세계지역전략연구 20-09

1990-2020
대외경제정책연구원

아세안 주요국의 경쟁법 비교분석: 디지털플랫폼 시장 M&A를 중심으로

장영신 · 강구상 · 나승권 · 김제국 · 최재필 · 김수련

KIEP 대외경제정책연구원
Korea Institute for International Economic Policy

세계지역전략연구
2 0 - 0 9

아세안 주요국의 경쟁법 비교분석: 디지털플랫폼 시장 M&A를 중심으로

장영신 · 강구상 · 나승권 · 김제국 · 최재필 · 김수련

KIEP 대외경제정책연구원
Korea Institute for International Economic Policy

세계지역전략연구 20-09

아세안 주요국의 경쟁법 비교분석: 디지털플랫폼 시장 M&A를 중심으로

인 쇄 2021년 4월 30일
발 행 2021년 4월 30일
발행인 김흥종
발행처 대외경제정책연구원
주 소 30147 세종특별자치시 시청대로 370
세종국책연구단지 경제정책동
전 화 044) 414-1179
팩 스 044) 414-1144
인쇄처 크리커뮤니케이션(02-2273-1775)

ⓒ2021 대외경제정책연구원

정가 12,000원
ISBN 978-89-322-9024-9 94320
978-89-322-9000-3(세트)

국문요약

코로나19의 확산은 그동안 진행되던 디지털 전환의 가속화를 초래하였다. 특히 역내 경제통합이 진행되고 있는 아세안 역내에서는 국경 간 기업결합(cross-border M&A)이 활발해지면서 디지털플랫폼 시장의 경쟁도 치열해지고 있다. 본 보고서는 제2~5장에 걸쳐 경쟁법 집행 초기단계에 있는 아세안 주요국의 경쟁정책을 역내 디지털플랫폼 시장의 M&A를 중심으로 제도적·법률적·경제적 관점에서 종합적으로 살펴본 후, 제6장에서 우리나라의 해외 경쟁정책에 대해 제언한다.

우선 제2장에서는 디지털플랫폼 시장의 특징들이 경쟁정책 차원에서 가지는 의미들과 이러한 특징들로 인해 발생할 수 있는 경쟁제한적 M&A에 대한 최근의 경제학 이론과 글로벌 논의 동향을 소개한다. 디지털플랫폼의 중요한 특징들인 규모에 대한 수익 체증(economies of scale), 네트워크 효과, 데이터 수집·분석·저장 비용의 감소는 생산 측면의 비효율성 감소와 수요 측면의 소비자 후생 증대라는 친경쟁적 효과를 창출할 수 있다. 그러나 동시에 이러한 특징들은 디지털플랫폼 시장에서 상당히 강력한 범위의 경제(economies of scope)를 통해 시장지배적 사업자로의 시장쏠림(tipping) 현상을 초래할 수도 있다. 특히 테크 기업들의 경쟁과정에서 '미래의 잠재적 경쟁자 제거를 위한 기업인수(killer acquisition)'는 심각한 반경쟁적 효과를 야기할 수 있음에도 불구하고 2010년 이후 GAFAM(Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft)으로 불리는 기술 플랫폼 대기업들에 의해 시행된 상당수의 합병 케이스들은 경쟁당국의 경쟁제한성 심사 없이 진행되었거나 조건 없이 승인되었다. 이러한

상황은 과거의 경쟁법 패러다임이 디지털경제하에서 적합한 것인지에 대한 논쟁을 불러일으켰고, 미국, 유럽 등 주요 선진 경쟁당국들을 중심으로 이러한 합병정책이 미래의 경쟁자가 될 수 있는 신생 기업(start-ups)의 성장 가능성을 저해할 수 있다는 주장이 부각되기 시작하면서 새로운 규제 패러다임의 도입 필요성도 논의되고 있다.

제3장에서는 아세안 역내에서 디지털경제의 규모가 상대적으로 큰 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀, 말레이시아, 태국의 4개 디지털플랫폼 분야, 즉 전자상거래, 승차공유·배달, 숙박·여행, 온라인 동영상 서비스(OTT: Over The Top)에서의 시장경쟁 구도를 살펴보았다. 또한 2015년부터 2019년까지 5년간 진행되었던 주요한 글로벌 디지털플랫폼 업체들의 역내 M&A 사례와 주요 특징들을 Thomson Reuters EIKON 자료를 활용하여 투자국가별·산업별로 파악하였으며, 대표적인 M&A 사례를 도출하였다. 국별·분야별 경쟁구조와 성장세가 다르기는 하지만, 아세안 국가들의 인구 증가 및 경제적 성장 잠재력을 감안할 때 향후 디지털플랫폼 시장의 지속적 성장을 예상할 수 있다. 특히 최근의 코로나19 팬데믹으로 비대면 활동이 강조되면서 그 성장세는 더욱 탄력을 받을 것으로 전망된다. 물론 승차공유 분야와 같이 개인 간 대면활동이 수반되는 분야에 대해서는 부정적인 영향이 우려되는 것이 사실이다. 그러나 Grab이나 Gojek의 사례에서 나타나는 바와 같이 아세안 시장의 경우 승차공유 플랫폼을 기반으로 음식배달, 금융 등 다양한 영역으로 서비스를 확대하고 있어, 이를 고려할 경우 전체적으로는 시장에 부정적인 영향보다는 긍정적인

영향이 클 것으로 판단된다. 아세안의 디지털플랫폼 시장이 성장세를 보이면서 해당 분야에서의 M&A 또한 활발히 전개되고 있으며, 이 중 전자상거래와 승차공유 분야의 거래가 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 특히 중국기업의 전자상거래 분야에 대한 M&A 거래가 큰 비중을 차지하고 있는데, 주요 M&A 사례를 살펴보면, 전자상거래 부문의 경우 중국의 알리바바가 주도하는 Lazada 및 Tokopedia 등에 대한 인수사례를 확인할 수 있었다. 한편 승차공유 시장에서는 현지의 유망 플랫폼에 대한 국외 업체의 투자 혹은 인수사례와 달리 아세안을 기반으로 성장한 Grab이 글로벌 플랫폼인 Uber를 인수하였는데, 이러한 시장상황을 통해 현지 플랫폼과 글로벌 플랫폼 간의 치열한 경쟁이 벌어지고 있는 점을 확인할 수 있었다.

제4장에서는 아세안 10개국의 경쟁법 도입 경과를 개관한 후에 경쟁법 도입 시기, 경쟁법 집행 역량, 디지털플랫폼 시장의 성장, 2018년 Grab-Uber M&A에 대한 경쟁당국의 심사 여부 등을 고려하여 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀 4개국의 경쟁법 제도를 기업결합 심사제도를 중심으로 비교분석하였다. 경쟁법 도입은 인도네시아가 1999년으로 가장 빨랐으나, 미국, EU식의 선진 경쟁법 제도를 운용하고 있는 나라는 싱가포르, 필리핀이라고 할 수 있으며, 베트남은 2018년 경쟁법 전면 개정으로 글로벌 스탠더드를 수용하기 시작하였다. 반경쟁적 합의 규제와 관련하여서는 4개국 모두 당연위법과 합리의 원칙을 구분하여 적용하고 있으나, 그 적용 대상이 되는 행위 유형에는 다소 차이가 있다. 또한 반경쟁적 합의를 자진신고한 담합 가담자에 대하여 제재를 감경

또는 면제해 주는 리니언시 제도(Leniency Program)는 인도네시아를 제외하고 모두 도입하고 있다. 시장지배적 지위 남용 규제의 경우에는 4개국 모두 시장점유율이 일정 규모 이상인 경우에는 시장지배적 사업자로 일응 추정하면서 금지되는 행위 유형을 법에 열거하는 방식을 취하고 있다. 싱가포르 경쟁법은 시장점유율이 60% 이상인 경우 시장지배력이 있다고 추정하고, 인도네시아와 필리핀의 경쟁법은 같은 기준인 50% 기준을, 베트남 경쟁법은 30% 기준을 정하고 있다. 시장점유율 기준만을 고려했을 때, 이들 4개국 중 싱가포르는 가장 완화된 기준을, 베트남은 가장 엄격한 기준을 규정하고 있다고 할 수 있다. 기업결합 심사제도는 반경쟁적 합의와 시장지배적 지위 남용 규제에 비하여 국별로 상당히 상이한 제도적 형태를 취하고 있다. 경쟁당국의 기업결합 신고대상에 있어서 자발적인 사후신고 제도를 택하고 있는 싱가포르에서부터, 자발적 사전심사 및 의무적 사후신고 제도를 운영하는 인도네시아, 의무적 사전신고 제도를 택하고 있는 베트남과 필리핀에 이르기까지 상당히 다양한 제도적 스펙트럼을 갖고 있다. 이러한 제도적 차이는 아세안 지역에서 국경 간 기업결합을 추진하는 기업의 경쟁법 리스크를 증가시킨다고 할 수 있다.

제5장 1절에서는 제4장에서 경쟁법 비교분석을 실시한 싱가포르, 인도네시아, 베트남, 필리핀의 4개 경쟁당국이 실제로 경쟁제한성을 심사한 디지털플랫폼 M&A인 2018년의 Grab-Uber M&A에 대한 심결사례 내용을 비교분석하였다. 특히 각 경쟁당국이 동일한 M&A 건에 대하여 다른 결론에 도달하게 된 이유를 구체적으로 살펴보았다. 싱가포르와 필리핀 경쟁당국은 해당 기업결합

으로 인해 Grab에 대하여 경쟁압력으로 작용할 수 있는 강력한 경쟁자인 Uber가 시장에서 퇴출됨에 따라 Grab의 독점적 지위가 강화된다고 보고 Grab-Uber 합병의 경쟁제한성을 인정하였다. 그럼에도 불구하고 싱가포르는 자발적 사후심사라는 제도적 한계로 인하여 가격인상 제한 등 행태적 시정조치를 부과하는 조건으로 해당 기업결합을 승인하였고, 의무적 사전심사 제도를 운용하는 필리핀 경쟁당국은 동의의결 방식으로 사건을 종료했다. 베트남은 우리나라 공정거래위원회의 사무처 조직과 유사한 VCCA에서 '경쟁제한성이 우려된다'는 의견을 표명하였으나, 최종 의사결정 기구인 VCC는 베트남경쟁법상 금지되는 기업결합이 아니라고 판단하였다. 인도네시아는 자국의 경쟁법상 기업결합 심사 대상에 해당될 소지가 있음에도 불구하고 '지배권 변동이 없는 단순 자산 양수도'로 보아 자국 경쟁법상 심사대상이 아니라고 보았다. 또한 제5장 2절에서는 시장조사 전문기관인 Allied Market Research의 데이터를 활용하여 2018년의 Grab-Uber M&A가 역내 시장경쟁에 미치는 영향을 실증분석하였다. 구체적으로 2008년부터 2019년 기간 동안 싱가포르 등 4개 나라의 3개 차량호출 플랫폼(Grab, Uber, Gojek)을 이용한 소비자들의 특성 데이터와 해당 앱의 특징 데이터를 활용하여 Grab-Uber M&A가 시장경쟁에 미치는 영향에 대한 실증분석을 진행하였다. 분석 결과, Grab의 강력한 경쟁자인 Gojek이 존재하는 인도네시아 시장에서는 다른 나라의 승차공유 시장에 비해 합병으로 인한 경쟁제한 효과가 다소 약화될 수 있음을 확인하였다. 이러한 결과는 Grab-Uber 합병으로 탄생한 합병기업 Grab이 Gojek에 대한 유효한 경쟁압력으로 작용하고 있다는 것을 의미한다.

제2~5장의 분석 결과를 통해 아세안 역내 디지털플랫폼 시장의 급격한 성장세와 해외 기업의 시장진출 경쟁 심화 현상, 이에 따를 역내 경쟁당국의 M&A 심사 등 경쟁법 집행 강화 방향성을 예측할 수 있다. 또한 국별 경쟁법 제도 격차, Grab-Uber 사건에 대한 심사 결과 등 법집행 역량의 차이 등은 역내 경쟁법 제도 조화 필요성에 대한 역내 논의를 가속화하고 법집행 역량 격차 해소를 위한 기술지원 수요를 증가시킬 가능성이 높다. 마지막으로 디지털경제의 특징으로 인한 기존 경쟁법 체계 적용의 어려움과 시장의 경쟁구조에 따라 Grab-Uber의 기업결합이 역내 시장에 미치는 차별적 효과 등을 고려할 때 장기적으로 아세안 역내 경쟁당국은 변화된 디지털 경쟁 환경에 부합하는 새로운 경쟁정책 규제 패러다임에 대한 고민이 필요할 것이다.

이러한 전망에 따라 신남방정책 방향과의 부합성, 아세안 현지 경쟁정책과의 연계성, 현지 진출 기업들의 경쟁법 리스크 최소화 차원에서 우리나라 경쟁당국인 공정거래위원회의 해외 경쟁정책에 대해 네 가지를 제언한다. 첫째, 아세안(ASEAN)과의 다자협력을 강화하는 신남방정책의 방향성과 부합되도록 아세안 경쟁당국과의 양자협력 차원을 넘어 아세안 경쟁당국 협의체(AEGC)와의 협력채널 구축이 필요하다. 둘째, 향후 역내 디지털경제의 성장세와 경쟁법 집행 수요 증가에 대비하여 아세안 역내 디지털플랫폼 경제에 대한 경쟁법적 차원의 공동 조사·연구 및 집행 모범사례 공유 사업 등 수요기반 맞춤형 사업 추진을 통하여 한·아세안 경쟁당국 협력의 지속성을 확보할 필요가 있다. 셋째, 장기적으로는 경쟁법 제도 협력을 넘어 가장 진전된 형태의 경쟁정책 국제협력 양태라고 할 수 있는 초국경적 경쟁제한행위에 대한 경쟁법 집행 공조를

위하여 '아세안 경쟁당국 네트워크(ACEN)'와의 네트워크 구축을 추진할 필요가 있다. 넷째, 아세안 역내 M&A 심사제도 및 법집행에 대한 국별 격차와 국내 기업의 현지 진출 증가 추세 등을 고려할 때, 현재 미국, EU 등을 중심으로 진행되고 있는 해외 현지 경쟁법 교육의 범위를 아세안 지역으로 확대함으로써 아세안 진출 한국기업의 현지 경쟁법 리스크를 최소화할 수 있도록 정부의 지원이 필요하다.

차 례

국문요약 ····· 3

제1장 서론 ····· 19

1. 연구의 배경과 목적 ····· 20
2. 연구의 의의 및 차별성 ····· 23
3. 연구의 범위와 구성 ····· 25

제2장 디지털플랫폼 M&A에 대한 경제학적 이론 및 국제적 논의 ····· 31

1. 디지털플랫폼 시장의 경쟁 이슈에 대한 경제학적 접근 ····· 32
   가. 디지털플랫폼 시장의 특징 ····· 32
   나. 디지털플랫폼 합병에 관한 경제학적 이론 ····· 38
   다. 양면시장에서의 시장획정 ····· 49
2. 미국, EU 등 선진 경쟁당국 및 OECD 논의 동향 ····· 51
   가. 시장획정 ····· 53
   나. M&A를 통한 잠재적 경쟁자 제거 ····· 56
   다. 디지털플랫폼 M&A 관련 경쟁법과 개인정보보호법 간 간극 이슈 ·· 59
3. 소결 ····· 64

제3장 아세안 주요국의 디지털플랫폼 시장 및 M&A ····· 69

1. 아세안 역내 디지털플랫폼 시장 현황 및 특징 ····· 70
   가. 개관 ····· 70
   나. 전자상거래 ····· 74
   다. 승차공유·배달 서비스 ····· 79
   라. 숙박·여행 서비스 ····· 82

마. OTT 서비스 ····· 85
2. 아세안 역내 디지털플랫폼 시장 M&A 현황 및 특징 ····· 89
가. M&A 총괄 ····· 90
나. 분야별 M&A의 특징 및 주요 사례 ····· 93
3. 소결 ····· 102

제4장 아세안 주요 경쟁당국의 경쟁법 제도 분석 ····· 107

1. 개관 ····· 108
가. 아세안 국가의 경쟁법 도입경과 ····· 108
나. 분석대상 국가: 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀 ····· 111
2. 인도네시아 ····· 113
가. 경쟁법 도입 연혁 ····· 113
나. 경쟁법 체계 ····· 115
다. 기업결합 심사제도 ····· 120
3. 싱가포르 ····· 127
가. 경쟁법 도입 연혁 ····· 127
나. 경쟁법 체계 ····· 130
다. 기업결합 심사제도 ····· 137
4. 베트남 ····· 145
가. 경쟁법 도입 연혁 ····· 145
나. 2004년 베트남경쟁법: Law 27/2004/QH11 on Competition ·· 148
다. 2018년 베트남경쟁법: Law 23/2018/QH14 on Competition ·· 158
5. 필리핀 ····· 166
가. 경쟁법 도입 연혁 ····· 166

나. 경쟁법 체계 ····· 169
다. 기업결합 심사제도 ····· 174
6. 소결 ····· 177

제5장 Grab-Uber M&A에 대한 심결사례 분석 및 경제적 효과 실증분석 ···· 189

1. 아세안 주요국의 Grab-Uber M&A 심결사례 비교분석 ····· 190
가. 싱가포르 ····· 191
나. 베트남 ····· 202
다. 필리핀 ····· 208
라. 인도네시아 ····· 211
마. 국별 비교 및 시사점 ····· 213
2. Grab-Uber M&A 사건에 대한 경제적 효과 실증분석 ····· 218
가. 선행연구 ····· 219
나. 분석대상, 모형 및 자료 ····· 221
다. 실증분석 결과 ····· 226
라. 분석의 한계 ····· 241
3. 소결 ····· 242

제6장 결론 및 시사점 ····· 247

1. 요약 및 평가 ····· 248
가. 연구 결과 요약 ····· 248
나. 평가 ····· 252
2. 시사점 및 정책제언 ····· 254
가. 아세안 경쟁당국 협의체(AEGC)와의 협력채널 구축 ····· 255

나. 디지털플랫폼 분야 등 수요 기반 맞춤형 협력사업 추진 ····· 257
다. 경쟁법상 M&A 심사 등 법집행 분야 한·아세안 국제공조 강화 ····· 259
라. 아세안 진출 기업에 대한 현지 경쟁법 교육 강화 ····· 262

참고문헌 ····· 264

부록 ····· 283

1. AEGC(ASEAN Experts Group on Competition) 현황 및 주요 활동 ··· 284
2. 해외 경쟁당국의 대아세안 경쟁정책 협력사례 ····· 291
3. Fumagalli, Motta, and Tarantino(2020) 모델의 균형분석 ····· 295
4. 2018년 개정 베트남 경쟁법: Law 23/2018/QH14 on Competition ·· 298
5. 2020년 개정 베트남 경쟁법 시행령 ····· 356

Executive Summary ····· 378

표 차례

표 3-1. 동남아시아 주요 6개국 분야별 인터넷 경제 규모 추정 ····· 73
표 3-2. 아세안 주요 6개국의 숙소예약 사이트 순위 ····· 85
표 3-3. 아세안의 디지털플랫폼 분야 M&A 거래액(2010~14년) ····· 91
표 3-4. 아세안의 최근 5년간(2015~19년) 디지털플랫폼 분야 M&A 거래액 ····· 92
표 3-5. 아세안 디지털플랫폼 M&A 거래의 인수기업 국적별 분포 (2015~19년) ····· 93
표 3-6. 아세안 지역의 전자상거래 분야 주요 M&A 사례 ····· 95
표 3-7. 아세안 지역의 승차공유 분야 주요 M&A 사례 ····· 97
표 3-8. 아세안 지역의 OTT 분야 주요 M&A 사례 ····· 99
표 3-9. 아세안 지역의 여행서비스 분야 주요 M&A 사례 ····· 101
표 4-1. 베트남 경쟁당국의 경쟁법 집행 실적 ····· 159
표 4-2. 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀의 경쟁법 연혁 및 경쟁당국 비교 ····· 178
표 4-3. 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀의 경쟁법 비교: 반경쟁적 합의와 시장지배적 지위 남용 ····· 182
표 4-4. 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀의 경쟁법 비교: 기업결합 심사제도 ····· 186
표 5-1. Grab-Uber M&A 건 임대시장의 시장점유율(임대차량 수 기준) ·· 195
표 5-2. 아세안 주요국별 차량호출 플랫폼 기술통계 ····· 226
표 5-3. 차량호출 플랫폼 서비스 수요 Logit-OLS 추정 결과 (아세안 주요 4개국) ····· 228
표 5-4. 차량호출 플랫폼 서비스 수요 Logit-OLS 추정 결과(인도네시아) ·· 229
표 5-5. 차량호출 플랫폼 서비스 수요 BLP 모형 추정 결과 ····· 231

표 5-6. 차량호출 플랫폼 서비스 연도별 자기 및 교차 수요탄력성 ····· 233
표 5-7. 한계비용 및 마크업 계산 결과 ····· 238
표 5-8. 차량호출 플랫폼 특성과 한계비용 간 상관관계 추정 ····· 240
표 5-9. 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀의 Grab-Uber 기업결합 심사 요약 ····· 244

그림 차례

그림 1-1. 연구보고서의 구성과 각 장 간 연계도 ····· 30
그림 2-1. 전통적 산업과 디지털생태계의 거래구조 비교 ····· 33
그림 3-1. 동남아 주요국의 분야별 인터넷 경제 규모 추정 ····· 72
그림 3-2. 인도네시아 10대 전자상거래 플랫폼(2020년 1/4분기 기준) ·· 75
그림 3-3. 싱가포르 10대 전자상거래 플랫폼(2019년 3/4분기 기준) ····· 76
그림 3-4. 베트남 전자상거래 플랫폼 선호도(2019년 기준) ····· 78
그림 3-5. 필리핀 B2C 전자상거래 플랫폼 순위(2019년 2/4분기 기준) ·· 79
그림 3-6. 아시아태평양 지역에서 Grab 및 Gojek의 실적 비교 (2019년 기준) ····· 81
그림 3-7. 베트남의 승차공유 서비스별 활용률(2018년) ····· 82
그림 3-8. 아세안 SVoD(가입형 온디맨드 비디오) 업체별 시장점유율 ···· 86
그림 3-9. 싱가포르의 OTT 서비스별 이용 현황 ····· 88
그림 3-10. 필리핀의 OTT 서비스별 이용 현황 ····· 89
그림 3-11. 디지털플랫폼 분야 대아세안 M&A 거래액 규모 ····· 90
그림 4-1. AEC Blueprint 4대 추진목표 ····· 109
그림 4-2. ACAP 2025의 5가지 전략목표 ····· 110
그림 5-1. 한계비용 변화 추이 ····· 239
그림 5-2. 마크업 변화 추이 ····· 239

부록 표 차례

부록 표 1-1. 아세안 역내 경쟁정책에 관한 가이드라인(Guidelines I) … 286
부록 표 1-2. ‘아세안 경쟁정책 실행계획(2016~2025)’의 주요 내용 …. 288
부록 표 2-1. ‘아세안 경쟁 강화 2018-2021’의 목표 및 내용 …… 294

제1장

서론

1. 연구의 배경과 목적

2. 연구의 의의 및 차별성

3. 연구의 범위와 구성

1. 연구의 배경과 목적

디지털경제의 도래는 기업들로 하여금 파괴적 혁신을 통해 전통적인 비즈니스 모델과 거래행태를 상당히 빠른 속도로 변화시키고 있을 뿐만 아니라, 소비자의 소비패턴에도 크게 영향을 주고 있다. 디지털경제라는 개념은 Don Tapscott의 1995년 저서[1]에서 사용된 이후에 시대적, 사회적 상황에 따라 변화되어 왔다고 할 수 있지만, '디지털 기술에 기반한 경제'라는 정의가 보편타당하게 인정되고 있다고 할 수 있다.[2] 이러한 디지털경제는 우리 주변에서 디지털 전자기기, 통신서비스, 데이터, 클라우드컴퓨팅, 사물인터넷 등의 모습으로 어렵지 않게 접할 수 있는데, 무엇보다 디지털경제의 핵심 역할을 하는 것은 디지털생태계의 가치사슬 구조에서 다수의 수요자 또는 소비자들에게 디지털 서비스를 제공하는 디지털플랫폼이며, 구글, 애플, 아마존, 페이스북, Uber, 넷플릭스 등이 대표적이라고 할 수 있다. 과거에도 오프라인 플랫폼 사업자는 존재했었지만, 현재 디지털경제에서 나타나고 있는 네트워크 효과, 데이터, 인공지능과 같은 특성이 플랫폼 사업 생태계에 영향을 미칠 수가 없었다. 그러나 데이터와 디지털 기술의 급속한 발전은 플랫폼 사업의 생태계를 완전히 변화시켰다고 할 수 있다. 하지만 디지털경제의 발전은 경쟁정책 측면에서도 어려운 문제들을 야기하는데, 예를 들어 산업·시장 간 융복합을 특징으로 하는 디지털 생태계 구조는 경쟁법 집행의 가장 중요한 시작점이라고 할 수 있는 시장획정을 어렵게 한다.[3] 그뿐만 아니라, 디지털플랫폼 시장에서의 경쟁법 집행에 있어서

1) *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence.*
2) Rumana, and Heeks(2017), *Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy*, p. 4.
3) 2011년 자신의 모바일 응용프로그램을 활용하여 운전자와 승객을 연결하는 승차공유 서비스를 시작한 우버(Uber)는 물류혁신을 위한 자율주행트럭 스타트업(Otto), 공유자전거 스타트업(Jump Bikes) 등 운송 관련 스타트업 인수를 통해 종합 운송 플랫폼 기업으로 진화하고 있을 뿐만 아니라, 실시간 수집 소비자 데이터 분석기술을 활용하여 서비스 품질을 개선하기 위하여 인공지능연구소(AL Labs) 설립, 자체 머신러닝 플랫폼(Michelangelo) 개발 등에 집중적인 투자를 하고 있으며, 우버이츠(UberEats)를 통한 음식배달 서비스 등으로 사업을 확장하고 있다. 디지털경제하에서 이러한 제품·서비스의 융복합 또는 이를 넘어선 산업 간 융복합의 현상은 아세안 지역에서도 어렵지 않게 관찰할 수 있다.

는 기존의 경쟁법 심사에서 중요하게 고려되지 않았던 네트워크 효과(network effects), 다면시장(multi-market), 데이터 독과점, 혁신경쟁 등의 요소들을 고려해야 하는데, 이는 경쟁법 집행, 특히 경쟁제한적 기업결합(M&A) 심사에 있어서 보다 복잡한 경제분석을 요구한다.[4)]

한편 디지털 전환은 전 세계적인 현상으로 아세안 지역도 예외가 아니다. OECD (2019b)[5)]에 따르면 동남아시아국가연합(ASEAN: Association of Southeast Asian Nations) 회원국들은 다른 중저소득국들에 비해 낮은 평균연령과 [그림 1-1]에서 보는 것처럼 고소득국가에 비해 높은 이동통신 가입률 증가세에 힘입어 급속히 디지털경제로 전환하고 있다. 특히 2010년에 채택된 '아세안연계성마스터플랜(MPAC: Master Plan on ASEAN Connectivity) 2010'에서 디지털 연계 논의가 본격적으로 시작된 이후, '아세안ICT마스터플랜(ASEAN ICT Masterplan) 2020', 'MPAC 2025'에서 주요 전략 분야로 '디지털혁신'을 채택하면서 디지털 전환에 정책역량을 집중하고 있다. 실제로 역내에서는 전자상거래, 차량공유, 금융 등 다양한 분야에서 디지털플랫폼 기반 시장 규모가 커지고 있다. 또한 아마존, 넷플릭스, 알리바바 등 다국적 플랫폼 기업의 활동뿐만 아니라 Grab, Gojek과 같은 현지 플랫폼 기업도 성장하고 있다. 아세안 역내 디지털플랫폼 기업의 성장과 시장규모의 확대는 역내 경쟁정책의 집행에도 영향을 미쳤는데, 대표적으로 2018년에 아세안 역내에서 현지 승차공유 플랫폼인 Grab이 글로벌 기업인 Uber와 합병 계약을 체결하자, 아세안 경쟁당국들은 동 합병이 승차공유 플랫폼 시장에서 경쟁을 제한할 우려가 있는지에 대한 기업결합 심사를 진행하기도 하였다. 이에 대해서는 제5장에서 자세히 후술하기로 한다.

아세안은 역내 협력강화와 경제통합을 가속화하기 위하여 '아세안경제공동

---

4) 실제로 2018년에 역내에서 추진된 Grab-Uber의 M&A 건은 동일한 사건임에도 불구하고 경쟁법상 기업결합 심사대상 여부, 경쟁제한성 판단, 시정조치 등의 판단에 대하여 아세안 경쟁당국별로 차이가 있었는데, 자세한 내용은 제5장 1절에서 보다 상세하게 다루기로 한다.

5) OECD(2019b), *Southeast Asia Going Digital-Connecting SMEs*, p. 16.

체청사진(AEC Blueprint: ASEAN Economic Community Blueprint) 2015'와 'AEC Blueprint 2025'에서 역내 시장의 경쟁력 확보를 위해 경쟁정책과 소비자보호 정책의 도입을 약속하고, 지속적인 제도 개선을 추진하고 있다.[6] 그럼에도 불구하고, 경쟁법 제도 도입수준, 경쟁법 위반 사건에 대한 경쟁제한성 판단과 같은 집행수준에 있어서는 여전히 상당한 회원국별 격차가 존재할 뿐만 아니라 초기 단계에 있는 것이 현실이다. 이러한 국가별 제도적 격차·불일치 현상은 아세안 역내 통합이 본격적으로 추진되기 이전의 경제환경, 또는 전통적인 산업 환경하에서는 크게 문제가 되지 않았다. 그러나 디지털 전환으로 인해 지리적 시장의 경계가 모호해지고, 디지털플랫폼 시장에 대한 국경 간 기업결합(cross-boarder M&A)이 확산[7]되고 있는 현 상황에서는 이러한 규제격차가 역내 경쟁당국들의 경쟁법 집행에 있어서의 제도적 불확실성을 야기할 수 있다. 그뿐만 아니라 이러한 규제격차는 역내 시장통합을 추진하고 있는 ASEAN 입장에서는 역내 해외투자 유치와 시장접근(market access), 경제통합에도 부정적으로 작용할 소지가 클 뿐 아니라, 신남방정책 이후 아세안 시장 진출을 적극적으로 추진하고 있는 우리 기업들에 경쟁법 리스크를 증가시킬 가능성이 크다.[8] 그럼에도 불구하고 현재까지 아세안 디지털플랫폼 시장에 대한 경쟁법적 측면의 연구는 부재하다.

---

6) 2020년 9월 현재 캄보디아를 제외한 9개 아세안 회원국들이 경쟁법을 도입하여 운용하고 있다. 구체적으로 1999년 태국과 인도네시아가 먼저 각각 경쟁법을 도입한 이후에, 싱가포르와 베트남이 2004년에, 말레이시아는 2010년에, 필리핀·미얀마·브루나이는 각각 2015년에, 라오스는 2016년에 경쟁법을 도입하였다. 세부 내용은 제4장을 참고하기 바란다.

7) ASEAN Secretariat and UNCTAD(2018), "ASEAN Investment Report 2018: Foreign Direct Investment and the Digital Economy in ASEAN," p. 178, https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/unctad_asean_air2018d1.pdf(검색일: 2020. 8. 27).

8) 유럽지역의 국가연합체인 유럽연합(European Union, EU)은 각 회원국별 경쟁당국이 경쟁법 집행을 독자적으로 하고 있기는 하나, 단일시장(one single market)이라는 이념하에 EU 시장 전체 차원에서 EU 시장 전반에 영향을 미치는 기업행위에 대해서는 EU 차원의 강력한 경쟁법 규정이라고 할 수 있는 「EU기능조약(TFEU: Treaty on the Functioning of the European Union)」 제101조, 제102조와 「EC기업결합규칙(European Commission Merger Regulation)」을 운용하고 있으며, 경쟁법 집행의 최종 결정권한을 보유한 유럽 집행위원회(European Commission)와 세부적인 정책집행 권한을 보유한 경쟁총국(Directorate-General for Competition)에 의해 카르텔, 시지남용, 기업결합 등을 규제하고 있다. 미국과 EU의 경쟁정책에 관한 보다 자세한 내용은 강구상 외(2020), 『산업 간 융·복합 시대 미국과 EU의 경쟁정책 분석』을 참고하기 바란다.

따라서 최근 아세안 지역에서의 디지털경제의 급속한 성장과 글로벌 기업들의 활발한 M&A를 통한 역내 시장 진출, 그리고 역내 주요 경쟁당국들의 적극적인 M&A 심사 등 경쟁법 집행 강화 움직임과 이를 위한 경쟁법 제도 개선 노력을 고려하면, 지역적 특성과 경쟁법적 측면을 종합적으로 고려한 체계적인 연구가 필요하다. 본 연구는 아세안 지역의 주요 디지털플랫폼 시장과 역내 경쟁정책을 M&A를 중심으로 살펴본 후에 우리 경쟁당국의 해외 경쟁정책과 국내 기업의 해외 진출을 지원하기 위한 정책적 시사점을 발굴하는 것을 목적으로 한다.

2. 연구의 의의 및 차별성

아세안 지역의 디지털플랫폼 시장을 경쟁정책 차원에서 면밀하게 조망한 연구는 국내에 부재한데, 본 연구는 아세안 주요국의 경쟁법 제도를 역내 디지털플랫폼 시장의 M&A를 중심으로 종합적으로 조망하는 정책연구라는 점에서 의의가 있다. 이러한 측면에서 본 연구가 갖는 의의를 보다 세부적으로 정리하면 다음과 같다.

가장 먼저 본 연구는 그동안 주로 산업·무역통상 정책차원에서의 경제협력 또는 디지털 전환이 경제성과에 미치는 영향 등에 방점을 두고 이루어진 아시아 지역 디지털경제 연구와 달리 경쟁정책 차원에서 역내 디지털플랫폼 시장을 바라보는 연구이다. 김정곤 외(2019)에서는 신남방지역 주요 교역 상대국인 베트남, 인도네시아, 태국 및 인도의 디지털경제 주요 정책과 이들 국가와의 협력수요 분석을 통해 정부의 정책방향과 지원방안을 제시하고 있다. 또한 장영신 외(2020)에서는 아시아태평양 지역의 디지털 전환 정책과 디지털화 진전 정도를 살펴보고, 역내 디지털 격차가 국가별 총계 수준의 경제성과와 개인별 인적자본 축적의 메커니즘을 통한 노동시장 성과에 미치는 영향을 분석하고, 역내 디지털 포용 협력 강화방안을 제시한다. 본 연구는 이들 연구들과는 달리

아세안 지역의 디지털플랫폼 시장을 경쟁정책적 관점으로 분석한다는 점에서 앞서의 연구와 차별성을 가진다.

둘째, 본 연구는 아세안 주요국의 경쟁법 도입 연혁과 경쟁법 체계를 전반적으로 살펴본 후에, 특히 국별 격차가 큰 것으로 알려진 기업결합 심사제도를 비교분석한다는 측면에서 의의가 있다. 2017년 신남방정책의 추진 이후 아세안 지역이 한국의 주요한 교역 상대국이자 투자처로 급부상하고 있을 뿐만 아니라, 최근에는 다국적 기업들이 아세안 시장을 무역·투자가 연계된 생산네트워크로 활용하는 수준을 넘어서 국경 간 기업결합을 통해 디지털플랫폼 유통 채널을 활용한 소비시장까지 공략을 강화하려는 움직임도 나타나고 있는 점을 고려할 때, 아세안 주요국의 역내 경쟁법 제도를 조망할 필요성은 크다고 할 수 있다. 그동안 해외 경쟁법에 대한 깊이 있는 선행연구들은 주로 미국, 유럽연합 등 선진 경쟁당국을 대상으로 한 연구[9]가 대부분이었고, 기존에 아세안 지역 경쟁법에 대한 연구[10]들이 일부 진행되기는 했지만, 이들은 주로 법률적인 측면에서만 아세안 경쟁법을 개관하는 수준에 머물러 있고 그 시기도 10년 전에 이루어진 연구들이 대부분이어서 최근의 역내 경쟁법 개정 내용과 최근 급성장하고 있는 디지털플랫폼 시장에 대한 경쟁법적 접근은 전혀 이루어지지 않았다. 본 연구는 아세안 주요국의 최신 경쟁법을 국가별·유형별로 소개하고 국별 특징을 비교·정리하여 현지 진출 기업에 대한 정보를 제공하고, 이러한 규제격차들이 한·아세안 경쟁당국 협력 강화를 위한 우리 경쟁당국의 해외 경쟁정책에 주는 시사점을 제공함으로써 경쟁정책 차원에서 신남방정책을 지원한다는 측면에서 차별성이 있다.

셋째, 본 연구는 2018년 아세안 역내에서 이루어진 Grab-Uber 합병 건에 대한 주요 경쟁당국의 심결사례를 비교분석하고, 그 합병의 경쟁효과를 구조적

9) ICT 분야에서의 미국과 EU의 경쟁정책에 대해서는 강구상 외(2020), 『산업 간 융·복합시대 미국과 EU의 경쟁정책 분석』을 참고하기 바란다.

10) OECD 서울센터 경쟁본부(2007); 중앙대학교 산학협력단(2011); 신영수, 남기연(2010); 법무법인 율촌(2012).

모형추정법을 통하여 분석한다는 점에서 의의가 크다고 할 수 있다. 조원영, 유재흥(2018)은 디지털경제 등 4차 산업혁명 시대 경쟁환경 변화와 경쟁정책 개선을 위한 시사점 도출을 위해 테크기업에 대한 경쟁당국의 정책 집행 예시를 제시하고 있다. 본 보고서는 주로 미국, EU 등 선진 경쟁당국의 법집행을 다루고 있는 해당 연구와 달리 아세안 지역의 기업결합 사건에 대한 아세안 경쟁당국의 심결사례를 비교하여 그 특징을 제시할 뿐만 아니라, 최초로 해당 합병이 역내 시장경쟁에 미치는 경제적 효과를 분석한다는 측면에서 차별성이 크다고 할 수 있다. 그동안 선진 경쟁당국의 법집행 사례를 분석하는 연구가 대부분이었던 것에는 여러 이유가 있겠지만, 아세안 지역의 디지털경제 발전 단계가 초기 단계에 있어 경쟁법 집행사례가 많지 않고, 역내 경쟁당국의 경쟁법 집행 역량이 부족하여 아세안 지역 경쟁법 연구를 통해 의미 있는 시사점 발굴이 쉽지 않다고 보았기 때문일 것이다.

3. 연구의 범위와 구성

본 연구는 아세안 주요국의 경쟁법 제도를 역내 디지털플랫폼 시장의 M&A를 중심으로 제도적·법률적·경제적 관점에서 종합적으로 조망하는 정책연구라고 할 수 있다.

우선 제2장에서는 경쟁법적 차원에서 의미가 있는 디지털플랫폼의 일반적 특징들을 살펴보는 동시에 디지털플랫폼 M&A와 관련하여 최근 산업조직론에서 논의되는 경제학 이론, OECD 등의 글로벌 논의동향을 살펴본다. 즉 전통적인 시장에서의 경쟁과 디지털시장에서의 경쟁이 어떻게 다른지를 규모에 대한 수익체증, 네트워크 효과, 양면시장 및 데이터의 중요성 등 디지털경제의 특징을 중심으로 살펴본다. 그 후 미래의 잠재적 경쟁자 제거를 위한 M&A(Killer

acquisitions), 데이터 확보를 위한 M&A에 대한 최신 경제학 이론과 글로벌 경쟁이슈를 소개한다. 제2장은 후술할 제3~5장의 아세안 주요국의 디지털플랫폼 시장과 경쟁법에 관한 세부적인 내용의 이해도를 높이기 위한 선행적 설명 기능을 한다고 할 수 있다. 다만 아세안 경쟁당국의 경쟁법 집행이 초기 단계에 있어 디지털플랫폼의 특징을 고려한 경쟁법 집행에 대한 논의가 상대적으로 활발하지 않은 점을 고려하여, 이에 대한 논의는 선진 경쟁당국과 국제기구 논의를 중심으로 소개한다.

제3장과 4장에서는 아세안 역내 주요 분야별 디지털플랫폼 시장과 주요국의 경쟁법 제도를 각각 비교분석하고, 제5장에서는 앞서 산업과 제도에 대한 이해를 바탕으로 실제 2018년 역내에서 이루어진 Grab-Uber M&A에 대한 주요 경쟁당국의 심결사례와 경제적 효과 분석을 실시한다. 이러한 목차와 구성을 택한 이유는 다음과 같다. 경쟁정책 집행의 목적은 결국 관련 시장에서 기업의 경쟁제한적 행위를 시정함으로써 소비자 후생을 제고하는 것인데, 이러한 경쟁제한성 판단을 위해서는 시장(산업)의 구조적인 경쟁 상황과 경쟁제한성 판단 기준이라 할 수 있는 경쟁법에 대한 이해가 선행될 필요가 있기 때문이다. 즉 시장지배력을 보유한 기업이 반독점 폐해(anti-trust injury) 또는 소비자 피해(consumer harm)를 초래하는 행위(예를 들어 가격담합, 시장지배적 지위 남용, 경쟁제한적 기업결합)를 하였을 경우, 경쟁당국이 관련 시장의 특성을 고려하여 법적 증거와 경제분석에 기반한 경제적 증거를 통해 법위반 상태를 해소하고 시장경쟁을 회복시킴으로써 경쟁정책이 추구하려는 목표를 달성할 수 있는데, 이러한 개별 반독점 사건에 대한 이해를 위해서는 관련 시장(산업)과 법제도에 대한 상호 보완적 이해가 필요하다.

우선 제3장에서는 디지털경제의 규모가 큰 아세안 주요 6개국(인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀, 말레이시아, 태국)을 대상으로 디지털플랫폼 시장 현황 및 특징을 파악한다. 대표적인 플랫폼 서비스에 해당하는 전자상거래, 승

차공유·배달, 숙박·여행, 온라인 동영상 서비스(OTT: Over The Top)를 중심으로 주요 경쟁사업자들의 경쟁구도를 살펴본다. 또한 2015년부터 2019년까지 5년간 진행되었던 주요한 글로벌 디지털플랫폼 업체들의 역내 M&A 사례와 주요 특징들을 Thomson Reuters EIKON 자료를 활용하여 투자국가별·산업별로 파악하며, 대표적인 M&A 사례를 도출하는 데 목적을 두고자 한다. 제3장에서 디지털플랫폼 시장의 경쟁구도와 특징을 주요 산업별로 도출함으로써 제5장에서 이루어지는 Grab-Uber M&A 사건의 경쟁당국의 경쟁제한성 판단과 해당 합병의 경제적 효과 분석에 이해도를 높이고자 한다. 아울러 아세안 역내 디지털플랫폼 시장의 성장세와 역내외 기업들의 활발한 국경 간 M&A 현황 파악을 통해 향후 디지털플랫폼 시장에 대한 아세안 주요 경쟁당국들의 경쟁법상 M&A 심사 법집행 수요 증가 가능성을 전망한다.

제4장에서는 아세안 10개국의 전반적인 경쟁법 도입경과와 역내 협력체계를 개괄한 후에, 제3장에서 분석한 6개국 중에서 중요성과 연구의 효율성을 고려하여 우선순위가 높다고 판단되는 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀 경쟁당국의 경쟁법 제도를 살펴본다. 국별 경쟁법 도입 연혁과 전반적인 경쟁법 체계를 살펴보되, 특히 기업결합 심사제도와 관련된 실체법적, 절차법적 규정을 중심으로 국별 비교분석을 실시한다. 4개국을 선정하는 데 있어서 다음과 같은 점을 고려하였다. 우선 역내에서 디지털플랫폼 시장의 비중이 크거나 급속한 성장세를 나타내고 있는 점, 경쟁법을 도입하여 시행한 지 상당한 기간이 지나 그동안 축적된 집행역량이 충분한 점, 디지털플랫폼 시장의 M&A에 대해 적극적으로 심사하고 있는 점, 최근에도 경쟁법 집행을 보다 강화하기 위하여 경쟁법 제도 개선을 지속적으로 추진하고 있는 점, 우리나라와의 경제적 교류 의존도가 높은 점 등을 종합적으로 고려하여 아세안 국가 전체를 개관하기보다는 4개국의 경쟁법 제도와 최근의 법집행 강화 동향을 면밀하게 살펴보는 것이 중요하다고 판단하였다.

특히 아세안의 개별 경쟁당국의 경쟁법 내용 중에 기업결합 심사제도에 대

해 보다 자세하게 살펴보려는 이유는 다음과 같다. 첫째, 제2장에서 설명하는 것처럼 디지털플랫폼 시장에서는 규모의 경제, 네트워크 효과, 데이터 집중, 양면시장 등의 특징들로 인해 경쟁당국의 M&A 심사에 있어서 시장획정, 경쟁제한성 판단 등이 매우 복잡하다. 또한 제2장에서 살펴볼 디지털플랫폼 특성상 플랫폼 기업들의 M&A는 독과점화 심화로 가격 인상 우려와 같은 반경쟁적(anti-competitive) 효과와 함께 이종 산업 간 융복합에 따른 새로운 상품과 서비스의 출현, 혁신촉진과 같은 친경쟁적(pro-competitive) 효과도 동시에 초래할 수 있다. 둘째, 제3장에서 보는 것처럼 아세안 역내 디지털플랫폼 시장의 성장으로 역내 시장통합이 가속화되고 있고, 이러한 역내 통합시장에 대한 진출 또는 경쟁 수단으로 M&A가 활용되고 있다. 셋째, 제4장에서 보는 것처럼 이들 4개 국가의 경쟁법 제도 중 반경쟁적 합의, 시장지배적 지위 남용에 비하여 기업결합 신고제도가 국가별로 차이가 크다. 특히 대규모 기업결합 신고와 관련하여 자발적인 사후신고(싱가포르), 자발적인 사전심사 및 의무적인 사후신고(인도네시아), 의무적인 사전신고(베트남, 필리핀)로 제도적 스펙트럼의 차이가 적지 않고 그 기준도 다르다. 넷째, 제5장에서 분석이 이루어진 2018년 Grab-Uber 합병사례에서 볼 수 있는 것처럼 디지털플랫폼 기업 입장에서는 역내 통합시장 전체를 진출 대상으로 보고 M&A를 추진하는 경향이 강함에도 역내 기업결합 심사는 개별 경쟁당국별로 이루어지고 있어 M&A 심사 분야에서 국가별로 서로 다른 결론에 도달하게 되는 경쟁법 리스크가 적지 않다.[11] 이러한 점들을 고려하여 인도네시아, 싱가포르, 필리핀, 베트남의 경쟁법 도입 연혁과 경쟁법 체계를 국별, 법위반 유형별로 살피되, 기업결합 심사제도에 대해서는 보다 심도 있게 살펴본다.

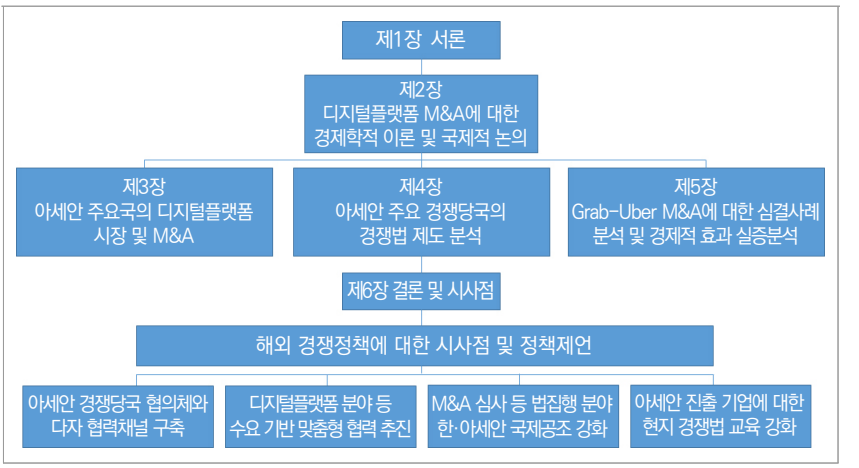
---

11) 유럽연합(EU: European Union)에서는 개별 회원국 시장에만 영향을 미치는 M&A에 대해서는 개별 회원국의 경쟁당국별 심사가 이루어지지만, 단일시장(one single market)이라는 이념하에 EU 시장 전체 차원에서 경쟁법 집행의 최종 결정권한을 보유한 유럽집행위원회(EC: European Commission)와 세부적인 정책집행 권한을 보유한 경쟁총국(Directorate-General for Competition)에 의해 기업결합심사가 우선적으로 이루어진다.

제5장에서는 이들 경쟁당국이 실제로 심사한 디지털플랫폼 시장 M&A의 대표적 사례인 2018년의 Grab-Uber M&A를 분석한다. 우선 4개국(싱가포르, 인도네시아, 베트남, 필리핀)의 경쟁당국이 심사한 Grab-Uber M&A 심결사례를 분석한다. 특히 각 경쟁당국이 동일한 M&A 건에 대하여 다른 결론에 도달하게 된 이유를 구체적으로 살펴보고, 국별 특징을 비교한다. 이를 통해 현지 경쟁당국들이 실제 디지털플랫폼 M&A 심사에서 중요하게 판단하는 기준들을 제공한다. 또한 이 M&A가 시장구조 및 경쟁에 미치는 영향을 시장조사 전문기관인 Allied Market Research(이하 AMR)의 데이터를 활용하여 실증분석한다. 구체적으로 싱가포르 등 4개국에서 2008년부터 2019년 기간 동안 사업을 운영하거나 또는 운영하였던 3개 차량호출 플랫폼(Uber, Grab, Gojek)의 특징(서비스 가격, 개별 차량호출 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수, 차량호출 플랫폼에 대한 사용자평점, 일일 평균 차량호출 플랫폼 이용객 수, 차량호출 시 평균대기시간) 데이터를 활용하여 실증분석을 실시한다. 구조모형 추정방법론을 사용하여 승차공유 앱의 수요함수와 공급함수를 추정한 후에, Grab-Uber M&A가 시장경쟁에 미치는 영향을 실증분석한다. 특히 인도네시아에 사업기반을 두고 있는 Gojek의 경쟁영향을 함께 살펴, Grab-Uber의 합병 효과가 경쟁사업자의 존재에 어떤 영향을 끼치는지도 같이 본다.

마지막으로 제6장에서는 연구 결과를 정리하고, 분석 결과를 바탕으로 국내 경쟁당국인 공정거래위원회에 대하여 정책적 시사점을 제시한다.

그림 1-1. 연구보고서의 구성과 각 장 간 연계도



자료: 저자 작성.

제2장

디지털플랫폼 M&A에 대한 경제학적 이론 및 국제적 논의

1. 디지털플랫폼 시장의 경쟁 이슈에 대한 경제학적 접근
2. 미국·EU 등 선진 경쟁당국 및 OECD 논의 동향
3. 소결

1. 디지털플랫폼 시장의 경쟁 이슈에 대한 경제학적 접근

디지털플랫폼 시장에서 기업합병(M&A)의 효과를 분석하고 적합한 경쟁정책을 수립하기 위해서는 플랫폼 시장의 특성을 이해하는 것이 선행되어야 한다. 따라서 먼저 전통적 시장에 비해서 기존의 경쟁정책이 적용되기 힘든 상황을 유발하는 플랫폼 시장의 고유한 특성을 논의한 후, 플랫폼 시장의 M&A에서 특히 주목해 보아야 하는 반경쟁적 효과에 대한 최근 이론을 소개한다.

가. 디지털플랫폼 시장의 특징

그동안 여러 연구문헌[12]에서 플랫폼을 정의해 왔지만, 디지털경제의 특성을 반영한 Gartner[13]에 따르면, 디지털플랫폼이란 '거래당사자들이 자신의 편익을 위하여 디지털 프로세스·역량(digital processes and capabilities)을 공유·촉진·확대할 수 있는 비즈니스 중심 프레임워크'[14]라고 할 수 있다. 이러한 기존 연구들을 종합하면, 기업 비즈니스 차원에서 디지털플랫폼이란 '디지털 기술을 활용하여 다수의 생산자·소비자들을 상호 연결하고, 이러한 네트워킹을 통해 부가가치를 창출할 수 있도록 하는 가상의 제품 또는 장소'라고 할 수 있다. 디지털플랫폼을 핵심 축으로 구성되어 있는 디지털생태계는 다수의 거래당사자들이 최소한 양면(two-sided) 또는 다면(multi-sided) 시장에서 수평적·수직적·혼합적으로 결합하는 형태로 운용되는데, 기존의 B2C 또는 B2B가 아닌 B2B2C의 특징을 가진다. 즉 디지털플랫폼을 중심으로 판매자와 구매자

---

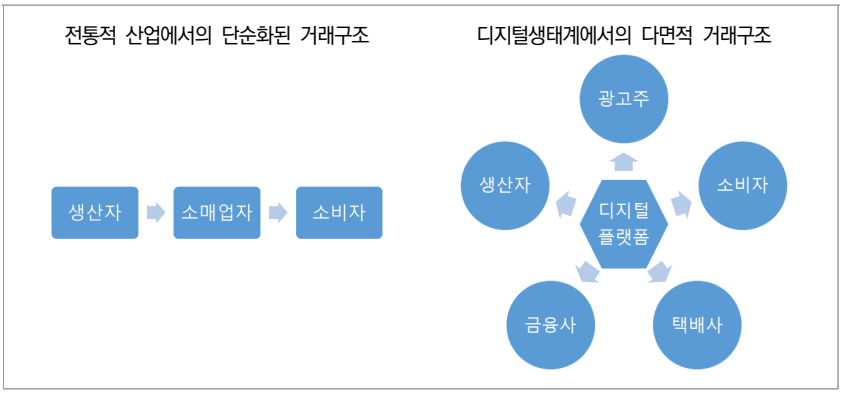
12) Bresnahan and Greenstein(1999), "Technological competition and the structure of the computer industry," pp. 1-40; Gawer and Cusumano(2014), "Industry platforms and ecosystem innovation," pp. 417-433.

13) Gartner(2016a), *Building a Digital Business Technology Platform*; Gartner(2016b), *Every Organization Needs a Digital Platforms Strategy*; Gartner(2016c), *Three Styles of Digital Business Platforms*.

14) 김민식, 이가희(2017), p. 3.

가 동시에 존재하는 것으로 볼 수도 있으나, 플랫폼 사업자의 입장에서는 자기의 플랫폼 서비스를 구매하는 서로 다른 구매자, 즉 seller side의 구매자와 buyer side의 구매자가 있다고 볼 수도 있다.

그림 2-1. 전통적 산업과 디지털생태계의 거래구조 비교



자료: 저자 작성.

디지털플랫폼은 공공 정책의 수립에 있어서 여러 가지 어려운 과제들을 제시한다. 예를 들어 전통적인 시장경제에서는 반경쟁적 효과가 소비자 후생에 미치는 영향을 분석할 때 가장 중요한 것은 가격이었다. 이를 위해서는 많은 기업들이 비슷한 제품을 생산할 때 시장에 경쟁이 존재한다고 받아들여졌고, 경쟁정책 또한 이러한 경쟁의 조장을 통해 소비자들의 권리를 지키는 것을 목표로 하였다. 하지만 플랫폼 시장에서는 아래에서 설명하듯이 양면성(two-sidedness)으로 인하여 많은 서비스들이 이미 영의 가격에 제공되고 있다. 또한 제품의 공급과 수요 측면에 존재하는 규모의 경제성으로 인하여 디지털 시장에서는 전통적인 시장에서와는 달리 많은 기업들이 경쟁하는 상황이 가능하지 않을 수 있다. 즉 시장을 어느 한 시점에서 정태적으로 분석하면 독점적 현상으로 나타나는 특성이 있기 때문에 단기의 시장지배력이 반드시 시장실패로

간주하기 힘든 점도 있다. 따라서 매우 빠르게 변화하고 다양성이 큰 디지털 시장에서 분석의 초점은 새로운 제품과 서비스의 창출과 혁신적인 기술개발 같은 동태적 효율성이며, 전통적인 시장의 규제들이 통용되지 않을 수 있다. 기존의 경쟁정책을 디지털시장에 알맞게 적용하기 위해서는 디지털시장의 특성과 디지털시장에서 일어나는 경쟁의 형태를 고려하여야 한다. Cremer, Montjoye, and Schweitzer(2019)는 디지털시장의 특성으로, 극단적인 규모에 대한 수익 체증, 네트워크 효과, 데이터의 중요성을 강조하고 있다.

1) 규모에 대한 수익 체증

디지털시장에서 기존의 경쟁정책이 적용될 수 없는 이유는 매우 큰 규모에 대한 수익이 존재하기 때문이다. 디지털시장에서 재화나 서비스는 소비자 수가 많아질수록 단위당 생산비용이 감소하기 때문에 매우 큰 규모에 대한 수익이 발생한다. 큰 공장이나 매장의 경우 더 효율적으로 운영되는 경우가 있으므로 규모에 대한 수익 체증은 완전히 새로운 개념은 아니다. 그러나 디지털시장에서는 기존의 시장과는 비교되지 않을 정도로 큰 규모의 경제가 나타난다는 점이 다르다. 특히 디지털플랫폼이 지적재산권에 의존할 때는 정보의 특성으로 인하여 특히 그러하다. 한번 생성된 정보는 매우 낮은 비용으로 많은 사람들에게 전달될 수 있다. 컴퓨터나 스마트폰의 운영체제(Operating System)나 검색 엔진 등의 서비스는 개발비용은 엄청나게 높을 수도 있지만, 한번 개발이 되면 거의 영에 가까운 한계비용으로 이용할 수 있으므로 사용자의 증가 속도에 비해 비용의 증가 속도는 현저히 낮다.

규모에 대한 수익이 매우 클 때에는 동일 제품을 생성하는 여러 기업들이 시장에서 공존할 수 없게 되는 자연독점(natural monopoly) 시장이 형성된다. 한계비용이 평균비용보다 낮은 상황에서는 두 기업이 시장에서 경쟁을 할 때 평균비용 이하까지 가격을 낮추어 상대방의 소비자를 빼앗아오려 할 것이다.

따라서 월등한 기술이나 상대적으로 낮은 생산비용을 갖지 않는 이상 새로운 기업의 진입은 가능하지 않다. 이러한 이유로 기존 기업이 굉장히 큰 이윤을 누리고 있다고 해도 새로운 기업이 진입할 수 없는 자연독점 상황이 일어나는 것이다.

2) 네트워크 효과

기존의 경쟁정책이 디지털시장에 적용되기 어려운 두 번째 이유는 많은 경우 디지털시장에는 네트워크 효과가 존재하기 때문이다. 네트워크 효과는 서비스를 이용하는 사용자가 많을수록 그 서비스의 사용가치가 증가하는 현상을 말하며, 이는 수요 측면에서 규모의 경제성으로 이해될 수 있다. 예를 들어 컴퓨터 소프트웨어 같은 경우에 많은 사람이 어떠한 소프트웨어를 사용하면 파일을 공유하거나 공동작업을 수월하게 하여 그 가치가 늘어난다. 이와 같이 같은 혹은 호환성이 있는 제품을 쓰는 사람이 많을수록 가치가 증가하는 경우를 직접적 네트워크 효과(direct network effects)라고 한다. 하지만 네트워크 효과가 우회적으로 생성될 수도 있다. 예를 들어 VCR의 경우 VHS 포맷과 Betamax 포맷 기기들이 서로 호환성이 없었으며 경쟁하였다. 이 경우 많은 소비자들이 VHS 기기를 많이 사용할수록 비디오 대여가게는 VHS 포맷 비디오 영화 카세트를 대여할 유인이 크게 되고, 이는 또한 더 많은 소비자들이 VHS기기를 구매할 유인을 생성한다. 이러한 경우는 간접적 네트워크 효과가 존재하는 경우다.

플랫폼 시장에서 집중적으로 조명받는 것은 시장의 양면성으로 인한 그룹 간의 네트워크 효과(cross-group network effects)이다. 플랫폼이 두 부류의 서로 다른 사용자층을 연결할 때 양면성이 존재한다. 예를 들어 배민이나 쿠팡이츠 같은 배달앱은 식당과 소비자를 연결해 주고, Airbnb와 같은 플랫폼은 숙박임대인과 임차인을 연결하는 서비스이다. 양면성을 지닌 플랫폼의 특성은 한쪽의 사용자층이 얻는 이득은 반대쪽의 사용자층의 참여에 따라 결정된다.

이로 인한 양면 플랫폼들의 사업 전략은 경쟁정책이 적용되는 방식에 영향을 미치는 특징들을 가지고 있다. 양면 플랫폼이 반대쪽에게 매우 큰 가치를 지니는 사용자층을 보조하는 것은 매우 자연스럽고 친경쟁적일 수 있는 일이다.[15] 예를 들어 광고를 통한 수입에 의존하는 플랫폼들이 반대쪽의 사용자들에게 콘텐츠를 매우 낮은 가격에, 때로는 공짜로 제공하는 일은 흔하다.

언뜻 보면 네트워크 효과와 규모에 대한 수익 체증은 기업들 간의 경쟁에 있어서 비슷할 수 있다. 큰 규모의 플랫폼들이 작은 규모의 플랫폼들보다 더 효율적으로 운영되므로, 매우 적은 숫자의 플랫폼들만이 시장 경쟁에서 살아남을 수 있다. 하지만 더 큰 플랫폼이 더 큰 가치를 가진다는 공통점 이면에는 미묘하지만 중요한 차이가 존재할 수 있다. 규모에 대한 수익 체증이 존재하는 시장에서 기업이 얻는 수혜는 기술적 요건에 따라 결정된다. 반면 네트워크 효과가 존재하는 시장에서 이미 진입한 기업이 누리는 수혜는 사용자들이 동시에 새로운 플랫폼으로 이주하기 어려운 점에서 기인한다. 모든 사용자들이 함께 새로운 플랫폼을 사용하기 위해 이주하는 것이 그들에게 더 좋게 작용할지라도 개개인의 사용자들이 새로운 플랫폼으로 이주할 유인이 존재하지는 않을 수 있다는 것이다. 사용자 각각이 새로운 플랫폼으로 이주할 유인은 다른 사용자들이 함께 이주할 것이라는 기대에 달려 있다.

이러한 특성들로 인하여, 시장에서 어느 한 기업이 다른 기업들에 비하여 시장점유율에서 어느 정도 우월하게 되면 소비자들이 그 기업의 제품이나 서비스를 사용할 유인이 더 증가하는 피드백 효과로 인한 쏠림현상(tipping)이 나타나고 자연독점이 되는 경향이 있다. 이는 또한 경쟁의 형태가 시장 안에서 경쟁(competition in the market)보다는 시장 전체를 차지하기 위한 경쟁(competition for the market)으로 시현되는 경향이 있다.

15) Armstrong(2006); Rochet and Tirole(2006).

3) 시장경쟁에서 데이터의 역할

소비자들이 사용하는 수많은 디지털 기기들이 인터넷으로 서로 연결되어 있어, 소비자들의 일거수 일투족은 디지털 족적(digital footprint)을 남기고, 플랫폼사업자들에 의해서 기록된다. 컴퓨터 전산 기술의 발달과 데이터 저장비용의 저하는 이러한 방대한 양의 데이터 수집을 통한 빅데이터의 형성을 가능하게 하고, 이렇게 수집된 데이터는 기계학습(machine learning)과 복잡한 알고리듬을 통하여, 개별 소비자들의 행태 패턴 및 소비추세 등을 분석하고 예측하는 데 사용된다. 이는 개별 소비자들에게 특화된 개별적 서비스를 제공할 수 있게 하는 유용성을 지닌다. 하지만 이런 데이터의 수집은 사적정보보호 측면에서 우려가 될 뿐만 아니라 중요한 반경쟁적 효과를 야기할 수도 있다. 예를 들어 아마존이나 넷플릭스 같은 플랫폼사업자들은 개별 소비자의 행태를 빅데이터를 사용하여, 다른 소비자들의 행태와 비교 분석한 후 새로운 제품과 서비스를 추천할 수 있다. 이러한 추천을 시행하는 알고리듬의 정확성은 데이터의 크기와 다양성에 의존한다. 따라서 플랫폼 기업이 더 많은 데이터를 가지고 있을수록 그러한 추천의 정확성은 증가하고 소비자에게 더 만족스러운 서비스를 제공할 수 있다. 이러한 메커니즘은 학습효과(learning curve)를 통하여 또 다른 규모의 경제성을 창출하며, 플랫폼 시장에 있어서의 시장지배력을 형성하는 기반이 될 수 있다. 검색엔진 또한 이러한 성격을 지니고 있다. 더 많은 사람들이 특정 검색엔진을 사용하면 사용할수록, 검색엔진은 소비자들에게 더 적합한 검색 결과를 제공하게 된다. 이렇게 형성된 시장지배력은 플랫폼 시장 형성 초기의 우수한 효율성에 기인할 수 있으므로 그 자체가 불법은 아니지만, 시장지배력을 가진 기업이 경쟁자의 데이터 접근을 제한하거나 데이터의 공유, 혹은 데이터의 이동성(portability)을 방해하는 등 시장독점화를 위한 반경쟁적 행태를 할 가능성이 있다.

위에서 언급한 이러한 세 가지 특징에 의하여 디지털시장에는 매우 강한 규

모의 경제 및 범위의 경제(economies of scope)도 존재하게 된다. 범위의 경제하에서는 거대한 생태계들의 발달과 그 생태계를 주도하는 시장지배적 기업에 매우 큰 경쟁 우위를 제공한다. 그러한 경우 경쟁자들은 특화된 제품만을 가지고 시장에 진입하는 것이 어려워질 수 있고, 따라서 실제 거대 디지털 기업들은 일단 시장지배력을 형성하면 신규 기업으로부터 위협받는 경우는 드물다. 따라서 경쟁정책의 입장에서는 시장지배적 디지털 기업들이 반경쟁적 행위를 할 유인이 존재하는지에 대한 우려가 합리적이며, 경쟁정책의 집중적인 강화를 요구할 수도 있다.

나. 디지털플랫폼 합병에 관한 경제학적 이론

최근 디지털플랫폼 시장에서의 시장지배력과 그의 남용에 대한 논의에서 이들 대기업의 기업합병에 대한 정책의 실패가 주요 요인으로 지적되고 있다. 2010년 이후 "GAFAM"으로 불리는 대기업들은 거의 500개에 달하는 기업합병을 하였으나, 거의 모든 합병 케이스들이 경쟁당국의 사전심사를 거치지 않고 진행, 승인되었다. 사후적으로 볼 때, 이러한 관대한 합병정책이 미래의 경쟁자가 될 수 있는 많은 신생 기업의 성장가능성을 저해하였다는 면이 부각되고 있다. 미래의 경쟁자 제거라는 면을 강조하는 최근 합병의 반경쟁적 효과에 대한 이론들을 소개한다.

1) 미래 경쟁자 제거를 통한 반경쟁 효과

거대 플랫폼 기업들의 수많은 기업인수가 아무런 점검없이 허용된 주요 이유는 인수된 기업들이 신생 기업으로서 매출액이 전무하거나 경쟁당국이 염려할 수준의 규모를 갖지 않았기 때문이다. 하지만 그러한 신생 기업들이 급속도로 사용자층이 증가하는 서비스를 제공하고 미래의 중요한 경쟁자로 출현할 가

능성이 많은 경우 그러한 기업인수는 동태적 측면에서 심각한 반경쟁적 효과를 야기할 수 있다.

가) 잠재적 경쟁자(스타트업)의 인수 – 수평결합(Horizontal Merger)

Fumagalli, Motta, and Tarantino(2020)는 기존 독점기업과 기술개발 계획을 보유한 잠재적 경쟁자와의 인수합병 상황을 분석하여, 잠재적 경쟁자가 충분한 자원을 보유해 자력으로 제품 개발이 가능한 경우 인수합병이 반경쟁적 효과를 지닐 수 있음을 보였다. 구체적으로, 그들은 기존 독점기업이 제품 개발을 하지 않을 것임에도 불구하고 오로지 경쟁을 피할 목적으로 상대방 기업을 인수할 유인이 존재할 수 있음을 보였다. 해당 논문의 분석에 의하면 기존 독점기업이 이러한 경쟁자 제거를 위한 인수("killer acquisition")를 행할 경우 소비자 후생이 감소하게 된다. 또한 기존 독점기업이 상대방 기업을 인수 후 제품을 개발한다고 하더라도 소비자 후생이 감소할 수 있음을 보였다.[16)]

좀더 구체적으로 Fumagalli, Motta, and Tarantino(2020)는 독점기업 I와 잠재적 진입기업 E가 경쟁하는 산업을 가정한다. 잠재적 진입기업 E는 프로젝트 성공 시 기존 기업 I를 대체할 수 있는 제품이나 서비스를 보유하게 된다. 프로젝트의 개발비용은 K이며, 성공확률은 p라고 하자. 이 프로젝트는 잠재적 진입기업이 진행할 수 있고, 기존 기업이 프로젝트 개발 이전의 잠재적 진입기업을 인수한 후 진행할 수도 있다. 그들은 또한 프로젝트를 개발하기 위해서는 개발 주체가 어느 수준의 특정한 자원을 보유하는 것이 필수적인 상황을 상정한다. 예를 들어 프로젝트 개발에 성공하고 시장에 진출하기 위해서는 어느 수준의 데이터나 마케팅 능력, 또는 금융자산 등이 필수적일 수 있다. 성공적 개발을 위하여 필수적인 자원의 수준을 $\overline{R}$라고 한다. 잠재적 진입기업 E는 $R_E \geq \overline{R}$인 경우에만 프로젝트 개발을 시도할 수 있다고 하자. 또한 기존 기업 I는 $R_I \geq \overline{R}$로 항상 자원이 충분하다고 가정한다.

16) 밑에 제시된 Fumagalli, Motta, and Tarantino(2020) 논문의 요약은 Motta and Peitz(2020)에 근거함.

E가 I에게 인수되지 않은 상태에서 프로젝트 개발에 성공한다면 E와 I는 각각 π_E^d와 π_I^d 수익을 얻는다고 가정하자. 반면 I가 E를 인수한 경우, 프로젝트 개발에 성공했을 때에는 π_I^M의 수익을 얻고, 프로젝트가 실패하거나 진행되지 않은 경우엔 π_I^m의 수익을 얻는다고 하자. 분석이 의미를 갖기 위해선 충분한 자원을 보유한 진입기업이 프로젝트를 개발할 유인이 있어야 한다. 이를 위해서 $p\pi^{d_E} - K \geq 0$를 가정한다.

또한 $\pi_E^d + \pi_I^d < \pi_I^M < \pi_E^d + \pi_I^m$가 만족되어 산업 내 과점기업들의 이윤의 합이 독점이윤보다는 작고, 프로젝트 성공에 따른 이윤 증가는 잠재적 진입기업 측이 더 크다고 가정한다. 우변의 식은 독점기업이 프로젝트 성공을 통해 누리는 약소한 독점력 강화에 의한 이윤 증가보다 진입기업이 동일한 프로젝트의 성공을 통해 확보하는 새로운 이윤의 크기가 더 클 때에 성립하게 된다.

모형에서 가정하는 게임의 순서는 다음과 같다.

- t=1 : I가 E에게 인수합병을 제시하고, E는 그러한 제안을 수용하거나 거절한다.
- t=2 : 프로젝트를 보유한 기업이 개발을 할지 하지 않을지 결정한다.
- t=3 : 기업들이 제품을 판매하고 이윤이 실현된다.

이제 역진귀납법을 이용하여 모형의 부분게임완전균형을 찾을 수 있으며, 모형의 결과는 parameter들의 값에 따라 총 4가지 경우로 분류할 수 있다.[17)]

① 죽은 프로젝트(dead project): $\pi_I^M - \pi_I^m < K/p$와 $R_E < \overline{R}$가 동시에 만족하면 합병의 여부와 상관 없이 프로젝트는 개발되지 않으며, 소비자 후생 또한 합병에 의하여 변하지 않는다.

② 경쟁자 제거를 위한 기업인수(killer acquisition): $\pi_I^M - \pi_I^m < K/p$와 $R_E \geq \overline{R}$가 만족하면 합병은 반경쟁적이다. 합병이 이뤄지지 않는 경우 E는 프

17) 자세한 도출은 부록 참고.

로젝트 개발을 시도하고, 성공하게 된다면 I와 경쟁하게 된다. 그러나 합병이 이루어지는 경우 I는 프로젝트 개발을 시도하지 않게 되며 경쟁이 억제된다. 소비자 후생은 합병에 의하여 감소한다.

③ 효율적인 혁신: $\pi_I^M - \pi_I^m \geq K/p$와 $R_E < \overline{R}$가 만족하면 합병은 효율적이다. 합병이 이뤄지지 않는 경우 E는 프로젝트 개발을 시도하지 않는다. 그러나 합병이 이루어지는 경우 I는 프로젝트 개발을 시도하여 소비자 후생이 증가하게 된다.

④ 경쟁저하를 수반하는 혁신: $\pi_I^M - \pi_I^m \geq K/p$와 $R_E \geq \overline{R}$가 만족하면 합병은 반경쟁적이다. 합병이 이뤄지지 않는 경우 E는 프로젝트 개발을 시도하고, 성공하면 I와 경쟁하게 된다. 합병이 이루어진다면 I 또한 프로젝트 개발을 시도하지만, 새로운 경쟁이 생겨나지 않으므로 경쟁은 억제된다. 소비자 후생은 합병에 의하여 감소한다.

위의 4가지 경우를 고려할 때, 이 모형이 시사하는 바는 잠재적 경쟁자가 될 가능성이 존재하는 스타트업의 인수가 경쟁에서 항상 같은 방향의 효과를 지니지는 않는다는 것이다. 모형의 분석에 의하면 어떠한 합병이 친경쟁적인지 반경쟁적인지를 판가름하기 위해서는 합병이 성사되지 않았을 경우에 스타트업이 프로젝트 개발 시도를 할지의 여부를 알아야 한다. $R_E \geq \overline{R}$이 성립하는 경우에는 합병이 항상 반경쟁적이기 때문에, 경쟁당국은 합병을 허용하지 않는 것이 더 나을 것이다. 따라서 합병 심사에 있어서 일률적인 통과 기준을 제시하기보다는, 합병이 금지되었을 때 어떠한 결과가 나타날지에 대한 보다 질적인 기준이 필요하다고 볼 수 있다.

한편 합병이 친경쟁적인 경우는 오직 스타트업이 자체적으로 개발을 시도할 수 없으면서 인수자인 기존 기업이 프로젝트 개발을 시도할 유인이 존재할 때뿐이다. 스타트업의 개발 시도에 대한 가능성을 가늠하기 힘든 것과 마찬가지로 기존 기업이 프로젝트 개발 시도를 할 가능성을 가늠하기도 힘들겠지만, 기

존 기업이 충분한 증거 자료를 제출할 수 있다면 경쟁당국이 이를 활용하여 합병 승인의 근거로 삼을 수는 있을 것이다.

나) 잠재적 경쟁자(스타트업)의 인수 – 혼합결합(Conglomerate Merger)

디지털경제의 또 하나의 특징은 산업 간의 경계가 불분명하고 기술발전에 따라 그 경계가 계속 변할 수 있다는 것이다. 따라서 제품 간의 대체성과 보완성의 관계가 불분명하여 보완적 관계에 있는 제품들이 미래에는 대체 제품으로 발전할 가능성이 존재한다. 예를 들어 인터넷 브라우저인 넷스케이프가 처음 개발되었을 때는 응용프로그램으로 마이크로소프트의 윈도 운영체제에 대한 보완적 성격을 가졌으나, 마이크로소프트는 넷스케이프가 장래에 운영체제로 발전할 가능성에 위협을 느꼈다. 이는 디지털플랫폼 시장에서는 이미 진입해 있는 기존 기업들에 대한 위협이 시장 내부가 아니라 보완적이거나 독립적인 다른 시장의 기업으로부터도 시작할 수 있다는 것을 의미한다. 다른 시장에서 데이터나 기술, 소비자층을 확보한 기업이 기존 기업의 주요 시장으로 확장할 가능성이 존재하는 것이다. 보완성이나 대체성이 없는 이러한 기업결합을 혼합결합이라고 부른다.

위에서 설명한 수평결합에 대한 기본 모형은 혼합결합의 경우를 설명하도록 확장이 가능하다. 기존 기업 I가 시장1에 존재하고 잠재적 진입기업인 E가 시장2에서 프로젝트를 보유하고 있다고 하자. 프로젝트가 성공적으로 개발된다면 E가 시장2를 독점할 수 있을 뿐만 아니라, q의 확률로 시장1에 진입할 수 있다고 가정하자. 이러한 상황에서 I가 E를 합병한다면 E가 시장1이 아닌 시장2에서 활동하고 있으므로 혼합결합으로 인식될 것이다. 시장1의 기업이윤이 기본 모형에서의 시장과 동일한 가정 $\pi_E^{1d} + \pi_I^{1d} < \pi_I^{1M} < \pi_E^{1d} + \pi_I^{1m}$을 충족한다면 균형에서는 항상 기존 기업이 스타트업을 혼합결합하게 된다. 이때 만약 프로젝트 개발에 따른 기대이윤이 충분히 크지 않다면 기존 기업은 스타트업 기업을 인수 후 프로젝트를 포기하게 된다.

정리하자면, 기존에 시장에서 활동하는 기업에는 추후에 자사와 경쟁 관계로 발전할 수 있는 보완적인 스타트업 기업을 인수할 유인이 존재할 수 있다. 이는 경쟁 위협이 주로 기업의 주제품이 아닌 주변부에서 시작될 수 있고, 따라서 유망한 스타트업 기업을 인수하여 잠재적 경쟁위협을 제거하는 방식이 체계적으로 진행되면 큰 문제가 될 수 있다는 Cremer, Montjoye, and Schweitzer (2019)의 주장과도 일맥상통한다. 기존의 경쟁정책은 기업결합이 보완재일 경우에는 친경쟁적으로 간주되었으나, 현재는 보완적인 기업들이 장래에 서로의 시장을 진입할 가능성을 고려한다면, 그러한 기업은 장래의 경쟁을 제거하는 반경쟁적 기업결합이 될 수 있다는 점을 시사한다.

2) 역 경쟁자 제거를 위한 합병(Reverse Killer Acquisition)

위의 이론들은 기업합병이 인수된 기업이 장래에 주요한 경쟁자가 될 수 있는 기회를 박탈하고 개발할 수 있는 신제품이나 서비스를 제거함으로써 일어날 수 있는 반경쟁적 효과를 강조하였다. Caffara, Crawford, and Valletti(2020)는 이러한 논리를 더 확장하여, 만약 기업합병이 없었더라면, 다른 신생 기업을 인수하여 인수된 기업이 개발하는 제품이나 서비스를 제공하는 대신, 인수하는 기업이 자체적으로 자신의 기업 내에서 직접 신제품을 개발하여 신생 기업과 경쟁할 유인을 제거할 수 있다는 논리를 전개하였다. 물론 기존 기업과 신생 기업이 모두 개발할 경우, 중복투자로 인한 손실도 있을 수 있지만 그들은 혁신경쟁에서 경쟁의 효과가 그러한 손실에 비해서 사회후생 측면에서 월등하게 중요하다는 것을 실증적 분석에 추론하여 주장한다. 기업합병에서 어느 기업의 혁신유인이 제거되는가에 대한 측면에서는 두 이론의 차이점이 있을 수도 있으나, 결국 기술혁신이나 신상품, 서비스의 개발에 있어서 경쟁을 제거한다는 입장에서는 동질하다.

3) 광고 시장을 통한 양면시장에서의 합병효과

양면성을 가진 플랫폼 시장에서는 많은 사업자들이 소비자들에게는 서비스를 무료로 제공하지만 그 소비자들의 주목(attention)을 광고주들에게 제공함으로써 광고 수입을 획득하는 사업모델을 추구한다. 예를 들어 구글이나 네이버는 검색서비스를 무료로 제공하지만 검색 결과에서 스폰서의 광고를 함께 보여 줌으로써 광고수입을 얻을 수가 있다.

'무료 서비스를 제공하는 빅테크 기업들이 기업결합 후에도 계속 무료로 서비스를 제공한다면 기업결합이 소비자들에게 해가 될 수 있을까'라는 질문에 대한 답은 제품의 품질에서 찾아야 한다. Anderson and Coate(2005)는 소비자들이 싱글호밍(single homing)할 때 기업들의 경쟁을 분석하였다. 소비자가 광고를 접했을 때 소비자에게 폐(nuisance costs)가 되어 효용이 저하된다면, 플랫폼의 광고량은 소비자들의 시선을 유인하려는 경쟁이 심할수록 줄어들게 된다.[18] 이러한 경우 기업합병은 그러한 경쟁을 저하하여 비록 가격의 변화는 영으로서 없다고 하더라도 광고의 양이 증가해 소비자 효용은 감소할 수 있다. 예를 들어 세 개의 기업이 차별화된 서비스를 통해 경쟁을 하며 광고를 통해 창출한 수익을 모두 가져올 수 있다고 하자. 이 경우 세 개 중 두 기업이 합병한다면, 합병한 기업이 기존에 운영하던 플랫폼 두 개를 계속 운영한다고 하더라도 각각의 플랫폼에서 광고의 양을 늘릴 유인이 존재한다. 한 개의 플랫폼에서 내보내는 광고의 양을 늘리면 다른 플랫폼으로 일부 소비자 수요가 전환되는데, 합병 이전에는 전환수요에 대한 이윤을 자신이 누리지 못하는 반면 합병 후에는 전환수요에 대한 이윤을 누릴 수 있기 때문이다. 소비자를 끌어들이기 위한 경쟁이 약화되었으므로 합병하지 않은 기업 또한 광고의 양을 늘릴 것이다. 따라서 합병이 일어나면 모든 플랫폼들이 광고의 양을 늘려 소비자들이

18) 예를 들어 유튜브(YouTube)를 통하여 동영상을 시청하기 전에 광고를 보아야 한다면, 소비자의 효용은 저하될 수 있다.

누리는 서비스의 품질이 감소하게 된다. 결과적으로 소비자들이 무료로 서비스를 사용하더라도 기업결합이 소비자 후생을 감소시킬 수 있다.

최근 Prat and Valletti(2019)는 소비자들이 멀티호밍(multihoming)하는 경우에도 기업결합은 또 다른 경로를 통하여 소비자 후생을 감소시킬 가능성이 존재한다는 것을 보여 주었다. 소비자들이 멀티호밍할 때 광고주들은 한정된 플랫폼 내의 광고란을 차지하기 위하여 경쟁하게 된다. 이때 플랫폼들에는 내보내는 광고의 수를 제한하여 광고 가격을 증가시킬 유인이 존재하게 된다. 이러한 경우 소비자들에게 잘 알려지지 않은 새로운 신규 기업이 있어 제품을 팔기 위해서는 광고를 통하여 제품의 존재성을 알리는 것이 필수적인 상황을 가정하자. 광고의 수가 제한적이라면 기존의 기업은 모든 플랫폼에 광고를 하여 신규 기업이 광고할 수 있는 수단을 차단함으로써, 신규 기업의 진입을 봉쇄할 수 있다. 이렇게 광고주의 경쟁자를 봉쇄하는 것이 플랫폼 입장에서도 이득이 될 가능성 또한 존재한다. 이러한 상황에서 모든 플랫폼을 하나의 기업이 보유하고 있는 시장과 여러 개의 기업이 각자 하나씩 플랫폼을 보유하고 있는 시장 사이에는 큰 차이가 존재한다. 하나의 기업이 모든 플랫폼을 보유하고 있는 경우에 이 기업은 모든 채널에 동시에 광고할 수 있는 권리를 기존 광고주에게 판매할 수 있다. 이 경우 기존에 진입해 있던 광고주가 그러한 권리를 통째로 구매하면 진입을 하려던 다른 광고주들이 모두 봉쇄된다. 그러나 만약 서로 다른 기업들이 각각 플랫폼을 보유하고 있다면 기존 광고주가 모든 기업들의 광고란을 전부 각각 구매하는 것은 훨씬 더 큰 비용이 들 수 있다. 이런 경우 많은 광고주들이 진입하여 개별적인 광고주들의 수익은 낮아지고, 광고주들에게 광고비용을 청구하는 플랫폼들의 수익성 또한 낮아질 것이다. 따라서 플랫폼 기업들은 합병을 통해 수익을 증가시킬 수 있을 것이다.

Prat and Valletti(2019)가 설명한 반경쟁적 효과의 메커니즘은 다음과 같은 간단한 예제를 이용하여 직관적으로 설명될 수 있다. 기존에 독점기업 I가 있고 신규 진입가능기업 E가 있다고 가정하자. 광고주 중 기존 기업 I는 광고를

하지 않아도 소비자에게 판매를 할 수 있지만 신규 기업 E는 플랫폼을 통하여 광고를 하는 경우에만 소비자에게 판매를 할 수 있다. 또한 광고를 할 수 있는 두 개의 플랫폼이 존재한다고 하자. 두 기업(I와 E) 간에는 다음과 같은 전략적 비대칭성이 존재한다. 소비자들이 멀티호밍을 하기 때문에 신규 기업은 어느 한 플랫폼에라도 광고를 하게 되면 소비자들에게 인식이 되고 제품을 판매할 수 있다. 하지만 기존의 기업이 신규 진입을 막기 위해서는 모든 플랫폼에서 신규 기업의 광고를 봉쇄할 필요가 있다.

두 플랫폼 기업의 광고란은 순차적으로 또는 결합된 형태(bundle)로써 차점 가격 경매(second-price auction)에 부쳐지는 방식으로 운용된다고 가정한다. 만약 플랫폼들이 각각 독립적인 기업의 소유라면 전자의 경매방식이 적용된다. 순차적인 경매가 이루어지는 경우 경매를 먼저 하게 될 확률과 늦게 하게 될 확률은 각각 50%로 같다고 가정한다. 플랫폼들이 합병한다면 기업이 경매방식을 선택할 수 있다. 각각의 플랫폼은 단 한 개의 광고란을 가지고 있다고 가정한다. 독점이윤은 10이며 과점이윤은 4이다. 만약 기존 기업이 광고하지 않기로 결정한다면 신규 기업은 무조건 플랫폼을 통해서 광고를 하며, 기존 기업은 과점이윤만큼을 얻게 된다.

먼저 플랫폼들이 각각 독립적인 기업의 소유일 때의 균형을 구해 보자. 순차적인 경매방식이 적용되고, 두 번째 경매에서 I와 E의 입찰은 첫 번째 경매의 결과에 영향을 받을 것이다. 첫 번째 경매에서 I가 이긴 경우, 광고주 I는 두 번째 경매에서 이길 경우 10의 이윤을 얻고, 이기지 못할 경우 4의 이윤을 얻게 된다. 광고주 E는 어떠한 경우에도 최대 4의 이윤밖에 얻을 수 없다. 따라서 광고주 I는 광고에 대한 지불의사가 6(=10-4)이 되어 E의 지불의사인 4보다 크다. 따라서 두 번째 경매에서도 이기게 되고 4의 금액을 지불한다. 첫 번째 경매에서 E가 이긴 경우, 두 번째 경매에서 누가 이겨도 결과가 달라지지 않으므로 두 광고주 모두 0의 금액을 입찰한다. 광고주 I는 첫 번째 경매에서 이길 경우 6의 이윤을 얻고, 이기지 못할 경우에는 4의 이윤을 얻으므로 첫 번째 경

매에서 최대 2의 금액을 입찰할 용의가 있다. 광고주 E는 첫 번째 경매에서 이길 경우 4의 이윤을 얻고 이기지 못할 시에는 0의 이윤을 얻으므로 첫 번째 경매에서 최대 4의 금액을 입찰할 용의가 있다. 결과적으로 광고주 E가 2의 금액을 지불하고 첫 번째 경매를 이기고 두 번째 경매에서는 광고의 가격이 영이 된다. 각 플랫폼들이 순차적 경매에서 먼저 경매를 할 확률은 50%이므로, 각 플랫폼의 기대이윤은 1이 될 것이다.

만약 플랫폼들이 같은 기업의 소유라면 그 기업은 두 플랫폼에서 광고할 권리를 묶어서 경매에 부칠 수도 있다. 경매에서 이길 경우 광고주 I는 10의 이윤을 얻고, 이기지 못할 경우 4의 이윤을 얻는다. 따라서 광고주 I는 최대 6의 입찰 용의가 있다. 광고주 E는 최대 4의 입찰 용의가 있으므로 광고주 I는 균형에서 4의 금액을 지불하고 경매에서 이길 수 있다. 이때 각 플랫폼에서 얻어지는 이윤의 합은 4이므로 플랫폼 사업자는 순차적인 경매 방식보다 묶음판매에서 더 큰 이윤을 누릴 수 있다.

이러한 예시가 플랫폼 간 합병에 대해 주는 함의는 다음과 같다. 플랫폼 간의 합병은 광고주측(제품시장)의 시장 경쟁을 저하시킬 수 있으며, 이러한 경쟁의 감소로 인해 제품시장에서 발생한 추가 이윤의 일부는 플랫폼에 돌아간다. 따라서 플랫폼 합병은 광고주들 중 어느 한 광고주 기업의 독점적 지위를 유지하는 데 도움을 줘서 전체 사회 후생과 소비자 후생을 감소시키게 된다. 이러한 문제는 광고시장의 시장집중도가 합병 후 증가할수록 발생할 확률이 더 높다. 좀더 일반적인 분석을 통하여 Prat and Valletti(2019)는 또한 플랫폼 간의 합병을 분석할 때 소비자들의 전체적 플랫폼 사용률(aggregate usage shares)에만 의존할 경우의 문제점을 지적하고 합병기업들 간의 중복 사용률(overlap information)이 중요하다는 것을 보여 주었다.

4) 데이터를 통한 플랫폼 시장에서의 합병효과

디지털경제에서 데이터는 기업에 있어서 여러 가지 유용성을 가지는 전략적인 자산으로 부각되며 여러 가지 경쟁정책 이슈들을 제시하고 있다. 기업은 데이터를 통해 소비자를 상대로 더 좋은 서비스를 제공하거나 가격차별을 할 수 있다. 또한 광고주에게 더 나은 서비스를 제공하거나, 광고주에게서 더 많은 이윤을 가져오는 일에 데이터가 사용되기도 한다. 하지만 이런 친경쟁적인 측면도 있으나 이러한 빅데이터가 승자독식(winner-take-all) 현상을 가져오고 진입장벽을 높일 가능성도 있다. 또한 시장지배적 기업이 배타적 행위를 통하여 다른 기업의 데이터 접근을 막고 시장지배력을 고착시킬 수 있다는 우려도 있다. 특히 합병은 기업이 더 많은 데이터를 확보하기 위한 방법 중 하나로 부상되면서 최근 디지털플랫폼 시장에서의 많은 기업합병 인수가 데이터에 기반하고 있다.

최근 de Corniere and Taylor(2020)의 논문은 데이터가 경쟁에 미치는 영향을 분석할 수 있는 일반적 분석의 틀을 제시한 후 합병의 목적이 데이터 획득에 의존할 때 합병의 효과를 분석하고 있다. 좀더 구체적으로 그들은 2개의 인접시장(A와 B)을 상정하고, 독점화된 시장의 데이터가 경쟁이 존재하는 B 시장에 유용될 수 있는 상황을 분석한다. A 시장의 데이터는 소비의 결과로 획득되므로 더 많은 효용이 소비자에게 제공될수록 데이터의 양은 증가한다. 먼저 기업들 간의 데이터 공유나 매매는 불가능하다고 가정한다. 이는 규제에 의해서 데이터의 거래가 금지되었거나 데이터 시장의 불완전성으로 인하여 거래가 어려울 경우이다. 그러할 경우 A 시장의 독점기업이 B 시장에서 경쟁하는 한 기업과 합병하면, 합병 후 독점기업이 A 시장에서 데이터를 획득할 유인이 증가하여 A 시장의 소비자에게는 더 높은 효용을 제공한다. B 시장에서의 효과는 데이터의 획득이 친경쟁적인지 반경쟁적인지에 의존한다. 그들은 경쟁이 있는 상황에서 어느 한 기업이 더 많은 데이터를 획득할 때 그 기업이 소비자에게 더

많은 효용을 제공하면 친경쟁적이라고 정의하고 그 반대의 경우는 반경쟁적이라고 정의한 후, 데이터가 친경쟁적일 수 있는 조건을 도출한다. 또한 합병의 효과는 합병이 없을 때 데이터의 거래가 가능한지에도 의존한다. 만약 기업들 간의 데이터 거래가 합병 없이도 가능하다면, 독점기업이 A 시장에서 데이터 획득을 할 유인은 데이터를 구매하지 않는 B 시장 기업들의 외부옵션(outside option)에 의존하며, 합병 후 데이터 획득 유인과 소비자 잉여에 미치는 영향은 데이터 거래가 없을 때와 비교하여 완전히 달라질 수 있음을 보이고 있다.

다. 양면시장에서의 시장획정

경쟁당국이 시장지배력 여부를 판단하거나 인수합병 허가를 결정할 때 시장획정은 가장 선행되는 과제이다. 미국의 법무성과 Federal Trade Commission이 공동으로 제시한 2010년의 합병가이드라인(U.S. Merger Guidelines)은 기업합병의 효과를 분석하는 데 시장획정을 지양하고 가격상승압력(UPP: Upward Pricing Pressure)에 대한 분석으로 대체할 필요성을 강조한다. 그럼에도 불구하고 시장획정은 적어도 당분간은 중요한 역할을 할 것으로 기대된다. 여기에서는 양면성을 지닌 시장에서 시장획정이 어떻게 되어야 하는지에 대한 최근의 연구를 소개한다.

전통적 시장에서 시장획정에 가장 많이 사용되는 방법은 SSNIP 테스트이다. 미국의 1982년 합병가이드라인은 SSNIP 테스트를 다음과 같이 설명하고 있다.

> "A market is defined as a product or group of products and a geographic area in which it is produced or sold such that a hypothetical profit-maximizing firm, not subject to price regulation, that was the only present and future producer or seller of those products in that area likely would impose at least a "small but significant and non-

transitory" increase in price, assuming the terms of sale of all other products are held constant. A relevant market is a group of products and a geographic area that is no bigger than necessary to satisfy this test."

여기에서 SSNIP("small but significant and nontransitory" increase in price)는 5%의 가격인상이 1년간 지속되는 것으로 보통 간주된다.

양면시장에서 시장획정을 하는 데 개념상 가장 중요한 문제는 플랫폼이 서비스를 제공하는 시장의 양 측면을 별개의 시장으로 획정해야 하는지 아니면 시장의 양면성, 즉 두 측면의 수요가 그룹 간의 네트워크 효과로 인하여 연관되어 있으므로 하나의 시장으로 획정되어야 하는지이다. 이에 대해서 Filistrucchi *et al.*(2014)은 신문과 같은 미디어 시장에서처럼 양측을 형성하는 광고주와 독자 간의 거래가 없는 비거래적 양면시장(two-sided non-transaction markets)과, 비자나 마스터카드와 같은 지불카드 시스템처럼 가게와 손님이 직접거래가 이루어져서 사용할 때마다 거래에 대한 수수료를 부과할 수 있는 거래적 양면시장(two-sided transaction markets)을 구분하여, 다음과 같은 제안을 한다.

① 비거래 양면시장에 있어서는 두 개의 연관된 시장이 획정될 필요가 있다. 하지만 거래적 양면시장에서는 단지 하나의 시장이 획정되어야 한다.

② 양면시장에서는 비거래적 양면시장같이 두 개의 연관된 시장을 따로 획정할 경우에도 양 측면을 고려할 필요가 있다. 단지 그룹 간 외부성이 단지 한 방향일 경우 외부성을 갖지 않는 측면에 대해서는 다른 측면을 고려하고 시장획정을 할 수 있다.

③ 전통적 시장에서 합병분석에 쓰이는 SSNIP 테스트는 시장의 양면성을 고려하여 수정될 필요가 있다.

- 비거래적 양면시장에서는 가격상승의 수익성을 각각의 측면에서 분석하여야 한다.
- 거래적 양면시장에서는 전체적인 가격상승(즉 두 측면에서 지불하는 가격의 합)에 대한 수익성을 분석하여야 한다.

특히 두 가지 모든 경우에 있어서 가상적 독점기업이 가격구조(즉 두 가격의 비율)를 바꿀 수 있는 것까지 고려하면 더 이상적이다.

④ 비거래적 양면시장에서는 단편 시장에 쓰이는 SSNIP 테스트가 시장획정의 낮은 한계치에 대한 자료가 될 수 있다. 비거래적 그리고 거래적 양면시장 모든 경우에 있어서, 두 측면 간의 가격구조를 고려하지 않은 양면시장에 대한 SSNIP 테스트는 시장획정의 높은 한계치에 대한 자료가 될 수 있다.

2. 미국, EU 등 선진 경쟁당국 및 OECD 논의 동향

본 절에서는 전 세계적으로 빠르게 변화하고 있는 디지털플랫폼 시장에서 경쟁정책과 관련된 다양한 이슈 중 특히 M&A 영역에서 미국, EU 등 선진 경쟁당국과 OECD의 경쟁정책 논의 동향을 소개하고자 한다. 논의 동향에서 다루게 될 주제는 크게 세 가지로 구분할 수 있다. 첫째는 전통적인 제조업 또는 서비스업과 다른 특성을 가진 디지털플랫폼 산업에서 일어나는 M&A 행위와 관련된 시장획정 문제이다. 둘째는 기존 디지털플랫폼 기업에 의한 소규모 스타트업(start-ups) 인수행위가 해당 시장에서의 잠재적 경쟁을 저해하는지에 관한 문제이다. 끝으로 디지털플랫폼 기업의 주요 수익원 역할을 하는 빅데이터 활용 관련 경쟁법과 개인정보보호법 간의 간극 이슈이다.

결론부터 논하자면 먼저 선진 경쟁당국들은 최근 증가하고 있는 디지털플랫폼 시장에서의 M&A가 경쟁에 미치는 영향을 판단할 때, 전통적인 시장획정

기준을 탈피하고자 노력하고 있다. 이와 같은 노력의 배경에는 디지털플랫폼 시장이 갖는 다면(multi-sided) 또는 양면시장(two-sided market) 특성이 자리잡고 있다. 단면시장(one-sided market)의 특성을 가진 전통적인 제조업이나 서비스업에서의 M&A 심사 시 적용하는 시장획정 기준을 디지털플랫폼 기업 간 M&A 심사에도 적용할 경우, 양면의 수요 및 공급대체성, 양면 간 상호보완성, 네트워크 효과(network effects), 피드백(feedback) 효과 등을 고려할 수 없어 실제 추정된 M&A 효과에 편의(bias)가 발생할 수 있다. 또한 각국 경쟁당국들은 공통적으로 기존에 시장지배적 지위를 누리고 있는 거대 디지털플랫폼 기업의 스타트업 인수행위를 미래의 잠재적 경쟁자 제거 방지 차원에서 면밀히 검토하고 있는 것으로 판단된다. 물론 전통적인 제조업이나 서비스업 분야에서도 특정 M&A 행위가 잠재적인 경쟁기업 제거를 통해 미래 경쟁을 저해할 가능성이 있는지 여부가 조사되기도 한다.[19] 하지만 동일한 의도를 가진 M&A라 하더라도 디지털플랫폼 산업에서는 기술의 종류가 다양할 뿐만 아니라 변화 속도가 빠르기 때문에 시장지배적 플랫폼 기업이 잠재적 경쟁자로 성장할 가능성이 높은 스타트업을 인수할 경우 해당 시장을 독점할 가능성이 전통적인 산업에 비해 높아진다. 이와 같은 가능성은 디지털플랫폼 시장이 갖는 고유한 특성인 네트워크 효과와 플랫폼 기업들의 빅데이터 확보를 통해 더욱 심화된다. 즉 이와 같은 두 가지 특성이 해당 시장에 신규로 진출하고자 하는 기업에는 높은 진입장벽(entry to barrier)으로 작용하는 한편 M&A를 통해 병합된 기업의 경쟁사에는 퇴출 압력으로 작용하게 되는 것이다. 마지막으로 디지털플랫폼 기업들이 시장을 선점하고 경쟁사들과 차별화를 이루기 위해 역량을 집중하고 있는 데이터 확보 분야에서는 경쟁법과 개인정보보호법이 균형있게 다뤄지지 않고 있다. 즉 주요 선진 경쟁당국뿐만 아니라 우리나라 공정거래위원회에서는 아직까지 빅데이터와 관련된 경쟁이슈가 크게 공론화되지 않고 있으며, 오히려 경쟁법 분야보다는 개인정보보호 측면에서 빅데이터 이슈

19) Posner(1975), p. 319.

가 다뤄지고 있는 것이 현실이다.[20] 다만 2016년 미국 연방거래위원회(FTC: Federal Trade Commission)가 빅데이터의 정의, 혜택, 위험성 등을 정리한 연구보고서를 발간하였고, 2014년 EU의회에서 '데이터 주도 경제가 경쟁정책, 소비자보호, 개인정보보호에 미치는 영향(the implication of a data-driven economy on competition policy, consumer protection, and privacy)'을 주제로 회의가 열리는 등 빅데이터를 경쟁법과 개인정보보호법의 양 측면에서 어떻게 바라봐야 하는지에 대한 논의가 이뤄지기 시작한 것은 고무적인 일이다.[21]

가. 시장획정

디지털플랫폼 산업은 양면시장, 멀티호밍(multi-homing), 무료 서비스(free nature), 동태성(market dynamics), 빅데이터와 같이 전통적인 제조업 또는 서비스업과는 다른 다양한 특성을 보유하고 있다.[22] 이에 따라 선진 경쟁당국들은 디지털플랫폼 기업 간 M&A로 인해 경쟁구조에 영향을 받게 되는 관련 시장을 획정할 때 기존 산업에 적용하던 방식에서 탈피를 시도하고 있다.[23] 또한 디지털플랫폼 M&A에 따른 관련 시장 획정 시 여전히 양면시장에서의 양 측면을 모두 포함시켜 하나의 시장으로 획정해야 하는지 또는 각 측면을 별도의 시장으로 획정해야 하는지에 대한 통일된 견해나 이론은 존재하지 않는다. 예컨대 Evans and Noel(2008)은 양면 플랫폼 시장에서 양면을 하나의 관련 시장으로 획정하기 위한 조건으로서 양면 간에 상당한 보완관계가 존재하면서 양면이 밀접하게 연결되어 있으며 산업 내에 존재하는 모든 플랫폼이 보유하고 있는 양면의 이용자집단이 동일해야 함을 제시하였다.[24] 하지만 전통적인 시장

20) 이봉의, 최난설헌(2018), p. 20.
21) 위의 자료, p. 22.
22) 한국공정거래조정원(2018), pp. 4~5.
23) 위의 자료, p. 4.

획정 분석에 사용되는 SSNIP(Small but Significant and Non-transitory Increase in Price) 테스트는 위와 같이 상호보완관계에 있는 양면플랫폼 서비스의 경우 관련 시장획정에 대한 가이드라인을 제시해 주지 못한다. 또한 Evans and Noel(2008)은 양면플랫폼 시장에서 A면에서는 동일한 고객집단에 서비스가 제공되고 B면에서는 매우 상이한 고객집단에게 서비스가 제공되는 경우, A면에서 반경쟁적인 행위가 발생했다면 관련 시장을 A면으로만 획정할 수 있다고 보았다.[25] 물론 그 경우에도 B면이 A면에 미치는 피드백 효과 등을 고려하는 것이 중요하다고 지적하였다. 이와 같은 주장들은 디지털플랫폼 시장에서 일어나는 M&A에 대한 적격성 심사 시 양면시장의 참여주체(수요자, 공급자, 플랫폼 등)와 각 측면에서의 매출 발생구조, 대체재 유무 등을 종합적으로 고려하여 개별 사례별로 관련 시장을 획정해야 함을 뒷받침한다.

양면플랫폼 산업에서의 시장획정에 관해 먼저 참고할 만한 자료는 독일 연방카르텔청이 2016년 발간한 보고서이다.[26] Bundeskartellamt(2016)에 따르면 매칭플랫폼 시장에서는 수요 집단과 공급 집단을 중개해 주는 행위 자체가 플랫폼이 제공하는 서비스에 해당하므로 양면을 하나의 시장으로 획정하는 것이 합리적이라고 본다.[27] 매칭플랫폼 시장의 양면을 분리하여 고려할 경우, 해당 플랫폼 행위의 경제적 효과를 분석할 때 양면 상호간에 일어나는 긍정적인 간접 네트워크 효과를 충분히 반영하지 못하는 결과가 발생하게 되기 때문이다. 또한 연방카르텔청은 매칭플랫폼이 한 면에는 서비스를 무상으로 제공하고 다른 면에는 요금을 부과하는 이원화된 가격책정 전략을 실시하는 것만으로 양면을 별개의 시장으로 분리하여 보면 안 된다는 입장이다. 이는 플랫폼 기업이 모든 면을 고려하여 서비스 가격을 책정하기 때문에 고객집단 간에 일어나는 간접 네트워크 효과를 내부화할 목적으로 한 면 고객집단에는 무상 또는 마

24) Evans and Noel(2008), p. 674.
25) *Ibid.*
26) Bundeskartellamt(2016).
27) *Ibid.*, p. 5.

이너스(-) 가격으로 서비스를 제공하는 대신에 다른 면 이용자집단에는 이를 만회하기 위한 양(+)의 가격을 부과할 수 있기 때문이다.[28] 하지만 플랫폼 시장 양면의 고객집단이 고려하게 되는 대체재가 매우 다를 때, 양면을 하나의 시장으로 획정하게 되면 경제적 효과 분석 시 각 면의 시장에서 경쟁하고 있는 중요한 플랫폼 사업자가 분석 고려대상에서 제외될 수 있으므로 양면을 별도의 시장으로 획정해야 한다고 본다.[29] 예컨대 매칭플랫폼 A면의 고객집단은 하나의 서비스 플랫폼만을 이용(single-homing)하고, B면의 이용자집단은 다양한 서비스 플랫폼 중에서 선택(multi-homing)이 가능한 경우, 각 면 시장에서 경쟁하고 있는 모든 플랫폼을 포함한 경쟁 상황을 고려하여 양면을 별도 시장으로 획정해야 하는 것이다. 이와 같이 연방카르텔청은 매칭플랫폼의 관련 시장을 획정할 때, 양면을 단일시장으로 할지 서로 다른 별개의 시장으로 획정할지는 개별 사안에 따라 판단할 것을 주문하고 있다.

양면시장의 성격을 지닌 플랫폼의 유형은 크게 거래플랫폼(transaction platform)과 비거래플랫폼(non-transaction platform)으로 구분할 수 있는데, 전자는 플랫폼을 이용하는 양면 집단 간 실제 거래가 일어나는 유형을 지칭하고, 후자는 두 집단 간 거래가 발생하지 않는 플랫폼 유형을 가리킨다.[30][31] 이와 같은 정의에 따르면 앞서 독일 연방카르텔청이 다뤘던 매칭플랫폼은 거래플랫폼에 속한다고 볼 수 있다. EU 경쟁당국인 EU집행위원회(EC: European Commission)는 디지털플랫폼 시장 M&A에서도 상기와 같은 플랫폼 유형에 따라 관련 시장 획정이 달라져야 한다고 본다. 구체적인 사례를 살펴보면 EC는 페이스북(Facebook)에 의한 왓츠앱(WhatsApp) 인수 건을 비거래플랫폼 유형으로 분류하였다. EC에 따르면 페이스북과 왓츠앱의 고객집단은 사회관계

28) 한국공정거래조정원(2018), p. 13.
29) 위의 자료.
30) Filistrucchi *et al.*(2014), p. 298.
31) 디지털플랫폼 시장으로 범위를 좁혀 보면 거래플랫폼의 예로는 배달앱(delivery apps) 시장을 꼽을 수 있고, 비거래플랫폼의 예로는 사회관계망 서비스(social network service) 시장을 들 수 있다.

망 서비스 이용자집단과 해당 앱에 광고를 게재하는 광고주집단으로 구분할 수 있으며, 해당 두 집단 간에 실제 거래가 일어나지 않으므로 별도의 시장으로 획정해야 한다고 보았다.[32] 반면에 EC는 마이크로소프트(Microsoft)와 링크드인(LinkedIn)의 기업결합 건에 대해서는 플랫폼을 이용하는 두 집단인 구직자집단과 채용자집단이 양면에 반드시 존재해야만 플랫폼 운영이 가능한 거래플랫폼이라는 점을 들어 본 건의 관련 시장을 하나의 온라인 채용서비스 시장으로 획정하였다.[33]

나. M&A를 통한 잠재적 경쟁자 제거

미국 FTC가 디지털플랫폼 시장에서의 M&A 행위를 심사할 때 적용하는 중요한 기준은 기존 시장에서 높은 점유율을 보유하고 있는 특정 기업이 목표 기업(target firm)에 대한 인수행위를 통해 향후 잠재적 경쟁자를 제거할 의도가 있었는지의 여부이다.[34] 이에 대한 대표적인 사례로서 2018년 FTC에 의한 CDK의 Auto-Mate 인수 승인 거부 건을 들 수 있다. CDK와 Auto-Mate는 공통적으로 자동차중개관리시스템(DMS: Dealer Management System)을 판매하는 차량용 소프트웨어 플랫폼 회사로, 특히 전자는 Reynolds & Reynolds와 함께 2018년 3월 기준 해당 시장의 70%를 점유하고 있었다.[35] 해당 인수건 승인 거부에 대한 FTC의 주요 판단 근거는 Auto-Mate가 비록 CDK나 Reynolds & Reynolds에 비해 규모가 작긴 하나 자동차 중개업자들에게 낮은 가격, 유연한 계약조항, 무료 소프트웨어 업그레이드 및 교육, 질 높은 소비자 서비스, 3자 응용프로그램과의 통합에 소요되는 적정한 비용 등을 제시함으로써 경쟁력 있는 사업모델을 운영한다는 점이었다.[36] 즉 FTC는 이와 같은 강점

32) 한국공정거래조정원(2018), p. 14.
33) 위의 자료.
34) 위의 자료, p. 5.
35) 위의 자료, p. 6.

을 가진 Auto-Mate를 인수하려는 CDK의 행위에는 향후 해당 소프트웨어 플랫폼 시장에서의 잠재적 경쟁자를 사전에 제거하려는 의도가 있다고 본 것이다. 이와 같이 인수 시점에는 규모가 작았으나 향후 거대 플랫폼 기업의 입장에서 강력한 경쟁자로 성장할 가능성이 있는 기업을 보호한다는 측면에서 「하트-스코트-로디노법(HSR법: Hart-Scott-Rodino Act)」에서 규정하고 있는 M&A 심사 대상 거래규모를 낮춰야 한다는 주장들도 꾸준히 제기되어 왔다.[37] 하지만 FTC는 M&A 심사 대상이 되는 기업결합 대상 회사의 거래규모 기준을 하향 조정하는 문제에 대해 다음과 같은 주장을 근거로 반박하고 있다. 첫째, 거래규모 기준을 낮추면 심사해야 할 M&A 대상 건수가 지나치게 증가해 FTC 담당부서의 제한된 자원이 비효율적으로 사용될 가능성이 있다. 둘째, 최근 조사에 따르면 거래규모가 적은 M&A 사례들에서 반경쟁적 거래행위가 발생할 가능성이 낮은 것으로 나타났다. 셋째, M&A 심사는 상당히 자원집약적인 업무이므로 거래규모 기준을 하향 조정함으로써 대상건수가 늘어나면 FTC는 이를 처리할 능력이 없다는 것이다.

디지털경제 시대 경쟁정책에 관해 EC는 어떤 종류의 경쟁정책이 소비자 친화적인 혁신을 촉진시킬 수 있는지에 초점을 맞추고 있다. 이와 같은 맥락에서 EC는 미국 FTC와 마찬가지로 빠르게 가입자 기반을 확대함으로써 상당한 경쟁적 잠재력을 지니게 된 소규모 스타트업에 대한 시장지배적인 플랫폼 기업의 인수행위를 조사하는 데 역량을 집중하고 있다. 이로 인해 미국 FTC에 대해 제기되는 주장과 같이 EC가 역내에서 일어나는 M&A 건들에 대한 승인 여부를 판단할 때 적용하는 합병규정(EUMR: EU merger regulation)에 적시된 법적 거래규모 기준(jurisdictional threthold)을 낮춰야 한다는 주장이 나오고 있는 실정이다. 또한 European Commission(2019)은 디지털플랫폼 시장이 가

36) Federal Trade Commission(FTC) 온라인 보도자료(2018. 3. 20), "FTC Challenges CDK Global, Inc.'s Proposed Acquisition of Competitor Auto/Mate, Inc"(검색일: 2020. 8. 14).
37) FTC(2019), p. 7.

진 네트워크 효과 특성이 유발하는 경쟁 저해 효과에도 주목해야 함을 지적하고 있다.[38] 즉 기존에 네트워크 효과와 빅데이터를 진입장벽으로 활용하여 시장지배적 지위를 누리고 있는 플랫폼 기업이 현재 매출은 적으나 빠르게 사용자 기반을 늘림으로써 미래시장에서의 잠재력을 가지게 된 스타트업을 인수하는 행위에 대해 경쟁 저해 이론(theories of harm)을 통해 평가할 필요가 있다고 본다.

영국의 경쟁당국인 경쟁시장청(CMA: Competition and Markets Authority)은 2019년 자국의 경쟁정책 담당 전문가 패널이 작성한 보고서[39]를 디지털경제에서의 변화된 경쟁환경에 맞는 경쟁정책 수립을 위한 참고자료로 활용하고 있다. OGL(2019)은 급변하는 디지털경제에 효과적으로 대응하기 위해 경쟁당국의 합병심사 기준은 미래지향적(forward-looking)이어야 하며, 합병행위로 인한 혁신(innovation) 및 전반적인 경제적 영향에 초점을 맞출 것을 제언하고 있다.[40] 해당 보고서에 나와 있는 전문가 패널의 기본적인 문제 의식은 디지털플랫폼 대기업이 보유한 대량의 네트워크 및 데이터 기반 사업모델 운영으로 인해 시장 쏠림(tipping) 현상이 발생할 수 있다는 점이다.[41] 특히 이러한 경쟁이슈와 관련하여 해당 보고서에서 눈에 띄는 부분은 디지털시장 전담조직(DMU: Digital Markets Unit) 신설에 관한 내용이다.[42] 전문가 패널들은 다음의 세 가지 기능을 통해 영국의 디지털시장 내에서 기업 간 M&A가 시장경쟁을 촉진하고 소비자들에게 다양한 선택권을 제공하며 혁신을 달성할 수 있게 여건을 조성하는 역할을 DMU가 담당할 것을 주문하고 있다. 첫째, DMU는 경쟁적 행위규범(code of competitive conduct)을 정립함으로써 해당 시장에서 중소기업이 겪을 수 있는 장애물 또는 진입장벽 존재로 인한 어려움을 해소해 주어야 한다. 둘째, DMU는 디지털시장에서의 개인 데이터 이동과 개방형

38) European Commission(2019), p. 11.
39) OGL(2019).
40) *Ibid.*, p. 2.
41) *Ibid.*, p. 8.
42) *Ibid.*, p. 5.

표준체제를 보장해야 한다. 셋째, DMU는 데이터 개방성을 추구하는 과정에서 프라이버시를 보호함과 동시에 비개인 데이터 또는 익명화된 개인 데이터에 대한 접근성을 향상시켜야 한다. 상기 DMU의 역할 중에서 디지털플랫폼 시장에서의 잠재적인 경쟁을 보호한다는 측면과 관련된 부분은 첫 번째 역할로 볼 수 있다.

다. 디지털플랫폼 M&A 관련 경쟁법과 개인정보보호법 간 간극 이슈

전 세계적으로 디지털플랫폼 산업이 주목을 많이 받고 있는 상황에서 빅데이터가 개인정보보호 이슈뿐만 아니라 경쟁법적 이슈를 일으키는 주된 요인 중 하나는 디지털플랫폼 시장이 갖는 범위의 경제(economies of scope) 특성을 꼽을 수 있다. 디지털플랫폼 시장에서 특정 기업은 초기에 대규모 투자를 통해 플랫폼을 구축한 후 해당 플랫폼에서 하나 이상의 서비스 사업을 운영함으로써 효율성을 높일 수 있다. 이때 특정 플랫폼 운영 과정에서 획득한 다양한 소비자 정보를 공유 및 결합할 경우 다양한 형태의 플랫폼 서비스를 효과적으로 제공하는 것이 가능하다. 이 경우 해당 플랫폼 기업은 특정 플랫폼 시장에서 가지고 있던 시장지배력을 다른 시장으로 손쉽게 이전시킴으로써 여러 시장에서의 경쟁을 제한하는 결과가 발생하기도 한다. 현재 구글, 페이스북을 비롯한 거대 디지털플랫폼 기업들은 자사가 확보한 빅데이터를 기반으로 소비자 맞춤형 서비스를 제공하는 데 활용하고 있으며, 이는 소비자의 거래(예: 전자결제 등) 또는 비거래 행위(예: 검색 활동 등) 과정에서 발생하는 개인정보를 매번 수집해야 하는 비용을 절감시켜 주고 있다. 이와 같은 소비자 고착(lock-in) 및 비용절감 효과로 인해 해당 기업들은 시장지배적 지위를 더욱 강화할 수 있게 되고, 이는 경쟁플랫폼에는 퇴출 압력으로 작용하게 돼 시장 경쟁을 저해하는 결과가 발생

할 가능성이 높아진다. 이와 같은 이유로 최근 많은 디지털플랫폼 기업들이 타사와의 경쟁에서 우위를 점하기 위해 '데이터 기반 전략(data driven strategy)'을 채택하고, 이와 같은 전략하에 대량의 데이터를 확보할 목적으로 다른 디지털플랫폼과의 기업결합을 추진하는 사례가 점점 증가하고 있다. 이를 뒷받침하듯이 '빅데이터와 연관된 기업결합(big data related merger)' 건수는 2008년부터 2013년 사이에 2배 이상 증가한 것으로 나타났다.[43] 따라서 거대 IT 기업들의 기업결합을 통한 빅데이터의 확보 및 활용에 대해 개인정보보호 측면뿐만 아니라 경쟁법 영역에서 어떻게 바라봐야 하는지에 대한 이슈가 학계뿐만 아니라 각국 경쟁당국에서도 꾸준히 제기되고 있는 상황이다.

그럼에도 불구하고 아직까지 전 세계적으로 각국 경쟁당국이나 사법기관에서 빅데이터의 경쟁법적 이슈를 직접적으로 다룬 경우는 많지 않다. 하지만 최근 들어 기업결합 심사 영역에서 특정 플랫폼 기업으로의 데이터 집중이 경쟁을 왜곡시킬 가능성에 대한 조사가 점점 증가하고 있다. 예컨대 구글의 더블클릭(DoubleClick) 인수 건은 미국 및 EU 경쟁당국이 디지털플랫폼 기업 간 기업결합 이후 발생하게 될 데이터 집중 현상이 시장 경쟁을 저해할지의 여부를 조사한 초창기 사례로 볼 수 있다.[44]

사건의 개요를 살펴보면 인터넷 검색시장에서 높은 시장점유율을 보유하고 있었던 구글은 2007년 온라인 광고전문 플랫폼인 더블클릭을 31억 달러에 인수하였다.[45] 이와 같은 인수행위의 배경은 구글의 모회사인 알파벳(Alphabet)의 매출구조를 살펴봄으로써 알 수 있다. 알파벳의 대표적인 3개 사업부문(구글플레이 스토어, 안드로이드 운영체제 및 검색서비스를 포함하는 B2C 사업, 클라우드플랫폼 등을 포함하는 B2B 사업, 유튜브 등을 포함하는 동영상 스트

43) Wasastjerna(2018), "The role of big data and digital privacy in merger review."
44) U.S. Government Printing Office(2007), "AN EXAMINATION OF THE GOOGLE-DOUBLECLICK MERGER AND THE ONLINE ADVERTISING INDUSTRY: WHAT ARE THE RISKS FOR COMPETITION AND PRIVACY?" 온라인 자료(검색일: 2020. 9. 14).
45) "Google buys ad firm DoubleClick for $3.1 billion"(2007. 4. 13), 온라인 기사(검색일: 2020. 9. 14).

리밍 사업) 중 검색엔진 사업이 차지하는 비중은 약 99.6%에 달한다.[46] 또한 알파벳의 전체 사업매출 중 애드센스(AdSense)라고 하는 광고중개 플랫폼과 유튜브 광고를 통한 광고 수입은 66%를 차지한다.[47] 이와 같은 배경에서 구글은 더블클릭 인수를 통해 더블클릭이 보유한 광고주와 웹사이트 퍼블리셔로 구성된 대규모 광고중개 네트워크를 흡수함으로써 기존 온라인 광고시장에서의 시장지배력을 강화하고자 하였다.

본 건은 미국 FTC와 EC의 기업결합 심사 대상이었고, 양 경쟁당국은 해당 인수행위가 관련 온라인 광고 시장에 미치는 경쟁제한성이 없다고 결론을 내리면서 동 건을 무조건부로 승인하였다.[48][49] 먼저 FTC는 경쟁법 영역에서 「클레이튼법(Clayton Act)」 제7조에 근거하여 구글의 더블클릭 인수행위가 해당 온라인 광고플랫폼 시장에서 경쟁을 실질적으로 제한하거나 그러한 인수행위로 인해 통합된 기업이 독점화될 우려가 있는지 심사하였다. 그리고 그 과정에서 두 기업 간 소비자 데이터 결합이 개인정보 침해를 야기할 수 있다는 일부 주장에 대해서도 고려하였다. 하지만 FTC는 기업결합 과정에서 반독점 우려와 직접적인 관계가 없는 이슈(예: 환경 문제, 고용, 개인정보 침해 등)에 대해 경쟁당국이 특정한 조건을 제시할 만한 법적 근거가 없고, 또한 그와 같은 조건을 해당 기업에 요구하는 것이 오히려 빠르게 변화하는 디지털플랫폼 산업 환경에서 경쟁을 심각하게 저해할 수 있다고 주장하였다. 이에 더하여 본 인수행위가 사생활(privacy) 침해와 같은 경쟁의 비가격적 속성(non-price attributes)에 영향을 미치게 될 가능성이 없다고 결론을 내림으로써 동 건을 승인하였다.[50] 한편 EC는 2007년 9월 21일 구글의 더블클릭 인수 건을 접수하였고,

---

46) 양희태, 김단비(2019), p. 45.
47) 「구글 모기업 알파벳, 창사 이래 첫 매출 감소…주가에는 큰 영향 없어」(2020. 7. 31), 온라인 기사(검색일: 2020. 9. 14).
48) FTC(2007), *Statement of Federal Trade Commission Concerning Google/DoubleClick*.
49) European Commission(2008), *Case No COMP/M.4731 -Google/ DoubleClick*.
50) FTC(2007), *Statement of Federal Trade Commission Concerning Google/DoubleClick*, pp. 2-3.

「EU 기업결합 규정(Council Regulation 139/2004)」에 근거하여 본 건의 경쟁제한성을 판단하였다.[51] 그리하여 2007년 11월 13일에는 본 건이 EU 공동시장(common market)에서의 경쟁 및 유럽경제권역(EEA: European Economic Area)의 기능을 저해할 우려가 있다고 판단하고「EU 기업결합 규정」제6조 1항 c호에 따라 조사절차를 개시키로 하였다. 이후 EC는 2단계에 걸친 조사 결과를 발표하면서 본 인수행위가 공동시장에서의 효과적인 경쟁을 저해할 가능성이 없다고 판단하여 동 건을 승인하였다.

동 건에 대한 FTC와 EC의 결정에서 알 수 있듯이 주요 경쟁당국은 디지털플랫폼 간 기업결합 사례 심사 시 데이터가 경쟁에 미치게 될 영향에 대해서는 심사숙고하였으나 데이터 접근성 향상에 따른 개인정보보호 이슈는 크게 다루지 않은 것이 사실이다. 먼저 양 경쟁당국 모두 거대 디지털플랫폼인 구글이 기존에 보유하고 있는 데이터와 더블클릭이 보유한 데이터를 결합함으로써 미래의 경쟁자가 시장에 진입하는 것을 막는 잠재적인 봉쇄전략(forclosure strategies)을 실시할지와 함께 빅데이터 활용에 따른 네트워크 효과를 통해 시장지배적 지위를 남용할 가능성에 대해서는 심각하게 검토하였다. 그 결과 EC는 구글이 고객 맞춤형 광고를 제공할 목적으로 더블클릭의 고객 데이터를 사용하더라도, 동일한 시장에서 경쟁하는 여타 플랫폼 역시 광고 타기팅(targeting)을 위해 필요한 유사한 종류의 대량의 데이터를 수집하는 것이 가능하다고 보았다. FTC 또한 구글뿐만 아니라 더블클릭이 사용할 수 있는 고객 데이터가 온라인 광고시장에서의 성공을 위한 결정적 요인이 되지 않는다고 판단하였다.[52] 이에 대한 근거로서 FTC는 온라인 광고중개시장에서 구글의 주요 경쟁사인 마이크로소프트나 야후(Yahoo), 타임워너(Time Warner)와 같은 플랫폼 역시 구글이나 더블클릭이 가지고 있지 않은 자사만의 데이터를 보유하고 있다는 점을 들었다. 하지만 EC는 본 기업결합 승인 결정은 개인정보보

51) European Commission(2008), *Case No COMP/M.4731 -Google/ DoubleClick*, p. 4.
52) FTC(2007), *Statement of Federal Trade Commission Concerning Google/DoubleClick*, p. 12.

호 영역보다는 본 기업결합 건이 EU 경쟁법에 규정된 EU 공동시장에서의 효과적인 경쟁을 방해하는지의 여부를 중점적으로 검토하여 이루어진 것이라고 하였다.[53] 또한 해당 승인 결정이 기업결합 대상회사에 부과한 이용자 정보처리와 관련된 개인정보 보호의무와는 별개로 이루어진 것임을 명백히 밝혔다.[54] 다만 EC는 결정문 말미에 기업결합 승인과는 무관하게 통합된 기업은 개인정보 및 데이터 보호를 포함한 사용자의 기본권을 존중할 의무를 져야 한다는 점을 덧붙이기는 하였다.[55] FTC 또한 개인정보보호가 국가 정책적으로 중요한 이슈이기는 하나 연방 경쟁당국의 기업결합 심사의 주목적은 경쟁을 저해하는 기업결합 행위를 발견하여 시정하는 것에 있으므로, 데이터 활용에 따른 프라이버시 이슈가 본 기업결합 건의 승인을 막을 근거는 되지 않는다고 하였다. 결과적으로 FTC와 EC 모두 구글과 더블클릭의 기업결합에 따른 양사의 데이터베이스 결합이 온라인 광고시장의 경쟁을 제한하지 않는다고 보았으나 이용자 데이터를 포함한 개인정보보호에 대한 이슈는 양 경쟁당국 모두 원론적인 결론을 내리는 데 그쳤다.

디지털플랫폼 산업이 급격히 발전함에 따라 미국에서도 경쟁당국의 업무효율성을 높임과 동시에 개인정보보호 이슈를 다루기 위하여 경쟁당국의 조직 내에 디지털 분야에 특화된 조직을 신설해야 한다는 주장이 지속적으로 제기되어 왔다. 특히 미국은 EU와 달리 디지털경제 환경하에서 개인정보보호 문제를 다루는 별도의 전담기구는 없으나 예산관리처(OMB: The Office of Management and Budget)와 FTC가 개인정보보호기구로서의 역할을 담당하고 있는 실정이다.[56] 이와 같은 배경에서 Stigler Center(2019)는 기존에 경쟁당국에서 시행하는 정책을 보완할 수 있는 디지털시장 전담조직으로서 디지털청(DA: Digital Authority) 신설을 제안하였다.[57] 새롭게 제안된 DA가 기존의 경쟁

53) European Commission(2008), *Case No COMP/M.4731 -Google/ DoubleClick*, p. 97.
54) *Ibid.*
55) *Ibid.*, p. 98.
56) 개인정보보호위원회, https://www.privacy.go.kr/pic/nation_usa02.do(검색일: 2020. 9. 12).
57) Stigler Center(2019), pp. 104-105.

당국 내 조직과 차별화되는 부분은 전통적으로 경쟁당국에서 다루지 않았던 개인정보보호, 데이터 이용제한 등의 이슈를 다뤄야 한다는 점에서다.

미국과 달리 EU는 경쟁법 외에도 별도의 개인정보보호법인 EU 정보보호규정(GDPR: General Data Protection Regulation)이 마련되어 있어 디지털플랫폼 시장에서 기업 간 M&A를 통한 데이터 독점 이슈를 GDPR의 어떤 법적 근거에 의해 다루어야 할지에 관해 많은 논의가 이루어지고 있다. 대표적인 예로 2016년 9월 23일 유럽 데이터보호 감독기구(EDPS: European Data Protection Supervisor)는 "빅데이터 시대 기본권 보장을 위한 일관성 있는 법 집행에 관한 EDPS의 제안(EDPS opinion on coherent enforcement of fundamental rights in the age of big data)"을 발표하였다.[58] 해당 보고서에서 EDPS는 디지털 영역에서의 효과적인 법 집행을 위한 디지털청산소(Digital Clearing House)[59] 설립을 제안하고 있으며, 또한 EU 경쟁당국이 온라인 개인정보보호, 표현의 자유 등을 더욱 보장할 수 있도록 하는 합병규제에 대한 규칙 개정을 제안하고 있다.[60]

3. 소결

제2장에서는 디지털생태계의 핵심 축이라 할 수 있는 디지털플랫폼이 경쟁정책 차원에서 가지는 특징들을 살펴본 후에 이들 디지털플랫폼 기업들의 합병에 관한 경쟁학 이론과 글로벌 경쟁이슈를 살펴보았다.

---

58) European Data Protection Supervisor(2016).

59) European Data Protection Supervisor(2016)에 따르면 디지털 청산소는 다음의 역할을 수행한다. 첫째, EU 역내, 특히 국경 간 온라인 서비스 제공 관련 반경쟁적 행위들을 다룰 수 있는 가장 적절한 법 원칙에 관해 논의한다. 둘째, EU조약(TFEU) 102조에 근거하여 디지털 기업들의 M&A 또는 착취남용 행위를 판단할 때 데이터보호 및 소비자보호 기준을 활용한다. 셋째, 디지털 분야에서 혁신을 촉진하기 위한 규제솔루션에 관해 논의한다.

60) *Ibid.*, p. 3.

디지털플랫폼은 기존의 경쟁정책 집행의 분석틀로는 판단하기 어려운 여러 과제들을 제시한다. 전통적인 시장경제에서는 반경쟁적 효과가 소비자 후생에 미치는 영향을 분석할 때 가장 중요한 판단기준이 가격이었는데, 플랫폼 시장에서는 양면 또는 다면시장의 특성으로 인해 많은 서비스들이 영(zero)의 가격으로 제공된다. 또한 기존의 정태적 차원의 경쟁제한성 판단 기준에서 보면 독점적 현상으로 판단될 수 있는 시장구조가 디지털 기술에 기반한 새로운 제품과 서비스의 출현, 혁신적인 기술개발과 같은 동태적 효율성을 고려하면 경쟁적 시장구조로 판단될 수도 있다. Cremer, Montjoye, and Schweitzer(2019)는 디지털시장의 특성으로 극단적인 규모에 대한 수익체증, 네트워크 효과, 데이터의 중요성을 강조하였다. 물론 과거에도 이러한 특성들이 존재하지 않았던 것은 아니었지만 기계학습(machine learning), 복잡한 알고리듬의 개발 등 디지털 기술의 급속한 발전과 데이터 수집·분석·저장 비용의 대폭적인 감소는 생산비 절감을 가능하게 하였을 뿐만 아니라 개별 소비자들의 행태 패턴과 소비추세를 분석·예측하는 데도 활용되어 맞춤형 서비스 제공을 가능하게 하였다. 이러한 특징들은 생산 측면에서의 효율성 감소와 수요 측면의 소비자 후생 증대라는 친경쟁적 효과를 초래하였다. 그럼에도 불구하고 디지털경제의 이러한 특징들은 디지털플랫폼 시장에서 상당히 강력한 범위의 경제(economies of scope)를 가능하게 함으로써 어느 정도의 시장지배력을 형성한 기업의 시장을 독식(winner-takes-all)하는 쏠림현상(tipping)을 초래하기도 한다. 디지털경제에서는 이러한 이유로 경쟁의 형태가 시장 안에서 경쟁(competition in the market)보다는 시장 전체를 차지하기 위한 경쟁(competition for the market)으로 시현되기도 한다.

Fumagalli, Motta, and Tarantino(2020)는 기존 독점기업과 기술개발 계획을 보유한 잠재적 경쟁자와의 인수합병 상황을 분석하여, 잠재적 경쟁자가 충분한 자원을 보유해서 자력으로 제품 개발이 가능한 경우 인수합병이 반경쟁적 효과를 지닐 수 있음을 이론적으로 보였다. 해당 논문에 따르면 기존 독점기

업이 이러한 '경쟁자 제거를 위한 인수(killer acquisition)'를 행할 경우 소비자 후생이 감소할 뿐만 아니라, 기존 독점기업이 상대방 기업을 인수한 후에 제품을 개발한다고 하더라도 소비자 후생이 감소할 수 있음을 보였다. Caffara, Crawford, and Valletti(2020)는 이러한 논리를 더 확장하여, 만약에 기업합병이 없었더라면, 다른 신생 기업을 인수하여 인수된 기업이 개발하는 제품이나 서비스를 제공하는 대신, 인수하는 기업이 자체적으로 자신의 기업 내에서 직접 개발하여 신생 기업과 경쟁할 혁신경쟁 유인을 제거할 수 있다고 주장하였다. 또한 Anderson and Coate(2005)는 구글과 같이 검색서비스를 무료로 제공하지만 광고주로부터 광고수입을 얻는 양면시장 플랫폼에서 소비자들이 싱글호밍(single-homing)을 하는 경우 검색 플랫폼 간의 합병은 소비자들이 여전히 무료 검색서비스를 이용하더라도 시청해야 하는 광고의 양이 증가하여 소비자 후생을 저해할 수 있음을 보였다. Prat and Valletti(2019)는 소비자들이 멀티호밍(multi-homing) 하는 경우에도 기업결합은 또 다른 경로를 통하여 소비자 후생을 감소시킬 가능성이 존재한다는 것을 보였다.

한편 디지털플랫폼의 M&A와 관련된 경쟁정책 논의는 학계뿐만이 아니라 경쟁법을 집행하는 글로벌 경쟁당국들과 OECD 경쟁위원회와 같은 국제기구에서도 경쟁법을 실제 집행함에 있어서 고려해야 할 사항들을 중심으로 다양한 논의가 이루어지고 있다. 기업결합 심사의 출발점이라고 할 수 있는 시장획정과 관련하여 독일 연방카르텔청은 2016년에 수요자와 공급자를 중개해 주는 디지털플랫폼의 양면시장 특성을 고려하여 시장을 획정하는 기준을 제시하기도 하였다. EU 경쟁당국인 EU집행위원회(EC)는 디지털플랫폼 시장 M&A인 페이스북(Facebook)-왓츠앱(WhatsApp) 기업결합 건과 마이크로소프트(Microsoft)-링크드인(LinkedIn) 기업결합 건을 심사하면서 이러한 기준을 일부 수용하는 태도를 취하면서 플랫폼 유형에 따라 관련 시장 획정이 달라져야 한다고 봤다. 또한 경쟁자 제거를 위한 기업결합과 관련하여 미국 연방거래위원회(FTC)는 2018년 CDK의 Auto-Mate 인수 건을 심사하면서 경쟁사업

자 제거 의도가 있다고 보아 동 기업결합을 불승인하였다. 영국의 경쟁당국인 경쟁시장청(CMA)은 2019년 보고서를 통해 디지털경제에 효과적으로 대응하기 위한 경쟁당국의 합병심사 기준에서 고려되어야 할 사항들을 제언하였다. 또한 글로벌 경쟁당국들은 최근 많은 디지털플랫폼 기업들이 타사와의 경쟁에서 우위를 점하기 위해 대량의 데이터를 확보할 목적으로 전략적으로 추진하는 기업결합(big data related merger)에 대해서도 주목하고 있다. 그럼에도 불구하고, 여전히 데이터 관련 이슈는 데이터 집중에 따른 시장경쟁 저해 차원의 접근보다는 개인정보보호 또는 소비자보호 이슈로 보는 경향이 강하다고 할 수 있다.

아세안 경쟁당국의 경우, 디지털플랫폼 분야의 경쟁법 집행과 관련된 일부 논의가 있기는 하지만 경쟁법 집행이 초기 단계에 있어 그 논의가 상대적으로 활발하지 않을 뿐만 아니라, 그 내용도 앞서 살펴본 선진 경쟁당국과 국제기구의 논의의 틀을 크게 벗어나지 않는다고 할 수 있다. 이러한 점을 고려하여 다음 장부터는 아세안 주요국의 디지털플랫폼 시장의 경쟁 상황과 M&A 특징을 먼저 살펴본 후에, 아세안 주요국별 경쟁법, 특히 기업결합 심사제도, 그리고 역내 대표적인 디지털플랫폼 M&A 사례인 2018년 Grab-Uber 합병사례에 분석을 실시한다.

제3장

아세안 주요국의 디지털플랫폼 시장 및 M&A

1. 아세안 역내 디지털플랫폼 시장 현황 및 특징
2. 아세안 역내 디지털플랫폼 시장 M&A 현황 및 특징
3. 소결

개념적으로 볼 때 디지털플랫폼의 범위는 플랫폼을 통해 거래될 수 있는 품목의 종류만큼이나 다양한 영역을 포괄한다. 실제 시장규모 측면에서 주목받고 있는 디지털플랫폼의 영역은 아직까지 제한적이나, 전 세계적으로 제품, 서비스 전 영역에 걸쳐 다양한 형태의 디지털플랫폼이 시장에 나타나고 있다. 본 장에서는 자료 확보의 제약으로 인하여 아세안의 디지털플랫폼 시장 현황을 분석하는 데 있어 특히 아세안 지역 내에서 비교적 큰 규모의 시장을 형성하고 있는 분야를 선별적으로 다루고자 한다. 아세안 지역의 디지털플랫폼 시장규모 및 특성을 세부적인 영역으로 구분하여 분석한 사례가 충분하지 않기 때문에 주요 분야를 선정하는 데 있어 명확한 기준을 설정하기는 어렵다. 다만 Google-Temasek(2019) 등 기존의 조사사례를 참고해볼 때, 아세안 지역 내에서 주목할 만한 디지털플랫폼의 영역은 전자상거래, 승차공유 및 배달 서비스, 숙박, OTT 부문을 들 수 있다. 해당 분야를 중심으로 1절에서는 아세안 주요국의 분야별 시장의 특징을 살펴보고, 2절에서는 최근 10년의 기간을 중심으로 아세안 지역 내에서 이루어진 디지털플랫폼 분야와 관련한 주요 M&A 현황을 검토하고자 한다.

1. 아세안 역내 디지털플랫폼 시장 현황 및 특징

가. 개관

아세안 지역은 모바일 인프라 확충에 따른 디지털 인구 급증으로 디지털경제 부문 전반에서 빠른 성장세를 보이고 있으며, 향후에도 그 성장세가 지속될 것으로 기대된다. 특히 상대적으로 젊은 인구의 비중이 높아 모바일 플랫폼을 기반으로 한 비즈니스가 성장을 주도할 것으로 판단된다. 이와 관련하여 김정

곤 외(2019)에서는 디지털플랫폼 성장 여건의 국제비교를 위한 지표로서 '디지털 발전지수(Digital Development Index)'를 제시하고, 이를 바탕으로 아세안의 디지털경제 기반여건을 주요국과 비교분석한 바 있다. 이에 따르면 아세안 국가들 중 싱가포르는 전 세계 최고 수준의 디지털경제 발전 수준을 보이고 있으며, 필리핀, 베트남, 인도네시아 등도 전체 기반 여건은 중하위권의 수준을 기록하고 있으나, 높은 경제성장률 및 20대 청년인구 비중, 디지털경제 접근성의 개선 등은 높은 기회요인으로 평가되고 있다.[61]

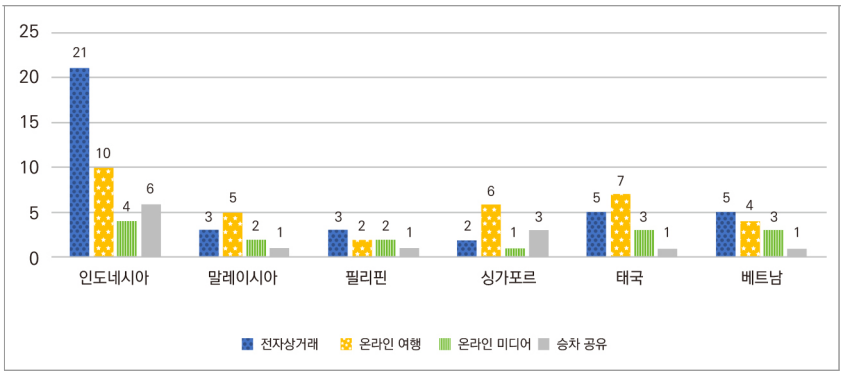
실제로 최근 아세안 지역 내에서는 전자상거래, 승차공유, 금융, 물류 등 다양한 분야에서 디지털플랫폼 기반 비즈니스가 빠르게 확산하는 추세를 보이고 있다. 특히 아세안 지역의 경우 아마존, 넷플릭스 등 다국적 플랫폼 기업의 활동뿐만 아니라 그랩(Grab)과 같은 현지 플랫폼 업체의 부상 또한 주목할 만한 현상이라고 볼 수 있다.

정확한 의미에서 아세안 지역 내 '디지털플랫폼' 시장의 규모 추정에 대한 조사는 별도로 수행된 바 없으나, 비교적 유사한 선행연구로서 Google-Temasek (2019)은 아세안 주요 6개 국가를 대상으로 자체적인 정의에 따라 '인터넷 경제규모'를 추정한 바 있다. 본 사례의 경우 다양한 인터넷 기반 시장 중에서도 온라인 여행, 온라인 미디어, 승차공유, 전자상거래 등 4개 분야를 대상으로 6개국(인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남)의 시장규모를 추정하였다. 이에 따르면 국가별로는 인도네시아가 모든 분야에 걸쳐 가장 큰 시장을 형성하고 있으며, 나머지 국가들의 경우 큰 차이는 없으나 태국, 베트남, 싱가포르, 말레이시아 등의 순으로 시장규모가 큰 것으로 나타났다.

61) 김정곤 외(2019), pp. 45~57.

그림 3-1. 동남아 주요국의 분야별 인터넷 경제 규모 추정

(단위: 십억 달러)



자료: google-temasek(2019), "Google Temasek e-Conomy SEA 2019," pp. 21-26.

또한 [표 3-1]에 나타난 바와 같이 2019년 현재 전자상거래 시장과 온라인 여행 시장은 각각 전체 인터넷 경제에서 38.4% 및 34.6%의 비중을 차지하고 있으며, 그다음으로 온라인 미디어 분야는 14.3%, 승차공유 시장은 12.8%의 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 한편 2025년 전망치를 2019년과 비교해 보면, 전자상거래 및 승차공유 시장의 성장세가 여타 분야보다 빠를 것으로 전망되고 있다. 좀더 세부적인 영역을 기준으로 볼 때 온라인 여행 중에서도 온라인 항공 분야가 20.9%, 온라인 호텔 분야가 13.0%로 높은 비중을 차지하는 반면, 숙박공유 시장은 전체 인터넷 경제 규모의 0.7%에 불과한 것으로 나타났다. 또한 온라인 미디어 분야 중에서는 온라인 광고 분야가 9.4%, 온라인 게임 분야가 4.2%로 높은 비중을 차지하는 반면, 구독형 음악 및 비디오 서비스 시장은 전체 인터넷 경제에서 차지하는 비중이 0.6%에 불과했다. 마지막으로 승차공유 분야의 경우, 운송과 음식배달 분야로 세분화할 때 각각의 시장이 인터넷 경제에서 차지하는 비중은 7.5%, 4.2%로 나타났으나, 향후 음식배달 분야가 보다 빠른 성장세를 보일 것으로 추정되고 있다.

표 3-1. 동남아시아 주요 6개국 분야별 인터넷 경제 규모 추정

(단위: 십억 달러, %)

구분	2015		2019		2025 전망	
	규모	비중	규모	비중	규모	비중
합 계	31.6		99.5		303.0	
전자상거래	5.5	17.4	38.2	38.4	153.0	50.5
온라인 여행	19.4	61.4	34.4	34.6	78.0	25.7
온라인 숙박공유	0.3	0.9	0.7	0.7	2.0	0.7
온라인 호텔	6.6	20.9	12.9	13.0	36.0	11.9
온라인 항공	12.5	39.6	20.8	20.9	40.0	13.2
온라인 미디어	3.8	12.0	14.2	14.3	32.0	10.6
구독형 음악 및 비디오	0.1	0.3	0.6	0.6	3.0	1.0
온라인 게임	1.6	5.1	4.2	4.2	9.0	3.0
온라인 광고	2.1	6.6	9.4	9.4	20.0	6.6
승차공유	2.9	9.2	12.7	12.8	40.0	13.2
온라인 음식배달	0.4	1.3	4.2	4.2	20.0	6.6
온라인 운송	2.5	7.9	7.5	7.5	20.0	6.6

주: 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남 6개국 시장규모의 합계 기준.
자료: Google-Temasek(2019), p. 32, p. 35, p. 37, p. 39.

Google-Temasek(2019) 사례의 경우 플랫폼 서비스 분야에 한정한 것이 아니라 해당 서비스 시장 전반에 대한 추정이므로, 실제 디지털플랫폼이라는 영역의 실태 파악을 위한 지표로 활용하는 데 있어서는 주의가 필요하다. 다만 인터넷 활용도가 높은 분야에 대한 추정사례로서 실질적으로 국가별·분야별 디지털플랫폼 시장의 잠재력 파악이라는 측면에서는 의미 있는 참고자료로 판단된다. 다음 절부터는 전자상거래, 승차공유·배달 서비스, 숙박·여행 서비스, 온라인 미디어(OTT 서비스) 등 세부 영역별로 아세안 주요국에서의 디지털플랫폼 시장의 현황 및 주요 특징을 분석하고자 한다. 특히 온라인 미디어 분야의 경우 Google-Temasek(2019)에서는 게임, 광고, 음악, 영상 등 다양한 분야를 포괄하였으나, 본 연구에서는 이 중에서도 넷플릭스 등 글로벌 플랫폼의 부상과 함께 최근 주목받고 있는 OTT 서비스 시장을 중점적으로 살펴보고자 한

다. 특히 각 플랫폼 시장에서의 주요 업체별 경쟁구조의 형성 및 변화 상황, 지역 내 주요 업체들의 성장 전략 차원에서의 주요한 특징을 도출하고자 한다.

나. 전자상거래

Google-Temasek(2019)에 따르면, 아세안 지역 주요 6개국(인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남) 전자상거래 시장은 2015~19년의 기간 동안 연평균 약 66%의 성장률을 기록하는 등 매우 빠른 성장속도를 보이고 있다. 한편 아세안 전자상거래 시장은 현지 기반 플랫폼이라고 할 수 있는 Lazada, Tokopedia 등의 업체들이 현재 주도적인 위치를 차지하고 있다. 특히 싱가포르에 본사를 두고 있는 Lazada는 인도네시아를 제외한 아세안 지역 전반에서 가장 높은 시장점유율을 기록하고 있다. 반면 Tokopedia는 아세안 지역 내 최대 시장이라고 할 수 있는 인도네시아에서의 높은 점유율을 기반으로 그 성장성을 인정받아 유니콘 기업으로 진입한 바 있다.

주요 국가별로 살펴보면, 먼저 인도네시아의 경우 2020년 1/4분기 현재 싱가포르에 본부를 두고 있는 Shopee와 자국 기반 플랫폼인 Tokopedia가 각각 1위와 2위로 시장을 주도하고 있다. 다음으로 자국기업인 Bukalapak, Blibli를 포함하여 Lazada 등 동남아시아 역내 업체들 또한 비교적 높은 점유율을 보이고 있다. 이 중 인도네시아의 최대 전자상거래 플랫폼 중 하나인 Tokopedia는 2009년 자국 시장에서 C2C 거래 중심의 플랫폼으로 시작하였으며, 자국 모바일 기반 전자상거래 시장이 빠른 성장세를 보이면서 더불어 아세안 지역의 대표적인 전자상거래 플랫폼으로 성장하였다.[62] 아세안 전자상거래 시장의 성장 가능성에 대한 기대를 바탕으로 소프트뱅크, 알리바바, 인도의 세콰이어캐피털로부터 대규모 투자유치를 성사시키는 등 역내외 투자자들로

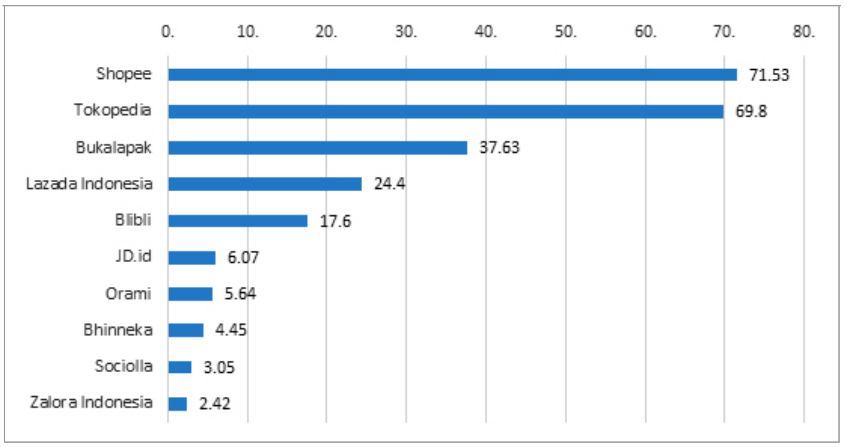
62) Tokopedia 홈페이지, https://www.tokopedia.com/about/our-story(검색일: 2020. 8. 23).

부터도 주목을 받고 있다. 최근에는 여타 디지털플랫폼 업체들과 마찬가지로 Tokopedia 또한 전자상거래 분야에서의 성과를 기반으로 온라인 결제 등 핀테크 분야를 중심으로 사업영역을 다양화하고 있다.

인도네시아의 또 다른 전자상거래 업체인 Bukalapak은 2011년 설립된 이래 Tokopedia와 더불어 인도네시아의 대표적인 전자상거래 플랫폼으로 성장하였으며, Tokopedia와 마찬가지로 유니콘 기업에 진입하는 등 높은 잠재력을 인정받고 있다. 특히 Bukalapak은 2019년 우리나라의 미래에셋과 네이버로부터 약 5,000만 달러 규모의 투자를 유치하는 등 국내에서도 주목하는 전자상거래 플랫폼이라고 판단된다. 그 밖에 JD.id는 중국의 2대 전자상거래 업체 중 하나인 JD.com(징둥닷컴)이 2015년 인도네시아 현지에 진출하여 설립한 전자상거래 플랫폼으로, 2020년 1/4분기 현재 아세안 역외 전자상거래 업체 중에서는 가장 활성화된 플랫폼으로 판단된다.

그림 3-2. 인도네시아 10대 전자상거래 플랫폼(2020년 1/4분기 기준)

(단위: 백만 회, 월평균 클릭 수)

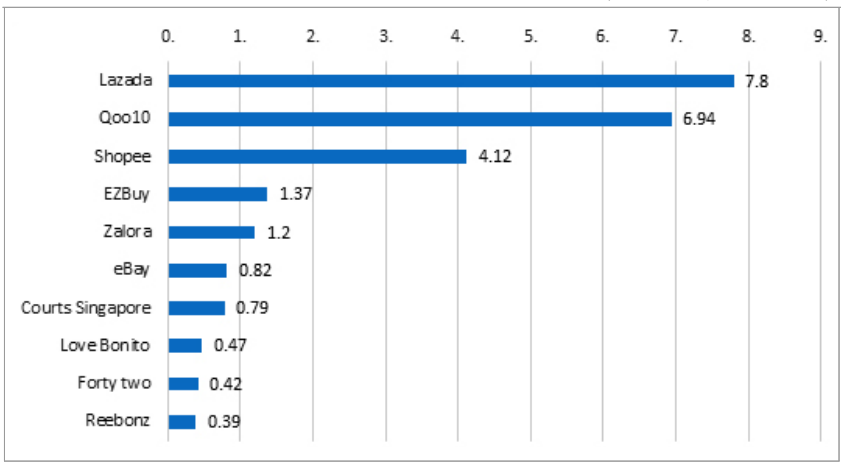


자료: Statista, 'Top 10 e-commerce sites in Indonesia as of 1st quarter 2020, by monthly traffic,' https://www.statista.com/statistics/869700/indonesia-top-10-e-commerce-sites/(검색일: 2020. 9. 3).

싱가포르 전자상거래 시장의 경우 1위 플랫폼인 Lazada를 필두로 Qoo10, Shopee, Ezbuy 등 자국 업체가 전체 시장을 주도하고 있다. 특히 Lazada의 경우 현재 싱가포르뿐만 아니라 동남아시아 지역 전반에서 높은 시장점유율을 기록하고 있는 대표적인 전자상거래 플랫폼이다.[63] 2012년 독일의 인큐베이터인 Rocket Internet의 지원하에 설립된 Lazada는 동남아시아 시장 전반에서의 높은 점유율을 기반으로 빠른 성장세를 기록해 왔다. 2016년에는 알리바바 그룹에 인수되면서, 알리바바의 아세안 시장 확대 전략의 거점으로서 기능할 것으로 예상되고 있다. 이와 더불어 2017년 4월 아마존의 프라임 회원 프로그램의 싱가포르 진출에 대응하여 온라인 슈퍼마켓 RedMart 등과 협력을 통해 유사한 서비스인 'LiveUp' 회원 서비스를 제공하는 등 역내외 협력관계를 강화하고 있다.[64]

그림 3-3. 싱가포르 10대 전자상거래 플랫폼(2019년 3/4분기 기준)

(단위: 백만 회, 월평균 클릭 수)



자료: Statista, 'Top 10 e-commerce sites in Singapore as of third quarter of 2019, by monthly traffic,' https://www.statista.com/statistics/869701/singapore-top-10-e-commerce-sites/(검색일: 2020. 9. 3).

63) Google-Temasek(2019).
64) Lee, Cassey and Eileen Lee eds.(2020), p. 200.

한편 Qoo10은 G-market의 싱가포르, 일본, 말레이시아, 인도네시아 법인이 2012년 새로운 브랜드로 재출범한 것으로, 기존 G-market의 동남아시아 지역에서의 영향력을 기반으로 싱가포르에서도 주요 3대 전자상거래 플랫폼으로 자리매김하고 있다.[65] 싱가포르를 기반으로 현재 인도네시아, 말레이시아, 중국, 홍콩 등 5개국에 진출해 있으며,[66] 특히 별도 물류자회사인 Qxpress 설립을 통한 효과적 전자상거래 물류 시스템 구축이 주요한 강점으로 평가되고 있다.[67] 또한 싱가포르의 3대 전자상거래 플랫폼 중 하나인 Shoppee는 2015년 싱가포르에서 처음 출시된 이래 2019년 현재 싱가포르, 인도네시아, 베트남, 태국, 필리핀, 말레이시아 등 동남아시아 6개국과 함께 대만, 브라질 시장에 진출하였다.[68] Shopee의 경우는 여타 플랫폼과의 차별화를 위해 'Shopee Guarantee'라는 에스크로(Escrow) 서비스를 도입하는 등 거래에 대한 보안 환경의 개선을 강조하고 있다.[69][70]

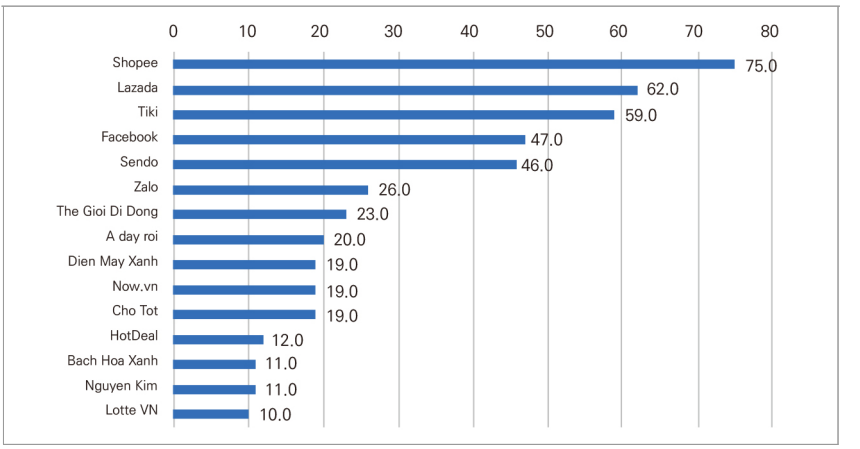
베트남의 경우 전자상거래 플랫폼에 대한 선호도 조사 결과 1위, 2위 플랫폼은 Shopee와 Lazada가 차지하였으나, 자국 기반 플랫폼인 Tiki, Sendo 등에 대한 선호도 또한 높은 편이다. 이 중 Tiki는 베트남 최대 메신저인 Zalo를 보유하고 있는 VNG가, Sendo는 베트남의 대표적인 IT 기업인 FPT가 투자한 전자상거래 플랫폼으로 현재 두 업체 간 인수합병이 논의 중인 것으로 알려졌다.[71] 만약 두 업체 간 인수합병이 완료될 경우, Shopee의 시장점유율에 근

65) "Gmarket Singapore, Japan, Malaysia, and Indonesia to Rebrand to Qoo10"(2012. 4. 17), https://www.techinasia.com/gmarket-rebranded-to-qoo10(검색일: 2020. 8. 31).
66) Qoo10 홈페이지, 'About Qoo10,' https://www.qoo10.com/gmkt.inc/Company/AboutCompany.aspx(검색일: 2020. 8. 31).
67) Qxpress 홈페이지, http://www.qxpress.co.id/html/company_philosophy_vision.html(검색일: 2020. 8. 31).
68) Shopee 홈페이지, 'About Shopee,' https://careers.shopee.sg/about/(검색일: 2020. 8. 31).
69) '에스크로(Escrow) 서비스'는 온라인 쇼핑몰로부터 물품을 주문한 경우 고객의 결제대금을 PG사에 예치한 후, 배송 완료 시 쇼핑몰에 입금해 주는 방식으로 거래의 안전을 보호하는 서비스이다.
70) Shopee 싱가포르 홈페이지, https://shopee.sg/(검색일: 2020. 8. 31).
71) "Will Vietnamese e-commerce platforms Tiki and Sendo soon merge"(2020. 5. 22), http://hanoitimes.vn/will-vietnams-e-commerce-platforms-tiki-and-sendo-soon-merge-312169.html(검색일: 2020. 9. 2).

접하는 베트남 최대 전자상거래 플랫폼으로 부상할 수 있을 것으로 전망되고 있다.72)

그림 3-4. 베트남 전자상거래 플랫폼 선호도(2019년 기준)

(단위: %)



주: 온라인 쇼핑 이용자 대상 전자상거래 플랫폼 선호도 조사 결과.
자료: Statista, 'Most popular e-commerce sites for online shopping among online shoppers in Vietnam in 2019,' https://www.statista.com/statistics/977848/vietnam-online-shopping-sites/(검색일: 2020. 9. 3).

그 외에 알리바바, 아마존, 이베이 등 주요 글로벌 전자상거래 플랫폼들이 모두 진출해있으며, 한국 롯데 또한 10위권 내에 포함되지는 않았지만 여타 글로벌 플랫폼에 뒤처지지 않는 선호도를 보이고 있다. 다만 2020년 들어 A day roi와 롯데가 잇달아 전자상거래 사업에서 철수하는 등 다수의 플랫폼들이 베트남 시장에서의 경쟁에 상당한 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다.73)

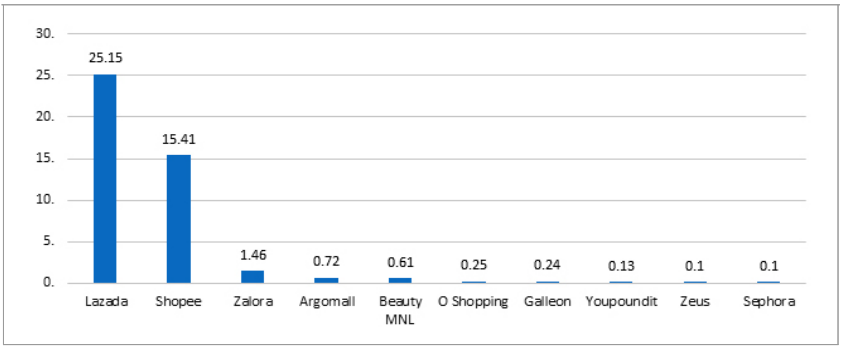
필리핀의 전자상거래 시장 또한 Lazada, Shopee, Zalora 등 싱가포르 기반의 플랫폼이 전체 시장을 주도하고 있다. 자국 전자상거래 플랫폼은 컴퓨터

72) "Dual lightning strikes to turn Vietnam's e-commerce equilibrium upside down"(2020. 3. 6), https://www.vir.com.vn/dual-lightning-strikes-to-turn-vietnams-e-commerce-equilibrium-upside-down-76689.html(검색일: 2020. 9. 2).
73) "Lotte.vn quits e-commerce race in Vietnam"(2020. 3. 1), https://www.vir.com.vn/lottevn-quits-e-commerce-race-in-vietnam-72862.html(검색일: 2020. 9. 2).

및 전자제품을 취급하는 Agromall, 뷰티제품을 취급하는 BeautyMNL, CJ 홈쇼핑과 필리핀 ABS_CBN 방송국이 합작한 O Shopping 등이 있으나, 플랫폼의 규모 및 취급범위 등의 측면에서 Lazada, Shopee 등의 플랫폼과는 격차가 큰 것으로 판단된다.

그림 3-5. 필리핀 B2C 전자상거래 플랫폼 순위(2019년 2/4분기 기준)

(단위: 백만 명, 월평균 방문자 수)



자료: Statista, 'Most popular B2C e-commerce sites in the Philippines as of 2nd quarter 2019, by monthly web visits(in millions),' https://www.statista.com/statistics/993273/philippines-major-b2c-ecommerce-sites/ (검색일: 2020. 9. 3).

다. 승차공유·배달 서비스

Google-Temasek(2019)에 따르면, 아세안 지역 주요 6개국의 승차공유 시장규모는 2019년 현재 약 130억 달러로 추정되며, 이는 2015년 30억 달러 대비 연평균 성장률 44.3%에 이르는 급속한 성장 추세이다.[74] 특히 승차공유 플랫폼 업체들이 음식배달 등 다양한 사업영역으로의 확산을 도모하고 있어 이러한 성장추세는 지속될 것으로 전망되고 있다.

아세안 지역 내 승차공유 및 배달 서비스 분야는 선발주자인 Grab과 인도네시아 시장을 기반으로 한 후발주자인 Go-jek(Gojek)의 경쟁구도로 요약할 수

74) Google-Temasek(2019), p. 35.

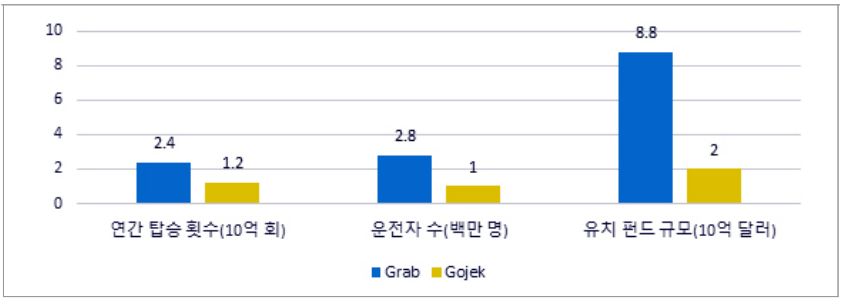
있다. 먼저 아세안 지역 내 최대 승차공유 플랫폼인 Grab은 2012년 말레이시아 지역을 기반으로 창업하여 2014년 싱가포르로 본사를 이전하였으며, 이후 Uber와의 합병 등을 통해 싱가포르를 포함한 동남아시아 전 지역에서 최대 플랫폼으로 자리잡고 있다. 현재 Grab이 승차공유 서비스를 제공하는 아세안 내 국가는 싱가포르를 포함하여 총 8개국이며, 필리핀 승차공유 시장의 90% 및 싱가포르 승차공유 시장의 80%를 점유하는 등 인도네시아를 제외하면 대부분의 아세안 국가에서 1위 플랫폼으로 자리매김하고 있다.[75] 한편 Grab은 승차공유 플랫폼의 운영 성과를 기반으로 택배서비스인 'Grab익스프레스(Grab-Express)', 음식배달 서비스인 'Grab푸드(GrabFood)', 결제서비스인 'Grab페이(Grab Pay)' 등 다양한 영역으로 사업을 확장하고 있다.[76] 이러한 과정에서 Ninja Van(택배서비스), OVO(모바일 결제) 등 연관 서비스 분야 스타트업에 대한 투자 또한 적극적으로 진행하고 있다.[77]

한편 Gojek의 경우 최대 인구를 보유한 인도네시아 자국 시장을 기반으로 동남아시아 시장에서 사실상 Grab과 양강 구도를 형성하고 있다. 실제 아시아 태평양 지역 전반에서의 시장 지배력은 Grab이 우세한 것으로 보이나, 인도네시아에서는 Gojek이 주도권을 가지고 있다. 2019년 현재 인도네시아에서의 승차공유(Gojek) 및 음식배달(Gofood) 분야의 Gojek의 점유율은 각각 70.4%, 71.7%에 이르는 반면, Grab의 점유율은 각각 45.7%(Grab), 39.9%(Grab 푸드) 수준이다.[78] 2010년 오토바이 호출 플랫폼으로 시작하였던 Gojek은 현재

75) Global Data(2020), "GrabTaxi Holdings Pte Ltd - Strategic SWOT Analysis Review," p. 14.
76) Grab 홈페이지, https://www.grab.com/sg/(검색일: 2020. 9. 1).
77) Crunchbase, 'Grab: Financials,' https://www.crunchbase.com/organization/grabtaxi/company_financials(검색일: 2020. 9. 1).
78) Statista, 'Share of respondents who used GoJek and Grab as their to-go ride sharing app in Indonesia as of April 2019,' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1047810/indonesia-transportation-delivery-mobile-app-gojek-and-grab-user/(검색일: 2020. 9. 1); Statista, 'Share of respondents who used GoFood and/or Grabfood for food delivery in Indonesia as of April 2019,' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1047777/indonesia-food-delivery-mobile-app-gofood-and-grabfood-user/(검색일: 2020. 9. 1).

차량 운송서비스(Go-ride 및 Go-car), 음식배달(Go-food), 의료서비스(Go-med) 등 20가지 이상의 서비스를 제공하고 있다.[79] Gojek 또한 Grab과 마찬가지로 Midtrans(온라인 결제 게이트웨이), Promogo(광고 플랫폼), Coins.ph(가상화폐) 등의 스타트업을 인수함으로써 사업범위의 확장 및 연관 산업의 경쟁력 강화를 도모하고 있는 것으로 판단된다.[80]

그림 3-6. 아시아태평양 지역에서 Grab 및 Gojek의 실적 비교(2019년 기준)



자료: Statista, 'Annual number of rides of Asia Pacific ride-sharing companies as of 2019,' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1034762/apac-annual-number-of-rides-of-ride-sharing-companies/(검색일: 2020. 9. 1); Statista, 'Number of active drivers of Asia Pacific ride-sharing companies as of 2019,' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1034777/apac-number-of-active-drivers-of-ride-sharing-companies/(검색일: 2020. 9. 1); Statista, 'Total funds raised by Asia Pacific ride-sharing companies as of 2019,' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1034780/apac-total-funds-raised-by-ride-sharing-companies/(검색일: 2020. 9. 1).

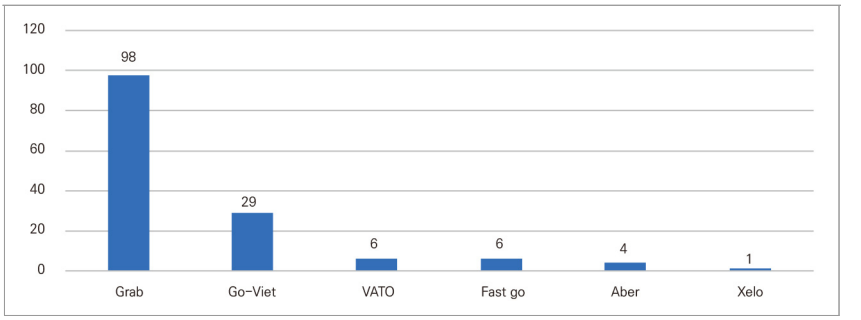
베트남의 경우도 Grab이 2014년 서비스를 시작한 이래 Uber의 동남아시아 시장 철수 등으로 사실상 승차공유 시장을 장악하고 있었으나, 최근 경쟁 플랫폼인 Gojek이 설립한 Go-Viet를 비롯하여 Fastgo, Vato, Aber와 같은 베트남 자국 기반 차량호출 플랫폼 등 후발 주자들의 참여가 이어지고 있다.[81]

79) Gojek 홈페이지, https://www.gojek.com/(검색일: 2020. 8. 31).
80) Crunchbase, 'Gojek: Financials,' https://www.crunchbase.com/organization/Go-jek/company_financials(검색일: 2020. 9. 1).
81) Tech Collective(2020. 3. 10), "Vietnam's promising ride-hailing startup ecosystem," https://techcollectivesea.com/2020/03/10/vietnams-promising-ride-hailing-startup-ecosystem/(검색일: 2020. 9. 2).

현재 공식적인 시장점유율 통계가 발표된 바는 없으나, [그림 3-7]에 나타난 바와 같이 베트남 주민에 대한 설문조사 결과 약 98%가 Grab을 사용한 경험이 있는 것으로 나타났다. 이와 같이 Grab의 시장 주도권은 여전히 유지되고 있으나, Gojek의 적극적인 현지 진출전략 추진 및 베트남 현지 업체들의 부상 등으로 향후 승차공유 시장에서의 플랫폼 간 경쟁이 보다 심화될 가능성 또한 존재한다. 또한 필리핀의 경우도 승차공유 분야에서 Grab이 시장을 주도하고 있으나, 경쟁 플랫폼인 Gojek과 더불어 Micab, Hirna, Hype, LagGo, Owto 등 자국의 중소 규모 플랫폼 업체의 참여가 확대되고 있다.[82)]

그림 3-7. 베트남의 승차공유 서비스별 활용률(2018년)

(단위: %)



주: 20~39세의 하노이 및 호찌민 거주자 300명 대상 설문(2018년 9월).
자료: Statista, 'Ride sharing app services that are used in Vietnam in 2018,' https://www.statista.com/statistics/1003472/vietnam-ride-sharing-services-used/(검색일: 2020. 11. 17).

라. 숙박·여행 서비스

Google-Temasek(2019)에 따르면 2019년 현재 아세안 주요 6개국의 온라인 여행 시장규모는 약 344억 달러로 추정되었으며, 2015년 194억 달러 대

82) "Gojek could be a boost to PH commuters"(2019. 12. 1), https://www.pressreader.com/philippines/manila-times/20191201/281767041083777(검색일: 2020. 9. 2).

비 연평균 15.4%의 성장 추세에 해당된다.[83] Google-Temasek(2019)은 온라인 여행 시장을 크게 온라인 숙박공유(online vacation rental), 온라인 호텔(online hotel), 온라인 항공(online flight) 분야로 구분하였으며, 특히 숙박공유 분야의 성장세가 빠를 것으로 추정되고 있다.[84] 현재 동남아시아 지역 내 여행서비스 시장의 경우 Booking.com, Agoda, Airbnb 등 글로벌 플랫폼들이 시장을 주도하고 있으나, 자국 기반의 여행서비스 분야 플랫폼 또한 점차 두각을 나타내고 있는 것으로 판단된다.

먼저 인도네시아의 경우 호텔 및 숙박공유 등 숙소예약 플랫폼 분야에서는 Booking.com이 1위를 기록하였으며, 그 밖의 주요 플랫폼으로는 PegiPegi, Agoda, Mister Aladin, Oyorooms 등의 사례를 들 수 있다. 인도네시아 자국 기반 플랫폼인 Pegipegi와 Mister Aladin의 경우 각각 2012년과 2016년에 설립된 온라인 여행서비스 관련 스타트업으로 호텔 예약뿐 아니라 항공권, 열차 승차권 예약서비스를 포괄하고 있으며,[85][86] 이 중 Pegipegi는 2018년 12월 인도네시아의 대표적인 여행 플랫폼인 Traveloka에 인수되었다.[87] 인도의 숙박공유 플랫폼인 Oyorooms 또한 인도네시아 시장에서 5위를 차지하는 등 점차 영향력을 확대해 나가는 것으로 판단된다. 한편 [표 3-2]의 숙소예약 플랫폼 순위에는 포함되지 않았으나, 인도네시아 자국을 기반으로 한 대표적인 여행서비스 분야 플랫폼으로는 온라인 여행정보 플랫폼(Online Travel aggregator)인 Traveloka를 들 수 있다.[88] 2012년 설립된 Traveloka는 초기

83) Google-Temasek(2019), p. 39.
84) *Ibid.*, p. 39.
85) Crunchbase, 'Pegipegi,' https://www.crunchbase.com/organization/pegipegi(검색일: 2020. 12. 16).
86) Crunchbase, 'Mister ALadin,' https://www.crunchbase.com/organization/pesan-hotel-gaya-kamu-di-mister-aladin(검색일: 2020. 12. 16).
87) Crunchbase, 'Pegipegi,' https://www.crunchbase.com/organization/pegipegi(검색일: 2020. 12. 16).
88) Similar Web의 'Top Websites Ranking'에 따르면, 인도네시아의 'Travel and Tourism' 분야에서 Traveloka가 1위 웹사이트로 나타났다(https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/category/travel-and-tourism/, 검색일: 2020. 12. 16).

항공편 예약서비스에서 출발하여 숙소, 식당, 열차, 렌터카, 여행보험 분야로 서비스 범위를 확대하였다.[89] 인도네시아를 기반으로 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남 등 동남아시아 전역으로 진출을 확대하고 있으며,[90] 익스피디아 등으로부터의 지속적인 투자유치에 힘입어 2017년 유니콘 기업으로 진입하였다.[91][92]

싱가포르의 경우 숙박예약 분야 1위 웹사이트는 Booking.com이며, 싱가포르 자국 리조트 예약 사이트인 rwsentosa.com, marinabaysands가 2위와 5위를 기록하였다. 그 밖에 자국기반 호텔예약 플랫폼인 Agoda와 글로벌 숙박공유 플랫폼인 Airbnb는 각각 3위와 4위 웹사이트로 자리매김하고 있다. 베트남의 경우도 숙박예약 분야 1위 웹사이트는 Booking.com이었으며, Agoda, Airbnb가 각각 2위, 5위 사이트로 자리하고 있다. 그 밖에 베트남의 자국 기반 플랫폼인 ivivu, Mytour 또한 각각 3위, 4위 숙박예약 사이트로 시장에서 주도적인 위치를 차지하고 있는 것으로 나타났으며, 이 중 Mytour 또한 2018년 역내 대표적 플랫폼인 Traveloka에 의해 인수된 바 있다.[93] 또한 필리핀의 경우 숙소예약 플랫폼 시장에서 Airbnb가 1위, Booking.com, Agoda, Hostaway가 각각 2위, 3위, 4위를 차지하는 등 대부분 국외 기반의 글로벌 플랫폼들이 시장에서 주도적인 위치를 차지하고 있으며, 주목할 만한 자국 기반 플랫폼은 찾아보기 어려운 상황이다.

---

89) Traveloka press, 'history,' https://press.traveloka.com/history/(검색일: 2020. 12. 16); Traveloka, https://www.traveloka.com/en-id/(검색일: 2020. 12. 16).
90) Traveloka, 'About us,' https://www.traveloka.com/en-id/about-us(검색일: 2020. 12. 16).
91) Crunchbase, 'Traveloka,' https://www.crunchbase.com/organization/traveloka(검색일: 2020. 12. 16).
92) Cbinsiht, 'The Complete List of Unicorn Companies,' https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies(검색일: 2020. 12. 16).
93) Crunchbase, 'Mytour,' https://www.crunchbase.com/organization/mytour(검색일: 2020. 12. 16).

표 3-2. 아세안 주요 6개국의 숙소예약 사이트 순위

순위	인도네시아	말레이시아	필리핀	싱가포르	태국	베트남
1위	Booking.com	Booking.com	airbnb.com	Booking.com	agoda.com	Booking.com
2위	pegipegi.com	agoda.com	booking.com	rwsentosa.com	booking.com	agoda.com
3위	agoda.com	airbnb.com	agoda.com	agoda.com.sg	airbnb.com	ivivu.com
4위	misteraladin.com	trivago.com.my	hostaway.com	airbnb.com.sg	tripgether.com	mytour.vn
5위	oyorooms.com	maisinggah.com	rentpad.com.ph	marinabaysands.com	expedia.co.th	airbnb.com

자료: Similar Web, Top Websites Ranking_Accomodation and Hotel(2020. 7. 1 기준), https://www.similarweb.com/top-websites/category/travel-and-tourism/accommodation-and-hotels(검색일: 2020. 8. 31).

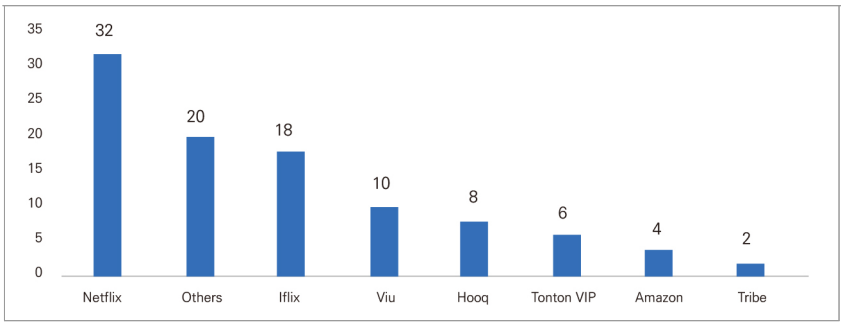
마. OTT 서비스

Google-Temasek(2019)에 따르면 2019년 현재 아세안 주요 6개국의 구독형 음악 및 비디오 서비스 시장은 6억 달러로 전체 인터넷 경제에서 차지하는 비중은 작으나 2015년 1억 달러와 비교할 때 높은 성장세를 보이고 있다.[94] 특히 이 중에서도 아세안 지역의 OTT(Over The Top) 시장은 Netflix가 빠르게 시장점유율을 늘려 가는 가운데, iflix 등 역내 플랫폼 업체들 또한 경쟁구도를 형성해 왔다. 실제로 2018년 기준으로 동남아시아 지역의 가입형 온디맨드 비디오 서비스 시장은 넷플릭스(Netflix)가 32%의 점유율로 최대 플랫폼으로 자리 잡고 있었으며, 다음으로 역내 플랫폼인 iflix, Viu, Hooq이 각각 18%, 10%, 8%로 높은 시장 점유율을 보였다.[95]

94) Google-Temasek(2019), p. 37.
95) Statista, 'Market share of leading Subscription-Video-on-Demand(SVoD) players in South East Asia as of September 2017, by company,' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/886565/leading-svod-players-market-share-in-south-east-asia/(검색일: 2020. 9. 1).

그림 3-8. 아세안 SVoD(가입형 온디맨드 비디오) 업체별 시장점유율

(단위: %)



자료: Statista, 'Market share of leading Subscription-Video-on-Demand(SVoD) players in South East Asia as of September 2017, by company,' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/886565/leading-svod-players-market-share-in-south-east-asia/(검색일: 2020. 9. 1).

역내 플랫폼 중 가장 높은 점유율을 보이고 있는 iflix는 2014년 말레이시아에서 설립되어 현재 필리핀, 태국, 인도네시아, 브루나이, 베트남, 미얀마, 캄보디아 등 아세안 국가들과 더불어 파키스탄, 방글라데시 등 서남아시아 지역에도 진출하였다.[96] iflix는 2016년 필리핀 Long Distance Telecom의 1,500만 달러 규모의 투자를 시작으로 Hearst Communication, Dell EMC, Sky UK, MNC Group, Yoshimoto Kogyo, JTBC 등 주로 미디어 서비스 업체를 중심으로 국외 업체들의 투자 참여가 적극화되고 있다.[97]

Viu는 홍콩에 기반을 두고 있는 미디어 기업인 PWCC Media가 운영하고 있는 OTT 플랫폼으로, 싱가포르, 태국, 필리핀과 같은 아세안 국가들뿐만 아니라 인도, 중동, 아프리카 등 전 세계 총 31개 국가에서 서비스되고 있다.[98][99] 반면 2015년 싱가포르 Singtel 주도로 설립되어 아세안 5개국에서 서비스되고

96) iflix blog, https://blog.iflix.com/about/(검색일: 2020. 9. 11).
97) Crunchbase, 'Organization: iflix,' https://www.crunchbase.com/organization/iflix(검색일: 2020. 9. 14).
98) Crunchbase, 'Organization: PCCW Media,' https://www.crunchbase.com/organization/pccw-media(검색일: 2020. 9. 14).
99) Viu 홈페이지, https://www.viu.com/(검색일: 2020. 9. 14).

있던 OTT 플랫폼인 Hooq의 경우 2020년 4월 30일 수익성 문제 등으로 서비스를 종료하였고,[100] 2020년 7월 쿠팡에 Hooq의 전체 자산이 인수되었다.[101] 한편 최근 아세안 OTT 시장의 주요한 특징 중 하나로 중국 플랫폼의 아세안 시장에 대한 영향력이 점차 강화되는 추세가 나타나고 있다는 점을 들 수 있다. 2020년 6월 Tencent가 iflix를 합병하였으며, Baidu의 경우 스트리밍 서비스인 iQiyi의 동남아시아 진출 계획을 발표한 바 있다.

국가별로는 먼저 인도네시아 시장의 경우 넷플릭스와 더불어 싱가포르의 Hooq, 홍콩의 Viu, 말레이시아의 iflix 등 4개 플랫폼이 주도해 왔으며, 인도네시아 자국 플랫폼으로는 Genflix의 사례를 들 수 있다.[102] 인도네시아 OTT 시장의 점유율에 대한 정확한 통계는 제시되고 있지 않으나, Statista의 2019년 1/4분기 기준 실태조사에 따르면 인도네시아에서 가장 대중적인 영화 스트리밍 서비스로 Youtube(80.3%), Viu(35.0%), Hooq(25.4%), iflix(24.6%), 넷플릭스(14.8%) 등이 꼽힌 바 있다.[103]

여타 아세안 국가들의 경우도 OTT 분야의 시장구조에 대하여 정확한 통계조사 결과는 제시된 바 없다. 그러나 기본적으로는 넷플릭스, iflix라는 두 플랫폼의 경쟁구도와 더불어 일부 국가들의 경우 자국 내 통신 혹은 방송사업자에 의한 영상 스트리밍 서비스가 경쟁하는 시장구조가 형성되어 있는 것으로 판단된다. 싱가포르의 경우 넷플릭스, Amazon Prime 등 글로벌 OTT 플랫폼의 가입자 비율이 꾸준히 증가하고 있으나, 2017년을 기준으로 현지 영상 스트리밍 서비스인 Starhub Go의 가입자 비중이 52%에 이르는 등 기존 싱가포르 영상 플랫폼 또한 상당한 시장을 형성하고 있다.[104] 다만 Ovum(2019)의 2019

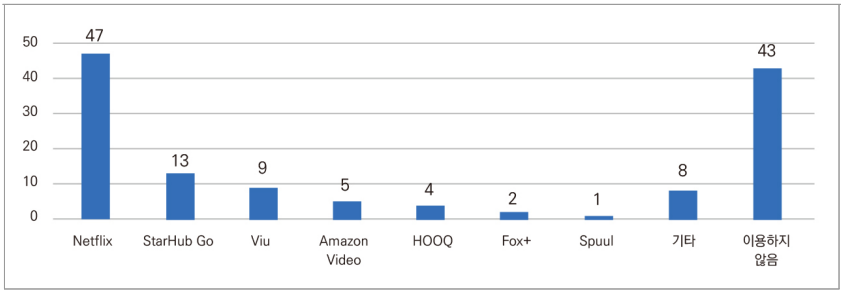
---

100) Hooq 홈페이지, https://hooq.tv/(검색일: 2020. 9. 14).
101) Crunchbase, 'Organization: Hooq,' https://www.crunchbase.com/organization/hooq(검색일: 2020. 9. 14).
102) 한국콘텐츠진흥원(2020a), pp. 7~8.
103) Statista, 'Ranking of the most popular movie streaming application in Indonesia in the first quarter of 2019,' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1084573/indonesia-popular-movie-streaming-apps/(검색일: 2020. 8. 31).

년 설문조사에서는 전체 조사대상자 중 약 47%가 넷플릭스를 이용한 적이 있다고 응답하는 등 OTT 서비스의 이용경험이 있는 응답자(전체의 57%)의 약 80% 이상이 넷플릭스를 이용한 것으로 나타난 바 있다.[105]

그림 3-9. 싱가포르의 OTT 서비스별 이용 현황

(단위: %)



주: 싱가포르 거주자 262명 대상 설문.
자료: Ovum(2019), "OTT Media Services Consumer Survey & OTT-CSP Partnership Study," p. 46.

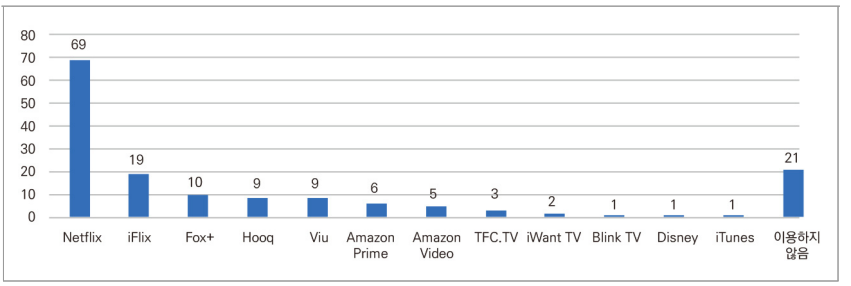
베트남의 경우 2020년 설문조사 결과에 따르면 현재 비디오 스트리밍 서비스 중 넷플릭스의 가입자 비중이 23%인 반면, 자국의 방송국 및 통신사들이 제공하는 스트리밍 서비스인 FPT Play, VTVcab on, Kplus, ZTV 등 또한 각각 39%, 21%, 19%, 18%로 높은 가입자 비율을 보였다.[106] 이 중 점유율 1위를 기록하고 있는 'FPT Play'는 베트남의 최대 통신사인 FPT Telecom이 2013년부터 제공하고 있는 OTT 서비스이며, 'VTVcab on'은 베트남의 국영 방송인 VTV가 2019년에 출시하였다.[107] 필리핀의 경우도 2019년 설문조사에 따르면 넷플릭스를 이용한 경험이 있는 응답자가 69%로 가장 높은 비중을 차지

104) Statista, 'Share of consumers who subscribe to selected video streaming services in Singapore as of February 2017,' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/684104/singapore-video-streaming-services/(검색일: 2020. 8. 31).
105) Ovum(2019), "OTT Media Services Consumer Survey & OTT-CSP Partnership Study," p. 46.
106) Statista, 'Most popular video streaming subscription services based on usage among respondents in Vietnam in 2020,' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1102406/vietnam-most-popular-video-streaming-services/(검색일: 2020. 8. 31).
107) 한국콘텐츠진흥원(2020b), p. 7.

하는 한편, 그다음으로는 iflix(19%), Fox 플러스(10%), Hooq(9%), Viu(9%) 등의 순으로 높은 비중을 차지하였다.[108]

그림 3-10. 필리핀의 OTT 서비스별 이용 현황

(단위: %)



주: 필리핀 거주자 787명 대상 설문.
자료: Ovum(2019), "OTT Media Services Consumer Survey & OTT-CSP Partnership Study," p. 39.

2. 아세안 역내 디지털플랫폼 시장 M&A 현황 및 특징

디지털플랫폼 시장은 물리적 사업장 설립이 중요하지 않은 산업의 특성상 여타 분야에 비해 국외 시장의 진출입 제약이 높지 않다. 따라서 다국적 플랫폼의 글로벌 시장으로 확장 또한 비교적 빠르게 진행될 수 있으며, 국경 간 M&A 또한 활발히 전개되는 분야 중 하나이다. 아세안 지역의 경우도 주요한 다국적 플랫폼 업체들의 진출, M&A 사례 또한 다수가 보고된 바 있다. 본 절에서는 특히 주요국별로 10여 년간 전개된 디지털플랫폼 관련 M&A의 현황 및 주요한 특징을 파악하고자 한다. 이를 통해 아세안 주요국을 대상으로 M&A가 가장 활발히 전개되고 있는 분야를 확인하고, 더불어 주요 분야별로 대표적인 M&A 사례를 도출하는 데 목적을 두고자 한다.

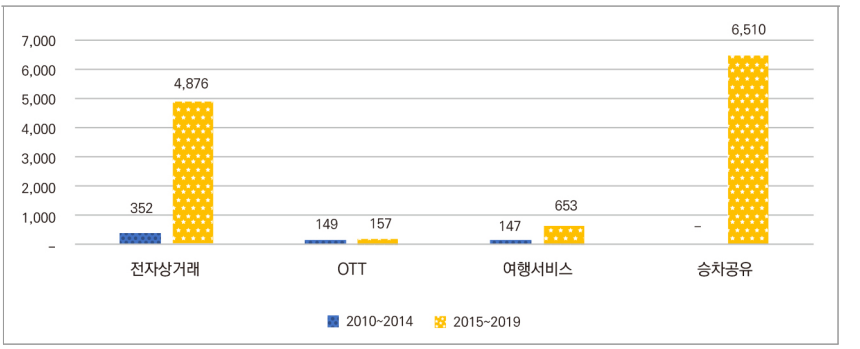
108) Ovum(2019), "OTT Media Services Consumer Survey & OTT-CSP Partnership Study," p. 39.

가. M&A 총괄

본 연구에서는 우선 2010~14년, 2015~19년 각각 5년의 기간으로 구분하여 아세안 국적 기업들을 대상으로 이루어진 전자상거래, 여행서비스, 승차공유, OTT 분야의 인수합병 거래 현황을 비교해 보았다. 우선 기간별로 보면 최근 5년의 기간에 특히 전자상거래와 승차공유 분야를 중심으로 M&A 거래가 급증한 것으로 나타났다. 또한 각각의 기간 동안 아세안 기업을 대상으로 이루어진 총 M&A 거래에서 디지털플랫폼과 관련한 4개 분야가 차지하는 비중 또한 0.2%에서 3.9%로 크게 증가하였다.

그림 3-11. 디지털플랫폼 분야 대아세안 M&A 거래액 규모

(단위: 백만 달러)



주: 1) M&A DB상 인수대상기업의 산업분류가 전자상거래는 'Internet and Catalogue Retailing,' 여행서비스는 'Travel Service,' OTT 분야는 'Cable'로 분류된 거래를 포함하였으며, 승차공유 분야는 별도 산업분류가 존재하지 않아 'Software'로 분류된 기업 중 승차공유 분야와 관련된 Grab, Uber, Go-jek의 거래만을 포함.
2) 산업 및 국가분류는 인수합병의 타깃이 되는 기업을 기준으로 구분.
3) 완료(Complete)된 거래만을 포함하였으며, 총 거래규모(발표금액 기준)를 합산.

자료: Thomson Reuters EIKON, "M&A Advanced Search," https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/apps/SearchAdvanced?state=1597997165019&universe=MA&search=SearchAllMergersAcquisitions (검색일: 2020. 7. 30).

먼저 2010~14년의 기간 동안 디지털플랫폼 분야의 인수합병 거래의 총 규모는 약 6억 5,000만 달러 규모로, 이 중 절반 이상인 3억 5,000만 달러의 거

래가 전자상거래 분야에서 발생하였다. 그다음으로는 OTT 분야가 1억 4,900만 달러, 여행서비스 분야가 1억 4,700만 달러였으며, 승차공유 분야의 M&A 거래는 확인된 바 없다. 인수 대상기업의 국적별로는 싱가포르가 2억 7,000만 달러, 인도네시아가 1억 9,000만 달러로 가장 비중이 크나, 태국의 경우도 OTT 분야를 중심으로 M&A 거래가 활발히 이루어진 것으로 나타났다.

표 3-3. 아세안의 디지털플랫폼 분야 M&A 거래액(2010~14년)

(단위: 백만 달러)

구분	거래 합계	인도네시아	말레이시아	필리핀	싱가포르	태국	베트남
전자상거래	351.90	100.70	0.21		249.35	1.64	
OTT	149.25	80.74				68.52	
여행서비스	146.77	7.78	19.38	40.98	22.02	28.20	28.41
승차공유							
합계	647.91	189.21	19.59	40.98	271.37	98.35	28.40

주: 1) M&A DB상 인수대상기업의 산업분류가 전자상거래는 'Internet and Catalogue Retailing,' 여행서비스는 'Travel Service,' OTT 분야는 'Cable'로 분류된 거래를 포함하였으며, 승차공유 분야는 별도 산업분류가 존재하지 않아 'Software'로 분류된 기업 중 승차공유 분야와 관련된 Grab, Uber, Go-jek의 거래만을 포함.
2) 산업 및 국가분류는 인수합병의 타깃이 되는 기업을 기준으로 구분.
3) 완료(Complete)된 거래만을 포함하였으며, 총 거래규모(발표금액 기준)를 합산.

자료: Thomson Reuters EIKON, "M&A Advanced Search," https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/apps/SearchAdvanced?state=1597997165019&universe=MA&search=SearchAllMergersAcquisitions (검색일: 2020. 7. 30).

한편 2015~19년의 기간 동안 디지털플랫폼 분야 인수합병 거래의 총 규모는 대략 124억 달러 규모로, 이 중 승차공유 분야의 거래규모가 절반 이상인 약 67억 달러였고, 전자상거래 분야 거래가 약 49억 달러로 나타났다. M&A 거래액의 인수대상 기업의 국적별로 구분해 보면, 싱가포르의 경우 승차공유 분야의 높은 거래규모(약 65억 달러)를 바탕으로 5년간 거래규모가 약 94억 달러에 이르는 등 아세안 전체 거래액의 70%를 넘는 비중을 차지하고 있다. 인도네시아의 경우는 5년간 거래액이 25억 달러 규모이며, 거래액의 대부분이 전자상거래 분야에서 발생하였다.

표 3-4. 아세안의 최근 5년간(2015~19년) 디지털플랫폼 분야 M&A 거래액

(단위: 백만 달러)

구분	합계	인도네시아	말레이시아	필리핀	싱가포르	태국	베트남	캄보디아
전자상거래	4,875.93	2,261.22	147.42	56.74	2,410.52	0.03		
OTT	157.49		148.00			9.49		
여행서비스	653.09	28.63	12.76	99.21	505.13		3.16	4.20
승차공유	6,710.00	200.00			6,510.00			
합계	12,396.51	2,489.85	308.17	155.95	9,425.65	9.52	3.16	4.20

주: 1) M&A DB상 인수대상기업의 산업분류가 전자상거래는 'Internet and Catalogue Retailing,' 여행서비스는 'Travel Service,' OTT 분야는 'Cable'로 분류된 거래를 포함하였으며, 승차공유 분야는 별도 산업분류가 존재하지 않아 'Software'로 분류된 기업 중 승차공유 분야와 관련된 Grab, Uber, Go-jek의 거래만을 포함.
2) 산업 및 국가분류는 인수합병의 타깃이 되는 기업을 기준으로 구분.
3) 완료(Complete)된 거래만을 포함하였으며, 총 거래규모(발표금액 기준)를 합산.

자료: Thomson Reuters EIKON, "M&A Advanced Search," https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/apps/SearchAdvanced?state=1597997165019&universe=MA&search=SearchAllMergersAcquisitions (검색일: 2020. 7. 30).

인수기업의 국적별로 구분해 보면, 2015~19년간 아세안 전자상거래 분야 전체 M&A의 약 88%에 이르는 42.85억 달러의 거래가 중국 국적의 기업에 의해 주도된 것으로 확인되었다. 그다음으로는 인도, 말레이시아, 일본, 싱가포르 국적 기업의 인수거래활동 또한 활발한 것으로 나타났다. 또한 승차공유 분야의 경우 일본, 미국, 영국(Vision Fund)의 순으로 인수 거래의 비중이 큰 한편, OTT 분야는 미국의 비중이 가장 크게 나타났다. 여행서비스 분야의 경우도 미국의 비중이 크게 나타났으나, 여타 분야에 비해 상대적으로 역내 간 거래가 활발히 이루어진 것으로 나타났다.

표 3-5. 아세안 디지털플랫폼 M&A 거래의 인수기업 국적별 분포(2015~19년)

(단위: 백만 달러)

국가	전자상거래	승차공유	OTT	여행서비스
중국	4,285.49			
인도	224.77			
일본	105.84	3,500.00	9.49	38.12
말레이시아	148.16			6.21
필리핀			15.00	47.41
싱가포르	86.89			226.80
한국	7.74			
태국	0.03	50.00		
미국		1,500.00	133.00	483.00
영국	17.00	1,460.00		0.88
베트남				3.16

주: 1) M&A DB상 인수대상기업의 산업분류가 전자상거래는 'Internet and Catalogue Retailing,' 여행서비스는 'Travel Service,' OTT 분야는 'Cable'로 분류된 거래를 포함하였으며, 승차공유 분야는 별도 산업분류가 존재하지 않아 'Software'로 분류된 기업 중 승차공유 분야와 관련된 Grab, Uber, Go-jek의 거래만을 포함.
2) 산업 및 국가분류는 인수합병의 타깃이 되는 기업을 기준으로 구분.
3) 완료(Complete)된 거래만을 포함하였으며, 총 거래규모(발표금액 기준)를 합산.

자료: Thomson Reuters EIKON, "M&A Advanced Search," https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/apps/SearchAdvanced?state=1597997165019&universe=MA&search=SearchAllMergersAcquisitions (검색일: 2020. 7. 30).

나. 분야별 M&A의 특징 및 주요 사례

1) 전자상거래

전자상거래 분야 M&A는 거래규모 측면에서 대체로 인도네시아와 싱가포르에 집중되어 있으며, 특히 2015년 이후에 거래가 집중되고 있는 것으로 나타났다. 전자상거래 분야 중 거래규모를 기준으로 가장 대표적인 M&A 사례는 Tokopedia와 Lazada를 대상으로 한 각각 2건의 거래를 들 수 있으며, 이 중 3건이 알리바바에 의한 인수합병 사례일 정도로 알리바바의 동남아시아 시장에 대한 진출이 적극적으로 이루어지고 있다. 알리바바 그룹은 2016년 4월, Investment AB Kinnevik, Tesco, Verlinvest, Rocket Internet 등으로부터

Lazada의 지분을 인수하는 형태로 과반의 지분을 확보하였다.[109] 이후 2017년 10억 달러의 투자금을 통해 32%의 지분을 추가로 인수하면서 Lazada에 대한 지분율을 83%로 확대하였다.[110] 현재는 20억 달러 규모의 추가 투자금을 통해 Lazada에 대한 지분을 보다 확대하기 위한 절차를 진행 중이다.[111] 한편 [표 3-6]에 나타난 바와 같이 알리바바는 인도네시아 1위 전자상거래 업체인 Tokopedia에 대해서도 2017년 8월 약 11억 달러의 규모의 지분 매입을 진행하는 등 동남아시아의 대표적인 전자상거래 플랫폼에 대한 적극적인 투자를 전개하고 있다.

그 밖에 [표 3-6]에 나타난 바와 같이 일본 소프트뱅크, 인도의 세콰이어캐피털 또한 공동투자 방식으로 Tokopedia, Zilingo 등 아세안의 주요 전자상거래 플랫폼에 대한 투자를 지속하고 있다. 소프트뱅크는 인도 세콰이어캐피털 등과 함께 2014년 10월, 2018년 12월 Tokopedia에 대한 지분투자에 참여하였으며, 세콰이어캐피털은 각각 2017년 9월, 2019년 2월 Zilingo에 투자하였다. 또한 아세안 역내 투자자로는 싱가포르의 EDBI, Temasek 등이 역내 전자상거래 업체에 대한 투자에 적극적으로 참여하고 있는 것으로 나타났다. EDBI는 싱가포르의 eCommerce Enablers, 인도네시아의 Social Bella Indonesia 등의 전자상거래 업체에 대한 투자에 참여하였으며, Temasek은 2014년 11월 Lazada에 대한 투자와 더불어 Zilingo, eCommerce Enablers, Social Bella Indonesia 등의 다양한 역내 전자상거래 업체의 투자에 참여하였다.

---

109) Thomson reuters DataBase, "Alibaba Group Holding Ltd acquires Lazada South East Asia Pte Ltd for US $1,000M," https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/Apps/TearSheet/?enowpopup#/?dealno=2944984040&mode=plain(검색일: 2020. 9. 14).

110) Thomson reuters DataBase, "Alibaba Group Holding Ltd acquires 32% stake in Lazada South East Asia Pte Ltd for US$ 1,000M," https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/Apps/TearSheet/?enowpopup#/?dealno=3120550040&mode=plain(검색일: 2020. 9. 14).

111) Thomson reuters DataBase, "Alibaba Group holding ltd acquires stake in Lazada south east asia pte ltd," https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/Apps/TearSheet/?enowpopup#/?dealno=3225036040&mode=plain(검색일: 2020. 9. 14).

표 3-6. 아세안 지역의 전자상거래 분야 주요 M&A 사례

(단위: 백만 달러)

일자	거래규모[1]	피인수 기업	인수 기업	거래 형태[2]
2014. 11. 29	249.19	Lazada South East Asia (싱가포르)	Temasek International (싱가포르)	주식 부분 인수
2014. 10. 22	100.00	Tokopedia(인도네시아)	Softbank Internet&media, Sequoia Capital Operations	주식 부분 인수
2015. 2. 6	19.65	USP Equity(말레이시아)	LTC Capital Holdings (말레이시아)	과반 자산 인수
2015. 9. 17	120.02	da:men USJ Shopping Mall(말레이시아)	AmTrustee Bhd (말레이시아)	자산 인수
2016. 4. 12	999.94	Lazada South East Asia (싱가포르)	Alibaba Group Holding (중국)	과반 자산 인수
2017. 6. 28	1,000.00	Lazada South East Asia (싱가포르)	Alibaba Group Holding (중국)	주식 부분 인수
2017. 8. 17	1,100.00	Tokopedia(인도네시아)	Alibaba Group Holding (중국)	주식 부분 인수
2017. 9. 12	17.00	Zilingo(싱가포르)	Burda Principle Investment, Sequoia Capital India Advisors	주식 부분 인수
2018. 5. 4	18.70	iFashion Group(싱가포르)	Mobile Credit Payment (싱가포르)	자산 인수
2018. 5. 17	12.00	Social Bella Indonesia (인도네시아)	YJ Capital, Sinar Mas Digital Ventures, istyle Inc, Ev Growth	주식 부분 인수
2018. 11. 8	85.55	Ezbuy Holding(싱가포르)	LightInTheBox Holding (중국)	합병
2018. 12. 12	1,100.00	Tokopedia(인도네시아)	Alibaba Group, Softbank Vision Fund, Softbank Ventures Korea Corp	주식 부분 인수
2019. 2. 12	224.77	Zilingo(싱가포르)	Sequoia Capital India Adviser, Temasek Holdings	주식 부분 인수
2019. 4. 10	56.00	OLX Philippines(필리핀)	Carousell(싱가포르)	합병
2019. 4. 10	45.00	eCommerce Enablers (싱가포르)	EDBI, Ev Growth, Rakuten Capital	주식 부분 인수

표 3-6. 계속

(단위: 백만 달러)

일자	거래규모[1]	피인수 기업	인수 기업	거래 형태[2]
2019. 8. 9	40.00	Social Bella Indonesia (인도네시아)	EDBI, Jungle Ventures, Pavillion Capital Fund Holding, Temasek International, Ev Growth	주식 부분 인수
2020. 5. 12	75.00	eCommerce Enablers (싱가포르)	EDBI, Temasek Holdings, Cornerstone Ventrues, EV Growth, 33Capital Group, Rakuten	주식 부분 인수

주: 1) 거래규모 천만 달러 이상의 거래를 선별.
2) M&A 거래는 인수의 대상(주식, 자산) 및 인수 규모(부분, 과반), 인수 대상 회사가 사라지는 경우(합병) 등에 따라 다양한 형태로 구분되며, 본 연구에서는 지배권의 변동을 유발하는 주식·지분의 과반 인수와 합병 등을 중점적으로 검토하고자 함.

자료: Thomson Reuters EIKON, "M&A Advanced Search," https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/apps/SearchAdvanced?state=1597997165019&universe=MA&search=SearchAllMergersAcquisitions (검색일: 2020. 7. 30).

2) 승차공유

아세안 내 승차공유 분야의 M&A 거래는 대부분 2017년 이후에 집중되어 있으며, [표 3-7]에 나타난 바와 같이 대부분의 거래가 Grab과 Gojek의 투자 유치 사례에 해당된다. 실제 중국의 전자상거래 플랫폼인 JD.com, 일본의 소프트뱅크(비전펀드)와 도요타, 구글 등 다양한 분야의 글로벌 업체들이 Grab과 Gojek에 대한 투자에 적극 참여해 오고 있다. 이 중에서도 특히 소프트뱅크는 2017년 중국의 디디추싱, 도요타 등과의 Grab에 대한 지분투자를 주도하고, 2019년에는 비전펀드를 통해 Grab에 약 14.6억 달러 규모의 지분투자를 진행하는 등 Grab과의 파트너십을 지속적으로 강화하고 있다. 도요타의 경우는 2017년 소프트뱅크가 주도한 지분투자에 참여하는 한편, 2018년 6월 Grab에 10억 달러 규모의 투자를 진행하였다. 특히 도요타의 2018년 투자는 자동차 제조사 단독으로는 가장 큰 규모의 투자사례로서 단순 지분투자를 넘어 모빌리티 분야에서의 양사의 협력관계 강화로 이해되고 있다.[112]

표 3-7. 아세안 지역의 승차공유 분야 주요 M&A 사례

(단위: 백만 달러)

일자	거래 규모[1)]	피인수 기업	인수 기업	거래 형태[2)]
2017. 7. 24	2,500.00	Grab Taxi Holdings (싱가포르)	SoftBank, Didi Chuxing, Toyota Tsusho, Hyundai Motors, SK Holdings	주식 부분 인수
2017. 8. 29	비공개 (1,200.00 추정)	Gojek(인도네시아)	JD.com(중국)	주식 부분 인수
2018. 2. 12	150.00	Gojek(인도네시아)	PT Astra International (인도네시아)	주식 부분 인수
2018. 3. 26	비공개	Uber Technologies Inc-Southeast Asian Operations(인도네시아)	Grab Taxi Holdings Pte Ltd(싱가포르)	합병
2018. 6. 13	1,000.00	Grab Holdings (싱가포르)	Toyota Motor(일본)	주식 부분 인수
2018. 8. 2	1,000.00	Grab Holdings (싱가포르)	All-Star Investment, Ping An Capital, Lightspeed Venture Partners, Mirae Asset-Naver Asia Growth Fund	주식 부분 인수
2018. 10. 29	200.00	Grab Holdings (싱가포르)	Booking Holdings(미국)	주식 부분 인수
2018. 11. 8	50.00	Grab Holdings (싱가포르)	Kasikornbank PCL(태국)	주식 부분 인수
2019. 2. 1	비공개 (1,000.00 추정)	Gojek(인도네시아)	Google, JD.com, Mitsubishi, Tencent Holdings	주식 부분 인수
2019. 3. 6	1,460.00	Grab Holdings (싱가포르)	SoftBank Vision Fund(영국)	주식 부분 인수
2019. 6. 27	300.00	Grab Holdings (싱가포르)	Invesco(미국)	주식 부분 인수
2019. 10. 17	50.00	Gojek(인도네시아)	Cool Japan Fund(일본)	주식 부분 인수

주: 1) 거래규모 천만 달러 이상의 거래를 선별하였음. 다만 Gojek의 M&A 사례 중 거래규모는 공식적으로 발표되지 않았으나, 실제 10억 달러 이상의 거래로 추정되고 있는 두 건은 주요 사례로 포함하였음.
2) M&A 거래는 인수의 대상(주식, 자산) 및 인수 규모(부분, 과반), 인수 대상 회사가 사라지는 경우(합병) 등에 따라 다양한 형태로 구분되며, 본 연구에서는 지배권의 변동을 유발하는 주식·지분의 과반 인수와 합병 등을 중점적으로 검토하고자 함.

자료: Thomson Reuters EIKON, "M&A Advanced Search," https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/apps/SearchAdvanced?state=1597997165019&universe=MA&search=SearchAllMergersAcquisitions (검색일: 2020. 7. 30); Grab 홈페이지, "Grab Announces Didi Chuxing and SoftBank As Lead Investors for Current Round of Financing," https://www.grab.com/sg/press/business/grab-announces-didi-chuxing-softbank-lead-investors-current-round-financing/(검색일: 2020. 9. 1).

112) Grab(2018. 6. 13), "Toyota to Invest US$1 Billion in Grab As Lead Investor for Grab's New Round of Financing," https://www.grab.com/sg/press/business/toyota-to-invest-us1-billion-in-grab-as-lead-investor-for-grabs-new-round-of-financing/(검색일: 2020. 9. 14).

중국의 전자상거래 업체인 JD.com은 2017년 8월, 2019년 2월에 Gojek에 대한 투자에 참여하는 한편 전자상거래 분야에서의 Gojek과의 협력관계를 강화하고 있다.[113] 중국의 승차공유 업체인 디디추싱은 2017년 7월 소프트뱅크 등과 함께 Grab에 대한 투자에 참여하였으며, 텐센트의 경우도 Gojek에 대한 투자에 지속적으로 참여해오고 있다. 구글은 2019년 2월 JD.com 및 미쓰비시 등과 함께 Gojek에 대한 지분투자에 참여하였으며, 여행서비스 업체인 Booking.com 또한 2018년 10월 Grab에 2억 달러를 투자하는 등 동남아시아 시장에서의 숙박·여행 분야의 협력관계를 강화계획을 밝힌 바 있다.[114]

국내 기업 중에서는 현대자동차와 SK가 2017년 공동투자 방식으로 Grab에 대한 투자에 참여하였다. 특히 현대자동차는 Grab에 대한 투자와 더불어 2018년 1월 전략적 파트너십을 체결하였으며, 향후 전기차 분야에서의 상호 협력강화 계획을 밝힌 바 있다.[115] 미래에셋-네이버의 '아시아 성장 펀드(Asia Growth Fund)' 또한 2018년 8월 All-Star Investment, Ping An Capital과 함께 Grab에 대한 투자에 참여하였다. 한편 역내 승차공유 시장구조 변화에 있어 중요한 M&A 중 하나로 2018년 3월 Grab의 Uber 동남아시아 사업부문 합병사례를 들 수 있다. 해당 거래를 통해 Grab은 Uber의 동남아시아(캄보디아, 인도네시아, 말레이시아, 미얀마, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남) 사업부문을 합병하고, Uber는 Grab 지분의 27.5%를 인수함으로써 Grab의 이사회에 참여하게 되었다.[116]

---

113) Gojek(2019. 2. 1), "Google, JD.com, and Tencent lead first closing of GOJEK's Series F Funding Round," https://www.gojek.com/blog/gojek/first-closing-of-gojeks-series-f-funding-round/(검색일: 2020. 9. 14).

114) Gojek(2019. 2. 1), "Google, JD.com, and Tencent lead first closing of GOJEK's Series F Funding Round," https://www.gojek.com/blog/gojek/first-closing-of-gojeks-series-f-funding-round/(검색일: 2020. 9. 14); Grab(2018. 10. 29), "Booking Holdings and Grab Enter into Strategic Partnership," https://www.grab.com/sg/press/business/booking-holdings-and-grab-enter-into-strategic-partnership/(검색일: 2020. 9. 14).

115) Grab(2018. 11. 7), "Hyundai·Kia Invest Additional US$250 Million in Grab," https://www.grab.com/sg/press/business/hyundai-%E2%80%A2-kia-invest-additional-us250-million-in-grab/(검색일: 2020. 9. 14).

116) Grab(2018. 3. 26), "Grab Merges with Uber in Southeast Asia," https://www.grab.com/sg/press/business/grab-merges-with-uber-in-southeast-asia/(검색일: 2020. 9. 14).

3) OTT

OTT 분야의 M&A 거래는 그 규모 및 횟수 측면에서 여타 분야에 비해 부족한 편이며, 2010년 이래 1,000만 달러 이상의 M&A 거래는 5건으로 나타났다. 특히 iflix는 아세안 지역 내 대표적인 OTT 플랫폼으로 그동안 필리핀의 Long Distance Telephone, 미국의 Hearst Corporation이 각각 1,500만 달러, 1억 3,300만 달러 규모의 iflix 지분을 인수하였다. 그러나 시장 내 중요성 및 영향력 등을 고려할 때 가장 주목할 만한 M&A로는 무엇보다 2020년에 이행된 텐센트의 iflix 인수사례를 꼽을 수 있다. 거래규모는 공개되지 않았으나, 텐센트는 iflix의 전체 자산을 인수한 것으로 알려졌다. 텐센트는 이미 태국에서 자체 동영상 스트리밍 서비스인 WeTV를 운영하고 있는바, 금번 인수사례는 아세안 지역 OTT 시장에서의 본격적인 경쟁에 참여하기 위한 전략의 일환으로 이해되고 있다.[117]

표 3-8. 아세안 지역의 OTT 분야 주요 M&A 사례

(단위: 백만 달러)

일자	거래 규모[1]	피인수 기업	인수 기업	거래 형태[2]
2010. 6. 29	30.62	True Visions(태국)	True Visions Group(태국)	과반 자산 인수
2013. 6. 5	80.61	Indonusa Telemedia PT: Telkomvision (인도네시아)	Trans Corpora(인도네시아)	과반 자산 인수
2014. 7. 22	32.44	Cable Thai Holding(태국)	GMM Z Trading(태국)	주식 부분 인수
2016. 3. 12	15.00	Iflix(말레이시아)	Philippine Long Distance Telephone (필리핀)	주식 부분 인수

117) Bloomberg(2020. 6. 25), "Tencent Buys Assets of Struggling Streaming Platform IFlix," https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-06-25/tencent-buys-assets-of-struggling-streaming-platform-iflix(검색일: 2020. 8. 15).

표 3-8. 계속

(단위: 백만 달러)

일자	거래 규모[1]	피인수 기업	인수 기업	거래 형태[2]
2017. 8. 7	133.00	Iflix(말레이시아)	Hearst Corp(미국)	주식 부분 인수
2020. 6. 25	비공개	Iflix(말레이시아)	Tencent Holdings(중국)	자산 인수

주: 1) 거래규모 천만 달러 이상의 거래를 선별하였으나, 그 중요도를 고려하여 거래액이 비공개 된 iflix에 대한 Tencent의 인수 사례는 포함.
2) M&A 거래는 인수의 대상(주식, 자산) 및 인수 규모(부분, 과반), 인수 대상 회사가 사라지는 경우(합병) 등에 따라 다양한 형태로 구분되며, 본 연구에서는 지배권의 변동을 유발하는 주식·지분의 과반 인수와 합병 등을 중점적으로 검토하고자 함.

자료: Thomson Reuters EIKON, "M&A Advanced Search," https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/apps/SearchAdvanced?state=1597997165019&universe=MA&search=SearchAllMergersAcquisitions (검색일: 2020. 7. 30); Thomson Reuters EIKON, "iflix: Company's Deal," https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/Apps/Corp/?s=5045871752&st=OAPermID&app=true#/Apps/CompanyDeals(검색일: 2020. 9. 1).

4) 여행서비스

아세안 내 여행서비스 분야 M&A 사례 중 거래 규모 측면에서 가장 대표적인 사례는 Expedia의 Traveloka에 대한 지분인수를 들 수 있다. Expedia는 지난 2017년 약 3억 5,000만 달러의 투자금으로 Traveloka의 지분을 인수하였으며, 이와 함께 Grab 사용자들이 Booking.com 및 Agoda에서 제공하는 숙박시설 예약 등이 가능하도록 하는 전략적 파트너십을 체결하였다.[118] Expedia는 그 밖에도 싱가포르 AAE Travel의 지분을 2015년 2월과 2018년 8월 각각 25%씩 추가 인수하는 등 아세안 여행서비스 분야 M&A에 적극적으로 참여하고 있다. AAE Travel은 2011년 설립된 Expedia와 저가항공사 AirAsia의 합작회사로서 싱가포르에 본사를 두고 인도, 일본, 싱가포르, 태국 및 말레이시아에서 Expedia와 AirAsiaGo의 서비스를 제공하고 있다.[119]

118) Grab(2018. 10. 29), "Booking Holdings and Grab Enter into Strategic Partnership," https://www.grab.com/sg/press/business/booking-holdings-and-grab-enter-into-strategic-partnership/(검색일: 2020. 9. 15).
119) Crunchbase, 'Organization: AAE Travel,' https://www.crunchbase.com/organization/aae-travel(검색일: 2020. 9. 11).

한편 일본의 대표적인 여행서비스 업체 중 하나인 JTB는 2017년 1월 약 2,773만 달러의 투자금을 바탕으로 인도네시아의 여행 에이전시 운영사인 Panorama Tours 지분의 30.1%를 인수하였다. 이에 따라 현재 Panorama JTB Tours로 사명을 변경하고 인도네시아 발리를 중심으로 항공권, 호텔 예약 등의 서비스를 제공하고 있다.[120] 그 밖에 여행서비스 분야의 경우 거래규모가 크지는 않으나 상대적으로 아세안 역내 기업 간 M&A 또한 비교적 활발하게 전개되고 있다.

표 3-9. 아세안 지역의 여행서비스 분야 주요 M&A 사례

(단위: 백만 달러)

일자	거래 규모[1]	피인수 기업	인수 기업	거래 형태[2]
2010. 5. 18	12.00	Sprice(싱가포르)	Travelport(버뮤다)	자산 인수
2011. 1. 24	17.07	Reliance Pacific Bhd-Subsidiaries (말레이시아)	Alpha Vantage(말레이시아)	합병
2012. 11. 6	25.00	Hotel Travel Group (태국)	MakeMyTrip(인도)	자산 인수
2014. 10. 16	33.17	Phil Bxt Corp(필리핀)	Theall Medi Bio(한국)	주식 부분 인수
2015. 2. 17	86.25	AAE Travel(싱가포르)	Expedia Southeast Asia (싱가포르)	주식 부분 인수
2015. 5. 6	32.41	Phil Bxt Corp(필리핀)	Everjust Realty Development (필리핀)	주식 부분 인수
2017. 1. 31	27.73	PT Panorama Tours Indonesia(인도네시아)	JTB(일본)	주식 부분 인수
2017. 7. 28	350.00	Traveloka Holding(싱가포르)	Expedia(미국)	주식 부분 인수
2017. 10. 10	10.75	Yc Capital Consolidated (말레이시아)	Libra Group(싱가포르)	과반 자산 인수

120) Panorama JTB 홈페이지, https://www.panorama-jtb.com/tentang-kami(검색일: 2020. 9. 11).

표 3-9. 계속

(단위: 백만 달러)

일자	거래 규모[1]	피인수 기업	인수 기업	거래 형태[2]
2018. 1. 5	66.80	Travel Book Philippines(필리핀)	Jet Tech Innovation Ventures(싱가포르)	합병
2018. 8. 14	60.00	AAE Travel(싱가포르)	Expedia Southeast Asia (싱가포르)	잔여 지분 인수

주: 1) 거래규모 천만 달러 이상의 거래를 선별.
2) M&A 거래는 인수의 대상(주식, 자산) 및 인수 규모(부분, 과반), 인수 대상 회사가 사라지는 경우(합병) 등에 따라 다양한 형태로 구분되며, 본 연구에서는 지배권의 변동을 유발하는 주식·지분의 과반 인수와 합병 등을 중점적으로 검토하고자 함.

자료: Thomson Reuters EIKON, "M&A Advanced Search," https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/apps/SearchAdvanced?state=1597997165019&universe=MA&search=SearchAllMergersAcquisitions (검색일: 2020. 7. 30).

3. 소결

아세안 주요 6개국의 디지털플랫폼 시장 현황을 살펴본 결과 전자상거래, 온라인 여행, 승차공유, 온라인 미디어 분야의 순으로 큰 시장의 규모를 형성하고 있는 것으로 나타났다. 각 분야를 보다 세부적으로 살펴보면 온라인 여행 분야의 경우는 호텔 및 항공 예약 분야가 여전히 큰 비중을 차지하고 있으며, 온라인 미디어 분야도 구독형 음악·비디오 서비스보다는 광고와 게임 분야의 비중이 큰 것으로 나타났다. 또한 승차공유 분야의 경우 여전히 운송 부문의 비중이 크나, 음식배달 시장의 성장세가 두드러지는 상황으로 파악되고 있다. 아세안 국가들의 인구 및 경제적 측면에서의 성장 잠재력을 감안할 때 디지털플랫폼 분야의 경우도 향후 지속적인 성장이 예상되며, 최근의 코로나19 팬데믹 상황으로 비대면 활동이 강조되면서 해당 분야의 성장세는 더욱 탄력을 받을 것으로 전망된다. 물론 승차공유 분야와 같이 개인 간 대면활동이 수반되는 분야에 대해서는 부정적인 영향이 우려되고 있는 것이 사실이다. 그러나 Grab이나

Gojek의 사례에서 나타나는 바와 같이 아세안 시장의 경우 승차공유 플랫폼을 기반으로 음식배달, 금융 등 다양한 영역으로 서비스를 확대하고 있어, 이를 고려할 경우 전체적으로는 시장에 부정적인 영향 보다는 긍정적인 영향이 클 것으로 판단된다.

주요 시장별 경쟁구조를 살펴보면, 우선 전자상거래 시장의 경우 싱가포르의 Lazada, 인도네시아의 Tokopedia 등 현지 플랫폼들이 주도적인 위치를 차지하고 있으나, 최근에는 알리바바의 Lazada 인수 등의 사례와 같이 중국 플랫폼의 시장 참여가 본격화되고 있다. 승차공유 시장의 경우는 Grab이 Uber의 동남아시아 지역 사업을 합병하면서 아세안 시장 전체에서 주도적인 위치를 차지하게 되었으나, 인도네시아 시장을 기반으로 한 Gojek 등 후발 주자들의 참여 또한 본격화되고 있는 상황이다. 한편 숙박·여행 서비스 분야의 경우는 상대적으로 Booking.com 혹은 Airbnb 등과 같은 다국적 플랫폼의 시장 점유율이 높은 편이나, 다양한 현지 플랫폼들의 시장 진입 또한 점차 확대되고 있다. 마지막으로 OTT 시장의 경우 전반적으로 넷플릭스의 아세안 시장에 대한 지배력이 확대되는 가운데, iflix, Hooq 등과 같은 현지 플랫폼의 경우 점유율은 높은 편이나 안정적인 수익모델을 창출하는 데 어려움을 겪고 있는 것으로 알려져 있다. 이에 따라 2020년 들어 Hooq는 서비스를 중단하였고, iflix 또한 텐센트에 인수되는 등 시장구조의 변화가 관찰되고 있다.

한편 최근 아세안의 디지털플랫폼 시장이 성장세를 보이면서 해당 분야에서의 M&A 또한 활발히 전개되고 있으며, 이 중 전자상거래와 승차공유 분야의 거래가 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 특히 최근 2015~19년의 거래 현황을 살펴보면 Grab을 중심으로 한 승차공유 분야의 M&A가 크게 증가한 것을 확인할 수 있다. 또한 인수기업의 국적별 특성을 살펴보면, 특히 중국 기업의 전자상거래 분야에 대한 M&A 거래가 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 분야별로 주요한 M&A 사례를 살펴보면, 전자상거래 부문의 경우 중국의 알리바바가 주도하는 Lazada 및 Tokopedia 등에 대한 인수사례를 들

수 있다. Lazada는 2016년 과반 자산 인수 이후 2017년 지분 추가 인수 등을 통해 알리바바 그룹으로 편입되었으며, 알리바바는 인도네시아의 Tokopedia에 대해서도 지속적인 지분투자를 통해 현지 시장에서의 영향력을 확대해 나가고 있다.

승차공유 분야 M&A의 경우는 대부분 2017년 이후에 집중적으로 이루어지고 있으며, 대부분의 거래가 Grab과 Gojek에 대한 국내외 주요 기업들의 지분투자 사례에 해당된다. 그러나 한편으로 승차공유 분야에서 가장 특기할 만한 M&A 사례로는 Uber의 동남아시아 사업부문에 대한 Grab의 합병사례를 들 수 있다. 아세안의 디지털플랫폼 분야에서의 여타 M&A 거래가 대부분 현지의 유망 플랫폼에 대한 국외 업체의 투자 혹은 인수사례인 반면, 이 경우는 반대로 아세안을 기반으로 성장한 현지 플랫폼이 글로벌 플랫폼(Uber)을 합병한 사례로서 주목할 만하다.

이와 같은 주요 분야별 시장의 구조 및 M&A 사례 등을 감안할 때 아세안 내의 경쟁구조 측면에서 가장 큰 변화가 이루어지고 있는 시장은 승차공유 분야라고 볼 수 있다. 물론 OTT 및 전자상거래 시장의 경우도 향후 지속적인 관찰이 필요한 분야라고 할 수 있다. 다만 전자상거래 시장의 경우는 이미 2010년대 초반부터 시장의 성장에 힘입어 다양한 국내외 플랫폼의 현지 진출과 M&A 거래가 활발히 전개되고는 있으나, 승차공유 분야에 비해서는 시장의 독점화 정도는 크지 않은 상황으로 판단된다. 또한 OTT 분야의 경우는 비록 iflix나 Hooq에 대한 인수합병이 이루어지는 등 경쟁구조 측면에서 상당한 변화가 진행될 것으로 전망되나, 나머지 두 분야에 비해 시장 규모 등의 측면에서 당장의 경제·사회적 파급효과는 크지 않을 것으로 판단된다.

반면 승차공유 분야의 경우 최근의 성장세를 바탕으로 지분투자를 통한 외국 업체들의 간접적인 참여가 활발히 전개되고 있다. 또한 역내 대표 플랫폼인 Grab이 Uber를 인수하면서 인도네시아를 제외하면 사실상 지역 내에서 독점적인 위치를 차지하는 등 경쟁구조에서도 비교적 큰 변화가 이루어진 바 있다.

더욱이 Grab과 Gojek 등의 대표적인 플랫폼들이 승차공유 분야의 주도권을 바탕으로 음식배달, 핀테크 등 다양한 서비스 분야로 사업영역을 확대해 나가고 있어 아세안 시장에 대한 파급력 또한 더욱 커질 것으로 예상된다. 또한 디지털플랫폼 시장에 대한 외국 업체들의 경쟁적인 아세안 현지 시장 진출 증가는 현지 경쟁당국들로 하여금 경쟁법 집행 수요, 특히 경쟁법상 경쟁제한적 기업결합(M&A) 심사에 대한 수요를 크게 증가시킬 것으로 예상할 수 있으며, 우리 경쟁당국인 공정거래위원회도 이러한 점을 고려하여 기업결합 심사를 포함하여 해외 경쟁정책에 보다 많은 정책적 관심을 가지는 것이 필요할 것이다. 따라서 다음 장부터는 아세안 주요 경쟁당국의 경쟁법 제도를 M&A 심사제도를 중심으로 비교분석하고, 다양한 디지털플랫폼의 영역 중에서도 특히 최근 성장세를 바탕으로 치열한 경쟁이 이루어졌던 승차공유 분야에 초점을 맞추어 주요 경쟁당국의 M&A 심결사례 분석, 경제적 효과에 대한 실증분석을 진행하고자 한다.

제4장

아세안 주요 경쟁당국의 경쟁법 제도 분석

1. 개관
2. 인도네시아
3. 싱가포르
4. 베트남
5. 필리핀
6. 소결

1. 개관

가. 아세안 국가의 경쟁법 도입경과

현재 아세안 10개 국가 중 캄보디아[121]를 제외한 9개 국가에서 경쟁법을 운용하고 있다. 나머지 9개 국가들의 경쟁법 도입 경위와 시기에도 국가별로 적지 않은 차이를 보이고 있다. 아세안 소속 개별 회원국들의 경쟁법 도입 시기는 이들 10개 회원국 소속 경쟁당국 협의체라고 할 수 있는 '아세안 경쟁정책 전문가 그룹(AEGC: ASEAN Experts Group on Competition)'이 설립된 2007년을 기준으로 나눌 수 있다.[122] AEGC 설립 이전에는, 1999년 태국[123]과 인도네시아가 먼저 각각 경쟁법을 도입하였고, 싱가포르와 베트남은 2004년에 경쟁법을 도입하였다. AEGC는 역내 경쟁법 도입의 확산 및 경쟁정책 발전을 위하여 노력을 지속하였는데, 역내 경쟁정책 운용에 대한 가이드라인을 발간하였다. 우선 2010년에 「아세안 역내 경쟁정책에 관한 가이드라인(Guidelines

---

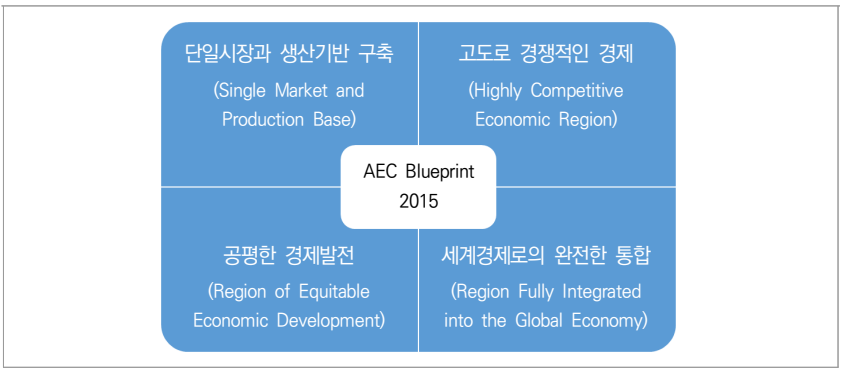
121) 캄보디아 정부(상무부, Ministry of Commerce)는 2017년에 호주 경쟁소비자위원회(Austrialia Competition and Consumer Commisssion)의 지원을 받아 캄보디아 경쟁위원회(CCC: Competition Commission of Cambodia)의 구성, 역할 및 의무, 법위반 유형(담합, 시장지배적 지위 남용 등), 법집행절차, 제재조치 등을 포함하는 총 7장 44조로 구성된 경쟁법 초안을 마련하였으나 정부 내 이견으로 인해 법률 제정 작업이 완료되지 못하였다. 그 후 재논의를 거쳐 2020년 4월 현재 동일한 법안에 대한 법 제정이 진행 중으로 알려져 있다. "Cambodian Antitrust and Competition draft law near approval"(2020. 4. 17), 온라인 기사(검색일: 2020. 8. 3). 또한 캄보디아 상무부(Ministry of Commerce)는 늦어도 2021년까지는 경쟁법을 제정하여 시행할 계획이다. Global Competition Review 전문가간담회, GCR Interactive Asia-Pacific(2020. 9. 3).

122) AEGC의 연혁 및 활동에 대한 보다 자세한 내용은 [부록 1]을 참고하시기 바람.

123) 태국은 1979년에 경쟁법을 최초로 도입하였는데, 이는 경쟁촉진과 소비자보호라는 순수한 경쟁법적 차원이 아닌 정치적인 목적의 입법이라고 할 수 있다. 1970년대 중반 여러 번의 군사 쿠데타를 거치면서 정권을 차지한 군부는 기존의 정경유착 카르텔 등을 통제할 목적으로 1979년에 「가격결정 및 반독점법(Price Determination and Anti-Monopoly Act)」을 제정하여 시행하였다. 그러나 정부의 불투명한 인허가 제도 등으로 산업집중도는 더욱 심화되었고, 정부와 군부의 갈등으로 인해 1991년 발발한 쿠데타 이후 새롭게 등장한 신군부는 자유시장경제를 표방한 경제개혁을 추진하였고 이 과정에서 현재 모습의 경쟁법 초안이 마련되었으나, 8년 동안 정부가 4번 바뀌면서 국회 통과가 지연되다가 1999년에 경쟁촉진과 소비자보호를 위한 현대적인 모습의 경쟁법 「거래경쟁법(Trade Competition Act)」으로 제정되었다. Nipon Poapongsakorn(2002), pp. 189-190.

I)」[124]을 발간하여 역내 경쟁정책의 표준화된 모델을 제시하였고, 2012년에 이를 보다 구체적으로 발전시켜 표준화된 「아세안 역내 경쟁정책·경쟁법 핵심 역량 발전에 관한 가이드라인(Guidelines II)」[125]을 마련하여 발표하였다. 이러한 노력에 힘입어 AEGC 설립 당시에 경쟁법을 도입하지 않은 상태였던 6개국 중 캄보디아를 제외한 나머지 5개 국가가 AEGC 설립 이후에 경쟁법을 도입하였다. 말레이시아는 2010년에, 필리핀·미얀마·브루나이는 각각 2015년에, 라오스는 2016년에 경쟁법을 도입하였다. 후발 5개국의 대부분은 자국의 필요에 의하여 경쟁법을 도입하기는 했지만, 이는 아세안경제공동체(AEC: ASEAN Economic Community)가 역내 경제통합을 위한 청사진으로 마련한 '아세안경제공동체 청사진(AEC Blueprint) 2015'와 같은 맥락에서 추진된 것이었다.

그림 4-1. AEC Blueprint 4대 추진목표



자료: AEGC(2015), "ASEAN Economic Community 2015: Progress and Key Achievements," 온라인 자료(검색일: 2020. 8. 3).

124) The ASEAN Secretariat(2010. 8), ASEAN Regional Guidelines on Competition Policy, https://www.icao.int/sustainability/Documents/Compendium_FairCompetition/ASEAN/ASEAN-RegionalGudelinesonCompetitionPolicy.pdf(검색일: 2020. 12. 20).

125) The ASEAN Secretariat(2012. 8), Guidelines on Developing Core Competencies in Competition Policy and Law for ASEAN, https://www.icao.int/sustainability/Documents/Compendium_FairCompetition/ASEAN/ASEAN-RegionalGudelinesonCompetitionPolicy.pdf(검색일: 2020. 12. 20).

AEC Blueprint 2015는 총 4개의 중심 축(pillars)로 구성되어 있는데, 그중 두 번째인 '고도로 경쟁적인 경제적 지역(Competitive Economic Region)'의 하부 과제로 경쟁정책과 소비자보호정책이 포함되어 있다. AEGC는 동 계획의 경쟁분야 추진목표 달성을 위해 회원국들로 하여금 시장경쟁을 촉진하는 법제도 도입, 경쟁 분위기 조성, 법제도 발전을 위한 역내 협력체계 구축 등을 강력하게 추진하였고, 역내 경쟁법 제도의 발전 및 규제격차 해소를 위하여 2016년에 '아세안 경쟁정책 실행계획(ASEAN Competition Action Plan, 이하 ACAP) 2025'[126]을 마련하여 추진하고 있다.

그림 4-2. ACAP 2025의 5가지 전략목표

Ⅰ. 개별 회원국의 효과적인 경쟁정책 수립
[Effective competition regimes are established in all ASEAN Member States(AMS)]

Ⅱ. 경쟁정책 효과적 수행을 위한 개별 경쟁당국의 역량 강화
[The Capacities of competition-related agencies in AMS are strengthened to effectively implement Competition Policy and Las(CPL)]

Ⅲ. 아세안 경쟁당국들 간의 역내 협력 강화
[Regional cooperation arrangements on CPL are in place]

Ⅳ. 역내 경쟁주창의 함양
[Fostering a competition-aware ASEAN region]

Ⅴ. 역내 경쟁정책과 법제도의 조화를 모색
[Moving towards greater harmonization of competition policy and law in ASEAN]

자료: ASEAN Competition Action Plan(2016-2025), 온라인 자료(검색일: 2020. 8. 3)를 참고하여 저자 작성.

그러나 이러한 역내 경쟁정책 및 법제도 조화를 위한 노력에도 불구하고 여전히 아세안 역내 경쟁법 제도가 미비한 부분이 적지 않다. 뿐만 아니라 아세안 회원국들 간의 경쟁당국의 역량, 법집행 경험의 차이, 그리고 경쟁법 제도 자체의 차이로 인해 발생하는 국별 경쟁당국의 법집행 규제격차[127]는 경쟁법의 규

126) ASEAN Competition Action Plan(2016-2025), https://asean-competition.org/file/post_image/ACAP%20(Website)%2023%20December%202016.pdf(검색일: 2020. 8. 3).

제대상이 되는 현지 기업뿐만 아니라 아세안 시장에 진출하려는 해외 기업들에도 정책 불확실성에 따른 경쟁법 리스크로 작용하게 된다. 더구나 경쟁법의 집행이 법조문의 단순한 기계적 적용보다는 그 나라의 경제체제, 시장상황 등 경제적 요인뿐만 아니라 규제철학과 같은 사회적 인식 등을 바탕으로 한 경쟁당국의 심결사례와 법원의 판단 등을 통해 이루어진다는 점을 고려할 때, 개별 국가별로 경쟁법의 도입 배경과 경쟁법의 체계, 그리고 세부 규정의 실체적·절차적 내용을 파악하는 것은 해당 국가의 경쟁법을 이해하는 데 크게 도움이 된다. 특히 아세안을 주요 교역 및 투자처로 인식하고 현지 시장에 진출하는 우리나라의 기업 입장에서도 상당한 의미를 가진다고 할 수 있을 것이다.

나. 분석대상 국가: 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀

다음 절에서는 아세안 국가 중 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀 4개 국의 경쟁법 체계와 기업결합 심사제도에 대해 상세하게 살펴보고자 한다. 현재 경쟁법 도입을 추진 중인 캄보디아의 경쟁법 초안을 포함하여 아세안 10개국 전체의 경쟁법 제도를 살펴보는 것도 의미가 있겠으나, 연구에 투입되는 시간과 비용 등을 고려할 때 연구대상으로 의미가 있는 국가들을 선정하여 이들에 대해 집중적으로 살펴보는 것이 보다 효과적일 것이다. 인도네시아 등 4개국을 선정하는 데 있어서 다음과 같은 점을 고려하였다. 우선 경쟁법을 도입하여 시행한 지 상당한 기간이 지나 그동안 축적된 집행역량이 충분한지의 여부, 역내에서 디지털플랫폼 시장의 비중이 크거나 급속한 성장세를 나타내고 있으며, 경쟁당국이 대표적인 M&A 건이라 할 수 있는 2018년 Grab-Uber 합병 등 디지털플랫폼 시장에서 M&A를 적극적으로 심사하고 있는지의 여부, 최근에도

127) 예를 들어 기업결합 심사제도의 경우, 미국, EU, 한국 등 대부분의 국가에서는 합병을 추진하는 결합회사들에 대하여 사전신고를 의무하고 있으나, 인도네시아의 경우 사후신고를 하도록 하고 있는 반면, 싱가포르는 자발적인 신고제도를 운용하고 있다. 자세한 내용은 국가별 제도에서 후술하기로 한다.

경쟁법 집행을 보다 강화하기 위하여 경쟁법제도 개선을 적극 추진하고 있는지의 여부 등을 고려하여 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀의 경쟁법 제도를 살펴보는 것이 중요하다고 판단하였다.

특히 아세안의 개별 경쟁당국의 경쟁법 내용 중 기업결합 심사제도에 대해 보다 자세하게 살펴보려는 이유는 다음과 같다. 첫째, 제2장에서 설명하는 것처럼 디지털플랫폼 시장에서는 규모의 경제, 네트워크 효과, 데이터 집중 등의 특징으로 인한 경쟁제한 효과가 크게 나타날 수 있고, 양면시장 등의 특성으로 인해 경쟁당국의 M&A 심사에 있어서 시장획정, 경쟁제한성 판단 등이 매우 복잡하다. 또한 M&A로 인한 독과점화 심화로 가격인상 우려와 같은 반경쟁적(anti-competitive) 효과와 함께 융복합에 따른 새로운 상품과 서비스의 출현, 혁신촉진과 같은 친경쟁적(pro-competitive) 효과도 동시에 나타날 수 있다. 둘째, 제3장에서 보는 것처럼 아세안 역내 디지털플랫폼 시장의 성장으로 역내 시장통합이 가속화되고 있고, 이러한 역내 통합시장에 대한 진출 또는 경쟁 수단으로 M&A가 활용되고 있다. 셋째, 이들 4개 국가의 기업결합 신고제도가 경쟁법상 반경쟁적 합의, 시장지배적 지위 남용 규제와 달리 제도적 스페트럼이 자발적인 사후신고(싱가포르), 자발적인 사전심사 및 강제적인 사후신고(인도네시아), 강제적인 사전신고(베트남, 필리핀)로 그 차이가 적지 않고 그 기준도 상이하다. 넷째, 2018년에 아세안 역내에서 추진된 Grab-Uber 합병사례에서 볼 수 있는 것처럼 디지털플랫폼 기업은 역내 통합시장 전체를 진출 대상으로 보고 M&A를 추진하는 경향이 강함에도 역내 기업결합 심사는 개별 경쟁당국별로 이루어지고 국가별로 서로 다른 결론에 도달하게 되는 기업입장에서 경쟁법 리스크가 적지 않다.[128] 이러한 점들을 고려할 때, 인도네시아, 싱가포르, 필리핀, 베트남의 경쟁법 체계를 전반적으로 살펴보되, 기업결합 심사제도에 대

128) 유럽연합(EU: European Union)는 개별 회원국 시장에만 영향을 미치는 M&A에 대해서는 개별 회원국의 경쟁당국별 심사가 이루어지지만, 단일시장(one single market)이라는 이념하에 EU 시장 전체 차원에서 경쟁법 집행의 최종 결정권한을 보유한 유럽집행위원회(EC: European Commission)와 세부적인 정책집행 권한을 보유한 경쟁총국(Directorate-General for Competition)에 의해 기업결합 심사가 우선적으로 이루어진다.

해서는 보다 심도있게 제도적·법률적 국별 비교분석을 실시하고자 한다. 이를 통해 경쟁정책 집행에 글로벌 공조가 중요하다고 할 수 있는 기업결합 심사와 관련하여 한국의 해외 경쟁정책에 대한 시사점을 발굴하고자 한다.

2. 인도네시아

가. 경쟁법 도입 연혁

인도네시아는 1999년에 경쟁법을 도입하였고, 그 정식 명칭은 「독점적 행위 및 불공정한 사업경쟁 금지법(Law Number 5 Year 1999 on the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition, 이하 Law No.5/1999)」이다. 인도네시아는 Law No.5/1999 제정 이전부터 일부 산업에서의 경쟁 문제와 합병을 규율하는 내용들을 다른 법률에서 산발적으로 운영하고 있었다. 대표적으로 1984년 「산업법」[129]에서는 건전한 경쟁을 촉진하고, 불공정한 경쟁을 예방하며, 독점의 형태로 공공에 피해를 주는 산업 집중·통제를 제한하는 내용을 규정하고 있었으며, 1995년 「유한책임회사법」[130]은 기업인수합병 과정에서 소액주주, 근로자의 권익을 보호하고, 공정한 시장경쟁을 고려하도록 하는 내용을 규정하고 있었다. 그러나 이런 법률들은 상당히 추상적인 문구들로 규정되어 있을 뿐만 아니라 당시 산업의 독과점화가 심화되어 있던 인도네시아 국내 시장을 규율하기에 실효성도 거의 없었다. Fane and Condon(1996)과 Shauki(1998)에 따르면, 인도네시아 산업분류표(5자리) 기준에 따라 측정된 상위 4개 사업자의 산업집중도(Concentration Ratio, CR4)는 1985년 32%에서 1995년 54%로 증가하였고, CR4가 90%를 넘는 산

129) Law No. 5 of 1984 concerning Industry(Article 7).
130) Law No. 1 of 1995 concerning Limited Liability Companies(Article 102-109).

업의 비중도 같은 기간 13%에서 56%로 크게 증가하였다.[131] 이러한 상황에서 가격통제, 수직제한, 진입제한 등과 같은 불공정행위가 문제가 되었다. 특히 이러한 불공정행위들은 Shauki(1999)에서 지적한 것처럼, 주로 인도네시아 정부가 특정 이해관계자들에게 독점판매권 등을 부여하거나 판매가격 고정이나 시장분할 등을 허용함에 따라 발생하는 경우가 많았다. 1980년대 당시 인도네시아 정부는 산업별로 별도의 규제정책을 시행하는 한편, 1980년대 중반부터 경쟁법 초안 마련 작업을 시작하였다. 수차례의 시도 끝에 1992년에 인도네시아 정부는 'Simulation of Economic Competition Law'라는 명칭의 경쟁법을 마련하였으나, 법제정의 필요성이 크다고 판단하지 않은 국회는 동 법을 통과시키지 않았다. 사실 인도네시아는 역사적으로 상당히 오래전부터 고착화되어 온 정경유착에 따른 시장독과점화의 문제, 예를 들어 정부의 인허가 또는 수입업자 지정 과정에서 발생하는 관료와 사업가의 결탁, 부패와 같은 문제가 심각하기는 했지만, 1970년대 발생한 오일쇼크에 따른 석유가격 인상의 혜택으로 1990년 중반까지 지속적으로 경제가 성장하였고, 동남아시아 국가들 중에서 급속한 경제성장을 이룬 전도유망한 개발도상국의 성공모델로까지 평가받고 있는 상황이었다.[132]

그러나 1997년경 시작된 아시아 외환위기의 영향을 받으면서 인도네시아 경제의 대내외적 환경은 급격하게 변화되었고, 인도네시아 정부는 국제통화기금(IMF: International Monetary Fund)로부터 경제위기 극복을 위한 융자를 받게 되면서 경쟁법을 도입하기로 하였다.[133] 아울러 인도네시아는 정치적

---

131) 주요 산업별 상세한 CR4는 Maarif(2001), *Competition Law and Policy in Indonesia*, pp. 15-16 참고.

132) Hill(2000), *The Indonesian Economy*, pp. 3-8.

133) IMF는 아시아 외환위기 당시 자기로부터 외화자금을 지원받는 국가들에 대하여 법제도의 개선을 요구하였는데, 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률(공정거래법)」을 운용하고 있던 우리나라도, IMF 융자를 받으면서 IMF로부터 공정거래법상 제도개선 요구를 받았다. 예를 들어 당시 공정거래법에서는 지주회사 설립 자체가 금지되어 있었는데, 지배구조의 투명성 제고를 위해 지주회사 제도를 허용하라는 IMF의 요구를 받았고, 한국의 공정거래위원회는 이를 수용하였으며, 그때부터 지주회사의 자회사에 대한 소유지분율 제한 등 행위제한 규제가 시작되었다.

으로도 격변기를 겪는 상황이었는데, 1998년 5월 수하르토 정권이 반정부시위로 몰락하고 하비비 행정부가 과도정부를 맡으면서, 종전 정부의 비호 아래 성장한 일부 독과점 기업들의 폐해로 경제위기가 발생했다는 인식이 널리 퍼져 있었다.[134] 인도네시아의 경쟁법인 Law No.5/1999는 1999년 3월 5일에 제정되어 1년의 시행준비와 유예기간을 거쳐서 2000년 3월 5일부터 시행되었다. 결과적으로 동 법의 도입은 경제적 측면에서 시장경쟁을 촉진하고 소비자 후생 증대를 위한 순수한 경쟁법적 차원이라기보다는 경제위기를 극복하기 위하여 IMF의 융자를 받은 인도네시아 정부가 IMF의 법제도 개선 요구사항을 수용하고, 정치적 목적에서 대중의 요구에 부응하기 위해 도입된 측면이 강하다고 볼 수 있을 것이다. 전 세계적으로 볼 때, 인도네시아는 경쟁법의 후발 국가에 해당되고 법위반행위 규정 체계상 글로벌 스탠더드와 다소 이질적인 부분이 혼재되어 있어 보인다. 그럼에도 불구하고 아세안에서 최초로 경쟁법을 도입한 선발 국가로서의 위상을 가지고 있을 뿐만 아니라 절차법적 규정들도 어느 정도 완비되어 있어 체계적인 법률이라 평가할 수 있다.

나. 경쟁법 체계

1) 개관

인도네시아의 경쟁법인 Law No.5/1999는 그 도입 경위가 정치적 차원에 있고 세부적인 규제 체계는 다소 전통적인 경쟁법의 모습과 상이하기는 하지만, 그 실체법적 규제의 외형적인 큰 틀은 미국과 EU 등에서 규율하고 있는 통상적인 경쟁법 규범의 모습을 따른다고 할 수 있다. Law No.5/1999는 총 11개의 장(chapters)과 53개의 조문(articles)으로 구성이 되어 있는데, 동 법률

134) 이러한 내용은 Law No.5의 입법취지에도 설명이 되어 있다(Elucidation on the Law of the Republic of Indonesia Number 5 Year 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition, pp. 33-35).

에 사용된 용어들의 정의 규정인 총칙(제1장)과 원칙과 입법목적규정(제2장)을 제외하고, 그중 경쟁법에서 금지하고 있는 실체적 행위 규정은 3개의 장, 즉 금지계약(제3장), 금지행위(제4장), 시장지배적 지위(제5장)으로 구성되어 있다. 나머지는 절차법적 규정으로, 경쟁당국인 '경쟁감독위원회(인도네시아 명칭 Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 이하 KPPU)'의 조직과 권한 규정(제6장), 경쟁법 사건의 처리절차 규정(제7장), 경쟁법 위반 시 제재 규정(제8장)으로 구성되어 있다.

2) 법원칙과 입법목적

실체법적 규정을 설명하기에 앞서 법원칙과 입법목적[135]을 규정하고 있는 제2장을 살펴보기로 하자. 우선 제2조에서는 '경제적 자유주의(economic democracy)'의 원칙과 '기업의 이익과 공공의 이익의 균형'을 강조하고 있으며, 제3조에서는 이러한 입법목적을 보다 구체적으로 규정하고 있음을 볼 수 있다. 특히 국가 경제의 효율성 및 공공의 복지를 개선하고, 대기업과 중소기업 간에 평등한 사업기회를 보장하는 것을 독점적 행위와 불공정 거래행위를 규제하는 것과 함께 중요한 입법목적으로 하고 있다는 점은 특이할 만한 점이다. 어떠한 법을 집행함에 있어서 개별적·구체적 사건에 대하여 상대적으로 일반적·추상적인 형태를 가진 법규정을 적용하는 것은 그 규정의 해석에 있어서 다소 한계가 있을 수 있고, 이러한 경우에 법률의 입법취지나 입법목적은 해석의 판단기준으로서 중요하게 작용한다. 이러한 특징은 시장에서의 경쟁제한성을 판단하는 경쟁법의 집행에 있어서는 더욱 중요하게 작용할 수 있다. 왜냐하면 경쟁법에서 문제가 될 수 있는 구체적인 거래행위의 위법성을 판단함에 있어서 상당히 추상적인 개념인 '경쟁제한성' 또는 '불공정성'에 대한 기준이 필요한

135) 경쟁법의 효시라고 할 수 있는 미국의 「셔먼법」이나, 유럽연합의 경쟁법인 유럽기능조약의 관련 조항을 보면 별도의 입법목적이 규정되어 있지 않지만, 호주, 일본, 한국, 아세안 국가들과 같이 경쟁법을 나중에 도입한 국가들은 경쟁법의 목적 조항을 규정하고 있다.

데, 동일한 기업행위라 하더라도 시장의 구조 및 특성에 따라 경쟁제한적 효과의 정도에는 차이가 날 수 밖에 없고, 이를 판단하기 위해서는 개별 법조문의 해석과 경제분석이 필요할 뿐만 아니라, 필요에 따라서는 경쟁당국 또는 사법당국의 가치판단이 개입하는 것이 불가피하며, 이러한 판단에는 그 사회가 추구하고자 하는 이념이나 가치가 반영되는 것이 불가피하기 때문이다.[136]

3) 실체법적 규정: 반경쟁적 합의와 시장지배적 지위 남용 규제

실체법적 규정을 보다 구체적으로 살펴보면, 우선 제3장은 금지되는 계약들에 대하여 규정하고 있다. 경쟁법 규정 자체에는 '당연위법(per se illegal)'으로 경쟁제한적 효과를 경쟁당국이 입증하지 않더라도 법위반이 인정되는 반경쟁적 계약의 유형들과, 결과적으로 독점적 행위와 불공정경쟁을 초래할 가능성이 높은 계약이기는 하지만 법위반 인정을 위해서는 경쟁당국인 KPPU로 하여금 경쟁제한적 효과를 입증하도록 요구하는 법위반 유형, 소위 '합리의 원칙(rule of reason)'에 따라 법위반 여부가 인정되는 계약의 유형들이 명시적으로 구분되지 않는다. 다만 KPPU은 관련 규정을 적용함에 있어서 실무적으로 이를 구분하여 적용하고 있다고 할 수 있다.[137] 전자의 계약 유형들은 가격담합(제5조), 가격차별(제6조), 다른 사업자의 판매·구매 등 사업활동을 방해하는 계약(제10조), 재판매와 공급을 제한하는 배타적 계약(제15조)이고, 후자의 계약 유형들은 경쟁사업자와 공동으로 생산 또는 판매를 통제하는 계약(제4조), 경쟁사업자와 공동으로 약탈적 가격을 책정하는 계약(제7조), 재판매가격 유지 계약(제8조), 시장분할을 초래하는 계약(제9조), 경쟁사업자와 공동으로 생산량을 결정함으로써 가격에 영향을 미치려는 계약(제11조), 생산량을 통제

136) 우리나라 공정거래법의 입법목적은 법 제1조에서 '이 법은 사업자의 시장지배적 지위의 남용과 과도한 경제력의 집중을 방지하고, 부당한 공동행위 및 불공정거래행위를 규제하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업활동을 조장하고 소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형있는 발전을 도모함을 목적으로 한다'로 규정하고 있다.

137) OECD(2018b), *Competition Law in Asia-Pacific: A Guide to Selected Jurisdictions*, p. 77.

할 목적으로 개별 회사들로 구성된 트러스트를 설립하는 계약(제12조), 가격을 통제할 목적으로 공동으로 구매량 또는 공급량을 통제하는 계약(제13조), 수직적 거래관계에 포함된 제품의 생산량을 통제하는 계약(제14조), 독점적 행위 또는 불공정경쟁을 야기하는 조건을 설정하는 해외 사업자와의 계약(제16조)이 있다. 다만 일부 계약에 대해서는 위에서 언급한 계약 유형에 해당되더라도 법적용을 면제하는 예외를 두고 있는데, 제50조에서는 적용이 면제되는 계약의 유형으로 다른 법률이나 규정에 근거를 두고 행하는 계약, 지재권 관련 계약, 경쟁을 제한하지 않으면서 기술적 표준의 설정을 위한 계약, 인도네시아 정부에 의해 인준된 국제계약, 국내 시장에 영향을 미치지 않으면서 수출과 관련된 계약, 소규모 사업자들의 계약 등을 열거하고 있다.

제4장은 독점과 관련하여 금지되는 행위들을 규정하고, 제5장은 시장지배적 지위의 남용행위들을 열거하고 있는데, 제4장과 제5장을 모두 통상적으로 경쟁법에서 규율되는 시장지배적 지위 남용으로 분류하기도 한다.[138] 시장지배적 지위의 개념을 제1조 4호에서 '관련 시장에서 상당한 경쟁자가 없거나, 재무적 역량, 생산·판매역량, 공급·수요 대응능력 등을 고려했을 때 관련 시장의 경쟁사업자들 사이에서 우위를 점하고 있는 사업자'로 정의하고 있다. 시장지배적 지위 남용과 후술할 경쟁제한적 기업결합 등 일부 행위[139]에 대해서는 관련 시장의 시장점유율이 일정 규모, 예를 들어 관련 시장에서 시장점유율이 사업자 단독으로 50% 이상이거나, 상위 2개 또는 3개 사업자의 시장점유율 또는 같은 기업집단이 보유하는 시장점유율이 75% 이상인 경우에는 법위반으로 일응 추정한다. 제4장의 구체적인 금지 유형으로 공급독점 시장에서 행하는 독점적 행위 또는 불공정경쟁행위(제17조), 수요독점 시장의 독점적 행위 또는 불공정경쟁행위(제18조), 사업자가 단독으로 또는 다른 사업자와 공동으로 경쟁사업자의 영업을 방해하거나 거래를 거절하는 행위, 관련 시장에서 상품의

138) OECD(2018b), *Competition Law in Asia-Pacific: A Guide to Selected Jurisdictions*, p. 79.
139) Law No.5/1999의 법 제4조(과점), 제17조(독점), 제25조(일반금지), 제27조(주식소유).

유통 또는 판매를 제한하는 행위, 특정 사업자에 대한 차별적 취급행위 등(이상 제19조), 약탈적 가격책정행위(제20조), 생산비용 결정에 있어서의 불공정행위(제21조) 등 시장통제 행위, 입찰공모(제22조), 경쟁사업자의 비밀정보 공유행위(제23조), 생산량 감소 등 관련 시장에서의 생산 또는 판매에 영향을 미칠 목적으로 경쟁사업자와 공모하는 행위(제24조)가 있다. 제5장에서는 제25조에서 시장지배적 지위 남용의 일반적인 금지 유형으로 소비자가 경쟁사업자로부터 상품 등을 구매하는 것을 방해할 목적으로 거래조건을 설정하거나, 시장과 기술 발전을 제한하거나, 잠재적 경쟁사업자의 시장진입을 방해하는 행위와 관련하여 자신의 시장지배적 지위를 직접적 또는 간접적으로 행사하는 행위를 금지하고, 제26조에서는 경쟁사업 관계에 있는 복수의 회사에서 임원을 겸임하는 것을 금지하고 있다. 인도네시아 경쟁법은 기업결합과 관련된 내용을 제5장의 시장지배적 지위 남용 부분에 규정하고 있는데, 이와 관련된 자세한 내용은 후술하기로 한다.

4) 절차법적 규정

다음으로 절차법적 규정을 살펴보면, 제3장 내지 제5장의 각 조를 위반하는 경우, 시정조치와 행정제재(제47조), 형사제재(제48조, 제49조)가 부과된다. KPPU는 제47조에 근거하여 계약의 무효, 행위의 중지 등의 시정조치를 부과하거나, 10억 루피아 이상 250억 루피아 이하[140]의 제재금을 부과하고, 형사처벌의 필요성이 있다고 판단하는 경우에는 제48조에 근거하여 검찰에 고발할 수 있다. 법원은 법위반의 중대성 정도에 따라 최고 1,000억 루피아[141]의 벌금 또는 벌금 대신 최고 징역 6개월을 부과할 수 있고, 추가적으로 사업자 면허 취소, 일정기간 임원 취임 금지, 법위반행위의 금지를 명할 수 있다.

한편 법 제44조에 의하여 사업자는 KPPU의 결정을 통지받은 날부터 14일

140) 2020. 8. 24 기준 약 8,060만 원 이상 20억 1,500만 원 이하.
141) 2020. 8. 24 기준 약 80억 6,000만 원.

이내에 지방법원에 이의를 신청할 수 있고, 법 제45조에 의하여 지방법원은 소송이 접수된 날부터 14일 이내에 사건 심사를 개시해야 하고, 그 개시일부터 30일 이내에 결정을 내려야 한다. 또한 지방법원의 결정에 이의가 있는 경우에는 그 결정이 있는 날부터 14일 이내에 대법원에 소송을 제기해야 하고, 대법원은 접수일부터 30일 이내에 결정하도록 하고 있다. 지방법원의 판결에 대하여 항소가 진행되는 경우, 고등법원을 거치지 않고 대법원에서 직접 심사하도록 하고 있는 점이 특징적이고, 무엇보다 법원의 심사기간이 지방법원, 대법원 모두 심사개시일부터 30일로 되어 있는데, 이는 경쟁법 사건의 복잡성을 고려할 때 매우 짧다고 지적할 수 있다.

다. 기업결합 심사제도

1) 관련 법률 및 하위 규정

인도네시아 경쟁법이 제5장의 시장지배적 지위 남용 부분에서 기업결합 심사 관련 내용을 규정하고 있는 것은 관례적으로 시장지배적 지위 남용행위와 기업결합을 별도로 규정하고 있는 다른 대부분 경쟁당국의 경쟁법과 비교할 때 이례적이라고 할 수 있다. 인도네시아 경쟁법 Law No.5/1999 제27조에서는 주식소유를 통한 시장집중을 제한하고 있는데, 어떤 회사(취득회사)가 단독으로 또는 같은 기업집단과 함께 관련 시장에서 다른 회사(피취득회사) 주식의 50% 이상을 소유하거나, 또는 취득회사의 주식소유를 통하여 관련 시장의 상위 2개 또는 3개 회사의 시장점유율이 75% 이상을 초래하게 됨으로써 취득회사가 관련 시장에서 시장지배적 지위를 갖게 되는 시장구조를 초래하는 경우에는 법위반이 될 수 있다고 규정하고 있다. 또한 제28조에서는 독점적 행위와 불공정경쟁을 야기할 수 있는 기업합병, 주식취득을 금지하고, 이와 관련된 세부 규정을 정부규칙으로 정할 수 있도록 근거규정을 두고 있다. 아울러 제29조

는 기업결합이 제28조의 요건에 해당되는 경우에는 기업결합 이후 그 결합일부터 30일 이내에 경쟁당국인 KPPU에 그 기업결합을 신고하도록 하면서 신고 대상이 되는 기업결합의 규모를 정부규칙으로 정할 수 있도록 하고 있다. 기업결합에 대한 인도네시아 경쟁법의 하위규정은 'Government Regulation No.57/ 2010, 이하 GR 57/2010)'[142]이고, 사후심사 요건과 절차를 구체적으로 정함으로써 이 정부규칙을 실행하기 위한 구체적인 규정으로 'KPPU Regulation No.3/2019, 이하 KR 3/2019)'[143]이 있다. KR 3/2019는 2019년 10월 2일에 제정된 규칙으로 2010년 7월에 제정되어 기업결합 심사에 대한 세부기준으로 운용되어 오던 'KPPU Regulation No.13/2010, 이하 KR 13/2010)'[144]을 대체하였다. 신규로 제정된 규칙은 기업결합 심사대상 범위의 확대 등 몇 가지 사항을 제외하고는 기존의 규칙 내용을 그대로 따르고 있다.[145] 이에 대해서는 후술하기로 한다.

2) 기업결합 신고제도: 자발적인 사전심사 및 의무적인 사후신고

인도네시아 기업결합 심사제도의 가장 중요한 특징은 자발적인 사전심사 제도(voluntary pre-merger consultation)와 의무적인 사후신고(mandatory post-merger notification)가 혼합적으로 운용되고 있다는 점이다. 즉 기업결합 당사회사들은 자기들이 기업결합일 이전에 경쟁당국의 심사(consultation)를 받아 당해 기업결합의 경쟁제한성 위험을 사전에 제거하기 위하여 사전심사

142) Government Regulation of the Republic Of Indonesia Number 57 Year 2010 Concerning Merger or Consolidation of Business Entities and Acquisition of Shares of Companies Which May Cause Monopolistic Practices and Unfair Business Competition.
143) Regulation of the Indonesia Competition Commission Number 3 of 2019 concerning the Assessment of Merger or Consolidation of Business Entities, or Acquisition of Company Shares that Can Lead to Monopolistic Practices and/or Unfair Business Competition.
144) Regulation of the Indonesia Competition Commission Number 13 of 2010 concerning the Assessment of Merger or Consolidation of Business Entities, or Acquisition of Company Shares that Can Lead to Monopolistic Practices and/or Unfair Business Competition.
145) Business Competition Supervisory Commission(2019), p. 5.

를 선택할 수도 있고, 그럴 필요가 없다고 판단되는 경우에는 기업결합일 이후에 30일 이내에 KPPU에 당해 기업결합을 신고하고 경쟁제한성 여부를 판단받을 수 있다. 1976년 미국의 「하트-스콧-로디노법(Hart-Scott-Rodino Act, HSR법)」으로 경쟁제한적 기업결합에 대한 사전심사가 의무화된 이후에 EU, 한국, 일본, 중국 등 대부분의 후발 경쟁당국들이 사전심사를 도입하여 운영하고 있는 것과는 달리 영국, 호주, 싱가포르, 인도네시아 등 일부 국가들은 사전신고를 의무화하고 있지 않다. 그러나 사전신고를 의무화하지 않는 국가들의 경우에도 경쟁당국이 해당 기업결합의 경쟁제한성에 대한 심사가 필요하다고 판단할 경우에는 직권으로 이를 심사할 수 있다. 그럼에도 불구하고, 대규모 회사의 기업결합의 경우에는 기업결합 당사자들이 경쟁 우려(competition concerns)가 있다고 판단되는 경우에는 이를 해소하기 위해 자발적으로 신고하여 심사를 받는 경향이 강하다.

인도네시아 기업결합 심사제도의 중요한 특징 중 하나인 기업결합 사전심사(pre-consultation)에 대해서 좀더 살펴보면, 사전심사제도는 GR 57/2010 제10조부터 제12조에서 정하고 있는데, 기업결합 당사회사는 제5조 2항의 요건에 해당되는 경우 사전에 KPPU에 기업결합 심사를 요청할 수 있고, KPPU는 심사요청일부터 90일 이내에 서면으로 심사 결과를 기업결합 당사회사들에 통보하여야 한다. 다만 사전심사 결과는 해당 기업결합의 승인 여부에 대한 결정은 아니며, 당해 기업결합의 효과가 발생한 후에 KPPU가 추가적인 심사를 할 수 있는 권한을 배제하는 것은 아니다. 즉 사전심사 이후 KPPU가 해당 기업결합과 관련하여 경쟁제한 우려가 있다고 판단하는 경우 이에 대한 사후에 추가 심사를 할 수 있다는 의미라고 볼 수 있다.

3) 기업결합 신고 대상

우선 기업결합 사후신고 대상이 되는 기준은 GR 57/2010 제5조 2항에서 상

세하게 정하고 있는데, 기업결합 당사회사들의 자산규모[146] 2.5조 루피아[147] 또는 매출액 5조 루피아[148] 이상으로 정하고 있다. 또한 '지배권(control)'의 이전을 초래하는 기업결합의 경우에도 신고대상으로 정하고 있다. 기업결합 당사회사들은 결합회사와 피결합회사를 포함하고, 이들 당사회사들이 직접적 또는 간접적으로 지배(control)를 하거나 지배를 받는(controlled) 회사들을 모두 포함한다. 여기서 '지배'의 의미는 회사의 의결권 있는 주식의 50% 이상을 소유하여 회사의 경영의사를 결정하거나 결정에 영향을 미칠 수 있는 것을 말한다.[149] 흥미로운 것은 종전의 KR 13/2010에 따르면 '합병(merger 또는 consolidation)'과 '주식취득(acquisition of shares)'을 통한 기업결합은 신고대상이 되었으나, 새로운 기준인 KR 3/2019에서는 추가적으로 '자산의 양수도(asset transfer 또는 asset-based acquisition)'를 명시적으로 신고대상에 포함하였다는 점이다. 이는 KPPU가 종전 규정의 미비로 인하여 2018년 3월에 이루어진 Grab-Uber 기업결합 사건에 대하여 제대로 심사하지 못한 것이 영향을 끼쳤다고 볼 수 있다. 당시 Grab과 Uber는 당사의 기업결합이 지배권의 변화가 없는 단순한 자산의 양수도에 해당되어 기업결합 사후신고 대상이 아니라고 주장하였고, KPPU도 이들의 주장을 받아들여 그 당시 법령상 기업결합을 심사할 권한이 없다는 점을 인정하였다. 이에 대한 내용은 제5장 2절에서 자세하게 후술하기로 한다.

---

146) 기업결합 당사회사가 은행인 경우에는 다른 자산기준이 적용되는데, 합병회사와 피합병회사가 모두 은행인 경우에는 이들 회사의 인도네시아 국내의 총 자산규모가 20조 루피아 이상, 둘 중 하나만 은행인 경우에는 이들 회사의 인도네시아 국내 총 자산규모가 2.5조 루피아 이상이거나 인도네시아 국내 총 매출규모가 5조 루피아 이상인 경우에 사후신고 대상에 포함된다.

147) 2020. 8. 24 기준 약 2,017억 5,000만 원.

148) 2020. 8. 24 기준 약 4,035억 원.

149) Elucidation to Government Regulation of the Republic of Indonesia Number 57 Year 2010 concerning Merger or Consolidation of Business Entities and Acquisition of Shares of Companies which may cause Monopolistice Practices and Unfair Business Competition, Article 5 Paragraph (4) sub-paragraph b.

4) 신고 및 심사 절차

기업결합 심사절차에 대해서는 GR 57/2010 제5조 1항에 규정되어 있는데, 기업결합이 법적으로 유효한 날, 즉 기업결합 계약이 체결되어 효력이 발생하는 날부터 30일 이내에 KPPU에 신고하도록 하고 있고, 제8조 2항에 따르면 기업결합 당사회사명, 담당임원, 주식소유 현황 등을 포함하는 신고서 양식에 따라 서면으로 신고하도록 되어 있으며, KPPU는 제9조에 따라 기업결합 신고가 접수된 날부터 최대 90일 이내에 기업결합에 대한 승인여부를 결정하여야 한다. 제6조에 따르면, 기업결합 당사회사가 제5조 1항과 제8조 2항을 위반하여 기업결합 신고의무를 기한 내에 서면으로 이행하지 않은 경우에는 지연일(신고의무가 발생한 날부터 31일째)부터 매일 10억 루피아[150]의 이행강제금이 부과되나, 이행강제금의 상한은 250억 루피아를 넘을 수 없다. 2019년 10월 3일부터 시행되고 있는 새로운 기업결합 심사기준 KR 3/2019에서는 기업결합 신고 의무 발생일을 보다 명확히 하였다. 종전 기준에 따르면 신고의무가 발생하는 날에 대한 기준이 모호하여 기업결합 당사회사 신고의무가 있음에도 신고를 하지 않은 경우에는 KPPU가 이들 당사회사에 신고를 하도록 통지하고 그 신고가 이루어진 날부터 지연일을 기산하도록 운영하고 있었으나, 새로운 기준에 따르면 KPPU가 기업결합 당사회사의 신고를 기다릴 필요가 없이 직권으로 당해 기업결합에 대한 심사를 시작한 날부터 기산할 수 있도록 기준을 명확히 하였다.

5) M&A 심사 시 고려 요소

기업결합에 대한 심사는 당해 기업결합이 시장에 미치는 경쟁제한효과를 평가하는 것으로 크게 5가지 차원에서 이루어진다고 할 수 있다.[151] 구체적으로,

150) 2020. 8. 24 기준 약 8,060만 원.
151) OECD(2018b), *Competition Law in Asia-Pacific: A Guide to Selected Jurisdictions*, p. 80.

기업결합 전후의 시장집중도(market concentration)의 변화, 진입장벽(entry barrier)의 존재, 기업결합 이후 반경쟁적 행위의 가능성(possible anti-competitive conduct), 기업결합의 효율성(efficiency) 증대효과, 당해 기업결합이 이루어지지 않은 경우 피결합회사(target firm)의 회생 불가능성 여부(bankruptcy) 등을 종합적으로 고려하여 기업결합의 승인여부를 판단하는데, 이는 통상적인 기업결합 심사 기준과 크게 다르지 않다고 할 수 있다. KPPU는 시장집중도의 변화와 관련하여 허핀달-허시만 지수(HHI: Herfindahl-Hirschman Index)[152]를 주로 사용하는데, 기업결합 이후 HHI가 1800 미만인 경우에는 집중도가 심하지 않은 기업결합으로 판단하고, HHI가 1800 이상인 경우에는 집중도가 높은 기업결합으로 판단하며, 기업결합으로 인해 HHI가 150 이상으로 증가할 경우에는 경쟁제한 우려가 있을 가능성을 배제하지 않는다. 또한 실무상으로는 HHI와 함께 상위 k개 사업자들의 시장집중도의 합을 나타내는 CRk도 집중도 지표로 활용하기도 한다.

6) 심사 결과 조치 및 이의제기

인도네시아 경쟁당국의 기업결합 심사절차와 관련하여 미국, EU 등 통상적인 기업결합 심사절차와 달리 특이한 점은 법률에 간이심사(Phase I)와 본심사(Phase II)의 명시적인 구분이 없을 뿐만 아니라, 기업결합 심사 결과 기업결합의 승인, 조건부 승인, 불승인과 같은 결정을 내리는 대신에, 당해 기업결합이 독점적 행위 또는 불공정 경쟁을 초래할 가능성이 있다고 판단되면, 기업결합 당사회사들에 다음과 같은 의견을 제시한다. 즉 KPPU는 당해 기업결합이 독

152) 경제학자인 Orris C. Herfindahl과 Albert O. Hirshman의 이름을 따라 만들어진 시장의 산업집중도 지수로, 해당 산업 또는 시장에서 영업활동을 영위하는 사업자의 시장점유율의 제곱값의 합(HHI= $\sum_{i=1}^{N} s^{2_i}$, si는 기업i의 시장점유율)으로 계산된다. 이는 기존의 집중도 지수인 CRk(상위 k사업자들의 시장점유율의 단순 합계)에 비해서 시장점유율이 높은 사업자가 집중도에 미치는 영향에 높은 가중치를 둔다. 예를 들어 상위 3개 사업자의 시장점유율이 각각 50%, 20%, 10%인 경우(A)와 각각 30%, 30%, 20%인 경우(B), CR_3는 A, B 모두 80이나, HHI는 A 경우가 3000으로 B 경우(2200)에 비해 크게 나타난다.

점적 행위 또는 불공정 경쟁을 초래할 가능성이 없다는 의견, 일정한 요건이 충족되면 독점적 행위 등을 초래할 가능성이 없다는 의견, 독점적 행위 등을 초래할 우려가 있다는 의견을 제시할 수 있다. 만약 당해 기업결합으로 인해 시장에서 독점적 행위 등이 초래할 우려가 있다면, KPPU는 이와 관련하여 추가적인 조사를 개시하거나 기업결합 당사회사로 하여금 우려되는 독점적 행위 등을 시정할 수 있는 방안을 제안하도록 요청할 수 있다. 이러한 방안으로는 자산매각(divestiture)과 같은 구조적 조치(structural remedy) 또는 일정기간 동안의 가격인상 금지와 같은 행태적 조치(behavioural remedy)를 포함한다. 기업결합 당사회사가 Law No.5/1999에서 금지하고 있는 기업결합을 이행하는 경우에는 KPPU는 제47조에서 정하고 있는 제재금을 부과하거나 해당 기업결합의 중지, 취소 등을 명할 수 있으며, 같은 법 제48조에 의한 고발도 가능하다. Law No.5/1999 제44조에 의하여 사업자는 KPPU의 결정을 통지받은 날부터 14일 이내에 지방법원에 이의를 신청할 수 있고, 법 제45조에 의하여 지방법원은 소송이 접수된 날부터 14일 이내에 사건 심사를 개시해야 하고, 그 개시일부터 30일 이내에 결정을 내려야 한다. 또한 지방법원의 결정에 이의가 있는 경우에는 그 결정이 있는 날부터 14일 이내에 대법원에 소송을 제기해야 하고, 대법원은 접수일부터 30일 이내에 결정하도록 하고 있다.

7) 최근의 기업결합 심사제도 개선 내용

앞서 간략하게 설명한 것처럼 2019년 10월부터 새롭게 시행된 기업결합 심사 기준인 KR 3/2019에는 KPPU의 기업결합 심사에 대한 집행력을 강화한 내용들이 포함되어 있는데, 해외 기업들의 입장에서 주목해야 할 부분은 인도네시아 역외에서 발생한 기업결합에 대해서도 신고의무를 부과했다는 점이다. 종전 규칙에 따르면 해외 기업결합은 인도네시아 국내 시장의 경쟁조건에 영향이 없는 경우에는 KPPU에 대한 신고의무가 없었으나, 신규 기준에 따르면 해외

기업결합의 경우에도 기업결합에 관련된 회사 중 하나라도 인도네시아 국내에서 영업활동을 하는 경우에는 국내 시장의 경쟁조건에 영향이 없더라도 신고하도록 의무화하였다.[153] 또한 기업결합 당사회사의 정보, 데이터 등이 제공되지 않더라도 KPPU가 보유하거나 기업결합 당사회사의 경쟁사업자, 소비자 또는 공급자와 같은 다른 시장참여자로부터 획득한 시장정보 등을 활용하여 기업결합 심사에 활용할 수 있는 근거규정을 마련하였다. 신규 규칙인 KR 3/2019에는 위에서 설명한 것처럼 기업결합을 심사함에 있어서 국가산업의 경쟁력 강화, 기술발전과 혁신, 중소기업 보호, 노동시장에의 영향 등을 추가적으로 고려하도록 하고 있다.[154] 그런데 이러한 변화는 기업결합을 추진하는 기업 입장에서는 불확실성을 증대시키는 방향이라 규제 강화로 느껴질 수 있으며, 기업결합의 경쟁제한성과 효율성 증대효과를 판단해야 하는 경쟁당국의 역할에 산업정책과 노동정책적 판단을 부여하는 것으로 볼 수 있어 향후 기업결합 심사에 있어서 논쟁될 수 있어 각별히 주목해야 할 부분이다.

3. 싱가포르

가. 경쟁법 도입 연혁

싱가포르 경쟁법의 도입에 대한 논의는 1990년대 후반에서 2000년대 초반 사이에 아시아 지역에 영향을 끼쳤던 아시아 금융위기 이후 경제 구조조정 노

153) KPPU Launches New Regulation on Post-Closing Notifications on Mergers, Consolidations, and Acquisitions (Including Asset Transfers), https://aksetlaw.com/news-event/newsflash/kppu-launches-new-regulation-on-post-closing-notifications-on-mergers-consolidations-and-acquisitions-including-asset-transfers(검색일: 2020. 8. 6).

154) "Indonesia: New Merger Control Regulation: Asset Acquisitions Are Now Subject To KPPU Notification," https://www.mondaq.com/antitrust-eu-competition-/861100/new-merger-control-regulation-asset-acquisitions-are-now-subject-to-kppu-notification (검색일: 2020. 8. 6).

력의 일환으로 시작되었다고 할 수 있다. 그러나 아시아 외환위기 전후의 정치적·경제적 대내외환경 변화와 함께 1999년 3월 5일에 경쟁법을 도입한 인도네시아와 달리 싱가포르는 2003년에 미국과 체결한 자유무역협정(FTA)의 후속 조치로서 경쟁법을 도입하였다. 사실 무역의존도가 높은 싱가포르는 경쟁법 도입 이전부터 상당히 높은 수준의 시장개방도와 해외경쟁 압력이 작용하는 시장구조[155]를 갖고 있었기 때문에, 국내 시장의 경쟁촉진과 소비자보호를 주목적으로 하는 경쟁법의 도입 필요성에 대해서는 많은 논의가 이루어지지 않았다. 그러나 미국은 싱가포르와 FTA를 체결하면서 싱가포르 시장에서 상당한 영향력을 행사하고 있는 국영 공기업 또는 준공공기관이 시장경쟁을 왜곡하고 이러한 경쟁왜곡을 통한 차별적 행위를 우려하였고, 이러한 우려를 해소하기 위하여 FTA에 경쟁 관련 챕터를 포함하게 되었다.[156]

2003년 5월 6일에 체결된 미국·싱가포르 FTA 제12장 제1조에서는 경쟁관

---

155) 세계은행이 매년 발표하는 'Doing Business' 보고서에 따르면, 싱가포르는 경쟁법 도입 당시인 2004년에도 미국에 이어 세계 2위로 평가되었으며, 2020년 순위에서도 뉴질랜드에 이어 세계 2위를 차지하고 있다(World Bank(2014, 2020)).

156) Enterprise Singapore, Chapter 12: Anticompetitive Business Conduct, Designated Monopolies, and Government Enterprises(반경쟁정적 기업행위, 지정된 독점, 그리고 정부 기업)
Article 12.3 Designated Monopolies and Government Enterprises
……
Government Enterprises
(d) Singapore shall ensure that any government enterprise:
(i) acts solely in accordance with commercial considerations in its purchase or sale of goods or services, such as with regard to price, quality, availability, marketability, transportation, and other terms and conditions of purchase or sale, and provides non-discriminatory treatment to covered investments, to goods of the United States, and to service suppliers of the United States, including with respect to its purchases or sales … and
(ii) does not, either directly or indirectly, including through its dealings with its parent, subsidiaries, or other enterprises with common ownership:
(A) enter into agreements among competitors that restrain competition on price or output or allocate customers for which there is no plausible efficiency justification, or
(B) engage in exclusionary practices that substantially lessen competition in a market in Singapore to the detriment of consumers.
……

련 챕터의 목적을 정하고 있는데, 양자간의 무역과 투자를 제한할 가능성이 있는 기업의 반경쟁적 행위를 금지하고, 경제적으로 건전한 경쟁정책을 실행하며, 이를 위해 상호 협력하는 것이 이 협정의 이익을 보장하는 것이라고 규정하고 있다. 또한 제2조에서는 반경쟁적 행위(anticompetitive business conduct)에 대해서 규정하고 있는데, 협정의 양 당사자는 경제적 효율성과 소비자 후생을 증진하기 위하여 기업의 반경쟁적 행위를 금지하는 조치를 취하고 그러한 행위에 대해 적절한 조치를 취할 것을 요구하고 있으며, 이러한 업무를 책임 있게 수행할 경쟁당국을 설립하고 자국 기업이 상대국의 경쟁당국에 의해 제재를 받게 되는 경우 피해구제를 받을 수 있는 절차를 보장하도록 하고 있다.

싱가포르 정부는 미국과 자유무역협정을 체결한 이후, 2004년 2월에 무역산업부(Ministry of Trade and Industry)가 경쟁법(Competition Act) 초안을 발표하고 2004년 7월 27일까지 2차례의 공개적인 자문과정을 거쳤으며, 동 법안이 2004년 10월 19일에 국회에서 통과된 이후 제정 경쟁법의 광범위한 영향력을 우려하여 법률 시행 유예기간을 충분히 두면서 3단계에 걸쳐서 시행되었다. 우선 첫 단계로 2005년 1월 1일에는 경쟁당국의 설립 및 운영규정이 시행되었고, 2006월 1월 1일에는 반경쟁적 합의와 시장지배력 남용 부분이 시행되었으며, 마지막으로 2007년 1월 1일부터 기업결합에 관한 규정이 시행되었다. 싱가포르는 인도네시아, 태국에 비해 경쟁법 도입이 늦은 편이었고, 소규모 개방경제의 특성상 규모의 경제와 범위의 경제에 따른 시장집중도는 상당히 높은 편이었지만, 이미 경쟁법 도입 이전부터 시장에서의 경쟁 압력은 상당히 높았다. 따라서 시장에서 공정한 경쟁을 촉진하기 위하여 제정된 경쟁법이 오히려 시장에서 비효율적인 한계기업을 보호하여 이들의 퇴출을 막거나 효율적인 기업의 이윤 창출을 저해하지 않도록 해야 한다는 공감대가 널리 퍼져 있었고, 싱가포르 정부는 이러한 우려를 고려하여 상대적으로 완화된 형태의 경쟁법을 도입하게 된 것이다.[157]

---

157) Rajah & Tann(2004), *Competition Bill Introduced in Singapore*, pp. 1-2.

나. 경쟁법 체계

1) 개관

싱가포르 경쟁법인 Competition Act(Chapter 50B)는 EU 경쟁법 체계의 영향을 많이 받은 영국의 「경쟁법(Competition Act 1998과 Enterprise Act 2002)」을 모범으로 하여 제정되었다. 싱가포르 「경쟁법」은 총 7개의 장(Part)으로 구성되어 있는데, 경쟁법에서 금지하고 있는 주요 법위반 행위 유형을 열거하고 있는 실체법적 규정인 제3장을 제외하면, 나머지는 싱가포르 경쟁당국인 싱가포르경쟁소비자위원회(CCCS: Competition and Consumer Commission of Singapore)의 설립·운영 및 권한 등을 규정한 제2장, 절차법적 사항을 규정한 제4장(이의제기)과 제5장(제재) 등으로 구성되어 있다.

2) 법원칙과 입법목적

싱가포르 경쟁법의 입법 목적을 열거하는 제6조를 살펴보면 흥미로운 사실을 발견할 수 있는데, 제6조 1. (a)에서 싱가포르경쟁위원회는 이 법을 시행함에 있어서 '효율적인 시장행위를 유지하고 제고하며, 싱가포르 시장에서 전체적인 생산성(overall productivity)을 혁신하고 경쟁력을 촉진'해야 한다고 규정하고 있다. 미국, EU 등에서는 별도의 입법목적을 법률에 규정하지 않고 있지만, 각각 연방대법원과 유럽최고법원의 판결을 통하여 경쟁법의 목적을 소비자 후생의 극대화로 규정하고 경쟁당국이 이에 따라 경쟁법을 집행하고 있는 것과는 달리, 싱가포르 「경쟁법」은 싱가포르 경제 전반에 걸쳐서 경쟁력을 강화하는 것을 주요 목표로 정하고 있어 매우 특이하다. 이러한 특징은 경제산업부 장관이 2004년 10월 19일에 법률 제정을 위한 국회 논의 과정에서 '경쟁법은 기업과 소비자에게 이익이 될 것이고, 궁극적으로는 싱가포르 경제의 전반적인 경쟁력을 강화할 것이다'[158]라고 언급한 점에서도 알 수 있다. 또한 경쟁

법이 단지 소비자 후생이 아닌 경제적 총 후생의 극대화를 목표로 하고 있다는 점은 싱가포르 경쟁당국의 법집행 과정 등에서도 어렵지 않게 볼 수 있다. 예를 들어 싱가포르 경쟁당국은 2007년 12월에 개최된 '2008년 OECD 경쟁정책 국제포럼'에서 싱가포르 경쟁법의 궁극적인 목적은 소비자보호가 아닌 '총 후생을 극대화'하는 것이라는 입장[159]을 발표하였고, 실제 2010년 6월 처리한 SISTIC.com의 시장지배력 남용행위 사건[160]에서 '싱가포르 경쟁당국은 시장지배적 지위 남용을 규정하고 있는 「경쟁법」 제47조의 법위반 여부를 판단하는 기준으로 소비자 후생 기준 대신에 총 후생 기준을 적용'한다고 하였다. 싱가포르 「경쟁법」의 이러한 기준은 경쟁법 집행에 있어서 상당히 중요한 의미를 가진다고 할 수 있는데, 왜냐하면 시장지배력이 있는 기업의 반경쟁적 행위 또는 기업결합이 소비자 후생의 감소를 초래하더라도, 이를 상쇄할 정도의 생산자 후생의 증가가 있는 경우에는 법위반으로 판단되지 않을 수 있기 때문이다.

3) 실체법적 규정: 반경쟁적 합의와 시장지배적 지위 남용 규제

경쟁법의 실체법적 조항은 제34조(반경쟁적 합의), 제47조(시장지배적 지위 남용) 및 제54조(경쟁제한적 기업결합)라고 할 수 있는데, 이러한 실체법적 규정들은 제33조에 의하여 싱가포르 외의 국가에서 체결되는 거래행위 또는 계약의 당사자가 해외에 소재하는 경우에도 그 행위로 인해 싱가포르 국내 소비자 또는 시장경쟁에 직접적으로 영향을 미치는 경우에는 적용된다. 우선 싱가포르 「경쟁법」 제34조 제1항은 일반조항으로 싱가포르 내의 경쟁을 방해, 왜곡하거나 제한하는 효과를 초래하거나 제한할 목적으로 행하는 합의, 사업자단체

158) Singapore Parliamentary Debates, No 10, Session 1, Volume 78(6), 19 October 2004, Columns 867-869.

159) OECD Global Forum of Competition 2008(DAF/COMP/GF/WD(2008) 3, 2007. 12. 17), 'The Interface between Competition and Consumer Policies,' pp. 185-188, https://www.oecd.org/daf/competition/40898016.pdf(검색일: 2020. 8. 27).

160) Case No. CCS600/008/07, Abuse of a Dominant Position by SISTIC.com Pte Ltd, 2010. 6. 4. [7.3.3.] p. 111, 각주 364(검색일: 2020. 8. 27).

의 결정 또는 공동행위를 금지하고 있다. 같은 조 제2항에서는 이러한 행위로 a) 직접적 또는 간접적으로 구매 또는 판매가격을 고정하거나 다른 거래조건을 정하는 행위 b) 생산, 판매, 기술발전 또는 투자를 제한하거나 통제하는 행위 c) 시장이나 공급원을 분할하거나 공유하는 행위 d) 동등한 거래에 대하여 차별적인 조건을 적용함으로써 결과적으로 다른 사업자를 경쟁상 불리하게 하는 행위 e) 해당 계약의 목적물과 거래특성상 또는 상업적 용도와 관련성이 없는 부가적인 의무를 수용하도록 함으로써 계약을 체결하는 행위를 규정하고 있다. 그러나 이는 예시적 열거에 해당하고 법 제34조의 집행과 관련하여 세부적인 사항은 '제34조 금지에 관한 CCCS 지침'[161]에서 구체적으로 규정하고 있다. 동 지침[162]에서 특이한 점은 기업의 반경쟁적 합의와 관련하여 경쟁제한성이 없다고 보는 일종의 안전지대 시장점유율 기준(market share thresholds)을 규정하고 있는데, 이는 소규모 개방경제라는 싱가포르 특성을 고려하여 일정 점유율 이하의 사업자들 사이에서 발생하는 합의는 시장경쟁에 영향을 미칠 정도로 심각하게 보지 않기 때문이라고 할 수 있다. 예를 들어 수평적 합의의 경우 관련 시장에서 합의에 참여한 경쟁사업자들의 총 시장점유율이 20%를 초과하지 않거나, 비수평적 합의의 경우 관련 시장에서 합의에 참여한 사업자들의 총 시장점유율이 25%를 초과하지 않는 경우, 중소기업[163]들의 합의에 해당하는 경우에는 「경쟁법」 제34조 위반으로 보지 않는다. 물론 이러한 시장점유율 기준을 초과하더라도 바로 법위반으로 인정되는 것은 아니며, 합의의 내용과 시장구조 등 다른 경쟁요소들을 고려하여 판단한다. 그러나 이러한 안전지대 시장점유율 기준은 가격고정(price-fixing), 입찰담합, 시장분할 및 생산·투자 제한 및 통제와 같은 경성담합(hard core agreements)의 경우에는 적용

161) Competition and Consumer Commission of Singapore(2016a).
162) *Ibid.*, p. 22.
163) 싱가포르의 경우, 국내 주주가 최소 40%의 지분을 소유하고, 계열사를 포함한 기업집단의 연간매출액이 1억 SDG 이하이거나, 기업집단 전체의 피고용인 수가 200명 이하인 경우 중소기업으로 분류된다(싱가포르의 중소기업 기준, SkillsConnect, https://www.skillsconnect.gov.sg/sop/portal/Important%20Notes/SME_definition_not_updated.jsp, 검색일: 2020. 8. 26).

되지 않도록 하고 있다. 또한 법 제41조에서는 생산 또는 유통의 개선, 기술적 또는 경제적 발전의 촉진을 초래하는 합의에 대해서는 무역산업부 장관의 명령으로 제34조 적용을 면제할 수 있도로 하는 집단면제기준(criteria for block exemptions) 제도를 두고 있는데, 이러한 집단면제기준은 시장에서 경쟁을 저해하지 않도록 최소한으로 활용되도록 하고 있으며, 면제를 어용하는 경우에도 일정한 조건과 의무를 부과하도록 하고 있다.

싱가포르「경쟁법」제47조 제1항은 시장지배적 지위를 가진 사업자의 남용행위를 원칙적으로 금지하면서, 제2항에서 a) 경쟁자에 대한 약탈적 행위 b) 생산, 판매 또는 기술적 발전을 제한하여 소비자에게 손해를 입히는 행위 c) 동등한 거래에 대하여 차별적인 조건을 적용함으로써 결과적으로 다른 사업자를 경쟁상 불리하게 하는 행위 d) 해당 계약의 목적물과 거래특성상 또는 상업적 용도와 관련성이 없는 부가적인 의무를 수용하도록 함으로써 계약을 체결하는 행위를 예시적으로 금지행위로 열거하고 있다. 법 제34조와 마찬가지로, 법 제47조의 세부적인 운영 기준을 '제47조 금지에 관한 CCCS 지침'[164]에서 규정하고 있는데, 위법성 판단은 2개의 단계, 관련 시장에서 시장지배력이 있는 사업자인지의 여부와 그 시장지배력을 남용했는지의 여부를 거쳐 이루어진다. 우선 동 지침에서는 사업자가 관련 시장에서 충분한 경쟁압력이 없는 상황에서 가격을 경쟁수준 이상으로 유지하거나 생산량을 제한하거나 품질을 경쟁수준 이하로 유지하면서 이윤을 획득하고 있는 경우에는 시장지배력이 있다고 본다. 또한 시장에서 현재의 경쟁을 약화시키거나 진입장벽을 공고히 하거나 혁신을 지연시키는 경우에도 시장지배력이 있다고 간주한다. 관련 시장획정은 상품 시장획정과 지리적 시장획정으로 이루어지며, 동 지침에서는 사업자의 관련 시장 점유율이 60% 이상인 경우에는 시장지배력을 보유할 가능성이 있다고 판단한다. 그러나 시장지배력 존재 유무는 진입장벽의 정도, 대규모 구매자의 존재 여부, 현재 또는 잠재적 경쟁사업자의 존재 등 경쟁에 미치는 다른 요소들을 고려

164) Competition and Consumer Commission of Singapore(2016b).

하여 판단하므로, 시장 구조 및 특징에 따라 60% 이하의 시장점유율을 보유한 경우에도 시장지배력을 보유할 수 있다고 판단함이 옳을 것이다. 법 제47조 제2항은 시장지배적 지위 남용의 유형을 예시적으로 열거하고 있는데, 동 지침에서는 경쟁을 약화시키고 시장을 봉쇄하는 과도한 가격할인, 공급거절 또는 수직적 제한행위를 구체적으로 배제적 남용의 유형으로 정하고, 이러한 행위들이 효율적인 경쟁자를 제거하거나, 현존하는 경쟁자의 경쟁을 제한하거나 새로운 경쟁자의 시장진입을 방해하는 효과가 있는 경우에는 남용의 가능성이 높다고 하면서, 그 행위의 경쟁제한적 효과에 대해서는 개별적·구체적 사건에 따라 판단하도록 하고 있다. 경쟁제한성을 판단함에 있어서 고려할 요소로는 시장지배적 사업자와 경쟁자의 지위, 관련 시장의 구조 및 경쟁조건, 소비자 및 원재료 공급자의 존재 등을 제시하면서, 경쟁제한적 효과 입증을 위해서 경쟁당국인 CCCS로 하여금 경제적 효과 분석을 수행하도록 하고 있다. 아울러 시장지배적 사업자가 자신의 행위에 대해 정상적인 경쟁의 과정에서 발생한 합리적 정당성이 있고 경쟁을 저해할 의도가 없었음을 입증한 경우에는 CCCS는 이를 고려하여 법위반 여부를 판단하여야 한다.

싱가포르「경쟁법」제54조 제1항에서 싱가포르 내에 있는 상품과 서비스 시장 내 경쟁을 상당할 수준으로 제한하는 결과를 초래할 것으로 기대되는 기업결합을 금지하고 있다. 싱가포르「경쟁법」에서 제한하고 있는 기업결합은 결합으로 인한 경제적 효율성 효과가 결합에 따른 경쟁제한성 효과보다 큰 경우에는 제54조에서 금지하고 있는 기업결합에 해당되지 아니한다.[165] 또한 싱가포르「경쟁법」제54조에서는 심사대상이 되는 기업결합의 유형들과 심사 대상에서 제외되는 기업결합의 유형들을 규정하고 있고, 기업결합 여부 판단의 핵심 요소인 '지배권(control)'의 판단 기준 등에 대하여 기술하고 있다. 또한 싱가포르의 경쟁법상 기업결합 심사제도의 가장 큰 특징 중 하나는 기업결합 당사자들이 기업결합에 대한 경쟁당국의 최종승인을 얻기 전에도 예정된 기업결

165) OECD(2018b), *Competition Law in Asia-Pacific: A Guide to Selected Jurisdictions*, p. 186.

합을 시행할 수 있다는 점인데, 경쟁당국은 사후에 이미 진행된 기업결합이 제54조에 위반된다고 판단되는 경우 해당 기업결합을 변경, 중지, 또는 해산할 수 있으므로, 기업결합 당사자는 이러한 위험을 최소화하기 위하여 예정된 기업결합 또는 기업결합 진행 중에 CCCS에 사전 검토를 요청하거나 결정을 구할 수 있다. 이와 관련된 내용이 법 제56조부터 제60B조까지 규정되어 있다. 이에 대한 자세한 절차 및 기업결합 유형별 심사에 대한 실질적 고려요소에 대해서는 '다. 기업결합 심사제도'에서 자세하게 기술하기로 한다.

4) 절차법적 규정

싱가포르 「경쟁법」의 절차법적 규정에서 특이한 점은 경쟁당국인 CCCS의 조사가 완료되기 이전에 법 제67조에 근거하여 임시조치(interim measures)를 내릴 수 있다는 점이다. 즉 경쟁당국이 조사를 종료하기 이전에 사업자가 「경쟁법」 제34조(반경쟁적 합의), 제47조(시장지배적 지위 남용) 및 제54조(경쟁제한적 기업결합)를 위반하였다고 의심할 만한 합리적인 근거가 있는 경우에는 피해 사업자의 회복 불능 피해를 방지하거나 공공의 이익을 보호하기 위하여 당사자의 의견을 청취한 후에 임시조치를 취할 수 있다. 한편 「경쟁법」 제34조(반경쟁적 합의), 제47조(시장지배적 지위 남용) 및 제54조(경쟁제한적 기업결합) 위반에 대한 조사가 완료되어 법위반이 인정된다고 판단되는 경우에는 CCCS는 사업자에 대한 법위반 조사가 완료되는 경우에는 제68조에 근거하여 법위반 여부를 결정하게 되는데, 법위반을 결정하기 이전에 사업자에게 해당 법위반 내용을 서면으로 통지하고 사업자가 이에 대한 의견을 제시할 수 있는 기회를 제공하여야 한다. 이 과정에서 제34조(반경쟁적 합의), 제47조(시장지배적 지위 남용)와 달리 제54조(경쟁제한적 기업결합) 위반의 경우에는 기업결합 당사자들은 통지받은 날부터 14일 이내에 무역산업부 장관에게 '공익 고려(public interest consideration)'를 이유로 제54조 금지규정의 면제를 신청

할 수 있도록 하고 있다. 여기에서 '공익 고려'란 관보(Gazette)에 기재된 명령으로서 국가안전보장 또는 국방 등을 의미하며, 이에 대한 장관의 제54조 면제 결정은 최종적이라고 규정하고 있다.[166]

CCCS는 사업자의 법위반이 결정되면 「경쟁법」 제69조에 의거하여 사업자의 제34조(반경쟁적 합의), 제47조(시장지배적 지위 남용) 및 제54조(경쟁제한적 기업결합) 위반 행위에 대하여 해당 위법행위를 중지할 것을 명하거나, 경쟁제한적 효과를 개선, 완화 또는 제거하고 재발 방지를 위한 조치를 요구할 수 있다. 또한 사업자의 법위반 결정에 따른 행정적 처분인 시정명령 또는 시정조치 요구와 함께, 해당 위법행위와 관련하여 사업자의 법위반행위가 속한 연도에 싱가포르 내에서 발생한 영업매출액의 10%까지 제재금을 부과할 수 있으며, 그 기간은 최대 3년을 초과할 수 없다. CCCS는 이러한 시정조치 또는 제재금 부과 결정을 그 결정일부터 14일 이내에 관련 사업자에게 통지해야 하고, 그 통지를 받은 사업자는 법 제72조에 의하여 설립된 경쟁항소위원회(Competition Appeal Board)[167]에 제34조(반경쟁적 합의) 및 제47조(시장지배적 지위 남용) 위반의 경우에는 통지를 받은 날 또는 결정이 공고된 날 중 먼저 도래하는 날부터 2개월 이내에, 제54조(경쟁제한적 기업결합) 위반의 경우에는 먼저 도래하는 날부터 4주 이내에 제출해야 한다.[168] 이의신청을 받은 CCCS는 제34조(반경쟁적 합의) 및 제47조(시장지배적 지위 남용) 위반의 경우에는 이의신청을 받은 날부터 6주 이내에, 제54조(경쟁제한적 기업결합) 위반의 경우에는 4주 이내에 경쟁항소위원회에 이의신청에 대한 항변서(defense)를 제출하여야 한다.[169] 경쟁항소위원회의 결정에 대하여 당사자들은 결정일부터 28일 이내에 고등법원(High Court)에 항소할 수 있고, 고등법원의 판결이 선고한 날

166) 「경쟁법」 제2조 제1항.
167) 무역산업부장관이 산업, 상업 또는 행정분야에서의 역량, 경력, 전문성 등을 바탕으로 지명하는 30명 이하의 전문가로 구성된다(「경쟁법」 제72조 제1항).
168) 경쟁(이의신청)규정 [Competition (Appeals) Regulations] 제7조.
169) 경쟁(이의신청)규정 [Competition (Appeals) Regulations] 제14조.

또는 청구인이 최초로 판결에 대한 통지를 받은 날부터 1개월 이내에 상고법원(Court of Appeal)에 상고할 수 있다.[170] 싱가포르「경쟁법」제86조에서는 경쟁법 위반에 대한 독자적인 사적소송을 허용하지 않지만, 제34조(반경쟁적 합의), 제47조(시장지배적 지위 남용) 및 제54조(경쟁제한적 기업결합) 위반으로 직접적으로 피해를 입은 자는 경쟁당국의 결정 및 법원의 판결이 확정된 이후에 금지명령(injunction), 손해배상 등의 피해구제를 신청할 수 있도록 하고 있다. 또한 싱가포르「경쟁법」은 실체법 조항인 제34조(반경쟁적 합의), 제47조(시장지배적 지위 남용) 및 제54조(경쟁제한적 기업결합) 위반에 대한 형사처벌을 규정하지 않고 있지만, 법 제80조에서는 경쟁당국의 법위반 조사 단계에서 자료 요청 거부, 허위정보 제공 등 조사방해의 경우에 미화 5,000달러의 벌금이나 12개월 이하의 징역 또는 2가지 모두에 해당하는 처벌을 받을 수 있도록 하는 형사처벌 규정을 두고 있다.

다. 기업결합 심사제도

1) 관련 법률 및 하위 규정

싱가포르「경쟁법」에서 기업결합에 관한 실체적 규정은 앞서 설명한 것처럼 제54조에 규정되어 있고, 기업결합 신고 등 절차적 사항(merger procedures)[171] 및 경쟁제한성 심사 등 실체적 사항(substantive assessment)[172]에 관한 세부적 내용은 하위 지침에 규정되어 있다. 우선 법 제54조 1항에서는 국내 시장에서 '경쟁의 실질적 감소(SLC: Substantial Lessening of Competition)'를 초래하거나 초래할 것으로 예상되는 기업결합을 금지하면서, 제2항에서는 기업결합이 발생하는 경우로 i) 기업결합 이전에 서로 독립적으로 운영되던 2개

170)「경쟁법」제74조 및 법원규칙 제3(2)항 및 제4(a)항.
171) Competition and Consumer Commission of Singapore(2012).
172) Competition and Consumer Commission of Singapore(2016c).

이상의 기업이 결합하는 경우 ii) 자연인 또는 법인이 단독으로 또는 공동으로 다른 기업의 전부 또는 일부에 대하여 직접적 또는 간접적인 '지배권(control)'을 획득하는 경우 iii) 결합회사가 피결합회사 자산(영업권 포함)의 일부 또는 전부를 취득한 결과, 기업결합 직전에 피결합회사가 영위하던 사업의 전부 또는 일부 분야에서 결합회사가 피결합회사를 대체하게 되거나 상당히 대체할 정도가 되는 경우를 열거하고 있다. 또한 같은 조 제5항에서는 지속적으로 독립적인 경제적 실체의 기능을 수행하는 합작회사(joint venture)를 설립하는 것은 위의 2번째 경우인 지배권 획득에 해당한다고 명시하고 있다. 여기서 싱가포르 경쟁법상 기업결합에 해당되는지의 여부를 판단하기 위해서는 '지배권'의 개념이 상당히 중요한데, 「경쟁법」 제54조 제3항은 사업자의 행위와 관련이 있는 권리, 계약, 다른 수단 또는 이들 수단의 결합이 원인이 되어 '결정적인 영향력(decisive influence)'이 행사될 수 있는 경우에는 '지배권'이 행사된다고 간주하면서, i) 사업자 자산의 전부 또는 일부를 사용할 권리 또는 소유권의 경우, 또는 ii) 사업자 조직에 대한 구성, 결정 또는 의결권 행사와 관련하여 결정적인 영향력이 행사될 수 있도록 하는 권리 또는 계약의 경우에는 지배권이 존재한다고 규정하고 있다. 또한 같은 조 제4항에서는 지배권의 획득에 대하여 규정하고 있는데, 결합회사가 i) 제3항에 규정된 지배권을 보유하게 되거나 또는 이에 준하는 다른 수단을 사용할 권한을 보유하게 되는 경우, 또는 ii) 그러한 지배권 또는 이에 준하는 다른 수단을 사용할 권한을 보유하지 않더라도 그것으로부터 발생하는 권리를 행사할 권한을 획득하는 경우에는 지배권이 획득된다고 규정하고 있다. 한편 싱가포르 「경쟁법」 제55조 및 별표 4(Fourth Schedule)는 제54조의 금지규정 적용이 제외되는 경우로, 법률 규정에 의하여 승인요건이 규정되어 장관, 규제당국 또는 통화정책 당국에 의해 승인된 기업결합, 통신·미디어 산업과 같이 관련 산업규제 당국의 관할권하에 있는 기업결합, 「우편법」,[173] 「대중교통협의회법」,[174] 「해양항만청법」[175] 등 관련 규

173) Postal Services Act, Section 237A.

제당국의 근거법률에 따라 인허가를 받고 제공하는 서비스와 관련된 기업결합 등을 규정하고 있다. 특히 별표 4의 제3호에서는 기업결합으로 인한 경제적 효율성 증가가 싱가포르 관련 시장에서 경쟁의 상당한 감소에 기인한 부정적 효과를 상쇄할 정도로 큰 기업결합을 법 제54에서 금지하는 기업결합의 예외로 규정하고 있는데, 싱가포로의 기업결합 심사제도가 의무적인 사전신고제도를 취하고 있는 미국, EU와 달리 기업결합 신고 여부를 자발적으로 선택할 수 있도록 하고 있는 점을 고려할 때 예외 인정에 대한 입증은 기업결합 당사회사들이 한다고 보는 것이 타당하다.

2) 기업결합 신고제도: 자발적인 사후신고

싱가포르 기업결합 심사제도에서 중요한 특징 중의 하나는 이미 설명한 것처럼 의무적인 사전신고 대신에 자발적인 사후신고가 가능하다는 점이다. 즉 기업결합 당사회사들은 기업결합을 진행하면서 당해 기업결합이 「경쟁법」 제54조에서 금지하고 있는 경쟁제한적 기업결합에 해당되지 않는다고 스스로 판단하는 경우에는 CCCS의 승인을 받지 않더라도 기업결합 절차를 진행할 수 있다. 이러한 절차적 특징은 앞서 설명한 것처럼 2003년에 미국과 자유무역협정을 체결하면서 경쟁법 도입 당시 사전신고를 의무화하지 않았던 영국 경쟁법의 영향과 경쟁법 도입 이전부터 상당히 높은 수준의 시장개방도와 이로 인한 해외경쟁 압력이 작용하였던 싱가포르의 경제구조적 특성이 같이 반영된 것이라고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 싱가포르소비자경쟁위원회는 신고되지 않은 사후 기업결합에 대하여 직권조사를 통하여 기업결합 당사회사들의 고의 또는 과실에 의한 「경쟁법」 제54조 위반이 확인되는 경우에는 이미 효력이 발생한 기업결합을 무효로 하고 제재금도 부과할 수 있는 권한[176]이 있기 때문에,

174) Public Transport Council Act, Section 259B.
175) Maritime and Port Authority of Singapore Act, Section 170A.
176) 「경쟁법」 제69조 제1항 c, d.

기업결합 심사에 따른 불확실성을 사전에 제거하기 위하여 자발적으로 사전신고를 행하기도 하며, 사전신고를 하지 않는 경우에는 이에 위험부담을 감수하고 기업결합을 진행하여야 한다.

3) 기업결합 심사절차

싱가포르 「경쟁법」에 따른 기업결합 심사절차는 크게 두 단계로 나뉜다고 할 수 있다. 그러나 두 단계 기업결합 심사에 들어가기 이전에 사전심사(preliminary thresholds) 단계로서 CCCS는 기업결합 당사회사들이 신고한 기업결합이 싱가포르 「경쟁법」 제55조 및 별표 4에 의한 심사 예외사유에 해당된다고 판단하거나 당해 기업결합의 경쟁제한성이 크지 않다고 판단하는 경우에는 기업결합 심사를 진행하지 않고 이를 사업자들에게 통지하여야 한다.[177] 「경쟁법」 제54조에 따른 심사대상 기업결합 심사대상에는 해당되지만 시장에서 경쟁을 실질적으로 감소할 가능성이 없는 단순한 기업결합의 경우에는 1단계 심사(Phase I review)만을 실시하지만, 보다 심도 있는 검토가 필요하다고 판단되는 경우에는 기업결합 신고인의 의견을 청취한 후에 2단계 심사(Phase II review)를 진행하여야 하고, 이에 대한 결정은 기업결합 신고 접수일부터 30영업일 이내에 하여야 한다.[178] 이 과정에서 의견 청취 기간은 30영업일 기한에 포함되지 아니한다. 2단계 심사에서는 당해 기업결합의 경쟁제한성에 대한 보다 면밀한 분석이 이루어지며, 경쟁제한성이 있다고 판단되는 경우에는 CCCS는 해당 기업결합에 대한 사실관계와 판단사유 등을 담고 있는 조건부 결정서(Provisional Statement of Decision)를 신고 접수일부터 120영업일 이내에 기업결합 신고자에게 통지해야 하는데, 동 기한은 CCCS와 기업결합 당사회사의 서면합의를 거쳐 연장될 수 있다. 기업결합 당사회사들은 조건부 결정서에 대한 의견을 제출할 수 있고, CCCS는 이러한 의견청취 절차를 거친 후에 최종 결정을 하고,

177) Competition and Consumer Commission of Singapore(2012), 4.52, 4.53, p. 109.
178) *Ibid.*, 4.55, p. 110.

그 결정을 관보(Gazette)에 공고하여야 한다. CCCS는 이러한 시정조치 또는 제재금 부과 결정을 그 결정일부터 14일 이내에 관련 사업자에게 통지해야 하고, 그 통지를 받은 사업자는 법 제72조에 의하여 설립된 경쟁항소위원회(Competition Appeal Board)[179]에 제54조(경쟁제한적 기업결합) 위반의 통지를 받은 날 또는 결정이 공고된 날 중 먼저 도래하는 날부터 4주 이내에 이의신청을 제기할 수 있다.[180] 이의신청을 받은 CCCS는 이의신청을 받은 날부터 4주 이내에 경쟁항소위원회에 이의신청에 대한 항변서(defense)를 제출하여야 한다.[181] 한편 「경쟁법」 제68조에 따르면 기업결합 당사회사들은 CCCS가 제54조(경쟁제한적 기업결합) 위반에 대한 조건부 결정 통지를 받은 날부터 14일 이내에 무역산업부 장관에게 '공익 고려(public interest consideration)'를 이유로 제54조 금지규정의 면제를 신청할 수 있도록 하고 있으며, 이에 대한 장관의 제54조 면제 결정은 최종적이라고 규정하고 있다.[182]

4) 임시중지 명령 제도

한편 싱가포르 「경쟁법」은 기업결합에 대한 의무적인 사전신고 제도를 운용하고 있지 않기 때문에 기업결합 당사회사들이 자발적으로 예정된 기업결합을 경쟁당국에 신고함과 동시에 기업결합 절차를 진행하는 경우, 경쟁당국이 경쟁제한성에 대한 최종결정을 내리기 전에 해당 기업결합을 중지시킬 수 있는지가 문제된다. 싱가포르 「경쟁법」 제58A조 및 제67조는 CCCS로 하여금 제54조에 의한 경쟁제한적 기업결합 가능성이 높다고 의심할 만한 합리적인 근거가 있는 경우에는 기업결합의 진행을 임시중지(interim measures)할 수 있도록 하고 있다.[183] 그러나 임시중지 결정이 내려진 경우에도 추가적인 조사를 통해

179) 무역산업부장관이 산업, 상업 또는 행정분야에서의 역량, 경력, 전문성 등을 바탕으로 지명하는 30명 이하의 전문가로 구성된다(「경쟁법」 제72조 제1항).
180) 경쟁(이의신청)규정 [Competition (Appeals) Regulations] 제7조.
181) 경쟁(이의신청)규정 [Competition (Appeals) Regulations] 제14조.
182) 「경쟁법」 제2조 제1항.
183) Competition and Consumer Commission of Singapore(2012), 4.66~4.71, p. 111.

경쟁제한성이 없다고 판단되는 경우에는 해당 기업결합은 승인될 수 있다. 기업결합 당사회사가 CCCS의 임시중지 지침에 따르지 않고 기업결합을 진행하는 경우에는 형사처벌 된다.[184]

5) M&A 심사 시 고려요소

CCCS는 해당 기업결합 또는 예정된 기업결합이 싱가포르「경쟁법」제54조에서 정하고 있는 '경쟁의 실질적 감소(SLC)'에 해당되는지의 여부를 판단하여야 하는데, CCCS의 기업결합심사지침[185]에 따르면 해당 기업결합이 관련 시장에서 경쟁을 실질적으로 감소시키는지의 여부를 판단하기 위하여 우선 CCCS는 시장획정지침[186]에 따라 당해 기업결합과 관련하여 경쟁압력이 작용할 것으로 예상되는 상품시장과 지리적 시장의 범위, 즉 관련 시장을 획정한다. 관련 시장이 획정되면 이에 기반한 시장점유율과 상위 사업자의 시장집중도를 측정하여 경쟁제한가능성 여부를 판단하게 되는데, 기업결합 심사지침에 따르면 당해 기업결합으로 인하여 기업결합 당사회사들의 시장점유율이 40% 이상이 되지 않는 경우, 또는 이들의 기업결합 후 시장점유율이 20~40%이고 기업결합 이후 상위 3개 사업자의 시장집중도를 의미하는 CR3가 70% 이상이 되지 않는 경우에는 당해 기업결합으로 경쟁제한 우려가 발생할 가능성이 낮다고 판단한다. 그러나 이러한 요건(thresholds)에 해당된다는 사실 자체로(per se) 경쟁제한성이 전혀 없다는 것을 의미하는 것은 아니며, CCCS가 보다 심도 있는 검토가 필요하다고 판단하는 경우에는 기업결합 심사를 진행할 수 있다. CCCS의 기업결합 심사지침에서 제시하고 있는 경쟁제한성 판단을 위한 고려요소는 미국, EU 등 다른 경쟁당국의 경우와 크게 다르지 않은데, 관련 시장에

184) *Ibid.*, 4.74, p. 112.
185) Competition and Consumer Commission of Singapore(2016e).
186) Competition and Consumer Commission of Singapore(2016d). 동 지침은 싱가포르「경쟁법」제54조(경쟁제한적 기업결합) 이외에 제34조(반경쟁적 합의) 및 제47조(시장지배적 지위 남용)를 적용하기 위하여 관련 시장을 획정하는 경우에도 적용된다.

서 사업을 영위하는 직접적인 경쟁자들 사이의 기업결합인 '수평결합(horizontal mergers)'에서는 당해 기업결합으로 인해 기업결합 당사회사들이 독점적 지위를 활용하여 가격 인상, 생산량 또는 품질 감소 등을 통해 시장에서 경쟁을 제한할 우려가 있는지를 판단하는 '단독효과'[187] 분석과 당해 기업결합으로 관련 시장에서 경쟁사업자의 수가 감소됨에 따라 담합 등의 우려가 있는지를 판단하는 '협조효과'[188] 분석을 실시하며, 이와 함께 진입장벽의 정도, 잠재적 경쟁자의 신규 진입이 충분하고 적절하게 이뤄질 가능성, 대규모 구매자의 존재 등도 같이 고려하여 「경쟁법」 제54조 위반 여부를 판단한다. 기업결합 당사회사들이 경쟁사업자가 아닌 수직적 거래관계에 있는 '수직결합(vertical mergers)'의 경우 또는 다른 상품시장에서 사업을 영위하는 '혼합결합(conglomerate mergers)'의 경우에는 수평결합에 비해 경쟁제한 우려가 크지 않지만, 이 경우에도 경쟁사업자의 시장진입을 배제하거나 시장경쟁을 제한하는 '봉쇄효과'의 우려가 있는지 또는 보완재에 대한 끼워팔기 등 반경쟁적 사업전략을 통해 다른 시장에서의 경쟁자를 배제할 가능성이 있는지를 중점적으로 검토한다.

그러나 이러한 경쟁제한효과 분석 결과 당해 기업결합의 경쟁제한 가능성이 있다고 하더라도 세 가지 측면, 즉 공급측면의 효율성, 수요측면의 효율성, 동태적 효율성 측면에서 이를 상쇄할 만한 효율성 증대효과가 입증되는 경우에는 CCCS는 당해 기업결합을 승인 또는 조건부 승인할 수 있다. 우선 당해 기업결합으로 인해 공급측면에서 생산비용 절감, 투자증대, 다양한 소비자 선택의 확대 등이 크게 이루어지거나, 수직결합에서 이중가격책정(double mark-up)이 감소하는 경우에는 공급측면의 효율성이 증대되는 것으로 볼 수 있고, 수요측면에서 망효과(netwrok effects)가 크게 증가하거나 보완재에 대한 기업결합으로 인해 가격인하 효과 또는 원스톱 쇼핑서비스 제공으로 소비자 편익이 증가하는 경우 수요측면의 효율성 증대효과가 있다고 볼 수 있으며, 기술 이전

187) non-coordinated effects 또는 unilateral effects.
188) coordinated effects.

으로 인해 기술연구개발 역량의 증대 등 비가격적 측면에서 동태적 효율성이 확보되고, 이러한 효율성 증대효과들이 단독효과, 협조효과, 봉쇄효과 등에 따른 경쟁제한효과를 상쇄하는 경우에는 「경쟁법」 제54조 위반에 해당되지 아니할 수 있다.

6) 심사 결과 조치 및 이의제기

CCCS는 해당 기업결합 또는 예정된 기업결합의 효율성 증대효과가 있다고 하더라도 경쟁제한적 효과보다 적다고 판단하는 경우에는 싱가포르 「경쟁법」 제54조를 위반한 경쟁제한적 기업결합이라고 인정하고, 같은 법 제69조에 근거하여 경쟁의 실질적 감소를 방지하거나 완화시킬 수 있는 조치를 내릴 수 있는데, 예를 들어 이러한 조치로는 예정된 기업결합의 금지 또는 기업결합 조건의 변경 등을 들 수 있다. 시정조치의 종류로는 미국, EU 등 다른 경쟁당국과 마찬가지로 자산매각과 같은 구조적 시정조치(structural remedies)와 일정기간 동안의 가격인상 등을 금지하는 행태적 시정조치(behavioural remedies)가 있는데, CCCS는 원칙적으로 경쟁제한 우려를 제거하기 위한 조치로 행태적 시정조치에 비해 경쟁효과가 더욱 크고 시정조치 이행 감시비용이 적은 구조적 시정조치를 선호하는 경향이 강하다.[189] 또한 시정조치 요구와 함께, 해당 위법행위와 관련하여 사업자의 법위반행위가 속한 연도에 싱가포르 내에서 발생한 영업매출액의 10%까지 제재금을 부과할 수 있으며, 그 기간은 최대 3년을 초과할 수 없다. CCCS는 이러한 시정조치 또는 제재금 부과 결정을 그 결정일부터 14일 이내에 관련 사업자에게 통지해야 하고, 그 통지를 받은 사업자는 법 제72조에 의하여 설립된 경쟁항소위원회(Competition Appeal Board)[190]에 결정통지를 받은 날 또는 결정이 공고된 날 중 먼저 도래하는 날부터 4주 이

189) Competition and Consumer Commission of Singapore(2016e), 8.9~8.18, pp. 87-88.
190) 무역산업부장관이 산업, 상업 또는 행정분야에서의 역량, 경력, 전문성 등을 바탕으로 지명하는 30명 이하의 전문가로 구성된다(「경쟁법」 제72조 제1항).

내에 제출해야 한다.[191] 이의신청을 받은 CCCS는 이의신청을 받은 날부터 4주 이내에 경쟁항소위원회에 이의신청에 대한 항변서(defense)를 제출하여야 한다. 경쟁항소위원회의 결정에 대한 고등법원 항소, 상고법원 상고 절차 및 사적 소송 및 형사처벌 관련 내용은 이미 앞에서 기술한 '나. 경쟁법 체계' 내용을 참고하기 바란다.

4. 베트남

가. 경쟁법 도입 연혁

베트남 경쟁법은 1986년부터 베트남 정부가 강력하게 개혁·개방 정책(도이머이)[192]을 추진하는 과정에서 그 도입 논의가 시작되었다고 할 수 있다. 1980년대 중반 정부 주도의 사회주의 계획경제하에서 시장경제로 전환하는 과정에서 베트남은 과거에 법규성이 약한 행정 지침과 명령에 근거하여 운영하던 경제규제를 보다 일반적으로 적용이 가능한 법률로 대체하는 입법체계 개혁을 추진하였다.[193] 베트남 정부는 특히 베트남공산당(Communist Party of Vietnam)을 중심으로 당시 정부가 부여한 독점적 지위를 바탕으로 시장을 지배하고 있던 공기업이 경제적 비효율을 초래하는 중요한 원인이 되고 있다고

191) 경쟁(이의신청)규정 [Competition (Appeals) Regulations] 제7조.

192) 베트남은 1980년대 중반 재정적자 누증, 물가 불안 등 취약한 경제상황을 극복하기 위하여 소위 '도이머이(Doi Moi: 쇄신)'라는 경제 개혁·개방 정책을 실시하였는데, 그 시기는 크게 도입기(1986~94년), 전환기(1995~2006년), 정착기(2007년 이후)로 나눌 수 있다. 도입기에는 제6차 공산당대회(1986년)를 계기로 도이머이 정책을 도입하여 농업개혁, 시장경제체제 이행, 대외교역 개방 등을 위한 제도적 기반을 구축하였고, 전환기에는 시장개방과 외국인투자에 초점을 맞춰 경제성장의 기반을 구축하면서 대내적으로 국영기업 개혁에 주력하였으며, 정착기에는 WTO 가입(2007년)을 계기로 글로벌 경제체제에 본격 편입함에 따라 대외지향적 성장방식이 공고해졌다(한국은행 2018).

193) Pham(2006), "The Development of Competition Law in Vietnam in the Face of Economic Reforms and Global Integration," p. 547.

판단하면서, 경쟁체제 도입을 위한 공기업 민영화를 추진하게 된다. 또한 1980년대부터 학계와 정부 연구소 등을 중심으로 정부의 통제를 기반으로 하는 계획경제와 독점 공기업의 비효율성, 공기업 민영화를 통한 경제개혁 추진 과정에서 공공부문과 민간부문 간의 힘의 격차로 인해 발생하는 불공정 경쟁 문제를 심각하게 인식하면서, 베트남에서는 경쟁법 도입 논의가 본격적으로 시작된다. 또한 당시 1980년대 이후로 진행되던 공산주의 몰락과 신자유주의 경제 개혁(neo-liberal economic reforms)의 유행으로 당시 전 세계적으로 경쟁법의 도입 현상이 확산되고 있었는데, 베트남의 경쟁법 도입은 이러한 현상과도 관련이 있었다고 할 수 있다.[194]

그럼에도 불구하고 정치적으로 사회주의 이념을 채택하고 있던 베트남 정부 입장에서 시장경제체제의 도입은 쉽지 않은 도전이었다. 즉 대내적으로 공기업 민영화를 통해 시장을 민간에 개방한다는 의미는 대외적으로는 경쟁력 있는 외국 기업들의 베트남 시장 진입을 허용하게 되어 당시 경쟁력이 취약했던 자국 기업들의 경쟁열위에 놓이게 되는 결과를 초래할 수 있기 때문에, 경쟁법 도입을 통한 전면적인 시장경제 도입은 쉽지 않았다. 그럼에도 불구하고 세계무역기구(WTO: World Trade Organization) 가입을 통해 개방경제로 전환하고 국제무역질서에 편입되기 위해서는 경쟁을 기반으로 한 시장경제 도입이 반드시 달성해야 할 목표 중 하나였으므로, 베트남공산당은 이에 대한 노력을 지속하였다.[195] 특히 1996년 제8차 국회에서 베트남공산당 중앙위원회는 시장에서 건전한 경쟁 환경을 조성하고 독점적 지위의 남용을 예방할 필요가 있음을 강조하였다.[196]

시장경쟁 촉진을 법목적으로 하는 경쟁법의 도입은 베트남이 대내외에 시장경제로의 전환을 지속적으로 추진하겠다는 일종의 확약을 공언하는 것과도 같

194) Cook(2004), "Competition Policy, Market Power and Collusion in Developing Countries."
195) *Ibid.*, p. 550.
196) Stern(1999), "The Political Report to the 8th Congress of the Vietnamese Communist Party: An Anatomy of the Writing Process," pp. 49-70.

은 것이었다. 베트남 정부는 1990년대부터 UNDP(United Nations Development Programme)와 UNCTAD(United Nations Conference on Trade and Development),[197] IMF(International Monetary Fund), WB(World Bank) 등으로부터 경쟁법 도입을 위한 기술지원 프로그램을 지속적으로 받았고, 이러한 과정을 거쳐 개혁·개방 정책을 본격적으로 추진한 지 14년이 지난 2000년부터 베트남 국회에서 경쟁법 초안을 논의하기 시작하였다. 그로부터 4년이 지난 2004년 12월 3일 국회에서 「베트남경쟁법(Competition Law of Vietnam)」[198]이 통과되었으며 6개월 정도의 유예기간을 거쳐 2005년 7월 1일부터 시행되었다.

이후 13년 동안 시행되었던 「2004년 베트남경쟁법(No. 27/2004/QH11, 이하 2004년 베트남경쟁법)」은 최근 전면 개정이 이루어졌고, 현재는 「2018년 베트남경쟁법(Law No. 23/2018/QH14, 이하 2018년 베트남경쟁법)」이 적용되고 있다. 최근 베트남경쟁법의 대대적인 전면 개정이 이루어진 이유는 「2004년 베트남경쟁법」이 외형상으로는 미국, EU 등 다른 선진 경쟁당국의 경쟁법 규율과 유사한 규제 틀을 가지고 있음에도, 경쟁법을 집행함에 있어서 실체법적 측면과 절차법적 측면에서 효과적, 효율적 규율이 이루어지지 않고 있다는 지적이 지속적으로 제기[199]되었기 때문이다. 따라서 이하에서는 「2004년 베트남경쟁법」 실체법적·절차법적 내용과 그 한계를 자세하게 살펴본 후, 최근 개정된 「2018년 베트남경쟁법」의 주요 내용을 설명하고자 한다.

---

197) United Nations Development Programme(UNDP), Vietnam Project VIE/01/002 [Institutional and Capacity Building in the Area of Competition Law and Policy in Vietnam](with technical assistance from the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)).

198) 2004년 제정된 베트남경쟁법의 정식 명칭은 Competition Law 2005(No.27/2004/QH11)이다.

199) OECD(2018c), *Peer Reviews of Competition Law and Policy, Viet Nam*, p. 66.

나. 2004년 베트남경쟁법: Law 27/2004/QH11 on Competition

1) 실체법적 규정

「2004년 베트남경쟁법」은 총 6장 123개 조문으로 구성되어 있다. 이 중 실제로 경쟁법 집행에 있어서 가장 중요한 실체법 규정은 크게 네 부분으로 나눌 수 있는데, 경쟁법의 핵심 규율사항인 반경쟁적 합의(카르텔), 시장지배적 지위 남용, 경쟁제한적 경제력집중(기업결합)에 대한 내용은 「2004년 베트남경쟁법」 제2장의 1~3절에서 각각 규정하고 있다. 한편 베트남경쟁법은 앞에서 살펴보았던 인도네시아 경쟁법, 싱가포르 경쟁법과 달리 일본의 「독점금지법」 제19조, 우리나라의 「공정거래법」 제23조의 불공정거래행위와 동일하지는 않지만 유사한 '불공정경쟁(Unfair Competition)' 규정이 포함되어 있다는 점이다.[200] 다만 여기에서는 다른 아세안 주요국과의 비교를 위해 전통 경쟁법의 핵심규제인 카르텔, 시장지배적 지위 남용, 기업결합 규제에 대해서 살펴보기로 한다.

가) 반경쟁적 합의(카르텔) 규제

우선 「2004년 베트남경쟁법」 제8조(경쟁제한 합의)는 경쟁을 제한하는 합의를 금지하면서 금지되는 유형들[201]을 열거적으로 제시하고 있다. 이 금지유형

200) 베트남경쟁법의 불공정경쟁 규정은 일본의 「독점금지법」 제19조, 우리나라의 「공정거래법」 제23조의 불공정거행위와 동일하지는 않지만 유사한 구조로 규정되어 있다. 이에 대한 자세한 내용은 부록에 있는 「2004년 베트남경쟁법」 또는 OECD(2018c)의 *Peer Reviews of Competition Law and Policy, Viet Nam*, p. 68을 참고하기 바란다.

201) 「2004년 베트남경쟁법」 제8조 1~8항에서 금지하는 8가지의 담합행위 유형으로 ① 재화·용역의 가격을 직접 또는 간접적으로 고정시키는 합의 ② 재화·용역의 소비자 시장 또는 공급원을 분할하는 합의 ③ 재화·용역의 생산, 구매, 판매 물량과 수량을 제한하거나 통제하는 합의 ④ 기술개발과 투자를 제한하는 합의 ⑤ 다른 사업자에게 재화·용역의 구매 또는 판매 계약조건을 부과하거나 본 계약과 직접적인 관련성이 없는 의무를 강요하는 합의 ⑥ 다른 사업자가 시장에 진입하거나 사업을 개발하는 것을 방해하거나 저지 또는 허용하지 않기로 하는 합의 ⑦ 합의의 당사자 이외 사업자를 시장에서 배제하기로 하는 합의 ⑧ 하나 또는 둘 이상의 거래 당사자가 재화·용역의 제공에 관한 입찰에서 낙찰받을 수 있도록 공모하는 행위가 있다.

들은 가격 담합, 시장분할 합의, 경쟁사업자 배제를 위한 합의, 입찰담합 등 다른 경쟁법의 금지 유형들과 크게 다르지 않다고 할 수 있다. 다만 「2004년 베트남경쟁법」에서 주목할 만한 내용은 제9조(금지된 경쟁제한 합의)에서 정하고 있는 규율 방식이라고 할 수 있다. 미국, EU, 한국 등 경쟁법에서 통상적으로 적용되는 카르텔 규제는 이분법적으로 심사가 이루어진다고 할 수 있다. 즉 그 성격상 경쟁제한 효과가 명백한 가격 담합, 시장분할 담합 등과 같은 경우는 경성담합(hard-core cartels)으로 구체적인 시장상황에 대한 분석 없이 담합행위의 존재만으로도 법위반이 인정(당연위법, per se illegal)되는 데 반하여, 공동 기술개발이나 공동생산처럼 경쟁제한효과와 효율성 증대 효과가 병존하는 경우에는 두 효과를 비교형량하여 법위반 여부를 판단(합리의 원칙, rule of reason)하게 된다.

「2004년 베트남경쟁법」의 카르텔 규제방식은 같은 법 제9조에서 정하고 있는데 외형상 이러한 이분법적 기준을 따르는 듯 보이나, 구체적으로 살펴보면 통상적인 규제방식과 다르다고 할 수 있다. 제9조 1항에서는 제8조 6~8항의 유형을 시장점유율에 상관없이 전면적으로 금지하여 이들 유형을 일응 당연위법과 유사하게 보고 있는 반면, 제9조 2항에서는 제8조 1~5항이 행위유형에 대하여는 담합과 관련된 시장점유율이 30% 이상을 가진 경우에만 이를 금지하고 있다. 이는 두 가지 측면에서 법집행의 문제점을 야기하게 된다. 우선 가격담합과 같은 경성담합의 경우 시장점유율과 상관없이 당연위법으로 판단하는 것이 통상적인 경쟁법 집행방식이라는 점에서 베트남경쟁법의 경쟁제한행위 억지력 효과에 의문이 제기될 수 있다. 또한 경성담합 이외의 담합행위에 대하여 시장점유율이라는 단순하고 일률적인 기준을 적용하여 경쟁법 위반 여부를 판단하는 방식은 경쟁법 집행의 중요한 판단 기준인 소비자 후생 기준과 효율성 기준을 고려하지 못하는 문제를 야기할 수 있다. 즉 시장점유율 이외에 담합 가담자의 시장지배력, 담합행위의 경쟁제한 효과, 사업자의 의도 등을 고려하여 경쟁제한효과와 효율성 증대효과를 비교형량하고, 궁극적으로 소비자 후생

에 미치는 영향을 종합적으로 고려하지 않고, 시장점유율만을 고려하는 경우에는 경쟁당국이 판단에 오류가 발생할 가능성이 커지게 된다. 한편 「2004년 베트남경쟁법」 제10조는 제9조 2항에 규정된 합의 유형에 대해서는 조직구조와 사업개선 또는 효율성 향상, 기술발전, 중소기업의 경쟁력 제고, 세계시장에서 베트남 기업의 경쟁력 제고 등을 위한 것이면서 소비자 이익을 위한 것일때는 통상산업부 장관에게 면제신청을 함으로써 법위반의 예외로 인정받을 수 있도록 하고 있다.[202]

나) 시장지배적 지위 남용 규제

「2004년 베트남경쟁법」의 시장지배적 지위 남용 규제는 제11~15조에 규정되어 있다. 우선 제11조는 시장지배적 지위를 가지는 사업자에 대하여 정의하고 있는데, 1항에서는 기업 단독으로 관련 시장에서 30% 이상의 시장점유율을 가지거나 경쟁을 상당할 정도로 제한할 수 있는 경우를 시장지배적 사업자로 정의하고 있다. 또한 2항에서는 여러 사업자가 공동으로 시장지배적 지위를 가지는 경우를 규정하고 있는데, 구체적으로 사업자들이 공동으로 경쟁을 제한하는 행위를 하고 이 행위에 관련된 사업자들의 수가 둘인 경우에는 이들 관련 시장의 시장점유율 합계가 50% 이상인 경우, 사업자들이 셋인 경우에는 합계가 65% 이상인 경우, 사업자들이 넷인 경우에는 합계가 75% 이상인 경우에 시장지배적 사업자에 해당된다고 규정하고 있다. 제12조에서는 관련 시장에서 경쟁사업자가 없는 경우를 독점적 지위를 보유한 사업자를 정의하고 있는데, 이는 미국, EU, 한국 등 대부분의 경쟁법에서는 독점적 사업자를 별도로 정의하지 않고 시장지배적 사업자의 규정을 적용하고 있는 점을 고려하면 상당히 특이한 반면, 법집행의 실효성이나 효율성 측면에서 별도 규정의 필요성에 대해서는 의문이라고 생각된다.

---

202) 면제 신청에 대한 자세한 내용은 중앙대학교 산학협력단(2011), pp. 44~48 참고.

경쟁법상 금지대상이 되는 시장지배적 지위 남용과 독점적 지위 남용의 행위유형은「2004년 베트남경쟁법」제13조 1~6항[203]과 제14조 1~3항[204]에 각각 규정되어 있다. 이 중 제13조에 규정된 6개의 시장지배적 지위 남용 행위유형은 제14조의 독점적 지위 남용 행위에도 동일하게 규정하고 있다. 예를 들어, 시장지배적 사업자의 지위로서 경쟁사업자 배제를 위해 원가 이하로 제품을 공급하는 경우에는 제13조 1항이 적용되는 반면, 동일한 행위가 독점적 지위 사업자에 의해 이루어지는 경우에는 제14조 1항이 적용되는 것이다. 한편 제15조에서는 다른 국가의 시장지배적 지위 남용 규제에서 보이지 않는 내용이 포함되어 있는데, 국가 독점사업 분야에서 공공 분야 재화·용역을 공급하거나 생산하는 기업들을 통제할 수 있는 근거규정을 두고 있다. 즉 국가는 제15조에 근거하여 독점 공기업의 가격책정, 생산수량, 판매범위 등을 통제할 수 있다고 할 수 있다. 이러한 규정을 둔 이유는 명확하지 않지만, 이는 아마도 2004년에 경쟁법을 도입하게 된 중요한 동기 중 하나였던 공기업의 과도한 비중과 비효율성 개선과 관련된 것이 아닐까 추측한다. 즉 사회주의 경제체제와 공산주의 정치체제를 유지하고 있던 베트남 정부는 경쟁법을 제정하면서도 독점 공기업의 지배력 남용을 우려하였을 것이고, 이러한 독점 공기업의 비효율성에 대한 제도적 대응방안이 필요했을 것이라 추측할 수 있다.

---

203)「2004년 베트남경쟁법」제13조 1~6항에서 금지하는 6가지의 시장지배적 지위 남용 행위의 유형으로 ① 경쟁사업자를 배제하기 위하여 총비용보다 낮은 가격으로 재화·용역을 공급하는 행위 ② 재화·용역의 구매 또는 판매가격을 불합리하게 설정하거나 소비자에게 피해를 야기하는 최저 재판매가격을 설정하는 행위 ③ 재화·용역의 생산, 분배를 제한하거나, 시장을 제한하거나, 기술발전을 저해함으로써 소비자피해를 제한하는 행위 ④ 경쟁에서 불평등을 초래할 목적으로 유사한 거래에 대하여 상이한 거래조건을 부과하는 행위 ⑤ 다른 사업자에게 재화·용역의 구매 또는 판매 계약을 체결하면서 조건을 부과하거나 본 계약과 직접적인 관련성이 없는 의무를 강요하는 행위 ⑥ 새로운 경쟁사업자의 시장진입을 방해하는 행위가 있다.

204)「2004년 베트남경쟁법」제14조 1항~3항에서 금지하는 독점적지위 남용행위 유형은 총 8가지인데, 우선 1항에서는 제13조에서 규정된 6가지 금지행위를 독점적 사업자의 지위에서 행하는 경우를 포함하고 있고, 2항에서는 소비자에게 불리한 조건을 설정하는 행위, 3항에서는 독점적 지위를 남용하여 합리적 이유 없이 일방적으로 이미 체결된 계약을 수정하거나 취소하는 행위를 규정하고 있다.

다) 경쟁제한적 경제력집중(기업결합) 규제

「2004년 베트남경쟁법」의 경제력집중(기업결합) 규제는 제16조~23조에 규정되어 있다. 우선 제16조와 제17조는 경쟁법 적용 대상이 되는 기업결합 을 흡수합병(merger), 신설합병(consolidation), 자산인수(acquisition), 합작투자(joint venture)를 4가지 주요 유형[205]으로 구분하고, 추가적으로 기타 법률에 규정된 기업결합을 포함하고 있다. 「2004년 베트남경쟁법」의 기업결합 규제에서 가장 주목할 필요가 있는 부분은 시장점유율을 기준으로 경쟁제한적 기업결합 여부를 판단하고 있다는 점이다. 「2004년 베트남경쟁법」 제18조는 기업결합으로 인하여 관련 시장의 시장점유율이 50%를 초과하는 경우에는 이를 경쟁제한적 기업결합으로 보고 제19조에서 정한 예외사유에 해당하지 않는 경우에는 원칙적으로 경쟁제한성에 대한 심사없이 금지하고 있다.

제19조에 따르면 기업결합 당사자(합병회사 또는 피합병회사)가 파산위험에 있거나(failing firm), 당해 기업결합이 베트남 기업의 수출증대, 사회경제적·기술적 발전에 기여하는 효과를 초래하는 경우에는 시장점유율이 50%를 초과하더라도 허용된다. 다만 전자의 경우에는 산업무역부 장관이, 후자의 경우에는 국무총리가 면제 여부를 결정하도록 하고 있다.[206] 구체적인 면제절차에 관한 사항은 제26~38조에서 정하고 있는데, 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다. 면제절차는 기업결합 당사자의 자료 제출을 통하여 이루어지는데, 무역통상부 장관이 면제를 결정하는 제19조 전단(failing firm)의 경우에는 자료보정 절차를 거쳐 완전한 면제 신청서를 받은 날부터 6일 이내에 면제여부를 결정하여 발표하여야 하나, 그 시한을 각각 30일을 기한으로 최대 2회까지 연

205) 「2004년 베트남경쟁법」의 정의(제17조)에 따르면, '흡수합병'은 합병회사(merging firm)와 피합병회사(merged firm or target firm)의 합병과 동시에 피합병회사가 소멸되는 기업결합을, '신설합병'은 합병회사와 피합병회사가 합병과 함께 모두 소멸되고 신설 회사가 설립되는 기업결합을, '자산인수'는 합병회사가 피합병회사의 지배 또는 통제하기 위하여 피합병회사의 자산의 전부 또는 일부를 인수하는 기업결합을, '합작투자'는 기업들이 새로운 회사를 설립하기 위하여 자신의 자산, 권리 등의 일부를 공동으로 제공하는 기업결합을 의미한다.

206) 「2004년 베트남경쟁법」 제25조.

장하는 것이 가능하다. 국무총리가 면제를 결정하는 제19조 후단(수출증대, 기술발전 등)의 경우에는 결정기한을 90일로 하되, 사안이 복잡한 경우에는 180일까지 연장할 수 있다.

베트남경쟁법은 앞서 살펴본 인도네시아, 싱가포르와 달리 일정 기준 이상의 기업결합에 대하여 사전신고 의무를 부여하고 있다. 「2004년 베트남경쟁법」 제20조에서는 기업결합의 사전신고 대상을 정하고 있는데, 기업결합으로 인하여 기업결합회사의 관련 시장 시장점유율이 30~50%가 되는 경우에는 기업결합을 시행하기 이전에 반드시 베트남경쟁청에 사전신고하도록 의무화하고 있다. 다만 기업결합 이후에 기업결합회사의 관련 시장 시장점유율이 30% 미만이고, 여전히 법에서 정한 중소기업 요건[207]을 충족하는 경우에는 기업결합 신고의무를 면제하고 있다. 다만 이러한 중소기업 면제 기준은 합병 이후 시장점유율이 30% 미만인 경우에는 이미 제20조에 의해 기업결합 신고 대상이 아닌 점을 고려할 때 그 규정실익은 크지 않다고 판단된다. 또한 법 제21조는 기업결합 신고 시에 제출해야 할 서류를 구체적으로 규정하고 있는데, 기업결합과 관련된 회사들의 개요, 재무제표, 계열회사와의 거래목록, 과거 2개년간의 시장점유율 보고서 등을 제출하도록 하고 있다. 제22조에서는 베트남경쟁청으로 하여금 신고서 접수 이후 7일 이내에 기업결합 당사자들에게 기업결합 신고서의 수령을 통보하도록 하고 있으며, 서류 보완 필요성 여부를 같이 알리도록 하고 있다. 제23조는 당해 기업결합이 베트남경쟁법상 금지되는 경쟁제한적 기업결합인지 여부를 결정하여 신고일로부터 45일 이내에 기업결합 당사자에게 통보하도록 하고 있으며, 이 처리기한을 각각 30일을 기한으로 최대 2회까지 연장하도록 하고 있다. 그러나 이러한 심사기한은 복잡한 경제분석을 요구하는 기업결합 심사의 성격을 고려할 때 상당히 짧다고 할 수 있다. 법 제37조는 면

207) 베트남의 중소기업 요건은 시행령(Decree 56/2009/ND-CP)에 의해 자본금, 근로자수 등의 기준에 따라 정의되는데, 산업별로 세부적인 요건은 다르다. 보다 자세한 내용은 Cuong, Sang, and Anh (2008), "Vietnam's Small and Medium Sized Enterprises Development: Characteristics, Constraints and Policy Recommendations," p. 327을 참고하기 바란다.

제 승인을 받은 기업결합 당사자의 허위 면제신청, 면제 승인 조건에 포함된 의무 미준수 등의 경우에는 면제승인이 취소될 수 있도록 하고 있다.

2) 절차법적 규정

「2004년 베트남경쟁법」상 집행 주체인 경쟁당국에 관한 내용은 제4장 제49~55조에 규정되어 있는데, 베트남 산업무역부(MoIT: Ministry of Industry and Trade) 산하에 설치된 '베트남경쟁청(VCA: Vietnam Competition Authority)'[208]과 '베트남경쟁위원회(VCC: Vietnam Competition Council)'로 구성된다고 할 수 있다. 특이한 점은 베트남경쟁청은 설립 당시부터 경쟁·소비자 정책 및 관련 법집행 이외에 반덤핑, 수입 보조금, 수입품에 대한 방어조치 등에 관하여 직접 조사하거나 또는 관련 행정기관에 조사를 요청하는 역할도 부여받았다는 점이다. 2017년에 베트남경쟁청은 경쟁 관련 업무를 담당하는 베트남의 경쟁·소비자보호 기능을 담당하는 '베트남경쟁소비자청(VCCA: Vietnam Competition and Consumer Authority)'과 무역조치 업무를 이관받은 '베트남무역구제청(VTRA: Vietnam Trade Remedies Authority)'으로 이원화되었다. 한편 베트남경쟁위원회는 베트남 산업무역부 소속으로서 베트남경쟁청이 조사한 카르텔, 시장지배적 지위 남용, 기업결합 등 주요 경쟁법 사건의 법위반 여부를 최종적으로 결정하여 시정조치 및 과징금을 부과하는 독립행정기관이라고 할 수 있다. 2018년 베트남경쟁법 개정으로 2020년 11월 현재 새로운 형태의 경쟁당국인 '국가경쟁위원회(NCC: National Competition Commission)'를 설립하는 내용의 조직변화가 이루어지고 있는데, 이에 대해서는 후술하기로 한다.

「2004년 베트남경쟁법」의 집행절차에 관한 내용은 제5장 제56~121조에 상

208) 2004년 경쟁법 제정 당시 법률에는 직접적으로 '베트남경쟁청(VCA)'이라는 명칭은 없고 '경쟁을 관리하는 조직(Competition-managing agency)'으로 규정되어 있으며, 후에 '베트남경쟁청(VCA)'으로 불리게 되었고, 이후에 다시 그 명칭이 '베트남경쟁소비자청(VCCA)'으로 변경되었다.

세하게 규정되어 있다. 이 장은 8개의 절로 이루어져 있는데, 1절(제56~63조)에는 법집행 절차의 기본원칙, 신고 절차 및 기한 등에 관한 내용이 규정되어 있고, 2절(제64~73조)에는 신고인, 법위반 혐의 기업, 변호사, 증인, 전문가, 번역가 등 사건과 관련된 이해당사자들의 권한과 책임에 대한 내용이 규정되어 있으며, 3절(제74~85조)에는 사건 조사과정에서 경쟁당국인 베트남경쟁청과 베트남경쟁위원회의 권한과 임무를 규정하고 있다. 4절(제86~97조)은 경쟁법 사건의 조사와 관련된 경쟁당국의 조사 절차 및 기한, 심사보고서(investigation report) 작성 등에 관한 내용을 규정하고 있고, 제5절(제98~104조)에서는 법위반 사건에 대한 심의절차에 관한 사항들이 포함되어 있다. 제6절(제105~106조)에서는 경쟁법 위반 결정에 포함되어야 할 내용과 위반 결정의 효과에 대한 내용이 규정되어 있고, 제7절(제107~116조)에는 경쟁당국의 법위반 결정에 대한 이의신청 및 행정소송 절차에 관한 사항을 규정하고 있으며, 마지막 제8절(제117~121조)에는 경쟁법 위반에 대한 제재조치의 종류와 그 수준에 관한 내용을 규정하고 있다.

이러한 절차법적 내용과 관련하여 몇 가지 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다. 우선 사건의 단서는 베트남경쟁청이 스스로 법위반을 인지하는 직권조사와 피해자의 신고에 따른 조사가 모두 가능하며, 그 기한은 법위반 행위가 있은 날부터 2년 이내이다. 신고사건의 경우 베트남경쟁청은 신고 접수일부터 7영업일 이내에 신고인에게 신고사건을 접수했다는 사실을 회신해 주어야 한다. 베트남경쟁법에서 흥미로운 내용은 경쟁법 위반 사건 처리와 관련하여 사건처리 수수료를 부과하고 있는데, 경쟁법 위반 결정 여부에 따라 그 수수료의 납부 책임을 달리하고 있다는 점이다. 즉 경쟁법 위반이 있다고 결정되는 경우에는 법위반 기업이, 무혐의로 결정되는 경우에는 신고인 또는 직권조사의 경우에는 경쟁당국이 수수료 납부 의무가 발생한다.[209]

209) 베트남경쟁법에서는 법위반 유형에 상관없이 수수료 납부 의무 규정이 있으나, 실제로는 경제력집중(기업결합) 사건에 한해 지불하는 것으로 알려져 있다.

베트남경쟁청의 사건조사와 베트남경쟁위원회의 심의 과정에서 특이한 점은 베트남경쟁위원회의 위원장으로 하여금 베트남경쟁청이 조사하여 제출한 심사보고서를 심의하기 위하여 베트남경쟁위원회의 위원 중 최소 5명으로 구성된 '경쟁사건처리위원회(CCHC: Competition Case-Handling Council)'를 두도록 한다는 것이다. 베트남경쟁청의 사건조사는 단계적으로 예비조사(preliminary investigation)와 공식조사(official investigation) 순서로 이루어진다. 베트남경쟁청은 법위반 여부에 대한 예비조사 기한인 예비조사 결정일부터 30일 이내에 법위반 혐의가 없다고 판단되는 경우에는 사건 종료를, 사건 예비조사 결과 카르텔, 시장지배적 지위 남용, 경쟁제한적 기업결합 등 실체법 위반 혐의가 있다고 판단되는 경우에는 공식조사 시작 필요성을 결정하여야 한다. 이후 공식조사가 시작되면 베트남경쟁청은 공식조사 결정일부터 180일[210] 이내에 법위반 여부를 결정하되, 보다 심도한 조사가 필요하다고 판단되는 경우에는 조사기한을 1회 60일을 한도로 최대 2회까지 연장할 수 있다. 베트남경쟁청은 공식조사가 완료되면 경쟁법 위반사건의 사실관계, 관련 증거, 조치안 등이 포함된 심사보고서를 경쟁사건처리위원회에 제출하여야 하고, 경쟁사건처리위원회는 심사보고서를 받은 날부터 30일 이내에 법위반 여부 판단을 위한 심의회의(hearing) 개최 여부, 추가적인 조사를 위한 심사보고서 반송, 사건종결[211] 결정 중 하나를 결정하여야 한다. 해당 심의회에는 「2004년 베트남경쟁법」 제64조에 규정된 이해관계인들이 경쟁사건처리위원회의 허가하에 참여할 수 있다.

베트남경쟁법령에 따라 부과할 수 있는 행정제재 유형으로는 절차법적 위반행위에 대한 제재와 실체법적 위반행위에 대한 제재로 나눌 수 있다. 우선 베트

210) 「2004년 베트남경쟁법」 제3장(제39~47조)에 규정된 불공정경쟁행위와 관련된 사건의 경우에는 카르텔(경쟁제한적 합의), 시장지배적 지위 남용, 경쟁제한적 기업결합 사건에 비해 짧은 60일의 공식조사 기한이 부여되어 있으며, 조사기한 연장은 1회(60일)에 한하여 가능하다.

211) 「2004년 베트남경쟁법」 제101조에 따르면 법위반 입증을 위한 증거가 불충분하거나, 법위반혐의가 인정되는 기업이 자발적으로 법위반을 시정하여 신고인이 신고를 철회하거나 베트남경쟁청장이 사건종결을 제안한 경우에는 사건종결이 가능하다.

남경쟁청의 조사 과정에서 자료제출 명령을 거부하거나, 조사방해 등의 행위를 하는 경우에는 200만~1,000만 동의 과태료를 납부하여야 한다.[212]

베트남경쟁법의 실체법 위반에 대한 행정제재 유형으로는 경고와 과징금이 있다. 그 세부내용을 살펴보면 우선 경고의 내용은 법위반의 성격과 중대성을 고려하여 사업등록증의 취소, 면허 또는 영업증서의 박탈, 경쟁법 위반에 사용된 수단의 몰수가 있다. 또한 베트남경쟁법은 일부 법위반 유형에 대한 조치수단을 구체화하고 있는데, 예를 들어 시장지배적 지위 남용에 대해서는 기업조직의 구조개편, 경쟁제한적 기업결합에 대해서는 기업분할 또는 자산매각을 규정하고 있다. 이외에도 법위반사실 공표, 해당 거래의 불법적인 거래조건 제거 등 경쟁제한성을 제거하는 데 필요한 조치를 할 수 있도록 하고 있다. 또한 과징금의 수준은 「2004년 베트남경쟁법」 제118조에서 구체적으로 정하고 있는데, 법위반 행위가 있었던 시점의 직전 사업연도 매출액의 10%를 한도로 정하고 있다.[213] 반경쟁적 합의(카르텔)의 경우에는 「베트남형법(Penal Code)」에 의해 형사처벌이 가능하다.[214] 베트남 경쟁당국은 「베트남형법」[215]에 따라 법위반의 고의성, 위반의 중대성, 반복적 법위반 여부 등을 고려하여 제재수준을 가중 또는 감경할 수 있다. 또한 「2004년 베트남경쟁법」에서는 미국, EU, 한국 등 대부분의 경쟁당국에서는 카르텔 적발의 실효성을 제고하기 위하여 경

212) Decree No. 71/2014/ND-CP.

213) 위의 자료.

214) 「베트남형법(Law No. 100/2015/QH13 of Nov. 27, 2015)」 제217조(경쟁법 규정 위반)에 따르면, 베트남경쟁법상 반경쟁적 합의에 해당되는 경우 그 합의로 인한 피해액 또는 부당이득의 정도에 따라 형사제재의 수준이 달라진다. 예를 들어 피해액이 10억~50억 동(VND, 약 4,750만~2억 3,750만 원)이거나 부당이득액이 5억~30억 동(약 2,375만~1억 4,250만 원)인 경우에는 개인에게는 2억~10억 동(약 950만~4,750만 원)의 벌금, 3개월~2년 이하의 징역 등을, 법인에 대해서는 10억~30억 동(약 4,750만~1억 4,250만 원)의 벌금을 부과하고, 그러나 피해액이 50억 동(2억 3,750만 원) 이상이거나 부당이득액이 30억 동(1억 4,250만 원) 이상인 경우에는 개인에게 10억~30억 동(약 4,750만~1억 4,250만 원)의 벌금, 1~5년 이하의 징역이, 법인에 대해서는 30억~50억 동(약 1억 4,250만~2억 3,750만 원)의 벌금, 2년 이하의 영업정지 등이 부과될 수 있다. 또한 형벌을 부과받은 개인은 일정 직업 또는 일정 직위를 1~5년 동안 맡을 수 없다. 입찰담합(bid-rigging)에 대한 형사처벌 규정은 「베트남형법」 제222조에 별도로 규정되어 있는데, 최고 22년 징역형이 가능하고, 최고 5년 동안 일정 직업에 대한 취업금지, 자산몰수 등의 제재도 부과할 수 있다.

215) 제51조와 제84조.

쟁제한적 합의, 즉 담합행위에 가담한 자가 자신의 법위반을 인정하고 충분한 법위반 증거를 경쟁당국에 미리 제출하는 경우에 제재를 감면하는 '자진신고자 감면제도(Leniency Program)'를 도입하고 있는데, 「2004년 베트남경쟁법」에서는 이를 도입하지 않고 있었다. 이 제도는 2018년에 개정된 베트남경쟁법에서 새롭게 도입되었는데, 이에 대해서는 후술하기로 한다.

법위반으로 인정된 기업이 이의가 없는 경우에는 베트남경쟁사건처리위원회의 결정의 효력은 법위반이 결정된 날부터 30일 이후에 발생하며, 베트남경쟁사건처리위원회의 법위반 결정에 대하여 이의가 있는 경우에는 그 결정일부터 30일 이내에 베트남경쟁위원회[216]에 이의신청을 할 수 있다. 베트남경쟁위원회는 기업의 이의신청 사유가 근거가 없다고 판단하는 경우에는 기존 결정을 유지하고, 기존 결정의 판단이 위법하다고 판단하는 경우에는 기존 결정의 일부 또는 전부를 수정하며, 증거 불충분, 조사·심의 절차상 하자 등의 이유로 추가적인 조사가 필요하다고 판단하는 경우에는 기존 결정을 취소하고 베트남경쟁사건처리위원회에 재심사 요청을 할 수 있다. 법위반 사건의 당사자가 베트남 경쟁당국의 이의신청 결정에 불복하면 인민법원(People's Courts)에 행정소송을 제기할 수 있다.

다. 2018년 베트남경쟁법: Law 23/2018/QH14 on Competition

베트남 정부는 아세안 10개국들 중에서도 초기인 2004년에 시장경쟁 촉진을 목적으로 경쟁법을 야심차게 도입하면서 대내외에 시장경제로의 전환을 확언했다는 측면에서 어느 정도 의미가 있고 성과가 있었다고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고, 그동안의 경쟁법 집행실적은 [표 4-1]에서 볼 수 있는 것처럼 상

216) 베트남경쟁청의 결정에 대한 이의신청은 산업무역부 장관에게 제기할 수 있다.

당히 미미한 수준이다. 이러한 저조한 경쟁법 집행 실적의 이유는 여러 가지가 있을 수 있지만, 가장 중요한 이유 중 하나는 「2004년 베트남경쟁법」의 구조적 한계로 인해 적극적 법집행이 어렵기 때문일 것이다. 베트남 정부도 이러한 점을 인식하고 그동안 지속적으로 경쟁법 개혁을 위해 노력해 왔고, OECD(2018c)도 베트남경쟁법의 개선 필요성을 강조해 왔다.[217] 여기에서는 2018년에 개정되어 2019년 7월 1일부터 시행되고 있는 신베트남경쟁법(Law 23/2018/QH14 on Competition)에 대하여 주요 개정 내용을 중심으로 살펴보고자 한다.

표 4-1. 베트남 경쟁당국의 경쟁법 집행 실적

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
사전조사	5	3	7	7	10	10	14	12	10	5
VCA 공식조사	0	1	1	1	1	2	1	0	1	0
VCC 결정	0	0	0	1	2	0	0	1	1	0

주: 사전조사: 베트남경쟁청(VCA)의 공식조사 이전에 특정 부서(Division) 차원에서 수행된 조사로서 동 사전조사가 종료되면 VCC로 조사 결과를 내용으로 하는 보고서(investigation report)가 제출된다.
자료: OECD(2018b), *Competition Law in Asia-Pacific: A Guide to Selected Jurisdictions*.

1) 반경쟁적 합의(카르텔) 규제

「2004년 베트남경쟁법」의 카르텔 규제 방식은 반경쟁적 합의의 유형에 따라 '당연위법(per se illegal)'과 '합리의 원칙(rule of reason)'에 따른 이원적 규율방식을 따르고 있는 것처럼 보이지만, 담합에 참여하는 기업들의 시장점유율이 30%를 초과하는 경우에는 경쟁법 위반으로 판단하고 있다는 점에서 글로벌 스탠더드에 부합하지 않는 측면이 강하였다.

2018년에 개정된 베트남경쟁법은 크게 두 가지 측면에서 보다 진일보한 것으로 평가할 수 있다. 우선 「2018년 베트남경쟁법」 제11조와 제12조에 따르

217) 베트남 국무총리는 정부출연 연구기관인 CIEM(Central Institute for Economic Management)에 2018년 말까지 경쟁정책 개혁을 강조하기도 하였다(OECD(2018c), *Peer Reviews of Competition Law and Policy, Viet Nam*, p. 9).

면 가격담합, 시장분할, 생산량 제한을 명시적으로 당연위법으로 판단되는 반경쟁적 합의 유형에 포함시켰다. 또한 「2018년 베트남경쟁법」 제13조에서는 기존 「2004년 베트남경쟁법」이 가지고 있었던 경쟁법 집행의 장애로 작용하던 '시장점유율 30%' 기준을 삭제하고 반경쟁적 합의의 경쟁제한성을 심사함에 있어서 시장점유율, 진입장벽, 기술발전과 혁신의 제한, 필수설비 접근 제한 등 다양한 경쟁 영향 요소들을 고려하도록 하면서 그 세부적인 기준을 정부지침(government guidelines)으로 정하도록 하였다.

이러한 변화는 「2018년 베트남경쟁법」이 최근의 경쟁법 집행방식이 세계적으로 기존의 '행위 유형 중심의 접근방식(form-based approach)'에서 반경쟁적 행위가 시장에 미치는 '효과 중심의 접근방식(effect-based approach)'으로 변화되고 있는 추세를 반영한 것이라고 평가할 수 있을 것이다. 특히 당연위법으로 인정되는 경쟁사업자 간의 '수평적 담합(horizontal collusion)'과 달리 상대적으로 경쟁제한성이 약한 수직적 공급망 사이에서 발생하는 '수직적 담합(vertical collusion)'에 대하여 합리의 원칙을 적용한 규정방식은 상당히 진일보한 방식이라고 할 수 있다.

또한 「2018년 베트남경쟁법」 제112조에서는 최근 대부분의 경쟁당국들이 카르텔 적발을 위한 중요한 수단으로 활용하고 있는 '자진신고자 감면제도(Leniency Program)'를 전면적으로 도입하였다. 즉 담합에 참여한 사업자가 자발적으로 경쟁당국 담합에 대한 충분한 증거와 함께 담합 사실을 스스로 신고하고 경쟁당국의 조사와 법위반 입증에 협조하는 경우에는 1순위 신고자에 대해서는 당초 부과될 과징금의 100%를 감면해 주고, 2순위자에게는 60%, 3순위자에게는 40%를 감면해 주도록 하였다. 자진신고자 감면제도의 도입은 향후 베트남 경쟁당국의 경쟁법 집행 실적을 크게 높임으로써 시장경쟁 촉진에 크게 기여할 것으로 예상할 수 있다.

2) 시장지배적 지위 남용 행위 규제

「2004년 베트남경쟁법」에서는 관련 시장에서 시장점유율이 30%를 넘는 사업자가 가격을 남용하거나 경쟁사업자를 배제하는 행위를 하는 경우에는 경쟁법 위반으로 판단하였다. 즉 이러한 단편적이고 기계적인 시장점유율 기준에 따른 시장지배적 사업자 판단 방식은 시장의 구조와 특성을 고려할 여지를 두지 않는 문제가 있었다. 예를 들어 시장점유율이 30%에 해당되나 대규모 구매력의 존재, 동태적 경쟁의 가능성, 낮은 진입장벽 등으로 시장지배력이 강하다고 볼 수 없는 사업자의 행위를 법위반으로 인정하는 오류를 범할 수 있게 하였다. 즉 「2004년 베트남경쟁법」의 시장지배적 지위 남용 규제방식은 시장점유율이라는 요소가 시장지배력을 판단하는 여러 요소 중 하나임에도 불구하고, 사업자의 반박을 원천적으로 불가능하게 함으로써 기업의 경쟁행위를 위축시키는 효과(chilling effects)를 초래하였다. 사실 경쟁법 위반 여부를 판단함에 있어서 사업자 간의 '치열한 경쟁'과 경쟁자 배제를 통한 '독과점화 시도'를 판단하기 위해서는 시장경쟁에 영향을 미치는 여러 요소를 고려하는 것이 필요하다고 할 수 있다.

그럼에도 불구하고 「2018년 베트남경쟁법」 제24조에서 '시장점유율 30%' 기준은 상당부분 유지하면서 사업자가 단독으로 관련 시장에서 시장점유율이 30% 이상인 경우에는 시장지배적 사업자로 간주하도록 하였다. 다만 제26조에서 '상당한 시장지배력'을 판단하는 고려 요소를 제시한 것은 상당히 의미 있는 개정으로 볼 수 있는데, 그 요소로 시장점유율, 재무적 역량, 진입장벽, 재화의 유통·소비 시장 또는 공급원의 획득, 접근, 통제 능력, 기술적 인프라에서의 우월성, 지식재산권의 소유와 사용 정도 등을 제시하고 구체적인 세부 내용은 정부지침으로 정할 수 있는 근거규정을 마련하였다.

또한 공동으로 시장지배력을 보유한 사업자를 판단하는 기준에 있어서 기존 기준[218]을 유지하면서 상위 5개 사업자가 85% 이상의 시장점유율을 갖는 경

우에는 시장지배력이 있다고 간주하는 한편, 시장점유율 10% 미만의 사업자는 공동 시장지배력을 판단함에 있어서 제외하도록 하였다.

3) 경제력집중(기업결합) 규제

「2004년 베트남경쟁법」의 실체법적 규율의 근간이 되고 있는 '시장점유율' 기준은 앞서의 카르텔 규제, 시장지배적 지위 남용 규제에 있어서 법집행의 효율성과 효과성을 저해하는 문제가 있었지만, 기업결합 심사 규제에 있어서는 보다 심각한 문제를 야기했다고 할 수 있는데, 「2018년 베트남경쟁법」에서는 이러한 부분들이 상당부분 개선되었다고 평가할 수 있다.

가) 경제력집중(기업결합) 신고 요건

우선 기업결합 신고의 절차적 측면에서 대부분의 경쟁당국들은 시장점유율을 기업결합 신고 이후 단계에서 경쟁제한성을 판단하는 다양한 요소의 하나로 고려하고 있으며, 신고 대상을 선정하는 기준으로 활용하지 않고 있다. 「2004년 베트남경쟁법」에서는 '시장점유율 30%' 기준을 신고 대상으로 의무화함에 따라, 신고 대상 여부를 심사하는 단계에서 복잡한 시장획정과 이에 기반한 시장점유율 판단을 해야 하는 문제점을 야기하였다. 특히 시장획정이 어려운 디지털플랫폼 시장의 기업결합의 경우에는 이렇게 복잡한 경제분석이 필요한 신고기준을 악용하여 의도적으로 기업결합 신고를 회피하는 문제[219]도 발생하였다. 또한 시장획정이 간단한 경우에도 베트남과 같은 개발도상국에서는 정확한 시장 데이터 수집이 어려울 뿐만 아니라 경쟁당국의 경제분석 역량도 충분하지 않아 기업결합 심사의 효율성이 크게 저하되는 원인이 되었다고 할 수 있다.

---

218) 「2004년 베트남경쟁법」 제11조는 2개의 사업자가 50% 이상, 3개의 사업자가 65% 이상, 4개의 사업자가 75% 이상 시장점유율을 갖는 경우에는 시장지배력이 있는 것으로 간주하였다.

219) 2018년에 아세안 시장에서 이루어진 Grab-Uber 기업결합은 사전기업결합 신고제도를 운용하는 베트남 경쟁당국에 신고되지 않았는데, Grab 측은 합병 후 시장점유율이 30% 미만으로 신고대상이 되지 않는다고 주장하였다(베트남 경쟁법 현지 전문가 서면간담회, 2020. 11. 17).

「2018년 베트남경쟁법」은 이러한 점들을 고려하여 기업결합 신고 요건을 대폭 개정하였다. 「2018년 베트남경쟁법」 제33조에서는 기업결합 당사회사들의 베트남 국내에서의 자산, 매출액, 기업결합 거래규모, 시장점유율 등을 판단 기준으로 규정하면서, 세부적인 신고요건(threshold)은 정부지침으로 정하도록 하였다. 베트남 정부는 2020년 3월 24일 시행령[220] 제정을 통해 신고요건을 구체화하였는데, 시행령 제13조에서는 기업결합 회사 중 한 회사의 국내 자산이 3조 동[221] 이상, 전년도 매출액이 3조 동 이상, 합병의 거래규모가 1조 동[222] 이상, 또는 결합회사의 시장점유율 합계가 20% 이상인 경우를 사전신고 대상으로 정하고 있다.[223]

이러한 변화로 향후 베트남 경쟁당국의 기업결합 심사에 있어서 기업결합 신고 요건의 불확실성이 크게 감소됨에 따라 기업결합 신고의 증가가 예상된다. APEC(2018)[224]에 따르면, 베트남 경쟁법의 신고요건 미비로 인해 시장에서 이루어진 합병의 상당부분이 신고되지 않았는데, 신고 요건의 다양화, 명확화로 향후 신고 사건의 증가가 예상된다.

나) 경제력집중(기업결합) 경쟁제한성 심사

「2004년 베트남경쟁법」 제18조는 합병 이후 '시장점유율 50%'를 초과하는 기업결합을 경쟁제한성 분석 없이 금지되는 기업결합으로 규정함으로써, 경쟁촉진을 목적으로 하는 경쟁법이 기업결합의 효율성 증대효과를 저해하고 있는 상황이었다. 「2018년 베트남경쟁법」 제30조에서는 이러한 시장점유율 50%

220) Decree No. 35/2020/ND-CP.
221) 한화 약 1,450억 원.
222) 한화 약 500억 원.
223) 금융회사의 기업결합에 대해서는 신고요건을 달리 정하고 있다. 즉 자산, 매출액, 합병거래 규모, 시장점유율 기준에 대하여 보험사(insurance)의 경우 15조 동, 10조 동, 3조 동, 20% 기준을, 증권사(securities)의 경우 15조 동, 3조 동, 3조 동, 20% 기준을 적용하며, 신용기관(credit institution)의 경우 베트남 전체 신용기관 자산가치의 20%, 매출액의 20%, 정관자본(charter capital)의 20%, 시장점유율의 20% 기준을 적용한다.
224) APEC Economic Committee Report(2018), *Use of Economic Evidence Experience from APEC Members and Implications to APEC Developing Economies and Viet Nam*, pp. 21-22.

기준을 삭제하고 베트남 시장에서 '상당한 경쟁제한 효과'를 초래하거나 초래할 수 있는 기업결합을 금지하도록 규정하였다. 제31조에서는 베트남 경쟁당국이 상당한 경쟁제한 효과를 판단함에 있어서 기업결합 당사회사들의 관련 시장 시장점유율, 합병 전후의 집중도 변화, 관련 재화와 서비스의 생산·유통·공급망에 있어서 기업결합 당사회사들의 관계(예를 들어 생산요소 수급, 보완재 생산 관계 등), 관련 시장에서의 경쟁우위, 기업결합 이후 다른 경쟁자의 시장 진입을 저지할 수 있는 능력, 기업결합과 관련된 산업의 특징적 요소 등을 고려하도록 하고 있다. 법 제32조에서는 추가적으로 당해 기업결합이 국가의 전략과 계획에 따라 산업, 과학, 기술 발전, 중소기업 성장, 세계 시장에서 베트남 기업의 경쟁력 향상에 긍정적 영향을 미치는지의 여부도 평가하도록 하고 있다.

기업결합의 경쟁제한성 심사에서 시장점유율 기준 50%를 삭제하고, 시장경쟁에 미치는 다양한 효과를 고려하도록 한 것은 「2018년 베트남경쟁법」의 가장 의미 있는 변화 중 하나라고 할 수 있다. '시장기준 접근방식(market share-based approach)'에서 '경제적 효과 기준 접근방식(economic effect-based approach)'으로의 전환은 글로벌 스탠더드에 부합하는 변화라고 평가할 수 있다. 이러한 변화는 향후 베트남 경쟁당국으로 하여금 경제분석의 역량을 강화하는 계기가 될 것이다.

다) 경제력집중(기업결합)과 관련된 기타 개정내용

「2018년 베트남경쟁법」에서 기업결합 심사와 관련하여 추가적으로 주목할 만한 의미 있는 개정내용은 기업결합 심사기한의 확대와 해외에서 발생한 기업결합에 대한 신고 근거규정 신설이라고 할 수 있다. 우선 「2004년 베트남경쟁법」상 기업결합 심사기한인 기업결합 신고일로부터 '45일(Phase I)+60일(Phase II)' 일정이 복잡한 경제분석을 수반하는 기업결합 심사 성격을 고려할 때 상당히 짧은 경향이 있었는데, 「2018년 베트남경쟁법」 제36조(예비조사, Phase I)와 제37조(공식조사, Phase II)에서는 심사기한을 '30일(Phase I)+90

일(Phase II)+60일(Extended Phase II)'로 개선함으로써 경쟁제한성이 없는 기업결합에 대해서는 신속하게 결정(Phase I 45일→30일)을 내리도록 한 반면, 보다 심도 있는 경제분석이 필요한 기업결합에 대해서는 충분한 기한을 부여하였다. 또한 「2018년 베트남경쟁법」에서는 기존 2004년 법에서 명시적으로 규정되지 않았던 역외(해외)에서 발생한 해외기업 간 경쟁제한적 기업결합 등 경쟁법 위반이 베트남 국내 시장의 경쟁을 제한하는 효과가 발생하는 경우 이를 조사할 수 있는 역외규정(extra-territorial reach)을 마련하였다. 이러한 변화들을 고려하면 향후 베트남 경쟁당국의 적극적인 역할이 보다 강화될 것으로 예측할 수 있으며, 베트남 시장의 성장 가능성을 고려할 때 이에 대한 사전 준비가 필요하다고 강조할 수 있다.

4) 경쟁당국의 조직 변화

「2004년 베트남경쟁법」상 경쟁당국은 베트남 산업무역부(MoIT) 산하에 이원적으로 설치된 '베트남경쟁청(VCA)'과 '베트남경쟁위원회(VCC)'로 구성된다. 2017년에 베트남경쟁청은 경쟁 관련 업무를 담당하는 베트남의 경쟁·소비자보호 기능을 담당하는 '베트남경쟁소비자청(VCCA)'로 그 명칭이 변경되었다. 2018년 베트남경쟁법 개정으로 새로운 형태의 경쟁당국인 '국가경쟁위원회(NCC)'를 설립하는 내용의 조직변화가 이루어지고 있다. 「2018년 베트남경쟁법」은 2019년 7월 1일부터 시행되고 있으나, 2020년 11월 현재 정부조직 관련 시행령이 여전히 계류 중이어서 새로운 경쟁당국인 국가경쟁위원회는 아직 출범이 되지 않고 있고 베트남경쟁청과 베트남경쟁위원회가 여전히 경쟁당국의 기능을 수행하고 있다. 그러나 조만간 시행령 개정이 완료되어 출범할 수 있을 것으로 예상된다.[225]

「2018년 베트남경쟁법」의 내용을 보고 향후 출범할 '국가경쟁위원회'의 형

225) 베트남 경쟁법 현지 전문가 서면간담회(2020. 11. 17).

태를 유추해 볼 수 있는데, 제5장(제46~53조)에 관련 내용이 규정되어 있다. 2018년 경쟁법 제46~48조에 따르면 국가경쟁위원회는 산업무역부 산하에 설치되는 것으로 되어 있으며, 소속 위원들은 산업무역부 장관의 제청으로 국무총리가 임면하는 것으로 되어 있다. 국가경쟁위원회 산하에 경쟁법 조사를 위한 '경쟁조사청(CIA: Competition Investigation Agency)'을 설치하도록 하고, 경쟁조사청장은 국가경쟁위원회 위원장이 임면하도록 규정하고 있다. 사실 「2018년 베트남경쟁법」 개정이 논의될 당시에는 무역산업부 산하의 조직을 분리하여 별도의 독립 위원회를 구성할 필요성이 강조되기도 하였다. OECD(2018d)의 베트남경쟁법 보고서[226]에서도 베트남 경쟁당국이 공기업 등 산업을 지원하는 무역산업부 산하에 있는 경우에는 중립적인 경쟁정책 집행이 쉽지 않아 정책의 효과성이 저하된다고 지적하고 있다. 이러한 지적들을 고려할 때, 새롭게 설립된 국가경쟁위원회가 독립적인 위원회로 분리되지 못하고 산업무역부 산하에 남게 된 것은 다소 아쉬운 점이라고 할 수 있다.

5. 필리핀

가. 경쟁법 도입 연혁

「필리핀경쟁법(PCA: Philippines Competition Act)」[227]은 제4장 1절에서 간략하게 소개한 것처럼 2015년 8월 8일에 제정되었는데, 필리핀의 경쟁법 도입 시도는 1986년에 독재체제를 유지하던 페르디난드 마르코스 대통령을 꺾고 필리핀의 제11대 대통령으로 당선된 코리 아키노 시대[228]로 거슬러 올라

226) OECD(2018c), *Peer Reviews of Competition Law and Policy, Viet Nam*, p. 85.
227) 「필리핀경쟁법」은 Republic Act No. 10667로 불리기도 한다.
228) 코리 아키노로 불렸던 코라손 아키노(Corazon C. Aquino) 대통령의 임기는 1986. 2. 25~1992. 6. 30이었다.

간다고 할 수 있다.[229] 그러나 보다 정확하게 말하면 과거 스페인과 미국의 식민지였던 필리핀 정부의 독과점 규제 제도는 역사적으로 코리 아키노 시대 훨씬 전부터 시작되었다고 할 수 있다. 다음 절에서 현재의 「필리핀경쟁법」의 체계를 살펴보기 이전에 여기에서는 2015년 「필리핀경쟁법」 제정 이전의 독과점 규제와 관련된 법제도를 간략하게 살펴보기로 한다.[230]

미국의 식민지 시대였던 1923년 필리핀위원회(Philippine Commission)는 「거래를 제한하는 독점과 기업결합을 금지하는 법률」[231]을 제정하여 시행하는데, 이 법이 최초의 독립적 형태의 경쟁법[232]이라고 할 수 있을 것이다. 흥미로운 사실은 미국은 1890년에 「셔먼법(Sherman Act)」을 제정하면서 전 세계에서 최초로 경쟁법 제도를 도입한 국가라고 할 수 있는데, 1923년 제정된 필리핀의 이 법은 그 내용과 형태가 셔먼법과 상당히 유사한 형태를 띠고 있다. 이 법은 1930년에 필리핀의 개정형법(The Revised Penal Code) 시행으로 폐지되면서 그 내용이 개정형법에 반영된다.[233] 이후 군부독재 정권인 페르디난드 마르코스 대통령 시대가 종식되고 민주화된 코리 아키노 시대가 들어서면서 제정된 1986년 필리핀 헌법에는 마르코스 대통령 시대에 형성된 독과점과 카르텔 해체를 위하여 시장에서 경쟁을 촉진하고 공공의 이익을 위하여 독과점을 규제할 수 있는 근거 규정이 마련된다.[234] 그러나 이후 독립적인 경쟁법 제

229) PCC, Speech of Department of Budget and Management Secretary Benjamin Diokno at #PCCAtOne: PCC's First Anniversary, https://www.phcc.gov.ph/speech-department-budget-management-secretary-benjamin-diokno-pccatone-pccs-first-anniversary/(검색일: 2020. 12. 17).

230) Republic Act No. 10667 제1조.

231) The Corpus Juris, An Act To Prohibit Monopolies And Combinations In Restraint Of Trade(Act No. 3247), https://thecorpusjuris.com/legislative/acts/act-no-3247.php(검색일: 2020. 12. 17).

232) 이 법 제정 이전인 스페인 식민지 시대에 제정된 필리핀 형법(Spanish Penal Code)에 유사한 내용이 있었지만, 최초의 독립된 형태의 경쟁법은 1923년에 제정된 법이라고 할 수 있다.

233) 동 개정형법(Act No. 3815)은 이후 1957년에 개정되었으며, 독과점 규제 내용을 규정한 제186조에서는 거래제한에 관한 공모(conspiracy)와 결합(consolidation), 시장에서 자유경쟁을 제한하는 독점화(monopolize)하려는 행위, 합법적 통상을 침해하거나 시장가격을 인상하려는 수입업자의 행위에 대하여 최소기간의 징역 또는 200~6,000필리핀페소(peso) 또는 두 가지 제재가 동시에 부과되도록 규정하고 있었다.

정 시도는 국회 문턱에서 번번이 좌절된다. 1998년에 필리핀 11대 국회에서 경쟁법 도입을 위해 6개의 법안[235]이 제출되는 등 지속적인 시도가 있었지만, 국회에서는 필리핀 경제에 미국과 EU식의 경쟁법을 도입하는 것이 타당한지에 대한 회의적인 시각이 많아서 법개정은 이루어지지 않았다.[236]

2011년에 필리핀 정부는 그동안 지지부진하던 경쟁법의 집행을 강화하기 위하여 기존 법체계를 유지하면서 대통령의 행정명령을 통해 법무부를 명시적인 경쟁당국으로 지정하고 법무부 산하에 법집행을 위한 경쟁청(OFC: Office for Competition)을 두도록 하였다.[237] 또한 2014년 법무부는 증권거래위원회(SEC: Securities and Exchange Commission)와 업무협약(MOU)을 체결하여 증권거래위원회로 하여금 기업결합과 관련된 주주 변동 사항 등을 법무부로 통보하도록 함으로써 기업결합 심사에 보다 적극적으로 개입하고자 하였다. 그러나 이후 아세안경제공동체(AEC)가 역내 경제통합을 위한 청사진으로 마련한 '아세안경제공동체 청사진(AEC Blueprint) 2015' 계획 실행의 일환으로 아세안 각 국별로 독자적인 경쟁법 도입이 추진되면서 미얀마, 브루나이와 함께 2015년에 현재 형태의 「필리핀경쟁법(PCA)」[238]이 제정되어 시행되기 시작하면서, 개정 형법은 폐지되었다.[239]

---

234) 1986년 필리핀 헌법 제12장(Articl XII)의 제19조(Section 19)의 내용은 다음과 같다. "SECTION 19. The State shall regulate or prohibit monopolies when the public interest so requires. No combinations in restraint of trade or unfair competition shall be allowed."

235) An Act Penalizing Unfair Trade Practices And Combinations In Restraint Of Trade, Creating The Fair Trade Commission, Appropriating Funds Therefor, And For Other Purposes(House Bill No. 183), An Act Prescribing A Fair Competition Law, Its Enforcement, The Establishment Of A Fair Trade Commission, Delineating Its Powers And Functions, And For Other Purposes(House Bill No. 4455) 등. 보다 자세한 내용은 Catindig(2001), *The ASEAN Competition Law Project: The Philippines Report*를 참고하기 바람.

236) *Ibid.*, p. 21.

237) GOVPH, Executive Order No. 45, s. 2011, https://www.officialgazette.gov.ph/2011/06/09/executive-order-no-45-s-2011/(검색일: 2020. 12. 17).

238) The Philippine Competition Act or Republic Act No. 10667.

239) 개정형법은 폐지되었지만 2011년에 설립된 법무부 산하의 경쟁청(OFC)도 PCA 제13조에 따라 경쟁법 사건에 대한 예비조사와 형사처벌이 가능하다. 그럼에도 불구하고 필리핀경쟁위원회가 PCA 제32조에 따라 경쟁법 사건을 처리하는 주무 당국이라고 할 수 있다.

나. 경쟁법 체계

1) 개관

필리핀의 경쟁법인 「Philippines Competition Act(Republic Act No. 10667)」는 총 9개의 장(Chapter)로 구성되어 있다. 제1장(제1~4조)은 입법목적(제2조), 적용범위(제3조), 정의규정(제4조)으로 구성되어 있고, 제2장(제5~13조)은 필리핀경쟁위원회(PCC: Philippines Competition Commission)의 조직과 권한을 규정하고 있다. 경쟁법에서 금지하고 있는 주요 법위반 행위 유형을 열거하고 있는 실체법적 규정은 제3장(반경쟁적 합의와 시장지배적 지위 남용)과 제4장(경쟁제한적 기업결합)에 규정되어 있다. 제5장에는 경쟁제한성 평가를 위한 관련 시장의 획정(제24조), 지배권(control)의 정의(제25조), 반경쟁적 합의와 시장지배적 지위 남용 판단기준(제26조), 시장지배적 지위 요건(제27조) 등이 규정되어 있고, 제6장에는 행정제재(제29조)와 형사제재(제30조)에 관한 구체적인 기준이 제시되어 있으며, 나머지 제7~9장에는 조사절차, 자진신고자 감면제도(Leniency Program) 등 절차적 내용이 규정되어 있다.

2) 법원칙과 입법목적

「필리핀경쟁법(PCA)」의 입법목적은 제2조에 자세하게 규정되어 있다. 앞절에서 설명한 것처럼 1986년의 필리핀 헌법 제19조는 국가로 하여금 공공의 이익을 위하여 독점을 규제하고 이를 금지할 수 있도록 하면서, 불공정경쟁과 거래를 제한하는 기업결합을 금지하고 있다. 이러한 헌법 정신은 고스란히 「필리핀경쟁법」 제2조에 반영되어 있다고 할 수 있다.

「필리핀경쟁법」 제2조는 시장경쟁을 보호하고 기업가 정신과 기술발전의 필요성과 소비자 이익을 강조하면서도, 국가에서 창출된 소득과 자산의 형평성 있는 분배를 달성하기 위한 헌법적 가치를 추구하기 위하여 공공의 이익이 요

구하는 경우에는 독점과 불공정경쟁은 규제되거나 예방되어야 한다고 규정하고 있다. 이를 위해 국가는 경쟁정책을 마련하여 실행함으로써 경제적 효율성과 자유롭고 공정한 경쟁을 촉진하고, 자유시장경제의 원칙을 훼손하거나 부당하게 경쟁을 제한하는 경제력 집중을 예방하여야 한다고 규정하고 있다. 이를 위해 기업의 반경쟁적 합의, 시장지배적 지위 남용, 경쟁제한적 기업결합을 제재함으로써 소비자 후생의 보호뿐만 아니라 국내 거래와 국제무역, 경제적 발전을 도모하도록 하고 있다.

「필리핀경쟁법」의 이러한 입법목적은 경쟁법 집행의 글로벌 스탠더드라고 할 수 있는 '소비자 후생 기준(consumer welfare standards)'을 명시적으로 규정하고 있지만, 동시에 헌법적 가치 달성을 위한 형평성 있는 분배와 경제적 발전을 입법목적에 포함하고 있다는 점에서 완전한 소비자 후생 기준을 수용하고 있다고 보기는 어렵다고 판단된다.

3) 실체법적 규정: 반경쟁적 합의와 시장지배적 지위 남용 규제를 중심으로

「필리핀경쟁법」의 실체법적 규정은 제14조(반경쟁적 합의), 15조(시장지배적 지위 남용), 제20조(경쟁제한적 기업결합)라고 할 수 있다. 이러한 실체법적 규정들은 제3조(적용범위)에 의하여 필리핀 이외의 국가에서 체결되는 기업들의 거래행위 또는 계약으로 인해 필리핀 국내시장의 경쟁에 직접적이고 상당하며 합리적으로 예견 가능한 영향을 미치는 경우에도 적용된다. 여기에서는 우선 반경쟁적 합의와 시장지배적 지위 남용을 중심으로 실체법적 내용을 살펴보기로 한다.

「필리핀경쟁법」 제14조는 반경쟁적 합의의 유형으로 네 가지를 열거하고 이외에도 시장에서 상당하게 경쟁을 봉쇄·제한·감소시키는 합의도 반경쟁적 합의에 포함시키고 있다. 구체적으로 가격 합의, 입찰담합의 경우 당연위법(per se illegal)이 적용되는 경성담합(hard-core cartels)으로 명시적으로 규

정하고 있으며, 생산·판매·기술발전·투자를 제한하거나 통제하는 합의, 시장분할 합의의 경우에는 합리의 원칙(rule of reasons)을 따르는 듯한 태도를 취하고 있다. 아울러 경쟁에 부정적 영향을 끼치는 합의도 포괄적으로 금지된다고 규정하면서도, 만약 이러한 합의가 재화·용역의 유통과 생산을 개선시키거나 기술적·경제적 발전에 기여하면서 소비자 후생에 긍정적 영향을 초래한다면 제14조 위반이 아닐 수 있음을 명시하고 있다. 이러한 입법 태도는 「필리핀경쟁법」이 2015년에 도입되어 아세안 역내에서 경쟁법 도입의 후발 주자에 가까움에도 불구하고 상대적으로 선진화된 것으로 평가할 수 있는데, 경쟁법 도입 연혁에서 살펴본 것처럼 필리핀은 과거에 일찍부터 미국의 「셔먼법」과 유사한 경쟁법을 도입한 경험이 있고, 지속적으로 독립된 경쟁법 도입 논의를 해 왔음을 고려하면 어느 정도 이해가 된다고 할 수 있다.

「필리핀경쟁법」 제15조는 사업자가 단독 또는 다른 사업자와 함께 경쟁을 상당할 정도로 봉쇄·제한·감소시키는 행위를 함으로써 자기의 시장지배적 지위를 남용하는 행위를 금지하면서, 이러한 행위 유형으로 9가지[240]를 규정하고 있다. 주요 유형으로는 a) 관련 시장에서 경쟁을 배제할 목적으로 재화·용역을 원가 이하로 판매하는 행위(약탈적 가격설정) b) 반경쟁적인 방법으로 시장에서 경쟁자의 성장이나 진입을 방해하는 행위(경쟁사업자 방해) c) 거래특성 또는 상업적 용도에 따라 해당 거래와 관련이 없는 의무를 수용하는 조건으로 거래하는 행위(구속조건부거래) d) 동일한 재화·용역의 소비자 또는 판매자를 합리적인 이유 없이 차별하여 가격을 책정하거나 다른 거래조건을 부과하는 행위(차별적 취급) 등이 있다.

이러한 시장지배적 지위 남용 여부를 판단하기 위해서는 해당 사업자가 시장지배적 사업자인지의 여부를 판단하는 것이 먼저 필요한데, 이 기준은 「필리핀경쟁법」 제27조에 규정되어 있다. 시장지배적 지위 판단을 위해서는 해당 사업자의 관련 시장에서의 시장점유율, 단독의 가격책정 또는 공급능력, 진입

240) 보다 자세한 세부행위 유형은 PCA(Republic Act No. 10667) 제15조를 참고하기 바람.

장벽의 존재, 경쟁사업자의 존재와 경쟁력, 생산요소에 대한 경쟁사업자의 접근 가능성, 구매자의 다른 재화·용역으로의 전환 가능성 등을 고려하도록 하고 있으며, 관련 시장에서 사업자의 시장점유율이 50% 이상인 경우에는 시장지배적 지위가 있는 것으로 일응 추정하되 PCC가 산업별로 달리 정할 수 있도록 하고 있다. 또한 「필리핀경쟁법」의 시장지배적 지위남용 규제의 특징 중 하나는 PCC로 하여금 관련 시장의 구조와 특징들을 고려하여 시장지배적 사업자의 시장점유율 기준을 필요에 따라 정할 수 있도록 하고 있다.

4) 절차법적 규정

「필리핀경쟁법」의 법집행 절차 규정은 제7장에 규정되어 있다. 우선 법위반 사건에 대한 조사는 이해관계자의 신고, 다른 규제당국에 의한 제보 또는 직권(motu proprio)에 의해 개시될 수 있다.[241] PCC는 조사가 개시되면 사실관계 파악을 위해 사전조사(Preliminary Inquiry)를 실시하는데, 조사개시일부터 90일 이내에 법위반이 없는 경우에는 조사절차 종료, 법위반이 의심되는 경우에는 본격적인 행정조사(full administrative investigation)를 시작한다.

조사 결과 경쟁법 위반, 즉 반경쟁적 합의, 시장지배적 지위 남용, 경쟁제한적 기업결합이 있다고 판단되는 경우에는 PCC는 법위반 사업자에 대하여 관련 시장에서 경쟁의 회복을 위해 시정조치 및 행정적 제재금을 부과할 수 있는데, 이에 대한 자세한 내용은 「필리핀경쟁법」 제6조와 그 하위규정[242] 에 자세하게 규정되어 있다. 대표적인 시정조치의 예로는 행태적·구조적 시정조치, 법위반 행위의 중지, 부당이익의 환수 등이 있다.

반경쟁적 합의(제14조)와 시장지배적 지위 남용(제15조)을 위반한 경우, 과거 법위반 경력에 따라 행정 제재금의 상한이 달라지는데 첫 번째 위반인 경우에는 1억 필리핀페소(peso), 두 번째 위반의 경우에는 1억~2억 5,000만 필리

241) 「필리핀경쟁법」 제31조.
242) Rules of Procedure of the Philippine Competition Commission의 Rule VI.

핀페소, 3회 이상부터는 1억 5,000만~2억 5,000만 필리핀페소의 제재금이 부과되는데,[243] 최종 제재금의 부과금액은 관련 매출액, 법위반의 중대성, 위반기간, 과거 법위반 전력, 임원의 가담 여부, 기본 생필품 시장에서의 법위반 여부[244] 등을 고려하여 가중하되, PCC 조사에 자발적으로 협조한 경우에는 감경할 수 있도록 하고 있다. 또한 경쟁법 위반으로 결정된 사업자가 PCC의 시정조치를 받은 날부터 45일이 지났음에도 시정조치를 불이행하는 경우에는 각 위반 행위별로 5만~200만 필리핀페소의 제재금이 부과되며, 허위자료제출 또는 자료미제출의 경우에는 최고 100만 페소의 제재금이 부과된다. 「필리핀경쟁법」은 반경쟁적 합의에 대해서는 형사처벌이 가능하도록 규정하고 있는데, 징역 2~7년과 5,000만~2억 5,000만 필리핀페소의 벌금(criminal fine)이 부과된다. PCC의 결정에 이의가 있는 경우에는 사업자는 「필리핀경쟁법」 제39조에 의거 법원에 항고할 수 있다.

「필리핀경쟁법」은 절차법적 제도 측면에서도 다른 아세안 경쟁당국과 달리 상당히 선진적인 제도들을 운용하고 있는데, 대표적으로 '자진신고자 감면제도(Leniency Program)'와 '동의의결제도(Concent Order)'를 들 수 있다. 2004년에 경쟁법이 도입되었지만 최근인 2018년에 '자진신고자 감면제도'를 도입한 베트남과 달리 2015년 경쟁법 도입 당시부터 이 제도를 법에 규정하였고, 제도의 효과성 제고를 위하여 2018년 12월에 세부 지침[245]을 도입하여 2019년 1월 18일부터 운용하고 있다. 「필리핀경쟁법」은 2015년 경쟁법 도입 당시부터 반경쟁적 합의에 가담한 사업자가 자신의 법위반행위를 경쟁당국인 PCC에 자진 신고하고 법위반 조사에 충분하게 협조하는 경우에는 과징금 감면과 고발 면제의 혜택을 부여하는 자진신고자 감면제도를 운용하고 있다.[246]

---

243) 1억 필리핀페소는 한화로 약 23억 원, 2억 5,000만 필리핀페소는 한화로 약 58억 원임.

244) 기본 생필품의 범위는 필리핀의 「가격법(The Price Act)」에 정의되어 있는데, 이 시장에서 법위반이 이루어지는 경우 최종 제재금은 세 배까지 가중할 수 있다.

245) PCC, Rules of Leniency Program of the Philippine Competition Commission, https://www.phcc.gov.ph/wp-content/uploads/2018/12/Leniency-Rules-Clean-Version.pdf(검색일: 2020. 12. 17).

또한 시정조치 이외에도 다양한 형태의 법위반 해소 방식들을 법률에 규정하고 있는데, 대표적으로 「필리핀경쟁법」 제37조에 규정된 동의의결제[247]가 그중 하나이다. 이러한 「필리핀경쟁법」의 특징은 필리핀의 경쟁법 도입 연혁에서 살펴본 것처럼 상당히 오래전부터 미국식 경쟁정책과 유사한 법집행을 경험한 사실에서 비롯된 것이라고 할 수 있을 것이다. 또한 경쟁법 도입 당시부터 「필리핀경쟁법」에 의하여 피해를 입은 개인도 법원에 소송을 제기하는 사소제도(private lawsuit)를 운용하고 있다. 다만 이러한 소제기는 PCC의 예비조사가 종료된 이후에 제기할 수 있도록 하고 있는데, 이는 남소 방지를 위한 것이라고 추측할 수 있다.

다. 기업결합 심사제도

1) 기업결합 신고절차

법 제12조 (b)와 제16조에 의하여 필리핀경쟁위원회가 기업결합을 심사할 권한을 갖는데, 기업결합 심사와 관련된 실체법적 규정은 제4장에서 구체적으로 규정하고 있으며, 그 핵심규정은 기업결합 사전신고 요건을 정하고 있는 제17조와 경쟁제한적 기업결합의 금지를 규정하고 있는 제20조라고 할 수 있다. 「필리핀경쟁법」상의 기업결합 심사제도는 인도네시아 경쟁법의 자발적인 사전심사 및 강제적인 사후신고 제도나 싱가포르의 자발적인 사후신고 제도와 달리 일정규모 이상의 대규모 기업결합의 경우에는 사전신고를 의무화하고 있다

246) 필리핀의 자진신고자감면제도에 대하여 자세한 사항은 PCC, 'Rules of the Leniency Program of the PCC'(https://www.phcc.gov.ph/wp-content/uploads/2018/12/Leniency-Rules-Clean-Version.pdf, 검색일: 2020. 12. 1)와 Leniency Program, 'FAQ'(https://www.phcc.gov.ph/wp-content/uploads/2020/09/Leniency-Program-FAQs-09302020_final.pdf, 검색일: 2020. 12. 1)을 참고하기 바람.

247) 동의의결제는 법위반으로 인해 발생한 피해금액을 PCC의 최종결정 이전에 자발적으로 납부하기로 PCC와 합의하는 경우 조사절차를 중지하고 사건을 종결하는 제도를 말한다. 「필리핀경쟁법」의 동의의결제에 대한 자세한 내용은 Rules of Procedure of the Philippine Competition Commission의 Rule VI의 3.17조를 참고하기 바람.

는 점에서 「2018년 베트남경쟁법」과 같은 형태로 운용되고 있다. 「필리핀경쟁법」 제17조와 하위규정[248]상 의무적인 사전신고 대상이 되는 대규모 기업결합의 요건은 두 가지 기준, 즉 '기업규모 기준(size of party test)'과 '거래가치 기준(value of the transaction test)'을 동시에 요구하고 있다. 기업결합 신고 기준은 매년 3월 1일 통계청의 명목 GDP 추정치에 따라 조정되는데, 2019년 3월 1일 기준은 다음과 같다. 우선 기업규모의 경우, 기업결합 당사회사 중 적어도 어느 하나의 기업의 모기업(모든 계열회사를 포함한다)의 필리핀 내 총매출액 또는 자산가액이 56억 필리핀페소[249]를 초과하여야 한다. 또한 거래금액 기준으로는 해당 기업결합의 거래금액이 22억 필리핀페소 이상일 것을 요건으로 하고 있다.[250]

PCC는 기업결합 신고서를 접수한 후 15일 이내에 자료의 적정성, 보완 필요성 등을 결정하고 기업결합 당사회사에 예비심사(Phase I) 개시에 관한 사항을 알려야 한다. 예비심사 기간인 30일 이내에 PCC는 해당 기업결합의 경쟁제한성 여부를 판단하여 그 승인여부를 결정하거나, 보다 심도 있는 검토가 필요한 경우에는 본심사(Phase II)를 추가적인 60일 기한 내에서 행할 수 있다. 본 기한 내에 기업결합 심사가 이루어지지 않은 경우에는 기업결합은 승인된 것으로 간주되며, 기업결합 당사자들은 해당 기업결합을 진행할 수 있게 된다.[251]

---

248) Rules and Regulations to Implement the Provision of Republic Act No. 10667(Philippine Competition Act)의 Rule 4, 제2조와 제3조.

249) 56억 필리핀페소는 한화로 약 1,300억 원 정도, 22억 필리핀페소는 한화로 약 506억 원 정도임.

250) 최근 COVID-19의 영향으로 타격을 받은 경제위기 극복을 위하여 필리핀 정부는 2020. 9. 11부터 'Bayanihan to Recover as One Act(Bayanihan 2, Republic Act No. 11494)'를 한시적으로 시행하고 있는데, 이 법의 제4조(eee.)에 근거하여 PCC는 한시적으로 2년 동안 기업결합 신고 기준 중 기업규모 기준을 500억 필리핀페소로 상향하였고, PCC의 직권(motu proprio) 기업결합 심사를 1년 동안 유예하는 조치를 취하였다. 보다 자세한 내용은 PCC, https://www.phcc.gov.ph/press-releases/pcc-mao-rules-bayanihan2/(검색일: 2020. 12. 17) 참고.

251) 「필리핀경쟁법」 제17조 및 Rules and Regulations to Implement the Provision of Republic Act No. 10667(Philippine Competition Act)의 Rule 4, 제5조.

2) 기업결합의 경쟁제한성 심사

기업결합의 경쟁제한성을 판단함에 있어서 PCC는 해당 기업결합이 「필리핀경쟁법」 제20조에서 정하고 있는 '실질적으로 관련 시장에서 경쟁을 봉쇄, 제한 또는 감소(substantially prevent, restrict or lessen competition in the market)'시키는지의 여부를 판단하여야 하는데, 세부적인 기준과 절차는 PCC의 기업결합 심사 관련 하위 규정인 '경쟁법 집행을 위한 규칙과 규정' 및 '합병심사 가이드라인'[252] 에서 자세하게 정하고 있다. 세부절차 및 기준은 통상적인 심사 절차와 다르지 않은데, 우선 SSNIP 테스트 등을 통해 상품시장과 지역시장을 획정하고, 획정된 시장을 토대로 시장점유율 산정을 통해 계산된 허핀달-허시만지수(HHI)[253]를 활용하여 시장집중도를 산정한다. 이를 토대로 해 기업결합으로 인해 기업결합 당사회사들이 독점적 지위를 활용하여 가격 인상, 생산량 또는 품질 감소 등을 통해 시장에서 경쟁을 제한할 우려가 있는지를 판단하는 '단독효과,[254] 분석과 당해 기업결합으로 관련 시장에서 경쟁사업자의 수가 감소됨에 따라 담합 등의 우려가 있는지를 판단하는 '협조효과'[255] 분석을 실시하며, 이와 함께 진입장벽의 정도, 잠재적 경쟁자의 신규 진입이 충분하고 적절하게 이뤄질 가능성 등도 같이 고려하여 「필리핀경쟁법」 제20조 위반 여부를 판단한다. 그러나 이러한 경쟁제한효과 분석 결과 당해 기업결합의 경쟁제한 가능성이 있다고 하더라도 당해 기업결합으로 인한 효율성 제고

---

252) Rules and Regulations to Implement the Provision of Republic Act No. 10667(Philippine Competition Act) Rule 4; PCC, Merger Review Guidelines, http://phcc.gov.ph/merger-review-guidelines-2/(검색일: 2020. 12. 17).

253) 경제학자인 Orris C. Herfindahl과 Albert O. Hirshman의 이름을 따라 만들어진 시장의 산업집중도 지수로 해당 산업 또는 시장에서 영업활동을 영위하는 사업자의 시장점유율의 제곱값의 합(HHI= $\sum_{i=1}^{N} s^{2_i}$, si는 기업i의 시장점유율)으로 계산되어진다. 이는 기존의 집중도 지수인 CRk(상위 k 사업자들의 시장점유율의 단순 합계)에 비해서 시장점유율이 높은 사업자가 집중도에 미치는 영향에 높은 가중치를 둔다. 예를 들어 상위 3개 사업자의 시장점유율이 각각 50%, 20%, 10%인 경우(A)와 각각 30%, 30%, 20%인 경우(B), CR3는 A, B 모두 80이나, HHI는 A 경우가 3000으로 B 경우(2200)비해 크게 나타난다.

254) non-coordinated effects 또는 unilateral effects.

255) coordinated effects.

효과가 크거나, 기업결합 당사회사의 파산위험이 커서 기업결합이 승인되지 않는 경우 시장독과점이 초래될 가능성이 큰 경우에는 당해 기업결합은 승인될 수 있다.[256]

3) 제재조치

기업결합 심사 결과 경쟁제한성이 있다고 판단되는 경우에는 PCC는 법위반 사업자에 대하여 관련 시장에서 경쟁의 회복을 위해 불승인 또는 조건부 승인과 같은 시정조치와 앞서 절차법적 규정에서 설명한 행정적 제재금(「필리핀경쟁법」 제29조)을 부과할 수 있으며, 시정조치 유형으로는 행태적 조치와 구조적 조치가 있다.[257] 또한 기업결합 신고 의무를 이행하지 않은 경우에는 해당 기업결합은 무효가 되고 거래금액(transaction value)의 1~5%의 행정적 제재금(administrative fine)이 부과된다.

6. 소결

이 장에서는 아세안 국가들 중 상대적으로 경쟁법을 도입하여 시행한 경험이 많고, 최근 경쟁법 제도 개선을 추진하는 등 향후 경쟁법 집행 강화가 예상되는 4개국, 즉 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀의 경쟁법 제도를 전반적으로 살펴보되, 다음 장에서 분석할 Grab-Uber M&A 사건에 대한 이해도를 제고하기 위하여 기업결합 심사제도에 대해서는 보다 상세하게 살펴보았다. 이들 4개국의 경쟁법 제도를 비교분석한 결과는 [표 4-2]~[표 4-4]와 같다. 우

256) 「필리핀경쟁법」 제21조, Rules and Regulations to Implement the Provision of Republic Act No. 10667(Philippine Competition Act) Rule 4 제10조, Merger Review Guidelines 10.
257) 시정조치의 세부내용은 Rules of Procedure of the Philippine Competition Commission의 Rule VI를 참고하기 바람.

선, [표 4-2]에는 이들 4개국의 경쟁법 도입 연혁, 입법목적과 경쟁법 집행 당국을 비교하여 정리한 내용이 제시되어 있다.

표 4-2. 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀의 경쟁법 연혁 및 경쟁당국 비교

구분	인도네시아	싱가포르	베트남	필리핀
경쟁법 도입 연혁	■ 1999년 외환위기 극복 과정에서 IMF의 권고로 1999년 3월 5일 도입 ■ Law No. 5/1999 on the prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition	■ 2003년 체결된 싱가포르·미국 FTA의 후속조치로 2004년 10월 19일 도입 ■ Competition Act (Chapter 50B) * 영국의 경쟁법 모델을 참고하여 제정	■ 1986년 개혁·개방 (Doi Moi) 과정에서 논의가 시작된 후 2004년 12월 14일 도입 ■ Competition Law (No. 27/2004/QH11) * 2018년에 전면 개정(No. 23/2018/QH14)	■ 아세안경제공동체 AEC Blueprint 2015에 따라 2014년 12월 28일 도입 ■ Competition Act (Republic Act No. 10667) * 그 이전에는 개정형법(The Revised Penal Code)을 통해 독과점규제제도 운영
법목적	■ 경제적 자유주의, 기업과 공공의 이익 균형 강조	■ 시장의 효율성과 싱가포르 시장의 전체적 생산성, 총후생 강조	■ 별도의 목적 규정 없음	■ 효율성, 소비자 후생을 강조하면서도 헌법상 강조되는 경제력집중 억제도 규정
경쟁 당국	■ 경쟁감독위원회 (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, KPPU) ■ 대통령 직속 독립위원회	■ 경쟁소비자위원회 (Competition & Consumer Commission of Singapore, CCCS) ■ 직제상 무역산업부 (Ministry of Trade & Industry, MoIT) 소속	■ 국가경쟁위원회 (National Competition Commission) 출범 예정 * 2020.12월 현재는 조사 담당 경쟁청 (Vientnam Competition Agency, VCA)과 심의기관인 경쟁위원회(Vientnam Competition Council, VCC)로 이원화 ■ 직제상 무역산업부 (Ministry of Trade & Industry) 소속	■ 경쟁위원회 (Philippine Competition Commission, PCC) ■ 대통령 직속 독립 위원회(준사법기관)

자료: 저자 정리.

인도네시아는 1999년, 싱가포르와 베트남은 2004년에 경쟁법을 도입하는 등 아세안 역내 경쟁당국 협의체라고 할 수 있는 'ASEAN Experts Group on Competition(이하 AEGC)'이 설립된 2007년 이전에 경쟁정책을 집행하기 시작한 반면, 필리핀은 이전부터 개정형법(The Revised Penal Code)을 통해 독과점 규제를 하고 있었지만 독립된 형태의 경쟁법인 도입된 것은 비교적 최근인 2014년이며, 2015년부터 이 법이 시행하기 시작하였다. 아세안 10개국 간 경제적·사회적·문화적 다양성만큼 경쟁법 분야에서도 도입 연혁, 입법목적, 제도 내용 등에 있어서 그 스펙트럼이 적지 않다는 사실을 확인할 수 있다. 인도네시아는 1999년 외환위기 극복과정에서 IMF의 권고를 받아들여 경쟁법이 도입되었고, 싱가포르는 2003년 미국과 체결한 FTA의 후속조치로 경쟁법이 도입되었으며, 당초 계획경제체제였던 베트남은 1986년 개혁·개방 정책이 본격 추진되면서 짧지 않은 기간동안 논의를 거친 후에 시장경제의 중요한 규칙이라 할 수 있는 경쟁법을 2004년에 도입하였으며, 필리핀은 독립적인 경쟁법 도입을 위한 노력에도 불구하고 수차례의 좌절을 겪은 후에 아세안경제공동체(AEC)가 추진한 역내 경제통합의 일환으로 2014년에 경쟁법을 도입하였다.

이들 국가들은 경쟁법이 달성하고자 하는 목표에 있어서 시장경쟁의 촉진과 유지라는 대원칙을 유지하면서도, 서로 다른 입법 배경과 입법 당시 자국의 정치적·경제적·사회적 상황이 반영된 상이한 입법목적을 규정하게 된다. 우선 필리핀의 경쟁법은 경쟁법 집행의 글로벌 스탠더드라고 할 수 있는 '소비자 후생 기준(consumer welfare standards)'을 명시적으로 규정하고 있다는 점에서 인도네시아, 싱가포르, 베트남의 경쟁법들과 차별성을 보인다고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 동시에 헌법적 가치 달성을 위한 형평성 있는 분배와 경제적 발전을 입법목적에 포함하고 있다는 점에서 완전한 소비자 후생 기준을 수용하고 있다고 보기는 어렵다고 판단된다. 또한 베트남의 경쟁법은 별도의 입법목적을 규정하고 있지 않지만, 인도네시아의 경쟁법은 '경제적 자유주의(economic democracy)'의 원칙과 '기업의 이익과 공공의 이익의 균형'을, 싱가포르 경쟁

법은 '효율적인 시장행위를 유지하고 제고하며, 싱가포르 시장에서의 전체적인 생산성(overall productivity), 혁신과 경쟁력 촉진'을 통한 총후생 극대화를 경쟁법의 법목적으로 강조하고 있다는 점에서 「필리핀경쟁법」의 입법목적과 다소 상이하다고 할 수 있다.

경쟁법을 집행하는 경쟁당국의 정부 직제상 체계를 살펴보면 인도네시아와 필리핀은 형식적으로는 대통령 직속 독립위원회로 설치되어 있는 반면, 싱가포르와 베트남은 무역산업부 소속 기관으로 설치되어 있다. 물론 싱가포르와 베트남의 경우에도 경쟁법 위반 여부의 심사와 결정에 있어서는 위원회의 독립적인 의사결정이 이루어지지 않는다고 하기는 어려울 것이다. 그럼에도 불구하고 OECD(2018c) 보고서[258]에서도 지적하는 것처럼 외형상 독립적인 위원회의 설립은 경쟁정책을 집행함에 있어서 정치적 압력을 배제하고 산업정책적 요인의 고려를 최소화한 중립적인 경쟁정책 집행 환경을 보장하는 것이 경쟁정책의 효과성을 제고할 수 있는 중요한 요인이라고 할 수 있다. 사실 「2018년 베트남 경쟁법」 개정이 논의될 당시에는 무역산업부 산하의 조직을 분리하여 별도의 독립 위원회를 구성할 필요성이 강조되기도 하였다. 이러한 점들을 고려할 때, 새롭게 설립된 베트남의 경쟁당국인 국가경쟁위원회가 독립적인 위원회로 분리되지 못하고 산업무역부 산하에 남게 된 것은 다소 아쉬운 점이라고 할 수 있다. 다만 베트남 경쟁당국의 법집행 역량이 여전히 초기 단계에 있어 조직의 독립성보다 범정부적인 행정지원이 필요하고, 우리나라 공정거래위원회도 1980년 「공정거래법」 제정 초기에는 경제기획원 공정거래실로 소속되어 있다가 조사역량을 키운 후에 1990년 공정거래법 개정으로 독립된 기관으로 바뀐 점을 고려하면, 「2018년 베트남경쟁법」 제정으로 향후 증가가 예상되는 경쟁법 집행 수요에 베트남 국가경쟁위원회가 어떻게 대응하느냐에 따라 독립 여부가 논의될 것으로 예상할 수 있다.

---

258) OECD(2018c), *Peer Reviews of Competition Law and Policy, Viet Nam*, p. 85.

[표 4-3]은 이들 4개국의 반경쟁적 합의와 시장지배적 지위 남용 규율과 관련된 실체법적 규정과 절차법적 규정을 비교하여 정리하였다. 총론 차원에서는 반경쟁적 합의의 경쟁제한성 판단에 있어서 법위반 유형에 따라 당연위법과 합리의 원칙의 이분법적 원칙을 적용하거나 시장점유율이 일정 규모 이상인 경우에는 시장지배적 사업자로 간주한다는 점에서는 일반적인 경쟁법 원칙을 따르고 있다고 할 수 있다. 그러나 규제의 세부 내용에 있어서는 국별로 상이한 부분들이 있음을 확인할 수 있었다. 우선 반경쟁적 합의의 경우에 대하여 국별로 비교하면 다음과 같은 특징들을 파악할 수 있었다. 인도네시아는 가격담합, 가격차별, 사업활동방해, 배타적계약 관련 합의는 당연위법의 법리를 적용하고, 생산·판매 통제 관련 합의 등 나머지 공동행위는 합리의 원칙을 적용한다고 보는 것이 타당하다.[259] 반경쟁적 합의를 위반한 사업자에 대해서는 행정적·형사적 제재가 가능하며, 반경쟁적 합의행위를 자진신고한 사업자에게 제재를 면제해 주는 리니언시 제도(Leniency Program)는 아직 도입되지 않았다.

259) OECD(2018b), *Competition Law in Asia-Pacific: A Guide to Selected Jurisdictions*, p. 77.

표 4-3. 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀의 경쟁법 비교: 반경쟁적 합의와 시장지배적 지위 남용

구분	인도네시아	싱가포르	베트남	필리핀
반경쟁적 합의	■ 경쟁법 제3장 ■ 당연위법과 합리의 원칙을 구분 적용 =가격담합, 가격차별, 사업활동방해, 배타적 계약 관련 합의는 당연위법 적용 ■ 법위반 시 행정·형사 제재 가능 =시정조치 및 10억~250억 루피아(한화 약 8,000만~20억 원) 과징금 =최고 1,000억 루피아 벌금 또는 징역 6월 ■ 리니언시 제도 미도입	■ 경쟁법 제34조 ■ 당연위법과 합리의 원칙을 구분 적용 ■ 경쟁제한성이 없다고 간주하는 안전지대(safety harbor) 규정 =수평적합의 참여 기업들의 시장점유율 20% 이하, 비수평적 합의는 25% 이하, 중소기업 합의 (단, 가격고정, 입찰담합 등 경성담합은 제외) ■ 법위반 시 행정·형사 제재 가능 =임시조치(interim measure) 제도 =시정조치 및 매출액의 10% 이내 과징금 =절차법 위반 시 미화 5,000달러 이하 벌금, 12개월 이하 징역 가능 ■ 리니언시 제도 도입	■ 경쟁법 제3장 ■ 당연위법과 합리의 원칙을 구분 적용 =2018년 법개정으로 '시장점유율 30%' 기준 폐지 ■ 법위반 시 행정·형사 제재 가능 =시정조치 및 매출액의 10% 이내 과징금 =반경쟁적 합의로 인한 피해금액 또는 부당이득액에 따라 최고 50억 동 (한화 약 2억 4,000만 원)의 벌금, 최고 5년 이하 징역, 2년 이하 영업정지 가능 =입찰담합의 경우 최고 22년 징역형, 5년동안 취업금지, 자산몰수 조치 부과 가능 ■ 리니언시 제도 도입 (2018년 개정 법)	■ 경쟁법 제14조 ■ 당연위법과 합리의 원칙을 구분 적용 =가격담합, 입찰담합은 당연위법 적용 =생산·판매·기술발전·투자를 제한하는 합의 등은 합리의 원칙 적용 =당연위법이 아닌 합의 유형은 소비자 후생을 고려하도록 명시적으로 규정 ■ 법위반 시 행정·형사 제재 가능 =시정조치 =1억 페소(한화 약 23억 원), 두 번째 위반의 경우에는 1억~2억 5,000만 (한화 약 23억~ 58억 원) 필리핀페소, 3회 이상부터는 1억 5,000만~2억 5,000만 필리핀 페소의 과징금이 부과 =2~7년의 징역, 5,000만~2억 5,000만 필리핀 페소 벌금 부과 ■ 절차법적으로 리니언시 제도와 동의의결제 (Concent Order) 도입

표 4-3. 계속

구분	인도네시아	싱가포르	베트남	필리핀
시장 지배적 지위 (시지) 남용	■ 경쟁법 제4~5장 ■ 시장점유율이 50% 이상인 경우 시장지배적 사업자 가능성이 높다고 판단 =공급독점과 수요독점을 구분 =독점금지를 4장에 별도로 규정하고 있으나 시장지배적 지위 남용으로 보는 것이 타당 ■ 행정·형사 제재 규정은 위와 동일	■ 경쟁법 제47조 ■ 시장점유율이 60% 이상인 경우 시장지배적 사업자 가능성이 높다고 판단 =경쟁제한성은 CCCS가 입증 ■ 행정·형사 제재 규정은 위와 동일	■ 경쟁법 제4장 ■ 시장점유율이 30% 이상이거나 '상당한 시장지배력'이 있는 경우 시장지배적 사업자로 간주 =상당한 시장지배력 판단은 점유율, 재무적 역량, 진입 장벽, 지재권 등을 고려하도록 규정 (2018년 개정) ■ 법위반 시 시정 조치 및 매출액의 10% 이내 과징금	■ 경쟁법 제15조 ■ 시장점유율이 50% 이상인 경우 시장지배적 사업자 가능성이 높다고 판단 =PCC가 시장구조와 특징을 고려하여 시장지배적 사업자의 시장점유율 기준 별도 규정 가능 ■ 행정·형사 제재 규정은 위와 동일

자료: 저자 정리.

싱가포르의 반경쟁적 합의 규제의 특징 중 하나는 합의에 참여하는 기업들의 시장점유율이 일정규모[260] 이하의 경우 또는 중소기업 합의[261]의 경우에는 경쟁제한성이 없다고 간주하는 안전지대(safety harbor)를 명시적으로 규정하고 있다는 점이다. 또한 인도네시아와 달리 리니언시 제도는 도입되어 있다. 베트남 경쟁법상 반경쟁적 합의 규정은 2018년 경쟁법 개정을 통해 대폭 개선되었다고 할 수 있다. 우선 그동안 적극적 경쟁법 집행의 장애로 작용하던 시장점유율 30% 기준을 폐지하고, 리니언시 제도를 도입함으로써 향후 경쟁법 집행이 강화될 것으로 전망할 수 있다. 일찍이 경쟁법 도입 당시부터 선진적인 형태의 경쟁법 체계를 갖추고 있었던 필리핀은 당연위법과 합리의 원칙을 구분하여 규제하도록 하면서 합리의 원칙 적용 시에는 소비자 후생을 고려하도록 명시적으로 규정하고 있으며, 리니언시 제도가 도입되어 운용되고 있다.

260) 수평적합의의 경우에는 20%, 비수평적합의의 경우에는 25%.
261) 가격담합, 입찰담합 등 경성담합은 제외.

다음으로, 시장지배적 지위 남용 규율에 대하여 국별로 다음과 같은 특징을 확인할 수 있다. 4개국 경쟁법 모두 세부적인 기준은 다르지만 시장점유율이 일정규모 이상인 경우에는 시장지배적 사업자로 일응 추정하면서 금지되는 행위 유형을 법에 열거하는 방식을 취하고 있다. 싱가포르 경쟁법은 시장점유율이 60% 이상인 경우 시장지배력이 있다고 추정하고, 인도네시아와 필리핀의 경쟁법은 같은 기준인 50% 기준을, 베트남 경쟁법은 30% 기준을 정하고 있다. 시장점유율 기준만을 고려했을 때, 이들 4개국 중 싱가포르는 가장 완화된 기준을 베트남은 가장 엄격한 기준을 규정하고 있다고 할 수 있다. 다만 인도네시아 경쟁법상 시장지배적 지위 남용 규제 관련 규정에서는 시장점유율 기준을 초과하는 사업자의 존재 자체를 금지하는 것인지의 여부가 명확하지 않지만, 이는 일정 점유율 이상의 높은 시장집중도를 보이는 시장에서는 시장지배적 사업자의 경쟁법 위반행위를 입증하는 데 필요한 경쟁당국의 부담을 다소 완화시킨 것이라고 보는 것이 합리적일 것이다. 따라서 이와 관련하여 KPPU가 법위반 입증책임을 여전히 부담하되, 시장지배적 사업자에 의해 KPPU의 입증이 번복되는 경우에는 다시 KPPU가 경쟁제한효과가 효율성 효과보다 크다는 사실을 재입증해야 할 것이다. 이러한 단계적이고 순차적인 입증절차 및 입증책임은 기본적으로 일반적인 경쟁법 집행방식과 다르지 않다고 할 수 있다. 따라서 3장에서 당연위법으로 판단되는 4개 조항[262]을 제외한 나머지 법위반 유형들과 4~5장의 시장지배적 지위 남용행위에 대한 법위반 입증을 위해서는 KPPU가 산업집중도, 시장에서 사업을 영위하는 사업자의 수, 제품의 동질성, 진입장벽의 정도 등을 고려하여 반경쟁적 효과를 입증해야 한다고 보는 것이 타당할 것이다.

[표 4-4]에는 이들 4개국의 기업결합 심사제도와 관련된 실체법적 규정과 절차법적 규정이 비교·정리되어 있다. [표 4-4]에서 알 수 있는 것처럼 기업결

262) 가격담합(제5조), 가격차별(제6조), 다른 사업자의 판매·구매 등 사업활동을 방해하는 계약(제10조), 재판매와 공급을 제한하는 독점적 계약(제15조).

합심사 제도는 반경쟁적 합의 또는 시장지배적 지위 남용 규율과 달리 4개국의 제도 운영 방식에 상당한 격차가 존재한다고 할 수 있다. 물론 반경쟁적 합의와 시장지배적 지위 남용 규율에서도 어느 정도 규제 차이가 존재했지만, 기업결합 심사 규제는 이에 비해 상당한 규제 차이가 존재한다.

우선 경쟁당국의 기업결합 신고 대상에 있어서 자발적인 사후신고 제도를 택하고 있는 싱가포르에서부터, 자발적 사전심사 및 의무적 사후신고 제도를 운영하는 인도네시아, 의무적 사전신고 제도를 택하고 있는 베트남과 필리핀까지 상당히 다양한 제도적 스펙트럼을 갖고 있다고 할 수 있다. 이러한 규제격차는 경쟁당국이 자국의 경제적 상황을 고려하여 도입한 제도적 취지에도 불구하고 아세안의 경제통합을 저해하는 측면이 존재한다고 할 수 있다. 특히 제3장에서 확인한 것처럼 최근 아세안 지역에서 국경 간 기업결합(cross-border M&A)이 활발해지고 있는데, 이러한 국별 제도적 차이는 기업의 동일한 경제적 행위에 대하여 상이한 결론에 도달하게 함으로써 해외 기업의 아세안 시장 진출 또는 아세안 역내 경제통합에 부정적 영향을 초래할 수 있다.

실제로 제5장에서 확인할 수 있는 것처럼 2018년 아세안 역내에서 이루어진 글로벌 기업결합 건인 Grab-Uber M&A 심사에 있어서 이들 경쟁당국들은 서로 상이한 결정을 하였다. 국별 경쟁법 집행 차이는 향후 역내 경쟁법 규제격차 해소와 제도 조화 필요성을 고민하게 하는 계기가 되었다고 할 수 있다. 이러한 차원에서 베트남이 2018년 경쟁법 개정을 통해 기업결합 신고대상을 단순한 시장점유율 기준에서 확대하여 자산, 매출액, 또는 거래규모 기준을 포함시켰을 뿐만 아니라 경쟁제한적 기업결합의 판단기준에서 글로벌 스탠더드에 부합하는 싱가포르, 인도네시아, 필리핀과 유사한 기준을 도입한 것은 상당히 의미있는 제도 개선이라고 할 수 있을 것이다. 또한 인도네시아에서도 기업결합 심사제도와 관련하여 지속적으로 현재의 사후심사제도를 사전심사제도로 강화하려는 움직임이 나타나고 있으며, 기업결합 신고 대상을 현재의 주식취득, 합병, 영업양수 이외에 새로운 회사설립(Joint Venture)에의 참여를 포함

하는 문제도 논의[263]되고 있는데, 이는 기업결합 심사제도를 비롯한 경쟁법 집행에 있어서 KPPU의 영향력 확대를 의미하는 것이므로 앞으로 이에 대한 제도 변화 가능성을 면밀하게 주시할 필요가 있을 것이다.

한편 기업결합 심사제도의 절차법적 측면의 비교와 관련하여 특이할 만한 점은 싱가포르는 자발적 사후신고 제도 운영으로 시장경쟁의 원상 회복이 쉽지 않을 수 있는 점을 고려하여 경쟁제한 가능성이 우려되는 기업결합에 대하여 임시조치(Interim measures)가 가능하고, 필리핀 경쟁법에는 다양한 경쟁회복 조치의 일환으로 미국 등 선진 경쟁당국에서 운영하고 있는 동의의결제(Consent Order)를 도입하고 있다.

표 4-4. 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀의 경쟁법 비교: 기업결합 심사제도

구분	인도네시아	싱가포르	베트남	필리핀
근거 규정	■ 경쟁법 제5장 =시장지배적 지위 남용 부분에 규정 ■ 주요 하위규정 =Government Regulation No.57/2010 =KPPU Regulation No.3/2019	■ 경쟁법 제54조 ■ 주요 하위규정 =CCCS Guidelines on mergers procedures 2012 =CCCS Guidelines on the substantive assesment of mergers 2016	■ 경쟁법 제5장 ■ 주요 하위규정 =Decree No. 35/2020/ND-CP =Decree 75/2019/ND-CP	■ 경쟁법 제20조 ■ 주요 하위규정 =Rules of Procedure of the Philippine Competition Commission =Rules and Regulations to Implement the Provision of Republic Act No. 10667 =Merger Review Guidelines
신고 제도	■ 자발적 사전심사 및 의무적 사후신고 제도 =결합 종료 후 30일 이내에 신고	■ 자발적 사후신고 제도 =승인없이 기업결합 진행 가능	■ 의무적 사전신고 =2018년 법개정으로 역외규정(extra-territorial) 마련	■ 의무적 사전신고 =계약체결 후 30일 이내에 신고

263) OECD(2018a), *Annual Report on Competition Policy Development in Indonesia*, p. 4.

표 4-4. 계속

구분	인도네시아	싱가포르	베트남	필리핀
신고 대상	■ 기업결합회사 자산규모 2.5조 루피아 또는 매출액 5조 루피아 이상 (한화 약 2,000억~4,000억 원) =2019년 3월 기준 변경으로 신고대상에 합병, 주식취득 이외에 '자산 양수도' 포함	■ 사업자가 경쟁제한성이 있다고 판단하는 기업결합 =자발적으로 CCCS의 사전심사를 요청할 수 있으나 의무사항은 아님	■ 기업결합회사 중 한 회사의 국내 자산 또는 매출액이 3조 동 (한화 약 1,450억 원) 이상, 합병 거래규모가 1조 동(약 500억 원) 이상, 또는 결합회사의 시장점유율 합계가 20% 이상 * 2004년 법에서는 시장점유율 30~50%인 경우 신고대상	■ 명목 GDP에 따라 매년 변동되며, 2019.3.1.일 기준은 다음과 같음 =[기업규모] 기업결합회사 중 어느 하나의 국내 매출액 또는 자산가액이 56억 페소(한화 약 1,300억 원) 초과하거나 =[거래가치] 기업결합의 거래금액이 22억 페소(한화 약 506억 원)를 초과하는 경우 신고대상
심사 절차	■ 신고접수일부터 최대 90일 이내 (Phase I)과 Phase II 구분 없음)	■ 신고접수일부터 30 영업일(Phase I)과 120 영업일 (Phase II)로 구분	■ 최종 자료가 완비된 신고접수일 부터 30일 (Phase I), 90일(Phase II), 추가 60일 (extended Phase II)로 구분	■ 신고접수일부터 15일 이내에 자료보정 필요성을 결정하고, 30일 (Phase I)과 60일 (Phase II)로 구분
경쟁 제한성 판단	■ 시장집중도(HHI), 진입장벽, 반경쟁적 행위 가능성, 효율성 증대효과, 회생 불가 가능성 등 고려	■ 미국, EU 등 다른 선진경쟁당국 심사와 크게 다르지 않음 =다만 결합 후 시장점유율이 40%가 넘지 않거나, 20~40%이고 상위 3사 시장점유율이 70% 미만인 경우에는 경쟁제한성 없다고 판단	■ 2018년 법개정으로 경쟁법에서 통상적으로 인정되는 경쟁제한성 판단 기준이 도입됨에 따라 글로벌 스탠더드에 부합 * 2004년 법에서는 시장점유율 50% 이상 기업결합은 원천 금지 =다만 국가전략 상 산업, 과학기술 발전, 중소기업 성장, 베트남 기업의 경쟁력 향상에 미치는 긍정적 영향 평가토록 규정	■ 미국, EU 등 다른 선진경쟁당국 심사와 크게 다르지 않음

표 4-4. 계속

구분	인도네시아	싱가포르	베트남	필리핀
제재 수단	■ 시정조치, 과징금, 고발 =신고의무 미이행 시 매일 10억(한화 약 8,000만 원) 루피아 이행강제금 부과(상한은 250억 루피아) =행태적·구조적 조치, 고발 가능	■ 임시조치(interim measure) 제도 ■ 시정조치, 과징금 =매출액의 10% 내에서 제재금 부과 =행태적·구조적 조치 가능하나, 원상회복이 가능한 구조적조치 선호	■ 시정조치, 과징금, 고발 =매출액의 5% 내에서 제재금 부과 =행태적·구조적 조치, 고발 가능	■ 시정조치, 과징금 =거래금액의 1~5% 내에서 과징금 부과 =행태적·구조적 조치 가능 ■ 동의의결제 (Consent Order) 도입

자료: 저자 정리.

제5장 Grab-Uber M&A에 대한 심결사례 분석 및 경제적 효과 실증분석

1. 아세안 주요국의 Grab-Uber M&A 심결사례 비교분석
2. Grab-Uber M&A 사건에 대한 경제적 효과 실증분석
3. 소결

1. 아세안 주요국의 Grab-Uber M&A 심결사례 비교분석

제2장에서 살펴본 것처럼 전통산업에서는 쉽게 볼 수 없었던 디지털플랫폼의 구조적인 특징들은 시장획정, 네트워크 효과, 데이터 집중과 같은 복잡하고 다양한 경쟁 이슈를 만들어 내고, 아세안의 경쟁당국들도 이에 대한 심도 있는 논의를 진행하고 있다.[264] 그럼에도 불구하고 아세안 역내 경쟁당국 간에 경쟁법 집행의 역량 차이와 심사기준 차이가 적지 않은 것이 현실이다. 특히 이러한 경쟁당국의 M&A 심사역량과 경쟁법상 M&A 심사 기준의 차이는 2018년 Grab-Uber와 같이 역내 대부분의 국가에 영향을 미치는 기업결합 사건의 심사에 있어서 서로 다른 결론에 도달하게 되는 결과를 초래하였다. 이러한 규제 차이는 역내 디지털시장 발전 격차와 정책 불확실성을 초래하고 디지털경제 분야로의 해외투자 유입에도 장애로 작용할 수 있다. 왜냐하면 어느 한 국가에서라도 기업결합 승인이 이루어지지 않는 경우에는, 아세안 역내 시장 전체를 고려하고 진행하는 해당 M&A가 영향을 받을 수 있기 때문이다. 이 장에서는 최근에 싱가포르, 베트남, 필리핀, 인도네시아에서 진행되었던 디지털플랫폼 시장의 대표적인 M&A인 Grab-Uber 합병건에 대한 각 경쟁당국의 심결사례를 분석한다. 경쟁당국의 M&A 심사의 경우 기업의 영업비밀을 포함하기도 하고, 일부 국가의 경우에는 자료 접근성이 낮을 수밖에 없어, 불가피하게 국가 간 심결례 분석 내용의 깊이에 있어서 차이가 있다는 점을 미리 밝혀 둔다.

---

264) DotEcon(2016), *E-commerce and its impact on competition policy and law in Singapore*.

가. 싱가포르[265]

1) 사건의 개요

2018년 3월 25일 Uber Technologies, Inc.(이하 Uber)의 동남아에서의 승차공유 및 음식배달 사업을 Grab Inc.(이하 Grab)에게 매각하고, 그 대가로 Uber가 Grab의 지분 27.5%를 취득하며 Grab의 이사 1인을 선임하는 것을 주요 내용으로 하는 매매계약(이하 Grab-Uber 매매계약)이 체결되었다(이하 Grab-Uber 기업결합). 싱가포르 경쟁·소비자위원회(Competition & Consumer Commission Singapore, 이하 CCCS[266])는 당사회사에 여러 행태적 시정조치 및 합계 약 106억 7,000만 원에 이르는 과징금을 부과하였다.[267]

2) 심사경위 및 절차

Grab과 Uber 간 기업결합이 있을 것이라는 소문에 관한 언론보도가 나오자, CCCS는 2018년 3월 9일 각 당사회사에 싱가포르의 기업결합 신고제도에 대한 설명 및 CCCS의 기업결합 심사, 시정조치 및 과징금 부과, 임시 시정조치 부과에 대한 권한을 설명하는 공문을 송부하였다. 그 후 2018년 3월 19일 Uber는 싱가포르에서의 경쟁에 영향을 미치는 계약을 체결하는 경우 CCCS에 알리겠다는 내용의 공문을 CCCS에 송부하였다.

2018년 3월 25일 Grab과 Uber는 Grab-Uber 매매계약을 체결하였고, 다음 날인 3월 26일 Grab과 Uber는 이 건 기업결합에 대하여 발표하였다(거래

265) 동 사건의 기업결합 심사 내용은 Competition and Consumer Commission Singapore, Notice of Infringement Decision, Sale of Uber's Southeast Asian Business to Grab in consideration of a 27.5% stake in Grab, 24 September 2018, Case number(500/001/18)을 토대로 작성하였다.

266) 2018년 4월 1일 이전에는 명칭이 'Competition Commission of Singapore'였으나, 이하에서는 'CCCS'로 통일하여 지칭한다.

267) Grab에 약 52억 7,000만 원 및 Uber에 약 54억 원.

종결). 해당 발표를 접한 CCCS는 같은 날 당사회사에 Grab-Uber 기업결합의 구체적인 내용 및 CCCS에 기업결합을 신고할 것인지의 여부에 대하여 문의하는 공문을 송부하였고, CCCS는 다음 날인 2018년 3월 27일 직권으로 이 건 기업결합에 대한 심사에 착수하였다.

2018년 3월 28일 CCCS는 Grab-Uber 기업결합에 대하여 2018년 4월 16일 전까지 신고서를 제출하겠다는 당사회사의 답변을 받았고, 2018년 3월 30일 CCCS는 임시 시정조치안을 당사회사에 송부하였다. 2018년 4월 4일 및 4월 6일 당사회사는 임시 시정조치안에 대한 대안을 포함한 서면을 CCCS에 제출하였고, CCCS는 해당 서면과 제3자로부터 수집한 정보를 고려하여 2018년 4월 13일 당사회사에 임시 시정조치(Interim Measure)를 부과하였다.

Grab이 2018년 6월 14일 CCCS에 자발적 시정방안을 제출하였으나, CCCS는 해당 방안들이 Grab-Uber 기업결합으로 인한 경쟁제한 우려를 충분히 해소하지 못한다고 판단하여, 2018년 7월 5일 Grab 및 Uber에 이 건 기업결합이 「싱가프르 경쟁법(the Competition Act(Cap. 50B)」 제54조에 위반된다는 내용의 결정문 및 시정조치안을 당사회사에 송부하였다. 당사회사는 이에 대하여 2018년 7월 26일 두 번째로 자발적 시정방안을 제출하였으나 CCCS는 이 역시 경쟁제한 우려를 충분히 해소하지 못한다고 판단하였다.

이후 CCCS는 당사회사의 의견 진술 절차 및 이해관계인의 의견수렴 절차 등을 거쳐 2018년 9월 24일 Grab 및 Uber에 시정조치 및 과징금을 부과하였다.

3) 사실관계

가) 당사회사의 사업 분야

Grab-Uber 기업결합 이전에 Grab은 싱가포르에서 차량호출 서비스의 예약/연결(matching) 플랫폼(이하 차량호출 플랫폼) 제공, 개인이 운전기사와 함께 고용한 차량(chauffeured private hire car)을 위한 임대 사업(이하 개

인고용 임대사업) 등을 영위하고 있었고, Uber 역시 차량호출 플랫폼 제공을 영위하며 계열회사인 Lion City Rentals를 통하여 개인고용 차량 임대 사업을 영위하고 있었다. 즉 Grab과 Uber는 주요 사업인 차량호출 플랫폼 분야에서 중첩적으로 사업을 영위하고 있었고, 해당 사업과 수직관계에 있는 개인고용 차량 임대 사업도 각각 영위하고 있었다. 한편 이 건 매매계약에서 구체적으로 매각대상이 된 것은 동남아 국가(싱가포르, 캄보디아, 인도네시아, 말레이시아, 미얀마, 태국, 필리핀, 베트남)에서의 Uber의 승차공유 및 음식배달 사업과 관련되는 자산(일부 제외), 일부 임직원, 계약 및 데이터였다(즉 Uber의 개인고용 차량 임대 사업은 매각대상에 포함되지 않았다).

나) 관련 시장 획정

CCCS는 Grab-Uber 기업결합의 관련 시장을 다음과 같이 획정하였다.

- 싱가포르에서 차량호출 서비스 제공을 위해 운전기사와 승객을 연결하는 양면 플랫폼 시장(이하 본건 플랫폼 시장); 및
- 싱가포르에서 차량호출 플랫폼 운전기사에 대한 개인고용 차량 임대 시장(이하 본건 임대 시장)

관련 시장의 범위에 대하여 구체적으로 살펴보면, 당사회사는 차량호출 플랫폼은 운전기사와 승객이라는 두 가지 측면이 결합되는 양면 플랫폼이라고 주장하면서, '승객' 측면에서의 관련 상품시장은 개인고용 차량, 택시, 자가용 차량의 이용, MRT, LRT, 버스, 셔틀버스 등 모든 종류의 대중교통 수단으로 구성되는 도시 내부의 운송서비스 시장이라고 주장하였다. 한편 '운전기사' 측면에서의 관련 상품시장에 대하여 당사회사는 운전기사는 택시 기사나 리무진 운전기사와 같은 전문적 운전기사 중에서만 선발되는 것이 아니라 보다 광범위한 인력 시장에서 선발된다고 주장하였다.

CCCS는 당사자가 승객 측면에서 동일한 관련 시장에 포함된다고 주장한 여러 교통수단에 대하여 다음과 같이 판단하였다: (i) 택시 예약서비스는 차량호출 플랫폼과 충분히 밀접한 대체 상품으로 동일한 관련 시장에 포함되지만, (ii) 승객이 길에서 잡는 택시(street-hailed taxi)의 경우 차량호출 플랫폼만큼 편리하지 않고 피크시간 및 유동인구가 적은 지역에서 승객이 택시를 잡는 것이 어려울 수 있다는 점에서 차량호출 플랫폼과의 대체가능성이 적으므로 동일한 관련 시장에 속하지 않는다. (iii) 대중교통 수단의 경우 이동시간, 편의성, 운송비용, 정확히 목적지까지 이동하는지의 여부 등 다양한 측면에서 차량호출 플랫폼과 상이하여 관련 시장의 일부를 구성할 정도로 당사회사에 경쟁 압력으로 작용하지 않고, (iv) 자가용 차량의 경우 싱가포르에서 자가용 차량을 소유하는 것에 비용이 많이 든다는 점에서 역시 차량호출 플랫폼 서비스의 대체재가 되지 않는다고 보았다. 결국 CCCS는 당사회사들의 주장과 달리 '승객' 측면에서 택시 예약서비스만이 차량호출 플랫폼 서비스와 동일한 관련 상품시장에 속한다고 인정하였다.

CCCS는 '운전기사' 측면에서의 관련 상품시장에 대하여, (i) 운전기사들은 다른 차량호출 플랫폼으로 쉽게 전환하거나 다른 차량호출 플랫폼으로부터의 호출도 받을 수 있으므로 운전기사 측면에서 제3의 차량호출 플랫폼은 당사회사의 플랫폼과 동일한 관련 시장에 포함된다고 판단하였다. (ii) 길에서 승객을 태우는 택시의 경우 차량호출 플랫폼이 제공하는 확실성 및 편의성이 없으므로 운전기사의 측면에서 길에서 승객을 태우는 택시는 동일한 관련 시장에 포함되지 않는다고 판단하였다. 한편 (iii) 업무 경험 및 능력 등으로 인하여 개인고용 차량 운전기사들은 다른 직업으로 신속하고 효과적으로 전환하기 어려울 것이므로 보다 광범위한 인력 시장은 Grab-Uber 기업결합 심사 목적상 동일한 관련 시장에 포함되지 않는다고 판단하였다.

한편 Grab이 Grab-Uber 기업결합을 통하여 Uber의 차량임대 사업을 인수하지는 않았으나, Lion City Rentals이라는 차량 임대회사를 소유하는 Uber

가 Grab Rentals이라는 차량 임대회사를 소유하는 Grab의 지분 27.5%를 취득하였다는 점에서, CCCS는 싱가포르의 차량호출 플랫폼 서비스 시장과 차량호출 서비스 제공을 위한 차량 임대 시장은 밀접하게 관련되어 있다고 판단하였다.

다) 관련 시장의 경쟁 상황

본건 플랫폼 시장의 경우 CCCS는 차량호출 플랫폼에서 연결된 호출 건수를 기준으로 시장점유율을 살펴보았다. 결합회사의 시장점유율 합계는 [80~90]%에 달하여 차순위 사업자인 CDG의 시장점유율의 5배를 넘는 수준이고, 2013년 당시 당사회사의 시장점유율 합계는 [0~10]% 수준에 불과하였으나 이후 당사회사의 시장점유율이 매우 빠른 속도로 증가해 왔다. 따라서 CCCS는 본건 플랫폼 시장에서 기업결합 심사 가이드라인상 경쟁제한 우려가 발생할 수 있음을 시사하는 시장점유율 기준을 훨씬 상회한다고 보았다.

본건 임대 시장의 경우 임대차량의 수를 기준으로 한 경쟁 현황은 다음과 같았다.

표 5-1. Grab-Uber M&A 건 임대시장의 시장점유율(임대차량 수 기준)

(단위: %)

개인고용 차량 임대회사	시장점유율
Lion City Rentals(Uber 계열회사)	[20~30]
Grab Rentals	[0~10]
Grab과 제휴를 맺어 선호되는 임대업자(Preferred Rental Fleet Partners)	[10~20]
당사회사와 관련된 개인고용 차량 임대회사(소계)	[50~60]
제3자 개인고용 차량 임대 회사	[40~50]
합계	[100]

자료: Competition and Consumer Commission Singapore, Notice of Infringement Decision, Sale of Uber's Southeast Asian Business to Grab in consideration of a 27.5% stake in Grab, 24 September 2018, Case number(500/001/18).

Grab-Uber 기업결합 이후 지분 관계 또는 계약 관계에 의해 당사회사와 관련이 있는 개인고용 차량 임대회사들의 시장점유율은 [50~60]%에 달한다.

라) 관련 시장의 구조

CCCS는 차량호출 플랫폼의 양면성(운전기사와 승객 측면)으로 인하여 예약서비스 시장에 존재하는 강력한 간접 네트워크 효과 때문에 본건 플랫폼 시장에의 신규 진입 및 확장에 대한 장벽이 높다고 판단하였다. 즉 운전기사와 승객 간 상호의존성이 간접 네트워크 효과를 야기하고, 그 밖의 측면에서는 가격, 품질 및 서비스가 모두 동일한 경우 사용 저변이 넓은 차량호출 플랫폼이 사용기반이 약한 경쟁 플랫폼보다 새로운 운전기사 및 승객에게 보다 매력적이라는 것이다. CCCS는 Uber가 운전기사의 임대계약에 포함된 배타적 조건, 운전기사에 제공되는 다양한 인센티브 및 운전기사가 계약기간 도래 전에 임대계약을 종료하는 경우 임대보증금 몰수 등의 높은 전환비용에 직면하는 것이 운전기사의 multi-home을 방지한다고 보았다. 그리고 승객들이 multi-home할 수 있더라도, 운전기사들이 Grab 플랫폼만 이용하는 경우 Grab은 시장력을 행사할 수 있다고 판단하였다.

나아가 CCCS는 강한 간접 네트워크 효과가 나타나는 시장에서는 '쏠림(tipping) 현상'이 나타날 위험성이 있고, 이는 신규진입 및 확장의 장벽을 더욱 높게 만들 것이라고 지적하였다. 실제로 Grab-Uber 기업결합 전에 Uber의 차량호출 플랫폼을 사용하던 대부분의 운전기사들은 Grab의 차량호출 플랫폼으로 이동하였고, 그에 따라 대부분의 Uber 이용 승객들도 Grab의 차량호출 플랫폼으로 옮겨 갔다. 따라서 CCCS는 Grab-Uber 기업결합이 시장에서 독점을 향한 쏠림 현상이 나타날 가능성을 증가시켰다고 평가하였다.

신규 진입자는 차량을 대규모로 구매하거나 차량 임대회사를 인수하거나 파트너십을 맺는 등 차량을 확보해야 하고, 신규 플랫폼에 운전기사 및 승객을 유인하기 위해서 다양한 인센티브 제도 및 프로모션을 운영해야 하므로 본건 플

랫폼 시장의 신규 진입에 많은 비용이 소요되어 신규 진입이 결합회사의 경쟁 압력이 되기에 충분하지 않다고 판단하였다.

4) 적용법조 및 위법성 판단

가) 적용법조

「싱가포르 경쟁법」 제54조 제1항은 싱가포르의 여하한 관련 시장에서 경쟁의 상당한 감소를 야기하였거나 야기할 것으로 예상되는 기업결합을 금지하고 있고, CCCS는 기업결합이 제54조에 위반된다고 판단하는 경우 동법 제69조에 따라 시정조치 및 과징금을 부과할 수 있다.

나) 위법성 판단

[단독효과] CCCS는 다음과 같은 사정을 고려할 때 Grab-Uber 기업결합으로 인하여 Grab과 Uber 간 경쟁이 제거됨으로써 Grab이 시장력을 확대하였고, Grab의 가격 인상(또는 품질 저하, 선택권 축소) 능력이 나타났다고 판단하였다.

- Grab-Uber 기업결합은 가장 밀접하고 가장 규모가 큰 2개의 경쟁사업자 사이의 경쟁을 제거함으로써 본건 플랫폼 시장에서 상당한 경쟁의 감소를 야기하였다.
- 당사회사의 내부 문서들에 의하면, 당사회사가 Grab-Uber 기업결합이 Grab의 가격 인상 능력을 증대시킬 것으로 예상하였다는 점을 알 수 있다.
- Grab-Uber 기업결합 이후 Grab의 프로모션 및 인센티브가 상당히 축소되고, 실질적인 요금이 [10~15]% 증가하였는데, 이는 Grab의 가격인상 능력을 보여 준다.
- 당사회사가 컨설팅회사인 CRA(Charles River Association)을 통해 제출한 경제분석 보고서의 Gross Upward Pressure Pricing(GUPPI) 분

석은 기업결합 이후 본건 플랫폼 시장에서의 가격 인상 압력의 존재 또는 부존재를 보여 주지 않고, Grab-Uber 기업결합을 통한 경쟁의 제거가 Grab의 가격인상 능력을 증대시켰다는 CCCS의 판단을 반박하기에 불충분하다.

- 신규 사업자의 진입은 그 가능성, 범위 및 시기 측면에서 결합회사의 경쟁 제한 시도를 억제하기에 충분하다는 점이 소명되지 않았다.

[협조효과] 관련 시장에 사업자의 수가 적고 시장집중 정도가 높은 경우 사업자들이 그들의 행동을 조율하기 용이한데, 결합회사 이외에는 싱가포르에서 차량호출 플랫폼 서비스를 제공하는 사업자가 6개밖에 없고, 연결된 호출건수를 기준으로 본건 플랫폼 시장에서 결합회사 및 CDG가 총 [90~100]%의 시장점유율을 차지하고 있다. 그리고 경쟁사업자의 가격에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있으므로, 시장 참여 사업자의 수가 적다는 점과 함께 고려할 때 이는 사업자들이 신속하고 간편하게 다른 사업자의 사업활동을 관찰하고 암묵적 합의로부터의 이탈 여부를 감시할 수 있음을 의미한다. 다만 CCCS는 수집된 증거들이 Grab-Uber 기업결합이 협조효과를 야기하였을 것이라는 점을 시사하지는 않는다고 판단하였다.

[수직효과] CCCS는 본건 플랫폼 시장에 신규로 진입하기 위해서는 일정한 규모의 차량을 확보해야 하고, 이를 위해 신규 진입자는 막대한 비용을 들여 차량을 구매하거나 차량 임대회사와 협약을 체결해야 하는데, Grab과 배타적 거래관계를 맺고 있지 않는 제3의 차량임대회사의 규모가 작기 때문에 신규 진입이 쉽지 않을 것이라고 보았다. 또한 운전기사들은 당사회사에 상당한 영향력을 행사하기 어려운 개인 임차인들에 불과하므로 본건 임대 시장에서 대항적 구매력도 존재하지 않는다고 판단하였다. 따라서 CCCS는 Grab-Uber 기업결합 이후 Grab이 Lion City Rentals를 포함한 개인고용 차량 임대회사와 해당 차량임대회사로부터 차량을 임대하는 운전기사들을 배타조건부 계약을 통해 결합하고, 본건 플랫폼 시장에 대한 신규 진입 및 확장의 장벽을 강화함으로

써 본건 플랫폼 시장에서의 Grab 지위를 강화할 능력 및 유인을 가지게 된다고 평가하였다.

[효율성 증대효과] 당사회사는 Grab-Uber 기업결합을 통하여 운전기사는 보다 효율적으로 플랫폼을 이용할 수 있고, 운전기사와 승객 모두 대기시간이 단축되는 규모의 경제가 발생하며, 운전기사와 승객의 사용경험 및 안전을 증진시키는 서비스 향상이 가능하게 되므로 효율성이 증대되는 효과가 발생할 것이라고 주장하였다. 그러나 당사회사가 주장하는 바와 같은 밀집된 네트워크로부터 발생하는 효율성이 Grab-Uber 기업결합에 고유한 것으로서 보다 덜 경쟁제한적인 방안으로는 달성될 수 없고 오로지 Grab-Uber 기업결합을 통하여만 성취할 수 있다는 점이 입증되지 않았다. 따라서 CCCS는 당사회사가 주장한 효율성이 '경쟁의 상당한 감소'를 방지하거나 이를 상쇄할 정도로 충분하다고 판단할 수 없다고 하였다.

결국 CCCS는 Grab-Uber 기업결합이 싱가포르 관련 시장에서 경쟁의 상당한 감소를 야기함으로써 「싱가포르 경쟁법」 54조에 위반된다고 판단하였다.

5) 시정조치 및 과징금

가) 시정조치

- Grab은 Grab의 차량호출 플랫폼을 이용하는 모든 운전기사(이하 Grab 운전기사)에 대하여 부과된 배타적 의무, lock-in 기간 및/또는 해지 위약금을 철회하고 이를 부과해서는 아니되며, Grab 운전기사가 비(非)배타성으로 인하여 직·간접적으로 제재를 받지 않도록 보장해야 한다.
- 당사회사는 Lion City Rentals, Grab Rentals 및 Grab의 임대 차량 파트너로부터 차량을 임대한 모든 운전기사에 대하여 부과된 배타적 의무, lock-in 기간 및/또는 해지 위약금을 철회하고 이를 부과해서는 안 되며, 해당 운전기사들이 해당 차량을 모든 차량호출 플랫폼 서비스를 위하여

자유롭게 사용하도록 보장하고, 그들이 다른 차량호출 플랫폼을 위하여 운행하는 능력을 제한하는 차별적인 조건 또는 기타 장애사항(예, 임차료 및/또는 보험 커버리지)이 없도록 보장해야 한다. 현재 유효한 Grab 운전기사와의 배타조건부 계약은 잔존 계약기간 또는 6개월 중 먼저 도래하는 시기까지 유지할 수 있으나, Grab은 해당 계약을 갱신할 수 없고 해당 운전기사들은 조기 해지에 대한 제재 없이 언제든지 자유롭게 해당 계약을 해지할 수 있다.

- Grab은 싱가포르에 있는 모든 택시 회사와의 배타조건부 계약을 중단한다.
- Lion City Rentals(또는 그 자산의 전부/일부)는 CCCS의 승인 없이는 (직·간접적으로) Grab에 매각할 수 없다. Grab-Uber 기업결합 시점부터 CCCS의 최종 결정일까지의 그러한 매수는 CCCS가 명시적으로 승인하지 않는 이상 무효화된다.
- 신규로 진입한/기존의 차량호출 플랫폼 서비스 사업자(이하 잠재적 경쟁사업자)가 Lion City Rentals 주식의 전부 또는 그 자산의 전부 또는 일부를 공정한 시장가격에 따라 매수한다는 합리적인 제안을 하는 경우 CCCS가 이의를 제기하지 않는 한 Uber는 해당 제안을 받아들여야 한다.
- Grab은 JustGrab, GrabCar, GrabShare, GrabFamily, GrabCar Premium, 6-Seater(Economy), 6-Seater(Premium), Standard Taxi, Stadard Taxi(Advanced Booking), Limo Taxi, Limo Taxi (Advanced Booking)을 포함하되 이에 제한되지 않는 본건 플랫폼 시장에서의 자사의 모든 상품에 대하여 Grab-Uber 기업결합 이전의 가격, 가격정책, 상품 옵션(운전기사 커미션 요율 및 구조 포함)을 유지해야 한다. 특히 Grab은 Grab-Uber 기업결합 이전에 싱가포르의 차량호출 플랫폼에 존재하던 Grab의 차량호출 서비스에 대한 Grab-Uber 기업결합 이전의 가격 알고리듬을 유지해야 하고, 여기에는 Grab이 2018년 3월 25일 당시의 피크요금 상한 및 기초요금을 조정하지 않는 것이 포함된다.

- 당사회사는 Lion City Rentals 매수인의 자격에 관한 모든 제한을 삭제하도록 본건 매매계약을 수정해야 하고, 당사회사는 Lion City Rentals 매수인에 의한 Lion City Rentals 차량의 사용에 대하여 어떠한 제한도 부과해서는 아니된다.
- 당사회사는 본 시정조치 부과일로부터 7일 이내에 CCCS의 시정조치 준수 여부를 감시하기 위한 감시인을 임명해야 한다. CCCS는 재량에 따라 제안된 감시인을 승인하거나 거절할 수 있고, 감시인 임명 조건 및 감사계획을 승인할 수 있으며, 감시인이 의무를 충실히 수행하기 위하여 필요하다고 판단하는 경우 이를 변경할 수 있다.
- CCCS는 Grab-Uber 기업결합으로 인한 경쟁의 상당한 감소를 방지하고자 하는 CCCS의 목적을 고려할 때 본 시정조치가 더 이상 필요하지 않거나 적절하지 않은 경우 언제든지 직권으로 또는 사유 및 증거에 의해 뒷받침되는 Grab의 신청에 따라 본 시정조치 중 1개 또는 그 이상을 수정 또는 대체하거나 Grab으로 하여금 그 이행을 중단하도록 할 수 있다.
- 위 시정조치들에도 불구하고, Grab으로부터 직·간접적 공동지배를 받지 않는 어떠한 오픈플랫폼 경쟁사업자가 1개월 동안 본건 플랫폼 시장에서 연결된 호출 건수 중 총 30% 이상을 차지하는 경우 CCCS는 직권으로 또는 사유 및 증거에 의해 뒷받침되는 Grab의 신청에 따라 모든 시정조치를 임시적으로 보류하여야 한다(임시 보류). Grab으로부터 직·간접적 공동지배를 받지 않는 어떠한 오픈플랫폼 경쟁사업자가 6개월 동안 연속하여 본건 플랫폼 시장에서 연결된 월간 호출 건수 중 30% 이상을 차지하는 경우 CCCS는 당사회사로 하여금 모든 시정조치의 이행을 무조건적으로 중단하도록 하여야 한다(무조건적 중단). 임시 보류 이후 무조건적 중단이 있기 전에는 Grab의 행동에 따라 CCCS가 시정조치를 회복할 수 있고, 임시 보류 또는 무조건적 중단은 CCCS가 이를 결정하여 당사회사에 통지해야만 비로소 효력이 발생한다.

나) 과징금

CCCS는 기업결합이 제54조에 위반된다고 판단하는 경우 제69조 제2항 d호에 따라 싱가포르에서의 해당 사업자의 매출액의 10%를 넘지 않는 범위에서 과징금을 부과할 수 있다.

「경쟁법 사건에서의 적절한 과징금 수준에 대한 CCCS의 가이드라인(CCCS Guidelines on the Appropriate Amount of Penalty in Competition Cases 2016)」에 의하면, 과징금은 위반행위의 중대성을 반영하고 위반사업자 및 다른 사업자들이 반경쟁적인 행위를 억지하도록 부과된다. 과징금 산정 시 위반행위가 종료한 해의 직전 사업연도에 위반행위에 의하여 영향을 받은 싱가포르 내 관련 시장에서의 매출액(이하 관련매출액)을 기초로 한다.

CCCS는 Grab-Uber 기업결합이 가장 밀접한 경쟁사업자를 시장에서 제거하여 위반행위의 중대성이 심각하다고 보았고, 본건 플랫폼 시장에서 당사회사의 시장점유율 합계가 [80~90]%에 이르는 점, 승객 입장에서는 상품/플랫폼 선택권이 축소되고 운전 기사 입장에서는 프로모션 및 인센티브가 감소하였다는 점 등을 고려하였다. 결과적으로 CCCS는 Grab과 Uber의 2017년 싱가포르에서의 차량호출 플랫폼 사업 매출액을 관련매출액으로 보아, Uber에는 SGD 658만 2,055(당시 환율로 약 54억 원)의 과징금을, Grab에는 SGD 641만 9,647(약 52억 7,000만 원)의 과징금을 각각 부과하였다(과징금 합계 SGD 1,300만 1,702, 약 106억 7,000만 원).

나. 베트남[268)]

1) 사건의 경과

2018년 3월 25일 Grab은 Uber Vietnam을 포함한 Uber의 동남아 승차

268) VCC, Decision No. 26/QD-HDXL, 2019. 6. 17.

공유 및 음식배달 사업 및 관련 자산을 양수(이하 Grab-Uber 기업결합)하는 계약을 체결하였고, Uber는 2018년 4월 8일 베트남 Uber 애플리케이션의 운영을 중단하였다. 2018년 4월 16일 베트남경쟁소비자청(VCCA)은 2018년 4월 16일 및 2018년 5월 18일 각각 Grab-Uber 기업결합에 대한 예비 조사개시 및 정식 조사개시 결정을 하고 베트남 구경쟁법에 따른 기업결합 관련 규정 위반 여부를 조사하였다.

VCCA는 2018년 11월 30일 Grab-Uber 기업결합이 구「베트남경쟁법」[269] 제20조에 따른 기업결합 신고의무를 위반하였고, Grab-Uber 기업결합은 동법 제18조 및 시행령 No. 71/2014/ND-CP 제25조가 금지하는 기업결합에 해당한다고 판단하여, 기업결합 당사회사에 각각 기업결합 신고의무 위반에 대한 과징금(관련 사업 2017년 매출액의 5%)을 부과하고, 기업결합의 경쟁제한적 효과를 시정하기 위한 행태적 시정조치를 부과하는 내용의 심사결정을 하여 사건을 베트남경쟁위원회(VCC)에 상정하였다.

2019년 6월 17일 VCC는 Grab-Uber 기업결합은 지배권 취득을 수반하지 않은 거래로서 구「베트남경쟁법」 제17조에 따른 기업결합에 해당하지 않으므로, 기업결합 신고대상에 해당하지 않는다고 판단하였고, 이에 따라 VCCA의 과징금 및 시정조치 부과신청을 기각하고 VCCA에 심사비용 VND 1억의 지급을 명하는 결정을 하였다.

VCCA는 VCC의 위와 같은 결정이 부당하다고 주장하며 이의를 신청하였는바, 이의 신청에 따른 결과는 확인되지 않았다.

269) 2018년 6월 신경쟁법이 통과되어 2019년 6월 1일부터 시행되었다.

2) 관련 경쟁법 규정

구「베트남경쟁법」 제16조(기업결합)
기업결합이란 사업자의 다음 각 호 중 하나의 행위를 의미한다. 1. 사업자 간의 흡수합병 2. 사업자 간의 신설합병 3. 사업자의 취득 4. 사업자 간의 합작 5. 기타 법률로 정한 기업결합 행위
구「베트남경쟁법」 제17조(흡수합병, 신설합병, 사업자취득 및 사업자 간의 합작)
1.~2. (생략) 3. 사업자의 취득이란 사업자가 다른 사업자의 자산 중 일부 또는 전부를 취득하여 대상 사업 전부 또는 그중 하나의 사업에 대한 지배권을 취득하는 경우를 의미한다. 4. (생략)
구「베트남경쟁법」 제18조
기업결합에 참여하는 사업자의 관련 시장 내 점유율의 합계가 50%에 해당하는 기업결합은 금지된다. 단, 이 법 제19조에 따른 예외에 해당하거나 사업자들이 기업결합 이후에도 관련 법률에 따른 중소기업에 해당하는 경우를 제외한다.
구「베트남경쟁법」 제20조(기업결합의 신고)
1. 기업결합에 참여하는 사업자들의 관련 시장 내 점유율의 합계가 30~50%인 경우 그 대표자는 기업결합의 이행행위 전에 해당 기업결합을 경쟁당국에 신고하여야 한다. 기업결합에 참여하는 사업자들의 관련 시장 내 점유율의 합계가 30% 미만인 경우 또는 사업자들이 기업결합 이후에도 관련 법률에 따른 중소기업에 해당하는 경우 기업결합 신고를 하지 아니한다. 2. (생략)

3) Grab-Uber 기업결합이 경쟁법상 신고대상인지 여부

가) VCCA의 주장

VCCA는 Grab의 Uber 동남아 사업 양수는 의결권이 있는 주식취득에는 해당하지 않으나, 베트남 내 승차공유 사업 관련 계약을 포함한 Uber Vietnam의 승차공유 사업 관련 자산 전부를 취득하는 행위로서, 구「베트남경쟁법」 제17조에 따른 기업결합에 해당한다고 주장하였다.

나) 결합 당사회사의 주장

결합 당사회사는 Uber Vietnam은 베트남 내에서 승차공유 또는 여하 운송서비스를 제공하지 않았고, Uber 애플리케이션을 운영하는 Uber BV를 위하여 마케팅, 시장조사 등 사업지원 서비스를 제공하였을 뿐이므로, VCC는 조사의 대상을 잘못 특정하고 있으며, Uber BV는 조사의 대상이 아니어서 자신의 권리 및 이익을 보호할 수 있는 관련 증거를 제출할 기회가 없었을 뿐만 아니라 청문절차에서도 이해관계인으로 참여를 한 것에 불과하다고 주장하였다.

다) VCC의 판단

VCC는 구「베트남경쟁법」 제17조는 사업자의 취득이란 사업자가 다른 사업자의 자산 중 일부 또는 전부를 취득하여 대상 사업 전부 또는 그중 하나의 사업에 대한 지배권을 취득하는 경우를 의미한다고 규정하고 있으며, 동법 시행령 No. 116/2005/ND-CP 제34조는 다른 사업자의 사업 전부 또는 그중 하나의 사업에 대한 지배권을 취득하는 경우란 사업자가 대상 사업의 주주총회 의결권 중 50% 이상을 소유하거나, 법령 또는 대상 사업의 정관에 따라 대상 사업의 사업내용을 지배할 수 있는 이사회 의결권을 보유하는 경우를 의미한다고 규정하고 있다.

본건에서 Grab은 Uber Vietnam의 자산을 양수하였으나 Grab은 Grab-Uber 기업결합 이후 Uber Vietnam의 의결권을 전혀 취득하지 않고, Uber Vietnam은 베트남에서 승차공유 또는 기타 운송서비스를 제공하지 않을 뿐만 아니라 Uber 애플리케이션을 운영하는 주체에도 해당하지 않는다. 즉 Grab의 Uber Vietnam 자산 취득은 Grab의 Uber Vietnam에 대한 지배권 취득과 무관하다고 판단하였다.

따라서 Grab의 Uber Vietnam 자산취득은 구「베트남경쟁법」 제17조 및 동법 시행령 No.116/2005/ND-CP에 따른 기업결합 행위를 구성하지 않는다고 보았다.

4) 관련 시장 획정 및 기업결합 관련 규정 위반 여부

가) VCCA의 주장

VCCA는 Grab-Uber 기업결합의 관련 시장을 하노이 및 호찌민 소프트웨어 또는 콜센터에 기반한 9인 이하 교통수단 중개서비스 시장으로 각각 획정하였는바, 그 구체적인 근거는 아래와 같다.

- Grab은 베트남 내에서 소프트웨어 기반 교통수단 중개서비스를 제공하고 있으며, Uber는 Uber 애플리케이션을 기반으로 한 번역 및 교통수단 중개서비스를 제공하고 있다. 시장조사 결과에 비추어볼 때 콜센터 등을 매개로 한 전통적인 교통수단 중개서비스는 소프트웨어 기반 교통수단 중개서비스와 대체관계에 있다고 보이므로, Grab-Uber 기업결합의 관련 상품시장은 9인 이하 교통수단의 중개서비스 시장으로 획정될 수 있다.
- 결합 당사회사는 전국적으로 사업을 영위하고 있지 않으며, 하노이, 호찌민 및 다낭에서 중첩적으로 9인 이하 교통수단의 중개서비스 사업을 영위하고 있다. 베트남 교통부는 최근 교통수단 중개서비스 관련 면허에 대한 새로운 기준을 수립하여, 하노이, 호찌민, 다낭, 꽝닌 및 카인호아 지역에서의 사업 운영을 허용하였으나, 다낭 주 정부는 Grab에 관련 면허를 발급하지 않았다. 한편 소프트웨어 또는 콜센터 등 기반 교통수단 중개서비스는 통상적으로 승객 및 기사가 지리적으로 근접한 범위 내에서 이루어지고, 여러 지방 사이의 이동을 위해 사용되는 경우는 드물다. 이에 따라, 9인 이하 교통수단의 중개서비스 관련하여 Grab-Uber의 기업결합의 관련 지역시장은 하노이 및 호찌민 시장으로 획정될 수 있다.

VCCA는 하노이 및 호찌민의 소프트웨어 또는 콜센터 기반 9인 이하 교통수단 중개서비스업 시장에서 결합 당사회사의 2017년 시장점유율이 각각 44.10% 및 82.68%에 이른다고 판단하였다.

VCCA는 Grab-Uber 기업결합은 당사회사의 시장점유율 합계가 30% 이상

으로서 결합 당사회사에 기업결합 신고의무가 있음에도 신고를 하지 않았으므로 기업결합 신고규정(구「베트남경쟁법」 제20조)을 위반하였다고 판단하였고, 나아가 결합 당사회사는 시장점유율이 50% 이상에 해당하는 기업결합을 금지하는 규정(구「베트남경쟁법」 제18조)도 위반하였다고 판단하였다.

따라서 VCCA는 (i) 결합 당사회사에 각각 관련 매출액의 5%에 해당하는 과징금을 부과하고, (ii) 경쟁제한성을 시정하기 위하여 Grab에 Uber 자산취득 이전의 운임 산정 방식 및 할인율을 유지하도록 명령하는 내용의 시정조치를 부과하였다.

나) 결합 당사회사의 주장

결합 당사회사는 교통수단을 이용하는 승객들의 입장에서 Grab이 제공하는 교통수단은 교통수단 자체 요금을 1회 지불하는 것 외에 별도의 비용을 부담하지 않는다는 점에서 일반적인 교통수단 이용과 차이가 없으므로, Grab-Uber 기업결합의 관련 지역시장을 하노이 및 호찌민 시장으로 좁게 본다고 하더라도, 관련 상품시장에 예약제 승객운송 서비스 및 택시 승객운송 서비스 등을 포함하여야 한다고 주장하였다.

나아가 결합 당사회사는 이와 같이 시장을 획정할 경우 결합 당사회사의 하노이 및 호찌민 내 시장점유율은 2016년 기준 각각 3.59% 및 4.14%, 2017년 기준 각각 11.42% 및 15.64%로서 20% 미만이므로 Grab-Uber 기업결합은 신고 대상 또는 금지 대상 기업결합에 해당하지 않는다고 주장하였다.

다) VCCA의 판단

VCCA는 Grab-Uber 기업결합은 구「베트남경쟁법」 제17조에 따른 기업결합에 해당하지 않으므로 관련 시장 및 결합 당사회사의 시장점유율에 대한 조사는 불필요하다고 판단하였다.

다. 필리핀[270]

1) 사건의 개요

Grab은 2018년 3월 25일 필리핀 내 자산을 포함한 Uber의 동남아 사업을 양수하고, 그 대가로 Uber에 Grab 지분 27.5%를 양도(이하 Grab-Uber 기업결합)하였다. 필리핀경쟁위원회(PCC)는 2018년 4월 3일 기업결합국(Mergers and Acquisitions Office)의 예비조사 결과에 따를 때 Grab-Uber 기업결합이 시장의 경쟁을 실질적으로 제한할 가능성이 있다고 판단하여 기업결합국에 직권조사를 명령하였다.

2018년 5월 22일 PCC는 기업결합국에서 작성한 이 건 기업결합 경쟁제한 우려에 관한 의견서(Statement of Concerns)의 내용을 결합 당사회사에 통지하고, 이에 대한 의견 제출을 요청하였다. Grab은 이와 관련하여 2018년 6월 1일 기업결합의 경쟁제한적 효과를 시정하기 위한 시정방안을 제시하였고, PCC와 Grab은 2018년 8월 9일 Grab이 제시한 자진 시정방안을 채택하는 조건으로 기업결합을 승인하는 것에 합의하였다.

2) 관련 시장의 현황

PCC에 의하면, 운송 네트워크 사업 시장에서 Grab과 Uber의 시장점유율 합계는 약 93%에 달하였다.

3) 경쟁제한성 판단

가) 결합 당사회사의 주장

Grab과 Uber는 본건 기업결합으로 다음과 같이 두 가지 측면에서 효율성

270) The Philippine Competition Commission, Decision No. 26-M-12/2018, 2018. 8. 10.

증대효과가 발생한다고 주장하였다. (i) 규모의 경제로 인하여 운전기사를 보다 효율적으로 활용하게 되고 승객과 운전기사 모두 대기시간이 단축되며, (ii) 승객 및 운전기사의 경험 및 안전성을 증진하는 서비스 향상이 이루어진다는 것이다. 구체적으로, 운전기사의 효율적 활용을 통하여 운전기사는 요금이 동일하더라도 수입이 증가하게 되고, 대기 시간은 승객들에게 가장 중요한 고려요소 중 하나이므로 대기시간이 단축되면 승객들에게 이익이 된다는 것이다.

나) PCC의 주장

PCC는 다음과 같은 우려를 제기하였다. (i) 운송 네트워크 사업 시장에서 Grab과 Uber의 시장점유율 합계가 약 93%에 육박하므로 기업결합 이후 Grab의 관련 시장에서의 지배력이 형성 또는 강화되고, (ii) 승객들이 다른 대중교통수단으로 전환하지 않을 것이므로 Grab은 시장점유율을 바탕으로 이윤을 추구하며 가격을 인상할 수 있으며, (iii) 진입장벽이 상당하여 신규진입이 Grab에 대한 경쟁압력으로 작용할 수 있을 정도로 적시에 일어날 가능성이 상당하지 않고, (iv) 기업결합 이후 Grab의 가격은 인상되는 반면 서비스의 품질이 악화되고 있어서 승객들의 후생이 저하되고 있다.

경쟁제한 우려에 관한 의견서에서 PCC는 본건 기업결합이 관련 시장에서 Grab에 대한 유일한 경쟁 압력을 제거하였고, Grab이 운전기사 및 승객 측면에서 모두 거의 독점에 가까운 시장점유율을 보유하고 있으므로 Grab은 다른 시장참가자로부터 충분한 경쟁 압력을 받고 있지 않아서 단독으로 가격을 인상하고 서비스의 질을 저하시킬 수 있다고 주장하였다. 관련 시장에서 Grab의 유일한 경쟁사업자가 제거됨으로써 소비자들은 가격 인하, 서비스 품질 향상, 폭넓은 선택권, 혁신 증가와 같은 것들이 박탈되었다고 평가하였다.

구체적으로, 본건 기업결합 이후 운전기사 취소가 증가하고 대기 시간이 증가하는 등 Grab의 서비스 질이 저하되었다. 위 의견서에 의하면 관련 시장에 신규 진입은 있지만 과거 기록에 비추어볼 때 이러한 신규 진입자가 기존 사업

자와 경쟁하기에 충분할 정도로 운전기사 및 승객 기반을 확보하기까지 상당한 시간과 비용이 필요하고, 그러한 기간 동안에 Grab은 어떠한 경쟁사업자에 의해서도 제약을 받지 않으므로 관련 시장에서 시장지배력을 행사할 수 있게 된다. 이에 관련 시장에서 신규 진입자는 Grab에 대하여 충분한 경쟁 압력을 행사하지 못할 것이라고 보았다.

결론적으로, 모바일 승차공유 애플리케이션을 기반으로 한 온라인 개인고용 교통수단 예약서비스 시장의 경쟁을 현저히 제한할 우려가 있다고 주장하였다.

4) 자진 시정방안

Grab이 제시한 자진 시정방안은 다음과 같다.

1. Grab은 운전기사들 및 운영자들과 계약시 (i) 멀티호밍을 금지하는 배타적 거래조건, (ii) Grab 애플리케이션에 배타적인 회원가입을 유도할 수 있는 인센티브 등 정책, (iii) 다른 운송 네트워크 사업자에게 가입한 운전자 또는 운영자들에 대한 제재 조항 또는 정책 등 부가금지
2. 운전기사들 또는 운영자들에게 제공한 인센티브 내역의 보고 의무
3. 다른 운송 네트워크 사업자에게 가입한 운전자 또는 운영자들에 대한 라이선싱 및 제도 관련 지원 유지 의무
4. 자동 수락 옵션, 취소 수수료 인하, 필수적 신원 공개, 목적지 설정 기능 사용횟수 증대 등 Grab 애플리케이션에 도입한 기능의 유지 의무(단, 승객, 운전기사 또는 운영자들에게 더 큰 편익을 제공하는 유사한 기능으로 대체하는 경우는 제외)
5. 운전기사가 목적지에 따라 승객의 승차를 거부하는 것을 방지하기 위한 '목적지 보기' 기능 삭제
6. 운전기사 서비스 지침, 행동강령의 도입 및 Grab Driver Academy의

설립, 긴급호출 기능, 승객 no-show 기능 등을 포함한 Grab 애플리케이션 인터페이스 도입, 승객 이용 지침 도입, 고객지원 서비스 강화, 운전기사 복지 및 보상 프로그램 도입 등

7. 이 건 기업결합 전후로 가격 정책의 비합리적인 변경 금지

PCC는 이러한 자진 시정방안 이행을 조건으로 하여 Grab과 Uber의 기업결합을 승인하였다. Grab은 실질적으로 독점사업자로 사업을 영위하고 있지만, 시정방안은 Grab이 Uber와 경쟁하던 때와 같은 수준으로 가격 및 품질이 유지되도록 하였고, 새로운 사업자의 진입 및 성장이 더 어려워지지 않도록 하였다.

라. 인도네시아

1) Grab의 Uber 동남아 사업 양수 사건[271)]

Uber가 2018년 3월 25일 동남아에서의 차량공유 및 음식배달 사업을 Grab에 매각하고, 그 대가로 Grab의 지분 27.5%를 취득한 이후 2018년 4월 10일 PT. Uber Indonesia Technology(이하 Uber Indonesia)는 인도네시아에서의 애플리케이션 서비스를 종료하였다. 이와 관련하여 인도네시아 경쟁감독위원회(Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 이하 KPPU)는 2018년 3월 28일 인도네시아에서 Grab을 운영하는 PT. Solusi Transportasi Indonesia(이하 Grab Indonesia)에 공식 신고서를 제출하라는 요청을 송부하였다. 이에 대하여 Grab Indonesia는 본건 거래는 자산 양수이므로 Uber Indonesia에 대한 지배관계는 변화가 없다고 답변하였다.

이후 KPPU는 2018년 4월 16일 Grab Indonesia를 초청하였고, 자카르타

271) 인도네시아 경쟁당국 홈페이지, http://eng.kppu.go.id/the-acquisition-of-uber-assets-in-indonesia/(검색일: 2020. 8. 5) 참고.

의 KPPU 사무실에서 진행된 모임에서 Grab Indonesia의 대표이사는 다음과 같이 설명하였다.

- Uber Indonesia는 동남아 사무소 또는 동남아 법인을 두고 있지 않고, 사업을 영위하는 모든 국가에 사무소를 두고 있다.
- 양수대상이 된 자산은 다양한 장비, 계약, 직원을 포함하나, 정보기술 및 지적재산권에 관련된 것은 포함되지 않는다.
- 해당 자산은 법적으로 여전히 존속하고 있는 Uber Indonesia가 계속 소유하고 있다.
- Uber Indonesia는 본건 자산양수에 따라 Grab Holding의 소수 주주가 된다.
- Grab은 본건 거래 이후 음식배달 서비스인 GrabFood를 개발할 계획이다.

KPPU는 본건 거래가 Uber Indonesia로부터 Grab Indonesia로 지배권이 이전되지 않는 순수한 자산양수에 해당한다고 판단하였다. Uber Indonesia의 법인격이 여전히 존속하고 Grab Indonesia와 결합하지 않으므로, 본건 거래는 '기업결합(business combination)'에 해당하지도 않는다고 판단하였다. 이러한 사정을 고려하여 KPPU는 본건 거래는 경쟁법에서 정의하는 기업결합(business combination), 합병(consolidation) 또는 인수(acquisition)의 범위에서 벗어나므로, KPPU에 신고해야 하는 기업결합에 해당하지 않는다고 결론지었다.

나아가 본건 거래가 시장에 특별한 영향을 미치지 않도록 하기 위하여 KPPU는 온라인 운송 플랫폼 분야에서 증가하는 시장 집중도와 함께 나타날 수 있는 잠재적인 가격 선도 및 가격 담합을 방지하기 위하여 해당 시장에서의 경쟁 발전 및 가격에 대해 적극적으로 감시할 것이라고 하였다.

2) Gojek의 Moka 인수 건[272)]

인도네시아에서 가장 규모가 큰 모바일 플랫폼 Gojek이 모바일 결제 스타트업 회사인 Moka를 인수하고 2020년 4월 9일 이에 대하여 KPPU에 신고하였다. Moka는 기업들을 대상으로 클라우드 기반의 판매시점 정보관리(POS: point-of- sale) 서비스를 제공하는 회사로서, Moka의 웹사이트에 의하면 4만 개 이상의 사업자에게 서비스를 제공하고 있다. Moka는 Gojek의 GoPay 뿐만 아니라 LinkAja, Dana, OVO와 같은 디지털 지갑으로부터의 모바일 결제를 지원한다. 본 건 거래규모는 약 USD 1억 3,000만 수준으로 추정되고, 이를 통하여 Gojek은 치열하게 경쟁하며 급속도로 성장하고 있는 디지털 결제 산업 분야에 뛰어들 수 있게 되었다.

마. 국별 비교 및 시사점

1) 싱가포르

싱가포르는 관련 상품 시장획정, Grab-Uber 건의 경쟁제한성 심사 및 시정조치를 고안함에 있어 본건 플랫폼 시장이 양면시장이라는 점을 중요하게 고려한 것으로 보인다. 우선 관련 상품 시장을 획정함에 있어 본건 플랫폼 시장의 승객 측면 시장과 운전기사 측면의 시장을 별도로 획정하였다. 그리고 경쟁제한성을 심사함에 있어 양면시장에서 나타나는 간접적 네트워크 효과를 중요하게 고려하였다. 즉 CCCS는 당사회사가 운전기사의 임대 계약에 배타적 조건(exclusive terms)을 포함시킨 점, 운전기사에게 다양한 인센티브를 제공하는 점 등의 이유로 인하여 운전기사가 멀티호밍을 할 유인 및 능력이 현저히 감소

272) 동 결합사건은 Grab-Uber 기업결합 건과는 직접적 관련은 없지만 인도네시아에 기반을 두고 Grab의 경쟁사업자인 Gojek의 사업확장을 다루었다는 점에서 관련 내용을 간략하게 포함하였다. "Gojek Acquires Payments Startup Moka for $130 Million"(2020. 4. 23), 온라인 기사(검색일: 2020. 8. 31).

되고 간접적 네트워크 효과에 따라 운전기사가 Grab에 쏠릴 경우 승객들도 Grab을 선호하게 되어, 당사회사에 대한 '쏠림(tipping) 현상'이 나타날 위험성이 있다고 판단하였다. 또한 간접적 네트워크 효과에 의하여 신규진입 및 기존 사업자의 사업 확장도 용이하지 않을 것이라고 판단하였다. 이외에 Uber가 차량호출 플랫폼 사업 외에 계열회사인 Lion Rental City를 통하여 개인고용 차량 임대 사업을 영위하고 있고, Grab이 Lion Rental City와 배타적 계약을 체결한 것이 신규 사업자의 진입 및 사업 확장에 대한 장벽이 될 수 있다고 판단하였다.

시정조치의 내용에도 양면시장의 특성이 반영된 것으로 보인다. CCCS는 당사회사의 시장점유율이 90%에 육박함에도 불구하고 이 건 기업결합을 원상회복하도록 하는 대신에 일정한 조건을 부과하였다. CCCS는 당사회사의 차량호출 플랫폼을 이용하는 운전기사나 Grab 및 Uber가 운영하는 개인고용 차량 임대회사에서 차량을 임대하는 운전기사에 대하여 당사회사가 당사회사와만 배타적으로 거래할 의무를 부과하지 못하도록 하였는데, 이는 본건 플랫폼 시장에서 당사회사의 시장점유율이 높더라도 운전기사의 멀티호밍이 가능할 경우 당사회사의 시장력 행사가 제약될 수 있을 것이라고 판단한 것으로 보인다. 또한 시정조치를 고안함에 있어 본건 플랫폼 시장의 동태적 특성도 고려된 것으로 보인다. 즉 CCCS는 다른 차량호출 플랫폼의 시장점유율이 30% 이상에 도달하게 될 경우 시정조치의 이행을 중단할 수 있도록 하였는데, 이는 본건 플랫폼 시장의 경우 신규진입이나 기술 발전 등의 이유로 시장 구조 및 현황이 비교적 쉽게 달라질 수 있고, 따라서 이 건 기업결합 후 당사회사 이외의 회사가 30%의 시장점유율을 달성할 개연성이 있다는 점을 고려한 것으로 생각된다.[273]

273) 디지털플랫폼 시장의 또 다른 기업결합 사건인 SEEK-JobStreet 합병 심사건의 경우에도 CCCS는 플랫폼 산업의 특성을 중요하게 고려하였다. CCCS는 양면 시장의 특성상 간접적 네트워크 효과가 발생하여 결합 당사회사의 시장력이 강화되는 것을 우려하면서도 동시에 이를 완화해 줄 수 있는 애그리게이터의 존재, 멀티호밍 현상 및 시장의 동태적 특성을 고려하여 이 건 기업결합을 조건부로 승인한 것으로 보인다(세부 내용은 부록 참고).

싱가포르는 베트남, 인도네시아 등 Grab-Uber 사건을 심사한 국가들 중에서 가장 심도 있게 이 건 기업결합을 심사하였으나, 싱가포르는 의무적 신고제도가 아니라 자발적 신고제도를 운영하기 때문에 Grab-Uber 기업결합과 같이 시장에 미치는 영향이 큰 기업결합 사건에 대해서도 사후적으로 심사를 시작했다는 한계가 있다고 지적하는 의견이 존재한다. 이에 따라 CCCS는 Grab-Uber 사건이 종결된 이후 Grab의 차량호출 플랫폼 서비스 요금이 인상되는 등 경쟁제한적 효과가 이미 현실화된 뒤에 시정조치 및 과징금을 부과하게 되었다. 경쟁제한성 판단에 있어 가격 인상률, 고객 및 경쟁사업자의 피드백 등 실증적인 증거를 활용할 수 있었다는 점에서 긍정적인 측면도 없지 않아 있으나, 만약 CCCS가 의무적 사전신고제도를 운영하여 사전에 시의적절하게 해당 기업결합을 심사하였다면 경쟁제한적 행위/효과를 미연에 방지할 수 있지 않았을까 하는 의문도 든다. 싱가포르는 행정 자원을 효율적으로 활용하기 위하여 자발적 신고제를 채택하였으나, Grab-Uber 사건을 계기로 그러한 제도의 내재적 한계에 대하여 문제의식을 갖기 시작한 것으로 보인다.[274]

2) 베트남

구「베트남경쟁법」은 기업결합 신고 대상 행위유형에 대한 정의가 모호하고, 규범적 판단이 필요한 시장점유율만을 기업결합 신고요건으로 두고 있어, 기업결합 심사 제도가 활발하게 운용되지 않았다. 2018년 6월 기업결합 심사제도를 포함한 경쟁법 체제 전반을 개편하는 신경쟁법이 국회에서 통과되자, VCCA는 신경쟁법 시행에 발맞추어 보다 활발하게 기업결합 심사제도를 운용할 필요가 있다는 판단하에 Grab-Uber 사건에 적극적으로 개입을 한 것으로 생각된다. 그러나 Grab-Uber 사건에서 상급기관인 VCC는 관련 규정의 모호성 및

274) Melina Chew Ying Fei(2019), *Singapore Management University's School of Law LL.B.*, pp. 7-8.

경쟁법 집행 경험의 부족으로 인해 기업결합의 실질을 충분히 살펴보지 않은 채 지나치게 형식적으로 결론을 도출하였다고 평가될 여지가 있어 보인다.

2019년 6월 1일부터 시행된 베트남 신경쟁법은 새로운 경쟁당국인 국가 경쟁 위원회(NCC)의 출범을 예정하고 있고, 객관적으로 판단이 가능한 매출액 및 자산총액 등을 기업결합 신고요건으로 새로 규정하였다는 점에서 향후 베트남 경쟁당국의 기업결합 심사 건수는 상당히 증가할 것으로 예상된다. 이에 따라 집행 경험이 축적되면 보다 논리적이고 경제적 실질에 기반한 기업결합 심사가 이루어질 수 있을 것으로 기대된다.

한편 현재 Grab-Uber 사건의 최종 결론이 확인되지 않는데, 이는 NCC의 출범 이후에야 비로소 결정될 가능성이 높아 보인다. 새로 출범하는 NCC는 초기에 기본적으로 기존 VCCA 및 VCC의 인력을 중심으로 구성될 것으로 보인다는 점에서 플랫폼 시장의 특성을 전면적으로 고려한 심사가 이루어질 수 있을지의 여부 및 이에 따라 VCC의 결정을 뒤집을 것인지의 여부는 미지수이나, 그 결정을 통해 기업결합 사건에 대한 NCC의 집행 의지를 가늠해 볼 수 있을 것이라는 점에서 주목할 필요가 있다고 생각된다.

3) 필리핀

필리핀은 Grab-Uber 기업결합에 대해 심사를 진행하지 않았거나, 관련 시장의 경쟁 보호 중심의 시정조치를 부과한 다른 동남아 국가들과 달리, 동의의결을 통해 사건을 처리하면서 관련 시장의 경쟁 보호뿐만 아니라 기업결합에 따른 플랫폼 이용자(운전기사 및 승객)의 편익 감소 제한을 적극적으로 고려하였다는 차이점이 있다.

Grab-Uber와 같은 플랫폼 사업자 간 기업결합의 경우 관련 시장이 신생 시장이고 경쟁 상황이 지속적으로 변동하는 경우가 많으며, 경쟁 구도 등도 쉽게 파악되지 않아 경쟁제한성 분석에 상당한 어려움이 따를 수 있다. 따라서 필리

핀과 같이 결합 당사회사와 적극적으로 협의를 하여 동의의결을 통해 신속하게 경쟁당국과 결합 당사회사의 입장을 각각 반영할 수 있는 결론을 도출하는 것이 효율적이고 합리적인 방안이 될 수 있다고 생각된다.

나아가 필리핀 경쟁당국이 Grab-Uber 사건에서 플랫폼 사업자 간 기업결합이 플랫폼 이용자의 편익에 미칠 수 있는 부정적인 영향을 검토하고, 동의의결을 통해 이와 같은 부정적인 영향을 가장 직접적으로 해소할 수 있는 시정방안을 도출하였다는 점은 상당히 긍정적으로 평가될 수 있을 것으로 보인다.

4) 인도네시아

인도네시아 경쟁법에 기업결합 심사규정이 있음에도 불구하고 KPPU가 Grab-Uber 거래를 지배권 변동이 없는 단순 자산 양수도로 보아 신고가 필요한 '기업결합'에 해당하지 않는다고 판단한 것은 동일한 거래에 대하여 싱가포르가 시정조치 및 과징금을 부과한 것과 매우 대조적이다. KPPU가 관련 규정의 문언적 해석을 고수한 나머지 해당 거래가 차량호출 플랫폼에서의 경쟁 및 소비자 후생에 미칠 수 있는 영향을 충분히 검토하지 못하였다는 비판이 제기되고 있다.[275]

기업결합이 시장에 미치는 영향에 대하여 깊이 있게 심사하려면 경제분석이 필요한 경우가 많은데, KPPU에는 경제분석과가 없는 것으로 파악된다.[276] 향후 역동적이고 복잡한 디지털플랫폼 분야에서 경쟁을 보호하기 위해서는 KPPU가 경제분석 능력을 포함한 기업결합 심사 역량을 강화하고, 보다 적극적으로 법을 집행하는 방향으로 나아가는 것이 바람직하다고 생각된다. 한편 인도네시아는 기업결합이 공식적으로 효력이 발생하는 날(계약 체결일 또는 거래 종결일)로부터 30일 이내에 신고할 것을 요하는 사후신고 제도를 채택하고

275) Ramaiah, Sirait, and Smith (2019), "Competition in digital economy: The state of merger control on consumer transportation in Asean," pp. 75-76.
276) *Ibid.*

있다(당사회사가 자발적으로 사전에 신고/협의하는 것은 가능하다). 기업결합이 이루어져서 이미 관련 시장에서 경쟁이 훼손된 후에는 사후적인 심사에 따라 해당 기업결합을 취소함으로써 경쟁을 회복하고자 하더라도 그러한 과정에는 상당한 시간과 자원이 소모되기 마련이므로, 사후신고 제도는 특히 오늘날 정보기술의 발전으로 인하여 급변하는 디지털생태계에서의 기업결합에 대하여 시의적절하게 심사하고 통제함에 있어 제약으로 작용할 수 있을 것으로 보인다.

2. Grab-Uber M&A 사건에 대한 경제적 효과 실증분석

본 절에서는 아세안 디지털플랫폼 산업의 대표적인 예로서 2018년 4월 차량호출(ride-hailing) 플랫폼 시장에서 발생한 Grab의 Uber 동남아 사업부문 인수 건에 대한 경제적 효과를 분석하고자 한다. Grab은 싱가포르에 본사를 두고 있는 동남아시아 지역 최대의 온라인-오프라인 연계(O2O) 차량호출 플랫폼 기업으로서 해당 기업의 설립자인 Anthony Tan은 동남아시아 지역에서 택시 예약(taxi-booking) 모바일 앱을 만들겠다는 계획하에 2012년 말레이시아에서 최초로 'My Teksi' 앱을 론칭하였다. 차량호출 플랫폼 사업에서 시작한 Grab은 이후 급속히 성장하면서 택배서비스, 음식배달, 전자결제 서비스 등에 이르기까지 사업영역을 확장하였고, 2019년 8월 31일 기준 동남아시아 지역 8개 국가 339개 도시에서 사업을 운영하고 있다.[277] Uber는 샌프란시스코에 본사를 두고 있는 세계 최대의 차량호출 플랫폼 기업으로서 Grab 차량호출 앱의 전신인 'My Teksi' 역시 Uber의 사업모델을 가져온 것으로 알려져 있다. Uber는 2013년 싱가포르 진출을 시작으로 2014년에는 베트남, 2015

277) Grab(2019), p. 6.

년에는 필리핀 등으로 사업을 확장하였으나 Grab과의 역내 경쟁에서 밀리면서 2018년 동남아시아 지역사업권을 Grab에 넘겨주게 되었다.

가. 선행연구

차량호출 플랫폼 시장은 다양한 유형의 제품시장 중 차별화된 제품시장으로 분류할 수 있다. 즉 각 플랫폼은 모바일 앱 기반 차량호출 서비스를 제공한다는 점에서 공통점이 있지만 서로 다른 특징(예: 특정 플랫폼이 제공하는 총 플랫폼 서비스 개수, 플랫폼 앱 디자인 등)을 가지고 있다는 측면에서 차별화되어 있다고 볼 수 있다. Berry, Levinsohn, and Pakes(1995)(이하 BLP)는 미국 자동차 판매시장을 차별화된 제품시장으로 보고 해당 시장에서 자동차 수요 및 공급함수를 추정하였다. 이를 위해 구조모형추정법(structural model estimation)을 분석방법으로 사용하였는데, 그 이유는 특정 자동차 브랜드 가격과 해당 자동차 브랜드가 가진 관찰되지 않는 특성 간에 존재하는 내생성(endogeneity) 때문이다. 실제 시장에 존재하는 자동차 판매자와 수요자는 모든 자동차 브랜드의 특성을 관찰할 수 있으나 제한된 자료를 바탕으로 실증분석을 하는 연구자에게는 각 자동차 브랜드의 관찰되지 않는 특성이 존재하게 마련이다. 또한 이와 같이 관찰되지 않는 자동차 브랜드 특성은 자동차 생산자의 생산비용을 변화시킴으로써 가격에 영향을 미칠 수 있기 때문에 추정모형에서 이와 같은 가격과 관찰되지 않는 특성 간의 내생성을 통제하지 않을 경우 수요 및 공급함수 추정치에 편의(bias)가 발생하게 된다. BLP는 이와 같은 내생성을 통제하기 위해 도구변수(instrumental variable)추정법을 사용하였다. 이때 사용된 특정 자동차 브랜드 가격에 대한 도구변수는 해당 자동차 브랜드 제조회사가 생산하는 다른 자동차 브랜드 특징과 경쟁 자동차 제조회사가 생산하는 자동차 브랜드 특징 변수이다. 먼저 특정 자동차 회사가 생산하는 다른 자동차 브랜드 특징은 그 회사가 생산하는 특정 자동차 브랜드가 가진 관찰되지 않는 특징과

상관관계가 없지만 총생산비용에 영향을 미쳐 특정 자동차 브랜드의 가격을 변화시킬 수 있다는 점에서 도구변수로서의 조건을 충족한다. 또한 경쟁사가 생산하는 자동차 브랜드의 특징 역시 특정 자동차 회사가 생산한 특정 자동차 브랜드의 관찰되지 않는 특징과 상관관계는 없으나 경쟁사가 판매하는 자동차 브랜드 수에 따라 가격비용 마진이 달라지게 되므로 도구변수로 사용하기에 적합하다. 이와 같은 분석방법에 대한 이해를 돕기 위해 다음의 간단한 예를 생각해 보자. 하나의 자동차 판매시장에 2개의 제조기업(Nissan, Honda)이 경쟁하고 있다고 가정하자. 그리고 Nissan과 Honda가 생산하는 자동차 브랜드는 각각 2종류(Nissan: Sentra, Maxima / Honda: Civic, Accord)라고 가정하자. 이때 Honda가 생산하는 Accord 브랜드 가격에 대한 도구변수로는 먼저 Honda가 생산하는 다른 자동차 브랜드인 Civic 브랜드의 특징(예: 연비, 마력 등)을 생각해 볼 수 있다. 즉 Civic 브랜드가 가진 특징의 변화는 Honda의 전체 생산비용을 변화시킴으로써 Civic 브랜드 가격뿐만 아니라 Accord 브랜드 가격을 책정하는 데 영향을 미치게 된다. 하지만 동시에 Civic 브랜드에서 관찰되는 특징은 Accord 브랜드가 가진 관찰되지 않는 특징과 직접적인 상관관계가 없다고 볼 수 있으므로 전자를 Accord 브랜드 가격에 대한 도구변수로 사용할 수 있는 것이다. 또한 Honda의 경쟁사인 Nissan이 생산하는 Sentra 브랜드와 Maxima 브랜드 특징의 변화는 소비자들의 수요에 영향을 미침으로써 전체 자동차 시장에서 Honda의 마진을 변화시킬 수 있으므로 이는 Accord 브랜드 가격에도 영향을 주게 된다. 그러나 앞서 Civic의 경우와 마찬가지로 Nissan의 Sentra 브랜드나 Maxima 브랜드가 가진 특징은 Honda의 Accord 브랜드의 관찰되지 않는 특징과 상관관계가 존재하지 않기 때문에 역시 Accord 가격에 대한 도구변수로 사용할 수 있다.

나. 분석대상, 모형 및 자료

본 보고서의 분석대상으로는 아세안 4개국(싱가포르, 인도네시아, 베트남, 필리핀)에서 사업을 운영 중 또는 운영하였던 3개 차량호출 플랫폼(Uber, Grab, Gojek)을 선정하였다. 각 플랫폼의 수요를 추정하기 위해 기존 문헌 등을 참고하여 차량호출 서비스 가격을 제외한 다음의 4가지 특징에 관한 자료를 수집하였다. 첫 번째 특징은 특정 차량호출 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수이다. 이는 특정 플랫폼이 기존의 차량호출 서비스 제공뿐만 아니라 다른 분야로 사업영역을 확장했는지의 여부를 확인할 수 있는 변수이다. 그리고 특정 플랫폼이 차량호출 서비스뿐만 아니라 택배, 음식배달 등 다양한 플랫폼 서비스를 제공할 경우, 소비자는 해당 플랫폼을 이용함으로써 다양한 효용을 누릴 수 있으므로 특정 플랫폼이 제공하는 서비스 개수가 많아질수록 플랫폼 수요에는 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다. 두 번째 특징은 특정 플랫폼 앱에 대한 사용자평점이다. 앞서 언급한 바와 같이 각 차량호출 플랫폼은 모바일 앱을 기반으로 제공되므로 해당 서비스를 이용한 고객들은 앱 내 사용자평점 부여를 통해 플랫폼에 대한 만족도를 평가할 수 있다. 평균 사용자평점이 높을수록 플랫폼 수요에는 긍정적 영향을 미친다. 세 번째 특징은 특정 차량호출 플랫폼의 일일 평균 승객 수이다. 지역 내에서 제공되는 차량호출 플랫폼 서비스가 하나 이상일 경우, 소비자들은 여러 플랫폼 중 자신에게 가장 높은 효용을 주는 플랫폼을 선택할 것이므로 일일 평균 승객 수가 많을수록 플랫폼 수요에는 긍정적 영향이 있을 것으로 예측할 수 있다. 마지막 특징은 차량호출 서비스 이용 시 평균대기시간이다. 차량호출 서비스의 장점 중 하나는 승객들이 자신의 위치에서 가장 가까운 차량을 호출함으로써 이동에 소요되는 시간을 최소화하는 것이다. 따라서 평균대기시간이 짧다는 것은 소비자들의 수요에 긍정적 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다.

소비자 i가 차량호출 플랫폼 시장 m에서 서비스 j를 선택했을 경우의 효용함수는 다음과 같다.

식 5-1. 소비자 i가 차량호출 플랫폼 시장 m에서 서비스 j를 선택하는 경우의 효용함수

$$\begin{aligned} u_{ijm} &= -\alpha p_j + \xi_{jm} + \sum_{rc=1}^{RC} \sigma_{rc} x_{jm}^{rc} \nu_{i,rc} + \epsilon_{ijm} \\ &= \delta_{jm} + \mu_{ijm} \end{aligned}$$

여기서 차량호출 플랫폼 시장 m은 실제 각 플랫폼별 특징이 집계되는 시점인 2013년부터 2019년까지 총 7개 시장으로 구성된다($m = 1, \ldots, 7$). [식 5-1]을 통해 알 수 있듯이 소비자 i가 차량호출 플랫폼 시장 m에서 서비스 j를 선택했을 경우의 효용은 차량호출 플랫폼 j가 가진 관찰 가능한 특징(x_{jm}, 차량호출 서비스 가격(p_j))과 관찰되지 않는 서비스 특징(ξ_{jm}), 그리고 소비자-서비스 결합 특수의 효용오차(ϵ_{ijm})의 함수이다. 여기서 x_{jm}^{rc}는 제품 특성에 따른 소비자 선호의 이질성을 보여 주는 확률계수(random coefficients)를 추정하는 데 사용된 차량호출 플랫폼 j의 특징을 나타낸다. 따라서 $\delta_{jm}(=-\alpha p_j + \xi_{jm})$은 차량호출 플랫폼 시장 m에서 거래에 참여하는 전체 소비자의 서비스 j 선택에 따른 평균효용(mean-utility)을 나타내고, $\mu_{ijm}(=\sum_{rc=1}^{RC} \sigma_{rc} x_{jm}^{rc} \nu_{i,rc} + \epsilon_{ijm})$은 전체 소비자가 얻게 되는 총효용에서 평균효용을 차감한 편차(deviation)를 나타낸다. 본 연구에서는 분석의 편의를 위해 오차항 ϵ_{ijm}은 독립적이며 제1종 극단값 분포(Type I extreme value distribution)를 따르는 것으로 가정한다. 이와 같은 가정은 BLP를 포함한 기존 문헌들을 따른 것이다. 또한 오차항 분포를 상기와 같이 가정하게 되면 우리는 소비자 i가 차량호출 플랫폼 j를 선택하게 될 확률에 대해 다음과 같이 닫힌 형태의 해(closed-form solution)를 도출할 수 있다.[278)]

식 5-2. 소비자 i가 차량호출 플랫폼 j를 선택할 확률

$$\Pr_j(\alpha, \sigma, \nu_i) = \frac{\exp(\delta_j + \mu_{ij})}{1 + \exp\sum_{k=1}^{K}(\delta_k + \mu_{ik})}$$

구조모형을 사용하여 차량호출 플랫폼 수요를 추정할 때 가장 중요한 과정은 모형 추정을 통해 각 플랫폼의 시장점유율을 도출하는 것이다. 즉 모형으로부터 도출된 시장점유율과 실제 플랫폼의 시장점유율을 매칭(matching)시킴으로써 우리는 개별 플랫폼이 가진 특징이 수요에 미치는 영향을 추정할 수 있다. [식 5-2]로부터 도출된 차량호출 플랫폼 j를 선택할 확률과 소비자 이질성을 나타내는 인구특성 분포($F(\nu)$)를 알고 있을 경우, 우리는 차량호출 플랫폼 선택확률을 $F(\nu)$에 대해 적분함으로써 모형으로부터 모바일 차량호출 플랫폼 서비스별 시장점유율을 도출할 수 있다.

식 5-3. 차량호출 플랫폼 j의 시장점유율

$$s_j^*(\alpha, \sigma) = \int \Pr_j(\alpha, \sigma, \nu) dF(v).$$

하지만 [식 5-3]의 적분은 분석적 해(analytic solution)를 갖지 않으므로 우리는 차량호출 플랫폼이 가진 특징과 인구 특성에 대한 결합분포를 가정함으로써 해당 적분값을 근사(approximation)하는 방법을 사용할 수 있다. 이때 해당 결합분포는 기존 문헌들에 따라 결합정규분포(joint normal distribution)를 가정한다. 이러한 가정을 통해 차량호출 플랫폼 j의 시장점유율 근사값은 다음과 같은 표본평균식을 통해 계산할 수 있다.[279]

278) Brunner *et al.*(2017), p. 6.
279) *Ibid.*, p. 7.

식 5-4. 차량호출 플랫폼 j의 시장점유율 근사값

$$s_j(\alpha, \sigma, \tilde{\nu}) = \frac{1}{G}\sum_{g=1}^{G} \mathrm{Pr}_j(\alpha, \sigma, \tilde{\nu}_g).$$

앞서 언급한 바와 같이 BLP 추정모형의 기본 가정은 다음과 같다. 차량호출 플랫폼 시장에서 서비스를 이용하는 승객과 플랫폼 사업자는 개별 플랫폼이 보유한 특징을 모두 관찰할 수 있다. 하지만 자료를 활용하여 실증 분석을 수행하는 연구자에게는 차량호출 플랫폼 서비스 가격과 상관관계가 있는 서비스 특징들 중 자료에서 관찰할 수 없는 특성들이 존재하기 때문에 이로 인해 발생하는 내생성을 통제할 목적으로 도구변수(z)를 사용해야 한다. 이때 배제가정(exclusion restriction)을 만족하기 위한 조건으로서 사용하는 도구변수의 총 개수는 관찰되는 확률계수 추정에 사용되는 차량호출 플랫폼 특성의 개수(rc)보다는 크거나 같아야 한다. 또한 분석에 사용되는 도구변수는 서비스 가격과는 상관관계를 가지면서 관찰되지 않는 차량호출 플랫폼 특징과는 직접적인 관계가 없어야 한다. 즉 도구변수는 다음의 모멘트 조건(moment condition)을 만족해야 하는 것이다.[280]

식 5-5. 도구변수의 모멘트 조건

$$E[\xi_j(\theta)|z] = E\left[\frac{1}{J}\sum_{j=1}^{J} z_j \xi_j(\theta)\right] = 0.$$

[식 5-5]에서 θ는 일반화 적률법(Generalized Method of Moments, 이하 GMM)을 통해 추정이 필요한 모수(parameter)를 나타낸다.

시장조사 전문기관인 Allied Market Research(이하 AMR)는 본 실증분석에서 모바일 차량호출 플랫폼 서비스 수요를 추정하기 위한 데이터를 제공하였

280) *Ibid.*

다. 해당 데이터셋은 아세안 주요 4개국(싱가포르, 인도네시아, 베트남, 필리핀)에서 사업을 운영 중 또는 운영하였던 3개 차량호출 플랫폼(Uber, Grab, Gojek)의 특징(서비스 가격, 개별 차량호출 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수, 차량호출 플랫폼에 대한 사용자평점, 일일 평균 차량호출 플랫폼 이용객 수, 차량호출 시 평균대기시간)을 포함하고 있다. 또한 BLP 모형을 활용한 차량호출 플랫폼 서비스 수요는 실제 시장점유율과 모형을 통해 계산된 시장점유율을 매칭시킴으로써 추정할 수 있다. 이러한 목적을 달성하기 위한 실제 시장점유율 자료 역시 AMR을 통해 획득하였다. 데이터셋의 표본기간은 2013년부터 2019년으로 설정하였다. 이에 대한 근거로 표본기간의 시작시점인 2013년부터 개별 차량호출 플랫폼의 특징이 누락(missing) 없이 제공되기 시작하였으며, Grab에 의한 Uber의 동남아 사업부문이 인수된 시점인 2018년 이후의 플랫폼 특징 및 시장점유율 변화를 반영하기 위하여 2019년을 표본기간 종료시점으로 잡았다.

본 절의 실증분석 대상인 3개 차량호출 플랫폼 앱의 국가별 기술통계(descriptive statistics)는 [표 5-2]를 통해 확인할 수 있다. 앞서 언급한 바와 같이 차량호출 플랫폼 서비스 수요에 영향을 미칠 것으로 예상되는 변수들은 개별 차량호출 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수를 제외하고 각각 개별연도 데이터의 평균값을 사용하였다. 또한 사용자평점 변수는 데이터 제공업체를 통해 각 차량호출 플랫폼의 앱 시장(AppStore, GooglePlay)별 사용자평점 데이터를 확보하여 연도별로 두 앱 시장에서의 사용자평점 평균을 사용하였다. 차량호출 플랫폼 서비스 가격은 미국 달러(USD) 기준으로 집계되었다.

표 5-2. 아세안 주요국별 차량호출 플랫폼 기술통계

국가	설명변수	평균	표준편차	관측치 수
인도네시아	서비스 가격(USD)	0.48	0.16	19
	개별 차량호출 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수	1.16	1.21	19
	사용자평점	4.12	0.16	19
	일일 평균 이용객 수	3.17	3.14	19
	평균대기시간	5.3	1.51	19
	플랫폼 시장점유율	0.35	0.38	19
싱가포르	서비스 가격(USD)	0.80	0.34	13
	개별 차량호출 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수	0.77	1.88	13
	사용자평점	4.05	0.14	13
	일일 평균 이용객 수	1.64	1.69	13
	평균대기시간	5.27	1.24	13
	플랫폼 시장점유율	0.48	0.06	13
베트남	서비스 가격(USD)	0.35	0.13	11
	개별 차량호출 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수	0.45	0.52	11
	사용자평점	3.96	0.12	11
	일일 평균 이용객 수	1.59	1.27	11
	평균대기시간	5.45	1.13	11
	플랫폼 시장점유율	0.49	0.24	11
필리핀	서비스 가격(USD)	0.38	0.16	11
	개별 차량호출 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수	0.45	0.52	11
	사용자평점	4.05	0.14	11
	일일 평균 이용객 수	0.43	0.31	11
	평균대기시간	6.27	1.1	11
	플랫폼 시장점유율	0.52	1.1	11

자료: AMR Database(2020)를 바탕으로 저자 작성.

다. 실증분석 결과

[표 5-3]는 로짓-최소자승법(Logit-OLS)을 사용하여 아세안 주요 4개국 차

량호출 플랫폼 시장에서 플랫폼 특성과 서비스 수요 간 상관관계를 추정한 결과를 보여 주고 있다. 모든 칼럼에서 차량호출 플랫폼 서비스 가격은 수요와 음(-)의 상관관계를 갖는 것으로 나타났으나, 통계적으로 유의하지는 않았다. 또한 사용자평점의 경우 앞서 예상한 바와 달리 모든 칼럼에서 수요와 음(-)의 상관관계를 보이는 것을 알 수 있으며, 첫 번째 칼럼과 두 번째 칼럼의 추정계수는 통계적으로도 유의하였다. 이와 같은 결과는 각국에서 높은 시장점유율을 차지하고 있는 두 플랫폼 기업(인도네시아의 경우 Gojek, 나머지 3국의 경우 Grab)에 대해 이용객들이 상대적으로 낮은 사용자평점을 매기고 있는 데서 비롯된 것으로 보여진다. 첫 번째 칼럼과 두 번째 칼럼에 따르면 일일 평균 이용객 수와 서비스 수요 간에는 1% 유의수준에서 양(+)의 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다. 아울러 모든 칼럼에서 평균대기시간은 0.1% 유의수준에서 서비스 수요와 양(+)의 상관관계를 갖는 것을 확인할 수 있다. 이러한 결과 역시 앞서 평균대기시간과 수요 간 부(-)의 관계를 예측한 것과 배치되는데, 이는 각국 시장에서 높은 시장점유율을 보유한 차량호출 플랫폼에 대한 이용객들의 고착효과(lock-in effect)가 영향을 미치고 있는 것으로 추정된다. 다음으로 세 번째 칼럼에 따르면 Grab의 Uber 동남아 사업부문 인수 여부(인수 더미)와 서비스 수요 간에는 1% 유의수준에서 음(-)의 상관관계가 존재하였다. 또한 같은 칼럼에서 차량호출 플랫폼 기업이 인도네시아에서 사업을 운영하는지의 여부(인도네시아 더미)는 서비스 수요와 0.1% 유의수준에서 음(-)의 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. 마지막으로 인도네시아 시장에서 Grab의 Uber 사업부문 인수 여부(인수 더미와 인도네시아 더미의 교차항)와 차량호출 플랫폼 서비스 전체 수요는 1% 유의수준에서 양(+)의 상관관계를 보였다. 즉 나머지 3국과 달리 인도네시아 시장에서는 Grab-Uber 합병이 차량호출 플랫폼 서비스 전체 수요를 어느 정도 증가시켰음을 알 수 있다.

표 5-3. 차량호출 플랫폼 서비스 수요 Logit-OLS 추정 결과(아세안 주요 4개국)

설명변수	(1)	(2)	(3)
서비스 가격	-0.416 (1.161)	-0.823 (1.137)	-1.467 (1.039)
개별 차량호출 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수	-0.071 (0.331)	-0.172 (0.316)	0.325 (0.324)
사용자평점	-5.820* (2.683)	-4.501† (2.678)	-2.707 (2.559)
일일 평균 이용객 수	0.536** (0.197)	0.584** (0.191)	0.231 (0.219)
평균대기시간	1.539*** (0.360)	1.528*** (0.346)	1.234*** (0.324)
인수 더미	-0.617 (0.737)		-2.995** (0.878)
인도네시아 더미		-1.347* (0.655)	-2.896*** (0.735)
인수 더미×인도네시아 더미			4.006** (1.459)
상수항	13.228 (12.162)	8.921 (11.941)	6.714 (11.157)
차량호출 플랫폼 더미	포함	포함	포함
관측치 수	54	54	54
Adjusted R^2	0.5208	0.5551	0.6395

주: 1) 괄호 안은 표준오차를 나타냄.
2) 유의수준: † p<0.1, * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001.
자료: AMR Database(2020)를 바탕으로 저자 추정.

앞서 로짓-최소자승법을 통해 아세안 주요 4개국에서의 수요를 추정할 수 있었던 것과 달리 BLP 구조모형을 통한 수요 추정은 인도네시아 차량호출 플랫폼 시장에서만 결과를 얻을 수 있었다. 이에 로짓-최소자승법을 사용하여 인도네시아 시장에서의 수요를 추정한 결과를 먼저 제시하고, 해당 결과와의 비교를 위해 다음으로 BLP 모형을 사용한 추정 결과를 제시한다. [표 5-4]는 로짓-최소자승법을 사용하여 인도네시아 차량호출 플랫폼의 특성과 서비스 수요 간 상관관계를 추정한 결과를 보여 주고 있다. 첫 번째 칼럼에 따르면 차량호출 플랫폼 서비스 가격은 5% 유의수준에서 수요와 음(-)의 상관관계를 갖는 것으

로 나타났다. 두 번째 칼럼과 세 번째 칼럼에서는 차량호출 플랫폼 서비스 수요에 영향을 미칠 것으로 예상되는 설명변수를 모두 포함시켜 추정을 실시하였다. 두 칼럼 사이의 유일한 차이점은 플랫폼 더미변수를 추정 모형에 포함시켰는지의 여부이다. 플랫폼 더미를 모형에 포함시키지 않을 경우(두 번째 칼럼), 일일 평균 이용객 수를 제외한 나머지 설명변수와 서비스 수요 간 상관관계는 통계적으로 유의하지 않았다. 또한 서비스 가격과 수요 사이에는 통계적으로 유의하지 않으나 양(+)의 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다. 하지만 세 번째 칼럼에서 플랫폼 더미를 모형에 포함시킬 경우, 서비스 가격과 수요는 10% 유의수준에서 음(-)의 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. 또한 각 차량호출 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수와 서비스 수요 사이에는 10% 유의수준에서 음(-)의 상관관계가 존재하였다.

표 5-4. 차량호출 플랫폼 서비스 수요 Logit-OLS 추정 결과(인도네시아)

설명변수	(1)	(2)	(3)
서비스 가격	-5.211*	2.294	-3.86†
	(1.903)	(1.909)	(1.978)
개별 차량호출 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수		-0.337	-0.279†
		(0.211)	(0.139)
사용자평점		-1.215	2.355
		(1.549)	(1.731)
일일 평균 이용객 수		0.37**	0.07
		(0.092)	(0.098)
평균대기시간		0.112	0.071
		(0.105)	(0.166)
상수항		3.328	-4.399
		(7.244)	(7.585)
차량호출 플랫폼 더미	포함	미포함	포함
관측치 수	19	19	19
Adjusted R^2	0.9173	0.8426	0.8411

주: 1) 괄호 안은 표준오차를 나타냄.
2) 유의수준: † p<0.1, * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001.
자료: AMR Database(2020)를 바탕으로 저자 추정.

하지만 앞선 절에서 언급한 바와 같이 차량호출 플랫폼 서비스 가격은 자료를 통해 관찰할 수 없는 플랫폼 특성(예: 플랫폼 유지보수 비용, 광고료 등)과 상관관계가 존재하기 때문에 추정모형에 이러한 특성들을 포함시키지 않을 경우, 내생성의 문제에 봉착하게 된다. [표 5-4]는 이와 같은 내생성을 통제하지 않은 추정 결과이므로, 각 설명변수의 추정계수에 편의(bias)가 발생하였다고 볼 수 있다. 이러한 편의를 최소화하기 위해 BLP에서와 같이 특정 플랫폼의 서비스 가격과 상관관계가 존재하면서 해당 플랫폼의 관찰되지 않는 특성과 직접적인 관계가 없는 도구변수를 구축하고 이를 구조모형에 포함시켜 차량호출 플랫폼 서비스 수요에 미치는 영향을 추정한다. 이때 특정 차량호출 플랫폼 서비스 가격에 대한 도구변수로는 자료에서 관찰되는 경쟁 차량호출 플랫폼의 특성을 사용한다. 이에 대한 근거로서 자료에서 관찰할 수 있는 경쟁 플랫폼의 특성 변화는 특정 플랫폼의 가격-비용 마진(PCM)에 영향을 미친다는 점에서 가격과 상관관계가 있으나, 경쟁 플랫폼의 관찰되는 특성 자체는 특정 플랫폼의 관찰되지 않는 특징과는 직접적인 관계가 없다고 볼 수 있기 때문이다. 추정방법으로는 BLP와 마찬가지로 일반화적률법-도구변수(GMM-IV) 방법을 사용하였다.

[표 5-5]는 서비스 가격이 소비자들의 평균효용에 미치는 영향과 개별 플랫폼의 특성이 소비자 수요에 미치는 이질적 영향에 대한 BLP 모형 추정 결과를 보여 준다. 모든 칼럼에서 차량호출 플랫폼 서비스 가격은 소비자들의 평균효용에 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났고, 추정계수 또한 통계적으로 유의하였다. 또한 첫 번째 칼럼을 제외한 두 번째 및 세 번째 칼럼에 따르면 개별 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수는 각각 1%, 0.1% 유의수준에서 소비자 수요에 긍정적 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 사용자평점은 두 번째 칼럼을 제외하고 앞선 장에서 예측한 바와 같이 소비자 수요에 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 통계적으로 유의하진 않았다. 끝으로 특징적인 부분은 차량호출 플랫폼 이용객들의 평균대기시간이 수요에 미치는 영향이 앞에서

예상한 방향과 다르다는 점이다. 앞서 우리는 이용객들이 차량을 호출한 후 오랫동안 대기할수록 해당 플랫폼에 대한 소비자 수요가 감소할 것으로 예측하였다. 그러나 [표 5-5]의 두 번째 및 세 번째 칼럼을 보면 평균대기시간은 소비자 수요에 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 해당 추정계수 또한 통계적으로 유의하였다. 이와 같은 결과는 Gojek이 인도네시아 차량호출 플랫폼 시장을 선점함에 따라, Gojek 서비스에 익숙해진 이용자들에게 고착효과(lock-in effect)가 발생한 것으로 추정할 수 있는 부분이다.

표 5-5. 차량호출 플랫폼 서비스 수요 BLP 모형 추정 결과

구분	설명변수	(1)	(2)	(3)
α	서비스 가격	-5.750* (2.756)	-4.717** (1.720)	-4.749* (2.026)
σ	개별 차량호출 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수	-0.123 (0.347)	0.663** (0.256)	0.681*** (0.246)
	사용자평점	0.034 (7.233)	-0.085 (4.109)	0.008 (2.827)
	일일 평균 이용승객 수	0.002 (8.853)		0.017 (1.119)
	평균대기시간		0.433*** (0.107)	0.449† (0.246)
	상수항	-0.131 (42.398)	0.095 (11.402)	-0.353 (5.852)
	차량호출 플랫폼 더미	포함	포함	포함
	GMM 목적함수 최소값	1.6014	1.0626	1.0512
	관측치 수	19	19	19

주: 1) GMM-IV 추정 결과이며, 괄호 안은 표준오차를 나타냄.
2) 유의수준: † p<0.1, * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001.
자료: AMR Database(2020)를 바탕으로 저자 추정.

소비자들의 평균효용에 미치는 차량호출 플랫폼 서비스 가격의 영향을 나타내는 추정계수를 사용하면 특정 플랫폼 서비스 가격 변화에 따른 해당 플랫폼

의 수요량 변화(자기 수요탄력성)와 경쟁 플랫폼의 수요량 변화(교차 수요탄력성)를 구할 수 있다. 이때 수요량 변화를 나타내는 변수는 기존 문헌들과 마찬가지로 시장점유율 변화를 사용하기로 한다. [표 5-6]은 인도네시아 차량호출 플랫폼 시장의 2013년부터 2019년까지 연도별 자기 및 교차 수요탄력성 계산 결과를 보여 준다. 탄력성 계산 결과를 통해 우리는 인도네시아 차량호출 플랫폼 시장에서 관찰되는 몇 가지 특징을 정리해 볼 수 있다. 먼저 2018년 Grab의 Uber 동남아 사업부문 인수가 이루어지기 전인 2013년부터 2016년까지 특정 플랫폼 서비스 가격 변화에 따른 시장점유율 변화를 살펴보면 기존 시장에서 독점적 지위를 누리던 Gojek의 시장지배력이 조금씩 약화되고 있다는 점을 알 수 있다. 예를 들어 Gojek이 서비스 가격을 1% 내렸을 때, Go jek의 시장점유율 증가폭은 0.530%p(2013년), 0.513%p(2014년), 0.455%p(2015년), 0.441%p(2016년)로 감소세를 보이고 있다. 이와 같은 결과는 Gojek이 인도네시아 차량호출 플랫폼 시장에 최초로 진출하여 독점사업자로서의 지위를 보유하고 있던 상황에서 Uber와 Grab이라는 새로운 경쟁 플랫폼이 진입하게 되면서, 기존의 Gojek 이용자들이 멀티호밍(multi-homing)을 하거나 사용하는 플랫폼을 완전히 바꾸는 경우들이 늘어나면서 발생한 결과라고 추정해 볼 수 있다. 이는 Uber의 자기 수요탄력성이 2016년까지 증가 추세를 보이고 있는 점과 일맥상통한다. 두 번째 특징은 Uber와 Grab의 자기 수요탄력성을 통해 도출할 수 있다. 즉 양사가 서비스 가격을 1% 내렸을 때, Uber의 시장점유율 증가폭은 2016년까지 큰 폭의 증가 추세를 보이는 반면, Grab의 점유율 증가폭은 2016년부터 크게 감소하는 추세를 보인다(2015년: 0.402%p, 2016년: 0.297%p). 이러한 결과는 양 플랫폼이 같은 시장에서 출혈 경쟁을 멈추고 고객정보 결합, 플랫폼이 제공하는 하위 서비스 결합 등 효율성을 증대할 목적으로 양사 간 기업결합을 추진하는 데 영향을 끼쳤을 가능성이 존재한다. 끝으로 Grab의 Uber 동남아 사업부문 인수가 이뤄진 후, 2018년과 2019년의 교차 수요탄력성을 살펴보면 1위 사업자인 Gojek과 2위 사업자인 Grab의 경쟁이

점점 확대되고 있음을 알 수 있다. 하지만 여전히 Grab의 시장점유율이 Gojek에 비해 낮은 상황에서 각 플랫폼의 서비스 가격 변화가 양 플랫폼의 시장점유율 변화에 미치는 영향은 여전히 비대칭적임을 확인할 수 있다. 예컨대 2017년 기준으로 Grab이 서비스 가격을 1% 내렸을 때, Gojek의 시장점유율은 0.040%p 하락한 반면, Grab이 Uber를 인수한 이후 시점인 2018년과 2019년에 동일한 Grab의 가격 변화율에 대해 Gojek의 시장점유율은 각각 0.063%p, 0.058%p 하락하면서 점유율 감소폭이 확대되었다. 또한 Gojek이 서비스 가격을 1% 내렸을 때, 2018년과 2019년 Grab의 시장점유율 역시 0.278%p, 0.275%p 하락하는 것을 확인할 수 있다. 다만 앞서 지적한 바와 같이 개별 플랫폼의 서비스 가격 변화에 대한 양 플랫폼 간 시장점유율 변화폭에 차이가 크다는 사실은 여전히 인도네시아 차량호출 플랫폼 시장에서 Gojek의 지배력을 보여주는 결과라고 볼 수 있다.

표 5-6. 차량호출 플랫폼 서비스 연도별 자기 및 교차 수요탄력성

(단위: %p)

연도	차량호출 플랫폼 사업자	차량호출 플랫폼 사업자		
		Uber	Grab	Gojek
2013	Uber	0.154	-0.070	-0.145
	Grab	-0.056	0.400	-0.145
	Gojek	-0.056	-0.070	0.530
2014	Uber	0.264	-0.066	-0.162
	Grab	-0.091	0.404	-0.162
	Gojek	-0.091	-0.066	0.513
2015	Uber	0.291	-0.068	-0.220
	Grab	-0.064	0.402	-0.220
	Gojek	-0.064	-0.068	0.455
2016	Uber	0.309	-0.048	-0.234
	Grab	-0.065	0.297	-0.234
	Gojek	-0.065	-0.048	0.441

표 5-6. 계속

(단위: %p)

연도	차량호출 플랫폼 사업자	차량호출 플랫폼 사업자		
		Uber	Grab	Gojek
2017	Uber	0.300	-0.040	-0.232
	Grab	-0.075	0.305	-0.232
	Gojek	-0.075	-0.040	0.443
연도	차량호출 플랫폼 사업자	차량호출 플랫폼 사업자		
		Grab	Gojek	
2018	Grab	0.282	-0.278	
	Gojek	-0.063	0.397	
2019	Grab	0.287	-0.275	
	Gojek	-0.058	0.400	

자료: AMR Database(2020)와 GMM-IV 방법을 사용하여 추정한 결과를 바탕으로 저자 계산.

이제 Grab의 Uber 동남아 사업부문 인수행위가 인도네시아 차량호출 플랫폼 시장에서의 경쟁에 미친 영향을 살펴보자. 이와 관련하여 앞서 인도네시아 차량호출 플랫폼 시장의 세 번째 특징으로 Grab의 해당 인수행위가 이뤄진 이후에 플랫폼 간 경쟁이 확대되고 있다고 추론하였다. 다음에서는 해당 추론에 대한 실증적인 근거를 제시하기 위하여 공급함수 구조모형 추정을 실시한다. 구체적인 추정 방법은 먼저 인도네시아 차량호출 플랫폼 시장의 경쟁모형을 가정하고, 개별 플랫폼 기업의 이윤극대화 문제를 풀어 인수 이후의 새로운 경쟁균형을 도출하고, 각 플랫폼별 한계비용(marginal cost)을 계산한다.

먼저 분석의 편의성을 위해 BLP에서와 마찬가지로, 개별 차량호출 플랫폼의 한계비용은 서비스 산출량 수준과는 독립적이며, 한계비용에 영향을 미치는 요인들과 한계비용은 로그-선형(log-linear)관계에 있다고 가정한다.[281] 즉 한계비용 결정요인과 한계비용 간의 관계는 다음의 [식 5-6]과 같다.

281) Berry, Levinsohn, and Pakes(1995), p. 853.

식 5-6. 차량호출 플랫폼 j의 한계비용함수

$$\ln(mc_j) = w_j\gamma + \nu_j,$$

mc_j는 차량호출 플랫폼 j의 한계비용을 나타내며, w_j는 해당 플랫폼의 한계비용을 결정하는 데 영향을 미치는 요인이고, ν_j는 관찰되지 않는 오차항을 의미한다. 특히 w_j는 앞서 수요함수 추정에 사용되었던 설명변수를 모두 포함하고 있다.

다음으로 개별 차량호출 플랫폼의 이윤은 다음의 [식 5-7]을 통해 계산된다. 차량호출 플랫폼 j는 자사가 보유한 플랫폼 특성과 경쟁 플랫폼의 특성이 주어진 상황에서, [식 5-7]의 이윤을 극대화하기 위한 서비스 가격을 책정한다.

식 5-7. 차량호출 플랫폼 j의 이윤

$$\Pi_j = \sum_j (p_j^{pre} - mc_j) Ms_j(p^{pre}, x, \xi; \theta),$$

여기서 M은 차량호출 플랫폼 시장에 존재하는 전체 소비자 수를 나타낸다. 따라서 차량호출 플랫폼 j의 이윤은 다음의 1계조건(first-order condition)을 만족하는 가격 수준에서 극대화된다.

식 5-8. 차량호출 플랫폼 j의 이윤극대화 1계조건

$$s_j(p, x, \xi; \theta) + \sum_k (p_k - mc_k) \frac{\partial s_k(p, x, \xi; \theta)}{\partial p_j} = 0.$$

[식 5-8]의 이윤극대화 문제를 풀기 위해 다음과 같은 새로운 행렬 $\Omega^{pre}(p^{pre})$를 정의한다. 해당 행렬의 각 성분(element)에는 자기 및 교차 수요탄력성 계산식의 일부가 포함되어 있다. 또한 3대 차량호출 플랫폼 기업은 Grab이 Uber 동남아 사업부문을 인수하기 이전에 각각 하나의 플랫폼 서비스만을 제공하고

있었으므로, 해당 행렬은 대각선 성분(diagonal element)을 제외한 나머지 성분은 모두 0의 값을 가지는 대각행렬(diagonal matrix)의 형태를 띠게 된다.[282)]

식 5-9. 새로운 행렬 정의

$$\Omega^{pre}(p^{pre}) = \begin{pmatrix} -\frac{\partial s_1}{\partial p_1}(p^{pre}) \cdot D_{11} - \frac{\partial s_2}{\partial p_1}(p^{pre}) \cdot D_{12} - \frac{\partial s_3}{\partial p_1}(p^{pre}) \cdot D_{13} \\ -\frac{\partial s_1}{\partial p_2}(p^{pre}) \cdot D_{21} - \frac{\partial s_2}{\partial p_2}(p^{pre}) \cdot D_{22} - \frac{\partial s_3}{\partial p_2}(p^{pre}) \cdot D_{23} \\ -\frac{\partial s_1}{\partial p_3}(p^{pre}) \cdot D_{31} - \frac{\partial s_2}{\partial p_3}(p^{pre}) \cdot D_{32} - \frac{\partial s_3}{\partial p_3}(p^{pre}) \cdot D_{33} \end{pmatrix}$$

$$= \begin{pmatrix} -\frac{\partial s_1}{\partial p_1}(p^{pre}) & 0 & 0 \\ 0 & -\frac{\partial s_2}{\partial p_2}(p^{pre}) & 0 \\ 0 & & \end{pmatrix}$$

[식 5-8]과 [식 5-9]를 결합하면 차량호출 플랫폼의 이윤극대화 1계조건은 다음의 [식 5-10]과 같이 쓸 수 있다.

식 5-10. 차량호출 플랫폼의 이윤극대화 1계조건(Grab의 Uber 인수 전)

$$s(p^{pre}, x, \xi;\theta) - \Omega^{pre}(p^{pre})^{-1}[p^{pre} - mc] = 0.$$

따라서 [식 5-10]으로부터 차량호출 플랫폼의 한계비용은 다음과 같이 도출된다.

식 5-11. 차량호출 플랫폼의 한계비용

$$mc = p^{pre} - \Omega^{pre}(p^{pre})^{-1}s(p^{pre}, x, \xi;\theta).$$

282) Brunner(2019), BLPestimatoR-Package for Demand Estimation, 온라인 자료(검색일: 2020. 5. 28).

다음으로 [식 5-11]을 [식 5-6]에 대입하면 [식 5-12]와 같이 차량호출 플랫폼의 한계비용함수를 도출할 수 있다.

식 5-12. 차량호출 플랫폼의 한계비용함수

$$\ln\left(p^{pre} - \Omega^{pre}\left(p^{pre}\right)^{-1} s\left(p^{pre}, x, \xi;\theta\right)\right) = w\gamma + \nu.$$

앞서 언급한 바와 같이 인도네시아 차량호출 플랫폼 시장은 차별화된 서비스 시장(differentiated product markets)으로서 개별 플랫폼들 간에 가격경쟁이 펼쳐지는 버트란드 경쟁(Bertrand competition) 시장으로 가정할 수 있다. 따라서 각 플랫폼 기업의 이윤극대화 문제를 풀게 되면 결국 내시-버트란드 균형(Nash-Bertrand equilibrium)을 도출할 수 있다.

식 5-13. 차량호출 플랫폼의 이윤극대화 1계조건(Grab의 Uber 인수 후)

$$p^{post} - mc = \Omega^{post}\left(p^{post}\right)^{-1} s\left(p^{post}, x, \xi;\theta\right).$$

[표 5-7]은 각 차량호출 플랫폼의 이윤극대화 문제로부터 도출된 해를 사용하여 계산한 한계비용 및 마크업을 보여 주고 있다. 해당 결과로부터 도출할 수 있는 몇 가지 특징을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, Grab의 Uber 사업부문 인수행위가 일어나기 전 각 차량호출 플랫폼의 한계비용 변화 추이를 살펴보면, [그림 5-1]에서와 같이 Uber의 한계비용은 증가 추세인 반면, Grab의 한계비용은 감소세임을 알 수 있다. 동시에 2015년까지 증가하던 Uber의 마크업은 2016년을 기점으로 감소 추세로 돌아선 반면, Grab의 마크업은 꾸준히 증가해 왔음을 알 수 있다(그림 5-2 참고). 이를 근거로 Uber의 마크업 감소에 따른 지역 내 사업환경 악화가 마크업 증가 추세에 있던 Grab의 Uber 동남아 사업부문 인수 건에 영향을 미쳤다고 추론해 볼 수 있다. 둘째, 높은 시장점유율을 보유하고 있던 Gojek은 Uber와 Grab의 시장 진입 이후에 해당 플랫폼들

이 시장점유율을 확대해 나가는 상황 속에서, 지속적인 한계비용 증가와 마크업 감소를 겪고 있다는 것을 확인할 수 있다(그림 5-1, 그림 5-2 참고). 또한 Gojek의 마크업은 Grab의 Uber 사업부문 인수 시점 전보다 감소폭은 줄어들었으나 인수 이후에도 지속적으로 감소하고 있다. 한편 Grab은 Uber 인수 이후에 마크업을 조금씩 늘려 나가고 있는 추세임을 확인할 수 있다. 이러한 결과는 Grab의 기업결합 행위가 과점시장을 형성함으로써 경쟁을 제한하는 악영향을 끼쳤다기보다는 오히려 기존의 시장지배적 사업자인 Gojek을 견제하는 형태로 경쟁을 촉진시켰다는 근거로 볼 수 있다.

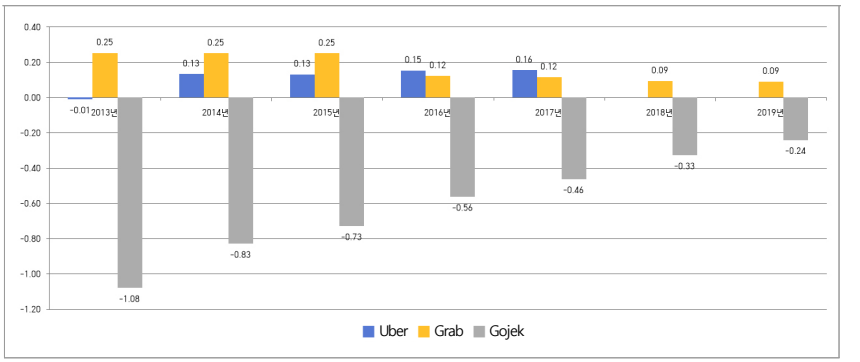
표 5-7. 한계비용 및 마크업 계산 결과

연도	플랫폼	한계비용	인수 전 가격(p^{pre})	마크업
2013	Uber	-0.01048399	0.210	0.2204840
	Grab	0.25403876	0.470	0.2159612
	Gojek	-1.07968508	0.675	1.7546851
2014	Uber	0.13335557	0.355	0.2216444
	Grab	0.25180082	0.470	0.2181992
	Gojek	-0.82901578	0.675	1.5040158
2015	Uber	0.13218285	0.355	0.2228172
	Grab	0.25066437	0.470	0.2193356
	Gojek	-0.72874806	0.675	1.4037481
2016	Uber	0.15451601	0.375	0.2204840
	Grab	0.12335557	0.345	0.2216444
	Gojek	-0.56360123	0.675	1.2386012
2017	Uber	0.15566437	0.375	0.2193356
	Grab	0.11612803	0.345	0.2288720
	Gojek	-0.46317411	0.675	1.1381741
연도	플랫폼	한계비용	인수 후 가격(p^{post})	마크업
2018	Grab	0.09433070	0.345	0.2506693
	Gojek	-0.32767719	0.675	1.0026772
2019	Grab	0.09131059	0.345	0.2536894
	Gojek	-0.24048787	0.675	0.9154879

자료: AMR Database(2020)를 사용하여 공급함수 구조모형을 추정한 결과를 바탕으로 저자 계산.

그림 5-1. 한계비용 변화 추이

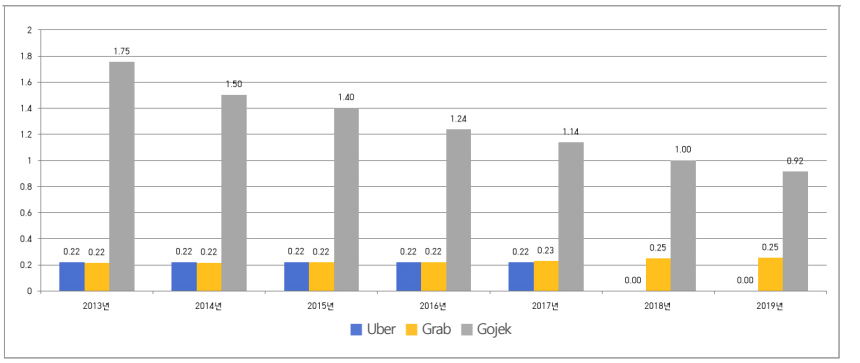
(단위: USD)



자료: [표 5-7]의 결과를 바탕으로 저자 작성.

그림 5-2. 마크업 변화 추이

(단위: USD)



자료: [표 5-7]의 결과를 바탕으로 저자 작성.

[표 5-8]은 앞서 계산된 한계비용을 [식 5-12]에 대입하고, 수요 추정모형에 포함된 설명변수와 한계비용 간 상관관계를 추정한 결과를 보여 준다. 추정 결과에 따르면 한계비용은 일일 평균 이용객 수, 평균대기시간과 상관관계를 갖고 있는 것으로 나타났다. 먼저 세 번째 칼럼에 따르면 일일 평균 이용객 수는 10% 유의수준에서 한계비용과 양(+)의 상관관계가 존재하였다. 이용객 수가

늘어나는 것은 플랫폼 기업 입장에서 서비스 1단위 공급을 늘리기 위해 기사(drivers)를 충원하고 플랫폼 시스템을 확장하는 등 한계비용을 증가시키는 요인으로 작용할 수 있기 때문이다. 또한 세 번째 칼럼에서 차량호출 서비스 이용객들의 평균대기시간은 5% 유의수준에서 한계비용과 역시 양(+)의 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. 차량호출 후 대기시간이 길어진다는 것은 이용객과 매칭될 수 있는 기사 수가 줄어든 것으로 볼 수 있고 이는 결국 서비스 공급량 감소를 의미하므로, 플랫폼경제가 가진 규모의 경제(한계비용 체감) 특성으로 인해 한계비용은 증가하게 된다.

표 5-8. 차량호출 플랫폼 특성과 한계비용 간 상관관계 추정

설명변수	(1)	(2)	(3)
개별 차량호출 플랫폼이 제공하는 다른 유형의 플랫폼 개수	0.089 (0.076)	0.051 (0.085)	0.015 (0.063)
사용자평점	−0.006 (1.366)	−1.085 (1.028)	−0.216 (0.821)
일일 평균 이용객 수	0.065 (0.059)		0.091† (0.036)
평균대기시간		1.113† (0.600)	1.087* (0.406)
(평균대기시간)^2		−0.085† (0.040)	−0.085* (0.029)
상수항	−0.276 (5.674)	0.710 (4.125)	−2.938 (3.240)
관측치 수	19	19	19
Adjusted R^2	0.8199	0.8815	0.9376

주: 1) 괄호 안은 표준오차를 나타냄.
2) 유의수준: † p<0.1, * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001.
자료: AMR Database(2020)를 바탕으로 저자 추정.

라. 분석의 한계

앞선 절에서는 구조모형을 사용하여 인도네시아 차량호출 플랫폼 시장에서의 수요 및 공급함수를 추정하고, 추정된 계수를 통해 2018년 Grab의 Uber 동남아 사업부문 인수행위의 경제적 효과를 분석하였다. 본 장에서는 해당 방법론의 한계점과 함께 분석 과정에서 제기될 수 있는 문제점에 대해 짚어보기로 한다. 먼저 본 보고서의 실증분석에서 사용된 BLP 구조모형과 일반화적률법-도구변수추정법은 차별화된 제품 및 서비스 시장에서의 수요 및 공급함수를 효과적으로 추정할 수 있는 우수한 계량 방법론으로 알려져 있다. 다만 해당 방법론이 단면시장으로서의 전통적인 상품 또는 서비스 수요 및 공급함수 추정을 위해 고안된 것이라는 점에서, 본 보고서의 분석대상인 차량호출 플랫폼 서비스와 같이 양면시장의 성격을 지닌 디지털플랫폼 시장 분석에는 적합하지 않다는 시각도 존재한다.

그럼에도 불구하고 다음과 같은 점에서 BLP 방법론을 활용한 배경을 제시한다. 차량호출 플랫폼은 이용객과 기사를 중개해 주는 양면시장의 특성을 갖지만, 아세안 주요국 시장에는 기업수(2~3개)가 많지 않기 때문에, 플랫폼에 대한 이용객 수요가 기사 수요에 결정적 영향을 미친다. 따라서 이용객 측면에서 수요를 추정한 결과가 플랫폼 전체 수요 관점에서 큰 함의를 가진다고 볼 수 있다. 이와 동시에 기사 측면에서 차량호출 플랫폼 수요를 결정하는 요인에 대한 경제학적 연구는 거의 없는 것으로 파악되고 있으며, 그에 따라 결정요인에 대한 데이터 역시 확보하지 못한 자료의 한계가 존재함을 밝힌다. 예를 들어 BLP 모형에서는 디지털플랫폼 시장이 가진 중요한 특징인 네트워크 효과 또는 피드백 효과 등을 고려할 수 없다는 단점이 존재한다. 다음으로 본 절에서는 아세안 주요 4개국(인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀)에서 Grab의 Uber 동남아 사업부문 인수행위의 경제적 효과를 분석 및 비교하고자 하였으나, 인도네시아를 제외한 3국에서의 구조모형 추정 결과, 일반화적률법 목적함수를 최소화시

키는 추정계수 값을 구하지 못하였다. 이에 따라 Gojek이 초기부터 높은 시장점유율을 차지하고 있었던 인도네시아와 Gojek이 최근에서야 진출하여 미미한 시장점유율을 보유하고 있는 나머지 3국의 시장경쟁 상황과 기업결합 행위의 경제적 효과를 비교하고자 했던 기존의 목적을 달성하지 못하였다. 이는 아마도 해당 3국에서의 차량호출 플랫폼 시장 자료를 충분히 확보하지 못한 데 원인이 있을 수도 있고, 앞서 지적했듯이 인도네시아와 나머지 3국의 시장 상황이 근본적으로 다른 데서 비롯된 결과일 수도 있다. 따라서 추후에 더 많은 관측치를 포함하는 자료를 확보하게 될 경우, 후속 연구를 통해 해당 주제에 대한 더욱 심도 있는 분석을 진행할 예정이다. 끝으로 개별 차량호출 플랫폼의 가격 변화에 따른 자기 및 교차 수요량의 변화 파트에서, 교차 수요탄력성의 경우 서로 다른 사업자임에도 시장점유율의 변화폭이 동일한 수치를 보이고 있다. 이는 가격 변수를 확률계수 추정항에 포함시키지 않았기 때문인데, 수요함수를 추정하는 데 가장 적합한 모형을 찾기 위한 과정에서 비롯된 것임을 밝힌다.

3. 소결

제5장에서는 2018년 3월에 아세안 지역에서 발생한 Grab-Uber 기업결합에 대한 역내 주요 경쟁당국의 심결사례를 비교분석하고, 해당 합병이 역내 디지털플랫폼 시장의 경쟁에 미치는 경제적 효과를 분석하였다.

우선 아세안의 경쟁당국 중 동 기업결합 사건에 대하여 적극적으로 심사를 개시한 싱가포르, 베트남, 필리핀, 인도네시아의 심결사례를 비교분석한 결과, 이들 경쟁당국들은 해당 기업결합이 자국의 승차공유(ride-hailing) 시장의 경쟁에 미치는 영향에 대해서는 서로 다른 결론에 도달하였다. 싱가포르는 본건 기업결합의 경쟁제한성을 심사함에 있어서 승객 측면과 운전기사 측면의 플랫폼 양면시장 특성을 중요하게 고려하였다. 해당 기업결합이 싱가포르 관련

시장에서 경쟁의 상당한 감소가 야기할 수 있다고 하면서 상당히 구체적인 시정조치와 함께 SGD 641만 9,647(한화 약 106억 원)의 과징금을 부과하였다. 필리핀은 결합 후 Grab의 관련 시장점유율이 90%를 넘어 사실상 독점에 해당될 뿐만 아니라 Uber의 시장퇴출로 유일한 경쟁압력이 제거되어 소비자 후생 저하, 혁신 저해와 같은 경쟁제한 효과의 발생을 우려하였다. 그러나 필리핀 경쟁당국은 시정조치를 부과한 싱가포르와 달리 경쟁당국과 기업결합 당사회사인 Grab, Uber의 입장을 같이 반영하는 동의의결 방식을 통해 효율적으로 사건을 종결시켰다. 베트남은 2014년 경쟁법의 모호한 기업결합 신고규정으로 기업결합 심사제도가 적극적으로 활용되지 못하는 상황이었음에도 불구하고 VCCA는 동 기업결합 사건을 적극적으로 심사하였다. 이는 동 기업결합 심사 중에 기업결합 심사제도를 개선하는 경쟁법 전면 개정안이 2018년 6월에 국회에 통과된 것도 영향을 미쳤다고 추측된다. VCCA는 Grab-Uber 기업결합의 경쟁제한성을 우려하여 조건 없는 승인이 불가하다는 의견을 최종 의사결정기구인 VCC에 제시하였으나, VCC는 「2014년 경쟁법」 규정의 모호성 및 경제분석 역량의 부족으로 해당 기업결합을 충분히 살펴보지 않은 채 경쟁법에 위반되지 않는다고 판단하였다. 인도네시아는 경쟁법 상 기업결합에 해당될 소지가 상당함에도 불구하고 동 기업결합을 지배권 변동이 없는 단순한 자산 양수도로 보아 경쟁법 상 심사대상이 되지 않는다고 판단하였다. 이는 싱가포르가 동일한 거래에 대하여 시정조치와 과징금을 부과한 것과 상당히 대조적이라고 평가할 수 있다. 결론적으로 기업결합 심사제도에 대한 역내 경쟁당국별 차이뿐만 아니라 경쟁당국별 M&A 심사 역량의 차이는 승차공유 시장의 경쟁구도에 있어서 국별 차이가 크지 않음에도 불구하고 동일한 기업결합 건에 대하여 서로 상이한 결론에 도달하는 결과를 초래하였다.

표 5-9. 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀의 Grab-Uber 기업결합 심사 요약

구분	인도네시아	싱가포르	베트남	필리핀
신고 제도	■ 자발적 사전심사 및 의무적 사후신고 제도	■ 자발적 사후신고 제도	■ 의무적 사전신고	■ 의무적 사전신고
심사 경위	■ 2018.3.25. Grab-Uber 매매계약 체결 ■ 2018.3.28. KPPU는 Grab측에 기업결합 신고 요청 공문 발송 ■ 2018.4.10. 인도네시아 Uber 애플리케이션 운영 중단 ■ 2018.4.16. KPPU-Grab 면담 ■ 이후 후속조치 없음	■ 2018.3.9. CCCS는 Grab측에 기업결합 신고제도 설명 공문 발송 ■ 2018.3.25. Grab-Uber 매매계약 체결 ■ 2018.3.27. CCCS 직권심사 착수 ■ 2018.4.13. CCCS 임시 시정조치안 부과 ■ 2018.6~7월 Grab-Uber 자발적 시정방안 2회 제출 ■ 2018.9.24. CCCS 시정조치 및 과징금 부과	■ 2018.3.25. Grab-Uber 매매계약 체결 ■ 2018.4.8. 베트남 Uber 애플리케이션 운영 중단 ■ 2018.4.16. VCCA 직권심사 착수 ■ 2018.11.30. VCCA 시정조치 및 과징금 부과안 VCC에 상정 ■ 2019.6.17. VCC는 VCCA의 상정안 기각	■ 2018.3.25. Grab-Uber 매매계약 체결 ■ 2018.4.3. PCC 기업결합국 직권조사 착수 ■ 2018.5.22. PCC 심사보고서 송부 ■ 2018.6.1. Grab 자진시정방안 제시 ■ 2018.8.9. PCC가 Grab의 자진시정 방안 수용
경쟁 제한성 판단	■ 경쟁제한성 판단 없었음	■ 경쟁제한 우려가 높다고 판단	■ VCCA는 경쟁제한 우려가 높다고 판단하였으나, VCC는 최종적으로 경쟁법상 신고대상 기업결합에 해당되지 않는다고 판단	■ 경쟁제한 우려가 높다고 판단
제재	■ 없었음	■ 시정조치 부과 =운전기사에 대한 배타적 의무 부과 등 금지 -합병 이전 가격, 가격결정알고리즘 상품옵션(운전기사 커미션 요율 및 구조) 유지 -시장점유율 30% 이상 사업자 진출 시 시정조치 내용 변경 가능 등 ■ 과징금 부과 =Uber와 Grab에 각각 당시 환율로 약 53억 원씩 부과	■ 없었음	■ 동의의결제 활용

자료: 저자 정리.

한편 제5장 2절에서는 시장조사 전문기관인 Allied Market Research(이하 AMR)의 데이터를 활용하여 Grab-Uber 기업결합이 역내 경쟁에 미치는 영향을 서비스 수요 측면과 공급 측면으로 나누어 분석하였다. 본 보고서의 분석대상으로는 아세안 4개국(싱가포르, 인도네시아, 베트남, 필리핀)에서 사업을 운영 중 또는 운영하였던 3개 차량호출 플랫폼(Uber, Grab, GoJek)을 선정하고, 2008년부터 2019년 기간 동안 이들 플랫폼을 이용한 소비자들의 특성 데이터와 해당 앱의 특징 데이터를 활용하여 Grab-Uber M&A가 시장경쟁에 미치는 영향에 대한 실증분석을 진행하였다. 우선 로짓-최소자승법(Logit-OLS)을 사용하여 아세안 주요 4개국 차량호출 플랫폼 시장에서 플랫폼 특성과 서비스 수요 간 상관관계를 추정한 결과, 인도네시아 시장에서 Grab-Uber 합병과 3개 승차공유 플랫폼의 전체 서비스 수요는 1% 유의수준에서 양(+)의 상관관계를 보였다. 그러나 나머지 3국에서는 인도네시아 시장과 달리 3개 승차공유 플랫폼의 전체 서비스 수요가 감소하였음을 확인할 수 있었다. 또한 내생성을 통제한 일반화적률법-도구변수(GMM-IV) 방법을 사용한 추정 결과에 따르면 인도네시아 시장에서는 Grab-Uber 합병으로 탄생한 합병 후 Grab이 기존에 강력한 시장지배력을 보유했던 Gojek에 대하여 경쟁압력으로 작용하고 있음을 확인하였다.

제6장

결론 및 시사점

1. 요약 및 평가

2. 시사점 및 정책제언

1. 요약 및 평가

가. 연구 결과 요약

본 보고서는 제2~5장에 걸쳐 아세안 주요국의 경쟁정책을 역내 디지털플랫폼 시장의 M&A를 중심으로 제도적·법률적·경제적 관점에서 종합적으로 살펴보았다. 이 절에서는 각 장을 요약하고 각 장이 전체 보고서 체계의 정합성 차원에서 갖는 함의를 생각해 보고자 한다.

우선 제2장에서는 디지털플랫폼 시장의 특징들이 경쟁정책 차원에서 가지는 의미들과 이러한 특징들로 인해 발생할 수 있는 경쟁제한적 M&A에 대한 최근의 경제학 이론과 글로벌 논의 동향을 소개하였다. 디지털플랫폼의 중요한 특징들인 규모에 대한 수익 체증(economies of scale), 네트워크 효과, 데이터 수집·분석·저장 비용의 감소는 생산 측면의 비효율성 감소와 수요 측면의 소비자 후생 증대라는 친경쟁적 효과를 창출할 수 있다. 그러나 동시에 이러한 특징들은 디지털플랫폼 시장에서 상당히 강력한 범위의 경제(economies of scope)를 통해 시장지배적 사업자로의 시장쏠림(tipping) 현상을 초래할 수도 있다. 특히 테크 기업들의 경쟁과정에서 '미래의 잠재적 경쟁자 제거를 위한 기업인수(killer acquisition)'는 심각한 반경쟁적 효과를 야기할 수 있음에도 불구하고 2010년 이후 GAFAM(Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft)으로 불리는 기술 플랫폼 대기업들에 의해 시행된 상당수의 합병 케이스들은 경쟁당국의 경쟁제한성 심사 없이 진행되었거나 조건 없이 승인되었다. 이러한 상황은 과거의 경쟁법 패러다임이 디지털경제하에서 적합한 것인지에 대한 논쟁을 불러일으켰고, 미국, 유럽 등 주요 선진 경쟁당국들을 중심으로 이러한 합병정책이 미래의 경쟁자가 될 수 있는 신생 기업(start-ups)의 성장 가능성을 저해할 수 있다는 주장이 부각되기 시작하면서 새로운 규제 패러다임의 도입 필요성도 논의되고 있다.

제3장에서는 아세안 역내에서 디지털경제의 규모가 상대적으로 큰 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀, 말레이시아, 태국의 4개 디지털플랫폼 분야, 즉 전자상거래, 승차공유·배달, 숙박·여행, 온라인 동영상 서비스(OTT: Over The Top)에서의 시장경쟁 구도를 살펴보았다. 또한 2015년부터 2019년까지 5년간 진행되었던 주요한 글로벌 디지털플랫폼 업체들의 역내 M&A 사례와 주요 특징들을 Thomson Reuters EIKON 자료를 활용하여 투자국가별·산업별로 파악하며, 대표적인 M&A 사례를 도출하였다. 국별·분야별 경쟁구조와 성장세가 다르기는 하지만 아세안 국가들의 인구 증가 및 경제적 성장 잠재력을 감안할 때 향후 디지털플랫폼 시장의 지속적 성장을 예상할 수 있다. 특히 최근의 코로나19 팬데믹으로 비대면 활동이 강조되면서 그 성장세는 더욱 탄력을 받을 것으로 전망된다. 물론 승차공유 분야와 같이 개인 간 대면활동이 수반되는 분야에 대해서는 부정적인 영향이 우려되고 있는 것이 사실이다. 그러나 Grab이나 Gojek의 사례에서 나타나는 바와 같이 아세안 시장의 경우 승차공유 플랫폼을 기반으로 음식배달, 금융 등 다양한 영역으로 서비스를 확대하고 있어, 이를 고려할 경우 전체적으로는 시장에 부정적인 영향보다는 긍정적인 영향이 클 것으로 판단된다. 아세안의 디지털플랫폼 시장이 성장세를 보이면서 해당 분야에서의 M&A 또한 활발히 전개되고 있으며, 이 중 전자상거래와 승차공유 분야의 거래가 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 특히 중국기업의 전자상거래 분야에 대한 M&A 거래가 큰 비중을 차지하고 있는데, 주요 M&A 사례를 살펴보면, 전자상거래 부문의 경우 중국의 알리바바가 주도하는 Lazada 및 Tokopedia 등에 대한 인수사례를 확인할 수 있었다. 한편 승차공유 시장에서는 현지의 유망 플랫폼에 대한 국외 업체의 투자 혹은 인수사례와 달리 아세안을 기반으로 성장한 Grab이 글로벌 플랫폼인 Uber를 인수하였는데, 이러한 시장상황을 통해 현지 플랫폼과 글로벌 플랫폼 간의 치열한 경쟁이 벌어지고 있는 점을 확인할 수 있었다.

제4장에서는 아세안 10개국의 경쟁법 도입경과를 개관한 후에 경쟁법 도입

시기, 경쟁법 집행역량, 디지털플랫폼 시장의 성장, 2018년 Grab-Uber M&A에 대한 경쟁당국의 심사 여부 등을 고려하여 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀 4개국의 경쟁법 제도를 기업결합 심사제도를 중심으로 비교분석하였다. 경쟁법 도입은 인도네시아가 1999년으로 가장 빨랐으나, 미국, EU 식의 선진 경쟁법 제도를 운용하고 있는 나라는 싱가포르, 필리핀이라고 할 수 있으며, 베트남은 2018년 경쟁법 전면 개정으로 글로벌 스탠더드를 수용하기 시작하였다. 반경쟁적 합의 규제와 관련하여서는 4개국 모두 당연위법과 합리의 원칙을 구분하여 적용하고 있으나, 그 적용 대상이 되는 행위 유형에는 다소 차이가 있다. 또한 반경쟁적 합의를 자진신고한 담합 가담자에 대하여 제재를 감경 또는 면제해 주는 리니언시 제도는 인도네시아를 제외하고 모두 도입하고 있다. 시장지배적 지위 남용 규제의 경우에는 4개국 모두 시장점유율이 일정규모 이상인 경우에는 시장지배적 사업자로 일응 추정하면서 금지되는 행위 유형을 법에 열거하는 방식을 취하고 있다. 싱가포르 경쟁법은 시장점유율이 60% 이상인 경우 시장지배력이 있다고 추정하고, 인도네시아와 필리핀의 경쟁법은 같은 기준인 50% 기준을, 베트남 경쟁법은 30% 기준을 정하고 있다. 시장점유율 기준만을 고려했을 때, 이들 4개국 중 싱가포르는 가장 완화된 기준을, 베트남은 가장 엄격한 기준을 규정하고 있다고 할 수 있다. 기업결합심사 제도는 반경쟁적 합의와 시장지배적 지위 남용 규제에 비하여 국별로 상당히 상이한 제도적 형태를 취하고 있다. 경쟁당국의 기업결합 신고대상에 있어서 자발적인 사후신고 제도를 택하고 있는 싱가포르에서부터, 자발적 사전심사 및 의무적 사후신고 제도를 운영하는 인도네시아, 의무적 사전신고 제도를 택하고 있는 베트남과 필리핀까지 상당히 다양한 제도적 스펙트럼을 갖고 있다. 이러한 제도적 차이는 아세안 지역에서 국경 간 기업결합을 추진하는 기업의 경쟁법 리스크를 증가시킨다고 할 수 있다.

제5장 1절에서는 4장에서 경쟁법 비교분석을 실시한 싱가포르, 인도네시아, 베트남, 필리핀의 4개 경쟁당국이 실제로 경쟁제한성을 심사한 디지털플랫폼

M&A인 2018년의 Grab-Uber M&A에 대한 심결사례 내용을 비교분석하였다. 특히 각 경쟁당국들이 동일한 M&A 건에 대하여 다른 결론에 도달하게 된 이유를 구체적으로 살펴보았다. 싱가포르와 필리핀 경쟁당국은 해당 기업결합으로 인해 Grab에 대하여 경쟁압력으로 작용할 수 있는 강력한 경쟁자인 Uber가 시장에서 퇴출됨에 따라 Grab의 독점적 지위가 강화된다고 보고 Grab-Uber 합병의 경쟁제한성을 인정하였다. 그럼에도 불구하고 싱가포르는 자발적 사후심사라는 제도적 한계로 인하여 가격인상 제한 등 행태적 시정조치를 부과하는 조건으로 해당 기업결합을 승인하였고, 의무적 사전심사 제도를 운용하는 필리핀 경쟁당국은 동의의결 방식으로 사건을 종료시켰다. 베트남은 우리나라 공정거래위원회의 사무처 조직과 유사한 VCCA에서 경쟁제한성이 우려된다는 의견을 표명하였으나 최종 의사결정 기구인 VCC는 「베트남경쟁법」상 금지되는 기업결합이 아니라고 판단하였다. 인도네시아는 자국의 경쟁법 상 기업결합 심사 대상에 해당될 소지가 있음에도 불구하고 '지배권 변동이 없는 단순 자산 양수도'로 보아 자국 경쟁법 상 심사대상이 아니라고 보았다. 또한 제5장 2절에서는 시장조사 전문기관인 Allied Market Research의 데이터를 활용하여 2018년의 Grab-Uber M&A가 역내 시장경쟁에 미치는 영향을 실증분석하였다. 구체적으로 2008년부터 2019년 기간 동안 싱가포르 등 4개 나라의 3개 차량호출 플랫폼(Grab, Uber, Gojek)을 이용한 소비자들의 특성 데이터와 해당 앱의 특징 데이터를 활용하여 Grab-Uber M&A가 시장경쟁에 미치는 영향에 대한 실증분석을 진행하였다. 분석 결과, Grab의 강력한 경쟁자인 Gojek이 존재하는 인도네시아 시장에서는 다른 나라의 승차공유 시장에 비해 합병으로 인한 경쟁제한 효과가 다소 약화될 수 있음을 확인하였다. 이러한 결과는 Grab-Uber 합병으로 탄생한 합병기업 Grab이 Gojek에 대한 유효한 경쟁압력으로 작용하고 있다는 것을 의미한다.

나. 평가

그동안 경제·사회의 거의 모든 분야에서 진행되고 있던 디지털 전환은 우리가 예상하지 못했던 팬데믹의 확산으로 그 속도가 훨씬 빨라졌고, 앞으로도 이러한 추세는 지속될 것이다. 그러나 기술 플랫폼의 친경쟁적 효과에 대한 기대와 반경쟁적 효과에 대한 우려가 병존하고 정책의 불확실성은 높아진 상황에서 과잉집행과 과소집행의 주장과 우려가 모두 제기되고 있는 상황이다. 이러한 이유로 최근 선진 경쟁당국을 중심으로 디지털경제 하에서의 거대한 테크 기업들의 시장집중에 따른 경쟁제한 폐해를 완화할 경쟁정책 패러다임의 전환이 필요한지에 대한 논의가 활발하게 전개되고 있다. 최근에는 아세안 지역에서도 싱가포르 경쟁당국을 중심으로 디지털플랫폼 시장에서의 시장획정, 네트워크 효과, 데이터 집중과 같은 복잡하고 다양한 경쟁 이슈들에 대한 연구가 이루어지기 시작하였다.[283)]

그러나 선진 경쟁당국에 비하면 디지털플랫폼 시장의 경쟁이슈에 대한 아세안 역내 논의는 여전히 미흡하다고 할 수 있다. 실제 인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀 경쟁당국의 2018년 Grab-Uber 기업결합 심사 결과를 비교분석한 결과 그 제도적 격차만큼이나 상당히 다른 결론에 도달하였음을 확인할 수 있었다. 기업결합 심사 자체를 하지 않은 인도네시아를 제외한 나머지 3개 경쟁당국은 해당 합병의 경쟁제한성 우려에도 불구하고 이를 조건부로 승인(싱가포르, 필리핀)하거나 최종 심의단계에서 조건 없이 승인(베트남)하였다. 이러한 결과는 디지털플랫폼 시장의 복잡한 특성과 이를 고려하여 경쟁제한성을 판단함에 있어서 아직 집행경험이 초기단계인 경쟁당국의 경제분석 역량 차이, 그리고 기업결합 심사제도 자체의 차이 등에 기인한다고 할 수 있다.

그럼에도 불구하고, 아세안 역내 디지털플랫폼 시장의 성장세와 역내외 기

---

283) DotEcon(2016), *E-commerce and its impact on competition policy and law in Singapore*.

업들의 활발한 국경 간 M&A 현황을 고려하면 향후 디지털플랫폼 시장에 대한 아세안 주요 경쟁당국들의 경쟁법상 M&A 심사 법집행 수요 증가 가능성을 어렵지 않게 전망할 수 있다. 최근 아세안 역내에서 디지털경제의 규모가 급속도로 확대되고 있는 점은 긍정적이지만, 거대 디지털플랫폼 기업들에 대한 시장 쏠림 현상은 역내 시장집중도를 심화시켜 장기적으로는 역내 경쟁촉진 및 소비자보호에 부정적으로 작용할 수 있다. 실제로 최근 아세안 경쟁당국들은 경쟁법 집행 강화 움직임을 보이고 있는데, 베트남이 Grab-Uber의 기업결합이 진행된 2018년에 기업결합 신고 기준을 강화하였고, 인도네시아에서도 기업결합 심사제도와 관련하여 현재의 사후심사를 사전심사 제도로 강화하려는 논의[284]가 진행되고 있다. 또한 디지털플랫폼 시장의 경쟁촉진이 역내 시장통합에 기여할 수 있다는 점을 고려하면 장기적으로는 경쟁법 집행 특히, 역내 복수 회원국들에 동시에 영향을 미치는 디지털플랫폼 시장의 국경 간 M&A에 대한 아세안 경쟁당국의 경쟁법 심사 역량을 제고하고 제도 간 격차를 최소화하려는 노력이 필요할 것이다. 기업결합 심사제도와 관련된 규제격차는 아세안 경쟁당국들이 자국의 경제적 상황을 고려하여 도입한 제도적 취지를 인정한다고 하더라도 아세안의 경제통합을 저해하는 측면이 존재한다고 할 수 있다. 이러한 점을 고려하면 아세안 역내 경쟁법의 제도 개선 논의는 보다 활발해질 것으로 전망된다.[285]

아세안 역내 기업결합 심사제도를 비롯한 경쟁법 집행과 관련된 제도개선 움직임은 경쟁당국의 영향력을 확대하는 방향으로 이루어질 것이므로 앞으로 이에 대한 제도 변화 가능성을 면밀하게 주시할 필요가 있다. 물론 기업결합 심사의 특성상 동일한 제도를 가지고 있는 경우에도 관련 시장의 구조, 경쟁제한성 판단이나 경제분석 역량의 차이 등으로 인해 다른 결론에 도달할 가능성을 배제하기는 어렵다. 그럼에도 불구하고 우리 경쟁당국인 공정거래위원회도 향

284) OECD(2018a), *Annual Report on Competition Policy Development in Indonesia*, p. 4.
285) LUU Huong Ly(2012); Ploykaew Porananond(2018).

후 아세안 경쟁당국의 역할 및 기능 강화 가능성을 고려하여 미국, EU, 독일 등 선진 경쟁당국뿐만 아니라 아세안 역내 경쟁당국들의 해외 경쟁정책 및 이들과의 정책협력에 보다 많은 관심을 가지는 것이 필요할 것이다. 또한 경쟁법이 초기 단계에 있는 아세안 지역에 한국기업이 진출하는 과정에서 발생할 수 있는 불확실성에 따른 경쟁법 리스크를 최소화할 수 있도록 정부의 지원이 필요할 것이다.

2. 시사점 및 정책제언

본 절에서는 지금까지의 분석 결과를 토대로 우리나라 경쟁당국의 해외 경쟁정책에 대한 시사점과 정책제언을 제시하고자 한다. 본 보고서의 분석 결과가 주는 시사점은 아세안 역내 디지털플랫폼 시장에서의 경쟁정책과 관련하여 다음 세 가지로 범주화될 수 있다. 첫째, 아세안 역내 디지털플랫폼 시장의 급격한 성장세와 해외 기업의 시장진출 경쟁 심화 현상을 통해 향후 관련 시장에서 경쟁당국의 M&A 심사 등 경쟁법 집행 강화 방향성을 예측할 수 있다. 둘째, Grab-Uber 기업결합에 대한 국별 경쟁제한성 심사 결과 및 기업결합 심사제도에 대한 국별 제도 격차, 그리고 경제분석 등 사건 심사 역량의 차이는 향후 역내 경쟁법 제도 조화 필요성에 대한 역내 논의를 가속화하고 법집행 역량 격차 해소를 위한 기술지원 수요를 증가시킬 가능성이 높다. 셋째, 디지털경제의 특징으로 인한 기존 경쟁법 체계 적용의 어려움과 시장의 경쟁구조에 따라 Grab-Uber 기업결합이 역내 시장에 미치는 차별적 효과 등을 고려할 때 장기적으로 아세안 역내 경쟁당국은 변화된 디지털 경쟁환경에 부합하는 새로운 경쟁정책 규제 패러다임에 대한 고민이 필요할 것이다.

이러한 전망에 따라 다음과 같은 세 가지 원칙에 기반하여 우리나라의 해외 경쟁정책 제언을 하고자 한다. 가장 먼저 정부는 신남방정책 추진을 계기로 양

자협력 중심에서 탈피하여 아세안 차원의 다자협력을 통해 한국의 대외정책 협력의 역량을 제고하는 노력을 하고 있는데, 공정거래위원회의 해외 경쟁정책 협력도 이에 부합하는 방향으로 추진되어야 한다. 둘째, 아세안 역내 디지털플랫폼 시장의 성장세와 경쟁 상황, 국별 경쟁법 제도 및 집행 역량의 차이 등을 고려하여 현지 정책과의 연계성을 강화할 수 있는 지속가능한 협력사업 발굴을 통해 아세안에 대한 해외 경쟁정책의 연속성을 확보해야 한다. 셋째, 아세안 디지털플랫폼 시장에서의 글로벌 M&A 경쟁과정에서 법위반 예방을 위해 현지 진출 한국기업들의 경쟁법 리스크를 최소화하도록 정부의 지원이 이루어져야 한다. 이러한 점들을 고려하여 네 가지 해외 경쟁정책을 제언한다.

가. 아세안 경쟁당국 협의체(AEGC)와의 협력채널 구축

아세안 경쟁당국들은 2007년부터 아세안 경쟁당국 협의체인 '아세안 경쟁정책 전문가 그룹(AEGC)'을 통해 역내 경쟁환경 조성을 목적으로 경쟁정책 논의 및 조정을 지속해 오고 있다.[286] 이러한 경쟁정책 협의 방식은 역내 단일화된 경쟁법 체계와 경쟁당국을 운영하고 있는 EU 방식에 비하면 상당히 느슨한 형태의 협의체라고 할 수 있다. 아세안 경쟁당국들이 이러한 방식을 채택하여 역내 경쟁정책을 운용하고 있는 이유는 아세안 회원국들이 2007년에 아세안의 헌법 역할로 공식적으로 채택한 「아세안 헌장(ASEAN Charter)」에 기인한다고 할 수 있다. 즉 이 헌장에서 회원국별 경제적 격차 및 정치·사회적 차이 등을 존중하면서 역내 회원국 간 '타협과 합의'를 통한 의사결정방식과 '회원국 국내 문제에 대한 불간섭' 원칙, 일명 '아세안의 길(ASEAN Way)'을 선언하였다.[287]

아세안 경쟁당국들은 느슨한 포럼 형태의 AEGC를 통하여 2008년부터 지

286) AEGC에 대한 세부 내용은 [부록1]을 참고하기 바람.
287) The ASEAN Charter Article 2.2, https://asean.org/wp-content/uploads/images/archive/publications/ASEAN-Charter.pdf/(검색일: 2021. 1. 5).

속적으로 역내 경쟁당국 간 경쟁법 제도 이슈를 논의하는 한편, 해외 경쟁당국으로부터 경쟁법 제도 개선을 위한 기술지원을 받고 있다. 특히 독일 등 선진 경쟁당국은 AEGC와 함께 「아세안 역내 경쟁정책에 관한 가이드라인(Guidelines I)」[288]을 발간하여 역내 경쟁정책의 표준화된 모델을 제시하였고, 2012년에 이를 보다 구체적으로 발전시켜 표준화된 「아세안 역내 경쟁정책·경쟁법 핵심 역량 발전에 관한 가이드라인(Guidelines II)」을 마련하는 등 아세안과의 경쟁정책 협력에 일찍부터 노력을 기울이고 있다. 또한 글로벌 경쟁당국 평가 순위[289]에서 한국보다 낮은 순위를 받고 있는 일본, 호주도 각각 2008년부터 '일본-아세안 통합기금(Japan-ASEAN Integration Fund, 이하 JAIF)', 2014년부터 '경쟁법 이행 프로그램(Competition Law Implementation Program, 이하 CLIP)'을 통해 체계적이고 지속적인 해외 경쟁정책 협력을 지속하여 오고 있으며, 영국은 최근 OECD와 공동으로 아세안 사무국에 대하여 'ASEAN 경쟁강화 2018~2021(Fostering Competition in ASEAN 2018-2021)' 사업을 수행하기로 합의하였다.[290]

한국 경쟁당국인 공정거래위원회도 싱가포르, 베트남 등과의 양자 자유무역협정을 통하여 경쟁정책 협력을 추진하고 있지만 그 실질적 성과를 제고하기 위하여 보다 중장기적인 관점에서 협력관계를 고도화할 필요성이 있다. 공정거래위원회의 보도자료[291]에 따르면 2007년부터 필리핀, 베트남, 인도네시아 등 일부 아세안 국가들을 대상으로 자문관을 파견하거나 개도국 경쟁당국 공무

288) ASEAN Secretariat(2010. 8), ASEAN Regional Guidelines on Competition Policy, https://www.icao.int/sustainability/Documents/Compendium_FairCompetition/ASEAN/ASEAN-RegionalGudelinesonCompetitionPolicy.pdf(검색일: 2020. 12. 20).

289) 공정거래위원회(2017. 8. 8), 「공정위, 작년에 이어 GCR 경쟁당국 평가에서 최우수 등급: 아시아 경쟁당국 중 유일하게 최우수 등급으로 평가」, https://ftc.go.kr/solution/skin/doc.html?fn=72d9aa28b02493f9209fc4b2fc7a83f955e6e4f512ea1c91c4ca55344276485c&rs=/fileupload/data/result//news/report/2017/(검색일: 2021. 1. 5).

290) 해외 경쟁당국의 대 아세안 경쟁정책 협력사례에 대한 세부 내용은 [부록 2]를 참고하기 바람.

291) 공정거래위원회(2018. 6. 18), 「공정위, 개도국 경쟁당국에 자문관 파견 기술 지원 실시: 필리핀 경쟁위원회에 자문관 3명 파견」, https://ftc.go.kr/solution/skin/doc.html?fn=79ab775b4fdf405e9afa6f57b83adb14c51ec42d7c267c7d4874a856e40fa1a1&rs=/fileupload/data/result//news/report/2018/(검색일: 2021. 1. 5).

원을 초청하여 2~4주 일정의 교육프로그램을 제공하는 방식으로 경쟁정책 자문을 실시하고 있다. 그럼에도 불구하고 한국 공정거래위원회의 높은 국제적 위상을 고려하여 경쟁정책 협력사업 개선 필요성을 고민할 필요가 있다. 앞에서 살펴본 것처럼 아세안 역내 경쟁당국의 제도적 격차와 집행 역량의 격차, 그리고 AEGC를 중심으로 이루어지는 역내 경쟁당국의 협력체계를 고려할 때 지금의 양자 협력방식에는 한계가 있을 수밖에 없기 때문에, AEGC와의 기관 간 약정(MOU) 형태의 협정 체결을 추진하는 것이 필요하다.

AEGC는 2019년 10월 아세안 경쟁당국의 역량 강화를 위하여 현재 협력이 진행되는 호주, 뉴질랜드, 독일과 일본 이외에 향후 EU, 캐나다, 영국 등으로 협력 대상 국가를 확대하기로 하였다.[292] 현재는 AEGC의 협력 대상 확대 국가에 한국은 포함되어 있지 않지만, 아세안 10개 회원국과 한국 등이 참여하여 2020년 11월 15일 정식 서명된 「역내포괄적경제동반자협정(Regional Comprehensive Economic Partnership, 이하 RCEP)」[293]에 포함된 경쟁 챕터(제13장)를 근거로 AEGC를 중심으로 아세안 경쟁당국과의 협력을 확대하려는 한국 경쟁당국의 노력이 시급하다. 즉 기존의 양자협력을 병행하여 지속 추진해 나가되, 협력방식을 AEGC와의 다자협력 또는 AEGC 내 국가별 제도 격차를 고려한 경쟁당국 그룹별 맞춤형 협력 방식으로 다원화하고 그 지속가능성을 확보할 필요가 있다.

나. 디지털플랫폼 분야 등 수요 기반 맞춤형 협력사업 추진

아세안 경쟁당국과의 경쟁정책 협력이 실효성 있게 운영되기 위해서는 그 지속가능성을 담보할 수 있도록 협력사업 발굴이 필요하다.[294] 이는 앞에서 설

292) "Capacity building efforts from New and Existing Development Partners," https://asean.org/asean-establishes-competition-enforcers-network-regional-cooperation-framework-virtual-research-centre/#_ftn4/(검색일: 2021. 1. 5).
293) RCEP에 대한 세부 내용은 오수현, 라미령, 연원호(2020)을 참고하기 바람.

명한 일본, 호주, 영국 등의 사례에서도 확인된다. 따라서 경쟁정책 협력을 위한 협정 체결과 함께 아세안 경쟁당국의 중장기적 수요에 기반한 프로젝트 중심의 사업 추진이 필요한데, 이를 위해 추진 가능한 사업을 제안하고자 한다.

우선 최근 역내 디지털경제의 급성장과 디지털플랫폼에 대한 경쟁법 집행 수요 증가에 대비하여 아세안 역내 디지털플랫폼 경제에 대한 경쟁법적 차원의 공동 조사·연구 및 집행 모범사례 공유 사업을 제안한다. 최근 영국 경쟁당국은 OECD와 공동으로 아세안 물류 시장에 있어서의 경쟁정책의 효과 분석 연구 사업을 진행 중인데, 한국이 디지털 강국이자 경쟁법 집행 역량에 있어서 글로벌 경쟁력을 인정받고 있는 점을 고려하여 아세안과 한국의 디지털플랫폼 시장에 있어서의 경쟁법 집행과 관련된 공동 조사 및 연구사업을 추진하는 것도 고려할 수 있다. 예를 들어 본 보고서에서 수행한 Grab-Uber 합병의 경제적 효과 실증분석과 같이 한국과 아세안 지역에서 이루어진 디지털플랫폼 시장에 대한 대표적인 경쟁법 집행사례와 경쟁효과 분석을 공유하고 그 분석 결과를 바탕으로 디지털경제에서의 경쟁법 집행 패러다임을 공동으로 마련하는 것도 가능하다.

또한 아세안 경쟁당국들은 '아세안 경쟁정책 실행계획(ACAP) 2025'[295]에 따라 5대 전략목표를 설정하고 있다. 즉 ① 효과적 경쟁체제 수립 ② 경쟁정책 관련 기관의 역량 강화 ③ 경쟁정책과 경쟁법 관련 지역 협력 ④ 경쟁에 대한 인지 강화 ⑤ 역내 경쟁정책과 경쟁법의 조화를 전략목표로 설정하고 2025년까지 달성할 계획을 전략목표별로 정하고 있다. 예를 들어 전략 2와 관련하여 2020년까지 아세안 경쟁센터를 설립하고 2025년까지 동 경쟁센터의 운영계획을 마련하는 한편, 전략 3과 관련하여 2025년까지 아세안 맞춤형 경쟁법 집행 툴킷(toolkit) 개발하고, 전략 5와 관련하여 아세안 회원국 간 경쟁법의 격차 평

294) 한국 공정거래위원회는 2013년 인도네시아 경쟁당국인 KPPU와 양자간 협력 약정을 체결하고도 별다른 성과없이 2018년에 약정이 실효되었는데, 이는 지속가능한 협력사업의 부재가 중요한 원인이라 판단된다.

295) 세부 내용은 [부록 1]을 참고하기 바람.

가를 기반으로 아세안 경쟁법 체계 모델에 대한 합의 원칙을 승인하는 것 등을 설정하고 있다. AEGC와의 지속가능한 협력사업 추진을 위해서는 협력 대상국의 수요가 중요한데 동 실행계획에 기반하여 단계별·시기별 협력 수요를 파악한 후에 이를 AEGC와 공동으로 추진하는 것이 필요하다. 예를 들어 전략 5의 최종목표에 해당하는 아세안 회원국의 경쟁법 평가와 조화 방안 마련을 위한 중장기적 공동사업으로 추진하되 최종 방안 마련 과정에서 국별 경쟁정책 및 제도를 평가하고 진단하는 단기 과제를 병행하여 추진하는 것도 가능할 것이다.

사업 수행방식은 선진 경쟁당국의 협력방식을 고려하여 한국이 단독으로 추진하거나 한국이 회원국으로 참여하고 있는 국제기구[296]에 사업제안을 통해 다른 선진 해외 경쟁당국과 공동으로 추진할 수 있다. AEGC와의 체계적인 협력채널 구축과 디지털 분야에서의 지속가능한 협력사업 추진은 역내 경쟁법 선진화를 통한 시장통합을 지원함으로써 아세안 국가들에 도움이 될 뿐만 아니라 향후 역내 진출하는 한국기업에 대한 현지 경쟁당국의 경쟁법 집행에 선제적으로 대비하는 차원에서도 필요하다고 판단된다.

다. 경쟁법상 M&A 심사 등 법집행 분야 한·아세안 국제공조 강화

경쟁법 제도 협력보다 가장 진전된 형태의 경쟁정책 국제협력의 양태는 초국경적 경쟁제한행위에 대한 경쟁법 집행 협력 및 공조라고 할 수 있다. 이러한 국제협력은 통상 상대국 이익과 관련된 사건 조사 시 양 경쟁당국에 대한 통보, 동시에 조사 중인 사건에 대한 조율, 조사 공조, 정보 제공 등의 형태로 이루어

296) 예를 들어 한국이 아시아태평양경제협력체(APEC)에 2018년에 주도적으로 제안하여 운용되고 있는 디지털혁신기금(Digital Innovation Sub-Fund)을 활용하여 APEC 산하 경제위원회(Economic Committee) 산하의 경쟁정책·경쟁법 그룹(CPLG: Competition Policy and Law Group)과 공동으로 사업을 추진하는 것도 고려 가능하다.

진다고 할 수 있다. 대부분의 경우 양자간에 체결된 협정 등에 근거하여 협력이 이루어지고 있는데, 대표적으로 미국과 EU 경쟁당국은 지속적으로 양자 협의[297]를 통한 법집행 공조 체계를 유지하고 있다. 또한 경쟁법을 운용하는 국가들은 경제협력개발기구(OECD) 경쟁위원회,[298] 국제경쟁네트워크(ICN: International Competition Network),[299] 아시아태평양경제협력체(APEC)[300] 등을 통하여 경쟁정책에 대한 협력을 하고 있다.

한국 공정거래위원회도 주로 국제 카르텔 사건을 중심으로 미국, 일본, EU 등 주요 선진 경쟁당국과 국제협력을 활발히 수행하고 있지만, 경쟁법 집행 역사가 길지 않은 아세안 국가들과의 법집행 관련 협력 경험은 아직 전무한 실정이다.[301] 그러나 향후 아세안 경쟁당국들의 경쟁법 제도 개선을 통한 법집행이 강화되는 경우에는 국내 기업들의 현지 진출이 급증하고 있는 아세안 지역의 경쟁당국과의 경쟁법 집행 공조 필요성이 커질 수 있다. 특히 국경 간 기업결합 심사의 경우, 어느 한 경쟁당국의 불승인 결정이 해당 기업결합 자체의 진행을

297) 미국 경쟁당국과 EC는 양 경쟁당국의 경쟁법과 관련 제도 발전을 위해 협력관계를 맺고 있는데, 우선 1995년에 미국과 EU 간에 체결된 '신 범대서양 의제(NTA: New Transatlantic Agenda)'를 통해 경쟁법 제도에 있어서의 규제차이를 해소하고 보다 발전적인 제도 개선을 위해, 또한 그 이전인 1991년부터 양 경쟁당국에서 집행되는 경쟁법 사건의 합리적 처리를 위해 체결되어 시행 중인 「경쟁법 적용에 관한 협약(the Agreement between the European Communities and the Government of the United States of America regarding the application of their competition laws)」에 따라 상호 정보를 교환하고 의견을 표명하기도 한다. NTA와 경쟁법 적용에 관한 협약의 보다 자세한 내용은 각각 https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/124321/new_transatlantic_agenda_en.pdf와 https://www.justice.gov/atr/agreement-between-united-states-and-european-communities-application-positive-comity-principles(모든 자료의 검색일: 2020. 6. 29)를 참고하기 바람.

298) 37개 OECD 회원국 경쟁당국 대표단으로 구성된 OECD 사무국 산하 정책위원회로, 동 위원회는 매년 2회의 정기회를 개최하여 기업결합 심사, 카르텔, 시장지배적 지위 남용 등 전통 경쟁법 이슈뿐만 아니라, 디지털경제와 경쟁정책, COVID-19 위기 상황에서의 경쟁정책 등 글로벌 이슈 및 향후 과제 등 경쟁정책 전반에 대해 논의한다.

299) 2001년 10월에 출범한 전 세계 경쟁당국 간 협의체(2020년 7월 8일 현재 126개국 139개 경쟁당국이 참여)로 경쟁당국 간 경쟁법 집행 경험을 공유하고 각 국의 경쟁법, 정책을 조화·수렴하기 위한 목적으로 운용되고 있다.

300) 1995년부터 본격적으로 운용되고 있는 APEC 산하 경제위원회(Economic Committee) 산하의 경쟁정책·경쟁법 그룹(CPLG)을 통해 21개 회원국의 경쟁법 제도 개선을 논의하고 법집행 경험을 공유한다.

301) 경쟁정책 전문가 간담회(2020. 11. 20), 「ASEAN 국가와의 경쟁정책 협력 현황 및 과제」.

무산시킬 가능성이 크므로 현지 진출 국내기업의 경쟁법 리스크를 최소화하기 위해서도 국제적인 공조의 필요성이 더욱 크다고 할 수 있다.

AEGC는 2018년 10월에 '아세안 경쟁당국 네트워크(ASEAN Competition Enforcers' Network, 이하 ACEN)'을 결성하여 향후 역내 국경 간 M&A와 같은 경쟁법 사건에 대한 협력 플랫폼으로 활용하기로 하였다.[302] 특히 싱가포르 등 일부 경쟁당국에 의해서만 경쟁제한성 심사가 이루어진 2018년 Grab-Uber 기업결합 사건을 계기로 향후 역내 국경 간 M&A에 대한 보다 심도 있는 심사와 역내 협력이 필요하다는 인식이 아세안 경쟁당국들 사이에서 더욱 증가할 것으로 예상되고, ACEN이 그 역할을 하게 될 것이라고 생각한다. 향후 ACEN의 역할 강화 가능성을 고려하면 그동안 경쟁법 제도 중심으로 이루어진 아세안 국가들에 대한 기술지원을 M&A 심사에 있어서의 경제분석, 조사 역량 강화 등 법집행 관련 기술지원도 병행하는 방식으로 확대하는 방안을 고려해 볼 수 있을 것이다. 이러한 경쟁법 집행 분야에 있어서 기술지원은 경쟁법 운영 경험이 적은 아세안 국가들에 있어 경쟁친화적 시장환경을 조성해 나가도록 유도하는 데 도움이 되는 한편, 우리의 선진 법집행 경험을 전파함으로써 국내 기업의 해외진출 및 활동에 유리한 환경을 조성하는 간접효과도 기대할 수 있을 것이다.

아울러 향후 아세안 국가들과의 경쟁법 집행에 관한 실질 협력을 위한 네트워크 구축 기회로도 활용 가능하다. 이러한 경쟁법 집행 기술지원을 토대로 향후에는 경쟁법 집행 공조를 추진할 필요가 있다. 예를 들어 상대국 기업과 관련된 조사개시와 같은 낮은 단계의 법집행 공조를 시작으로 향후에는 동시 조사 중인 사건에 관한 조율, 조사 공조 등 선진 경쟁당국과의 협력수준으로 확대가 가능할 것이다.

---

302) "ASEAN Establishes Competition Enforcers' Network, Regional Cooperation Framework, and Virtual Research Centre"(2018. 10. 11), https://asean.org/asean-establishes-competition-enforcers-network-regional-cooperation-framework-virtual-research-centre/ (검색일: 2021. 1. 5).

라. 아세안 진출 기업에 대한 현지 경쟁법 교육 강화

한국 공정거래위원회는 해외 경쟁당국의 국제 카르텔 제재가 본격화되어 한국 기업들이 현지에서 부과 받는 과징금이 증가하기 시작한 2010년 초반부터 해외 진출 한국기업에 대한 현지 경쟁법 교육을 추진하고 있다. 특히 미국, EU 등을 중심으로 상대적으로 경쟁법 준수 의식이 취약한 해외 현지 임직원을 대상으로 카르텔 예방 교육을 실시하여 국제 카르텔 예방 및 국내 기업 보호를 위하여 노력하고 있다.[303] 또한 한국기업들이 동남아 진출의 거점으로 활용하고 있는 싱가포르에서 국제 카르텔 예방교육을 실시하는 등 그 대상 국가를 확대하기도 하였다.[304]

그러나 그 국가들이 주로 경쟁법을 적극적으로 집행하고 있는 해외 선진 경쟁당국에 한정되어 있을 뿐만 아니라, 그 분야도 카르텔 예방에 집중되어 있다. 최근 아세안 지역에서의 디지털경제의 급속한 성장과 글로벌 기업들의 활발한 M&A를 통한 역내 시장 진출, 그리고 역내 주요 경쟁당국들의 적극적인 M&A 심사 등 경쟁법 집행 강화 움직임과 이를 위한 경쟁법 제도 개선 노력을 고려하면, 공정거래위원회의 해외 경쟁정책과 관련하여 아세안 지역으로 그 대상을 확대하는 것이 필요하다. 예를 들어 베트남의 경우 2018년 경쟁법 개정을 통하여 기존 2004년 법에서 명시적으로 규정되지 않았던 역외(해외)에서 발생한 해외 기업 간 경쟁제한적 기업결합 등 경쟁법 위반이 베트남 국내 시장의 경

---

303) 「유럽 진출 기업을 대상으로 현지 국제카르텔 예방교육 실시」(2010. 4. 5), https://ftc.go.kr/solution/skin/doc.html?fn=de4a71ef618642659794e54af1172e984312d8e9f76e25c577797a3a741cddbd&rs=/fileupload/data/result//news/report/2010/; 「공정위, 미국 뉴욕에서 국제카르텔 예방 현지설명회 개최」(2011. 7. 4), https://ftc.go.kr/solution/skin/doc.html?fn=f9c1ba242d1aba1bf7018ee1b072636f214d1ffd385e9a555df8e2c23a48213d&rs=/fileupload/data/result//news/report/2011/(모든 자료의 검색일: 2021. 1. 5).

304) 공정거래위원회(2012. 9. 17), 「동남아 지역 카르텔 주의보 발령: 국제 카르텔 예방을 위한 동남아 지역 현지 설명회 개최」, https://ftc.go.kr/solution/skin/doc.html?fn=79ab775b4fdf405e9afa6f57b83adb14c51ec42d7c267c7d4874a856e40fa1a1&rs=/fileupload/data/result//news/report/2018/(검색일: 2021. 1. 5).

쟁을 제한하는 효과가 발생하는 경우 이를 조사할 수 있는 역외규정(extra-territorial reach)을 마련하였다. 이러한 변화들을 고려하면 향후 베트남을 비롯한 아세안 경쟁당국의 적극적인 역할이 보다 강화될 것으로 예측할 수 있으며, 베트남 등 아세안 시장의 성장 가능성을 고려할 때 이에 대한 사전 준비가 필요하다고 강조할 수 있다.

아세안 역내 경쟁법, 특히 M&A 심사제도의 국별 격차를 고려하면 아세안 주요국을 대상으로 국별 기업결합 심사 절차 및 기준 등과 관련하여 현지 진출 기업을 대상으로 하는 경쟁법 교육이 필요하다. 아울러 현지 투자를 준비하고 있는 기업들에도 국별 기업결합 심사 절차와 기준을 정확하게 숙지하도록 하고, 기업의 방어권 보장 등 절차적 규정에 대한 충분한 정보를 제공함으로써 현지 진출과 관련된 경쟁법 리스크를 최소화하려는 노력이 필요할 것이다. 현지 경쟁법 교육의 실효성 제고를 위하여 현지 진출 한국기업에 대한 경쟁법 교육을 현지 경쟁당국과 공동으로 실시하면서 양자 네트워크를 강화하는 것도 가능할 것이다.

우리나라 기업들이 아세안 시장에서 시장점유율을 높여가게 되면 해외 경쟁당국의 감시도 강화될 것이므로 글로벌 경쟁력을 갖추기 위해서는 국내외 경쟁법 준수 시스템을 갖추는 것이 시급하다. 아세안 진출 기업에 대한 현지 경쟁법 교육을 강화함으로써 아세안 역내 경쟁법에 대한 낮은 인식수준 또는 현지 경쟁당국 조사에 대한 대응 미숙으로 피해가 발생하지 않도록 정부의 지원이 필요하다.

참고문헌

[국문자료]

강구상, 장영신, 오태현, 임지운. 2020.『산업간 융·복합 시대 미국과 EU의 경쟁정책 분석』. 연구보고서 20-08. 대외경제정책연구원.

김민식, 이가희. 2017.『디지털플랫폼과 인공지능(AI)의 이해』.

김정곤, 이재호, 김도연, 신민이, 김제국. 2019.『신남방지역 디지털경제 협력방안』. 세계지역전략연구 19-03. 대외경제정책연구원.

법무법인 율촌. 2012.『싱가포르 경쟁법에 관한 연구』.

신영수, 남기연. 2010.『인도네시아 경쟁 법에 관한 연구』.

양희태, 김단비. 2019.『한국형 발전모델의 탐색과 성장동력 정책의 전환 – 제4권 글로벌 경쟁 분석 및 국가 포지셔닝 전략』. 과학기술정책연구원 정책연구 보고서.

오수현, 라미령, 연원호. 2020.「역내포괄적경제동반자협정(RCEP)의 주요 내용과 시사점」. KIEP 세계경제 포커스 20-36. 대외경제정책연구원.

이봉의, 최난설헌. 2018.『4차 산업혁명에 따른 경쟁법 현대화 방안』. 공정거래위원회 정책연구용역보고서.

조원영, 유재흥. 2018.『제4차 산업혁명에 의한 경쟁환경 변화와 공정경쟁정책 개선 방향 연구』. 소프트웨어정책연구소.

중앙대학교 산학협력단. 2011.『베트남의 경쟁법에 관한 연구』.

한국공정거래조정원. 2018.『2018년 법·경제분석그룹(LEG) 연구보고서』.

한국은행. 2018.「베트남 경제 개혁·개방정책의 주요 내용 및 성과」.『국제경제리뷰』, 제2018-20호.

한국콘텐츠진흥원. 2020a.『인도네시아 콘텐츠 산업동향』(2020년 4호).

_____. 2020b.『베트남 콘텐츠 산업동향』(2020년 5호).

OECD 서울센터 경쟁본부. 2007.『아시아 경쟁절차법 비교연구: 일본, 싱가포르, 대만, 인도네시아, 한국』.

[영문자료]

AEGC. 2018. "The AEGC Annual Report 2018."

Anderson, S. P. and S. Coate. 2005. "Market provision of broadcasting: A welfare Analysis." *Review of Economics Studies,* No. 72.

APEC Economic Committee Report. 2018. *Use of Economic Evidence Experience from APEC Members and Implications to APEC Developing Economies and Viet Nam*. (March)

Armstrong, Mark. 2006. "Competition in two-sided markets." *The RAND Journal of Economics*, Vol. 37, Issue 3, pp. 668-691.

Berry, S., J. Levinsohn, and A. Pakes. 1995. "Automobile prices in market equilibrium." *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, pp. 841-890.

Bresnahan, T. F. and S. Greenstein. 1999. "Technological competition and the structure of the computer industry." *The Journal of Industrial Economics*.

Brunner, D., F. Heiss, A. Romahn, and C. Weiser. 2017. "Reliable estimation of random coefficient logit demand models(No. 267)." DICE Discussion Paper.

Bundeskartellamt. 2016. *The Market Power of Platforms and Networks*.

Business Competition Supervisory Commission. 2019. *KPPU Annual Report 2019*.

Caffara, Cristina, Gregory Crawford, and Tommaso Valletti. 2020. *'How tech rolls': Potential competition and 'reverse' killer acquisitions*.

Catindig, Atty. Tristan A. 2001. *The ASEAN Competition Law Project: The Philippines Report*.

Cremer, J., Y.-A. de Montjoye, and H. Schweitzer. 2019. *Competition policy for the digital era*. Final report presented to the European Commission.

Competition and Consumer Commission of Singapore. 2012. *CCCS Guidelines on mergers procedures 2012.*

_____. 2016a. *CCCS Guidelines on the Section 34 Prohibition 2016.*

_____. 2016b. *CCCS Guidelines on the Section 47 Prohibition 2016.*

_____. 2016c. *CCCS Guidelines on the substantive assesment of mergers 2016*.

_____. 2016d. *CCCS Guidelines on Market Definition 2016.*

_____. 2016e. *CCCS Guidelines on mergers procedures 2016*.

Cook, Paul. 2004. "Competition Policy, Market Power and Collusion in Developing Countries." *LEANING ISSUE IN COMPETITION,* REGULATION AND DEV.

Cuong, Tran Tien, Le Xuan Sang, and Nguyen Kim Anh. 2008. *Vietnam's Small and Medium Sized Enterprises Development: Characteristics, Constraints and Policy Recommendations*.

de Corniere, Alexandre and Greg Taylor. 2020. "Data and Competition: A General Framework with Applications to Mergers, Market Structure, and Privacy Policy." CEPR Discussion Paper No. DP14446.

DotEcon. 2016. *E-commerce and its Impact on Competition Policy and Law in Singapore*.

Enterprise Singapore. *Chapter 12: Anticompetitive Business Conduct, Designated Monopolies, and Government Enterprises.*

European Commission. 2008. *Case No COMP/M.4731 - Google/ DoubleClick*.

_____. 2019. *Competition Policy for the digital era*.

European Data Protection Supervisor. 2016. *EDPS Opinion on coherent enforcement of fundamental rights in the age of big data*.

Evans, D. S. and M. D. Noel. 2008. "The analysis of mergers that involve multisided platform businesses." *Journal of Competition Law and Economics*, 4(3), pp. 663-695.

Fane, George and Timothy Condon. 1996. *Trade Reform in Indonesia, 1987-95*.

Federal Trade Commission(FTC). 2007. *Statement of Federal Trade Commission Concerning Google/DoubleClick*.

_____. 2019. *Antitrust in the Digital Economy: A Snapshot of FTC Issues*.

Filistrucchi, L., D. Geradin, E. Van Damme, and P. Affeldt. 2014. "Market definition in two-sided markets: Theory and practice." *Journal of Competition Law & Economics*, 10(2).

Fumagalli, C., M. Motta, and E. Tarantino. 2020. *Shelving or developing? The acquisition of potential competitors under financial constraints*.

Gartner. 2016a. *Building a Digital Business Technology Platform.*
_____. 2016b. *Every Organization Needs a Digital Platforms Strategy.*
_____. 2016c. *Three Styles of Digital Business Platforms.*
Gawer, Annabelle and Michael A. Cusumano. 2014. "Industry platforms and ecosystem innovation." *Journal of product innovation management.*
Google-Temasek. 2019. *Google Temasek e-Conomy SEA 2019.*
Grab. 2019. *Social Impact Report 2018-2019.*
Hill, Hal. 2000. *The Indonesian Economy.*
Lee, Cassey and Eileen Lee eds. 2020. *E-Commerce, Competition & ASEAN Economic Integration.*
LUU Huong Ly. 2012. *Regional Harmonization of Competition Law and Policy: An ASEAN Approach.*
Maarif, Syamsul. 2001. *Competition Law and Policy in Indonesia.*
Melina Chew Ying Fei. 2019. "Grab-Uber merger: observations and implications for Singapore's competition regime." *Singapore Management University's School of Law LL.B.*
Motta, M. and M. Peitz. 2020. "Big Tech Mergers." *CEPR Discussion Paper*, No. 14353.
Nipon Poapongsakorn. 2002. *The New Competition Law in Thailand: Lessons for Institution Building.*
OECD. 2018a. *Annual Report on Competition Policy Development in Indonesia.*
_____. 2018b. *Competition Law in Asia-Pacific: A Guide to Selected Jurisdictions.*
_____. 2018c. *Peer Reviews of Competition Law and Policy, Viet Nam.*
_____. 2019a. *Fostering Competition in ASEAN 2018-2021: Project managed by the OECD and funded by the UK Government.*
_____. 2019b. *Southeast Asia Going Digital-Connecting SMEs.*
OGL. 2019. *Unlocking digital competition: Report of the Digital Competition Expert Panel.*
Ong, Burton. 2018. *Competition Law and Policy in the ASEAN Region.*
Ovum. 2019. "OTT Media Services Consumer Survey & OTT-CSP Partnership Study."

Pham, Alice. 2006. "The Development of Competition Law in Vietnam in the Face of Economic Reforms and Global Integration." *Northwestern Journal of International Law & Business,* Volume 26 Issue 3 Spring.

Ploykaew Porananond. 2018. *Competition Law in the ASEAN Countries*.

Posner, R. A. 1975. "Antitrust Policy and the Supreme Court: An Analysis of the Restricted Distribution." *Horizontal Merger and Potential Competition Decisions. Columbia Law Review,* 75(2).

Prat, A. and T. Valletti. 2019. *Attention oligopoly*.

Ramaiah, Angayar Kanni, Ningrum Natasya Sirait, and Nucharee Nuchkoom Smith. 2019. "Competition in digital economy: The state of merger control on consumer transportation in Asean." I*nternational Journal of Modern Trends in Business Research*, Vol. 2 Issues 7.

Rumana, Bukht and Richard Heeks. 2017. *Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy*.

Rajah & Tann. 2004. *Competition Bill Introduced in Singapore*.

Rochet, Jean-Charles and Jean Tirole. 2006. "Two-sided markets: a progress report." *The RAND Journal of Economics*, Vol. 37, No. 3, pp. 645-667.

Shauki, A. 1998. *Competition Problems in Indonesia*. Paper presented at FEUI Seminar.

_____. 1999. *Competition Problem in Indonesia*.

Stern, Lewis. 1999. "The Political Report to the 8th Congress of the Vietna mese Communist Party: An Anatomy of the Writing Process." *Journal of Third World Studies*, Vol. 16, No. 1.

Stigler Center. 2019. *Stigler Committee on Digital Platforms Final Report*.

Tapscott, Don. 1995. *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence.*

Wasastjerna, Maria C. 2018. "The role of big data and digital privacy in merger review." *European Competition Journal*, vol. 14, issue 2-3.

World Bank. 2014. *Doing Business Report 2014*.

_____. 2020. *Doing Business Report 2020*.

[언론/보도 자료]

공정거래위원회. 2010.「유럽 진출 기업을 대상으로 현지 국제카르텔 예방교육 실시」. (4월 5일). https://ftc.go.kr/solution/skin/doc.html?fn=de4a71ef618642659794e54af1172e984312d8e9f76e25c577797a3a741cddbd&rs=/fileupload/data/result//news/report/2010/(검색일: 2021. 1. 5).

_____. 2011.「공정위, 미국 뉴욕에서 국제카르텔 예방 현지설명회 개최」. (7월 4일). https://ftc.go.kr/solution/skin/doc.html?fn=f9c1ba242d1aba1bf7018ee1b072636f214d1ffd385e9a555df8e2c23a48213d&rs=/fileupload/data/result//news/report/2011/(검색일: 2021. 1. 5).

_____. 2012.「동남아 지역 카르텔 주의보 발령: 국제 카르텔 예방을 위한 동남아 지역 현지 설명회 개최」. (9월 17일). https://ftc.go.kr/solution/skin/doc.html?fn=79ab775b4fdf405e9afa6f57b83adb14c51ec42d7c267c7d4874a856e40fa1a1&rs=/fileupload/data/result//news/report/2018/(검색일: 2021. 1. 5).

_____. 2017.「공정위, 작년에 이어 GCR 경쟁당국 평가에서 최우수 등급: 아시아 경쟁당국 중 유일하게 최우수 등급으로 평가」. (8월 8일). https://ftc.go.kr/solution/skin/doc.html?fn=72d9aa28b02493f9209fc4b2fc7a83f955e6e4f512ea1c91c4ca55344276485c&rs=/fileupload/data/result//news/report/2017/(검색일: 2021. 1. 5).

_____. 2018.「공정위, 개도국 경쟁당국에 자문관 파견 기술 지원 실시: 필리핀 경쟁위원회에 자문관 3명 파견」. (6월 18일). https://ftc.go.kr/solution/skin/doc.html?fn=79ab775b4fdf405e9afa6f57b83adb14c51ec42d7c267c7d4874a856e40fa1a1&rs=/fileupload/data/result//news/report/2018/(검색일: 2021. 1. 5).

「구글 모기업 알파벳, 창사 이래 첫 매출 감소…주가에는 큰 영향 없어」. 2020.『이투데이』. (7월 31일). https://www.etoday.co.kr/news/view/1924263(검색일: 2020. 9. 14).

"Booking Holdings and Grab Enter into Strategic Partnership." 2018. Grab. (October 29). https://www.grab.com/sg/press/business/booking-holdings-and-grab-enter-into-strategic-partnership/(검색일: 2020. 9. 14, 9. 15).

"Cambodian Antitrust and Competition draft law near approval." 2020. *B2B*. (April 17). https://www.b2b-cambodia.com/news/cambodian-antitrust-and-competition-draft-law-near-approval/(검색일: 2020. 8. 3).

"Dual lightning strikes to turn Vietnam's e-commerce equilibrium upside down." 2020. Vietnam Investment Review. (March 6). https://www.vir.com.vn/dual-lightning-strikes-to-turn-vietnams-e-commerce-equilibrium-upside-down-76689.html(검색일: 2020. 9. 2).

Federal Trade Commission. 보도자료. 2018. "FTC Challenges CDK Global, Inc.'s Proposed Acquisition of Competitor Auto/Mate, Inc." (March 20). https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2018/03/ftc-challenges-cdk-global-incs-proposed-acquisition-competitor(검색일: 2020. 8. 14).

"Gmarket Singapore, Japan, Malaysia, and Indonesia to Rebrand to Qoo10." 2012. TechinAsia. (April 17). https://www.techinasia.com/gmarket-rebranded-to-qoo10(검색일: 2020. 8. 31).

"Gojek could be a boost to PH commuters." 2019. *The Manila Times*. (December 1). https://www.pressreader.com/philippines/manila-times/20191201/281767041083777(검색일: 2020. 9. 2).

"Google buys ad firm DoubleClick for $3.1 billion." 2007. CNET. (April 13). https://www.cnet.com/news/google-buys-ad-firm-doubleclick-for-3-1-billion/(검색일: 2020. 9. 14).

"Google, JD.com, and Tencent lead first closing of GOJEK's Series F Funding Round." 2019. Gojek. (February 1). https://www.gojek.com/blog/gojek/first-closing-of-gojeks-series-f-funding-round/(검색일: 2020. 9. 14).

"Grab Merges with Uber in Southeast Asia." 2018. Grab. (March 26). https://www.grab.com/sg/press/business/grab-merges-with-uber-in-southeast-asia/(검색일: 2020. 9. 14).

"Hyundai·Kia Invest Additional US$250 Million in Grab." 2018. Grab. (November 7). https://www.grab.com/sg/press/business/hyundai-%E2%80%A2-kia-invest-additional-us250-million-in-grab/(검색일: 2020. 9. 14).

"JAIF Training Course on Strategic Planning and Management of Enforcement Activities." 2019. ASEAN Experts Group on Competition. https://asean-competition.org/read-news-jaif-training-course-on-strategic-planning-and-management-of-enforcement-activities(검색일: 2020. 11. 11).

Japan Fiar Trade Commission. 2018. "JFTC starts new technical assistance project under Japan-ASEAN Integration Fund." (October 19). https://www.jftc.go.jp/en/pressreleases/yearly-2018/October/181019.html (검색일: 2020. 11. 11).

"Lotte.vn quits e-commerce race in Vietnam." 2020. Vietnam Investment Review. (March. 1). https://www.vir.com.vn/lottevn-quits-e-commerce-race-in-vietnam-72862.html(검색일: 2020. 9. 2).

"Tencent Buys Assets of Struggling Streaming Platform IFlix." 2020. Bloomberg. (June 25). https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-06-25/tencent-buys-assets-of-struggling-streaming-platform-iflix (검색일: 2020. 8. 15).

"Toyota to Invest US$1 Billion in Grab As Lead Investor for Grab's New Round of Financing." 2018. Grab. (June 13). https://www.grab.com/sg/press/business/toyota-to-invest-us1-billion-in-grab-as-lead-investor-for-grabs-new-round-of-financing/(검색일: 2020. 9. 14).

"Vietnam's promising ride-hailing startup ecosystem." 2020. Tech Collective. (March 10). https://techcollectivesea.com/2020/03/10/vietnams-promising-ride-hailing-startup-ecosystem/(검색일: 2020. 9. 2).

"Will Vietnamese e-commerce platforms Tiki and Sendo soon merge." 2020. *Hanoi Times*. (May 22). http://hanoitimes.vn/will-vietnams-e-commerce-platforms-tiki-and-sendo-soon-merge-312169.html(검색일: 2020. 9. 2).

[온라인/통계/DB 자료]

개인정보보호위원회. https://www.privacy.go.kr/pic/nation_usa02.do(검색일: 2020. 9. 12).

인도네시아 경쟁당국 홈페이지. http://eng.kppu.go.id/the-acquisition-of-uber-assets-in-indonesia/(검색일: 2020. 8. 5).

AEGC. 2015. "ASEAN Economic Community 2015: Progress and Key Achievements." https://www.usasean.org/system/files/downloads/aec_2015_progress_and_key_achievements_04.11.2015.pdf(검색일: 2020. 8. 3).

Agreement between the European Communities and the Government of the United States of America regarding the application of their competi

tion laws. https://www.justice.gov/atr/agreement-between-united-states-and-european-communities-application-positive-comity-principles(검색일: 2020. 6. 29).

AMR Database. 2020.

"ASEAN Establishes Competition Enforcers' Network, Regional Cooperation Framework, and Virtual Research Centre." 2018. (October 11). https://asean.org/asean-establishes-competition-enforcers-network-regional-cooperation-framework-virtual-research-centre/(검색일: 2021. 1. 5).

ASEAN Secretariat and UNCTAD. 2018. *ASEAN Investment Report 2018: Foreign Direct Investment and the Digital Economy in ASEAN*. https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/unctad_asean_air2018d1.pdf (검색일: 2020. 8. 27).

Australian Competition&Consumer Commission. Competition Law Implementation Program(CLIP). https://www.accc.gov.au/about-us/international-relations/competition-law-implementation-program-clip#about-the-program(검색일: 2020. 11. 14).

Brunner, Daniel. 2019. BLPestimatoR-Package for Demand Estimation. https://cran.r-project.org/web/packages/BLPestimatoR/vignettes/blp_intro.html(검색일: 2020. 5. 28).

"Capacity building efforts from New and Existing Development Partners." https://asean.org/asean-establishes-competition-enforcers-network-regional-cooperation-framework-virtual-research-centre/#_ftn4/(검색일: 2021. 1. 5).

Cbinsiht. 'The Complete List of Unicorn Companies.' https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies(검색일: 2020. 12. 16).

Crunchbase. 'Gojek: Financials.' https://www.crunchbase.com/organization/Go-jek/company_financials(검색일: 2020. 9. 1).

_____. 'Grab: Financials.' https://www.crunchbase.com/organization/grabtaxi/company_financials(검색일: 2020. 9. 1).

_____. 'Mister ALadin.' https://www.crunchbase.com/organization/pesan-hotel-gaya-kamu-di-mister-aladin(검색일: 2020. 12. 16).

_____. 'Mytour.' https://www.crunchbase.com/organization/mytour(검색일: 2020. 12. 16).

_____. 'Organization: AAE Travel.' https://www.crunchbase.com/organization/aae-travel(검색일: 2020. 9. 11).
_____. 'Organization: Hooq.' https://www.crunchbase.com/organization/hooq(검색일: 2020. 9. 14).
_____. 'Organization: iflix.' https://www.crunchbase.com/organization/iflix(검색일: 2020. 9. 14).
_____. 'Organization: PCCW Media.' https://www.crunchbase.com/organization/pccw-media(검색일: 2020. 9. 14).
_____. 'Pegipegi.' https://www.crunchbase.com/organization/pegipegi(검색일: 2020. 12. 16).
_____. 'Traveloka.' https://www.crunchbase.com/organization/traveloka(검색일: 2020. 12. 16).
Global Data. 2020. "GrabTaxi Holdings Pte Ltd - Strategic SWOT Analysis Review."
Gojek 홈페이지. https://www.gojek.com/(검색일: 2020. 8. 31).
"Gojek Acquires Payments Startup Moka for $130 Million." 2020. *Bloomberg*. (April 23). https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-04-23/gojek-is-said-to-acquire-payments-startup-moka-for-130-million(검색일: 2020. 8. 31).
GOVPH. Executive Order No. 45, s. 2011. https://www.officialgazette.gov.ph/2011/06/09/executive-order-no-45-s-2011/(검색일: 2020. 12. 17).
Grab 홈페이지. "Grab Announces Didi Chuxing and SoftBank As Lead Investors for Current Round of Financing." https://www.grab.com/sg/press/business/grab-announces-didi-chuxing-softbank-lead-investors-current-round-financing/(검색일: 2020. 9. 1).
_____. https://www.grab.com/sg/(검색일: 2020. 9. 1).
Hooq 홈페이지. https://hooq.tv/(검색일: 2020. 9. 14).
iflix blog. https://blog.iflix.com/about/(검색일: 2020. 9. 11).
"Indonesia: New Merger Control Regulation: Asset Acquisitions Are Now Subject To KPPU Notification." https://www.mondaq.com/antitrust-eu-competition-/861100/new-merger-control-regulation-asset-acquisitions-are-now-subject-to-kppu-notification(검색일: 2020. 8. 6).
Institutional Building, Enforcement, and Advocacy.

Japan-ASEAN Integration Fund. "Technical Assistance for ASEAN Competition Authorities to Strengthen Competition Law Enforcement in ASEAN Region – Second Phase." https://jaif.asean.org/project_brief/technical-assistance-for-asean-competition-authorities-to-strengthen-competition-law-enforcement-in-asean-region-second-phase/ (검색일: 2020. 11. 11).

KPPU Launches New Regulation on Post-Closing Notifications on Mergers, Consolidations, and Acquisitions (Including Asset Transfers). https://aksetlaw.com/news-event/newsflash/kppu-launches-new-regulation-on-post-closing-notifications-on-mergers-consolidations-and-acquisitions-including-asset-transfers(검색일: 2020. 8. 6).

NTA(New Transatlantic Agenda). https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/124321/new_transatlantic_agenda_en.pdf(검색일: 2020. 6. 29).

OECD Global Forum of Competition 2008(DAF/COMP/GF/WD(2008) 3, 2007. 12. 17). 'The Interface between Competition and Consumer Policies.' https://www.oecd.org/daf/competition/40898016.pdf(검색일: 2020. 8. 27).

Panorama JTB 홈페이지. https://www.panorama-jtb.com/tentang-kami (검색일: 2020. 9. 11).

PCC. Merger Review Guidelines. http://phcc.gov.ph/merger-review-guidelines-2/(검색일: 2020. 12. 17).

_____. Leniency Program. 'FAQ.' https://www.phcc.gov.ph/wp-content/uploads/2020/09/Leniency-Program-FAQs-09302020_final.pdf(검색일: 2020. 12. 1).

_____. Rules of Leniency Program of the Philippine Competition Commission. https://www.phcc.gov.ph/wp-content/uploads/2018/12/Leniency-Rules-Clean-Version.pdf(검색일: 2020. 12. 17).

_____. Rules of the Leniency Program of the PCC. https://www.phcc.gov.ph/wp-content/uploads/2018/12/Leniency-Rules-Clean-Version.pdf(검색일: 2020. 12. 1).

_____. Speech of Department of Budget and Management Secretary Benjamin Diokno at #PCCAtOne: PCC's First Anniversary. https://www.phcc.gov.ph/speech-department-budget-management-secretary-

benjamin-diokno-pccatone-pccs-first-anniversary/(검색일: 2020. 12. 17).
_____. https://www.phcc.gov.ph/press-releases/pcc-mao-rules-bayanihan2/(검색일: 2020. 12. 17).
Qoo10 홈페이지. 'About Qoo10.' https://www.qoo10.com/gmkt.inc/Company/AboutCompany.aspx(검색일: 2020. 8. 31).
Qxpress 홈페이지. http://www.qxpress.co.id/html/company_philosophy_vision.html(검색일: 2020. 8. 31).
Shopee 싱가포르 홈페이지. https://shopee.sg/(검색일: 2020. 8. 31).
Shopee 홈페이지. 'About Shopee.' https://careers.shopee.sg/about/(검색일: 2020. 8. 31).
Similar Web. Top Websites Ranking_Accomodation and Hotel(2020. 7. 1 기준). https://www.similarweb.com/top-websites/category/travel-and-tourism/accommodation-and-hotels(검색일: 2020. 8. 31).
_____. 'Top Websites Ranking.' 'Travel and Tourism.' Traveloka. https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/category/travel-and-tourism/(검색일: 2020. 12. 16).
SkillsConnect. https://www.skillsconnect.gov.sg/sop/portal/Important%20Notes/SME_definition_not_updated.jsp(검색일: 2020. 8. 26).
Statista. 'Annual number of rides of Asia Pacific ride-sharing companies as of 2019.' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1034762/apac-annual-number-of-rides-of-ride-sharing-companies/(검색일: 2020. 9. 1).
_____. 'Market share of leading Subscription-Video-on-Demand(SVoD) players in South East Asia as of September 2017, by company.' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/886565/leading-svod-players-market-share-in-south-east-asia/(검색일: 2020. 9. 1).
_____. 'Most popular e-commerce sites for online shopping among online shoppers in Vietnam in 2019.' https://www.statista.com/statistics/977848/vietnam-online-shopping-sites/(검색일: 2020. 9. 3).
_____. 'Most popular B2C e-commerce sites in the Philippines as of 2nd quarter 2019, by monthly webvisits(in millions).' https://www.statista.com/statistics/993273/philippines-major-b2c-ecommerce-sites/(검색일: 2020. 9. 3).

_____. 'Most popular video streaming subscription services based on usage among respondents in Vietnam in 2020.' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1102406/vietnam-most-popular-video-streaming-services/(검색일: 2020. 8. 31).
_____. 'Number of active drivers of Asia Pacific ride-sharing companies as of 2019.' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1034777/apac-number-of-active-drivers-of-ride-sharing-companies/(검색일: 2020. 9. 1).
_____. 'Ranking of the most popular movie streaming application in Indonesia in the first quarter of 2019.' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1084573/indonesia-popular-movie-streaming-apps/(검색일: 2020. 8. 31).
_____. 'Ride sharing app services that are used in Vietnam in 2018.' https://www.statista.com/statistics/1003472/vietnam-ride-sharing-services-used/(검색일: 2020. 11. 17).
_____. 'Share of consumers who subscribe to selected video streaming services in Singapore as of February 2017.' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/684104/singapore-video-streaming-services/(검색일: 2020. 8. 31).
_____. 'Share of respondents who used GoFood and/or Grabfood for food delivery in Indonesia as of April 2019.' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1047777/indonesia-food-delivery-mobile-app-gofood-and-grabfood-user/(검색일: 2020. 9. 1).
_____. 'Share of respondents who used GoJek and Grab as their to-go ride sharing app in Indonesia as of April 2019.' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1047810/indonesia-transportation-delivery-mobile-app-gojek-and-grab-user/(검색일: 2020. 9. 1).
_____. "Top 10 e-commerce sites in Indonesia as of 1st quarter 2020, by monthly traffic." https://www.statista.com/statistics/869700/indonesia-top-10-e-commerce-sites/(검색일: 2020. 9. 3).
_____. 'Top 10 e-commerce sites in Singapore as of third quarter of 2019, by monthly traffic.' https://www.statista.com/statistics/869701/singapore-top-10-e-commerce-sites/(검색일: 2020. 9. 3).

_____. 'Total funds raised by Asia Pacific ride-sharing companies as of 2019.' http://www.statista.com.ssl.proxy.kiep.go.kr:8080/statistics/1034780/apac-total-funds-raised-by-ride-sharing-companies/(검색일: 2020. 9. 1).

The ASEAN Secretariat. The ASEAN Experts Group on Competition(AEGC). https://asean.org/archive/the-asean-experts-group-on-competition-aegc/(검색일: 2020. 9. 10).

_____. 2010. ASEAN Regional Guidelines on Competition Policy. (August). https://www.icao.int/sustainability/Documents/Compendium_FairCompetition/ASEAN/ASEAN-RegionalGudelinesonCompetitionPolicy.pdf(검색일: 2020. 12. 20).

_____. 2012. Guidelines on Developing Core Competencies in Competition Policy and Law for ASEAN. (August). https://asean-competition.org/file/post_image/Regional%20Core%20Competencies.pdf(검색일: 2020. 12. 20).

_____. 2016. "ASEAN Competition Action Plan(2016-2025)." https://asean-competition.org/file/post_image/ACAP%20(Website)%2023%20December%202016.pdf(검색일: 2020. 8. 3, 12. 20).

The Corpus Juris. An Act To Prohibit Monopolies And Combinations In Restraint Of Trade(Act No. 3247). https://thecorpusjuris.com/legislative/acts/act-no-3247.php(검색일: 2020. 12. 17).

Thomson Reuters DataBase. "Alibaba Group Holding Ltd acquires 32% stake in Lazada South East Asia Pte Ltd for US$ 1,000M." https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/Apps/TearSheet/?enowpopup#/?dealno=3120550040&mode=plain(검색일: 2020. 9. 14).

_____. "Alibaba Group Holding Ltd acquires Lazada South East Asia Pte Ltd for US $1,000M." https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/Apps/TearSheet/?enowpopup#/?dealno=2944984040&mode=plain(검색일: 2020. 9. 14).

_____. "Alibaba Group holding Ltd acquires stake in Lazada south east asia pte ltd." https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/Apps/TearSheet/?enowpopup#/?dealno=3225036040&mode=plain(검색일: 2020. 9. 14).

Thomson Reuters EIKON. "M&A Advanced Search." https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/apps/SearchAdvanced?state=1597997165019&universe=MA&search=SearchAllMergersAcquisitions (검색일: 2020. 7. 30).

_____. "iflix: Company's Deal." https://emea1.apps.cp.thomsonreuters.com/web/Apps/Corp/?s=5045871752&st=OAPermID&app=true#/Apps/CompanyDeals(검색일: 2020. 9. 1).

Tokopedia 홈페이지. https://www.tokopedia.com/about/our-story(검색일: 2020. 8. 23).

Traveloka press. 'history.' https://press.traveloka.com/history/(검색일: 2020. 12. 16).

Traveloka. https://www.traveloka.com/en-id/(검색일: 2020. 12. 16).

_____. 'About us.' https://www.traveloka.com/en-id/about-us(검색일: 2020. 12. 16).

U.S. Government Printing Office. 2007. "AN EXAMINATION OF THE GOOGLE-DOUBLECLICK MERGER AND THE ONLINE ADVERTISING INDUSTRY: WHAT ARE THE RISKS FOR COMPETITION AND PRIVACY?" https://www.govinfo.gov/content/pkg/CHRG-110shrg39015/html/CHRG-110shrg39015.htm(검색일: 2020. 9. 14).

Viu 홈페이지. https://www.viu.com/(검색일: 2020. 9. 14).

[법률/협정문 자료]

1986년 필리핀 헌법 제12장(Article XII). (Section 19).

경쟁(이의신청)규정 [Competition (Appeals) Regulations].

싱가포르 경쟁법 제2조 제1항, 제69조 제1항 c, d, 제72조 제1항, 제74조 및 법원규칙 제3(2)항 및 제4(a)항.

베트남형법(Law No. 100/2015/QH13 of Nov. 27, 2015).

싱가포르 경쟁당국이 처리한 SISTIC.com의 시장지배력 남용행위 사건. Case No. CCS600/008/07, Abuse of a Dominant Position by SISTIC.com Pte Ltd, 2010. 6. 4.

싱가포르 경쟁당국의 Grab-Uber 기업결합심사 건. Competition and Consumer Commission Singapore, Notice of Infringement Decision, Sale of

Uber's Southeast Asian business to Grab in consideration of a 27.5% stake in Grab, 24 September 2018, Case number(500/001/18).
2004년 베트남경쟁법. Competition Law 2005(No. 27/2004/QH11).
Decree No. 35/2020/ND-CP.
Decree No. 71/2014/ND-CP.
Elucidation on the Law of the Republic of Indonesia Number 5 Year 1999 concerning the Prohibition of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition.
Elucidation to Government Regulation of the Republic of Indonesia Number 57 Year 2010 concerning Merger or Consolidation of Business Entities and Acquisition of Shares of Companies which may cause Monopolistice Practices and Unfair Business Competition.
Government Regulation of the Republic Of Indonesia Number 57 Year 2010 Concerning Merger or Consolidation of Business Entities and Acquisition of Shares of Companies Which May Cause Monopolistic Practices and Unfair Business Competition.
Law No. 1 of 1995 concerning Limited Liability Companies(Article 102-109).
Law No. 5 of 1984 concerning Industry(Article 7).
Law No. 5/1999.
Maritime and Port Authority of Singapore Act. (Section 170A).
Postal Services Act. (Section 237A). (Original Enactment: Act 42 of 1999).
Public Transport Council Act. (Section 259B). (Original Enactment: Act 18 of 1987).
Regulation of the Indonesia Competition Commission Number 13 of 2010 concerning the Assessment of Merger or Consolidation of Business Entities, or Acquisition of Company Shares that Can Lead to Monopolistic Practices and/or Unfair Business Competition.
Regulation of the Indonesia Competition Commission Number 3 of 2019 concerning the Assessment of Merger or Consolidation of Business Entities, or Acquisition of Company Shares that Can Lead to Monopolistic Practices and/or Unfair Business Competition.
Rules of Procedure of the Philippine Competition Commission.

The ASEAN Charter Article 2.2. https://asean.org/wp-content/uploads/images/archive/publications/ASEAN-Charter.pdf/(검색일: 2021. 1. 5).
Singapore Parliamentary Debates. No 10, Session 1, Volume 78(6), 19 October 2004. Columns 867-869.
필리핀 경쟁법 Philippine Competition Act(PCA) or Republic Act No. 10667.
The Philippine Competition Commission. Decision No. 26-M-12/2018. 2018. 8. 10.
VCC, Decision No. 26/QD-HDXL, 2019. 6. 17.
2018년 베트남경쟁법. Competition Law(No. 23/2018/QH14).

[기타 자료]

경쟁정책 전문가 간담회(2020. 11. 20). 「ASEAN 국가와의 경쟁정책 협력 현황 및 과제」.
Global Competition Review 전문가간담회. GCR Interactive Asia-Pacific (2020. 9. 3).
베트남 경쟁법 현지 전문가 서면간담회(2020. 11. 17).

[관련자료 목록]

이상기, 정준희, 이정훈, 심우민. 2018. 『글로벌 기업의 데이터 독점 관련 이슈와 대응방안 연구』. 방통융합정책연구. 방송통신위원회.
장영신, 곽성일, 곽소영, 박은빈, 문성만, 남상열. 2020. 『아시아-태평양 지역의 디지털화와 한국의 협력방안』. 연구보고서 20-24. 대외경제정책연구원.
Evans, D. S. and R. Schmalensee. 2013. "The antitrust analysis of multi-sided platform businesses." *National Bureau of Economic Research*, No. w18783.
OECD. 2018. *Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms*.
Song, M. 2013. *Estimating platform market power in two-sided markets with an application to magazine advertising*.
Allied Market Research. 2020. 아세안 차량호출 플랫폼 DB(검색일: 2020. 9. 3).
ASEAN Secretariat. ASEAN Economic Community 2015. https://www.usasean.org/system/files/downloads/aec_2015_progress_and_key_achievements_04.11.2015.pdf(검색일: 2020. 8. 3).

UNITED STATES – SINGAPORE FREE TRADE AGREEMENT. https://ustr.gov/sites/default/files/uploads/agreements/fta/singapore/asset_upload_file708_4036.pdf(검색일: 2020. 8. 26).

World Bank Data. “mobile cellular subscriptions(per 100 people)”(검색일: 2020. 9. 10).

싱가포르 경쟁당국의 Seek-JobStreet 기업결합심사 건. CCCS, Grounds of Decision issued by the Competition Commission of Singapore, In relation to the Notification for Decision of the proposed acquisition by Seek Asia Investments Pte. Ltd of the JobStreet Business in Singapore pursuant to section 57 of the Competition Act, 13 November 2014, Case Number(400/004/14).

Horizontal Merger Guidelines(08/19/2010). U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission.

부 록

1. AEGC(ASEAN Experts Group on Competition) 현황 및 주요 활동
2. 해외 경쟁당국의 대아세안 경쟁정책 협력사례
3. Fumagalli, Motta, and Tarantino(2020) 모델의 균형분석
4. 2018년 개정 베트남 경쟁법: Law 23/2018/QH14 on Competition
5. 2020년 개정 베트남 경쟁법 시행령

부록 1. AEGC(ASEAN Experts Group on Competition) 현황 및 주요 활동

AEC 청사진 2015의 공개에 앞선 2007년 8월, 제 39회 아세안 경제장관회의에서는 경쟁정책·법이 ASEAN 내 처음 언급되었으며 공식 성명을 통해 ASEAN 경쟁정책 전문가 그룹(이하 AEGC)의 설립이 승인되었다.[305] AEGC는 지역 내 경쟁 정책에 대한 정보 교환, 경험 및 협력을 촉진하기 위한 ASEAN 경쟁당국 협의체로, 역내 건전한 경쟁 환경 조성을 목적으로 하는 경쟁정책 논의·조정 포럼 성격의 ASEAN 정식 기구이다. 2007년 11월에는 AEC 청사진 2015가 공개됐으며 그 4대 중심 축 중 두 번째인 '고도로 경쟁적인 경제적 지역'에서는 '경쟁 정책을 논의·조정하는 포럼 역할을 할 경쟁정책 당국 또는 기관의 네트워크 구축'을 하부 과제 중 하나로 포함했다. 여기서 언급한'네트워크 구축'은 그 성격상 AEGC의 설립으로 이미 충족한 것으로 평가된다. 즉 AEGC는 아세안의 경쟁 정책과 관련된 실행 계획이 수행되는 중앙 네트워크 역할을 수행하는데, 따라서 어떠한 집행 책임도 부과되지 않으며 ASEAN 회원국 경쟁당국과 함께 국가 경쟁법과 관련한 역량 강화에 집중하고 있다. 2020년의 경우 베트남 경쟁·소비자청이 의장을 맡고 있으며 그 외 ASEAN 회원국의 경쟁위원회, 상무부, 경쟁감독위원회, 산업통상부, 경쟁·소비자위원회, 통상·경쟁위원회 등 각국 대표 경쟁당국 혹은 경쟁정책 담당 기관으로 구성되어 있다. 현재 AEGC는 산하에 AEGC 웹사이트 작업반, 지역 경쟁 촉진 전략·도구 개발 작업반을 두고 있다.[306]

AEGC의 활동은 ASEAN 회원국의 입법 체제를 강화하고 경쟁 관련 정책 기능과 ASEAN 회원국 간 모범사례를 구축하는 데 중점을 두고 있으며 그 외

305) Ploykaew Porananond(2018), *Competition Law in the ASEAN Countries*.
306) The ASEAN Secretariat, The ASEAN Experts Group on Competition(AEGC), https://asean.org/archive/the-asean-experts-group-on-competition-aegc/(검색일: 2020. 9. 10).

AEGC를 통해 개발 파트너들과의 협력 활동을 조직하는 것이다. AEGC는 2008년 첫 회의를 개최했으며 회의에 모인 전문가들은 향후 3~5년간 경쟁법 능력 강화 및 회원국의 모범사례 구축에 집중하기로 합의했다. 이후 「아세안 역내 경쟁정책에 관한 가이드라인(Guidelines I, 2010년)」,[307] 「아세안 역내 경쟁정책·경쟁법 핵심역량 발전에 관한 가이드라인(Guidelines II, 2012년」,[308] 「ASEAN 경쟁 주창 툴킷(2016년)」을 발간했으며,[309] ASEAN 경쟁 연차 콘퍼런스를 포함한 워크숍, 훈련, 세미나 등을 개최했다. AEGC 홈페이지를 통해서는 ASEAN 회원국의 경쟁 관련 발전 상황 업데이트, 역내 경쟁 정책 및 법 관련 이슈를 알리기 위한 가상 플랫폼 서비스를 제공 중이다.

2010년 공개된 「아세안 역내 경쟁정책에 관한 가이드라인(Guidelines I)」은 개별 ASEAN 회원국의 제도적·경제적 특성에 따른 경쟁 정책 도입, 이행 및 개발의 일반 가이드라인 역할을 한다. 가이드라인은 각국의 경험과 국제 우수사례를 바탕으로 하고 있으며, 지역 가이드라인의 목적, 경쟁 정책의 목적 및 이익, 경쟁 정책·법의 범위 등 10개의 장으로 구성된다. 가이드라인은 ASEAN 회원국을 대상으로 한 강제력이 없는 권고, 지역 환경에 따른 개별 회원국별 다른 이행 방식, ASEAN 회원국 간 경제 통합 과정 원활화라는 원칙을 가진다. 반면 ASEAN 단일 시장 설립 목적의 경쟁 도입, 초국가적 법체계 및 집행기관 설립, 회원국 경쟁법 체계의 일치는 가이드라인의 목적으로 고려하지 않는 것으로 평가된다.[310]

---

307) ASEAN Secretariatt(2010. 8), ASEAN Regional Guidelines on Competition Policy, https://www.icao.int/sustainability/Documents/Compendium_FairCompetition/ASEAN/ASEAN-RegionalGudelinesonCompetitionPolicy.pdf(검색일: 2020. 12. 20).

308) ASEAN Secretariat(2012. 8), Guidelines on Developing Core Competencies in Competition Policy and Law for ASEAN, https://www.icao.int/sustainability/Documents/Compendium_FairCompetition/ASEAN/ASEAN-RegionalGudelinesonCompetitionPolicy.pdf(검색일: 2020. 12. 20).

309) Toolkit for Competition Advocacy in ASEAN에서는 Competition Advocacy에 대해 "In the case of competition advocacy, this generally entails proactively promoting the benefits of competition to relevant stakeholders through nonenforcement means and with the objective of creating a competitive environment for businesses"로 정의하고 있어 본 보고서에는 Advocacy를 '주창'으로 표현했다.

부록 표 1-1. 아세안 역내 경쟁정책에 관한 가이드라인(Guidelines I)

장	장별 제목
1	지역 가이드라인의 목적(Objectives of Regional Guidelines)
2	경쟁정책의 목적 및 이익(Objectives and Benefits of Competition Policy)
3	경쟁정책·법의 범위(Scope of Competition Policy and Law)
4	경쟁 규제 당국의 역할과 책무/기관 구성/산업 규제(Role and Responsibilities of Competition Regulatory Body/Institutional Structure/Sector Regulators)
5	입법 및 지침/과도기 조항(Legislation and Guidelines/Transitional Provisions)
6	집행 권한(Enforcement Powers)
7	적법 절차(Due Process)
8	기술 지원 및 역량 강화(Technical Assistance and Capacity Building)
9	주창/홍보(Advocacy/Outreach)
10	국제 협력/FTA 조항 관련 공동 경쟁(International Cooperation/Common Competition Related Provisions in Free Trade Agreements)

자료: The ASEAN Secretariat(2010), 온라인 자료(검색일: 2020. 12. 10).

2012년 공개된 「아세안 역내 경쟁정책·경쟁법 핵심역량 발전에 관한 가이드라인(Guidelines II)」은 기존 가이드라인과 달리 국가 수준의 경쟁 집행 시스템 개발 절차에 주력한다.[311] 가이드라인은 경쟁제도 수립, 집행, 주창에 대해 논의하며,[312] 제도 수립의 경우 경쟁법에 대한 이해 및 초안, 경쟁당국 및 집행 시스템 설립, 경쟁 법체계 강화에 대해 논의한다. 가이드라인이 제시하는 많은 권고 중 가장 주목할 만한 것으로는 △시장 지향의 개혁을 통한 경쟁법의 공정하고 효율적인 경쟁 보호 △추가적 목적 없는 순수 국가 경쟁법 체계 도입 △산업정책에 따른 예외·면제 등 경쟁정책과 산업정책 간 관계 검토가 꼽힌다.[313]

2016년에는 ASEAN 회원국을 대상으로 경쟁 정책·법 관련 주창 활동 개발·전달을 위한 실질적 지침, 도구 및 견본을 제공할 목적의 「ASEAN 경쟁 주창 툴킷」을 공개했다. 툴킷은 경쟁 주창을 '관련 이해관계자에게 경쟁의 이익을

310) Ong(2018), p. 10.
311) *Ibid.*, p. 22.
312) Institutional Building, Enforcement, and Advocacy. 단 집행 부분은 목차로만 존재하고 내용은 없음.
313) Ong(2018), pp. 22-23.

비강제 수단을 통해 경쟁 환경 조성 목적으로 사전에 홍보하는 활동'으로 정의했으며[314] 경쟁 주창의 주요 목적으로는 경쟁 문화 조성, 경쟁 제약 감소를 꼽았다. 툴킷은 경쟁주창 활동 계획, 이행, 관찰 및 평가 총 3개의 장으로 구성되어 있으며 라오스 및 아세안 주요 6개국(인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남)의 경쟁 주창 성공사례를 제공하고 있다.

AEGC는 현재 2016년에 공개된 '아세안 경쟁정책 실행계획(ACAP) 2016-2025'[315]를 이행 중에 있으며, 다년 프로그램을 통한 지역 및 국가 차원의 경쟁 관련 제도·법체계 수립, 주창 및 인식 개선·강화를 목적으로 개발 파트너들과 협력 중이다. 행동계획은 △효과적 경쟁체제 수립 △경쟁 관련 기관 역량 강화 △경쟁 정책·법 관련 지역 협력 △경쟁 인지 강화 △경쟁 정책·법 조화를 5대 전략목표로 제시하며 각 전략목표별 계획 및 성과를 제시한다.

전 ASEAN 회원국의 효과적 경쟁체제 수립 목표는 AEC 청사진 2015의 행동 계획(모든 회원국의 2015년까지 경쟁 정책 도입 노력)에 기반 한다. 전술한 바와 같이 9개국이 이미 경쟁법을 도입했으며 일부 국가들은 집행 경험, 시장 변화 및 국제 모범사례와의 일치 등을 반영해 기존 경쟁 체제를 검토 중이다.

경쟁 정책·법의 효과적 이행을 위한 경쟁당국의 역량 강화는 경쟁정책·법 채택 초기 이행의 어려움을 염두에 둔 전략목표이다. 본 전략목표는 경쟁당국 및 관련 주체가 효율적 집행을 위해 보유해야 할 일련의 기술·역량 격차 해소를 목적으로 하며 회원국의 경쟁 체제 발전 정도에 따라 진행될 것이다.

경쟁정책·법 관련 역내 협력은 국가 간 또는 지역 경쟁 문제 해결 필요에 따른 전략목표이다. AEC가 출범한 2015년 이후 다국적 기업의 국경 간 합병, 글로벌 시장에서의 지배력 남용, FDI 관련 경쟁 문제 등이 증가할 것으로 예상되었다. 이의 해소를 위해 아세안 회원국은 협력 협정을 수립·강화하고 공동의 이해를 도출할 필요가 있었으며 이에 AEGC 강화 등의 계획을 수립했다.

---

314) The ASEAN Secretariat(2016), 온라인 자료(검색일: 2020. 12. 20).
315) ASEAN Competition Action Plan(2016-2025), https://asean-competition.org/file/post_image/ACAP%20(Website)%2023%20December%202016.pdf(검색일: 2020. 8. 3).

AEGC는 ASEAN 역내 공정한 경쟁의 촉진을 위한 경쟁 문화 조성과 광범위한 경쟁 커뮤니티 발전에 초점을 두고 있는데, 이를 위해 ASEAN 경쟁 콘퍼런스와 같은 대표 행사를 통해 다양한 이해관계자와의 대화의 장을 정례화했다. 이는 경쟁 체제의 효율성은 법체계, 역량, 집행과 같은 공급측 요인에 기반 할 뿐 아니라 규정 준수 및 경쟁 정책·법의 원칙과 이익에 대한 대중의 이해도 중요함을 인지한 결과이다.

ASEAN 내 경쟁 정책·법의 조화는 ASEAN 회원국별 입법 완료(목표 1) 및 효과적 집행(목표 2) 달성 다음 단계의 전략목표로, 회원국 간 차이에 대한 인식을 바탕으로 유사성을 증진하고 수렴에 이르기 위해 그 차이를 제거해 나가는 과정이다. ASEAN 경쟁정책·법의 조화 심화에 따라 상품·서비스 및 자본이 자유롭게 이동할 수 있는 정책 환경이 조성되고 기업들은 효율적 자원 배분 및 운용이 가능하게 될 것으로 보고 있다.

부록 표 1-2. '아세안 경쟁정책 실행계획(2016~2025)'의 주요 내용

계획	성과
전략목표 1. 효과적 경쟁체제 수립	
경쟁정책·법 관련 법체계 완성	• 2016년까지 모든 아세안 회원국 경쟁 발효
시장 변화 대응 및 국제 규범 충족을 위한 입법 체계 강화	• 2017년까지 아세안 회원국 간 국가 경쟁법, 규정, 가이드라인 등 개요 영문 번역, 용어 종합 • 2년마다 툴킷 기반의 자체 평가 수행
전략목표 2. 경쟁 관련 기관 역량 강화	
경쟁정책·법 관련 국가·지역 역량 수요 평가	• 지역 핵심 역량 가이드라인을 기반으로 한 2016년 내 포괄적 역량 평가 • 2017년까지 2016~20년 지역 역량 구축 로드맵과 2025년까지의 비전 업데이트
관련 기관의 연구·분석 역량 강화	• 경쟁 이니셔티브(경쟁 자문, 시장조사, 연구, 합병 평가 및 공시) 확대 • 2017년까지 경쟁당국 직원 대상의 사내교육 도구 개발 • 매년 회원국 경쟁기관 간 직원 교환 제도 • 2017년까지 AEGC 웹사이트에 경쟁법 e-러닝 과정 개발

부록 표 1-2. 계속

계획	성과
경쟁 정책·법 관련 지역 연구·훈련 수행을 위한 아세안 경쟁 센터 설립	• 2017년까지 아세안 경쟁 센터 타당성 조사 • 2020년까지 아세안 경쟁 센터 및 2025년까지 행동 계획 설립
경쟁 정책·법 효과적 이행 촉진을 위한 아세안 맞춤 시행 전략 개발	• 2018년까지 국별 전략 형성을 위한 툴킷·체크리스트 준비 • 2020년까지 모든 회원국의 집행 전략 공식화 • 2025년까지 아세안 맞춤형 경쟁법 집행 툴킷 개발(시장획정을 위한 방법론 및 체크리스트, 시장지배 및 배제 행위 정의 등)
국가·지역 수준의 사법부 연계	• 사법부의 매년 두 번 이상의 아세안 지역 경쟁 행사 참여
전략목표 3. 경쟁정책·법 관련 지역 협력	
경쟁정책·법에 대한 지역 협력 수립	• 2018년까지 아세안 경쟁정책·법 시행 관련 지역 협력 협정 공통 요소, 지침 및 원칙 식별 • 2020년까지 모든 회원국이 지역 협력 협정 승인
국경 간 문제 처리를 위한 집행 메커니즘 개발	• 2019년까지 아세안 경쟁 집행자 간 네트워크 구축·출범 • 2020년까지 국경 간 사건 공동조사 및 결정 절차 연구
AEGC 강화	• AEGC의 대표 수준 향상 • 2025년까지 AEGC 경쟁정책 의제의 지역 수준으로 확대 • 회의, 연사·인력 지원, 직원 교환 등 아세안 활동 지원을 위한 회원국의 기여 증대 • AEGC 연차 보고서 발간
전략목표 4. 경쟁 인지 강화	
경쟁정책·법의 시장 효과 측정	• 2019년까지 경쟁법 예외·면제가 아세안회원국 시장에 미치는 영향에 대한 지역 연구 및 권장사항 수행 • 2020년까지 비관세장벽이 아세안 시장 경쟁에 미치는 영향에 대한 지역 연구 및 권장사항 수행
경쟁이 국유 기업/정부독점기업 관련 시장에 미치는 영향 측적	• 2021년까지 권장사항을 포함한 지역 연구 수행
경쟁정책과 다른 경제 영역 간 연계 강화	• 2016년 AEGC 및 아세안 협의체(교통, 에너지, 소비자보호, 광물, 통신) 간 대회 개시 • 2025년까지 역내 무역 및 경쟁에 영향을 줄 수 있는 지역 정책 5개 이상 발표(AEGC)
경쟁당국과 이해관계자 간 정기적 대화 및 참여 플랫폼 설립	• 아세안 경쟁 콘퍼런스와 같은 정기적 토론회 유지

부록 표 1-2. 계속

계획	성과
기업 간 경쟁 준수 장려	• 2017년 이후 매 2년마다 아세안의 최신 입법 및 집행을 포함한 사업자를 위한 경쟁정책·법 핸드북 업데이트 • 아세안 경쟁 기업 인식 지수(5년마다 시행) 개선 • 2020년까지 AEGC 웹 포털 개선 및 아세안 사무국과 통합 사업자를 위한 온라인 정보 센터 지위 유지 • 2017년까지 기업의 경쟁 준수 툴킷·체크리스트 제공
경쟁 이슈를 다룰 미디어 역량 구축	• 아세안 회원국 주요 언론사의 경쟁 이슈 취재 능력 개선 및 출판물 경쟁 이슈의 강한 이해 입증
전략목표 5. 경쟁정책·법 조화	
아세안 회원국 간 경쟁법 공통점, 차이점 파악	• 2017년까지 경쟁법 공통점, 차이점 평가 • 2018년까지 아세안 경쟁정책·법 시행의 실제적·절차적 표준 권장
경쟁정책·법 문제의 지역 내 수렴 전략 개발	• 2018년까지 지역 융합 가능 영역에 대한 전략 문서 개발
경쟁정책에 대한 지역 가이드라인 개선	• 2020년까지 아세안 경제장관의 승인을 위한 공동 성명에 맞춘 경쟁 정책 지역 가이드라인 개선
법체계 모델의 아세안 합의 원칙 공식화	• 2022년까지 아세안 합의 원칙 초안 개발 • 2025년까지 아세안 합의 원칙 승인 및 선언

자료: The ASEAN Secretariat(2016), 온라인 자료(검색일: 2020. 12. 20).

부록 2. 해외 경쟁당국의 대아세안 경쟁정책 협력사례

ASEAN 사무국 및 경쟁당국은 경쟁정책·법이 상대적으로 발전한 국가 및 국제기구와 협력을 통해 역내 경쟁 환경을 개선하기 위한 노력을 지속 중이다. AEGC와 해외 협력은 주로 기술지원 분야에 집중해 왔으며 ASEAN 대화 상대국인 호주 및 일본, 국제기구 중 OECD와의 협력이 대표적이다. 기술지원 협력은 ASEAN 회원국의 수요에 기반했으며 개별 ASEAN 회원국의 입법 보완과 'ASEAN 경쟁정책 실행계획 2016-2025'의 목표 달성에 도움을 준 것으로 평가받는다.[316]

경쟁법 이행 프로그램(CLIP)은 호주 경쟁당국(Australian Competition& Consumer Commission, 이하 ACCC)과 ASEAN의 대표적 협력 사업 중 하나로 2014년 출범 이후 ASEAN·호주·뉴질랜드 FTA 경제협력지원 프로그램의 지원을 통해 운영되고 있다.[317] CLIP는 AEGC, ACCC 이외에도 경쟁당국, 분야별 규제 기관 및 사법기관, 기타 ASEAN 개발 파트너 등 다양한 기관이 참여했다. CLIP는 효과적인 경쟁법, 집행 기관 및 강화 된 지역 협력을 통해 세계로 통합되고 고도로 경쟁적인 경제 지역 구축이라는 ASEAN의 목표를 지원하는 경제 협력 프로그램으로, 시장이 경제를 성장시키고 포용적 발전을 지원하도록 하는 것에 초점을 맞추고 있다. CLIP이 진행되는 동안 ASEAN 회원국은 효과적인 경쟁법 시행에 필요한 법적·제도적 메커니즘 초안을 도입하거나 개정하기 위한 노력을 진행했으며 경쟁법·정책 관련 ACCC의 경험은 CLIP을 통해 ASEAN 내 정책 및 법률 개선 지원, 제도 역량 구축 및 법 집행 수준 제고 등에 활용되었다.

CLIP는 2014년 출범 이후 2019년 말까지 3단계에 걸쳐 116개의 활동이 이행되는 동안 총 384명이 참여했으며, 14번의 워크숍 및 23번의 연수와 함께

316) AEGC(2018).
317) Australian Competition&Consumer Commission, Competition Law Implementation Program(CLIP), https://www.accc.gov.au/about-us/international-relations/competition-law-implementation-program-clip#about-the-program(검색일: 2020. 11. 14).

경쟁당국 기관장 및 위원급 고위급 회의, ASEAN 회원국 대상 ACCC의 기술 지원 및 멘토링 등의 활동이 이뤄졌다. 워크숍은 뉴질랜드, 일본 및 싱가포르를 포함한 해외 기관 및 전문가의 지원과 ACCC를 통해 진행됐으며 각 워크숍은 이해 및 기술을 증진하기 위한 가상 실습과 시나리오를 통해 ASEAN 회원국의 맞춤 소규모 그룹으로 진행되었다. CLIP는 경쟁법의 효과적 시행 지원을 목적으로 실질적 기술 및 지식 발전에 중점을 둔 온라인 교육도 진행했다. 이는 ASEAN 경쟁 관계자를 위한 학습 관리 시스템인 'CLIP 아카데미(2018년 출범)'라는 이름으로 진행되었으며 경쟁법 소개, 경쟁법 경제학, 집행 소개, 조사 및 계획, 증거 처리, 합병 소개, 시장 조사, 지배력 남용을 포함한 모듈로 제공되었다. 최근 협력 활동 중 대표적인 것은 2019년 7월 진행된 ASEAN 및 호주, 뉴질랜드 경쟁당국 위원 및 대표 초청 회의다. ASEAN 경쟁당국 신임 위원이 모여 핵심 경쟁법 발전에 대해 논의하는 첫 공식 회의였으며 최근의 역내 경쟁법 이슈에 대한 견해와 정보를 교환할 기회를 제공했다.

2019년 ACCC는 ASEAN·호주·뉴질랜드 FTA의 경제협력지원 프로그램을 통해 기존 ASEAN과의 협력에 소비자보호를 포함하는 것에 대한 연구를 진행했다. 이 사업은 경쟁 및 소비자법의 공동영역에 관련한 연구와 역량 구축 등을 제공했으며 소비자보호 관련 ASEAN의 기관 간 기술 협력 수요를 확인했다. 2020년에는 소비자보호 관련 ACCC와 ASEAN의 추가적 기술 협력을 추진 해 이를 통해 소비자 및 경제적 후생 향상 지원을 위한 ASEAN 소비자보호 당국과의 관계 유지·강화를 도모했다.

일본과 ASEAN 간 경쟁법·정책 협력은 주로 일본 공정취인위원회(Japan Fair Trade Commission, 이하 JFTC)와 일본-ASEAN 통합 기금(Japan-ASEAN Integration Fund, 이하 JAIF)을 통해 이뤄졌다.[318] 양자는 2008년 이후 기술지원 사업을 확대해 왔으며 2016년 9월~2018년 8월간 진행된 JFTC-

318) Japan Fiar Trade Commission(2018. 10. 19), "JFTC starts new technical assistance project under Japan-ASEAN Integration Fund," https://www.jftc.go.jp/en/pressreleases/yearly-2018/October/181019.html(검색일: 2020. 11. 11).

AEGC 기술지원 사업 1단계와 2019~20년 간 진행 중인 2단계가 양자간 대표 협력 사업으로 꼽힌다.

기술지원 사업 1단계를 통해 일본과 ASEAN 회원국은 워크숍 및 훈련 과정을 개최했으며 ASEAN 회원국 경쟁당국의 직원의 파견·교환이 진행됐다. ASEAN 회원국의 경쟁법 입법 현황과 이에 따른 기술지원 수요 다변화 및 정교화에 따라 기술지원 사업 2단계에서는 기존 활동에 더해 경쟁 주창 강화 활동을 이행하기로 결정했다. 이는 AEC 청사진 2025의 '효율적 경쟁 정책 달성'이라는 목표를 따르는 것으로, 1단계에서 이뤄진 활동 외에 △ASEAN 회원국 경쟁법 관련 동료 평가 지침 개발 △국가 간 사건에 대한 공동 조사 및 결정을 위한 권장 절차 연구 △ASEAN 경쟁 비즈니스 인식 지수에 대한 설문 조사 방법 및 도구 개발 등을 이행하기로 계획되었다. 또한 2단계에서는 ASEAN 경쟁정책 실행계획 2025의 전략적 목표에 기여하는 것 외에도 △효과적인 경쟁 체제 구축 △경쟁정책·법에 대한 지역 협력 협정 수립 △ASEAN 지역 경쟁 인식 강화△ ASEAN 내 경쟁정책·법 조화 강화를 포함한 전략적 목표에도 초점을 두고 있다.[319]

2단계 사업을 통해 2019년 3월에는 '집행 활동의 전략적 계획 및 관리'라는 주제의 훈련 과정이 일본에서 개최되었다.[320] 이 과정은 ASEAN 경쟁당국의 역량을 강화하고 집행 활동의 전략적 계획 및 관리에 대한 이해를 높이는 것을 목적으로 한다. ASEAN 회원국 경쟁당국의 위원과 고위 관리를 포함해 총 22명이 참가했으며 조사 등에 대한 전략적 계획 및 관리, 담합 자진신고 기업의 과징금 감면 및 고발 면제 제도 적용, 공동 조사에 대한 국제 협력 관리, 조사

319) Japan-ASEAN Integration Fund, "Technical Assistance for ASEAN Competition Authorities to Strengthen Competition Law Enforcement in ASEAN Region – Second Phase," https://jaif.asean.org/project_brief/technical-assistance-for-asean-competition-authorities-to-strengthen-competition-law-enforcement-in-asean-region-second-phase/(검색일: 2020. 11. 11).

320) ASEAN Experts Group on Competition(2019), "JAIF Training Course on Strategic Planning and Management of Enforcement Activities," https://asean-competition.org/read-news-jaif-training-course-on-strategic-planning-and-management-of-enforcement-activities (검색일: 2020. 11. 11).

계획 수립, 인적 자원 및 시간 관리, 위험 관리 및 비상 계획, 증거 수집 방법 비교, 결정 및 항소 절차 준비 등의 주제를 다뤘다. 이 과정은 특히 집행 활동을 위한 전략적 계획 및 의사결정 과정에서 경쟁당국이 직면할 문제 해소를 위해 고안되었으며 ASEAN 회원국 간 관련 경험을 논의할 기회가 제공되었다.

OECD와 영국 정부는 ASEAN 사무국과 아세안 경쟁정책 실행계획의 이행을 지원하기 위해 'ASEAN 경쟁 강화 2018~2021(Fostering Competition in ASEAN 2018-2021)'을 수행하기로 합의했다.[321] OECD는 경쟁 정책의 전문성, 국제적 경험에 대한 지식, 경쟁 집행 및 역량 구축에 대한 전문 지식 등을 ASEAN 회원국과 공유해 경쟁법·정책 관련 ASEAN 회원국의 지식을 강화할 계획이다. 프로그램은 AEC 청사진의 우선 부문 중 하나이며 교역 원활화 및 경쟁력 강화를 통해 경제 발전에 중요한 역할을 할 수 있는 물류 분야에 초점을 맞추고 있다. 개선된 규정과 평등한 비즈니스 환경 조성을 통해 ASEAN 내 경쟁 강화를 목표로 하고 있으며 경쟁력 강화, 지역 통합 지원, 국제 교역 및 외국인 투자 확대의 효과를 기대하고 있다. 이러한 경쟁 환경 조성을 통해 경제성장·발전을 촉진하고 새로운 사업 기회를 창출하며 불평등과 빈곤 감소 또한 도모할 것으로 예상하고 있다.

부록 표 2-1. '아세안 경쟁 강화 2018-2021'의 목표 및 내용

목표	경쟁 친화적 규정	국유기업 및 민간기업 간 평등한 환경 개선
내용	OECD 경쟁 평가 툴킷을 활용해 물류 부문 10개 우선순위 경쟁 평가 도출, 지역 연구에 반영	물류 분야 핵심 국유기업의 경쟁 상황에 대한 지역 연구
세부 연구	• 규정으로 인한 경쟁적 위해성 평가 및 이를 제거함으로 발생할 이익 • 동일 정책 목표 달성을 위한 특정 대안 제안과 낮은 수준의 경쟁 제한적 수단 권고	• 국유기업에 부여된 배타적 권리 혹은 특권과 이의 잠재적 정당성·근거 • 물류 부문의 잠재적 경쟁 왜곡 감소를 위해 특권에 대한 정부 권고 사항

자료: OECD(2019a).

321) OECD(2019a), *Fostering Competition in ASEAN 2018-2021: Project managed by the OECD and funded by the UK Government.*

부록 3. Fumagalli, Motta, and Tarantino(2020) 모델의 균형분석

1. 합병이 금지된 경우

먼저 합병이 허용된 경우와의 비교를 위하여 합병이 금지된 경우의 균형을 분석한다.

$R_E \geq \overline{R}$인 경우, 잠재적 진입 기업은 프로젝트를 개발할 수 없다. 따라서 균형에서는 기존 기업이 기존과 동일한 π_I^m만큼의 이윤을 누리며, 소비자 잉여의 기댓값은 CS^m이다.

$R_E \geq \overline{R}$인 경우, 잠재적 진입기업이 프로젝트 개발을 시도한다. 진입기업과 기존 기업의 기대이윤은 각각 $p\pi^{d_E} - K$와 $p\pi_I^d + (1-p)\pi_I^m$이며, 소비자 잉여의 기댓값은 $pCS^d + (1-p)CS^m$ 이다.

2. 합병이 금지되지 않은 경우

역진귀납법을 이용하여 합병이 허용된 경우의 균형을 도출할 수 있다.

가. 2기 부분게임의 균형

$t = 2$에 각 기업이 내리는 결정은 전 기에 합병이 일어났는지 아닌지에 따라 달라진다.

먼저 t=1 에 E가 I에게 인수당한 경우, I는 $p\pi_I^M + (1-p)\pi_I^m - K \geq \pi_I^m$인 경우에만 개발을 시도한다. 즉 $\pi_I^M - \pi_I^m \geq K/p$가 만족하는 경우에만 개발 시도가 이루어진다. 가정에 의하여 $\pi_I^M - \pi_I^m < \pi_E^d$이므로, $\pi_I^M - \pi_I^m < K/p$인 경우에는 I는 개발유인이 없고, E는 개발유인이 있게 된다. 이러한 현상은 기존 기업이 혁신적인 기술을 보유하게 된다고 해도 기존 이윤의 일부가 침식

(cannibalize)되기 때문에 개발에 대한 유인이 떨어지게 된다는 “애로우 교체효과”로 인하여 설명된다. 이것이 소위 “killer acquisition”이 발생하는 주 이유이다.

만약 t=1 에 E가 I에게 인수당하지 않은 경우, 합병이 금지된 (i)의 경우와 동일한 결과가 나타나게 된다.

나. 1기를 포함한 전체게임의 균형

먼저 $R_E < \overline{R}$인 경우, E는 기술개발을 할 자원이 충분하지 않으므로 기대이윤은 $V_E = 0$이다. 따라서 E는 0의 가격에 인수될 의사가 있을 것이다. 따라서 I는 0의 가격을 제시함으로써 E를 인수한다.

$R_E \geq \overline{R}$인 경우, E는 자체적으로 프로젝트 개발을 시도하여 $V_E = p\pi^{d_E} - K \geq 0$의 기대이윤을 거둘 수 있다. 따라서 I가 V_E이상의 가격을 제시해야지만 E가 인수에 응하게 된다. E를 인수하는 것에 대한 I의 지불용의는 I가 인수 후 프로젝트 개발을 시도할 것인지 아닌지에 따라서 달라지기 때문에 균형도 2가지 경우로 나눌 수 있다.

1) I가 인수 후 프로젝트 개발을 시도하는 경우

인수가 이루어진 상태에서 $\pi_I^M - \pi_I^m \geq K/p$가 만족하는 경우 I가 프로젝트 개발을 시도한다. 이 경우 인수에 대한 I의 지불용의는 다음과 같다.

$$V_I = \underbrace{p\pi_I^M + (1-p)\pi_I^m}_{\text{인수할 시 기대이윤}} - \underbrace{[p\pi_I^d + (1-p)\pi_I^m]}_{\text{인수하지 않을 시 기대이윤}} - K = p(\pi_I^M - \pi_I^d) - K$$

인수가 이뤄지기 위해선 $V_I \geq V_E$가 만족되어야 한다.

즉 $p(\pi_I^M - \pi_I^d) - K \geq p\pi^{d_E} - K$인 경우에 인수가 이루어지며, 이는 가정 $\pi_E^d + \pi_I^d < \pi_I^M < \pi_E^d + \pi_I^m$에 의하면 항상 만족된다.

2) I가 인수 후 프로젝트 개발을 시도하지 않는 경우

인수가 이루어진 상태에서 $\pi_I^M - \pi_I^m < K/p$인 경우 I는 프로젝트 개발을 시도하지 않는다.

이 경우 인수에 대한 I의 지불용의는 다음과 같다.

$$V_I = \pi_I^m - [p\pi_I^d + (1-p)\pi_I^m] = p(\pi_I^m - \pi_I^d)$$

인수가 이뤄지기 위해선 $V_I \geq V_E$가 만족되어야 한다.

즉 $p(\pi_I^m - \pi_I^d) - K \geq p\pi_E^d - K$인 경우 인수가 이루어진다. 이는 조건 $\pi_I^M - \pi_I^m < K/p$와 가정 $\pi_E^d + \pi_I^d < \pi_I^M < \pi_E^d + \pi_I^m$에 의하면 항상 만족되므로, 인수는 항상 이루어지게 된다.

부록 4. 2018년 개정 베트남 경쟁법: Law 23/2018/QH14 on Competition

경쟁법 23 / 2018 / QH14

2018년 6월 12일

베트남 사회주의 공화국 헌법에 따라 국회는 「경쟁법」을 공포한다.

제1편. 총칙

제1조 (범위)

이 법은 베트남 시장에 경쟁제한적 효과를 야기하거나 야기할 수 있는 경쟁제한적 행위 및 경제력 집중, 불공정 경쟁 행위, 경쟁법 집행 절차, 경쟁법 위반에 대한 제재, 경쟁에 관한 국가의 관리를 규정한다.

제2조 (규제대상)

1. 공공제품 및 서비스를 생산하고 제공하는 사업자, 국가가 독점하는 분야에서 사업을 영위하는 사업자, 베트남에서 사업을 영위하는 공공법인 및 외국인 사업자 등을 포함한 기업체 및 개인(이하 "사업자"라 한다)
2. 베트남에서 운영되는 사업자 단체
3. 관련 국내외 단체, 조직 및 개인

제3조 (용어의 해석)

이 법의 시행을 위해 아래 용어는 다음과 같이 해석한다.

1. "사업자 단체"는 기업인 단체와 전문직 단체 모두를 포함한다.

2. “경쟁제한적 행위”란 경쟁제한적 합의, 시장지배적 지위 남용, 독점력 남용 등 경쟁제한적 효과를 야기하거나 야기할 수 있는 사업자의 행위를 말한다.
3. “경쟁제한적 효과”란 시장에서 경쟁을 제거, 축소, 왜곡 또는 억제하는 효과를 말한다.
4. “경쟁제한적 합의”란 경쟁제한적 효과를 야기하거나 야기할 수 있는 모든 형태의 약정을 말한다.
5. “지배적 지위 남용, 독점적 지위 남용”이란 지배적 지위, 독점적 지위를 가진 기업의 행위로서 경쟁제한적 효과를 야기하거나 야기할 수 있는 행위를 말한다.
6. “불공정 경쟁 행위”란 신의성실, 기업활동 규범 및 기준에 반하는 사업자의 경쟁 행위로서 다른 사업자의 정당한 권익을 훼손하거나 훼손할 수 있는 행위를 말한다.
7. “관련 시장”이란 경쟁의 조건이 동일한 특정의 지리적 영역 내에서 특징, 사용목적 및 가격 등을 이유로 상호 대체가능하다고 여겨지는 상품 또는 용역의 시장으로 인접한 지리적 영역과 상당한 차별성을 지니는 것을 말한다.
8. “경쟁법 집행 절차”란 이 법에 규정된 절차에 따라 조사, 경쟁사건 처리 및 경쟁사건에 대한 조치 내용의 결정(이하 “종국결정”이라 한다)을 구하는 청구의 처리를 말한다.
9. “경쟁사건”이란 경쟁제한적 행위, 경제력 집중 규제 위반, 불공정 경쟁행위 등 경쟁법 위반의 혐의가 있는 사건으로서 이 법에 따라 조사 및 처리되는 사건을 말한다.

제4조 (적용범위)

1. 이 법은 경쟁에 대한 일반법이다. 경쟁사건에 대한 조사 및 처리, 경쟁제한적 합의 금지에 대한 면제 및 경제력 집중과 관련된 신고에는 이 법을 적용한다.

2. 경쟁제한적 행위, 경제력 집중, 불공정 경쟁 행위 및 불공정 경쟁 행위의 처리에 관해 다른 법률이 이 법과 다르게 정하고 있는 경우에는 다른 법률을 우선하여 적용한다.

제5조 (경쟁할 권리 및 기업활동의 원칙)

1. 사업자는 법률의 규정에 따라 경쟁의 자유를 누릴 수 있다. 국가는 기업활동 과정에서의 경쟁에 대한 적법한 권리를 보장한다.
2. 경쟁은 신의성실의 원칙, 공정성의 원칙, 국익·공익 및 기업과 소비자의 정당한 권익에 대한 침해금지의 원칙에 기초해 이루어져야 한다.

제6조 (경쟁에 관한 국가의 정책)

1. 국가는 건전하고 공정하며 투명한 경쟁 환경을 만들고 유지한다.
2. 국가는 경쟁을 장려하고 법률의 규정에 따라 기업활동에서 경쟁의 자유에 대한 권리를 보장한다.
3. 국가는 시장에 대한 접근성을 높이고 효율성 및 사회 복지를 개선하며 소비자의 이익을 보호한다.
4. 국가는 사회와 소비자가 경쟁법의 집행을 감독할 수 있도록 한다.

제7조 (경쟁에 대한 규제기관의 역할)

1. 정부는 경쟁에 대한 국가 관리를 통일적으로 수행한다.
2. 산업통상부는 경쟁에 대한 국가 관리와 관련하여 정부를 지원하는 전담부처이다.
3. 부처 및 장관급 기관은 소관 사무와 권한의 범위에서 경쟁에 대한 국가 관리와 관련하여 산업통상부를 지원한다.
4. 지방의 인민위원회는 소관 사무와 권한의 범위에서 경쟁에 대한 국가 관리 업무를 수행한다.

제8조 (경쟁과 관련된 금지 행위)

1. 국가기관은 시장에서의 경쟁을 방해하는 다음의 행위를 하여서는 아니 된다.
   a) 사업자, 단체 또는 개인에게 특정 상품의 구매·판매 또는 용역의 제공을 하거나 하지 아니하도록 강요, 요구, 권고하는 행위; 사업자, 단체 또는 개인이 다른 사업자로부터 또는 다른 사업자에게 특정 상품의 구매·판매 또는 용역의 제공을 하거나 하지 아니하도록 강요, 요구, 권고하는 행위. 단, 국가가 독점하고 있는 분야의 상품 및 용역의 경우나 법률에 규정된 긴급 상황의 경우는 제외한다.
   b) 사업자 간 차별행위
   c) 시장에서의 경쟁을 저해하기 위해 사업자 단체, 직군 단체 또는 사업자가 서로 협력하도록 강요, 요구, 권고하는 행위
   d) 자신의 지위와 권한을 이용하여 경쟁에 불법적으로 개입하는 행위
2. 단체 및 개인은 사업자가 경쟁제한적 행위 또는 불공정 경쟁 행위를 하도록 정보를 제공하거나, 동원하거나, 독려하거나, 강요하거나, 이를 도와서는 아니 된다.

제2편. 관련 시장 및 시장점유율

제9조 (관련 시장의 획정)

1. 관련 시장은 관련 상품시장 및 관련 지역시장을 기준으로 정의한다.
   관련 상품시장은 제품의 특성, 가격 및 사용목적으로 인해 상호 대체 가능한 것으로 간주되는 모든 상품 및 용역으로 구성된다.
   관련 지역시장은 경쟁의 조건이 동일할 경우 제공된 상품 또는 용역이 상호 대체가능한 특정의 지리적 영역으로서 인접 지리적 영역과 상당한 차별성을 지니는 것을 말한다.
2. 정부는 이 조 제1항에 대한 가이드라인을 제공한다.

제10조 (시장점유율과 합산시장점유율의 결정)

1. 관련 시장의 특성 및 성격에 따라 관련 시장에서 사업자의 시장점유율은 다음의 방법 중 어느 하나를 사용하여 결정한다.
   a) 월별, 분기별 또는 연간 기준으로 관련 시장 내 사업자들의 전체 매출액 중 특정 사업자의 매출액 비중
   b) 월별, 분기별 또는 연간 기준으로 관련 시장 내 사업자들의 전체 구매액 중 특정 사업자의 구매액 비중
   c) 월별, 분기별 또는 연간 기준으로 관련 시장 내 사업자들의 상품 또는 용역의 전체 판매 수량 중 특정 사업자의 판매 수량 비중
   d) 월별, 분기별 또는 연간 기준으로 관련 시장 내 사업자들의 상품 또는 용역의 전체 구매 수량 중 특정 사업자의 구매 수량 비중
2. 합산시장점유율은 경쟁제한적 행위 또는 경제력 집중에 참여하는 사업자들의 관련 시장에서의 시장점유율의 합계로 한다.
3. 제1항의 시장점유율을 결정하는 데 사용되는 매출액 또는 구매액은 베트남의 회계 기준에 따라 정한다.
4. 사업자의 회계연도가 1년 미만인 경우에는 제1항의 시장점유율을 결정하는 데 사용되는 매출액, 구매액, 재화 및 용역의 판매 수량이나 구매 수량은 영업개시일부터 시장점유율의 결정일까지를 기준으로 계산한다.
5. 정부는 이 조에 대한 가이드라인을 제공한다.

제3편. 경쟁제한적 합의

제11조 (경쟁제한적 합의)

1. 직간접적으로 상품 또는 용역의 가격을 유지하는 합의
2. 고객분할, 시장분할, 상품 공급 분할, 용역 제공 분할에 관한 합의

3. 생산, 구매, 판매되는 상품 또는 제공되는 용역의 수량이나 품질을 제한하거나 통제하는 합의
4. 상품 또는 용역의 공급을 위한 입찰에 참여 시 하나 또는 그 이상의 당사자가 낙찰을 받을 수 있도록 공모하는 합의
5. 다른 사업자가 시장에 진입하거나 사업을 개발시키는 것을 방해하거나 저지 또는 허용하지 않기로 하는 합의
6. 합의의 당사자 이외의 사업자는 시장에서 배제하기로 하는 합의
7. 기술, 기술 개발 및 투자를 제한하는 합의
8. 다른 사업자에게 상품이나 용역의 구매나 판매 계약 조건을 부과하거나 계약과 직접적인 관련이 없는 의무를 강요하는 합의
9. 계약 당사자 이외의 사업자와 거래하지 않도록 하는 합의
10. 계약 당사자 이외의 사업자의 소비 시장, 상품 및 서비스 공급원을 제한하는 합의
11. 그 밖에 경쟁제한적 효과를 야기하거나 야기할 수 있는 합의

제12조 (금지되는 경쟁제한적 합의)

1. 동일한 관련 시장에 있는 사업자는 제11조 제1항부터 제3항까지에 규정된 경쟁제한적 합의에 참여하여서는 아니 된다.
2. 사업자는 제11조 제4항부터 제6항까지에 규정된 경쟁제한적 합의에 참여하여서는 아니 된다.
3. 동일한 관련 시장에 있는 사업자는 시장에 경쟁제한적 효과를 야기하거나 야기할 우려가 있는 한 제11조 제7항부터 제11항까지에 규정된 경쟁제한적 계약에 참여하여서는 아니 된다.
4. 특정상품이나 용역의 동일한 생산망, 유통망, 공급망 내의 각기 다른 단계에서 사업을 영위하는 사업자들은 시장에 경쟁제한적 효과를 야기하거나 야기

할 우려가 있는 한 제11조 제1항부터 제3항까지 및 같은 조 제7항부터 제11항까지에 규정된 경쟁제한적 계약에 참여하여서는 아니 된다.

제13조 (경쟁제한적 합의에 의해 야기되거나 야기되었을 수 있는 실질적 경쟁제한적 효과의 평가)

1. 국가경쟁위원회는 다음 항목들에 기초해서 특정 경쟁제한적 합의에 의해 야기되었거나 야기되었을 수 있는 실질적인 경쟁제한적 효과를 평가한다.
   a) 합의에 참여하는 사업자의 시장점유율
   b) 시장의 진입 및 확장에 대한 장벽
   c) 기술연구, 개발, 개선에 대한 제한 또는 기술 역량 제한
   d) 필수기반시설에 대한 접근 또는 소유 제한
   dd) 합의에 참여한 사업자의 상품 및 용역을 구매하거나 다른 관련 상품으로 전환하는데 소요되는 거래상대방의 비용 및 시간의 증가
   e) 합의에 참가한 사업자와 관련된 분야나 영역에서 다른 특정요인의 통제를 통한 시장에서의 경쟁 방해
2. 정부는 제1항에 대한 가이드라인을 제공한다.

제14조 (경쟁제한적 합의 금지에 대한 면제)

1. 이 법 제12조에 따라 금지되는 제11조 제1항부터 제3항까지 및 같은 조 제7항부터 제11항까지에 규정된 경쟁제한적 합의는 다음 중 어느 하나의 조건을 충족시키고 소비자에게 이익이 된다면 일정기간 예외로서 허용된다.
   a) 기술 및 기술 발전 촉진, 상품 및 서비스의 품질 향상
   b) 국제 시장에서 베트남 기업의 경쟁력 향상
   c) 제품군의 품질 표준 및 기술 표준의 단일화 촉진
   d) 가격 및 가격 요소와 관련이 없는 계약 이행, 상품 배송 및 지불에 관한 조건의 통일

2. 다른 관련 법률에 따른 노동 협약이나 특정 분야에서의 협력 약정의 경우에는 이 법의 규정에 따라 면제 된다.

제15조 (경쟁제한적 합의 금지에 대한 면제 신청)

1. 경쟁제한적 합의를 하려는 사업자는 금지된 경쟁제한적 합의에 대한 면제 신청(이하 "면제신청"이라 한다)을 국가경쟁위원회에 제출하여야 한다.
2. 면제 신청에 필요한 서류 :
   a) 국가경쟁위원회가 발행한 신청서
   b) 당사자들이 합의한 초안 내용;
   c) 사업자 단체가 합의에 참여하는 경우에는 경쟁제한적 합의에 참여하는 각 사업자의 사업자 등록증 또는 이에 상응하는 문서의 유효한 사본 및 단체 헌장 사본
   d) 면제신청서 제출 연도의 직전 2년의 연속 재무제표 또는 신설 기업인 경우에는 설립 시점부터 면제신청서 제출 시까지의 재무제표로서 법률의 규정에 따라 회계법인의 인증을 받은 것
   dd) 증빙자료와 함께 동봉된 제14조 제1항에 명시된 면제 자격에 관한 상세 설명 보고서
   e) 경쟁제한적 합의의 당사자에 의해 부여된 대표자격 확인서
3. 신청서를 제출한 당사자는 신청서의 진실성에 대하여 책임을 진다. 신청서가 외국어로 작성된 경우 베트남어로 번역하여 제출한다.

제16조 (면제신청의 접수)

1. 면제신청의 접수는 국가경쟁위원회가 담당한다.
2. 국가경쟁위원회는 면제 신청서 수령 후 7영업일 이내에 신청자에게 신청의 완전성 및 유효성 여부를 서면으로 통보해야 한다.

신청이 불완전하거나 무효인 경우, 국가경쟁위원회는 보완사항을 신청자에게 서면으로 통보하고 통보일로부터 30일간의 수정기간을 부여한다.
30일이 지나도 수정되지 아니하거나, 신청이 불완전하게 수정된 경우 국가경쟁위원회는 신청을 반려한다.

3. 신청이 완료되고 유효하다는 통지를 받은 후 신청자는 법률에 규정된 접수수수료를 지불해야 한다.
4. 신청자가 승인 수수료를 완납한 때에 신청은 접수된다.

제17조 (면제신청 시 추가문서 요청)

1. 면제 신청이 접수된 이후 국가경쟁위원회는 신청자에게 경쟁제한적 합의 이행 의사와 관련된 추가 문서를 요청할 수 있다.
2. 신청자가 추가 서류를 제공하지 않거나 제공된 추가 서류가 미비한 경우에는 국가경쟁위원회는 제공된 서류에 따라 신청을 심사한다.

제18조 (면제신청 처리 중 협의)

1. 국가경쟁위원회는 금지된 경쟁제한적 합의의 내용에 관해 관련 기관, 조직 및 개인과 협의할 수 있다.
2. 관련 기관, 조직 및 개인은 협의 요청 접수일로부터 15일 이내에 서면으로 답변하고 협의내용을 뒷받침하는 서류를 제공하여야 한다.

제19조 (면제신청의 철회)

1. 신청자는 면제 신청을 철회할 수 있다. 이러한 신청의 철회 요청은 국가경쟁위원회에 대해 서면으로 이루어져야 한다.
2. 신청자가 면제 신청을 철회하여도 접수수수료가 반환되지는 아니 한다.

제20조 (면제권한 및 기한)

1. 국가경쟁위원회는 이 법에서 정하는 바에 따라 면제를 승인하거나 승인하지

아니할 권한을 가진다. 면제가 승인되지 아니하는 경우에는 그 이유가 서면으로 설명되어야 한다.

2. 면제의 승인 여부는 신청이 접수된 날로부터 60일 이내에 이루어져야 한다.
3. 사안이 복잡한 경우에는 국가경쟁위원회는 제2항에 규정된 기간을 연장할 수 있으나 연장되는 기간은 30일을 초과할 수 없다. 기간의 연장은 최소한 면제 승인 여부 심사기간 마감일의 3일 전까지는 신청자에게 통보되어야 한다.
4. 국가경쟁위원회가 면제 절차 및 기간에 대한 규정을 위반한 경우에는 사업자는 법에 따라 이의신청을 하거나 소송을 제기할 수 있다.

제21조 (면제결정)

1. 면제결정에는 다음의 내용이 반드시 포함되어야 한다.
   a) 합의에 참여하는 당사자의 이름과 주소
   b) 수행할 합의의 내용
   c) 합의에 참여하는 당사자의 조건 및 의무
   d) 면제기간
2. 면제결정은 결정일로부터 7영업일 이내에 합의에 참여하는 당사자에게 발송되어야 한다.
3. 제1항제d호의 면제기간은 결정일로부터 5년을 초과할 수 없다.
   합의에 참여하는 당사자의 신청이 있으면 국가경쟁위원회는 면제기간 만료 전 90일 이내에 면제기간의 연장 여부를 검토한다. 연장이 승인된 경우 연장되는 기간은 연장 승인일로부터 5년을 초과할 수 없다.

제22조 (면제 대상이 되는 경쟁제한적 합의의 이행)

1. 제14조제1항에 따라 면제 대상이 되는 경쟁제한적 합의에 참여하는 당사자는 제21조에 규정 된 면제 결정을 받은 후에만 합의를 이행할 수 있다.

2. 면제를 받을 수 있는 합의에 참여하는 당사자는 제21조에 규정된 면제 결정을 준수하여야 한다.

제23조 (면제결정의 취소)

1. 다음 각 호의 사유가 있으면 국가경쟁위원회는 면제 결정을 무효로 한다.
   a) 면제 적격을 상실한 경우
   b) 면제 신청 과정에서 기망행위가 있었던 경우
   c) 면제를 받는 사업자가 면제결정에 명시된 조건과 의무를 충족하지 못하는 경우
   d) 면제 자격에 대한 부정확한 정보를 기반으로 면제 결정이 내려진 경우
2. 면제를 받은 기업이 면제 적격을 상실한 경우에는 국가경쟁위원회에 그 사실을 통보하고 국가경쟁위원회는 면제 결정을 무효로 하는 결정을 한다.
3. 면제결정의 무효는 결정일로부터 7영업일 이내에 합의에 참여하는 당사자에게 발송되어야한다.

제4편. 지배적 지위 남용, 독점적 지위 남용

제24조 (시장에서 지배적인 지위를 차지하는 사업자, 사업자 집단)

1. 하나의 사업자가 제26조에 규정된 실질적인 시장지배력을 가지고 있거나 시장점유율이 30% 이상인 경우에는 관련 시장에서 지배적 지위를 보유한 것으로 간주한다.
2. 사업자 집단이 공동으로 경쟁제한적 효과를 야기하고, 제26조에 규정된 실질적인 시장지배력을 가지고 있거나 합산 시장점유율이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 시장에서 지배적 지위를 보유한 것으로 간주한다.
   a) 관련 시장에서 합산 시장점유율이 50% 이상인 두 개의 사업자

b) 관련 시장에서 합산 시장점유율이 65% 이상인 3개의 사업자

c) 관련 시장에서 합산 시장점유율이 75% 이상인 4개의 사업자

d) 관련 시장에서 합산 시장점유율이 85% 이상인 5개 이상의 사업자

3. 제2항에 따라 사업자 집단이 시장점유율을 가졌는지 판단하는 경우 관련 시장에서 10% 미만의 시장점유율을 가진 사업자는 제외한다.

제25조 (독점적 지위를 가진 사업자)

사업자가 관련 시장에서 거래하는 상품이나 용역에 대해 경쟁하는 사업자가 없는 경우에는 그 사업자는 독점적 지위를 보유한 것으로 간주된다.

제26조 (실질적인 시장지배력의 결정)

1. 단일 사업자 또는 사업자 집단의 실질적인 시장지배력은 다음 사항에 따라 결정된다.

a) 관련 시장에서 사업자의 시장 점유율

b) 사업자의 재무 건전성 및 재정규모

c) 시장으로의 진입 및 다른 기업으로의 확장에 대한 장벽

d) 상품의 유통시장, 상품의 소비시장 또는 공급원을 취득, 평가, 통제할 수 있는 능력

dd) 기술 및 기술 인프라의 이점

e) 인프라를 보유, 취득 및 평가할 권리

g) 지적 재산권의 실질적 내용을 보유하거나 사용할 권리

h) 다른 상품 및 관련 용역과 연관된 다른 공급원 또는 수요처로 이전할 수 있는 능력

i) 사업자가 사업을 영위하는 분야의 특별요소

2. 정부는 제1항에 대한 가이드라인을 제공한다.

제27조 (지배적 지위 남용 또는 독점적 지위 남용 금지)

1. 시장에서 지배적 지위를 차지하고 있는 사업자 또는 사업자 집단은 다음의 행위를 하여서는 아니 된다.
   a) 경쟁 업체를 시장에서 몰아낼 수 있는 금액 이하로 상품을 판매하거나 용역을 제공하는 행위
   b) 거래상대방에게 피해를 야기하거나 야기할 수 있는 상품 또는 용역의 비합리적인 구매가격 또는 판매가격 부과나, 최소 재판매가격 유지 기준 설정
   c) 거래상대방에게 피해를 야기하거나 야기할 수 있는 상품 또는 용역의 생산 및 유통 제한, 시장 제한, 기술 및 기술 개발에 대한 방해
   d) 다른 사업자의 시장진입이나 확장을 방해하거나 다른 사업자를 시장에서 배제시킬 우려가 있는 거래조건의 차별적 적용
   dd) 계약의 목적과 직접적인 관련이 없는 의무를 수용하도록 요구하거나 상품이나 용역의 구매 또는 판매 계약의 종료와 관련하여 다른 사업자에 대해 조건을 부과함으로써 다른 사업자의 시장진입이나 확장을 방해하거나 다른 사업자를 시장에서 배제시킬 우려를 야기하는 행위
   e) 다른 사업자의 시장 진입 또는 확장 방해
   f) 그 밖에 다른 법률에서 금지하고 있는 지배적 지위의 남용 행위
2. 독점적 지위를 가진 사업자는 다음의 행위를 하여서는 아니 된다.
   a) 제1항 제b호, 제c호, 제d호, 제dd호 및 제e호에 규정된 행위
   b) 거래상대방에게 불리한 조건을 부과하는 행위
   c) 정당한 사유 없이 이미 서명된 계약을 일방적으로 수정하거나 취소하기 위해 독점적 지위를 이용하는 행위
   d) 그 밖에 다른 법률에서 금지하고 있는 독점적 지위의 남용 행위

제28조 (국가가 독점하고 있는 분야에서 운영되는 기업의 통제)

1. 국가는 다음의 조치를 통해 국가가 독점하고 있는 분야에서 운영되는 기업을 통제한다.
   a) 국가가 독점하고 있는 분야에서 상품 및 용역의 구매가격 및 판매가격 결정
   b) 국가가 독점하고 있는 분야에서 상품 및 용역의 수량, 규모 및 시장범위 결정
   c) 이 법 및 관련 법률의 규정에 따라 국가가 독점하고 있는 분야에서 상품 및 서비스와 관련된 시장지도 및 시장조성
2. 국가가 독점하고 있는 분야 외에서 다른 사업 활동을 수행할 때에는 해당 사업자는 제1항을 적용받지 아니하나 이 법의 다른 규정까지 적용받지 아니하는 것은 아니다.

제5편. 경제력 집중

제29조 (경제력 집중의 분류)

1. 경제력 집중은 다음과 같이 분류한다.
   a) 사업자의 흡수합병
   b) 사업자의 신설합병
   c) 사업자 인수
   d) 사업자 간 합작 투자
   dd) 그 밖에 법률로 정해진 경제력 집중
2. 사업자의 흡수합병이란 하나의 사업자 또는 여러 사업자가 자신의 모든 재산, 권리, 의무 및 적법한 이익을 다른 사업자에게 양도하고 자신의 존재를 소멸시키는 행위를 말한다.
3. 사업자의 신설합병이란 둘 이상의 사업자가 그들의 모든 재산, 권리, 의무

및 적법한 이익을 이전하여 새로운 사업자를 신설하고 자신의 존재를 소멸시키는 행위를 말한다.

4. 사업자 인수는 사업자가 다른 사업자의 거래의 전부 또는 일부를 통제하거나 지배하기에 충분한 수준으로 다른 사업자의 재산이나 주식의 전부 또는 일부를 취득하는 행위를 말한다.
5. 사업자 간 합작투자란 둘 이상의 사업자가 재산, 권리, 의무 및 적법한 이익의 일부를 공동으로 새로운 사업자의 설립에 공여하는 행위를 말한다.

제30조 (금지된 경제력 집중)

경제력 집중은 베트남 시장에 상당한 경쟁제한적 효과를 야기하거나 야기할 가능성이 있는 경우에는 허용되지 아니 한다.

제31조 (경제력 집중에 기인하거나 기인하였을 수 있는 실질적인 경쟁제한적 효과의 평가)

1. 국가경쟁위원회는 다음 요인에 근거하여 경제력 집중으로 인한 실질적인 경쟁제한적 영향을 평가한다.
   a) 관련 시장에 경제력 집중을 하는 사업자들의 합산 시장점유율
   b) 경제력 집중 전후로 관련 시장에 대한 집중도
   c) 생산망, 유통망 또는 공급망에서 특정 종류의 상품 또는 용역에 대한 경제력 집중에 관여하는 당사자 간의 관계 또는 상호보완적인 경제적 집중에 관여하는 당사자의 사업 분야
   d) 관련 시장의 경제력 집중으로 인한 경쟁 우위
   dd) 경제력 집중 이후 사업자가 가격 또는 매출액을 크게 증가시킬 수 있는 능력
   e) 경제적 집중 후 다른 사업자의 시장 진입 또는 확장을 배제하거나 방해할 수 있는 사업자의 능력

g) 사업자가 경제력을 집중하고 있는 분야나 영역의 특수 요인

2. 정부는 제1항에 대한 가이드라인을 제공한다.

제32조 (경제력 집중의 긍정적 효과 평가)

1. 국가경쟁위원회는 다음 사항 중 어느 하나 또는 둘 이상을 종합하여 경제력 집중의 긍정적 효과를 평가한다.
   a) 국가의 전략 및 계획에 따른 분야, 영역, 과학 및 기술의 개발에 대한 긍정적인 영향
   b) 중소기업의 발전에 대한 긍정적인 영향
   c) 국제 시장에서 베트남 기업의 경쟁력 향상
2. 정부는 제1항에 대한 지침을 제공한다.

제33조 (경제력 집중 신고)

1. 경제력 집중에 참여하는 사업자는 신고기준에 해당하는 경우 경제력 집중을 개시하기 전에 제34조에 따라 경제력 집중 신고서(이하 "신고서"라 한다)를 국가경쟁위원회에 제출하여야 한다.
2. 신고기준은 다음 기준의 어느 하나에 따라 결정한다.
   a) 베트남 시장에서 경제력을 집중하는 사업자의 자산총액
   b) 베트남 시장에서 경제력을 집중하는 사업자의 총 매출액
   c) 경제력 집중의 거래 가치
   d) 관련 시장에서 경제력 집중에 참여하는 사업자의 합산 시장점유율
3. 정부는 기간별로 사회 경제적 조건을 고려하여 이 조에 대한 가이드라인을 제공한다.

제34조 (신고서)

1. 신고서는 다음과 같은 것을 내용으로 한다.

a) 국가경쟁위원회가 발행한 경제력 집중 신고서식

b) 합의된 경제력 집중의 내용 또는 계약 초안에 합의된 내용, 사업자 사이에 경제력 집중에 관해 작성한 양해 각서

c) 경제력 집중에 참여하는 모든 사업자의 유효한 사업자등록증 사본

d) 경제력 집중에 참여하는 모든 사업자의 신고 연도 직전 2년간의 재무제표, 신설 기업의 경우에는 법률로 정한 바에 따라 설립 시점부터 신고시점까지의 재무제표

dd) 경제력 집중에 참여하는 모든 사업자의 모회사, 자회사, 관계 회사, 지점, 대표 사무소 및 그 밖의 계열사 목록(있는 경우)

e) 경제력 집중에 참여하는 각 사업자가 취급하는 상품 및 용역의 목록

g) 경제력 집중에 참여하는 모든 사업자의 신고 연도 직전 2년간의 경제력 집중 발생 부문의 시장점유율에 관한 정보

h) 경제력 집중이 야기할 수 있는 경쟁제한적 효과에 대한 시정방안 신청

i) 경제력 집중의 긍정적 효과에 대한 평가 및 경제력 집중의 긍정적 효과 제고 방안에 관한 보고서

2. 신고서를 제출하는 기업은 그 제출서류의 진실성에 대해 책임을 진다. 제출서류가 외국어로 작성된 경우 베트남어로 번역되어야 한다.

제35조 (신고서 접수)

1. 신고서는 국가경쟁위원회가 접수한다.
2. 국가 경쟁위원회는 신고서 수령 후 7영업일 이내에 신고인에게 신고의 완전성 및 유효성 여부를 서면으로 통보해야 한다.

   신고가 불완전하거나 무효인 경우, 국가경쟁위원회는 보완사항을 신고인에게 서면으로 통보하고 통보일로부터 30일간의 수정기간을 부여한다.

   30일이 지나도 수정되지 아니하거나, 신고가 불완전하게 수정된 경우 국가경쟁위원회는 신고를 반려한다.

제36조 (경제력 집중의 예비심사)

1. 국가경쟁위원회는 경제력 집중의 예비심사를 책임진다. 경제력 집중의 예비심사에서 검토하는 것은 다음과 같다.
   a) 관련 시장에서 경제력 집중에 참여하는 사업자들의 합산 시장점유율
   b) 경제력 집중 전후의 관련 시장의 집중도
   c) 생산망, 유통망 또는 공급망에서 특정 종류의 상품 또는 용역에 대한 경제력 집중에 관여하는 당사자 간의 관계 또는 상호보완적인 경제적 집중에 관여하는 당사자의 사업 분야
2. 국가경쟁위원회는 완전하고 유효한 신고서를 접수한 날로부터 30일 이내에 다음과 같은 예비심사 결과를 통지한다.
   a) 경제력 집중이 승인되었음
   b) 해당 경제력 집중이 추가적인 정식심사의 대상이 되었음
3. 제2항에 규정한 30일이 경과할 때까지 국가경쟁위원회가 예비심사 결과를 통지하지 아니하는 경우에는 경제력 집중을 진행할 수 있으며 국가경쟁위원회는 제2항제b호에 규정한 사항을 통보할 수 없다.
4. 정부는 제1조에 대한 가이드라인과 제2조제b호에 따른 정식심사 대상이 되는 경제력 집중의 판단기준을 제공하여야 한다.

제37조 (경제력 집중의 정식심사)

1. 국가경쟁위원회는 제36조제2항제b호에 따른 예비심사 결과의 통지일로부터 90일간 경제력 집중의 정식심사를 수행한다.
   사안이 복잡한 경우에는 경제력 집중의 정식심사 기간을 연장할 수 있다. 다만, 그 기간은 60일을 초과할 수 없고, 국가경쟁위원회는 신고서를 제출한 사업자에게 이를 통보하여야 한다.
2. 경제력 집중과 관련하여 다음의 사항들이 공식적으로 심사된다.

a) 제31조에 규정된 경제력 집중으로 인해 야기되거나 야기될 수 있는 실질적인 경쟁제한적 효과의 평가 및 해당 경쟁제한적 효과에 대한 개선방안
b) 제32조에 규정된 경제력 집중의 긍정적 효과 평가 및 경제력 집중의 긍정적 효과를 제고하기 위한 방안
c) 경제력 집중과 관련하여 고려해야 할 사항을 기초를 이루는 경쟁제한적 효과와 친경쟁적 효과의 종합적 평가

제38조 (경제력 집중에 관한 추가서류)

1. 경제력 집중을 정식으로 심사하는 동안 국가경쟁위원회는 신고서를 제출한 사업자에게 보완서류를 제출하도록 요구할 수 있다. 다만 그 요구는 2회를 초과하여서는 아니 된다.
2. 신고서를 제출한 사업자는 경제력 집중에 대한 보완서류를 제출하여야 하며, 국가경쟁위원회의 요청에 따라 제공된 서류의 완전성과 정확성에 대하여 책임을 진다.
3. 사업자가 보완서류를 제공하지 아니하거나 부족한 서류를 제공하지 아니할 경우 국가경쟁위원회는 제공된 서류에 따라 신청을 검토한다.
4. 제2항에 규정된 보완서류의 제출에 소요되는 기간은 제37조 제1항에 규정된경제력 집중 심사 기간에 포함하지 아니한다.

제39조 (경제력 집중 심사과정에서의 협의)

1. 국가경쟁위원회는 경제력 집중 심사과정에서 경제력 집중에 참여하는 사업자가 사업을 영위하는 분야나 영역을 관리하는 기관과 협의할 수 있다.
   해당 기관은 국가경쟁위원회의 협의요청을 받은 날로부터 15일 이내에 서면으로 답변을 하고 협의를 뒷받침하는 서류를 제공하여야한다.
2. 경제력 집중을 심사하는 동안 국가경쟁위원회는 다른 관련 기관과 협의할 수 있다.

제40조 (경제력 집중 심사과정에서 관련 법인의 문서 제출 의무)

1. 관련 법인은 법률에서 달리 정하는 바가 없으면 경제력 집중 심사 과정에서 국가경쟁위원회가 요청한 서류를 완전하고, 정확하며, 신속하게 제공하여야 한다.
2. 국가경쟁위원회는 법률에 따라 제공된 문서의 기밀을 보장하여야 한다.

제41조 (경제력 집중 결정)

1. 경제력 집중에 대한 정식심사가 완료되면 국가경쟁위원회는 다음과 같은 결정을 내린다.
   a) 경제력 집중이 승인되었음
   b) 경제력 집중이 제42조에 따른 조건을 따라야 함
   c) 경제력 집중이 금지됨
2. 제1항의 경제력 집중 결정은 결정일로부터 5영업일 이내에 경제력 집중에 참여하는 사업자에게 송부되어야 한다.
3. 국가경쟁위원회가 정해진 기한을 도과하여 결정을 하고, 이로 인해 기업에 손해를 끼치는 경우에는 법률에 따라 그 손해를 배상한다.

제42조 (조건부 경제력 집중)

조건부 경제력 집중이란 경제력 집중이 승인되었지만 다음의 어느 하나 또는 특정한 조건들이 적용되는 경제력 집중을 말한다.

1. 경제력 집중에 참여하는 사업자의 전체 또는 부분적 분할, 자본의 부분적 재판매
2. 경제력 집중 이후에 발생한 사업자의 영업상 계약에서 상품, 용역 또는 그 밖의 거래조건의 구매 또는 판매가격과 관련된 내용 통제
3. 시장에서의 경쟁에 악영향을 미칠 가능성을 시정하기 위한 시정방안
4. 경제력 집중의 긍정적 효과를 높이기 위한 그 밖의 조치

제43조 (경제력 집중의 이행)

1. 제36조 제2항 제a호, 제3항 및 제41조 제1항 제a호, 제b호에 규정된 경제력 집중에 참여하는 사업자는 사업자에 대한 법률의 규정 및 다른 관련 법률에 따라 경제력 집중 절차를 진행할 수 있다.
2. 제42조 제1항 제b호에 규정된 경제력 집중에 참여하는 사업자는 반드시 국가경쟁위원회의 결정에 적시된 경제력 집중을 위한 조건을 충족한 이후에 경제력 집중 절차를 진행할 수 있다.

제44조 (경제력 집중 규제 위반)

다음과 같은 행위는 경제력 집중 규제 위반에 해당한다.

1. 사업자가 이 법의 규정에 따른 경제력 집중을 신고하지 아니한 경우
2. 사업자가 제36조 제3항의 경우를 제외하고 제36조 제2항에 따른 국가경쟁위원회의 예비심사 결과를 통보받지 아니하고 경제력 집중을 실행한 경우
3. 사업자가 제41조에 따른 국가경쟁위원회의 경제력 집중 결정 이전에 경제력 집중을 실행한 경우
4. 사업자가 제41조 제1항 제b호에 따라 경제력 집중 결정에 명시된 조건을 충족하지 못하였거나 완전히 충족시키지 못한 경우
5. 사업자가 제41조 제1항 제c호에서 금지하는 경제력 집중을 실행한 경우
6. 사업자가 제30조에 따라 금지된 경제력 집중을 실행한 경우

제6편. 불공정 경쟁 행위의 금지

제45조 (금지되는 불공정 경쟁 행위)

1. 다음과 같은 형태의 영업비밀 침해 :
   a) 영업비밀 보유자의 비밀유지조치에 반하여 영업비밀을 평가하고 취득하는 행위

b) 보유자의 동의 없이 영업비밀을 공개하거나 사용하는 행위

2. 다른 사업자의 고객이나 사업 파트너를 협박하거나 강압하여 해당 사업자와 거래를 하지 못하도록 하거나 거래를 중단하도록 하는 행위
3. 경쟁사업자의 영업권, 재무상태 또는 사업 운영에 부정적인 영향을 미치는 경쟁사업자에 대한 허위정보를 직간접적으로 제공함으로써 경쟁사업자의 신용을 저해하는 행위
4. 경쟁사업자의 합법적 영업 운영에 직간접적으로 개입하거나 이를 방해함으로써 경쟁사업자의 영업을 방해하는 행위
5. 다음과 같은 방법을 통한 불법적 고객유인
   a) 경쟁사업자의 고객을 유인하기 위해 사업자 또는 상품, 용역, 판촉프로그램, 사업자가 제공하는 상품 또는 용역과 관련된 거래조건 등에 관하여 고객에게 허위 또는 오인을 유발할 수 있는 정보 제공
   b) 사업자의 상품 또는 용역을 입증할 근거 없이 경쟁사업자의 같은 종류의 상품 또는 용역과 비교
6. 경쟁사업자를 시장에서 몰아내거나 몰아낼 수 있는 수준의 비용 이하로 상품 및 용역 판매
7. 그 밖에 다른 법률에서 금지하고 있는 불공정 경쟁 행위

제7편. 국가경쟁위원회

제46조 (국가경쟁위원회)

1. 국가경쟁위원회는 산업통상부 산하 기관으로 위원장, 부위원장 및 위원으로 구성된다.
   국가경쟁위원회를 지원하는 기구로 경쟁청 및 그 외의 부서를 둔다.
2. 국가경쟁위원회는 다음과 같은 권한과 임무를 지닌다.
   a) 경쟁에 관한 국가관리를 수행하기 위해 산업통상부 장관에게 조언 제공

b) 경쟁법 집행 절차 개시, 경제력 집중 통제, 면제결정의 승인 검토, 종국결정에 대한 이의신청 처리 및 이 법 및 다른 법률의 규정에 따른 그 밖의 의무

3. 정부는 국가경쟁위원회의 직무, 권한 및 조직 구조에 대한 가이드라인을 제공한다.

제47조 (국가경쟁위원회 위원장)

국가경쟁위원회의 위원장은 국가경쟁위원회를 대표하며, 국가경쟁위원회의 운영에 관하여 법적 책임을 진다.

제48조 (국가경쟁위원회 위원)

1. 국가경쟁위원회의 위원은 이 법에서 정하는 경쟁법 집행 절차에 따라 경쟁사건처리위원회 및 경쟁사건이의신청처리위원회의 위원으로 활동한다.
2. 국가경쟁위원회의 최대 위원 수는 대통령 및 그 밖의 위원을 포함하여 15명으로 한다. 국가경쟁위원회 위원은 산업통상부 공무원, 관련 부처 공무원, 전문가 및 과학자로 구성한다.
3. 국가경쟁위원회 위원은 산업통상부 장관의 요청에 따라 국무총리가 임명하고 해임한다.
4. 국가경쟁위원회 위원의 임기는 5년이며 재임할 수 있다.

제49조 (국가경쟁위원회 위원의 자격)

1. 좋은 도덕적 자질, 성실성 및 정직성을 갖춘 베트남 시민일 것
2. 법학, 경제학 또는 금융 분야에서 최소한 학사 학위 이상을 취득하였을 것
3. 제2항에 규정된 분야 중 하나에서 최소 9년의 근무 경력이 있을 것

제50조 (경쟁청)

1. 경쟁청은 국가경쟁위원회 산하 기관으로 이 법 위반에 대한 조사를 담당한다.

2. 경쟁청은 다음과 같은 권한과 의무를 가진다.

a) 법위반 혐의 포착을 위한 정보 수집

b) 경쟁사건 조사 기획

c) 경쟁사건의 조사 및 처리 과정에서 법위반을 방지하고 법위반에 대한 제재 부과를 보증할 수 있는 조치의 적용, 변형 및 취소 신청

d) 법률에 따라 경쟁사건에 대한 조사과정에서 조사조치 수행

dd) 그 밖에 국가경쟁위원회 위원장이 지정한 의무

제51조 (경쟁청장)

1. 경쟁청장은 국가경쟁위원회 위원장이 임명 또는 해임한다.
2. 경쟁청장은 제50조의 사무를 이행하기 위하여 경쟁청의 운영을 조직할 책임을 진다.

제52조 (조사관)

1. 조사관은 국가경쟁위원회 위원장이 임명한다.
2. 조사관은 경쟁청장이 지정한 경쟁사건을 조사하여야 한다.

제53조 (조사관의 자격)

1. 좋은 도덕적 자질, 성실성 및 정직성을 갖춘 베트남 시민일 것
2. 국가경쟁위원회의 직원일 것
3. 법학, 경제학, 금융 또는 정보 기술 분야에서 최소한 학사 학위 이상을 취득할 것
4. 제3항의 분야 중 하나에서 최소 5년 이상의 근무 경력이 있을 것
5. 조사 절차에 대한 교육을 받을 것

제8편. 경쟁법 집행 절차

제1장. 일반 조항

제54조 (경쟁법 집행 절차의 원칙)

1. 경쟁법 집행 기관, 경쟁법 집행 공무원, 경쟁법 집행 절차의 참여인 및 이해관계자에 대한 모든 경쟁법 집행 절차는 이 법의 규정을 따라야 한다.
2. 경쟁법 집행 절차의 수행 과정에서 경쟁법 집행 기관, 경쟁법 집행 공무원 및 경쟁법 집행 절차의 참여인은 소관 업무와 권한의 범위에서 법률에 따라 경쟁사건의 비밀 및 사업자의 영업비밀을 유지하여야 한다.

제55조 (경쟁법 집행 절차에서 사용하는 언어)

경쟁법 집행절차에 사용되는 언어는 베트남어로 한다. 경쟁법 집행절차에 참여하는 참여인은 모국어를 사용할 권한이 있다. 이 경우 베트남어로 번역을 하여야 한다.

제56조 (증거)

1. 증거란 경쟁법 위반 여부를 판단하고 사업자를 제재하는 데 기초로 사용되는 사실 및 다른 세부사항으로 경쟁사건의 종국결정을 내리는 데 유의미한 것을 말한다.
2. 증거는 다음과 같은 출처에서 수집한다.
   a) 가독, 가청, 가시적 자료 및 전자정보
   b) 증거물
   c) 참고인 진술 및 증언
   d) 신고인, 피조사자, 이해관계자의 진술 및 증언
   dd) 전문가 자문

e) 경쟁사건의 조사, 종국결정 과정에서 생성된 기록

g) 그 밖에 법률에 규정된 문서, 물체 및 정보원

3. 증거의 결정 :

a) 가독성 있는 문서는 원본이거나 참여사업자 또는 경쟁사업자에 의해 제공되거나 인증된 공신력 있는 사본인 경우 증거로 인정된다.

b) 가청적 및 가시적 자료는 해당 자료의 원본을 보유한 자가 자료의 출처에 관하여 스스로 작성한 서면 설명자료와 함께 제출되거나 그 자료를 제출한 자에게 그 자료를 제공한 자가 자료의 출처에 관해 작성한 서면 설명자료와 함께 제출되거나 그러한 기록 또는 촬영물과 관련한 배경설명과 함께 제출되는 경우 증거로 인정된다.

c) 전자 거래에 관한 법률의 규정에 따라 전자적 정보, 전자 바우처, 전자 메일, 전보, 팩스 및 그 밖에 이와 유사한 형태의 자료

d) 사건과 관련하여 원본으로 제출될 필요가 있는 증거로서의 증거물

dd) 증인의 진술 및 증언이나 신고인, 신고를 받은 사람(이하 "피신고인"이라 한다), 조사를 받은 당사자 또는 이해관계자의 진술·증언·설명은 서면, 오디오 테이프, 오디오 디스크, 비디오 클립으로 기록되었거나 제a호, 제b호에 규정된 다른 오디오 및 비디오 장치에 의해 기록된 경우 또는 청문절차에서 구술로 기록된 경우에는 증거로 인정된다.

e) 전문가의 자문은 법률에 규정된 절차에 따라 수행된 경우에는 증거로 인정된다.

4. 정부는 이 조에 대한 가이드라인을 제공한다.

제57조 (국가경쟁위원회에 대한 협력 및 지원 의무)

1. 권한 있는 기관 또는 개인은 각각의 기능, 의무 및 권한의 범위 내에서 국가경쟁위원회, 경쟁청 및 경쟁사건처리위원회의 요청에 따라 경쟁사건의 조사 및 처리에 협조하고, 이를 지원하여야 한다.

2. 사업자, 법인은 국가경쟁위원회, 경쟁청 및 경쟁사건처리위원회의 요청에 따라 관리하거나 소유하고 있는 정보와 문서를 완전하고 정확하며 신속하게 제공하여야 한다.

제2장. 경쟁법 집행 기관, 경쟁법 집행 공무원

제58조 (경쟁법 집행 기관, 경쟁법 집행 공무원)

1. 경쟁법 집행 기관은 다음과 같다.
   a) 국가경쟁위원회
   b) 경쟁사건처리위원회
   c) 경쟁사건이의신청처리위원회
   d) 경쟁청
2. 경쟁법 집행 공무원은 다음과 같다.
   a) 국가경쟁위원회 위원장
   b) 경쟁사건처리위원회 위원장
   c) 경쟁사건처리위원회 위원
   d) 경쟁사건이의신청처리위원회 위원
   dd) 경쟁청장
   e) 조사관
   g) 청문관

제59조 (경쟁법 집행 절차 수행 시 국가경쟁위원회 위원장의 임무와 권한)

1. 위원장은 경쟁제한적 행위를 해결하기 위해 경쟁사건처리위원회를 설치하고, 국가경쟁위원회 직원 중에서 청문관을 임명할 수 있다.
2. 위원장은 경쟁사건처리위원회의 위원, 청문관을 교체할 수 있다.

3. 위원장은 경쟁사건이의심사위원회를 설치하고 해당 위원회의 장으로 활동할 수 있다.
4. 위원장은 경제력 집중 또는 불공정 경쟁 행위 규제 위반사건에 대한 종국결정의 청구를 처리할 수 있다.
5. 위원장은 행정적 위반에 대한 제재부과에 관한 법률에 따라 경쟁사건의 조사 및 처리 과정에서 행정적 위반을 방지하고 제재부과를 보장하기 위해 권한 있는 당국에 조치의 적용, 변경 또는 취소를 요구할 수 있다.
6. 위원장은 경제력 집중 규제 위반 사항의 조치내용을 결정한다.
7. 위원장은 불공정 경쟁 사건의 조치내용을 결정한다.
8. 위원장은 그 밖에 이 법에 규정된 의무 및 권한을 행사한다.

제60조 (경쟁사건처리위원회)

1. 국가경쟁위원회 위원장은 특정한 경쟁사건을 처리하기 위해 경쟁사건처리위원회를 설치한다. 해당 위원회는 업무가 종료되면 자동으로 운영을 멈추고 해산한다. 경쟁사건처리위원회는 독립적으로 활동하며 자동으로 작업을 종료하고 작업 완료시 해산됩니다. 경쟁사건처리위원회는 법률에 의해 독립적으로 활동하며 비상설로 운영된다.
2. 경쟁사건처리위원회는 3명 또는 5명의 위원으로 구성된다. 위원은 국가경쟁위원회의 위원장이 국가경쟁위원회의 위원 중에서 임명하며, 임명된 위원 중에서 경쟁사건처리위원회의 위원장을 지명한다.
3. 경쟁사건을 처리할 때 경쟁사건처리위원회는 집산주의 원칙에 따라 다수결로 운영된다.

제61조 (경쟁사건처리위원회, 위원장 및 위원의 권한 및 의무)

1. 경쟁사건처리위원회는 다음과 같은 의무와 권한을 갖는다.
   a) 청문절차 개시

b) 청문절차에 참석자 소환

c) 관련 당사자의 요청에 따른 증인 소환

d) 전문가 자문 실시, 감정인 또는 통역인 교체

dd) 경쟁청에 대한 추가 조사 실시 요청

e) 경쟁사건의 종국 결정 유보

g) 경쟁사건의 처리

h) 제59조제2항 및 제5항에 규정된 직무와 권한을 국가경쟁위원회 위원장에게 요청

i) 그 밖에 이 법에 따른 의무 및 권한

2. 경쟁사건처리위원회 위원장은 다음과 같은 의무와 권한을 갖는다.

a) 경쟁사건의 처리

b) 경쟁사건처리위원회의 소집 및 주재

c) 경쟁사건처리위원회 명의 문서에 서명

d) 그 밖에 이 법에 따른 의무 및 권한

3. 경쟁사건처리위원회의 위원은 다음과 같은 의무와 권한을 갖는다.

a) 경쟁사건처리위원회의 회의 참석

b) 경쟁사건처리위원회의 권한과 의무에 속하는 사항에 대한 논의 및 표결

제62조 (경쟁법 집행 절차 수행 시의 경쟁청장의 권한 및 의무)

1. 경쟁청장은 다음과 같은 권한과 의무를 가진다.

a) 국가경쟁위원회 위원장의 승인하에 경쟁사건의 조사 결정

b) 경쟁사건에 대한 조사관 배정 결정

c) 조사관의 요청 시 관련 당사자에게 경쟁사건과 관련된 서류, 정보, 자료 및 설명 제공 요청

d) 경쟁사건의 조사관 교체 결정

dd) 전문가 자문 요청, 조사과정에서 감정인 또는 통역사 교체

e) 관련 당사자의 요청 시 증인 소환

g) 국가경쟁위원회 위원장의 승인하에 경쟁사건 조사의 연장 또는 중단 결정

h) 국가경쟁위원회 위원장을 상대로 권한 있는 당국이 조사과정에서 행정적 위반행위를 방지하고 행정적 위반행위에 대한 제재 부과를 보증할 수 있는 수단을 적용, 변경 또는 취소하도록 요청할 것을 신청

i) 경쟁사건 조사 종결

k) 청문절차 참석

l) 그 밖에 이 법에 따른 의무 및 권한

2. 조사 과정 종료 시 경쟁청장은 최종조사보고서에 서명하고, 조사보고서 및 경쟁사건의 서류 일체를 국가경쟁위원회의 위원장에게 제출한다.

제63조 (경쟁법 집행 절차 시 조사관의 권한 및 의무)

1. 경쟁청장이 배정한 경쟁사건의 조사
2. 조사 종료 시 조사보고서 작성
3. 제출된 자료의 보존
4. 권한과 의무의 수행과 관련한 책임
5. 청문절차 참석
6. 법률에 따른 경쟁사건 조사 과정에서 조사 수행
7. 경쟁청장에게 경쟁법 위반사건의 조사 연장, 중단 및 종결, 전문가 의견 청취, 조사 중 감정인 또는 번역가의 교체 요청
8. 권한 있는 당국이 조사과정에서 행정적 위반행위를 방지하고 행정적 위반행위에 대한 제재 부과를 보증할 수 있는 수단을 적용, 변경 또는 취소하도록 국가경쟁위원회 위원장이 요청하도록 하는 신청사항을 경쟁청장에게 보고
9. 그 밖에 이 법에서 규정하는 권한 및 의무

제64조 (청문관의 권한 및 의무)

1. 청문절차 시작 전 필수 전문작업 준비
2. 청문규칙 낭독
3. 청문절차 피소환자의 출석여부에 대해 경쟁사건처리위원회에 보고
4. 청문절차 시간 확보
5. 그 밖에 경쟁사건처리위원회 위원장이 배정한 업무의 수행

제65조 (경쟁법 집행 공무원의 교체)

1. 경쟁사건처리위원회 위원, 조사관, 청문관은 다음의 어느 하나에 해당하는 사유가 있는 경우 교체되어야 한다.
   a) 피조사인 또는 신고인과 친척인 경우
   b) 경쟁사건과 관련된 권리 또는 의무가 있는 경우
   c) 직무를 편파적으로 수행할 명백한 우려가 있는 경우
2. 국가경쟁위원회 위원장은 직권 또는 경쟁사건처리위원회의 요청에 따라 경쟁사건처리위원회 위원 또는 청문관을 교체할 수 있다.
3. 청문절차에서 경쟁사건처리위원회 위원 또는 청문관을 교체하는 경우 경쟁사건처리위원회는 청문절차의 연기를 결정한 후 국가경쟁위원회 위원장에게 경쟁사건처리위원회 위원 또는 청문관의 교체를 요청하여야 한다. 청문절차는 중단 결정일로부터 15일을 초과하여 중단되어서는 아니 된다.

제3장. 경쟁법 집행 절차의 참여인

제66조 (경쟁법 집행 절차의 참여인)

1. 신고인
2. 피신고인(피심인)
3. 피조사인

4. 관련 권리 또는 의무의 보유자
5. 관련된 이익 또는 의무에 대해 신고인, 피신고인, 피심인, 이해관계자, 일반 개인의 적법한 권리 및 이익을 보호하는 자
6. 증인
7. 감정인
8. 통역인

제67조 (신고인, 피신고인, 피심인, 피조사인의 권리 및 의무)

1. 신고인은 국가경쟁위원회에 제77조에 규정된 신고를 함으로써 제78조에 규정된 조사를 구하는 개인 또는 단체이다. 신고인은 다음과 같은 권리를 가진다.
   a) 제3항에 규정된 권리
   b) 국가경쟁위원회 위원장으로 하여금 권한 있는 당국에 대해 조사 중 행정적 위반을 방지하고 행정적 위반에 대한 제재 부과를 보장하기 위한 조치를 요청할 것을 신청
2. 피신고인(피심인)은 경쟁법 위반으로 신고된 개인 또는 단체이다. 피신고인(피심인)은 다음과 같은 권리를 가진다.
   a) 신고 내용에 관한 정보 수령
   b) 신고된 사항에 관한 소명
3. 피조사인이란 제80조에 따른 사건과 관련하여 국가경쟁위원회가 조사를 수행하는 단체 또는 개인을 말한다. 피조사인은 다음과 같은 권리를 가진다.
   a) 경쟁법 집행 절차에 참여
   b) 자신의 정당한 권리와 이익을 보호하기 위해 정보, 서류 및 자료를 제공
   c) 신고인 또는 경쟁청이 제출한 정보, 서류 및 자료에 관한 정보 취득
   d) 자신의 정당한 권리와 이익을 보호하기 위해 경쟁사건의 서류 검토 및 해당 사건에 포함된 필수 서류 복사. 단, 법률로 공개가 금지된 증거 및 서류를 제외한다.

dd) 청문절차에 참석 및 의견개진

e) 증인의 출석 요청

g) 전문가 자문 요청

h) 경쟁법 집행절차에서 경쟁법 집행 공무원 및 참여자의 교체 요구

i) 경쟁법 집행 절차에 참여하기 위해 자신의 권리 및 적법한 이익의 대변인 선임

k) 경쟁청, 경쟁사건처리위원회에 경쟁법 집행 절차 과정에서 관련 이익 및 의무를 가진 자의 참석을 받아줄 것을 요구

l) 그 밖에 법률에 따른 권리

4. 피조사자 및 신고인은 다음과 같은 의무를 가진다.

a) 신청 또는 청구와 관련하여 적절한 시점까지 충분하고 정확한 정보, 서류 및 자료를 제출

b) 경쟁청 및 경쟁사건처리위원회의 소환 시 출석

c) 경쟁법 집행 절차에 참여하는 과정에서 지득한 조사 기밀 공개 금지, 국익 및 다른 개인 또는 기관의 적법한 권익을 침해할 목적으로 경쟁사건 관련 서류의 사본 사용 금지

d) 국가경쟁위원회, 경쟁사건처리위원회 및 경쟁청의 결정사항 준수

제68조 (신고인, 피신고인, 피조사인, 이해관계자의 적법한 권익의 보호자)

1. 신고인, 피신고인, 피조사인 및 이해관계자의 적법한 권익을 보호하는 자는 그들의 서면 요구가 있는 경우 이를 보호하기 위해 경쟁법 집행 절차의 참여인이 된다.

2. 다음 각 호의 자는 요청에 따라 신고인, 피신고인, 피조사인 및 이해관계자의 적법한 권익을 보호하는 역할을 할 수 있다.

a) 변호사에 관한 법률에 규정된 변호사

b) 행위능력에 흠결이 없고, 법적 지식이 있고, 전과가 없고, 범죄로 기소되지 아니한 베트남 시민

3. 신고인, 피신고인, 피조사인 및 이해관계자의 적법한 권익을 보호하는 자는 해당 당사자들의 권익이 상충하지 아니하는 한 동일한 사안에서 둘 이상의 당사자의 적법한 권익을 보호할 수 있다. 다수의 보호자가 하나의 사건에서 한 명의 적법한 권익을 공동으로 보호할 수 있다.

4. 신고인, 피신고인, 피조사인 및 이해관계자의 적법한 권익을 보호하는 자로 등록하려는 자는 신고인, 피신고인, 피조사인 또는 이해관계자의 서면요청서를 제시하여야 한다.

5. 경쟁법 집행 절차 참석 시 신고인, 피신고인, 피조사인 및 이해관계자의 적법한 권익을 보호하는 자는 다음과 같은 권리 및 의무를 가진다.

a) 경쟁법 집행 절차에 참여

b) 그들이 대변하는 당사자의 적법한 권익을 보호하기 위한 증거 수집, 검증 및 제출

c) 그들이 대변하는 당사자의 정당한 권익을 보호하기 위해 경쟁사건의 서류 검토 및 해당 사건에 포함된 필수 서류 복사

d) 그들이 대변하는 당사자를 대신하여 경쟁법 집행 공무원이나 경쟁법 집행 절차 참여인의 교체 요구

dd) 실체적 진실 및 법률의 준수; 허위 증언이나 사실과 다른 문서를 제공하도록 증뢰, 강요 및 선동 금지

e) 국가경쟁위원회, 경쟁청 및 경쟁사건처리위원회의 소환 시 출석

g) 경쟁법 집행 절차에 참여하는 과정에서 지득한 조사비밀 공개 금지; 국익 또는 단체나 개인의 적법한 권익을 침해할 목적으로 경쟁사건 관련 서류의 필사본 또는 사본의 사용 금지

h) 그 밖에 법률에 따른 권리 및 의무

제69조 (증인)

1. 경쟁사건과 관련하여 구체적인 사실을 알고 있는 사람은 증인으로서 경쟁법 집행 절차에 참여하기 위해 경쟁청, 경쟁사건처리위원회의 소환대상이 될 수 있다. 행위무능력자는 증인이 될 수 없다.
2. 증인은 다음과 같은 권리 및 의무를 가진다.
   a) 경쟁사건의 해결과 관련된 일체의 서류, 문서 및 물품을 제출; 경쟁청, 경쟁사건처리위원회에 사건의 해결과 관련된 지득 사실 증언
   b) 청문절차에 참여 및 경쟁사건처리위원회에 증언
   c) 기관, 단체 또는 사업자의 임직원인 경우 경쟁청 또는 경쟁사건처리위원회의 소환에 응하거나 증언하기 위해 외출을 신청
   d) 법률에 따라 관련 비용의 보전
   dd) 증언이 국가기밀, 직업상 기밀, 영업비밀 또는 개인적 비밀과 관계되거나 가까운 친척인 신고인 또는 피조사인에게 부정적 영향을 끼칠 수 있는 경우 증언 거부
   e) 잘못된 증언을 하여 신고인이나 피조사인 기타 법인에 해를 끼쳤을 경우 손해배상 및 법적 책임 부담
   g) 청문절차에서 공개적으로 증언을 해야 할 의무가 있는 경우 경쟁사건처리위원회의 소환에 응하여 청문절차에 출석
   h) 자신의 권리행사, 의무이행을 위해 경쟁청 또는 경쟁사건처리위원회 앞에서 선서, 단 경미한 증언은 제외한다.
   i) 법률에 따른 증인으로서의 보호
3. 증언을 거부하거나 허위 증언을 하거나 허위 자료를 제출하거나 경쟁청이나 경쟁사건처리위원회의 소환을 받고도 정당한 사유 없이 결석한 증인은 법률에 따른 책임을 진다. 단, 제2항 제dd호에 규정된 경우는 그러하지 아니하다.

제70조 (감정인)

1. 감정인이란 경쟁청장 또는 경쟁사건처리위원회의 요청 또는 경쟁청장이나 경쟁사건처리위원회가 감정인 의견 요청을 거부한 경우에는 관련 당사자의 요청에 따라 전문분야에 관해 식견을 제시하는 사람을 말한다.
2. 감정인은 다음과 같은 권리 및 의무를 가진다.
   a) 감정 의견이 요구되는 사안에 관련된 경쟁사건 서류에서 문서 낭독
   b) 감정인 의견이 요구되는 사안에 관련하여 경쟁법 집행 절차 참여인에 대한 질의
   c) 경쟁법 집행 기관의 소환에 응하여 출석, 진실되고 논리적이며 객관적인 방법으로 감정이 필요한 항목에 답하고 감정의견 작성
   d) 감정 요청인에게 감정인 의견이 요구되는 사안이 그들의 전문역량을 넘어서거나 필요한 자료가 충분치 않거나 감정의 필요성이 없는 경우 감정 수행이 불가능함을 서면으로 고지
   e) 감정을 위한 서류의 직접 수집 금지, 감정 결과를 편향적으로 만들 수 있는 경우 경쟁법 집행 절차 참여인에 대한 사적인 연락 금지, 감정과정에서 지득한 정보의 공개 금지, 다른 사람에게 감정 결과 누설 금지. 단, 경쟁청장이나 경쟁사건처리위원회가 감정인 의견 요청을 거절한 경우에 경쟁법 집행 기관, 감정 요청인에게 알리는 것은 그러하지 아니하다.
   g) 법률에 따른 관련 비용의 보전
3. 감정인이 정당한 사유 없이 감정의견의 제출을 거부하였거나 감정의견을 내지 못하였거나 경쟁법 집행 기관의 소환 시 정당한 이유 없이 불출석한 경우에는 법률에 따른 책임을 진다.
4. 감정인은 다음과 같은 경우에 경쟁법 집행 절차 참석을 거부하거나 교체될 수 있다.
   a) 자신이 신고인, 피조사인, 이해관계인이거나 그들의 친인척인 경우

b) 정당한 권익의 보호자, 증인 또는 통역인으로 동일한 경쟁법 위반 사안에서 경쟁법 집행 절차에 참여하고 있는 경우

c) 감정임무 수행 시 편향적일 수 있다는 명확한 근거가 있는 경우

제71조 (통역인)

1. 통역인은 경쟁법 집행 절차 참여인이 베트남어를 구사할 수 없는 경우나 그 반대의 경우에 베트남어 이외의 언어를 베트남어로 통역하는 사람을 말한다. 통역인은 경쟁청, 경쟁사건처리위원회의 요청에 따라 선임되거나, 신고인, 피조사인, 이해관계인이 선임하거나, 경쟁청 또는 경쟁사건처리위원회의 승인 시 관련 당사자 간 합의에 의해 선임된다.
2. 통역인은 다음과 같은 권리 및 의무를 가진다.

   a) 소환에 응하여 출석

   b) 진실되고, 객관적이며, 정확한 방법으로 통역

   c) 경쟁법 집행 공무원, 경쟁법 집행 절차 참여인에게 통역되는 내용을 명확히 하기 위한 목적으로 질의

   d) 진실되고, 객관적이며, 정확한 통역을 저해할 수 있는 경우 경쟁법 집행 절차 참여인에 대한 접촉 금지

   dd) 법률에 따른 관련 비용의 보전
3. 통역인은 다음과 같은 경우에 경쟁법 집행 절차 참석을 거부하거나 교체될 수 있다.

   a) 자신이 신고인, 피조사인, 이해관계인이거나 그들의 친인척인 경우

   b) 정당한 권익의 보호자, 증인 또는 통역인으로 동일한 경쟁법 위반 사안에서 경쟁법 집행 절차에 참여하고 있는 경우

   c) 감정임무 수행 시 편향적일 수 있다는 명확한 근거가 있는 경우
4. 이 조의 규정은 경쟁법 집행 절차에서 청각장애 또는 언어장애가 있는 참여자를 위한 수화의 경우에도 적용한다. 청각장애 또는 언어장애가 있는 참여

자의 대표나 친척이 수화를 이해할 수 있는 경우 경쟁청이나 경쟁사건처리위원회는 그들을 통역인으로 수행하게 할 수 있다.

제72조 (이해관계인)

1. 이해관계인은 경쟁법 위반사건을 신고하지는 아니하였고, 조사를 받지도 아니하였지만 경쟁법 위반사건의 해결이 그들의 권리 및 의무에 관련이 있는 자를 말한다. 이해관계인은 직접 경쟁법 집행 절차에 참여 신청을 하거나, 신고인이나 피조사인의 청구에 따라 또는 경쟁청이나 경쟁사건처리위원회의 승인을 통해 참여하거나, 경쟁청이나 경쟁사건처리위원회의 요청으로 참여한다.
2. 이해관계자는 독립한 청구를 하거나 경쟁법 집행정차에 신고인측 또는 피조사인측으로 참여할 수 있다. 독립한 청구 절차는 경쟁사건 청구 절차를 준용한다.
3. 독립한 청구를 한 이해관계인, 신고인이나 이익보유자 측에서 경쟁법 집행 절차에 참여하는 이해관계인은 제67조 제3항 및 제4항의 권리 및 의무만을 가진다.
4. 피조사인 또는 의무부담자 측에서 경쟁법 집행 절차에 참여하는 이해관계인은 제67조 제3항 및 제4항의 권리 및 의무만을 가진다.

제73조 (감정, 통역의 거절 및 감정인, 통역인의 교체)

감정, 통역의 거절 또는 감정인, 통역인의 교체는 명확한 설명이 기재된 서면으로 이루어져야 한다.

제74조 (감정인 또는 통역인 교체 결정)

1. 감정인 또는 통역인의 교체는 경쟁청장이 결정한다. 다만 제2항의 경우에는 그러하지 아니하다.

2. 청문절차에서 감정인 또는 통역인의 교체는 경쟁사건처리위원회에서 결정한다.
   청문절차에서 감정인 또는 통역인의 교체가 필요한 경우 경쟁사건처리위원회는 청문절차의 연기를 결정한다. 다른 감정인의 위촉이나 다른 통역인의 임명은 제70조 및 제71조에 따라야 한다.

제4장. 경쟁사건의 조사 및 종국결정 절차

제75조 (법위반 사항에 관한 정보제공)

1. 이 법을 위반한 사실을 인지하거나 혐의를 가진 자는 국가경쟁위원회에 정보와 증거를 통지하고 제공하여야 한다.
2. 단체와 개인은 국가경쟁위원회에 진실된 정보와 증거를 제공하여야 한다.
3. 필요하다면 국가경쟁위원회는 정보의 신뢰성을 담보하는데 필요한 수단을 취하고 정보나 증거를 제공하는 단체나 개인을 특정한다.

제76조 (법위반 사항에 대한 정보의 접수, 검증 및 평가)

1. 국가경쟁위원회는 단체나 개인이 제공하는 법위반 사항에 관한 정보 및 증거를 수령하고 검증하며 평가하여야 한다.
2. 국가경쟁위원회는 개인이나 단체에 제78조 제1항에 따라 법위반 혐의를 명확히 하기 위해 추가적인 정보, 서류 및 증거의 제출을 요구할 권한이 있다.

제77조 (경쟁사건에 대한 신고)

1. 이 법 위반으로 인하여 자신의 권익이 침해되었다고 판단하는 단체 또는 개인은 국가경쟁위원회에 경쟁사건을 신고할 권리를 가진다.
2. 신고는 경쟁법 위반의 혐의 행위가 있은 날로부터 3년 이내에 이루어져야 한다.

3. 신고서류에는 다음의 것들이 포함되어야 한다.
   a) 국가경쟁위원회가 발행한 형식을 갖춘 서면신고서
   b) 신고내용이 근거를 가지고 적법하다는 점을 입증하는 증거
   c) 그 밖에 사건의 해결을 위해 필요하다고 인정하는 다른 관련 자료
4. 신고인은 국가경쟁위원회에 제공한 정보 및 증거의 진실성에 대하여 책임을 진다.

제78조 (신고서류의 접수 및 검증)

1. 국가경쟁위원회는 신고서류의 접수일로부터 7일 이내에 신고서류가 완전하고 유효한지를 검토한다. 신고서류가 완전하고 유효하다면 국가경쟁위원회는 신고인 및 피신고인에게 신고사실을 알림으로써 신고서류의 승인에 갈음한다.
2. 제1항에 규정된 관련 당사자에게 통지가 이루어진 날로부터 15일 이내에 국가경쟁위원회는 신고서류를 평가한다. 신고서류가 제77조 제3항의 요건을 충족하지 못하였다면, 국가경쟁위원회는 신고인에게 서면으로 신고서류의 보완을 알려야 한다.
   신고서류의 보정기한은 위원회로부터 서면의 보정통지를 받은 날로부터 30일간이다. 위원회는 신고인의 청구에 따라 보정기한을 1회에 한해 15일의 범위 내에서 연장할 수 있다.
3. 제1항 및 제2항에 규정된 기한 동안 신고인은 신고를 철회할 권한이 있고 이 경우 국가경쟁위원회는 신고의 평가를 중단할 수 있다.

제79조 (신고 반려)

국가경쟁위원회는 다음과 같은 경우 신고를 반려한다.

1. 신고기한 만료
2. 국가경쟁위원회의 권한 범위 밖의 내용을 신고

3. 신고인이 제78조 제2항의 기간 내에 신고서 보정에 불응
4. 신고철회

제80조 (경쟁법 위반 여부 조사 결정)

경쟁청장은 다음과 같은 경우에 경쟁법 위반 여부에 관한 조사를 결정한다.

1. 경쟁법 위반 사안에 대한 신고가 제77조에 규정된 요건을 충족시키고 제79조에 해당하지 아니하는 경우
2. 국가경쟁위원회가 법위반 혐의 행위가 이루어진 날로부터 3년 이내에 경쟁법 위반 혐의를 포착한 경우

제81조 (경쟁법 위반 여부 조사 기한)

1. 경쟁사건에 대한 조사 기한은 조사결정이 있은 날로부터 9개월까지이다. 사안이 복잡한 경우에는 1회에 한해 3개월의 범위 내에서 이를 연장할 수 있다.
2. 경제력 집중 위반 사안에 대한 조사 기한은 조사결정이 있은 날로부터 9개월까지이다. 사안이 복잡한 경우에는 1회에 한해 60일의 범위 내에서 이를 연장할 수 있다.
3. 불공정 경쟁 행위 사안에 대한 조사 기한은 조사결정이 있은 날로부터 60일까지이다. 사안이 복잡한 경우에는 1회에 한해 45일의 범위 내에서 이를 연장할 수 있다.
4. 조사기한의 연장은 피조사인 및 관련 당사자에게 조사기한 만료 전 7영업일 이내에 통지되어야 한다.

제82조 (경쟁사건의 조사 및 처리 과정에서 행정적 위반행위 방지 및 행정적 위반 행위에 대한 제재부과 수단의 적용)

1. 경쟁사건의 조사 및 처리 과정에서 국가경쟁위원회 위원장은 자신의 권한 범위 내에서 권한 있는 당국에 행정적 위반행위에 대한 제재 법률에 따라 행

정적 위반행위를 방지하고 이에 대한 제재 부과를 보증할 수단을 신청하여야 한다.

a) 위반행위의 증거물 및 수단, 면허, 직업증명서의 임시 압류

b) 운송수단 및 대상의 검색

c) 법위반 증거 및 수단을 보관한 것으로 보이는 장소 조사

2. 정부는 경쟁법 위반의 조사 및 처리 과정에서 행정적 위반행위를 방지하고 이에 대한 제재부과를 보증할 수단의 적용을 위한 절차를 규정해야 한다.

제83조 (증언의 취득)

1. 조사관은 경쟁사건의 해결에 필요한 정보와 증거를 수집, 검증하기 위하여 신고인, 피조사인, 이해관계자, 증인, 유관단체 및 개인의 증언을 받아야 한다.
2. 제1항에 규정된 증언의 취득은 국가경쟁위원회 본부가 수행한다. 필요한 경우에는 국가경쟁위원회 본부 밖에서도 이를 취득할 수 있다.
3. 증언의 서면 기록은 증언자에 의해 읽히고 그에게 제공되어야 하며, 그들의 서명을 받거나 지장이 날인되어야 한다. 증언자는 증언의 서면 기록의 변경을 요청할 권리가 있고, 변경, 보완된 부분 위에 서명하거나 지장을 날인하여야 한다. 기록은 반드시 매 장마다 증언취득자와 기록자의 서명을 담아야 한다.
4. 증언자가 기록에 서명이나 지장의 날인을 거부하는 경우 조사관은 증언을 취득하고 기록에 서명하며, 설명을 제공하여야 한다.

제84조 (조사 과정에서의 증인 소환)

1. 증인을 소환하려는 자는 경쟁청에 소명한 후 심의를 받아야 한다.
2. 증인의 증언은 제83조에 따라 기록되어야 한다.

제85조 (범죄의 혐의가 나타나는 경쟁사건 서류의 이송)

1. 조사과정에서 범죄의 혐의를 포착한 경우 조사관은 경쟁청장에게 이를 보고하여 심의 후 국가경쟁위원회 위원장에게 법규에 따라 이를 처리할 권한을 가진 규제 기관에 관련 서류의 전부 또는 일부의 이송을 요청하도록 하여야 한다.
2. 경쟁법 위반에 대한 근거가 없거나 경쟁법 위반에 대한 형사절차가 개시되지 아니하는 경우에는 권한 있는 당국은 서류를 국가경쟁위원회에 반환하여 이 법에 따른 조사가 계속되도록 하여야 한다. 조사시한은 국가경쟁위원회가 서류를 반환받은 날로부터 시작한다.

제86조 (조사의 중단)

경쟁청장은 다음과 같은 경우에 경쟁사건에 대한 조사의 정지를 결정한다.

1. 이 법의 규정에 따라 법위반을 입증할 증거를 취득할 수 없는 경우
2. 신고인의 신고 철회, 피조사인의 조사대상 행위의 중단 및 경쟁청이 승인한 시정방안의 이행 확약
3. 제80조제2항에 따른 조사의 경우 피조사인의 조사대상 행위의 중단 및 경쟁청이 승인한 시정 방안의 이행 확약

제87조 (조사의 재개)

1. 경쟁청장은 직권 또는 국가경쟁위원회 위원장이나 관련 당사자의 요청에 따라 다음과 같은 경우에 조사를 재개한다.
   a) 피조사자가 제86조 제2항 및 제3항에 규정된 확약을 준수하지 아니하거나 부정확하거나 불완전한 방법으로 준수한 경우
   b) 확약을 받아들이는 피조사자의 결정이 관련 당사자가 제공한 불완전하거나 부정확하거나 잘못된 정보에 기반하여 이루어진 경우
2. 조사기한은 조사재개결정 후 4개월간으로 한다.

제88조 (조사 보고서)

1. 조사관은 조사종료 시 다음의 주요 내용을 포함하는 조사보고서를 작성하여 경쟁청장에게 제출하여야 한다.
   a) 사안의 간략한 설명
   b) 법위반의 판단
   c) 검증된 세부내용 및 증거
   d) 시정방안 제안
2. 경쟁청장은 조사종결서에 서명하고, 국가경쟁위원회 위원장에게 경쟁사건 서류, 조사보고서 및 조사종결서를 이 법에 따른 종국처분으로서 제출한다.

제89조 (경제력 집중 규제 위반의 처리)

1. 경쟁사건 서류, 조사보고서 및 조사종결서의 수령일로부터 30일 이내에 국가경쟁위원회 위원장은 다음의 결정을 하여야 한다.
   a) 경제력 집중 규제 위반의 처리
   b) 경쟁법 위반 여부 결정을 위해 충분한 증거가 수집되지 아니한 경우 경쟁청장에게 추가 조사의 수행을 요구. 이 경우 추가 조사 기한은 결정일로부터 30일을 초과할 수 없다.
   c) 경제력 집중 규제 위반의 결정 보류
2. 추가 조사가 이루어지는 경우 경제력 집중 규제 위반의 결정 시한은 서류, 조사보고서 및 조사종결서를 수령한 날로부터 20일 이내이다.

제90조 (불공정 경쟁 사건의 처리)

1. 경쟁사건 서류, 조사보고서 및 조사종결서의 수령일로부터 15일 이내에 국가경쟁위원회 위원장은 다음의 결정을 하여야 한다.
   a) 불공정 경쟁 사건의 처리
   b) 경쟁법 위반 여부 결정을 위해 충분한 증거가 수집되지 아니한 경우 경쟁

청장에게 추가 조사의 수행을 요구. 이 경우 추가 조사 기한은 결정일로부터 30일을 초과할 수 없다.

c) 불공정 경쟁 사건 처리의 결정 보류

2. 추가 조사가 이루어지는 경우 불공정 경쟁 사건의 결정 시한은 서류, 조사보고서 및 조사종결서를 수령한 날로부터 10일 이내이다.

제91조 (경쟁제한적 행위 사건의 처리)

1. 경쟁사건 서류, 조사보고서 및 조사종결서의 수령일로부터 15일 이내에 국가경쟁위원회 위원장은 경쟁사건처리위원회를 설치하여야 한다.
2. 경쟁법 위반 여부 결정을 위해 충분한 증거가 수집되지 아니한 경우 경쟁사건처리위원회는 설치일로부터 30일 이내에 경쟁청장에게 추가 조사의 수행을 요구할 수 있다. 이 경우 추가 조사 기한은 요구일로부터 60일을 초과할 수 없다.
3. 설치일로부터 60일 이내 또는 추가 조사에 대한 종결보고를 받은 날로부터 60일 이내에 경쟁사건처리위원회는 제92조에 따라 경쟁사건의 처리 보류를 결정하거나 제94조에 따라 종국결정을 내려야 한다.
4. 종국결정을 내리기 전에 경쟁사건처리위원회는 제93조에 따라 청문을 진행하여야 한다.
5. 경쟁사건처리위원회는 토론, 무기명투표 및 다수결을 통해 종국결정을 내린다.

제92조 (경쟁사건의 종국결정의 보류)

1. 국가경쟁위원회 위원장은 다음 각 호에 해당하는 경우에는 경제력 집중 규정 위반 및 불공정 경쟁 행위 사건에 대한 종국결정을 보류한다.

a) 신고인의 신고 철회, 피조사인의 조사대상 행위의 중단 및 시정방안의 이행 확약

b) 제80조 제2항에 따른 조사의 경우 피조사인의 조사대상 행위의 중단 및 시정방안의 이행 확약

2. 경쟁사건처리위원회는 다음 각 호에 해당하는 경우에는 경쟁제한적 행위 사건의 종국결정을 보류한다.

a) 신고인의 신고 철회, 피조사인의 조사대상 행위의 중단 및 시정방안의 이행 확약

b) 제80조 제2항에 따른 조사의 경우 피조사인의 조사대상 행위의 중단 및 시정방안의 이행 확약

3. 경쟁사건의 종국결정 보류는 신고인, 피조사인에게 송부되고 일반에 공개되어야 한다.

제93조 (청문절차)

1. 제91조제3항제c호에 규정된 기한의 만료 전 15일 내에 경쟁사건처리위원회는 청문절차를 개시하여야 한다.
2. 청문절차는 공개되며, 청문의 내용이 국가기밀이나 영업비밀에 관련된 경우 청문은 비공개로 진행되어야 한다.
3. 청문절차 개시결정 및 청문절차에의 참여요청은 신고인, 피조사인, 관련 단체 및 개인에게 청문절차 개시 전 5영업일 내에 송부되어야 한다. 정당한 이유 없는 청문절차 불출석 또는 유효한 소환에도 불구하고 2회의 청문절차 불출석의 경우 경쟁사건처리위원회는 규정된바에 따라 경쟁사건을 처리한다.
4. 청문절차의 참여인은 다음과 같다.

a) 경쟁사건처리위원회 위원

b) 신고인

c) 피조사인

d) 신고인이나 피조사인의 적법한 권익 보호자

dd) 경쟁청장 및 해당 사건을 조사하는 조사관

e) 청문관

g) 이해관계자 및 청문개시결정에 열거된 자

5. 청문절차에서 참여인은 출석하여 자신의 권리와 적법한 이익을 주장하여야 한다. 청문절차에 나온 주장과 의견은 기록되어야 한다.

제94조 (종국결정)

1. 종국결정은 최소한 다음의 사항을 포함하여야 한다.
   a) 사안의 간략한 설명
   b) 사안의 분석
   c) 사안의 결론
2. 종국결정은 관련 단체 및 개인에게 서명일로부터 5영업일 이내에 제공되어야 한다.
3. 종국결정은 다음 중 어느 하나의 방법으로 제공되어야 한다.
   a) 인편 제공
   b) 우편 제공
   c) 권한 있는 제3자를 통한 제공
4. 종국결정이 제3항에 규정된 방법 중 어느 하나를 이용하여 제공될 수 없는 경우 공개적으로 게시되고, 매스미디어를 통해 발표되어야 한다.

제95조 (종국결정의 효과)

종국결정은 제96조에 정한 이의 기간의 만료일로부터 효과를 가진다. 다만 제99조 제2항의 경우에는 그러하지 아니하다.

제5장. 종국결정에 대한 이의신청의 처리

제96조 (종국결정에 관한 이의)

종국결정의 일부 또는 전부에 대해 불복하는 단체 또는 개인은 종국결정의 수령일로부터 30일 이내에 국가경쟁위원회 위원장에게 이의신청을 할 수 있다.

제97조 (종국결정에 대한 이의신청)

1. 종국결정에 대한 이의신청은 다음 사항들이 포함되어야 한다.
   a) 이의신청일
   b) 이의신청인의 성명, 주소
   c) 이의신청의 대상이 되는 종국결정의 번호 및 일자
   d) 이의신청의 근거 및 청구내용
   dd) 이의신청인의 서명 날인
2. 종국결정에 대한 이의신청은 이의신청이 합리적 근거를 가지고 적법하게 이루어졌다는 점에 대한 추가적 증거와 함께 이루어져야 한다.

제98조 (종국결정에 대한 이의신청 절차)

국가경쟁위원회 위원장은 이의신청의 접수일로부터 10일 이내에 이의심사절차를 개시하고, 신고인과 관련 당사자에게 서면으로 이의신청의 내용을 알려야 한다. 이의신청을 각하하는 경우에는 서면으로 그 내용을 설명하여야 한다.

제99조 (종국결정에 대한 이의신청의 효력)

1. 이의신청이 제기된 종국결정은 해당 사건이 제2호에 해당하지 않는 한 계속하여 집행된다.
2. 이의신청을 처리하는 동안 이의신청이 제기된 종국결정의 전부나 일부를 집행할 경우 회복할 수 없는 결과가 초래될 것으로 보이는 경우에는 국가경쟁

위원회 위원장은 해당 결정의 전부 또는 일부의 집행을 한시적으로 보류하는 결정을 하여야 한다. 국가경쟁위원회 위원장의 보류결정은 위에 언급된 이의신청의 처리에 관한 결정이 효력을 발생하는 날부터 효과를 갖는다.

제100조 (종국결정에 대한 이의신청의 처리)

1. 종국결정에 대한 이의신청의 처리:
   a) 국가경쟁위원회 위원장은 이의신청의 접수일로부터 5영업일 이내에 국가경쟁위원회 위원장과 모든 위원으로 구성되는 경쟁사건이의신청처리위원회의 구성을 결정한다. 다만 경쟁사건처리위원회에 참여하는 위원은 제외한다.
   b) 이의신청의 처분결정은 경쟁사건이의신청처리위원회 전체 위원의 3분의 2 이상의 표결로 결정한다.
   이의신청의 처분결정은 다수결에 의해 채택되어야 하고, 가부동수일 경우 위원장이 결정권을 가진다.
   c) 이의신청의 처분기한은 경쟁사건이의신청처리위원회 구성의 결정일로부터 30일로 한다.
2. 경제력 집중 규제 위반, 불공정 경쟁 행위 위반의 종국결정에 대한 이의신청의 처리:
   a) 국가경쟁위원회 위원장은 이의신청의 접수 후에 자신의 권한 범위 내에서 이의 신청건을 처리하여야 한다.
   b) 이의신청의 처분기한은 이의신청이 접수된 날로부터 30일로 한다.
3. 사안이 복잡한 경우 제1항, 제2항의 이의신청 처리기한을 연장할 수 있으나 그 기한은 45일을 초과하여서는 아니 된다.

제101조 (종국결정에 대한 이의신청의 처리 내용)

1. 종국결정의 유지

2. 종국결정의 전부 또는 일부의 변경
3. 다음 중 어느 하나에 해당하는 경우 재결정을 위해 기존 종국결정 취소
   a) 경쟁사건처리위원회의 구성이 이 법의 규정에 위반하는 경우
   b) 경쟁법 집행 절차의 중대한 위반이 있는 경우
   c) 조사과정에서 발견되지 아니한 사실로 종국결정의 기본적인 사항을 변경할 만한 새로운 사실의 발견
4. 종국결정이 제3항의 규정에 따라 취소되는 경우 국가경쟁위원회위원장은 경쟁청에 문제되는 사건의 서류를 반송하거나 이 법에 따른 경쟁사건처리위원회를 구성하여야 한다. 경쟁사건처리위원회의 위원 또는 제3항제a호, 제b호에 규정된 위반을 저지른 조사관은 이 사건의 조사 및 처리에서 배제되어야 한다.

제102조 (이의신청처리결정의 효과)

1. 종국결정에 대한 이의신청의 처리 결정은 서명이 이루어진 날부터 효력을 가진다.
2. 종국결정에 대한 이의신청의 처리 결정은 서명일로부터 5영업일 이내에 추가적인 집행을 위해 관련 기관에 송부되어야 한다.

제103조 (이의신청처리결정에 대한 소제기)

1. 이의신청처리결정에 대하여 불복하는 경우에는 관련 당사자는 결정의 수령일로부터 30일 이내에 행정절차법에 따라 결정의 전부 또는 일부에 대해 권한 있는 법원에 소송을 제기할 수 있다.
2. 법원이 제1항의 소송청구를 받아들이는 경우 국가경쟁위원회는 경쟁사건 관련 서류를 법원의 청구 수령일로부터 10일 이내에 법원에 송부하여야 한다.

제6장. 국가경쟁위원회의 결정의 공표

제104조 (공표되는 결정)

1. 다음의 결정은 공표되어야 한다. 다만 제105조에 해당하는 내용은 그러하지 아니하다.
   a) 금지되는 경쟁제한적 합의의 면제에 관한 결정
   b) 경제력 집중에 관한 결정
   c) 경쟁법 위반 행위의 종국결정
   d) 경쟁법 위반 행위 종국결정에 대한 보류결정
   dd) 종국결정에 대한 이의 신청 처리 결정
2. 국가경쟁위원회는 제1항에 따른 결정을 그것이 효력을 발생한 이후에 공표한다.

제105조 (공개되지 아니하는 내용)

국가경쟁위원회 위원장은 국가기밀이나 영업비밀에 관련된 내용으로 제104조 제1항에 규정된 결정에서 공개되어서는 아니될 내용을 결정하여야 한다.

제106조 (공표되어야 하는 내용의 게시)

제104조 제1항에 따른 결정 중 공표사항으로 된 내용은 해당 결정이 효력을 발생한 날로부터 90일 간 국가경쟁위원회 홈페이지에 게시되어야 한다.

제107조 (국가경쟁위원회의 백서 발간 및 공표)

국가경쟁위원회는 홈페이지에 연간활동에 관한 백서를 발간, 공표하여야 한다.

제7장. 경쟁법 집행 절차에서의 국제협력

제108조 (경쟁법 집행 절차에서의 국제협력)

1. 국가경쟁위원회는 경쟁법 위반 혐의가 있는 행위를 신속하게 인지, 조사 및 처리하기 위하여 경쟁법 집행 절차에서 해외 경쟁당국과 협력하여야 한다.
2. 경쟁법 집행 절차에서의 국제협력의 범위는 베트남 법률의 규정 및 베트남 정부가 참여하는 국제조약에 따라 협의, 정보 및 자료 교환 또는 다른 적절한 국제협력활동을 포함한다.

제109조 (경쟁법 집행 절차에서의 국제협력의 원칙)

1. 경쟁법 집행 절차에서의 국제협력은 상호 독립성, 주권 및 영토 무결성, 국내 문제 불간섭 및 호혜 평등의 원칙에 기초해 베트남 헌법, 법률 및 베트남 정부가 참여하는 국제조약에 따라 수행되어야 한다.
2. 베트남이 서명하거나 참여하지 않은 국제조약과 관련된 경우 경쟁법 집행 절차에서의 국제협력은 베트남 법률에 반하지 않는 범위에서 상호주의 원칙에 따라 수행되며 국제법 및 국제관례에 따라 이루어진다.

제9편. 경쟁법 위반에 대한 제재

제110조 (경쟁법 위반행위에 대한 시정조치와 제재의 형태 및 규칙)

1. 경쟁법 위반 행위를 한 자는 위반행위의 성격과 정도에 따라 징계를 받거나 행정적 위반에 대한 제재를 받거나 고발된다. 국익, 단체 또는 개인의 적법한 권익을 침해하는 경우에는 법률의 규정에 따라 이를 배상하여야 한다.
2. 모든 경쟁법 위반행위에 대해서 위반행위자는 다음의 주된 제재 중 하나를 받게 된다.
   a) 경고

b) 과징금

3. 위반행위의 성격 및 정도에 따라 위반행위자는 다음의 부가적 제재 중 하나를 받게 될 수 있다.

a) 사업자 등록 취소나 이에 상응하는 제재, 면허 박탈 및 직업증명서 박탈

b) 경쟁법 위반에 사용된 증거물이나 수단의 몰수

c) 경쟁법 위반으로 얻어진 이익의 몰수

4. 제2항 및 제3항에 따른 제재와 별개로 위반행위자는 다음의 시정조치 중 하나 이상을 적용 받을 수 있다.

a) 시장에 지배력을 남용하거나 독점적 지위를 남용하는 사업자의 구조조정

b) 계약, 협정 또는 거래상 불법적 조항의 삭제

c) 경제력 집중 후에 설립된 사업자의 자본 또는 자산의 일부 또는 전부의 분할, 매각

d) 경제력 집중 후에 설립된 사업자의 계약상 상품, 용역 그 밖의 거래조건과 관련하여 권한 있는 당국의 감독

dd) 위반사실 공표

e) 그 밖에 위반행위의 경쟁제한적 효과를 해소하는 데 필요한 조치

5. 정부는 경쟁법에 규정된 개별 위반행위에 대한 제재와 시정조치에 관한 가이드라인을 제공한다.

제111조 (경쟁법 위반행위에 부과되는 과징금)

1. 경쟁제한적 합의, 시장에서의 지배적 지위의 남용, 독점적 지위의 남용에 관한 규제 위반행위에 대해서는 위반행위가 이루어진 해의 직전 회계연도를 기준으로 관련 시장에서 법위반사업자의 전체 매출액의 10%를 초과하지 아니하는 범위에서 과징금을 부과한다. 다만 형법에 규정된 법위반행위 최소 과징금 기준보다 낮아서는 아니 된다.

2. 경제력 집중 위반 행위에 대해서는 위반행위가 이루어진 해의 직전 회계연

도를 기준으로 관련 시장에서 법위반사업자의 전체 매출액의 5%를 초과하지 아니하는 범위에서 과징금을 부과한다.

3. 불공정 경쟁 행위 규제 위반행위에 대해서는 20억 동을 초과하지 아니하는 범위에서 과징금을 부과한다.
4. 그 밖의 이 법 위반행위에 대해서는 2억 동을 초과하지 아니하는 범위에서 과징금을 부과한다.
5. 제1항부터 제4항까지 규정된 과징금의 상한은 단체나 조직에 적용된다. 개인이 범한 경쟁법 위반행위에 대해서는 단체나 조직에 부과되는 것의 1/2을 상한으로 과징금을 부과한다.
6. 정부는 이 법에 규정된 법위반 행위에 부과되는 과징금의 정도에 관한 가이드라인을 제공한다.

제112조 (자진신고감면 정책)

1. 국가경쟁위원회가 제12조에 규정된 경쟁제한적 합의를 적발, 조사 및 처리하는 데 도움이 되도록 자발적으로 정보를 제공한 사업자는 자진신고감면 정책에 따라 과징금의 전부 또는 일부를 면제받을 수 있다.
2. 국가경쟁위원회 위원장은 자진신고감면 정책에 따른 과징금의 전부 또는 일부의 면제에 대한 허가 여부를 결정한다.
3. 제1항의 과징금 전부 또는 일부의 면제는 다음의 조건을 충족하는 사업자에게 허가되어야 한다.
   a) 제11조에 규정된 당사자로서 경쟁제한적 합의에 참여하였을 것
   b) 권한 있는 기관의 조사결정이 있기 전에 자발적으로 위반행위의 존재를 신고하였을 것
   c) 위반행위와 관련하여 가지고 있는 모든 정보와 증거를 진실되게 제공하고, 그것이 국가경쟁위원회가 위반행위를 적발, 조사 및 처리하는 데 큰 도움이 될 것

d) 위반행위의 조사 및 처리 과정 전반에서 권한 있는 기관에 충분히 협조할 것

4. 제1항의 규제는 다른 사업자들을 경쟁제한적 합의에 참여하도록 강요하거나 이를 주선하는 데 주도적 역할을 한 사업자에게는 적용하지 아니한다.
5. 자진신고감면 정책은 국가경쟁위원회에 자진신고감면을 신청하고 제3항에 규정된 요건을 모두 충족한 첫 3개 사업자에게만 적용한다.
6. 자진신고감면 자격이 주어지는 사업자를 결정하는 조건은 다음과 같다.
   a) 신고 순서
   b) 신고서 제출 시간
   c) 제공된 정보 및 증거의 충실성 및 가치
7. 과징금의 전부 또는 일부의 면제는 다음의 기준에 따라 이루어진다.
   a) 자진신고감면을 신청하고 제3항의 조건을 충족시킨 최초의 사업자는 과징금 전부를 면제한다.
   b) 자진신고감면을 신청하고 제3항의 조건을 충족시킨 두 번째 및 세 번째 사업자는 각각 과징금의 60%와 40%를 면제한다.

제113조 (경쟁법 위반행위에 대한 제재의 형태 및 효력)

1. 규제기관이 제8조 제1항에 규정된 행위를 한 경우 국가경쟁위원회는 해당 규제기관에 그 행위의 중단 및 시정조치의 실시를 요구하여야 한다. 해당 규제기관은 그 행동을 중단하고 시정조치를 실시하여야 하며, 법률에 따라 손해배상을 하여야 한다.
2. 제8조제2항에 규정된 행위를 한 경우에는 국가경쟁위원회 위원장과 경쟁사건처리위원회는 다음과 같은 조치를 할 수 있다.
   a) 경고
   b) 제111조 제4항에 따른 과징금 부과
   c) 제110조 제3항 제b호, 제c호 및 제4항 제dd호, 제e호에 규정된 조치

d) 제110조 제3항 제a호에 규정된 조치의 실시를 권한 있는 당국에 요청

3. 경쟁제한적 합의, 시장에의 지배적 지위 남용, 독점적 지위 남용 위반행위의 경우 경쟁사건처리위원회는 다음과 같은 조치를 할 수 있다.

a) 경고

b) 제111조 제1항에 따른 과징금 부과

c) 제110조 제3항 제b호, 제c호 및 제4항 제a호, 제b호, 제d호, 제dd호, 제e호에 규정된 조치

d) 제110조 제3항 제a호 및 제4항 제a호에 규정된 조치의 실시를 권한 있는 당국에 요청

4. 경제력 집중 규제 위반행위의 경우 경쟁위원회 위원장은 다음과 같은 조치를 할 수 있다.

a) 경고

b) 제111조 제2항에 따른 과징금 부과

c) 제110조 제3항 제b호, 제c호 및 제4항 제a호, 제c호, 제d호, 제e호에 규정된 조치

d) 제110조 제3항 제a호 및 제4항 제a호에 규정된 조치의 실시를 권한 있는 당국에 요청

5. 불공정 경쟁 행위 및 제1항부터 제4항까지 이외의 법위반의 경우 국가경쟁위원회 위원장은 다음과 같은 조치를 할 수 있다.

a) 경고

b) 제111조 제3항 및 제3항에 따른 과징금 부과

c) 제110조 제3항 제b호, 제c호 및 제4항 제dd호, 제e호에 규정된 조치

d) 제110조 제3항 제a호에 규정된 조치의 실시를 권한 있는 당국에 요청

6. 제45조 제7항에 규정된 금지행위는 관련 법률의 규정에 따라 처리된다.

제114조 (종국결정의 집행)

1. 결정을 준수할 의무가 있는 당사자가 종국결정의 발효일로부터 15일 이내에 자발적으로 이를 이행하지 아니할 경우 국가경쟁위원회 위원장 또는 청구가 받아들여진 당사자는 권한 있는 당국에 종국결정의 집행을 요청할 권리를 가진다.
2. 종국결정이 해당 결정을 준수하여야 하는 당사자의 재산에 관련 되는 경우에는 국가경쟁위원회는 권한 있는 사법 기관에 집행을 요청하여야 한다.

제115조 (이의신청의 처리에 관한 결정의 집행)

1. 이의신청의 처리에 관한 결정의 발효일로부터 15일이 지나면 경쟁사건의 처리에 대한 결정이 법적 효력을 가지나 결정을 준수할 의무가 있는 당사자가 이를 자발적으로 이행하지 아니하거나 제103조에 따른 소송을 제기하지 아니하는 경우에는 국가경쟁위원회나 청구가 받아들여진 당사자는 권한 있는 당국에 종국결정의 집행을 요청할 권리를 가진다.
2. 이의신청의 처리에 관한 결정이 해당 결정을 준수하여야 하는 당사자의 재산에 관련 되는 경우에는 국가경쟁위원회는 권한 있는 사법 기관에 집행을 요청하여야 한다.

제10편. 부칙

제116조 (다른 법령의 규정의 변경 또는 삭제)

1. 법률 제64/2014/QH13에 의해 개정된 민사 판결 집행법의 규정을 다음과 같이 변경한다.
   a) 제1조, 제35조 제2항 제e호, 제56조 제1항의 “경쟁사건처리위원회의 종국결정”을 “국가경쟁위원회 위원장, 경쟁사건처리위원회의 종국결정 및

국가경쟁위원회 위원장, 경쟁사건이의신청처리위원회의 종국결정에 대한 이의신청에 관한 결정"으로 한다.

b) 제26조, 제27조의 "경쟁사건처리위원회"를 "국가경쟁위원회 위원장, 경쟁사건처리위원회, 경쟁사건이의신청처리위원회"로 한다.

c) 제2조제1항제dd호를 다음과 같이 한다.

dd) 국가경쟁위원회 위원장 또는 경쟁사건처리위원회의 종국결정, 국가경쟁위원회 위원장 또는 경쟁사건처리위원회의 종국결정에 대한 이의신청에 관한 결정 중 관련 당사자가 이행할 의사가 없고 해당 결정의 발효일로부터 15일 이후에도 소송을 제기하지 아니하는 결정

2. 「전기통신에 관한 법률」 제41/2009/QH12 제19조 제6항을 삭제한다.

3. 「수수료와 벌금에 관한 법률」 제97/2015/QH13의 별표 1, 제A편 제2장 제4절의 4.1을 삭제한다.

제117조 (시행일)

1. 이 법은 2019년 7월 1일부터 시행한다.

부록 5. 2020년 개정 베트남 경쟁법 시행령

2020년 3월 24일: 35 / 2020 / ND-CP

2015년 6월 19일 자 「정부조직법」, 2018년 6월 12일 자 「경쟁법」에 따라 산업통상부장관의 요청으로 정부는 「경쟁법」 개별 조항을 상술하는 시행령을 공포한다.

제1편. 총칙

제1조 (범위)

이 영은 경쟁법 제9조, 제10조, 제13조, 제26조, 제31조, 제32조, 제33조, 제36조, 제56조 및 제82조의 시행에 관하여 필요한 사항을 규정한다.

제2조 (해석)

1. 다음의 경우에 사업자가 다른 사업자, 사업활동 또는 그 경영진에 대해 지배력 및 영향력을 보유하는 것으로 본다.
   a) 피취득회사의 정관상 자본금의 50% 이상 또는 의결권 있는 주식의 50% 이상을 취득하게 되는 처분권의 취득
   b) 피취득회사의 단일 사업 분야나 업종 또는 전체 사업 분야나 업종에서 자산의 50% 이상을 소유하거나 사용할 권리 보유
   c) 다음의 어느 하나의 권리 보유
      - 피취득회사의 이사, 이사회 의장, 임원, 대표이사의 지명, 해임 또는 해고에 관한 직간접적 의사결정
      - 사업조직, 사업활동·사업장 소재지·사업전략, 사업규모 및 활동이나 사업 분야의 변경, 자본의 조달·배분·투자의 형태 및 방법 등 피취득회사의 중요한 사업문제에 관한 의사결정

2. 조직적, 재정적 연계를 가지는 사업자(이하 “계열회사”라 한다)의 집단(이하 “기업집단”이라 한다)이란 동일한 집단 내의 다른 사업자의 지배나 영향력 하에 있는 사업자들의 집단을 말한다.
3. 시장점유율 점수란 법 제10조에 따라 결정되는 관련 시장에서 한 회사의 시장점유율의 수치값을 말한다. 예를 들어 한 사업자가 관련 시장에서 30%의 시장점유율을 가지고 있다면 그것의 시장점유율 점수는 30점이 된다.
4. 전체 사업자가 보유하는 관련 시장에서의 시장점유율 점수의 제곱값의 합이란 다음 공식에 따라 계산된다.

   시장점유율 점수의 제곱값의 합 = S12 + S22 + ... + S(n)2

   여기서 S1, S2, ..., S(n)이란 첫번째 사업자부터 n번째 사업자까지 각각의 시장점유율 점수를 말한다.

   예 : 동일한 관련 시장에서 3개의 사업자가 각각 30%, 30%, 40%의 시장점유율을 보유하고 있다면 시장점유율 점수의 제곱값의 합은 302+302+402=3,400이 된다.
5. 시장의 진입 및 확장 장벽이란 한 사업자가 시장에 진입하거나 그 시장을 확대하는데 방해가 되는 요소를 말한다.

제2편. 관련 시장 획정 및 시장점유율 결정

제1장. 관련 시장 획정

제3조 (관련 시장)

1. 관련 시장은 관련 상품시장 및 관련 지역시장 모두 포함하여 획정된다.
2. 관련 시장을 특정하는 과정에서 국가경쟁위원회는 사업 분야 행정관료, 전문기관 및 전문가의 자문을 받을 수 있다.

제4조 (관련 상품시장의 획정)

1. 관련 상품시장은 특징, 용도 및 가격에 기초해서 볼 때 상호 대체성이 있다고 여겨지는 상품 또는 용역이 판매되는 시장을 말한다.
2. 상품 또는 용역은 다음의 어느 하나 또는 그 이상의 요소에 기초해서 동일하거나 동질성이 있는 경우에 상호 대체성이 있다고 간주된다.
   a) 특징
   b) 구성
   c) 물리적, 화학적 속성
   d) 기술적 기능
   dd) 사용자에 대한 부작용
   e) 사용자 유인성
   g) 그 밖의 특별한 속성이나 품질
3. 상품 또는 용역은 주된 용도가 동일한 경우에 그 용도에 기초하여 상호 대체성이 있다고 간주된다.
4. 상품 또는 용역은 동일한 거래조건 하에서 5% 이하로 가격차이가 날 경우 그 가격에 기초해서 상호 대체성이 있다고 간주된다. 가격차이가 5% 이상 날 경우에도 국가경쟁위원회는 제5항에 따른 부가적인 요소들을 고려하거나 제6조에 따른 결정방식을 이용하여 그 가격에 기초해서 상호 대체성이 있다고 판단할 수 있다.
5. 상품 또는 용역이 제2항부터 제4항까지에 규정된 상호대체성을 입증하는 속성이나 특성을 가졌다고 볼 수 있을지에 대한 결정이 관련 상품시장에 관한 결론을 내리는 데 충분한 증거를 가지고 있지 아니한 경우에는 국가경쟁위원회는 다음의 어느 하나 또는 그 이상 요소를 부가적으로 고려할 수 있다.
   a) 다른 상품 또는 용역의 가격에 변화가 있는 경우 상품 또는 용역의 수요 측면에서의 대체율

b) 소비자가 대체 상품 또는 용역을 구매하거나 사용하는 데 소요되는 시간 및 비용

c) 소비습관

dd) 상품 및 용역의 대체성에 영향을 미치는 법률

e) 서로 다른 소비자 집단 사이에 판매 및 구매가격에 기초한 차별성

g) 제5항에 규정된 상품 또는 용역의 공급측면에서의 대체성

6. 필요하다면 국가경쟁위원회는 다음의 방법들을 사용하여 상품이나 용역의 가격관련 대체가능성을 결정할 수 있다.

관련 지리적 영역에 거주하는 1,000명의 소비자를 임의로 선정하여 그중 35% 이상이 그들이 이미 쓰고 있거나 쓰려고 하는 제품의 가격이 지난 6개월 동안 10% 인상된 경우에 품질, 속성 또는 사용방법이 유사한 다른 상품 또는 용역을 사고 있거나 살 의향이 있는 경우 해당 상품 또는 용역은 가격에 기초하여 상호 대체 가능하다고 간주된다.

관련 지리적 영역에 거주하는 사람의 수가 1,000명이 되지 아니하는 경우에는 인정될 수 있는 임의 선정된 소비자의 수는 해당 지리적 영역에 거주하는 소비자의 50% 이상이 되어야 한다.

제5조 (공급측면의 대체성 판단)

공급측면의 대체성은 상품 또는 용역의 가격 인상이 5%에서 10% 사이로 이루어질 때 다른 특별한 상품이나 용역 비용의 증가가 없다면 6개월 이내에 현재 상품 또는 용역을 생산 또는 판매하는 사업자가 판매량이나 출고량을 증가시킬 수 있는 역량이나 다른 사업자가 상품 또는 용역의 생산 또는 판매를 시작하거나 전환할 수 있는 역량으로 정의된다.

제6조 (특별한 경우의 관련 상품시장 획정)

1. 특별한 경우의 관련 상품시장은 특정 단일상품 또는 단일용역 시장이나 IT

기술 주도 거래 등 특별한 품질 또는 특성, 소비습관 또는 거래방식 등으로 특정될 수 있는 단일 상품군 또는 단일용역군의 시장으로 정의된다.

2. 제1항에 따른 경우의 관련 상품시장의 결정을 위해 상품 또는 용역시장을 보완하는 관련 상품도 별도로 검토되어야 한다.
3. 관련 상품을 보완하는 상품 또는 용역이란 관련 상품의 기능이나 효용을 제고할 목적으로 사용되거나 그 사용에 필수적인 상품 또는 용역을 말한다. 즉 보완재의 가격이 오르거나 떨어질 경우 다른 관련 상품 또는 용역의 총 수요도 오르거나 떨어진다.

제7조 (관련 지역시장의 획정)

1. 관련 지역시장은 이용가능한 상품 또는 용역이 유사한 경쟁조건 하에서 상호 대체성을 가지는 특정한 지리적 영역으로 이 경우 경쟁조건은 인접한 지리적 영역 사이에 존재하는 경쟁조건과 확연히 구분되는 것이어야 한다.
2. 제1항에 따른 지리적 영역의 경계는 다음의 요소로 획정된다.
   a) 관련 상품 및 용역의 유통에 사용되는 사업자의 사업 시설을 수용하는 지리적 영역
   b) 문제되는 지리적 영역에서 관련 상품 및 용역과 경쟁할 수 있는 한 해당 지리적 영역과 충분히 가까운 인접 지리적 영역에 소재하는 다른 사업자의 사업시설
   c) 상품 및 용역의 운송비
   d) 상품 및 용역의 운송기간
   dd) 시장의 진입 및 확장 장벽
   e) 소비습관
   g) 소비자가 해당 상품 및 용역을 구매하거나 이용하는 데 소요되는 시간 및 비용

3. 특정한 지리적 영역은 다음의 건 중 어느 하나를 충족한다면 관련 지역시장과 유사한 거래조건을 갖추었지만 현저히 구별된다고 본다.
   a) 상품 또는 용역의 가격을 구성하는 운송비 및 운송시간이 최대 10%까지 증가될 수 있는 경우
   b) 제8조의 시장의 진입 및 확장 장벽 중 하나가 존재하는 경우

제8조 (시장의 진입 및 확장 장벽)

다음 각 호의 사항들은 시장의 진입 및 확장 장벽을 구성한다.

1. 수출입 관세나 쿼터 등에 관한 규제, 국가차원에서의 기술규제, 상품 및 용역의 생산이나 사업을 위한 필수요건 및 필수절차, 상품 및 용역의 사용규제, 국가규제당국의 행정결정 및 특별기준 등 규제 및 정책체계에 의해 형성된 법률적 장벽
2. 상품 및 용역의 생산비용, 사업자의 자금조달능력, 자금조달처 등 재정적 장벽
3. 사업자가 시장에서 이탈하는 경우 회수할 수 있는 초기 투자비용
4. 상품 및 사업활동을 위한 공급원 또는 필수설비나 상품 및 용역의 유통 및 판매 네트워크에 대한 접근 또는 보유장벽
5. 소비습관
6. 사업활동 및 관세
7. 저작권에 포함된 작가나 제3자의 권리, 지식재산권 보호법률 등에 따른 산업재산권 및 품종보호권 등 단체 또는 개인의 지식재산권의 실시와 관련된 장벽
8. 그 밖의 시장의 진입 및 확장 장벽

제2장. 시장점유율 결정

제9조 (관련 시장의 시장점유율 결정의 원칙)

1. 관련 시장에서 사업자의 시장점유율은 법 제10조의 방법에 따라 결정된다.
2. 시장점유율을 특정하는 과정에서 국가경쟁위원회는 사업 분야 행정관료, 전문기관 및 전문가의 자문을 받을 수 있다.

제10조 (계열회사의 시장점유율 결정)

1. 계열회사에서 판매하거나 구매하는 특정 상품 및 용역의 판매량 및 구매량, 제품수량 등은 다음과 같은 기준에 따라 결정한다.
   a) 기업집단의 시장점유율을 결정하는 의미를 갖는 특정 상품 및 용역의 판매량 및 구매량, 제품수량은 해당 기업집단에 속한 모든 회사의 것을 합산하여 산정한다.
   b) 기업집단이 판매하거나 구매하는 특정 상품 및 용역의 판매량 및 구매량, 제품수량을 산정할 때 내부거래로부터 발생하는 것은 제외하여야 한다.

제3편. 경쟁제한적 합의의 경쟁제한적 효과 또는 경쟁제한적 합의로 야기되는 상당한 경쟁제한적 효과 발생 가능성의 측정

제11조 (경쟁제한적 합의의 경쟁제한적 효과 또는 경쟁제한적 합의로 야기되는 상당한 경쟁제한적 효과 발생 가능성의 측정과 관련한 구체적 사항)

1. 국가경쟁위원회는 법 제12조제3항 및 제4항의 경우에 경쟁제한적 합의의 경쟁제한적 효과 또는 경쟁제한적 합의로 야기되는 상당한 경쟁제한적 효과 발생 가능성을 측정한다.
2. 경쟁제한적 합의의 경쟁제한적 효과 또는 경쟁제한적 합의로 야기되는 상당

한 경쟁제한적 효과 발생 가능성의 측정은 다음 사항의 어느 하나 또는 그 이상의 요소에 기초해 이루어져야 한다.

a) 합의에 참여하지 아니한 경쟁자의 시장점유율 점수와 비교할 때 합의에 참여한 사업자의 시장점유율 점수의 발달 및 변화

b) 제8조에 규정된 바에 따라 시장으로의 진입 또는 시장의 확장과 관련된 사업자의 의사결정에 영향을 미치는 요소에 대해 경쟁제한적 합의가 있다면 경쟁제한적 효과를 미치거나 경쟁제한적 효과를 유발할 가능성이 있는 시장의 진입 또는 확장장벽

c) 관련 분야 및 관련 산업에서의 기술적 연구 목적, 기술개발 및 기술혁신 목적 또는 기술경쟁력 제고와 관련하여 경쟁제한적 효과나 경쟁제한적 효과 유발 가능성이 있는 기술적 연구, 기술개발 및 기술혁신, 기술경쟁력에 관한 제한

d) 생산 및 사업활동에 있어서 해당 설비의 중요성, 경쟁제한적 합의에 참여하지 아니한 경쟁사업자가 해당 설비나 유사한 설비에 접근하거나 이를 유지하는 데 소요되는 시간 및 비용 등을 기초로 평가되는 필수설비의 접근 및 유지 역량 감소

dd) 소비자가 경쟁제한적 합의에 참여하는 사업자의 상품 및 용역의 구매에 소요하거나 다른 사업자의 상품 또는 용역으로 전환하는 데 소요하는 시간 및 비용의 증가. 이 요소는 소비자가 반경쟁적 합의에 참여한 사업자의 상품 또는 용역을 구매하거나 다른 사업자의 상품 또는 용역으로 전환하는 데 소요할 수 있는 시간 및 비용을 해당 합의가 효과를 발휘하기 전후로 비교하여 결정하여야 한다.

e) 경쟁제한적 합의에 참여한 사업자와 관련된 분야별 또는 사업별 요소의 통제를 통한 시장에서의 경쟁 방해. 이 요소는 해당 특정 요소가 이 사업자들의 시장에서의 경쟁에 영향을 미치는 정도가 고려되어야 한다.

3. 경쟁제한적 합의는 다음과 같은 상황에서는 상당한 경쟁제한적 효과를 야기하거나 야기할 가능성이 있지는 아니하다고 간주된다.
   a) 수평적 경쟁제한적 합의의 경우 참여 사업자의 합산점유율이 5% 미만
   b) 수직적 경쟁제한적 합의의 경우 참여 사업자 각각의 점유율의 15% 미만
4. 경쟁제한적 합의의 경쟁제한적 효과나 그 효과 유발 가능성을 평가하는 과정에서 국가경쟁위원회는 관련 기관, 단체 및 개인의 의견을 받을 수 있고, 합의에 참여한 사업자에게 필요한 정보와 서류의 제출을 요구할 수 있다.

제4편. 상당한 시장력의 판단

제12조 (사업자 및 기업집단의 상당한 시장력 여부 판단의 대상)

1. 국가경쟁위원회는 다음의 어느 하나 또는 그 이상의 요소를 고려하여 법 제26조에 따라 사업자 및 기업집단이 상당한 시장력을 가지고 있는지를 판단하여야 한다.
   a) 관련 시장에서 사업자 간 및 기업집단 간 시장점유율 비교를 통해 평가되는 관련 시장에서 사업자 간 시장점유율의 연관성
   b) 사업자 또는 기업집단의 재정적 역량 및 규모. 이 요소는 재쟁적 경쟁력 및 자금조달능력, 대출 및 그 밖의 자금조달원, 총자본금, 총자산, 총인력, 생산규모, 사업자 또는 기업집단의 경쟁자와 연관된 상품 및 서비스의 유통 및 소비망 등에 기초해 평가되어야 한다.
   c) 다른 사업자에 대한 시장진입장벽 또는 확장장벽. 이 요소는 제8조의 시장진입 또는 확장에 대한 사업자의 의사결정에 영향을 미치는 요소를 고려하여 평가되어야 한다.
   d) 상품 또는 서비스의 유통 및 소비시장이나 상품 또는 서비스의 공급원에 대한 보유, 접근 및 통제 가능성. 이 요소는 상품 또는 서비스의 유통 및 소비시장이나 상품 또는 서비스의 공급원을 가지고 있는 경쟁사업자

와 비교해서 사업자나 기업집단이 가지는 이점을 고려하여 평가되어야 한다.

dd) 사업자 또는 기업집단의 기술설비이점. 이 요소는 경쟁사업자와 비교해서 생산 또는 사업활동의 목적으로 해당 설비를 보유하거나 사용하는 사업자 또는 기업집단의 기술설비 이점을 고려하여 평가되어야 한다.

e) 기반시설의 보유, 유지 및 접근권한. 이 요소는 상품 및 용역의 생산 및 사업 측면에서 기반시설의 중요성 및 그에 대한 접근가능성 측면에서 경쟁사업자에 대한 사업자나 기업집단의 이점을 판단할 목적으로 평가되어야 한다.

g) 지식재산권의 보호대상을 보유 및 사용할 권리. 이 요소는 상품 및 용역의 생산 및 사업과정에서 지식재산권으로 보호되는 대상의 중요성 및 그에 대한 접근가능성 측면에서 경쟁사업자에 대한 사업자나 기업집단의 이점을 판단할 목적으로 평가되어야 한다.

h) 다른 상품 및 용역에 대한 공급원 또는 수요원으로의 전환가능성. 이 요소는 관련 시장에서 사업자 또는 소비자가 다른 사업자의 상품 및 용역으로 전환하는데 필요한 시간 및 비용을 고려하여 평가되어야 한다.

i) 사업자 또는 기업집단이 사업활동을 수행하는 분야 또는 산업의 특수 요인. 이 요소는 산업별, 분야별 상황에 따라 경쟁사업자에 대한 사업자 또는 기업집단의 이점을 고려하여 평가되어야 한다.

2. 사업자 또는 기업집단의 상당한 시장력을 판단하는 과정에서 국가경쟁위원회는 관련 기관, 단체 및 개인의 의견을 받을 수 있고, 합의에 참여한 사업자에게 필요한 정보와 서류의 제출을 요구할 수 있다.

제5편. 경제력 집중

제13조 (경제력 집중 신고기준)

1. 경제력 집중에 참여하려는 사업자는 누구라도 다음의 어느 하나에 해당하는 경우에는 법 제33조 제1항에 따라 경제력 집중을 실시하기 전에 국가경쟁위원회에 그 사실을 신고하여야 한다. 단, 제2항에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다.
   a) 베트남 시장에서 회사나 기업집단의 총자산이 경제력 집중을 하려는 연도의 직전 회계연도 기준으로 3조 VND 이상인 경우
   b) 베트남 시장에서 회사나 기업집단의 총매출액이나 총구매액이 경제력 집중을 하려는 연도의 직전 회계연도 기준으로 3조 VND 이상인 경우
   c) 경제력 집중 거래의 가치가 1조 VND 이상인 경우
   d) 경제력 집중에 참여하려는 사업자의 합산 시장점유율이 경제력 집중을 하려는 연도의 직전 회계연도 기준으로 관련 시장의 전체 시장점유율의 20% 이상인 경우
2. 법 제33조 제1항에 따라 경제력집중에 참여하려는 여신회사, 보험사 또는 증권사는 누구라도 다음의 어느 하나에 해당하는 경우에는 법 제33조 제1항에 따라 경제력 집중을 실시하기 전에 국가경쟁위원회에 그 사실을 신고하여야 한다.
   a) 베트남 시장에서 회사나 보험기업집단의 총자산이 경제력 집중을 하려는 연도의 직전 회계연도 기준으로 1.5조 VND 이상인 경우; 베트남 시장에서 여신기관 또는 여신기업집단의 총자산이 경제력 집중을 하려는 연도의 직전 회계연도 기준으로 베트남 시장에서의 여신시스템의 전체 자산의 20% 이상인 경우
   b) 베트남 시장에서 회사나 보험기업집단의 총매출액이나 총구매액이 경제력 집중을 하려는 연도의 직전 회계연도 기준으로 10조 VND 이상인 경우; 베트남 시장에서 사업자나 증권기업집단의 총매출액이나 총구매액이 경제력 집중을 하려는 연도의 직전 회계연도 기준으로 3조 VND 이상인 경우; 베트남 시장에서 여신기관 또는 여신기업집단의 총매출액이 경

제력 집중을 하려는 연도의 직전 회계연도 기준으로 베트남 시장에서의 여신시스템의 전체 매출액의 20% 이상인 경우

c) 보험사나 증권사 간 경제력 집중 거래의 가치가 3조 VND 이상인 경우; 여신기관 간 경제력 집중 거래의 가치가 경제력 집중을 하려는 연도의 직전 회계연도 기준으로 베트남 시장에서의 여신시스템의 전체 정관자본의 20% 이상인 경우

d) 경제력 집중에 참여하려는 사업자의 합산 시장점유율이 경제력 집중을 하려는 연도의 직전 회계연도 기준으로 관련 시장의 전체 시장점유율의 20% 이상인 경우

3. 베트남 영토 밖에서 경제력 집중을 하는 경우 경제력 집중 신고 기준은 제1항 제a호, 제b호 및 제d호, 제2항 제a호, 제b호 및 제d호를 따라야 한다.

제14조 (경제력 집중의 사전심사)

1. 국가경쟁위원회는 경제력집중의 신고가 완전하고 유효하게 이루어진 경우 이를 수령한 날로부터 30일 이내에 경제력 집중의 사전심사의 결과를 다음과 같이 통지하여야 한다.

a) 경제력 집중의 승인

b) 경제력 집중에 대한 정식심사 진행

2. 경제력 집중은 다음의 어느 하나의 사유가 있으면 허용된다.

a) 경제력 집중에 참여하는 사업자들의 합산 시장점유율이 관련 시장의 전체 시장점유율의 20% 미만에 해당하는 경우

b) 경제력 집중에 참여하는 사업자들의 합산 시장점유율이 관련 시장의 전체 시장점유율의 20% 이상에 해당하나 관련 시장에서 경제력 집중 이후에 사업자들의 시장점유율 점수의 제곱값의 합이 1,800 미만인 경우

c) 경제력 집중에 참여하는 사업자들의 합산 시장점유율이 관련 시장에서 20% 이상에 해당하고 관련 시장에서 경제력 집중 이후에 사업자들의 시

장점유율 점수의 제곱값의 합이 1,800 이상에 해당하나, 기업결합 전후로 관련 시장에서 사업자들의 시장점유율 점수의 제곱값의 합의 증가폭이 100 미만인 경우

d) 경제력 집중에 참여하는 사업자들이 특정 상품이나 서비스의 동일한 생산, 유통 및 공급망에서 상호 관련성을 가지고 있거나, 경제력 집중에 참여하는 사업자들이 사업을 영위하면서 상호 생산재를 제공하거나 상품 또는 용역을 공급하는 사업분야 또는 산업에서 관련성을 가지는 경우로서 관련 시장에서 합산 점유율이 20% 미만인 경우

3. 제1항에 규정된 시한 만료 시까지 국가경쟁위원회가 사전심사 결과를 통지하지 아니하였다면 경제력 집중을 실행할 수 있다.
4. 경제력 집중은 제2항 및 제3항의 경우에 해당하지 않는 한 정식심사의 대상이 된다.

제15조 (경제력 집중의 상당한 경쟁제한적 효과나 경쟁제한적 효과 유발 가능성의 평가 대상)

1. 경제력 집중 전후로 관련 시장에서 경제력 집중에 참여하는 사업자의 합산 시장점유율
2. 사업자의 시장력이 생성 또는 강화될 위험, 관련 시장에서 사업자 간 공모 및 결탁이 증가할 가능성의 판단 목적으로 평가되는 경제력 집중 전후 관련 시장의 집중도
3. 특정 상품 또는 용역의 동일한 생산, 유통 및 공급망 내에서 경제력 집중에 참여하는 사업자 간 관계; 상호 생산재를 공급하거나 상품 또는 용역을 지원하는 형태의 경제력 집중에 참여하는 사업자들의 사업 분야 또는 산업의 동일한 생산, 유통 및 공급망 내에서 경제력 집중에 참여하는 사업자 간 관계
4. 관련 시장에서 사업자들의 경제력 집중에 의해 초래되는 경쟁이점. 이것은 상품 특징, 생산 및 유통망, 재정적 능력, 브랜드, 기술, 지식재산권 및 그 밖

에 관련 시장 내 경쟁자와의 관계에서 경제력 집중 이후에 해당 사업자들이 얻을 수 있는 이점으로 결합사업자의 시장력을 현저히 창출 또는 강화시킬 우려가 있는 이점 등을 고려하여 종합적으로 평가한다.

5. 경제력 집중 이후 가격 인상 또는 이윤 확대 가능성. 이것은 다음의 어느 하나 또는 그 이상의 요소에 기초하여 평가되어야 한다.
   a) 수요측면에서의 예상되는 변화. 이것은 경제력 집중의 완료 이후 참여 사업자들이 관련 시장에서 상품 또는 용역의 생산 또는 거래조건을 인상하거나 변화시킬 수 있다는 사실을 예상하여 평가되어야 한다.
   b) 공급측면에서의 예상되는 변화. 이것은 경제력 집중의 완료 이후 경쟁사업자들이 관련 시장에서 상품 또는 용역의 생산 또는 거래조건을 인상하거나 변화시킬 수 있다는 사실을 예상하여 평가되어야 한다.
   c) 가격, 생산재의 예상되는 변화 및 경제력 집중에 참여하는 사업자의 생산요소인 상품 또는 용역에 대한 공급조건의 예상되는 변화
   d) 판매가격 또는 판매이윤을 높일 목적으로 경쟁사업자 사이에 협력 또는 합의를 늘리는 데 필요한 조건 및 그로 인한 위협
   dd) 그 밖에 경제력 집중 이후에 사업자의 이윤을 인상하거나 인상시킬 가능성에 영향을 미치는 요소
6. 경제력 집중 이후의 다른 사업자의 시장진입 또는 시장확장 배제 또는 방해 가능성. 이것은 다음의 하나 또는 그 이상의 요소에 기초하여 판단되어야 한다.
   a) 경제력 집중 전후로 상품 및 사업의 생산재 투입 통제 정도
   b) 경제력 집중 이전에 경제력 집중에 참여한 사업자의 분야 또는 산업 내에서의 경쟁요소 및 경쟁활동
   c) 제8조에 따른 시장의 진입 및 확장 장벽
   d) 그 밖에 경제력 집중 이후 해당 회사가 다른 사업자의 시장 진입 또는 시장 확장을 배제 또는 방해할 가능성이 있는 요소

7. 경제력 집중에 참여한 사업자들이 고려한 분야 및 산업에서의 특별요소로 경제력 집중의 반경쟁적 효과의 평가 결과에 직접적으로 영향을 미칠 수 있거나 상당한 변경을 초래할 수 있는 요소

제16조 (경제력 집중의 긍정적 효과 평가 대상)

국가경쟁위원회는 다음 어느 하나 또는 그 이상의 요소에 기초하여 경제력 집중의 긍정적 효과를 평가해야 한다.

1. 국가의 전략이나 계획에 따른 산업, 분야, 과학 및 기술의 발전에 대한 긍정적 효과. 이것은 다음의 요소에 기초해 평가되어야 한다.
   a) 경제력 집중의 결과로 나타나는 장소, 산업, 분야 및 전체 사회의 규모와 자원을 통해 경제적 효율성을 제고할 수 있는 능력. 이것은 반드시 정부나 수상이 승인한 분야 및 산업의 발전과 관련하여 국가의 전략 및 계획의 대상에 부합해야 한다.
   b) 경제력 집중 이후 사업자의 과학 및 기술의 발전이 비용 절감, 상품 또는 용역의 품질 제고, 소비자와 사회의 이익에 대한 기여 등을 목적으로 생산성, 품질 및 사업의 효율성 제고에 기여하는 정도
2. 중소기업의 발전에 미치는 긍정적 효과. 이것은 시장에 대한 진입 또는 확장이나 상품 및 용역의 생산 및 유통망에 대한 참여와 관련하여 경제력 집중으로 인해 발생할 수 있는 중소기업의 기회 및 유리한 조건의 가치에 기초해서 평가되어야 한다.
3. 국제시장에서 베트남 기업의 경쟁력 제고. 이것은 경제력 집중 이후 국내 상품 또는 용역의 생산, 소비 및 수출을 통해 수행되는 경제력 집중의 긍정적 결과에 기초해서 평가되어야 한다.

제6편. 경쟁법 집행 절차

제1장. 증거

제17조 (증거 제공 권리 및 의무)

1. 신고인은 신고가 충분한 근거와 적법한 방법으로 이루어졌음을 보일 수 있는 문서와 증거를 찾아 제출할 권리와 의무가 있다.
2. 독립한 청구를 하는 이해관계자는 청구가 충분한 근거와 적법한 방법으로 이루어졌음을 보일 수 있는 문서와 증거를 찾아 제출할 권리와 의무가 있다.
3. 피심인, 피조사인 및 청구 내용에 반대되는 권리 및 의무를 가진 자는 자신의 반대주장이 충분한 근거를 갖추었음을 증명할 권리가 있고 이를 입증할 증거를 제출할 의무를 가진다.
4. 경쟁법 위반과 관련된 사건에 대해 조사를 수행하는 당국은 법 제80조 제2항의 사안에 대해 경쟁법 위반의 증거를 발견할 의무가 있다.

제18조 (증거가 필요하지 않은 사실 및 상황)

다음과 같은 사실과 상황은 증거를 요하지 아니한다.

1. 모든 사람에게 알려져 있고, 국가경쟁위원회나 경쟁사건처리위원회에 인지된 명백한 사실 및 상황
2. 서류로 작성되어 공증되었거나 합법적으로 공인된 사실과 상황. 서면화된 사실과 상황의 공인성에 의문이 있는 경우에는 국가경쟁위원회는 기관, 단체 및 개인에 대해 주요내용을 보일 서류나 원본의 제공 및 제출을 요구할 수 있다.
3. 피심인, 피조사인 및 청구 내용에 반대되는 권리 및 의무를 가진 자가 어떠한 사실, 상황이나 다른 당사자가 제출한 기록 및 서류에 대해 이를 수용하거나 이에 대해 반대하지 아니한 경우, 이에 대해서는 별도의 입증이 요구되

지 아니한다. 피심인, 피조사인 또는 청구 내용에 반대되는 권리 및 의무를 가진 자가 변호인을 쓰는 경우, 변호인이 하는 승인이나 반대는 변호인의 권한 범위 내에서는 피심인, 피조사인 또는 청구 내용에 반대되는 권리 및 의무를 가진 자의 승인이나 반대로 본다.

제19조 (증거제출)

1. 법 제66조에 따른 경쟁법 집행 절차에 참여하는 자는 경쟁법 위반 사건의 조사 및 처리 과정에서 경쟁청 및 경쟁사건처리위원회에 서류와 증거를 제출할 권리와 의무를 가진다.
2. 제1항의 증거제출은 반드시 기록되어야 한다. 기록은 증거의 명칭, 형식, 내용 및 특징, 서면증거의 페이지수 및 접수시간, 제출자의 서명 또는 지장, 접수자의 서명, 경쟁청 및 국가경쟁위원회의 관인 등을 분명하게 표시하여야 한다. 기록은 두 개의 사본을 만들어서 하나는 경쟁사건의 서류로 보관하고 다른 하나는 증거제출 당사자에게 교부한다.
3. 소수민족 언어 또는 다른 나라 언어로 쓰여진 서류 및 증거는 공증 또는 공인을 받은 적법한 번역사본을 동봉하여야 한다.
4. 서류와 증거의 제출기한은 법 제81조 및 제87조의 조사기한, 법 제89조, 제90조, 제91조의 보완조사 기한 또는 국가경쟁위원회 위원장 및 경쟁사건처리위원회의 위원장의 요청에 따라 정해지는 기한 내로 한다.

제20조 (감정인 선임 또는 요청)

1. 신고인, 피심인, 피조사인 또는 이해관계자는 경쟁청장 및 경쟁사건처리위원회에 감정인의 선임을 요청할 수 있고, 경쟁청장 및 경쟁사건처리위원회에서 이를 거절할 경우 자발적으로 감정인을 선임할 수 있다.
2. 신고인, 피심인, 피조사인 또는 이해관계자의 요청이 있거나 필요한 경우 경쟁청장 및 경쟁사건처리위원회는 감정인 선임 결정을 하여야 한다. 감정인

선임 결정은 감정인의 성명 및 주소, 감정수령인, 감정대상 및 감정 결과에 요구되는 특별요건 등을 적시하여야 한다.

3. 감정 결과가 불명확해 보이는 경우로서 신고인, 피심인, 피조사인 또는 이해관계자의 요청이 있거나 필요한 경우에는 경쟁청장 및 경쟁사건처리위원회는 감정인에게 감정 결과의 설명을 요청하거나 관련 문제를 직접 보고받기 위해 감정인을 소환하여야 한다.
4. 감정 결과가 불명하거나 불충분하거나 감정 결과로 확인된 사실과 관련하여 새로운 쟁점이 발생한 경우로서 신고인, 피심인, 피조사인, 또는 이해관계자의 요청이 있거나 필요한 경우에는 경쟁청장 및 경쟁사건처리위원회는 보완감정의 결정을 하여야 한다.
5. 재감정은 초기 감정의 결과가 부정확하거나 법위반이 있음이 명확한 경우에만 허용된다.

제21조 (허위라 주장되는 증거에 대한 감정인 선임)

1. 증거가 허위라는 주장이 있으면 증거를 제출한 자는 이를 철회할 수 있다. 철회하지 아니하는 경우에는 신고인이 경쟁청 및 경쟁사건처리위원회에 감정인의 선임을 요청할 수 있다.
2. 증거의 위조에 대해 범죄의 혐의가 있는 경우, 경쟁청 및 경쟁사건처리위원회는 형사소송법에 따라 심사를 수행할 수 있다.
3. 허위 증거의 제출자는 허위 증거가 다른 단체나 개인에게 초래한 손해나 손실을 배상하여야 하며 경쟁청 또는 경쟁사건처리위원회가 이를 위해 감정인 선임을 한 경우 감정 비용도 부담한다.

제22조 (서류 및 증거 수집 위탁의무)

1. 경쟁사건 처리 과정에서 국가경쟁위원회는 경쟁사건의 정황을 검증하기 위

해 제3항의 관할기관에 대해 경쟁법 집행 절차 참여인의 증언을 취득하거나 서류 및 증거의 수집을 수행할 권한을 부여하는 결정을 할 수 있다.

2. 해당 결정은 절차에 참여하는 자의 성명 및 주소, 그리고 서류 및 증거 수집과 관련하여 배정된 임무를 적시하여야 한다.
3. 서류 및 증거의 수집이 해외에서 이루어져야 하는 경우 경쟁청장의 요청이 있으면 경쟁사건처리위원회나 국가경쟁위원회는 베트남 내의 관할기관 또는 베트남 사회주의 공화국과 같은 국제조약의 당사자인 해외의 관할기관을 통해 위탁절차를 완료하거나 국제법 및 관행 하에 베트남 법률에 위반됨이 없이 호혜주의 원칙에 따라 위탁절차를 완료하여야 한다.
4. 제1항의 위탁의 수행이 이루어지지 아니하였거나 그러한 위탁에 대한 승낙의 수령 없이 위탁이 이미 수행된 경우에는 국가경쟁위원회 및 경쟁사건처리위원회는 사건서류에 이미 존재하는 정보 및 증거에 기초하여 관련 사건을 처리하여야 한다.

제23조 (증거의 처리 및 보관)

1. 경쟁청 또는 경쟁사건처리위원회는 취득한 증거를 보관하여야 한다.
2. 경쟁청 또는 경쟁사건처리위원회가 취득하기 어려운 증거는 해당 증거의 보유자가 이를 보관하여야 한다.
3. 증거가 제3자에게 보내져 보관될 필요가 있는 경우에는 경쟁청장 또는 경쟁사건처리위원회는 해당 증거의 이전을 결정하고, 그 이전에 관한 조서를 작성하여야 한다. 해당 증거의 보관인은 조서에 성명을 기입하여야 하며, 소정의 보수를 수령한 후 해당 증거의 보관 및 보존 책임을 진다.
4. 서류 및 증거의 파손행위는 엄격히 금지된다.

제24조 (증거의 평가)

1. 증거는 충분하고, 객관적이며, 종합적이고, 정확하게 평가되어야 한다.

2. 경쟁청 및 경쟁사건처리위원회는 각각의 증거를 평가하고, 증거 간의 관계도 평가하며, 개별 증거의 법적 유효성을 확인하여야 한다.

제25조 (증거의 공개 및 사용)

1. 모든 증거는 공개되고 공동으로 사용되어야 한다. 단, 제2항 및 제3항의 경우에는 그러하지 아니하다.
2. 국가경쟁위원회 위원장, 경쟁청장 또는 경쟁사건처리위원회 위원장은 다음의 증거를 공개하거나 공동으로 사용하여서는 아니 된다.
   a) 법률에 따라 국가기밀로 분류된 증거
   b) 관습, 직업상 비밀, 영업 노하우, 경쟁법 집행 절차 참여인의 적법한 요청에 따른 개인적 비밀과 관련된 증거
3. 필요한 경우 국가경쟁위원회 위원장, 경쟁청장 또는 경쟁사건처리위원회 위원장은 경쟁사건의 조사 및 처리에 적합한 시기에 증거의 전부나 일부를 공개하고 사용할 수 있다.
4. 절차를 수행하는 기관 및 개인, 절차참여인은 제2항에 따라 공개 및 사용이 금지되는 경우에는 증거의 비밀 유지에 대한 책임을 진다.

제2장. 경쟁사건의 조사 및 처리 과정에서 발생하는 행정적 위반행위의 방지 및 처리 보장 수단

제26조 (관할 기관에 대한 경쟁사건의 조사 및 처리 과정에서 발생하는 행정적 위반행위의 방지 및 처리 보장 수단의 신청 요청 절차)

1. 국가경쟁위원회 위원장은 관할 기관에 대해 경쟁사건의 조사 및 처리과정에서 발생하는 행정적 위반행위를 방지하고 그 처리를 보장할 조치를 서면으로 요청할 수 있다.
2. 서면요청에는 다음의 사항이 포함되어야 한다.

a) 요청일

b) 조치의 대상이 되는 사업자, 사업자단체, 단체 또는 개인의 성명 및 주소

c) 경쟁법 위반 개요

d) 조치청구 사유

dd) 조치를 신청하는 기간 및 범위

3. 서면요청이 접수된 이후 3 영업일 내에 요청을 접수한 기관은 경쟁사건의 조사 및 처리과정에서 발생하는 행정적 위반행위를 방지하고 그 처리를 보장할 조치를 실시하여야 한다. 해당 기관이 이를 거절하는 경우에는 거절의 이유를 명확히 적시한 서면으로 회신하여야 한다.

제27조 (경쟁사건의 조사 및 처리 과정에서 발생하는 행정적 위반행위의 방지 및 처리 보장 수단의 시행에 대한 협조 의무)

국가경쟁위원회는 관할기관이 경쟁사건의 조사 및 처리 과정에서 발생하는 행정적 위반행위의 방지 및 처리 보장 수단을 시행하는 데 협조할 의무가 있다.

제28조 (경쟁사건의 조사 및 처리 과정에서 발생하는 행정적 위반행위의 방지 및 처리 보장 수단의 신청의 철회)

경쟁사건의 조사 및 처리 과정에서 발생하는 행정적 위반행위의 방지 및 처리 보장 수단을 신청할 이유가 소멸한 경우에는 국가경쟁위원회 위원장은 관할기관에 신청된 조치에 대한 철회를 요청할 수 있다.

제7편. 부칙

제29조 (시행일)

이 영은 2020년 5월 15일부터 시행한다.

제30조 (집행책임)

1. 재정부는 경쟁제한적 합의의 면제신청 서류의 평가과정에서 발생하는 비용, 경제력 집중 신고 서류의 심사과정에서 발생하는 비용, 경쟁법 위반 사건의 조사 및 경쟁법 집행 절차에서 발생하는 비용을 보장할 자금의 편성, 관리 및 집행을 지도한다.
2. 이 영의 시행은 산업부장관과 국가경쟁위원회 위원장이 총괄한다.
3. 각 부 장관, 장관급 기관장, 정부직속기관장, 지방인민평의회 위원장은 이 법령을 이행할 책임이 있다.

Executive Summary

Competition Policy and Law in the ASEAN Countries: Focusing on Digital Platform M&A

Yungshin Jang, Gusang Kang, Seung Kwon Na, Jegook Kim,
Jay Pil Choi, and Suruyn Kim

This study reviews the competition policies of major ASEAN countries from institutional, legal, and economic perspectives, focusing on M&A in the digital platform market, and then proposes overseas competition policies for Korea. First of all, Chapter Two introduces the implications of the digital platform market in terms of competition policy, and the recent economic theories and global discussion trends for anti-competitive M&A which could arise from these features. Significant features of the digital platforms such as economies of scale, network effects, cost reduction in collecting, analyzing, and storing data will create pro-competitive effects of increasing consumer welfare on the demand side as well as reducing inefficiencies on the production side. However, these pro-competitive features at the same time can also lead to potential monopolization in the market, or "tipping" toward dominant firms, due to the significantly robust economies of scope possible in the digital platform market. In particular, even though "killer acquisitions" to eliminate potential competitors in the future can cause serious anti-competitive effects in the competitive process of tech companies, many mergers and acquisitions conducted by tech giants such as GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple, and Microsoft) since 2010 have been

approved by competition authorities without any conditions or screening process. This situation sparked debate on whether the previous competition law paradigm could be applied in the digital economy without any modification. In this line, some leading competition authorities worry that the current merger review policy can undermine the possible birth and development of start-ups, which could grow to be future competitors. They also address the need to introduce a new regulation paradigm.

Chapter Three covers market competition in the digital economy of six ASEAN member states – Indonesia, Singapore, Viet Nam, the Philippines, and Thailand – which have relatively sizable digital economies. This chapter explicitly addresses the issues of e-commerce, ride-hailing and online delivery, online travel booking, and over-the-top media service. In addition, we investigate global digital platform M&A cases in the region from 2015 to 2019 using the Thomson Reuters EIKON data set and identify the features of the cases by country and industry. While market competition structure and features differ from country to country, sustainable growth of the digital platform market in the region is expected considering the rapid growth rates of this region's population and economy. The recent COVID-19 outbreak will accelerate the growing trend due to the subsequent increase in online activities, even though some sectors such as ride-hailing are experiencing adverse effects due to the pandemic. However, because ride-hailing companies such as Grab and Gojek are leveraging their platforms to expand their business areas into delivery and finance services, the growing effects in the market are greater than contracting ones in total. We find that the M&A activities of the digital platform companies are very active as the relevant market grows in the region. Most of all, e-commerce and ride-hailing account for the most significant portion of the market. M&A transactions in the e-commerce sector of Chinese companies occupy a large portion.

Looking at major M&A cases in the e-commerce sector, we can identify the cases of Lazada and Tokopedia conducted by Alibaba in China. On the other hand, a promising local platform based on ASEAN, Grab merged with the global platform Uber. Through this market situation, we observe that fierce competition is taking place between local and global platforms.

Chapter Four first addresses the introduction of competition laws in all ASEAN member states and then delves into a comparison of competition laws in four countries (Indonesia, Singapore, Viet Nam, and the Philippines), focusing on merger review regimes. While Indonesia was the first country to introduce a competition law in ASEAN, Singapore and the Philippines operate relatively advanced competition policies vis-a-vis the United States or European Union. Viet Nam started to accept global standards since the comprehensive amendment of its competition law in 2018. In regulating anti-cartel behaviors, all four countries' competition authorities commonly separate "per se illegal rule" and "rule of reason" when enforcing their laws, but the range and cartel types to apply those rules differ from country to country. Three countries except for Indonesia run leniency programs which grant exemptions or reduction of penalty when cartel firms concede their illegal behaviors to competition authorities. In the regulation of abuse of dominance, all four countries assume that a firm has a dominant position if the firm's market share is above a certain threshold. The competition laws explicitly regulate the types of prohibited behaviors. The threshold is 60% in Singapore, 50% in Indonesia and the Philippines, and 30% in Viet Nam, which implies that Singapore's competition law applies the most relaxed standards and Viet Nam the most strict standards. Compared to the regulation of cartel conduct and abuse of dominance, merger review regimes show significantly heterogeneous institutional characteristics. The requirements for reporting mergers and acquisitions show a wide spectrum: Singapore

has a post-review process where competition law requires firms to report the M&As afterwards but do not have to report consolidations in advance. However, Viet Nam and the Philippines have a mandatory pre-review process where merging firms are obligated to report the M&As to the authorities and obtain approval in advance. In the middle of the two regimes, Indonesia runs voluntary pre-review and mandatory post-review regimes. These institutional differences can lead the firms to conduct cross-border M&As in the ASEAN region to deal with increasing competition law risks.

Chapter Five consists of two main sections. The first section studies and compares each of the four competition authorities' decisions on whether the authorities approved a representative cross-border M&A case in the region in 2018, the Grab-Uber M&A case, or not. In particular, this section investigates why each competition authority reached different conclusions on the same M&A case. The competition authorities of Singapore and the Philippines both decided that the Grab-Uber M&A was anti-competitive. They argued that the consolidated Grab's market power after the merger would be strengthened due to the elimination of its strong competitor, Uber. The merger had the effect of easing intense competition pressure in the digital platform market. Nonetheless, due to the institutional limitations of the voluntary post-review regime in the country, the merger was approved by Singapore's competition authority with certain behavioral remedies, such as restrictions against raising prices. The Philippines' competition authority approved the case, but took a slightly different method from Singapore's by finalizing it by way of consent order. In Viet Nam, the Vietnam Competition and Consumer Authority (VCCA) delivered its initial opinion that the M&A should not be approved due to the potential competition restrictive effects, however the Vietnam Competition Council (VCC), as the final decision commission, chose not to accept the proposal and approved the merger without any

conditions. The Indonesian competition authority did not apply the competition law, arguing that the merger did not show any changes of control rights regulated in the law and only was considered as sales of an asset. The second section empirically analyzes the economic effects of the Grab-Uber M&A case on market competition using the data set provided by Allied Market Research. The data set includes information on the features of consumers and three ride-hailing applications, Grab, Uber, and Gojek, from 2008 to 2019. Compared to other countries, the results show that the anti-competitive effects from the merger were weaker in Indonesia where the consolidated Grab still has a strong competitor, Gojek.

Based on the analysis results presented in Chapters two to five, we confirmed the rapid growth of digital platforms and intensified competition in the digital platform market of the ASEAN region. Also, it is expected that the competition authorities will more actively enforce their competition laws in the digital platform market. Considering the legal and institutional gaps across countries and divide in their capacity to enforce competition laws, it is important to synchronize the ASEAN member state's regimes by reducing the heterogeneity in competition policy within the region. Also, capacity building programs to enhance enforcement skills should be addressed. In particular, due to the complicated nature and convergence features of the digital economy, competition authorities in ASEAN should consider a new regulation paradigm in competition policy suitable to the changing digital competition environments. This study provides four policy suggestions in the context of international competition policy to strengthen global cooperation with the ASEAN member states and minimize competition law risks of Korean companies that are conducting or planning to do business in the region. First, in line with the New Southern Policy, which emphasizes multilateral cooperation with ASEAN, Korea's competition

authority should build a cooperation channel with the ASEAN Experts Group on Competition and bilateral cooperation with each member state. Second, the authority should promote demand-based and customized collaborative projects in the areas of competition policy through joint investigation, research, and sharing best practices in the digital platform economy. This cooperation could provide the ASEAN member states with capacity building on cultivating competition environments and enforcing competition laws. Third, Korea's competition authority should establish a cooperation network with the ASEAN Competition Enforcer's Network to prepare for the increasing demand of competition law enforcement in the digital economy. Finally, we confirmed the increasing trend of business opportunities in the digital economy of the ASEAN region. Thus, the Korean government should provide the Korean companies with more detailed information on the local competition law and the authorities' enforcement standards to minimize competition law risks by helping them avoid violating the local competition laws.

〈책임〉

장영신

성균관대학교 경제학 학사
미시간주립대학교 경제학 석사 및 박사
제45회 행정고등고시 재경직 합격
공정거래위원회 서기관 역임
대외경제정책연구원 APEC연구컨소시엄사무국장, 세계지역연구센터 신남방경제실 동남아대양주팀장(겸)
(現, E-Mail: ysjang@kiep.go.kr)

저서 및 논문

『산업간 융·복합 시대 미국과 EU의 경쟁정책 분석』(공저, 2020)
『아시아-태평양 지역의 디지털화와 한국의 협력방안』(공저, 2020) 외

〈공동〉

강구상

성균관대학교 경제학 학사
미국 University at Albany, SUNY 경제학 박사
대외경제정책연구원 세계지역연구센터 선진경제실 미주팀 부연구위원
(現, E-Mail: gskang@kiep.go.kr)

저서 및 논문

『주요국의 혁신성장 정책과 제도: 미국, 유럽, 일본을 중심으로 / 제1편 주요국의 혁신성장 정책』(공저, 2019) 외
『산업간 융·복합 시대 미국과 EU의 경쟁정책 분석』(공저, 2020) 외

나승권

중앙대학교 경제학 석사 및 박사 수료
대외경제정책연구원 세계지역연구센터 신남방경제실 인도남아시아팀 전문연구원
(現, E-mail: skna@kiep.go.kr)

저서 및 논문

『아세안 사회문화공동체와 한국의 분야별 협력방안』(공저, 2019)
『신남방지역 온라인 플랫폼 시장 분석과 시사점』(공저, 2020) 외

김제국

서울시립대학교 정경대학 경제학부 졸업
서울시립대학교 일반대학원 경제학과 석·박사 통합과정 수료
대외경제정책연구원 세계지역연구센터 신남방경제실 동남아대양주팀 전문연구원
(現, E-mail: jegook@kiep.go.kr)

저서 및 논문

『신남방지역의 가치사슬 분석과 교역 확대 및 고도화 방안』(공저, 2020)
『아세안 역내 서비스시장 통합의 경제적 영향과 시사점』(공저, 2020) 외

최재필

Department of Economics, Michigan State Univ. 교수
(現, E-mail: choijay@msu.edu)

저서 및 논문

"Optimal Cross-Licensing Arrangements: Collusion vs. Entry Deterrence" (공저, *European Economic Review*, 2019)
Competition Law and Economics: Beyond Monopoly Regulation, Edward Elgar Publishing(공저, 2020) 외

김수련

법무법인(유)광장 변호사
(現, E-mail: suruyn.kim@leeko.com)

저서 및 논문

「복수의 처분시 항고소송의 대상이 되는 처분」(공저, 『경쟁저널』, 2016)
「경제적 동일체 이론과 입찰담합」(공저, 『경쟁저널』, 2017) 외

KIEP 세계지역전략연구 발간자료 목록

■ 2020년

20-01 미 · 중 경쟁이 중남미 경제에 미치는 영향과 시사점 / 홍성우 · 윤여준 · 김진오 · 임지운 · 남지민

20-02 인도 한류 분석과 문화협력 확대방안: 음악 및 영상 콘텐츠를 중심으로 / 김정곤 · 이정미 · 윤지현

20-03 중국의 아세안 환경협력 분석을 통한 신남방정책 추진방안 연구 / 강택구 · 이상윤 · 심창섭 · 장훈 · 이정석

20-04 한 · 중미 5개국 FTA 발효에 따른 중미시장 활용방안 / 김종섭 · 이승호 · 이준희 · 김민정 · 김세원 · 김희라

20-05 신남방 지역 주요국의 핀테크 발전과 협력방안: 인도, 태국, 말레이시아, 베트남, 인도네시아를 중심으로 / 이충열 · 이종하 · 이선호 · 강성범

20-06 동남아시아 농업분야 개발협력사업 성공요인 분석: 지역사회 개발협력 사례 중심으로 / 전제성 · 정연식 · 정법모 · 김희숙 · 백용훈 · 박희철 · 김다혜 · 김현경

20-07 아세안 중소도시 교통전략 수립을 위한 사전 연구 / 이훈기 · 김희경 · 이현정 · 정승환

20-08 포스트 코로나 시대 GCC의 식량안보 정책과 시사점 / 장윤희 · 손성현 · 유광호

20-09 아세안 주요국의 경쟁법 비교 분석: 디지털플랫폼 시장 M&A를 중심으로 / 장영신 · 강구상 · 나승권 · 김제국 · 최재필 · 김수련

20-10 對개발도상국 특혜무역협정 확대 및 활용 방안: 아프리카와 대양주 지역을 중심으로 / 라미령 · 박나연 · 정민지 · 이효진 · 문수현 · 정재욱

20-11 토지제도 특성이 농업 생산에 미치는 영향 비교: 에티오피아와 말라위를 중심으로 / 강문수 · 정민지 · 문수현 · 박규태

20-12 동아프리카 스타트업 시장 분석 및 한국기업의 진출방안 / 장용규 · 김경하 · 배유진 · 조준화 · 최두영

20-13 포스트 코로나 시대 아프리카 ICT 국제개발 협력수요 및 한국의 협력방안 / 최영출 · 김태성 · 권유경

20-14 포스트 코로나 시대 대중남미 협력 방안: 의료 및 방역 부문을 중심으로 / 최금좌 · 오삼교 · 설규상 · 최윤국

KIEP 설립 이후 현재까지의 모든 발간자료 원문은 홈페이지(http://www.kiep.go.kr)에 수록되어 있습니다.

■ 2019년

19-01 인도 산업클러스터 경쟁력 분석과 시사점: 마하라슈트라 주를 중심으로 / 류한별 · 윤지현 · 송영철

19-02 모로코의 4차 산업혁명 대응전략과 한국의 협력방안 / 정재욱 · 유광호 · 김상훈

19-03 신남방지역 디지털경제 협력방안 / 김정곤 · 이재호 · 김도연 · 신민이 · 김제국

19-04 브라질과 멕시코 환경시장 진출방안 연구 / 정경원 · 하상섭 · 장수환 · 장유운

19-05 한국과 메콩지역의 중장기 상생전략: 지역협력체를 중심으로 / 김태윤 · 안동환 · 지성태 · 윤태연 · Phumsith Mahasuweerachai · 이용은 · 김범석 · 김나리

19-06 EU의 對아프리카 특혜관세제도 현황과 정책 시사점 / 정재욱 · 정민지

19-07 동남아 사회주의 국가의 여성연맹 연구를 통한 북한 여성 관련 개발협력 사업에의 시사점: 베트남, 라오스, 미얀마 여성연맹 사례를 중심으로 / 장은하 · 김은경 · 윤지소 · 김정수 · 박윤정 · 장영은

19-08 라틴아메리카 에너지정책의 변화와 협력방안: 안데스 국가를 중심으로 / 김영석 · 권기수 · 강정원 · 김유경

19-09 한국의 아세안투자 특성과 시사점: 해외 자회사 활동과 모기업 자료를 연계한 분석 / 문진영 · 한형민 · 류한별 · 박나연 · 윤지현 · 김미림 · 오윤아

19-10 한-베트남 농업분야 중장기 협력전략 수립 연구 / 허 장 · 전형진 · 김상현 · 이효정 · 이병훈 · 이대섭 · 이수환 · 최정만

19-11 아프리카대륙자유무역지대(AfCFTA)의 출범과 한국의 협력방안 / 이재훈 · 김경하 · 김은경 · 서상현

19-12 베트남 유아교사교육자 연수 실태와 수요 분석 및 연수 프로그램 개발안 연구 / 문무경 · 구자연 · 김혜진 · Nguyen Thi My Trinh · Nguyen Thi Lan Phuong

19-13 한-인도 항공 · 우주와 4차 산업 협력 연구 / 김봉훈 · 박정웅 · 유나래 · 권혁민

19-14 국제 에너지시장 변화와 한 · 중동 에너지 협력 다각화 방향 / 정재욱 · 손성현 · 장윤희 · 유광호 · 정준환 · 이소영 · 이승문

19-15 한국의 르완다 농업분야 ODA 종합평가 및 개선방안 연구 / 박영호 · 정민지 · 김예진 · 최영출 · 문수현

KIEP 발간자료회원제 안내

■ 본 연구원에서는 본원의 연구성과에 관심있는 전문가, 기업 및 일반에 보다 개방적이고 효율적으로 연구 내용을 전달하기 위하여 「발간자료회원제」를 실시하고 있습니다.

■ 발간자료회원으로 가입하시면 본 연구원에서 발간하는 모든 보고서를 대폭 할인된 가격으로 신속하게 구입하실 수 있습니다.

■ 회원 종류 및 연회비

회원종류	배포자료	연간회비		
S	외부배포 발간물 일체	기관회원	개인회원	연구자회원*
		30만원	20만원	10만원
A	East Asian Economic Review	8만원		4만원

* 연구자 회원: 교수, 연구원, 학생, 전문가풀 회원

■ 가입방법

우편 또는 FAX 이용하여 가입신청서 송부 (수시접수)
30147 세종특별자치시 시청대로 370 세종국책연구단지 경제정책동
대외경제정책연구원 연구조정실 기획성과팀
연회비 납부 문의전화: 044) 414-1179 FAX: 044) 414-1144
E-mail: sgh@kiep.go.kr

■ 회원특전 및 유효기간

· S기관회원의 특전: 본 연구원 해외사무소(美 KEI) 발간자료 등 제공
· 자료가 출판되는 즉시 우편으로 회원에게 보급됩니다.
· 모든 회원은 회원가입기간에 가격인상과 관계없이 신청하신 종류의 자료를 받아보실 수 있습니다.
· 본 연구원이 주최하는 국제세미나 및 정책토론회에 무료로 참여하실 수 있습니다.
· 연회원기간은 加入月로부터 다음해 加入月까지입니다.

KIEP 발간자료회원제 가입신청서

기관명 (성명)	(한글)	(한문)
	(영문: 약호 포함)	
대표자		
발간물 수령주소	우편번호	
담당자 연락처	전화 FAX	E-mail :
회원소개 (간략히)		
사업자 등록번호	종목	

회원분류 (해당란에 ✓ 표시를 하여 주십시오)

	S 발간물일체	A 계간지
기 관 회 원 ☐ 개 인 회 원 ☐ 연 구 자 회 원 ☐		

* 회원번호 * 갱신통보사항

(* 는 기재하지 마십시오)

특기사항

Studies in Global and Regional Strategies 20-09

Competition Policy and Law in the ASEAN Countries: Focusing on Digital Platform M&A

Yungshin Jang, Gusang Kang, Seung Kwon Na, Jegook Kim,
Jay Pil Choi, and Suruyn Kim

본 연구는 아세안 주요국의 경쟁정책을 역내 디지털플랫폼 시장의 M&A를 중심으로 제도적·법률적·경제적 관점에서 분석한다. 우선 디지털플랫폼의 경쟁법 이슈에 대한 경제학 이론과 국제적 논의동향을 소개하고, 디지털경제 규모가 급성장하고 있는 아세안 주요국의 전자상거래, 승차공유 시장 등을 살펴본 후, 이들 국가들의 경쟁법 제도를 비교 분석한다. 마지막으로 2018년 역내에서 진행된 국경 간 M&A인 Grab-Uber 합병에 대한 경쟁당국의 심결사례를 비교하고, 경쟁제한 효과를 실증분석한다. 분석결과를 토대로 우리나라 경쟁당국의 대아세안 해외경쟁정책을 제언한다.

KIEP 대외경제정책연구원
Korea Institute for International Economic Policy

30147 세종특별자치시 시청대로 370 세종국책연구단지 경제정책동
T.044-414-1114 F.044-414-1001 · www.kiep.go.kr

9 788932 290249 94320

ISBN 978-89-322-9024-9
978-89-322-9000-3(세트)

정가 12,000원