



쿠팡 사례를 통해 본 플랫폼 시장 거래질서의 쟁점과 과제

최은진 · 박미영

최근 플랫폼이 중개 기능을 넘어 다양한 서비스 영역으로 사업을 확장하면서 기존의 전통적 유통거래 또는 단순 중개플랫폼 구조만으로는 충분히 설명하기 어려운 새로운 유형의 쟁점들이 나타나고 있다. 이에 본 보고서는 플랫폼 산업의 성장과 사업모델 변화 과정에서 나타나는 시장구조 변화의 양상을 쿠팡 사례를 중심으로 살펴보고, 플랫폼 거래질서, 유통거래 관계, 기업집단 규율 측면에서 제기되는 주요 쟁점과 정책적 시사점을 함께 분석하였다.

1. 들어가며

쿠팡은 국내 전자상거래 시장에서 빠르게 성장하며 여러 서비스를 결합한 복합플랫폼으로 발전해 왔고,¹⁾ 이러한 사업모델의 확장 과정에서 플랫폼 시장의 거래질서와 관련된 다양한 문제가 제기되어 왔다. 예를 들어 쿠팡과 관련된 공정거래 이슈들은 중개·직매입·자체브랜드(Private Brand, 이하 “PB”)·멤버십·배달앱·콘텐츠 서비스 등이 한 기업집단 내부에서 결합되는 과정에서 일개 중개플랫폼의 단순한 불공정거래행위 문제를 넘어 자사우대(self-preferencing), 끼워팔기, 거래조건 설정 등을 둘러싼 경쟁법적 쟁점을 드러낸 바 있다.

특히 공정거래위원회(이하 “공정위”)가 2024년 쿠팡 및 CPLB²⁾에 대하여 제제한 사건에서는 플랫폼이 거래의 장을 운영하는 중개자이면서 동시에 자기상품(직매입상품+PB상품)을 판매하는 구조에서 검색순위를 왜곡할 수 있는 문제가 드러났으며, 그중 판매량 등 객관적 지표에 기반한 것으로 인식되는 검색순위를 임직원 후기 등을 활용하여 인위적으로 조정함으로써 소비자를 오인시키고 거래를 유인한 행위가 문제된 바 있다. 또한 최근 PPM(Pure Product Margin, 순수상

품판매이익률)을 둘러싼 광고비 및 판매장려금 부담과 관련된 사건에서는 플랫폼이 설정한 목표 이익률을 기준으로 납품업자에게 납품단가 인하 또는 광고·판촉비 부담을 요구하고, 발주 중단 또는 축소 가능성을 통해 거래조건을 조정하는 구조가 지적된 건도 있다.³⁾

이러한 사례들은 복합플랫폼이 확장하면서 구현되는 물류 효율성 제고, 가격 경쟁력 확보, 서비스 통합 등에 따른 소비자 후생 증대와 같은 효율성과 혁신의 이면에, 플랫폼의 거래질서 설계 방식이 경우에 따라 경쟁제한적 효과를 수반할 가능성도 있음을 시사한다.

따라서 이하에서는 쿠팡 관련 사례들을 중심으로 시장지배적 기업의 사업모델 구조와 서비스 결합 양태에 따라 경쟁법적 쟁점이 어떠한 양상으로 나타나는지 살펴보도록 한다.

2. 공정위 처분 및 조사 사안의 유형 검토

쿠팡을 둘러싼 공정위의 처분 및 조사 사안은 모두 중개플랫폼을 매개로 발생하였으나, 그 원인과 쟁점의 양상은 동일하지 않다. 일부는 중개플랫폼의 일반적 구조에서 비롯된 문제인 반면, 상당수는 직매입·PB·멤버십·배달·콘텐츠 서비스 등이 결합된 쿠팡의 복합적 사업구조에서 기인한 것으로 볼 수 있다.

1) 쿠팡의 성장과정과 관련하여 다음의 보고서를 참조, 박미영·최은진, 「국정조사 앞둔 쿠팡 사태, 무엇이 쟁점이고 무엇을 검증할 것인가」, 『이슈와논점』 제2466호, 국회입법조사처, 2026.1.23.

2) 쿠팡의 PB상품을 전담하여 납품하는 쿠팡의 100% 자회사로 2020년 7월 쿠팡의 PB사업부에서 분사되어 설립되었다.

3) 두 사건에서 제기된 주요 쟁점에 대해서는 본문 ‘3. 쿠팡의 사업모델과 공정거래질서 쟁점’에서 구체적으로 살펴본다.

표 1 쿠팡 관련 공정위 처분 및 조사 사안

사건명	시기	분류	주요 쟁점
호주산 소갈비 허위 광고 사건	2012	플랫폼 일반형	통신판매 과정에서 허위 광고로 전자상거래법을 위반한 사안으로, 쿠팡에 대한 공정위 제재 초기의 사례임
소셜커머스 3사(위메프, 쿠팡, 티몬) 대규모유통업법 위반 사건	2018	혼합형	계약서 미교부, 대금지연, 판촉비 전가, 거래강요 등은 전통적인 유통갑을 관계가 쟁점이 된 사안이지만, 플랫폼 사업자의 직매입 거래구조와 결합되어 나타났다는 점에서 혼합형 문제라고 볼 수 있음
납품업체 판매가격 인상 요구·광고비 전가 사건	2021	혼합형	유통업 일반의 갑을문제이면서도 플랫폼의 데이터·노출 통제력, 거래 의존성이 결합되어 압박 효과가 증폭된 사례임
판매자 정보 표시 의무 위반 사건	2022	플랫폼 일반형	통신판매중개자 여부 및 판매자 정보의 명확한 표시 문제는 중개플랫폼 일반에서 반복적으로 발생할 수 있는 책임주체 표시가 쟁점이 된 사례임
PB 검색순위 조정 임직원 후기 활용 사건	2024	쿠팡 특수형	쿠팡과 자회사인 CPLB가 검색순위 알고리즘을 조정하고, 임직원을 동원해 PB상품에 긍정적 후기와 높은 별점을 부여한 행위가 문제된 사안임
동일인 지정 관련 친족 누락 재검토	2024 - 2026	쿠팡 특수형	쿠팡 기업집단의 소유·지배구조와 외국인인 동일인 지정 가능성 등 제도 적용 범위가 쟁점이 된 사안임
PB 하도급 동의의결 절차 개시	2025	쿠팡 특수형	PB 제조·유통 및 수직적 공급구조를 전제로 한 문제로, 중개플랫폼 측면보다는 쿠팡의 PB·직매입 결합구조에서 비롯된 성격이 강함
쿠팡이츠 불공정약관 시정권고	2025	플랫폼 일반형	할인 전 가격 기준 수수료 부과 문제는 배달앱 등 중개플랫폼에서 발생할 수 있는 약관 및 수수료 투명성이 쟁점이 된 사안임
와우멤버십 가격 인상 고지 사건	2025	혼합형	가격인상 고지의 명확성 문제는 구독 경제 일반의 소비자보호 이슈이지만, 쿠팡의 생태계형 멤버십 구조와 결합하여 영향이 확대됨
PPM·GM 관리 등 대규모유통업법 위반 사건	2026	혼합형	전통적 유통 불공정거래행위의 성격을 가지나, 플랫폼·로켓배송 의존구조 속에서 거래상대방 종속성이 높아져 효과가 강화된 사례임
와우멤버십 '끼워팔기' 의혹 (심의 예정)	2026	쿠팡 특수형	와우 멤버십은 쇼핑, 배달, 콘텐츠를 단일 구독상품으로 결합해 제공하는 구조로, 끼워팔기와 관련된 쟁점이 제기되고 있는 사안임
쿠팡이츠 '최혜대우' 요구 의혹 (심의 예정)	2026	플랫폼 일반형	타 플랫폼보다 유리한 가격·조건의 유지를 요구하는 최혜대우(MFN) 조항과 관련하여, 입점업체의 가격·혜택 설정에 영향을 미칠 수 있는 경쟁법적 쟁점이 제기된 사안임

와우회원이 광고 사건	2026	플랫폼 일반형	2020년 온라인 쇼핑물 유료 멤버십 시장이 급성장하던 시기에 락인(Lock-in) 효과를 형성할 목적으로 '와우회원이' 관련 기반적 광고를 실행한 점이 문제된 사안임
-------------	------	---------	---

자료 : 저자 정리·작성

위 [표 1]의 사건들을 그 성격에 따라 '플랫폼 일반형, 쿠팡 특수형, 혼합형'으로 구분해 보았다.⁴⁾ 예컨대 판매자 정보 표시, 최혜대우(이하 "MFN") 요구, 불공정약관과 같이 중개플랫폼에서 일반적으로 반복될 수 있는 사안은 '플랫폼 일반형'으로, 자기상품, 멤버십, 동일인 지정 이슈 등과 같이 특정 사업구조와 관련된 사안은 '쿠팡 특수형'으로 분류하였다. 또한 전통적 유통거래상의 문제가 플랫폼의 노출·검색·배송체계와 결합되면서 그 영향이 확대되는 경우는 '혼합형'으로 구분하였다.

쿠팡과 관련된 공정위 사건을 시기별로 보면 초기에는 전자상거래 유통거래 일반의 사안이 중심이었으나, 사업 확장과 서비스 결합이 진행되면서 특정 사업구조와 결합된 유형의 비중이 점차 확대되는 경향이 나타나는 것을 살펴볼 수 있다. 이는 관련 사안들이 개별 행위들로 단순히 축적되어 온 것이 아니라 거래질서에 미치는 영향의 양상이 변화해 왔음을 보여준다.

이러한 점에서 쿠팡 관련 사안은 전자상거래 또는 플랫폼 일반의 특성만으로는 충분히 설명되기 어렵고, 사업구조의 특수성을 고려한 경쟁법적 검토가 필요한 것으로 보인다. 따라서 이하에서는 최근 공정위가 쿠팡을 대상으로 처분하거나 조사 중인 주요 사안을 중심으로 공정거래법적 쟁점을 살펴보고, 그 법적 평가의 방향을 종합적으로 살펴보고자 한다.

3. 쿠팡의 사업모델과 공정거래질서 쟁점

1. 플랫폼 거래질서 관련 문제

플랫폼 거래질서 관련 사안은 플랫폼이 상품의 노출 방식·거래 조건·서비스 결합 구조를 직접 설계·운영하는 과정에서 발생한다. 이러한 사업구조에서는 플랫폼 운영권, 판매자 지위, 공급망 통제, 락인(lock-in) 효과가 동일한 기업집단에 의해 통합적으로 행사되면서 거래질서 왜곡이 구조적으로 확대되는 양상을 보일 수 있다. 관련된 대표적인 사건을 살펴보면 다음과 같다.

4) 본 [표 1]의 사건은 공정위 보도자료를 기준으로 정리하였으며, 심의 예정 사건은 언론보도를 통해 확인된 사안을 포함하였다. 또한 유형 구분은 분석의 편의를 위한 것이며 '쿠팡 특수형' 및 '혼합형' 사안 역시 특정 사업자의 고유한 현상이라기보다, 현 단계의 다양한 다른 플랫폼에서도 나타날 수 있는 유형으로 볼 수 있다.

먼저 ‘쿠팡의 검색순위 조정 및 임직원 후기 활용 사건(2024)’은 플랫폼이 중개자이자 판매자로서의 이중적 지위를 가지는 구조에서 발생한 사안으로, 검색 알고리즘과 사용후기 시스템을 활용하여 자기상품을 상위에 노출함으로써 경쟁조건과 소비자의 선택과정에 영향을 미친 사례이다. 공정위는 이를 검색 순위와 후기 시스템에 대한 소비자의 신뢰를 이용한 행위로 보아 공정거래법상 불공정거래행위 유형 중 ‘위계에 의한 고객유인행위’에 해당한다고 판단하였다.⁵⁾ 이 사건은 자사우대 문제의 성격을 내포하고 있다는 의견도 있었으나, 자사우대는 현행 공정거래법상 시장지배적지위 남용행위로 규율되어 관련 시장에서의 지배력 인정이 중요한 전제가 되므로(이 사건에서는 쿠팡의 시장지배적 지위가 인정되지 않았다) 자사우대 여부 자체가 직접적인 쟁점으로 다루어지지는 않았다.⁶⁾

다음으로 ‘와우 멤버십 끼워팔기 의혹(2026)’은 쿠팡의 유료 구독상품을 매개로 한 생태계 잠금효과(lock-in)와 시장 간 지배력 전이 가능성이 쟁점으로 제기되고 있는 사안이다.⁷⁾ 현재 와우 멤버십은 로켓배송·무료반품 등 쇼핑 관련 혜택과 함께 쿠팡플레이 및 쿠팡이츠 알뜰배달 무료 혜택을 하나의 구독상품으로 결합하여 제공하고 있다. 이 과정에서 각각 독립적인 수요가 존재할 수 있는 서비스들이 멤버십 가입을 전제로 이용되도록 설계되어 있다는 점이 주요한 쟁점으로 거론된다.⁸⁾

한편, 공정거래법상 끼워팔기는 불공정거래행위(법 제45조제1항제5호)뿐만 아니라 시장지배적지위 남용행위(법 제5조제1항제3호 및 제5호 후단)로도 제재가 가능하다는 점에서, 적용되는 규율 유형에 따라 검토의 초점 또한 달라질 수 있다. 예컨대 불공정거래행위 측면에서는 △거래 구조상 부차적 서비스 이용이 사실상 전제되는지, 소비자의 선택권이 제한되는지가 쟁점이 될 수 있고, 시장지배적지위 남용행위 측면에서는 △쿠팡이 전자상거래 플랫폼 시장에서 형성한 지배력을 활용

하여 인접 서비스 시장(콘텐츠·배달)으로 영향력을 전이해 경쟁을 제한하였는지 여부가 핵심 쟁점이 될 것으로 보인다.⁹⁾

마지막으로 ‘쿠팡이츠 MFN 요구 의혹(2026)’은 플랫폼의 입점업체 가격·혜택 설정 관여 범위와 관련하여 제기된 사안으로, 플랫폼의 MFN을 본격적으로 심의하는 대표 사례가 될 가능성이 있다는 점에서 주목할 만하다. 일반적으로 MFN 조항은 거래상대방이 다른 플랫폼에 더 낮은 가격이나 유리한 조건을 제공하지 못하도록 요구하는 방식을 일컫는데, 공정위는 쿠팡이츠가 입점업체에 경쟁 배달앱 대비 불리하지 않은 가격·혜택 조건을 유지하도록 요구한 행위에 대해 향후 심의를 예정하고 있는 것으로 알려져 있다.¹⁰⁾ 특히 이 사건에서는 △입점업체의 가격결정 및 할인·프로모션 운영의 자율성이 제한되었는지, △경쟁 플랫폼 간 가격·혜택 경쟁이 제한될 우려가 있는지 등이 주요 쟁점으로 검토될 가능성이 있다. 또한 공정거래법에서는 MFN을 시장지배적지위 남용행위의 문제로 규율하고 있다는 점에서 쿠팡이츠가 관련 시장에서 시장지배적 사업자에 해당하는지 여부 역시 핵심적인 판단 요소가 될 수 있다. 다만 MFN은 플랫폼의 투자비 회수, 소비자 신뢰 유지, 무임승차 방지 등 효율성 측면도 함께 주장될 수 있다는 점을 유의할 필요가 있다. 참고로 해외에서도 플랫폼의 MFN 조항은 경쟁법상 주요 쟁점으로 다루어지고 있으며, 대표적으로 EU에서는 부킹닷컴이 입점숙박업체에게 자사 플랫폼보다 낮은 가격이나 유리한 조건을 다른 판매채널에 제공하지 못하도록 한 가격동등성 조항(parity clause)이 문제된 바 있다.¹¹⁾

2. 유통거래 관계에서의 문제

쿠팡 관련 사안 중에는 전통적인 유통거래 관계에서의 문제가 플랫폼 운영 구조와 결합되어 나타나는 경우(혼합형)도 존재한다. 예컨대 최근에는 쿠팡이 납품업자와 설정한 PPM 및 GM(Gross Margin, 매출총이익률) 목표 달성을 위해 납품단가 인하와 광고비·판촉비 등의 부담을 요구한 행위가 대규모유통업법 위반으로 문제된 사건(2026)이 있었다.¹²⁾ 이 사건에서는 쿠팡이 목표 이익률 관리를 위해 납품업자에게 비용 부담을 전가하고, 목표치 미달 시 발주 중단·축소를 암시하는 방식으로 거래상 압박을 가했다는 점이 문제로 제기되었다. 공정위

5) 현재 이 사건은 불복 소송이 제기되어 서울고등법원에 계류 중이다. 공정거래위원회 전원회의 결정 제2024-012호, 2021서감1429-2022서감0713, 2024.6.12.

6) 공정위는 검색순위 후기 시스템에 대한 소비자 신뢰를 이용해 상품 간 경쟁이 정상적으로 이루어지는 것처럼 오인(합리적 선택의 왜곡)하게 한 점에 주목하였다. 이는 전통적인 표시·광고와 구별되는 플랫폼 기반 기만행위의 특성을 보여준다.

7) 2026년 6월, 공정위는 해당 의혹에 대한 조사 결과를 이르면 이달 발표할 것으로 알려졌다. 전자신문, 「배민·쿠팡이츠, 정부 제재 압박·자진사정 수용해나, 2026.6.7.

8) EU에서는 Meta가 Facebook 소셜네트워크 서비스와 Facebook Marketplace를 결합하여 제공한 행위가 문제된 바 있다. EU집행위원회는 Meta가 Facebook 이용자를 Marketplace에 자동으로 노출시켜 경쟁 온라인 광고 서비스보다 유리한 지위를 부여하였다고 보았다. 이 사건은 전형적인 끼워팔기 사안은 아니지만, 지배적 플랫폼의 핵심 서비스와 인접 서비스가 결합될 경우 이용자 선택과 인접 시장 경쟁에 영향을 미칠 수 있음을 보여준다는 점에서 참고할 수 있다. EU Commission, 「Commission fines Meta € 797.72 million over abusive practices benefitting Facebook Marketplace」, Press Release, 2024.11.14.

9) 현재 공정위는 와우 멤버십의 결합 제공 행위에 대해 불공정거래행위뿐만 아니라 시장지배적지위 남용행위 여부도 검토 중인 것으로 보인다. SBS Biz, 「공정위, 배달 끼워팔기 의혹 쿠팡 시장지배사업자 여부 심판대」, 2026.1.12.

10) 이데일리, 「쿠팡이츠 입점사에 갑질했다」·공정위, 내달 ‘초혜대우’심의, 2026.3.12.

11) CJEU, Booking.com BV v. 25hours Hotel Company Berlin GmbH and Others, Case C-264/23, 2024.9.19.

12) 공정거래위원회 의결 제2026-016호, 2022유통1681-2022유통1771, 2026.2.11., 공정위는 시장명령과 함께 총 21억 8천 5백만 원의 과징금을 부과하였다.

는 쿠팡이 직매입거래의 본질상 부담해야 할 가격 경쟁 및 재고 위험을 납품업자에게 이전하였다고 판단하였다. 이 사건은 거래조건 및 비용 부담 구조가 플랫폼의 노출·발주 체계와 결합되면서 거래상 우월적 지위의 영향력이 한층 더 확대될 수 있음을 보여주는 사례라는 점에서 의미가 있다.

3. 기업집단 규율 문제

플랫폼 기업이 성장하여 기업집단화되는 과정에서는 지배구조와 책임귀속의 문제도 함께 제기된다. 이와 관련하여, 쿠팡의 동일인 지정 문제는 글로벌 플랫폼 기업의 지배구조를 현행 공정거래법상 기업집단 규율 체계에 어떻게 포섭할 것인지와 관련하여 지속적으로 논의되어 온 사안이라 할 수 있다.¹³⁾

쿠팡은 2021년 공시대상기업집단으로 최초 지정된 이후 2025년까지 법인인 '쿠팡(주)'가 동일인으로 지정되어 왔다. 당시 공정위는 김범석 의장이 미국 국적자로서 미국법인을 통해 쿠팡 그룹을 실질적으로 지배하고 있다는 점은 인정하면서도, 외국인 동일인 규율 관련 제도 미비 및 기존 외국계 기업집단 지정 사례 등을 고려하여 법인을 동일인으로 판단하였다.¹⁴⁾ 그러나 이러한 지정 방식에 대해서는 국내 기업집단 총수와의 형평성 문제 및 역차별 논란이 지속적으로 제기되어 왔다.¹⁵⁾

이후 공정위는 2024년 시행령 개정으로 비자연인을 동일인으로 지정할 수 있는 기준을 명문화하였고(법 시행령 제38조제5항), 2026년 동일인 지정 과정에서는 김범석 의장 및 친족의 경영 참여 여부·그룹 전반에 대한 실질적 지배력 행사 여부를 고려하여 김범석 의장을 쿠팡의 동일인으로 변경 지정하였다.¹⁶⁾

최근에는 동일인 제도의 취지가 실질적인 지배력과 책임귀속

의 주체를 특정하는 데 있다는 점에서 외국 국적 여부와 무관하게 실질적 지배자인 김범석 의장을 자연인 동일인으로 지정하는 것이 타당하다는 견해가 제시되고 있다. 또한 대내외 파급효과를 고려하여 자연인 동일인 지정이 어렵다고 판단될 경우에는 오히려 동일인 제도를 정비하여 기업집단 규제의 수범자 전반에 대한 규제 부담을 합리적으로 조정하는 방안도 검토해볼 필요가 있다는 의견이 제기되고 있다.¹⁷⁾ 다만 이번 동일인 변경을 둘러싸고는 동일인 지정 기준의 명확성과 법인 동일인 예외 규정의 타당성에 대한 논란도 존재한다. 특히 쿠팡 측은 동일인 지정이 한미 FTA상 최혜국대우 의무 및 투자자 보호 의무 위반 가능성을 초래하고, 외국계 기업과의 형평성 및 투자 안정성에도 영향을 미칠 수 있다고 주장하고 있어 향후 관련 쟁송 과정에서 이러한 쟁점이 추가적으로 논의될 가능성이 있다.¹⁸⁾

4. 정책적 시사점

이번 보고서에서 다룬 쿠팡 관련 사안들은 단순한 개별 법 위반의 문제를 넘어, 플랫폼 산업의 성장과 사업모델 변화에 따른 거래질서 변화의 양상을 보여주는 사례로 이해할 수 있다. 특히 플랫폼이 중개 기능을 넘어 다양한 서비스 영역으로 사업을 확장하면서, 기존의 전통적 유통거래 또는 단순 중개플랫폼 구조만으로는 설명하기 어려운 쟁점들이 계속 나타나고 있다.

실질적인 유통·물류 기능을 확대하고 있는 플랫폼은 이를 단순한 중개서비스로 볼 것인지, 아니면 전통적 유통사업자와 동등하게 볼 것인지에 대한 규율상 구분도 점차 어렵게 만들고 있다. 플랫폼 기반의 직매입·물류 모델에서는 거래조건·비용 부담·노출 및 발주 구조가 상호 결합되어 나타나는 만큼, 향후 유통산업에 대한 규율 역시 개별 거래유형 중심의 접근을 넘어 변화하는 거래구조와 영향력 행사 방식에 대한 보다 심층적인 분석과 새로운 관점에서의 접근이 요구되는 시점이다.

「이슈와 논점」은 국회의원의 입법활동을 지원하기 위해 최신 국내외 동향 및 현안에 대해 수시로 발간하는 보고서입니다.

- 13) 공정거래법상 동일인 지정은 기업집단을 실질적으로 지배하는 주체를 특정하여 계열회사 범위 확정, 내부거래 공시, 사익편취 규제 등 기업집단 규율의 기준점을 설정하는 제도로 「동일인 판단 기준 및 확인절차에 관한 지침」에 따라 최다출자자, 최고 직위자, 경영에 대한 지배적 영향력 행사 여부, 대내외적 대표성 등을 종합적으로 고려하여 동일인을 판단하고 있다. 공정위는 동일인 판단에 관한 기준을 명문화하기 위해, 과거 동일인 판단 과정에서 활용해 온 기준들을 체계화한 지침을 2023년 12월 27일 마련하였다. 「동일인 판단 기준 및 확인 절차에 관한 지침」 [시행 2024. 1. 1. 공정거래위원회 예규 제446호 2023. 12. 27. 제정].
- 14) 공정거래위원회, 「2021년도 공시대상기업집단 71개 지정」, 보도자료, 2021.4.29.
- 15) 조선일보, 「쿠팡 김범석, 미국적 이유 총수 지정 또 제외... '동일인 제도' 역차별 논란」, 2024.5.16.
- 16) 공정거래위원회, 「2026년도 공시대상기업집단 102개 지정」, 보도자료, 2026.4.29.

- 17) 강상연, 「공정거래법상 기업집단 제도와 외국인에 대한 동일인 규제」, 『경쟁법연구』 제51권, 『한국경쟁법학회』, 2025.3.
- 18) 한국경제, 「한·미 통상 문제로 번지는 '동일인 제도'...이대로 둘 건가」 사설, 2026.4.25., 매일경제, 「공정위의 '김범석 쿠팡 동일인 지정' 처분, 법원서 '효력 직권정지' 시켜」, 2026.5.16.

