

동의의결 대상행위 및 시정방안 등에 대한 공고

네이버(주)의 시장지배적지위남용행위 등에 대한 건
(사건번호: 2013서감2466) 및 네이버비즈니스플랫폼(주)의
시장지배적지위남용행위 등에 대한 건(사건번호: 2013
서감2467) 관련 동의의결을 위한 이해관계자 등 의견수렴

2014. 1. 2.

공정거래위원회

I. 사건의 개요

1. 사건의 경위

가. 신청인: ① 네이버 주식회사

성남시 분당구 정자동 178-1 그린팩토리

대표이사 김상헌

② 네이버비즈니스플랫폼 주식회사¹⁾

성남시 분당구 정자동 178-1 그린팩토리 13층

대표이사 최휘영

나. 심사경위

2013. 05. 13. ~ 05. 31. : 포털분야 현장조사 실시

2013. 11. 20. : 동의를결 신청 (네이버, 네이버비즈니스플랫폼)

2013. 11. 27. : 동의를결 절차 개시결정

II. 동의를결 대상행위 및 적용 가능한 법²⁾ 조항³⁾

1. 정보검색결과와 네이버 유료 전문서비스 제공 (신청인 네이버)

가. 행위사실

1) 개요

-
- 1) 이하에서 회사의 형태를 나타내는 주식회사, (주)는 생략한다. 또한 신청인 네이버 주식회사는 “네이버” 또는 “Naver”로, 신청인 네이버비즈니스플랫폼 주식회사는 “네이버비즈니스플랫폼” 또는 “NBP”로 기재한다.
 - 2) 독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 “법”이라 한다).
 - 3) 신청인들이 동의를결 대상행위에 대하여 시정방안 및 이행계획을 제출하였다고 하여 법 위반을 인정한다는 것은 아니다. 또한 공정거래위원회의 동의를결은 해당행위가 법에 위반된다고 인정한 것을 의미하지 아니하며, 누구든지 신청인이 동의를결을 받은 사실을 들어 해당행위가 이 법에 위반된다고 주장할 수 없다(법 제51조의2 제4항).

신청인 네이버는 2000년 8월부터 네이버 통합검색이라는 방식으로 온라인 사용자(이하 “사용자” 라고 한다)에게 온라인 검색서비스를 제공하기 시작했고

2003년 9월 네이버 영화 서비스를, 2003년 10월 네이버 지식쇼핑 서비스를, 2004년 9월 네이버 책 서비스를, 2005년 1월 네이버 부동산 서비스를, 2005년 1월 네이버 뮤직 서비스(이하에서 네이버 영화, 네이버 지식쇼핑, 네이버 책, 네이버 부동산, 네이버 뮤직을 합하여 “네이버 유료 전문서비스” 또는 “유료 전문서비스” 라고 한다)를 통합검색 컬렉션으로 구성하여

그 무렵부터 사용자에게 네이버 통합검색 방식을 통해 정보검색결과(온라인 검색서비스)와 함께 네이버 유료 전문서비스를 제공하였다.

2) 구체적인 행위사실

가) 네이버 지식쇼핑

네이버 지식쇼핑(shopping.naver.com)은 국내 온라인 쇼핑몰로부터 상품가격 등 상품의 주요DB(Data Base, 이하 “DB” 라 한다)를 취합하여 사용자에게 제공할 뿐만 아니라 사용자를 당해 쇼핑몰로 중개해주는 상품가격 비교 및 상품판매 중개서비스(이하 “상품가격 비교서비스” 라 한다)이다.

신청인 네이버비즈니스플랫폼⁴⁾은 상품가격 비교서비스를 위해 DB연동 제휴계약(Syndication)⁵⁾이 체결된 온라인쇼핑몰로부터 상품명, 판매가격, 상품 이미지, 배송정보 등의 DB를 주기적으로 제공받고 있다. 또한 신청인 네이버비즈니스플랫폼은 사용자를 쇼핑몰로 중개를 하면서 중개수수료를 지급 받는다. 중개수수료 지급방식은 네이버 지식쇼핑을 통해 당해 쇼핑몰로 연결된 사용자가 상품구매를 하는 경우에 판매금액 대비 일정비율의 수수료를 받는 방식과 사용자가 지식쇼핑에 노출된 쇼핑몰의 상품을 클릭하여 당

4) 신청인 네이버가 2001년부터 신청인 네이버비즈니스플랫폼이 설립된 2009년 5월까지 네이버 지식쇼핑을 운영했다.

5) 이하 유료 전문서비스의 DB(상품DB, 부동산매물DB, 책DB, 영화DB, 디지털음원DB)는 모두 DB연동제휴계약을 통해 제공받는다.

해 쇼핑몰 구매페이지로 연결될 때마다 일정비율의 수수료를 지급받는 방식으로 구분된다.⁶⁾

신청인 네이버는 2003년 10월경부터 네이버 지식쇼핑 서비스를 통합검색 컬렉션으로 구성하여⁷⁾ 네이버 통합검색으로 제공되도록 하였다. 즉 신청인 네이버는 2003년 10월경부터 사용자에게 네이버 통합검색 방식을 통해 정보검색결과와 네이버 지식쇼핑을 함께 제공하였다.

신청인 네이버가 네이버 통합검색을 통해 정보검색결과와 함께 네이버 지식쇼핑을 제공하는 모습은 모델명 검색과 목록형 검색으로 구분할 수 있으며, 그 구체적인 모습은 아래와 같다. 특히 신청인 네이버는 네이버 지식쇼핑이 중개수수료를 등을 수취하는 유료 전문서비스임에도 이에 대한 아무런 기재도 하지 않았다.

**<목록형 검색: 특정제품군(벽걸이 에어컨)을 검색하는 경우
네이버 통합검색에 네이버 지식쇼핑이 함께 제공되는 모습>**

The screenshot displays the Naver search interface for '벽걸이 에어컨'. At the top, there's a search bar with the query and a '검색' (Search) button. Below the search bar, there are several links for related searches. The main content area is divided into two sections: '파워링크' (PowerLink) and '지식쇼핑' (Knowledge Shopping). The '파워링크' section shows a link to '귀뚜라미홈시스 에어컨' with the URL 'www.homsys88.com/'. The '지식쇼핑' section displays five product listings from different brands: LG전자 휘센 S-C 066BBW, 캐리어 CS-061W S, 삼성전자 AR06F CBM1WQ, LG전자 휘센 S-Q 066BAW, and LG전자 휘센 S-C 066BAW. Each listing includes the product name, price, and a '가격비교' (Price Comparison) button. The bottom of the page shows '지식IN' (Knowledge IN) and a date '2013.07.29'.

- 6) 쇼핑몰 사업자는 자신의 선택에 따라 두 가지 중개수수료 지급방식을 자유롭게 선택할 수 있다. 통상 첫째 방식은 대형쇼핑몰이, 둘째 방식은 중소형 쇼핑몰이 이용한다.
- 7) 신청인 네이버는 2001년 5월부터 네이버 지식쇼핑 서비스를 시작하였다. 따라서 신청인 네이버는 2001년 5월부터 2003년 10월까지의 네이버 지식쇼핑을 네이버 통합검색으로 제공하지 않았다.

<모델명 검색: 특정상품명(캐논 600d)을 검색하는 경우
네이버 통합검색에 네이버 지식쇼핑이 함께 제공되는 모습>



나) 네이버 부동산

네이버 부동산(land.naver.com)은 부동산 중개업자 등으로부터 광고료 등을 받고 취득한 부동산 매물DB, 부동산 뉴스, 부동산 경매정보 등을 취합하여 사용자에게 제공하는 부동산매물 광고서비스이다.

신청인 네이버비즈니스플랫폼⁸⁾은 부동산 중개업자, 부동산 소유자 등이 네이버 부동산에 부동산 매물DB를 등록하는 경우에 일정금액을 광고료로 지불받는다.⁹⁾ 광고료 지급방식은 6개월 기간제 방식과 부동산 매물 건당 결제방식으로 크게 구분된다.

신청인 네이버는 2005년 1월경부터 네이버 부동산 서비스를 통

8) 신청인 네이버가 2004년 하반기부터 신청인 네이버비즈니스플랫폼이 설립된 2009년 5월까지 네이버 부동산을 운영했다.

9) 신청인 네이버비즈니스플랫폼은 2009년경부터 현재(2013년 8월)자신이 직접 또는 대행사를 통해 부동산 매물정보를 확보하기 시작했으나, 앞으로는 부동산정보 전문회사를 통해서만 부동산 매물정보를 제공받겠다고 발표하였다.(2013년 8월말 발표)

합검색 컬렉션으로 구성하여¹⁰⁾ 네이버 통합검색으로 제공되도록 하였다. 즉, 신청인 네이버는 2004년 하반기부터 사용자에게 네이버 통합검색 방식을 통해 정보검색결과와 네이버 부동산을 함께 제공하였다.¹¹⁾

신청인 네이버¹²⁾이 네이버 통합검색을 통해 정보검색결과와 함께 네이버 부동산을 제공하는 모습은 대표형 검색, 단지리스트형 검색, 단지형 검색, 지도형 검색, 매물형검색 등으로 구분할 수 있으며, 그 구체적인 모습은 아래와 같다. 특히 신청인 네이버는 네이버 부동산이 광고료 등을 수취하는 유료 전문서비스임에도 이에 대한 아무런 기재도 하지 않았다.

**< 대표형 검색 : 부동산 일반(부동산)을 검색하는 경우
네이버 통합검색에 네이버 부동산이 함께 제공되는 모습 >**



- 10) 신청인 네이버는 2003년 4월경부터 네이버 부동산 서비스를 시작하였고, 2005년 1월경 통합검색 컬렉션으로 구성하여 통합검색으로 제공되도록 하였다.
- 11) 부동산 허위매물 문제로 인하여 2008년 상반기부터 2009년 10월까지 일시적으로 네이버 부동산 서비스가 중단되기도 하였다.
- 12) 네이버 부동산을 운영하는 것은 신청인 네이버비즈니스플랫폼이지만, 네이버 통합검색을 통해 네이버 부동산이 노출되는 것은 컬렉션 랭킹 알고리즘의 문제로 신청인 네이버가 담당한다.

< 단지리스형 검색: 단지리스트(래미안)를 검색하는 경우 네이버 통합검색에 네이버 부동산이 함께 제공되는 모습 >

The screenshot shows the Naver search results for the keyword '래미안'. The search bar at the top contains '래미안'. Below the search bar, there are several tabs and filters. The main content area displays a list of real estate listings, including '래미안 수지 이스터파크' and '래미안 마포 힐스테이트'. A red '생략' (Omit) button is visible in the center of the page.

< 단지형 검색: 단지(잠실 파크리오)를 검색하는 경우 네이버 통합검색에 네이버 부동산이 함께 제공되는 모습 >

The screenshot shows the Naver search results for the keyword '잠실 파크리오'. The search bar at the top contains '잠실 파크리오'. Below the search bar, there are several tabs and filters. The main content area displays a list of real estate listings, including '잠실 파크리오' and '잠실 파크리오'. A red '생략' (Omit) button is visible in the center of the page.

< 지도형 검색: 지역 부동산(개포동 아파트)을 검색하는 경우
네이버 통합검색에 네이버 부동산이 함께 제공되는 모습 >

개포동 아파트

개포동아파트 재건축 우정출판 cafe.naver.com/tstwoojung
개포동아파트 재건축 개포주공 1, 2, 3, 4단지, 서울 실시간 매물정보제공, 상담완료

개포동아파트 재건축 블로그 blog.naver.com/simdong
개포동아파트 재건축 실무경력자가 알려준다, 재건축 투자기법, 매매 등 실무사례

개포동아파트 한울공인중개 hanwoolrealestate.com/
개포동아파트 전문 강남 서초 아파트전문 전문중개업의 차별화된 서비스

개포동아파트 전문 부동산 www.dong-haeng.co.kr
특시 마일리지 강남전문 책임중개 발로 뛰는 부동산 개포동아파트 전문

개포동아파트 전문 서울출판 cafe.naver.com/34117087
개포동아파트 전문 주공1,2,3,4,시영 재건축 아파트 전문, 실시간시세 및 전월상당

블론공인중개 개포동아파트 hamptonasset.co.kr
개포동아파트 전문 강남서초 아파트 매매 임대 전문 선전화한 고객맞춤서비스

이시계직업이신나과 집착친구들 www.y24.co.kr
개포동아파트 이사업체, 무료견적만 방아도 개포트론 사운즈 100% 지급이벤트.

상도동 현대엘리빌 경수저 blog.naver.com/tstdlgk
즉시입주 가능, 전세가 폭등 내집마련기회, 모험하우스 및 방문예약은 여쭙습니다.

개포동재건축이시기개포동아파트 blog.naver.com/goodm1010
개포동아파트 개포주공 1, 2, 3, 4, 시영 개포동정보, 개포재건축 상담완료

개포동아파트 GS주력건설 www.gsvill.net
개포동아파트, 산속, 녹음, 아파트, 급매물, 고적만족도 20주년 80이벤트!

부동산
"서울특별시 강남구 개포동"의 "아파트" 정보입니다.

단지
한티역
대치역
개포동역
개포1동
개포2동
개포3동
개포4동
개포5동
개포6동
개포7동
개포8동
개포9동
개포10동
개포11동
개포12동
개포13동
개포14동
개포15동
개포16동
개포17동
개포18동
개포19동
개포20동
개포21동
개포22동
개포23동
개포24동
개포25동
개포26동
개포27동
개포28동
개포29동
개포30동
개포31동
개포32동
개포33동
개포34동
개포35동
개포36동
개포37동
개포38동
개포39동
개포40동
개포41동
개포42동
개포43동
개포44동
개포45동
개포46동
개포47동
개포48동
개포49동
개포50동
개포51동
개포52동
개포53동
개포54동
개포55동
개포56동
개포57동
개포58동
개포59동
개포60동
개포61동
개포62동
개포63동
개포64동
개포65동
개포66동
개포67동
개포68동
개포69동
개포70동
개포71동
개포72동
개포73동
개포74동
개포75동
개포76동
개포77동
개포78동
개포79동
개포80동
개포81동
개포82동
개포83동
개포84동
개포85동
개포86동
개포87동
개포88동
개포89동
개포90동
개포91동
개포92동
개포93동
개포94동
개포95동
개포96동
개포97동
개포98동
개포99동
개포100동

< 매물형 검색: 매물(30평대 전세 아파트)을 검색하는 경우
네이버 통합검색에 네이버 부동산이 함께 제공되는 모습 >

30평대 전세

연관검색어: 아파트 30평 전세 아파트 전세 개포동 전세 개포동 전세

자식IN
구현(30평대 전세)는 얼마인가요? 22시간전
구현(30평대 전세)는 얼마인가요?
부동산 > 임대차 > 전세 > 답변수 1 > 추천수 0 > 조회수 15

30평대 전세 시세가 대략 어느 정도인가요? 2013.05.29
30평대 전세 시세가 대략 어느 정도인가요? 서초동 앞 32평 아파트 전세 시세가 4억에서 4억5천정도 됩니다
서울특별시 > 서초구 > 서초동 > 답변수 1 > 추천수 0 > 조회수 132

30평대 전세 시세가 어느정도 되나요? 2013.01.18
30평대 전세 시세가 어느정도 되나요? 시세정보를 알고싶으시다면, 외부들 근처 부동산
30평대 전세 시세가 어느정도 되나요? 서초동 앞 32평 아파트 전세 시세가 4억에서 4억5천정도 됩니다
서울특별시 > 서초구 > 서초동 > 답변수 1 > 추천수 0 > 조회수 92

부동산
"서울특별시 강남구 개포동"의 "30평대 전세" 정보입니다.

매물 시세 임대
다른지역 보기 시/도 시/구/군 읍/면/동 검색

전세 (58787) 전세 (15831) 전세 (14550) 단위 (㎡, 만원)

가매	소재지	단지명	면적	매물가	평	종
전세	산도림동	산도림1차푸른지오 [현장확인]	105/71	30,000	103	중/30
전세	상도동	상도영교타운엘스튜디오... [현장확인]	109/85	40,000	208	-/18
전세	상도동	상도영교타운엘스튜디오... [현장확인]	112/84	38,000	207	-/20
전세	암사동	선사현대 [현장확인] [현장확인]	113/82	34,000	105	-/25
전세	상도동	상도영교타운엘스튜디오... [현장확인]	112/84	40,000	204	중/20

네이버 부동산이 검증된(의뢰한)에게 확인한 매물입니다. [현장확인]

매물찾기 어려울 땐 네이버 맞춤매물

부동산 더보기

다) 네이버 영화

네이버 영화(movie.naver.com)는 사용자에게 감독·출연진 등 영화DB, 영화에 대한 평가DB를 제공할 뿐만 아니라 영화표를 예매할 수 있도록 해주는 중개서비스(이하 “영화예매 중개서비스”라 한다)이다.

신청인 네이버는 사용자에게 영화예매 중개서비스를 제공하기 위해 예스24와 제휴계약을 체결하였고, 사용자가 네이버 영화를 통해 영화표를 구매하는 경우 예스24로부터 일정비율의 중개수수료를 지급받는다.

신청인 네이버는 2003년 9월경부터 네이버 영화 서비스를 통합검색 컬렉션으로 구성하여¹³⁾ 네이버 통합검색으로 제공되도록 하였다. 즉, 신청인 네이버는 2003년경부터 사용자에게 네이버 통합검색 방식을 통해 정보검색결과와 네이버 영화를 함께 제공하였다.

신청인 네이버가 네이버 통합검색을 통해 정보검색결과와 함께 네이버 영화를 제공하는 구체적인 모습은 아래와 같다. 특히 신청인 네이버는 네이버 영화가 중개수수료를 등을 수취하는 유료 전문서비스임에도 이에 대한 아무런 기재도 하지 않았다.

13) 신청인 네이버는 2002년 9월경부터 네이버 영화를 시작하였고, 2003년 9월경부터 통합검색 컬렉션으로 구성하여 통합검색으로 제공되도록 하였다.

< 영화 관련 검색어(설국열차)를 검색하는 경우 네이버 통합검색에 네이버 영화가 함께 제공되는 모습 >

The screenshot shows the Naver search results for the movie '설국열차' (Snowpiercer). The main content area displays the movie's title, cast, and a brief synopsis. On the right side, there is a list of related movies, including '영화속바라볼', '영화감기', '영화설국열차', '다 테러 라이브', '명탐정 코난:수평선상의 음모', '영화 은밀하게 위대하게', '메리: 숲속의 전설', '연어의정원', '영화터보', and '레드: 더 레전드'.

라) 네이버 책

네이버 책(book.naver.com)은 국내 온라인 도서물로부터 판매가격 등 도서의 주요DB를 취합하여 사용자에게 제공할 뿐만 아니라 사용자를 당해 도서물로 중개해주는 도서가격 비교 및 도서판매 중개서비스(이하 “도서가격 비교서비스” 라고 한다)이다.

신청인 네이버는 도서가격 비교서비스를 위해 DB연동 제휴계약이 체결된 교보문고, 영풍문고, 반디앤루니스 등 도서물로부터 책 소개, 저자, 목차, 판매가격 등의 DB를 주기적으로 제공받고 있다. 또한 신청인 네이버는 사용자를 도서물로 중개하고 사용자가 제휴 도서물에서 도서를 구입하는 경우 판매가격 대비 일정비율의 중개수수료를 지급받는다.

신청인 네이버는 2004년 9월경부터 네이버 책 서비스를 통합검색 컬렉션으로 구성하여¹⁴⁾ 네이버 통합검색으로 제공되도록 하였다. 즉 신

청인 네이버는 2004년 7월경부터 사용자에게 네이버 통합검색 방식을 통해 정보검색결과와 네이버 책을 함께 제공하였다.

신청인 네이버가 네이버 통합검색을 통해 정보검색결과와 함께 네이버 책을 제공하는 구체적인 모습은 아래와 같다. 특히 신청인 네이버는 네이버 책이 중개수수료를 등을 수취하는 유료 전문서비스임에도 이에 대한 아무런 기재도 하지 않았다.

< 도서 관련 검색어(색채가 없는 다자키 쓰쿠루와 그 순례의 해)를 검색하는 경우 네이버 통합검색에 네이버 영화가 함께 제공되는 모습 >

The screenshot shows a Naver search interface. At the top, the search bar contains the text '색채가 없는 다자키 쓰쿠루와 그의 순례의 해'. Below the search bar, there are two tabs: '연관검색어' and '책'. The '책' tab is selected, showing a list of books. The first book listed is '색채가 없는 다자키 쓰쿠루와 그가 순례를 떠난 해' by Murakami Haruki, published by Minumsa in July 2013. It has a rating of 7.94 and a price of 13,320 won (10% discount). The second book is '色彩を持たない多崎つくると、彼の巡禮の年 [単行本]' by Murakami Haruki, published by Munhak Joonmu in April 2013. It has a rating of 0.0 and a price of 20,650 won (19% discount). The third book is '우먼센스' by Seoul Munhwa Sa, published in August 2013. It has a rating of 0.0 and a price of 8,910 won (10% discount). The search results also show a '뉴스' section with a link to '색채가 없는 다자키 쓰쿠루와 그가 순례를 떠난 해(일본소설) 1위'.

마) 네이버 뮤직

네이버 뮤직(music.naver.com)은 사용자에게 디지털음원 판매(MP3 다운로드, 스트리밍, BGM서비스)¹⁴⁾ 및 음악해설 등 음악DB를 제공하는 디지털음원 판매서비스이다.

14) 신청인 네이버는 2004년 9월경부터 네이버 책 서비스를 시작하였고, 그 무렵부터 통합검색 컬렉션으로 구성하여 통합검색으로 제공되도록 하였다.

15) 신청인 네이버는 CJ E&M으로부터 디지털음원을 구매한다.

신청인 네이버는 2005년 1월경부터 네이버 뮤직 서비스를 통합 검색 컬렉션으로 구성하여¹⁶⁾, 네이버 통합검색으로 제공되도록 하였다. 즉, 신청인 네이버는 2005년 1월경부터 사용자에게 네이버 통합검색 방식을 통해 정보검색결과와 네이버 뮤직을 함께 제공하였다.

신청인 네이버가 네이버 통합검색을 통해 네이버 뮤직을 제공하는 구체적인 모습은 아래와 같다. 특히 신청인 네이버는 네이버 뮤직이 신청인 네이버가 직접 음원을 판매하는 유료 전문서비스임에도 이에 대한 아무런 기재도 하지 않았다.

**< 음악 관련 검색어(강승윤 노래듣기)를 검색하는 경우
네이버 통합검색에 네이버 뮤직이 함께 제공되는 모습 >**

강승윤 노래듣기
검색
상세검색 ~
저품질 신고

파워링크 클릭초이스 등록 >

[강승윤노래듣기](#) [www.mnet.com](#)
강승윤노래듣기, 강승윤 싱글앨범, 1개월 무한음악리필, 최대39% 할인!

[무료음악선물 몽키3](#) [www.monkey3.co.kr](#)
강승윤 신곡 비가 온다 바로듣기, 음원다운로드, 무료음원제공, 무제한스트리밍.

뮤직



망도록 듣기 가사 뮤직비디오 (MP3) 라디오 MP3+

같은 강승윤 나도 너를 사랑해 * 그리곤 키스했어 사랑할 수 있어서 진짜 좋다 너만 보게... 없는 강승윤 바람 피면 죽는다 * 그 순간 더 이랬어 사랑할 수 있어서 진짜 좋다 너만 보게... [더보기](#)

강승윤 | 작사 김희탈 작곡 최필강 ... 편곡 최필강 ... | 앨범 망도록 | 발매 2013.08.14



비가 온다 듣기 가사 (MP3) 라디오 MP3+

강승윤 | 작사 장지원 ... 작곡 장석준 ... 편곡 장석준 | 앨범 비가 온다 | 발매 2013.07.16



Wild And Young 듣기 가사 뮤직비디오 (MP3) 라디오 MP3+

강승윤 | 작사, 작곡, 편곡 Teddy | 앨범 Wild And Young | 발매 2013.07.31



분능적으로 (강승윤 Rap Ver.) 듣기 가사 (MP3) 라디오 MP3+

강승윤 | 작사, 작곡 윤종신 편곡 정지찬 | 앨범 슈퍼스타K 4 | 발매 2012.10.25



분능적으로 (Feat. Swings) 듣기 가사 (MP3) 라디오 MP3+

강승윤 | 작사, 작곡 윤종신 편곡 정지찬 | 앨범 슈퍼스타K2 Up To... | 발매 2010.11.08

[뮤직 더보기](#)

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

¹⁶⁾ 신청인 네이버는 2003년 3월경부터 네이버 뮤직 서비스를 시작하였고, 2005년 1월 경부터 통합검색 컬렉션으로 구성하여 통합검색으로 제공되도록 하였다.

2. 계열사에 대한 인력지원 (신청인 네이버)

가. 행위사실

신청인 네이버는 2011. 1. 1부터 2013. 7. 31.까지 자기 회사 소속 직원 4명을 계열회사인 오렌지크루 주식회사에 파견하여 전적으로 오렌지크루의 업무에 종사하게 하면서 동 파견인력에 대한 인건비 3억 7,488만원을 부담하였다. 그 구체적인 내역은 아래와 같다.

신청인 네이버의 오렌지크루에 대한 인력 파견현황

(단위 : 천원)

파견자	파견기간	파견목적	인건비 부담액
오○○	2011.1.1.~2013.7.31	재무 및 회계 총괄	262,259
김○○	2013.1.1.~2013.7.31	게임사업 기획	37,455
오□□	2013.1.1.~2013.7.31	게임 분석 및 기획	38,480
조○○	2013.1.1.~2013.7.31	스마트폰게임 기획	36,689
합 계			374,883

나. 적용 가능한 법 조항

☐ 법 제23조 제1항 제7호, 법 시행령 제36조 제1항 관련 [별표 1의2] 제 10호 다목

3. 키워드광고와 정보검색결과의 불명확한 구분 (신청인 NBP)

가. 행위사실

신청인 네이버비즈니스플랫폼은 2011. 1. 1.부터 현재까지 네이버 통합검색 노출화면에 “파워링크”, “비즈사이트”라는 컬렉션을 구성하여, “파워링크”와 “비즈사이트”영역에 키워드광고를 노출하였다.¹⁷⁾

통합검색은 온라인 사용자의 질의에 대하여 적합한 유형의 정보를 웹문서, 뉴스, 블로그 등 유형별로 구분하여 이를 한꺼번에 정보검색결과로 제공하는 방식이다.

신청인 네이버비즈니스는 정보검색결과가 제공되는 통합검색 노출화면에서 정보검색결과가 아닌 “파워링크”와 “비즈사이트”를 제공하면서, 컬렉션 명칭인 파워링크, 비즈사이트 옆에 작게 “AD”라고 기재만 하였다. 그리고 사용자가 작게 기재된 AD위에 마우스 커서를 가져가면 “아래 검색결과는 광고입니다”라는 문구가 나타나도록 하였다.

정보검색결과와 함께 정보검색결과가 아닌 “파워링크”, “비즈사이트”가 노출되는 모습은 구체적으로 아래와 같다.

17) 키워드 광고주의 노출순위가 1번부터 10번인 경우에는 “파워링크”에, 11번부터 15번에 해당하는 경우에는 “비즈사이트”로 노출된다. 예를 들어, 특정 키워드에 대하여 입찰에 참여한 사람이 7명에 불과한 경우에는 “파워링크”만 노출되고, “비즈사이트”는 노출되지 않는다. 입찰에 참여한 광고주의 노출순위는 순위지수(RI, Ranking Index)로 결정되며, 순위지수는 최대 클릭비용(광고주의 입찰가)×품질지수(QI, Quality Index)로 결정된다. 품질지수는 키워드와 광고문안의 연관성, 광고주 페이지의 품질, 광고 클릭율 등을 고려한다.

[illegible][illegible]

나. 적용 가능한 법 조항

- 법 제23조 제1항 제3호, 법 시행령 제36조 제1항 관련 [별표 1의2] 제 4호 나목

4. 키워드광고 대행사에 대한 이관제한 정책 실시 (신청인 NBP)

가. 행위사실

1) 이관제한 정책 실시

신청인 네이버비즈니스플랫폼은 2011년 1월경부터 현재까지 키워드광고 대행사 영업정책인 NAP(NHN Business Agent Policy)를 통해 대행사에게 특정 대행사가 관리하는 광고주 계정 또는 광고주가 직접 운영하는 광고주 계정에 대해 영업을 하여 자신의 고객으로 전환하는 이관영업에 제한을 가하는 이관제한 정책을 실시하였다.

< 신청인 NBP내부문건 (NHN Business Agent Policy 2011. 4.) >

NAP NBP Agency Policy

4.1. 기본 이관 개수 산정 기준

1) 전 분기 월 평균 매출액 기준으로, 아래와 같이 해당월의 이관 요청접수 개수를 각 대행사 별로 한정한다.

매출금액 (분기 기준 월 평균)	이관 쿼터	Demerit	매출금액 (분기 기준 월 평균)	이관 쿼터	Demerit
~ 5천만 미만	-	-	16억 이상 ~ 17.5억 미만	14개	- 3 개
5천만 이상 ~ 1억 미만	3개	- 1 개	17.5억 이상 ~ 19억 미만	15개	- 3 개
1억 이상 ~ 2.5억 미만	4개	- 1 개	19억 이상 ~ 20.5억 미만	16개	- 4 개
2.5억 이상 ~ 4억 미만	5개	- 1 개	20.5억 이상 ~ 22억 미만	17개	- 4 개
4억 이상 ~ 5.5억 미만	6개	- 2 개	22억 이상 ~ 23.5억 미만	18개	- 4 개
5.5억 이상 ~ 7억 미만	7개	- 2 개	23.5억 이상 ~ 25억 미만	19개	- 4 개
7억 이상 ~ 8.5억 미만	8개	- 2 개	25억 이상 ~ 26.5억 미만	20개	- 4 개
8.5억 이상 ~ 10억 미만	9개	- 2 개	26.5억 이상 ~ 28억 미만	21개	- 5 개
10억 이상 ~ 11.5억 미만	10개	- 2 개	28억 이상 ~ 30억 미만	22개	- 5 개
11.5억 이상 ~ 13억 미만	11개	- 3 개	30억 이상	+10억당 6개씩 증가	- 5 개
13억 이상 ~ 14.5억 미만	12개	- 3 개			
14.5억 이상 ~ 16억 미만	13개	- 3 개			

NAP(NHN Business Agent Policy)은 신청인 네이버비즈니스플랫폼이 대행사와 키워드광고 대행계약을 체결하면서, 부속계약 형식으로 교부·날인하는 영업정책이다. 대행사가 NAP의 규정을 준수하지 않으면 NAP 페널티 조항에 따라 해당직원의 사유서 제출, 계약의 즉시해지 등의 조치를 당한다.

대행사가 신청인 네이버비즈니스플랫폼의 이관제한 정책을 준수하지 않으면, 1회 적발될 경우마다 별점으로 1~2점을 부여했다. 별점이 부여될 때마다 대행사 직원은 사유서를 제출해야 하며, 1년간 누적점수가 3점 이상이면 프로모션 제외, 이관허용갯수 제한, 5점인 경우에는 광고대행계약 미연장 사유로 고려, 6점 이상인 경우에는 대행계약의 즉시해지 사유에 해당한다.

< 신청인 NBP내부분건 (NHN Business Agent Policy 2011. 4.) >

4.6. 이관부정행위

‘9. 대행사 Penalty 정책’을 따른다.

... (중략) ...

9.5. Penalty 관리방안

- 1) 관리기간: 페널티는 부여시점부터 12개월이 경과된 때 소멸됨
 - 2) 관리방식: 사안의 경중에 따라 최대 6점~최저 1점의 항목별 Penalty점수 부여
 - 3) Penalty 항목 및 점수
- ... (중략) ...

항목	행위내용	예시	Penalty
허위/사기 이관	<ul style="list-style-type: none"> • 광고주 이관 의사에 반하는 불법 이관 행위 • 이관 전 광고주의 동의없는 키워드 삭제행위 • NAP 이관정책 위반 	강요, 서류조작, 이관 전 키워드 대량 삭제	2~1점

... (중략) ...

9.6 Penalty 부여 조치사항

- 1) 매회 적발 시: 경고 처리 및 행위 직원의 사유서 제출
- 2) 12개월 내 Penalty 누적점수 3점 이상일 경우: 프로모션 배제, 이관개수 Demerit 적용
- 3) 12개월 내 Penalty 누적점수 5점일 경우: 계약 미연장 사유로 고려
- 4) 12개월 내 Penalty 누적점수 6점 이상일 경우: 즉시 계약해지
- 5) 합의한 누적기간 내 동일한 사유로 인해 Penalty를 2회 부여 받은 경우 적발된 달로부터 익월까지 이관 불허

... (중략) ...

2013년 8월 현재 신청인 네이버비즈니스플랫폼의 이관제한 정책은 대행사의 전 분기 매출실적에 따라 이관쿼터 및 포인트를 부여하고, 대행사는 이관쿼터 및 포인트의 범위 내에서 광고비를 지불한 광고주만을 이관할 수 있도록 하였다.

대행사가 이관을 요청하면 대행사가 부여받은 이관 쿼터는 광고주계정 1개당 1개가 소진되며, 이관 포인트는 광고주의 월평균 과금액에 따라 차등적으로 소진된다. 즉, 이관 쿼터는 월 별로 각 대행사에 부여되는 이관이 가능한 광고주의 수를 말하는 것이다. 예를 들어 A대행사에 월 10개의 이관 쿼터가 있을 경우 한 달 동안 10개의 광고주를 이관해 올 수 있다.

한편 이관 포인트는 분기별로 각 대행사에 부여되는 점수로, 광고주의 직전 3개월의 월 평균 과금액에 따라 차등적으로 소진된다. 예를 들어 B대행사가 특정광고주(직전 3개월 월 평균 1천만원 광고비 소진)을 이관해올 때는 1쿼터와 10포인트가 소진된다. 즉, 해당 대행사에 1이관 쿼터와 10이관 포인트 이상이 있어야 광고주 이관이 가능한 것이다.

2013년 8월 현재 기준 이관 쿼터와 이관 포인트는 아래와 같다.

2013년 8월 기준 대행사 이관 쿼터와 이관 포인트

광고주 월평균 과금액 (이관 전 3개월 기준, 단위:원)	차감 이관쿼터	차감 이관포인트
~ 200만 미만	1개	1점
200만 이상 ~ 400만 미만	1개	3점
400만 이상 ~ 800만 미만	1개	5점
800만 이상 ~ 1,500만 미만	1개	10점
1,500만 이상 ~ 3,000만 미만	1개	20점
3,000만 이상 ~ 5,000만 미만	1개	30점
5,000만 이상 ~	1개	40점

2) 이관제한 정책 위반에 대한 제재

신청인 네이버비즈니스플랫폼은 2011. 2. 1. 대행사인 □□□□ □□□가 이관정책을 위반하여 신규계정을 생성한 행위에 대하여 벌점 1점

을 부과한 것을 비롯하여, 아래와 같이 16회에 걸쳐 대행사에게 벌점을 부과하였다.

부여일	대행사명	벌점	페널티 부여 사유	비 고
2011.02.01	□□□□□□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2011.02.07	□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2011.03.28	□□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2011.03.28	□□□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2011.03.28	□□□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2011.03.28	□□□□	2	이관정책 및 대대행 위반	변칙영업(신규계정생성)
2011.04.26	□□□□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2011.04.27	□□□□□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2011.06.01	□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2011.06.08	□□□□	2	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2011.10.11	□□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2011.10.12	□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2011.11.10	□□□□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2012.05.30	□□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2012.11.09	□□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)
2013.02.14	□□□□□□□	1	이관정책 위반	변칙영업(신규계정생성)

한편, 벌점 누적점수가 3점 이상으로 이관쿼터와 이관포인트가 삭제되는 Demerit조치 이상을 부여받은 대행사 현황은 아래와 같다.

순번	대행사	위반내역	조치
1	□□	이관정책 위반 3점	Demerit
2	□□□□	이관정책 위반 2점 POS ID 관리 소홀 1점	Demerit
3	□□□	이관정책 위반 2점 대대행 위반 1점	Demerit
4	□□□□	대대행 위반 2점 이관정책위반 1점	Demerit
5	□□□□□□	허위영업 1점 광고주 미동의 영업권 설정 1점 이관정책위반 1점	Demerit

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] 제7호 나목

5. 네트워크 키워드광고 제휴계약 체결 시 우선협상권 요구 (신청인 NBP)

가. 행위사실

1) 네트워크 키워드광고 제휴계약을 체결하면서 신규 광고영역에 대한 우선협상권 요구

신청인 네이버비즈니스플랫폼은 2010. 3. 15. □□□□□□과 □□□□□□ 사이트의 일부영역을 광고매체로 이용하여 신청인 네이버비즈니스플랫폼의 키워드광고서비스를 노출하기로 하는 키워드광고서비스계약¹⁸⁾을 체결하면서 “□□□이 □□□ 사이트에서 신규 서비스(신규 광고영역)를 제공하는 경우 키워드광고서비스 제공에 대해 NBP와 우선적으로 협의를 진행하여야 한다(이하 ‘우선협상권 요구’ 라고 한다)” 는 조항을 설정하였다.

□□□□□□이 신청인 네이버비즈니스플랫폼의 우선협상권 요구를 받아들이지 않으면, 신청인 네이버비즈니스플랫폼은 키워드광고서비스 계약을 해지할 수 있었다.

신청인 네이버비즈니스플랫폼은 □□□□□□이와의 광고매체사와 네트워크 키워드광고 제휴계약을 체결하면서도 광고매체사가 신규 서비스(신규 광고영역)를 제공하는 경우, 신청인 네이버비즈니스플랫폼에게 우선협상권을 가질 수 있도록 계약조건을 설정하였다. 구체적인 내용은 아래와 같다.

18) 이러한 제휴계약이 “네트워크 키워드광고 제휴계약”에 해당한다.

순번	계약상대방	계약일	조항
1	□□□□□□	‘10.03.15.	제5조 (□□□의 권리와 의무) 6. □□□이 □□□사이트에서 신규 서비스를 제공하는 경우 키워드광고서비스 제공에 대해 NBP와 우선적으로 협의를 진행하여야 한다. 다만, □□□은 NBP와의 협의가 이루어지지 않는 경우 제3자로부터 키워드광고서비스를 제공받을 수 있다.
			제15조 (계약종료 및 효과) 2. 상대방의 중대한 의무 불이행이 있을 경우 일반 당사자는 상대방에게 14일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면의 일방적인 의사표시로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.
2	□□□□□□	‘10.03.15.	제5조(□□의 권리와 의무) 6. □□은 □□사이트에서 신규 서비스를 제공하는 경우 키워드광고서비스 제공에 대해 NBP와 우선적으로 협의를 진행하여야 한다. 다만, □□은 NBP와의 협의가 이루어지지 않는 경우 제3자로부터 키워드광고서비스를 제공받을 수 있다.
			제15조 (계약종료 및 효과) 6. 상대방의 중대한 의무 불이행이 있을 경우 일반 당사자는 상대방에게 14일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면의 일방적인 의사표시로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.
3	□□□□□□	‘12.05.01.	제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 또는 제휴사사이트와 관련하여 신규 서비스를 제공하는 경우 주식회사엔비스타를 제외하고 NBP는 신규 서비스에서 키워드광고서비스 제공에 대한 우선협상권리를 갖는다. 다만, 제휴사는 NBP와 협의가 이루어지지 않는 경우 제3자로부터 키워드광고서비스를 제공받을 수 있다.
			제15조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일반 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에

			적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.
4	□□□□□□	'10.12.14.	<p>제4조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다.</p> <p>제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.</p>
5	□□□□□□	'11.01.18.	<p>제4조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다.</p> <p>제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.</p>
6	□□□□□□	'11.07.29.	<p>제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다</p> <p>제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.</p>
7	□□□□□□	'11.08.01.	<p>제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규서비스에서 키워드광고서비스를</p>

			<p>우선 제공할 권리를 갖는다</p> <p>제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.</p>
8	□□□□	'11.09.23.	<p>제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다</p> <p>제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.</p>
9	□□□	'12.01.01.	<p>제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다</p> <p>제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.</p>
10	□□□□	'12.01.01.	<p>제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규서비스에서 키워드광고서비스를 우선 협상할 권리를 갖는다</p> <p>제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을</p>

			정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.
11	□□□□	'12.01.01.	제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 또는 제휴사사이트와 관련하여 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규 서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다
			제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.
12	□□□□	'12.01.19.	제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 또는 제휴사사이트와 관련하여 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규 서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다
			제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.
13	□□□□□□	'12.07.01.	제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다
			제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.

14	□□□	'12.07.01.	제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 또는 제휴사사이트와 관련하여 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규 서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다
			제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.
15	□□□□	'12.10.05.	제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 또는 제휴사사이트와 관련하여 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규 서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다
			제14조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.
16	□□□□	'12.11.01.	제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 또는 제휴사사이트와 관련하여 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규 서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다
			제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.
17	□□□□	'12.12.01.	제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 또는 제휴사사이트와

			<p>관련하여 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규 서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다</p> <p>제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.</p>
18	□□□□	'12.12.01.	<p>제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 또는 제휴사사이트와 관련하여 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규 서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다</p> <p>제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.</p>
19	□□□□□□	'12.12.26.	<p>제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 또는 제휴사사이트와 관련하여 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규 서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다</p> <p>제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.</p>
20	□□□□□□ □□□	'13.01.01.	<p>제5조(NBP의 권리와 의무) 4. 제휴사가 제휴사사이트에서 또는 제휴사사이트와 관련하여 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규 서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다</p> <p>제16조 (계약해지) 2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경</p>

			<p>우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.</p>
21	□□□□□□	'12.12.21.	<p>제5조(NBP의 권리와 의무)</p> <p>4. 제휴사가 제휴사사이트에서 또는 제휴사사이트와 관련하여 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규 서비스에서 온라인광고서비스 제공에 대해 우선 협상할 수 있다.</p>
			<p>제14조 (계약해지)</p> <p>2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.</p>
		'13.02.01.	<p>제5조(NBP의 권리와 의무)</p> <p>4. 제휴사가 제휴사사이트에서 또는 제휴사사이트와 관련하여 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규 서비스에서 키워드광고서비스 제공에 대해 우선협상할 수 있다</p>
			<p>제15조 (계약해지)</p> <p>2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.</p>
22	□□□□	'13.04.01.	<p>제5조(NBP의 권리와 의무)</p> <p>4. 제휴사가 제휴사사이트에서 또는 제휴사사이트와 관련하여 신규 서비스를 제공하는 경우 NBP는 신규 서비스에서 키워드광고서비스를 우선 제공할 권리를 갖는다</p>
			<p>제16조 (계약해지)</p> <p>2. 상대방의 본 계약상 의무의 중대한 위반이 있을 경우 일방 당사자는 상대방에게 [15]일 이상의 기간을 정하여 서면으로 그 시정을 통지하고, 동 기간 내에 적절한 회답이나 시정조치가 없을 경우 상대방에 대한 서면 통지로서 본 계약을 즉시 해지할 수 있다.</p>

2) 우선협상권 요구로 신규 광고영역을 확보한 사례

신청인 네이버비즈니스플랫폼은 2013. 4. 22. □□□의 모바일매체 검색영역 및 카테고리 페이지에 대하여 우선협상권을 행사하여, 신규 광고영역을 확보한 것을 비롯하여, 8개 광고매체사에 우선협상권을 행사하여 신규 광고영역을 확보하였다.

제휴사	적용일	내 용
□□□	2013-04-22	모바일매체 검색 및 카테고리 페이지 광고 적용
	2013-07-22	모바일매체 상품상세 페이지 광고 적용
□□□□	2013-05-27	열린쇼핑정보 광고 적용
□□□	2012-06-15	상품상세 페이지 광고 적용
□□	2013-05-14	상품상세 페이지 광고 적용
□□□□□	2013-05-02	모바일매체 검색 및 카테고리 페이지 광고 적용
	2013-06-10	모바일매체 상품상세페이지 광고 적용
□□□□	2013-05-14	모바일매체 검색페이지 광고 적용
□□□□□	2013-06-17	인포그래픽 섹션, 커뮤니티 섹션, 만화 섹션, 검색페이지에 광고 적용
□□□□	2013-08-05	모바일매체 검색페이지 광고 적용

나. 적용 가능한 법 조항

□ 법 제23조 제1항 제5호, 법 시행령 제36조 제1항 관련 [별표 1의2] 제 7호 가목

Ⅲ. 시정방안의 내용 및 이행계획¹⁹⁾

1. 요약

구 분	주 요 내 용	구 체 적 방 안	
행위중지 등 경쟁질서 회복을 위한 시정방안	유료 전문서비스 (책, 뮤직, 영화, 지식쇼핑, 부동산)	① 유료 전문서비스에 자사서비스임을 표기 ② 유료 전문서비스에 외부 링크 제공	
	검색광고	① 광고영역에 “...관련된 광고”임을 기재 ② 광고노출 기준에 대한 안내문 제시	
	이관제한 정책	이관제한 정책 폐지 (1년 유예)	
	우선협상권	우선협상권 조항 즉시 삭제	
	인력파견	파견상태 해소 또는 인력지원계약 체결	
	시정방안의 효력기간	○ 동의를결일로부터 3년경과 후 공정거래위원회에 시장상황 및 경쟁여건 변화 등을 감안하여 동의를결의 효력을 중지할 것을 요청할 수 있음	
거래질서의 적극적 개선과 소비자등 후생 제고를 위한 구제방안	공익법인 설립 및 기금출연 (3년간 200억원 출연)	<input type="checkbox"/> 목적 ○ 온라인산업의 공정경쟁 질서 확립과 중소기업자· 소비자 보호 및 긴급구제 <input type="checkbox"/> 주요 사업내용 ○ 온라인상에서의 부당한 표시광고 모니터링, 분쟁 발생 조정 및 관련 정책연구 등 수행 ○ 온라인 중소기업자에 대한 긴급구제자금 대출 ○ 소비자 피해신고센터 운영 및 긴급구제 등	
	소비자 등 후생제고와 상생지원 (3년간 현금 및 현물 300억원 집행)	소비자 (140억원)	○ 소비자 교육 및 공익캠페인 ○ 전자상거래 관련 산학지원 ○ 정부정책 등 홍보 ○ 관련학회 지원
		중소사업자 (160억원)	○ 중소기업자 지원 ○ 중소기업체 지원 ○ 중소기업주 지원
	출연계획 기금의 공정거래질서 확립 및 상생지원 위한 연계운용	○ 공정거래위원회 조사 계기로 중소기업인 희망재단에 출연계획인 500억원에 대하여는 상기 공익법인과 의 상호협력관계를 구축하여 공정경쟁질서 확립 및 중소업체 상생지원에 연계 운용	
이행 점검	공정거래위원회 또는 공정거래위원회가 지정하는 기관(신설 공익법인 등)이 이행점검		

19) 이하 시정방안의 내용 및 이행계획은 신청인 네이버(주)와 신청인 네이버비즈니스플랫폼(주)가 제출한 내용입니다.

2. 시정방안의 내용

가. 행위중지 등 경쟁질서 회복을 위한 시정방안

① 유료 전문서비스 (책, 뮤직, 영화, 지식쇼핑, 부동산)

- 통합검색결과 노출시 유료 전문서비스 컬렉션이 네이버 유료 전문서비스로부터 제공되는 정보임을 표시 : 컬렉션 명칭에 네이버 서비스임을 표시(ex. 네이버 책, 네이버 영화 등)하고 컬렉션 명칭 우측 안내마크①에 마우스오버하면 “ 본 검색결과는 네이버가 운영하는 …서비스의 …정보” 라는 안내문구 제시
- 유료 전문서비스에 대해 이용자가 용이하게 인식할 수 있는 위치에 “다른 사이트 더 보기” 링크 제공.

② 검색광고

- 통합검색 노출시 검색광고 영역 우측에 “…와 관련된 광고” 임을 표시하고 해당 영역에 음영 표시
- 안내마크①에 마우스오버하면 “이 광고는 …검색에 대한 연관성과 광고주 입찰가를 고려해 보여줍니다” 라는 안내문구 제시

<예시> 검색광고 시정방안 화면

The screenshot shows a Naver search results page for the keyword '체중감량' (Weight Loss). The page displays various search results, including sponsored ads. Annotations highlight specific search ad policies:

- Annotation 1: A box around the search results for '체중감량' with a note '이 광고는 "체중감량" 검색어에 대한 연관성과 광고주의 입찰가율 고려해 보여줍니다.' (This ad is shown considering relevance to the search term 'Weight Loss' and the advertiser's bid rate).
- Annotation 2: A box around the search results for '체중감량' with a note '이 광고는 "체중감량" 검색어에 대한 연관성과 광고주의 입찰가율 고려해 보여줍니다.' (This ad is shown considering relevance to the search term 'Weight Loss' and the advertiser's bid rate).
- Annotation 3: A box around the search results for '체중감량' with a note '이 광고는 "체중감량" 검색어에 대한 연관성과 광고주의 입찰가율 고려해 보여줍니다.' (This ad is shown considering relevance to the search term 'Weight Loss' and the advertiser's bid rate).
- Annotation 4: A box around the search results for '체중감량' with a note '이 광고는 "체중감량" 검색어에 대한 연관성과 광고주의 입찰가율 고려해 보여줍니다.' (This ad is shown considering relevance to the search term 'Weight Loss' and the advertiser's bid rate).
- Annotation 5: A box around the search results for '체중감량' with a note '이 광고는 "체중감량" 검색어에 대한 연관성과 광고주의 입찰가율 고려해 보여줍니다.' (This ad is shown considering relevance to the search term 'Weight Loss' and the advertiser's bid rate).
- Annotation 6: A box around the search results for '체중감량' with a note '이 광고는 "체중감량" 검색어에 대한 연관성과 광고주의 입찰가율 고려해 보여줍니다.' (This ad is shown considering relevance to the search term 'Weight Loss' and the advertiser's bid rate).
- Annotation 7: A box around the search results for '체중감량' with a note '이 광고는 "체중감량" 검색어에 대한 연관성과 광고주의 입찰가율 고려해 보여줍니다.' (This ad is shown considering relevance to the search term 'Weight Loss' and the advertiser's bid rate).
- Annotation 8: A box around the search results for '체중감량' with a note '이 광고는 "체중감량" 검색어에 대한 연관성과 광고주의 입찰가율 고려해 보여줍니다.' (This ad is shown considering relevance to the search term 'Weight Loss' and the advertiser's bid rate).
- Annotation 9: A box around the search results for '체중감량' with a note '이 광고는 "체중감량" 검색어에 대한 연관성과 광고주의 입찰가율 고려해 보여줍니다.' (This ad is shown considering relevance to the search term 'Weight Loss' and the advertiser's bid rate).
- Annotation 10: A box around the search results for '체중감량' with a note '이 광고는 "체중감량" 검색어에 대한 연관성과 광고주의 입찰가율 고려해 보여줍니다.' (This ad is shown considering relevance to the search term 'Weight Loss' and the advertiser's bid rate).

3 이관제한 정책

- 검색광고 대행사에 대한 이관제한 정책 폐지
- 단, 광고주 운영/관리 시스템 개발 및 변경, 관련 인력 채용, 대행사 정책변경에 따른 의견 수렴 절차 등에 상당한 기간이 필요하므로 동의의결일로부터 1년간 적용 유예

4 우선 협상권

- 매체사와 협의하여 “네트워크 키워드광고 제휴계약” 에서 우선 협상권 조항을 즉시 삭제
- 매체사가 우선 협상권 조항 삭제에 응하지 않는 경우에도 신청인은 계약기간 종료시점까지 우선 협상권을 행사하지 않음

5 인력파견

- 오렌지크루(주)에 대한 파견 인력의 파견상태를 해소하거나 파견계약을 통해 인건비를 정산

※ 신청인들은 본 행위중지 등 경쟁질서 회복을 위한 시정방안에 대해서 동의의결일로부터 3년경과 후 공정거래위원회에 시장상황 및 경쟁여건의 변화 등을 감안하여 동의의결의 효력을 중지할 것을 요청할 수 있음

나. 거래질서의 적극적 개선과 소비자 등 후생제고를 위한 구제방안

1 중소기업자·소비자보호 목적의 공익법인 설립 및 기금출연 (3년간 200억원 출연)

- ☐ (목적) 인터넷산업에서의 공정경쟁질서 확립과 중소기업자 및 소비자 보호, 긴급구제를 목적으로 하는 공익법인의 설립
- ☐ 조직 및 운영
 - 공익법인은 신청인과 독립된 사단법인(재단법인 설립이 가능하다면 재단법인)으로 공정거래위원회와 협의하여 설립
 - 공정거래 전문가와 사회적 신망있는 인사를 운영진으로 초빙하여, 객관성과 독립성 확보.

○ 주요 사업내용 및 기대효과

사 업 내 용	기 대 효 과
인터넷시장에서의 부당한 표시·광고에 대한 모니터링	온라인 산업 공정경쟁질서 확립 및 실질적인 소비자 보호와 지원
분쟁발생시 공익법인 예하의 자율조정기구에서 조정 및 권고	
인터넷거래에서의 소비자피해 신고센터 운영 및 긴급 구제 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> ① 인터넷 거래를 통해 발생한 소비자피해의 신고 접수 및 이에 대한 대응 및 예방책 마련 ② 소비자피해 중 피해회복을 기대하기 어려운 중대한 사안으로 기금의 일부를 활용하여 소비자(일부 서민가계)를 위해 긴급구제자금을 사용할 필요가 있다고 </div>	

<p>공익법인이 판단하는 경우, 기금의 일부를 재원으로 긴급구제자금 지원</p> <p>③ 공익법인은 해당 사안이 긴급구제에 적절한 사안인지에 대한 정책기준 및 자원 마련</p> <p>④ 구제대상에 대한 심사·집행 등을 담당</p>	
<p>인터넷거래에서의 중소기업자 긴급구제</p> <p>① 인터넷시장에서 활동 중인 중소기업자 중 경쟁질서의 급변 등으로 긴급 운영자금이 필요한 건전한 중소기업자에 대하여 심사를 거쳐 출자·대여 등의 긴급구제 자금 집행</p> <p>② 공익법인은 심사, 자원마련 계획의 수립·집행 등 담당</p>	중소사업자 실질적 지원효과
<p>인터넷시장에서 중소기업자에 대한 적법한 표시·광고 기준 자문, 가이드라인 마련, 정책연구</p>	
<p>기타 인터넷시장 참여자들을 위한 공정경쟁을 위한 교육, 정책마련, 자문업무 등</p>	공정경쟁질서 확립 및 법위반행위 예방효과

② 소비자 등 후생제고 및 중소기업자 상생지원 (3년간 300억원 집행)

□ 소비자 후생제고 및 중소기업자 상생지원을 목적으로 3년간 300억원에 상당하는 현금과 현물을 공익법인의 이행점검 하에서 집행

○ 구체적 집행내역

구 분	집 행 내 역
<p>소비자 후생제고 (3년간 140억원)</p>	<p>① 이용자 소프트웨어 교육 및 공익캠페인</p> <ul style="list-style-type: none"> - 초중생을 위한 소프트웨어 교육프로그램 진행 및 방송사와 공익광고 캠페인 진행 - 소프트웨어 산업에 대한 대국민 인식제고 및 건전한 국민적 토대 마련 <p>② E-commerce 관련 대학생 산학지원</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - E-commerce 전공 학생들을 대상으로 실무교육 및 관련 업종 취업기회 제공 - 실무교육을 통한 산학연계 상생 실천 및 구인난 해결 <p>③ 정부부처의 인터넷 및 소프트웨어 관련 각종 정책, 서비스 홍보 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 배너광고 등을 통해 정부부처의 각종 정책 등을 홍보 - 소비자의 인터넷 및 소프트웨어 관련 정책방향, 내용 등에 대한 인식제고 및 의식 함양 <p>④ 학술대회 및 이용자 단체 등에 대한 후원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 각종 학술대회 및 이용자 단체 등에 대한 지원 - 각종 지원을 통하여 소비자 후생증대 및 사회공헌 이념 정립
중소사업자 상생지원 (3년간 80억원)	<p>① 각종 학회 및 대학, 연구소 등 도서 발행 및 콘텐츠 구축 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠 구축 지원 (학술지, 도서발간, 정보기관이나 연구소 지원 등) - 콘텐츠 관련 중소기업 경쟁력 제고 <p>② 지방자치단체 지원 중소기업에 대한 온라인 판로지원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 각종 중소기업진흥단체와 협의를 통한 중소기업의 온라인 진출 지원 - 중소기업자의 원활한 온라인 시장 진입 유도 <p>③ 소상공인 및 중소기업 정책 홍보지원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 전통시장 및 중소기업청 등에 대한 홍보지원 - 중소기업 지원제도 등에 대한 국민들의 이해제고 및 원활한 소통 지원
중소개발업체 상생지원 (3년간 50억원)	<p>○ 스타트업 개발사의 앱 홍보 및 마케팅 지원 등 국내 앱마켓 활성화지원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 네이버 앱스토어, 검색광고 등을 통해 스타트업 개발사에 대한 각종 홍보지원 - 앱개발 업체에 대한 상생 지원
중소광고주 상생지원 (3년간 30억원)	<p>① 중소기업 판로지원(광고비지원, 입점료할인, 수수료할인)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 네이버 메인 쇼핑박스 내 광고 영역 제공 및 수수료 할인 등 - 중소 규모 광고주들과의 상생실현을 위한 지원 <p>② 소상공인 창업, 마케팅, 사업운영 지원 및 컨설팅</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - 중소기업인에 대한 온라인 비즈니스 관련 교육 및 마케팅 공간·장비 지원 - 중소기업인의 원활한 시장진입 유도 및 경쟁력 강화 <p>③ 모바일 홈페이지 제작지원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 모바일 홈페이지 제작 툴을 통해 손쉽게 자체 사이트를 구축할 수 있도록 지원 - 중소기업 규모 광고주들과의 모바일서비스 시장에서의 상생실현을 위한 지원
--	---

③ 중소기업 희망재단에 출연 계획인 500억원을 공정경쟁 촉진 및 중소기업자 상생지원에 연계 운영

- ☐ 공정거래위원회 조사를 계기로 하여 중소기업희망재단에 출연하기로 한 500억원에 대하여는 공익법인과 중소기업희망재단 간에 MOU 등을 체결하여 공익법인이 동 기금의 사용 목적 등에 대해 의견 및 자문을 제공하여 상호 협력하고, 공익법인이 체결된 MOU를 공정거래위원회에 제출하도록 함으로써 동 기금이 실질적으로 공정경쟁촉진 및 중소기업자에 대한 상생지원에 연계 운용될 수 있도록 함
- ☐ 희망재단 주요사업
 - 전국 주요도시에 중소기업인들의 온라인경쟁력을 강화하기 위한 마케팅 공간 설립
 - 온라인 마케팅 및 비즈니스 교육 등 각종 교육 진행
 - 우수상공인 발굴지원, 중소기업인 활동 백서 발간
 - 중소기업인 온라인 이용 및 활용 실태 조사
 - 중소기업인 경제학회 운영
 - 기타 중소기업인 지원과 관련한 각종 사업

다. 이행점검 및 보고

- ☐ 행위중지 등 경쟁질서 회복을 위한 시정방안과 거래질서의 적극적 개선 및 소비자 등 후생제고를 위한 추가적인 시정방안은 공정거래위원회 또는 공익법인이 이행감시기구가 되어 이행 점검
- ☐ 소비자 후생제고 및 중소기업자 상생지원을 위하여 집행하기로 한 300억원은 공익법인이 구체적인 집행내역을 매년 점검한 후 공정거래위원회에 보고하여 승인 받음

3. 시정방안의 이행계획

가. 경쟁질서 회복을 위한 시정방안에 대한 이행계획

구분	주요 내용	구체적 방안	이행 계획
시정방안	5개 유료 전문서비스	① 유료 전문서비스에 자사서비스임을 표기	2014년 상반기 이내에 적용
		② 유료 전문서비스에 외부 링크 제공	<ul style="list-style-type: none"> - 현재 부동산, 지식쇼핑서비스에 대해 “다른 사이트 더 보기” 링크 제공 완료 - 나머지 유료서비스 적용 및 링크 위치 변경은 2014년 상반기 이내에 적용
	검색광고	① 광고영역에 “...관련된 광고”임을 기재	- 현재 통합검색 페이지 검색광고(파워링크, 비즈사이트) 영역에 “...관련된 광고”임을 기재완료 (해당 영역 음영표시도 적용완료)
		② 광고노출 기준에 대한 안내문 제시	- 검색광고(파워링크, 비즈사이트) 영역에 대해 “...관련된 광고”임을 기재한 부분 우측에 “①”마크를 통해 광고노출 기준에 대한 안내 제시완료
	이관제한 정책	이관제한 정책 폐지	- 이관제한 정책 폐지 단, 시스템변경 등에 상당한 기간 소요되므로 1년간 적용 유예
	우선협상권	우선협상권 조항 삭제	<ul style="list-style-type: none"> - 매체사와 협의하여 해당 조항 즉시 삭제 - 매체사가 해당 조항 삭제를 수용하지 않는 경우 우선협상권 미행사
	인력파견	파견상태 해소 또는 인력지원계약 체결	- 현재 오렌지크루에 대한 인력파견 행위 시정 완료

나. 거래질서의 적극적 개선과 소비자 등 후생제고를 위한 구제방안에 대한 이행계획

㉠ 중소기업자·소비자보호 공익법인 설립 및 기금 출연 (3년간 200억원 출연)

- 동의를결 결정 후 공정거래위원회와 협의하여 6개월 이내에 공익법인 설립

㉡ 소비자 후생제고 및 중소기업자 상생지원 (3년간 300억원 집행)

	주요내용	구체적방안		이행계획
구제방안	현금 및 현물 300억원 집행 (3년간)	소비자 (140억원)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자 교육 및 공익캠페인(120억) ○ 전자상거래 관련 산학지원(2억원) ○ 정부정책 등 홍보(13억원) ○ 관련학회 지원(5억원) 	<ul style="list-style-type: none"> - '14년도 110억원 집행 - '15년도 20억원 집행 - '16년도 10억원 집행
		중소사업자 (160억원)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 중소기업자 지원(80억원) ○ 중소기업발업체 지원(50억원) ○ 중소기업광고주 지원(30억원) 	<ul style="list-style-type: none"> - '14년도 60.4억원 집행 - '15년도 49.4억원 집행 - '16년도 50.2억원 집행

※ 상기 소비자 후생제고 및 중소기업자 상생지원 이행계획 상의 구체적인 내역 등은 공정거래위원회와 협의하여 일부 조정될 수 있음

<< 소비자 후생제고 및 중소기업자 상생지원 이행계획 세부 안 >>

① 소비자 후생제고

○ 이용자 소프트웨어 교육 및 공익캠페인 (120억원)

현금/현물	2014년		2015년		2016년		TOTAL
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	120억
현금	25억원						25억원
현물	30억원	35억원	10억원	10억원	5억원	5억원	95억원

○ E-commerce 관련 대학생 산학지원 (2억원)

현금/현물	2014년		2015년		2016년		TOTAL
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	2억원
현금/현물	0.5억원	1.5억원					2억원

○ 정부부처의 각종 정책, 서비스 홍보 (13억원)

현금/현물	2014년		2015년		2016년		TOTAL
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	13억원
현물	13억원						13억원

○ 각종 학술대회 후원 (5억원)

현금/현물	2014년		2015년		2016년		TOTAL
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	5억원
현금	0.5억원						0.5억원
현물	4.5억원						4.5억원

② 중소기업자에 대한 상생지원

- 각종 학회 및 대학, 연구소 등 도서 발행 및 콘텐츠 구축 지원 (60억원)

현금/현물	2014년		2015년		2016년		TOTAL
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	60억원
현금	10억원	10억원	10억원	10억원	10억원	10억원	60억원

- 지방자치단체 지원 중소기업에 대한 온라인 판로지원 (10억원)

현금/현물		2014년		2015년		2016년		TOTAL
		상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	10억원
현물	광고비	1억원	1억원	0.5억원	0.5억원	0.5억원	0.5억원	4억원
	수수료	1억원	1억원	1억원	1억원	1억원	1억원	6억원

- 소상공인 및 중소기업 정책 홍보지원 (10억원)

현금/현물	2014년		2015년		2015년		TOTAL
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	10억원
현물	1.7억원	1.7억원	1.7억원	1.7억원	1.7억원	1.5억원	10억원

③ 중소기업발업체 상생지원

- 스타트업 개발사의 앱 홍보 및 마케팅 지원 등 국내 앱마켓 활성화 (50억원)

현금/현물	2014년		2015년		2015년		TOTAL
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	50억원
현금	5억원	5억원	3억원	3억원	3억원	3억원	22억원
현물	5억원	5억원	4억원	5억원	4억원	5억원	28억원

④ 중소기업 상생지원

○ 중소기업 판로지원 (광고비, 입점료 및 수수료할인) (5억원)

현금/현물		2014년		2015년		2015년		TOTAL
		상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	5억원
현물	광고비	1.4억원	1.8억원					3.2억원
	입점료 수수료	0.85억원	0.95억원					1.8억원

○ 소상공인 창업, 마케팅, 사업운영 컨설팅 (10억원)

현금/현물		2014년		2015년		2016년		TOTAL
		상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	10억원
현금		1.5억원	1.5억원	1.5억원	1.5억원	2억원	2억원	10억원

○ 모바일 홈페이지 제작 지원 (15억원)

현금/현물		2014년		2015년		2016년		TOTAL
		상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	15억원
현금		1억원	4억원	2.5억원	2.5억원	2.5억원	2.5억원	15억원

※ 상기 소비자 후생제고 및 중소기업자 상생지원 이행계획 상의 구체적인 내역 등은 공정거래위원회와 협의하여 일부 조정될 수 있음