

# 영향력 커지는 플랫폼 기업들... 소비자 보호는 뒷전

## 플랫폼 전쟁

플랫폼 독점에 우는 이용자 <끝>

독점적 지위 남용 사례 잇따라  
음식업, 배달앱에 영업 좌지우지  
구글, 인앱결제·수수료 인상 논란

# A씨는 최근 황당한 일을 경험했다. 한 음식원사이트에서 무료 이벤트라고 해 회원으로 가입하기만 했는데, 6개월째 자동으로 휴대폰 소액결제가 되고 있었기 때문이다. A씨는 “결제와 관련해 아무런 고지도 받지 못했는데 이런 경우 환급이 가능한지 궁금하다”고 토로했다.

# 지난해 말 인터넷 업계는 구글의 ‘인앱결제 의무화’로 시끄러웠다. 지난해 9월 게임에만 적용하던 인앱결제 의무화 조치를 모든 앱에 적용하겠다는 선언 때문이다. 국내 업체들은 “인앱결제로 비용이 늘어나면 소비자에게 부담이 전가될 가능성이 크다”고 반발하고 있다.

신종 코로나바이러스감염증(코로나19)의 세계적인 확산으로 비대면 시대를 맞이하면서 이른바 플랫폼 기업들의 영향력이 더욱 강력해졌다.

온라인 플랫폼은 적은 비용으로도 상품을 합리적인 가격으로 판매할 수 있도록 해 시장의 문턱을 낮추고 오프라인 매장보다 달리 지역이나 공간의 제약이 없다. 이 때문에 온라인 플랫폼이 오히려 소상공인이나 소규모 셀러들이 많은 소비자와 거래할 수 있도록 기회를



<앱마켓별 매출액 현황>

구분	2018년				2019년(P)			
	구글플레이	애플앱스토어	윈스토어	기타	구글플레이	애플앱스토어	윈스토어	기타
매출액 (커머스 제외)	53,999	21,062	9,403	1,144	59,996	23,086	10,561	932
증가율	10.6%	8.70%	9.3%	5.2%	11.1%	9.6%	12.3%	-18.5%
비중	63.1%	24.6%	11%	1.3%	63.4%	24.4%	11.2%	1%

/'2019 모바일 콘텐츠 산업 현황 실태조사' 발췌

장을 마련하고 있다는 긍정적인 시각이 우리 사회의 변화를 가져오고 있다.

### ◆ 몸집 커진 플랫폼 기업, 기존 산업 '게이트키퍼' 되나

빛이 있으면, 그림자도 있듯 플랫폼 기업이 사회 전반에 큰 영향력을 미치는 만큼 그에 따른 책임과 의무를 져야 한다는 목소리도 나오고 있다.

실제 플랫폼에 익숙치 않은 기존 산업은 무분별한 플랫폼 사업 확장으로 사업 부담이 커지고 있는 것도 사실이다. 오히려 때에 따라 플랫폼에 입점을 해야 시장 접근을 할 수 있도록 시장 구조에 변화가 일기도 했다. 배달앱이 대표적이다.

7일 '배달앱 거래관행 실태조사'에 따르면, 음식점의 경우 배달앱 입점 이유로 '입점을 하지 않고는 영업 지속이 어렵다'는 음식점이 52.3%에 달했다. 플랫폼 기업이 중요한 산업에서 힘을 내세우는 게이트키퍼(문지기)가 될 수도 있다는 우려도 나온다.

이용자 불편에 대한 목소리도 나온다. 대표적으로 플랫폼 기업들이 제공하는 구독경제를 들 수 있다. '넷플릭스' 등 온라인동영상서비스(OTT)의 경우 일정 기간 동안 '무료'라는 마케팅에 혹해 가입을 했다가 제때 고지를 받지 못해 이후 자동으로 콘텐츠 이용료가 결제되는 일이 빈번했다.

### ◆ 구글·애플 등 글로벌 IT 공룡 독과점 부상

일반 소비자 뿐 아니라 플랫폼 간 불공정 문제도 이슈로 떠올랐다. 특히 구글, 페이스북, 넷플릭스 등 글로벌 IT 공룡들의 국내 시장 진출이 확대되면서 디지털 공정경쟁 문제가 수면위로 오른 것.

대표적인 이슈는 구글의 자사결제수단(인앱결제) 강제다. 앞서 구글은 올해부터 수수료율을 30%로 인상한다고 발표했다. 구글의 독점적 지위를 남용한 플랫폼 '갑질'이라는 지적이 이어지자 의무 적용을 오는 9월로 유예키로 한 바

있다. 미국이나 유럽에서도 이 문제에 대해 촉각을 세우고 있다.

국내 앱마켓 시장에서 구글 구글플레이와 애플 앱스토어는 점유율 양대 산맥을 이루고 있다. 한국모바일산업연합회에 따르면, 2019년 기준 구글플레이 점유율은 63.4%, 애플 앱스토어는 24.4%에 달한다. 국내 앱 마켓인 윈스토어는 11.2%에 그쳤다.

### ◆ "비용 상승 및 부당 조건요구 등에 대한 규제 필요"

유럽연합(EU)은 구글 등 거대 IT 플랫폼 기업을 상대로 제재 수위를 높이고 있다. EU는 지난해 11월 아마존을 상대로 반독점 소송을 제기했다. '전자상거래지침'이나 '소비자권리지침' 발표 등을 통해 자국 빅테크에 대한 규제에 착수했다. 미국은 지난해 12월 워싱턴DC, 푸에르토리코 등 38개주 혹은 자치령이 구글이 온라인 검색 시장을 불법 독점하고 있다며, 구글에 반독점 소송을 제기했다.

국내에서도 플랫폼 기업 규제에 대한 움직임이 가속화되고 있다. 한상혁 방송통신위원회 위원장은 “플랫폼 사업이 성장하면서 반대급부로 이용자 보호 문제나 사업자 공정거래 문제 등 이슈가 나오고 있다”며 “공정거래를 유도하고 이용자 불편을 해소하도록 법제를 정비하겠다”고 말했다.

실제 플랫폼공정화법이 이달 중 국회에 제출될 예정이다. 국회에서 통과 되면 2022년 초 시행된다. 플랫폼공정화법은 온라인 플랫폼의 갑질이나 독과점을 사전규제로 방지하는 것이 골자다. 그러나 일각에서는 과잉 규제로 교각살우(쇠뿔을 바로 잡으려다 소를 죽인다는 뜻)의 우려가 있다는 지적도 있다.

영향력이 커지고 있는 플랫폼 기업과 생태계에 맞도록 낮은 규제를 손질하고 공정한 경쟁 환경을 조성하는 것은 피할 수 없는 시대의 흐름이다. 다만, 개방형 혁신이 일어날 수 있도록 플랫폼을 정확히 어떻게 규제해야 하는지 체제와 범위를 규정하는 것이 중요하다. 자칫 과도한 개입은 시장 비효율이나 혁신의 부재를 유발할 수 있기 때문이다.

이정희 중앙대 교수는 “플랫폼 경제가 커지면서 시장에 미치는 영향이 커지고 있다”며 “플랫폼의 순기능도 많지만 플랫폼의 독과점화와 그로 인한 힘의 남용이 문제가 될 수 있다. 플랫폼을 이용하는데 대한 비용 상승과 여러 부당 조건요구 등에 대해서는 규제할 필요성이 있다”고 말했다.

/김나인 기자 silkni@metroseoul.co.kr

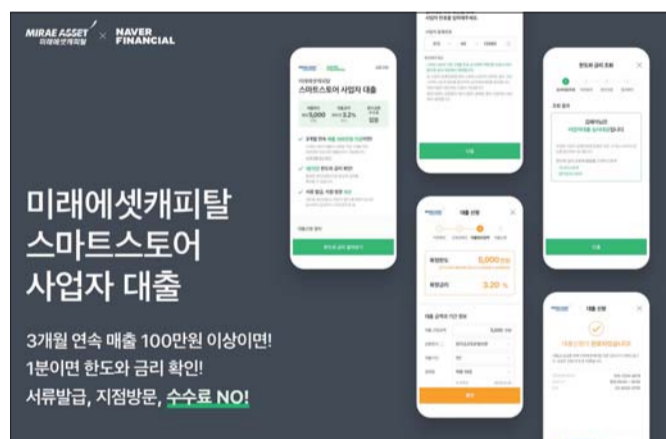
## NAVER 통장기반 금융서비스 연결 kakao 보험으로 영토 확장

### 포털은 올해도 청신호

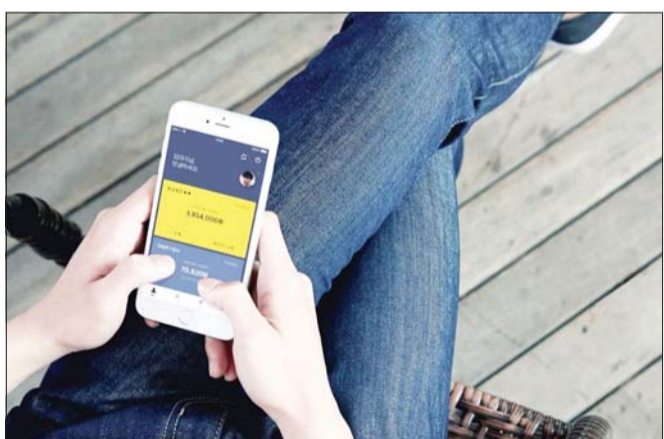
핀테크 가속화

네이버 앱내에서 빠르게 통장 가입  
미래에셋캐피탈과 신용대출 진행

카카오 올해 은행·페이 IPO 추진  
보험사 설립 예비인가 신청



네이버파이낸셜이 미래에셋캐피탈과 함께 네이버 스마트스토어 사업자들을 위한 신용대출 상품 '미래에셋캐피탈 스마트스토어 사업자 대출'을 시작했다. /네이버파이낸셜



카카오는 올해 카카오뱅크와 카카오페이의 IPO를 추진한다. 사진은 카카오뱅크 앱 사용 화면 /카카오뱅크

금융으로 영토를 넓히고 있는 네이버와 카카오는 올해도 그 기세를 이어갈 전망이다. 비대면 결제 수요가 높아지면서 양사의 오프라인 결제 경쟁도 거세질 것으로 보인다. 소상공인에 특화된 대출 상품을 출시하고, 디지털 손해보험사를 설립하는 등 차별점도 돋보인다.

### ◆ '네이버통장'으로 금융 영토 확장

네이버파이낸셜은 '네이버통장'을 출시하는 등 금융 영역을 확장하고 있다. 이용자들은 네이버앱 내에서 신분증만 있으면 쉽고 빠르게 통장 가입을 진행할 수 있다.

네이버통장은 네이버파이낸셜이 미래에셋대우와 함께 출시하는 수시입출금CMA 통장으로, 예치금 보관에 따른 3% 수익과 함께 연결된 네이버페이로 충전·결제 시 3%의 포인트 적립 혜택

도 함께 제공하는 것이 특징이다.

네이버파이낸셜은 네이버페이 이용자에게 네이버통장과 강력한 연동을 기반으로 금융·쇼핑·결제 간 상호 연결 경험을 제공한다.

또한 네이버파이낸셜은 지난해 12월 미래에셋캐피탈과 함께 네이버 스마트스토어 사업자들을 위한 신용대출 상품 '미래에셋캐피탈 스마트스토어 사업자 대출'을 시작했다. 기존 은행이나 금융권에서 자격요건이 충족되지 않아 대출이 어려웠던 금융 소외계층에 해당하는 온라인 중소기업(SME)을 돕는다는 목표다.

실제 대출의 신청 및 실행은 미래에셋캐피탈을 통해 진행되며, 네이버파이

낸셜은 미래에셋캐피탈의 지정대리인으로서 대안신용평가시스템을 기반으로 대출 심사를 담당한다. 기존 사업자 대출과 달리 오프라인 매장이 없어도 3개월간 월 100만원의 매출만 유지하면 된다. 대출 한도는 최대 5000만원이며, 금리는 최저 연3.2%에서 최고 연9.9%를 제공한다.

네이버페이는 오프라인 결제 서비스도 시작했다. 2015년 출시된 간편결제 서비스인 네이버페이는 네이버 ID로 다양한 가맹점에서 회원가입 없이 간편하게 구매, 송금, 선물이 가능하며 네이버 뮤직, 영화, 웹툰 등 디지털콘텐츠까지 결제할 수 있다.

### ◆ 카카오뱅크·페이 IPO에 집중

카카오는 올해 카카오뱅크와 카카오페이의 IPO를 추진한다. 증권가에서는 카카오뱅크의 상장가치를 최소 6조원에서 최대 40조원으로 카카오페이를 최소 7조원에서 최대 10조원으로 보고 있다. 지난해 3분기 카카오뱅크의 당기순이익은 406억 원으로 전년 동기(58억 원) 대비 600% 증가했다.

지난 2017년 3월 설립된 카카오페이는 현재 가입자가 3500만 명에 달한다. 약 4500만명에 이르는 월간활성사용자(MAU)를 보유한 카카오톡을 기반으로 시장 점유율을 높여가고 있다.

카카오페이는 은행과 증권에 이어 보험으로까지 영역을 확장한다. 카카오페이는 지난 4일 금융당국에 디지털 손해

보험사 설립을 위한 예비인가를 신청했다. 카카오페이의 디지털 손해보험사 신규 인가가 결정되면, ICT와 보험이 결합된 국내 최초 핀테크 주도 디지털 손해보험사가 탄생하게 된다. 예비인가 승인, 법인 설립, 본허가 승인 등의 절차가 순조롭게 이뤄진다면 올해 하반기 디지털 손해보험사가 출범할 예정이다.

카카오페이는 인수어테크(보험과 첨단기술 접목)를 기반으로 새로운 혁신을 만들어가며 보험에 대한 인식 개선 및 보험 사각지대 해소에 앞장설 예정이다. 카카오 공동체의 여러 서비스들과 연계된 상품도 개발해 시너지를 창출할 계획이다.

당초 카카오는 삼성화재와 합작으로 디지털 손해보험사를 설립하려고 했지만, 세부 사업 방향에서 의견 차이를 좁히지 못하고 무산됐다. 이후 인수어테크 스타트업 인바이유 인수를 통해 독자적인 디지털 손해보험사 설립을 준비해왔다.

카카오페이증권의 누적 계좌 개설자 수는 서비스 9개월 만에 300만명을 돌파했다. 지난해 펀드 투자를 선보인 데 이어 올해에는 국내외 주식 매매를 위한 모바일트레이딩시스템(MTS)을 내놓을 계획이다.

/구서윤 기자 yuni2514@