

아마존의 ‘자사우대(self-preferencing)’, EU 집행위원회 동의를결 검토

EU 집행위원회는 아마존이 입점업체의 비공개 데이터를 활용하여 Buy Box와 Prime서비스에 자사우대(self-preferencing)를 한 행위에 대해 동의를결 절차를 검토하고 있습니다.

1. EU집행위원회의 아마존 자사우대 조사

아마존은 세계 최대의 온라인 쇼핑몰을 보유하고 있으며, 대부분의 판매행위는 데이터 기반의 자동화된 시스템에 의해 수행됩니다. 아마존은 플랫폼 기업으로서 이중적 지위(a dual role)를 향유하는데 (i) 독립 판매자들이 소비자에게 제품을 판매하는 플랫폼인 마켓플레이스(marketplace)를 운영하는 지위를 가지는 동시에, (ii) 직접 판매자 지위에서 위 플랫폼을 이용하는 다른 독립 판매자들과 경쟁합니다. EU 집행위원회(이하 ‘위원회’)는 아마존이 자사 플랫폼인 마켓플레이스의 운영자 지위를 기반으로, 위 플랫폼을 이용하는 경쟁 판매자들의 비공개 영업활동 정보에 접근했다고 판단하고, 2019. 7.경 조사에 착수하였습니다.¹

그 결과 위원회는 2020. 11. 10. 아마존의 비공개 데이터 활용행위가 플랫폼에서의 공정한 경쟁을 왜곡하고 효과적인 경쟁을 방해하여 위법하다는 취지의 심사보고서(Statement of Objections)를 발송하였습니다.

이와 동시에 위원회는 아마존이 다음 두 가지 서비스에 관하여 자사우대 행위를 하였는지 조사를 개시하였습니다.²

(1) **Buy Box**: 동일한 상품에 대하여 단일 판매자의 판매 제안만을 눈에 띄는 방식으로 제시하고, 구매 버튼 클릭 즉시 그 판매자의 상품이 구매되도록 하는 서비스

¹ 사건번호 AT.40462

² 사건번호 AT.40703

(2) **Prime programme**: 고객에게는 월별 또는 연간 수수료를 받고 프리미엄 서비스를 제공하고, 개별 판매자에게는 특정 조건 하에서 프리미엄 고객에게 판매할 기회를 부여하는 서비스

위원회는 심사보고서 상에서 Buy Box 및 Prime 서비스 관련 기준과 규정이 아마존 자신 또는 자신의 물류 및 배송 서비스를 이용하는 판매자들을 부당하게 우대한다고 보았습니다. 아마존의 자사우대 행위로 소비자뿐만 아니라 다른 판매자 및 시장에도 피해가 발생하였다는 것입니다.

유럽연합 기능조약(Treaty on the Functioning of the European Union) 제102조³ 는 과도하게 높은 가격을 책정하는 등의 시장지배적 지위 남용행위를 금지하고 있습니다. 우리나라 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」상 시장지배적 지위 남용행위 금지규정(제5조)에 대응하는 규정입니다. 이 규정의 실제 집행은 EU 독점금지 규정 [Council Regulation (No) 1/2003]으로 규율됩니다.

2. 아마존의 동의의결 신청 내용

아마존은 조사절차 진행 과정에서 최근 2022. 7.경 위원회에 동의의결을 신청하면서 다음과 같은 안을 제시하였습니다.⁴

• 마켓플레이스 판매자 데이터 관련,

아마존은 마켓플레이스에서 다른 판매자의 영업활동과 관련되거나 그로부터 파생된 비공개 데이터를 그 판매자와 경쟁하는 자사 소매사업에 사용하는 것을 삼가야 한다(refrain). 이는 소매사업 관련 의사결정을 목적으로 아마존 마켓플레이스의 데이터를 교차 활용할 수 있는 자동화 도구와 직원 모두에게 적용된다. 해

³ 하나 이상의 국내 시장 또는 그 시장의 상당 부분에서의 지배적 지위를 남용하는 행위는 회원국 간의 무역에 영향을 미칠 수 있는 한 국내 시장과 양립할 수 없는 것으로 금지된다.

이러한 남용행위는 특히 아래와 같다.

- (a) 부당한 구매 또는 판매가격 및 기타 불공정한 거래조건을 직간접적으로 부과하는 행위
- (b) 생산, 시장 또는 기술적 발전을 제한하여 소비자의 권리를 침해하는 행위
- (c) 같은 거래를 하는 거래상대방에게 다른 거래조건을 적용함으로써 경쟁상 불리한 위치에 놓이게 하는 행위
- (d) 거래상대방으로 하여금 성질상 혹은 상관습상 계약의 목적과 관련 없는 의무를 부담하는 조건으로 계약을 체결하도록 하는 행위

⁴ 자세한 원문은 다음의 링크를 참고하여 주시기 바랍니다.

(https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases1/202229/AT_40703_8414012_1177_3.pdf)

당 데이터는 판매 조건, 수익, 출하, 재고 관련 정보, 소비자 방문 데이터 또는 판매자 실적에 관한 개별 및 집합 데이터를 포함한다. 아마존은 이 데이터를 브랜드 제품(branded goods)뿐만 아니라 PL상품(private label products)의 판매용으로 활용하지 않는다.

- **Buy Box 서비스 관련,**

Buy Box의 단일 판매자 선정과정에서 모든 판매자들을 동등하게 대우한다.

가격 및/또는 배송조건에서 Buy Box에 선정된 첫 번째 판매 제안과 충분히 차별화되는 다른 판매 제안이 있는 경우, 그 제안을 표시한다. 두 제안 모두에 대하여 동일한 설명 정보를 표시하고 동일한 구매경험을 제공한다. 이는 소비자의 선택권을 향상시키기 위함이다.

- **Prime 서비스 관련,**

Prime 서비스 이용을 위한 판매자 자격조건을 비차별적으로 설정한다.

Prime 서비스를 이용하는 판매자가 물류 및 배송 서비스 업체를 자유롭게 선택할 수 있도록 하고, 자신이 선택한 업체와 직접 조건을 협상할 수 있도록 허용한다.

Prime 서비스를 통해 얻은 제3의 물류 및 배송 서비스 업체의 약관 내지 실적정보를 자체 물류 서비스에 사용하지 않는다. 이는 그 업체의 데이터가 해당 업체와 경쟁하는 아마존의 물류 서비스 사업에 바로 공유 되는 것을 막기 위함이다.

- 위 동의의결안은 EU 경제지역 내 아마존의 모든 마켓플레이스에 적용되며, 단 이탈리아의 경우 이미 경쟁 당국이 2021. 11. 30.자 결정으로 이탈리아 시장과 관련된 Buy Box 및 Prime 서비스 자사우대 행위에 대하여 제재한 바 있으므로 제외된다.⁵

3. 향후 사건 진행

⁵ 이탈리아 경쟁당국 ICA(The Italian Competition Authority)는 2021. 11. 30. 아마존의 자사 물류서비스 FBA(Fulfillment by Amazon)를 우대한 행위가 TFEU 제102조에 위반된다고 판단하고 12억 유로가량의 과징금 및 시정명령을 내렸습니다. 자세한 내용은 다음의 링크를 참고하여 주시기 바랍니다.

(<https://www.competitionpolicyinternational.com/the-italian-competition-authoritys-decision-in-the-amazon-logistics-case-self-preferencing-and-beyond>)

지난 9월경 의견수렴 절차가 종료되었으므로 위원회는 본격적으로 동의를결 채택 여부에 대한 심사를 진행할 것으로 예상됩니다.

심사 결과 아마존의 제안이 이행될 경우 경쟁제한의 우려가 해소된다고 판단하면, 위원회는 아마존이 제안한 내용과 동일한 의무를 부과하는 동의를결을 채택할 수 있습니다. 이 경우 아마존은 EU 경쟁법 위반을 피할 수 있으나, 스스로 제안한 내용을 향후 5년 동안 준수해야 합니다. 위원회로부터 위임받은 기관이 그 이행여부를 계속 감시하며, 만약 아마존이 위 의무를 이행하지 않을 경우 위원회는 별도 조사 없이 과징금(전 세계 매출액의 10% 범위 내)을 부과할 수 있습니다.

아마존의 위 동의를결안과 관련하여 European Public Services Union 등 12개 NGO 단체들은 동의를결안이 “약하고, 모호하고 허점이 많다(weak, vague and full of loopholes)”는 취지의 의견을 제출하였으며, 2023년 시행이 예상되는 EU 디지털 시장법(Digital Markets Act)⁶ 규제와 중복되어 실질적인 규제에 혼선이 발생할 수 있다는 우려를 밝혔습니다.⁷ 아마존의 자사우대 행위는 지난 2021. 11. 이탈리아 경쟁당국이 이미 제제한 바 있으며 최근 영국에서는 소비자들이 아마존 자사우대 행위로 인하여 “판매자 내지 판매 제안 선택권을 침해당했다”는 이유로 집단소송을 제기하기도 하였습니다.⁸ 대형 온라인플랫폼 회사의 ‘자사우대’에 대한 미국과 EU 경쟁당국의 규제 역시 당분간 지속될 것으로 예상됩니다.

우리 역시 자사우대 행위를 규제하려는 움직임을 보이고 있습니다. 공정거래위원회는 지난 2022. 1. 6. 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위 및 불공정거래행위에 대한 심사지침 제정안」을 통해 자사우대를 플랫폼 사업자의 대표적 위반행위 유형으로 규정한 바 있으며[III. 2. 다. (1)], 최근 판교화재 사건을 계기로 동일한 내용의 ‘온라인플랫폼 독과점 심사지침’을 올해 안에 제정할 계획이라는 입장을 밝혔습니다.⁹ 이에 대해 자사우

⁶ 디지털 시장법에 관한 자세한 내용은 다음의 2021. 3. 15.자 뉴스레터 링크를 참고하여 주시기 바랍니다.
(https://www.jipyong.com/kr/board/news_view.php?seq=10138)

⁷ NGO 단체들의 의견에 관한 자세한 내용은 다음의 링크를 참고하여 주시기 바랍니다.
(<https://techcrunch.com/2022/09/12/amazon-eu-antitrust-probe-weak-offer>)

⁸ 영국 소비자 집단소송에 관한 자세한 내용은 다음의 링크를 참고하여 주시기 바랍니다.
(<https://www.competitionpolicyinternational.com/amazon-faces-uk-antitrust-class-action-for-algorithm-abuse>)

⁹ 공정위 2022. 10. 21.자 보도자료

대의 개념이 경쟁법상 불명확하고 국내 플랫폼 시장의 현황에 맞지 않을 뿐만 아니라, 과도한 규제는 플랫폼 사업자의 혁신 유인을 저해할 수 있다는 비판도 있어 실제 사건에서 어떻게 법리가 구체화될 지 지켜볼 필요가 있습니다. ①

법무법인(유) 지평 공정거래그룹



김지홍 변호사(공정거래그룹장)
T. 02-6200-1720 E. ghkim@jipyong.com



장품 변호사
T. 02-6200-1766 E. pjang@jipyong.com



이용익 외국변호사(미국)
T. 02-6200-1921 E. yilee@jipyong.com



이경민 변호사
T. 02-6200-1902 E. kmlee@jipyong.com