

DMA 규정 준수 계획에 대한 개발자의 반응 - "기다려 보겠다"

지난주 Apple 은 개발자 및 iPhone 생태계의 일부가 되고자 하는 자들을 위한 서비스 약관 변경 사항을 발표했습니다. 이번 변경은 유럽연합(EU)의 DMA(Digital Markets Act, 디지털시장법)에 따른 규정 준수 요건의 일환으로 유럽연합 시민을 대상으로 시행된 것입니다. 이번 변경 사항으로 인해 Apple 의 서비스 수수료 재협상을 요구하는 일부 기업들과 호사가들이 일시적으로 X(구 트위터)에서 당혹스러워하는 모습이 관찰됐습니다. 하지만 결국 모바일 앱 개발자 *대다수*는 "기다려 보겠다"고 답했습니다.

이러한 반응은 Apple 에 대한 불만도, 유럽 규제 당국에 대한 반감 표출도 아니었습니다. 두 가지 사항에 관한 의견 제시에 가까웠지요. 첫째, 개발자들은 단 한 번도 대체 앱 스토어를 요구한 적이 없습니다. 둘째, 이번 반응은 성공적인 생태계를 구축하려면 의회의 표결이나 기관에서 공표한 규칙보다 훨씬 더 많은 것이 필요하다는 점을 보여줍니다. 플랫폼이 제삼자 앱 스토어를 허용하게 하는 규제 의무가 생긴다고 해서 앱 스토어가 '짠' 하고 허공에서 튀어나오는 건 아니며 성공적인 앱 스토어를 만들려면 노력이 필요합니다. Apple 앱 스토어에 있는 기존 앱의 약 88%는 수익을 창출하는 데 Apple 의 결제 메커니즘을 사용하지 않으며, 설문조사에 따르면 실제로 15%를 지불하는 극히 일부를 제외한 대부분은 이 비율이 합리적이라고 생각합니다. 대체 결제 방식을 사용하면 개발자가 비용을 3% 절감할 수 있다는 발상은 현재 명목상 개발자 수수료 외에는 무엇도 지불하지 않는 현 상황을 보면 그 어떤 가치도 없습니다.

자, 개발자 대부분이 DMA 시행을 통해 경제적 이득을 얻지 못한다면 이 정책에 이점이 있기는 한 걸까요? 이후 어떤 일이 일어나느냐에 따라 답이 달라질 거라고 말씀드리겠습니다. Apple 은 대체 앱 스토어로 향하는 문을 열었습니다. 다만 Apple 이 도입한 것과 유사한 버전의 제삼자 스토어는 유럽에서 가장 대중적인 플랫폼인 Android 에서도 제공되고 있습니다. 주목할 게 있다면 이 스토어는 아직도 결실을 보지 못했다는 점입니다. Android 는 수년 동안 유럽연합에서 제삼자 스토어를 허용해 왔습니다. 즉, 앱 스토어 시장이 흥할 수 있는 기회와 조건은 예전부터 있었던 셈이죠. 하지만 Android 에서 다양한 앱 스토어가 나타나 번성한 국가는 중국뿐이며, 그 이유는 중국이 *Android 기기에서 Google Play 스토어를 금지*하고 있기 때문입니다. 그렇다면 다른 모든 곳에서 제삼자 스토어가 실패한 원인은 무엇일까요?

개발자 입장에서 보자면 성공적인 생태계는 다음 네 가지를 갖추고 있어야 하기 때문입니다.

1. **오버헤드(Overhead) 제거.** 개발자는 포장 전문가, 인쇄 전문가, 국제 무역 전문가, 세무 전문가, 개인정보 보호 변호사가 아닙니다. 마케팅에 그렇게 능하지 않은 경우도 많습니다! 따라서 성공적인 생태계라면 중요한 비즈니스

요소를 전부 대신할 서비스 번들을 제공해야 합니다. 이런 건 코드 작성에 쓸 시간을 뺏는 요소에 불과하니까요. '언번들링(Unbundling)'이라고 하면 어감은 좋습니다만, 번들의 편의성은 시간 절감 그 자체에서 오며, 개발자에게 시간은 가장 소중한 자원입니다. Apple 은 이 부문에서 매우 뛰어납니다. 또한 경쟁 제품으로 언번들링 상품을 만든다면 번들 패키지와 구분할 수 없을 정도로 원활하고 상호 운용이 가능하도록 제작해야 합니다. 개발자는 물류만으로도 벅합니다. 개발자가 앱을 판매하기 위해 서로 다른 언번들링 서비스 10 개를 활용해야 한다면 어떨까요? 저 사실 하나만으로도 개발자는 Apple 쪽으로 넘어갈지도 모릅니다!

2. **즉각적인 신뢰.** 현재 PC 와 Mac 에서 모든 웹사이트에서 앱을 간단히 다운로드하고 설치할 수 있는 방식에 관해 많은 이야기가 나오고 있습니다. 개발자 대부분은 이런 현상을 결함으로 바라보지, 기능으로 보지 않습니다. 소규모 개발자가 듣도 보도 못한 웹사이트에 앱을 올려놓으면 누가 그 앱을 신뢰할까요? 개발자는 검색 엔진 최적화, 광고 표시, 마케팅 캠페인 등에 막대한 비용을 지출해야 합니다. 현대 소비자들은 Apple 과 Google 앱 스토어의 심사 프로세스를 믿고 충동에 몸을 맡긴 채 앱을 설치합니다. 돌파구를 찾고자 하는 스토어는 먼저 소비자가 믿는 브랜드가 되어야 하며, 장기적으로는 그 신뢰를 유지해야 합니다. 결코 쉬운 일이 아니죠.
3. **글로벌 시장에 대한 접근성.** 앱 스토어의 성공은 대체로 수십억 명의 사용자에게 즉시 액세스할 수 있다는 점에서 비롯됩니다. 이 기능이 없다면 현금 흐름이 들어와야 새로운 국가나 지역에 진출할 때 드는 비용이 해결됩니다. 성공한 스토어는 클릭 몇 번만 하면 모든 시장에서 앱을 사용할 수 있게 합니다. DMA 가 시행되면 앱 마켓 간 생태계가 나뉘는 방식에 따라 개발자는 '출시(publish)' 버튼을 여러 차례 눌러야 할 수도 있습니다. 또한, 각 앱 스토어의 출시 버튼까지 도달하는 데 훨씬 더 많은 작업을 수행해야 할 수도 있고요. 새로운 앱 스토어는 앱이 어디까지 도달하는지 그 범위를 입증할 수 있어야 하며, 다운로드 의향이 있는 고객도 확보해야 합니다. 또한 이러한 고객은 저작권 도용 및 멀웨어 문제가 있는 스토어에서 '다운로드' 버튼을 쉽사리 누르지 않을 수도 있습니다. 플랫폼 자체 앱 스토어라면 쉽게 피할 수 있는 이슈인 데다가, 애초에 문제조차 되지 않을 테니까요.
4. **개발자 툴.** 위에서 말한 모든 요소는 간편한(솔직히 말하자면 흥미진진한) 툴 세트, 문서화가 잘된 API, 지속적으로 개선되는 하드웨어 기능 등에 달려 있습니다. Apple, Google, Microsoft, Salesforce 등은 매년 수십억 달러를 들여 자사 플랫폼에 쓸 훌륭한 툴을 개발 및 보급하고 있습니다. 새로운 앱 스토어가 성공하려면 탁월하고 신뢰할 수 있는 기술이 있어야 합니다.

지금 말한 기본적인 구성 요소가 없다면, 정부 규정을 수십 개 제정해봤자 개발자가 새 스토어에 널 제품을 만들지는 않을 겁니다. 자, 이렇게 보면 중요한 결론이 하나 나옵니다. 유럽연합은 DMA 의 성공 기준을 '제삼자 앱스토어가 X 개 만들어졌다'로 설정해서는 안 됩니다. 망할 수밖에 없는 명제잖아요. Android 는 오랫동안 제삼자 스토어와 사이드로딩(공식 앱 스토어가 아닌 다른 경로로 앱을 설치하는 방식) 면에서 문호를 열고 있었습니다. 하지만 개발자들이 Google Play 에 자기 앱을 출시한 데는 이유가 있습니다. Google Play 는 위에 나열한 네 가지 핵심 요소를 갖췄기

Link : <https://actonline.org/2024/02/12/developers-respond-to-dma-compliance-plans-wait-and-see/>

때문이지요. 유럽연합이 새로운 스토어가 우후죽순 생겨나기를 바란다면 개발자가 무엇을 보고 스토어에 들어올지 이해해야 합니다. 즉, 앱 스토어에는 행복하며 신뢰하는 고객이 있어야 합니다. 새로운 앱 스토어가 살아남으려면 이러한 고객이 계속 방문할 수 있게 생태계를 구축하고 지원해야 합니다.