

不當한 共同行爲(談合)에 대한 規制(1)

朴 準 吉(公正去來委員會 調査局 副理事官)

우리나라의 공정거래법은 의사의 합치만 있으면 위법으로 보는 「당연위법의 원칙」만을 채택하고 있는 것이 아니라, 일정한 거래분야에서 실질적으로 경쟁을 제한하는 합리적인 이유가 있는 경우에도 위법으로 보지 않는 「합리성의 원칙」도 함께 채택하고 있다.

1. 머리말

독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 “독점규제법”이라 한다)은 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진하기 위하여, 사업자의 시장 지배적 지위의 남용과 기업결합, 부당한 공동행위 및 불공정 거래행위를 규제하고 있다.

특히 독점규제법 제19조는 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 사업자간의 공동행위를 부당한 공동행위(담합 또는 카르텔이라고도 함)라고 하여 이를 원칙적으로 금지하면서, 그 공동행위가 일정한 요건을 갖추어 공

정거래위원회의 인가를 받은 경우에 한하여 이를 예외적으로 허용해 주고 있다.

이 글에서는 독점규제법상의 부당한 공동행위에 대한 폐해와 규제의 내용을 살펴보고, 특히 논란이 되고 있는 공동행위 추정조항에 대하여 구체적으로 검토해 보고, 외국제도에 대하여도 간단히 살펴보고자 한다.

2. 부당한 공동행위의 의의 및 폐해

부당한 공동행위라 함은 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로

제한하는 공동행위를 말한다. 따라서 사업자의 행위가 부당한 공동행위에 해당하기 위해서는, 첫째로 사업자가 그 행위를 다른 사업자와 공동으로 하여야 하며(행위의 공동성), 둘째로 그 행위가 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한(경쟁의 실질적 제한성)하여야 한다.

독점금지법의 전통적 관심대상인 공동행위는 그 불가피성 또는 카르텔옹호론의 주장에도 불구하고 세계 각국의 독점금지법에서는 카르텔을 「당연위법으로 금지」하거나 또는 합리적 이유를 결여한 카르텔을 위법으로 하는 등 카르

텔을 예외없이 엄격하게 규제하고 있다.

이는 카르텔이 독립한 사업자간의 시장경쟁을 억압하고 독점력을 창출 또는 행사하기 위한 공모나 담합이지만 그 효과는 독점의 경우와 같을 수 있음을 인정한 것 때문이다.

즉 첫째, 카르텔은 독점이윤을 목적으로 하기 때문에 대부분의 경우 가격상승을 초래하고, 둘째, 카르텔 참가사업자들은 가격, 품질, 서비스 등의 면에서 경쟁의 위협을 느끼지 않기 때문에 원가 절감, 경영합리화, 품질향상, 서비스 개선 등의 노력을 소홀히 하게 되고 이는 결국 당해 산업분야에서의 기술적 비효율, 한계기업의 존속, 기술혁신과 산업구조 조정의 지연 뿐만 아니라, 소비자 피해를 초래하게 된다. 셋째, 공동행위 참가사업자들은 자체결속을 통하여 잠재적 경쟁자의 시장 진입을 방해하며, 넷째 카르텔을 방임할 경우 결국 시장의 경직성과 불균형을 초래하게 된다.

반면 카르텔 옹호론자들의 주장 중에는 정당화 사유를 고려할만한 가치가 있는 것도 사실이다. 첫째, 동업자간의 경쟁이 과열되면 원가 이하의 가격경쟁을 초래하게 되는데 카르텔은 이러한 과열적 경쟁과 가격인하에 따른 품질수준의 저하를 방지하며, 둘째 산업합

리화를 위하여 일정한 경우에는 카르텔을 통하여 기업도산 및 직원 해고사태 등을 방지할 수 있으며, 셋째 사업자간의 공동출연으로 기술개발, 품질개선을 위한 공동 연구·개발이 가능하다. 넷째는 수요나 공급이 독점되어 있는 경우에 독점적 수요자 또는 독점적 공급자에 대한 다수의 공급자 또는 수요자는 카르텔을 통하여 거래상의 교섭력을 강화할 수 있고 독점기업의 횡포에 대항할 수 있다는 것이다.

3. 부당한 공동행위의 규제원칙과 성립요건

가. 공정거래법의 규제 원칙

우리나라의 공정거래법은 1992년 법개정 이전에는 사업자간 공동행위의 「합의」 이외에 「행위의 일치」가 있어야 부당한 공동행위의 성립요건을 갖추는 것으로 해석되고 있었으나, 1992년 법개정 이후에는 합의만으로도 부당한 공동행위의 구성요건을 충족할 수 있음을 명문으로 규정하고 있다.

그러나 우리나라의 공정거래법은 의사의 합치만 있으면 위법으로 보는 「당연위법의 원칙」만을 채택하고 있는 것은 아니며, 일정한 거래분야에서 실질적으로 경쟁

을 제한하는 합리적인 이유가 있는 경우에는 위법으로 보지 않은 「합리성의 원칙」도 함께 채택하고 있다 할 수 있다.

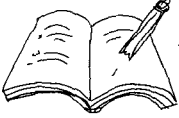
이는 「법 제19조제1항 단서규정」에 비교적 다양한 여섯가지 인가사유에 해당하면 부당한 공동행위라도 인가를 받아 합법적으로 수행할 수 있기 때문이다.

그러나 그동안 공정거래위원회는 사업자측으로부터 부당한 공동행위의 인가신청도 별로 없을 뿐만 아니라, 그 인가조건을 엄격하게 운영하고 있기 때문에 일정한 거래분야의 경쟁을 실질적으로 제한하는 공동행위는 시정조치의 대상으로 하고 있다.

나. 부당한 공동행위의 성립요건

공정거래법상 부당한 공동행위가 성립하기 위하여는 「둘 이상 사업자의 행위」로서 다음의 세가지 요건을 충족시키는 경우인데 동법 제19조제1항에 열거된 유형의 행위를 공동으로 하기로 합의하는 경우로써, 첫째 계약, 협정, 결의, 기타 어떠한 방법이든 공동행위에 대한 사업자간의 의사의 합의가 있을 것, 둘째 일정한 거래분야에서의 경쟁을 실질적으로 제한하는 경우이다.

- (1) 법 제19조제1항에 열거된 행위



우리나라의 공정거래법은 다른 나라의 입법례와는 달리 규제대상인 공동행위의 유형을 법문에서 8가지 유형으로 열거하고 있으며, 열거한 8가지 유형의 행위들은 가격 카르텔, 수량 카르텔, 판매지역 카르텔 등 종래 선진제국에서 규제하였던 카르텔 유형을 거의 망라하고 있다.

법문의 열거가 한정적 열거로 볼 것이나 예시적 열거로 볼 것이냐의 문제는 있으나 이러한 열거식 입법형식은 카르텔 규제의 초기단계에서 기업에 대하여 규제대상인 행위유형을 구체적으로 소개 및 홍보한다는 측면도 중시한 것이다. 따라서 부당한 공동행위는 구체적 실행행위를 하지 않았을 경우 합의만으로도 위법성이 인정되나 과징금을 부과하기 위하여는 합의에 따른 행위의 실행이 있어야 할 것이다.

(2) 의사의 합치 여부

부당한 공동행위가 성립하려면 계약, 협정, 결의, 기타의 방법으로 사업자간에 공동행위를 하기로 하는 합의가 있어야 한다.

여기서 「합의」란 완전한 의사의 합치는 물론, 완전한 의사의 합치에 이르지 않았다 하더라도 어느 형태로든지 의사의 연락이 있으면 족한 것으로 본다.

또한 “「의사의 연락」이라 함은

넓은 의미의 합의를 의미하는 것으로서 의견의 일치가 있다는 것에 대한 인식인데, 즉 합의가 성립되고 있다는 것을 다른 당사자도 알고 있다는 사실을 이쪽에서도 알고 있는 관계가 성립”되는 정도면 족하다. (권오승·황유인 공저, 경제법 158쪽) 그러나 부당한 공동행위에 제재를 가하거나 부당한 공동행위를 이유로 하는 소송에서 무엇보다도 중요한 것은 사업자간 의사의 합치 또는 의사의 연락을 입증하는 문제이다.

공정거래법에 대한 사업자들의 인식이 높아지면서 공동행위 참가 사업자들은 합의의 증거를 남기지 않거나 은닉하려는 경향이 높아짐에 따라 실제 사건조사에서는 합의를 입증하기가 쉽지 않다. 따라서 이러한 입증의 어려움을 해소하고 법 집행의 효율성을 높이기 위하여 법 제19조제3항에서는 합의의 추정조항을 두고 있다. 즉 법 제19조제3항에서는 “2 이상의 사업자가 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 “제1항 각 호의 1”에 해당하는 행위를 하고 있는 경우 동사업자간에 그러한 행위를 할 것을 약정한 명시적 합의가 없는 경우에도 부당한 공동행위를 하고 있는 것으로 추정한다.”고 규정하고 있다.

그러나 이러한 합의추정조항은 과점시장에서 흔히 나타날 수 있

다는 의식적 평행행위 (Conscious Parallelism : 의식적 동조행위라고도 함) 즉 사업자간의 공식적인 의사연락은 없었으나 단지 동일한 행위가 사실상 병행적으로 이루어지고 있음을 상호 인식하고 있음에 불과한 경우에도 이를 공동행위로 볼 것인가 하는 문제가 실무상 자주 문제가 되고 있는 바, 이러한 의식적 평행행위는 그것 자체만으로는 거래제한의 공모에 해당되지 않고, 다른 추가적 요소가 있는 경우는 「합의의 추정」을 가능케 할 뿐이라는 것이 일반적 견해라 하겠다.

(3) 일정한 거래분야에서의 경쟁의 실질적 제한

부당한 공동행위를 구성하기 위하여는 「일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한」하여야 한다. 여기서 「일정한 거래분야」라 함은 법 제2조제8호에서 규정한 거래의 객체별, 단계별 또는 지역별 경쟁관계가 성립될 수 있는 분야를 말한다.

따라서 일정한 거래분야는 거래의 객체별로 어떠한 형태이든간에 경쟁관계가 성립되는가 여부에 따라 판단하고, 그 범위의 제한이 필요한 경우에는 거래단계별 또는 거래지역별로 구분하여 판단하게 된다. 또한 「경쟁의 실질적 제한」이란 일정한 거래분야에서의

경쟁상대가 감소하여 공동행위 참가사업자들의 자유로운 의사에 따라 어느 정도 자유로운 가격, 수량, 품질 및 기타 조건을 좌우할 수 있는 시장지배력이 있음을 의미한다. 따라서 시장지배력의 형성 여부는 통상적으로 시장점유율을 기준으로 하고 있으나, 어느 정도 시장점유율을 차지하더라도 실질적 시장지배력이 형성되었는지의 여부는 해당업종의 시장구조와 특성 및 경쟁상태 등을 종합적으로 고려하여 개별적으로 판단하여야 할 것이다.

4. 부당한 공동행위의 시장여건과 합의의 추정

가. 부당한 공동행위의 유인과 시장 여건

공동행위는 그 형태와 방법이 다양할 뿐만 아니라 실효성과 존속기간도 크게 다르다. 그 존속기간이 단명하였거나 소망의 표현에 불과한 담합도 있을 수 있고, 담합이 장기간 유지되었으나 경쟁에 별다른 영향을 미치지 아니한 경우도 있으며, 장기간에 걸쳐 실질적으로 경쟁을 억압하면서도 적발되지 않는 담합도 있을 수 있다. 이같이 다양한 담합의 형성 및 장·단기적 안정여부는 시장의 구조적·기술적 요소들에 의해 영향을 받으며, 일정한 조건을 갖춘 산업에서 비교적 담합이 쉽게 안정적으로 이루어 지게 된다.

다음에는 부당한 공동행위가 쉽게 이루어질 수 있는 시장여건들을 구체적으로 열거해 보기로 한다.

(1) 사업자수와 집중도

담합에 의한 합의는 생산비용이나 수직통합의 정도 등 사업자들의 이질성에 의해 제한 또는 방해될 수 있는데, 사업자수가 적고 집중도가 높은 시장일수록 가격이나 산출량 배분 등에 관한 합의가 쉽게 이루어질 수 있고, 합의의 이탈행위가 탐지될 가능성도 높기 때문에 이탈도 비교적 적다.

(2) 수요의 가격탄력성

수요의 가격탄력성이 낮은 상품일수록 일정한 가격 인상에 따른





수요량 감소가 적고, 생산설비의 가동률 하락 정도가 크지 않아 담합을 위한 비용이 낮을 것이고 또한 일탈행위의 탐지 가능성이 높기 때문에 담합 가능성이 크다.

(3) 상품의 동질성

자동차, 가전제품, 의류 등과 같이 복잡하고 차별화된 상품의 경우에는 가격 이외에 품질, 서비스, 판매조건 등 여러 요소들이 구매선택에 영향을 미치므로 비가격경쟁의 기회가 많아져 담합이 비교적 어려운데 비하여, 금속제품, 화학제품, 목재, 철강, 농산품 등과 같이 비가격경쟁의 소지가 별로 없고 경쟁제품간의 대체탄력성이 높은 동질적인 상품의 경우에는 담합약정이 쉽게 이루어질 수 있다.

(4) 기술, 비용, 수요의 변화

담합은 기술혁신과 제품특성의 변화가 빈번한 산업보다는 기술변화가 별로 없고 제품이 표준화되어 있는 산업에서 쉽게 이루어질 수 있다. 즉 기술변화가 심한 이러한 산업에서는 사업자들의 기술혁신 또는 제품개발의 능력과 속도가 다르기 때문에 담합을 어렵게 한다. 특히 다른 사업자들로부터 고객을 유인해낼 정도의 기술혁신이나 제품개발이 이루어지면 담합 자체를 만들어낼 수 없기 때

문이다. 또한 담합은 비용이나 수요의 변화가 큰 산업보다 적은 산업에서는 이루어지기 쉽다. 즉 수요나 비용이 큰폭으로 빈번히 자주 변동한다면 담합공모자들은 그때마다 담합조건을 다시 합의하여야 하고, 합의행위와 합의에서 일탈하는 행위를 구별하기 어렵기 때문이다.

(5) 산업의 수익률

담합은 수요감퇴 등으로 기존기업의 수익률이 낮은 상황에서 시도될 가능성이 비교적 많다. 경기침체로 사업자들이 판매부진을 겪게 되면 경쟁적 가격인하로 인하여 가격이 평균비용 밑으로 떨어질 수 있기 때문에 이를 방지하기 위하여 사업자간 담합의 공감대가 쉽게 형성된다. 미국의 경우, 카르텔은 1890년대의 경기침체에 많이 일어났으며, 1930년대의 대공황중에는 전세계적으로 카르텔형성이 활발하였음도 이를 증명하고 있다.

(6) 가격정보

담합은 시장과 경쟁자들에 관한 정보의 수집비용이 낮은 상황에서 쉽게 이루어질 수 있다. 예컨대 가격카르텔이 그 구성원들의 거래가격과 판매량 정보를 쉽게 얻을 수 있다면 일탈행위의 탐지 및 처벌이 쉬워져 기만유인이 감소할

것이다.

(7) 산업의 사회적 구조

담합은 정부의 권한을 위탁받은 강력한 사업자단체가 조직되어 있거나 지도력을 행사하는 기업이 있는 산업에서 이루어질 가능성이 크다. 사업자단체나 선도기업은 비협조적인 사업자들에게 압력을 가하여 공모에 가담하도록 유도하는 등 담합조직 단계에서 선도적 역할을 할 수 있으며 기만행위의 단속자로 활동함으로써 효과적으로 담합을 유지할 수 있기 때문이다.

(8) 구매자의 수와 규모 분포

담합은 대량구매자들 보다는 다수의 소규모 구매자들에 대하여 효과적으로 이루어질 수 있다. 대량구매자들이 존재하는 시장에서는 담합이 시도되어도 판매자들은 대량구매자들을 자기고객으로 유지하거나 쟁탈하기 위하여 가격인하를 해주려는 강한 유인을 갖게 되며 기만행위의 탐지도 극히 어렵기 때문이다. 또한 대량구매자들은 일반적으로 구매제품의 생산비용에 대하여 잘 알고 있는 잠재진입자들로서 담합에 의해 가격이 장기 경쟁수준 이상으로 유지되면 제품의 자체생산을 검토할 것이며, 반면에 다수의 소량구매자들이 존재하는 시장에서는 1회의 가

격인하에 따른 이익이 적어 가격 인하 유인도 크지 않으며 기만행위자가 어느 정도 이익을 증대시키려면 많은 고객에게 가격인하를 해주어야 하기 때문에 기만행위가 탐지될 가능성이 크다.

(3) 고정비용

고정비용에 대비한 한계비용의 비율이 높은 시장에서는 사업자들이 과당경쟁방지를 위한 담합의 유인을 가질 수 있다. 고정비용이 큰 산업에서는 수요감소로 유희설비가 생기면 각 사업자는 가격인하를 통해 판매량을 늘림으로써 고정비용의 짐을 덜고자 하며 이는 지속적으로 가격하락을 가져올 수 있는 바 사업자들은 이를 막기 위하여 담합을 시도할 가능성 많다. 결론적으로 담합은 이상과 같이 담합에 유리한 시장의 구조적 조건하에서 보다 빈번히, 보다 성공적으로, 보다 완전하게 이루어짐을 알 수 있다. 그러나 담합에 유리한 조건들이 담합성공에 반드시 필요한 것은 아니며 이들 조건중 일부가 없는 경우라도 달성될 수 있다.

예컨대 자동차와 같이 차별화된 제품의 경우에는 무이자할부판매 금지 등과 같은 '간단한 조건'에 합의하고 이를 지킴으로써 경쟁을 억압하여 이익을 볼 수 있고, 산업내 기업의 수가 적다는 것은 혼

히 언급되는 담합의 촉진 조건이지만 담합이 소수의 기업들이 있는 산업에만 한정된 것은 아니다. 이는 단지 공모자수에 따라 담합의 구조나 시행수단이 변화할 것이라는 것을 의미한다. 시장조건들이 담합에 매우 불리한 상황에서는 사업자들이 명시적 또는 노골적으로 담합할 수 밖에 없을 것이고 담합에 매우 유리한 시장상황에서는 묵시적 또는 의식적 동조행위에 의하여 담합행위를 달성할 수도 있을 것이다. 그러나 담합에 매우 유리한 시장상황에서도 묵시적 담합에 대한 방해요소들이 존재하여 자연발생적 협력이 이루어지기 어려운 상황도 있다.

이 경우에 사업자들은 좀더 협력적인 조치를 하지 않으면 담합에 성공하기 어려우므로 담합촉진행위(facilitating practices)를 통하여 담합의 장애요소들을 극복코자 할 것이다.

따라서 의식적 동조행위에 대한 합의추정을 위하여는 '행위의 일치외에 해당 시장의 특성 및 여건에 따른 결과적인 행위의 분석 결과 사전공모 없이는 그 같은 행위의 결과가 이루어질 수 없다는 합리성의 바탕위에서 담합촉진행위의 존재와 그 인과관계의 분석이 필요하다' 할 것이며, 이러한 촉진행위의 존재는 특히 과점시장에서의 '순수한 의식적 동조행위,

와 '암묵적 담합'을 구별할 수 있는 중요한 기준이 된다 할 수 있다.

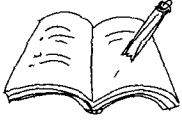
나. 합의의 추정을 위한 추가적 요소의 존재

(1) 공동행위를 하여야 할 합리적 동기의 존재

앞에서 설명하였거니와 행위의 일치와 공모의 동기 두가지 요소를 갖추었다 하더라도 그것만으로 합의를 추정하기에는 충분하지 않고, 여기에서 공동행위를 할만한 합리적 동기가 추가적으로 존재하여야 한다. 즉 공동행위를 할만한 합리적 동기가 존재한다는 것은 문제의 시장이 상호존재적이라는 의미와 유사한 의미이나, 정황중 거만 제시될 수 있는 공동행위사건에서 행위가 상호존재적이라는 것만으로 합의가 추정될 수는 없으며, 당해 공동행위로부터 이익을 얻으리라고 기대할 수 있는 합리적 동기가 입증되어야 한다.

(2) 공동행위의 소산이 아니라면 합리적으로 설명될 수 없는 시장상황

사업자들의 상품 또는 용역제공의 가격이 동일하다는 것으로부터 공동가격결정을 추정하기 위하여는 가격의 동일함이 유지된 시점과 기간 및 경위설명 등이 검토되어야 한다. 공통원료의 가격상승



등과 같은 중립적 요소로 인한 것이라는 입증이 있으면 합의의 추정이 깨뜨려질 수 있다.

그러나 해당 시장상황 및 시장구조의 특성상 공동행위가 없었으면 그렇게 높은 가격이 형성될 수 없거나, 행위의 일치가 형성될 수 없는 경우는 그렇게 높은 가격 또는 행위가 일치한 사실 자체만을 가지고도 합의가 있었던 것으로 추정할 수 있다. 즉 공통의 비용을 고려하더라도 응찰가격의 동일성이 설명되지 않는 경우 또는 시장이 고도로 분산되어 있음에도 불구하고 가격책정이 동일하게 이루어진 경우에는 합의의 추정이 가능하다 할 것이다.

(3) 공동행위로 수행되지 않으면 사업자들 각각의 개별적 이익에 반하는 경우

공동으로 수행되어야만 사업자들의 이익에 기여할 수 있고 개별적으로 수행되었다면 사업자들 개개의 이익에 반하리라고 인정되는 행위의 경우에는 사업자들이 이러한 행위를 정당화시킬만한 독립적 요인을 입증시키지 못하면 이 경우도 합의한 것으로 추정할 수 있다. 예를 들면 수요가 감소하고 유희시설이 증가하고 있음에도 불구하고 가격을 인상하는 경우와 같이 변화하는 시장의 수급상황에 합리적으로 대응하지 않는 경우는

합의추정이 가능하다.

다만 사업자들이 원가상승 압력 등의 별도로 고려할 요인을 입증하는 경우에는 다른 추가적 요소와 관련하여 합의의 추정 여부를 심도있게 검토하여야 할 것이다.

(4) 사업자간의 회합 기타 직접적 의사연락의 증거

사업자간의 의사연락이나 회합의 증거는 단순한 공모의 기회에 지나지 아니하고 그것만으로 공동행위의 추정을 뒷받침하지 못할 것이다. 그러나 사업자간의 이러한 접촉이 비밀회합 또는 비밀정보 교환으로 이루어진 경우, 접촉 이후 사업자들이 행동을 통일시킨 경우, 회합에서 직접적 정보교환이 이루어지고 그로부터 경쟁사업자들이 장래의 행위과정에 대하여 이해하게 된 것이라고 볼 수 있는 경우에는 합의의 추정을 뒷받침할 수 있다.

(5) 공모 조성행위

공모를 조성(또는 촉진)하는 행위는 경쟁사업자들이 가격담합, 시장분할 등의 반경쟁적 행위를 쉽게 하는 성향을 갖고 있으므로 합의추정의 간접증거로 활용될 수 있다. 특히 과점시장에서의 공모 조성 행위는 암묵적 담합행위나 합의의 증거를 확보하지 못한 부당한 공동행위의 사건심사에서 순수한 의식적 동조행위와 구분할

수 있는 중요한 기준이 될 수 있다. 동일업계의 사업자들이 가격에 관한 정보나 생산활동에 관한 정보를 교환키로한 협조약속, 공급초과 시장에서 선도기업의 가격인상계획의 사전 공표, 사업자가 그 경쟁자들에게 가격고정이나 시장분할을 제의·요청하는 담합기도 행위, 가격보호조항 등과 같은 공모조성 행위에 주목하게 되면 공동행위의 합의를 인정할 수 있는가 하는 문제와 동 문제의 행위가 불가피한 것이었느냐에 대한 판단을 하지 않아도 되는 장점이 있다. 또한 시정조치의 관점에서 공모조성 행위에 대한 중지요구는 시정조치의 대상으로 실효성을 지니므로 도움이 된다.

(6) 사업자들의 과거 공동행위 관련 공정거래법 위반사태 및 해당업계의 영업실적 등

문제의 사건과 동일한 과거의 위법행위는 다소 애매한 행위의 원인을 밝혀주는 하나의 신뢰할 만한 근거가 될 수 있으며, 해당업계의 일정기간 동안의 시장점유율, 담합참여 사업자와 비참여 사업자들의 수익률, 동업계 전반에 걸친 장기간의 높은 가격유지 등과 같은 종래의 영업실적으로부터 생산량 조절과 가격결정의 실현 여부 등으로도 판단할 수 있다. **△**

<다음 호에 계속>