



**강력한 플랫폼 규제,
오히려 해외 플랫폼의 국내 시장
잠식을 '방조'하는 것이라면?**

강력한 플랫폼 규제, 오히려 해외 플랫폼의 국내 시장 잠식을 ‘방조’하는 것이라면?

스타트업얼라이언스 정주연 전문위원^{01 02}

01 법학 박사(행정법 전공)

02 이 글은 스타트업얼라이언스의 공식 입장이 아닌, 필자의 주관적인 견해를 밝힙니다.

최근 해외 거대 플랫폼에 의한 국내 시장 잠식이 심화되면서, 공정위는 국내 스타트업 등을 보호하고 성장시키기 위해 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」에 대한 재 추진의사를 밝혔다. 그러나 해외 기업에 대해서는 데이터 수집과 법 집행에 한계가 있으므로, 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」의 도입은 결국 자국 플랫폼 기업들에 대한 규제만 더욱 강화하게 되어, 자국 스타트업 생태계를 파괴하고 스타트업 기업들의 성장을 저해하는 결과를 초래하게 될 것이다.

목차 Table of Contents

1	중국 플랫폼에 의한 국내 이커머스 시장의 잠식, 이대로 괜찮은가?	5
2	정부가 제시한 방어 수단, 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」	10
	2-1 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」은 어떤 법?	
	2-2 그렇다면, 구체적으로 어떤 플랫폼 기업이 법 적용 대상이 될까?	
3	「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」 위기를 타개할 올바른 해법일까?	13
	3-1 국내 기업 살려달라 했더니, 국내 기업만 잡는 법?	
	3-2 스타트업 시장의 성장을 저해하는 법?	
	3-3 글로벌 트렌드에도 역행하는 법?	
4	「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」 올바른 해법이 될 수 없다	20
	참고문헌	22

1

중국 플랫폼에 의한
국내 이커머스 시장의 잠식,
이대로 괜찮은가?

1 중국 플랫폼에 의한 국내 이커머스 시장의 잠식, 이대로 괜찮은가?

최근 알리(Aliexpress), 테무(Temu), 쉬인(Shein) 등 대형 자본으로 무장한 중국 플랫폼들이 급속도로 성장하면서 ‘C 커머스’(China + Commerce)라는 신조어가 생길 정도로 글로벌 이커머스 시장에 지각변동이 일어나고 있다. “억만장자처럼 쇼핑하세요”라는 테무의 슬로건처럼, 이들은 초저가 물량공세를 펼쳐 세계 소비자들의 구매욕을 자극하고 있는데, 이러한 판매 전략은 고물가 시대에 조금이라도 저렴한 상품을 찾으려는 합리적 소비 트렌드⁰³와 맞물리면서 2023년 블랙프라이데이기간 동안 테무, 쉬인 등 중국 플랫폼들의 판매량을 지난해 대비 3배 가까이 증가시켰다.⁰⁴

국내 이커머스 시장도 마찬가지다. SNS 상에서는 중국 플랫폼으로 구매한 제품을 언박싱하는 소위, ‘알리깡’, ‘테무깡’ 콘텐츠가 MZ 세대를 중심으로 성행하고 있으며, 2023년에는 국내 온라인 해외 직구 총 거래액 6조7567억 원 가운데 중국 직구 비중이 3조2873억 원(48.7%)을 차지하여 해외 직구 시장의 최강자로 등

03 2023년 소비트렌드 가운데 하나로 떠오른 ‘체리슈머’(Cherry-sumers)는 한정된 자원을 극대화하기 위해 최대한 알뜰하게 소비하는 전략적 소비 트렌드로, 생존에 필요한 상품은 가성비를 따지지만, ‘사고싶다’는 열망을 느끼는 상품에 대해서는 자금을 총동원하는 소비 행태다. 이러한 소비 행태는 가격비교를 통한 최저가 확인, 공동구매, 중고거래 활성화 등으로 나타나고 있다(인터넷기업협회, 디지털산업이슈 2023, 2023, 17면).

04 반면, 같은 기간 아마존의 판매량은 지난해 대비 30%나 감소하였다(기술과 혁신, 혜성같이 등장한 이커머스 골리앗, Vol.464, 2024년 3/4월호).

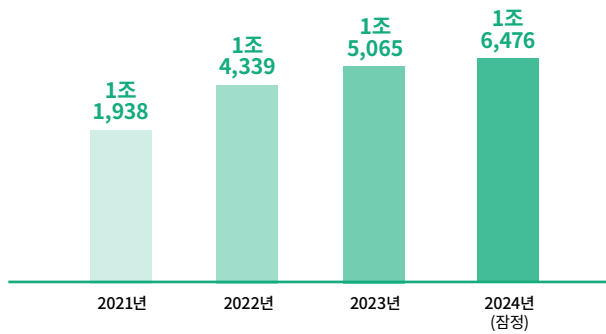
1 중국 플랫폼에 의한 국내 이커머스 시장의 잠식, 이대로 괜찮은가?

극했다.⁰⁵ 이러한 추세는 2024년 1분기에도 이어져, 온라인 해외 직구 총 거래액 1조 6,476억 원 가운데 중국 직구 비중은 9,385억 원(57%)으로 전년 동기 대비 53.9%나 급증했으며,⁰⁶ 2024년 2월에는 “한국인이 가장 많이 사용한 종합몰 앱” 빅 3 안에 알리가 국내 플랫폼 11번가(3위)를 제치고 2위로 등극하였으며, 테무 또한 4위로 그 뒤를 바짝 추격하고 있다.⁰⁷

그림1. 온라인 해외 직구 총 거래액 추이 및 국가별 직구 비중(연도별 1분기 기준)

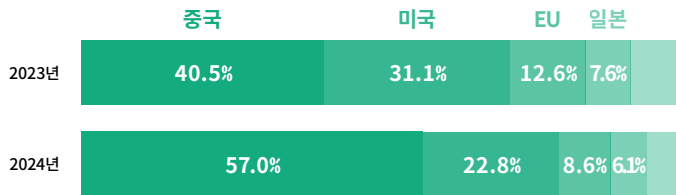
온라인 해외
직접 구매액 추이

연도별 1분기 기준,
(단위, 억원)



국가별 구매처 비중

연도별 1분기 기준



출처: 통계청, 2024년 3월 온라인쇼핑동향

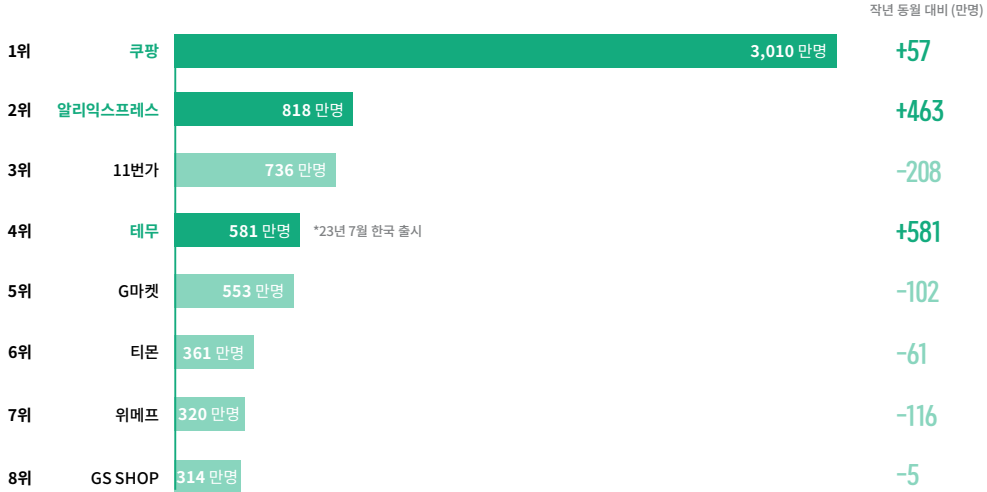
05 통계청, 2023년 12월 및 연간 온라인쇼핑동향, 2024.2.1., 23면.

06 통계청, 2024년 3월 온라인쇼핑동향, 2024.5.1., 18면.

07 쿠팡(1위), 알리(2위), 11번가(3위), 테무(4위), G마켓(5위) (와이즈앱·리테일·굿즈, 한국인이 가장 많이 사용한 종합몰 앱(단위:만명))

그림2. 한국인이 가장 많이 사용한 종합몰 앱(2024년 2월 기준)

한국인 Android + iOS 앱 사용자 추정 (만명)



출처: 와이즈앱, 인사이트: 중국 플랫폼 ‘알리익스프레스·테무·쉬인’ 앱 사용자 역대 최대 갱신, 2024.3.6. ⁰⁸

이처럼 국내 시장에서의 중국 플랫폼들의 영향력이 거세짐에 따라, 국내 플랫폼 생태계에도 비상등이 켜졌다. 대한상공회의소가 국내 소매유통업체 800곳을 대상으로 설문조사한 결과, 응답업체의 69.4%는 “중국 이커머스의 국내 진출 확대가 국내 유통시장이나 유통업체에 위협적”이라고 답했고, 또 응답업체의 74.4%는 “중국 온라인 플랫폼의 진출이 국내 유통시장을 더욱 심화시킬 것”으로 내다보고 있다(2024년 3월 기준).⁰⁹

이러한 위기상황에 대응하기 위해 우리 정부는 ‘지배적 플랫폼 사업자’를 사전 지정하여 규제하는 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」¹⁰의 입법을 추진하고 있다. 그러나 이에 대하여 업계는 ‘중국 플랫폼의 시장 잠식위기에서 국내 플랫폼을 살릴 대

⁰⁸ 해당 조사는 앱/리테일 분석 서비스 와이즈앱·리테일·굿즈가 한국인 5,120만 명(안드로이드 사용자 3,688만 명 및 iOS 사용자 1,432만 명)을 대상으로 표본 조사한 결과다.

⁰⁹ SBS NEWS, 유통업체 69%, “중국 온라인 쇼핑 플랫폼 진출 위협”, 2024.4.8일자 기사(https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1007603565&plink=ORI&cooper=NAVER, 최종 확인: 2024.5.14.)

¹⁰ 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」의 주요 골자는 ‘지배적 플랫폼 사업자’를 사전 지정해 위법 행위를 했다고 판단하면 기존 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」(이하, “공정거래법”)보다 한층 더 높은 과징금을 부과하는 것이다.

1 중국 플랫폼에 의한 국내 이커머스 시장의 잠식, 이대로 괜찮은가?

응책을 마련해달라고 했더니, 오히려 버랑 끝에 서 있는 토종 플랫폼들을 낭떠러지로 떠밀고 있는 격'이라고 반응하고 있다. 해외 사업자에 대한 법집행 가능성이 매우 희박하다는 현실을 고려할 때, 강력한 규제의 도입은 결국 국내 토종 플랫폼 생태계만 파괴하는 결과를 야기한다는 것이다.

과연, 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」은 이러한 위기를 타개할 올바른 해법일까?

2

정부가 제시한 방어 수단,
「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」

2 정부가 제시한 방어 수단, 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」

2-1 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」은 어떤 법?

공정거래위원회 (이하 ‘공정위’)가 입법 추진 중인 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」은 사전규제적 성격의 EU 디지털시장법(Digital Market Acts, 이하 “DMA”)을 벤치마킹하여,¹¹ ‘지배적 플랫폼 기업’을 사전 지정하고, 만약 지정된 기업이 법에서 정한 위반 행위를 했다고 판단될 경우 기존 공정거래법의 특별법으로서 보다 강력한 과징금(매출의 최대 10%에 달하는 과징금)을 부과하는 것을 주요 골자로 하는 법이다.¹²

기존 공정거래법은 사후적으로만 규제하고 있기 때문에 거대 플랫폼의 시장지배적 지위 남용 문제 및 불공정거래행위에 신속히 대응하기 어려우므로, 시장지배적 지위를 남용할 가능성이 있는 사업자를 미리 정하고 규제함으로써, 문제행위를 사전에 차단할 필요가 있다는 것이 공정위의 입장이다.

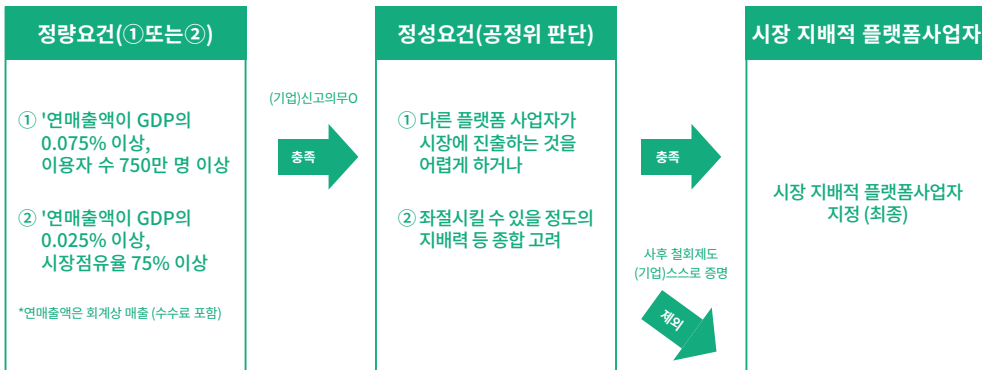
11 다만, 공정위는 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」에 대해 사전규제인지 혹은 사후규제인지 여부를 명확히 밝히고 있지 않다. 즉, 사전 지정된 플랫폼사업자가 금지행위를 할 경우 그러한 행위를 함으로써 실질적으로 경쟁제한효과가 발생했는지 여부를 판단하고, 위법성 여부를 판단하도록 할지(기존 공정거래법상 시장지배적지위 남용행위 판단방법), 혹은 시장지배적 플랫폼사업자가 금지행위를 했을 경우 실질적 경쟁제한성 효과 판단 없이 그 자체로 위법한 행위로 판단하게 할 것인지(사전규제) 등이 명확하지 않다. 다만, 공정위의 법안이 사전규제 방식을 표방한 EU DMA를 벤치마킹한 것으로 볼 때, 사전규제 쪽에 무게가 실리고 있다.

12 만약, 「(가칭)플랫폼 경쟁촉진법」에 의해 지정되지 아니한 플랫폼사업자가 시장지배적지위남용행위를 하는 경우와 지정된 플랫폼사업자가 이 법에서 금지행위 유형으로 정하고 있지 아니한 시장지배적 지위 남용행위를 하는 경우, 현행 공정거래법 및 온라인 플랫폼 사업자의 시장지배적지위 남용행위에 대한 심사지침이 적용된다.

2-2 그렇다면, 구체적으로 어떤 플랫폼 기업이 법 적용 대상이 될까?

그간 공정위가 보도 등을 통해 밝힌 내용을 종합하여 볼 때, 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」의 적용 대상은 법에서 정한 정량요건을 충족하는 기업들 중 정성요건에도 해당한다고 공정위가 판단한 ‘시장지배적 플랫폼 사업자’를 말한다. 현재 예상되고 있는 정량요건은 ① ‘연매출액(회계상 매출(수수료)이 GDP의 0.075% 이상이고, 이용자 수가 750만 명 이상인 플랫폼’ 또는 ② ‘연매출액이 GDP의 0.025% 이상이고, 시장점유율이 75% 이상인 플랫폼’이며, 정성요건은 ‘다른 플랫폼사업자가 시장에 진출하는 것을 어렵게 하거나 좌절시킬 수 있을 정도로의 시장지배력 및 영향력이 압도적일 것 등 여러 제반사항을 종합적으로 고려하여 공정위가 최종적으로 시장지배적 플랫폼 사업자로 판단한 기업’이다 (그림3).

그림3. 공정위 시장지배적 플랫폼 사업자 지정 방식(안)



3

「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」
위기를 타개할 올바른 해법일까?

3 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」 위기를 타개할 올바른 해법일까?

3-1 국내 기업 살려달라 했더니, 국내 기업만 잡는 법?

위에서 본 바와 같이 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」에 따르면 공정위는 매출액, 이용자 수, 시장점유율 기준으로 규제를 받게 되는 ‘시장지배적 플랫폼 사업자’를 사전 지정한다. 그런데 해외 글로벌 플랫폼 기업들의 경우 국내에서의 거래가 대부분 해외 직구로 이루어지기 때문에 공정위가 직접 매출액이나 이용자수를 파악하기가 쉽지 않고, 본사와 서버들을 해외에 두고있기 때문에 강제로 조사하기도 어렵다. 따라서 해외 기업들의 자발적 공개에 의존할 수 밖에 없는데, 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」이 강력한 사전규제를 표명하고 있는 이상 해외 기업들이 매출액 등을 투명하게 공개할 것이라 기대하기 어려우며,¹³ 설령 해외 기업들이 투명하게 공개한다고 하더라도 글로벌 매출액이나 시장점유율이 아닌 국내 시장에서의 매출액이나 시장점유율의 경우, 실제 시장에서의 영향력과 달리 토종기업에 비해 과소 평가될 우려가 크다. 또한 백번 양보하여 해외 글로벌 플랫폼 기업들이 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」에 따른 ‘시장지배적 플랫폼 사업자’로 사전지정된다고 하더라도, 그들에게 얼마만큼 규제를 집행할 수 있을지도 장담하기 어렵다.

13 블로터, [국감돋보기]구글코리아 1조4천억 매출이 왜 2900억원 됐나...과방위 달군 '조세 회피' 논쟁, 2022.10.21일자 기사(<https://www.bloter.net/news/articleView.html?idxno=46308>, 최종 확인: 2024.5.15.)

결국 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」의 도입은 자료 파악이 용이한 국내 플랫폼 기업들에게만 사전규제라는 강력한 규제를 더하게 되어, 국내 또는 글로벌 시장에서 해외 플랫폼들과 치열한 경쟁을 해야만 하는 국내 플랫폼 기업만 두 번 죽이는 결과를 초래할 것이다.

3-2 스타트업 시장의 성장을 저해하는 법?

그럼, 국내 기업들 간 경쟁환경은 어떻게 될까? 공정위는 입법취지에서 소수의 대형 플랫폼을 대상으로 한 강력한 규제 도입이 공정한 경쟁 환경을 조성하여 국내 스타트업 기업들을 성장시킬 것이라고 주장한다. 그러나 아이러니하게도, 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」은 아직 성장단계에 있는 상당수의 스타트업들 또한 규제 대상에 포함시키고 있으며, 이 외에도 여러 문제점과 부작용들로 인해 오히려 국내 스타트업 시장의 성장을 둔화시킬 가능성이 크다.

네이버, 카카오, 쿠팡같은 기업들 외에도 우아한 형제들(배달의 민족), 야놀자와 같은 스타트업들 또한 공정위가 현재 검토 중인 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」 정량기준¹⁴기준에 부합하고 있으며, 이 외에도 토스 등 핀테크 스타트업을 비롯하여 무신사,마켓컬리 등 여러 스타트업들이 조만간 위 기준에 포함될 것으로 예상되고 있다.¹⁵

위와 같은 유니콘(시장가치 1조원 이상) 스타트업이라면, 이용자 수, 매출액 등이 크므로 시장지배적사업자로 간주해도 되지 않겠는가 생각할 수도 있으나, 온라인 플랫폼 산업의 특성상, 과거 전통 산업과는 다르게 시장의 진입장벽이 매우 낮아 특정 기업이 장기간 시장을 독점하는 것이 어렵고, 시장상황이나 시장점유율 등이 매우 가변적이어서 ‘공고화된 지배적 지위’란 성립하기 어려우며¹⁶, 관련 시장의 범 위조차 확정하기 어렵기 때문에 위 기업들이 시장지배적사업자라고 볼 수는 없을

14 2022년 기준 이용자수750만명 이상이고 연매출 1조4700억원 이상인 기업 또는 시장점유율 75% 이상이고 연매출 4920억원 이상인 기업
15 조선일보, '플랫폼법' 윤곽... 외국 기업 규제 못하고, 국내 유니콘 뒷발만 잡을수도, 2024.1.12일자 기사(https://www.chosun.com/economy/tech_it/2024/01/12/FOGMLZQPYFAS5A7KQ4HBU53QYY/?utm_source=naver&utm_medium=referral&utm_campaign=naver-news, 최종 확인: 2024.5.15.)
16 CIO, "美 10대, 페이스북 버리고 틱톡 택했다", 2022.8.16일자 기사(<https://www.ciokorea.com/news/250324#csidx60f7b3233f415d4a52da4420c417f2>, 최종확인 2024.5.16.)

것이다. 또한 국내와 같이 IPO나 M&A 등 엑시트가 활발히 진행되지 못하는 상황에서는 유니콘 이상의 기업들조차도 한 순간에 시장가치가 급락해 유니콥스(죽은 유니콘)가 되거나 파산만 피하면서 힘들게 버티고 있는 좀비콘(좀비 유니콘)이 되는 것이 부지기수인 상황이므로, 온라인 플랫폼 스타트업들에게 규모가 크다는 이유로 선불리 사전규제를 부과할 경우 공정한 경쟁환경이 조성되기 보다는 스타트업들에 대한 부담만 가중될 것이다. 스타트업얼라이언스가 국내 스타트업 대표 및 창업자 106명을 대상으로 한 조사에서도, “해당 법안이 스타트업 생태계에 부정적인 영향을 미칠 것”이라 본 응답자가 52.8%에 달하였으며, “이익이 나지 않는 스타트업이 거래 규모가 크거나 이용자 수가 많다는 이유로 규제받게 되어 성장동력이 감소할 것”이라고 본 응답자도 50.9%나 되었다 (그림4).

또한 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」의 도입은 신규 투자·신사업을 위축시킴으로써 스타트업 생태계 등 혁신 전반에 심각한 부정적 영향을 야기할 것이다. 실제 우리보다 먼저 강력한 플랫폼 규제책을 시도한 중국에서 벤처투자·스타트업 수가 감소한 것은 지금 우리에게 시사하는 바가 매우 크다. 중국은 지난 2021년 2월부터 「플랫폼 경제를 위한 반독점 심사지침」(国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南)을 시행하며 알리바바(Alibaba), 텐센트(Tencent), 바이트댄스(ByteDance) 등 6개 플랫폼 기업에 대한 강력한 규제책을 펼쳐왔다.¹⁷ 이러한 중국의 플랫폼 심사지침은 EU DMA와 유사한 사전규제 방식으로 알려져 있다.¹⁸ D.Daniel Sokol 교수에 따르면, 플랫폼 규제의 영향을 받은 41개 산업과 영향을 받지 아니한 127개 산업의 데이터를 비교해 심사지침 시행 전후를 분석한 결과, 심사지침 시행 이후 중국의 월간 벤처투자 건수는 26.73%, 신규 진입하는 스타트업 수는 18.72% 감소하였는데, 이는 플랫폼 산업에 대한 강력한 규제 시행이 벤처투자 및 신규 스타트업의 신규 진입을 저하시키고 오히려 경쟁을 위축시키는 등 원래 지침이 목적인 바와는 정반대의 결과를 초래하였다는 사실이 실증적으로 입증되었다.¹⁹

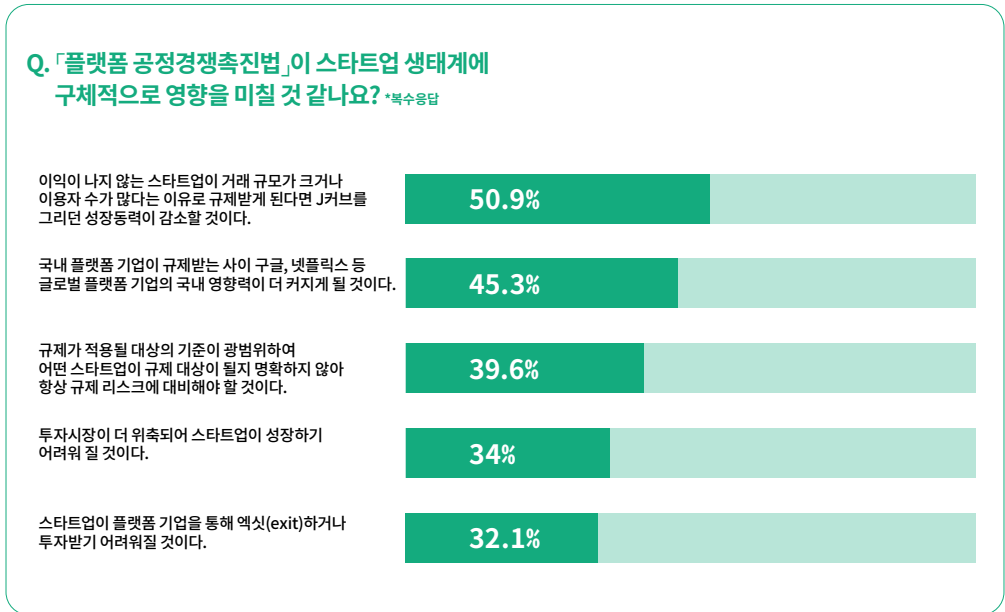
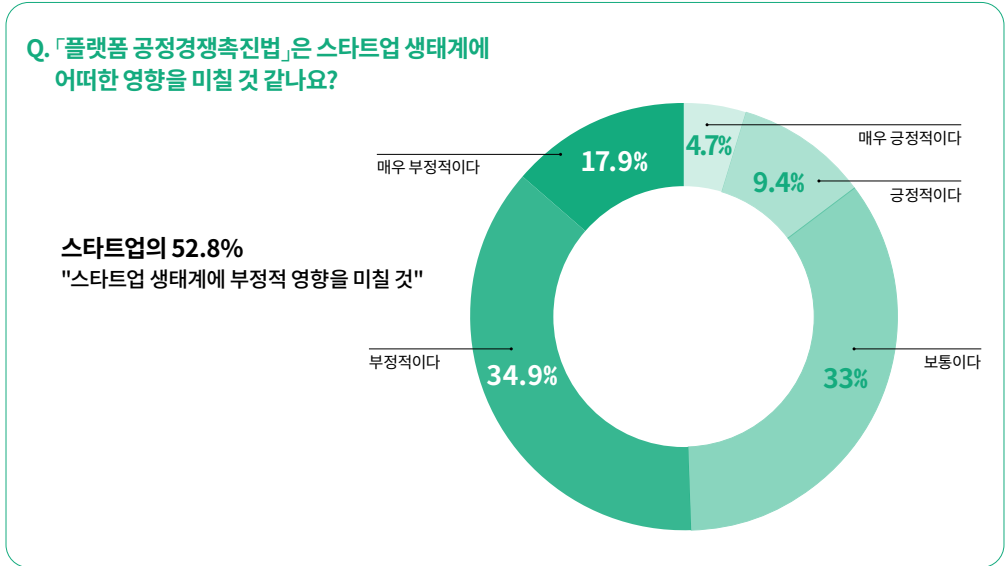
17 정식명칭은 「플랫폼 경제를 위한 반독점 가이드라인」으로서, 가이드라인의 자세한 내용은 国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南_部门政务_中国政府网 (www.gov.cn)에서 확인 가능하다.

18 2021년 2월, 공식적으로 시행된 중국의 플랫폼 심사지침은 1) 전년도 중국내 활성 사용자 수가 5억 명 이상일 것, 2) 핵심 비즈니스에서 최소 두 가지 유형의 플랫폼 서비스를 제공할 것, 3) 전년도 말 시가총액(평가액) 1,000억 위안 이상, 4) 판매자의 소비자, 사용자에 대한 접근을 강력하게 제한할 수 있는 플랫폼 등을 대상으로 하며, 대상 기업은 가격차별, 자사우대, 인수합병 등 특정 행위를 제한받게 된다.

19 Ke Rong/D.Daniel Sokol/Di Zhou/Feng Zhu, Antitrust Platform Regulation and Entrepreneurship: Evidence from China, Working Paper 24-039, Harvard Business School, 2024, p.4.

그림4. 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」 관련 설문조사 결과

국내 스타트업들에게 묻다! ²⁰



²⁰ 스타트업얼라이언스는 '플랫폼 경쟁촉진법이 스타트업 생태계에 미치는 영향에 대한 인식 조사' 결과를 발표했다. 이번 조사는 공정거래위원회에서 입법 추진 중인 플랫폼 공정경쟁촉진법(이하 '플랫폼 경쟁촉진법')이 스타트업 생태계에 미칠 영향에 대해 스타트업의 입장을 직접 파악하기 위해 진행했다. 국내 스타트업 대표·창업자·공동창업자 106명을 대상으로 1월 22일부터 26일까지 5일간 이뤄졌다(<https://brunch.co.kr/@startupalliance/460>)

3-3 글로벌 트렌드에도 역행하는 법?

공정위는 EU나 미국 등 해외 선진국들이 강력한 플랫폼 규제정책을 펼치고 있으니, 우리도 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」과 같은 보다 강력한 규제가 필요하다고 주장한다. 그러나 해외 국가들의 규제 정책들은 해외 플랫폼 기업들 보다는 자국의 플랫폼 기업들에 대한 규제를 가중시키는 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」과는 전혀 다르게, 철저하게 ‘자국의 이익’을 위한 것들이다.

많은 거대 플랫폼 기업들을 보유하고 있는 미국의 경우, 과거에는 자국 스타트업의 성장을 도모하기 위해 반독점패키지법안 등 강력한 플랫폼 규제도입을 논의하였으나, 급속히 성장하고 있는 중국 기업에 대한 견제 등을 이유로 자국 내 소비자 및 산업에 부정적인 영향을 미치는 법안들은 폐기시키고, ²¹ 틱톡금지법²² 등과 같이 시장을 잠식해 나가고 있는 해외 기업을 확실히 겨냥한 법안들만 확대해 나가고 있다.

EU의 경우, DMA를 입법하여 거대 플랫폼 기업을 규제하고 있는데, 그 적용 대상은 마이크로소프트(Microsoft), Google 모회사 알파벳(Alphabet), 애플(Apple), 페이스북 운영사 메타(Meta), 아마존(Amazon), 그리고 틱톡 운영사 바이트댄스(ByteDance) 등 빅테크 기업 6곳으로, 이 중에 EU 기업은 단 하나도 포함되어 있지 않다.²³ EU의 DMA 역시 철저하게 해외 글로벌 기업에 의한 EU 역내 시장 잠식을 방지하기 위한 규제인 것이다.

중국은 2000년대 초부터 자국시장의 보호주의 하에 해외 글로벌 기업의 중국시장 진입을 차단하고, 알리바바(Alibaba), 텐센트(Tencent), 바이두(Baidu) 등 자국의 토종 플랫폼 기업의 성장에 집중하는 배타적 정책을 펼쳐왔으며, 대만은 강

21 2020.10. 미 하원 반독점소위원회에서 빅테크 기업의 독과점적 지위 남용 우려를 지적하는 “디지털 시장의 경쟁조사(Investigation of Competition in Digital Markets)” 보고서를 발표하뒤, 2021.6. 반독점규제 패키지 법안이 발의되었으나, 기업결합 신고비용 현대화법률(Merger Filing Fee Modernization Act)을 제외한 나머지 네 개의 법안은 모두 폐기되었다. 폐기 이유는 ① 법안 규제 대상의 광범위 및 불명확성, ② 기존 경쟁법과 별도로 온라인 플랫폼에 대한 추가규제가 필요한지 여부에 대한 분석이 충분하지 않다는 점, ③ 온라인 플랫폼에 대한 과도한 규제는 소상공인의 성장 및 혁신에 의도하지 않은 결과를 미칠 우려 등이 지적되었다(스타트업얼라이언스, 2023 스타트업 생태계 활성화 위한 정책과제, 정책보고서 2023-02호, 9-10면).

22 23.3.13. 자국민의 사생활 및 국가 안보 위협 우려를 이유로 중국 플랫폼 기업인 틱톡에 대하여 <미국 내 기기에서 틱톡 사용 금지 법안>이 통과되었다.

23 EU의 DMA의 법 적용 대상(게이트키퍼)은 검색, 메신저, SNS 등 서비스를 제공하는 플랫폼 기업으로서, ① EU 역내 매출액 약 10조원 이상 또는 글로벌 시가총액 약 107조원 이상, ② EU 월 이용자 4천500만명 이상, ③ 조건 ①과 ②가 3년간 충족될 것 등 기준 모두를 충족해야 하는 바, 실제 EU 집행위원회가 법 적용대상으로 선정한 기업은 Google 모회사 알파벳, 애플, 페이스북 운영사 메타, 아마존, 그리고 틱톡 운영사 바이트댄스와 마이크로소프트(MS) 등 글로벌 빅테크 기업 총 6개이다.

3 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」 위기를 타개할 올바른 해법일까?

력한 규제는 플랫폼 시장의 혁신과 성장에 부정적인 영향을 야기할 뿐이라고 보아 ‘경쟁촉진’을 통해 자국 플랫폼을 성장시키기 위한 규제 최소화에 포커스를 맞추고 있다.²⁴

이와같이 자국 기업과 시장 보호에 사력을 다하고 있는 글로벌 흐름과는 반대로 자국 플랫폼 기업에 대한 규제를 가중시키는 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」의 도입은 국내는 물론, 글로벌 시장에서 국내 플랫폼 기업들만 도태되게 되는 결과를 낳게 될 것이다.

24 대만의 경쟁당국은 “대국의 제도를 답습할 것이 아니며, 독과점 시장도 진입장벽이 낮고 잠재적 경쟁자가 있으면 경쟁시장과 동일한 결과를 가져올 수 있다는 판단 아래, 경쟁당국의 사전통제 역할에 신중할 필요가 있다”라며, 사전규제 방식의 규제가 플랫폼 시장의 경쟁촉진, 혁신에 부정적인 영향을 야기할 뿐 아니라 시장규모가 작은 국가일수록 EU의 DMA와는 다른 방식으로의 접근이 필요하다는 입장을 밝혔다(스타트업얼라이언스, 제6회 국가현안 대토론회 벤처·스타트업 활성화 입법과 정책과제, 발표문, 2023. 18-19면.)

4

「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」
올바른 해법이 될 수 없다

4 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」 올바른 해법이 될 수 없다

글로벌 기업들의 시가총액 순위 Top5인 마이크로소프트(Microsoft), 애플(Apple), 엔비디아(NVIDIA), 알파벳(Alphabet), 아마존(Amazon)²⁵ 모두 스타트업으로 시작한 기업일 정도로 스타트업은 국가 경쟁력의 핵심이 되었다. 이에 전 세계의 선진국들과 선진국 반열에 오르고자 하는 국가들은 어떻게 해서든 자국의 스타트업 생태계를 활성화시키고 스타트업 기업들을 성장시키기 위해 사력을 다하고 있다.

스타트업은 전통산업과 달리, 기존에 없던 혁신적 아이디어와 기술, 비즈니스 모델로 새로운 시장을 개척해나가며 성장한다는 특징을 가진다. 애플은 IBM을 규제하여 성장한 회사가 아니고, 엔비디아는 인텔을 규제하여 성장한 회사가 아니며, 알파벳은 야후를 규제하여 성장한 회사가 아니고, 아마존은 월마트를 규제하여 성장한 회사가 아니다. 모두 경쟁 속에서 생존을 위해 발버둥 치다가 새로운 아이디어와 기술을 만들어 내고, 이를 통해 새로운 시장을 개척하며 급속도로 성장한 회사들이다. 급속히 성장한 스타트업은 자신들이 새로운 시장을 개척하였기 때문에, 그 시장에서 높은 점유율을 갖는 것은 어찌보면 당연하다 할 것이다.

25 2024. 5. 16. 기준. <https://8marketcap.com/>

그런데 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」은 국내 스타트업들이 신시장을 개척해 파이를 키워나가도록 장려하지는 못할 망정, 강력한 규제 도입으로 성장의 발목을 잡고, 오히려 새로운 시장을 개척해 나간 그들의 아이디어를 카피하려는 후발주자들에게 시장의 파이를 나눠주라고 강제하고 있다. 결국 이러한 규제의 도입은 스타트업들에게 규제 리스크는 높이고, 그들이 얻을 리턴은 낮추게 되어 스타트업의 시장으로의 인재와 자금 유입을 방해할 것이고, 결국 국내 스타트업 생태계를 파괴하여 자국의 스타트업 기업들만 도태되는 결과를 초래할 것이다.

따라서 정부는 「(가칭)플랫폼 공정경쟁촉진법」과 같이 자국 기업들의 발목을 잡을 수 있는 규제를 늘릴 것이 아니라, 자국 기업들 간에 자유로운 경쟁을 통해 새로운 아이디어와 기술의 개발, 그리고 새로운 시장 개척이 활발히 이루어 질 수 있도록 하면서도, 해외 글로벌 거대 기업들로 부터는 국내 시장과 기업을 지킬 수 있는 방안을 모색해 나가야 할 것이다.

참고문헌

김현경(2024), 한국의 디지털 플랫폼 규제추진에 대한 비판과 대안, 법조 제73권 제1호(통권 제763호)

기술과 혁신(2024), 혜성같이 등장한 이커머스 골리앗, Vol.464, 2024년 3/4월호

블로터(2022.10.21), [국감돋보기]구글코리아 1조4천억 매출이 왜 2900억원 됐나...과방위 달군 '조세 회피' 논쟁(<https://www.bloter.net/news/articleView.html?idxno=46308>, 최종 확인: 2024.5.15.)

스타트업얼라이언스(2024), 스타트업 53%, 플랫폼 경쟁촉진법에 부정적 입장, 스타트업 생태계 동향 리포트(<https://brunch.co.kr/@startupalliance/460>)

스타트업얼라이언스(2023), 2023 스타트업 생태계 활성화를 위한 정책과제, 정책보고서 2023-02호

스타트업얼라이언스(2023), 제6회 국가현안 대토론회 벤처·스타트업 활성화 입법과 정책과제, 발표문

와이즈앱(2024.3.6), 인사이트: 중국 플랫폼 '알리익스프레스·테무·쉬안' 앱 사용자 역대 최대 갱신

인터넷기업협회(2023), 디지털산업이슈 2023

조선일보(2024.1.12), '플랫폼법' 윤곽... 외국 기업 규제 못하고, 국내 유니콘 뒷발만 잡을수도(https://www.chosun.com/economy/tech_it/2024/01/12/FOGMLZQPYFAS5A7KQ4HBU53QYY/?utm_source=naver&utm_medium=referral&utm_campaign=naver-news, 최종 확인: 2024.5.15.)

중국, 「플랫폼 경제를 위한 반독점 가이드라인」(国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南_部门政务_中国政府网 (www.gov.cn))

통계청(2024), 2023년 12월 및 연간 온라인쇼핑동향

통계청(2024), 2024년 3월 온라인쇼핑동향

CIO(2022.8.16), "美 10대, 페이스북 버리고 틱톡 택했다"(<https://www.ciokorea.com/news/250324#csidx-60f7b3233f415d4a52da4420c417f2>, 최종 확인 2024.5.16.)

SBS NEWS(2024.4.8), 유통업체 69%, "중국 온라인 쇼핑 플랫폼 진출 위협",(https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1007603565&plink=ORI&cooper=NAVER, 최종 확인: 2024.5.14.)

Infinite Market Cap, Over 18,000 Assets ranked by Market Cap(Infinite Market Cap (8marketcap.com), 최종 확인: 2024.5.16.)

Ke Rong/D.Daniel Sokol/Di Zhou/Feng Zhu(2024), Antitrust Platform Regulation and Entrepreneurship: Evidence from China, Working Paper 24-039, Harvard Business School



STARTUP ALLIANCE

- 발행인** 스타트업얼라이언스
- 기획/제작** 스타트업얼라이언스
- 발행처** 스타트업얼라이언스
서울특별시 강남구 봉은사로 215,
11층(논현동, KTS 빌딩)
<https://startupall.kr>
- 발행일** 2024.5.27.

ISSN 2982-4834

이 책의 저작권은
스타트업얼라이언스에 있으며
무단복제와 전재를 금합니다.

