

2020.9.24 한국방송학회 세미나 발표

글로벌 플랫폼의 정책 변경과 콘텐츠 산업을 위한 정책적 대응

이화여자대학교 커뮤니케이션미디어 연구소

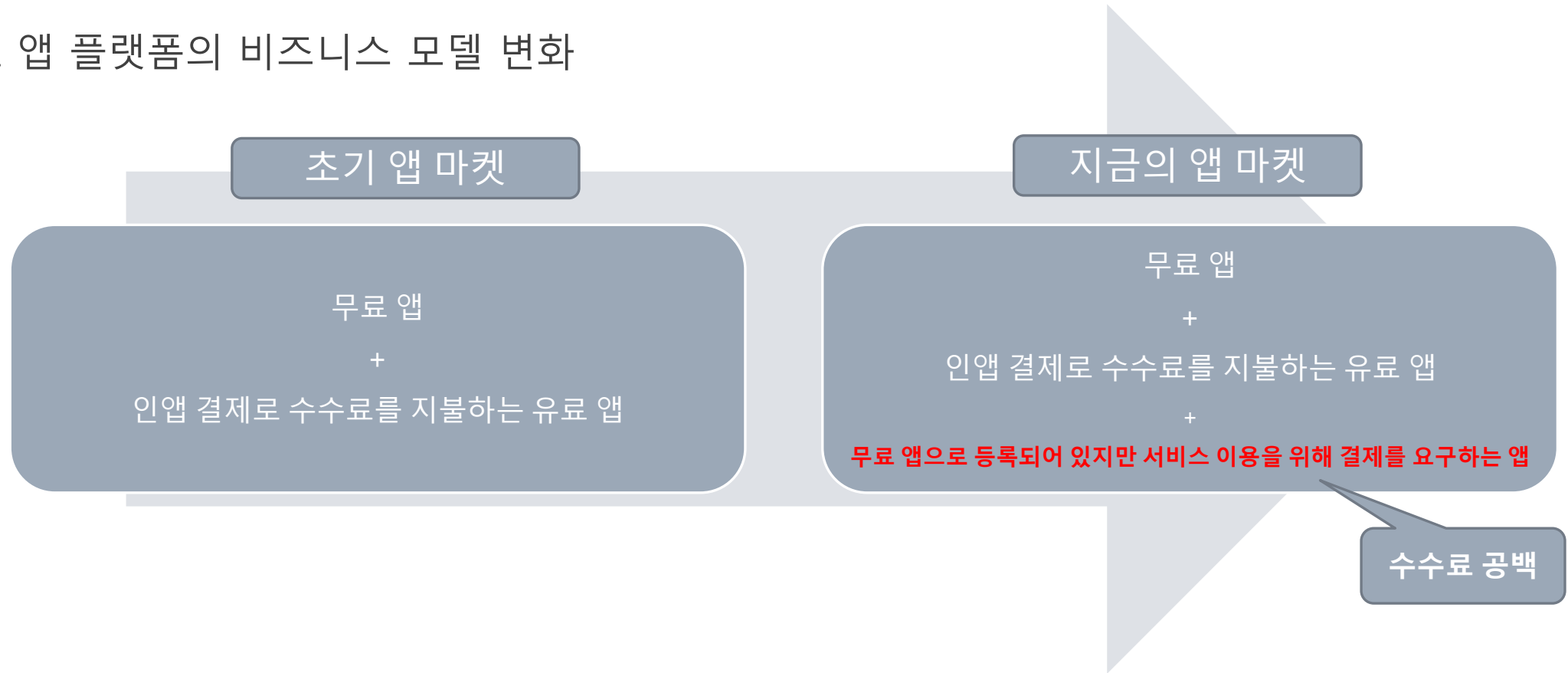
연구위원 표시영

1. 인앱 결제 강제 배경 및 정의
2. 구글의 정책 변화에 대한 정책적 대응 방안
3. 법의 보완이 필요한가?
4. 정책적 대응 이외의 방법은?

목차

인앱 결제(In App Purchase) 강제 배경

1. 앱 플랫폼의 비즈니스 모델 변화



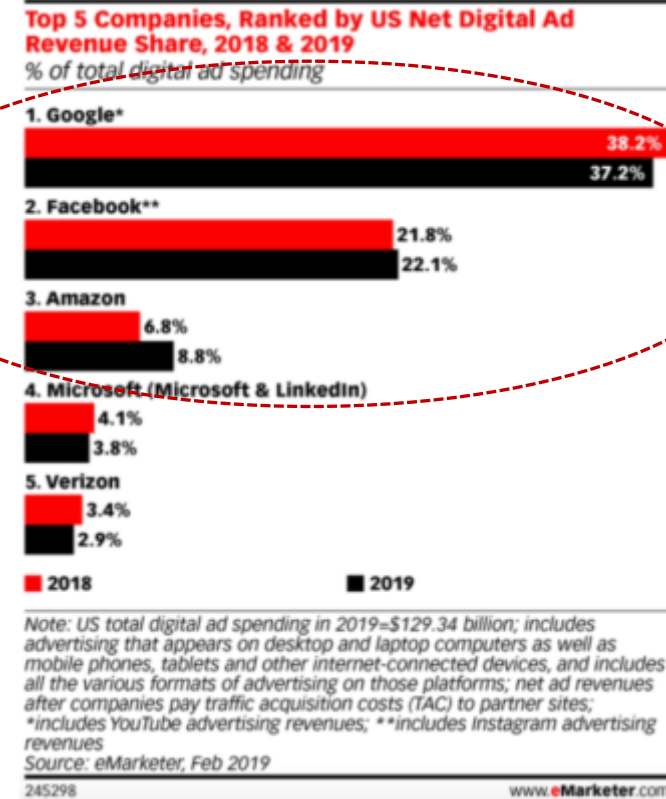
인앱 결제(In App Purchase) 강제 배경

2. 구글의 수익구조 다변화 필요성 증대

- ① 구글의 광고 수익 하락: 검색광고 + 배너광고 ↓
- 페이스북과 인스타그램 등의 타겟팅 광고 수익 증가
 - 전자상거래의 증가로 인한 아마존의 수익 증가
 - 인앱 결제 시장이 점차 중요한 시장으로 부상: 2011년 8.6%에서 2019년 48% 전망

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019(P)
유료앱	85.8%	82.8%	75.9%	69.5%	59.5%	47.5%	37.8%	39.4%	39.4%
인앱결제	8.6%	11.4%	17.2%	22.5%	30.9%	40.8%	48.2%	45.3%	45.3%
광고	5.6%	5.8%	6.9%	8.1%	9.6%	11.6%	14%	15.3%	15.3%

* mobia의 2019 모바일 콘텐츠 산업 현황 실태조사 보고서와 오영아(2014) 모바일 앱 및 광고 시장의 현황과 전망, DMC리포트를 참고하여 작성



인앱 결제란 무엇인가

- 인앱 결제: 앱을 구동한 상태에서 앱을 통해 디지털 콘텐츠를 구매하는 일련의 행위를 지칭
- 인앱 결제의 강제: 앱 마켓 사업자가 자신의 앱 마켓을 이용하는 개발자 및 이용자들에게 다양한 결제시스템을 허용하지 않고, 자사가 허락한 전자결제 수단만 사용해야 함을 의미
 - 인앱 결제 강제: 인앱 결제시 부과되던 수수료 30%를 전체 앱으로 확대 적용, 따르지 않을시 앱 마켓에서 퇴출
- ✓에픽(게임 서비스): 자사 최고 인기 게임인 포트나이트에 자체 결제시스템을 이용하려다가 계약 위반을 이유로 앱 스토어와 구글 플레이에서 퇴출되었고, 현재 소송 중(퇴출+개발사 삭제)
- ✓스포티파이(음악 스트리밍 서비스): 애플의 수수료 정책에 대해 EU 경쟁위원회에 반독점 소송을 제기
- ✓EU에서도 애플에 대한 반독점 조사를 시행 중

쟁점사항 분류

결제 방식 강제	수수료 확대 적용	강제 퇴출
①전자결제사업자 ③플랫폼 사업자 (전자결제) ④이용자	②일반 개발자 ③플랫폼 사업자 (CP) ④이용자	②일반 개발자 ③플랫폼 사업자 ④이용자

- ① 전자결제시스템 사업자
- ② 일반 개발자: 전자결제는 제공하지 않고, 디지털 콘텐츠만 제공
- ③ 플랫폼 사업자: 전자결제도 제공하고 디지털 콘텐츠도 제공
- ④ 이용자(소비자): 앱 내 디지털 콘텐츠를 비용을 지불하고 이용하는 자

적용법률-공정거래법

1. 인앱 결제 시스템의 강제

- 경쟁자 배제

2. 수수료 30% 확대 적용

- 불이익제공

3. 강제 퇴출

- 거래거절

공정거래법 제23조(불공정거래행위의 금지) ①사업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위(이하 "不公正去來行爲"라 한다)를 하거나, 계열회사 또는 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니된다.

1. 부당하게 거래를 거절하거나 거래의 상대방을 차별하여 취급하는 행위
2. 부당하게 경쟁자를 배제하는 행위
3. 부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하거나 강제하는 행위
4. 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위
5. 거래의 상대방의 사업활동을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하거나 다른 사업자의 사업활동을 방해하는 행위
6. 삭제 <1999. 2. 5.>
7. 부당하게 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위를 통하여 특수관계인 또는 다른 회사를 지원하는 행위
8. 제1호 내지 제7호이외의 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위

적용법률-전기통신사업법

제50조(금지행위) ① 전기통신사업자는 공정한 경쟁 또는 이용자의 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 "금지행위"라 한다)를 하거나 다른 전기통신사업자 또는 제3자로 하여금 금지행위를 하도록 하여서는 아니 된다.

5. 이용약관(제28조제1항에 따라 신고한 이용약관만을 말한다)과 다르게 전기통신서비스를 제공하거나 **전기통신이용자의 이익을 현저히 해치는 방식으로 전기통신서비스를 제공하는 행위**

전기통신사업법 시행령 <별표 4> 금지행위의 유형 및 기준
5. 이용자의 이익을 해치는 전기통신서비스의 제공 행위

(나-8) “**정당한 사유 없이 이용계약에 관한 중요사항을 변경하거나 이용계약을 해지하는 행위**”

(사-4) “**일정한 전기통신서비스를 이용하여 다른 서비스를 제공하려는 자에게 불합리하거나 차별적인 조건 또는 제한을 부당하게 부과하는 행위.**”

시장 획정 및 시장지배적 사업자 판단

- 앱 시장의 시장획정 문제
 - 앱 마켓으로 한정? 모바일 OS 시장까지? 아니면 전체 OS 시장으로 확대?
 - 기존 SSNIP(a small but significant non-transitory increase in price) Test 적용에 대한 한계
 - 양면시장 및 다면시장에 대한 문제
 - 다양한 사업을 영위하는 다국적 플랫폼 기업들 증가
 - 유동적이고 변화의 예측이 불가능한 시장
 - 앱 마켓 시장- 구글 플레이의 본격적인 성장이 시작된 해가 2010년으로 올해로 10년 → 시장지배적 사업자에 대한 판단 문제 발생
- EU 집행위원회의 구글에 대한 시장획정
 - 구글이 유럽경제지역 내 일반 인터넷 검색시장, Licensable이 가능한 모바일 OS 시장, **안드로이드 OS용 앱스토어 시장**에서 각각 시장지배적 지위를 가진다고 판단
 - 모바일 OS와 앱 마켓의 관계: 일종의 서브마켓

구글의 행위는 정당한 사유인가?

- 현재 불공정(의심)행위의 결과로서 시장에 나타난 현상에 대한 정보가 없는 상황에서, 경쟁제한성에 대한 실질적 분석은 한계가 있음
 - 그렇다면, 지금 이 시점에서는 구글 행위의 정당성을 먼저 검토해야 할 필요 있음
- “구글의 행위를 합리적이고 정당한 사유라고 볼 수 있는가?”

공정거래법상 경쟁제한성이 있더라도 거래거절의 합리성이 인정되는 경우에는 위법으로 보지 않을 수 있는데, ① 당해 행위로 인해 발생하는 **효율성 증대 효과나 소비자후생 증대효과가 경쟁제한 효과를 현저히 상회**하는 경우, ② 당해 행위에 **합리적인 정당한 사유가 있다고 인정**되는 경우가 그 예이다.

전기통신사업법상 ‘부당한 행위’에 대한 세부 판단기준은 방통위의 고시(전기통신사업자간 불합리하거나 차별적인 조건·제한 부과 부당한 행위 세부기준)에서 규정되어 있는데 방통위는 ‘**행위의 부당성**’을 판단함에 있어 **실질적인 이용자 이익 침해** 발생하지 않고 행위에 대한 **정당한 사유**가 있다면 부당하지 않다고 본다.

강제 퇴출

- 강제 퇴출은 현재의 앱 마켓 시장의 독점적 점유율 구조를 봤을 때 부당한 거래조건
- 글로벌한 시장 내 최대한 많은 고객에게 노출되어야 하는 개발사 입장에서는 구글 혹은 애플의 앱 마켓 진입이 **필수적**

	점유율(%)			전망	앱 마켓 매출액(단위: 억) (커머스 제외)			전망
	2017	2018	2019(E)	2020(E)	2017	2018	2019(P)	2020(E)
구글	62.7	63.1	63.4	63.8	48,824	53,999	59,996	67,999
애플	24.9	24.6	24.4	24.3	19,383	21,062	23,086	25,866
원스토어	11	11.1	11.2	11.3	8,605	9,403	10,561	12,020

(모바일콘텐츠 산업 실태조사 보고서, 한국모바일산업연합회, 2019)

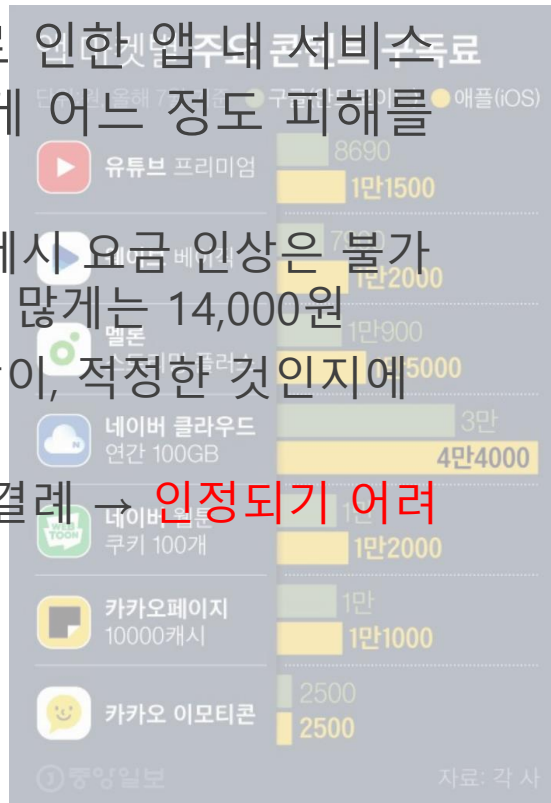
- 앱 내에서 결제하는 방식이 훨씬 편한 서비스들이 존재(구독형 X, 건당 결제 O)

- 구글은 자사의 인앱 결제방식을 따르지 않을시 강제 퇴출 말고도 다른 옵션을 제공하고 있음
 - ① 이용과 결제의 분리(ex: 넷플릭스)
 - ② 인앱 결제를 사용하는 앱과 그렇지 않은 앱을 분류하여 디지털콘텐츠 판매 여부를 구분
- 즉 강제 퇴출 이외에 선택권을 부여
- 만약 퇴출이 된다면?
 - 개발자 및 이용자의 이익 침해가 상당할 것으로 예상됨
 - 디지털콘텐츠에 대한 환불문제부터~금액으로 산정할 수 없는 이용불가에대한 손해까지 발생
 - 그러나 **적정 유예기간, 정당한 환불정책, 사전예고**가 있다면 구글의 행위가 합리적이지 않다고 볼 근거가 부족

수수료 30% 확대 적용

- 과연 수수료 인상으로 인한 앱내 서비스 가격인상이 이용자에게 어느 정도 피해를 줄 것인가

- 구글의 인앱 결제 강제시 요금 인상은 불가피: 적게는 100원에서 많게는 14,000원
- 어느 정도의 가격인상이, 걱정할 것인지에 대한 기준 부재
- 가격 규제: 국내외 판결례 → 인정되기 어려울 것으로 보임



- 수수료 징수는 사업자의 정당한 권리
- 영업의 자유 + 30%가 현 시점에서 과다한가?

Table 1: Commission Rates for Select App Stores

Google Play Store	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 30% (15% for subscriptions after 12 months)
Amazon Appstore	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 30% (20% for video streaming subscriptions)
Samsung Galaxy Store	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 30% (or otherwise agreed-upon)
Microsoft Store	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 30% on games ▪ 30% on all sales in Business and Education stores ▪ 30% for Windows 8 devices ▪ 15% otherwise
Apple App Store	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 30% (15% for subscriptions after 12 months)

Jonathan Borck, Ph.D., Juliette Caminade, Ph.D. 및 Markus von Wartburg, Ph.D. for Analysis Group(2020)이 실시한 연구보고서

- 그렇지만 구글은 왜 처음부터 수수료 30%를 부과하지 않았는가? 왜 지금인가.
- 구글의 점유율 확보: 안드로이드 OS에 대한 오픈 정책 + 낮은 IAP 정책
- 반경쟁적인 의도, 신의성실의 원칙

인앱 결제 강제, 과연 정당한 것인가

1. 앱 마켓과 웹 마켓

- 웹 마켓과 비교해보면 상대적으로 앱 마켓은 폐쇄적으로 운영
 - 초기 이용률 ↓, 모바일 기반
- 현재 정보통신서비스 이용행태
 - PC에서 모바일, 모바일 내 웹 이용 < 앱 이용
- 영향력 측면에서 유사 혹은 그 이상
 - 웹 마켓 만큼의 공개성 필요
 - 웹 마켓 만큼 다양한 서비스들이 동등하게 접근할 수 있어야 함

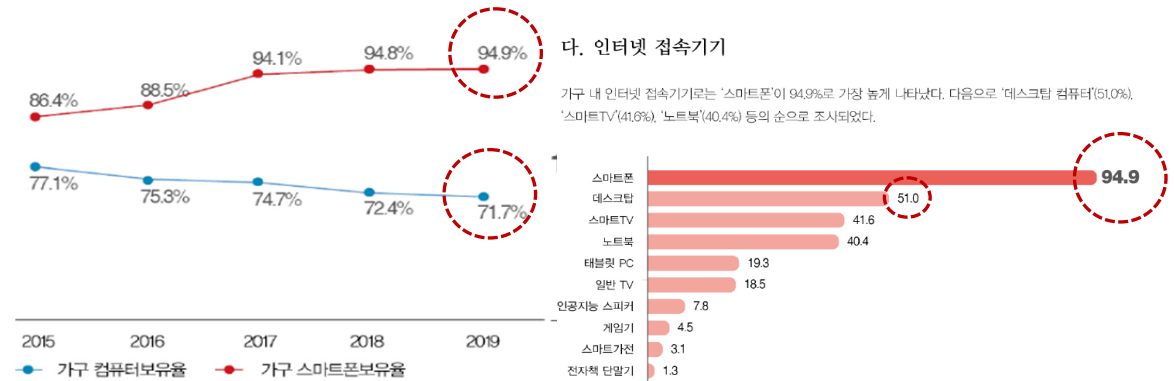


그림 48) 컴퓨터 및 스마트폰 보유율(%)

과학기술정보통신부·한국정보화진흥원(2019) 인터넷이용실태조사 보고서

다. 인터넷 접속기기

가구 내 인터넷 접속기기는 '스마트폰'이 94.9%로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '데스크탑 컴퓨터'(51.0%), '스마트TV'(41.6%), '노트북'(40.4%) 등의 순으로 조사되었다.

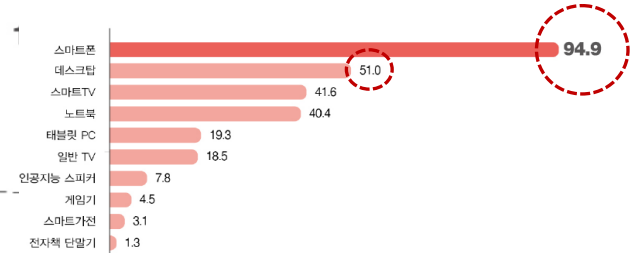
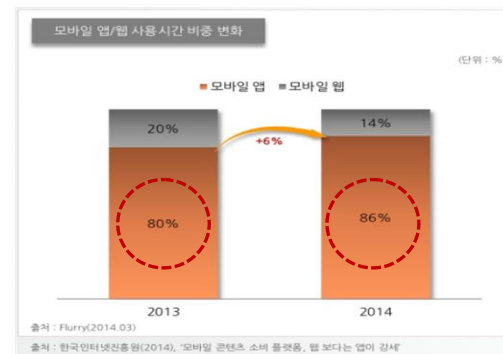


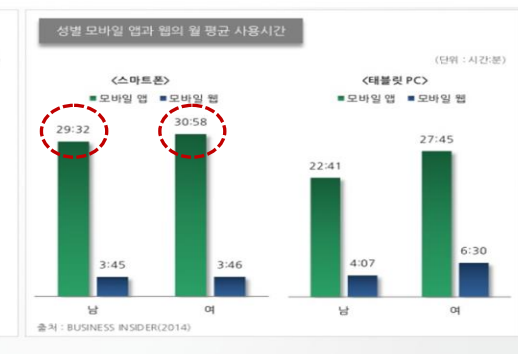
그림 3-3) 가구 인터넷 접속기기(복수응답, %, 전체 가구 기준)

그림 48) 컴퓨터 및 스마트폰 보유율(%)



출처 : Flurry(2014.03)
출처 : 한국인터넷진흥원(2014), '모바일 콘텐츠 소비 플랫폼, 웹 보다는 앱이 강세'

그림 49) 컴퓨터 및 스마트폰 이용률(%)



출처 : BUSINESS INSIDER(2014)

오영아(2014) 모바일 앱 및 광고 시장의 현황과 전망, DMC리포트

인앱 결제 강제, 과연 정당한 것인가

2. 전자결제시장의 타격

- 전자결제 시장: 2019년 국내 이용금액 80조원 넘어 2016년에 비해 약 200%가량 **증가**
- 현재 43개의 **다양한 국내 사업자들이 시장에 진입해 경쟁**
- 특히 **온라인**에서 이용률이 높음
- 인앱 결제 강제: 안드로이드 OS시장-전자결제 시장으로 시장지배력 레버리지 ↑
- 데이터의 문제
 - 전자결제만으로 의미를 가지는 것이 아니라 **이용자의 구매와 관련된 모든 정보의 소유 및 통제를 의미**
 - 전자결제 정보: 구매 + 그 외에 모든 정보
 - 데이터 경쟁 시대: 데이터는 하나의 자원

3. 정말 이용자 후생이 증대하는가?

- 인앱 결제시 결제과정이 간편해져 이용 편의성이 증대
 - 이용 편의성 증대 vs 선택권 저해
 - 이용 편의성은 이용자의 매우 구체적인 권리
 - 디지털 미디어 시장에서 점차 중요해지고 있는 선택권의 문제
- 인앱 결제시 결제 취소 및 환불에 있어 동일한 기준을 적용해 효율성 향상
 - 한국소비자원(2018)에 따르면 인앱 결제시 환불 및 환급이 일반결제보다 **어려운 것으로 나타남**

< 표 3-9 > 결제방법별 해지·환급 가능한 앱 현황

구분	인앱결제만 가능	일반결제만 가능 (신용카드, 휴대폰 등)	인앱결제·일반결제 모두 가능
구글 플레이스토어	1/24개(4.2%)	9/127개(75.0%)	3/97개(33.3%)
애플 앱스토어	11/40개(27.5%)	-	-

* 청약철회·잔여분 환급 가능 앱수 / 제공 서비스 앱수 (비율)

전기통신사업법 일부개정법률안

- 다양한 개정안이 나오고 있는 상태: 모두 지금의 구글 행위에 직접적으로 적용될 수 있음

홍정민
의원
20.7.30

“불법정보 앱 등록 및 판매, 거래상 지위 이용하여 부당계약, 공정경쟁 및 이용자이익 저해 행위”

박성중
의원
20.8.11

“특정 결제수단 강제, 불합리한 차별적 조건 또는 제한을 부과하는 행위”

조승래
의원
20.9.8

“특정 결제방식 강제, 부당한 심사지연 및 삭제, 다른 앱 마켓 미 제공 유도, 거래상 우월적 지위 이용하여 불공정 행위”

한준호
의원
20.9.16

“앱 마켓 사업자의 부가통신사업자에 대한 부당한 강요나 차별 금지”, “모바일 콘텐츠를 등록 판매하는 부가통신사업자는 모든 앱 마켓 사업자에게 동등하게 콘텐츠를 제공할 수 있어야 함(콘텐츠 동등접근권)”

개정안에 대한 의견

- ✓ 중복규제 문제 발생할 소지 있음
 - 지금의 전기통신사업법 금지행위 규정과 중복
 - 현행법으로 지금의 구글 행위 규제 가능
- ✓ 특정 결제 방식(수단), 콘텐츠 동등 접근
 - 사전규제
- ✓ 향후에도 다양한 불공정 (의심) 행위 나올 수 있음. 특정 행위에만 국한된 법안 발의는 지양 필요 → 규제기관 역할 중요
- ✓ 단 지금의 개정안은 시장조사가 어렵고, 이 용자에 대한 피해가 즉각적인 디지털 미디어 시장에서 발생하는 현행 경쟁법에 대한 한계 점을 극복하는데 기여할 수 있음

❖ 자료 제출 의무 강화 필요성

(역외적용 문제)

- 전기통신사업법 제2조의 2
- 동법 제 22조의 8
- 동법 제 34조의 2

- 해외 플랫폼 사업자에 대한 정책적 대응은 궁극적으로 **해외 사업자의 협조**가 필요함
- 부가통신사업자에게 적용되는 **실태조사**를 효율성 있게 활용할 필요 있음: **국내대리인 지정 및 자료 제출 의무에 강제성 부여**

정책적 대응 이외의 방법

- 지금과 같은 사후규제 형태 + **국내 토종 앱 마켓의 시장경쟁력 강화**
 - 원스토어의 앱 판매 수수료 인하 정책(2018년 2분기): 개발사들이 원스토어에서 앱을 '판매'할 시 떼어가는 수수료를 30%에서 20%로 낮추고, 만약 개발사가 자체 결제시스템을 사용할 경우 수수료를 최대 5%대로 낮춤
 - 그 결과, 여러 중소, 대형, 해외 게임사들이 입점하여 콘텐츠 증가 + 이용률 증가
 - 원스토어의 모바일게임 시장 점유율이 앱 스토어를 제치고 2위, 2020년 1분기에도 거래액 증가하여 18년 2분기에 비해 2배 이상
 - 개발사들도 수수료 인하로 7분기 동안 얻은 수익이 약 460억원
- **개발자와 이용자가 모두 상생할 수 있는 정책을 통해 장기적으로 접근할 필요 있음**



경청해 주셔서 감사합니다.

이화여자대학교 커뮤니케이션미디어 연구소 연구위원 표시영

(SIYOUNGPYO@NAVER.COM)