

독일의 최근 경쟁정책 동향

손 인 옥

공정위 기업결합과장

90년대 들어 전세계적으로 나타나고 있는 거대합병의 시대적 추세는 지금도 그칠 줄 모르고 진행되고 있으며, 아직 시작에 불과하다는 견해도 있다. 미국, 유럽, 일본, 아시아 등 세계 각 지역에서, 그리고 자동차, 통신, 금융, 유통, 화학, 의약품 등 거의 모든 산업분야에서 예외없이 진행되고 있는 기업규모의 확대추세는 지구촌 경제화의 필연적 결과라 할 것이다. 한국에서도 이른바 빅딜로 표현되고 있는 대기업간의 사업교환이 추진되고 있으며, 그와는 별도로 새로운 경제환경에 적응을 위한 기업간 결합이 급증하고 있는 상황이다.

이러한 거대합병의 추세를 바라보는 각국의 시각은 아직 완전하게 정립되어 있지 못한 것 같다. 우선 각국은 서로 상충되기 쉬운 두 가지의 정책 목표를 가지고 있다. 즉, 개별국가는 자국의 기업이 세계시장에서 경쟁력을 확보하여 확실한 경쟁자로 남아 있기를 바라는 한편 이러한 덩치가 커진 기업이 국내소비자에게 독과점의 폐해를 끼치지 않기를 바란다. 같은 국가에서도 경제부는 전자에 속하고 경쟁정책당국은 후자의 입장에 서있는 모습이 나타난다. 아직은 이러한 2개의 정책 목표를 어떻게 조화시킬 수 있는지에 대한 명확한 방안이 마련되지 못하고 있다. 미국의 FTC가 보잉사와 맥도넬 더글러스사의 합병을 심사하면서 기업결합의 심사초점은 미국내 항공산업의 경쟁

상황이었지 미국을 대표하는(유럽의 Airbus에 대항할 수 있는) 항공사(national champion)의 육성이 아니었다고 강변하였지만 이를 전적으로 믿지는 못하는 것이 각국의 시각이다.

이러한 맥락에서 각국의 경쟁당국은 종전에 사용하였던 경쟁제한성의 심사기준을 수정·보완하여야 할 것인지 또는 지금까지의 기준을 그대로 유지하여야 할 것인지를 검토하고 있다. 또한 지금까지의 국가별 경쟁기구로 이러한 세계적 거대합병에 대한 통제가 가능할 것인지 또는 새로운 세계통합경쟁기구가 있어야 하는지에 대해서도 연구를 하고 있다. 이러한 시대적 요청에 따라 이번 베를린 국제카르텔회의(1999.5.10~11)는 주제를 거대합병으로 정하고 이틀에 걸쳐 세계각국에서 모인 전문가들이 열띤 논의를 한 바 있다.

이하에서는 거대합병의 추세에 대응한 경쟁정책의 방향에 관하여 논의한 베를린 회의의 결과를 살펴보고 나아가 최근의 독일 연방카르텔청의 몇가지 심결례를 소개한다.

1. 베를린 국제카르텔회의 개최 결과

독일 연방카르텔청은 2년마다 국제카르텔회의를 개최하여 왔으며, 금년 제9차 회의의 주제는 「거대기업결합 - 독금법에 새로운 도전」으로 정하였다. 동 회의에는 세계각국의 경쟁당국 책임자,



경쟁법학자, 경쟁법관련 법조인 등 이 분야의 전문가들이 참석하였으며 우리 나라에서도 전윤철 공정거래위원장이 참여하였다. 참고로 주요 참가자들을 보면 독일 연방경제부장관 Werner Müller, 유럽연합의 경쟁정책담당 집행위원 Karel Van Miert, Daimler-Chrysler 자동차회사의 회장인 Jürgen E. Schrempp, 독일 독점위원회 위원장인 Wernhard Möchel 교수, Höchst사의 대표이사인 Jürgen Dormann, 미국 법무성의 Joel I. Klein 국장보, 그리고 Göttingen 대학의 Ulrich Immenga 카르텔법교수 등이 발표를 하였으며, 세계은행, 유럽연합 등 국제기구의 경쟁정책담당자와 각국의 유명교수 등이 토론에 참여하였다.

◆ 거대합병과 경쟁은 양립될 수 있는가?

자명한 사항이지만 이번 참석자들도 거대합병이 그 자체로서 경쟁을 저해하는 것은 아니라고 하며, 경쟁저해성이 없는 한 거대합병은 자유롭게 추진되어야 한다고 주장하였다. Werner Müller 독일연방경제부장관은 최근의 거대합병은 그 숫자에 있어서 늘고 있으나 경쟁저해성은 과거보다 감소하였다고 하며, 경우에 따라서는 합병이 경쟁을 촉진하는 효과도 가지고 있다는 것을 주장하였다. 다임러-크라이슬러 회장인 Jürgen Schrempp도 전세계적으로 자동차회사 수는 줄어들고 있으나 경쟁은 더 심해지고 있다는 것을 예로 들었다.

그러나 거대합병이 경쟁제한성이 있는 경우 규제에서 자유로울 수 없음도 역시 자명한 사실이다. Werner Müller 독일연방경제부장관도 거대합병이 자유롭게 추진되어야 한다는 것을 주장하였으나 그 전제로서 경쟁제한성이 없을 것을 명확히 하였다. Karel Van Miert 유럽연합 경쟁담당 집행위원은 거대합병의 두가지 문제점을 핵심기술의 독점을 통한 신규진입 방지, 시장의 독과점

화를 통한 경쟁감소라고 지적하였다. 예컨대 Worldcom과 MCI의 합병에 있어서는 인터넷 접속기술이 통합됨으로써 그 부문에서 시장지배적 지위가 형성되는 문제점이 있었으며 이를 방지하기 위해 MCI의 인터넷 관련기술이 제3자에게 매각되도록 시정명령이 내려졌음을 상기시켰다. Dieter Wolf 연방카르텔청장도 최근 이루어지고 있는 거대합병은 특정지역시장에서 독점을 초래하고 나아가 전세계시장에서 독과점을 형성하는 위험이 있으며, 이러한 독과점화는 특정시장에 대하여 잠재적 경쟁을 저해하는 결과도 초래한다고 주장하였다. 독일의 독점위원회 위원장인 Wernhard Möchel은 거대합병의 폐해로서 경쟁의 말살을 들며, 이에 대하여 미국이나 유럽연합이 영향력의 이론을 근거로 역외적용을 시도하고 있으나 만족할 만한 결과를 가져오지 못하고 있다고 지적하였다. 그는 또 거대합병은 경제력을 집중시켜 정치적, 사회적인 의사결정에 나쁜 영향을 끼친다는 색다른 주장도 내놓았다. 또한 기업인인 Jürgen Schrempp도 카르텔관청이 존재하여 규칙을 설정하고 심판의 기능을 수행하는 것이 필요함을 인정하였다.

◆ 지리적 관련시장은 확장되어야 하는가?

Dieter Wolf 연방카르텔청장은 개회사에서 최근의 거대합병의 추세는 세계가 어렵사리 이룩해 낸 무역자유화의 성과를 제로로 만드는 결과를 가져올 것이라고 경고하였다. 그는 세계화의 시대에 있어 개별국가의 기업결합심사가 도대체 필요한 것인가라는 물음과 거대결합을 통제하여야 하는지 또는 통제될 수 있는지에 대한 물음이 제기된다고 하면서, 세계화와 관련하여 모든 시장을 세계시장으로 확장하는 것은 문제가 있다고 주장하였다. 그에 따르면 세계시장의 개념이 합리화되

는 부문의 예로서 원자재, 전자산업, 항공기, 조선 등이 있으며, 그 밖의 부문에서는 국내시장 또는 지역별 시장이 기준이 되어야 한다고 한다. 다만 최근의 Krupp과 Thyssen의 철강그룹 합병에서 본 바와 같이 첨단기술제품이 아닌 범용의 중저급제품시장은 국내소비자들이 외국의 공급자에게 즉시 전환할 수 있기 때문에 중저급철강제품시장의 지리적 시장범위는 국제시장으로 확장하는 것이 타당하다고 한다.

한편 고도의 자본집약적이고, 고부가가치의 제품에 있어서는 비록 동 제품이 전세계적으로 거래된다고 하더라도 그 관련시장은 특정 국가나 지역으로 한정될 수밖에 없다고 한다. 즉, 대부분의 자본집약적 제품 또는 고부가가치제품에 있어서는 제품의 판매 이후에 발생하는 유지관리 서비스가 중요하며, 따라서 소비자가 소재하는 당해 지역에 서비스체계를 가지고 있는 업체가 판매에 있어서 유리하기 때문이라는 것이다.

지리적 관련시장의 확정 여부에 대하여 직접적인 언급을 한 것은 아니나 시사점을 던져 주는 발언도 있었다. Werner Müller 독일연방경제부장은 경쟁정책이 경제를 위하여 있는 것이지 경제가 경쟁정책을 위하여 존재하는 것은 아니라고 하면서 경쟁정책이 시장을 구분(국내시장과 세계시장의 구분)하거나 단기적인 관점에서 벗어나지 못함으로써 세계로 진출하려는 기업의 발목을 잡아서 안된다는 것을 축사에서 밝혔다. 그는 오늘날의 경쟁정책의 세가지 과제로서 시장이 과거의 경계선을 벗어나 통합되어 공동성장하는 목표를 추구할 수 있도록 하고, 경쟁의 여건이 시간의 흐름에 따라 역동적으로 변한다는 것을 이해하고 마지막으로 합병이 구조조정을 위한 수단으로 추진된다는 것을 이해하는 것이라고 주장하였다.

다임러-크라이슬러 회장인 Jürgen Schrempp는

종래의 시장의 경계선을 허물어뜨리고 확대서양 시장을 이룩해나감으로써 전체 세계의 발전의 원동력이 되어야 한다고 주장하였다. 이는 물론 경쟁제한성 검토에 있어서 지리적 관련시장을 확대서양시장으로 확장하여야 한다는 의미는 아니었으나 향후 경쟁정책의 방향에 많은 영향을 끼칠 수 있는 사항으로 볼 수 있다.

◆ 거대합병을 어떻게 통제할 것인가?

Dieter Wolf는 이러한 거대합병에 대하여 각국의 경쟁당국 또는 유럽연합과 같은 일부지역에 국한된 경쟁기구가 제대로 역할을 할 수 있을지는 의문이며, 이를 위한 해결책으로서 논의되고 있는 양자간 협정 또는 다자간 협정도 이 문제를 해결할 수는 없다고 한다. 즉 양자간 협정이나 WTO를 중심으로 하는 국제협력은 가격담합이나 지역할당과 같은 경성카르텔의 방지에만 논의가 집중되고 있다고 지적하였다. 따라서 그는 거대합병에 대하여 조치를 취할 수 있는 국제적인 기구가 필요하며 이는 꼭 강제력을 갖춘 국제조직이 되어야 하는 것은 아니라고 주장하였다. 즉, 그에 따르면 각국이 합병의 통제를 위한 별도의 공동 기준을 협정의 형태로 체결하고 그 협정에 위반하는지 여부를 심사할 기구를 두되, 경쟁제한성이 있는 합병에 대하여는 민사적으로 무효를 주장할 수 있도록 하는 방안을 제시하였다.

새로운 국제합병통제기구에 관한 이러한 완화된 주장에 대하여도 많은 사람이 반대의견을 개진하였다. 유럽연합 경쟁담당 집행위원인 Karel Van Miert는 이 세계기구를 각국의 정치적 영향력행사로부터 독립하여 어떻게 민주적으로 운영할 것인지, 어떤 것을 모델로 하여 기구를 만들 것인지에 대하여 회의를 나타내며, EU와 미국간의 상호협력과 같은 방법으로 문제를 해결하는



것이 바람직하다고 주장하였다.

또한 독일의 연방경제부장관인 Werner Müller 박사도 세계합병통제기구의 설치에는 아직 여건이 조성되지 않았음을 지적하고 WTO나 양자간 협정으로 문제를 해결해나가는 것이 현재로서는 최선의 방법임을 주장하였다.

결론적으로 이번 베를린 국제카르텔회의에서는 최근에 진행되고 있는 거대합병에 대해 각국이 보다 적극적으로 대처해야 함을 일깨워주었다고 할 것이다. 그 대처방법에 있어서는 경쟁당국자와 기업인의 입장이 상반되고 있기는 하나 새로운 추세에 대한 합리적 해결방안이 모색되어야 함을 보여 주었다. 아울러 국경을 넘어 진행되고 있는 거대합병의 문제점을 해결하기 위해서는 다자간 이견 양자간이건 간에 국제적 협력이 긴요함을 알려 준 모음이 되었다.

2. 독점위원회 설치 25주년

독일 경쟁제한방지법(GWB, Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkung)에 근거를 두어 설치된 독점위원회(Monopolkommission)가 1998년말을 기하여 설치 25주년을 맞았다. 독점위원회는 1973년의 2차 법개정시에 도입되어 운영되고 있는 전문가 그룹으로서 연방경제부에 소속되어 장관의 정책자문기구로 활동하고 있다.

독점위원회의 주임무는 독일에서의 기업의 집중 추세를 평가하고 이에 대한 대책을 건의하는 것이며, 2년마다 정기보고서를 내고 있다. 또한 특별한 이슈가 있을 때는 수시보고서를 내어 주요한 정책수립에 있어서 방향을 제시하는 역할을 하고 있다. 나아가 특정 기업결합에 있어서도 그 타당성 검토에 관한 의견을 제출하도록 하여 결정의 정당성이 제고되도록 하고 있으며, 이러한

독점위원회의 활동은 GWB의 엄정한 집행과 경쟁정책의 발전에 많은 기여를 하고 있다는 평가를 받고 있다.

3. 연방카르텔청의 주요 심결례

(1) 전기사업자의 전선망 공유거부행위에 대한 조사 개시

연방카르텔청은 특정지역의 전기사업자들이 지역내에서 독점하고 있는 전선망을 다른 경쟁사업자와 공동이용하는 것을 거부한 행위에 대하여 이러한 행위가 시장지배적 지위의 남용행위에 해당하는지에 대하여 검토에 들어갔다(1999,325). 연방카르텔청은 최근에도 전력시장에서의 전선망 공유에 관한 심결을 성공적으로 끝낸 적이 있으며, 이번에 신고를 했거나 신고를 예정하고 있는 사건은 모두 6건으로서 Berlin전기공급회사(Bewag) 또는 Karlsruhe전기회사를 상대로 경쟁사업자가 제출한 것이다.

연방카르텔청은 전선망의 공동이용을 에너지산업의 경쟁도입에 있어서 가장 근본적인 요소로 간주하고 있으며, 금년 1월부터 효력이 발생한 GWB 6차 개정법도 제19조제4항제4호에서 선로망(Network)의 공동이용을 부당하게 거절하는 행위를 시장지배적 지위 남용행위로 예시하여 금지하고 있다. 시장지배적 사업자의 선로망 공동이용 거절행위는 공동이용이 경영상의 측면에서 불가능하거나 적절하지 못하다는 것을 증명하지 않는 한 위법으로 판정받게 된다.

▶ 참고 : 최근에 처리한 전력회사의 전선공유 거부사건

연방카르텔청은 Hagen 소재의 지방 전력회사인 Elektromark에 대하여 Elektromark가 자신의 전선망을



경쟁사업자가 사용하는 것을 거부하는 행위에 대하여 조사하였다(1998.11). 1998년 4월에 개정된 에너지 경제법(Energiewirtschaftsrecht)은 에너지산업의 경쟁을 촉진하기 위하여 전선망의 공유를 거부하지 못하도록 규정하고 있다. 본건 조사가 시작된 계기는 Frankfurt에 소재하는 전력회사인 Enron Energie가 Elektromark의 전선망 사용거부에 대하여 신고하였기 때문이며, 연방카르텔청은 전선망 사용거부행위가 정당한 이유가 없다고 판단하여 1998.12.23. Elektromark에 대하여 전선망을 경쟁사업자에게 제공해 주도록 경고하였다. Elektromark는 이러한 연방카르텔청의 판단을 받아들여 전선망 사용을 허락하였으며 Enron과 전선사용계약을 체결하였다. 이에 따라 연방카르텔청은 동건 조사를 종결하였다(1999.1.11).

(2) Metro의 부당한 거래조건 강요 금지

연방카르텔청은 유통그룹 Metro가 납품업자들에게 부당하게 유리한 거래조건을 적용하도록 요구함으로써 이들 거래상대방에게 불이익을 주는 행위를 금지하였다(1999.3.2). Metro는 allkauf그룹을 인수하는 과정에서 납품업자들로 하여금 자신에게 유리한 새로운 거래조건을 1999.1.1.부터 소급적용하도록 함으로써 손해를 끼친 행위가 GWB 제20조제3항을 위반했다고 판시하였다.

GWB 제20조제3항은 사업자가 다른 거래선으로 전환할 수 없는 중소기업들인 거래상대방에 대하여 객관적으로 정당하지 못한 사유를 근거로 불리한 거래조건을 적용하지 못하도록 하고 있는데, Metro는 allkauf를 인수한 후 Metro와 allkauf에 동시에 납품을 하고 있던 사업자들에게 Metro에 대한 공급조건과 allkauf에 대한 공급조건을 비교하여 이 중 더 좋은 조건을 자신에게 적용하도록 요구하였다. 납품업자들은 Metro의 이러한

행위에 대하여 연방카르텔청에 신고하였으며, 이에 대하여 연방카르텔청은 시장지배적 지위의 남용행위로서의 심사절차를 시작하였다.

연방카르텔청은 식품제조업자 40여명을 대상으로 조사를 벌였으며, 연방카르텔청은 이들 기업에 대하여 연간 매출액이 5억 DM 이하인 경우, 당해 기업을 중소기업으로 보았다. 또한 연방카르텔청은 이들 식품제조업자가 자신의 매출액의 7.5% 이상을 Metro에 판매하고 있을 경우 이 기업을 Metro에 종속된다고 보았다. 또한 연방카르텔청은 Metro가 납품업자로 하여금 더 유리한 조건을 적용하도록 함으로써 일종의 최혜조항 적용효과를 발생하게 하였다. 연방카르텔청은 이러한 Metro의 거래조건강요는 법 제20조제3항에 위반하는 것으로 판단하여 이를 금지하였다. 이와 유사한 금지 조치를 연방카르텔청은 이미 1975년에 Metro를 상대로 내린 바 있다.

(3) 편의점의 결합에 대한 조건부 승인

연방카르텔청은 독일의 대표적 편의점 그룹인 Lekkerland와 오스트리아의 Austria Tabak 주식회사에 속하는 tabaccoland의 기업결합을 엄격한 조건을 붙여 승인하였다(1999.3.1). Austria는 이 기업결합을 통해 독일은 물론 유럽 제1의 담배도매회사를 갖게 되었다.

연방카르텔청의 판단에 의하면 새로이 만들어지는 Lekkerland & tabaccoland사(이하 L&T라 한다)는 Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern주의 담배도매시장에서 시장지배적 지위를 형성한다. 이 기업결합이 이루어지면 L&T는 1/3이 넘는 시장점유율을 갖게 되고, 이는 경쟁사업자의 시장점유율을 훨씬 상회한다. 또한 L&T는 식료품과 담배를 동시에 공급하는 완전



한 구색을 갖추으로써 고객 유치를 확대해준다. 이러한 우월적 시장지위는 다른 담배전문가게나 식료품도매점에 의해 억제될 가능성이 없다. 식료품도매점은 담배판매액의 약 1/3을 차지하고 있으며 이들 식료품도매점은 그동안의 노력에도 불구하고 담배와 편의품시장에 침투하는 데에 성공하지 못했다.

또한 위에서 열거된 지역 밖의 일부 지역의 담배도매시장에서도 L&T는 상당히 우려할만한 시장지배적 지위를 갖게 된다. 다만 Baden-Württemberg주, Hamburg주, Niedersachsen주, Bremen주에서만 경쟁제한성 추정조항에 해당되지 않는 시장점유율 증가를 가져올 뿐이다.

위와 같은 이유로 연방카르텔청은 이 기업결합에 대하여 다음과 같은 조건을 붙여 승인하였다.

- 이 기업결합에 참여한 기업들은 상기 시장(Berlin주, Brandenburg주, Mecklenburg-Vorpommern주)에서 매출액이 1억 DM 이상에 해당하는 상당수의 영업(인력과 자산 및 상호권을 포함)을 제3자에게 매각하여야 한다.
- 취득회사의 희망에 따라 체결하는 영업금지계약이 최소한에 그치도록 그 적용범위를 조정한다.
- 상당부분의 담배자동판매기나 이로 인한 매출액의 일부를 양도한다.
- 경쟁사업자의 조직인 DTV와의 회사법상의 관계 또는 계약상의 관계를 청산한다.

이러한 시장구조상의 조치에 따라 L&T의 상기 지역 시장점유율이 상당한 정도로 낮아질 뿐만 아니라 이들 지역에서 강력한 경쟁사업자의 등장이 가능한 것으로 예측된다. 즉, 이러한 조건의 부과로 DTV는 상기 지역에서 잠재적 경쟁자로 남아있게 되었다.

(4) 비구속적 가격권고 위반에 대한 벌금 부과

연방카르텔청은 Hamburg에 소재하는 제과회사 "Nur Hier"에 대하여 구속적 가격권고금지규정의 위반혐의로 총 50만 DM의 벌금을 부과하였다(1999.2.11).

Nur Hier는 자신이 직접 제작한 빵 또는 다른 제조업자에게서 구입한 빵을 프랜차이즈 형식의 유통구조를 통하여 Hamburg 일대에 공급하는 회사이며, 제품의 판매장을 마련하여 특유의 디자인으로 꾸민 후 이를 자영의 판매업자들에게 임대하는 방식으로 영업을 해 왔다. Nur Hier는 모든 판매장(대리점)에서 자신의 제품가격이 동일하도록 경영방침을 세워 시행하고 있었으며, 자신의 직원으로 하여금 대리점들이 이 가격을 준수하지 여부를 감시하고, 이 가격을 지키지 않는 대리점에게는 제품공급을 중단한다는 위협을 통하여 가격의 준수를 강제하였다. 연방카르텔청은 Nur Hier의 이러한 행위가 비구속적가격권고에 관한 GWB 제23조를 위반한 것으로 판단하여 벌금을 부과하였다.

(5) Deutsche Telekom의 우월적지위 남용 행위 건

Deutsche Telekom은 연방카르텔청이 자신의 우월적지위 남용에 대해 조사에 들어가자 동 남용행위를 중단할 것임을 발표하였다(1999.1.13).

Deutsche Telekom은 경쟁사업자에게 가입자 정보를 제공하면서 이를 제한적으로만 공급하고 또 공급에 대한 대가(수수료)를 지나치게 높은 수준으로 요구하였으며, 연방카르텔청은 이러한 Deutsche Telekom의 행위가 시장지배적 지위의 남용행위라는 판단하에 사건조사 절차를 진행시



키고 있었다. 지금까지 독일에서 전화가입은 Deutsche Telekom에서만 가능하였으나 경쟁사업자가 생기면서 Deutsche Telekom에 가입해 있던 기존의 가입자는 Deutsche Telekom에서 탈퇴하고 새로운 경쟁사업자에게로 갈 수 있게 되었다. 이 과정에서 Deutsche Telekom은 경쟁사업자에게로 이전한 기존의 가입자에 대한 자료(성명, 주소 등)를 경쟁사업자에게 넘겨주어야 했으며 Deutsche Telekom은 자료의 제공에 있어서 가입자의 다른 영업점 전화번호등을 제공하지 않는 등 자료를 불충분하게 제공하였다. 또한 이러한 자료를 넘겨주면서 경쟁사업자에게 요구하는 수

료수가 지나치게 높다는 비판을 받아 왔다.

연방카르텔청의 조사가 시작되자 Deutsche Telekom은 자기가 가지고 있는 모든 자료를 그대로 경쟁사업자에게 넘겨줄 것임을 밝히고 이전 수수료도 대폭 내렸다. 또한 Deutsche Telekom은 이러한 조치와 더불어 수수료 체계도 근본적으로 수정하여 자료당 일정 금액을 부과하는 것이 아니라 동 자료를 통하여 발행하는 전화번호부의 부수나 전화안내서비스의 양에 따라 수수료에 차등을 두는 방식으로 전환하였다. 따라서 앞으로는 전화번호 안내서비스 시장에서도 경쟁이 크게 확충될 수 있게 되었다. **공정**

토 | 막 | 상 | 식

우월적지위 남용행위(優越的地位 濫用行爲)

공정거래법상 불공정거래행위의 한 유형으로, 사업자가 거래에 있어서 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위를 말한다. 우월적 지위란 거래에 있어 상대방에 불이익을 가할 수 있다는 등의 거래상대방과의 관계에서 본 상대적 개념이며, 당해 시장에서 반드시 높은 점유율을 가진다는 등의 절대적인 우월성을 뜻하는 것은 아님. 행위자가 거래상대방에 대하여 우월적 지위에 있는지의 여부는 거래상대방의 투자자본(投下資本) 회수의 용이성, 미수금 정리의 수월성, 새로운 거래처 선택의 용이성, 당사자 사이의 종합적 사업능력 차이, 거래상품 또는 용역의 특성 등을 고려하여 판단됨. 동법상 우월적지위 남용행위에는 구입강제, 이의제공 강요, 판매목표 강제, 불이익제공, 경영간섭 등이 있음.