

美 대법원 “애플, 앱스토어 독점”... 콘텐츠왕국 꿈 깨지나



‘집단소송 허용’ 판결 소비자법적분쟁 시사 ‘30% 수수료’ 인하 가능성 애플, 앱 시장 독점에 타격 콘텐츠 서비스 ‘브레이크’

팀쿡 애플 CEO /애플

애플이 ‘콘텐츠 왕국’ 꿈에 암초를 만났다. 앱스토어가 독점이라는 판결이 나오면서다.

14일 업계에 따르면 미국 연방 대법원은 13일(현지시간) 애플 앱스토어가 반독점 행위에 해당할 수 있다고 판단했다.

정확하게는 심리를 통해 앱스토어를 이용한 소비자들이 애플을 상대로 집단소송을 걸 수 있다고 결론냈다.

앞서 2011년 소비자들은 애플이 자사 앱스토어가 아닌 다른 구매 방법을 허용하지 않았으며, 판매 수수료를 30%나 책정했다며 집단소송을 걸었다.

애플은 앱스토어 가격을 앱 개발자들이 책정하기 때문에 자사를 상대로 집단소송을 제기할 수 없다며 상고했지만, 법원이 집단소송을 정당하다고 판

결함에 따라 법적 분쟁을 이어갈 수밖에 없게 됐다.

이에 따라 애플은 앱스토어 정책을 바꿀 수밖에 없는 상황에 놓였다. 울며 겨자먹기로 수수료를 낮출 가능성도 거론됐다.

애플의 미래 전략에도 황신호가 땀다. 애플은 최근 아이폰 판매 부진 대안으로 앱스토어 등을 기반으로 한 콘텐츠 서비스에 주력해왔던 상황, 아이폰에서의 독점적 지위를 뺄 수도 있다는 분석이다. 실제로 애플에서 앱스토어 등 서비스 매출 비중은 빠르게 증가하는 추세다. 미국 회계 2분기 기준 애플의 서비스 부문 매출은 114억5000만달러로 전년보다 16%나 증가했다.

이중 대부분은 아이폰 등 애플 기기에서 나온 것으로 추정된다. 애플이 그

동안 폐쇄 정책을 고수한 탓에 다른 기기에서는 애플 서비스를 사용하기 어려웠기 때문이다.

일단 애플은 폐쇄성을 조금씩 내려놓는 모습이다. 당장 애플 TV를 삼성전자 등에서도 쓸 수 있게 했다. 아이폰 등 자사 제품 판매량이 꾸준히 줄어드는 상황, 시장을 넓히기 위한 고육지책으로 풀이된다.

그럼에도 시장 반응은 부정적이다. 이미 넷플릭스와 아마존 프라임 등이 시장을 장악하고 있는 데다가, 애플이 특별한 콘텐츠를 제공할 묘안을 내놓지도 못해서다.

야심차게 론칭한 애플뉴스플러스도 아직 안드로이드 용으로는 출시를 못한 상태다. 소비자 반응도 미지근한 것으로 알려졌다. /김재용 기자 juk@metroseoul.co.kr

구자열 회장, 日 고객사와 파트너십 강화

〈LS그룹〉

경영진 만나 협력관계 다져

LS그룹 구자열 회장이 올해에도 일본 고객사들과 직접 만나 우호를 다졌다.

LS그룹은 구 회장이 13일부터 17일 까지 일본 고객사들을 방문하고 있다고 14일 밝혔다. LS엠트론 구자은 회장과 ㈜LS 이광우 부회장 등 임원들도 동행했다.

구 회장은 13일 LS-니코동체련 공동 출자사인 JX금속 오오이 사장과 미우라 상무를 만나 협력 관계를 공고히 하고 사업 경쟁력 강화 방안을 논의했다.

이어 안마와 후루카와 전기, 미쓰비시 자동차 등 LS 사업분야 파트너사 경영진과도 만나 논의를 이어갈 예정이다.

마지막날에는 보스턴컨설팅그룹(BCG) 동경사무소에서 일본 기업들의 사업 포트폴리오 전환 사례를 공유받고 그룹 미래상을 구상하는 일정을 잡았다.

LS그룹은 지난해 말 기준 일본에서 8400억원 가량 매출을 거두는 등 사업 규모를 확대 중이다. 계열사 판매법인과 지사를 운영 중이며, 20여명 주재원을 배치한 상태다.

/김재용 기자



LS그룹 구자열 회장은 올해에도 일본 주요 거래처를 방문해 우호를 다졌다. (앞줄 왼쪽부터 시계 방향으로) JX금속 오오이 사장, 구니오 기시 사장, LS그룹 구자열 회장, ㈜LS 이광우 부회장, LS엠트론 구자은 회장. /LS그룹

‘삼성페이’ 44개월 동안 40조 거래

가입자수 1400만명 돌파

삼성전자가 자사의 모바일 지불 서비스 ‘삼성페이’가 지난 4월 기준 국내 누적 결제 금액 40조원, 가입자 수 1400만 명을 돌파했다고 14일 밝혔다. 출시 44개월 만이다.

지난 2015년 8월 국내에서 처음으로 서비스를 시작한 삼성 페이는 출시 12개월 만에 누적 결제 금액 2조원, 24개월 만에 10조원을 돌파했으며, 33개월과 39개월에는 각각 20조원과 30조원을 기록했다.

특히, 금융감독원에 따르면 삼성 페이는 2018년 국내 오프라인 간편결제

금액 중 약 80%를 차지하고 있다. 온라인 결제 사용도 꾸준히 증가해 삼성페이 전체 결제 금액 중 약 25%가 온라인에서 이뤄졌다.

삼성 페이는 해외 송금, 선불카드, 쇼핑, 교통카드, 멤버십, 입출금 등의 다양한 부가서비스를 선보이며 사용성과 편의성을 확대하고 있다.

삼성전자 관계자는 “간편결제 외에 다양한 분야에서 파트너사들과 협력을 강화할 것”이라며 “사용자들이 일상 생활에서 더욱 편리하고 다양한 핀테크 서비스를 즐길 수 있도록 노력할 것”이라고 말했다

/구서윤 기자 yuni2514@

굴비 ‘두름’ 없애고 저중량 식품 늘리고

小가구 저격... 신선식품이 달라졌어요

1인가구와 부부 중심의 2인가구가 증가함에 따라 백화점·마트 식품 코너도 변화하고 있다. 소단위 팩포장 상품과 날개 상품 수를 늘리고 있는 것이다.

먼저, 신세계백화점의 수산 코너에서는 ‘굴비 한 두름’이라는 단어를 더 이상 찾아보기 힘들 예정이다.

2인·3인 등 소가구가 늘어남에 따라 4인 가구의 식탁에 맞춰 계량된 ‘굴비 한 두름(20마리)’ 대신 14마리를 한 세트인 ‘1억음’이라는 단어를 쓰기 시작한 것.

일반적으로 굴비 한 세트를 의미하는 ‘두름’은 조기나 물고기를 짚으로 한 줄에 열 마리씩, 두 줄로 엮은 것으로 4인 이상의 식구가 한 끼에 3~4마리씩, 최대 두 달에 걸쳐 소비하는 양이다.

하지만 2인 또는 3인 중심의 밀레니얼 가족에게 있어 길게는 석 달 이상에 걸쳐 소비하는 한 두름은 굴비의 양과 더불어 보관시 상품의 훼손, 냄새 등의 문제가 발생할 수 있어 구매를 망설이게 했다.

이에 신세계는 밀레니얼 가족도 두 달 내에 맛있게 굴비를 소비할 수 있도록 14미(1억음)와 10미 등으로 굴비의 수량을 조정해 굴비 소비 촉진에 앞장선다는 방침이다.

실제로 지난 2월, 행정안전부 주민등록인구 기타현황(2018년 2월~2019년 2월 기준)에 따르면 2인 가구는 전년 동기 대비 4.19% 늘어난 22.45% 비중을 차지했으며, 3인 가구는 0.63% 늘어난 18.03% 비중을 차지했다. 1인 가구는 36.89%를 차지했다.

이와 반대로 올해 2월 기준, 4인 가구 수는 전년 동기 대비 2.9% 감소한 16.85%로 집계돼 최근 1년 간, 가족 구성원이 점차 줄어들고 있는 것으로 나타났다.

가족 구성원이 줄어드는 사회적 현상은 백화점 식품관의 신선식품 포장에도 변화를 일으키고 있다.

소포장·저중량 과일·채소 등이 신선식품 코너에서 고객들의 많은 관심을 받고 있다.

싱글족·2인 가구 소비 맞춰 소포장·팩포장 상품군 확대

신세계백 굴비 ‘14미’ 1억음 첫 선 롯데마트 1~2kg 소과종 수박 선택

신세계백화점에 따르면, 올해 1월부터 4월까지 기존 3kg 내외의 박스 단위 과일 상품 대신 1kg 이하의 소단위 팩포장 상품과 날개 판매의 매출이 지난해보다 23% 가량 신장했다. 소포장·날개 판매 상품 수도 지난해보다 13% 가량 늘었다.

수박의 경우 7~8kg 크기의 큰 수박 2kg 내외의 특수 수박 또는 조각 상품으로, 800g~1kg 사이 팩포장으로 판매하던 체리 등의 과일도 300g~500g 사이로 줄이는 등 소포장 과일이 인기를 끌고 있다.

또 야채의 경우 3개 또는 4개를 묶어 판매하던 파프리카도 2입 상품으로 소개되고 있으며 미니 파프리카, 미니 단호박 등 ‘미니어차 상품’도 최근 각광받고 있다.

특히 롯데마트는 1~2인 가구가 늘면서 필요 이상의 큰 규격, 이동의 무거움, 수박 껍데기 처리 곤란 등의 이유로 소비자들이 수박에 대한 구매를 포기하는 상황이 발생하자 1~2kg 내외의 소과종 수박인 ‘애플 수박’과 3~5kg 내외의 중과종 수박을 확대 운영한다.



블랙 보스 수박.

/롯데마트

기존에는 1/8, 1/4 등의 조각 수박을 판매했지만, 신선도 측면에서 소비자로부터 100%의 만족을 이끌어내기에는 무리가 따르자 내린 결론이다.

이번에 선보이는 중과종 수박은 ‘베개 수박’과 ‘블랙박스 수박’이다.

‘베개 수박’은 모양이 베개처럼 길쭉하게 생겼으며, 겉표면은 흑색 호피무늬를 띠고 있다. 속은 붉으며, 아삭한 식감과 높은 당도가 특징이다.

‘블랙 보스 수박’은 일명 ‘망고 수박’으로 불린다. 타원 형태의 이 수박은 2~3kg 정도의 크기로 겉은 일반 수박보다 진한 초록색을 띠며 과육은 노란색을 띠고 있는 것이 특징이다.

롯데마트는 중과종 수박을 지속적으로 확대해, 향후 전체 수박의 매출 중 30% 이상을 중과종 수박으로 키울 방침이다.

/신원선 기자 tree6834@

▶봄굴비 1억음(14미) /신세계백화점

