

<事例>

# 한일藥品工業株式會社

—再販賣價格維持制度—

## 韓 義 泳

### I

“구테여 「한일」이라는 名稱을 漢字로 表記하자면 「韓一」이 되겠지요. 원래는 「일」자를 獨逸의 「逸」자를 따서 獨逸의 藥品을 專門的으로 取扱하는 會社라는 意味로 「韓逸」이라고 썼던 것입니다. 그러나 이제 獨逸의 藥品뿐만 아니라 世界各國의 著名한 藥品도 아울러 取扱하게 되었고, 이 企業自體의 獨自의인 新製品도 相當數 開發되었거나 또 現在 開發되고 있기 때문에, 얼핏 事大主義思想의 發露라도 방불케 하는 「韓逸」이라는 漢字를 避하고, 獨立의이며 進取的이라고 일컬어져야 할 企業의 姿勢를 確立시킨다는 뜻에서 「한일」이라는 會社名을 우리말로 表記하기로 하고 우리의 企業, 우리나라의 企業임을 나타낸 것입니다.” 이것은 昨年 늦 가을엔가, 그 어느날의 『企業探訪인터뷰』에서의 禹大奎 社長의 첫 마디이다. 오늘날 한일藥品은 서울特別市 城東區의 聖水洞一隅에 垆地 3,000 坪, 建坪 1,000 坪의 工場을 衛生의 象徵인 白色으로 아담히 단장한 製造施設을 갖고 있는 우리나라 唯一의 治療劑生產中心의 製藥會社로, 公稱資本金 1억 6천만원에 醫藥 領域에 있어서의 專門職인 藥師만도 近 100 餘名을 헤아리는 「담모스」企業이다.

그러나 오늘의 「한일」이 있기까지엔 크나 큰 고비를 여러번 넘겨야 했다는 것이 禹社長의 말이다. 한일藥品의 前身은 各國의 著名醫藥品을 輸入하여 이를 販賣해 오던 이른바 輸入總販賣元인 大豐新藥株式會社이며, 이 大豐新藥이 지금으로부터 5年前인 1964년 4월에 經營不振에 허덕이던 當時의 「獨逸바이엘藥品輸入製造元」을 引受·合併한데서 부터 그 어려웠던 고비의 한토막이 시작된다는 것이다. 1964년이라는 해는 바로 『죽을 4자』가 붙은 해여서 그런지 대부분의 醫藥品輸入業體들이 競爭의 激化, 運營資金의 回轉不振, 資

---

筆者: 서울大學校 商科大學 附設 韓國經營研究所 研究員, 서울大學校 商科大學 助教授.

本 調達の 困難 등으로 破産지경에 陷入함이 일췌였고, 더구나 流通秩序의 紊亂, 이를테면 資金調達이나 資金回轉의 困難을 기화로 하여 亂賣와 廉賣를 茶飯事로 일삼던 都散賣商들의 橫暴로 바로 『망하기 직전』이 잇달았다는 이야기다. 물론 輸入總販元으로써의 不實한 經營이 그 첫째의 主因이기도 하지만, 그러한 不合理的인 要素를 알고도 除去치 못하던 資金事情이 아쉬웠던 것도 事實이다.

어쨌던 資金難으로 「獨逸바이엘藥品輸入製造元」이 不遠間 쓸어진다는 것을 豫見하여, 그럴 바에야 몇푼 주지도 않고 引受할 수 있으리라는 要件을 적절히 判斷해 낸 禹社長이 과감히 兩社의 合併作業에 突入한 것은 요새 흔히들 써 재치는 「디지존·메이킹」치곤 最高의 意思決定이라 하지 않을 수 밖엔 없다. 왜냐하면 「獨逸바이엘藥品輸入製造元」이 獨逸의 有數한 「메이커」인 「바이엘會社」와 製造 및 販賣에 관한 提携를 맺고 있었고, 外製라면 오금도 못퍼는 우리겨레의 弱點은 獨逸製에 대해선 더욱 그러했기 때문에 經營合理化만 제대로 本軌道에 올려 놓는다면 大成은 틀림없다고 믿었기 때문이며, 또 사실 그 主販賣品目인 「바이엘 아스피린」은 全國적으로 너무도 잘 알려진 感氣藥이자, 感氣患者들의 돌도 없는 愛藥이었기 때문이다.

그러나 그 經營合理化라는 귀신이 사실 그렇게 쉬운 것은 아니었다고 禹社長이 當時를 숭회하고 있드시, 특히 合併에서 오는 職員間의 「콤뮤니케이션」과 指揮·統制問題, 提携·提供會社의 間斷없는 內政干涉問題, 流通過程에서 오는 亂賣問題 등이 쓰라린 經驗의 하나였다는 것이다. 多幸히도 禹社長과 全炳七會長 및 鄭元兵副社長이 「트리오」를 이룬 最高經營層의 꾸준한 合心努力과, 處遇改善에 바탕을 둔 有能人材의 登用을 통한 全社的 一致團結의 「캠페인」이 奏效하여 어느 정도 「콤뮤니케이션」問題는 그 一段落을 보았으나, 外國과 提携하고 있는 우리에 대부분의 提携企業들이 그렇듯이 甘受해야 할 外國「메이커」들의 不當한 要求와 干涉엔 골치가 아팠다는 이야기이다. 이를테면 터문이 없이 비싼 「리베이트」의 固執, 販賣條件의 一方的인 規制, 오손하고 거만한 派遣職員의 橫暴, 하다 못해 때와 경우를 가리지 않는 公갈(解約威脅)등 弱者가 當해야 할 서름이라는 서름은 모두 甘受해야 했으니 도대체 누가 販賣者인지 분간키도 어려울 지경이었던더라는 것이다. 틀림없이 購買者市場格인 性格이어야 할 醫藥品이 어느 새 販賣者市場格인 性格으로 突變하였는지는 몰라도, 外國「메이커」의 氣勢는 一騎當千이었으며 販賣量이 늘면 늘수록, 販賣額이 늘어 나면 늘어날 수록 經營規模의 擴大에 비해 오히려 收益이 相對的으는는 줄어드는 奇現象이더라고.

이것은 물론 소위 累進의 「리베이트」制의 缺陷의 탓이다. 이래선 안 되겠다고 連日 그 解決策을 생각하다 못한 禹社長은 드디어 妙案을 짜 낸 것이다. 妙案이래야 사실 아무것도 아

니었다. 뱀장——. 바로 뱀장이다. 흔히들 뱀장은 운과도 통한다고 한다. 亡하느냐 興하느냐의 뱀장은 企業自體가 冒險이기 때문에 그 成敗如否는 全的으로 運에 달렸다고 말할 수는 있으나, 사실 심사숙고에 의한 뱀장만이 그 運을 잡을 수 있음이 보통이다. 그래서 禹社長은 果敢히 自己主張대로 自己의 要求를 내 세운 것이다. 不當한 干涉의 止揚, 適正 「리베이트」의 再調整, 一方的인 販賣條件의 撤回等等. 얼핏 생각하기엔 應當 相對方에서 解約通告가 있기 일쑤려니 믿기가 쉬우나 結果는 그 正反對였다. 뜻밖에도 相對方이 누그러져 온 것이다. 한일藥品처럼 그 견고하고도 방대한 販賣網을 통해 그렇게 착실히 獨逸의 藥品을 팔아 준 醫藥業者는 따로 한국엔 단 하나도 없었다는 걸 獨逸側에서는 너무나 잘 알고 있었기 때문이다. 그렇게 오만하던 獨逸側의 態度가 하루 아침에 갑자기 누그러지더니, 이번엔 전엔 약에 써 먹을려해도 찾아 볼 수 없던 微笑攻勢를 取해 오더라는 것이다.

絶好의 「찬스」인 이 機會를 놓칠 禹社長이 아니었다. 獨逸「바이엘」一邊倒의 양상에서 即刻脫皮를 始作한 것이다. 一躍 轉身하여 「바이엘」과는 宿敵인 獨逸의 「놀드마크」製藥會社와도 提携를 맺은 것이다. 비단 獨逸뿐만 아니라 伊太利의 「폴리셉」會社와도 提携를 맺고 汎「구라파」的인 協力體別를 確立시킨 다음, 다시 轉身하여 가까운 日本의 「에자이」, 三共, 田邊, 藤澤等 著名한 製藥會社와도 技術提携體制로 突入하여, 그야말로 汎世界的인 協同體制를 構築해 놓은 것이다. 그 어느 누구에게 예측되지 않은 多邊의 協力體制를 維持하므로써 한일藥品의 獨立性이 保障되었으며, 그 餘波로 당연히 收益이 增大해 나가자 輸入「온리」政策에서, 果敢히 脫皮하여, 獨自의인 研究開發에 의한 自體生産도 아울러 軌道에 올려 놓은 것이다. 오늘날 한일藥品이 자랑하는 「아스피린」, 「바이레나」, 「유비론」, 「베스타나블」, 「유베라」, 「미로렘보」, 「프로헤파롬」등 70餘種의 製品은 이미 全量完製品의 輸入에 依存하던 過去의 製品이 아니라 技術提携에 의한 自家生産이거나, 自力으로 開發해 놓은 新製品들인 것이다.

## II

이렇듯 成長企業으로써의 決定的 순간을 여러번 아슬 아슬하게 받아 넘긴 한일藥品이긴 하나, 그래도 如前히 解決치 못하는 隘路들이 아직도 許多하단다. 그 許多한 隘路點의 하나가 바로 亂賣라는 이름의 流通秩序의 문란이라고 禹社長은 얼굴을 찡그린다. 사실 亂賣

問題는 비단 오늘에 시작한 問題가 아니라, 한일藥品의 設立當時부터 있어 왔던 流通面의 闇이였으며, 禹社長의 그 曷장을 갖고도 통 해결해 낼 수 없던 難問題 中の 難問題였다는 것이다.

한마디로 亂賣라 해도 가지 각색이지만, 주로 밑으로는 藥菓格의 『市場占有率增大를 위한 亂賣(競爭者排除를 目的으로 하는 亂賣)』, 『相對的인 對抗手段을 위한 亂賣(남이 하나도 한다는 식의 百家爭鳴의 亂賣)』, 혹은 比較的 點點은 『在庫一掃手段으로써의 亂賣(資本回收나 金利節約을 위한 어쩔 수 없는 亂賣)』를 비롯하여 하다 못해 위로는 얼핏 『詐欺와도 같은 亂賣(소위 惡質의 亂賣)』가 代表的이며, 亂賣의 王子格인 소위 이 惡質의 亂賣는 우리나라에서나 찾아 볼 수 있는 亂賣의 異常形態이다. 진짜 亂賣이면서도 一種의 詐欺에 가까운 亂賣의 極端이 바로 이 惡質이라는 이름의 亂賣며, 주로 中間商人의 橫暴에서 빚어지는 韓國의 「넌센스」의 化身이다. 특히 都賣商이 그 主武器의 使用者라 알려지고 있으며, 韓國「메이커」들의 大多數가 依例히 넋이 빠지도록 허덕이는 資金難을 교묘히 逆利用하는 中間都賣商들의 이러한 亂賣는 사실 골치 덩어리였다는 이야기이다.

이렇게 되면 보통 3個月, 혹은 그 以上の 어음이나 延手票로 外上으로 商品을 購入하다가 現金이라 하면 이를 서슴치 않고 買入價나, 때로는 그 以下の 價格으로 大量處分(亂賣)하므로써, 結局 그 現金을 回轉시켜 金利(혹은 그 金利의 金利마저)를 따잡수시는 통에 그만 골탕은 「메이커」가 먹고 알맹이는 中間商이 차지 한다는 奇現象이 演出되는 바람에 두손 바짝 들었다는 것이다.

예를 들어 가령 工場渡價格 50 원, 都賣價格 55 원인 A 라는 醫藥品이 있다고 치자. 都賣商은 가령 3個月의 어음이나 延手票로 「메이커」에게서 A 를 50 원에 外上購入해서 現金으로 利潤없이 購入價인 50 원 그대로 小賣商에게 轉賣하였다고 치자. 그러면 都賣商은 그 50 원의 現金을 한달 5%라는 市中金利로 틀림없이 굴리기 마련이다. 석달이면 利子は 자그만치 2원 50 전×3개월=7원 50 전이다. 55 원의 都賣價格으로 小賣商에게 轉賣하였을 경우 그 利潤은 기껏해야 5원뿐이며, 또 반드시 現金이라는 保障은 없다.

이런 亂賣로 잘만 하면 利子が 利子を 낚아서 7원 50 전이 10원이 될 수도 있기 때문에, 이렇듯 기막힌 曲藝들이 演出되기 일쑤라는 것이다. 이래선 안되겠다고 생각에 생각을 거듭하다 못해 그래서 두번째 曷장을 튀긴 것이 바로 再販賣價格維持制度(줄여서 再販制度)의 導入이라고 禹社長은 이야기한다. 亂賣나 其他 그와 類似한 流通秩序의 紊亂을 是正하고 市場價格의 安全을 圖謀하고, 適正利潤을 維持함과 同時에, 流通機構 相互의 賣上增進을

기하기 위해서는 이러한 「메이커」唯一의 『傳家之寶刀』를 빼어 들 수 밖에 없었다는 것이다.

그러나 이 再販制度는 자칫 잘못하면 價格「칼텔」의 性格이 濃厚해 지면서 消費者의 怨聲이 자자집이 일쭉라서, 결국 消費者保護라는 立場에서는 애당초 심각한 考慮가 잇달아야 할 성질의 것이다. 그래서 世界의 大多數의 國家들은(奇妙하게도 先進國의 대부분) 제각기 再販制度를 規制 내지 制限하거나(이러하면 美國의 경우 公正去來法, 獨逸의 경우 反競爭制限法, 日本의 경우 獨占禁止法에 의해), 혹은 再販制度自體를 아예 禁止하거나(이러하면 佛蘭西를 비롯한 「스웨덴」, 「덴마크」, 「노웨이」등 北歐 3國) 해서 再販制度에 엄격한 規制를 가하고 있으나 幸인지 不幸인지 우리 나라엔 아직도 그런 規制法이나 禁止法이 制定되어 있지 않아 쉽사리, 그리고 無條件 再販制度導入을 하여, 이를 短時日 내에 實施할 수 있었던 것은 韓日藥品을 위해서는 지극히 多幸이라 하지 않을 수 밖에는 없을 것이다.

어쨌든 韓일은 金년초에 韓國醫藥界에서는 最初로 과감히도 再販制度를 導入, 實施하였으며, 겨우 半年이라는 短期間밖에 경과하고 있지 않기 때문에 비록 그 具體的인 成敗與否는 아직 未知數라 한들, 지금까지의 「데이타」에 의하면 그래도 滿足할 만한 結果는 얻고 있다는 것이다.

國內最初의 再販制度의 導入에 즈음하여, 再社長은 韓日藥品의 2大刊行物 중의 하나인 隔月刊誌 『한일藥報(1969年 1月號)』의 新年辭에서,

“……먼저 流通秩序의 確立을 主張합니다. 製品이 流通되는 過程에서 아직도 競爭的인 販賣形態가 排除되지 못하고 있음은 尤감된 일입니다. 流通秩序의 純化는 이른바 亂賣와 一聯의 非合理的 去來의 副產物을 驅逐함으로써만 期待할 수 있을 것입니다.”라고 喝破함을 잊지 않는다. 그러면서도 流通秩序의 純化는 製藥業界 自身の 일이라면서,

『……“現在 우리나라의 製藥業界는 自身이 지닌 모순을 打開해야 합니다. 現在 우리의 全藥業界가 行하고 있는 販賣制度는 單賣制度로, 이 制度는 자칫하면 「메이커」들이 中間商의 농간에 휘말려 들어가기가 일쭉입니다. 특히 藥業界의 「수퍼·마아켓터」라고 俗稱되는 中間都賣商들이 利潤의 極大化에만 血眼이 된 나머지, 제 멋대로 價格을 造作하거나(亂賣) 제 멋대로 농간을(不買同盟) 불임으로써 골탕먹는 건 비단 生産者뿐만 아니라 급기야 流通秩序가 마비됨으로써 結局 消費者도 損害를 입게 되는 것입니다. 물론 그러한 亂賣나 不買同盟이 中間商들이 지닌 유일한 販賣促進手段일 수도 있습니다만, 지나 칠 정도의 中間商의 이러한 橫暴을 防止하고, 보다 健全한 流通秩序의 維持를 위해서는 아무래도 새로운 販賣手法이 展開되어야 할 것 같기에 오랜 檢討와 綿密한 分析을 통해 이제 저희가 이 再販制度를 實施하게 된 것입니다』(서울大 商大 韓國經營研究所刊, 「經營實務」 2卷 3號

P. 65)라고 그는 몇 부친다.

## II

어쨌던 再販制度가 드디어 한일藥品에 의해 導入, 實施되었으나, 이제 그 制度의 概況을 간추려 살펴 보면 대략 다음과 같다.(1969년 6월 현재)

1) 한일藥品의 再販制度는 契約에 의하여 自己傘下의 都賣商뿐만 아니라, 實質적으로는 小賣商도 그 對象으로 삼고 있다는 點, 즉 「메이커」인 한일藥品은 小賣商과는 直接 契約을 締結하지 않고, 契約한 都賣商으로 하여금 小賣商과 再契約케 하는 소위 『直接 都賣商, 間接 小賣商 契約制度』를 採擇하고 있다.

都散賣商을 겸하는 소위 統合都賣商(integrated wholesalers, 혹은 都散賣商=semijobbers)과도 原則적으로는 都賣商에 準한 契約을 締結할 수 있으나 아직은 實施하고 있지는 않다. 왜냐하면 이를테면 鍾路 4 街의 東大門市場周邊이나 南大門市場入口 一帶에 散在하는 소위 『짜구려 藥局』들은 都賣店이라기 보다 廉價小賣店의 性格이 짙으며, 비록 본격적인 亂賣의 總本山은 아니나, 자칫하면 亂賣를 日常茶飯事化할 傾向이 짙기 때문이다. 현재 研究中.

2) 再販品目은 現在 다만 新開發製品 중에서 몇 品種만으로 局限되고 있다.

現在の 再販品目은

- ① 맥미러(Macmiror<sup>®</sup>)=滯下症治療劑
- ② 모다트롭(Modatrop<sup>®</sup>)=肥滿症治療劑
- ③ 페클린(Peclin<sup>®</sup>)=止瀉劑

의 3種뿐이다. 그러나 앞으로는 널리 알려 졌으며, 또 販賣實績이 良好하다고 判斷되는 한일의 有名藥(既存製品)도 改良하여 점차 몇 品種을 더 再販品目에 追加시킬 計劃으로 있다. 이를테면 「프로헤파름」과 같은 有名肝臟藥을 좀 더 改良하여 名實 公히 新開發製品格으로 再販品目에 追加시킨다는 것이다. (예. 包裝은 金箔紙包裝으로, 「네이밍」도 『프로헤파름·골드』로).

3) 현재 市販되고 있는 한일의 全品目(一般品目)에 대해 이 3種의 再販品目이 차지 하는 販賣金額別 比重은 全體의 約 10%에 不過하나, 앞으로는 그 比重을 25%~30% 線까지 끌어올릴 豫定이다.

4) 再販制度에 따른 都賣商과의 直接契約 및 小賣商과의 間接契約은 각각 다음과 같은 契約書에 의해 執行되고 있다.

再販賣價格維持契約書(都賣店)

印  
紙

한일藥品工業株式會社(以下 甲이라 함)가 實施하는 한일特選品販賣制度(이하 한일 S.P.S.라 함)의 商品의 價格을 維持하고 流通秩序를 確立함으로써 甲과 都賣商(以下 乙이라 함)의 利益과 相互繁榮을 圖謀하기 위하여 다음 條項에 依據契約을 締結한다.

第1條 甲은 S.P.S. 品의 都賣再販賣價格 及 小賣再販賣價格을 정하고 甲이 정한 都賣再販賣價格에 의하여 乙은 都賣를 하며 乙이 小賣部를 가지고 있을 境遇에는 小賣再販賣價格으로 小賣를 하여야 한다.

第2條 乙은 甲의 事前承認없이 S.P.S. 品目販賣에 關聯하여 他製品의 割引 혹은 景品 其他 有價物을 贈與하는 등 直接 間接을 不問하고 一切의 割引行爲를 하여서는 아니된다.

第3條 乙은 한일 S.P.S. 品目を 한일 S.P.S. 加盟小賣業者에 한하여 販賣할 수 있으며 他 都賣商이나 한일 S.P.S. 에 加盟치 않는 小賣業者에게는 一切 販賣할 수 없다. 또한 行商人에게 혹은 物物交換의 目的으로 販賣하거나 讓渡하여서는 아니된다.

第4條 乙은 甲에게 한일 S.P.S. 品目 拂入代金の 支給履行을 確保하기 위하여 藥品到着即時 55日 以內的 當座手票 또는 銀行渡어음을 發行交付하여야 한다.

第5條 甲은 乙이 S.P.S 品目の 價格維持를 違背한 事實이 있는 경우 또는 그와 같은 疑心이 있는 경우에는 乙에게 帳簿 傳票 등의 提示를 要求할 수 있으며 乙은 說明할 義務를 진다.

第6條 甲은 乙이 本契約을 違反하였을 때는 그 實情에 따라 다음 各項의 處分을 할 수 있다.

1. 警告
2. 各種「서어비스」의 制限 또는 停止
3. 期限付 供給制限 또는 停止
4. 解約

第7條 甲이 文書에 의하여 價格變更를 通告하였을 경우 乙은 指定된 날자로부터 實施하고 S.P.S. 加入小賣商으로 하여금 지키도록 하는 責任을 진다.

第8條 乙은 S.P.S. 加入小賣業者에게 한일 S.P.S. 品目を 優先的으로 力賣하고 S.P.S 加入小賣業者로 하여금 S.P.S. 品目を 좋은 자리에 陳列케 하고 優先的으로 力賣하도록 하는 責任을 진다.

第9條 甲과 乙은 各各 文書에 의하여 30일 以內의 豫告期間을 두고 本契約을 解約할 수 있다.

第10條 解約時 乙은 즉시 自己所有 한일 S.P.S. 品目的 在庫를 未支給商品代金에 대한 一部 代物辨濟로써 甲에게 引渡하고 不足額이 있을 時는 이를 現金清算하여야 한다.

第11條 本契約은 發效한 날로부터 1年間 有效하다.

但 甲 乙 共히 異議가 없을 때에는 自動的으로 1年間 延長되고 그 후에도 每年 이의 예에 準한다.

第12條 本契約에 정하지 아니 한 事項이나 本契約에 있어서 異議가 有할 時는 甲에게 問議하여 甲의 決定에 따른다.

第13條 本契約을 證키 위하여 이를 2通 作成하여 甲, 乙, 記名捺印하고 各己 1通式 保管한다.

西紀 196 年 月 日

甲 住 所 서울特別市 城東區 聖水洞1街 656

商 號 한일藥品工業株式會社

代表者 禹 大 奎 ㉞

乙 住 所

商 號

代表者 ㉞

再販賣價格維持契約書 (小賣商)



한일藥品工業株式會社가 實施하는 한일特選品販賣制度(以下 한일 S.P.S.라 함)의 商品의 價格을 維持하고 流通秩序를 確立함으로써 相互間의 利益과 繁榮을 圖謀하기 위하여 다음 條項에 依據 契約을 締結한다.

第1條 便宜上 都賣店( )을 甲이라 하고 小賣店( )을 乙이라 略稱한다.

第2條 甲은 한일藥品과 締結한 再販賣價格維持契約書에 따라 한일藥品이 정한 都賣再販賣價格으로써 乙에게 販賣한다.

第3條 乙은 한일藥品(株)이 정한 小賣再販賣價格으로 小賣를 하여야 한다.

第4條 乙은 한일 S.P.S. 品目을 他小賣業者에게 販賣하거나 物物交換의 目的으로 讓渡하



여서는 아니된다.

第5條 乙은 甲의 事前承認없이 韓일 S.P.S. 品目販賣에 있어서 割引 其他 有價物을 贈與 하는 등 直接 間接을 不問하고 一切의 割引行爲를 하여서는 아니 된다.

第6條 韓일 S.P.S. 品目 及 價格에 있어서의 變更이 있을 때에는 韓일藥品의 指示에 의하여 甲이 乙에게 文書로 通知하고 指定된 日字로 부터 變更事項을 지켜야 한다.

第7條 乙은 항상 韓일 S.P.S. 品目的 販賣에 關心을 가지고 優先的으로 販賣하며 찾아오는 손님에게 宣傳勸誘하여야 한다.

第8條 乙이 本契約을 違反하였을 때에는 그 實情에 따라 다음 各項의 處分을 받아도 甲에게 何等의 異議를 申立하지 못한다.

1. 警告
2. 各種「서어비스」의 制限 또는 停止
3. 期限付 供給制限 또는 停止
4. 解約

第9條 甲과 乙은 各各 文書에 의하여 30일 以上の 豫告期間을 두고 本契約을 解約할 수 있다.

第10條 解約 即時 그 事實을 韓일藥品에 通知하고 乙은 即時 自己所有의 韓일 S.P.S. 品目 在庫를 甲에게 引渡해야 한다.

第11條 本契約은 發效한 날로부터 1年間 有效하다.

但 甲, 乙 共히 異議가 없을 때에는 自動的으로 1年間 延長되고 其後에는 每年 이의 예에 準한다.

第12條 本契約에 정하지 아니한 事項이나 本契約에 있어서 異議가 有할 때는 甲, 乙 協議下에 韓일藥品의 諮問에 따라 決定한다.

第13條 本契約을 證기 위하여 이를 2通 作成하여 甲, 乙 記名捺印하고 各己 1通式 保管한다.

西紀 196 年 月 日

甲 住 所  
商 號  
代表者

Ⓜ

乙 住 所  
商 號

代表者

Ⓜ

5) 上記와 같은 契約書에 따라 直接契約을 締結한 都賣商의 數는 현재 20業體로, 이는 韓日藥品의 一般品目을 취급하고 있는 全體都賣商의 約 30%에 달하며, 間接契約을 締結한(그 都賣商과는 直接契約을 締結한) 小賣商의 數는 약 1,000業體로, 이는 全體小賣商의 半인 約 50%에 달하고 있다. 月別統計資料에 의하면 契約을 締結하며 또 締結을 원하는 業體의 數는 「퍼센테이지」로 보아 都賣商보다 小賣商이 壓倒的이다.

6) 契約違反에 대해서는 契約書 第6條(都賣商) 내지 第8條(小賣商)에 의해 그 程度에 따라

- ① 警告
- ② 各種「서비스」의 制限 또는 停止
- ③ 期限付 供給制限 또는 停止
- ④ 解 約

등과 같은 4段階의 罰則을 設定하고 있으나, 지금까지의 違反件數는 불과 單 1件(都賣商) 뿐으로 比較的 契約事項이 遵守되고 있는 셈이라고 看做되고 있다.

1件의 違反은 都賣商이 亂賣를 하였기 때문이며, 그 都賣商에 대하여는 4段階中의 最高處分인 解約을 通告하였으며, 그 외에도 業界專門紙인 『藥業新聞』에 謝過文까지 掲載하게 하였다.

7) 契約의 違反業體나 違反事項의 監視와 摘發을 위해서는 韓日藥品의 現 「세일즈맨」 全員(60名)이 그 任務에 充當되고 있으나, 契約業體數의 增加傾向에 비추어 年內에 13名을 더 增員할 計劃이다. 現在로는 本社(주로 「세일즈맨」) 以外の 情報網, 이를테면 他「메이커」, 中間商, 消費者 其他 團體나 個人을 통한 再販品目契約違反에 관한 情報蒐集制度나 이에 따른 報償制度 등은 아직 구체적으로 構想한 바 없으나, 强차 立案해서 效率的인 契約違反監視業務에 全力을 다 할 計劃으로 있다.

8) 再販品目에 대한 再販價格의 內容은 다음과 같다.

- ① 都賣商에게는 全再販品目에 대해 一律的으로 源泉稅를 包含하여 16%의 「마아진」을 保障해 주며, 小賣商에게는 再販品目에 따라 대략 20%~30% 線의 「마아진」을 保障해 주고 있다.

② 再販品目の 再販價格

再販價格(단위, 원)	都 賣 商		小 賣 商	
	都 賣 價 格 (小賣商의 購入價格)	都賣商「마아진」	小 賣 價 格 (消費者購入價格)	小賣商「마아진」
再販品目(단위, 個當)				
맥 미 라 ㉔	800원	128원 (16%)	1,000원	200원 (20%)
모 다 트 롬 ㉔	580	93 (16%)	750	170 (29%)
페 크 린 ㉔	180	29 (16%)	240	60 (33%)

③ 결국 都賣商의 都賣價格에서 16%를 控除해 준 價格이 「메이커」의 都賣商에의 引渡 價格이 되고 있는 셈이다.

이를테면

「맥미라」의 경우	672원 (800원—128원)
「모다드롭」의 경우	487원 (580원—93원)
「페크린」의 경우	151원 (180원—29원)

이 「메이커」의 販賣價格이다.

9) 소문에 의하면 한일藥品은 再販制度의 導入과 實施로 대체로 그 販賣成績(따라서 利益의 增大)이 良好하다고 알려져 있으며, 이 制度는 계속 維持되며 또 앞으로도 더욱 擴大되리라는 소문이다. 이제 한일藥品의 再販制度에 대한 市場調査를 통해 지금까지 總合的으로 分析된 結果에 의하면 대충 아래와 같은 隘路點들이 아직도 介在하고 있다는 것이다.

① 消費者의 對再販制度觀

- 1) 藥效와 같은 品質은 優秀하다고 認定하나, 價格은 『막연히』若干 비싸다는 評. 어느 程度 비싼지는 再販品目이 新開發製品이기 때문에 價格比較가 困難하여 精確한 判斷은 없다.
- 2) 再販品目이 契約店에서만 販賣되고 있기 때문에 入手하기가 곤란하다.

② 小賣者의 對再販制度觀

- 1) 都賣商에게는 再販品目에 구매됨이 없이 一律的으로 16%라는 「마아진」이 保障되고 있으나 小賣商에게는 再販品目에 따라 「마아진」에 振幅이 심하여, 小賣商의 販賣戰略에 混線이 惹起되기 일쑤이다. 따라서 一律的으로 적어도 30%線의 「마아진」이 保障되기를 원하고 있다.
- 2) 小賣商들은 아직 再販制度에 대한 認識度가 희박하여 「메이커」의 再販制度維持努力에 대한 協力이 不足하다.

③ 都賣商의 對再販制度觀

- 1) 대체로 再販制度에 대한 反應은 좋으나, 契約의 盲點을 利用한 亂賣를 裏面에서 劃策하는 수가 많다.
- 2) 再販制度의 強行은 자칫하면 都賣商들의 빈축을 사서 不買同盟과 같은 不意의 奇襲을 받기 쉬워 契約條件(이를테면 罰則) 등을 強化할 수가 없다.

## 『討 議 問 題』

① 再販賣價格維持란 도대체 무엇인가? (주로 價格「칼텔」과 같은 水平的價格結合과 再販制度和 같은 垂直的價格結合과의 差異點을 중심으로 한 問題의 提起와 展開)

② 再販賣價格維持는 자칫하던 價格「칼텔」化할 傾向이 짙으며, 消費者價格이 의례히 高價格化할 경향이 짙기 때문에 消費者保護라는 立場에서는 대체로 先進國들이 公正去來法과 같은 法の 테두리 속에서 再販制度를 嚴格히 規制(美國, 獨逸, 日本)하거나, 再販制度 그 自體를 禁止(瑞典, 佛蘭西)시키고 있는데 反하여, 그와 같은 法이 아직 제정되지 않고 있는 우리나라에 있어서의 再販制度의 導入에 관한 妥當性 與否, (아울러 前代 國會에서는 소위 公正去來法이 上程되었으나 通過되지 못한 채 오늘날까지 保留되고 있는 이유의 究明)

③ 따라서

A) 美國의 Miller Tidings Act, Sherman Act 등 一連의 Fair Trade Law(公正去來法)에 관한 研究와

B) 獨逸의 反競爭制限法(Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkung)에 관한 研究, 및

C) 日本의 獨占禁止法에 관한 研究를 土臺로

D) 우리 나라에 있어서의 公正去來法은 어떠한 方向으로 制定됨이 가장 合目的인 가?

④ 國內最初로 한일藥品이 醫藥界에서 처음으로 再販制度를 實施하였지만, 都賣商이나 小賣商에 의한 亂賣등 그와 類似한 流通秩序의 紊亂을 방지하기 위한 唯一한 길은 再販制度의 導入뿐인가? (아울러 亂賣의 諸形態와 그 對策에 관한 研究) (물론 柳韓洋行이 『Contac R 600』으로 再販制度를 먼저 실시한 것으로 알려지고 있으나 『Contac R 600』은 美國의 製造技術導入에 의한 製品이기 때문에 駐韓美軍이나 PX 등에서 類似品이 市場에 流出되어 實質的으로는 再販制度는 失敗하였다는 소문이다)

⑤ 再販制度를 導入할 경우 「메이커」, 中間商 및 消費者의 各己 立場에서의 利得(長點)과 損失(短點)의 比較, 檢討.

⑥ 일반적으로 再販品目은

1) 일정한 品質

2) 일정한 商標

- 3) 일정한 包裝
- 4) 일정한 價格
- 5) 「메이커」에 의한 直接廣告

등과 같은 特徵을 具備함이 原則인데에 대한 反論(내지 例外에 관한 討論). 이에 關聯하여

- ① 有標品아닌 無標品을 再販品目으로 選定할 수는 없는가?
- ② 有標品이라도 無登錄商標의 경우는?

⑦ 한일藥品은 주로 新開發製品을 再販品目으로 選定하고 있지만, 既存製品을 再販品目에 追加시킬 경우 그 結果에 대한 推論?

이를테면,

- ① 既存有名藥品을 아무런 改良도 없이 그대로
- ② 『프로테과름·골드』처럼 改良하였을 때
- ③ 그다지 有名하지 않는 藥品인 경우

이에 關聯하여

- ④ 再販品目을 반드시 新開發製品만이어야 效果的인가?
- ⑤ 既存製品인 경우, 적어도 市場占有率이 3% 以上이어야 한다는 「징크스」는 타당한가?

⑧ 先進國의 例에 의하면 再販制度로 인한 「메이커」의 唯一한 短點은 原料高나 人件費上昇등의 加算으로 製品價格에 變動이 생겨도 제멋대로 肆사리(적어도 1年間은) 再販賣價格을 變動시킬 수는 없다는 것이다. 과연 그것이 「메이커」의 短點이 될 수 있는가? 한일藥品의 경우는?

⑨ 한일藥品은 『直接都賣商, 間接小賣商』의 契約制度를 채택하고 있지만

- 1) 한일藥品이 都賣商뿐만 아니라 直接 小賣商과도 契約을 締結할 경우,
- 2) 혹은 都賣商과 直接契約만 하고 小賣商을 그 再販制度의 대상으로 하지 않을 때, 어떠한 結果가 일어 날 수 있는가?

⑩ 한일藥品의 契約違反에 대한 處罰規程은 4段階뿐이지만 先進國의 例(이를테면 損害배상, 民事問題化)에 비해 너무 輕하다고 보지 않는가?

⑪ 어떠한 條件下에서 소위 統合都賣商(都散賣商)과 再販制度契約을 締結했으면 좋겠다고 생각하는가?

⑫ 한일藥品의 再販契約書에 대한 逐條審議 (現 우리나라實情에의 妥當性與否)

⑬ 都賣商보다 小賣商의 契約締結率이 歴度的인 것으로 보아 지금까지 亂賣는 주로 都賣商에서 行해 졌다는 心證을 굳힐 수 있겠는가?

⑭ 契約違反을 효율적으로 監視하거나 적발하기 위해선 어떠한 方法과 手段이 가장 適切한가?

⑮ 下表는 「마아진」의 여러가지 形態를 설명한 表이다. 各己 形態에는 長短點이 介在함은 勿論이다. 韓日 藥品의 再販價格에 따른 中間商의 「마아진」은 金額「마아진」에 있어서는 都賣商과 小賣商 共히 No.1의 『superproportional』이다. 그러나 %「마아진」에 있어서는 都賣商의 경우No.2의 『constant』이며, 小賣商의 경우 No.5의 『degressive』이다.

이제 下表에 따라 여러가지 形態로 現「마아진」制度를 修正한다고 假定하면 어떠한 結果가 派生될 수 있을 것인가? (韓日 藥品의 現「마아진」制度는 가장 타당한 것이라고 보는가?)

No.	商 品 價 格 (A.B.C.)	金額「마아진」(絶對的「마아진」)	%「마아진」
1	100 110 120	10 12.1 14.4 superproportional	10% 11% 12% progressive
2	100 110 120	10 11 12 progressive	10% 10% 10% constant
3	100 110 120	10 10.5 10.8 prodekursiv	10% 9.5% 9% degressive
4	100 110 120	10 10 10 fix	10% 9.1% 8.3% degressive
5	100 110 120	10 9.9 9.6 degressive	10% 9% 8% degressive