

공정거래법과 제도 일반

글·김재신 서기관 공정거래위원회
정책국 총괄정책과

공정거래제도 일반

- 1) 공정거래위원회는 장관급 합의제 중앙행정기관으로서, 의사결정기구인 공정거래위원회(9인의 위원)와 사무처(9개국, 4개 지방사무소)로 구성
 - 사무처가 범위반 여부를 조사하여 위원회에 상정하면 9인의 위원들이 심의·결정 ⇒ 검찰과 법원이 한 기관에 합쳐 있는 셈
 - 위원회 결정에 불복시 이의신청 또는 고등법원에 소제기 가능
- 2) 공정거래제도는 ① 공정한 거래질서 확립(공정거래법, 하도급법)과 ② 소비자보호 분야(표시·광고법, 약관법, 방문판매법)로 구성
 - 주요 용어 : 경쟁정책, 경쟁법, 독점금지법(독금법), 경쟁당국(독금당국)
 - 동 제도는 독과점적 시장구조를 개선(structural remedy)하고, 경쟁을 촉진(conduct remedy) ⇒ 시장기능의 원활한 작동을 보장하기 위해 도입
 - ※ 외국의 주요 사례 : AT&T 분할, Microsoft 분할 추진 등
- 3) 공정거래제도의 이론적 기초는 『구조(S) → 행동(C) → 성과(P) 패러다임』 ⇒ 시장구조(structure)가 기업들의 행위(behavior)에 영향을 미치고 기업행위에 의하여 시장성과(performance)가 결정
 - 구조적으로 독점적인 시장을 보다 경쟁적인 시장으로 전환 → 경쟁을 제한하는 기업관행을 치유 → 자원을 최적으로 활용
 - 이 과정에서 가장 핵심적인 것은 사업자간의 자유롭고 공정한 경쟁을 보장하는 것임 : “경쟁자”의 보호가 아니라 “경쟁”의 보호
- 4) 최근 선진국의 경쟁당국이 외국기업에 대하여 자국의 경쟁법 적용(역외적용)을 적극 추진하고 있으며, 경쟁법의 국제규범화도 논의 중
 - 국내 기업의 카르텔 혐의로 미국, EU 경쟁당국이 약 1천억원의 벌금 부과 ⇒ 우리나라도 흑연전극 국제 카르텔에 대해 조사 추진 중

공정거래법의 주요 내용

1) 공정거래법에서 금지하는 주요 기업활동

시장구조의 개선(structure)	거래행태의 개선(conduct)
<p>① 경제규제 완화 및 경쟁제한제도 개선</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 시장의 경쟁을 제한하는 제도 개선 <p>② 독과점적 시장구조의 개선</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 장기 독과점시장에 대한 경쟁촉진 시책의 수립·추진 <p>③ 지주회사의 행위제한</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 계열확장의 수단으로 이용되는 것을 방지 하기 위하여 설립요건을 제한 <ul style="list-style-type: none"> - 부채비율 100% 이내 - 자회사 지분율은 50% 이상 - 손자회사는 원칙금지 - 금융·비금융 자회사 동시소유 금지 - 30대 기업집단 소속회사는 지주회사와 자회사 채무보증을 사전해소 <p>④ 경쟁제한적 기업결합의 금지</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 경쟁을 제한하는 기업결합의 금지 ○ 강요·불공정한 방법에 의한 기업결합의 금지 <p>⑤ 경제력집중의 억제</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 대규모기업집단(30대) 지정 및 금지 <ul style="list-style-type: none"> - 상호출자금지 - 출자총액의 제한 - 계열회사에 대한 신규채무보증의 금지 및 기존 채무보증의 해소 - 금융·보험회사의 의결권 제한 ○ 대규모내부거래의 이사회 의결 및 공시 (30대 기업집단 소속회사 의무) 	<p>① 시장지배적 지위의 남용금지</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 가격남용 ○ 출고조절 ○ 다른사업자의 사업방해 ○ 신규사업자의 진입방해 등 <p>② 부당한 공동행위의 금지</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 가격을 결정, 유지, 변경 ○ 거래조건이나 대금지급조건 결정 ○ 거래지역 또는 상대방 제한 ○ 생산·출고, 거래 등의 제한 ○ 시설투자 제한 ○ 상품제한 ○ 공동회사 설립 ○ 타사업자 방해 <p>③ 사업자단체의 금지행위</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 부당한 공동행위 ○ 구성사업자의 사업활동 제한 ○ 구성사업자에 대한 불공정거래행위 및 재판매가격유지행위의 강요 ○ 허위·과장광고행위 등 <p>④ 불공정거래행위의 금지</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 일반불공정거래행위 ○ 특수불공정거래행위(백화점, 경품, 신문) <p>⑤ 재판매가격유지행위의 제한</p> <p>⑥ 부당한 국제계약의 체결제한</p>

2) 공정거래법은 그 집행강도가 앞으로 계속 강화될 것임 ⇒ 범위반으로 얻은 이익보다 더 큰 제재 예상

하도급법의 주요 내용

- 1) 하도급법은 공정한 하도급거래 질서를 확립하여 원사업자와 수급사업자간 대등한 지위에서 상호보완적으로 균형·발전하기 위해 운영
- 본래 민사적 영역으로 볼 수도 있으나, 우리의 법률여건이 취약하고 너무 만연되어 있어 행정당국이 직접 개입
- ※ 하도급거래의 정의 : 원사업자가 수급사업자에게 제조·수리·건설 위탁을 하고, 수급사업자가 이를 제조·수리·시공하여 납품·인도 하면서 그 대가를 수령하는 행위

2) 하도급법의 적용대상

법적용 대상분야	제조(소프트웨어, 엔지니어링, 건축설계 포함), 수리, 건설	
거래당사자 요건	<원사업자>	<수급사업자>
	① 대기업자 →	중소기업자
	② 중소기업자 →	중소기업자
	* 중소기업자간 하도급거래인 경우에는 원사업자가 수급사업자에 비해 매출액 또는 상시종업원수가 2배 이상인 경우에 한함	
	* 대규모기업집단 소속인 중소기업은 대기업으로 간주	

3) 하도급법상 주요 금지행위

- 하도급금액, 물량, 조건 등을 정한 계약서면을 교부하지 않은 채 하도급위탁을 하고는 사후에 부당한 이유를 들어 물품의 수령을 거부하거나 하도급 대금을 제대로 정산하지 않는 행위
- 검사기준을 제대로 마련하지 않은 채 검사의 합격여부를 임의로 판정하고, 그에 따라 품질불량 등 각종 이유를 들어 수령을 거부하거나 반품·감액하는 행위
- 하도급대금, 선급금 등을 늦게 또는 장기어음으로 지급하면서 그에 따른 지연이자나 어음할인료를 부담하지 않는 행위
- ※ 하도급대금은 결제받은 현금비율 이상, 교부받은 어음만기일 이내, 목적물 수령일부터 60일 이내 지급
- 수급사업자의 의사에 반하여 자기 또는 계열사 자재나 장비를 쓰도록 강제하거나 하도급대금을 자재나 상품으로 대물변제하는 행위 등

표시·광고법의 주요 내용

- 1) 표시·광고법은 사업자의 잘못된 정보에 의해 소비자가 입는 피해를 방지하고, 진실된 정보에 의해 경쟁할 수 있도록 하기 위해 운영
- 경쟁력있는 기업이 시장에서 선택받고 살아남기 위해서는 정확한 정보에 의해 소비자가 합리적으로 선택할 수 있는 여건이 조성될 필요

2) 표시광고법의 주요 내용

- 부당한 표시·광고행위 금지 : 허위·과장, 기만, 부당비교, 비방
 - ※ 비교광고를 활성화하기 위해 금년 9. 1일부터 가이드라인 제정 시행
- 중요정보 공개제 : 사업자가 상품 또는 용역의 제공에 앞서 반드시 알려야 할 사항 등을 정하여 표시·광고
 - 토록 의무화(현재 21개 업종)
- 예) ※ 수의 제조·판매업 : 수의 원단의 종류·구성비율·제조지역, 완제품 제조지명
 - ※ 사채업 : 연 단위 환산이자율 및 연체 이자율, 이자 이외의 추가비용 여부
- 광고실증제 : 사실과 관련된 사항은 실증할 수 있어야 하며, 실증하지 못할 경우 허위·과장광고로 간주
 - ※ 실증대상 예시 : 자동차 엔진오일에 대해 연료절감효과 10% 이상, 운동기구 사용시 3~6개월만에 키가 1~10cm 더 크는 효과
 - ※ 사실이 아닌 광고적 표현은 제외 : PCS 광고시 소리가 보인다, 사이타 광고시 기습 속까지 시원하다
- 임시중지명령제 : 경쟁사의 회복할 수 없는 손해를 예방하기 위해 본 처분에 앞서 부당한 표시·광고를 일시 중단시키는 제도
- 사업자단체의 표시·광고 제한행 금지 : 법령의 근거없이 사업자단체가 구성사업자의 표시·광고를 일시 중단시키는 제도
 - ※ 이는 소비자에 대한 정보를 차단시켜 소비자의 합리적 선택을 억제하고, 구성사업자간의 경쟁을 제한하기 때문(특히 신규사업자에게 불리)
- 자율규약제도 : 업계 스스로 부당한 표시·광고를 자율 시정할 수 있도록 표시·광고 자율규약제도 근거 마련(공정위의 임의적 심사)
 - ※ 현재 인경업소, 화장품, 의약품, 주류, 영화업 등 5개 업종에서 운영

알아두면 편리한 사항

- 1) 공정위 인터넷 홈페이지 주소 : www.ftc.go.kr(ftc : Fair Trade Commission)
- 2) 상담전화 안내
 - 본부 상담실 : Tel 503-2387, 500-4507~8
 - 본부 하도급 신고센터 : Tel 503-8894~5
 - 상공회의소 상담실(6층) : Tel 738-8352~3
- 3) 신고요령
 - 공정거래관련 법규에 위반되는 사실이 있다고 판단할 때에는 누구나 그 사실을 공정위에 신고가능. 다만, 거래 당사자가 있는 경우에는 신고인이 익명으로 하면 사실상 조사 착수가 곤란
 - 특정한 신고서식은 없으며, 6하원칙에 의거 평이하게 기술하면 되고 증빙자료를 첨부하면 사건처리에 도움. 특히, 인터넷 홈페이지로도 간편하게 신고가능
- 4) 처리절차
 - 신고접수 → 법적용 대상인지의 여부 판단 → 사건착수보고 → 사실관계 확인(필요시 현장조사) → 심사 보고서 작성 → 위원회 상정 심의·의결 → 이의신청 또는 행정소송 → 확정
 - 통상 사건착수부터 2개월 정도 소요(400명의 인력으로 연간 6~7천건 처리)