

# 재벌체제의 시장경쟁 제한효과\*

최 정 표\*\*

재벌은 경제력집중, 거대자금, 교차보조, 상호구매, 상대영역 상호존중, 다시장점축 등을 야기시키기 때문에 시장경쟁을 위축시킬 가능성이 있다고 본다. 본 연구는 이런 요인으로 인해 재벌식 기업운영이 과연 시장경쟁을 제한시키고 있는지 실증분석을 시도하였다. 분석결과 재벌이 참여하는 상품시장에서는 시장경쟁이 제한될 가능성이 있는 것으로 나타났다. 따라서 공정거래법에 재벌규제를 도입하는 것은 그 필요성이 인정된다고 볼 수 있다. 중요한 것은 재벌규제가 시장경쟁을 촉진시키는 방향으로 설계되어 있느냐 하는 점이다. 시장경쟁을 제한시키는 요인은 과도한 경제력집중뿐만 아니라 과도한 다각화이다. 다각화는 효율성을 증대시키는 작용도 하지만 시장경쟁을 제한시킬 우려도 있다는 것이 본 논문의 분석결과이다. 따라서 재벌정책은 다각화 문제에도 더 많은 관심을 기울여야 한다. 재벌의 다각화 현황이 투명하게 공개되어 다각화에 기인한 경쟁제한이 정책 당국에 의해 효율적으로 감시받도록 하는 것이 중요하다.

핵심주제어: 재벌, 공정거래정책, 경제력집중, 다시장점축  
경제학문헌목록 주제분류: L1, L4

## I. 서 론

한국 경제는 재벌경제로 지칭될 정도로 국가경제에서 재벌이 차지하는 비중이나 역할이 매우 높다. 그렇지만 재벌이 번창한다고 국가경제도 번창하는 것은 아니다. 재벌 속의 기업도 성장하면서 재벌 이외의 기업도 같은 보조로 성장하여야 국가경제 전체가 튼튼한 구조로 구축되어 나갈 수 있다. 이런 목표를 지향하기 위해 정부는 공정거래정책을 통해 재벌부문에 대해 일정한 규제를 가하고 있다.

공정거래법은 재벌(대규모 기업집단)을 지정하여 이들에 대해 여러 가지 사

\* 본 연구는 2005년도 건국대학교 학술진흥연구비 지원에 의한 논문임.

\*\* 건국대학교 경제학과 교수, 전화: (02) 450-3624, E-mail: jpchoi@konkuk.ac.kr  
논문투고일: 2006. 5. 2 수정일: 2006. 6. 1 게재확정일: 2006. 6. 8

향을 준수하도록 요구하고 있다. 그런데 이러한 재벌규제가 공정거래정책의 본래 목표인 반독점 내지 경쟁촉진과는 무관하다는 비판이 제기되고 있다. 공정거래법의 재벌규제는 지배구조나 경영구조에 관한 통제이며 이러한 통제는 시장경쟁과는 무관하기 때문에 공정거래법으로부터 분리되어야 한다는 것이 이들의 주장이다.

본 연구는 이러한 견해들의 합리성을 살펴보는 데 연구목적을 두고 있다. 이를 위해 본 연구는 두 가지 각도에서 재벌문제에 접근하고 있다. 첫째는 재벌체제가 과연 시장경쟁과 무관하나 하는 분석이고, 둘째는 첫 번째 분석결과에 근거하여 공정거래법의 재벌규제는 어떻게 재설계되어야 하느냐 하는 분석이다.

재벌체제가 경쟁제한효과를 가지고 있다면 공정거래법에서 재벌규제를 취급하는 것은 당연하다고 할 수 있다. 단지 문제되는 것은 공정거래법의 재벌규제가 경쟁을 촉진시키는 방향으로 설계되어 있느냐 하는 점이다.

재벌체제가 경쟁제한효과를 가지고 있지 않을 경우에는 두 가지 논점이 가능하다. 하나는 경쟁제한효과는 아닐지라도 다른 재벌폐해가 존재하는 한 공정거래법을 통해서도 재벌규제는 계속될 수 있다는 논거이고, 다른 하나는 공정거래법은 독점금지와 경쟁촉진의 문제만 다루고 재벌규제는 공정거래법으로부터 분리시켜 별도의 법에서 다룰 수 있다는 논거이다.

본 연구는 먼저 재벌의 한국적 특성을 기초로 재벌의 개념을 학문적으로 정의하고 있다. 그 다음은 이렇게 정의된 재벌의 개념하에서 재벌체제가 과연 시장경쟁을 제한하는 효과를 가지고 있는지 분석한다. 재벌에 나타나는 가장 일반적인 현상 중 하나는 폭넓은 다각화인데 재벌의 다각화는 효율성과 관련하여 그 동안 많은 연구가 이루어져 왔다. 그런데 다각화는 효율성뿐만 아니라 시장경쟁과도 관련이 있다. 본 연구는 다각화가 야기시킬 수 있는 경쟁제한효과에만 분석의 초점을 맞추고 있다. 그리고 이러한 분석결과를 기초로 공정거래법의 재벌규제조항을 살펴본다. 재벌규제가 공정거래법의 본래 취지인 독점금지 또는 경쟁촉진과 합치하고 있는지, 또는 현재의 규제조항은 수정되거나 전환되어야 하는지, 만약 수정되거나 전환되어야 한다면 어떤 방향으로 수정 또는 전환되어야 하는지를 분석하는 것이 본 연구가 추구하는 연구목표이다.

본 연구는 서론에 이어 제Ⅱ절에서 재벌의 세 가지 특성을 기준으로 재벌의 개념을 정의하고 있다. 이른바 재벌문제를 야기시키는 재벌을 학술적으로 어떻게 정의할 수 있는지가 논의된다. 제Ⅲ절에서는 제Ⅱ절에서 규정한 재벌개념을 기준으로 재벌체제가 야기시킬 수 있는 경쟁제한 가능성에 대해 살펴본다. 재

벌체제가 시장경쟁을 제한할 수 있는 이유가 중점 논의된다. 제Ⅳ절에서는 제Ⅲ절에서 논의된 재벌체제의 경쟁제한가설이 실제로 유효한지 실증분석이 시도된다. 재벌이 참여하는 업종의 자료를 이용하여 제반 가설을 검정하고 경제학적 의미를 도출한다. 제Ⅴ절에서는 제Ⅳ절에서 도출한 실증분석의 결과를 기초로 정책적 함의를 찾아본다. 특히, 공정거래정책으로 추진되고 있는 제반 재벌규제가 시장경쟁 제고와 어떻게 관련되어 있는지 분석한다. 제Ⅵ절에서는 본 연구의 내용을 요약·정리하고 몇 가지 결론을 도출한다. 그리고 시장경쟁을 제고시킬 수 있는 재벌정책을 찾아본다.

## Ⅱ. 재벌의 정의

생산활동을 담당하는 경제주체는 기업인데 한국에서의 주요 민간기업들은 재벌이라고 불리는 또 다른 형태의 기업조직을 만들어 운영되고 있다. 재벌은 여러 기업들로 구성된 기업집합체이면서 단일 경영주체의 지배하에서 마치 하나의 생산단위인 것처럼 운영되는 기업조직이다. 생산활동의 기본 단위는 하나하나의 개별 기업이지만 재벌은 이런 기업들로 구성된 기업들의 집합체이면서도 마치 단일기업인 것처럼 운영되고 있다. 이 때문에 재벌은 가끔 대규모 복합기업(conglomerates)이라고 불리기도 한다. 재벌은 복합기업처럼 규모도 크고 광범위하게 다각화되어 있으면서 마치 하나의 기업인 것처럼 운영되고 있다.

이런 재벌은 그 특성을 3가지로 요약·정리할 수 있다. 첫째는 다각화된 여러 기업들로 구성되는 기업집합체라는 점이고, 둘째는 계열사 출자를 통해 특정 가족이 지배하는 기업그룹이라는 점이고, 셋째는 규모가 매우 크다는 점이다. 이 3가지 특성을 모두 충족시키는 조직을 재벌이라고 정의할 수 있다. 아래에서는 이 세 가지 특성을 더욱 구체화시켜 논의해 보기로 한다.

먼저 기업집합체라는 첫 번째 특성에 대해 살펴보기로 한다. 한 재벌은 수십 개의 기업들로 구성된 기업그룹이다. <표 1>에서 보는 것처럼 한 재벌은 수십 개의 기업을 계열기업으로 거느리고 있다. 이 때문에 재벌은 적어도 구성기업들의 수만큼은 다각화(diversification)가 이루어져 있다.<sup>1)</sup> 때로는 개별 기업들도 나름대로 자기의 주종업종을 가지면서 어느 정도 다각화가 이루어져 있다. 따라서 이런 기업들을 계열기업으로 거느리는 재벌은 계열기업의 수 이상으로 폭

1) 재벌의 다각화에 대해서는 Choi-Cowing(2002) 참조.

〈표 1〉 대표적 재벌의 계열회사수(1987~2004년)

연도	1987	1993	1999	2004
삼성	36(17)	55(34)	49(27)	63(30)
LG	57(21)	54(32)	48(31)	46(28)
SK	16(12)	32(23)	41(28)	59(25)

주: ( ) 안의 숫자는 중분류업종의 수.  
 자료: 공정거래위원회.

넓게 다각화가 이루어져 있다.<sup>2)</sup> 이와 같이 재벌이 수십 개의 계열기업을 거느린다는 것은 그만큼 폭넓게 다각화가 이루어져 있다는 것을 나타낸다.

재벌의 다각화 정도는 2가지 각도에서 측정할 수 있다. 하나는 재벌이 참여하고 있는 업종 전체를 산업분류에 맞추어 분리시킨 후 다각화의 정도를 측정하는 것이고, 다른 하나는 개별 계열기업이 각기 독립업종에 참여하고 있다는 것을 전제로 하여 계열기업의 수와 분포로 다각화의 정도를 측정하는 것이다.<sup>3)</sup> 어느 방법으로 접근하느냐는 전적으로 업종분류를 어떻게 하느냐에 달려 있다. 어쨌든 계열기업들이 동일업종에 참여하고 있지 않는 한 재벌이 계열기업의 수를 늘리는 것은 다각화의 한 방법이라고 볼 수 있다. 따라서 한 재벌이 수십 개의 계열기업으로 구성되어 있다는 것은 그만큼 폭넓게 다각화가 이루어져 있다는 것을 의미한다.

한국의 재벌이 어느 정도 다각화되어 있는지는 〈표 1〉에 요약·정리되어 있다. 삼성그룹은 36개(1987년)의 계열기업이 63개(2004년)까지 증가하면서 참여업종을 폭넓게 넓혀 왔다. SK는 삼성보다 작은 규모이지만 동 기간에 가장 빠른 속도로 다각화를 증대시켜 왔다. 이와 같이 재벌의 가장 중요한 특성은 여러 기업들의 집합체이면서 폭넓게 다각화가 이루어져 있다는 점이다.

재벌의 두 번째 특성으로 지적되었던 가족 중심의 지배구조는 소유와 경영이 분리되지 않았다는 것으로서 이것은 그룹 전체를 마치 하나의 기업인 것처럼 만드는 핵심적 요인이 된다. 각 재벌은 특정 개인과 그 가문의 지배를 받는다. 지배의 원천은 순환식 소유구리이다. 특정 개인과 그 가족은 〈표 2〉의 친족지분을 이용해 먼저 중핵기업에서 개인 대주주의 지위를 확보한다. 그 다음은 이

2) 중분류산업을 기준으로 재벌의 다각화를 조사한 자료에서는 다각화 업종이 계열기업의 수보다 적기도 하다. 그러나 산업을 더욱 세분시켜 보면 다각화 업종의 수는 계열기업의 수보다 많다.

3) Choi-Cowing(2002).

〈표 2〉 대표적 재벌의 내부지분율(1989~2004년)

(단위: %)

연도	1989	1993	1999	2004
삼성	50.3(8.0)	52.9(5.1)	42.5(2.0)	41.45(5.65)
LG	33.8(9.8)	38.8(5.3)	52.4(3.7)	42.71(8.13)
SK	46.1(15.5)	48.6(19.6)	66.8(6.3)	52.02(2.02)

주: ( ) 안의 숫자는 대주주 친족지분.

자료: 공정거래위원회.

를 바탕으로 계열사가 계열사에 출자한 법인 지분의 의결권까지 장악한다. 이렇게 되면 중핵기업의 개인 대주주는 내부지분율이 행사하는 의결권을 모두 장악하여 궁극적으로 그룹 전체에 대해 지배권을 확보할 수 있다. 이런 지배구조 하에서는 한 재벌에 포함되어 있는 모든 계열기업들이 특정 개인과 그 가족의 지배하에 귀속될 수밖에 없기 때문에 그룹 전체는 마치 하나의 기업인 것처럼 운영된다. 말하자면, 그룹의 개별 계열기업은 구미 선진국의 대규모 복합기업이 운영하는 사업부와 비슷한 위상으로 전략한다고 볼 수 있다. 재벌의 계열기업은 법률적으로는 독립적인 법인이지만 실질적으로는 한 사람의 경영지배하에서 운영되는 그룹 전체의 한 부서와 같다.

개별 기업은 독립적인 주주구성하에서 독립적인 내부 조직을 만들고 있다. 따라서 개별 기업은 시장에서 독립적인 경제주체로 독립적인 경제활동을 수행하면서 독립적인 시장경쟁의 주체가 된다. 그런데 이런 기업들이 한 그룹을 형성하여 한 개인의 지배하에 귀속되면 기업단위의 독립성은 무력화되어 버린다. 그리고 그룹 전체가 마치 하나의 기업인 것처럼 운영되고 유지된다. 재벌이 바로 이렇게 운영되는 기업조직이다.

세 번째로 지적되었던 재벌의 특성은 그 규모가 매우 크다는 것이다. 재벌은 그룹 전체로의 규모도 매우 클 뿐만 아니라 그 속에 들어 있는 개별 기업들의 규모도 매우 크다.<sup>4)</sup> 계열기업의 규모가 크기 때문에 이들로 구성된 그룹 전체의 규모가 큰 것은 매우 당연하다.

한국의 대표적 재벌이 어느 정도의 크기이고 국가경제에서 어느 정도의 비중을 차지하고 있는지는 〈표 3〉에 정리되어 있다. 2004년을 기준으로 볼 때 삼성 그룹은 자산규모가 83조에 이르면서 국내기업자산의 7.63%를 차지하고 있다.

4) 우리 나라의 대규모 민간기업 대부분은 특정 재벌의 계열기업이다. 그러나 재벌의 계열기업 중에는 중소기업의 기업도 더러 발견된다.

〈표 3〉 대재벌의 규모와 국가경제에서의 비중, 자산기준, 금융 제외(1987~2004년)  
(단위: 10억 원)

연도	1987	1993	1999	2004
삼성	6,766(4.67)	20,388(4.70)	64,777(6.27)	83,492(7.63)
LG	6,997(4.83)	25,482(5.87)	46,151(4.46)	58,571(5.36)
SK	2,816(1.94)	10,690(2.46)	39,581(3.83)	47,463(4.34)

주: ( ) 안의 숫자는 국가경제 내에서 차지하는 % 비중.  
자료: 공정거래위원회, 한국은행(기업경영분석).

LG그룹과 SK그룹이 국내기업자산에서 차지하는 비중은 각각 5.36%와 4.34%에 이르고 있다. 이와 같이 한 재벌은 그 규모가 매우 크면서 국가경제에서 차지하는 비중도 매우 높다.

재벌의 규모는 재벌에 의한 경제력집중(economic concentration)의 문제로 연결된다. 특정 재벌 또는 일정 수의 재벌군이 한국 경제에서 차지하는 비중이 너무 크기 때문에 나타날 수 있는 제반 폐해를 경제력집중의 문제라고 한다. 우리 경제에서 5대 재벌군이 차지하는 비중은 25%를 넘어서고 있다. 재벌의 두 번째 특성과 연결해 볼 때 5대 재벌에 의한 집중률이 25%에 이른다는 것은 5명의 개인 또는 그 가족이 한국 경제의 25%를 직접 장악하고 있다는 것을 의미한다. 경제력집중이 심화되면 어떤 문제들이 나타날 수 있는지에 대해서는 이미 많은 연구가 이루어져 왔다.<sup>5)</sup>

지금까지 논의된 3가지 특성 중 어느 한 특성이라도 결여되어 있으면 이는 재벌이라고 보기 어렵다. 만약 첫 번째 특성(기업그룹)이 충족되지 않는다면, 비록 두 번째(가족기업) 및 세 번째 특성(대규모기업)이 충족된다고 할지라도 이는 재벌이라고 정의하기보다는 전문대기업이라고 정의하는 것이 더 타당할 것이다. 예컨대, 현대자동차(주)가 자동차만 생산하는 단일기업이라면 비록 그 규모가 매우 크고 특정 가문의 지배를 받는다고 해도 이는 구태여 재벌이라고 정의할 필요가 없다. 자동차 전문회사가 특정 가족의 지배를 받으면서 그 규모가 엄청나게 클 때 나타날 수 있는 경제적 폐해는 주로 독점문제 또는 시장지배력의 문제일 것이다. 이 문제는 반독점정책(antitrust policy)으로 치유될 수 있기 때문에 구태여 재벌정책을 동원할 필요가 없다.<sup>6)</sup> 또 미국의 포드(Ford)사가

5) 최정표(2004), 황인학(1997), Caswell(1987), Weiss(1983) 등 참조.  
6) 현대자동차(주)는 특정 가문의 지배를 받는 국내 4위 규모의 기업집단으로 28개의 계열회사를 거느리고 있다(2004년 기준). 그리고 계열사에는 철근회사도 있고 금융회사도 있다. 따라서 현재 현대자동차(주)는 재벌의 3가지 특성 모두를 충족시키고 있다.

포드가문의 지배를 받으면서 세계적 규모의 자동차 메이커일 때 포드사에 대해 재벌문제가 거론되지는 않았다. 구태여 재벌이라고 표현하지도 않았다.

만약 위에서 논의한 재벌의 세 가지 특성 중 두 번째 특성(가족기업)이 충족되지 않아도 이는 재벌이라고 정의할 필요가 없다. 비록 첫 번째 및 세 번째 특성이 충족되어 여러 기업들이 모여 하나의 그룹을 만들고 그 규모가 매우 크다고 해도 이들이 특정 가문의 지배하에 귀속되어 있지 않다면 이를 재벌이라고 정의할 필요가 없다. 일본의 케이레츠(系列)와 대규모 기업집단이 여기에 해당한다고 볼 수 있는데 일본에서는 재벌문제가 거론되지 않는다. 일본의 기업집단은 개별 기업단위로 독립적인 전문경영인의 지배를 받기 때문에 가족지배와는 무관하다. 즉, 소유와 경영이 분리되어 있다. 따라서 일본의 기업집단은 계열사끼리의 결속력이 매우 약하다. 형식적으로는 집단을 만들고 있지만 내용적으로는 개별 기업단위로 독립경영을 수행하는 체제이다. 따라서 이러한 기업집단에서는 재벌문제가 제기될 이유가 없다. 우리 나라에서도 KT, POSCO 등은 기업그룹이고 규모가 매우 크지만 특정 가족의 지배하에 귀속되어 있는 기업이 아니기 때문에 재벌이라고 규정할 필요가 없다.<sup>7)</sup>

끝으로 위에서 논의된 세 가지 재벌의 특성 중 세 번째 특성(대규모기업)이 충족되지 않아도 이를 재벌이라고 볼 필요는 없다. 여러 기업들의 집합체이고 특정 가족의 지배하에 귀속된다는 첫 번째 및 두 번째 특성이 충족되어도 규모가 매우 크다는 세 번째 특성이 충족되지 않으면 이는 재벌이 아니다. 중소기업들이나 중견기업들도 기업그룹을 만들고 특정 가족의 지배를 받는 경우가 많다. 그러나 이런 그룹들은 규모가 작기 때문에 국가경제에서 차지하는 비중이 매우 낮다. 따라서 이런 기업들에서는 재벌문제가 거론되지 않는다. 이와 같이 규모가 작으면 비록 기업그룹이 만들어져 특정 가족의 지배하에 들어 있다고 해도 이들을 재벌이라고 규정할 필요는 없다.

지금까지 논의된 재벌의 특성을 요약·정리하면, 첫째 재벌은 수많은 계열기업을 거느리면서 광범위하게 다각화되어 있고, 둘째 특정 가족의 지배하에 귀속되어 그룹 전체가 마치 하나의 기업인 것처럼 운영되고, 셋째 규모가 매우 커서 국가경제 전체에서 차지하는 비중이 매우 클 때 이를 재벌이라고 정의한다. 이 중 어느 하나의 조건이 결여되어도 이를 재벌이라고 볼 필요는 없다. 본

7) 2004년 기준으로 KT와 POSCO는 각각 재계 순위 7위 및 10위의 대규모 기업그룹이고 각각 11개와 16개의 계열사를 거느리는 기업집합체이다. 그러나 소유와 경영이 완전히 분리되어 있고 특정 가문의 지배를 받는 기업은 아니다.

연구에서 논의하는 재벌은 지금까지 논의한 세 가지 특성이 모두 충족되는 기업그룹을 의미한다.

### III. 재벌체제의 경쟁제한가설

#### 1. 경제력집중가설

경제력집중이란 국가경제 전체에서 소수의 경제주체가 차지하는 비중이 높아지는 현상을 의미한다. 따라서 경제력집중의 정도는 주로 총괄집중률(aggregate concentration)을 이용하여 측정된다. 총괄집중률은 100大 또는 200大 기업군이 국가경제 전체에서 차지하는 비중으로 정의된다. 그런데 우리 나라에서는 재벌이라는 특수한 기업조직이 마치 대규모의 단일기업처럼 운영되고 있기 때문에 10大 또는 30大 재벌군이 국가경제 전체에서 차지하는 비중으로 총괄집중률을 정의하고 있다.

통계적으로 총괄집중률이 높아지면 경제력집중현상이 심화된다고 본다.<sup>8)</sup> 그리고 시장집중률(market concentration)이 높아지면 시장경쟁이 위축된다고 본다. 따라서 총괄집중률과 시장집중률이 서로 연관되어 있으면 경제력집중도 시장경쟁과 연결될 수 있다. 그런데 시장집중률은 특정 상품의 시장에서 주도적 대기업군이 차지하는 비중인 반면, 총괄집중률은 국가경제 전체 또는 제조업, 비금융업 등과 같이 넓은 범주의 산업 내에서 주도적 대기업군이 차지하는 비중이기 때문에 총괄집중률과 시장집중률이 직접 연결될 수는 없다. 하지만 Clarke and Davies(1983)는 총괄집중과 시장집중이 서로 연관되어 있다는 것을 이론 및

8) 황인학(1997)은 경제력집중현상을 더욱 구체적으로 정의하고 있다. 총괄집중률이 높으면서 대기업들이 광범위하게 다각화되어 있을 뿐만 아니라 소유집중현상이 심하고 시장집중현상이 높을 때 경제력집중이 심화된다고 정의하고 있다. 이 개념은 한국의 재벌을 대상으로 경제력집중을 파악할 때 적용할 수 있는 논리이다. 대재벌들이 국가경제에서 차지하는 비중이 높고(총괄집중률이 높고), 많은 계열기업을 거느리면서 수많은 업종에 진출해 있고(다각화가 매우 높고), 총수가 그룹 전체에 대해 지배권을 장악하고 있고(소유집중현상이 높고), 많은 계열기업들이 독과점업체로 군림하고 있을 때(시장집중이 높을 때) 한국 경제에서는 재벌에 의한 경제력집중이 심화되었다고 본다. 그러나 이런 조건들이 경제력집중의 필요조건은 아니다. 일단 총괄집중률이 높으면 경제력집중이 심화되었다고 판단할 수 있다. 특히, 재벌이 아닌 대규모 단일법인으로 운영되고 있는 구미 선진경제에서는 총괄집중률만으로도 경제력집중의 정도를 충분히 파악할 수 있다. 우리 나라에서는 기업이 아닌 재벌을 중심으로 총괄집중률을 측정하기 때문에 대재벌군에 의한 총괄집중률이 높으면 경제력집중이 심화되었다고 판단할 수 있다.



실증적으로 보여 주고 있다. 대규모기업이 커지면 총괄집중률이 높아진다. 그런데 대규모기업은 다각화 정도를 더욱 확장하면서 뿐만 아니라 이미 진출해 있는 개별 업종의 규모도 키우면서 성장해 나간다. 이 때 참여업종에서의 영업규모가 커지면 그 시장에서의 시장집중률이 높아진다. 따라서 총괄집중률이 증가하면 부분적으로 시장집중률도 증가한다. 즉, 총괄집중률과 시장집중률은 서로 연관성이 있다는 것이 Clarke and Davies의 주장이다.

이 논리는 한국 재벌에도 그대로 적용될 수 있다. 재벌규모가 커지면 총괄집중률이 높아진다. 재벌규모는 계열기업수를 늘리면서 뿐만 아니라(다각화의 확대) 개별 계열기업의 규모를 신장시키면서 커 나간다. 그런데 개별 계열기업이 커갈 때는 이 기업이 참여하는 시장에서의 독점 정도가 높아지면서(시장집중의 확대) 시장경쟁이 위축된다. 따라서 총괄집중의 증가는 시장집중의 증가를 수반하면서 시장경쟁을 제한할 수 있다. Caswell(1987)도 총괄집중은 시장집중을 반영하는 지수가 된다고 보았다. 총괄집중이 높아지면 그 경제 내의 많은 시장에서 시장집중이 높아지면서 시장경쟁이 제한된다.

Weiss(1983)와 Caswell(1987)은 경제 외적인 측면에서도 총괄집중의 증가가 시장경쟁을 위축시킬 수 있다고 보았다. 총괄집중이 높아지면 대규모기업(재벌)들은 사회적·정치적 비중이 높아지기 때문에 정부의 정책결정 과정이나 사회적 여론조성 과정에서 쉽게 자기들의 이익을 반영시킬 수 있다. 대기업(재벌)들은 이미 확보하고 있는 독점력(독점시장)을 지속적으로 유지하기 위해서 뿐만 아니라 새롭게 독점력(독점시장)을 확보하기 위해서 그들의 정치·사회적 힘을 더 크게 활용할 수 있다. 이것은 간접적인 방법으로 시장경쟁을 제한시키는 효과를 가져올 수 있다.

경제력집중가설(economic concentration hypothesis)은 재벌의 3가지 특성(기업그룹, 가족지배, 대규모기업) 중 세 번째 특성인 기업규모에 기인한다. 규모가 크기 때문에 총괄집중률이 높아진다. 총괄집중률이 높아지면 더 많은 시장에서 시장집중이 높아질 뿐만 아니라 비경제적 분야에서도 재벌의 힘이 커져 그 힘을 자기들의 독점력 확대에 이용할 수 있다.

한국 경제에서는 재벌에 의한 경제력집중의 문제가 그 동안 심각한 경제문제의 하나로 지적되어 왔었다. <표 4>에서 보는 것처럼 재벌에 의한 총괄집중률은 매우 높은 수준에 이르고 있다. 5대 재벌이 우리 경제에서 차지하는 비중은 30% 수준을 넘어설 때도 있었으며, 30대 재벌에 의한 총괄집중률은 50% 가까이 이를 때도 있었다. 이와 같이 경제력집중이 높으면 많은 시장에서 시장

〈표 4〉 재벌에 의한 경제력집중, 금융업 제외(1987~2002년)

(단위: %)

		1987	1993	1999	2002
5대 재벌	자산액	25.26	25.56	25.59	23.28
	매출액	31.46	28.13	31.20	25.95
30대 재벌	자산액	45.91	45.87	40.90	36.88
	매출액	48.69	42.32	42.51	36.19

자료: 최정표(2004a).

집중이 높아져 시장경쟁이 제한될 가능성이 높다.

## 2. 거대자금가설

다각화된 대규모 복합기업(conglomerates)이 참여하는 업종에서는 내부 보조(cross subsidization)로 인해 시장경쟁이 제한될 수 있다. 이 논리는 Edwards(1955)에 의해 처음 제기되었는데 Scherer(1980)는 Edwards의 주장을 보강하여 체계화시키고 있다. 다각화되어 있는 대규모 복합기업은 수익성이 높은 업종의 수입으로 다른 업종의 사업을 보조해 줄 수 있는데, 이 때 보조를 받은 업종의 시장에서는 복합기업이 경쟁기업을 이 시장으로부터 축출해 버릴 수 있을 정도로 가격을 낮게 책정할 수 있다. 이렇게 되면 이 복합기업은 이 업종의 시장을 약탈하게 되기 때문에 이런 가격결정 행위를 약탈가격정책(predatory pricing)이라고 한다. 약탈가격정책이 가능한 것은 이 기업이 여러 업종의 수입으로부터 거대자금을 조달할 수 있기 때문이다. 이와 같이 대규모 복합기업이 거대한 내부 자금을 이용하여 특정 시장에서 시장약탈을 시도하면서 독점력을 확보해 나가는 것을 거대자금가설(deep pocket hypothesis)이라고 한다.

약탈가격은 궁극적으로 시장경쟁을 제한한다. 약탈가격이 시행되는 동안에는 시장경쟁이 오히려 촉진되고 소비자들이 혜택을 누릴 수 있다. 그러나 시장약탈이 성공한 후에는 더 이상 가격을 낮출 필요가 없다. 이 때는 오히려 독점가격을 책정하여 약탈가격으로 인해 손해 보았던 부분을 보전할 뿐만 아니라 높은 독점이윤까지 누릴 수 있다. 따라서 약탈가격이 성공한 후에는 이 업종에서의 시장경쟁이 현저히 제한될 것이다.

한국의 재벌체제에서는 재벌에 의해 시장약탈이 이루어질 가능성이 매우 높다. 대재벌은 참여업종이 폭넓게 다각화되어 있다. 그리고 수익성이 높은 업종

도 많이 거느리고 있다. 따라서 대재벌은 일반적으로 자금력이 풍부하다(deep pocket). 그러므로 재벌은 계열기업 간의 내부 보조를 이용해 특정 계열기업이나 특정 업종을 집중 지원할 수 있다. 이 때 지원을 받은 계열기업은 자기업종에서 약탈가격을 시행할 수 있다. 약탈가격까지는 가지 않더라도 그 시장에서의 시장점유율을 대폭 확대시켜 나갈 수 있다. 이렇게 되면 궁극적으로 이 기업은 이 시장에서 독점력을 확보하게 되고 이 때부터는 독점이윤을 누릴 수 있도록 가격정책을 펼쳐 나갈 것이다. 이것은 시장에서의 경쟁제한을 의미한다.

재벌의 내부 보조는 진입제한효과도 발휘한다. 재벌이 참여하는 업종에서는 재벌기업이 거대자금으로 위협을 하기 때문에 비재벌기업이 신규진입하는 데 매우 신중해질 수밖에 없다. 그 뿐만 아니라 시장 내 기존 기업도 재벌기업에 대해서는 공격적인 시장전략을 구사하기도 어렵다. 재벌에 비해 자금력이 부족하기 때문이다. 이런 효과를 총칭하여 재벌의 과시효과(demonstration effect)라고 한다. 재벌은 거대자금으로 자기 위상을 과시하기 때문에 신규진입이나 비재벌기업에 의한 도전적 경쟁은 그만큼 어려워진다.

거대자금가설은 재벌의 세 가지 특성(기업집합체, 가족기업, 대규모기업) 중 첫 번째 특성에 크게 기인한다고 볼 수 있다. 재벌은 수많은 계열기업을 거느리면서 폭넓게 다각화되어 있기 때문에 수익성이 높은 계열기업이나 업종의 자금으로 다른 계열기업이나 업종을 내부 지원할 수 있는 것이다.

공정거래법에서는 계열기업 간의 부당내부거래를 단속하고 있다. 부당내부거래는 일시적으로는 경쟁을 촉진시킬 수 있으나 궁극적으로는 시장경쟁을 제한할 가능성이 매우 높기 때문이다. 재벌이 내부 보조를 이용하여 참여업종을 넓혀 나갈 뿐만 아니라 많은 업종을 하나씩 하나씩 독점화시켜 나가면, 궁극적으로는 재벌의 독점적 지배업종이 더욱 늘어나면서 경제는 전체적으로 시장경쟁이 위축될 것이다.

### 3. 상호구매가설

재벌은 독자적으로 독점력을 강화할 수도 있지만 다른 재벌과 공동으로 독점력을 강화시킬 가능성도 있다. 재벌들은 많은 업종으로 다각화되어 있어서 서로 상대방의 주요 고객이 될 수 있기 때문이다. 예컨대, 다각화되어 있는 재벌 A는 a, x, c업종에 진출해 있고, 또 다른 재벌 B는 b, y, c업종에 진출해 있다. 그런데 재벌 A의 a업종은 재벌 B의 y업종 상품을 부품으로 사용하고, 재벌 B

의 b업종은 재벌 A의 x업종 상품을 부품으로 사용하고 있다. 그리고 c업종에서는 A와 B가 서로 경쟁해야 하는 입장에 있다. 이렇게 되면 A와 B는 c업종에서는 서로 경쟁하면서 a와 b업종에서는 서로 상대방의 고객이 된다. 즉, a, b업종에서는 서로 상대방의 상품을 구매해야 하는 상호구매(reciprocal buying) 관계가 성립된다.

A와 B 사이에 이러한 상호구매 관계가 성립하면 A와 B는 c시장에서 서로 경쟁을 자제할 가능성이 높아진다. 그 이유는 서로 상대방에게 보복할 수 있는 수단을 가지고 있기 때문이다. A와 B가 상호구매 관계를 맺고 있는데 c시장에서 가격전쟁(price war)이 일어나면 이들은 a, b시장을 통해 서로 상대방에게 보복할 수 있다. 예컨대, A가 c시장에서 기만적 행위나 도전적 행위를 하면 A는 B로부터 x재의 구매중단 등과 같은 보복을 당할 수 있다. 마찬가지로 B가 c시장에서 기만적 행위나 도전적 행위를 감행한다면 B는 A로부터 y재의 구매중단 등과 같은 보복을 받을 수 있다. 따라서 두 재벌 간에 이런 산업연관 관계가 성립되어 있으면 두 재벌은 c시장에서 서로 경쟁을 자제할 가능성이 매우 높아진다. 이와 같이 두 기업이 서로 상호구매 관계를 갖고 있기 때문에 특정 시장에서 경쟁이 제한되는 현상을 상호구매가설(reciprocal buying hypothesis)이라고 한다. 우리 나라 재벌들은 아주 많은 업종으로 다각화되어 있기 때문에 특정 재벌 간에 이러한 관계가 성립될 가능성이 충분히 존재한다.<sup>9)</sup>

각 재벌은 광범위한 분야로 다각화가 이루어져 있기 때문에 재벌 간에는 이런 관계가 성립되어 많은 시장에서 실질적으로 경쟁이 제한될 가능성이 있다. 재벌들은 서로 경쟁관계로 뿐만 아니라 고객관계로도 연결되어 있기 때문이다.

#### 4. 상대영역 상호존중가설

재벌은 수많은 분야로 다각화되어 있다. 따라서 여러 재벌은 많은 시장에서 서로 만나게 되고, 또 경쟁관계에 놓이게 된다. 이렇게 되면 각 재벌은 다른 재벌과 경쟁하는데 매우 신중해질 수밖에 없다. 재벌 간의 경쟁은 많은 시장에서의 경쟁으로 확대되기 때문이다. 특히, 각 재벌이 나름대로 자기의 비교우위시장을 확보하고 있다면 경쟁보다는 협조의 길을 모색할 가능성이 더욱 높아진다. Edwards(1955)는 다각화된 대규모 복합기업 간의 관계를 분석하면서 이 원

9) Scherer(1980), Weiss(1983), Caswell(1987)은 다각화된 대규모 복합기업에서 이런 현상이 나타날 수 있다는 것을 잘 설명하고 있다.

리를 처음으로 제시하였고, Scherer(1980)는 여러 가지 사례를 이용하여 이 원리를 체계적으로 설명하고 있다.

한국 재벌은 대규모 복합기업 이상으로 다각화의 폭이 넓기 때문에 Edwards의 논리가 성립할 가능성이 매우 높다. 예컨대, 재벌 A와 재벌 B가 모두 a, b, c업종에 진출해 있으면 이 업종 모두에서 이들은 경쟁해야 하는 입장에 놓이게 된다. 그런데 a업종에서는 재벌 A가 시장점유율이 매우 높으면서 비교우위에 있고, b업종에서는 재벌 B가 시장점유율이 매우 높으면서 비교우위에 있다. 그리고 시장 c에서는 두 재벌이 거의 비슷한 정도의 점유율에서 어느 재벌도 상대적 우위성을 확보하고 있지 못한다.

Edwards와 Scherer는 이런 관계가 성립되어 있으면 세 시장 모두에서 경쟁이 자제될 가능성이 높다고 보았다. a시장에서는 A가 절대적 우위에 있고, b시장에서는 B가 절대적 우위에 있기 때문에 두 시장에서는 원초적으로 경쟁이 활성화되기 어렵다. 거기다가 A와 B 사이에는 암묵적으로 서로 상대방의 우위영역(spheres of influences)을 인정하는 신사협정이 성립될 수 있다. A는 B에 대해 b영역에서의 우위성을 인정해 주는 대신, a영역에서는 자기의 우위성을 인정받으려고 한다. 이렇게 되면 a, b시장은 물론 c시장에서도 경쟁이 자제될 수밖에 없다. c시장은 서로 비슷한 점유율을 가지고 있기 때문에 시장쟁탈을 위해 두 재벌이 치열하게 경쟁할 가능성도 있다. 그런데 c시장에서 치열하게 경쟁하게 되면 a, b시장에서의 상대영역 상호준중협약이 무너지기 쉽다. A와 B는 각각 우위입장에 있는 a, b시장에서 상대방에게 보복할 수 있기 때문이다. 이렇게 되면 c시장 때문에 a, b시장에서의 협조체제까지 무너질 수 있다. 따라서 A와 B는 a, b, c시장 모두에서 경쟁을 자제하려고 할 것이다.

재벌들은 많은 시장에서 서로 경쟁관계에 놓여 있지만 나름대로 자기의 우위영역을 확보하고 있다. 재벌 간의 경쟁으로 잘 알려진 분야는 삼성과 LG가 경쟁한 1990년대의 가전제품이라고 볼 수 있다. 전자부문에서는 LG에 비해 삼성이 후발 재벌이라고 볼 수 있다. 그러나 이 두 재벌은 가전업종에서 매우 치열한 경쟁관계에 있었다고 평가되고 있다. 그런데 이 두 재벌 사이에 실제로 치열한 가격경쟁이 있었는지는 밝혀져 있지 않다. 가전부문의 상품별 시장을 살펴보면 양 재벌의 우위부문과 경합부문이 뚜렷이 구분된다. 1990년도의 자료에 의하면 TV수상기시장은 LG가 43.6% 점유율과 삼성이 34.9% 점유율로 LG가 우위에 있었다. 반면에 VTR시장은 삼성이 44.9% 점유율과 LG가 32.8% 점유율로 삼성이 우위에 있었다. 그런데 냉장고시장(LG 42.9%, 삼성 40.6%)과 전기

세탁기시장(삼성 45.1%, LG 41.4%)은 거의 비슷한 점유율을 보이고 있다. 이때 이 네 시장에서 삼성과 LG가 과연 얼마나 치열한 가격경쟁을 했는지는 미지수이다.<sup>10)</sup> 상대영역 상호존증가설(spheres of influence hypothesis)이 성립되었다면 겉모습과는 달리 실제로는 가격경쟁이 별로 이루어지지 않았을 수도 있다.

## 5. 다시장접촉가설

재벌은 광범위하게 다각화되어 있기 때문에 많은 시장에서 다른 재벌과 만나게 되는데 이 이유 때문에도 경쟁은 자제될 가능성이 있다. 상호구매가설에서는 두 재벌이 서로 고객관계로 만나게 될 때 경쟁이 제한될 수 있다는 가능성을 보여 주었다. 상대영역 상호존증가설에서는 두 재벌(또는 그 이상의 재벌)이 동종의 여러 시장에서 만나면서 각자 강한 영역을 가지고 있을 때, 그 시장뿐만 아니라 다른 시장에서도 경쟁이 제한될 수 있는 요인이 있다는 것을 살펴보았다. 다시장접촉가설(multimarket contact hypothesis)은 두 가설을 종합한 보다 일반화된 가설로 두 재벌(또는 그 이상의 재벌)이 여러 시장에서 서로 만나는 것 그 자체가 경쟁제한의 요인이 된다는 주장이다.

다시장접촉가설은 다각화되어 있는 두 기업(또는 그 이상 기업)이 여러 시장에서 서로 만나면 이들끼리의 상호의존성이 높아지기 때문에 각 시장에서 서로 경쟁을 자제하려는 움직임이 있을 수 있다는 가설이다. 상호의존성이 높아진다는 것은 상대방의 도전적 행위에 보복할 수 있는 고리를 가질 뿐만 아니라 상대방의 시장행동이 자기의 이익에 직접 영향을 미칠 가능성이 높아진다는 의미이다.

전통적 시장이론에서는 시장의 독점력이 그 시장 내부의 사정에 의해 결정된다고 보았다. 그 시장의 수요조건, 시장집중률, 진입장벽 등이 시장경쟁을 좌우하는 주요 요소로 취급되었다. 그러나 다시장접촉가설은 그 시장 자체의 조건뿐만 아니라 타시장의 조건에 의해서도 시장경쟁이 영향을 받는다는 이론이다. 특정 시장에서의 경쟁자들이 다른 시장에서도 서로 만나게 되면 다른 시장에서의 경쟁관계가 특정 시장의 경쟁에 영향을 준다는 것이 다시장접촉가설이다. 예컨대, 재벌 A와 B가 a시장과 b시장에서 서로 경쟁하는 관계에 있다면, a시장

10) 삼성과 LG가 서비스, 광고 등 비가격부문에서는 서로 치열하게 경쟁한 것으로 나타나 있다. 그러나 가격경쟁에 대해서는 그 정도를 파악하기가 매우 어렵다. 한 가지 주시할 수 있는 사항은 국내시장가격이 국제시장(미국)가격보다는 높았다는 사실이다. 이것은 가격경쟁에 대해서는 삼성과 LG가 소극적이었을 수도 있었다는 점을 시사한다고 볼 수 있다.

의 경쟁 정도는 a시장 자체의 시장조건에 의해서 뿐만 아니라 b시장에서의 경쟁조건에 의해서도 영향을 받는다.

다시장접촉효과의 가능성을 제일 먼저 제기한 학자는 Corwin Edwards(1955)이다. 그는 다각화된 기업들이 여러 시장에서 서로 만날 때는 상호자제 가능성(potential of mutual forbearance)이 높아진다고 보았고, 이 때문에 경쟁이 무디어진다고 보았다. 이런 현상은 여러 업종에서 서로 만나게 되는 기업들 사이에서 뿐만 아니라 한 업종의 기업들이 지역적으로 분리된 여러 시장에서 서로 만나게 될 때도 나타날 수 있다.

Edwards의 주장 이후 다시장접촉효과에 관해서 많은 학자들이 연구를 하였는데, 이론연구에는 Scott(1989)와 Bernheim and Whinston(1990)이, 실증연구에는 Scott(1982), Evans and Kessides(1994), Jans and Rosenbaum(1996), Parker and Roller(1997), Fernandez and Marin(1998), Busse(2002)가 있다. 대부분의 연구들은 다시장접촉이 시장경쟁에 영향을 미칠 가능성이 높다고 보고 있다. 특히, Bernheim-Whinston(1990)은 다시장접촉효과의 존재가능성을 이론적으로 입증하고 있다. 실증연구들에서도 강도의 차이는 있지만 다시장접촉효과의 존재를 거의 입증하고 있다.

한국 재벌은 광범위하게 다각화되어 있기 때문에 여러 시장에서 경쟁자로서 서로 만나게 된다. A 재벌이 수행하는 업종에는 B 재벌도 참여하고 있는 것이 보통이다. 말하자면, 재벌들은 여러 시장에서 서로 경쟁자가 된다. 예컨대, 식품료품분야의 대표적 재벌이었던 롯데와 해태는 아이스크림시장, 초콜릿과자시장, 껌시장, 빙과시장, 주스시장, 보리음료시장 등에서 서로 경쟁자로 만나고 있다. 그뿐만 아니라 서로 경쟁관계에 있는 여러 재벌들은 또 여러 중간재시장에서 서로 공급자와 수요자의 관계로 만나기도 한다. 다시장접촉가설이 성립한다면 한국의 재벌끼리는 많은 시장에서 경쟁이 자제될 가능성이 매우 높다.

#### IV. 경쟁제한효과의 실증분석

재벌체제가 실제로 시장경쟁을 제한하는지는 실증분석에 의해서만 입증될 수 있다. 제Ⅲ절의 5가지 가설은 재벌체제로 인해 경쟁이 제한될 개연성이 높다는 논리만 제공했을 뿐이지 이 논리가 실제로 작동되고 있는지는 실증분석을 통해서만 검증될 수 있다. 최정표(2004)는 시장형태를 4가지로 구분한 후 이 네 가

지 시장의 독점도를 비교하면서 재벌로 인해 시장경쟁이 실제로 제한되고 있는지를 실증분석하였다. 식음료품분야의 상품을 기준으로, 첫째 각 재벌이 비슷한 점유율을 가지면서 재벌끼리 경쟁하는 시장, 둘째 한쪽 재벌이 절대적 우위를 확보하고 있으면서 재벌끼리 경쟁하는 시장, 셋째 비재벌이 재벌과 경쟁하는 시장, 넷째 비재벌끼리만 경쟁하는 시장으로 구분한 후 이 네 시장의 독점도를 비교하였다.

분석결과에 의하면 재벌과 비재벌이 경쟁하는 시장의 독점도가 가장 높고, 그 다음은 재벌끼리 경쟁하지만 한쪽 재벌이 월등하게 높은 점유율을 확보하고 있는 시장이다. 세 번째는 비슷한 시장점유율을 유지하면서 재벌끼리 경쟁하는 시장이고, 독점도가 가장 낮은 시장(경쟁이 가장 높은 시장)은 비재벌끼리만 경쟁하는 시장이었다. 이 결과를 볼 때 재벌끼리 경쟁하는 시장은 비재벌끼리 경쟁하는 시장보다 비경쟁적이다. 거기다가 재벌과 비재벌이 만나는 시장은 재벌에 의해 일방적으로 주도되는 시장이기 때문에 가장 비경쟁적인 시장인 것으로 나타났다.

재벌체제의 경쟁제한가설 중 경제력집중가설과 거대자금가설은 재벌체제로 인해 시장구조가 독점화된다는 주장이고, 상호구매가설과 상대영역 상호존중가설 및 다시장점축가설은 재벌체제로 인해 시장행동이 독점화된다는 가설이다. 따라서 이 가설들이 실제로 유효하게 작동하고 있는지를 분석하기 위해서는 시장구조와 시장행동 양 측면에서 분석할 필요가 있다.

우선 시장구조 측면부터 살펴보기로 한다. 재벌에 의한 경제력집중이 높아지면 독점시장의 수도 많아지고 기존 독점시장의 독점도도 높아질 것이다(경제력집중가설). 그리고 재벌이 시장약탈을 시도하면 재벌이 지배하는 시장수가 많아질 뿐만 아니라 기존 지배시장에서의 점유율도 증가할 것이다(거대자금가설). 이 가설들이 작동한다면 재벌의 계열기업 중 많은 계열기업이 시장지배적 사업자로 부각될 것이다.

공정거래위원회는 1987~1998년까지 매년 시장지배적 사업자와 시장지배적 품목을 지정·발표하였다.<sup>11)</sup> 시장지배적 사업자 중 재벌의 계열사가 차지하는 비중을 정리하면 <표 5>와 같다. 재벌지정이 시작된 1987년에는 총 241개의 시장지배적 사업자 중 23%가 5대 재벌의 계열기업이었고, 47%가 30대 재벌의

11) 시장지배적 사업자는 시장점유율이 50% 이상인 사업자나 3사 집중률이 75% 이상일 때의 세 사업자(10% 미만 사업자는 제외)를 지칭한다(공정거래법). 1999년 이후에는 시장지배적 사업자를 사후적으로 추정할 수 있도록 공정거래법이 바뀌었기 때문에 시장지배적 사업자를 매년 지정하는 제도는 폐기되었다.



〈표 5〉 시장지배적 사업자 중 재벌의 계열기업이 차지하는 비중(1987~1998년)

연 도	1987	1992	1996	1998
5대 재벌의 계열기업수(%)	22.82	26.57	30.25	30.97
30대 재벌의 계열기업수(%)	46.89	54.29	53.82	56.13
총시장지배적 사업자수(개)	241	350	314	310

자료: 공정거래위원회.

계열기업이었다. 시장지배적 사업자가 최종적으로 지정·공표된 1998년에는 310개 기업이 시장지배적 사업자로 지정되었는데, 이 중 31%가 5대 재벌의 계열기업이었다. 그리고 56%가 30대 재벌의 계열기업이었다.

이와 같이 우라 나라의 독점사업자 중에는 반 이상이 30대 재벌의 계열기업이다. 그리고 그 수와 비율도 증가해 왔다. 재벌기업은 자기가 참여하는 시장에서 쉽게 독점사업자로 군림하고 있다. 이는 경제력집중가설이나 거대자금가설이 성립한다는 것을 미루어 짐작케 한다.<sup>12)</sup> 경제력집중이 높아지거나 거대자금이 의한 내부 지원이 높아지면 재벌의 계열기업은 쉽게 자기 업종에서 독점적 지위를 확보해 나갈 수 있다는 것을 말해 준다.

재벌체제가 시장경쟁을 제한시킬 수 있는지는 시장행동 측면에서도 실증적으로 분석될 수 있다. 특정 상품시장에서 경쟁관계에 있는 재벌들이 다른 상품시장에서 판매자-구매자 관계로 만나거나(상호구매가설), 경쟁자관계로 만날 때(상대영역 상호존중가설, 다시장접촉가설), 특정 상품시장에서의 가격경쟁이 실제로 제한되고 있는지를 분석하면 재벌체제가 시장행동 측면에서도 경쟁제한효과를 가지는지 밝혀낼 수 있다.

본 연구에서는 상대영역 상호존중가설과 다시장접촉가설을 다시장접촉모형으로 일원화시켜 재벌체제의 경쟁제한효과를 실증적으로 검정해 보려고 한다.<sup>13)</sup> 상호구매가설은 재벌 간의 상호구매에 관한 자료가 공개되어 있지 않기 때문에 실증분석이 매우 어렵다. 따라서 본 연구에서는 재벌들이 여러 시장에서 경쟁관계로 만나는 다시장접촉모형을 기준으로 재벌체제의 경쟁제한효과를 분석해

12) 경제력집중가설이나 거대자금가설을 계량모형으로 검증하기는 매우 어렵다. 그 이유는 주로 자료의 한계라고 볼 수 있다. 이 가설들을 계량적으로 검증할 수 있을 만큼 정치하고 충분한 자료가 제공되지 못하고 있다.

13) 상호구매가설도 넓은 범주에서는 다시장접촉가설이라고 볼 수 있다. 상호구매가설은 다른 시장에서 판매자-구매자 관계로 만나고, 다시장접촉가설은 경쟁자관계로 만난다는 차이일 뿐이지 기업들이 여러 시장에서 서로 만난다는 점은 동일하기 때문이다.

보기로 한다.

다시장접촉가설을 검정하기 위해서는 다시장접촉의 정도가 시장경쟁에 어떻게 영향을 미치는지를 밝혀야 한다. 따라서 실증모형은 아래 방정식으로부터 출발할 수 있다.

$$Y = f(MMC, X).$$

여기서,  $Y$ : 경쟁제한의 정도를 나타내는 변수

$MMC$ : 다시장접촉(multimarket contact)의 정도를 나타내는 변수

$X$ : 상품의 시장집중률, 진입장벽, 수요조건 등과 같은 그 시장의 내부적 조건을 나타내는 변수

다시장접촉모형에서는 시장경쟁이 내부적 조건뿐만 아니라 그 시장 밖의 외부적 조건에 의해서도 영향을 받는다고 보고 있다. 한 상품의 경쟁자들이 다른 상품시장에서도 서로 경쟁하고 있을 때는 다른 상품시장에서의 경쟁조건이 외부적 조건인데 이 외부적 조건도 그 시장의 경쟁상황에 영향을 미친다. 따라서 한 시장의 경쟁 정도( $Y$ )는 내부적 조건( $X$ )뿐만 아니라 외부적 조건( $MMC$ )의 함수라고 정의할 수 있다.

Busse(2000), Evan and Kessides(1994), Singal(1993), Rhoades and Heggstad(1985), Hughes and Oughton(1993), Scott(1982)는 다시장접촉의 정도가 시장경쟁에 영향을 미쳐 가격상승률이나 이윤율을 변화시킨다고 보았다. 따라서 가격상승률이나 이윤율을 종속변수로 취급하였다.

본 연구에서는 가격상승률을 종속변수로 사용하였다. 다시장접촉이 시장경쟁을 억제시킨다면 다시장접촉의 정도( $MMC$ )가 높은 시장에서는 가격상승률이 높을 것이다. 그런데 시장의 내부 조건을 나타내는 변수는 자료수집이 불가능하여 본 연구에서 취급하지 못했다. 특히, 다시장접촉이 이루어지고 있는 품목 단위로 시장집중률, 진입장벽, 수요조건 등에 대해 자료를 정리하는 것은 현재 우리나라의 자료 실정상 거의 불가능한 상황이다. 이 점은 본 연구의 한계이며 미래 연구의 과제로 남겨둘 수밖에 없었다. 그리고 다시장접촉의 정도도 수량화하기가 매우 어려운 변수이다. 따라서 본 연구에서는 다시장접촉의 정도를 3가지로 구분하여 더미변수로 처리하였으며 분석모형은 아래와 같은 ANOVA 모형으로 설정하였다.

$$Y = D_1 + D_2 \times \text{TwoMMC} + D_3 \times \text{ThreeMMC}.$$

본 연구에서 사용된 품목은 다시장접촉이 없는 품목(*NoMMC*), 2개 재벌이 다시장접촉을 하고 있는 품목(*TwoMMC*), 3개 이상 재벌이 다시장접촉을 하고 있는 품목(*ThreeMMC*)으로 구분되었다. *NoMMC* 품목은 한 재벌만 참여하거나 여러 재벌이 참여해도 재벌에 의한 다시장접촉이 성립되어 있지 않은 품목이고, *TwoMMC* 품목은 두 개의 재벌이 참여하고 있으면서 다른 품목에서도 이 두 재벌이 동시에 참여하고 있는 품목이고, *ThreeMMC* 품목은 3개 이상의 재벌이 참여하고 있으면서 다른 품목에서도 이 재벌들이 동시에 만나고 있는 품목이다.

위 ANOVA모형에서 *TwoMMC* 품목에 대해서는  $TwoMMC=1$ 이고, 그 이외의 품목에 대해서는  $TwoMMC=0$ 이다. 그리고 *ThreeMMC* 품목에 대해서는  $ThreeMMC=1$ 이고, 그 이외의 품목에 대해서는  $ThreeMMC=0$ 이다. 그리고  $Y$ 는 각 상품의 가격상승률이다. 따라서  $D_1$ 값은 다시장접촉이 없는 상품의 가격상승률이 된다. 만약  $D_2 > 0$ 이면 다시장접촉이 없는 경우보다 두 재벌이 다시장접촉을 하는 품목의 가격상승률이 더 높다. 그리고  $D_3 > 0$ 이면 다시장접촉이 없는 경우보다 3개 또는 그 이상 재벌이 다시장접촉을 하는 품목의 가격상승률이 더 높다.  $D_1 + D_2 > D_1 + D_3$ 이면 두 재벌이 다시장접촉을 할 때의 가격상승률이 3개 또는 그 이상 재벌이 다시장접촉을 할 때의 가격상승률보다 더 높다.

본 연구에서는 수집가능한 자료를 기준으로 실증분석을 시도하였다. 지금까지 공식적으로 발표된 자료 중 다시장접촉모형에 적용할 수 있는 자료는 공정거래위원회가 1990년도에 발표한 시장지배적 품목에 관한 자료뿐이다.<sup>14)</sup> 공정거래위원회가 1990년 9월에 발간한 「우리나라의 시장구조분석」에 의하면 공정위가 지정한 시장지배적 품목에 대해 30대 재벌의 참여현황이 정리되어 있다. 본 연구에서는 이 자료를 중심으로 품목별로 재벌의 다시장접촉현황을 파악하여 다시장접촉가설이 성립하고 있는지를 분석하였다.

본 연구에서 정리한 재벌들의 다시장접촉현황에 의하면, 1990년에 지정된 135개의 시장지배적 품목 중 재벌들이 참여하고 있는 품목수는 115개이다. 이 중 품목별로 가격증가율에 관한 자료가 수집되는 품목은 98개이다.

본 연구에서는 다시장접촉의 3가지 유형별로 가격증가 속도가 어떻게 차이가 나는지를 분석하였다. 다시장접촉가설이 유효하다면 다시장접촉이 있는 품목의

14) 1990년 이전과 이후에는 시장지배적 품목과 사업자만 발표하고 시장점유율 등에 관한 자료를 발표하지 않았다. 이 때문에 최근의 자료는 본 연구에 사용하지 못했다. 본 연구의 실증분석상에서 접하는 가장 커다란 한계는 바로 자료의 한계이다.

〈표 6〉 다시장접촉상품의 가격증가율 순위

연도 간격	NoMMC	TwoMMC	ThreeMMC
1988~1992(4년 간격)	2(8.39)	1(8.57)	3(6.73)
1990~1992(2년 간격)	2(4.93)	3(3.80)	1(5.21)
1988~1990(2년 간격)	2(3.17)	1(4.56)	3(1.71)
1989~1991(2년 간격)	3(4.58)	1(6.86)	2(5.86)
1990~1991(1년 간격)	2(3.05)	1(4.23)	3(2.61)
1989~1990(1년 간격)	3(1.50)	2(2.61)	1(3.14)
n	44	23	31

주: ( ) 안의 값은 가격상승률; NoMMC=D<sub>1</sub>, TwoMMC=D<sub>1</sub>+D<sub>2</sub>, ThreeMMC=D<sub>1</sub>+D<sub>3</sub>.

가격증가율이 높을 것이다. 가격변화 기간은 1990년을 기준으로 6가지 기간으로 나누어 보았다. 다시장접촉이 이루어지고 있는 기간이 1990년이기 때문에 1990년을 중심으로 4년간, 2년간, 1년간 각각 가격이 어떻게 변화했는지를 살펴보았다. 따라서 가격변화 기간은 〈표 6〉에 구분되어 있는 것처럼 1988~1992(4년간), 1990~1992(2년간), 1988~1990(2년간), 1989~1991(2년간), 1990~1991(1년간), 1989~1990(1년간) 등 6개 기간으로 나누었다. 이 기간 중에 다시장접촉 유형별로 가격변화율이 어떻게 차이가 나는지를 분석하였다.

가격상승률의 순위가 〈표 6〉에 정리되어 있다. 〈표 6〉의 분석결과에 의하면 2개의 재벌이 다시장접촉을 하고 있는 품목(TwoMMC)이 전반적으로 가장 빠른 속도로 가격이 증가하고 있다. 이것은 두 재벌이 다시장접촉을 할 때 경쟁자제효과가 가장 크다는 것을 나타낸다. 반면에, 다시장접촉이 없는 품목과 3개 이상 재벌이 다시장접촉을 하는 품목 사이에는 큰 차이가 나지 않는다. 구태여 구분한다면 다시장접촉이 없는 품목이 3개 이상의 재벌이 다시장접촉을 하는 품목에서보다 더 높은 가격상승률을 보이고 있다. 이것은 2개의 재벌이 다시장접촉을 할 때는 상호간의 경쟁자제가 쉬워지지만, 3개 이상의 재벌이 다시장접촉을 할 때는 경쟁자제 합의가 어려워지고 오히려 시장경쟁이 더 높아질 가능성이 있다는 것을 보여 준다. 3개 이상의 재벌이 한 시장에서 서로 만나면 비록 이들이 다시장접촉을 하는 관계에 있어도 협조보다는 경쟁으로 내몰릴 가능성이 높다. 규모가 작은 상품시장에서 3개 또는 그 이상의 재벌이 협조적으로 공존하는 것은 쉬운 일이 아니기 때문이다. 이 경우에는 오히려 경쟁이 치열해질 가능성이 높다. 반면에, 재벌이 하나만 참여하거나 다시장접촉 없이 여러 재

〈표 7〉 다시장접촉상품의 가격증가 품목기준 가격증가율 순위

연도 가격	NoMMC	TwoMMC	ThreeMMC	n
1988~1992(4년 간격)	3(11.80)	1(16.00)	2(13.36)	87
1990~1992(2년 간격)	3(7.87)	1(8.83)	2(8.20)	81
1988~1990(2년 간격)	3(6.74)	1(11.41)*	2(10.50)	71
1989~1991(2년 간격)	3(7.04)	2(9.11)	1(10.72)*	72
1990~1991(1년 간격)	3(4.97)	1(7.10)	2(5.76)	67
1989~1990(1년 간격)	3(3.80)	1(6.42)	2(5.95)	58

주: 1) \*는 유의수준 10%에서 가격상승률이 차이가 나는 경우이다.

2) ( ) 안의 값은 가격상승률; NoMMC =  $D_1$ , TwoMMC =  $D_1 + D_2$ , ThreeMMC =  $D_1 + D_3$ .

별이 참여해도(NoMMC) 한 재벌이 그 시장을 주도하면 경쟁이 제한될 가능성이 있다. 본 분석의 결과에 의하면 이 경우에는 3개 또는 그 이상의 재벌이 다시장접촉을 하는 경우보다 시장경쟁이 제한적이다. 따라서 다시장접촉가설이 강하게 작동하는 시장은 2개의 재벌이 다시장접촉을 하는 품목의 시장이라고 볼 수 있다.

상호경쟁 자체는 가격을 올릴 상황에서는 많이 올리고 내릴 상황에서는 적게 내리는 효과를 가져온다. 이 가능성을 살펴보기 위해 분석기간 내에 가격이 상승한 품목만을 대상으로도 다시장접촉효과를 분석하였다.<sup>15)</sup> 〈표 7〉의 분석결과에 따르면 2개의 재벌이 다시장접촉을 하는 경우가 단연코 가장 높은 가격상승률을 나타내고 있다. 그 다음은 3개 이상의 재벌이 다시장접촉을 하는 경우이고, 다시장접촉이 없는 경우가 가격상승률이 가장 낮다. 따라서 〈표 7〉의 분석결과도 다시장접촉가설의 유효성을 뒷받침한다고 볼 수 있다. 특히, 이 경우에는 3개 이상의 재벌이 다시장접촉을 하는 경우에도 경쟁자체가 분명한 것으로 나타나고 있다.

다시장접촉유형에 따라 가격상승률에 차이가 나는 것 외에 본 연구에서는 시장구조의 차이가 실제로 얼마나 유효하게 기업들의 가격결정에 영향을 미치고 있는지도 분석해 보았다. 〈표 8〉은 제1위 사업자의 시장점유율이 50% 이상인 시장의 가격상승률을 50% 이하인 시장의 가격상승률과 비교하였다. 분석결과에 의하면 모든 기간에서 1위 기업의 시장점유율이 50% 이상인 시장의 가격상승률이 50% 이하인 시장의 가격상승률보다 더 높게 나타나고 있다. 주도적 사

15) 시간의 경과와 더불어 가격이 하락하는 것 보다는 가격이 상승하는 것이 일반적 현상이기 때문에 본 연구에서는 가격상승시 다시장접촉이 어떤 효과를 내고 있는지 분석하였다.

〈표 8〉 1위사 점유율 50% 이상 시장과 이하 시장의 가격증가율 비교

연도 가격	50% 이하 시장의 가격증가율	50% 이상 시장의 가격증가율
1988~1992(4년 간격)	6.47	9.59
1990~1992(2년 간격)	4.51	5.05
1988~1990(2년 간격)	1.91	4.36
1989~1991(2년 간격)	4.89	6.26
1990~1991(1년 간격)	3.07	3.33
1989~1990(1년 간격)	1.78	2.88
n	52	46

주: 가격상승률의 차이는 ANOVA모형으로 분석되었다.

업자가 50% 이상의 점유율을 차지하고 있는 시장에서는 제1위 기업이 시장을 주도하기 때문에 가격경쟁이 이루어질 가능성은 매우 낮다. 이런 시장에서는 독점적 가격결정이 이루어질 가능성이 매우 높다고 볼 수 있다. 이 분석에 의하면 시장집중률이 가격상승에 영향을 미친다는 것을 미루어 짐작할 수 있다. 그러나 본 연구는 가격상승률에 영향을 미치는 내부적 시장조건을 반영하지 못했다. 경쟁제한을 야기시킬 수 있는 가장 강력한 시장변수가 시장집중률, 진입장벽 등과 같은 내부적 시장조건인데 상품별로 이런 자료를 확보할 수 없기 때문에 이 변수들을 모형에 반영시키지 못했다. 이 변수들에 의한 효과를 통제할 후에 가격상승률이 다시장점축의 정도에 의해 어떻게 영향을 받는지를 보는 것이 더 정확한 분석이 될 것이다. 그리고 다시장점축이 있을 때도 몇 개의 품목에서 다시장점축이 이루어지고 있느냐에 따라 경쟁제한의 정도는 다를 수 있다. 그러나 본 연구는 이런 요인도 구분해 내지 못한 한계를 지니고 있다.

이상의 분석결과를 종합할 때 재벌이 참여하는 업종에서는 재벌 간의 다시장점축으로 인해 시장경쟁이 제한될 개연성이 있다. 그러나 통계적 유의성은 높지 않았다. 본 연구에서는 ANOVA모형을 이용하여 다시장점축이 있는 품목에서의 가격상승률 차이를 살펴보았는데 가격상승률이 높기는 하지만 통계적 유의성은 낮았다. 이것은 본 연구의 한계이다. 통계적 유의성이 낮은 이유는 샘플수가 98개에 불과해 너무 적었기 때문이라고 할 수 있다. 다시장점축효과를 더욱 정밀하게 분석하기 위해서는 샘플수를 늘려야 할 뿐만 아니라 분석모형을 더욱 확장할 필요가 있다. 시장의 내부 조건까지 포함시키는 회귀모형을 이용해야 하리라고 본다. 모형과 자료가 개선되면 더욱 신뢰 있는 분석결과가 도출

될 수 있을 것이다.

## V. 공정거래정책 관점에서의 함의

한국의 공정거래법(독점규제 및 공정거래에 관한 법률)은 시장집중문제(market concentration)와 경제력집중문제(economic concentration)를 동시에 다루고 있다. 시장집중문제는 독점문제로서 반독점정책(antitrust policy)의 전통적 영역이다. 어느 나라든 공정거래법의 핵심 내용은 시장집중의 문제이다. 반면에, 경제력집중문제는 재벌문제로서 한국 공정거래법 특유의 추가 영역이라고 할 수 있다. 한국에는 재벌이라는 특수한 기업조직이 작동하면서 경제력집중으로 인한 여러 가지 경제적 피해를 야기시키기 때문에 공정거래법은 독점금지조항과 더불어 재벌규제조항을 추가로 도입하고 있다.

그런데 학계와 재계의 일부에서는 이 부문에 대해 비판적 지적을 하고 있다. 공정거래법은 반독점법(antitrust law)이기 때문에 전통적 독점문제만 취급해야 하고, 재벌제도는 독점과 관련이 없기 때문에 재벌에 관한 규제조항들은 공정거래법으로부터 분리시켜야 한다는 것이 이들의 주장이다. 특히, 재계에서는 이 주장이 매우 강하다.

공정거래법은 독점문제만 다루어야 하고 재벌문제는 독점과 관련이 없다는 이들의 주장이 옳다면 공정거래법상의 제반 재벌규제는 공정거래법으로부터 분리시키는 것이 타당할 것이다. 그런데 본 연구의 분석결과에 의하면 재벌체제가 독점문제와 직접 관련이 있는 것으로 나타나고 있다. 따라서 공정거래법이 독점문제만 다루어야 한다는 주장을 받아들인다고 해도 공정거래법에 재벌규제가 도입되는 것은 불가피하다고 볼 수 있다. 문제는 공정거래법상의 재벌규제가 독점을 방지하고 시장경쟁을 촉진시키는 규제이냐는 점이다.

공정거래법에서 도입하고 있는 재벌규제의 주요 수단은 대규모 기업집단에 적용되고 있는 지주회사설립제한, 출자총액제한, 상호출자금지, 채무보증금지, 의결권제한, 내부거래의 이사회 의결 및 공시, 기업결합의 신고, 주식소유현황의 신고 등이라고 볼 수 있다. 여기에서 논의되어야 할 사항은 이런 정책수단들이 직접 독점을 금지하거나 제한하는 효과를 가졌느냐 하는 점이다. 특히, 재벌체제에 기인한 시장경쟁제한효과를 치유할 수 있는 정책수단이 되고 있느냐 하는 점이 중요하다.

본 연구의 분석결과에 의하면 재벌이 시장경쟁을 제한하는 주된 이유는 과도한 다각화에 있다. 본 연구에서 다루고 있는 시장경쟁 제한효과의 5가지 가설 모두가 다각화와 관계되어 있다. 만일 재벌이 다각화되어 있지 않고 단일업종에서 규모만 매우 크다면 ‘경제력집중가설’에 의한 시장경쟁 제한효과는 나타날 수 있지만 다른 4가지 가설에 의한 경쟁제한효과는 나타날 수 없다. 따라서 재벌체제에 기인한 시장경쟁 제한효과를 제거하기 위해서는 다각화에 기인한 경쟁제한효과를 제거할 수 있어야 한다.

다각화에 관한 그 동안의 연구는 효율성(efficiency)이 중요 관심주제였다. 기업이 관련 다각화 또는 비관련 다각화를 추구해 나갈 때 과연 효율성이 향상되고 있는지가 다각화에 관한 연구자들의 주요 관심사였다. 그러나 다각화는 시장경쟁을 제한하는 효과도 가져오고 있다.<sup>16)</sup> 따라서 공정거래의 관점에서는 다각화의 시장경쟁 제한효과가 매우 중요한 연구주제라고 볼 수 있다. 본 연구에서는 재벌의 다각화가 시장경쟁을 제한할 수 있다고 보고 있다.

따라서 공정거래법의 재벌규제는 재벌의 과도한 다각화에 기인한 경쟁제한효과에도 관심을 가져야 한다고 볼 수 있다. 다각화에 기인한 경쟁제한효과를 제거하기 위한 가장 직접적 정책수단은 다각화의 정도를 억제시키는 것이다. 그 다음은 다각화된 업종 간의 관계를 투명화시키는 접근이다. 다각화 정도가 줄면 다각화로 인한 경쟁제한성이 줄어들 것이다. 그리고 다각화된 업종 간의 관계가 투명화되면 다각화에 기인한 반경쟁적 행위가 쉽게 노출되어 쉽게 독점금지정책의 제재를 받을 수 있다.

공정거래법에 도입되어 있는 재벌규제정책 중 출자총액제한과 상호출자금지 는 다각화의 정도를 감소시키는 정책수단이다. 재벌의 계열기업은 직접 상호출자나 순환식 간접 상호출자를 통해 가공자본을 창출하고 이를 이용해 과도한 다각화를 추구한다. 이러한 다각화를 제한할 수 있는 정책수단이 출자총액제한과 상호출자금지이다. 따라서 이 정책은 다각화를 억제시키는 정책이고, 다각화의 정도가 줄어들면 다각화에 기인한 경쟁제한의 정도도 줄어들 것이다.

다각화된 업종 간의 관계를 투명화시키는 정책도 독점적 시장행동을 방지할 수 있는 정책이다. 다각화된 업종 간의 관계는 거래관계와 협조관계로 나누어 살펴볼 수 있다. 거래관계는 계열기업 간의 내부거래를 의미한다. 내부거래는

16) 다각화의 긍정적 효과는 효율성 향상이고 부정적 효과는 경쟁제한이다. 따라서 정책적으로 어느 정도의 다각화가 적정한지를 판단하기 위해서는 두 효과를 비교형량하는 것이 타당할 것이다. 그러나 그 작업은 너무나 큰 작업이기 때문에 본 연구의 범주를 넘어선다. 본 연구는 경쟁제한효과에만 한정해서 다각화의 효과를 살펴보고 있다.



거대자금가설에서 논의된 경쟁제한효과를 가져올 수 있는 주요인이다. 따라서 공정거래법에 도입되어 있는 부당내부거래 방지수단들은 거대자금가설에서 논의된 경쟁제한효과를 억제시킬 수 있는 정책수단이 된다. 대규모 내부거래에 대해 이사회 의결을 거쳐 공시하도록 하는 것과 계열기업 간의 채무보증을 금지하도록 하는 등의 규제는, 계열기업 간의 부당내부거래를 방지하기 위한 정책수단들로서 이는 재벌기업들의 경쟁제한성을 어느 정도 억제시킬 수 있다.

업종 간의 협조관계는 상호구매가설, 상대영역 상호존중가설, 다시장점축가설에서 논의된 경쟁제한효과를 야기시키는 주원인이다. 다각화된 여러 업종 중 한 업종에서의 경쟁자제가 다른 업종에서의 경쟁자제로 연결되면 이것은 재벌 간의 협조관계로 귀착된다. 이런 관계에 기인한 경쟁제한성을 제거시키기 위해서는 재벌 참여업종들의 다각화 현황을 투명화시키는 것이다. 재벌이 참여하는 모든 업종의 자료들이 투명하게 공개되면 업종 간의 협조관계와 경쟁제한 행위가 쉽게 노출될 수 있다. 이렇게 되면 쉽게 법적 제재를 받을 수 있다.

현재의 공정거래법은 재벌의 다각화 현황을 투명화시키기 위한 정책수단은 가지고 있지 않다.<sup>17)</sup> 현재의 재벌규제는 소유구조의 투명화에 치중되어 있다. 공정거래법이 재벌체제에 의한 경쟁제한효과를 억제시키기 위해서는 다각화에 관한 자료를 주기적으로 자세하게 공개하는 것이 필요하다. 각 재벌이 진출해 있는 개별 시장자료를 모두 공개하면 우선 재벌기업들의 다시장점축현황이 밝혀진다. 그리고 이런 시장의 시장구조도 밝혀진다. 이렇게 되면 다시장점축에 기인한 경쟁제한은 재벌 스스로에 의해 최대한 자제될 수 있을 뿐만 아니라 경쟁제한효과를 제거하기 위한 정책집행도 용이해진다.

재벌정책은 지배구조보다 다각화 문제에 더 많은 비중을 두어야 한다. 소유구조는 시장경쟁과 직접 관계가 없다. 반면에, 다각화의 정도와 다각화된 개별 상품의 시장구조와 시장행동은 시장경쟁과 직접 관련이 있다. 따라서 재벌체제에 기인한 경쟁제한효과를 억제시키기 위해서는 지배구조를 투명화시키는 것보다 재벌이 참여하는 업종의 시장구조와 시장행동을 투명화시키는 것이 더욱 긴요한 과제이다. 특히, 다각화되어 있는 재벌업종의 시장구조와 시장행동을 투명화시키는 것은 매우 중요하다.

17) 현 공정거래법에 도입되어 있는 기업집단의 기업결합 신고와 주식소유현황 신고는 소유구조를 투명화시키는 장치이고, 다각화 현황을 투명화시키는 장치는 되지 못한다.

## VI. 요약 및 결론

한국 재벌은 3가지의 주요 특성을 유지하고 있다. 첫째는 여러 기업들의 집합체라는 점, 둘째는 소유와 경영이 분리되지 않은 가족지배기업이라는 점, 셋째는 규모가 매우 크다는 점이다. 본 연구에서는 이러한 3가지 특성을 동시에 가지고 있는 대규모 기업집단을 재벌이라고 정의하고 있다. 이렇게 정의된 재벌은 시장경쟁을 제한시킬 수 있는 요인을 지니고 있다. 그 요인은 경제력집중, 거대자금 능력, 상호구매, 상대영역 상호존중, 다시장점축 등의 관점에서 찾을 수 있다. 전자의 2가지 요인은 시장구조 측면에서 경쟁제한성을 야기시킬 수 있고, 후자의 3가지 요인은 시장행동 측면에서 경쟁제한성을 야기시킬 수 있다.

실증분석의 결과에 의하면 구조 측면과 행동 측면 모두에서 재벌체제는 시장경쟁을 제한할 개연성을 가지고 있다. 재벌체제로 인해 독점적 시장구조가 많아질 가능성도 높고, 담합적 시장행동이 이루어질 가능성도 높은 것으로 나타났다. 따라서 공정거래법에 재벌규제가 도입되는 것은 당연하다고 볼 수 있다.

본 분석의 결과에 의하면 공정거래법은 독점문제만 다루어야 하기 때문에 재벌규제는 공정거래법으로부터 분리시켜야 한다는 주장은 그 근거가 취약하다고 볼 수 있다. 우선 공정거래법은 독점문제만 다루어야 한다는 주장부터 보편적 논리가 결여되어 있으며, 비록 이 주장을 받아들인다고 해도 본 연구의 분석결과에 의하면, 재벌체제가 독점을 조장하는 효과를 가지고 있기 때문에 재벌규제는 공정거래법에 포함되는 것이 당연하다고 볼 수 있다. 중요한 것은 재벌체제가 야기시키는 경쟁제한성을 제거시킬 수 있는 효과적인 재벌규제를 도입하는 것이라고 할 수 있다.

재벌체제가 야기시키는 대부분의 경쟁제한성은 재벌의 과도한 다각화에 그 요인이 있다. 따라서 공정거래법의 재벌규제는 다각화와 관련된 규제이어야 한다. 재벌의 다각화 현황을 투명화시켜 다각화로 인한 경쟁제한성이 쉽게 추적되고 감시될 수 있도록 하는 정책수단이 매우 중요하다. 이를 위해서는 재벌의 다각화 자료를 공개하여 다각화가 시장과 정책 당국의 감시를 받도록 해야 한다. 현재 시행중인 소유구조에 관한 자료의 공개 못지않게 다각화 구조와 다각화 현황에 관한 자료를 공개하는 것도 정책 당국의 중요한 임무라고 할 수 있다. 각 재벌이 참여하는 수많은 시장에 관한 자료가 공개되면 시장에서 일어나는 독점문제가 더욱 분명히 밝혀질 수 있다.

본 연구는 자료수집의 한계상 정치한 계량모형을 도입하지 못했다는 한계를 지니고 있다. 만약 내부적 시장조건을 포함시킨 계량모형과 보다 최근의 자료를 사용할 수 있었다면 더욱 유의성 있는 분석결과를 얻을 수 있었을 것이다. 그리고 다시장집축의 크기를 변수화하는 것도 매우 중요하다. 이들은 모두 미래의 연구과제로 남겨둘 수밖에 없다.

## 참 고 문 헌

- 조창현, 「재벌기업간 다시장집축의 경쟁효과」, 『경제학연구』 46(4), 1998, 89~119.
- 최정표, 「재벌에 의한 경제력집중의 정태 및 동태적 분석」, 『산업조직연구』 12(4), 2004a, 63~88.
- \_\_\_\_\_, 「재벌식 기업조직의 경쟁제한성」, 『한국재벌의 이론과 현실』, 건국대학교 출판부, 2004b, 231~254.
- 황인학, 『경제력집중, 한국적 인식의 문제점』, KERI, 1997.
- Berle, A. A. and G. C. Means, *The Modern Corporation and Private Property*, The MacMillan Company, New York, NY, 1932.
- Bernheim, B. Douglas and Michael D. Whinston, “Multimarket Contact and Collusive Behavior,” *Rand Journal of Economics*, 21(1), 1990, 1~26.
- Busse, Meghan R., “Multimarket Contact and Price Coordination in the Cellular Telephone Industry,” *Journal of Economics & Management Strategy*, 9(3), Fall 2000, 287~320.
- Caswell, Julie A., “Aggregate Concentration: Significance, Trends, and Causes,” *Issues after a Century of Federal Competition Policy*, ed., Robert L. Wills, Julie A. Caswell, and John D. Culbertson, Lexington Books, 1987, 237~249.
- Choi, Jeong-Pyo and Thomas G. Cowing, “Diversification, Concentration and Economic Performance: Korean Business Groups,” *Review of Industrial Organization*, 21, 2002, 271~282.
- Clarke, R. and S. W. Davies, “Aggregate Concentration, Market Concentration and Diversification,” *The Economic Journal*, 93, March 1983, 182~192.

- Edwards, Corwin D., "Conglomerate Bigness as a Source of Power," in *Business, Concentration and Price Policy*, ed., George Stigler, N.J. Princeton, Princeton University Press, 1955, 331~359.
- Evans, William N. and Ioannis N. Kessides, "Living by the "Golden Rule": Multimarket Contact in the U.S. Airline Industry," *Quarterly Journal of Economics*, 109(2), 1994, 341~366.
- Fernández, Nerea and Pedro L. Marin, "Market Power and Multimarket Contact: Some Evidence from the Spanish Hotel Industry," *The Journal of Industrial Economics*, Vol. XLVI, 1998, 310~315.
- Jans, Ivette and David I. Rosenbaum, "Multimarket Contact and Pricing: Evidence from the U.S. Cement Industry," *International Journal of Industrial Organization*, 15, 1996, 391~412.
- Parker, Philip M. and Lars-Hendrik Röller, "Collusive Conduct in Duopolies: Multimarket Contact and Cross-Ownership in the Mobile Telephone Industry," *Rand Journal of Economics*, 28(2), Summer 1997, 304~322.
- Scherer, F.M., *Industrial Market Structure and Economic Performance*, 2nd ed., Houghton Mifflin Company, 1980.
- Scott, John T., "Multimarket Contact and Economic Performance," *Review of Economics and Statistics*, 1982, 368~375.
- \_\_\_\_\_, "Purposive Diversification as a Motive for Merger," *International Journal of Industrial Organization*, 7, 1989, 35~47.
- \_\_\_\_\_, "Multimarket Contact among Diversified Oligopolists," *International Journal of Industrial Organization*, 9, 1991, 225~238.
- Weiss, Leonard W., "The Extent and Effects of Aggregate Concentration," *Journal of Law and Economics*, 26(2), June 1983, 429~455.

[Abstract]

## *Chaebols* and Market Competition

Jeong-Pyo Choi\*

This paper analyzes the effects of *chaebol* system on market competition in Korea. *Chaebols* are big and operating in highly diversified industries, and thus could cause economic concentration, deep pocket, cross subsidization, reciprocal buying, spheres of influence, and multimarket contact. Under these circumstances, *chaebols* would gain more monopoly power and compete less vigorously. The empirical analysis shows a possible mitigation of competition in markets where *chaebols* are participating. This indicates that *chaebol* regulations need to pay more attention on diversification issues rather than to governance or ownership.

**Keywords:** *Chaebols*, Economic Concentration, Multimarket Contact, Antitrust Policy

**JEL Classification:** L1, L4

---

\* Professor, Department of Economics, Konkuk University.