

동의의결 대상행위 및 시정방안에 대한 공고

- (주)다음커뮤니케이션의 시장지배적지위 남용행위 등에 대한 건
(사건번호: 2013서감2331) 관련 동의의결을 위한 이해관계자
등의 의견수렴 -

2014. 1. 2.

공정거래위원회

I. 사건의 개요

1. 신청인 : 주식회사 다음커뮤니케이션

제주시 침단로 242

대표이사 최세훈

2. 심사경위

2013. 5. 27. ~ 5. 31. : 포털분야 현장조사 실시

2013. 9. 9. : 사건 심사 착수보고

2013. 11. 21. : 동의의결 신청

2013. 11. 27. : 동의의결 절차 개시결정

II. 동의의결 대상행위 및 적용 가능한 법¹⁾ 조항²⁾

1. 정보검색결과와 신청인 유료 전문서비스를 함께 제공하는 행위

가. 행위사실

1) 개요

신청인은 2002년 부터 통합검색 방식으로 사용자에게 온라인 검색 서비스를 제공하기 시작하였다.

한편, 신청인은 ‘다음 영화’ 서비스는 2003년 3월부터, ‘다음 쇼핑하우’ 서비스는 2006년 12월 말부터, ‘다음 부동산’ 서비스는 2008년 7월부터, ‘다음 책’ 서비스는 2008년 8월부터, ‘다음 뮤직’ 서비스는 2009년 4월부터 온라인 사용자에게 통합검색 결과로 노출시키고 있다. (이하에서 위 개별서비스를 총칭할 때에는 ‘유료 전문서비스’ 라 한다)

1) 독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 “법” 이라 한다).

2) 신청인이 동의의결 대상행위에 대하여 시정방안 및 이행계획을 제출하였다고 하여 법 위반을 인정한다는 것은 아니다. 또한 공정거래위원회의 동의의결은 해당행위가 법에 위반된다고 인정한 것을 의미하지 아니하며, 누구든지 신청인이 동의의결을 받은 사실을 들어 해당행위가 이 법에 위반된다고 주장할 수 없다.(법 제51조의2 제4항)

2) 구체적인 행위사실

가) 다음 쇼핑하우 (가격비교 서비스)

신청인은 2006. 9. 19. ‘다음 쇼핑하우 서비스(shopping.daum.net)’를 시작하였고, 2006년 12월 말경부터 신청인의 통합검색에 쇼핑하우 컬렉션을 유입시켜 온라인 사용자가 상품 관련 검색어를 입력하면 그 결과로서 쇼핑하우가 노출되도록 하고 있다.

신청인의 쇼핑하우는 국내 온라인 쇼핑몰의 상품가격 등 상품에 대한 정보를 취합하여 온라인 사용자에게 제공하고, 온라인 사용자를 당해 쇼핑몰로 연결해주는 상품 정보제공 및 가격 비교서비스이다.

신청인은 상품 가격 비교서비스를 제공하기 위해 각 온라인 쇼핑몰로부터 주요 상품정보를 주기적으로 제공받고 있다. 온라인 쇼핑몰로부터 제공받는 상품정보는 상품명, 판매가격, 상품이미지, 배송정보 등이다.

신청인은 온라인 쇼핑몰로부터 두 가지 방식으로 수익을 얻는다. 첫째, 쇼핑하우를 통해 당해 쇼핑몰로 연결된 고객이 구매에 이르는 경우 판매금액 대비 일정 비율의 수수료를 받는 방식이다. 둘째, 온라인 사용자가 쇼핑하우에 노출된 상품을 클릭하여 쇼핑몰로 이동하는 경우 수수료를 부과하는 방식이다³⁾.

온라인 쇼핑몰 사업자는 두 가지 방식 중에서 자유롭게 선택하여 신청인과 거래할 수 있는데, 통상 첫번째 방식은 주로 대형쇼핑몰이 선택하고, 두번째 방식은 중소형 쇼핑몰이 선택하고 있다.

신청인이 자신이 제공하는 통합검색에 쇼핑하우를 노출하는 모습은 ‘모델’ 검색과 ‘카테고리’ 검색으로 구분할 수 있으며, 그 구체적인 모습은 아래 <표1> 및 <표 2>와 같다.⁴⁾

3) 신청인은 이를 ‘CPC’ (cost per click, 클릭당 과금방식)이라 한다.

4) <표 1>은 검색어를 “ASUS 넥서스7” 과 같이 특정모델명을 입력한 경우이고, <표 2>는 “블랙박스” 와 같이 제품군을 입력한 모습이다.






<표 1> 쇼핑하우 노출 모습(모델 검색)

쇼핑하우 최선의 쇼핑검색 방법은? [Daum쇼핑하우!](#)

7" 340g **ASUS 넥서스7**
299,000~320,000원 가격비교 145개 상품 ↓ 1.0%

구매조건 ☒ 8GB ☐ 16GB ☐ 32GB 더보기
 제품상세 스마트패드/WiFi/테그라3(리드코어)/7형/1280x800/1GB/내장메모리 8GB/안드로이드/블루투스/NFC/120만화소/4325mAh/0.34kg
 카테고리 [노트북/스마트패드](#) > [스마트패드](#)
 평점·리뷰 ★★★★★ 5 (71명) [전문가리뷰](#) (2건)
 출시일 2012.09.28

비슷한 스펙 인기 같은 브랜드 인기 같은 카테고리 인기

 애플 아이패드 380,700~1,000,000원	 삼성전자 갤럭시 139,000~665,000원	 ASUS MeMO Pad 164,200~171,700원	 벤스앤노블 누크 177,800~275,000원	 옌스머트 E201 50,050~399,000원
--	---	--	--	---






[상품 더보기 >](#)

<표 2> 쇼핑하우 노출 모습(카테고리 검색)

쇼핑하우 최선의 쇼핑검색 방법은? [Daum쇼핑하우!](#) 상품 총 **91,047건**

[내비/블랙박스/하이패스](#) > [블랙박스](#)

추천 상품 아이나비 블랙박스 다론티 블랙박스 루카스 블랙박스

 이시원스 에셀론 [G01] ★★★★★ 4.7 (58명) 64,910~69,800원 가격비교 3개	 딤크웨어 아이나비 블랙박스 클리어 ★★★★★ 4.7 (3901명) 125,000~399,000원 가격비교 107개	 16G 차량용 블랙박스 5V 전원 159,000원 구매하기 GS샵	 아이리버 블랙박스 [X900] 상품평 (6명) 202,720~345,440원 가격비교 38개	 마이딘 블랙박스 내비게이션 상품평 (2명) 249,390~269,390원 가격비교 5개
--	--	---	---	---

[상품 더보기 >](#)

나) 다음 부동산

신청인은 2000년 경 부터 ‘다음 부동산 서비스(realestate.daum.net)’를

시작하였고, 2008. 7. 26. 부터 신청인의 통합검색에 부동산 컬렉션을 유입시켜 온라인 사용자가 부동산 관련 검색어를 입력하면 그 결과로서 다음 부동산이 노출되도록 하고 있다.

다음 부동산은 온라인 사용자에게 부동산 매물정보, 부동산 뉴스, 경매정보 등을 제공하는 부동산 전문서비스이다.

신청인은 부동산 중개업자 또는 부동산 소유자가 신청인의 부동산 컬렉션에 부동산 매물을 등록하여 광고를 하는 경우 판매상품에 따라 광고비를 지급받고 있다.

신청인이 판매하는 부동산 상품은 크게 매물이 노출되는 위치에 따라 최상단에 노출되는 ‘테마상품’, 중간에 노출되는 ‘추천상품’, 하단에 노출되는 ‘일반상품’으로 구분된다⁵⁾. 또한, 광고비 과금방식에 따라 기간제 상품과 건당 상품으로 구분할 수 있다⁶⁾. 한편, 같은 테마상품이라고 하더라도 부동산 매물이 존재하는 지역이나 해당 아파트단지의 시세, 가구 수 등에 따라 광고비가 다르다.

신청인이 자신이 제공하는 통합검색에 부동산 컬렉션을 노출하는 모습은 지역매물, 단지목록, 단지정답매물 등으로 구분할 수 있으며, 그 구체적인 모습은 아래 <표 3>, <표 4>, <표 5>와 같다.

<표 3> 다음 부동산 노출 모습(지역매물)

부동산				
매물	단지	시세	경매	분양
<div> <div> <div>전세(30)</div> <div>오피스텔(13)</div> </div> <div> <div>아파트(16)</div> <div>주상복합(1)</div> </div> </div>				
<div> <div> <div>1</div> <div>[전세]동탄하이패리오 오피스텔</div> <div>경기 화성시 반송동 11,000만원 89/37㎡</div> <div>97세대 2010.11준공 중/5층 1개동 방1/욕실1</div> </div> <div> <div>2</div> <div>[전세]동탄동일하이빌 오피스텔</div> <div>경기 화성시 반송동 16,000만원 100B/50㎡</div> <div>271세대 2010.09준공 중/26층 1개동 방1/욕실1</div> <div>관련매물 2건</div> </div> <div> <div>3</div> <div>[전세]동탄파라곤 오피스텔</div> <div>경기 화성시 반송동 11,000만원 108M/47㎡</div> <div>160세대 2010.11준공 고/4층 1개동 방1/욕실1</div> <div>관련매물 2건</div> </div> </div>				

5) 상단에 노출될수록 광고비가 높다.

6) 테마상품은 기간제 상품이고, 추천상품은 기간제와 건당 상품이 모두 가능하며, 일반상품은 건당 상품이다.

<표 4> 다음 부동산 노출 모습(단지매물)

부동산

입주단지

단위만원

① **계양센트레빌3단지** 인천시 계양구 굴현동
전세 15,000~15,000 | 112~177㎡
454세대 | 2013.06준공 | 15/-층 | 9개동
매매3건 전세8건

② **계양센트레빌1단지** 인천시 계양구 굴현동
매매 29,500~31,940, 전세 17,000~20,000 | 111~150㎡
715세대 | 2013.02준공 | 15/-층 | 12개동
매매3건 전세4건

③ **계양센트레빌2단지** 인천시 계양구 굴현동
매매, 전세 매물없음 | 110~150㎡
256세대 | 2013.07준공 | 15/-층 | 5개동
매매2건 전세6건 월세1건

<표 5> 다음 부동산 노출 모습(단지정답형)

부동산

해운대아이파크

주소 부산시 해운대구 우동 1408

단지 총 1,631세대, 3개동, 2011.11준공, 개별난방

면적 118A㎡, 121B㎡, 121D㎡, 122F㎡ [평면도보기](#)

교통정보 지하철 부산 2호선 동백역

편의시설 홈플러스, 롯데백화점, 신세계백화점

길찾기 → 해운대아...

매물

시세

경매

전체(73)

매매(18)

전세(17)

월세(38)

월세	부대시설	전세	부대시설	매매	부대시설	매매	부대시설	전세	로얄동/층
2,000만원		25,000만원		45,000만원		48,000만원		40,000만원	
면적(㎡)	121/83	면적(㎡)	122/85	면적(㎡)	142/98	면적(㎡)	118/80	면적(㎡)	185/126
층	35/72	층	중/46	층	중/46	층	중/66	층	고/66
방/욕실	2/2	방/욕실	3/2	방/욕실	3/2	방/욕실	2/2	방/욕실	3/2
동	주동2	동	주동3	동	주동3	동	주동1	동	주동1

[펼쳐보기](#)
[매물 더보기](#)

다) 다음 영화

신청인은 2000. 11월 경 부터 ‘다음 영화 서비스(movie.daum.net)’를 시작하였고, 2003년 3월 부터 신청인의 통합검색에 영화 컬렉션을 유입시켜 온라인 사용자가 영화 관련 검색어를 입력하면 그 결과로서 다음 영화가 노출되도록 하고 있다.

다음 영화는 온라인 사용자에게 제목, 감독, 출연진, 영화평점, 영화리뷰 등 영화에 대한 정보와 영화 예매시스템을 제공하는 영화 전문서비스이다.

신청인은 온라인 이용자가 신청인의 웹사이트를 통해 영화를 예매하는 경우 수익이 발생한다. 한편, 신청인은 ‘예스이십사(주) (www.yes24.com)’와 제휴계약을 체결하고 예스이십사의 영화 예매시스템을 사용하고 있는데, 온라인 사용자들이 다음영화 컬렉션을 통해 영화를 예매하는 경우 그 결제 수수료의 일부를 예스이십사로부터 지급받고 있다.

신청인이 자신이 제공하는 통합검색에 영화 컬렉션을 노출하는 구체적인 모습은 아래 <표>와 같다.

〈표 6〉 다음 영화 노출 모습(설국열차)

영화



설국열차

Snowpiercer, 2013

음악 한국, 미국, 프랑스 SF, 액션, 드라마 2013.08.01 15세이상관람가 126분

감독 봉준호

출연 크리스 에반스, 송강호, 에드 헤리스, 존 허트 [더보기](#)

즐거워 새로운 빙하기, 그리고 설국 17년 인류 마지막 생존지역 <설국열차> 기상 이변으로 .. [더보기](#)

매거진 이 사람이 한국인? [설국열차]에 탑승한 또 다른 한국인들

홈페이지 snowpiercer2013.interest.me

예매하기

위키백과

동영상 (15건)



예고편

포토 (109건)







평점 & 150자평

★★★★☆

7.0

5,729명 참여

미런 영화를 한국인이 만들었다는 것에 놀랍고 행복하다.. 31분간

견반적으로 훌륭한 영화임에도 쏟아지는 악평이 많은 것은.. 58분간

재미없네..관하봤다 미술사기단을 볼걸 후회.., 1시간간

현재상영 영화 30위

역대 영화 1,959위

[더보기](#)

★★★★★ 10

★★★★★ 8

★★★★★ 1

주변상영관 (반경 4km)

영화관

08:28(수) 상영시간

위치

대표전화

바로가기

롯데시네마 용산점

12:30 14:55 17:20 19:50 22:30

서울 용산구 한강로3가 16-9 견지랜드 4층, 5층

1544-6855

지도

예매

메가박스 신촌점

08:40 11:15 13:50 16:25 19:00 21:35 24:10

서울 서대문구 신촌동 74-12

1544-0070

지도

예매

대한극장

09:20 10:20 11:45 12:45 14:10 15:10 16:35 17:35 20:00 20:55

서울 중구 충무로4가 125-18

02-3393-3500

지도

예매

전체 상영종류(디지탈, 3D 등)를 포함한 시간이며, 실제 일정은 영화관 사정에 따라 변동될 수 있습니다.

[전체상영관 보기](#)

라) 다음 책

신청인은 2006년경 부터 ‘다음 책 서비스(book.daum.net)’를 시작하였고, 2008. 8. 7. 부터 신청인의 통합검색에 책 컬렉션을 유입시켜 온라인 사용자가 책 관련 검색어를 입력하면 그 결과로서 다음 책이 노출되도록 하고 있다.

다음 책은 온라인 사용자에게 저자, 목차, 책 소개, 독자리뷰 등과 함께 제휴 서점들의 가격 비교 정보를 제공하고, 해당 도서를 구입할 수 있는 온라인 도서 쇼핑몰로 연결해주는 도서 전문서비스이다.

신청인은 온라인 사용자에게 도서 구입 중개 시스템을 제공하기 위해 다양한 온라인 서점들과 제휴계약을 체결하고, 온라인 사용자들이 다음 책을 통해 제휴 도서몰에서 도서를 구입하는 경우 그 판매액의 일부를 수수료로 지급받음으로써 수익이 발생한다.

신청인이 자신이 제공하는 통합검색에 책 컬렉션을 노출하는 구체적인 모습은 아래 <표>와 같다.

<표 7> 다음 책 노출 모습(몸의혁명)

책



몸의혁명 1
저자 김철 지음
출판 백산서당 펴냄 2005.02.20 발간
소개 몸의 자세를 바로하고, 뒤틀어진 뼈를 바로잡아 병을 고치는 몸살림 건강비법에 대해 소개하는 책. 제1부에서는 스스로 낫는 우리 몸의 원리를 알기... [더보기](#)
가격 15,000원 → 최저가 12,000원 [가격비교](#)



같은이름 책
몸의혁명 (2012)

리뷰&뉴스

몸의혁명, 강추. 2012.07.03 treetop

[서평_050516] 만병의 근원은 스트레스? No! 몸의 자세다! 2009.06.15 쫓츠고

마) 다음 뮤직

신청인은 2009. 4월 부터 ‘다음 뮤직 서비스(music.daum.net)’를 시작하였고, 같은 2009. 4월 부터 신청인의 통합검색에 뮤직 컬렉션을 유입시켜 온라인 사용자가 뮤직 관련 검색어를 입력하면 그 결과로서 다음 뮤직이 노출되도록 하고 있다.

다음 뮤직은 사용자에게 온라인으로 유통되는 앨범 및 개별 음원을 대상으로 각종 음원 순위, 가사, 뮤직비디오 등 음악 관련 정보를 제공하고, 음원을 판매(MP3 다운로드, 스트리밍, BGM서비스) 하는 음악 전문 서비스이다.

신청인은 온라인 사용자에게 음원을 판매함으로써 수익이 발생하는데, 이를 위하여 신청인은 ‘(주)예당컴퍼니(yedang.co.kr)’와 계약을 체결하고, 온라인 사용자들이 다음 뮤직을 통해 음원을 구입하는 경우 그 판매액 중 일부를 분배받고 있다.

신청인이 자신이 제공하는 통합검색에 뮤직 컬렉션을 노출하는 구체적인 모습은 아래 <표>와 같다.

<표 8> 다음 뮤직 노출 모습(울고만있어)



나. 적용 가능한 법 조항

☐ 법 제3조의2 제1항 제3호, 법 시행령 제5조 제3항 제4호

☐ 법 제23조 제1항 제3호, 법 시행령 제36조 제1항 관련 [별표 1의2] 제5호 가목

2. 키워드광고와 정보를 명확히 구분하지 않는 행위

가. 행위사실

신청인은 2013. 1. 1.부터 자신이 운영하는 웹사이트(www.daum.net)에서 사용자가 검색어를 입력하면 그에 따른 통합검색 결과로 정보검색 결과가 아닌 신청인의 키워드광고 상품을 우선하여 노출시키면서, 동 키워드광고 상품이 광고라는 사실을 명확하게 표기하지 않고 있다.⁷⁾

위와 같은 신청인의 키워드광고 노출행위에 대하여 좀 더 상세히 살펴보면 아래와 같다.

신청인의 웹사이트에서 사용자가 특정 키워드를 입력하면, 그에 따른 통합검색 결과로 정보검색결과와 함께 “프리미엄링크”, “와이드링크⁸⁾” 등 키워드광고 상품이 검색화면 상단에 노출된다.

그런데, “프리미엄링크” 및 “와이드링크” 등은 정보검색 결과가 아닌 신청인이 판매하는 키워드광고 상품임에도 신청인은 이러한 사실을 명확하게 표기하지 않은 채 단순히 해당 상품 옆에 작은 글씨로 “AD”라고만 표시하고 있다. 한편, 온라인 사용자가 “AD” 문구위에 마우스 커서를 가져가는 경우에만 “아래 검색결과는 광고입니다”라는 문구가 표시된다.

신청인의 키워드광고 상품인 “프리미엄링크”와 “와이드링크”가 신청인의 웹사이트에서 노출되는 구체적인 모습은 아래 <표>와 같다.⁹⁾

-
- 7) 신청인이 독자적으로 키워드광고 플랫폼을 운영한 것은 2013.1.1.부터 이다. 2013.1.1. 이전에는 ‘오버추어코리아’ 및 ‘구글’과 키워드광고 제휴계약을 체결하고 오버추어코리아 및 구글의 책임하에 신청인의 키워드광고 핵심 영역이었던 “스폰서링크”를 판매·운영하는 구조로 운영되었다.
- 8) 와이드링크는 별도로 판매하는 상품이 아니라, 프리미엄링크를 구매한 광고주가 10개를 넘어서는 경우 11위~15위의 광고주를 노출시켜주는 방식이다. 즉, 프리미엄링크를 구매한 광고주가 10개 미만인 경우 와이드링크는 노출되지 않는다.
- 9) 통합검색결과로 프리미엄링크와 와이드링크 사이에 “스페셜링크”라는 키워드광고가 노출되는데, 동 상품은 신청인의 상품이 아니라 ‘네이트(SK컴뮤니케이션즈)’의 키워드광고 상품이다. 신청인과 네이트는 키워드광고에 대한 전략적 제휴를 맺고, 신청인의 키워드광고 상품이 네이트에도 노출되며, 네이트의 키워드광고 상품도 신청인의 통합검색결과에 노출되고 있다.

신청인의 키워드광고 노출 모습

꽃배달

검색

상세검색

분야별 - Daum 메일 카카오 뉴스 쇼핑 더보기 > 다듬

통합검색 >

사이트

쇼핑

동영상

지도

블로그

카페

게시판

더보기 >

기간전제

최근 1일

최근 1주

최근 1개월

검색설정

📢 🐦 👤

관련

전국꽃배달서비스 꽃배달서비스 꽃배달서비스 플라워콜114 근조화환 화환 꽃바구니 화분배달 보산꽃배달

전국꽃배달 당일 꽃배달 대구 꽃배달 꽃배달서비스알하는곳 꽃배달합인점 광주꽃배달 축하화환 꽃다발 <더보기>

프리미엄링크 <NO> <신청하기>

전국꽃배달서비스 50%할인 99플라워 www.99flower.co.kr
50%할인 꽃배달, 2시간 당일배송 꽃바구니, 화환, 동양란, 관엽

전국꽃배달서비스 119플라워 www.119flower.co.kr
전국당일2시간꽃배달, 20% 할인행사, 포인트 적립, 계산서발행.

꽃배달 당일전국 2시간 플라워시티 www.flowercity.co.kr
꽃배달 50%할인, 10%적립 꽃다발, 동양난, 관엽화분, 화환.

정찬우 김태교 월두꽃배달 꽃배달 www.cultwo-flower.com
추천 평가닷컴 꽃배달 1위, 꽃배달 10%즉시할인, 15%적립.

전국 당일2시간빠른배송 꽃배달 전문 모아플라워 moarflower.co.kr
50%할인, 신용카드결제, 계산서발행, 빠른당일배송

SPEED꽃배달 멤버원플라워 www.no1flower.co.kr
1. 꽃배달 2. 전국2시간배송, 3. 50%할인, 4. 좋은상품 만족배송.

OK캐쉬백꽃배달 전국빠른배송 www.okcf.co.kr
주문당일 전국 2시간내 빠른꽃배달, 근조화, 축하3년, 꽃바구니, OK캐쉬백적립.

꽃배달 상품권 플라워티티 www.FlowerTT.co.kr
꽃배달 반값할인, 최대5만원 상품권 즉시지급, 최대15만원 추가적립.

24시 전국꽃배달 난플라워 www.nanflower.co.kr
연중무휴, 경조화환배달, 장례식, 결혼식화환, 난, 화분 전국3시간 당일배송.

꽃배달 리더스플라워 www.leadersflower.com
OK캐쉬백적립, 전국700여가맹체인본부, 정직하고믿음가는 빠른꽃배달, 계산서발행.

<더보기>

스폰서박스 <NO> <신청하기>

오늘특가 베스트상품 특별한혜택

꽃배달 11번가 매일 할인가존, 포인트적립, 최저가110%보장재 www.11st.co.kr

스페셜링크 <NO> <신청하기>

옥션 꽃배달 특가 www.auction.co.kr
누구나 100%쿠폰지급! 옥션, 인기상품 오늘만 대박SALE, 꽃배달, 마트대신 옥션, 인기상품 특가기획전, 첫 구매 1만원 할인, 지금 파격특가 SALE!

빠른당일꽃배달 SOS www.sosflower.com
꽃배달, 비회원도 즉시할인, 전국무료당일배송, 꽃배달, 꽃배달 즉시제작, 축하근조화환, 동서양란 꽃바구니, 1566-2823 꽃배달,

11번가꽃배달 www.11st.co.kr
꽃배달, 인기상품특가전·현대, 삼성, 롯데, NH농협 매일 최대 11% 즉시할인, 11번가만의 혜택, 위즈콤 110%보장재, 고객실수 보상서비스, 11개월 무이자할부.

당일배송 꽃배달 매직플라워 magic-flower.co.kr
네이버강력추천, 신속 정확 전국 꽃배달, 기쁨을, 축하화환, 근조화환 등 대한민국 최강 꽃배달전문업체, 꽃배달, 일본 플라워 디자이너가 직접 상품제작, 꽃바구니, 꽃다발, 동서양란, 화환, 개업용관공식을 판매.

꽃배달 빠른서비스 웹민꽃노동자 www.771flower.com
전국 꽃배달서비스 전문, OK캐쉬백가맹점, 신규회가입시 5천포인트, 전상품구매시 10%적립, 주문당일 스피드배송, 사함과 정성으로 제작, 꽃다발, 꽃바구니, 프로포즈, 축하, 근조, 동서양란.

아이드링크 <NO> <신청하기>

꽃배달 회원꽃배달 www.1577-5336.com
첫 구매부터 5%즉시할인, 마이리지 최대 20%적립, 최대 50%할인까지.

전국꽃배달 서비스 소연플라워 syflower.kr
소연플라워꽃배달로 마음을 전해주세요, 다양한꽃, 24시간 인터넷 주문접수가가능

명품꽃배달 꽃집청년을 f-mans.com
당일 2시간배송, 리본과 배송료 무료, 전화주문 및 결제가능, 배송사건서비스.

꽃배달할인점 썬플라워 www.sunwoodflower.com
20%할인꽃배달, 전국출발배송, 아간상담관영합니다.

꽃배달 심아저씨플라워 www.simflower.kr
꽃배달, 대한민국을 선도하는 꽃집, 실이미지, 거품없는가격, 신세대신감각.

사이트

비즈니스, 쇼핑 > 꽃, 꽃배달 (2,450)

꽃, 꽃배달 > 서둘특별시 > 꽃배달 특매와어울 (5)

꽃배달

검색

상세검색

분야별 - Daum 메일 카카오 뉴스 쇼핑 더보기 > 다듬

소셜믹 전체보기

- 이정희단식농성 <+4>
- 민주당 당사 <+1>
- 외솔 마스널 <+2>
- 이상순 이효리 결혼 ~
- 대구역 사고철인 <+3>
- 이석기 체포동의안.. <+3>
- 샘하밍턴 아내 <+1>
- 지동원 합부로크 ~
- 한화 오심 <+3>
- 스티리치 결혼끝 <+3>

일간 이슈 검색어

오늘	1일전	2일전	3일전	4일전
전체	9시	13시	17시	21시
1 성시경 마이유	MUW			
2 수지 처머리더	MUW			
3 리버풀 편우	MUW			
4 선호섭 결혼	MUW			
5 허경환 강남집	MUW			
6 한가인 지드래곤	MUW			
7 유미 클라라	MUW			
8 감희철 마스카	MUW			
9 김희철 사생팬	MUW			
10 티타임 바쁜만우	MUW			

관련 검색어

전국꽃배달서비스

꽃배달서비스

꽃배달서비스 플라워콜114

관련 검색어

전국꽃배달서비스

꽃배달서비스

꽃배달서비스 플라워콜114

나. 적용 가능한 법 조항

- ☐ 법 제23조 제1항 제3호, 법 시행령 제36조 제1항 관련 [별표 1의2] 제4호 나목

3. 광고대행사에 대한 이관 제한정책 실시 행위

가. 행위사실

신청인은 2013. 1. 1.부터 자신의 키워드광고를 판매하는 광고대행사를 대상으로 기존 광고주 이관 한도를 설정하고, 한도를 초과하는 경우 이관을 허가하지 않는 정책(이하 ‘이관 제한정책’이라 한다)을 실시하고 있다.¹⁰⁾

신청인의 이관 제한정책은 신청인이 작성·배포한 ‘Daum 키워드 광고 영업가이드(이하 ‘영업가이드’라 한다)’를 통해 그 내용이 구체화되어 있으며, 정책변경 시 변경내용을 영업가이드에 반영하여 광고대행사에게 통보하고 이를 준수하도록 하고 있다.

신청인이 실시하고 있는 이관 제한정책의 세부적인 내용은 아래와 같다.

1) 이관제한 정책의 실행

가) 신청인은 2012년 말을 기점으로 신청인의 핵심 키워드광고 판매를 담당해오던 ‘오버추어’와의 계약이 종료되고, 2013년 부터는 신청인의 시스템을 통해서만 키워드광고를 판매하게 되자, 2013. 1. 1.부터 광고대행사에 대한 이관 제한정책을 본격적으로 시행하였다.

신청인은 2013. 1. 1.부터 광고대행사가 이전 분기에 신청인의 키워드광고를 판매한 액수에 따라 5개 등급으로 구분하고, 등급에 따라 분기당 최소 6개에서 최대 24개 까지만 기존 광고주를 이관할 수 있도록 허용하는 이관 제한정책을 수립·실행하였다.

신청인의 이러한 이관 제한정책은 아래 <표>와 같이 신청인이 작성·배포한 영업가이드(2013.1.1)에 기재된 내용을 통해 확인된다.

10) 신청인이 독자적으로 키워드광고 플랫폼을 운영한 것은 2013.1.1.부터 이다.

2013.1.1. 이전에는 제휴계약을 통해 ‘오버추어코리아’ 및 ‘구글’ 등 다른 키워드광고 플랫폼사업자의 책임하에 신청인의 키워드광고 핵심 영역이었던 “스폰서링크”를 판매·운영하였다. 또한, 광고대행사들도 오버추어코리아 등과 계약을 체결하고 영업을 실시하였다.

계정 이관 정책	
1. 공식 대행사 간의 계정 이관 정책	
1) 계정 이관 시 이관 개수 차감 단위는 ID 기준으로 적용 된다.	
2) <u>2013년 1Q의 이관 개수는 2012년 4Q 기준 대행사의 오버추어와 클릭스 매출 볼륨을 고려하여 산정되며 대행사 별로 개별 공지 된다. (분기 최소 6개~ 최대 24개)</u>	
3) <u>분기 내 이관 개수 미 소진 시, 잔여 이관 개수는 다음 분기에 자동 소멸 된다.</u>	
4) 작성 된 이관 신청서는 이미지 파일을 이슈 게시판에 첨부하여 Daum 내부이관 담당자에게 접수 하여야 한다.	

주」 신청인의 위 영업가이드에는 이관 가능 개수가 분기당 최소 6개 ~ 최대 24개 라고만 기재되어 있는 바, 신청인에게 확인한 매출단계별 이관 가능 개수는 아래와 같다.

전 분기 매출 기준	이관 개수(분기)
30억 이상	24개
15억 이상	16개
5억 이상	10개
1억 이상	8개
1억 미만	6개

나) 이후, 2013. 4. 1. 신청인은 광고대행사의 분기당 매출액에 따른 등급을 기존 5개 등급에서 7개 등급으로 세분화하고, 등급별로 이관할 수 있는 기존 광고주의 개수도 일부 조정하였다.

이러한 변경사실은 아래 <표>와 같이 신청인이 작성·배포한 영업가이드(2013.4.1.)에 기재된 내용을 통해 확인된다.

계정 이관 정책																	
1. 공식 대행사 간의 계정 이관 정책																	
1) 계정 이관 시 이관 개수 차감 단위는 ID 기준으로 적용 된다.																	
2) <u>분기 내 이관 개수 미 소진 시, 잔여 이관 개수는 다음 분기에 자동 소멸 된다.</u>																	
3) 작성 된 이관 신청서는 이미지 파일을 이슈 게시판에 첨부하여 Daum 내부이관 담당자에게 접수 하여야 한다.																	
■ 이관 쿼터 기준 (분기)																	
<table> <tr> <th>매출</th><th>쿼터</th></tr> <tr> <td>30 억이상</td><td>24</td></tr> <tr> <td>25 억이상</td><td>20</td></tr> <tr> <td>15 억이상</td><td>16</td></tr> <tr> <td>10 억이상</td><td>12</td></tr> <tr> <td>5 억이상</td><td>10</td></tr> <tr> <td>1 억이상</td><td>8</td></tr> <tr> <td>1 억미만</td><td>6</td></tr> </table>	매출	쿼터	30 억이상	24	25 억이상	20	15 억이상	16	10 억이상	12	5 억이상	10	1 억이상	8	1 억미만	6	
매출	쿼터																
30 억이상	24																
25 억이상	20																
15 억이상	16																
10 억이상	12																
5 억이상	10																
1 억이상	8																
1 억미만	6																
4) 후불 계정에 대한 이관은 원활한 광고 집행을 위해 이관 완료 희망일로부터 늦어도 10 영업일 이전까지 이슈 게시판으로 접수 해야 한다.																	

다) 신청인은 위와 같이 이관 제한정책을 수립 또는 변경 시마다 그 내용을 영업가이드에 반영하고 있으며, 이를 광고대행사가 이용하는 신청인 키워드광고 운영사이트 ‘클릭스 에이전시’의 공지사항에 게시하고, 추가로 광고대행사별로 이메일을 통해 영업가이드를 통보하고 있다.

신청인이 클릭스 에이전시의 공지사항에 영업가이드를 게시한 화면은 아래 <표>와 같다.

<표 12> 신청인 영업가이드 공지화면

[공지 471] 2013년 2분기 영업가이드 업데이트 안내...(중략)...변경된 영업가이드에 대해 숙지하시어 업무에 불이익을 받는 일이 없으시길 바라며 내부 관련된 분들께도 공유 부탁드립니다...(중략)..적용일자 2013년 4월 1일...(중략)...주요변경사항 ①이관 정책 변경...(중략)... 첨부파일 2013_Daum키워드광고영업가이드_ver4.4.pdf...(중략)...Daum은 사전 서면통지(Daum 클릭스 공지사항 게시판, 이메일)로서 본 정책을 추가 또는 삭제할 수 있으며, 본정책이 대행사와 맺은 기타 계약과 상충될 경우 본정책(=키워드광고 영업가이드)이 최우선 적용됩니다....(이하 생략)

라) 신청인의 광고대행사에 대한 이관 과정은 아래 <표>와 같이 이루어지는데, 광고대행사의 이관 신청에 대하여 신청인은 이관 한도 도달 여부를 확인한 후 이관을 승인하고 있다.

〈표 13〉 신청인 이관 승인 절차

- ① 광고대행사가 영입 대상 광고주를 상대로 이관 제안
- ② 광고주의 이관 동의 획득
- ③ 광고대행사가 이관 신청서 작성(광고주 서명·직인 필요)
- ④ 광고대행사가 이관 신청서를 신청인의 시스템을 통해 접수
- ⑤ 신청인 이관 담당자의 확인(이관 한도 및 정상 접수 여부 확인)
- ⑥ 기존 광고대행사에 이관 접수 사실 통보
- ⑦ 2일 이내에 기존 광고주의 이의가 없거나 광고주의 이관철회 의사가 없으면¹¹⁾ 이관처리 완료

마) 한편, 신청인 스스로도 위와 같이 광고주 이관 제한정책을 시행한 사실을 인정하고 있다.

2) 이관 제한정책의 광고대행사 구속

위에서 살펴본 바와 같이, 신청인의 이관 제한정책은 신청인의 영업가이드를 통해 구체화 되고 광고대행사에 통지되고 있는데, 영업가이드에서 규정한 사항은 광고대행사에게 절대적인 구속력을 가진다.

이러한 사실은 아래와 같이 신청인과 광고대행사가 체결한 계약서(이하 ‘대행계약서’라 한다) 및 영업가이드에 적시된 내용을 통해 확인된다.

먼저, 2013. 1. 1.에 체결된 대행계약서 제8조(의무)에 따르면, 광고대행사는 신청인이 제시한 영업가이드를 준수할 의무가 있고, 제12조(계약해지)에 따르면 광고대행사가 영업가이드를 위반하여 누적 별점이

11) 기존 광고대행사는 이관에 이의가 있는 경우, 2일 이내에 광고주와 협의하여 광고주가 이관 의사를 철회하여야 한다. 광고주가 이관의사를 변경하지 않는 경우 신규 대행사로 이관된다.

일정 수준에 이르면 계약을 해지할 수 있다고 규정하고 있다.

또한, 신청인의 영업가이드(2013.1.1.) 서두 부분에 기재된 바에 의하면, 신청인의 영업가이드에 기재된 내용을 광고대행사와 맺은 여타의 계약보다 최우선하여 적용한다고 기재되어 있다¹²⁾.

<표 14> 신청인 영업가이드(2013.1.1. 발췌)

Daum은 사전 서면 통지(Daum 클릭스 공지사항 게시판, 이메일)로서 본 정책을 추가 또는 삭제 할 수 있으며, 대행사는 변경 된 본 정책 및 가이드를 준수한다. 본 정책이 대행사와 맺은 기타 계약과 상충 될 경우 본 정책(="키워드 광고 영업 가이드")이 최우선 적용된다.

신청인의 이관 제한정책은 신청인이 부여한 이관 개수를 초과하여 이관하는 행위 자체를 허용하지 않고 있다.

광고대행사가 광고주를 대신하여 광고영업을 대행하기 위해서는 신청인의 광고 운영시스템에 접속하여 해당 광고주에 대한 모든 정보에 접근할 수 있어야 광고 관리가 가능하다. 즉, 신청인의 이관 승인이란 동 시스템에 대한 접근 권한을 부여하는 것으로, 신청인이 이관을 승인하지 않는 경우 광고대행사의 광고주 이관은 불가능하다.

그런데, 신청인은 이관한도를 초과한 이관 자체를 허용하지 않고 있기 때문에 신청인과 거래하는 광고대행사는 신청인이 설정한 이관 개수를 초과하여 광고주 이관을 할 수 없다.

한편, 2013년도에 실제 신청인이 광고대행사에 대하여 이관 개수를 부여하고, 이에 따라 이관을 승인한 내역은 아래 <표 15>와 같다.

<표 15>에 따르면, 2013년도 상반기에 광고대행사들이 사용한 이관 개수는 전체 이관 가능 개수의 66~68% 수준에 이르고, 자신에게 부여된 이관 개수를 모두 소진한 광고대행사의 수는 32~34%에 달한다.

12) 이후 영업가이드(2013.4.1.) 에도 동일한 내용이 기재되어 있다. 또한, 신청인의 키워드 광고 운영사이트 ‘클릭스 에이전시’의 공지사항에도 동일한 내용이 게시되어 있다.

<표 15> 신청인 이관제한 정책 실시 내역

구 분	2013년 1분기	2013년 2분기
전체 대행사 수	91 개	85 개
신청인이 부여한 이관 개수 합계	812 개	744 개
대행사가 실제 사용한 이관 개수 합계	533 개 (65.6 %)	502 개 (67.5 %)
이관쿼터 100% 소진 대행사 수	29 개 (31.9 %)	29 개 (34.1 %)

나. 적용 가능한 법 조항

☐ 법 제23조 제1항 제5호, 법 시행령 제36조 제1항 관련 [별표 1의2] 제7호 나목

Ⅲ. 시정방안의 내용 및 이행계획¹³⁾

1. 요약

구분	주요 내용	구체적 방안
경쟁질서 회복을 위한 시정방안	유료 전문서비스	① 서비스명칭에 “다음”문구 표기(예: 다음부동산) ② 자사서비스라는 안내 표기(!!)마크사용 ③ 경쟁사업자 외부 링크 제공
	키워드광고	① 광고영역에 “...관련된 광고”임을 표기 ② 검색어 관련 광고라는 (!)표시 노출 ③ 광고영역에 음영처리
	이관제한 정책	○ 이관제한 정책 폐지 (단, 관련 시스템 개발 등 준비기간을 고려하여 1년간 적용 유예)
	시정방안의 효력기간	○ 신청인은 동의의결 시행으로부터 3년이 경과한 후 시장상황 등 경쟁여건이 변경된 경우 위 시정방안의 변경을 공정위에 요청할 수 있음
소비자 및 다른사업자 후생제고를 위한 구제 방안	피해구제 기금조성 (2년간 현금 10억원 출연)	<input type="checkbox"/> 목적 ○ 이용자들에게 발생한 피해를 간접적으로 구제하기 위해 2년간 10억의 기금을 조성한 후 이를 인터넷 이용자의 후생증대를 위해 사용하고자 함. <input type="checkbox"/> 주요 사업내용 ○ 검색서비스 이용자에게 다양한 혜택 부여 (구체적 방안은 기금운영위원회와 협의) ○ 유료 전문서비스 이용자에게 혜택 부여 (예: 무료 음악듣기 제공) ○ 사회복지단체 등에 IT 교육 실시 <input type="checkbox"/> 운용방법 ○ 공정위 추천인, 다음 추천인, 이용자 대표가 동일 비율로 참여하는 독립적 성격의 기금 운영위원회를 설치하고, 정기적으로 기금 위원회에서 차기 기금 운영계획 및 전기 사용 내역을 점검하여 그 결과를 공정위에 보고

13) 이하 내용은 신청인이 작성·제출한 것이다.

	<p>중소사업자 및 이용자 상생지원</p> <p>(3년간 30억원 집행)</p>	<p><input type="checkbox"/> 목적</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 인터넷 콘텐츠 제공자 등 관련 중소기업자 및 이용자들의 상생과 후생증대를 위한 사업을 추진(약 30억의 경제적 가치 예상) <p><input type="checkbox"/> 주요 사업내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 스토리볼 및 웹툰 등 콘텐츠 진흥 사업 ○ 모바일 홈페이지 제작 툴을 개발하여 이용자들에게 무상제공 ○ 다음 서체를 개발하여 이용자들에게 무상 제공 ○ 유망 벤처 지원사업 <p><input type="checkbox"/> 운용방법</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 사후 집행 내역을 기금위원회에 보고 (기금위원회는 공정위 보고)
<p>이행점검 방안</p>	<p><input type="checkbox"/> 정기적으로 공정위 또는 공정위가 지정하는 기관(기금운영위원회 등)이 이행점검</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 공정위가 지정하는 기관은 이행점검 후 공정위 보고 <p><input type="checkbox"/> 이행강제금</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 정당한 이유없이 동의의결을 이행하지 않는 경우 1일당 200만원의 이행강제금 납부 	

※ 기금 운영사업(10억원) 및 상생지원 사업(30억원)의 세부 사업내용은 이용목적의 범위 내에서 공정위와 협의하여 변경 가능(단, 제시한 금액은 축소 불가)

2. 세부내용

가. 경쟁질서 회복을 위한 시정방안

㉠ 유료 전문서비스

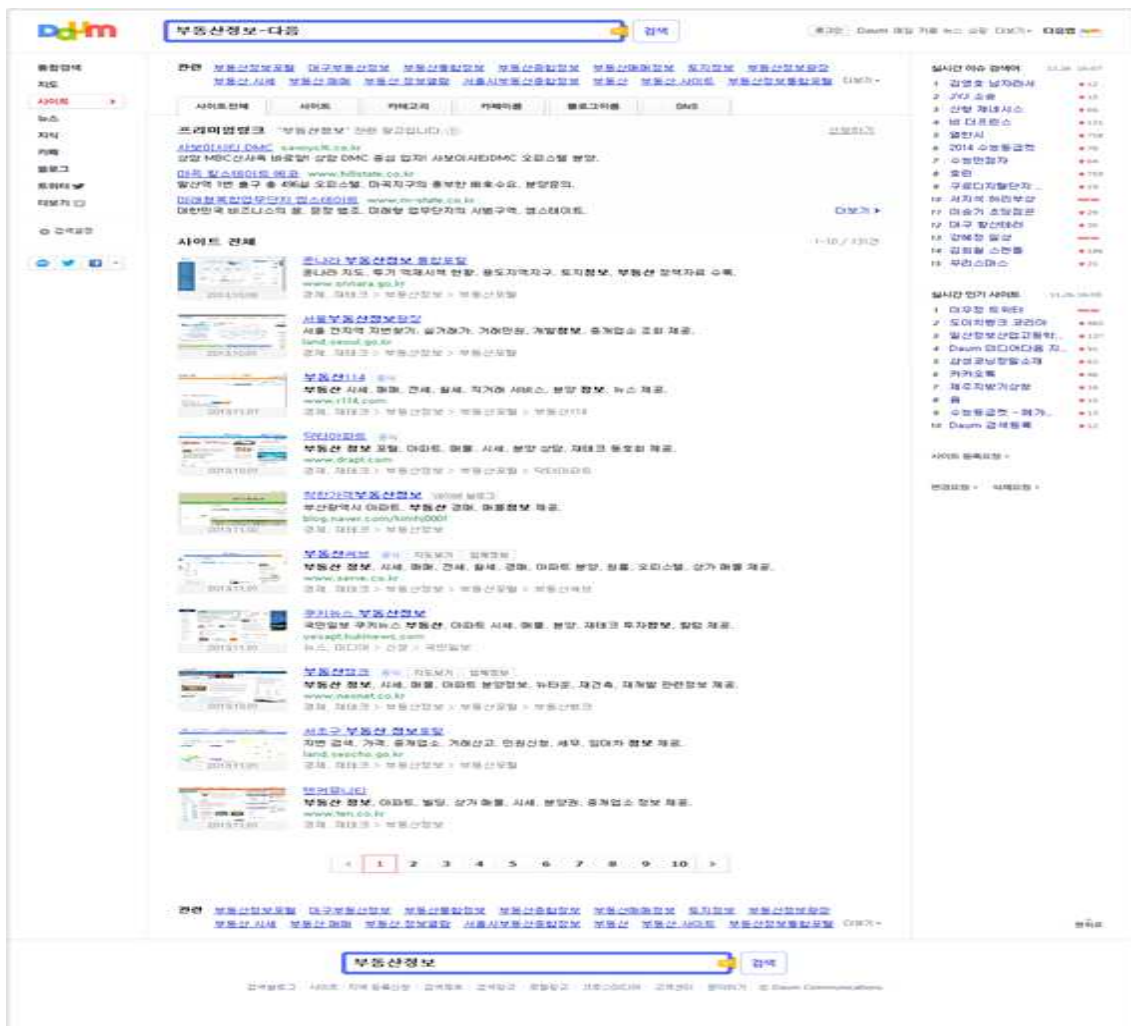
‘정보검색결과와 전문검색서비스를 함께 제공하는 행위’와 관련하여, 신청인이 검색이용자에게 통합검색 방식으로 온라인 검색서비스를 제공함에 있어 ‘다음 영화’, ‘다음 쇼핑하우’, ‘다음 부동산’, ‘다음 책’, ‘다음 뮤직’ 등 신청인이 제공하는 전문검색서비스(이하 “신청인 전문검색서비스”)가 정보검색결과와 구분될 수 있도록 하기 위하여 아래와 같은 방안을 시행하겠습니다.

- ① 통합검색 결과에 노출되는 전문검색서비스 컬렉션 명칭에 각각 “다음”이라는 문구를 함께 표기하는 방안(예: ‘다음 부동산’, ‘다음 책’ 등)
- ② 통합검색 결과에 노출되는 전문검색서비스가 순수 정보검색결과가 아니라, 신청인이 별도로 운영하는 전문검색서비스라는 점을 검색이용자들이 쉽게 알 수 있도록 전문검색서비스 컬렉션 명칭(예: 해당 컬렉션의 왼쪽 상단에 표시되는 “부동산” 등의 표시) 옆에 느낌표(!)와 같은 아이콘(icon)을 표기하고, 아이콘에 마우스를 가져가면 안내문구(예컨대, “아래 검색결과는 다음이 운영하는 부동산 전문검색서비스가 제공하는 부동산 매물정보입니다.”)가 보여지도록 하는 방안
- ③ 신청인의 통합검색결과에 신청인 전문검색서비스가 노출되는 경우, 해당 전문검색서비스 컬렉션의 하단(이용자가 쉽게 인식할 수 있는 독립적 위치이어야 하며, 다른 메뉴나 안내문구 등과 혼합 노출 금지)에 연결 하이퍼링크(예: “다른 부동산정보 사이트 더 보기”)를 만들고, 검색이용자가 위 연결 하이퍼링크를 클릭할 경우 신청인 전문검색서비스를 제외한 경쟁 전문검색서비스(신청인 전문검색서비스와 동일한 영역의 전문검색서비스로서 구체적인 노출순서는 공정위와 협의를 통한 일정한 기준에 따라 결정)의 사이트명과 하이퍼링크를 노출하여, 검색이용자가 신청인 전문검색서비스 정보 이외에 경쟁 전문검색서비스 사이트로의 이동 및 확인이 용이하도록 하는 방안

< 개선 전후 화면 비교 >



< “부동산정보 사이트 더 보기” 를 클릭할 경우 노출되는 예시화면>



② 키워드광고

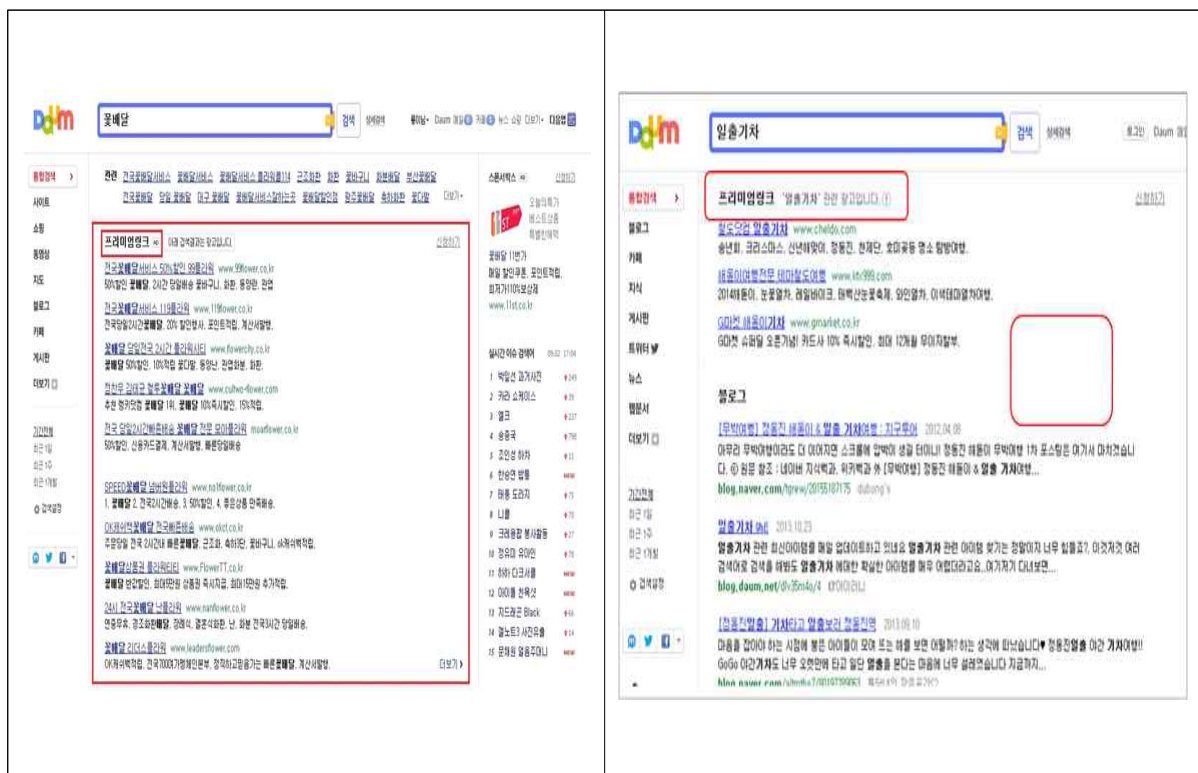
‘키워드광고와 정보를 명확히 구분하지 않는 행위’와 관련하여, 신청인은 종전의 방식을 보완하여 키워드광고와 정보검색결과를 보다 명확하게 구분할 수 있도록 아래와 같은 방안을 시행(2013. 11. 14. 기 적용)

① 검색결과 중 키워드광고 영역에 푸른색 음영처리(shading)

② 키워드광고 명칭(프리미엄링크 등) 옆에 해당 영역이 광고성 정보라는 취지의 안내문구(예: “OOO 관련 광고입니다”) 표기

③ 위 ②의 안내문구 옆에 느낌표(!) 마크를 표기하고, 느낌표(!)를 클릭하면 “이 광고는 현재 검색어와 관련된 광고주의 광고입니다.”라는 안내문구 제시

< 개선 전후 화면 비교 >



〈 ‘느낌표’ 위를 마우스가 지나가거나 ‘느낌표’를 클릭할 경우
추가적인 안내문구 노출화면〉



③ 이관제한 정책

○ 키워드광고 판매대행사에 대한 이관 제한정책은 폐지하도록 하겠습니다.

다만, 대행사에 대한 이관정책을 폐지하기 위해서는, 새로운 키워드광고 운용시스템 개발 및 방대한 광고주(약 20만명) 데이터 정비 및 재구축, 대행사 정책변경에 따른 대행사 의견 수렴 절차 등 최소한 1년간의 준비기간이 필요합니다.

위와 같은 점을 감안하여, 동의를결로부터 1년간 적용을 유예할 필요가 있습니다.

④ 시정방안에 대한 재검토 요청

○ 신청인의 위 동의의결 시정방안은 현재 상황을 기준으로 한 것으로, 동의의결 시행일로부터 3년이 경과한 시점에서 시장상황 등 경쟁여건을 다시 살펴볼 필요가 있습니다.

따라서, 신청인은 3년이 경과한 시점에서 위 시정방안을 변경할 필요가 있다고 판단하는 경우 공정위에 시정방안의 수정을 요청할 수 있어야 한다고 판단됩니다.

나. 소비자 및 다른 사업자 후생제고를 위한 구제방안

① 피해구제 기금 조성 (2년간 현금 10억원 출연)

□ 목적 : 기금 운용이라는 간접적인 방법을 통해 불특정 다수의 검색 서비스 이용자들에게 골고루 다양한 혜택이 돌아갈 수 있도록 하며, 궁극적으로 인터넷 생태계를 활성화 하고 이용자의 후생 증진을 도모

□ 조직 및 운영

- 독립기구인 ‘기금운용위원회’를 설치한 후 기금운용위원회에서 기금의 용도에 맞게 집행
- 기금운영위원회는 회사 추천인, 공정위 추천인, 이용자 대표가 동일한 비율로 구성
- 기금운영위원회는 정기적(예: 분기별)으로 위원회를 개최하고, 차기 기금 운영계획 및 전기 사용내역 등 기금운영과 관련된 사항 등을 결정, 점검 하고, 그 결과를 공정위에 보고

○ 주요 사업내용 및 기대효과

사 업 내 용	기 대 효 과
○ 검색서비스 이용자에게 실질적인 혜택이 돌아가는 사업으로 구체적인 사업내용은 추후 기금운영위원회의 결정을 거쳐 진행	인터넷 서비스 이용자들의 후생증대
○ 쇼핑, 뮤직, 책, 부동산, 영화 등 전문검색 서비스 이용자들에게 실질적인 혜택이 돌아가는 사업(예 : 무료 음악 듣기 제공 등)	
○ 사회복지단체 등 교육제공이 필요한 곳에 IT 교육을 제공할 예정	인터넷 이용자 및 관련업계 상생 효과
○ 기타 인터넷이용자 및 콘텐츠 제공자등 인터넷 생태계 상생을 위한 사업	

○ 구체적 집행내역은 추후 공정위 또는 공정위가 지정하는 기관 등과 협의하여 결정하도록 하겠습니다.

② 온라인 생태계 지원 (3년간 30억원 집행)

□ **목적** : 인터넷산업에서의 콘텐츠 제공자, 이용자등의 상생과 후생을 증진, 모바일 생태계 활성화를 통한 중소기업자 및 소비자 후생증대

□ 조직 및 운영

- 신청인이 목적에 맞게 집행을 한 후, 독립기구인 기금운영위원회에 집행 내역을 사후 보고
(기금운영위원회는 공정위에 보고)

○ 주요 사업내용 및 기대효과

사 업 내 용	기 대 효 과
<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 진흥 사업 <ul style="list-style-type: none"> - 신청인이 콘텐츠 공급업체로부터 제공받은 콘텐츠를 통하여 발생한 가치를 콘텐츠 공급업체의 수익으로 환원시킴으로써 다양한 콘텐츠 공급업체를 육성하는 동시에, 양질의 콘텐츠를 이용자(소비자)들이 적은 비용으로 이용할 수 있도록, 콘텐츠 공급업체가 제공하는 콘텐츠를 이용한 다양한 수익 창출 모델을 마련하고, 그를 통한 수익의 대부분을 콘텐츠 공급업체에게 환원하는 방법을 통해, 콘텐츠 생태계 육성에 기여하고자 함 (스토리볼, 웹툰 등) 	온라인 콘텐츠 활성화 및 콘텐츠 제공자에게 실질적인 혜택제공
<ul style="list-style-type: none"> ○ 모바일 홈페이지 제작 툴 개발 및 이용자 무상 제공 <ul style="list-style-type: none"> - 모바일에 최적화된 홈페이지를 필요로 하는 개인이나 소상공인들을 기술적으로 지원하는 방안을 마련하고, 아울러 모바일 홈페이지를 누구나 쉽게 제작할 수 있는 수단(tool)을 개발하여 이용자에게 제공하며, 이와 함께 모바일 광고 플랫폼을 함께 지원하는 등 각 모바일 홈페이지 소유자의 수익 창출에 도움을 줄 수 있는 여러 가지 방안들을 시행 	중소사업자 실질적 지원효과
<ul style="list-style-type: none"> ○ 다음 서체 개발 및 이용자 무상 제공 <ul style="list-style-type: none"> - 모바일에 최적화되는 서체를 개발하여 중소 앱 개발자 및 사이트 운영자, 대학생 등이 무료로 쉽게 	

<p>사용할 수 있도록 하고, 다른 폰트(서체) 사업자들의 공정 경쟁을 해치지 않는 범위 내에서 관련 사업 시장의 경쟁력을 함께 키워나갈 수 있도록 시행</p>	
<p>○ 유망 벤처 지원사업</p> <ul style="list-style-type: none"> - 우호적 인수합병이나 직접적인 지분투자 또는 벤처 캐피탈을 이용한 간접투자 등 다양한 경로를 통해 유망한 벤처 스타트업(start-up) 기업들을 지원함으로써 궁극적으로 이들 유망 벤처 기업들을 통해 소비자들이 다양한 콘텐츠를 가진 인터넷 서비스를 누릴 수 있도록 벤처 생태계 육성 	
<p>○ 이용자에 양질의 콘텐츠 제공 사업</p> <ul style="list-style-type: none"> - 양질의 콘텐츠 및 저작물 등을 이용자들이 무료 또는 적은 비용으로 이용할 수 있도록 온라인 생태 및 벤처 생태 육성을 위한 사업 시행 	<p>실질적인 소비자의 후생증진</p>

다. 이행점검 및 보고 방안

○ 신청인이 제출한 위 경쟁질서 회복을 위한 시정방안과 소비자 및 다른 사업자 후생증대를 위한 구제방안에 대하여 공정위 또는 공정위가 지정하는 기관(기금운영위원회 등)이 이행감시기구가 되어 정기적으로 이행 점검

- 공정위가 지정하는 기관은 이행점검 후 공정위에 보고

라. 이행강제금

○ 신청인은 시정방안의 내용 및 이행계획안을 공정거래위원회에 제출함에 있어서 동 시정방안의 내용 및 이행계획안대로 동의의결이 이루어질 경우 정당한 이유 없이 동의의결을 이행하지 아니하면 공정거래법 제51조의5에 따라 1일당 200만원 이하의 이행강제금을 납부

3. 이행계획

가. 경쟁질서 회복을 위한 시정방안

구분	주요내용	이행계획
시정방안	5개 유료 전문서비스	- 2014년 상반기 이내에 적용
	키워드광고	- 적용 완료(2013.11.14.)
	이관 제한정책	- 이관 제한정책 폐지 (단, 시스템 개발 등 준비기간을 고려하여 1년간 적용 유예)

나. 소비자 및 다른 사업자 후생제고를 위한 구제방안

구분	주요내용	이행계획
구제방안	피해구제 기금조성 (2년간 10억원)	- 기금조성 : 2년간 현금 10억원 출연(매년 5억원) - 기금사용 : 2년간 반기별로 2억5천만원 집행 - 기금운영위원회는 동의를결 결정 후 공정위와 협의하여 6개월 이내에 구성완료
	중소사업자 및 이용자 상생지원 (3년간 30억원)	- 집행 : 3년간 총 30억원 집행(매년 10억원) • 매년 콘텐츠 생태계 육성, 모바일 생태계 육성, 벤처 생태계 육성에 각각 3억 3천만원 상당 집행 (원칙적으로 반기별 동일 비중 집행)

※ 기금 운영사업(10억원) 및 상생지원 사업(30억원)의 세부 사업내용은 이용목적의 범위 내에서 공정위와 협의하여 변경 가능(단, 제시한 금액은 축소 불가)

4. 맺는 말

신청인은 통합검색결과 내 전문 검색서비스 제공행위 및 광고대행사 이관제한정책과 관련하여, 경쟁제한상태의 해소 및 거래질서의 개선 등을 위한 효과적인 시정방안과 이행계획을 가능한 한 명확하게 제시하고자 노력하였으며, 또한, 키워드광고 표시방법과 관련하여, 이미 소비자의 오인 가능성을 최소화할 수 있는 개선책을 국내외 경쟁 검색서비스 사업자가 취하고 있는 수준에 준하는 수준으로 마련하여 이를 2013.11.14. 부터 시행하고 있습니다.

나아가, 피해자 구제 방안에 있어서도, 기금 이외에도 콘텐츠, 모바일, 벤처 등의 인터넷 생태계 지원을 위해 다양한 방안을 고안하여 불특정 다수의 이용자(소비자) 및 관련 사업자들에게 실질적으로 도움이 될 수 있는 구체적인 방안을 계획하고 있으며 본건 동의를결 신청 대상행위로 인한 직·간접의 피해자 구제를 위해 최선을 다할 것입니다.

이상과 같이, 신청인은 경쟁제한상태 등의 자발적 해소, 소비자 피해 구제, 거래질서의 개선 등을 위해 신청인의 사업규모와 재정적 부담 능력을 고려하여 현실적으로 가장 효과적이고 합리적인 시정방안들을 마련하였음을 말씀 드리고자 하며, 이러한 시정방안들을 귀 위원회와의 협의 하에 적극적으로 이행하고자 합니다. 끝.