

V. 거래강제

1. 의의

- 거래강제란 거래상대방으로 하여금 부당하게 자기 또는 자기가 지정하는 사업자와 거래하도록 강제하는 행위(법 23조 1항 3호 후단).
- 거래강제는 ‘자유로운 의사결정의 침해’에 해당하며, 이로 인한 능률경쟁이 제한된다는 점에서 경쟁수단의 불공성이 문제되는 것이다.
- 이에 따라 거래강제의 경쟁저해성판단에 있어서는 행위자가 거래상대방에 대하여 우월적 지위에 있는지의 여부(지위의 우월성)와, 그러한 우월적 지위를 이용하여 강제행위를 하였는지의 여부(행위의 강제성)가 핵심이 된다.
- 시행령에서는 거래강제행위의 유형으로서 끼워팔기, 사원판매, 기타의 거래강제 등 세가지 유형을 규정.

2. 유형

(1) 끼워팔기

사업자가 거래상대방에 대하여 자기의 상품 또는 용역을 공급하면서 정상적인 거래관행에 비추어 부당하게 다른 상품 또는 용역을 자기 또는 자기가 지정하는 사업자로부터 구입하도록 강제하는 행위

- 끼워팔기는 두 개 이상의 상품을 묶음으로 판매하는 것 말하는데, 구입자가 선호하는 상품과 선호되지 않는 상품이 결합되는 것이 보통이다.
- 끼워팔기는 끼워팔리는 상품의 시장에서 경쟁을 감소시키고 거래상대방의 거래처선택의 자유를 제한하는 경우에는 경쟁제한성이 인정되어 금지.
- 끼워팔기를 규제함에 있어서는 단일한 상품인지의 여부와 구매의 강제성을 검토하여야 한다. 즉, 사업자가 여러 상품을 묶어서 패키지로 판매할 수도 있으며, 거래상대방이 자유로운 의사에 따라 이를 하나의 거래단위로 선택한다면 끼워팔기가 아니라 ‘결합판매’에 해당.

(2) 사원판매

부당하게 자기 또는 계열회사의 임직원으로 하여금 자기 또는 계열회사의 상품이나 용역을 구입하도록 강제하는 행위

- 사원판매는 자기 또는 계열회사의 임원 및 직원에게 판매 등의 행위가 강제되는 경우.
- 구입은 사원이 직접 구입하는 것을 말하며, 판매는 사원이 판매의 주체가 되는 경우를 말한다. 구입 또는 판매가 연계되는 경우도 상정할 수 있는데, 예를 들어 사원에 대한 일정한 판매량의 할당이 당해 사원에 의한 구입을 묵시적으로 요구하는 것일 수 있다.
- 구입 또는 판매가 강제된다는 것은 거래 상대방의 ‘선택의 자유’를 침해하는 것을 의미한다. 즉, 사업자가 그 임직원에 대하여 직접 자기 회사 상품을 구입하도록 강제하거나 적어

도 이와 동일시할 수 있을 정도의 강제성을 가지고 자기 회사 상품의 판매량을 할당하고 이를 판매하지 못한 경우에는 임직원에게 그 상품의 구입부담을 지우는 등의 행위가 있어야만 하는 것이고, 단지 임직원들을 상대로 자기 회사 상품의 구매자 확대를 위하여 노력할 것을 촉구하고 독려하는 것만으로는 부족하다.

(3) 기타의 거래강제

정상적인 거래관행에 비추어 부당한 조건 등 불이익을 거래상대방에게 제시하여, 자기 또는 자기가 지정하는 사업자와 거래하도록 강제하는 행위

VI. 거래상 지위의 남용

1. 의의

- 거래상 지위의 남용이라 함은 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위를 가리킨다(법 23조 1항 4호). 여기서 거래상 지위라 함은 시장지배적인 지위와 같은 정도의 강한 지위를 의미하는 것은 아니지만, 최소한 상대방의 거래활동에 상당한 영향을 미칠 수 있는 지위를 가리킨다.
- 거래상 지위의 남용행위는 거래상대방의 경쟁여건을 불리하게 하여 자유경쟁의 기반을 침해한다는 점에서 공정거래 저해성을 인정하게 된다. 이에 따라 시행령에서 거래상 지위남용행위는 거래상대방의 경쟁여건을 불리하게 하는 행위 즉 구입강제, 이익제공강요, 판매목표강제 등을 행위의 유형으로 제시하고 있다. 이에 반하여 거래강제는 경쟁수단의 불공정성을 문제삼는 것이다.

2. 유형

(1) 구입강제

거래상대방이 구입할 의사가 없는 상품 또는 용역을 구입하도록 강제하는 행위

(2) 이익제공강요

거래상대방에게 자기를 위하여 금전, 물품, 용역 기타의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위

(3) 판매목표강제

자기가 공급하는 상품 또는 용역과 관련하여 거래상대방의 거래에 관한 목표를 제시하고 이를 달성하도록 강제하는 행위

(4) 불이익제공

거래상대방에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행과정에서 불이익을 주는 행위

(5) 경영간섭

거래상대방의 임직원을 선임·해임함에 있어 자기의 지시 또는 승인을 얻게 하거나 거래상대방의 생산품목·시설규모·생산량·거래내용을 제한함으로써 경영활동을 간섭하는 행위

VII. 구속조건부거래

1. 의의

- 구속조건부거래라 함은 거래상대방의 사업활동을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하는 행위를 말한다(법 23조 1항 5호 전단). 이 때의 거래상대방은 하위 유통업체인 판매업자인 경우가 보통이지만, 판매업자가 공급업자에게 구속을 가하는 경우도 있고 또한 이러한 구속이 상호적으로 이루어지는 경우도 있다.

2. 유형

(1) 배타조건부 거래

부당하게 거래상대방이 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 아니하는 조건으로 그 거래상대방과 거래하는 행위

(2) 거래지역 또는 거래상대방제한

상품 또는 용역을 거래함에 있어서 그 거래상대방의 거래지역 또는 거래상대방을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하는 행위

- 일반적으로 거래지역제한은 브랜드내의 경쟁을 심각하게 침해하는 경우에 경쟁저해성이 인정된다.

VIII. 사업활동의 방해

- 사업활동의 방해라 함은 사업자가 다른 사업자의 사업활동을 부당하게 방해하는 행위를 말한다(법 23조 1항 6호).
- 시행령은 그 구체적 유형으로서 기술의 부당이용, 인력의 부당유인·채용, 거래처 이전방해, 기타의 사업활동 방해 등을 들고 있다.

IX. 부당한 자금·자산·인력의 지원(부당지원행위)

- 특수관계인 또는 다른 회사에 대하여 부당하거나 현저하게 유리한 조건으로 가지급금, 대여금, 인력, 부동산, 유가증권, 무체재산권 등을 제공하는 행위.
- 유형으로는 부당한 자금지원, 부당한 자산지원, 부당한 인력지원 등이 있으며, 상품·용역 거래를 포함한다.
- 지원객체로서 시장비참가자도 가능하며, 완전 모자회사에서도 성립한다.

cf) 기업집단규제의 성격을 가지며, 따라서 제재의 내용에 있어 다른 규제유형보다 강화되어 있다.

X. 그 밖의 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위

- 이를 통해 한정적 열거주의방식에서 예시적 열거주의로 전환하여 불공정거래행위에 탄력적으로 대응하기 위한 것이다.

제3절 제재

1. 시정조치와 과징금

1) 시정명령(제24조)

2) 과징금(제24조의 2)

- 매출액에 100분의 2(부당지원행위의 경우에는 100분의 5)를 초과하지 않는 범위이며, 매출액이 없는 경우에는 5억원을 초과하지 않는 범위.

2. 벌칙

- 법위반 행위와 시정조치 불응(제67조 제2호, 제6호)

제7장 사업자단체의 규제

I. 사업자단체의 의의(법 제2조 제4호)

- 사업자단체란 그 형태의 여하를 불문하고 2 이상의 사업자가 공동의 이익을 증진할 목적으로 조직한 결합체 또는 연합체.

- '공동의 이익'은 사업활동에 관한 경제적 이익을 의미하며, 단순한 친목, 종교 학술 등을 목적으로 단체는 제외한다.

- 단체의 목적에 대한 판단은 정관의 기재나 단체의 법적형식이나 명칭 등 형식적으로 판단할 것이 아니라, 단체가 수행하고 있는 활동에 의하여 실질적으로 파악한다.

- 사업자의 이익을 위한 행위를 하는 임원, 종업원, 대리인 기타의 자는 사업자단체의 규정의 적용에 있어서는 이들을 사업자로 본다(제2조 제1호 후단, 제5호).

II. 사업자단체에 대한 규제

- 사업자단체는 공동연구, 시장조사, 광고활동 등 구성사업자의 사업활동을 조장한다는 긍정적인 측면이 있으나, 사업자단체가 가격통제, 생산조절 등의 방법으로 경쟁을 제한하는데 이용될 수 있기 때문에 규제의 대상이 될 수 있다.

1. 사업자단체의 행위에 대한 규제

(1) 금지되는 행위(제26조 제1항)

- 1) 부당한 공동행위에 의한 경쟁제한(제1호)
- 2) 사업자수의 제한(제2호)
- 3) 구성사업자의 사업내용, 활동제한(제3호)
- 4) 불공정거래행위 또는 재판매가격유지행위의 교사, 방조(제4호)

(2) 사업자단체 활동지침(제26조 제1항)

공정거래위원회는 필요한 경우 사업자단체가 준수할 지침을 제정, 고시할 수 있다.

III. 제재

1. 시정조치와 과징금

- 1) 시정조치(제27조) - 사업자단체 또는 필요한 경우 구성사업자도 포함
- 2) 과징금(제28조)
 - 사업자단체 : 5억원의 범위.
 - 참가사업자 : 매출액에 5%(매출액이 없는 경우 5억원)

2. 벌칙

- 사업자단체가 부당한 공동행위에 의한 경쟁제한 규정(제26조 제1항 제1호)에 위반한 경우(제66조 제1항 제9호)
- 그 밖의 금지규정 위반과 시정조치 불응(제67조 제3호, 제6호)

제8장 재판매가격유지행위의 제한

I. 의의

- 재판매가격유지행위란 상품을 생산 또는 판매하는 사업자가 그 상품을 판매함에 있어서 재판매하는 사업자에게 거래단계별 가격을 미리 정하여 판매할 것을 강제하거나 이를 위하여 규약 기타 구속조건을 붙여 거래하도록 하는 행위(법 제2조 제6호).
- 재판매가격유지행위는 제품의 브랜드 이미지 유지를 위해 행해지는데, 당해 상품에 대하여 유통업자 사이에 가격경쟁이 배제(브랜드 간의 경쟁제한)되는 결과가 된다.
- 경우에 따라서는 수직적 가격협정의 형식이지만, 결과적으로 판매사업자들 사이의 ‘은폐된 수평적 가격카르텔’의 성격을 가질 수도 있다.

II. 규제의 내용

1. 규제의 내용(제29조 제1항)

- 재판매가격유지행위는 불공정거래행위의 한 유형으로 이해하지만, 그 성립요건과 적용범위를 명확히 하기 위해 별도로 규정한 것이다.
- 특히 성립요건과 관련하여, i) 우월적 지위의 존재(강제 또는 설득), ii) 구속성(위반시 이를 제재할 수 있는 실효성확보-거래중단 등의 불이익제공, 대판 2001. 12. 24, 99두11141 - 남양유업사건)을 요구한다.
- 다만 정당한 사유가 있는 경우에는 ‘최고가가격유지행위는 규제되지 않는다.

2. 예외적 허용(제29조 제2항)

1) 저작물

2) 지정상품

III. 범위반의 효과

1. 시정조치와 과징금

(1) 시정조치(법 제31)

(2) 과징금(법 제31조의 2) - 매출액의 2%(매출액이 없는 경우 5억원) 범위.

2. 벌칙

재판매가격유지행위금지 규정위반과 시정조치 불응(제67조 제4호).