



제 428회 국회 (임시회)
제2차 과학기술정보방송통신위원회

전기통신사업법 일부개정법률안

검 토 보 고

< 모바일콘텐츠 제공사업자의 다양한 결제방식 허용 >

■ 한민수의원 대표발의(의안번호 제2209151호)

2025. 8.

과학기술정보방송통신위원회

수석전문위원 이복우

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	2
1. 앱 마켓에서의 주요 결제방식 유형 개관	2
2. EU의 디지털 시장법(The Digital Markets Act, DMA) 관련 조항 ...	4
3. 앱 마켓사업자의 인앱결제 외 다양한 결제방식 허용 및 고지·표시 의무 적용 등	6
<참고자료>	17

I. 제안경위

가. 발 의 자 : 한민수의원 등 15인

나. 발의연월일 : 2025. 3. 20.

다. 회부연월일 : 2025. 3. 21.

II. 제안이유 및 주요내용

구글, 애플 등 글로벌 앱 마켓사업자들이 스마트폰 구동의 필수요소인 운영체제(OS)를 독점하여 자사 앱 마켓을 통해서만 모바일콘텐츠를 소비할 수밖에 없는 독점시장이 형성됨으로써 국내 이용자들은 강제적 인앱결제를 통해 높은 독점가격으로 모바일 콘텐츠를 이용해 왔음.

반면, 유럽의 경우 디지털시장법(Digital Markets Act)을 통해 독점적 앱 마켓사업자들이 자사 앱 마켓 이외의 다양한 앱 마켓과 결제수단 등을 허용하도록 하여 가격경쟁을 유도하였고, 그 결과 경쟁상황에 놓인 사업자 스스로 앱 마켓 수수료를 낮추게 됨으로써 유럽 소비자들은 합리적인 가격에 모바일 콘텐츠를 이용하고 있음.

이에 국내에서도 다양한 앱 마켓과 결제방식 등을 보장하여 앱 마켓사업자간의 가격경쟁을 유도함으로써 국내 이용자로 하여금 합리적인 가격에 모바일 콘텐츠 등을 소비할 수 있도록 하려는 것임(안 제22조의9 및 제50조제1항).

Ⅲ. 검토의견

1. 앱 마켓에서의 주요 결제방식 유형 개관

- 앱 결제 방식의 주요 유형은 ① 앱 마켓사업자가 제공하는 결제 시스템을 이용하여 거래하는 ‘인앱결제(In-app purchase, IAP)’, ② 앱개발사가 지정한 결제 시스템을 이용하여 앱내에서 거래하는 ‘인앱 3자결제’ 및 ③ 앱개발사가 지정한 외부링크를 통해 앱 밖으로 이동하여 거래하는 ‘외부링크를 통한 결제’의 3가지로 구분할 수 있음.

<앱 결제 방식의 주요 유형 비교>

구분	인앱결제	인앱 3자결제	외부링크를 통한 결제
개념	앱마켓 운영사가 제공하는 결제 시스템을 이용하여 거래	앱개발사가 지정한 결제 시스템을 이용하여 앱내에서 거래	앱개발사가 지정한 외부링크를 통해 앱 밖으로 이동하여 거래
거래발생 플랫폼	앱마켓	앱마켓	외부 플랫폼 (다른 앱, 웹사이트 등)
결제시스템 운영주체	앱마켓	앱개발사 또는 앱개발사 지정업체	앱개발사 또는 앱개발사 지정업체
거래수수료	최대 30%	최대 27%	앱 개발사 및 결제 대행업체 개별 협의
거래데이터	앱마켓 독점	앱마켓, 앱개발사 공유	앱개발사 독점

자료: 정보통신정책연구원, 「인앱결제의 개념 및 유형과 해외 주요국가 규제 동향」, 2022. 6. 13.

- 이 중 인앱결제 방식은 「전기통신사업법」 제2조제13호에 따른 앱 마켓사업자¹⁾(구글, 애플 등)가 거래데이터를 독점하게 되고 시장 영향력을 활용하여 높은 수수료를 부과할 수 있어, 앱 마켓에 진입하는 모바일 콘텐츠 사업자에게 인앱결제를 강제하는 경우가 많았음.
- 다양한 결제 방식을 허용하도록 하는 규제가 도입된 이후 앱 마켓사업자는 인앱 3자결제를 허용하고 있음. 인앱 3자결제는 앱 마켓사업자 이외의 제3자가 구축한 결제시스템을 활용하므로, 인앱결제에 비해서는 낮은 수수료가 책정이 될 수 있지만, 구글은 인앱결제와 크게 차이가 발생하지 않는 수수료율(26%)을 적용하여 다른 추가비용²⁾을 고려할 때 모바일 콘텐츠 사업자 입장에서는 해당 방식을 선택할 유인이 부족한 상황임.
- 외부링크를 활용하여 결제하는 방식은 애플의 경우 허용한 바 있으나, 애플은 해당 방식을 활용한 결제에 대해서도 기존 인앱결제와 유사한 수수료율(27%)을 부과하는³⁾ 경우가 있어, 인앱결제와 수수료율 측면에서는 큰 차이가 없는 상황임.

1) 「전기통신사업법」 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

13. “앱 마켓사업자”란 부가통신역무를 제공하는 사업 중 모바일콘텐츠 등을 등록·판매하고 이용자가 모바일콘텐츠 등을 구매할 수 있도록 거래를 중개하는 사업을 하는 자를 말한다.

2) 인앱결제에 비해 약간 수수료가 더 낮지만, 인앱 3자결제 방식은 개발비용이 소요될 수도 있고 결제대행 업체(PG), 카드사 등에도 수수료를 따로 내야 하는 구조이므로 실질에 있어 인앱결제에 비해 불리한 경우도 나타나고 있음.

3) 이데일리, “애플의 백기투항?...‘아웃링크’ 결제 허용했으나 새 수수료 도입”, 2024. 8. 9., <https://www.edaily.co.kr/News/Read?newsId=01466166638985680&mediaCodeNo=257>

2. EU의 디지털 시장법(The Digital Markets Act, DMA) 관련 조항

- 유럽연합(EU)은 2023년 3월 '디지털시장법(Digital Markets Act, DMA)'을 제정하여, 대형 온라인 플랫폼의 공정한 경쟁을 촉진하고 사용자 선택권을 확대하기 위한 규정을 도입하였음. 특히, 이 법에서 앱 마켓 사업자에게 인앱결제 이외의 다양한 결제 방식을 허용하도록 의무를 부과하고 있음.
- 디지털 시장법(The Digital Markets Act, DMA) 제5조제1항 제7호에서는 '게이트키퍼(Gatekeeper)⁴⁾'로 지정된 플랫폼 사업자가 자사 핵심 플랫폼 서비스를 이용하는 비즈니스 사용자가 제공하는 서비스의 맥락에서, 최종 사용자에게 게이트키퍼의 신원 확인 서비스, 웹 브라우저 엔진, 결제 서비스 또는 결제 서비스를 지원하는 기술 서비스를 사용하도록 요구하거나, 비즈니스 사용자에게 이러한 서비스를 제공하거나 상호 운용하도록 요구해서는 안 된다고 규정하고 있음(참고 1 제5조제1항 제7호 참조).
- 이는 유럽 시장의 주요 앱 마켓사업자인 게이트키퍼(구글, 애플 등)는 자사의 앱 마켓에서 모바일콘텐츠 등 앱 개발자에게

4) 게이트키퍼는 EU에서 특정한 요건을 충족하는 거대 온라인플랫폼 기업을 의미하며, 경제적 규모에서 EU에서 연간 매출이 75억 유로(약 10조 원) 이상이거나, 시가총액(또는 공정 시장 가치)이 750억 유로(약 100조 원) 이상인 기업 요건을 충족해야 하고, 그 외 서비스 제공 범위 및 시장 지배력 지속성(위의 조건을 3년 이상 충족한 기업)을 갖추어야 함.

자사 결제 시스템(인앱결제) 외에도 제3자 결제 서비스 제공 업체를 통한 결제 등을 허용하도록 의무를 부과하고 있는 조항임.

- 이러한 규정에 따라, 애플은 유럽 내에서 타사 앱스토어의 설치를 허용하고, 앱 내에서 제3자 결제 시스템을 도입할 수 있도록 정책을 변경하였음. 이를 통해 애플 앱의 사용자들은 애플의 앱스토어 외부에서도 앱을 다운로드하고, 다양한 결제 방식을 선택할 수 있게 되었음.
- 구글의 경우에도 Google Play 스토어에서 개발자들이 이용자들에게 더 저렴한 서비스나 요금제를 제공하기 위한 다양한 결제 방식을 허용하고 있음.

3. 앱 마켓사업자의 인앱결제 외 다양한 결제방식 허용 및 고지·표시 의무 적용 등

시장에 독과점적 영향력이 있는 앱 마켓사업자는 앱 마켓에 진입하는 모바일 사업자가 앱 마켓 자체의 결제 방식(인앱결제) 이외의 다른 결제방식을 이용하는 것을 허용하도록 하며, 해당 사항을 이용자에게 표시하거나 고지하도록 하여, 앱 마켓사업자 간의 가격경쟁을 유도함으로써 국내 이용자들이 하여금 합리적인 가격에 모바일 콘텐츠 등을 소비할 수 있도록 하려는 것임(안 제22조의9 및 제50조제1항).

현행	개정안
제22조의9(앱 마켓사업자의 의무 및 실태조사) ① (생략) <u><신설></u>	제22조의9(앱 마켓사업자의 의무 및 실태조사) ① (현행과 같음) <u>② 앱 마켓사업자는 이용자의 선택권을 보장하기 위하여 앱 마켓사업자가 제공하는 결제방식 외에 다른 결제방식의 사용(유도, 안내, 홍보 등을 포함한다)을 대통령령으로 정하는 바에 따라 이용자가 알기 쉽게 표시하거나 고지해야 한다.</u>
<u>② 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 모바일콘텐츠 등의 거래를 중개하는 공간(이하 “앱 마켓”이라 한다)에 모바일콘텐츠 등을 등록·판매하기 위하</u>	<u>③ -----</u> ----- ----- ----- <u>모바일콘</u> <u>텐츠 등을 등록·판매하기 위하</u>

여 제공하는 자(이하 “모바일콘텐츠 등 제공사업자”라 한다)의 보호 등을 위하여 필요한 경우 대통령령으로 정하는 바에 따라 앱마켓사업자의 앱마켓 운영에 관한 실태조사를 실시할 수 있다.

제50조(금지행위) ① 전기통신사업자(제9호부터 제11호까지의 경우에는 앱마켓사업자로 한정한다. 이하 이 조에서 같다)는 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.

1. ~ 8. (생략)

9. 앱마켓사업자가 모바일콘텐츠 등의 거래를 중개할 때 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 모바일콘텐츠 등 제공사업자에게 특정한 결제방식을 강제하는 행위

여 제공하는 자(이하 “모바일콘텐츠 등 제공사업자”라 한다) 및 이용자의-----

제50조(금지행위) ① -----

1. ~ 8. (현행과 같음)

9. -----강제하거나 모바일콘텐츠 등 제공사업자가 특정한 결제방식 외에 다른 결제방식을 사용(유도, 안내, 홍보 등을 포함한다)하는 것을 제한 또는 금지하는 행위

10. · 11. (생략) <u><신설></u>	10. · 11. (현행과 같음) <u>12. 모바일콘텐츠 등 제공사업자가 제51조에 따라 앱마켓사업자의 위반 행위를 신고하거나 조사에 협조한 것을 이유로 앱마켓사업자가 모바일콘텐츠 등 제공사업자에게 불이익을 주는 행위</u>
② · ③ (생략)	② · ③ (현행과 같음)

□ 검토의견

○ 현행 「전기통신사업법」 제50조제1항은 앱마켓사업자가 ① 모바일콘텐츠 등의 거래를 중개할 때 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 모바일콘텐츠 등 제공사업자에게 특정한 결제방식을 강제하는 행위(제9호), ② 모바일콘텐츠 등의 심사를 부당하게 지연하는 행위(제10호), ③ 앱마켓에서 모바일콘텐츠 등을 부당하게 삭제하는 행위(제11호)를 금지하고 있음⁵⁾.

- 해당 법률의 조항은 독과점적 영향력을 지닌 앱마켓사업자가 앱 내의 특정 결제방식만을 허용하는 ‘인앱 결제 강제’ 방식

5) 「전기통신사업법」 제50조(금지행위) ① 전기통신사업자(제9호부터 제11호까지의 경우에는 앱마켓사업자로 한정한다. 이하 이 조에서 같다)는 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.

9. 앱마켓사업자가 모바일콘텐츠 등의 거래를 중개할 때 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 모바일콘텐츠 등 제공사업자에게 특정한 결제방식을 강제하는 행위

10. 앱마켓사업자가 모바일콘텐츠 등의 심사를 부당하게 지연하는 행위

11. 앱마켓사업자가 앱마켓에서 모바일콘텐츠 등을 부당하게 삭제하는 행위

을 모바일 사업자에게 강요하는 것을 방지하여, 이용자의 권익을 보호하고 앱 마켓산업 참여자의 공정한 경쟁을 촉진하고자 2021. 9. 14.부터 시행된 내용임.

- 해당 규정을 근거로 방송통신위원회는 앱 마켓사업자인 구글·애플이 거래상의 지위를 남용하여 특정한 결제방식을 강제한 행위가 있으므로, 2022년 8월 16일부터 앱 마켓사업자의 특정 결제방식 강제 등 부당행위에 대한 사실조사를 실시하고, 그 결과를 바탕으로 2023년 10월 6일에 구글·애플에 대한 시정조치안을 통보하며 과징금 부과도 추진할 계획이라는 발표⁶⁾한 바 있음.

○ 그러나, 여전히 앱 마켓사업자가 모바일콘텐츠 등의 거래를 중개할 때 앱 개발사들에게 인앱결제 혹은 인앱결제 시스템 내 제3자 결제방식만을 허용하고 외부링크를 통한 웹에서의 결제는 허용하지 않고 있는 경우가 있으며, 이러한 행위가 현행 법령을 위반하는 것은 아니라고 주장하고 있어, 현행 법률에 분명하게 다양한 결제 방식이 허용된다는 것을 명시하도록 입법적 보완이 필요하다는 견해가 나타나고 있음.⁷⁾

- 구글·애플의 경우 자사 결제 시스템 외에도 제3자 결제 시스

6) 방송통신위원회 보도자료, ‘방통위, 구글·애플의 불공정행위 시정조치 및 최대 680억 원의 과징금 부과 추진’, 2023. 10. 6.

7) 2022. 6. 26., 디지털투데이, “인앱결제 강제 방지법 실효성 논란 왜?...”입법 보완 필요”, <http://www.digitaltoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=450814>
2024. 8. 16., “애플·구글, 한국서 앱마켓 갑질 여전...법·제도 반드시 보완해야”, <https://www.mk.co.kr/news/it/11094609>

템을 허용하고 있지만, 제3자 결제를 사용하는 경우에도 높은 수수료를 부과하여 개발자와 이용자에게 인앱결제의 경우와 비교하여 혜택이 없다는 견해가 있음.

- 또한, 구글은 앱 내에서 외부 웹사이트로 연결되는 결제 링크(아웃링크)를 활용하여 결제하는 것을 금지하는 정책을 발표하여 현행법 조항에도 불구하고 앱 마켓사업자들은 사실상 다른 결제방식을 허용하지 않는 정책을 여전히 실시하고 있다는 견해가 있음.

- 이처럼 현행법에 따라 앱 마켓 사업자 특정 결제 방식을 강요할 수 없지만(제50조제1항제9호)⁸⁾, 이러한 규정에도 불구하고 앱 마켓사업자가 제3자 결제를 허용하지 않거나 외부 링크 등을 통한 결제수단을 제한하는 경우가 있음.

따라서, 동 개정안을 통해 앱 마켓사업자가 인앱결제 외의 결제수단을 허용해야 할 의무가 명확히 규정되고, 이용자에게도 관련 고지가 이루어지므로, 다양한 결제방식의 허용이 법적으로 명확하게 제시되는 효과가 있으며, 입법취지 또한 타당하다고 판단됨.

- 기존 앱 마켓사업자(예: 구글 플레이스토어, 애플 앱스토어)의

8) 「전기통신사업법」 제50조(금지행위) ① 전기통신사업자(제9호부터 제11호까지의 경우에는 앱 마켓사업자로 한정한다. 이하 이 조에서 같다)는 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.

9. 앱 마켓사업자가 모바일콘텐츠 등의 거래를 중개할 때 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 모바일콘텐츠 등 제공사업자에게 특정한 결제방식을 강제하는 행위

주요 수익이 결제 수수료인 관계로 현행법 규정에도 불구하고 모바일콘텐츠 사업자에게 인앱결제 외에 다른 결제수단을 허용하지 않으려는 유인이 크다는 점을 감안할 때, 동 개정안에 따라 다른 결제수단도 자유롭게 보장하는 것이 앱 마켓사업자의 의무로 명확하게 규정되므로 이용자의 권익을 두텁게 보호할 수 있음.

- 다만, 현행법에 앱 마켓사업자가 모바일콘텐츠 등 제공사업자에게 특정한 결제방식을 강제하는 행위를 금지하는 규정이 이미 존재하고 있어, 현행법에 따라서도 앱 마켓사업자는 모바일콘텐츠 등 제공사업자에게 특정 결제행위를 강요할 수 없음.

이러한 규정에도 불구하고, 앱 마켓사업자는 인앱결제 외의 다른 결제방식에 고율의 수수료 부과하는 등의 방법을 통해서 법률상 규정을 사실상 위반·회피하는 행위가 발생하고 있다는 점에서, 앱 마켓사업자에게 다른 결제방식이 허용됨을 고지하도록 의무를 부과하는 것이 인앱결제 외의 다른 결제방식의 확대라는 실질적인 효과를 가져올 수 있는지에 대해 충분한 논의가 필요하다고 판단됨.

- 다음으로, 현행법 제22조의9제2항은 앱 마켓 운영 실태조사의 실시 요건을 ‘모바일콘텐츠 등 제공사업자의 보호’에 한정하고 있음. 이에 반해, 동 개정안(제22조의9제3항 부분)에서는 ‘이용자의 보호’ 또한 실태조사 실시 사유에 포함함으로써, 조사 요

건을 확대하고 있음. 이는 실태조사를 통해 이용자 권익 보호의 범위를 넓히려는 목적으로, 입법취지가 타당하다고 보임.

- 다음으로, 동 개정안 제50조제1항제12호의 신설 조항은, 앱 마켓사업자가 자신의 위반 행위를 모바일콘텐츠 등 제공사업자가 신고하거나 조사에 협조했다는 이유로, 해당 사업자에게 불이익을 주는 행위를 금지하는 ‘부당한 보복조치 금지’ 규정을 신설한 부분임.
- 앱 마켓사업자가 독과점적 위치를 활용하여 신고 행위나 조사에 협조한 행위를 수행한 모바일콘텐츠 사업자에게 앱 마켓 진입 제한, 수수료 적용 등에서 보복할 가능성이 있으므로 이를 방지할 필요가 있다는 점에서 입법 취지에 있어 타당하다고 판단됨.
- 동 개정안에 대한 소관 부처인 과학기술정보통신부는 동 개정안 제22조의9제2항의 부분에 대해 앱 마켓사업자가 다양한 결제방식을 허용하도록 하여 가격경쟁을 유도하고 국내 이용자들이 합리적인 가격으로 모바일 콘텐츠 등을 소비할 수 있도록 하려는 취지와, 동 개정안 제22조의9제3항의 부분인 앱마켓 운영 실태조사의 목적에 이용자 보호를 추가하여 이용자 편익을 향상하려는 입법 취지에는 공감하나, 동 개정안 제22조의9제2항의 부분에 대해서는 앱 마켓사업자가 보안을 위한 필수적 조치를 할 수 있도록 예외 규정을 두어 보안 문제를 예방할 필요가 있다는 견해임.
- 동 개정안에 대한 소관 부처인 방송통신위원회는 동 개정안의

제22조의9제2항 신설 부분인 앱 마켓사업자의 특정한 결제방식 외 다른 결제 방식의 사용 등에 대한 고지의무를 명시하는 내용은 앱 마켓사업자에게 다른 결제 방식에 대한 정보를 제공토록 하여 이용자 선택권을 보장하려는 내용으로 입법 취지에 공감하며 동의한다는 입장이며, 동 개정안 제22조의9제3항 개정 부분은 이용자 보호를 위한 실태조사 근거를 마련하는 규정으로 동의한다는 입장임.

- 또한, 동 개정안의 제50조제1항제9호의 앱 마켓사업자의 특정한 결제방식 외 다른 결제 방식의 사용 제한·금지 행위 금지 등의 내용은 앱 마켓사업자의 금지행위를 구체화한 취지는 공감하나, 현행 ‘특정한 결제방식 강제’ 금지 규정(제50조제1항제9호)과 개정안의 ‘특정한 결제방식 외에 다른 결제방식 사용 제한·금지 행위’ 금지 규정은, 규율범위⁹⁾와 규율방식¹⁰⁾이 달라 이를 구별할 필요가 있으며, 앱 마켓사업자의 안티스티어링¹¹⁾은 외부 결제방식 등을 제한·금지하는 것은 아니므로, 실질에 있어 외부 결제방식 등을 직접적으로 제한·금지하는 행위와 위법성 정도에 차이가 있다는 입장임.

9) 방송통신위원회는 현행 규정은 앱 마켓사업자가 외부결제를 직접 제한·금지하는 행위뿐만 아니라 모든 결제방식을 허용하되 결제수수료를 높게 설정하는 등 사실상 인앱결제 등을 강제하는 경우에도 적용 가능하여 개정안보다 규율범위가 넓다는 입장임.

10) 방송통신위원회는 현행 규정은 외부결제 등 금지를 ‘인앱결제 등(특정 결제방식) 강제’로 보고 ‘간접적’으로 규율하나, 개정안은 ‘다른 결제방식 등 금지’ 행위 자체를 ‘명확하게 직접’ 규율하고 있다고 해석하고 있음.

11) 앱 마켓사업자가 자사 결제시스템 외의 결제수단(외부결제 등)을 사용자에게 안내, 유도 또는 홍보하지 못하도록 제한하거나 금지하는 행위

- 따라서 현행 ‘특정한 결제방식 강제’ 금지 규정은 그대로 유지하되, 개정안의 내용(특정한 결제방식 외에 다른 결제방식 사용 제한·금지의 금지 및 안티스티어링 금지)은 별도 규정을 각 신설하여 달리 규율하는 것이 필요하다는 입장임.
- 또한, 앱 마켓사업자가 해당 웹사이트에 대한 보안, 안정성을 검증하기 위한 조건을 설정하는 경우 등 예외를 인정할 필요가 있으므로 ‘정당한 사유’를 요건으로 추가하며, 법 조문의 명확성·구체성을 제고하여 앱 마켓사업자의 예측가능성을 높이기 위해 조문을 일부 수정할 필요가 있다는 입장임.
- 그리고 동 개정안의 제50조제1항제12호 신설 부분은 앱 마켓사의 보복조치를 금지행위로 규정하여 법 집행의 실효성을 향상시키고 공정한 앱 마켓 시장을 조성하려는 것으로 입법취지에 공감하며 동의한다는 입장임.
- 동 개정안의 이해관계자인 한국인터넷기업협회는 현행 법령상 앱 마켓사업자의 범위가 매우 광범위하게 해석될 가능성이 있어, 관련 산업 전반에 규제로 작용하여 예측하지 못한 부정적인 영향이 우려되며, 현행법에 따라 특정 결제방식의 강제 금지 조항이 이미 존재하고 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따라서도 불공정거래행위를 금지하고 있으므로 동 개정안의 내용은 중복규제 가능성이 있으며, 앱 마켓사업자가 다른 사업자의 다른 결제방식을 파악하기 어려우므로 고지의무의 수행이 어렵다는 등의 견해를 제시하였음.

- 동 개정안의 이해관계자인 구글은 동 개정안은 외부결제 과정에서 기술적 오류(외부 웹브라우저 거래 종료 후 앱으로의 복귀 불가 등) 발생으로 이용자의 일관된 경험의 저해 가능성이 있으며, 동 개정안은 다른 결제 방식 표시 제한에 대한 부담성을 요구하지 않아 외부결제를 무조건적으로 허용해야 하는데, 기술적 오류를 포함한 외부결제까지 허용할 경우 이용자 이탈로 개발자의 잠재적 이익까지 저해할 가능성이 있다는 등의 견해를 제시하였음.
- 동 개정안의 이해관계자인 애플은 현행 규정에 특정 결제 방식의 강제를 금지하는 규정이 있으며, 외부 결제 이용시 결제에 대한 모니터링이 불가능, 보안문제 등이 발생할 수 있고, 앱마켓사업자는 거래의 유효성, 안전성 및 개인정보 보호를 보장할 수 없으며, 외부 결제 허용시 더 많은 사기 및 개인정보 침해 위험에 노출, 디지털 상품 구매의 안전성 및 신뢰 저하, 미국무역대표부의 불공정 우려¹²⁾ 등의 견해를 제시하고 있음.
- 동 개정안의 이해관계자인 삼성전자는 외부 결제방식을 허용하는 것이 앱마켓이 사업상 부과할 수 밖에 없는 앱마켓 운영 수수료를 부당하게 우회 또는 면제받는 것으로 오인되지 않도록 법적 명료화가 필요하다는 견해임.

12) 미국무역대표부(USTR)은 2025년 3월 31일 발표한 ‘2025 해외무역장벽에 대한 국가 교역 평가 보고서(2025 National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers)’에서 디지털 온라인 플랫폼 법안에 대한 우려를 표명하였는데 해당 보고서에는 규제 대상에 미국 기업이 포함되는 반면 다수의 한국기업 및 타국 기업은 제외됨을 우려하고 있다는 견해를 제시하고 있음.

- 종합적으로 보면, 앱 마켓사업자가 제공하는 결제방식(인앱결제) 외에 다른 결제방식의 사용이 허용된다는 점을 이용자에게 명확하게 알려주게 되며, ‘이용자 보호’의 경우에도 실태조사를 실시할 수 있도록 규정됨에 따라 이용자의 권익을 향상시킬 수 있다는 점에서 입법 취지는 타당하다고 판단되나, 정부의 보안상 필수 조치 필요 의견, 이해관계자의 외부결제 기술적 오류 등으로 인한 개인정보 침해 가능성이나 안전성 저하 등의 문제를 함께 고려하여 입법 정책적으로 결정될 필요가 있음.

문 의 처
02)6788-5225

※ <참고 1> The Digital Markets Act (DMA) Article 5.

Article 5, Obligations for gatekeepers

1. The gatekeeper shall comply with all obligations set out in this Article with respect to each of its core platform services listed in the designation decision pursuant to Article 3(9).

2. The gatekeeper shall not do any of the following:

(a) process, for the purpose of providing online advertising services, personal data of end users using services of third parties that make use of core platform services of the gatekeeper;

(b) combine personal data from the relevant core platform service with personal data from any further core platform services or from any other services provided by the gatekeeper or with personal data from third-party services;

(c) cross-use personal data from the relevant core platform service in other services provided separately by the gatekeeper, including other core platform services, and vice versa; and

(d) sign in end users to other services of the gatekeeper in order to combine personal data, unless the end user has been presented with the specific choice and has given consent within the meaning of Article 4, point (11), and Article 7 of Regulation (EU) 2016/679.

Where the consent given for the purposes of the first subparagraph has been refused or withdrawn by the end user, the gatekeeper shall not repeat its request for consent for the same purpose more than once within a period of one year.

This paragraph is without prejudice to the possibility for the gatekeeper to rely on

Article 6(1), points (c), (d) and (e) of Regulation (EU) 2016/679, where applicable.

3. The gatekeeper shall not prevent business users from offering the same products or services to end users through third-party online intermediation services or through their own direct online sales channel at prices or conditions that are different from those offered through the online intermediation services of the gatekeeper.

4. The gatekeeper shall allow business users, free of charge, to communicate and promote offers, including under different conditions, to end users acquired via its core platform service or through other channels, and to conclude contracts with those end users, regardless of whether, for that purpose, they use the core platform services of the gatekeeper.

5. The gatekeeper shall allow end users to access and use, through its core platform services, content, subscriptions, features or other items, by using the software application of a business user, including where those end users acquired such items from the relevant business user without using the core platform services of the gatekeeper.

6. The gatekeeper shall not directly or indirectly prevent or restrict business users or end users from raising any issue of non-compliance with the relevant Union or national law by the gatekeeper with any relevant public authority, including national courts, related to any practice of the gatekeeper. This is without prejudice to the right of business users and gatekeepers to lay down in their agreements the terms of use of lawful complaints-handling mechanisms.

7. The gatekeeper shall not require end users to use, or business users to use, to offer, or to interoperate with, an identification service, a web browser engine or a payment service, or technical services that support the provision of payment services,

such as payment systems for in-app purchases, of that gatekeeper in the context of services provided by the business users using that gatekeeper's core platform services.

8. The gatekeeper shall not require business users or end users to subscribe to, or register with, any further core platform services listed in the designation decision pursuant to Article 3(9) or which meet the thresholds in Article 3(2), point (b), as a condition for being able to use, access, sign up for or registering with any of that gatekeeper's core platform services listed pursuant to that Article.

9. The gatekeeper shall provide each advertiser to which it supplies online advertising services, or third parties authorised by advertisers, upon the advertiser's request, with information on a daily basis free of charge, concerning each advertisement placed by the advertiser, regarding:

(a) the price and fees paid by that advertiser, including any deductions and surcharges, for each of the relevant online advertising services provided by the gatekeeper,

(b) the remuneration received by the publisher, including any deductions and surcharges, subject to the publisher's consent; and

(c) the metrics on which each of the prices, fees and remunerations are calculated.

In the event that a publisher does not consent to the sharing of information regarding the remuneration received, as referred to in point (b) of the first subparagraph, the gatekeeper shall provide each advertiser free of charge with information concerning the daily average remuneration received by that publisher, including any deductions and surcharges, for the relevant advertisements.

10. The gatekeeper shall provide each publisher to which it supplies online advertising services, or third parties authorised by publishers, upon the publisher's

request, with free of charge information on a daily basis, concerning each advertisement displayed on the publisher's inventory, regarding:

(a) the remuneration received and the fees paid by that publisher, including any deductions and surcharges, for each of the relevant online advertising services provided by the gatekeeper;

(b) the price paid by the advertiser, including any deductions and surcharges, subject to the advertiser's consent; and

(c) the metrics on which each of the prices and remunerations are calculated.

In the event an advertiser does not consent to the sharing of information, the gatekeeper shall provide each publisher free of charge with information concerning the daily average price paid by that advertiser, including any deductions and surcharges, for the relevant advertisements.