

■ 최신 판례 ■

[공정거래] 기업결합과 카르텔의 관련시장획정 기준은 다르지 않다

김지홍 변호사 | 이병주 변호사

1. 판결의 취지

- 가. 관련상품시장의 획정을 필요로 하는 행위가 무엇인지 여부에 따라 관련상품시장 획정의 기준이 본질적으로 달라진다고 볼 수 없다.
- 나. 관련상품시장을 획정함에 있어서 합의의 대상·목적·효과 등은 주로 관련상품시장 획정 그 자체를 위한 고려요소라기보다 관련상품시장 획정을 전제로 한 부당한 공동행위의 경쟁제한성을 평가하는 요소들에 해당하므로, 만약 이러한 방식으로 관련상품시장을 획정하게 되면 관련상품시장을 획정한 다음 경쟁제한성을 평가하는 것이 아니라 반대로 경쟁제한의 효과가 미치는 범위를 관련상품시장으로 보게 되는 결과가 되어 부당하다.

2. 사실관계

음료제품은 원재료 및 제조방법 등 기준에 따라 ① 과실 또는 채소를 주원료로 가공한 주스음료인 과실음료, ② 콜라, 사이다, 탄산수 등 탄산음료, ③ 커피, 기능성음료, 스포츠음료, 차류, 두유류, 먹는 샘물 등으로 구성된 기타음료로 구분됩니다. 공정거래위원회는 이러한 음료제품을 생산·판매하는 5개 사업자(이하 '음료 5개사')들이 2008년 2월경, 9월경 및 2009년 2월경, 음료 5개사 중 주요 2개사가 2008년 12월경 음료제품의 가격을 공동으로 인상하기로 공동행위(이하 '이 사건 공동행위')를 하였다는 이유로, 음료 5개사에게 시정명령과 정보교환 금지명령을, 원고를 포함한 3개사에게 과징금 납부명령을 하였습니다.

공정거래위원회는 가격인상을 논의한 청량음료협의회에서 음료 5개사들은 공동행위의 대상을 특정하지 않고 음료제품 전체를 대상으로 하였고, 교환한 정보 내용도 가격인상 품목 전체에 대한 것이며 일부 품목에 대해 합의했다고 하더라도 이러한 합의가 다른 품목에 직·간접적으로 영향을 미쳐 가격이 인상된 것으로 보아 2008년 2월경 공동행위, 2008년 12월경 공동행위, 2009년 2월경 공동행위 결과 인상된 음료제품 전체를 관련상품으로 파악했습니다(2008년 9월 공동행위의 경우 가격인상 예정품목이 2008년 2월 공동행위 품목과 겹치고 실제 가격인상도 없었다는 점에서 관련상품에서 제외). 공정거래위원회는 음료 5개사 중 원고에게, 2008년 2월경 공동행위에서 과실음료 16개 품목, 기타음료 11개 품목 등 총 27개 품목, 2009년 2월경 공동행위에서 추가로 과실음료 21개, 기타음료 8개 등 29개 품목을 관련상품으로 인정하여 관련 매출액을 산정한 후, 최종적으로 14억 1,500만 원을 과징금으로 부과하였습니다(이하 '이 사건 과징금처분'). 원고는 과실음료, 탄산음료, 기타음료 별로 시장을 달리 확정하여야 하는데 공정거래위원회가 음료시장 전체를 하나의 시장으로 잘못 획정한 후 이에 기초해 과징금을 부과한 것은 위법이라며 소송을 제기하였습니다.

원심인 서울고등법원은, 관련시장의 획정은 사업자들 사이에 경쟁의 경계를 특정하고 구분하는 수단이고 경쟁정책이 적용될 수 있는 기본 틀을 설정하는 것이므로 공정거래법상 관련시장의 획정을 필요로 하는 행위가 무엇인지에 따라 달리 취급되어야 한다고 보았습니다. 원심은 이러한 전제하에 기업결합과 부당한 공동행위의 관련시장 획정은 달라야 한다고 하였습니다. 즉, 기업결합의 경우 장래 발생할 경쟁상황 변화를 예측하기 위한 것인 반면, 부당한 공동행위는 이미 발생한 담합의 위법성을 사후에 판단하는 것이므로 부당한 공동행위에서 관련시장 획정은 무엇보다 행위자의 의도와 목적, 공동행위의 대상 및 내용, 공동행위로 이미 경쟁제한 효과가 발생한 영역 내지 분야 등을 일차적인 판단기준으로 보았습니다. 이에 원심은 (i) 음료 5개사는 과실음료, 탄산음료, 기타음료를 모두 포함하여 음료제품 전체를 이 사건 공동행위의 대상 및 내용으로 삼았고, (ii) 가격인상의 목적 및 의도 또한 전체 음료시장에서의 가격경쟁을 제한하는 것이었으며, (iii) 경쟁제한의 효과도 전체 음료시장에서 발생한 점을 들어 과실음료, 탄산음료 그리고 기타음료를 모두 포함하는 전체 음료시장을 관련상품시장으로 획정한 공정거래위원회의 시장획정에 문제가 없다는 취지로 판결하였습니다. 다만, 원심은 2008년 2월경 공동행위의 경우 원고가 이 사건 공동행위에 가담하였다고 인정하기에는 증거가 부족하다는 이유

로 이 사건 과징금처분을 취소하였습니다. 원고와 공정거래위원회는 원심 판결에 불복하고 모두 대법원에 상고하였습니다.

원심과 달리, 대법원은 부당한 공동행위에서의 관련상품시장 획정의 기준은 기업결합의 그것과 다르지 않다고 결론 내렸습니다. 원심이 들고 있는 관련상품시장 획정 기준인 합의의 대상·목적·효과 등은 주로 관련상품시장 획정 그 자체를 위한 고려요소라기보다 관련상품시장 획정을 전제로 한 부당한 공동행위의 경쟁제한성을 평가하는 요소들에 해당한다고 보았습니다. 대법원은 원심의 잘못된 시장획정으로 먹는 샘물, 두유류, 기능성음료, 스포츠음료, 차류를 비롯한 탄산음료, 과실음료, 커피까지 동일한 관련상품시장에 포함되었는데, 이들 음료상품들은 기능과 효용 및 구매자들의 대체 가능성에 대한 인식의 면에서 동일한 관련상품시장에 포함되지 않는다고 판단하였습니다. 원심의 관련상품시장 획정에 문제가 있다는 원고의 상고를 받아들인 것입니다.

그 결과 대법원은 음료상품의 기능 및 효용의 유사성, 구매자들의 대체가능성에 대한 인식 및 그와 관련한 경영의사 결정형태 등을 종합적으로 고려하여 관련상품시장을 다시 획정하라는 취지로, 원심 판결 중 원고 패소부분을 파기·환송하였습니다. 피고의 상고 또한 마찬가지로 관련시장 획정이 제대로 이루어진 다음에야 판단될 수 있다면서 기각하였습니다.

3. 판결의 의의

공정거래법 사건에서 기업결합과 담합의 관련시장 획정은 달라질 수 있다는 견해가 있었습니다. 이러한 주장은 기업결합은 아직 발생하지 않은 경쟁제한효과를 사전 예측한다는 점에서 이미 발생한 경쟁제한효과를 사후 평가하는 담합과 다르다는 점을 주요한 이유로 들었습니다. 원심 판결 또한 이러한 입장에 선 것으로 평가할 수 있는데 이와 같이 관련시장 획정을 둘러싼 논란이 계속되자 대법원이 이번 판결로써 문제된 행위가 무엇이든 간에 공정거래법상 관련시장의 획정 기준은 동일하다고 결론 내려 그간의 논의를 정리한 것입니다.

대법원의 이번 판결은 부당한 공동행위와 관련하여 작년에 있었던 [수입차 딜러 사건](#)과 함께 중요한 판결로 평가될 것으로 보입니다. 대법원은 최근 일련의 판결을 통해, 공동행위 사건 또한 당연위법 법리가 적용되지 않고 관련시장 획정이 필요하며, 카르텔 사건에서의 관련시장 획정은 기업결합의 그것과 다르지 않다는 점을 분명히 하였는데, 결론의 타당성 여부를 떠나 대법원의 이러한 결론이 가져올 파급효과는 작지 않을 것입니다.

다만 수입차 딜러 사건과 마찬가지로, 대법원은 금번 판결로 구체적인 결론은 내리지 않고 서울 고등법원에게 관련시장 획정을 다시 검토할 것을 명한 것이므로 최종적인 결론에 대해서는 아직 단정하기 어렵습니다.

4. 다운로드 : [대법원 2013. 2. 14. 선고 2010두28939 판결](#)