



제418회국회(정기회)
제1차 정무위원회

온라인 플랫폼 독점규제 및 거래공정화에 관한 법률안

검 토 보 고

〈온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위 및
온라인 플랫폼 중개사업자의 불공정거래행위 규율〉
■ 박주민의원 대표발의(의안번호 제2201432호)

2024. 9.

정 무 위 원 회

전 문 위 원 황 승 기

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	7
1. 법제정 필요성	7
2. 제정안의 체계 및 특징	11
3. 주요 조문별 검토사항	13
(1) 정의	13
(2) 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자의 지정	17
(3) 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자의 의무	21
가. 자사우대 금지	21
나. 끼워팔기 금지	23
다. 멀티호밍 제한 금지	24
라. 데이터 이동·접근 등 제한 금지	26
마. 최혜대우 요구 금지	28
바. 경쟁제한성의 추정	29
(4) 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화	33
가. 계약서 작성·교부	33

나. 불공정거래행위 금지	35
다. 판매대금 지급 기한	40
라. 사업자단체의 거래조건 협의	42
(5) 시장조사	44
(6) 위반행위 조사 및 처분대상 제한	48
(7) 시정명령, 시정권고 및 과징금	50
(8) 동의의결 및 이행강제금	53
(9) 임시중지명령 및 금지청구	56
(10) 손해배상책임	59
(11) 온라인플랫폼 부문 자문위원회	61
(12) 벌칙 및 과태료	62

I. 제안경위

(1) 발 의 자 : 박주민의원 등 11인

(2) 발 의 일 : 2024. 7. 5.

(3) 회 부 일 : 2024. 7. 8.

II. 제안이유 및 주요내용

(1) 제안이유

디지털 시장 시대에 온라인 플랫폼의 영향력이 커지면서 대형 플랫폼의 독점적 지위를 이용한 불공정행위로 인하여 시장의 공정경쟁을 저해하고 이용자 권익을 해치는 폐해가 나타나고 있음.

그런데 전통적 시장에 적용하고 있는 기존의 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 체계를 디지털 시장에 적용하여 온라인 플랫폼의 불공정행위를 규제하는 것에는 한계가 있어 온라인 플랫폼에 적용할 수 있는 별도의 규제 체계를 마련할 필요가 있음. EU, 미국 등 주요국들도 온라인 플랫폼의 불공정행위와 이용자 보호 등에 관한 규제를 진행 중임.

이에 온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위의 남용을 방지하고 온라인 플랫폼 이용자의 권익 보호를 위한 규정을 담은 입법을 통하

여 온라인 플랫폼에서의 시장 공정화를 위한 제도적 기반을 마련하려는 것임.

(2) 주요내용

가. 이 법의 목적을 온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위의 남용을 방지하고 온라인 플랫폼 이용의 공정성과 투명성을 강화하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업활동을 조성하고 소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형 있는 발전을 도모하는 것으로 함(안 제1조).

나. 온라인 플랫폼을 통하여 이용자 간 또는 서로 다른 집단에 속한 이용자 간의 재화·용역·정보·콘텐츠 등의 제공·이용·거래·교환 등 상호작용을 촉진하는 서비스를 “온라인 플랫폼 서비스”로, 온라인 플랫폼 서비스 제공을 업으로 하는 자를 “온라인 플랫폼 사업자”로 정의하고 그 외 “온라인 플랫폼 이용자” 등 주요 용어에 관하여 정의함(안 제2조).

다. 온라인 플랫폼 사업자 중 발행주식의 평균시가총액 또는 그에 준하는 공정시장가치가 30조원 이상인 자가 연평균 매출액이 3조원 이상이고, 월평균 온라인 플랫폼 이용자 수가 1천만 명 이상이거나 월평균 온라인 플랫폼 이용사업자 수가 5만 개 이상인 온라인 플랫폼 서비스를 제공하는 경우 해당 온라인 플랫폼 서비스를 공정거래

위원회에 신고하도록 함(안 제5조).

라. 공정거래위원회에 신고된 온라인 플랫폼 서비스가 시장지배적지위의 요건을 충족하는 경우와 공정거래위원회 시장조사 결과 신고대상인 온라인 플랫폼 서비스가 시장지배적지위의 요건을 충족하는 경우, 공정거래위원회는 해당 온라인 플랫폼 서비스를 제공하는 온라인 플랫폼 사업자를 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자로 지정하도록 함(안 제6조).

마. 공정거래위원회로 하여금 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자가 제공하는 시장지배적 플랫폼 서비스를 목록화하여 관리하도록 함(안 제7조).

바. 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자의 자사우대, 끼워팔기, 멀티호밍 제한, 데이터 이동·접근 제한, 최혜대우 요구 등 시장지배적지위 남용 행위를 금지함(안 제8조부터 제14조까지).

사. 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자는 시장지배적 플랫폼 서비스의 이용 조건 등 온라인 플랫폼 이용자의 권익 보호를 위하여 필요한 시장지배적 플랫폼 서비스에 관한 사항을 공시하도록 함(안 제15조).

아. 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자는 해마다 자신의 시장지배적 플

랫폼 서비스에 관한 사업개요, 불만처리 현황, 정보공시 현황 등을 기재한 보고서를 작성하여 공정거래위원회에 제출하도록 함(안 제16조).

자. 온라인 플랫폼 중개사업자와 온라인 플랫폼 이용사업자는 중개거래계약에 따른 각자의 거래상 의무를 신의에 따라 성실하게 이행하도록 함(안 제17조).

차. 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화를 위하여 온라인 플랫폼 중개사업자에게 중개거래계약서 교부, 중개거래계약 해지 시 사전통지, 중개거래에 관한 서류 보관 등 의무를 준수하도록 함(안 제18조부터 제20조까지).

카. 온라인 플랫폼 중개사업자에게 온라인 플랫폼 이용사업자가 구입할 의사가 없는 재화 또는 용역을 구입하도록 강제하는 행위 등 불공정거래행위를 금지하고, 재화 등 판매대금을 40일 이내에 지급하도록 하며, 이용자단체가 협의를 요청한 경우 응할 의무를 부여함(안 제21조부터 제24조까지).

타. 공정거래위원회가 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자 지정을 위한 목적의 시장조사 및 온라인 플랫폼 서비스의 실태파악 및 관련 제도개선을 위한 목적의 시장조사를 실시할 수 있도록 함(안 제26조부터 제28조까지).

파. 공정거래위원회가 이 법의 위반행위를 조사하도록 하고, 조사 결과 위반자에 대하여 시정명령, 시정권고 또는 과징금 부과 등의 처분을 할 수 있도록 하며, 온라인 플랫폼 사업자로 하여금 불공정한 거래 내용을 자발적으로 해소하고 온라인 플랫폼 이용자의 피해를 적극적으로 구제하게 하기 위하여 해당 사업자의 시정방안에 대한 동의의결 제도를 도입함(안 제29조부터 제35조까지).

하. 공정거래위원회는 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자가 시장지배적 지위 남용 행위 금지규정을 위반한 것이 명백하고 온라인 플랫폼 이용자에게 손해 확산이 우려되어 긴급히 예방할 필요가 있는 경우 해당 시장지배적 플랫폼 서비스의 전부 또는 일부에 대해 임시중지 명령을 내릴 수 있도록 함(안 제36조).

거. 금지청구제도를 도입하여 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용 행위 금지규정 위반으로 피해를 입거나 피해를 입을 우려가 있는 자는 법원에 해당 행위의 금지 또는 예방을 청구할 수 있도록 함(안 제38조).

너. 온라인 플랫폼 사업자가 이 법을 위반하여 온라인 플랫폼 이용자에게 손해를 입힌 경우에는 고의·과실이 없음을 입증한 경우를 제외하고는 그 손해에 대하여 배상책임을 지도록 함(안 제39조).

더. 공정거래위원회에 자문기구인 온라인플랫폼 부문 자문위원회를 설

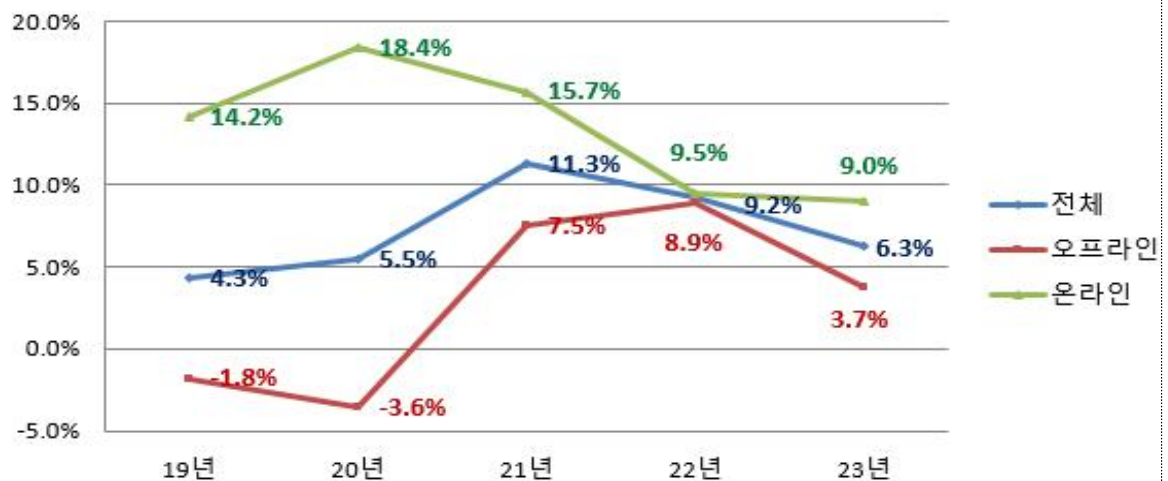
치하고, 공정거래위원회가 시장조사 결과에 따라 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자를 지정할 때 또는 동의의결을 하거나 임시중지명령을 내릴 때, 그 밖에 자문이 필요한 경우 온라인플랫폼부문자문위원회의 자문을 거치도록 함(안 제40조).

Ⅲ. 검토의견

1. 법제정 필요성

- 디지털 기술의 발달은 상품에 관한 정보획득 및 재화 판매·구매의 공간을 오프라인에서 온라인으로 전환하였음. 온라인 유통업체의 매출 증가율은 오프라인 유통업체 매출 증가율을 지속적으로 상회하고 있으며, 2023년도에는 온라인 유통업체의 매출이 전체 유통업 매출의 50% 이상을 차지할 정도로 온라인 환경에서의 재화 구매는 일반적 소비행태가 되었음.

< '19~'23년 유통업체 연간 매출 증감률(%) 추이 >



< '22년 및 '23년 연간 매출 비중 및 매출 증감률 >

구분	'22년 연간		'23년 연간	
	매출 비중	매출 증감률	매출 비중	매출 증감률
오프라인 합계	50.8%	6.0%	49.5%	3.7%
온라인 합계	49.2%	9.5%	50.5%	9.0%
전체	100.0%	7.7%	100.0%	6.3%

* 출처 : '23년 연간 주요 유통업체 매출 6.3% 증가, 산업통상자원부(24.1.30)

- 온라인 소비의 증가에 따라 온라인 플랫폼을 통한 판매자와 소비자의 연결 역시 증대되었음. 정보가 산재하는 온라인 환경에서 온라인 플랫폼은 상품에 관한 정보를 정돈하여 제공하고, 상품 구매 의사 전달, 상품 대금 결제 등 소비에 관한 일체의 과정을 서비스 함으로써 판매자와 구매자를 연결함.
- 검색엔진, 사회관계망서비스, 운영체제 등의 분야도 정보 등을 제공하는 콘텐츠 공급자와 이를 소비하는 콘텐츠 소비자를 연결하여 그 자체로 온라인 플랫폼의 속성을 가지며, 특히 이와 같은 온라인 플랫폼 서비스는 소수의 빅테크(Big Tech)기업에 의해 제공되고 있음.
- 미국에서는 2010년대 이후부터 Apple, Microsoft, Google, Amazon, Meta 등 주요 빅테크들이 가파르게 성장하며 각 서비스 분야에서 독과점 시장구조를 형성하였음.¹⁾ 예를 들어 Google은 세계 인터넷 검색 시장의 90%를 차지하며, Meta는 전 세계 소셜 미디어 시장의 거의 70%를 차지하는 등 특정 영역에서 강력한 시장 지위를 달성하였음.²⁾
- 빅테크 기업들은 혁신을 통해 이용자들에게 편리하고 저렴한 서

1) 한국은행, “BOK 이슈노트 - 디지털경제와 시장 독과점간 관계”, 제2022-6호(2022.1.27.)

2) 서종희, “플랫폼 규제의 바람직한 방향-플랫폼 공정경쟁 촉진법을 계기로.” 소비자법연구 10.1 (2024): 159-206.

서비스를 제공하는 등 시장의 효율성을 증대하였음. 그러나 소비자 입장에서 일단 한 플랫폼에 정착하여 서비스를 사용하기 시작하면 전환 비용 때문에 타 플랫폼으로의 이전이 쉽지 않다는 점을 활용하여, 빅테크 기업들은 일정 점유율이 확보되면 높은 가격 인상을 통해 과도한 이익을 챙기고 소규모 상인들의 영업활동을 위축시키는 등의 행태로 부정적 이미지가 형성되고 있음.³⁾

- 실제로 중소기업중앙회가 2024년 실시한 ‘온라인 플랫폼 입점 중소기업 거래 실태조사’에 따르면 플랫폼의 불공정거래·부당행위 등의 규율을 위해 법제정이 필요하다는 의견이 60%를 상회하였고, 서울YMCA 시민중계실이 실시한 ‘2023 온라인 플랫폼 진흥과 이용자 보호에 관한 인식조사’에서는 조사대상의 77%가 이용자 권리 침해에 대해 사회적·제도적 차원의 해결 노력이 필요하다고 답변하였음.⁴⁾

< 불공정거래·부당행위 규율 법 제정 필요성 >

구 분	사례수	매우 필요함 (①)	다소 필요함 (②)	다소 필요없음 (③)	전혀 필요없음 (④)	필요함 (①+②)	필요없음 (③+④)
온라인쇼핑몰	(603)	25.4	39.6	29.7	5.3	65.0	35.0
배달앱	(300)	30.7	30.7	35.7	3.0	61.3	38.7
숙박앱	(200)	42.0	32.0	23.0	3.0	74.0	26.0

* 출처 : 2024년 온라인 플랫폼 입점 중소기업 거래 실태조사

3) 장재옥&배도영. "빅테크의 공정한 규제 방향에 관한 연구." 법학연구 67 (2021): 221-246.

4) "소비자 10명 중 8명, 플랫폼 권리 침해 사회적·제도적 개선 원해", 정보통신신문, 2023.9.14.

○ 해외에서도 온라인 플랫폼에 대한 규제가 이루어지고 있음. 유럽의 「디지털 시장법」, 독일의 「경쟁제한방지법」 제10차 개정, 일본의 「특정 디지털 플랫폼의 투명성 및 공정성 향상에 관한 법률」 등 해외 주요국은 빅테크 기업에 대한 독과점 규제에 초점을 맞추어 경쟁관계를 전제로 비롯될 수 있는 시장지배적지위의 남용 문제 해결에 집중하고 있음.⁵⁾ 한편, 유럽은 「온라인 플랫폼 시장의 공정성 및 투명성 강화를 위한 2019년 EU 이사회 규칙」을 통해 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화를 도모하고 있음.

○ 반면, 제정안에 대하여 공정거래위원회가 「온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침」을 시행하고 있으므로 온라인 플랫폼 사업자에 대한 추가적인 입법 필요성이 있다고 보기 어렵다는 의견⁶⁾ 및 온라인 플랫폼은 변화와 혁신이 급속하게 이루어지는 분야로서 불필요한 규제가 늘어날 경우 기업의 창의력과 혁신 동력이 훼손되어 오히려 소비자 후생 증진에 역효과를 가져올 수 있다는 의견⁷⁾도 제기되고 있음.

○ 따라서 온라인 플랫폼 독점규제 및 거래공정화에 관한 법률의 제정은 온라인 플랫폼의 확산, 온라인 플랫폼 사업자 규제에 관한

5) 유영국. "온라인 플랫폼의 실효적 규제를 위한 입법 방식의 재검토." 입법조사처 현안분석 (2023).

6) 한국온라인쇼핑협회 의견

7) 한국인터넷기업협회 의견

인식, 온라인 플랫폼 사업자 규제에 따른 순기능과 역기능, 해외 입법 동향 등을 종합적으로 고려하여 입법정책적으로 결정할 필요가 있음.

2. 제정안의 체계 및 특징

- 제정안은 온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위의 남용을 방지하고 온라인 플랫폼 이용의 공정성과 투명성을 강화하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진하려는 것으로 총 9개 장, 47개 조문과 부칙으로 구성됨.

< 제정안의 체계 및 내용 >

구분	제정안
제1장 총칙	제1조(목적) 제2조(정의) 제3조(다른 법률과의 관계) 제4조(국외에서의 행위에 대한 적용)
제2장 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자의 지정	제5조(온라인 플랫폼 서비스 신고) 제6조(지배적 플랫폼 사업자의 지정 및 지정해제 등) 제7조(시장지배적 플랫폼 서비스의 목록화)
제3장 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자의 의무	제8조(자사우대 금지) 제9조(끼워팔기 금지) 제10조(멀티호밍 제한 금지) 제11조(데이터 이동·접근 등 제한 금지) 제12조(최혜대우 요구 금지) 제13조(경쟁제한성의 추정) 제14조(탈법행위의 금지)

구분	제정안
	제15조(공시의무) 제16조(보고서 제출)
제4장 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화	제17조(신의성실의 원칙) 제18조(중개거래계약서 기재사항 및 교부 등) 제19조(중개거래계약 해지 등의 사전통지) 제20조(온라인 플랫폼 중개거래에 관한 서류 보관) 제21조(불공정거래행위의 금지) 제22조(재화 등 판매대금의 지급 기한) 제23조(온라인 플랫폼 중개수수료율의 차별금지 등) 제24조(이용사업자단체의 거래조건 변경 협의 등) 제25조(고충처리 시스템)
제5장 시장조사	제26조(지배적 플랫폼 사업자 지정을 위한 시장조사) 제27조(실태파악 및 제도개선을 위한 시장조사) 제28조(시장조사의 개시 등)
제6장 위반행위 조사 및 행정처분 등	제29조(위반행위의 조사 등) 제30조(처분대상의 제한) 제31조(시정명령) 제32조(시정권고) 제33조(동의의결) 제34조(이행강제금) 제35조(과징금) 제36조(임시중지명령) 제37조(「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」의 준용)
제7장 금지청구 및 손해배상 등	제38조(금지청구) 제39조(손해배상책임)
제8장 보칙	제40조(온라인플랫폼 부문 자문위원회) 제41조(관계 행정기관의 장 등의 협조) 제42조(권한의 위임·위탁) 제43조(비밀엄수의 의무)

구분	제정안
제9장 벌칙	제44조(벌칙) 제45조(벌칙) 제46조(양벌규정) 제47조(과태료)

3. 주요 조문별 검토사항

(1) 정의(안 제2조)

- 제정안 제2조는 온라인 플랫폼 서비스, 온라인 플랫폼 사업자, 온라인 플랫폼 중개사업자, 온라인 플랫폼 이용자, 온라인 플랫폼 이용사업자, 온라인 플랫폼 소비자 등 주요 개념을 정의함.

제정안
제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “온라인 플랫폼”이란 온라인 플랫폼 서비스를 제공하기 위하여 정보통신 설비를 이용하여 설정된 전자적 시스템을 말한다. 2. “온라인 플랫폼 서비스”란 온라인 플랫폼을 통하여 이용자 간 또는 서로 다른 집단에 속한 이용자 간의 재화·용역·정보·콘텐츠 등의 제공·이용·거래·교환 등 상호작용을 촉진하는 서비스를 말하며 다음 각 목의 유형으로 구분한다. 가. 온라인 플랫폼 중개서비스: 온라인 플랫폼 이용자 간의 재화 또는 용역(일정한 시설을 이용하거나 용역을 제공받을 수 있는 권리를 포함한다. 이하 같다)의 거래 개시를 중개하는 서비스 나. 온라인 검색 엔진: 온라인 플랫폼 이용자로부터 키워드, 음성, 문장 등의 입력어로 검색 요청이 있으면 모든 웹사이트에서 입력어와 관련된 정보를 찾아서 제공하는 서비스 다. 온라인 사회관계망 서비스(SNS: Social Network Service): 자료 등의 게시, 채팅(chatting) 등을 통하여 정보나 활동 등을 공유할 수 있도록 함

로써 온라인 플랫폼 이용자 간의 관계를 구축하여 주는 서비스

라. 디지털 콘텐츠 서비스: 온라인 플랫폼 이용자들이 게시하는 동영상 등 콘텐츠를 불특정 다수의 온라인 플랫폼 이용자가 열람하거나 공유할 수 있도록 하는 서비스

마. 운영체제(OS: Operating System): 하드웨어 또는 소프트웨어의 기본 기능을 제어하고 소프트웨어 애플리케이션을 실행할 수 있도록 하는 시스템 소프트웨어

바. 온라인 광고 서비스: 온라인 플랫폼을 매체로 제공하는 광고 서비스

사. 그 밖에 대통령령으로 정하는 유형의 서비스

3. “온라인 플랫폼 사업자”란 온라인 플랫폼 서비스 제공을 업으로 하는 자를 말한다.

4. “온라인 플랫폼 중개사업자”란 온라인 플랫폼 이용사업자와 온라인 플랫폼 중개거래에 관한 계약(이하 “중개거래계약”이라 한다)을 체결하여 온라인 플랫폼 중개서비스를 제공하는 사업자로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 사업자를 말한다.

가. 직전 사업연도에 자신이 국내 온라인 플랫폼 이용사업자에게 제공한 온라인 플랫폼 중개서비스에 따른 총매출액이 100억원 이상인 사업자 중에서 대통령령으로 정하는 사업자. 이 경우 직전 사업연도의 사업기간이 1년 미만인 경우 등 총매출액의 산정이 곤란한 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 총매출액을 산정한다.

나. 직전 사업연도에 자신이 국내 온라인 플랫폼 이용사업자에게 제공한 온라인 플랫폼 중개서비스를 통하여 해당 온라인 플랫폼 이용사업자가 국내 온라인 플랫폼 소비자에게 판매한 재화 또는 용역의 총판매금액이 1천억원 이상인 사업자 중에서 대통령령으로 정하는 사업자. 이 경우 직전 사업연도의 사업기간이 1년 미만인 경우 등 총판매금액의 산정이 곤란한 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 총판매금액을 산정한다.

5. “중개수수료”란 명칭이나 형식과 상관없이 온라인 플랫폼 이용사업자가 온라인 플랫폼 중개사업자로부터 온라인 플랫폼 중개서비스를 제공받는 대가로 온라인 플랫폼 중개사업자에게 지급하는 금전을 말한다.

6. “온라인 플랫폼 이용자”란 온라인 플랫폼 서비스를 이용하는 자로서 온라인 플랫폼 서비스를 이용하여 사업을 영위하는 자와 온라인 플랫폼 서비스를 최종적으로 소비하기 위하여 이용하는 자를 포함한다.

7. “온라인 플랫폼 이용사업자”란 온라인 플랫폼 이용자 중에서 온라인 플랫폼 서비스를 이용하여 사업을 영위하는 자를 말한다.

8. “온라인 플랫폼 소비자”란 온라인 플랫폼 이용자 중에서 온라인 플랫폼

서비스를 최종적으로 소비하기 위하여 이용하는 자를 말한다.

9. “교차네트워크효과”란 온라인 플랫폼을 이용하는 한 집단에 속한 이용자의 수 및 이용행태가 동일한 온라인 플랫폼을 이용하는 다른 집단에 속한 이용자들의 편익에 영향을 미치는 효과를 말한다.

10. “멀티호밍(multihoming)”이란 온라인 플랫폼 이용자가 어느 한 유형의 온라인 플랫폼 서비스를 둘 이상의 온라인 플랫폼을 통하여 주로 이용하는 것을 말한다.

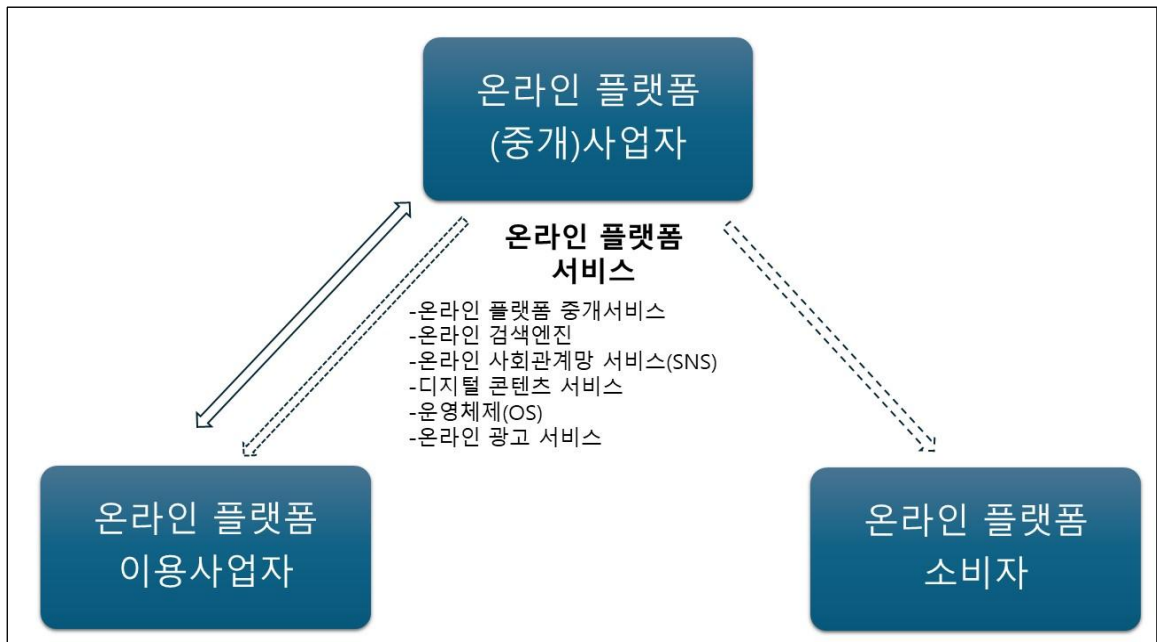
○ “온라인 플랫폼 서비스”는 온라인 플랫폼 중개서비스, 온라인 검색엔진, 온라인 사회관계망 서비스(SNS), 디지털 콘텐츠 서비스, 운영체제(OS), 온라인 광고 서비스 등 온라인 플랫폼을 통하여 이용자 간 또는 서로 다른 집단에 속한 이용자 간의 재화·용역·정보·콘텐츠 등의 제공·이용·거래·교환 등 상호작용을 촉진하는 서비스를 의미함.

○ 재화나 용역의 정보제공 및 거래개시를 위한 온라인 플랫폼 중개서비스 뿐만 아니라 온라인 환경을 활용하여 서로 다른 이용자 집단을 상호 연결하는 각종 서비스를 “온라인 플랫폼 서비스”의 범위에 포함될 수 있도록 정의하고 있음.

○ “온라인 플랫폼 사업자”는 온라인 플랫폼 서비스 제공을 업으로 하는 자를 의미하며, “온라인 플랫폼 중개사업자”는 온라인 플랫폼 이용사업자와 온라인 플랫폼 중개거래에 관한 계약을 체결하여 온라인 플랫폼 중개서비스를 제공하는 사업자로서 직전 사업연도에 총매출액이 100억원 이상이거나, 직전 사업연도에 총판매

금액이 1천억원 이상인 사업자 중에서 대통령령으로 정하는 사업자를 의미함.

- “온라인 플랫폼 이용자”는 온라인 플랫폼 서비스를 이용하여 사업을 영위하는 자(“온라인 플랫폼 이용사업자”)와 온라인 플랫폼 서비스를 최종적으로 소비하기 위하여 이용하는 자(“온라인 플랫폼 소비자”)를 의미함.



(2) 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자의 지정(안 제5조·제6조·제7조)

- 제정안은 온라인 플랫폼 시장에서의 시장지배적지위 남용행위에 관한 규제 대상이 되는 ‘시장지배적 온라인 플랫폼 사업자’의 지정 요건과 절차 등을 제시함.

제정안
제5조(온라인 플랫폼 서비스 신고) ① 온라인 플랫폼 사업자 중 발행주식의 평균시가총액 또는 그에 준하는 공정시장가치가 30조원 이상인 자는 그가 제공하는 다음 각 호의 요건을 모두 충족하는 온라인 플랫폼 서비스를 공정거래위원회에 신고하여야 한다. 이 경우 신고 사항 중 중요한 내용의 변경이 있는 경우에는 변경신고를 하여야 한다. 1. 직전 3개 사업연도를 기준으로 온라인 플랫폼 서비스 제공에 따른 연평균 매출액이 3조원 이상일 것 2. 직전 3개 사업연도를 기준으로 국내 온라인 플랫폼 이용자(온라인 플랫폼 사업자와 계약을 체결하여 온라인 플랫폼 서비스를 이용한 온라인 플랫폼 이용사업자는 제외한다) 수가 월평균 1천만 명 이상이거나, 온라인 플랫폼 사업자와 계약을 체결하여 온라인 플랫폼 서비스를 이용한 국내 온라인 플랫폼 이용사업자 수가 월평균 5만 개 이상일 것 ② 제1항 전단에 따른 발행주식의 평균시가총액 및 공정시장가치, 같은 항 제1호에 따른 연평균 매출액, 같은 항 제2호에 따른 월평균 온라인 플랫폼 이용자 수 및 온라인 플랫폼 이용사업자 수의 산정 기준 및 방법은 대통령령으로 정한다. ③ 제1항에 따른 신고 및 변경신고의 내용, 방법 및 절차에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. 제6조(지배적 플랫폼 사업자의 지정 및 지정해제 등) ① 공정거래위원회는 제5조제1항에 따른 신고를 접수한 날부터 60일 이내에 다음 각 호의 요건을 모두 충족하는 온라인 플랫폼 서비스(이하 “시장지배적 플랫폼 서비스”라 한다)를 제공하는 온라인 플랫폼 사업자를 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자로 지정하여야 한다. 다만, 온라인 플랫폼 사업자가 상당한 근거가 있는 자료를 제출하여 해당 온라인 플랫폼 서비스가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 요건을 충족하지 아니함을 입증하는 경우에는 그러하지 아니하다.

1. 국내 시장에 상당한 영향력을 가질 것
 2. 온라인 플랫폼 이용사업자가 소비자에게 접근할 수 있는 주요 관문이 되는 온라인 플랫폼 서비스일 것
 3. 해당 온라인 플랫폼 서비스가 아니면 사업자가 소비자에게 접근하는 것이 제한된다고 인정되는 견고하고 지속적인 지위에 있거나 가까운 장래에 그러한 지위에 있을 것으로 예상될 것
- ② 온라인 플랫폼 서비스가 제1항 각 호의 요건을 충족하는지 여부에 대한 판단 기준은 다음 각 호의 사항(가까운 미래에 예측되는 전망을 포함한다)을 고려하여 공정거래위원회가 정하여 고시한다.
1. 해당 온라인 플랫폼 사업자의 매출액, 발행주식의 시가총액 등 사업규모
 2. 재화·용역·정보·콘텐츠 등의 제공·이용·거래·교환 등 상호작용을 위하여 온라인 플랫폼 서비스에 의존하는 온라인 플랫폼 이용자 수
 3. 교차네트워크효과 및 데이터 집적효과로부터 파생된 진입 장벽. 이 경우 해당 온라인 플랫폼 사업자의 개인정보(「개인정보 보호법」 제2조제1항에 따른 개인정보를 말한다) 및 그 밖의 정보에 대한 접근·수집 권한과 분석 능력
 4. 온라인 플랫폼 이용자가 재화·용역·정보·콘텐츠 등의 제공·이용·거래·교환 등 상호작용을 하는 수단이나 매개로 다른 온라인 플랫폼을 선택하지 아니하게 하는 효과
 5. 그 밖에 온라인 플랫폼 부문에서 해당 온라인 플랫폼 서비스가 갖는 특성
- ③ 제1항에도 불구하고 공정거래위원회는 제5조제1항에 따른 신고 요건을 충족하지 아니하여 신고되지 아니한 온라인 플랫폼 서비스가 제26조에 따른 시장조사 결과 제1항 및 제2항에 따른 시장지배적 플랫폼 서비스의 요건을 충족한다고 인정되는 경우 해당 온라인 플랫폼 사업자를 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자로 지정할 수 있다.
- ④ 공정거래위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 직권 또는 제1항 및 제3항에 따라 지정된 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자(이하 “지배적 플랫폼 사업자”라 한다)의 신청으로 그 제1항 및 제3항에 따른 지정을 해제할 수 있다.
1. 제1항부터 제3항까지에 따른 지정의 근거가 되는 사실에 상당한 변화가 있는 경우
 2. 제1항부터 제3항까지에 따른 지정이 부정확하거나 오해의 소지가 있는 정보를 기반으로 내려진 경우
- ⑤ 공정거래위원회는 2년마다 지배적 플랫폼 사업자에 대하여 그 지정의 유

지 여부를 검토하여야 한다.

⑥ 제1항부터 제6항까지에 따른 지정, 지정해제 및 지정 유지 여부 검토의 절차 및 방법에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제7조(시장지배적 플랫폼 서비스의 목록화) 공정거래위원회는 지배적 플랫폼 사업자가 제공하는 시장지배적 플랫폼 서비스 목록을 대통령령으로 정하는 바에 따라 작성하고 관리하여야 한다. 이 경우 제2조제2호가목의 온라인 플랫폼 중개서비스 목록은 별도로 작성·관리하여야 한다.

○ 제정안 제5조는 발행주식의 평균시가 총액 등 공정시장가치가 30조원 이상인 온라인 플랫폼 사업자를 대상으로 연평균 매출액이 3조원 이상인 온라인 플랫폼 서비스 중 월평균 소비자 수가 1천만명 이상이거나 이용사업자 수가 5만 개 이상인 온라인 플랫폼 서비스를 공정거래위원회에 신고하도록 하고, 제정안 제6조는 신고한 온라인 플랫폼 서비스에 대한 시장지배력에 관한 정성적 평가를 거쳐 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자(“지배적 플랫폼 사업자”)를 지정할 수 있도록 하며, 제정안 제7조는 지배적 플랫폼 사업자가 제공하는 시장지배적 플랫폼 서비스에 대한 목록을 작성·관리하도록 함.

○ 제정안 제3장은 자사우대, 끼워팔기, 다른 플랫폼 이용 제한, 데이터 이동·접근 등 제한, 최혜대우 요구 등 시장지배적지위 남용 행위를 “지배적 플랫폼 사업자”를 대상으로 금지하고 있으므로 제정안 제5조부터 제7조까지의 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자의 지정은 제정안의 규제대상자를 지정하는 기능을 가짐.

- 시장지배적지위 남용금지를 특정 행위에 적용하기 위하여는 행위가 발생한 시장의 규모(관련 시장의 확정), 행위주체의 특성(시장지배적 지위 등의 판단) 등에 대한 판단이 선행되어야 하는데 이에선 상당한 시간 등 자원투입이 요구되어 행위에 대한 처벌이 이루어지더라도 시장에는 회복할 수 없는 손해가 발생할 우려가 있음.
- 특히 온라인 플랫폼 서비스는 그 서비스를 활용하는 이용사업자가 많아지면 이를 이용하는 소비자도 많아지는 특징이 있음. 이에 온라인 플랫폼 서비스 제공 과정에서 발생한 특정 행위를 시장지배적지위 남용행위로 판단하기 위해서는 이용사업자 측면과 소비자 측면을 모두 고려할 필요가 있게 되어 많은 자원의 투입이 요구됨. 따라서 제정안은 ‘관련 시장의 확정’ 및 ‘시장지배적지위 등의 판단’을 법 위반행위가 발생하기 전에 마쳐 위반행위에 대한 제재 등의 조치가 시의적절하게 이루어질 수 있도록 하려는 것임.
- 다만, 온라인 플랫폼 기업은 미래의 네트워크 효과를 키우기 위해 현재의 매출과 수익을 포기하는 경우가 많기 때문에 여타 기업처럼 평가와 규제 기준을 현재의 매출과 수익만으로 잡기 어려운 점이 있음⁸⁾. 이에 제정안은 정량적·정성적 기준의 대강을 정

8) 이창현, 박운찬, 이상명. "플랫폼 규제 기준 선정을 위한 플랫폼 가치 평가 방법 제언." Journal

하고 구체적인 판단 기준과 방법은 대통령령 또는 공정거래위원회
회의 고시로 위임하고 있음.

(3) 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자의 의무

가. 자사우대 금지(안 제8조)

- 제정안은 지배적 플랫폼 사업자가 자사의 상품 또는 서비스를
온라인 플랫폼 이용사업자의 상품 또는 서비스보다 유리하게 취
급하는 행위를 금지함. 검색결과 정렬 등에 자사 상품 또는 서비
스를 우대하는 행위, 온라인 플랫폼 이용사업자가 시장지배적 플
랫폼 서비스를 이용하는 과정에서 생성·수집된 비공개 정보를 자
사 상품 또는 서비스 제공에 사용하는 행위 등이 자사우대 행위
에 속함.

제정안
제8조(자사우대 금지) 지배적 플랫폼 사업자는 정당한 이유 없이 다음 각 호 의 어느 하나에 해당하는 행위로 자신의 시장지배적 플랫폼 서비스를 통 하여 자사의 상품 또는 서비스를 온라인 플랫폼 이용사업자의 상품 또는 서비스보다 유리하게 취급하는 시장지배적지위 남용행위를 하여서는 아니 된다. 1. 자신의 시장지배적 플랫폼 서비스에서 검색결과 정렬 등 온라인 플랫폼 이용자의 판단에 주요하게 영향을 미치는 표시에 자사 상품 또는 서비스 를 우대하는 행위 2. 온라인 플랫폼 이용사업자가 자신의 시장지배적 플랫폼 서비스를 이용 하는 과정에서 생성되거나 수집되는 비공개 정보를 온라인 플랫폼 이용사 업자의 상품 또는 서비스와 경쟁하는 자사 상품 또는 서비스의 제공에 사

용하는 행위

3. 그 밖에 제1호 및 제2호에 준하는 행위로서 대통령령으로 정하는 행위

○ 플랫폼 사업자는 플랫폼 이용사업자들을 모집하여 이용사업자와 소비자를 중개하는 역할과 함께 본인이 생산하거나 구매한 상품을 소비자에게 직접 판매하는 공급자로서의 역할을 동시에 수행하는 이중적 지위(dual-role)를 가지므로 검색결과에서의 자사 우대, 상품 판매과정에서의 정보 활용 등을 통해 플랫폼 서비스 시장에서의 지배력을 상품 시장으로 전이하여 본인의 이익을 극대화할 우려가 있음. 따라서, 각 개정안은 자사우대 행위를 금지하여 플랫폼 사업자의 관련 시장으로의 시장지배력의 전이 및 시장 경쟁 제한 가능성을 예방하려는 것임.⁹⁾

○ 유럽연합(EU)은 구글(Google)이 일반검색에서 쇼핑 관련 검색어가 입력되었을 때 구글이 제공하는 비교쇼핑서비스(Google Shopping)의 제휴상품을 타사의 비교쇼핑서비스와 제휴한 상품과 달리 일반검색결과 페이지에서 사진이나 부가정보, 가격 등과 함께 눈에 띄는 형식으로 표시한 행위에 대하여 구글이 일반검색서비스 시장에서의 지배적 지위를 남용하여 비교쇼핑서비스 시장 등에서 경쟁을 제한하였다고 판단한 바 있음.¹⁰⁾

9) 다만, 플랫폼 사업자의 입장에서는 검색 결과를 정리하고 제시하는 것은 일종의 편집행위에 해당할 뿐이며, 알고리즘을 거치지 않은 중립적인 검색 결과는 검색자의 의도와 전혀 관계 없는 순서로 링크를 보여주는 것에 불과하여 검색으로서의 의미가 없다는 주장이 있음.('디지털 경제와 플랫폼', 공정경쟁연합회, p.171)

나. 끼워팔기 금지(안 제9조)

- 제정안은 지배적 플랫폼 사업자가 자신이 제공하는 시장지배적 플랫폼 서비스와 자사의 다른 상품 또는 서비스를 결부하여 제공하는 이른바 ‘끼워팔기’를 금지함. 플랫폼 서비스 이용에 필수적이지 아니한 상품 등을 연결하여 제공하거나, 자사의 상품 등을 이용하는 경우에만 온라인 플랫폼 서비스를 이용할 수 있게 하거나, 온라인 플랫폼 서비스를 이용하기 위한 조건으로 자사의 상품만을 이용하게 하는 행위 등이 끼워팔기 행위에 속함.

제정안
제9조(끼워팔기 금지) 지배적 플랫폼 사업자는 정당한 이유 없이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위로 자신이 제공하는 시장지배적 플랫폼 서비스와 자사의 다른 상품 또는 서비스를 결부하여 제공하는 시장지배적지위 남용행위를 하여서는 아니 된다. 1. 시장지배적 플랫폼 서비스 이용에 필수적이지 아니한 상품 또는 서비스를 시장지배적 플랫폼 서비스에 연결하여 제공하는 행위 2. 자사의 상품 또는 서비스를 이용하는 조건으로 자신의 시장지배적 플랫폼 서비스를 이용할 수 있게 하는 행위 3. 시장지배적 플랫폼 서비스를 이용하기 위한 조건으로 자사의 상품 또는 서비스를 배타적으로 이용하게 하는 행위 4. 그 밖에 제1호부터 제3호까지에 준하는 행위로서 대통령령으로 정하는 행위

- 끼워팔기는 시장지배적지위의 남용행위의 일종으로 주된 상품의 판매에 별도의 종된 상품의 판매를 결부시킴으로써 사업자간의

10) 윤신승, "온라인 플랫폼의 자사우대 (Self-preferencing) 규제에 관한 일고 (一考)-공정거래법상 시장지배적 지위 남용행위 해당 여부를 중심으로," 법학논집 27.3 (2023): 295-333.

경쟁을 제한하는 효과¹¹⁾ 또는 주된 상품시장에서의 지배력을 지렛대(leverage)로 이용하여 종된 상품 시장에서의 지배력을 유지·강화하는 효과를 가진 행위를 의미함.

- 유럽연합은 마이크로소프트(Microsoft)가 운영체제인 윈도우(Windows)와 윈도우 미디어 플레이어(Window Media Player)를 연계하여 판매한 행위를 ‘끼워팔기’에 해당하는 것으로 판단하였음. 특히 유럽연합은 유통상의 효율성 증대나 운영체제와 미디어 플레이어의 통합으로 새로운 기술개발의 가능성을 제공하였다는 점에서 효율성 증대의 효과가 미디어 플레이어 시장구조를 경직시킨 반경쟁적 효과를 상쇄하는 것으로 보지 않았음.¹²⁾¹³⁾

다. 멀티호밍 제한 금지(안 제10조)

- 제정안 제3조는 “멀티호밍”을 온라인 플랫폼 이용자가 어느 한 유형의 온라인 플랫폼 서비스를 둘 이상의 온라인 플랫폼을 통하여 주로 이용하는 것으로 정의하며, 제정안 제10조는 지배적 플

11) 구매자가 원하지 않는 상품을 구매하게 됨으로써, 결국 주 상품에 비싼 가격을 지불하는 것과 동일한 결과를 가져오거나, 종 상품시장의 경쟁자들이 잠재적 고객의 전부 또는 일부에 접근하는 것을 차단하거나, 주 상품시장에서의 독점적 지위를 영구화 시키거나, 가격규제가 이는 상품의 경우 가격규제가 없는 상품의 가격을 비싸게 매겨 그와 같은 규제를 회피하는 효과를 의미함(『디지털 경제와 플랫폼』, 공정경쟁연합회, p.195)

12) 유럽연합은 남용행위로서의 끼워팔기의 위법성을 판단함에 있어 경쟁적 효과에 대한 분석에 기초하여 논의를 전개하고 있으며 반경쟁적 효과가 친경쟁적 효과보다 커야 한다는 기준에 입각하고 있음.

13) 홍명수. “Microsoft 사건에서 나타난 끼워팔기 (tying) 의 경쟁법적 검토.” 정보법학 8.2 (2004): 1-25.

랫폼 사업자가 자신의 온라인 플랫폼 이용자가 경쟁적 지위의 다른 온라인 플랫폼 서비스를 이용하는 것을 직·간접적으로 제한하는 행위를 금지함.

제정안
제10조(멀티호밍 제한 금지) 지배적 플랫폼 사업자는 정당한 이유 없이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위로 자신의 온라인 플랫폼 이용자가 경쟁적 지위의 다른 온라인 플랫폼 서비스를 이용하는 것을 직접 또는 간접적으로 제한하는 시장지배적지위 남용행위를 하여서는 아니 된다.
1. 자신의 시장지배적 플랫폼 서비스만 이용할 것을 조건으로 계약을 체결하는 행위
2. 자신의 시장지배적 플랫폼 서비스와 경쟁적 지위에 있는 다른 온라인 플랫폼 서비스를 이용하는 경우 불이익을 주는 행위
3. 각종 경제적 유인을 제공하여 자신의 시장지배적 플랫폼 서비스를 이용하도록 유도하는 행위
4. 그 밖에 제1호부터 제3호까지에 준하는 행위로서 대통령령으로 정하는 행위

○ 온라인 플랫폼 이용사업자의 경우 자신의 재화등을 더 많은 소비자에게 판매하기 위해 다수의 온라인 플랫폼을 이용하는 것이 유리하나, 플랫폼 사업자의 경우 이용사업자에게 다른 플랫폼 서비스를 이용하지 못하도록 제한하여 경쟁 플랫폼의 이용사업자 및 소비자 확보¹⁴⁾를 어렵게 하고 경쟁사업자를 시장에서 이탈시키려는 유인이 있으므로 제정안은 멀티호밍 제한 금지를 통해 이용사업자의 자유로운 플랫폼 선택과 이용을 확보하는 동시에 온라인 플랫폼 서비스 시장의 경쟁을 확보하려는 것임.

14) 온라인 플랫폼 서비스의 양면시장의 성격 및 네트워크 효과에 따라 플랫폼 이용사업자가 증가(감소)하면 당해 플랫폼 서비스를 이용하는 소비자가 증가(감소)할 수 있으며 소비자의 증가(감소)는 플랫폼 이용사업자의 증가(감소)에도 영향을 미칠 수 있음.

○ 중국은 알리바바(Alibaba)가 플랫폼 내 경영자에게 다른 경쟁 플랫폼에 입점 또는 판촉 활동에 참여하는 것을 금지하거나 양자택일을 요구하는 방식을 통하여 거래를 제한한 행위에 관해, 알리바바 자신의 경쟁압력을 감소시키고 부당하게 자신의 시장 지위를 유지·공고히하여 플랫폼 경제의 개방·포용·공유의 발전 이념을 위배함으로써 관련시장의 경쟁을 배제하거나 제한하였다고 판단하였음.¹⁵⁾

라. 데이터 이동·접근 등 제한 금지(안 제11조)

○ 제정안은 지배적 플랫폼 사업자가 시장지배적 플랫폼 서비스를 제공하는 과정에서 생성·수집된 데이터에 대한 플랫폼 이용자의 이동·접근 등을 제한하거나 차단하는 행위를 금지함.

제정안
제11조(데이터 이동·접근 등 제한 금지) 지배적 플랫폼 사업자는 정당한 이유 없이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위로 시장지배적 플랫폼 서비스 제공 과정에서 생성되거나 수집되는 데이터에 대하여 그 이동 및 접근 등을 제한하는 시장지배적지위 남용행위를 하여서는 아니 된다. 1. 온라인 플랫폼 이용자가 시장지배적 플랫폼 서비스를 이용하는 과정에서 생성되거나 제공한 데이터의 이동을 제한하는 행위 2. 온라인 플랫폼 이용사업자가 시장지배적 플랫폼 서비스를 이용하는 과정(온라인 플랫폼 소비자와 상호작용하는 과정을 포함한다)에서 생성된 데이터에 온라인 플랫폼 이용사업자가 접근하는 것을 제한하거나 차단하는 행위 3. 그 밖에 제1호 및 제2호에 준하는 행위로서 대통령령으로 정하는 행위

15) 박제현. "중국의 플랫폼 독점행위 규제." 경쟁저널 208 (2021): 49-63.

- 플랫폼 서비스 이용 과정에서 수집·생산될 수 있는 정보는 소비자의 나이·성별 등에 관한 신원정보, 소비자의 상품 구매·서비스 이용 패턴에 따른 취향정보, 시장의 흐름과 관련한 추세정보 등이며, 플랫폼 사업자는 위 정보를 활용하여 시장이나 각 소비자의 수요에 적합한 상품이나 서비스를 제시함으로써 플랫폼 서비스 이용자를 확보하는 동시에 경쟁 플랫폼 사업자를 배제하거나, 이용사업자에게 수수료·광고료를 인상하는 등의 시장지배적 지위를 남용할 위험이 있음.
- 플랫폼 서비스를 제공하는 과정에서 생성·수집된 데이터에 대하여 플랫폼 사업자의 재산권 또는 소유권을 인정할 수 있는지에 관하여는 명확히 정립된 바는 없으나, 제정안들은 이용사업자나 소비자가 자신들이 온라인 플랫폼 서비스를 이용하는 과정에서 생성된 데이터를 활용할 수 있도록 하여 데이터 이용에 관한 균형을 도모하려는 것으로 생각됨.
- 특히 이용사업자나 소비자가 다른 플랫폼으로 자신의 개인정보 데이터를 온라인 플랫폼 서비스간에 이동할 수 있게 하는 경우 정보 이전에 대한 전환비용(switching cost)을 낮춰 지배적 플랫폼 사업자에 대한 고착을 약화시킴으로써 시장경쟁을 촉진하고 새로운 플랫폼의 시장진입이 수월해지는 효과가 있을 것으로 기대됨.¹⁶⁾

16) 조상현, 온라인 플랫폼 사업자의 데이터 착취행위에 대한 경쟁법 상 규제에 관한 연구. Diss.

마. 최혜대우 요구 금지(안 제12조)

- 제정안은 지배적 플랫폼 사업자가 이용사업자에게 자신의 시장지배적 플랫폼 서비스에서 거래하는 재화 또는 용역의 가격이나 거래조건을 다른 유통경로에서 거래하는 가격이나 거래조건에 비해 동등하거나 유리하게 적용하도록 하는 최혜대우 요구를 금지함.

제정안
제12조(최혜대우 요구 금지) 지배적 플랫폼 사업자는 정당한 이유 없이 온라인 플랫폼 이용사업자에게 자신의 시장지배적 플랫폼 서비스에서 거래하는 재화 또는 용역의 가격이나 거래조건을 다른 유통경로에서 거래하는 가격이나 거래조건과 비교하여 동등하거나 유리하게 적용하도록 하는 행위를 하여서는 아니 된다.

- 최저가 보장 등 최혜대우 요구는 플랫폼 사업자의 수수료 인상에 대하여 이용사업자가 판매가격인상으로 대응하지 못하게 하는 불공정성을 야기할 수 있으며 저렴한 수수료를 통해 저렴한 판매가격으로 이용사업자와 소비자를 확보하려는 신규 플랫폼의 시장진입을 방해하는 반경쟁효과를 야기할 수 있으므로 제정안은 지배적 플랫폼 사업자의 최혜대우 요구를 금지하려는 것임.
- 미국은 애플(Apple)이 전자책 서비스인 iBookstore에서 출판사들과 전자책 가격을 일정가격 이상으로 정할 것을 합의하면서, 출판사가 다른 유통업체에서 애플보다 더 낮은 소매 가격으로 판

매할 경우 애플이 iBookstore에서도 그 가격을 적용할 것을 요구한 행위에 대하여 위법성이 있다고 판단하였음.¹⁷⁾

바. 경쟁제한성의 추정(안 제13조)

- 제정안은 지배적 플랫폼 사업자가 자사우대, 끼워팔기, 멀티호밍 제한, 데이터 이동·접근 제한, 최혜대우 요구 등의 금지 행위를 한 경우 경쟁제한성을 추정하도록 하여 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자의 의무 위반 행위가 있는 경우 곧바로 시정명령 등의 제재처분이 가능하도록 하려는 것임.

제정안
제13조(경쟁제한성의 추정) 지배적 플랫폼 사업자가 제8조부터 제12조까지에 해당하는 행위를 한 경우에는 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위(「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제2조제5호에 따른 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위를 말한다)가 있는 것으로 추정한다. 다만, 지배적 플랫폼 사업자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우라는 것을 객관적으로 증명하는 경우에는 그러하지 아니하다. 1. 실제 경쟁을 제한하지 아니하거나 제한할 우려가 없는 경우 2. 법령의 준수, 온라인 플랫폼 이용자의 정보 보호 및 안전 확보, 시장지배적 플랫폼 서비스의 핵심 기능 유지, 그 밖에 이에 준하는 대통령령으로 정하는 목적을 달성하기 위하여 필요한 경우로서 다른 방식으로 그 목적을 달성하기 어려운 경우

- “경쟁을 실질적으로 제한하는 행위”란 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제2조제5호에 따라 일정한 거래분야의 경쟁이 감소하

17) 한진호, “전자상거래법상 온라인 플랫폼 사업자 최혜대우 요구의 위법성과 판단기준에 대한 소고,” 법학연구 34.2 (2024): 689-730.

여 특정 사업자 또는 사업자 단체의 의사에 따라 어느 정도 자유로이 가격, 수량, 품질, 그 밖의 거래조건 등의 결정에 영향을 미치거나 미칠 우려가 있는 상태를 초래하는 행위를 의미함.

- 시장지배적지위 남용금지¹⁸⁾ 위반을 판단할 때에는 단순히 그 행위사실 여부만을 판단하는 것이 아니라 행위사실에 연관된 시장을 확정하고, 행위자의 시장지배력에 대하여 판단하며, 행위자의 행위가 경쟁제한성을 가졌는지에 대하여 판단하여야 함¹⁹⁾.

18) 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」

제5조(시장지배적지위의 남용금지) ① 시장지배적사업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 “남용행위”라 한다)를 해서는 아니 된다.

1. 상품의 가격이나 용역의 대가(이하 “가격”이라 한다)를 부당하게 결정·유지 또는 변경하는 행위
2. 상품의 판매 또는 용역의 제공을 부당하게 조절하는 행위
3. 다른 사업자의 사업활동을 부당하게 방해하는 행위
4. 새로운 경쟁사업자의 참가를 부당하게 방해하는 행위
5. 부당하게 경쟁사업자를 배제하기 위하여 거래하거나 소비자의 이익을 현저히 해칠 우려가 있는 행위

② 남용행위의 유형 및 기준은 대통령령으로 정한다.

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

3. “시장지배적사업자”란 일정한 거래분야의 공급자나 수요자로서 단독으로 또는 다른 사업자와 함께 상품이나 용역의 가격, 수량, 품질, 그 밖의 거래조건을 결정·유지 또는 변경할 수 있는 시장지위를 가진 사업자를 말한다. 이 경우 시장지배적사업자를 판단할 때에는 시장점유율, 진입장벽의 존재 및 정도, 경쟁사업자의 상대적 규모 등을 종합적으로 고려한다.
4. “일정한 거래분야”란 거래의 객체별·단계별 또는 지역별로 경쟁관계에 있거나 경쟁관계가 성립될 수 있는 분야를 말한다.

19) 대법원 2007.11.22. 선고 2002두8626 전원합의체 판결

특정 사업자가 시장지배적 지위에 있는지 여부를 판단하기 위해서는 경쟁관계가 문제될 수 있는 일정한 거래 분야에 관하여 거래의 객체인 ‘관련 상품에 따른 시장’과 거래의 지리적 범위인 ‘관련 지역에 따른 시장’ 등을 구체적으로 정하고 그 시장에서 지배가능성이 인정되어야 한다. (중략) 시장지배적 사업자가 개별 거래의 상대방인 특정 사업자에 대한 부당한 의도나 목적을 가지고 거래거절을 한 모든 경우 또는 그 거래거절로 인하여 특정 사업자가 사업활동에 곤란을 겪게 되었다거나 곤란을 겪게 될 우려가 발생하였다는 것과 같이 특정 사업자가 불이익을 입게 되었다는 사정만으로는 그 부당성을 인정하기에 부족하고, 그 중에서도 특히 시장에서의 독점을 유지·강화할 의도나 목적, 즉 시장에서의 자유로운 경쟁을 제한함으로써 인위적으로 시장질서에 영향을 가하려는 의도나 목적을 갖고, 객관적으로도 그러한 경쟁제한의 효과가 생길 만한 우려가 있는 행위로 평가될 수 있는 행위로서의 성질을 갖는 거래거절행위를 하였을 때에 그 부당성이 인정될 수 있다 할 것이다.

○ 제정안 제5조 및 제6조는 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자를 지정할 때 관련 시장을 확정하고 시장지배력에 대해 판단하도록 정하며, 제정안 제13조는 지배적 플랫폼 사업자가 자사우대, 끼워 팔기, 멀티호밍 제한, 데이터 이동·접근 제한, 최혜대우 요구 등의 행위를 한 경우 경쟁제한성을 추정하도록 정하여, 경쟁제한성 등 행위에 따른 효과에 대한 별도의 판단 없이 그 행위 사실 자체만으로도 행위의 위법성이 인정될 수 있도록 하려는 것임.

○ 현행 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제9조제3항²⁰⁾은 기업 결합시 경쟁제한성을 추정할 수 있는 경우를 정하고, 유럽연합의 디지털시장법(DMA) 제3조²¹⁾는 온라인 플랫폼 서비스와 관련한

20) 제9조(기업결합의 제한) ③ 기업결합이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 것으로 추정한다.

1. 기업결합의 당사회사(제1항제5호의 경우에는 회사설립에 참여하는 모든 회사를 말한다. 이하 같다)의 시장점유율(계열회사의 시장점유율을 합산한 점유율을 말한다. 이하 이 조에서 같다)의 합계가 다음 각 목의 요건을 갖춘 경우

가. 시장점유율의 합계가 시장지배적사업자의 추정요건에 해당할 것

나. 시장점유율의 합계가 해당 거래분야에서 제1위일 것

다. 시장점유율의 합계와 시장점유율이 제2위인 회사(당사회사를 제외한 회사 중 제1위인 회사를 말한다)의 시장점유율과의 차이가 그 시장점유율의 합계의 100분의 25 이상일 것

2. 대규모회사가 직접 또는 특수관계인을 통하여 한 기업결합이 다음 각 목의 요건을 갖춘 경우

가. 「중소기업기본법」에 따른 중소기업의 시장점유율이 3분의 2 이상인 거래분야에서의 기업결합일 것

나. 해당 기업결합으로 100분의 5 이상의 시장점유율을 가지게 될 것

제6조(시장지배적사업자의 추정) 일정한 거래분야에서 시장점유율이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업자(일정한 거래분야에서 연간 매출액 또는 구매액이 80억원 미만인 사업자는 제외한다)는 시장지배적사업자로 추정한다.

1. 하나의 사업자의 시장점유율이 100분의 50 이상

2. 셋 이하의 사업자의 시장점유율의 합계가 100분의 75 이상. 이 경우 시장점유율이 100분의 10 미만인 사업자는 제외한다.

21)

Article 3 Designation of gatekeepers	제3조(게이트키퍼의 지정)
2. An undertaking shall be presumed to satisfy the respective requirements in paragraph 1:	2. 사업자는 다음의 경우에는 제(1)항에서 정하는 각각의 요건을 충족하는 것으로 추정된다.

경쟁제한성을 추정할 수 있는 경우를 정하고 있으나, 위 입법례들은 시장점유율, 매출액 등의 객관적 기준을 갖춘 경우 경쟁제한성을 추정하도록 정하는데 반해, 제정안은 행위 사실만으로도 경쟁제한성을 추정하도록 한다는 점에서 경쟁제한성 추정 요건에 차이가 있음.

< 경쟁제한성 추정 요건 비교 >

구분	경쟁제한성 추정 요건
제정안	○ 지배적 플랫폼 사업자가 제8조부터 제12조까지에 해당하는 행위를 한 경우
「공정거래법」	○ 기업결합의 당사회사의 시장점유율의 합계가 다음의 요건을 갖춘 경우 - 시장점유율의 합계가 시장지배적사업자의 추정요건(하나의 사업자의 시장점유율이 100분의 50 이상이거나, 셋 이하의 사업자의 시장점유율의 합계가 100분의 75 이상)에 해당할 것 - 시장점유율의 합계가 해당 거래분야에서 제1위일 것 - 시장점유율의 합계와 시장점유율이 제2위인 회사의 시장점유율과의 차이가 그 시장점유율의 합계의 100분의 25 이상일 것

(a) as regards paragraph 1, point (a), where it achieves an annual Union turnover equal to or above EUR 7,5 billion in each of the last three financial years, or where its average market capitalisation or its equivalent fair market value amounted to at least EUR 75 billion in the last financial year, and it provides the same core platform service in at least three Member States;	(a) 제(1)항(a)와 관련하여, 최근 3년간 각 회계연도의 연간 유럽연합 매출액이 75억유로 이상을 달성하는 경우 또는 직전회계연도의 평균 시가총액 또는 이에 상응하는 공정 시장가치가 750억유로 이상에 달하고 최소한 3개의 회원국에서 동일한 핵심플랫폼서비스를 제공하는 경우
1. An undertaking shall be designated as a gatekeeper if: (a) it has a significant impact on the internal market;	1. 다음의 경우 사업자는 게이트키퍼로 지정된다. (a) 역내시장에 상당한 영향력을 미치는 경우

디지털시장법	○ 최근 3년간 각각 회계연도의 연간 유럽연합 매출액이 75억유로 이상을 달성하는 경우 ○ 직전회계연도의 평균 시가총액 또는 이에 상응하는 공정 시장가치가 750억유로 이상에 달하고 최소한 3개의 회원국에서 동일한 핵심플랫폼서비스를 제공하는 경우
--------	--

- 한편, 제정안은 지배적 플랫폼 사업자가 본인의 행위가 실제 경쟁을 제한하지 아니하거나 제한할 우려가 없는 경우에 해당한다는 것 또는 다른 방식으로 그 목적을 달성하기 어려운 경우에 해당한다는 것을 객관적으로 증명하는 경우에는 경쟁제한성을 추정하지 아니하도록 정하여, 경쟁제한성 추정의 배제를 위하여는 지배적 플랫폼 사업자가 본인의 행위에 대하여 경쟁제한성이 없다는 사실을 입증하도록 함.

(4) 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화

가. 계약서 작성·교부(안 제18조)

- 제정안은 중개거래계약의 기간·변경·갱신·해지, 온라인 플랫폼 중개서비스의 내용·기간·대가, 개시·제한·중지·변경 등의 주요거래조건 및 ‘거래되는 재화 또는 용역이 온라인 플랫폼에 노출되는 순서·형태 및 기준’ 등에 관한 사항 등을 온라인 플랫폼 중개거래계약서 필수 기재사항으로 정하고 온라인 플랫폼 중개거래계

약을 체결한 즉시 온라인 플랫폼 중개거래계약을 온라인 플랫폼 이용사업자에게 제공하도록 함.

제정안
제18조(중개거래계약서 기재사항 및 교부 등) ① 온라인 플랫폼 중개사업자는 온라인 플랫폼 이용사업자와 중개거래계약을 체결한 때에는 지체 없이 다음 각 호의 사항이 포함된 온라인 플랫폼 중개거래계약서(이하 “중개거래계약서”라 한다)를 온라인 플랫폼 이용사업자에게 서면(「전자문서 및 전자거래기본법」 제2조제1호에 따른 전자문서를 포함한다. 이하 같다)으로 교부하여야 한다. 1. 중개거래계약의 기간, 변경, 갱신 및 해지 등에 관한 사항 2. 온라인 플랫폼 중개서비스의 내용, 기간 및 대가 등에 관한 사항 3. 온라인 플랫폼 중개서비스의 개시, 제한, 중지 및 변경 등에 관한 사항 4. 거래되는 재화 또는 용역의 반품, 교환 및 환불 등에 관한 사항 5. 거래되는 재화 또는 용역이 온라인 플랫폼에 노출되는 순서, 형태 및 기준 등에 관한 사항 6. 거래과정상 발생한 손해의 분담 기준에 관한 사항 7. 그 밖에 중개거래계약 당사자의 권리·의무에 관한 사항으로서 공정거래위원회가 정하여 고시하는 사항 ② 중개거래계약서에는 온라인 플랫폼 중개사업자와 온라인 플랫폼 이용사업자가 각각 서명(「전자서명법」 제2조제2호에 따른 전자서명을 포함한다. 이하 같다) 또는 기명날인을 하거나 대통령령으로 정하는 확인 조치를 하여야 한다. ③ 제1항 및 제2항에 따른 중개거래계약서의 기재사항, 중개거래계약의 방법·절차 및 서명·기명날인 등에 필요한 사항은 공정거래위원회가 정하여 고시한다. ④ 공정거래위원회는 공정한 온라인 플랫폼 중개거래 질서를 확립하기 위하여 필요하다고 인정하는 경우 온라인 플랫폼 중개거래에 관한 표준계약서를 마련하여 그 사용을 권장할 수 있다.

- ‘거래되는 재화 또는 용역이 온라인 플랫폼에 노출되는 순서·형태 및 기준’을 이용사업자에게 공개하는 것은 중개사업자가 자사의 상품을 이용사업자의 상품보다 검색 결과에서 우선적으로 노출시키

는 등의 행위(이른바 ‘자사우대 행위’)를 방지하려는 취지임.

- 다만, 거래되는 재화 또는 용역이 온라인 플랫폼에 노출되는 순서 등을 계약서 필수 기재사항으로 정하는 것은 사실상 자사우대 행위를 금지하는 것과 같은 효과를 가지므로 제정안 제21조에서 금지하는 불공정거래행위의 유형으로도 함께 규율하는 것이 더욱 효과적일 수 있다는 점을 고려할 필요가 있음.

나. 불공정거래행위 금지(안 제21조)

- 제정안은 구입강제, 이익제공강요, 손해전가, 불이익제공, 경영간섭 등 온라인 플랫폼 중개거래의 공정성을 저해하는 행위를 금지함.

제정안
제21조(불공정거래행위의 금지) ① 온라인 플랫폼 중개사업자는 자신의 거래상 지위를 부당하게 이용하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하거나 다른 사업자로 하여금 이를 하도록 하여서는 아니 된다. 1. 온라인 플랫폼 이용사업자가 구입할 의사가 없는 재화 또는 용역을 구입하도록 강제하는 행위 2. 온라인 플랫폼 이용사업자에게 자기를 위하여 금전·물품·용역, 그 밖의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위 3. 온라인 플랫폼 이용사업자에게 거래과정에서 발생한 손해를 떠넘기는 행위 4. 온라인 플랫폼 이용사업자에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행과정에서 불이익을 주는 행위 5. 온라인 플랫폼 이용사업자의 경영활동을 간섭하는 행위 ② 제1항 각 호에 따른 불공정거래행위의 세부 유형 또는 그 기준 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. ③ 제1항은 온라인 플랫폼 중개사업자가 온라인 플랫폼 이용사업자에 대하여 거래상 우월적 지위에 있다고 인정되는 경우에만 적용한다. 이 경우 거래상

우월적 지위 여부에 대한 판단 기준은 다음 각 호의 사항을 고려하여 공정거래위원회가 정하여 고시한다.

1. 온라인 플랫폼 중개거래 시장의 구조 및 현황
2. 온라인 플랫폼 중개거래의 이용 형태, 특성 및 빈도
3. 온라인 플랫폼 중개사업자와 온라인 플랫폼 이용사업자의 사업능력 수준 및 그 격차
4. 온라인 플랫폼 이용사업자의 온라인 플랫폼 중개거래에 대한 의존도
5. 온라인 플랫폼 중개거래의 대상이 되는 재화 또는 용역의 수량 및 특성
6. 그 밖에 제1호부터 제5호까지에 따른 사항에 준하는 것으로서 대통령령으로 정하는 사항

○ 제정안은 온라인 플랫폼 중개거래에서 발생할 수 있는 불공정거래행위의 구체적 유형을 법률로 규율하려는 취지로, 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제45조제1항 및 동법 시행령 [별표 2]의 내용을 반영하고 있음.

< 금지되는 불공정거래행위의 세부 내용 >

제정안	공정거래법 시행령 [별표2] (불공정거래행위의 세부유형)
1. 온라인 플랫폼 이용사업자가 구입할 의사가 없는 재화 또는 용역을 구입하도록 강제하는 행위	6. 거래상 지위의 남용 가. 구입강제 거래상대방이 구입할 의사가 없는 상품 또는 용역을 구입하도록 강제하는 행위
2. 온라인 플랫폼 이용사업자에게 자기를 위하여 금전·물품·용역, 그 밖의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위	6. 거래상 지위의 남용 나. 이익제공강요 거래상대방에게 자기를 위해 금전·물품·용역 및 그 밖의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위
3. 온라인 플랫폼 이용사업자에게 거래과정에서 발생한 손해를 떠넘기는 행위	(불공정거래행위 심사지침) 불이익제공은 적극적으로 거래상대방에게 불이익이 되는 행위를 하는 작위뿐만 아니라 소극적으로 자기가 부담

	해야 할 비용이나 책임 등을 이행하지 않는 부작용에 의해서도 성립할 수 있다.
4. 온라인 플랫폼 이용사업자에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행과정에서 불이익을 주는 행위	6. 거래상 지위의 남용 라. 불이익제공 가목부터 다목까지의 규정에 해당하는 행위 외의 방법으로 거래상대방에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행과정에서 불이익을 주는 행위
5. 온라인 플랫폼 이용사업자의 경영활동을 간섭하는 행위	6. 거래상 지위의 남용 마. 경영간섭 거래상대방의 임직원을 선임·해임하는 경우에 자기의 지시 또는 승인을 얻게 하거나 거래상대방의 생산품목·시설규모·생산량·거래내용을 제한하여 경영활동을 간섭하는 행위

○ 제정안에서 금지하는 불공정거래행위와 유사한 사례를 각 거래분야에서 살펴보면, 구입강제의 경우 납품업체의 의사와 상관없이 자기의 시스템을 통해 ‘상품 판매 관련 정보²²⁾’를 제공하면서, 그 대가로 거의 모든 납품업체들로부터 “정보처리비” 명목으로 수취한 사례가 있음²³⁾. 특정 온라인 플랫폼 중개사업자가 물품 구매 및 판매에 관한 정보를 제공하면서 온라인 플랫폼 이용사업자에게 정보처리비 등의 명목으로 대가를 요구한다면 이는 구입강제

22) 상품 매출·재고 및 매입 실적 조회 등

23) ㈜○○○○○○○의 대규모유통업법 위반행위 엄중 제재, 공정거래위원회 보도자료, 2023.12.7.

(적용법조) 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 제17조(불이익 제공행위의 금지) 대규모유통업자는 정당한 사유 없이 납품업자등에게 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.
1. 상품권이나 물품을 구입하게 하는 행위

에 해당할 수 있음.

○ 이익제공강요의 경우 납품업자들에게 월매입액의 일정비율을 리베이트로 지급하게 하거나 재고조사 손실분 지원 명목으로 물품을 무상으로 제공하게 한 사례가 있음.²⁴⁾ 특정 온라인 플랫폼 중개사업자가 온라인 플랫폼 이용사업자의 월 판매금액에 대해 일정 비율의 리베이트를 요구한다면 이는 이익제공강요에 해당할 수 있음.

○ 손해전가의 경우 판매촉진 행사를 실시하기 이전에 납품업자와 판매촉진 비용 부담에 관한 서면 약정을 체결하지 아니하고, 납품업자에 판매촉진 비용을 부담하게 한 사례가 있음.²⁵⁾ 특정 온라인 플랫폼 중개사업자가 할인행사를 실시하면서 온라인 플랫폼 이용사업자에게 동의 없이 그 비용을 부담하게 한다면 이는 손해전가에 해당할 수 있음.

24) 납품업자에게 반품 및 직원 파견 강요한 (주)△△△마트, (주)△△△유통 제재, 공정거래위원회 보도자료, 2023.8.3.

(적용법조) 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 제15조(경제적 이익 제공 요구 금지)① 대규모유통업자는 정당한 사유 없이 납품업자등에게 자기 또는 제3자를 위하여 금전, 물품, 용역, 그 밖의 경제적 이익을 제공하게 하여서는 아니 된다.

25) 납품업자에 판매촉진 비용 부담 전가한 □□□□(주) 제재, 공정거래위원회 보도자료, 2021.4.5.

(적용법조) 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 제11조(판매촉진 비용의 부담 전가 금지)① 대규모유통업자는 판매촉진행사를 실시하기 이전에 대통령령으로 정하는 바에 따라 판매촉진행사에 소요되는 비용(이하 이 조에서 “판매촉진 비용”이라 한다)의 부담 등을 납품업자등과 약정하지 아니하고는 이를 납품업자등에게 부담시키는 행위를 하여서는 아니 된다.

○ 불이익제공의 경우 자신이 판매한 시뮬레이션 시스템이 자신의 귀책으로 장애가 발생하여 점주에게 손해를 끼쳤으나 적절한 영업손실을 보상하지 않은 사례가 있음²⁶⁾. 특정 온라인 플랫폼 중개사업자의 귀책으로 온라인 플랫폼 접속 또는 상품판매가 불가능한 경우에 온라인 플랫폼 이용사업자에게 적절한 영업손실을 보상하지 않는다면 이는 불이익제공에 해당할 수 있음.

○ 경영간섭의 경우 합리적인 이유 없이 대리점에게 영업상 비밀에 해당하는 상품 판매금액 정보를 요구한 사례가 있음.²⁷⁾ 특정 온라인 플랫폼 중개사업자가 다른 온라인 플랫폼 중개사업자와도 중개거래계약을 체결한 온라인 플랫폼 이용사업자에게 온라인 플랫폼 중개거래의 수수료율 차이에 대한 정보를 요구하거나 각 온라인 플랫폼 중개거래를 통해 발생한 매출액 차이에 대한 정보를 요구하는 경우 이는 경영간섭에 해당할 수 있음.

26) (주)▽▽▽의 거래강제행위 및 거래상지위 남용 행위에 대한 건, 공정거래위원회 보도자료, 2014.5.8.

(적용법조) 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」

제23조(불공정거래행위의 금지) ①사업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위(이하 “不公正去來行爲”라 한다)를 하거나, 계열회사 또는 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니된다.

4. 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위

27) ◇◇◇◇(주)의 대리점에 대한 부당한 경영활동 간섭행위 제재, 공정거래위원회 보도자료, 2024.4.10.

(적용법조) 「대리점거래의 공정화에 관한 법률」

제10조(경영활동 간섭 금지) ① 공급업자는 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 대리점의 경영활동을 간섭하는 행위를 하거나, 계열회사 또는 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니 된다.

- 온라인 유통업체의 매출이 전체 유통업 매출의 50%이상을 차지하는 등 온라인 소비가 증가하고 있으며 온라인 플랫폼 중개서비스의 규모도 이에 따라 성장하고 있다는 점에서 온라인 플랫폼 중개거래에 관한 규제 필요성은 높아지고 있음.
- 특히 각 거래분야에서 발생하는 불공정거래행위와 유사한 형태로 온라인 플랫폼 중개거래 과정에서도 불공정거래행위가 발생할 수 있으므로, 온라인 플랫폼 이용사업자의 권익 보호를 위해 각각의 행위를 금지할 필요가 있다고 생각됨.
- 한편, 온라인 플랫폼 중개거래과정에서 발생하는 불공정거래행위 유형을 정함에 있어서는 검색 배열순위 조작, 결제방식 강제, 최저 대우 요구, 다른 플랫폼 이용 제한 등 다양한 형태의 불공정거래행위 유형이 제기²⁸⁾된 바 있음도 참고할 필요가 있음..

다. 판매대금 지급 기한(안 제22조)

- 제정안은 소비자의 구매확정일 또는 결제일로부터 40일 이내에 중개사업자가 이용사업자에게 판매대금을 지급하도록 하고, 이를 준수하지 않는 경우 연 100분의 40 이내에서 공정거래위원회가 고시하는 이율에 따를 이자를 초과 기간에 대해 지급하도록 하

28) 의안번호 제2107622호, 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안, 김병욱의원 등 12인
 의안번호 제2108626호, 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안, 배진교의원 등 10인

며, 판매대금을 상품권이나 물품 등 다른 형태로 지급하는 행위를 금지함.

제정안
제22조(재화 등 판매대금의 지급 기한) ① 온라인 플랫폼 중개사업자는 온라인 플랫폼 이용사업자에게 해당 재화 등의 판매대금을 온라인 플랫폼 소비자의 구매확정일 또는 결제일로부터 40일 이내에 온라인 플랫폼 이용사업자에게 지급하여야 한다.
② 온라인 플랫폼 중개사업자가 판매대금을 구매확정일 또는 결제일로부터 40일 지난 후에 지급하는 경우에는 그 초과 기간에 대하여 연 100분의 40 이내에서 「은행법」에 따른 은행이 적용하는 연체이자율 등 경제사정을 고려하여 공정거래위원회가 정하여 고시하는 비율에 따른 이자를 지급하여야 한다.
③ 온라인 플랫폼 중개사업자는 제1항 및 제2항에 따른 판매대금 및 이자를 상품권이나 물품으로 지급하여서는 아니된다.

○ 대규모유통업법 제8조는 납품업자로부터 위탁받아 상품을 판매하고 그 판매대금을 받아 관리하는 경우 그 판매대금을 월 판매마감일부터 40일 이내에 납품업자에게 지급하도록 하여²⁹⁾ 제정안과 유사한 체계를 가지며, 지연지급에 따른 이자는 제정안과 같이 연 100분의 40 이내에서 공정거래위원회가 고시하도록 하고

29) 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 제8조(상품판매대금 등의 지급)

① 대규모유통업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 해당 상품의 판매대금을 월 판매마감일부터 40일 이내에 납품업자등에게 지급하여야 한다.

1. 특약매입거래로 납품받은 상품을 판매하는 경우
2. 매장임차인의 상품판매대금을 받아 관리하는 경우
3. 납품업자로부터 위탁받아 상품을 판매하고 그 판매대금을 받아 관리하는 경우

② 대규모유통업자는 직매입거래의 경우에는 해당 상품수령일로부터 60일 이내에 해당 상품의 대금을 납품업자에게 지급하여야 한다.

③ 대규모유통업자가 제1항 및 제2항에서 정한 기한을 초과하여 상품판매대금 또는 상품대금을 지급하는 경우에는 그 초과 기간에 대하여 연 100분의 40 이내에서 「은행법」에 따른 은행이 적용하는 연체이자율 등 경제사정을 고려하여 공정거래위원회가 정하여 고시하는 비율에 따른 이자를 지급하여야 한다.

④ 대규모유통업자는 제1항부터 제3항까지의 규정에 따른 상품판매대금 또는 상품대금 및 이자를 상품권이나 물품으로 지급하여서는 아니 된다.

있는 바, 공정거래위원회는 지연이율을 연리 15.5%로 고시하고 있음³⁰⁾³¹⁾.

○ 온라인 플랫폼 중개사업자가 이용사업자의 재화등을 판매한 대금을 소비자로부터 수취한 후 이를 이용사업자에게 장기간 지급하지 않는다면 이용사업자의 재산권 침해가 발생할 뿐만 아니라 이용사업자의 사업자금 확보 및 유통이 어려워 경영상 심각한 손해가 발생할 우려가 있음.

○ 따라서 제정안은 온라인 플랫폼 중개사업자별로 정산주기가 상이한 상황³²⁾에서 대금 정산지연에 따른 이용사업자 피해 예방에 도움이 될 것으로 기대됨.

라. 사업자단체의 거래조건 협의(안 제24조)

○ 제정안은 온라인 플랫폼 이용사업자에게 사업자단체를 구성할 수 있는 권리를 부여하고, 사업자단체가 중개계약의 거래조건에

30) 「상품판매대금 등 지연지급 시의 지연이율 고시」

I. 상품판매대금 등 지연지급 시의 지연이율

「대규모 유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 제8조(상품판매대금등의 지급)제3항의 규정에 의하여 상품판매대금 등을 지연 지급하는 경우 적용되는 지연이율을 연리 15.5%로 한다.

31) 하도급법은 원사업자가 목적물등을 수령한 날부터 60일 이내에 하도급대금을 수급사업자에게 지급하도록 하며, 대금 지급 기간이 지연되는 경우 연 100분의 40이내에서 공정거래위원회가 고시한 이율에 따른 이자를 지급하도록 함.

32) 티몬·위메프 정산까지 70일 걸려...“판매대금으로 무리한 인수 시도” 의혹도, 매일경제, 2024.7.24.

네이버와 지마켓, 옥션, 11번가 등은 거래확정일 기준으로 1~2일 안에 판매 대금이 정산돼 비교적 대금 지급이 빠른 플랫폼에 속한다.

하지만 티몬은 거래가 발생한 달 마지막 날을 기준으로 40일 뒤에 거래 대금의 100%를 지급한다. 위메프는 거래 발생월 마지막 날을 기준으로 두달 뒤 7일에 거래대금의 100%를 정산한다

대한 협의를 온라인 플랫폼 중개사업자에 요청할 수 있도록 하며, 중개사업자에게는 협의에 성실히 응하도록 의무를 부과하여 온라인 플랫폼 이용사업자에 협상권을 부여함. 이는 가맹사업법 제14조의2³³⁾의 가맹사업자단체의 거래조건 변경 협의와 동일한 내용임.

제정안
제24조(이용사업자단체의 거래조건 변경 협의 등) ① 온라인 플랫폼 이용사업자는 권리보호 및 경제적 지위 향상을 도모하기 위하여 단체(이하 “이용사업자단체”라 한다)를 구성할 수 있다. ② 이용사업자단체는 온라인 플랫폼 중개사업자에게 중개계약의 변경 등 거래조건에 대한 협의를 요청할 수 있다. ③ 제2항에 따른 협의를 요청받은 온라인 플랫폼 중개사업자는 성실하게 협의에 응해야 한다. 다만, 복수의 이용사업자단체가 협의를 요청할 경우 다수의 온라인 플랫폼 이용사업자로 구성된 이용사업자단체와 우선적으로 협의한다. ④ 제2항에 따른 협의와 관련하여 이용사업자단체는 온라인 플랫폼 중개서비스 사업의 통일성이나 본질적 사항에 반하는 거래조건을 요구하는 행위 또는 부당하게 경쟁을 제한하는 행위를 하여서는 아니 된다. ⑤ 공정거래위원회는 제2항의 협의를 통하여 온라인 플랫폼 중개거래 관련

33) 「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률」 제14조의2(가맹점사업자단체의 거래조건 변경 협의 등)

- ① 가맹점사업자는 권리보호 및 경제적 지위 향상을 도모하기 위하여 단체(이하 “가맹점사업자단체”라 한다)를 구성할 수 있다.
- ② 특정 가맹본부와 가맹계약을 체결·유지하고 있는 가맹점사업자(복수의 영업표지를 보유한 가맹본부와 계약 중인 가맹점사업자의 경우에는 동일한 영업표지를 사용하는 가맹점사업자로 한정한다)로만 구성된 가맹점사업자단체는 그 가맹본부에 대하여 가맹계약의 변경 등 거래조건(이하 이 조에서 “거래조건”이라 한다)에 대한 협의를 요청할 수 있다.
- ③ 제2항에 따른 협의를 요청받은 경우 가맹본부는 성실하게 협의에 응하여야 한다. 다만, 복수의 가맹점사업자단체가 협의를 요청할 경우 가맹본부는 다수의 가맹점사업자로 구성된 가맹점사업자단체와 우선적으로 협의한다.
- ④ 제2항에 따른 협의와 관련하여 가맹점사업자단체는 가맹사업의 통일성이나 본질적 사항에 반하는 거래조건을 요구하는 행위, 가맹본부의 경영 등에 부당하게 간섭하는 행위 또는 부당하게 경쟁을 제한하는 행위를 하여서는 아니 된다.
- ⑤ 가맹본부는 가맹점사업자단체의 구성·가입·활동 등을 이유로 가맹점사업자에게 불이익을 주는 행위를 하거나 가맹점사업자단체에 가입 또는 가입하지 아니할 것을 조건으로 가맹계약을 체결하여서는 아니 된다.

법령의 준수 및 상호 지원·협력을 약속하는 협약을 체결하도록 권장할 수 있다.

⑥ 공정거래위원회는 온라인 플랫폼 중개사업자와 온라인 플랫폼 이용사업자가 제5항에 따른 협약을 체결하는 경우 그 이행을 독려하기 위하여 포상 등 지원시책을 마련하여 시행하여야 한다.

⑦ 공정거래위원회는 제5항에 따른 협약의 내용·체결절차·이행실적 평가 및 지원시책 등에 필요한 사항을 정한다.

○ 개별 온라인 플랫폼 이용사업자는 중개사업자와의 거래조건에 관한 협의에 있어 상대적으로 불리한 지위에 놓여 중개사업자에게 유리한 계약이 체결될 우려가 있으므로 거래조건에 관한 집합적 협의를 가능케 하여 공정한 거래관계가 성립되도록 하려는데 제정안의 취지가 있음.

○ 온라인 플랫폼 중개거래의 경우 하나의 온라인 플랫폼 중개서비스에 서로 다른 성격의 재화와 용역을 공급하는 온라인 플랫폼 이용사업자가 참여할 수 있으므로, 거래조건에 대한 공통 요구사항을 효과적으로 반영할 수 있도록 사업자단체 구성 및 운영의 합리화를 위한 제도적 장치도 마련할 필요가 있는 것으로 생각됨.

(5) 시장조사(안 제26조·제27조·제28조)

○ 제정안은 지배적 플랫폼 사업자 지정을 위한 시장조사와 실태 파악 및 제도개선을 위한 시장조사에 관한 권한을 공정거래위원회에 부여함.

제정안

제26조(지배적 플랫폼 사업자 지정을 위한 시장조사) ① 공정거래위원회는 제6조제3항에 따른 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자 지정을 목적으로 시장조사를 실시할 수 있다.

② 공정거래위원회는 제1항에 따른 시장조사를 개시한 날부터 12개월 이내에 시장조사 결과에 따라 조사대상 온라인 플랫폼 사업자에 대하여 제6조제3항에 따른 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자 지정 여부를 결정(이하 이 조에서 “최종결정”이라 한다)하여야 한다. 이 경우 공정거래위원회는 제40조에 따른 온라인플랫폼 부문 자문위원회(이하 “자문위원회”라 한다)의 자문을 거쳐야 한다.

③ 공정거래위원회는 최종결정을 마친 때에는 해당 온라인 플랫폼 사업자에게 그 최종결정의 내용 및 사유를 문서로 통보하여야 한다.

④ 공정거래위원회는 제2항에도 불구하고 조사대상 온라인 플랫폼 사업자가 제6조제1항 단서에 따라 상당한 근거 자료를 제출하여 자신이 제공하는 온라인 플랫폼 서비스가 같은 항 각 호의 어느 하나에 해당하는 요건을 충족하지 아니함을 입증하는 경우에는 시장조사를 개시한 날부터 5개월 이내에 최종결정을 내리도록 노력하여야 한다.

⑤ 공정거래위원회는 제1항에 따른 시장조사 결과 최종결정이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 종료한 시장조사를 재개할 수 있다.

1. 최종결정의 근거가 되는 사실에 중대한 변화가 있는 경우
2. 최종결정의 근거가 되는 주요 정보가 해당 사업자가 제공한 불완전 또는 부정확하거나 잘못된 정보로서 최종결정이 그에 기초하여 내려진 경우

⑥ 제1항부터 제5항까지에 따른 시장조사의 절차 및 방법 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

⑦ 중앙행정기관의 장, 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사·특별자치도지사(이하 “시·도지사”라 한다) 또는 대통령령으로 정하는 공공기관의 장은 제1항에 따른 시장조사가 필요하다고 인정되면 서면으로 공정거래위원회에 제1항에 따른 시장조사를 실시할 것을 요청할 수 있다. 이 경우 공정거래위원회는 시장조사 필요성에 관한 검토를 한 후 그 결과를 시장조사를 요청한 기관의 장에게 통보하여야 한다.

제27조(실태파악 및 제도개선을 위한 시장조사) ① 공정거래위원회는 온라인 플랫폼 서비스에 관한 실태 파악과 제도 개선을 위한 다음 각 호의 목적으로 시장조사를 실시할 수 있다.

1. 새로운 온라인 플랫폼 서비스 유형의 조사
2. 온라인 플랫폼 서비스의 경쟁을 제한하는 행위 유형의 조사

3. 온라인 플랫폼 사업자의 불공정한 행위 유형의 조사

② 공정거래위원회는 제1항에 따른 시장조사를 개시한 날부터 24개월 이내에 시장조사 결과보고서를 작성하고 이를 공표하여야 한다.

③ 제1항에 따른 시장조사 결과 이 법령에서 정하고 있는 행위 외에 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위로서 경쟁을 제한하거나 불공정한 행위로 취급할 필요가 있는 행위가 있는 때에는 제2항에 따른 결과보고서에 제도 개선에 필요한 이 법 또는 하위 법령의 제정 또는 개정에 관한 의견을 포함하여야 한다.

1. 온라인 플랫폼 사업자가 개입한 행위의 결과 시장의 경쟁을 제한하거나 공정한 시장질서를 저해하는 경우

2. 온라인 플랫폼 이용사업자의 권리와 의무가 불균형하고, 지배적 플랫폼 사업자가 온라인 플랫폼 이용사업자로부터 부당한 이익을 취하는 경우

④ 제1항에 따른 시장조사 및 제2항에 따른 결과보고서 작성·공표의 절차 및 방법에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제28조(시장조사의 개시 등) ① 공정거래위원회는 제26조 및 제27조에 따른 시장조사를 시행하려는 경우 시장조사 개시결정을 내려야 한다.

② 제1항에 따른 시장조사 개시결정에는 다음 각 호의 사항을 명시하여야 한다.

1. 조사목적

2. 조사기간

3. 조사의 쟁점에 관한 설명 및 조사내용

4. 조사대상

5. 조사방법 및 조사절차

③ 공정거래위원회는 제26조 및 제27조에 따른 시장조사를 시행하는 경우 조사대상자에게 거래실태, 영업현황 등 시장조사에 필요한 자료 또는 의견의 제출을 요구할 수 있다.

- 지배적 플랫폼 사업자 지정을 위하여는 정량성·정성적 평가를 통한 관련시장의 획정 및 시장지배력에 관한 판단이 선행되어야 하기 때문에 이를 위한 사전적 시장조사에 관한 권한 부여는 필요한 조치로 생각됨. 또한, 온라인 플랫폼 서비스는 성장하고 있는 산업 분야로 그 유형이 새롭게 등장하거나 변화할 수 있고 예

상하지 못한 경쟁제한 행위나 이용사업자와의 거래관태에 있어서의 배재적·착취적 남용행위가 발생할 우려가 있으므로 실태파악 및 제도개선을 위한 시장조사도 필요한 조치로 생각됨.

○ 제정안은 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자 지정을 위한 시장조사의 적시성·실효성을 제고하기 위하여 12개월 이내에 시장조사를 마치고 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자 지정 여부를 결정하도록 하는데 이는 유럽연합의 디지털시장법(Digital Market Act)에서 게이트키퍼 지정을 위한 시장조사를 12개월 이내에 종결하도록 정하는 것³⁴⁾과 유사함.

○ 다만, 제정안은 온라인 플랫폼 서비스에 관한 실태 파악과 제도개선을 위한 시장조사의 경우 24개월 이내에 시장조사 결과보고

34)

Article 17 Market investigation for designating gatekeepers 1. The Commission may conduct a market investigation for the purpose of examining whether an undertaking providing core platform services should be designated as a gatekeeper pursuant to Article 3(8), or in order to identify the core platform services to be listed in the designation decision pursuant to Article 3(9). The Commission shall endeavour to conclude its market investigation within 12 months from the date referred to in Article 16(3), point (a), In order to conclude its market investigation, the Commission shall adopt an implementing act setting out its decision. That implementing act shall be adopted in accordance with the advisory procedure referred to in Article 50(2).	제17조(지정 게이트키퍼에 대한 시장조사) 1. 집행위원회는 핵심플랫폼서비스 제공사업자가 제3조(8)에 따라 게이트키퍼로 지정되어야 하는지 여부를 조사하거나 제3조(9)에 따른 지정결정에 열거하여야 하는 핵심플랫폼서비스 여부를 확인하기 위하여 시장조사를 실시할 수 있다. 집행위원회는 제16조(3)(a)에서 정하는 날부터 12개월 이내에 그 시장조사를 종결하기 위하여 노력하여야 한다. 그 시장조사를 종결하기 위하여 집행위원회는 그 결정을 명시하는 이행법률을 채택하여야 한다. 해당 이행법률은 제50조(2)에서 정하는 자문절차에 따라 채택하여야 한다.
--	---

서를 작성하고 이를 공표하도록 정하나, 급변하는 온라인 시장의 특성을 감안할 때 시의적절한 실태파악 및 제도개선이 이루어 질 수 있도록 적절한 조사기간을 설정할 필요가 있음.

(6) 위반행위 조사 및 처분대상 제한(안 제29조·제30조)

- 제정안은 누구든지 법 위반 사실을 공정거래위원회에 신고할 수 있도록 정하고, 공정거래위원회는 신고가 있거나 법 위반 혐의가 있다고 인정하는 경우 조사를 실시할 수 있도록 정함.

제정안
제29조(위반행위의 조사 등) ① 누구든지 이 법에 위반되는 사실을 공정거래위원회에 신고할 수 있다. 이 경우 공정거래위원회는 대통령령으로 정하는 바에 따라 신고자가 동의한 경우에는 해당 온라인 플랫폼 사업자에게 신고가 접수된 사실을 통지하여야 한다. ② 공정거래위원회는 제1항 전단에 따른 신고가 있거나 이 법에 위반되는 혐의가 있다고 인정할 때에는 필요한 조사를 할 수 있다. ③ 공정거래위원회는 제2항에 따른 조사를 한 결과 이 법에 따른 처분을 하거나 처분을 하지 아니하는 경우 그 근거, 내용 및 사유 등을 적은 서면을 해당 사건의 당사자에게 알려야 한다. 다만, 제37조제1항에 따라 준용되는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제68조제1항에 따른 의결서를 작성한 경우에는 해당 의결서 정본을 송부하여야 한다. ④ 제1항 후단에 따라 공정거래위원회가 온라인 플랫폼 사업자에게 통지한 때에는 「민법」 제174조에 따른 최고가 있는 것으로 본다. 다만, 신고된 사실이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다. 1. 이 법의 적용대상이 아닌 경우 2. 제30조제1항 본문에 따른 처분대상의 제한 기간을 경과한 경우 3. 신고된 사실에 대하여 공정거래위원회가 혐의가 없다고 인정한 경우 4. 신고인이 신고를 취하한 경우

- 제정안은 법 위반행위에 관하여 공정거래위원회가 시정명령(안 제31조), 시정권고(안 제32조), 과징금(안 제35조)을 부과할 수 있도록 정하는데 당해 처분들은 법 위반행위에 관한 철저한 조사가 뒷받침되어야 하므로 제정안은 행정당국에 조사권을 부여하려는 것임.
- 공정거래법, 하도급법, 가맹사업법, 대리점법, 대규모유통업법도 법 위반 사실을 공정거래위원회에 신고하고 공정거래위원회는 이에 대하여 조사할 수 있도록 정함³⁵⁾.
- 한편, 제정안은 위반행위가 끝난 날로부터 7년이 지난 경우는 시정명령, 과징금을 부과하지 않도록 정함. 일정한 기간 행정당국이 처분권을 행사하지 않는 경우 그 처분에 관한 권리를 소멸하려는 것으로 법 위반행위를 둘러싼 법률관계를 신속히 확정하여 공정거래위원회가 일방적으로 처분권을 남용하지 못하도록 하고 법적 안정성을 유지하려는데 처분시효의 취지가 있음.³⁶⁾ 처분대상 제한에 관하여 공정거래법은 7년³⁷⁾, 하도급법³⁸⁾ 및 가맹사업

35) 하도급법 제22조(위반행위의 신고 등), 가맹사업법 제32조의3(위반행위의 신고 등), 대리점법 제27조제2항(위반행위의 신고 등에 관한 공정거래법 제80조 등을 준용), 대규모유통업법 제29조(위반행위의 조사 등)

36) 대법원 2021.5.7. 선고 2020두57332 판결

처분시효에 관한 하도급법 제22조 제4항 본문은 공정거래위원회가 하도급법 위반행위에 대하여 같은 조 제2항에 따라 조사를 개시한 경우 일정 기간이 지나면 시정조치를 명하거나 과징금을 부과하지 않도록 함으로써 하도급법 위반행위를 둘러싼 법률관계를 신속히 확정하여 공정거래위원회가 일방적으로 처분권을 남용하지 못하도록 하고 법적 안정성을 유지하기 위한 것이다.

37) 예외적으로 부당한 공동행위에 대하여 공정거래위원회가 조사를 개시한 경우에는 조사 개시일로부터 5년

38) 기술자료 요구 제공 금지를 위반하는 경우에는 그 거래가 끝난 날부터 7년

법은 3년, 대규모유통업법은 5년을 규정하고 있음.

제정안
제30조(처분대상의 제한) ① 공정거래위원회는 이 법에 위반되는 행위가 끝난 날부터 7년이 지난 경우 해당 위반행위에 대하여 제31조에 따른 시정명령 및 제35조에 따른 과징금 부과를 하지 아니한다. 다만, 법원의 판결에 따라 시정명령 또는 과징금 부과처분이 취소된 경우로서 그 판결 이유에 따라 새로운 처분을 하는 경우에는 그러하지 아니하다. ② 위반행위가 계속되거나 반복되는 경우 제1항에 따른 위반행위가 끝난 날은 최후의 위반행위가 끝난 때로 한다. ③ 제1항의 기간은 공정거래위원회가 제37조제1항에 따라 준용되는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제95조에 따른 자료의 열람 또는 복사 요구에 따르지 아니하여 당사자가 소를 제기한 경우 그 당사자 및 동일한 사건으로 심의를 받는 다른 당사자에 대하여 진행이 정지되고 그 재판이 확정된 때부터 진행한다.

(7) 시정명령, 시정권고 및 과징금(안 제31조·제32조·제35조)

- 제정안은 법 위반이 있는 경우 공정거래위원회가 온라인 플랫폼 중개사업자에게 위반행위 중지, 재발 방지 등 필요한 조치를 명하거나 시정방안을 마련하여 이에 따를 것을 권고할 수 있도록 정하며 자사우대 금지(제8조), 끼워팔기 금지(제9조), 다른 플랫폼 이용 제한 금지(제10조), 데이터 이동·접근 등 제한 금지(제11조), 최혜대우 요구 금지(제12조) 위반이 있는 경우 매출액의 10% 범위 내에서 과징금을 부과할 수 있도록 함.

제정안

제31조(시정명령) 공정거래위원회는 이 법을 위반하는 행위를 하거나 이 법에 따른 의무를 이행하지 아니한 온라인 플랫폼 사업자에게 다음 각 호의 조치를 명할 수 있다.

1. 위반행위의 중지
2. 이 법에 규정된 의무의 이행
3. 재발 방지
4. 시정명령을 받은 사실의 공표
5. 그 밖에 위반행위의 시정에 필요한 조치로서 대통령령으로 정하는 조치

제32조(시정권고) ① 공정거래위원회는 이 법을 위반하는 행위를 하거나 이 법에 따른 의무를 이행하지 아니한 온라인 플랫폼 사업자에게 제31조에 따른 시정명령을 내리기 전에 그 온라인 플랫폼 사업자가 그 위반행위를 중지하거나 이 법에 규정된 의무 또는 제31조에 따른 시정을 위하여 필요한 조치를 이행하도록 시정방안을 마련하여 이에 따를 것을 권고할 수 있다.

② 제1항에 따른 권고를 받은 온라인 플랫폼 사업자는 해당 권고를 받은 날부터 10일 이내에 그 수락 여부를 공정거래위원회에 알려야 한다.

③ 제1항에 따른 권고를 받은 온라인 플랫폼 사업자가 그 권고를 수락하였을 때에는 제31조에 따른 시정명령을 받은 것으로 본다.

제35조(과징금) ① 공정거래위원회는 제8조부터 제12조까지를 위반한 지배적 플랫폼 사업자에게 대통령령으로 정하는 매출액에 100분의 10을 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위에서 과징금을 부과할 수 있다.

② 공정거래위원회는 제11조, 제18조제1항·제2항, 제21조 또는 제24조제3항을 위반한 온라인 플랫폼 중개사업자에게 대통령령으로 정하는 매출액에 100분의 4를 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위에서 과징금을 부과할 수 있다.

③ 제1항과 제2항에 따른 과징금의 부과 및 징수에 관하여는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제102조부터 제107조까지를 준용한다.

- 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」은 시장지배적지위 남용행위에 대하여 매출액의 6% 이내에서 과징금을 부과하도록 정하나, 제정안은 지배적 플랫폼 사업자의 법 위반행위에 대하여 매출액의 10% 이내에서 과징금을 부과하도록 하여 그 제재의 수준이 높음. 온라인 플랫폼 시장의 고착효과 등을 고려하여 시장지

배적지위 남용행위를 통한 시장 경쟁 제한 행위를 일반적인 시장 지배적지위 남용행위에 비해 엄격하게 통제하려는 취지로 보임.

- 한편, 제정안은 매출액이 없거나 매출액 산정이 곤란한 경우에 대한 과징금 부과기준을 도입하고 있지 아니하나 지배적 플랫폼 사업자가 여러 온라인 플랫폼 서비스를 동시에 제공하는 경우 등 관련 매출액을 산정하기 곤란한 경우가 발생할 수 있으므로 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」과 같이 매출액이 없거나 매출액 산정이 곤란한 경우의 과징금 부과 상한을 정할 필요가 있다고 생각됨.

<과징금 부과금액 비교>

구분	제정안	공정거래법 시장지배적지위 남용
		매출액의 6% 이내
원칙	매출액의 10% 이내	매출액의 6% 이내
예외	-	매출액이 없거나 매출액 산정이 곤란한 경우
		20억원 이내
구분	공정거래법 부당한 공동행위	공정거래법 사업자단체의 금지행위 (부당한 공동행위 제외)
	매출액의 20% 이내	매출액의 10% 이내
원칙	매출액의 20% 이내	매출액의 10% 이내
	매출액이 없는 경우 등 40억원 이내	매출액이 없는 경우 등 20억원 이내
구분	공정거래법 부당한 지원행위	공정거래법 불공정거래행위 (부당한 지원행위 제외)
	매출액의 10% 이내	매출액의 4% 이내
예외	매출액이 없는 경우 등 40억원 이내	매출액이 없는 경우 등 10억원 이내

(8) 동의의결 및 이행강제금(안 제33조·제34조)

- “동의의결”은 사업자가 스스로 법률 위반 혐의에 있는 행위에 관하여 소비자 피해구제, 거래질서의 개선 등 타당한 시정방안을 제안하고, 공정거래위원회가 이해관계자 등의 의견수렴을 거쳐 그 타당성을 인정하는 경우 위법여부를 확정하지 않고 사건을 종결하는 제도³⁹⁾로, 공정거래법, 하도급법, 가맹사업법, 대리점법, 대규모유통업법 등에 도입되어 있음.
- 제정안은 조사나 심의를 받고 있는 온라인 플랫폼 사업자가 해당 행위의 중지·원상회복 등 경쟁질서의 회복이나 거래질서의 적극적 개선을 위하여 필요한 시정방안 또는 온라인 플랫폼 이용사업자 등의 피해를 구제하거나 예방하기 위하여 필요한 시정방안에 대하여 동의의결 하여줄 것을 공정거래위원회에 신청하면, 공정거래위원회는 위반행위에 대해 예상되는 행정제재와의 균형, 거래질서 회복 등을 기준으로 시정방안을 심사하고 시정방안과 같은 취지의 의결(동의의결)을 할 수 있도록 정함.

제정안
제33조(동의의결) ① 공정거래위원회의 조사나 심의를 받고 있는 온라인 플랫폼 사업자는 해당 조사나 심의의 대상이 되는 행위(이하 이 조에서 “해당 행위”라 한다)에 따른 불공정한 거래내용 등의 자발적 해소, 온라인 플랫폼 이용자의 피해구제 또는 거래질서의 개선 등을 위하여 공정거래위원회에 다음 각 호의 사항을 기재한 서면으로 제2호 또는 제3호의 시정방안과 같은 취지의 의결(이하 “동의의결”이라 한다)을 하여줄 것을 신청할 수 있다.

39) 공정거래법상 동의의결의 성과와 향후 과제, 국회입법조사처, 2021.5.25.

1. 해당 행위를 특정할 수 있는 사실관계
2. 해당 행위의 중지, 원상회복 등 경쟁질서의 회복이나 거래질서의 적극적 개선을 위하여 필요한 시정방안
3. 온라인 플랫폼 이용자 등의 피해를 구제하거나 예방하기 위하여 필요한 시정방안

② 제1항에 따른 신청을 받은 공정거래위원회는 해당 행위의 사실관계에 대한 조사를 마친 후 같은 항 제2호 또는 제3호에 따른 시정방안(이하 “시정방안”이라 한다)이 다음 각 호의 요건을 모두 충족한다고 인정할 때에는 해당 행위 관련 심의절차를 개시하지 아니하거나 중단하고 동의를결을 할 수 있다. 이 경우 동의를결을 신청한 온라인 플랫폼 사업자(이하 이 조에서 “신청인”이라 한다)와의 협의를 거쳐 시정방안을 수정할 수 있다.

1. 해당 행위가 이 법을 위반한 것으로 판단될 경우에 예상되는 시정조치나 그 밖의 제재와 균형을 이룰 것
2. 공정하고 자유로운 경쟁질서나 거래질서를 회복시키거나 온라인 플랫폼 이용자 등을 보호하기에 적절하다고 인정될 것

③ 공정거래위원회는 제2항에 따라 동의를결을 하는 경우 미리 자문위원회의 자문을 거쳐야 한다.

④ 공정거래위원회는 동의를결이 있기 전에 신청인이 신청을 철회하는 경우 동의를결을 하지 아니하고 이 법에 따른 조사 또는 심의 절차를 진행하여야 한다.

⑤ 동의를결은 해당 행위가 이 법에 위반된다고 인정한 것을 의미하지 아니하며, 누구든지 신청인이 동의를결을 받은 사실을 들어 해당 행위가 이 법에 위반된다고 주장할 수 없다.

⑥ 동의를결의 절차 및 취소에 관하여는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제90조(제1항 및 제3항 단서는 제외한다) 및 제91조를 준용한다.

제34조(이행강제금) ① 공정거래위원회는 제31조에 따라 시정명령을 받은 후 그 정한 기한 내에 시정명령을 이행하지 아니한 자에게 이행기한이 지난 날부터 1일당 1일 평균매출액에 100분의 5를 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위에서 이행강제금을 부과할 수 있다.

② 공정거래위원회는 정당한 이유 없이 제33조에 따른 동의를결을 이행하지 아니한 자에게 동의를결이 이행되거나 취소되기 전까지 이행기한이 지난 날부터 1일당 1일 평균매출액에 100분의 5를 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위에서 이행강제금을 부과할 수 있다.

③ 제1항 및 제2항에 따른 이행강제금의 부과·납부·징수 및 환급 등에 관하여는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제16조제2항 및 제3항을 준용한다.

○ 온라인 플랫폼 시장은 일단 시장의 향방이 판가름나면 승자가 혁신의 과실을 독차지한 후 자신의 지위를 더욱 공고화시키려는 경우가 많은데, 경쟁당국과 법원에서 행정적·사법적 절차를 밟는 과정에서 오랜 시간이 소요될 수 있는 경쟁법적 수단은 신속성을 생명으로 하는 디지털 경제에는 적합하지 않다는 지적이 국내에서 잇따르고 있다⁴⁰⁾는 점에서 온라인 플랫폼 사업자에 대한 동의의결은 온라인 플랫폼 사업자의 경쟁제한 행위를 신속하고 효과적으로 해결하는 방안이 될 수 있을 것으로 기대됨.

○ 한편, 제정안은 정당한 이유 없이 상당한 기간 내에 동의의결을 이행하지 아니한 자에게는 동의의결을 이행하거나 그 동의의결이 공정거래위원회에 의해 취소되기 전까지 1일당 평균매출액의 5% 이내에서 이행강제금을 부과할 수 있도록 정하여 동의의결 이행을 담보하고자 함. 제정안은 동의의결 미이행에 대해 200만원 이하의 이행강제금을 부과할 수 있도록 하는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제92조⁴¹⁾와 비교하여 더 많은 이행강제금을 부과하려는 것으로 동의의결 담보의 효과성을 제고하려는 취지임.

40) 박세환, "동태적시장에 관한 미래지향적 약속으로서의 동의의결," 경쟁법연구 47 (2023): 270-307.

41) 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」

제92조(이행강제금 등) ① 공정거래위원회는 정당한 이유 없이 동의의결 시 정한 이행기한까지 동의의결을 이행하지 아니한 자에게 동의의결이 이행되거나 취소되기 전까지 이행기한이 지난 날부터 1일당 200만원 이하의 이행강제금을 부과할 수 있다.

② 이행강제금의 부과·납부·징수 및 환급 등에 관하여는 제16조제2항 및 제3항을 준용한다.

(9) 임시중지명령 및 금지청구(안 제36조·제38조)

- 제정안은 지배적 플랫폼 사업자가 자사우대 금지(제8조), 끼워팔기 금지(제9조), 다른 플랫폼 이용 제한 금지(제10조), 데이터 이동·접근 등 제한 금지(제11조), 최혜대우 요구 금지(제12조)를 위반한 것이 명백하게 의심되는 경우로서 온라인 플랫폼 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려가 있어 이를 예방할 긴급한 필요성이 인정되는 경우에는 해당 행위 또는 플랫폼 서비스의 전부 또는 일부에 대하여 임시중지명령을 할 수 있도록 정하는 동시에,
- 또한 제정안은 제8조 내지 제12조를 위반한 행위로 피해를 입거나 피해를 입을 우려가 있는 자는 그 위반행위를 하거나 할 우려가 있는 지배적 플랫폼 사업자에 대하여 법원에 그 행위의 금지 또는 예방을 청구할 수 있도록 함.

제정안
제36조(임시중지명령) ① 공정거래위원회는 지배적 플랫폼 사업자가 제8조부터 제12조까지를 위반한 것이 명백하게 의심되는 경우로서 온라인 플랫폼 이용사업자 또는 온라인 플랫폼 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려가 있어 이를 예방할 긴급한 필요성이 인정되는 경우에는 그 지배적 플랫폼 사업자에 대하여 해당 행위 또는 해당 시장지배적 플랫폼 서비스의 전부 또는 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 일시 중지할 것을 명할 수 있다. 이 경우 공정거래위원회는 미리 자문위원회의 자문을 거쳐야 한다.
② 제1항에 따른 명령에 불복하는 자는 그 명령을 받은 날부터 7일 이내

에 공정거래위원회에 이의를 제기할 수 있다.

③ 공정거래위원회는 제1항에 따른 명령을 받은 자가 제2항에 따라 이의를 제기하였을 때에는 지체 없이 서울고등법원에 그 사실을 통보하여야 하며, 통보를 받은 서울고등법원은 「비송사건절차법」에 따라 재판을 한다.

제38조(금지청구) ① 제8조부터 제12조까지를 위반한 행위로 피해를 입거나 피해를 입을 우려가 있는 자는 그 위반행위를 하거나 할 우려가 있는 지배적 플랫폼 사업자에 대하여 법원에 그 행위의 금지 또는 예방을 청구할 수 있다.

② 제1항에 따른 금지청구의 소를 제기하는 경우에는 「민사소송법」에 따라 관할권을 갖는 지방법원 외에 해당 지방법원 소재지를 관할하는 고등법원이 있는 곳의 지방법원에도 제기할 수 있다.

③ 법원은 제1항에 따른 금지청구의 소가 제기된 경우에 그로 인한 피고의 이익을 보호하기 위하여 필요하다고 인정하면 피고의 신청이나 직권으로 원고에게 상당한 담보의 제공을 명할 수 있다.

○ 온라인 플랫폼 시장에서의 시장지배적지위 남용행위는 경쟁사업자의 시장 진입을 방해하거나 본인의 시장지배력을 확대 또는 다른 시장으로 전이할 수 있다는 점에서, 제정안의 임시중지명령 및 금지청구는 위법행위에 대한 제재처분 이전에 지배적 플랫폼 사업자의 독점적 지위의 공고화를 예방하기 위한 수단으로 기능할 수 있을 것으로 생각됨.

○ 전자상거래법⁴²⁾ 및 표시·광고법⁴³⁾은 임시중지명령을 도입·시행

42) 제32조의2(임시중지명령) ① 공정거래위원회는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자의 전자상거래 또는 통신판매가 다음 각 호에 모두 해당하는 경우에는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자에 대하여 전자상거래 또는 통신판매의 전부 또는 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 일시 중지할 것을 명할 수 있다.

1. 전자상거래 또는 통신판매가 제21조제1항제1호에 해당하는 것이 명백한 경우

2. 전자상거래 또는 통신판매로 인하여 소비자에게 재산상 손해가 발생하였고, 다수의 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려가 있어 이를 예방할 긴급한 필요성이 인정되는 경우

② 공정거래위원회는 제1항에 따라 전자상거래 또는 통신판매의 전부 또는 일부를 일시 중지하기 위하여 필요한 경우 호스팅서비스를 제공하는 자, 통신판매중개자, 전자게시판서비스 제

하고 있으며, 공정거래법 제108조44)는 금지청구를 도입하고 있음.

- 임시중지명령은 경쟁당국이 법 위반행위에 대하여 취하는 법 집행 수단이며 금지청구는 피해자가 법 위반행위의 금지를 피해자가 직접 법원에 제기하는 사적집행 수단이라는 차이가 있으나, 급변하는 온라인 플랫폼 시장의 특성상 기존의 시정조치 내지 과

공자 등에게 해당 역무제공의 중단 등 대통령령으로 정하는 조치를 취할 것을 요청할 수 있으며, 그 요청을 받은 사업자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.

③ 「소비자기본법」 제29조에 따라 등록한 소비자단체나 그 밖에 대통령령으로 정하는 기관·단체는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자가 제1항의 경우에 해당한다고 인정될 때에는 서면(전자문서를 포함한다)으로 공정거래위원회에 그 전자상거래 또는 통신판매의 전부 또는 일부에 대하여 일시 중지를 명하도록 요청할 수 있다.

④ 제1항에 따른 명령에 불복하는 자는 그 명령을 받은 날부터 7일 이내에 공정거래위원회에 이의를 제기할 수 있다.

⑤ 공정거래위원회는 제1항에 따른 명령을 받은 자가 제4항에 따라 이의를 제기하였을 때에는 지체 없이 서울고등법원에 그 사실을 통보하여야 하며, 통보를 받은 서울고등법원은 「비송사건절차법」에 따라 재판을 한다.

⑥ 제5항에 따른 재판을 할 때에는 「비송사건절차법」 제15조를 적용하지 아니한다.

43) 제8조(임시중지명령) ① 공정거래위원회는 표시·광고 행위가 다음 각 호 모두에 해당하는 경우에는 사업자등에 대하여 그 표시·광고 행위를 일시 중지할 것을 명할 수 있다.

1. 표시·광고 행위가 제3조제1항을 위반한다고 명백하게 의심되는 경우

2. 그 표시·광고 행위로 인하여 소비자나 경쟁사업자에게 회복하기 어려운 손해가 발생할 우려가 있어 이를 예방하기 위하여 긴급히 필요하다고 인정되는 경우

② 소비자단체나 그 밖에 대통령령으로 정하는 기관·단체는 사업자등의 표시·광고 행위가 제1항 각 호 모두에 해당한다고 인정할 때에는 서면(전자문서를 포함한다)으로 공정거래위원회에 그 표시·광고 행위의 일시 중지를 명하도록 요청할 수 있다.

③ 제1항에 따른 명령에 불복하는 자는 그 명령을 받은 날부터 7일 이내에 공정거래위원회에 이의를 제기할 수 있다.

④ 공정거래위원회는 제1항에 따른 명령을 받은 자가 제3항에 따라 이의를 제기하였을 때에는 지체 없이 서울고등법원에 그 사실을 통보하여야 하며, 통보를 받은 서울고등법원은 「비송사건절차법」에 따라 재판을 한다.

⑤ 제4항에 따른 재판을 할 때에는 「비송사건절차법」 제15조를 적용하지 아니한다.

44) 제108조(금지청구 등) ① 제45조제1항(제9호는 제외한다) 및 제51조제1항제4호[제45조제1항(제9호는 제외한다)에 따른 불공정거래행위에 관한 부분으로 한정한다]를 위반한 행위로 피해를 입거나 피해를 입을 우려가 있는 자는 그 위반행위를 하거나 할 우려가 있는 사업자 또는 사업자단체에 자신에 대한 침해행위의 금지 또는 예방을 청구할 수 있다.

② 제1항에 따른 금지청구의 소를 제기하는 경우에는 「민사소송법」에 따라 관할권을 갖는 지방법원 외에 해당 지방법원 소재지를 관할하는 고등법원이 있는 곳의 지방법원에도 제기할 수 있다.

③ 법원은 제1항에 따른 금지청구의 소가 제기된 경우에 그로 인한 피고의 이익을 보호하기 위하여 필요하다고 인정하면 피고의 신청이나 직권으로 원고에게 상당한 담보의 제공을 명할 수 있다.

징금 부과절차로는 경쟁제한성을 실질적으로 제거하기 어렵다는 우려를 해결하는 수단으로 양 제도가 보완적으로 작용할 수 있을 것으로 기대됨.⁴⁵⁾

(10) 손해배상책임(안 제39조)

- 제정안은 온라인 플랫폼 사업자가 법을 위반하여 온라인 플랫폼 이용자에게 손해를 입힌 경우에는 이를 배상하도록 손해배상 책임을 규정하고, 손해배상청구소송의 효과성을 증진하기 위하여 자료제출명령(「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제111조 준용) 및 비밀유지명령(「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제112조, 제113조, 제114조 준용)을 도입함.

제정안
제39조(손해배상책임) ① 온라인 플랫폼 사업자는 이 법을 위반하여 온라인 플랫폼 이용자에게 손해를 입힌 경우 그 손해에 대하여 배상책임을 진다. 다만, 온라인 플랫폼 사업자가 고의 또는 과실이 없음을 입증한 경우에는 그러하지 아니하다. ② 제1항에 따른 손해배상책임에 관하여는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제110조부터 제115조까지를 준용한다.

- 온라인 플랫폼 사업자의 위법행위로 온라인 플랫폼 이용사업자 또는 소비자에 손해가 있는 경우 이에 대하여 손해배상책임을 규정하는 것은 필요한 입법조치로 생각됨.

45) 박준영. "디지털 경제하 공정거래법상 임시중지명령 도입방안-EU 의 Interim Measures 에 대한 비교법적 고찰을 중심으로." 경제규제와 법 14.1 (2021): 94-115.

- 다만, 공정거래법, 하도급법, 가맹사업법, 대리점법, 대규모유통업법은 중대한 법 위반행위로 인해 발생한 손해를 초과하여 그 손해의 3배를 넘지 아니하는 범위내에서 손해배상의 책임을 지도록 하여 징벌적 손해배상제를 도입하고 있는 바, 제정안에서도 특정 행위에 관하여는 징벌적 손해배상제를 도입하는 방안을 검토할 필요가 있음.

< 징벌적 손해배상책임의 대상 >

공정거래	◦ 부당한 공동행위 ◦ 보복조치
하도급	◦ 부당한 하도급대금 결정 ◦ 부당한 위탁취소 ◦ 부당반품 ◦ 하도급대금 부당 감액 ◦ 기술자료 유용 ◦ 보복조치
가맹	◦ 허위·과장의 정보제공 ◦ 불공정거래행위 ◦ 보복조치
대리점	◦ 구입강제 ◦ 경제상 이익제공 강요 ◦ 보복조치
대규모	◦ 상품대금 부당 감액 ◦ 상품의 부당 반품 ◦ 납품업자등의 종업원 사용 ◦ 보복조치

(11) 온라인플랫폼 부문 자문위원회(안 제40조)

- 제정안은 위원장을 포함한 15인 이내의 위원으로 구성된 온라인 플랫폼부문자문위원회를 구성하여, 시장지배적 플랫폼 사업자의 지정을 위한 시장조사의 최종결정, 동의를결·임시중지명령을 하는 경우에 자문위원회의 자문을 거치도록 함.

제정안
제40조(온라인플랫폼 부문 자문위원회) ① 제26조제2항, 제33조제3항 및 제36조제1항에 따른 자문, 그 밖에 공정거래위원회가 온라인 플랫폼 부문에 관하여 자문하기 위하여 공정거래위원회에 온라인플랫폼 부문 자문위원회를 둔다. ② 자문위원회는 위원장 1명을 포함한 15명 이내의 위원으로 구성한다. ③ 공정거래위원회는 제26조제2항, 제33조제3항 및 제36조제1항에 따른 자문위원회의의 자문 결과를 공개하여야 한다. 다만, 사업자의 영업상의 비밀을 보호할 필요가 있다고 인정할 때에는 그러하지 아니하다.

- 온라인 플랫폼 시장은 각자의 이해관계를 가진 다양한 행위자가 참여하며, 플랫폼 사업과 관련된 행정처분을 하는 경우 경제적 이익이나 손해가 발생할 우려가 크므로 공정거래위원회의 각종 처분에 있어 자문위원회의 자문을 거치도록 하려는 것으로 생각됨.
- 다만, 동의를결, 임시중지명령 등에 자문위원회의 자문이 필수적으로 요구되는 경우 당해 처분의 적시성이 저해될 우려가 있으므로 법률 또는 대통령령으로의 위임 방식으로 자문의 시기·절차·시한, 자문위원회의 의사결정방법 등에 관하여 정할 필요가 있다고 생각됨.

(12) 벌칙 및 과태료(안 제44조·제45조·제47조)

대상행위		제 재
벌칙	탈법행위 금지 위반	3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금
	시정명령 불이행	
	비밀엄수의무 위반	2년 이하의 징역 또는 2,000만원 이하의 벌금
	거짓감정	1억원 이하의 벌금
과태료	조사거부·방해·기피	2억원 이하의 과태료 (임원, 종업원, 이해관계인은 5천만원 이하)
	온라인 플랫폼 서비스 신고 미이행 및 허위이행	1억원 이하의 과태료 (임원, 종업원, 이해관계인은 1천만원 이하)
	시장조사 미협조	
	정당한 사유없는 출석 거부	
	보고 및 자료제출 거부, 허위 보고·허위자료제출	

○ 제정안은 탈법행위 금지 위반, 시정명령 불이행에 대한 벌칙으로 3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금을, 비밀엄수의무를 위반한 자에 대하여는 2년 이하의 징역 또는 2,000만원 이하의 벌금을, 감정을 거짓으로 한 자에 대해서는 1억원 이하의 벌금을 부과하는 한편, 위반행위 종류에 따라 과태료를 부과하도록 규정하고 있음.

○ 한편, 제정안은 자사우대 금지(제8조), 끼워팔기 금지(제9조), 다른 플랫폼 이용 제한 금지(제10조), 데이터 이동·접근 등 제한 금지(제11조), 최혜대우 요구 금지(제12조), 불공정거래행위 금지(제

21조) 등에 대해서는 형벌 규정을 두지 않고 있는데, 이는 법 위반행위에 대한 시정명령을 우선 발하고 시정명령에 따르지 않는 경우에 형벌(3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금)을 부과하려는 취지임.

- 가맹사업법도 제정안과 유사한 취지로 불공정거래행위 금지 조항을 위반하는 경우에 대한 직접적 형벌 규정 없으며 시정조치 미이행에 대하여 벌칙 규정이 있음. 다만, 현행 공정거래법, 하도급법, 대리점법, 대규모유통업법에서는 불공정거래행위에 대하여 직접적인 벌칙 규정을 두고 있음.

제정안
제44조(벌칙) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 3년 이하의 징역 또는 2억원 이하의 벌금에 처한다. 1. 제14조를 위반하여 탈법행위를 한 자 2. 제31조에 따른 시정명령에 따르지 아니한 자 ② 제43조를 위반하여 비밀을 누설하거나 이 법의 시행을 위한 목적 외에 그 비밀을 이용한 사람은 2년 이하의 징역 또는 2,000만원 이하의 벌금에 처한다. ③ 제1항의 징역형과 벌금형은 병과(併科)할 수 있다. 제45조(벌칙) 제37조제2항에 따라 준용되는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제81조제1항제2호에 따른 감정을 거짓으로 한 감정인은 1억원 이하의 벌금에 처한다. 제47조(과태료) ① 제37조제2항에 따라 준용되는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제81조제2항에 따른 조사를 정당한 사유 없이 거부·방해 또는 기피한 온라인 플랫폼 사업자에게는 2억원 이하의 과태료를 부과한다. ② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 온라인 플랫폼 사업자에게는 1억원 이하의 과태료를 부과한다. 1. 제5조제1항에 따른 신고를 하지 아니하거나 거짓으로 신고한 자

2. 제28조제3항에 따른 자료 또는 의견을 정당한 사유 없이 제출하지 아니하거나 거짓의 자료 또는 의견을 제출한 자
3. 제37조제2항에 따라 준용되는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제81조제1항제1호를 위반하여 정당한 사유 없이 출석하지 아니한 자
4. 제37조제2항에 따라 준용되는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제81조제1항제3호를 위반하여 정당한 사유 없이 보고 또는 자료나 물건의 제출을 하지 아니하거나 거짓의 보고 또는 자료나 물건의 제출을 한 자
5. 제37조제2항에 따라 준용되는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제81조제6항을 위반하여 정당한 사유 없이 자료나 물건을 제출하지 아니하거나 거짓의 자료나 물건을 제출한 자
- ③ 제37조제2항에 따라 준용되는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제81조제2항에 따른 조사를 정당한 사유 없이 거부·방해 또는 기피한 온라인 플랫폼 사업자의 임원 또는 종업원이나 그 밖의 이해관계인에게는 5천만원 이하의 과태료를 부과한다.
- ④ 제2항 각 호의 어느 하나에 해당하는 온라인 플랫폼 사업자의 임원 또는 종업원이나 그 밖의 이해관계인에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다.
- ⑤ 제1항부터 제4항까지에 따른 과태료는 대통령령으로 정하는 바에 따라 공정거래위원회가 부과·징수한다.

문 의 처

02)6788-5109