

不公正去來行為의 規制



李奎億

(韓國開發研究院·首席研究員)

序 言

政府는 지난 4월 1일 独占規制 및 公正去來에 관한 法律을 시행함으로써 본격적인 競爭促進 및 市場秩序政策을 전개하게 되었다.

이 法律은 76년 3월이래 시행되었던 物價安定 및 公正去來에 관한 法律을 계승·발전시킨 것으로 몇 가지 중요한 차이를 갖고 있다. 기존의 独占에 대하여는 이를 인정하는 대신 價格濫用 등 市場支配의 地位의 濫用을 금지하며, 寡占市場에 있어서는 價格의 同調의 인상을 규제함으로써 事前의 直接的 價格規制를 대신하고 있다. 또한 더 이상의 独占化를 최소한으로 억제하기 위하여 株式取得·任員兼任·合併·營業讓受·会社新設을 통한 企業結合이 경쟁을 실질적으로 제한하게 되는 것을 원칙적으로 방지하도록 되어 있다. 또한 組合·協會 등 사업자 단체의 부당한 共同行爲도 규제하며 경쟁을 제한하거나 不公正去來를 내포하는 國際契約도 금지시키고 있다. 그밖에 事業者 團體이외의 카르텔行爲에 관한 규정은 차이가 없으며 不公正去來 行爲에서는 再販賣價格을 분리한 것과 買占 濫用을 제외시킨 것 외에는 類型에 있어서는 별다른 변화가 없다.

現行法 15조에는 6가지 유형의 不公正去來行爲를 금지대상으로 설정하고 지난 5월 13일 經濟企劃院장관告示 40호로 좀더 구체적인 行爲내용을 지정하였다.

지정된 不公正去來行爲에는 不當한 去來拒絶·去來條件 등의 差別的 取扱·集團排斥 및 集團의 差別

取扱·差別代價·不當廉賣 및 不當高價買占·不當한 顧客의 誘因·不當表示·不當한 去來強制·優越의 地位의 濫用·不當排他 條件附 去來·不當拘束條件附 去來·虛偽誇張廣告 및 欺瞞行爲의 12가지가 있다.

이상의 여러가지 行爲의 判別基準은 우리나라의 고유한 商去來慣習을 감안하면서 앞으로 마련될 것으로 기대되지만, 이미 여러 事案이 심사·처리된 바 있다. 그중 대표적인 예로서는 石油類 代理店 契約에 관한 是正命令을 들 수 있다.

대표적인 精油會社(A)와 販賣代理店(B)간의 契約내용에 있어서 競爭制限 및 不公正去來行爲를 살펴보면 다음과 같다.

- ① B는 石油製品所要全量을 A로부터 購買한다.
- ② B는 A가 供給 또는 지정한 것이 아닌 製品를 거래하여서는 아니된다.
- ③ B는 A와 경쟁하는 事業에 종사할 수 없으므로 그러한 事業體와 여하한 형태로도 거래할 수 없다.
- ④ B가 설비를 讓渡·賃貸·擔保設定·기타 일체의 처분을 하고자 할 때는 A의 事前書面同意를 얻어야 하며 B는 事前書面同意 없이 營業을 폐쇄하거나 휴업하지 못한다.
- ⑤ B는 販賣網을 신설 또는 폐지하고자 할 때에는 A의 事前書面同意를 얻어야 한다.
- ⑥ B는 A가 지정하는 販賣網과 製品供給契約을 체결하여야 한다.
- ⑦ B의 販賣區域은 A가 정하는 지역에 한하며 販賣方法과 販賣區域의 변경은 A가 정하는 바에 의한다.
- ⑧ B 및 販賣網의 製品價格은 A가 정할 수 있다.

이상의 제약은 10年을 有效期間으로 하고 있는데,

8월 24일 公正去來委員會에서는 原油導入의 특성에 비추어 代理店과의 独占 공급契約을 1年으로 축소하였으며, 再販賣價格維持·판매지역制限·月間 최저購買量할당·休業 및 合併에 대한 事前同意나 승인등의 拘束條件附 계약내용에 대하여는 是正토록 하였다.

이상과 같은 契約은 비단 石油業에만 국한되지는 않을 것이며, 더우기 契約을 통하지 않는 不公正去來行爲는 더욱 광범위하게 만연되어 있다고 하여도 과언이 아닐 것이다. 아래에서는 지면의 제약상 不公正去來行爲 가운데 價格差別·去來強制·去來拒絕 및 集團排斥의 효과와 規制方向을 논하고자 하는 바 公正去來질서확립에 다소나마 기여하고자 한다.

1. 價格差別

價格差別(Price discrimination)이란 同質的인 財貨의 價格을 購買者에 따라 供給이나 生産費用의 차이에 관계없이 非体系的으로 결정하는 행위를 지칭한다. 價格差別이 문제가 되는 것은 일부 購買者가 다른 購買者에 비하여 合理的 이유없이 부당하게 높은 가격을 지불하게 됨에 따른 競爭上의 劣位나 購買者間의 不平等性이다. 여기서 合理的理由는 運送費의 大小·去來量의 多寡·決濟方法等 費用의 차이를 말하여 公正去來法上의 違法与否는 일반적으로 경쟁자排除目的의 有無만을 기준으로 하고 있다.

이 기준이 대상으로 하는 것은 市場支配力이 큰 企業이 掠奪的 價格行爲(Predatory Pricing) 등 市場一部에 대한 價格差別을 통하여 경쟁자를 제거시키려는 행위이다. 그러나 独占도가 높은 地域市場에 진입하기 위하여 低價政策을 채택하고 이에 따라 既存企業의 가격인하가 유도된다면 오히려 바람직한 결과가 될 것이므로 運用過程에 있어서 高價格企業의 保護手段으로 이용되지 않도록 유의해야 할 것이다.

또한 價格差別은 대체로 費用이 같을 때의 가격 차이만을 대상으로 하지만 費用이 다를 경우의 同一價格도 포함해야 한다. 예로서 近距離와 遠距離 시장간에 輸送費의 차이가 크어도 불구하고 價格이 같다면 결국 近距離 購買者가 遠距離 購買者를 橫의補助(Cross Subsidization)하는 셈이 되어 價格

의 효율성뿐만 아니라 형평의 원칙에도 어긋나게 된다.

앞에서 말한 同質的 商品이라는 것은 같은 等級과 品質의 商品으로서 通名이나 品名의 단순한 차이는 문제되지 않는다. 그리고 商品外形에 차이가 있더라도 實體와 內容이 같다면 外形의 차이에 따르는 費用差異를 초과하여 價格差異가 발생하면 價格差別이 되어야 한다. 그러나 여러가지 商品을 同時購入할 때의 結合價格(Joint price)이 개별적으로 購買할 때의 價格을 합제한 것보다 적은 것은 去來面에서 結合販賣와 個別販賣간에 費用의 차이가 있는 만큼의 價格差異는 정당하다고 하겠다.

價格差別은 근본적으로 購買者가 실제로 부담하는 純支出의 부당한 차이를 말하므로 비록 價格이 같더라도 販賣條件(terms and conditions of sale)을 差別的으로 적용하면 역시 價格差別로 간주해야 한다. 또한 商品의 加工·取扱·販賣와 관련하여 購買者가 서비스나 施設을 제공하여 그 代價를 받거나 販賣者가 그러한 편의를 購買者에게 제공하는 경우에는 이러한 실질적 혜택이 모든 購買者에게 比例적으로 같은 조건에서 제공되어야만 한다. 販賣條件의 중요한 요소로서 割引을 지적할 수 있는 데 現金割引(cash discount)은 外上去來가 보편적인 업종에서 現金購買에 대하여 價格割引을 부여하는 것으로서 利子의 개념이 정당화되는 범위안에서 타당하다.

그러나 去來相對方의 市場機能만을 고려하여 제공하는 機能的 割引(functional discount), 예로서 같은 量을 사더라도 中間商이면 割引해 주고 小売商이며 이를 제공하지 않는 것은 價格差別의 한 형태이다.

去來量의 多寡에 따른 數量割引(quantity discount)은 일반적으로 당연시되어 있지만 여기에서도 주의해야 할 점이 있다. 供給者의 費用은 生産에 소요되는 工業費用(industrial cost)과 去來에 필요한 商業費用(commercial cost)으로 구성되는데 供給者의 運送·保管費등은 商業費用으로서 일시의 多量購入으로 이 費用이 저하된다면 이를 割引의 근거로 할 수 있지만, 多量購入으로 인한 平均工業費用의 저하는 注問生産이 아닌 한 小量購買가 누적되는 것을 전제로 함으로 割引의 이유가 될 수 없다. 실제로 數量割引이 정당화될 수 있는 商業費用의 경

우에도 數量增大에 따른 費用低下에는 收穫遞減의 法則이 작용할 것이므로 割引의 정도도 이를 반영해야 하며, 割引의 대상을 넓히기 위하여는 割引率을 多段階적으로 설정하는 것이 바람직하다. 또한 費用低下가 기간중 購買量 증대에 기인한다는 점을 고려한다면 一時多量購買와 계속적 少量購買가 期間末로 같은 量에 해당한다면 이에 대하여 價格差別을 해서는 안될 것이다.

2. 去來強制

去來強制는 일반적으로 去來上 우월한 지위에 있는 事業者가 자기가 공급하는 물품과 技術上 關係가 없는 다른 물품을 끼워서 매입하지 않으면 販賣하지 않는다는 등의 不當한 條件을 제시하여 去來하는 行爲를 지칭한다. 그러므로 이러한 定義에 의하면 去來強制는 併売(tie-in sale)로서 대표되며, 그 違法性의 기준은 技術的 相互關係에 국한되어 있다. 그러나 併売의 효력은 購買者가 다른 供給者에게로 去來처를 전환할 수 없을 때에만 크게 되므로 당연히 主品目(tying good)의 独占力을 전제로 해야 하며 併売의 효과는 이 独占力이 副品目(tied good)에 이전되어 경쟁을 저하시키는지 여부로서 判別되어야 한다.

즉 去來強制는 主品目과 副品目間의 技術的 관련성이 本質的 요소가 아니고 主品目の 独占力을 副品目に 이전시킬 수 있는 市場力(leverage)의 문제인 것이다. 副品目이 主品目の 部品등 必需品인 경우는 必需品購買契約(requirements contract)이라고 하며 販賣者의 모든 品目を 포괄적으로 포함하면 全品目強売(full-line forcing)라고 하지만 市場力 移轉의 관점에서는 차이가 없다. 규제대상이 되는 併売는 새로운 시장에서 独占을 창조하는 효과를 갖는 것이지만, 收入極大化의 효과만을 갖는 것은 제외시켜야 한다고 하여 價格規制의 회피·價格差別效果·技術的 상호관련성·結合生産販賣에 해당하는 것은 허용하고 可變比率結合性 補完財의 併売만이 새로운 独占創造效果를 가지므로 규제되어야 한다는 주장이 있다. 아래에서는 이러한 주장의 論據를 闡明함으로써 判別基準의 마련에 참고가 되도록 한다.

가) 價格規制의 回避

두가지 商品이 固定比率로 사용된다면 購買者의 입장에서는 單一 結合商品(Joint commodity)이므로 個別商品 각각의 가격보다는 結合商品 전체의 結合價格이 문제시 된다. 따라서 한 상품은 獨占品이고 다른 商品은 경쟁품일 경우 併賣 이전에 獨占品으로부터 利潤을 극대화하였다면, 이때의 結合價格(獨占品 價格+競爭品 價格)은 賣買者에게는 最適價格이므로 併賣를 하더라도 이를 變動시키면 오히려 利潤을 감소시킬 따름이므로 價格面에서는 併賣의 이유가 없다.

그러나 獨占品の 가격이 政府에 의하여 규제되어 利潤極大化 價格에 미달된다면, 이 販賣者는 미달하는 價格值만큼 併賣品 가격을 引上하여 併賣를 시행함으로써 規制의 압박을 회피할 수 있다. 그러므로 固定比率로 두가지 商品이 사용되는 경우 獨占品目の 가격이 規制되었을 때에만 併賣가 販賣者에게 유리하며, 이때 併賣品 가격의 引上은 獨占地代(monopoly rent)획득을 既存獨占品으로부터 완전히 취득하지 못하는 결과에 따른 것이지 새로운 獨占力을 創造한 것은 아니므로 不公正거래행위에서 除外시켜야 한다고 주장한다. 그렇지만 規制가 없는 경우에서조차 비록 消費者가 지불하는 結合價格과 總生産量은 변하지 않더라도 併賣는 競爭品市場에 獨占力을 이전시켜, 이 市場의 경쟁을 除去하는 결과를 초래하게 된다. 즉, 併賣 이전에는 競爭의 定義上 獨占品 생산자가 競爭品市場의 一部分을 지배하지만, 價格規制 아래서 併賣를 시행한다면 競爭品の 가격을 오히려 引上시킴에도 불구하고 경쟁자를 排除하여 併賣品市場의 占有率을 대폭 증가시키게 될 것이다. 그러므로 이때 併賣의 이유는 利潤極大化라고 하더라도 경쟁에 대한 효과는 掠奪의 가격에 의한 市場支配와 다를 바 없게 된다.

나) 價格差別效果

主品目 한 단위의 使用度에 따라 附隨的 必需品의 購買量이 다른데, (예로서 複寫機와 複寫紙, 電算機와 穿孔紙) 主品目は 獨占財, 必需品는 競爭財일 경우 主品目 販賣者는 必需品 가격을 競爭價格水準以上으로 책정하여 併賣함으로써, 비록 主品目 價格은 모든 사용자에게 同一하더라도 併賣品 가격

인상을 통하여 사용頻도가 높은 購買者의 純支出이 증가하므로 價格差別의 효과를 거둘 수가 있다.

이 行態는 주로 主品目이 特許品인 경우에 많고 必需品의 需要彈力性이 낮고 그 價格이 主品目的 價格이나 使用料에 비하여 극히 적어 비록 補完性은 매우 절대적이지만 主品目 需要에 영향을 미치지 않을 경우에 가장 유리하게 施行할 수 있다. 이때 併賣는 일종의 計量器(Counting device)的 역할을 수행하여, 主品에 計量器를 부착하고 利用頻도에 따라 使用料를 差別的으로 부과하고 必需品를 競爭的으로 판매할 경우와 동일한 효과를 가지며 利潤極大化 목적을 달성하는 것이므로 市場力의 移轉은 없다고 한다. 그러나 이 경우에도 使用도에 따라 두 商品의 結合比率이 다르다는 점 이외에는 併賣品 市場에 대한 競爭排除効果는 위의 경우와 같게 된다. 물론 特許品의 경우 特許로 인한 獨占地代를 보장한다면 이는 特許品에서 取得이나, 또는 必需品에서 取得이나는 문제가 제기된다.

다) 可變比率 結合性 補完財

위의 두 경우처럼 補完財를 併賣하더라도 어느 한 財貨의 價格이 다른 財貨의 需要에 영향을 주어 두 財貨의 結合比率을 消費者가 변화시키게 되는 경우에 한 財貨가 獨占財, 다른 補完財가 競爭財라면 競爭財 價格을 인상하면서 併賣함으로써 總利潤을 증대시킬 수 있게 되는데 이는 併賣品에 대하여 獨占力을 행사할 수 있기 때문이다.

위의 두 경우는 기존 獨占力을 收入極大化 목적을 위하여 사용하는 것으로 併賣品 市場에는 獨占力의 새로운 창조가 없고, 이 경우에만 새로운 獨占力이 創造된다고 주장하는 이론도 있지만, 이미 주장하였듯이 併賣品 市場에 대한 競爭效果는 아무런 차이가 없다.

라) 技術的 相互관련성

한 상품의 효과적 사용에 일정 規格·品質의 部品·必需品 등의 適應性이 중요한 경우, 예로서 機械類의 경우에 있어서 販賣者는 主品目에 따른 信用·名聲 등을 유지하기 위하여 必需品 및 部品の 조달을 자기와 한다는 조건의 併賣, 즉 必需品 賣買契約을 시행하는 경우가 있다. 이때에는 販賣者의 의도가 市場支配, 利潤增大보다는 제품의 효과

적 이용에 있다고 보면 그러한 한 購買者의 입장에서라도 바람직하므로 必需品의 價格이 競爭價格을 초과하거나 必需品의 성질상 特殊性이나 複雜性이 적은 경우가 아니라면 경쟁구조를 현저하게 沮害하지 않는 한 併賣를 인정하는 것이 타당할 것이다. 우리나라에서는 技術的 關係가 있는 品目的 併賣는 용인하는 것 같은 의미를 함축하고 있는데 이것은 바로 이 경우를 지적한다고 해석해야 할 것이다.

마) 結合生産 및 販賣의 經濟性

여러 品目を 함께 生産·販賣함으로써 規模의 經濟가 달성될 때에 이것이 價格低下를 유발한다면 이것은 순수한 經濟的 費用의 結合이므로 이때의 併賣는 여타의 경우와 달리 強制的 要因이 존재하지 않으므로 不公正去來의인 併賣가 아니다. 그러나 生産의 경제성이 있으므로 多生産物을 生産하더라도 이것의 結合賣 자체에는 個別販賣에 비하여 經濟성이 없음에도 消費者의 선택여하를 불문하고 併賣를 택한다면 強制가 紹介하게 된다.

이와 관련하여 組立品의 경우(예컨대 라디오) 商品의 구조상 永久性이 있는 것은 部品보다 組立品으로 판매하는 것이 당연하므로 併賣로 간주될 수 없다. 그렇지만 독립된 個別商品을 집합하여 複合體로 할 경우(例: 個別構成成品을 集合시킨 音響器機의 集合)에는 併賣를 한다면 強制性이 개재한다.

以上에서 檢討한 바와 같이 併賣의 문제는 우선 主品目에서의 獨占의 市場력을 이용하여 併賣를 強制함으로써 併賣品 市場의 경쟁을 沮害시키는데 있으며 併賣의 根本目的이 單純한 利潤極大化라고 하더라도 결과적으로 競爭沮害가 초래된다면 이를 規制對象으로 해야 할 것이다. 더욱이 併賣品은 主品目과 補完財가 아닌 獨占財이더라도 利潤目的을 위하여는 併賣를 할 수 있으므로 두 品目間의 相關성은 違法의 기준이 될 수 없다. 特殊品目的 技術的 성격에 따른 必需品 契約과 純粹한 結合販賣의 經濟를 제외하고 기존 獨占力에 근거를 둔「強制」는 결국 消費者의 選擇을 制限하고 副品目에 進入障壁을 구축함으로써 競爭을 沮害시킨다고 할 수 있다.

결국 去來強制的 要諦는 主品目시장의 支配力에 있다고 하겠는데 이것이 현실적으로 나타나는 바를 檢討하기로 한다. 主品目 市場에서 價格造作·競爭

排除를 할 수 있다면 이것은 명백한 市場의 實質의 支配이며 主品目이 特許權이나 著作權이 인정된 것이라면 당연히 市場支配力을 갖는다고 할 수 있다. 併賣를 강제 하기 위해서는 우선 主品目이 소비자 입장에서 중요한 상품이어야 할 것이다. 아울러 併賣品이 消費者에게 바람직한 것이 아니라면 그럴수록 強制的 要因이 크다고 할 수 있다. 併賣契約이 排他性이 가장 강한것은 全品目的 強賣이며 併賣品의 購入을 경쟁자의 同質製品보다 價格이 낮거나 같은 경우로 制限하는 弱화된 형태의 끼워팔기라 하더라도 同一價格에서는 역시 優位를 占有하므로 不法이라고 하겠다.

去來強制的 또다른 중요한 類型으로는 賣買 兩當事者間의 排他的 去來契約(exclusive dealing contract)을 들 수 있다. 排他的 去來는 販賣者가 購買者로 하여금 자기하고만 거래토록 하여 競爭者와의 市場接觸을 봉쇄시키는 행위이다. 구체적으로 앞서 지적한 必需品 購買契約도 必需品을 다른 경쟁자로부터 買入하는 것을 금지시킴으로 이에 해당하며, 좀더 일반적인 것은 必需品, 部品에 局限하지 않고 자기의 製品만을 購買取扱토록 함으로써 자기의 고객을 경쟁자로부터 絶緣시키는 것이다. 이러한 행위의 목적은 특히 購買者가 最終 사용자일 경우 경쟁자의 市場棧會를 封鎖(foreclose)하여 경쟁을 排除하려는 것이며 또한 市場의 確保와 이에 따른 費用節減을 도모하며 既存市場의 維持를 保障받음으로써 販賣努力을 새로운 市場이나 顧客에 경주할 수 있도록 하려는 것이다. 또한 中間商을 상대로 할 경우에 中間商의 사업성과가 單一品目的 市場成果에 전적으로 의존케 함으로써 中間商과의 利益共同體意識을 통한 一體感의 提高를 목표로 할 수 있으며 전반적으로 流通의 垂直給合에 準하는 효과를 기대하는 것이다. 이 行為는 일반적으로 販賣者가 強制하는 것이 많지만 반대로 購買者의 立場에 供給과 價格의 安定性을 추구하여 이를 요구할 수도 있게 된다. 따라서 경쟁의 현저한 沮害가 없을 때 強制手段 없이 兩當事者의 자발적 意思에 의하여 相互排他的 去來契約을 체결한다면 일단 規制의 대상에서는 除外해야 할 것이다. 또한 必需品 購買契約에서와 같이 高級品 生産者가 자기의 營業信用維持를 위하여 필요한 범위내에서 中間 購買者가 同種의 低價品을 동시에 취급못하도록 하는 것은 일

차적으로 타당하다고 보며 또한 商標所持者가 자기의 商標使用者(franchisee)에게 자기의 原料·成分만을 사용토록 하는 것은 品質管理를 유지하여 商標의 성실성 保護에 필요한 범위 내에서는 許用해야 할 것이다.

3. 去來拒絶과 集團排斥

不公正去來行為로 지정된 去來拒絶(refusal to deal)은 일정한 事業分野의 市場을 지배하고 있는 事業者가 정상적인 去來價行에 비추어 합리적인 이유 없이 자기가 판매하는 物品의 都·散売價格體系가 무너지는 것을 방지하기 위하여, 또는 競爭關係에 있는 다른 事業者와의 거래를 방지하기 위하여 거래를 拒絶하는 것으로 定義된다. 따라서 去來拒絶은 個別主體에 의한 行為만을 지칭하며 이의 判別基準은 정상적 去來價行과 합리적 이유 여부라는 客觀性的 確立이 곤란한 것을 포함하고 있다. 集團의인 去來拒絶은 集團排斥(boycott)이라고 하여 경쟁관계에 있는 사업자가 集團行為로서 어느사업자와의 去來를 拒絶하거나 거래조건을 差別的으로 취급하거나 또는 상대방에게 그러한 행위를 하게 하는 것을 지칭한다. 그러나 集團의 去來拒絶이 集團排斥이 되려면 競爭制限이나 賦課條件順應, 強制目的의 介在 등이 필요한데, 單純한 集團의 價格差別은 集團排斥보다는 價格差別의 一類型으로 생각함이 옳다. 따라서 우리나라의 現行法에서처럼 競爭制限과 不公正去來를 별도로 분리한다면 集團排斥의 대상자는 除外者和 경쟁을 할 수 없으므로 競爭制限의 결과를 초래하는 것으로 간주해야 하지만 本稿에서는 集團이나 個別主體에 의한 행위를 구분하지 않고 去來拒絶로서 論議하고자 한다. 去來拒絶은 여러가지 이유에 입각할 수 있지만 위의 規定에 의하면 再販売가 格維持와 경쟁자 排除目的을 위한 것을 明文으로 不法化하고 있는데 아래에서는 다른 類型의 去來拒絶을 논한다.

去來拒絶이 成立하려면 拒絶하는 자가 購買者의 注文에 應할 수 있는 능력을 보유하고, 요청한 商品의 판매가 違法이 아님에도 불구하고, 購買者의 注文에 응하는 것을 拒絶하는 경우에 한한다. 注文不應은 좀더 구체적으로, 商去來의 開始 혹은 繼續을 拒絶하는 것과 아울러 정상적 商去來價行과 다

르게 하거나 購買者가 용납할 수 없는 조건으로 응하려고 하는 試圖를 포함해야 한다. 後者의 예로서는 注文品 공급을 拒絕하고 대신 다른 商標品으로 代替하려는 것을 들 수 있으며, 통상적 商去來에 準하여 供給하는 것을 拒絕하는 것에는 예로서 後拂(deferred payment)이 해당업계의 慣行이며 다른 購買者에게 이를 許容하면서, 特定購買者의 과거 기록이나 支給能力에 의문이 없거나 銀行擔保等 日內 支拂을 충분히 보장할 수 있음에도 이를 거절하는 것 등이다. 注文에 응할 수 있는 능력을 保有한다는 것은 注文品을 保有하고 있거나 注文生産이 慣行인 業界에서는 注文品을 製造·護得할 수 있다는 것을 말한다. 그러나 緩衝在庫(buffer stock)나 과거의 取消不能의 確定供給契約分은 이에 해당하지는 않는다. 따라서 판매하는 供給能力이 있는 한 고객간에 차별을 해서는 안되므로 예를 들어 不定期的 購買者와 단골간에 차별을 인정할 수 없고 先着順販賣(first come, first served)의 原則에 입각해야 할 것이다. 그렇지 않다면 결과적으로 일부 顧客의 부당한 排除를 초래하게 된다. 즉, 供給能力을 需要가 持續的으로 초과한다면 價格引上의 市場 棧能을 통해하지 일종의 恣意的 配給制를 시행해서는 안될 것이다.

去來拒絕이 허용될 수 있는 例外的 경우는 願買者의 不誠實性(bad faith)과 非正常的 注文(abnormal order)을 들 수 있다. 불성실의 事例에는, 商品을 購入하여 이를 다른 生産者의 製品과 비교하여 他製品의 販賣를 촉진시키려고 하거나, 缺損誘引販賣를 하려는 것으로서, 이러한 行態는 正常的인 再販賣用 購買와 차이가 없지만 실제로 販賣者에게 불리한 결과를 초래하는 형태로 商品을 사용하려는 의도가 있을 경우를 가리킨다. 그러나, 과거의 불성실한 記錄, 예전대 支給能力에 의심이 가더라도 現金支拂 내지 만족스러운 支拂擔保를 提示 한다면 不誠實을 갖는 행동이 아니므로 去來拒絕을 해서는 안될 것이다.

非正常的 注文이라는 것에는 우선 注文量이 願買者의 정상적 必要分을 훨씬 초과하거나 願買者의 통상적 配達量을 훨씬 초과할 경우와 반대로 통상적으로 多量販賣되는 商品에 있어서 수 개나 單一消費者的 購買量 정도를 注文하는 경우를 들 수 있다. 다음으로는 商品의 包裝, 配達期日, 支拂方法

등에 관하여 販買者의 통상적인 供給條件에 분명히 어긋나는 特殊한 配達方法을 요구하는 것도 去來拒絕의 정당한 사유가 될 수 있을 것이다. 또한 願買者의 營業의 성격에 비추어 去來拒絕을 할 수가 있다. 願買者의 企業形態나 거래방법(割引販賣)은 拒絕의 충분한 根據가 되지 않지만, 注文品의 판매나 加工이 願買者의 통상적인 營業活動 範圍를 벗어난다면 販賣拒絕을 合法的으로 할 수 있으며, 商品의 특성에 비추어 볼 때 願買者가 商品을 조심히 加工·處理分配할 수 있는 專門的 資格을 보유하지 않는다면 販賣拒絕은 合法的으로 될 수 있다. 물론 이때의 資格要件은 모든 願買者에게 동일한 기준에서 적용되어야 하며 資格要件이 品目의 性格에 必須的이어야 할 것이다(예컨대 毛髮用品을 체인스토어에게는 拒絕하고 美容師에게만 판매하는 것은 不當). 끝으로, 적절한 裝備나 기타 기술적 資源을 보유한 자만이 加工·設置할 수 있는 品目이거나, 高級專門品, 流行品, 오리지날 商品 등 奢侈品에 있어서 적절한 展示施設과 特殊資格을 갖춘 販賣要員이 있는 商店에서 판매되어야 하는 商品에 관하여 願買者가 이러한 성격을 갖는 施設을 보유하지 않는다면 去來拒絕을 할 수 있다.

去來拒絕은 排他的 去來契의에 의한 것일 때 가장 곤란한 문제를 제기한다. 公正去來法의 趣旨에 따르면 모든 願買者에 대한 供給의 자유를 보장해야 하므로, 排他的 거래계약으로 이러한 自由가 第3者에 대하여 制限된다는 것은, 먼저 契約當事者가 자신의 商業上의 자유를 제한하였다는 조건에서만 원칙적으로 인정될 수 있으며, 그러기 위하여는 兩當事者의 자발적 意思에 의한 制限이라는 요인이 필요하다. 즉, 앞서 論議한 去來強制가 介在해서는 안되며 또한 生産者가 同一地域內 多數의 販賣者를 이契約으로 구속한다면 이것은 供給者에게는 제한이 아니므로 그 地域內 다른 去來者에게 差別的으로 販賣拒絕을 할 수는 없다. 또한 이러한 契約이 市場構造의 경쟁성에 지장을 크게 초래하지 않더라도 직접·간접으로 願買者가 가격을 自意로 결정하는 자유를 制限해서는 안된다. 排他的 去來者를 통한 分配는 그 성격상 자유경쟁에 대한 障礙가 되며 더우기 去來相對者를 강제할 수 있는 有効한 手段이 되기 때문이다. 따라서 販賣者에게 再販賣價格維持 혹은 最小價格維持 등을 시행토록 하는

排他的 계약은 不法이며 이것은 第3者에 대한 販
 売拒絕의 正當한 理由가 될 수 없는 바 우리나라에
 서도 이를 암시하고 있다. 이러한 價格에 관한 의
 무가 明示되었건, 전혀 다른 목적을 갖는 文句의 활
 용에서 暗默的으로 발생하건 간에 문제가 아니다.
 예로서, 供給者가 設定한 販賣의 一般的 條件에 順
 應하거나 價格提示를 포함하는 廣告資料를 사용하
 거나, 販賣品의 本質적 價值가 가격에 비하여 낮다

는 것을 暗示하는 行爲를 하지 않도록하는 義務條
 項이 포함되어 이를 시행하는 과정에서 價格設定이
 發生할 수 있다. 결국 排他的 거래계약이 去來拒絕
 의 例外가 될 수 있는 경우에는 消費者의 이익을
 침해하지 않고 第3者의 권리를 沮害하려는 意圖와
 경쟁을 制限하려는 意圖가 없을 경우에 한해야 한
 다는 것이다. *

□ 海外石油動向 □

高油價 産油国, 새로운 油價引下壓力에 直面

高油價産油国들은 現供給過剩상황 하에서
 4/4분기 供給契約을 更新시켜야 하는 입장
 에 놓이게 되어 새로운 油價引下壓力에 직면
 해 있다.

OPEC회원국중에서도 石油会社들 특히
 日本의 石油会社들로부터 油價引下 압력이
 加重됨에도 불구하고 강한 태도를 취하고
 있는 이란은 4/4分期契約更新에서 가장 타격
 을 받기 쉬운 국가로 알려지고 있다.

最近 이란은 그들과 供給契約을 체결하고
 있는 石油会社들의 대표들과 協商을 벌이기
 위해 代表團을 런던에 派遣 해놓고 있으나
 지금까지 이들은 U\$36.00~37.00/bbl 선인
 그들의 油價를 引下시킬 조짐은 보이지않고
 있다.

만약 이란이 그들의 油價를 인하하지 않
 을 경우 業界에선 700,000d/d水準으로 이미
 침체해 있는 이란의 原油輸出量이 거의 1/3
 수준으로 감소하게 될 것으로 展望하고 있
 는데 최근 BP는 이란과의 협상에서 아무 結
 論을 얻지 못해 이란으로부터 65,000b/d의
 原油를 도입하려던 계획이 수포로 돌아갔다.

또한 이란의 이러한 강경 입장에 대해 일
 부 日本의 이란産 原油導入会社들도 이란이
 油價를 引下시키지 않는 한 총 220,000b/d
 의 이란産 原油導入을 중단하겠다고 맞서고
 있다.

한편 쿠웨이트도 그들의 油價를 현재 U\$
 35.50/bbl에서 U\$31.50/bbl로 引下시키라
 는 압력을 받고 있다. 쿠웨이트는 최근 顧客

들에게 사실상 그들의 油價에 U\$1.00/bbl
 의 引下 효과를 주게되는 조치로 原油 代金
 決済日을 90日로 연장시키겠다는 提案을 하
 고 있으나 顧客들은 아주 냉담한 반응을 보
 이고 있다.

한 石油会社官更는 쿠웨이트의 이러한 제
 의는 不充分하여 自社は 결국 값싼 사우디産
 原油를 구매하고 있는 石油会社들로부터 精
 油製品을 구매하는 방법을 모색하게 될 것이
 며 이러한 현상이 앞으로 나타날 것이라고
 말하고 있다.

現狀況으로 보아 대부분의 石油会社 関
 係者들은 4/4分期 原油供給契約時에도 과거
 6개월간의 패턴이 이어져 契約에 따라 油價
 는 약간의 下落現狀을 보일 것으로 전망하
 고 있다.

그러나 지난 9月 100萬b/d의 減産을 단
 행하였으며 公式産油量을 매월말에 밝히겠
 다는 사우디의 産油政策이 상당한 불확실성
 을 지니고 있어 만일 사우디가 계속 減産을
 단행한다면 高油價産油国들은 需要가 절정
 에 이를 동절기에는 더욱 고자세를 취하게
 되며 油價가 下落될 전망은 희박할 것으로
 보인다.

사우디의 石油政策은 또 美議회가 AWA-
 CS機의 對사우디 販賣여부를 決定할 때까
 지는 不確實性이 존재하게 될 것으로 예상되
 며 만일 美国이 판매를 거절할 경우 사우디
 는 그들의 온건 政策을 포기할 것으로 전망
 하고 있다. *