

# 해외 경쟁 정책 동향

본 협회 조사부

## 미 국

### FTC, ChemFirst와 DuPont사의 합병에 대해 추가자료 요구

ChemFirst Inc.는 예전에 발표된 듀퐁(DuPont)사와의 기업결합을 위한 합의에 관한 사안을 위해 자사의 주주들에게 특별주주총회를 개최한다고 지난 9월 3일 공지했다. 이번 주주총회는 10월 16일에 열릴 예정이다. 또한 ChemFirst Inc.는 연방거래위원회(FTC)가 예전에 발표한 기업결합과 관련하여 보충자료를 요청해 왔다고 밝혔다. 독일 연방카르텔청은 이 기업결합을 이미 인가한 바 있다.

FTC의 추가자료 요청으로 인해 하트-스코트-로디노법(the Hart-Scott-Rodino Antitrust Improvements Act of 1976)상 기업결합심사를 위한 대기기간은 ChemFirst Inc.사와 듀퐁사가 관련 자료를 제출한 후 30일 이내로 연장된다. 양사는 FTC에 계속 협조하기로 하면서 2002년 4/4분기에 합병을 매듭지을 것으로 보인다. 합병을 위해서는 ChemFirst Inc. 주주

들의 동의와 FTC의 인가를 받아야 한다.

ChemFirst Inc.는 전기화학 분야, 반도체 물질 및 기타 관련 산업분야에서 세계적으로 영향력 있는 기업이다.

2002. 9. 3. CNET.com 뉴스

## E U

### 유럽위원회, 새로운 자동차판매 일괄적응면제규칙을 채택

유럽위원회는 금일 자동차분야에 있어서 경쟁규칙에 대한 대담하고 균형 있는 개혁안을 채택했다. 새로운 규칙은 현행 경쟁정책에 대한 유럽위원회의 2000년도 평가보고서에서 안정된 경쟁상의 문제에 대응하는데 목적이 있으며, 또한 자동차 판매·서비스 쌍방에 있어서 경쟁을 촉진하고 유럽의 소비자에게 구체적인 이익을 주기 위해 채택된 것이다.

본 규칙은 인터넷 판매를 위시하여 새로운 판매기술의 보다 향상된 활용의 길을 여는 것이고, 딜러간에 더 많은 경쟁을 가져와 국경을 초월한 신차

의 구입거래를 보다 용이하게 하고 일층의 가격경쟁을 가져오게 된다. 소비자는 보다 많은 정보를 제공받게 되고 복수의 딜러에 의해 제공된 자동차 관련 서비스를 비교하는 것이 보다 용이하게 된다. 자동차 소유자는 애프터 서비스로의 참여가 보다 용이하게 되고 경우에 따라서는 좀더 저가격으로 서비스를 받게 된다. 동시에 자동차 서비스나 수리서비스의 질은 완전하게 유지된다. 본 규칙은 2002년 10월 1일부터 시행되고 현재 체결된 계약을 적합하게 하기 위해 1년간의 경과기간이 설정된다. 특례로 로케이션 조항의 단계적 폐지에 대해서는 2002. 9. 30까지 보다 긴 경과기간이 설정되었다.

경쟁정책담당위원 마리오 몬테는 「경쟁을 위한 기본적인 규칙은 모든 분야에 걸쳐서 변하지 않는다. 특정의 유통 및 서비스에 관한 제도는 당해 제도의 장점이 시장에서의 경쟁제한보다도 낫고, 또한 소비자가 당해 제도에 의해서 갖게 되는 이익의 분배를 공정하게 받아들일 수 있는 경우에 한해서 허용될 수 있다. 이것은 새로운 규칙에 대응하려고 시도한 것이다. 유럽위원회가 금일 채택한 규칙은 자동차의 유통

및 수리의 모든 단계에 있어서 경쟁을 도입하는 것을 지향한 대담하고도 균형 잡힌 개혁이다. 자동차의 수리 및 유지보수에는 구입가격과 같은 정도의 비용이 든다. 2002. 10월 이후 딜러는 EU내 어디에 있어서도 아무런 제약 없이 소비자와 직접 또는 간접으로 접촉하는 것이 가능하게 되고, 소비자는 다양성 및 선택의 폭이 넓어져 이익을 얻을 수 있게 된다. 소비자는 또한 애프터서비스의 개선으로부터도 이익을 얻게 된다」고 설명했다.

**유럽의회의 의견은 충분히 반영**

몬테 위원은 새로운 규칙에 대해 공공상담 과정에서 제시된 의견과 특히 유럽의회가 표명한 의견의 중요성을 강조했다. 「우리는 유럽의회가 제시한 29개의 수정요구 가운데 18개에 대해서 완전히 또는 부분적으로 채택했다. 특정의 이해관계자에 대해 자동차 제조업자와 그 딜러간의 계약에 있어서의 소위 로케이션 조항의 금지를 명령한 문제에 관해서는 당초 예견했던 것보다도 오랜 경과기간을 부여한 것이 인정되었다. 내 생각으로는 의견에 상위가 있는 문제에 대한 균형 있고 실제적인 해결책이다. 또한 이것에 의해 개혁의 중요한 부분에 관한 결정을 함으로써 발생할 가능성이 있는 법적 불확실성 사태를 극복한 것이다. 또한 우리는 새로운 시장에서의 계속적인 발전을 희망하는 유럽의회의 의도에 부합하도록 노력했다. 유럽위원회는 구조나 집중도 등 공통시장 또는 동 관련시장에서의 규칙의 효과를 감시해 나갈 것이다」라고 몬테 위원은 선언했다.

**왜 신규칙을 채택했나?**

신규칙은 1985년에 도입되어 1995년에 약간 개정되고 2002년 9월 30일에 실효되는 제도에 대체되는 것이다. 본 규칙은 사실인정 및 협의 등 광범위한 과정을 거쳐 제정됨으로써 이해관계자의 의견을 수렴하고 독립적인 컨설턴트에 의뢰한 일련의 연구 결론을 거친 것이다. 유럽위원회는 또한 유럽 의회의 의견을 최대한 고려했다. 전회원국, 유럽의회 및 경제사회위원회는 실질적인 개혁의 필요성에 대해 동의했다.

유럽위원회에 의한 평가보고서에서는 규칙1475/95호에 의해서는 명백히 달성되지 않은 몇 가지 목표가 제시되고 있다. 유럽의 소비자는 기존 제도로부터는 이익의 공정한 배분을 얻을 수 없고, 딜러간의 경쟁은 충분히 강하지 않으며 또한, 딜러는 지나치게 자동차 제조업자에 의존하고 있다. 소비자 또한 회원국간의 가격격차를 이용해 가격이 가장 저렴한 곳에서 자동차를 구매함으로써 단일시장의 권리를 행사하는 것이 곤란하게 되었다.

평가보고서는 자동차 제조업자가 확립한 유통방법의 제한적인 성질 - 모든 제조업자가 유사한 판매계약을 실시하든지 하는 자동차분야에 광범위하게 시행하고 있는 제한적인 성질 - 을 인정하고 있다. 특히 평가보고서는 브랜드내 경쟁의 실질적인 결여를 주된 이유로 딜러에게 배타적인 판매지역을 할당함으로써 제조업자의 딜러 선택을 통한 완전한 지배적 결함을 인정했다.

유럽위원회가 간단히 이 규칙을 실효시켰다고 한다면 자동차분야는 자동적으로 판매계약에 관한 일반적인 경

쟁규칙(유럽위원회 일괄적응면제규칙 2790/99호)이 적용되게 된다. 이 일반규칙은 대부분의 경제분야에 적용되고 있으며 유럽위원회는 당해 규칙은 평가보고서에서 인정한 문제를 개선하기 위해 충분한 예방수단을 포함하고 있지 않기 때문에 자동차분야에 대해서 보다 엄격한 규칙이 필요하다는 결론을 내렸다.

새로운 자동차분야에 관한 규칙은 신차의 유통 및 애프터서비스 계약에 적용되는 보다 엄격한 적용면제의 요건을 상세하게 규정하고 있다.

새로운 규칙은 모든 자동차(승용차, 소형상용차, 트럭 및 버스)의 판매 및 애프터서비스에 적용되게 된다.

**선택의 자유 용인**

신규칙은 규칙2790/99호와 같은 이념에 기초하고 있지만 현행의 분야별 일괄적응면제(규칙1475/95호)와는 달리 유럽에 있어서 자동차판매에 대한 단일의 경직적인 모형을 규정하는 것이 아니라 오히려 자동차 제조업자, 유통업자 및 딜러에게 폭넓은 선택권을 주는 것이다.

자동차 제조업자는 제조업자로부터 인정받은 딜러가 제조업자로부터 판매지역을 배분 받았더라도, 제조업자가 구축한 정식 유통망의 멤버가 아닌 사업자에게 판매하는 것이 자유스러운 배타적 유통시스템을 선택할 수 있다. 또한 자동차 제조업자는 딜러가 정한 기준에 따라서 선택되어 판매지역을 배분받지 못하고 오히려 제조업자가 구축한 정식 유통망의 멤버가 아닌 사업자에게도 판매하는 것을 허용하지 않도록 선택적 유통시스템을 선택할

수 있다.

유럽위원회는 어떤 기준이 인정될 수 있는지 또는 자동차 제조업자가 어떻게 그의 유통망을 구축하여야 하는지에 대해서 정의를 하려고 하지 않았다. 그 대신 계약이 규칙 적용의 기본적인 요건에 합치하는 경우에는 「하드코어(즉 매우 반경쟁적인 제한)」로 정의되는 것을 배제하고 모두 용인하기로 했다.

본 규칙이 유효한 경쟁을 확보하게 되어 현행 일괄적용면제보다도 어느 정도 엄격한 것으로 되나, 폭넓은 가능성을 제공하는 점에서 보다 유연성이 있다.

### 복수 브랜드를 취급하는 딜러

조사에 의하면 많은 소비자가 복수 브랜드를 취급하는 딜러에 대해서 가능한 점내에서의 선택 및 비교가능성을 중시하고 있다는 것이 나타났다. 이 「복수 브랜드의 취급」은 공급업자에 대한 딜러의 사업상의 독립성을 강화하고, 또한 인구가 드문 지역에 있어서 딜러가 동 사업을 이익이 있는 것으로 보고 계속할 수 있게 하였다. 그러므로 새로운 규칙은 소매업자에 대해 복수 브랜드의 판매여부에 대한 선택권을 부여하는 것이다. 자동차 제조업자는 show room내의 특정 브랜드 구역에 있어서 당해 제조업자의 차를 진열한다는 조건을 부과하는 것만이 가능하다. 현행의 제도에서는 각각의 점포, 각각의 법 주체 및 각각의 경영이라는 조건이 부과되고 있다. 결과적으로 복수 브랜드의 취급은 대부분 딜러에게는 경제적으로 지속 가능한 선택권은 되지 못했다.

### 유럽의 소비자를 위한 단일시장을 실현

일반적으로 「입수가능조항」이라고 부를 수 있는 현행 조항은 딜러가 다른 회원국의 소비자에게 자동차를 판매하는 경우 소비자가 거주하는 나라의 딜러에게 공급하는 것과 같은 동일한 것을 판매하도록 되어 있는데, 여기에 관해서는 새로운 규칙에 있어서도 유지되고 있다. 이 조항에 의해 소비자는 국경을 초월해서 구입할 수 있으며 또한, 예를 들면 영국 및 아일랜드 소비자는 저가격으로 대륙의 딜러로부터 오른쪽 핸들의 자동차를 구입할 수 있게 된다.

유럽위원회가 년 2회 발표하고 있는 자동차 가격에 관한 보고서는 EU 회원국간의 자동차 판매가격에 대해서 일관되게 큰 격차가 존재한다는 것을 명확히 했다. 지난해 유럽위원회가 발표한 보고서에서는 이러한 격차는 세제의 상이함에 의해서는 완전히 설명할 수 없다는 결론을 내렸다. 새로운 규칙은 소비자가 다른 EU 회원국에 있어서의 가격이 저렴하다는 장점을 쉽게 향유할 수 있는 방책이 포함되고 있다. 특히 자동차 구입시 소비자를 대신해서 활동하는 사업자에 대한 규칙에 관해서는 철폐키로 했다. 일반적으로 중개자라고 불리는 대리인은 장래에 그들이 소비자의 대리로서 활동하고 있다는 것을 나타내는 위임장을 제시하는 경우 문제가 없게 된다.

새로운 규칙은 해외에서의 구입을 보다 쉽게 할 뿐만 아니라 EU내의 다른 지역 소비자에게 판매를 원하는 딜러의 활동을 촉진하는 방책을 내용으로 하고 있다.

새로운 규칙에 의해 선택적 판매시

스템에 참가하고 있는 딜러는 적극적인 판매를 할 수 있다. 즉 딜러는 다른 지역에 대해서 광고를 할 수 있으며 EU내의 어느 지역의 소비자에 대해서도 Direct mail이나 E-mail을 보낼 수 있다. 딜러는 이같은 방법으로 판매하는 데에 어떠한 의미에 의해서도 제재를 받게 되는 것은 아니다.

배타적 판매시스템에 참가하고 있는 딜러는 그 배타적 판매지역내의 독립된 판매업자에 대해 적극적으로 판매하는 것이 가능하다. 또한 제한한다면 판매지역외의 최종소비자 또는 재판매업자에게도 판매할 수가 있다. 이러한 판매지역내에서의 적극적인 판매 및 판매지역외에서의 자발적인 판매는 독립한 사업자에의 판매 및 판매지역외의 적극적인 판매가 일체 금지되고 있는 현행제도와 비교해서, EU 전지역을 통해 한층 더 가격경쟁을 가져오는 상황을 창출하게 된다.

또한, 선택적 판매시스템에 참가하고 있는 딜러는 자국의 특별지역 또는 EU의 타 회원국에서 2차판매대리점 또는 배송거점을 설치할 수 있다. 따라서 자동차 제조업자는 2차판매대리점의 발전에 의해서 광대한 기준 딜러의 자유를 제한하는 것은 허용되지 않는다(소위 로케이션조항의 금지). 예를 들면, 통상 프랑스의 소비자에게 많은 자동차를 판매하는 스페인 딜러가 마르세이유에 판매대리점 또는 배송거점을 개설한다는 것은 채산성(수입·지출의 평균)을 창출할 수 있다는 것을 상정할 수 있다. 새로운 규칙은 이를 실현 가능케 하는 것이다.

이와 같은 로케이션조항의 금지는 필요불가피하다. 왜냐하면 금지되지

않는다면 자동차 제조업자는 유럽의 소비자에게 기대되는 이익을 가져오지 않는 현행 제도의 특성을 유효하게 답습해서 선택 및 판매지역의 쌍방에 관한 보호를 계속해서 받을 수 있기 때문이다. 평가보고서에서는 딜러간의 경쟁 및 단일시장의 적절한 활동에 대한 주요 장애로 이러한 결합을 정확히 인정하고 있다. 더욱이 로케이션조항의 실시는 복수의 브랜드를 취급하는 판매점의 발전을 저해하는 것이다.

이러한 방안은 소비자가 EU회원국 간에 존재하는 이따금 크게 벌어지는 가격차를 이용할 수 있도록 단일시장이 확실하게 기능을 발휘하는데 도움이 되는 것이다.

### 수리분야에 있어서의 경쟁, 질, 선택의 촉진

현행 제도에서는 어떠한 사람에게 신차를 판매하는 경우에도 수리서비스 제공을 의무화하고 있다.

새로운 규칙하에서, 딜러는 스스로 수리서비스를 행하든지 아니면 제조업자의 유통망에서 인정되는 다른 참가자 딜러와 수리업자를 겸하고 있는 자 또는 전문수리업자에게 하청을 줄 것 인지는 선택할 수 있다. 또한 새로운 규칙은 제조업자가 정한 품질기준을 충족시키는 경우 독립 수리업자 및 현 시점의 딜러에게도 신차를 판매할 의무를 부과하지 않고, 제조업자의 유통망내에 있어서 인정수리업자가 될 수 있다. 자동차 제조업자는 인정수리업자의 수를 제한하거나 인정수리업자가 타사가 제조한 자동차를 수리할 권리를 제한할 수 없다.

조사에 따르면 소비자는 수리업자의

조밀한 네트워크를 선호하고 있다는 점을 보여주고 있다. 이번 변경은 네트워크내의 기술전문가의 현재 수준을 개선하는 하나의 방법으로 네트워크의 조밀성 유지에 이바지하게 된다.

새로운 규칙은 특정 브랜드로부터의 독립을 선택한 수리업자가 모든 필요한 기술정보, 도구, 점검설비를 포함한 설비 및 연수를 이용할 수 있는 점을 자동차 제조업자가 허락하지 않으면 안 된다는 것을 규정하고 있다. 더욱이 새로운 규칙은 인정수리업자가 독립한 수리업자에 대해 오리지널 스페어 부품 또는 동등한 품질의 부품 공급을 방해하는 것을 목적으로 하는 조항을 금지하고 있다. 이러한 규정은 독립한 수리업자가 제조업자에게 인정된 수리업자의 네트워크와 계속해서 유효하게 경쟁할 수 있도록 하는 것을 목적으로 하고 있다. 이로써 소비자는 자동차를 어디에서 수리할 것인가를 선택할 수 있게 되었다.

또한 새로운 규칙은 소비자가 자동차의 수리에 어떤 스페어 부품을 사용하는가를 선택할 수 있도록 함을 목적으로 하고 있다. 수리업자가 다른 곳으로부터 스페어 부품을 구입하는 것을 자동차 제조업자가 방해하는 것을 목적으로 하는 조항이나, 인정수리업자가 오리지널 스페어 부품과 동등한 품질의 스페어 부품을 이용하는 권리를 제한하는 조항은 새로운 일괄적용면제 하에서 인정되지 않는다. 이러한 방안은 스페어 부품 제조업자가 수리업자에게 직접 판매한 스페어 부품의 수를 늘리고 소비자의 선택을 넓히며, 부품 공급에 대한 경쟁을 촉진하는 것이다.

그러나 무료서비스, 리콜 및 보증에

따른 수리에 있어서 자동차 제조업자와의 직접적인 계약에 관여하고 있다는 관점에서 인정수리업자에 대해 이러한 수리와 관련하여 오리지널 스페어 부품 사용을 의무화할 수 있다.

전반적으로 독립한 수리업자와 인정수리업자에 관한 변경은 유럽 소비자의 이익을 위해 경쟁의 실질적인 개선과 안전으로 질 높은 수리 및 유지보수 서비스의 길을 열게 되는 것이다.

### 자동차 구입자에게 딜러가 보다 나은 서비스를 할 수 있도록 딜러의 사업상의 독립성을 강화

현행 규칙은 특히 계약중단에 대한 최저통지기간을 정함으로써 계약상의 보호를 통제한 딜러의 사업상의 독립성을 강화하는 규정을 포함하는 것으로, 유럽위원회의 보고서에서는 모든 소망스러운 효과를 달성하는데는 불충분했다는 점을 명확히 했다.

또한 상기와 같은 유효한 방안이 없기 때문에 신규칙을 촉진하려고 하는 딜러의 경쟁촉진적인 행동 - 예를 들면, 같은 소롭내에서 복수의 브랜드를 판매하는 것 또는 타 회원국의 소비자 또는 그 대리인에게 판매하는 것 - 을 방해하기 위한 방법으로써 특정의 자동차 제조업자가 계약의 중단 또는 계약을 중단하려고 하는 협박을 이용할 위험성이 있다. 이 같은 방법으로 제조업자나 그 수입업자가 새로운 규칙을 깨뜨리고 소비자이익과 딜러의 사업상의 독립성 등을 훼손하는 것을 방지하기 위해 새로운 규칙에서는 딜러와의 계약을 중단하고자 하는 자동차 제조업자는 중단에 대한 명확하고도 객관적인 이유를 서면으로 제출하지 않으

면 안 된다는 것을 정하고 있다. 이 방안에 의해 법관 또는 조정자는 계약 중단의 유효성을 체크할 수 있게 된다. 더욱이 새로운 규칙은 자동차 제조업자가 단기계약을 이용해 딜러가 경쟁 촉진적인 행동을 취하지 않도록 압력을 가하는 것을 방지하기 위해 고정기간계약에 대해서는 최저 5년의 계약기간을 정하고 있다.

그리고 새로운 규칙에서는 특정 브랜드의 유통업자가 EU지역내에 있다면 어디라도 같은 브랜드의 타 유통업자를 취득·매각하는 것은 계속해서 자유라는 지침이 정해져 있다. 이 규정은 자동차 제조업자에 대해 보다 큰 구매력을 가지는 유통업자의 창설을 촉진하고, 또한 국경을 초월한 유통업자의 창설을 촉진하게 된다.

### 규칙의 시행

새로운 규칙은 2002. 10. 1에 시행된다. 신규규칙 시행 이전에 체결된 계약을 신규규칙에 적용시키기 위해 1년의 경과기간을 부여하며, 로케이션 조항의 단계적 폐지 즉, 딜러가 적당한 장소에서 다시 판매대리점을 설립하는 것에 대해서는 2005. 9. 30까지 보다 장기의 경과기간이 부여된다.

신규규칙에서 정한 일괄적용면제는 2010년 5월 31일에 실효된다. 이 날짜는 규칙 2790/99호(수직적 제한에 적용되는 일괄적용면제규칙)의 실효에 일치하여 선택된 것이다.

새로운 규칙의 시행에 따라 유럽위원회는 소비자 또는 자동차 유통, 애프터서비스 및 부품유통에 관련된 모든 사업자를 위해 새로운 규칙에 따라 생기는 권리 및 의무를 표시한 일반 설명

용 소책자를 발행할 예정이다.

이 소책자는 일괄적용면제의 목적을 위해 자동차분야 시장을 어떻게 획정하는가에 대한 지침을 부여한다.

### 집행

유럽위원회는 소비자가 개혁으로부터 참된 이익을 받고 있는가를 확인하기 위해 계속해서 자동차분야를 감시하고, 자동차 제조업자가 판매 및 애프터서비스 시장에 있어서 새로운 규칙을 적절히 적용하는지 여부를 체크하게 된다.

2002. 7. 17. 유럽위원회 발표문  
(「공정취인」 2002. 8월호 참조)

## EU위원회, 베텔스만과 줌바사의 합병을 인가

EU위원회는 독일계 회사인 베텔스만 뮤직 그룹(Bertelsmann Music Group; BGM)의 네덜란드계 줌바 레코드사(Zomba Record)와 줌바 뮤직사(Zomba Music)의 인수합병을 허가했다. 위원회는 이번 합병으로 상대적으로 베텔스만의 시장점유율이 약간 증가할 것으로 내다봤으나, 이 정도의 시장점유율 증가는 유럽 음악시장에서의 경쟁 구도에 심각한 영향을 미치지 않을 것으로 판단했다.

지난 7월 29일 세계 5대 “메이저(major)” 뮤직 회사들 중의 하나인 베텔스만은 줌바 레코드사와 줌바 뮤직사의 주식을 매입할 것이라고 EU위원회에 신고했다. 줌바사는 유럽 시장의 음악 분야에서 활동하고 있는 “독립(independent)” 회사이다.

위원회는 주로 녹음, 레코드 유통 및 제작 부문에서의 시장집중도를 조사했다. 녹음과 유통시장은 현재 세계적인 규모의 5대 메이저 사업자(Universal, Warner, Sony, EMI 및 BMG)와 대규모의 “독립” 회사인 줌바사 그리고 유럽에서 가장 큰 “독립” 회사인 Edel사가 활동하고 있다.

5대 메이저 음악사들은 가수들의 음반 취입부터 유통에 이르기까지 모든 것을 수직적으로 완벽하게 통합하고 있는 특징이 있다. 이들은 일반적으로 세계적인 유통망과 다양한 층의 가수들을 거느리고 있다. 이와 반면에, 독립회사들은 특정 분야 가수들의 음반 취입에 초점을 맞추고 있으며, 유통 등에 대해서는 제3자에게 위탁하는 방법을 사용하고 있다.

신고된 기업결합으로 인해 팝 음악의 녹음 및 유통 분야에서의 경쟁자인 줌바 레코드사가 사라지는 결과를 낳게 된다. 그러나 BMG사의 시장점유율이 증가하는 데에는 한계가 있다. 이 기업결합의 효과가 강하게 나타나는 독일과 영국에서는 여전히 Universal사가 시장을 주도하고 있으며, EMI의 시장점유율이 합병된 BMG와 줌바사의 시장점유율과 유사할 것으로 예상된다.

EU위원회는 또한 이번 기업결합으로 녹음 및 유통시장에서의 시장지배적지위가 형성되거나 강화될 우려가 있는지 여부를 검토했는데, 이 시장에서의 경쟁구도는 심각할 정도로 변화되지는 않을 것으로 결론지었다. 또한 BMG는 이미 북미 지역에서 줌바 레코드사를 위해 앨범 제작과 유통을 대행해 오고 있으며, 유럽 지역에서는 유

통이나 라이선스 협약 등으로 다른 메이저 사업자들과 관계를 맺고 있는 상황이다.

그리고 앨범 제작과 관련하여, EU 위원회는 음악 작업에 있어서의 상이한 여러 가지 권리, 즉 기술상의 권리, 공연상의 권리 및 제작상의 권리들의 남용으로 인한 효과들을 조사했는데, 원래 이 분야에서 좀바사의 영향력이 제한적이었기 때문에 BMG와 좀바와의 기업결합으로 인해 BMG의 시장 점유율이 약간 상승할 것으로 보았다. 또한 이미 좀바는 몇몇 EU회원국들에서 BMG와 관계를 맺고 있다.

결론적으로 EU위원회는 이번 기업결합이 녹음이나 앨범 제작 시장에서 좀바사의 활동이 소규모로 이루어져왔기 때문에, EU차원에서나 좀바가 활동하고 있는 회원국 시장의 차원에서 경쟁을 저해하지 않을 것으로 판단했다.

BMG는 텔레비전, 라디오, 출판, 잡지, 신문, 녹음, 앨범 제작, 인쇄 및 관련 전자상거래 활동을 하고 있는 국제적인 미디어 회사인 베텔스만에 의해 운영되고 있다. BMG는 전세계 41개국에서 활동하고 있는 녹음 및 앨범 제작사들을 완전히 통합한 회사가 되었다. 좀바 레코드사와 좀바 뮤직사는 10개 회원국에서 녹음 및 앨범 제작 사업을 벌이는 지주회사이며, 영국과 독일에서는 유통업도 하고 있다.

2002. 9. 2. EU위원회

### EU위원회, Legal & General사의 IWP사 일부 사업부문에 대한 합작을 허용

Legal & General Group의 계열회사인 Legal & General Ltd.는 IWP International사와 가정용 및 산업용 청소용품이나 위생용품을 생산하는 IWP의 사업 부문에 관한 합작투자 협정을 체결했다. Legal & General사는 현재 IWP Household사에서도 취급하고 있는 세 가지 상품, 즉 슯, 점화물 및 통나무장작을 생산하는 CPL Industries Ltd.사를 지배하고 있다. 따라서 관련시장에서의 경쟁제한이 우려됐지만, EU위원회는 IWP와 CPL의 사업활동이 중복되기는 하나 그러한 상품 시장에서 경쟁이 제한되지는 않을 것으로 판단했다.

2002. 9. 3. EU위원회

## 독 일

### 연방카르텔청, DSD사에 대한 경쟁법 적용여부 검토

연방카르텔청은 Der Grüne Punkt Duales System Deutschland AG(DSD)사의 계약 시스템이 독일 경쟁법에 위반되는지 여부에 대한 공식적인 조사에 착수했다.

2001년 총 매출액이 약 19억 유로에 달하는 DSD는 독일 내에서 유일하게 판매용 포장지의 회수 및 처리 시스템을 운영하고 있다. DSD는 자체적

으로 쓰레기 처리 서비스를 하지는 않고, 쓰레기 처리 회사들과 계약을 체결하고 있다. 제조업자와 유통업자들은 DSD의 상표를 사용하면서 이용료를 지불하는 대신, DSD는 포장령(the Packaging Ordinance)에 의해 이들에게 부과되는 회수 및 처리의무를 떠맡고 있다.

경쟁법상 문제의 소지가 있음에도 불구하고, 연방카르텔청은 이제까지 DSD의 이러한 계약 시스템에 대한 조사를 유보해 왔다. 그러나 독일 경쟁제한방지법의 제6차 개정에 따라서 제7조에서 새로운 면제호환을 도입했다. 법 제7조에서는 상품이나 서비스의 개발, 생산, 분배, 구매, 회수 및 처리의 개선에 기여하는 합의나 결의는 이로부터 발생하는 이익을 소비자도 향유하면서 개선이 다른 방법으로는 달성할 수 없고 경쟁제한이 적절하며 이 경쟁제한으로 시장지배적지위의 형성 또는 강화를 초래하지 않는 경우에는 법 제1조(카르텔 금지)의 적용이 제외된다고 규정하고 있다.

이 조항은 환경보호법 하에서 포장지의 회수 및 처리에 관한 공동행위와 관련이 있다. 따라서 포장지의 회수 및 처리를 개선하는데 기여하는 합의 및 협정들은 이를 통하여 소비자들에게 균등하게 이익이 분배되는 한, 경쟁제한방지법 제1조의 적용이 제외된다. 법 제1조에서는 경쟁의 방해, 제한 또는 왜곡을 목적으로 하거나 그러한 효과를 가져오는 경쟁사업자들간의 합의, 사업자단체의 결의 및 공동행위를 금지하고 있다.

Ulf Böge 연방카르텔청장은 "경쟁제한방지법 제1조의 적용을 계속 배제

하는 것은 불가능하다. 그러나 DSD는 그 동안 법 제7조의 적용을 받아왔다. 내년 중반까지 유효한 3년 조건부인 DSD의 이러한 계약 시스템을 검토하여, 연방카르텔청은 이를 2006년 말까지 연장할 것이다" 라고 말했다.

DSD가 포장지 처리 서비스에 관하여 입찰을 실시할 경우, 포장지 처리 회사들은 보다 많은 투자를 할 것이다. 이러한 점에서 DSD의 계약 시스템이 경쟁법에 부합하는지 여부에 대한 검토에서는 관련 기업들이 앞으로의 계약 조건들을 예상할 수 있도록 명확한 판단을 해주는 것이 필요할 것으로 보인다.

DSD의 계약 시스템(이 계약은 DSD가 관리하고 있는 상표의 사용에 관한 DSD와 사용권자 사이의 계약 및 DSD와 포장지 처리 회사들간의 계약으로 구성되어 있다)은 판매되는 포장지를 회수해서 재활용할 것을 규정하고 있는 포장령을 따라야 하는 각 회사들이 포장지를 회수해야 한다는 필요성의 결과로 나온 것이기는 하지만, 분명히 경쟁제한 효과가 있다. 그러므로 경쟁제한방지법 제7조의 요건을 충족시키지 못하는 한, 경쟁제한적인 합의를 금지하는 경쟁제한방지법 제1조에 위반된다.

또한 이러한 결합적인 계약 시스템은 오늘날 DSD가 사업자들이 개별적인 의무를 부담하지 않는 쓰레기의 회수 및 처리 시스템에서도 지배적인 공급자로서의 지위에 있도록 하는 결과를 낳았다. 둘째로, DSD는 포장지 처리 회사들과 관련, 회수 및 처리 서비스의 구매에 있어서 시장지배적인 지위에 있게 되었다.

EU위원회가 노력하고 있는 포장지 처리 서비스 시장에서의 자유화는 아직 달성되지 않고 있다. 연방카르텔청은 지난 7월말에 DSD의 보이콧트에 관한 심사절차에 착수했다. 최근의 조사에 따르면, DSD와 몇몇 관계 회사들은 DSD를 보호할 목적으로 다른 공급업자에 대하여 보이콧트를 한 것으로 밝혀졌다.

2002. 8. 23. 연방카르텔청

## 영 국

### 영국 통신시무국, 시장지배력 평가에 관한 지침 발표

영국의 통신시장 규제기관인 통신시무국(Office of Telecommunications; OFTEL)은 유럽연합이 새로이 발표한 가이드라인을 수용하는 이른바 중대한 시장력(Significant Market Power; SMP) 평가에 관한 가이드라인을 발표하였다. SMP는 일종의 시장지배력으로써 요금규제나 시장지배적지위를 이용한 불공정행위의 규제대상인 사업자를 판별하는 기초로 사용되고 있다. 이번 가이드라인은 지난 2000년에 발표한 기존 가이드라인을 개정한 것으로, 2003년 7월부터 효력이 발생하는 EU의 통신시장 규제지침(Directive)의 내용을 반영한 것이다.

개정 가이드라인은 SMP 평가방법에 있어 기존의 가이드라인과 크게 차이나는 것이 별로 없는 것으로 알려졌다. 다만 기존 가이드라인에서는 시장점유율이 25% 이상인 사업자는 SMP

를 보유한 것으로 추정되었으나, 개정 가이드라인에서는 SMP 평가시 다양한 요소들을 고려하고 있다. 예를 들어, 기존 가이드라인에서는 시장점유율을 주요한 평가기준으로 삼고 있으나, 개정안에서는 SMP 개념을 시장지배력(Market Dominant Power) 개념에 기초하고 있으므로, 어느 사업자가 SMP를 보유하고 있는지를 판단하기 위해서는 시장에 대해 전반적인 분석을 수행해야 하는 부담을 규제기관이 진다. 고려요소들로는 시장규모, 회사규모, 시설에 대한 통제 가능성, 구매력, 자본시장에 대한 접근가능성, 상품의 차별성, 규모의 경제, 범위의 경제, 수직적 통합 정도, 네트워크 구축 정도, 잠재적 경쟁의 존부, 진입장벽 및 시장진입의 용이성 등이 있다.

그런데 통신시장에 대한 규제와 관련하여 영국내에서는 규제기관간에 약간의 마찰을 빚고 있다. 통신과 방송시장을 모두 통합하여 규제하는 새 규제기관인 OFCOM이 반드시 OFTEL의 기존 지침이나 접근방식을 그대로 채택할 필요는 없다고 발표함으로써 이번에 발표된 가이드라인이 다시 개정될 가능성을 시사했기 때문이다.

한편 새로운 EU 통신지침은 회원국들 사이의 상이한 규제들을 조화시키려는 목적으로 제정되었다. 지난 4월에 채택되어 내년 7월 25일에 시행되는 이 지침을 회원국들은 내년 7월까지 자국의 국내법에 반영해야 한다.

2002. 8. 19. OFTEL

## 일 본

### 바퀴벌레 및 쥐를 구제하는 성능·효과를 표방하는 상품의 수입 총대리점 및 판매업자에 대하여 배제명령

공정취인위원회는 「베스트 X」라고 일컫는 바퀴벌레 및 쥐를 구제하는 성능·효과에 대한 상품 표시를 조사한 결과, 주식회사 렌테크재팬 및 주식회사 오크로마케팅이 당해 상품의 포장 용기 및 TV쇼핑 광고에 있어서 당해 상품이 바퀴벌레 및 쥐를 집안에 들어 오지 못하게 하고, 또한 집안으로부터 내쫓게 함으로써 실용적인 구제의 성능·효과가 있는 것처럼 표시해 왔으나 이 표시는 사실과 다르고, 또한 유한회사 아드반스크래프트데사닌에 대해 동사가 인터넷상에 개설한 홈페이지에서 바퀴벌레 및 쥐를 건물안으로부터 내쫓는 실용적인 구제의 성능·효과가 있는 것처럼 표시했으나 동 표시가 사실과 다름으로 각각 경품표시법 제6조제1항의 규정에 의해 배제명령을 하였다.

2002. 7. 30. 공정취인위원회  
 (「공정취인」 2002. 8월호 참조)

### 국공립병원 등이 발주한 의료용 액화산소의 입찰참가업자에 대해 권고조치

공정취인위원회는 오사카 및 효고현에 소재하는 국공립병원 등이 발주하

는 정치(定置)식 액화산소 저장을 위한 의료용액화산소의 입찰참가업자에 대해 독점금지법 규정에 의해 심사를 행한 결과, ① 오사카 지역에서 상기 의료용액화산소의 판매업을 하는 9개사, ② 효고현 지역에서 상기 의료용액화산소 판매업을 하는 5개사가 당해 지역에 소재한 국공립병원 등이 발주한 상기 의료용액화산소에 대해 각각 공동으로 수주예정자를 결정하고, 수주예정자가 수주할 수 있도록 함으로써 공공의 이익에 반하여 각각 거래분야에 있어 경쟁을 실질적으로 제한한 사실이 인정되어 동 법 제3조(부당한 거래제한 금지)의 규정에 위반됨으로써 동 법 제48조 제2항의 규정에 의해 지난 7월 16일자로 시정권고를 행했다.

2002. 7. 15. 공정취인위원회  
 (「공정취인」 2002. 8월호 참조)

### 공정거래위원회, 내년도 업무계획 및 예산 발표

일본 정부는 「향후의 경제제정운영 및 경제사회의 구조개혁에 관한 기본 방침」(2001년 6월 25일 각료회의 결정)에 근거, 공정거래위원회의 체제를 강화하여 그 기능을 충실케 하고 경쟁환경의 적극적인 창조나 시장 감시기능을 충실하게 하여 경쟁정책을 강력하게 실시하도록 했다. 또한 「규제개혁 추진 3개년 계획(개정)」(2002년 3월 29일 각료회의 결정) 등 수 차례의 각료회의 결정에 대해서도 규제개혁과 함께 경쟁정책의 적극적 전개를 꾀할 방침을 분명히 했다.

이러한 기본방침에 따라 공정거래위

원회는 경쟁정책을 강력하게 집행해 나가기 위해서 2003년에는 특히 다음의 4가지 과제에 집중하기로 하고, 이에 필요한 의무적 경비 및 일반정책 경비에 대해 총액 약66억 99백만엔(전년도 대비 약 5억 41백만엔, 약 8.8% 증가)을 요구하기로 했다(자료1 참조).

#### 1. 구조개혁의 흐름에 맞는 법운용

IT국가 실현을 목표로 IT 분야 및 지적재산권 분야에 있어서의 공정경쟁을 제한·저해하는 행위에 대해 신속·정확하게 대처하며, 가격카르텔이나 입찰담합 등 국민생활에 미치는 영향이 큰 독점금지법 위반행위에 대해 엄정하게 대처한다.

또한 대형화·복잡화된 합병사건 등의 심사에 있어서 신속·정확하게 대처할 뿐만 아니라 법운용의 투명성 확보에 노력한다.

#### 2. 경쟁환경의 적극적인 창조

신규 참가의 촉진 및 신규 참가자와 기존 사업자와의 공정한 경쟁조건 확보 등을 위해 거래실태 파악을 근거로 한 검토·제언이나 사업분야별 가이드라인 등을 제정함으로써, 경쟁환경의 적극적 창조에 노력한다. 또한 지적재산권 강화 등의 흐름을 감안하여 독점금지법과의 관계에 대해 한층 더 명확화를 꾀한다.

#### 3. 룰(Rule) 있는 경쟁사회의 추진

시장참가자로서의 소비자에게 적절한 정보를 제공하기 위하여 소비자거래에 있어서의 불공정거래행위 실태 등을 파악, 부당한 표시·행위 등에 대해 신속·엄정하게 대처함과 아울러



소비자와 사업자간의 정보의 격차를 시정하기 위한 표시 규칙의 제정에 노력한다.

또한 중소기업에 대한 우월적지위의 남용이나 부당염가판매 등 불공정거래 행위에 대해서 신속·엄정하게 대처함과 아울러 서비스의 위탁거래에 대한 실태 파악에 노력한다.

**4. 경쟁정책 운영기반의 강화**

위반사건의 처리에 있어서 각종 절차의 전자화를 꾀함으로써, 효율적인 법운용 시스템의 충실을 도모한다. 또한 외부 전문가와의 제휴를 통해 모니터링제도의 충실 등 외부로부터의 정보수집 기능을 높이고 경쟁환경의 변화에 따라 정확한 법운용을 행하기 위한

조사·연구체제를 정비한다.

또한 최대 중요과제인 체제 강화와 관련해서는, 시장감시나 경쟁환경의 적극적인 창조기능을 충실하게 하는 경쟁정책을 강력하게 실시하기 위해 지방사무소를 포함해 2003년도에 66명의 체제 정비를 요구하기로 하였다 (자료2 참조).

**<자료1> 2003년도 예산집행 동점사항**

(단위: 백만원)

예 산	2002년도 예산액	2003년도 예산액	비 교 증감액	비 교
1. 구조개혁의 흐름에 맞는 법운용	330	415	85	○ 심사 등 담당직원 증원 경비 ○ 특허권 등 남용행위 규제 경비 ○ 기업결합 등 관계조사·지도 경비
2. 경쟁환경의 적극적인 창조	101	117	16	○ IT·공익사업 분야의 공정한 경쟁확립 경비
3. 룰(Rule) 있는 경쟁사회의 추진	219	271	52	○ 서비스거래 등 공정화 추진 경비 ○ 소비자거래·기업거래 등 담당직원 증원 경비
4. 경쟁정책 운영기반의 강화	283	346	63	○ 경쟁정책에 관한 조사·연구 경비 ○ 국제관계 사무처리비
5. 기타	5,225	5,550	325	○ 기존 정원에 수반되는 인건비 등
총 합계	6,158	6,699	541	
신중점 4분야	-	980	-	신중점 4분야 집행을 위한 필요 경비

**<자료2> 2003년도 기구·정원요구 개요**

**■ 전체 약 66명의 체제 정비**

**1. 구조개혁의 흐름에 맞는 법운용**

▶ 과제

- IT혁명의 추진, 산업재편성에 대한 대응
- 담합·병렬체질로부터의 탈피
- ⇒ 독점금지법 운용을 통한 경쟁제한행위에 대한 엄정·신속한 처리

제외정보관리실, 고급 심사전문관(심판담당) 등 신설  
심사부문(심사전문관) : 38명의 체제 정비(본국 30명, 지방사무소 8명)

▶ 주요내용

- IT, 공익사업, 지적재산권 등에 관한 위반사건에 대한 심사체제 정비
- 가격카르텔, 입찰담합, 사적독점 등의 대형·중요사건에 대한 심사체제의 정비
- 독점금지법 위반사건 등의 정보수집·처리 체제의 정비
- 심판의 증가·고도화에 대응한 체제 정비

기업결합과(기업결합조사관) 4명의 체제 정비

▶ 주요내용

- 국제화, 산업재편에 대응한 대형 합병 사안과 관련되는 심사의 신속화를 위한 체제 정비

2. 경쟁환경의 적극적 창조

▶ 과제

- 규제개혁의 추진(민간의 자유로운 활동과 창의적인 연구에 의한 고비용구조의 시정
- ⇒ 경쟁정책의 관점에서 조사·제언의 실시, 개혁 후의 기업행동에 관한 공정한 경쟁조건 확립

조사과2명의체제정비

▶ 주요내용

- IT·공익사업 분야에서의 신규참가에 수반되는 사업자로부터의 상담 등에 대한 신속처리

3. 를 있는 경쟁사회의 추진

▶ 과제

- 구조개혁, 전자상거래의 추진 등에 수반되는 소비자·

중소기업의 불이익의 방지

- 시장참가자로서의 소비자에 대한 적극적인 정보제공의 추진
- ⇒ 독점금지법, 경품표시법, 하도급법의 운용 등을 통한, 소비자에 대한 기만적 행위나 중소기업에 대한 우월적지위 남용행위 등에의 신속하고 엄정한 처리

(경품표시법 관련)

경품 표시심사장의 신설

경품표시감시부문 15명의체제정비(본국6명, 지방사무소9명)

▶ 주요내용

- 부당표시사건의 증가 등에 엄정하고 신속한 대응을 할 수 있도록 체제 정비

(독점금지법, 하도급법 관련)

기업거래과7명의체제 정비

▶ 주요내용

- 서비스의 위탁거래와 관련한 우월적지위 남용행위에 대한 조사· 지도체제 정비

일본 총무성, 경쟁축진으로 통신 정책 전환

그 동안 보호육성 위주로 이루어지던 일본 통신정책이 미국의 정책을 기본 모델로 하는 경쟁축진형으로 전환될 것으로 보인다. 총무성은 그 동안 통신시설의 보유 여부에 따라 제1종과 제2종 사업자로 나눠 규제에 있어서 차등을 두어 오던 방식을 폐지할 예정이다. 이를 위해 통신요금 책정을 사업자의 자출에 맡기는 등 규제완화를 통한 시장내 경쟁축진 방안을 기본 골격으로 하는 전기통신사업법 개정안을 국회에 제출키로 했다.

새로운 개정안은 NTT 등 회선설비를 보유하고 있는 1종 사업자와 시설을 보유하지 않는 2종 사업자로 나누던 현재의 사업 구분 방식에서 사업자를 시장지배력의 정도에 따라 변경한다. 시장지배력이 없는 것으로 분류된 사업자는 이용약관 작성의무가 없어지는 등의 규제가 완화될 것으로 보인다. 또한 시장의 신규 진입과 관련하여 기존의 허가제를 등록제로 변경하는 등 일반 기업의 통신시장 참여를 촉진하여 시장내 경쟁을 유도할 방침인 것으로 알려졌다.

이러한 규제완화를 위한 기초자료를 작성하기 위해 총무성은 매1~2년마다 통신시장의 분야별 매출, 시장점유

율 등을 조사해 특정 사업자의 시장지배 여부를 파악하여, 경쟁축진을 위한 적절한 조치를 취할 예정이다. 그러나 일부 통신사업자들은 이 같은 조치들이 오히려 총무성의 행정재량권의 확대를 가져와 규제가 강화될 가능성이 있다고 우려하고 있다.

2002. 8. 16. 아사히 신문