



시장지배적지위 남용행위 심사기준

[시행 2015. 10. 23.] [공정거래위원회고시 제2015-15호, 2015. 10. 23., 일부개정]

공정거래위원회(시장감시총괄과), 044-200-4493

I. 목적

이 고시는 독점규제및공정거래에관한법률(이하 “법”이라 한다) 제3조의2(시장지배적지위의 남용금지) 제2항과 같은 법 시행령 제5조(남용행위의 유형 또는 기준) 제6항의 규정에 의하여 시장지배적사업자의 행위가 시장지배적지위의 남용행위에 해당되는지 여부에 대한 심사기준을 정하는데 그 목적이 있다.

II. 일정한 거래분야의 판단기준

일정한 거래분야는 경쟁관계에 있거나 경쟁관계가 성립될 수 있는 거래분야를 말하며, 거래대상, 거래지역, 거래단계, 거래 상대방 등에 따라 구분될 수 있다.

1. 거래대상(상품 또는 용역시장)

가. 일정한 거래분야는 거래되는 특정 상품의 가격이나 용역의 대가(이하 “가격”이라 한다)가 상당기간 어느 정도 의미있는 수준으로 인상(인하)될 경우 동 상품이나 용역의 대표적 구매자(판매자)가 이에 대응하여 구매(판매)를 전환할 수 있는 상품이나 용역의 집합을 말한다.

나. 특정 상품이나 용역이 동일한 거래분야에 속하는지 여부는 다음 사항을 고려하여 판단한다.

- (1) 상품이나 용역의 기능 및 효용의 유사성
- (2) 구매자들의 대체가능성에 대한 인식 및 그와 관련한 구매행태
- (3) 판매자들의 대체가능성에 대한 인식 및 그와 관련한 경영의사결정 행태
- (4) 통계법 제22조(표준분류)제1항의 규정에 의하여 통계청장이 고시하는 한국표준산업분류

2. 거래지역(지역시장)

가. 일정한 거래분야는 다른 모든 지역에서의 가격은 일정하나 특정 지역에서만 상당기간 어느 정도 의미있는 가격인상(가격인하)이 이루어질 경우 당해 지역의 대표적 구매자(판매자)가 이에 대응하여 구매(판매)를 전환할 수 있는 지역전체를 말한다.

나. 특정 지역이 동일한 거래분야에 속하는지 여부는 다음 사항을 고려하여 판단한다.

- (1) 상품이나 용역의 특성(부패성, 변질성, 파손성 등) 및 판매자의 사업능력(생산능력, 판매망의 범위 등)
- (2) 운송비용
- (3) 구매자의 구매지역 전환가능성에 대한 인식 및 그와 관련한 구매자들의 구매지역 전환행태
- (4) 판매자의 구매지역 전환가능성에 대한 인식 및 그와 관련한 경영의사결정 행태
- (5) 시간적, 경제적, 법적 측면에서의 구매지역 전환의 용이성

3. 거래단계

일정한 거래분야는 제조, 도매, 소매 등 거래단계별로 획정될 수 있다.

4. 거래상대방

구매자(판매자)의 특성 또는 상품이나 용역의 특수성에 의하여 상품이나 용역, 지역 또는 거래단계별로 특정한 구매자군(판매자군)이 존재하는 경우에는 이러한 구매자군(판매자군)별로 일정한 거래분야가 획정될 수 있다.

Ⅲ. 시장지배적사업자 여부 판단기준

당해 사업자가 시장지배적사업자인지 여부는 시장점유율, 진입장벽의 존재여부 및 정도, 경쟁사업자의 상대적 규모, 경쟁사업자 간의 공동행위의 가능성, 유사품 및 인접시장의 존재, 시장봉쇄력, 자금력 등을 종합적으로 고려하여 판단한다.

1. 시장점유율

일정한 거래분야에서 당해 사업자의 시장점유율이 다음 각호의 1에 해당하는 사업자는 시장지배적사업자로 추정할 수 있다.

가. 1사업자의 시장점유율이 100분의 50이상

나. 3이하의 사업자의 시장점유율의 합계가 100분의 75이상. 다만, 이 경우에 시장점유율이 100분의 10미만인 사업자는 제외한다.

2. 진입장벽의 존재 및 정도

가. 당해 시장에 대한 신규진입이 가까운 시일내에 용이하게 이루어질 수 있는 경우에는 시장지배적사업자일 가능성이 낮아질 수 있다.

나. 신규진입의 가능성을 평가함에 있어서는 다음 사항을 고려한다.

- (1) 법적·제도적인 진입장벽의 유무
- (2) 필요 최소한의 자금규모
- (3) 특허권 기타 지식재산권을 포함한 생산기술조건
- (4) 입지조건
- (5) 원재료조달조건
- (6) 유통계열화의 정도 및 판매망 구축비용
- (7) 제품차별화의 정도
- (8) 수입의 비중 및 변화추이
- (9) 관세율 및 각종 비관세장벽

다. 다음 각호의 1에 해당하는 사업자가 있는 경우에는 신규진입이 용이한 것으로 볼 수 있다.

- (1) 최근 3년간 당해 시장에 신규진입한 사업자
- (2) 당해 시장에 참여할 의사와 투자계획 등을 공표한 사업자
- (3) 현재의 생산시설에 중요한 변경을 가하지 아니하더라도 당해 시장에 참여할 수 있는 등 당해 시장에서 상당기간 어느 정도 의 미있는 가격인상이 이루어지면 중대한 진입비용 또는 퇴출비용의 부담없이 가까운 시일내에 당해 시장에 참여할 것으로 판단되는 사업자

3. 경쟁사업자의 상대적 규모

가. 당해 사업자에 비해 경쟁사업자의 규모가 상대적으로 큰 경우에는 시장지배적사업자일 가능성이 낮아질 수 있다.

나. 경쟁사업자의 상대적 규모를 평가함에 있어서는 다음 사항을 고려한다.

- (1) 경쟁사업자의 시장점유율

(2) 경쟁사업자의 생산능력

(3) 경쟁사업자의 원재료 구매비중 또는 공급비중

(4) 경쟁사업자의 자금력

다. 당해 시장에 대량구매사업자나 대량공급사업자가 존재하는 경우(대량구매사업자나 대량공급사업자가 당해 사업자의 계열회사인 경우를 제외한다)에는 시장지배적사업자일 가능성이 낮아질 수 있다. 여기서 “대량구매사업자나 대량공급사업자”라 함은 당해 사업자의 구매액이나 공급액이 당해 시장의 국내 총공급액에서 차지하는 비율이 법 제4조(시장지배적사업자의 추정)에 규정된 시장점유율 요건에 해당되는 자를 말한다.

4. 경쟁사업자간의 공동행위의 가능성

가. 사업자간의 가격·수량 기타의 거래조건에 관한 명시적·묵시적 공동행위가 이루어지기 용이한 경우에는 시장지배적사업자일 가능성이 높아질 수 있다.

나. 사업자간의 공동행위 가능성을 평가함에 있어서는 다음 각호의 1을 고려한다.

(1) 최근 수년간 당해 거래분야에서 거래되는 가격이 동일한 거래분야에 속하지 않는 유사한 상품이나 용역의 평균가격에 비해 현저히 높았는지 여부

(2) 국내에서 거래되는 가격이 수출가격이나 수입가격(관세, 운송비 등을 감안한다)에 비해 현저히 높은지 여부

(3) 당해 거래분야에서 거래되는 상품이나 용역에 대한 수요의 변동이 작은 경우로서 경쟁관계에 있는 사업자가 수년간 안정적인 시장점유율을 차지하고 있는지 여부

(4) 경쟁관계에 있는 사업자가 공급하는 상품의 동질성이 높고, 경쟁관계에 있는 사업자간의 생산, 판매 및 구매조건이 유사한지 여부

(5) 경쟁관계에 있는 사업자의 사업활동에 관한 정보수집이 용이한지 여부

(6) 과거 부당한 공동행위가 이루어진 사실이 있었는지 여부

5. 유사품 및 인접시장의 존재

가. 유사품 및 인접시장이 존재하여 당해 시장에 영향을 미치는 경우에는 시장지배적사업자일 가능성이 낮아질 수 있다

나. 유사품 및 인접시장의 존재를 판단함에 있어서는 다음 각호의 1을 고려한다.

(1) 기능 및 효용측면에서 유사하나 가격 또는 기타의 이유로 별도의 시장을 구성하고 있다고 보는 경우에는 생산기술의 발달가능성, 판매경로의 유사성 등 그 유사상품이나 용역이 당해 시장에 미치는 영향

(2) 거래지역별로 별도의 시장을 구성하고 있다고 보는 경우에는 시장간의 지리적 근접도, 수송수단의 존재여부, 수송기술의 발전가능성, 인접시장에 있는 사업자의 규모 등 인근 지역시장이 당해 시장에 미치는 영향

6. 시장봉쇄력

당해 사업자(계열회사를 포함한다)의 원재료 구매비율이나 공급비율(원재료 구매액이나 공급액/원재료의 국내 총공급액)이 법 제4조(시장지배적사업자의 추정)에 규정된 시장점유율 요건에 해당되면 시장지배적사업자일 가능성이 높아질 수 있다.

7. 자금력

당해 사업자의 자금력이 다른 사업자에 비해 현저히 크다면 시장지배적사업자일 가능성이 높아질 수 있다. 자금력을 평가함에 있어서는 자본 또는 부채의 동원능력, 매출액, 이윤, 순이익율, 현금흐름, 자본시장에의 접근가능성, 계열회사의 자금력 등을 고려한다.

8. 기타 고려요인

사업자가 거래선을 당해 사업자로부터 다른 사업자에게로 변경할 수 있는 가능성, 시장경쟁에 영향을 미치는 당해 사업자의 신기술 개발 및 산업재산권 보유여부 등을 고려할 수 있다.

IV. 시장지배적지위 남용행위의 세부 유형 및 기준

1. 가격의 부당한 결정·유지·변경행위(법 제3조의2제1항제1호)

정당한 이유없이 상품의 가격이나 용역의 대가를 수급의 변동이나 공급에 필요한 비용(동종 또는 유사업종의 통상적인 수준의 것에 한한다)의 변동에 비하여 현저하게 상승시키거나 근소하게 하락시키는 경우(영 제5조제1항)

- (1) 「상품의 가격이나 용역의 대가」는 원칙적으로 현금결제에 적용되는 가격을 기준으로 하되, 거래관행상 다른 가격이 있는 경우에는 그 가격을 적용한다.
- (2) 「수급의 변동」은 당해 품목의 가격에 영향을 미칠 수 있는 수급요인의 변동을 말한다. 이 경우 상당기간동안 당해 품목의 수요 및 공급이 안정적이었는지 여부를 고려한다.
- (3) 「공급에 필요한 비용의 변동」은 가격결정과 상관관계가 있는 재료비, 노무비, 제조경비, 판매비와 일반관리비, 영업외비용 등의 변동을 말한다.
- (4) 「동종 또는 유사업종」은 원칙적으로 당해 거래분야를 위주로 판단하되, 당해 거래분야 위주의 판단이 불합리하거나 곤란한 경우에는 유사시장이나 인접시장을 포함한다.
- (5) 「통상적인 수준의 비용」인지 여부의 판단에는 각각의 비용항목과 전체 비용을 종합하여 판단하되, 당해 사업자의 재무상황, 비용의 변동추세, 다른 사업자의 유사항목 비용지출상황 등을 종합적으로 고려한다.
- (6) 「현저하게 상승시키거나 근소하게 하락시키는 경우」는 최근 당해 품목의 가격변동 및 수급상황, 당해 품목의 생산자물가지수, 당해 사업자의 수출시장에서의 가격인상율, 당해 사업자가 시장에서 가격인상을 선도할 수 있는 지위에 있는지 여부 등을 종합적으로 고려하여 판단한다.

2. 상품판매 또는 용역제공의 부당한 조절행위(법 제3조의2제1항제2호)

가. 정당한 이유없이 최근의 추세에 비추어 상품 또는 용역의 공급량을 현저히 감소시키는 경우(영 제5조제2항제1호)

- (1) 「최근의 추세」는 상당기간동안의 공급량을 제품별, 지역별, 거래처별, 계절별로 구분하여 판단하되, 제품의 유통기한, 1-(2)의 수급의 변동요인 및 1-(3)의 공급에 필요한 비용의 변동요인을 감안한다.
- (2) 「공급량을 현저히 감소시킨다」함은 당해 품목의 생산량이나 재고량을 조절함으로써 시장에 출하되는 물량을 현저히 감소시키는 것을 말한다. 이 경우 다음 사항을 고려하되, 직영대리점이나 판매회사의 재고량 및 출하량을 합산한다.
 - (가) 공급량을 감소시킨 후 일정기간 이내에 동 품목의 가격인상이 있었는지 여부
 - (나) 공급량을 감소시킨 후 일정기간 이내에 당해 사업자(계열회사를 포함한다)의 동 품목에 대한 매출액 또는 영업이익이 증가하였는지 여부
 - (다) 공급량을 감소시킨 후 일정기간 이내에 당해 사업자(계열회사를 포함한다)가 기존 제품과 유사한 제품을 출하하였는지 여부
 - (라) 원재료를 생산하는 당해 사업자(계열회사를 포함한다)가 자신은 동 원재료를 이용하여 정상적으로 관련 제품을 생산하면서, 타사업자 대해서는 동 원재료 공급을 감소시켰는지 여부

나. 정당한 이유없이 유통단계에서 공급부족이 있음에도 불구하고 상품 또는 용역의 공급량을 감소시키는 경우(영 제5조제2항 제2호)

「유통단계에서 공급부족이 있다」함은 주로 성수기에 최종 소비자가 소비하기 전의 각 유통과정에서 품귀현상이 있음을 말한다.

3. 다른 사업자의 사업활동에 대한 부당한 방해행위(법 제3조의2제1항제3호)

직접 또는 간접적으로 다음 각호의 1에 해당하는 행위를 함으로써 다른 사업자의 사업활동을 어렵게 하는 경우(영 제5조제3항)

- (1) 「간접적」이라 함은 특수관계인 또는 다른 자로 하여금 당해 행위를 하도록 하는 것을 말한다.
- (2) 「다른 사업자의 사업활동을 어렵게 하는 경우」를 판단함에 있어서는 다른 사업자의 생산·재무·판매활동을 종합적으로 고려 하되, 사업활동이 어려워질 우려가 있는 경우를 포함한다.

가. 정당한 이유없이 다른 사업자의 생산활동에 필요한 원재료 구매를 방해하는 행위(영 제5조제3항제1호)

- (1) 「원재료」에는 부품, 부재료를 포함한다.
- (2) 「원재료 구매를 방해한다」함은 원재료 구매를 필요량 이상으로 현저히 증가시키거나, 원재료 공급자로 하여금 당해 원재료를 다른 사업자에게 공급하지 못하도록 강제 또는 유인하는 것을 말한다.

나. 정상적인 관행에 비추어 과도한 경제상의 이익을 제공하거나 제공할 것을 약속하면서 다른 사업자의 사업활동에 필수적인 인력을 채용하는 행위(영 제5조제3항제2호)

「다른 사업자의 사업활동에 필수적인 인력」이라 함은 다음 각호의 1에 해당하는 자를 말한다. 다만, 다음 각호의 1에서 "기능공 포함"이란 당해 업체의 생산활동에 커다란 타격을 줄 정도로 다수의 기능공이 스카웃되는 경우를 말한다.

- (1) 당해 업체에서 장기간 근속한 기술인력(기능공 포함)
- (2) 당해 업체에서 많은 비용을 투입하여 특별양성한 기술인력(기능공 포함)
- (3) 당해 업체에서 특별한 대우를 받은 기술인력
- (4) 당해 업체의 중요산업정보를 소지하고 있어 이를 유출할 가능성이 있는 기술인력

다. 정당한 이유없이 다른 사업자의 상품 또는 용역의 생산·공급·판매에 필수적인 요소의 사용 또는 접근을 거절·중단하거나 제한하는 행위(영 제5조제3항제3호)

- (1) 「필수적인 요소(이하 “필수요소”라 한다)」라 함은 네트워크, 기간설비 등 유·무형의 요소를 포함하며, 다음 각호의 요건을 충족하여야 한다.

(가) 당해 요소를 사용하지 않고서는 상품이나 용역의 생산·공급 또는 판매가 사실상 불가능하여 일정한 거래분야에 참여할 수 없거나, 당해 거래분야에서 피할 수 없는 중대한 경쟁열위상태가 지속될 것

(나) 특정 사업자가 당해요소를 독점적으로 소유 또는 통제하고 있을 것

(다) 당해 요소를 사용하거나 이에 접근하려는 자가 당해 요소를 재생산하거나 다른 요소로 대체하는 것이 사실상·법률상 또는 경제적으로 불가능할 것

(2) 이 목에서 「다른 사업자」라 함은 필수요소 보유자 또는 그 계열회사가 참여하고 있거나 가까운 장래에 참여할 것으로 예상되는 거래분야에 참여하고 있는 사업자를 말한다.

(3) 「거절·중단·제한하는 행위」라 함은 다음과 같은 경우를 포함하여 실질적으로 거절·중단·제한하거나 이와 동일한 결과를 발생시키는 행위를 말한다.

(가) 필수요소로의 접근이 사실상 또는 경제적으로 불가능할 정도의 부당한 가격이나 조건을 제시하는 경우

(나) 필수요소를 사용하고 있는 기존 사용자에 비해 현저하게 차별적인 가격이나 배타조건, 끼워팔기 등 불공정한 조건을 제시하는 경우

(4) 「정당한 이유」가 있는지를 판단함에 있어서는 다음 경우에 해당하는지 여부 등을 고려한다.

(가) 필수요소를 제공하는 사업자의 투자에 대한 정당한 보상이 현저히 저해되는 경우. 다만, 경쟁의 확대에 의한 이익의 감소는 정당한 보상의 저해로 보지 아니한다.

(나) 기존 사용자에 대한 제공량을 현저히 감소시키지 않고서는 필수요소의 제공이 불가능한 경우

(다) 필수요소를 제공함으로써 기존에 제공되고 있는 서비스의 질이 현저히 저하될 우려가 있는 경우

(라) 기술표준에의 불합치 등으로 인해 필수요소를 제공하는 것이 기술적으로 불가능한 경우

(마) 서비스 이용고객의 생명 또는 신체상의 안전에 위협을 초래할 우려가 있는 경우

라. 이외에 다음과 같은 행위로서 다른 사업자의 사업활동을 어렵게 하는 행위(영 제5조제3항제4호)

(1) 부당하게 특정사업자에 대하여 거래를 거절하거나 거래하는 상품 또는 용역의 수량이나 내용을 현저히 제한하는 행위

(2) 거래상대방에게 정상적인 거래관행에 비추어 타당성이 없는 조건을 제시하거나 가격 또는 거래조건을 부당하게 차별하는 행위

(3) 부당하게 거래상대방에게 불이익이 되는 거래 또는 행위를 강제하는 행위

(4) 거래상대방에게 사업자금을 대여한 후 정당한 이유없이 대여자금을 일시에 회수하는 행위

(5) 다른 사업자의 계속적인 사업활동에 필요한 소정의 절차(관계기관 또는 단체의 허가, 추천 등)의 이행을 부당한 방법으로 어렵게 하는 행위

(6) 지식재산권과 관련된 특허침해소송, 특허무효심판, 기타 사법적·행정적 절차를 부당하게 이용하여 다른 사업자의 사업활동을 어렵게 하는 행위

4. 새로운 경쟁사업자의 시장참가에 대한 부당한 방해행위(법 제3조의2제1항제4호)

직접 또는 간접적으로 다음 각호의 1에 해당하는 행위를 함으로써 새로운 경쟁사업자의 신규진입을 어렵게 하는 경우(영 제5조제4항)

(1) 「간접적」이라 함은 특수관계인 또는 다른 자로 하여금 당해 행위를 하도록 하는 것을 말한다.

(2) 「새로운 경쟁사업자」라 함은 일정한 거래분야에 신규로 진입하려고 하는 사업자 및 신규로 진입하였으나 아직 판매를 개시하고 있지 아니한 사업자를 말한다.

(3) 「신규진입을 어렵게 하는 경우」를 판단함에 있어서는 다른 사업자의 생산·재무·판매활동 등을 종합적으로 고려하되, 신규진입을 어렵게 할 우려가 있는 경우를 포함한다.

가. 정당한 이유없이 거래하는 유통사업자와 배타적 거래계약을 체결하는 행위(영 제5조제4항제1호)

(1) 「유통사업자」라 함은 최종소비자가 아닌 거래상대방을 말한다.

(2) 「배타적 거래계약」이라 함은 유통사업자로 하여금 자기 또는 자기가 지정하는 사업자의 상품이나 용역만을 취급하고 다른 사업자의 상품이나 용역은 취급하지 않을 것을 전제로 상품이나 용역을 공급하는 것을 말한다.

나. 정당한 이유없이 기존사업자의 계속적인 사업활동에 필요한 권리 등을 매입하는 행위(영 제5조제4항제2호)

「계속적인 사업활동에 필요한 권리」는 특허권·상표권 등의 지적재산권, 행정관청 또는 사업자단체의 면허권 등 인·허가, 기타 당해 거래분야에서 관행적으로 인정되는 모든 권리를 포함한다.

다. 정당한 이유없이 새로운 경쟁사업자의 상품 또는 용역의 생산·공급·판매에 필수적인 요소의 사용 또는 접근을 거절하거나 제한하는 행위(영 제5조제4항제3호).

이 경우에는 3. 다.의 규정을 준용한다.

라. 이외에 다음과 같은 행위로서 새로운 경쟁사업자의 신규진입을 어렵게 하는 행위(영 제5조제4항제4호)

- (1) 정당한 이유없이 신규진입 사업자와 거래하거나 거래하고자 하는 사업자에 대하여 상품의 판매 또는 구매를 거절하거나 감축하는 행위
- (2) 경쟁사업자의 신규진입에 필요한 소정의 절차(관계기관 또는 단체의 허가, 추천 등)의 이행을 부당한 방법으로 어렵게 하는 행위
- (3) 당해 상품의 생산에 필수적인 원재료(부품, 부자재 포함)의 수급을 부당하게 조절함으로써 경쟁사업자의 신규진입을 어렵게 하는 행위
- (4) 지식재산권과 관련된 특허침해소송, 특허무효심판 기타 사법적·행정적 절차를 부당하게 이용하여 경쟁사업자의 신규진입을 어렵게 하는 행위

5. 경쟁사업자를 배제하기 위한 부당한 거래행위(법 제3조의2제1항제5호전단)

가. 부당하게 상품 또는 용역을 통상거래가격에 비하여 낮은 대가로 공급하거나 높은 대가로 구입하여 경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있는 경우(영 제5조제5항제1호)

- (1) 「낮은 대가의 공급 또는 높은 대가의 구입」 여부를 판단함에 있어서는 통상거래가격과의 차이의 정도, 공급 또는 구입의 수량 및 기간, 당해 품목의 특성 및 수급상황 등을 종합적으로 고려한다.
- (2) 「경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있는 경우를 판단함에 있어서는 당해 행위의 목적, 유사품 및 인접시장의 존재여부, 당해 사업자 및 경쟁사업자의 시장지위 및 자금력 등을 종합적으로 고려한다.

나. 부당하게 거래상대방이 경쟁사업자와 거래하지 아니할 것을 조건으로 그 거래상대방과 거래하는 경우(영 제5조제5항제2호)

이 경우 경쟁사업자의 대체거래선 확보의 용이성, 당해 거래의 목적·기간·대상자 및 당해 업종의 유통관행 등을 종합적으로 고려한다.

6. 경쟁제한 효과의 판단기준

가. 일반원칙

(1) 법 제3조의2에 따라 어떤 행위가 경쟁제한 효과를 나타내는지 여부는 다음 사항을 종합적으로 고려하여 판단한다. 이 호에서는 경쟁제한 효과 판단의 중요한 기준을 예시하는 것이므로, 이 호에 포함되어 있지 않다는 이유로 경쟁제한 효과 판단시 고려될 수 없는 것은 아니다.

(2) 경쟁제한 효과를 판단함에 있어서는 일정한 거래분야에서 시장지배적 지위 남용 혐의 행위가 없었을 경우의 시장상황과 비교하거나, 유사시장 또는 인접시장과 비교하는 방법을 활용할 수 있다.

(3) 이 호에서 예시하는 판단요소는 상호 배타적이지 않다. 즉 여러 경쟁제한 효과 또는 그 우려가 동시에 발생할 수도 있고, 어느 한 판단요소가 다른 판단요소의 원인 또는 결과가 될 수도 있다. 예를 들어 소비자가 구매할 수 있는 상품·용역의 다양성 감소는 결국 일정한 거래분야에서 경쟁의 압력을 저하시켜 가격상승 또는 산출량 감소를 초래할 수 있다.

나. 가격상승 또는 산출량 감소

(1) 일정한 거래분야에 속한 상품·용역 또는 직·간접적으로 영향을 받는 인접시장에 속한 상품·용역의 가격이 상승하거나 산출량이 감소할 우려가 있는지 또는 이러한 현상이 당해 행위로 인하여 실제 발생하고 있는지 여부를 고려한다.

(2) 가격상승 또는 산출량 감소의 효과가 시장에 실제 나타나기까지는 상당한 기간(산업 또는 위반행위의 특성 등에 따라 상이함)이 소요되는 것이 일반적이라는 점을 고려한다.

(3) 가격상승 또는 산출량 감소효과는 아래에서 설명하는 봉쇄효과, 경쟁자 비용 상승 등 다른 경쟁제한 효과의 궁극적 결과일 수 있다.

다. 상품·용역의 다양성 제한

(1) 시장지배적 사업자가 공급하는 제품과 경쟁관계(잠재적 경쟁관계를 포함한다) 또는 보완관계에 있는 저렴한 상품·용역을 구매할 기회가 제한되는 등 다양한 상품·용역을 구매할 기회가 제한 또는 축소되는지 여부를 고려한다.

(2) 당해 행위로 인해 유력한 경쟁사업자의 수가 감소하는 경우에도 구매자가 선택할 수 있는 상품·용역의 다양성이 저해되는 결과를 초래할 수 있다.

<예시> 시장지배적 사업자가 대형마트와 배타적 거래 계약을 체결함으로써 경쟁사업자가 시장지배적 사업자보다 상대적으로 저렴한 키워를 대형마트에서 판매하지 못하도록 하여, 대형마트를 이용하는 소비자들이 구매할 수 있는 키워의 다양성을 제한한 경우

(3) 상품·용역의 다양성 제한은 혁신 저해 등 다른 경쟁제한 효과의 궁극적인 결과일 수 있다.

라. 혁신 저해

(1) 소비자에게 유익한 기술·연구·개발·서비스·품질 등의 혁신 유인을 저해하는지 여부를 고려한다.

<예시> PC운영체제 시장의 시장지배적 사업자가 PC운영체제와 별개 제품인 응용소프트웨어 프로그램을 PC운영체제에 결합하여 판매함으로써, 독립 응용소프트웨어 프로그램 개발자들의 소프트웨어 개발 유인을 축소시킨 경우

(2) 혁신 저해는 봉쇄효과, 경쟁자의 비용상승 등 다른 경쟁제한 효과의 궁극적인 결과일 수 있다.

마. 봉쇄효과

(1) 경쟁사업자의 시장진입 내지 확대기회가 봉쇄되거나 또는 봉쇄될 우려가 있는지 여부를 고려한다. 경쟁사업자에 대한 봉쇄효과는 유력한 경쟁사업자의 수를 감소시키고, 시장지배적 사업자에 대한 경쟁의 압력을 저하시켜 결과적으로 가격상승, 산출량 감소, 상품·용역의 다양성 제한, 혁신 저해 등의 경쟁제한 효과를 초래할 수 있다.

- 이때 봉쇄효과의 크기를 고려함에 있어서는, 당해 행위로 특정 시점에서 경쟁사업자의 접근이 차단 또는 곤란해진 정도와 함께, 당해 봉쇄효과가 경쟁사업자(잠재적 경쟁사업자를 포함한다)의 성장 및 신규진입에 미칠 중요성, 시장점유율 변화 추이, 다른 사업자와 거래시 평판에 미칠 영향 등 동태적 측면을 종합적으로 고려한다.

<예시> 화학비료 유통시장에서 상당한 점유율을 가진 회사(A)가 화학비료 제조업체들과 배타조건부 거래 계약을 체결하여 화학비료를 A에게만 공급하도록 한 경우, A회사 이외의 비료판매업체들이 화학비료 유통시장에서 봉쇄(배제)되는 효과를 초래한 경우

(2) 경쟁사업자에 대한 봉쇄효과가 시장에 실제 나타나기까지는 상당한 기간(산업 또는 위반행위의 특성에 따라 상이함)이 소요될 수 있음을 고려해야 한다.

바. 경쟁사업자의 비용 상승 효과

(1) 당해 행위로 인해 경쟁사업자(잠재적 경쟁사업자 포함)의 비용이 상승하거나 또는 상승할 우려가 있는지 여부를 고려한다. 경쟁사업자의 비용이 인위적으로 상승하면, 시장지배적 사업자에 대한 경쟁의 압력이 저하되므로, 결과적으로 일정한 거래분야 또는 인접시장의 가격상승, 산출량 감소, 상품·용역의 다양성 제한, 혁신 저해 등의 경쟁제한 효과를 초래할 수 있다.

(2) 경쟁사업자의 비용 상승 효과를 판단함에 있어서는, 당해 행위로 인해 경쟁사업자에게 효율적인 유통·공급경로가 차단되거나, 생산·유통에 필요한 적정한 자원확보가 방해되거나 또는 인위적인 진입장벽이 형성되는 등의 사유로 인해 경쟁사업자가 이러한 장애를 극복하는데 상당한 비용과 기간이 소요되는지 여부를 주로 고려한다.

<예시> 자동차제조 회사가 자신이 직접 운영하는 직영판매점과 경쟁관계에 있는 판매대리점(독립사업체)의 거점이전 승인을 지연·거부하거나 판매인원 채용등록을 지연·거부하여, 직·간접적으로 자신의 경쟁사업자인 판매대리점의 비용상승을 초래하는 경우

V. 재검토기한

공정거래위원회는 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」에 따라 이 고시에 대하여 2016년 1월 1일을 기준으로 매 3년이 되는 시점(매 3년째의 12월 31일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.

부칙 <제2015-15호, 2015. 10. 23. >

이 고시는 2015년 10월 23일부터 시행한다.