

보도시점 2025. 9. 18.(목) 12:00 / 배포 2025. 9. 18.(목) 08:30
 < 9. 19.(금) 조간 >

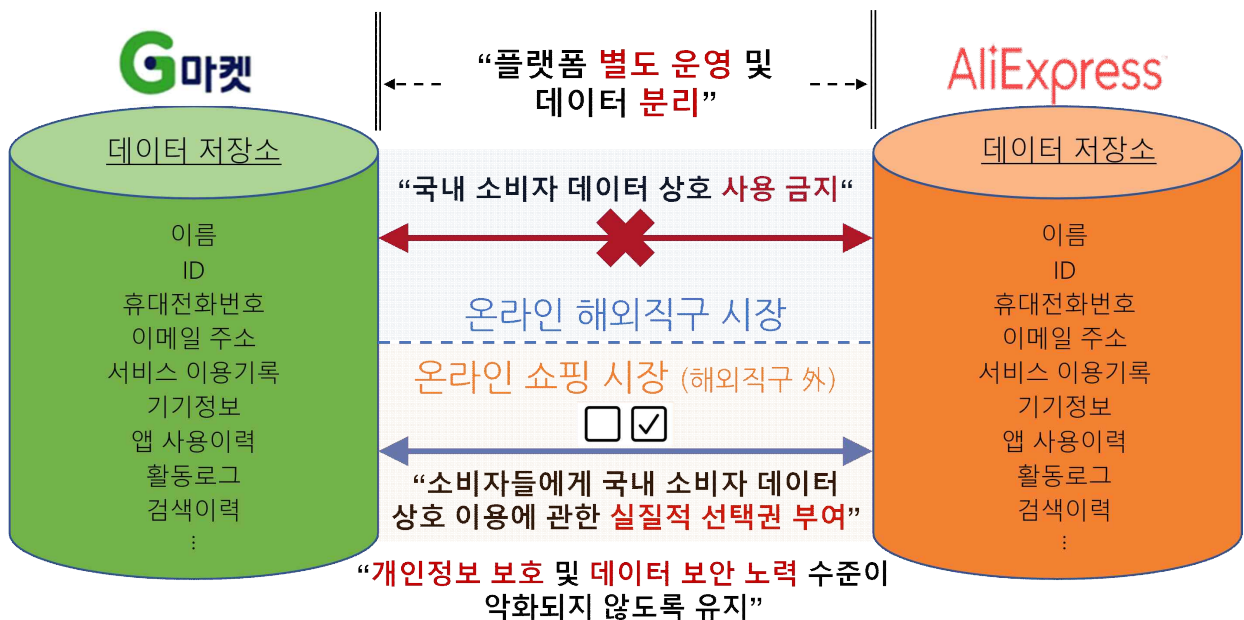
지마켓-알리익스프레스 기업결합에 시정조치

- 국내 소비자 데이터 결합으로 인한 해외직구 시장에서의 경쟁제한 우려 -
- 데이터 결합으로 인한 쏠림현상, 고착효과, 진입장벽 등 경쟁제한 우려를 검토·조치한 첫 기업결합 심사 사례 -

공정거래위원회(위원장 주병기, 이하 ‘공정위’)는 기업집단 신세계와 알리바바 그룹이 합작회사(이하 ‘지마켓-알리 합작회사’)를 설립하여 주식회사 지마켓(이하 ‘지마켓’)과 알리익스프레스코리아 유한회사(이하 ‘알리익스프레스’)를 공동으로 지배하는 기업결합*을 심사한 결과, 국내 온라인 해외직구 시장에서 경쟁을 제한할 우려가 크다고 보고 지마켓과 알리익스프레스 간 국내 소비자 정보를 차단하는 것을 조건으로 승인하였다.

* 아폴로코리아(주)가 3조 400억 원 가치의 (주)지마켓 주식 100%를 현물출자하여 알리익스프레스 인터내셔널 B.V.가 보유한 그랜드오피스홀딩(주)지마켓-알리 합작회사의 주식 50%를 취득하는 거래

< 본 건 기업결합의 시정조치 개요도 >



이 기업결합은 국내 주요 전자상거래 플랫폼인 ‘G마켓,’ ‘옥션’을 운영하는 지마켓과 해외직구 플랫폼인 ‘AliExpress’를 운영하는 알리익스프레스 간 결합으로, 특히 국내 온라인 해외직구 시장에 미치는 영향이 크다.

공정위는 금년 1월 기업결합 신고 접수 이후 경쟁사업자들과 관련 업계 및 국내외 각계 전문가 의견을 폭넓게 듣고 소비자 인식조사도 실시하는 등 면밀한 심사를 진행하였는데, 지마켓과 알리익스프레스가 공통적으로 사업을 영위하는 국내 온라인 해외직구 시장에서 서로 경쟁하던 사업자들 간 기업결합으로 인해 경쟁이 실질적으로 제한될 가능성을 중점적으로 심사하였다.

* 해외직구를 제외한 국내 온라인 쇼핑 시장에서는 기업결합 전/후 시장점유율 변화가 매우 낮은 점을 고려하였고(알리익스프레스 점유율 : 0.3%), 그 외 국내 풀필먼트 서비스 시장, 간편결제 서비스 시장에서는 지마켓의 시장점유율이 매우 낮아(각각 0.3% 2.6%) 경쟁제한 우려는 미미하다고 판단함

현재 국내 온라인 해외직구 시장에서 알리익스프레스는 시장점유율 37.1%로 1위 사업자이고, 지마켓은 시장점유율 3.9%의 4위 사업자이다. 따라서 기업결합 이후 지마켓-알리 합작회사는 합산 시장점유율 41%로써 1위 사업자 지위를 더욱 공고히 하게 된다.

나아가 공정위는 최근 국내 온라인 해외직구 시장에서 중국발 상품이 차지하는 비중이 점점 커지고 있는 점, 경쟁사 대비 알리익스프레스의 적극적인 국내사업 확장 추이 등을 고려하여, 지마켓-알리 합작회사의 시장 점유율이 기업결합 이후 41%보다 더 높아질 가능성도 상당하다고 판단하였다.

* 중국발 해외직구 금액(비중) : ^(22년)2.1조원(35%)→^(23년)3.2조원(48%)→^(24년)4.7조원(60%)
중국발 해외직구에서 알리바바의 비중 : ^(23년)2.3조원(71%)→ ^(24년)2.9조원(62%)

특히, 공정위는 지마켓, 알리익스프레스가 밝힌 이 기업결합의 목적과 플랫폼 간 기업결합의 특성에 비추어 정보자산(이하 ‘데이터’) 결합에 따른 경쟁제한 우려가 상당하다고 보고 이를 중점적으로 심사하였다.

* 이커머스 시장에 있어 데이터가 중요한 경쟁 요소로 작용한다는 점은 공정위의 「이커머스 시장연구」(24년), OECD 보고서[「Consumer Data and Competition」(21년)] 등 다수의 문헌에서 분석

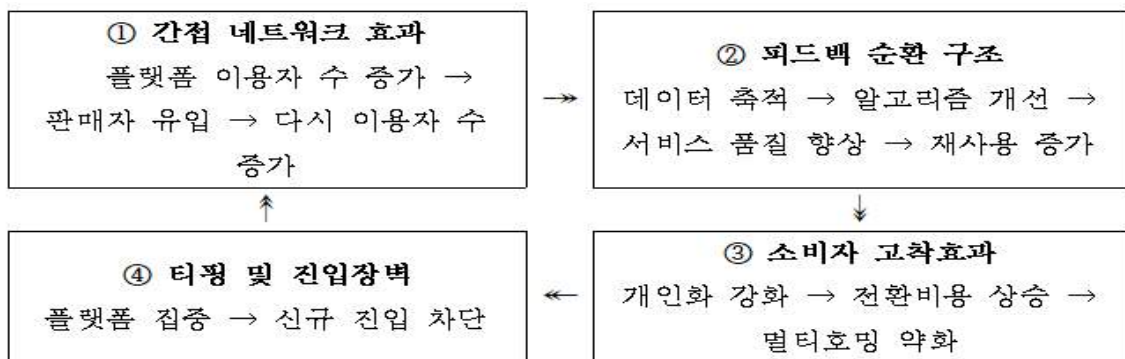
지마켓은 국내 이커머스 시장에서 20년 이상 사업을 영위해 오면서 확보한 5,000만 명이 넘는 회원 정보를 바탕으로 개별 소비자의 소비성향 뿐만 아니라 국내 소비자 집단의 소비패턴과 관련한 데이터를 풍부하게 보유하고 있다.

AliExpress는 전 세계 200여 국에서 서비스를 제공하면서 개별 상품별로 모든 국가의 구매 건수 및 평점을 누적·공유하여 노출시키는 등 소비자 선호와 관련된 데이터를 풍부하게 보유하고 있다. 뿐만 아니라, 알리익스프레스가 속한 알리바바 그룹은 전 세계 최상위 수준의 클라우드 및 인공지능(AI) 기술력을 바탕으로 높은 수준의 데이터 분석·활용 능력을 보유하고 있다.

그러므로 이 기업결합은 알리익스프레스가 국내 온라인 해외직구 시장에서 경쟁사업자들에 비해 이미 상당한 격차로 높은 네트워크 효과를 향유하고 있는 상황에서, 지마켓이 보유한 풍부한 국내 소비자 데이터와 알리익스프레스의 전 세계 소비자 선호 관련 데이터베이스 및 수준 높은 데이터 분석 기술이 상호 보완적으로 통합되어 소비자 데이터가 양적, 질적으로 확대·강화되는 효과를 누리게 된다.

온라인 해외직구 시장은 ‘이용자 데이터 축적 → 맞춤형 광고 및 서비스 품질 향상 → 이용자 유입 증가’로 이어지는 피드백 순환구조가 작동하는 시장인 바, 이 사건 기업결합으로 인해 플랫폼 특유의 네트워크 효과(이용자 수 증가 → 판매자 유입 → 이용자 수 더욱 증가)가 맞물려 지마켓-알리 합작회사 플랫폼(G마켓, AliExpress 등)으로의 쏠림현상이 배가되고 시장 지배력이 강화될 우려가 크다고 판단되었다.

< 본 건 데이터 결합으로 인한 시장지배력 강화 효과 >



구체적으로는, 정밀한 개인화 마케팅 기술을 통해 실시간 맞춤형 광고를 적용하거나, 소비자 선호를 반영한 이용자 인터페이스(UI)를 개발하는 방법 등을 통해 G마켓과 AliExpress로의 유입이 급속도로 늘어날 수 있다.

반면 지마켓-알리 합작회사만큼의 데이터 능력이 없는 경쟁사업자들은 이용자 이탈을 경험하거나 이를 막기 위한 대규모 투자 비용이 소요될 가능성이 있고, 결국 시장의 진입장벽도 높아질 것으로 예상된다. 국내외 전문가들의 경제분석 결과도 이러한 경쟁제한 우려를 뒷받침하였고, 이해관계자들도 이와 같은 우려를 전달하였다.

뿐만 아니라, 이 기업결합 이후 G마켓 및 AliExpress로의 소비자 고착 효과의 강화는 지마켓-알리 합작회사가 개인정보 보호 및 데이터 보안 품질을 유지할 유인을 낮추는 요인으로 작용할 수 있다고 판단되었다.

이러한 경쟁제한 우려를 해소하기 위해 공정위는 ▲G마켓·옥션과 AliExpress를 상호 독립적으로 운영하고, ▲G마켓·옥션과 AliExpress 간 국내 소비자 데이터를 기술적으로 분리하도록 하였다. 또한 ▲국내 온라인 해외직구 시장에서 상대방의 소비자 데이터 이용을 금지하고(소비자 데이터를 다른 형태의 데이터에 반영하여 우회적으로 시정명령을 위반하는 행위도 금지), ▲해외직구 외 시장에서는 소비자들에게 자신의 데이터를 상대방 플랫폼에서 이용하는 것에 관한 실질적인 선택권을 행사할 수 있도록 하며, ▲개인정보 보호 및 데이터 보안 노력 수준을 유지하도록 하는 내용의 시정명령을 부과하였다.

위 시정명령은 시정명령을 받은 날부터 3년간 유효하되, 공정위는 3년간의 시장상황의 변동 등을 검토하여 시정명령을 연장할 수 있다. 또한 공정위는 지마켓과 알리익스프레스로 하여금 이행감독위원회를 구성하여 시정명령 이행상황을 점검하고 공정위에 주기적으로 보고하도록 하였다.

이번 조치는 국내 이커머스 시장, 그 중에서도 특히 온라인 해외직구 시장에서 영향력을 확대하고 있는 전자상거래 플랫폼 간 결합이 야기하는 효과를 면밀히 검토하여, 경쟁 왜곡 우려와 소비자 피해를 사전에 차단하였다는 점에서 의의가 있다. 특히 디지털 시장에서 점차 중요성이 커지고 있는 데이터 결합의 경쟁제한 효과를 심도 있게 검토하여 시정조치를 설계한 최초의 사례라는 점에서 더욱 의미가 있다.

나아가 이 기업결합을 통해 국내 판매자들이 AliExpress와 같은 글로벌 쇼핑 플랫폼을 이용하여 보다 손쉽게 해외 판로를 개척하게 되면 역직구(해외 직접판매) 시장 활성화에도 도움이 될 것으로 기대된다.

앞으로도 공정위는 기업결합 심사 시 데이터 결합의 효과를 꼼꼼히 검토하는 한편, 데이터가 경쟁, 시장구조 및 소비자 후생에 미치는 영향에 대한 심층적인 연구도 지속할 계획이다. 이를 통해 공정위는 디지털 대전환의 시기에 시장의 혁신적 투자를 유도하고, 특히 국민 생활에 밀착되어 있는 온라인 플랫폼 시장에서 소비자 후생을 보호하는 역할에 매진할 것이다.

<붙임 1> 기업결합 심사 세부 내용

<붙임 2> 데이터 결합의 경쟁제한성 관련 해외 유사 사례

<붙임 3> 기업결합 당사회사 일반현황

담당 부서	기업거래결합심사국 국제기업결합과	책임자	과 장	신용호 (044-200-4633)
		담당자	사무관	권영재 (044-200-4633)
			조사관	이승희 (044-200-4638)
	카르텔조사국 경제분석과	책임자	과 장	김상현 (044-200-4551)
		담당자	사무관	김나영 (044-200-4556)
			사무관	전미미 (044-200-4561)



1. 기업결합 개요

□ (내용) 기업집단 신세계 소속 계열회사인 아폴로코리아(주)가 알리바바 그룹 소속 계열회사인 그랜드오피스홀딩(주)의 주식 50%를 취득*하는 내용의 기업결합을 공정위에 신고('25.1.24.)

* 아폴로코리아가 보유한 지마켓 지분 100% 현물 출자 방식

○ 이는 신세계와 알리바바의 합작법인(그랜드오피스홀딩)이 지마켓과 알리익스프레스코리아 지분 100%를 보유하게 되는 결합에 해당

* 그랜드오피스홀딩은 현재 알리익스프레스코리아 지분 100%를 보유하고 있음

□ (사유) 양사는 글로벌 온라인 쇼핑 플랫폼인 AliExpress의 폭넓은 네트워크와 G마켓의 풍부한 국내사업 경험 및 신뢰도를 결합하여 경쟁력을 강화하고자 본 건 기업결합을 추진

2. 관련시장 획정 및 결합 유형

□ (관련시장) ①국내 온라인 해외직구 시장, ②국내 풀필먼트 서비스 시장, ③국내 간편결제 서비스 시장 등 총 3개의 관련시장 획정

○ (온라인 해외직구 시장) 국내 소비자가 온라인 쇼핑몰을 통해 해외에 소재한 상품을 구매하는 시장으로, 국내에서 상품이 거래되는 온라인 쇼핑 시장과는 수요·공급 대체성 등에서 차이가 있음

○ 그밖에 상품 입고, 보관, 출하, 배송, 반품관리 등을 종합적으로 제공하는 서비스(풀필먼트), 신용카드 등을 미리 등록하고 별도의 인증 없이 결제하는 서비스(간편결제) 시장을 별도 획정

□ (결합유형) ①국내 온라인 해외직구 시장에서 수평결합, ②국내 온라인 해외직구 시장과 국내 풀필먼트 서비스 시장 간 수직결합, ③국내 온라인 해외직구 시장과 국내 간편결제 서비스 시장 간 혼합결합 발생

3. 경쟁제한성* 판단

* 국내 해외직구 시장의 수평결합에서의 경쟁제한성을 중점 검토[국내 풀필먼트 서비스 시장 및 국내 간편결제 서비스 시장에서는 당사회사의 시장점유율이 미미하여(지마켓 각각 0.3%, 2.6%, 알리익스프레스는 사업 미영위) 경쟁제한 우려는 미미할 것으로 판단]

가. 시장점유율 및 시장의 집중상황

□ 국내 온라인 해외직구 시장에서 알리익스프레스는 시장점유율* 37.1%로 1위, 지마켓은 3.9%로 4위 사업자이며, 결합 이후 즉각 합산 시장점유율 41%로서 1위 사업자 지위를 공고히 하게 됨

* 거래금액 기준(통계청, 당사회사 제출자료, 와이즈앱 리테일 자료를 종합적으로 고려)

< 국내 온라인 해외직구 시장의 경쟁상황 >

사업자명	알리바바 (AliExpress, Taobao)	Amazon	Temu	신세계 (마켓 옥션 SSGcm)	iHerb	ebay	11번가	기타
거래금액 (억원)	29,557	7,609	6,002	3,069	2,875	2,254	1,342	26,073
점유율 (%)	37.1	9.6	7.5	3.9	3.6	2.8	1.7	33.8

○ 특히 2~3위와 점유율 차이가 큰 알리익스프레스(1위)와 2~3위와 점유율 차이가 작은 지마켓(4위) 간 결합이라 볼 수 있음

□ 국내 온라인 해외직구 시장에서 중국발 상품이 증가하는 추세 및 중국발 해외직구에서 알리익스프레스의 높은 비중 등 고려할 때, 향후 결합 당사회사의 시장점유율이 41%를 상회할 가능성도 상당

< 국내 온라인 해외직구 금액 및 중국발 상품의 비중 >

연도	'22년	'23년	'24년
국내 온라인 해외직구 거래금액(A)	5조9,454억원	6조6,819억원	7조9,583억원
중국발 해외직구 거래금액(B)	2조1,074억원	3조2,273억원	4조7,772억원
국내 온라인 해외직구에서 중국발 상품의 비중(B*100/A)	35%	48%	60%

* 중국발 해외직구에서 알리바바의 비중 : ('23년)2.3조원(71%)→ ('24년)2.9조원(62%)

○ 알리는 '23년 국내법인을 설립하고, 광고·관측활동도 활발히 하는 등 국내시장에서 적극적으로 사업을 전개 중

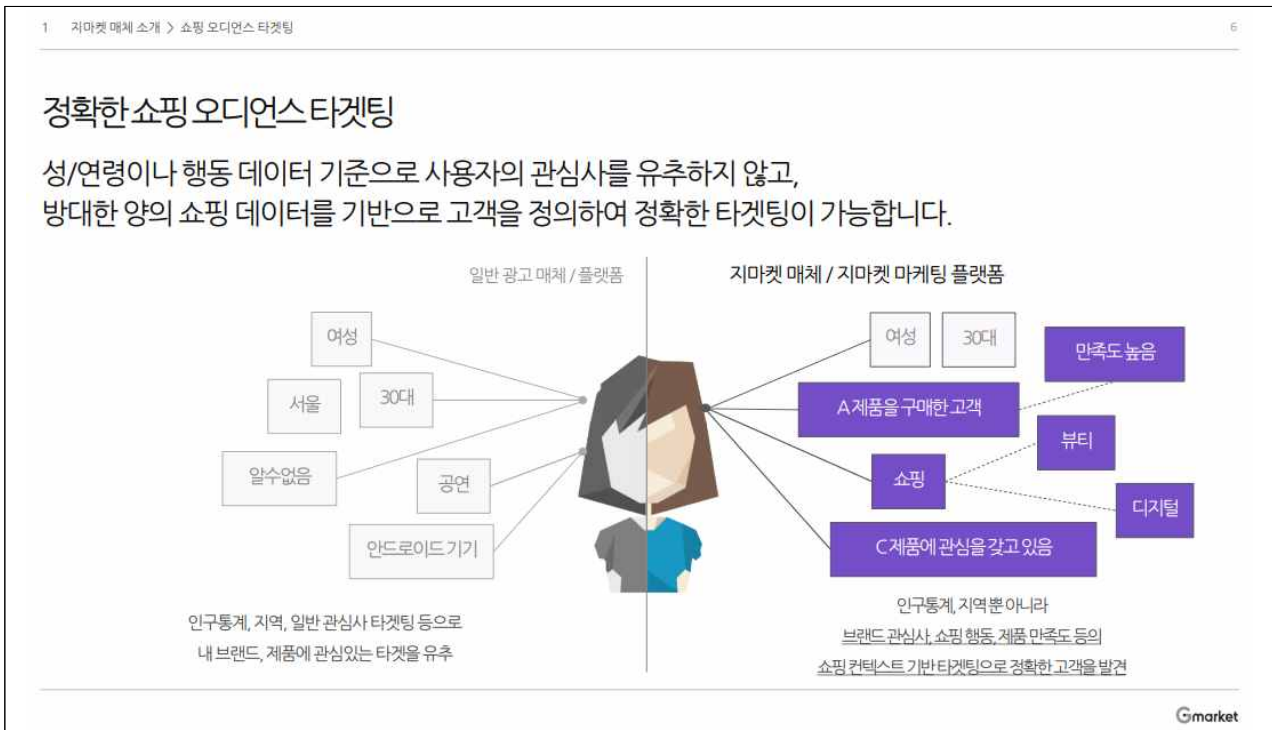
나. 정보자산(데이터) 결합의 경쟁제한성

* 이 기업결합의 목적과 플랫폼 기업결합의 경쟁제한성 판단기준(데이터 규모 증가에 따른 네트워크 효과의 강도, 非가격경쟁의 제한 등), 이커머스 시장에서 데이터의 중요성 등을 고려하여 데이터 결합의 경쟁제한성을 중점 검토

□ (데이터의 양적·질적 강화) 지마켓의 풍부한 국내 소비자 데이터와 알리익스프레스의 전 세계 소비자 선호 관련 데이터베이스 및 수준 높은 데이터 분석 기술이 상호 보완적으로 통합

○ 지마켓은 국내에서 20년 넘게 사업을 영위해 오면서 확보한 5,000여만 명의 회원정보를 바탕으로 개별 소비자의 소비성향 및 국내 소비자 집단의 소비패턴 관련 데이터를 풍부하게 보유

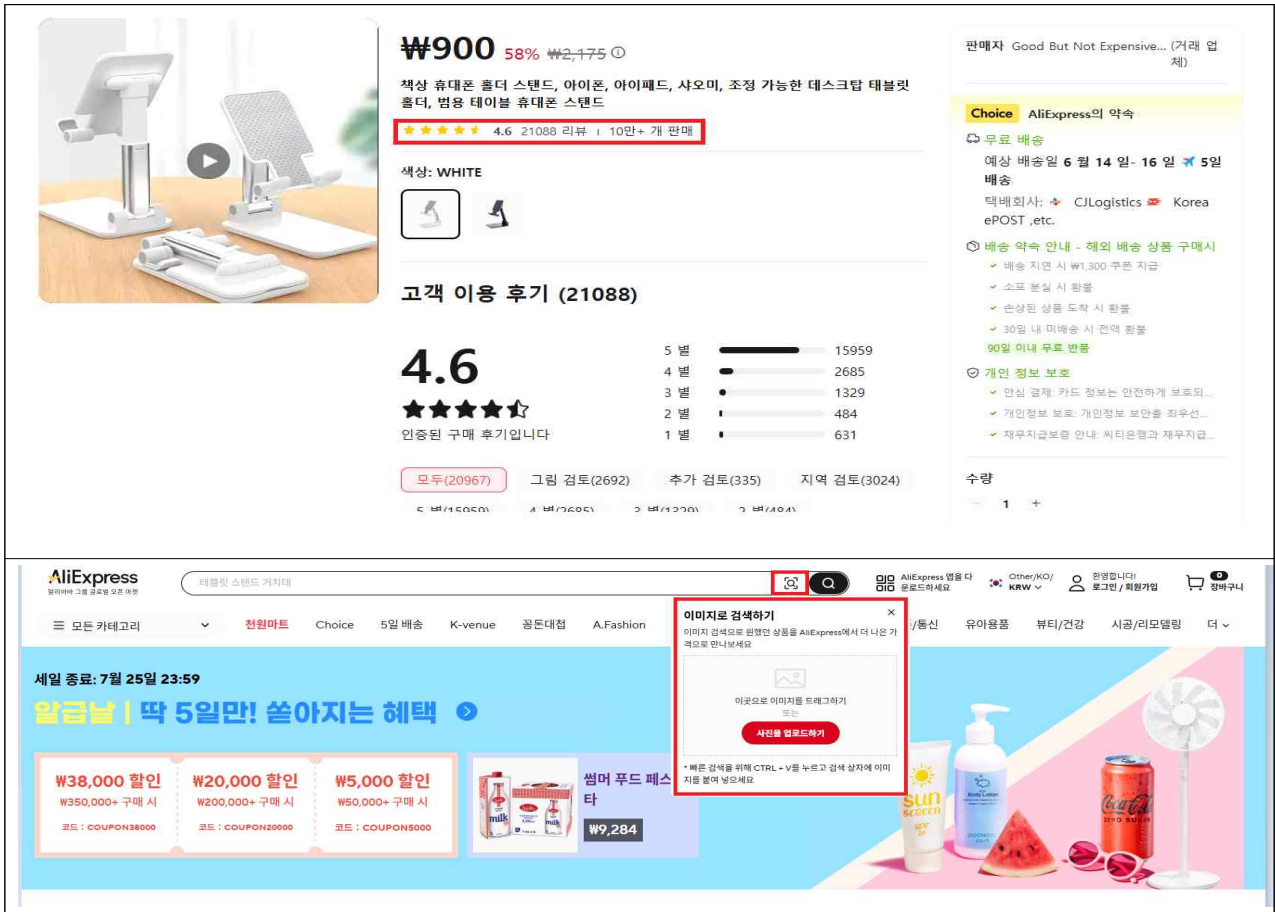
< 지마켓 데이터를 활용한 고객 타겟팅 >



○ 알리익스프레스는 전 세계적으로 서비스를 제공하면서 구매건수·평점, 제품 이미지 등 소비자 선호와 관련된 방대한 데이터 보유

* AliExpress는 개별 상품별로 모든 국가의 구매 건수 및 평점을 누적·공유하여 노출시키고 있고, 이미지 검색 기능을 통해 방대한 규모의 제품 정보를 축적

< 알리익스프레스 구매건수·평점 통합 및 이미지 검색 기능 >



- 또한 알리익스프레스가 속한 알리바바 그룹은 IT 기술에 강점이 있으며, 특히 세계 최상위 수준의 클라우드 및 인공지능(AI) 분야 기술력을 바탕으로 높은 수준의 데이터 분석·활용 능력 보유

o 양사의 데이터 보유·활용 능력은 기본적으로 광범위한 이용자 기본정보 및 행태정보에 기반하며, 양사는 데이터 저장·분석 등에 상당한 자원(조직, 비용 등)을 투입하고 있음

< 지마켓·알리익스프레스가 수집하는 이용자 정보 유형 >

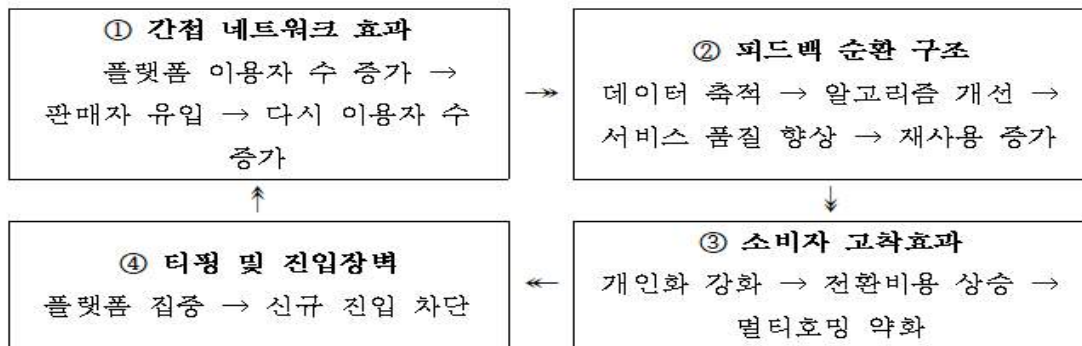
구분	필수 동의 하에 수집하는 이용자 기본정보	별도 동의 없이 수집하는 이용자 행태정보
지마켓	이름, ID, 휴대폰번호, 이메일주소, 주소, 방문일시, 서비스 이용기록, 기기정보	웹사이트 방문이력, 앱 사용이력, 활동로그, 검색이력, 광고식별자 등
알리익스프레스	비밀번호, 휴대전화번호, 이메일주소, 국적, 거래 및 커뮤니케이션 기록 등	구매 및 검색활동, 검색 패턴, IP 주소, 기기 유형, 기기 고유식별번호 등

□ (시장지배력 강화 효과) 이와 같은 데이터의 양적·질적 강화는 피드백 순환구조(feedback loop mechanism)* 및 네트워크 효과**를 통해 지마켓-알리 합작회사의 시장지배력을 강화할 가능성이 큼

- * '이용자 데이터 축적 → 맞춤형 광고 및 서비스 품질 향상 → 이용자 유입 증가'
- ** '이용자 수 증가 → 판매자 유입 → 이용자 수 더욱 증가'

- G마켓·AliExpress 이용 소비자에 대해 AI 기반 추천 등 정밀한 개인화 마케팅 기술을 통해 구매전환율 극대화 가능
- AliExpress 미사용 소비자에 대해 지마켓 데이터를 활용한 소위 도플갱어 방식*의 광고를 통해 AliExpress로의 유입 촉진 가능
 - * 특정 소비자와 동일·유사한 프로파일을 가지고 있는 소비자(Doppelganger)가 자주 검색하고 구매확률이 높은 상품과 알리익스프레스에서 판매되는 상품을 매칭하여 검색엔진 미디어 플랫폼 등 소비자가 자주 사용하는 웹앱의 광고지면에 해당 상품을 노출추천하는 방식
- 또한 국내 소비자 집단의 선호를 반영한 이용자 인터페이스(UI) 개선 등을 통해 G마켓·AliExpress로의 유인력 강화 가능

< 데이터 결합과 시장지배력 강화 구조 >



□ (경쟁제한 우려) ①경쟁사업자 비용상승 및 진입장벽 확대, ②개인정보 보호 및 데이터 보안 노력 약화 등으로 경쟁이 제한될 가능성 큼

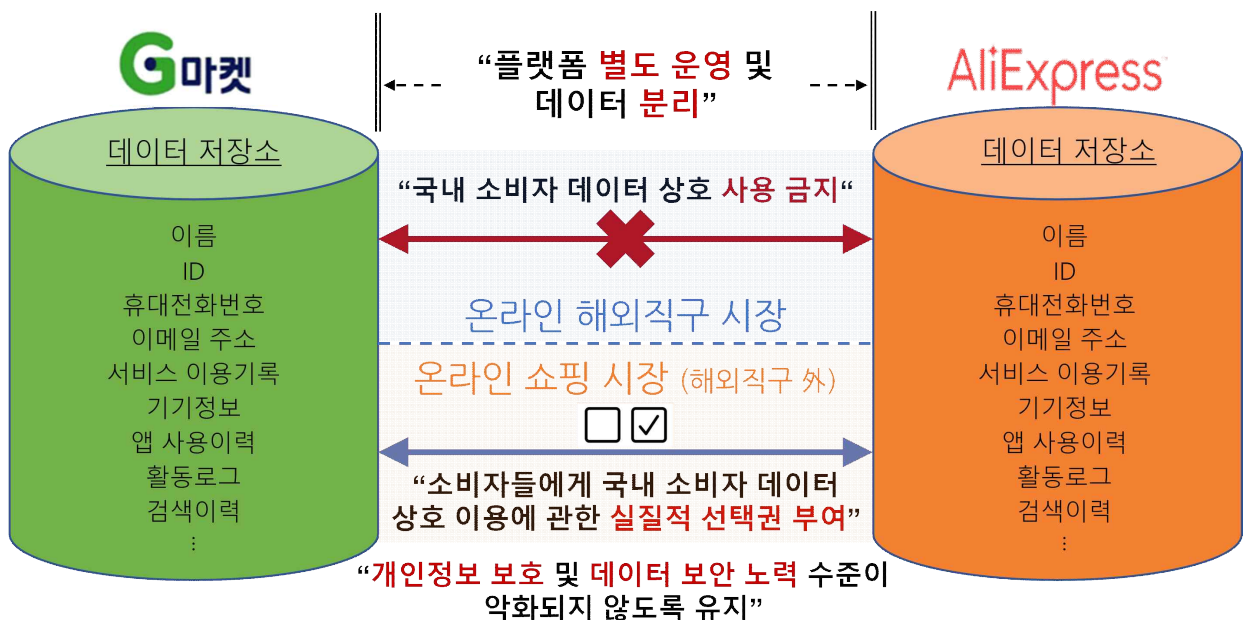
- 지마켓-알리 합작회사는 데이터를 활용한 최적가격 설정 등으로 이윤을 확대할 수 있는 반면, 경쟁사업자들은 해당 능력이 부족해 대규모 투자가 수반되거나, 신규진입자들에게 진입장벽으로 작용
- 시장지배력이 높아진 지마켓-알리 합작회사가 이커머스 시장에서 중요한 비가격 경쟁요소로 인식되는 개인정보 보호 및 데이터 보안 노력 수준을 낮춰 소비자 후생에 악영향을 미칠 우려도 큼

4. 시정조치

* 기업결합 시정방안 제출제도에 따라 공정위가 피심인에게 경쟁제한 우려를 통보하였고, 이에 피심인들이 제출한 시정방안에 대하여 전문가유관협회 의견수렴을 통해 시정방안을 수정하였으며, 이후 공정위는 시정방안의 실효성 등을 종합 고려하여 시정명령 최종 마련

- 데이터 결합으로 인한 경쟁제한 우려를 해소하기 위한 행태적 조치 부과
 - 지마켓과 알리익스프레스(이하 ‘양사’)는 국내 소비자 데이터를 분리함
 - 양사는 국내 온라인 해외직구 시장에서 소비자 데이터 상호 사용 금지
 - 국내 온라인 해외직구 外 시장에서는 소비자 데이터 상호 사용에 대하여 소비자들에게 실질적 선택권 보장
 - 개인정보 보호 및 데이터 보안 노력 수준을 결합 전보다 악화 금지
 - G마켓·옥션과 AliExpress를 분리된 법인에 의해 독립적으로 운영
 - 시정명령 이행 감독을 위해 최대 6인의 이행감독위원회 설치·운영
 - 시정명령은 3년간 유효하며, 시장상황의 변동 등을 고려하여 연장 가능

< 본 건 기업결합의 시정조치 개요도 >



< Google-Fitbit 건 (EU, 2020) >

- EU 경쟁당국은 Google이 웨어러블 기기 제조사인 Fitbit 주식 100%를 인수하는 기업결합 건에서,
 - Fitbit의 사용자 건강 관련 데이터가 Google의 온라인 광고 서비스 (“Google Ads”)에 이용되어 경쟁이 제한될 우려가 있다고 판단*
 - * Google이 이미 대량의 데이터와 분석 능력을 보유하고 있는데, Fitbit이 보유한 헬스 및 건강 관련 데이터를 추가로 취득함에 따라 Google의 온라인 광고 맞춤화 능력이 높아지고 이로 인해 온라인 광고 시장에서 구글의 독점적 지위가 강화됨
 - Google이 향후 10년간 자신의 데이터와 Fitbit의 데이터를 분리하고, Fitbit 기기에서 취득한 사용자 건강 관련 데이터를 Google의 온라인 광고 서비스에 사용을 금지하는 내용의 시정조치 부과

< Bazaarvoice-PowerReviews 건 (미국, 2014) >

- 미국 경쟁당국(DoJ)은 온라인 상품 평점·후기(Ratings & Reviews) 플랫폼인 Bazaarvoice가 경쟁사업자인 PowerReviews를 인수하는 기업결합 건에서,
 - 평점·후기 등의 데이터가 해당 시장의 진입장벽이 될 수 있다고 보고, 두 기업 간의 수평결합이 시장을 사실상 독점으로 만들 수 있다고 판단*
 - * 후기 공유에 따른 네트워크 효과, 사용자 전환비용, 후기 검토 및 분석 시스템, 브랜드 평판까지 더해져 진입장벽이 더욱 높아질 수 있음
 - Bazaarvoice로 하여금 PowerReviews의 자산을 매각하도록 하고, 매수인이 자체 이용자 기반을 구축할 수 있도록 4년간 Bazaarvoice의 신디케이션 네트워크*에 접근을 보장하도록 하는 시정조치 부과
 - * 둘 이상의 고객(제조사 및 소매사) 사이에서 제품의 평점·후기 및 관련 콘텐츠를 공유할 수 있게 하는 Bazaarvoice의 서비스(“syndication network”)

붙임 3

기업결합 당사회사 일반현황

[기준 : 2024. 12. 31.(아폴로코리아, 지마켓), 2025. 3. 31.(그랜드오피스홀딩), 단위 : 백만 원]

회사명	아폴로코리아	알리익스프레스 인터내셔널	그랜드오피스홀딩	지마켓						
대표자	정형권	Hui Yat Sin Cindy	Hui Yat Sin Cindy	정형권						
주소	서울 강남구 테헤란로 152, 19층	네덜란드왕국 스키펀 에버트 판 더 베이스트라트 1	서울 강남구 테헤란로 521, 29층	서울 강남구 테헤란로 152, 19층, 34층~37층						
사업 내용	다른 회사 주식취득	지주회사	다른 회사 주식취득	인터넷 상품 중개업						
재무 상 황	자산총액	579,594	6,423 (4,028,686 유로)	700	871,394					
	(기업집단)	(63,858,347)	(366,005,489)	(366,005,489)	(63,858,347)					
	매출액	0	0	0	961,222					
	(기업집단)	(35,491,611)	(202,118,952)	(202,118,952)	(35,491,611)					
	국내매출액	-	0	0	-					
(기업집단)	-	(578,544)	(578,544)	-						
주주 구 성	주주	비율 (%)	주주	비율 (%)	주주	비율 (%)	주주	비율 (%)		
					전	후		전	후	
	(주)에메랄드에 스피브이1)	80.01	ALIEXPRESS INTERNATIONAL E-COMMERC E PTE. LTD.	100	아폴로 코리아	0	50	그랜드 오피스홀딩	0	100
	NextWave Sphere Limited	19.99			알리 익스프레스 인터내셔널	100	50	아폴로 코리아	100	0
합 계	100	합 계	100	합 계	100	100	합 계	100	0	

※ 알리익스프레스 인터내셔널 자산총액은 '25. 3. 31. 기준 환율 1,594.43원/EUR를 적용

1) ㈜이마트는 자신이 지분 100%를 보유한 완전 자회사 ㈜에메랄드에스피브이를 2025. 6. 2. 흡수합병 한 바, 현재 기준으로는 ㈜이마트가 신고회사 1의 주식 80.01%를 보유