

# 경쟁사업자간의 합병(Mergers of Competitios)에 관한 미국연방법원판례의 동향

서헌제

중앙대 법학과 교수

## 합병에 관한 미국 판례의 변화

카르텔과 합병은 현실적 또는 잠재적 경쟁자간의 경쟁관계를 제거하거나 감소할 목적으로 하는 경쟁제한 행위를 말한다. 그러나 카르텔의 경우에는 참여기업들이 독립된 실체를 유지하지만 합병에 있어서는 관리 및 생산시설의 통합이 그러한 결합에 수반된다는 점에서 차이가 있다. 나아가 미국에서는 반트러스트법을 시행한 초기부터 카르텔은 당연위법(per se illegal)으로 다루어져 왔으나, 합병은 통상적으로는 합리성의 원칙(rule of reason)에 따라 규율되어 왔다. 미국 법원이 이들 두가지 형태의 경쟁제한행위에 대해 이러한 구별을 하는 근거는 다음에서 소개하는 여러 판례에 나타난 바와 같다.

### Northern Securities Company v. United States(1904) 사건

합병에 관한 지도적인 판례라고 할 수 있는 Northern Securities Company v. United States(1904) 사건에서는 독점금지법상 중요한 의미를 갖는 수많은 문제가 제기되었으며 이러한 문제들은 표면적으로는 아직도 계속되고 있다. 이 사건에서 제기되었던 가장 중요한 쟁점으로는 카르텔과 합병간의 구분이라고 할 수 있다. 재판부는 Great Northern Railway Company와 Northern Pacific Railway Company 사이의 합병을 카르텔과 동일하게 취급하여 당연위법원칙을 적용하였다. 그러나 홈즈 판사는 반대의견을 통하여, 두 철도회사간의 통합은 합병에 해당하며 카르텔과는 구별된다는 점에서 카르텔에 적용되는 당연위법원칙을 이 건에는 적용해서는 안 된다는 입장을 취하였다. 나아가 카르텔과 합병의 경쟁제한적 효과에 대한 경제적인 구별기준을 제시하였다.

### Standard Oil Company of New jersey v. United States(1911) 사건

Standard Oil(1911)사건은 미국 독점금지법상 진정한 이정표를 세운 계기가 되었으며 이 판결에서 확

립된 내용의 대부분은 오늘날까지도 지배적인 의미를 갖고 있다. 이 사건에서 재판부는 3단계의 심사기준으로 구성된 “합리성의 원칙”을 확립하였다. 그에 의하면 첫째로, 당연히 위법한 관행(행위)이 있다. 이러한 관행에 있어서는 위법성 여부를 판단하기 위해 시장지배력에 관한 당사자의 의도나 그 정도는 문제삼을 필요가 없으며 위법성은 합리성의 정도가 아니라 그 자체의 성격에 의하여 판단된다. 카르텔 구성원간의 가격획정에 관한 합의는 이러한 범주에 속하는 대표적인 사례라고 할 수 있다. 다음으로는 어떤 관행(행위)이 그 자체적으로는 유해하지 않을 때 위법성을 판단하기 위해 다음 두가지 심사기준을 적용한다. 첫째, 경쟁사업자간의 합의에 있어서 당사자들의 의도가 무엇인지를 확인하여 위법성 여부를 결정하는 경우이다. 홈즈 판사가 Northern Securities사건에서 지적한 바와 같이, 합병은 이러한 범주에 속하는 바 합병당사자의 의도를 파악하여 그 경쟁제한성 여부를 결정하게 된다. 둘째, 경쟁사업자간의 합의의 내재적 효과를 검토하여 위법성을 판단하는 경우이다. 여기에서 내재적 효과란 시장점유율의 변화를 의미하는 것이다. 내재적 효과에 대한 심사는 구조주의자들의 입장인 바 이들은 시장구조가 시장에서의 경쟁적인 성과에 영향을 미친다고 가정한다. 이와 같이 합리성의 원칙은 독점금지 소송실무자들에게 분석적 틀과 소송과정에서의 접근방법을 개발하도록 하였으며 그 결과 판결에 대한 지도적 지침을 서면법에 제시하였다는 점이 큰 성과로 지적되고 있다.

United States v. United States Steel Corporation(1920) 사건

United States Steel(1920) 사건에서는 합병에 의해 성립한 U. S. Steel 사의 분할청구를 기각하면서, 법원은 Standard Oil 사건에서 화이트 판사가 확립한 합리성의 원칙을 원용하였다. 법원은 Standard Oil 사의 합병은 당사자들의 의도나 합의의 내재적 효과를 감안할 때 서면법의 위반으로 판단되어 분할청구를 인정하고 있으나 U. S. Steel 사의 합병은 그러한 경쟁제한적인 효과가 적기 때문에 분할청구를 인정하지 않았다.

Brown Shoe Company v. United States(1962) 사건

1962년에 내려진 Brown Shoe Company v. United States 사건은 수평적 합병과 수직적 합병을 모두 다루고 있다. 합병의 수평적 측면에 관하여 법원은 비록 그 결과 당해 회사의 시장점유율이 5% 미만이라도 위법한 것으로 선언하였다. Brown Shoe사건 판결은 합병법의 방향을 전면적으로 변화시킨 셀러-키포버법안(Celler-Kefauver bill)인 클레이턴법 수정 제7조에 따라 제기된 첫번째 사례였기 때문에 특별히 중요한 의미를 가진 것이었다. 개정법은 독점금지법의 적용범위를 주식취득 뿐만 아니라 자산의 인수까지 포함하도록 확대시켰다. 일부 반독점론자들은 워렌(Earl Warren) 재판장의 견해가 수평적(그리고 수직적) 합병을 당연위법으로 보는데 가까운 것으로 생각하였다.

United States v. Von's Grocery Co.(1966) 사건

Brown Shoe사건 4년 후 United States v. Von's Grocery Co. (1966)사건 판결이 내려졌다. 이 사건에서는 기업간 합병이 '발단'(incipiency)의 원리를 이유로 금지되었다. 즉 합병이 그 자체로는 아무런 중대한 경쟁제한적인 효과가 없더라도 장래에 몇몇 대기업이 지배하는 시장의 집중을 초래할 수 있는 많은 경우에는 예방적 차원에서 독점법의 적용해야 한다는 것이다. 그러나 이 판결에서 반대의견을 제시하였던 스투어트(Potter Stewart) 판사의 견해는 대부분 경제학자들에게 설득력있는 경쟁분석이론(analysis of competition)을 포함하고 있어 주목을 받았다.

Procter & Gamble(1967) 사건

Procter & Gamble(1967)사건에서 재판부(더글라스판사)는 Brown Shoe사건과 Von's Grocery사건에서 밝힌 바 있는 법원의 합병금지 입장을 다시 한번 확고히 하는 견해를 제시하였다. 더글라스 판사는 합병이 효율성을 가져올 수 있다는 홈즈 판사의 합병옹호론을 거부하고 "경제성(economies)은 위법성에 대한 항변으로 이용될 수 없다"고 판시하였다. Procter & Gamble사건 판결에서 나타난 법원의 입장은 잠재적 경쟁의 상실과 진입장벽의 구축에 대한 설명을 포함함으로써 관심의 대상이 되고 있다.

Tasty Baking Company v. Ralston Purina, Inc.(1987) 사건

합병이 허용되는 여부를 판단함에 있어서 상품관련시장 및 지리적 관련시장을 확정할 필요성이 있는 바, 이에 대해서는 아래에서 다룰 Tasty Baking Company v. Ralston Purina, Inc.(1987) 사건이 좋은 선례가 되고 있다. 이 사건에서는 클레이튼법 제7조의 위반여부(합병의 경쟁제한성 여부)는 이들 시장이 구체적으로 확정된 후에야 비로소 결정될 수 있음을 보여주고 있다. 또 이 사건에서는 법무부의 합병가이드라인이 채택하고 있는 허핀달-허쉬만지수(Herfindahl-Hirschman index)가 기업인수에 의한 경쟁제한 효과를 평가하는 데 어떻게 이용되는가도 보여준다.

연방거래위원회법 제7조

- ① 거래에 종사하는 자 또는 거래에 영향을 미치는 분야에 종사하는 자는 직접 또는 간접으로 거래 또는 거래에 영향을 미치는 분야에 종사하는 자의 주식, 기타 지분의 전부 또는 일부를 취득할 수 없다. 연방거래위원회의 관할에 속하는 자는 거래에 영향을 미치는 분야에 종사하는 다른 자의 자산의 전부 또는 일부를 취득하는 경우, 그러한 취득의 결과가 국가의 어느 지역에서의 거래나 거래에 영향을 미치는 분야에 있어서 경쟁을 실질적으로 저해하거나 독점을 형성할 우려가 있을 때에는 그러한 취득을 하여서는 아니된다.
- ③ 동조는 오직 투자만을 위하여 주식을 매입할 뿐이고, 의결권의 행사 또는 기타의 방법에 의하여 주식을 이용하여 경쟁의 실질적 감소를 가져 오거나 독점을 야기하지 않은 자에 대해서는 적용되지 아니한다. 본조의 규정을 거래 또는 거래에 영향을 미치는 행위에 종사하는 회사가 합법적인 사업을 영위하기 위하여 자회사를 설립하고 정당한 지점 또는 출장소를 설치하거나 그러한 자회사의 주식의 전부 또는 일부를 소유하거나 보유하는 경우 그 행위의 효과가 실질적으로 경쟁을 저해하지 않는 한 이것을 금지하지 아니한다.

**Tasty Baking Company and Tastykake, Inc. v. Ralston Purina, Inc., & Continental Banking Co. (1987)**

사안의 개요

이 사안에서 원고인 Tasty Baking Company(및 원고의 100% 자회사인 Tastykake, Inc.)와 피고인 Ralston Purina, Inc(및 피고의 100% 자회사인 Continental Banking Co.)는 제과점사업 분야에서 오랜동안 원고의 'Tastykake', 그리고 피고의 'Hostess'라는 브랜드하에서 서로 경쟁적인 제품을 제조 판매 해 왔다. 이들 제품은 다른 경쟁사업자인 Borden 사의 'Drake'라는 상표의 제품과도 경쟁관계에 있었으나 1986년에 피고는 Borden 사와 합의하여 Borden 사의 지점을 매입하기로 하였다. 피고와 Borden 사는 1986년 5월 30일에 합병전 통지(pre-merger notices)를 연방거래위원회와 법무부 독점국에 제출하였고, 이들 당국은 아무런 이의를 제기하지 않았다. 당사 회사들은 1986년 7월 1일에 합병계약을 공식 발표하였으며 1986년 7월 12일에 거래는 완료되었다. 이에 대하여 원고는 피고가 다른 경쟁사업자의 자산을 인수(합병)함으로써 시장의 독점화를 기도하였으므로 도매 및 소매시장에서 피고의 독점화를 막기 위해서는 기업분할이 필요하다고 주장하면서 클레이튼법 제7조 위반을 이유로 하는 소송을 제기하였다.

쟁점 -시장의 획정

피고의 Borden사 지점의 합병이 클레이튼법 제7조를 위반하였는가를 판단함에 있어서 가장 중요한 쟁점은 '일정한 거래분야' 즉 '시장'의 획정이라고 할 수 있다. 그리고 이러한 시장은 거래 단계별, 상품별 그리고 지리적 시장으로 구분되기 때문에 그 각 시장이 어떻게 획정되는가에 대해 판결의 내용을 살펴보기로 한다.

첫째로, 상품관련시장의 획정이다. 이 사안에서의 상품시장은 스낵류시장 전체로 볼 것인가 아니면 그 하위범주의 일부인 '스낵 케이크와 파이' 시장으로 볼 것인가 하는 점이 다투어졌다. 왜냐 하면 피고의 Borden 사 지점의 인수로 인하여 관련상품시장에서 시장점유율 등의 변화는 스낵류시장 전체로 볼 때에는 별다른 영향을 주지 못하였음에 비하여 시장을 스낵류시장의 하위인 스낵 케이크와 파이시장으로 한정할 경우에는 상당한 정도로 독점력이 형성된다고 보기 때문이다. 결국 이 사안에서는 '스낵 케이크와 파이' 시장이 하나의 독립된 시장으로 획정될 수 있는가 하는 점이 핵심적인 문제라고 할수 있다.

둘째로, 지리적 관련시장의 획정이다. 이 사안에서는 당해 합병의 효과가 뉴 잉글랜드와 대서양 중부에 위치한 일부 주를 포함하여 보스톤, 뉴욕, 필라델피아, 워싱턴 D.C. 및 기타 일정지역에 한정해야 할 것인가 아니면 보다 넓은 지리적 시장이 고려되어야 할 것인가 하는 점이 쟁점이 되고 있다.

상품관련시장 - '스낵 케이크와 파이' 시장

스낵 케이크와 파이는 케이크용의 신선하고 습기있으며 파이용의 굵거나 튀긴 제품으로서 한 조각 이상씩 판매하기 위하여 제조된다. 대개 5 온스 정도로 스낵용으로 이용하거나 점심식사용 또는 학교도시락용으로 개별포장되고, 선반에 진열되며 보관기간이 짧고 대부분 매일 소매점에 직접 배달되는 제품들이 포함된다. 스낵 케이크와 파이에는 Tastykake Krimpets, Hostess Twinkies 및 Drake Ring Dings라는 상표제품이 판매되며 이들의 연간 매출액은 10억 내지 14억 달러에 이르고 있다고 한다.

이 판결에서는 '스낵 케이크와 파이' 시장이 하나의 독립된 시장으로 확정될 수 있는가 하는 점과 관련하여 다음과 같은 두가지 사항이 검토되었다. 첫째, 일반적으로 스낵 케이크와 파이가 다른 과자류(sweet goods)와 경쟁관계가 있는가 하는 점이다. 피고는 경쟁관계에 있다는 증거로서 Marketing Corporation of America에 의한 연구결과의 개요를 제출하였는데, 그에 의하면 "Hostess(파이류)를 많이 먹는 사람들은 그에 대체되는 과자류를 선호하는 경향이 있으며 스낵 케이크와 파이는 쿠키를 포함한 모든 스택과 더불어 신선하게 구워진 상점용 제품, 케이크 도너츠, 캔디 바, 아이스크림 등과 소비자의 마음 속에서 서로 경쟁하고 있다"고 한다. 그러나 재판부는 이러한 피고측 증언을 배척하면서 "스낵 케이크와 파이를 구입하는 사람들은 때때로 다른 과자류 등도 역시 구입한다는 것에 불과하다. 그 결과 그러한 증거가 아이스크림과 스낵 케이크가 대체제인지를 입증하는 것은 아니며, 보다 일반적으로는 스낵 케이크와 파이가 모든 과자류시장내에서 중요한 하위시장을 이루고 있다는 사실인정을 배척하는 것도 아니다"라고 說示하였다.

둘째로, 스낵 케이크와 파이에는 다른 제품들 특히 brownies, 덴마크아크식 pastries, doughnuts 및 쿠키가 포함될 것인가 하는 점이다. 피고는 스낵 케이크와 파이에는 꿀빵(honey buns)이 포함되며, 날개로 판매되는 도너츠와 대니쉬 및 쿠키는 모두 스낵 케이크와 파이라고 주장하였다. 그러나 재판부는 "이러한 진술은 정도를 지나친 것으로 스낵 케이크와 파이에 관한 일반적으로 정의된 개념과 합치하지 않으며 신빙성이 없다. 기껏해야 피고들이 제시한 증거는 단지 주변에서만 스낵 케이크와 파이가 다른 과자류와 경쟁관계에 있다는 주장을 지지하고 있을 뿐"이라고 하여 배척하였다.

특히 재판부는 피고들의 제품판매 방식과 광고 방식에 주목함으로써 스낵 케이크와 파이가 제과산업에서 하나의 하위시장(market segment)을 구성한다는 점을 밝히고 있다. 즉 이들 제품은 충동구매를 촉진하기 위하여 상점에서도 높은 진열장에 함께 진열되어 있으며, 피고들이 동일한 시장에서 공급하고자 하는 다른 제품들과 섞이지 않는다는 것이다. 그리고 이들 제품은 일주일내에 소매업자가 스낵 케이크와 파이라는 두 부문의 판매를 모두 촉진하기 위하여 서로 조정된 방법으로 광고하는 반면, 당연히 스낵 케이크와 파이와는 다른 광고방법으로 도너츠와 쿠키의 판매를 촉진하고 있다. 다른 제과업자들도 소비자들이 스낵 케이크와 파이를 아침식사나 기타 디저트식품, 쿠키 및 특히 도너츠와 구별하고 있다고 확신하고 있다는 것이다. 이에 따라 재판부는 스낵 케이크와 파이는 Brown Shoe Co. v. U. S. 사건에서 정의된 것과 같은 "경

제적으로 중요한 하위시장”을 구성한다고 판단하였다.

### 지리적 관련시장

지리적 관련시장을 어느 범위로 확정할 것인가도 이 사건에서 쟁점의 하나이었음은 앞에서 언급한 바 있다. 거래분야에서 효과적인 경쟁이 이루어지는 지역은 판매업자들이 영업활동을 하고 구매자들이 실제로 공급을 전환할 수 있는 시장영역을 선택함으로써 확정된다. 그런데 판매업자의 영업활동과 구매자의 구매 기회는 스낵 케이크와 파이의 다단계 판매시스템(multi-step distribution system)에 좌우된다. 과자가 구워진 후, 당해 제품은 창고(depot)로 불리는 중앙판매센터로 보내진다. 거기에서 제품은 트럭에 실려 각 지역으로 배달된다. 고정된 노선에 따라 트럭은 각 소매상점에 배달을 한다. 상점들은 판매될 때까지 또는 당해 제품의 신선도가 유지될 수 있을 때까지 스낵을 선반 내지 진열대에 놓아둔다. 팔리지 않은 제품은 새로 구운 제품과 교환되며, 제조업자들은 자신의 할인점에서 그러한 재고품을 보다 싼 값에 판매한다. 이러한 시스템은 스낵 케이크와 파이의 도매업자 및 소매업자와 연결되어 있다.

그리하여 제품이 판매되기까지는 세가지 거래가 관련된다. 즉, 소비자는 소매업자로부터 구입하고, 소매업자는 제조업자로부터 구입하며, 제조업자는 할인점을 통해 판매한다. 그리고 이들 각각은 현지의 소비자 선호, (광고를 포함하여) 제조업자의 마케팅전략, 그리고 스낵 케이크와 파이에 대하여 협상으로 정해진 도매가격에 의하여 영향을 받는다. 제조업자들은 일반적으로 원고가 제시한 지리적 시장을 포함하여 도시 및 지방의 시장들을 별도로 인식하여 마케팅전략을 세우고 있다. 특히 제조업자들의 가격정책은 위 지리적 시장별로 경쟁조건을 의식하고 있음을 보여주고 있다. 이에 따라 재판부는 원고측이 제시한 보스턴, 뉴욕, 필라델피아, 워싱턴 D.C. 뉴잉글랜드 및 대서양 연안의 중부지역내에서 당해제품에 대한 효과적인 경쟁이 일어난다고 할 수 있고 따라서 지리적 관련시장은 이 지역으로 확정될 수 있다고 판시하였다.

### 시장점유율의 변화

상품의 특성과 지리적 특성에 따라 확정된 관련시장은 피고가 행한 기업인수의 경쟁제한적 효과를 평가하기 위한 틀을 제공하게 된다. 피고들이 클레이튼법 제7조를 위반하였는지의 여부에 대한 판단을 하기 위해 시장확정의 다음 단계로 할 일은 이들 각 시장에서의 시장점유율의 분포를 알아보는 것이다. 시장점유율에 관한 정보는 시장점유율 측정 사업자인 A. C. Nielsen Co.(Nielsen)(52주 평균시장점유율); Mediamark Research, Inc.(MRI)(104주 평균 당해 시장에서 모든 주주에 대한 단위매출액의 비율); 그리고 National Family Opinion, Inc.(NFO)(최대추정치, BE; 가장 소극적인 수치, C)이었으며 이들이 제출한 자료에 의하면 합병전후의 시장점유율 변화는 다음과 같다.

시 장 점 유 율							
백분율 (%)							
Market	Drake+ Hostess	Drake	Hostess	Tastykake	Little Debbie	Dolly Madison	Other
<b>Boston</b>							
Neilson	77.0	47.7	29.3	0.2	8.9	-	13.9
MRI	67.0	40.1	26.9	0.0	23.9	1.8	7.1
<b>New York</b>							
Neilson	72.5	54.5	18.0	16.6	1.6	-	9.4
MRI	71.0	44.2	26.8	16.8	4.8	3.7	3.8
<b>Philadelphia</b>							
Neilson	25.6	18.5	7.1	64.7	4.1	0.3	5.3
MRI	18.1	8.3	9.8	70.7	5.8	0.5	5.0
<b>Washington, D. C.</b>							
MRI	39.2	2.7	36.5	17.5	33.4	6.8	3.2
<b>New England</b>							
MRI	59.2	23.8	35.4	4.6	23.0	4.7	8.4
NFO(BE)	78.4	34.7	43.7	3.5	16.0	2.2	-
NFO(C)	47.5	21.0	26.5	2.1	9.7	1.3	39.4
<b>Mid-Atlantic</b>							
Neilson	49.0	36.5	12.5	40.7	2.8	-	7.5
MRI	40.5	17.1	23.4	36.3	13.0	5.2	5.1
NFO(BE)	54.0	20.8	33.2	26.2	13.4	6.3	-
NFO(C)	34.0	13.1	20.9	16.5	8.4	4.0	37.1
<b>National</b>							
MRI	37.8	4.9	32.9	8.8	34.9	8.5	9.9

재판부는 위 표를 근거로 하여 스낵 케이크와 파이 시장은 상당히 경직적 이어서 사업자들은 새로운 지역에 진입하는 데 실질적인 장벽에 직면해 있다고 판단하였다. 이러한 장벽은 제과설비를 갖추고 브랜드를 개발하며 유망한 소매업자와의 판매망을 구축하는 데 드는 비용이 막대하다는 사실에서 비롯된다고 할 수 있으며 그 결과 과거 5년간 어떤 중요한 신규사업자도 스낵 케이크 및 파이시장에 참여하지 않았고, 또 예견 가능한 장래에 관련시장에 진입할 것으로 예상되지 않을 것으로 보았다. 이와 같이 관련시장에서 부당하게 높은 시장점유율을 가진 기업을 발생시키고 그 결과 당해 시장에서 경제력의 현저한 집중을 가져오는 합병은 그 자체가 경쟁을 실질적으로 감소시키는 것으로서, 당해 합병이 그러한 경쟁제한적인 효과를 갖지 않는다는 점을 명확하게 입증하는 증거가 없는 한 이는 금지되어야 한다고 판시하였다.

그러면 어느 정도의 시장점유율을 부당하게 높은 것으로 보아야 할 것인가. 이에 대하여는 U. S. v. Philadelphia National Bank 사건에서 법원은 30%의 시장점유율은 위법을 추정케 한다는 원칙을 확립하였으며 U. S. v. Continental Can Co. 사건에서는 25%의 시장점유율을 가져오는 합병은 위법성을 추정케 한다고 판시한 바 있다. 또 U. S. v. Aluminum Co. of America 사건에서 법원은 고도로 집중된 시장에서는 시장주도기업이 시장의 불과 1.3%를 차지하고 있는 기업을 인수하는 것도 클레이튼법 제7조에 따라 금지될 수 있다고 밝혔다. 이러한 선례에 따라 재판부는 Continental이 Drake의 지사를 인수한 것은 보스턴, 뉴욕, 워싱턴 D.C. 라는 도시시장과 뉴잉글랜드 및 중부 대서양의 지역시장, 그리고 스낵 케이크와 파이에 대한 전국적인 시장에 있어서 클레이튼법 제7조를 위반한 것으로 추정된다고 판시하였다.

#### 허핀달 - 허쉬만 시장집중지수

미국 법무부의 합병가이드라인에 따라 반독점국이 채용하고 있는 허핀달 - 허쉬만지수(Herfindahl - hirschman Index)에 의하면, 피고의 합병행위는 관련시장에 있어서 허용될 수 없는 정도의 경제력집중을 가져온다는 결론이 나온다. 동 지수는 주어진 시장에서(백분율로 산정된) 각 기업의 시장점유율의 제곱을 모두 합함으로써 계산된다. 만약 합병 후의 총 수치가 1,800을 넘으면 당해 시장은 고도로 집중되는 것으로 간주되고, 지수가 100 이상 증가하면 특별한 예외적인 경우에만 다른 요소를 감안하여 합병이 경쟁을 실질적으로 제한하지 않는 경우로 판단될 수 있다.

이 사안에서 합병 전후의 시장집중지수는 다음 표에서 보는 바와 같다.



### Herfindahl – Hirschman Index

Market	Index before Acquisition	Index after Acquisition	Difference
<b>Boston</b>			
Neilson	3213	6008	2795
MRI	2906	5063	2157
<b>New York</b>			
Neilson	3572	5534	1962
MRI	2991	5360	2369
<b>Philadelphia</b>			
Neilson	4596	4858	262
MRI	5197	5360	163
<b>Washington, D.C.</b>			
MRI	2808	3005	197
<b>New England</b>			
MRI	2392	4077	1685
NFO(BE)	3387	6420	3033
<b>Mid-Atlantic</b>			
Neilson	3153	4065	912
MRI	2354	3154	800
NFO(BE)	2441	3822	1381
<b>National</b>			
MRI	2474	2797	323

재판부는 위 표에 나타난 지수는 당해 합병(인수)이 허용될 수 없는 경쟁제한효과를 초래하며 따라서 클레이튼법 제7조가 금지하는 정도로 시장집중을 강화하는 것임을 나타내는 것으로 판시하였다. 이에 따라 재판부는 피고에게 기업분할명령을 내렸다.■