

# 공정거래 자율준수 편람

- 목 차 -

I. CP 소개

1. 개념	-----	6
2. 8 대 핵심 요소	-----	6
가. CP 기준과 절차 마련 및 시행	-----	6
나. 최고경영자의 자율준수 의지 및 지원	-----	6
다. CP 의 운영을 담당하는 자율준수관리자 임명	-----	7
라. 자율준수편람의 제작 · 활용	-----	7
마. 지속적이고 체계적인 자율준수교육 실시	-----	7
바. 내부감시체계 구축	-----	7
사. 공정거래 관련 법규 위반 임직원에 대한 제재	-----	7
아. 효과성 평가와 개선조치	-----	7

II. 공정거래 업무 기준

i. 불공정거래행위의 금지

1. 위법성 심사 기준	-----	8
2. '부당하게'와 '정당한 이유없이'의 구분	-----	9

ii. 경쟁사에 대한 불공정거래행위의 금지

1. 경쟁사업자 배제	-----	10
가. 부당염매	-----	10
나. 부당고가매입	-----	11

2. 부당한 고객유인 -----	11
가. 부당한 이익에 의한 고객유인 -----	12
나. 위계에 의한 고객유인 -----	12
다. 기타의 부당한 고객유인 -----	13
<b>iii. 협력사에 대한 불공정거래행위의 금지</b>	
1. 거래거절 -----	15
가. 공동의 거래거절 -----	15
나. 기타의 거래거절 -----	16
2. 차별적 취급 -----	18
가. 가격차별 -----	19
나. 거래조건차별 -----	19
다. 계열회사를 위한 차별 -----	19
라. 집단적 차별 -----	20
3. 거래강제 -----	21
가. 끼워팔기 -----	21
나. 사원판매 -----	21
다. 기타의 거래강제 -----	22
4. 거래상 지위의 남용 -----	23
가. 구입강제 -----	23
나. 이익제공강요 -----	24
다. 판매목표강제 -----	24
라. 불이익제공 -----	25
마. 경영간섭 -----	26
5. 구속조건부 거래 -----	27

가. 배타조건부거래	-----	27
나. 거래지역 또는 거래상대방의 제한	-----	28
6. 사업활동방해	-----	29
가. 기술의 부당이용	-----	30
나. 인력의 부당유인·채용	-----	30
다. 거래처 이전방해	-----	30
라. 기타의 사업활동방해	-----	31
<b>iv. 특약매입거래 부당성 심사지침</b>		
1. 특약매입거래의 특성	-----	32
가. 거래과정 및 특성	-----	32
나. 대규모유통업자와 협력사 등의 역할	-----	32
다. 판매수수료의 성격	-----	33
2. 부당성 심사 기준	-----	33
(1) 상품 입고 및 관리 단계	-----	33
(2) 매장 운영·관리 단계	-----	34
(3) 광고 및 판매촉진 활동 단계	-----	35
3. 판매촉진행사 참여에 대한 강제성 판단 기준	-----	39
<b>v. 판매장려금 부당성 심사지침</b>		
1. 판매장려금의 개념 및 인정범위	-----	41
2. 판매장려금 약정에 관한 절차	-----	41
3. 판매장려금의 부당성 판단기준	-----	42
(1) 판매촉진 목적과의 관련성 여부	-----	42
(2) 직매입 거래의 속성상 인정되지 않는 행위와 관련되어 판매장려금을 받는지 여부	-----	43

(3) 판매장려금 약정이 대규모유통업자·협력사 양자 모두에게 이익이 되는지 여부	---	45
(4) 판매장려금 약정 절차	-----	45
<b>vi. 판촉사원 파견 가이드라인</b>		
가. 관련법률의 규정	-----	47
나. 대규모유통업자가 종업원 등을 파견받는 사유와 관련하여 준수해야 할 사항	--	48
다. 대규모유통업자가 종업원 등을 파견 받을 경우 따라야 할 절차	-----	50
라. 대규모유통업자가 파견받은 종업원 등에 대해 유의해야 할 남용행위	-----	53
<b>vii. 반품행위 위법성 심사지침</b>		
1. 반품에 대한 약정	-----	54
가. 반품의 조건	-----	54
나. 반품조건 등에 관한 서면기재 의무와 서류보존 의무	-----	55
2. 반품조건에 대한 위법성 심사기준	-----	56
가. 기본원칙	-----	56
나. 위법 요건	-----	56
다. 반품이 허용되는 경우(정당한 사유가 있는 것으로 추정되는 경우)	-----	57
<b>viii. 계열사에 대한 부당지원행위의 금지</b>		
① 가지급금 또는 대여금 등 자금을 거래한 경우	-----	63
② 유가증권·부동산·무체재산권 등 자산을 거래한 경우	-----	65
③ 부동산을 임대차한 경우	-----	67
④ 상품·용역을 거래한 경우	-----	68
(1) 거래대가 차이로 인한 지원행위	-----	68
(2) 상당한 규모에 의한 지원행위	-----	69

⑤ 인력을 제공한 경우	70
⑥ 거래단계를 추가하거나 거쳐서 거래한 경우	71
⑦ 부당성 판단기준	72
가. 부당성 판단의 기본원칙	72
나. 부당한 지원행위에 해당하는 경우	73
다. 부당한 지원행위에 해당하지 않는 경우	74
<b>Ⅲ. 당사 윤리실천 특별약관</b>	<b>76</b>

## I. CP 소개

### 1. 개념

- (1) “CP”라 함은 회사의 공정거래 관련 법규를 준수하기 위하여 자체적으로 제정·운영하는 교육, 감독 등 내부준법시스템을 말함
- (2) “CP 등급평가”라 함은 CP를 도입한 지 1년 이상 경과한 기업 중 평가를 신청한 기업을 대상으로 매년 1회 이상 CP 운영실적 등을 기준으로 기업별 등급을 산정하는 제도를 말함
- (3) “기업집단”이라 함은 동일인이 사실상 사업내용을 지배하는 회사의 집단으로서 최소 2개 이상의 회사로 구성됨
- (4) “계열회사”라 함은 당사의 계열회사를 말함
- (5) “경쟁사”라 함은 당사의 상품 또는 서비스와 경쟁적인 상품을 국내에 판매하고 있는 업체를 말함
- (6) “협력사(거래상대방)”라 함은 당사와 계약관계가 체결된 협력사 및 제조사를 말함
- (7) “임직원”이라 함은 당사와 고용계약을 체결한 모든 임원과 직원을 말함
- (8) “공정위”라 함은 공정거래위원회(Fair Trade Commission)를 말함

### 2. 요소

회사가 CP를 도입한 것으로 인정받기 위해서는 다음 각 호의 요건을 충족하여야 함

#### 가. CP 기준과 절차 마련 및 시행

- ✧ 회사 임직원들이 업무와 관련된 공정거래 관련 법규 준수사항을 명확히 인지하고 이를 실천할 수 있도록 필요한 기준과 절차를 마련하고 시행하여야 함

#### 나. 최고경영자의 자율준수 의지 및 지원

- ◇ 최고경영자는 공정거래 관련 법규 자율준수 의지와 방침을 공개적으로 표명하고 CP 운영을 적극 지원하여야 함

**다. CP의 운영을 담당하는 자율준수관리자 임명**

- ◇ 이사회 등 최고 의사결정기구는 조직 내 자율준수관리자를 임명하고, 자율준수관리자에게 효과적인 CP 운영에 대한 책임을 부여하여야 함

**라. 자율준수편람의 제작·활용**

- ◇ 자율준수편람은 자율준수관리자의 책임 하에 작성된 것으로 공정거래 관련 법규 및 CP 기준과 절차 등을 포함함. 편람은 모든 임직원이 쉽게 접근하여 활용할 수 있는 문서 혹은 전자파일 등의 형태로 제작되어야 함

**마. 지속적이고 체계적인 자율준수교육 실시**

- ◇ CP 기준과 절차 및 공정거래 관련 법규 준수 사항 등에 대하여 최고 경영자 및 구매·영업부서 등 공정거래관련 위반가능성이 높은 분야의 임직원을 대상으로 효과적인 교육을 정기적으로 실시하여야 함

**바. 내부감시체계 구축**

- ◇ 위법행위의 예방 또는 조기 발견을 위해 합리적으로 계획된 감시 및 감사 시스템을 구축하여 운용하여야 함. 감시 및 감사 결과는 주기적으로(최소 연 2회 이상) 이사회 등 최고 의사결정기구에 보고되어야 함

**사. 공정거래 관련 법규 위반 임직원에 대한 제재**

- ◇ 공정거래 관련 법규 위반 책임이 있는 임직원에 대하여 그 위반 정도에 상응하는 제재조치를 규정한 사규를 마련·운용하여야 함. 또한 임직원의 법 위반 행위 발견 시 적극적으로 대응하고 추후 유사한 행위가 재발되지 않도록 예방하여야 함

**아. 효과성 평가와 개선조치**

- ◇ CP가 효과적으로 지속하여 운영될 수 있도록 정기적으로 CP 기준, 절차, 운용 등에 대한 점검, 평가 등을 실시하여 그에 따라 개선조치를 취하여야 함



## II. 공정거래 업무 기준

### i. 불공정거래행위의 금지

사업자는 다음의 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 하거나, 계열회사 또는 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 안 됨

- (1) 부당하게 거래를 거절하거나(‘거래거절’) 거래의 상대방을 차별하여 취급하는 행위(‘차별적 취급’)
  - (2) 부당하게 경쟁자를 배제하는 행위
  - (3) 부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하거나 강제하는 행위
  - (4) 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위
  - (5) 거래의 상대방의 사업활동을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하거나 다른 사업자의 사업활동을 방해하는 행위
  - (6) 부당하게 다음 행위를 통하여 특수관계인 또는 다른 회사를 지원하는 행위
- 상당히 유리한 조건으로 거래하는 행위
  - 다른 사업자와 거래하면 상당히 유리함에도 불구하고 거래상 실질적인 역할이 없는 특수관계인이나 다른 회사를 매개로 거래하는 행위

### 1. 위법성 심사 기준

불공정거래행위 유형이 법 위반에 해당되는지 여부를 판단하는 기준은 해당 행위가 ‘공정한 거래를 저해할 우려’(소위 ‘공정거래저해성’이라 함)가 있는지 여부에 있음

공정거래저해성이란 경쟁제한성과 불공정성을 포함하는 개념으로 봄

경쟁제한성이란 해당 행위로 인해 시장의 경쟁의 정도 또는 경쟁 경쟁사업자(잠재적 경쟁사업자 포함)의 수가 유의미한 수준으로 줄어들거나 줄어들 우려가 있음을 의미함

불공정성이란 경쟁수단 또는 거래내용이 정당하지 않음을 의미함. 경쟁수단의 불공정성은 상품 또는 용역의 가격과 질 이외에 바람직하지 않은 경쟁수단을 사용함으로써 정당한 경쟁을 저해하거나 저해할

우려가 있음을 의미함. 거래내용의 불공정성이라 함은 거래상대방의 자유로운 의사결정을 저해하거나 불이익을 강요함으로써 공정거래의 기반이 침해되거나 침해될 우려가 있음을 의미함

## 2. '부당하게'와 '정당한 이유없이'의 구분

'부당하게'를 요건으로 하는 행위에 대해서는 공정거래위원회(사무처)가 위법성을 입증할 책임을 부담하는 것으로 봄. 반면, '정당한 이유없이'를 요건으로 하는 행위(공동의 거래거절, 계열회사를 위한 차별, 계속적 연매)에 대해서는 해당 행위의 외형이 있는 경우에는 원칙적으로 공정거래저해성이 있는 것으로 봄. 따라서 사업자는 정당한 이유가 있는지에 대해 입증할 책임이 있는 것으로 봄

## ii. 경쟁사에 대한 불공정거래행위의 금지

### 1. 경쟁사업자 배제

사업자가 상품 또는 용역을 현저히 낮은 가격으로 공급함으로써 경쟁사업자를 시장에서 배제시킨 후 독점적 지위를 구축하여 독점가격 책정이 가능해 질 경우, 이는 경쟁을 저해하고 궁극적으로 소비자후생 수준의 저하로 귀결될 수 있으므로 금지됨

또한, 사업자가 경쟁사업자를 당해 시장에서 배제할 목적으로 경쟁사업자가 필요로 하는 상품·원재료의 상당량을 고가로 매입할 경우 이는 시장에서의 정상적인 경쟁을 저해하게 되므로 금지됨

#### 가. 부당염매

자기의 상품 또는 용역을 공급함에 있어서 정당한 이유 없이 그 공급에 소요되는 비용보다 현저히 낮은 대가로 계속하여 공급하거나 기타 부당하게 상품 또는 용역을 낮은 대가로 공급함으로써 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있는 행위를 말함

부당염매에는 계속적 염매와 일시적 염매가 있는데 계속적 염매란 상당기간에 걸쳐 반복해서 공급비용 보다 현저히 낮은 수준으로 상품 또는 용역의 공급이 이루어짐을 말함. 공급비용 보다 현저히 낮은 수준인지 여부는 제조원가나 매입원가를 기준으로 함. 제조원가는 재료비, 인건비, 기타 제조경비, 일반관리비를 포함하여 산정함. 매입원가는 실제 구입가격을 기준으로 하되, 계열회사관계나 제휴관계와 같은 특수한 사정이 존재하는 경우에는 일반사업자간 거래가격을 고려하여 수정된 가격을 기준으로 할 수 있음. 일시적 염매란 일회 또는 단기간(1주일이내)에 걸쳐 현저히 낮은 대가로 상품 또는 용역의 공급이 이루어짐을 의미함. 현저히 낮은 대가에 해당되는지 여부는 계속적 염매의 경우와 마찬가지로 제조원가나 매입원가를 기준으로 함

염매의 상대방에는 사업자 뿐만 아니라 소비자도 포함됨

부당염매는 유인염매 또는 할인특매와는 구별됨. 유인염매란 사업자가 자신이 취급하는 상품 또는 용역중 소비자에게 잘 알려진 일부 품목에 대해서만 덤핑판매를 하고 나머지 품목에 대해서는 마진율을 종전과 같이 하거나 상향조정하여 판매하는 것을 말함. 이는 판촉전략의 하나로 경쟁사업자 배제행위와는 구별됨. 한편, 할인특매는 다음과 같은 점에서 부당염매와 구별됨. 첫째, 할인특매는 공시의 방법으로 실시 기간이 확정되는 등 기간이 확정적인 점 둘째, 할인특매는 경쟁사업자 배제의도 보다는 계절상품의 처리, 불경기 등 시장상황 변화에 대응하기 위한 경우가 많은 점 등임

- 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 규모의 경제 등 이유로 당해 시장에서의 신규진입이 단기간에 용이하지 않은 상황에서 경쟁사업자를 퇴출시키기 위한 목적으로 제조원가에 못 미치는 가격으로 계속하여 상품 또는 용역을 공급하는 행위
- ② 시장에서 유력한 사업자가 신규진입을 시도하는 사업자를 저지하기 위해 제조원가를 하회하는 가격으로 상품 또는 용역을 일정기간 계속적으로 판매하는 행위
- ③ 합리적 이유없이 공공기관 물품구매입찰에서 사업자가 자신이 타 사업자로부터 공급받는 가격보다 낮은 가격으로 응찰하여 낙찰됨으로써 다년간 공급계약을 체결하고 동 물품을 공급하는 행위

## 나. 부당고가매입

부당하게 상품 또는 용역을 통상거래가격에 비하여 높은 대가로 구입하여 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자를 배제시킬 우려가 있는 행위를 말함

통상 거래가격에 비하여 높은 가격으로 상품 또는 용역을 구입하는 행위가 대상이 됨. 통상 거래가격이라 함은 당시의 시장에서 사업자간에 정상적으로 이루어지는 거래에서 적용되는 가격수준을 말함

인위적으로 제품이나 원재료의 품귀를 발생시켜 경쟁사업자를 배제할 수 있기 위해서는 매점되는 상품 또는 용역의 물량이 전체 공급량에서 차지하는 비중이 중요하므로, 고가매입이 계속해서 이루어질 필요는 없음

고가매입의 상대방은 사업자에 한하며 소비자는 포함되지 않음

### ■ 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 합리적 이유없이 제품의 생산·판매에 필수적인 요소를 통상거래가격에 비하여 높은 대가로 매점하여 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자가 시장에서 배제될 수 있을 정도로 사업활동을 곤란하게 하는 행위
- ② 신규로 시장에 진입하려는 사업자를 저지하기 위한 목적으로 그 사업자가 필요로 하는 상품 또는 용역을 통상 거래가격 보다 높은 가격으로 매점함으로써 사실상 진입을 곤란하게 하는 행위

## 2. 부당한 고객유인

소비자가 만족도를 극대화할 수 있기 위해서는 정확한 정보를 바탕으로 저렴하고 품질 좋은 상품 또는 용역을 구입할 수 있어야 할 것임. 이를 위해 사업자는 자기가 제공하는 상품 또는 용역의 가격과 품질을 경쟁수단으로 삼아야 할 것임

사업자가 부당한 이익제공이나 위계, 거래방해 등의 방법으로 경쟁사업자의 고객을 유인하는 것은 그 경쟁수단이 불공정한 것으로서 시장에서의 바람직한 경쟁질서를 저해하고 소비자가 품질 좋고 저렴한 상품 또는 용역을 선택하는 것을 방해하므로 금지됨

### 가. 부당한 이익에 의한 고객유인

정상적인 거래관행에 비추어 부당하거나 과대한 이익을 제공 또는 제공할 제의를 하여 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위를 말함

자기와 거래하도록 하기 위해 경쟁사업자의 고객에게 이익을 제공하거나 제공할 제의를 하는 행위가 대상이 됨. 이때, 경쟁사업자의 고객에는 경쟁사업자와 거래를 한 사실이 있거나 현재 거래관계를 유지하고 있는 고객뿐만 아니라 잠재적으로 경쟁사업자와 거래관계를 형성할 가능성이 있는 고객이 포함됨

이익제공 또는 제의의 방법에는 제한이 없으며, 표시·광고를 포함함. 제공되는 이익에는 리베이트의 제공이나 가격할인 등 고객에게 유리하도록 거래조건의 설정·변경, 판촉지원금 내지 판촉물의 지급, 경쟁사업자의 제품을 자사제품으로 교환하면서 덤으로 자사제품의 과다한 제공 등 적극적 이익제공과 원래 부과되어야 할 요금·비용의 감면, 납부기한 연장, 담보제공 의무나 설정료의 면제 등 소극적 이익제공 등 모든 경제적 이익이 포함됨

이익제공(제의)의 상대방에는 소비자 뿐만 아니라 사업자도 포함됨

#### ■ 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 자기와 거래하도록 하기 위해 자신의 상품 또는 용역을 구입하는 고객에게 음성적인 리베이트를 지급하거나 지급할 제의를 하는 행위
- ② 「경품류제공에관한불공정거래행위유형및기준(공정위 고시)」에서 허용된 범위를 초과하는 경품(예: 소비자경품의 경우 거래가액의 10%, 소비자현상경품의 경우 경품가액이 경품부 상품 또는 용역의 1%를 초과하거나 소비자현상경품의 가액이 100 만원을 초과하는 경우)을 제공하는 행위
- ③ 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 소개·의뢰·추천하는 자에게 리베이트 등의 이익을 제공하거나 제공할 것이라는 제의를 함으로써 고객을 유인하는 행위
- ④ 사업자가 다른 특정사업자로부터 수주하거나 거래를 개시하기 위해 금품 등 음성적인 경제적 이익을 제공하는 행위

### 나. 위계에 의한 고객유인

부당한 표시·광고 외의 방법으로 자기가 공급하는 상품 또는 용역의 내용이나 거래조건 기타 거래에 관한 사항에 관하여 실제보다 또는 경쟁사업자의 것보다 현저히 우량 또는 유리한 것으로 고객을

오인시키거나 경쟁사업자의 것이 실제보다 또는 자기의 것보다 현저히 불량 또는 불리한 것으로 고객을 오인시켜 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위를 말함

자기와 거래하도록 하기 위해 경쟁사업자의 고객을 기만 또는 위계의 방법으로 유인하는 행위가 대상이 됨. 이때, 경쟁사업자의 고객에는 경쟁사업자와 거래를 한 사실이 있거나 현재 거래관계를 유지하고 있는 고객 뿐만 아니라 잠재적으로 경쟁사업자와 거래관계를 형성할 가능성이 있는 고객도 포함됨. 또한, 기만 또는 위계는 표시나 광고(표시·광고의공정화에관한법률 적용) 이외의 방법으로 고객을 오인시키거나 오인시킬 우려가 있는 행위를 말함

상품 또는 용역의 내용이나 거래조건 기타 거래에 관한 사항에 대해 기만 또는 위계의 방법을 사용한 행위가 대상이 된다. 상품 또는 용역의 내용에는 품질, 규격, 제조일자, 원산지, 제조방법, 유효기간 등이 포함됨. 거래조건에는 가격, 수량, 지급조건 등이 포함된다. 기타 거래에 관한 사항에는 국산품 혹은 수입품인지 여부, 신용조건, 업계에서의 지위, 거래은행, 명칭 등이 포함됨

기만 또는 위계의 상대방은 소비자 뿐만 아니라 사업자도 포함됨

■ 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 사업자가 타 사업자 또는 소비자와 거래함에 있어 표시광고 이외의 방법으로 사실과 달리 자기가 공급하는 상품 또는 용역의 가격이나 품질, 성능, AS 조건 등이 경쟁사업자의 것보다 현저히 우수한 것으로 거래상대방을 오인시켜 자기와 거래하도록 하는 행위
- ② 할인판매를 한다고 선전하면서 예상 수요를 충족시키기에 현저히 부족한 수량만을 할인판매 대상으로 하여 고객을 유인하는 행위(미끼 상품)
- ③ 사업자가 자신과 경쟁사업자의 영업현황, 제품기능, 기술력 등에 대해 사실과 다른 허위의 비교분석 자료를 작성하여 발주자에게 제출함으로써 당해 사업을 수주하는 행위
- ④ 경쟁사업자의 부도 임박·정부지원 대상에서 제외 등의 근거 없는 사실을 유포하여 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위
- ⑤ 영업사원들이 경쟁사업자의 제품을 근거없이 비방하면서 고객을 유인하는 행위

**다. 기타의 부당한 고객유인**

경쟁사업자와 고객의 거래를 방해함으로써 자기와 거래하도록 유인하는 행위가 대상이 됨

거래방해의 수단에는 제한이 없으며, 부당한 이익제공이나 위계를 제외한 모든 수단이 포함됨. 거래방해에는 거래성립의 방해와 거래계속의 방해가 있음.

거래방해의 상대방은 경쟁사업자 또는 경쟁사업자의 고객이며, 고객에는 사업자와 소비자가 포함됨. 이때, 경쟁사업자의 고객에는 경쟁사업자와 거래를 한 사실이 있거나 현재 거래관계를 유지하고 있는 고객뿐만 아니라 잠재적으로 경쟁사업자와 거래관계를 형성할 가능성이 있는 고객이 포함됨

■ 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 경쟁사업자와 고객간의 거래를 방해하기 위한 목적으로 경쟁사업자와 고객간 계약의 성립을 저지하거나 계약해지를 유도하는 행위
- ② 합리적 이유없이 자신의 시장지위를 이용하여 판매업자에 대해 경쟁사업자의 제품을 매장내의 외진 곳에 진열하도록 강요하는 행위

### iii. 협력사에 대한 불공정거래행위의 금지

#### 1. 거래거절

원칙적으로 사업자는 거래를 개시 또는 계속할 것인지 여부와 누구와 거래할 것인지를 자유로이 결정할 수 있다고 할 것임. 그러나, 거래의 개시나 계속을 거절함으로써 다른 사업자의 사업활동을 현저히 곤란하게 하고 그 결과 당해 시장에서 경쟁의 정도가 감소하거나, 거래거절이 공정거래법상 금지된 행위의 실효성을 확보하기 위한 수단으로 활용될 경우 이는 관련 시장에서 경쟁을 제한하고 시장의 효율성 저하를 초래하게 되므로 금지됨

#### 가. 공동의 거래거절

정당한 이유없이 자기와 경쟁관계에 있는 다른 사업자와 공동으로 특정사업자에 대하여 거래의 개시를 거절하거나 계속적인 거래관계에 있는 특정사업자에 대하여 거래를 중단하거나 거래하는 상품 또는 용역의 수량이나 내용을 현저히 제한하는 행위를 말함

거래거절에는 공급거절과 구입거절, 거래개시의 거절과 거래계속의 거절이 포함됨. 또한, 거래상대방에게 현저히 불리한 거래조건을 제시하거나 거래하는 상품·용역의 수량 또는 내용을 현저히 제한하여 사실상 거래를 거절하는 행위도 포함됨

거래거절의 상대방은 특정사업자임. 따라서, 자기의 생산 또는 판매정책상 합리적 기준을 설정하여 그 기준에 맞지 않는 불특정다수의 사업자와 거래를 거절하는 행위는 원칙적으로 대상이 되지 아니함

사업자가 아닌 거래상대방, 즉 소비자에 대한 거래거절은 대상이 되지 아니함

- (1) 공동의 거래거절이 관련 시장에서 경쟁을 제한하는지 여부를 위주로 판단함. '관련 시장'이라 함은 행위자가 속한 시장 또는 거래거절의 상대방이 속한 시장을 말함
- (2) 공동의 거래거절을 당한 사업자는 여러 사업자와의 거래개시 또는 계속이 제한되므로 사업활동에 어려움을 겪게 되고 그 결과 정상적인 경쟁이 저해될 가능성이 높음. 따라서 공동의 거래거절은 원칙적으로 경쟁제한성이 있는 것으로 봄
- (3) 그러나, 사업자들이 「정당한 이유」를 소명하였을 경우 그 타당성을 판단하되, 다음과 같이 정당한 이유가 있다고 인정될 경우에는 공정거래저해성이 없는 것으로 볼 수 있음
  - (가) 재고부족이나 거래상대방 사업자의 부도 등 채무불이행 가능성 등으로 인해 공동의 거래거절이 합리적이라고 인정되는 경우
  - (나) 특정사업자가 공동의 거래거절을 당하더라도 대체거래선을 용이하게 찾을 수 있는 경우



- (다) 사업자들이 사전에 당해 사업영위에 합리적이라고 인정되는 거래자격 기준을 정하여 그 기준에 미달되는 사업자와의 거래개시를 거절하는 경우
- (라) 공동의 거래거절로 인해 발생하는 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우
- (마) 공동의 거래거절에 기타 합리적인 사유가 있다고 인정되는 경우 등

## 나. 기타의 거래거절

부당하게 특정사업자에 대하여 거래의 개시를 거절하거나 계속적인 거래관계에 있는 특정사업자에 대하여 거래를 중단하거나 거래하는 상품 또는 용역의 수량이나 내용을 현저히 제한하는 행위를 말함  
사업자가 단독으로 특정사업자와의 거래를 거절하는 행위가 대상이 됨

거래거절에는 공급거절과 구입거절, 거래개시의 거절과 거래계속의 거절이 포함됨. 또한, 거래상대방에게 현저히 불리한 거래조건을 제시하거나 상품·용역의 수량 또는 내용을 현저히 제한하여 사실상 거래를 거절하는 행위도 포함됨.

이 때, 사업자가 아닌 거래상대방, 즉 소비자에 대한 거래거절은 해당 내용의 대상이 아님

- (1) 단독의 거래거절이 관련 시장에서 경쟁을 제한하는지 여부를 위주로 판단함. '관련 시장'이란 행위자가 속한 시장 또는 거래거절의 상대방이 속한 시장을 말하며 다음과 같은 사항을 위주로 경쟁제한성이 있는지를 판단함
  - (가) 거래거절 대상이 되는 물품·용역이 거래상대방의 사업영위에 필수적인지 여부. 대상이 되는 물품·용역이 사업영위에 필수적이지 않다면 경쟁제한성이 낮다고 볼 수 있음
  - (나) 거래거절을 당한 특정사업자가 대체거래선을 용이하게 찾을 수 있는지 여부. 대체거래선을 큰 거래비용 없이 용이하게 찾을 수 있는 경우에는 거래거절의 경쟁제한성이 낮다고 볼 수 있음
  - (다) 거래거절로 인해 특정사업자의 사업활동이 곤란하게 되고 그 결과 당해 시장에서 경쟁의 정도를 실질적으로 감소시키게 되는지 여부
  - (라) 거래거절로 인해 경쟁사업자(잠재적 경쟁사업자 포함)의 시장진입이 곤란하게 되는지 여부
  - (마) 거래거절이 공정거래법에 금지된 행위(재판매가격유지행위, 부당공동행위 등)를 강요하기 위한 수단으로 활용되었는지 여부 등
- (2) 경쟁제한성이 있다고 판단되는 경우에도 다음과 같이 거래거절의 합리성이 있다고 인정되는 경우에는 범위반으로 보지 않을 수 있음
  - (가) 생산 또는 재고물량 부족으로 인해 거래상대방이 필요로 하는 물량을 공급할 수 없는 경우

(나) 거래상대방의 부도 등 신용결함, 명백한 귀책사유, 자신의 도산 위험 등 불가피한 사유가 있고 거래거절 이외에 다른 대응방법으로 대처함이 곤란한 경우

(다) 당해 거절로 인해 발생하는 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우

(라) 단독의 거래거절에 기타 합리적인 사유가 있다고 인정되는 경우 등

사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위가 있음을 이용하여 불이익의 일환으로 합리적 이유 없이 '거래거절'을 하거나 거래상대방의 사업활동을 곤란하게 할 목적으로 '거래거절'을 하는 경우에는 거래상 지위남용(불이익제공) 또는 사업활동방해(기타의 사업활동방해)에 해당될 수 있음. 이 경우에는 경쟁제한성 분석이 요구되지 않음

■ 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 합리적 이유없이 거래거절이 행해지고 그 결과 당해 시장에서 사업자의 사업활동이 곤란하게 되고 경쟁의 정도가 실질적으로 감소되는 경우
- ② 자기 또는 자기와 밀접한 관계에 있는 사업자와 독점적으로 거래하는 사업자와는 거래하면서 경쟁사업자와도 거래하는 사업자에 대하여는 합리적 이유없이 거래를 중단하거나 제한함으로써 관련 시장에서 경쟁의 감소를 초래하는 행위
- ③ 합리적 이유없이 자기로부터 원재료를 공급받는 판매업자나 대리점에게 후방시장에서 자기와 경쟁관계에 있는 사업자에 대해 원재료공급을 거절하게 함으로써 관련 시장에서 경쟁의 감소를 초래하는 행위
- ④ 자신이 활동하는 시장에 새로이 진입하고자 하는 특정사업자에 대하여 합리적 이유없이 원재료 공급을 중단하거나 중단하도록 강요함으로써 관련 시장에서 경쟁의 감소를 초래하는 행위
- ⑤ 자기가 공급하는 원재료를 사용하여 완성품을 제조하는 자기와 밀접한 관계가 있는 사업자의 경쟁자를 당해 완성품시장에서 배제하기 위해, 당해 경쟁자에 대하여 종래 공급하고 있던 원재료의 공급을 중단하는 행위
- ⑥ 합리적 이유 없이 원재료 제조업자가 자신의 시장지위를 유지·강화하기 위하여 원재료를 직접 생산·조달하려는 완성품 제조업자에 대해 원재료 공급을 거절하는 행위
- ⑦ 합리적 이유 없이 할인점이나 온라인 판매업자 등 특정한 유형의 판매업자에 대하여 거래를 거절함으로써 거래거절을 당한 사업자가 오프라인 판매업자 등에 비해 경쟁상 열위에 처하게 되는 경우
- ⑧ 자기와 거래하기 위해서는 자기가 지정하는 사업자의 물품·용역을 구입할 것을 의무화하고 그에 응하지 않음을 이유로 거래개시를 거절함으로써 당해 물품·용역 시장에서의 경쟁에 영향을 미치는 행위

## 2. 차별적 취급

원칙적으로 사업자는 가격 등 거래조건, 거래내용을 자유로이 설정할 수 있다고 할 것임.

그러나, 사업자가 단독으로 또는 공동으로 거래지역이나 거래상대방에 따라 가격 등 거래조건·거래내용을 차별적으로 설정함으로써 자기가 속한 시장 또는 거래상대방이 속한 시장에서의 정상적인 경쟁을 저해할 경우에는 시장의 효율성 저하를 초래할 수 있으므로 금지됨

### 가. 가격차별

부당하게 거래지역 또는 거래상대방에 따라 현저하게 유리하거나 불리한 가격으로 거래하는 행위를 말함

거래지역이나 거래상대방에 따른 가격차별이 대상이 됨. 이때, 가격이란 상품 또는 용역의 제공에 대하여 상대방이 실제 지불하는 모든 대가를 말함. 여기에는 할인율 등 가격에 직접 영향을 미치는 거래조건이 포함됨. 거래의 대상인 상품 또는 용역은 실질적으로 동일한 것이어야 함

가격차별의 대상이 되는 거래상대방은 사업자 또는 소비자임

#### ■ 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 사업자가 경쟁이 심한 지역에서 자신의 시장지위를 강화하기 위해 합리적 이유없이 타 지역에 비해 현저히 낮은 가격을 설정함으로써 당해 지역에서 경쟁사업자를 배제할 우려가 있는 경우
- ② 자신의 시장지위를 강화하기 위하여 자기가 공급하는 2 가지 이상의 상품·용역 중 시장점유율이 높은 상품·용역과 그렇지 않은 상품·용역을 동시에 구매하는 거래상대방(사업자 및 소비자)에 대해 가격 면에서 현저히 유리한 취급을 함으로써 그렇지 않은 상품·용역시장에서의 경쟁을 저해하는 행위
- ③ 유력한 사업자가 합리적인 이유없이 특정사업자를 가격면에서 현저히 우대한 결과 특정사업자가 그의 경쟁사업자 보다 경쟁상 우위에 서게 되어 정상적인 경쟁이 저해되는 경우
- ④ 과점적 시장구조하에서 용역서비스를 제공하는 사업자가 거래상대방에게 수수료를 부과함에 있어서 매출액 규모, 원가요소 등을 고려하지 않은 채 특정업체에 종사한다는 이유만으로 현저하게 유리 또는 불리한 취급을 하여 경쟁업체에 종사하는 사업자에 비해 경쟁상 우위 또는 열위에 서게 하는 행위
- ⑤ 시장점유율이 상당한 사업자가 대부분의 거래상대방에 대해서는 구입량에 따라 누진적으로 할인율을 적용하는 반면, 소수의 거래상대방에 대해서는 합리적 이유 없이 구입량과 관계없이 통상 적용하는 최대할인율보다 더 높은 할인율을 획일적으로 적용함으로써 사업자들간의 경쟁력 차이를 초래하는 행위

## 나. 거래조건차별

부당하게 특정사업자에 대하여 수량·품질 등의 거래조건이나 거래내용에 관하여 현저하게 유리하거나 불리한 취급을 하는 행위를 말함

가격 이외의 거래조건을 차별하는 행위가 대상이 됨. 이는 가격이나 가격에 직접 영향을 미치는 조건(예: 수량할인 등)을 제외한 계약의 이행방법, 대금의 결제조건 등 거래내용면에서의 차별을 말함

거래조건 차별은 특정사업자를 대상으로 하므로 소비자에 대한 차별은 포함되지 않음. 다만, 차별대상 사업자가 엄격하게 특정될 것을 요하지 않으며, 특정기준을 충족하는 모든 사업자 또는 특정지역에 소재한 모든 사업자에 대한 차별도 특정성이 있는 것으로 봄

### ■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 사업자가 경쟁이 심한 지역에서는 합리적 이유없이 타 지역에 비해 현저히 유리한 대금결제 조건을 설정함으로써 당해 시장에서 경쟁사업자를 배제할 우려가 있는 경우
- ② 사업자가 경쟁사업자의 상품·용역 또는 수입품을 병행 취급하는 대리점(판매업자)에 한하여 합리적 이유없이 자기의 상품·용역의 제공시기, 배송회수, 결제방법 등을 현저하게 불리하게 취급함으로써 당해 대리점의 사업활동을 곤란하게 하거나 대리점간 경쟁을 저해하는 행위

## 다. 계열회사를 위한 차별

정당한 이유 없이 자기의 계열회사를 유리하게 하기 위하여 가격·수량·품질 등의 거래조건이나 거래 내용에 관하여 현저하게 유리하거나 불리하게 하는 행위를 말함

계열회사를 유리하게 하는 가격 등 거래조건·거래내용 등의 차별행위가 대상이 됨

차별의 상대방에는 소비자도 포함됨

경쟁제한성 또는 경제력 집중 우려를 위주로 위법성을 판단하되, 가격 등 거래조건·거래내용 등에 관하여 계열회사에 대해 현저하게 유리하거나 계열회사의 경쟁사업자에 대해 현저하게 불리하게 취급하였을 경우에는 계열회사를 유리하게 하기 위한 행위로 인정하여 원칙적으로 경쟁제한성 또는 경제력 집중 우려가 있는 것으로 봄

그러나, 계열회사를 위한 차별취급을 한 사업자가 「정당한 이유」를 소명하였을 경우 그 타당성을 판단하되, 다음과 같이 정당한 이유가 있다고 인정될 경우에는 법위반으로 보지 않을 수 있음

- (1) 당해 행위로 인한 효율성 증대효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁제한효과를 현저히 상회하는 경우
- (2) 차별취급을 함에 있어 기타 합리적 사유가 있다고 인정되는 경우 등

### ■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 계열회사와 비계열회사의 제품간에 품질이나 거래조건에 있어서 차이가 없음에도 불구하고 정당한 이유없이 계열회사의 제품을 비계열회사의 견적단가 보다 현저히 비싸게 구입한 행위
- ② 사업자가 자기의 계열회사와 비계열회사를 동시에 거래하면서 정당한 이유없이 계열회사에 비해 비계열회사에 대한 결제조건(현금비율, 어음만기일 등)을 현저히 불리하게 하는 행위
- ③ 사업자가 자기의 계열회사와 비계열회사에 동시에 임가공을 의뢰하면서 정당한 이유없이 계열회사에 지급하는 임가공단가를 비계열회사의 경우에 비해 현저히 유리하게 지급하는 행위
- ④ 계열회사가 경쟁입찰에서 유리한 지위에 설 수 있도록 하기 위해 계열회사의 경쟁사업자에게는 보다 불리한 가격이나 거래조건으로 원재료를 공급하는 행위

## 라. 집단적 차별

집단으로 특정사업자를 부당하게 차별적으로 취급하여 그 사업자의 사업활동을 현저하게 유리하거나 불리하게 하는 행위를 말함

여러 사업자가 공동으로 특정사업자에 대하여 행해지는 차별취급이 대상이 됨

부당한 공동행위와 달리 집단적 차별취급은 합의가 없더라도 성립될 수 있으며 차별취급에 참가하는 사업자가 반드시 현실적 또는 잠재적 경쟁관계에 있을 필요는 없음. 또한 실제로 차별행위가 행해져야 함

차별취급에는 가격 등 거래조건, 거래내용 등의 차별이 포함됨

차별취급의 상대방은 특정사업자임. 따라서 불특정다수의 사업자와 소비자는 대상이 되지 아니함

집단적 차별행위의 위법성은 가격차별 및 거래조건 차별의 경우에 준하여 판단함. 다만, 집단적 차별은 여러 사업자에 의해서 행해지므로 원칙적으로 가격차별 및 거래조건 차별의 경우에 비해 위법성이 인정될 가능성이 큰 것으로 봄

### ■ 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 복수의 사업자가 특정사업자에 대해 동시에 합리적인 이유없이 가격차별 또는 거래조건 차별 등을 행하는 경우
- ② 합리적 이유없이 복수의 판매업자와 제조업자가 공동으로 판매단계에서 경쟁관계에 있는 특정사업자에 대하여 차별적으로 높은 가격을 책정함으로써 그의 사업활동을 곤란하게 하고 그 결과 당해 시장에서의 경쟁에 영향을 미치는 행위
- ③ 복수의 제조업자가 공동으로 덤핑판매를 하거나 온라인판매를 한다는 이유만으로 특정판매업자에 대하여 공급가격을 다른 판매업자에 비하여 비싸게 책정함으로써 사업활동을 현저히 불리하게 하고 다른 판매업자를 경쟁상 우위에 서게 하는 행위

### 3. 거래강제

사업자가 거래상대방 또는 자사 직원 등으로 하여금 본인의 의사에 반하여 자기 또는 자기가 지정하는 자의 상품 또는 용역을 구입(판매)하도록 강제하는 행위는 시장에서의 지위를 이용하여 고객을 확보하는 행위로서, 불합리한 수단으로 시장지배력의 확장을 도모하며 소비자의 자율적 선택권을 제약하므로 금지됨

#### 가. 끼워팔기

거래상대방에 대하여 자기의 상품 또는 용역을 공급하면서 정상적인 거래관행에 비추어 부당하게 다른 상품 또는 용역을 자기 또는 자기가 지정하는 사업자로부터 구입하도록 하는 행위를 말함

서로 다른 별개의 상품 또는 용역을 자기 또는 자기가 지정하는 사업자로부터 구입하도록 하는 행위가 대상이 됨. 이때 끼워팔기의 대상이 '서로 다른 별개의 상품 또는 용역'에 해당되는지 여부는 이들이 시장에서 통상 별도로 거래되는지 여부와 더불어 그 상업적 용도나 기능적 특성, 소비자 인식태도, 경우에 따라서는 제품통합과 기술혁신의 추세 등을 종합적으로 고려하여 판단함

끼워팔기를 행하는 주체는 주된 상품(또는 용역)과 종된 상품(또는 용역)을 동시에 공급할 수도 있고, 자기가 지정하는 제3자로 하여금 종된 상품(또는 용역)을 공급하게 할 수 있음

끼워팔기에는 상품 또는 용역을 판매하는 경우 외에 임대하는 경우도 포함됨

거래상대방에는 사업자 뿐만 아니라 소비자가 포함됨

##### ■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 인기 있는 상품 또는 용역을 판매하면서 인기 없는 것을 함께 구입하도록 하거나, 신제품을 판매하면서 구제품이나 재고품을 함께 구입하도록 강제함으로써 관련 시장에서 경쟁의 감소를 초래하는 행위
- ② 고가의 기계나 장비를 판매하면서 합리적 이유없이 인과관계가 떨어지는 유지·보수 서비스(유료)를 자기로부터 제공받도록 강제함으로써 관련 시장에서 경쟁의 감소를 초래하는 행위
- ③ 특허권 등 지식재산권자가 라이선스 계약을 체결하면서 다른 상품이나 용역의 구입을 강제함으로써 관련 시장에서 경쟁의 감소를 초래하는 행위

#### 나. 사원판매

부당하게 자기 또는 계열회사의 임직원으로 하여금 자기 또는 계열회사의 상품이나 용역을 구입 또는 판매하도록 강제하는 행위를 말함

자기 또는 계열회사의 임직원에게 자기 또는 계열회사의 상품이나 용역을 구입 또는 판매하도록 강제하는 행위가 대상이 됨. 임원이란 이사·대표이사·업무집행사원·감사나 이에 준하는 자 또는

지배인 등 본점이나 지점의 영업전반을 총괄적으로 처리하는 상업사용인을 말함. 직원이란 계속하여 회사의 업무에 종사하는 자로서 임원 외의 자를 말함. 임직원에는 정규직, 계약직, 임시직 등 고용의 형태를 묻지 않음

판매영업을 담당하는 임직원에게 판매를 강요하는 행위는 원칙적으로 적용대상이 되지 않음. 어떤 임직원이 판매영업을 담당하는 자인지 여부는 당해 상품 또는 용역에 관하여 실질적으로 영업 및 그와 밀접하게 관련된 업무를 수행하는지를 기준으로 판단함. 예컨대, 매장 기타 영업소에서 판매를 담당하는 자, 영업소 외의 장소에서 전기통신의 방법으로 판매를 권유하는 자는 원칙적으로 판매영업을 담당하는 자에 해당되는 것으로 봄

■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 자기 또는 계열회사의 상품 또는 용역을 임직원에게 일정 수량씩 할당하면서 판매실적을 체계적으로 관리하거나 대금을 임금에서 공제하는 행위
- ② 비영업직 임직원에게 자기 또는 계열회사의 상품 또는 용역의 판매에 관한 판매목표를 설정하고, 미달성시 인사상의 불이익을 가하는 행위
- ③ 비영업직 임직원에게 자기 또는 계열회사의 상품 또는 용역의 판매에 관한 판매목표를 설정하고 최고경영자 또는 영업담당 이사에게 주기적으로 그 실적을 보고하고 공식적 계통을 통해 판매독려를 하는 경우
- ④ 자신의 계열회사에게 자신이 생산하는 상품 또는 용역의 일정량을 판매하도록 할당하고 당해 계열회사는 임직원에게 협력사에 대해 판매할 것을 강요하는 행위

다. 기타의 거래강제

정상적인 거래관행에 비추어 부당한 조건 등 불이익을 상대방에게 제시하여 자기 또는 자기가 지정하는 사업자와 거래하도록 강제하는 행위를 말함

자기 또는 자기가 지정하는 사업자와 거래하도록 강요하는 행위가 대상이 됨. 이에겐 명시적인 강요와 묵시적인 강요, 직접적 강요와 간접적 강요를 포함함

기타의 거래강제는 행위자와 상대방간 거래관계 없이도 성립할 수 있으나, 거래상 지위남용(구입강제)의 경우 행위자와 상대방간 거래관계가 있어야 성립할 수 있다는 점에서 구별됨

거래상대방에는 사업자 뿐만 아니라 소비자도 포함됨

■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 사업자가 자신의 계열회사의 협력사에 대해 자기가 공급하는 상품 또는 용역의 판매목표량을 제시하고 이를 달성하지 않을 경우 계열회사와의 거래물량 축소 등 불이익을 가하겠다고 하여 판매목표량 달성을 강제하는 행위

- ② 사업자가 자신의 협력사에 대해 자신의 상품판매 실적이 부진할 경우 협력사에서 탈락시킬 것임을 고지하여 사실상 상품판매를 강요하는 행위

#### 4. 거래상 지위의 남용

사업자가 거래상 우월적 지위가 있음을 이용하여 열등한 지위에 있는 거래상대방에 대해 일방적으로 물품 구입강제 등 각종 불이익을 부과하거나 경영에 간섭하는 것은 경제적 약자를 착취하는 행위로서 거래상대방의 자생적 발전기반을 저해하고 공정한 거래기반을 침해하므로 금지됨. 다만, 거래상지위 남용행위는 거래상지위가 있는 예외적인 경우에 한하여 민법의 불공정성 판단기준을 사업자간 거래관계에서 완화한 것이므로 거래상지위는 민법이 예상하고 있는 통상적인 협상력의 차이와 비교할 때 훨씬 엄격한 기준으로 판단되어야 함

거래개시 단계에서 거래상대방이 자신이 거래할 사업자를 선택할 수 있었는지와 계약내용을 인지한 상태에서 자신의 판단하에 거래를 선택하였는지 여부를 기준으로 함. 만약 거래상대방이 자신이 거래할 사업자를 여러 사업자중 선택할 수 있었고 계약내용을 충분히 인지한 상태에서 자신의 판단에 따라 거래를 개시하였고 계약내용대로 거래가 이루어지고 있다면 이는 공정거래법 적용대상(거래상 지위남용)에 해당되지 않음. 그렇지 아니하고 계속적 거래를 개시하기 위해 특정사업자와 거래할 수 밖에 없는 경우에는 공정거래법 적용대상(거래상 지위남용)에 해당될 수 있음

거래계속 단계에서는 사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위를 가지고 있는지 여부를 기준으로 함

사업자가 거래상 지위가 있고 이를 이용하여 각종 불이익을 가한다면 공정거래법 적용대상이 될 수 있음. 그러나, 사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위를 가지지 않는다면 각종 불이익을 가하더라도 이는 공정거래법 적용대상에 해당되지 아니함

또한, 사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위를 갖는다고 하더라도 양 당사자간 권리의무 귀속관계, 채권채무관계(예: 채무불이행, 손해배상청구, 담보권 설정·해지, 지체상금 등) 등과 관련하여 계약서 및 관련법률 내용 등의 해석에 대해 다툼이 있는 경우에는 공정거래법 적용대상이 되지 아니함

거래상지위가 인정되기 위해서는 우선, 계속적인 거래관계가 존재하여야 함

거래상지위가 인정되기 위해서는 또한, 일방의 타방에 대한 거래의존도가 상당하여야 함

계속적 거래관계 및 거래의존도를 판단함에 있어 그 구체적인 수준이나 정도는 시장상황, 관련 상품 또는 서비스의 특성 등을 종합적으로 고려하여 판단함

##### 가. 구입강제

거래상대방이 구입할 의사가 없는 상품 또는 용역을 구입하도록 강제하는 행위를 말함

사업자가 거래상대방에게 구입의사가 없는 상품 또는 용역을 구입하도록 강제하는 행위가 대상이 됨. 구입요청을 거부하여 불이익을 당하였거나 주위의 사정으로 보아 객관적으로 구입하지 않을 수 없는 사정이 인정되는 경우에는 구입강제가 있는 것으로 봄



구입강제의 상대방은 원칙적으로 사업자에 한정되며, 소비자는 포함되지 않음. 다만, 불특정 다수의 소비자에게 피해를 입힐 우려가 있거나 유사한 위반행위 유형이 계속적·반복적으로 발생하는 등 거래질서와의 관련성이 인정되는 경우에는 그러하지 아니함.

구입이 강제되는 상품 또는 용역은 사업자 자신의 것일 수도 있고, 다른 사업자의 것일 수도 있음

■ 범위반이 주로 문제되는 행위 예시

- ① 합리적 이유없이 신제품을 출시하면서 대리점에게 재고품 구입을 강요하는 행위
- ② 합리적 이유없이 계속적 거래관계에 있는 판매업자에게 주문하지도 않은 상품을 임의로 공급하고 반품을 허용하지 않는 행위
- ③ 합리적 이유없이 자신과 지속적 거래관계에 있는 사업자에 대해 자기가 지정하는 사업자의 물품용역을 구입할 것을 강요하는 행위
- ④ 합리적 이유없이 도·소매업자(또는 대리점)에게 과도한 물량을 할당하고, 이를 거부하거나 소화하지 못하는 경우 할당량을 도·소매업자(또는 대리점)가 구입한 것으로 회계 처리하는 행위

#### 나. 이익제공강요

거래상대방에게 자기를 위하여 금전·물품·용역 기타의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위를 말함

거래상대방에게 금전·물품 등의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위가 대상이 됨. 경제상 이익에는 금전, 유가증권, 물품, 용역을 비롯하여 경제적 가치가 있는 모든 것이 포함됨. 계열회사의 거래상 지위를 이용하여 이익제공을 강요하는 행위도 포함됨.

이익제공강요에는 거래상대방에게 경제상 이익을 제공하도록 적극적으로 요구하는 행위뿐만 아니라 자신이 부담하여야 할 비용을 거래상대방에게 전가하여 소극적으로 경제적 이익을 누리는 행위도 포함됨

이익제공 강요의 상대방은 원칙적으로 사업자에 한정되며, 소비자는 포함되지 않음. 다만, 불특정 다수의 소비자에게 피해를 입힐 우려가 있거나 유사한 위반행위 유형이 계속적·반복적으로 발생하는 등 거래질서와의 관련성이 인정되는 경우에는 그러하지 아니함

#### 다. 판매목표강제

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

사업자가 거래상대방에게 판매목표를 정해주고 이를 달성하도록 강제하는 행위가 대상이 됨

대상상품 또는 용역은 사업자가 직접 공급하는 것이어야 함. 대체로 상품의 경우 판매량의 할당이, 용역의 경우 일정수의 가입자나 회원확보가 문제됨. 또한 판매목표 강제는 대리점계약서에 명시적으로 규정된 경우 뿐만 아니라 계약체결 후 구두로 이루어지는 경우도 포함됨

판매목표강제의 상대방은 사업자에 한정되며, 소비자는 포함되지 않음

■ 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 자기가 공급하는 상품을 판매하는 사업자 및 대리점에 대하여 판매목표를 설정하고 미달성시 공급을 중단하는 등의 제재를 가하는 행위
- ② 자기가 공급하는 용역을 제공하는 사업자 및 대리점에 대하여 회원이나 가입자의 수를 할당하고 이를 달성하지 못할 경우 대리점계약의 해지나 수수료지급의 중단 등의 제재를 가하는 행위
- ③ 대리점이 판매목표량을 달성하지 못하였을 경우 반품조건부 거래임에도 불구하고 반품하지 못하게 하고 대리점이 제품을 인수한 것으로 회계처리하여 추후 대금지급시 공제하는 행위
- ④ 대리점이 판매목표량을 달성하지 못하였을 경우 본사에서 대리점을 대신하여 강제로 미판매 물량을 덤핑 판매한 후 발생손실을 대리점의 부담으로 하는 행위
- ⑤ 거래상대방과 상품 또는 용역의 거래단가를 사전에 약정하지 않은 상태에서, 거래상대방의 판매량이 목표에 미달되는 경우에는 목표를 달성하는 경우에 비해 낮은 단가를 적용함으로써 불이익을 주는 행위

라. 불이익제공

구입강제, 이익제공강요, 판매목표강제 외의 방법으로 거래상대방에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행과정에서 불이익을 주는 행위를 말함

거래상대방에게 일방적으로 불리한 거래조건을 당초부터 설정하였거나 기존의 거래조건을 불리하게 변경하는 것을 말함. 거래조건에는 각종의 구속사항, 저가매입 또는 고가판매, 가격(수수료 등 포함) 조건, 대금지급방법 및 시기, 반품, 제품검사방법, 계약해지조건 등 모든 조건이 포함됨

거래조건을 불이행함은 물론 거래관계에 있어 사실행위를 강요하여 거래상대방에게 불이익이 되도록 하는 행위를 말함

불이익제공은 적극적으로 거래상대방에게 불이익이 되는 행위를 하는 작위 뿐만 아니라 소극적으로 자기가 부담해야 할 비용이나 책임 등을 이행하지 않는 부작위에 의해서도 성립할 수 있음. 다만, 불이익이 금전상의 손해인 경우에는 법률상 책임 있는 손해의 존재는 물론 그 범위(손해액)까지 명확하게 확정될 수 있어야 하며 그렇지 않을 경우에는 민사절차에 의해 이 문제가 우선적으로 해결되어야 거래상 지위남용 규정을 적용할 수 있음

거래상대방은 원칙적으로 사업자에 한정되며, 소비자는 포함되지 않음. 다만, 불특정 다수의 소비자에게 피해를 입힐 우려가 있거나 유사한 위반행위 유형이 계속적·반복적으로 발생하는 등 거래질서와의 관련성이 인정되는 경우에는 그러하지 아니함

■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 계약서 내용에 관한 해석이 일치하지 않을 경우 '갑'의 일방적인 해석에 따라야 한다는 조건을 설정하고 거래하는 경우
- ② 원가계산상의 착오로 인한 경우 '갑'이 해당 계약금액을 무조건 환수 또는 감액할 수 있다는 조건을 설정하고 거래하는 경우
- ③ 계약 유효기간중에 정상적인 거래관행에 비추어 부당한 거래조건을 추가한 새로운 대리점계약을 일방적으로 체결한 행위
- ④ 계약서상에 외부기관으로부터 계약단가가 고가라는 지적이 있을 경우 거래상대방이 무조건 책임을 지도록 한다는 조건을 설정하고 거래하는 경우
- ⑤ 계약서에 규정되어 있는 수수료율, 지급대가 수준 등을 일방적으로 거래상대방에게 불리하게 변경하는 행위
- ⑥ 계약기간중에 자기의 점포 장기임차인에게 광고선전비의 부과기준을 일방적으로 상향조정하는 행위
- ⑦ 설계용역비를 늦게 지급하고 이에 대한 지연이자를 장기간 지급하지 않아 거래상대방이 사실상 수령을 포기한 경우
- ⑧ 하자보수보증금율을 계약금액의 2%로 약정하였으나, 준공검사시 일방적으로 20%로 상향조정하여 징구한 행위
- ⑨ 반품조건부로 공급한 상품의 반품을 받아주지 아니하여 거래상대방이 사실상 반품을 포기한 경우
- ⑩ 사업자가 자기의 귀책사유로 이행지체가 발생한 경우에도 상당기간 지연이자를 지급하지 않아 거래상대방이 사실상 수령을 포기한 경우
- ⑪ 합리적 이유없이 사업자가 물가변동을 인한 공사비인상 요인을 불인정하거나 자신의 책임으로 인해 추가로 발생한 비용을 불지급하는 행위
- ⑫ 자신의 거래상 지위가 있음을 이용하여 거래상대방에 대해 합리적 이유없이 거래거절을 하여 불이익을 주는 행위

마. 경영간섭

임직원을 선임·해임함에 있어서 자기의 지시 또는 승인을 얻게 하거나 거래상대방의 생산품목·시설규모·생산량·거래내용을 제한함으로써 경영활동을 간섭하는 행위를 말함

임직원을 선임·해임함에 있어서 자기의 지시 또는 승인을 얻게 하거나 거래상대방의 생산품목·시설규모·생산량·거래내용을 제한함으로써 경영활동에 간섭하는 행위가 대상이 됨

거래상대방에는 소비자가 포함되지 않음

의결권의 행사나 채권회수를 위한 간섭으로서 법적 근거가 있거나 합리적인 사유가 있는 경우로서 투자자 또는 채권자로서의 권리를 보호하기 위해 필요하다고 인정되는 경우에는 법위반으로 보지 않을 수 있으며, 당해 수단의 합목적성 및 대체수단의 유무 등을 함께 고려하여야 함

■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 합리적 이유없이 대리점의 거래처 또는 판매내역 등을 조사하거나 제품광고시 자기와 사전합의하도록 요구하는 행위
- ② 금융기관이 채권회수에 아무런 곤란이 없음에도 불구하고 자금을 대출해준 회사의 임원선임 및 기타 경영활동에 대하여 간섭하거나 특정 임원의 선임이나 해임을 대출조건으로 요구하는 행위
- ③ 상가를 임대하거나 대리점계약을 체결하면서 당초 계약내용과 달리 취급품목이나 가격, 요금 등에 관하여 지도를 하거나 자신의 허가나 승인을 받도록 하는 행위
- ④ 합리적 이유 없이 대리점 또는 협력사의 업무용 차량 증가를 요구하는 행위

## 5. 구속조건부거래

사업자가 거래상대방에 대해 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 못하도록 함으로써 거래처선택의 자유를 제한함과 동시에 구매·유통경로의 독점을 통해 경쟁사업자의 시장진입을 곤란하게 한다면 시장에서의 경쟁을 저해하고 궁극적으로 소비자후생의 저하를 초래하게 되므로 금지됨

또한, 거래상대방에게 거래지역이나 거래처를 제한함으로써 당해 지역 또는 거래처에 대한 독점력을 부여하여 경쟁을 저해하게 된다면 소비자후생의 저하를 초래할 수 있게 되므로 금지됨

### 가. 배타조건부거래

부당하게 거래상대방이 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 않는 조건으로 그 거래상대방과 거래하는 행위를 말함

거래상대방이 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 거래하지 않는 조건으로 그 거래상대방과 거래하는 행위가 대상이 됨

자기 또는 계열회사의 경쟁사업자라 함은 현재 경쟁관계에 있는 사업자 뿐만 아니라 잠재적 경쟁사업자를 포함함

배타조건의 내용에는 거래상대방에 대해 직접적으로 경쟁사업자와의 거래를 금지하거나 제한하는 것 뿐만 아니라 자신이 공급하는 품목에 대한 경쟁품목을 취급하는 것을 금지 또는 제한하는 것을 포함함. 따라서 판매업자의 소요물량 전부를 자기로부터 구입하도록 하는 독점공급계약과 제조업자의 판매물량을 전부 자기에게만 판매하도록 하는 독점판매계약도 배타조건부거래의 내용에 포함됨. 또한

경쟁사업자와의 기존거래를 중단하는 경우 뿐만 아니라 신규거래 개시를 하지 않을 것을 조건으로 하는 경우도 포함됨

배타조건의 형식에는 경쟁사업자와 거래하지 않을 것이 계약서에 명시된 경우 뿐만 아니라 계약서에 명시되지 않더라도 경쟁사업자와 거래시에는 불이익이 수반됨으로써 사실상 구속성이 인정되는 경우가 포함됨. 위반시 거래중단이나 공급량 감소, 채권회수, 판매장려금 지급중지 등 불이익이 가해지는 경우에는 당해 배타조건이 사실상 구속적이라고 인정될 수 있음

거래상대방에는 소비자가 포함되지 않으며, 배타조건을 정하는 명칭여하를 불문함

■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 경쟁사업자가 유통망을 확보하기 곤란한 상태에서, 시장점유율이 상당한 사업자가 자신의 대리점에 대해 경쟁사업자의 제품을 취급하지 못하도록 함으로써 관련에서의 경쟁을 저해하는 행위
- ② 경쟁사업자가 대체거래선을 찾기 곤란한 상태에서, 대량구매 등 수요측면에서 영향력을 가진 사업자가 거래상대방에 대해 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자에게는 공급하지 않는 조건으로 상품이나 용역을 구입함으로써 경쟁의 감소를 초래하는 행위
- ③ 시장점유율이 상당한 사업자가 다수의 거래상대방과 업무제휴를 하면서 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 중복제휴를 하지 않는 조건을 부과함으로써 경쟁의 감소를 초래하는 행위(경쟁사업자가 타 업무제휴 상대방을 찾는 것이 용이하지 않은 경우)
- ④ 구입선이 독자적으로 개발한 상품 또는 원재료에 대하여 경쟁사업자에게 판매하지 않는다는 조건으로 구입선과 거래함으로써 경쟁사업자의 생산(또는 판매)활동을 곤란하게 하고 시장에서 경쟁의 감소를 초래하는 행위
- ⑤ 시장점유율이 상당한 사업자가 거래처인 방문판매업자들에 대해 경쟁사업자 제품의 취급증가를 저지하기 위해 자신의 상품판매를 전업으로 하여 줄 것과 경쟁사업자 제품을 취급시에는 자신의 승인을 받도록 의무화하고 이를 어길시에 계약해지를 할 수 있도록 하는 경우
- ⑥ 시장점유율이 상당한 사업자가 자신이 공급하는 상품의 병행수입에 대처하기 위해 자신의 총판에게 병행수입업자와 병행수입품을 취급하고 있는 판매(도매 및 소매)업자에 대해서는 자신이 공급하는 상품을 공급하지 말 것을 지시하는 행위
- ⑦ 석유정제업자가 주유소 등 석유판매업자의 의사에 반하여 석유제품전량구매를 강제하는 등 석유판매업자가 경쟁사업자와 거래하는 행위를 사실상 금지하는 계약을 체결하는 행위

나. 거래지역 또는 거래상대방의 제한

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

거래상대방의 판매지역을 구속하는 행위가 대상이 됨. 판매지역 구속에는 그 구속의 정도에 따라 거래상대방의 판매책임지역을 설정할 뿐 그 지역외 판매를 허용하는 책임지역제(또는 판매거점제), 판매지역을 한정하지만 복수판매자를 허용하는 개방 지역제한제(open territory), 거래상대방의 판매지역을 할당하고 이를 어길 경우에 제재함으로써 이를 강제하는 엄격한 지역제한제(closed territory)로 구분할 수 있음

거래상대방의 거래상대방을 제한하는 행위도 대상이 됨. 거래상대방의 영업대상 또는 거래처를 제한하는 행위임. 예를 들면 제조업자나 수입업자가 대리점(또는 판매업자)을 가정용 대리점과 업소용 대리점으로 구분하여 서로 상대의 영역을 넘지 못하도록 하거나 대리점이 거래할 도매업자 또는 소매업자를 지정하는 행위 등이 해당됨

상기의 구속조건은 사업자가 거래상대방이나 거래지역을 일방적으로 강요할 것을 요하지 않으며, 거래상대방의 요구나 당사자의 자발적인 합의에 의한 것을 포함함. 조건은 그 형태나 명칭을 묻지 않으며, 거래상대방이 사실상 구속을 받는 것으로 충분함

구속의 대상이 되는 거래상대방에는 소비자가 포함되지 아니함. 거래지역 제한 또는 거래상대방 제한은 수직적 거래관계에 있는 거래상대방에게 가격 이외의 조건을 구속한다는 점에서 재판매가격유지행위와 구별됨

사업자가 자신의 계산과 위험부담하에 위탁매매인에게 판매대상 등을 지정하는 상법상 위탁매매관계는 거래상대방의 판매지역 또는 거래상대방 제한에 해당되지 않음

■ 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 독과점적 시장구조하에서 시장점유율이 상당한 제조업자가 대리점마다 영업구역을 지정 또는 할당하고, 그 구역 밖에서의 판촉 내지 판매활동을 금지하면서 이를 위반할 경우 계약해지를 할 수 있도록 하는 경우
- ② 독과점적 시장구조하에서 시장점유율이 상당한 제조업자가 대리점을 가정용과 업소용으로 엄격히 구분하고 이를 어길 경우에 대리점 계약을 해지할 수 있도록 하는 행위
- ③ 제조업자가 재판매가격유지의 실효성 제고를 위해 도매업자에 대해 그 판매선인 소매업자를 한정하여 지정하고 소매업자에 대해서는 특정 도매업자에게서만 매입하도록 하는 행위

## 6. 사업활동방해

사업자가 다른 사업자의 기술을 부당하게 이용하거나 인력을 부당하게 유인·채용하거나 거래처의 이전을 부당하게 방해하는 등의 방법으로 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해할 경우 가격과 질, 서비스에 의한 경쟁을 저해하는 경쟁수단이 불공정한 행위에 해당되므로 금지됨

### 가. 기술의 부당이용

다른 사업자의 기술을 부당하게 이용하여 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위를 말함

다른 사업자의 기술을 이용하는 행위가 대상이 됨. 이 때 다른 사업자는 경쟁사업자에 한정되지 않음

또한, 다른 사업자의 '기술'이란 특허법 등 관련법률에 의해 보호되거나 상당한 노력에 의하여 비밀로 유지된 생산방법·판매방법·영업에 관한 사항 등을 의미함

- 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시
  - 다른 사업자의 기술을 무단으로 이용하여 다른 사업자의 생산이나 판매활동에 심각한 곤란을 야기시키는 행위

### 나. 인력의 부당유인·채용

다른 사업자의 인력을 부당하게 유인·채용하여 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위를 말함

다른 사업자의 인력을 유인·채용하는 행위가 대상이 됨. 이 때 다른 사업자는 경쟁사업자에 한정되지 않음

- 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시
  - ① 다른 사업자의 핵심인력 상당수를 과도한 이익을 제공하거나 제공할 제의를 하여 스카우트함으로써 당해 사업자의 사업활동이 현저히 곤란하게 되는 경우
  - ② 경쟁관계에 있는 다른 사업자의 사업활동 방해 목적으로 핵심인력을 자기의 사업활동에는 필요하지도 않는 핵심인력을 대거 스카우트하여 당해 사업자의 사업활동을 현저히 곤란하게 하는 행위

### 다. 거래처 이전방해

다른 사업자의 거래처이전을 부당하게 방해하여 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위를 말함

거래상대방의 거래처이전을 방해하는 행위가 대상이 됨. 이때 다른 사업자는 경쟁사업자에 한정되지 않음

- 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시
  - 거래처이전 의사를 밝힌 사업자에 대하여 기존에 구입한 물량을 일방적으로 반품처리하거나 담보해제를 해주지 않는 행위

## 라. 기타의 사업활동방해

기술의 부당이용, 인력의 부당유인·채용, 거래처이전방해 외의 부당한 방법으로 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위를 말함

기타의 방법으로 다른 사업자의 사업활동을 현저히 방해하는 모든 행위가 대상이 됨. 방해의 수단을 묻지 않으며, 자기의 능률이나 효율성과 무관하게 다른 사업자의 사업활동을 방해하는 모든 행위를 포함함. 이 때 다른 사업자는 경쟁사업자에 한정되지 않음

### ■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 사업영위에 필요한 특정시설을 타 사업자가 이용할 수 없도록 의도적으로 방해함으로써 당해 사업자의 사업활동을 곤란하게 하는 행위
- ② 경쟁사업자의 대리점 또는 소비자에게 경쟁사업자의 도산이 우려 된다던지 정부지원대상에서 제외된다는 등의 근거 없는 허위사실을 유포하여 경쟁사업자에게 대리점계약의 해지 및 판매량감소 등을 야기하는 행위
- ③ 타 사업자에 대한 근거없는 비방전단을 살포하여 사업활동을 곤란하게 하는 행위



## iv. 특약매입거래 부당성 심사지침

## 1. 특약매입거래의 특성

## 가. 거래과정 및 특성

상품 발주(대규모유통업자) → 상품 입고 → 검품·검수 (단, 빈번한 상품 입고로 인해 양 당사자가 합의하여 생략하는 경우도 있음) → 외상매입 처리(세금계산서 발행) → 판매상품분에 대해서 판매수수료를 공제한 후 판매대금을 협력사 등에 지급(월별 마감) → 미판매분은 반품처리

특약매입거래는 대규모유통업자가 협력사 등으로부터 상품을 외상 매입한 이후 상품 소유권을 취득한다는 점과 대규모유통업자 명의로 상품이 판매되고 판매대금도 대규모유통업자에게 일단 귀속되는 점에서 직매입과 유사한 측면이 있음

그러나 대규모유통업자가 비록 자기의 이름으로 상품을 판매하지만 판매수수료를 공제한 후 대금을 협력사 등에 지급한다는 점과 판매되지 아니한 상품에 대해서는 반품할 수 있다는 점에서는 위수탁거래와 유사한 측면이 있음

또한 대규모유통업자가 상품 소유권을 보유하지만, 협력사 등이 실질적으로는 상품에 대한 판매·재고관리 기능을 수행한다는 점과 대규모유통업자가 협력사 등으로부터 판매액수의 일정비율을 수수료 명목으로 수령한다는 점에서 임대차거래(매출액의 일정비율의 임대료를 수취하는 임대물 거래)와도 유사한 측면도 있음

따라서 특약매입거래는 직매입과 임대차, 위수탁거래의 특성이 혼재된 형태의 거래방식으로 볼 수 있음

## 나. 대규모유통업자와 협력사 등의 역할

대규모유통업자는 협력사 등을 통해 자신의 이름으로 상품을 판매하고 판매대금을 수령한 후 월별로 판매액수를 집계하여 판매수수료를 공제한 금액을 협력사 등에게 지급함

또한, 대규모유통업자는 전체 점포 차원에서 집객을 위한 광고·홍보·판촉행사 기획 등 활동을 실시함

협력사 등은 대규모유통업자의 점포 내에 있는 자신의 매장에 판촉사원을 파견하여 상품에 대한 판매활동과 매장 내에서 상품에 대한 진열·보관 업무를 수행함. 이 과정에서 협력사 등은 상품에 대한 판매가격을 설정·변경함. 또한, 상품재고를 관리하고 미판매 상품을 대규모유통업자와 협의하여 회수(반품)함

## 다. 판매수수료의 성격

대규모유통업자와 협력사 등 간 약정으로 결정되는 판매수수료는 협력사 등이 대규모유통업자의 점포 내 매장을 이용하는 대가로서의 성격을 지님

또한, 판매수수료는 대규모유통업자가 점포 차원에서 집객활동(예: 광고, 판촉활동 등)을 수행함으로써 협력사 등의 매출증가에 기여하는데 대한 대가로서의 성격도 지님

## 2. 부당성 심사 기준

### 가. 상품 입고 및 관리 단계

#### (1) 상품에 대한 재산보장보험 비용

대규모유통업자는 화재홍수 등 천재지변과 도난 등에 의해 보유 상품의 피해를 입을 경우를 대비하여 재산보장보험에 가입하는 경우가 많음. 대규모유통업자는 매입 처리된 상품에 대해 소유권을 가지므로, 이러한 보험 비용을 자신이 부담하지 않고 협력사 등에게 부담시킬 경우 대규모유통업법 규정(제 17 조)에 위반될 소지가 있음

#### (2) 상품의 보관 비용

대규모유통업자가 상품에 대한 검품·검수 후 협력사 등에게 세금계산서를 발급하면 당해 상품에 대한 소유권을 가지므로, 이후 과정에서 창고 등 시설에 상품을 보관시키는 비용을 자신이 부담하지 않고 협력사 등에게 별도로 부담시킬 경우에는 대규모유통업법 규정(제 17 조)에 위반될 소지가 있음

#### (3) 상품 멸실·훼손 비용

대규모유통업자는 입고된 상품에 대해 검품검수를 하여 상품의 하자 여부와 물량을 확정함

검품·검수를 거치고 매입 처리된 상품은 대규모유통업자의 소유가 되므로, 이후 단계에서 상품이 멸실 또는 훼손되는 경우 대규모유통업자가 그 비용을 부담하지 않는다면 대규모유통업법 규정(제 17 조)에 위반될 소지가 있음. 다만, 협력사 등에게 귀책사유가 있는 경우에는 예외

그러나, 거래과정에서 상품의 입출고가 너무 빈번하여 대규모유통업자와 협력사 등 간 검품검수를 하지 않기로 약정한 경우에는 협력사 등이 실질적으로 상품을 입고 시부터 관리하게 됨. 따라서 이 경우에는 대규모유통업자가 상품의 하자 여부와 입고 물량을 확정할 수 없기 때문에 상품의 멸실·훼손 비용을 협력사 등이 부담할 수 있을 것이나, 이 경우에도 대규모유통업자는 매입 처리된 상품의 멸실·훼손을 방지하기 위해 선량한 관리자로서의 의무와 책임을 다하여야 함

다만, 멸실·훼손이 대규모유통업자 자신이 직접 관리하는 창고 또는 매장(매대)에서 발생하였거나 협력사 등으로부터 파견된 판촉사원의 귀책사유 없이 발생하였음이 명백한 경우 등 협력사 등에게 귀책사유가 있다고 보기 어려운 경우에는 협력사 등에게 그 비용을 부담시킬 경우 대규모유통업법 규정(제 17 조)에 위반될 소지가 있음

## 나. 매장 운영·관리 단계

### (1) 매장 인테리어 비용

대규모유통업자의 요구(예: MD 개편 등)에 의하거나 협력사 등의 개별적인 요구에 의해 협력사 등이 매장의 위치를 이동하거나 기존 매장에서 집기 등을 교체하는 경우 인테리어 비용이 소요됨. 이 경우 대규모유통업자가 소요되는 인테리어 비용을 다음과 같이 부담하지 않을 경우, 정당한 사유 없이 불이익 제공을 금지하고 있는 대규모유통업법 규정(제 17 조)에 위반될 소지가 있음

#### (가) 기초시설 공사(매장 바닥, 조명, 벽체 등) 비용

기초 시설은 기초시설은 전체 점포의 근간을 이루는 기본 시설이므로 대규모유통업자가 부담하지 않을 경우 대규모유통업법 규정(제 17 조)에 위반될 소지가 있음. 단, 협력사 등이 자신의 고유사양에 의해 기초 공사를 시행하려는 경우, 이때 추가로 소요되는 공사비용에 대해서는 대규모유통업자와 협력사 등이 서로 사전에 서면 약정을 체결하여 비용을 분담할 수 있을 것임

#### (나) 대규모유통업자 사유(MD 개편, 매장 리뉴얼 등)로 발생하는 매장 인테리어 비용

대규모유통업자가 MD 개편, 점포 차원에서의 리뉴얼 공사 시행 등 사유로 협력사 등에게 매장을 이동하도록 하거나 인테리어 공사를 시행토록 하는 경우 등에는 대규모유통업자가 소요되는 비용을 부담하지 않을 경우 대규모유통업법 위반 소지가 있음

그러나, 대규모유통업자 측의 사유에 의해 인테리어 비용이 소요된다고 하더라도 좋은 위치로의 매장 이동, 협력사 등의 매뉴얼에 따른 인테리어 추가변경 등 협력사 등에게도 이익이 되는 경우에는 대규모유통업자와 협력사 등이 서로 협의하여 사전에 서면 약정에 의해 비용을 분담할 수 있을 것임. 이 경우 협력사 등의 부담비율은 100 분의 50 을 초과하지 않아야 함. 다만, 협력사 등이 대규모유통업자에게 자신의 부담비율을 100 분의 50 을 초과하여 부담하겠다는 의사를 서면으로 명백히 밝힌 경우에는 예외

#### (다) 협력사 등의 개별적인 사유로 발생하는 매장 인테리어 비용

브랜드 콘셉트 변경, 선호 위치로의 이동 희망 등 사유로 협력사 등이 매장위치를 변경하여 매장 인테리어 비용이 발생하는 경우, 이에 소요되는 비용은 대규모유통업자와 협력사 등이 서로 협의하여 부담비율을 정할 수 있음

(2) 판촉사원 비용

대규모유통업법 규정(제 12 조)에서는 판촉사원을 파견 받아 자기의 사업장에 근무하게 하여서는 안됨을 규정하면서, 협력사 등이 자발적으로 파견하는 경우, 특수한 판매기법 또는 능력을 지닌 숙련된 판촉사원을 파견 받는 경우 등에는 예외적으로 판촉사원을 파견 받을 수 있도록 허용하고 있음

상기 예외 규정에 따라 대규모유통업자가 협력사 등으로부터 판촉사원을 파견 받더라도 그 규모를 일정 수 이상으로 하여 줄 것을 요구 또는 강요하는 경우(계약서 형식에 의하는 경우 포함)에는 상기 법 규정에 위반될 소지가 있음. 따라서 매장에 파견할 판촉사원 규모는 협력사 등이 자율적으로 결정할 수 있어야 함

(3) 매장관리 비용

특약매입거래 시 대규모유통업자는 협력사 등으로부터 상품을 외상매입하게 되면, 당해 상품에 대한 소유권을 가지게 되고, 협력사 등(파견 판촉사원)을 통해 자신 소유의 상품을 판매하게 함

따라서 협력사 등이 대규모유통업자 소유의 상품을 판매하는 과정에서 발생하는 각종 관리 비용(전기료, 가스료, 대금결제 장비 사용료 등)은 대규모유통업자가 부담함이 타당함. 따라서 대규모유통업자가 협력사 등에게 자신 소유의 상품을 판매시키면서 발생하는 관리 비용을 자신이 부담하지 않고 협력사 등에게 전가할 경우 대규모유통업법에 위반될 소지가 있음

또한, 대규모유통업자가 자신의 로고 또는 브랜드가 들어간 쇼핑백을 협력사 등에게 사용토록 의무화하면서, 쇼핑백을 협력사 등 비용으로 구입하도록 할 경우에는 대규모유통업법에 위반될 소지가 있음. 다만, 협력사 등이 대규모유통업자의 쇼핑백을 사용할지 아니면 자기 브랜드의 쇼핑백을 사용할지 여부를 자유롭게 선택할 수 있다면 예외

**다. 광고 및 판매촉진 활동 단계**

(1) 점포 차원에서의 광고 비용

대규모유통업자가 점포 차원에서 행하는 광고는 자신의 상호 브랜드를 높이기 위한 성격이 강함. 또한, 특약매입거래에 있어서 대규모유통업자는 협력사 등으로부터 점포 내 매장이용 및 점포 차원에서의 마케팅 활동 대가로 판매수수료를 수령하고 있음. 따라서 대규모유통업자가 점포 차원에서 지출하는 광고 비용을 자신이 부담하지 않고 협력사 등에게 부담시킬 경우에는 대규모유통업법 규정(제 17 조)에 위반될 소지가 있음

■ 점포 차원의 광고 비용

- ① 대규모유통업자 자신의 이미지 제고를 위한 광고 비용
- ② 점포차원에서 집객을 위한 광고 비용(전단지 DM, 카탈로그, 잡지, SNS 홍보 등)

- ③ 대규모유통업자가 점포 단위로 통일적으로 연출하는 홍보·광고 장식·제작물 비용(현수막, POP, 우드락, 배너, 포스터 등)

(2) 점포 차원에서 판매촉진행사 비용

대규모유통업자가 자신의 전체 점포 또는 점별 차원에서 우수고객 등을 대상으로 하는 판매촉진행사는 비록 그 행사로 인해 협력사 등이 반사적으로 혜택을 본다고 하더라도, 대규모유통업자가 주체가 되어 행하는 행사인 점, 상품은 법적으로 대규모유통업자의 소유인 점, 대규모유통업자는 판매금액의 일정률을 판매수수료로 수령하고 있는 점을 고려할 때, 그 소요되는 비용을 대규모유통업자가 부담하지 않고 협력사 등에게 부담시킬 경우 대규모유통업법에 위반될 소지가 있음

■ 점포 차원의 판매촉진행사 비용 예시

- ① 자신의 점포에서 일정금액 이상 구매자에게 일률적으로 지급하는 사은품 또는 상품권 등
- ② 점포 차원의 제휴 신용카드 할인, 무이자 할부 비용
- ③ 대규모유통업자가 점포 우수고객에게 발송하는 할인쿠폰
- ④ 대규모유통업자가 점포 우수 또는 방문 고객을 대상으로 실시하는 문화행사(콘서트 등) 등 각종 행사 비용
- ⑤ 대규모유통업자가 구매여부와 관계없이 점포를 방문하는 고객을 대상으로 일률적으로 지급하는 사은품
- ⑥ 대규모유통업자가 특정 협력사 등의 매장에 한정하지 않고 자신의 점포에서 상품을 구매한 고객 중 일부를 추첨하여 지급하는 경품

(3) 대규모유통업자와 협력사 등 간 공동 판매촉진행사 비용

대규모유통업자가 개별 협력사 등에게 직접적으로 매출증진 효과가 발생하는 판매촉진행사(구매고객에 대한 사은품 증정 등)를 당해 협력사 등과 공동으로 실시하는 경우에는 대규모유통업법 제 11 조 제 3 항 및 제 4 항 규정에 따라 그 소요 비용은 대규모유통업자와 당해 개별 협력사 등 간에 판매촉진행사를 통해 직접적으로 얻을 것으로 예상되는 경제적 이익의 비율에 따라 분담하되, 협력사 등의 분담비율은 100 분의 50 을 초과하여서는 안됨. 단, 협력사 등이 스스로 판매촉진행사를 진행하는 과정에서 대규모유통업자와 협의를 거쳐 공동 판매촉진행사인 것으로 보이는 경우라고 하더라도, 아래에 명시된 대규모유통업법 제 11 조 제 5 항 적용요건을 모두 충족하는 경우에는 양 당사자가 상호 협의를 통해 분담비율을 정할 수 있음

■ 공동 판매촉진행사 비용 예시

- ① 대규모유통업자가 개별 협력사 등과 공동으로 당해 협력사 등의 일정금액 이상 구매고객을 대상으로 지급하는 사은품 또는 상품권 등
- ② 대규모유통업자가 개별 협력사 등의 우수 또는 방문 고객을 대상으로 실시하는 문화행사(콘서트, 식사초대회, 패션쇼 등) 등 각종 행사 비용
- ③ 대규모유통업자가 개별 협력사 등과 공동으로 구매여부에 관계없이 협력사 등의 매장을 방문하는 고객을 대상으로 일률적으로 지급하는 사은품
- ④ 대규모유통업자가 개별 협력사 등과 공동으로 특정 상품에 대한 가격할인 행사를 실시하는 경우 그 가격할인분

특히, 공동 판매촉진행사가 가격할인 방식으로 이루어지고 그 비용분담을 위해 정상 판매시보다 낮은 판매수수료율을 적용하기로 합의한 때에는 행사시 판매된 상품에 대한 가격할인분을 포함한 전체 판매촉진비용의 50% 이상을 대규모유통업자가 분담할 수 있도록 판매수수료율이 충분히 조정될 필요가 있음

대규모유통업자가 협력사 등과 상품공급 기본계약 등을 통해 사전에 행사상품에 대해 적용되는 판매수수료율을 정상 판매수수료율보다 낮은 수준으로 약정하고 실제 개별 판매촉진행사를 실시하면서 계약서에 명시된 행사 판매수수료율을 적용한 경우라 하더라도, 판매촉진행사별 비용을 정산한 결과 협력사 등의 분담비율이 50%를 초과하게 된다면 대규모유통업법 규정(제 11 조) 위반에 해당될 수 있음. 이때 단순히 사전에 협력사 등과 판매수수료율을 약정했다는 이유만으로는 면책되지 아니할 수 있음

(4) 협력사 등의 자발적 요청에 따른 차별화된 판매촉진행사 비용(대규모유통업법 제 11 조 제 5 항)

판매촉진행사에 해당되는 모든 행사 또는 활동에 대해 법 제 11 조 제 3 항 및 제 4 항에 따른 판매촉진비용 분담 의무가 적용되는 것은 아님

협력사 등이 자발적으로 대규모유통업자에게 요청(자발성 요건)하여 다른 협력사 등과 차별화되는 판매촉진행사를 실시(차별성 요건)하려는 경우에는 대규모유통업법 제 11 조 제 5 항에 따라 협력사 등과 대규모유통업자가 협의를 통해 판매촉진비용의 분담비율을 정할 수 있음

협력사 등을 보호하기 위해 사전에 서면약정을 체결하지 않고 판매촉진비용의 50% 이상을 부담시키는 행위를 원칙적으로 금지한 입법취지에 비추어 볼 때, 대규모유통업법 제 11 조제 5 항과 같은 예외규정은 그 적용요건을 최대한 엄격하게 제한적으로 해석되어야 할 것임

자발성 요건은 대규모유통업자가 협력사 등에게 판매촉진행사를 하도록 요청하지 아니한 상황에서, 협력사 등이 먼저 스스로 판매촉진행사 실시여부와 내용 등을 독자적으로 결정하고 대규모유통업자에게 이러한 의사를 전달하였을 때 충족될 수 있음

단지 대규모유통업자가 협력사 등에게 판매촉진행사에 대한 참여를 직접적으로 강제하지 않았다는 사실만으로는 자발적 요청이 있었다고 할 수 없으며, 협력사 등이 판매촉진행사에

참여할 수밖에 없는 객관적인 상황을 만들어 내는 등 사실상 참여를 강제한 경우에도 자발성은 부인될 수 있음

따라서, 단순히 협력사 등이 대규모유통업자에게 판매촉진행사 실시를 요청한 공문이 있다고 해서 그것만으로 자발적인 요청이 있는 것으로 인정되는 것은 아닐 것임. 공문이 있는 경우라 하더라도 실제로는 대규모유통업자가 사전에 협력사 등에게 행사에 참여하겠다고 요청하는 내용의 공문을 보내도록 지시하거나 강제할 수 있기 때문임

또한, 단순히 판매촉진행사 이전에 대규모유통업자가 이를 기획·고지하였다거나 협력사와 협의를 거쳤다는 정황만으로 자발성이 무조건 부인된다고 볼 수는 없을 것임. 협력사 등이 스스로 판매촉진행사 여부와 내용 등을 독자적으로 결정하여 실시하는 경우에도 대규모유통업자와 협의를 전혀 거치지 않을 수 없고, 대규모유통업자도 특정 기간 동안 점포 차원의 집객효과를 제고하기 위한 기획 행위를 전혀 하지 않을 수는 없기 때문임

■ 자발성 요건이 인정되지 않을 수 있는 경우 예시

- 대규모유통업자가 행사의 유형, 내용을 독자적으로 기획하고, 협력사 등에게 이를 제시하면서 참여를 요청한 것에 대해 협력사 등이 개별적으로 참여여부를 답변하고 행사에 참여한 경우

차별성 요건은 판매촉진행사의 경위와 목적, 진행과정과 내용 등을 종합적으로 고려할 때, 행사를 진행한 협력사 등이 다른 협력사 등과 비교하여 뚜렷이 구분된다고 볼 수 있는 특수한 사정이나 성격을 가질 경우에 충족될 수 있음

단지 협력사 등 간 일부 형식과 내용에 차이가 있다는 사실만으로는 차별화된 행사로 인정되는 것은 아니며, 판매촉진행사를 실시하게 된 경위와 진행과정, 행사내용, 행사방법, 행사상품의 품목, 행사시기 및 기간, 관련 상품 소비자들의 특성 및 시장상황, 행사의 효과 등 제반사정을 종합적으로 고려하여 해당 행사를 요청한 협력사 등이 다른 협력사 등과 구별될 수 있는 경우에 한해 차별화된 행사로 인정될 수 있음

■ 차별성 요건이 인정되지 않을 수 있는 경우 예시

- 대규모유통업자가 협력사 등에게 행사 세부내용을 미리 제시한 것에 대해 협력사 등이 그 내용중 일부를 선택하여 행사를 실시한 경우

자발성 요건과 차별성 요건의 충족은 사실상 서로 밀접한 관련이 있음. 협력사 등이 대규모유통업자의 의사와 무관하게 자발적으로 판매촉진행사 내용을 정하여 실시를 요청하는 경우, 그러한 행사는 경위, 목적, 진행과정, 내용 등의 측면에서 다른 협력사 등과 차별화될 개연성이 크기 때문임. 그러나, 협력사 등이 요청한 행사라고 하여 반드시 차별화된 행사로 인정되는 것은 아닐 수 있음

협력사 등이 요청하였다 하더라도 실제 진행과정에서 대규모유통업자의 의사가 개입됨에 따라 당초 협력사 등이 실시하고자 한 행사의 의도와 특성이 사라지고 다른 협력사 등과 구분되지 아니하는 경우에는 차별화된 행사로 인정되지 않을 수 있음

자발성 요건과 차별성 요건이 모두 충족되는 판매촉진행사는 대규모유통업법 제 11 조제 5 항에 따라 동법 제 11 조제 1 항부터 제 4 항까지의 규정이 적용되지 않으므로 협력사 등의 판촉비용 부담비율이 50%를 초과할 수 있음. 이러한 적용예외 조항의 규정 취지는 대규모유통업자의 의사가 개입되지 아니한 상황에서 협력사 등이 스스로 이익을 얻을 것으로 판단하고 주도적으로 판매촉진행사 제반사항을 정하여 진행하는 경우, 대규모유통업자의 판매촉진행사에 의해 예상하지 못한 비용을 부담할 가능성이 낮다는 점을 고려한 것임

■ 자발적 요청에 따른 차별화된 판매촉진행사의 경우 예시

- ① 협력사 등이 자신의 브랜드에 한해 적용되는 판매촉진행사의 실시를 스스로 기획하고 행사실시와 관련된 사항을 독자적으로 결정하여 진행한 경우
- ② 협력사 등이 대규모유통업자로부터 사전에 단순 고지된 사항(점포 차원의 집객효과를 위해 집중 홍보하고자 하는 행사 기간, 홍보물 제작 등 판촉 지원 사항 등)을 참고하여, 자신의 판매계획 또는 경영적 판단에 따라 행사 실시여부와 내용 등을 독자적으로 결정하고, 행사 시기를 대규모유통업자의 집객 또는 소비자 구매가 활발한 기간으로 하고 싶다는 의사를 대규모유통업자에게 전달하여 그에 맞게 행사를 진행한 경우

■ 자발적 요청에 따른 차별화된 판촉행사가 아닌 경우 예시

- ① 협력사 등이 행사에 참여하겠다는 의사를 밝힌 공문은 제시되었으나 사전에 대규모유통업자가 참여를 독려하였고, 행사관련 사항을 대규모유통업자가 주도적으로 정하여 실시한 경우
- ② 대규모유통업자가 사전에 점포 차원의 집객효과를 위해 집중 홍보하고자 하는 행사 기간, 홍보물 제작 등 판촉 지원 사항 등을 단순 고지하는 차원을 넘어, 개별 협력사 등이 참여한다는 답변을 하도록 유도하거나, 협력사 등의 자발적 요청 이전에 행사참여 계획을 일일이 확인하는 등 사실상 협력사 등이 행사 실시 여부를 결정하는 데 관여하고, 자신이 행사의 구체적 내용을 정하여 행사를 실시한 경우

### 3. 판매촉진행사 참여에 대한 강제성 판단 기준

대규모유통업자는 거래과정에서 소비자에 대한 상품의 판매를 증진시키기 위해서 주도적으로 바겐세일행사 등과 같은 판매촉진행사를 기획하여 시행하는 경우가 빈번히 발생함

이 과정에서 대규모유통업자는 판매촉진효과를 극대화하기 위해 협력사 등에게 자신이 주관하는 판촉행사에 참여할 것을 요청하거나 참여의사를 확인하는 경우가 있을 수 있음



그러나 이러한 대규모유통업자의 요청 등에 의해 외견상 협력사 등이 판매촉진행사에 참여하였다 하더라도 실제 대규모유통업자의 강제에 의하여 협력사 등이 의사에 반하여 참여한 경우에는 정당한 사유가 없는 한 대규모유통업법 제 17 조제 4 호에 위반될 소지가 있음

### 가. 강제성 판단 기준

강제성은 판매촉진행사에 대한 협력사 등의 자발적인 참여의사 여부와 행사 불참시 제재수단 존부 내지 불이익 부여 여부 등과 같이 대규모유통업자가 협력사 등에게 사실상 참여를 강제하였는지를 중심으로 판단하되, 판매촉진행사의 성격 및 거래상 우월적 지위의 정도, 거래의존도, 거래관계의 지속성, 거래상품의 특성 등도 고려하여 종합적으로 판단함

또한, 형식적으로는 각각의 협력사 등이 개별적으로 진행하는 사은품증정 등의 판매촉진행사라 하더라도, 실제 대규모유통업자가 판매촉진행사를 주도적으로 기획하였고 대규모유통업자의 요청 등을 통하여 협력사 등의 의사에 반하여 참여하게 하였다면 대규모유통업법 규정(제 17 조제 4 호)에 위반될 소지가 있음

#### ■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 대규모유통업자가 판매촉진행사 미참여 협력사를 별도로 관리하면서 미참여 협력사에게 불이익을 주거나 재계약 심사 등에 반영하는 경우
- ② 대규모유통업자가 협력사 등의 의사에 반하여 노세일브랜드를 바겐세일 행사 등에 참여시키는 경우
- ③ 대규모유통업자가 협력사 등의 의사에 반하여 당초 할인율, 할인기간 등 판매촉진행사의 내용을 변경하여 협력사 등을 참여시키는 경우

#### iv. 판매장려금 부당성 심사지침

### 1. 판매장려금의 개념 및 인정범위

“판매장려금”이란 명칭에 상관없이 직매입거래에서 상품의 판매촉진을 위하여 연간거래 기본계약에 명시된 조건에 따라 협력사가 대규모유통업자에게 지급하는 경제적 이익을 말함

또한 판매촉진이란 명칭이나 형식에 상관없이 상품에 대한 수요를 늘려 판매를 증진시킴을 말함

판매장려금은 해당 거래분야에서 합리적이라고 인정되는 범위를 넘을 수 없다고 규정하고 있음

### 2. 판매장려금 약정에 관한 절차

대규모유통업자는 대통령령으로 정하는 바에 따라 연간거래 기본계약의 내용으로 판매장려금의 지급목적, 지급시기 및 횟수, 판매장려금의 비율이나 액수 등의 사항을 협력사와 약정하고 이에 따라 협력사로부터 판매장려금을 받을 수 있다고 규정하고 있음

또한, 대규모유통업자가 판매장려금을 받기 위하여 협력사와 약정하여야 할 사항은 아래와 같다고 규정하고 있음. 그리고 대규모유통업자가 협력사로부터 판매장려금을 받는 경우 다음의 약정사항이 명시된 서면을 협력사와 계약을 체결한 즉시 교부하여야 한다고 규정하고 있음

- 판매장려금의 종류 및 명칭
- 판매장려금의 지급목적, 지급시기 및 지급횟수
- 판매장려금의 비율 또는 액수
- 판매장려금의 결정기준 및 결정절차
- 판매장려금의 변경사유, 변경기준 및 변경절차

### 3. 판매장려금의 부당성 판단기준

#### 가. 판매촉진 목적과의 관련성 여부

대규모유통업자가 받는 경제적 이익이 판매장려금에 해당되기 위해서는 판매촉진 즉, 해당 상품에 대한 수요를 늘려 판매를 증진시킴을 목적으로 하여야 함. 이 때 판매라 함은 해당 상품에 대한 소비자 판매를 의미하므로 수요의 의미도 해당 상품에 대한 소비자 수요를 말한다고 봄이 타당함

직매입 거래에서 상품에 대한 소비자 수요를 늘려 판매를 증진시키는 목적과 직접적 관련성이 없이 대규모유통업자가 협력사로부터 받는 판매장려금은 이 법에서 정한 합리적인 인정범위 내에 있는 것으로 보기 어려움

#### (1) 판매촉진 목적과의 관련성이 인정되지 않는 판매장려금 항목 예시

##### - 기본장려금

명칭에 명칭에 상관없이 대규모유통업자가 협력사로부터 상품 매입금액의 일정비율 혹은 일정금액을 받는 형태의 판매장려금이 이에 해당됨.

동 판매장려금 항목은 대규모유통업자가 협력사로부터 상품 매입금액의 일정비율을 획일적으로 받기 때문에 당해 상품에 대한 판매촉진 목적과의 연관성이 매우 낮음. 더욱이 협력사의 납품액(대규모유통업자 매입액)이 감소되더라도 동 판매장려금을 받게 된다는 점에서 더욱 그러함.

또한, 동 판매장려금 명목을 통해 징수된 경제적 이익은 대규모유통업자의 직원 인건비, 점포 유지 운영비, 영업이익 등 일반적 관리 목적에도 활용될 수 있는 점을 감안할 때, 동 판매장려금 항목은 법에서 정한 합리적 인정범위 내에 있는 것으로 보기 어려움

##### - 판매촉진 목적과의 관련성이 인정되는 판매장려금 항목 예시

#### 1) 성과장려금

명칭에 상관없이 대규모유통업자와 협력사가 합의하여 전년동기 대비 납품액(납품단가 x 납품수량) 신장목표에 도달하였을 때, 대규모유통업자가 협력사로부터 지급받는 형태의 판매장려금이 이에 해당됨

대규모유통업자는 다양한 판촉노력을 통해 당해 상품의 판매액을 증가시켜야 약정된 목표를 달성할 수 있으므로 동 판매장려금은 판매촉진 목적과의 직접적 관련성이 인정됨. 또한, 이는 협력사의 납품액 증가에도 기여하므로 협력사의 이익도 제고하게 됨

#### 2) 신상품 입점장려금(출시 후 6개월 이내)

명칭에 상관없이 대규모유통업자가 협력사의 신상품을 매장에 진열해 주는 대가로 협력사로부터 받는 형태의 판매장려금이 이에 해당됨

이때 신상품인지의 여부는 업계의 거래관행 등을 고려하여 출시 후 6개월 이내의 상품을 원칙으로 하며, 실질적으로 기존 상품과 상품코드가 바뀐 것에 불과한 리뉴얼 상품은 이 지침에서의 신상품에 해당되지 않음

신상품은 대규모유통업자 입장에서 볼 때 소비자들에게 브랜드 인지도가 낮기 때문에 판매 여부가 불확실한 경우가 많음. 또한 협력사 입장에서 볼 때도 신상품의 경우 판로 확보가 용이하지 않은 경우가 많음

신상품이 대규모유통업자의 매장에 진열되면 해당 상품에 대한 브랜드 인지도를 향상시키고 상품에 대한 고객 접근성을 높이게 되어 동 상품에 대한 판매가 촉진되는 효과가 있음. 또한 동 판매장려금 항목은 대규모유통업자가 신상품을 직매입 함에 따른 판매부진의 위험을 보상하는 측면이 있음

### 3) 매대(진열) 장려금

명칭에 상관없이 대규모유통업자가 상품을 매출증가 가능성이 큰 자리(매대)에 진열해 주는 서비스에 대한 대가로 협력사로부터 받는 형태의 판매장려금이 이에 해당됨. 이때 매대위치와 판매장려금 지급수준에 관해서는 사전에 대규모유통업자와 협력사가 서면으로 약정하여야 함

특정 상품을 고객 접근성이 보다 높은 위치에 진열하게 되면 해당 상품에 대한 판매가 촉진될 가능성이 높아짐. 이러한 고객 접근성이 보다 높은 매대는 한정되어 있으며 이를 특정 상품에 배당하는 것은 대규모유통업자의 해당 상품에 대한 판매촉진 노력의 일환에 해당될 수 있음

또한 협력사의 입장에서도 고객 접근성이 보다 높은 매대에 자신의 상품이 진열되어 판매량이 늘어날 경우 납품액 증가로 이어질 수 있음. 따라서 동 판매장려금 항목은 판매촉진 목적과의 관련성이 인정될 수 있음

## 나. 직매입 거래의 속성상 인정되지 않는 행위와 관련하여 판매장려금을 받는지 여부

법 제 2 조제 9 호에 의하여, 대규모유통업자가 받는 경제적 이익이 법에 규정된 판매장려금에 해당되기 위해서는 해당 거래가 직매입 거래 분야에서 발생한 것이어야 함. 여기서 직매입 거래란 대규모유통업자가 매입한 상품 중 판매되지 아니한 상품에 대한 판매책임을 부담하고 협력사로부터 상품을 매입하는 형태의 거래를 말함

직매입 거래에서 대규모유통업자는 기 납품받은 상품에 대한 가격결정 등 상품판매에 관한 권한을 가짐과 동시에 판매부진에 따른 재고책임도 부담함

따라서, 대규모유통업자가 직매입 거래의 속성상 금지되는 행위(예: 부당반품, 재고 등 비용전가)를 하지 않음과 관련하여 판매장려금을 받는 경우, 법에서 정한 합리적인 인정범위 내에 있는 것으로 보기 어려움

### (1) 직매입 거래의 속성상 인정되지 않는 판매장려금 항목 예시

#### (가) 무반품장려금

명칭에 상관없이 대규모유통업자가 직매입한 상품을 반품하지 않음을 조건으로 협력사로부터 받는 형태의 판매장려금이 이에 해당됨

법 제 10 조에 따라 직매입 거래의 경우, 상품의 하자가 있는 경우(오손·훼손 포함), 특정계절 상품(예: 명절 선물세트 등)에 대한 반품 또는 납품받은 상품이 계약한 상품과 다른 경우 등 법에 규정된 정당한 사유가 있는 경우 외에는 대규모유통업자가 직매입한 상품을 원칙적으로 반품하여서는 안됨

따라서, 동 판매장려금 항목은 법에서 금지하고 있는 부당반품을 하지 않음을 이유로 대규모유통업자가 경제적 이익을 받는 행위로, 법에서 정한 합리적 인정범위 내에 있는 것으로 보기 어려움

(나) 시장판매가격 대응장려금(판매가격인하 비용보전 장려금)

명칭에 상관없이 대규모유통업자가 협력사로부터 직매입으로 기 납품받은 상품의 판매가격을 인하하기 위한 목적으로 받는 형태의 판매장려금이 이에 해당됨

대규모유통업자는 직매입 거래에 있어 기 납품 받은 상품에 대한 판매가격을 설정하고 이로 인한 손익과 재고 위험을 부담하여야 함. 동 판매장려금 항목은 대규모유통업자가 경쟁사의 판매가격 인하 등 시장상황에 대응하기 위하여 자신이 직매입한 상품의 판매가격을 인하함에 소요되는 비용을 자신이 부담하지 않고 협력사에게 전가시키는 행위로, 법에서 정한 합리적 인정범위 내에 있는 것으로 보기 어려움

(다) 재고소진 장려금

명칭에 상관없이 대규모유통업자가 직매입한 상품의 재고를 소진시킬 목적으로 재고분의 일정 비율에 해당하는 금액을 협력사로부터 받는 형태의 판매장려금이 이에 해당됨

대규모유통업자는 직매입 거래에 있어 납품받은 상품의 판매부진에 따른 재고위험도 함께 부담하여야 함. 따라서 동 판매장려금 항목은 직매입한 상품에 대한 재고를 소진시키기 위해 행하는 가격할인 등 비용을 자신이 부담하지 않고 협력사에게 전가시키는 행위로, 법에서 정한 합리적 인정범위 내에 있는 것으로 보기 어려움

(라) 폐점장려금

명칭에 상관없이 대규모유통업자가 점포 폐점시 덤핑, 가격할인 등을 통해 남아 있는 상품을 소진하는 과정에서 발생하는 비용을 보전하기 위해 협력사로부터 받는 형태의 판매장려금이 이에 해당됨

직매입 상품의 경우 원칙적으로 대규모유통업자가 소유권을 가지고 재고 위험도 부담하여야 함. 따라서 폐점 시 자신의 미판매 상품을 소진시키기 위해 행하는 가격할인 등 소요비용은 원칙적으로 대규모유통업자가 부담하여야 함

동 판매장려금 항목은 대규모유통업자가 점포 폐점시 미판매 상품을 소진시키기 위해 발생하는 비용을 자신이 부담하지 않고 협력사에게 전가시키는 행위로, 법에서 정한 합리적 인정범위 내에 있는 것으로 보기 어려움

## 다. 판매장려금 약정이 대규모유통업자-협력사 양자 모두에게 이익이 되는지 여부

법에서 판매장려금을 합리적인 범위 내에서 허용하는 취지는 협력사가 대규모유통업자에게 판매장려금을 지급하여 상품에 대한 소비자 수요를 늘려 판매를 증진시킴으로써, 판매성과에 대한 이익을 양자가 공유하기 위한 것임

따라서, 판매장려금 약정은 대규모유통업자와 협력사 양자 모두의 이익에 기여하여야 하며 판매장려금 지급 대상 기간 중 대규모유통업자가 받은 판매장려금액과 해당기간 중 협력사의 납품액 증가로 인한 이익 간에는 합리적 비례관계가 있어야 함

판매장려금 약정에 따른 혜택이 대규모유통업자에게 현저히 편향되어 귀속되는 경우, 법에서 정한 합리적인 인정범위 내에 있는 것으로 보기 어려움

### ■ 범위반에 해당될 수 있는 판매장려금 예시

- ① 판매장려금 지급 대상 기간 중 대규모유통업자가 받은 판매장려금액이 해당 기간 협력사의 납품액 증가로 인한 이익액보다 큰 경우(단, 신상품 입점비는 제외)
- ② 성과장려금과 관련하여, 대규모유통업자와 협력사 간 협의된 매출신장 목표(예: 전년대비 월별, 분기별, 연별 매출 신장률)에 도달하지 아니하였음에도, 매출신장 목표 달성을 이유로 협력사에게 판매장려금을 받는 경우  
  
예컨대, 아래의 성과장려금 약정에서 대규모유통업자가 분기당 전년대비 납품액 신장률 3%를 달성한 경우, 당초 약정대로 분기별 매입금액의 0.5%를 수령해야 함에도 분기별 매입금액의 0.7%를 수령하는 경우
- ③ 매대(진열)장려금과 관련하여, 판매장려금 수입 감소분을 보충하기 위하여, 매대(진열)장려금 지급수준을 통상적인 거래관행에 비해 현저히 상승시키고, 이를 협력사에 수용하도록 하는 경우

## 라. 판매장려금 약정 절차

### (1) 대규모유통업자가 협력사에게 판매장려금 약정에 필요한 정보를 충분히 제공

대규모유통업자는 협력사와의 판매장려금 지급에 관한 협의에 앞서 협력사에게 시행령 제 12 조에 규정된 아래 약정사항에 대한 정보를 협력사가 충분히 이해할 수 있도록 제공하여야 함

- 판매장려금의 종류 및 명칭
- 판매장려금의 지급목적, 지급시기 및 지급횟수
- 판매장려금의 비율 또는 액수
- 판매장려금의 결정기준 및 결정절차
- 판매장려금의 변경사유, 변경기준 및 변경절차

(2) 양 당사자 간 자유로운 의사합치에 의해 판매장려금에 관한 약정을 체결

대규모유통업자는 협력사와 상기 사항이 포함된 판매장려금에 관한 약정을 심리적 압박, 기만, 위계, 강요 등의 방법이 아닌 자유로운 의사의 합치에 의해 체결하여야 함

(3) 판매장려금 약정사항을 연간거래 기본계약 내용에 포함시키고 동 계약서면을 즉시 교부

대규모유통업자는 판매장려금을 받기 전에 판매장려금에 관한 상기 약정사항을 연간거래 기본계약의 내용에 포함시켜야 하며, 대규모유통업자는 협력사와 동 계약이 체결되는 즉시 판매장려금 관련 약정 서면이 포함된 연간거래 기본계약 서면을 협력사에게 교부하여야 함

■ 범위반에 해당될 수 있는 절차 예시

- ① 당초 연간거래 기본계약 시 약정되지 아니하거나 약정된 범위를 초과하여 판매장려금을 협력사로부터 받는 행위
- ② 판매장려금의 종류 및 명칭, 판매장려금의 지급목적, 지급시기 및 지급횟수, 판매장려금의 비율 또는 액수 등을 구체적으로 기재함이 없이, 추후에 개별적으로 판매장려금 약정을 체결할 수 있다고 포괄적으로 규정한 후 수시로 판매장려금을 받는 행위
- ③ 대규모유통업자가 계약기간 중 판매장려금률 또는 액수를 협력사의 의사와 무관하게 일방적으로 인상하는 경우
- ④ 대규모유통업자가 연간거래 기본계약 체결 시 판매장려금 항목과 비율을 협의절차 없이 일방적으로 정하여 통보하고 판매장려금을 수령하는 경우
- ⑤ 대규모유통업자가 매대(진열)장려금과 관련하여 협력사의 해당 상품이 진열될 위치 및 기간, 위치별 판매장려금률 또는 금액 등 판매장려금 결정 및 변경 기준을 사전에 명확히 구체적으로 규정함이 없이 자신이 정한 규정에 따라 일방적으로 판매장려금을 받는 경우
- ⑥ 대규모유통업자의 제안내용을 협력사가 수용하지 않을 경우 거래중단 등 불이익을 받을 수 있음을 직·간접적으로 암시하는 등 협력사의 자율적인 의사가 제한된 상태에서 판매장려금 약정이 체결된 경우

## v. 판촉사원 파견 가이드라인

### 1. 관련법률의 규정

대규모유통업법에서는 대규모유통업자가 협력사 등으로부터 종업원 등을 파견받아 자기의 사업장에 근무하게 하는 행위를 원칙적으로 금지하고 있음. 다만 아래의 세가지 요건을 모두 충족한 경우에 한하여 제한적으로 종업원 등을 파견받을 수 있도록 규정하고 있음

- 대규모유통업자가 협력사 등으로부터 파견된 종업원 등의 인건비 등 제반 비용을 부담하는 경우
- 협력사 등이 종업원 등 파견에 다른 예상이익과 비용의 내역 및 산출근거를 객관적·구체적으로 작성하여 명시한 서면에 의거하여 대규모유통업자에게 자발적으로 파견을 요청하는 경우
- 상기 두가지 사유에 해당하지 않더라도, 대규모유통업자가 협력사 등으로부터 특수한 판매기법 또는 능력을 지닌 숙련된 종업원 등을 파견받는 경우

대규모유통업자는 상기 세가지 예외적 허용사유의 어느 하나에 해당되어 협력사 등으로부터 종업원 등을 파견받더라도 사전에 아래에 제시된 사항에 관해 서면으로 약정하고, 협력사 등과 각각 서명 또는 기명날인하여야 함

- 종업원 등의 수
- 종업원 등의 근무기간 및 근무시간
- 종업원 등이 종사할 업무내용
- 종업원 등의 인건비 부담 여부 및 조건

대규모유통업자는 파견된 종업원 등을 해당 협력사 등이 납품하는 상품의 판매 및 관리 업무에 종사하도록 해야 함. 따라서 대규모유통업자는 특정 협력사 등으로부터 파견된 종업원 등을 자신의 일반적인 관리 업무나 여타 업무 또는 다른 협력사 등이 납품하는 상품의 판매 및 관리 업무에 종사하게 하여서는 안 됨



## 2. 대규모유통업자가 종업원 등을 파견받는 사유와 관련하여 준수해야 할 사항

대규모유통업자는 법에서 규정하고 있는 예외적 허용사유의 어느 하나에 해당될 경우에 협력사 등으로부터 종업원 등을 파견 받을 수 있다. 따라서, 종업원 등 파견사유가 상기에서 제시된 예외적 허용사유 중 어느 하나에 해당되지 않거나, 그 범위를 넘어서지 않도록 유의하여야 함

가. 대규모유통업자가 파견된 종업원 등의 인건비를 비롯한 제반 비용을 부담하는 조건으로 파견을 받았으나, 그 비용의 일부 또는 전부를 부담하지 않거나 협력사 등에게 전가하여서는 안 됨

대규모유통업자가 법률에 따라 종업원 등 파견에 소요되는 제반비용을 부담하는 조건으로 협력사 등으로부터 파견 받을 경우, 대규모유통업자는 인건비(보수)와 식비·교통비 등 각종 실비, 기타 파견된 종업원 등이 상품 판매 및 관련 업무에 종사하는 데에 드는 비용을 부담하여야 함. 따라서, 이 경우 대규모유통업자가 파견비용의 일부 또는 전부를 부담하지 않거나, 협력사 등에게 파견비용을 전가시키는 행위를 한다면 범위반에 해당될 수 있음

### ■ 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 파견비용을 부담하는 조건으로 파견을 받았으나, 파견 인력에 지급하는 비용부담을 이유로 협력사에게 상품 매입원가의 인하를 요구하거나, 판매장려금 또는 광고비를 추가로 수취하는 행위
- ② 파견 비용을 부담하는 조건으로 파견을 받았으나, 약정서 상에 기재된 판매활동을 수행함에 있어 소요되는 진열대·시식대 등 설치비용, 샘플 시식용 상품 비용 등 대규모유통업자가 부담해야 할 비용 중 일부를 협력사에게 부담시키는 행위

나. 대규모유통업자가 먼저 협력사 등에게 종업원 등을 파견할 것을 요구하였음에도 불구하고, 협력사 등으로부터 자발적 요청이 있었음을 이유로 종업원 등을 파견받아서는 안 됨

협력사 등은 지속적 거래관계 유지를 위해 대규모유통업자가 종업원 등을 파견하여 줄 것을 요구하더라도 이를 거부하기 어려운 경우가 많음. 대규모유통업자가 협력사 등에게 구두나 유선 또는 이메일 등으로 비공식적으로 종업원 등을 파견하여 줄 것을 먼저 요구하고, 협력사 등이 이에 응하는 경우라면 협력사로부터 자발적인 요청이 있는 경우로 보기 어려움

따라서 대규모유통업자가 협력사로부터 자발적인 요청이 있었다는 사유로 종업원 등을 파견 받으려면 대규모유통업자의 비공식적인 요구 이전에 협력사 등이 자신의 필요에 의해 스스로 자사 인력을 파견받아 줄 것을 먼저 요청하여야 함. 이 경우 협력사 등의 요청은 종업원 등의 파견에 따르는 예상 이익과 비용의 내역 및 산출근거를 객관적·구체적으로 작성하여 명시한 서면에 의하여야 함

대규모유통업자가 협력사 등으로부터 사전에 자발적 파견요청서를 받았더라도, 파견에 따른 예상 이익 및 비용에 대한 구체적 산출근거가 없는 경우에는 자발성에 대한 다툼이 있을 수 있으므로 유의하여야 함

■ 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 협력사 등의 자발적 요청 이전에 대규모유통업자가 협력사 등에게 협조요청 등의 명목으로 종업원 등을 파견하여 줄 것을 구두나 유선 또는 이메일 등으로 비공식적으로 요구하고, 사후에 협력사 등으로부터 파견요청서를 제출하게 하는 행위
- ② 대규모유통업자가 파견사원 운영에 관한 계획을 수립하여 각 협력사 별로 파견해야 할 판촉사원의 수를 할당한 다음, 개별 협력사 등으로부터 자발적 파견 요청서를 제출하게 하는 행위
- ③ 대규모유통업자가 협력사 등에 종업원 파견을 요구하면서 이를 거절할 경우 거래개시 거절, 거래지속 중단 등 불이익을 부여하거나, 이를 암시함으로써 협력사 등이 그 요구에 응할 수 밖에 없는 경우

다. 대규모유통업자가 파견에 따른 제반비용을 부담하거나 협력사 등이 자발적으로 파견을 요청하는 경우에 해당되지 않을 경우에는 특수한 판매기법 또는 능력을 지닌 숙련된 종업원만을 파견받을 수 있음

‘특수한 판매기법 또는 능력’이라 함은 개별적·구체적인 상황에 따라 달라질 수 있으나, 일반 종업원이 지닌 능력에 비해 상당한 정도로 차별화된 판매기법이나 능력을 말함. 이를 판단함에 있어 해당 기법 또는 능력이 소정의 교육과정 이수만으로는 갖추기 어려울 정도의 상품에 관한 전문지식(예: 특정 판매제품의 기능, 와인 감별 및 보관기법 등)과 이를 토대로 한 판매 및 상품관리 능력을 필요로 하는지가 기준이 될 것임. 따라서, 소정의 교육과정 이수만으로 습득이 가능하거나, 상품 및 브랜드의 특성과 무관하게 공통적으로 적용되는 지식의 경우에는 이에 해당된다고 보기 힘들 것임

특수한 판매기법 또는 능력이 요구되는 분야에서 1년 이상 종사한 경험이 있는 인력은 ‘숙련된 종업원’으로 추정함. 한편, 1년 이상 종사한 경험이 없더라도 특수한 판매기법 또는 능력을 충분히 발휘하여 일반 종업원과 차별화된 판매, 상품관리 등을 할 수 있으면 ‘숙련된 종업원’으로 보아 파견받을 수 있음

대규모유통업자는 ‘특수한 판매기법 또는 능력을 지닌 숙련된 종업원’ 사유로 파견받은 종업원을 당초 파견받은 목적에 부합하는 직무에 종사하게 하여야 함. 예를 들어, ‘특수한 판매기법 또는 능력을 지닌 숙련된 종업원’을 단순 판매보조 또는 판촉을 위한 시식·시연 업무에만 종사하게 할 경우에는 법 위반 소지가 있을 수 있음

■ 범위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 대규모유통업자가 파견에 따른 제반비용을 부담하거나 협력사 등이 자발적으로 파견을 요청하는 경우에 해당되지 않음에도 불구하고, 상품의 특성이나 판매업무와 관련된 소정의 교육만으로도 가능한 단순 상품판매 업무의 수행을 위해 종업원 등을 파견받는 행위
- ② 특별한 기술이 필요하지 않은 시식 및 시연, 고객에 대한 관심 제고 수준의 단순 판촉업무에 숙련된 종업원 등을 요구하여 판촉사원을 파견받는 행위
- ③ 특수한 판매기법이나 능력과 무관한 판매대금 수령 등 단순 판매보조업무의 수행을 위해 숙련된 종업원 등을 요구하여 파견받는 행위
- ④ 대규모유통업자 차원의 바겐세일 등 판촉행사 기간에 행사보조업무의 수행을 위한 임시 행사요원을 추가로 요구하여 파견받는 경우

### 3. 대규모유통업자가 종업원 등을 파견 받을 경우 따라야 할 절차

대규모유통업자는 사전에 협력사 등과 파견조건을 서면으로 약정하여야 함. 동 서면에는 대규모유통업자와 협력사 등이 각각 서명 또는 기명날인하여야 함. 이 때, 약정하여야 할 사항은 다음과 같음

- 종업원 등의 수
- 종업원 등의 근무기간 및 근무시간
- 종업원 등이 종사할 업무내용
- 종업원 등의 인건비 부담 여부 및 조건

대규모유통업자는 파견조건을 약정한 서면을 즉시 협력사 등에게 교부하여야 하며, 동 서면을 약정이 끝난 날부터 5년간 보존하여야 함

따라서, 대규모유통업자가 ㉠종업원 등을 파견받은 이후에 서면약정하는 행위, ㉡상기 사항의 일부 또는 전부에 대해 약정을 체결하지 않거나 ㉢불명확하게 약정하는 행위, ㉣약정 서면이 불완전하거나 이를 협력사 등에게 교부하지 않는 행위 등은 법 위반에 해당될 수 있으므로 유의하여야 함

가. 파견조건에 대한 서면약정을 종업원 등의 파견 이후에 실시하여서는 안 됨

파견조건에 대한 서면약정은 실제 협력사 등의 종업원 등을 파견받아 자기의 사업장에 근무시키기 이전에 체결하여야 함. 즉, 종업원 등을 파견받기 이전에 구체적인 파견조건을 명시한 서면의 마련과 더불어, 이에 대한 양 당사자의 서명 또는 기명날인까지 이루어져야 함

■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 단기(예: 1 주일 이내) 판촉행사라는 이유로 서면약정없이 협력사 등에게 판촉사원 파견을 추가로 요구하고, 사후에 협력사로부터 파견요청서와 서면약정서(기명날인 포함)를 징구하는 행위
- ② 1 월부터 종업원 등을 파견받았음에도 불구하고 4 월에 파견조건에 대해 약정하고, 이를 1 월부터 소급하여 적용하거나 약정일자를 1 월 이전으로 수정하여 기재하는 행위
- ③ "파견 종업원 등의 인원수는 차후 협의에 의해 결정한다" 또는 "해당 월의 파견 인원수는 전월말까지의 협의에 의해 결정한다" 등 파견조건을 사후로 유보하는 행위
- ④ 파견조건을 명시한 서면의 마련은 종업원 등 파견 이전에 이루어졌으나, 한 당사자 또는 양 당사자의 서명 또는 기명 날인은 파견 이후에 이루어진 경우

나. 파견조건 전부 또는 일부에 대해 서면약정을 체결하지 않는 행위를 하여서는 안 됨

대규모유통업자는 거래형태 및 파견조건, 파견의 자발성 여부 등과 무관하게 상기 4 가지 파견조건(종업원 등의 수, 근무기간 및 근무시간, 종사 업무내용, 인건비 부담 여부 및 조건)에 대해서는 반드시 약정을 체결하여야 함. 따라서 상기 사항을 전부 약정하지 않거나, 일부만 약정하는 것은 법 위반에 해당될 수 있음

복수의 협력사가 공동으로 종업원을 고용하여 파견하는 경우, 대규모유통업자는 관련 협력사 전체와 서면약정을 체결하여야 함. 또한, 단기 판촉행사 진행 등을 이유로 부정기적·일시적으로 파견되는 판촉사원에 대해서도 사전 서면약정이 필요함

■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 단기 판촉행사 또는 복수의 협력사가 공동으로 파견하는 경우 등과 같이 서류 작업에 많은 시간이 소요된다는 이유로 파견조건을 사전에 서면으로 약정하지 않고, 구두·이메일·파견요청 문서 등으로 종업원 등 파견을 요청하여 파견받는 행위
- ② 협력사 등이 자발적으로 종업원 등의 파견을 요청했다는 이유로 사전에 서면약정을 체결하지 않는 행위
- ③ 종업원 등의 근무시간 및 근무기간, 업무내용에 대해서는 명확히 약정하였으나, 종업원 등의 수는 예측이 어렵다는 이유로 약정서에 명시하지 않는 행위
- ④ 상시로 판매사원을 파견받아 사용함에도 불구하고, 약정기간 만료 이전에 해당 약정을 갱신하지 않은 상태에서 계속해서 파견받는 행위

다. 파견조건을 약정하였으나, 약정된 파견조건이 불명확하여서는 안 됨

종업원 등 파견에 관한 약정을 체결할 경우, 종업원 등의 수·근무기간·근무내용 등은 구체적이어서 협력사가 자신의 종업원 파견에 소요되는 비용을 사전에 예측할 수 있어야 함

상품의 매출액 변동이나 산발적인 판촉행사의 실시에 따라 파견 종업원의 숫자 및 근무기간을 특정하기 어려운 경우 등 불가피한 경우에는 범위를 지정하여 파견조건을 약정할 수 있을 것임. 다만, 이 경우 지정된 범위가 너무 넓어 협력사 등이 파견비용을 예측하기 어려울 정도라면 법 위반에 해당될 소지가 있게 되므로 유의하여야 함

■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 파견조건에 관한 예측이 가능한 상시근무 판매사원을 파견 받으면서 파견 인원 및 근무시간 등을 명확히 약정하지 않는 행위
- ② 상품매출 변동, 단기 판촉행사 등의 추가인원수요를 감안하더라도 최대 10 명이면 가능한 경우임에도 불구하고 종업원 등의 수를 "5 명~30 명" 또는 "30 명 이하" 등 포괄적으로 약정하는 행위
- ③ 종업원 등의 근무기간을 "상반기 중" 또는 "3 분기 중" 등으로 모호하게 규정하여 협력사 등이 파견기간을 예측하기 어려운 경우
- ④ 협력사는 구체적 파견조건이 명시되지 않은 서면에 서명/기명날인만 하고, 구체적인 파견조건은 유통업자가 사후에 일방적으로 기재하는 행위

라. 약정서면이 불완전하거나 약정서면을 미교부하는 행위 등을 하여서는 안 됨

파견조건은 서면(전자문서 포함)으로 약정하여야 하며, 해당 서면에는 대규모유통업자와 협력사 등이 서명(전자서명 포함) 또는 기명날인하여야 함

또한, 대규모유통업자는 약정을 체결한 즉시 약정서면을 협력사 등에게 교부하여야 하며, 파견조건에 대한 약정서면과 종업원 등의 근무내역에 관한 서류를 5년간 보존하여야 함

■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 파견조건을 명시한 서면은 마련되었으나, 한 당사자 또는 양 당사자 모두의 서명 또는 기명날인이 누락된 경우
- ② 약정서면을 협력사 등에게 교부하지 않거나, 파견 이후에 교부하는 행위
- ③ 파견조건 약정서면 또는 종업원 등의 근무내역에 관한 서류를 1년 동안만 보존하고 폐기하는 행위
- ④ 전자서면을 통해 약정을 체결하는 경우, 협력사 등의 서명을 대규모유통업자가 보관하고 있다가 이를 약정서에 기재하는 행위

#### 4. 대규모유통업자가 파견받은 종업원 등에 대해 유의해야 할 남용행위

대규모유통업자는 파견 종업원을 해당 인원을 고용한 협력사 등이 납품하는 상품의 판매 및 관리 업무에만 종사하게 할 수 있음. 따라서 자사 상품 판매·관리 업무에 해당되지 않는 대규모유통업자의 고유업무나 타 협력사 등 상품에 대한 판매·관리 업무에 종사시키는 행위는 법 위반에 해당될 소지가 있게 되므로 유의해야 함.

다만, 복수의 협력사 등이 종업원을 공동으로 파견하는 경우 파견종업원을 공동으로 파견한 협력사 등이 각각 납품하는 모든 상품의 판매 및 관리업무에 종사시키는 행위는 허용됨

또한, 법 제 17 조제 10 호에서는 대규모유통업자가 협력사 등에게 불이익을 주거나 이익을 제공하게 하는 행위를 금지하고 있음

따라서 대규모유통업자가 파견 종업원에 대해 설정된 판매목표액을 달성하도록 강제하는 등 협력사의 이익보다 자신의 이익을 일방적으로 추구하는 행위를 할 경우 법 위반 소지가 있을 수 있음

■ 법위반에 해당될 수 있는 행위 예시

- ① 파견된 종업원 등을 계산대에서 현금출납 보조업무, 포장업무 등에 종사시키는 행위
- ② 파견된 종업원 등에 통로·화장실 등 매장 공용공간 청소, 매장 공용공간에서 매장 전체차원의 고객 응대 및 안내업무 등을 하도록 지시하는 행위
- ③ 파견된 종업원 등을 배송 차량으로부터의 상품 하역, 창고반입 업무, 쇼핑 카트 회수·정리, 주차장 관리 및 주차지원 업무에 종사시키는 행위
- ④ 파견된 종업원 등에게 자사 상품 뿐만 아니라 다른 협력사 등이 납품하는 상품의 판매 및 재고파악 및 관리, 진열업무 등을 맡기는 행위
- ⑤ 협력사의 직매입상품에 대한 판촉행사를 진행하기 위해 판촉사원을 파견받아, 해당 협력사가 납품한 대규모유통업자의 PB 상품에 대한 판매업무에도 종사하도록 한 행위
- ⑥ 대규모유통업자가 자기의 이익을 위한 고유 업무의 일환으로 수행하는 정기재고조사업무 등의 원활한 수행을 위해 파견 종업원 등으로 하여금 자사상품의 재고를 파악토록 하는 행위
- ⑦ 대규모유통업자 또는 소속 직원이 협력사에 대해 월별 매출목표를 설정하고, 실제 달성여부와는 관계없이 제시된 목표 금액을 기준으로 판매수수료(판매장려금 포함)를 징수하는 행위
- ⑧ 대규모유통업자가 협력사에 대해 판매목표를 설정하고, 파견 종업원에 대해 이를 달성하도록 강요하는 행위

## vi. 반품행위 위법성 심사지침

## ◇ 용어의 정의

- ✓ “납품”이란 거래형태에 상관없이 대규모유통업자가 판매할 상품을 대규모유통업자에게 공급하는 행위를 말함. 대규모유통업자가 이미 판매한 상품을 협력사가 소비자에게 직접 공급하는 행위도 대규모유통업자와 협력사의 관계에서도 납품으로 봄
- ✓ “반품”이란 대규모유통업자가 납품받은 상품을 협력사에게 실질적으로 되돌려주는 모든 행위를 말함. 단순히 협력사에게 상품을 되돌려주는 경우뿐만 아니라 협력사의 다른 상품과 바꾸면서 당초 납품받은 상품을 되돌려주는 경우 등 행위의 법률적 형식이나 성격과 관계없이 당초 납품된 상품이 협력사에게 되돌아간 경우에는 반품된 것으로 봄
- ✓ “직매입거래”란 대규모유통업자가 협력사로부터 상품을 매입하는 형태의 거래를 말함. 매입한 상품 중 소비자에게 판매되지 아니한 상품에 대한 재고는 대규모유통업자가 부담함
- ✓ “특약매입거래”란 대규모유통업자가 소비자에게 판매되지 아니한 상품을 반품할 수 있는 조건으로 협력사로부터 상품을 외상 매입하는 형태의 거래를 말함. 상품판매 후 대규모유통업자는 일정률이나 일정액의 판매수익을 공제한 상품판매대금을 협력사에게 지급함
- ✓ “위수탁거래”란 대규모유통업자가 협력사로부터 납품받은 상품을 자기 명의로 판매하고 상품판매 후 일정률이나 일정액의 수수료를 공제한 상품판매대금을 협력사에게 지급하는 형태의 거래를 말함

## 1. 반품에 대한 약정

## 가. 반품의 조건

- (1) 대규모유통업자는 법률에 위반되지 않는 범위 내에서 협력사와 합의하여 상품의 반품조건 등을 정할 수 있음
- (2) 반품조건이란, 반품의 대상, 시기(기한), 절차, 비용부담 등을 말함
- (3) 반품조건은 가능한 한 명확하고 구체적으로 기재하여야 하며, 그 정도는 협력사들이 불측의 피해를 입지 않을 정도에 이르러야 함

(4) 특히, 특약매입거래와 같은 반품조건부 거래의 경우 대규모유통업자와 협력사는 계약체결 시점에 반품조건을 구체적으로 정해야 함

■ 적법한 반품조건 예시

- ① (반품이 폭넓게 허용되는 특약매입거래나 위수탁거래의 경우) 대규모유통업자는 상품판매를 마감한 이후 일정한 기간(예: 10 일) 이내에 판매되지 않은 상품을 협력사에게 반품할 수 있음
- ② 대규모유통업자는 납품받은 상품이 오손·훼손된 사실을 인지하고 그 과정에서 자신의 귀책사유가 없다고 판단한 경우 협력사와 협의를 거쳐 해당 상품이 협력사의 책임있는 사유로 오손·훼손된 것으로 확인되는 경우 이를 협력사에게 반품할 수 있음
- ③ 대규모유통업자는 ○○○○년 □□월 △△일(추석 당일로부터 20 일이 경과한 날)까지 판매되지 않은 추석 선물세트를 협력사에게 반품할 수 있음

한편, 대규모유통업자가 재고와 관련된 책임 또는 의무를 협력사에게 부당하게 부담시키는 내용의 반품조건을 설정하고 이를 이행하였을 경우 관련법률에 위반될 소지가 있음

■ 이행되었을 때 관련법률에 위반될 소지가 있는 반품조건 예시

- ① (반품이 제한되는 직매입거래의 경우) 대규모유통업자는 상품판매를 마감한 이후 협력사에게 재고상품을 수거해가도록 요구할 수 있으며 협력사는 특별한 사정이 없는 한 이에 응하여야 함
- ② 대규모유통업자는 납품받은 상품에 하자가 있는 경우 이를 협력사에게 반품할 수 있으며 하자과 관련된 일체의 법적책임과 비용은 협력사가 부담함
- ③ 대규모유통업자는 납품받은 신선 농·수·축산물이 당초 계약한 상품과 다른 경우 언제든지 협력사에게 반품할 수 있으며 협력사는 이와 관련된 모든 책임과 비용을 부담함

**나. 반품조건 등에 관한 서면기재 의무와 서류보존 의무**

- (1) 대규모유통업자가는 상품의 반품조건에 대해 협력사와 합의한 경우 이를 적은 서면을 협력사에게 주어야 함. 서면에는 대규모유통업자와 협력사가 각각 서명 또는 기명날인하여야 하며 [전자거래기본법] 제 2 조제 1 호에 따른 전자문서의 형태로 서면을 주거나 [전자서명법] 제 2 조제 2 호에 따른 전자서명(서명자의 실지명의를 확인할 수 있는 것을 말한다) 등으로 서명하는 것도 가능함
- (2) 대규모유통업자는 반품조건을 적은 서면을 납품업자에게 교부하기 전까지는 원칙적으로 협력사에게 상품을 제조하게 하거나 주문하여서는 안 됨. 다만, 반품조건을 적은 서면을 교부하기 이전이라도 대규모유통업자가 서명 또는 기명날인한 서면으로 상품의 제조나 주문을 요구하는 것은 가능함
- (3) 대규모유통업자는 협력사와의 계약이 끝난 날부터 5 년간 다음의 사항이 적힌 서류를 보존해야 함

- 반품조건



- 반품된 상품의 목록
- 반품된 상품의 수량
- 반품된 상품의 거래형태(직매입거래/특약매입거래/위수탁거래 등)
- 반품된 상품의 반품일자
- 반품된 상품과 관련된 납품대금
- 반품된 상품의 반품사유
- 협력사가 대규모유통업자에게 서면으로 반품을 요청하면서 해당 반품이 자신에게 직접적으로 이익이 된다는 사실을 증명하는 객관적인 근거자료를 제출한 경우 협력사가 제출한 서면과 근거자료

(4) 대규모유통업자가 (1)에서 (3)까지의 의무를 준수하지 않는 경우 법 제6조(서면의 교부 및 서류의 보존 등)에 위반될 소지가 있음

## 2. 반품행위에 대한 위법성 심사기준

### 가. 기본 원칙

대규모유통업자의 반품행위는 원칙적으로 금지됨. 이는 대규모유통업자가 거래상 우월적 지위를 이용해 자신이 부담해야 할 재고를 협력사에게 일방적으로 부담시키는 행위를 방지하기 위한 것임. 그러나 반품을 무조건 금지하는 것은 대규모유통업자와 협력사 간의 자유로운 거래를 과도하게 제한할 우려가 있으며 거래의 성격상 일정부분 반품이 필요한 경우도 있을 수 있음. 그래서 법은 정당한 사유가 있는 경우 예외적으로 반품을 허용하고 있음

한편, 반품은 그 개념상 상품의 납품을 전제로 하므로 이와 관련된 법률규정 역시 대규모유통업자와 협력사간 거래에만 적용됨, 상품의 납품이 이루어지지 않는 대규모유통업자와 매장임차인간 거래에는 반품과 관련된 법률규정이 적용되지 않음

반품행위의 위법성이 성립하려면 다음 각 항의 요건이 모두 충족되어야 함

### 나. 위법 요건

#### (1) 납품받은 상품

법은 대규모유통업자가 “납품받은 상품”을 반품하는 행위를 금지하고 있음. 따라서 상품을 납품받기 이전에 협력사에게 되돌려준 경우에는 반품행위가 성립되지 않음. 가령, 대규모유통업자가 자신의 점포나 물류센터에 상품을 입고하기 이전, 검수·검품하는 단계에서 협력사에게 상품을 되돌려준

경우가 이에 해당함. 이 경우에는 상품을 반품한 것이 아니라 상품 수령 자체를 거부한 것에 가깝기 때문에 법 제9조(상품 수령 거부·지체 금지)의 적용 가능성을 검토할 필요가 있음

(2) 전부 또는 일부를 반품

법은 대규모유통업자가 납품받은 상품의 ① "전부 또는 일부"를 ② "반품"하는 행위를 금지하고 있음. 이에 따라 우선 1) 납품받은 수량을 전부 반품하지 않고 극히 일부만 반품해도 법에 위반될 소지가 있음. 또한, 2) 반품행위의 형식이나 성격을 특별히 제한하지 않고 있기 때문에 ㉠계약해지에 따른 상품반환, ㉡납품업자의 다른 상품을 납품받으면서 이미 납품받은 상품과 교환하는 경우 등 그 형식과 성격에 상관없이 대규모유통업자가 납품받은 상품을 납품업자에게 실질적으로 되돌려주기만 하면 일단 반품행위가 성립됨

(3) 정당한 사유가 없을 것

법은 대규모유통업자가 "정당한 사유 없이" 반품하는 행위를 금지하고 있음. 반품에 정당한 사유가 있는지 여부는 ㉢납품거래의 형태와 특성, ㉣대규모유통업자의 의도와 목적, ㉤반품이 납품업자에게 미치는 효과 등 여러 사정을 종합적으로 고려하여 개별적·구체적으로 판단함. 반품행위를 하더라도 정당한 사유가 있는 것으로 인정되면 위법성이 성립되지 않으며 정당한 사유에 대한 입증책임은 이를 주장하는 대규모 유통업자가 부담함

■ 정당한 사유가 있는 것으로 보기 어려운 반품(위법성이 인정되는 사례)

- ① 대규모유통업자가 협력사와 판촉행사 비용을 분담한다는 명목으로 상품 판매가격을 할인한 만큼 매입단가도 낮추기 위해 이미 납품받은 상품을 협력사에게 반품하고 반품된 상품을 당초 매입단가보다 낮은 가격으로 재매입한 행위
- ② 대규모유통업자가 판매가 부진한 A 상품 판매를 줄이고 상대적으로 판매실적이 좋은 B 상품 판매를 늘리기 위해 이미 납품받은 A 상품을 협력사에게 반품하는 행위
- ③ 대규모유통업자가 전체 점포 중 40% 이상의 점포에서 4 주 이상 판매실적이 없는 상품에 대해 재고부담을 나눈다는 목적으로 이미 납품받은 상품의 일부를 협력사에게 반품한 행위

**다. 반품이 허용되는 경우(정당한 사유가 있는 것으로 추정되는 경우)**

법은 정당한 사유가 있는 경우 예외적으로 반품을 허용하고 있음. 아울러, 대규모유통업자와 협력사의 예측 가능성을 높이기 위해 정당한 사유로 추정될 수 있는 9 가지 반품사유도 별도로 규정하고 있음

다만, 법 제 10 조제 1 항 각 호의 9 가지 반품사유에 해당되더라도 대규모유통업자가 "해당 거래분야에서 합리적으로 인정되는 기간 내"에 반품하는 경우에만 정당한 사유가 있는 것으로 추정됨. 어떤 사유가 발생하였다고 하여 무기한 반품을 허용하는 것은 협력사의 예측가능성과 법적 안정성을 심히 저해할 수 있기 때문임. 대규모유통업자가 합리적으로 인정되는 기간 내에 반품하였는지 여부를 판단할 때에는 협력사의 예측가능성 측면에서 반품기간이 합리적이었는지 여부를 고려함. 즉, 해당 거래분야에서 대부분의 협력사가 특정 기간(예: 30 일) 내에는 통상 반품이 있을 수 있다고 인식하고 있고, 그 기간 내에 실제 반품이 이루어진 경우에는 합리적인 기간 내에 반품이 이루어진 것으로 봄

또한, 앞의 모든 요건을 충족하더라도 반품에 정당한 사유가 있는 것으로 “추정”되는 것에 불과함.  
따라서 추정을 반복할 수 있는 증거가 제시되는 경우 반품행위는 범위반이 될 수 있음

정당한 사유가 있는 것으로 추정되어 반품이 허용될 수 있는 9 가지 사유는 다음 각 항과 같음

(1) 특약매입거래의 경우로서 계약체결 시 반품조건을 구체적으로 약정하고 그 반품조건을 명시한 서면을 협력사에게 준 경우

특약매입거래는 대규모유통업자가 소비자에게 판매되지 않은 상품을 반품할 수 있는 조건으로 납품업자로부터 상품을 매입하는 거래형태이므로, 그 개념상 판매되지 않은 상품이 협력사에게 반품될 것임을 전제하고 있음. 협력사 역시 계약체결 시점부터 재고 상품이 반품될 것임을 예측할 수 있으므로 이러한 거래형태에서는 반품이 비교적 폭넓게 허용됨

다만, 이 경우에도 구체적인 반품조건을 미리 약정하고 그 반품조건을 명시한 서면을 납품업자에게 준 경우에만 반품을 할 수 있음. 구체적인 반품조건에는 ㉠반품대상을 특정하는 방법과 절차, ㉢반품이 이루어지는 시점, ㉣반품 절차 등이 포함될 수 있음

■ 사례

- ① 협력사와 특약매입계약을 체결하면서 반품시점·절차 등을 미리 약정하고 이를 계약서에 명시하여 협력사에 교부한 경우, 이에 따른 반품은 허용될 수 있음
- ② 백화점이 협력사와 특약매입거래를 체결했으나 ㉠반품조건을 별도 약정하지 않거나 ㉢구두로만 이를 약정한 후, 재고상품을 매일 협력사에게 반품하는 행위는 허용되지 않음

(2) 위수탁거래의 경우

위수탁거래의 경우 수탁자인 대규모유통업자는 위탁받은 상품을 판매하는 역할만 할 뿐, 상품의 소유권은 위탁자인 협력사에게 있음. 대규모유통업자가 위탁받은 상품을 판매하고 남은 재고상품의 소유권도 결국 협력사에게 있기 때문에 대규모유통업자는 별도의 제한 없이 재고 상품을 협력사에게 반품할 수 있음

(3) 납품받은 상품이 협력사의 책임 있는 사유로 오손·훼손되었거나 상품에 하자가 있는 경우

납품계약을 이행할 때 협력사는 ㉠계약의 목적에 맞고 ㉢계약에서 정한 내용에 부합하는 상품을 납품해야 할 의무가 있고 대규모유통업자 역시 그러한 상품을 납품받을 권리가 있음. 만일, 납품한 상품이 계약한 내용과 달리 더럽게 오염되거나(오손) 물리적으로 손상(훼손)된 경우, 상품에 하자가 있는 경우에는 이를 소비자에게 정상적으로 판매하기 어렵기 때문에 상품에 오손이나 훼손을 유발하거나 하자 있는 상품을 납품한 당사자가 이와 관련된 책임을 부담할 필요가 있음. 이러한 취지에서 법은 협력사가 상품의 오손·훼손·하자에 책임이 있는 경우 대규모유통업자의 반품을 허용하고 있음

■ 사례

- ① 협력사로부터 고용된 인력이 매장에서 상품을 진열하는 도중 고의 또는 과실로 일부 상품을 바닥에 떨어뜨려 파손시킨 경우 해당 상품에 대한 반품은 허용될 수 있음

- ② 대규모유통업자 종원원이 창고에서 재고물량을 확인하는 도중 부주의로 일부 상품에 사인펜 자국을 남겨 오손시킨 경우 해당 상품에 대한 반품은 허용되지 않음
- ③ 협력사가 공급한 상품이 창고에 입고된 이후 대규모유통업자 직원이 부주의로 상품을 떨어뜨려 파손시킨 경우 해당 상품에 대한 반품은 허용되지 않음

(4) 납품받은 상품이 계약한 상품과 다른 경우

대규모유통업자가 당초 계약한 상품과 다른 상품을 납품받은 경우 납품계약이 정상적으로 이행된 것이 아니므로 역시 반품이 폭넓게 허용될 필요가 있음. 납품된 상품의 품목이 계약한 상품과 전혀 다른 경우뿐만 아니라 상품의 원산지, 유통기한, 크기 등 계약목적 달성에 중요한 제품의 특성이 당초 계약한 내용과 다른 경우도 이에 포함됨

■ 사례

- 당도 18 브릭스인 델라웨어 포도를 납품받기로 계약하고 20 박스를 납품 받았는데 당도 14 브릭스에 불과한 포도가 일부 박스에 포함된 경우 해당 상품에 대한 반품은 허용될 수 있음

(5) 대규모유통업자가 반품으로 인하여 생기는 손실을 스스로 부담하고 해당 협력사에게 반품의 동의를 받은 경우

대규모유통업자가 이미 납품받은 상품을 반품하여 발생하는 손실을 스스로 부담하는 경우 특별한 사정이 없는 한 협력사의 이익을 저해하거나 손실을 유발하지 않기 때문에 반품이 허용될 수 있음. 이 경우 법은 대규모유통업자가 부담해야 하는 손실의 범위에 대해서는 명확히 규정하고 있지는 않는데, 해당 규정의 취지가 ㉠납품거래에 관한 협력사의 신뢰를 보호하고 ㉡반품으로 인해 협력사에게 발생할 수 있는 불측의 손해를 방지하기 위한 것임을 고려할 때, 대규모유통업자가 부담하여야 할 손실의 범위는 “반품으로 인해 납품업자에게 추가적으로 발생하는 모든 비용”을 의미하는 것으로 보는 것이 타당함. 가령, ㉠반품에 소요되는 직접비용, ㉡반품된 상품을 협력사가 재판매하는 등의 방식으로 사용·수익하는 데 추가적으로 소요되는 비용, ㉢납품시점에 비해 상품의 가치가 하락한 경우 그 차액 등이 이에 모두 포함되는 것으로 볼 수 있음

다만, 이 경우에도 법은 협력사에게 반품에 대한 동의를 받도록 하고 있음. 법문언과 규정의 취지상 반품 이전에 협력사의 동의를 받아야 하는 것으로 해석될 수 있음

■ 사례

- ① ㉠반품으로 인해 협력사에게 발생할 수 있는 직접 비용, ㉡협력사가 반품된 상품을 재판매하는 데 소요되는 비용, ㉢납품시점과 반품시점 사이의 상품 가치하락분 등 반품에 따른 모든 손실을 부담하기로 하고 협력사 역시 반품에 동의한 경우 해당 상품에 대한 반품은 허용될 수 있음
- ② 대규모유통업자가 반품비용의 일부를 부담하긴 했으나 ㉠비용 부담액에 대해 협력사와 이견이 있고 ㉡협력사가 반품에 명시적으로 동의하지 않은 경우 해당 상품에 대한 반품은 허용되지 않음

(6) 직매입거래의 경우로서 일정한 기간이나 계절에 집중적으로 판매되는 상품에 대하여 계약체결 시 반품조건을 구체적으로 약정하고 그 반품조건이 명시된 서면을 협력사에게 준 경우

한시적으로 판매되는 상품이나 특정 계절에 집중적으로 판매되는 상품(일명 “시즌상품”)의 경우 상품이 실제 판매될 수 있는 기간은 짧은 반면 수요예측이 어려워 다른 상품에 비해 상대적으로 많은 양의 재고가 대규모유통업자에게 발생할 수 있음. 이 경우 반품을 모두 금지하게 되면 대규모유통업자는 재고의 위험을 고려해 처음부터 적은 수량만 매입하거나 납품가격에 위험에 대한 비용을 반영할 가능성이 크며 이는 결국 협력사에게도 이익이 된다고 보기 어려움. 그래서 법은 이러한 경우 일정 요건 하에서 반품을 허용하고 있음

(가) 우선, 이 규정은 직매입거래의 경우에만 적용됨. 계약시점부터 재고상품의 반품을 전제로 하는 특약매입거래나 위수탁거래의 경우에는 적용될 여지가 없음

(나) 또한, 이 규정에 따라 반품이 허용될 수 있는 상품은 “일정한 기간이나 계절에 집중적으로 판매되는 상품(시즌상품)”에 한정됨

1) 어떤 상품이 이에 해당하는지를 판단하기 위해서는 ③해당 상품의 월별·분기별 판매량, 매입량, 재고량, ⑥해당 상품에 대한 소비자의 인식 등을 종합적으로 고려함

2) 이 같은 기준에 따라 시즌상품으로 판단될 수 있는 사례는 다음과 같음

- ① 기념일 상품 : 발렌타인데이 초콜릿, 화이트데이 사탕, 빼빼로데이 과자, 어린이날 완구, 어버이날 또는 스승의날 선물, 크리스마스 트리 등
- ② 명절 상품 : 추석 선물세트, 설 선물세트, 차례용품, 제기 등
- ③ 신학기/졸업시즌 용품 : 가방, 연필, 공책, 실내화, 교복, 꽃다발 등
- ④ 휴가철 용품 : 수영복, 튜브 등 물놀이용품, 스키복, 고글 등 스키용품 등
- ⑤ 계절 용품 : 에어컨, 제습기, 선풍기, 히터 등

(다) 앞의 (가)와 (나)의 요건에 모두 해당되더라도 계약체결 시점부터 대규모유통업자가 협력사와 반품조건에 대해 구체적으로 약정하고 그 반품조건이 명시된 계약서면을 납품업자에게 미리 준 경우에만 반품이 가능함

- 반품조건에는 반품의 대상, 시기(기한), 절차, 비용부담 등이 포함됨

※ 예시(반품조건 약정 내용)

- 반품대상 : 명절용 선물세트(별지 기재된 품목에 한함)
- 반품기한 : 명절 종료일로부터 30일 이내
- 반품절차 : 반품상품은 유통업체의 물류창고에 보관하며, 해당 장소에서 반품 상품

확인 후 협력사에게 인도

· 반품비용부담 : 반품장소까지 반출·운반하는 비용은 대규모유통업체가, 그 후의

반품과 관련하여 발생하는 비용은 협력사가 부담

■ 사례

- ① 편의점이 ㉔발렌타인데이 당일로부터 7일이 경과한 날까지 판매되지 않은 초콜릿을 8일째 되는 날 협력사에게 전량 반품하는 조건으로 협력사와 약정을 체결하고 ㉔해당 내용을 적은 약정서를 협력사에게 사전 교부한 경우 이에 따른 반품은 허용될 수 있음
- ② 대형마트가 물놀이 용품을 납품받으면서 8월말까지 판매되지 않은 상품은 전량 반품하기로 협력사와 합의하였으나 이러한 내용을 적은 약정서를 협력사에게 미리 교부하지 않은 경우 이에 따른 반품은 허용되지 않음

(7) 직매입거래의 경우로서 납품업자가 반품이 자기에게 직접적으로 이익이 된다는 객관적인 근거자료를 첨부한 서면으로 반품일 이전에 자발적으로 반품을 요청한 경우

재고상품일지라도 이를 대규모유통업자의 매장에 그대로 두기보다는 협력사가 반품을 받아 다른 유통채널에 판매하는 것이 협력사에게 더 큰 이익이 되는 경우가 있을 수 있음. 이러한 경우 반품이 허용될 필요가 있는데, 법은 협력사가 ㉔반품이 자기에게 이익이 된다는 사실을 객관적으로 증명할 수 있는 근거와 함께 ㉔반품일 이전에 자발적으로 대규모유통업자에게 반품을 요청하는 경우 해당 반품이 허용될 수 있도록 근거규정을 두었음

■ 사례

- ① 협력사가 자신의 상품에 유해물질이 첨가되어 있다는 보도를 접하고 이를 신속히 반품받아 소비자 피해를 줄이는 것이 스스로에게도 이익이 된다고 판단하여 대규모유통업자에게 반품을 요청하면서 객관적인 근거서류를 제출한 경우, 이에 따른 반품은 허용될 수 있음
- ② 협력사가 신제품을 출시하면서 기존에 납품한 상품을 매장에서 회수하는 것이 브랜드 이미지 제고에 더 도움이 된다는 판단을 하여 대규모유통업자에게 반품을 요청하면서 객관적인 근거서류를 제출한 경우, 이에 따른 반품은 허용될 수 있음

(8) 대통령령으로 정하는 바에 따라 가맹점사업자로부터 반품받은 상품을 대규모유통업자인 가맹본부가 협력사에게 다시 반품하는 경우

- 법에 따라 반품이 허용되는 경우는 가맹점사업자가 폐업하면서 가맹본부에게 반품한 상품을 가맹본부가 협력사에게 다시 반품하는 경우만 해당함. 이 경우 재판매가 불가능한 상품은 반품할 수 없음

원칙적으로 대규모유통업자인 가맹본부와 협력사간 납품계약, 가맹본부와 가맹점사업자간 가맹계약은 각각 별개의 계약이므로 단지 가맹본부가 가맹점사업자로부터 상품을 반품받았다는 이유만으로 이를 협력사에게 다시 반품하는 것은 인정되기 어려움. 그러나 법은 가맹점사업자가 폐업하면서 가맹본부에게 상품을 반품하는 경우에는 예외적으로 이러한 반품을 허용하고 있음. 그러나 이 경우에도 다른 유통채널에 재판매하기 불가능한 상품의 경우에는 협력사에게 반품할 수

없도록 하고 있음. 해당 상품이 재판매가 불가능한지 여부는 반품된 상품의 특성, 반품시점의 시장상황 등을 종합적으로 고려해 개별적·구체적으로 판단함

■ 사례

- ① 편의점주가 영업을 계속하면서 판매되지 않은 치약을 본사에 반품한 경우, 편의점 본사는 해당 상품을 협력사에게 반품할 수 없음
- ② 편의점 폐업 이후, 유통기한이 임박하여 다른 채널로 판매할 수 없는 우유를 본사가 반품 받은 경우 편의점 본사는 해당 상품을 납품업자에게 반품할 수 없음

(9) 그밖에 직매입거래의 경우로서 정당한 사유가 있는 경우

법에 명시되어 있지 않더라도 반품이 필요하거나 불가피한 경우가 있을 수 있음. 법 제 10 조 제 1 항 제 3 호부터 제 8 호까지에 직접적으로 해당되는 사유가 없더라도 그에 준하는 사유가 있는 경우에는 반품에 정당한 사유가 있는 것으로 추정될 수 있음. 이러한 사유가 있는지 여부는 2. 나.

(3) 정당한 사유 판단기준 등을 활용해 개별적·구체적으로 판단함

viii. 계열사에 대한 부당지원행위의 금지

◇ 용어의 정의

- ① “지원주체”란 지원행위를 한 사업자를 말함
- ② “지원객체”란 지원주체의 지원행위로 인한 경제적 이익이 귀속되는 특수관계인 또는 다른 회사를 말함. 이 때, 다른 회사는 지원주체의 계열회사에 한정되지 않음
- ③ “특수관계인”이란 공정거래법 시행령 제 11 조의 규정에 의하여 정하여지는 자를 말함
- ④ “지원행위”란 지원주체가 지원객체에게 직접 또는 간접으로 제공하는 경제적 급부의 정상가격이 그에 대한 대가로 지원객체로부터 받는 경제적 반대급부의 정상가격보다 높거나 상당한 규모로 거래하여 지원주체가 지원객체에게 과도한 경제적 이익을 제공하는 작위 또는 부작위를 말함
- ⑤ “정상가격”이란 지원주체와 지원객체 간에 이루어진 경제적 급부와 동일한 경제적 급부가 시기, 종류, 규모, 기간, 신용상태 등이 유사한 상황에서 특수관계가 없는 독립된 자 간에 이루어졌을 경우 형성되었을 거래가격 등을 말함
- ⑥ “지원금액” 지원주체가 지원객체에게 제공하는 경제적 급부의 정상가격에서 그에 대한 대가로 지원객체로부터 받는 경제적 반대급부의 정상가격을 차감한 금액을 말함
- ⑦ “지원성 거래규모”란 지원주체가 지원객체에게 지원행위를 한 기간 동안 해당 지원행위와 관련하여 이루어진 거래의 규모를 말함

1. 가지급금 또는 대여금 등 자금을 거래한 경우

가. 지원주체가 지원객체와 가지급금·대여금 등 자금을 정상적인 거래에서 적용되는 대가보다 상당히 낮거나 높은 대가로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과도한 경제적 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당함

또한 지원주체가 지원객체와 가지급금·대여금 등 자금을 상당한 규모로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과도한 경제적 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당함

■ 예시



- ① 지원주체가 지원객체의 금융회사로부터의 차입금리보다 저리로 자금을 대여하는 경우
  - ② 상품·용역거래와 무관하게 「선급금 명목으로」 지원객체에게 무이자 또는 저리로 자금을 제공하는 경우
  - ③ 지원주체가 제3자인 은행에 정기예금을 예치한 다음 이를 다시 지원객체에 대한 대출금의 담보로 제공함으로써 지원객체로 하여금 은행으로부터 낮은 이자율로 대출받도록 하는 경우
- 나. 지원주체와 지원객체 간의 가지급금 또는 대여금 기타 자금의 거래(이하 "자금거래"라 한다)에 의한 지원행위 중 위 지원행위는 실제 적용된 금리(이하 "실제적용금리"라 한다)가 해당 자금거래와 시기, 종류, 규모, 기간, 신용상태 등의 면에서 동일 또는 유사한 상황에서 특수관계가 없는 독립된 자 사이에 자금거래가 이루어졌다면 적용될 금리보다 상당히 낮거나 높은 경우에 성립함
- 다. 자금거래에 의한 지원행위는 회계처리상 계정과목을 가지급금 또는 대여금으로 분류하고 있는 경우에 국하지 아니하고, 지원주체가 지원객체의 금융상 편익을 위하여 직접 또는 간접으로 현금 기타 자금을 이용할 수 있도록 경제상 이익을 제공하는 일체의 행위를 말함
- 라. 공사대금 미회수, 기간이 특정되어지지 않은 단순대여금 등 지원시점에 만기를 정하지 않은 경우에는 지객체의 월별평균차입금리를 개별정상금리로 봄. 여기서 월별평균차입금리는 지원객체가 해당 월에 독립적으로 차입한 자금의 규모를 가중하여 산정한 금리를 말함
- 마. 다만, 상기 원칙에 따라 정해진 금리를 개별정상금리로 볼 수 없거나, 적용순서를 달리할 특별한 사가 있다고 인정될 경우, 또는 지원주체의 차입금리가 지원객체의 차입금리보다 높은 경우 등 다른 금리를 개별정상금리로 보아야 할 특별한 사유가 있는 경우에는 그 금리를 개별정상금리로 봄
- 바. 개별정상금리를 위에서 규정된 방법에 의해 산정하기 어렵고, 또한 지원객체의 재무구조, 신용상태, 차입방법 등을 감안할 때 개별정상금리가 한국은행이 발표하는 시중은행의 매월 말 평균 당좌대출금리를 하회하지 않을 것으로 보는 것이 합리적인 경우에는 해당 자금거래의 실제적용금리와 일반정상금리를 비교하여 지원행위 여부를 판단함
- 사. 전항의 규정에도 불구하고, 지원객체의 재무구조, 신용상태, 차입방법 등을 감안할 때 지원객체의 개별정상금리가 일반정상금리보다 높은 수준인 것으로 보는 것이 합리적인 상황에서 일반정상금리 수준으로 상당한 규모의 자금거래를 하는 것은 지원행위에 해당함

- 아. 개별정상금리를 구체적으로 특정할 수 없는 경우에는 지원객체와 그와 특수관계가 없는 독립된 금융기관 사이에 또는 특수관계 없는 독립된 자 사이에 지원주체와 지원객체 사이의 자금거래에 비하여 시기, 종류 내지 거래의 성격 등의 면에서는 동일 또는 유사하지만 기간이나 신용상태 등의 면에서 우위의 조건을 가진 거래행위가 있는 경우 해당 거래에 적용된 금리를 지원주체와 지원객체 간 자금거래에 대한 개별정상금리의 최하한으로 볼 수 있음
- 자. 지원주체와 지원객체 간의 자금거래에 적용된 실제적용금리가 개별정상금리보다 상당히 낮거나 높은 것으로 보는 것이 합리적이거나 개별정상금리의 구체적 수준을 합리적으로 산정하기 어려운 경우에는 지원성 거래규모를 기준으로 지원금액을 산정함
- 차. 지원주체가 지원객체를 지원하려는 의도 하에 제 3자를 매개하여 자금거래를 하고 그로 인하여 지원객체에게 실질적으로 경제상 이익을 제공하는 경우의 지원금액은 지원주체가 지원과정에서 부수적으로 제 3자에게 지출한 비용을 제외하고 지원객체가 받았거나 받은 것과 동일시할 수 있는 경제상 이익만을 고려하여 산정함
- 카. 자금거래에 의한 지원행위가 지원객체에게 상당히 유리한 조건의 거래인지 여부는 실제적용금리와 개별정상금리 또는 일반정상금리 사이의 차이는 물론 지원성 거래규모와 지원행위로 인한 경제상 이익, 지원기간, 지원횟수, 지원시기, 지원행위 당시 지원객체가 처한 경제적 상황 등을 종합적으로 고려하여 구체적·개별적으로 판단함
- 타. 다만, 지원주체와 지원객체 간의 자금거래에 의한 실제적용금리와 개별정상금리 또는 일반정상금리와의 차이가 개별정상금리 또는 일반정상금리의 7% 미만으로서 개별 지원행위 또는 일련의 지원행위로 인한 지원금액이 1 억원 미만인 경우에는 지원행위가 성립하지 아니하는 것으로 판단할 수 있음

## 2. 유가증권·부동산·무체재산권 등 자산을 거래한 경우

- 가. 지원주체가 지원객체에게 유가증권·부동산·무체재산권이나 기타 자산을 정상적인 거래에서 적용되는 대가보다 상당히 낮거나 높은 대가로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과도한 경제상 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당함

또한 지원주체가 지원객체에게 자산을 상당한 규모로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과도한 경제상 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당함

■ 예시

- ① 지원객체가 발행한 기업어음을 비계열회사가 매입한 할인율보다 낮은 할인율로 매입하는 경우
- ② 지원객체의 신용등급에 적용되는 할인율보다 낮은 할인율을 적용하여 발행한 기업어음을 매입하는 경우
- ③ 지원주체가 제 3 자 발행의 기업어음을 매입하고 그 제 3 자로 하여금 그 매출금액의 범위 내에서 지원객체 발행의 기업어음을 지원객체에게 유리한 조건으로 매입하도록 하는 경우
- ④ 역외펀드를 이용하여 지원객체가 발행한 주식을 고가로 매입하거나 기업어음 등을 저리로 매입하는 경우
- ⑤ 특수관계가 없는 독립된 자가 인수하지 않을 정도의 낮은 금리수준으로 발행된 후순위사채를 지원주체가 인수하는 경우
- ⑥ 제 3 자 배정 또는 실권주 인수 등의 방식을 통해 유상증자에 참여하면서 특수관계가 없는 독립된 자가 인수하지 않을 정도의 고가로 발행한 주식을 지분을 전혀 보유하고 있지 않던 지원주체가 인수하는 경우
- ⑦ 제 3 자 배정 또는 실권주 인수 등의 방식을 통해 유상증자에 참여하면서 특수관계가 없는 독립된 자가 인수하지 않을 정도의 고가로 발행한 주식을 기존 주주인 지원주체가 인수하여 증자 후의 지분율이 증자 전의 지분율의 50/100 이상 증가하는 경우
- ⑧ 시가보다 낮은 가격으로 신주인수권부사채를 발행하여 지원객체에 매각하는 경우
- ⑨ 부동산을 시가에 비하여 저가로 지원객체에 매도하거나, 고가로 지원객체로부터 매수하는 경우
- ⑩ 계열회사가 단독으로 또는 지원객체와 공동으로 연구개발한 결과를 지원객체에 무상양도하여 지원객체가 특허출원을 할 수 있도록 하는 경우

나. 지원주체와 지원객체 간의 자산 거래에 의한 지원행위는 실제 거래가격이 해당 자산 거래와 시기, 종류, 규모, 기간 등이 동일 또는 유사한 상황에서 특수관계가 없는 독립된 자 사이에 이루어졌다면 형성되었을 거래가격에 비하여 상당히 낮거나 높은 경우에 성립함

다. 정상가격의 산출방법은 다음과 같음

- (1) 해당 거래와 시기, 종류, 규모, 기간 등이 동일한 상황에서 특수관계가 없는 독립된 자 사이에 실제 거래한 사례가 있는 경우 그 거래가격을 정상가격으로 함

(2) 해당 거래와 동일한 실제사례를 찾을 수 없는 경우에는 (a) 먼저 해당 거래와 비교하기에 적합한 유사한 사례를 선정하고, (b) 그 사례와 해당 지원행위 사이에 가격에 영향을 미칠 수 있는 거래조건 등의 차이가 존재하는지를 살펴, (c) 그 차이가 있다면 이를 합리적으로 조정하는 과정을 거쳐 정상가격을 산정함

(3) 해당 거래와 비교하기에 적합한 유사한 사례도 찾을 수 없다면 부득이 통상의 거래 당사자가 거래 당시의 일반적인 경제 및 경영상황 등을 고려하여 보편적으로 선택하였으리라고 보이는 현실적인 가격을 규명함으로써 정상가격을 산정함

이 경우 자산의 종류, 규모, 거래상황 등을 참작하여 국제조세조정에 관한 법률 제 5 조(정상가격의 산출방법) 및 동법 시행령 제 2 장(국외특수관계인과의 거래에 대한 과세조정) 또는 상속세 및 증여세법 제 4 장(재산의 평가) 및 동법 시행령 제 4 장(재산의 평가)에서 정하는 방법을 참고할 수 있음. 다만, 사업자가 자산거래 과정에서 국제조세조정에 관한 법률 등에 따라 가격을 산정하였다고 하여 그러한 사정만으로 부당한 지원행위에 해당하지 않는 것으로 판단되는 것은 아님

라. 지원주체와 지원객체 간의 자산거래에 적용된 실제 거래가격이 정상가격보다 상당히 낮거나 높은 것으로 보는 것이 합리적이거나 정상가격의 구체적 수준을 합리적으로 산정하기 어려운 경우에는 지원성 거래규모를 기준으로 지원금액을 산정함. 다만, 다음과 같이 본 지침에서 지원성 거래규모의 산정방법을 따로 정한 경우에는 그에 따름

### 3. 부동산을 임대차한 경우

가. 지원주체가 지원객체에게 부동산을 무상으로 사용하도록 제공하거나, 정상임대료보다 상당히 낮은 임대료로 임대하거나 정상임차료보다 상당히 높은 임차료로 임차하는 행위를 통하여 과도한 경제상 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당함

또한 지원주체가 지원객체에게 부동산을 상당한 규모로 임대차하는 행위를 통하여 과도한 경제상 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당함

#### ■ 예시

- ① 지원객체에게 공장·매장·사무실을 무상 또는 낮은 임대료로 임대하는 경우
- ② 임대료를 약정납부기한보다 지연하여 수령하면서 지연이자를 받지 않거나 적게 받는 경우
- ③ 지원객체로부터 부동산을 임차하면서 고가의 임차료를 지급하는 경우

- ④ 지원주체가 지원객체 소유 건물·시설을 이용하면서 특수관계가 없는 독립된 자와 동일하게 이용료를 지불함에도 불구하고 임차보증금 또는 임차료를 추가적으로 지급하는 경우

나. 정상임대료는 해당 부동산의 종류, 규모, 위치, 임대시기, 기간 등을 참작하여 유사한 부동산에 대하여 특수관계가 없는 독립된 자 사이에 형성되었을 임대료로 하되, 이를 합리적으로 산정하기 어려운 경우에는 다음 산식에 의함. 산식을 적용함에 있어 정기에금이자율은 임대인이 정한 이자율이 없거나 정상이자율로 인정하기 어려운 때에는 부가가치세법 시행규칙 제 47 조에 의한 정기에금이자율을 기준으로 함

☆ 해당기간의 정상임대료 = (부동산 정상가격의 50/100) × 임대일수 × 정기에금이자율/365

다. 임대보증금을 포함하는 임대차계약의 경우에는 임대보증금을 다음 산식에 의하여 환산한 금액을 임대료로 봄

☆ 임대료 = 해당기간의 임대보증금 × 임대일수 × 정기에금이자율/365

#### 4. 상품·용역을 거래한 경우

##### 가. 거래대가 차이로 인한 지원행위

- (1) 지원주체가 지원객체와 상품·용역을 정상적인 거래에서 적용되는 대가보다 상당히 낮거나 높은 대가로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과도한 경제상 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당함

##### ■ 예시

- ① 지원객체에 대한 매출채권회수를 지연하거나 상각하여 회수불가능 채권으로 처리하는 경우
- ② 외상매출금, 용역대금을 약정기한 내에 회수하지 아니하거나 지연하여 회수하면서 이에 대한 지연이자를 받지 아니하는 경우
- ③ 지원객체가 생산·판매하는 상품을 구매하는 임직원에게 구매대금을 대여하거나 용자금을 알선해 주고 이자의 전부 또는 일부를 임직원 소속 계열회사의 자금으로 부담하는 경우
- ④ 지원객체가 운영하는 광고매체에 정상광고단가보다 높은 단가로 광고를 게재하는 방법으로 광고비를 과다 지급하는 경우

- ⑤ 주택관리업무를 지원객체에게 위탁하면서 해당 월의 위탁수수료 지급일보다 지원객체로부터 받는 해당 월의 임대료 등 정산금의 입금일을 유예해주는 방법으로 지원객체로 하여금 유예된 기간만큼 정산금 운용에 따른 이자 상당의 수익을 얻게 하는 경우
  - ⑥ 지원객체가 지원주체와의 상품·용역 거래를 통하여 지원객체와 비계열회사 간 거래 또는 다른 경쟁사업자들의 거래와 비교하여 상품·용역의 내용·품질 등 거래조건이 유사함에도 높은 매출총이익률을 시현하는 경우
- (2) 상품·용역 거래에 의한 지원행위 중 거래대가 차이로 인한 지원행위는 실제 거래가격이 해당 상품·용역 거래와 시기, 종류, 규모, 기간 등이 동일 또는 유사한 상황에서 특수관계가 없는 독립된 자 사이에 이루어졌다면 형성되었을 거래가격에 비하여 상당히 낮거나 높은 경우에 성립함
- (3) 지원주체가 지원객체를 거래단계에 추가하거나 거쳐서 거래함에 있어 지원주체 또는 지원주체와 유사한 사업을 영위하는 사업자가 통상적으로 다른 사업자와 직접 거래하는 것이 일반적인 관행인 경우에는 지원주체가 특수관계에 있는 지원객체를 배제한 채 다른 사업자와 직거래를 했을 경우 형성되었을 가격을 정상가격으로 볼 수 있다. 다만, 계열회사 1(지원주체)-계열회사 2(지원객체)-계열회사 3 의 거래구조에서는 계열회사 1 또는 계열회사 1 과 유사한 사업을 영위하는 사업자가 통상적으로 계열회사 또는 다른 사업자와 직접 거래하는 것이 일반적인 관행인 경우에 계열회사 1 이 특수관계에 있는 계열회사 2 를 배제한 채 계열회사 2 의 거래상대방인 계열회사 3 과 직거래를 했을 경우 형성되었을 가격을 정상가격으로 볼 수 있음
- (4) 지원주체와 지원객체 간의 상품·용역 거래에 적용된 실제 거래가격이 정상가격보다 상당히 낮거나 높은 것으로 보는 것이 합리적이거나 정상가격의 구체적 수준을 합리적으로 산정하기 어려운 경우에는 지원성 거래규모를 기준으로 지원금액을 산정함

#### 나. 상당한 규모에 의한 지원행위

- (1) 지원주체가 지원객체와 상품·용역을 상당한 규모로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과도한 경제상 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당함
  - 예시
    - 지원주체가 지원객체에게 각종 물류업무를 비경쟁적인 사업양수도 또는 수익계약의 방식을 통하여 유리한 조건으로 대부분 몰아주는 경우

- (2) 상당한 규모의 거래로 인하여 과도한 경제상 이익을 제공한 것인지 여부는 지원성 거래규모 및 급부와 반대급부의 차이, 지원행위로 인한 경제상 이익, 지원기간, 지원횟수, 지원시기, 지원행위 당시 지원객체가 처한 경제적 상황, 지원객체가 속한 시장의 구조와 특성, 여타 경쟁사업자의 경쟁능력 등을 종합적으로 고려하여 구체적·개별적으로 판단함
- (3) 상당한 규모에 의한 지원행위 여부는 다음과 같은 사항을 고려하여 판단할 수 있음
  - (가) 거래대상의 특성상 지원객체에게 거래물량으로 인한 규모의 경제 등 비용절감효과가 있음에도 불구하고, 동 비용 절감효과가 지원객체에게 과도하게 귀속되는지 여부
  - (나) 지원주체와 지원객체 간의 거래물량만으로 지원객체의 사업개시 또는 사업유지를 위한 최소한의 물량을 초과할 정도의 거래규모가 확보되는 등 지원객체의 사업위험이 제거되는지 여부
- (4) 위 지원행위 여부를 판단할 때에는 해당 지원객체와의 거래에 고유한 특성에 의하여 지원주체에게 비용절감, 품질개선 등 효율성 증대효과가 발생하였는지 여부 등 해당 행위에 정당한 이유가 있는지 여부를 고려하여야 함

## 5. 인력을 제공한 경우

가. 지원주체가 지원객체와 인력을 정상적인 거래에서 적용되는 대가보다 상당히 낮거나 높은 대가로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과도한 경제상 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당함

또한 지원주체가 지원객체와 인력을 상당한 규모로 제공 또는 거래하는 행위를 통하여 과도한 경제상 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당함

### ■ 예시

- ① 업무지원을 위해 인력을 제공한 후 인건비는 지원주체가 부담하는 경우
- ② 인력파견계약을 체결하고 인력을 제공하면서 지원주체가 퇴직총당금 등 인건비의 전부 또는 일부를 미회수하는 경우
- ③ 지원객체의 업무를 전적으로 수행하는 인력을 지원주체 회사의 고문 등으로 위촉하여 지원주체가 수당이나 급여를 지급하는 경우
- ④ 지원주체가 자신의 소속 인력을 지원객체에 전적·파견시키고 급여의 일부를 대신 부담하는 경우

나. 인력 지원행위는 지원객체가 지원주체 또는 해당 인력에 대하여 지급하는 일체의 급여·수당 등이 해당 인력이 근로제공의 대가로서 지원주체와 지원객체로부터 지급받는 일체의 급여·수당 등 보다 상당히 적은 때에 성립함

다. 해당 인력이 지원객체와 지원주체 양자에게 근로제공을 하고 있는 경우에는 그 양자에 대한 근로제공 및 대가지급의 구분관계가 합리적이고 명확한 때에는 해당 인력이 지원객체와 지원주체로부터 지급받는 일체의 급여·수당 등의 금액에서 해당 인력의 지원주체에 대한 근로제공의 대가를 차감한 금액을 위의 정상급여로 간주함

그 구분관계가 합리적이지 아니하거나 명확하지 아니한 때에는 해당 인력이 지원객체와 지원주체로부터 지급받는 일체의 급여·수당 등에서 지원객체와 지원주체의 해당 사업연도 매출액 총액 중 지원객체의 매출액이 차지하는 비율에 의한 분담금액을 위의 정상급여로 간주함. 다만, 인력제공과 관련된 사업의 구분이 가능한 경우에는 그 사업과 관련된 매출액을 지원객체와 지원주체의 매출액으로 할 수 있음

## 6. 거래단계를 추가하거나 거쳐서 거래한 경우

가. 지원주체가 다른 사업자와 상품이나 용역을 거래하면 상당히 유리함에도 불구하고 거래상 역할이 없거나 미미한 지원객체를 거래단계에 추가하거나 거쳐서 거래하는 행위를 통하여 과도한 경제상 이익을 제공하는 것은 지원행위에 해당함

또한 거래상 지원객체의 역할이 있다고 하더라도 그 역할에 비하여 과도한 대가를 지원객체에게 지급하는 행위를 통하여 과도한 경제상 이익을 제공하는 것도 지원행위에 해당함

### ■ 예시

- ① 통상적인 직거래관행 및 기존의 거래형태와 달리, 지원객체를 통해 제품을 간접적으로 구매하면서 실제 거래에 있어 지원객체의 역할을 지원주체가 수행하거나 지원주체와 지원객체의 역할이 중복되는 등 지원객체가 거래에 있어 실질적인 역할을 하지 않는 경우
- ② 지원주체가 직접 공급사로부터 제품을 구매하는 것이 상당히 유리함에도 불구하고 거래상 실질적인 역할이 없는 지원객체를 중간 유통단계로 하여 간접 구매하는 경우
- ③ 지원주체가 자신에게 제품을 납품하는 회사로 하여금 제품생산에 필요한 중간재를 거래상 실질적인 역할이 없는 지원객체를 거쳐 구매하도록 하는 경우



나. 거래단계 추가 등에 의한 지원행위 여부 판단 시에는 다음과 같은 사항을 고려할 수 있음

- (1) 지원주체가 지원객체를 거래단계에 추가하거나 거쳐서 거래하기로 결정함에 있어 통상적으로 행하는 필요최소한의 분석·검증 작업을 거치지 않는 등 정상적인 경영판단에 따른 결과로 보기 어려운 경우에 해당하는지 여부
- (2) 통상적인 거래관행이나 지원주체의 과거 거래행태상 이례적인지 여부
- (3) 불필요한 거래단계를 추가하는 것이어서 지원주체에게 불리한 조건의 거래방식인지 여부
- (4) 지원주체가 역할이 미미한 지원객체를 거래단계에 추가하거나 거쳐서 거래함으로써 지원객체에게 불필요한 유통비용을 추가적으로 지불한 것으로 볼 수 있는지 여부
- (5) 지원주체가 지원객체를 거치지 않고 다른 사업자와 직접 거래할 경우 지원객체를 거쳐서 거래하는 것보다 더 낮은 가격으로 거래하는 것이 가능한지 여부

## 7. 부당성 판단기준

### 가. 부당성 판단의 기본원칙

- (1) 지원행위에 대한 부당성은 원칙적으로 지원주체와 지원객체의 관계, 지원행위의 목적과 의도, 지원객체가 속한 시장의 구조와 특성, 지원성거래규모와 지원행위로 인한 경제상 이익, 지원기간, 지원횟수, 지원시기, 지원행위 당시 지원객체의 경제적 상황, 중소기업 및 여타 경쟁사업자의 경쟁능력과 경쟁여건의 변화정도, 지원행위 전후의 지원객체의 시장점유율 추이 및 신용등급의 변화정도, 시장개방의 정도 등을 종합적으로 고려하여 해당 지원행위로 인하여 지원객체가 직접 또는 간접적으로 속한 시장에서 경쟁이 저해되거나 경제력 집중이 야기되는 등으로 공정한 거래를 저해할 우려가 있는지 여부에 따라 판단함

이러한 지원행위의 부당성은 공정한 거래질서라는 관점에서 판단되어야 하며, 지원행위에 단순한 사업경영상의 필요 또는 거래상의 합리성 내지 필요성이 있다는 사유만으로는 부당성이 부정되지 않음

- (2) 사업자가 아닌 특수관계인에 대한 지원행위의 부당성은 특수관계인이 해당 지원행위로 얻은 경제상 급부를 계열회사 등에 투자하는 등으로 인하여 지원객체가 직접 또는 간접적으로 속한 시장에서 경쟁이 저해되거나 경제력 집중이 야기되는 등으로 공정한 거래를 저해할 우려가 있는지 여부에 따라 판단함
- (3) 공정한 거래를 저해할 우려는 공정한 거래를 저해하는 효과가 실제로 구체적인 형태로 나타나는 경우뿐만 아니라 나타날 가능성이 큰 경우를 의미하며, 현재는 그 효과가 없거나 미미하더라도 미래에 발생할 가능성이 큰 경우를 포함함

#### 나. 부당한 지원행위에 해당하는 경우

- (1) 지원객체가 해당 지원행위로 인하여 일정한 거래분야에 있어서 유력한 사업자의 지위를 형성·유지 또는 강화할 우려가 있는 경우

- 예시

- 중소기업들이 합하여 1/2 이상의 시장점유율을 갖는 시장에 참여하는 계열회사에 대하여 동일한 기업집단에 속하는 회사들이 정당한 이유없이 자금·자산·상품·용역·인력 지원행위를 하여 해당 계열회사가 시장점유율 5% 이상이 되거나 시장점유율 기준 3 위이내의 사업자에 들어가게 되는 경우

- (2) 지원객체가 속하는 일정한 거래분야에 있어서 해당 지원행위로 인하여 경쟁사업자가 배제될 우려가 있는 경우

- 예시

- ① 지원객체가 지원받은 경제상 이익으로 해당 상품 또는 용역의 가격을 경쟁사업자보다 상당기간 낮게 설정하여 경쟁사업자가 해당 시장에서 탈락할 우려가 있는 경우
    - ② 기업집단 내 계열회사 간 거래가 이루어지는 분야에서 기업집단 외부의 경쟁사업자(잠재적 경쟁사업자 포함)가 진입하기 힘들어 지원주체의 지원행위로 지원객체가 자신의 경쟁력과 무관하게 별다른 위험부담 없이 안정적인 사업활동을 영위함으로써 사업기반이 공고하게

되는 반면, 해당 기업집단 외부의 다른 경쟁사업자들은 지원주체와 같은 대형 거래처와 거래할 기회가 봉쇄되는 경우

(3) 지원객체가 해당 지원행위로 인하여 경쟁사업자에 비하여 경쟁조건이 상당히 유리하게 되는 경우

■ 예시

- ① 지원객체가 해당 지원행위로 인하여 자금력, 기술력, 판매력, 제품이미지 개선 등 사업능력이 증대되어 사업활동을 영위함에 있어서 경쟁사업자에 비하여 유리하게 되는 경우
- ② 지원주체의 지원행위를 통해 지원객체가 사업기반을 강화시킴과 동시에 재무상태를 안정적으로 유지·강화하게 되는 경우

(4) 지원객체가 속하는 일정한 거래분야에 있어서 해당 지원행위로 인하여 지원객체의 퇴출이나 타사업자의 신규진입이 저해되는 경우

■ 예시

- 대규모기업집단 소속회사가 자기의 계열회사에 대하여 지원행위를 함으로써 해당 계열회사가 속하는 일정한 거래분야에 있어서 신규진입이나 퇴출이 어려워지게 되는 경우

(5) 관련법률을 면탈 또는 회피하는 등 불공정한 방법, 경쟁수단 또는 절차를 통해 지원행위가 이루어지고, 해당 지원행위로 인하여 지원객체가 속하는 일정한 거래분야에서 경쟁이 저해되거나 경제력 집중이 야기되는 등으로 공정한 거래가 저해될 우려가 있는 경우

**다. 부당한 지원행위에 해당하지 않는 경우**

(1) 대규모기업집단 계열회사가 기업구조조정을 하는 과정에서 구조조정 대상회사나 사업부문에 대하여 손실분담을 위해 불가피한 범위 내에서 지원하는 경우

■ 예시

- ① 지원객체에 대하여 기존에 채무보증을 하고 있는 계열회사가 그 채무보증금액의 범위 내에서 지원객체의 채무를 인수하는 경우
- ② 지원객체에 대하여 기존에 지분을 보유하고 있는 계열회사가 지분비율에 따라 지원객체가 실시하는 유상증자에 참여하는 경우

- (2) 대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률에 의하여 위탁기업체가 사전에 공개되고 합리적이고  
비차별적인 기준에 따라 수탁기업체(계열회사 제외)를 지원하는 경우
- (3) 기업구조조정과정에서 일부사업부문을 임직원 출자형태로 분사화하여 설립한 중소기업기본법상의  
중소기업에 대하여 해당회사 설립일로부터 3년 이내의 기간동안 자생력 배양을 위하여 지원하는  
것으로서 다른 중소기업의 기존거래관계에 영향이 적은 경우
- 예시
    - ① 소요부품을 자체 생산하던 사업부문을 분사화한 회사에 대한 지원으로서, 분사화된 회사와  
경쟁관계에 있는 다른 중소기업의 기존거래선을 잠식하지 않는 경우
    - ② 제품을 생산하여 다른 회사에 공급하던 사업부문을 분사화한 회사에 대한 지원으로서,  
분사화된 회사가 기존거래선과의 공급관계만을 계속하여 유지하는 경우
    - ③ 생산한 제품의 대부분(예:70%이상)을 수출하던 사업부문을 분사화한 회사에 대한  
지원으로서, 분사화된 회사가 제품의 대부분을 계속하여 수출하는 경우
- (4) 정부투자기관·정부출자기관이 공기업 민영화 및 경영개선계획에 따라 일부 사업부문을 분사화하여  
설립한 회사에 대하여 분사 이전의 시설투자자금 상환·연구기술인력 활용 및 분사후 분할된  
자산의 활용 등과 관련하여 1년 이내의 기간동안 자생력 배양을 위하여 불가피하게 지원하는  
경우로서 기존 기업의 거래관계에 영향이 적은 경우
- (5) 개별 지원행위 또는 일련의 지원행위로 인한 지원금액이 5천만 원 이하로서 공정거래저해성이  
크지 않다고 판단되는 경우
- (6) 「장애인고용촉진 및 직업재활법」제 28조 제 1항에 따른 장애인 고용의무가 있는 사업주가 같은  
법 제 2조 제 8호에 해당되는 장애인 표준사업장의 발행주식 총수 또는 출자총액의 50%를 초과  
소유하여 실질적으로 지배하고 있는 장애인 표준사업장에 대하여 자생력 배양을 위하여 합리적인  
범위내에서 지원하는 경우
- (7) 「사회적 기업 육성법」 제 7조에 따라 고용노동부장관의 인증을 받은 사회적 기업의 제품을 우선  
구매하거나, 사회적 기업에게 각종 용역을 위탁하거나, 사회적 기업에게 시설·설비를 무상 또는  
상당히 유리한 조건으로 임대하는 등의 방법으로 지원하는 경우



제 5 조 (위반행위의 유형 및 위반시 제재)

1. 쌍방은 자신의 권한과 책임을 명확히 인식하여 정직과 신뢰의 원칙에 따라 공정하고 투명하게 업무를 수행하여야 한다.
2. 쌍방은 거래 또는 계약과 관련하여 회사 임직원에 대하여 윤리규범에 위배되는 다음 각 호의 행위를 하지 아니한다.
  - ① 통상적인 수준을 초과하는 금품을 공여하거나 수수하는 행위
  - ② 통상적인 수준을 초과하는 향응 접대를 제공하거나 제공받는 행위
  - ③ 통상적인 수준을 초과하는 편의를 제공하거나 제공받는 행위
  - ④ 금전대차, 부동산(매매, 임대차 포함), 보증 등 공정한 업무 수행을 방해하는 거래 행위
  - ⑤ 기타 각종 영업권, 사례금, 보상금 등의 리베이트를 제공하거나 제공받는 행위
  - ⑥ 기타 제1호 내지 제5호에 준하는 행위로서 그린푸드의 임직원이 공정하게 업무를 수행하는데 지장을 초래하는 행위
3. 제2항의 규정에도 불구하고, 사전에 그린푸드의 임원에게 보고되어 허가받은 행위에 대해서는 이를 통상적인 수준의 행위로 추정한다. 다만, 그린푸드의 임원에게 보고되어 허가받은 경우라 하더라도 통상적인 수준을 초과하는 행위가 있는 경우에는 위반행위로 간주한다.
4. 임직원의 명의를 이용 또는 도용하여 그 가족, 친인척, 지인 등이 본 약관을 위반하는 행위를 한 때에도 임직원 본인의 행위로 간주한다.
5. 그린푸드는 상대방이 제2항 제1호 내지 제6호의 행위를 한 경우에는 위반의 정도에 따라 다음과 같은 조치를 취할 수 있다.

위반 정도	제재 내용
제 2 항 각호의 행위로 인하여 그린푸드의 임직원이 취득한 재물 또는 재산상 이익의 가액이 50 만원 미만인 경우	제 2 항 각호의 행위와 관계가 있는 당해 거래 또는 계약의 낙찰 취소 또는 해제·해지
제 2 항 각호의 행위로 인하여 그린푸드의 임직원이 취득한 재물 또는 재산상 이익의 가액이 50 만원 이상 100 만원 미만인 경우	제 2 항 각호의 행위와 관계가 있는 당해 거래 또는 계약 및 유사한 거래 또는 계약의 낙찰 취소 또는 해제·해지
제 2 항 각호의 행위로 인하여 그린푸드의 임직원이 취득한 재물 또는 재산상 이익의 가액이 100 만원 이상인 경우	그린푸드와의 모든 거래 또는 계약의 낙찰 취소 또는 해제·해지
재물 또는 재산상 이익의 가액에 관계없이 제 2 항 각호의 행위 중 어느 하나라도 해당하는 경우	그린푸드가 실시하는 각종 거래 및 입찰에서 상대방의 참가 제한

6. 제5항의 각종 거래 및 입찰에서 상대방의 참가 제한 기간은 다음과 같다.

제한기간	구 분
3 개월	① 그린푸드 임직원의 요구에 의하여 타의로 향응 접대, 편의를 제공한 경우
6 개월	② 그린푸드 임직원의 요구에 의하여 타의로 금품을 제공한 경우
	③ 자기의사로 향응 접대, 편의를 제공한 경우
1 년	④ 자기의사로 100만원 미만의 금품을 제공한 경우
	⑤ 자기의사로 100만원 이상의 금품을 제공한 경우

7. 그린푸드는 그린푸드의 임직원이 본 약관에 위반하는 행위를 한 경우 그린푸드의 인사규정에 따라 적절한 조치를 취한다.

**제 6 조 (자산의 보호)**

- ① 상대방 및 그린푸드의 임직원은 그린푸드의 유·무형 자산을 보호하고 정당하게 사용하여야 하며, 이를 사적 이익에 이용하는 등 전용하는 행위를 하여서는 아니된다.
- ② 상대방이 본 조를 위반하는 행위를 한 때에는 그린푸드는 위반 내용에 따라 거래중지를 비롯한 거래제한 조치를 취할 수 있다.

**제 7 조 (기타의무)**

상대방은 그린푸드의 제규정 및 본 약관의 준수 여부와 관련하여 사실관계 등의 조사를 위하여 그린푸드가 자료를 요청하는 경우 신의성실의 원칙에 따라 이에 적극 협조하여야 한다.

**제 8 조 (보상 및 면책)**

- 1. 그린푸드의 제규정 및 본 약관을 위반하는 행위에 대하여 자진신고 하는 경우 그린푸드는 이를 면책하거나 보상을 실시할 수 있다.
- 2. 면책 또는 보상 이후라 하더라도 면책 또는 보상 행위에 해당하지 아니하거나 이를 위반한 것으로 사후에 판명되는 경우 그린푸드는 면책 또는 보상 처분을 취소하고 제재 조치를 취할 수 있다.

**제 9 조 (효력)**

본 약관은 이미 체결 또는 이행 중에 있는 거래 또는 계약에 있어서 상대방이 본 약관에 서명 또는 기명날인 한 때부터 그 효력이 발생한다.

본 약관의 체결을 증명하기 위하여 본 약관 2 부를 작성하여 그린푸드와 상대방이 서명 또는 기명날인하여 각각 1 부씩 보관한다.

20[    ]년 [    ]월 [    ]일

부 칙

이 지침은 2021년 7월 1일부터 시행한다.