

쉽게 알아보는 공정거래제도 -시장지배적 지위남용행위-

‘완전한 시장경제체제를 상상해 본적이 있습니까?’

기업을 경영하는 사람들이 생각하는 사업하기 좋은 ‘완전한 시장경제체제’는 찾아보기 힘들다. 오늘날 자본주의 경제체제에서는 개인 및 조직은 시장원리로 생각하고 행동하지만 시장원리 특성상 완전한 시장경쟁 체제를 갖추기 어렵다. 이는 높은 시장점유율과 시장지배력을 갖춘 대기업과 초국가적 기업들이 공존하며 경쟁하고 있기 때문에 상대적으로 힘없는 중소기업은 불리한 입장에 서있다고 할 수 있다. 또한 이러한 현상은 우리가 흔히 말하는 甲·乙관계로 나타나기도 한다.

이런 불완전한 시장경제체제에서 발생하는 불합리한 거래관계를 원활코자 만든 여러 제도중 하나인 ‘독점규제 및 공정거래에 관한 법률’의 법문은 일반인이 이해하기 어려운 부분이 많다. 본지 누구라도 쉽게 이해할 수 있도록 공정거래제도 중 ‘시장지배적 지위남용행위 규제’에 관해 알아보려고 한다.

1. ‘시장지배적 지위남용행위’에 대한 개념

■ 시장지배적 사업자란?

일반적으로 ‘독과점 사업자’를 의미하며, 공급자(판매자) 뿐만 아니라 수요자도 시장지배적 사업자가 될 수 있습니다. 또한 일정한 거래 분야에서 단독으로 또는 다른 사업자와 함께 상품이나 용역의 가격, 수량, 품질 및 기타의 거래조건을 결정·유지 또는 변경할 수 있는 시장지위를 가진 사업자입니다. (공정거래법 2조 7호)

■ 시장지배적 지위판단 기준은?

1개 사업자의 시장점유율이 50% 이상이거나, 2개 또는 3개 이하 사업자의 시장점유율 합계가 75% 이상인 경우 시장지배적 사업자로 추정합니다. (공정거래법 4조 - 연간 매출액 또는 구매액이 40억원 미만인 사업자를 제외함) 다만, 시장지배적 사업자의 판단은 시장점유율 기준 이외에도 진입장벽의 존재 및 정도, 경쟁사업자의 상대적 규모, 경쟁 사업자간 공동행위의 가능성, 시장 봉쇄력 등을 종합적으로 고려하여 결정합니다.

2. '시장지배적 지위 남용행위' 유형

① 가격남용행위(공정거래법 3조의 ①항 1호)

- 정당한 이유없이 상품의 가격이나 용역의 대가를 수급의 변동이나 공급에 필요한 비용(동종 또는 유사 업종의 통상적인 수준의 것에 한한다)의 변동에 비하여 현저하게 상승시키거나 근소하게 하락시키는 행위

<심결례>

- A제과(주), B제과(주), (주)C제과 건(의결 제92-1,2,3호)

사례	<ul style="list-style-type: none"> ■ A제과, B제과, C제과는 비스킷류 품목에 있어서 91년도 시장지배적 사업자였음. 동 비스킷 제조 3사는 비스킷류제품의 용량을 줄여 생산하면서, 변경된 용량을 일반소비자들이 쉽게 알아볼 수 없도록 작은 글씨로 표시하였음
심결요지	<ul style="list-style-type: none"> ■ 소비자들이 제품 구입시 제품의 용량에 주의하지 아니하는 구매행태를 이용하여 소비자들에게 제품용량 표시를 잘 알 아 볼 수 없게 함으로써, 가격을 그대로 둔 채 제품의 용량을 감량하여 실질적으로 가격을 부당하게 인상한 행위임 ■ 원가상승 요인이 일부 있다 하더라도 실질적인 가격인상률이 원가상승 요인보다 지나치게 높기 때문에 시장지배적 사업자들이 자기들의 시장지배력을 이용하여 부당하게 상품의 가격을 변경한 '가격남용행위' 임
조치사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 감량된 비스킷 제품의 가격을 인하하거나 가격인하에 상응하는 수준으로 제품의 용량을 증량하고, 비스킷 제품의 감량을 소비자가 쉽게 알 수 있도록 표시하라고 시정조치

② 출고조절행위(공정거래법 3조의 ①항 2호)

- 정당한 이유 없이 상품 또는 용역의 공급량을 현저히 감소시키거나, 정당한 이유 없이 유통단계에서 공급부족이 있음에도 불구하고 상품 또는 용역의 공급량을 감소시키는 행위를 의미합니다.

<심결례>

- S社の 시장지배력 지위 남용행위 건(의결 제 98-252)

사례	<ul style="list-style-type: none"> ■ 대두유제조사인 S社は 당시의 환율 급등에 따라 대두유 판매가격을 인상하기로 하면서, 동 대두유가격 인상일(97년. 12.18)을 앞둔 시점인 97.12.8~12.16 기간중 평소에 비해 대두유 제품의 판매량을 현저히 감소시키는 방법으로 출고량을 조절하였음
심결요지	<ul style="list-style-type: none"> ■ 다음사항 감안 시 S社の 행위는 부당한 출고조절행위로 인정됨 <ul style="list-style-type: none"> - 외환위기로 환율이 급등하는 상황에 주원료를 수입에 의존하는 대두유제품의 가격인상 가능성으로 수요가 급증한 상황이었음 - 대두생산에 필요한 주원료(대두)의 재고량이 충분하였음에도 출고량을 제한할 수 밖에 없는 불가피한 경영상의 문제가 없었음 - S社は 위 출고조절행위를 통해 보다 많은 대두유를 인상된 가격으로 판매함으로써 평소에 비해 높은 매출이익률을 실현

조치사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 시정명령 및 신문공표 명령 ■ 과징금 부과 : 315백만 원 ■ 회사 및 대표자이사 고발
------	---

③ 사업활동방해행위 (공정거래법3조2 ①항3호)

- 구매, 생산, 판매, 재무, 인사활동 등을 통하여 다른 사업자의 사업 활동에 직접 또는 간접적으로 간섭하여 사업 활동을 어렵게 하는 행위

정당한 이유 없이 다른 사업자의 생산에 필요한 원재료 구매를 방해하는 행위, 정상적인 상거래관행에 비추어 과도한 경제상의 이익을 제공할 것을 약속하면서 다른 사업자의 사업 활동에 필수적인 인력을 채용하는 행위, 정당한 이유 없이 다른 사업자의 상품 또는 용역의 생산·공급·판매에 필수적인 설비의 사용을 거절하거나 중단하는 행위 등이 있음

<심결례>

- M社の 시장지배적 지위남용행위 건(의결 제 2006-42호)

사례	<ul style="list-style-type: none"> ■ M社は 자사가 독점력을 보유하고 있는 PC 서버운영체제(OS)에 A 미디어 서버 프로그램을 결합하여 판매 ■ 또한 자사가 독점력을 보유하고 있는 PC운영체제(OS)에 A 미디어플레이어 및 메신저 프로그램을 결합하여 판매
심결요지	<ul style="list-style-type: none"> ■ M社の 행위는 주상품인 PC 서버 운영체제 및 PC 운영체제 시장에서의 시장지배력을 이용하여 거래 상대방에게 부상품인 미디어 서버프로그램, 미디어 플레이어, 메신저를 자사 제품을 사용하도록 강제함으로써 부상품 시장에서 경쟁사업자의 사업 활동을 방해하고 경쟁을 제한하였음 <ul style="list-style-type: none"> - M社の 결합판매 행위는 부상품인 미디어 서버, 미디어 플레이어, 메신저 시장에서 경쟁을 봉쇄하고 독점화 - 또한 부상품 시장에 대한 봉쇄 및 독점화는 다시 주상품인 PC 서버 OS 및 PC OS 시장에 대한 진입 장벽을 높임으로써 M社の 독점력을 더욱 강화 ■ M社の 행위는 주상품 시장에서의 시장지배력을 이용하여 부상품인 미디어 서버, 미디어 플레이어, 메신저의 사용을 사실상 강제함으로써 소비자 이익도 현저히 저해 <ul style="list-style-type: none"> - M社の 결합판매 행위는 다른 회사의 미디어 서버, 미디어 플레이어, 메신저 프로그램을 사용하기 원하는 소비자들의 상품 선택의 자유를 침해 - 또한 부상품 시장 및 주상품 시장의 경쟁을 봉쇄하고 독점력을 유지·강화함으로써 해당 시장에서의 기술혁신을 저해하여 소비자 후생의 감소를 초래

조치사항	<p>■ 시정명령</p> <ul style="list-style-type: none"> - 시정명령일로부터 180일 이내에 W 서버 운영체제에서 A 미디어 서버 프로그램을 분리하여 판매할 것 - 시정명령일 현재 이미 판매된 W PC OS에 대해서는 사용자들에게 CD 공급 및 인터넷 업데이트를 통해 경쟁사 미디어 플레이어 및 메신저 프로그램을 사용할 수 있도록 조치할 것 - 시정명령일로부터 180일 이내에 W PC 운영체제에서 A 미디어 플레이어 및 메신저가 분리된 버전을 공급할 것 - 국내 응용 소프트웨어 사업자들이 미디어플레이어나 메신저의 개발을 용이하게 하도록 M사측이 W PC 운영체제와 상호 연결하여 작동하는데 필요한 정보를 충실하게 공개할 것 <p>■ M본사 및 한국 M사에 총 324억 9천만 원의 과징금 부과</p>
------	--

④ **진입제한행위(공정거래법3조의2 ①항4호)**

- 자유로운 시장경쟁의 전제조건인 신규사업자나 기존사업들의 시장에 대한 자유로운 진입과 퇴출을 방해하는 행위

정당한 이유 없이 거래하는 유통사업자가 다른 사업자와 거래하지 못하도록 하는 배타적 거래계약을 체결하는 행위, 정당한 이유 없이 기존 사업자의 지속적인 사업 활동에 필요한 권리 등을 매입하는 행위 등이 이에 속함

< 심결례 >

- N사의 시장지배적 지위남용행위 건(의결 제 2007-013호)

사례	<ul style="list-style-type: none"> ■ N사는 국내 13개 화학비료 제조회사와 '06년도 화학비료 구매계약을 체결하면서 식량작물용 화학비료를 자기에게만 전속판매하도록 하고, 비료회사의 개별적인 일반시판은 못하도록 강제하였음 ■ BB비료에 관해서는 N사가 전속적으로 구매한다는 내용으로 각 비료제조회사와 계약을 체결
심결요지	<ul style="list-style-type: none"> ■ 나머지 식량작물용 전비종에 관해서도 비료제조회사가 개별적으로 시판하는 경우 N사는 해당 비료제조회사와 체결한 모든 비종에 관한 기존의 구매계약을 해지하거나, 일방적으로 가격을 조정할 수 있도록 계약서에 규정함으로써 전속거래를 강제하였음 ■ N사는 국내 식량작물용 화학비료 유통시장에서의 시장점유율이 100%인 독점사업자로서 공정거래법상의 시장지배적 사업자에 해당됨 ■ 시장지배적 사업자인 N사의 전속거래 강제행위는 국내 화학비료 유통시장에서 경쟁사업자(잠재적 경쟁사업자를 포함)의 시장 참여를 원천적으로 봉쇄 ■ N사가 비료제조회사의 식량작물용 화학비료의 생산량과 가격을 결정한다는 의미로서 화학비료 제조회사간의 자유로운 판매경쟁도 크게 제한하는 결과를 초래하는 시장지배적지위의 남용행위에 해당됨
조치사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 시정명령 /시정명령을 받은 사실의 공표명령 ■ 과징금 부과 : 15억54백만원

⑤ 경쟁사업자 배제 행위 (공정거래법3조의2 ①항5호)

- 경쟁사업자를 시장에서 배제시킬 의도로 자신이 공급하는 상품이나 용역의 가격을 통상 거래가격에 비해 현저히 낮은 대가로 공급하거나 높은 대가로 구입하거나, 경쟁사업자와는 거래하지 않는다는 조건으로 거래하는 행위

< 심결례 >

- ㉮의 시장지배적 지위남용행위 건(의결 제 2008-295호)

사례	<ul style="list-style-type: none"> ■ 국내 PC용 CPU 시장에서 80% 이상을 점유하고 있는 다 국적 기업 ㉮는 2002년 3/4분기부터 2005년 2/4분기까지 국내 CPU 시장에서 자신의 시장지배력을 이용하여 국내 PC 제조회사들에게서 자신의 유일한 경쟁사업자인 A社의 CPU를 구매하지 않는 조건으로 각종 리베이트를 제공하였음
심결요지	<ul style="list-style-type: none"> ■ ㉮가 국내 PC 제조회사들에게 제공한 리베이트는 국내 PC 제조회사들의 거래상대방 선택의 자유를 제한함으로써 관련 시장에서의 경쟁을 저해하였음 ■ 실제로 피심인과 경쟁사업자인 A社의 시장점유율 수준 및 추이를 보면 피심인의 행위는 경쟁사업자의 시장점유율 확대를 억제하는 등 경쟁을 현저하게 제한하였음
조치사항	<ul style="list-style-type: none"> ■ 시정명령, 과징금 266억 원 부과

[자료출처 : 공정거래위원회 '알기 쉬운 공정거래제도']