

公正, 相生, 그리고 競爭法



법무법인 KCL 대표변호사
대한변호사협회 인권위원장
김용직

1. 머리말

요즘 '상생' (相生)이 화두가 되고 있다. 기업형 슈퍼마켓(SSM)의 사업조정 문제, '통큰' 치킨이나 '반값' 자전거 등으로 대표되는 여러 이벤트, 대기업의 소모성 자재(MRO) 부문 '일감 몰아주기' 문제 등을 비롯해 TV, 인터넷, 신문, 심지어 일반 직장인들의 대화 중에도 '상생'은 빠질 수 없는 화제의 대상이 되고 있는 것이다.

사실 대·중소기업간 상생의 논제는 이미 2000년대 초반부터 중요한 사회적 이슈가 되어 왔는데, 2004년 말 「중소기업의 사업영역보호 및 기업간 협력증진에 관한 법률」 개정과 함께 정부 지원 하에 대기업 등이 참여한 대·중소기업협력재단이 출범한 것을 비롯해 2006년 3월 「대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률」이 제정되었고, 2005년부터는 청와대 주제로 '대·중소기업 상생협력 대책회의'가 구성되는 등 상생이 우리 사회의 중요한 현안으로 떠오른 것은 비단 어제 오늘의 일은 아니라 하겠다.

이런 상생의 문제는 경쟁법과는 어떤 관계에 있으며, 이미 부인하기 어려운 사회적 현안이 되어버린 상생의 문제에 있어서 공정거래위원회의 위상과 역할은 무엇이 되어야 하는지를 간략하게나마 짚어보고자 한다.

2. 공정하고 자유로운 경쟁의 촉진

우리 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」(이하 "공정거래법") 제1조는 동 법의 목적이 "사업자의 시장지배적 지위의 남용과 과도한 경제력의 집중을 방지하고, 부당한 공동행위 및 불공정 거래행위를 규제하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업 활동을 조

장하고 소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형 있는 발전을 도모함을 목적으로 한다”라고 천명하고 있다.

‘상생’이라는 화두 아래 공정거래법 제1조를 다시 보면, 법 제정 당시에 동 조항에 경쟁법의 본질을 담아내기 위해 얼마나 고심했을 지를 새삼 되새기게 된다.

위 공정거래법 제1조를 나름대로 재구성해 보면, 우리 공정거래법은 ① 창의적인 기업 활동 조장 ② 소비자 보호 ③ 국민경제의 균형 있는 발전을 기본 목적으로 하면서, 이런 목적을 달성하기 위해 공정거래법이 수행해야 할 구체적 역할은 바로 ‘공정하고 자유로운 경쟁의 촉진’임을 명백히 하고 있다. 이런 공정하고 자유로운 경쟁의 촉진을 위한 구체적 수단으로 “사업자의 시장지배적 지위의 남용과 과도한 경제력 집중의 방지, 부당한 공동행위 및 불공정거래행위를 규제”를 예시하고 있는 것으로 이해된다. 즉, 공정하고 자유로운 경쟁의 촉진이야말로 우리 공정거래법의 기능과 역할을 가장 잘 함축하고 있는 문구라고 할 수 있다.

그런데 ‘공정’ (公正)과 ‘자유’ (自由)는 자칫 서로 상충되는 의미로 이해되기도 한다. 기업들의 입장에서도 자유시장경제에서 각 기업이 규모의 경제를 달성하고 효율성을 극대화해 소비자 후생 증대에 기여하는 것이 당연한 순리이며 오히려 권장되어야 할 덕목이지만, 대기업은 그들이 수직계열화를 통한 효율성 제고를 위해 특정 산업분야에 진출하는 것 자체를 사회 일각에서 비도덕적 행위로 매도하는 것을 납득하기 어려울 것이고, 다른 한편으로는 중소기업 등 작은 소규모 사업자들의 경우는 이미 자본력과 계열사의 지원이라는 배경으로 막강한 우위를 점하고 있는 대기업과 자신들을 같은 기준과 잣대로 경쟁하라고 하는 사회가 과연 공정한 지에 대해 회의적일 것이다.

그러나 곰곰이 생각해보면 우리 공정거래법이 추구하는 것은 단순한 방임적·형식적 의미의 자유가 아니라 오히려 실질적 가치가 개입된 ‘공정한 자유’라고 보아야 하며, 따라서 양자가 서로 상충되는 것이 아니라 공정이 자유의 필요조건적 기능을 하고 있음을 이해할 수 있을 것이다.

최소한 ‘갑’과 ‘을’이라는 시장에서의 지위에도 불구하고 효율적이고도 경쟁적인 시장의 참여자가 될 수 있었던 ‘을’이 시장에서 부당하게 축출되지 않도록 ‘갑’의 불법행위를 감시하고 규제함으로써 ‘공정성’을 확보하는 것, 그리고 이런 공정성이 확보된다는 전제 하에 기업들 간의 ‘자유’로운 경쟁을 통해 ‘창의적인 기업 활동 조장, 소비자 보호 및 국민경제의 균형 있는 발전’을 추구하는 것이 바로 경쟁법의 목적이라는 생각이다.

3. 相生과 競爭法

다만 여기에서 간과하지 말아야 할 점이 있다. 경쟁법은 만병통치약이 될 수도 없고, 되어서도 안 된다는 점이다. 즉, 경쟁법이 「대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률」이나 「중소기업기본법」 등과 같이 특정한 정책 목적 하에 제정된 법률과 동일하게 이해되거나 다루어지는 것은 경계해야 한다는 것이다. 즉, 강자가 시장에서의 공정한 룰을 어기는 것은 규제하되, 약자를 특별 취급하여 보호하고 육성하는 것으로까지 나아가는 경우는 경쟁법에 대한 오해와 경쟁당국의 소진을 야기할 수 있다.

경쟁법이라고 시대의 조류와 사회 구성원의 합의에서 전혀 동떨어져 있을 수는 없겠지만, 각 정권이 추구하는 정책에 따라 공정거래법 제1조의 해석이 달라질 수는 없는 것과 같이 경쟁법 자체의 원칙과 기준에는 큰 변화가 없어야 한다. 그래야만 경쟁법에 대한 국민들의 이해와 신뢰, 경쟁법 자체의 전문성과 존엄성, 그리고 경쟁당국의 법 집행의 일관성과 합리성이 보장되는 것이며, 궁극적으로는 경쟁법이 국민으로부터 장기적으로 깊은 신뢰와 신망을 얻는 유일한 방법이기도 하다.

그렇다면 상생이 우리 사회의 가장 중요한 현안 중 하나로 떠오른 현 시대에서 공정거래위원회 기능과 역할은 과연 어떠해야 하는가? 그 답은 바로 공정거래법 본문에 고스란히 담겨져 있다고 보아도 과언이 아니다.

우리 공정거래법은 제3조의2에서 시장지배적 사업자의 지위 남용행위를 금지하고 있고, 제23조에서도 사업자가 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하지 못하도록 거래상 지위 남용 금지 규정 등을 두고 있으며, 특수관계인 또는 다른 회사에 대한 부당지원을 불공정거래행위로서 금지하고 있다. 지면의 한계상 모두 열거하기는 어렵지만 부당한 거래거절, 계열사를 위한 차별 취급, 구속조건부 거래, 이익 제공 강요, 불이익 제공 등을 금지하고 있는 규정들이 모두 엄격하게 집행된다면 경쟁법이 상생에 기여하는 바가 결코 적다고 말할 수는 없을 것이다. 또한 하도급거래 관계에서 「하도급거래 공정화에 관한 법률」이 엄격하게 집행된다면, 이 또한 경쟁당국이 그 어떤 정부기관보다 상생에 크게 기여하고 있다고 평가 받을 수 있게 될 것이다.

그러나 좀 더 본질적으로 살펴본다면 '시장지배력의 전이' 문제와 같이 현재 우리 공정거래법을 직접 적용하기에는 한계가 있는, 그러나 그 해결책을 반드시 함께 고민해야 할 변형된 경쟁법적 문제가 지속적으로 제기되고 있는 것도 현실이다. 따라서 공정거래위원회가 상생에 기여하는 방법은, 결국 현행 공정거래법의 엄격한 집행과 더불어 공정한 상태에서 자유로운 경쟁이 이루어질 수 없도록 하는 시장의 구조 내지 행태를 해결할 수 있는 법·제도 정비에 대한 연구와 논의를 심화하는 것이라고 생각된다.

4. 맺음말

2011년은 우리 공정거래위원회가 출범 30주년을 맞이한 뜻 깊은 해이다. 그간 우여곡절도 많았지만, 공정거래위원회의 위상은 가히 '상전벽해' (桑田碧海)라고 할 만큼 높아졌고 국민의 기대 또한 높다. 이는 그간 공정거래위원회가 피나는 노력을 통해 시장에서 정상적인 경쟁 질서를 확립하고, 이에 더하여 소비자 주권의 강화와 하도급거래 관행의 개선 등 국민들이 피부로 느낄 수 있는 업적들을 지속적으로 쌓아온 결과라고 할 수 있다.

이런 공정거래위원회에게 '상생'이라는 화두는 또 하나의 무거운 책무이자 어려운 과제가 될 것이다. 미래의 후손들이 이와 같은 상생의 시대에 공정거래위원회가 과연 어떤 역할과 기능을 했는지 물어볼 때 이렇게 대답할 수 있기를 기대한다.

“우리 공정거래위원회는 언제나 그랬듯이, 늘 변함없이 ‘공정하고 자유로운 경쟁’이라는 공정거래법의 원칙적 기준에서 벗어나지 않았고, 이를 존중했다”라고 말이다. 

