

# 구글의 앱마켓 시장지배적 지위남용

앱마켓 생태계의 파괴

법무법인 지향 변호사 이은우

# 구글의 인앱결제 강제 - 그 후(소비자 가격 인상)

디지털 콘텐츠 30% 수수료 강제 → 일부 15% 적용

- 수수료 인상
  - 웨이브 구독 이용권 가격 인상 : 베이직 7900원 → 9,300원
  - 티빙, 네이버 웹툰, 카카오 등.



## 내일부터 구글 인앱결제 강제 현실화...쿠키·캐시 가격 줄인상

송고시간 | 2022-05-31 07:07

'외부결제 링크' 앱 삭제...최대 30% '통행세'에 웹툰·음원·OTT 앱 이용료 ↑  
"소비자·창작자 타격 불가피..."플랫폼업계 비용 전가, 방통위는 뒷짐"

## 구글發 웹툰·웹소설 가격 인상...카카오도 20% 올린다

머니투데이 | 윤지혜 기자

2022.05.19 17:54

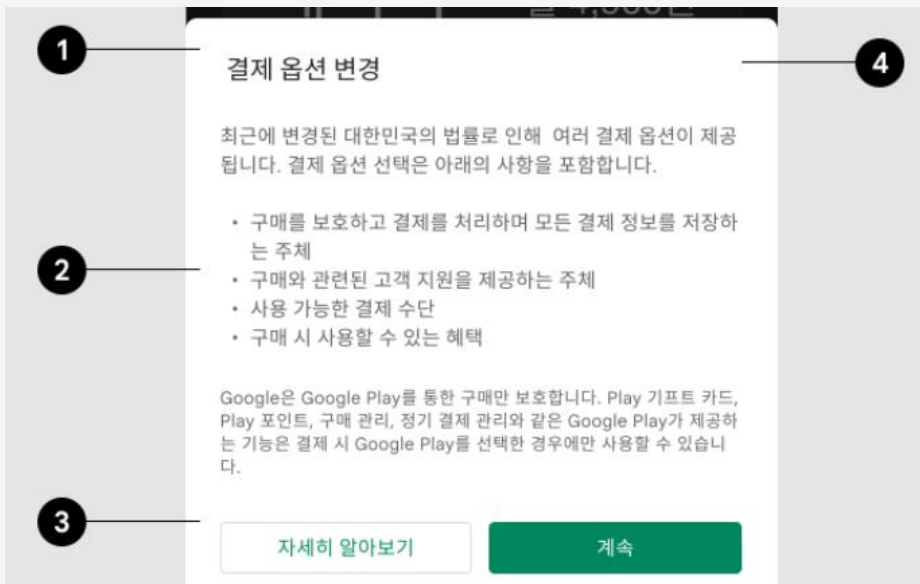
<https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2022051917241822951&type=1>

기사주소 복사

# 구글의 인앱결제 강제 - 그 후(명목 뿐인 제3자 결제)

대체 결제수단 허용 → 단, 구글 결제수단과 함께 제공, 수수료 26%, 11% 부과

- 대체 결제수단의 활용률은 극히 낮음.



## “구글식 제3자결제는 금지행위 위반”...국회 입법조사처

구글 인앱결제 정책은 전기통신사업법 제50조 금지행위에...  
김경훈 구글코리아 사장 "아웃링크에는 여러가지 있다" 답...  
방통위, 사실 조사중..자료 제출 비협조에 이행강제금 검토

등록 2022-10-23 오후 2:17:27  
수정 2022-10-23 오후 8:49:25  
김현아 기자

[이데일리 김현아 기자]

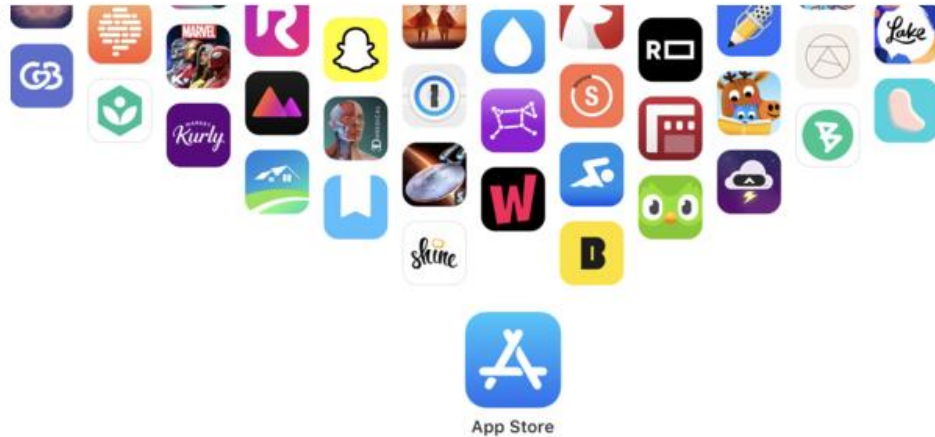
Google은 Google Play를 통한 구매만 보호합니다. Play 기프트 카드, Play 포인트, 구매 관리, 정기 결제 관리와 같은 Google Play가 제공하는 기능은 결제 시 Google Play를 선택한 경우에만 사용할 수 있습니다.

# 애플의 제3자 결제 허용도 명목 뿐인 제3자 결제

## 외부결제 허용한다더니 뒤통수... 애플도 구글따라 인앱결제 꼼수

✎ 한동현 기자 | ⓒ 승인 2022.07.01 16:39

제3자 결제 수수료 26%, 구글과 동일  
업계, 불합리한 통행세 문제 제기해



# 구글의 인앱결제 강제 - 그 후(아웃링크 금지 강요)

## 아웃링크 삭제 강요

- 아웃링크 삭제하지 않을 경우 앱마켓에서 삭제, 업데이트 불허.
- 구글의 압박에 아웃링크 삭제(카카오)

## 카카오, 2주 만에 구글에 '백기'...카톡 '결제 아웃링크' 뺀다

등록 :2022-07-13 16:10 수정 :2022-07-13 17:19

카카오, 아웃링크 안내 내리며 '백기'...구글도 수용  
"최선 다했지만...이용자 불편 두고보기 어려워"  
방통위 '실태점검→사실조사' 전환할지 주목



그래픽\_진보람

# 소위 '구글갑질방지법' 과 방송통신위원회

**인앱결제 대립 구글·카카오, 7일 방통위서 만난다 / 업데이트 제한 대립 구글·카카오  
의견청취 예정(2022/07/06 11:41)**

방송통신위원회가 7일 구글과 카카오를 소환해 의견을 청취한다. 구글의 인앱결제 정책을 두고 양사가 대립하는 가운데 규제당국의 행보에 이목이 집중되고 있다.

방통위는 구글과 카카오 의견 청취와 함께 양 사업자 간 조정을 위한 논의도 마련한다는 방침이다.

**구글 갑질에 힘 못 쓰는 방통위...카카오, 결국 '아웃링크 삭제'  
인앱결제 기싸움 카카오 '항복' / 방통위 중재 사실상 효과 없어 / 앱 업계 "조치 늦어  
피해 막심"(2022.07.13 21:35)**

카카오톡에서 웹결제에 아웃링크 방식을 적용했다가 구글로부터 앱 업데이트를 거부당한 카카오가 아웃링크를 삭제키로 결정했다.

카카오가 꼬리를 내리면서 인앱결제를 강제하지 못하도록 한 전기통신사업법을 구글이 어긴 사실이 명백해졌다. 이에 방송통신위원회가 그동안 거대 기업인 구글에 지나치게 미온적 태도를 취해 앱 개발사들의 피해를 방관해왔다는 비판을 받게 됐다.



**방송통신위원회**

# 카카오의 아웃링크 삭제

### 삭제 전 공지

**이모티콘 플러스**  
갖고 싶던 이모티콘을 무제한으로

**5,700원/월** (구글 플레이 수수료 15% 포함)

결제 방법	구글 플레이로 결제
구독 기간	2022. 7. 13 ~ 2022. 8. 13
다음 결제일	2022. 8. 13

**구독 가격 안내**

- 구글 인앱 결제 수수료 정책으로 인해 가격이 조정되었으며 자세한 내용은 [공지](#)에서 확인하실 수 있습니다.

앱에서는 월 3,900원의 가격으로 구독하실 수 있습니다. 앱에서 구독하려면 [이곳](#)에서 계속해 주세요.

모두 동의하기

- [필수] 이모티콘 플러스 이용약관 [보기](#)
- [필수] 매월 정기결제 동의

이모티콘 플러스 구독하기

**구글 플레이 결제 안내**

- 결제금액은 구글 플레이 결제 시에만 적용되는 가격입니다.
- 구글 플레이 결제는 현재 사용하고 있는 구글 플레이 계정을 통해 결제됩니다.
- 결제 금액에는 부가세와 수수료가 포함되어 있습니다. (해외권화결제 수수료는 별도로 부과될 수 있습니다.)
- 결제 금액에 대한 확인 및 환불은 구글 플레이를 통해 가능합니다.
- 구글 플레이 계정에서 자동 갱신 기능을 끄지 않으면 월 정기구독 결제

### 삭제 후 공지

**이모티콘 플러스**  
갖고 싶던 이모티콘을 무제한으로

**5,700원/월** (구글 플레이 수수료 15% 포함)

결제 방법	구글 플레이로 결제
구독 기간	2022. 7. 13 ~ 2022. 8. 13
다음 결제일	2022. 8. 13

**구독 가격 안내**

- 구글 인앱 결제 수수료 정책으로 인해 가격이 조정되었으며 자세한 내용은 [공지](#)에서 확인하실 수 있습니다.

삭제

모두 동의하기

- [필수] 이모티콘 플러스 이용약관 [보기](#)
- [필수] 매월 정기결제 동의

이모티콘 플러스 구독하기

**구글 플레이 결제 안내**

- 결제금액은 구글 플레이 결제 시에만 적용되는 가격입니다.
- 구글 플레이 결제는 현재 사용하고 있는 구글 플레이 계정을 통해 결제됩니다.
- 결제 금액에는 부가세와 수수료가 포함되어 있습니다. (해외권화결제 수수료는 별도로 부과될 수 있습니다.)
- 결제 금액에 대한 확인 및 환불은 구글 플레이를 통해 가능합니다.
- 구글 플레이 계정에서 자동 갱신 기능을 끄지 않으면 월 정기구독 결제가 자동으로 갱신됩니다. 구독 기간이 만료되기 전 24시간 전에 해당 금액이 청구됩니다.

· 앱에서는 월 3,900원의 가격으로 구독하실 수 있습니다. 앱에서 구독하려면 [이곳](#)에서 계속해 주세요.

# 구글의 인앱결제 강제 - 그 후(매출자료 제공 의무, 고객 정보 구글 수집)

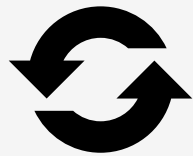
---

## 개발자 제공 인앱 결제 시스템 사용을 위한 서비스 약관

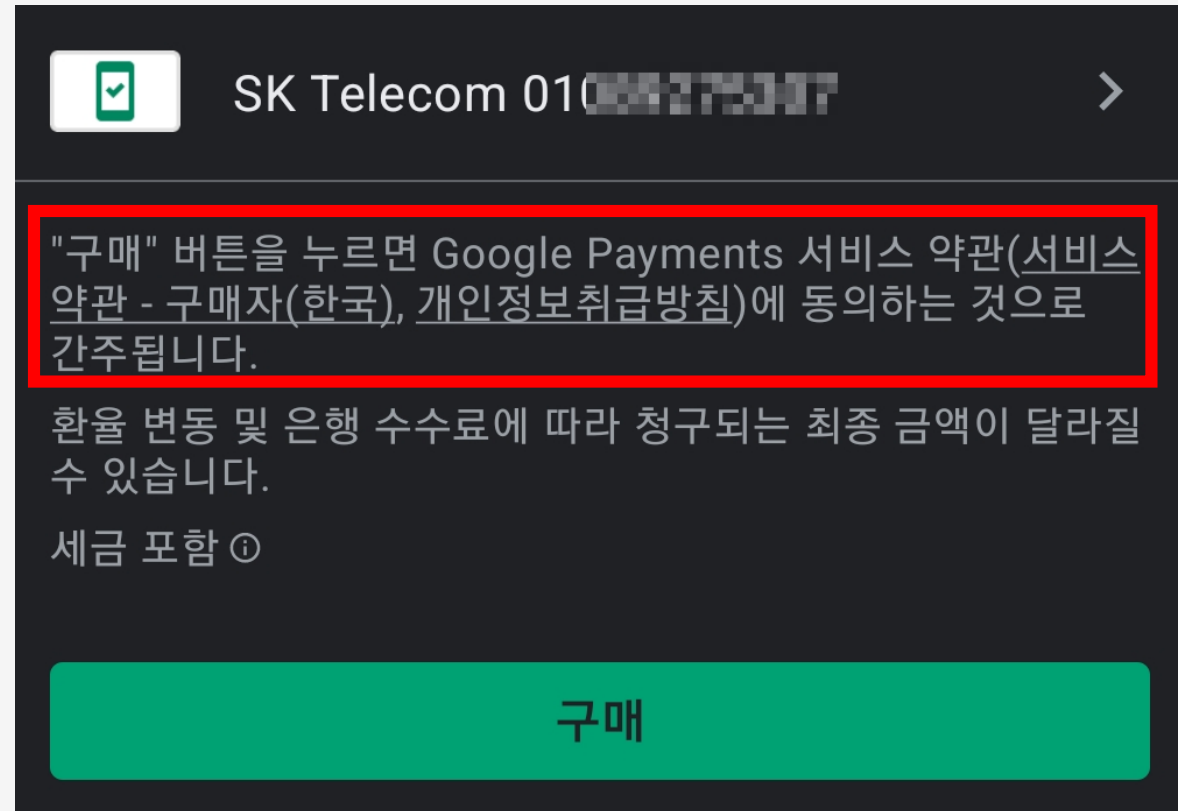
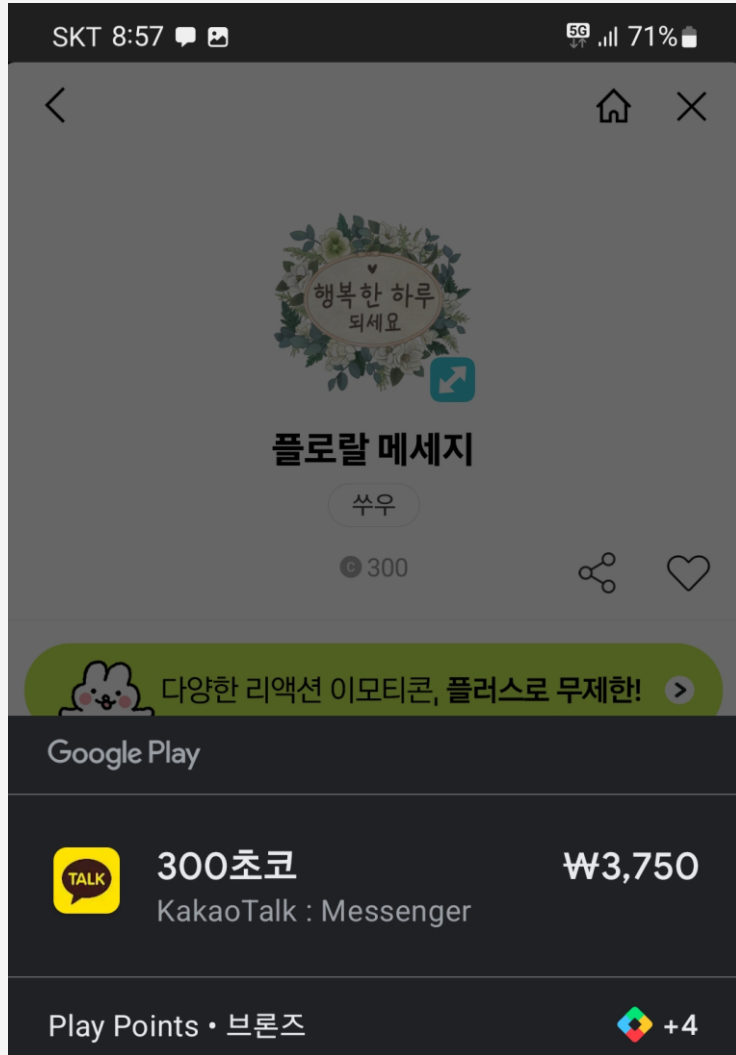
- 개발자의 의무 : 모든 매출 자료 제공 의무
- '개발자'는 매월 Google이 만족할 만한 수준으로 해당 월의 모든 '유료 거래'에 대한 자료를 Google에 제공해야 함. '유료 거래'는 (a) 모든 적용 가능한 '세금' 및 (b) 환불, 결제 취소, 지불 거절로 인한 조정을 포함하여 '개발자 제공 인앱 결제 시스템'을 사용한 모든 '상품'(인앱 구입, 인앱 구독, 관련 자동 갱신 포함)의 구입에 관한 거래.
- '개발자 매출 제공 자료'를 제공해야 세금계산서 발행.
- 모든 세무 자료 제공해야 함.
- 서비스 종료 후 1년 동안 Google은 지급 내역의 정확성 확인을 위해 모든 '서비스 수수료' 및 '세금' 지급과 관련된 '개발자' 장부 및 기록을 조사하고 감사할 수 있음.



# 카카오톡과 구글, 인앱결제 대립의 결말은?



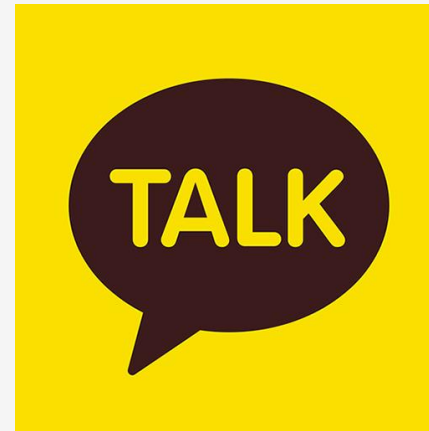
# 구글 인앱결제 그 후 - 구글에 카카오톡 개인정보를 제공해야만 함



# 이용자의 개인정보는?

---

인앱 결제



광고 집행 명목 ?



# 카카오톡의 비전 : 카카오 유니버스

## 카카오 메타버스의 첫 단추, 이용자들을 관심사로 연결하는 공간 '오픈링크'

오픈링크는 취미, 장소, 인물 등 공통의 관심사를 가진 이용자들이 모여 소통하고 즐길 수 있는 서비스로, 카카오톡 오픈채팅 기반으로 제공된다. 카카오 서비스는 물론 카카오 공동체에서 운영하는 서비스에도 오픈링크와 연결되는 링크를 제공해 해당 서비스의 이용자들이 공통의 관심사에 대해 커뮤니케이션 할 수 있는 공간을 제공할 예정이다. 카카오는 오픈링크 서비스를 활용해 지인 기반 소통을 넘어 비지인 간의 커뮤니케이션 공간으로 영역을 확장해 나간다.

### ■카카오톡 내 비목적성 커뮤니케이션 및 재미 요소 확장

카카오는 카카오톡 이용자들이 지인 간의 소통이라는 메신저 본연의 목적 외에도, 카카오톡 안에서 다양한 즐길 거리를 찾고 재미와 여유를 느낄 수 있도록 비목적성 커뮤니케이션 요소를 추가해 카카오 유니버스를 활성화 나갈 예정이다.

먼저 카카오톡 프로필 영역에 대대적인 변화를 준다. 카카오는 하반기 프로필 개편을 진행해 이용자가 자신만의 캐릭터를 만들어 스스로를 다채롭게 표현하고, 나만의 펫을 키울 수 있는 기능을 제공한다. 또한, 일방향으로 상태 메시지를 적어두는 것이 아니라 프로필에 방문한 친구들과 이모티콘, 응원메시지, 선물 등 다양한 소통 기능을 통해 교감할 수 있게 된다.



# 디지털 생태계에서 구글의 독점

# 디지털 생태계에서 구글의 독점

---



[CC BY](#)



[CC BY-NC](#)



Google Ads



검색



Android OS



앱마켓



인앱결제



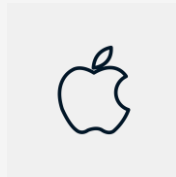
디지털 광고

# 디지털 생태계에서 구글의 독점(상호 의존 또는 담합)

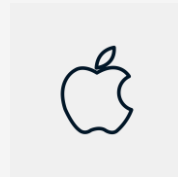
검색



Android OS



앱마켓



인앱결제



디지털 광고



[CC BY-NC-ND](#)

# 디지털 플랫폼의 독점이 심화되는 이유(영국 CMA, 2021) - 상호작용

생태계 전체의 상호작용

네트워크 효과와 규모의 경제(Network effects and economies of scale)

소비자 선택 과정과 기본설정의 힘(Consumer decision making and the power of defaults)

사용자 데이터에 대한 불평등한 접근(Unequal access to user data)

투명성 부족(Lack of transparency )

생태계의 중요성(The importance of ecosystems )

수직적 통합, 이해상충, 자사우대(Vertical integration, and resultant conflicts of interest)

## Why are these markets so entrenched?



Network effects and economies of scale



Consumer behaviour and the power of defaults



Unequal access to user data



Lack of transparency



The importance of ecosystems



Vertical integration and conflicts of interest



구글은 안드로이드 기반 앱마켓 시장의 시장지배적 사업자

# 안드로이드 기반 앱마켓 시장

“앱” vs “PC의 SW 응용 프로그램”

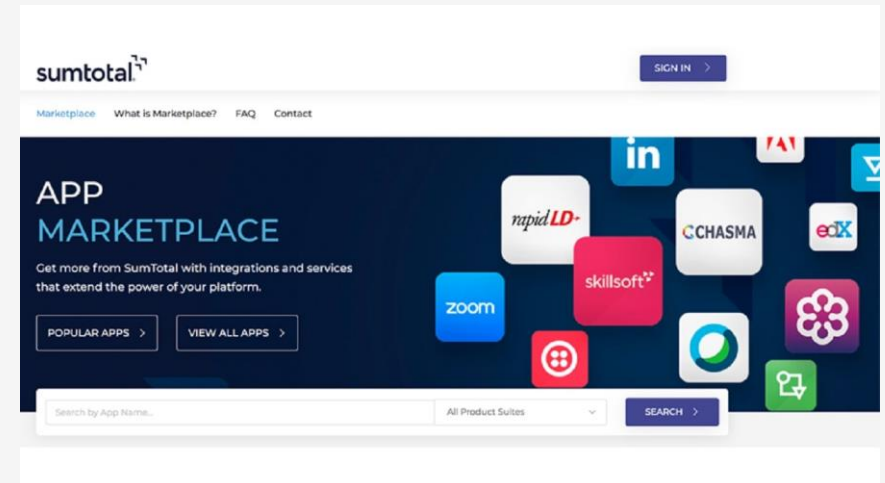
- 사용자가 모바일 장치에서 검색, 웹 브라우징, 식료품 주문, 게임, 이메일 및 문자 메시지를 통한 커뮤니케이션 등의 기능을 수행할 수 있는 프로그램
- 개인용 컴퓨터의 소프트웨어 응용 프로그램과 유사한 것

“앱마켓”

- “앱”을 유통할 수 있는 시장. 앱 개발자가 앱을 개발하여 등록하고, 소비자는 원하는 앱을 다운로드 받을 수 있는 창구 역할
- 시장 조사기관의 조사에 의하면, 2021년 글로벌 앱마켓에서 발생한 매출은 1,160억 달러(143조원), 다운로드는 830억건.

특히 코로나-19 팬데믹 이후 앱마켓의 성장은 더욱 빨라짐.

오늘날 앱마켓은 가장 중요한 시장의 하나가 되었음.



알 수 없는 작성자님의 [이 사진](#)에는 [CC BY-SA-NC](#) 라이선스가 적용됩니다.

# 안드로이드 앱 유통 시장(안드로이드 앱마켓)

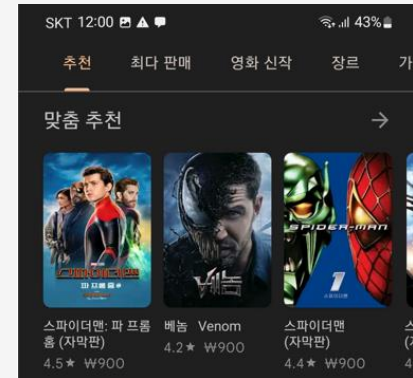
모바일 기기에서 사용되는 앱은 모바일 기기의 운영체제(OS)에 의존

- 모바일 장치의 운영 체제("OS")는 모바일 장치가 수행할 수 있는 다목적 컴퓨팅 기능을 제공하기 위한 소프트웨어 시스템. 이는 개인용 컴퓨터의 운영체제와 동일한 기능을 하는 것. 개인용 컴퓨터의 운영체제와의 차이는 소프트웨어 애플리케이션("앱")을 실행한다는 점.

모바일기기의 운영체제에 따라서 Android OS 기반의 모바일 장치 사용자를 위한 '안드로이드 앱 유통 시장'(이하 '안드로이드 앱마켓')과 iOS 기반의 모바일 장치 사용자들의 앱 유통시장인 "iOS 앱 유통 시장"(이하 'iOS 앱마켓')이 별도로 존재.

앱 시장의 지리적 범위

언어와 서비스 특성으로 인하여 '대한민국'을 범위로 함



# 구글의 안드로이드 앱마켓 – 구글 플레이

---

안드로이드 앱마켓 현황

구글의 안드로이드 앱마켓은 'Google Play'

안드로이드 앱마켓에는 Samsung의 갤럭시 앱, 원스토어 등 소규모 채널

사이드 로딩

- 소비자가 앱 스토어를 사용하지 않고 앱을 직접 다운로드하는 것도 가능하므로 이런 유형도 앱마켓의 구성요소(이를 Google에서 "사이드로딩").
- 사전 설치되지 않은 경쟁 앱 스토어도 사이드로드될 수 있음.
- 구글 플레이는 안드로이드 앱마켓에서 시장지배적 사업자

구글은 '대한민국'을 지리적 범위로 하는 '안드로이드 기반의 앱 마켓'의 시장지배적 사업자

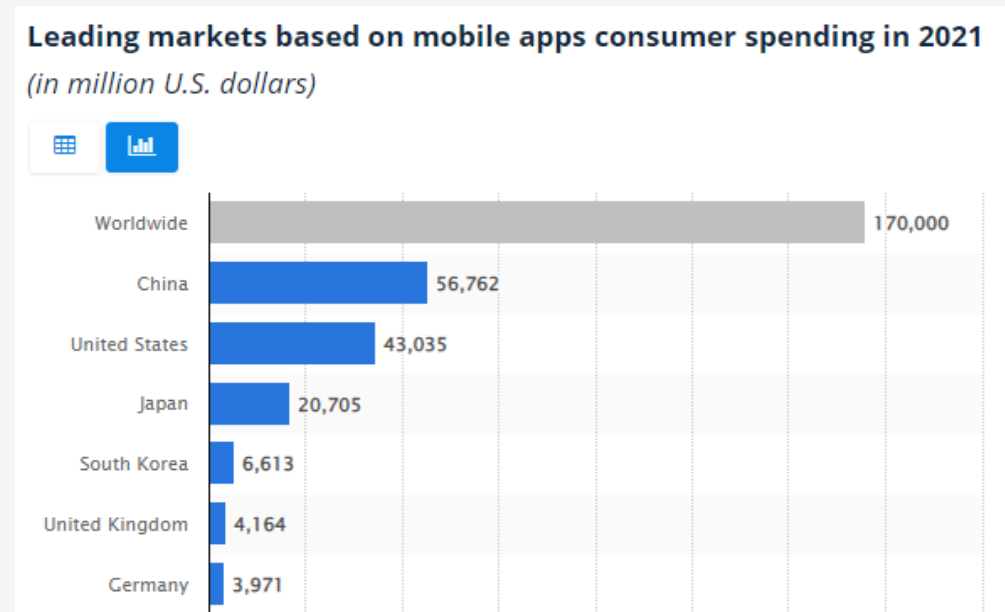


# 우리나라의 모바일 앱 사용은 세계 1위, 앱 지출은 세계 4위

우리나라는 시장조사에서 모바일 앱 사용시간이 전 세계 1위

- 한국소비자원의 2018년 조사보고서, 2018년 기준 우리나라 사람들의 하루 모바일 앱 사용 시간은 200분으로 세계 1위
- 국내 소비자의 경우 2018년 조사에서 평균적으로 자신의 휴대폰에 90개 이상의 앱을 보유하고 그 중 40개 정도의 앱을 매달 사용한다고 합니다(한국소비자원의 2018년 조사보고서).

시장조사기관 Statista의 조사에 의하면 한국의 앱 지출은 전세계에서 중국, 미국, 일본에 이어 세계 4위에 해당(2021년 기준)..



2021년 소비자 모바일 앱 지출 국가별 순위 : 시장조사 전문기관 Statista의 조사  
<https://www.statista.com/statistics/1294605/global-mobile-app-spend-consumer-by-region/>

# 구글 플레이스토어의 시장점유율

구글이 안드로이드 앱마켓에서 86.4% 이상의 시장점유율(모바일인덱스 (<https://www.mobileindex.com>))의 추정 자료)

- 국내 앱 마켓 시장점유율은 2021. 9. 기준 구글 플레이스토어 71.9%, 윈스토어 14.5%, 애플 앱스토어 13.6%

안드로이드 앱마켓 총 매출액 5조9,035억원의 84.78%

- 2020년 모바일 앱/콘텐츠 매출액은 9조 3,781억 원으로 추산, 그 중 구글 플레이스토어를 통한 매출이 5조 47억 원 규모로 추산. 안드로이드 앱마켓 총 매출액 5조9,035억원의 84.78%(전체 앱마켓 매출액 중에서는 66.5%).
- 매출액 7조5천215억원(그 중 게임이 5조4,721억원, 사진과 동영상 매출 6,746억 원, 음악 6,032억원, 웹툰이 6,180억원(2020년, 2021년 8,841억원 추정)) 앱마켓의 매출액 실태 조사(구글 수수료 정책 변경에 따른 기업현황 및 대응방안 조사 보고서)

관련시장을 대한민국의 안드로이드 앱마켓으로 할 경우, 시장지배적 지위에 있음이 명백

앱마켓 플랫폼별 모바일 앱/콘텐츠 매출액 현황(단위: 억 원)

구분	2019년		2020년(P)		2021년(E)	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
구글 플레이스토어	39,536	66.1%	50,047	66.5%	60,885	66.9%
애플 앱스토어	13,291	22.2%	16,180	21.5%	19,311	21.2%
윈스토어	6,833	11.4%	8,825	11.7%	10,702	11.8%
기타	158	0.3%	163	0.2%	179	0.2%

# 구글의 부당한 앱마켓 독점 강화

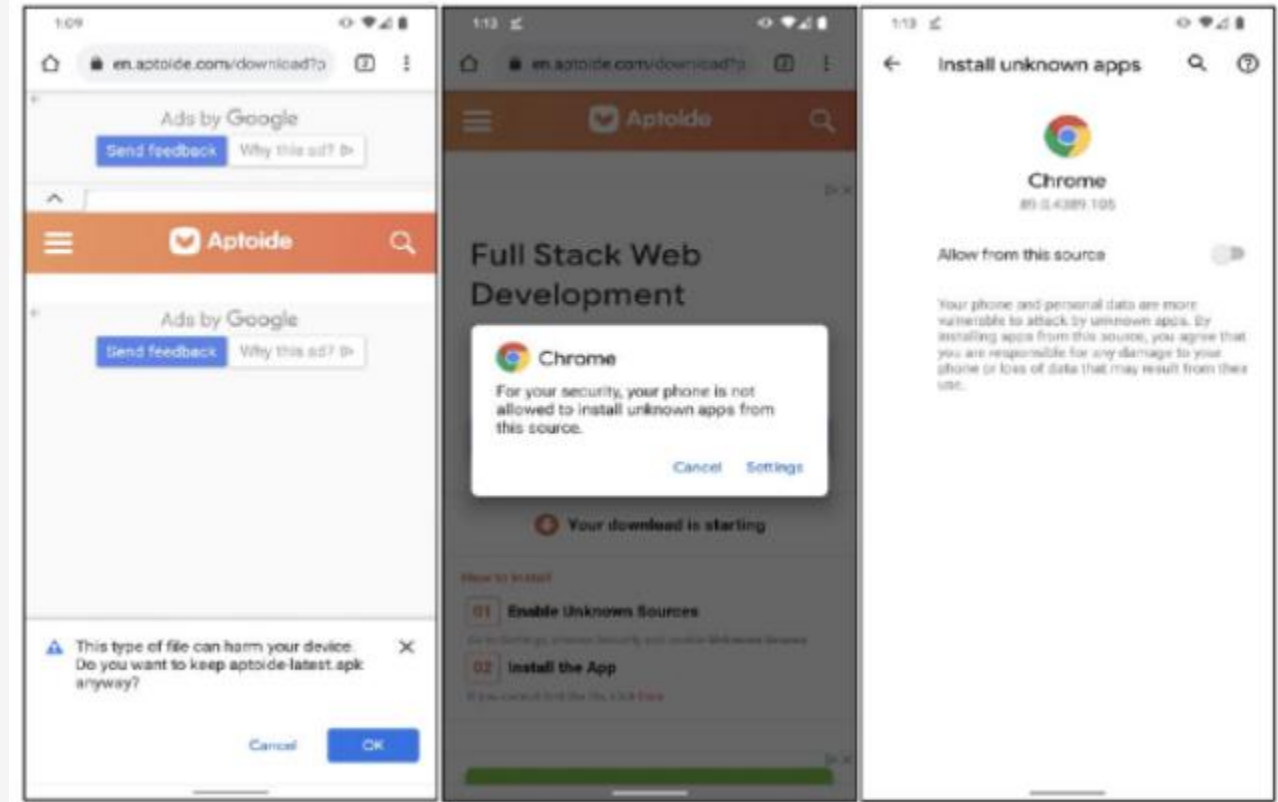
# 앱이나 추가 앱스토어 배포를 막기 위한 기술적 장벽을 만듦

## 사이드로딩

- Google은 사용자가 이러한 앱이나 앱 스토어를 직접 다운로드하는 것을 방지하기 위해 고안된 일련의 기술적 문제와 사전 텍스트 경고를 부과
- "사이드로딩"이라는 용어 자체가 Android 앱 배포 시장에 대한 Google의 관점을 나타냄. 소비자가 기본 Google Play 스토어를 사용하는 것이 권장되고 예상되는 반면, 경쟁 배포 수단을 사용하는 것은 일탈로 규정

구글은 사이드로딩을 자사 비즈니스에 대한 경쟁 위협으로 보고 사이드로드에 대해 소비자에게 오해할 수 있는 경고를

Google 인증 Android OS에 삽입





# 설치 과정의 장벽

UNDERGROUND  
Installing the app from an Android phone (Part 1):







Search for "Amazon Underground"

Amazon.com opens, with option to download Amazon Underground

Amazon Underground downloads, and user sees instructions on how to install.






User has to go to settings on their phone

And then select Security

Taken from [The Strategy's UI Deck](#)

Global Partnerships, Strategic Alliances

UNDERGROUND  
Installing the app from an Android phone (Part 3):

A follow-up Google security warning

App is installed

User is prompted to sign-in




User signs in

Amazon App home page opens

Taken from [The Strategy's UI Deck](#)

Global Partnerships, Strategic Alliances

UNDERGROUND  
Installing the app from an Android phone (Part 2):



User needs to toggle "Unknown Sources" to on

User receives a security warning

Unknown sources is turned on

Step 2 is to install the app

User confirms they want to install the app

Taken from [The Strategy's UI Deck](#)

Global Partnerships, Strategic Alliances

UNDERGROUND  
Installing the app from an Android phone (Part 4):






Drop-down display option to open Underground App

Underground section of the store opens

User is prompted to create a home screen shortcut

Amazon App Store now shows up as Home Page

Taken from [The Strategy's UI Deck](#)

Global Partnerships, Strategic Alliances

# 기술적 장벽 – 앱과 앱마켓 설치

구글의 웹사이트에서는 앱을 플레이 스토어 외의 곳에서 직접 다운로드를 받으면 그 소스가 어디인지와 관계 없이 당연히 기기에 손해를 끼친다는 기만적이고 과장된 언급

PC에 소프트웨어를 다운로드하여 설치하는 것과 크게 다르지 않으며, PC에서는 수백만 명의 개인용 컴퓨터 사용자가 매일 이 작업을 안전하고 쉽게 수행하고 있음.

소비자는 먼저 Android의 모호한 "알 수 없는 소스" 설정으로 이동하여 Play 스토어 이외의 소스에서 앱 설치를 허용하도록 변경해야만 다운로드 가능한 앱 스토어를 설치할 수 있음. 소비자가 이 설정을 변경하려고 하면 Google은 "귀하의 [기기] 및 개인 데이터가 출처를 알 수 없는 앱의 공격에 더 취약해 집니다. 귀하는 이러한 앱 사용으로 인해 발생할 수 있는 [기기] 손상 또는 데이터 손실에 대해 전적으로 책임을 진다는 데 동의합니다."라고 표시된 것을 선택해야 함.

## Download apps from other sources

**Important:** If you download apps from unknown sources, your phone and personal information can be at risk.

- Your phone could get damaged or lose data.
- Your personal information could be harmed or hacked.

[Help Google protect against bad apps from other sources](#)

- If you install apps from outside of Google Play, your phone can send Google information about those apps.
- This information helps Google better protect everyone from harmful apps. The information can include log information, URLs related to the app, device ID, Android version, and IP address. [Learn about Google Play Protect.](#)

"잠재적으로 유해한 응용 프로그램" 또는 PHA(Potentially Harmful Applications)로 분류, 피해를 과장.

2018년 Google 백서에 따르면 PHA는 "Google Play를 독점적으로 사용하는 기기의 0.08%만" 및 "Google Play 외부에서 앱을 설치한 기기의 0.68%"

# 기술적 장벽 – 앱과 앱마켓 설치

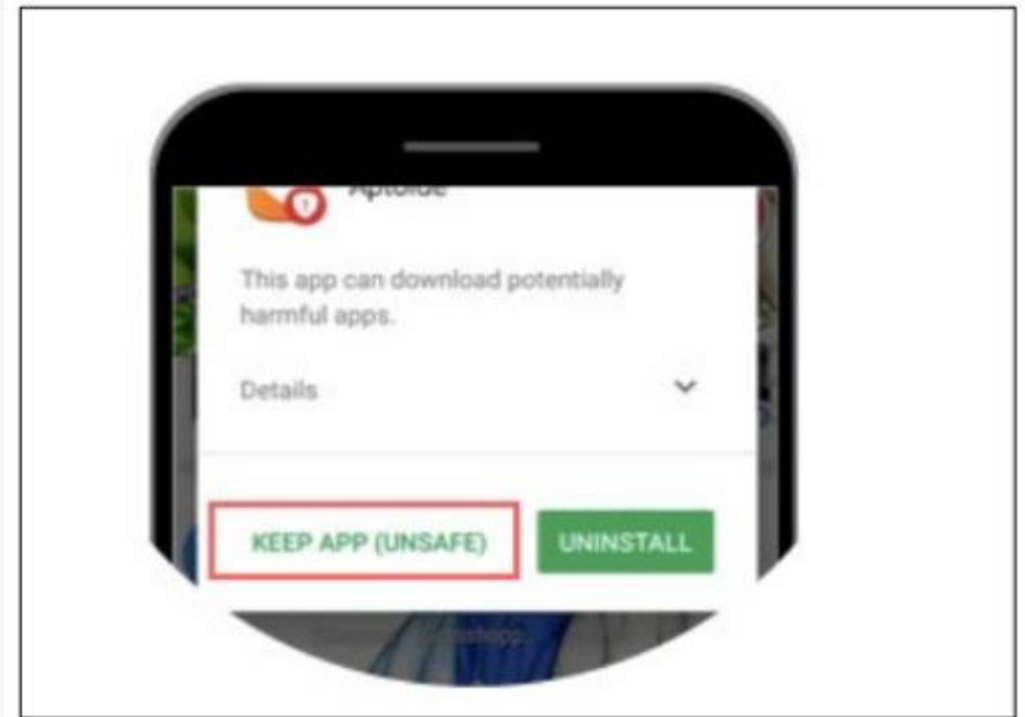
"잠재적으로 유해한 응용 프로그램" 또는 PHA(Potentially Harmful Applications)로 분류. 피해를 과장.

2018년 Google 백서에 따르면 PHA는 "Google Play를 독점적으로 사용하는 기기의 0.08%만" 및 "Google Play 외부에서 앱을 설치한 기기의 0.68%"

2017년에 발표된 Android 앱 스토어에 대한 독립적인 연구에서는 Aptoide가 분석된 Android 앱 스토어 중 가장 안전하고 다른 앱 스토어보다, 구글 플레이 스토어 자체보다도 안전한 것으로 평가. 그러나 Aptoide 앱을 유지하는 것은 "UNSAFE"가 될 것이라는 Google의 잘못된 경고와 사용자 모르게 사용자의 휴대폰에서 실제로 Aptoide를 제거하려는 Google의 추가 조치의 결과로, Aptoide는 2018년 6월과 2018년 사이에 사용자 기반의 15-20%를 잃었음. 2019년 6월, 포르투갈 법원이 관련 소송에 대한 대응으로 Google이 사용자 모르게 앱 스토어를 제거하는 것을 금지했지만 Google은 배제 경고 및 기술적 장애물을 유지했음.

Google은 사이드로드와 관련된 보안 설정 및 경고가 악성이 아닌 주류 앱 및 앱 스토어라도 Android 사용자에게 도달하는 것을 제한한다는 점을 인정.

Fortnite 및 Amazon Appstore와 같은 안전하고 고도로 선별된 Android 앱과 앱 스토어도 이러한 경고의 대상이 됩니다.



# 온갖 불법적인 방법으로 독점적 지위 유지



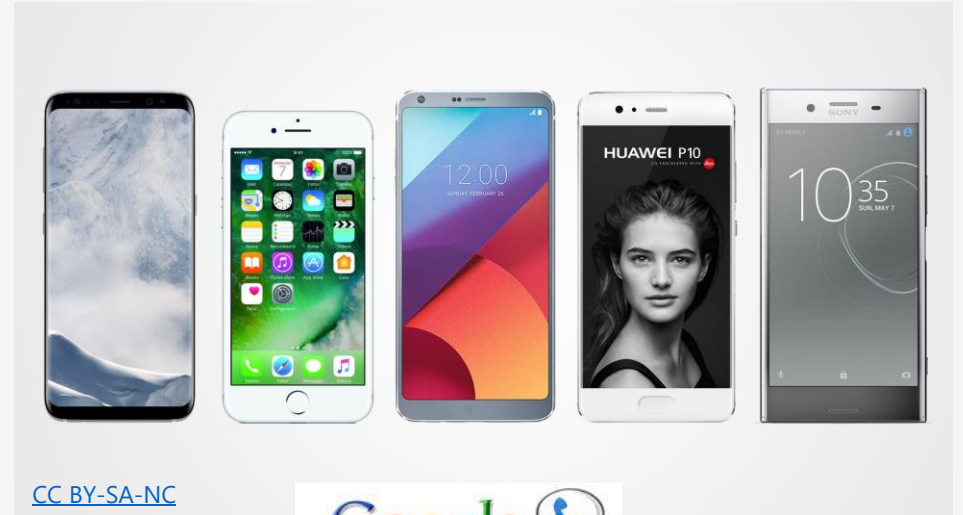
# OEM(기기제조업체, 통신사)과의 계약

경쟁 앱 스토어의 마찰 없는 사이드로드를 방지하기 위해 Google은 OEM에 대한 계약상의 제한을 부과

Android 기기를 Google의 독점 앱 및 서비스로 판매하려는 OEM은 먼저 AFA(Anti-Fragmentation Agreement, 단편화 방지 계약), 최근에는 ACC(Android Compatibility Commitment, Android 호환성 약정)에 서명해야 함.

AFA와 ACC 주요 조항. (1) ("단편화 방지 조항") 준수. (2) Android의 포크 버전을 실행하는 장치의 제조 및 판매에 대한 제한 사항에 동의("anti-forking provision, 포킹 방지 조항"). OEM이 호환성 정의 문서 및 Google의 호환성 테스트 도구 모음의 요구 사항을 준수하도록 요구.

AFA 및 ACC 호환성 표준에 따라 OEM은 사이드로드에 대한 Google의 제한 및 경고를 구현해야 함. 이 계약은 OEM이 Android를 수정하여 경쟁 앱 스토어의 마찰 없는 사이드로딩을 제공하는 것을 금지. Google은 이를 "Android 포크"로 간주하여 금지함.



# OEM과 통신사에 대한 MADA, RSA

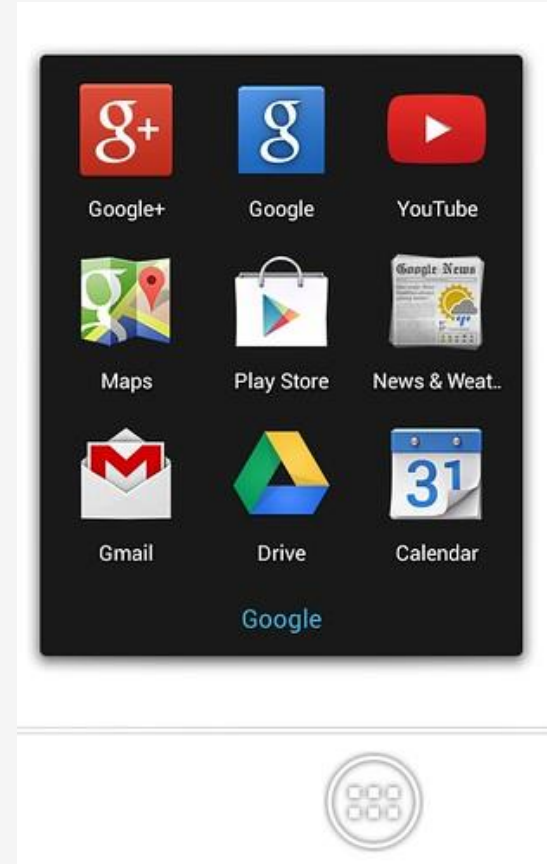
OEM 및 MNO가 실행 가능한 경쟁 앱 스토어를 사전 설치하지 못하도록 하기 위해 Google은 모바일 애플리케이션 배포 계약(Mobile Application Distribution Agreements, "MADA") 및 수익 공유 계약(Revenue Share Agreements, "RSA")의 두 가지 추가 계약 조건에 따라 추가 계약 제한을 부과

OEM이 Google과 MADA를 체결하지 않는 한 OEM이 Android 기기를 제조하거나 Android 상표를 사용하는 것을 허용하지 않음.

Google은 OEM에 대해 Google 모바일 서비스 라이선스(Play 스토어와 Gmail, YouTube 및 Google 지도와 같은 다양한 필수 앱을 비롯한 독점적인 Google 앱 번들이 포함)는 MADA 체결을 조건으로. OEM이 Google과 MADA를 체결하는 데 동의하지 않는 한 OEM은 Google Play 서비스에 액세스할 수 없음.

Google Play Services API는 푸시 알림, 사용자 찾기, 지도에 사용자 위치 표시, 광고 수익 극대화과 같은 앱 기능을 구축하기 위해 앱 개발자에게 필수적

Google의 MADA는 OEM이 Android 기기의 홈 화면에 Google Play 스토어 아이콘을 사전 설치하고 배치하고 경쟁 앱 스토어가 더 이상 눈에 띄지 않도록 해야 함.



[CC BY](#)

# 앱개발자와의 계약 - 경쟁 앱 스토어가 Play 스토어에서 배포되는 것 차단

협상 불가능한 개발자 배포 계약("DDA")에 서명하도록 강요

- Google Play 스토어에 표시되는 조건으로 앱 개발자에게 요구

DDA의 섹션 4.5 (경쟁금지)

개발자가 "Google Play 외부의 Android 기기에서 사용할 소프트웨어 애플리케이션 및 게임의 배포를 용이하게 하는 목적을 가진 모든 제품을 배포하거나 제공하기 위해 Google Play를 사용하는 것"을 금지

Google이 본 계약을 위반한다고 판단하는 모든 Android 앱을 제거하고 비활성화할 수 있는 권한을 Google에 부여



4.5 귀하는 Google Play 외부에서 Android 기기에 사용할 소프트웨어 애플리케이션 및 게임의 배포를 지원하는 상품을 배포하거나 제공하는 데 Google Play를 사용할 수 없습니다.

# 광고 제한 - 구글 광고는 구글플레이 앱 등록 개발자로 한정

## 구글을 통한 앱광고

Google 검색, YouTube, Google 검색의 Discover 및 Google 디스플레이 네트워크를 비롯한 주요 온라인 광고 채널의 광고 게재위치를 통해 앱을 홍보. 모바일 앱 광고에 최적화되어 있으며 성공적인 것으로 입증. Google에 따르면 사용자 4명 중 1명은 검색 엔진을 통해 앱을 발견

광고를 Google Play 스토어에 앱을 등록하는 앱 개발자로 제한 : Android 앱 개발자는 중요한 Google 광고 채널을 통해 소비자에게 다가가고자 하는 경우 Google Play 스토어에 앱을 등록해야 함.

소비자로부터 원하는 앱과 앱 스토어를 다운로드하는 방법에 대한 선택권을 박탈하는 것임.

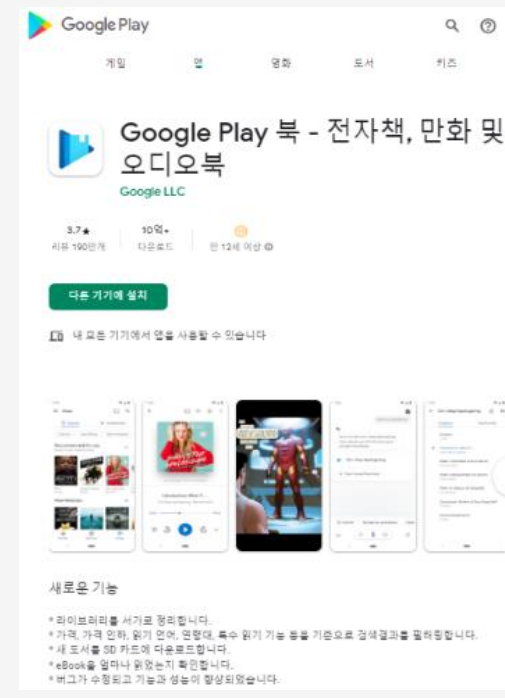
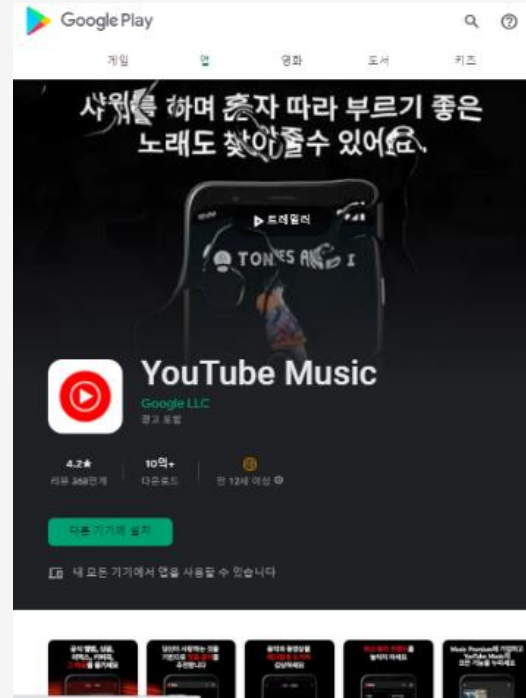
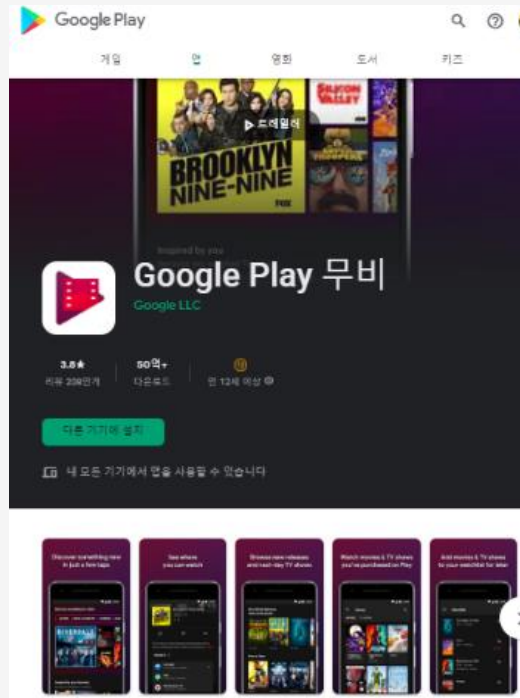
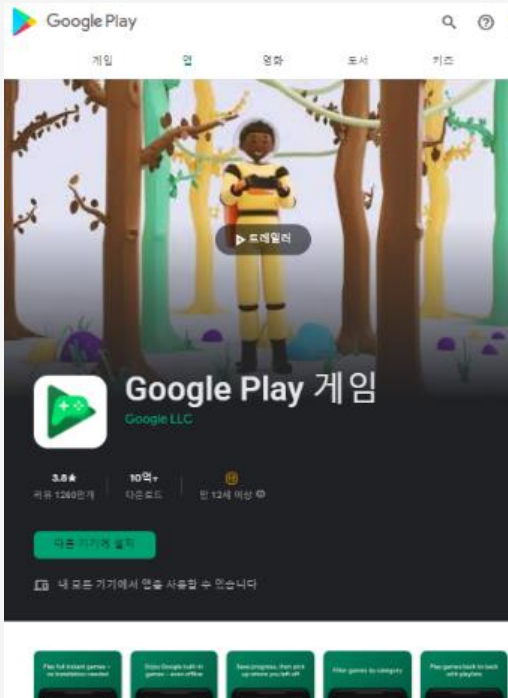




구글은 디지털 콘텐츠 서비스 제공자로 경쟁사업자

# 구글은 디지털 콘텐츠 서비스 제공자로 경쟁자

구글은 구글 플레이 북, 구글 플레이 뮤직, 구글 플레이 게임, 구글 플레이 무비 등 여러 가지 디지털 콘텐츠 서비스를 앱을 통해 제공하는 사업자.



# 인앱결제처리 시장

# “인앱 결제”(In-app payment) 처리

## 인앱결제 처리

### 앱을 사용하는 과정에서 발생하는 구매에 대한 결제 처리

구글은 “앱에서 유료 콘텐츠나 서비스를 추가로 구매”하는 것을 ‘인앱 구매’라고 부름.

구글은 인앱 구매의 사례로 ‘게임에서 공격력을 높여주는 무기’, ‘앱에서 더 많은 기능을 여는 열쇠’, ‘구매 시 사용할 수 있는 온라인 머니’를 구매하는 것을 예로 들고 있음.

### “인앱 결제 처리 서비스”

#### 이 과정에서 발생하는 결제를 처리해 주는 서비스

“인앱 결제 처리 서비스”에는 판매자가 고객의 구매(또는 구매 시도)를 확인하고 수락(또는 거부)하는데 필요한 단계를 수행할 때 사용하는 소프트웨어를 비롯하여, 구매자에 대한 인보이스 발행, 지불 내역 및 환불 처리, 고객 관리, 각종 프로모션 제공, 보안 서비스 등과 같은 추가 기능을 제공하는 경우가 많음.

<https://support.google.com/googleplay/answer/1061913?hl=ko>



CC BY-NC-ND

# 인앱결제는 가장 효과적인 수익창출 수단

디지털 콘텐츠 서비스에서 인앱 결제는 가장 효과적이고, 중요한 수익창출 수단

디지털 콘텐츠를 제공하는 앱들의 경우 전체 매출 중에서 인앱 결제를 통한 매출이 차지하는 비중은 매우 큼.

“앱” 개발자들 중 커머스 앱을 제외한 나머지 앱의 대한민국 시장의 매출액(커머스 부문의 앱은 신용카드, 간편결제 등의 시스템을 활용함)은 2019년에 9조4,574억 원으로 추산하였는데, 이는 **유료판매 39.4%, 광고 15.3%, 인앱결제 45.3%**로 나뉨.

또 다른 조사에서는 대한민국 내의 2020년 앱 내 **콘텐츠 결제를 통한 매출(인앱 결제 매출)은 전체 매출의 50.1%인 4조 6,988억 원 규모**로 추산. 이 비율도 구글이 고율의 수수료를 부과하고 있기 때문에 앱개발자들이 다른 회피 수단을 사용했기 때문에 낮게 나온 것으로 보는 것이 합리적.

유료판매를 통한 매출은 30.1%인 2조 8,227억 원 규모로 추산되며(2021년에는 20.0% 증가한 3조 3,882억 원 규모로 추산), 광고를 통한 매출은 2020년 19.8%인 1조 8,566억 원 규모로 추산하였습니다(2021년에는 24.3% 증가한 2조 3,078억 원 규모로 전망).

수익모델별 매출액 현황(단위: 억 원)

구분	2018년			2019년(P)		
	유료판매	광고	인앱결제	유료판매	광고	인앱결제
매출액 (커머스 제외)	33,642	13,170	38,796	37,243	14,440	42,891
증가율	8.9%	6.7%	11.9%	10.7%	9.6%	10.6%
비중	39.3%	15.4%	45.3%	39.4%	15.3%	45.3%

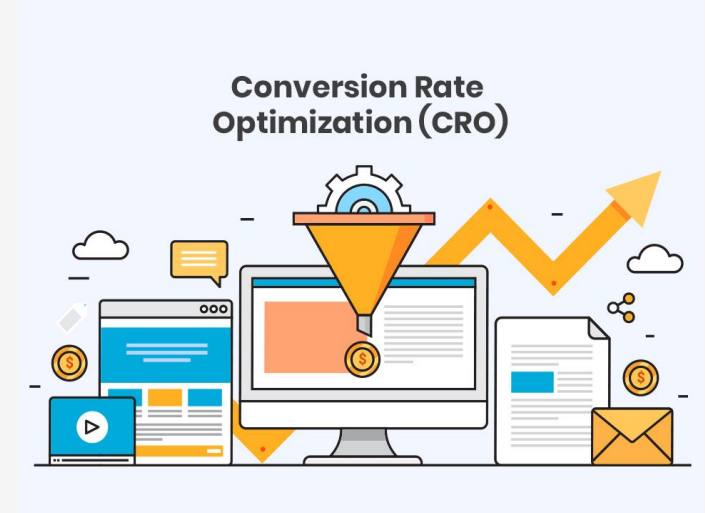
\* 커머스 부문의 경우 앱마켓의 결제시스템을 이용하지 않고, 신용카드, 간편결제 등의 시스템을 통해 결제가 이루어지므로 제외

# 디지털 콘텐츠와 인앱 결제 처리

디지털 콘텐츠의 전환률과 인앱결제 처리

상거래 등 커머스를 제공하는 앱개발자들과도 또 다르게, 디지털 콘텐츠를 제공하는 앱개발자들의 경우는 '무료로 앱을 배포'한 후, '프리미엄 서비스로의 전환'이나 '인앱 판매'를 통해 수익을 창출하는 것이 가장 효과적인 수익창출의 방법

전환률(conversion rate)을 높이는 것이 앱 비즈니스의 사활적인 관건 : 이를 매끄럽게 처리해 주는 '인앱 결제 처리'는 중요.



# 인앱 결제 처리 기능의 중요성

디지털 콘텐츠를 제공하여 수익을 창출하려고 할 때 '앱 자체 내에서 빠르고 원활한 구매를 할 수 있는 능력', '시의적절한 프로모션 등의 제공', '적절한 고객 결제 전환 기능' 등 '**인앱결제 처리 기능**'은 소비자의 긍정적인 경험과 구매 가능성을 높이는 데 매우 중요.

인앱 결제는 앱 개발자에게 가장 효과적인 수익창출의 수단이므로, 이용자에게 가장 편리하고 개발자에게도 가장 효과적인 인앱 결제 처리 기능을 제공하기 위한 경쟁이 치열하게 이루어짐.



**ikajo**      솔루션   화이트 라벨   지불 조정   제휴

## 인앱 결제

점점 더 많은 사용자가 모바일 장치를 사용하여 구매함에 따라 모바일 애플리케이션에서 지불 수락을 구현하기 위한 수많은 대안이 제공됩니다. 사용자는 특정 애플리케이션에서 직접 결제 양식을 작성할 수 있습니다.

따라서 인앱 결제(IAP) 모델은 현재 업계의 모든 기존 모바일 애플리케이션 중에서 지배적인 수익 창출 모델 중 하나입니다.

즉, 애플리케이션 내에서 가상 상품(예: 게임 화폐, 신규 레벨, 게임 아이템 등)을 구매하는 서비스입니다.

- 인앱 결제의 주요 장점은 무엇입니까?
- 이러한 지불은 비디오 콘텐츠에 대한 구매 수를 유도하고 또한 시청자가 애플리케이션에서 콘텐츠를 소비하는 편리한 경험을 얻을 수 있도록 합니다.
- 시청자가 애플리케이션을 종료하지 않고 구매할 수 있도록 하고 사용자가 구매를 완료하는 데 방해가 되지 않도록 하므로 매우 효과적인 사용자 경험을 제공합니다.
- 전환 수준에 유익한 효과를 촉진할 수 있습니다.
- 응용 프로그램은 무료일 수 있으며 이러한 사실은 사람들이 앱 스토어에서 비용을 지불하기 전에 다운로드하고 액세스하는 것을 더 매력적으로 만듭니다. 그 후 프리미엄 콘텐츠에 액세스하기 위해 다양한 인앱 제안 패키지가 제공될 수 있습니다. 따라서 사용자에게 애플리케이션의 전체 그림을 보여주는 효율적인 방법입니다.

[ikajo 사이트 : <https://ikajo.com/glossary/in-app-payment>]

# 부가 기능은 다른 대체 결제 서비스가 구글에 비해 우월함

사용자는 앱 사용을 중단하지 않거나, 중단이 최소화되면서 인앱 거래를 완료하려고 하기 때문에 만약, 소비자가 인앱결제를 사용하지 못하여 모바일 앱 외부에서만 디지털 콘텐츠를 구매해야 한다면, 해당 사용자는 구매를 포기하거나 앱과의 상호 작용을 완전히 중단할 수 있기 때문.

앱 개발자는 인앱 구매 경험을 가능한 한 단절 없이 매끄럽게 이어지도록 하려고 함.

인앱 결제와 관련하여 소비자의 참여와 관심을 유도하기 위하여 포인트, 할인 혜택, 무료 서비스 제공 등의 다양한 마케팅 수단을 제공하려고 함.

실제로 인앱 결제 처리 서비스 제공 사업자들은 '결제 처리 실패의 구체적 사유 분석', '신용카드 관련 결제의 특수성에 맞는 부가 서비스', '성공 결제 확인', '무료 평가판 서비스 관련 기능', '맞춤형 경험의 취소에 대한 대응 부가 서비스' 등 사용자의 요구에 맞는 다양한 부가 서비스를 제공하고 있음.

이와 같은 부가 서비스는 다른 대체 결제 서비스가 구글의 구글 플레이 빌링에 비해서 우월. 구글의 고위 임원도 내부 자료에서 이를 인정한 바가 있음.

## PayPal Pro Payment Gateway

### Integration using PHP

- ✓ Easy to Integrate
- ✓ Full Script Tutorial
- ✓ Free to Download
- ✓ Live Demo



Payable Amount: \$25 USD

Card Number

VISA 4311 1982 3039 8065 ✓

Expiry Month Expiry Year CVV

MM

YYYY

123

Name on Card

Codex World

Proceed

CODEXWORLD.com

알 수 없는 작성자님의 [이 사진](#)에는 [CC BY-NC-ND](#) 라이선스가 적용됩니다.



# 구글 플레이 결제 시스템

구글 플레이 결제 시스템은 Android 앱에서 디지털 제품과 콘텐츠를 판매할 수 있게 해주는 서비스.

- 구글은 “앱에서 인앱 상품이나 정기 결제를 비롯한 디지털 콘텐츠를 판매할 때, Google Play에서 결제 관련 세부사항을 처리하므로 개발자는 금융 거래를 직접 처리할 필요가 없으며, 고객은 일관되고 익숙한 구매 흐름에 따른 절차를 이용할 수 있다”고 홍보.

“Google Play 결제 서비스의 장점”이라고 광고하는 내용

- “간편한 통합”(“[Google Play 결제 라이브러리](#)”, “[Google Play Developer API](#)”, “[테스트 도구](#)”)
  - 개발 단계 또는 출시 준비 단계에서 비용을 청구할 필요 없이 앱에서 실제로 항목을 구매해 보고, 구매 흐름을 편리하고 안전하게 테스트하세요.
- “더 많은 고객에 도달하기”(“[전 세계에서 구매 및 판매하기](#)”, “[다양한 결제 수단](#)”)
- “더 많은 구매자 확보하기”(“[최적화된 구매 절차](#)”, “[신뢰와 안전](#)”, “[프로모션](#)”)

## Google Play 결제

앱에서 인앱 상품이나 정기 결제를 비롯한 디지털 콘텐츠를 판매하세요. Google Play에서 결제 관련 세부사항을 처리하므로 개발자는 금융 거래를 직접 처리할 필요가 없으며, 고객은 일관되고 익숙한 구매 흐름에 따른 절차를 이용할 수 있습니다.

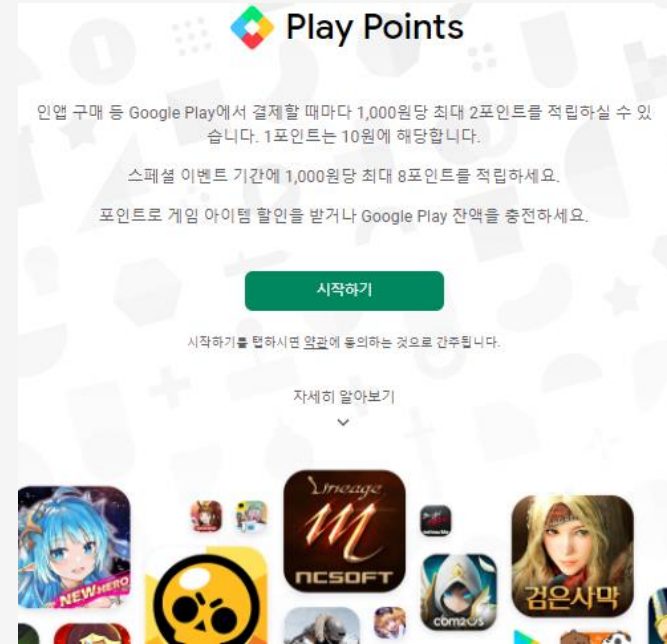
[문서 보기](#)



그러나, 이는 구글의 인앱 결제를 사용하는 경우에만 가능한 기능들 제3자 인앱결제 처리 서비스의 경우 더 좋은 부가 서비스를 제공하는 전문 서비스가 많이 있음에도 불구하고, 구글 플레이 디지털 콘텐츠의 인앱구매 결제 처리에는 접근할 수 없음.

# 구글 플레이의 인앱 관련 부가 서비스와 혜택

부가서비스	피싱고인의 소개
구글 플레이 패스	Google Play Pass를 구독하면 광고나 인앱 구매 없이 <b>수많은 앱과 게임</b> 을 즐길 수 있습니다. Play Pass를 구독해도 Google Play의 모든 앱을 이용할 수 있는 것은 아니며, 일부 앱 및 게임에만 액세스할 수 있습니다. 가족 콘텐츠 라이브러리를 사용하면 Google Play 가족 그룹과 Google Play Pass 정기 결제를 공유할 수 있습니다.
구글 플레이 포인트	<p>Play 포인트 적립하기</p> <p>인앱 구매, 앱, 게임, 영화 및 정기 결제 상품 등을 포함한 모든 Google Play 결제에 대해 1,000원당 1~2포인트를 적립하세요.</p> <p>특별 이벤트 기간에는 1,000원당 최대 8포인트를 적립할 수 있습니다. 추천 앱을 사용하고 포인트 추가 적립 혜택을 받으세요.</p> <p>Play 포인트 사용하기</p> <p>포인트를 사용하여 특별한 게임 아이템 및 재화를 40% 이상 할인된 가격으로 만나보세요.</p> <p>100포인트를 Play 크레딧 1,000원으로 교환하실 수 있습니다..</p>
구글 기프트 카드	<p>모든 상황에 잘 어울리는 최고의 선물</p> <p>무궁무진한 콘텐츠 : 수백만 개의 앱, 게임, 콘텐츠 중 원하는 것을 골라 보세요. 나에게 딱 맞는 콘텐츠가 기다립니다.</p> <p>수수료, 만료일 없음 : 만료일도 없고요. 잔액은 언제든지 원하는 방식으로 사용할 수 있습니다.</p> <p>선불 방식 : 기프트 카드를 사용하면 지출 내역을 간편하게 관리할 수 있습니다.</p>



구글은 디지털 콘텐츠의 인앱결제 처리에 제3자의 결제처리 서비스 제공자의 접근을 차단하고, 접근을 허용하더라도 앱별로 결제처리 서비스 제공자와 함께 구글의 결제 서비스를 병행하도록 의무화하고, 기능에 있어서도 구글의 인앱 결제 서비스인 구글 플레이 결제에서만 이와 같은 다양한 기능이 가능하고, 다른 제3자의 결제처리 서비스에서는 기능이 제한되도록 함.

# 인앱결제 처리 시장은 독립된 독자적 시장

---

연간 5조원이 넘는 규모의 결제가 '앱 내 결제처리'라는 방식으로 이루어지고 있는데, 구글은 아래에서 살펴볼 것과 같이 '안드로이드 앱의 디지털 콘텐츠에 대한 인앱 결제 처리'를 자신이 지정하는 서비스를 사용하도록 제한

그 결과 **디지털 콘텐츠에 대한 안드로이드 인앱결제 처리 시장은 확고한 진입장벽을 갖춘 독립된 시장으로 존재**하게 됨.

'디지털 콘텐츠에 대한 앱 내 결제' 시장은 앱의 운영시스템에 따라서 안드로이드와 iOS가 각각 별도로 존재하게 되며, 통화 단위, 조세, 소비자의 동일성, 앱마켓 서비스의 시장범위에 맞추어서 지리적 범위는 대한민국이 됩니다.

현재 디지털 콘텐츠에 대한 안드로이드 인앱결제 처리 시장은 (i) 'Google Play 스토어의 인앱 결제서비스', (ii) Android 개발자가 인앱 디지털 콘텐츠에 대한 지불을 처리하기 위해 사용할 수 있는 '대체 결제 처리 서비스'로 구성됩니다. 여기에는 경쟁자 또는 잠재적 경쟁자로 다양한 간편결제 서비스 제공자(각종 Pay 사업자들)와 앱 개발자가 작성한 사적인 결제 처리 소프트웨어가 포함됩니다. 이러한 대체 결제 서비스는 구글들의 반경쟁적 행위가 없었다면 구글의 구글 플레이스토어의 디지털 인앱결제 처리 시장에 적극적으로 진입하였을 것입니다. 실제로 이들은 디지털 콘텐츠가 아닌 앱(예를 들어 쇼핑, 배달 등)에서는 모바일 결제서비스 제공자로 참여하고 있습니다. 구글은 이들이 구글 플레이 앱마켓의 디지털 콘텐츠 관련 인앱결제 처리시장에 진입하지 못하도록 방해하려는 것입니다.

구글 구글 엘엘씨의 자회사인 구글 페이먼트에 의해 이루어진다고 하였습니다

미국의 경우는 PayPal, Braintree, Adyen, Worldigital 플랫폼ay, Chase Limited 등

# 인앱과 앱 외부 결제 처리 시장은 서로 대체하기 어려움

인앱 결제 처리 제품과 달리 사용자가 거래를 완료하기 위해 앱을 종료해야 하는 결제 처리 제품은 앱 내에서 거래를 완료할 수 있는 인앱 결제 처리 제품을 대체할 수 없음

앞에서도 본 것처럼 지불에 필요한 마찰과 시간이 커질수록 소비자가 거래를 완료할 가능성이 낮아지기 때문. 개발자와 소비자 모두 '앱을 종료해야 하는 결제 처리 제품'을 인앱 결제를 지원하는 결제 처리 서비스를 대체할 수 있는 것으로 보지 않음. 개발자 웹사이트를 통한 구매도 인앱 결제 처리를 대신할 수 없음. 이를 위해서는 사용자가 앱을 종료해야 하기 때문에 대체 가능한 대안으로 볼 수 없음.

구글은 Google 정책에 따라 '개발자가 앱 환경 외부에서 결제를 위해 사용자를 웹사이트로 안내하거나 안내하는 것'을 금지하고 있고, 금지 사항을 위반할 경우 앱마켓에서 삭제하기 때문에, 구글이 안드로이드 앱마켓의 시장지배적 지위를 유지하고 있는 상황에서는 외부결제를 시도할 수 없음

앱 외 결제 처리나 아웃링크를 통한 결제 처리 서비스는 인앱 결제 처리 서비스의 대체 수단이 될 수 없음.

## 인앱 결제의 장점을 소개하는 블로그 글

### 인앱 결제의 장점

#### 1) 인앱은 결제가 굉장히 간단합니다.

- 위의 캡처 이미지처럼, 인앱 결제 선택 후 → 구매 버튼을 누르면 바로 결제가 완료됩니다.
- 일반적인 카드 결제를 선택하면, 결제 카드사 선택 → 비밀번호 입력 혹은 공인인증번호 혹은 본인인증 문자 메시지 입력 등의 과정을 거쳐서 결제가 되는 것과 달리 인앱 결제는 구매내역만 확인하면 바로 결제가 완료됩니다.
- 이러한 결제의 편리함 때문에 인앱 결제를 많이 이용하고 있습니다.

#### 2) 인앱은 별도의 심사 없이, 앱에 바로 적용해서 사용할 수 있기 때문에 번거로움 없이 앱에 쇼핑몰-결제 기능을 적용할 수 있어요!

- 일반적인 전자결제모듈(카드결제, 카카오페이, 페이코 등등)을 사용할 경우, 판매점의 심사 및 승인이 있어야 사용할 수 있는데 사실적으로 심사가 굉장히 까다롭고 업종에 따라 제한이 많아요.
- 그러나 인앱은 이러한 심사과정 없이 적용 후 스토어에 앱을 출시하면 바로 이용할 수 있어요.

# 구글은 안드로이드 인앱결제 시장에서 시장지배적 사업자

구글이 반경쟁적인 정책을 시행해 왔기 때문에 구글은 디지털 콘텐츠를 위한 안드로이드 인앱 결제 시장에서 다른 잠재 경쟁자들의 진입을 막으면서, 사실상 완전한 독점을 실현해 옴.

구글은 안드로이드 앱의 디지털 콘텐츠 인앱결제 처리 시장에서 시장지배적 사업자

앱마켓의 매출액 실태 조사에서 2020년 구글 플레이스토어를 통한 매출이 5조 47억 원 규모로 추산, 이는 안드로이드 앱마켓 총 매출액 5조9,035억원의 84.78%에 달하는 것(전체 앱마켓 매출액 중에서는 66.5%)

특히 안드로이드 모바일 생태계에서 차지하는 구글의 독점적 지위에 비추어 보면 안드로이드 모바일 기기에서 '디지털 콘텐츠'에 대한 '앱 내 결제'는 매우 규모가 큰 독자적 시장으로 분류 될 수 있음.

Buy with  Pay

 Pay

# 구글의 디지털 콘텐츠에 대한 인앱결제 정책



# 2020. 9. 28. 디지털 콘텐츠에 대한 인앱 결제 강제정책 발표 : 22.4.1. 시행

## 결제

- Google Play에서 앱 다운로드 항목에 요금을 청구하려는 개발자는 해당 거래의 결제 수단으로 Google Play 결제 시스템을 사용해야 합니다.
- Play에서 배포하는 앱은 앱 기능, 디지털 콘텐츠 또는 상품을 포함한 인앱 기능 또는 서비스 이용에 결제를 요구하거나 수락하는 경우 ('인앱 구매'로 통칭) 3항 또는 8항이 적용되지 않는 한, 해당 거래의 결제를 위해 Google Play의 결제 시스템을 사용해야 합니다. Google Play의 결제 시스템을 사용해야 하는 앱 기능 또는 서비스의 예로는 다음의 인앱 구매가 포함되지만 이에 국한되지 않습니다.

아이템(예: 가상 화폐, 추가 생명력, 추가 플레이 시간, 부가기능 아이템, 캐릭터, 아바타)

정기 결제 서비스(예: 피트니스, 게임, 데이트, 교육, 음악, 동영상, 서비스 업그레이드, 기타 콘텐츠 정기 결제 서비스)

앱 기능 또는 콘텐츠(예: 광고 없는 버전의 앱 또는 무료 버전에서는 사용할 수 없는 새로운 기능)

클라우드 소프트웨어 및 서비스(예: 데이터 스토리지 서비스, 비즈니스 생산성 소프트웨어, 재무 관리 소프트웨어)



Google Play 결제 시스템에서 지원되지 않는 구매는 다음과 같습니다.

식료품, 의류, 가정용품, 전자제품 등 실제 제품의 구매 또는 대여

운송 서비스, 항공 운임, 헬스클럽 멤버십, 음식

배달과 같은 물리적 서비스 구매

신용카드 또는 공과금 청구서 결제

# 앱 내 타 결제수단 유도 금지

3항과 8항에 명시된 조건 이외에는 Google Play 결제 시스템 이외의 결제 수단으로 사용자를 유도할 수 없습니다. 이러한 금지 대상에는 다음을 통해 사용자를 다른 결제 수단으로 유도하는 행위가 포함되나 이에 국한되지 않습니다.

- Google Play의 앱 등록정보
- 구매 가능한 콘텐츠와 관련된 인앱 프로모션
- 인앱 WebView, 버튼, 링크, 메시지, 광고 또는 기타 클릭 유도문안
- 앱 사용자를 Google Play 결제 시스템이 아닌 결제 수단으로 유도하는 계정 생성 또는 가입 절차 등의 인앱 사용자 인터페이스 흐름

이용자에게 개발자가 제공하는 결제 방식을 안내해도 되나요?

예. 앱 외부에서 이용자에게 개발자 제공 구매 옵션을 안내할 수 있습니다. 이메일 마케팅 및 기타 채널을 통해 앱 외부에서 정기 결제 상품 및 특가 정보를 제공할 수 있습니다.

[결제 정책](#)에서 별도로 허용되지 않았다면, 개발자는 앱 내에서 이용자를 Google Play 결제 시스템이 아닌 결제 수단으로 유도해서는 안 됩니다. 여기에는 다른 결제 수단으로 연결될 수 있는 웹페이지에 직접 연결하거나 이용자에게 앱 외부에서 디지털 상품을 구매하도록 독려하는 표현을 사용하는 행위가 포함됩니다.

소비 전용 서비스 및 제품의 경우(앱 내에서 이용자가 디지털 상품 또는 서비스 액세스 권한을 구매할 수 없는 앱), 개발자는 직접 링크 없이 다음과 같은 표현을 사용하여 구매 옵션에 관해 추가 정보를 제공할 수 있습니다.

'웹사이트에서 직접 이 책을 구매할 수 있습니다.'

'웹사이트로 이동하여 프리미엄 정기 결제로 업그레이드하세요.'

'이 영화는 앱 내에서 대여할 수 없습니다. 하지만 ourwebsite.com을 통해 영화를 대여하여 앱에서 바로 감상할 수 있습니다.'

'추가 생명이 필요한가요? 웹사이트로 이동하여 추가로 구매하세요.'



# 인앱결제 강제는 부당한 끼워팔기

# 사업활동 방해행위이며 끼워 팔기

---

인앱결제 처리 시장은 앱마켓과는 전혀 별개의 시장

- 각각 별개의 서비스 제공자가 존재
- 서로 다른 별도의 수요가 존재

두 가지 별개의 서비스(앱 배포 및 앱 결제 처리)를 함께 묶어 자신의 앱마켓을 이용하는 경우 자사 인앱결제를 사용하도록 강제하는 것

- **앱 개발자들의 자유로운 거래를 억압하고, 방해하는 행위**

기술적인 이유도 없고, 개인정보보호, 보안 등 아무 이유가 없음

- 이를 관철될 수 있는 것은 오로지 '구글이 안드로이드 OS, 안드로이드 앱마켓, 안드로이드 인앱 결제처리시장 모두에서 시장지배적 지위를 차지'하고 있기 때문

Google은 제3자 결제 서비스와 양질의 고객 서비스, 개인정보 보호, 가격 에서 경쟁하지 않고 경쟁 압력 없이 낮은 수준의 서비스를 제공할 수 있는 것.

# 쇼핑앱, 배달앱, 웹앱의 경우

---

디지털 콘텐츠에서만 자사 인앱결제를 강제

- 쇼핑앱이나, 배달앱 등 실제 상품의 구매 시 인앱결제 강제 없음
- 웹 앱에서도 인앱결제 강제 없음
- 아무런 합리적 근거가 없다는 것을 스스로 보여주는 것

제3자 결제 회사는 하나일 필요도 없으며, 제공되는 기능은 거의 아무런 제한이 없음.

간편 지불 결제는 안전하고 효과적으로 운영됨.

간편 결제 서비스 제공자의 수수료나 부가 서비스는 구글의 간편 결제인 Google Play 결제보다도 훨씬 저렴하고, 훨씬 더 좋은 부가 서비스를 제공

편의성, 속도, 보안, 개인 정보 보호 및 고객 서비스의 다양한 측면에서 경쟁력이 있음.

# 독자적인 인앱결제 처리 서비스를 앱마켓에서 부당하게 끼워 팔기

다양한 간편결제 서비스(각종 Pay 사업자들)와 앱 개발자가 작성한 사적인 결제 처리 소프트웨어

구글의 반경쟁적 행위가 없다면

- 구글 플레이스토어의 디지털 인앱결제 처리 시장에 적극적으로 진입하였을 것
- 쇼핑, 배달앱 등에서는 모바일 결제서비스 제공자로 참여

구글 플레이 앱마켓의 디지털 콘텐츠 관련 인앱결제 처리시장에 진입하지 못하도록 방해하는 행위

'인앱결제 시장 진출' 다날, 네이버클라우드 게임팻에 결제 서비스 지원

## 다날 “14조 모바일게임 시장 잡아라…외부결제 빠르게 확산”



고종민 기자 입력 2022.05.19 16:45

게임사 외부 결제 서비스 확대 수혜

[아이뉴스24 고종민 기자]다날이 모바일게임 시장 확대와 인앱결제 대체재 마련 기조에 사업 기회를 확대하고 있다.

방송통신위원회는 최근 구글의 신규 인앱정책 가운데 하나인 아웃링크 제한 행위가 위법이라는 유권해석을 내놓고, 관련 자료 제출 거부 시 이행 강제금을 부과하는 등 후속조치에 나섰다. 국내외 일부 기업들도 인앱결제 독점에 문제를 제기하고 소송을 추진 중이다.



다날이 게임업계의 외부결제 시장 확대에 따른 결제서비스 시장 점유를 확대하고 있다고 19일 밝혔다.[사진=다날]

# 인앱결제 처리 서비스 제한은 앱개발사 사업활동을 방해

다양한 간편결제 서비스(각종 Pay 사업자들)와 앱 개발자가 작성한 사적인 결제 처리 소프트웨어는 구글보다 부가서비스 기능이 뛰어남

- 디지털 콘텐츠 인앱결제 처리 서비스 이용 강제는 사업활동 방해

## 인앱결제 처리 강제

- 쇼핑, 배달앱 등에서는 모바일 결제서비스 제공자로 참여

구글 플레이 앱마켓의 디지털 콘텐츠 관련 인앱결제 처리시장에 진입하지 못하도록 방해하는 행위



# 구글 플레이 포인트의 자사 우대

## Play Points 사용 방법



## 포인트를 사용해 게임 아이템 할인을 받거나 Google Play 잔액을 충전하세요

Play Points를 다음과 같이 이용하실 수 있습니다

- 즐겨하는 앱 또는 게임에서 자동으로 등장하는 인앱 또는 게임 아이템
- 다음 결제에 적용할 수 있는 앱 또는 게임 쿠폰
- 게임, 앱, 영화 등에서 사용할 수 있는 Google Play 잔액 충전
- 포인트를 사용하면 인앱 및 게임 아이템을 40% 이상 할인된 가격으로 이용하실 수 있습니다.

**브론즈** 0

1,000원당 1포인트 적립



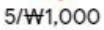
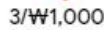


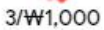
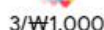



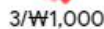


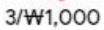
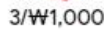


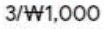
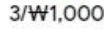
실버까지 150포인트 남음

등급별 혜택

적립 사용 추가 혜택

### 특별 적립 혜택

최고 적립률이 적용됩니다.

 1,000원당 5포인트 적립 서머너즈 워: 경공의 마녀나 5월 19일 종료	 1,000원당 3포인트 적립 33RD: 동물 랜덤 디펜스 게임 5월 31일 종료		
 1,000원당 3포인트 적립 고스트워: 캐주얼 배틀 아레나 5월 31일 종료	 1,000원당 3포인트 적립 다람쥐 타이쿤: 도토리송 키우기 방치형 힐링 경영 게임 5월 31일 종료		
 1,000원당 3포인트 적립 달로끼 키우기 5월 31일 종료	 1,000원당 3포인트 적립 랜덤 디펜스: 울스타 랜덤디펜스 5월 31일 종료		
 1,000원당 3포인트 적립 로라라라: 선택의 탑 5월 31일 종료	 1,000원당 3포인트 적립 마이리틀세프 5월 31일 종료		
 1,000원당 3포인트 적립 모듬이뜨개방with카페 5월 31일 종료	 1,000원당 3포인트 적립 버서스: 시즌2 with AI 5월 31일 종료		

차별적이고 자의적인 초경쟁적 수수료는 가격 남용

# 수수료 정책 – 차별적인 30%, 초경쟁적 수수료

Google Play 결제 시스템 또는 추가 결제 시스템(아래에 정의됨)을 통해 판매되는 앱 및 인앱 상품에는 [결제 정책](#)에 따라 서비스 수수료가 부과됩니다.

[15% 서비스 수수료 등급](#)에 등록된 개발자

- 매년 첫 100만 달러(USD)의 수익: 15%, 매년 100만 달러(미화)를 초과하는 수익: 30%

[15% 서비스 수수료 등급](#)에 등록되지 않은 개발자 : 서비스 수수료는 30%

정기 결제 제품의 서비스 수수료는 15%.

추가 결제 시스템을 사용한 거래는 Google Play의 결제 시스템을 통한 거래에 적용되는 서비스 수수료에서 4% 인하된 서비스 수수료가 적용.

전자지불처리 솔루션	요율
PayPal	2.9%
Stripe	2.9%
Square	2.6~3.5%
Braintree	2.9%



# 구글 수수료의 부당성

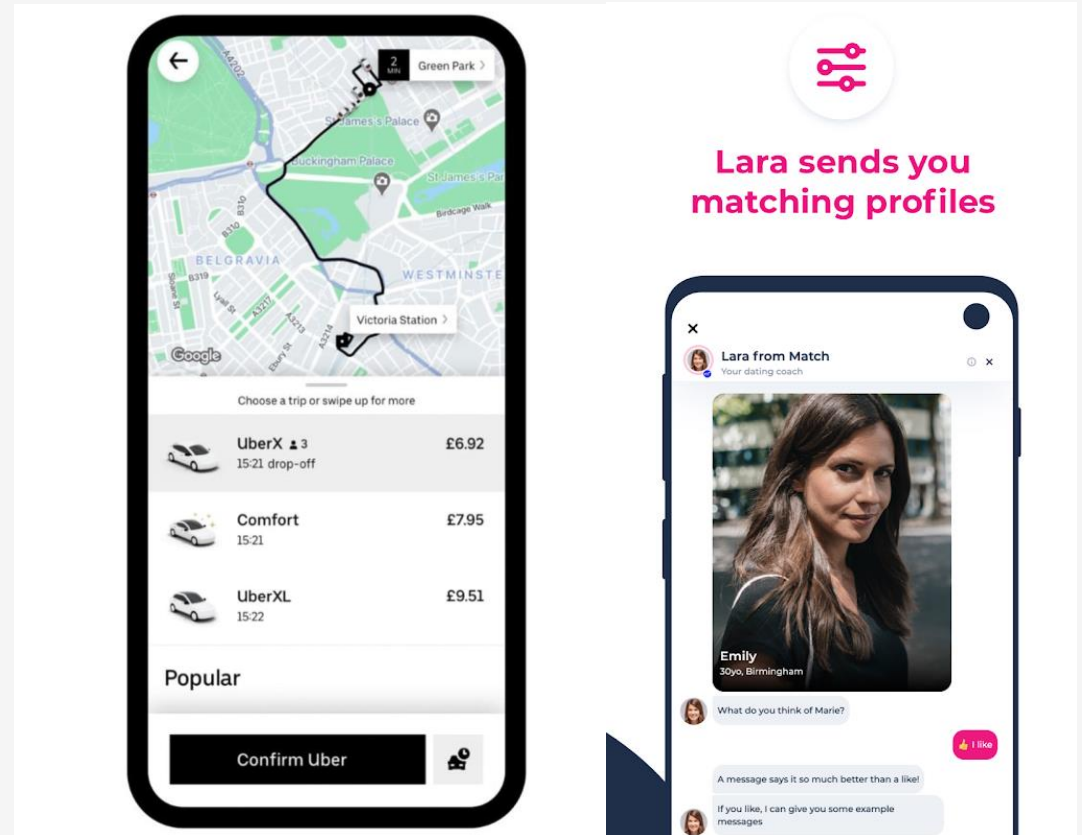
## 거래 수수료(수년 동안)

- 수년 동안 Google은 수수료를 "거래 수수료"라고 부름. 그렇지만, 대부분의 지불 거래 수수료는 거래 가치의 1%-3% 범위에서 낮은 수수료를 부과.
- PayPal, Square, Stripe 및 Braintree는 모두 거래 금액의 3% 미만.
- Google의 Chrome 웹 스토어도 각 앱 다운로드에 대해 5%만 청구
- Google Pay 디지털 지갑 플랫폼을 결제 수단으로 수락하는 판매자에게는 수수료를 청구하지 않음.

그러자, 2019년 11월 5일 DDA에서 "서비스 수수료"라고 변경함.

- 그러나 Google은 서비스가 무엇인지, 왜 30%의 수수료가 필요한지를 설명하지 않음.
- 보안이나 안전 서비스는 수수료 부과 대상에게 특별히 제공되는 것도 아님.

부과 대상 자의적 : Uber와 Match.com 서비스, 3%에만 수수료 부과



# 인앱 결제 강제로 인한 손해 - 앱 운영자



친일인명사전  
banghakjin

열기

4.9 ★

리뷰 1천개 ⓘ

1만회 이상

다운로드

3

만 3세 이상 ⓘ



일제의 조선 침략을 지지 찬양, 민족의 독립을 방해,  
지연시키며 일제의 식민통치와 침략전쟁에 협력한 자들의...

## 응용 소프트웨어 정보

버전

2.0

업데이트 날짜

2014. 11. 30.

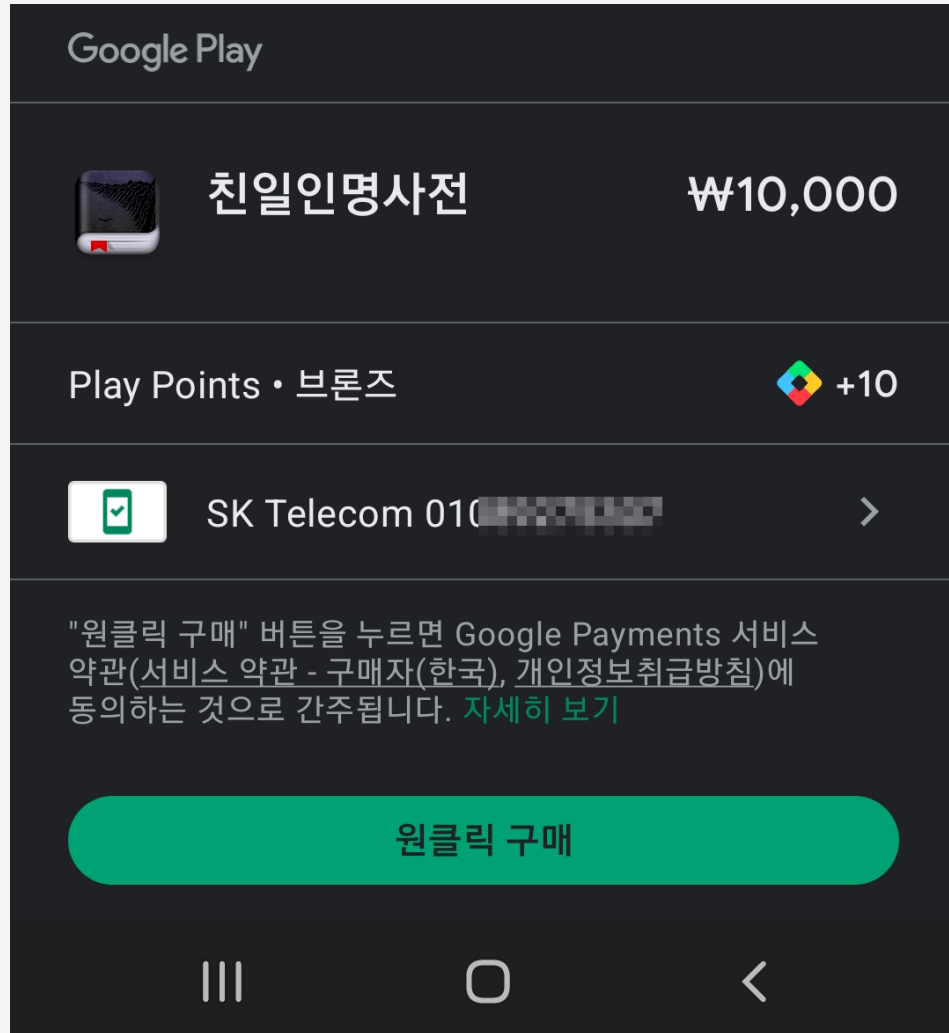
다운로드 수

다운로드 10,000회 이상

필요한 OS

Android 2.2 이상

# 인앱 결제 강제로 인한 손해 – 앱 운영자



문의사항이 있는 경우 [민족문제연구소](#)(를) 방문하세요. 앱과 게임은 Google Play에서 각 개발자가 제공 및 판매하며, 개발자의 이름이 Google LLC인 경우를 제외하고 Google LLC는 Play에 등록된 상품 또는 관련 거래에 대해 책임을 지지 않습니다.



**Google Play**

어디서나 즐길 수 있는 엔터테인먼트 통합 관리 서비스.

[자세히 알아보기 >](#)

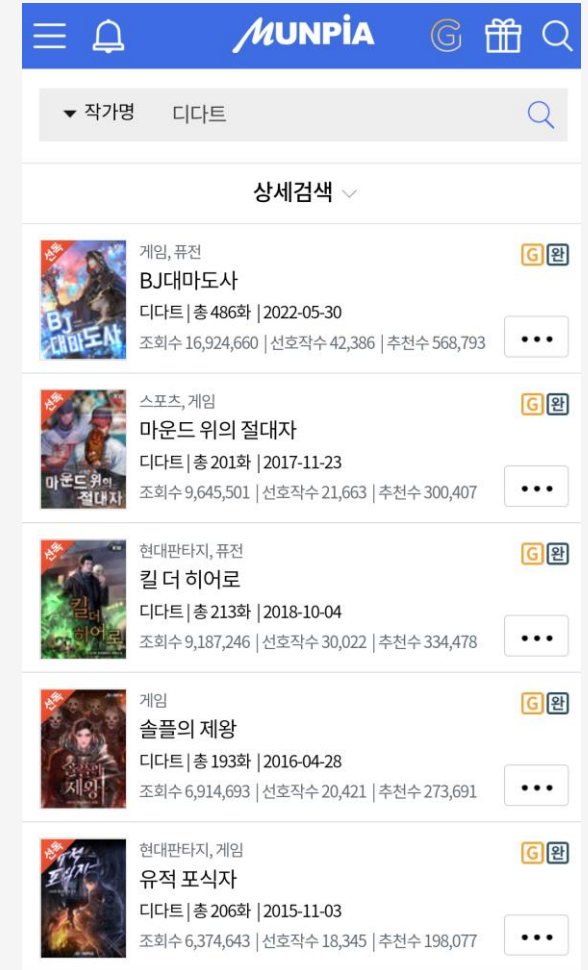
# 출판사, 작가들의 손해와 소비자의 손해

## 콘텐츠 제공자

- 초과 수수료 징수로 인해 수익배분 감소로 인한 손해

## 소비자

- 초과 수수료 징수로 인한 가격 인상분은 손해임.

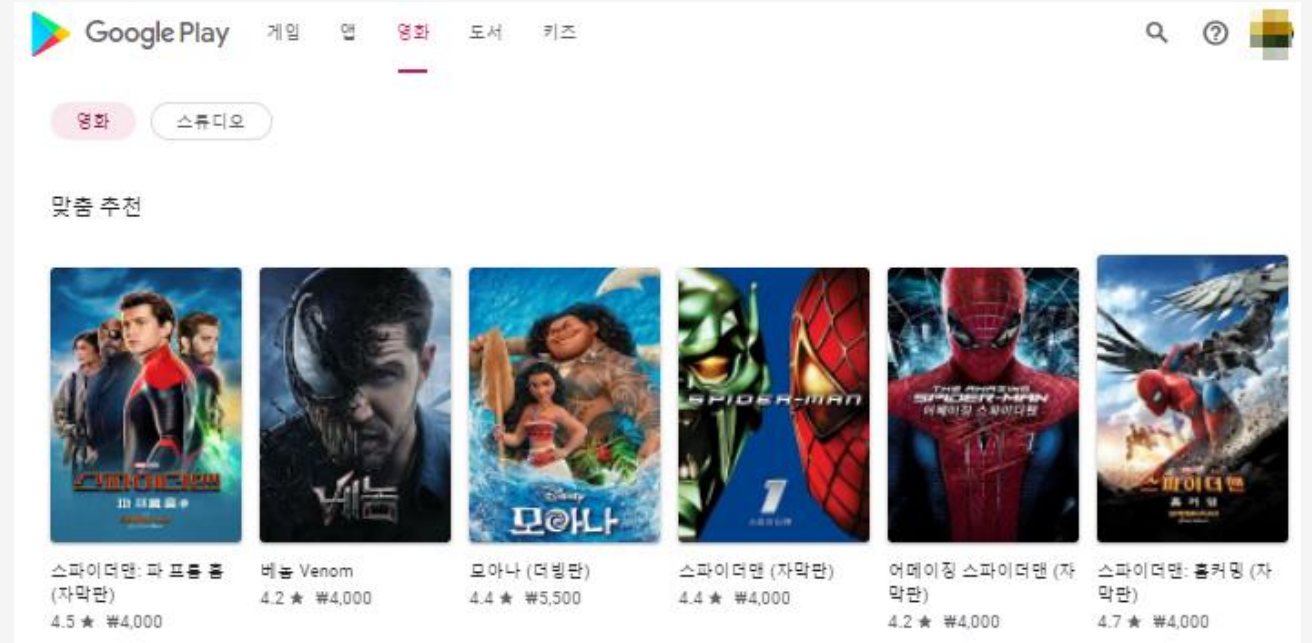


# 통상의 결제수수료에 비교할 수 없는 초경쟁 수수료

구글의 초경쟁적인 고율 수수료 부과로 디지털 콘텐츠 제공 앱사업자는 구글의 디지털 콘텐츠 제공 앱 사업과의 경쟁에서 경쟁력을 잃게 됨

구글의 비합리적인 고율 수수료 부과는 구글이 직접 운영하는 디지털 콘텐츠 제공 앱 사업과의 경쟁에서 치명적인 사업 방해가 됨.

예를 들어, 구글은 Google Book Movie라는 앱을 운영하고 있는데, 여기에서는 결제금액의 30%를 수수료로 부과하지 않게 되면, 영화 한편의 판매 가격이 4,000원일 경우, 1,200원의 가격 경쟁력을 갖는 셈.



# 구글 오디오북의 경우

오디오북 서비스 이용. 구글 플레이 북 앱을 통해서 가능

[구글 플레이북의 오디오북 서비스 소개]

구글 플레이 앱마켓을 통해 배포한 앱에서 오디오북을 판매할 경우 구글이 그에 대해 판매가격의 30%에 달하는 수수료를 부과한다면 ‘오디오북’ 가격이 10,000원이라면, 3,000원의 수수료를 부담해야 합니다. 이 경우 신고인은 수수료 부담이 없는 구글에 비해서 무려 3,000원의 가격 경쟁력을 잃게 되는 셈.

구글 플레이 북의 오디오북 인기 순.



## 오디오북을 듣는 방법 ^

### 스마트폰 및 태블릿

Android 및 iPad/iPhone용 Google Play 북 앱을 설치하세요. 계정과 자동으로 동기화되어 어디서나 온라인 또는 오프라인으로 책을 읽을 수 있습니다.

### 노트북 및 컴퓨터

Google Play에서 구입한 도서를 컴퓨터의 웹브라우저로 읽을 수 있습니다.

# 뽀로로와 친구들


뽀로로와 친구들의 오디오북을 3권 번들로 15,600원에 판매

앱을 통한 디지털 콘텐츠 판매에 30%/15%의 수수료를 부과할 경우, 구글과는 도저히 가격경쟁력을 갖추고 경쟁할 수 없음. 디지털 콘텐츠 창작자들은 구글의 앱을 통해서 작품을 배포할 것이 분명.

초 경쟁적인 수수료 부과는 스스로 디지털 콘텐츠 제공 앱 서비스를 하고 있는 구글이 해당 분야에서 경쟁자에게 막대한 가격 장벽을 부과하는 것과 마찬가지로. 이는 경쟁사업자에 대한 부당한 사업방해.

도서 3권 번들  
자주 함께 구매하는 항목

번들 ₩15,660



뽀로로 동화: 크롱의 작은 친구  
4.1 ★ ₩6,000 ₩5,400

뽀로로 동화: 뽀롱뽀롱 구출 작전  
3.7 ★ ₩5,400 ₩4,860

뽀로로 동화: 똥딱똥딱 만능 로봇  
4.0 ★ ₩6,000 ₩5,400

[구글 플레이북의 오디오북 서비스 중 뽀로로 구매 추천]

추가 결제 옵션 제공에도 불구하고, 경쟁사업자인 디지털콘텐츠 제공사업자의 사업활동 방해 행위



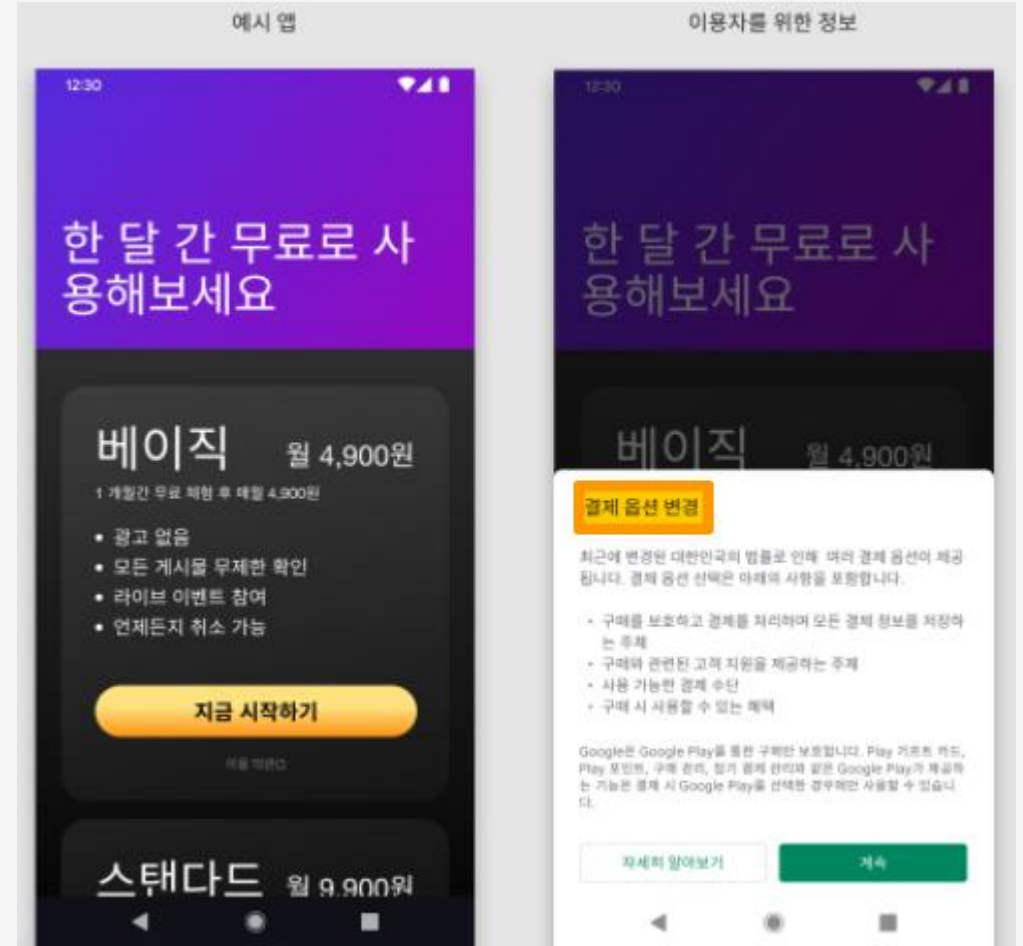
# 추가 결제 옵션 허용

다만, 대한민국 사용자의 결제를 요구하거나 수락하는 경우 “다른 인앱 결제 시스템을 사용자에게 제공할 수 있습니다”. 구글은 다음과 같은 안내문을 제시하도록 하였습니다.

최근에 변경된 대한민국의 법률로 인해 여러 결제 옵션이 제공됩니다. 결제 옵션 선택은 아래의 사항을 포함합니다.

- ◆ 구매를 보호하고 결제를 처리하며 모든 결제 정보를 저장하는 주체
- ◆ 구매와 관련된 고객 지원을 제공하는 주체
- ◆ 사용 가능한 결제 수단
- ◆ 구매 시 사용할 수 있는 혜택

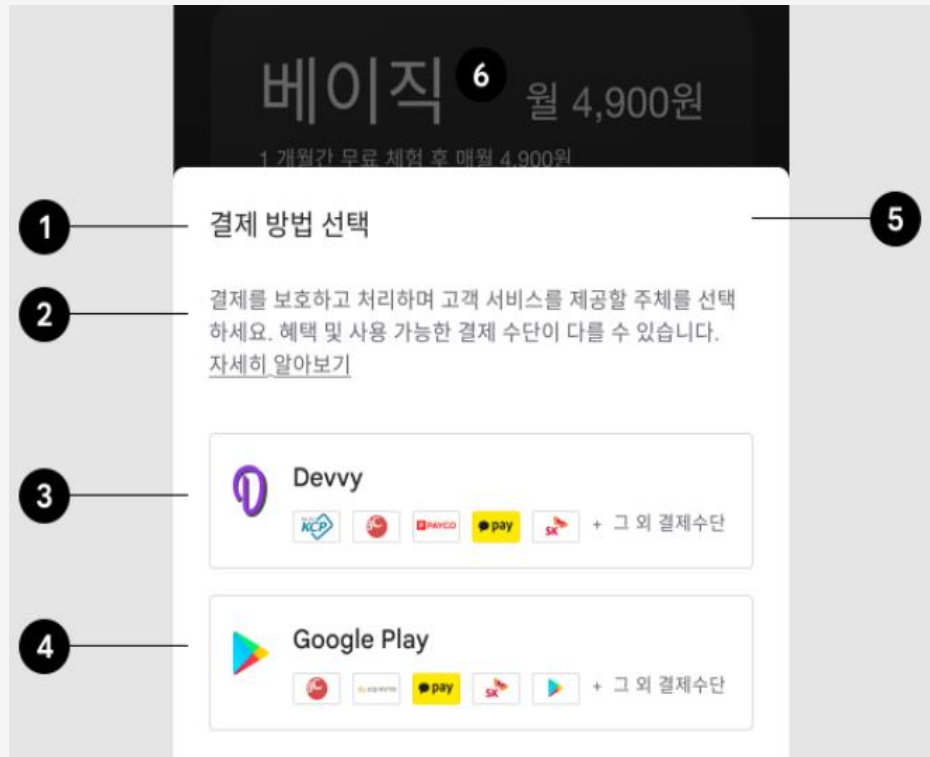
그런데, 구글은 대체 결제 처리를 선택하는 경우에도 반드시 구글 플레이 결제 서비스를 반드시 이용하도록 강제하면서, 그와 함께 추가로 다른 결제 서비스를 '결제 서비스 변경'이라는 식으로 "결제 옵션 변경"이라고 표현하도록 하고 있습니다(개발자 제공 인앱 결제 시스템 임시 UX 가이드라인).



# UX 가이드라인의 내용

그리고 구글은 아래의 표현을 반드시 포함시키도록 하고 있습니다(개발자 제공 인앱 결제 시스템 임시 UX 가이드라인).

Google은 Google Play를 통한 구매만 보호합니다. Play 기프트 카드, Play 포인트, 구매 관리, 정기 결제 관리와 같은 Google Play가 제공하는 기능은 결제 시 Google Play를 선택한 경우에만 사용할 수 있습니다.



# 구글은 결제서비스의 부가서비스 이용을 제한하여 경쟁사업자의 사업활동 방해

---

구글은 경쟁사업자인 신고인 등 디지털 콘텐츠 제공 앱 사업자가 결제서비스의 여러 가지 부가 서비스를 이용하는 것을 제한. 특히, 유연한 고객 인입을 제한하였고, 결제와 관련한 다양한 고객과의 소통을 방해.

구글 플레이 결제를 이용하는 경우에는 포인트 혜택, 다양한 결제 수단 중에서 선택할 수 있는 폭 넓은 자유, 간편 결제 기능 등을 폭 넓게 사용할 수 있음. 반면, 대체 결제 처리를 선택하는 경우에도 구글은 반드시 구글 플레이 결제 서비스를 반드시 이용하도록 강제하고 있음.

이는 앱 사업자가 대체 결제 처리 서비스만을 통합하여 운용할 수 있는 이점을 제한하는 것이고, 이런 선택을 하여 지불 처리 서비스 가격을 인하받을 기회도 제한하는 것.

앱 사업자는 제3자 결제 서비스를 선택, 통합하여 고객 서비스와 결제 처리의 부가 서비스 등을 통해서 효과적인 고객 관리를 할 수 있고, 경쟁력 있고, 저렴한 결제 서비스를 활용할 수 있는 것인데 이를 방해하는 것.

매출자료를 제공하도록 강요하여 경쟁사업자인 디지털콘텐츠 제공사업자의 사업활동 방해 행위

# 개발자 제공 인앱 결제 시스템 사용을 위한 서비스 약관

---

## 개발자의 의무

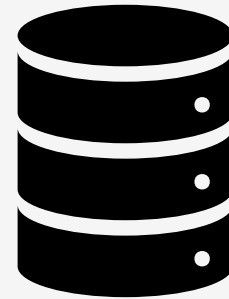
### 모든 매출 자료 제공 의무

- '개발자'는 매월 Google이 만족할 만한 수준으로 해당 월의 모든 '유료 거래'에 대한 자료를 Google에 제공해야 함. '유료 거래'는 (a) 모든 적용 가능한 '세금' 및 (b) 환불, 결제 취소, 지불 거절로 인한 조정을 포함하여 '개발자 제공 인앱 결제 시스템'을 사용 한 모든 '상품'(인앱 구입, 인앱 구독, 관련 자동 갱신 포함)의 구입에 관한 거래.

'개발자 매출 제공 자료'를 제공해야 세금계산서 발행.

모든 세무 자료 제공해야 함.

서비스 종료 후 1년 동안 Google은 지급 내역의 정확성 확인을 위해 모든 '서비스 수수료' 및 '세금' 지급과 관련된 '개발자' 장부 및 기록을 조사하고 감사할 수 있음.



# 자료제공 요구는 부당한 사업방해

---

구글이 이 정보를 가져갈 이유는 아무 데서도 찾을 수 없음. 구글이 조세 부담을 하게 되는 것도 아니고, 특히 대체 결제수단을 사용하는 경우는 더더욱 해당 자료를 받을 필요가 없음.

더구나, 이런 상세한 정보 내역은 신고인 등 앱 사업자에게 매우 중요한 영업 기밀이기 때문에 구글이 이를 요구하는 것은 부당. 이 정보는 고객의 취향, 최근의 유행, 고객 행동 패턴 등을 민감하게 드러내는 것으로 앱 사업자에게 매우 중요한 정보이고 경쟁사업자에게는 절대로 공개할 수 없는 자료.

경쟁 사업자인 구글이 이런 정보를 가져 간다는 것은 구글에게는 부당한 이점을 누릴 수 있게 하고, 제공의무를 지는 앱 사업자에게는 부당한 손해를 야기하는 것으로 결코 정당화할 수 없는 부당한 사업방해

## 결제 분쟁 및 환불 자료

그 뿐만 아니라 구글은 '결제 분쟁 및 환불'자료도 제공하도록 강요하는데, 이런 자료는 구글과는 아무 상관이 없는 자료일 뿐임.

## 장부 및 기록 조사 및 감사권한 강요

구글은 계약 기간 뿐만 아니라 그 후 1년 동안 모든 '서비스 수수료' 및 '세금' 지급과 관련된 '개발자' 장부 및 기록을 조사하고 감사할 수 있는데, 이것도 부당한 사업방해