



# EC위원회의 Microsoft 사건 결정에서 끼워팔기에 대한 경쟁법적 검토

홍명수 | 명지대학교 법과대학 교수

## I. 쟁점의 개괄

### 1. 사건의 경과

지난 3월 24일 EC위원회는 최근 10여년간 미국을 비롯하여 전 세계적으로 문제가 되어 왔던 Microsoft Corporation(이하 'Microsoft') 사건에 관한 중요한 결정을 내렸다. 즉 EC위원회는 Microsoft가 운영체제인 Windows와 Windows Media Player(이하 'WMP')를 연계하여 판매한 것을 경쟁법상 끼워팔기에 해당하는 것으로 판단하였고, 서버의 네트워크 구축에 필요한 정보인 Interface에 관한 정보를 경쟁사업자에게 제공할 것을 명하면서, 497,200,000유로의 벌금을 부과하였다.

동 사건에 대한 EC 차원에서의 심사는 미국에서 Microsoft에 대한 반독점 소송의 전개와 비슷한 시기에 시작되었다. 특히 Sun Microsystems Inc.(이하 'Sun')에 의한 청구가 1998년 12월 10일 제기되면서 본격적인 심사가 이루어졌으며, 심사과정에서 동영상 제공에 필수적인 기술인 Streaming 방식이 Windows에 통합되는 과정 등으로 그 범위는 확대되었다. 2003년 8월 6일 위원회는 Microsoft가 자신의 경쟁사업자들에게 더 많은 정보를 제공하여야 하며, 운영체제인 Windows와 WMP의 연계를 완화하여야 한다는 예비적인 판단을 하였고, 2004년 3월 18일 EC위원회와 Microsoft 사이의 화의협상이 결렬된 뒤에 위원회는 3월 24일 위에서 언급한 결정을 내리게 되었다.<sup>1)</sup>

1) Case COMP/C-3/37.792 Microsoft, recital (3) - (13).

## 2. 경쟁법적 쟁점

비교법적인 관점에서 보면, 동 결정은 미국에서 Microsoft를 대상으로 한 일련의 판결의 연장선에 있으며, 경쟁법적 관점에서 대체적으로 유사한 논의구조를 취하고 있다. 그러나 뚜렷한 대비도 나타난다.

미국에서 Microsoft 사건에 대한 소송절차가 현재 완전히 종료된 것은 아니지만, 지금까지 나타난 법원의 입장은 서로 입장을 달리하는 다음의 두 판결로 집약된다. 우선 2000년 4월 3일에 연방지방법원은(United States District Court for the District of Columbia) Microsoft의 일련의 행위가 셔먼법 제2조의 독점 및 독점화의 시도로서 위법하며, 또한 컴퓨터 운영체제(operating system)와 브라우저의 하나인 Internet Explorer(이하 'IE')를 연계하여 판매한 것은 끼워팔기에 해당하여 셔먼법 제1조에 반하는 것으로 판단하였고, 이러한 판단에 기초하여 동년 6월 7일 최종판결로서 Microsoft를 운영체제 부분과 적용(application) 부분으로 분할하는 명령을 내렸다.<sup>2)</sup> 그러나 이에 대한 항소심에서 중요한 입장의 전환이 있었다. 2001년 6월 28일의 연방항소심 판결은 Microsoft의 일련의 행위가 독점을 유지하는 행위에 해당하지만, 독점화의 시도(attempt to monopolize)로서 그리고 끼워팔기에 해당하는 것으로 판단하기에는 입증이 충분하지 않다고 보았고, 결국 연방지방법원에서 판결하였던 분리명령을 기각하였다.<sup>3)</sup>

이후 Microsoft와 연방정부 그리고 소송에 참가하였던 주정부 사이에 합의절차가 진행되었으며, 메사추세츠 주를 제외하고 대체적으로 합의에 도달하고 있다. 이러한 상황에서 EC위원회 이번 결정은, 특히 끼워팔기에 관한 위법성 판단의 측면에서 미국 사법부가 Microsoft 사건에 대하여 취한 입장과 상치되는 것이다.

물론 이와 같은 대비되는 입장에는 양 영역에서 전개되었던 사실관계가 어느 정도 영향을 미쳤을 것이다. 즉 미국의 경우 Microsoft에 의하여 문제가 되었던 사건은 주로 Microsoft의 컴퓨터 운영체제인 Windows와 브라우저인 IE의 결합과 관련된다. 반면 EU의 경우에 청구인인 Sun Microsystems Inc.(이하 'Sun')에 의하여 다투어졌던 부분은 Microsoft의 Windows와 WMP의 결합이었다. 그러나 양자의 입장 차이와 관련하여 보다 비중 있게 고려되어야 할 부분은 끼워팔기에 관한 전통적인 적용법리의 상이 그리고 새로운 상품과 기술의 개발에 대한 경쟁법적 평가에 관한 것이다.

2) United States v. Microsoft Corp.(C. A. 98-1232, 98-1233), United States District Court for the District of Columbia, 2000 U.S. Dist.

3) United States v. Microsoft Corp., 2001 U.S. App.



이하에서는 EC위원회의 동 결정에서 가장 두드러지는 쟁점이었던 끼워팔기에 대하여, 각각의 논의의 전개과정을 살펴보고 우리 독점규제법의 관점에서 이를 종합하기로 한다.

## II. 미국 Microsoft 사건에서의 끼워팔기에 관한 판단

### 1. 끼워팔기의 의의

끼워팔기는 수직적 거래제한에 속하며, 특히 상표내(intrabrand) 경쟁제한에 대비되는 상표간(interbrand) 경쟁제한의 대표적인 유형으로 이해된다. 거래행태적으로 보면, 끼워팔기는 일정한 상품의 판매에 다른 상품의 판매를 연계하는 것으로 나타난다. 즉 일정한 상품(주상품)을 개별적으로 판매하지 않고 반드시 다른 상품과 결합하여 판매하는 것이며, 따라서 주상품 시장과 부가상품 시장이 관련된다. 대개의 경우에 판매업자는 주상품 시장에서 독점력을 갖고 있으며, 이때 지배력을 갖고 있는 주상품의 거래에 부가상품을 연계함으로써, 주상품 시장에서의 독점력이 부가상품 시장으로 이전될 수 있다는 점에 경쟁법상의 관심이 집중되고 있다.<sup>4)</sup>

### 2. 끼워팔기 규제의 법적 근거

끼워팔기 규율의 법적 근거는 셔먼법 제1조와 클레이튼법 제3조이며, 셔먼법 제2조에 의한 규율가능성도 논의되고 있다.<sup>5)</sup> 클레이튼법은 셔먼법에서 추상적으로 규제하고 있는 거래제한의 구체적인 유형을 제시함으로써 법적용에 있어서 법원의 재량권을 축소하고 법집행의 확실성을 추구하기 위하여 제정된 것이다. 따라서 두 법은 규정형식상 추상적이냐 구체적이냐 하는 차이가 있을 뿐, 그 목적이나 이념에 있어서는 동일한 지향을 갖고 있다고 보아야 한다.

이러한 점에서 경쟁제한적인 끼워팔기 규제의 근거법은 셔먼법이나 클레이튼법 모두 가능하다고 볼 수 있으며, 규제의 실제도 그렇다. 그러나 양자가 갖고 있는 규정 형식상의 차이에 주목하여, 구체적인 법 적용에 있어서의 상이(相異)를 지적하는 논의가 전개되었으며, 이는 어느

4) Herbert Hovenkamp, Federal Antitrust Policy - The Law of Competition and Its Practice, West Group, 1999, 415면 이하.

5) Phillip Areeda & Louis Kaplow, Antitrust Analysis 4th, Little, Brown and Company, 1889, 705면에서는 끼워팔기가 셔먼법 제2조의 독점화에 대한 규제로서 규율될 수도 있다고 본다.

정도 미국 법원에도 영향을 주었다.<sup>6)</sup> 특히 이 견해는 *Time-Picayune Pub Co. v. United States* 사건에서<sup>7)</sup> Clark 대법관에 의해 강력히 주장되었다. 그에 의하면, 셔먼법 제1조는 실질적으로 거래를 제한하는 행위에 적용되는 것이고, 클레이튼법 제3조는 실질적으로 경쟁을 감소시킬 우려가 있는 행위에 적용되는 것이므로, 후자의 경우가 금지의 폭이 더 넓다는 것이다.<sup>8)</sup> 즉 주상품 시장에서의 시장지배력과 부가상품 시장에서의 상당한 정도의 경쟁제한 효과가 발생하였다는 사실이 입증되면 셔먼법 제1조하에 당연위법으로 규율되고, 이러한 사실의 입증이 없으면 클레이튼법 제3조하에서 합리성의 원칙에 따라 규율된다는 것이다. 그러나 이러한 견해에 대하여는, 동일한 행위유형임에도 불구하고 당연위법과 합리성의 원칙으로 나누는 기준이 모호하다는 점, 그리고 셔먼법과 클레이튼법이 이러한 심사방법의 차이를 예정하고 있지 않다는 점에 근거한 비판이 제기되고 있으며,<sup>9)</sup> 미국 판례의 주류도 이러한 심사방법의 분리를 따르고 있지 않다.<sup>10)</sup>

### 3. 끼워팔기의 위법성 판단

끼워팔기에 대하여 미국 사법부는 전통적으로 독점력의 이전이 이루어지고 있다는 논증에 기초하여 당연위법의 법리를 적용하여 왔다.<sup>11)</sup> 그러나 끼워팔기의 친경쟁적 효과에 대한 지적도 주로 Chicago학파의 주장에 근거하여 유력하게 전개되었다. 대략적으로 부품을 효율적으로 결합시킴으로써 가능한 생산물의 질적 수준의 유지, 비용의 절감과 가치의 증대, 간접적이고 선별적인 가격인하를 통한 가격경쟁의 증대, 부가상품 시장의 진출을 위한 안전판을 확보한다는 차원에서의 진입가능성의 증대, 특허품을 개별판매하기 보다는 끼워 팔게 됨으로써 가능한 특허권자에 대한 적절한 보상 그리고 일반적인 의미에서 생산 또는 효율성의 증대 등을 들 수 있다.<sup>12)</sup> 이와 같은 친경쟁적 효과를 강조하는 입장에서는 미국 법원의 당연위법적 접근방식에 비판적일 수밖에 없으며, 구체적인 끼워팔기의 반경쟁적 효과와 친경쟁적 효과를 비교형량하

6) Herbert Hovenkamp, 주 4)의 책, 361면.

7) 345 U.S. 594(1953).

8) Herbert Hovenkamp, 주 4)의 책, 361면.

9) 위의 책, 354면.

10) 위의 책, 361면.

11) 끼워팔기에 있어서 독점력 이전 이론을 긍정하는 대표적 논증으로서, Lawrence Sullivan & Ann Jones, "Monopoly Conduct, Especially Leveraging Power from One Product or Market to Another", Thomas Jorde & David Teece ed., *Antitrust, Innovation, and Competition*, Oxford University Press, 1992, 175면 이하 참조.

12) Phillip Areeda, *Antitrust Law* vol. IX, Little, Brown and Company, 1991, 56면 참조.



여 위법성을 판단하여야 한다는 견해를 피력하고 있다.

그러나 이러한 견해를 미국 법원이 적극적으로 수용하고 있는 것으로 보이지는 않으며, 다만 당연위법의 적용 기조를 유지하면서도, 적용 요건을 강화하는 방식으로 당연위법의 경직성을 완화하고 있다. 미국 판례에서 드러나는 이상의 요건은 다음의 5가지로 집약되는데, 두 상품의 존재, 판매자에 의한 끼워팔기의 강제, 강제가 가능할 수 있는 주상품 시장에서의 판매자의 충분한 경제력 보유, 부가상품 시장에서의 경쟁제한적인 효과, 그리고 부가상품 시장에서의 미미하지 않은 거래량의 제한 등이 이에 해당한다.<sup>13)</sup>

#### 4. Microsoft 사건에서의 끼워팔기에 관한 판단 - 당연위법 적용의 재검토

Microsoft 사건에서 끼워팔기에 대한 법원의 판단은 그 동안 끼워팔기 사건에서 보여주었던 법원의 태도에서 중요한 변화가 감지되는 것이었다. 특히 연방항소심법원은 연방지방법원이 Microsoft의 Windows와 IE의 끼워팔기가 위법한 것으로 판단한 것을 받아들이지 않았는데, 그 과정에서 당연위법적인 판단과정이 당해 사건에서 위법성을 판단하는데 적합하지 않을 수 있음을 밝히고 있다.

구체적으로 연방항소심법원이 문제 삼은 것은 다음의 두 가지인데, 위의 적용요건에서 언급한 상품의 단일성에 관한 판단에서 고려되어야 할 신상품의 특수성이 충분히 다루어지지 않은 점과 정보통신산업의 특수성에서 연원하는 친경쟁적인 효율성 증대효과가 당연위법적 판단에서 배제되고 있음을 지적한 것으로 집약된다.

종래 상품의 단일성 판단의 궁극적인 기준은 상품이 거래되는 시장의 통념으로 이해되어 왔다. 그러나 Robert Bork가 말한 것처럼 사실 더 작은 구성품들로 세분되지 않는 상품은 거의 존재하지 않으며,<sup>14)</sup> 결국 구체적·개별적 판단에 유보될 수밖에 없는 부분이기도 하다. 이러한 의미에서 단일성 판단의 구체화의 기준으로서 일반적으로 제시되고 있는 것은 효율성이다.<sup>15)</sup> 즉 하나의 상품으로 파는 것이 분리해서 파는 것보다 생산 또는 거래상의 효율성이 클 경우에 그 상품을 하나의 상품으로 인정할 수 있다는 의미에서 효율성이 언급되고 있다.<sup>16)</sup> 그러나 효율성에 기초한 상품의 단일성 판단이 신상품의 경우에는 달라져야 한다는 것이 항소심법원의 입

13) Herbert Hovenkamp, 주 4)의 책, 392면.

14) R. Bork, Robert Bork, 신광식 역, 반트러스트의 모순, 교보문고, 1991, 448면.

15) Herbert Hovenkamp, 주 4)의 책, 366면.

16) 위의 책, 367면; Robert Bork, 주 14)의 책, 448면.

장이었다. 즉 효율성 판단은 종래 상품시장의 구조하에서 이루어지고, 신상품이 출현한 새로운 상황이 고려되지 않을 가능성이 크다는 점에서 단순한 효율성 기준만으로 상품의 단일성 판단을 하는 것은 적절하지 않을 수 있다.<sup>17)</sup>

또한 연방항소심법원은 산업의 발전이 급격하게 진행되고 있는 분야에서 상품의 결합이 가져다주는 효율성은 종합적으로 판단되어야 한다는 견해를 피력하였다. 당해 사건에서도 운영체제와 브라우저인 IE의 통합은 새로운 소프트웨어의 개발이나 소비자 이용에 있어서 효용을 제고할 수 있으며, 이러한 가능성이 충분한 것이라면 이에 대한 판단의 여지가 없는 당연위법적인 적용은 문제가 있을 수 있음을 지적하였다.

이상의 논의에 기초하여 연방항소심법원은 파기환송의 판결에서 Microsoft의 행위로부터 발생하는 친경쟁적 효과와 반경쟁적 효과에 대한 실제적인 분석을 요구하였으며, 이러한 맥락에서 당해 사건에서의 당연위법 적용의 타당성을 부인하였다.

### III. Microsoft의 끼워팔기에 대한 EC위원회의 판단

#### 1. EC 경쟁법에서의 끼워팔기

EC 경쟁법에서도 끼워팔기는 수직적 거래제한의 하나로서 규제되고 있으며, 미국에서 발전된 끼워팔기에 관한 규제법리가 대체적으로 원용되고 있다. 그러나 구체적인 규제근거의 차원에서 보면, 전술한 것처럼 양자간에 차이가 있다. 우선 계약으로서 끼워팔기가 나타났을 경우에, 당사자간의 합의에 의하여 경쟁을 제한하는 것을 규제하는 EC조약 제81조에 의하여 규제될 수 있다. 그러나 거래제한의 불문의 구성요건으로 이해되는 경쟁제한의 감지가능성(Spübarkeit)<sup>18)</sup>이 높지 않기 때문에, 실제 규제가능성은 높지 않은 것으로 이해되고 있다.<sup>19)</sup>

한편 끼워팔기를 시장지배적지위의 남용행위의 하나로서 이해하는 것도 가능하며, 이 경우에 초점은 당사자 사이의 계약이 아니라 시장지배적사업자의 끼워 판매한 행위 자체에 모아진다. 전술한 것처럼, 끼워팔기의 반경쟁성은 주상품 시장에서의 지배력을 부가상품 시장에 전이

17) United States v. Microsoft Corp., 2001 U.S. App. LEXIS 14324; 253 F.3d 34(D.C. Cir 2001), 93면.

18) 불문의 요건으로서 감지가능성(spübarkeit)은 실무상 중요하지 않은 경쟁제한을 규제대상에서 제외할 필요성에 따라 도입된 것으로 이해하는 것으로서, Gerhard Wiedemann hrsg., Handbuch des Kartellrechts, §7, C. H. Beck, 1999, 147면 이하(Kurt Stockmann 집필부분 참조).

19) Fritz Rittner, Wettbewerbs- und Kartellrecht 6. Aufl., C. F. Müller, 1999, 268면.



하려는 것에 있으며, 이는 남용행위를 구성할 수 있다.<sup>20)</sup> 대표적인 사례로는 Deutsche Bahn와 영세 철도사업자인 GVG, 그리고 Swedish State Railway 간의 사건이다. GVG와 Swedish State Railway는 Deutsche Bahn에게 운행에 불가결한 엔진의 임대를 요구하였고, 이에 Deutsche Bahn은 엔진의 임대와 자신의 일정한 직원의 고용을 결합시켰다. 위원회는 Deutsche Bahn의 행위가 시장지배적지위의 남용에 해당하는 것으로 판단하였다.<sup>21)</sup> 한편 끼워 팔기를 시장지배적지위의 남용행위로서 규제하기 위하여 시장의 확정과 시장지배적지위의 판단은 당연히 전제가 된다.

## 2. Microsoft 사건에서의 위원회의 판단

EC위원회의 Microsoft 사건에서의 판단은 EC조약 제82조의 시장지배적지위의 남용에 기초하여 전개되고 있다. 전술한 것처럼, 남용규제적 입장에서 시장지배력을 규제하는 EU의 입장에서 끼워팔기는 남용행위의 하나로 이해될 수 있다. 이와 같이 남용적 관점에서 시장지배력을 평가하는 규범구조의 특성상 미국에서 발달한 당연위법의 법리가 적용될 여지는 크지 않으며, 실제로 EC위원회와 유럽법원은 당연위법 법리의 원용에 소극적인 입장을 견지하여 왔다.

동 사건에서도 EC위원회는 운영체제와 WMP의 끼워팔기의 경쟁적 효과에 대한 분석에 기초하여 논의를 전개하고 있으며, 반경쟁적 효과가 친경쟁적 효과보다 커야 한다는 기준에 입각하고 있다. 이는 미국의 항소심법원에서 언급되었던 경쟁적 효과의 실제적 분석에 상응하는 것이다.

이와 관련하여 Microsoft가 제시한 항변사유는 운영체제와 WMP의 결합이 가져다주는 효율성 측면을 부각시키고 있다. 구체적으로 보면, 자사 이외의 다른 운영체제들도 미디어 플레이어 통합시키고 있다는 점, Microsoft의 운영체제와 WMP의 결합이 다른 미디어 플레이어를 사용하는 것을 실질적으로 제한하고 있지 않다는 점, PC 제조업자나 사용자가 WMP를 다른 미디어 플레이어로 교체할 수 있고 실제로 다수의 사용자는 복수의 미디어 플레이어를 사용하고 있다는 점, 그리고 다른 미디어 플레이어 제공자들이 자신의 상품을 제공할 수 있는 다양한 유통메커니즘을 확보하고 있다는 점 등을 항변사유로 제시하고 있다. 이상의 항변사유 중 첫 번째 것은 신상품으로서의 성격과 결부되어 운영체제와 미디어 플레이어가 단일한 상품으로 이해될 수 있다는 것에 관련되고 있으며, 다른 사유들은 반경쟁적 효과를 부인하거나 그 비중

20) D. G. Goyder, EC Competition Law 4. ed., Oxford Univ. Press, 2003, 183면 이하, 543-544면.

21) (1998) 5 CLMR 142.

이 높지 않다는 것을 뒷받침하고 있다.

그러나 EC위원회가 Microsoft의 끼워팔기 사건에서 초점을 맞춘 것은 전통적인 끼워팔기 범리의 근거가 되었던 독점력의 이전에 관한 것이었으며, 실제 시장에서의 변화에 대한 심사는 이러한 판단의 주된 근거가 되었다. 1999년부터 2003년까지의 시계열적 변화를 보면, 미디어 플레이어 시장의 경쟁상품인 Real Player, Quick Time 등의 사용비율은 현격하게 감소되고 있다.<sup>22)</sup> 이러한 현상은 운영체제 시장에서의 독점력이 미디어 플레이어 시장에 영향을 미쳤음을 반증하는 것이다. 또한 Microsoft가 지적한 다른 운영체제들에 의한 미디어 플레이어의 결합에 대해서도, EC위원회는 지배력 남용의 관점에서 2.9%의 시장점유율을 갖고 있는 Apple이 Quick Time을 결합하는 것의 경쟁법적 의미가 동일하지 않음을 지적하고 있다.<sup>23)</sup>

또한 Microsoft가 제시한 효율성 증대효과에 대해서도 EC위원회는 다른 판단을 내렸는데, 비록 유통상의 효율성 증대나 운영체제와 미디어 플레이어의 통합으로 새로운 기술개발의 가능성을 제공하였다는 점에서의 효율성 증대효과가 인정된다 하더라도, 미디어 플레이어 시장 구조를 경직시킨 반경쟁적 효과를 상쇄하는 것으로 보지 않았다. 한편 미디어 플레이어와의 결합을 통하여 주상품 시장의 독점력을 유지할 개연성이 응용프로그램 시장인 미디어 플레이어 시장의 특성상 존재하지 않는다는 주장에 대해서도, EC위원회는 이 분야의 기술발달의 속성상 이러한 판단은 유보되어야 한다는 입장을 취하였다.<sup>24)</sup>

결론적으로 Microsoft 사건에서 EC위원회는 끼워팔기의 경쟁적 효과에 대한 종합적인 분석에 기초하면서도 시장구조에 미치는 부정적 효과가 효율성 증대와 같은 친경쟁적 효과보다 큰 것으로 보았으며, 따라서 EC조약 제82조에서 규정하는 시장지배적지위의 남용에 해당하는 위법한 것으로 판단하였다.

#### IV. 우리 독점규제법에의 시사

서면법 제1조의 경쟁제한의 관점에서 끼워팔기의 위법성을 판단하며, 또한 전통적으로 당연 위법을 적용하여 문제를 해결하였던 미국의 Microsoft 사건에서의 판단은 주목할 만한 변화로 이해될 수 있다. 특히 신상품 개발과 관련하여 상품의 단일성 판단이 시장의 수요와 효율성 기

22) Case COMP/C-3/37.792 Microsoft, (918) table 10.

23) 위의 결정, (960).

24) 위의 결정, (918) 이하.





준만으로 해결되기 어렵다는 지적이나 급속한 발전이 이루어지고 있는 산업의 특수성을 적극적으로 고려하여 운영체제와 브라우저의 융합이 새로운 기술개발의 기초가 될 수 있다는 인식은 시사하는 바가 크며, 이러한 맥락에서 적어도 동 사건에서 미국 항소심법원은 당연위법 범리의 적용을 배제하였다.

반면에 끼워팔기를 주로 EC조약 제82조의 시장지배적지위의 남용으로 다루었던 EU에서 EC위원회의 판단은 전통적인 끼워팔기에 대한 판단에서 크게 벗어나는 것으로 보이지 않는다. 즉 EC위원회는 친경쟁적 효과와 반경쟁적 효과를 종합하는 입장에서 동 사건의 위법성을 판단하고 있으며, 결론적으로 당해 사건에서 Microsoft의 끼워팔기는 위법한 것으로 판단하였다.

이와 같은 미국 법원과 EC위원회의 상이한 판단은 무엇보다 신상품의 개발과 지속적이고 급속한 기술개발이 이루어지고 있는 산업의 특수성에 대한 양자의 평가의 차이에 기인하는 것이며, 결국 우리의 입장에서 긍부정의 판단도 이와 관련될 수밖에 없다.

한편 규범구조적 측면에서 볼 때, 남용규제적 입장에 있는 우리의 독점규제법은 EC조약상의 경쟁규범과 유사하다. 그러나 우리의 독점규제법은 끼워팔기를 불공정거래행위의 하나로써 규제하고 있으며, 이론적인 적용가능성은 분명하지만 우리 규제기관이 끼워팔기를 시장지배적지위의 남용행위로 판단한 예는 찾기 힘들다. 이러한 규제 관행에 비추어, 불공정거래행위의 한 유형에 해당하는 끼워팔기의 위법성 판단에 영향을 미친다면, 미국이나 EU와는 또 다른 결론이 나올 가능성도 있다. 