

인앱결제 강제 금지법 통과 의미와 남겨진 숙제

유병준 (서울대학교 경제학과 교수)

구글의 인앱결제 강제화에 반대하여, 한국 정부는 세계 최초로 인앱결제 강제 금지법을 제정하였다. 본 리포트에서는 인앱결제 강제화를 금지할 수 밖에 없었던 법적 이유와 경제적 이유를 살펴보고, 법안의 통과가 법적, 경제적으로 국내, 나아가 국제적으로 미칠 영향을 분석, 예측해보고자 한다. 향후 소비자 보호 측면의 관리 문제에 대하여도 시사점을 제안하고자 한다.

1. 들어가며

국내 모바일 콘텐츠 산업은 2019년 기준 매출액이 26조 287억 원에 달하여 전년 대비 12.5% 성장하였다(모바일 콘텐츠 산업 현황 실태조사, 2019). 모바일 콘텐츠 산업은 규모에 있어서뿐 아니라 성장세를 고려할 때도 한국에 있어 매우 중요한 산업이라고 할 수 있다. 소비자들은 다양한 모바일 기기를 활용해 모바일 콘텐츠를 소비한다. 모바일 콘텐츠는 주로 앱마켓을 통해 설치된 모바일 앱을 통해 제공된다. 국내에서 서비스 중인 대표적인 앱마켓에는 구글이 운영하는 ‘구글 플레이’, 애플이 이용하는 ‘앱스토어’, 국내기업인 ‘원스토어’가 있다. 이중 구글 플레이는 안드로이드 운영체제 기반 기기에서 사용하는 모바일 앱을 제공하는 플랫폼으로 국내 점유율이 63.4%로 가장 높은 시장 점유율을 차지하고 있고, 애플 앱스토어는 iOS 기반 기기에서 사용할 수 있는 앱을 제공하며, 24.4%의 시장을 점유하고 있다. 국산 앱마켓인 원스토어는 통신사별로 존재하던 통신 3사 스토어와 네이버 앱 스토어가 통합하여 탄생한 안드로이드 운영체제 기반의 종합 앱마켓이다.

앱마켓에서 발생하는 결제는 스토어 구매와 인앱결제로 분류할 수 있다. 스토어 구매는 소비자가 앱마켓에서 유료 앱을 다운로드 및 설치할 때 발생하는 결제이다. 구글 플레이, 앱스토어의 경우 스토어 구매에 대해 콘텐츠 제공자에 각각 30%의 수수료를 부과하고 있으며 원스토어의 경우 이보다 낮은 20%의 수수료를 부과하고 있다. 인앱결제는 소비자가 이미 설치한 앱에서 콘텐츠를 구매할 때 발생하는 결제이다. 앱마켓의 정책에 따라 다르지만, 인앱결제의 경우 콘텐츠 제공자가 앱마켓의 결제 플랫폼이 아닌 다른 결제 플랫폼을 이용할 수 있다는 점에서 스토어 구매와 구별된다.

구글 플레이의 경우 게임으로 분류되는 모바일 앱은 반드시 구글 플레이를 통하여 인앱결제를 하도록 제한하였으며, 인앱결제에 대해서도 스토어 구매와 마찬가지로 30%의 수수료를 부과하고 있다. 애플의 앱스토어는 모든 종류의 모바일 앱에 대하여 반드시 앱스토어를 통해 인앱결제를 하도록 제한하고 있으며 역시 30%의 수수료를 부과하고 있다. 반면, 원스토어는 인앱결제에 대해 콘텐츠 제공자가 외부 결제 시스템을 사용할 수 있도록 허용하고 있다.

2020년 6월 구글은 자사 플랫폼에 적용되는 새로운 결제 시스템 ‘빌링 라이브러리 V.3’을 발표하고, 새 결제 시스템에서는 게임 앱에만 적용해 온 30%의 수수료 부과를 모든 종류의 모바일 앱에 확대 적용하겠다는 계획을 발표한다. 이는 OTT, 음악, 웹툰, 전자책 등을 포함한 모든 콘텐츠에 30%의 결제 수수료가 부과되며, 2020년 8월 2일부터 모든 모바일 앱에 이 결제 시스템을 의무 적용한다는 것을 의미한다. 이전 출시된 모바일 앱도 2021년 11월 1일까지 업데이트를 완료할 것을 권고함으로써 유예기간 후 전면 인앱결제 강제화와 일률적 30% 수수료 부과를 발표하였다.

이것은 구글이 인앱결제 이외의 외부결제를 금지하며, 인앱결제 외의 여러 가지 다른 결제 방식과 그와 관련된 회사들의 매출과 사업기회가 상실됨을 의미한다. 이미 애플의 앱스토어가 이와 같이 일률적 인상을 했지만, 국내 시장에서 안드로이드 운영체제의 비중이 압도적으로 높고, 안드로이드 시장은 치열한 경쟁 속에 수수료가 높지 않은 상황에서도 이 문제는 사회적으로 큰 관심을 모으게 되었다. 결국 세계 최초로 인앱결제 강제화 조치가 2021년 9월 14일 전기통신사업법 개정을 통하여 결정되었다(방송통신위원회, 2021).

2. 인앱결제 강제 금지의 이유

2.1. 법률적 이유

법적으로 볼 때 인앱결제에 의해 현재 실효적으로 10% 정도로 추정되고 있는 콘텐츠사업자들의 수수료가 30%로 인상된다는 것은 기업이 자유롭게 가격을 올린다는 입장에서 제재할 수 있는 내용은 아니다. 사회적 공익(公器)로 공익 차원에서 가격 규제를 할 수 있다고 보기에 모바일 콘텐츠가 생필품이라기보다 자유로운 고객의 선택이 가능한 효용을 가진 상품으로 볼 때 무리가 있다고 보인다.

하지만, 인앱결제라는 방식은 소비자의 결제 자유를 제한하고 결제 서비스 판매자의 진입도 제한한다는 입장에서 강제성 문제의 소지가 있다는 점에서 규제의 정당성이자 이유를 들 수 있을 것이다. 에픽게임즈 포트나이트의 인앱결제 외 결제방법 제공 시도에 대한 애플 및 구글의 제재는 미국에서도 대표적인 관련 분쟁으로 대중의 관심을 가지게 하였다(조선비즈, 2020). 소비자의 자유를 고려한다는 부분, 결제 서비스 공급자의 제한에 대한 제재라는 입장에서 어느 정도 정당성을 가지는 것으로 보인다. 법적 규제 문제에 대해서는 보다 전문가적 논의, 사회적 가치에 대한 재고(再考) 등 법률 전문가들의 영역, 공공 영역에서 보다 많은 논의가 향후 플랫폼 기업의 역할의 확대와 함께 필요하다고 보인다.

2.2. 경제적 이유 및 효과

본 리포트에서 경제적 이유와 효과를 중점적으로 분석하고자 한다. 인앱결제에 의한 산업의 피해 규모를 산출하기 위하여 <그림 1>과 같이 인앱결제 강제화가 영향을 미치는 모바일 콘텐츠 산업 규모를 추정하고, 경제적으로 인앱결제 강제화가 매출을 어느 정도 감소시키는지를 가격이 고정된 상태에서 감소할 매출을 추정하는 단순 추정 방식과, 세율 증가에 따른 기업의 모바일 콘텐츠 가격 상승과 이에 따른 매출 감소 효과까지 추정하는 복합적 추정 방식을 통하여 매출 감소분을 추정한다. 또한 산업유발 계수를 이용하여 관련 파급효과를 추정하여 우리나라 경제에 전체적으로 미치는 영향을 추정한 결과를 소개하고자 한다.

전체 모바일 콘텐츠 산업에서 직접적으로 영향을 받는 산업은 이미 30% 수수료를 내고 있거나 수수료 대상이 되지 않는 모바일 게임, 모바일 상거래, O2O 서비스 등을 제외하면 2019년 기준으로 14조 6,000억 원 정도로 추정된다.

그림 1 경제적 효과 산출 구조



출처: 인터넷기업협회(2020)

전체 거래액 중 구글 플레이에서 발생하는 모바일 거래액은 시장 점유율을 고려할 때 9조 2천억 원 정도 된다고 추정할 수 있다. 여기에 현재 인앱결제가 강제화되지 않은 시점에서 모바일 콘텐츠 산업에 적용되는 실효세율을 업계 추정 기준 10%로 보면, 30%로 오르게 될 때 매출 감소액은 아래 공식을 적용할 경우, 약 2조 600억 원 정도로 추정 가능하다.

$$\begin{aligned}
 &(\text{기존 거래액}) \div (1 - \text{기존 수수료율}) \times (1 - \text{신규 수수료율}) = (\text{신규거래액}) \\
 &(\text{매출 변화}) = (\text{신규 거래액}) - (\text{기존 거래액})
 \end{aligned}$$

하지만, 이 경우 매출은 기업의 가격 조정이 없을 경우를 가정한 것이지만, 구글 앱 통행세 확대가 적용되면 높아진 기업 부담 비용을 고려할 때, 기업은 이윤 확보를 위하여 콘텐츠 가격을 조정할 것이고 이와 같이 인상된 가격하에 매출량은 더욱 줄어들 것이다. Lee and Lee(2013)의 연구에서 저자들은 전자책의 수요가격 탄력성을 -0.75로 추정하였다. 이와 같은 추정치를 활용하여 구글 앱 통행세 관련 적용해보면 이하 수식과 같다.

$$\begin{aligned}
 &(\text{가격}) = (1 + \text{가격인상률}) \times (\text{가격}) \\
 &(\text{판매량}) = (1 + \text{수요가격탄력도} \times \text{가격인상률}) \times (\text{판매량}) \\
 &(\text{이윤}) = (1 - 0.3) \times (\text{가격}) \times (\text{판매량}) - (\text{고정비용})
 \end{aligned}$$

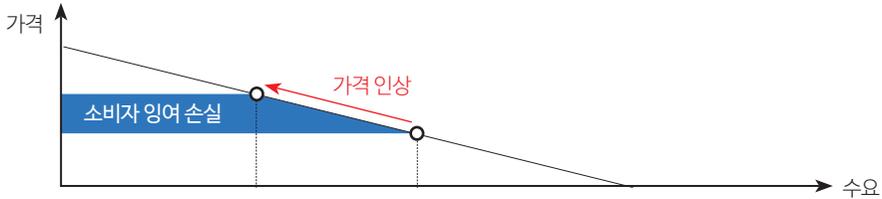
이와 같은 가정하에 이윤을 극대화하는 기업의 가격 인상률은 16.7%가 되고, 매출 감소액은 1조 9천억 원 정도가 된다. 본 결과는 -0.75의 탄력도를 고려한 결과로 실제 효과와는 물론 차이가 있을 수 있다. 하지만 전반적으로 불확실성을 고려하여 보수적으로 추정하였으므로 실제 효과는 이보다 클 것으로 예상된다.

본 결과는 2019년 매출액 기준이며, 연평균 10.6% 정도의 모바일 콘텐츠 성장률을 가정할 때, 2022년 매출 감소 효과는 2조 3,300억 정도가 된다. 이와 같은 매출 감소 효과는 구글 플레이에 국한된 것이며, 구글 플레이가 인앱결제 강제화 금지 조치에 의해 제한을 푸는 것처럼 향후 애플도 인앱결제 제한을 풀 경우 이미 감소한 매출의 증가 효과를 기대할 수 있을 것으로 보인다.

산업 매출 감소 규모로 인한 전반적 산업 파급효과를 추정하기 위해서는 한국은행의 산업연관 분석표를 활용하여 산업연관 효과를 산출할 수 있다. 모바일 콘텐츠 산업은 분류상 존재하지 않아 가장 유사한 소프트웨어 개발 공급 및 기타 IT산업서비스로 분류하여 산출해보면, 타 산업에 미치는 간접효과를 고려해 보면 생산유발 계수 1.391996으로 보고, 이것을 22년 매출 감소효과와 결합하면 3조 2,400억의 생산 감소효과가 예상된다. 노동 감소효과는 2만 72명 정도로 추정된다. 산업의 전후로 미치는 전방, 후방연쇄효과는 0.7 수준으로 소프트웨어, 디지털 콘텐츠 산업이 높은 수준으로 산업연관효과가 단기적으로 크다고 할 수는 없지만, 우수한 화이트칼라 노동력을 제공하는 면에서는 매우 매력적인 산업이며, 정부가 미래 산업으로 한국의 젊은이들이 선호하는 직업을 가진 산업으로 육성할 필요가 매우 높다고 할 수 있다.

또한, 여기에서 한 가지 더욱 강조할 구글의 인앱결제 강제화에 의한 앱 수수료 상승과 이에 따른 이익 감소효과는 상대적으로 규모가 작고 영업이익률이 낮은 기업에 더욱 치명적이다. 영업이익률이 30%인 기업의 영업이익 감소율이 16.67%인데 비하여 영업이익률이 70%인 기업의 영업이익 감소율은 7.89%로 영업이익률이 낮을수록 영업이익 감소효과는 훨씬 치명적일 수 있다.

그림 2 소비자 잉여 감소



출처: 인터넷기업협회(2020)

가격이 오르게 되면<그림 2>와 같이 매출도 줄게 되는데, 이에 의한 소비자의 시장거래에 의한 가치 창출분인 소비자 잉여도 줄게 된다. Brynjolfsson et al. (2003) 연구에서의 산출법을 사용하여 2조 3,200억의 매출 감소 시 소비자 잉여의 감소분은 1,941억 정도로 추정할 수 있어 소비자에게도 적어진 소비량과 높아진 가격에 의해 손실이 되게 된다.

3. 법안 통과 의미와 영향

3.1. 산업 영향

위 분석 결과에서 알 수 있듯이 기업에 매출 감소효과가 매우 큰데, 영업이익률이 낮은 기업일수록 인앱결제 강제화에 따른 수수료 증가 효과(10%에서 30%로 실효 수수료율 증가)가 더욱 치명적일 수 있다. 모바일 콘텐츠 중 상대적으로 이익률이 높을 것으로 추정되는 게임에 대한 수수료 30%는 상대적으로 저항이 적었으나, 타 모바일 콘텐츠에 대해 수수료율을 동일한 30%로 올릴 때 저항이 컸던 이유는 게임업계에 비해 상대적으로 치열한 경쟁과 기업의 생존에까지 위협을 느낀 업계의 반발이 매우 컸기 때문으로 보인다.

업계의 주장이기는 하지만 매출 이익률이 10%대에 있는 것으로 알려진 모바일 콘텐츠 업계에서의 수수료의 20% 인상은 너무나 치명적인 상황이다. 이와 같은 업계 사정에 대한 이해 없이 적용하는 잡스의 법칙(Jobs' Rule)인 30% 적용은 플랫폼 기업의 거대화과 탐욕성 논란에 불을 붙이는 결과가 야기된 것이라고 할 수 있다.

상기와 같은 원인과 절차에 의해 인앱결제 강제화 금지 법안이 세계 최초로 통과되며 기존 산업의 이익 보호, 현상 유지를 당분간 가능하게 한 점에서 한국의 콘텐츠 산업 보호에 매우 큰 의의가 있다고 할 수 있다. 최근 국회 청문회에서 플랫폼 기업들에 서비스, 콘텐츠 관련 하청 구조상 문제점 등에 대한 질의가 나오게 된 것도 같은 맥락에서의 움직임의 결과라고 할 수 있다.

국제적으로 볼 때 플랫폼 기업의 인앱결제 강제화에 대한 조치라는 점에서 유사한 상황에 있는 유럽이나 플랫폼 기업의 거대화와 횡포 문제에 관심이 급증한 미국도 국내에서의 법안 통과와 향후 적용 과정에 매우 큰 관심을 보이고 있어, 향후 한국의 상황 전개는 국제적으로도 영향을 미칠 것으로 보인다.

방송통신위원회와 공정위원회가 구글의 불공정한 향후 우회적 제재 가능성 등을 막는 등 사후 관리에서 각 기관이 규제 관련 역할을 국회 법률 제정 과정에서 나누게 된 점(방송통신위원회, 2021)에 대해 해당 기관들은 법적으로 기관의 고유권한으로 양보할 수 없는 영역이라고 주장할 수 있다. 하지만, 구글, 애플의 향후 성실한 인앱결제 금지 조치의 준수를 계속 확인, 감독하기 위해 일원화된 관리 체제가 협력적으로 이루어질 수 없는가 하는 의견들도 있을 수 있다. 이원화된 관리 감독체제가 실제 인앱결제 금지의 관리를 효율적, 효과적으로 할 수 있을지 우려가 있는 것이다. 감독기관의 권한 구분이 우선인지, 국가의 지속성, 일관성 있는 산업 보호가 우선이 되어야 할 것인지, 기업 국가라는 싱가포르(Corporate Singapore)와 같이 국가 부 창출을 위한 기업 지원과 합리적인 업무 조율이 우선인지 재검토되었으면 하는 바람이다.

3.2. 소비자 보호, 지속적 관리

인앱결제 강제화 금지를 통하여 일단 수수료 상승에 따른 가격 상승과 매출 감소를 통한 소비자 잉여의 감소는 방지될 수 있을 것으로 기대된다. 하지만, 향후 구글 등 거대 기업의 지속적 규제 우회 및 이익 증대 노력은 계속될 것이다. 또한, 법적으로 문제가 되던 인앱결제 비중을 높이고 이를 강제하려는 기업의 시도는 지속해서 사후 관리가 되어야 할 것이다. 최근 기타 결제 수단을 승인한다고 하지만 소비자가 인앱결제 이외에 다른 결제 수단을 선택할 시 불편을 겪어 사실상 인앱결제를 유도하는 시도 등이 관찰되고 있다.

다른 예로, 앱 외부 결제 방법을 써서 구글에게 계정 삭제 조치를 받은 포트나이트의 구글 계정을 다시 살리고자 하는 소송 시도에 대하여, 미국 법원은 인앱결제 이외에 다른 결제 수단 이 필요하다는 것은 인정했지만, 기존 개별 기업 간 계약에서 합의된 수수료율(30%)과 관련 내용을 포트나이트가 어긴 것은 포트나이트의 잘못으로 인정하고, 삭제한 포트나이트의 계정을 구글플레이에서 다시 살리는 것은 구글이 하지 않아도 되는 것으로 일부 구글에 유리한 판결이 나온 사례가 있다.

비록 다른 이유에 연유한 것이지만, 구글의 앱 외부 결제 시도 기업에 대한 제재가 인정되는 등 여러 형태로 인앱결제 강제화 금지조치의 효력을 상쇄시키는 기업의 노력과 수수료 인상을 위한 시도에 대한 정부기관의 지속적 관리와 대응이 필요할 것으로 보인다. 현 정부의 이원화된 관리체제 하에 다양한 기업 활동에 대한 관찰과 대응이 얼마나 지속적으로 가능할 수 있을지 심히 우려가 되는 부분이다.

4. 마치며

여러 논란과 어려움이 있었지만, 국가가 콘텐츠 산업을 보호하고 소비자의 권리를 보호하기 위하여 인앱결제 강제화 금지법안을 절차적 어려움 속에도 통과시킨 이번 사례는 매우 고무적인 사례로 세계적으로도 의의가 있다. 앞으로 유사한 기업 보호, 소비자 보호를 위한 정책 사례가 더욱 많이 나왔으면 하는 바람이다. 하지만, 안타깝게도 해외 기업과 기울어진 운동장 문제는 이번과 같은 일부 경우를 제외하고는 빨리 해소되지 않고 있고, 각종 기업 규제 법안들은 계속 쏟아져 나오고 있다. 정부가 앞으로 법안들을 보다 한국 경제 활성화 차원에서 보다 합리적으로 제정하고, 제정의 의의와 가치가 유지되도록 지속해서 일관되게 잘 관리하였으면 하는 바람이다.

또한, 플랫폼 기업들이 거대기업이 되고 모바일 콘텐츠 업계와 같은 열악한 업계의 사정을 고려하지 않는 이윤 추구를 함으로써 일어나고 있는 부정적 견해들이 있다. 기업들은 사회적 요구에 귀를 기울이고, 과거 구글의 'Don't be evil', 애플 스티브 잡스의 '사용자에게 삶에 새로운 경험을 제공하는 제품'과 같은 전 세계 사용자들을 매료시킨 그 초심으로 돌아가는 것이, 궁극적으로 기업의 가치를 증대시키고 향후 미국 정부에 의한 기업 강제 분해 가능성 등의 위험에 빠지지 않는 길임을 생각해 볼 것을 조언하고자 한다.

하지만, 한국 정부에 대해서는 한국에서는 큰 규모이겠지만 시가총액에서 불과 40조에서 60조 수준의 한국의 플랫폼 기업들에 미국이 제재 대상으로 하는 1천조에서 2천조에 육박하는 기업에 대한 제재와 같은 수준의 제재를 부과하는 것이 과연 적절한 정책인가를 재검토해보기를 적극 제안한다. 국가 경쟁력 차원에서 한국 기업들이 세계적 천조 기업들과 동등한 경쟁을 할 수 있는 조건을 만들어 주기 위한 정책 수립과 관리를 해주기를 바라 본다. 자동차, 반도체 등 하드웨어 산업 중심의 기존 정부 지원 체계도 미래 소프트웨어, 플랫폼 산업을 위해 빨리 구태를 벗어나고 발전하기 위해서는 골든 타임이 지나기 전 조속히 개선되어야 함을 다시 한번 주장해 본다.

REFERENCE

1. Google Play 결제 라이브러리 출시 노트(<https://developer.android.com/google/play/billing/release-notes?hl=ko>)
2. 2019 모바일콘텐츠산업현황실태조사, 한국모바일산업연합회
3. 매일경제, 한국이 붐이나...오징어게임 대박 넷플릭스 천억 내라, SK브로드밴드 결국 소송, 2021.09.30.
4. 방송통신위원회 보도자료, 방통위, '인앱결제 강제 금지법' 후속조치 본격화, 2021.10.17.
5. 한국인터넷기업협회 보고서, 인앱결제 강제정책 확대에 따른 경제적 효과 분석, 2020.
6. 조선비즈, 애플 "수수료 못 낸다" 선전포고... 애플·구글 '포트나이트' 측각 차단, 조선비즈, 2020.08.14.(https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2020/08/14/2020081401502.html)
7. Lee, E., and Lee, B. Changing Price Elasticity of Digital Goods: Empirical Study from the E-book Industry. Thirty Fourth International Conference on Information Systems, Milan 2013.
8. Brynjolfsson, E., Hu, Y. and Smith, M. D., (2003), Consumer surplus in the digital economy: Estimating the value of increased product variety at online booksellers. Management Science, Vol. 49, No. 11, pp. 1580-1596.