

# 일본 석유유통의 문제점 (하)

## - 석유협회 기획조사팀 -

이 자료는 일본석유심의회 석유부회 유통문제조사위원회가 작성한 보고서를 옮긴 것이다.  
(편집자 주)

### 1. 규제완화 경과

1987년의 석유산업기본문제검토소위원회보고에서는「석유산업의 자립적 활동 촉진을 통해 구조개선을 가속적으로 추진하는 차원에서 평상시 주요규제인 석유산업의 생산·판매활동에 대한 국가의 관여를 향후 5년 정도 기간내에 일정한 스케줄하에 과감히 완화한다」라는 지적이 나와, 이와 관련해 2차정제시설설치허가 운용탄력화

(1987년 7월), 각사의 개별 유종 생산계획에 대한 지도 폐지 (1989년 3월), 등유제고 확보지도 철폐 (1989년 9월), 주유소에 관계된 건설지도 및 轉籍률 철폐 (1990년 3월), 1차정제시설허가의 운용탄력화 (1991년 6월), 원유처리량에 대한 생산계획 지도의 폐지 (1992년 3월)가 순차적으로 진행되어 왔다. 이것에 의해 일본석유산업은 시설증가, 생산활동 두가지 면에서 유연하게 대응할 수 있게 되어 국내수급에 대한 신속하고 적절한 대응에 큰 성과를 올리고 있다.

그후, 합리화에 기초한 코스트 절감을 통해 국제적으로 손색이 없는 가격수준 실현이나 제품가격체계의 국제화를 도모하기 위해 1994년 12월의 석유정책기본문제조사위원회 최종정리를 참고로 작년 4월부터 특석법 폐지, 휘발유판매업법 개정에 따른 지정지구제도 폐지 등을 내용으로 하는 대폭적인 규제완화가 실시되고 있다.

### 2. 안정공급과 원매개념에 관한 역사적 경과

거시적인 1차공급과 미시적인 배분이라는 2개 과제는 본래 개별적 내용이지만, 지금까지도 종종 석유의 안정공급이라는 이름하에 하나로 취급되어 왔다. 여기에 대해서는 이하와 같은 역사적 경과가 있다.

일본은 제2차세계대전중의 전시통제를 거쳐 1947년에 그 때까지의 석유배급통제회사의 업무를 계승한 석유배급공단이 설립되어 석유제품의 배급지도가 유지되었다. 이 공단이 담당하고 있어 배급제도는 GHQ의 지시에 의해 1979년 민간이행되었는데 그때 임시물자 수급조정법에 기초한 석유제품 배급규제에 의해 '원매업자'를 등록하고 이들 사업자에게 공단이 담당해 온 석유제품 조달업무 및 배급업무를 담당하게 했다.

해당 규칙에 의하면 '원매업자'의 요건은 일본 국내시장에서의 배급능력을 갖고 생산(정제) 또는 수입을 스스로 하던지 타자에게 하게 할 수 있어야 했다. 즉, 당시는 배급제도하에서 특정 사업자에게만 국내시장의 공급(거시적 배분)을 맡겼기 때문에 이들 사업자에게는 석유제품 조달(거시적 공급)에 대한 책임을 명시적으로 기대하고 이것을 '원매업자'라해 석유정책의 중핵에 자리잡게 하고자 한 것이다.

1952년 임시물자수급조달법 폐지에 따라 이 '원매업자'의 법적근거는 상실되고 배급제도도 폐지되었지만, 그 후도 여기에서 등록된 자 중심의 사업자는 소위 '원매업자'로서 공급원증명제도나 이미 폐지된 轉籍률등과의 관계에서 일정한 지위를 갖는 것으로 일반적으로 이해되어 왔고 동시에 일본 국내시장의 석유제품 조달에 대해서도 일정한 책임을 부과하는 것으로 기대되어 왔다.

### 3. 긴급시에 준하는 사태 등과 시장메커니즘

석유수급적정화법의 대상은 되지 않지만 여기에 준하는 사태로서 재작년의 한신 대지진과 같이 특정지역 공급부족이 생긴 경우 등이다. 관계된 사태에 대해서도 민간의 각사업자의 주체적, 자주적 대응이 기본이 되고 행정적으로는 필요에 따라 이들의 대응을 보완하는 것으로 해야 한다.

게다가, 예상치 못한 흑한기의 등유에 대해서 몇 가지 예가 있듯이, 석유제품가격의 절대수준이 문제가 되는 경우가 있는데, 규제완화의 취지를 볼 때 행정기관은 이것에 관여하지 말고 시장의 결정에 맡겨야 한다.

또, 석유제품 판매가 기간물자인 석유제품을 실제로 수요가, 소비자에게 공여한다는 중요한

책무를 전체적으로 담당하고 있는 것에는 변함이 없지만, 참여·진출의 자유가 보장되고 있는 이상, 평시에는 시장 전체적으로 수급조정메커니즘이 제 기능을 발휘하고 있는가에 주의를 기울여야 하는데, 예를 들면 특정 점포의 단기적 품질시행정의 관여로 전체적인 시장메커니즘 발전이 저해되어서는 안 된다.

### 4. 수출승인제의 경과

석유제품의 안정공급에는 충분한 정책적인 배려가 필요한데, 석유제품의 거시적인 공급확보 차원에서 취해지고 있는 정책의 하나로서 석유제품의 수출승인제가 있다.

이 제도는 1973년 10월의 제4차 중동전쟁 발발에 기인한 OAPC제국이 실시한 석유공급삭감에 대해 국내 석유제품의 안정공급 확보를 위해 1973년 11월 24일부터 시행된 것이 있다.

이 제도는 1975년 9월의 석유심의회 석유부회 소위원회 중간보고에서 석유제품을 둘러싼 국제적 석유수급 완화, 국제석유제품무역 확대와 같은 국내외의 諸 경제 변화에 기초해 휘발유, 등유, 경유와 같은 석유제품수입의 기본적 방향에 대해 언급하는 것과 함께, 원활한 제품수입을 위한 관련 조치로서 수출의 탄력화가 제안되고 있다.

(참고) 「석유심의회석유부회소위원회중간보고」(1985년 9월12일) 「수출의 탄력화」

- 일본석유산업이 명실공히 국제시장에 참여하기 위해 종래 일부의 위탁정제 이외는 인정하고 있지 않았던 제품수출에 대해서도 국내의 안정공급에 유의하면서 현행 수출관리제도 운용탄력화를 도모해 그 원활한 운용이 필요해질 것이다. -

이러한 제언을 기초로 승인제도 운용의 탄력화가 진행되어 1986년 이래 석유제품수출량(본드

등을 제외)은 착실히 증가하고 있다. 연료유 합계로 1985년 465천kl에서 1986년에 970천kl로 거의 배로 늘어난 후, 1995년에는 9,911천kl로 9년간 10배까지 증가하기에 이르렀다.

## 5. 상관행과 거래처의 선택

### (1) 상관행에 관한 지금까지의 논의

상관행이 계열 구속적으로 기능할 가능성이 있다는 문제에 대해서는 석유유통에 국한되지 않은 일반적인 문제로서 지금까지도 여러 경우에서 논의가 심화되어 왔다. 특히, 미일구조협약에서 '배타적 거래관행'이 테마의 하나로 제기된 후에는 이것을 계기로 사적독점 금지 및 공정거래 확보에 관한 법률(獨禁法)의 관점과는 별도로 보다 개방적·합리적인 유통시스템의 구축 차원에서 再考가 요구되는 상관행에 대해 1990년 6월 20일에 산업구조 심의회 유통부회·중소기업정책 심의회 유통소위원회에서 중간답신으로 '상관행 개선의 기본적 방향에 대해 (이하 '중간답신'이라 함) 정리되어 이에 따라 동월 통상산업에서 '상관행 개선지침'을 발표했다. 또, 상관행중 獨禁法과의 관계가 문제가 될 수 있다는 점에 대해서는 '통상·거래관행에 관한 독점금지법상의 지침'을 공정거래위원회가 작성(공정거래 가이드라인)해 1991년 7월11일에 발표했다.

### (2) 규제완화의 취지와 상관행

중간답신에서는 일반론으로서 '시장메커니즘이 확실히 관철되는, 보다 합리적인 유통시스템을 구축해 가는 것이 요구'되고 있고 '소매업측에서 보다 소비자에게 있어 매력적인 상품구비 확보를 위해 계열외상품 취급에 적극적으로 노력

하는 것이 기대되어 원매측에서도 그들의 움직임을 저해하지 말아야 한다'라고 되어 있다. '계열외 상품의 취급'에 대해서는 개별 사안마다 상표 보호 등과의 관계에 유의해야 하는데 어쨌든, 이것을 언급할 것도 없이 규제완화에서는 석유유통을 담당하는 각사업자가 다양해지는 선택지를 폭넓게 검토한 후에 냉정하고 합리적으로 선택할 수 있는 환경, 즉 파는 쪽과 사는 쪽이 각자의 책임과 판단에 의해 상호 자유롭게 상대방을 선택할 수 있는 환경을 정비해 시장메커니즘의 더욱 건전한 기능을 촉진해 소비자이익의 확대를 도모하는 것이 중요하다.

일본석유유통에 대해서는 과거 諸규칙의 존재 등을 배경으로 독특한 유통구조가 구축되어 상관행 등이 발전·유지되어 왔다는 지적도 있었지만, 작년 봄의 특석법폐지, 지정지구제도 폐지 등을 내용으로 하는 규제완화로부터 1년 정도 지난 현재 각사업자는 규제완화후의 새로운 환경을 기초로 종래보다 더욱 코스트의식을 높여 경영의 자기책임원칙을 철저히 하고 있고 이를 통해 일본의 석유유통구조나 상관행 등도 변화하고 있다는 점이다.

### (3) 기타 계열구속적인 상관행 등

주식소유, 임원파견 및 용지는 기본적으로 거래당사자간에 결정되어 실시되는 것이지만, 이것들을 통해 獨禁法上 문제가 되는 행위가 시행되는 일이 없도록 주의해야 한다 (cf. 공정거래 가이드라인).

게다가, 경영합리화에 기여하는 정보화의 추진에 대해서도 예를 들면, 중간답신에서는 석유유통에 한정되지 않는 일반적인 것으로서 '정보화 진전에 대해서는 정보화에 익숙해지기 어려운 북

잡한 상관행을 개선해가는 효과를 갖고 있고, 향후 더욱 진전이 기대되는 것이다... 단, 거래관계상 우위에 있는 기업의 영향력이 과도하게 강해진 경우에는 반대로 거래기업의 계열화가 진행될 가능성도 없다고는 할 수 없다... 정보화 등의 진전에 있어서는 각사업자의 정보화 등에 관계된 코스트를 저감시키고 또 정보네트워크화가 특단의 계약을 받지 않고 광범위하게 보급되기 위해서도 상품코드의 표준화나 시스템간의 호환성을 확보하기 위한 시책의 검토는 반드시 필요하다'는 지적이 나오고 있다.

또 프랜차이즈 계약에 대해서는 공정거래위원회의 '프랜차이즈·시스템에 관한 독점금지법상의 생각에 대해서' (1983년 9월 20일)에서 일반적으로 '가맹자를... 보다 통제적인 계약관계하에 두게 되는 것이다. 그렇기 때문에 프랜차이즈에 의한 영업을 정확히 실시하기 위해 필요한 한도를 넘어 가맹자에 대해 일방적으로 의무를 부과하는 경우에는 우월적 지위남용의 문제가 생기는 경우가 있다.' 라고 되어 있다.

또 물류는 정보와 마찬가지로 인프라로서의 성격을 갖는데 總合物流大綱 (1997년 4월4일 각의 결정)에서는 일반론으로서 '경쟁제한적인 행위에 대해서는 독점금지법의 적절한 운용을 실시한다'는 것이나 '물류코스트에 관한 가격메커니즘이 유효하게 기능할 수 있는 환경의 정비를 추진함과 동시에 이용자의 다양한 요구에 대한 적절한 대응이 가능해지는 물류시스템을 정보화, 표준화 등을 통해 구축해가는 것이 필요하다는 것'이 확인되고 있다.

석유유통의 정보기능이나 물류기능의 제공은 대부분의 경우, 사적재산의 이용을 통해 행해지는 것이고 이것이 어떠한 형태로 되어야하는가에 대해서는 기본적으로 거래당사자간에 결정되어야 하는데 표준화 추진 등에 의해 극력 경쟁제한

적인 효과가 생기지 않도록 노력해가는 것이 가능할 것이다.

## 6. 상표와 獨禁法

미국의 판례를 보면, 상표보호를 위한 배타적 계약이 獨禁法 위반이 되지 않는다는 것을 명시한 일련의 판례를 앞선 시기 (1949년)의 판례이기는 하나, 서부諸州에서 23%의 세어를 차지하는 석유정제업자가 소매점의 16%에 해당하는 다수의 소매점과 전매점계약을 체결한 것이 클레이튼법 제 3조의 규정에 위반된다고 되어 있는 사례 (스탠다드·스테이션 事件 판례)가 있다.

또, 아질對 엑손 사건 (1995년)에서는 상표보호를 위한 엑손에 의한 배타적 구속이 독점법상 문제가 되지 않는다는 것을 결론 짓는 과정에서 엑손의 Local Market의 세어가 10% 정도에 지나지 않는다는 것을 고려에 넣고 있다.

한편, 리베르석유사건 (1995년)에서는 시장점유율이 44%라는 것만으로는 (소비자 이익의 저해가 인정되지 않는 한) 부당판매 그 자체의 독점법위반의 입증에는 불충분하다고 여겨지고 있고, 이 예에서 보듯이 세어 등의 단순한 외형적인 요소를 판단재료가 하는 것이 아니라 개별 케이스마다의 실태에 입각해 실제로 소비자 이익이 저해되고 있는가라는 관점에서 신중한 판단이 이루어지는 경향도 인정되고 있다.

이상에서 볼 때, 해당 상표를 부착한 제품의 세어가 해당 제품의 시장에서 과대해져 이것에 의해 신규참여자나 기존의 경쟁자에게 있어 대체적인 유통경로의 확보가 방해받은 경우에 까지 상표보호를 위한 다른 제품의 판매금지가 정당화되는가에 대해서는 논리적으로는 논의의 여지가 남을 가능성이 있을 것이다.

그러나, 현 시점에서의 일본의 석유유통의 실

태를 보면 과도한 세어를 갖는 자의 행동의 정당성에 대해 논의를 하는 실익은 그다지 크지 않을 것으로 생각된다.

## 7. 상표와 비터

일반적으로 상표에는 출처 등의 표시기능이 있다고 여겨지고 있는 데, 이것과의 관계에서 이하와 같은 문제제기가 되는 경우가 있다. 즉, 석유제품 공급자 상호간에 융통되는 소위 바터폼에 대해 제조자의 상표가 아니라, 융통을 받은 측의 상표가 부착되어 상표와 실제 제조원과의 관계가 희박해진 이상, 사간轉賣제품 등의 비브랜드제품이나 타사 브랜드제품을 이것과는 별도의 상표를 내건 풀사인하에서 판매하는 것도 인정되어서는 안 된다는 논의이다. 단, 이것은 상표의 품질보증기능 등을 경시한 생각이어서 도저히 취할 수 없다. (cf. 마젤리안對엑손 事件(1996년))

즉, 실제 제조자와 상표의 Lisencer가 분리되는 것 자체는 석유제품 이외의 제품에서도 OEM 공급의 형태로 현재 일반적으로 시행되고 있는 것이고 다른 제품과 마찬가지로 석유제품에 대해서도 실제로 제조를 하고 있는가와 관계없이 Lisencer의 판단에 의해 어떠한 상품에 자기 상표를 붙이는 것을 인정하는가가 당연히 결정된다.

## 8. 미국의 시장동향

일본의 향후 석유유통시장을 전망할 때, 규제 완화 선진국의 동향을 보는 것은 중요하다. 미국 시장에서는 메이저계 브랜드로 판매하고 있는 주유소, Private Brand 또는 비브랜드로 판매하고 있는 주유소가 있는데, 이들 가운데에도 메이저의 시설을 리스하고 있는 자, 각자 시설 등을 정

비해 독립적으로 판매하고 있는 자 등 다양한 형태가 있다. 계약형태도 위탁판매계약인 커미션제로부터 판매업자의 재량이 넓게 인정되고 동시에 리스크 부담도 안게 되고 있는 점까지 다양하다. 기능분담도 다르다. 이것들은 각각 지리적, 역사적 배경하에서 시장에 의한 선택등을 거쳐 성립, 형성되어 온 것이다.

예를 들면, 미국 서부해안은 미국 동부해안 멕시코만 등을 포함한 다른 시장과 지리적으로 격리된 독립시장이지만, 그 안에서도 샌프란시스코 주변, LA 주변 등에 Local Market이 분단되어 규모가 있는 Spot Market이 성립되기 어렵다는 지적이 있다.

한편, 미국의 국토 넓이를 감안하면 정유공장 등으로부터의 원격지에서는 메이저 등에서도 물류를 Jobber 등의 타자에 맡기는 것이 합리적인 경우가 있다. 그래서, 특히 중부, 동부해안을 중심으로 브랜드계, 비브랜드계를 포함해 독자적인 물류수단을 갖는 Jobber로 불리는 자가 많다.

또, 쉘美의 석유제품생산기지인 멕시코만에서는 상시 Spot으로 비브랜드제품의 처리가 가능하다는 지적도 있는데 이것이 비브랜드계 사업자에 의한 거래의 하나의 배경이라할 수 있다.

이와 같이 미국에서는 업체 그 자체 및 브랜드의 운용 등 석유유통의 모든 경우에서 적자생존의 원리가 관철되어 시장의 다양성이 형성, 유지되고 있다는 점에 유의해야 한다.

## 9. 차별대가의 개념

### (1) 일본의 경우(판매자수준에서의 경쟁자 배제 억제)

일본에서는 상대에 따른 도매가격 차이 등 자

체는 獨禁法上 문제가 될 수 없는데 이하의 경우에는 경쟁저해적 효과가 생기기 쉬워 독점법상 문제가 될 우려가 있는 것으로 여겨지고 있어 판매자 수준의 경쟁관계에 관심이 집중되고 있다고 할 수 있다.

- ① 유력한 사업자가 경쟁자를 배제하기 위해 해당 경쟁자와 경쟁하는 판매지역에 한해 廉賣를 하는 경우
- ② 경쟁자의 거래처에 대해서만 廉賣를 하는 등 경쟁자의 고객을 탈취하는 경우 (공정거래위원회 사무국 '부당염매에 관한 독점금지법상의 생각' (1984년 11월 20일) 참조)

## (2) 미국의 경우 (구매자의 공정한 경쟁 조건 확보)

미국의 차별대가 규제는 클레이튼법 제 2조의 수정법으로서의 로빈슨·팻맨법을 중심으로 실시되고 있다. 로빈슨·팻맨법은 1930년대 미국의 유통혁명 결과, 대규모 소매업자가 발달해 그 구매력을 배경으로 염가구매를 실시했기 때문에 이것과 소위 '파파 마마 스토어'로 불린 중소기업자의 경쟁조건의 공평성을 확보한다는 차원에서 도매가격차별을 금지하는 클레이튼법 제 2조의 수정법으로서 주로 판매자의 가격차별 행위를 단속하는 차원에서 제정된 것이다.

로빈슨·팻맨법에 기초한 소송은 주로 차별을 받은 중소기업자가 (대규모소매업자에 염매를 한)제조업자 등을 소송하는 형태로 1950년~60년대에 빈번히 제소되었다. 그래서, '60년대에는 도매가격 차별규제는 극히 엄격히 실시되게 되었다 (선·오일 事件 (1963년), 파킨스對캘리포니아 스탠다드 석유사건 (1969년) 등).

그러나, 도매가격 차별규제에는 본래 독점법이

장려하는 자유로운 가격경쟁을 방해하는 측면이 있고 그 이념상의 整合性이 문제가 되기에 이르렀다. 또, 직영점용 납품과 같이 동일 기업내에서의 내부적인 거래와의 비교를 할 수 없는 등, 실무적인 문제점도 지적되게 되었다. 이하에서 보면, 연방거래위원회 등의 獨禁法 당국은 70년대 후반부터 동법에 의한 규제적용에는 소극적으로 대응하고 있다.

또, 판례도 예를 들면, 차별대가에 의한 實害가 인정되지 않는 경우에는 적용되지 않는 것으로 하는 (Conoco사건 (1985년)) 등, 일반적으로는 '80년대 이후는 차별대가 규제에 대해 억제적으로 대응하고 있다고 해석되고 있다 (단, 그후에도 텍사코對헤스블록 사건 (1980년)과 같이 석유산업에서는 2.5~5.75%의 약간의 가격차에 대해서도 합리적인 설명이 곤란한 경우가 있다고 해서 위법으로 여겨진 예가 있는 것에 주의할 필요가 있다).

이와 같이, 현재 미국에서는 이론 실무 두 가지 면에서 차별대가 규제에 대해서는 억제적으로 대응해야 한다는 견해가 특히 전문가 사이에서 강력히 제기되고 있다. 그러나, 과거의 소송 경험 등에서 현재에도 아직 각메이저는 1갤론 (약 4 l)당 수 0 이내로 한다는 시세관이 미국에서 실무적으로 정착하고 있는 점에 대해서는 충분히 주의해야 할 필요가 있다. 즉, 최근 차별대가에 관한 제소수가 감소하고 있다는 것은 제소이전의 실무단계에서 신중한 대응이 나오고 있는 것에 의한 부분도 큰 것이다.

## (3) 유럽의 경우 (Local Market간의 가격 시정)

유럽 (EU규칙)에서도 객관적인 설명이 곤란한 계열유지적인 리베이트 등에 의한 차별대가는 위

법이라고 여겨지고 있는데 (호프만·로슈사건 (1979년) 등), 역시 최근에는 그 운용이 신중해지는 경향에 있다 (유나이티드 브렌즈사건 (1978년)). 그러나, 유럽에서는 복수 국가간 시장통합에 의한 역내제국의 경제사회진보의 달성에 중점이 놓여있기 때문에 역내제국마다의 시장환경차이를 이익 극대화 등의 관점에서 이용하는 기업 행동에 대해서는 해당 차이의 해소를 방해하는 것으로서 차별대가로서 오늘날에도 적극적인 법 운용이 이루어지고 있는 경향이 있다고 한다.

## 10. Local Market간 가격차

Local Market간의 도매가격차, 소위 지역격차의 문제에 대해서는 수입자유화, 지정지구제도

폐지 등에 의해 제도적으로 자유화가 진행된 현재, 기본적으로 시장메커니즘에 맡겨야 한다. 원래 Local Market마다 물류코스트의 차이, 경쟁의 상황 등의 차이에 의해 어느 정도의 도매가격차가 생기는 것은 자유시장에서는 자연스러운 것이다.

가격의 절대수준은 시장에서 결정되는 것이어서 소위 지역격차의 문제도 Local Market간의 裁定거래 등을 통해 시장메커니즘에 의해 해소되어야 한다. 향후, 행정은 건전한 裁定거래를 방해하는 저해요소가 있는 경우에 그 제거 등에 한정되어야 한다.

단 석유유통에 대한 소비자의 신뢰를 확보하는 차원에서는 각사업자는 합리적인 설명이 가능한 범위를 넘는 가격차를 설정해서는 안 된다.

# 석유유통문제소위원회 정리(안)내용중 법률, 판례, 용어 등의 해설

## 법 률

### ● 석유거래실무법 (PMPA)

본 법은 과도한 경쟁을 시정하고 중소 석유타일러의 보호를 목적으로 1978년에 제정되었다. 메이저 등에 의한 프랜차이즈계약의 일방적인 변경거부, 중단 등을 방지하기 위해 갱신거부 등의 요건, 절차 등의 구체적 규정을 주요내용으로 하고 있다.

### ● EU규제

EU규제는 일반적으로 모든 EU가입국에 적용되는데 그 규칙은 국내법으로서만 제정되고 고쳐지는 일이 없이 모든 가입국에 적

용된다. 또 그 규정에서 각국 국내법에 저촉되는 경우에는 EU규제가 우선한다.

### ● EU, 블록 면제

EU경쟁법상, 상품의 생산 혹은 판매의 개선 또는 기술 혹은 경제발전 촉진에 도움이 되는 등의 사업자간의 계약에 대해서는 경쟁법의 적용제외로 하는 것이 인정되고 있다. 석유업계에 대해서는 블록면제규칙에 의해 유통을 제외한 수송용연료인 석유제품의 공급에 따른 배타적 구속계약이 10년을 기한으로 하는 등 일정한 조건 하에서 EU경쟁법의 적용이 제외되어 있다 (본규칙은 '97년까지의 시한적 규제였으나 '99년까지 연장되었다).

● 미, 로빈슨 팻맨법

1930년대의 유통혁신에 의해 출현한 대형 슈퍼마켓 등이 그 대량구매력을 배경으로 판매자에 대해 특혜적인 가격인하나 서비스를 강요해 그 편익을 받지 않는 중소기업업자를 경쟁상 압도했던 것에 대해 중소기업업자가 입법운동을 일으켜 1936년 제정된 것.

본법은 가격차별에 의해 유리한 취급을 받는 구매자 쪽과 불리한 취급을 받는 구매자 쪽간의 경쟁이 실질적으로 저해되는 경우에 해당 가격차별을 위법으로 규정.

판례 등

● 미, 레드 쉘 사건 (1976년)

Jobber가 쉘 상표하에서 쉘 이외의 어떠한 제품도 판매할 수 없다는 계약에 대해 재판소는 상표와 휘발유는 일체의 제품이기 때문에 상표와 휘발유의 끼워 팔기라는 구성이라고 받아들여지지 않아 따라서, 獨禁法에 위반되는 것은 아니다 라고 했다.

● 미, 하모 쉘 사건 (1982년)

소매업자가 쉘 제품만을 판매한다는 조건하에 쉘상표를 사용하는 것을 허락 받은 계약이었다. 재판소는 쉘의 상표는 단순히 휘발유의 출처를 나타내는 것이 어서 개별적인 독립된 제품을 구성하는 것이 아니라 끼워 팔기 판매에 해당되지 않는 다는 견해를 나타냈다.

● 미, 파워테스트 석유유통 對 카르크 사건 (1985년)

파워테스트의 프랜차이즈인 소매업자가 별도 공급원의 휘발유를 파워테스트의 상표로

판매한 것에 대해 파워테스트가 상표침해로 고소했는데 재판소는 상표와 휘발유는 일체의 제품이라고 해 끼워팔기판매는 안된다는 파워테스트의 주장을 인정했다.

● 미, 오데 對 모빌 사건 (1995년)

소매판매점은 모빌브랜드가 아닌 2~300갤론의 휘발유를 자신의 모빌브랜드의 주유소에 잘못 배송했다. 소매판매점은 誤배송의 사실을 확인한 후에도 판매를 중지하지 않았다.

재판소는 혼입한 휘발유의 양은 관계없다, 소매판매업자는 계약조항과 분명히 다른 행동을 취했기 때문에 상표침해는 고의였다고 인식했다.

● 미, 길더해스 對 아모코 사건 (1978년)

Franchiser는 소매판매점의 악의를 증명할 필요는 없다, 소매판매점이 브랜드의 誤사용이 발생했다는 것을 용인했다는 것만을 증명하면 된다.

● 미, 보거슨 對 걸프 사건 (1977년) 및 보거슨 대 쉘 사건 (1987년)

Licensee에 의해 지하탱크와 계량기가 각자의 부담에서 별도 설치되고 또 폴사인에 걸린 상표의 석유제품의 판매가 해당 주유소의 대부분을 차지하는 등의 요건이 충족된 경우에는 타사제품의 취급과 폴사인에 걸린 상표의 보호는 양립할 수 있는 것으로 여겨졌다.

● 영국 공정거래위원회 견해 (1990년 2월)

소비자에 자유시장원리를 담보한다. 석유회사·딜러 쌍방에 투자할 수 있는 환경을 준비.



● 영, 옛소 對 하퍼즈 대학 사건 (1968년)

계약당사자 쌍방의 이익에 부합하고, 공공의 이익에 반하지 않는 한, 5년 이내의 배타적공급계약을 인정할 것.

● 미, 스미스 對 모빌 사건 (1987년)

모빌은 계약에 의해 상표사용을 허가하고 모빌의 휘발유만을 브랜드·펌프를 사용해 판매하는 것을 의무화했지만 재판소는 이 배타적 구속계약을 위법이 아니라고 판시.

● 미, 엘리더·터너 논문

엘리더, 터너 두 하버드 대학교수의 「서먼 법 제 2조에 기초한 부당염매와 관계거래」. 두 교수에 의하면 '약탈적 가격'에 대해서는 한계비용이 가장 정확한 기준인데 한계비용은 측정 곤란한 것이 많기 때문에 한계비용에 가장 가깝고 실제로 계산할 수 있는 평균가변비용이 대신 이용되고 있다.

● 영, 마쯔시다 對 제니스 사건 (1986년)

마쯔시다의 영국에서의 TV판매에 대해 시장점유율을 대폭 증대시켰지만 부당염매의 사실은 없었던 것으로 판결이 났다. 여기에서는 약탈적 가격설정은 장래의 독점적인 이윤을 얻기 위해 단기적으로 손실을 계속 내는 것이어서 본래 불확실한 것이기 때문에 그 손실을 보충하는 데 충분한 만큼 장기간에 걸쳐 시장지배력을 행사할 수 있는 전망이 있어 처음 실시되는 것이어서 그와 같은 경우는 일반적으로 드물다라고 여겨졌다.

● 미, 블록·그룹 사건 (1993년)

대규모 담배제조업자의 할인담배제조업자가 부당염매를 했다는 청구에 대해 부당염매의

사실은 없었다고 판결이 났다. 여기에서는 원가이하로의 가격설정에 의한 손실을 회복할 전망이 있었던 것을 원고는 입증할 수 없었던 것으로 여겨졌다. 또, 본 판결에는 '손실의 회수가 없으면 부당염매는 시장에 전반적으로 가격의 저하를 초래해 소비자의 이익은 올라간다'고 되어 있다.

● 미, 스탠더드·스테이션 사건 (1949년)

스탠더드 스테이션社가 소소매점의 16%에 해당하는 다수의 소매점과 전매점계약을 체결한 것, 및 이 계약에 의한 휘발유구입액이 약 5,800만\$에나 달한다는 점에서 클레이튼 법 제 3조 (경쟁 제한적인 배타적 거래계약을 금지하는 규정) 위반이라 했다.

● 미, 이질 對 엑손 사건 (1986년)

상표보호를 위한 엑손에 의한 배타적 구속이 독금법상 문제가 되지 않는 것을 결론 짓는 과정에서 엑손의 해당 Local Market의 세어가 10%정도에 지나지 않는다는 것을 고려해 넣고 있다.

● 미, 리베르석유사건 (1995년)

시장점유율이 440%이라는 것만으로는 (소비자이익의 저해가 인정되지 않는 한) 부당염매와 기타 독금법 위반의 입증에는 불충분한 것으로 여겨졌다.

● 미, 마젤리안 對 엑손 사건 (1996년)

상표침해를 했기 때문에 PMPA법하에 Franchiser가 프랜차이즈계약을 해약하는 것을 용인한 경우, 본 케이스에서는 계약상 휘발유를 옛소로부터 구입해야 함에도 불구하고 사전전매휘발유를 구입, 엑손 마크의 휘발

유로 판매. 재판소는 '액손은 상표의 소유자로서 어떤 제품에 그 이름을 붙여야 하는가를 결정할 권리를 갖는다' 라고 했다.

● 미, 선 오일사건 (1963년)

선 오일의 특정 판매업자에 대한 할인은 해당판매업자와 경쟁하는 선 계열의 다른 판매업자에게 피해를 미치는 것이라고 했다.

● 미, 파킨스 對 캘리포니아 스탠더드 석유사건 (1969년)

캘리포니아 스탠더드 석유의 유통단계가 다른 달러에 대한 다른 판매가격 설정에 대해 재판소는 그 유통단계의 차이에도 불구하고 경쟁상 중대한 피해를 미치는 차별대가라고 했다.

● 미, 코노코사건 (1985년)

코노코가 어느 *Jobber*에 대한 판매가격을 그 *Jobber*의 고객에 대해 설정한 판매가격보다도 높게 설정된 것에 대해 재판소는 코노코와 해당 *Jobber*는 로빈슨 팻맨법상 경쟁관계에 없다, 즉 *Jobber*는 중개업자이고 경쟁자가 될 수 있다고 주장하는 권리는 인정되지 않았다.

● 미, 텍사코 對 헤스블록 사건 (1990년)

텍사코가 소매업자보다도 일정한 도매업자를 2.5%에서 5.75%의 가격차로 우대하는 것에 대해 가령, 약간의 가격차이더라도 합리적인 설명이 곤란한 경우가 있다고 해 위법으로 여겨졌다.

● 유럽, 호프만·로슈사건 (1979년)

EC위원회는 세계최대의 의약품메이커그룹

인 스위스법인 호프만 로슈가 고객에 대한 비타민판매에서 행한 사후적인 총성리베이트의 제공, 배타적인 구입계약을 경쟁을 왜곡하는 남용행위라고 했다.

● 유럽, 유니이티드 브랜즈사건 (1978년)

유럽 바나나시장에서 지배적 지위를 갖는 미국법인 유니이티드브랜즈 (*UBC*)가 EC가입국간에 다른 가격설정을 한 것에 대해 EC위원회는 *UBC*가 판매하는 바나나는 동일 원산지의 동일품질품이고 EC내의 두 개의 항에서 출하되고 있어 도매·숙성업자에게 인도될 때까지의 코스트는 거의 동일하다고 해 *UBC*가 설정한 가격치는 정당화되지 않는다고 했다.

## 용 어

● Rack 가격

수송비를 포함하지 않은 저유소인도 도매가격. 메이저 등의 판매자가 *Jobber*에 대해 자사 브랜드제품 (메이저의 휘발유는 각각 독자의 첨가제를 주입하는 것으로 품질유지를 꾀하고 있다)을 파는 가격인 *Branded Rack* 가격과 독립계정제회사, 메이저가 *Jobber*에 대해 *Unbranded Gasoline* (첨가제가 들어 있지 않은 주유소휘발유, *Marketer*의 브랜드, 또는 *Non Brand*로 판매된다)을 파는 가격인 *Unbranded Rack*가격이 있다.

● DTW가격

달러용의 주유소인도가격. 통상, 파는 쪽이 일방적으로 결정한다. 메이저에서는 시장조건에 의해 판매지역을 구분해 *DTW*가격의 *Price Zone*을 설정한다. ☺