

발간호

제 24 호

2010 년 8 월



▶ COVER STORY:

방송통신기기 인증제도
(전자파인증)..... 1

▶ FTA NEWS:

한-EU FTA 를 대비한
품목별 원산지 인증수출자
가(假) 인증제도..... 2

▶ VOICES FROM THE FIELDS:

지속 가능한
기업모델에 관하여..... 3▶ 관세무역관련 법령 변경
소식 4▶ US CUSTOMS VALUATION
RULINGS①..... 4▶ WHERE IS GRACE CHANG?:
지식 창고 6

▶ ABOUT WRITERS 6

Zoom-in Trade

신한관세법인 월간 관세 무역 소식지
LEADERSHIP TOWARD INNOVATION & CREATIVITY

방송통신기기 인증제도(전자파인증)

지난 7 월 애플사의 아이폰 출시 연기 기사에 크게 실망하였던 국내 팬들이 “아이폰 4 국내 전자파인증 획득”이라는 기사에 흥분감을 감추지 않고 있다. 즉 국내 전자파 인증을 획득 했기 때문에 출시가 8 월 말 또는 늦어도 9 월 중에는 이루어 질 것이라는 기대감 때문이다. 이처럼 아이폰 또는 아이패드와 관련해서 ‘전자파 인증’이라는 생소한 용어가 자주 등장하고 있다. 이번 Cover Story 에서는 전자파 인증에 대해 전반적으로 알아보도록 하겠다.



1. 방송통신기기 인증제도

전자파인증의 정식 명칭은 방송통신기기 인증 제도 이다.

전기통신기본법 제 33 조와 전파법 제 46 조 및 제 57 조에 따르면, 방송통신기기를 제조, 수입 또는 판매하고자 하는 자는 해당 기기에 적용되는 인증을 받고 이에 관한 표시를 제품에 부착하여 유통하여야 한다.

당해 기기가 일정기준 이상의 불필요한 전자파 등을 방출한다면 주변 기기의 오작동에 영향을 미칠 수 있고 또한 인체에도 피해를 입힐 수 있다. 따라서 전자파적합 인증시험을 거쳐 당해 기기가 인체 및 타 통신 기기등에 미치는 영향이 없는지 확인 해야 한다.

외국에 있어서도 미국, 일본, 독일, 영국, 캐나다, 호주, 러시아, 중국, IRPA 등 여러 기관·조직이 전자파의 안전기준을 책정하고 있으며, 이러한 안전기준들이 자율성에서 점점 법적 강제성을 변경되고 있는 추세이다.

방송통신기기를 인증 받기 위해서는 먼저 전파연구소나 해당 기기를 시험할 수 있는 지정시험기관을 통해 시험을 거친 후 시험성적서를 발급받아 전파연구소에 인증을 신청하면 된다. 신청 후 최대 5 일 이내에 인증서를 발급받을 수 있다.

| 구분 | 기기의 예 | 대상인증 | 인증이유 |
|---------|---|-----------------|--|
| 전기통신기자재 | 전화기,모뎀,팩시밀리등 | 형식승인 | 기간통신망을 외부의 전기 및 기계적 위해로부터 보호하고 사용자의 안전 및 권익 보장 |
| 무선설비기기 | 선박용경보자동수신기등 인명 안전과 관련이 많은 무선기기 이동가입무선전화등 | 형식검정 | 무선기기의 성능과 품질을 보장하여 인명안전과 관련된 무선기기의 신뢰성을 확보하여 국내의 전파질서를 유지 |
| 정보기기 | 일반인이 쉽게 쓸 수 있는 무선기기 PC, 프린터, 모니터 | 형식등록 전자파적합등록 | 불필요한 전파에 의한 통신장애 및 기기 오동작으로 인한 인명 및 재산의 피해를 최소화하고 국내 전파환경 보호 |

2. 인증제도의 종류 및 적용이유

방송통신기기 인증제도에는 ‘형식승인’, ‘형식검정’, ‘형식등록’, ‘전자파 적합등록’이 있으며 기기에 따라 하나 또는 중복해서 둘 이상의 인증을 획득해야 한다 (예:아이폰 4 의 경우 형식승인 과 전자파 적합등록 대상이다.)

3. 방송통신기기의 인증면제

방송통신기기의 경우 인증 획득이 필수 요건이나, 이는 시간과 비용이 많이 든다는 점에서 수입자에게 큰 부담으로 작용 할 수 있다. 그래서 전파법등에서는 특정한 경우를 지정하여 전자파 인증 획득을 면제 해주고 있다 .예를 들면 여행자가 판매를 목적으로

하지 아니하고 자신이 사용하기 위하여 반입하는 기기, 시험 연구를 위해 반입하는 기기등이다. 따라서 관세사등 관련 전문가등에게 면제대상인지 여부를 확인하고 인증 면제대상에 해당되는 경우 관련기관(전파연구소등)에 면제신청서를 제출하여 인증면제를 받는 것이 중요하다.

4. 마치며

아이폰 · 아이패드와 관련하여 이슈가 되고

있는 방송통신기기 인증에 대해 알아 보았다. 당해 인증 제도는 인명 및 재산 보호 및 기타 전파 질서 및 환경 보호를 위해 꼭 필요한 제도이다. 따라서 인증이 필요한 방송통신기기를 수입하고자 하는 자는 반드시 인증을 획득한 후 수입해야 하며, 그렇지 않은 경우 사후관리에 따라 행정처분 (시정명령, 생산·수입중지 및 수거명령등)을 받게 될 뿐만 아니라 벌금 또는 징역에 처해 질 수도 있다. 따라서 당해 기기등을 수입하는 자는 먼저 당해

기기가 방송 통신 기기 인증 대상인지 또는 인증 면제 대상인지를 관세사등을 통해서 확인한 후 수입하는 것이 현명한 방법이 될 것이다.

신한관세법인
관세사 배 성 재
sjbae@customsservice.co.kr

FTA News

한-EU FTA 를 대비한 품목별 원산지인증수출자 가(假)인증제도

수출입물품의 원산지증빙은 FTA 협정관세 적용을 받기 위하여 가장 기본적이면서도 중요한 요건이며 FTA 체결국내(역내)에서 제조, 가공된 것임을 증명하여야 한다. 원산지증빙서류 중 원산지를 입증하는 가장 기본적인 서류를 원산지증명서(C/O; Certificate of Origin)라고 한다. 특히 한-EU FTA 에서는 6000 유로 이상 수출하는 업체는 인증수출자에 한하여 원산지증명서를 발급할 수 있도록 규정하고 있는바, 이하 품목별 원산지인증수출자 가인증제도에 대하여 살펴 보고자 한다.

□ 품목별 원산지인증수출자 가인증제도 도입배경

2009 년 10 월 가서명만 이루어진 한-EU FTA 는 현재 발효되지 않은 상태이므로 미발효된 협정을 토대로 품목별 원산지인증수출자의 지정은 불가능하다. 따라서 기업에게는 2010 년 하반기 발효 예정인 한-EU FTA 를 대비한 품목별 원산지인증수출자의 가인증제도의 필요성이 대두되고 있으며, 당해 가인증제도는 2010 년 8 월 2 일부터 시행되고 있다.

업체별 원산지인증수출자의 경우 타 FTA 협정을 통해 인증을 득하면 한-EU FTA 에 대한 인증의 혜택을 포괄적으로 적용 받을 수 있다.

□ 가인증제도의 혜택

1. 원산지증명능력 심사에 대한 충분한 대응

품목별 가인증 신청 후 관할 본부세관에서는 신청을 받은 날로부터 20 일간 심사를 하게 되나, 제출 받은 서류가 미비하거나 원산지결정기준의 충족여부를 심사하기 곤란하다고 인정되면 5 일 이상 10 일 이내에 보정을 요구하거나, 현지확인을 할 수 있다. 가인증은 한-EU FTA 가 정식 발효되기 전에 취득하는 제도이므로, 기업은 원산지 증명능력에 대하여 충분한 대응을 할 수 있게 된다.

| | 품목별 원산지인증수출자제도 | 품목별 원산지인증수출자 가(假)인증제도 |
|-------|---|---|
| 구분 | 기관발급방식 - 한-싱가포르 FTA - 한-ASEAN FTA - 한-인도 CEPA | 자율발급방식 - 한-EU FTA |
| 제도 취지 | 기관발급방식 원산지증명서 발급절차 간소화 | 한-EU FTA 발효시 수출건별 6000 유로 이상 수출자의 경우 원산지증명서 자율발급의 필수요건 |
| 인증 요건 | 인증신청 물품(HS CODE 6 단위)의 원산지결정기준 충족 원산지증명서 발급대상 비치 및 관리 원산지관리전담자의 지정 및 운영 처벌이력이 없음 -최근 2 년간 원산지조사를 거부하지 않은 자 -최근 5 년간 서류보관의무 미 위반자 | |
| 인증 절차 | 세관장은 신청일로부터 20 일 이내 심사 후 인증여부를 통보함 | 세관장은 신청일로부터 20 일 이내 심사 후 가인증여부를 통보함 한-EU FTA 가 발효 시 동일 가인증품목에 대한 인증신청 심사를 생략하고 즉시 정식인증서를 교부함 |
| 인증 혜택 | 원산지증명서 발급신청서 작성 첨부서류 제출 생략 현지확인 생략 가능 | 6000 유로 이상 물품을 수출할 경우 인증수출자에 한하여 원산지증명서 자율발급 가능 |

<품목별 원산지인증 수출자 제도 비교>

2. 한-EU FTA 발효 후 심사기간의 단축

한-EU FTA 가 정식 발효되면 품목별 가인증 수출자는 정식 인증신청을 하게 되고, 기존 동일 가인증 품목에 대하여 심사기간이 생략되므로 기업은 한-EU FTA 활용으로 인한 관세혜택을 즉시 받을 수 있다.

속지하여 한-EU FTA 발효 전에 미리 품목별 가인증을 받아 심사기간에 대한 부담을 사전에 최소화하는 것이 요구된다.

이를 통해 기업은 FTA 발효로 인한 EU 시장의 선점효과 및 가격경쟁력을 갖춘 품목으로 지속적인 경제이익의 확보를 기대할 수 있겠다.

□ 기업의 가인증제도 활용

한-EU FTA 의 원산지증명서 발급방식은 자율발급이지만, 6000 유로 이상 수출하는 기업은 반드시 인증수출자의 경우에 한하여 원산지증명서의 자율발급이 가능하다¹. 따라서 EU 가 수출국인 기업에서는 이 점을 충분히

신한관세법인
관세사 이 준 혁
jhlee@customsservice.co.kr

¹ '09 년말 현재 6000 유로 이상 對유럽 수출자는 10,074 개임 (출처: 기획재정부 보도자료 2010.02)

Voices From The Fields

지속 가능한 기업으로서 자리매김하려면 어떤 조건들이 필요한 것일까? 10년을 채 넘기지 못하고 사라지는 기업들은 또 왜 그런 것일까? 기업이 고객과 주주와 직원, 기업 그 어느 한 쪽으로만 치우치지 않으면서도 그들 모두에게 각각 의미 있는 가치를 지속적으로 제공할 수 있을까? 이러한 물음에 조금이나마 답을 얻은 것 같아 여기에 간략하게 소개하고자 한다.

지속 가능한(sustainable) 기업 모델에 관하여

어떤 기업이 5년, 10년, 그리고 그 이상을 넘어 지속 가능한 기업으로서 자리매김하려면 어떤 조건들이 필요한 것일까? 10년을 채 넘기지 못하고 사라지는 기업들은 또 왜 그런 것일까? 어떻게 하면 기업이 고객과 주주와 직원, 그 어느 한 쪽으로만 치우치지 않으면서도 그들 모두에게 각각 의미 있는 가치를 지속적으로 제공할 수 있을까? 이러한 물음에 관해 궁금해 하던 중 마침 필자는 필립 코틀러(Phillip Kotler)의 '리싱킹 마케팅 (Rethinking Marketing)'이란 책을 읽게 되었다. 이 책을 읽고 위의 물음에 조금이나마 답을 얻은 것 같아 여기 잠깐 그 읽고 느낀 점을 소개한다.

우선 우리가 일반적으로 기업의 생존을 위해 꼭 필요한 마케팅(Marketing)을 말할 때, 그 마케팅이란 것도 사실은 시장(market)과의 역동적인 관계 속에서 지속적으로 재정되어야 할 것으로 보인다. 즉, 마케팅은 한번 정하여 고정되는 것이 아니라, 끊임없이 변화하며 재정되어야 한다는 것이다. 그러기 위해서는 그것은 시장으로 계속 나아가는 것, 즉 무엇보다도 지속적으로 변화하는 시장에 대한 충분한 이해를 전제로 해야 한다.

시장은 먼저 다양한 이해관계가 만나는 곳이다. 특정 상품이나 서비스를 두고, 고객과 기업 그리고 그 기업에 투자한 주주의 이해관계까지도 서로 얽혀있는 곳이다. 그 곳은 다시 말해 그 상품이나 서비스를 통해 서로 다른 이해관계를 가진 사람들의 서로를 향한 커뮤니케이션이 이루어지는 곳이다. 그리고 그 커뮤니케이션의 궁극적인 목표는 각 참여자 모두에게 의미 있는 가치를 창출하는 것이다.

그러기 위해서는 무엇보다도 상품이나 서비스에 고객의 요건이 충분히 반영되어 있어야 한다. 그 요건은 상품이나 서비스 자체의 품질뿐만 아니라, 사회/문화적인 차이에 따라 오는 심리적이며 미학적인 관점까지도 포함하고 있어야 한다. 상품이나 서비스가 이러한 전체적인 관점에서의 고객의 요건을 충족시킬 때에야, 그것은 비로소 고객의 가치 창출에 기여하게 될 것이다.

고객을 향한 기업의 시장 참여는 그 기업의 직원들에게도 의미 있는 가치를 부여하는 것이어야 한다. 기업의 직원들은 단지 그 기업의 이윤 추구만을 위해 일하는 것이 아니다. 모든 기업은 그 나름대로의 특별한 비전을 갖고 있다. 그 비전은 시장에 대응한 기업의 변화 속에서도 지속적으로 살아 숨쉬며, 직원들의 마음을 통해 기업 문화 속에서 깊이 공유되는 어떤 것이다. 그럼으로써 그것은 직원들의 응집된 마음을 통해 상품이나 서비스에 반영되어 그것들을 훌륭하게 만들며, 나아가 직원들의 삶에도 의미 있는 가치를 부여하게 된다.

기업은 또한 주주의 이익 극대화를 위해 노력해야 한다. 그것은 시장에서의 성공에 달려있다. 성공하는 기업은 기본적으로 주주를 위해 이익을 창출할 수 있는 기업일 것이다.

그러면 기업은 어떻게 위에서 말한 여러 이해 당사자들의 가치 창출에 기여하면서 지속적인 성공으로 나아가갈 수 있는가? 그것은 시장은 본질적으로 변화한다는 것, 그리고 그 변화는 바로 기업의 끊임없는 변화를 요구한다는 이해로부터 출발한다. 상향 곡선에 있을 때 다가올 하향 곡선을 준비하여, 다시 상향 곡선으로 나아가갈 수 있는 기업. 그 반복되는 변화의 흐름에 지속적으로 대응할 수 있는 기업. 변화하는 시장의 욕구와 필요에 빠르고 진지하게 다가갈 수 있는 기업. 기존 시장뿐만 아니라, 미래의 비즈니스 환경, 즉 미래 시장을 향해서도 자신을 먼저 변화시켜나갈 수 있는 기업. 비전과 목표를 실현하기 위하여 모든 활동을 효과적이고 효율적으로 관리할 수 있는 기업.

그래서 지속적 성공, 즉 지속성(sustainability) 이야 말로, 모든 이해 당사자들의 가치 창출에 기여하면서도, 끊임없이 변하는 시장에서 모든 비즈니스의 가장 중요한 요소라고 할 수 있다. 그리고 변화하는 비즈니스 환경에 지속적으로 대처해 나가기 위해서는 조직 내에서도 정치적, 기술적, 그리고 문화적 변화를 지속적으로 이루어 나가야 한다.



정치적변화는 우리가 조직의 내부에서 어떻게 힘의 분배와 정치적 이슈들을 관리하는가에 관한 것이다. 그 경우에 CEO는 어려운 의사 결정자인 동시에 용기 있게 위험을 떠맡는 사람으로서, 모든 변화에의 노력을 시작하고 추진하는데 있어서 매우 중요한 역할을 담당한다.

기술적변화는 우리가 어떻게 새로운 비즈니스 아키텍처를 만들고 적용시키는가에 관한 것이다. 반면에 문화적 변화는 새로운 비즈니스 아키텍처를 지원하는 새로운 공동의 가치와 행동양식을 우리가 어떻게 설정하고 심어 나가는가에 관한 것이다.

이렇게 이 책은 지속 가능한 경영으로서의 마케팅에 관해 다시 생각해보게 한다. 마케팅은 단지 기능적 개념으로서만 정의되는 것이 아니라, 전략적 비즈니스 모델의 실현으로써, 세 주요 이해 당사자들(고객, 주주, 직원)을 위한 지속적인 만족의 성취를 그 목표로 해야 한다는 것이다. 즉, 마케팅은 조직에서 (신체를 예로 들어) 몸의 한 부분이 아니라, 그 영혼(soul)이라는 것. 그러므로 조직의 모든 사람은 마케팅 담당자가 되어야 한다고 강조한다.

그랬을 때 그 기업은 결국, 지속 가능한 기업 모델이 될 것이며, 주요 이해 당사자들의 가치를 극대화하고, 그 가치를 지속적으로 유지해나갈 수 있는 기업이 될 것이다.

한국센마이크로시스템즈

이사 강 경 인

gikang88@naver.com

관세무역관련법령 변경 소식

원산지제도 운영에 관한 고시 입안예고 및 수입통관 사무처리에 관한 고시 일부개정, 관세법 시행규칙 일부 개정등

□ 원산지제도 운영에 관한 고시 입안예고

원산지제도 운영과 관련하여 주요 개정내용으로 원산지 표시대상 신규 지정물품의 원산지 세부표시방법의 지정, 수출입물품의 원산지 판정권한의 관세청장 일원화 등이 입안예고 되었다.

- 7월 27일에 일부 정정된 원산지 표시대상 신규 지정물품의 원산지 세부표시방법 지정과 관련하여 국내산으로 원산지 등급우려가 많은 수입 천연 및 가공석 등 HS4 단위 13개 물품을 원산지 표시대상으로 신규 지정하고, 물품별로 현품이나 포장상자, 용기 등에 원산지 세부 표시방법 지정하였다. 포석, 연석, 판석, 가공한 비석, 건축용 석재는 바닥면에 날인(Stamping)을 인정하여 원산지 표시 허용하고 있다.

- 수출입물품 원산지 판정권한을 관세청장으로 일원화하는 방식은 종전 지식경제부부장관과 관세청장으로 이원화 되어 있던 원산지 판정업무를 관세청장으로 일원화함과 동시에 모든 수출입물품에 대해 통관전이나 통관후에도 원산지 판정 신청이 가능하게 함으로서 수출입기업의 원산지업무 지원 및 대외신뢰성을 제고하기 위한 취지이다.

- 원산지 표시의 일반원칙인 "Made in 국가명" 외에 불인정하던 "Assembled in 국가명"의

원산지표시를 인정하여 원산지표시 방법의 적용을 확대하였다. 이는 물품의 최종 조립국가와 대외무역법령상의 원산지 국가가 동일한 경우 "Assembled in 국가명"으로 원산지를 표시할 수 있도록 확대 적용한 것이다.

□ 수입통관 사무처리에 관한 고시 일부개정

지난 8월 2일에 개정된 수입통관 사무처리에 관한 고시는 AEO(종합인증우수업체)제도 시행에 따른 혜택 부여기준을 반영하고 있으며, 수입신고 취하에 대한 "정당한 이유"의 명확화, 일괄심사 및 첨부서류의 전자제출 절차를 마련하였고 특정물품의 통관지세관을 재조정하였다.

- AEO(종합인증우수업체)의 전자문서제출을 허용하는 기준은 종합인증우수업체로 공인받은 수입업체가 ERP 시스템을 활용하여 종합인증우수업체로 공인받은 신고인을 통하여 수입신고하는 때에는 무역서류를 전자적인 방법으로 제출할 수 있도록 하여 신속한 업무의 처리를 유도하고 있다.

- 현행 수입신고 취하 사유는 세관장이 정당하다고 인정하는 경우로 규정하고 있으나, 개정고시에서는 수입신고 취하의 "정당한 이유"를 "1) 계약내용과 상이한 물품, 오송물품, 변질·손상물품 등 반송 시, 2) 재해 등 부득이한 사유로 멸실 또는 폐기하는 경우, 3) 통관요건불합격, 수입금지 등으로 반송 또는 폐기하는 경우, 4) 기타 1호 ~ 3호에 준하는 정당한 이유가 있는 경우"로 명확하게 명시하여 무분별한 취하의 방지는 물론, 관세행정의 원활화를 도모하고자 하였다. 수입신고를 취하 하고자 하는 경우,



신고취하서를 접수 받은 세관 공무원이 관세청에 공문을 보낸 후 승인을 얻는 별도의 절차를 거쳐야 하므로 취하에 따른 통관 지연과 오류점수를 모두 감안해야 한다. 정확한 수입신고를 통해 수입신고 취하가 발생하지 않도록 주의를 기울여야 하겠다.

□ 관세법 시행규칙 일부개정

지난 8월 4일에 개정된 관세법 시행규칙은 학술연구용품의 감면세 대상으로서 기업의 연구 및 투자 활성화를 효율적으로 지원하기 위하여 관세 감면대상 산업기술 연구·개발용 물품에 에너지 회수장치, 필름 제조기 등 61개 품목을 추가하고, 냉매회수재생 주입기 등 57개 품목을 제외하여 규정하고 있다.

신한관세법인

관세사 최 지 아

jachoi@customsservice.co.kr

US Customs Valuation Rulings ⑭ 미국 관세청 예규(Rulings)로 알아보는 관세평가

EDITORIAL
NOTE

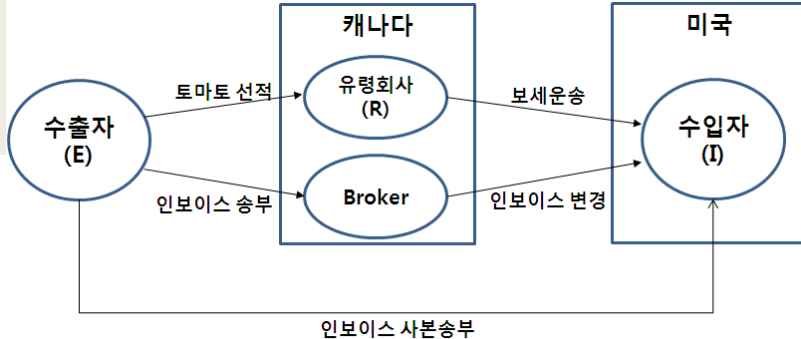
신한관세법인의 관세사들은 2주에 한번씩 모여 미국 관세청의 예규(Rulings)를 스터디하고 있다. 미국 Rulings는 우리나라 관세청에서도 자주 인용하고 있으며, 따라서 그 중요성과 연구의 실익이 크다.

지난해부터 다수의 사례를 연구 하였으나 그 중에서도 함께 공유할 만한 중요한 케이스를 선별하여 소식지에 게재해 나가고 있다. 이번 소식지는 Rulings 스터디의 조연자인 정정식 관세사에게 조언을 받아 해당 Ruling 담당자의 글을 실는다.

1 방법의 적용가능여부 검토 및 4 방법의 공제비용 검토

(HQ 545477 1994. 11. 22)

(수입물품의 과세가격 결정)은 수입물품의 대가로서 구매자가 실제로 지급하였거나 지급하여야 할 총 금액에 법정가산요소를 가산한 거래가격을 말하며, (거래가격의 적용이 배제되는 사유) 중에는 우리 관세법 제 30 조 3 항 2 호의 규정에 의거 일정한 조건이나 사정에 의하여 영향을 받은 경우도 포함된다. 수입물품의 실제지급가격은 관세의 과세가격이 되기 때문에 어떠한 비용이 실제지급가격에 포함되는지 여부와 거래가격 적용 시 배제사유 해당여부는 면밀히 살펴볼 필요가 있다.



□ 거래사실(Facts)

1. 미국에 소재한 수입자(I)는 이탈리아의 수출자(E)로부터 식자재(수입물품)를 수입하고 있음.
2. 1987년 유럽연합의 수출장려정책에 의해 유럽연합의 수출자는 물품을 역외로 수출하는 경우 수출지원금을 받았으나, 이후 미국은 수출지원금에 해당하는 역외국가에서 제외됨.
3. E는 수출지원금을 수령하기 위하여 미국이 아닌 다른 역외국가(캐나다)에 유령회사(R)를 설립하고 유럽연합의 수출지원금을 수령할 수 있는 금액만큼 더 낮은 가격으로 물품을 I에게 수출함.
4. 물품은 캐나다로 선적되어 보세상태로 캐나다의 Broker에게 전달되며 Broker는 R과 I 간의 거래내용을 담고 있는 새로운 인보이스를 작성하지만, 이는 원래의 인보이스의 화폐단위인 리라를 캐나다 달러로 변경하는 것임.
5. I는 이탈리아와 캐나다, 캐나다와 미국간 운송비용을 모두 부담함.

□ 쟁점(Issue)

거래사실에 근거한 거래가격을 기초로 과세가격을 결정하는 것이 적절한지의 여부 및 4 방법 적용 시 운송비용의 포함여부

□ 쟁점검토(Law and Analysis)

1. 과세가격결정의 기준
 - (1) 수입물품의 과세가격결정은 관세법(19 U.S.C) §1401a 규정에 의하여 이루어지며, 수입물품에 대하여 실제로 지급하였거나 지급하여야 할 금액에 5 가지의

법정가산요소를 가산한 거래가격으로 제 1 방법에 의하여 과세가격 결정이 이루어짐.

(2) 관세법시행령(C.F.R) 152.103(k)(2)에서는 거래가격의 적용이 배제되는 조건이나 사정에 의해 영향을 받은 거래의 유형으로 다음 3 가지를 규정하며 조건이나 사정이 금액으로 확정할 수 없는 경우에는 거래가격을 적용할 수 없음.

- ① 수입상이 수출자의 다른 물품을 일정한 수량으로 구입한다는 조건으로 수출자가 수입물품의 가격을 산정한 경우
- ② 수입자가 수출자에게 판매하는 다른 물품의 가격을 기초로 수입물품의 가격이 결정되는 경우
- ③ 수입물품의 가격이 물품과 관련 없는 지급의 조건을 기초로 가격이 결정되는 경우. 즉 수입자가 수입물품을 추가로 가공하는 경우로서 수출자가 완성물품의 일정수량을 받기로 한 조건이 수반된 경우 기타의 경우로서 수출지원금을 받기 위한 조건이나 사정에 의해 거래가격이 영향을 받은 경우 이는 거래가격의 적용이 배제되는 경우에 해당함

2. 동종·동질물품의 거래가격을 기초로 한 과세가격의 결정(제 2 방법) 또는 유사물품의 거래가격을 기초로 한 과세가격의 결정(제 3 방법)의 적용

- (1) 수입물품이 거래가격을 기초로 과세가격의 결정이 이루어질 수 없는 경우 순차적으로 다른 평가방법(제 2 방법 내지 제 6 방법)으로 관세평가가 이루어짐. 제 2 방법과 제 3 방법은 같은 거래조건과 같은 수량으로 같은 날 또는 근접한 날에

미국으로 수입되는 물품의 관세평가액에 기초함.

(2) 동종·동질 물품과 유사물품의 거래가격은 관련규정에 의해 명백히 인정되어야 하며, 이 경우 동종동질물품이나 유사물품의 거래가격으로 인정된 바는 없음.

3. 국내판매가격의 역산방법

(1) 제 4 방법(국내판매가격을 기초로 한 과세가격의 결정) 하에서는 물품이 미국에서 수입시점에 가장 근접한 시기에 가장 많은 수량으로 판매되는 가격에 기초를 두고 평가를 함.

(2) 관세법(§1401a) 402(d)에 의거하여 물품의 가격에서 공제되는 금액 중 운송비용에 대한 규정은 다음과 같음.

- ① 수입물품의 수출국에서 미국까지 국제운송과 관련하여 발생한 운송비, 보험료등 실제 발생한 비용과 제반 비용
- ② 수입물품의 수입지에서부터 운송비, 보험료등 일반적으로 발생하는 비용과 제반비용(단, 이러한 비용이 일반경비에 포함되지 않은 경우에 한함.)

□ 결정(Holding)

금액으로 계산할 수 없는 조건 또는 사정이 있는 경우 1 방법이 적용 불가하며, 해당건의 경우 4 방법에 의하여 과세가격을 결정함.

4 방법에 의해 결정된 가격에는 캐나다에서 미국까지의 운임과 보험료가 포함되어서는 안되지만, 이탈리아에서 캐나다까지의 운임과 보험료는 포함되어야 함.

신한관세법인

관세사 최 지 아

jachoi@customsservice.co.kr

(※예규 원문은 아래 링크 - 공지사항 참고)

<http://www.customsservice.co.kr>

WHERE IS GRACE CHANG?

지식 참고...



장승희
대표 관세사

지난 30 여년간 인류 역사상 최대의 호황기를 가져온 신자유주의는 2008 년 시작된 금융위기 발생의 주 원인이라는 논란에도 불구하고 G20 정상회의를 기점으로 수정 • 확대될 것으로 전망되고 있습니다. 이러한 신자유주의의 탈규제화 및 탈경계화에 따른 Globalization 은 대한민국에 더 많은 시장과 기회를 제공할 것으로 기대합니다. 그러나 어떤 좋은 기회나 혜택도 저절로 우리에게 다가오는 것은 없습니다.

세계화에 따른 초 경쟁시대에서 살아남기 위하여는 우리 기업들도 많은 준비를 하여야 합니다. 다양한 Standards 및 Rules 를 어떻게 활용하고 따라가야 할 지를 연구해야 합니다. 끊임없이 변화하고 발전하는 회사를 만들어야 합니다.

WTO 에서 규정하고 있는 과세가격의 산정방법에 대한 협정(관세평가협정), FTA 의 혜택을 받기 위한 필수관문인 원산지 판정 등의 많은 규정들, 세관으로부터 통관상의 혜택과 관련된 AEO 인증을 받은 기업들이 갖추고 지켜야 하는 요건들, 정확한 수출입신고를 위한 HS Classification 등등 혜택들을 받기 위하여 지키고 따라야 할 Standards 및 Rules 이 많이 있습니다. 이러한 지식들이 고객 여러분들의 변화와 발전에 도움이 될 것입니다.

이번 cover story 는 전자파인증제도에 대하여 알려드립니다. 2010 년 1 월 1 일부터 적용된 제도로 인하여 IT 업계에서 최초의 혼란 후에 안정이 되고 있으나 아이폰 4 의 출시와 관련하여 매스컴상에 자주 등장하였기 때문입니다.

FTA News 는 9 월 중에 발표될 것이라 예견되는 한 EU FTA 의 혜택을 받기 위하여 필요한 원산지인증수출자 제도에 대하여 준비하였습니다. 만여 개 업체의 물량이 한꺼번에 몰려서 발생할 bottleneck 현상을 방지하고자 관세청에서 가(假)인증제도를 실시합니다. 많은 관심과 참여를 부탁드립니다.

Voices from the fields 는 Sun Microsystems Korea 의 강경인이사께서 글을 주셨습니다. Sustainable Business Model 과 관련하여 「Rethinking Marketing」이라는 책을 읽고 정리하여 주신 소중한 내용입니다. 초 경쟁시대에 살아남기 위하여 다시 생각해봐야 할 좋은 제안입니다.

US Customs Valuation Rulings 연재도 계속되고 있습니다. 관세 • 무역 관련하여 필요한 지식인 관세평가에 대하여 사례별로 읽기 쉽게 정리하고 있습니다.

평년보다 높은 기온의 날이 90%를 육박하는 무척이나 길고 더운 여름이었습니다. 이제 휴가기간도 끝났고 다시 본연의 일로 돌아오고 더욱 발전시키기 위한 노력을 시작할 때입니다. 변화의 원천이 되는 지식을 쌓으시는 데 도움이 되고자 신한은 여러 고객들의 지식 참고가 되고자 합니다. 다양한 issues 들을 소개시켜 드리는 신한소식지를 gate 로 하여 신한내부에 깊고 다양한 많은 지식 • 정보를 보유하고 지속적으로 renovate 하겠습니다. 많이 활용해 주시고 더욱 발전하시기를 기원합니다.

감사합니다.

신한관세법인
장승희 *Seung-hee Jang*



ZOOM-IN TRADE 를 소개하세요!

어려울 때일수록 좋은 정보를 친구와 나누는 센스가 필요합니다. "Zoom-in Trade"를 친구들에게 소개하세요. 이메일(shinhan@customsservice.co.kr)이나 전화(02-542-1181)로 동료분의 이메일을 남기시면 줌-인트레이드를 나누실 수 있습니다.

센스 있는 친구가 되는 법!!
참 쉽죠?

ABOUT WRITERS

COVER STORY - 방송통신기기 인증제도 -전자파 제도-



배 성재 관세사
(sjbae@customsservice.co.kr)

PROFILE

- 신한관세법인
- 서울본사 통관 2 팀
- 한국 IBM 전담 관세사
- IT 전자파인증 전문 컨설턴트

FTA News- 한-EU FTA 를 대비한 품목별 원산지인증수출자 가인증제도



이준혁 관세사
(jhlee@customsservice.co.kr)

PROFILE

- 신한관세법인
- 서울본사 컨설팅 본부장
- 기획재정부 FTA 동영상강의
- 최초민간 FTA 홈페이지 "FTAGATEWAY" 개설
- FTA Self Checking System 특허출원

Voices From The Fields- 지속 가능한 기업모델에 관하여



강경인 이사
(gikang88@naver.com)

PROFILE

- 현) 한국썬마이크로시스템즈
- 前) 한국 IBM

관세 법령 변경 / US Rulings 연재④ 1 방법의 적용가능여부 검토 및 4 방법의 공제비용 검토



최지아 관세사
(jachoi@customsservice.co.kr)

PROFILE

- 신한관세법인
- 서울본사 컨설팅 본부
- FTA T/F Team
- 중소기업진흥공단 강연
FTA 통관 실무 및 비즈니스 모델