



◆공정위, 롯데쇼핑의 하이마트 인수 승인

관련 시장에서의 경쟁저해 정도가 크지 않다고 판단

공정거래위원회는 롯데쇼핑의 하이마트 주식취득 건에 대해 심사한 결과, 관련 시장의 경쟁을 제한하지 않는다는 결론을 내리고 이를 당사회사에 통보했다고 밝혔다.

롯데쇼핑은 2012년 7월 6일 유진기업 등으로부터 하이마트의 주식 65.25%를 취득하기로 계약을 체결하고, 같은 달 12일 이를 공정위에 신고했다.

공정위는 심사결과, 관련 시장 획정에 있어서 상품시장은 소비자 설문조사 결과를 토대로 실시한 경제분석 결과 및 유통채널별 특징을 고려해 가전 양판점, 제조자 직영/전속 대리점, 집단상가(가전전문점), 대형마트의 가전매장을 포함하는 '가전제품유통시장'으로 획정하고, 가전전문점의 지리적 시장 범위는 사업자이용고객의 분포현황 및 경쟁상황, 소비자 설문조사 결과 등을 고려하여 각 점포로부터 반경 8km 이내로 획정했다.

대형마트 가전매장은 과거 심사례에 비추어 각 점포로부터 반경 5km(대도시권 외 지역은 10km) 이내를 점포별 지역시장으로 획정함에 따라, 획정된 지역시장 중 롯데마트와 하이마트가 서로 경쟁하는 총 38개 지역시장을 중점심사 지역으로 선정했다고 설명했다. 공정위는 경쟁제한성 판단에 있어서 중점심사지역 중 안전지대에 해당하지 않는 27개 지역시장에 대해 실질적 경쟁제한성 여부를 심사했다.

이에 따라 지역별로 시장점유율 증가 정도, 경쟁 점포와의 거리 및 매장규모 등을 검토한 결과, 기업결합 이후 하이마트와 롯데마트가 가격인상 등 경쟁제한 행위를 할 가능성이 있다고 판단되는 지역은 없었는데, 하이마트 충남 홍성점의 경우 롯데마트 홍성점과 2.1km 떨어져 있는 반면 300m 인근에 전자랜드 등 경쟁 점포가 있고, 매장 규모에 있어서도 경쟁 점포에 비해 롯데마트 규모가 작았다.

소비자 설문조사를 바탕으로 한 구매전환율 분석에서도 하이마트는 롯데마트보다 다른 경쟁사와의 경쟁의 정도가 높다는 결론이 나왔고, 가전제품 온라인시장을 통한 소비자 구매가 증가하고 있다는 점도 당사회사에 경쟁압력으로 작용할 수 있을 것으로 판단됐다. 한편, 롯데쇼핑이 운영하는 대형마트(가전 외), 백화점, 편의점 등과 하이마트가 결합하는 측면에서도 경쟁제한성은 없다고 공정위는 판단했다.

특히 기업결합 이후 가전제품 통합구매로 하이마트의 구매력이 상승할지 여부와 관련해 제조사별 판매경로 및 그 비중 등을 고려할 때 그 정도가 크지 않을 것으로 판단했고, 대형마트(가전 외) 측면에서도 롯데마트로의 고객유인 능력이 강화될 수 있지만 마트 내 가전비중(약 6.5%)을 고려할 때 이마트, 홈플러스 등 경쟁마트를 배제시킬 정도는 아니라고 판단했다. (끝)