



Governance Issue

10대 그룹, 내부거래 및 브랜드로열티 현황과 제언

20210730

김남은 팀장

nameun.kim@daishin.com

1. 주요내용

- 10대 그룹 내부거래 비중 : 13.1%
(상장 계열회사 9.0% / 비상장 계열회사 24.7%)
- 10대 그룹 브랜드로열티 2021년 예상 규모 : 7,574억원
(그룹별 브랜드로열티 산정 기준 : 매출액의 0.15% ~ 0.5%)

2. 제언

I. '명목상' 설치가 아닌, '기능'에 중점을 둔 내부거래위원회 설치

- 10대 그룹 상장사 대부분 형식적인 <내부거래위원회> 설치
- 현실적으로 내부거래 자체가 경영전략과 수익성 관점에서 분리될 수 없음
- 기업집단 내 내부거래가 건전하고 투명하게 성립되도록 유지 및 관리 필요
- 실질적인 '기능'에 중점을 둔 <내부거래위원회>를 설치 필요

II. 브랜드로열티 지급에 대한 합리적인 산정 근거 마련 및 공시 의무화

- 브랜드로열티 예상 규모 상당함에도 그룹별로 편차가 큼
- 비합리적인 브랜드로열티는 다수의 계열회사 주주의 이익을 침해할 우려
- 브랜드로열티 지급에 대한 보편적이고 합리적인 산정 근거 마련 필요
- 상표권 가치평가서를 이사회와 <대규모내부거래 공시>시 의무 제출 고려

III. 공정거래위원회, <대규모내부거래 공시> 개정 필요

- 현행 <대규모내부거래 공시> 대상은 거래금액 50억 이상인 국내법인
- <대규모내부거래 공시> 대상에 해외계열회사 포함되도록 공시 개정 필요

주요 내용

당 연구소는 한국 총수가 있는 10대 공시대상기업집단(이하, 그룹)^{주1)}의 계열회사간 내부거래 현황과 계열회사간 내부거래 중 상당한 부분을 차지하는 브랜드로열티 공시 현황을 살펴봄으로써 향후 거래될 브랜드로열티 내부거래 규모를 조사하였다.

계열회사간 내부거래는
일감 몰아주기 및 사익편취
관점에서 모니터링이 필요

물론, 내부거래 실적은 경영전략상 계열화를 통하여 이익을 극대화하고자 하는 그룹의 전략적 지향점에 따라 의도와 목적이 다를 수 있으므로 수치를 절대적으로 비교하여 정당성을 판단하는 것은 무리가 있을 수 있으나, 계열회사간 내부거래는 일감 몰아주기 및 사익편취 측면에서 우려가 있을 수 있으므로 지속적인 모니터링이 필요한 부분이다.

다만, 본 보고서 내 계열회사간 내부거래 현황은 2020년 실적을 공시한 <기업집단현황공시>에 기초함으로써, 2021년에 발생한 10대 그룹 내 지배구조 변경(LG그룹의 LX계열 분리 및 GS리테일과 GS홈쇼핑간 합병 등)은 2020년 내부거래 실적 이후의 사건이므로 반영하지 않았다.

10대 그룹의 계열회사 간 내부거래 현황

10대 그룹 내부거래 비중
: 13.1%

(상장 계열회사 9.0%)

(비상장 계열회사 24.7%)

상위 10대 그룹의 평균 내부거래 비중은 13.1%로 SK그룹의 내부거래 비중이 21.8%로 10대 그룹 중 가장 큰 것으로 조사되었으며, 한화그룹은 5.7%로 가장 낮은 것으로 조사되었다.

다만, 10대 그룹 모두 상장회사보다 감사의무가 소홀할 수 있는 비상장회사(24.7%)의 내부거래 비중이 상장회사(9.0%)보다 높다는 것은 일감 몰아주기 및 사익편취 측면에서 우려가 있을 수 있으므로 지속적인 모니터링이 필요한 부분이다.

SK그룹 : 21.8%

현대자동차그룹 : 21.2%

현대중공업그룹 : 17.6%

CJ그룹 : 13.9%

롯데그룹 : 11.4%

LG그룹 : 11.3%

10대 그룹 중 원·부자재 생산 및 조달부터 완제품 생산 후 유통·판매에 이르기까지 수직계열화의 특징을 보이는 현대자동차그룹(21.2%), SK그룹(21.8%), LG그룹(11.3%), 롯데그룹(11.4%), 현대중공업그룹(17.6%), CJ그룹(13.9%)에서 내부거래 비중이 높은 것으로 나타났다.

현대자동차그룹의 높은 내부거래 비중(21.2%)은 완성차 제조를 위한 원재료 및 부품제조와 물류를 위한 현대제철(7.6%), 현대모비스(62.7%), 현대글로비스(23.3%) 등의 내부거래 비중이 높은데서 기인한 것으로 판단된다.

SK그룹의 높은 내부거래 비중(21.8%)은 SK에너지(49.8%)와 SK인천석유화학(84.2%)의 높은 내부거래 비중이 견인했으며, 이는 화학업종 특성상 수직계열화에 기인한다고 판단된다.

LG그룹 국내계열회사의 내부거래 비중은 11.3%로 조사되었으며, 조사대상을 해외계열회사로 했을 때 37.6% 확대되었다. 이는 LG전자(58.3%)와 LG디스플레이(94.9%)의 해외계열회사 내부거래 비중이 높기 때문이며 글로벌기업으로서 해외사업장 확대에 기인한다고 판단된다.

롯데그룹의 내부거래 비중은 11.4%로 조사되었으며, 음식료 제조 계열회사인 롯데제과(12.1%)와 롯데푸드(26.5%)의 계열회사간 매출에 따른 것으로 판단되며 롯데그룹을 비롯하여, 신세계그룹, CJ그룹과 같이 제조·유통업 기반인 그룹에서 유사한 현황을 보이는 것과 그 궤(軌)가 같다.

현대중공업그룹의 내부거래 비중은 17.6%로 조사되었으며, 비상장 계열회사와 내부거래 비중이 앞서 언급한 그룹과 비교해서 상대적으로 높은 것으로 조사되었다. 현대오일뱅크(20.5%), 현대케미칼(59.2%), 현대중공업(10.7%)은 비상장 계열회사로서 3개사의 내부거래 총계가 현대중공업그룹 전체 내부거래의 74.4%를 차지하였다.

주1) 삼성그룹, 현대자동차그룹, SK그룹, LG그룹, 롯데그룹, 한화그룹, GS그룹, 현대중공업그룹, 신세계그룹, CJ그룹

CJ그룹의 내부거래 비중은 13.9%로 조사되었다. 계열회사 중 내부거래 비중이 가장 높은 계열회사는 CJ씨푸드(91.4%)이며 이는 CJ씨푸드가 CJ제일제당의 수산제품(어묵, 맛살, 유부 등)의 생산법인 역할을 담당하고 있는 것에 기인한다고 판단된다. 참고로, 비상장 계열회사인 CJ올리브네트웍스의 높은 내부거래 비중(76.4%)은 그룹 내 계열회사의 IT를 담당하고 있는데 기인하며 계열회사간 거래에 의한 안정적인 영업현금흐름을 바탕으로 CJ그룹의 경영승계 과정에 활용된 바 있다.^{주2)}

표1. 10대 그룹의 내부거래 비중

(2021.05 기업집단현황공시 기준, 단위: 억 원)

기업집단	국내계열사 계(A)	해외계열사 계	매출액 총계			내부거래 비중 (A/BX100)
			소계(B)	국내매출액 총계	해외매출액 총계	
삼성그룹	267,962	1,682,396	3,339,499	1,272,018	2,067,481	8.0%
(상장)	184,662	1,515,329	2,911,820	1,126,632	1,785,188	6.3%
(비상장)	83,299	167,067	427,679	145,386	282,292	19.5%
현대자동차그룹	385,121	499,977	1,815,895	1,121,463	694,432	21.2%
(상장)	280,160	482,320	1,570,651	923,780	646,871	17.8%
(비상장)	104,961	17,658	245,244	197,682	47,562	42.8%
SK그룹	302,101	401,954	1,388,839	767,609	620,122	21.8%
(상장)	47,336	312,577	667,394	313,957	353,438	7.1%
(비상장)	254,765	89,377	721,445	453,653	266,684	35.3%
LG그룹 ¹⁾	138,931	464,260	1,234,336	556,182	678,153	11.3%
(상장)	72,695	459,231	1,073,770	409,781	663,989	6.8%
(비상장)	66,236	5,029	160,566	146,402	14,164	41.3%
롯데그룹	64,597	11,719	564,387	489,383	75,004	11.4%
(상장)	24,427	10,421	298,063	236,492	61,572	8.2%
(비상장)	40,171	1,298	266,323	252,891	13,432	15.1%
한화그룹	32,241	25,485	563,772	442,824	120,948	5.7%
(상장)	11,490	18,518	401,035	350,246	50,789	2.9%
(비상장)	20,752	6,967	162,738	92,578	70,159	12.8%
GS그룹 ²⁾	33,709	64,017	487,950	311,304	176,647	6.9%
(상장)	18,284	7,639	218,514	187,797	30,718	8.4%
(비상장)	15,425	56,378	269,436	123,507	145,929	5.7%
현대중공업그룹	67,950	38,602	386,762	147,359	239,403	17.6%
(상장)	2,995	9,653	70,202	25,075	45,127	4.3%
(비상장)	64,956	28,949	316,560	122,284	194,276	20.5%
신세계그룹	28,350	145	293,908	293,266	643	9.6%
(상장)	19,856	135	196,957	196,345	612	10.1%
(비상장)	8,494	10	96,951	96,921	30	8.8%
CJ그룹	33,460	9,932	240,319	218,084	22,235	13.9%
(상장)	21,281	9,163	187,001	167,675	19,325	11.4%
(비상장)	12,179	769	53,318	50,408	2,910	22.8%
10대 그룹 평균 ³⁾	135,442	319,849	1,031,567	561,949	469,507	13.1%
(상장)	68,318	282,498	759,541	393,778	365,763	9.0%
(비상장)	67,124	37,350	272,026	168,171	103,744	24.7%

1) 계열회사간 내부거래 현황은 2020년 실적 기준으로, 2021년에 발생한 LG그룹의 LX계열 분리는 2021년 중 사건으로 반영하지 않았음

2) 계열회사간 내부거래 현황은 2020년 실적 기준으로, 2021년에 발생한 GS리테일과 GS홈쇼핑간 합병은 2021년 중 사건으로 반영하지 않았음

3) 10대 그룹: 공시대상기업집단 중 총수가 있는 기업집단으로 삼성그룹, 현대자동차그룹, SK그룹, LG그룹, 롯데그룹, 한화그룹, GS그룹, 현대중공업그룹, 신세계그룹, CJ그룹

주2) 2019년 CJ(지주회사)는 CJ올리브네트웍스의 올리브영 부문과 IT부문 법인을 인적분할하고, IT부문을 CJ주식회사의 100% 자회사로 편입하였음. 분할 당시 CJ올리브네트웍스는 이재현 회장의 자녀인 이선호 부장과 이경후 상무가 보유한 지분은 CJ(지주회사)의 주식으로 교환(교환비율 1:0.5444487, 주요사항보고서 2019. 12. 09)되었으며, 이선호 부장과 이경후 상무의 CJ(지주회사)에 대한 지분율은 각각 0→2.75%, 0→1.19%로 상승하였음. 대신경제연구소, “2020년 대기기업집단 지배구조 보고서(CJ그룹)” (2020)

10대 그룹의 브랜드로열티(그룹명 상표권 사용료) 규모

브랜드로열티 산정 기준
: 그룹별 자율적으로 산정
: 지배주주의 수익과 연관高
→ 엄격한 감시 필요

앞서 살펴본 상위 10대 그룹의 내부거래 비중에 상당하고 지속적인 영향을 주는 내부거래 유형 중 브랜드로열티(그룹명 상표권 사용료)가 있다. 일반적으로 지주회사가 그룹의 상표권을 소유하고 있으며 국내·해외 계열회사는 매출액에 기반하여 일정 비율을 그룹명 상표권을 소유한 회사에 사용료를 지급하고 있다. 여기서 일정비율(브랜드로열티 산정 기준)은 합리적인 범위 내에서 그룹이 자율적으로 정하고 있고 지배주주의 지분이 상대적으로 높은 지배회사(일반적으로 지주회사)의 수익과 무관하지 않은 바, 보다 엄격한 감시가 필요한 대목이다.

이에, 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」(이하, 공정거래법)은 브랜드로열티를 자산거래로 간주하여 50억원이 넘는 거래에 대하여 사전에 이사회 및 공시 의무를 부여하여 계열회사간 거래를 감시하고 있다.

다만, 거래규모가 50억원 미만이거나, 해외계열회사와의 거래는 「공정거래법」에서 규정하는 대규모내부거래의 범위에서 벗어나는 한계가 있어 공시된 금액은 보수적인 금액으로 인식할 필요가 있다. 한편, 공시된 예상 거래금액이 사전공시로 실적이 아님에도 상당한 설득력이 있는 이유는 실거래금액이 既공시된 거래금액에서 20% 내외 차이가 발생했을 때 이사회에서 재의결하고 재공시를 하도록 하여 사전공시의 신뢰성을 보완한다는 점에 있다.

〈독점규제 및 공정거래에 관한 법률 (약칭 : 공정거래법)〉

제11조의2(대규모내부거래의 이사회 의결 및 공시) ①제14조제1항 전단에 따라 지정된 공시대상기업집단(이하 "공시대상기업집단"이라 한다)에 속하는 회사는 특수관계인을 상대방으로 하거나 특수관계인을 위하여 대통령령으로 정하는 규모 이상의 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 거래행위(이하 "大規模内部去來"라 한다)를 하려는 때에는 미리 이사회의 의결을 거친 후 이를 공시하여야 한다. 제2항에 따른 주요내용을 변경하려는 때에도 또한 같다.

1. 가지급금 또는 대여금 등의 자금을 제공 또는 거래하는 행위
2. 주식 또는 회사채 등의 유가증권을 제공 또는 거래하는 행위
3. 부동산 또는 무체재산권 등의 자산을 제공 또는 거래하는 행위
4. 주주의 구성 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 계열회사를 상대방으로 하거나 동 계열회사를 위하여 상품 또는 용역을 제공 또는 거래하는 행위

10대 그룹 브랜드로열티 규모
: 7,574억원

SK그룹 : 2,239억원

삼성그룹 : 188억원

현대중공업그룹, 신세계그룹

: 공시대상 없음

당 연구소는 10의 그룹의 최근 1년간 브랜드로열티 관련 (대규모내부거래 공시)를 바탕으로 2021년 지급 예정인 브랜드로열티 내부거래 규모와 산정 기준을 조사한 결과, 최근 1년간 공시기준으로 1년 기간으로 환산한^{주3)} 10대 그룹의 브랜드로열티 규모는 7,574억원 규모로 나타났다. 그룹별로 비교했을 때 SK그룹이 2,239억원^{주3)}으로 가장 많은 것으로 조사되었고 공시된 그룹 중에서는 삼성그룹이 188억원으로 가장 낮은 것으로 나타났다. 현대중공업과 신세계그룹은 「공정거래법」상 공시대상범위에 속하지 않아 공시 내역이 없는 것으로 조사되었다.

한편, 브랜드로열티가 국내계열회사 내부거래에 차지하는 비중을 비교한 결과 한화그룹이 3.8%로 가장 높았고 그 뒤로 CJ그룹이 2.8%를 차지하는 것으로 조사되었다.

주3) 거래기간이 1년을 초과하여 거래금액을 공시한 경우 공시된 거래금액을 거래기간으로 나누어 1년 기준으로 환산함(Annualize)

그룹별 〈대규모내부거래 공시〉를 통해 확인한 바에 따르면, 브랜드로열티 산정 기준이 모두 상이(매출액의 0.15%~0.5%)였으며 일부 그룹(현대자동차그룹, LG그룹, 한화그룹, GS그룹)은 산정 기준을 해당 〈대규모내부거래 공시〉를 통해 공개하고 있지 않은 것으로 조사되었다.

투명하고 합리적인

브랜드로열티 산정 기준 필요

계열회사간 거래는 합리적이고 시장질서를 교란하지 않는다는 전제하에 거래당사자의 자율적 의사결정에 근거한다. 다만, 지배주주의 지분이 상대적으로 높은 지배회사(일반적으로 지주회사)의 수익 원천이 되는 브랜드로열티를 산정하는 기준이 투명하지 않거나 합리적이지 않다면 브랜드로열티를 지급하는 다수의 계열회사 주주의 이익을 침해할 우려가 있으므로, 보다 엄격한 감시가 필요하다.

표2. 10대 그룹의 〈대규모내부거래 공시〉 현황(최근 1년간 브랜드로열티 공시)

(대규모내부거래 공시 기준, 단위: 백만 원)

기업집단 (수취회사)	지급회사	거래금액 ¹⁾ (Annualize)	거래 내용			브랜드로열티 산정 기준 ²⁾
			거래기간(시작)	거래기간(종료)	거래금액(공시)	
삼성그룹 (삼성전자)	삼성바이오에피스	2,502	2021.02.01	2024.01.31	7,505	사용료는 거래기간 동안 매년 지급받되, 상표사용과 무관한 매출액 및 매입액을 제외한 지급대상회사 매출액의 0.5%
	삼성바이오로직스	8,796	2021.02.01	2024.01.31	26,388	
	삼성바이오로직스 ³⁾	3,260	2018.02.01	2021.01.31	9,779	
	삼성웰스토리	7,500	2021.01.01	2021.12.31	7,500	
현대차그룹 (현대모비스) (현대자동차)	현대제철	20,800				(대규모내부거래 공시 內 정보없음)
	현대제철	5,000	2021.01.01	2021.12.31	5,000	
	현대제철	10,700	2021.01.01	2021.12.31	10,700	
	현대글로비스	5,100	2021.01.01	2021.12.31	5,100	
SK그룹 (SK)	SK케미칼	223,892	2021.01.01	2023.12.31	6,040	거래상대방의 기준 사업연도 매출액에서 광고선전비를 제외한 금액의 0.2%
	SK디앤디	2,013	2021.01.01	2023.12.31	5,577	
	SK가스	1,859	2021.01.01	2023.12.31	14,925	
	SK실트론	4,975	2021.01.01	2023.12.31	11,216	
	SK건설	3,739	2021.01.01	2023.12.31	49,211	
	SK매직	16,404	2021.01.01	2023.12.31	7,679	
	SK렌터카	2,560	2021.01.01	2023.12.31	6,140	
	SK네트웍스	2,047	2021.01.01	2023.12.31	40,454	
	SK하이닉스	13,485	2021.01.01	2023.12.31	203,646	
	SK브로드밴드	67,882	2021.01.01	2023.12.31	24,084	
	SK텔레콤	8,028	2021.01.01	2023.12.31	71,777	
	SK아이이테크놀로지	23,926	2021.01.01	2023.12.31	5,002	
	SK인천석유화학	1,667	2021.01.01	2023.12.31	28,071	
	SK루브리컨츠	9,357	2021.01.01	2023.12.31	15,520	
	SK에중합화학	5,173	2021.01.01	2023.12.31	33,442	
	SK에너지	11,147	2021.01.01	2023.12.31	138,001	
	SK이노베이션	46,000	2021.01.01	2023.12.31	10,890	
LG그룹 (LG)	LG화학	3,630				(대규모내부거래 공시 內 정보없음)
	LG디스플레이	155,533	2020.01.01	2022.12.31	128,900	
	LG유플러스	42,967	2020.01.01	2022.12.31	135,000	
	LG이노텍	45,000	2020.01.01	2022.12.31	81,800	
	LG생활건강	27,267	2020.01.01	2022.12.31	55,800	
	LG씨엔에스	18,600	2020.01.01	2022.12.31	31,200	
	LG하우시스	10,400	2020.01.01	2022.12.31	21,200	
	LG상사	7,067	2020.01.01	2022.12.31	9,200	
5대 그룹	평균	3,067			3,500	

1) 거래금액(Annualize) : 공시된 거래금액을 거래기간으로 나눈 1년 환산 금액임

2) 분석대상기업이 공시한 대규모내부거래 공시 내 공시문구를 준용함

3) 삼성바이오로직스는 대규모내부거래 공시를 2회(2020.10.29, 2021.2.16) 하였으나, 연속성이 있는 거래로 판단되어 그룹 소계에서 제외함

표3. 10대 그룹의 〈대규모내부거래 공시〉 현황(최근 1년간 브랜드로열티 공시)

(대규모내부거래 공시 기준, 단위: 백만 원)

기업집단 (수취회사)	지급회사	거래금액 ¹⁾ (Annualize)	거래 내용			브랜드로열티 산정 기준 ²⁾
			거래기간(시작)	거래기간(종료)	거래금액(공시)	
롯데그룹 (롯데지주)	롯데케미칼	59,508				(당해 회계연도 매출액 - 광고선전비) × 0.15%
	롯데쇼핑	16,675	2021.01.01	2021.12.31	16,675	
	롯데건설	14,703	2021.01.01	2021.12.31	14,703	
	호텔롯데	7,984	2021.01.01	2021.12.31	7,984	
	코리아세븐	7,830	2021.01.01	2021.12.31	7,830	
	롯데하이마트	6,256	2021.01.01	2021.12.31	6,256	
한화그룹 (한화)	한화생명보험(주)	6,060	2021.01.01	2021.12.31	6,060	(대규모내부거래 공시 內 정보없음)
	한화손해보험(주)	120,934	2021.01.01	2021.12.31	51,401	
	한화솔루션(주)	51,401	2021.01.01	2021.12.31	23,363	
	한화도탈(주)	23,363	2021.01.01	2021.12.31	18,095	
	(주)한화건설	18,095	2021.01.01	2021.12.31	10,173	
	한화투자증권(주)	10,173	2021.01.01	2021.12.31	9,814	
GS (GS)	GS건설	9,814	2021.01.01	2021.12.31	8,088	(대규모내부거래 공시 內 정보없음)
	GS리테일	63,800	2021.01.01	2021.12.31	17,700	
	GS칼텍스	17,700	2021.01.01	2021.12.31	18,500	
현대중공업 그룹	공시대상 없음	18,500	2021.01.01	2021.12.31	27,600	(대규모내부거래 공시 內 정보없음)
	공시대상 없음					
	공시대상 없음					
신세계 그룹	공시대상 없음					(매출액 - 광고선전비) x 0.4%
	공시대상 없음					
	공시대상 없음					
	공시대상 없음					
	공시대상 없음					
	공시대상 없음					
CJ그룹 (CJ)	CJ올리브영	94,145	2021.01.01	2021.12.31	7,978	(매출액 - 광고선전비) x 0.4%
	CJ프레시웨이	7,978	2021.01.01	2021.12.31	7,311	
	CJ ENM	7,311	2021.01.01	2021.12.31	11,048	
	CJ대한통운	11,048	2021.01.01	2021.12.31	33,808	
	CJ제일제당	33,808	2021.01.01	2021.12.31	34,000	
	CJ제일제당	34,000	2021.01.01	2021.12.31	34,000	
10대 그룹	평균	75,741				

1) 거래금액(Annualize) : 공시된 거래금액을 거래기간으로 나눈 1년 환산 금액임

2) 분석대상기업이 공시한 대규모내부거래 공시 내 공시문구를 준용함

표4. 10대 그룹의 국내계열회사 내부거래 內 브랜드로열티 비중

(단위: 백만 원)

기업집단	브랜드로열티 계(A) ¹⁾	국내계열회사 내부거래 계(B) ²⁾	브랜드로열티 비중 (A/BX100)
삼성그룹	18,798	26,796,157	0.1%
현대자동차그룹	20,800	38,512,059	0.1%
SK그룹	223,892	30,210,098	0.7%
LG그룹	155,533	13,893,108	1.1%
롯데그룹	59,508	6,459,739	0.9%
한화그룹	120,934	3,224,148	3.8%
GS그룹	63,800	3,370,897	1.9%
현대중공업그룹	-	6,795,043	-
신세계그룹	-	2,835,003	-
CJ그룹	94,145	3,345,975	2.8%
10대 그룹 평균	75,741	13,544,223	0.6%

1) 최근 1년간 대규모내부거래 공시 기준

2) 2021.05 기업집단현황공시 기준

제언

앞서 언급한 바와 같이 내부거래의 절대적인 규모만으로 건전한 지배구조를 판단하는 기준으로 삼을 수는 없으나, 건전하지 못한 지배구조를 지닌 기업집단은 빈번하고 투명하지 않으며 상당한 규모의 내부거래를 통해서 일감 몰아주기 및 지배주주의 사익편취 문제가 발생할 우려가 매우 크다.

당 연구소는 10대 그룹의 내부거래 현황과 지배주주의 수익과 연관이 큰 브랜드로열티 예상 규모를 〈기업집단현황공시〉와 〈대규모내부거래 공시〉를 통해 조사한 결과, 국내 계열회사간으로 한정해도 불구하고 10대 그룹 평균 10%를 상회하는 내부거래 비중을 보였고 감시 의무가 소홀할 수 있는 비상장기업으로부터의 내부거래 비중이 큰 것(상장 계열회사 9.0%, 비상장 계열회사 24.7%)으로 나타났다. 한편, 〈대규모내부거래 공시〉들 중 고정적이고 지속적인 브랜드로열티에 관한 내부거래를 별도로 살펴본 결과 2021년 10대 그룹의 총 거래규모는 7,574억원에 달할것으로 예상되었으나 브랜드로열티를 산정하는 기준은 그룹마다 편차가 컸으며 산정 기준을 〈대규모내부거래 공시〉에 공개하지 않는 일부 그룹도 발견되었다.

이에 당 연구소는, 그룹 내 내부거래 자체가 그룹의 경영전략과 수익성 관점에서 분리될 수 없다면 내부거래가 성립되는 과정에서 투명하고 건전하게 유지 및 관리 될 수 있도록 개선점을 다음과 같이 3가지로 요약하였다.

1. ‘명목상’ 설치가 아닌, ‘기능’에 중심을 둔 〈내부거래위원회〉 설치

계열회사 내 내부거래가 건전하고 투명하게 성립되고 유지 및 관리될 수 있도록 해당기업은 이사회 내 위원회로 〈내부거래위원회〉를 설치할 수 있다. 당 연구소가 6월 발간한 보고서 〈10대 그룹, 이사회 내 위원회의 형식적 설치 및 제언〉에 따르면 지배주주의 사익편취 방지를 위해 자율적으로 설치 가능한 〈ESG위원회〉와 〈내부거래위원회〉를 중심으로 살펴본 결과, 위원회의 실질적 운영 실효성 측면에서 아쉬운 부분을 볼 수 있었다.

10대 그룹 상장사 대부분
형식적인 〈내부거래위원회〉 설치

2021.1Q 기준으로 10대 그룹 상장회사 106개社 중 〈내부거래위원회〉를 설치한 곳은 62개社로 58.5%에 불과했으며, 이들 중 29개社(46.8%)는 〈내부거래위원회〉에 사내이사가 포함되어 독립적인 의사결정 과정에 영향을 줄 우려가 있었고, 29개社(46.8%)는 〈내부거래위원회〉에 상정한 안건을 이사회에 재상정하여 의결함으로써 실질적인 의사결정 권한이 있는지 의심이 가는 부분이 있었다.

기능 중심의
〈내부거래위원회〉 설치

‘명목상’ 설치가 아닌, 실질적인 ‘기능’에 중심을 둔 〈내부거래위원회〉를 설치함으로써 건전하고 투명하며 지속가능한 내부거래를 담보하는 것이 필요한 시점이다.

표5. 10대 그룹 소속 상장기업(106개社)의 이사회 내 위원회 현황 (2021.1Q 기준)^{주4)}

그룹명	상장기업	위원회	ESG위원회	내부거래위원회			
					사내이사포함	이사회재의결	내용미공개
10대 그룹	106개社 (100%)	355개 (평균 3.3개)	50개 (47.2%)	62개 (58.5%) (100%)	29개 (46.8%)	29개 (46.8%)	35개 (56.5%)

자료: 대신지배구조연구소, 사업보고서(2020.12), 분기보고서(2021.03)

주4) 대신경제연구소, “10대 그룹, 이사회 내 위원회의 형식적 설치 및 제언”(2021)

II. 브랜드로열티 지급에 대한 합리적인 산정 근거 마련 및 공시 의무화

상위 10대 그룹의 내부거래 중 상당하고 지속적인 영향을 주는 내부거래 유형인 브랜드로열티 예상 규모를 살펴본 결과, 그 규모가 상당함에도 금액을 산정하는 기준에 대한 편차는 큰 것으로 조사되었다. 예컨대, 브랜드로열티를 산정하는 기준 중 매출액의 일정비율은 롯데그룹 0.15%에서 CJ그룹 0.4%, 삼성그룹 0.5% 까지 그 범위가 넓게 나타났다.

투명하고 합리적이며
이해관계자 모두 공감할 수 있는
브랜드로열티 산정 기준 마련

브랜드로열티의 산정 기준이 되는 일정비율은 합리적이고 시장질서를 교란하지 않는 전제하에 거래당사자의 자율적 의사결정에 근거한다. 다만, 지배주주의 지분이 상대적으로 높은 지배회사(일반적으로 지주회사)의 수익 원천이 되는 브랜드로열티를 산정하는 기준이 투명하지 않거나 합리적이지 않다면 브랜드로열티를 지급하는 다수의 계열회사 주주의 이익을 침해할 우려가 있으므로 보다 엄격한 감시가 필요하며, 더불어 이해관계자 모두 공감할 수 있는 브랜드로열티 지급에 대한 보편적이고 합리적인 산정 근거가 마련되어야 한다.

이사회 사전 의결 및
〈대규모내부거래 공시〉시
상표권 가치평가서 제출 의무화
도입 고려

가령, 계열회사와의 브랜드로열티 거래는 「공정거래법」에서 규정하는 '자산거래'에 해당하므로 예상 거래 규모를 사전에 이사회에서 의결하고 그 내용을 〈대규모내부거래 공시〉를 통해 공개하도록 의무를 부여하고 있는 바, 브랜드로열티의 근거가 되는 상표권에 대한 가치평가서를 관련 안건이 상정된 이사회에 제출하도록 하여, 이사회 의사록에 근거를 보존토록 하고 〈대규모내부거래 공시〉시 첨부자료로 첨부하도록 하는 것을 고려할 수 있다.

III. 공정거래위원회, 〈대규모내부거래 공시〉 해외계열회사 포함토록 개정 필요

현행 〈대규모내부거래 공시〉의 공시대상 법인은 거래금액이 50억 이상인 국내법인으로 한정하고 있다. 그 결과, 거래금액이 50억 미만인 거래 또는 해외계열회사와의 내부거래는 공시대상에서 제외되어, 그룹 내 브랜드로열티를 지급하고 수취하는 내부거래의 정확한 규모를 파악하기 쉽지 않다.

〈대규모내부거래 공시〉 대상에
해외계열회사 포함되도록
공시 개정 필요

공시의무 발생 금액인 50억이라는 기준은 중요성의 관점에서 논외로 하더라도, 브랜드로열티 금액을 산정하는 기준이 매출액의 일정비율(0.15%~0.5%)이므로 그 규모가 상당할 것으로 예상되는 해외계열회사와의 브랜드로열티 거래금액을 공시대상에 포함하는 것이 정보이용자(감독기관, 투자자 등) 측면에서도 정확한 내부거래 규모와 유형을 판단하는데 기여할 것으로 판단된다.

Compliance Notice

본 보고서는 일반적인 정보제공만을 목적으로 발행되므로 이에 수록된 내용은 (주)대신경제연구소의 공식적인 견해나 구체적 사안에 대한 특정한 투자상담, 권유, 또는 광고 등을 포함하는 것이 아님을 알려드립니다. 당 연구소는 본 리포트에서 제공된 내용에 관하여 정확성 또는 예측의 실현여부 등을 보장하지 않습니다. 누구든지 본 보고서를 분쟁 등에서 법적 책임 소재의 증빙자료로 사용할 수 없으며, 당 연구소의 동의 없이 이의 내용을 무단으로 복제/전송/인용/배포하는 행위를 금지하며 이를 위반할 경우 법적 책임을 질 수 있습니다