이 과제는 2017년 고용노동부의 「고용영향평가사업」에 관한 위탁사업에 의한 것임

식품가공업체와 대형 유통업체 간 공정거래 관행 정착의 고용효과

고용노동부

KLI 한국노동연구원

본 보고서는 한국노동연구원 고용영향평가센터의 2017년 고용영향평가 사업으로 수행한 연구결과입니다.

연구주관 · 시행기관 : 한국노동연구원

연 구 진

연구책임자 : 김세움 (한국노동연구원 부연구위원)
참여연구자 : 김관수 (서울대학교 교수)

목 차

요 약 ····· i

제1장 평가의 필요성 및 목적 ····· 1

제2장 식품가공업체와 대형 유통업체 간 불공정거래 관행 관련 선행연구 및 법령과 사례 ····· 2

제1절 관련 선행연구 검토 ····· 2

제2절 대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률, 시행령 및 고시·지침 개요 ····· 4

1.「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」개요 ····· 4

2.「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 시행령」개요 ····· 5

3.「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」고시·지침 개요 ···· 6

제3절 공정거래위원회 심결례 사례 분석 ····· 7

1. 식품가공업체와 관련된 대규모유통업법 심결례 현황 ····· 7

2. 식품가공 관련 대규모유통업법 위반 사례 분석 ····· 9

제4절 공정거래위원회의 최근 정책 동향 ····· 15

제5절 시사점 도출 ····· 18

제3장 FGI 결과 분석 ····· 21

제1절 FGI 개요 ····· 21

1. 회의 개요 ····· 21

2. 회의 내용 ····· 22

제2절 FGI 주요 결과 ····· 32

제3절 FGI 결과의 공정거래 관행 정착 방안에 대한 시사점 ····· 45

제4장 공정거래 관행 정착의 고용효과 정량 분석 ····· 50

제1절 분석 자료 ····· 50
제2절 분석 결과 ····· 53
제3절 시사점 ····· 57

제5장 공정거래 관행 정착 관련 고용전략 제언 ····· 59

참고문헌 ····· 62

〔부록〕 식품가공업 고용영향평가 관련 설문조사 ····· 63

표 목 차

<표 2-1> 식품가공업체 관련 대규모유통업법 위반 심결례 사례 추이 …… 7
<표 2-2> 조치유형별 식품가공업체 관련 대규모유통업법 심결례 현황 …· 8
<표 2-3> 식품가공업체 관련 대규모유통업법 위반사건 과징금
부과 추이 …… 9

<표 3-1> 1차 및 2차 FGI 가이드라인 …… 23
<표 3-2> 3차 FGI 가이드라인 …… 27
<표 3-3> 4차 FGI 가이드라인 …… 30
<표 3-4> FGI 주요 결과 요약 …… 41
<표 3-5> 의견 유형을 중심으로 나타낸 FGI 주요 결과 …… 46
<표 3-6> FGI 주요 결과 …… 47

<표 4-1> 식품가공기업 종사자규모별 분포 : 본 조사 표본 및
광업제조업조사 간 비교 …… 51
<표 4-2> 식품가공기업 설문조사 결과 요약통계 …… 53
<표 4-3> 공정위 종합대책의 양적 고용효과 추정 결과 …… 55

요 약

□ 대형 유통업체 공정거래 관련 정책 현황

○ 공정위는 「대규모유통업체에서의 거래 공정화에 관한 법률(이하 대규모유통업법)」 등을 통해 대규모유통업체가 거래상 우월적 지위를 남용하는 것을 금지하고 있음(2012년 1월 시행).

- 대규모유통업법 주요 내용 : 판매대금의 지급 의무, 상품대금 감액 금지, 상품 수령 거부 금지, 상품의 반품 금지, 판매촉진 비용의 부담전가 금지, 배타적 거래 강요 금지 등

○ 해당법의 시행으로 상품 수령 거부, 상품권 구입 강요 등 불공정거래 관계가 일부 개선되었음.

- 그럼에도 여전히 유통업체의 상품판매대금 미지급, 상품반품, 경영정보요구, 납품업자 종업원 사용 등 불공정거래가 발생
- 공정거래위원회 심결례 중 식품가공업 관련 사례
  - 2014년부터 2017년 하반기까지 법 위반사례는 총 33건(서면의 교부 및 서류의 보존 6건, 상품대금 감액의 금지 1건, 상품판매대금의 지급 4건, 상품의 반품 금지 2건, 판매촉진 비용의 부담전가 금지 4건, 납품업자 등의 종업원 사용 금지 등 5건, 경영정보 제공 요구 금지 7건, 경제적 이익 제공 요구 금지 4건)
  - 한편, 상품 수령 거부·지체 금지, 배타적 거래 강요 금지, 매장 설비비용의 보상, 상품권 구입 요구 금지 등과 관련된 위반 사례는 찾아볼 수 없었음.

○ 이에 공정위는 2017년 8월 「유통분야 불공정거래 근절대책」을

발표하여 대형 유통업체와 중소납품업체 간 거래관행 개선방안을 제시

- 징벌적 손해배상제도 도입, 시도별 분쟁조정기구 설치(기소독점권 폐지), 유통분야 표준거래계약 개정, 과징금 부과기준율 2배 인상, 수수료율 공개제도 확대, 납품업체 종업원 사용 시 대형 유통업체의 인건비 분담의무 명시 등
- 이를 위해 대규모유통업법 등 관련법 개정 추진 중(법안 국회 제출)

□ 평가 개요

○ 평가 목표

- 「유통분야 불공정거래 근절대책」 시행이 공정거래 정착 및 일자리 창출에 미치는 영향을 분석하고, 공정거래 정착이 양질의 일자리 창출로 이어질 수 있는 방안을 제시

○ 평가 방법

- 100개 식품가공업체를 대상으로 설문조사를 실시하여 「유통분야 불공정거래 근절대책」 시행이 매출액 및 고용에 미칠 영향을 분석
- 고용효과 산출식 : 식품가공업 공정거래정착의 고용효과=(식품가공업 전체 고용인원)×(공정위 정책시행을 통한 고용증가 비율 예측 중위값)×(고용효과 조정계수)
- 식품가공업체 관계자, 대형 유통업체, 관계부처 담당자 등이 참여하는 FGI를 통해 불공정거래 현황 파악 및 개선방안 도출

○ 공정거래 정착의 일자리 창출 경로

- 「유통분야 불공정거래 근절대책」 시행 → 대형 유통업체 · 식품가공업체 간 공정거래 정착 → 식품가공업체의 비용 부담 절감 → 식품가공업체의 연간 영업이익 증가 → 증가된 영업이익을

바탕으로 판로개척 확대·마케팅 활동 증대 → 연간 매출액 증가 → 고용증가

○ 고용의 양에 미치는 영향

– 공정위의 근절 대책이 시행됨에 따라 최소 2,681명에서 최대 8,042명의 고용창출이 예상됨.

○ 고용의 질에 미치는 영향

– (고용형태) 정규직 비중이 1.9~5.6%p 증가할 것으로 기대

– (근로시간) 근로시간에 미치는 영향은 없음.

○ 총평

– 공정거래 정착은 소규모 식품가공업체의 매출액, 영업이익을 증가시켜 자생력을 제고하고, 고용의 양과 질을 개선할 것으로 기대

– 다만 불공정거래 근절대책의 효과가 고용창출로 이어지기까지는 오랜 시간이 필요할 것이므로 그때까지 정부정책이 흔들림 없이 추진되어야 함.

□ 정책제언

○ 정책적 노력의 지속 및 민간의 자율적인 협력을 통한 공정거래 관행 정착이 최우선되어야 함.

– 중장기적으로 식품가공업체의 경영 환경 개선 및 일자리 창출이 자연스럽게 이루어질 수 있는 지원이 필요

○ 익명제보센터의 활용도 제고 및 중점 개선분야를 선정하여 거래실태 집중 점검

○ 대형 유통업체에 집중되어 있던 단속, 제재 등의 집행을 점진적으로 넓혀나갈 필요가 있음.

○ 판매수수료 공개 대상의 확대, 공정거래 관련 홍보 및 교육을 강화하여 국민의 관심, 언론의 감시 기능 제고

제 1 장

평가의 필요성 및 목적

□ 식품가공업의 경우 대규모 구매력을 바탕으로 강력한 교섭력을 갖고 각종 불공정행위를 자행하는 대형 유통업체와의 갈등이 심각함.

○ 대표적인 사례로 특판 행사 참여 강요, 부당한 납품단가 인하, 판촉비용 부담, 부당 반품, 상품권 강매, 일방적 수수료 인상 등의 문제가 있는데, 공정거래위원회가 불공정거래행위 방지를 위하여 각종 시정조치를 취해 왔음에도 불구하고 그 실효성이 크지 않다는 견해가 많음.

○ 따라서 보다 실효성 있는 규제를 마련하여 식품가공업의 발전을 촉진하고 고용 창출이 보다 원활하게 이루어질 수 있는 환경을 조성할 필요성이 제기됨.

□ 본 평가 연구는 식품가공업체와 대형 유통업체 간 공정거래 관행을 정착시켜 식품가공업의 발전을 촉진하고 고용 창출이 보다 원활하게 이루어질 수 있는 환경을 조성하기 위해, 구체적인 개선방안을 제시하고 그 기대효과를 산출하는 데 목적을 둠.

제2장

식품가공업체와 대형 유통업체 간 불공정거래 관행 관련 선행연구 및 법령과 사례

제1절 관련 선행연구 검토

□ 이 절에서는 대형 유통업체와 식품가공업체 간 발생하는 문제 및 이에 대한 해결책과 관련된 선행연구를 살펴봄.

□ 권순명(2017)은 대규모유통분야에서 거래상 지위와 대규모유통업법의 규제 유형, 해외 사례 등을 분석함을 통하여 거래상 지위 남용행위를 개선하는 방안으로 위법성 판단기준의 명확화, 현행 피해자 구제절차의 활용, 조정제도, 분쟁조정협의회를 통한 피해구제 확충을 제시하였음. 또한 대규모유통업자는 항상 납품업자를 착취하는 존재로 보는 시각을 경계하고, 대규모유통분야에서의 대등한 당사자로 동반 성장하기 위한 건전한 사업 동반자로 보는 시각을 촉구하였음.

□ 이정희(2014)는 힘의 불균형으로 인한 유통업체와 제조업체 간의 주요 갈등 이슈에 대하여 소개한 뒤 이를 해결하기 위해서는 유통업체와 제조업체의 협력이 상호 이익을 증진시킬 수 있도록 해야 하며, 유통업체와 제조업체 간의 정보가 긴밀히 공유되어야 함을 강조하였음. 이에 대한 방안으로 공정거래와 안정적 거래 환경 조성, 역량 강화와 협력인

프라 마련, 협력적 상품개발 환경 조성 등을 제시하였음.

□ 이영철, 이국연(2009)은 대형마트가 공급업체에 대한 영향력을 증대, PB[1]를 통한 시장지배력 강화 등으로 인해 독과점 현상을 이끌고 있다는 점을 지적함. 또한 상대적으로 우월한 지위에 있는 대형마트가 불공정행위를 자행하게 되는 환경에서 이를 개선하기 위한 제도 및 고시의 경제성 고려, 불공정행위 조항의 합리적 운용 등을 제시하였음. 또한 동 연구는 유통환경의 모든 이해당사자들이 공정한 거래를 바탕으로 공동이익을 추구하기 위해서는 정확한 현장진단과 분석방법, 제도 및 법률의 틀 정비가 필요함을 밝혔음.

□ 윤정근(2009)은 국내 유통구조가 대형마트의 양적 확대, SSM[2]의 기업형 유통점 확산, 온라인 쇼핑몰의 증가, 중소 유통업체의 쇠퇴를 중심으로 변화되고 있으며, 제조업체의 경영환경이 대형마트의 과점화 현상, 대형마트와의 불공정거래 증가로 인해 악화되고 있음을 지적하였음. 이에 따라 유통상생지수 측정, 제조업체의 판매망 지원 확대, 온라인 유통망의 적극적 활용, 공동물류를 통한 비용절감, 금융지원의 확대, 공정거래 협력 증대 지원 등을 통해 이러한 문제를 해결할 것을 제시하였음.

□ 김보경(2009)은 대형 유통업체가 대규모 구매력을 바탕으로 수직적 거래에 강력한 교섭력을 발휘하고 있어 낮은 가격에 상품을 납품받아 소비자에게 낮은 가격으로 판매하는 것이 가능하다는 장점이 있지만 현재의 소매시장은 대형 유통업체에 의해서 경제적, 정치사회적 폐해가 갈수록 커지고 있다고 지적하였음. 이에 따라 경제적 효율성에 기초한 법 운용의 필요성을 강조하며, 구체적으로 (i) 시장지배적 지위 남용과 불공정거래행위규제체계 전반의 재구성, 독점력이나 수요지배력의 남용행위에 대해서는 엄격히 당해행위의 경제제한성과 수요독점의 경

1) PB : 자체개발상품(Private Brand)
2) SSM : 기업형 슈퍼마켓 혹은 대형 슈퍼마켓(Super Supermarket)

쟁촉진성에 초점을 두고 접근할 것과 (ii) 실제로 수요독점자나 대규모 구매자의 남용행위에 대한 경쟁제한적 효과와 경쟁촉진적 효과를 분석할 수 있는 평가기법을 마련할 것 등의 의견을 제시하였음.

□ 종합해 보면, 대형 유통업체와 식품가공업체 관련 유통 효율화 문제에 관한 선행연구는 이 문제에 대한 객관적인 인식의 틀이 필요함을 강조함. 또한 경제적 효율성 제고에 필요한 기초자료 제공을 위한 객관적 평가방법의 필요성, 상호 win-win할 수 있는 방안의 마련 등에 대한 의견이 주로 피력되고 있음. 전체적으로 대형 유통업체가 지니고 있는 시장교섭력을 제어할 수 있는 경쟁적 환경을 제공하는 것이 중요하다는 논의가 주를 이룸. 그러나 대형 유통업체와 식품가공업체 관련 유통 효율화 문제와 연계하여 고용시장을 정량적으로 분석한 연구는 거의 시도된 적이 없는 것으로 나타나 이에 대한 연구의 필요성이 부각됨.

제2절 대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률, 시행령 및 고시·지침 개요

1. 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 개요

□ 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」(이하 대규모유통업법으로 약칭)은 대규모 유통업에서의 공정한 거래 질서를 확립하고 대규모 유통업자와 납품업자 또는 매장 임차인이 대등한 지위에서 상호 보완적으로 발전할 수 있도록 해 국민 경제의 균형 있는 성장 및 발전에 이바지하기 위해 제정된 법률로, 2012년 1월부터 시행되었음. 현재는 2013년 7월 16일에 개정된 법률을 2014년 1월 17일부터 적용하고 있음.

□ 이때 "대규모유통업자"란 소비자가 사용하는 상품을 다수의 사업자로

부터 납품받아 판매하는 자 중 ①직전 사업연도의 소매업종 매출액이 1,000억 원 이상인 자 또는 ②매장면적의 합계가 3,000제곱미터 이상인 점포를 소매업에 사용하는 자를 의미함.

□ "납품업자"란 거래형태에 상관없이 대규모유통업자가 판매할 상품을 대규모유통업자에게 공급하는 자를 말하며, "매장 임차인"이란 대규모유통업자로부터 매장의 일부를 임차하여 소비자가 사용하는 상품의 판매에 사용하고, 그 대가를 대규모유통업자에게 지급하는 형태의 거래를 하는 자를 말함.

□ 또한 이 법은 대규모유통업자가 납품업자 또는 매장 임차인에 대하여 거래상 우월적 지위에 있다고 인정되지 않는 거래에 대해서는 적용되지 않으며, 거래상 우월적 지위는 유통시장의 구조, 납품업자 등의 거래의 존도 등을 종합적으로 고려하여 판단하게 됨.

□ 주요 내용은 의무사항과 금지사항으로 구분할 수 있음. 먼저 주요 의무사항으로는 서면의 교부 및 서류의 보존, 상품 판매대금의 지급 의무, 매장 설비비용의 보상 의무가 있으며, 주요 금지사항으로는 상품대금 감액의 금지, 상품 수령 거부 · 지체 금지, 상품의 반품 금지, 판매 촉진 비용의 부담전가 금지, 납품업자의 종업원 사용 금지, 배타적 거래 강요 금지, 경영정보제공 요구 금지, 경제적 이익 제공 요구 금지, 상품권 구입 요구 금지, 불이익 등 금지가 해당됨.

□ 이 법을 위반할 경우 행정적 제재(시정권고, 시정명령, 과징금 부과) 및 공정위 고발에 의한 2년 이하의 징역 또는 1억 5,000만 원 이하의 벌금에 처해질 수 있음.

2. 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 시행령」 개요

□ 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률 시행령」(이하 대규모유

통업법 시행령으로 약칭)은 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」에서 위임된 사항과 그 시행에 필요한 사항을 규정하고 있음.

□ 주요 내용으로는 서면 기재사항에 대한 구체적인 명시, 통지 및 회신의 방법에 대한 구체적인 명시, 보존이 필요한 서류에 대한 명시, 신선농·수·축산물의 상품대금 감액기간 및 반품기간, 상품의 수령 거부·지체가 가능한 상품에 대한 명시, 판매촉진비용의 부담에 관한 약정사항, 요구하면 아니되는 경영정보에 대한 명시, 판매 장려금 지급에 관한 약정 시 약정해야 할 구체적인 사항 등이 해당됨.

3. 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 고시·지침 개요

□ 「대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률」 고시·지침에서는 대규모유통업법에서 규정하고 있는 사항들의 합리적 인정범위에 대한 판단기준을 명확하게 규정함과 아울러 법위반에 해당될 수 있는 사례를 구체적으로 제시함으로써 대규모유통업 분야에서 판매 장려금의 위법성을 심사하는 기준을 제시하고, 대규모유통업자들이 법위반 행위를 스스로 예방할 수 있게 함에 목적이 있음.

□ 대규모유통업의 주요 고시 및 지침으로는 TV홈쇼핑사업자의 특정 불공정거래행위에 대한 위법성 심사지침, 대규모유통업 분야에서 판매 장려금의 부당성 심사에 관한 지침, 대규모소매점업에 있어서의 특정 불공정거래행위의 유형 및 기준, 대규모유통업 분야 분쟁조정 의뢰기준, 대규모유통업 분야에서 납품업자 등의 종업원 파견 및 사용에 관한 가이드라인, 대규모유통업법 위반사업자에 대한 과징금 부과기준, 대규모유통업분야 특약매입거래[3]에 관한 부당성 심사지침, 상품판매대금 지연지급 시의 지연이율 고시가 있음.

3) 특약매입거래는 대형 유통업자가 납품업자로부터 반품을 조건부로 상품을 외상 매입하여 판매한 후, 판매 수수료를 공제한 상품대금을 지급하는 거래를 말함.

제3절 공정거래위원회 심결례 사례 분석

1. 식품가공업체와 관련된 대규모유통업법 심결례 현황

□ 본 절에서는 공정거래위원회의 대규모유통업법 심결례 중 식품가공업체와 대형 유통업체의 사례를 종합하여 분석함. 특히 각 심결례를 소결별로 나누어 사례 분석을 시도함으로써 불공정 관행의 유형을 보다 분명히 나타낼 수 있도록 하였으며, 한 사례가 여러 가지 조항을 동시에 위반했을 경우 이를 중복하여 기재하였음. 분석 결과, 2014년부터 현재 시점까지 해당 사례는 총 28건이며, 중복기재를 포함할 경우, 33건으로 집계되었음. 2014년에는 위반 사례가 2건에 불과하나, 2015년에는 17건으로 다소 많은 위반행위가 적발되었고, 2016년에는 9건으로 다시 감소하는 추세를 보이고 있는 것으로 나타남.

<표 2-1> 식품가공업체 관련 대규모유통업법 위반 심결례 사례 추이

(단위 : 건)

2014년	2015년	2016년	2017년 현재	합 계
2	17	9	5	33

* 각 연도는 심결례의 연도를 의미함.
** 한 사례가 여러 가지 조항을 동시에 위반했을 경우 중복하여 기재하였음.

□ 식품가공업체 관련 대규모유통업법 위반 심결례 사례를 조치 유형별로 분석한 결과, 중복기재를 포함하여 서면의 교부 및 서류의 보존 6건, 상품대금 감액의 금지 1건, 상품판매대금의 지급 4건, 상품의 반품 금지 2건, 판매촉진비용의 부담전가 금지 4건, 납품업자 등의 종업원 사용 금지 등 5건, 경영정보 제공 요구 금지 7건, 경제적 이익 제공 요구 금지 4건으로 조사되었음. 가장 빈번하게 위반된 유형은 경영정보 제공 요구 금지로 모두 7건으로 조사됨. 한편 상품 수령 거부 · 지체 금지, 배타적 거래 강요 금지, 매장 설비비용의 보상, 상품권 구입 요구 금지, 불

이익 등 금지 조항의 위반 사례는 찾아볼 수 없었음.

〈표 2-2〉 조치유형별 식품가공업체 관련 대규모유통업법 심결례 현황

(단위 : 건)

	2014년	2015년	2016년	2017년 현재	합 계
서면의 교부 및 서류의 보존	-	5	1	-	6
상품대금 감액의 금지	-	-	1	-	1
상품판매대금의 지급	-	4	-	-	4
상품 수령 거부 · 지체 금지	-	-	-	-	-
상품의 반품 금지	-	-	1	1	2
판매촉진비용의 부담전가 금지	-	3	-	1	4
납품업자 등의 종업원 사용 금지 등	1	1	2	1	5
배타적 거래 강요 금지	-	-	-	-	-
경영정보 제공 요구 금지	-	4	3	-	7
경제적 이익 제공 요구 금지	1	-	1	2	4
매장 설비비용의 보상	-	-	-	-	-
상품권 구입 요구 금지 등	-	-	-	-	-
불이익 등 금지	-	-	-	-	-
합 계	2	17	9	5	33

* 각 연도는 심결례의 연도를 의미함.
** 한 사례가 여러 가지 조항을 동시에 위반했을 경우 중복하여 기재하였음.

□ 식품가공업체 관련 대규모유통업법 위반 심결례 사례의 과징금 부과 추이를 분석한 결과, 2014년에는 2건에 대하여 과징금 1,505백만 원이 부과되었으며, 2015년에는 7건에 대해 7,978백만 원, 2016년 2건 22,031백만 원, 2017년에는 2건에 대하여 507백만 원이 부과된 것으로 조사됨. 과징금이 부과된 사례의 경우, 건수 기준으로는 2015년 7건으로 가장 많으나, 금액을 기준으로 하였을 경우에는 2016년이 22,031백만 원으로 가장 높은 것으로 조사됨.

〈표 2-3〉 식품가공업체 관련 대규모유통업법 위반사건 과징금 부과 추이

(단위 : 건, 백만 원)

2014년		2015년		2016년		2017년 현재		합 계	
건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
2	1,505	7	7,978	2	22,031	2	507	13	32,021

* 각 연도는 심결례의 연도를 의미함.

2. 식품가공 관련 대규모유통업법 위반 사례 분석

□ 아래에는 조치유형별로 식품가공 관련 대규모유통업법 위반 사례 분석 결과를 제시함.

□ 서면의 교부 및 서류의 보존 위반 사례

○ 서면의 교부 및 서류의 보존을 위반한 사례는 총 33건의 사례 중 6건에 해당함. 다수의 사례가 홈쇼핑업체와 관련되어 있었으며, 서명이 누락되거나, 방송 당일 혹은 방송 이후에 서면 교부를 진행한 경우가 존재함.

- 모 업체는 100여 명의 납품업자와 실시한 총 489회의 상품판매방송과 관련하여, 양 당사자가 서명 또는 기명날인한 상품판매계약 서면을 상품판매방송 당일 또는 그 이후에 교부한 것으로 드러남.
- 모 업체는 100여 개의 판매촉진행사를 실시하며 신상품 광고비 및 발주 장려금의 지급목적, 지급시기 및 횟수, 비율 – 액수 등의 사항을 약정하지 않은 채 납품업자들로부터 신상품 광고비 및 발주 장려금을 수령한 바 있음. 또한 판매촉진행사 종료일로부터 5년이 경과하지 않았음에도 관련 서류를 보존하지 않았던 것으로 나타남.
- 모 업체는 200여 개 납품업자와 상품판매방송 계약을 체결하면서 30여 회에 걸쳐 계약서면을 교부하지 않았으며, 납품업자의 서명이 누락된 계약서면을 교부(700여 회)하거나, 판매방송 당일 서면을 교부(1회)하였음. 또한, 10여 개 납품업자에 대하여 가을·겨울 상품 등 시즌별로 판매할 상품의 물량을 계약서면을 교부하지 않은 상태에서 서면이 아닌 구두로 첫 판매방송 계약을 체결하고, 수개월 전에 미리

제조(수입) 또는 주문하도록 하였음.

- 모 업체는 152개 납품업자와 방송판매 계약을 체결하면서 총 300여 회에 걸쳐 상품판매 당일 또는 그 이후에 방송판매 약정 서면을 교부하였음.
- 모 업체는 20여 개 납품업자와 상품판매방송 계약을 체결하면서 50여 회에 걸쳐 계약서면을 교부하지 않았으며, 100여 개 납품업자와 상품판매방송 계약을 체결하면서 200여 회에 걸쳐 계약서면을 판매방송 당일 또는 그 이후에 교부하였음.

□ 상품대금 감액의 금지 위반 사례

○ 상품대금 감액의 금지 위반과 관련된 사례는 총 33건의 사례 중 1건에 해당함. 사례의 수는 적으나, 납품업자의 피해비용은 비교적 많게 나타남.

- 모 업체는 4개 납품업자에게 지급하는 상품대금에서 매입액 대비 일정률 또는 일정액의 장려금을 판촉비용 분담금 명목으로 총 12,121백만 원 공제한 것으로 나타남.

□ 상품판매대금의 지급 위반 사례

○ 상품판매대금의 지급 위반 사례는 총 33건의 사례 중 4건에 해당함. 이와 관련된 사례의 경우, 지급 기한을 준수하지 않았거나, 지연이자를 지급하지 않은 경우가 있는 것으로 조사됨.

- 모 업체는 30여 개 납품업자와 특약매입거래로 납품받은 상품을 판매하면서, 월 판매 마감일로부터 40일 이내에 상품판매대금 54백만 원을 지급하지 않은 것으로 나타남. 이후 9개 납품업자에 38백만 원을 법원에 공탁하는 방법으로 지급하였으나, 이 금액에 대하여 월 판매마감일로부터 40일을 초과한 날부터 실제 지급한 날까지 발생한 지연이자와 나머지 상품판매대금 16백만 원을 지급하지 않은 것으로 나타남.
- 모 업체는 1,000여 개 납품업자(방송건수 : 6,000여 회)에 대해 상품

판매대금 중 일부(10%)인 총 5,000백여만 원을 월 판매마감일로부터 40일 기한이 4~11일 지난 후에 지급하면서 총 20백여만 원의 지연이자를 지급하지 않았음.

- 모 업체는 10개 미만의 납품업자에게 상품판매대금을 월 판매마감일로부터 40일이 지난 후에 지급하면서 그에 따른 지연이자 총 10백여만 원을 지급하지 않았음.

□ 상품의 반품 금지 위반 사례

○ 상품의 반품 금지 위반 사례는 총 33건의 사례 중 2건에 해당함. 해당 사례는 특정매입형태의 상품이 아닌 직매입[4] 한 상품을 반품하였기 때문에 위반 사례로 분류됨.

- 모 업체는 납품업자들로부터 직매입한 상품을 시즌 상품이라는 사유로 해당 시즌이 종료된 후 반품하였음. 이 행위들은 대규모유통업법에서 금지하고 있는 사례임.
- 모 업체는 납품업체로부터 직매입한 제품 중에서 30여 개 매장에서는 10개 미만 종류의 재고 상품을 반품한 후, 반품 당일 반품 가격보다 낮은 가격으로 재매입하거나, 반품 상품 중 일부 상품을 무상으로 제공받는 방식으로 재매입하였음. 또한, 10개 미만의 매장에서는 지난 기간 동안 판매가 부진한 재고 상품 10여 종을 반품하고 대체 상품으로 교환하였음.

□ 판매촉진비용의 부담전가 금지 위반 사례

○ 판매촉진비용의 부담전가 금지 위반 사례는 총 33건의 사례 중 4건에 해당함. 판매촉진비용의 분담비율이 납품업자에게 과도하게 책정된 경우가 다수 해당됨.

- 모 업체는 상품판매 시 판매촉진을 위한 경품 또는 사은품 지급 행사

4) 직매입 : 유통업체에서 납품받은 제품을 전액 매입하는 형태로, 재고품에 대한 반품이 불가능한 계약 형태를 말함.

를 실시하면서 10개 미만의 납품업자와 사전에 판매촉진비용의 부담 등에 관한 서면약정을 체결하지 않고 판매촉진비용 중 50%를 초과하는 금액인 50백여만 원을 납품업자에게 부담시킨 것으로 나타남.

- 모 업체는 70여 개 납품업자와 총 200여 회 방송판매계약을 체결하여 상품을 판매하면서 신용카드 할부수수료를 납품업자에게 부담시켰음. 이때 납품업자가 부담한 신용카드 할부수수료는 각 방송상품판매(프로그램)별 판매촉진비용(신용카드 할부수수료, 일시불 할인금액, 할인쿠폰 금액, 포인트 적립금 등) 총액의 50%를 초과하였음.
- 모 업체는 10개 미만의 납품업자와 총 5회의 '2+1' 또는 '1+1' 상품 증정행사를 실시하면서, 사전에 그 행사비용의 부담 등에 관한 약정을 서면으로 체결하지 않고, 행사비용 중 약 42%인 30백여만 원을 납품업자들에게 부담시켰음.

□ 납품업자 등의 종업원 사용 금지 등 위반 사례

○ 납품업자 등의 종업원 사용 금지를 위반한 사례는 총 33건의 사례 중 5건에 해당함. 이 사례들은 납품업자 등의 종업원에게 해당 납품업체와 관련이 없는 업무를 지시하거나, 소요되는 인건비를 다른 명목으로 징수한 경우임.

- 모 업체는 납품업자로부터 파견된 판촉사원을 자신들의 직원으로 전환하면서 그에 따른 소요 인건비를 납품업자에게 지급해야 할 상품대금에서 점내광고비·판촉비용 분담금 명목으로 공제하였음.
- 모 업체는 10여 개의 신규점포 개점을 준비하는 과정에서 납품업자들과 종업원 등의 파견에 관한 서면약정을 체결하지 않고 납품업자들의 종업원 200여 명을 개점 전일 오후 9시부터 다음날 새벽 2시까지 상품 진열작업 등에 종사하게 하였음. 또한 상품 진열작업을 시행한 납품업자 종업원의 인건비도 지급하지 않았던 것으로 나타남.
- 모 업체는 10개 미만의 납품업자가 파견한 판촉사원을 자사 직원으로 직영 전환하는 과정에서 그에 따른 소요 인건비를 상품판매대금 공제, 상품 무상 납품, 판매장려금 추가 징수 등의 방식으로 납품업자

들에게 총 1,600백여만 원의 인건비를 부담시킨 것으로 나타남.

- 모 업체는 납품업자와 '위수탁거래 기본계약'을 체결하고 소비자에게 판매하였음. 이때 납품받은 제품은 매장에서 즉석으로 조리하여 소비자에게 판매되는 제품인데, 종업원 등 파견에 관한 서면약정을 체결하지 않고 30여 개 매장에서 고용한 사람을 파견받아 제품을 판매하게 하였음.
- 모 업체는 20여 개 매장에 대해 리뉴얼 작업을 진행하기 위하여 1,990개 납품업자(연 인원)로부터 종업원 4,591명(연 인원)을 파견받아 야간에 상품을 진열하게 하면서 인건비를 지급하지 않았음.

□ 경영정보 제공 요구 금지 위반 사례

○ 경영정보 제공 요구 금지 위반 사례는 총 33건의 사례 중 7건에 해당하며, 가장 빈번하게 위반되는 유형의 사례로 조사됨. 대형 유통업체 간의 경쟁이 치열해짐에 따라 경쟁업체에 대한 정보를 요구하는 경우가 이 유형에 해당함.

- 모 대형 유통업체는 납품업자를 대상으로 경쟁업체에 대한 기간별 매출액, 시장점유율, 납품 상품의 종류, 공급가격, 공급량, 판촉행사 등의 정보를 자신에게 제공하도록 전자 우편을 통해 요구하여 위반 사례에 해당함.
- 모 대형 유통업체는 납품업자들에게 설 명절 선물세트와 관련하여 경쟁업체들이 납품받는 선물세트의 품목, 구성품, 판매가격 및 프로모션 등의 할인행사 내용 등을 제공하도록 요구하였음.
- 모 업체는 납품업자에게 유선을 통해 다른 경쟁 대형 유통업체가 수취하는 정률수수료율 정보를 요구하여 취합하였음. 정률수수료율은 대규모유통업법 제14조 제1항 제1호에서 규정한 '납품업자가 다른 사업자에게 공급하는 상품의 공급조건에 관한 정보'에 해당함.
- 모 업체는 자신들과 거래하는 납품업자들로 하여금 경쟁 대형 유통업체에 납품하는 상품의 모델명, 방송시간, 판매수량, 목표달성률, 할부기간 및 할인금액 등에 관한 정보를 요구하여 수집하였음.

- 모 업체는 납품업자에게 선물세트와 관련하여 경쟁유통업자들이 납품받는 선물세트의 상품명, 상품구성 내용, 판매가격 및 프로모션 등의 할인행사 내용 등을 제공하도록 요구하였음.

□ 경제적 이익 제공 요구 금지 위반 사례

○ 경제적 이익 제공 요구 금지 위반 사례는 총 33건의 사례 중 4건에 해당함. 각종 장려금과 관련된 사례가 이에 해당됨.

- 모 유통업체는 납품업자들과 연간거래기본계약의 내용으로 신상품 광고비의 지급목적, 지급시기 및 횟수, 비율이나 액수 등의 사항을 약정하지 않은 채, 해당 신상품 광고비를 수령하기 전에 490여 건의 별도 신상품 광고계약서만 체결하는 방식으로 신상품 광고비를 수령하였음.
- 모 유통업체는 사내 단합대회를 개최하면서 신선식품부문·가공식품부문 등 각 상품영업 부문의 납품업자에게 90백여만 원의 협찬금액 수령 계획을 수립하였음. 그 결과 납품업자들로부터 총 650백여만 원의 협찬금을 제공받았음.
- 모 업체는 10여 개 납품업자와 직매입거래를 하면서 판매부진으로 인한 재고상품을 소진시켜 진열대에서 제외할 목적으로 20~50%의 가격할인행사를 진행하는 과정에서 내부 영업시스템 상에 설정된 공제비율에 따라 재고금액의 30~50%에 해당하는 총 200백여만 원의 금액을 제공받았음.
- 모 업체는 10개 미만의 납품업자와 직매입거래를 하면서 연간거래기본계약의 내용으로 판매 장려금의 지급목적, 지급시기 및 횟수, 판매 장려금의 비율이나 액수 등의 사항을 약정하지 않고, 별도로 특정 품목에 대한 제한입찰을 실시하여 납품업자들의 상품을 독과점적으로 진열해주는 대가로 총 700백여만 원의 진열 장려금을 수취하였음.

제4절 공정거래위원회의 최근 정책방향

□ 이 절에서는 공정위에서 현재 추진하고 있는 불공정거래에 대한 대책을 살펴봄으로써 보다 현실적인 공정거래 관행 정착을 위한 실현가능한 구체적인 정책방향에 대해 논의함.

□ 공정위는 최근(2017년 8월) 유통분야 불공정거래 근절대책을 발표하여 대형 유통업체와 중소납품업체 간 거래관행 개선방안을 제시하였음. 이를 요약하면 다음과 같음.

□ 대규모유통업법 집행체계 개선방안

○ 고질적·악의적 불공정행위로 발생한 피해에 3배 손해배상제 도입
  – 대형 유통업체의 고질적·악의적 불공정행위로 발생한 피해에는 3배 배상책임을 부과해 법위반 유인 억제와 납품업체 피해구제 확대
○ 지자체와의 협업을 통한 분쟁조정제도 운영 확대
  – 시도별로 분쟁조정기구를 운영할 수 있도록 하고 공정거래조정원과 동일한 법적 권한을 부여해 지역 납품업체 피해구제 지원
○ 과징금 부과기준율 2배 인상
  – 부과기준율을 60~140%로 2배 인상해 과징금 기준금액을 대폭 높임으로써 대형 유통업체의 법위반 유인 억제 강화
○ 실효성 있는 제재를 위한 정액과징금 제도 개선
  – 정액과징금 상한 인상을 통해 제재의 실효성을 높이고, 부과요건도 합리적으로 정비

□ 납품업체 권익보호를 위한 제도적 기반 강화 방안

○ 복합쇼핑몰·아울렛 입점업체도 대규모유통업법 보호대상에 포함

– 현행 체계에서는 복합쇼핑몰·아울렛 중 일부는 사실상 유통업을 영위하면서 형식은 '매장 임대업자'로 등록되어 있어 규제대상에서 제외되었으나, '임대업자'라도 상품판매에 실질적으로 관여하는 경우 대규모유통업법 적용대상에 포함해 중소 입점업체 권익보호 강화

○ 판매수수료 공개대상을 대형마트·온라인쇼핑몰까지 확대

– 현행 제도에서는 판매수수료 공개제도를 운영하고 있으나, 공개대상이 백화점·TV홈쇼핑 분야에 한정되어 있음. 이를 개선하기 위해 판매수수료 공개대상을 대형마트·온라인쇼핑몰까지 확대함.

○ 분야별 불공정거래 심사지침 제정 확대

– 최근 문제된 온라인 유통, 중간유통업체 분야에도 불공정거래 심사지침을 제정해 납품업체의 맞춤형 권익보호 강화

○ 납품업체 종업원 사용 시 대형 유통업체의 인건비 분담의무 명시

– 현행 체계에서는 판촉비용은 대형 유통업체와 납품업체가 분담하도록 법제화되어 있으나, 판촉에 사용된 납품업체 종업원의 인건비는 분담규정이 미비함. 납품업체 종업원 사용에 따라 대형 유통업체와 납품업체가 이익을 얻는 비율만큼 인건비도 서로 분담하도록 법적 근거를 명시하도록 개선

○ 최저임금 인상 등 공급원가 변동 시 납품가격 조정기반 마련

– 현행 체계에서는 계약기간 중 인건비·재료비 등 공급원가가 인상되는 경우 납품가격 조정이 없으면 납품업체가 원가인상분을 모두 부담하는 문제가 발생함. 따라서 최저임금 인상 등 공급원가가 변동되는 경우 유통업체에 납품가격 조정을 요구할 수 있도록 표준거래계약서에 근거를 마련하도록 개선

○ 판매분 매입 금지

– 현재 소비자에게 판매된 수량에 대해서만 납품업체로부터 매입한 것으로 처리하는 판매분 매입 관행이 유통업계에 일부 잔존하고 있기 때문에 판매분 매입을 반품규제 회피를 위한 탈법행위로 규정해 금지함.

○ 구두발주·부당반품 피해예방을 위한 제도적 기반 확충

– ① 계약서에 상품수량 기재를 의무화하여 납품업체에 일정 수량의 상

품을 주문하는 경우 계약서에 그 수량을 기재하도록 해 구두발주·과잉주문·부당반품 등을 예방하고, ② 부당반품 심사지침을 제정하여 법위반 여부 판단기준, 반품 허용사례 등을 적시한 부당반품 심사지침을 제정해 대형 유통업체의 법 준수를 유도하고 납품업체 피해도 예방하도록 함.

□ 불공정거래 감시 강화 및 업계 자율협력 확대 방안

○ 매년 중점 개선분야를 선정해 집중 점검·관리
  – 현재는 대형마트·백화점 등 각 유통업태별로 거래특성과 납품업체 애로요인이 달라 일률적인 감시·제재만으로는 거래관행 개선에 한계가 존재하기 때문에, 일상적인 법 위반 감시·제재와는 별도로 매년 민원 빈발·급증 분야 등을 중점 개선분야로 선정해 거래실태를 집중 점검하도록 개선
○ 적극적인 신고 유도를 위한 신고포상금 지급 확대
  – 현재는 대규모유통업법 위반행위를 신고한 경우 포상금 지급상한이 1억 원에 불과해 내부고발자 보상과 적극적인 신고유도에 불충분하기 때문에 이를 개선하기 위해 신고포상금 지급상한을 1억 원 → 5억 원으로 인상할 예정
○ 대규모유통업거래 공시제도 도입
  – 현행 체계에서는 판매수수료, 판매 장려금, 각종 비용공제 등 납품업체에 중요한 거래조건 중 판매수수료 이외에는 그 현황이 공개되지 않고 있음. 따라서 납품업체에 대한 주요 거래조건과 그 현황을 대형 유통업체가 스스로 공시하도록 해 거래의 투명성을 높이고 불공정거래도 예방할 수 있도록 유도함.
○ 유통업태별 자율개선방안 지속 점검·확대
  – 주요 유통업태별로 자율개선방안을 마련·이행하고 있으나, 3대 업태에 국한되어 있고 이행점검 이후 별도 보완한 사례도 없었음. 기존 3대 유통업태 이외에 온라인쇼핑몰, 전문점 등 다른 업태에서도 자율개선방안을 마련·이행할 수 있도록 독려하고, 매년 납품업체 의견수

렴, 유통업체 협의 등을 거쳐 추가 개선과제를 발굴하며 기존 자율개선방안에 지속적으로 반영하고자 함.

○ 이러한 정부의 구체적인 정책 시행 방향에 대하여 일부 국회의원을 중심으로 입법단계에서의 우려가 나타나고 있다는 언론의 지적이 있음. 예를 들어, 납품업체 파견 직원 인건비의 분담 의무와 같은 정책 방향에 대하여 유통업체의 경영상 어려움 및 일자리 감소를 우려하는 야당의 의견이 국회의 입법과정에서 논의되고 있어, 위에서 논의된 최근 공정위의 구체적인 정책 방향이 이슈화되어 있는 실정임.

제5절 시사점 도출

□ 심결례 사례와 선행연구를 종합하여 아래와 같은 시사점이 도출됨.

□ 심결례 사례 분석결과, 한 사례에서 여러 가지 유형의 위반행위가 동시에 발생하는 경우가 대부분인 것으로 나타남. 즉, 여러 가지 유형의 위반행위가 상호 연계되어 발생하고 있다는 것임. 심결례 사례의 이러한 측면은 불공정 관행이 다양한 위반 형태로 동시에 발생하고 있다는 점을 강조하고 있으며, 따라서 이러한 양상으로 나타나고 있는 불공정 관행의 근절을 위해서는 일시적이고, 단편적인 해결책보다는 "다면적이고 종합적인 접근법"이 필요할 것으로 판단됨. 구체적으로 일상적인 감시 및 제재와 함께 예상하지 못한 불공정행위가 발생할 경우 이를 포괄할 수 있는 방식의 정책 기조가 필요하다고 생각됨. 예를 들어, 익명제보센터의 활용도 제고 및 매년 민원이 급증하는 분야를 중점 개선분야로 선정하여 거래실태를 집중 점검하도록 하는 방안 등은 이러한 관점에서 실익이 큰 대책으로 판단됨. 이러한 접근방법은 불공정행위에 대한 보다 근본적인 원인 탐색(예, 유통업체의 과도한 교섭력과 시장지배력 등)이 바탕이 되어야 함을 의미하며, 공정위가 최근에 발표한 구체적인

정책방향은 이러한 정책적 기조하에 설정된 것으로 판단됨.

□ 대부분의 심결례 사례에서 납품업체 측은 유통업체 측의 무리한 요구에 대해 수동적인 모습을 보인 것으로 나타남. 이는 여러 선행연구들에서 제시된 바대로 불공정행위는 대형 유통업체의 과도한 교섭력과 시장지배력으로 인해 발생하고 있다는 점을 반증하고 있는 것임. 따라서 대형 유통업체의 과도한 교섭력과 시장지배력을 억제할 수 있는 방향으로 규제 시스템이 확보될 필요가 있으며, 동시에 유통업체와 납품업체 간 상생구조의 확립을 통한 건전한 생태계 조성에 정책적인 노력이 경주될 필요가 있음. 2013년 도입된 자율조정제도 및 최근 발표된 공정위의 유통업태별 자율개선방안 확대안은 납품업체뿐만 아니라 유통업체가 모두 참여하여 의견수렴 및 협의를 통하여 추가 개선과제를 발굴할 수 있는 기반을 제공한다는 측면에서, 유통업체와 납품업체를 아우르는 건전한 생태계 조성에 장기적인 도움이 될 수 있을 것으로 생각됨. 이러한 정책의 지속적 추진을 통하여 유통업체와 납품업체 간 건전한 생태계 조성에 장기적인 기반이 마련되어야 할 것으로 생각됨.

□ 기존 선행연구를 검토한 결과, 대부분의 연구에서 불공정행위를 개선하기 위해서는 소비자를 포함한 여러 이해당사자의 입장을 함께 고려해야 함이 지적되고 있음. 즉, 사회적 효용증대 및 공정한 거래질서 확립에 있어 식품가공업체의 입장만을 고려하는 것이 아니라 유통업체 측과 소비자의 측면에서 종합적으로 문제의 해결책을 모색할 필요가 있음. 이러한 관점에서 최근 발표된 공정위의 유통분야 불공정거래 근절대책에 포함되어 있는 판매수수료 공개대상의 대형마트, 온라인쇼핑몰에로의 확대 방안은 소비자에게 정확한 정보를 제공한다는 점에서 큰 의의가 있는 것으로 판단되며, 유통업태별 자율개선방안 확대안 또한 유통업체 측의 의견이 개진될 수 있다는 점에서 의의가 있음. 향후 공정위의 공정거래 확립을 위한 정책적 노력에는 이와 같이 소비자와 유통업체의 관점이 포괄적으로 고려될 수 있는 대책이 보다 광범위하게 포함될 필요

가 있는 것으로 생각됨.

□ 최근 공정위에서 발표된 구체적인 정책 실행 방안에 대하여 입법과정에서 정책의 의도하지 않은 역효과가 논의되고 있는 실정임. 모든 정책에서 기대되는 순효과만 나타나기는 어려우며, 일부 의도하지 않은 역효과가 단기적으로 나타날 수 있음. 다만 장기적인 관점에서 정책의 순효과가 큰 정책은 충분한 논의를 거쳐 시행될 필요가 있음. 이러한 측면에서 현재 공정위를 중심으로 논의되고 있는 현 정부의 정책 기조는 지속될 필요가 있는 것으로 판단됨.

□ 다음 장에서 네 차례의 표적집단면접(이하 FGI로 약칭)을 통해 식품가공업계 및 대형 유통업체 관계자의 의견을 수렴한 결과를 제시하고, 선행연구, 심결례 사례연구 및 최근 정책방향에 대한 위와 같은 분석결과를 반영하여 최종적인 시사점을 제시하고자 함.

제3장

FGI 결과 분석

제1절 FGI 개요

1. 회의 개요

□ 목적

○ 대형 유통업체와 식품가공업체 간 공정거래 관행 정착을 위한 당사자 및 전문가 의견 수렴

□ 일시 및 장소

	일시	장소
1차 FGI	2017. 7. 11(화) 오후 2~5시	여의도 중소기업중앙회 7층 노사관계고위지도자과정 회의실
2차 FGI	2017. 7. 14(금) 오전 10시~오후 1시	
3차 FGI	2017. 7. 21(금) 오전 10시~오후 2시	
4차 FGI	2017. 7. 31(월) 오후 12시~오전 12시	서울 OO대형 유통업체 본사

□ 참석자

	참석자
1차 FGI	식품가공업체 관계자(대기업 그룹) 및 식품산업협회 담당자 등 8명
2차 FGI	식품가공업체 관계자(중소기업 그룹) 8명
3차 FGI	식품가공산업 관련 전문가 그룹(연구자, 기재부 및 농식품부 정책담당자) 6명
4차 FGI	대형 유통업체 관계자 1인

* 진행 : 조사업체에서 섭외한 전문 사회자에 의해 진행됨.

□ 진행순서

	순서	소요시간
1차 FGI 및 2차 FGI	Warm-up	5분
	영업이익, 산출액 및 고용인원 관련 사전 질문	5분
	식품가공업체와 대형 유통업체 간 갈등 유형 및 사례 수렴	50분
	현재 공정위 제재의 효과성에 대한 의견 수렴	50분
	최근 공정위의 대형 유통업체 관련 정책방향에 대한 의견 수렴	50분
	Wrap-up	20분
3차 FGI	Warm-up	5분
	불공정행위 해소 방안에 대한 의견 수렴	35분
	현재 공정위 제재의 효과성에 대한 의견 수렴	30분
	최근 공정위의 대형 유통업체 관련 정책방향에 대한 의견 수렴	30분
	Wrap-up	20분

2. 회의 내용

□ 조사업체에서 섭외한 전문 사회자의 주도하에 자유토론 형식으로 회의가 진행되었음. 토론자들이 문제점 및 개선요구사항에 관해 토의하였고, 기록자가 녹음 및 회의록을 기록하였음.

□ 1·2차 FGI 회의 내용

○ Warm-up

- 조사 목적 및 진행방법 설명과 사회자 및 참석자 소개
- 조사 진행을 위한 참석자 당부 사항 전달

○ 영업이익, 산출액 및 고용인원 관련 사전 질문
- Q1. 귀사의 현재 고용인원은 몇 명입니까?
- Q2. 귀사의 연간 영업이익이 1,000만 원 증가했다고 가정할 때, 이 영업이익 증가에 따른 다양한 사유(판로개척 확대, 마케팅활동 증대, 기타 다양한 사유)로 인해 귀사의 연간 매출액은 얼마나 증가한다고 볼 수 있습니까? 그렇게 예측하신 이유를 간단히 설명해 주십시오.
- Q3. 귀사의 연간 매출액 10억 원당 몇 명의 고용인원이 필요하십니까?

○ 식품가공업체와 대형 유통업체 간 갈등 유형 및 사례 수렴
- 토론자들이 겪었던 불공정 관행 및 문제점, 애로사항을 사례 중심으로 자유롭게 토론하였음.

○ 현재 공정위 제재의 효과성에 대한 의견 수렴
- 토론자들이 생각하는 현재까지의 공정위 제재의 효과성에 대해 자신들이 체감하는 정도를 중심으로 자유롭게 토론하였음.

○ 최근 공정위의 대형 유통업체 관련 정책방향에 대한 의견 수렴
- 최근 공정위에서 발표한 정책방향을 정리하여 제시하였음.
- 제시한 자료를 바탕으로 토론자들의 의견을 효과성 중심으로 자유롭게 토론하였음.

○ Wrap-up
- 연구진의 추가 질문 및 답변과 참석자들의 마무리 발언을 진행하였음.

<표 3-1> 1차 및 2차 FGI 가이드라인

Focus Group Interview 가이드라인
(식품가공업체와 대형 유통업체 간 공정거래 관행 정착의 고용효과)

□ 개요
○ 일시/장소 : 2017. 7. 00(0) 오후 0시~0시, 서울 여의도 중소기업중앙회 노고지회의실
○ 조사대상/규모 : 00
○ 사회자 : 조사업체에서 섭외한 전문 사회자

□ Warm-up(5분/5분)
○ 조사 목적 및 진행방법 설명

<표 3-1>의 계속

○ 사회자 및 참석자 소개
○ 조사진행을 위한 참석자 당부 사항
- 업계에서 생각하는 솔직한 의견 제시
- 녹음은 되지만 신상은 비공개
- 참석자 모두가 응답하기

□ 영업이익, 산출액 및 고용인원 관련 사전 질문(5분/10분)
○ 현재 고용인원 (아래 표에 서면으로 답변해주시기 바랍니다.)

귀사의 현재 고용인원은 몇 명입니까?
명

○ 연간 영업이익 1,000만 원 증가가 연간 매출액에 미치는 영향(아래 표에 서면으로 답변해주시기 바랍니다.)

귀사의 연간 영업이익이 1,000만 원 증가했다고 가정합니다. 이러한 영업이익 증가로 인한 다양한 사유(판로개척 확대, 마케팅 활동 증대, 기타 다양한 사유)로 인해, 귀사의 연간 매출액은 얼마나 증가한다고 볼 수 있습니까? 그렇게 예측하신 이유를 간단히 설명해주십시오.	
연간 매출액 증가	원
예측 이유	

○ 연간 매출액 10억 원당 필요한 고용인원(아래 표에 서면으로 답변해주시기 바랍니다.)

귀사의 연간 매출액 10억 원당 몇 명의 고용인원이 필요하십니까?
명

□ 식품가공업체 입장에서, 대형 유통업체와의 거래 관계에 있어 빚어지고 있는 갈등의 유형 및 사례를 자유롭게 제시(50분/60분) 업체당 5분씩 진행
○ 불공정거래로 간주할 수 있는 구체적인 사례를 제시
○ 대형 유통업체의 불공정거래 행위로 인한 부담을 어떻게 흡수해왔는지 설명
○ 서면 약정 없이 납품업자 측의 종업원을 종사하게 하는 등의 문제와 관련된 업계 관행이 있는지, 어떻게 개선되길 희망하는지 의견 제시
○ 판촉행사비용에 대해서는 대형 유통업체와 어떤 문제를 가지고 있는지, 어떻게 개선되길 희망하는지 의견 제시
○ 부당한 경제적 이익을 요구받은 경험이 있다면, 주로 어떤 명목으로 요구받았으며, 법에는 저촉받지 않는 부당한 장려금이 있는지 구체적인 사례 제시
○ 경영정보 요구와 관련된 주요 애로사항은 무엇이며, 어떤 경영정보가 가장 제공하기 곤란한 경영정보인지 설명
○ 부당반품의 경우 발생빈도에 비해 처리실적은 적은 것으로 보임. 부당반품을 신고하기 어려운 이유가 존재하는지에 대한 의견 제시
○ PB 확대로 인한 어려움에는 어떤 것들이 있으며, 이와 관련된 업계 관행은 무엇인지 구체적인 사례를 제시
○ 지금까지 제시한 여러 문제점의 근본적인 원인은 무엇이라고 생각하는지 의견 제시

□ 지금까지의 공정위 제재가 효과가 있었는지에 대한 의견 제시(50분/110분) 업체당 5분씩 진행
○ 각종 행정적 제재(시정권고, 시정명령, 과징금 부과) 및 공정위 고발에 의한 벌금 부과 등이 이루어진 후, 실제로 해당 불공정거래 행위가 사라지거나 감소했는지 여부

<표 3-1>의 계속

○ 특히 어떤 유형의 불공정거래 행위가 사라지거나 감소했는지 여부
○ 만약 제재 후에도 불공정거래 행위가 지속되었다면 그 이유에 대한 의견
○ 거래 중인 대형 유통업체가 불공정거래 행위로 제재를 받은 후, 이로 말미암아 이전과 비교하여 증가한 연간 영업이익 혹은 매출액 (아래 표에 서면으로 답변해주십시오. 영업이익 혹은 매출액 중 답변이 용이한 항목을 골라 답변하시면 됩니다.)

과거 대형 유통업체의 불공정거래 행위에 대한 제재 후, 이로 인해 이전과 비교하여 귀사의 연간 영업이익 혹은 매출액이 얼마나 증가하였습니까?	
영업이익 원	매출액 원

○ 공정위의 제재가 보다 효과적으로 작동하기 위한 개선점에 대한 의견 제시

□ 최근 공정거래위원회가 대형 유통업체와 관련하여 내놓은 정책 방향에 대한 의견 (50분/160분)
업체당 5분씩 진행

<table>
<tr><th>구 분</th><th>내 용</th></tr>
<tr><td>대규모유통업법
과징금 고시 개정</td><td>
<table>
<tr><th>구 분</th><th>세부 내용</th></tr>
<tr><td>과징금 부과 기준율</td><td>현행 30~70%를 60~140%로 상향</td></tr>
<tr><td>자진시정 과징금 감경률</td><td>최대 50%를 최대 30%로 하향</td></tr>
<tr><td>조사협조 과징금 감경률</td><td>최대 30%를 최대 20%로 하향</td></tr>
<tr><td>과징금 감경기준</td><td>모호한 표현 대신 부채비율 등 기준 명시</td></tr>
<tr><td>법 위반 횟수 상정</td><td>무효 취소 확정 또는 예정 판결을 법 위반 횟수에서 제외</td></tr>
</table>
• 7월 12일까지 '대규모유통업법 과징금 고시 개정안'을 행정예고할 예정
• 10월까지 개정안을 최종 확정할 계획</td></tr>
<tr><td>대규모유통업법
적용대상 확대</td><td>• 복합쇼핑몰과 아웃렛도 백화점과 대형마트처럼 대규모유통업법에 포함시켜 조사
• 특정 상품군 판매에 주력하는 '카테고리 킬러' 유통업체에 대한 실태조사 본격화</td></tr>
<tr><td>징벌적
손해배상제도
도입</td><td>• 대규모유통업법에 징벌적 손해배상을 신규 도입하고 한도는 손해액의 3배 이내로 정해질 전망
• 가맹・하도급・대리점법에 있는 징벌적 손배제 대상 범위를 넓힐 예정
• 하도급법・대리점법의 징벌적 손배제는 대금 후려치기, 기술 유용 등에 국한되고 보복행위에는 적용되지 않았지만 이제 보복행위에도 징벌적 손배제가 적용될 예정임, 대규모유통업법에도 보복행위에 대해 징벌적 손배제가 적용될 가능성이 높다고 전망됨.</td></tr>
<tr><td>유통분야
표준거래계약
개정</td><td>• 표준거래계약서 개정을 '정책실명제 중점관리 대상사업'으로 선정
• 대형마트가 정당한 이유 없이 매장 임차인과 재계약을 거부할 수 없도록 첫 계약 때 계약 갱신 기준을 명확히 알리고, 갱신을 거절할 때는 객관적 근거를 제시하도록 개정
• TV홈쇼핑 표준거래계약서를 개정해 TV홈쇼핑 업체가 유통벤더와 재계약을 심사할 때 '유통벤더와 납품업체 간 거래 공정성'을 반영하도록 함.</td></tr>
</table>

<표 3-1>의 계속

수수료율 공개제도 확대	• 수수료율 공개제도는 납품·입점업체가 백화점, 홈쇼핑 등에 내는 판매수수료를 매년 공표하는 제도임. 현재 백화점과 홈쇼핑만 적용이 되고 있으나 이를 대형마트와 오픈마켓에까지 확대함을 추진함.
가맹유통국 신설	• 기업거래정책국의 가맹거래과와 유통거래과를 가맹유통국으로 통합하여 신설하여 고시 개정이나 전면적 실태점검을 집중적으로 실시(이 부서는 가맹본부를 비롯해 백화점, 홈쇼핑, 대형마트 등 유통업체에 대한 불공정행위를 조사하고 정책을 수립하는 역할을 수행하고 있음).

○ 위 박스에 제시된 새로운 정책 방향에 대한 생각을 자유롭게 개진
○ 새로운 정책이 취지대로 제대로 시행된다면, 그로 인한 가격 적정화 및 제반 비용 감소로 인해 식품가공업체의 연간 영업이익 혹은 매출액이 얼마나 증가할지 예측 (아래 표에 서면으로 답변해주십시오. 영업이익 혹은 매출액 중 답변이 용이한 항목을 골라 답변하시면 됩니다.)

새로운 정책이 취지대로 제대로 시행될 경우, 그로 인한 귀사의 연간 영업이익 혹은 매출액이 얼마나 증가할 것으로 예측하십니까?	
영업이익 원	매출액 원

○ 새롭게 제시된 정책 방향에 추가적으로 더 보완되어야 할 부분

□ Wrap up (20분/180분)
○ 연구진 추가 질문 및 답변
○ 참석자별 마무리 발언

감사합니다.

□ 3차 FGI 회의 내용

○ Warm-up
– 조사 목적 및 진행방법 설명과 사회자 및 참석자 소개
– 조사 진행을 위한 참석자 당부 사항 전달
○ 불공정행위 해소 방안에 대한 의견 수렴
– 식품산업 전문가의 입장에서, 식품가공업체와 대형 유통업체 간의 거래 관계에서 빚어지고 있는 갈등 사례로 인하여 식품가공업체들이 느끼는 문제점 및 정책적 해결방안에 대한 전문가의 의견을 자유롭게 토론
○ 현재 공정위 제재의 효과성에 대한 의견 수렴

– 각종 행정적 제재 및 공정위 고발에 의한 벌금 부과 등의 효과성에 대해 의견 수렴

○ 최근 공정위의 대형 유통업체 관련 정책방향에 대한 의견 수렴

– 최근 공정위에서 발표한 정책방향을 정리하여 제시하였음.

– 제시한 자료를 바탕으로 토론자들의 의견을 실효성과 실현가능성을 중심으로 자유롭게 토론하였음.

○ Wrap-up

– 연구진의 추가 질문 및 답변과 참석자들의 마무리 발언을 진행하였음.

〈표 3-2〉 3차 FGI 가이드라인

Focus Group Interview 가이드라인

(식품가공업체와 대형 유통업체 간 공정거래 관행 정착의 고용효과)

□ 개요
○ 일시/장소 : 2017. 7. 21(금) 오전 10시~12시, 서울 여의도 중소기업중앙회 노고지회의실
○ 조사대상/규모 : 식품가공산업 관련 전문가 그룹(연구자, 농식품부 정책담당자) 총 6인
○ 사회자 : 조사업체에서 섭외한 전문 사회자

□ Warm-up(5분/5분)
○ 조사 목적 및 진행방법 설명
○ 사회자 및 참석자 소개
○ 조사 진행을 위한 참석자 당부 사항
- 업계에서 생각하는 솔직한 의견 제시
- 녹음은 되지만 신상은 비공개
- 참석자 모두가 응답하기

□ (불공정행위 해소 방안) 식품산업 전문가의 입장에서, 식품가공업체와 대형 유통업체와의 거래 관계에 있어 빚어지고 있는 아래의 갈등 사례로 인하여 식품가공업체들이 느끼는 문제점 및 정책적 해결 방안에 대한 전문가의 의견을 자유롭게 제시(35분/40분)
- 전문가당 6분씩 진행
- 대형 유통업체의 불공정거래 행위
- 서면 약정 없이 납품업자 측의 종업원을 종사하게 하는 등의 문제-판촉사원의 직영화 등으로 어느 정도 해소되었으나, 추가적인 직영화 비용의 부담으로 "풍선효과" 발생
- 판촉행사비용 부담
- 장려금 부담-대규모유통업법의 시행으로 상당부분 해소되었으나 다른 새로운 부담(예, 매대 강매, 광고비 등)으로 전가되는 "풍선효과"가 발생하는 문제점
- 경영정보 요구
- 부당반품으로 인한 수익 감소
- PB 확대로 인한 어려움-일방적인 입고량 통보로 인한 수요 예측의 어려움으로 인하여 공장 설비 및 인력수급 장단기 계획 수립이 어렵고, 이에 따라 비정규직의 확대 등 문제가 발생

<표 3-2>의 계속

- 위에 제시된 문제점에 대한 인식은 대기업과 중소기업에서 차별적으로 나타날 수 있음.

○ 지금까지 제시된 여러 문제점(특히 풍선효과)을 어떻게 해결할 수 있을 것인지, 이에 대한 정책적인 대안이 존재하는지에 대한 의견 제시
○ 이러한 문제점 해소가 식품가공산업 고용창출에 어느 정도 기여할 수 있을 것인가에 대한 의견 제시

□ (제재의 효과성) 지금까지의 공정위 제재가 효과가 있었는지에 대한 의견 제시(30분/70분) 전문가당 5분씩 진행
○ 각종 행정적 제재(시정권고, 시정명령, 과징금 부과) 및 공정위 고발에 의한 벌금 부과 등의 효과성
○ 공정위의 제재가 보다 효과적으로 작동하기 위한 개선에 대한 의견 제시-식품가공업체들의 의견으로는 전가될 여지가 많은 과징금보다는 실효성 높은 제재방안으로 일정 기간 동안의 영업정지 등을 제안함. 이에 대한 전문가의 의견 제시

□ (공정위의 최근 정책방향에 대한 의견) 최근 공정거래위원회가 대형 유통업체와 관련하여 내놓은 정책방향에 대한 의견(30분/100분) 전문가당 5분씩 진행

<table>
<tr><th>구 분</th><th>내 용</th></tr>
<tr><td>대규모유통업법
과징금 고시 개정</td><td>
<table>
<tr><th>구 분</th><th>세부 내용</th></tr>
<tr><td>과징금 부과 기준율</td><td>현행 30~70%를 60~140%로 상향</td></tr>
<tr><td>자진시정 과징금 감경률</td><td>최대 50%를 최대 30%로 하향</td></tr>
<tr><td>조사협조 과징금 감경률</td><td>최대 30%를 최대 20%로 하향</td></tr>
<tr><td>과징금 감경기준</td><td>모호한 표현 대신 부채비율 등 기준 명시</td></tr>
<tr><td>법 위반 횟수 상정</td><td>무효 취소 확정 또는 예정 판결을 법 위반 횟수에서 제외</td></tr>
</table>
• 7월 12일까지 '대규모유통업법 과징금 고시 개정안'을 행정예고할 예정
• 10월까지 개정안을 최종 확정할 계획
</td></tr>
<tr><td>대규모유통업법
적용대상 확대</td><td>• 복합쇼핑몰과 아웃렛도 백화점과 대형마트처럼 대규모유통업법에 포함시켜 조사
• 특정 상품군 판매에 주력하는 '카테고리 킬러' 유통업체에 대한 실태조사 본격화</td></tr>
<tr><td>징벌적
손해배상제도
도입</td><td>• 대규모유통업법에 징벌적 손해배상을 신규 도입하고 한도는 손해액의 3배 이내로 정해질 전망
• 가맹·하도급·대리점법에 있는 징벌적 손배제 대상 범위를 넓힐 예정
• 하도급법·대리점법의 징벌적 손배제는 대금 후려치기, 기술 유용 등에 국한되고 보복행위에는 적용되지 않았지만 이제 보복행위에도 징벌적 손배제가 적용될 예정임, 대규모유통업법에도 보복행위에 대해 징벌적 손배제가 적용될 가능성이 높다고 전망됨.</td></tr>
</table>

<표 3-2>의 계속

유통분야 표준거래계약 개정	• 표준거래계약서 개정을 '정책실명제 중점관리 대상사업'으로 선정 • 대형마트가 정당한 이유 없이 매장 임차인과 재계약을 거부할 수 없도록 첫 계약 때 계약 갱신 기준을 명확히 알리고, 갱신을 거절할 때는 객관적 근거를 제시하도록 개정 • TV홈쇼핑 표준거래계약서를 개정해 TV홈쇼핑 업체가 유통벤더와 재계약을 심사할 때 '유통벤더와 납품업체 간 거래 공정성'을 반영하도록 함.
수수료율 공개제도 확대	• 수수료율 공개제도는 납품·입점업체가 백화점, 홈쇼핑 등에 내는 판매수수료를 매년 공표하는 제도임. 현재 백화점과 홈쇼핑만 적용이 되고 있으나 이를 대형마트와 오픈마켓에까지 확대함을 추진함.
가맹유통국 신설	• 기업거래정책국의 가맹거래과와 유통거래과를 가맹유통국으로 통합하여 신설하여 고시 개정이나 전면적 실태점검을 집중적으로 실시(이 부서는 가맹본부를 비롯해 백화점, 홈쇼핑, 대형마트 등 유통업체에 대한 불공정행위를 조사하고 정책을 수립하는 역할을 시행하고 있음).

○ 위 박스에 제시된 새로운 정책 방향에 대한 생각(예, 실효성, 실현가능성)을 자유롭게 개진
○ 새롭게 제시된 정책 방향에 추가적으로 더 보완되어야 할 부분

□ Wrap up (20분/180분)
○ 연구진 추가 질문 및 답변
○ 참석자별 마무리 발언

감사합니다.

□ 4차 FGI 회의 내용

○ Warm-up
- 조사 목적 및 진행방법 설명과 사회자 및 참석자 소개
- 조사 진행을 위한 참석자 당부 사항 전달

○ 불공정행위 해소 방안에 대한 의견 수렴
- 대형 유통업체 종사자의 입장에서, 식품가공업체와 대형 유통업체 간의 거래 관계에서 빚어지고 있는 갈등 사례에 대한 대형 유통업체의 입장을 자유롭게 토론하고 의견을 수렴
- 불공정거래 관행의 해소가 대형 유통업체의 시각에서는 식품가공산업 고용창출에 어느 정도 기여할 수 있을 것인지, 그리고 이러한 효과

의 지속가능성에 대한 의견을 수렴

○ 현재 공정위 제재의 효과성에 대한 의견 수렴

– 각종 행정적 제재(시정권고, 시정명령, 과징금 부과) 및 공정위 고발에 의한 벌금 부과 등의 효과성에 대한 대형 유통업체의 의견을 수렴

– 대형 유통업체의 관점에서 제재의 필요성에 대한 의견과 실효성 높은 제재방안으로는 어떠한 것이 있는지에 대한 의견 수렴

○ 최근 공정위의 대형 유통업체 관련 정책방향에 대한 의견 수렴

– 최근 공정위에서 발표한 정책방향을 정리하여 제시하였음.

– 제시한 자료를 바탕으로 대형 유통업체의 의견을 실효성과 실현가능성을 중심으로 수렴하였음.

〈표 3-3〉 4차 FGI 가이드라인

대형 유통업체 Interview 설문지

(식품가공업체와 대형 유통업체 간 공정거래 관행 정착의 고용효과)

□ 개요

○ 일시/장소 : 2017. 7. 31(월) 12:00~12:50/서울 OO대형 유통업체 본사

○ 조사대상/규모 : 대형 유통업체 관계자 1인

□ (불공정행위 해소 방안) 대형 유통업체 종사자의 입장에서, 식품가공업체와 대형 유통업체와의 거래 관계에 있어 빚어지고 있는 아래의 갈등 사례에 대한 대형 유통업체의 입장을 자유롭게 제시

- 서면 약정 없이 납품업자 측의 종업원을 종사하게 하는 등의 문제-판촉사원의 직영화 등으로 어느 정도 해소되었으나, 추가적인 직영화 비용의 부담으로 "풍선효과" 발생 가능성이 있을 수 있다는 주장이 있음
- 장려금 부담-대규모유통업법의 시행으로 상당부분 해소되었으나 다른 새로운 부담(예, 매대 강매, 광고비 등)으로 전가되는 "풍선효과"가 발생할 수 있다는 주장이 존재함
- 경영정보 요구 문제
- 부당반품으로 인한 수익 감소 문제
- PB 확대로 인한 어려움-일방적인 입고량 통보로 인한 수요 예측의 어려움으로 인하여 공장 설비 및 인력수급 장단기 계획 수립이 어렵고, 이에 따라 비정규직의 확대 등 문제가 발생할 수 있다는 주장이 있음
- 위에 제시된 문제점에 대한 인식은 대기업과 중소기업에서 차별적으로 나타날 수 있음. 대형 유통업체의 시각으로는 어떠한 해결 방안이 있을 수 있는지에 대한 의견 제시

○ 이러한 갈등 해소가 대형 유통업체의 시각에서는 식품가공산업 고용창출에 어느 정도 기여할 수 있을 것인가, 그리고 이러한 효과의 지속가능성에 대한 의견을 제시

□ (제재의 효과성) 지금까지의 공정위 제재가 효과가 있었는지에 대한 의견 제시

<표 3-3>의 계속

○ 각종 행정적 제재(시정권고, 시정명령, 과징금 부과) 및 공정위 고발에 의한 벌금 부과 등의 효과성에 대한 대형 유통업체의 의견

○ 공정위의 제재가 보다 효과적으로 작동하기 위한 개선점에 대한 의견 제시–식품가공업체들의 의견으로는 과징금의 경우 전가될 여지가 있을 수 있다는 의견이 제시됨. 대형 유통업체의 시각에서 볼 때 이러한 제재가 필요한가에 대한 의견을 제시하고, 만약 필요하다면 실효성 높은 제재방안으로는 어떠한 것이 있는지에 대한 의견 제시

□ (공정위의 최근 정책방향에 대한 의견) 최근 공정거래위원회가 대형 유통업체와 관련하여 내놓은 정책 방향에 대한 의견 제시

<table>
<tr><th>구 분</th><th>내 용</th></tr>
<tr><td>대규모유통업법
과징금 고시 개정</td><td>
<table>
<tr><th>구 분</th><th>세부 내용</th></tr>
<tr><td>과징금 부과 기준율</td><td>현행 30~70%를 60~140%로 상향</td></tr>
<tr><td>자진시정 과징금 감경률</td><td>최대 50%를 최대 30%로 하향</td></tr>
<tr><td>조사협조 과징금 감경률</td><td>최대 30%를 최대 20%로 하향</td></tr>
<tr><td>과징금 감경기준</td><td>모호한 표현 대신 부채비율 등 기준 명시</td></tr>
<tr><td>법 위반 횟수 상정</td><td>무효 취소 확정 또는 예정 판결을 법 위반 횟수에서 제외</td></tr>
</table>
• 7월 12일까지 '대규모유통업법 과징금 고시 개정안'을 행정예고할 예정
• 10월까지 개정안을 최종 확정할 계획</td></tr>
<tr><td>대규모유통업법
적용대상 확대</td><td>• 복합쇼핑몰과 아웃렛도 백화점과 대형마트처럼 대규모유통업법에 포함시켜 조사
• 특정 상품군 판매에 주력하는 '카테고리 킬러' 유통업체에 대한 실태조사 본격화</td></tr>
<tr><td>징벌적
손해배상제도
도입</td><td>• 대규모유통업법에 징벌적 손해배상을 신규 도입하고 한도는 손해액의 3배 이내로 정해질 전망
• 가맹·하도급·대리점법에 있는 징벌적 손배제 대상 범위를 넓힐 예정
• 하도급법·대리점법의 징벌적 손배제는 대금 후려치기, 기술 유용 등에 국한되고 보복행위에는 적용되지 않았지만 이제 보복행위에도 징벌적 손배제가 적용될 예정임, 대규모유통업법에도 보복행위에 대해 징벌적 손배제가 적용될 가능성이 높다고 전망됨.</td></tr>
<tr><td>유통분야
표준거래계약
개정</td><td>• 표준거래계약서 개정을 '정책실명제 중점관리 대상사업'으로 선정
• 대형마트가 정당한 이유 없이 매장 임차인과 재계약을 거부할 수 없도록 첫 계약 때 계약 갱신 기준을 명확히 알리고, 갱신을 거절할 때는 객관적 근거를 제시하도록 개정
• TV홈쇼핑 표준거래계약서를 개정해 TV홈쇼핑 업체가 유통벤더와 재계약을 심사할 때 '유통벤더와 납품업체 간 거래 공정성'을 반영하도록 함.</td></tr>
<tr><td>수수료율
공개제도 확대</td><td>• 수수료율 공개제도는 납품·입점업체가 백화점, 홈쇼핑 등에 내는 판매수수료를 매년 공표하는 제도임. 현재 백화점과 홈쇼핑만 적용이 되고 있으나 이를 대형마트와 오픈마켓에까지 확대함을 추진함.</td></tr>
</table>

<표 3-3>의 계속

가맹유통국 신설	• 기업거래정책국의 가맹거래과와 유통거래과를 가맹유통국으로 통합하여 신설하여 고시 개정이나 전면적 실태점검을 집중적으로 실시(이 부서는 가맹본부를 비롯해 백화점, 홈쇼핑, 대형마트 등 유통업체에 대한 불공정행위를 조사하고 정책을 수립하는 역할을 시행하고 있음).

○ 위 박스에 제시된 새로운 정책 방향에 대한 생각(예, 실효성, 실현가능성)을 자유롭게 개진
○ 새롭게 제시된 정책 방향에 추가적으로 더 보완되어야 할 부분이 있으면 의견 제시

감사합니다.

제2절 FGI 주요 결과

□ FGI를 통해 식품제조업체와 대형 유통업체 간의 문제점 및 개선의견이 다수 제시되었으며, 아래에는 대규모유통업법과의 관련성 유무를 기준으로 이러한 문제점 및 개선의견을 요약함.

□ 대규모유통업법 관련 문제점 및 개선의견

○ 서면 교부와 관련된 문제
- 대형 식품가공업체와 중소 식품가공업체의 공통의견(이하 '공통의견'으로 약칭)
  - 일반적으로 계약서 서면 교부는 대규모유통업법 시행 전에 비하여 많이 개선되었음.
- 대형 식품가공업체의 의견
  - 전자 계약서의 도입으로 서면 교부의 시행이 계약 시 교섭력을 증진시켜 주는 것에는 한계가 있다는 의견이 있었음.
- 대형 유통업체의 의견
  - 대규모유통업법 시행 전에 비하여 많이 개선되었음. 법 제정 후 전자계약 방식이 도입되었고, 이로 인해 각종 계약을 사전에 체결하

여야 하며 계약 체결 이후에는 내용을 수정하는 것이 불가능해짐.

○ 상품대금 감액과 관련된 문제

– 공통의견

• 대규모유통업법 시행 이전에 비해 많이 개선되었음. 법 시행 이전에는 판촉비용의 일부를 상품의 판매대금에서 감액하는 경우가 일부 있었으나 현재는 이런 문제를 찾아볼 수 없음.

○ 상품판매대금 지급과 관련된 문제

– 대형 식품가공업체의 의견

• 대금지급과 관련하여 대규모유통업법 시행 이전에는 특정한 상황이 발생할 경우 지급기일을 연장하는 경우가 존재하였으나, 현재는 거의 찾아볼 수 없으며, 지급기일을 철저히 준수함.

– 중소 식품가공업체의 의견

• 판매대금 지급기일을 준수하여 지급하나, 지급기일의 기준(40일)이 중소 식품가공업체의 자금사정에 비해 과도하게 책정되어 있어, 어음할인을 받을 수밖에 없는 실정임.

○ 상품수령 거부와 관련된 문제

– 공통의견

• 유통기한이 상당히 남아 있음에도 불구하고 납품을 거부한다는 의견이 제시된 바 있음. 유통기한의 3/4이 남아 있지 않으면 납품을 받지 않겠다고 하는 경우가 있으며, 이 경우에는 PB상품도 해당하는 것으로 지적됨.

○ 상품의 반품에 관한 문제

– 공통의견

• 특정매입 상품에 대한 재고관리(재고 잔여량)가 제대로 이루어지지 않아 재고분실 등이 발생하는데, 이를 모두 반품으로 처리한 경우가 비일비재하여 납품업자에게 경영상의 어려움을 초래한다는 의견이 제시되었음. 또한 식품가공업체 측의 창고가 아닌 대형 유통업체 측의 창고를 사용하여 재고를 관리하지만, 파손 등으로 인한 손실의 책임이 식품가공업체 측에 있다는 것에 대해서 불합리하다는 의견이 제시되었음.

- 중소 유통업체의 경우 위의 의견과 더불어 직매입한 상품이 판매가 되지 않을 경우 반품을 요청하는 경우가 허다한데, 이러한 행태를 보이는 중소 유통업체의 수가 많아 손실이 크다는 의견이 제시되었음.

– 대형 유통업체의 의견

- 반품 관련 사항은 연간 계약으로 명시되어 있으며, 사전에 계약한 대로 시행하는 것임. 그 외에는 별도 협의를 거침. 반품 시 해당 제품을 더 매입해줘서 매입 금액을 보전해주는 경우도 있음.

○ 판매촉진비용 전가에 관한 문제

– 공통의견

- 대규모유통업법 시행 이전에 비해 많이 개선되었음. 판촉이나 시식 행사는 이슈화되어 있으며, 공정위에서 주시함에 따라 대형 유통업체에서 위법성 있는 요구를 하는 경우는 드물다는 의견이 제시되었음.
- 하지만 백화점과의 납품에서는 아직 문제가 남아 있다는 의견이 제시되었음.

○ 납품업자 등의 종업원 사용에 관한 문제

– 공통의견

- 대규모유통업법 시행 이전에 비해 많이 개선되었음. 법 시행 이전에는 특정매입형태의 계약에서 판촉사원과 관련된 문제가 자주 발생하였지만, 최근에는 이러한 부분의 문제가 대부분 해소되었다는 의견이 제시되었음.

– 대형 유통업체의 의견

- 직영 판촉사원을 별도로 뽑지 않으며, 중소 식품가공업체의 경우 판촉사원을 통한 상품 홍보 등의 매출증대효과가 미미하여 대형 식품가공업체 외에는 판촉사원을 고용하거나 파견받지 않음. 판촉사원 파견을 요청해도 투입을 거절하는 경우가 존재함.

○ 배타적 거래에 관한 문제

– 중소 식품가공업체의 의견

- 어떤 상품에 대하여 다른 유통업체와는 거래를 하지 말라는 암묵적

인 바이어들의 요구가 있음. PB상품이 아닌 NB[5]상품에 대해 다른 유통사와 거래를 하지 말라는 암묵적인 요구가 있으나, 중소 식품가공업체는 자체 유통망이 부족하여 이러한 요구를 거절하기 어렵다는 의견이 제시되었음.

○ 경제적 이익 제공 요구 문제

– 공통의견

• 경제적 이익 제공 요구 문제와 관련되어서는 대형 유통업체의 경우 상당히 개선되었으나, 다른 유통채널과의 갈등이 더 심각하다는 의견이 제시됨. 일반 개인 슈퍼마켓 등 중소 유통업체는 법으로 정한 절차 없이 장려금을 요구한 경우도 있음.

– 대형 유통업체의 의견

• 대형 유통업체의 입장에서는 매출 대비 장려금 비율이 아닌 매출 증대를 보장하는 데 초점을 맞추고 있음. 따라서 제품 판매량의 증대가 식품가공업체와 대형 유통업체 간 공생에 유익한 접근이 될 수 있음.

○ 경영정보 요구 문제

– 공통의견

• 경쟁사의 행사계획이나 판매동향에 대한 정보를 요구하거나, 거래하는 유통업체의 리스트나 납품단가, 원가계산서를 요청하는 경우가 있다는 의견이 제시되었음.

○ 상품권 구입 요구에 관한 문제

– 공통의견

• 대규모유통업법 시행 이전에 비해 많이 개선되었음. 상품권 판매가 바이어의 실적이 되기 때문에 명절 시즌에 납품업체에 상품권 구입을 종용하는 사례가 많아, 가공업체 측 직원들에게 보너스로 상품권을 지급하는 경우도 있었으나, 최근에는 이러한 상품권 강매가 사라졌다는 의견이 제시됨.

---

5) NB : 제조업체의 상품(National Brand).

□ 대규모유통업법 미관련 의견

○ PB와 관련되어 발생하는 문제

– 공통의견

• 식품가공업체에서 생산한 PB와 그 가공업체에서 생산한 NB가 서로 경쟁하게 되어 제조사에는 결과적으로 자기잠식으로 인해 손실이 되는 경우가 발생

– 중소 식품가공업체 의견

• PB상품을 제조하는 데 있어서 PB상품은 대형 유통업체의 주문에 의해 제조되는 대형 유통업체의 제품임에도 불구하고 디자인비, 동판비 등을 요구받음.

• PB상품의 납품 단가가 정해진 후에 디자인이 결정되는 경우가 많아 대형 유통업체에서 요구하는 디자인이나 재질에 맞추기 위해서 예상했던 금액을 초과하는 경우가 발생함.

○ 익명성 부재로 인한 보복 가능성으로 발생하는 문제

– 공통의견

• 신고를 통해 제소가 되어도, 중도에 포기를 하는 경우가 있음. 소송 시에도 손해액이 얼마나 발생하였는지를 구체적으로 밝혀야 하기 때문에, 이 과정에서 익명성을 보장받기 힘들어 보복가능성을 고려해 중도포기를 하는 경우가 존재한다는 의견이 다수 제시되었음.

○ 비계획적인 생산량 발주로 인해 발생하는 문제

– 공통의견

• 생산량 변경이나, 발주 변경으로 인해 계획된 부자재를 전부 소모하지 못해 추가적인 비용이 발생하게 되는데, 이러한 비용을 식품가공업체에서 부담함.

– 대형 식품가공업체 의견

• 충분한 사전협의 없이 유통업체 측의 행사계획에 맞추어 짧은 기간 내에 제품을 납품할 것을 요구받고, 미납 시 미납 페널티를 받는다는 의견이 제시됨.

– 중소 식품가공업체 의견

- 예측한 납품물량에 비해 실제 납품물량이 과소하거나 과대할 수 있어 직원들을 비정규직으로 채용하는 경우가 많으며, 정규직원이 추가근무를 하게 된다는 의견이 제시됨.

○ 새로운 유형의 비용 발생 문제

– 중소 식품가공업체 의견

- POP[6] 광고에 입점을 요구받아, 비용을 부담하게 됨. 비용적인 부담으로 인해 광고를 중단하고자 할지라도 대형 유통업체와의 거래관계가 악화될 것을 우려해 이를 중단하지 못함.
- 클레임 처리비용을 제조업체 측에서 부당하게(납품단가가 아닌 판매단가 전액을 부담) 부담함. 또한 클레임 처리를 유통업체에서 숨기고자 하는 경우 책임자 보험을 적용하지 못하여, 처리비용이 증가한다는 의견이 제시되었음.

○ 기타 지적사항

– 공통의견

- 제재가 강화되더라도 풍선효과로 인해 공정관행 정착에는 지장이 있을 수 있다는 지적이 있음. 이 경우 식품가공업체의 이익 증가로는 직결되지 않으며, 고용이 늘어나기 어려움.

– 대형 식품가공업체 의견

- 공정위가 대형 유통업체를 조사할 때, 대형 유통업체 측에서 식품제조업체에 의견서(참고인 조사)를 원하는 경우가 있음.
- 식품안전검사를 위한 제품 등록 시 레시피 유출 문제가 야기됨. 식품안전검사 과정에서 수입 원재료 관련 서류 등의 원재료에 대한 정보가 유출됨. 이러한 정보를 통해서 대형 유통사 측에서 새로운 제조사를 발굴하는 사례들이 존재한다는 의견이 제시되었음.

□ 정책방향 관련 의견

○ 공통의견

– 불공정한 관행 적발 시 제재를 강화할 필요가 있음.

6) POP : 구매시점(point of purchase)

- 식품가공업체를 제도적으로 보호하고, 신고를 하여도 익명성이 보장될 수 있도록 개선이 필요함.

○ 대형 식품가공업체 의견

- 새로운 제도가 시행되더라도 비용이 전가될 우려가 있음. 과징금 고시 개정, 징벌적 손해배상제 시행 등으로 인해 대형 유통업체에 규제가 강화될 경우, 그 규제에 대한 예상 복구비용이 식품가공제조업체에 전가될 가능성이 있음.
- 과징금 징수 등의 금전적인 제재는 식품가공업체에 전가될 우려가 있는 바, '영업정지 처분' 등 비용전가 가능성이 비교적 낮은 제재를 고려해보는 것이 필요함.

○ 중소 식품가공업체 의견

- 유통업체에 중소 식품가공업체의 제품에 대한 쿼터제를 도입하면 중소기업제품의 판매를 강화할 수 있음.
- 공정거래 관련 자체적인 교육프로그램을 운영하기 힘든 중소기업들에는 정부 또는 협회 주도의 별도 교육프로그램이 필요하다는 지적이 있음.

○ 대형 유통업체의 의견

- 대부분의 식품가공업체가 OEM[7]을 활용하고 있는 등의 이유들로 인해 고용의 양적 증대에 관련해서는 그다지 영향이 없을 것으로 내다봄.
- 현재 규정 자체가 모호하게 받아들여지는 경우가 많아, 명확한 기준을 두고 부합하지 않는 부분을 제재해야 할 것으로 판단됨.
- 손해배상보다는 매출 확대를 위한 대형 유통업체와 식품가공업체 간 협조 강화가 서로에게 이익이 될 것으로 보임. 손해배상제도가 시행될 시 대형 유통업체 측에서는 대비 차원에서 내부 규정이 강화되어 식품가공업체 또한 어려움을 겪을 수 있으며, 이로 인해 정상적인 거래 업체도 피해를 볼 수 있음이 지적됨.
- 법령기준을 명확하게 할 필요가 있음. 이를 통하여 식품가공업체와 유통업체 간 기준 공유를 통해 법령의 내용이 명확히 이해될 수 있음.

---

7) OEM : 주문자상표부착생산(Original equipment manufacturer)

가능하다면 품목별로 세분화해서 물류비가 높은 제품의 경우 이를 감안하여 기준을 조정하는 것이 필요함. 조정된 명확한 세부 기준이 고시되면 식품가공업체와 조금 더 원활한 조율이 가능해질 것으로 전망됨.

○ 전문가그룹 의견

- 식품가공업체가 공동 대응을 통해 대형 유통업체와 교섭하는 방법은 식품가공업체의 교섭력을 증진시켜 인센티브를 이용한 규제보다 효과적일 것으로 생각됨. 하지만 한편으로는 가격상승 등으로 인해 소비자의 후생을 감소시킬 여지가 큼. 따라서 신중하게 접근할 필요가 있음.
- 공정거래 관행 정착을 통해서 식품가공업체가 안정되고 대형 유통업체와 상생해 나가게 된다면 고용이 안정되는 효과가 있을 것으로 예상됨.
- 불공정거래 관행을 바로잡기 위해 과징금 규모를 확대하는 과정에서 과도한 과징금 징수가 이루어질 경우에는 대형 유통업체의 부담을 가중시켜 비효율을 초래할 수 있음. 따라서 최적 수준에 대한 연구와 논의가 필요함.
- 납품업체를 보호하기 위해 규제를 만들면 소비자가 피해를 보게 될 수 있으며, 일종의 진입장벽이 될 여지 또한 존재함. 따라서 공정거래 관행 정착에 대해서는 사회적 후생을 고려하는 관점에서 접근하는 것이 필요한 바, 정책방향에 있어 어떤 특정집단의 의견만을 수렴하는 것은 바람직하지 못하다고 할 수 있으며, 경제주체가 상생할 수 있는 환경을 조성하는 것에 중점을 둘 필요가 있음.
- 2013년부터 편의점을 중심으로 자율조정제도를 도입한 결과, 분쟁건수가 크게 줄었음. 따라서 대형 유통업체들도 자체 자율조정위원회를 도입하고 동반성장지수 평가에 반영하면 분쟁건수 감소 등의 긍정적인 결과를 기대해 볼 수 있을 것으로 판단됨.
- 규제 이행 시에 풍선효과는 불가피하며, 풍선효과 자체를 완전히 제거하는 것은 불가능해 보임. 이에 따라 풍선효과를 제거의 대상이라기보다는 관리의 대상으로 인식하는 것이 필요함. 즉, 어느 정도의 풍선효과는 대형 유통업체의 입장에서 급격한 이윤의 감소를 일정부분

해소할 수 있다는 측면에서 장기적인 공정거래 관행의 정착에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 점이 지적될 수 있음.

- 현재 공정위에서 익명제보센터를 운영하고 있으나 홍보가 부족한 실정임.
- 정부 중심의 규제가 아닌 식품가공업체와 대형 유통업체가 자생적으로 문제를 해결할 수 있도록 유도하는 것이 필요함.
- 규제 중심의 정책방향을 계속적으로 추진할 시 규제 집행 및 유통업체 감시를 위한 행정비용이 상당한 수준으로 증가할 것으로 생각됨. 따라서 정부의 직접적인 개입이 아닌 민사적인 구제수단 확충 등을 통해 불공정거래 관행을 개선해 나가는 것이 바람직해 보임. 민사적인 구제수단이 확충될 경우 피해받은 경제주체는 적극적으로 소송을 통해 자신의 피해를 복구할 수 있으며, 반대 측은 소송을 염려하여 자신들의 행태를 바꾸게 될 것으로 예상됨.
- 식품가공업체가 안정적으로 대형 유통업체에 납품할 수 있는 거래환경을 조성하는 것이 필요함. 거래의 안정성 확보는 고용의 안정성으로 이어져 고용의 양과 질을 동시에 향상시킬 수 있기 때문임.
- 중소기업유통센터의 공영홈쇼핑 운영 사례처럼 식품가공업체의 선택권을 넓혀줄 필요가 있음. 식품가공업체로 하여금 불공정행위 등으로 인해 거래비용이 높은 대형 유통업체와의 거래가 지속되는 경우 대안적인 선택을 가능하게 함으로써, 대형 유통업체들의 경쟁을 유도할 수 있음.
- 거래에 대한 일정률의 수익률 보장을 추구하는 것은 단기적인 처방에 그치게 될 가능성이 크다고 할 수 있는 바, 식품가공업체에 일정률 이상의 마진을 보장해주는 방향의 정책과 더불어 판로를 지속적으로 유지 가능하도록 도와주는 방향의 정책이 필요함. 식품가공업체들이 안정적으로 납품을 지속할 수 있다면 납품업체 입장에서도 미래를 예측하여 계획을 수립하는 것이 가능해질 수 있으며, 이는 곧 식품가공업체들의 수익성 증대로 이어질 수 있을 것으로 예상됨.

〈표 3-4〉 FGI 주요 결과 요약

	문제 유형	세부 내용
대규모 유통업법 관련 의견	서면 교부	(공통의견) • 일반적으로 계약서 서면 교부는 대규모유통업법 시행 전에 비하여 많이 개선되었음. (대형 식품가공업체 의견) • 전자 계약서의 도입으로 계약 시 교섭력을 증진시켜 주는 것에는 한계가 있음. (대형 유통업체 의견) • 전자계약 도입 후, 계약을 사전에 체결하여야 하며 계약 체결 이후에는 내용을 수정하는 것이 불가능해짐.
	상품대금 감액	(공통의견) • 많이 개선되었음. 법 시행 이전에는 판촉비용의 일부를 상품의 판매대금에서 감액하는 경우가 일부 있었으나 현재는 이런 문제를 찾아볼 수 없음.
	상품판매대금 지급	(대형 식품가공업체 의견) • 과거에는 지급기일을 연장하는 경우가 존재하였으나, 현재는 거의 찾아볼 수 없으며, 지급기일을 철저히 준수함. (중소 식품가공업체 의견) • 판매대금 지급기일을 준수하여 지급하나, 지급기일의 기준(40일)이 자금사정에 비해 과도하게 책정되어 있어, 어음할인을 받을 수밖에 없음.
	상품수령 거부	(공통의견) • 유통기한이 상당히 남아 있음에도 불구하고 납품을 거부한다는 의견이 제시된 바 있음.
	상품의 반품	(공통의견) • 특정매입 상품에 대한 재고관리가 제대로 이루어지지 않아 재고분실 등이 발생하며, 이를 모두 반품으로 처리하는 경우가 존재함. 또한 대형 유통업체 측의 창고를 사용함에도 불구하고 파손 등에 대한 책임이 식품가공업체에 있다는 것에 대해서 불합리하다는 의견이 제시됨. • 다수의 중소 유통업체가 직매입한 상품이 판매되지 않을 경우 반품을 요청하는 경우가 많아, 손실이 발생함. (대형 유통업체의 의견) • 반품 관련 사항은 연간 계약으로 명시되어 있으며, 사전에 계약한 대로 시행하는 것임. 그 외에는 별도 협의 거침. 반품 시 해당 제품을 추가적으로 매입해 매입 금액을 보전해주는 경우도 있음.

<표 3-4>의 계속

	문제 유형	세부 내용
	판매촉진비용 전가	(공통의견) • 많이 개선되었음. 판촉은 이슈화되어 있으며, 공정위에서 주시함에 따라 위법성 있는 요구를 받는 경우는 드물다는 의견이 제시되었음. • 백화점과의 납품에서는 아직 문제가 남아 있다는 의견이 제시되었음.
	납품업자의 종업원 사용	(공통의견) • 많이 개선되었음. 과거에는 특정매입형태의 계약에서 판촉사원 문제가 자주 발생하였지만, 대부분 해소되었다는 의견이 제시됨. (대형 유통업체의 의견) • 대형 식품가공업체 외에는 판촉사원을 고용하거나 파견받지 않음. 중소 식품가공업체의 경우 매출증대효과가 미미하며, 판촉사원을 요청해도 거절하는 경우가 존재함.
	배타적 거래	(중소 식품가공업체 의견) • 특정상품을 다른 유통업체와는 거래하지 말라는 암묵적인 바이어들의 요구가 있음. 하지만 유통망이 협소하여 요구를 거절하기 어렵다는 의견이 제시되었음.
	경제적 이익 제공 요구	(공통의견) • 대형 유통업체의 경우 상당히 개선되었으나, 다른 유통채널과의 갈등이 더 심각하다는 의견이 제시됨. (대형 유통업체의 의견) • 매출 대비 장려금 비율이 아닌 매출 증가를 보장하는 데 초점을 맞추고 있음. 따라서 제품 판매량의 증대가 상호 간 공생에 유익함.
	경영정보 요구	(공통의견) • 경쟁사의 행사계획이나 판매동향에 대한 정보를 요구하거나, 거래하는 유통업체의 리스트나 납품단가, 원가계산서를 요청하는 경우가 있다는 의견이 제시되었음.
	상품권 구입 요구	(공통의견) • 많이 개선되었음. 바이어의 실적을 위해 명절 시즌에 상품권 구입을 종용받는 사례가 많았으나, 최근에는 전부 사라져 찾아볼 수 없다는 의견이 제시됨.
대규모 유통업법 미관련 의견	PB 관련 문제	(공통의견) • 자회사의 PB와 NB가 서로 경쟁하게 되어 결과적으로 자기잠식으로 인해 손실이 됨. (중소 식품가공업체 의견) • PB 상품을 제조하는 데 있어서 디자인비, 동판비 등을 요구받는다는 의견이 제시됨. • PB 상품의 납품 단가가 정해진 후 디자인이 결정되는 경우가 많아 예상 금액을 초과하는 경우가 발생함.

<표 3-4>의 계속

	문제 유형	세부 내용
	익명성 부재로 인한 보복 가능성으로 발생하는 문제	(공통의견) • 신고를 통해 제소가 되어도, 중도에 포기를 하는 경우가 있음. 소송 과정에서 익명성을 보장받기 힘들어 보복가능성이 존재해 중도포기를 하는 경우가 존재한다는 의견이 제시됨.
	비계획적인 생산량 발주로 인해 발생하는 문제	(공통의견) • 계획변경으로 인해 부자재를 모두 소모하지 못하는 경우 소모하지 못한 부자재 비용은 식품가공업체에서 부담함. (대형 식품가공업체 의견) • 충분한 사전협의 없이 유통업체 측의 행사계획에 맞추어 짧은 기간 내에 제품을 납품할 것을 요구받고, 미납 시 미납페널티를 받는다는 의견이 제시됨. (중소 식품가공업체 의견) • 예상 납품물량과 실제 납품물량의 불일치로 인해 직원을 비정규직으로 채용하는 경우가 많으며, 직원들이 추가근무를 하게 된다는 의견이 제시됨.
	새로운 유형의 비용 발생 문제	(중소 식품가공업체 의견) • POP 광고 입점을 요구받아, 비용을 부담하게 됨. 중단하고자 할지라도 거래관계 악화를 우려해 중단하지 못함. • 클레임 처리비용을 식품가공업체 측에서 부담함. 또한 비공식적인 클레임 처리의 경우 책임자 보험을 적용받지 못하여 처리비용이 증가함.
	기타 지적사항	(공통의견) • 제재가 강화되더라도 풍선효과로 인해 공정관행 정착에는 지장이 발생함. 따라서 식품가공업체의 이익 증대로는 직결되지 않으며, 고용이 늘어나기 어려울 것으로 짐작 (대형 식품가공업체 의견) • 공정위가 대형 유통업체를 조사할 때, 대형 유통업체 측에서 식품가공업체에 의견서(참고인 조사)를 원하는 경우가 있음. • 식품안전검사를 위한 제품 등록 시 레시피 유출 문제가 야기됨. 이러한 정보를 통해서 대형 유통사 측에서 제조사를 발굴하는 사례들이 존재한다는 의견이 제시되었음.
정책방향 관련 의견	(공통의견) • 불공정한 관행 적발 시 제재를 강화할 필요가 있음. • 식품가공업체를 제도적으로 보호하고, 신고하여도 익명성이 보장될 수 있도록 개선이 필요함.	

<표 3-4>의 계속

	문제 유형	세부 내용
		(대형 식품가공업체 의견) • 새로운 제도가 시행되더라도 비용이 전가될 우려가 있음. 대형 유통업체에 규제가 강화될 경우, 그 규제로 인한 예상 비용이 전가될 가능성이 있음. • 과징금 징수 등의 금전적인 제재는 비용이 전가될 우려가 있는 바, 영업정지 처분 등의 비용전가 가능성이 비교적 낮은 제재를 고려해보는 것이 필요함. (중소 식품가공업체 의견) • 유통업체에 중소 식품가공업체의 제품에 대한 쿼터제를 도입하면 중소기업제품의 판매를 강화할 수 있음. • 자체적인 교육프로그램을 운영하기 힘든 중소기업들에는 별도의 교육프로그램이 필요함. (대형 유통업체의 의견) • 대부분의 식품가공업체가 OEM을 활용하고 있는 등의 이유로 인해 고용의 양적 증대에 관련해서는 그다지 영향이 없을 것으로 내다봄. • 현재 규정이 모호하게 받아들여지는 경우가 많아, 명확한 기준을 확립해야 할 것으로 판단됨. • 손해배상보다는 상호 간 협조 강화가 서로에게 이익이 될 것으로 보임. 손해배상제도가 시행될 시 대형 유통업체 측에서는 대비를 위해 내부 규정이 강화되어 식품가공업체 또한 어려움을 겪을 수 있으며, 일반 업체도 피해를 볼 수 있음. • 상호 간 기준 공유를 통해 명확히 이해될 필요가 있음. 가능하다면 규정을 품목별로 세분화하여 물류비가 높은 제품의 경우 기준을 조정하는 것이 필요함. 조정된 명확한 세부 기준이 고시되면 상호 간 원활한 조율이 가능해질 것으로 전망됨. (전문가그룹 의견) • 식품가공업체가 공동 대응을 통해 대형 유통업체와 교섭하는 방법은 교섭력을 증진시켜 인센티브를 이용한 규제보다 효과적일 것으로 생각됨. 반면 가격상승 등으로 인해 소비자 후생을 감소시킬 여지가 큼. 따라서 신중하게 접근할 필요가 있음. • 공정거래관행 정착을 통해서 식품가공업체가 안정되고 대형 유통업체와 상생해 나가게 된다면 고용이 안정되는 효과가 있을 것으로 예상됨. • 과도한 과징금 징수는 대형 유통업체의 부담을 가중시켜 비효율을 초래할 수 있음. 따라서 최적 수준에 대한 연구와 논의가 필요함. • 공정거래관행 정착은 사회적 후생을 고려하는 관점에서 접근하는 것이 필요한 바, 모든 경제주체의 의견을 수렴하는 것이 바람직하며, 상생 환경 조성에 중점을 둘 필요가 있음.

<표 3-4>의 계속

	문제 유형
	• 2013년부터 편의점을 중심으로 자율조정제도를 도입한 결과, 분쟁 건수가 크게 줄었음. 따라서 대형 유통업체들도 자체 자율조정위원회를 도입하고 동반성장지수 평가에 반영하면 긍정적인 결과를 기대해 볼 수 있을 것으로 판단됨. • 규제 이행 시에 풍선효과는 불가피하며, 풍선효과 자체를 완전히 제거하는 것은 불가능한 바, 제거의 대상이라기보다는 관리의 대상으로 바라보는 것이 필요함. • 현재 공정위에서 익명제보센터를 운영하고 있으나 홍보가 부족한 실정임. • 정부 중심의 규제가 아닌 식품가공업체와 대형 유통업체가 자생적으로 문제를 해결할 수 있도록 유도하는 것이 필요함. • 규제 중심의 정책방향을 계속적으로 추진할 시 규제 집행 및 유통업체 감시를 위한 행정비용이 상당한 수준으로 증가할 것으로 생각됨. 민사적인 구제수단 확충 등을 통해 불공정거래 관행을 개선해 나가는 것이 바람직해 보임. • 식품가공업체가 안정적으로 대형 유통업체에 납품할 수 있는 환경을 조성하는 것이 필요함. • 식품가공업체의 선택권을 넓혀줄 필요가 있음. 식품가공업체로 하여금 불공정행위가 존재할 때 대안적인 선택을 가능하게 함으로써, 대형 유통업체들의 경쟁을 유도할 수 있음. • 식품가공업체에 일정률 이상의 마진을 보장해주는 방향의 정책과 함께 판로를 지속적으로 유지 가능하도록 도와주는 방향의 정책이 필요함. 납품업체 입장에서도 미래를 예측하여 계획을 수립하는 것이 가능해질 것으로 예상됨.

제3절 FGI 결과의 공정거래 관행 정착 방안에 대한 시사점

□ FGI에서 언급된 의견들의 유형을 중심으로 주요 결과를 정리해보면 다음 표와 같이 나타낼 수 있음.

□ 대규모유통업법 관련 의견에서는 상품의 반품, 경제적 이익 제공 요구, 경영정보요구 문제가 대형 식품가공업체와 중소 식품가공업체 양측 모두에서 지적되었음.

○ 상품의 반품과 경제적 이익 제공 요구에 대해서는 두 가지 유형 모두에서 중소 유통업체 관련 문제가 지적되었음. 그러나 대규모유통업법의 적용대상이 제한되어 있어 이러한 중소 유통업체 관련 문제의 경우에는 공정거래법의 적용을 받는 것이 타당한 것으로 판단됨.

〈표 3-5〉 의견 유형을 중심으로 나타낸 FGI 주요 결과

		대형 식품가공업체	중소 식품가공업체
대규모 유통업법 관련 의견	서면 교부	개선됨	개선됨
	상품대금 감액	개선됨	개선됨
	상품판매대금 지급	개선됨	지적
	상품수령 거부	지적	미언급
	상품의 반품	지적	지적
	판매촉진비용 전가	개선됨	개선됨
	납품업자의 종업원 사용	개선됨	개선됨
	배타적 거래	미언급	지적
	경제적 이익 제공 요구	지적	지적
	경영정보 요구	지적	지적
	상품권 구입 요구	개선됨	개선됨
대규모 유통업법 미관련 의견	PB 관련 문제	지적	지적
	익명성 부재로 인한 보복 가능성으로 발생하는 문제	지적	지적
	비계획적인 생산량 발주로 인해 발생하는 문제	지적	지적
	새로운 유형의 비용 발생 문제	미언급	지적
	기타 지적사항	지적	지적

□ 또한 FGI 주요 결과를 개선 여부에 따라 정리해 보면 다음과 같은 표로 나타낼 수 있음. 대형 식품가공업체는 전체 의견 유형 16가지 중 개선되었다는 의견을 나타낸 유형이 6건, 개선될 필요가 있다고 지적한 유형의 문제가 8건, FGI 중 의견이 나타나지 않은 문제가 2건으로 나타났음. 중소 식품가공업체는 개선되었다는 의견 유형이 5건, 개선이 필요하다고 지적한 유형이 10건, 미언급 1건으로 나타나 대형 식품가공업체 대비 중소 식품가공업체의 경우 개선이 필요하다는 지적이 상대적

으로 높게 나타났음. 따라서 향후 정책수립에 있어 중소 식품가공업체의 이러한 실정을 고려한 대책이 마련될 필요가 있는 것으로 판단됨.

〈표 3-6〉 FGI 주요 결과

(단위 : 유형)

	대형 식품가공업체			중소 식품가공업체		
	개선됨	지적	미언급	개선됨	지적	미언급
대규모유통업법 관련 의견	6개	4개	1개	5개	5개	1개
대규모유통업법 미관련 의견	-	4개	1개	-	5개	-
합 계	6개	8개	2개	5개	10개	1개

□ 식품가공업 대기업그룹과 중소기업그룹 모두에서 보복가능성으로 인해 익명성 확보가 필요하다는 의견이 언급되는 한편, 전문가 그룹에서는 현재 익명제보센터가 운영되고 있다는 논의가 있었음. 따라서 익명제보센터의 확대와 홍보를 통하여 식품가공업체들의 익명제보센터 활용도를 높이는 방안 마련이 필요할 것으로 생각됨.

□ 또한 대규모유통업법이 시행되기 이전에는 식품가공업체에서 직원들에게 보너스를 상품권으로 지급하는 상품권 구입 종용 관행이 존재하였으나, 법 시행 이후에는 보너스를 현금으로 정상적으로 지급할 수 있게 되었음. FGI에서 언급된 바와 같은 이러한 보너스의 현금 지급은 근로자의 후생증대에 도움이 될 것이며, 포괄적인 의미에서 "고용의 질적 성장"에 기여할 수 있을 것으로 판단됨. 이러한 주장의 근거는 보너스를 통한 현금 수입의 증대 및 이에 따른 근로자 후생증대가 국제노동기구(ILO)의 고용의 질 지표에 관련되어 있는 11가지 세부 변수[8] 중 하나인 "적당한 수입과 생산적 노동"이라는 변수와 연결될 수 있다는 데 있음. 고용의 양적 측면과 질적 측면을 함께 고려하는 시각이 필요한 시점

8) 고용의 질 지표 관련 11가지 세부 변수로는 고용기회, 철폐되어야 할 노동항목(예, 자영업에 종사하는 아동비율 등), 적당한 수입과 생산적 노동, 적절한 노동시간, 고용안정성, 일과 가정의 양립, 여성의 취업률(고용평등), 안전한 작업환경, 사회보장, 사회적 대화, 경제사회적 맥락 등이 있음.

에서 대규모유통업법 시행에 따른 이러한 관행의 개선은 의의가 있다고 생각됨.

□ 대규모유통업법하에서 관리되는 유형의 문제에 대해서는 크게 개선되었다는 의견이 많음. 하지만 풍선효과로 인해 억눌려진 문제가 다른 형태로 나타나 식품가공업체의 이윤을 저해하고 있는 것으로 파악됨. 한편, 장기적인 공정거래 관행 정착을 유도하기 위해 어느 정도 수준의 단기적인 풍선효과 발생은 불가피하다는 시각도 존재함. 이러한 시각은 풍선효과가 대형 유통업체의 급격한 이윤 감소 문제 해소에 단기적으로는 어느 정도 기여할 수 있으며, 장기적인 공정거래 관행 정착에 도움이 될 수 있다는 관점을 반영하는 것임. 현실적으로 풍선효과를 완벽히 제거하는 것은 불가능할 수 있으며, 따라서 풍선효과를 제거의 대상이라기보다는 관리의 대상으로 바라보는 관점에서 이에 대한 대책을 수립하는 것이 필요할 것으로 판단됨. 풍선효과의 관리에는 판매수수료 공개대상의 확대와 같이 가능한 정보의 최대한 공개 등을 통하여 불공정거래 관련 시장 참여자로 하여금 합리적 판단이 가능하게 하는 방식이 활용될 수 있음. 또한 예상되지 못한 풍선효과의 관리를 위하여 관련 정책의 유연한 적용이 가능한 방식, 즉 일상적인 감시 및 제재를 벗어난 경우 이를 포괄할 수 있는 정책 등이 고려될 수 있음. 최근 발표된 공정위의 불공정거래 대책은 이러한 시각을 반영한 것으로 판단되며, 특히 판매수수료 공개대상의 확대 및 매년 민원 빈발·급증 분야를 중점 개선분야로 선정하여 거래실태를 집중 점검하도록 개선하는 대책 등은 예상되는 풍선효과의 관리 관점에서 적절한 대응 방안이라고 판단됨.

□ 대형 유통업체와 식품가공업체의 관계는 서로 상생하는 관계이며, 다양한 방식으로 연계되어 있음. 한편 제품의 최종적인 소비는 소비자에 의해 이루어진다는 것을 고려하였을 때, 대형 유통업체와 식품가공업체의 공정거래 관행 확립에는 소비자 또한 중요한 이해당사자로 연루되어 있다고 할 수 있음. 따라서 소비자의 후생 증대 측면에서 이러한 공정거래

관행 확립 문제가 구체적으로 논의될 필요가 있음. 이를 위해 공정거래 관련 홍보 및 교육 등의 방법으로 소비자에게 충분한 정보를 제공하여 공정거래 관행의 정착에 일조할 수 있도록 하여야 함.

○ 또한 현재 대형 유통업계는 치열한 경쟁상황에 놓여 있어 각 대형 유통업체는 브랜드 이미지 개선과 차별화에 힘을 쏟고 있는 실정임. 대형 유통업체와 식품가공업체 간 공정거래에 대한 소비자의 인식 제고 또한 필요함. 이러한 점을 반영하여 공정거래에 대한 국민적 관심, 언론의 감시 기능 제고 등의 노력이 함께 경주될 때 조속한 공정거래 정착이 이루어질 수 있을 것으로 판단됨.

제4장

공정거래 관행 정착의 고용효과 정량 분석

□ 본 장에서는 본 연구를 위해 시행된 식품가공업체 대상 전화 설문조사 결과를 바탕으로, 공정거래위원회가 최근에 발표한 식품가공업체와 대형 유통업체 간 공정거래 관행 정착 방안이 효과적으로 시행될 때 나타날 고용의 양 및 질에 대한 효과를 정량적으로 추정하여 제시하고자 함.

제1절 분석 자료

□ 공정거래위원회가 2017년 8월에 발표한 "유통분야 불공정거래 근절대책"이 취지대로 제대로 시행될 경우, 식품가공업체가 경험할 고용의 양과 질에 있어서의 개선 정도를 정량적으로 추정하기 위한 기초자료 수집 목적의 전화 설문조사를 2017년 9월 중 전문 조사업체에 의뢰하여 실시하였음.[9)]

9) 한편 최근 발표된 공정위의 종합대책 시행으로 말미암아 대형 유통업체에 대해 일부 부정적인 고용효과가 발생할 가능성을 완전히 배제할 수 없음. 다만 본 연구 과정에서 이러한 가능성을 탐색하기 위한 목적의 인터뷰를 다수의 대형 유통업체에 요청하였으나 실제 응한 업체는 한 곳에 불과하였음. 더불어 인터뷰에 응한 대형 유통업체에서는 공정위의 종합대책 시행이 대형 유통업체에 미칠 부정적 고용효과에 대해 별다른 언급을 하지 않은 관계로, 본 연구에서는 대형 유통업체에 대한 고용효과 분석을 연구 주제에서 제외하였음을 밝힘.

○ 식품가공업 분야 조사 대상 기업(사업체 아님) 수는 100곳이고, 실제 대형 유통업체와의 거래 관계가 진행 중인 기업만을 선별하여 표본에 포함하였음.[10]

○ 종사자규모별 기업체 수 분포에 있어 통계청 광업제조업조사에 나타난 식료품 제조업 및 음료 제조업 부문의 실제 분포에 근접하도록 표본을 설정하였음(<표 4-1> 참조).

<표 4-1> 식품가공기업 종사자규모별 분포 : 본 조사 표본 및 광업제조업조사 간 비교

종사자 수	본 전화설문조사		통계청 광업제조업조사(2014년)	
	기업 수	비중(%)	기업 수	비중(%)
10~49명	80	80.0	3,871	83.4
50~99명	10	10.0	470	10.1
100명 이상	10	10.0	302	6.5
합 계	100	100.0	4,643	100.0

자료 : 자체 설문조사 자료 및 통계청 광업제조업조사 KOSIS 게재 자료.

○ 특히 조사 대상 업체에 대해 과거 정부가 발표한 정책이 제대로 시행되지 않아 효과가 없었던 경험을 기반으로 답변하지 말고, 이번 공정위 발표 대책이 그 취지대로 제대로 시행되는 경우를 상정하여 답변해줄 것을 명시적으로 요청하였음.

○ 해당 설문조사에서는 관련 자료 제시 후 다음의 다섯 가지 문항에 대한 답변을 요청하였음(<부록> 설문조사지 참조).

- 귀사의 현재 고용인원(정규직 및 비정규직 포괄)은 몇 명입니까?
- 귀사의 연간 영업이익이 1,000만 원 증가했다고 가정합니다. 이러한 영업이익 증가에 따른 다양한 사유(판로개척 확대, 마케팅활동 증대, 기타 다양한 사유)로 인해, 귀사의 연간 매출액은 궁극적으로 얼마나 증가한다고 볼 수 있습니까?

10) 이는 최근 발표된 공정위의 종합대책에 일정 수준 이상의 관심이 있고 그로 인한 영향에 대해 신뢰할 만한 예측치를 제시할 수 있는 기업을 선별하기 위해서이며, 현재 대형 유통업체와 거래 관계가 없는 기업이라고 해서 향후 공정거래 관행 정착의 수혜를 받을 가능성을 배제하고자 하는 의도가 아님을 밝힘.

- 이때 영업이익률을 활용해서 역산할 것을 요청하는 게 아니라, 어떤 원인에 의해 영업이익이 먼저 늘었을 때, 중간에 시차가 있더라도 궁극적으로 매출액 증가로 이어지는 액수가 얼마인지 묻는 것임을 명시함.

– (공정거래위원회가 2017년 8월에 발표한 "유통분야 불공정거래 근절대책" 내용 설명 후) 위의 종합대책이 취지대로 제대로 시행될 경우, 각종 비용 부담 절감 등을 통해 귀사의 연간 영업이익이 얼마나 증가할 것으로 예측하십니까?

– 위의 종합대책이 취지대로 제대로 시행될 경우, 납품물량 예측 가능성 증대 등으로 인해 귀사의 고용인원에서 정규직이 차지하는 비중이 얼마나 증가할 것으로 예측하십니까?

– 위의 종합대책이 취지대로 제대로 시행될 경우, 납품물량 예측 가능성 증대 등으로 인해 귀사에서 고용한 근로자의 주당 근로시간이 평균적으로 얼마나 감소할 것으로 예측하십니까?

○ 이러한 설문 구조가 염두에 두고 있는, 식품가공업체와 대형 유통업체 간 공정거래 관행 정착이 고용의 양 증가 및 질 개선으로 이어지는 메커니즘은 다음과 같음.

– 대형 유통업체와의 공정거래 관행 정착은 각종 비용 부담 절감 등을 통해 식품가공업체의 연간 영업이익을 증가시킴.

– 이렇게 증가된 영업이익을 바탕으로, 식품가공업체는 판로개척 확대, 마케팅활동 증대, 기타 다양한 경로를 통해 연간 매출액을 증가시킴.

– 이렇게 증가된 식품가공업체의 매출액은 식품가공업 부문의 고용계수를 거쳐 고용인원 증가로 이어짐.

– 한편 대형 유통업체와의 공정거래 관행 정착은 납품물량 예측 가능성 증대 등을 통해 식품가공업체의 고용인원에서 정규직이 차지하는 비중을 증가시키고, 고용된 근로자의 주당 근로시간을 감소시킬 것으로 상정됨.

제2절 분석 결과

□ 100개 식품가공 기업에 대한 문항별 조사 결과의 요약통계는 <표 4-2>에 제시됨.

<표 4-2> 식품가공기업 설문조사 결과 요약통계

	산술평균	중윗값	최댓값	최솟값	표준편차
현재 고용인원(명)	41.4	28.0	300	10	47.7
연간 영업이익 1,000만 원 증가 시 연간 매출액 증가(백만 원)	432.6	310.0	1,750	0	410.7
공정위 종합대책으로 인한 연간 영업이익 증가 예측(백만 원)	52.7	21.7	532	0	86.3
공정위 종합대책으로 인한 정규직 비중 증가 예측(%p)	8.8	7.5	35	0	8.8
공정위 종합대책으로 인한 주당 근로시간 감소 예측(시간)	0.32	0	5	0	0.9

자료 : 자체 설문조사 자료

○ 전화 설문조사에 응한 100개 식품가공 기업의 평균 고용인원은 산술평균 기준 41명 남짓, 중윗값 기준 28명으로 나타남.

○ 연간 영업이익이 1,000만 원 증가할 경우 다양한 사유(판로개척 확대, 마케팅활동 증대, 기타 다양한 사유)로 인해 증가하는 연간 매출액은 산술평균 기준 4억 3,000만 원 남짓, 중윗값 기준 3억 1,000만 원으로 나타남.

○ 공정거래위원회가 2017년 8월에 발표한 "유통분야 불공정거래 근절대책"이 취지대로 제대로 시행될 경우, 각종 비용 부담 절감 등을 통해 증가할 것으로 예측되는 연간 영업이익은 산술평균 기준 5,200만 원 남짓, 중윗값 기준 2,100만 원 남짓으로 파악됨.

○ 공정위의 종합대책이 취지대로 시행될 경우, 납품물량 예측 가능성 증대 등으로 인해 증가할 것으로 예측된 정규직 비중은 산술평균 기준

8.8%p, 중윗값 기준 7.5%p인 것으로 나타남.

○ 공정위의 종합대책이 취지대로 시행될 경우, 납품물량 예측 가능성 증대 등으로 인해 감소할 것으로 예측된 평균 주당 근로시간은 산술평균 기준 0.3시간 남짓, 중윗값은 0시간인 것으로 파악됨.

□ 본 연구에서는 100개 식품가공 기업에 대한 전화 설문조사 결과의 원자료를 활용하여, 다음과 같은 방식으로 대형 유통업체와의 공정거래 관행 정착의 고용효과를 산출하였음.

○ 공정위가 발표한 종합대책이 취지대로 시행될 경우 그로 인해 증가할 것으로 각 기업에 의해 예측된 영업이익 답변 결과와, 일정 단위 영업이익 증가 시 각 기업에 의해 예측된 매출액 증가 답변 결과를 활용하여, 공정위 대책이 제대로 시행될 때 각 기업별 매출액 증가 예측치를 도출할 수 있음.

○ 이렇게 도출된 기업별 매출액 증가 예측치에 대해, 한국은행 경제통계시스템(http://ecos.bok.or.kr/)에서 제공되는 2010년 실측표 기준 산업연관표의 2014 연장표에 나타난 식료품 제조업의 고용계수 2.6(10억 원당)을 곱하는 방식으로 해당 기업의 고용인원 증가를 예측함.

○ 이처럼 각 기업에 대해 산출된 고용인원 증가 예측치를 각 기업의 현 종사자 수와 대비하여 그 퍼센티지를 계산한 후, 설문조사에 응한 100개 기업에 대해 고용증가 퍼센티지의 중윗값(median)을 산정함.

  – 산술평균 대신 중윗값을 산정하여 활용하는 이유는, 지나치게 낙관적인 전망을 내놓은 일부 기업으로 인해 대표성이 떨어지는 평균값을 활용하게 되는 문제를 방지하기 위해서임.[11]

○ 이렇게 중윗값을 활용하여 산출된 평균 고용증가 퍼센티지를 바탕으로, 식품가공업 전체의 고용증가 인원을 추정하였음.[12]

---

11) 실제로 100개 표본 기업의 고용증가 퍼센티지 예측치의 산술평균은 19.5%에 달하는 것으로 나타나, 중윗값 5.5%에 비해 확연히 높게 나타남.

12) 식품가공업 전체 고용인원 중 현재 대형 유통업체와 납품 거래 관계를 맺고 있는 기업의 고용인원에 대해서만 고용증가 퍼센티지를 곱하는 것이 더 정확하다는 견해가 있을 수 있으나, 거래 관계를 현재 맺고 있는 기업의 비중을 파악하는 것이

○ 다만 이에 따른 고용효과 추정 결과는 설문조사 시 최근의 공정위 발표 대책이 그 취지대로 제대로 시행되는 경우를 상정하여 답변해줄 것을 강조한 데 따른, 긍정적인 고용효과의 최대치를 나타내는 것으로 간주해야 하므로, 현실적으로 발현될 것으로 예상할 수 있는 고용효과의 범위는 이러한 최대치의 25~75% 구간에 속할 것이라 가정하고자 함.

○ 한편 질적 고용효과의 경우엔 전화 설문조사 결과를 단순 적용하되, 역시 산술평균보다는 중윗값을 더욱 대표성 있는 평균 개념으로 보아 활용하는 방식을 택함.

○ 다만 질적 고용효과에 대해서도 양적 고용효과 추정에서와 마찬가지 이유로 현실적으로 발현될 고용효과 범위가 최대치의 25~75% 구간에 속한다고 가정함.

□ <표 4-3>은 위의 방식을 적용한 양적 고용효과 산출 결과를 보여줌.

○ <표 4-3>에 제시된 결과는 최근 발표된 공정위의 종합대책이 시행됨에 따라 현실적으로 기대 가능한 식품가공업의 양적 고용증가는 2,681명에서 8,042명 사이에 속할 것으로 추정됨을 보여줌.

○ 이는 식품가공업체와 대형 유통업체 간 공정거래 관행이 정착될 경우 그 주된 정책 목적의 달성뿐만 아니라, 고용의 양에 있어서도 상당히 긍정적인 효과가 있을 수 있음을 시사함.

<표 4-3> 공정위 종합대책의 양적 고용효과 추정 결과

(A) 식품가공업 전체 고용인원(광업제조업조사 2014년 기준, 명)	(B) 공정위 정책 시행을 통한 고용증가 비율 예측 중윗값(%)	(C=A*B) 식품가공업 전체 고용인원 증가 최대치(명)	(B*0.25~B*0.75) 식품가공업 전체 고용증가 비율의 현실적 범위(%)	(C*0.25~C*0.75) 식품가공업 전체 고용인원 증가의 현실적 범위(명)
194,945	5.5	10,722	1.4~4.1	2,681~8,042

자료 : 자체 설문조사 자료 및 통계청 광업제조업조사 KOSIS 게재 자료.

용이하지 않고, 현재 대형 유통업체에 납품하지 않더라도 향후 납품 거래 관계를 맺게 될 가능성이 상존함을 감안하여, 통계청 광업제조업조사에 나타난 식품가공업 전체 고용인원을 그대로 활용하였음.

□ 다만 <표 4-3>에 제시된 정량분석 결과를 해석하는 데 있어 다음의 사항에 주의해야 함.

○ "최근의 공정위 발표 대책이 그 취지대로 제대로 시행되는 경우"라는 것은 기본적으로 상당한 정책 시차를 전제로 하고 있다고 보아야 함.
○ 즉 최근 발표된 종합대책이 취지대로 시행되고 있는지 일선 기업들이 판단하는 데에는 최소 수 년의 세월이 필요할 것이며, 민간 기업들의 최종 판단이 이루어져 고용효과가 실제로 발현될 때까지는 발표된 정부 대책이 흔들림 없이 지속적으로 추진되어야 한다는 전제가 반드시 충족되어야 할 것임.
○ 즉 최소한 단기적으로는 별다른 고용증가 효과가 나타나지 않을 가능성이 높음을 염두에 두어야 함.

□ 한편 공정위의 종합대책이 취지대로 시행됨에 따른 질적 고용효과 추정 결과는 다음과 같음.

○ <표 4-2>에 제시된 대로, 납품물량 예측 가능성 증대 등으로 인해 증가할 것으로 예측된 정규직 비중의 평균(중윗값 기준)은 7.5%p인 것으로 나타남.
○ 이는 현실적으로 공정위 대책 시행에 따른 정규직 비중 증가 비율이 1.9~5.6%p에 속할 것으로 추정됨을 의미함.
○ 한편 <표 4-2>는 감소할 것으로 예측된 평균 주당 근로시간(중윗값 기준)이 0시간, 즉 주당 근로시간에 대해서는 영향이 없을 것으로 예측된 결과를 보여줌.

□ 이러한 질적 고용효과 추정 결과는 최근 발표된 공정위의 종합대책이 취지대로 제대로 시행될 경우 식품가공업 내 정규직 비중 상승에 대해서는 상당한 효과가 나타날 수 있는 반면, 근로시간 감축에 대해서는 별다른 효과가 없을 것임을 시사함.

○ 고용노동부의 고용형태별 근로실태조사 2015년도 원자료를 분석해보

면 식품가공업의 정규직 비중은 84.7%로 제조업 전체 평균 87.7%에 비해 다소 낮게 나타나는데, 본 연구의 설문조사에서 도출된 정규직 비중 증가 폭의 범위인 1.9~5.6%p가 현실화된다면 식품가공업의 정규직 비중이 86.6~90.3%에 달해 제조업 전체 평균을 넘어설 가능성이 있는 것으로 예측됨.

○ 한편 고용노동부의 고용형태별 근로실태조사 2015년도 원자료에 나타난 식품가공업의 평균 주당 근로시간은 46.2시간으로서, 본 연구의 설문조사를 통해 도출된 예측치에 따르면 대형 유통업체와의 공정거래 관행이 제대로 정착되더라도 이러한 주당 근로시간은 거의 그대로 유지될 것으로 파악됨.

제3절 시사점

□ 최근 공정위가 발표한 종합대책이 원래 취지대로 시행되어 대형 유통업체와의 공정거래 관행이 제대로 정착될 경우, 식품가공업에 미치는 양적 고용효과는 단기적으로는 0에 가깝고 중장기적으로는 현재 식품가공업 부문 고용인원의 1.4~4.1%, 인원 수로는 2,681~8,042명에 이를 것으로 예측됨.

○ 대형 유통업체와의 공정거래 관행이 더 잘 정착되는 것이 식품가공업체의 각종 비용 부담을 절감시켜 영업이익을 늘리는 데에는 단기적으로 효과가 있을 수 있으나, 이러한 영업이익 증가가 식품가공업체의 판로 개척 확대 및 마케팅 활동 증대 등을 유도함으로써 매출액을 늘려 고용 증대로 연결되는 것은 단기간 내에 이루어지기 힘듦.

○ 현 정부 초기에 대대적으로 추진되고 있는 여러 부문의 공정거래 관행 정착이 제대로 이루어지면 경제 전체적으로 자원배분의 효율성을 제고하여 장기 경제성장에도 도움이 되고 일자리 창출에도 궁극적으로 유익할 것이나, 현재 추진되고 있는 정책이 일회성 이벤트가 아니라 장기적

으로 흔들림 없이 지속될 것이라는 확신을 민간 경제주체들에게 심어주어야만 그 정책효과가 장기적으로 실현될 수 있을 것임.

○ 따라서 공정거래 관행 정착을 위한 정책 시행이 단기적으로 큰 고용효과를 가질 것이라는 기대하에 민간 기업에 즉각적인 일자리 창출 압박을 가하기보다, 지속적인 정책적 노력 및 민간의 자율적인 협력 유도를 통한 공정거래 관행 정착이 대형 유통업체와의 상생으로 이어져, 중장기적으로 식품가공업체의 경영 환경이 개선되고 자연스럽게 고용이 창출될 수 있도록 하는 것이 바람직할 것임.

○ 이러한 중장기적 고용 증대가 가능하기 위해서는 식품가공업 분야 인력 양성 및 공급이 원활히 이루어져야 하는데, 식품가공업의 인력 부족률이 제조업 전체에 비해 지속적으로 높아져 왔으며 그 격차가 최근으로 올수록 더 확대된 것으로 나타남(국가통계포털, 고용노동부 직종별사업체노동력조사).

○ 더불어 관련 기능인력 양성에 있어 핵심적 역할을 담당해야 할 특성화고의 숫자가 적고 졸업생 규모도 미약하며(교육부 학교알리미 사이트, http://www.schoolinfo.go.kr) 교육내용에 대해서도 의문이 제기되고 있는 것으로 파악됨.

○ 향후 체계적인 이론교육 및 현장실습 과정을 이수한 우수한 기능인력의 원활한 수급을 위해 식품가공 분야에 특화된 마이스터고 및 특성화고 추가 설립 및 정원 확대, 커리큘럼 내실화 등을 검토해나갈 필요가 있음.

□ 한편 최근 공정위가 발표한 종합대책이 원래 취지대로 시행될 경우 식품가공업에 미치는 질적 고용효과에 있어, 납품물량 예측 가능성 증대 등을 통해 정규직 근로자 비중이 현재보다 1.9~5.6%p가량 상승할 수 있을 것으로 예측됨.

○ 다만 이러한 질적 고용효과 역시 실제로 발현되기 위해서는 상당한 정책 시차가 있을 것으로 보이므로, 양적 고용효과의 경우와 마찬가지로 현재 추진되고 있는 정책이 장기적으로 지속될 것이라는 확신을 민간 경제주체들이 가질 수 있어야만 그 정책효과가 실현될 수 있을 것임.

제5장

공정거래 관행 정착 관련 고용전략 제언

○ 불공정 관행의 근절을 위해서는 일시적이고 단편적인 해결책보다는 장기적이고 종합적인 접근이 필요할 것으로 판단됨. 이는 유통업체의 과도한 교섭력과 시장지배력 등 보다 근본적인 불공정행위의 원인 탐색이 우선되어야 함을 의미하며, 구체적으로 일상적인 감시 및 제재와 함께 예상하지 못한 불공정행위가 발생할 경우 이를 포괄할 수 있는 방식의 정책 기조가 필요함을 의미함. 예를 들어, 익명제보센터의 활용도 제고 및 매년 민원이 급증하는 분야를 중점 개선분야로 선정하여 거래실태를 집중 점검하도록 하는 방안 등은 이러한 관점에서 실익이 큰 대책으로 판단됨.

□ 대형 유통업체의 과도한 교섭력과 시장지배력을 억제할 수 있는 방향으로 규제 시스템이 확보될 필요가 있으며, 동시에 유통업체와 납품업체 간 상생구조의 확립을 통한 건전한 생태계 조성에 정책적인 노력을 기울일 필요가 있음. 최근 발표된 공정위의 유통업태별 자율개선방안 확대안 및 2013년 도입된 자율조정제도 등은 납품업체뿐만 아니라 유통업체가 모두 참여하여 의견수렴 및 협의를 통하여 추가 개선과제 발굴 및 애로 문제를 해결할 수 있도록 설계됨. 이러한 측면에서 앞의 대책은 유통업체와 납품업체를 아우르는 건전한 생태계 조성에 도움이 될 수 있을 것으로 생각됨. 이러한 건전한 생태계 조성은 장기적으로는 식품가공업체와 대형 유통업체가 자생적으로 문제를 해결할 수 있는 기반을

마련해 줄 것으로 기대됨.

□ 공정한 거래질서 확립에 있어 식품가공업체의 입장만을 고려하는 것이 아니라 유통업체 측과 소비자의 관점까지 포괄하여 종합적으로 해결책을 모색할 필요가 있음. 이러한 관점에서, 최근 발표된 공정위의 유통분야 불공정거래 근절대책에 포함되어 있는 판매수수료 공개 대상 확대 방안은 소비자에게 정확한 정보를 제공한다는 점에서 큰 의의가 있으며, 유통업태별 자율개선방안 확대안 또한 유통업체 측의 의견이 개진될 수 있다는 점에서 의의가 있음. 이와 같이 소비자와 유통업체의 관점이 포괄적으로 고려될 수 있는 대책의 지속적인 활용이 필요하다고 생각됨.

□ 향후 대형 유통업체에 집중되어 있던 단속, 제재 등의 집행을 점진적으로 넓혀나갈 필요성이 있는데, 현실적 여건을 고려해 중견 유통업체로까지 적용범위를 점차 확대해 나갈 수 있는 기반을 마련할 필요성이 있음.

□ 익명제보센터의 확대 및 홍보를 통하여 식품가공업체들의 익명제보센터 활용도를 높이는 방안을 마련할 필요가 있음.

□ 현실적으로 풍선효과를 완벽히 제거하는 것은 불가능할 수 있으며, 따라서 풍선효과를 제거의 대상이라기보다는 관리의 대상으로 바라보는 관점에서 이에 대한 대책을 수립하는 것이 필요할 것으로 판단됨. 풍선효과의 관리에는 판매수수료 공개 대상의 확대와 같이 가능한 정보의 최대한 공개 등을 통하여 불공정거래 관련 시장 참여자로 하여금 합리적 판단이 가능하게 하는 방식이 활용될 수 있음. 또한 예상되지 못한 풍선효과의 관리를 위하여 관련 정책의 유연한 적용이 가능한 방식, 즉 일상적인 감시 및 제재를 벗어난 경우 이를 포괄할 수 있는 정책 등이 고려될 수 있음. 최근 발표된 공정위의 불공정거래 대책은 이러한 시각을 반영한 것으로 판단되며, 특히 판매수수료 공개대상의 확대 및 매년

민원 빈발·급증 분야를 중점 개선분야로 선정하여 거래실태를 집중 점검하도록 개선하는 대책 등은 예상되는 풍선효과의 관리 관점에서 적절한 대응 방안이라고 판단됨.

□ 소비자의 후생 증대 측면에서 공정거래 관행 확립 문제가 구체적으로 논의될 필요가 있음. 이를 위해 공정거래 관련 홍보 및 교육 등의 방법으로 소비자에게 충분한 정보를 제공하여 공정거래 관행의 정착에 일조할 수 있도록 하여야 함. 이를 반영하여 공정거래에 대한 국민적 관심, 언론의 감시 기능 제고 등의 노력이 함께 경주될 때 조속한 공정거래 정착이 이루어질 수 있을 것으로 판단됨.

□ 공정거래 관련 정책 시행이 단기적으로 큰 고용효과를 가질 것을 기대하면서 민간 기업에 즉각적인 일자리 창출을 압박하기보다, 정책적 노력의 지속 및 민간의 자율적인 협력을 통한 공정거래 관행 정착이 대형 유통업체와의 상생으로 이어짐으로써, 중장기적으로 식품가공업체의 경영 환경 개선 및 일자리 창출이 자연스럽게 이루어질 수 있도록 해야 할 것임.

참고문헌

고용노동부, 고용형태별근로실태조사 원자료.

공정거래위원회(2017. 08), "대형 유통업체와 중소 납품업체간 거래관행 개선방안" 보도자료, 공정거래위원회.

권순명(2017), 『대규모유통업자의 거래상지위 남용행위에 관한 연구』, 연세대학교 대학원.

김보경(2009), 『대형마트와 제조업체의 불공정거래행위에 관한 연구』, 연세대학교 경제대학원.

윤정근(2009), 『대형마트와 납품 제조업체 간의 협력적 발전을 위한 정책적 제안에 관한 연구』, 유통연구.

이영철, 이국연(2009), 『대형마트의 독과점 현상 및 불공정거래 개선방안』, 한국유통학회 학술대회 발표논문집.

이정희(2014), 『대형 유통업체와 식품가공업체의 거래공정화에 관한 연구』, 한국농촌경제연구원 연구자료.

교육부 학교알리미 사이트, http://www.schoolinfo.go.kr

통계청 국가통계포털, http://kosis.kr

한국은행 경제통계시스템, http://ecos.bok.or.kr/

부록

식품가공업 고용영향평가 관련 설문조사	ID			

안녕하십니까?

한국노동연구원에서는 식품가공업체와 대형 유통업체 간 공정거래 관행 정착의 고용효과와 관련하여 식품가공업체를 대상으로 조사를 진행하고 있습니다. 본 설문 내용은 고용노동부가 발주한 정책연구사업인 고용영향평가사업 중 "식품가공업체와 대형 유통업체 간 공정거래 관행 정착의 고용효과" 보고서 작성을 위한 기초자료로서 활용될 예정이오니, 적극적인 협조를 부탁드립니다.

답변해 주신 내용은 모두 통계분석을 위해서만 사용되며, 선생님의 개인정보는 법에 의해 보호됨을 약속드립니다. 감사합니다.

2017년 9월

※ 본 조사와 관련하여 의문 사항이 있으신 분은 본 조사의 담당자에게 문의하여 주시기 바랍니다.

▣ 조사주관기관 : 한국노동연구원

▣ 조사수행기관 : ㈜메트릭스코퍼레이션 (Tel: 02-6244-0789 / yakim@metrix.co.kr)

DQ. 귀사는 대형마트 등 대형 유통업체와 직접 납품거래 관계를 맺고 계십니까?

① 예 ② 아니오 ☞ 조사중단!

문1. 귀사의 **현재 고용인원(정규직 및 비정규직 포괄)**은 몇 명입니까?

_____명

문2. 귀사의 연간 영업이익이 1,000만 원 증가했다고 가정합니다. 이러한 **영업이익 증가**로 인한 다양한 사유(판로개척 확대, 마케팅 활동 증대, 기타 다양한 사유)로 인해, 귀사의 연**간 매출액은 궁극적으로 얼마나 증가**한다고 볼 수 있습니까?

_____원 증가

※ 응답 주의 사항

영업이익률을 활용해서 역산할 것을 요청 드리는게 아닙니다. 어떤 원인에 의해 영업이익이 먼저 늘었을 때, 중간에 시차가 있더라도 궁극적으로 매출액 증가로 이어지는 액수가 얼마인지 여쭤보는 것입니다.

※ 먼저 공정거래위원회가 2017년 8월에 발표한 "유통분야 불공정거래 근절대책" 내용을 읽어드리겠습니다.

☞ "3대 추진전략이 있고 15개 실천과제가 있습니다. 먼저 첫 번째 추진전략인 "대규모유통업법 집행체계 개선"을 위해 다음의 네 가지 실천과제가 제시되었습니다. "①고질적 악의적 불공정행위로 발생한 피해에 3배 손해보상제 도입", "②**지자체와 협업**을 통한 **분쟁조정제도 운영 확대**", "③....."와 같은 방식으로 설명.
☞ 이때 괄호에 들어있는 내용과 주석에 달린 내용은 설명 불필요.

〈 유통분야 종합대책 - 3대 추진전략, 15개 실천과제 〉

추진전략	실천과제
대규모유통업법 집행체계 개선	◆ 실질적 피해구제를 위한 민사적 구제수단 확충
	* ① 고질적 악의적 불공정행위로 발생한 피해에 **3배 손해보상제** 도입 (상품대금 부당감액, 부당반품, 납품업체 종업원 부당사용, 보복행위) * ② **지자체와 협업**을 통한 **분쟁조정제도 운영 확대**
	◆ 법위반 억지력 제고를 위한 행정적 제재 강화
	③ **과징금 부과기준율 2배 인상**(현재 규제심사 중)
	* ④ 실효성 있는 제재를 위한 **정액과징금 제도 개선** 하반기 법집행체계 개선 T/F 논의를 거쳐 실천과제를 추가 보완할 계획
납품업체 권익보호를 위한 제도적 기반 강화	◆ 법 제도의 사각지대 해소 및 맞춤형 권익보호
	* ⑤ **복합쇼핑몰 아울렛 입점업체**도 **대규모유통업법 보호대상**에 **포함** ⑥ **판매수수료 공개대상**을 **대형마트 온라인쇼핑몰**까지 **확대** ⑦ **분야별 불공정거래 심사지침 제정 확대** (온라인유통 중간유통업체)
	◆ 비정상적 거래, 예측곤란한 위험으로부터 권익보호 장치 마련
	* ⑧ **납품업체 종업원 사용** 시 **대형 유통업체의 인건비 분담의무 명시** ⑨ **최저임금** 등 공급원가 인상 시 **납품가격 조정기반 마련** * ⑩ **판매분 매입 금지** ⑪ **구두발주 부당반품** 피해예방을 위한 **제도적 기반 확충** (계약서에 상품수량 기재 의무화, 부당반품 심사지침 제정)
불공정거래 감시 강화 및 업계 자율협력 확대	⑫ 매년 **중점 개선분야**를 선정해 **집중 점검 관리** - '(17년) 가전 미용 전문점 등, '(18년 案) TV 홈쇼핑, SSM ⑬ 적극적인 신고유도를 위한 **신고포상금 지급 확대** (상한액 : 1억 → 5억원) * ⑭ **대규모유통업거래 공시제도** 도입 ⑮ **유통업태별 자율 개선방안 지속 점검 확대**

* 법개정이 필요한 7개 과제

※ 다음 **문3~5번 응답**은 과거 정부가 발표한 정책이 제대로 수행되지 않아 효과가 없었던 경험을 기반으로 답변하지 마시고, **이번 공정위 발표 대책이 그 취지대로 제대로 수행되는 경우를 상정하여 답변해주시면 감사하겠습니다.**

위의 종합대책이 취지대로 제대로 수행될 경우,		답변
문3.	**각종 비용 부담 절감** 등을 통해 **귀사의 연간 영업이익이 얼마나 증가할 것으로 예측**하십니까?	_____원 증가
문4.	**납품물량 예측 가능성 증대** 등으로 인해 귀**사의 고용인원에서 정규직이 차지하는 비중이 얼마나 증가할 것으로 예측**하십니까?	_____%p 증가 (※ "퍼센트"가 아니라 "퍼센티지 포인트" 단위로 응답)
문5	**납품물량 예측 가능성 증대** 등으로 인해 **귀사에서 고용한 근로자의 주당 근로시간이 평균적으로 얼마나 감소할 것으로 예측**하십니까?	주당_____시간 감소

★ 바쁘신 가운데 지금까지 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다 ★

※ 조사원 기록사항			
기업체명			
응답자 성명		**전화번호**	
부서명		**직 위**	

식품가공업체와 대형 유통업체 간 공정거래 관행 정착의 고용효과

▪ 발행연월일	2017년 12월 26일 인쇄 2017년 12월 29일 발행
▪ 발 행 인	김 승 택 원장직무대행
▪ 발 행 처	**한국노동연구원** 3 0 1 4 7 세종특별자치시 시청대로 370 세종국책연구단지 경제정책동 ☎ 대표 (044) 287-6080 Fax (044) 287-6089
▪ 조판 · 인쇄	거목정보산업(주) (044) 863-6566
▪ 등 록 일 자	1988년 9월 13일
▪ 등 록 번 호	제13-155호

※ 본 보고서의 내용은 한국노동연구원의 사전 승인 없이 전재 및 역재할 수 없습니다.

ISBN 979-11-260-0212-2 (비매품)