



사례를 통해 본 독점금지법 vs 지적재산권

# 코닥사건과 MS의 끼워팔기사건

독점금지법과 지적재산권 양자간에는 항상 긴장관계가 존재해 왔다. 이러한 근본적인 대립관계에도 불구하고, 양자는 '소비자 복지의 극대화'와 '창조적 활동과 공정한 경쟁의 촉진'이라는 공통된 경제적 목적을 공유하고 있다(WARD S. BOWMAN, JR., PATENT & ANTITRUST LAW: A LEGAL & ECONOMIC APPRAISAL 1-14 (1973)). 그럼 과연 독점금지법이 지적재산권자의 권리행사를 제한할 수 있을까? 만약 그것이 가능하다면, 어떤 경우에 지적재산권의 행사가 금지되는 것인가? 이하에서는 최근의 '마이크로소프트(MS)의 끼워팔기(tying) 사건'과 특허권자에 의한 거래거절행위의 위법성 여부가 문제됐던 미국의 '코닥사건'을 살펴봄으로써 이러한 궁금증을 해결하고자 한다.

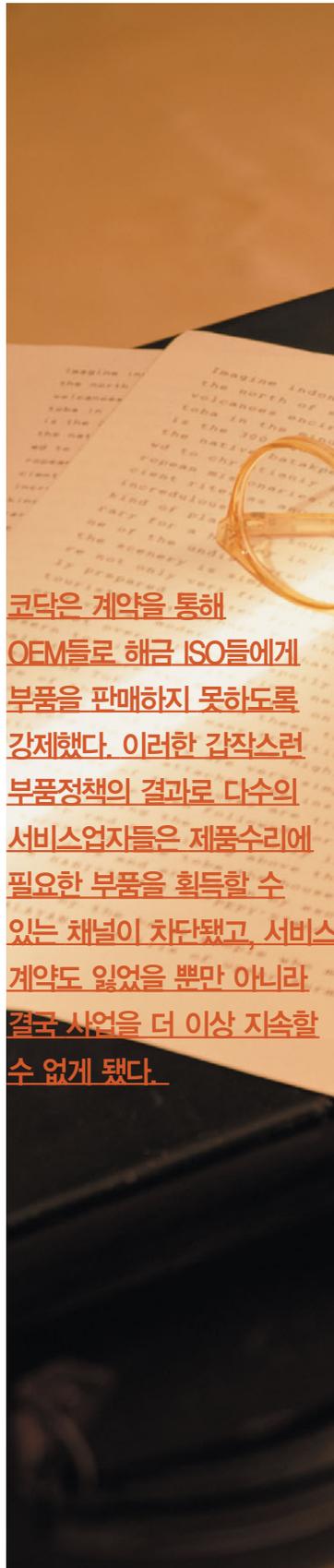
글 손승우 단국대학교 법정대학 교수

## 코닥사건

- Image Tech. Serv., Inc. v. Eastman Kodak Co., 125 F.3d 1195 (9th Cir. 1998) -

코닥은 대용량 복사기와 마이크로 그래픽기기를 생산·판매하고, 또한 수리서비스도 제공하고 있는 회사이다. 복사기 등 제품시장의 경쟁은 치열한 편이었다. 코닥의 대용량 복사기는 제록스, IBM, 캐논의 복사기들과 경쟁을 하고 있었으며, 코닥의 마이크로 그래픽기는 Minolta, Bell, Howell, 3M 등과 경쟁을 하고 있었다. 이들 경쟁사의 제품은 상호 유사한 면이 있음에도, 코닥의 제품은 일정한 특수성을 지니고 있었다. 즉 코닥제품의 일부 부품들은 특허의 보호를 받고 있으며, 다른 생산자들의 부품들과는 호환성이 없다.

1980년대 초 수개의 독립한 서비스 업체(Independent Service Organizations: 'ISO')들이 서비스시장(downstream market: 하류부문시장)에서 코닥제품에 대한 수리서비스를 제공하기 시작했다. 코닥도 자체 서비스사업을 운영하고 있었으므로 이들 ISO들과 직접 경쟁하게 됐다. ISO들은 코닥제품의 일부부품을 코닥으로부터 제한된 조건으로 직접 획득했으나 대부분의 부품은 OEM(Original Equipment Manufacturers)들로부터 구입했다. OEM은 코닥과 계약을 맺고 코닥



코닥은 계약을 통해 OEM들로 해금 ISO들에게 부품을 판매하지 못하도록 강제했다. 이러한 갑작스런 부품정책의 결과로 다수의 서비스업자들은 제품수리에 필요한 부품을 획득할 수 있는 채널이 차단됐고, 서비스 계약도 잃었을 뿐만 아니라 결국 사업을 더 이상 지속할 수 없게 됐다.

제품의 일부 부품을 생산하는 업체들이다.

일부 고객들에 의하면, ISO들이 코닥보다 더 저렴하고 양질의 서비스를 제공한 것으로 알려졌다. ISO들은 서비스 시장에서 점차로 경쟁력을 강화했고, 이에 따라 코닥은 새로운 부품정책을 마련하게 됐다. 즉 코닥은 복사기와 마이크로 그래픽기의 부품을 ISO들에게 더 이상 판매하지 않기로 결정했다. 또한 코닥은 계약을 통해 OEM들로 해금 ISO들에게 부품을 판매하지 못하도록 강제했다. 이러한 갑작스런 부품정책의 결과로 다수의 서비스업자들은 제품수리에 필요한 부품을 획득할 수 있는 채널이 차단됐고, 서비스 계약도 잃었을 뿐만 아니라 결국 사업을 더 이상 지속할 수 없게 됐다.

이에 따라, 몇몇의 ISO들은 코닥을 상대로 독점금지법의 소를 제기했고, 코닥의 부품 및 소프트웨어의 판매거절은 미국 독점금지법(Sherman Act) 제2조의 독점화(monopolization)에 해당되는 것으로 그 위법성을 주장했다. 하급법원은 피고인 코닥의 거절행위에 대한 불공정성을 인정하지 않았다. 그러나 제9 연방항소법원은 하급심의 결정을 파기환송했고, 대법원도 항소법원의 결정을 지지했다. 환송된 사건에서 배심원은 전원합의로 코닥의 독점금지법 위반을 결정했다. 그리고 손해배상액으로 7,180만달러의 3배에 해당하는 금액을 결정했다. 또 ISO들이 서비스를 계속하기 위해 필요한 일체의 부품과 도구(tools)들을 10년간 의무적으로 판매하도록 하는 금지명령을 내렸다. 이에 불복한 코닥은 제9 연방항소법원에 항소했다.

## 거래거절행위의 위법성

제9 연방항소법원은 먼저 지적재산권에 의해 형성된 독점력의 정당성을 인정함과 동시에 그 배타적 권한의 한계를 지적했다. 즉 지적재산권자가 한 시장에서의 시장지배적 지위를 남용해 그 힘을 인접시장으로 확장하려는 것은 '독점의 지레작용(monopoly leveraging)'으로써 독점금지법의 적용대상이 된다 (Eastman Kodak Co., 504 U.S. 451, n.

## 연재순서

1 제트스트리밍 분쟁과 저작권침해자의 항변

2 경영·전직금지 vs. 생존권 - DC기업의 영업비밀 보호

3 디지털콘텐츠의 Idea는 보호받을 수 있는가

4 소니 플레이스테이션의 역분석 분쟁

5 독점금지법 vs 지적재산권 - 코닥사건

6 '백세주' 분쟁을 통해 본 상표의 법적 문제

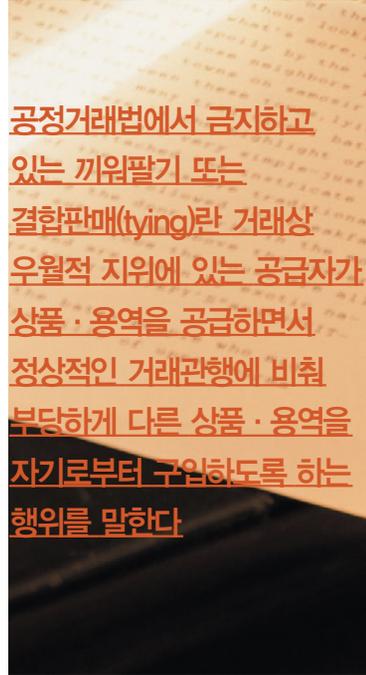
29 (1992)), 독점적 지레작용은 어느 한 시장에서 적법한 독점력을 가진 사업자가 그 시장에 기초해 다양한 불공정거래행위를 하고 궁극적으로 다른 시장을 독점하거나 그 시장에서의 경쟁적 우월성을 계속 유지하려는 것을 말한다(Alaska Airlines Inc. v. United Airlines Inc., 948 F.2d 536, 547 (9th Cir. 1991)). 독점의 지레작용의 대표적인 행위유형으로 아래에서 소개하고 있는 MS사의 끼워팔기(tying)가 있다.

그런데 독점적 지레작용은 일정한 경우 일방적 거래거절행위와 관련이 있다. 예컨대, 한 시장의 독점자가 다른 시장에 존재하는 경쟁자에게 자신의 제품을 판매하지 않으므로써 다른 시장에 존재하고 있는 경쟁을 제거하고, 양쪽 시장 모두를 독점하는 경우이다. 이 경우 독점금지법상 위반을 주장하기 위해서는 원고는 피고가 ①관련시장에서 독점력을 가지고 있고, ②그 힘을 이용해 어떤 배타적 행위(exclusionary conduct)를 했으며, 그 결과 ③시장에 반경쟁적 효과를 발생했다는 것을 입증해야 한다. 그러나 배타적 행위가 입증되는 경우에도 피고는 자신의 배타적 행위를 합리화 할 수 있는 ④정당한 사유(business justification)를 제시함으로써 그 책임을 면할 수 있다.

제9연방항소법원에 따르면, 지적재산권을 적법하게 소유하고 있는 그 자체가 어떤 배타적 행위로서의 거래거절행위에 대한 정당한 업무상 사유가 있는 것으로 추정하게 된다. 그러나 적법한 지적재산권을 보유하고 있는 경우라도 그 거래거절행위가 독점화의 주관적 의도를 은닉하고 있고, 또 그 재산권의 보유가 하나의 구실로서의 역할 밖에 하지 않을 경우 그 독점화의 의도를 입증함으로써 정당한 사유에 대한 추정을 반증할 수 있다.

그럼 본 사안을 보다 세밀하고 구체적으로 살펴보도록 하겠다.

첫째, 코닥은 부품시장에서 시장지배적 사업자의 지위에 있다. 코닥은 부품시장에서 약 50%~65%를 점유하고 있다. 이 비율은 부품시장의 독점을 구성하기에 충분하다. 그 이유로서 코닥은 220개



의 특허를 소유하고 있으며 디자인, 도구, 브랜드, 상표의 힘과 생산력을 통제하고 있다. 코닥은 다양한 계약 등을 통해 OEM들을 통제하고 있으며, 서비스 시장의 높은 점유율(약 80%)을 차지하고 있다. 비록 제품시장에는 다양한 회사들이 코닥과 경쟁을 하고 있지만, 코닥의 제품들은 다른 생산자들의 제품들과는 호환성이 없기 때문에 특수성을 지니고 있다. 이러한 제품의 유일성 때문에 시장에는 대체물이 존재하고 있지 않으며, 이러한 특성은 코닥의 시장 지배력을 더욱 강화시켜 주는 역할을 한다. 이러한 요소들과 함께 그 경제적 규모를 종합해 본다면 코닥 제품에 대한 시장의 진입장벽은 상당히 높다고 할 수 있다.

둘째, 코닥의 거래거절은 관련시장에 반경쟁적 효과를 발생시켰다. 코닥의 거래거절행위가 있기 이전에는 많은 ISO들이 서비스 시장에서 상호간 또는 코닥과 유효하게 경쟁하고 있었다. 코닥의 특허 부품은 ISO들이 경쟁을 하는데 있어서 필수적 영업요소이다. 또한 그 부품들은 코닥의 복사기 등에만 사용될 수 있는 요소들이다. 이러한 상황 하에서 코닥은 차별적으로 일정한 ISO들에게 특허부품에 대한 접근을 거절했고, 그 결과 ISO들은

그 부품들을 획득할 수 있는 방법을 상실하게 됐다. 결국 많은 ISO들은 서비스 계약을 잃고 시장에서 퇴출 될 수밖에 없었다. 코닥의 거래거절행위는 시장에 과도한 초과이익의 추출, 진입장벽의 건설, 독립적 시장요소들 제거, 기술발전의 저해 등의 반경쟁적 효과를 발생시켰다.

그리고 코닥의 행위로 인해 제품의 구입자는 고장난 부품이나 만족스럽지 못한 부분을 교체하거나 수리할 수 있는 권리를 제한 받게 됐다. 코닥은 새로운 부품 정책에 따라 복사기와 서비스를 함께 구입하는 고객들에게만 부품을 판매했고, 나머지 고객 즉 ISO를 통해 부품을 구입하고 그들에게 고장난 기계에 대한 수리를 의뢰하는 고객들에게는 부품을 판매하지 않았다. 결국 이러한 부품판매정책으로 인해 ISO들은 제거됐고, 궁극적으로 소비자는 코닥 이외에는 서비스를 받을 수 없게 돼 소비자의 선택 폭이 제한 받게 됐다.

셋째, 코닥의 거래거절행위에는 업무상 정당한 사유가 없다. 코닥은 거래거절행위를 통해 서비스 시장의 경쟁을 저해했으며, 그 결과 부품시장과 서비스시장에 대한 지배력을 강화하게 됐다. 그러므로 코닥은 업무상 거래거절이 왜 필요했는지를 합리적으로 설명할 책임이 있다. 코닥은 거래거절에 대한 정당한 이유로서 서비스의 질과 회사 이미지에 대한 관리, 효율적 분배, 무임승차로부터의 보호 등을 제시했다. 그러나 ISO들이 제공하는 서비스 질이나 가격이 특허권자인 코닥보다 나쁘다는 증거를 찾아 볼 수 없다. 그리고 무임승차에 대한 주장과 관련하여, ISO들은 제품수리 기술을 교육하는 프로그램과 부품보관창고에 대한 투자를 게을리 하지 않았다. 결국 코닥은 자신의 불공정한 거래거절을 옹호할 합리적인 업무상 사유를 제시하지 못함으로써 독점금지법 위반에 대한 책임을 면하지 못했다.

### 마이크로소프트의 끼워팔기

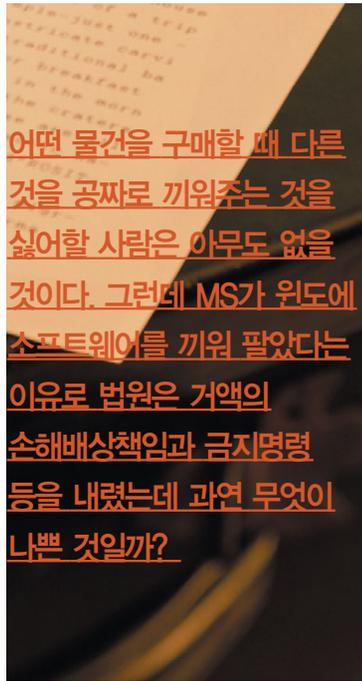
어떤 물건을 구매할 때 다른 것을 공짜로 끼워주는 것을 싫어할 사람은 아무도

없을 것이다. 그런데 MS가 윈도에 소프트웨어를 끼워 팔았다는 이유로 법원은 거액의 손해배상책임과 금지명령 등을 내렸는데 과연 무엇이 나쁜 것일까?

우리 공정거래위원회는 최근 MS사 때문에 무척 분주해졌다. 왜냐하면 세계적 멀티미디어 재생 프로그램 제작업체인 리얼네트워크(RealNetworks)사가 공정거래위원회에 MS사를 '끼워팔기' 혐의로 제소하면서 미국과 유럽연합(EU)에 이어 세계 3번째로 그 행위의 위법성 여부를 판단해야 하기 때문이다. 또한 다음커뮤니케이션은 지난 2001년 9월 MS의 MSN메신저 등을 윈도XP에 끼워 팔려고 한 행위를 공정거래위원회에 제소한 바 있다.

EU는 이미 올해 초 MSN의 무료 끼워팔기에 대해 MS측에 4억9,700만유로(약 28억원)의 과징금을 부과한 선례가 있다. 미국에서도 MS의 인터넷 익스플로워(Internet Explorer: IE) 결합판매를 반경쟁적 행위로 규정했다. 공정거래법에서 금지하고 있는 끼워팔기 또는 결합판매(tying)란 거래상 우월적 지위에 있는 공급자가 상품·용역을 공급하면서 정상적인 거래관행에 비추어 부당하게 다른 상품·용역을 자기로부터 구입하도록 하는 행위를 말한다(시행령 별표1v가). 예컨대, 소비자가 선호하는 상품과 선호하지 않는 상품이 있는데, 각각은 독립된 상품이어서 시장에서 각각 판매되는 것들이다. 그런데 만약 시장에서 독점적 지위를 가진 공급자가 주 상품에 선호되지 않는 상품을 끼워서 판다면, 소비자는 주 상품을 구매하기 위해서 원하지 않는 상품까지도 구매해야 하는 부당한 결과가 발생한다.

MS의 경우 1995년 이래로 웹브라우저 개발비용으로 매년 1억달러를 투자했으나 판매가격은 0이었다. MS사는 세계 윈도 OS시장의 약 90% 이상을 점유할 정도로 절대적 지배자이다. 당시 브라우저 시장에는 넷스케이프라는 강력한 MS의 경쟁자가 있었다. MS사는 OS시장의 독점력을 이용해 PC 메이커인 IBM, HP 등에게 압력을 행사해 넷스케이프 Navigator의 사용을 제한하고 IE의 사용을 장려하는 조건으로 윈도계약을 체결했다. 이와 함께 업



청난 비용으로 개발한 IE는 무료로 제공됐다. 이쯤 되면 선도기술을 가진 넷스케이프라도 두 손 들고 시장에서 나올 수밖에 없었다. 이제 브라우저 시장에서 경쟁자가 사라진 것이다. MS는 또 다른 시장에서 독점자가 됐다. 이런 방식으로 미디어 플레이어 시장, 미디어 서버시장 등을 정복하는 것은 시간의 문제였다. 공정거래법은 이러한 부당한 결합판매를 불공정거래행위로 보고 있다. 즉 독점자가 시장지배적 지위를 남용해 불공정한 방법으로 2차시장의 경쟁을 제거하게 되면, 소비자의 선택권은 제한되고 기술의 발전을 저해하며 장기적으로 국민후생을 감소시키는 결과를 초래하기 때문이다.

### 지적재산권과 독점금지법의 관계

코닥사가 자신의 거래거절행위는 특허권의 정당한 행사라고 주장하듯이, MS도 불공정행위 논란이 있을 때마다 자신의 행위는 지적재산권의 정당한 행사라고 주장하고 있다. 그러나 지적재산권의 행사는 더 이상 독점규제법의 절대적 적용제의 영역이 아님은 학계와 실무계의 일반적인 견해이다. 그리고 코닥판결이 중요한 의미를 갖는 것은 지적재산권자의 '거래거절행위'에 관한 기존의 입장을 수정해 독점금

지법의 적용대상으로서 그 위법성을 처음으로 선언했기 때문이다.

우리나라 공정거래법은 명시적으로 지적재산권과의 관계를 정립하고 있다. 즉, 지적재산권의 정당한 행사에 대해서는 일반적으로 공정거래법의 적용을 배제시키고 있다(동법 제59조). 그러나 지적재산권의 정당한 행사에 대해 독점금지법의 적용을 꺼려하면서도 지적재산권법의 취지를 벗어난 권리남용행위에 대해서는 독점금지법을 적용할 수 있도록 하고 있다. 공정거래위원회는 2000. 8. 30. 예규로 '지적재산권의 부당한 행사에 대한 심사지침'을 제정해, 외형상 지적재산권에 의한 권리의 행사라도 발명과 창작을 장려하는 지적재산권의 취지를 벗어난 부당한 행위로 경쟁을 제한할 경우 독점금지법을 적용할 수 있다고 규정하고 있다. 이 지침은 산업재산실시허락계약, 노우하우(know-how), 저작권 등의 지적재산권허락계약 및 지적재산권 양수 등 지적재산권과 관련된 거래에 있어 불공정거래행위만 동법의 적용을 한정시키지 않고, 기타 시장지배적지위의 남용행위, 기업결합, 부당한 공동행위 등에도 그 적용을 열어 놓고 있다(동 지침 제2조 제1항 및 제2항).

지적재산권실시허락계약에 있어서 불공정거래행위 등에 해당될 수 있는 행위는 다음과 같다 - (1)원재료, 부품 제조설비 등의 구입처 제한 (2)상표 등의 사용의무 (3)수출 지역의 제한 (4)판매지역의 제한 (5)거래상대방 제한 (6)거래수량 제한 (7)거래방식 제한 및 판매(재판매)가격의 제한 (8)경쟁제품의 사용 또는 취급 제한 (9)특허권 등 권리소멸 후 사용제한 (10)계약제품이외의 제품에 대한 기술료부과 및 끼워팔기 (11) 기술개량제한 및 연구개발 제한, (12)개량기술이전 (13)광고·선전비 등의 부과 (14)일반적 기술료 산정 (15)계약해지 또는 분쟁시의 규정 (16)분쟁의무부과 (17)실시허락의 거절(동 지침 제3조 각호). 한편 이러한 거래행위들이 불공정한 것으로 판단되기 위해서는 거래의 내용, 행위자의 시장 지배력, 행위가 관련시장의 경쟁에 미치는 효과, 계약기간, 관련시장의 특수한 사정 등을 종합적으로 고려해야 한다. ●