에 관한 규정을 하고 있으나 그 평가기준이 구체적으로 명시되어 있지 않아 평가자의 주관이 개입될 가능성이 아주 높은 실정이다.

이와 같은 문제점을 해소하기 위해 기업상표권의 평가방법은 주관적 평가방식에서 벗어나야 하며 다양한 평가방법을 선택할 수 있도록 하는 평가기준의 확립이 절실한 상황이다. 이에 규정상 언급된 수익접근법과 원가법에 의한 평가방법을 사례분석과 함께 제시하여 실제 기업상표권 가치평가를 수행하는데 구체적이고 실제적인 기준을 제안하는 데 본 연구의 목적이 있다.

2. 기업상표권 가치평가의 적용분야

2.1 인수·합병을 통한 기업의 조직개편

기업은 때때로 인수·합병을 통해서 조직을 개편한다. 이러한 경우 ‘가치’에 대한 이해가 부족하다면, 인수·합병 과정에서의 가격협상이나 그 결과에 대해 기대했던 만큼의 바람직한 결과를 가져오지 못한다.

평가과정은 이용 및 개발할 수 있는 요소를 보여주고, 거래의 특성과 거래가격 등에 있어 합리적인 선택을 하게끔 한다. 양도자나 양수자 모두 이러한 점을 인지하지 못한다면 바람직한 거래나 거래후의 상표권의 가치 유지

가 쉽지 않을 수 있다[4].

마찬가지로 파산 등의 경우에도 적절한 평가가 수반될 때 효과적이고 신속한 처리가 가능하다. 따라서 이러한 이유들로 인하여 상표권 평가는 거래에 있어서 중요한 의미를 가진다.

2.2 소송과 분쟁

상표권 평가는 세금 분쟁, 소유권 이전에 따른 계약 분쟁 등 다른 분야와 밀접하게 연관되어 있다. 이러한 분쟁이 발생하거나 소송으로 법정에 갈 경우 합리적으로 받아들여질 수 있는 방법을 통한 전문가의 역할이 중요해진다. 따라서 누구나 수긍할 수 있는 명확한 논증이 가능한 전문가의 역할이 무엇보다 필요하다 볼 수 있다.

또한 상표권을 침해한 제품이 판매된 경우에 제3자인 평가전문가에게 손해액 산정을 의뢰할 수도 있다. 상표권 침해란 권원이 없는 제3자가 등록상표와 동일하거나 유사한 상표를 등록상표의 지정상품 또는 지정서비스와 동일하거나 유사한 상품·서비스에 사용하는 것을 말한다. 또한 상표권을 침해한 상품을 누군가에게 양도하기 위해 소지하는 행위나 등록상표를 표시한 물건을 제조하기 위한 재료·도구를 업으로 제조하고 양도하는 침해를 조장하는 행위도 침해로 취급된다. 이러한 경우 미국에서는 침해로 인한 손실액을 산정하거나 침해자가 얻은 이익분을 산정하기 위해 상표권 관련 평가에 평가전문가가 참여하게 된다[4, 6].

2.3 매매·사용허가·영업허가 등의 거래

재산으로서의 상표권은 매매, 라이선스, 공동사업, 사업확장 등의 경우에 전체 또는 일부로서 거래될 수 있다. 이러한 경우 대상 상표권의 ‘가치’가 필요하게 된다.

상표권을 타사에 양도할 경우 적절한 양도대가 산정을 위해 상표권을 평가할 필요가 있다. 상표권의 양도에는 상표권을 타사에 전부 양도하는 것과 일부 양도하는 것이 있다. 이와 관련해 상표권을 취득하려는 자는 투자의 규모를 결정하기 위해 그 상표권 개발에 대한 역사적 비용을 알고자 할 것이며, 또한 해당 상표권에 투자하지 않은 경우의 기회비용을 역시 알고자 할 것이다.

라이선스를 받고자하는 자는 상표권의 가치가 어떠한지 수익을 가져다 줄 것인지에 대해 검토하고, 거기에 따른 상표권 사용대가인 적절한 사용료를 판단하게 될 것

이다.

공동사업이나 합작회사 설립의 경우 특히, 상표권을 포함한 다양한 권리가 결합되어 있는 신기술을 생산하는 R&D분야의 경우 상표권의 평가가 필수적이며, 프랜차이즈 역시 노하우 및 기타 권리와 함께 상표권 가치 평가가 필요할 수 있다.

2.4 보증과 담보 용자

상표권은 다른 지적재산권처럼 담보용자의 적절한 대상이 될 수 있다. 상표권은 이전할 수 있고 대출에 대한 안정성을 담보할 수 있는 법적인 권리인 것이다.

상표권을 담보로 용자하고 이것을 담보자산으로 증권을 통한 용자를 할 경우, 상표권의 가치 및 상표권이 창출할 현금흐름을 평가할 필요가 있다[6].

일본에서는 일본정책투자은행이 시범적으로 상표권 등의 지적재산권을 담보로 한 용자를 하고 있지만, 상표권만을 담보로 하고 있는 사례는 적고, 특허권이나 소프트웨어 저작권을 동반한 담보로 이용되고 있는 경우가 많다[10].

미국에서 상표권을 담보로 한 용자사례로는 1993년 켈빈클레인(화장품 판매에 근거한 로열티 수입을 기금으로 한 원리금 지급), 1995년 GE캐피탈(상표권 포트폴리오 담보), 1996년 패션컴퍼니(주로 유형자산을 담보로 한 용자로, 상표권의 담보사용을 통해 용자구조 확대), 네슬레(카네이션 상표권과 브랜드 자산을 담보로 한 용자) 등이 있다[5].

2.5 대차대조표상의 회계적 필요성

기업은 회계기준에 따라 회계업무를 처리하여야 하고, 이러한 이유로 상표권 등 같은 무형자산이 회계에 포함되어야 할 필요성이 커지고 있다. 무형적 가치는 부정확하고 시간이 지남에 따라 변동의 폭이 커질 수도 있다. 이러한 점은 보고서의 신뢰성을 떨어뜨리게 되며, 따라서 회사의 경영진은 주주에게 무형자산이 어떻게 공헌하는지를 이해시켜야 할 필요성이 있다[9].

미국 연방회계기준(FAS ; Federal Accounting Standards)에서는 가장 발전된 기준을 갖고 있는데, FAS 141에서는 사업체에 대한 회계에 있어서 회계상 무형자산을 포함하여 취득된 모든 자산의 공정가치가 회계상 밝혀져야 함을 규정하고 있다. 또한 FAS 142에서는 영업권과 다른

무형자산에 대한 회계를 규정하고 있는데, 상표권 등을 포함한 무형자산의 생애기간이 계산되어야 하며 손실과 같은 것들이 정기적으로 검토되어야 한다고 규정하고 있다[9].

또한 지적자산이라고 하는 무형가치에 초점을 두고, 그 인식·측정·공시에 관련된 문제를 주된 고찰대상으로 하는 회계영역인 지적자산회계의 중요성이 지적되고 있고, 일본에서도 당해 분야의 연구가 이루어지고 있다.

2.6 상표권의 상속·증여

「상속세 및 증여세법」에서는 무체재산권의 하나로서 상표권의 평가에 대해 규정하고 있다. 즉, 상표권 등은 그 권리에 의하여 장래에 받을 각 연도의 수입금액을 기준으로 기획재정부령이 정하는 바에 의하여 계산한 금액의 합계액에 의한다고 규정하고 있으며, 각 연도의 수입금액이 확정되지 아니한 것은 평가기준일전 3년간의 각 연도 수입금액을 기준으로 기획재정부령이 정하는 바에 따라 평균한 금액을 각 연도의 수입금액으로 할 수 있다고 규정하고 있다[14].

일본의 경우 국세청이 정한 「재산평가기본통달」에서 상표권 및 그 사용권의 가치는 특허권에 관한 규정을 준용하여 평가하도록 되어 있고, 그 권리에 근거하여 장래 받을 보상액 기준연이율에 따른 복리 현가액의 합계액에 따라 평가한다.

상표권을 상속·증여할 경우 「재산평가기본통달」에서 규정하고 있는 방법에 따르지 않고, 상표권을 평가하는 경우가 상정된다.

2.7 경영정보로서의 상표권가치 파악

경제 소프트화, 글로벌화, IT기술의 발전 등이 이루어지고 있는 가운데 기업 활동에서 무형자산의 중요성이 증가하고 있고, 특히 상표권가치에 착안하여 기업가치의 증대를 도모하는 움직임이 대부분의 기업에서 나타나고 있다.

따라서 경영상 참고하기 위해 상표권을 포함한 브랜드가치를 파악한다고 하는 수요는 결코 적지 않다. 상표권은 그 자체로서 경영의 중요한 수단이자 전략이 되고 있으며 마케팅의 주요 요소로 작용하고 있다.

상표권 가치에 대한 이해야말로 미래 가치 형성에 있어서 간과할 수 없는 부분이다. 기업 상표권에 대한 평가

의 적용분야는 매매, 담보, M&A 등 다양하며, 최근 들어 그 중요성이 더욱 높아지고 있다. 이러한 구체적인 적용 분야가 형성되므로 인해 상표권 평가의 필요성 역시 대두되고 있다[12].

3. 상표권 평가의 국제적인 경향

3.1 상표권 평가의 점진적인 활성화

최근 들어 상표권 평가에 새로운 모델과 시뮬레이션을 시도하는 등 상표권 평가에 대한 관심이 점차 확산되고 있다. 이에 따라 컴퓨터시스템 등을 활용하여 가치 평가의 복잡성을 해결하고 예측성을 높이려는 시도가 이루어지고 있다. 그러나 이러한 관심에도 불구하고 상표권 평가방법에 대한 일반적인 동의와 기준이 아직까지 부족한 실정이다. 1997년에 이루어진 상표권 평가에 과 관련한 영국 회사에 대한 조사에 따르면 52%가 평가방법론이 필요하다고 보고 있으며, 57%는 현재의 방법에 대해 확신하지 못하고 있는 것으로 나타났다.

미국 역시 회계 기준에 따라 상표권 평가기준이 더욱 발전되어야 한다는 조사 결과가 보고되었으며, 중국의 경우 무역사무소에서 무형자산 및 상표권 평가와 관련한 개선의 필요성에 따라 제 기준에 대한 연구와 검토를 진행하고 있다.

또한 세금과 회계와 관련한 필요성으로 인하여 기업 가치에 대한 평가가 필요할 뿐만 아니라, 기업의 관심 또한 높아짐에 따라 상표권 평가에 대한 관심이 점차 높아지고 있다. 이러한 경향들은 상표권 평가에 대한 기회인 동시에 평가 결과에 대한 신뢰성과 연관되어 결점이 노출될 수도 있으므로, 평가와 관련한 방법과 기준이 개선되어야 된다는데 국제적인 공감대가 형성되고 있다[14].

3.2 New Normal Business 관심 고조

평가와 관련된 주제는 경제적 성장의 중요성에 관심을 갖고 있는 New Normal Business의 일부분으로서 관심이 점차 높아지고 있다. 이에 따라 OECD는 상표권을 포함한 무형자산에 관심을 갖고 관련 워크숍 등을 개최하고, 사적 부문과 정부, 학계 등의 관심이 제고되도록 하고 있다.

국제상공회의소는 2001년 이후 지식재산권 분야에 적

극적인 관심을 가져오고 있으며 2003년 지적재산권과 관련된 로드맵을 제시하였다[8].

3.3 기술과 환경변화에 따른 상표권 평가의 경향

최근에는 고도로 발달된 컴퓨터 시스템과 소프트웨어로 인해 시간과 비용을 절감하면서도 복잡성 있는 평가를 수행할 수 있는 모델링 개발에 관심을 기울이고 있다. 따라서 상표권 평가는 점차 즉각적이고 적절하게 이루어지고 있으며, 평가활동 역시 수동적이기 보다 적극적으로 이루어지는 경향이 나타나고 있다. 이러한 추세는 새로운 기술의 도입과 발전의 혜택으로서 상표권 평가에 지대한 영향을 미치고 있다.

따라서 이러한 기술 발전에 따른 적절한 평가과정과 방법, 평가도구의 사용 등에 관한 기준 역시 마련되어야 할 필요성도 제기되고 있다[12].

4. 기업상표권 가치평가 사례연구

본 상표권 감정평가는 기능성 가구제품인 “NEO체어”의 상표권을 사례로 선정하여, 상표권에 포함된 내용의 시장성 및 사업성 등을 조사하고 그 가치를 평가하는 것을 목적으로 한다.

“NEO체어”는 2015년 5월 8일 인천시에 설립된 B사의 지적재산권으로, 2015년 11월 현재 시제품 개발 및 공장 설비가 완료된 상태이다.

본 상표권 평가는 “NEO체어”를 개발한 동 기업이 관련 상표권을 국내외에 이전한다고 가정하고, 2015년 12월 1일 기준으로 해당 상표권의 공정가치를 평가하고자 한다.

4.1 원가법에 의한 가치평가 사례

원가법은 대상 자산의 미래 서비스 능력을 대체하는데 필요한 금액을 추정함으로써 대상을 평가하는 방법이다. 원가법에서는 시간의 흐름에 따른 가치하락분 즉, 감가수정(depreciation)을 해야만 하는데, 이는 물리적 감가, 기능적 노후, 경제적 노후로 나누어 볼 수 있다. 이 세 가지를 적절히 반영해야만 원가방식에 의한 평가가 원활히 이루어 질 수 있다[7,13].

본 사례분석에서는 동사가 “NEO체어”의 상표권 개발

을 위해 투입한 인건비, 재료비 등 상표권 개발비용에 투자비용을 더하여 역사적비용을 구하고, 여기에 일정비용의 사업기회보상비를 더하여 원가법에 의한 상표권가치를 산정한다. 원가법을 이용하여 상표권의 가치를 평가할 때 최초로 해야 하는 것은 지적재산인 상표권을 개발하는 데 소모된 비용을 산정하는 것으로서, 아래와 같은 취득원가의 산정이 중요하다.

- 상표권 개발에 종사하는 자의 급여와 보수
- 프로젝트 추진에 소요되는 비용
- 사무직원이나 상표전문가를 위한 공통비
- 개발공정에서 사용된 원재료비
- 상표권 개발 관련 비용(등록비 등)

<Table 1> Trademark development, investment and compensation costs

(Units : thousand won)

Division	Detailed expenses	Amount spent	Remark
Trademark development costs	Labor costs	15,000	development manpower 2 : 2015.03 ~ 2015.10
	Trademark Search costs	7,500	
	TV, radio, newspapers, magazines, advertising costs	30,000	
	Consulting fees	2,450	
	Registration costs	131	Application (2015.02), Registration (2015.10)
	Subtotal	55,081	
Investment	Ante	50,000	
Business opportunity compensation	Trademark compensation	100,000	54,950×2
	Total	205,081	

당사의 상표권 개발비용은 제품생산의 준비 완료단계(2015년 3월에서 2015년 10월)까지 발생한 개발비용으로 상표권 개발에 종사하는 인력의 인건비, 상표조사비, 광고비, 컨설팅비, 등록비 등의 비용 55,081,000원이다. “NEO케어”의 투자비용을 50,000,000원으로, 이는 최초의 출자금인 50,000,000원에 근거한 산출액으로 상표권 출원(2015년 2월)으로부터 등록(2015년 10월)까지의 실비를 기초로 추산된 것으로, 사무실 임대, 집기구입비용 등이 포함된다. 특허권 등 지적재산과 관련한 사업기회보상비는 일반적으로 1~10배의 범위에서 정해지며, 최근의 가

치평가에서는 통상 3배로 평가하고 있으나, 동 자산은 상표권임을 감안하여, 사업기회보상비를 투자비용의 2배로 산정하기로 한다. 따라서, 사업기회보상비는 약 100,000,000원으로 산정된다. 제반 비용요소를 고려한 원가법에 의하여 당해 상표권의 가치를 평가하면 다음의 <Table 1> 에서 볼 수 있는 바와 같이 205,081,000원으로 평가된다[7].

4.2 수익접근법에 의한 가치평가 사례

수익접근법은 자산의 수익 창출능력에 중점을 두고 접근하는 방법이다. 이 방법은 자산의 생애기간 동안 벌어들일 수 있는 순수익의 현재가치를 계산함으로써 자산의 가치를 평가할 수 있다는 것을 전제로 한다. 미래에 벌어들일 수익을 현재가치로 계산하는데 있어서 할인율을 사용하게 되는데, 이 경우 자본환원율은 영구적인 수익흐름이 지속될 때 사용된다. 수익환원법에서의 세 가지 요소는 첫째, 자산에 의해 발생하는 수익 흐름의 양(amount), 둘째, 수익 흐름의 존속(duration)에 대한 가정, 셋째, 미래 수익실현에 수반되는 리스크(risk)에 대한 가정 등이다[7,13].

$$V = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t}$$

단, V = 상표권의 가치
 t = 상표의 경제적 수명
 CF_t = 순현금흐름액
 i = 할인율

그러나 수익접근법은 대상 상표권에서 발생할 수익을 정확하게 예측하고 적절한 할인율의 선택 및 경제적 수명을 추정하는데 많은 어려움이 따른다. 특히 상표권 개발 투입비용이 존재하지만 상표권의 미래가치가 불투명한 경우 수익접근법의 적용에 어려움이 따른다. 이 방법의 적용에서 유의할 점은 상표권 관련 시장이 안정되어 있어야 한다는 것이다. 그래야만 수익사례가 풍부하여 순수익이나 할인율을 정확하게 파악할 수 있다. 시장 상황이 극단적으로 변동하는 경우에는 경제상태가 유동적인 것이 되어 순수익이나 할인율의 파악이 곤란하여지기 때문이다. 따라서 정확하고 신뢰성 높은 평가를 위해서는 다른 방법과의 병용 및 검증이 뒤따라야만 한다 [15].

4.2.1 상표권 평가순서

동사의 매출, 투자, 비용 등의 추정재무제표를 통해서 매출액, 예상수익, 순현금흐름을 계산한다. 할인율은 무위험자산수익률에 위험프리미엄을 고려하여 추정한다. 사업화 단계에 있는 상표권의 가치평가에는 상관행법에 의한 통상의 경험적 할인율과 CAPM모형을 통한 변동할인율을 적용한다. 상표권의 경제적 수명은 해당자산의 상대적 경쟁력을 통하여 산정한다. 상표권 등 무형자산 평가에서는 경제적 수명을 통상 5년으로 추정하고 있으며, 본 사례분석의 경우 잔존가치는 없는 것으로 한다. 상표권의 수명과 할인율로부터 할인현금흐름의 합계를 구한다. 마지막 단계는 해당기업의 할인현금흐름 중에서 상표권이 기여한 부분을 산정하는 것이다. 기여도는 일반적으로 0 ~ 0.50 사이에서 해당 상표권의 특성을 고려하여 결정한다. 상관행법에 의한 일반기여도와 기술성, 사업성, 시장성을 고려한 조정기여도를 동시에 고려한다[12,14].

4.2.2 상표권 감정평가의 가정

본 상표권을 평가하기 위한 전제조건을 다음과 같이 가정한다.

- 동사는 2015년 말에 제조공장을 준공하여 생산을 개시하고 판매는 2016년부터 시작한다.
- 매출액은 전체 시장규모, 시장점유율, 상품의 시장성 등을 고려하여 동사가 추정하여 제시한 1차년도 판매계획을 기준으로 매년 10%씩 증가하는 것으로 가정한다[17].
- 추정손익계산서는 동사가 제시한 예상액을 기준으로 작성한다.
- 초기 직접개발비(₩70,000,000)는 타인자본으로 조달한다.
- 영업외비용(금융비용)은 타인자본에 대한 업계 평균이자부담율(10%)을 이용하여 산출한다.
- 본사 및 공장 건물은 임대한 것으로 가정하고, 기계설비(내용년수 : 10년, 잔존가치 : 0)는 정액법으로 상각한다.
- 2015년 이후 추가 시설투자는 없는 것으로 한다.
- 재고자산, 매출채권, 매입채무 등의 증감으로 인한 운전자본의 증감은 없는 것으로 한다.
- 상표권의 경제적 수명은 5년으로 가정하고, 잔존가치는 없는 것으로 한다.

4.2.3 상표권 가치평가

동사는 2016년부터 판매를 시작하는 것으로 가정하고, 매출액은 동사가 제시한 1차년도(2016년) 판매계획을 기준으로 매년 10%씩 증가하는 것으로 가정하고 이를 반영하여 산출한다.

판매량 및 판매액은 시장현황 및 특성에 의거 동사가 개발한 세 가지 모델을 중심으로 산출한다. 동사는 제품 A의 판매가를 ₩210,000으로, 제품 B 및 제품 C의 판매가를 ₩180,000으로 책정하고 있다. 매출량과 매출액은 각각 <Table 2> 및 <Table 3>과 같이 추정된다.

<Table 2> Estimated sales volume

(Units : number)

Division	2016	2017	2018	2019	2020
Product A	2,400	2,640	2,904	3,194	3,514
Product B	2,400	2,640	2,904	3,194	3,514
Product C	3,000	3,300	3,630	3,993	4,392
Total	7,800	8,580	9,438	10,381	11,420

<Table 3> Expected earnings estimates

(Units : thousand won)

Division	2016	2017	2018	2019	2020
Product A	504,000	554,400	609,840	670,740	737,940
Product B	432,000	475,200	522,720	574,920	632,520
Product C	540,000	594,000	653,400	718,740	790,560
Total	1,476,000	1,623,600	1,785,960	1,964,400	2,161,020

매출원가 추정은 기본적으로 최근년도의 결산자료를 참고하여 원가율을 이용하여 추정한다. 사업부로 구성된 회사인 경우 판매비용을 산정하기 위해 각 사업부별로 판매비용을 집계하는데 개별적으로 각 사업부로의 추적이 가능한 비용은 직접 대응시키고, 다른 사업부문과 공통으로 이용되어 추적이 불가능한 항목에 대해서는 합리적인 배부기준을 이용하여 안분한다. 매출원가는 초기의 원가구조가 지속된다는 가정하에 총매출액의 45%를 적용한다. 판매비용은 감가상각비와 판매관리비로 구성된다. 감가상각비는 2015년도 설비투자 37,500천원, 2016년도 설비투자 52,200천원, 2017년도 설비투자 117,400천원에 대하여 정액법으로(잔존가치 0, 내용년수 10년) 상각하고, 2018년 이후의 설비투자는 없다고 가정한다. 판매관리비는 인건비, 일반관리비, 판매비로 구성되는데, 인

건비는 개발 및 관리인력의 급여, 지급수수료, 용역비 등을 말한다. 본 사례에서 판매관리비는 고정비 성격의 영업·홍보인력(7명) 및 개발인력(5명)에 대한 급여(360,000천원)와 변동비 성격의 광고홍보비(매출액의 5%)로 구성된다. 판매비용을 산정함에 있어서 감가상각비의 영향을 고려한다. 감가상각비는 판매비용에 포함되고 있으나 현금유출이 없는 비용항목이므로 추후에 가산한다. 법인세율은 25%를 적용한다. 이상의 기준에 따라 추정한 예상수익은 <Table 4>와 같다.

<Table 4> Expected earnings estimates
(Units : thousand won)

Division	2016	2017	2018	2019	2020	
Total sales	1,476,000	1,623,600	1,785,960	1,964,400	2,161,020	
Cost of sales	664,200	730,620	803,682	883,980	972,459	
Gross profit	811,800	892,980	982,278	1,080,420	1,188,561	
Selling costs	Depreciation	3,750	8,970	20,710	20,710	20,710
	Labor costs	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
	Advertising costs	73,800	192,600	250,380	325,494	423,142
	Subtotal	437,550	561,570	631,090	706,204	803,852
Capital costs	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	
Net Income	367,250	324,410	344,188	367,216	377,709	
Income tax	91,813	81,103	86,047	91,804	94,427	
Net profit after tax	275,438	243,308	258,141	275,412	283,282	

이상의 가정과 추정된 예상수익을 기초로 하여 <Table 5>와 같은 현금흐름을 추정한다.

<Table 5> Estimates of cash flows
(Units : thousand won)

Division	2016	2017	2018	2019	2020
Net profit after tax	275,438	243,308	258,141	275,412	283,282
Depreciation (+)	3,750	8,970	20,710	20,710	20,710
Total cash inflow	279,188	252,278	278,851	296,122	303,992
Cash outflow (Capital investment)	52,200	117,400	-	-	-
Net cash flow	226,988	134,878	278,851	296,122	303,992

할인율은 미래의 현금흐름을 현재의 가치로 환산하는 환산율이며 동시에 투자자본에 대한 사용대가인 자본비용을 산정하는 이자율이다. 본 사례분석에서는 고정할인율과 변동할인율을 동시에 적용한다. 고정할인율은 상관행법을 참고하여 25%를 적용한다. 변동할인율은 35%, 30%, 25%, 20%, 15%를 적용한다. 이는 사업초기에 리스크가 높고, 사업이 성공적으로 진행되면 리스크가 점점 감소하는 것을 반영하기 때문이다[8]. 참고로, 가구업계의 2015년 평균부채비율(60%), 타인자본비용(0.08 : 회사채 유통수익률), 무위험자산수익률(0.06 : 국고채수익률), 시장포트폴리오수익률(0.28 : 종합주가지수수익률), 체계적 위험(베타=2) 자료를 기초로 CAPM을 적용하여 가중평균자본비용을 산출하면 3년차 변동할인율인 25%에 근접한다[13,15,16].

상표권의 경제적 기여도는 상관행법에 의한 일반적 기여도와 기여도 조정계수를 반영한 조정기여도를 적용하는데 <Table 6>에 나오는 것처럼 평가항목에 따른 평가점수를 통해 측정한다.

<Table 6> Trademark value reflects the discount rate and the contribution

Division	2016	2017	2018	2019	2020	Total
Net cash flow	226,988	134,878	278,851	296,122	303,992	1,240,831
Fixed discount rate	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	
Fluctuations discount	0.35	0.35	0.25	0.20	0.15	
General contributions	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	
Adjustment contributions	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	
Fixed discount rate General contributions	45,398	26,976	55,770	59,224	60,798	248,166
Fixed discount rate Adjustment contributions	49,029	29,134	60,232	63,962	65,662	268,019
Fluctuations discount General contributions	42,035	24,977	55,770	61,692	66,085	250,560
Fluctuations discount Adjustment contributions	45,398	26,976	60,232	66,627	71,372	270,605

상표권의 경제적 기여도는 상관행법에 의한 25% Rule에 기술성, 사업성, 시장성 평가를 통해 구한 기여도 조정

계수 1.075를 고려하여 27%로 추정한다.

수익접근법에 의한 “NEO케어” 상표권의 감정평가 결과는 <Table 7>과 같다. 고정할인을 및 일반기여도를 적용한 상표권가치는 248,166,000원, 고정할인을 및 조정기여도를 적용한 상표권가치는 268,019,000원이다. 그리고 변동할인을 및 일반기여도를 적용한 상표권가치는 250,560,000원, 변동할인을 및 조정기여도를 적용한 상표권가치는 270,605,000원으로 평가되었다. 상표권의 경제적 수명을 5년으로 보고 5년간의 현금흐름을 할인한 가치인 수익접근법에 의한 상표권가치는 최저가인 248,166,000원(고정할인을 및 일반적 기술기여도 적용)으로부터 최고가인 270,605,000원(변동할인을 및 조정 기술기여도 적용)까지의 범위로 평가되었다.

<Table 7> Trademark Valuation

Valuation Methods	Trademark value
Cost approach	205,081,000 won
Income approach	248,166,000 won(Fixed discount rate, the general contribution applies) ~
	270,605,000 won(Change the discount rate, the adjusting contribution applies)

동 상표권에 대한 가치평가는 앞서도 언급했던 바와 같이, 이전 거래를 가정하고 있기 때문에, 거래 당사자가 납득할 만한 공정한 방법으로 평가하는 것이 바람직하다.

감정평가액은 원가법의 205백만원에서부터 수익접근법의 변동할인을, 조정기여도를 적용한 270백만원까지 다양한 결과를 가져왔다. 상표권 보유자의 관점에서 보수적인 원가법은 매수자의 입지를 최대한 반영할 수 있는 반면에, 낙관적인 수익접근법은 매도자의 입지를 최대한 반영할 수 있다.

상표권 등 지식재산평가는 일반적으로 수익접근법을 최우선적으로 고려한다. 그러나, B사와 같이 과거실적이 없고, 시장에 처음 진입하는 기업의 감정평가에는 다소 보수적인 관점이 필요할 것으로 보인다. 따라서 “NEO케어” 상표권에 대한 최종 가치는 수익접근법의 고정할인율과 일반기여도를 적용한 2억 5천만으로 평가된다. 상표권을 수익접근법으로 평가시 장래 기대되는 수익을 현재가치로 할인하게 되는데, 상품의 판매를 위한 기업상표권의 특성상 이 방법이 상표권 평가의 가장 부합하는 방식이며 이론적인 방법이다.

5. 결론

창조경제환경에서 기업들은 브랜드관리에 심혈을 기울이고 있는 가운데 강력한 브랜드자산을 구축함으로써 궁극적으로 이윤극대화 등 기업의 경영성과를 올리기 위한 노력이 높아지고 있다. 기술거래 및 사업화, 금융지원, 투자 의사결정, M&A, 소송, 브랜드전략 등의 목적에서 브랜드 재활성화(revitalizing)를 위한 상표권 가치의 합리적 평가는 매우 중요한 것이라 할 것이다.

한번 구축된 브랜드자산을 상표권으로 인정받고 독점적 권리행사와 함께 기업의 금융거래 수단으로 활용이 가능하다. 하지만 이러한 상표권 가치를 평가하기 위한 모형이 부족한 상황에서 지식재산권으로서 상표권 활용은 미비했다. 따라서 본 연구는 기업상표권 평가의 합리화 및 활성화를 위해 활용할 수 있는 자료를 이용한 원가법과 수익접근법에 의한 평가기법을 제시하는데 의의가 있다. 이를 통해 본 연구내용이 창조경제에서 금융재무거래 수단 등 기업의 브랜드 재활성화를 위한 상표권 관리전략에 적극 활용될 수 있을 것으로 기대해본다. 하지만 단일기업을 통해 시사점을 얻은 것은 본 연구의 한계이며, 향후 규모별, 업종별 다양한 기업군의 사례분석과 적용방안에 대한 연구가 계속되어야 할 것이다.

ACKNOWLEDGMENTS

This study was supported by research fund from Chosun University, 2015

REFERENCES

- [1] Kim, Heung Su, “A Study on Patent Right Valuation Using Discounted Cash Flow”, The Journal of Digital Policy & Management, The Society of Digital Policy & Management, 10(7), pp11-22, 2012
- [2] Kim, Heung Su, “A Study on the Rational Application of Valuation for Unlisted Stock”, The Journal of Digital Policy & Management, The Society of Digital Policy & Management, 12(10),

- pp179-189, 2014
- [3] Brealey, Myers, Allen, "Principles of Corporate Finance", McGraw-Hill, pp232-274, 2011
- [4] Cho, Hyun yon, "A Study on Brand Value Budgeting", Industrial Management Study No. 9, The Catholic University of Industrial Management Institute. pp69-87, 2001
- [5] Contractor.F.J., "Valuation of Intangible Assets in Global Operations", Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, pp78-90, 2001
- [6] Fernandez, P., "Valuation Using Multiples: How do Analysts Reach Their Conclusion?", Paper Title: SSRN Working Paper, pp34-52, 2001
- [7] Gordon V. Smith, "Trademark Valuation", John Wiley & Sons, pp12-75, 1996
- [8] Hyun-Taek Oh, "A Study on the Effect of Fair Value Hierarchy upon Cost of Capital Through the Convergence of Market Risk Management and Audit Quality", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 5, pp. 1-8, 2015.
- [9] IASC, "International Accounting Standards 38. Intangible Assets". London. 2008
- [10] MyounJae Lee, Khoe Kyung-II, "Development Method of Digital Content Finance-Focused on by Technical Value Evaluation", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 6, pp. 111-117, 2015.
- [11] Park, Jung Sik et al, "Modern Financial Management", Da-San Publisher. pp131-157, pp261-280, 2014
- [12] Park, Mun GI et al, "Development of Assessment Model on Trademark Rights for Brand Revitalization", Journal of Marketing Studies, Korean Strategic Marketing Association, 23(2), pp179-194, 2015
- [13] Reilly, R. F. & R. P. Schweihs, "Valuing Intangible Assets", McGraw-Hill. pp105-136, 2005
- [14] Song, Jae Ki, "A Study on Trademark Registration under the Trademark Law in Korea", KyungHee University Graduate School, 2007
- [15] Zvi Bodie, "Essentials of Investment", 6th edition, McGraw-Hill, USA, pp57-72, 2007
- [16] Zvi Bodie, Robert C. Merton, David L. Cleeton,

"Financial Economics", 2th edition, Pearson Education, USA. pp232-275, 2011

[17] <http://www.bok.or.kr>

김 흥 수(Kim, Heung Su)



· 1986년 2월 : 홍익대학교 경제학과 (경제학사)

· 1988년 2월 : 고려대학교 대학원 경제학과(경제학석사)

· 1999년 8월 : 홍익대학교 대학원 경제학과(경제학박사)

· 2012년 4월 ~ 현재 : 조선대학교 교수

· 관심분야 : 디지털경제, 재무금융

· E-Mail : sookh@chosun.ac.kr