

# 인텔의 로열티 리베이트 제공행위 심결의 주요 내용과 의의

공정거래위원회 상임위원 | 이 병 주

## I. 서론

경제의 글로벌화가 진전됨에 따라 국경을 넘어서 전 세계시장을 무대로 사업을 영위하는 기업들이 점점 늘어나고 있다. 특히 IT, 제약 등과 같은 분야에서는 특허 등을 이용한 기술력을 바탕으로 거대 다국적기업들이 많이 등장하고 있으며, 이들 기업들이 시장을 거의 독과점하고 있는 경우가 많아 이들의 행위에 대해 전 세계 경쟁당국들의 이목이 집중되고 있다.<sup>1)</sup> 특히 기술력과 자본력을 보유한 거대기업의 로열티 리베이트 제공행위가 경쟁에 미치는 효과에 대해 최근 OECD나 ICN(International Competition Network) 등의 경쟁법 관련 국제회의에서 활발한 논의가 이루어지고 있다.

경쟁법 규범과 집행에 있어서 많은 부문에서 국제적 수렴화가 이루어지고 있다. 그러나 로열티 디스카운트(리베이트)와 관련해서는 아직까지 세계 경쟁당국 간에 위반 여부를 어떠한 방식으로 측정하고 평가할 것인지에 대해 뚜렷한 합의가 이루어지지 못하고 있다.<sup>2)</sup> 이런 가운데 공정거래위원회(이하 '공정위')는 2008년 6월 4일, 개인용 컴퓨터에 탑재하는 중앙처리장치(Central Processing Unit, 이하 'CPU')의 세계 최대의 제조업체인 인텔코퍼레이션(Intel Corporation, 이하 '인텔')<sup>3)</sup>이 컴퓨터 제조업체에게 제공한 로열티 리베이트는 반경쟁적 행위라고 심결한 바 있어 전 세계적으로 관심을 모으고 있다.<sup>4)</sup>

1) 지난해 Microsoft의 윈도우즈 프로그램과 메신저, 미디어 플레이어 등의 끼워팔기 행위에 대해 미국, EU, 일본 경쟁당국 등은 큰 관심을 가진 바 있으며, 우리나라도 동 사건에 대해 시정명령과 과징금을 부과한 것이 대표적인 사례라고 할 수 있다. 공정위는 2006년 MS의 끼워팔기 행위에 대해 위법성을 인정하여 시정조치와 함께 326억 원에 달하는 과징금을 부과한 바 있다.

2) 세계 경쟁당국은 로열티 리베이트는 생산량 증대를 통한 규모의 경제 달성, 유통업자들에게 인센티브 제공 등 친경쟁적인 효과가 있는 반면, 경쟁사업자의 진입 및 확장을 저해할 가능성과 경쟁사업자의 효율적인 규모 달성을 방해하는 등 반경쟁적인 효과를 동시에 가지고 있으므로, 이에 대해 신중한 접근이 필요하다는 점에 대해서는 공통적으로 인정하고 있다.

3) 인텔코퍼레이션(Intel Corporation)은 미국 관련법에 의거해 설립된 외국사업자로, 한국 내에서 판매되는 인텔 상표 CPU를 직접 제조할 뿐만 아니라 자회사인 인텔세미컨덕터리미티드(Intel Semiconductor Limited)와 인텔코리아를 통해 한국내 CPU 판매를 비롯해 마케팅 관련 정책은 물론 연구·개발, 카운슬링, 테스트, 엔지니어링 등의 지원업무에 대한 최종 의사결정과 지시 및 감독업무를 수행하고 있다.

4) 일본 공정취인위원회는 인텔의 일본 자회사인 인텔재팬이 일본 PC 제조회사들에게 조건부 리베이트를 제공한 것은 독점금지법 제3조 사적독점금지조항 위반으로 보고 2005년 4월 13일 시정권고를 한 바 있고, EU에서는 조사·심의가 진행 중이다.

아래에서는 지난 3년여 간에 걸친 증거 조사와 치밀한 경제 분석 및 법리 검토를 통해, 인텔이 로열티 리베이트를 제공한 행위가 경쟁사업자를 배제하기 위한 것으로, 시장지배적 사업자의 지위남용행위에 해당된다고 인정한 공정위의 심결 주요 내용과 의의를 살펴보기로 한다. 이번 심결은 로열티 리베이트에 관한 공정위 최초의 심결 사례로, 로열티 리베이트에 대한 공정위의 시각과 입장에 대한 이해를 돕기 위하여 심결과정에서 논의되었던 인텔의 행위내용과 위법성 판단, 쟁점사항, 외국 경쟁당국의 동향 및 시각 등을 상세히 설명하기로 한다.

## II. 주요 행위사실 및 위법성 판단

### 1. 인텔의 주요 행위사실

이 사건과 관련하여 문제가 된 인텔의 행위는 국내 개인용 컴퓨터(Personal Computer, 이하 'PC')에 탑재하는 CPU를 판매하면서, 컴퓨터 제조회사들에게 경쟁사업자가 제공하는 제품을 구매하지 않거나 자사 CPU만 일정비율(100% 또는 70%) 이상 구매하는 조건으로 각종 리베이트를 제공한 것이었다.<sup>5)</sup>

인텔의 리베이트 제공 배경을 살펴보면, 인텔은 1969년에 설립된 반도체회사로서 1971년 최초로 PC용 CPU를 개발한 이후 현재까지 40여 년간 PC용 CPU시장에서는 사실상 독점사업자나 다름 없는 지위를 유지하고 있다.<sup>6)</sup> PC용 CPU시장에서 인텔의 유일한 경쟁사업자인 AMD(Advanced Micro Devices)는 초기에는 인텔의 기술을 이용하여 CPU를 생산·판매하는 제2차 공급업체였으나, 1990년대 초부터 독자기술로 CPU를 생산·판매하면서 인텔의 경쟁사업자가 되었다. 2000년대 들어서면서 AMD가 'Athlon XP'라는 신제품을 개발하고 시장에서 좋은 평가를 받으면서 점유율이 올라가기 시작하였다. 이에 인텔은 2002년부터 전 세계적으로 AMD의 약진을 막기 위하여 리베이트를 활용하기 시작하였다.

우리나라에서는 먼저 국내 PC시장의 제1위 사업자인 동시에 선도기업인 삼성전자에 대해 리베이트를 활용하였다. 삼성전자는 2002년부터 CPU 구매선 다양화, 저(低)사양 PC시장에서의 매출

5) 인텔이 국내 PC 제조회사들에게 제공한 리베이트의 종류는 ECAP, Price pull-in, MDF 등이다. ECAP은 정사가격(CAP; Customer Authorized Price)과 할인금액(Exception to CAP)의 차이를 사후에 지급하는 방식의 리베이트이고, MDF(Market Development Fun)는 판촉비의 일부를 사후에 지급하는 방식의 리베이트이며, Price Pull-in은 정해진 가격 할인을 앞당겨 시행해 주고 그 차액을 지급하는 방식이다.

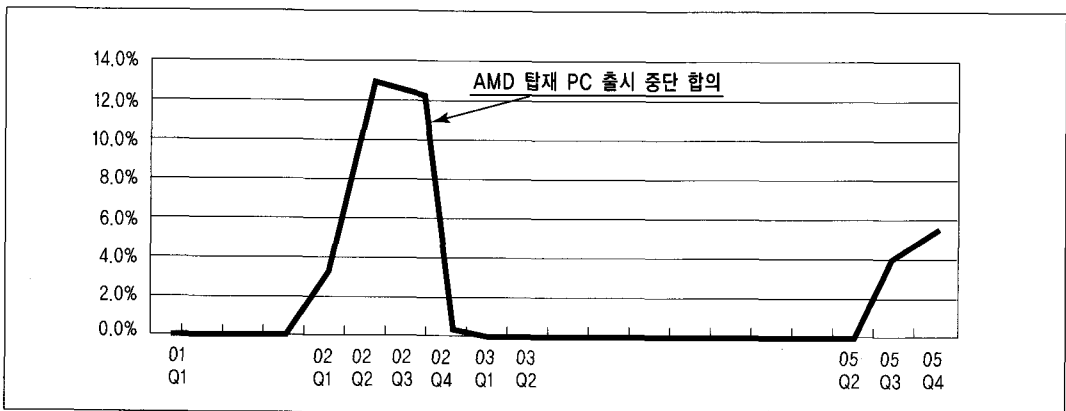
6) 2005년 말 현재, 세계 CPU 시장에서 인텔은 79.3%, AMD는 18.5%의 시장점유율을 각각 차지하고 있다.

확대 등을 목적으로 처음으로 AMD의 CPU를 소량 구매하기 시작하였는데, 인텔은 이를 저지하기 위해 리베이트를 제공하였다. 인텔은 2002년 1/4분기에 삼성전자에게 AMD CPU 구매 중단을 조건으로 리베이트를 제공하겠다는 제안을 하였다. 그러나 삼성전자가 이를 거절하자 2002년 1/4분기 리베이트 금액을 그 이전 기간에 비해 현저하게 축소하면서 삼성전자를 압박하기 시작하였고, 리베이트를 무기로 AMD CPU 구매중단을 지속적으로 요구하였다.

결국 2002년 5월말, 삼성전자가 2002년 3/4분기 이후 AMD CPU 구매를 중단하고 인텔의 CPU만 사용하는 조건으로 분기별로 최대의 리베이트를 제공받기로 인텔과 합의하였다. 삼성전자는 합의에 따라 실제로 2002년 4/4분기부터 AMD CPU 구매를 중단하고 2005년 2/4분기까지 전량 인텔의 CPU만 구매하였다. 이에 따라 삼성전자의 총 CPU 구매량 중 AMD CPU 비중은 <그림 1>에서 보는 바와 같이 크게 축소되었다.

삼성전자로부터 AMD를 효과적으로 축출한 인텔은 2003년부터는 국내 PC 시장의 2위업체인 삼보컴퓨터에 대해서도 리베이트를 활용하였다. 삼보컴퓨터는 AMD CPU를 가장 적극적으로 구매하고 있었던 PC 제조사로 2002년 말부터 홈쇼핑시장에서 AMD CPU 탑재 PC의 판매고 확대로 2003년 2/4분기에는 홈쇼핑채널에서 AMD CPU의 점유율이 70%에 육박하게 되었다. 이에 따라 인텔은 홈쇼핑 채널을 중심으로 삼보컴퓨터에게 AMD CPU 구매비중을 줄이는 조건으로 리베이트를 제공하겠다는 제안을 하였다.

<그림 1> 인텔의 리베이트 제공 전후의 삼성전자의 AMD의 MSS 비중 변화 추이



결국 인텔은 삼보컴퓨터와 2003년 3/4분기에 홈쇼핑 채널에서 AMD CPU를 인텔 CPU로 전환하는 조건으로 리베이트를 제공하기로 합의하였고, 실제로 삼보컴퓨터는 2003년 3/4분기부터 홈쇼핑 채널에서의 AMD CPU 비중을 크게 줄이고 2004년 1/4분기에는 완전히 인텔의 CPU로 전환하였다.

삼보컴퓨터는 인텔의 요구에 따라 홈쇼핑 채널에서는 AMD CPU 구매비중을 최소화하였다. 그러나 2004년 초부터 AMD CPU를 이용한 저가형 노트북을 출시하여 수출용으로 판매가 많이 이루어지면서 다시 AMD CPU의 구매가 늘어나게 되었다. 그 결과 삼보컴퓨터 전체에서 인텔의 MSS(Market Segment Share)가 낮아지자, 인텔은 2004년 3/4분기에 삼보컴퓨터에게 지급하기로 하였던 리베이트를 철회하겠다는 의사를 전달하고 내수 판매용 PC를 기준으로 인텔의 MSS를 70% 이상 유지하는 경우에만 리베이트를 제공하겠다는 새로운 조건을 제시하였다. 결국 이러한 요구가 받아들여지고 삼보컴퓨터는 2005년 2/4분기까지 내수용 PC 기준 인텔 CPU의 MSS를 70% 이상으로 유지하였다.

이와 같이 인텔은 국내 PC용 CPU 시장에서 유일한 경쟁사업자인 AMD의 점유율이 소폭 상승하기만 하면 '경쟁대응'이라는 명분으로 관련 PC 제조회사에게 AMD CPU 구매를 중단 또는 축소를 조건으로 각종 리베이트를 제공함으로써 AMD의 국내시장 진입을 저지하거나 어렵게 하였다.<sup>7)</sup>

## 2. 위법성 판단

공정위는 인텔이 국내 PC 제조회사들에게 경쟁사업자인 AMD와 거래하지 말 것을 조건으로 각종 리베이트를 제공한 행위는 독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 '법') 제3조의2 제1항 제5호 전단과 법 시행령 제5조 제5항 제2호에 위반된다고 판단하였다. 관련 조항은 다음과 같다.

법 제3조의 2(시장지배적지위의 남용금지)

① 시장지배적사업자는 다음 각호의 1에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

5. 부당하게 경쟁사업자를 배제하기 위하여 거래하거나 소비자의 이익을 현저히 저해하는 행위

시행령 제5조(남용행위의 유형 또는 기준)

⑤ 법 제3조의2(시장지배적지위의 남용금지)제1항 제5호의 규정에 의한 경쟁사업자를 배제하기

7) 국내시장에서의 인텔의 시장점유율은 2005년 말 현재 86.9%, AMD는 13.0%로, 세계시장에서의 점유율과 비교할 때 국내시장에서의 인텔의 비중이 상대적으로 높음을 알 수 있다.

위한 부당한 거래는 다음 각호의 1에 해당하는 경우로 한다.

## 2. 부당하게 거래상대방이 경쟁사업자와 거래하지 아니할 것을 조건으로 거래하는 경우

동 조항의 위법성 요건은 ① 당해 사업자가 관련 시장에서 시장지배적 사업자일 것 ② 거래상대방이 경쟁사업자와 거래하지 아니할 것을 조건으로 거래하였을 것<sup>8)</sup> ③ 거래 결과 경쟁제한성 등 부당성이 있을 것<sup>9)</sup> 등 3가지이다. 아래에서는 이 사건에서 인텔의 행위가 각 요건을 충족하는지 여부에 대해 간단히 살펴보도록 하겠다.

### (1) 시장지배적 사업자 여부

우선 인텔은 이 사건 관련시장인 '국내 PC 제조회사들에게 직접 공급되는 x86계열 PC용 CPU 시장'에서 시장지배적 사업자이다. 공정위는 이 사건의 상품시장은 'x86계열 PC용 CPU시장'으로, 지리적 시장은 '국내시장'<sup>10)</sup>으로, 그리고 거래단계 및 거래상대방 등을 감안하여 '국내 PC 제조회사들에게 직접 공급되는 시장(대리점을 통해 공급되는 시장은 제외)'으로 획정하였다.<sup>11)</sup>

관련 시장에서 인텔의 시장점유율, 진입장벽의 존재 및 정도, 경쟁사업자의 상대적 규모 등을 종합적으로 고려할 때 아래와 같은 사유로 인텔은 시장지배적 사업자로 판단되었다. 첫째, 관련시장에서 국내 총 CPU 판매량 중 인텔이 차지하는 비중을 기준으로 할 때, 인텔의 점유율은 행위 기간 중(2002~2005년) 평균 95% 수준이었다. 둘째, 유일한 경쟁사업자인 AMD는 시장점유율(5%), 생산능력, 자금력 측면에서 인텔과 현저한 차이를 보여 인텔의 시장지배력 행사를 억제할 정도의 경쟁사업자라 할 수 없다. 셋째, PC용 CPU 시장은 관련 기술, 추가 투자비용 등을 감안할 때 진입장벽이 매우 높기 때문에 다른 사업자의 진입이 거의 불가능하다. 마지막으로 국내 PC 제조사들은 인텔의 제품을 일정 부분 구매하는 것이 필수적이기 때문에 협상력 면에서 인텔의 시장지배적 행사를 억제할 위치에 있다고 할 수 없다.

### (2) 경쟁사업자와 거래하지 아니함을 조건으로 거래하였는지 여부

인텔이 국내 PC 제조회사들에게 리베이트를 제공하면서 계약서 등을 작성하지 않아 거래조건이

8) EU의 경우 시장지배적 사업자가 단순한 수량할인이 아니라 거래상대방의 충성을 요구하며 리베이트를 제공하였다는 사실만 입증되면 EC조약 82조 위반으로 본다.

9) EU의 판례에 따르면, 조건부 리베이트 제공행위는 리베이트 제공으로 경쟁사업자의 시장접근이 불가능하거나 곤란하게 되고 거래상대방이 공급되는 상품에 대한 선택권을 행사하기 어렵거나 곤란하게 된다는 것을 입증하면 위반행위가 인정된다. 위반 여부는 리베이트 제공 조건, 당시 거래 상황, 경제 분석 결과 등을 종합적으로 고려하여 결정한다.

10) x86 계열 CPU는 인텔이 개발한 마이크로프로세서를 기반으로 한 CPU를 말한다. CPU는 x86 계열 이외에도 여러 종류가 있으나 기능 및 효율, 구매자들의 수요대체 가능성 등 면에서 다른 종류의 CPU와는 구분된다고 할 수 있다.

11) 국내 PC용 CPU의 유통경로는 두 가지로 나눌 수 있다. 하나는 국내 주요 PC 제조사에 직접 CPU를 직판하는 채널이고, 다른 하나는 CPU 제조회사가 대리점과 개별적으로 계약을 체결하고 대리점에 CPU를 판매하는 대리점 채널이다.

계약 형태로 남아 있지는 않다. 그러나 공정위는 2005년 일본 공정취인위원회의 시정권고 발표가 있는 직후 인텔코리아 및 국내 PC 제조회사들에 대해 서면조사를 실시하였다. 이를 토대로 2006년 2월에는 30여 명으로 5개 팀을 구성하여 인텔코리아, 국내 PC 제조회사, 홈쇼핑회사 등에 대한 현장조사도 실시하였다. 현장 조사시 IT전문가들을 참여시켜 수 기가바이트(GB)에 달하는 전산자료와 서면자료를 확보하였다. 또한 인텔이 국내 PC 제조회사들에게 경쟁사업자인 AMD CPU 구매 중단 등을 조건으로 리베이트를 제공하였다는 사실과 관련하여 국내 PC 제조회사, 인텔코리아 등의 담당자들의 진술을 다수 확보하였다.

3년여 간에 걸쳐 수집한 인텔이나 국내 PC 제조회사들의 내부 자료(관련자 e-메일, 회의자료, 내부보고자료, 영업계획자료 등), 관련 업무담당자들로부터의 진술, 실제 거래행태 등을 종합적으로 고려할 때, 인텔은 리베이트 제공조건으로 경쟁사업자인 AMD의 CPU를 구매하지 않거나 또는 일정 비율 이하로만 구매할 것을 요구하였다는 사실은 명백하다.

인텔은 설사 경쟁사업자 배제조건 리베이트 제공협상이 있었다 하더라도 거래상대방이 자유롭게 조건을 선택할 수 있고 상호양해에 불과한 것으로서 배타조건의 구속력이 없다고 주장하나, 경쟁이 치열한 PC 제조산업에서 리베이트는 구매선을 결정하는 중요한 요소이며, 인텔 제품을 일정 부분 이상 구매하지 않을 수 없는 상황에서 리베이트 제공과 관련된 배타조건부거래 요청행위를 사실상 거절하기는 어렵다고 판단하였다.

### (3) 경쟁사업자 배제효과 여부

인텔이 국내 PC 제조회사들에게 제공한 리베이트는 인텔의 관련시장에서의 지위, 제공 목적, 제공방식, 지급의 불투명성 등을 감안할 때 관련 시장에서 경쟁제한효과가 발생할 우려가 크며, 나아가 실제로 경쟁을 제한한 것이 인정된다.<sup>12)</sup>

인텔이 삼성전자나 삼보컴퓨터에 제공한 리베이트는 단순한 수량 할인(Volume Discount)이 아니라 거래상대방의 충성도(Loyalty)에 따라 제공된 것으로, 규모의 경제 등 경제적 합리성과는 거의 무관하고, 오히려 자사의 자금력을 이용하여 경쟁사업자의 고객을 자신과 거래하도록 하여 경쟁사업자의 시장 접근을 어렵게 하였다고 할 수 있다.

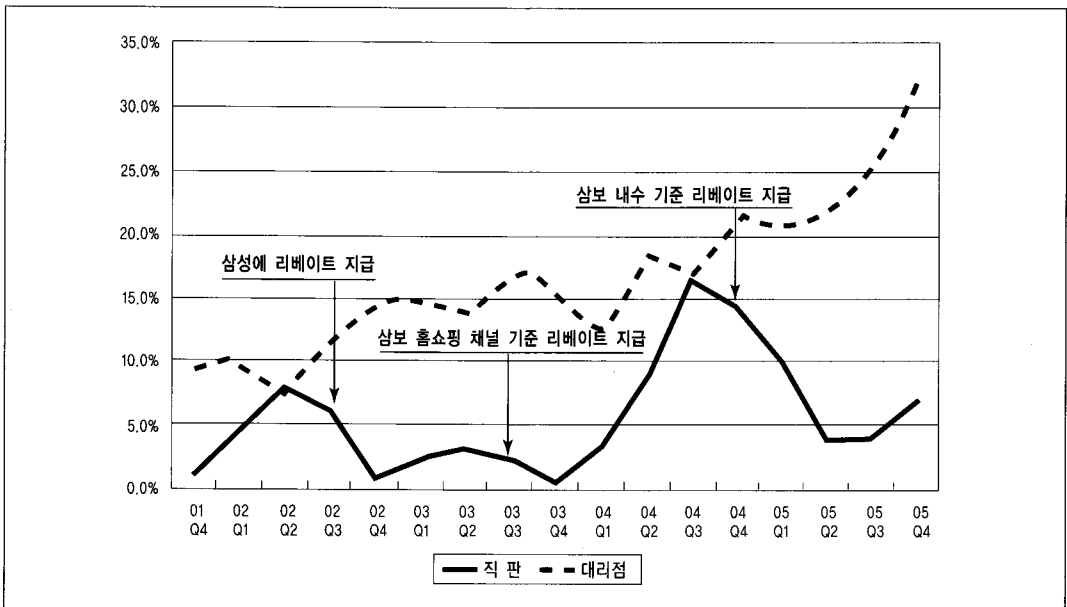
12) EC법원은 Michelin 사건에서 첫째, 리베이트가 비교적 장기간(1년)에 제공된 점 둘째, 경쟁사업자와의 시장점유율 차이가 큰 점 셋째, 리베이트 시스템이 불투명한 점 등을 고려하여, Michelin이 타이어 딜러에게 제공한 리베이트는 딜러들의 거래상대방 선택의 자유를 제한하여 경쟁사업자의 시장접근을 어렵게 하였다고 판단하였다(Case 322/81 Nederlandshe Banden-Industries Michelin v. Commission, 1983, ECR 3461).

또한 리베이트를 조건 충족 여부에 대한 감시가 용이하고 리베이트 수령 여부 및 수준에 대한 불확실성이 높은 일정 기간 종료 후 구매량 등을 확인하고 지급하는, 이른바 '백엔드(Back-end)' 방식으로 제공함으로써 경쟁자 배제효과가 확대되었다고 할 수 있다.<sup>13)</sup>

이러한 방식으로 리베이트를 지급함으로써 경쟁사업자인 AMD의 시장점유율은 크게 감소되는 등 경쟁제한적 효과가 관련시장에서 실제로 발생하였다. 즉 인텔의 행위가 시작된 각각의 시점에서 관련시장에서 AMD의 점유율은 큰 폭으로 하락하였다. 그 결과 인텔의 행위가 있었던 2002년부터 2005년의 기간 중 AMD의 점유율은 대부분 10% 미만에 머물게 되었다.

〈그림 2〉에서 보는 바와 같이 AMD의 시장점유율은 인텔의 리베이트 제공과 상관관계가 높은 반면, PC 소비자들의 선호가 직접 반영되고 리베이트의 효과가 거의 없다고 할 수 있는 대리점 채널에서의 AMD의 시장점유율은 계속 상승하고 있어 매우 대조적임을 알 수 있다. 대리점 채널에서의 AMD의 점유율은 꾸준히 상승하여 2005년 말에는 30%를 넘었으나 직판 채널에서는 등락을 거듭하고 있다는 사실은, 인텔의 행위가 관련 시장에서 얼마나 구매자의 공급자 선택을 제한하고 경쟁자인 AMD의 경쟁대응 가능성을 봉쇄하였는지를 잘 보여준다고 할 수 있다.

〈그림 2〉 인텔의 리베이트 제공 전후 AMD의 직판 채널 및 대리점 채널에서의 시장점유율 변화 추이



13) 'DG Competition Discussion Paper'는 리베이트의 불확실성이 충성유인효과 및 봉쇄효과 평가에 고려되어야 한다고 권고하고 있다.

### Ⅲ. 주요 쟁점

이 사건 심의 과정에서 여러 가지 쟁점들이 논의되었지만, 크게 3가지로 요약될 수 있다.

#### 1. 경쟁사업자 배제조건부 리베이트 제공 여부

첫째, 행위사실 관련 쟁점이다. 인텔은 심의과정에서 인텔이 국내 PC 제조회사들에게 리베이트를 제공한 것은 사실이나, 이는 단순히 가격 할인의 일환으로 제공한 것인지 AMD CPU를 구매하지 말거나 또는 자신의 MSS를 일정 수준으로 유지하는 것을 조건으로 제공한 것은 아니라며, 행위사실 자체를 전면 부정하였다. 그러나 인텔이 국내 PC 제조회사들에게 AMD CPU의 구매중단조건 또는 인텔 CPU를 100% 또는 70% 이상 구매조건으로 각종 리베이트를 제공하였다는 사실은, 인텔 관련사 또는 PC 제조회사 내부 자료에 나타나 있을 뿐만 아니라 여러 관련자들의 진술에 의하더라도 명백하다. 또한 <그림1>과 같은 시장점유율 변화는 배타조건부 거래 이외의 다른 합리적인 사유로는 설명하기 어렵다는 점도 공정위의 결정을 뒷받침한다고 볼 수 있다.

#### 2. 관련 시장 획정 문제

둘째는 관련시장 관련 쟁점이다. 우선 인텔은 상품시장에는 'x86계열 PC용 CPU' 만 아니라 모든 종류의 CPU를 포함시켜야 한다고 주장하였다. 그러나 CPU는 계열에 따라 설계방식, 운용체제(Operating System), 용도, 주 사용자 등이 모두 달라 수요 및 공급대체성이 매우 낮기 때문에 모든 CPU를 하나의 시장으로 획정하여야 한다는 인텔의 주장은 적절치 못하다고 판단되었다. 인텔의 주장대로라면 핸드폰용 CPU와 PC용 CPU를 하나의 시장으로 보아야 한다는 것과 마찬가지로 할 수 있다.

또한 인텔은 x86계열 내에서도 PC용 CPU 뿐만 아니라 서버용 CPU도 포함시켜야 한다고 주장하였지만, PC용 CPU와 서버용은 기술, 전환비용, 시장인식 면에서 상당한 차이가 있어 수요대체성이 거의 없고 생산 및 판매가능성을 감안할 때 공급대체성도 인정하기가 곤란하다.

관련시장과 관련하여 가장 첨예하게 대립된 부분은 지리적 시장 이슈이다. 인텔은 국내 PC 제조사들이 구매하는 모든 CPU는 해외에서 수입되기 때문에 이 사건의 지리적 시장은 세계시장이 되어야 한다고 주장하였다. 그러나 인텔과 경쟁사업자인 AMD는 각 나라 또는 지역을 분할하고 분할된 시장에 맞는 판매전략을 운영하고 있어, 각 지역의 수요자 입장에서는 다른 지역으로 수요를 대체하는 것이 거의 불가능하다는 점에서 공정위는 지리적 시장을 국내시장으로 획정하였다.<sup>14)</sup>

실제로 가격 데이터를 분석한 결과, 각 지역에서 판매되는 인텔 CPU의 가격은 지역마다 상당한 차이를 보였으며, 이는 전 세계가 하나의 시장이 아니라 각 지역별·국가별로 나누어진 별개의 시장이



라는 중요한 논거가 되었다.

마지막으로 인텔은 대리점 채널의 공급능력은 직판 채널과 견줄 정도이고, 양 채널 간에 높은 공급 대체성이 있기 때문에 대리점을 통해 판매되는 CPU도 이 사건의 관련 시장에 포함시켜야 한다고 주장하였다. 그러나 관련시장의 수요자인 PC 제조회사 입장에서는 직판 채널시장에서의 CPU 가격이 일정 수준 상승하더라도 충분한 물량 및 필요한 CPU 사양을 적시에 확보하기가 쉽지 않고, 직접 거래를 받을 수 있는 리베이트 등 금전적 보상 등을 감안할 때 구매처를 대리점 채널로 변경하는 것이 용이하지 않아 수요대체성이 매우 낮다고 할 수 있다. 실제로 직판 채널시장에서의 가격에 비해 대리점 채널에서의 가격은 상당 부분 높은 수준으로, 양 시장을 별개의 시장으로 보는 것이 타당하다.

### 3. 경쟁제한성 여부

셋째는 경쟁제한성 관련 쟁점이다. 인텔은 심의기간 내내 인텔의 로열티 리베이트 지급행위는, 결과적으로 CPU 가격을 떨어뜨리는 효과가 있어 소비자에게 유리한 측면이 있다고 주장하였다. 그리고 경쟁제한성 인정을 위해서는 경쟁당국이 가격 상승, 산출량 감소, 유력한 경쟁사업자의 감소와 같은 경쟁제한효과를 입증하여야 하는 데 이에 대한 입증이 미흡하다고 주장하였다. 또한 AMD는 위반기간 동안, 그리고 그 이후에도 여전히 자신의 경쟁사업자로 존재하고 있는 사실에 비추어 볼 때 경쟁사업자 배제효과가 없다고 주장하였다.

그러나 AMD의 점유율이 지속적으로 상승하여 국내시장에 안정적으로 정착하려는 시점에 중점적으로 리베이트를 제공하였고, 특히 자신이 경쟁하기 어려운 홈쇼핑 채널에 공급되던 AMD CPU 사용을 중단시키려고 한 점에 비추어 볼 때, 경쟁사업자를 배제하기 위한 의도와 목적이 인정된다고 할 수 있다.

그 결과 실제 관련시장에서 AMD의 시장점유율이 크게 하락하고 10% 이상 성장하지 못하였으며, 설사 경쟁사업자가 시장에서 퇴출되지 않았다 하더라도 인텔의 행위가 지속될 경우, 경쟁사업자는 점유율 하락에 그치지 않고 퇴출되거나 경쟁능력이 하락되어 경쟁대응 가능성이 봉쇄되었을 것으로 판단하였다.<sup>14)</sup>

아울러 같은 기간 중 PC 가격은 큰 폭으로 하락한 반면, CPU 가격은 거의 하락하지 않거나 오히려 특정 기간 중에는 가격이 상승하였다. 인텔이 리베이트를 제공함으로써 국제시장에서는 일부 가격인하가 있었으나, 실제 국내시장에서는 오히려 가격이 상승하기도 하였다는 것은 사실상 경쟁이 제한되었다는 것을 입증하는 것이라고 할 수 있다.

14) 인텔은 전 세계에 지역별로 (북중미 및 남미, 유럽·중동·아프리카, 아시아·태평양, 일본) 4개의 판매회사를 통해 CPU를 판매하고 있으며, 지역별 경쟁상황, 소비자 선호 등을 감안하여 지역별·국가별로 상이한 판매전략을 취하고 있다.

또한 삼성전자는 2002년 4/4분기 이후 AMD CPU를 구매하지 못하게 됨에 따라 홈쇼핑 채널에서의 대체 CPU를 찾지 못하여<sup>15)</sup> 거의 1년간 홈쇼핑 채널에서는 아예 PC 판매를 중단할 수밖에 없었다. 이는 PC시장의 치열한 경쟁으로 PC 제조업체들이 CPU 제조사의 리베이트에 의존할 수밖에 없는 상황을 이용하여 PC 제조사를 예측시키고, PC 제조사의 제품 개발 의욕과 품질 및 가격경쟁을 통한 기술 혁신을 크게 저해한 행위라고 할 수 있다.

## IV. 인텔사건 관련 해외 동향

### 1. 외국 경쟁당국의 인텔사건 관련 동향

인텔의 리베이트를 이용한 경쟁사업자 배제행위는 비단 우리나라에서만 문제가 된 것이 아니라 일본, 유럽, 미국 등에서도 문제로 제기되었다. 인텔이 전 세계시장을 대상으로 유사한 시기에 AMD를 배제할 목적으로 유사한 행위를 하였기 때문이다. 이 사건을 가장 먼저 처리한 국가는 일본이었다. 일본은 AMD의 신고에 따라 2000년대 초반부터 이 사건의 조사에 착수하여 2005년 4월, 인텔의 일본 내 자회사인 인텔재팬에 대해 시정권고를 하였다. 인텔재팬이 일본 PC 제조회사들에게 인텔 CPU를 100% 또는 90% 이상 구매하는 조건으로 각종 리베이트를 제공한 행위를 적발하고 조치한 것이다.

미국에서도 인텔의 행위가 문제되고 있다. 우선 미국에서는 AMD가 인텔을 대상으로 사적손해배상을 청구함에 따라 이슈화되었다. 그러나 손해배상청구는 2010년에 다시 열기로 하고, 현재는 행위사실 등에 대한 디스커버리(Discovery) 절차가 진행 중이다. 이와는 별개로 미국의 주 또는 연방경쟁당국에서도 이 사건에 대한 조사가 진행 중이다. 우선 미국 뉴욕주 검찰은 2008년 1월, 인텔의 행위에 대한 공식조사를 시작했고 FTC도 2008년 6월, 인텔에 공식 소환장(Subpoena)을 발부하고 공식조사를 시작하였다.

이 사건에 대해 활발하게 조사를 진행하고 있는 곳은 유럽지역이다. EU경쟁당국은 2002년부터 AMD의 신고에 따라 조사를 시작하였고, 2006년 조사를 마치고 내부 법률 및 경제전문가들의 검토를 거쳐 2007년 8월, 심사의견서(Statement of Objection)를 인텔에게 송부하였다. 심사의견서를 송부한 사실은 EU경쟁당국이 인텔의 행위를 일단 위법으로 보았다는 점에서 중요하다. 그 후 2008년 1월에 인텔의 의견서가 EU경쟁당국에 접수되었고 3월에는 청문회를 열어 EU 측과 인텔측, 그리고 신고자인 AMD 측의 의견을 모두 들었다. 현재 EU는 최종 결정만 남겨 두고 있다.

15) EU법원은 시장지배적 사업자가 경쟁자를 배제하기 위하여 실행한 행위라, 실제로 의도한 효과가 발생하지 않았다고 하여 시장지배적 지위 남용행위를 구성하지 않은 것은 아니라고 판시한 바 있다(British Airways 사건 paragraphs 297, 298).

16) AMD CPU가 아닌 인텔 CPU가 탑재된 PC를 홈쇼핑 채널에서 상대적으로 저가에 판매하게 되면, 홈쇼핑이 아닌 다른 채널(PC 대리점 등) 사업자들이 이에 반발하게 되어 인텔 CPU를 홈쇼핑 채널 판매용으로 사용하는 데는 제약이 뒤따른다.

## 2. 로열티 리베이트에 대한 국제적 논의 동향

이 사건에서 인텔이 국내 PC 제조회사들에게 제공한 리베이트는 이른바 로열티 리베이트(Loyalty Rebate)<sup>17)</sup>의 일종이라고 할 수 있다. 시장지배적 사업자의 로열티 리베이트 제공행위에 대해 경쟁법적으로 어떻게 다루어야 하는가에 대해 최근 국제사회에서도 매우 활발한 논의가 이루어지고 있다. 이러한 추세를 반영하듯 지난 6월에 개최된 OECD 경쟁위원회 회의에서도 로열티 리베이트가 논의된 바 있으며, 각종 경쟁법 관련 국제회의에서도 로열티 리베이트는 단골 이슈로 등장하고 있다.

로열티 리베이트는 거래상대방의 충성도에 따라 그 대가로 일정한 할인이나 금전적 대가를 지급하는 영업방식을 의미한다. 따라서 이러한 영업방식은 우리 주변에서 매우 쉽게 찾아볼 수 있다. 예를 들어 항공사나 카드사 마일리지 제도가 대표적이다. 고객이 특정 항공사를 많이 이용할수록 마일리지의 쌓이고, 이를 다른 서비스에 사용할 수 있도록 한다는 점에서 넓은 의미의 로열티 리베이트라 할 수 있다. 그러나 경쟁법 분야에서 문제가 되고 있는 로열티 리베이트는 주로 시장지배적 사업자가 제공하는 것으로, 특정 점유율 또는 수량을 기준으로 정하고 고객이 이 기준을 넘어서면 이에 대한 대가로 소급할인<sup>18)</sup>이나 리베이트를 제공하는 행위이다.

로열티 디스카운트(리베이트)는 생산량 증대를 통한 규모의 경제 달성, 유통업자들에게 인센티브 제공 등 친경쟁적 효과가 있는 반면, 경쟁사업자의 진입 및 확장을 저해할 가능성과 경쟁사업자의 효율적인 규모 달성을 방해하는 등 반경쟁적 효과를 동시에 가지고 있어 세계 경쟁당국은 이에 대해 신중한 접근이 필요하다는 점을 인정하고 있다. 다만 로열티 디스카운트의 경쟁법 위반 여부를 어떠한 방식으로 측정하고 평가할 것인지에 대해서는 뚜렷하게 합의된 기준이 제시되지 못하고 있다. 미국 등은 로열티 리베이트도 일종의 가격 할인의 하나이기 때문에 리베이트를 감안한 가격을 비용과 비교하여 비용보다 낮은 경우에만 문제를 삼아야 한다는 입장이다. 즉, 약탈적 가격책정행위(Predatory Pricing)와 유사한 방식으로 접근하지는 입장이다.

반면 EU 등은 로열티 디스카운트는 약탈적 가격책정의 문제가 아니라 일종의 배타조건부거래(Exclusive Dealing)라고 보아야 한다는 입장이다. 따라서 가격비용 테스트에 의한 안전항(Safe Harbor) 접근이 유용한 수단이지만, 설령 가격이 비용보다 높은 경우에도 위법 가능성이 있기 때문에 개별 사건 별로 가격 이외의 다른 요소에 대해서도 종합적인 고려가 필요하다고 보고 있다.<sup>19)</sup>

이러한 입장 차이는 실제 사건처리에도 반영된 바 있다. 예를 들면 1999년 British Airway(BA) 항공사가 영국 항공시장에서의 시장지배적 지위를 이용하여 여행사들에게 로열티 리베이트를 제공한 행위에 대해 미국 항공사인 Virginia사가 미국과 EU에 각각 제소하였는데, 미국 법원은 Virginia가 BA의

17) Loyalty Rebate는 경우에 따라 Loyalty Discount, Fidelity Rebate, Fidelity discount 등으로 불리기도 한다. 4가지 용어는 거의 동일한 의미로 볼 수 있으며, 실제 대부분의 논문 등에서도 차이가 없이 사용되고 있다.

18) 소급할인은 고객의 구매량이 리베이트 지급기준(Threshold)을 넘어서면 경우, 넘어서는 물량에 대해서만 할인을 제공하는 것이 아니라 그 이전에 구매한 물량까지 소급하여 할인을 제공하는 할인방식을 의미한다.

가격책정이 비용 이하임을 입증하지 못하였기 때문에 위법이 아니라고 판단하였다. 반면 EU는 BA의 행위는 일종의 로열티 리베이트로서 시장에서의 경쟁을 제한하였다는 이유로 위법이라고 판단하였다.

## V. 본 심결의 의의

본 사건은 시장지배적 사업자의 남용행위와 관련하여 로열티 리베이트 제공행위가 반경쟁적 행위라고 인정한 공정위 최초의 심결이었다는 점에서 큰 의의가 있다. 로열티 리베이트 제공행위를 가격 할인의 일종이나 또는 경쟁사업자배제거래의 일환으로 보아야 하느냐에 대해 세계 경쟁당국 간에 논란이 있다. 그러나 본 사건은 경쟁사업자와 거래하지 않는 조건으로 제공된 리베이트는 배타조건부 거래의 한 유형으로 경쟁제한적 행위라고 규정함으로써 단순한 수량 할인과 충성을 대가로 한 리베이트(디스카운트) 제공행위는 경쟁법상 차이가 있다는 것을 분명히 하였다.

또한 본 심결을 통해 리베이트 제공행위의 위법성을 판단하기 위해서는 리베이트 제공의 목적, 제공 규모, 기간 및 관련시장에서의 거래당사자 고착 또는 경쟁사업자의 배제효과 등을 종합적으로 고려하여야 한다는 것을 제시함으로써 리베이트 제공행위의 위법성 기준을 명확히 하였다는 점에 의미가 있다 할 것이다.

아울러 본 건은 3년간에 걸쳐 수집한 막대한 분량의 증거 및 자료와 국내외 전문가들의 경제 분석과 법리 검토를 토대로 내려진 결론으로, 미국 경쟁당국에도 영향을 미치고 현재 본 건을 조사 중인 EU 경쟁당국에도 많은 참고가 될 것으로 본다. 그리고 시정조치에 있어서도 경쟁사업자의 시장 진입 및 확장을 저해하는 반경쟁적이라고 할 수 있는 인텔의 로열티 리베이트 행위에 대해 세계 최초로 260억 원에 달하는 과징금을 부과하는 등 엄정하게 제재함으로써 우리나라 경쟁당국의 위상을 제고하였다는 점에서도 의의가 크다고 할 수 있다.

이번 심결은 2006년 MS 사건에 이어 두 번째로 거대 IT분야 다국적기업의 국내시장에서의 경쟁제한적 행위에 대한 시정조치이다. 이번 심결을 통해 국내 CPU 시장에서의 경쟁이 촉진됨에 따라 PC 용 CPU 가격이 인하되고 CPU 관련 신제품 개발 경쟁으로 관련 기술혁신도 가속화되어 국내 PC 제조회사와 소비자들의 이익이 증진될 것으로 보인다.

19) EU는 시지사업자의 단일상품 할인이 소비자를 고착화시키고, 경쟁자가 소비자에게 판매하는 것을 방해함으로써 경쟁자를 봉쇄하는 속성을 가지고 있다는 점에서 이를 배타조건부 거래의 일종으로 보고 있다. 따라서 단일상품 로열티 디스카운트의 경우 리베이트를 보상하기 위해 경쟁사업자가 제시하여야 하는 가격(Effective Price, 리스트 가격-전환시 없게 되는 리베이트 규모)을 계산하여 Effective Price가 지배적 기업의 장기평균증분비용(LRAIC)보다 큰 경우에는 지배적 기업과 동등하게 효율적인 경쟁사업자가 충분히 경쟁할 수 있는 가격이라고 보지만, 유효가격이 평균회피가능비용(AAC)보다 낮은 경우에는 동등하게 효율적인 기업을 봉쇄할 가능성이 큰 가격이라고 판단한다. 복수상품 리베이트의 경우에도 묶음상품에 지급되는 리베이트가 커서 경쟁사업자가 이를 보상하는 것이 어려워지는 경우 끼워팔기와 마찬가지로 반경쟁적이라고 보고 있다.

20) 본 사건과 관련하여 Shapiro 교수(미국 UC 버클리 MBA), Elhaug 교수(미국 하버드 로스쿨), Hovenkamp 교수(미국 Iowa 대학), Whilsh(영국 King's College), 전성훈 교수(서강대), 이인호 교수(서울대), 김종민 교수(국민대) 등의 법리 분석 및 경제 분석 보고서가 종합적으로 검토되었다.