



보도시점 2025. 11. 27.(목) 12:00 / 배포 2025. 11. 27.(목) 08:30
<11. 28.(금) 조간>

공정위, 유튜브프리미엄라이트 출시 동의의결 최종 확정

- 비음악 동영상에 광고 제거·백그라운드 재생·오프라인 저장 기능이 제공되는 ‘유튜브프리미엄라이트’(안드로이드·웹 8,500원, iOS 10,900원) 출시 -
- EBS를 통한 국내 음악 산업 지원 프로그램(300억원) 운영 -

공정거래위원회(위원장 주병기, 이하 ‘공정위’)는 2025. 11. 19. 구글*의 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」(이하 ‘공정거래법’) 위반 혐의**와 관련된 동의의결안을 최종 확정하였다.

* ▲구글 엘엘씨(미국), ▲구글 아시아 퍼시픽 피티이 엘티디(싱가포르), ▲구글코리아 유한회사(대한민국)

** 유튜브 동영상 서비스와 유튜브 뮤직 서비스가 결합된 ‘유튜브프리미엄’ 상품과 유튜브 뮤직 단독 서비스인 ‘유튜브뮤직프리미엄’ 상품만을 판매하고, 유튜브 동영상 서비스 단독 상품(유튜브프리미엄라이트)은 판매하지 않아 국내 소비자들의 선택권을 제한하고 온라인 음악 서비스 시장에서의 경쟁을 제한한 혐의

구글의 동의의결 신청에 따라 공정위는 지난 2025. 5. 14. 동의의결 절차를 개시하기로 결정*하였고, 이후 구글과의 협의를 거쳐 잠정 동의의결안을 마련하고 이에 대한 이해관계인 및 관계부처 의견수렴(7.15.~8.14.)을 실시하였다**.

* 2025. 5. 23.(조간) 보도자료(공정위, 구글 동의의결 절차 개시) 참고

** 2025. 7. 16.(조간) 보도자료(공정위, 구글 잠정 동의의결안 의견수렴 절차 개시) 참고

이후, 이해관계인 등이 제출한 의견을 토대로 전원회의 심의(10.1.) 및 구글과의 추가적인 협의를 거쳐 보다 소비자들에게 혜택이 되고 국내 음악 산업에 도움이 되는 방향으로 잠정 동의의결안을 수정·보완하였다.

이를 통해 △유튜브프리미엄라이트에 광고 제거 기능뿐만 아니라 백그라운드 재생 및 오프라인 저장과 같은 부가 기능을 추가로 도입하고, △상생기금 300억원을 한국교육방송공사(이하 'EBS')에 출연하여 국내 음악 산업을 지원하도록 함으로써 기금 운영의 공공성 및 지원 프로그램의 효과를 함께 보장할 수 있는 최종 동의의결안을 마련하였고, 이는 11. 19. 전원회의 합의를 통해 확정되었다.

최종 동의의결의 구체적인 내용은 다음과 같다.

< 거래질서 개선을 위한 시정방안 >

① (신규 구독 상품 출시) 소비자의 선택권이 확대되도록 구글은 유튜브 동영상 단독 상품인 '유튜브프리미엄라이트'(이하 '유튜브 라이트') 요금제를 출시한다. 소비자들은 유튜브 라이트를 통해 유튜브에 게시된 대다수의 영상*을 영상 중단형 광고(동영상 시청을 일시적으로 중단하는 광고) 없이 시청할 수 있고, 이렇게 광고가 제거되는 영상의 대부분**을 다른 앱(App)을 실행하거나 단말 기기의 화면이 잠긴 상태로 이용(백그라운드 재생)하거나, 단말 기기에 저장하여 모바일 데이터를 이용하지 않으면서도 재생(오프라인 저장)할 수 있다.

* 음악 콘텐츠(공식 뮤직비디오, 아트트랙(공식 음원) 등)를 제외한 비음악 콘텐츠

** 다만, 광고가 제거되는 비음악 콘텐츠 중 음악 권리자가 권리를 보유하는 콘텐츠에 대해서는 백그라운드 재생·오프라인 저장 기능이 제공되지 않음

해외에 정식 출시된 유튜브 라이트에는 광고 제거 기능만 제공되고 있으나, 구글은 우리나라의 경우 해외와 달리 동의의결을 통해 유튜브 라이트를 출시하는 취지를 고려하여 국내 소비자들에게는 백그라운드 재생과 오프라인 저장 기능을 추가로 제공하기로 하였다.

이에 따라 유튜브 뮤직이 없는 동영상 서비스만을 구매하기 원하거나, 유튜브 뮤직이 아닌 다른 국내 음악 서비스(예: 멜론, 지니 등)를 함께 이용하기를 원하는 국내 소비자들은 유튜브 라이트를 구독하여 이용할 수 있게 된다.

아울러, 유튜브 라이트가 출시되더라도 기존의 구독제 상품인 유튜브 프리미엄과 유튜브뮤직프리미엄에는 아무런 변화가 없으며 동 상품들을 이용하기를 원하는 소비자들은 계속해서 구독할 수 있다.

< 그림 > 유튜브 구독 상품 현황

현재 출시 중인 상품들 (동의의결 이후에도 계속 이용 가능)	
① YouTube Premium	• 유튜브 동영상 + 유튜브 뮤직 결합 상품 (14,900원)
② YouTube Music Premium	• 유튜브 뮤직 단독 상품 (11,990원)
본 동의의결을 통해 출시되는 상품	
③ YouTube Premium Lite	• 유튜브 동영상 단독 상품 (8,500원)

구글은 동의의결 의결서 송달일로부터 90일 이내에 유튜브 라이트를 출시할 예정이다.

유튜브 라이트의 가격은 안드로이드·웹 기준 8,500원(이하 부가가치세 포함), iOS 기준 10,900원이 될 예정이다. 유튜브 라이트는 2025년 3월 이후 해외 19개 국가에 본격적으로 출시되었는데, 유튜브프리미엄 가격 대비 유튜브 라이트의 가격 비율*을 기준으로 우리나라에서의 가격 수준은 이들 국가 중 가장 낮은 수준에 해당한다.

* 국가별로 물가·소득 수준, 경쟁환경 등에 차이가 있어 국가별로 유튜브 라이트의 절대 가격을 단순 비교하기는 곤란하며, 유튜브프리미엄 가격 대비 유튜브 라이트의 가격 비율이 낮을수록 유튜브프리미엄 소비자들의 유튜브 라이트로의 전환 가능성이 높아짐

유튜브 라이트 가격은 출시일로부터 최소 1년 이상 유지될 예정이며, 향후 가격 변동이 있게 되더라도 구글은 유튜브프리미엄 가격 대비 유튜브 라이트의 가격 비율을 국내와 동일한 기능*의 유튜브 라이트를 제공하는 해외 주요 국가들보다 높지 않게 유지하기로 약속(출시일로부터 4년)하였다.

* 전 세계 국가 중 우리나라에서 유일하게 백그라운드 재생 및 오프라인 저장 기능이 제공되는 기간 동안에는 기능 차이와 관계없이 해외 주요 국가들과 가격 비율을 비교

< 표 > 유튜브 라이트 상품 현황 국가별 비교

국가(통화)	유튜브 라이트 출시시기	안드로이드·웹 기준			iOS 기준			유튜브 라이트 기능
		유튜브 프리미엄	유튜브 라이트	가격 비율	유튜브 프리미엄	유튜브 라이트	가격 비율	
칠레(CLP)	'25.7월	5500	3500	63.64%	7200	4500	62.50%	광고 제거
브라질(BRL)	'25.5월	26.9	16.9	62.83%	34.9	21.9	62.75%	
튀르키예(TRY)	'25.7월	79.99	49.99	62.50%	104.99	64.99	61.90%	
아르헨티나(USD)	'25.5월	3.19	1.99	62.38%	4.99	2.99	59.92%	
멕시코(MXN)	'25.5월	159	99	62.26%	209	129	61.72%	
영국(GBP)	'25.5월	12.99	7.99	61.51%	16.99	10.49	61.74%	
캐나다(CAD)	'25.5월	12.99	7.99	61.51%	16.99	10.49	61.74%	
프랑스(EUR)	'25.7월	12.99	7.99	61.51%	16.99	9.99	58.80%	
일본(JPY)	'25.9월	1280	780	60.94%	1680	980	58.33%	
폴란드(PLN)	'25.7월	29.99	17.99	59.99%	38.99	22.99	58.96%	
콜롬비아(COP)	'25.7월	20900	12500	59.81%	27000	15900	58.89%	
대만(TWD)	'25.7월	199	119	59.80%	260	160	61.54%	
인도(INR)	'25.9월	149	89	59.73%	195	119	61.03%	
루마니아(RON)	'25.7월	29	17	58.62%	37.99	22	57.91%	
필리핀(PHP)	'25.9월	189	109	57.67%	249	149	59.84%	
미국(USD)	'25.3월	13.99	7.99	57.11%	18.99	10.99	57.87%	
스페인(EUR)	'25.7월	13.99	7.99	57.11%	17.99	10.99	61.09%	
이탈리아(EUR)	'25.7월	13.99	7.99	57.11%	17.99	10.99	61.09%	
싱가포르(SGD)	'25.7월	13.98	7.98	57.08%	17.98	10.98	61.07%	
한국(KRW)	출시 예정	14,900	8,500	57.05%	19,500	10,900	55.90%	

* 출처: 구글 제출 자료 가공/ ※ iOS 이용자가 웹을 통해 가입하는 경우 8,500원에 유튜브 라이트 이용 가능
국가별 전체 이용자가 이용할 수 있게 된 출시시기는 상이할 수 있음

② (유튜브프리미엄 가격 유지) 공정위는 잇따른 구독제 상품(OTT, 쇼핑 등) 가격의 인상(소위 “스트림플레이션”)으로 인해 소비자들의 경제적 부담이 가중되고 있는 상황을 고려하여 구글과 구독제 상품의 가격 유지 방안을 협의하였고, 이에 구글은 현재의 유튜브프리미엄 가격을 유튜브 라이트 출시일로부터 1년 간 인상하지 않고 동결*하기로 하였다.

* 다만, '24.1월 이후 누적 소비자물가상승률이 20% 이상(참고로, '25.10월 기준 해당 수치는 3.8%)인 경우, 음악 콘텐츠 확보 비용이 상당히 증가하는 경우 등 예외적으로 가격 인상이 필요한 경우에는 공정위의 사전 승인을 받도록 규정

<표> 유튜브 구독 상품 가격 동결(유튜브 라이트 출시일로부터 1년)

운영체제	유튜브프리미엄	유튜브 라이트
안드로이드·웹	14,900원	8,500원
iOS	19,500원	10,900원

< 국내 음악 산업 지원을 위한 상생 방안 >

구글은 EBS에 300억원의 상생기금을 출연하여 국내 음악 산업 지원 프로그램을 4년 간 독립적으로 운영하도록 하였다. EBS는 상생기금을 전문 음악 프로그램인 “스페이스 공감”의 라이브 공연 및 방송 제작과 신인발굴 프로그램 “헬로 루키”의 운영에 활용할 계획이다.

“스페이스 공감” 프로그램은 2004년부터 20여 년간 3,100여 회의 무료 공연을 진행하고 그 영상을 지상파 방송으로 송출하여 대중이 공연 문화를 손쉽게 접하고 누릴 수 있도록 하여 왔으나, 예산 부족 등으로 2023년부터 무료 공연을 중단한 상태*였다. EBS는 본 상생기금을 향후 연 80회 내외의 무료 라이브 공연을 개최하고 연 40여 편의 영상을 제작하여 시청자들에게 송출·유통하는 등 국내 음악 산업의 저변을 확대하는 계기로 활용할 계획이다.

* 무료 공연을 중단한 이후 한국 대중음악을 소개하는 다큐멘터리 제작·방영 등으로 운영 중임. 최근 ‘명반 다큐멘터리 시리즈’(24.6월~25.3월, 20부작) 및 인디 음악 30주년을 기념한 ‘파이오니어 시리즈’ 방영중

아울러 EBS는 신인 아티스트 발굴 및 성장을 도모하기 위한 “헬로 루키” 프로그램*을 운영**할 계획이다. 동 프로그램은 2007년부터 시작된 신인발굴 프로젝트이나, 2022년 이후 중단된 상태였다. 본 동의의결에 따른 상생기금을 통해 매년 10개 팀 내외의 신인을 발굴하여 지원하는 등 “헬로 루키” 프로그램이 다시 한번 역량 있는 신인들의 등용문으로 역할을 하게 될 것으로 기대된다.

* 그간 국카스텐, 장기하와 얼굴들, 데이브레이크, 실리카겔 등 역량있는 신인을 배출

** 매년 약 7회 내외의 오디션(예선 5회, 본선 및 결선 각 1회)을 개최하여 10개 팀 내외의 신인 발굴 계획

공정위는 사건의 성격, 신청인이 제시한 시정방안의 거래질서 개선 및 소비자 선택권 확대 등 공익에의 부합성, 예상되는 제재 수준과의 균형 등을 종합적으로 고려하여 이번 동의의결안을 인용하기로 결정하였다.

특히, 이러한 결정은 온라인 음악 서비스 시장에서 공정한 경쟁이 이루어질 수 있도록 신속하게 거래질서를 바로잡을 필요성이 있는 점, 우리나라 국민의 대부분이 유튜브 동영상을 시청*하는 등 일상생활과 밀접히 관련되어 있어 신규 구독 상품 출시로 인해 소비자 선택권이 확대되어 국내 소비자들에게 직접적으로 이익이 될 수 있는 점 등을 고려하여 이루어졌다.

* '25.10월 국내 유튜브 월간 활성 이용자 수는 4천 8백만 명 (출처: 아이지에이웍스 모바일인덱스)

이번 동의를결은 끼워팔기 사건에서 새로이 출시되는 상품의 세부 조건들에 대해 신청인과 구체적인 협의를 진행할 수 있어 경쟁질서 회복 및 소비자 보호에 효과적인 시정방안을 마련할 수 있는 동의를결 제도의 장점을 활용함으로써, 국내 온라인 음악 서비스 시장의 경쟁질서를 신속하게 바로잡고 소비자들의 선택권을 확대하도록 하였다는 점에서 의의가 있다.

공정위는 한국공정거래조정원과 함께 구글이 본건 동의를결을 성실하게 이행하는지 분기별로 철저하게 점검하는 한편, 앞으로도 온라인 플랫폼 분야의 공정한 거래질서 확립을 위하여 시장지배적사업자의 시장지배적지위 남용행위를 지속적으로 감시할 예정이다.

<붙임1> 주요 Q&A

<붙임2> 동의를결 제도 참고 자료

담당 부서	시장감시국 지식산업감시과	책임자	과 장	편유림 (044-200-4740)
		담당자	사무관	이지혜 (044-200-4743)
			조사관	유푸름 (044-200-4747)



1. 유튜브 라이트 상품은 구체적으로 언제 출시되는지?

- 원칙적으로 의결서 송달일로부터 90일 이내에 상품을 출시하여야 하나, 구글은 연내 출시가 이루어질 수 있도록 노력한다는 입장
- 구글은 조만간 일부 소비자를 대상으로 유튜브 라이트 상품을 출시한 후, 일정 기간(4~6주) 시범 운영을 거쳐 국내 모든 소비자들에게 출시할 예정

2. 유튜브 라이트에서 광고가 제거되는 콘텐츠와 백그라운드 재생·오프라인 저장 기능이 제공되는 콘텐츠 범위에 차이가 있는지?

- 대부분의 비음악 콘텐츠에 대하여 광고 제거 기능, 백그라운드 재생 및 오프라인 저장 기능이 제공됨
- 다만, 구글과 음악 권리자들과의 계약 상 부과되는 제한으로 인해 음악 권리자들이 권리를 보유하는 비음악 콘텐츠에 대해서는 백그라운드 재생·오프라인 저장 기능을 제공하기는 곤란
- 구글은 전 세계 어떠한 국가에서든 음악 권리자들이 권리를 보유한 비음악 콘텐츠에 대해서도 백그라운드 재생·오프라인 저장 기능을 제공하게 되는 경우, 한국에 최우선으로 해당 기능을 제공할 것을 약속하였음

: 유튜브 라이트 상품의 부가 기능 제공 범위

콘텐츠 분류 콘텐츠 권리자	비음악 콘텐츠	음악 콘텐츠
비음악 권리자	광고 제거, 백그라운드 재생, 오프라인 저장	광고 제거, 백그라운드 재생, 오프라인 저장 기능 없음
음악 권리자	광고 제거	

3. 유튜브프리미엄 구독자의 다른 온라인 음악 서비스로의 전환 가능성은?

- 유튜브프리미엄 구독자 중 유튜브 뮤직에 대한 선호가 낮은 이용자 등은 유튜브 라이트와 국내 다른 온라인 음악 서비스를 함께 이용할 수 있게 됨
- 비음악 콘텐츠 대부분에 대해 유튜브 라이트가 유튜브프리미엄과 동일한 기능을 제공하는 한편 가격은 더 저렴하므로,
 - 유튜브프리미엄 구독자 중 유튜브 뮤직 외의 타 온라인 음악 서비스*로 전환을 희망하는 소비자들에게 도움이 될 것으로 전망
- * 상당수 국내 온라인 음악 서비스 사업자들은 유튜브프리미엄과 유튜브 라이트 간 가격 차이인 6,400원(안드로이드·웹 기준) 이하의 모바일 무제한 스트리밍 요금제를 자체·통신사 할인을 통해 판매하고 있음

4. 잠정 동의의결안 대비 변경된 내용은? 그 이유는?

- ① 백그라운드 재생·오프라인 저장 기능 추가, ② 연장무료체험·재판매사를 통한 할인 지원 프로그램에 배정된 기금을 음악 산업 지원 방안으로 통합, ③ 음악 산업 지원 방안 운영 주체를 구글→EBS로 변경
- 의견수렴 과정에서 제출된 의견들을 토대로 잠정 동의의결안의 적절성과 타당성을 면밀히 검토하여 수정·보완함
 - ① 백그라운드 재생·오프라인 저장 기능 추가 의견이 가장 많이 제출되었는바, 이러한 부가 기능 추가를 통해 소비자 전환 유인을 높이는 데 가장 주안점을 두었음
 - △유튜브에서 비음악 동영상만을 이용하는 소비자는 유튜브 라이트 단독으로, △유튜브 뮤직을 선호하지 않는 소비자는 유튜브 라이트와 다른 국내 음악 서비스를 함께 이용하여 유튜브프리미엄과 동일한 효용을 얻을 수 있음

- ② 유튜브 라이트의 연장무료체험·재판매사 할인 프로그램은 구글의 자사 제품 홍보 및 판매촉진 수단으로 활용될 수 있다는 우려가 있어, 관련된 상생기금을 음악 산업 지원 방안으로 통합하여 활용 되도록 조정함
- 또한, 일정 기간 동안만 운영되는 소비자 혜택 프로그램보다는 확정적으로 유튜브 라이트 상품의 기능을 확대하는 것이 소비자 후생 증진 및 거래질서 개선에 효과적이라고 판단
- ③ 국내 음악 산업 지원 프로그램의 경우, 구글이 직접 해당 사업을 운영할 경우 구글에 이익이 귀속되거나 공정성이 담보되기 어렵다는 지적에 따라, 공공성과 사업 수행 역량을 모두 갖춘 EBS를 통해 동 사업을 운영하도록 함

5. 구글의 범위반 혐의에 대해 위법성을 판단하지 않고 동의의결을 인용한 것은 면죄부를 주는 것 아닌지?

동의의결 제도는 신속하고 효과적으로 경쟁질서 회복 등에 필요한 조치를 취할 수 있어 해외에서도 널리 활용*

* '25.9월 유럽연합 집행위원회(European Commission)는 마이크로소프트(MS)가 워드(Word), 엑셀(Excel) 등 오피스(Office) 프로그램과 영상 회의 프로그램 팀즈(Teams)를 함께 구입하도록 강제(끼워팔기 사건)한 행위에 대해, 팀즈가 포함되지 않은 오피스 프로그램을 더 낮은 가격으로 판매하는 등의 내용으로 동의의결을 결정

○ 특히, 끼워팔기 사건의 경우 신청 기업과 신규상품 출시 및 그 세부 조건 등에 대한 구체적인 혐의가 가능하여 동의의결 방식이 소비자 보호 및 경쟁촉진 목적 달성에 보다 효과적일 수 있음

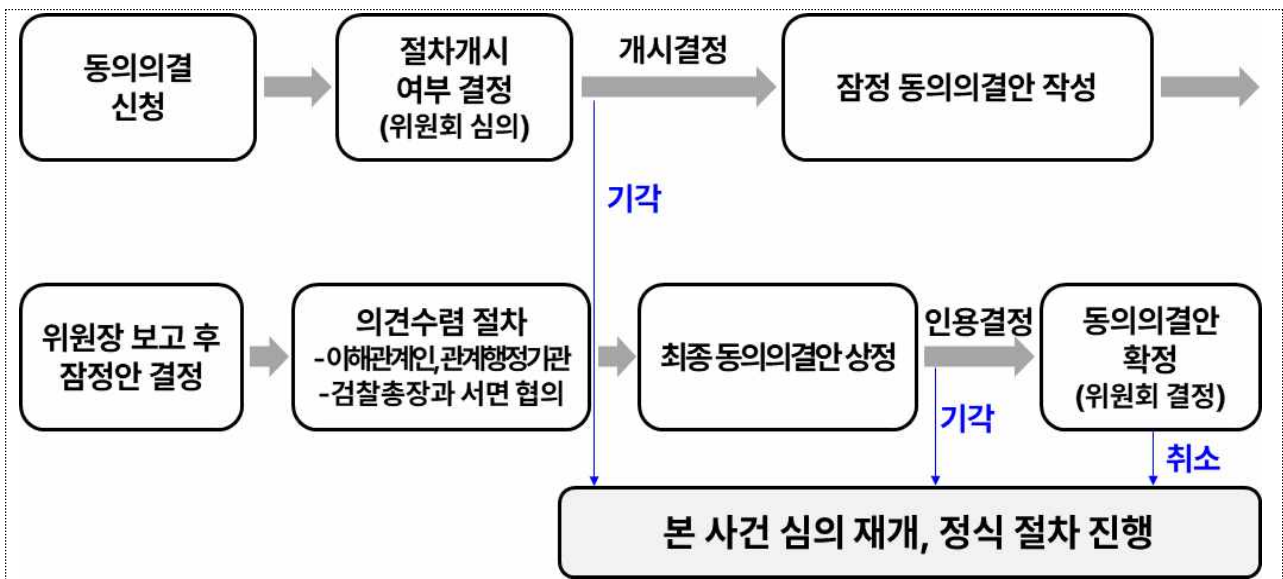
* 제재 방식은 행정소송이 제기될 경우, 상품 출시까지 4~5년 이상의 장기간 소요 가능

□ 동의의결 개요

- 법 위반 혐의를 받고 있는 사업자가 스스로 거래질서의 개선 등 자진시정 방안을 제시하면, 공정위가 이해관계인 등의 의견수렴을 거쳐 사업자가 제안한 시정방안이 타당하다고 인정하는 경우 위법 여부를 확정하지 않고 사건을 처리하는 제도

□ 동의의결 절차

- 사업자의 신청 → 동의의결 개시 여부 결정 → 잠정 동의의결안 작성 → 의견수렴 절차 → 최종 동의의결안 상정 → 동의의결안 심의·확정



□ 관련 규정

【독점규제 및 공정거래에 관한 법률】

제89조(동의의결) ① 공정거래위원회의 조사나 심의를 받고 있는 사업자 또는 사업자 단체(이하 이 조부터 제91조까지의 규정에서 "신청인"이라 한다)는 해당 조사나 심의의 대상이 되는 행위(이하 이 조부터 제91조까지의 규정에서 "해당 행위"라 한다)로 인한 경쟁제한상태 등의 자발적 해소, 소비자 피해구제, 거래질서의 개선 등을 위하여 제3항에 따른 동의의결을 하여 줄 것을 공정거래위원회에 신청할 수 있다. 다만, 해당 행위가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 공정거래위원회는 동의의결을 하지 아니하고 이 법에 따른 심의 절차를 진행하여야 한다.

1. 해당 행위가 제40조제1항에 따른 위반행위인 경우
 2. 제129조제2항에 따른 고발요건에 해당하는 경우
 3. 동의를결이 있기 전에 신청인이 신청을 취소하는 경우
- ② 신청인이 제1항에 따른 신청을 하는 경우 다음 각 호의 사항을 기재한 서면으로 하여야 한다.
1. 해당 행위를 특정할 수 있는 사실관계
 2. 해당 행위의 중지, 원상회복 등 경쟁질서의 회복이나 거래질서의 적극적 개선을 위하여 필요한 시정방안
 3. 소비자, 다른 사업자 등의 피해를 구제하거나 예방하기 위하여 필요한 시정방안
- ③ 공정거래위원회는 해당 행위의 사실관계에 대한 조사를 마친 후 제2항제2호 및 제3호에 따른 시정방안(이하 "시정방안"이라 한다)이 다음 각 호의 요건을 모두 갖추었다고 판단되는 경우에는 해당 행위 관련 심의 절차를 중단하고 시정방안과 같은 취지의 의결(이하 "동의를결"이라 한다)을 할 수 있다. 이 경우 신청인과의 협의를 거쳐 시정방안을 수정할 수 있다.
1. 해당 행위가 이 법을 위반한 것으로 판단될 경우에 예상되는 시정조치 및 그 밖의 제재와 균형을 이룰 것
 2. 공정하고 자유로운 경쟁질서나 거래질서를 회복시키거나 소비자, 다른 사업자 등을 보호하기에 적절하다고 인정될 것
- ④ 공정거래위원회의 동의를결은 해당 행위가 이 법에 위반된다고 인정한 것을 의미하지 아니하며, 누구든지 신청인이 동의를결을 받은 사실을 들어 해당 행위가 이 법에 위반된다고 주장할 수 없다.
- 제90조(동의를결의 절차)** ① 공정거래위원회는 신속한 조치의 필요성, 소비자 피해의 직접 보상 필요성 등을 종합적으로 고려하여 동의를결 절차의 개시 여부를 결정하여야 한다.
- ② 공정거래위원회는 동의를결을 하기 전에 30일 이상의 기간을 정하여 다음 각 호의 사항을 신고인 등 이해관계인에게 통지하거나, 관보 또는 공정거래위원회의 인터넷 홈페이지에 공고하는 등의 방법으로 의견을 제출할 기회를 주어야 한다.
1. 해당 행위의 개요
 2. 관련 법령 조항
 3. 시정방안(제89조제3항 각 호 외의 부분 후단에 따라 시정방안이 수정된 경우에는 그 수정된 시정방안을 말한다)
 4. 해당 행위와 관련하여 신고인 등 이해관계인의 이해를 돕는 그 밖의 정보. 다만, 사업상 또는 사생활의 비밀 보호나 그 밖에 공익상 공개하기에 적절하지 아니한 것은 제외한다.
- ③ 공정거래위원회는 제2항 각 호의 사항을 관계 행정기관의 장에게 통보하고 그

의견을 들어야 한다. 다만, 제124조부터 제127조까지의 규정이 적용되는 행위에 대해서는 검찰총장과 협의하여야 한다.

④ 공정거래위원회는 동의의결을 하거나 이를 취소하는 경우에는 제59조의 구분에 따른 회의의 심의·의결을 거쳐야 한다.

⑤ 동의의결을 받은 신청인은 제4항의 의결에 따라 동의의결의 이행계획과 이행결과를 공정거래위원회에 제출하여야 한다.

⑥ 공정거래위원회는 제5항에 따라 제출된 이행계획의 이행 여부를 점검할 수 있고, 동의의결을 받은 신청인에게 그 이행에 관련된 자료의 제출을 요청할 수 있다.

⑦ 공정거래위원회는 제6항에 따른 이행계획의 이행 여부 점검 등 동의의결의 이행 관리에 관한 업무를 대통령령으로 정하는 바에 따라 조정원 또는 「소비자기본법」 제33조에 따른 한국소비자원(이하 "소비자원"이라 한다)에 위탁할 수 있다.

⑧ 제7항에 따른 위탁을 받은 기관의 장은 제5항에 따라 신청인이 제출한 동의의결의 이행계획과 이행결과에 대한 이행관리 현황을 분기별로 공정거래위원회에 보고하여야 한다. 다만, 공정거래위원회의 현황 보고 요구가 있는 경우 즉시 이에 따라야 한다.

⑨ 제7항에 따른 위탁을 받은 기관의 장은 동의의결을 받은 신청인이 그 이행을 게을리하거나 이행하지 아니하는 경우에는 지체 없이 그 사실을 공정거래위원회에 통보하여야 한다.

⑩ 제80조제4항 및 제5항의 기간은 신청인이 제89조제1항에 따라 동의의결을 신청한 경우 그 신청인 및 동일한 사건으로 심의를 받는 다른 당사자에 대하여 진행이 정지된다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 때부터 남은 기간이 진행된다.

1. 신청인이 동의의결의 신청을 취소한 때
2. 공정거래위원회가 동의의결 절차를 개시하지 아니하기로 결정한 때
3. 공정거래위원회가 동의의결을 하지 아니하기로 결정한 때
4. 동의의결의 이행이 모두 완료된 때

5. 동의의결이 취소된 때

⑪ 제89조제2항에 따른 신청방법, 의견조회 방법, 심의·의결절차, 조정원 또는 소비자에게 대한 이행관리 업무의 위탁 절차 등 그 밖의 세부 사항은 공정거래위원회가 정하여 고시할 수 있다.