

시정명령등취소

[서울고등법원 2008. 11. 5. 2008누2462]



【전문】

【원 고】

【피 고】 공정거래위원회 (소송대리인 법무법인 민주 담당변호사 문병규)

【변론종결】2008. 10. 8.

【주문】

】

1. 원고의 청구를 기각한다.
2. 소송비용은 원고가 부담한다.

【청구취지】피고가 2007. 12. 20. 원고에 대하여 한 별지 제1목록 기재 시정명령 및 과징금 납부명령을 취소한다.

【이유】

】1. 처분의 경위

가. 원고의 지위 및 일반현황

- (1) 원고는 의약품과 의약부외품 등을 제조·판매하는 사업자로서 독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 '공정거래법'이라 한다) 제2조 제1호의 규정에 의한 사업자에 해당하고, 매출액 등의 일반현황은 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 원고의 일반현황

(단위: 명, 백만 원)

연도 별종업원수자본금매출액판매관리비영업이익경상이익당기순이익업계순위2003 (%)1,89546,765492,485 (100.0)190,703 (38.7)37,016 (7.5)35,233 (7.2)23,805 (4.8)1위2004 (%)1,92147,570541,214 (100.0)206,539 (38.2)45,650 (8.4)41,083 (7.6)26,575 (4.9)1위2005 (%)1,98648,435533,625 (100.0)253,764 (47.5)42,045 (7.9)43,721 (8.2)25,413 (4.8)1위

- (2) 원고가 생산·판매하는 주요 의약품 현황 및 국내 시장점유율은 <표 2>와 같다.

<표 2-1> 주요 취급품목 및 시장점유율

(단위: 백만 원, %)

구 분주요품목용도'05년 매출매출비중시장점유율박카스박카스강장 내복약 138,000 25.8 40%(1위)전문의약품 (ETC) 스티렌워점막 보호제 31,406 5.9 27%(2위) 니세틸치매치료제 27,320 5.1 25%(1위) 타나트릴정혈압강하제 12,3262.3 ? 에포세린주약성종양치료제 11,999 2.2 ? 일반의약품(OTC) 판피린에프종합감기약 16,267 3.0 ? 비겐크림톤염색약(의약외품)12,038 2.3 ? 기타 의약품 및 의료기기 사업 등아크로펜정 등 190여 품목 ? 284,244 53.3 ? 총계200여 품목 ? 533,600 100.0 ?

<표 2-2> 취급품목별 거래처 수

취급품목거래처별거래처 수('05년 기준)전문의약품 (87개 품목)종합병원284준종합병원380일반의원5,005소 계5,669일반의약품 (110여 개 품목)약국6,500일반도매 70소 계 6,570박카스약국 17,327도매상235소 계 17,562합 계합 계 29,801

- (3) 원고의 판매조직을 보면 영업본부 산하에 의약실 및 박카스사업부 등 5개 사업부, 10개 팀, 12개 지방사무소를 두고 있고, 순수 영업인력은 314명(2005년 기준)이며, 판매경로는 다음 <그림 1>과 같다.

<그림 1> 판매경로('05년 기준)

(약국, 병원에 대한 매출비중은 의약품 도매상을 경유하는 경우도 포함되어 있음)

- (4) 판매방법을 살펴보면, 영업사원들이 병원, 약국, 도매상 등을 직접 방문하여 주문받아 현금 및 외상판매를 하고, 대금 회수기간은 평균 73일 정도이다.

부대비용의 부담방법은 거래실적에 따라 원고가 부담한다.

판매전략은 기간별, 품목별로 수립·운영한다.

나. 시장구조 및 실태

(1) 개 관

제약산업은 의약품을 개발·생산하여 유통하는 산업으로서, 의약품은 크게 원료의약품과 완제의약품으로, 완제의약품은 다시 일반의약품과 전문의약품으로 구분된다.

일반의약품(Over-the-counter drug)은 의사의 처방 없이 약국에서 직접 구입할 수 있는 의약품이고, 전문의약품(Ethical drug)은 사람에게 위해를 가할 우려가 있거나 용법 또는 용량에 대한 전문적 지식을 필요로 하는 의약품으로서 의사의 처방을 통해서만 구입할 수 있는 의약품을 말한다.

(2) 제약산업의 특성

(가) 규제산업

인간의 생명과 직결되는 의약품을 취급하는 산업의 특성상 국가가 제품의 개발, 임상시험, 인·허가 및 제조, 유통, 판매 등 전 과정을 엄격히 규제하고 있다.

(나) 기술 및 지식 집약적 산업

제약산업은 기술집약도가 높은 첨단기술산업의 한 분야로서 고부가가치를 창출하는 미래성장산업으로 분류되고 있다.

신약개발에는 약학, 화학, 생물학, 의학 등 여러 분야의 관련 지식과 기술의 토대 위에 막대한 비용과 시간 투입이 필요하고, 1개의 신약을 개발하는데 10~15년 정도의 오랜 기간이 소요되며 R&D 비용은 보통 1억~5억 달러 정도 소요되고 있다.

1987년 국내에 물질특허제도가 도입되었고 이에 따라 특허를 받게 되는 신약은 20년간 독점적 지위를 보장받을 수 있다.

의약품은 특허출원을 한 후에도 허가 등을 위한 임상시험에 장기간이 소요되므로 실질적으로 특허를 누리는 기간은 20년 미만이나, 신약 시판 후 부작용을 모니터링하는 신약 재심사기간(4~6년) 동안은 제네릭 의약품의 허가를 해주지 않으므로 사실상 특허기간이 연장되는 효과가 있다.

(다) 최종 구매자의 선택이 허용되지 않는 시장

전문약품은 일반상품과 달리 제품의 최종선택권이 비용지불자인 소비자(환자) 및 국민건강보험공단에 있는 것이 아니라 처방하는 의사에게 있다.

또한, 대학병원, 종합병원 및 준종합병원은 정기적으로 약제심사위원회(D/C, Drug Committee)를 개최하여 '처방약제 리스트'를 작성하는데 이 리스트에 등재되지 않은 약품은 해당 병원에서 처방이 아예 불가능하거나 가능하더라도 그 절차가 매우 복잡하여 실제로 처방이 거의 이루어지지 못한다.

따라서 제약회사들은 전문의약품의 마케팅을 일반소비자가 아닌 의사 또는 의료기관을 대상으로 실시하고 있다.

즉, 처방 권한을 가진 의사들에게 자사 약품에 대한 지식전달 및 설명(이른바 디테일, detail)을 실시하는 한편, 대학병원, 종합병원, 준종합병원에 대해서는 약제심사위원회(D/C)에서의 약품선정을 위해 약제심사위원들에게 자사 약품에 대한 디테일을 실시하고 있다.

(라) 일반 제조업에 비해 판매관리비 과다

제약회사의 판매비 및 관리비는 2005년 기준으로 매출액의 35.16%에 달하는바, 일반 제조업의 판매관리비 비중(12.18%)에 비해 매우 높다.

이는 제약회사들이 연구·개발을 통한 제품의 질 경쟁보다 의료인에 대한 판촉활동에 치중하고 있기 때문이다.

(3) 제약시장 현황

2006년 국내 의약품 생산규모는 약 12조 3,620억 원으로 전체 GDP의 약 1.46%를 차지하고 있고, 그중 완제의약품 생산규모는 10조 5,475억 원, 원료의약품 생산규모는 8,993억 원, 의약외품 생산규모는 7,917억 원이다.

완제의약품 시장에 대해 살펴보면, 2006년 완제의약품 생산업체 수는 243개, 생산되는 품목 수는 총 16,022개이며, 생산액을 기준으로 할 때 전문의약품이 전체 완제의약품의 74.7%를 차지하고 있다.

완제의약품 생산에서 상위 10대 기업의 시장점유율은 30.9% 수준으로 전체적으로는 경쟁적 시장구조이나, 전문의약품 시장에서 약효군별로 시장을 획정할 경우 일부 약효군에서 독과점적 구조가 나타나고 있다.

2005년도 국내 매출 상위 10개 전문의약품 중 8개를 다국적 제약사가 차지하고 있다.

의약품 수요 측면에서는 아래 <표 3>과 같이 2006년도 국민 전체 약제비는 8조 4,041억 원으로 총진료비 28조 5,579억 원의 29.4%를 차지하였다.

지난 5년간 우리나라 약제비 증가율은 12.7%로서, OECD 평균인 6.1%보다 높게 증가하고 있어 건강보험 재정에 악영향을 미치고 있다.

이는 고령화사회 진입에 따른 만성질환자 수의 증가, 신약 등 고가약으로의 처방전환, 제약사의 과도한 판촉활동에 따른 불필요한 처방증가 등에 의한 것으로 분석되고 있다.

<표 3> 연도별 진료비 및 약제비 현황

(단위: 억 원, %)

구 분	2001년	2003년	2005년	2006년	총진료비	178,195	205,336	247,968	285,579	총약품비 (구성비)	41,804 (23.5)	55,831 (27.2)	72,289 (29.2)	84,041 (29.4)
-----	-------	-------	-------	-------	------	---------	---------	---------	---------	------------	---------------	---------------	---------------	---------------

(4) 제약산업의 유통구조

국내 의약품 유통시장 규모는 2005년 기준으로 총 6조 1,303억 원이고, 그중 제약회사와 요양기관(병·의원, 약국, 보건소 등)의 직거래를 제외한 도매거래 시장규모는 2조 9,976억 원으로서 전체 유통시장의 48.9%를 차지하고 있다(그림 2 참조).

국내 의약품 유통은 ① 도매업체를 경유하는 방식과 ② 제약회사가 직접 요양기관과 직거래하는 방식의 이원적 유통체계이고, 94년도부터 100병상 이상 종합병원에 대해 도매업체 의무경유제도를 실시하고 있다.

의약품 도매업체는 2005년 기준으로 1,589개이고, 도매업체 중 매출액 상위 10개 업체가 전체 국내 의약품 매출액 6조 1303억 원의 40.8%를 점하고 있다.

건강기능식품 도매 등 의약품 외의 도매에 의한 매출을 제외할 경우에는 매출액 상위 10개 업체가 전체 매출액(2005년 4조 5843억 원)의 약 62.4%를 차지한다.

그리고 2006년에는 <표 4>와 같이 의약품 도매업체 수가 1,698개로 늘어났다.

<그림 2> 의약품의 유통구조

<표 4> 의약품 관련 업체 수

(’06. 12. 현재)

구분의료기관약국도매상계종합전문종합병원병원의원보건기관개소52,791432661,40726,4983,43121,1461,698

(5) 제약산업의 규제현황

(가) 의약품 제조업 및 의약품 도매업 허가

의약품 제조업을 영위하고자 하는 자는 제조시설을 갖추어 식약청장의 허가를 받아야 하고{ 구 약사법 제26조(2007. 4. 11. 법률 제8365호로 전부 개정되기 전의 것, 이하 '약사법'이라 한다)}, 의약품 도매업을 영위하고자 하는 자는 자산, 시설, 인력 등 일정 요건을 갖추어 시·도지사의 허가를 받아야 한다(약사법 제35조 제2항). 약국 개설은 자연인인 약사 또는 한약사만 할 수 있고(약사법 제16조), 약사·한약사는 1개소의 약국만 개설이 가능하다(약사법 제19조).

(나) 의약품 품목 허가

의약품을 제조·판매하기 위해서는 품목별로 식약청장의 허가를 받아야 한다.

품목 허가절차는 해당 품목이 신약(original)인지 제네릭(generic) 의약품인지 여부에 따라 달라진다.

1) 신약허가 절차

가) 신물질 탐색 및 전 임상 단계

신약 후보 물질들의 화학적 구조, 물리화학적 성질을 규명하고, 동물실험을 통해 후보물질의 생체 내에서의 대사작용, 독성과 약리 연구를 하고, 특허를 출원하는 단계이다.

평균 2~3년 정도의 기간이 소요되고, 이 단계에서 제제화연구(경구용, 주사용 등)를 병행한다.

나) 임상단계

① 임상 1단계

소수의 건강한 사람을 대상으로 안정성, 약효 및 부작용을 시험하는 단계로 보통 1년 정도의 기간이 소요된다.

정상적인 건강한 자원자 20명~80명을 대상으로 이루어지며, 이 시험에서 안전한 유효 투여량의 범위 및 약물의 안전성, 약물의 흡수, 분포, 대사, 배설 등을 확인한다.

② 임상 2단계

100명~300명의 환자를 대상으로 하는 약효 및 안전성 확인시험으로 약 2년의 기간이 소요된다.

③ 임상 3단계

1000명~3000명의 환자를 대상으로 하는 전국 규모의 대규모 임상시험으로 약 3년 정도의 기간이 소요된다.

의사는 약물의 효능과 부작용을 모니터하기 위해 환자를 세심히 관찰한다.

다) 신약신청

신약승인을 받고자 하는 자는 기초 탐색연구와 약효 검색 및 동물을 이용한 전 임상시험, 사람을 대상으로 하는 임상시험 등의 자료를 식약청에 제출하고, 식약청은 「의약품 등의 안전성·유효성 심사에 관한 규정」에 의한 안전성·유효성 심사와 품질관리를 위한 기준 및 시험방법에 대한 검토절차를 거친 후 신약허가를 내준다.

신약승인기간은 안전성·유효성 심사 70일, 허가검토 25일로 최대 95일이 소요된다.

라) 임상 4단계(PMS, Post Marketing Surveillance) - 시판 후 조사

제조사(또는 수입업자)는 「신약 등의 재심사기준」에 의하여 시판되고 있는 약품의 부작용 등 안전성·유효성에 관한 사항을 파악하기 위해 조사대상자의 조건을 정하지 않고 일상진료 하에서 아래 <표 5>와 같이 해당 약품의 사용성 적조사를 하고 정해진 기간 내에 그 결과를 식약청에 보고하여 재심사를 받아야 한다.

<표 5> PMS 의무 증례 수 및 재심사기간

? 구 분 내 용 증례 수 3000례 - 국내에서 세계 최초로 개발된 신약 - 외국에서 개발 중인 신약 - 외국에서 허가 후 3년이 경과되지 않은 신약 600례 - 기타 신약, 자료제출 의약품 등 재심사기간 6년 - 신약, 기허가된 의약품과 유효성분의 종류 또는 배합비율이 다른 전문의약품 4년 - 기허가된 의약품과 유효성분 및 투여경로는 동일하나 명백하게 다른 효능, 효과를 추가한 전문의약품 - 기타 재심사를 받을 필요가 있는 의약품

시판 후 조사(PMS)가 의약품 시판 후 안전성·유효성 평가를 위한 목적으로 실시되어야 함에도 불구하고 의료인에 대한 마케팅 목적으로 사용되는 경우도 있다.

즉, 제약회사는 처방과 연계시킬 목적으로 영업 및 마케팅부서 추천을 통해 의료인을 선정하여 PMS 계약을 체결하려는 경향이 있다.

약사법에 근거를 둔 정상적 PMS 이외에 식약청 보고의무가 없는 시판 후 조사(Non-regulatory PMS)의 경우 시행 과정에 대해 정부의 통제를 받지 않고 대부분 마케팅을 목적으로 실시되고 있고, 제약회사마다 Safety Study, Observation Study, Epidemiology Study, Market Research, Physician Experience Program, Case Study, Therapeutic Use Program, Clinical Experience Program 등 다양한 명칭으로 시행되고 있다.

2004년 기준으로 인구 100만 명당 의약품 부작용 보고건수를 보면 미국의 경우 1,454건, 일본이 237건인데 비해 우리나라의 경우 19건에 불과하다.

2005년에 국내의 의약품 부작용 보고건수는 전체 1,841건 중 80% 이상이 의약품 제조, 수입업소에서 보고한 것이며, PMS를 실시하고 있는 병·의원은 60건(3.3%)에 불과하여 부작용 보고비율이 매우 낮아 PMS가 안전성·유효성에 대한 평가역할을 제대로 하지 못하고 있는 것으로 보인다.

2) 제네릭 의약품 허가 절차

가) 준비단계

오리지널 약품의 특허만료 여부 및 재심사기간의 만료 여부를 확인한다.

특허가 만료되었어도 재심사기간이 만료되지 않은 경우 제네릭 의약품 품목허가를 받을 수 없다.

나) 허가과정

제네릭 의약품에 대한 허가는 제제 연구 → 시험생산 → 생물학적 동등성시험 계획서 준비 → 시험약 생산 → 생물학적 동등성시험 실시 → 최종 품목허가 순으로 진행된다.

(다) 광고규제

전문의약품은 대중광고가 금지되고, 의학 또는 약학에 관한 전문적·학술적 목적의 매체를 이용한 광고만 가능하다. 그러나 의약분업 실시 이후 처방전을 환자가 직접 볼 수 있게 되면서, 소비자(환자)의 복용하는 전문의약품에 대한 관심이 증대되고 있고, 정보의 비대칭성 문제로 인해 광고규제에 대한 개선 움직임이 지속적으로 있어 왔다.

2007. 4. 타결된 한미 FTA에서 미국은 인터넷을 통한 의약품 정보제공 허용을 요구하였는데, 보건복지부는 현재 국내에서 허용되고 있는 바와 같이 제약회사의 홈페이지를 통한 정보제공만을 허용하기로 하고, TV 등 전문의약품의 광고 및 인터넷 포털을 통한 정보제공은 허용하지 않기로 하였다.

(라) 의약품 마케팅의 특징

의료서비스의 특성상 진료를 받는 환자가 의약품을 선택할 수 없는 상황에서 진료와 관련된 모든 선택은 의사가 하게 마련이고 제약업체는 의사들이 환자진료에 꼭 필요한 의약품을 제공하는 역할을 맡고 있다.

의사가 의약품을 구매·처방하는 행위는 상업적인 관계이기는 하나 기본적으로 환자를 위한 행위라는 측면에서 관계 당사자들의 이익을 최대화하려는 일반 상업적 관계와는 큰 차이가 있다고 할 수 있다.

즉, 만일 의사와 제약업체 사이에 이루어지는 이런 상업적 행위가 환자에게 도움이 되기보다 의사나 제약업체에 더 이익이 되는 것이라면 이는 법적·윤리적으로 여러 가지 문제를 야기한다.

이에 따라 의약품의 공정한 거래를 위해 정부의 관리·감독을 강화하고, 관련단체 등에서 공정한 의약품 판매경쟁과 거래질서를 위한 규약을 만들어 제약회사들로 하여금 이를 지키도록 권고하고 있는 것은 전 세계적으로 공통되는 현상이고, 불공정한 거래로부터 소비자인 모든 국민을 보호하고 공정한 경쟁을 확보하기 위한 노력의 산물이다.

우리나라의 경우 대한의사협회 산하 공인학회 숫자는 131개에 달하고, 제약회사는 학회에 대한 세미나 지원, 부스광고 등을 통해 자사제품 홍보 및 판촉활동을 벌이고 있으며, 주요병원 의사들이자 주요학회 임원들인 의사들을 KOL(Key Opinion Leader)로 선정하여 강의료·자문료 지원, PMS 실시 등 다양한 방법의 지원을 통하여 자사 제품을 처방에 포함하거나 구매하도록 유도하고 있다.

공인학회 이외에도 각 지역 의사회, 연구회, 동문모임 등 비공식 의료인모임에 대한 판촉활동도 이루어지고 있으나 그 규모 등은 현실적으로 파악이 어려운 상황이다.

(마) 주요 국가 및 국제기구의 의약품 마케팅과 관련된 규제 현황

제약산업은 생명관련 산업으로서 마케팅활동에 있어서도 다른 업종보다 높은 규범성이 요구된다.

특히 의사들에 대한 마케팅활동은 궁극적으로 환자에게 유효성·안전성이 우수한 고품질의 의약품을 공급한다는 측면에서 엄격한 규율에 근거하여 통제될 필요가 있다.

1) 주요 국가의 규제 현황

가) 미국

미국의 경우 제약회사는 마케팅 경비로 매년 110억 달러 이상을 지출하고 있고, 의사에 대한 선물제공, 식사접대, 여행 지원 등의 판촉활동을 위해 의사 1인당 8,000 ~ 13,000달러를 지출하고 있는 것으로 추산된다.

이러한 상황에서 미국제약협회는 <표 6>과 같은 내용으로 제약회사와 전문 의료인 간의 상호활동에 관하여 규율하는 '신 마케팅 강령'(2002년)을 채택, 운용함으로써 제약회사 영업사원들이 전문의료인과 어떻게 교류해야 하는지에 관한 지침을 개략적으로 제시하고 있다.

<표 6> 신 마케팅 강령(주요내용)

○ 일반 상호활동 : 상호활동은 의료인들에게 과학적이고 교육적인 정보를 전달하고 환자의 이익을 극대화하기 위한 과학적인 의학연구 및 교육을 지원하는데 중점을 두어야 함○ 접대 : 상호활동에는 접대가 포함되어서는 안 되고, 상호활동은 과학적 혹은 교육적 정보를 제공하는 데에 도움이 되는 장소에서 이루어져야 함○ 학회 : 제약회사는 학회 후원자에게 지원을 할 수는 있으나 참석자 개개인에게 자금지원을 해서는 안됨. 조직주체에 후원을 해야 하며 제약회사는 학회의 주제나 방식 등에 아무런 영향을 주어서는 안됨○ 자문 : 합법적 진료 혹은 자문의 업무는 적절하나 전문 의료인들의 보수를 충당하기 위한 수단으로 제약회사의 자문활동이 이용되어서는 안 됨○ 물품 : 환자진료에 도움이 되는 간단한 물품은 의사에게 제공할 수 있으나 개인용도의 VCR, CD, 음악회 티켓 등은 물론 현금이나 상품권도 제공할 수 없음○ 자사제품 설명회 : 연회의 성격을 띠어서는 안 되며 설명회와 무관한 의사 부인이나 다른 사람을 포함해서는 안됨○ 장학금·기부금 등 : 처방에 대한 대가 혹은 의료인의 처방패턴을 변경할 목적으로 제공되어서는 안됨○ 간단한 물품은 물론 학회지원, 장학금 지원시 자사 제품의 처방을 전제로 해서 제공해서는 안됨

이처럼 미국의 제약협회가 전문의료인에 대한 제약회사의 마케팅활동을 강력하게 규율하는 이유는 제약회사의 마케팅활동이 의사들의 처방행태에 영향을 미쳐 궁극적으로 환자의 편익 및 신뢰를 저하하기 때문이다.

실제로 1994년부터 2000년까지 제약회사와 의사와의 관계에 대한 29개의 연구논문을 분석한 결과에서도 제약회사의 마케팅활동이 의사의 처방에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

예컨대 선물제공, 학회참석에 따른 교통비, 숙박비 등의 지원, 의약품 샘플 제공, 강연료 지급, 식사와 병행한 제품 설명회 개최, 지속적인 의료교육 후원 등에 의하여 의사들은 해당 제약회사 제품이 기존의 제품보다 싸고 약효도 우월하지 않음에도 병원 처방약제 리스트에 추가할 것을 요청하고 향후 당해 제품에 대해 비합리적으로 처방을 증가시킨다고 밝히고 있다 .

미국의 의사협회에서도 의사처방과 관련한 제약회사의 과다한 판촉이 계속되자 <표 7>과 같이 의사와 제약회사와의 올바른 관계정립을 위한 '의사에 대한 제약회사들로부터의 선물'(Gift to physicians from industry)이라는 지침을 제정하여 대대적인 교육 및 홍보활동을 전개하고 있다.

<표 7> 미국의사협회 지침(주요내용)

○ 제약회사로부터 의사가 받아도 되는 선물은 기본적으로 환자의 진료에 도움이 되거나 의사의 업무에 관련이 있는 간단한 것(예: 펜이나 메모지 등)이어야 하며, 현금은 안 되고 물품인 경우 그 금전적 가치가 크지 않아야 함○ 제약회사에서 후원하는 학술모임은 이런 학술모임에 어울리는 장소에서 이루어져야 하고, 후원내용이나 이해 상충 여부를 분명히 해야 함○ 단순한 학회 참석을 위한 의사들의 여행이나 숙박, 식사비용은 후원을 받아서는 안 되고, 의사들의 시간에 대한 보상도 안됨○ 의사의 처방행위에 관련한 어떤 선물도 받아서는 안 되고, 제약회사가 학술대회 지원을 계약할 때 그 학술대회의 내용이나 강사, 학술대회 자료선정은 학술대회를 조직하는 주체에 맡겨야 함

한편, 미국의 OIG(Office of Inspector General; 사회보장청 산하 의료사기 총수사국)는 '제약회사의 자율준수프로그램(Compliance Program) 가이드라인'에서 제약회사와 병원 및 의사와의 관계에서의 마케팅의 허용범위 및 절차를 명시하고 있다.

또한 '연방 리베이트 금지법'(Federal Anti-Kickback Statute; Medicare and Medicaid Patient Protection Act)은 연방기금으로 운영되는 지불과 관련된 품목, 서비스에 대한 추천 혹은 구매, 처방을 조건으로 사례금 등을 직·간접적으로 받거나 지불하는 행위를 금지하고 있다(prohibits knowingly and willfully paying or receiving any remuneration directly or indirectly, overtly or covertly).

나) 일본

일본제약공업협회는 <표 8>과 같이 1993년 'IFPMA 의약품 마케팅 코드'에 준거한 '의료용 의약품 프로모션 코드'를 제정하여 제약회사가 의료담당자들을 대상으로 프로모션을 할 때 당연히 준수해야 할 행동기준을 명시하고 있다.

<표 8> 의료용 의약품 프로모션 코드(주요내용)

- 영업사원(Medical Representative)은 타사 및 타사제품을 중상·비방하지 않음
- 시판 후 조사(PMS)는 과학적 정당성에 입각하고, 판매촉진의 수단으로 하지 않음
- 시공(試供) 의약품의 제공은 반드시 해당 의약품의 정보제공을 수반하면서 제공량은 필요 최소한으로 함
- 제약회사가 의료담당자들을 대상으로 실시하는 제품에 관한 강연회 등은 출석자에게 전문적 정보를 제공하는 학술적인 것이어야 함
- 제약회사는 직접이든 간접이든 의약품의 적정 사용에 영향을 줄 우려가 있는 금전류를 의료기관 등에 제공하지 않으며, 제약회사가 의료기관 등에 제공할 수 있는 금전류라 하더라도 사회통념을 넘어 과대하게 되지 않도록 유의함

2) 국제기구 규제 현황

WHO(세계보건기구)는 <표 9>와 같이 '의약품 프로모션에 관한 기준'(1988)의 운용을 통하여 제약산업이 의약품 판매 촉진과 관련되는 분야의 기준 마련시 다음과 같은 기준을 고려하도록 권고하고 있다.

<표 9> 의약품 프로모션에 관한 기준(주요내용)

- 제품의 비교는 사실에 입각한 것으로 공평하고 입증 가능한 것이어야 함
- 학술적 또는 교육적 활동은 판매촉진을 목적으로 의도적으로 사용해서는 안 됨
- 영업사원(Medical Representative)은 처방자나 조제자에게 권유편의(inducement, 각종 비가격 서비스를 포함)를 제공해서는 안 됨
- 의료관계자 개인에 대한 국내 또는 국제 심포지엄에 참석하기 위한 지원은 의약품 판매촉진의 어떤 의무도 조건으로 해서는 안 됨
- 시판 후 조사(PMS)는 프로모션을 위장하는 방법으로서 남용되어서는 안 됨

한편, IFPMA(국제제약단체연합회)는 제약회사의 마케팅활동을 위한 규범으로 <표 10>과 같이 '의약품 마케팅 코드'(2006)를 운용하고 있고, 각 제약회사로 하여금 이를 구체화한 독자적인 코드를 제정하도록 권장하고 있다.

<표 10> IFPMA 의약품 마케팅 코드(주요내용)

- 시판 후 조사(PMS)는 프로모션으로 위장되어서는 안 되고, 주로 과학적이고 교육적인 목적을 위하여 수행되어야 함
- 프로모션을 위한 정보는 명확하고 정확하며 공평하고 객관적이어야지 왜곡 또는 과장, 부당한 강조 등으로 오해를 초래해서는 안 됨
- 제약회사는 행사에 초대된 의사와 동반한 개인에 대해 어떠한 비용도 지불해서는 안 되고, 행사와 독립적인 접대나 다른 레저활동 등을 제공하거나 이에 대한 비용을 지불해서는 안 됨
- 의사에게 현금 및 현금등가물(상품권 등)을 제공해서는 안 되고, 음악CD, 스포츠 관람권, 전자용품 등 의사 개인의 사적인 편익을 위한 선물은 금지됨

3) 우리나라

한국제약협회는 <표 11>과 같이 '보험용 의약품의 거래에 관한 공정경쟁규약'과 동 규약의 '세부운용기준'에서 보험용 의약품의 마케팅과 관련한 제약회사의 의무를 규정하고 있다.

그리고 제약협회 내부 운영위원회에서 구체적인 사례를 제시하고 있다.

예컨대, 제약회사가 의료기관에 30만 원 이하에 해당하는 의학저널, 의료기기, 의약품 냉장고 등을 순수 학술목적이 아닌 의약품 판매목적으로 제공하는 경우에는 지원금액이 많고 적음에 상관없이 규약위반으로 보고 있다(2006. 7. 18. 한국제약협회 공정경쟁협의회 06-2차 회의자료).

<표 11> 보험용 의약품의 거래에 관한 공정경쟁규약(주요내용)

- 제약회사는 의료기관 등에 약품채택비 또는 처방사례비 등의 현금, 상품권 등의 금품류를 제공하여서는 안 됨○ 제약회사는 의료기관 등에 음식물·골프 등의 접대, 교통·숙박 등의 편의 또는 오락 등의 향응을 제공하여서는 안 됨○ 의학과 학회, 연구단체(학회 등)의 학술대회, 연구회, 강연회에 협찬하는 식음료비용, 기념품비용, 사례물품비용은 1인당 5만 원 내외로 함○ 학회 참가자 지원의 범위는 발표자, 연자(演者), 좌장, 토론자에 한하며, 발표자에는 포스터 발표자와 공동연구자를 포함하며 토론자라 함은 학회에서 정한 지정 답변자를 의미함○ 시판 후 조사(PMS) 비용은 1건당 5만 원 내외로 함

다국적 제약회사를 회원사로 두고 있는 한국다국적의약산업협회(KRPIA)도 회원사 간의 공정한 의약품 유통경쟁 질서를 확보하기 위해 <표 12>와 같이 공정경쟁규약을 제정하여 운영하고 있다(2006. 4. 4.).

<표 12> 의약품 거래에 관한 공정경쟁규약(주요내용)

- 회원사는 공정경쟁규약 조항에 기술된 내용은 물론 그 정신까지도 준수하여야 하고, 본 규약의 규정을 부당하게 회피하여서는 안 됨○ 회원사는 의약품을 특정 의료기관의 처방약제 목록에 등재하기 위한 경우, 의약품의 처방에 따른 대가를 지급하기 위한 목적으로 금품류를 제공할 수 없음○ 견본품은 어떤 경우에도 재판매되거나 환자에게 투약하여서는 안 되고, 견본품은 1명의 보건의료 전문가에 대해 최소포장 단위로 1개 제공 가능함○ 학술연구 목적으로 의학 관련 서적 및 간행물을 연간 30만 원 범위 내에서 지원 가능○ 회원사는 학술대회 또는 의약학 관련 단체가 주최하는 행사의 후원자로서 1인당 각 5만 원 이내의 식음료 및 기념품을 제공할 수 있음○ 보건의료 전문가에게 강연 또는 자문을 의뢰하는 경우 1회당 50만 원 이내로 보상을 제공할 수 있음○ 시판 후 조사(PMS)에 참여하는 보건의료 전문가에게 증례보고서당 5만 원 이내의 보상을 할 수 있음

한편, 보건복지부 등 20개 단체는 2005. 3. 9. 투명한 보건의료환경을 조성하기 위해 <표 13>과 같이 "보건의료분야 투명사회협약"을 체결한 바 있는데, 이는 보건의료분야의 투명성을 높여 잔존하는 부패를 청산하고 투명한 보건의료환경을 조성하여 국민으로부터 도덕적으로 신뢰받고 국가경쟁력을 제고하기 위한 것이었다.

<표 16> 보건의료분야 투명사회협약(주요내용)

- 의약품 거래와 관련하여 부당한 고객유인행위 및 그 원인제공을 방지하고 공정하고 투명한 경쟁질서를 확립하기 위해 노력○ 보건의료분야의 각 단체 및 회원사들은 유통과 관련하여 리베이트 등 금품류를 제공하여서는 안 되며, 제공할 것을 요구하거나 제공받아서는 안 됨○ 제약사의 음성적인 후원금 제공 지양 및 후원금품 등의 후원에 대한 명확한 기준 설정 등 의약품 유통과정의 투명성을 높이기 위한 환경개선을 추진○ 보건의료 관련단체는 리베이트 근절 등 의약품 등 유통과정의 투명성 강화를 위한 협약실천을 위해 노력. 정부는 리베이트 근절 등 의약품 등 유통과정의 투명성 강화를 위한 환경개선에 노력

그리고 국민건강보험공단은 2006. 9. 13. 보건의료분야 투명사회협약의 실질적인 이행과 의약품 등 유통과정의 투명성 제고를 위하여 <표 14>와 같이 의약품 등의 거래에 관한 보건의료분야 공동자율규약을 작성하여 2006. 11.부터 시행하고 있다(2006. 11. 27. 피고의 승인을 받았다).

<표 14> 의약품 등의 거래에 관한 보건의료분야 공동자율규약(주요내용)

○ 의약품 등 거래와 관련한 외상 매출할인, 매입할인, 할증, 심사조정보상 및 처방, 조제, 처방목록 등재, 사용유지와 관련된 부당한 금품류 제공금지○ 의약품 등 거래와 관련하여 지급되는 병원신축비, 장학금, 보건의료 담당자들의 학회 또는 세미나 등 각종 행사와 관련한 기부금 등 금품류 제공금지○ 기타 의약품 등의 거래와 관련하여 비정상적으로 제공되는 금품류 제공금지
다.

원고의 행위사실

(1) 의료기관 등에 대한 지원행위

(가) 품목별 판매계획 수립 및 운용

1) 원고는 2005년에 <표 15>와 같이 자사 의약품의 판매증진을 위하여 병·의원 또는 주요 의사(Key Dr.) 등에게 처방에 대한 대가로 품목에 따라 기본적으로는 처방(예정)액의 3~12%에 상당하는 사례비를 현금이나 물품지원, 케이스스터디 지원 등의 방법으로 지원하고 이와는 별도로 마케팅팀이 품목별로 10~25%를 지원하는 판매전략을 수립하였고, 감사부서에서는 <표 15>의 내용을 기준으로 하여 내부감사를 하였다.

<표 15> 주요 품목별 처방사례비(기본 지원비) 내역 (2005년)

지원대상기본지원율지원품목종합병원12%에포세린(EPO), 스티렌(SLC)10%에포론(EPI), 그로트로핀(GTI), 류코스팀(LSI), 니세틸(NCT), 슈프락스(SRC), 타나트릴(TAN), 콜레스논(CLT), 프로스탈(PSTH), 오논(ONC), 엑셀론(EXC), 바소트롤(VST), 타리온(TLT), 글리멜(GMT)8%아크로펜(ACFT), 화레스톤(FRT), 가스터(GAS), 베스자임(BSZT), 발트렉스(IVRT), 백시크립(VCI), 조프란(ZOT), 호의(FOY), 오팔몬(OMT), 디후렉스(DFX), 멜라논크림(MLC), 아크날(AKC), 메로콕스(MCC)5%카프란(CAR), 엑세그란(ECT), 프로스타딘(PGE), 세파메진(DCEZ), 도스레인(DSC)각 품목별 PM팀(마케팅팀) 별도 지원(10~25%)일반병원3%처방관리비(처방리스트 회수실적의 3%)7%거래처별 판촉지원(처방리스트 회수실적의 7%)각 품목별 PM팀(마케팅팀) 지원 별도(10~20% 판촉지원)

(※ 원고의 감사부서 직원 수첩에 나타난 내용을 발췌하여 편집한 것임)

2) 원고의 병원사업부는 2003. 5.경 중기 경영계획을 수립하면서 2003년 이전 발매제품(기존 제품)에 대한 품목별 판매 전략을 아래 <표 16>과 같이 수립하였다.

<표 16> 2003년 이전 발매제품 판매전략 사례

구분제품명 지원목적 중점추진 사항 (지원내역)판매목표 ('03→'05)신경계 (치매치료)니세틸 (NCT)다국적사의 유사품 및 타 제약사의 동일 성분 출시에 따른 시장 극복- 치매 클리닉 설치 병원, HP 병원급 거래율 확대 등을 통해 신규처방 확대매출 242→300억 원 M/S 현재 1위- 소규모 모임 슬라이드 미팅(S/M) 등을 통해 신규 처방처 발굴- 타 제약사 시장침투에 따른 방어전략29.5 →25.0%소화기가스터 (GAS)개인병원 시장 신규처 확대 및 경쟁품 시장침투 방어- 병의원 우수거래처 개척매출 128→150억 원 M/S 현재 1위- 종합병원 과확산 및 증량- S/M, 부스설치 등 학회활동 강화15.3 →15%- 가스터(GAS) 미납처 개척 및 입찰병원 가격 대체 품목으로 육성 등을 통한 가스터디정(iGAD) 신

규, 신남 총력항생제슈프락스 (SRC)개인 의원 분야 거래처 확산 및 종합병원 처방과 확산- 개인병원 분야 공략 : 거래처 확산(1,000→1,500개처), 대형 처방처 육성매출 165→160억 원 M/S 현재 1위- 처방과 확산을 통한 시장 확대 (호흡기내과 등) 등으로 외자사 판촉전략과 당사 동일제품의 가격전략에 대응 9.2 →8.9%호흡기오논 (ONC)천식-비염시장 M/S 확대- 소외 1 등 유관학회와 유대강화 및 심평원 기준변경 등을 통해 보험규제 해결매출 67→150억 원 현재 M/S 2위- 개인병원 처방확대(기존 처방처 회복 및 신처방)6.7 →11.5% (1위 MSD의 Singulair 제품 7.3%)- 처방 영역 확대 (종합병원, 개인병원 처방 회복, 탈환)항생제에포세린 (EPO)처방과 확산 및 소량 사용처 증량 유도- 신경외과 등에 니세틸(NCT), 가스터(GAI) 제품 등과 시너지 효과매출 100→120억 원 M/S 현재 2위- 의국활동 강화4.6 →5.6% (1위 일동제약의 후루마린 8.1%)- 소량 사용처 증량척추관 협착증 (LSS)오팔몬 (OMT)요부 척추관 협착증- 소외 2 등 관련학회, 주요의사(OP Dr.)(주 13) 발굴 및 활용 등을 통해 척추관 협착증 시장 확대매출 33→150억 원- 처방증대(종합병원 : 통증의학과, 재활의학과 처방 유도, 개인병원 : 정형외과, 신경외과 집중처방 유도)- 소수인원, 소수 전문품목에 판매·학술활동 집중경쟁품 없음순환기타나트릴 (TAN)주요 종합병원 메이저 과 확산 및 개인병원 M/S 확대- 주요병원 순환기 OP Dr. 발굴매출 77→120억 원 M/S 현재 2위- 주요 종합병원 메이저 과 확산9.8 →12.0% (1위 한독 트리테이스 21.7%)- 개인병원 시장에 공격적 마케팅 실시 : 대형 처방처 육성 (C/S, 연간 처방계약 유도)항암제화레스톤 (FRT)타사제품(TAM) 대체 및 타사제품(Aromatase)의 시장진입 적극 대처- 소외 3(12개 주요 병원 Dr.로 구성) 등 학회 임원 및 주요 Op Dr.집중관리매출 49→70억 원- 학회 S/M 활용- 타사제품(Aromatase Inhibitor: Femara, Arimidex) 시장진입 적극 대처66.9 →70.0%항바이러스발트렉스 (IVRT)항헤르페스 바이러스 시장 현황 및 동일시장 M/S 1위 달성- 시장확대전략매출 48→100억 원 M/S 현재 2위 '03 현재 97개처 주요병원 약제심사(DC)통과 및 랜딩(Landing)(주 14) 완료 - 신규 처방처 발굴17.7 →26.0% (1위 노바티스 팜비어 22.5%) 피부과 등 관련학회 참가 및 과별 지역별, 학교별 S/M 실시 등으로 신규 처방처 발굴호르몬제그로트로핀 (GTI)종합병원 분야 성인영역 Code화 및 개업의 신규 확대로 매출 100억 원 달성- 소아, 성인영역(복부 미만, 골다공증 등 처방영역 확대매출 54→100억 원 M/S 현재 2위- 신규 처방처 발굴- 개원의 Op Dr.를 통한 스터디그룹(S/G) 형성28.6 →35.7% (1위 LGCI의 유트로핀 47.6%)- 매년 10회 그로트로핀 심포지움 실시(서울 6, 지방 4회)아토피성 피부 치료제프로토픽 (IPRT)아토피성 피부염 전문 치료제 시장 M/S 확대- 처방확대 전략 : HP급 및 개인의원 적극공략과 피부과 등 처방 다양화, 기존의 스테로이드 제제 적극 대체매출 8→100억 원 M/S 현재 4위- 학회(소외 4 및 소외 5) 지원 강화 및 과별 키닥터(Key Dr.) 관리강화로 프로모션(Promotion) 강화3.0 →24.0% (1위 유한 세레스톤 19%, 2위 한독 더마톱 13%)

(OP Dr.)

(Landing)

3) 원고는 아래 <표 17>과 같은 내용의 2004년 발매 신제품에 대한 판매전략을 수립하였다.

<표 17> 2004년 발매 신제품 판매전략 사례

구분제품명발매예정일지원 계획 및 실적순환기 (고혈압 치료제)바소트롤정'04.2.1<마케팅 전략>- 개인병원(내과, 가정의학과 중심) 케이스 스터디(C/S) 실시 ('04년 1,000cases)- 종합병원 의국비(매출액의) 10% 운영- 소외 6, 7 등 학회활동(부스, 광고)<판매목표> '04년 7억→'07년 30억<예산계획> : 6.6억 원(2007년) 예) 조사활동비 - 신규랜딩 지원, C/S, 시장조사→1억 원해열진통 소염제 (골관절염치료제)메로콕스정 (캡슐)'04.9.1<기본방침>- 시장 114억 원('03), 모빅 처방처 대체, 정형외과 집중공략- 대형 처방처 30% 지원(기본지원율 20%)(종합병원)- 타 경쟁업체보다 먼저

약제심의(D/C) 상정될 수 있도록 사전작업요망(기존 6월 병원팀장 브리핑시 보고병원은 D/C 상정 적극 추진)* 종합 병원급 신납 유도 : 할인율은 마케팅 담당자(PM)와 협의* 품목 기본지원비: 8% 운영 예정(일반병원)- 정형외과, 가정 의학과, 보건소 등 중심으로 C/S 3개처 이상 확보, 담당자 최소 1회 이상 소규모 S/M 실시* 연간 계약처, 월 100만 원 이상 처방처 : 선지원 혹은 추가 마일리지 운영(PM팀 13%)* C/S 지원 : 4/4분기 중 300개 목표, 기본 20케이스 30만 원 지원, 월 50만 원 이상 처방유도하고 처방전 10장 이상 증빙 제출시 즉시 C/S 지급<판매목표> '04년 실적 84.5억 원(점유비 29.8%) '05년 목표 110억 원(전년 대비 30.2% 증가)성장호르몬그로트로핀-II (GTI)기존제품<'05년 대책>(종합병원)- 소외 8 회원 적극 공략 '05. 5. 및 10. 소외 9(익산, 서울)- '05. 9. 10. 소외 10(프랑스 리옹) * 해외학회 : 왕복항공료, 호텔투숙비, 학회 참여비 지원(공식적)- 10월 소외 8 10주년 행사 지원- 성인 : 비만치료 및 노화방지 클리닉 Dr 육성, 관리 * 시판 후 조사(PMS) 600례 마무리(건당 10만 원)- 성장캠프 및 건강강좌 실시 : 내분비학회 주관, 연수원 협찬 추진- 소외 11, 12, 13 등 연간 15회 건강강좌 실시* 종병팀 '05년 DC 추진 : 3월 소외 14, 18, 16, 4월 소외 17, 5월 소외 18(DC위원장 3월 교체), 6월 소외 19(일반병원)- 신규 신납 확대('04년 1,390→'05년 2,000개)- 그로드로핀(GTiH) 주요 의사 100개처 확보, 연 500알 이상 처방처 54→100개처, 대형처 100개처(7.2%)가 일반병원팀 매출액 39.8% 차지* 연간계약을 통한 처방확대 및 타사 진입저지- 일반병원팀 65억 원 달성을 위한 월 18,000알 조기처방 달성 ('04년 월평균 14,000알)* 지점 S/M 활성화, 탄력적 가격지원 및 샘플제공<'05 실적 및 '06 계획>(종합병원)- '05년 실적 : 소외 19, 20 등 12개 중병 D/C 통과- '06년 D/C계획 : 소외 21 등 8개 병원- 종합병원 판매목표 90억 원 달성- 미국 보스톤 내분비학회 케이스별 지원 예정 등 6개 국내외학회 및 집담회 적극 참가- 분기별 집담회 적극 참가 및 후원- 병원 케이스별 신환자 창출비 지원* '05년 신환자 창출 : 소외 22 등 전국 38개 종합 병원(의사 45명), 869명 창출(일반병원)- 일병 목표 60억 원 달성목표, 현 거래처 수 1,300개→1,500개로 확대, 그로트로핀(GTI) 주요 의사 100개처 확보* 각 지역별 성장전문 클리닉 적극 육성 : 배너 광고, 팸플릿, 현수막 등 광고지원, 탄력적 가격지원 및 샘플지원* 대형 육성처 케이스별 지원 예정* 노화방지 전문클리닉 육성 : 배너 광고 등 광고지원<판매실적 및 목표> '04년 실적 85억 원(31.5% 점유, 2위) '05년 목표 110억 원 ? 누벨기존제품<지원계획>- 학회 부스 및 S/M 실시 : 소외 23 및 산부인과 개원의 모임→그로트로핀(GTi) 관련학회 및 S/M과 연계 * 대형처(월 50만 원 이상) 위주 관리 및 연간계약 체결(중점 거래처 관리)<판매목표>- '04년 목표 10억 원, 예상실적 4.9억 원 '05년 목표 5억 원인플레인자백신'05년 백신크립→06년 플루박스로 개명기존제품<'05 시장분석 및 대책>- '03년 사스, 조류독감으로 민간접종 수요증가('05년 백신수요 1,700만 이상 전망)- GSK, A/P사의 완제품 수입판매로 원료공급 차질 우려- 일반병원팀 판매사원(MR) 개인목표 부여 : 실적 100% 인정, 공동구매 유도당뇨병 치료제치옥티아 HR정'06. 6<시장상황>- '05년 249억 원 시장(부광 치옥타시드 141억 원 1위),- 병원별 처방 현황 : 중병 70.4%, 개인 29.6%- 오리지널 제품 종합병원 선점 및 판촉활동 강화- 치옥타시드정 교체주력 및 50% M/S 확보 목표- 거래처 지원 강화남성형 탈모치료제알로피아정 (ALT)'05.12- '06. 8. 현재 소외 24, 22 등 10개 병원 처방 중- 강남지역 모발전문병원 등 일병 590개처 처방 중* 중병 10%, 일병 20% 지원순환기 (고혈압 치료제)오로디핀정'06.1.2.<시장상황>- 고혈압 최대 품목, 국내 항고혈압 제제 시장에 진입 ('05년 8,166억 원, 개량 신약)<기본 방향>- 발매연도 100억 원 달성 : 대규모 C/S, 소그룹 미팅, 판촉용 임상, CCB 시장의 신시장 개척 및 기존 거래처 랜딩(종합병원)- 20억 원 달성목표 방안 : 국공립병원 랜딩(개량 신약으로 신약 D/C 통과), 중소형병원 랜딩(단가계약, 처방 미진제품 대체), 사립대병원 랜딩(처방 미진제품 대체), 랜딩조건부 임상시험(일반병원)- 80억 원 달성 : 대규모 C/S 실시(5,000cases), 타나트릴정(TAN), 콜레스논 정(CLT), 바소트롤정(VST) 연계 처방병원 추가지원 * 선지원을 통한 판매활성화 * 의료

기기 지원(VP-1,000, MESOGUM) * 연간계약을 통한 대형처 확보<중장기 계획>- 판매목표 : '06년 병원 수 1,550개, 100억 원 → '09년 병원 수 3,120개, 220억 원 목표<예산계획>(총 '06년 40→'09년 75.5억 원)- 제품육성비 : C/S, 랜딩, 매칭, 대형처 지원, 시상 (9→15.2억 원)- 품목지원비 : 종합병원 10%, 일반병원 25% (22→44.5억 원)- 학술회의비 : S/M, 학술지원(6.3→14억 원)피부남성형 탈모증 치료제알로피아정'05.12.26<국내 시장규모>- '04년 207억 원 (MSD사의 프로페시아 152억 원, 국내 제네릭 다수발매 예정, 오리지널 제품 선점, 병원 53%, 의원 47% 처방<마케팅 기본방향>- 100억 원대 제품으로 육성 : 병원팀 D/C 통과 주력, 의약정보팀 대형처 육성- 마케팅 임상 실시(대한 모발학회와 연계)<중장기 판매목표>- '06년 30 → 09년 100억 원<'06년 예산계획> : 총 10.9억 원* 신규/신납 지원 : 대학/종합병원 신납 지원(50개 처) 및 C/S(2,000건) - 3.1억 원* 판촉지원 : Opinion Drs. 학회참여 지원(50명), S/M 지원경비 - 2억 원* 소외 25 및 소외 26 세미나, 소그룹 미팅지원 경비 - 0.6억 원* 의국 지원(종합병원 : 매출액 대비 10%, 일반병원 : 매출액 대비 20%) - 4.5억 원* 부스 참여, 전문지, 학회지 광고, 기타 팜플릿 제작 등 - 0.7억 원치매 치료제니세틸정(NCT)기존제품<판매현황 및 M/S>- '03년 486억 원(점유 31.4%)→'05년 740억 원(28.5%)<랜딩처>- '06. 8. 8. 현재 소외 27 등 39개처 D/C 통과, 소외 28 상정(미납처 : 소외 22 등 291개처)- '06. 2. 현재, 처방처 중병 106개 등 1,784개처* 대표적 다액 처방처(월 100만원 이상) : 대구 소외 29, 전주 소외 30, 춘천시 소외 31 등 41개처<집중육성 거래처('06. 4. 기준)>- 소외 32(월 28만 원 처방), 소외 33, 34(동반 출장, C/S 늘려주기로 함)- 의정부 소외 35(신규처)- 소외 36 등 7개처{카니탈(타사제품) 처방 등으로 15~20% 지원처}신경정신동아가바펜틴캡슐(DGC) ? - '06 판매목표 30억 원('05년 실적 12.9억 원)- 처방처 종합병원급 41개 등 438개처- 대표적 다액 처방처 : 대구 소외 37 등 21개처피부질환타리온 정'04 하반기- 시장규모 355억 원, 중병에서 60% 사용- 마케팅대책 : 시장 3위 진입목표, 병원팀 D/C 통과 주력, PMS 3,000레 실시 ※ 발매 심포지엄 : 서울 및 부산 개최 Tanabe 경비 1/2 부담진해거담제 (제네릭)도스테인 Cap ? - 시장규모: 760억 원 동아 등 9개 품목 제네릭 발매, 병원에서 75% 처방- 마케팅 대책 : (종합병원) D/C 통과 주력, (일반병원) 타사제품 처방대체, 2005년 처방처 500개 확보, S/M, C/S, 이비인후과 주 타깃관절염 치료메로콕스 Cap ? - 전체 관련(NSAIDS) 시장 규모 : 1,730억 원('03 IMS 기준), 에어탈 136억 원, 모빅(80% 병원 사용) 114억 원, 정형외과에서 36% 처방, 동아 등 18개사 3/4분기 발매 예정 - 마케팅 대책 (종합병원) D/C 통과 주력 및 신납 유도, (일반병원) 처방유도, 2005년까지 처방처 500개 달성, S/M, 샘플링, C/S(류마티스내과, 정형외과 등)인슐린 비의존성 당뇨병글리멜 정 ? - 시장규모 : 환자 240만 명(4,800만 인구의 5%), 1,432억 원(2003년 IMS), 아마릴 512억(1위), 주로 내과에서 처방(71%), 51개처 '04. 11. 이후 발매 예정- 마케팅 대책 : Pre-marketing(사전 마케팅) 주력→ 6월 예산확보(C/S 거래처 600개 이상 확보, 추계학회 부스 참여, 당뇨병 집담회, 세미나 지원), HP급 병원 신납 유도 등

- 4) 원고의 제주사업소는 2006년 하반기에 아래 <표 18>과 같이 발트렉스 처방에 대한 대가로 병의원에 C/S 실시하고 현금 등을 지원하는 내용의 "발트렉스(IVRT) 처방 활성화 방안"을 수립하였다.

<표 18> 제주사업소 발트렉스(IVRT) 처방활성화 방안

(단위: 천 원)

거래처명현 처방액처방증대계획거래처 상황비고(지원요청)06. 12.07. 6.소외 383001,0001,000200만 원 이상의 잠재적 거래처 경동 외 3개처 처방 중C/S 실시소외 39 (신납)--1,000150만 원 처방 가능처 현 수도약품 처방 중현금지원 25%(주 15)소외 40 (신납)--1,20006년 랜딩 후 지원율로 인해 처방 중단처30% 판촉지원소외 41150150500 ? C/S 실

시소외 42 (신남)-350350150만 원 이상 처방 가능처 경동제약 처방 중지원에 민감한 원장 경동 지원을 25% 30% 지원 요청소외 436006001,000 ? 12월 병원이전시 단가계약 25% 판촉지원 요청

25%

5) 원고는 2006년에 아래 <표 19>와 같이 약품처방에 대한 대가로 제주지역 일반병원에 대하여 회식비, 현금 등을 지원하는 내용의 '거래처별 처방유도계획'을 수립하였다.

<표 19> 제주지역 일반병원에 대한 거래처별 처방유도계획

병원명처방증량계획 (12월까지 증량액)처방유도계획품목지원관련소외 446,000천 원멜라논크림(MLC) 신남, 디후렉스 캡슐(DFX) 공격적인 지원으로 증량'06. 10. 중 회식소외 451,200천 원아크로펜(ACFT)'06. 10. 중 현금지원소외 405,000천 원멜라논크림(MLC)'06. 10. 중 현금지급소외 461,000천 원 ? 20만 원 지원 예정소외 471,000천 원오로디핀(OPT), 글리멜(GMT)새로운 닥터가 현금을 요구함소외 482,000천 원오로디핀(OPT) 증량매달 지원소외 494,000천 원자이데나(ZYT) 처방 집중함분기 삼겹살 회식을 요구함

6) 원고는 위와 같은 판매전략에 따라 병원 등 거래처에 처방사례비 등으로 제공할 현금성 지원경비(품목별 기본지원 경비)를 아래 <표 20>에서 보는 바와 같이 예산비목 중 시내출장비, 학술회의비, 조사활동비, 판매촉진비(일부)에 편성·운영하였다.

<표 20> 현금성 지원경비에예산(조사활동비, 시내출장비 등) 편성 및 집행사례

(단위 : 천 원)

항목구분비 목'03. 3/4분기 예산집행액'04. 3/4분기 예산요청액비 고판매지원비품목기본 지원비 (병원팀)조사활동비 610,513 930,000- 병원팀 지원품목의 판매실적대비 산출(사후지원)시내출장비 359,666 369,000- 조사활동비 및 시내출장비는 현금성 경비로서 발생한 지원비의 35%를 기준으로 운영(조사활동비 = 발생지원비×35% - 출장비)학술회의비 (판매촉진비) 832,888 1,251,000 소 계1,803,0672,550,000 * 출장비=지급월 현재의 인원수(병원팀+의약정보팀)×2만 원×월 20일 기준(각 지점 총무과에서 불출)품목기본지원비 (의정팀)판매촉진비 (학술회의비) ? 168,000의 약정보팀 주요제품 판매실적의 3% (사후지원)조사활동비 ? 72,000 소 계 ? 240,000처방계약 지원비판매촉진비 (학술회의비) 1,286,220 540,000의약정보팀 및 치과 처방계약처에 매출액의 7% 지원대책(사후지원)조사활동비 ? 160,000 소 계 ? 700,000대책지원비판매촉진비 ? 60,000종합·개인병원 명절판촉기타판촉비학술회의비 ? 120,000법인카드 사용예산 범위 내에서 사용내역에 따라 학술회의비 또는 판촉비(HX)로 통보처리조사활동비 ? 135,000 ? ? 소 계 ? 215,000 ? 기부금당연기부금 350,000 220,000소외 50 기부금(1억 원), 소외 51 기부금(원내 10%, 4천만 원), 소외 22 의과대학 기부, 소외 52, 기부금 예정처(8천만 원)명절경비판매촉진비 ? 12,000지점(부), 사업소 단위 지원자체경비 ? ? 53,000의약정보팀 업무추진비 등 필요시 조사활동비 및 판촉비로 전환집행합계 ? 3,629,319 4,090,000 ? 매출할인의정팀 수금 에누리 ? ? 210,000개인병원 직납분 ('02-'03 미집행분 포함)백신 및 기타 ? ? 84,000백신매출할인 ('03 미집행분 포함) 합 계 ? 51,421 294,000 ? 총 계 ? 3,680,740 4,384,000* 시상비, 카드수수료 제외

7) 한편, 원고는 거래처에 지원한 경비를 아래 <표 21>과 같은 방식으로 회계처리하였다.

<표 21> 원고가 거래처에 지원한 경비의 회계처리 사례

<원고의 일반병원 지원팀이 각 지점에 발송한 2006년 2/4분기부터 달라지는 예산제도에 대한 안내 메일> 1. SK 주유권, 기프트 카드(GIFT CARD)의 법인카드 구매 허용 - 현금 대신 SK 주유권이나 기프트 카드를 사용할 수 있는 거래처는

최대한 SK 주유권이나 기프트 카드를 사용바람(판매촉진비 처리) - 단, SK 주유권이나 기프트 카드(GIFT CARD)를 할인(강)할 목적으로 구입은 곤란, 할인 대신 정상적으로 현금요청(특별 강조사항) - 각 팀에서 예산정리시 일반적인 판매촉진비는 HB로 정리, SK 주유권이나 기프트 카드는 판매촉진비 HX로 구분해서 정리 바람예) 노트북, 가전제품, 병원집기 등 ⇨ 판매촉진비 HB SK 주유권, 기프트 카드(GIFT CARD) ⇨ 판매촉진비 HX - SK 주유권 구매에 따른 배부표 작성에 있어 거래처별 연간한도 100만 원을 초과하지 않도록 관리 바람 2. 2006년 2/4분기부터 예산집행시 가능한 결제금액이 50만 원이 넘어가지 않도록 분할 결제를 부탁드립니다 - 결제금액이 50만 원이 넘어가는 경우 복수의 법인카드를 지참하여 각각 다른 카드로 분할 결제 - 조사활동비, 학술회의비는 50만 원 이하로 분할 처리하시고, 판매촉진비는 종전대로 한 장의 영수증으로 결제 3. 해당팀에서는 현금지원을 최대한 줄이고, 가능한 한 자사 의료기기, 롯데닷컴 등 회사의 정책적 지원 프로그램을 적극적으로 활용해 주시기 바람 4. 기타 * 약국은 주유권 가능이라고 승인된 경우 주유권 제공 * 골프용품, 연습장 등 골프관련은 모두 △조사 or 제품으로 처리<원고 직원의 2006년 업무수첩> 1. 2006. 4. 17. 마케팅 회의 - 경영지원실장 특강 : 간이영수증 처리는 정리날짜를 분산하고, 상호인 명기처는 다량확보 요망 - 일반병원 지원팀 전달사항 : 평일 오후 비진료시간 확인 요망 - 운동으로 해결해 보자. 2. 2006. 6. 22. 조찬회의(광주지점) - 의약실 예산, 즉 C/S, S/M, 비정기 특별지원, 선지원(나중에 상환해야 하는 부담이 있음)과 영업지원팀 예산을 적절히 활용해라.

(나) 현금, 회식비 등 제공을 통한 약품채택비 또는 처방사례비 지급행위

- 1) 원고는 자신이 거래하는 제주대학병원에 그로트로핀, 슈프락스산 처방증대를 위해 매월 의국비 100만 원을 지원하고, 가스터, 스티렌캡셀, 오논캡셀, 슈프락스캡셀 처방증대를 위해 지속적으로 회식을 지원하였으며 또한 각 과에 맞게 비정기적으로 의국 회식지원 및 항공권지원 등의 활동을 하는 등 신제품 신납과 기존제품의 매출증대를 목적으로 현금 등을 제공하였다.

그 상세내용은 <표 22> ~ <표24>와 같다.

<표 22> 제주지역 종합병원급에 현금 등으로 약품채택비 등을 지원한 사례

지원시기거래처 담당과지원목적지원내역2003.5~2004.4소외 53소아과그로트로핀(GTI), 슈프락스산(SRG) 매칭비(주 16)매월 의국비 100만 원 지원이비인후과오논캡셀(ONC), 슈프락스캡셀(SRC) 처방증대매월 회식지원내과가스터(GAS), 스티렌캡셀(SLC) 처방증대지속적 의국 회식지원 ? 호의(FOY), 스티렌캡셀(SLC) 신납신납 위해 2003. 7. 각 50만 원, 300만 원 지원각 과신납 및 처방증대 {스티렌(SLC), 화레스톤(FRT), 조프란(ZOT)(주 17), 타나트릴(TAN), 바소트롤(VST), 엑셀론(EXC), 니세틸(NCT), 호의(FOY) 등}의국 회식 항공권(교통비) 지원소외 54신장내과 (NE)타사 경쟁품을 자사제품(스티렌(SLC), 콜레스논(CLT))으로 대체해 매칭함매칭비로 분기마다 200만 원 지원내과, 일반외과지속처방유도 및 조기 신납의국비 지원 ? 엑셀론(EXC) 신납2003. 7.과 2004. 2. 300만 원과 250만 원 지원각 과신납 및 처방증대 {스티렌(SLC), 화레스톤(FRT), 콜레스논(CLT), 타나트릴(TAN), 류코스팀(LSI), 엑셀론(EXC), 니세틸(NCT) 등}의국 회식지원, 학회 항공권지원2003.5 ~2004.4소외 55정형외과아크로펜정(ACFT), 스티렌(SLC), 세파트린(CFT) 매칭매칭비 월 60만 원 지원각 과신납 및 처방증대 {타나트릴(TAN), 그로트로핀(GTI), 세파트린(CFT), 스티렌(SLC), 콜레스논(CLT), 바소트롤(VST), 슈프락스캡셀(SRC), 오팔몬(OMT), 니세틸(NCT) 등}매월 개최되는 병원골프대회 연 1회 지원, 병원 전체 의국에 의국비 월 50만 원 지원, 각 과에 비정기적으로 의국 회식과 항공권 지원소외 56소아과 내과슈프락스산제(SRG), 슈프락스캡셀(SRC)소아과 신납 50만 원 지원 내과 매칭비 50만 원 지원공통신납 및 처방증대 2004. 5. 증축 완료되는 신관건물에 가구, 집기 구입비 일부 지원(150만 원)을 요청하고 있어 지원팀에 기안을 올린

상태소의 57 ? 콜레스논정(CLT)2003. 7. 콜레스논정(CLT) 신납 위해 100만 원 지원 ? 세파트린(CFT)2003. 10. 세파트린정(CFT) 신납 위해 50만 원 지원신장내과니세틸정(NCT)분기 1회 병동 회식지원공통신납 및 처방증대 {스티렌(SLC), 니세틸(NCT), 콜레스논(CLT) , 엑셀론(EXC), 바소트롤(VST)(주 18) 등}전체 의국 회식지원 (분기 1~2회)소의 58신장내과신납 및 처방 증대 {엑셀론정(EXC), 니세틸(NCT), 콜레스논(CLT), 스티렌(SLC), 슈프락스산(SRG) 등}신장내과에 C/S 실시를 통해 엑셀론정(EXC) 신납 전체 의국 매월 50만 원 지원 공보의 대상 항공권 지원기타제품 신납 시마다 약국장이 제품을 컨트롤하고 랜딩비 요구타 병원과는 달리 랜딩비가 이중으로 들어가고 있음

매칭비

조프란(ZOT)

바소트롤(VST)

〈표 23〉 제주지역 일반병원급에 현금 등을 지원한 사례

시기 제품명 병원명지원 명목지원내역'06.9.18.그리멜(GMT)제주하나방사선과글리멜(GMT) 증량SK 주유권(50만 원) 지원

〈표 24〉 조사활동, 학술활동 등의 명목으로 현금 등을 지원한 사례

(단위: 천 원)

지원시기거래처 지원 사유지원금액 (추가승인액)비 목2003. 7.소의 53오팔몬(OMT) 처방증대 위한 학회 경비 일부 지원 350조사활동비2003. 8.류코스팀 주사제(LSI) 처방증대를 위한 혈중내과 학회경비 일부 지원 462판매촉진비2003. 10.오팔몬(OMT) 처방증대를 위한 재활의학학회(RM) 참석경비 지원 500조사활동비2003. 10.처방증대 및 유대강화를 위한 의국 골프대회 지원 799판매촉진비2003. 10.슈프락스캡슐(SRC) 처방증대를 위한 이비인후과 학회참석 경비 600조사활동비2003. 12.그로트로핀 주사제(GTI) 처방활성화를 위한 소아과 회식지원 469학술회의비2004. 3.호의 주사제(FOY) 처방증대를 위한 일반외과 회식지원 400학술회의비2004. 4.슈프락스산(SRG) 처방증대를 위한 소아과 병동 회식지원 500학술회의비2004. 4.발트렉스정(IVRT) 처방증대를 위한 피부과 회식지원 189학술회의비2003. 5.소의 55그로트로핀 주사제(GTI) 처방증대를 위한 가정의학과 항공권지원 338판매촉진비2003. 5.처방증대 및 유대강화를 위한 의국 정기 골프대회 지원 1,905판매촉진비2003. 8.아크로펜정(ACFT) 처방활성화를 위한 회식지원 270학술회의비2003. 12.슈프락스캡슐(SRC) 처방증대를 위한 정형외과 병동 회식지원 398학술회의비2004. 4.그로트로핀 주사제(GTI) 처방활성화를 위한 가정의학과 회식지원 490학술회의비2004. 1.소의 54레스쿨라 점안액(IRCE) 처방증대를 위해 안과 회식지원 300학술회의비2003. 5.오라프리딘캡슐(ORC) 처방활성화를 위한 일반외과 골프경비 지원 400판매촉진비2003. 9.류코스팀 주사제(LSI) 처방활성화를 위한 혈중내과병동 회식지원 359학술회의비2004. 4.소의 58엑셀론정(EXC) 원내사입을 위해 신장내과 회식 경비 지원 200조사활동비

2) 또한 원고는 니세틸, 타나트릴 등의 약품채택 또는 처방증대 등을 위하여 2006. 3. 24.부터 2006. 3. 26.까지 일본 나고야에서 개최된 소외 6(일명 ○○학회)에 참석한 소외 60□□내과 교수 등 10개 종합병원 의사 10명에게 제품육성비 명목으로 합계 1,870만 원(= 1인당 187만 원 × 10명) 상당의 학회 참석경비(항공료, 숙박료, 골프접대)를 지원한 사실이 있다.

3) 원고는 2006. 5. 소외 61에 항생제 에포세린(EPO)의 약품채택(랜딩) 대가로 1,000만 원을 지원하는 등 병의원 및 약국 등에 대하여 아래 〈표 25〉 ~ 〈표 29〉와 같이 약품채택비나 처방·판매사례비 등을 지급한 사실이 있다.

<표 25> 항생제 에포세린(EPO), 슈프락스(SRC/SRG) 관련 약품채택비 등 지원사례

지원시기병원명관련품목매칭,랜딩과처방약정액 (천원)지원금액 (천원)비고'06. 5.소외 61에포세린 (EPO)족부외과(FS)- 10,0001,500 이상증량'06. 10.소외 62"소화기내과(GI) 30,000 10,000 ? '06. 7.소외 63슈프락스 캡슐(SRC)의국 3,000 2,000 ? '06. 5.소외 64슈프락스산 (SRG)일반외과(GS), 정형외과(OS) 5,000 6,0001,500 이상 증량 5.소외 65에포세린 (EPO)의국 10,000 5,500 ? 6.소외 66"일반외과(GS) 5,000 5,000 ? 3.소외 67"의국 5,000 5,000 ? 4.소외 68"일반외과 (GS) 5,000 5,000 ? 6.소외 69슈프락스산 (SRG)소아과(PED) 2,000 4,000 ? 9.에포세린 (EPO)비뇨기과(URO) 4,000 2,500 ? 9."일반내과(MED) 5,000 3,000 ? 10."호흡기내과(PUL)- 2,500 ? 10."부인암- 1,000 ? ? ? 분당차병원 소계 11,000 13,000 ? 4.소외 58에포세린 (EPO) 의국- 3,000 ?

<표 26> 골다공증 치료제 '포사네트정(FNT)' 제품관련 약품채택비 등 지원사례

<제품개요> - 제품명 : 포사네트정(골다공증 치료제) - 발매일 : '05.9.1. - 판매중지 : '06.4.25, 식약청 생동성 시험기관 실태조사 결과 판매중지 - 실제 판매기간 : '05.9.~'06.4. - 판촉 및 처방현황 : 처방처 : 496개처(소외 22 등 종합병원 45개, 소외 71 등 일반병원 451개) ·판촉비 330백만 원, 매출액 1,639백만 원 (지원기간 : '05.9.~'06.4.)병원명지원내용소외 168육성목표: 3,000,000원, PM팀 판촉('05.9~현재): 1,950,000원 - (생동성 파문으로) 포사네트정(FNT) 처방중지 랜딩비 200만 원 선지원처임소외 72선지원 기집행처 : 400만 원 지원(9월까지 처방계약)소외 73C/S 실시 중인 거래처(300만 원 이상 처방약속, 50케이스 250만 원 약속)소외 74200만 원 이상 처방약속, 40케이스 200만 원 지원약속

<표 27> 2006년 일반병원급 거래처에 약품채택비 등을 지원한 사례

지원시기지역명 병의원명지원내역'06.1.2.~1.15.마포 A소외 75 선지원 합의(1.11.), (현금) 1,000만 원 지원소외 76 저녁 회식(1.12.), 랜딩 500만 원 지원(주유권 대체)마포 B소외 77 1월 중 병원 신축 오픈 TV 선지원 협의(1.10.)소외 78 선 지원 끝나면 의료기기 지원 조건으로 다시 선지원 예정처소외 79 사례비(마일리지) 50만 원 지급(주 21)서대문 A소 외 80 회식지원(1.11.) (처방 1,500만 원 계약건 협의) 지급

<표 28> 류마티스 치료제 동아가바펜틴(DGC) 품목관련 약품채택비 등 지원사례

구 분팀별병원명'05. 5~11 처방액(천 원)지원금액 (천 원)지원유형류머티스 동아가바펜틴 (DGC) 50만 원 이상 거래처 중 신규거래처 지원 ('05. 11. 처방액 기준)병원3부 의약정보소외 8111,948 1,500랜딩 지원판촉비 1,000학술비 500병원1부 의약정보2소외 82 8,133 1,000신납 지원판촉비 1,000대구 의약정보2소외 83 6,181 2,100랜딩비지원판 촉비 2,100마산의약소외 84 4,545 1,090연계약 지원판촉비 1,090수원의약소외 85 1,436 1,100선지원판촉비 1,100

<표 29> 2006. 7.~9. OTC 제품 관련 약국에 대한 판매사례비 지원사례

(약국1부 2팀 지원사례)

거래처명지원내역소외 86부부동반 홍콩 해외여행 경비지원(200불)소외 872006. 7. 중순 소외 95 전지회의 참석부탁, 30만 원 지원 약속소외 88세미나(S/M) 실시요청 - 직원대상 식사접대 약속소외 89야유회 찬조요청, 20만 원 지원 약속소외 90약사회 유대강화, 2006. 8.14. 62만 원, 2006. 9. 20. 70만 원 지원소외 91약사회 유대강화, 2006. 10.부터 2006. 9. 20.까지 8회, 700만 원 지원소외 92유대강화, 써큐란(CCL) 역매(역점판매) 약속, 2006. 7. 13.부터 2006. 9. 21.까지 10회, 456만 원 지원소외 93써큐란(CCL)제품 역매 약속, 2006. 7. 26. 40만 원, 2006. 8. 22. 30만 원, 2006. 9.

21. 30만 원 지원소외 94비겐크림톤(IBGC) 품목 역매 약속, 2006. 7. 26. 40만 원 2006. 7. 26. 37만 원 지원소외 952006. 7. 28.부터 2006. 9. 15.까지 4회, 1회당 34 ~ 50만 원 지원소외 86모닝케어(MC) 역매 약속 2006. 7. 21. 30만 원 지원소외 88판텍(PT) 역매 약속, 2006. 8. 24. 30만 원 지원소외 97글루코사민(DGM)역매 약속 등, 2006. 7. 26. 30만 원, 2006. 9. 19. 50만 원 지원

(약국1부 1팀 지원사례)

거래처명지원내역소외 98휴가비 찬조요구 (20만 원)소외 99휴가비 10만 원 지원소외 1002006. 7. 26. 12만 원소외 101고액 수금(750만 원), 2006. 8. 11. 35만 원 지원소외 102야유회 지원으로 거래활성화 2006. 9. 5. 100만 원 지원 소외 103써큐란(CCL) 판촉지원(역매), 2006. 9. 15. 30만 원 지원소외 1042006. 9. 29. 32만 원

(약국1부 3팀 지원사례)

거래처명지원내역소외 105약사회와의 유대강화 위해 제주도 전지회의(1박2일) 경비 30만 원 지원결정소외 106사입부장 및 창고장과의 유대강화 위해 2006. 7. 11. 30만 원소외 107제품(CD) 역매 및 지속적인 판매활성화 위해 2006. 7. 21. 36만 원소외 108약사회와의 유대강화 위해 2006. 8. 22. 30만 원소외 109유대강화 및 매출증대 위해 2006. 7. 21. 30만 원, 2006. 9. 26. 30만 원소외 110모닝케어(MC)의 계속적인 역매 위해 2006. 9. 5. 58만 원

4) 원고는 위와 같은 방식으로 2003. 1. 1.부터 2006. 9. 30.까지 현금, 회식비, 학회 참석경비 지원 등으로 총 86,482,000,000원(= 조사활동비 34,766,000,000원 + 제품육성비 12,414,000,000원 + 시내 출장비 15,731,000,000원 + 학술회의비 23,571,000,000원)의 영업활동비를 지출하였다.

(다) 비품 또는 물품 지원행위

1) 원고는 2005. 10. 제주 소재 소외 113의원에게 자사 의약품 처방증대 약속(1년간 3,960만 원)을 대가로 900만 원 상당의 사진기를 선지원한 것을 비롯하여 아래 <표 30>과 같이 병의원 등 거래처에 자사 의약품 채택 또는 판매(처방) 대가로 물리치료기, 골다공증검사기, 텔레비전 등을 지원하였다.

<표 30> 병원비품 또는 물품으로 처방사례비 등을 지원한 사례

지원시기제품명병의원명지원 유형지원내역'05. 10.의약품소외 113처방증대 '05.9~'06.10(1년간) 3,960만 원 처방조건사진기(900만 원) 선지원 ('06년 조사활동비로 3회 분할 처리)'06. 10.글리멜(GMT), 오로디핀(OPT)소외 59처방증대 약속물리치료기(165만 원) 지원'05. 9.~'06. 4.포사네트 (FNT)소외 114(주 25)랜딩골다공증검사기계 선지원(1,000만 원 상당)'06. 1.의약품소외 115랜딩, 접대1월 중 병원 신축 오픈 TV 선지원 협의(1.10.)

소외 114

2) 원고는 위와 같은 방식으로 2003. 1. 1.부터 2006. 9. 30.까지 비품·물품, 판촉물, 주유권, 기프트 카드 구입 등으로 총 45,452,000,000원을 지출하고 이를 판매촉진비로 회계처리하였다.

(라) 골프 접대행위

1) 원고는 2006. 5. 18 소외 11 분원 개원기념으로 피부과장 등 의사 3명에게 골프접대를 하였고, 2006. 6. 두 차례에 걸쳐 의사들과의 유대강화를 통한 오로디핀(OPT), 글리멜(GMT), 오논(ONON) 처방증대를 위하여 소외 116 내분비내과 등의 의사 6명에게 골프경비를 지원한 것을 포함하여 아래 <표 31>과 같이 2006. 1.부터 2006. 9.까지 총 40개 종합병원 소속 의사 및 D/C 위원장 등에게 골프접대를 하였다.

<표 31> 2006년 골프접대를 통한 약품채택비 등 지원사례

병원명의사명골프일시(장소)비고소외 11피부와 등 3개과 의사 3명'06. 5. 18. (파인크리크)개원기념소외 116내분비내과 등 6개과 의사 6명'06. 6. 3.(뉴스프링빌) '06. 6. 18.(지산)오로디핀(OPT), 글리멜(GMT),오논(ONON)소외 22감염내과 등 7개과 의사 7명'06. 5. ~9.(지산, 태광)슈프락스캡슐(SRC), 오로디핀정(OPT)소외 27병원기획실장 등 9명'06. 2. ~9.(안양베네 스트, 뉴스프링빌)오로디핀(OPT), 스티렌정(SLT), 오논캡슐(ONC), 켄시트주사제(GCI)소외 50약제심사(D.C) 위원장 등 23명'06. 2. ~8.(안양베네스트, 화산, 지산 등) ? 소외 62비뇨기과 의사 등'06. 2. ~9.(안양, 지산, 남부 등)자이데나(ZYT), 메로콕스(MCC), 스티렌정(SLT)소외 117의무부총장 등 6명'06. 5. ~7.(남부, 지산)오로디핀(OPT), 차기 단가계약소외 118내과과장 등 12명'06. 3. ~8.(남부)그로트로핀주사제(GTI) 등소외 119의대대학원장, 병원장 2명'06. 4. 29.(안산제일) '06. 7. 2.(화산)니세틸(NCT) 관련, '06년 DC 관련소외 120임상센터장 등 2명'06. 3. 4.(동부산)소화기내과, 성장호르몬 키닥터소외 13혈액종양교수 등 5명'06. 3. 11.(대구) '06. 6. 29.(선산) ? 소외 121비뇨기과 주임교수 등 4명'06. 5. 10.(그랜드)자이데나(ZYT) 등기타 28개 병원소외 122 의사 등제주, 중국 해남도 등조프란정, 화레스톤, 켄시트 등

2) 원고는 위와 같은 방식으로 2003. 1. 1.부터 2006. 9. 30.까지 골프접대 관련 비용으로 총 1,723,000,000원을 지출하였고, 회계장부에는 위 금액이 'CLT 단가협약, SLC 거래처 골프지원, OMT 영업활성화(골프채), ONC 유사품 시장조사' 등 다양한 명목으로 지출된 것으로 기재하였으며, 위 금액을 조사활동비(1,010,000,000원), 제품육성비(232,000,000원), 학술회의비(230,000,000원), 판매촉진비(251,000,000원)에 분산하여 회계처리하였다.

(마) 케이스 스터디를 통한 지원행위

1) 콜레스논

원고는 아래 <표 32>와 같이 2003. 9. 제주 소외 123 등 4개 병원에 자사 제네릭 의약품인 콜레스논정의 처방실적 증대를 위하여 약사법상 의무 없는 임상시험인 케이스 스터디(C/S) 명목으로 50만 원씩 지급한 것을 비롯하여 2006. 1.까지 약 4000명에 대하여 C/S를 실시하였다.

<표 32> 제주지역 병의원에 C/S 방식으로 약품채택비 등을 지원한 사례

지원시기거래처지원목적지원내역'03. 9.소외 123, 124, 125, 126클레스논정(CLT) 처방증대병원마다 C/S 50만 원씩 지원

2) 발트렉스

원고는 2000. 12. 발트렉스 발매 이후 처방증대를 위한 목적으로 2003년부터 2005년까지 C/S를 실시한 후 2006년에도 아래 <표 33>과 같이 김천기피부과에 C/S 시행비용으로 100만 원을 지급하는 등 2006. 1. 14.부터 2006. 12. 31.까지 2,714건을 조사하였다.

<표 33> 발트렉스(IVRT) 판촉을 위해 C/S 방식으로 약품채택비 등을 지원

시기내용금액상호 및 영수자20060728소외 127 IVRT C/S1,000,000원소외 12720060831소외 128 DU IVRT C/S1,000,000원소외 12820060929IVRT C/S1,000,000원소외 12920060929소외 130 IVRT C/S1,000,000원소외 13020060126소외 131 IVRT C/S 500,000원소외 132

3) 가바펜틴

원고는 제네릭 의약품인 가바펜틴의 채택 및 처방증대를 위하여 소외 133 정형외과에 C/S를 지원하는 방식으로 150만 원을 지급하는 등 <표 34>와 같이 총 50개 병원에 대하여 40,630,000원을 집행하였다.

<표 34> 류마티스 치료제 가바펜틴(DGC) 제품 관련 C/S 방식의 랜딩비 등 지원사례

제품명거래처STARTCASECASE 금액 (만 원)집행 (만 원)류마티스 치료제 동아가바펜틴 (DGC) 케이스 스터디 지원소외 133 통증크리닉05. 9300 1,000 500 집행소외 133 정형외과05. 9 30 150 150 집행소외 133 신경과05. 9 30 100 100 집행소외 133 신경과05. 8 30 150 150 집행소외 133 내분비05. 8 30 150 150 집행소외 133 내분비05. 9 30 150 150 집행소외 13405. 12 40 200 200 집행(승인)소외 13505. 5 20 50 50 집행합계총 50개 병원(61건)'05.5~'06.6 ? ? 4,063 집행

4) 오로디핀 및 메로콕스

원고는 오로디핀 판촉활동의 일환으로 아래 <표 35>와 같이 케이스 스터디 비용으로 소외 136에 300만 원을 지급하는 등 2006. 1. 1. 발매 이후 2006. 6.까지 총 16,770명을 대상으로 케이스 스터디를 실시하였고, 메로콕스 처방증대를 목적으로 2006. 1.부터 2006. 9.까지 소외 137 정형외과에 케이스 스터디 비용으로 100만 원을 지급하는 등 병의원 및 소속 의사에게 C/S 명목으로 약품채택비 등을 지원하였다.

원고는 위 비용을 지급수수료 중 제수수료 비목으로 회계처리하였다.

<표 35> 오로디핀(OPT), 메로콕스(MCC) 판촉을 위해 C/S 방식으로 약품채택비 등을 지원

시기내용금액상호 및 영수자20060131소외 136 OPT C/S3,000,000원소외 136 (소외 138)20060131소외 139 OPT C/S3,000,000원소외 14020060929OPT C/S 비용2,500,000원소외 14120060930OPT C/S 비용5,000,000원소외 14220060127소외 143 OPT C/S 완료2,000,000원소외 14320060131소외 144 OPT C/S2,000,000원소외 14420060131소외 145 OPT C/S2,000,000원소외 14520060131소외 146 OPT C/S 완료2,000,000원소외 14720060131소외 148 OPT C/S2,000,000원소외 14920060224소외 150 OPT C/S 완료2,000,000원소외 15120060228소외 152 OPT C/S2,000,000원소외 15220060412소외 153 OPT C/S 완료2,000,000원소외 15420060418소외 155 OPT C/S 선지원2,000,000원소외 15520060418소외 156 OPT C/S 선지원2,000,000원소외 15620060425소외 157 OPT C/S2,000,000원소외 15720060131소외 158 MCC C/S3,000,000원소외 15820060731소외 159 MCC C/S1,500,000원소외 15920060331소외 160 MCC C/S1,000,000원소외 16020060428정형외과 MCC C/S1,000,000원소외 13720060429소외 161 MCC C/S1,000,000원소외 16120060930소외 170 MCC C/S1,000,000원소외 16220060331MCC C/S 소외 1635,000,000원소외 163

(바) 기부금 제공을 통한 약품채택비 등 지원행위

원고는 소외 50과 매년 10.~11.경 납품 의약품에 대한 단가계약을 체결하고 있는데, 소외 50이 단가계약의 체결에 있어 병원 기여도를 제일 중요시하여 우수 협력업체에 대해서는 우선적으로 약품선정을 하고 있다고 판단한 다음 병원 기여도를 높여 약품선정 등에 있어서 유리한 위치를 차지하기 위하여 아래 <표 36>에서 보는 바와 같이 2004. 10.부터 2006. 9.까지 7억 원을 소외 50에 기부하였고, '2006-2007 단가계약'을 앞두고도 기존제품의 보호와 글리멜(GMT) 등의 약품선정을 위해서는 추가적인 기여가 필요하다고 판단하여 다음 2개년도(2006. 10.부터 2008. 9.까지)의 기부금으로 총 10억 원을 추가로 제공하기로 약정한 후 2007. 3.과 2007. 5. 두 차례에 걸쳐 2억 5천만 원을

집행하였다.

<표 36> 연세의료원에 기부금 제공을 통한 약품채택비 등 지원사례

(단위 : 백만 원, %)

기간실 처방매출자료기부금 지원율(%)비고'04.10~'05.9 5,791 4,492 4억 원(6.9%) ? '05.10~'06.9 6,692 5,352 3억 원 (4.5%)'06~'08 기부금 10억 약정신장률 15.6% 19.1% ? ?

(2) 재판매가격 지정행위

(가) 박카스 제품

원고는 2003. 1. 1.부터 소외 164 등 3개 도매상과 박카스-에프 등 박카스류 제품에 대한 위탁판매계약을 체결함에 있어, 아래 <표 37>에서 보는 바와 같이 도매상이 약국에 재판매하는 가격을 지정한 후 도매상이 이를 위반할 때에는 계약을 해지할 수 있도록 약정하였다.

<표 37> 박카스-에프 위탁판매 거래계약서

(나) 판피린, 비겐크림톤 제품

원고는 도매상에 판피린(PAF) 및 비겐크림톤(IBGC)을 판매함에 있어, 아래 <표 38>에서 보는 바와 같이 2004. 9.부터 '협력 도매상 운영정책'을 실시하여 원고가 지정한 재판매가격을 준수하도록 하고 재판매가격을 준수하지 않을 경우 공급중단, 협력 도매상에서 제외 등의 제재를 하기로 하였다.

또한, 원고는 2005. 12. 소외 165를 역매 도매상으로 선정하면서 소외 165로 하여금 재판매가격(판피린 8,500~8,600원, 비겐크림 6,800원)을 준수하도록 하고 이를 준수하지 않으면 언제라도 협력 거래처 약정(역매 도매 상에게는 추가 5% 덤을 준다)을 취소해도 좋다는 조건을 부과하였다.

<표 38> 선별(협력) 도매상 선정 운영

라. 피고의 처분

(1) 시정명령 및 과징금 납부명령

피고는 2007. 12. 20. 제2007-551호로, 원고가 매년 수립하여 온 것으로 판단되는 앞의 <표 15>~<표 19>와 같은 영업 계획을 본사 차원에서 수립하여 왔고, 그 계획에 따라 실제로 행해진 거래처 및 지원금액 등을 특정할 수 있는 상당 수의 행위가 존재하며, <표 20>과 같이 예산을 편성·집행해 온 사정에 비추어 볼 때, 원고의 위 다.

(1)의 (나)항 내지 (바)항의 의료기관 등에 대한 지원행위는 독립된 각각의 행위라기보다는 병·의원의 의사 등 의료종사 자를 상대로 원고가 판매하는 약품의 처방증대를 목적으로 수립된 판매계획의 이행으로 행해진 수단들이므로 이들은 포괄적으로 공정거래법 제23조 제1항 제3호에서 정한 한 개의 부당한 고객유인행위를 구성하고, 위 다.

(2)항의 재판매가격 지정행위는 공정거래법 제29조에서 정한 재판매가격 유지행위에 해당한다는 이유로 아래 (2)항과 같은 과징금 산정과정을 거쳐 원고에게 별지 제1목록 기재 시정명령과 과징금 납부명령을 하였다(이하 '이 사건 처 분'이라 한다).

(2) 과징금 산정과정

(가) 부당한 고객유인행위 부분

1) 과징금 부과 여부의 결정

원고의 부당한 고객유인행위는 자유롭고 공정한 경쟁질서의 저해효과가 크고 소비자에게 미치는 영향이 중대한 위반행위에 해당하므로 공정거래법 제24조의2 및 제55조의3, 같은 법 시행령(2007. 11. 2. 대통령령 제20360호로 개정되기 전의 것, 이하 같다) 제9조 및 제61조 제1항, 과징금부과 세부기준 등에 관한 고시(2005. 7. 13. 공정거래위원회 고시 제2005-15호, 이하 '과징금 부과고시'라고 한다)를 적용하여 과징금을 부과한다.

2) 기본과징금의 산정

○ 관련매출액의 산출

위반행위가 특정 또는 소수 사업자를 대상으로 하는 경우라 하더라도, 위반행위의 영향이 당해 상품의 전체에 미친다고 인정되는 경우에는 관련매출액은 특정 또는 소수 사업자에 대한 상품의 매출액이 아니라 위반행위로 영향을 받는 상품 전체의 매출액으로 산정할 수 있다는 원칙에 비추어 볼 때, 원고는 본사 차원에서 위 다.

(1)의 (나)항 내지 (바)항의 각 행위를 위한 판촉계획을 매년 수립하였고, 그 계획에 따라 실제로 행해진 구체적인 위반행위가 상당수 존재하며, <표 22>에서 보는 바와 같이 신납 및 처방증대를 위해 종합병원의 각 과에 공통적으로 의국 회식지원, 항공권지원 등을 하기도 하였다.

또한, 아래 기재 금액이 모두 위반행위와 관련되었다고 볼 수는 없으나, 원고는 위 판촉계획에 따라 2003. 1. 1.부터 2006. 9. 30.까지 현금, 회식비, 학회참석 경비 등으로 총 86,482,000,000원 상당의 영업활동비를 지출하였고, 골프접대 관련비용으로 총 1,723,000,000원을 지출하고 조사활동비, 제품육성비, 학술회의비, 판촉비 비목으로 회계처리하였으며, 비품·물품, 판촉물, 주유권, 기프트 카드 구입 등을 위해 판매촉진비 비목으로 총 45,452,000,000원을 지출하였다.

이러한 사정을 종합하여 보면, 원고의 이 사건 부당한 고객유인행위로 인하여 직접 또는 간접으로 영향을 받는 약품의 매출액은 구체적으로 특정된 위반행위의 상대방에 대한 매출액으로 한정할 것이 아니라 그 약품 전체의 매출액이라 할 것이다.

또한, 일반의약품과 달리 의사의 처방을 받아야만 구입할 수 있는 전문의약품에 관련해서는 전적으로 그 선택권이 소비자가 아닌 의사에게 있기 때문에 부당한 판촉활동의 영향으로 인한 소비자 피해와 위법성의 정도가 중대하므로 과징금을 부과하는 관련상품은 전문의약품으로 범위를 한정한다.

따라서 관련상품은 구체적인 법 위반행위에 의하여 밝혀진 <표 39> 기재의 30가지 의약품으로 정하되 모든 거래처와의 거래금액인 그 상품 전체의 매출액을 관련매출액으로 보고, 법 위반의 시기는 각 약품에 대한 최초 법 위반시점으로 하며, 법 위반의 종기는 <표 30>에서 본 바와 같이 2006. 10.까지도 같은 행위를 지속하고 있고 2006. 9. 이후까지 매출액이 꾸준히 유지되고 있는 점에 비추어 볼 때 원고의 부당한 고객유인행위와 그 효력이 2006. 9. 30. 이후에도 지속되었다고 추정되기는 하지만, 이 사건의 조사 대상기간이 2006. 9. 30.까지인 점을 감안하여 2006. 9. 30.로 정한다.

〈표 39〉 관련매출액 산출내역

(단위 : 백만 원)

연변관련상품위반유형위반기간매출액1그로트로핀(GTI)현금, 회식비 등, 골프접대2003.6.1.~2006.9.30.32,4932오논(ONC)현금, 회식비 등, 골프접대2003.6.1.~2006.9.30.16,9243슈프락스 산(SRG)현금, 회식비 등 2003.6.1.~2006.9.30.7,1724가스터 (GAS)현금, 회식비 등2003.6.1.~2006.9.30.18,1245스티렌 캡셀 (SLC)현금, 회식비 등2003.6.1.~2006.9.30.41,6866슈프락스 캡셀(SRC)현금, 회식비 등, 골프접대2003.6.1.~2006.9.30.23,6977콜레스논 (CLT)현금, 회식비 등, C/S2003.6.1.~2006.9.30.18,8978아크로펜(ACFT)현금, 회식비 등 2003.6.1.~2006.9.30.17,5719세파트린 (CFT)현금, 회식비 등2003.11.1.~2006.9.30.3,11210바소트롤 (VST)현금, 회식비 등2004.4.1.~2006.9.30.2,86411니세틸 (NCT)현금, 회식비 등, 골프접대 2003.6.1.~2006.9.30. 85,45712엑셀론 (EXC)현금, 회식비 등2003.8.1.~2006.9.30.2,84513글리멜 (GMT)현금, 회식비 등, 골프, 비품·물품 2006.7.1.~2006.9.30.2,59714오로디핀 (OPT)현금, 회식비 등, 비품, C/S, 골프2006.2.1.~2006.9.30.3,81015자이데나 (ZYT)골프접대2006.3.1.~2006.9.30.5,32016오팔몬 (OMT)현금, 회식비 등2003.6.1.~2006.9.30.35,46717류코스팀 (LSI)현금, 회식비 등2003.6.1.~2006.9.30.9,08418호의 (FOY)현금, 회식비 등2003.8.1.~2006.9.30.14,57519발트렉스 (IVRT)현금, 회식비 등, C/S2004.5.1.~2006.9.30.15,42520타나트릴 (TAN)현금, 회식비 등 2003.6.1.~2006.9.30.32,39821에포세린 (EPO)현금, 회식비 등2006.4.1.~2006.9.30.6,22522포사네트 (FNT)현금, 회식비 등, 비품·물품 2005.10.1.~2006.9.30.1,06523가바펜틴 (DGC)현금, 회식비 등, C/S2005.6.1.~2006.9.30.3,02924스티렌 정 (SLT)현금, 회식비 등, 골프접대2006.4.1.~2006.9.30.21,80725젬시트 (GCI)골프접대2006.9.1.~2006.9.30.16126메로콕스 (MCC)현금, 회식비 등, C/S, 골프접대 2006.2.1.~2006.9.30.1,39527화레스톤 (FRT)현금, 회식비 등, 골프접대2004.4.1.~2006.9.30.16,00728조프란정 (ZOT)현금, 회식비 등, 골프접대2004.4.1.~2006.9.30.2,36029오라프리딘캡슐(ORC)현금, 회식비 등 2003.6.1~2006.9.30.1,07230레스쿨라점안액 (IRCE)현금, 회식비 등2004.2.1~2006.9.30.364 ? 합 계443,003

○ 기본 과징금 산출

원고의 행위는 그로 인해 소비자에게 상당한 손해가 발생하였거나 발생할 우려가 현저하고 원고의 3개년 평균매출액이 500억 원 이상이며 관련시장이 전국적이므로 매우 중대한 위반행위에 해당한다.

따라서 과징금 부과고시 IV. 1. 라. (1) (가)항에 의하여 부과기준율은 관련매출액의 1.0%를 적용하여 기본과징금을 4,430,000,000원(백만 원 미만은 버림)으로 산정한다.

3) 의무적 조정과징금 및 임의적 조정과징금의 산정

최근 3년간 시정권고 이상의 시정조치를 3회 이상 받은 사실이 없으므로 과징금 부과고시 IV. 2. 가. 및 나.항의 규정에 의한 기간 및 위반횟수에 따른 가산은 하지 아니하고, 법 위반행위로 얻은 부당이득도 현실적으로 산정이 곤란하므로 과징금 부과고시 IV. 2. 다.

항의 부당이득에 의한 조정도 하지 아니한다.

따라서 의무적 조정과징금은 기본과징금과 동일하게 유지한다.

그리고 원고의 이 사건 법 위반행위는 과징금 부과고시 IV. 3. 나.항 및 다.

항의 규정에 따른 가중·감경사유에 해당되지 아니하므로 임의적 조정과징금은 의무적 조정과징금을 유지한다.

4) 부과과징금의 결정

원고에 대한 임의적 조정과징금이 현실적 부담능력, 당해 위반행위가 시장에 미치는 효과 및 사회적 파장 등을 감안할 때 현저히 과중하다고 판단되지 않으므로 조정함이 없이 임의적 조정과징금을 그대로 유지하여 부과과징금을 4,430,000,000원으로 결정한다.

(나) 재판매가격 유지행위

1) 과징금 부과 여부의 결정

원고의 재판매가격 유지행위는 자유롭고 공정한 경쟁질서의 저해효과가 크고 소비자에게 미치는 영향이 중대한 위반행위에 해당하므로 공정거래법 제31조의2 및 제55조의3, 같은 법 시행령 제9조 및 제61조 제1항의 규정에 의하여 과징금을 부과한다.

2) 기본과징금의 산정

○ 관련매출액의 산출

박카스 제품 관련매출액은 문제된 박카스 위탁판매계약을 체결한 소외 164 등 아래 3개 도매상과의 거래금액으로 하고 계약기간이 종료되지 않은 경우에는 심의일(2007. 10. 17.)을 고려하여 2007. 9. 30.을 종기로 한다.

〈표 40〉 관련매출액 산출내역

(단위 : 천원)

관련상품위반기간관련매출액박카스소외 164 2003. 1. 1.~ 2005. 12. 31. 2,237,097소외 166 2005. 3. 1.~ 2007. 9. 30. 2,105,620소외 167 2003. 1. 1.~ 2006.12. 31. 6,587,582소 계 ? 10,930,299
판피린, 비겐크림톤 제품 관련매출액은 재판매가격 유지행위가 행해진 기간으로 확인된 2004. 9. 1.부터 2005. 12. 31.까지 선별(협력) 도매상에 대한 매출액으로 한다.

〈표 43〉 관련매출액 산출내역

(단위 : 천 원)

관련상품위반기간관련매출액판피린 2004. 9. 1.~ 2005. 12. 31. 8,908,667비겐크림톤 2004. 9. 1.~ 2005. 12. 31. 2,546,346소계 ? 11,455,013

○ 기본과징금 산출

원고의 행위는 위반행위로 인한 경쟁사업자·거래상대방 또는 소비자에게 손해를 입히고 원고의 3개년 평균매출액이 500억 원 이상이며 관련시장이 전국적이므로 중대한 위반행위에 해당한다.

따라서 과징금 부과고시 IV. 1. 라. (1) (가)항에 의하여 부과기준율은 관련매출액(22,385,312원)의 0.4%를 적용하여 기본과징금을 89,000,000원(백만 원 미만은 버림)으로 산정한다.

3) 의무적 조정과징금 및 임의적 조정과징금의 산정

최근 3년간 시정권고 이상의 시정조치를 3회 이상 받은 사실이 없으므로 과징금고시 IV. 2. 가.항 및 나.항의 규정에 의한 기간 및 위반횟수에 따른 가산은 하지 아니하고, 법 위반행위로 얻은 부당이득도 현실적으로 산정이 곤란하므로 과징금 부과고시 IV. 2. 다.

항의 부당이득에 의한 조정도 하지 아니한다.

따라서 의무적 조정과징금은 기본과징금과 동일하게 유지한다.

그리고 원고의 이 사건 법 위반행위는 과징금 부과시 IV. 3. 나.항 및 다.

항의 규정에 따른 가중·감경사유에 해당되지 아니하므로 임의적 조정과징금은 의무적 조정과징금을 유지한다.

4) 부과과징금의 결정

원고에 대한 임의적 조정과징금이 현실적 부담능력, 당해 위반행위가 시장에 미치는 효과 및 사회적 파장 등을 감안할 때 현저히 과중하다고 판단되지 않으므로 조정함이 없이 임의적 조정과징금을 그대로 유지하여 부과과징금을 89,000,000원으로 결정한다.

[인정근거] 다툼 없는 사실, 갑 제1, 9호증, 을 제1, 20호증의 각 1, 2, 을 제2호증의 1 내지 6, 을 제3호증의 1 내지 4, 을 제4, 6, 7, 10, 14, 17, 18, 21호증, 을 제5호증의 1 내지 16, 을 제8, 11호증의 각 1 내지 5, 을 제9, 15호증의 각 1 내지 11, 을 제12호증의 1 내지 8, 을 제13, 16호증의 각 1 내지 3, 을 제19호증의 1 내지 15, 을 제22호증의 1 내지 10의 각 기재, 변론 전체의 취지

2. 원고의 주장

가. 부당한 고객유인행위 부분

(1) 사실인정 및 부당성 판단과정의 위법

피고는 원고의 판촉계획과 그에 따른 의료기관 등에 대한 구체적인 지원행위가 포괄적으로 하나의 부당한 고객유인행위를 구성한다고 판단하였으나, 이는 다음과 같은 이유로 위법하다.

첫째, 원고의 의료기관 등에 대한 지원행위를 부당한 고객유인행위로 인정하기 위해서는, ① 원고가 언제 누구에게 어느 정도의 경제상 이익을 제공(또는 제의)하였는지, ② 원고가 제공(또는 제의)한 경제상 이익이 사회통념상 허용될 수 없는 과도한 수준의 이익이거나 법에 의해 금지되어 있는 부당한 이익인지, ③ 원고가 그 상대방에게 경제상 이익을 제공(또는 제의)함으로써 경쟁사업자의 고객을 유인할 가능성이 있는지 등에 대하여 행위별로 구체적으로 명확하게 특정하여 입증하여야 할 것임에도 피고는 원고의 구체적 행위사실을 개별적으로 특정하지 않은 채 단지 몇 가지 예를 들어 원고의 의료기관 등에 지원행위 전부가 부당한 고객유인행위에 해당한다고 판단하고 있다.

둘째, 원고는 의약품을 생산·판매하는 사업자로서 다른 산업에 종사하는 사업자와 마찬가지로 매출을 증대시키기 위한 판촉활동을 해야 할 필요가 있고 이를 위해 판촉활동에 소요되는 관련 예산을 책정하고 집행하는 것은 지극히 당연함에도, 피고는 원고의 정상적인 판촉활동과 부당한 판촉활동을 구체적으로 구분하지 않은 채 정상적인 판촉행위의 존재와 그 효과마저 부인하면서 일정기간 동안 이루어진 원고의 의약품 판매가 오로지 부당한 고객유인행위에 의해 이루어진 것이라고 단정하고 있다.

셋째, 피고는 모든 제약업체가 판촉경쟁을 벌이고 있는 상황에서 원고가 행한 대부분의 판촉활동 및 그 과정에서 사용된 비용이 정상적인 거래관행 또는 제약업체가 만든 공정경쟁규약에 비추어 볼 때 부당하거나 과대하다고 판단하여 “부당성”을 인정하고 있으나, 현재 제약업체에 형성되어 있는 일부 거래관행이 공정경쟁규약에 부합하지 않는 경우가 있다고 하더라도, 공정경쟁규약은 공정거래법 위반기준보다 낮은 선에서 자율 준수를 전제로 포괄적인 내용을 정한 것으로서, 지금으로부터 약 6년 전인 2001년에 최종 개정되어 현실성이 떨어지는 측면도 있으므로 공정경쟁규약 위반행위가 곧바로 공정거래법 위반행위라고 볼 수는 없다.

구체적으로 살펴보더라도 피고가 부당한 고객유인행위에 해당한다고 판단하고 있는 행위 속에는 소규모의 지원행위(친분으로 인한 생일, 명절 등의 선물, 소액의 식사대접 등), 대면 접촉을 통해 의약품의 효능 등을 설명하고 토론할 수 있는 슬라이드 미팅을 주최하는 행위, 학술활동의 지원 및 의료기술의 개발 또는 후학 양성 등을 위해 정식 절차를 거쳐 기부금을 제공하는 행위, 의사들이 약품의 효능을 검증하여 제약사에 관련 정보를 제공하는 케이스 스터디 등 충분히 정당한 판촉활동의 범주에 포섭될 수 있는 행위들이 포함되어 있다.

(2) 과징금 산정과정의 위법

(가) 관련매출액 산정의 위법

공정거래법상 과징금 산정의 기초가 되는 관련매출액은 "위반기간 동안 판매한 관련상품의 매출액"이므로, 과징금을 산정하기 위해서는 행위유형 및 상품별로 위반기간을 특정한 후에 위반기간 동안 부당한 고객유인행위로 인하여 영향을 받은 상품의 매출액을 구체적으로 특정하여야 할 것인데, 피고는 구체적으로 입증되는 행위에 의하여 위반행위의 시기와 종기를 판단하지 아니한 채 조사 대상기간 거의 전체를 위반기간으로 보고 있을 뿐만 아니라, 일부 의약품과 관련하여 부분적으로 위반행위가 있었다는 사정만을 근거로 원고가 판촉대상으로 삼은 전문의약품 거의 전부를 관련상품에 포함하고 있다.

또한, 관련매출액은 위반행위가 이루어진 사실이 입증되는 거래처별 매출액을 토대로 산정되어야 함에도 피고는 원고가 거래하는 모든 거래처에 대한 매출액을 관련매출액으로 산정하고 있다.

따라서 피고가 위와 같이 관련매출액을 산정한 것은 위법하다.

(나) 비례의 원칙 및 과잉금지의 원칙 위반

이익제공에 의한 고객유인은 시장경쟁을 촉진시키는 면이 있다는 점과 특히 이 사건에서 문제된 해외학회 참석비용을 지원하거나 케이스 스터디를 의뢰하고 기부금을 제공한 행위는 의약발전에 기여함으로써 결과적으로 소비자의 이익을 증진시키는 측면이 있다는 점 등을 고려하면, 원고의 의료기관 등에 대한 지원행위를 매우 중대한 위반행위에 해당한다고 보고 1%의 부과기준율을 적용하여 과징금을 산정한 것은 그 액수가 지나치게 과다하여 비례의 원칙 및 과잉금지의 원칙에 위반된다.

나. 재판매가격 유지행위 부분

(1) 박카스 제품 부분

(가) 원고와 협력 도매상 등의 관계는 위탁판매에 해당함

피고의 재판매가격 유지행위 심사지침(2006. 8. 30. 공정거래위원회 예규 제34호)는 단순한 위탁판매의 경우에는 위탁자가 수탁자에 대하여 판매가격을 지정하더라도 재판매가격 유지행위에 해당하지 아니한다고 규정하면서 위탁판매에 해당하는지 여부를 판단하는 기준으로, ① 수탁자가 자신의 명의로 판매할 것, ② 판매로 인한 손익은 상품·용역 소유자인 위탁자에게 귀속될 것, ③ 상품을 판매하는 자는 수수료만 수령하는 등 주선행위를 업으로 하는 자일 것 등을 제시하고 있다.

그런데 이 사건에서 원고가 도매상과 체결한 '박카스-에프 위탁판매 거래계약'을 보면, ① 박카스는 수탁자인 도매상의 명의로 판매되고, ② 광고선전비를 위탁자인 원고가 부담하고 도매상이 물품대금 지급에 어려움이 발생한 경우 그

대금의 지급을 연기할 수 있는 여지를 부여하고 있는 등 물품판매로 인한 실질적인 손익을 원고가 부담하고 있으며, ③ 도매상은 판매수량에 대하여 15%의 일정한 수수료만을 수령하는 것으로 되어 있으므로, 원고와 도매상 간의 판매계약은 실질적으로 위탁판매에 해당한다.

(나) 경쟁제한성의 부존재

재판매가격 유지행위의 위법성은 제조업자와 판매업자 간의 합의에 의하여 재판매가격을 구속하는 결과 판매업자들 사이의 가격경쟁을 배제하는 효과를 초래한다는 점에 있으나, 이 사건에서 문제가 된 박카스 제품의 거래구조는 해당 도매상들 사이의 가격경쟁을 배제하거나 약국들 간의 가격경쟁을 배제하는 구조가 아니다.

즉, 강원 영동지역과 제주지역에 있는 도매상들은 박카스를 판매하여 남는 차익을 직접 얻기 위해 거래를 하는 것이 아니라, 원고를 대신하여 해당 지역에 소재한 약국에 박카스 제품을 공급하고 그에 따른 수수료를 취득하는 것에 불과하기 때문에 원고가 재판매가격을 지정하더라도 그것이 도매상들이나 약국들 사이의 가격경쟁에 영향을 미칠 수는 없으므로 경쟁제한성이 인정되지 않는다.

(2) 판피린 및 비겐크림톤 제품 부분

원고가 지정판매가격을 어긴 도매상에 대하여 어떠한 제재도 가한 적이 없는 점, 약사법 제38조, 같은 법 시행규칙 (2008. 1. 15. 보건복지부령 제434호로 전부 개정되기 전의 것, 이하 같다) 제57조 제1항 제6호는 약국 등이 소비자에게 의약품을 판매함에 있어서 제약회사로부터 의약품을 매입한 가격 이하로 판매하는 것을 금지하고 있는 점 등에 비추어 보면, 원고의 재판매가격 지정행위가 공정거래법 제29조에서 금지하는 재판매가격 유지행위에 해당한다고 볼 수 없다.

(3) 과징금 산정과정의 위법

피고의 과징금 부과고시 III. 2. 라. (1)은 "공동의 거래거절, 계열회사를 위한 차별, 집단적 차별 등의 행위에 대하여는 원칙적으로 과징금을 부과하되, 그 외의 유형에 해당하는 불공정거래행위(시행령 별표 1에 규정된 25개 세부행위유형을 말한다), 재판매가격 유지행위 및 부당한 국제계약 체결행위에 대하여는 ① 다수의 경쟁사업자, 거래상대방 또는 소비자에게 상당한 손해가 실제로 발생하였거나 발생할 우려가 현저한 경우, ② 위반사업자가 위반행위로 인하여 부당이득을 얻은 경우, ③ 위반행위가 악의적으로 행해진 경우에 원칙적으로 과징금을 부과한다.

"라고 규정하고 있으나, 이 사건의 경우에는 설령 원고가 재판매가격 유지행위를 하였다고 하더라도 이를 통하여 다수의 경쟁사업자, 거래상대방 또는 소비자에 상당한 손해를 입혔거나 원고가 부당한 이익을 얻은 경우 등에 해당한다고 볼 수 없으므로, 피고가 위와 같은 사정을 전혀 고려하지 않고 원고에게 과징금을 부과한 것은 과잉금지의 원칙 및 비례의 원칙에 위반된다.

3. 관계법령

별지 제2목록 기재와 같다.

4. 처분의 적법 여부

가. 부당한 고객유인행위 부분

(1) 사실인정 및 부당성 판단과정의 위법 여부

다음과 같은 사정을 종합하여 보면, 피고가 원고의 판촉계획과 그에 따른 의료기관 등에 대한 구체적인 지원행위를 포괄적인 하나의 부당한 고객유인행위로 본 것에 어떠한 위법이 있다고 할 수 없다.

첫째, 피고는 이 사건 처분을 하면서 원고의 판촉계획 그 자체 또는 판촉행위 전부를 부당한 고객유인행위에 해당한다고 판단한 것이 아니라, 판촉계획에 따라 실행된 개개의 지원행위를 관련 의약품별로 지원시기, 지원대상, 지원금액 등을 특정한 후 이를 하나의 포괄적인 부당한 고객유인행위로 판단하였고 위반기간도 지원행위가 이루어진 의약품별로 달리 인정하고 있으므로, 원고의 의료기관 등에 지원행위 전부가 부당한 고객유인행위에 해당한다고 판단하였다고 볼 수 없다.

둘째, 앞서 본 바와 같이 원고가 본사 차원에서 의약품의 판매증진을 위하여 의료기관 등에 대하여 현금이나 물품 등을 지원하는 내용의 판촉계획을 수립하였고, 그에 따라 2003. 1. 1.부터 2006. 9. 30.까지 실제로 집행된 액수도 현금성 지원액이 합계 86,482,000,000원, 골프접대 관련비용이 합계 1,723,000,000원, 물품성 지원액이 합계 45,452,000,000원이나 되는 점(을 제14호증, 을 제22호증의 7 등 참조) 등에 비추어 보면, 위 제1의 다. (1)의 (나)항 내지 (바)항에 기재된 원고의 의료기관 등에 대한 구체적인 지원행위는 본사 차원의 판촉계획에 대한 실행행위의 성격을 갖는다고 볼 것이므로, 그러한 행위가 부당한 고객유인행위에 해당하는지 여부를 판단함에 있어서는 하나의 행위로 평가하여야 할 것이다.

셋째, 공정거래법 시행령 제36조 제1항 관련 [별표 1] 제4항 가목은 부당한 고객유인행위를 "정상적인 거래관행에 비추어 부당하거나 과대한 이익을 제공 또는 제공할 제의를 하여 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위"라고 정의하고 있는바, 여기에서 말하는 "정상적인 거래관행"이란 바람직한 경쟁질서에 부합하는 해당업계의 통상적인 거래관행을 의미하는 것으로서 현실의 거래관행과 항상 일치한다고 볼 수는 없고, "부당하거나 과대한 이익"이란 관계법령에 의하여 금지되거나 정상적인 거래관행에 비추어 통상적인 수준을 넘어서는 이익을 의미한다고 할 것이다.

그런데 앞서 본 주요 국가 및 국제기구의 의약품 마케팅과 관련된 규제 현황과 국내 제약업체의 공정경쟁규약의 내용, 피고가 이 사건 처분을 하면서 경조사비, 명절 선물, 20,000원 이하의 저가 판촉물, 50,000원 이하의 접대비 등은 이 사건 부당한 고객유인행위에서 제외한 점(을 제14호증, 을 제22호증의 7 등 참조), 앞서 본 사실에 비추어 보면 케이스 스터디도 의약품의 안전성 및 효효성 검사를 위한 임상목적보다는 주로 자사 의약품의 처방증대를 위하여 실시되었고, 소외 50에 대한 기부금 제공도 단가계약에서 우수 협력업체로 지정받아 약품선정 등에 있어서 유리한 위치를 차지하기 위한 의도로 이루어졌던 것으로 보이는 점, 제약산업의 특성상 제약업체의 의사나 의료기관 등에 대한 정보제공과 설득을 통한 판촉활동이 불가피한 측면이 있기는 하지만, 그 상대방이 직접적인 소비자가 아니라 약품의 오남용을 막기 위해 면허제도를 통해 처방권을 부여받은 의료전문 종사자이고, 생명관련 사업이라는 특성 등으로 인하여 다른 업종보다 높은 규범성이 요구되는 점 등을 종합하여 보면, 위 제1의 다.

(1)의 (나)항 내지 (바)항에 기재된 원고의 의료기관 등에 대한 구체적인 개개의 지원행위는 공정거래법 시행령 제36조 제1항 관련 [별표 1] 제4항 가목에서 정한 "정상적인 거래관행에 비추어 부당하거나 과대한 이익을 제공 또는 제공할 제의를 한 경우"에 해당한다고 볼 수밖에 없다.

넷째, 부당한 이익의 제공이 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인할 가능성이 있는지 여부와 관련하여서는 객관적으로 고객의 의사결정에 상당한 영향을 미칠 가능성이 있으면 유인가능성이 인정된다고 것인데, 의약품의 경우에는 최종 소비자인 환자가 의약품을 선택하는 것이 아니라 보건의료 전문가인 의사가 환자를 위하여 의약품

을 구매 또는 처방하는 특수성이 있으므로 의사나 의료기관의 의약품에 대한 의사결정은 곧바로 최종 소비자인 환자의 의약품 구매로 연결될 수밖에 없는 점(전문의약품의 경우에는 특히 그러하다), 이 사건에서 문제된 원고의 구체적인 개개의 지원행위는 앞서 본 바와 같이 모두 의사나 의료기관 등을 상대로 의약품의 처방증대 또는 판매증진을 위한 의도로 행해진 것인 점 등에 비추어 보면, 원고의 의료기관 등에 이 사건 각 지원행위는 경쟁사업자의 고객을 유인할 가능성이 있다고 할 것이다.

(2) 과징금 산정과정의 위법 여부

공정거래법상의 과징금은 부당한 고객유인행위 등의 역지라는 행정목적 실현하기 위하여 그 위반행위에 대하여 제재를 가하는 행정상의 제재금으로서의 기본적 성격에 부당이득 환수적 요소가 부가되어 있는 것으로서(대법원 2004. 10. 28. 선고 2002두7456 판결; 대법원 2004. 4. 9. 선고 2001두6197 판결 등 참조), 공정거래법 제29조, 같은 법 시행령 제9조 제1항, 제61조 제1항 [별표 2] 제2항 가목 제4호, 제3항, 과징금 부과고시 Ⅱ. 5.항에 의하면, 사업자가 부당한 고객유인행위를 한 경우에 공정거래위원회는 그 사업자에 대하여 당해 위반행위기간 동안의 매출액을 기준으로 하여 산정한 과징금을 부과할 수 있고, 과징금 산정의 기준이 되는 매출액을 산정함에 있어서 그 전제가 되는 부당한 고객유인행위와 관련된 상품의 범위는 부당한 고객유인행위로 인하여 직접 또는 간접적으로 영향을 받은 상품의 종류와 성질, 거래지역, 거래상대방, 거래단계 등을 고려하여 개별적·구체적으로 판단하여야 하며, 그와 같은 기준에 의해서도 관련상품의 범위를 정하기 곤란한 경우에는 부당한 고객유인행위로 인하여 직접 발생하였거나 발생할 우려가 현저하게 된 다른 사업자(사업자단체를 포함한다)의 피해와 연관된 상품을, 다른 사업자의 직접적 피해가 없는 경우에는 소비자의 직접적 피해와 연관된 상품을 관련상품으로 볼 수 있다.

그런데 원고는 앞서 본 바와 같이 본사 차원에서 의료기관 등에 대하여 현금이나 물품 등을 지원하는 내용의 판촉계획을 수립한 후 그에 따라 2003. 1. 1.부터 2006. 9. 30.까지 현금성 지원액으로 합계 86,482,000,000원, 골프접대 관련 비용으로 합계 1,723,000,000원, 물품성 지원액으로 합계 45,452,000,000원 등을 집행하였고, 이 사건 부당한 고객유인행위를 구성하는 위 제1의 다.

(1)의 (나)항 내지 (바)항에 기재된 원고의 의료기관 등에 대한 개개의 지원행위는 위와 같은 판촉계획에 따른 구체적인 실행행위의 성격을 띠고 있으므로, 이 사건 부당한 고객유인행위와 관련된 전문의약품 전체가 이 사건 부당한 고객유인행위로 인하여 간접적으로 영향을 받은 상품에 해당하거나 적어도 그로 인한 소비자의 직접적 피해와 연관된 상품에 해당한다고 볼 수 있는 점, 이 사건과 같이 원고가 본사 차원에서 그 일부 또는 전부가 부당한 고객유인행위에 해당하는 판촉계획을 수립한 사실과 그에 따른 본사 차원의 비용집행내역 및 구체적인 실행행위의 사례가 다수 입증되는 경우에도 구체적인 실행행위와 직접 관련되는 상품의 매출액만을 관련매출액에 포함하여 이를 기준으로 과징금을 산정하는 것은 오히려 과징금제도의 취지에 반한다고 볼 여지가 있는 점 등에 비추어 보면, 피고가 이 사건 부당한 고객유인행위와 관련된 전문의약품 전체의 모든 거래처에 대한 매출액을 관련매출액에 포함한 것이 위법하다고 할 수 없다.

나아가 이 사건 부당한 고객유인행위의 내용과 규모, 의약품 거래질서 및 소비자에게 미치는 영향 등 이 사건 변론에 나타난 여러 사정을 참작하여 보면, 피고가 이 사건 부당한 고객유인행위가 매우 중대한 위반행위에 해당한다고 보아 1%의 부과기준율을 적용하여 과징금을 산정한 것이 비례의 원칙이나 과잉금지의 원칙에 위반된다고 볼 수도 없

다.

따라서 이에 반하는 원고의 주장은 모두 받아들일 수 없다.

나. 재판매가격 유지행위 부분

(1) 박카스 제품 부분

(가) 위탁판매에 해당하는지 여부

앞서 본 사실에 의하여 인정되는 다음과 같은 사정 즉, 원고가 소외 164 등 3개 도매상과 체결한 '박카스-에프 위탁판매 거래계약서'(갑 제9호증)에 의하면, 도매상은 원칙적으로 제품 도착일 기준 30일 이내에 은행도 약속어음이나 현금으로 대금을 결제하여야 하고 이를 위반할 경우 원고는 도매상에 대한 담 지원을 유보할 수 있으며, 원고가 일반 매스컴에 대한 광고선전비를 부담하기는 하지만 도매상의 거래처에 대한 기획판촉비용은 도매상이 부담하도록 되어 있는 점(제10조, 제14조) 등에 비추어 보면, 원고와 소외 164 등 3개 도매상 사이에서 박카스 제품의 판매로 인한 손익은 원고가 아닌 도매상에게 귀속된다고 볼 수밖에 없으므로, 원고와 소외 164 등 3개 도매상 사이의 관계가 피고의 '재판매가격 유지행위 심사지침'에서 말하는 위탁판매에 해당한다고 할 수 없다.

이에 반하는 원고의 주장은 받아들일 수 없다.

(나) 경쟁제한성의 존재 여부

위에서 본 바에 의하면, 원고가 소외 164 등 3개 도매상에게 판매수수료의 형식으로 지급하는 15%의 담은 일반적인 도매거래에 있어서 부여되는 판매마진의 변형된 한 형태에 불과할 뿐 이를 위탁판매에 따른 수수료로 볼 수 없으므로, 원고가 위 도매상들에게 재판매가격을 지정한 것은 그 자체로 가격경쟁을 제한하는 경우에 해당하여 경쟁제한성이 인정된다.

따라서 이에 반하는 원고의 주장도 받아들일 수 없다.

(2) 판피린 및 비겐크림톤 제품 부분

을 제19호증의 1 내지 11의 각 기재에 변론의 전취지를 종합하면, 원고가 앞서 본 바와 같이 판피린 및 비겐크림톤의 판매와 관련하여 2004. 9.부터 '협력 도매상 운영정책'을 실시하여 협력 도매상에 대하여 원고가 지정한 재판매가격을 준수하도록 하면서 재판매가격을 준수하지 않을 경우 공급중단, 협력 도매상에서 제외 등의 제재를 하기로 하였고, 2005. 12. 원고가 지정한 재판매가격 준수를 조건으로 소외 165를 역매 도매상으로 선정한 사실을 인정할 수 있는바, 피고의 위와 같은 협력 도매상이나 역매 도매상에 대한 재판매가격 지정행위에는 이를 준수하지 않을 경우를 대비한 협력 도매상 선정취소나 공급중단 등과 같은 실효성 확보수단이 갖추어져 있으므로 이를 단순한 참고가격 내지 희망가격의 제시로 볼 수 없는 점, 약사법 제38조, 같은 법 시행규칙 제57조는 의약품 도매상 또는 약국 등의 개설자에 대하여 실제로 구입한 가격(사후 할인이나 의약품의 일부를 무상으로 제공받는 등의 방법을 통하여 구입한 경우에는 이를 반영하여 환산한 가격을 말한다) 미만으로 의약품을 판매하는 것을 금지하는 규정으로서 그 취지를 재판매가격 유지행위를 허용하는 것으로 볼 수는 없는 점 등에 비추어 보면, 원고가 협력 도매상 등에 대하여 판피린과 비겐크림톤 제품의 재판매가격을 지정한 행위는 공정거래법 제29조에서 정한 재판매가격 유지행위에 해당한다고 볼 수밖에 없다.

따라서 이에 반하는 원고의 주장은 받아들일 수 없다.

(3) 과징금 산정과정의 위법 여부

앞서 본 원고의 재판매가격 지정경위 및 그 내용에 비추어 보면, 원고의 협력 도매상 등에 대한 재판매가격 유지행위는 협력 도매상 등의 가격경쟁을 제한하여 소비자가격의 상승을 유발함으로써 다수의 소비자에게 실제로 손해가 발생하였거나 손해가 발생할 우려가 현저한 경우에 해당한다고 볼 수밖에 없으므로, 그에 대한 과징금의 부과가 과잉금지의 원칙이나 비례의 원칙에 위반된다고 할 수 없다.

이에 반하는 원고의 주장도 받아들일 수 없다.

5. 결 론

그렇다면, 이 사건 처분은 적법하므로 그 취소를 구하는 원고의 청구는 이유 없어 이를 기각하기로 하여 주문과 같이 판결한다.

[별지 1, 2 생략]

판사 조병현(재판장) 윤강열 조윤희