

기본연구 | 21-03

# 기업결합 관련 경쟁정책이 혁신생태계에 미치는 영향 연구

박동욱/이은민/강준모

2021. 12





기본연구 | 21-03

# 기업결합 관련 경쟁정책이 혁신생태계에 미치는 영향 연구

박동욱/이은민/강준모

2021. 12



정보통신정책연구원  
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE



## 서 언

플랫폼 경제의 발전은 우리에게 많은 편의와 혜택을 가져다 주었으나, GAFA로 대변되는 빅테크 플랫폼 기업으로의 경제력 집중을 심화시키고 건전한 시장경제의 운영을 저해한다는 주장이 제기되고 있습니다. 특히 플랫폼 기업들이 무분별하게 스타트업을 인수하여 잠재적인 경쟁자의 진입을 저해하고 동적 혁신을 저해한다는 지적에 따라, 국내외 정책 당국에서는 플랫폼 기업의 인수합병에 대한 심사를 강화하고 있는 상황입니다.

그러나 기업의 인수합병은 기존 기업과 스타트업 모두에게 중요한 경영 전략의 하나입니다. 기존 기업은 M&A를 통하여 기술과 인적 자원, 데이터를 획득하고, 성공적인 비즈니스 모델을 자사에 적용하여 기업 가치를 제고합니다. 스타트업은 자신이 개발한 지식재산이나 비즈니스 모델을 다른 기업에 매각함으로써 아이디어를 경제적 가치로 환원할 수 있으며, 이는 또다른 기술 개발을 위한 원동력이 됩니다.

이에 본 연구에서는 기업결합에 대한 경쟁당국의 규제 강화와 혁신 생태계와 창업 생태계에 미치는 영향에 대해서 검토하고, 플랫폼 대기업과 스타트업 전반의 혁신을 장려할 수 있는 정책방안을 제시하고자 합니다. 이를 위하여 혁신 산업의 기업 인수합병이 혁신 생태계에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고, 플랫폼 독점의 폐해를 최소화하면서도 합리적으로 경쟁정책을 수행할 수 있는 방안을 도출하였습니다.

본 연구는 정보통신정책연구원의 박동욱 선임연구위원이 총괄책임을 맡아 수행하였으며, 법무법인 광장의 강준모 박사가 협동 연구진으로 참여하였습니다. 본 연구를 시작으로 국내 디지털 신산업 분야의 기업결합 관련 연구가 폭넓고 활발하게 진행될 수 있기를 기원합니다.

2021년 12월

정보통신정책연구원

원 장 권 호 열



## 목 차

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 서 언 .....                               | 1  |
| 요약문 .....                               | 7  |
| 제 1 장 서 론 .....                         | 15 |
| 제 1 절 연구 배경 .....                       | 15 |
| 제 2 절 연구의 목표 및 주요 내용 .....              | 19 |
| 제 2 장 동태적 혁신과 기업결합: 이론적 고찰 .....        | 20 |
| 제 1 절 혁신경쟁에 대한 기존 연구 .....              | 20 |
| 제 2 절 디지털 플랫폼 시장의 동태성과 경쟁 .....         | 24 |
| 1. 디지털 플랫폼의 특징과 진입장벽 .....              | 25 |
| 2. 플랫폼 독점화가 가져오는 혁신 경쟁의 영향 .....        | 30 |
| 제 3 절 소결: ICT 신산업 시장의 기업결합과 경쟁제한성 ..... | 36 |
| 제 3 장 디지털 시장 M&A 동향 .....               | 40 |
| 제 1 절 M&A 시장 동향 .....                   | 40 |
| 제 2 절 플랫폼 기업 동향 .....                   | 45 |
| 1. 미국: GAFA .....                       | 45 |
| 2. 한국: 네이버와 카카오 .....                   | 53 |
| 제 4 장 기업결합 관련 규제 동향 및 심결례 검토 .....      | 60 |

|          |                                   |    |
|----------|-----------------------------------|----|
| 제 1 절    | 국내외 기업결합 관련 규제 동향 .....           | 60 |
| 1.       | 우리나라 .....                        | 60 |
| 2.       | 미국 .....                          | 63 |
| 3.       | 독일 .....                          | 67 |
| 4.       | 오스트리아 .....                       | 70 |
| 5.       | 기타(OECD, EU) .....                | 71 |
| 제 2 절    | 국내외 기업결합 관련 심결례 검토 .....          | 73 |
| 1.       | (한국) 배달의 민족 - 딜리버리 히어로 결합 건 ..... | 73 |
| 2.       | (EU) Facebook-WhatsApp 결합 건 ..... | 80 |
| 제 5 장    | 정책 제언 .....                       | 83 |
| 참고문헌     | .....                             | 89 |
| Abstract | .....                             | 97 |

## 표 목 차

|         |                                  |    |
|---------|----------------------------------|----|
| 〈표 3-1〉 | 글로벌 IT산업 M&A 시장 점유율 주요국 순위 ..... | 42 |
| 〈표 3-2〉 | 국내 벤처투자 회수 시장 현황 .....           | 45 |
| 〈표 3-3〉 | GAFAM의 주요 이용자 및 수익원 .....        | 51 |
| 〈표 3-4〉 | GAFAM이 인수한 기업의 주요 이용자 집단 .....   | 52 |
| 〈표 3-5〉 | GAFAM 피인수 기업의 영업 지속 현황 .....     | 52 |
| 〈표 3-6〉 | 네이버와 카카오의 5년간 기업인수 현황 .....      | 53 |
| 〈표 3-7〉 | 네이버와 카카오의 M&A 특성 .....           | 54 |
| 〈표 3-8〉 | 2016-20년 네이버 기업결합 내역 .....       | 56 |
| 〈표 3-9〉 | 2016-20년 카카오 기업결합 내역 .....       | 57 |
| 〈표 4-1〉 | 공정위가 DH에 전달한 보정명령 .....          | 79 |

## 그 림 목 차

|            |                            |    |
|------------|----------------------------|----|
| [그림 2 - 1] | 존속적 혁신과 파괴적 혁신 .....       | 32 |
| [그림 3 - 1] | 2019년 글로벌 M&A 시장 동향 .....  | 41 |
| [그림 3 - 2] | 미국 스타트업 IPO 및 M&A 추이 ..... | 43 |
| [그림 3 - 3] | GAFA의 M&A 내역 .....         | 47 |
| [그림 3 - 4] | GAFA의 매출액 추이 .....         | 48 |
| [그림 3 - 5] | GAFA의 시가총액과 비중 변화 .....    | 49 |
| [그림 3 - 6] | 네이버·카카오의 시가총액과 비중 변화 ..... | 55 |
| [그림 4 - 1] | 주요 배달앱 시장 점유율 .....        | 78 |

## 요 약 문

### 1. 연구의 필요성 및 목적

그간 디지털 시장에서는 특정 기업이 높은 시장점유율을 보이더라도 기술의 발전과 이에 따른 비즈니스 모델의 개편이 빠르게 이루어지면서 장기적으로 경쟁 상태가 유지되기 때문에 경쟁당국의 개입이 불필요하다는 견해가 지속되었으나, GAFAM으로 대변되는 빅테크 플랫폼의 등장 이후 디지털 시장에서의 혁신 경쟁은 오히려 악화되어 대형 플랫폼 기업으로의 집중 현상이 고착화될 수 있다는 점에 대하여 우려의 목소리가 높아지고 있다. 특히 대형 플랫폼 기업이 보유한 자금력을 바탕으로 중요한 기술을 개발하고 있는 신규 진입자를 매수하는 경우가 큰 문제가 된다. 이러한 상황에 대응하여 국내·외 경쟁당국에서는 ICT 신산업 분야의 M&A에 대한 반독점 심의를 강화하고 있는 상황이다.

그러나 M&A는 기존 기업과 스타트업 모두에게 중요한 전략적 고려사항 중 하나로, 디지털 플랫폼 시장의 동태성을 간과하고 과잉 규제 시 법 집행의 오류 가능성과 함께 혁신 기술의 저해로 산업 발전에 역행을 초래할 수 있다. 이에 본 연구는 ICT 신산업 시장 관련 기업결합에 대한 경쟁법 적용이 동태적인 관점에서 혁신 생태계에 미치는 영향을 분석하고, 대·중소기업 및 스타트업 전반의 혁신을 장려할 수 있는 공정거래법의 적용 방안을 제시하는 것을 목적으로 한다.

### 2. 연구의 구성 및 범위

본 연구는 크게 세 부분으로 구성되어 있다. 첫 번째 부분에서는 혁신기반 산업의 M&A에 대한 이론적인 논의를 고찰한다. 전통적인 시장을 대상으로 하는 혁신

이론(theory of innovation)을 비판적으로 고찰하고, 디지털 경제에서 이루어지는 혁신활동과의 차이점을 분석한다. 또한 혁신기반 산업에서 이루어지고 있는 다양한 기업결합에 대한 유형 분류 및 동기를 알아보고, M&A가 혁신 프로세스와 스타트업 생태계에 미치는 영향을 분석한다.

다음으로 디지털 플랫폼 기업에 의하여 이루어진 M&A에 대한 국내·외의 사례 분석을 수행한다. 구체적으로 국내·외 ICT 신산업 M&A 시장 동향에 대하여 분석하고, 국내·외 경쟁당국의 기업결합 관련 정책집행 동향과 근거가 되는 법·경제 이론의 변화에 대하여 분석한다. 또한 혁신기업 관련 기업결합에 대한 반독점·공정거래법 집행의 대표 사례를 분석한다.

마지막으로 건전한 혁신생태계 조성을 위한 기업결합 심사기준의 적용방안을 제시한다. ICT 신산업 시장의 특성과 기업결합 유형에 따른 혁신생태계의 영향을 고려하여, 향후 동태적 시장에서의 바람직한 경쟁법 집행방향을 논의하고자 한다.

### 3. 연구 내용

슈페터에 의하여 본격적으로 이론화가 이루어진 동태적 혁신에 대한 논의에서는 새로운 제품이나 기술, 그리고 새로운 기업조직의 형태를 만들어내는 혁신 경쟁에 의하여 인류의 삶에 진보가 이루어진다고 바라본다. 시장에서는 기업이 가격이나 산출량 경쟁과 같은 정태적인 요소에 대하여 경쟁을 추구하기도 하지만, 장기적으로 기업의 경쟁력을 유지하고 생존을 도모하는 관점에서 보면 중요한 경쟁은 생산공정을 혁신하여 비용을 낮추고, 소비자에게 더 큰 편익을 가져올 수 있는 새로운 기술과 제품을 개발하여 시장에 판매함으로써 더 높은 이윤을 얻으려는 유인이 존재하고, 이 과정에서 기술발전과 혁신이 새로운 경제구도와 경쟁의 구도를 만들어내게 된다. 이렇게 얻어진 혁신의 결과물을 통하여 독점기업은 시장지배력을 얻게 되지만, 대개는 그 지위를 오래 유지하지 못한다. 다른 기업들 역시도 선도기업의 기술을 모방하여 우월한 혁신을 습득하고, 이를 바탕으로 더 우수한

상품과 기술을 개발하여 선도 기업을 넘어서려고 하기 때문이다.

동태적 혁신경쟁이 활발하게 일어나는 산업은 불확실성이 높고, 네트워크 효과와 수익체증의 기술적인 특성을 가진다. 따라서 동태성이 높은 혁신적인 산업의 이러한 특성으로 인하여 비용이나 가격의 열위에 있는 기업은 생존위기에 직면하며, 결과적으로 시장에서 초기에 우월적 지위를 확보한 기업은 경쟁자에 비해 지속적으로 우위를 유지해나갈 수 있다.

혁신시장에 있어서 기업결합은 크게 네 가지 유형으로 나타난다. 첫 번째 유형은 두 회사가 이미 관련 시장에서 경쟁 중이고, 꾸준히 혁신에 대한 투자를 하는 상황에서 합병을 추진하는 경우이다. 두 번째 유형은 기존 기업이 관련 시장에 이미 활동하고 있고, 새로운 기업이 해당 시장 진입을 위하여 R&D 투자를 하고 있는 상황에 기존 기업이 신규 기업을 인수하는 것이다. 세 번째 유형은 기존 기업이 관련 시장에서 이미 활동을 하고 있고, 다른 기업이 해당 시장에 진입하지 않은 상태에서 기존 기업을 인수하는 것이다. 네 번째 유형은 두 회사가 새로운 상품이나 서비스의 개발을 위하여 기술개발 경쟁을 하고 있는 상황에서 기업결합이 일어나는 것이다.

기업결합이 혁신생태계를 저해할 수 있는지에 대한 우려가 새롭게 제기되는 것은 두 번째와 세 번째 유형의 기업 결합이다. 이 중 두 번째 유형에 대해서는 국내외에서 소규모 기업결합에 대한 심사 기준으로 인수가액이나 거래금액에 대한 기준을 새롭게 도입하여 해결하려는 움직임을 보이고 있다. 세 번째 유형은 주로 플랫폼 기업들이 사업 다각화를 위하여 시행하는 경우가 많은데, 넓은 범위의 시장을 지배하고 연결된 각 시장에서 시장지배력이 존재하는 플랫폼은 그 자체로 강력한 생태계를 구축하게 되고, 이를 토대로 시장지배력 남용이 가능해진다. 그러나 플랫폼 포획이나 플랫폼 생태계 이슈는 전통산업에서의 혼합결합이나 결합 상품 끼워팔기의 디지털 버전에 해당하는 것으로, 부정적인 영향 외에도 비용 절감이나 상품의 보완성으로 인한 소비자 효용 증대, 가격차별 등의 긍정적인 역할도 존재한다. 따라서 대형 플랫폼 사업자의 신규 영역 진출을 위한 M&A 등이 당

연위법의 형태로 규제되어서는 안되며, 합리의 원칙에 따라서 친경쟁적인 부분과 반경쟁적인 부분에 대한 비교형량이 충분히 이루어질 필요가 있다.

플랫폼 기업의 기업결합에 대한 해외 사례를 살펴보면, GAFA를 포함한 미국의 빅테크 기업은 경쟁력을 강화하기 위하여 지난 20여 년간 수많은 기업을 인수하였고, 자사 플랫폼의 독점력과 M&A를 통한 인접 시장으로의 확대를 바탕으로 빠른 속도로 성장하고 있다. 그리고 이들이 인수한 기업의 60% 이상은 인수 이후 영업 활동을 중단한 것으로 나타나는데, 대부분 인수 1년 이내에 영업을 중단하였고, 업력이 짧은 기업일수록 영업 중단의 가능성이 높은 것으로 나타난다.

한국의 대표적인 플랫폼 기업인 네이버와 카카오를 기준으로 살펴볼 때에도 플랫폼 기업의 활발한 기업 인수합병이 동일하게 나타난다. 국내 500대 기업은 지난 5년간 총 548건의 M&A를 수행하였고, 공개된 인수가액을 합산하면 약 60.3조원의 M&A가 이루어졌다. 이 중 네이버와 카카오가 실시한 M&A는 건수 기준으로는 5년간 각각 30건과 53건으로 전체의 15%를, 금액 기준으로는 5년간 각각 7,214억 원과 2조 6,670억 원으로 약 5.6%를 차지한다. 그러나 두 기업의 세부 인수전략에는 차이를 보이는데, 네이버는 소프트웨어 개발이나 모바일 서비스 업체를 인수하였으며, 카카오는 소프트웨어 개발이나 모바일 서비스 업체 외에도 콘텐츠·게임·엔터테인먼트 기업, 출판업, 모빌리티 등 다양한 업종에서 M&A를 실시한 것으로 나타난다.

대기업, 특히 ICT 분야의 플랫폼 기업이 성장 잠재력이 큰 스타트업을 거액에 인수하면서도 자산총액이나 매출액 규모가 사전신고 기준에 미달하여 공정위에 신고를 하지 않은 사례가 지속적으로 나타나면서, 공정위는 기업결합의 심사기준을 구체화한 「기업결합 심사기준」(이하 심사기준)을 개정하여 2019년 2월 27일부터 시행하였다. 개정된 기준에서는 혁신 기반 산업 인수합병과 관련하여 시장 획정 방식, 시장집중도 산정 방식, 혁신 경쟁 저해 효과 판단 기준을 구체화하였으며, 인수합병에 대한 심사 시에 정보자산에 대한 판단 기준을 구체화하여 인수합병 심사의 통일성을 확보하고 심사 방향에 대한 기업의 예측 가능성을 높이고

있다. 또한 공정거래법의 전부개정안에서는 거대 웹 기반 기업의 빅데이터 확보 경쟁과 이에 따른 전략적 기업결합에 대비하여 ‘거래금액 기반 기업결합신고기준’(제11조 제2항)을 도입하여 디지털 산업에 대한 기업결합 심사를 강화하고 있다.

## 4. 결론 및 시사점

혁신경쟁에 대한 연구들은 정태적인 관점에서 독점이 갖는 반경쟁적인 성격은 동태적인 혁신 시장에서 성립하지 않을 수도 있다는 점을 지적하고 있는데, 장기적인 관점에서 혁신 경쟁을 통한 궁극적인 효과가 발현되는 데에 걸리는 시차가 존재하므로, 기업결합이 일어날 당시의 상황에서 판단하는 시장지배적 사업자는 혁신경쟁을 통하여 효율성이 달성되기 위한 중요한 조건일 수 있다. 또한 어떤 기업이 시장지배력을 가지고 있더라도 그 자체를 반경쟁적이라고 판단할 수는 없으며, 특히 동태적으로는 독점기업이 혁신을 추구하고 투자할 인센티브가 높기 때문에 오히려 소비자의 후생을 더욱 높일 수 있다. 더군다나 현재 나타나고 있는 일부 플랫폼 사업자들의 높은 수익 내지는 마진율은 과거의 혁신 경쟁을 통하여 살아남은 기업이 누리는 반대급부일 수도 있다.

기업결합과 관련하여 우리나라에서 미국이나 EU와 동일한 시장환경에 처하지 않았음에도 이들과 동일한 수준의 사전규제를 부과하는 것이 맞는지에 대해 검토가 필요하다. 미국에서는 잠재적 경쟁자의 인수나 킬존의 형성에 대한 다양한 실증적 연구들이 진행되었으나, 우리나라에서는 아직 M&A 시장 활성화를 통하여 스타트업의 선순환 생태계를 조성하는 것이 더욱 중요하다는 의견이 지배적이다. 또한 경쟁자 인수나 유사제품의 판매가 소비자에게 반드시 부정적으로 작용하는 것이 아니라는 점을 고려해본다면, 플랫폼에 대한 현재의 규제 움직임은 과도한 측면이 있다.

빅테크의 스타트업 인수와 관련한 여러 이슈 중에서 가장 문제가 되는 것은 혁신경쟁의 지체이다. 그러나 플랫폼 기업의 스타트업 인수를 금지하는 것은 오히려

스타트업의 혁신에 대한 인센티브를 방해하는 결과를 낼 수 있다. 플랫폼 사업의 성공을 위해 필요한 임계 다중을 확보하는 것이 많은 시간과 투자가 필요한데, 스타트업의 입장에서는 새롭게 개발한 비즈니스 모델을 시장화하는 전략보다 오히려 기술이나 비즈니스 모델을 기업결합을 통하여 현금화하는 전략이 더 많은 혁신을 가져올 수 있다.

또한 우리나라 플랫폼 기업들의 기업결합 사례를 살펴보면, 잠재적 경쟁자를 제거하기 위한 수평결합 형태의 인수보다는 새로운 시장에 진입하기 위하여 비즈니스 모델이나 지식재산을 인수하기 위한 목적의 인수가 더욱 눈에 띈다. 디지털 산업에서 거래되는 소프트웨어나 데이터 등의 지식재산은 라이선스의 형태로 사용권을 계약하는 것보다는 인수를 통하여 지식재산 자체의 소유권을 이전하는 형태가 일반화되어 있음을 고려해볼 때, 플랫폼 기업에 대한 기업결합을 금지하는 것은 지식의 전파와 사업화·시장화를 저해하고, 오히려 과도한 규제로 인하여 소비자 후생을 저해할 가능성이 높다.

기업결합이 반경쟁적으로 작용할 수 있는 중요한 사례 중에 하나는 상·하방시장에 대한 수직적 결합이다. 그러나 우리나라의 시장에서는 검색엔진조차도 해외의 경우와 다르게 특정 기업이 사실상의 독점을 보이지 않고 있으며, 높은 점유율을 보이는 메신저나 SNS 시장도 수직결합에 의한 경쟁제한성을 우려할 수준은 아닌 것으로 생각된다. 앱스토어나 운영체제 시장에서는 실질적인 지배가 발생할 수 있으나, 이에 대해서는 현재 공정거래위원회나 방송통신위원회에서 규제 집행을 하고 있으므로 추후의 영향을 지켜보아야 할 것이다.

과잉규제나 혁신에 대한 부정적인 영향에도 불구하고, 여전히 플랫폼 기업의 스타트업 인수에 대한 최소한의 규제는 필요할 수 있다. 그러나 기존의 경쟁법 집행 방식과 같이 현재의 매출 수준이나 시장점유율을 기준으로 기업결합 이후의 경쟁 상황을 판단하는 것은 쉬운 일이 아니다. 이에 대한 대안으로 제시되고, 실제 경쟁법제에 반영되고 있는 것이 인수가액을 기준으로 한 경쟁제한성 심사이다. 이러한 방법 이외에도, 시장화에 어느 정도 성공한 스타트업에 대해서라면 시장점유율

의 성장률(growth rate)이나 경쟁 상품에 대한 소비자 인식 조사 등은 잠재적인 경쟁자 여부의 판단에 도움이 될 수 있을 것이다.

또한 인수의 목적이 데이터나 지식자산의 취득에 있는 것으로 판단된다면, 기업 결합을 허용하되 행태적인 제한을 부여할 수 있다. 기업결합을 허용하면서 취득하는 기술이나 특허 등에 대하여, 비배제적으로 공정 가격을 받고 라이선싱하도록 강제하는 조건을 부과하는 것이다. 이를 통하여 킬러 인수합병의 우려를 막고 비즈니스 가치 사슬의 앞단계에 해당하는 기술, 가령 기반기술이 되는 인공지능 학습 방식 등에 대한 기술이 특정 기업에 전유되는 문제를 어느 정도는 해결할 수 있을 것이다.



## 제1장 서론

### 제1절 연구 배경

지식 기반 경제의 도래와 ICT 신기술의 빠른 발전은 기업의 혁신 환경에도 다양한 변화를 가져왔다. 스마트폰의 확산은 컴퓨터의 시대를 넘어 우리의 모든 일상생활에 디지털이 파고드는 계기가 되었다. 대부분의 비즈니스는 더 이상 오프라인 영업에만 머물러서는 안 된다. 예전에는 입소문으로만 알음알음 퍼졌던 맛집 정보들이 포털이나 각종 정보공유 사이트, 앱을 통하여 공개된다. 음식배달을 예로 들면, 전단지 중심의 오프라인 생태계에서는 전단지에 광고를 싣고 나면 소비자들이 이를 확인하고 음식을 주문하는 일방적인 소통이 이루어졌으나, 지금은 배달의민족이나 카카오톡, 쿠팡이츠와 같이 배달 서비스를 제공하는 앱을 통해서 다른 이용자들의 평가를 확인하거나 식당에 피드백을 보낼 수 있는 양방향 소통이 가능하게 되었다. 일부는 오프라인 영업장 자체를 포기하고 온라인으로만 영업하거나 온라인 창업을 먼저 시도하기도 한다. 스마트폰에 의해서 본격적으로 시장의 디지털화가 이루어지고 있는 것이다.

이러한 디지털 시장에서는 기술 혁신의 속도뿐만 아니라 비즈니스의 개편도 빠른 속도로 일어난다. ICT 서비스는 제조업과 다르게 개발 및 유지·보수 과정에서 투입되는 인력과 서버 등 시스템 구축에 드는 고정비용을 제외하면 생산을 위한 별도의 투입비용이 들지 않기 때문에 재정적인 진입장벽이 상대적으로 낮다. 또한 서비스에 대한 접근이 온라인으로 이루어지기 때문에 거리나 지역에 따른 장벽이 없으므로, 사업체가 미국이나 서울에 있더라도 세계 시장 전체나 우리나라 전역에 동일한 서비스를 제공할 수 있다. ICT 서비스 시장의 이러한 특성에 따라서 일반적으로 디지털 시장에서는 특정 기업에 대한 시장지배력을 인정하지 않는 견해가 지속되어 왔는데, 이는 단기적으로 한 기업이 높은 시장점유율을 보이더라도 기술

발전을 이룬 신규 기업에 의해서 급속도로 역전하는 현상이 빈번하게 벌어져서 장기적으로는 경쟁상태가 유지되는 것으로 인정되기 때문이다. 일반검색 시장의 역사를 보면 야후나 라이코스, 알타비스타 등의 검색엔진이 인터넷 보급 초반에 유행하였으나 이들 업체의 시장에 대한 영향은 구글의 등장과 함께 역전되어 현재는 사업 자체를 철수하거나 영향력이 크게 약화되었다. 마찬가지로 국내에서도 라이코스나 심마니, 엠파스 등의 서비스 등의 네이버와 다음과 같은 포털 서비스에 기반한 검색엔진 서비스에 의하여 역사의 뒀안길로 사라진 사례가 있다. 또한 SNS 시장에서도 페이스북의 마이스페이스 대체, 싸이월드의 프리챌 대체 등은 ICT 서비스 시장에서의 치열한 경쟁과 시장 변화를 잘 보여주고 있다. EU 집행위원회도 Facebook-Whatsapp 합병 건에 대한 심사 의견에서, 소비자 커뮤니케이션 앱 시장은 경쟁에 의한 시장구조 변화가 빠르게 일어나는 시장으로, 네트워크 효과에 의한 경쟁제한성을 감안하더라도 새롭게 등장하는 기업에 의한 위협이 지속적으로 작용한다고 의견을 제시한 바 있다.<sup>1)</sup>

그러나 디지털 시장에서의 혁신 경쟁은 오히려 약화되어 대형 플랫폼 기업으로의 집중 현상이 고착화될 수 있다는 점에 대하여 우려의 목소리가 높아지고 있다. GAFAM으로 지칭되는 구글, 아마존, 페이스북, 애플, 마이크로소프트가 기술력을 바탕으로 독보적인 지위를 차지하게 되면서, 전통적인 ICT 서비스 시장 외의 인접 시장에까지 시장지배력을 행사(남용)한다는 우려가 제기된다. 특히 대형 플랫폼 기업이 보유한 자금력을 바탕으로 중요한 기술을 개발하고 있는 신규 진입자를 매수(killer acquisition)하는 경우가 큰 문제가 된다.

이러한 상황에 대응하여 국내·외 경쟁당국에서는 ICT 신산업 분야의 M&A에 대한 반독점 심의를 강화하고 있는 상황이 포착된다. 대기업이 스타트업을 인수함으로써 잠재적인 경쟁자의 진입을 차단하고 혁신 생태계의 성장동력을 약화시킨다는 지적에 따라, 각국의 경쟁 관련 부처는 그동안 이루어진 M&A의 경쟁제한성을 검토하고, 향후 M&A 심사에 혁신저해 효과 심사를 반영하는 것으로 정책 방

1) European Commission(2014), Regulation(EC) No 139/2004, §132.

향을 설정 중이다. 미국 FTC는 2019년 7월 구글과 아마존, 페이스북 등 ICT 글로벌 대기업에서 시행한 기업 인수합병에 대하여 반독점 여부를 조사하기 시작하였으며, 2020년 2월에는 지난 10년간 시행한 모든 M&A 건에 대하여 자료 제출을 요청하였다. 또 미국 하원의 독점금지법 소위원회 보고서에서는 대형 플랫폼 사업자의 ‘합병 시 시장지배력 및 경쟁제한성 경감에 대한 입증책임을 전환(reduce market power through merger presumptions)’하도록 입법부에 권고한 바 있다.<sup>2)</sup> 우리나라에서도 2019년 2월부터 시행한 「기업결합 심사기준」에서 혁신기반 산업 M&A에 대하여 혁신저해 효과에 대한 심사를 병행하도록 개정한 바 있다. 이러한 움직임은 디지털 플랫폼 시장에서의 동태적 경쟁으로 고려한 경쟁법 체계의 새로운 접근법에 대해서 생각할 필요가 있음을 시사한다.

그러나 M&A는 기존 기업과 스타트업 모두에 중요한 전략적 고려사항 중 하나이다. 스타트업의 입장에서 제품·서비스의 시장 출시 후 IPO를 통하여 사업을 지속적으로 영위하는 것 외에도 개발한 지식자원·비즈니스 모델을 매각하는 것은 중요한 출구전략 중 하나이다. 기존 기업에도 M&A를 통한 기술과 인력, 데이터의 획득은 기업 내부에서만 이루어지는 연구개발행위(in-house R&D)를 통한 혁신을 넘어서는 중요한 무형자본 축적 전략으로 여겨진다. 또 정부에서도 중소벤처기업에 대한 M&A 활성화를 위하여 벤처지주회사를 허용하고, M&A를 위한 거래소를 설립하는 등의 다양한 움직임이 있다. 공정위의 혁신저해 효과에 대한 심사기준 강화는 이러한 정책 기조에 역행하는 것으로, ICT 대기업의 기술획득을 목적으로 한 M&A에 부담으로 작용할 가능성이 존재한다.

디지털 플랫폼 시장의 동태성을 간과하고 과잉 규제 시 법 집행의 오류 가능성과 함께 혁신 기술의 저해로 산업 발전에 역행을 초래할 수 있다. 특히 문제가 되는 것은 문제가 실제로는 없음에도 규제 당국이 기업결합을 불허하는 위법오판의 가능성인데, 이는 플랫폼의 혁신 경쟁이 문제가 되기 이전에도 기술 혁신이 활발

---

2) Subcommittee on Antitrust(2020), “Investigation of Competition in Digital Markets - Majority Staff Report and Recommendations,” pp. 387-8.

하게 이루어지는 분야에서 지속적으로 논의된 문제이다. Easterbrook(1984)은 실제로는 문제가 있음에도 규제당국이 M&A를 허용하는 합법오판이 일어날 경우 시장의 경쟁에 의하여 경쟁질서가 회복될 가능성이 큰 반면, 과도한 규제 집행으로 기업의 인수합병이 불허되는 위법오판이 발생하면 이것이 사례가 되어 이후의 기업결합 건에 대해서도 영향을 미치기 때문에 장기적인 피해가 훨씬 크다고 지적하였으며<sup>3)</sup>, Barnett(2006)은 기업들이 위법오판의 결과로 제재를 당할까 두려워 공격적인 사업에 나서지 못한다면 의도와 다르게 오히려 장기적으로 경쟁이 훼손될 수 있다고 하였다.<sup>4)</sup>

그러나 디지털 플랫폼 시장에서의 동태적인 경쟁과 경쟁법적 함의를 비중 있게 다룬 선행 연구는 활발하게 시도되지 않았다. 최근 디지털 플랫폼의 시장 영향과 경쟁법적 쟁점을 다루는 정책 보고서가 발표되고 있고,<sup>5)</sup> 해외에서도 M&A나 킬존의 형성을 다루는 일부 연구가 진행되고 있으나, 국내 ICT 시장의 환경을 반영한 연구는 아직 활발하게 이루어지지 않은 것으로 생각된다. 이에 본 연구에서는 우리나라의 ICT 시장·제도 및 정책방향에 대한 통합적인 고려를 반영하여, 디지털 플랫폼 시장의 M&A 활성화와 공정경쟁 사이의 균형점에 대한 시사점을 제공하고자 한다.

---

3) Easterbrook, F.(1984), "The Limits of Antitrust," Texas Law Review, 63(1), pp. 10-5.

4) Barnett, T. O.(2006), "Interoperability between Antitrust and Intellectual Property," Speech to the GMU School of Law Symposium on Managing Antitrust Issues in a Global Marketplace.

5) Cremer et al.(2019), Furman et al.(2019), Stigler Committee on Digital Platforms (2019), Subcommittee on Antitrust(2020) 등을 참고하라.

## 제2절 연구의 목표 및 주요 내용

본 연구는 ICT 신산업 시장 관련 기업결합에 대한 경쟁법 적용이 동태적인 관점에서 혁신 생태계에 미치는 영향을 분석하고, 대·중소기업 및 스타트업 전반의 혁신을 장려할 수 있는 공정거래법의 적용 방안을 제시하는 것을 목적으로 한다.

이를 위하여 본 연구에서는 혁신기반 산업의 M&A에 대한 이론적인 논의를 고찰한다. 전통적인 시장을 대상으로 하는 혁신이론(theory of innovation)을 비판적으로 고찰하고, 디지털 경제에서 이루어지는 혁신활동과의 차이점을 분석한다. 또 혁신기반 산업에서 이루어지는 다양한 기업결합에 대한 유형 분류 및 동기를 알아보고, M&A가 혁신 프로세스와 스타트업 생태계에 미치는 영향을 분석한다.

다음으로 디지털 플랫폼 기업의 M&A에 대한 국내외 사례 분석을 수행한다. 구체적으로 국내외 ICT 신산업 M&A 시장 동향을 분석하고, 국내외 경쟁당국의 기업결합 관련 정책집행 동향과 근거가 되는 법·경제 이론의 변화를 분석한다. 또 혁신기업 관련 기업결합에 대한 반독점·공정거래법 집행의 대표 사례를 분석한다.

마지막으로 건전한 혁신생태계 조성을 위한 기업결합 심사기준의 적용방안을 제시한다. ICT 신산업 시장의 특성과 기업결합 유형에 따른 혁신생태계의 영향을 고려하여, 향후 동태적 시장에서의 바람직한 경쟁법 집행 방향을 논의하고자 한다.

## 제 2 장 동태적 혁신과 기업결합: 이론적 고찰

### 제 1 절 혁신경쟁에 대한 기존 연구

혁신은 경영학이나 경제학에서 기업과 경제의 성장동력을 설명하기 위하여 여러 측면에서 논의되었다. 혁신과 관련한 논의의 중요한 장은 Schumpeter의 1934년 저서인 “The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle”로부터 시작되었다. 동태적 혁신에 대한 전통적인 논의는 슈페터의 연구에 기반을 두고 있다. 슈페터는 인류의 삶에 가장 중요한 진보는 새로운 제품이나 기술, 그리고 새로운 기업조직의 형태를 만들어내는 혁신 경쟁에 의하여 이루어진다고 주장하였다. 또 슈페터는 시장에서 기업이 가격이나 산출량 경쟁과 같은 정태적인 경쟁을 추구하기도 하지만, 이는 기업의 생존이나 존립이라는 장기적인 측면에서 보면 부차적인 요소라고 보았다. 장기적인 관점에서 중요한 경쟁은 생산공정의 혁신을 통하여 낮은 비용함수를 만들고, 이를 통하여 장기적인 편익을 얻는 것이다. 또한 혁신은 외생적으로 주어지는 것이 아니라 내생적으로 창출되면서 새로운 경제구도와 경쟁의 구도를 만들어내는, 이른바 창조적 파괴(creative destruction) 과정이라는 점을 강조하였다.<sup>6)</sup> 슈페터는 또 기업이 창조적인 파괴를 위한 경쟁 우위를 확보하는 데에 많은 R&D 자원을 보유하는 것과 시장 내의 경쟁 압력이 낮은 것이 중요하다고 생각하였기 때문에, 대형기업이 규모와 범위의 경제를 활용하여 기술 혁신을 보다 효율적으로 수행할 수 있어 시장집중도 커지면 오히려 기술개발이 촉진된다고 주장하였는데, 이를 슈페터 가설(Schumpeter hypothesis)이라고 한다.

---

6) Schumpeter, J.(1942), Capitalism, socialism and democracy, Harper and Brothers.

이러한 관점은 진화주의 경제학과 신고전학과 경제학자가 계승하였다.<sup>7)</sup> 진화주의 경제학자들은 혁신이 발생하는 과정에 대한 이해를 제고하기 위하여 생물학의 진화이론을 차용하여 혁신과정을 모형화했다. 진화주의 경제학에서는 기업이 제한된 합리성(bounded rationality)만을 가지고 있다는 견해를 수용하는 한편, 과거의 선택이 기업의 행태에 영향을 미친다고 보아 주류경제학에서 받아들이는 경쟁시장의 가설을 부정하고 기업이 시장조건을 능동적으로 변화시킬 수 있다<sup>8)</sup>고 보았다. 또 이들은 기업이 혁신활동으로 생산공정의 혁신과 제품 혁신 등을 추구하지만 이들 모두가 시장에서 받아들여지는 것은 아니며, 시장에서 살아남은 결과물은 경쟁자들이 모방하면서 혁신 경쟁이 전개<sup>9)</sup>된다고 주장하였다.

신고전학과 경제학에서도 혁신을 위한 경쟁의 심화가 오히려 기술투자를 감소시킨다는 관점이 존재한다. 기업들 사이의 경쟁이 심화되면 우위를 차지하기 위하여 혁신이 촉진된다는 Arrow(1962)의 전통적인 관점과는 다르게, 독점기업은 자신의 우위를 지키기 위하여 높은 투자를 통한 혁신을 감행하며, 시장집중도가 낮아지면 오히려 혁신에 대한 투자가 감소한다는 것이다.

경쟁과 혁신에 대한 이론적인 연구에서는 혁신경쟁이 기술투자에 미치는 영향의 원인으로 크게 기대수익과 동태적인 관점에서의 상품경쟁 그리고 기술개발의 외부성에 따른 사적 편익과 사회적 편익의 불일치의 세 가지를 고려한다. 기대수익의 관점에서는 경쟁이 심화됨에 따라 혁신에 대한 기대수익이 하락하기 때문에 기술투자가 감소한다는 것이다. 이 분야의 선구적인 연구자인 Loury(1979)는 경쟁에서 경쟁자의 수가 증가할수록 특히 경쟁에서 승리할 확률이 감소하여 기대수익률이 하락하므로, 전체적인 투자가 감소한다고 주장하였다. Gilbert and Newbery

7) 권영관(2018), “동태적 혁신경쟁과 경쟁법 집행에 관한 고찰”, 규제연구 27(1), pp. 97-124.

8) Nelson, R.(1991), “Why do firms differ, and how does it matter”, Strategic Management Journal, 12(S2), pp. 61-74.

9) Nelson, Winter and Schuette(1976), “Neoclassical vs. evolutionary theories of economic growth: critique and prospectus”, The Quarterly Journal of Economics, pp. 90-118.

(1982)는 독점 기업은 경쟁이 강화되면 기술이나 혁신에 대한 투자를 통해서 보호할 이윤이 사라지기 때문에 기술투자의 유인이 감소한다고 주장하였고, Dasgupta and Stiglitz(1980a)는 기업의 수가 내생적으로 결정되는 시장에서는 시장집중도가 증가할수록 시장 전체의 기술개발 투자가 증가한다는 결과를 보인다. 그러나 이러한 관점에 반대되는 연구도 보이는데, Lee and Wilde(1980)는 일정 수준의 가변비용이 발생하는 경우, 경쟁의 증가가 투자를 오히려 증가시킨다는 것을 보이고 있다. Reinganum(1983)은 투자에 대한 불확실성이 존재하는 경우 Gilbert and Newbery(1982)와 반대 결과가 성립하는데, 독점기업은 현재 이윤을 내고 있기 때문에 새로운 기술이 출시되면 현재 상품시장에서 얻는 이윤을 모두 잃게 되지만, 진입 기업은 현재의 상품시장에서 잃는 것이 없기 때문에 동태적으로 진입 기업이 시장 전체의 기술개발 투자에 크게 기여한다고 설명하고 있다.

혁신을 현재 상품시장과 미래 상품시장 간의 경쟁으로 보고 전략적인 측면에서 혁신 투자를 설명하려는 모형도 등장하였다. Dasgupta and Stiglitz(1980b)는 한 기업이 현재의 상품시장을 독점하고 있는 경우에 혁신 투자를 통해 미래의 상품시장도 독점화할 수 있다면, 이러한 시장에서는 독점이 새로운 상품 개발에 더 많이 투자하게 된다는 설명을 하고 있으며, Greenstein and Ramey(1998)도 미래 상품시장과 현재 상품시장에 경쟁 관계가 존재하면, 독점 기업이 현재 상품시장을 독점하는 것이 더 많은 혁신을 가져온다고 지적하고 있다. 최근 Chen and Schwartz(2013)는 독점 기업이 미래 상품 가격과 현재 상품 가격을 조율하여 이윤을 극대화하므로, 이 과정에서 독점 기업이 혁신에 더 투자하게 된다고 주장하였다.

기술의 외부성과 관련된 주장은 기술개발의 결과물이 혁신에 투자한 기업에 전유(appropriation)되는 것이 아니라, 사회 전체적으로 파급(spill-over)되기 때문에 충분한 투자가 이루어지지 못한다는 아이디어에서 출발한다. 가령 Spence(1984)는 시장에 있는 기업의 수가 늘어나면 비용절감형 공정 기술에 대한 투자가 감소하는 것을 발견하고, 기업에서 개발한 공정 기술의 지식이 양의 외부성을 갖는 경우에 혁신 투자가 감소함을 지적하고 있다.

독점과 혁신 경쟁과의 관계를 찾으려는 시도는 이론 연구에만 그치지 않고, 실제 데이터를 이용하여 이론적인 모형의 예측결과를 검증하려는 다양한 연구로 진행되었다. 실증연구의 주제는 경쟁이 생산성에 미치는 영향과, 독점기업이 기술 개발에 투자하는 정도에 대한 연구가 주를 이룬다. 경쟁과 생산성과의 관계는 주로 거시경제학적인 관점에서 분석이 이루어졌는데, Nickell(1996)은 영국의 기업 패널을 이용하여 경쟁이 증가하면 총요소생산성(Total Factor Productivity)이 증가함을 보였고, Galdon-Sanchez and Schmitz(2002)에서는 1980년대 미국 철광석 시장에서 경쟁 압력이 증가하면 노동생산성이 증가함을 보이고 있다. 그러나 이들은 경쟁이 기업의 기술 개발이나 특허 경쟁과 같은 혁신 행위에 미친 영향을 미시적으로 분석하기보다, 전반적인 생산성에 미친 영향을 분석했다는 점에서 혁신과의 관계에는 제한적이다.

보다 본격적으로 독점과 혁신의 관계를 바라본 연구로는 Levin and Reiss (1984)의 연구가 있는데, 여기에서는 앞서 살펴본 Spence(1984)의 예측과 유사하게 독점 기업이 기술 혁신의 외부성을 내부화할 수 있어 기술 투자를 늘린다는 것을 실증적으로 보여주고 있으며, Blundell et al.(1999)에서는 Gilbert and Newbery(1982)의 주장에 따라 독점 기업이 선제적으로 경쟁자의 진입을 저지하기 위하여 혁신에 대한 투자를 더 많이 하였음을 보이고 있다.

시장지배력과 혁신의 관계가 반드시 선형적으로 일정하게 나타나는 것은 아니고, 둘 사이의 관계가 역 U자형(invert U-shape) 관계가 있다는 연구도 진행되었다. Scherer and Ross(1990)는 경쟁이 없는 시장이라면 경쟁의 증가가 혁신을 증가시키는 반면, 경쟁이 너무 치열한 시장에서는 경쟁의 증가가 오히려 혁신을 감소시킨다는 결과를 데이터로 보여주었으며, Aghion et al.(2005) 또한 기업의 수가 적어서 대부분이 유사한 수준의 경쟁을 하는 시장에서는 경쟁에서 이기기 위하여 혁신을 늘리지만, 기업의 수가 늘어나면서 기업별로 혁신의 수준이나 규모에 차이가 발생하면 후발자들의 투자 유인은 매우 낮음을 보이고 있다.

## 제 2 절 디지털 플랫폼 시장의 동태성과 경쟁

동태적 혁신에 대한 논의는 슈페터의 연구에 기반을 두고 있다. 슈페터는 인류의 삶에 가장 중요한 진보는 새로운 제품이나 기술, 그리고 새로운 기업조직의 형태를 만들어내는 혁신 경쟁에 의하여 이루어진다고 주장하였다. 또 슈페터는 시장에서 기업이 가격이나 산출량 경쟁과 같은 정태적인 경쟁을 추구하기도 하지만, 이는 기업의 생존이나 존립 측면에서 보면 부차적인 요소라고 보았다. 장기적인 관점에서 중요한 경쟁은 생산공정에 대한 혁신으로 낮은 비용함수를 만들고, 이를 통하여 장기적인 편익을 얻는 것이다. 또 혁신은 외생적으로 주어지는 것이 아니라 내생적으로 창출되면서 새로운 경제구도와 경쟁의 구도를 만들어내는, 이른바 창조적 파괴(creative destruction) 과정이라는 점을 강조하였다.<sup>10)</sup> 슈페터는 또한 기업이 창조적인 파괴를 위한 경쟁 우위를 확보하는 데에 많은 R&D 자원을 보유하는 것과 시장 내의 경쟁 압력이 낮은 것이 중요하다고 생각하였기 때문에, 대기업이 소기업에 비해서, 그리고 독점기업이 경쟁기업에 비해서 보다 혁신적일 것이라고 추론하였다.

이렇게 얻은 혁신의 결과물을 가지고 독점기업은 시장지배력을 얻게 되지만, 대개는 그 지위를 오래 유지하지 못한다. 다른 기업들 역시도 선도기업의 기술을 모방하여 우월한 혁신을 습득하고, 이를 바탕으로 더 우수한 상품과 기술을 개발하여 선도기업을 넘어서려고 하기 때문이다. 따라서 동태적 혁신의 관점에서 바라보는 경쟁은 같은 시점에서 시장 점유율을 얻기 위하여 경쟁(competition in the market)하는 것이 아니라, 시장 전체를 단독으로 점유하기 위하여 경쟁(competition for the market)하는 것으로 이해해야 한다.

Arthur(1990)에 따르면 동태적 혁신경쟁이 활발하게 일어나는 산업은 불확실성이 높고, 네트워크 효과와 수익체증의 기술적인 특성을 가지며, 동태성이 높은

---

10) Schumpeter, J.A.(1942), Capitalism, socialism and democracy, Harper and Brothers.

혁신적인 산업의 이러한 특성으로 인하여 비용이나 가격의 열위에 있는 기업은 생존위기에 직면하며, 결과적으로 시장에서 초기에 우월적 지위를 확보한 기업은 경쟁자에 비해 지속적으로 우위를 유지해나갈 수 있다.<sup>11)</sup> 그런데 이러한 현상은 디지털 시장에서 흔하게 일어나는 티핑(tipping) 현상과 일치한다. 디지털 시장에서는 일정 시간이 지나면 경쟁 재화 가운데 하나의 시장 점유율이 크게 상승하여 독점을 형성하는 경향이 있다. 이하에서는 디지털 플랫폼의 특징 중 반경쟁적 진입장벽을 형성하는 측면과, 이로 인한 경쟁시장의 영향에 대하여 기존에 논의된 결과들을 알아본다.

## 1. 디지털 플랫폼의 특징과 진입장벽<sup>12)</sup>

### 가. 규모에 대한 수익체증

디지털 시장에서 나타나는 기본적인 특징은 규모에 대한 수익체증이다. 기존 산업(brick-and-mortar industries)에서도 큰 공장이나 매장에서 규모가 클수록 효율적인 운영이 가능하여 규모에 대한 수익체증을 보일 수 있으므로, 이러한 개념이 디지털 경제에서만 나타나는 특징은 아니다. 그러나 디지털 시장에서 재화나 서비스는 소비자의 수가 많을수록 단위당 생산비용이 감소하는데, 특히 디지털 콘텐츠나 데이터가 중심이 되는 산업은 단위당 한계생산비용이 0에 수렴하기 때문에 규모에 대한 수익이 발생한다. 한번 생성된 정보는 매우 낮은 비용으로 많은 사람에게 전달될 수 있으며, 검색엔진 등의 서비스도 초반의 높은 개발비용(고정비용)을 투입하고 나면 수십만 명의 사람들이 엄청나게 적은 비용으로 이용할 수 있어 사용자의 증가 속도에 비해서 생산비용의 증가 속도는 현저하게 낮다.

규모에 대한 수익이 매우 큰 경우, 동일 서비스를 제공하는 여러 기업들이 시장

11) Arthur, W.B.(1990), "Positive feedbacks in the economy," Scientific American, 262(2), pp. 92-9.

12) 본 소절의 내용은 강준모(2020)에서 정리한 디지털 플랫폼의 특징에 대한 내용을 인용한 것이다.

에서 공존할 수 없게 된다. 한계비용이 평균비용보다 낮은 상황에서 여러 기업이 시장 경쟁을 한다면, 평균비용 이하까지 가격을 낮추어 상대방을 시장에서 퇴출시키는 전략을 사용할 수 있기 때문이다. 따라서 월등한 기술이나 낮은 생산비용 구조를 갖지 않는 이상 신규 사업자는 시장점유율이 높은 기존의 기업과 대등한 경쟁을 할 수 없다. 따라서 디지털 시장에서는 기존 기업이 막대한 이윤을 누리고 있는 상황에서도 새로운 기업이 진입할 수 없는, 자연독점과 유사한 상황이 지속된다.

#### 나. 다면시장과 네트워크 효과

대부분의 온라인 시장은 사업자가 이용자 집단과 여러 공급자 집단을 중개하는, 이른바 다면시장(multi-sided market)의 구조이다. 그리고 많은 서비스들이 금전적 고려가 없이 이용자에게 제공되는데, 가령 구글이 제공하는 메일이나 클라우드, 유튜브 등의 서비스나 페이스북·트위터·인스타그램 등의 서비스는 일부 구독형 모델을 제외하고 기본적으로 무료이다. 이는 기업이 전통적인 의미에서의 가격 경쟁을 추구하는 것이 아니라, 서비스의 품질이나 개별 소비자로부터 확보할 수 있는 데이터에 기반한 맞춤형 서비스 등을 통하여 비가격 경쟁(non-price competition)을 추구하고 있음을 의미한다.

네트워크 효과는 사용자의 재화나 서비스 사용이 제품 가치에 미치는 영향을 의미한다. 한 플랫폼 내에서 발생하는 네트워크 효과는 직접 효과와 간접 효과로 나누어 생각할 수 있다. 직접적 네트워크 효과는 통신망에서와 같이 한 그룹의 사용자가 서비스로부터 얻는 편익이 서비스를 사용하는 동일 그룹 내의 사용자 규모에 따라서 달라지는 것을 의미한다. 반면 간접적 네트워크 효과는 한 그룹의 사용자가 서비스로부터 얻는 편익이 다른 그룹의 사용자 규모에 따라서 달라지는 것을 말한다. SNS 서비스를 예로 들면, 가입자 수가 늘어날수록 나와 관심사 등이 일치하는 친구를 찾기 쉬워지고, 더 많은 포스트가 등록되면서 정보의 양도 늘어난다(직접 네트워크 효과). SNS를 통하여 온라인 광고를 하는 광고주 입장에서도 가입자 수가 늘어나면 타겟이 되는 소비자 수가 늘어남은 물론, 늘어난 포스팅에

따라 개별 가입자 정보가 증가하면서 프로파일의 정확도도 증가하기 때문에 광고주가 느끼는 가치가 증가한다(간접 네트워크 효과).

간접 네트워크 효과가 반드시 이용자 규모에 따라서 증가하는 것은 아니다. 광고주의 입장에서 볼 때에는 사용자 수가 늘어나면 일반적으로 매출도 증가할 것이나, 사용자의 입장에서는 지나치게 많은 광고에 노출되면 서비스 이용성을 저해할 수 있기 때문에, 광고주의 수가 증가하는 것이 편익의 증가로 이어지지는 않을 수 있다.

한편, 네트워크 효과는 전통적인 경쟁법의 관점에서 부정적으로 평가되던 ‘약탈적 가격설정(predatory pricing)’과 같은 경쟁제한행위가 다르게 해석될 여지를 준다. 기존의 경쟁사업자가 공급하는 재화와 상호 호환성이 없는 네트워크의 신규 공급자가 네트워크를 확장하기 위하여 시장 진입 초기에 저가나 무료 공급 정책으로 매출 확장을 시도할 경우 궁극적으로 소비자 후생으로 연결될 수 있다는 점에서 경쟁촉진적일 수 있기 때문이다. 반면, 최근 문제가 되는 구글·애플의 인앱결제 강제나 앱스토어 사용 개발자에 대한 수수료 인상, 대학·연구기관에 무제한 무료로 제공하던 계정의 유료화 등의 사례와 같이, 일단 혁신시장 진입에 성공한 후에는 다시 가격을 인상하거나 소비자 혜택을 축소하는 등 경쟁제한행위로 변질될 가능성이 있어, 경우에 따라서는 경쟁법적인 규제가 필요할 수도 있다.

#### 다. 전환비용과 멀티호밍

전환비용은 잠재적인 시장 진입자에게 장벽으로 작용하는 또 다른 요소이다. 많은 분야에서 대형 플랫폼 기업은 기술적 우위를 바탕으로 시장지배력을 유지할 수 있다. 시장은 전환비용이 높으면 잠금현상(lock-in)을 보이며, 이는 장기적으로 경쟁을 줄이고 신규 사업자의 시장진입을 방해한다.

개인용 컴퓨터 운영체제 시장이나 통신시장에서도 이러한 전환비용에 대해 많은 검토가 이루어져 왔지만, 플랫폼 경제에서 나타나는 전환비용은 전통적인 IT 시장에서 나타나는 것과 차이가 있는데, 이는 이용자들이 여러 사업자로부터 동일하거나 유사한 서비스를 제공받는 멀티호밍(multi-homing)을 보이기 때문이다.

개인용 컴퓨터에 여러 운영체제를 동시에 설치하거나, 두 대 이상의 이동전화를 운영하는 이용자는 많지 않다. 그러나 플랫폼에 대해서는 동일한 상품을 온라인으로 구매할 때 특정 사이트만을 이용하지 않고 검색서비스 등을 이용하여 여러 쇼핑몰에서 제시하는 가격을 비교하여 구매하는 현상이 일어난다. 플랫폼 사업자의 입장에서 멀티호밍이 일어나면 서비스 이용 횟수가 감소하기 때문에, 매출 이외에도 획득할 수 있는 데이터 양은 줄어들게 된다. 따라서 멀티호밍의 존재는 시장지배력을 감소시키는 하나의 요인으로 작용할 수 있다.

따라서 플랫폼 사업자는 멀티호밍을 방해할 여러 기제를 적용하여 사용자의 전환비용을 높이려 한다. 이러한 전환비용은 다양한 모습으로 나타나는데, 우선 플랫폼 이용으로 형성되는 네트워크 자체가 일종의 전환비용으로 작용한다. 신규 SNS 서비스가 갓 등장하였다고 가정할 때, 바로 신규 서비스에 가입하여 활발하게 활동할 유인이 존재할까. 볼거리나 읽을거리가 없고 피드백이 부족한 초기 SNS 서비스를 아무런 조건 없이 사용하기는 쉽지 않을 것이다. 기존 서비스에 고착되어 있는 데에서 얻는 편익이 전환하는 데에서 발생하는 편익보다 높기 때문이다. 기존 사업자들도 사용자의 이탈을 막기 위하여 전환비용을 높일 수 있는 다양한 기제를 사용한다. 대표적인 것이 고객 등급에 따른 추가 서비스나 쿠폰, 할인혜택 등의 제공이다. 온라인에서 물품을 구매할 때를 생각해보면, 모든 서비스에 대해서 특별 혜택이 없이 동일하면 검색엔진 등을 이용하여 제일 싼 상품을 검색해서 구매할 수도 있지만, 온라인을 통한 구매횟수가 많을 것으로 예상한다면 조금 비싸더라도 고객 등급이 높아짐에 따라서 제공되는 할인을 이용하기 위하여 약간 비싼 가격을 감수하더라도 한 쇼핑몰에 집중하는 것이 나을 수도 있다. 또한 활동 데이터의 축적에 따른 맞춤형 서비스의 제공도 전환비용을 높이는 요소로 작용한다. 내 취향에 맞는 콘텐츠를 우선적으로 리스트에 보여주는 서비스와 취향에 맞는 콘텐츠를 찾기 위하여 여러 페이지를 검색해야 하는 서비스 중에서 어느 쪽에 편의성을 느낄지는 자명하다. 이외에도 반경쟁적인 계약 조건이나 기본값(default) 설정, 시장지배적인 플랫폼을 선호하도록 만드는 서비스 디자인 등에

의해서도 전환비용이 발생한다.<sup>13)</sup>

#### 라. 데이터

디지털 경제에서 데이터의 축적은 시장 진입을 방해하는 또 다른 강력한 장벽 중 하나이다. 데이터는 기업들이 매우 높은 정확도의 타겟 광고를 하거나, 이용자의 관심과 선호에 대한 나은 이해를 바탕으로 서비스와 제품을 개선하고, 새로운 비즈니스 기회를 재빠르게 포착하여 개발하는 데에 도움이 된다.

네트워크 효과와 마찬가지로, 충분한 데이터의 축적은 자기강화 효과를 갖는다. 데이터에 우월한 접근권을 가진 기업은 이용자를 타겟하거나 서비스 품질 향상을 위해서 데이터를 사용하고, 그 결과 더 많은 이용자를 유인하여 더 많은 데이터를 모으는 긍정적인 피드백 루프(advantageous feedback loop)를 구성한다. 다시 말해서 새로운 이용자를 확보하거나, 기존 이용자의 이용량이 증가하여 더 많은 데이터를 축적할 수 있게 되면, 기업은 이용자 경험을 개선하거나 새로운 서비스 개발에 이를 이용하고, 다시 더 많은 데이터를 확보한다. 데이터가 비경합적이라고는 하지만, 기업은 기술적인 제한이나 법적 계약을 이용하여 경쟁자가 데이터에 접근하지 못하도록 배제성을 부여하는 것이 가능하다. 이러한 배제 전략은 시장을 폐쇄적으로 만들고 경쟁으로부터 기존 사업자를 보호한다.

디지털 환경의 높은 데이터 접근성은 역설적으로 대형 플랫폼의 반경쟁적 행위가 가능하도록 만든다. 특히 시장지배적 플랫폼이 서드파티 기업에 대한 유통채널을 제공하는 동시에, 같은 시장 내에서 자기 상품도 판매하는 경우에 반경쟁적 상황은 더욱 악화된다. 이러한 이중적인 역할을 통해서, 시장지배적 플랫폼은 상업적으로 가치가 있는 정보를 서드파티 기업으로부터 추출하여 자신의 서비스 경쟁력을 높이는 데에 활용할 수 있게 된다. 또 지배적 플랫폼은 시장지배력을 이용하여 이용자로부터 더 많은 정보를 수집하여 프라이버시 문제를 악화시킨다.

---

13) Furman et al.(2019)

## 2. 플랫폼 독점화가 가져오는 혁신 경쟁의 영향

시장의 경쟁은 기술 혁신과 새로운 제품의 창출을 통하여 경제 구조가 진화해나갈 수 있도록 하는 동력이다. 시장에서는 기업이 가격이나 산출량 경쟁과 같은 정태적인 요소에 대하여 경쟁을 추구하기도 하지만, 장기적으로 기업의 경쟁력을 유지하고 생존을 도모하는 관점에서 보면 중요한 경쟁은 생산공정을 혁신하여 비용을 낮추고, 소비자에게 더 큰 편익을 가져올 수 있는 새로운 기술과 제품을 개발하여 시장에 판매함으로써 더 높은 이윤을 얻으려는 유인이 존재하고, 이 과정에서 기술발전과 혁신이 새로운 경제구도와 경쟁의 구도를 만들어내게 된다.

정태적 시장에서 ‘독점’은 시장지배력을 보유한 사업자가 가격, 생산량을 임의 조정하여 소비자 후생 감소, 시장 왜곡 등을 초래하므로 부정적으로 인식되었다. 그러나 초기 투자비용이 높은 일부 시장에 대해서는 자연 독점이 발생하는 경우가 있는데, 단일 사업자가 규모의 경제를 실현할 경우 평균비용이 감소하여 결국 소비자에게 유익하므로 국가 차원의 독점 장려가 이루어져 왔고, 독점에 의한 소비자 효용 감소를 막고자 공공성 차원에서 공기업의 형태로 운영되었다.

디지털 시장에 확립된 시장지배력은 혁신적인 서비스의 등장에 취약할 수 있다는 견해가 지속되어 왔다. ICT 서비스의 특성상 일단 개발이 완료되고 나면 고정비용이나 다른 진입장벽도 상대적으로 낮고, 서비스를 한 단위 확장할 때 발생하는 한계비용도 0에 수렴하기 때문이다. ICT 서비스 시장의 이러한 동태적 경쟁(dynamic competition)을 지지하는 쪽은 근거로 야후, 라이코스, 알타비스타 등의 검색엔진이 구글의 등장으로 소멸하거나, 마이스페이스가 페이스북으로 대체된 사례를 언급한다. 국내에서는 2000년대 초반까지 유행한 프리챌이 어떻게 싸이월드에 의하여 지배력을 상실했는지도 자주 인용된다. EU 집행위원회도 Facebook-Whatsapp 합병 전에 대하여 “소비자 커뮤니케이션 앱 시장은 고객이 진입·확장하는 데 드는 비용과 장벽이 낮은 빠르게 움직이는 시장이다. 이 시장에서는 네트워크 효과가 있다 하더라도 시장에서의 선도적인 지위를 보장받을 수 없다. 이 시장은 오랫동안 신규 업체들이 지속적으로 진입한 기록을 가지고

있다. 또 경쟁사 앱은 시간 경과에 따른 시장 내 기업의 붕괴 때문에 네트워크 효과에도 불구하고 성장할 수 있다. 그러한 새로운 참여자들의 위협은 네트워크 크기와 관계없이 합병된 기업의 상당한 규율 요소를 구성하고 향후에도 계속 그럴 수 있는 가능성이 있다.”라고 밝힌 바 있다.<sup>14)</sup>

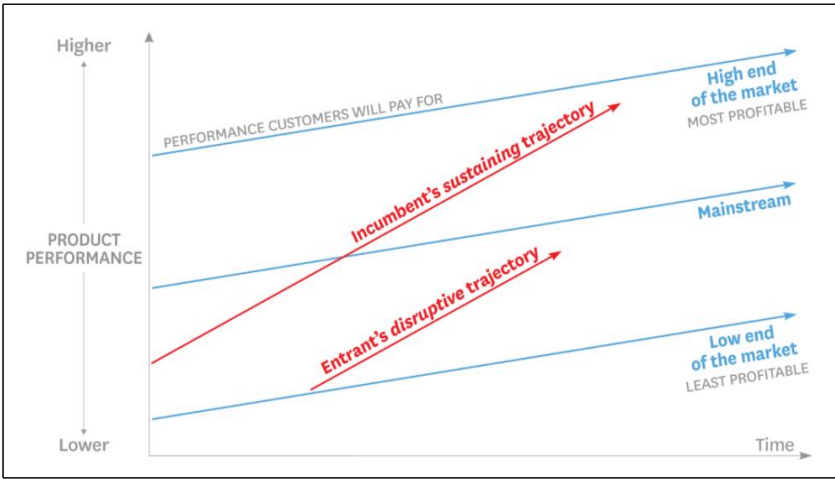
그러나 21세기 초반의 ICT 서비스 시장에서 나타났던 치열한 경쟁의 사례가, 대형 플랫폼이 일반화된 현재의 디지털 경제에 그대로 적용할 수 있는지에 대해서는 논란이 있다. 빅테크 플랫폼이 지배적으로 활동하는 시장에서 스타트업들이 동일한 고객 집단을 대상으로 대체성이 있는 서비스를 개발하여 직접적인 경쟁에 참여하는지 확실하지 않다. 오히려 기존 서비스들이 제공되지 않거나 만족을 주지 못하는, 소위 틈새시장(niche market)을 대상으로 새로운 서비스를 제공하는 경우를 더 많이 관찰할 수 있다. 또한 빅데이터 기술과 인공지능의 발전으로 맞춤형 서비스와 데이터의 중요성이 강조되면서, 많은 고객 데이터를 보유하고 있는 기업이 스타트업이 창의적으로 시작한 비즈니스 아이디어를 가로채서 더 높은 품질과 맞춤화를 구현한 서비스를 출시하거나(copypcat), 기존의 사업을 통하여 확보한 현금흐름을 기반으로 잠재적인 경쟁대상이 되는 중요한 신규 기업을 매수(killer acquisition)하는 방법을 통하여 잠재적인 경쟁자를 효과적으로 차지하고 시장에서의 영향력을 유지하려고 하는 현상이 국내외의 다양한 연구와 정책 보고서를 통해서 발견되었다.

Cabral(2018)과 Bryan and Hovenkamp(2020)에서는 빅테크 플랫폼 기업이 소형 기업(frenzy firm)과 경쟁하는 상황에서 발생하는 인수합병이 혁신의 인센티브에 미치는 영향을 분석하였다. 이들 연구에서는 혁신을 급진적(radical) 혁신과 점진적(incremental) 혁신의 두 가지로 분류한다. 급진적 혁신은 기존 기업들, 특히 빅테크 플랫폼 기업이 가진 기술이나 비즈니스 모델을 대체할 수 있는 수준의 혁신을 의미하는 것으로, 클레이턴 크리스텐센(Clayton Christensen)이 주장한 파괴적 혁신(disruptive innovation)과 유사한 개념으로 생각할 수 있다.

14) European Commission(2014), Regulation(EC) No 139/2004, §132.

반면 점진적 혁신은 기존 기업이 가진 기술과 사업모델을 개량하는 혁신을 의미하는데, 마찬가지로 크리스텐센의 존속 경로(sustaining transactory)를 따르는 혁신의 개념과 유사하게 바라볼 수 있을 것이다.

[그림 2-1] 존속적 혁신과 파괴적 혁신



출처: Christensen et al.(2015. 12)

Cabral(2018)에 따르면 빅테크 기업의 인수합병은 급진적인 혁신을 줄이고 점진적 혁신만을 혁신 시장에서 활성화시킨다. 빅테크 기업의 입장에서 점진적인 혁신은 자사의 사업모델을 발전시켜 지불가능의사가 높은 하이엔드 이용자의 수요를 만족시키는 데에 도움을 줄 수 있다. 스타트업은 자신의 기술을 사업모델화하여 시장에 존속할 유인도 있지만, 반대로 어느 정도 개발한 기술을 빅테크 기업에 판매할 유인도 존재하는데, 이러한 유인은 혁신의 이익을 내부화하여 점진적 혁신에 투자를 집중하게 한다. 반대로 급진적인 혁신은 장기적으로 빅테크 기업의 사업모델을 대체할 가능성이 높기 때문에 빅테크 기업들이 오히려 시장에서 퇴출시키기 위해 노력하게 되며, 스타트업 입장에서 급진적 혁신은 점진적인 혁신을 추구하는 데에 대한 기회비용으로 작용하게 된다. 따라서 빅테크 기업의 인수합병

이 활성화될수록 혁신 시장에서 스타트업이 점진적 혁신을 추구할 가능성이 높아지게 된다.

플랫폼 기업이 점진적 혁신을 위하여 스타트업을 인수한 후에 피인수기업의 사업모델이 반드시 인수기업의 비즈니스 모델에 추가되는 것은 아니다. Puranam and Srikanth(2007)에 따르면, 기업결합 이후에 인수기업은 세 가지 이유로 피인수기업이 제공하던 상품이나 서비스의 제공을 중단한다. 첫 번째로, 피인수기업의 제품이나 서비스가 기대에 미치지 못해서 프로젝트를 포기하는 경우이다. 빅테크 플랫폼 기업은 기존에 제공하던 서비스를 강화하거나, 자신이 보유한 이용자 집단을 활용하여 새로운 영역에 진출하기 위해서 스타트업의 사업모델을 인수하는데, 이를 실제로 적용하다보면 기존 사업모델과 충돌하거나, 제품·서비스가 기대에 미치지 못하는 경우 이를 포기하게 된다. 두 번째는 인수한 기업의 자산을 기업에 흡수하기 위하여 인수한 경우이다. 특허나 지식재산권(IP), 기술, 인력, 데이터 등을 흡수하여 기존의 서비스를 강화하거나 새로운 서비스 개발에 이용하기 위해 기업결합을 진행하는 경우, 피인수기업의 서비스는 중단되고 새로운 이름으로 시장에 출시되거나 기존 사업모델에 흡수된다. 마지막으로, 인수기업의 시장지배력을 강화하기 위한 인수합병이 일어나는 경우이다. 피인수기업이 보유한 기술이나 서비스가 인수기업의 서비스와 보완관계에 있다면 기존 기업의 사업모델을 강화하여 사회후생에 기여할 수 있지만, 대체성이 높은 관계에 있을 때에는 피인수기업의 프로젝트를 중단하고 원래 제품만을 시장에 제공함으로써 경쟁 압력을 낮추게 된다.

Cunningham et al.(2021)에서는 바로 위에서 언급한, 인수기업의 시장지배력 강화를 위하여 혁신적인 스타트업을 인수하는 행위가 혁신 경쟁에 미치는 영향에 대해서 분석하였다. 경제학에서는 일반적으로 기존 기업이 혁신적인 기술을 인수하는 행위는 기술의 파급 속도를 빠르게 하는 동시에, 기존 기업이 이미 시장에서 판매하는 제품의 수준을 높이기 때문에 혁신과 소비자 후생 측면에서 모두 긍정적으로 바라본다. 그러나 Cunningham et al.(2021)에서는 기존 기업이 자신의

잠재적인 경쟁자가 될 수 있는 혁신 기업을 인수한 뒤, 개발 중인 프로젝트를 중단하여 혁신의 속도를 조절할 유인이 있음을 보인다. 특히 기존 기업이 판매하는 제품과 성격이 유사할수록, 기존 시장에서 경쟁이 치열하지 않을수록 이러한 현상이 빈번하게 나타나게 된다.

잠재적 경쟁자가 될 수 있는 혁신 기업을 인수하는 이러한 행위는 대체 효과(replacement effect)와 효율성 효과(efficiency effect)의 두 가지가 결합되어 나타난다. 대체 효과는 기존 기업이 현재 판매하는 제품보다 혁신적인 제품이 시장에 등장하여 대체가 발생할 경우 기존 제품의 시장점유율을 침해하는 것을 말한다(Arrow, 1962). 일반적으로 혁신 산업에서 새로운 제품을 출시하기 위해서는 R&D 등에 많은 비용이 투입되며, 기업은 해당 제품이 시장에 안착한 후에 비용을 상쇄할 수 있는 충분한 수익을 올리는 것을 기대할 것이다. 기존에 판매되는 제품보다 성능에서 우위에 있는 제품이 시장에 나오게 된다면 이러한 수익이 유지되는 것을 기대하기 어려우므로, 기존 기업은 자사의 제품과 경쟁 관계로 나타날 수 있는 제품의 출시를 방해할 뿐만 아니라, 자사의 혁신 속도도 일정 부분 통제할 유인이 존재한다. 만약 해당 영역에서 시장 경쟁이 치열하다면, 한 기업이 혁신의 속도를 늦추더라도 다른 기업이 혁신적인 제품을 시장에서 먼저 상품화할 유인이 존재한다. 반면, 해당 기업이 독점력이 있거나 시장 내 제품 간의 이질성이 크다면 기존 기업은 혁신 속도를 조절하여 한 제품에서 충분한 수익을 올린 이후에 다음 단계의 제품을 출시하게 된다.

효율성 효과는 시장지배력을 갖는 기존 기업이 특허 등의 재산을 설정하고 이를 시장에서 제거하여 효율성을 얻는 것을 의미하는데(Gilbert and Newbery, 1982). 이러한 행위는 “잠자는 특허(sleeping patent)”를 설정한다고 지칭한다. 이론적으로 특허 등을 통하여 재산을 선점하는 것은 쉬운 일이 아니다. 혁신 기술을 개발하는 데에 드는 비용과 복잡성은 특허를 선점하여 잠재적인 신규 진입을 통제하기 어렵게 만든다. 그러나 플랫폼 산업에서 나타나는 티핑 효과(tipping effect)와 이로 인한 장기적인 독점화에 따른 이익은 R&D에 드는 비용이나 외부

의 혁신 기술을 구매하는 비용을 상회할 수 있다.

잠재적으로 경쟁 상대가 될 수 있는 신규 기업을 인수하여 제거하는 행위가 기존 기업의 사업 영역과 겹치는 곳에서 일어나는 수평적인 기업결합에 해당한다면, 킬 존(kill zone)이라 불리는 현상은 기업결합의 제반 유형과 관계없이 일반적으로 나타날 수 있다. 킬 존은 대형 플랫폼 기업이 특정 스타트업을 인수하면, 해당 스타트업이 활동하던 관련 시장에 있는 다른 스타트업에 대한 투자가 위축되어 진입이 줄어들고 경쟁이 사라지는 것을 의미한다. 킬 존이 형성되는 원인으로 두 가지를 고려할 수 있다. 하나는 피인수기업을 선정하는 과정에서 플랫폼 기업이 가치가 높은 기술을 선택하는 것이다. 플랫폼 기업이 관련 시장 내에서 유사한 기술이나 서비스를 개발하는 스타트업 중 경쟁력이 가장 높은 기업을 인수할 것이기 때문에 다른 스타트업은 암묵적으로 피인수기업보다 경쟁력이 떨어지는 것으로 인식된다. 다른 이유는 해당 플랫폼 기업이 스타트업을 인수하면서 본격적으로 해당 시장에 진출하려는 신호를 보내는 것이다. 앞서 살펴본 것과 같이 플랫폼 사업에는 네트워크 효과와 규모의 경제, 범위의 경제가 작동하기 때문에, 이미 충분한 이용자 집단을 보유한 대형 플랫폼 기업과 경쟁하기란 쉬운 일이 아니다. 따라서 해당 시장의 나머지 스타트업은 더 이상 투자가치가 없는 것으로 인식되어 투자가 줄어들 수 있다. Kamepalli et al.(2021)은 페이스북과 구글이 기업을 인수한 분야에서는 스타트업에 대한 투자와 새로운 스타트업의 진입이 전반적으로 줄어드는 것을 실증적으로 보이고, 이러한 행위는 약탈적 가격책정과 같은 전통적인 의미의 반경쟁적 행위가 없더라도 발생한다는 점을 지적하고 있다.

그렇다면 빅테크 기업의 인수합병이 사회 후생, 특히 소비자 후생에는 어떠한 영향을 미칠까. Motta and Peitz(2021)는 빅테크 기업의 인수합병이 시장에 미치는 영향을 분석하였다. 스타트업은 사업을 확장하는 데에 필요한 금융자본 조달에 어려움을 겪는데, 빅테크 기업이 스타트업의 기술이나 사업모델을 인수하여 금융 제약을 해결하고 시장에 출시하는 경우 소비자 후생에는 긍정적인 영향을 미치게 된다. 그러나 빅테크 기업이 잠재적 경쟁자를 흡수한 다음 개발 프로젝트를

중단시킬 수도 있는데, 특히 스타트업이 재정적인 여력이 충분하거나 외부 투자의 가능성이 높음에도 이러한 인수합병이 일어난다면 시장 경쟁을 약화시켜 오히려 소비자 후생은 감소한다. 이러한 후생의 영향은 인수기업과 피인수기업의 사업모델이 얼마나 중복되는지에 따라 다르게 나타난다. Prat and Valletti(2021)는, 소수의 플랫폼들이 경쟁하는 과점 시장에서 인수기업과 피인수기업의 이용자 기반이 겹칠수록 기업 인수로 인한 사회 후생의 손실이 커짐을 보였다. 특히 전통 산업에서 일어나는, 대체재의 흡수로 인한 후생 저하 외에도, 플랫폼 기업에서는 두 기업 간의 네트워크가 겹칠수록 사회 후생의 손실이 늘어나게 된다.

### 제 3 절 소결: ICT 신산업 시장의 기업결합과 경쟁제한성

혁신 시장에서 기업결합은 크게 네 가지 유형으로 나타날 수 있다. 이하에서는 네 가지 유형의 실제 사례와 ICT 신산업 시장에서의 경쟁제한성에 대해서 살펴보고자 한다.

첫 번째 유형은 두 회사가 이미 관련 시장에서 경쟁 중이고 꾸준히 혁신에 대한 투자를 하는 상황에서 합병을 추진하는 사례이다. 일반적인 기업결합에서 수평결합에 해당하는 사례로, 이에 대한 많은 심결례와 판례가 존재하기 때문에 상대적으로 경쟁제한성에 대한 분석이 쉬운 시장이다. ICT 산업에서는 2013년 미국 회사인 Applied Materials(AMAT)와 일본 회사인 Tokyo Electron(TEL)의 합병 심사가 주요 사례로, 합병 이후 반도체 회사가 자신의 특정 모델을 개발하는 과정에서 장비 회사를 선정하여 협력관계를 맺을 수 있으나, 실제로 반도체를 양산하기 시작하면 해당 상품에 대한 독점적인 지위를 확보할 수 있어 전략적인 결합을 추진하였다. 그러나 이 계약은 미국 법무부 및 한국 공정거래위원회의 반대로 좌절되었다. 2017년에도 유사한 사례로 미국의 퀄컴(Qualcomm)과 싱가포르의 브로드컴(Broadcom) 간 M&A가 추진되었는데, 미국 재무부의 외국인투자심의위원회(CFIUS)는 브로드컴의 퀄컴 인수가 5G 이동통신기술 연구개발을 저해해 경쟁사

인 중국 화웨이의 점유율을 높일 가능성이 있다는 우려로 합병에 반대하였다.<sup>15)</sup>

두 번째 유형은 기존 기업이 관련 시장에 이미 활동하고 있고, 새로운 기업이 해당 시장 진입을 위하여 R&D 투자를 하는 상황에서 기존 기업이 신규 기업을 인수하는 것이다. 이는 글로벌 ICT 빅테크 기업들이 잠재적인 경쟁자로 나타날 수 있는 스타트업을 인수하는, 이른바 킬러 합병(killer acquisition)에 해당하는 유형이다. 2020년 미국 하원의 반독점소위 보고서와 Cunningham et al.(2021) 등에서 관련 문제점을 지적하였으며, 미국의 경쟁당국은 이미 형성된 상품시장에서 잠재적 경쟁자를 인수하려는 합병에 대해서는 광범위하게 개입하려고 한다. 산업 분야에서는 이와 같은 합병을 심의한 사례가 드물지만, 소프트웨어 산업에서 Autodesk-Softdesk 합병 사례가 이 유형에 해당한다. Autodesk는 컴퓨터 디자인 프로그램인 CAD 생산업체로서 시장점유율이 약 70%인데, CAD의 대체 상품을 개발 중인 Softdesk와 합병을 추진하였다. Softdesk의 제품이 다른 경쟁 제품과 다른 점은 시장지배력을 갖는 상품인 Autodesk가 CAD 파일을 읽고 쓸 수 있다는 점이었기 때문에, 경쟁당국은 Softdesk가 컴퓨터 디자인 프로그램과 관련된 모든 자산을 매각하는 조건으로 이 합병을 승인하였다.

세 번째 유형은 기존 기업이 관련 시장에서 이미 활동을 하고 있고, 다른 기업이 해당 시장에 진입하지 않은 상태에서 기존 기업을 인수하는 것이다. 두 번째 유형과 유사하게 글로벌 ICT 빅테크 기업들이 사업 영역을 확장하기 위하여 많이 시도한 유형으로, 구글의 안드로이드 인수나 페이스북의 인스타그램, 왓츠앱 인수가 이 유형에 해당한다. 기업결합 심사기준상의 혼합결합이 이 유형에 해당하며, 아직 명시적인 경쟁이 발생하지 않았기 때문에 진출 가능성만으로 이를 사전심사하거나 제지한 경쟁 당국은 없었다. 주로 기존 기업이 스타트업에 해당하는 경우가 많기 때문에 기업공개(IPO) 외에 신생 스타트업의 주요 출구전략으로 인식되

---

15) 한국경제신문(2018. 3. 13.), “브로드컴의 쉐컴 인수 막은 트럼프… ‘5G 주도권 중국에 못 준다’”(URL: <https://www.hankyung.com/international/article/2018031331151>, 최종접속일: 2021. 10. 27.)

고 있기도 하다.

그러나 Kamepalli et al.(2021)에서 다루는 바와 같이 스타트업의 인수로 인하여 킬 존(kill zone)이 형성되어, 일단 대형 플랫폼 기업이 특정 분야의 스타트업을 인수하는 행위가 해당 분야로의 진출을 시사하는 것으로 시장에 신호를 보내 그 분야의 진입 유인은 물론 벤처캐피털 등의 투자가 감소하여 혁신 생태계를 위협할 수 있다. 따라서 이러한 유형의 합병에는 경쟁제한성에 대한 평가가 충분히 필요할 것이다.

네 번째 유형은 두 회사가 새로운 상품이나 서비스의 개발을 위하여 기술개발 경쟁을 하는 상황에서 기업결합이 일어나는 것이다. 두 기업 다 아직 본격적으로 시장에 진입한 상황이 아니라면 두 기업의 결합에서 시너지가 발생할 것이나, 만약 현존하는 시장이 있는 상황에서 기능적으로 진화된 새로운 제품을 개발하는 상황이라면 현재 상품 시장에서 시장지배력이 있는 기업은 혁신을 최대한 미룰 유인이 존재한다. 그러나 대체재가 전혀 없는 시장에서 두 기업이 합병했을 때 기술 개발에 대한 투자를 줄일 수 있는지에 대해서는 논쟁적이다.

ICT 신산업에서 기업결합이 혁신생태계를 저해할 수 있는지에 대한 검토는 위의 사례 중에서 두 번째와 세 번째 유형에 해당한다. 이 중 두 번째 유형에 대해서는 경쟁당국이 기존에도 심사를 진행했으나, 플랫폼 사업의 특성상 스타트업의 매출이 사전심사나 신고가 필요한 기준에 미치지 못하기 때문에 실제적으로는 심사가 진행되지 않은 경우가 많았다. 이러한 문제에 대해서는 제3장에서 검토하는 바와 같이, 국내외에서 소규모 기업결합의 심사 기준으로 인수가액이나 거래금액 기준을 새롭게 도입하여 해결하고자 한다.

혁신생태계에 대한 경쟁제한성에 더욱 크게 영향을 미칠 수 있는 것은 세 번째 유형이다. 이는 주로 플랫폼 기업들이 사업 다각화를 위하여 취하는 것인데, 넓은 범위의 시장을 지배하고 연결된 각 시장에서 시장지배력이 존재하는 플랫폼은 그 자체로 강력한 생태계를 구축하게 되고, 이를 토대로 시장지배력 남용이 가능해진다. 특히 단일접근통로를 가진 게이트키퍼로서 대형 플랫폼들은 신규 사업자의 진

입차단, 경쟁자 배제, 소비자 착취가 가능한 시장지배력을 이미 보유하고 있을 가능성이 높다(Podszun, 2019). Eisenmann et al.(2011)에서는 이를 ‘플랫폼 포획(Platform Envelopment)’이라 표현하는데, 지배적인 플랫폼이 자신이 보유한 기존 이용자의 네트워크 효과를 레버리지로 활용하여 새로 진입하는 시장을 지배하는 것을 의미한다.

그러나 플랫폼 포획이나 플랫폼 생태계 이슈는 전통 산업에서의 혼합결합(conglomerate merger)과 결합상품·끼워팔기(bundling)의 디지털 버전에 해당할 수도 있다. 이는 타 시장으로의 지배력 전이나 신규 사업자 진입배제와 같은 부정적인 영향을 불러올 수도 있지만, 비용 절감이나 상품의 보완성으로 인한 소비자 효용 증대, 가격차별 등의 긍정적인 역할도 존재한다. 따라서 대형 플랫폼 사업자의 신규 영역 진출을 위한 M&A 등이 당연위법(per se illegal)의 형태로 규제되어서는 안 되며, 합리의 원칙에 따라서 친경쟁적인 부분과 반경쟁적인 부분에 대한 비교형량이 충분히 이루어져야 할 것이다.

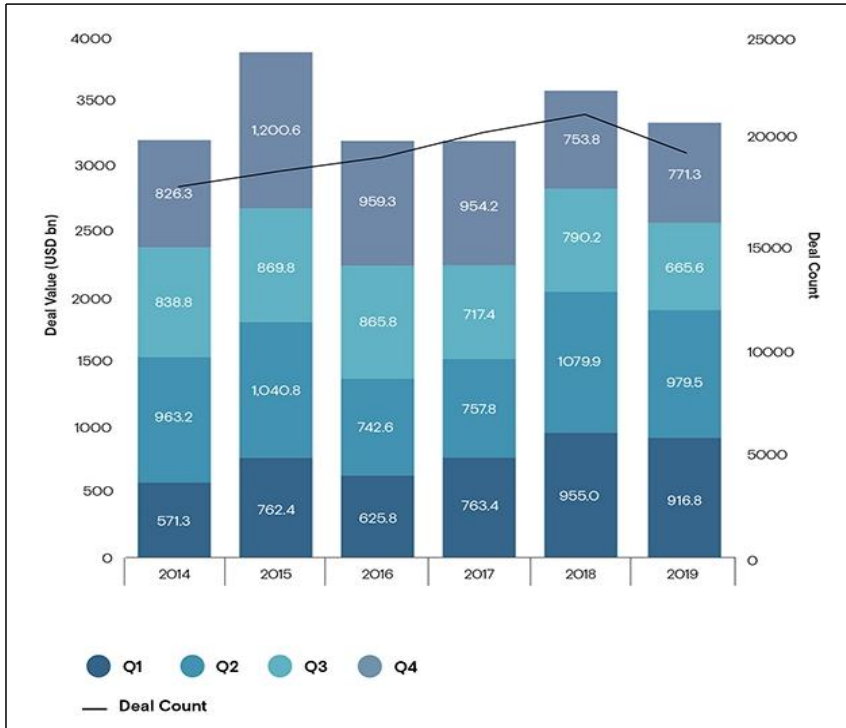
## 제 3 장 디지털 시장 M&A 동향

### 제 1 절 M&A 시장 동향

Mergermarket(2020)의 분석에 따르면 2019년에 전 세계에서 이루어진 M&A 활동은 2018년보다 6.9% 감소했지만, 6년 연속 3조 달러를 넘어선 것으로 나타났다. 2019년 한 해 동안 전 세계에서 모두 19,322건의 M&A 거래가 이루어졌으며, 전체 거래액은 3조 3,300억 달러에 이른다(그림 3-1)..

미국은 2019년에 이루어진 M&A 거래의 47.2%를 차지하는데 2001년 이후 가장 높은 비중을 기록했다. 유럽은 전년도에 비해 거래규모 기준으로 21.9%가 감소하였으며, 아시아 지역도 22.5% 감소한 반면, 상대적으로 강한 경제와 많은 수의 국내 거래가 일어난 미국 시장은 2018년 대비 1.5%p 증가하였다. M&A와 관련한 중국의 영향력은 줄어들고 있는데, 2019년 기준으로 중국과 홍콩의 글로벌 M&A 시장 비중은 2018년 11.4%에서 2019년 8.8%로 감소하였고, 거래 규모는 27.7% 감소한 2,945억 달러를 기록하였다. 이는 미·중의 갈등으로 인하여 미국에 기반을 둔 기업과의 거래 협상에 어려움을 겪었기 때문으로 풀이된다.(그림 3-1).

[그림 3-1] 2019년 글로벌 M&amp;A 시장 동향



자료: Mergermarket(2020), "2019 Global M&A Report with financial league tables"

2020년 M&A 시장은 코로나19로 인하여 크게 위축되었다가 하반기 들어서 일부 회복세를 보인 것으로 나타난다. 2020년 상반기의 글로벌 M&A 시장규모는 거래건수 기준으로 2019년 대비 32% 감소(10,155 → 6,938건)하였다. 그러나 기술 M&A 비중은 오히려 2019년보다 증가한 것으로 나타나, 포스트 코로나19 시대를 대비하기 위한 기업들의 경쟁이 치열해지고 있는 것으로 판단된다. Ernst and Young(2020)에서 46개국의 글로벌기업 CEO를 대상으로 진행한 설문조사에 따르면, 응답자의 56%가 '향후 1년 내 M&A에 적극 나설 계획'이며, 38%가 코로나19 M&A 전략으로 '인수대상 기업의 가치하락을 노린다'고 응답해, 기회를 선점하기 위한 포스트-코로나 M&A 시장 활성화가 예상된다.<sup>16)</sup>

지난 15년간의 글로벌 ICT 산업 분야 M&A 시장은 합병 건수 기준으로 미국이 3분의 1을 차지하였으며, 최근 5년간의 사례를 볼 때에도 4,457건으로 약 4분의 1을 차지하여 높은 점유율을 보이고 있다. 중국은 건수 기준으로는 아직 높은 비중을 차지하고 있지 않으나, 연평균 증가율에서는 22.9%로 1위를 차지하며 공격적인 M&A 전략을 펼치고 있는 것으로 나타난다. 한국은 지난 15년과 최근 5년간의 M&A 시장 점유율이 모두 12위에 머무르며 수년째 현상 유지 중이다(표 3-1).

〈표 3-1〉 글로벌 IT산업 M&A 시장 점유율 주요국 순위

| 순위 | 최근 15년<br>(2005~2019) |            |            | 최근 5년<br>(2016~2020) |            |            | 연평균 증가율<br>(’05~’19, %) |      |
|----|-----------------------|------------|------------|----------------------|------------|------------|-------------------------|------|
|    | 국가                    | M&A<br>(건) | 점유율<br>(%) | 국가                   | M&A<br>(건) | 점유율<br>(%) |                         |      |
| 1  | 미국                    | 16,669     | 32.6       | 미국                   | 4,457      | 25.5       | 중국                      | 22.9 |
| 2  | 영국                    | 5,613      | 11.0       | 영국                   | 1,883      | 10.8       | 네덜란드                    | 10.3 |
| 3  | 프랑스                   | 3,692      | 7.2        | 프랑스                  | 1,435      | 8.2        | 한국                      | 10.0 |
| 4  | 독일                    | 2,883      | 5.6        | 독일                   | 1,156      | 6.6        | 스웨덴                     | 8.5  |
| 5  | 호주                    | 1,641      | 3.2        | 중국                   | 774        | 4.4        | 독일                      | 7.0  |
| 6  | 스웨덴                   | 1,377      | 2.7        | 호주                   | 580        | 3.3        | 캐나다                     | 6.6  |
| 7  | 일본                    | 1,360      | 2.7        | 스웨덴                  | 622        | 3.6        | 프랑스                     | 5.6  |
| 8  | 캐나다                   | 1,240      | 2.4        | 인도                   | 487        | 2.8        | 인도                      | 4.9  |
| 9  | 인도                    | 1,216      | 2.4        | 캐나다                  | 513        | 2.9        | 영국                      | 4.0  |
| 10 | 중국                    | 1,216      | 2.4        | 네덜란드                 | 444        | 2.5        | 일본                      | 3.7  |
| 11 | 네덜란드                  | 1,017      | 2.0        | 일본                   | 585        | 3.4        | 호주                      | 3.3  |
| 12 | 한국                    | 977        | 1.9        | 한국                   | 410        | 2.3        | 미국                      | 2.9  |

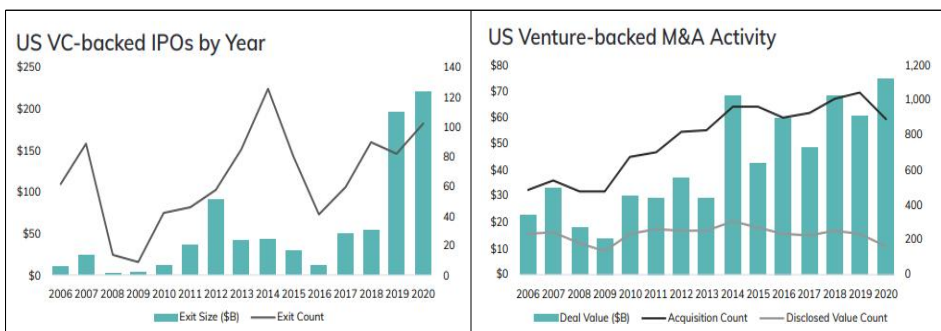
주: 2020년은 1~8월 데이터 취합  
자료: S&P Capital IQ의 자료를 전경련(2020. 9. 23.)에서 재인용

16) Ernst&Young(2020), “How do you find clarity in the midst of the COVID-19 crisis?”

스타트업은 성장 단계에 따라서 다양한 금융자본으로부터 투자를 받으며, 이러한 금융자본은 스타트업의 성장이 어느 정도 이루어진 후에 자본 회수(exit)를 위하여 포지션 청산을 한다. 자본 회수를 위하여 고려할 수 있는 방법은 크게 주식을 일반에 공개적으로 매각하는 기업공개(IPO: Initial Public Offering)와 주식을 일반 대중에게 공개하지 않고 다른 기업이나 사모펀드에 판매하는 방법 그리고 기업인수목적회사(SPAC: Special Purpose Acquisition Company)를 통하여 공개 시장에서 자금을 조달한 후, 이를 이용하여 벤처나 스타트업을 인수하는 방식의 세 가지가 있다.

미국 벤처캐피털협회(NVCA: National Venture Capital Association)의 조사에 따르면 미국 시장에서는 IPO와 인수합병에 의한 벤처투자 회수가 비슷한 수준으로 활성화되어 있다. 2019년과 2020년에는 이례적으로 IPO에 의한 자본 회수가 활발하게 일어나 IPO와 인수합병의 비율이 금액 기준으로는 3 대 1 정도로 나타나고 있으나, 2018년까지는 M&A 거래액이 IPO보다 크거나 유사한 수준을 유지하고 있다(NVCA, 2021).<sup>17)</sup>

[그림 3-2] 미국 스타트업 IPO 및 M&A 추이



자료: NVCA(2021)

17) 다만, 전체 인수합병 건 대비 인수가액이 공개된 거래는 약 1/5 정도에 불과하다는 것을 고려할 필요가 있다.

미국 벤처 회수시장의 IPO와 M&A 내역을 살펴보면, 2020년에는 미국에서 총 471건의 기업공개가 이루어졌는데, 이 중 벤처캐피털이 투자한 회사의 IPO는 103건으로 약 21.9%에 해당하며, 금액 기준으로는 약 2,200억 달러의 벤처기업 IPO가 발생하였다. 이들 벤처기업은 상장 이후 시가총액 기준 약 13.7%의 주가 상승률을 기록하였다. 첫 번째 벤처캐피털 투자를 받은 이후로 IPO까지 걸린 기간은 평균 6.3년으로 조사되었다. M&A 시장은 금액 기준으로는 IPO 시장에 미치지 못하지만 건수 기준으로는 IPO를 통한 투자 회수의 8배 이상에 달하는 886건의 M&A가 이루어졌다. 2004년부터 2020년까지 누적 건수 기준으로는 92%의 투자 회수가 M&A를 통하여 이루어진 것으로 나타난다. 인수가액이 공개된 165건에 대하여 전체 딜의 누적가액은 약 750억 달러이며, 첫 번째 벤처캐피털 투자를 받은 이후로 M&A까지 걸린 기간은 IPO와 동일하게 평균 6.3년으로 조사되었다.

우리나라의 경우 벤처투자 회수 시장의 많은 부분이 IPO를 통해서 이루어지고, 인수합병에 의한 회수는 제한적으로 이루어진다. 중소벤처기업부의 통계에 따르면 2019년 우리 나라의 벤처투자시장 투자금의 회수 규모는 약 2조 원 수준인데, 이 중 IPO를 통하여 회수한 금액은 약 8,500억 원으로 36.7%에 달하는 반면, M&A를 통한 회수는 123억 원으로 0.5%에 불과하였다(표 3-2). 특히 IPO에 의한 회수 비중은 평균 36%를 유지하고 있는 반면, M&A에 의한 회수는 2015년부터 지속적으로 낮아지고 있다. 특히 중소벤처기업부의 「창업기업 동향」에 따르면 2018년 대비 2019년 기술창업의 수는 약 8,000개가 증가하였고, 2019년 코스닥 시장에 신규 상장한 기업 수는 기업인수목적회사(SPAC)를 제외하면 84개임을 감안할 때, IPO를 통하여 엑시트를 할 수 있는 비중은 1% 내외에 불과하다.

〈표 3-2〉 국내 벤처투자 회수 시장 현황

(단위: 억 원, %)

| 구분              |    | 2015년  | 2016년  | 2017년  | 2018년  | 2019년  |
|-----------------|----|--------|--------|--------|--------|--------|
| IPO             | 금액 | 7,726  | 7,146  | 6,380  | 8,711  | 8,522  |
|                 | 비중 | 37.2   | 36.3   | 35.5   | 32.5   | 36.7   |
| M&A             | 금액 | 874    | 679    | 573    | 670    | 123    |
|                 | 비중 | 4.2    | 3.4    | 3.2    | 2.5    | 0.5    |
| 프로젝트            | 금액 | 1,945  | 2,298  | 1,572  | 2,200  | 2,368  |
|                 | 비중 | 9.4    | 11.7   | 8.8    | 8.2    | 10.2   |
| 장외매각·상환<br>(주식) | 금액 | 7,449  | 7,640  | 7,691  | 12,754 | 8,661  |
|                 | 비중 | 35.8   | 38.8   | 42.8   | 47.6   | 37.3   |
| 장외매각·상환<br>(채권) | 금액 | 2,116  | 1,327  | 1,219  | 1,623  | 1,636  |
|                 | 비중 | 10.2   | 6.7    | 6.8    | 6.1    | 7      |
| 기타              | 금액 | 682    | 591    | 530    | 822    | 1,912  |
|                 | 비중 | 3.3    | 3      | 2.9    | 3.1    | 8.2    |
| 합계              | 금액 | 20,792 | 19,682 | 17,965 | 26,780 | 23,222 |
|                 | 비중 | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

자료: 중소벤처기업부, 머니투데이(2020. 6. 8.) 재인용

## 제 2 절 플랫폼 기업 동향

### 1. 미국: GAFA

GAFA를 포함한 미국의 빅테크 기업은 경쟁력을 강화하기 위하여 지난 20여 년 간 수많은 기업을 인수하였다. WashingtonPost(2021.4.21.)는 GAFA의 기업인수 사례를 분석하여, 이들이 새로운 영역에 진출하기 위해서 인수한 스타트업을 살펴 보았다(그림 3-2). 애플은 1988년 창업 이래 처음으로 기업을 인수한 이후, 2020년까지 총 123건의 기업 인수를 완료하였다. 이들 중 애플이 원래 활동하는 영역인 컴퓨터 하드웨어 및 소프트웨어와 직접 관련이 있는 인수는 27건이었고, 나머지 96건은 새로운 서비스 영역에 진출하기 위한 인수에 해당한다. 아마존이 수행한 111건의 기업 인수 중 원래의 사업 영역인 서적 판매와 소매업과 관련된 인수는 40건

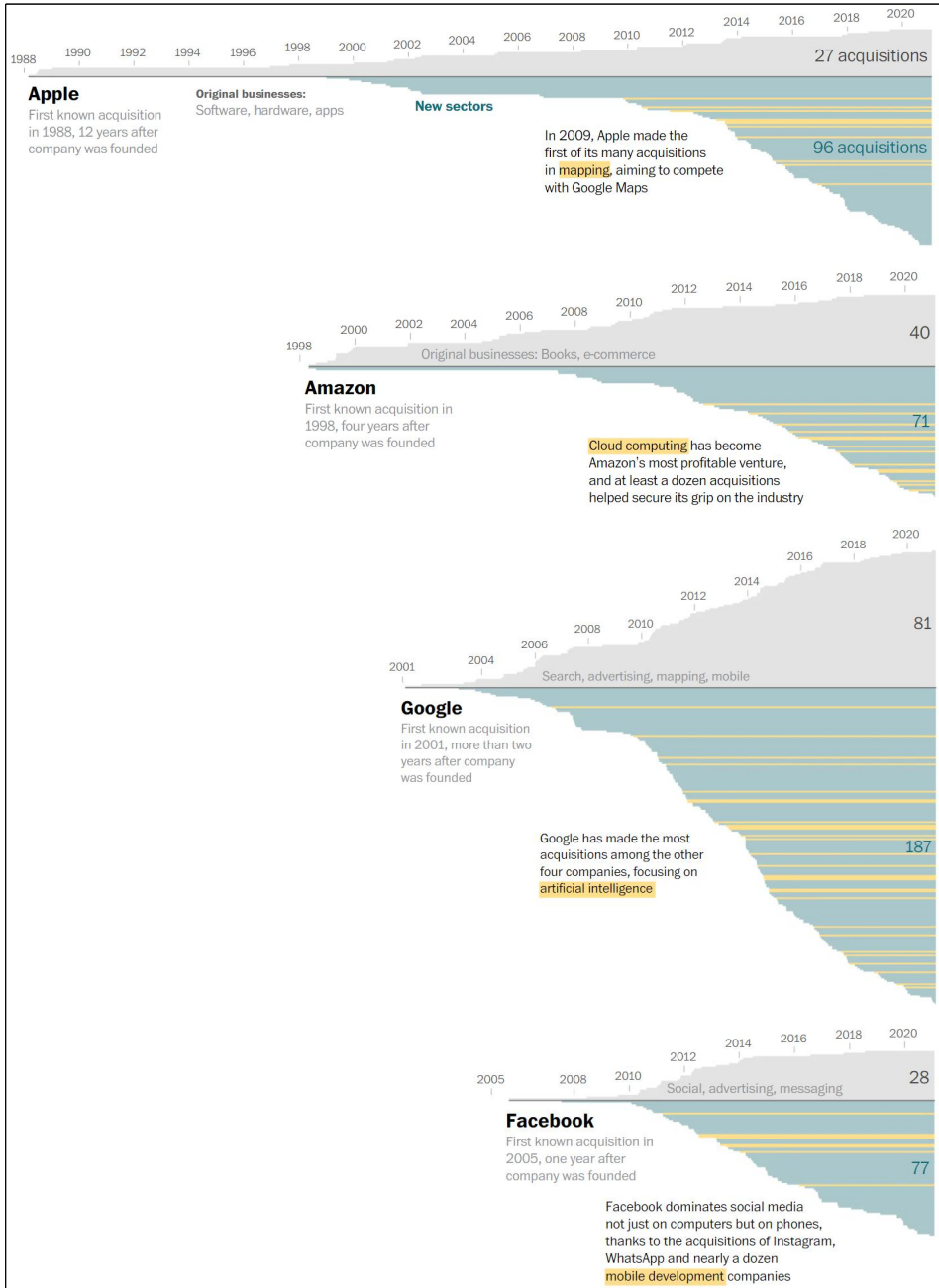
이었고, 클라우드 컴퓨팅으로 사업을 확장하면서 약 20년 동안 71건의 기업 인수를 수행하였다. 구글은 지난 20년간 268건의 기업 인수를 단행하였는데 이 중 구글이 중점을 두고 있는 인공지능 관련 스타트업을 중심으로 새로운 영역을 개척하기 위하여 인수가 이루어진 사례는 187건이 해당하였다. 페이스북은 SNS와 관련된 기업 인수 외에도 사업 영역 확장을 위하여 77개의 스타트업을 인수하였다.

장영신·강구상(2021. 8. 19.)에서는 2000년 이후 현재까지 GAFA의 인수합병 거래에 대하여 살펴보았는데, 2000년부터 지금까지 GAFA가 완료한 인수합병 건수는 총 470건, 거래액은 934억 달러에 이르는 것으로 나타났다. 업종별로 보면 소프트웨어 기업이 총 189개 사(40.2%)로 1위를 차지한 가운데, 인터넷 소프트웨어 및 서비스 기업(92개, 19.6%), IT 컨설팅 및 서비스 기업(43개, 9.1%), 전자상거래 및 B2B 기업(23개, 4.9%) 순으로 인수합병이 이루어졌다. 그러나 인수가액을 비교해보면 가장 많은 거래 건수를 기록하고 있는 소프트웨어 기업에 대한 평균거래액이 58억 1,000만 달러로 다른 업종 대비 작은 거래규모를 보이고 있는데, 이는 해당 인수합병 대상 기업이 초기 단계의 스타트업인 경우가 많기 때문인 것으로 생각된다. 이는 빅테크 기업의 인수합병이 자사의 초기 경쟁자를 제거하려는 목적으로 이루어진다는 비판과도 일맥상통한다.<sup>18)</sup>

---

18) 미 하원 반독점 소위원회(2020)

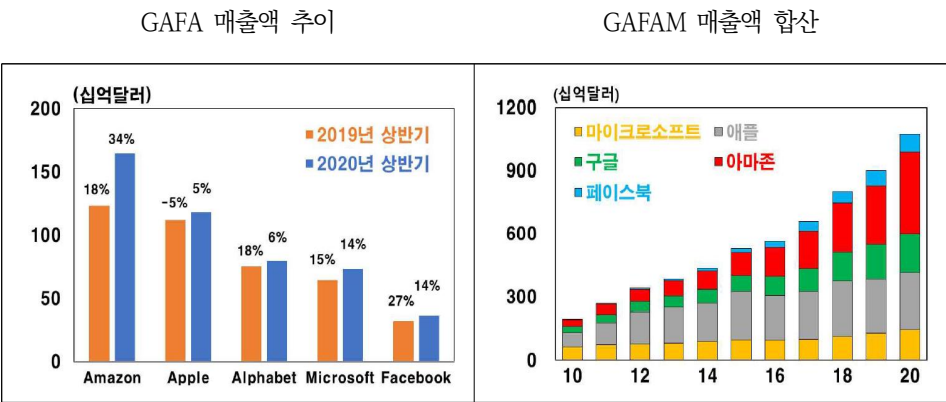
[그림 3-3] GAFA의 M&amp;A 내역



출처: WashingtonPost(2021. 4. 21.)

GAFA는 자사 플랫폼의 독점력과 M&A를 통해 인접 시장을 장악하며 빠른 속도로 성장하고 있다. 최근 GAFA의 매출액 증가율은 2010년대 들어 연평균 19.0% 성장하였으며, 특히 2020년 매출액은 2010년 대비 5배 이상 확대된 것으로 나타난다(그림 3-4). 매출의 성장에 따라 시가총액 또한 빠른 속도로 증가하고 있는데, 특히 구글, 아마존, 페이스북, 애플의 시가총액을 합산하면 2021년 7월 기준 약 7조 500억 달러로 미국 주식시장 전체 규모의 15%에 해당하며, 일본 증시 전체 시가총액인 6조 8,600억 달러를 뛰어넘는 수치이다. 애플의 시가총액은 2조 4,500억 달러로 2019년 말에 비해서 90%, 2020년 말에 비해서는 10% 증가하였고, 알파벳(구글)의 시가총액은 1조 8,900억 달러, 아마존 1조 6,700억 달러, 페이스북 1조 400억 달러 등 4개 플랫폼 모두 시가총액이 1조 원을 상회한다. 반면 일본 주식시장의 시가총액 1위 기업인 토요타자동차의 시가총액은 약 2,800억 달러로 4대 빅테크 가운데 시총이 가장 작은 페이스북과 비교해도 5분의 1 수준에 불과하다.<sup>19)</sup>

[그림 3-4] GAFA의 매출액 추이

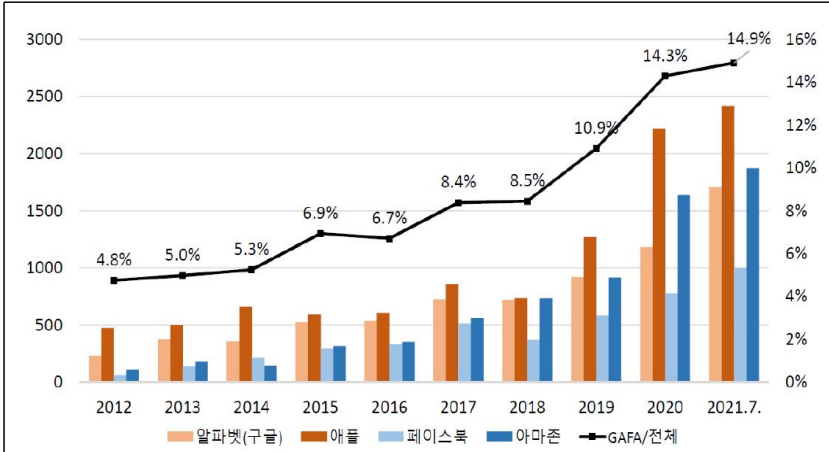


자료: 한국은행(2021. 3. 19.)

19) 한국경제TV(2021. 8. 27.), “GAFA 시총, 세계 2위 일본증시도 넘었다.” (URL: <https://www.wowtv.co.kr/NewsCenter/News/Read?articleId=202108272485i>)

[그림 3-5] GAFA의 시가총액과 비중 변화

(단위: 10억 달러)



주: 막대그래프는 각 플랫폼 기업의 시가총액(좌측), 선그래프는 미국 전체 상장기업 대비 GAFA 시가총액의 합의 비율(우측)이며, 2021년 7월(16일)을 제외한 수치는 연말 기준

출처: Bloomberg의 자료를 양용현·이화령(2021.8.12.)에서 재인용

Gautier and Lamesch(2021)는 빅테크 플랫폼 기업의 기업 인수합병이 디지털 시장에 미치는 영향에 대하여 실증분석을 실시하였다. 이들은 구글, 애플, 페이스북, 아마존, 마이크로소프트(이하 GAFAM)가 2015년부터 2017년까지 실시한 175건의 M&A에 대하여 피인수기업의 주요 활동영역과 이용자 집단의 특성, 그리고 인수합병 이후 피인수기업의 사업모델 유지 여부를 분석하였다. 분석 결과, 피인수 기업 중 60% 이상은 영업 활동을 중단하였으며, 특히 애플과 페이스북이 피인수기업의 영역을 중단시키는 경우가 많은 것으로 분석되었다.

다면 시장의 성격을 갖는 플랫폼 기업은 생산자와 소비자 외에도 경제 내의 다양한 주체들에 대하여 서비스를 제공한다. 플랫폼 이용자들을 특성과 이용 목적에 따라 플랫폼, 소비자, 기업, 상인, 콘텐츠 편집자, 광고주의 여섯 그룹으로 분류할 수 있다. GAFAM과 같은 빅테크 기업들은 디바이스나 운영체제, IT 인프라를 소유하면서 상류 시장(upstream market)을 형성하기 때문에 또 다른 플랫폼 기업들도 GAFAM의 플랫폼을 이용하게 된다. 이용자 집단 중 ‘플랫폼’은 이용자 간의

상호작용에 기반이 되는 기술 인프라를 개발하는 이러한 다른 플랫폼 기업을 의미하고, GAFAM은 이들에 대하여 플랫폼의 플랫폼(platform of platform)으로 기능한다. ‘소비자’ 집단은 플랫폼 생태계에서 가장 끝단에 위치한 최종소비자(end-user)의 역할을 담당하는 이용자를 말한다. 디지털 생태계의 진화에 따라서 이들 집단이 SNS 등의 플랫폼에서는 콘텐츠 생산자의 역할을 담당하기도 하기 때문에 소비자라도 역할에 따라서는 이후에 나오는 콘텐츠 편집자 집단에 동시에 소속될 수 있다. ‘기업’ 집단은 주로 B2B 플랫폼을 이용하는 집단이다. 마이크로소프트의 LinkedIn과 같은 프로페셔널 서비스나 아마존의 AWS를 이용하는 기업이 주된 예로, 일반 기업 외에도 자영업자가 IT 인프라를 이용하거나 생산성을 높이기 위하여 플랫폼 서비스를 이용하는 경우 기업 이용자 집단에 포함된다. 이들은 최종소비자로서 생산성을 높이고 창조적인 활동을 증진하는 데에 플랫폼 서비스를 이용한다. ‘상인(merchants)’ 집단은 주로 전자상거래 플랫폼을 이용하는 기업 집단으로 오프라인 시장에서 공급자 역할을 담당하는 이용자 집단과 동일하다. 이들은 제품이나 서비스의 생산자·공급자 역할을 담당하며, 온라인 유통 시스템으로 플랫폼을 이용한다. ‘콘텐츠 편집자’는 디지털 콘텐츠를 만들고 플랫폼에서 이를 배포하는 이용자이다. 마지막으로 ‘광고주’는 플랫폼이 수집한 데이터를 이용하여 잠재적인 고객에게 온라인 광고를 제공하기 위하여 플랫폼을 이용하는 집단을 의미한다.

익히 알려진 바와 같이, 플랫폼 기업은 자신의 서비스를 이용하는 이용자 집단의 규모를 극대화하고자 하며 이를 위하여 특히 소비자 집단에게는 플랫폼의 서비스를 무료로 제공하거나 오히려 암묵적인 보조금을 제공하면서 이용자를 유인한다. 그리고 대체적으로 ‘기업’ 집단이나 ‘광고주’ 집단에 대해서 높은 이용료를 징수한다.

GAFAM의 각 기업들은 각기 주력으로 삼는 이용자 집단이 있는데, 이는 매출을 올리는 분야와 일부 차이가 있다. 특히 최종소비자 집단을 대상으로 서비스를 제공하는 페이스북과 구글에서 이러한 차이가 크게 나타난다. 애플은 모바일 기기

(소비자)와 이를 운영하기 위한 플랫폼(앱스토어)으로 주요 수익을 창출하며, 페이스북과 구글은 소비자 집단에게 SNS나 검색서비스를 제공하지만 광고주에게서 주요 수익을 창출한다. 아마존은 전자상거래로 주요 수익을 올리고, 마이크로소프트는 비즈니스 서비스와 플랫폼 서비스(윈도우, 게임 플랫폼 등)로 수익을 창출한다(표 3-3).

〈표 3-3〉 GAFAM의 주요 이용자 및 수익원

| 이용자 집단 | 아마존 | 애플  | 페이스북 | 구글  | MS  |
|--------|-----|-----|------|-----|-----|
| 광고주    | -   | -   | V M  | V M | V   |
| 기업     | V M | V   | -    | -   | V M |
| 상인     | V M | V   | -    | -   | -   |
| 콘텐츠    | V   | V M | V M  | V M | V M |
| 소비자    | -   | V   | V    | V   | V   |
| 플랫폼    | V   | V M | -    | V   | V M |

주: 표의 V는 각 기업의 주요 이용자 집단을, M은 주요 수익원을 의미

출처: Gautier and Lamesch(2021)의 내용을 저자가 재구성

GAFAM이 인수한 기업들의 활동 영역을 보면 각 플랫폼이 수익을 창출하는 주요 영역과 일치한다. GAFAM이 2015년부터 2017년까지 인수한 175개 기업의 주요 이용자 그룹을 보면 기업(58개사)을 대상으로 하는 피인수기업과 콘텐츠 편집자(47개사)를 대상으로 하는 피인수기업의 비율이 높다. 인수기업 기준으로 이를 살펴보면 각 플랫폼 기업의 주요 수익원이 되는 이용자 집단에 대한 피인수가 두드러지는데, 마이크로소프트가 인수한 40개사 중 65%가 기업 이용자 대상, 애플이 인수한 33개사 중 36%가 플랫폼 이용자 집단 대상, 아마존이 인수한 30개사 중 26%가 상인 이용자 집단을 대상으로 영업활동이 이루어지고 있었다(표 3-4).

〈표 3-4〉 GAFAM이 인수한 기업의 주요 이용자 집단

| 이용자 집단 | 기업 | 콘텐츠<br>편집자 | 소비자 | 플랫폼 | 상인 | 광고주 | NA | 합계  |
|--------|----|------------|-----|-----|----|-----|----|-----|
| 아마존    | 9  | 7          | 4   | 1   | 8  | 0   | 1  | 30  |
| 애플     | 8  | 7          | 6   | 12  | 0  | 0   | 0  | 33  |
| 페이스북   | 1  | 8          | 5   | 5   | 0  | 0   | 1  | 20  |
| 구글     | 14 | 17         | 11  | 5   | 1  | 1   | 3  | 52  |
| MS     | 26 | 8          | 2   | 3   | 0  | 0   | 1  | 40  |
| 합계     | 58 | 47         | 28  | 26  | 9  | 1   | 6  | 175 |

출처: Gautier and Lamesch(2021)

한편, 175개 피인수기업 중 기존의 서비스를 중단한 기업은 105개사로, 60%를 차지한다(표 3-5) 특히 애플과 페이스북이 인수한 기업의 영업 중단율이 높게 나타난다. 또 이들의 대부분은 인수 1년 이내에营业을 중단하였고, 업력이 짧은 기업일수록 영업 중단의 가능성이 높게 나타난다. 그러나 이러한 결과가 반드시 잠재적 경쟁자를 시장에서 퇴출시키기 위한 기업인수를 의미하는 것은 아닌데, 이는 Puranam and Srikanth(2007)의 연구에서 살펴보았듯, 시장지배력을 강화하기 위한 경우 외에도 인수한 기업의 서비스가 기대에 미치지 못하거나 인수 기업의 자산을 빅테크 기업의 서비스 모델에 통합하기 위해서 인수하는 경우에도 피인수 기업의 营业을 중단할 수 있기 때문이다.

〈표 3-5〉 GAFAM 피인수 기업의 영업 지속 현황

|      | 영업 중단     | 영업 지속      | NA        |
|------|-----------|------------|-----------|
| 아마존  | 17 (57%)  | 8 (27%)    | 5 (17%)   |
| 애플   | 26 (79%)  | 4 (12%)    | 3 (9%)    |
| 페이스북 | 14 (70%)  | 3 (15%)    | 3 (15%)   |
| 구글   | 28 (54%)  | 17 (33%)   | 7 (13%)   |
| MS   | 20 (50%)  | 15 (37.5%) | 5 (12.5%) |
| 합계   | 105 (60%) | 47 (27%)   | 23 (13%)  |

출처: Gautier and Lamesch(2021)

## 2. 한국: 네이버와 카카오

플랫폼 기업의 활발한 기업 인수합병은 우리나라에서도 유사하게 나타난다. 국내 500대 기업의 최근 5년(2016~2020년) 기업인수 현황을 조사한 CEO스코어의 자료에 따르면, 국내 500대 기업은 5년간 총 548건의 M&A를 수행하였고, 공개된 인수가액을 합산하면 약 60조 3,000억 원에 이른다. 이들 중 우리나라의 대표적인 플랫폼 기업인 네이버와 카카오의 M&A가 건수 기준으로 5년간 각각 30건과 53건으로 전체의 15%, 금액 기준으로는 5년간 각각 7,214억 원과 2조 6,670억 원으로 약 5.6%를 차지한다.

〈표 3-6〉 네이버와 카카오의 5년간 기업인수 현황

| 기업명      |          | 네이버     | 카카오                    | 500대 기업 전체 |
|----------|----------|---------|------------------------|------------|
| 2016년    | 건수(건)    | 1       | 5                      | 85         |
|          | 금액(백만 원) | 5,537   | 1,899,241<br>(21,662)  | 13,081,030 |
| 2017년    | 건수(건)    | 18      | 4                      | 118        |
|          | 금액(백만 원) | 253,720 | 50,433                 | 15,499,541 |
| 2018년    | 건수(건)    | 7       | 16                     | 125        |
|          | 금액(백만 원) | 34,790  | 184,299                | 7,152,265  |
| 2019년    | 건수(건)    | 2       | 15                     | 124        |
|          | 금액(백만 원) | 5,637   | 168,461                | 12,192,302 |
| 2020년    | 건수(건)    | 2       | 13                     | 96         |
|          | 금액(백만 원) | 421,711 | 364,616                | 12,371,077 |
| 최근 5년 합계 | 건수(건)    | 30      | 53                     | 548        |
|          | 금액(백만 원) | 721,394 | 2,667,051<br>(789,472) | 60,296,214 |

주: 카카오의 기업인수 금액 중 괄호는 2016년 로엔엔터테인먼트 인수건을 제외한 금액  
출처: CEO스코어의 자료를 이용하여 저자 직접 작성

네이버와 카카오의 기업인수 세부 내역을 비교해보면 두 기업의 인수전략에 대한 차이점이 나타난다. 우선 피인수기업의 지역을 살펴보면, 네이버는 국내기업

16개사, 해외기업 14개사로 국내와 해외 기업의 인수 비중이 거의 비슷한 반면, 카카오는 국내기업 50개사, 해외기업 3개사로 국내 기업의 인수에 치중하고 있다. 인수가액의 범위를 살펴보면, 네이버는 10억 이상 100억 미만의 인수가 18건(60%), 100억 이상 500억 미만의 인수가 6건(20%)을 차지하였으며, 카카오는 10억 이상 100억 미만의 인수 17건(32%), 100억 이상 500억 미만의 인수 21건(40%)으로, 네이버에 비해서 상대적으로 큰 규모의 거래 비중이 높았다. 인수한 기업의 업종을 비교해보면 네이버는 소프트웨어 개발이나 모바일 서비스 업체를 인수하였으며, 카카오는 소프트웨어 개발이나 모바일 서비스 업체 외에도 콘텐츠·게임·엔터테인먼트 기업, 출판업, 모빌리티 등 다양한 업종에서 M&A를 실시한 것으로 나타난다. 이는 네이버가 포털 사이트를 바탕으로 인터넷과 모바일에서 발생하는 서비스를 증개하는 비즈니스 모델에 치중하는 반면, 카카오는 메인이 되는 카카오톡의 서비스 외에도 모빌리티, 게임, 콘텐츠 배급 등 다양한 영역에 진출하는 과정에서 해당 분야의 기업을 인수하여 지식재산권이나 비즈니스 모델 등을 흡수하기 위한 M&A에 치중하였기 때문으로 보인다.

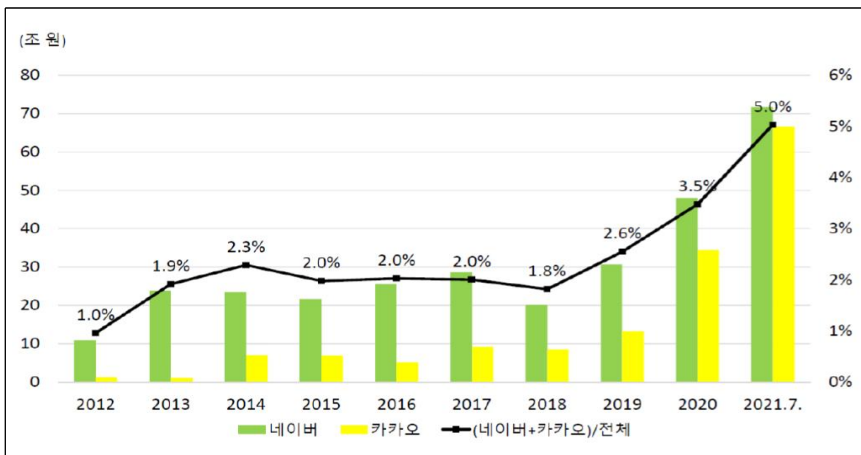
〈표 3-7〉 네이버와 카카오의 M&A 특성

|                 | 네이버(n=30)  | 카카오(n=53)  |
|-----------------|------------|------------|
| 지역              |            |            |
| 국내              | 16 (53.3%) | 50 (94.3%) |
| 해외              | 14 (46.7%) | 3 (5.7%)   |
| 인수가액            |            |            |
| 10억 원 미만        | -          | 4 ( 7.5%)  |
| 10억 ~ 100억 원    | 18 (60.0%) | 17 (32.1%) |
| 100억 ~ 500억 원   | 6 (20.0%)  | 21 (39.6%) |
| 500억 ~ 1,000억 원 | 2 ( 6.7%)  | 1 ( 1.9%)  |
| 1,000억 원 이상     | 1 ( 3.3%)  | 2 ( 3.8%)  |
| 비공개             | 3 (10.0%)  | 8 (15.1%)  |

출처: CEO스코어의 자료를 이용하여 저자 직접 작성

미국의 GAFA와 마찬가지로 네이버와 카카오도 높은 매출과 영업이익을 바탕으로 최근 주식시장에서 빠른 속도로 시가총액을 높여가고 있는데, 특히 카카오의 성장이 두드러진다. 네이버는 2021년 2/4분기 기준으로 매출 1조 6,141억 원과 영업이익 3,275억 원을 기록하여 전년동기 대비 각각 26%, 6% 증가하였으며, 카카오는 같은 기간 중 매출 1조 3,496억 원, 영업이익 1,796억 원의 실적을 올려 전년동기 대비 각각 41%, 83% 증가하였다.<sup>20)</sup> 시가총액은 2021년 7월 19일 기준으로 네이버가 72조 7,687억 원으로 전체 3위, 카카오가 68조 4,469억 원<sup>21)</sup>으로 전체 4위를 기록하였다. 우리나라 주식시장에서는 반도체 관련 주식인 삼성전자와 SK하이닉스가 네이버에 비하여 매우 높은 시총을 보이고 있기 때문에 미국의

[그림 3-6] 네이버·카카오의 시가총액과 비중 변화



주: 막대그래프는 각 플랫폼 기업의 시가총액(좌측), 선그래프는 국내 전체 상장기업 대비 네이버·카카오 시가총액의 합의 비율(우측)이며, 2021년 7월을 제외한 수치는 연말 기준

출처: 한국거래소의 자료를 양용현·이화령(2021. 8. 12.)에서 재인용

20) 한국일보(2021. 7. 19.), “네이버·카카오, 시총 3위 두고 엇치락뒤치락... 2분기 승자는?” (URL: <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2021071912190004770>)

21) 카카오의 시가총액은 자회사인 카카오게임즈, 카카오뱅크, 카카오페이 등의 시가총액을 포함하지 않은 수치이다.

빅테크 플랫폼에 비해서 네이버와 카카오의 비중이 상대적으로 낮은 편이나, [그림 3-6]에서 보듯 2019년 이후 양사의 시가총액이 전체 시장에서 차지하는 비율이 지속적으로 증가하는 것은 미국과 유사하게 나타난다.

〈표 3-8〉 2016-20년 네이버 기업결합 내역

(단위: 백만 원)

| 연도   | 지역 | 신규 종속(인수) 기업명                                               | 주요 사업          | 금액     |
|------|----|-------------------------------------------------------------|----------------|--------|
| 2016 | 해외 | M.T. Burn                                                   | 모바일 광고서비스업     | 5,537  |
| 2017 | 해외 | BALIE                                                       | 검색 광고서비스업      | -      |
| 2017 | 해외 | Beijing Wangzhongwenda Technology                           | 모바일 서비스 운영     | -      |
| 2017 | 해외 | Yiruike Information Technology (Beijing)                    | 모바일 서비스 운영     | -      |
| 2017 | 국내 | 마크티                                                         | 소프트웨어 개발, 도소매업 | 5,000  |
| 2017 | 국내 | 바풀                                                          | 소프트웨어 개발 및 공급업 | 3,243  |
| 2017 | 국내 | 키위플                                                         | 소프트웨어 개발 및 자문  | 1,000  |
| 2017 | 국내 | 에피플라                                                        | 소프트웨어 개발 및 공급업 | 4,406  |
| 2017 | 국내 | 스프링캠프                                                       | 투자             | 5,000  |
| 2017 | 해외 | Gatebox(구, Vinclu)                                          | 모바일 서비스 개발     | 20,787 |
| 2017 | 국내 | 컴패니에이아이                                                     | 소프트웨어 개발 및 공급업 | 5,000  |
| 2017 | 국내 | 넥스트플로어                                                      | 소프트웨어 개발 및 공급업 | 60,000 |
| 2017 | 해외 | Xerox 연구소                                                   | -              | 18,031 |
| 2017 | 국내 | 네무스텍                                                        | 소프트웨어 개발       | 7,909  |
| 2017 | 해외 | SHINEWANT TECHNOLOGY                                        | 인터넷정보서비스업      | 12,280 |
| 2017 | 해외 | Tre Tho Information Service Joint Stock Company (Webtretho) | 온라인 정보제공업      | 15,862 |
| 2017 | 국내 | 드라마엔컴퍼니                                                     | 소프트웨어 개발 및 공급업 | 40,344 |
| 2017 | 해외 | FIVE                                                        | 모바일 광고서비스업     | 51,690 |
| 2017 | 국내 | 피그                                                          | 소프트웨어 개발 및 공급업 | 3,167  |
| 2018 | 국내 | 우주                                                          | 소프트웨어 개발 및 공급업 | 3,588  |
| 2018 | 해외 | LINE Part Time Job(구 AUBE)                                  | 모바일 서비스 개발     | 4,597  |
| 2018 | 국내 | 하트잇                                                         | 모바일 서비스 개발     | 2,087  |

| 연도   | 지역 | 신규 종속(인수) 기업명                            | 주요 사업          | 금액      |
|------|----|------------------------------------------|----------------|---------|
| 2018 | 국내 | 언체인                                      | 소프트웨어 개발 및 공급업 | 1,010   |
| 2018 | 국내 | 오디언소리                                    | -              | 1,812   |
| 2018 | 해외 | Mission World Group Limited              | 소프트웨어 개발 및 공급업 | 16,199  |
| 2018 | 국내 | 그레이해쉬                                    | 소프트웨어 개발       | 5,497   |
| 2019 | 해외 | JDW                                      | 인터넷 정보서비스업     | 4,295   |
| 2019 | 국내 | 비닷두                                      | 소프트웨어 개발 및 공급업 | 1,341   |
| 2020 | 해외 | DEMAE-CAN(구 Yume no machi Souzou linkai) | 모바일 서비스 운영     | 418,505 |
| 2020 | 해외 | YLAB Japan                               | 모바일 서비스 운영     | 3,205   |

출처: 저자 직접 작성

〈표 3-9〉 2016-20년 카카오 기업결합 내역

(단위: 백만 원)

| 연도   | 지역 | 신규 종속(인수) 기업명   | 주요 사업            | 금액        |
|------|----|-----------------|------------------|-----------|
| 2016 | 국내 | 로엔엔터테인먼트        | 기록매체복제업          | 1,877,579 |
| 2016 | 국내 | 파킹스퀘어           | 소프트웨어개발 및 서비스업   | 5,611     |
| 2016 | 국내 | 피플러그            | 게임개발 및 서비스업      | 1,401     |
| 2016 | 국내 | 넘버웍스            | 소프트웨어개발 및 서비스업   | 6,650     |
| 2016 | 국내 | 블루핀             | 소프트웨어개발 및 공급     | 8,000     |
| 2017 | 국내 | 카카오브이엑스         | 서비스운영전문업         | 47,133    |
| 2017 | 국내 | 픽셀허브            | 소프트웨어개발 및 공급     | 100       |
| 2017 | 국내 | 핀플레이            | 소프트웨어개발 및 공급     | 3,100     |
| 2017 | 국내 | 메가몬스터(구 스토리플랜트) | 소프트웨어개발 및 공급     | 100       |
| 2018 | 국내 | 나일론코리아미디어       | 출판업              | 1,296     |
| 2018 | 국내 | 모빌              | 소프트웨어자문 개발 및 공급업 | 1,400     |
| 2018 | 국내 | 아씨오             | 소프트웨어개발 및 서비스업   | 4,700     |
| 2018 | 국내 | 이엔티스토리엔터테인먼트    | 방송연예인매니지먼트       | 700       |
| 2018 | 국내 | 제이와이드컴퍼니        | 서비스업             | 8,500     |
| 2018 | 국내 | 키위플러스           | 소프트웨어개발 및 판매업    | 14,000    |
| 2018 | 국내 | 삼양씨앤씨           | 출판업, 전자상거래업,     | 5,872     |
| 2018 | 국내 | 럭시              | 그 외 기타 정보 서비스업   | 24,765    |

| 연도   | 지역 | 신규 종속(인수) 기업명                | 주요 사업                     | 금액     |
|------|----|------------------------------|---------------------------|--------|
| 2018 | 해외 | DK CORPORATION               | 통신판매업 및<br>정보제공서비스        | 3,734  |
| 2018 | 해외 | ZUBON Inc.                   | 전자출판물의 기획, 제작 및<br>판매 등   | 108    |
| 2018 | 국내 | 네오바자르                        | 소프트웨어개발 및 서비스업            | 17,760 |
| 2018 | 국내 | 다운크리에이티브                     | 출판, 영상, 방송통신 및<br>정보서비스업  | 9,924  |
| 2018 | 국내 | 레디엔터테인먼트                     | 서비스업                      | 15,872 |
| 2018 | 국내 | 비에이치엔터테인먼트                   | 서비스업                      | 27,000 |
| 2018 | 국내 | 썬엔터테인먼트                      | 엔터테인먼트                    | 14,000 |
| 2018 | 국내 | 타이드스퀘어                       | 통신판매업                     | 34,666 |
| 2019 | 국내 | 동고택시                         | 택시 운송업                    | -      |
| 2019 | 국내 | 메종드바하                        | 매니저업                      | -      |
| 2019 | 국내 | 브이에이에스티                      | 매니저업                      | 11,000 |
| 2019 | 국내 | 사나이픽처스                       | 영화, 비디오물 및 방송<br>프로그램 제작업 | 18,630 |
| 2019 | 국내 | 사운드스트엔터테인먼트                  | 영상·오디오 기록물 제작<br>및 배급업    | 37,886 |
| 2019 | 국내 | 쇼노트                          | 공연 기획업                    | 26,767 |
| 2019 | 국내 | 알에스미디어                       | 사업 및 무형 재산권 중개업           | -      |
| 2019 | 국내 | 어썸이엔티                        | 매니저업                      | 10,000 |
| 2019 | 국내 | 에스엔텍 콜마너 사업부 등<br>7개사의 사업 양수 | -                         | 40,459 |
| 2019 | 국내 | 에이원즈                         | 장난감 및 취미, 오락용품<br>도매업     | -      |
| 2019 | 국내 | 영화사월광                        | 영화, 비디오물 및 방송<br>프로그램 제작업 | 23,719 |
| 2019 | 국내 | 인바이유                         | 보험 및 연금관련 서비스업            | -      |
| 2019 | 국내 | 진화                           | 택시 운송업                    | -      |
| 2019 | 국내 | 케이엠솔루션(구 타고솔루션즈)             | 상품 중개업                    | -      |
| 2019 | 국내 | 파트너                          | 시스템·응용 소프트웨어<br>개발 및 공급업  | -      |
| 2020 | 국내 | 배틀엔터테인먼트                     | 전자출판업 및 서비스업              | 3,855  |

| 연도   | 지역 | 신규 종속(인수) 기업명             | 주요 사업                                      | 금액      |
|------|----|---------------------------|--------------------------------------------|---------|
| 2020 | 국내 | 인타임                       | 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업                      | 16,800  |
| 2020 | 국내 | 파괴연구소                     | 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업                      | 3,370   |
| 2020 | 국내 | 필연매니지먼트                   | 전자출판업 및 서비스업                               | 11,203  |
| 2020 | 국내 | 마이발렛                      | 서비스                                        | 4,700   |
| 2020 | 국내 | 케이더블유박스                   | 일반 서적 출판업                                  | 42,000  |
| 2020 | 해외 | GLOHOW HOLDINGS PTE. LTD. | PUBLISHING OF GAMING SOFTWARE/APPLICATIONS | 4,360   |
| 2020 | 국내 | 글앤그림미디어                   | 서비스                                        | 20,000  |
| 2020 | 국내 | 로고스필름                     | 제조/도매/소매/서비스                               | 20,000  |
| 2020 | 국내 | 리모트몬스터                    | 서비스, 인터넷 및 웹기반 통신 및 방송관련 솔루션 제공            | 6,069   |
| 2020 | 국내 | 바람픽처스                     | 드라마, 영화 제작                                 | 40,000  |
| 2020 | 국내 | 카카오페이증권(구 바로투자증권)         | 유가증권위탁판매, 중개, 대리                           | 64,168  |
| 2020 | 국내 | 엑스엘게임즈                    | 게임개발 및 서비스업                                | 128,092 |

출처: 저자 직접 작성

## 제 4 장 기업결합 관련 규제 동향 및 심결례 검토

### 제 1 절 국내외 기업결합 관련 규제 동향

#### 1. 우리나라

우리나라에서는 대기업, 특히 ICT 분야의 플랫폼 기업이 성장 잠재력이 큰 스타트업을 거액에 인수하면서도 자산총액이나 매출액 규모가 사전신고 기준에 미달하여 공정위에 신고를 하지 않은 사례가 계속 나타났다. 혁신 기반 산업의 연구 개발을 스타트업이 주도하는 상황에서 기업결합을 통한 혁신경쟁의 저해가 문제시되고 있음에도, 개정 이전의 공정거래법 및 기업결합 심사기준에서는 동태적 경쟁 제한 효과에 대한 심사 기준을 구체적으로 마련하고 있지 않았다. 또 인공지능과 빅데이터 기술의 발전으로 데이터를 활용한 맞춤형 서비스가 가능해지면서 이른바 ‘정보자산’의 중요성이 증가하고 있으나 M&A 심사에서 데이터의 쓸림 현상이 시장 경쟁에 미치는 영향은 충분히 검토되지 못하였다.

이와 같은 문제 제기에 대응하여, 공정위는 기업결합의 심사기준을 구체화한 「기업결합 심사기준」(이하 심사기준)을 개정하여 2019년 2월 27일부터 시행하였다. 개정된 기준에서는 혁신 기반 산업 인수합병과 관련하여 시장 획정 방식, 시장집중도 산정 방식, 혁신 경쟁 저해 효과 판단 기준을 구체화하였으며 인수합병에 대한 심사 시에 정보자산에 대한 판단 기준을 구체화하여 인수합병 심사의 통일성을 확보하고 심사 방향에 대한 기업의 예측 가능성을 높이고 있다.<sup>22)</sup>

구체적으로 심사기준의 개정안 내용을 살펴보면 다음과 같다. 우선 정보자산의 정의 규정을 마련하였는데, 심사기준에서는 “정보자산이라 함은 다양한 목적으로

22) 공정위 보도자료(2019. 2. 26.), “공정위, 혁신 경쟁 촉진을 위한 기업결합 심사 기준 개정”

수집되어 통합적으로 관리, 분석, 활용되는 정보의 집합을 말한다.”<sup>23)</sup>라고 정의하여 데이터·정보의 개념을 폭넓게 정의하고 있다. 다만 정보자산을 수반하는 인수합병의 경우에, 아래에서 설명하는 혁신 기반 산업 인수합병과 달리 기존과 차별화되는 시장 획정이 필요한 것은 아니기 때문에, 심사기준의 ‘V. 일정한 거래 분야의 판단 기준’에 있는 일반 원칙을 따르도록 하고 있다.<sup>24)</sup>

혁신기반 산업 관련 시장획정을 위해서는 제조/판매 시장에서의 경쟁과 연구/개발 활동이 이루어지는 시장의 경쟁이 과소평가될 수 있다는 점을 반영하여, “기업결합을 하는 회사가 산업 특성상 연구개발 등의 혁신활동이 필수적으로 이루어지거나 지속적인 혁신 경쟁이 이루어지고, 결합당사회사 중 한쪽 이상이 그 경쟁에서 중요한 사업자인 경우 근접한 혁신활동이 이루어지는 분야를 별도로 획정하거나 제조/판매 시장 등과 포괄하여 획정”<sup>25)</sup>할 수 있도록 하였다. 이는 플랫폼 기업의 사업 영역이 ICT 산업에만 국한되지 않고 여러 방면으로 확장되어 나가면서 발생하는 경쟁 이슈를 포괄하여 심의하는 데에 목적이 있는 것으로 보인다

한편, 시장획정 이후에도 혁신기반 산업에서는 기존의 시장집중도 산정 기준을 적용하는 데에 어려움이 있다. 이는 혁신기반 산업의 경우 아직 시장화가 이루어지지 않아 매출액을 산정하기 어려운 경우가 있으며, 플랫폼과 같은 다면 시장에서 무료로 서비스를 제공하는 경우 HHI나 CR3와 같은 기준을 적용할 수 없기 때문이다. 따라서 혁신 시장에 대한 대안적인 기준으로 “연구 개발비 지출 규모, 혁신 활동에 특화된 자산 및 역량의 규모, 해당 분야의 특허 출원 또는 출원된 특허가 피인용되는 횟수, 혁신 경쟁에 실질적으로 참여하는 사업자의 수 등을 참고”<sup>26)</sup>하여 시장 집중상황을 판단할 수 있도록 하였다.

혁신 기반 산업의 인수합병 시 고려 사항도 추가되었는데, 이는 기업결합 후에 결합당사회사가 신제품 출시를 저해하거나 제품 업그레이드를 지연하는 등의 방

23) 기업결합 심사기준, II. 11.

24) 공정위 보도자료(2019. 2. 26.)

25) 기업결합 심사기준, V. 1. 다.

26) 기업결합 심사기준, VI. 1. 다.

법으로 혁신 경쟁의 속도를 저해하는 것을 우려하여 추가된 것이다. 구체적으로 기업결합 후 결합당사회사가 연구·개발 등 혁신활동을 감소시킬 유인 및 능력을 보유하는 경우, ① 결합당사회사가 관련 분야에서 중요한 혁신사업자인지, ② 결합당사회사가 수행한 혁신 활동에 근접성이나 유사성이 있는지, ③ 기업결합 이후 실질적으로 혁신경쟁에 참여하는 사업자가 충분한지, ④ 결합당사회사와 경쟁사업자 간 혁신역량에 격차가 존재하는지, ⑤ 결합당사회사 한쪽이 혁신활동을 통하여 다른 쪽의 상품 시장에 진입할 수 있는 잠재적 경쟁사업자인지 여부를 고려하도록 하고 있다.<sup>27)</sup>

기업결합에 정보자산의 이동이 수반되어 인수기업이 이를 활용하여 시장지배력을 형성, 강화, 유지할 우려가 있는 경우에 대한 기준도 추가되었다. 정보 자산에 대해서는 ① 결합을 통하여 얻게 되는 정보자산이 다른 방법으로는 이를 대체하기 곤란한지, ② 해당 결합으로 인하여 결합당사회사가 경쟁사업자의 정보자산 접근을 제한할 유인 및 능력이 증가하는지, ③ 결합 이후 정보자산 접근 제한 등으로 인하여 경쟁에 부정적인 효과가 발생할 것으로 예상되는지, ④ 결합당사회사가 정보자산의 수집, 관리, 분석, 활용 등과 관련한 서비스의 품질을 저하시키는 등 비가격 경쟁을 저해할 가능성이 높아지는지를 판단하도록 하고 있다.<sup>28)</sup>

「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」의 전부개정안(법률 제17799호, 2020. 12. 19)에서는 거대 웹 기반 기업의 빅데이터 확보 경쟁과 이에 따른 전략적 기업결합에 대비하여 ‘거래금액 기반 기업결합신고기준’(제11조 제2항)을 도입하였는데, 이는 대기업이 규모는 작지만 성장잠재력이 큰 벤처기업이나 스타트업 등을 거래에 인수하는 경우, 피인수기업의 자산총액이나 매출액이 현행 기업결합신고 대상 기준에 이르지 못하여 신고의무가 발생하지 아니하게 되는바, 장래에 시장독과점을 형성하거나 진입장벽을 구축하더라도 기업결합 심사조차 못할 우려가 있으므로 피인수기업의 국내 매출액 등이 현행 신고기준에 미달하더라도 해당 인수

27) 기업결합 심사기준, VI. 2. 라.

28) 기업결합 심사기준, VI. 5.

금액(기업결합의 대가로 지급 또는 출자하는 가치의 총액)이 일정 기준 이상이고 피인수기업이 국내 시장에서 상품 또는 용역을 판매·제공하거나, 국내 연구시설 또는 연구인력을 보유·활용하는 등 국내 시장에서 상당한 수준으로 활동하고 있는 경우에는 공정거래위원회에 신고하도록 하는 내용을 골자로 한다. 매출액이 미미함에도 불구하고 인수대상기업의 인수가격이 높다는 것은 그만큼 그 기업이 높은 시장잠재력을 가진 혁신적인 기술이나 사업아이디어를 보유하고 있다는 징표이기 때문이다.

2021년 9월 8일에는 개정된 공정거래법과 관련하여, “기업결합의 신고요령” 중 소규모 피취득회사를 기업결합하는 경우 신고요령에 대한 개정이 이루어졌다. 동 조항에서는 기업결합의 신고에 있어 거래금액을 산정하는 기준과 함께, ‘국내 활동의 상당성’(개정 공정거래법 제11조제2항제2호)을 판단하는 기준을 제시하고 있다. 구체적으로 ① 직전 3년간 국내 시장에서 월간 100만 명 이상을 대상으로 상품 또는 용역을 판매·제공한 적이 있는 경우에 대하여, 콘텐츠나 인터넷 기반 서비스의 월간 순이용자 혹은 순방문자가 100만 명이 넘는 적이 있는지 고려할 것과, ② 직전 3년간 국내 연구·개발 시설을 임차하거나 연구 인력을 활용하여 왔으며 관련 예산이 연간 300억 원 이상이 있는 경우에 대하여, 피취득기업의 연간 경상연구개발비 및 개발비(무형자산)로 회계처리한 금액을 합산하여 판단할 것을 제시하고 있다.<sup>29)</sup>

## 2. 미국

미국의 독점규제법은 성문화된 법률보다는 판례를 중시하는 풍토에 따라, 개별 사건에서 경쟁당국의 심결과 법원의 판결로 독점규제법의 위반 여부를 판단하고, 이 과정에서 사안별로 시장에 미치는 영향에 대한 경제적, 법적 분석을 통하여 이론과 법리를 발전시켜 왔다. 따라서 플랫폼이나 기타 온라인 사업자에 대한 특별

29) 기업결합의 신고요령, V. 2.

한 규정이 존재한다기보다 폭넓게 규정되어 있는 연방규제법을 온라인 플랫폼에 적용한다.

미국에서 경쟁제한적인 기업결합의 금지는 클레이턴법(Clayton Act) 제7조에 규정되어 있다. 클레이턴법 제7조는 다른 회사의 주식 또는 기타 지분, 자산의 전부 또는 일부의 취득이 경쟁을 실질적으로 제한하는 효과가 있을 수 있다면 이를 금지하고 있다.<sup>30)</sup> 규정에 따르면 단 1주의 취득이라도 경쟁제한성이 있는 경우 법의 적용 대상이 되며, 취득회사가 상대회사에 대한 지배력을 취득하는지 여부 등은 클레이턴법 적용의 요건이 되지 않는다.<sup>31)</sup>

클레이턴법은 경쟁제한적인 기업결합의 금지를 규정하고 있는 반면, 1976년에 제정된 Hart-Scott-Rodino 독점금지 개선법(HSR법: Hart-Scott-Rodino Antitrust Improvement Act of 1976)에서는 기업결합 시에 미국 법무부(DOJ: Department of Justice)와 연방통상위원회(FTC: Federal Trade Commission)에 기업결합 신고의무 등을 규정하고 있다. HSR법 제7A조에 있는 기업결합의 합병심사 기준에 따르면 기업결합 계획이 거래규모 기준과 당사자 규모 기준을 충족하는 경우 기업결합 신고대상이 된다.

구체적인 신고 요건 충족 여부 판단을 위해서는 The Commerce Test(기업결합 당사회사가 미국 시장에 영향을 미치는 활동을 하고 있는지 여부), The Size-of-Transaction Test(거래규모 판단), The Size-of-Person Test(당사회사 규모 판단), Exemption 해당 여부 판단 등의 단계를 거치게 된다. 거래규모가

---

30) Section 7 of the Clayton Act: No person engaged in commerce or in any activity affecting commerce shall acquire, directly or indirectly, the whole or any part of the stock or other share capital and no person subject to the jurisdiction of the Federal Trade Commission shall acquire the whole or any part of the assets of another person engaged also in commerce or in any activity affecting commerce, where in any line of commerce or in any activity affecting commerce in any section of the country, the effect of such acquisition may be substantially to lessen competition, or tend to create a monopoly.

31) 이준택·선정호(2016), “해외 기업결합신고의 실무상 쟁점, 경쟁저널 제186호.

9,200만 달러 이상의 결합이 신고대상에 해당하는데, 9,200만 달러 이상 3억 6,800만 달러 이하의 경우 당사자 규모 기준을 충족해야 하지만, 3억 6,800만 달러 이상의 거래는 당사자 규모 기준을 충족하지 않아도 신고대상이 된다. 당사자 규모 기준의 경우, 인수회사 혹은 피인수회사의 연매출이나 자산이 1억 8,400만 달러 이상, 그 상대방의 연매출이나 자산이 1,840만 달러 이상이면 신고대상이다.<sup>32)</sup> 다만 클레이턴법은 투자 목적의 지분 취득에는 적용되지 않으며,<sup>33)</sup> HSR법은 이와 유사하게 투자만을 목적으로 한 의결권 주식의 취득에 관해서는 사전신고의무를 면제한다.

한편, 미국의 반독점소위(2020) 보고서는 GAFA가 지난 10년간 수백 건의 인수합병을 통하여 사업의 범위를 확장하였으며, 이 과정에서 잠재적인 경쟁자를 인수하여 제거하는 이른바 ‘킬러 인수합병(killer acquisition)’이 진행되어 왔음을 지적하였다. 이러한 합병이 일어난 관련 시장에서는 피인수된 기업을 제외한 다른 스타트업들이 더 이상 경쟁력이 없다는 판단 아래 투자가 위축되며, 진입이 줄어들고 경쟁이 소멸되는 ‘킬 존(kill zone)’을 형성한다는 것이다(Kampelli et al., 2020). 그러나 이들 기업결합의 대부분은 반독점법의 기준을 하회하는 것이었기 때문에 경쟁당국의 신고 대상이 아니었고, 경쟁제한성에 대한 분석이 이루어지지 못한 채로 인수가 진행되었다. 이에 대하여 미국 FTC는 경쟁당국 신고 대상이 아니었던 인수합병 건에 대해서도 사후 경쟁제한성 검토를 위하여 GAFA와 MS에 대하여 지난 10년간 이루어진 기업결합의 거래 조건, 범위, 목적 등에 대한 조사

32) 한편, 클레이턴법 제8조에 따라서 이 기준은 매년 국민총생산을 반영하여 조정된다. 본문의 수치는 2021년도의 조정치를 반영한 것이다. 美 FTC의 Revised Jurisdictional Threshold for Section 7A of the Clayton Act를 참고하라 (URL: <https://www.federalregister.gov/documents/2021/02/02/2021-02110/revise-d-jurisdictional-thresholds-for-section-7a-of-the-clayton-act>, 최종접속일: 2021. 10. 26)

33) Section 7 of the Clayton Act: This section shall not apply to persons purchasing such stock solely for investment and not using the same by voting or otherwise to bring about, or in attempting to bring about, the substantial lessening of competition

를 진행하였다.<sup>34)</sup>

대형 플랫폼 사업자의 동태적 경쟁제한성에 대한 이러한 인식을 바탕으로 2021년 6월 11일 미국 하원에서는 플랫폼 규제를 위한 5개 법안을 발의하였다. 이 중 기업결합과 관련이 있는 것은 플랫폼 경쟁과 기회 법률(Platform Competition and Opportunity Act)이다.

미국의 플랫폼 법안에서는 공통적으로 지정 플랫폼(covered platform)이라 하여 사용자 수와 거래규모를 바탕으로 DOJ 또는 FTC가 규제 대상을 특정할 수 있도록 하고 있다. 규제 대상은 ① 미국 내 월간 활성 사용자 수(Monthly Active Users)가 5,000만 명 이상 또는 월간 활성 이용업체 수가 10만 개 이상이고, ② 연간 순매출 또는 시가총액이 6,000억 달러 이상이며, ③ 핵심 거래파트너(critical trading partner)인 온라인 플랫폼을 대상으로 하고 있다.<sup>35)</sup> 여기에서 핵심 거래파트너란 경쟁법상의 필수설비(essential facility)나 게이트키퍼(gatekeeper)에 해당하는 개념으로, 플랫폼을 이용하는 사업자(서비스 제공자)가 플랫폼의 반대편에 있는 고객들에게 접근하는 것을 사실상 통제할 수 있는 능력이 있는 사업자를 의미한다. 이 조건을 만족하는 플랫폼은 입법 시점을 기준으로 구글, 아마존, 페이스북, 애플에 해당하며, 마이크로소프트의 해당 여부에 대해서는 아직 논의 중이다. 일단 지정 플랫폼으로 지정되면 소유나 지배 구조의 변경과 무관하게 10년간 해당 지위를 유지한다.

플랫폼 경쟁과 기회 법률에서는 대형 플랫폼이 다른 사업자를 인수하는 것을 견제하는 내용을 담고 있다. 구체적으로 지정 플랫폼 사업자가 상업 또는 상업에 영향을 미치는 활동에 종사하는 기업을 인수하는 것을 불법으로 규정하고 있으며(Section 2(a)), 인수를 위해서는 해당 플랫폼 사업자가 해당 인수거래가 경쟁제한적이지 않다는 점을 입증하도록 하여(Section 2(b)) 경쟁제한성 입증의 책임을

34) FTC(2020. 2. 11), "FTC to Examine Past Acquisitions by Large Technology Companies," Press Release.

35) 양용현·이화령(2021), "미국의 플랫폼 반독점법안 도입과 시사점", KDI FOCUS 통권 제109호.

플랫폼 사업자에게로 이전하고 있다.<sup>36)</sup> 동법에서 의미하는 경쟁은 재화나 용역을 거래에서 발생하는 경쟁뿐만 아니라, 이용자의 주목(user attention)을 끌기 위한 경쟁을 포함하며(Section 2(c)), 추가적인 데이터 확보를 통하여 인수 사업자의 시장지배력을 강화하거나 유지할 수 있는 경우에도 인수가 제한된다(Section 2(d)).

### 3. 독일

독일은 2017년 6월 9일 경쟁제한방지법(GWB: Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen)을 개정하면서, 기업 인수합병 및 시장지배적 지위 판단과 관련하여 디지털화에 대응하는 조항을 신설하였다. 신설된 내용은 기업결합규제의 적용범위를 확장(제35조 제1a항)하고, 재화나 용역을 무상으로 제공하더라도 법 적용 대상으로 규정(제18조 제2a항)하였으며, 플랫폼 기업의 시장지배력을 판단하는 기준을 도입(제18조 제3a항)하는 것이다.<sup>37)</sup>

일반적으로 ICT 기반의 스타트업은 현재의 매출이나 이익에 집중하기보다 사용자 집단의 규모를 확보하기 위하여 무료로 서비스를 제공하는 경우가 많기 때문에, 종래의 매출액 기준이 시장에서 기업의 가치를 제대로 반영하고 있지 못하다는 지적이 작용한다. 피인수회사가 혁신적인 아이디어나 기술력을 보유하여 상당한 잠재력을 보유하고 있는 경우, 이것이 실제 매출로는 연결되고 있지 않더라도 해당 가치가 인수가액에 반영되어 있다고 보는 것이다. 이러한 개정의 배경에는 2014년 이루어진 Facebook/WhatsApp 인수 건이 크게 작용하였다. 인수 당시 WhatsApp의 독일 내 사용자는 수백만 명에 달하였으며, 인수가액이 190억 달러에 달하였음에도 유럽 내에서 충분한 매출이 발생하지 않았기 때문에, 매출액 기준만을 적용하던 기존의 GWB하에서는 해당 기업결합을 연방카르텔청에 신고할 의무조차 발생하지 않았다. 미국과 마찬가지로, 매출액 기준을 충족하지 않더라도

36) 김현수·강인규(2021), “미국의 플랫폼 규제 패키지 법안의 주요 내용 및 시사점”, KISDI Perspectives, No. 2

37) 이봉의(2019), “디지털 경제와 기업결합 신고의무의 개선방안”, 경쟁법연구 제39권.

장래의 잠재력이 큰 기업을 인수하는 경우를 규제대상에 포함해 혁신을 보호하고 향후에 발생할 수 있는 시장붕쇄나 신규 진입 억제 등을 방지하려는 목적에서 입법이 이루어졌다고 할 것이다.

개정된 GWB 내용을 세부적으로 살펴보면 다음과 같다. 기업결합규제의 적용범위를 확장하기 위하여, 기업결합의 대가(기업인수금액 및 부채인수금액)가 4억 유로를 초과하는 경우 기업결합의 신고대상이 되도록 하였다. 구체적으로 신설된 제35조 제1a항에서는 기업결합규제의 신고 대상으로 ① 기업결합에 참여하는 사업자의 전 세계 매출액이 5억 유로 이상이고, ② 기업결합에 참여하는 사업자 중 1개사라도 독일 국내에서 2,500만 유로 이상의 매출을 가지며, ③ 피인수기업이나 다른 참여기업이 독일 국내에서 500만 유로 미만을 가지면서 ④ 인수금액이 4억 유로 이상이고 ⑤ 피인수기업이 국내에서 상당부분 활동하고 있는 경우(erhebliche Inlandstätigkeit)를 명시하고 있다.

제18조 제2a항과 제3a항에서는 다면 시장의 특성을 갖는 플랫폼에 대하여 무료서비스에 대해서도 시장획정과 시장지배적 지위 판단이 가능하도록 하기 위하여 도입되었다. 구체적으로 제18조 제2a항에서는 “하나의 시장에 대한 가정이 단지 재화나 용역이 무상으로 제공된다는 사실에 의해 무력화되지는 않는다.”라는 규정을 신설하였다. 또 제18조 제3a항에서는 플랫폼 사업자의 시장지배력을 판단할 때 ① 직접적, 간접적 네트워크 효과, ② 복수 서비스의 동시 이용과 이용자의 교체경비, ③ 네트워크 효과 측면에서 규모의 경제, ④ 경쟁에 중요한 데이터에 대한 접근 기회, ⑤ 혁신에 따른 경쟁 압력 등의 다섯 가지 요소를 고려해야 한다고 명시하고 있다.<sup>38)</sup> 이러한 규정은 양면성을 갖는 플랫폼에서 한쪽 이용자(일반적으로 소비자)에게 무료로 서비스를 제공하면서 이들에 대한 데이터를 획득하여 다른 쪽의 이용자(일반적으로 기업)에게 수수료나 광고 수익 등을 수취하는 경우, 일반적으로 시장획정이나 경쟁상황 분석에 사용하는 가격 기반의 방법론을 사용

38) 최창수(2020), “디지털 플랫폼에 대한 주요국 규제체계의 비교법 연구”, 저스티스 제 177호.

할 수 없을 때에도 정성적으로 판단하기 위한 근거를 마련하기 위한 것으로 판단된다.

법의 실제 적용에서 제35조 제1항 ‘국내에서 상당부분 활동하고 있는지를 판단’하는 부분이 문제가 되는데, 이는 인수가액에 따른 규제대상의 범위를 책정함에 있어 독일의 시장과 관련성을 갖는 부분에만 한정하도록 하기 위한 것으로서 크게 국내관련성, 시장관련성, 상당성의 세 가지 요소를 살펴볼 필요가 있다.<sup>39)</sup> 국내관련성은 말 그대로 독일 내에 상당한 규모의 이용자나 고객을 두고 있거나 독일 내에서 연구개발활동을 수행하고 있다면 국내활동이 인정될 수 있을 것이다. 이는 경쟁법의 시행에서 지리적 시장을 획정하는 것과 동일하다. 다음으로 시장관련성은 고려해야 하는 국내 활동이 ‘시장’과 관련이 되어야 함을 의미한다. 이를 제18조 제2a항과 관련지어 해석해본다면, 반드시 금전을 대가로 지급하는 거래가 아니더라도 다음과 같은 경우에 시장관련성이 인정될 수 있다.<sup>40)</sup>

- i. 플랫폼 이용자가 개인정보를 제공하는 등 서비스 이용에 대한 급부가 금전 이외에 다른 방식으로 제공되는 경우
- ii. 서비스 자체는 무료로 제공되나, 추후 이용료가 청구되는 등 미래에 다른 방식으로 수익을 창출할 수 있는 경우
- iii. 연구개발 결과 임상시험에 필요한 특허를 취득하는 등 일정한 권리를 취득하는 경우

마지막으로, 상당한 수준의 시장활동이 있어야 한다는 것은 매우 모호한 기준이다. GWB 개정안의 입법이유서(Gesetzesbegründung)는 산업 분야나 시장성숙도에 따라서 ‘상당한 수준’의 기준이 변화할 수 있으므로 절대적인 금액 등의 정량적인 기준을 법률에 정하는 것은 바람직하지 않다고 설명하고 있으며, 상당한 국내활동의 예로 아래와 같은 두 가지 경우를 언급하고 있다.<sup>41)</sup>

39) 이봉의(2019)

40) BKartA/BWB(2018), “Guidance on Transaction Value Thresholds for Mandatory Pre-merger Notification.”

- i. 무료로 제공되는 서비스에 대해서 독일 내에 상당한 이용자가 존재하는 경우, 이용자의 수를 참고하여 국내활동의 상당성을 판단
- ii. (상당한 국내활동이 인정되지 않는 사례) 전통적인 시장에서 활동하는 외국 계 기업의 일부 사업을 독일 회사가 인수하는 경우에, 취득회사가 국내에서 2,500만 유로 이상의 매출을 올리고 있으나 피취득회사가 독일 국내에서는 500만 유로에 못 미친다면, 전통적인 시장에서는 기업 가치가 매출액에 충분히 반영될 수 있으므로 상당한 국내활동을 인정하지 않음

#### 4. 오스트리아

오스트리아에서는 독일과 마찬가지로 2017년 기존 독점규제법을 개정한 2017년 카르텔 및 경쟁법 개정안(Kartell- und Wettbewerbsrechtsänderungsgesetz 2017)을 제정하였다. 독일의 GWB와 기업결합 신고대상의 기준이 유사하나 세부적인 수치에 차이가 있는데 ① 기업결합에 참여하는 사업자의 전 세계 매출액이 3억 유로 이상이고, ② 기업결합에 참여하는 사업자의 매출총액이 1,500만 유로 이상이며, ③ 인수금액이 2억 유로 이상이고 ④ 피인수기업이 오스트리아 내에서 상당한 운영을 하고 있는 경우 사전신고의 대상이 되도록 하였다.<sup>42)</sup> 따라서 매출액이 높지 않더라도, 경쟁 잠재력을 지닌 회사를 인수하는 경우에 대해서는 사전 심사의 대상에 포함되는 것이다.

2018년 7월에 독일 연방카르텔청(Bundeskartellamt)과 오스트리아 연방경쟁당국(Bundeswettbewerbsbehörde)이 공동으로 발표한 지침을 보면 사전신고요건을 판단하는 기준을 제시하고 있다. ① 인수금액을 산정하는 데에 있어서 인수회사가 수취하는 모든 현금, 자산 및 기타 기여금과 함께, 인수회사가 직접 부담하는 채무, 피인수회사의 이자부 채무 등을 모두 포함한다. ② 국내 운영요건을 판단하는 데에 있어, 피인수기업이 국내에서 판매활동이나 시장 진입을 위한 기본

41) BT-Drucks. 10/10207, S.75.

42) 최창수(2020)

적인 활동을 해야 하는데, 여기에는 연구개발 활동도 포함된다. ③ 상당한 정도의 운영활동이 일어나야 하는데, 피인수기업의 매출이 50만 유로 이하라면 상당한 운영으로 간주되지 않는 반면, 혁신 기업 등의 이유로 매출이 적합한 지표로 간주되지 않는 경우에는 실제 사용자 수나 방문객 수와 같이 특별한 지표를 판단하여 심사한다.

한편, 오스트리아 연방경쟁당국은 기업결합 심사 시에 피인수기업이 오스트리아 사이트를 보유하고 있는지를 고려하며, 이 사이트에서 발생하는 활동이 시장과 관련이 있는 경우 피인수기업은 국내 활동을 하고 있는 것으로 간주한다.<sup>43)</sup>

## 5. 기타(OECD, EU)

OECD는 글로벌 경쟁포럼에서 동태적 시장 내 기업결합 심사기준에 대한 보고서를 발표하였는데,<sup>44)</sup> 보고서에 의하면 정태적 시장과 차별화된 시장지배력과 경쟁제한성 판단 기준으로 다음을 제안하였다. 가까운 미래 및 장기적 관점에서 ‘잠재적 경쟁자’나 ‘미래 시장에서의 경쟁가능성 있는 사업자’까지 관련 시장에서 경쟁자로 파악할 필요가 있다고 하였으며, 시장지배력 판단 시 특정 시점의 단편적 시장점유율이 아닌 최근 일정기간 동안의 시장집중도 변화양상, 즉 ‘시장점유율을 지속 유지할 수 있는 능력(the ability to maintain market share)’을 고려해야 하므로 ‘합리적으로 단기간(reasonably short period)’조차 시장점유율을 유지하지 못하는 사업자 간 기업결합은 경쟁제한성 가능성이 높지 않다고 보았다. 이는 시장점유율 그 자체가 유일하고 엄격한 시장력 판단 기준은 아니며, 디지털 플랫폼의 네트워크 효과, 역동적 시장의 특성, 잠재적 경쟁압력이 포괄적으로 고려된 현실적 시장력 판단이 이루어져야 한다는 취지로 이해된다.

43) International Comparative Legal Guides, Austria: Merger Control 2020(URL: <https://iclg.com/practice-areas/merger-control-laws-and-regulations/austria>, 최종방문일: 2021. 10. 31.)

44) OECD(2020), Merger Control in Dynamic Markets.

또한 OECD(2020)는 경쟁제한성 판단에서 진입 및 퇴출 장벽은 특히, 장기계약, 회소성 있는 자원 활용에 대한 제약, 각종 비용 등 형태로 발현될 수 있으나 계량화가 어려우므로 간접적 지표를 활용해야 한다고 지적한다. 이를 객관적으로 판단할 수 있는 지표로는 과거 해당 시장의 진입 및 퇴출 이력, 시장 관련 사업자 대상 설문조사 등이 있다. 단독효과에서는 결합회사의 재화와 대체관계에 있는 품목의 신기술 개발 여부, 향후 경쟁 압력 가능성이 있는 소규모 시장 참여자의 사업확장 가능성, 미래 기업 간 경쟁 유인을 변화시킬 수 있는 규제개혁 가능성 등을, 협조효과에서는 사업자간 협조를 방해하는 제품 차별 가능성, 시장 감시를 위한 시장 디지털화, 협조를 강화하는 가격책정 알고리즘 등을 종합적으로 고려할 필요가 있다고 하였다.

동태적 효율성 분석과 관련해서 OECD 보고서는 기업결합의 결과 규모의 경제로 생산비용을 절감할 수 있다는 효율성의 측면은 동태적인 관점에서 현재 생산품목의 생산비용 절감에 그치지 않고 향후 출시 예정 신제품 또는 생산 공정 개발에 필요한 혁신 활동의 소요비용 절감까지 고려할 수 있다고 하였다. 기업결합으로 열위 사업자의 시장 퇴출을 촉진하고 경쟁력 있는 사업자의 신규 시장진입으로 동태적 경쟁을 촉진할 수 있는데 이 과정에서 열위 사업자는 불필요한 자산 매각, 투자비용 회수가 가능하고 경쟁력 있는 신규 사업자는 혁신기술을 사업자에게 매각 후 성공적으로 시장을 빠져나갈 수 있다. R&D나 벤처 등에 대한 투자 활성화, 출구전략의 선순환을 고려할 때 동태적 효율성을 높일 수 있다고 본 것이다.

EU의 ‘수평적 기업결합 가이드라인(EU horizontal merger guidelines)’에서는 ‘혁신역량 보유 사업자’ 간 기업결합이 초래하는 ‘혁신 저해성’으로서 경쟁제한성을 규정한다. 특히 EU는 최근 Dow-DuPont 기업결합 사건에서 혁신의 저해 유인을 단기적 측면과 중장기적 측면으로 구분하여 판단하고 있는데, 이를 위하여 실제 거래가 일어나는 관련 시장이 아닌 가상 시장으로서 ‘혁신영역(innovation spaces)’ 개념을 도입하고, 이 영역에서 연구개발을 시도하는 범주가 넓을수록 ‘혁신경쟁에 대한 근접성(closeness of innovation competition)’이 향상된다

고 보고 있다. 이 판결은 산업 전반에서 단기적 및 중장기적 측면에서 연구개발 투자유인 감소로 인한 경쟁제한성을 인정한 EU의 최초 사례로 평가받는다.<sup>45)</sup>

## 제 2 절 국내외 기업결합 관련 심결례 검토

### 1. (한국) 배달의 민족 - 딜리버리 히어로 결합 건

#### 가. 사건의 개요

독일 소재의 배달앱 사업을 영위하는 회사 딜리버리히어로 에스이(이하 DH)는 DH의 국내 계열회사인 딜리버리히어로코리아(이하 DHK)를 통하여 음식배달앱 서비스 ‘요기요’를 운영하고 있으며, 유사하게 음식배달앱 서비스 ‘배달통’을 운영하는 회사 ‘배달통’의 최대주주이다. DH는 2019년 12월 중 국내 배달앱 1위 서비스인 ‘배달의민족’을 운영하는 우아한형제들이 보유한 주식의 약 88%를 취득하는 계약을 체결하고 공정위에 기업결합 신고를 하였다(이하 본 사건). 공정위는 심사 결과 소비자, 음식점, 배달기사 등 배달앱 플랫폼이 매개하는 시장에서 각 이해관계자들에게 미치는 경쟁제한성이 크므로, DH에 DHK의 지분(요기요 운영을 위한 지분) 모두를 매각하도록 하는 구조적 시정조치와 함께 매각 완료 시까지 요기요 배달앱 서비스의 경쟁력 및 가치 유지를 위하여 수수료 수준이나 소비자/음식점에 대한 서비스의 품질 수준을 유지하도록 하는 행태적 조치를 부과하면서 기업결합에 대하여 조건부로 승인하였다.<sup>46)</sup> 이하에서는 공정위 의결서와 강지원(2021)<sup>47)</sup>에 나온 내용 바탕으로 본 사건에 대하여 살펴보기로 한다.

45) 강지원(2020), “기업결합 심사 시 경쟁제한성 판단요소로써 혁신유인 저해의 역할: EU 집행위원회의 Dow/DuPont 사건이 주는 시사점을 중심으로”, 「경쟁법연구」 제41호.

46) 공정거래위원회(2021. 2. 2), “딜리버리히어로 에스이 등 4개 배달앱 사업자의 기업결합 제한규정 위반행위에 대한 건”, 의결 제2021-032호.

47) 강지원(2021), “플랫폼 M&A와 독과점: 배달앱 기업결합 사건의 시사점”, 이슈와 논점 제1845호, 국회입법조사처.

### 나. 시장 획정

본 사건에서는 기업결합의 영향을 받는 시장으로 배달앱 시장, 음식 배달대행 시장, 공유주방 시장으로 획정하였다. 이 중 시장획정과 경쟁제한성이 가장 큰 문제가 되는 시장은 배달앱 시장이므로, 여기에서는 배달앱 시장에 대한 시장획정만을 살펴보기로 한다.

피심인들은 관련 상품시장으로 전화주문, 프랜차이즈 자체 앱/웹 등의 직접 주문, 스마트폰 앱 주문 등을 포함하여야 한다고 주장하였다.<sup>48)</sup> 그러나 공정위에서는 배달앱이 다른 주문 수단과 차별화되는 기능 및 효용으로 인하여 소비자나 음식점 등 피심인들의 서비스를 이용하는 수요자들이 스마트폰 앱을 이용한 방식 외에는 대체 가능성이 없다고 보아, 관련 상품시장을 ‘배달앱 시장’만으로 한정하였다. 구체적으로, 소비자 측면에서는 배달앱이 위치기반 서비스를 바탕으로 주변의 배달음식점 및 메뉴 관련 정보를 집약적으로 제공하며, 기존에는 배달서비스를 제공하지 않던 음식점까지도 포함하여 소비자들에게 넓은 음식점 선택권을 제공한다는 점, 자신의 이용 경험을 다른 소비자와 공유할 수 있다는 점, 특정 음식점에 제한되는 것이 아니라 입점업체 전체에 적용할 수 있는 광범위한 할인 혜택을 제공한다는 점, 그리고 음식점과 메뉴에 대한 정보 제공과 주문/결제를 통합하여 제공한다는 편의성 측면에서 직접 전화주문이나 프랜차이즈에서 직접 운영하는 앱/웹 방식과는 기능 및 효용에 있어서 현저한 차이가 있다고 판단하였다.

또 음식점의 측면에서도, 배달앱은 홍보 방식과 관련하여 더 넓은 지역에서 많은 소비자를 대상으로 홍보할 수 있기 때문에 전단지과 같은 기존의 광고 방식에 비하여 매출증대효과가 크고 직접적이며, 거래정보를 분석하여 소비자의 선호도에 맞춘 타겟 마케팅이 가능하기 때문에 다른 수단과의 대체성이 적은 것으로 판단하고 있다.

지역시장 획정과 관련해서는 배달앱 서비스를 제한하는 규제가 존재하지 않고, 주요 사업자 대부분이 전국을 대상으로 사업을 영위하고 있다는 점을 고려하여

48) 공정거래위원회(2021. 2. 2.)

전국 시장으로 확장하고 있다. 다만, 서울/경기 일부 지역에서는 쿠팡 이츠가 서비스를 제공하고 있는 점을 고려하여, 이 지역에 대해서는 경쟁제한성을 별도로 검토하였다.<sup>49)</sup>

#### 다. 경쟁제한성 판단

시장집중도에 대한 심사결과 공정위는 거래금액 기준으로 배달앱 시장에서 딜리버리히어로가 차지하는 점유율은 99.2%로 1위이며, 2위인 카카오 주문하기 앱의 점유율과 25%p 이상의 격차가 있어 공정거래법상 경쟁제한성 추정요건에 해당한다.<sup>50)</sup> 특히 결합 당사회사의 최근 5년간 시장점유율을 비교해보았을 때 연도별로 유사한 수준으로 꾸준히 유지되고 있으며, 쿠팡이츠 점유율이 서울/경기 지역을 중심으로 확장하고 있으나 분석 대상이 되는 지역 시장인 전국 시장을 기준으로 할 때에는 5% 미만에 불과하여 경쟁에 미치는 영향이 제한적인 것으로 판단하였다.

실질적 경쟁제한성 판단은 결합당사회사 간의 경쟁 압력, 기타 배달앱에 의한 경쟁 압력, 경쟁제한효과, 정보자산과 관련된 경쟁제한성으로 나누어 심사하였다.<sup>51)</sup> 결합당사회사 간의 경쟁 압력에서는 소비자 측면에서 입점 음식점체 선택 옵션, 주문/결제 서비스의 편의성, 할인혜택 등 음식배달앱의 특징을 결정짓는 요소들이 매우 유사하여 상호 수요대체성이 높으며, 음식점체의 측면에서도 간접적 네트워크 효과에 의하여 가입한 소비자의 수가 많은 1위 사업자인 배달의민족에 우선 입점하지만, 멀티호밍을 하는 경우 2위 사업자인 요기요에 (추가)입점하는 경우가 일반적이라는 점에서 대체성이 높다고 보았다. 기타 배달앱에 의한 경쟁압력에서는 배달앱 도입 후 5년간 5% 이상의 시장점유율을 확보하여 유지한 배달앱이 없었으며, 쿠팡이츠 또한 서울/경기 지역에만 서비스를 제공하여 전국 시장에 영향을 미치기에는 부족하다고 판단하여 신규 사업자 진입 및 잠재적 경쟁 압

49) 강지원(2021)

50) 공정거래법 제7조 제4항

51) 공정거래위원회(2021. 2. 2.)

력이 약한 것으로 판단하였다. 결합 이후의 경쟁제한효과에 대해서는 소비자와 음식점체 양쪽에서 할인 경쟁이 축소되고 수수료를 인상할 가능성이 있는데, 입점업체들의 배달앱 매출의존도가 높은 상황에서 수수료 등의 가격이 인상되어도 탈퇴나 다른 앱으로의 전환 가능성이 높지 않음을 보이고 있다. 마지막으로 정보자산과 관련된 경쟁제한성에 대해서는 DH와 배달의민족이 보유한 정보자산의 양이 압도적이기 때문에 소비자의 주문패턴이나 행태 등을 분석하여 공격적 마케팅을 강화할 경우 기타 배달앱 사업자의 시장진입과 안정적인 유지가 어려울 것으로 보았으며, 입점업체에 대해서도 경쟁 완화로 무료 마케팅 정보 제공 등을 축소하거나 유료로 전환할 경우 경쟁제한성이 있다고 판단하였다.

인접 시장에서의 경쟁 압력은 전화주문이나 인터넷 검색서비스를 통한 주문 모두 배달앱을 활용한 주문과 비교하여 충분한 경쟁 압력이 될 수 없다고 판단하였으며, 신규 진입 가능성에 대해서도 배달앱 시장이 플랫폼 자체의 구축이나 제도적으로는 진입장벽이 낮으나 소비자와 음식점체의 확보를 위한 비용과 시간 투입이 필요함을 고려할 때, 단기적으로 잠재적 경쟁 압력으로 작용하기 어렵다고 보았다. 유력한 신규 진입자로 판단되는 네이버의 인접 시장에서의 지배구조상 배달앱 투자에 대한 경영금지 계약, 카카오 주문하기의 점유율 정제 등을 고려할 때, 기업결합 후 당사의 가격 인상이나 할인 등 프로모션 축소에 대응할 수 있는 전국 시장의 서비스 제공 가능성이 불투명한 것으로 판단하였다. 효율성에 대해서는 당사회사의 기업결합으로 주문밀도 상승, 배달시간 단축 등이 예상되나, 자체 배달의 확산이나 배달기사 충원 등 경쟁제한성이 보다 적은 대안으로 목적 달성이 가능하기 때문에 효율성 증대효과가 경쟁제한효과를 상회하지는 않는다고 보았다.

#### 라. 평가 및 시사점

배달의민족과 딜리버리히어로의 기업결합 건은 플랫폼 기업 간의 기업결합에 있어 다양한 시사점을 제공한다. 특히 2019년 기업결합 심사 이후 급격하게 변화하는 배달앱 시장 환경과, 딜리버리히어로가 공정위의 구조적 조치에 대응하여 요기요의 매각 과정에서 대응한 방식은 플랫폼 시장의 기업결합에 대한 조치들이

의도와 다른 결과를 가져올 수 있음을 보여준다.

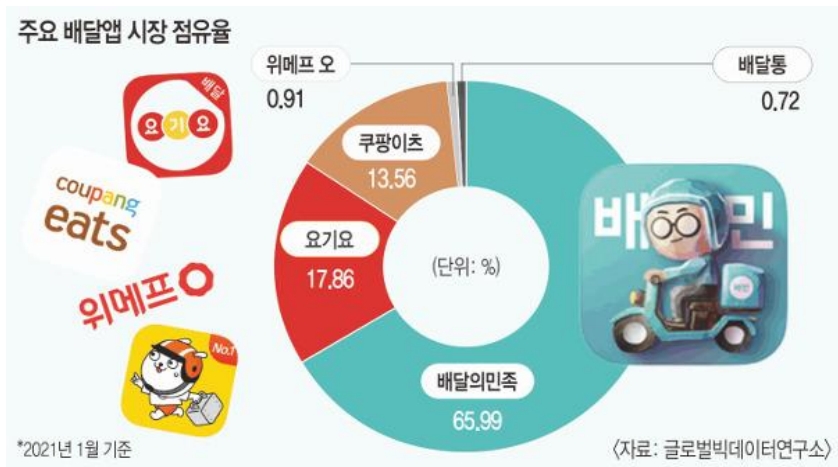
우선 2019년 이후 시장 환경의 변화에 대해서 살펴보자. 신속하게 경쟁 양상이 변화할 수 있는 플랫폼 시장에서는 배달의민족과 같이 점유율이 높은 사업자라도 후발 사업자가 혁신적 사업모형을 시장에 가져오는 경우 단기간에 역전당할 수 있는 위험이 있다. 기업결합 심사는 다른 유형의 독과점 제재와 다르게 시장에서 발생하지 않은 상황을 예상하여 반경쟁적 상황을 평가하게 되며, 특히 동태적 변화가 심한 시장에서는 그 불확실성이 커지고 예측이 어려워진다.

공정위는 배달의민족과 딜리버리히어로의 심사 과정에서 쿠팡이츠가 고수해 온 ‘1주문 1배달’ 모델이 전국 시장으로 확대되는 것은 어렵다고 평가하였다. 그러나 현재 배달앱 시장의 판도를 보면, 쿠팡이츠는 1주문 1배달 모델을 주요 광역시와 강원도·전라도·제주도 등에 도입하였으며, 배달의민족도 배민1, 요기요도 익스프레스 서비스 등 1주문 1배달 모델을 도입하여 단건배달 시장에서 치열하게 경쟁하고 있다.

시장점유율에서도 공정위가 심사 과정에서 예측한 바와는 전혀 다른 양상으로 시장이 변화하였다. 시장조사업체인 닐슨코리아에 따르면, 2020년 1월에서 2021년 2월 사이 서울과 수도권 지역의 쿠팡이츠 방문자 비율이 2%에서 20%로 급등하는 동안, 요기요는 39%에서 27%로, 배민은 59%에서 53%로 방문자 비율이 감소하였다.<sup>52)</sup> 배달앱 시장의 점유율도 공정위는 5% 미만에 불과해 시장 경쟁 압력이 미미하다고 평가하였으나, 실제 배달앱 시장의 점유율은 2021년 1월을 기준으로 할 때 배달의민족 65.99%, 요기요 17.86%, 쿠팡이츠 13.56%로 공정위의 예측과는 다른 모습을 보였다(그림 4-1).

52) 탑데일리(2021. 6. 14.), “딜리버리히어로(DH), 요기요 몸집 털기…매각 올인+배민 살리기”(URL: <https://www.topdaily.kr/articles/68570>, 최종접속일: 2021. 12. 30.)

[그림 4-1] 주요 배달앱 시장 점유율



출처: 국민일보(2021. 6.1 9.)

물론 이는 코로나19로 인한 배달수요 증가의 영향과 공정위의 구조적 조치가 시장 참여자들의 의사결정에 준 영향을 제외한 것이 아니기 때문에 표면적인 수치만으로 공정위의 조치를 평가하는 데에는 무리가 있다. 그러나 과거 이베이-지마켓 사건에서 기업결합 이후 결합당사회사의 점유율이 87%를 차지하게 됨에도 국내 주요 포털의 신규 진입 등 시장의 역동성을 경쟁제한성 완화요인으로 인정하여 결합을 허용하였음에 비추어 볼 때, 동태적 시장에서 경쟁 양상을 예측하는 데에 후발 사업자의 혁신 역량을 과소평가해서는 안 된다는 중요한 선례로 남을 것이다.

또 공정위의 요기요 매각 명령 이후 딜리버리히어로가 취한 행위에서도 문제가 발견된다. 딜리버리히어로의 입장에서는 시장 2위 사업자인 요기요가 경쟁사에 매각되는 즉시 배달의민족과 직접 경쟁할 수 있는 유효 경쟁자가 등장하는 것이다. 공정위는 매각 대상인 요기요의 시장가치를 유지하기 위하여 매각 절차가 진행되는 동안 수수료 인상 금지, 할인 쿠폰 일정 수준 이상 유지, 배달앱 서비스 품질 유지, 배달원 근무 조건 유지 등의 조건을 준수하도록 명령을 내렸으나 딜리버리 히어로는 공정위의 명령을 회피하여 일반적인 M&A에서 매각 기업이 취하는

행위와는 다르게 매각가를 낮추기 위해 노력하였다. 이 과정에서 배달료 프로모션 축소나 자영업자 대상 프로모션 축소, 요마트 분리매각 시도 등이 발생하였고, 공정위는 세 차례에 걸친 보정 명령을 전달한 것으로 나타났다(표 4-1).

〈표 4-1〉 공정위가 DH에 전달한 보정명령

| 일시           | 주요 내용                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2021. 5. 18. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 잠재적 경쟁자를 배제하고 DHK 매각 절차를 진행 중이란 시각에 대한 소명</li> <li>- 매수 의향자들에게 요마트 사업 종료 관련 내용을 알렸거나 설명했는가</li> <li>- 배달원에게 지급하는 배달비 지급 체계(프로모션 배달비 등 포함) 변동 현황</li> </ul>                                                            |
| 2021. 6. 9.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현 시장 상황 반영한 '추가 재정 지원'과 경영예산 고려 여부 및 실현 가능성</li> <li>- 요기요 점유율 하락에 대한 DH 및 DHK의 대응 방안과 관련한 계획</li> <li>- 2021. 3. 1. 일부로 '5개월' 프로모션 기간 적용 옵션 폐지한 경위 및 사유</li> <li>- 주문 건수 및 라이더 수 감소에도 전월 대비 시간당 배달비 증가 원인</li> </ul> |
| 2021. 7. 29. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 요기요 마케팅 캠페인 시행내역 및 실적, 향후 마케팅 계획</li> </ul>                                                                                                                                                                           |

출처: 매일경제(2022. 1. 4.)

인력 및 정보자산의 활용에서도 딜리버리히어로의 행위에는 우려가 제기되었다. 요기요의 경쟁력 차단을 위해서 요마트 사업부는 배민의 B마트와 통합할 것이며, 이를 위하여 요마트 실무진이 배민 쪽으로 이동하기 위한 인사이동 계획이 있다는 이야기가 있었다. 또 요기요의 데이터 분석을 위한 인공지능 알고리즘은 딜리버리히어로 본사에서 개발한 것으로, 요기요에서 IT 솔루션에 대한 라이선스 계약을 맺고 제공받아 사용한 것이기 때문에 요기요 매각 이후 해당 솔루션을 제공하지 않는다면 요기요 인수자는 배달원 배차 정보나 음식점 배열 등의 데이터 분석을 위한 솔루션 개발을 별도로 추진해야 하며, 이는 비용뿐만 아니라 사업의 실제적인 론칭 시점, 노하우 손실 등의 우려가 있다. 배달앱의 경쟁력이 보유 회원수(소비자, 식당) 외에도 주문·배달·배달원 데이터 등 정보자산에 있고, 공정위에서도 정보자산에 대한 별도의 심사를 진행하면서도 해당 부분이 인수 내용에 포함되어야 하는지를 명확하게 하지 않았기 때문에 이 역시 1위 사업자인 배민이 매각 과정에서 요기요의 경쟁력을 낮추기 위한 수단으로 악용될 가능성이 있는

것이다.

배달의민족-딜리버리히어로 결합 건에서 나타난 위와 같은 우려는 플랫폼 기업 결합에서 경쟁당국이 처한 어려움을 보여준다. Wu(2018)나 Kwoka and Valletti (2021)에서는 기업결합에서 경쟁 이슈를 해결하기 위하여 주로 행위 규제(conduct and behavioral remedy)를 이용해 왔으나 이는 문제가 되는 행위를 정확하게 규정하기 어렵고, 특정 행위를 명문화하는 과정에서 해석의 문제가 발생하며, 사후에 준수 여부를 확인하는 것이 쉽지 않다고 지적하며, 매각이나 기업 분리·기업결합의 사후적 거부 및 원상복귀와 같은 강력한 구조적 조치가 필요함을 주장하였다. 그러나 배민-DH 사건에서 보는 것처럼 구조적 조치에도 동일한 문제점이 있으며, 특히 규제 대상이 되는 기업에 비해서 경쟁당국이 기술과 정보에 있어 열위에 놓여 있기 때문에 적절한 보정 조치를 내리는 것 또한 쉽지 않다. 이는 행위 규제나 구조적 조치 모두 단독으로는 기업결합에서 우려가 되는 반경쟁 행위를 차단하는 데에 충분하지 않으며, 또한 기업결합이 완료될 때까지 정책당국의 지속적인 모니터링과 개입이 필요함을 시사한다.

## 2. (EU) Facebook-WhatsApp 결합 건

### 가. 사건 개요

2014년 2월 페이스북(Facebook)은 메신저 서비스인 왓츠앱(WhatsApp)을 190억 달러에 인수하겠다고 발표하였다. 발표 당시 기준으로 페이스북은 SNS 1위 사업자로서 세계적으로 13억 명의 이용자를 가지고 있었으며, 이와 연계된 메신저(Facebook Messenger) 서비스에서도 2억 5,000만 내지 3억 5,000만 명의 이용자를 가지고 있었다. 피인수기업인 왓츠앱은 우리나라의 카카오톡과 유사하게 스마트폰 앱을 이용한 메신저 서비스를 제공하며, 전 세계적으로 6억 명의 이용자를 가지고 있었다. 페이스북과 왓츠앱의 기업결합은 매우 높은 인수가에도 불구하고 피인수기업인 왓츠앱의 2013년 EU 내 매출액이 1억 유로에 미치지 못하였기 때문에, EC 합병규칙 제1조 제2항에 따라 유럽위원회의 기업결합규제 관할

권에 포함되지 않았다.<sup>53)</sup> 그러나 개별 국가의 기업결합 심사에서 통일된 결과가 나오지 않을 것을 우려한 기업들이 유럽위원회의 직접 심사를 요청함에 따라 검토가 이루어지게 되었다.

유럽위원회는 페이스북과 왓츠앱의 결합사건(이하 본 사건)에서 소비자 커뮤니케이션 서비스 시장, 소셜 네트워킹 서비스 시장, 온라인 광고 서비스 시장으로 관련 시장을 획정하였으며 검토 결과 세 개 시장 모두에서 경쟁제한성이 인정되지 않아 기업결합을 다른 조건없이 승인하였다. 이하에서는 유럽위원회의 심결보고서<sup>54)</sup> 내용을 바탕으로 본 사건에 대하여 살펴본다.

#### 나. 시장 획정

플랫폼 시장 획정에서 고려해야 하는 두 가지 이슈는 무료제품시장의 시장 획정과 양면성/다면성의 고려 방법이다. 유럽위원회는 시장 획정의 정량적인 방법으로 미국이나 한국과 같이 SSNIP 테스트를 활용하고 있으나 이는 무료제품 시장에 적용하는 것이 어렵다. 이에 본 사건에서는 유료시장인 온라인 광고시장에 대해서만 SSNIP 테스트 결과를 인용하고, 나머지 시장에 대해서는 정성적인 방법인 제품 간 기능적 교체가능성(functional interchangeability)에 초점을 맞추어 분석하였다. 다음으로, 양면성을 고려하는 데에 있어 페이스북은 이용자 그룹이 한 면(side)을 이루고, 광고주 그룹이 다른 면을 이루는 양면 시장의 성격을 가지고 있으나, 유럽위원회는 본 사건에서 이용자 그룹에 대한 서비스 시장과 광고 서비스 시장을 별개로 획정하여(단면 시장 획정) 분석을 진행하였다.

#### 다. 경쟁제한성 판단

먼저 소비자 커뮤니케이션 서비스 시장의 경쟁제한성 판단 결과를 살펴보면 유럽위원회는 네 가지 이유로 이 시장에서의 경쟁제한성을 부정하고 있다. ① 이 시

53) COUNCIL REGULATION (EC) No. 139/2004 of 20 January 2004 on the control of concentrations between undertakings.

54) Case No COMP/M.7217, Facebook/WhatsApp, Commission decision of October 3, 2014.

장은 급속하게 성장하는 시장으로 기업의 신규 진입이 빈번하게 이루어지며, 기술 혁신의 주기가 짧아서 시장점유율만으로 경쟁제한성을 판단할 수 없으며, ② 소비자가 다른 사업자로 전환하는 데에 드는 비용이 낮고, ③ 결합당사회사인 페이스북과 왓츠앱 모두 네트워크나 모바일 OS와 같은 기반플랫폼 시장을 장악하고 있지 않아 소비자의 멀티호밍이 용이하며, 따라서 네트워크 효과가 진입장벽으로 작용하지 않으며, ④ 양 사의 앱은 기능적인 면에서 차이가 많아, 두 앱이 결합 이전에 대체재의 관계에 있기보다 보완재의 관계에 있다고 보아야 한다고 판단하였다.

다음으로 소셜 네트워킹 서비스 시장에서도 양 사의 기업결합이 경쟁제한성을 갖지 않는다고 보는데, ① SNS 시장에는 이미 많은 경쟁자들이 활동하고 있어 서비스 간의 대체가능성이 높으며, 특히 SNS와 소비자 커뮤니케이션 서비스 시장을 함께 고려할 경우 더욱 대체 가능성이 높은 점, ② 페이스북은 왓츠앱과 다른 이용자 경험을 제공하기 때문에 양자의 대체성을 인정하기 어려운 점, ③ 페이스북과 왓츠앱 이용자 집단이 이미 상당 부분 중첩되어 있으며, 두 서비스를 하나로 통합하는 과정에서의 기술적인 어려움이 이유로 제시되었다.

유료시장인 온라인 광고 서비스 시장에 대해서도 유럽위원회는 경쟁제한성을 부정하는데, 그 이유로는 ① 현재 피인수기업인 왓츠앱은 광고 서비스를 제공하고 있지 않다는 점, ② 타겟광고 등에 필요한 데이터 확보에서, 페이스북은 인터넷 전체 이용자 데이터의 6%만을 보유하여 구글, 애플, 아마존, 이베이, 마이크로소프트, 링크드인 등의 경쟁자들이 광고 시장에서 더욱 강력한 시장력을 보유하고 있으며, 기업결합 발표 후 페이스북의 개인정보 침해를 우려하는 이용자들이 이미 왓츠앱을 이탈한 사례에서 보는 것처럼 이용자의 이탈에 장애 요소가 적다는 점을 들고 있다.

## 제 5 장 정책 제언

앞서 검토한 혁신경쟁에 대한 연구들은 경쟁 정책의 측면에서 새로운 시사점을 제시해주고 있다. 우선 정태적인 관점에서 독점이 갖는 반경쟁적인 성격은 동태적인 혁신 시장에서 성립하지 않을 수도 있다는 점이다. 장기적인 관점에서 혁신경쟁을 통한 궁극적인 효과가 발현되기까지는 시차가 존재하므로, 기업결합이 일어날 당시의 상황에서 판단하는 시장지배적 사업자는 혁신경쟁을 통하여 효율성이 달성되기 위한 중요한 조건일 수 있다. 또 어떤 기업이 시장력(market power)을 가지고 있더라도 그 자체를 반경쟁적이라고 판단할 수는 없으며, 특히 동태적으로는 독점기업이 혁신을 추구하고 투자할 인센티브가 높기 때문에 오히려 소비자의 후생을 더욱 높일 수 있다. 더군다나 현재 나타나고 있는 일부 플랫폼 사업자의 높은 수익 내지는 마진율은 과거의 혁신 경쟁에서 살아남은 기업이 누리는 반대급부일 수도 있다.

또한 기업결합과 관련하여 우리나라에서 미국이나 EU와 동일한 시장환경에 처하지 않았음에도 이들과 동일한 수준의 사전규제를 부과하는 것이 맞는지에 대해서도 검토가 필요하다. 미국은 잠재적 경쟁자를 인수하여 제거하는 킬러 인수합병이 일어나고 있음을 여러 연구와 보고서에서 발견하였고, 관련 시장에서 진입 유인이 감소하는 킬 존을 형성하고 있음도 여러 차례 보고되었다. 그러나 우리나라에서는 M&A 시장을 더욱 활성화하여 스타트업의 선순환 생태계를 조성하는 것이 필요하다는 의견이 지배적이다. 2019년 기준으로 국내 벤처투자시장 투자금의 회수규모는 2조 3,000억 원인데, 이 중 M&A를 통한 회수는 0.5%에 불과한 반면, IPO를 통한 회수는 30% 중반을 유지하고 있다.<sup>55)</sup> 반면 미국에서는 2018년까

55) 머니투데이(2020. 6. 13.), “마중물만 넘치는 벤처시장… 해외에 손별리는 ‘K-유니콘’”  
(URL: <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2020060815143072355>, 최종접속일: 2021. 10. 29.)

지 IPO와 M&A가 유사한 수준이며, 2019년과 2020년은 M&A가 IPO의 1/3수준에 달해 스타트업이 투자를 회수할 수 있는 또 다른 경로가 마련되어 있다.

또 시장구조를 확보하는 것이 경쟁의 중요한 요소라는 것에는 이견의 여지가 없으나, 정태적인 관점에서 시장 경쟁을 주창하는 것 못지않게 혁신을 창출하는 기업에 대한 충분한 보상이 이루어지는 것도 중요하다. 특히 혁신을 추구하는 비즈니스 모델이 사후적으로 보기에는 성공적이고 당연한 것처럼 보이지만, 많은 기업들이 유사한 모델을 시도하면서도 실패한다. 이는 혁신이 단순히 아이디어나 자본, 기술만으로 이루어지는 것이 아니라 이를 실제 시장에 구현하고 안착시키기 위한 기업가 정신 등이 중요하다는 점을 시사한다. 따라서 혁신을 창출한 기업에 대한 장기적인 보상으로 초정상 이윤(supranormal profits)을 누리는 것을 정당한 보상으로 이해할 필요가 있다.

한편, 공정위가 동태적 혁신경쟁의 분석방법론으로 삼는 ‘혁신시장 접근법’에 대해서도 검토가 필요하다.<sup>56)</sup> 혁신시장 접근법은 원래 Gilbert and Sunshine (1995)이 혁신시장에서 경쟁자를 식별하여 반경쟁적 효과와 효율성 증진효과를 비교하기 위해 제시한 것이다. 미국에서 해당 아이디어는 지식재산권의 라이선싱을 위한 반독점 가이드라인(Antitrust Guidelines for the Licensing of Intellectual Property)에 반영되어 있는데, 해당 접근법은 이미 많은 법률가와 경제학자들 사이에서 비판을 받은 바 있다. 비판의 주된 논거는 ① 혁신시장 접근법에서 판단하는 혁신활동이 R&D 활동으로 국한되는 경우가 있는데, R&D는 혁신의 투입물일 뿐 그 자체가 혁신의 결과물로 나타나는 것은 아니며(Carlton and Gertner, 2003), ② 혁신활동은 정보의 비대칭성이 높기 때문에, 실제 경쟁자를 경쟁당국에서 찾아서 영향을 비교하는 것이 쉬운 일이 아니라는 점이다. 비록 동태적 혁신시장에 대한 정량적인 분석방법이 충분히 개발되지 않았기 때문에

56) 한겨레신문(2021. 10. 19.), “‘40년 된 조항서 단서 찾았다’ 구글 역대급 제재 가능했던 이유”(URL: [https://www.hani.co.kr/arti/economy/economy\\_general/1015688.html](https://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/1015688.html), 최종접속일: 2021. 10. 29.)

시도해볼 수 있는 선택 가능한 대안이 많지는 않으나, 잠재적 경쟁이론이나 미래 시장 접근법 등 다양한 접근법을 활용하여 실제 사례를 분석하고, 경쟁법·산업조직론 연구자 및 실무자와 토론을 통하여 분석방법론을 개발해나가야 할 것이다.

그렇다면 ‘혁신시장 접근법’과 같은 새로운 분석방법이 개발되고 정착하기까지 고려할 수 있는 대안은 없는 것인가. 이하에서는 ICT 신산업에서 나타나는 기업 결합의 유형과 예상되는 이슈에 대하여 살펴보고 이에 대한 정책대안을 제시하고자 한다.

우선 가장 먼저 생각해보아야 하는 것은 빅테크 기업의 기업결합이 부정적인지, 그리고 한국 시장에서 기업결합의 부작용이 발생하고 있는지에 대한 것이다. Cunningham et al.(2021)이나 Kamepalli et al.(2020)에서 지적하고 있는 바와 같이 미국은 잠재 경쟁자를 인수하여 제거하는 킬러 인수합병(killer acquisition)이 일어나고 있으며, 관련 시장에서 진입 유인이 감소하는 킬 존의 형성도 보고되고 있다. 이는 Stigler report나 미국 하원의 반독점 소위 보고서에서도 다양한 자료에 근거해서 지적되는 사항이다. 그러나 앞서 지적했던 것과 같이, 우리나라는 M&A 시장이 더 활발해져야 한다는 인식이 대다수이다. 또한 경쟁자 인수나 유사제품의 판매가 소비자에게 반드시 부정적으로 작용하는 것이 아니라는 점을 고려해본다면, 플랫폼에 대한 현재의 규제 움직임은 과도한 측면이 있다.

빅테크의 스타트업 인수와 관련한 여러 이슈 중에서 가장 문제가 되는 것은 혁신경쟁의 지체이다. 그러나 Cabral(2021)이나 Letina et al.(2020) 등에서 지적하는 것처럼, 플랫폼 기업의 스타트업 인수를 금지하는 것은 오히려 스타트업의 혁신에 대한 인센티브를 방해하는 결과를 낳을 수 있다. Katz(2021)에서 지적하고 있는 것처럼, 네트워크 효과와 빅데이터의 가치가 중요한 시장에서 신생 기업이 기존 기업과의 경쟁을 극복하고 성공적으로 시장에 안착하기 위해서는 인접 시장에서 이용자 집단을 형성한 후 이 집단에 새로운 서비스를 제공하는 2단계 진입 전략(two-stage entry strategy)을 사용하거나, 기존 기업보다 좋은 품질의 서비스를 제공하여 이용자들을 끌어들이 수 있는 혁신 진입 전략(innovative

entry strategy)이 필요하다. 그러나 이러한 전략이 실제적인 수익 달성과 성장으로 연결되려면 이용자 집단의 규모가 임계 다중(critical mass)에 도달해야 하는데, 새롭게 개발한 비즈니스 모델을 시장화한다고 하더라도 이러한 임계 다중에 도달하는 데에는 많은 시간과 투자가 필요하다. 이러한 전략보다는 오히려 스타트업이 개발한 기술이나 비즈니스 모델을 기업결합을 통하여 현금화하는 전략이 더 많은 혁신을 가져올 수 있다(Motta and Petiz, 2021).

또 우리나라 플랫폼 기업들의 기업결합 사례를 살펴보면, 잠재적 경쟁자를 제거하기 위한 수평결합 형태의 인수보다는 새로운 시장에 진입하기 위하여 비즈니스 모델이나 지식재산을 인수하기 위한 목적의 인수가 더욱 눈에 띈다. 디지털 산업에서 거래되는 소프트웨어나 데이터 등의 지식재산은 전통 산업에서의 유체화된 제품을 인수하는 것과 다르게, 복제나 모방에 의한 침해를 입증하기 쉽지 않으며, 따라서 라이선스 형태로 사용권을 계약하는 것보다는 인수를 통하여 지식재산 자체의 소유권을 이전하는 형태가 일반화되어 있음을 고려해볼 때(Cabral, 2021), 플랫폼 기업의 기업결합을 금지하는 것은 지식의 전파와 사업화·시장화를 저해한다. 이는 디지털 산업에서 발생하는 기업결합이 경쟁에 미치는 영향에 대한 충분한 평가가 이루어지는 것을 넘어, 오히려 과도한 규제에 인하여 소비자 후생을 저해할 가능성이 높다(Katz, 2021).

기업결합이 반경쟁적으로 작용할 수 있는 중요한 사례 중에 하나는 상·하방 시장에 대한 수직적 결합이다. 디지털 생태계에서 게이트키퍼 역할을 하는 포털이나 검색엔진, 앱마켓 등을 운영하는 기업이 일반 앱을 운영하는 기업을 인수하는 경우, 해당 영역에서 경쟁하는 스타트업은 경쟁력을 잃기 쉽다. 그러나 이 역시도, 우리나라 ‘토종’ 플랫폼 중에서 상·하방 시장 결합을 우려할 만한 정도의 점유율을 가진 업체가 있는지에 대해서 고민해보아야 한다. Ducci(2020)가 지적하고 있듯이 온라인 플랫폼의 자연독점적 성격은 일반검색 플랫폼의 경우에는 인정할 수 있으나, 전자상거래 플랫폼에서는 약한 편이고 승차공유 플랫폼에서는 상대적으로 나타나기 때문에 시장 상황에 따라서 평가할 필요가 있을 것이다. 그러나 앞

서 살펴보았듯 우리나라의 시장에서는 검색엔진조차도 해외의 경우와 다르게 특정 기업이 사실상의 독점을 보이지 않고 있으며, 높은 점유율을 보이는 메신저나 SNS 시장도 수직결합에 의한 경쟁제한성을 우려할 수준은 아닌 것으로 생각된다. 앱스토어나 운영체제(operating system) 시장에서는 실질적인 지배가 발생할 수 있으나, 이에 대해서는 현재 공정거래위원회나 방송통신위원회에서 규제 집행을 하고 있으므로 추후 영향을 지켜보아야 할 것이다.

위와 같은 과잉규제나 혁신에 대한 부정적인 영향에도 불구하고, 여전히 플랫폼 기업의 스타트업 인수에 대한 최소한의 규제는 필요할 수 있다. 그렇다면 혁신의 영향을 어떻게 고려할 수 있을 것인가? 전통 산업에서 기업결합의 반경쟁성 우려는 결합 이후의 기업이 높은 시장점유율을 갖고 이를 바탕으로 시장지배력을 남용할 수 있기 때문에 발생하였다. 그러나 스타트업, 특히 디지털 산업의 스타트업은 매출로 측정할 수 있는 규모가 매우 미미하고, 따라서 시장지배력이 낮게 나타난다. 더군다나 인수기업조차 경우에 따라서는 기업의 전체 규모가 매우 큼에도 불구하고, 새로운 시장에 진출하면서 적절한 수익 모델을 확정하지 못한 경우라면 관련 시장 매출은 낮게 나타날 수밖에 없다. 따라서 현재의 매출 수준이나 시장점유율을 기준으로 기업결합 이후의 경쟁상황을 판단하는 것은 쉬운 일이 아니다. 이에 대한 대안으로 제시되고, 실제 경쟁법제에 반영되는 것이 인수가액을 기준으로 한 경쟁제한성 심사이다. 시장에서 경쟁에 참여하는 기존 기업들은 경쟁 압력이라든지 시장의 동적인 발전 방향에 대해서 잘 이해하고 있기 때문에 설사 인수 결정 당시의 시장 상황에서 충분한 매출이나 시장점유율을 보이지 못하는 스타트업이라도 장래에 유망한 경쟁사업자로 발전할 가능성이 있다면 높은 인수가액에도 불구하고 기업결합을 추진할 것이기 때문이다. 이러한 방법 이외에도, 시장화에 어느 정도 성공한 스타트업에 대해서라면 시장점유율의 성장률(growth rate)이나 경쟁 상품에 대한 소비자 인식 조사 등은 잠재적인 경쟁자 여부의 판단에 도움이 될 수 있을 것이다.

Brodley(1977)가 제시한 시장인접성(market proximity) 개념을 디지털 산업

에 적용하는 것도 한 가지 대안이 될 수 있다. 네트워크 효과를 갖는 산업의 경우를 예로 들어 생각해보면, 명시적으로 비즈니스 모델이 중복되는지에 대한 판단은 어렵다고 하더라도 이용자 집단이 겹치거나 좀 더 완화되어 이용자들의 인구학적 특성에 중복이 있는 경우에는 인접 시장으로 정의하는 방법을 고려할 수 있다.

또 인수 목적에 데이터나 지식자산의 취득에 있는 것으로 판단된다면 기업결합을 허용하되 행태적인 제한을 부여할 수 있다. 이는 특히 잠재적인 경쟁자를 인수한 후 피인수기업이 개발하고 있는 기술이나 비즈니스 모델을 시장화하지 않고 퇴출시킬 우려가 있는 경우나, 해당 기술이 피인수기업 외에 유사한 모델을 갖는 다른 기업이 사용할 경우 전반적으로 소비자 후생이 증진될 것으로 예상하는 때에 쓸 수 있다. 바로 기업결합을 허용하면서 취득하는 기술이나 특허 등에 대하여, 비배제적(non-exclusive)으로 공정 가격을 받고 라이선싱하도록 강제하는 조건을 부과하는 것이다(Bryan and Hovenkamp, 2020). 이를 통하여 킬러 인수 합병(killer acquisition)의 우려를 막는 동시에, 비즈니스 가치 사슬의 앞 단계에 해당하는 기술, 가령 기반기술이 되는 인공지능 학습 방식 등에 대한 기술이 특정 기업에 전유되는 문제를 어느 정도는 해결할 수 있을 것이다. 다만 디지털 시장의 라이선싱에서 한 가지 고려해야 할 것은 Cabral(2021)의 지적대로 라이선스 형태의 기술이전 시장이 제대로 작동하기 어렵기 때문에 정당한 가격을 지불하지 않은 데이터나 라이선스된 기술의 사용을 기술적으로 또는 제도적으로 어떻게 제한할 수 있을지에 대해서는 더 많은 연구가 필요할 것이다.

## 참 고 문 헌

### [국내문헌]

- 강준모·선지원·주진열(2020), 『데이터경제 시대에 부응하는 경제규제법제 개선방안 연구』, 기본연구 20-03, 정보통신정책연구원.
- 강지원(2020), “기업결합 심사 시 경쟁제한성 판단요소로써 혁신유인 저해의 역할: EU 집행위원회의 Dow/DuPont 사건이 주는 시사점을 중심으로”, 《경쟁법 연구》, 제41호.
- \_\_\_\_\_(2021), “플랫폼 M&A와 독과점: 배달앱 기업결합 사건의 시사점”, 《이슈와 논점》, 제1845호, 국회입법조사처.
- 공정거래위원회(2021. 2. 2), “딜리버리히어로 에스이 등 4개 배달앱 사업자의 기업결합 제한규정 위반행위에 대한 건”, 의결 제2021-032호.
- 공정위 보도자료(2019. 2. 26.), “공정위, 혁신 경쟁 촉진을 위한 기업결합 심사 기준 개정”.
- 국민일보(2021. 6. 19.), “3위 쿠팡이츠 따라하는 1위 배민… 요동치는 배달의 시장” (URL: <http://m.kmib.co.kr/view.asp?arcid=0924196431>, 최종접속일: 2021. 12. 30.).
- 권영관(2018), “동태적 혁신경쟁과 경쟁법 집행에 관한 고찰”, 규제연구 27(1), pp. 97-124.
- 김현수·강인규(2021), “미국의 플랫폼 규제 패키지 법안의 주요 내용 및 시사점”, 《KISDI Perspectives》, No. 2.
- 머니투데이(2020. 6. 8.), “마중물만 넘치는 벤처시장... CVC로 ‘큰손’ 물꼬 터야” (URL: <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2020060119230864762>)
- 매일경제(2022. 1. 4.), “DH, 매각前 배달수수료 깎아 요기요 고사 시도” (URL:

- <https://www.mk.co.kr/news/business/view/2022/01/10085/>, 최종접속일: 2022. 1. 22.)
- 양용현·이화령(2021. 8. 12.), “미국의 플랫폼 반독점법안 도입과 시사점”, 《KDI FOCUS》, 통권 제109호.
- 이봉의(2019), “디지털 경제와 기업결합 신고의무의 개선방안”, 《경쟁법연구》, 제39권.
- 이준택·선정호(2016), “해외 기업결합신고의 실무상 쟁점”, 《경쟁저널》, 제186호.
- 장영신·강구상(2021. 8. 19.), “미국의 경쟁정책 및 플랫폼 독점규제 입법 동향과 시사점”, 《오늘의 세계경제》, 21(16), 대외경제정책연구원.
- 전경련(2020. 9. 23.), “글로벌 IT산업 M&A 현황과 시사점” (URL: [http://www.fki.or.kr/FkiAct/Promotion/Report/View.aspx?content\\_id=67ff3165-8ee5-460d-b63e-d72e7ad87224&cPage=&search\\_type=0&search\\_keyword=](http://www.fki.or.kr/FkiAct/Promotion/Report/View.aspx?content_id=67ff3165-8ee5-460d-b63e-d72e7ad87224&cPage=&search_type=0&search_keyword=))
- 탐데일리(2021. 6. 14.), “딜리버리히어로(DH), 요기요 몸집 덜기… 매각 올인+배민 살리기”(URL: <https://www.topdaily.kr/articles/68570>, 최종접속일: 2021. 12. 30.)
- 최창수(2020), “디지털 플랫폼에 대한 주요국 규제체계의 비교법 연구”, 《저스티스》, 제177호.
- 한겨레신문(2021. 10. 19.), “‘40년 된 조항서 단서 찾았다’ 구글 역대급 제재 가능했던 이유”(URL: [https://www.hani.co.kr/arti/economy/economy\\_general/1015688.html](https://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/1015688.html), 최종접속일: 2021. 10. 29.)
- 한국은행(2021. 3. 19.) “美 빅테크에 대한 반독점규제 현황 및 파급영향”, 《국제경제리뷰》, 제2021-6호.
- 한국일보(2021. 7. 19.), “네이버·카카오, 시총 3위 두고 옆치락뒤치락... 2분기 승자는?” (URL: <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2021071912190004770>)
- 한국경제신문(2018. 3. 13.), “브로드컴의 퀄컴 인수 막은 트럼프… ‘5G 주도권 중

- 국에 못 준다” (URL: <https://www.hankyung.com/international/article/2018031331151>, 최종접속일: 2021. 10. 27.)
- 한국경제TV(2021. 8. 27.), “GAFA 시총, 세계 2위 일본증시도 넘었다.” (URL: <https://www.wowtv.co.kr/NewsCenter/News/Read?articleId=202108272485i>)
- Aghion, P. N. Bloom, R. Blundell, R. Griffith, and P. Howitt(2005). “Competition and Innovation: an Inverted-U Relationship”, *The Quarterly Journal of Economics*, 120(2).
- Arthur, W.B.(1990). “Positive feedbacks in the economy,” *Scientific American*, 262(2), pp. 92-9.
- Arrow, K.J.(1962). “Economic welfare and the allocation of resources for invention,” *The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors*, Universities-National Bureau Committee for Economic Research, Committee on Economic Growth of the Social Science Research Council(ed.), Princeton University Press.
- Barnett, T. O.(2006). “Interoperability between Antitrust and Intellectual Property,” Speech to the GMU School of Law Symposium on Managing Antitrust Issues in a Global Marketplace.
- BKartA/BWB(2018). “Guidance on Transaction Value Thresholds for Mandatory Pre-merger Notification.”
- Blundell R., R. Griffith, and J. Van Reenen(1999). “Market Share, Market Value and Innovation in a Panel of British Manufacturing Firms,” *Review of Economic Studies*, 66.
- Bryan, K. and E. Hovenkamp(2020). “Antitrust Limits on Startup Acquisitions,” *Review of Industrial Organization*.
- Brodley, J.(1977). “Potential competition and mergers: a structural synthesis,” *Yale Law Journal*, 87(1)

- Cabral, L.(2018). “Standing on the Shoulders of Dwarfs, Dominant Firms and Innovation Incentives“, CEPR Discussion Paper No. DP13115, Available at SSRN (URL: <https://ssrn.com/abstract=3235598>).
- \_\_\_\_\_ (2021). “Merger policy in digital industries”, *Information Economics and Policy*, 54.
- Carlton, D.W., and R.H. Gertner (2003). “Intellectual property, antitrust, and strategic behavior”, *Innovation Policy and the Economy*, 3.
- Chen, Y. and M. Schwartz(2013). “Product innovation incentives: monopoly vs. competition,“ *Journal of Economics & Management Strategy*, 22(3).
- Christensen, C. M., M. E. Raynor, and R. McDonald(2015. 12). “What Is Disruptive Innovation?”, *Harvard Business Review*.
- Cremer, J., Y. Montjoye, H. Schweitzer(2019). “Competition policy for the digital era”, *European Commission*.
- Cunningham. C., F. Edrer and S. Ma(2021). “Killer Acquisition”, *Journal of Political Economics*.
- Dasgupta, P. and J. Stiglitz(1980a). “Industrial structure and the nature of innovative activity,“ *The Economic Journal*, 90.
- Dasgupta, P. and J. Stiglitz(1980b). “Uncertainty, industrial structure, and the speed of R&D,” *The Bell Journal of Economics*, 11(1).
- Ducci, F.(2020). *Natural Monopolies in Digital Platform Markets*, Cambridge University Press.
- Easterbrook, F.(1984). “The Limits of Antitrust,” *Texas Law Review*, 63(1), pp. 10-5.
- Eisenmann, T., G. Parker, and M. Van Alstyne(2011). “Platform envelopment”, *Strategic Management Journal*, 32(12).

- Ernst&Young(2020). “How do you find clarity in the midst of the COVID-19 crisis?”
- FTC(2020. 2. 11). “FTC to Examine Past Acquisitions by Large Technology Companies,” Press Release.
- Furman, J., Coyle, D., Flether, A., McAuley, D., & Marsden, P.(2019). “Unlocking digital competition: Report of the Digital Competition Expert Panel.”
- Galdon-Sanchez, J.E., and J.A. Schmitz (2002). “Competitive Pressure and Labor Productivity: World Iron-Ore Markets in the 1980’s”, American Economic Review, 92(4).
- Gautier, A. and J. Lamesch(2021). “Mergers in the digital economy”, Information Economics and Policy, 54.
- Gilbert, R. and D. Newbery(1982). “Preemptive Patenting and the Persistence of Monopoly”, American Economic Review, 72(3).
- Gilbert, J. R., and S. C. Sunshine(1995). “Incorporating Dynamic Efficiency Concerns in Merger Analysis: The Use of Innovation Markets”, Antitrust Law Journal, 63.
- Greenstein, S. and G. Ramey(1998). “Market structure, innovation and vertical product differentiation,” International Journal of Industrial Organization, 16(3).
- International Comparative Legal Guides, Austria: Merger Control 2020(URL: <https://iclg.com/practice-areas/merger-control-laws-and-regulations/austria>, 최종방문일: 2021. 10. 31.).
- Lee, T. and L. L. Wilde(1980). “Market structure and innovation: a reformulation,” The Quarterly Journal of Economics, 94(2).
- Letina, I., A. Schmutzler, and R. Seibel(2020). “Killer acquisitions and beyond: Policy effects on innovation strategies,” available at SSRN:

<https://ssrn.com/abstract=3674957>.

Levin, R., and P.C. Reiss(1984). “Tests of a Schumpeterian Model of R&D and Market Structure”, R&D, Patents, and Productivity (ed.), University of Chicago Press.

Loury, G. C. (1979). “Market structure and innovation,” The Quarterly Journal of Economics, 93(3).

Kamepalli, S. K., R. G. Rajan, and L. Zingales(2021). “Kill Zone”, NBER Working Paper No. 27146.

Katz, M.(2021). “Big Tech mergers: Innovation, competition for the market, and the acquisition of emerging competitors,” Information Economics and Policy, 54.

Kwoka, J., and T. Valletti (2021). “Unscrambling the eggs: breaking up consummated mergers and dominant firms,” Industrial and Corporate Change, 30

Mergermarket(2020). “2019 Global M&A Report with financial league tables”.

Motta, M. and M. Petiz(2021). “Big tech mergers,” Information Economics and Policy, 54.

Nelson, R.(1991). “Why do firms differ, and how does it matter”, Strategic Management Journal, 12(S2), pp. 61-74.

Nelson, Winter and Schuette(1976). “Neoclassical vs. evolutionary theories of economic growth: critique and prospectus”, The Quarterly Journal of Economics, pp. 90-118.

Nickell, S. J. (1996). “Competition and Corporate Performance”, Journal of Political Economy, 104(4).

NVCA(2021). NVCA 2021 Yearbook

- OECD(2020). Merger Control in Dynamic Markets.
- Podszun, R(2019). “Digital Ecosystems, Decision-Making, Competition and Consumers - On the Value of Autonomy for Competition”, Available at SSRN (URL: <https://ssrn.com/abstract=3420692>).
- Prat, A., and T. Valletti(2021). “Attention Oligopoly”, CEPR Discussion Paper No. DP16231, available at SSRN (URL: <https://ssrn.com/abstract=3886673>).
- Puranam, P., and K. Srikanth(2007). “What they know vs. what they do: how acquirers leverage technology acquisitions”, Strategic Management Journal, 28(8).
- Reinganum, J. F.(1983). “Uncertain innovation and the persistence of monopoly,” The American Economic Review, 73(4).
- Schumpeter, J.A.(1942). Capitalism, socialism and democracy, Harper and Brothers.
- Spence, A. M. (1984). “Cost Reduction, Competition, and Industry Performance,” Econometrica, 52.
- Scherer, F. M. and D. Ross(1990). *Economic Performance*, Boston: Houghton-Mifflin.
- Subcommittee on Antitrust(2020). “Investigation of Competition in Digital Markets - Majority Staff Report and Recommendations,” pp. 387-8.
- Stigler Committee on Digital Platform(2019). “Final Report” (URL: <https://research.chicagobooth.edu/stigler/media/news/committee-on-digital-platforms-final-report>).
- WashingtonPost(2021. 4. 21.). “How Big Tech got so big: Hundreds of acquisitions” (URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/interactive/2021/amazon-apple-facebook-google-acquisitions/>).
- Wu, T.(2018). The Curse of Bigness: Antitrust in the New Gilded Age,

Columbia Global Reports: New York.

[기타]

『독점규제 및 공정거래에 관한 법률』 제7조 제4항.

『독점규제 및 공정거래에 관한 법률』 제11조 제2항.

BT-Drucks. 10/10207, S.75.

Case No COMP/M.7217, Facebook/WhatsApp, Commission decision of October 3, 2014.

COUNCIL REGULATION (EC) No. 139/2004 of 20 January 2004 on the control of concentrations between undertakings.

European Commission(2014), Regulation(EC) No 139/2004, §132.

FTC의 Revised Jurisdictional Threshold for Section 7A of the Clayton Act(<https://www.federalregister.gov/documents/2021/02/02/2021-02110/revised-jurisdictional-thresholds-for-section-7a-of-the-clayton-act>).

## Abstract

With the advent of the knowledge-based economy and the rapid development of new ICT technologies, the digitalization of the market is taking place in earnest. The view that the market dominance established in the digital market may be vulnerable to the emergence of innovative services has been maintained. However, with the growth of big tech platform companies represented by GAFAM, the innovation competition in the digital market has weakened, and the focus is on large platform companies. Concerns about the phenomenon becoming entrenched are growing. In response to this situation, domestic and foreign competition authorities are strengthening antitrust deliberation on M&As in the new ICT industry. However, M&A is one of the important strategic considerations for both incumbents and start-ups. It overlooks the dynamics of the digital platform market, and in case of over-regulation, it can lead to retrogression in industrial development due to the possibility of errors in law enforcement and the inhibition of innovative technologies.

Based on this, the desirable direction of enforcement of competition law in the dynamic market was presented, considering the characteristics of the new ICT industry market and the impact of the innovation ecosystem. As for the review of business merger, it is necessary to consider the rate of change in market share, a survey on consumer perceptions of competing products, and market proximity in consideration of the composition of user groups, as well as the market share and

acquisition price. For vertical mergers, it needs to strengthen the merger review for platform companies that act as gatekeepers. Furthermore, the antitrust authority should force the acquired company to non-exclusively license its intellectual assets to rival competitors.

## 정보통신정책연구원 기본연구 안내

### ■ 2016 기본연구

- 기본연구 16-01 O2O 비즈니스 확산에 따른 시장 변화 및 정책 방안 연구(박유리, 오정숙, 양수연, 임세실, 최 충, 최동욱)
- 기본연구 16-02 ICT 혁신에 대응하는 플랫폼 육성 전략연구(최계영, 김민식, 최주한)
- 기본연구 16-03 모바일 웹과 앱의 이용패턴 비교와 모바일 인터넷 서비스의 생태계 (정광재, 이보겸)
- 기본연구 16-04 방송영상산업 생산요소시장의 계약유형에 대한 연구 -예능오락부문을 중심으로(황유선, 김호정)
- 기본연구 16-05 모바일 인터넷 시대의 방송콘텐츠 서비스 활성화 방안 연구(심홍진, 주성희, 임소혜, 이주영)
- 기본연구 16-06 ICT산업 정책의 거시경제적 효과 분석을 통한 정책 방향 연구(고동환, 정부연)
- 기본연구 16-07 우체국보험 수익구조 진단 및 개선 방안 연구(이석범, 이경은, 최승재, 류근욱, 박성용, 류성경)
- 기본연구 16-08 기업의 개방형 혁신전략이 ICT융합 성과에 미치는 영향력 분석(남충현, 정원준, 김규남)
- 기본연구 16-09 지능정보사회의 규범체계 정립을 위한 법·제도 연구(이원태, 문정욱, 이시직, 심우민, 강일신)
- 기본연구 16-10 이동통신사업자의 투자 결정 요인에 관한 연구(정 훈, 박상미, 전홍민, 김인혜)
- 기본연구 16-11 불확실성하에서의 이동통신요금제 선택에 관한 연구(이민석, 이솔희)
- 기본연구 16-12 우체국 특성 분석에 따른 미래 우체국 운영 방안(이용수, 안명옥, 김영규)
- 협동연구총서 16-13-01 과학기술과 ICT 활용을 통한 생산성 향상 방향 연구 및 경제 통계 구축(II): 총괄보고서 (김정연, 정현준, 김경훈, 진홍윤, 신우철)
- 협동연구총서 16-14-01 초연결사회의 지속가능성을 위한 사회문화적 조건과 한국 사회의 대응(II): 총괄보고서(이호영, 손상영, 이원태, 조성은, 문정욱, 김희연, 이시직, 양수연, 이재현, 이정엽)
- 협동연구총서 16-15-01 ICT 벤처생태계의 변화 분석을 위한 패널데이터 구축 및 정

책방향 연구(I): 총괄보고서(조유리, 남충현, 이은민, 손가녕,  
김도훈, 오동현)

협동연구총서 16-16-01 조사환경 변화에 대응한 ICT 통계 생산체계 혁신 방안 연구  
(I): 총괄보고서(정용찬, 주재욱, 이원태, 김윤화, 유선실,  
김옥준, 오윤석, 박민규, 황용석, 황선웅)

## ■ 2017 기본연구

기본연구 17-01 지능정보사회의 공공정보화 패러다임 변화와 미래정책 연구(이원태,  
문정욱, 류현숙)

기본연구 17-02 ICT가 고용구조에 미치는 영향 분석(이학기, 이경남)

기본연구 17-03 ICT 융합 대중소기업 상생을 위한 생태계 조성 방안 연구(강준모,  
김민식, 이슬기)

기본연구 17-04 ICT 정책에서 빅데이터 분석의 활용방안 연구(김경훈, 이선희, 오윤석,  
양수연, 송태민)

기본연구 17-05 사물인터넷 생태계의 경쟁 이슈와 정책과제(이민석, 박상미, 김성준)

기본연구 17-06 비면허 대역 주파수의 활용 동향 및 경제적 가치 추정 방법론 연구  
(김희천, 임동민, 정아름, 김인희)

기본연구 17-07 모바일 동영상 서비스의 광고효과에 관한 연구(주성희, 심홍진, 김청희)

기본연구 17-08 유료방송서비스 간 대체성에 관한 연구: 수요함수 추정을 통한 실증  
분석(황유선, 육은희)

기본연구 17-09 ICT 수출 주요 결정요인과 그 영향 분석(고동환, 최지혜)

기본연구 17-10 컨조인트 분석을 통한 우체국 제휴사업 효과 분석(박재석, 김민진,  
김지혜)

협동연구총서 17-11-01 초연결사회의 지속가능성을 위한 사회문화적 조건과 한국 사  
회의 대응(III): 총괄보고서 (손상영, 박유리, 이호영, 조성은,  
김희연, 양수연, 이시직)

협동연구총서 17-12-01 ICT 벤처생태계의 변화 분석을 위한 패널데이터 구축 및 정  
책방향 연구(II): 총괄보고서(조성은, 조유리, 강준모, 이학기,  
민대홍, 이은민, 손가녕)

협동연구총서 17-13-01 과학기술과 ICT 활용을 통한 생산성 향상 방향 연구 및 경제  
통계 구축(III): 총괄보고서(정현준, 김정언, 김경훈, 남충현,  
신우철, 김도완)

협동연구총서 17-14-01 조사환경 변화에 대응한 ICT 통계 생산체계 혁신 방안 연구(II): 총괄보고서(정용찬, 이원태, 정혁, 김윤화, 유선실, 정부연, 오윤석, 박민규, 권현영, 오형나)

■ 2018 기본연구

- 기본연구 18-01 국내 AI 오픈사이언스 생태계 활성화 방안 연구(조성은, 정원준, 이시직, 이창범, 박규상)
- 기본연구 18-02 ICT기반 신산업 발전을 위한 데이터 거래 활성화 방안(민대홍, 오정숙)
- 기본연구 18-03 기술 발전으로 인한 업무 자동화의 일자리 대체 가능성 추정 및 정책 방안 연구(이학기, 이경남, 김수현)
- 기본연구 18-04 5G 이동통신의 시장 확산 방안 연구(김지환, 정아름, 김인희, 신정우)
- 기본연구 18-05 이동통신 재판매 서비스 선택 요인에 관한 연구(정광재)
- 기본연구 18-06 우체국의 서민 재산형성 및 금융지원 강화 방안 연구(박재석, 김민진, 김지혜)
- 협동연구총서 18-07-01 ICT 벤처생태계의 변화 분석을 위한 패널데이터 구축 및 정책 방향 연구(III) 총괄보고서(조유리, 강준모, 손가녕, 이은민)
- 협동연구총서 18-07-02 ICT 벤처기업 패널데이터 구축연구(III)(조유리, 손가녕, 이은민)
- 협동연구총서 18-07-03 ICT 벤처창업기업의 성패요인 분석과 벤처창업생태계 경쟁력 강화 방안: ICT 벤처패널을 활용하여(조유리, 김경훈, 이은민, 최충, 이대호)
- 협동연구총서 18-07-04 정부지원을 받은 ICT 벤처기업의 기업특성과 경영성과에 관한 연구: ICT 벤처패널을 활용하여(강준모, 이은민, 김규남, 신상우, 오승환)
- 협동연구총서 18-08-01 4차 산업혁명의 사회적 수용성 확보를 위한 국가전략 연구(I) 총괄보고서(손상영, 이원태, 이호영, 조성은, 선지원, 이시직, 문정옥, 김희연, 강민성)
- 협동연구총서 18-08-02 인공지능시대 법제대응과 사회적 수용성(조성은, 선지원, 이시직)
- 협동연구총서 18-08-03 디지털 전환 시대의 고용 환경 변화에 대한 수용 태도 연구 (이호영, 김희연)
- 협동연구총서 18-08-04 지능정보기술의 사회적 수용성 모형 개발 및 결정요인 분석 (이원태, 손상영, 문정옥, 강민성)
- 기본연구 18-09 방송미디어 분야 자료의 통합 연계 및 활용방안 연구(신지형, 오윤석)

기본연구 18-10 정보소통 네트워크 상의 허위정보 대응 및 신뢰도 제고 방안에 관한 연구(심홍진, 주성희, 김청희)

■ 2019 기본연구

- 기본연구 19-01 개인주도 데이터 유통 활성화를 위한 제도 연구(조성은, 정원준, 이시직, 이창범, 박규상)
- 기본연구 19-02 ICT 기반 신산업 활성화를 위한 행정 규제 범주화 및 법적 효과 분석 연구(선지원, 양기문, 이시직, 이재훈)
- 기본연구 19-03 모바일 브로드밴드 확산의 국제비교 및 경제적 효과 분석(김민희, 윤도원)
- 기본연구 19-04 주요국의 인터넷 정책 방향 비교 분석 -망 중립성을 중심으로-(문아람, 나성현)
- 기본연구 19-05 방송-ICT 융합에 대응하는 미디어다양성 조사 및 정책적 활용방안에 대한 연구(김남두, 정은진)
- 기본연구 19-06 서비스 속성에 대한 고객 평가에 기초한 택배서비스 발전 방향(최중범, 한은영, 이영중)
- 협동연구총서 19-07-01 4차 산업혁명의 사회적 수용성 확보를 위한 국가전략 연구(II) 총괄보고서(손상영, 이호영, 조성은, 선지원, 문정욱, 김희연, 이시직, 양기문, 정선민, 송민이)
- 협동연구총서 19-07-02 지능정보기술의 사회적 수용성 모형 고도화 및 결정요인 연구(손상영, 문정욱, 양기문)
- 협동연구총서 19-07-03 4차 산업혁명으로 인한 노동 수요 변화와 수용성(이호영, 김희연, 류기락, 반가운, 정혁)
- 협동연구총서 19-07-04 4차 산업혁명과 지능정보기술 확산에 따른 공공영역의 수용성 제고와 정부 기능·역할의 재정립(문정욱, 정선민, 송민이, 왕재선, 이희철)
- 협동연구총서 19-07-05 공적 경험의 변화에 따르는 포용적 사회로의 이행전략 제시(선지원, 조성은, 정선민, 권경휘, 김활빈, 이삼열)
- 기본연구 19-08 보편적 시청권 개념 및 제도 재정립 방안 연구(주성희, 김현정, 노은정)
- 기본연구 19-09 ICT 산업의 여성인력 노동시장 성과 분석(최지은, 오윤석)

■ 2020 기본연구

- 기본연구 20-01 디지털플랫폼의 전환비용과 데이터 이동성에 관한 연구(박유리, 이은민, 구윤모)

- 기본연구 20-02 신기술 기반 ICT 서비스산업의 글로벌 가치사슬 변화 연구(김성옥, 오정숙, 김준익)
- 기본연구 20-03 데이터경제 시대에 부응하는 경제규제법제 개선방안 연구(강준모, 선지원, 주진열)
- 기본연구 20-04 국내 이동통신 단말기 유통구조 분석과 5G시대의 정책방향(김민철)
- 기본연구 20-05 5G 통신서비스 비즈니스 모델 변화 연구(염수현, 홍현기, 정두희)
- 기본연구 20-06 인구구조 변화가 방송 및 인터넷 동영상 산업에 미치는 영향에 관한 연구(김정은)
- 기본연구 20-07 ICT 신기술 선점을 위한 패권경쟁과 국내경제 파급효과 연구(고동환, 김옥준, 이은영, 심동넉)
- 협동연구총서 20-08-01 4차 산업혁명의 사회적 수용성 확보를 위한 국가전략 연구(III) 총괄보고서(이원태, 손상영, 조성은, 문정옥, 권은정, 정선민, 이시직, 양기문, 오다슬, 김서용, 왕재선, 유송희, 이원재, 양지성, 이명호, 양천수, 윤혜선, 신용우)
- 협동연구총서 20-08-02 4차 산업혁명의 진전에 따른 사회변화의 수용성에 대한 실증 분석 및 정책 방향 연구(문정옥, 양기문, 김서용, 왕재선, 유송희)
- 협동연구총서 20-08-03 4차산업혁명 시대의 디지털 사회갈등 이슈분석 및 사회통합 정책 방안(이원태, 조성은, 이원재, 양지성, 이명호, 정선민, 오다슬)
- 협동연구총서 20-08-04 지능화 혁명 시대의 위험 통제 및 기술 수용을 위한 법제도 체계 전환에 관한 연구(권은정, 양천수, 윤혜선, 신용우, 이시직, 오다슬)
- 기본연구 20-09 AI 산업 발전을 위한 오픈 데이터 가치 평가 및 활성화 방안(이준배, 한은영, 이영종)
- 기본연구 20-10 OTT 동영상 서비스의 방송 유사성 인식에 대한 연구(김남두)
- 기본연구 20-11 AI 미디어 환경에서 OTT 큐레이션의 다차원적 진화와 OTT 콘텐츠 이용행태 변화에 관한 연구(심홍진, 고현경)
- 기본연구 20-12 ICT분야 경력단절 여성의 노동시장 참여 제고방안 연구(최지은, 고세란, 오윤석)

## ■ 2021 기본연구

- 기본연구 21-01 재난상황에서의 공공데이터 활용에 관한 실증분석(윤성옥, 김경훈, 김민진)

- 기본연구 21-02 ‘포스트 코로나 시대’, 혐오 유발 보도의 문제점 및 정책적 대응 방향에 관한 연구(심홍진, 이훈, 연지영)
- 기본연구 21-03 기업결합 관련 경쟁정책이 혁신생태계에 미치는 영향 연구(박동욱, 이은민, 강준모)
- 기본연구 21-04 공공영역의 정보 연계 및 공유 활성화 방안 연구(문정욱, 양기문, 왕재선, 노재인)
- 기본연구 21-05 AI 분야 일자리 미스매치에 관한 연구(고세란, 이선희)
- 기본연구 21-06 디지털경제 활성화를 위한 ICT 분야 교육 소외계층 지원방안 연구(최지은, 정연수, 최세림, 이은영)
- 기본연구 21-07 기업집중이 ICT산업에 미치는 영향 분석(고동환, 오윤석)
- 기본연구 21-08 통신 네트워크 고도화 전략 연구(여재현, 정인준, 양원석, 황혜인)
- 기본연구 21-09 매몰비용 효과를 고려한 경매방식 연구(김희천)

## 정보통신정책연구원 정책연구 안내

### ■ 2016 정책연구

- 정책연구 16-01 ICT 발전에 따른 산업 및 기술수준별 고용효과 분석 및 정책방향 정립  
(주재욱, 정부연)
- 정책연구 16-02 신규 이용 주파수의 효율적 활용관리방안 연구(김상용, 김주현, 정아름)
- 정책연구 16-03 스마트시대에 대응한 방송광고분류체계 개선방안 연구(강준석, 주성희, 이미라, 정은진)
- 정책연구 16-04 SDGs체제 하에서 과학기술 ODA의 역할 및 효과성 제고방안 연구  
(강인수, 김태은, 유성훈, 김진주, 정유미, 조수미)
- 정책연구 16-05 기술중립성 확보를 위한 방송제도 개선방안 연구(이종원, 김태오, 권용재)
- 정책연구 16-06 SW중심사회의 일자리 정책방향 연구(정 혁, 이경선, 이경남, 남충현, 이경남, 손가녕, 이 호, 임영모, 서영빈, 이동현, 최창욱)
- 정책연구 16-07 All-IP 네트워크로의 이전과 ICT 생태계 출현에 따른 전기통신사업법 상 의무·사업자 분류체계 (이민석, 이종화, 송용택)
- 정책연구 16-08 ICT 개발협력 성과제고 및 전략적 이행방안 연구(강인수, 김태은, 유성훈, 송영민, 심수민, 조수미)
- 정책연구 16-09 데이터 기반 디지털 경제의 미래예측 방법론 연구(주재욱, 정용찬, 이원태, 신지형, 정부연, 김옥준, 이성호, 이대호, 김문조, 이왕원, 정지연, 김도훈, 김학준, 김남혁, 조문래, 나영민, 권영민, 조수진, 김근진)
- 정책연구 16-10 통일준비 ICT 통합기반 조성을 위한 정책과제 연구(김철완, 서소영, 이우섭, 서홍수)
- 정책연구 16-11 지능사회 구현을 위한 정보화 추진전략 개편방안 연구(최계영, 박유리, 이은민, 김규남)
- 정책연구 16-12 ICT 벤처지원 정책 개선방안 및 글로벌 벤처 생태계 조성방안 연구  
(남충현, 이은민, 손가녕, 오승환, 김규남)
- 정책연구 16-13 데이터 중심으로의 이동통신 패러다임 전환에 따른 미래 주파수 정책  
방향 연구(김지환, 김득원, 김상용, 임동민, 김주현, 정아름, 김 철)
- 정책연구 16-14 5G 시대를 대비한 주파수 대가 산정 및 할당절차에 대한 연구(김지환, 김인희, 정아름)
- 정책연구 16-15 재난안전통신망 시범사업결과에 따른 총사업비 재검증-단말기 경제

성 확보방안을 중심으로 - (강홍렬, 한은영)

정책연구 16 - 16 OTT 동영상 시장 현황 파악 방안 연구(곽동균, 육은희)

정책연구 16 - 17 통신시장 경쟁상황 평가(2016년도)(여재현, 김민철, 김상용, 김용재, 김지환, 김창완, 김현수, 이민석, 이상우, 정광재, 정 훈, 강인규, 김대건, 김성준, 김인혜, 나상우, 송용택, 이보겸, 임동민, 홍현기)

정책연구 16 - 18 단말기 유통법 성과 분석 및 제도 개선방안 연구(김현수, 강인규, 이솔희, 김인혜)

정책연구 16 - 19 지상파방송 재송신 분쟁 관련 쟁점 및 개선방안 연구(김태오, 김호정)

정책연구 16 - 20 방송법상 금지행위 위반에 대한 과징금 부과 기준의 세분화에 관한 연구(김태오, 송민선)

정책연구 16 - 21 스마트미디어 시대 지역방송의 차별화 및 경쟁력 확보 방안 연구 (심홍진, 주민정, 이주영)

정책연구 16 - 22 국민관심행사 고시의 합리적 개선을 위한 실증연구(심홍진, 육은희)

정책연구 16 - 23 국내제작 방송프로그램 인정기준 개선방안 연구(주성희, 이주영)

정책연구 16 - 24 방송통신 융합 환경에 따른 방송사업자의 소유겸영 규제 개선 정책방안 연구(김남두, 진전은영)

정책연구 16 - 25 방송분야 정책통계의 효율적 관리 및 활용방안 연구(김남두, 정용찬, 신지형, 진전은영)

정책연구 16 - 26 방송프로그램 시청자평가 개선방안 연구(주재욱, 강현철, 박은희, 정부연, 이선희)

정책연구 16 - 27 브렉시트의 ICT 산업 파급효과와 정책방향 연구 (고동환, 강하연, 나성현, 진홍윤, 최지혜, 박은지, 박선우)

정책연구 16 - 28 RCEP, TISA, 한중일-한중미 FTA 등 방송통신시장 규제현황 분석 및 통상협상 방안 마련(강하연, 박은지)

정책연구 16 - 29 - 01 창조경제 글로벌 혁신협력모델 개발 연구(기본형모델)(강하연, 김성옥, 박지현, 남상열, 김성웅, 김진주, 최효민, 정아영, 박정은)

정책연구 16 - 29 - 01 창조경제 글로벌 혁신협력모델 개발 연구(특화형모델)(강하연, 김성옥, 박지현, 김진주, 최효민, 김은경, 김정민, 박승찬, 신윤정, 최준환)

정책연구 16 - 30 국제우편서비스 구조개편 및 요금안 마련 연구(최중범, 이영중, 박소연, 정일량)

정책연구 16 - 31 우체국 펀드판매 취급을 위한 실행 방안 마련 연구(박재석, 안명옥,

김민진, 황병일, 정경오, 이재석)

- 정책연구 16-32 기술변화와 인적자원 운영 연구(강홍렬, 한은영, 최승재, 허재준, 김형만)
- 정책연구 16-33 방송통신 결합상품 제도개선 효과분석 및 후속조치 연구(김민철, 김현수, 정 훈, 송용택, 이보겸)
- 정책연구 16-34 인터넷플랫폼사업자 이용자이익저해행위 개선방안 연구(김현수, 강인규, 홍현기, 김대건)
- 정책연구 16-35 시설관리기관 설비의 이용활성화를 위한 이용대가 산정방식 연구(이상우, 송용택, 이솔희)
- 정책연구 16-36 TDD 주파수의 효율적 활용방안 및 이동통신용 주파수 증장기 공급방안에 대한 연구(김상용, 김득원, 김지환, 임동민, 김인희)
- 정책연구 16-37 '16년 주요 통신서비스별 시장상황 자료 수집·분석(김현수, 정 훈, 강인규, 홍현기, 김대건)
- 정책연구 16-38 전기통신사업 영업보고서 정보 유용성 제고방안 연구(정 훈, 박상미, 송용택, 이민석, 김대건)
- 정책연구 16-39 광고총량제 등 광고규제 개선 효과 분석(강준석, 황유선, 김호정, 홍석영)
- 정책연구 16-40 매체별 광고 규제체계 개선방안 연구(황준호, 김경은, 정은진)
- 정책연구 16-41 방송통신 분야 국내외 동향 분석 및 '17년 시장전망 연구(조성운, 정용찬, 이민석, 정 혁, 유선실, 홍현기, 권용재, 홍석영)
- 정책연구 16-42 방송통신 분야 규제비용 연구(조성운, 황유선, 정광재, 김경은, 이보겸, 홍석영)
- 정책연구 16-43 방송통신 융합시대에 부응하는 규제체계 정비방안 연구(황준호, 성욱제, 정은진, 이주영)
- 정책연구 16-44 지상파다채널 시대의 합리적인 규범정립에 관한 연구(김태오, 송민선)
- 정책연구 16-45 외주제작시장의 공정거래 환경조성을 위한 평가방법론 개발(김경은, 심홍진, 황유선, 진전은영)
- 정책연구 16-46 공적서비스방송의 해외제도 비교 연구(이종원, 황준호, 성욱제, 김태오, 육은희)
- 정책연구 16-47 2016년도 미디어다양성 모니터링 연구(성욱제, 김남두, 강준석, 정은진, 이주영, 진전은영)
- 정책연구 16-48 ICT 통계 발전전략 수립(나성현, 정용찬, 주재욱, 정 혁, 정현준, 고동환, 김경훈, 유선실, 정부연, 김옥준, 진홍윤, 이선희, 신우철, 박선영,

박선우, 최지혜)

- 정책연구 16-49 ICT 통계조사 품질진단(정용찬, 김경훈, 정 환, 유선실)
- 정책연구 16-50 ICT 산업 통계분석 프레임워크 구축(나성현, 김옥준, 이선희, 진홍윤)
- 정책연구 16-51 ICT 통계 분류체계 개선방안 연구(정현준, 진홍윤, 김옥준)
- 정책연구 16-52 ICT 통계조사 기여도 평가(주재욱, 김경훈, 김옥준, 이동희)
- 정책연구 16-53 ICT 및 인터넷 경제 통계의 조사 모집단 및 표본설계 표준화(정현준, 김옥준, 오윤석, 신우철, 한근식)
- 정책연구 16-54 ICT 및 인터넷 경제통계분석(정혁, 고동환, 김경훈, 김민식, 김옥준, 나성현, 박선우, 신우철, 오윤석, 오정숙, 유선실, 이경남, 이선희, 이은민, 정부연, 정원준, 정현준, 진홍윤, 최지혜)
- 정책연구 16-55 남북 정보통신 교류협력 촉진(김철완, 강하연, 김윤도, 서소영, 이우섭)
- 정책연구 16-56 2017 ITU 텔레콤월드 개최국 협정 협상 대응방안 연구(서보현, 김태은, 전선민)
- 정책연구 16-57 2016년도 우정정책 출연연구-우정동향 조사 분석(정진하, 이석범, 한은영, 안명옥, 이영종, 이경은, 박소연, 최승재)
- 정책연구 16-58 2016년도 우정정책 출연연구-TTP 등 배달서비스 통상협상 대응 방안 수립(정진하, 최중범, 한은영, 이영종)
- 정책연구 16-59 2016년도 우정정책 출연연구-세계우편전략 이행을 통한 국제우편 경쟁력 강화방안 연구(정진하, 최중범, 이경은)
- 정책연구 16-60 2016년도 우정정책 출연연구-사업환경 변화에 따른 우체국예금 대응 전략 수립(정진하, 박재석, 이용수, 이영종, 김민진, 김지혜, 선정훈)

## ■ 2017 정책연구

- 정책연구 17-01 통계 모형을 이용한 ICT 일자리 중심정책 효과 및 방향 연구(정혁, 정부연, 최지혜, 전병유)
- 정책연구 17-02 신장조경제 글로벌 역량 및 기업 해외진출 강화방안 연구(김성옥, 박지현, 박은지, 최효민)
- 정책연구 17-03 창업지원 효율화 및 창업기업 진입장벽 해소 방안 연구(최계영, 박유리, 문정욱, 정원준, 손가녕, 김민식)
- 정책연구 17-04 통합시청조사결과 합산을 위한 가중치 연구(황준호, 성욱제, 문혜리)
- 정책연구 17-05 ICT 신산업 활성화와 효율적 규제개혁 추진을 위한 정책방안 연구(김정연, 박유리, 이원태, 염수현, 조유리, 강준모, 이학기, 김민식, 이은민,

정원준, 이시직, 손가녕, 최주한)

정책연구 17-06 아시아스타트업 허브 조성을 위한 글로벌 정책 협력방안 연구(남충현, 이경남, 손가녕, 최주한)

정책연구 17-07 ICT 벤처·스타트업 관련 제도 효율화 방안 연구(조유리, 조성은, 김민식, 손가녕)

정책연구 17-08 초연결 지능망 사회의 네트워크 투자 관리 체계 연구(이상우, 여재현, 정 훈, 나상우, 송용택, 이슬희, 이용진, 나성욱, 김병희, 조대근, 이종기)

정책연구 17-09 MVNO의 경쟁력 강화를 위한 시장분석 및 완전 MVNO 진입 가능성에 관한 연구(정광재, 김대건)

정책연구 17-10 All-IP, 융합형 서비스 활성화 등 시장환경 변화에 따른 통신서비스 개선 및 이용자 편의확대 방안 연구(김용재, 김민철, 김창완, 이민석, 강인규, 나상우, 박상미, 이보겸)

정책연구 17-11 자가전기통신설비의 공익목적 활용 촉진을 위한 제도개선 방안 연구(이상우, 송용택, 이슬희)

정책연구 17-12 Mega FTA 시대의 신유형 서비스(스마트미디어, 광고 등) 규범체계 및 스마트미디어 콘텐츠 규제에 관한 연구(이종원, 주성희, 곽동균, 홍석영, 송민선, 진전은영)

정책연구 17-13 국내의 유료방송 규제개편 사례 및 정책동향 분석(이종원, 김호정)

정책연구 17-14 플랫폼 수익구조 개선을 통한 유료방송시장 생태계 선순환 기반조성을 위한 연구(강준석, 김남두, 권용재, 이주영, 홍석영)

정책연구 17-15 ICT산업 중장기 전망(2017~2021) 및 대응전략(정혁, 정용찬, 김창완, 고동환, 유선실, 정부연, 이경남, 오정숙, 이은민, 나상우, 김옥준, 김대건, 진홍윤, 이선희)

정책연구 17-16 ICT기반 사회현안 해결방안 연구(이호영, 손상영, 이원태, 조성은, 김희연, 문정욱, 이시직, 양수연, 류현숙, 최은창, 한상기)

정책연구 17-17 통신시장 경쟁촉진을 위한 규제 체계 및 정책방안 연구(김창완, 여재현, 이민석, 송용택, 이보겸)

정책연구 17-18 창조경제 글로벌협력 환경분석 및 의제대응 방안 연구(남상열, 김성웅, 박정은)

정책연구 17-19 일자리 창출 중심의 창조경제정책 수립·추진방안 연구(이학기, 이경남, 최주한)

정책연구 17-20 제4차 산업혁명 선도를 위한 과학기술-ICT 기반 국가정책방안 연구

(김정언, 최계영, 조유리, 강준모, 이학기, 김민식, 이은민, 이시직, 정원준, 손가녕, 양수연, 최주한, 손병호, 신민수)

정책연구 17-21 우체국 서민대출 추진 시 예금사업 영향도 사전 분석(박재석, 김민진, 김지혜, 안명옥)

정책연구 17-22 합리적이고 공정한 PP-플랫폼 간 채널 계약을 위한 제도 개선 조사(강준석, 권용재)

정책연구 17-23 클라우드 도입에 따른 전자정부예산 운영의 혁신(강홍렬, 권현영, 한은영, 김지혜, 엄석진)

정책연구 17-24 국제우편 관련 국내 시행 법령 전면 개정안 마련(최중범, 정진하, 박소연, 이진경)

정책연구 17-25 ICT 기업 글로벌 진출 활성화 방안 연구(조유리, 김성옥, 김정언, 손가녕)

정책연구 17-26 통신시장 경쟁상황 평가(2017년도)(정진한, 김민철, 김용재, 김창완, 김현수, 여재현, 이민식, 이상우, 정광재, 정 훈, 강인규, 김대진, 김성준, 나상우, 박상미, 송용택, 이보겸, 이슬희, 홍현기)

정책연구 17-27 방송시장 상생 발전을 위한 사후규제 개선방안 연구(강준석, 김태오, 권용재)

정책연구 17-28 주파수 경매 시뮬레이션 Tool 개발(김희천, 김상용, 김득원, 김지환, 임동민, 정아름, 김인회)

정책연구 17-29 창조경제 글로벌 정책동향 분석 및 기본전략 수립(강하연, 박지현, 김성옥, 최효민, 강반디, 오태현)

정책연구 17-30 공공·민간 데이터 유통·거래 환경 기반 조성 연구(이원태, 문정욱, 양수연, 왕재선)

정책연구 17-31 ICT기반 사회현안 해결방안 연구(조성은, 손상영, 이원태, 김희연, 문정욱, 이시직, 양수연, 이종관)

정책연구 17-32 지능정보사회에서의 이용자보호 이슈 및 정책 방안 연구(이원태, 문정욱, 양수연)

정책연구 17-33 미래부 창업(재도전)·벤처 지원사업 참여기업 실태조사 및 지원정책 효율화 방안 연구(최계영, 김성옥, 김민식, 이가희)

정책연구 17-34 한·중 ICT 벤처·스타트업 및 공동연구 협력방향 연구(김성옥, 강하연, 서소영, 정인선, 강반디, 이슬기, 김준연)

정책연구 17-35 ICT 분야에서의 4차 산업혁명 활성화를 가로막는 경쟁 제한적 규제 발목을 위한 연구(강준모, 조성은, 민대홍, 오정숙, 이시직)

- 정책연구 17-36 주요 통신서비스별 시장상황 자료 수집·분석(김현수, 정 훈, 강인규, 김대진, 송용택, 홍현기)
- 정책연구 17-37 부가통신서비스시장의 신유형 불공정행위 조사 방안 연구(김현수, 강인규, 홍현기)
- 정책연구 17-38 규제 환경 변화에 따른 이동통신 단말장치 유통구조 개선 방안 연구(김현수, 강인규, 이보겸)
- 정책연구 17-39 신규 통신서비스 활성화를 위한 도매제도 정비 및 합리적 트래픽 관리기준 개선 방안 연구(이상우, 정훈, 김대진, 이솔희, 송용택, 조대근)
- 정책연구 17-40 IoT 환경에서의 가입자식별모듈 이동성 제도 및 번호정책 연구(정광재, 김민철, 이보겸)
- 정책연구 17-41 '18~'19년 접속원가 산정 및 통화량 예측모형 개선방안 연구(김민철, 송용택, 김대진, 김성준)
- 정책연구 17-42 5G 시대의 주파수 할당대가 산정 제도 연구(김지환, 김상용, 김득원, 김희천, 임동민, 정아름, 김인희)
- 정책연구 17-43 진입규제 완화에 대비한 전파법 체계 개선방안 연구(김득원, 김상용, 김희천, 임동민, 김인희)
- 정책연구 17-44 지능정보사회의 주파수 공급 및 이용제도 개선방안 연구(김지환, 김상용, 김득원, 김희천, 임동민, 김인희)
- 정책연구 17-45 방송통신 분야 환경변화에 따른 주요 이슈 분석 및 정책방향 연구(초성운, 황준호, 이재영, 이민석, 유선실, 홍현기, 권용재)
- 정책연구 17-46 방송통신 분야 규제비용 관리방안 연구(초성운, 황유선, 김지환, 정광재, 송민선)
- 정책연구 17-47 방통융합 서비스 해외제도 분석을 통한 미래지향적 규제체계 개선 연구(황준호, 성육제, 김호정, 육은희)
- 정책연구 17-48 방송의 미래 전망과 규제 개선을 위한 정책 과제 연구(이재영, 정은진)
- 정책연구 17-49 지상파 AM라디오방송 효율화 정책방안 연구(이종원, 김태오, 김상용, 정은진)
- 정책연구 17-50 방송통신 결합판매 경쟁상황 평가 방법론 및 지표 개발(곽동균, 황유선, 권용재)
- 정책연구 17-51 정보통신망법상 개인정보보호 제도의 정책효과 분석(김태오, 이재영, 성육준, 이원태, 조성은, 송민선)
- 정책연구 17-52 방송광고 전반에 대한 제도개선 방안 마련을 위한 연구 - 현행 비대

청규제에 대한 추가적 규제완화 시 효과 분석 등(강준석, 황유선, 김호정)

정책연구 17-53 신유형광고 제도화 및 매체별 차등규제 개선을 위한 입법안 연구  
(황준호, 심홍진, 송민선)

정책연구 17-54 방송한류 활성화 및 경쟁력 강화 방안 연구(주성희, 육은희)

정책연구 17-55 외주제작 시장구조 및 경쟁상황 실태평가 및 관련 제도 정비방안 연구  
(심홍진, 김청희)

정책연구 17-56 방송매체 환경변화에 따른 편성제도 실효성 제고 방안 연구(주성희, 김청희)

정책연구 17-57 공영방송의 독립과 공정성 제고를 위한 법제도 개선방안 모색(김남두, 이종원, 황준호, 정은진, 송민선)

정책연구 17-58 지상파·유료방송 방송광고 유형에 대한 시청자평가 및 인식조사(강준석, 곽동균, 황유선, 김호정, 송민선)

정책연구 17-59 매체 및 통상환경 변화에 따른 방송법제 대응방안 연구(이종원, 주성희, 곽동균, 육은희)

정책연구 17-60 유료방송 시장 집중현상 개선방안 연구(이재영, 육은희)

정책연구 17-61 방송통계 통합정보 제공체계 구축(신지형, 김윤화, 이선희, 김상우)

정책연구 17-62 인터넷 경제 및 ICT 통계 분석(정혁, 나성현, 고동환, 김경훈, 유선실, 정부연, 진홍윤, 이선희, 신우철, 노희운, 오윤석, 최지혜, 김민식, 이경남, 오정숙, 이은민)

정책연구 17-63 인터넷 경제 및 ICT 관련 통계 표준화(정현준, 신우철, 박선영, 한근식)

정책연구 17-64 ICT 통계체계 기획 및 개선방안 연구(최계영, 정현준, 정용찬, 정 혁, 신지형, 고동환, 남충현, 나성현, 김경훈, 유선실, 정부연, 김옥준, 이선희, 신우철, 노희운, 오윤석, 최지혜, 김상우, 박선영, 진홍윤)

정책연구 17-65 지능정보산업 시장규모 추정을 위한 연구(고동환, 나성현, 최계영, 오윤석, 유선실, 이대호)

정책연구 17-66 ICT 통계조사 품질진단(정용찬, 유선실, 정한)

정책연구 17-67 ICT 통계조사 기여도 평가(신지형, 이선희, 김경훈, 김옥준, 주재욱)

정책연구 17-68 남북 정보통신 교류촉진(강하연, 김봉식, 서소영)

정책연구 17-69 APEC 인터넷경제 협력 논의 및 대응 방안(남상열, 김성웅, 박정은)

정책연구 17-70 OECD 고잉디지털(Going Digital) 프로젝트 분석 및 대응방안(고상원, 김성웅, 김병우)

- 정책연구 17-71 국제기구를 통한 중남미지역 ICT 협력방안 연구(남상열, 김성웅, 김병우)
- 정책연구 17-72 2017년도 우정정책 출연연구 - 우정동향 조사 분석(정진하, 이석범, 이용수, 한은영, 안명옥, 이영종, 이경은, 박소연, 김민진)
- 정책연구 17-73 2017년도 우정정책 출연연구 - 경쟁에 대응한 우편서비스 구조 개편과 이를 위한 법령개정 및 요금 체계 정비 방안 연구(정진하, 최종범, 한은영, 이영종)
- 정책연구 17-74 2017년도 우정정책 출연연구 - 우체국예금 전락고객 확보 방안(정진하, 박재석, 이용수, 안명옥, 김민진, 김지혜)
- 정책연구 17-75 2017년도 우정정책 출연연구 - 우편·배달서비스 관련 통상협상 대응 방안 수립(정진하, 최종범, 한은영, 이영종, 이진경)

## ■ 2018 정책연구

- 정책연구 18-01 2017년도 미디어 다양성 조사 연구(성욱재, 강준석, 심홍진, 송민선, 정은진)
- 정책연구 18-02 지능정보사회의 혁신적 변화에 대비한 중장기 ICT 정책방향 및 선결 과제 연구(박유리, 김정언, 김경훈, 민대홍, 김성옥, 이경남, 김민식, 이시직, 양수연, 이가희, 나성현, 조성은, 강준모, 이학기, 이은민, 정원준, 손가녕, 이슬기)
- 정책연구 18-03 국내 ICT 신산업 활성화 및 글로벌 진출기반 연구(손상영, 이원태, 이시직, 오정숙)
- 정책연구 18-04 지능정보기술 R&D의 선도형(First Mover) 연구 촉진과 성과 확산 가속화를 위한 지원 체계 및 제도 개선 방안 연구(최계영, 이학기, 김경훈, 김민식, 정원준, 양수연, 이가희)
- 정책연구 18-05 4차 산업혁명 대응 법제 정비 연구(조성은, 이원태, 이시직)
- 정책연구 18-06 과학기술·ICT 융합의 혁신체계 및 정책과제 연구(김경훈, 나성현, 김민식)
- 정책연구 18-07 데이터중심 이용 환경변화에 대응한 보편적 의무 제도개편 방안 연구(정 훈, 나상우)
- 정책연구 18-08 ICT 산업 중장기 전망(2018~2022)(정혁, 정용찬, 정진한, 고동환, 유선실, 정부연, 김민식, 이경남, 오정숙, 이은민, 나상우, 김대진, 이선희)
- 정책연구 18-09 ICT 기반의 제조업 혁신 영향분석(나성현, 이은민, 손가녕)

- 정책연구 18-10 소득주도성장 패러다임 변화에 따른 ICT산업 정책방향 연구(나성현, 고동환, 이은민, 손가녕, 나원준)
- 정책연구 18-11 지능정보사회화에 대응한 기간통신사업 진입규제 정책방안 연구(이민석, 여재현, 정진한, 김대진)
- 정책연구 18-12 지능정보사회에 대비한 통신이용제도 정비방안 연구(정광재, 김민철, 김창완, 정 훈, 강인규, 나상우, 김용재)
- 정책연구 18-13 한·중·일 로밍요금 개편을 위한 정책 수립 방향 연구(이민석, 박상미)
- 정책연구 18-14 유료방송의 지역성 구현을 통한 공적책무 확보 방안(이종원, 김청희)
- 정책연구 18-15 이용자보호를 위한 유료방송 요금규제 체계 개선방안 연구(강준석, 권용재)
- 정책연구 18-16 한-미 FTA 개정협상 ICT 분야 대응 전략(강하연, 김창완, 남상열, 박민정, 정연희)
- 정책연구 18-17 서민금융 지원을 위한 우체국 금융수수료 조정 방안(박재석, 안명옥, 김민진)
- 정책연구 18-18 신흥 지역의 창업·스타트업 육성 정책동향 및 협력방안 연구: 인도, 동남아를 중심으로(박지현, 이종화, 김나연, 최효민)
- 정책연구 18-19 4차 산업혁명 관련 전파정책 동향 조사분석 및 발전방안 연구(김득원, 김상용, 김지환, 김희천, 임동민, 정아름, 김인희)
- 정책연구 18-20 수요자 중심 인공지능 기술 혁신 방안(김정언, 김경훈, 이학기, 김민식, 손가녕, 이가희)
- 정책연구 18-21 정책지원 강화를 위한 국가통계 관리체계 개선 심층연구(정용찬, 신지형, 최지은, 오윤석, 유선실, 이호, 김규성, 윤 건, 김유진)
- 정책연구 18-22 거시환경변화에 따른 국제사업 미래성장 전략 마련(이석범, 이정은)
- 정책연구 18-23 4차산업혁명시대 산업별 인공지능 윤리의 이슈 분석 및 정책적 대응 방안 연구(이원태, 김정언, 선지원, 이시직, 박혜경, 안수현, 정채연, 최은창, 한희원)
- 정책연구 18-24 주파수 경매 시뮬레이션 Tool 개발 및 고도화(김희천, 김상용, 김득원, 김지환, 임동민, 정아름, 김인희)
- 정책연구 18-25 통신시장 경쟁상황 평가(2018년도)(여재현, 김민철, 나성현, 염수현, 김현수, 정광재, 이민석, 문아람, 강인규, 나상우, 홍현기, 이보겸, 이솔희, 박상미, 이상우, 김대진)
- 정책연구 18-26 방송시장 재원 및 시장구조 합리화 방안 연구(이종원, 김청희)

- 정책연구 18-27 종편PP 의무송출제도 개선방안 연구(김남두, 정은진)
- 정책연구 18-28 인터넷 경제 측정기법 연구(정용찬, 정현준, 정부연, 신우철, 손녕선, 김성환)
- 정책연구 18-29 지능형반도체 기술개발을 위한 기획 연구(김정연, 김민식, 이경남, 김경훈)
- 정책연구 18-30-01 지능정보화 이용자 기반 보호 환경 조성(이원태, 이호영, 김경훈, 손상영, 선지원, 문정욱, 김병우, 황용석, 최경진, 심우민, 한문승)
- 정책연구 18-30-02 지능정보화 이용자 패널데이터 구축 및 조사(이호영, 김병우, 김용찬, 이대호, 이준웅)
- 정책연구 18-30-03 지능정보화 이용자행태 조사방법론 개발 및 실증(김경훈, 이원태, 문정욱, 황용석, 이현주, 정재관, 김기태)
- 정책연구 18-31 ICT기반 사회현안 해결방안 연구(조성은, 이호영, 손상영, 이원태, 선지원, 김희연, 문정욱, 이시직, 이재호, 허재준, 서용석)
- 정책연구 18-32 ICT를 활용한 제조업 혁신과 리쇼어링 유인제고 방안 연구(이경선, 김정연, 이은민, 손가녕)
- 정책연구 18-33 ICT 혁신기술 기반 스타트업 육성에 관한 연구(김성욱, 강준모, 손가녕)
- 정책연구 18-34 ICT를 활용한 공공영역의 지능화 구현방안 도출(조성은, 이경남, 문정욱, 이슬기, 전미현)
- 정책연구 18-35 4차 산업혁명 대비 과기정통부 정책의제 발굴에 관한 연구(강준모, 김경훈, 김정연, 김민식)
- 정책연구 18-36 4차 산업혁명 시대 핵심기반 고도화 방안 연구(조유리, 김정연, 이학기, 김성욱, 이학기, 이경남, 김민식, 류민호, 이중엽, 김배현)
- 정책연구 18-37 데이터 경제 진전에 따른 산업별 파급효과 분석과 정책적 활용방안 연구(민대홍, 이학기, 오정숙)
- 정책연구 18-38 민간 혁신 파트너 역할을 위한 인공지능산업 생태계 조성 및 지원방안 연구(이학기, 민대홍, 선지원, 김민식)
- 정책연구 18-39 스마트컨트랙트를 활용한 계약의 공공분야 도입 방안 연구(김경훈, 김정연, 선지원, 이시직)
- 정책연구 18-40 新남방 정책 추진을 위한 아세안 연계성 강화 방안 연구(남상열, 김성웅, 박정은)
- 정책연구 18-41 ITU(국제전기통신연합) ICT 쟁점 이슈 대응전략 연구(고상원, 김태은, 박민정, 전선민)

- 정책연구 18-42 환경변화에 따른 단말기 유통 규제 합리화 방안 연구(염수현, 강인규, 홍현기)
- 정책연구 18-43 인터넷 생태계의 상생 발전 방안 연구(김현수, 염수현, 강인규, 박상미)
- 정책연구 18-44 4차 산업혁명 시대의 인터넷 산업 패러다임 변화와 정책 프레임워크 연구 (나성현, 여재현, 김남두, 조성은, 김민희, 문아람, 정광재, 이솔희, 이세라, 이상우, 김세환, 류민호, 윤상윤, 이창범, 이한영)
- 정책연구 18-45 통신환경 변화 및 5G 시대에 부합하는 설비 제공·공동구축 활성화 방안 연구(문아람, 이상우, 이솔희)
- 정책연구 18-46 지능정보사회에 대비한 망중립성 정책방향 및 상호접속제도 개선방안 연구(나성현, 김민희, 이상우, 이솔희, 박상미, 조대근)
- 정책연구 18-47 부가통신서비스 유형분류 및 규제체계 개선방안 연구(정광재, 홍형기)
- 정책연구 18-48 지능정보사회에서의 전기통신 개념 및 공공성 달성 방안 연구(이민석, 박상미)
- 정책연구 18-49 알뜰폰 시장 활성화를 위한 도매제공 제도 개선 방안 연구(염수현, 전광재, 김대진, 진정민)
- 정책연구 18-50 한·중·일 로밍요금 인하를 위한 정책협력 방안 연구(이민석, 박상미)
- 정책연구 18-51 5G 시대를 대비한 전기통신번호 이용체계 개선방안 연구(이민석, 이보경)
- 정책연구 18-52 보편적 의무 제도 중장기 개편에 대응한 법·제도 정비방안 연구(염수현, 나상우, 이형직, 이광희, 정선구)
- 정책연구 18-53 방송 주파수 관리 및 활용 동향에 관한 연구(김득원, 김상용, 김지환, 김희천, 임동민, 정아름, 김인희)
- 정책연구 18-54 4차 산업혁명 시대 방송-통신 분야 법제 및 발전전략에 관한 국내외 동향 연구(황준호, 김남두, 권용재, 정은진)
- 정책연구 18-55 방송통신분야 2018년 제·개정 법규에 대한 비용분석 연구(황유선, 송민선)
- 정책연구 18-56 미래지향적 방송제도 개선방안 연구(황준호, 주성희, 김남두, 김청희, 김호정)
- 정책연구 18-57 인터넷·모바일 기반 신유형 융합서비스 법제도 개선 방안 연구(강준석, 황준호, 권용재)
- 정책연구 18-58 방송사업자 재허가·재승인 심사기준 및 제도개선 방안 마련(성옥재, 송민선)

- 정책연구 18-59 결합상품의 인접시장 영향 분석 방법 연구(황유선, 권용재)
- 정책연구 18-60 방송한류 해외진출 활성화를 위한 계약 및 수익분배 방식 연구(주성희, 권용재, 김민정)
- 정책연구 18-61 중장기 방송광고 규제체계 개편 및 관련 법령 개선 방안 연구(강준석, 김호정)
- 정책연구 18-62 외주시장 거래관행 실태조사 실효성 제고 방안 연구(심홍진, 김청희)
- 정책연구 18-63 외주제작 가이드라인 제정 등 외주정책 개선을 위한 연구(황유선, 심홍진, 김청희)
- 정책연구 18-64 방송평가제도의 변별력 제고 및 공익성 강화를 위한 연구(성육제, 송민선)
- 정책연구 18-65 혁신서비스 성장지원을 위한 방송 규제체계 개선방안 연구(곽동균, 정은진)
- 정책연구 18-66 방송분야 국제규범 변화 및 통상협상 대응방안 연구(주성희, 정은진, 유희진)
- 정책연구 18-67 유료방송 분야의 공정경쟁 활성화를 위한 제도개선 방안 연구(이재영, 강준석, 송민선)
- 정책연구 18-68 유료방송 요금 신고제 전환에 따른 요금제도 개선 방안 연구(강준석, 김호정)
- 정책연구 18-69 2018 미디어 다양성 조사(성육제, 강준석, 김남두, 송민선, 정은진, 장시연, 유수정, 김 민)
- 정책연구 18-70 지역민방 편성규제의 합리적 개선방안 연구(김남두, 이재영, 곽동균, 김희정)
- 정책연구 18-71 방송채널사용계약 현황 분석 및 공정한 계약관계에 관한 연구(강준석, 김경은, 권용재, 홍평기)
- 정책연구 18-72 남북 간 방송미디어 상생협력 및 발전방안 연구(황준호, 김청희, 황지은)
- 정책연구 18-73-01 ICT 통계분석 및 고도화(분석)(고동환, 최계영, 심동넉, 최지은, 유선실, 정부연, 이선희, 신우철, 오윤석, 황혜인, 조정현, 김민식, 오정숙, 이정남)
- 정책연구 18-73-02 ICT 통계 평가체계 개선 연구(정현준, 정용찬, 심동넉, 이선희, 오윤석)
- 정책연구 18-74 ICT 통계 기획 및 조사(ICT통계체계 기획 및 개선방안 연구)(최계영, 정현준, 정용찬, 고동환, 심동넉, 손녕선, 유선실, 정부연, 이선희, 신우철,

노희운, 오윤석, 홍정민, 황혜인, 이운호)

- 정책연구 18-75 ICT 통계 기획 및 조사(ICT 통합모집단 구축 및 운영)(정현준, 신우철)
- 정책연구 18-76 ICT 통계 기획 및 조사(ICT 부문 분석용 마이크로데이터 구축)(정현준, 신우철, 홍정민, 이운호, 이용희, 변종석, 박민규)
- 정책연구 18-77 ICT 통계 기획 및 조사(ICT 통계조사 품질진단)(정용찬, 유선실, 박민규)
- 정책연구 18-78 ICT 통계 기획 및 조사(ICT부문 일자리행정통계 조사 및 분석)(고동환, 오윤석, 신우철)
- 정책연구 18-79 ICT 산업 중장기 전망(2019~2023년)(고동환, 정용찬, 나성현, 유선실, 정부연, 김민식, 이경남, 오정숙, 이은민, 나상우, 이보겸, 이운호)
- 정책연구 18-80 ICT분야 미래직업 예측 모델 고도화(최계영, 고동환, 최지은, 이 호, 노희운, 황혜인)
- 정책연구 18-81 ICT혁신에 따르는 경제·사회적 이슈에의 대응방안 연구(최계영, 김정연, 조성은, 김성욱, 심동녕, 유선실, 정부연, 이은민, 류현숙, 박가열, 최민석)
- 정책연구 18-82 2018년 남북 정보통신 교류 촉진 사업결과보고서(김창완, 고상원, 남상열, 김태은, 서소영, 김선규)
- 정책연구 18-83 지속가능개발목표(SDGs) 달성을 위한 아태지역 ICT 국제협력 방안 연구(남상열, 김성웅, 김병우, 최소담)
- 정책연구 18-84 2018년도 우정정책 출연연구 - 2018년 우정동향 조사·분석(정진하, 이석범, 한은영, 안명옥, 이영종, 이경은, 이용수, 박소연, 김민진, 김지혜)
- 정책연구 18-85 2018년도 우정정책 출연연구 - 4차산업혁명 대비 우정사업 발전전략 (정진하, 강홍렬, 박재석, 최중범, 이석범, 한은영, 안명옥, 이영종, 박소연, 김민진, 김지혜)
- 정책연구 18-86 2018년도 우정정책 출연연구 - 환경변화에 대응한 우체국보험 고객 관리 강화 방안(정진하, 이석범, 이영종, 박소연)
- 정책연구 18-87 2018년도 우정정책 출연연구 - 해외우정과 국내 공공서비스 기관의 발전과정 연구(정진하, 최중범, 한은영, 안명옥, 이영종, 박소연, 김민진, 김지혜)

## ■ 2019 정책연구

- 정책연구 19-01 유료방송 사업자간 공정경쟁 활성화 방안 연구(곽동균, 김청희)

- 정책연구 19-02 5G 시대를 대비한 통신규제정책 프레임워크 연구(여재현, 이민석, 박상미)
- 정책연구 19-03 북한 통신망 구축 관련 협력방안(여재현, 김창완, 이민석, 박상미, 서소영, 임동민)
- 정책연구 19-04 스마트도시 활성화를 위한 자가전기통신설비 제도개선 절차 연구(문아람, 이상우, 나성현, 이보겸, 이솔희)
- 정책연구 19-05 O2O서비스 사회·경제적 가치 창출 효과에 관한 연구(강준모, 김성옥, 이은민)
- 정책연구 19-06 글로벌 엑셀러레이팅 지원체계 개선 방안 연구(조유리, 김성옥, 민대홍, 손가녕)
- 정책연구 19-07 5G 네트워크 시대의 통신서비스 요금 체계에 관한 연구(정광재, 나상우)
- 정책연구 19-08 이용자를 위한 단말기 유통구조 및 이용환경 개선 방안 연구(김민철, 강인규)
- 정책연구 19-09 국내 흡쇼핑 산업에 대한 분석과 제도적 개선방안에 관한 연구(이재영, 이종원, 설혜진, 정은진)
- 정책연구 19-10 글로벌 창업 활성화 방안(김성옥, 조유리, 김경훈, 민대홍, 손가녕)
- 정책연구 19-11 충북혁신도시 스마트시티 테마형 특화단지 MP수립연구(거버넌스부문)
- 정책연구 19-12 IOT용 SW솔루션 개발지원 신규 출연사업 사전적격성 심사 결과 보고서(김정연, 이경선, 김민식, 이경남)
- 정책연구 19-13 Policy Consultation on Development of IT Industry in Brazil Final Report(고상원, 김창완, 남상열, 송영민, 유성훈, 이종화, 정연희, 황준석, 이재민)
- 정책연구 19-14 남북 과학기술/ICT 분야 4차산업혁명 공동대응 방안 연구(남상열, 강하연, 김창완, 고상원, 김성옥, 이학기, 김태은, 임동민, 서소영, 김선규)
- 정책연구 19-15 4차 산업혁명에 따른 경제, 사회 변화 대응을 위한 미래 전략 연구(김경훈, 강준모, 이호영, 조성은, 이경선, 이학기, 민대홍, 이경남, 오정숙, 김민식, 손가녕, 양기문)
- 정책연구 19-16 데이터소유권에 관한 법·제도 및 정책연구(강준모, 선지원, 조성은, 오정숙, 정원준, 권현영, 이동진, 전주용, 손승우)
- 정책연구 19-17 재허가·재승인 조건 관련 세부기준 정비(성욱제, 송민선)
- 정책연구 19-18 통신시장 경쟁상황 평가(2019년도)(통신전파연구실 통신정책그룹)

- 정책연구 19-19 3대 중점육성산업(시스템반도체, 바이오헬스, 미래차) 생태계 활성화 방안(김성욱, 조유리, 김민식, 손가녕)
- 정책연구 19-20 공공·민간 분야의 인공지능(AI) 융합·활용 활성화를 위한 정책방안 연구(김경훈, 김정언, 정원준)
- 정책연구 19-21 빅데이터 활용통계의 국가통계 승인관리방안 연구(최종보고서)(정용찬, 신지형, 심동넉, 김윤화, 오윤석)
- 정책연구 19-22-01 지능정보화 이용자 기반 보호 환경조성 총괄보고서(이호영, 손상영, 강준모, 선지원, 문정욱, 김희연, 양기문, 정선민, 강민정, 송민이, 김용찬, 이도훈, 김승일, 백병인, 박윤진, 박지민, 정민지)
- 정책연구 19-22-02 지능정보사회 이용자 패널데이터 구축 및 조사(이호영, 양기문, 정선민, 강민정, 김용찬, 이도훈)
- 정책연구 19-22-03 알고리즘, 데이터 이용에 따른 이용자 행태 변화 분석에 관한 연구(손상영, 김희연, 김승일, 백병인, 박윤진, 박지민, 정민지)
- 정책연구 19-23 ICT 규제개혁 기반연구(강준모, 김성욱, 김정언, 박유리, 선지원, 이학기, 김민식, 오정숙)
- 정책연구 19-24 ICT기반 사회현안 해결방안 연구(조성은, 손상영, 선지원, 문정욱, 김희연, 양기문, 정선민, 송민이, 강민정, 윤호영, 주병기, 성욱준, 김시정, 박혜경, 이삼열)
- 정책연구 19-25 실태조사 기반의 O2O 서비스 활성화 정책방안 연구(박유리, 김성욱, 오정숙)
- 정책연구 19-26 인구구조변화에 대응하는 ICT 정책방향(이학기, 이경남, 이은민)
- 정책연구 19-27 일본수출규제의 ICT 신산업영향분석 및 정책대응 방안 연구(조유리, 김민식, 이상환, 윤석상, 이영주, 권재범)
- 정책연구 19-28 블록체인 인재양성 현황분석 및 대응방안 연구(이학기, 김경훈, 이경남)
- 정책연구 19-29 5G 연관산업 생태계 현황 및 시장 전망에 관한 연구(김경훈, 김정언, 이경선, 오정숙, 손가녕)
- 정책연구 19-30 인공지능 발전에 따른 지능형반도체의 등장과 반도체 생태계 변화에 관한 연구(김정언, 김민식, 이경남, 이경선)
- 정책연구 19-31 3D프린팅산업 진흥을 위한 발전방안에 관한 연구(이경선, 선지원, 김민식, 이은민)
- 정책연구 19-32 5G시대 플랫폼 성장에 따른 사후규제 개편 방안 연구(김현수, 강인규, 홍인규)

- 정책연구 19-33 제2기 인터넷 상생발전협의회 결과보고서(제2기 인터넷 상생발전협의회)
- 정책연구 19-34 통신장애에 따른 피해구제 강화 방안 연구(문아람, 박상미)
- 정책연구 19-35 단말기 AS 실태조사 및 단말기유통법 개정 방향 연구(염수현, 강인규, 홍현기, 박상미)
- 정책연구 19-36 네트워크 슬라이싱 등 5G 환경변화에 대응한 트래픽 관리방안 연구(나성현, 문아람, 박상미)
- 정책연구 19-37 5G 통신환경 변화를 반영한 상호접속 제도 증장기 개선방안 연구(김민희, 정광재, 김민철, 이보겸, 이솔희, 윤도원, 이형직, 이광희, 정선구)
- 정책연구 19-38 5G 네트워크 특성에 따른 도매제공 방식 변화에 대한 연구(정광재, 윤도원)
- 정책연구 19-39 해외 주파수 이용대가 제도에 관한 연구(김지환, 김상용, 김희천, 정아름, 김인희)
- 정책연구 19-40 방송미디어 규제개선 제도화 방안 연구(곽동균, 이종원, 이재영, 강준석, 황유신, 김경은, 권용재)
- 정책연구 19-41 유료방송 지역사업권 및 지역채널 제도 개선 방안 연구(곽동균, 송민선)
- 정책연구 19-42 방송통신 융·결합 확산에 따른 유료방송 경쟁정책 연구(이재영, 권용재)
- 정책연구 19-43 방송통신 분야 규제비용 분석 및 절감방안 연구(황유신, 김경은, 송민선)
- 정책연구 19-44 공민영 구조 개편 및 증장기 미디어 규제체계 개선방안 연구(이종원, 황준호, 정은진, 김청희)
- 정책연구 19-45 건전한 인터넷 환경 조성 방안 연구(성욱제, 김민정, 정은진, 심홍진)
- 정책연구 19-46 지상파방송 중간광고의 광고매출 증대효과 기준개발(강준석, 김호정)
- 정책연구 19-47 방송콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 수중계비율 등 편성규제 개선 방안 연구(김남두, 주성희, 김청희, 노은정)
- 정책연구 19-48 방송 분야 새로운 유형의 금지행위 규정 마련 연구(강준석, 권용재)
- 정책연구 19-49 5G시대에 대응한 미디어 산업·생태계 활성화 방안 연구(이재영, 김호정, 임희은)
- 정책연구 19-50 2019년 미디어다양성 조사(성욱제, 정은진, 유수정, 장시연, 강준석, 김남두, 송민선)
- 정책연구 19-51 유료방송시장 경쟁환경 변화에 따른 공정경쟁 정책 방안 연구(강준석, 이재영, 김경은, 권용재)
- 정책연구 19-52 ICT 통계 체계 기획 및 개선방안 연구(정현준, 최계영, 정용찬, 고동환,

최지은, 손녕선, 고세란, 유선실, 정부연, 이선희, 신우철, 오윤석, 이은영, 정은진)

정책연구 19-53 ICT 통계 기획 및 조사(통합모집단)(정현준, 신우철)

정책연구 19-54 ICT 통계 기획 및 조사(마이크로데이터)(정현준, 손녕선, 신우철, 이은영, 변종석, 박민규)

정책연구 19-55 ICT 통계체계 진단 및 평가(정현준, 최지은, 손녕선, 이선희, 오윤석, 이은영, 정은진, 한근식, 이용희)

정책연구 19-56 ICT 통계조사 승인체계 개선(정용찬, 정현준, 손녕선, 유선실, 이은영)

정책연구 19-57 ICT분야 고용현황 분석 및 전망(정현준, 최계영, 손녕선, 고세란, 신우철, 이은영, 소병도, 윤형준, 김기리)

정책연구 19-58 ICT 산업 증장기 전망(2020~2024) 및 대응전략(고동환, 정용찬, 나성현, 유선실, 정부연, 김민식, 이경남, 오정숙, 이은민, 노희운, 이보겸, 이솔희)

정책연구 19-59 신산업분야 미래직업예측(최지은, 고동환, 고세란, 노희운)

정책연구 19-60 ICT 업계 주52시간 노동시간 단축 관련 현황 조사(신지형, 최지은, 정현준, 정부연, 노희운)

정책연구 19-61 2019년 남북 정보통신 교류촉진 사업 결과보고서 - 국제기구를 통한 남북 협력방안 연구-(강하연, 김창완, 남상열, 김태은, 서소영, 김선규)

정책연구 19-62 북한 방송통신 이용실태 조사 결과보고서(강하연, 김창완, 임동민, 김태은, 서소영)

정책연구 19-63 AIBD, IIC 등 국제기구를 통한 방송미디어 규제 및 정책협력 방안 연구(남성열, 김남두, 김태은, 김나연, 김성웅, 정연희)

정책연구 19-64 APEC 디지털 혁신 기금을 활용한 ICT 국제협력 추진 연구(남상열, 김성웅, 박정은, 김병우)

정책연구 19-65 WTO 전자상거래, 한 - 메르코수르 TA 협상 등 방송통신분야 대응 방안 연구(강하연, 김승민, 정연희, 박두이, 김성웅)

정책연구 19-66 2019년 우정동향 조사·분석(최중범, 이석범, 안명옥, 이영종, 이정은, 김민진, 김지혜)

정책연구 19-67 2019년도 우정정책 출연연구-우정사업본부 현업관서 소요인력 산출 기준 개정(최중범, 안명옥, 김민진, 이준배, 박재석, 김홍림)

정책연구 19-68 2019년도 우정정책 출연연구-우편물의 모바일 전자고지 전환에 따른 우편사업 대응전략(한은영, 이영종, 김지혜)

- 정책연구 19-69 지능정보기술 발전에 따른 법제윤리 개선방향 연구(선지원, 조성은, 정원준, 손승우, 손형섭, 양천수, 장완규)
- 정책연구 19-70 4차 산업혁명시대 해외 주요국 방송통신 핵심 정책의제 및 정책 추진체계 분석을 통한 정부혁신 방안 연구(황준호, 이재영, 노은정)

## ■ 2020 정책연구

- 정책연구 20-01 아태지역 과학기술정보통신분야 다자협력 강화 방안 연구(남상열, 김병우, 김성웅, 박정은)
- 정책연구 20-02 초고속 인터넷 보편적 의무 지정을 위한 세부시행 방안 연구(염수현, 진정민, 이형직, 정선구)
- 정책연구 20-03 혁신성장동력 규제발굴 및 개선방안 연구(강준모, 박유리, 선지원, 이경선, 이은민, 정원준)
- 정책연구 20-04-01 ICT 정책지원을 위한 빅데이터 분석과 예측모형 개발(정용찬, 고동환, 심동녘, 유선실, 정부연, 이선희, 노희운, 임종호, 김현학, 이기준, 강성국, 이한승, 손영호)
- 정책연구 20-04-02 텍스트자료를 활용한 ICT 이슈 탐지 및 분석 방법론 연구(심동녘, 정용찬, 노희운, 이선희)
- 정책연구 20-04-03 정형·비정형 데이터 기반 ICT 수출 예측 방법론 개발(고동환, 심동녘, 유선실, 임종호, 김현학)
- 정책연구 20-04-04 인구지형변화에 따른 머신러닝 기반 고등교육 계열별 수요예측 모형 개발(정용찬, 정부연, 이기준, 강성국, 이한승, 손영호)
- 정책연구 20-05 통신시장 환경변화에 대응한 전기통신사업법 체계 개편방안 연구(김현수, 강인규)
- 정책연구 20-06 5G 환경에서의 단말시장 경쟁 활성화를 위한 단말 유통구조 개선 방안 연구(김민철, 이보겸)
- 정책연구 20-07 5G 상용화 등 통신환경 변화에 따른 요금체계 및 이용자 편익 개선 방안 연구(이민석, 이솔희, 전성호)
- 정책연구 20-08 5G 시대에 대응한 중장기 통신규제 방안 연구(김현수, 김민철, 김민희, 라성현, 여재현, 염수현, 이민석, 정광재, 강인규)
- 정책연구 20-09 경제·인문사회연구회 데이터 기반 미래예측·정책지원사업 추진전략 연구(정용찬, 심동녘, 김윤화)
- 정책연구 20-10 글로벌 디지털기업 관련 국내외 정책 동향 분석(곽동균, 송민선)

- 정책연구 20-11 블록체인 산업 기반조성 정책방안 연구(김경훈, 이준배, 안명옥, 김민진)
- 정책연구 20-12 부가통신 실태조사 방안 연구(동영상 플랫폼 사례를 중심으로)(정광재, 전성호)
- 정책연구 20-13 AI 민간 전문가 대상 정책권고 의제 발굴 및 제언(김경훈, 한은영, 이준배, 윤성옥, 안명옥, 이영중, 이경은, 김민진, 김지혜)
- 정책연구 20-14 데이터 코리아 위험관리 보고서(이경선, 김성옥, 박유리, 이경남, 정원준)
- 정책연구 20-15 지식재산(IP) 강국 도약을 위한 제도개선 연구(이학기, 정원준, 정진근, 손승우, 최진원, 김주환, 차상욱, 김원오, 이정훈)
- 정책연구 20-16 데이터 통합 거래를 위한 환경 분석 및 추진방안 연구(강준모, 김경훈, 이준배, 윤성옥, 장재영, 오정숙, 이영중, 이은민, 이경은, 손승우, 권영준, 김창화, 정원준)
- 정책연구 20-17 ICT기반 사회현안 해결방안 연구(조성은, 이호영, 이원태, 문정옥, 문아람, 권은정, 이시직, 양기문, 정선민, 황선영, 오다슬, 김태오, 노승용, 류현숙, 윤호영, 정인관, 최슬기, 한준)
- 정책연구 20-18 ICT 규제개혁 기반연구(강준모, 김정연, 박유리, 이학기, 문정옥, 오정숙, 이시직)
- 정책연구 20-19-01 지능정보사회 이용자 보호 환경조성(이호영, 문정옥, 이원태, 조성은, 문아람, 권은정, 양기문, 김사혁, 이시직, 정선민, 최지현, 오다슬, 김병필, 김용찬, 마경태, 문상현, 문수복, 성욱준, 유승현, 유용민, 이도훈, 조상현, 황용석)
- 정책연구 20-19-02 지능정보사회 이용자 패널데이터 구축 및 조사(이호영, 조성은, 문아람, 양기문, 정선민, 오다슬, 김용찬, 이도훈)
- 정책연구 20-19-03 추천시스템의 편향 보정 및 공정성 보장 방안 연구(이원태, 황용석, 문수복, 정재선, 정지완, 남은수, 황현정, 최지현)
- 정책연구 20-19-04 알고리즘 데이터 이용의 사회문화적 영향(이호영, 문아람, 양기문, 변성혁, 문상현, 유승현, 유용민)
- 정책연구 20-20 인공지능 반도체 생태계 경쟁력 강화 방안 연구(김경훈, 김민식, 이영중)
- 정책연구 20-21 윤리적 인공지능을 위한 국가정책 수립(문정옥, 문아람, 김정연, 이시직, 양기문, 황선영, 변순용, 문명재, 선지원, 김형주, 이청호, 김봉제)
- 정책연구 20-22 5G시대 B2B 서비스 제공 대비 제도 개선 및 플랫폼 정책 연구(라성현, 이상우, 박상미, 장준영, 나상우, 변동훈)

- 정책연구 20-23 중저가 단말기 이용확대 등을 포함한 유통구조 개선방안 연구(김민철, 이보겸)
- 정책연구 20-24 유·무선 통합 네트워크 환경을 반영한 상호접속 정책방안 연구(정광재, 이솔희, 윤도원, 황혜인)
- 정책연구 20-25 통신시장 경쟁상황 평가(2020년도)(라성현, 김민철, 김현수, 문아람, 여재현, 염수현, 이민석, 정광재, 강인규, 박상미, 윤도원, 이보겸, 이솔희, 전성호, 진정민, 홍현기, 황혜인, 변정욱)
- 정책연구 20-26 이용자 권익증진을 위한 이동통신서비스 불공정 이용약관 개선 방안 연구(여재현, 문아람, 이솔희, 윤도원)
- 정책연구 20-27 단말기 유통법 체제하 이동통신단말기시장 행태 분석 및 경쟁 활성화 방안 연구(염수현, 강인규, 박상미, 윤도원, 최현홍)
- 정책연구 20-28 지능정보 시대 인터넷 생태계 발전 전략 연구(정광재, 김현수, 염수현, 홍현기, 전성호)
- 정책연구 20-29 플랫폼 환경 변화와 이용자 권익 증진 방안 연구(김현수, 강인규, 홍현기)
- 정책연구 20-30 코로나 이후 시대의 AI 기반 대응 전략 및 민관협력 구축 방안(한은영, 최중범, 이준배, 안명옥)
- 정책연구 20-31 종합편성채널 성과분석 및 개선방안 연구(성욱제, 황준호, 송민선)
- 정책연구 20-32 방송·통신·인터넷 융합시대에 대응하기 위한 통합 법제도 방안 연구(황준호, 정은진)
- 정책연구 20-33 2020년 방송통신위원회 제·개정 법규의 규제비용 분석(황유선, 김남두, 김경은, 송민선, 김호정)
- 정책연구 20-34 방송통신 매체 융합에 따른 편성규제 실효성 제고방안 및 해외사례 비교 연구(심홍진, 정은진)
- 정책연구 20-35 지상파 UHD 활성화를 위한 정책방안 연구(김남두, 이종원, 심홍진, 김청희)
- 정책연구 20-36 방송의 공공성과 경쟁력 강화를 위한 재원구조 및 규제 개선에 관한 연구(이종원, 황준호, 김남두, 노은정)
- 정책연구 20-37 2020년 ICT 통계체계 기획 및 개선방안 연구(정현준, 최계영, 김정언, 정용찬, 고동환, 손녕선, 최지은, 이학기, 유선실, 김옥준, 이선희, 신우철, 오윤석, 이은영, 하승희)
- 정책연구 20-38 2020년 ICT 통합 모집단 구축 및 운영(정현준, 신우철)
- 정책연구 20-39 ICT 통계조사 승인체계 운영(손녕선, 정현준, 유선실)

- 정책연구 20-40 ICT 부문 분석용 마이크로데이터 구축(손녕선, 정현준, 최지은, 이은영)
- 정책연구 20-41 ICT 통계 평가 및 개선 지원(최지은, 정현준, 손녕선, 이선희, 이은영, 하승희, 정은진, 이용희)
- 정책연구 20-42 ICT 통상 관련 현황과 통계분석(고동환, 최계영, 오윤석, 이선희)
- 정책연구 20-43 ICT 산업 고용분석체계 구축(정현준, 이학기, 손녕선, 신우철, 이은영, 하승희)
- 정책연구 20-44 ICT산업 중장기전망(2021~2025) 및 ICT 수출 대응전략(고동환, 정용찬, 라성현, 고세란, 유선실, 김민식, 이경남, 오정숙, 이은민, 노희운, 오윤석, 진정민, 윤도경)
- 정책연구 20-45 ICT ODA 통계 관리체계 구축을 통한 사업효과성 제고방안 연구(김득원, 이종화, 유성훈, 송영민, 김나연, 이희진, 권호)
- 정책연구 20-46 다자개발은행과의 ICT 협력 제고 및 진출방안 연구(남상열, 김성웅, 박정은, 김병우)
- 정책연구 20-47 APEC 디지털혁신기금을 활용한 아태지역 5G 협력 강화 방안 과제(남상열, 김성웅, 박정은, 김병우)
- 정책연구 20-48 북한 방송통신 이용실태조사 보고서(강하연, 임동민, 서소영, 박지현)
- 정책연구 20-49 2020년 남북 정보통신 교류촉진 사업결과보고서 - 포스트 코로나 시대의 남북 ICT 협력방안 연구(강하연, 김태은, 임동민, 서소영, 정재경, 황창현)
- 정책연구 20-50 AI 국가 경쟁력 확보를 위한 AI 데이터 생태계 조성방안 연구(이준배, 윤성욱, 이경은)
- 정책연구 20-51 디지털 경제 측정 관련 국제적 논의 현황 및 대응 방안(정현준, 이학기, 김옥준, 신우철)
- 정책연구 20-52 코로나 이후 시대의 ICT 중장기 정책방안 연구(박유리, 최계영, 조유리, 김성욱, 이경선, 장재영, 이경남, 손가녕, 오정숙)
- 정책연구 20-53 디지털 플랫폼 관련 글로벌 이슈 분석 및 정책 방향 연구(최계영, 김민식, 김성욱)
- 정책연구 20-54 디지털 시대 지속가능한 방송통신 생태계 구축을 위한 정부의 역할 연구(성욱제, 이재영, 권용재, 김호정)

## ■ 2021 정책연구

- 정책연구 21-01 데이터 시대 네트워크 효율화를 위한 보편적 의무 제도 개선방안에 관한 연구(여재현, 김현수, 문아람, 진정민)
- 정책연구 21-02 미디어 환경 변화에 따른 방송산업 중장기 발전전략 연구(곽동균, 이종원,

김경은, 권용재, 김현지)

정책연구 21-03 인터넷 생태계 내 네트워크 이용환경 변화를 반영한 글로벌 CP 규제  
방향성 연구(정광재, 황혜인)

정책연구 21-04 eSIM도입을 통한 가입자 모빌리티 향상 방안 연구(김민철, 이보겸)

정책연구 21-05 방송·미디어 산업의 시장구조 변화에 대응한 정책방향 수립 연구  
(곽동균, 송민선)

정책연구 21-06 국가사회 발전지수 및 ICT·보건복지 정책 지원을 위한 미래예측 모델  
개발(정용찬, 신지형, 고동환, 노희용, 윤성욱, 유선실, 김윤화, 김옥준,  
이선희, 노희윤, 오윤석, 김도희, 김석호, 이재열, 구혜란, 양종민,  
정혜진, 모영규, 이상직, 김명수, 정인관, 김미영, 임동균, 송진미,  
이상운, 배운정, 장효민, 구서정, 홍리안, 오미애, 이혜정, 정해식,  
고혜진, 이원진, 김성아, 이태진, 채수미, 유한별, 정소희, 김영미,  
남재현, 심수진, 안상훈, 이정란, 전종준, 최호식, 김호석, 홍한흙,  
이은경, 서중해, 이용수, 이지은, 조주희, 강바다, 전해린, 신유지,  
송창용, 손유미, 오호영, 윤혜준, 민숙원, 백원영, 문진영, 정지원,  
나승권, 이성희, 김은미, 유애라, 박 준, 한 준, 류현숙, 왕영민, 임종호,  
김현학, 최준연, 김제우)

정책연구 21-07 코로나 이후 디지털전환과 경제·사회 미래전망(조성은, 김사혁, 이원태,  
이호영, 문정옥, 이시직, 정선민, 최종화, 윤정섭, 윤정현, 이예원,  
김상배, 이승주, 조동준, 김도훈, 이동진, 이소현, 김주희)

정책연구 21-08 2021 대한민국 종합전망 연구(정용찬, 고동환, 노희용, 김윤화, 김옥준,  
노희윤)

정책연구 21-09-01 AI 국가 경쟁력 확보를 위한 중장기 로드맵 구축 연구(김경훈,  
최중범, 한은영, 윤성욱, 안명옥, 김민진, 최원준, 김초희, 윤지영,  
김한균, 장진환, 선선화, 장지화)

정책연구 21-09-02 산업별 인공지능 융합 촉진을 위한 법적 대응 방안(김경훈, 최중범,  
한은영, 윤성욱, 안명옥, 김민진, 최원준, 김초희, 윤지영, 김한균,  
장진환, 선선화, 장지화)

정책연구 21-10 AI 대중화(AI for all)를 위한 산업 AI활용 확산방안 연구(김경훈, 한은영,  
노희윤, 안명옥)

정책연구 21-11 지역내총생산(GRDP)에 디지털 경제 반영을 위한 연구(정현준, 김성욱,  
이학기, 정부연)

- 정책연구 21 - 12 국가통계 발전전략 수립을 위한 기초연구(정용찬, 고세란, 노희용, 김윤화, 오윤석)
- 정책연구 21 - 13 데이터 코리아 위협관리 연구(이경선, 박유리, 이경남, 오정숙, 장항배)
- 정책연구 21 - 14 국내 데이터 산업 경쟁력 진단 및 제고 방안 연구(한은영, 김경훈, 안명옥, 이경은)
- 정책연구 21 - 15 ICT 규제개혁 기반연구(장재영, 박유리, 이경선, 오정숙, 문정옥, 권은정, 이시직, 강준모)
- 정책연구 21 - 16 ICT기반 사회현안 해결방안 연구(조성은, 이호영, 문정옥, 문아람, 권은정, 이현경, 문광진, 손상영, 윤성욱, 이시직, 김사혁, 양기문, 정선민, 황선영, 이혜경, 권오병, 오윤이, 윤호영, 윤혜선, 서종희, 선지원, 최은수)
- 정책연구 21 - 17 디지털 대전환 메가트렌드 연구(이호영, 최계영, 이준배, 문정옥, 문아람, 윤성욱, 장재영, 이현경, 문광진, 김사혁, 안명옥, 이경남, 이은민, 이경은, 손가녕)
- 정책연구 21 - 18 경험적 근거마련을 위한 조사·연구(문아람, 이현경, 정선민, 오다슬, 이지현, 김경외, 김용찬, 이대호, 이준민, 이창준, 채동규)
- 정책연구 21 - 19 정책 네트워크 구성·운영(문정옥, 조성은, 권은정, 양기문, 김사혁, 이시직, 정선민, 오다슬, 이지현)
- 정책연구 21 - 20 지능정보사회 이용자 보호 정책개발(권은정, 이호영, 이시직, 이지현, 선지원, 지광운, 김법연, 문상현, 채정화, 홍종윤, 유경한)
- 정책연구 21 - 21 온라인 플랫폼 생태계 발전을 위한 정책 방향 연구(박유리, 이경선, 최계영, 손가녕, 오정숙, 이은민, 김성환, 이승민, 최난설현)
- 정책연구 21 - 22 인공지능 반도체 산업 확산 가속화 방안(윤성욱, 김경훈, 오정숙, 이은민, 김경기, 권현정)
- 정책연구 21 - 23 디지털 뉴딜의 성과평가 지표 개발 연구(이준배, 최증범, 장재영, 김민진, 박소연, 손가녕, 이경은, 강준모)
- 정책연구 21 - 24 사람중심의 인공지능 구현을 위한 인공지능 윤리정책 개발(문정옥, 조성은, 문아람, 이현경, 문광진, 양기문, 김사혁, 정선민, 황선영, 변순용)
- 정책연구 21 - 25 디지털 대전환 시대의 경제성장을 위한 정책적 역할에 관한 연구(이준배, 장재영, 최계영, 박소연)
- 정책연구 21 - 26 확장가상세계(메타버스)시대의 사회문화와 대응방안(문아람, 이현경, 박소연, 정선민, 이다빈, 강성용, 박경신)

- 정책연구 21 - 27 인터넷 규제 개선 기반구축-디지털정책포럼운영(박유리, 이경선, 최계영, 손가녕, 오정숙, 이정은, 이은민)
- 정책연구 21 - 29 ICT 통계 기획 및 조사(통합기획)(정현준, 김정언, 정용찬, 고동환, 손녕선, 최지은, 이학기, 김성옥, 유선실, 정부연, 김옥준, 신우철, 이은영, 오윤석, 하승희, 이채성, 유영선)
- 정책연구 21 - 30 ICT 통계 기획 및 조사(통합모집단)(정현준, 신우철)
- 정책연구 21 - 31 ICT 통계 기획 및 조사(승인체계)(손녕선, 유선실)
- 정책연구 21 - 32 ICT 통계 기획 및 조사(마이크로데이터)(손녕선, 유선실, 이은영)
- 정책연구 21 - 33 ICT 통계 기획 및 조사(통계평가)(최지은, 정현준, 김성옥, 이채성, 이은영)
- 정책연구 21 - 34 ICT 통계 기획 및 조사(고용분석)(정현준, 이학기, 손녕선, 신우철, 이은영)
- 정책연구 21 - 35 ICT 산업 중장기 전망(2022~2026년) 및 대응전략(이학기, 김성옥, 유선실, 정부연, 신우철, 정용찬, 김옥준, 노희윤, 오정숙, 이경남, 이은민, 라성현, 진정민)
- 정책연구 21 - 36 디지털 전환 대응을 위한 디지털 지수 개발 및 정책적시사점 연구(김성옥, 김도희, 손녕선, 유선실, 정부연, 정현준)
- 정책연구 21 - 37 방송 환경변화 대응을 위한 방송프로그램 평가 개선 방안 마련(최지은, 노희윤, 오윤석)
- 정책연구 21 - 39 콘텐츠·플랫폼 사업자의 영향력 확대 등을 반영한 통신시장의 지속 가능한 경쟁 환경 조성 방안 연구(정광재, 김현수, 여재현, 라성현, 이민석, 이보겸, 박상미, 진정민, 황혜인, 조대근)
- 정책연구 21 - 40 유보신고제 도입 및 5G 확산 등 통신서비스 환경변화에 따른 이용 약관 관련 제도 개선방안 연구(조유리, 김민희, 전성호, 황혜인)
- 정책연구 21 - 41 전기통신역무 제공 중단에 따른 손해배상 제도개선 방안 연구(염수현, 김현수, 박상미, 최경진)
- 정책연구 21 - 42 디지털 전환 가속화에 따른 디지털경제 발전전략 연구(정광재, 김현수, 조유리, 윤도원, 홍현기)
- 정책연구 21 - 43 시장 안정화를 위한 단말기 유통구조 개선방안(염수현, 김민희, 강인규, 박상미, 윤도원)
- 정책연구 21 - 44 정보통신망법상 국내대리인 제도 운영현황 및 개선방안 연구(김민희, 김현수, 이보겸)

- 정책연구 21 - 45 온라인 플랫폼 서비스에 관한 이용자보호 체계방안 연구(김현수, 김민희, 강인규)
- 정책연구 21 - 46 온라인 서비스 이용자 보호를 위한 피해대응 정책방안 연구(조유리, 김현수, 강인규)
- 정책연구 21 - 47 결합상품 할인반환금(위약금)이 통신시장 경쟁에 미치는 영향분석 및 합리적인 할인반환금 산정구조 개선 방안(염수현, 조유리, 전성호)
- 정책연구 21 - 48 전기통신사업 생태계변화에 따른 사후규제 개선 방안 마련(김현수, 조유리, 강인규, 전성호)
- 정책연구 21 - 49 통신시장 경쟁상황 평가(2021년도)(라성현, 김민철, 김민희, 김현수, 여재현, 염수현, 이민석, 정광재, 조유리, 강인규, 박상미, 윤도원, 이보겸, 전성호, 진정민, 최영문, 홍현기, 황혜인)
- 정책연구 21 - 50 통합 광고규제 체계 수립방안 연구(김남두, 황준호, 송민선)
- 정책연구 21 - 51 공영방송 협약제도 도입에 관한 연구(성옥제, 이종원, 황준호, 정은진)
- 정책연구 21 - 52 새로운 시청각미디어 환경에서의 플랫폼·콘텐츠 서비스 규율체계 마련에 관한 연구(황준호, 정은진)
- 정책연구 21 - 53 미디어 환경 변화에 부합하는 편성규제 전면 개편안 연구(심홍진, 주성희, 노은정)
- 정책연구 21 - 54 2021년 방송통신위원회 신설·강화 규제의 규제비용 분석(황유선, 김경은, 정수민, 송민선, 김호정)
- 정책연구 21 - 55 네거티브 규제원칙 도입 등 방송광고 제도 혁신 방안 연구(강준석, 곽동균, 김호정)
- 정책연구 21 - 56 방송채널 대가산정 개선방안 연구(곽동균, 강준석, 권용재)
- 정책연구 21 - 57 남북 정보통신 교류협력 촉진(강하연, 임동민, 김태은, 서소영, 정재경, 김선규, 홍가연, 김봉식)
- 정책연구 21 - 58 방송 국제기구 공동협력 사업(남상열, 김나연, 김병우, 김성웅)
- 정책연구 21 - 59 APEC 인터넷 및 디지털경제 로드맵 이행 협력방안 연구(남상열, 김병우, 김성웅, 박정은)
- 정책연구 21 - 60 북한 방송통신 이용실태 조사(강하연, 김선규, 서소영, 임동민)



## 박 동 욱

- 서울대학교 경제학 학사
- Minnesota 경제학 박사
- 현 정보통신정책연구원  
디지털경제연구실 선임연구위원

## 강 준 모

- 서울대학교 경제학 학사
- UCLA 경제학 박사
- 현 법무법인 광장 CECG부대표

## 이 은 민

- 성신여자대학교 경제학 학사
- 성신여자대학교 경제학 석사
- 현 정보통신정책연구원  
디지털경제연구실 부연구위원

기본연구 21-03  
기업결합 관련 경쟁정책이  
혁신생태계에 미치는 영향 연구

---

---

2021년 12월 일 인쇄

2021년 12월 일 발행

발행인 권 호 열

발행처 정 보 통 신 정 책 연 구 원

충청북도 진천군 덕산면 정통로 18

TEL: 043-531-4114 FAX: 043-535-4695~6

인 쇄 인 성 문 화

ISBN 979-11-7000-324-3 93320

---

---