

[별지 2]

신 고 내 용

1. 당사자의 지위

가. 신고인

신고인 참여연대는 한국사회의 사회적, 정치적, 경제적 민주화를 위하여 시민들과 함께 변호사, 법률가, 교수 등 각계의 전문가들이 활동하고 있는 비정부기구·시민단체입니다.

신고인들은 냉동식품, 두부, 어묵, 계란, 콩나물 등을 판매하는 신선대리점 또는 부침가루, 설탕, 밀가루 등을 판매하는 상온대리점을 이전 대리점주에게 양도받아 각 운영하고 있습니다.

나. 피신고인

피신고인은 두부, 어묵, 계란, 콩나물, 각종 면류 등 신선식품과 부침가루, 설탕, 밀가루, 스펀 등 상온식품 등의 제조·판매사업을 영위하는 사업자로서, 전국 약 600 여개의 대리점을 두고 있습니다(증 제 1 호 등기사항전부증명서). 피신고인은 식품제조·판매계의 선두적인 위치에 있는 대기업으로서, 피신고인의 반품정책, 장려금정책, 영업권정책 등의 영업방식과 영업전략이 업계에 확산되고 있는 추세입니다.

2. 당사자들 간의 관계

신고인들(이하 신고인 참여연대를 제외하고 포괄하여 “신고인” 또는 “대리점주”라 합니다)은 피신고인의 승인 하에 기존 대리점주로부터 대리점의 지위 및 해당 영업지역의 거래처 등을 양수받는 내용의 대리점인수인계계약을 작성하는 방식으로 해당 대리점의 영업을 양수받아, 피신고인과 매년 상품거래약정서를 갱신하는 방법으로 대리점영업을 하고 있습니다(증제 2 호의 1 대리점인수인계계약서, 2 외상잔고인수계약서, 증제 3 호 상품거래약정서).

대리점주들은 CJone 전산시스템(www.cjpartner.net)(이하 “CJone 전산시스템”이라 합니다)에 입력을 하고 피신고인이 해당 시스템에 주문된 수량의 물품을 공급하는 방식으로 물품공급을 받아, 관할 영업지역의 거래처인 마트 등에 물품을 공급하고 있습니다.

3. 판매목표강제

가. 피신고인의 일방적인 판매목표 부과

피신고인은 매년초 피신고인의 영업목표를 정하고 이를 대리점별로 나누어 각 대리점주의 기존 매출액에 덧붙여 증가시키는 방식으로 판매목표를 설정하고 있습니다. 피신고인은 이러한 판매목표를 설정하면서 유통환경 변경, 매출부진, 경쟁업체 등의 각 대리점별 개별적 사정은 전혀 고려하지 않은채 판매목표를 설정하고 있으며, 이렇게 판매목표가 설정되면 이후의 사정에

따라 수정하는 것이 불가능합니다. 아래 <표 1>은 아현신선대리점의 판매 목표설정액으로서, 매년 높은 비율로 증가하고 있음을 알 수 있습니다{증제 4 호증의 1 메일(5 월 목표 공유합니다), 2 메일(13 년 계획), 3 메일(진척현황 15 일까지), 4 송파신선목표, 5 메일(3 월 목표달성에 대하여), 증제 5 호 저온대리점회의 자료}.

<표 1-아현신선시스템의 경우>

연도	본사설정 판매목표액	판매목표 증가액	판매목표액 증가율
2008 년	468,000,000 원	-	-
2009 년	1,328,998,506 원	860,998,506 원	183%
2010 년	1,642,690,641 원	313,692,135 원	23%
2011 년	2,114,637,000 원	471,946,359 원	28%
2012 년	2,352,993,000 원	238,356,000 원	11%
2013 년 (5 월까지)	907,885,000 원	-	-

나. 설정된 판매목표 달성 강제

매년초 이렇게 각 대리점에게 할당된 목표액은 CJone 시스템 게시판에 등록되고 수시로 담당자가 메일을 보내어 독촉하는 등 지속적으로 대리점주들을 압박하고, CJone 시스템 게시판에 매일 달성율을 기재하여 재촉하였습니다. 특히 피신고인은 담당직원들의 연봉을 약 13% 가량 선공제한 후 해당 담당 직원이 담당하는 대리점이 판매목표를 달성하는 경우 달성율만큼 담당직원에게 공제된 급여를 지급하는 방식으로 조직적으로 판매목표를 강제하였습니다.

니다. 이렇게 연봉이 공제된 담당직원들은 본인의 급여를 더 받아야만 생활이 가능하기 때문에, 월말이면 담당대리점에 전화를 수십통씩 하고 해당 대리점에 찾아와 4-5 시간씩 머물면서 주문을하도록 강제하고 한편으론 본인의 형편을 호소하고 읍소하는 등으로 대리점에게 집요하게 판매목표달성을 강제할 수 밖에 없었습니다{증제 6 호 사실확인서(경국환), 증제 7 호증의 1 내지 17 각 진술사실확인서}.

다. 과다한 판매목표 설정

판매목표 자체의 과다함은 판매목표금액의 증가율에서 드러낸다고 할 것입니다. 위 <표 1>을 살펴보면, 판매목표가 2008 년 468,000,000 원으로 시작해 2012 년 2,352,993,000 원까지 증가하여 5 년 사이에 약 5 배 가량 증가하였음을 확인할 수 있는바, 아현신선시스템의 판매목표액 상승율이 살인적임을 여실히 드러내고 있습니다{증제 8 호의 1 영업내역(아현신선대리점), 2 종합거래명세서(집계)-2011 년도, 3 종합거래명세서(집계)-2012 년도}.

또한 아래 <표 2>는 송파신선대리점의 판매목표액이 2007 년에서 2008 년 사이에 51% 가량 증가하고 있음을 보여주고 있으며, 그 판매목표 증가액은 1 년 사이에 최대 729,110,734 원이나 상승하는 등 상식 밖의 증가 수치를 보여주고 있습니다(증제 4 호의 4 송파신선목표).

<표 2-송파신선대리점의 경우>

연도	본사지정 판매목표액	판매목표 증가액	판매목표액 증가율	비고
----	------------	----------	-----------	----

2006 년 7 월~ 12 월	306,182,596 원	-	-	
2007 년	1,122,048,517 원	-	-	
2008 년	1,699,337,478 원	577,288,961 원	51%	
2009 년	1,967,062,419 원	267,724,941 원	15%	
2010 년	2,696,173,153 원	729,110,734 원	37%	
2011 년	2,960,342,652 원	264,169,499 원		
2012 년	1,615,231,304 원	-		거래처 분구

이러한 과도한 판매목표는 아래 라.항에 설명하는 바와 같이 과도한 물품폐기 및 대리점의 적자로 이어집니다.

라. 과도한 물품폐기 및 대리점의 피해

이와 같이 피신고인이 설정한 판매목표는 각 대리점주가 판매하기에는 너무 과도하여, 결국 대리점주들은 할증공급¹으로 처리하거나 주변에 헐값판매 등으로 처리하고자 갖은 노력을 다해야 합니다. 그럼에도 불구하고 다 팔지 못한 물품들은 피신고인이 반품을 인정하지 않고 있고 물품들의 유통기한 또한 짧아 결국 모두 폐기처분할 수 밖에 없으며, 가까운 물품들이 피신고인의 판매목표강제로 인하여 그대로 폐기처분될 수 밖에 없는 것입니다. 이러한 사정을 대리점주들이 호소하면, 피신고인은 “무조건 판매목표를 달성하라! 판매 못하고 남은 것은 푸드뱅크나 노숙자에게 기부하던지 하라!”고

¹ 1+1과 같이 각 거래처마트에 물품을 끼워서 공급하는 것을 말합니다.

하는 등 각 대리점주들이 엄청난 양의 물품을 폐기하는 것을 알면서도 무조건 판매목표달성여부에만 관심을 두었습니다.

아현신선대리점의 경우 아래 <표 3>에서 보는 바와 같이 아현신선대리점의 경우 2011 년도의 반품(폐기)액²은 250,705,795 원, 2012 년도의 반품(폐기)액은 198,543,591 원에 이르며, 용산씨제이의 경우 2009 년부터 최근까지 반품(폐기)액은 약 483,041,219 원에 이릅니다{증제 8 호의 2 종합거래명세서(집계)-2011 년도, 3 종합거래명세서(집계)-2012 년도, 4 용산씨제이 폐기반품 집계표}.

<표 3-아현신선대리점의 반품내역>

년도	반품(폐기)액	반품(폐기)율
2011 년	250,705,795 원	10.8%
2012 년	198,543,591 원	8.4%

아현신선대리점의 2011 년도 폐기량을 두부(입고가 715 원)로 환산해보면, 연간 약 350,000 개 이상의 두부를 폐기해야 한다는 뜻이며, 이를 하루치로 계산해보면 매일 약 1,000 여개의 두부를 폐기해야 하는 것입니다. 이를 전국 대리점으로 환산해본다면 그 양은 어마어마하며, 대리점 100 개로 잡아 계산해보더라도 대략 연 3,500,000 개(일 100,000 개)의 두부가 폐기되어 낭비되고 있는 것입니다(증제 14 호의 1 내지 5 각 사진).

마. 판매목표미달성시의 불이익

² 피신고인은 반품을 인정하지 않는바, 모든 서류에 기재된 '반품'이라는 용어는 '폐기'를 뜻합니다.

이와 같이 과도한 판매목표를 설정해두고 만일 대리점주들이 이를 달성하지 못하면 피신고인은 이에 대하여 불이익을 주었습니다. 우선, 대리점주들이 강제된 판매목표를 달성하지 못하는 경우, 피신고인은 해당 대리점주에 대하여 공급물품단가에 대한 할인을 적용하지 않는 불이익을 주고 있습니다. 즉 피신고인은 기존에 할인을 받아 물품을 공급받아 왔더라도, 판매목표를 달성하지 못하게 되면 원래의 기준가격으로 공급을 합니다. 한편 피신고인은 대리점주들의 거래처마트 등에 대한 납품가를 미리 정하여 주기 때문에³, 이러한 점을 고려한다면 결국 대리점주들은 실질적으로는 마이너스 마진율로 손해를 보면서 물품을 납품하게 됩니다(증제 10 호 12 년 2 월 영업 전략, 증제 11 호의 1 판매목표달성여부에 따른 대리점간 공급가격 차이, 2 상품별 매입현황).

<표 4-판매목표달성여부에 따른 대리점간 공급가격의 차이>

상품	기준가격	대리점 실매입가	
		중부신선대리점 (판매목표미달성)	**대리점 (판매목표달성)
정말맛있는 소시지 160g	630 원	630 원	564 원
정말 맛있는 해물맛소시지 160g	630 원	630 원	551 원
야채해물완자 640g	3,890 원	3,890 원	3,242 원
백설군만구 450g*2EA	4,005 원	3,876 원	3,217 원

³ 피신고인은 잘 판매되는 물품일수록 행사를 진행한다는 등의 이유로 거래처마트에 납품하는 가격을 일정한 금액으로 맞추도록 하고 있으며, 만일 대리점주가 이를 이행하지 않는 경우 피신고인의 할인납품가를 환원하여 해당 금액만큼을 회계조정방식으로 회수해가고 있습니다. 이러한 피신고인의 재판매가격유지행위에 대한 신고는 추후 보충하도록 하겠습니다.

잡채군만두 700g	4,880 원	4,880 원	3,409 원
우리밀만두 450g*2EA	3,915 원	3,853 원	2,487 원
CJ 하선정김밥단무지 370g	1,082 원	1,082 원	885 원
하선정쌈무(와사비)350g	1,360 원	1,360 원	1,190 원
부산어묵사각 600g	2,010 원	2,010 원	1,826 원
주부초밥완더블보너스팩	2,470 원	2,470 원	1,729 원
볼로냐스파게티 2 인 685g	3,710 원	3,710 원	2,218 원
함흥비빔냉면 2 인분 460g	3,280 원	3,280 원	2,671 원
기준가 대비 할인율		1.3%	20.1%

또 판매목표미달성의 경우 설탕과 같이 매출이 큰 물품을 주문한 만큼 공급 해주지 않아, 특히 설탕의 최대수요가 있는 4, 5 월의 경우에는 판매를 하고 싶어도 판매를 하지 못하게 하는 등 인기품목의 공급을 제한하는 방식으로 불이익을 주기도 하였습니다.

더욱이 대리점주들의 경우 폐기액이 각 판매마진을 초과하고 있는 상황에서 매출장려금이라도 받아야 대리점 운영비라도 지급할 수 있는 상황인데, 피신고인이 매출장려금의 지급기준을 일방적으로 변경하여 2013년에는 ‘100% 달성시에만 책정장려금지급’으로 그 기준을 정하였습니다. 결국 대리점주들은 판매목표를 달성하지 못하는 경우 매출장려금도 전혀 지급받지 못하여, 대리점 운영비조차 감당하지 못하여 하루하루를 부도의 위험속에 살고 있는 실정입니다.

바. 소결론

피신고인은 이렇듯 판매목표를 일방적으로 설정하여, 년별, 월별, 일별로 그 달성여부를 심지어 각 대리점별로 순위까지 매겨가면서 관리를 하였고, 그 순위에 따라 물품공급할인율의 적용을 달리하거나 물품공급을 제한하고 매출장려금을 미지급하는 등으로 불이익을 주었습니다.

4. 사업활동방해

가. 영업지역 보장의 기대

대리점주들은 해당 영업지역의 유일한 대리점이 보장될 것이라고 판단하여, 높은 권리금 등을 투자하고 대리점을 양수하였습니다. 피신고인 또한 각 지역이름을 기재하고 해당 영업지역에는 하나의 대리점만을 인정하고, 이러한 취지를 설명하여 양수할 대리점주를 모집하여 영업양수도과정을 실질적으로 주도함으로써 이에 대하여 인정해왔습니다(증제 2 호의 1 대리점인수인계계약서, 2 외상잔고인수인계서).

나. 우량거래처의 직거래영업

그러나 영업지역을 보장해주어야 할 피신고인은 오히려 대리점주들의 영업지역 내의 SSM, 규모가 큰 개인마트 등을 직거래방식으로 빼앗아 갔습니다. 피신고인은 더 낮은 공급가, 여사원 지원, 판촉지원, 할인행사 등의 조건으로

우량한 거래처를 빼앗아 갔고, 결국 대리점주에게는 동네구멍가게나 매출이 작은 슈퍼 정도만 거래처로 남게 되었습니다. 또 이렇듯 피신고인이 대리점 부다 저가의 좋은 조건으로 공급한다고 소문이 나서, 거래처들은 대리점주들과의 기존 거래관계를 정리하고 거래처측에서 먼저 피신고인에게 연락을 하여 직거래를 하기도 합니다.

아래 <표 5>는 구리신선대리점의 거래처 중 약 60%에 달하는 규모(표의 매출순위는 구리신선대리점의 거래처별 매출순위를 나타냅니다)를 피신고인의 직거래로 빼앗겼음을 나타내고 있습니다. 또한 용산씨제이도 2012 년에만 약 5 군데의 마트를 직거래로 빼앗겨 약 월 840 만원의 매출감소가 있었습니다{증제 15 호의 1 직거래피해현황(구리신선대리점), 2 본사의 직영영업으로 인한 매출피해(용산씨제이)}.

<표 5-구리신선대리점의 직거래피해현황>

매출순위	거래처명	직거래전환일시	월매출
1	진로마트	2010 년 5 월	18,000,000 원
2	럭키할인마트	2010 년 3 월	15,000,000 원
3	e-푸른마트	2010 년 3 월	11,000,000 원
4	홈마트현백물류	2011 년 11 월	10,000,000 원
5	프라자마트	2011 년 4 월	7,000,000 원
6	매일마트	2012 년 11 월	8,000,000 원

다. 소결론

이렇듯 대리점주들에게는 피신고인의 우량거래처 빼앗기로 불량거래처나 소규모거래처만 남고 대리점주들이 달성해야 할 판매목표는 매년 수직으로 상승하고 있으면서, SSM 으로 인하여 골목상권이 죽고 작은 마트나 동네슈퍼는 매출이 거의 전무한 상태인바, 대리점주들은 아무리 열심히 해도 적자를 벗어날 것이라는 희망이 없는 상황입니다.

5. 공정거래법 위반

가. 판매목표강제

피신고인의 판매목표강제행위는 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 제 23 조, 동시행령 제 36 조 제 1 항 별표 1 의 2 제 6 호 거래상 지위의 남용 다. 판매목표강제⁴에 해당합니다.

이에 대하여 불공정거래행위 심사지침(2009. 8. 12. 개정 공정거래위원회 예규 제 72 호)에 따르면, 판매목표강제에 대한 위법성의 판단기준은 ① 사업자가 거래상대방에 대해 거래상 지위를 가지는지 여부, ② 판매목표의 달성에 강

⁴ 별표 1의 2 불공정거래행위의 유형 및 기준

6. 거래상 지위의 남용

법 제23조(불공정거래행위의 금지) 제1항 제4호에서 “자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위”라 함은 다음 각목의 1에 해당하는 행위를 말한다.

다. 판매목표강제

자기가 공급하는 상품 또는 용역과 관련하여 거래상대방의 거래에 관한 목표를 제시하고 이를 달성하도록 강제하는 행위

제성이 있는지 여부입니다. 본건의 경우 피신고인은 대리점주들에 대하여 거래상 지위를 가지고 있으며, 판매목표를 미달성하는 경우 물품에 대한 할인혜택을 박탈하고 물품공급을 제한하거나 매출장려금을 미지급하는 등의 불이익을 주어 강제하고 있고, 엄청나게 많은 양의 식품이 폐기되고 있는 것을 알면서도 판매목표달성을 강제하고 있다는 측면에서 단순히 구매자 확대를 위하여 노력할 것을 촉구·독려하는 측면을 넘어서는 것이라 할 것입니다. 따라서 피신고인의 행위는 판매목표강제에 해당한다 할 것입니다.

우리 판례(대법원 2000. 6. 9. 선고 97 누 19427 판결, 대법원 2011. 5. 13. 선고 2009 두 24108 판결 등)도 “법 제 23 조 제 1 항 제 4 호의 ‘자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위’ 중의 하나로 불공정거래행위 기준 제 6 호 다목이 규정한 ‘판매목표강제’에 해당하는지 여부는 당해 행위의 의도와 목적, 효과와 영향 등과 같은 구체적 태양과 상품의 특성, 거래의 상황, 해당 사업자의 사장에서의 우월적 지위의 정도 및 상대방이 받게 되는 불이익의 내용과 정도 등에 비추어 볼 때 정상적인 거래관행을 벗어난 것으로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는지 여부를 판단하여 결정하여야 하고, ‘판매목표강제’에 있어서 ‘목표를 제시하고 이를 달성하도록 강제하는 행위’에는 상대방이 목표를 달성하지 않을 수 없는 객관적인 상황을 만들어 내는 것을 포함하고, …(중략)… 원고는 그 소속 종합유선방송사업자인 가야방송을 통해 협력업체들에 대해 케이블방송 및 인터넷의 신규가입자 유치목표를 설정하고 이를 달성하지 못할 경우 지급할 업무위탁 수수료를 감액하는 불이익을 주는 방법으로 협력업체들의 자유로운 의사결정을 저해하거나 불이익을 강요함으로써 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 하였다고 판단한 다음, 이 사건 영업수수료 산정방식이 차등적, 누진적 인센티브제로서 합리적인 영업촉진수단의 범주에

속한다는 원고의 주장에 대해서는 그 판시와 같은 이유를 들어 이를 배척하였다.” 라 하여 같은 취지로 판시하고 있습니다.

나. 사업활동방해

피신고인의 우량거래처를 빼앗는 행위는 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 제 23 조, 동시행령 제 36 조 제 1 항 별표 1 의 2 제 8 호 사업활동 방해 라. 기타의 사업활동방해⁵에 해당합니다.

이에 대하여 불공정거래행위 심사지침(2009. 8. 12. 개정 공정거래위원회 예규 제 72 호)에 따르면, 기타의 사업활동방해에 대한 위법성의 판단기준은 ① 사업활동방해의 부당성 여부, ② 사업활동이 심히 곤란하게 되는지 여부입니다.

피신고인은 해당 지역 대리점주를 모집하면서 해당 지역에 대하여 대리점으로 인정하고 거래처와 시설 등을 넘겨받는 조건으로 권리금을 지급하도록 하였습니다. 피신고인뿐만 아니라 비슷한 식품류를 취급하는 다른 브랜드의 사업자들도 이렇게 지역별 대리점 방식을 취하여 영업지역을 보장하고 있습니다. 그런데 이렇게 대리점을 설정해준 피신고인이 오히려 대리점보다 낮은 공급가, 여사원 지원, 판촉지원, 할인행사 등 각종 유인정책을 시행

⁵ 별표 1의 2 불공정거래행위의 유형 및 기준

8. 사업활동 방해

법 제23조(불공정거래행위의 금지) 제1항 제5호 후단에서 “부당하게 다른 사업자의 사업활동을 방해하는 행위”라 함은 다음 각목의 1에 해당하는 행위를 말한다.

라. 기타의 사업활동방해

가목 내지 다목 외의 부당한 방법으로 다른 사업자의 사업활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위

하여 대리점주들의 우량거래처나 규모가 큰 거래처를 직거래방식으로 빼앗았고, 대리점주들로서는 실질적으로 매출이 작은 거래처와만 거래하게 되어 매출이 급격하게 줄어드는 등 사업활동이 심히 곤란하게 되었습니다. 따라서 피신고인의 행위는 명백히 사업활동방해에 해당한다 할 것입니다.

6. 결론

대리점주들은 전재산을 투자하고 자금을 융통하여 피신고인의 대리점을 시작하였습니다. 피신고인의 요구에 따라 보증서를 제공하면서 일가친척이나 지인들을 연대보증인으로 세우기도 하고, 피신고인이 시키는대로 무엇이든 최선을 다하여 일하여왔습니다. 그러나 그렇게 시간이 지날수록 대리점주들은 빚만 쌓여갔고, 이런 상태로 시간이 지나면 피신고인의 해지통보에 따라 수억원의 빚만 지고 길에 나앉을 운명이 된다는 것을 깨닫게 되었습니다. 바로 피신고인과의 대리점거래 구조 자체가 도저히 대리점주들이 견딜 수 없게 되어 있었기 때문입니다(증제 12 호 대리점별 경영현황, 증제 13 호 대리점별 자금현황).

피신고인은 대기업으로서 제품개발, 품질향상 등을 통하여 경쟁력을 키워 발전을 해나가야 함에도, 자신의 거래상 지위 등을 이용하여 대리점주들의 피를 짜내어 그로써 회사의 발전을 도모하고 있습니다. 이러한 불공정한 구조와 거래들은 결국 대리점주들을 하루하루 고사시키고 있으나, 대기업인 피신고인에 대해서 대리점주들은 제대로 된 항의조차도 어려운 것이 현실이며, 신고인들은 이 신고서를 제출하였음을 이유로 하여 피신고인으로부터 1 년 단위로 갱신되던 상품공급계약을 갱신받지 못하게 될까 심히 두려워하고 있는 상황입니다.

부디 이러한 억울한 대리점주들의 사정을 참작하시어, 피신고인이 다시는 불공정한 거래행위를 통해 선량하고 성실한 대리점주들에게 피해를 입히지 않도록 철저한 조사와 엄중한 조치를 취해주시기를 바랍니다.

증거서류

1. 증제 1 호	등기사항전부증명서
1. 증제 2 호의 1	대리점인수인계계약서
1. 증제 2 호의 2	외상잔고인수인계서
1. 증제 3 호	상품거래약정서
1. 증제 4 호의 1	메일(5 월 목표 공유합니다)
1. 증제 4 호의 2	메일(13 년 계획)
1. 증제 4 호의 3	메일(진척현황 15 일까지)
1. 증제 4 호의 4	송과신선목표
1. 증제 4 호의 5	메일(3 월 목표달성에 대하여)
1. 증제 5 호	저은 대리점회의 자료
1. 증제 6 호	사실확인서(경국환)
1. 증제 7 호의 1 내지 17	각 진술사실확인서
1. 증제 8 호의 1	영업내역(아현신선대리점)
1. 증제 8 호의 2	종합거래명세서(집계)-2011 년도
1. 증제 8 호의 3	종합거래명세서(집계)-2012 년도
1. 증제 8 호의 4	용산씨제이 폐기반품 집계표
1. 증제 9 호	상품별 매출현황(집계)
1. 증제 10 호	12 년 2 월 영업 전략
1. 증제 11 호의 1	판매목표달성여부에 따른 대리점간 공급가격 차이
1. 증제 11 호의 2	상품별매입현황
1. 증제 12 호	대리점별 경영현황
1. 증제 13 호	대리점별 자금현황

- 1. 증제 14 호의 1 내지 5 각 사진
- 1. 증제 15 호의 1 직거래피해현황(구리신선대리점)
- 1. 증제 15 호의 2 본사의 직영영업으로 인한 매출피해(용산씨제이)
- 1. 증제 16 호의 1 내지 3 각 피해진술확인서