

■ 논 단

에픽(Epic) 대(對) 애플(Apple) 반독점소송: 일심법원의 관련시장 획정을 중심으로*

정 찬 모
인하대학교 법학전문대학원 교수

요 약 문

최근 세간의 관심이 된 “에픽 v. 애플” 반독점소송에서 미국 캘리포니아 북부지방법원은 애플에게 앱 개발자가 IAP에 추가하여 외부구매수단으로 유인하는 버튼, 링크 등을 포함하는 것을 금지하지 말며, 이용자가 앱안의 등록 계정을 통하여 자발적으로 제공한 이메일로 개발자가 연락하는 것을 금지하지 말 것을 명령하고, 다른 한편 에픽에게는 미지급 수수료를 애플에게 지급할 것을 명령했다. 애플에 대한 위 명령의 근거는 캘리포니아 불공정경쟁법이고 에픽의 청구중 연방 반독점법에 근거한 청구는 모두 기각되었다. 이 논문은 반독점법상 청구를 기각한 핵심근거인 관련시장 판단 부분을 중심으로 살펴보았다.

이 사건 재판부는 대상 상품(용역)이 플랫폼 양면 당사자 간에 거래되는 성격을 갖고 있음을 확인하고 ‘모바일 게임 거래’로 관련시장을 획정했으며 이어서 애플의 시장 지배적 지위 및 남용을 부인한다. 이 판단은 연방대법원의 *Amex* 판례를 따른 것이나, *Amex*에서는 경쟁의 상대가 행위 대상이 아닌 제3 카드사였으며 가맹점-이용자 거래가 유일한 핵심거래였음에 반하여 이 사건에서 애플은 행위 상대방인 에픽과 부분적으로나마 경쟁관계에 있고 ‘운영체제 vs 앱 개발자’의 구도에서 구글과는 묵시적 공조가 의심되는 상황에 있으며, 개발자-이용자 거래 이외에 개발자와 플랫폼, 광고사, 결제사와의 거래도 실질적 중요성이 있기에 그곳에서의 불공정행위를 간과할 수 없다는 현실적 차이에 주목하지 못하였다. 관련시장은 문제행위의 경쟁효과를 가장 잘 평가할 수 있게 정의되어야 하며 양면시장적 성격은 이 과정의 한 고려요소일 뿐임이 상기될 필요가 있다. 그런 차원에서 플랫폼의 수직적 통합과 데이터시장의 독점화를 적절히 고려하지 못한 점도 아쉽다.

주제어 : 에픽 v. 애플, 반독점, 양면시장, 앱 스토어, 인앱 결제, 오하이오 v. 아멕스, 플랫폼

* 이 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단(NRF-2020S1A5C2A02093223) 그리고 인하대학교의 지원을 받아 수행된 연구임.

— <目 次> —	
I. 사실관계	III. 평석
1. 당사자	1. 관련시장의 의의
2. 사건의 전개	2. 양면시장
	3. 후방시장 (단일 브랜드 시장)
II. 관련시장에 관한 주장과 판단	4. 데이터 시장
1. 에픽의 주장	
2. 애플의 주장	IV. 결 론
3. 일심법원의 판단	

I. 사실관계

1. 당사자

언론에서 디지털 경제의 미래에 큰 영향을 미칠 세기의 재판이라고 대서특필한¹⁾ 이 사건의 원고 ‘에픽 게임즈’(이하 ‘에픽’으로 약칭)는 ‘포트나이트’(Fortnite)를 대표작으로 하는 온라인 게임개발사이다. 온라인 게임은 이미 어린이들의 놀이에서 벗어나 성년 층에까지 파고들어 상당한 규모의 시장을 형성하고 있으며, 향후 가상세계, 메타버스로 연결되는 연결고리가 될 것을 기대하고 있다. 온라인 게임이 애플의 ‘앱 스토어’(App Store)와 구글의 ‘플레이 스토어’(Play Store) 같은 앱 장터에 종속되는 경우 이익창출에 한계가 있고 향후 발전 가능성도 제약된다. 앱 장터는 보통 온라인 게임에 대하여 매출의 30%에 해당하는 수수료를 부과하고 있다. 이에 에픽은 독자적인 결제시스템을 채택하고 이를 통한 매출에 대해서는 앱 장터에 수수료 지급을 거부하였다. 애플은 여기에 대응하여 App Store에서 포트나이트를 축출하였다. 에픽은 또한 게임에 특화된 앱 장터인 에픽 게임즈 스토어(Epic Games Store, EGS)를 론칭하여 App Store에 등록하려고 하였으나 애플에 의해 거절되었다.²⁾

1) “에픽 vs 애플, 앱 생태계 건 ‘세기의 재판’ 3주간 진행”, 이데일리, 2021.5.4; “‘앱마켓 수수료는 독점행위’... 애플 vs 에픽 ‘세기의 재판’ 붙었다”, 조선일보, 2021.5.5; “에픽 vs 애플, 앱스토어를 둘러싼 치열한 전쟁”, 동아닷컴, 2021.4.22.

2) 대상 사건(Epic Games, Inc. v. Apple Inc., United States District Court for the Northern District of California)의 소송서류는 캘리포니아 북부지방법원의 웹페이지(<https://cand.uscourts.gov/cases-e-filing/cases-of-interest/epic-games-inc-v-apple-inc/>)에 모두 올라와 있다. Epic Games, Inc.’s Proposed Findings of Fact and Conclusions of Law, Case 4:20-cv-05640-YGR, Document 407, Filed 04/08/21, Proposed Findings of Fact, para. 37. 의견서는

1976년 설립된 애플은 2007년 iOS 운영체제를 기반으로 한 스마트폰인 아이폰(iPhone)을 출시하여 스마트폰 시장을 개척한 기업이다. 애플은 iPhone을 기존의 자사 제품인 Mac, iPad, iPod 등과 연동시키면서 협력사와 함께 애플 생태계를 조성하였다. 애플은 생태계 안에서의 데이터 유통은 활성화 하였지만 생태계 외부와의 연동은 제한하였다. 그 결과 한번 애플생태계에 들어온 이용자가 다른 기기로 바꾸는 데에는 전환비용이 많이 들게 되었다. 그럼에도 애플이 연속적으로 선도적 제품과 서비스를 출시하였기 때문에 특히 신제품의 구매에 열성적인 사람 중에는 “애플빠”라고 부를 정도로 충성도 높은 애플 고객이 많다.

애플생태계가 모바일에서 크게 성장한 계기는 2008. 3. iOS 위에서 운영될 수 있는 앱의 제작 툴(Software Development Kits)을 연 \$99에 개발자에게 공개한 것이다. 다수의 소프트웨어 엔지니어들이 이에 호응하여 다양한 앱을 제작하였으며 이를 유통하는 App Store는 급속도로 커졌다. 2021.3. 현재 App Store에는 일백팔십만여 개의 앱이 있다.³⁾

애플 생태계의 성장은 새로운 시장을 창출하며 애플뿐만 아니라 앱 개발자와 이용자 모두에게 혜택을 가져다주었다. 그러나 관련 당사자에게 동등하게 혜택이 돌아가고, 평등한 관계가 유지된 것은 아니다. 권한과 혜택이 애플에게 집중되고 앱 개발자나 이용자는 피동적으로 애플의 결정을 따라야 하는 주종관계가 강화되었다. 애플의 허락 없이는 앱 개발자가 서비스의 등록, 업데이트, 환불 등을 자율적으로 하지 못하고 이에 대한 불만이 고조되고 있다.

iOS 기반으로 앱을 제작하여 애플 생태계에 유통시키기 위해서 개발자는 애플이 일방적으로 결정하는 약관인 「개발자 프로그램 이용허락 계약」(Developer Program License Agreement, DPLA)에 서명하여야 한다. 이 약관에는 다음과 같은 조항이 있다:

- ① 개발자는 신규 앱이나 업데이트된 앱을 사전에 애플에 제출하여 심사받아야 하며 애플은 승인여부에 대한 재량권을 갖는다.
- ② 애플은 언제라도 App Store에서 개발자의 앱을 삭제할 수 있다.
- ③ 개발자는 iOS기기에 자체 앱 장터를 열수 없다.
- ④ 달리 구체적 예외에 해당하지 않는 한, 개발자는 앱 콘텐츠나 기능을 App Store에 출시하지 않고 자신의 웹사이트 등 다른 앱 유통 채널을 통해서만 구입 가능하도록 해서는 안 된다.⁴⁾

사실관계와 법률관계 의견이 합체되어 있으며, 이하 각각 ‘에픽 의견서(사실관계)’, ‘에픽 의견서(법률관계)’로 약칭한다.

3) Apple Inc.’s Proposed Findings of Fact and Conclusions of Law Case, 4:20-cv-05640-YGR, Document 410, Filed 04/08/21, Proposed Findings of Fact, para. 221. 이하 각각 ‘애플 의견서(사실관계)’, ‘애플 의견서(법률관계)’로 약칭한다.

4) Apple DPLA section 3.3.3.

이러한 제약으로 인해 iOS 기기의 이용자와 앱 개발자는 게임, 음악, 금융, 소셜네트워크 등 다양한 서비스를 대체로 애플의 App Store를 통해 구입, 유통하게 되었다.

2. 사건의 전개

애플 입장에서 보면, 에픽은 애플생태계의 모범생으로 성장하던 게임사였다. 애플이 제공한 앱 개발 툴과 App Store에서 빠른 성장을 하며 애플 생태계에 들어오면 받을 수 있는 혜택을 보여주는 성장의 아이콘이었다고 할 것이다. 그런데 에픽은 애플이 제정한 규칙의 틀이 자신의 더 이상의 성장을 가로막고 있음을 깨달았다. 30% 수수료는 열심히 사업해서 애플에 불로소득을 안겨주는 기분이 들었다. 에픽은 이런 상황을 극복하기 위해서 게임 앱은 무료로 다운로드 받을 수 있도록 하고 게임 내에서 등급 상승, 장비, 의복 등의 아이템 판매로 수익을 올리는 ‘인앱(in-app) 판매’로 영업 전략을 전환하였다. 그러자 애플은 인앱 결제에 자신의 시스템인 IAP(In-App Purchase)를 사용하도록 강제하고 이에 30% 수수료를 부과하였다.⁵⁾

야심 있는 앱 개발자라면 자신이 개발한 앱이 그 자체가 하나의 플랫폼으로 성장하여 그 안에 이용자들이 장시간 머무르면서 다양한 활동, 특히 거래행위를 할 것을 기대한다. 자신의 앱이 확장된다고 해서 OS제공자가 계속해서 자신의 수익에서 일정비율의 수수료를 징수하는 것이 정당하다고는 생각하지 않는다. 반면에 OS제공자는 앱이 커 가면 그로부터 일정비율의 수수료를 징수하고자 하는 유인이 생긴다. 결제서비스에 대한 통제는 이와 같은 욕구를 충족시킬 수 있는 수단이 될 수 있다. 애플은 디지털콘텐츠 거래에 대하여 자사의 인앱 결제 서비스, IAP를 강제하면서 수익의 30%를 징수하였다. 에픽을 위시한 몇몇 콘텐츠 회사들이 이에 대하여 반경쟁적인 독점력의 남용이라며 법원에 제소하거나 경쟁당국에 신고하였다.

에픽은 일개미가 되기보다 스스로 애플과 같은 여왕개미가 되기를 원했다. 에픽은 소위 “자유 프로젝트(Project Liberty)”라 명명한 일련의 법적, 상업적 대처와 대국민 홍보 전략을 통하여 애플/구글 독점체제에 정면으로 도전하였다. 다른 개발사들을 독려하여 “앱 공정성 연대(Coalition for App Fairness)”도 결성하여 우군을 결집하고 전선을 확대하였다. 애플은 이를 앱 개발과 관련한 일련의 계약위반이자 애플의 지적재산권 침해이고 배은망덕한 행위로 보았다. 애플은 에픽을 자신의 생태계에서 쫓아내고 법과 계약위반에 대한 책임을 물었다.⁶⁾

5) App Store Review Guidelines section 3.1.1 (In-App Purchase): If you want to unlock features or functionality within your app, (by way of example: subscriptions, in-game currencies, game levels, access to premium content, or unlocking a full version), you must use in-app purchase. Apps may not use their own mechanisms to unlock content or functionality, such as license keys, augmented reality markers, QR codes, etc. Apps and their metadata may not include buttons, external links, or other calls to action that direct customers to purchasing mechanisms other than in-app purchase.

6) 애플 의견서(사실관계), paras. 248-318.

에픽은 애플이 미국의 독점금지 및 공정거래법인 셔먼법과 클레이튼법, 그리고 캘리포니아 주법의 관련 규정을 위반하였다고 2020. 8. 13. 캘리포니아 북부지방법원에 소송을 제기하였다.⁷⁾ 에픽측 청구의 법적 근거는 크게 다음 네 가지로 나누어볼 수 있다. 첫째, 애플이 부당한 독점력 행사로 인접시장의 경쟁을 제한하고 독점을 확대하려 했다. 둘째, 애플은 시장경쟁을 위한 필수설비를 소유하고 있는 사업자인데 그 필수설비의 공정한 제공을 거부했다. 셋째, 애플이 iOS와 App Store, IAP를 결합 판매하는 것은 경쟁제한적인 끼워팔기에 해당한다. 넷째, 애플의 불공정한 계약관행은 경쟁제한적 공동행위에 해당한다.

당 일심법원은 2021. 9. 10. 내놓은 판결에서⁸⁾ 애플의 iOS 시장지배력에 대한 에픽의 주장을 부인하는 등 대부분의 쟁점에서 에픽의 청구를 배척하였다. 에픽에게는 미지급 수수료를 애플에게 지급할 것을 명령하였다. 다만 IAP 강제와 관련하여서 애플에게 버튼, 링크, 이메일 등으로 앱 외부로 이용자를 유인하여 결제하는 수단을 허용하도록 부분적으로 에픽의 손을 들어주었다.⁹⁾ 애플에 대한 이 명령의 근거는 캘리포니아 불공정경쟁법(Unfair Competition Law)이고 에픽의 청구중 연방 반독점법에 근거한 청구는 모두 기각되었다. 일심판결이 내려진 직후 양측은 자신이 패소한 부분에 대한 항소소사를 밝혔다.

이 사건에서 제시된 쟁점의 방대함으로 인하여 이 논문에서는 경쟁법 적용의 첫 단계 분석이며 후속 심사단계에도 지대한 영향을 주는 관련시장, 특히 관련 상품시장의 획정에 관한 부분으로 논의의 범위를 한정하고자 한다.

II. 관련시장에 관한 주장과 판단

1. 에픽의 주장

가. 개관

에픽은 이 사건 관련시장을 ① iOS 앱 유통시장 ② iOS 인앱 결제시장이란 두 개의 후방시장(aftermarket)과 이들에 공통되는 전방시장(foremarket)으로 ③ 스마트폰 운영체제 시장을 제안한다. 에픽은 애플이 전방시장에서의 독점력을 이용하여 두 후방시장에서 위법하게 독점화를 기도하고 있다고 주장한다.

7) Case 3:20-cv-05671 Document 1, Filed August 13, 2020, Argued on May 3 - 24, 2021.

8) Case 4:20-cv-05640-YGR Document 812, Filed 09/10/21. 이하 '일심법원 판결문'으로 약칭함.

9) Case 4:20-cv-05640-YGR Documents 813, 814, Filed 09/10/21.

나. 전방시장

애플 핸드폰의 경우 iOS를 비롯한 상당부분이 특허 등 지적재산권으로 보호 받는 상황에서 아무나 동일·유사한 제품을 만들어서 시장에 내놓을 수 없다. 따라서 애플은 iPhone시장의 독점사업자이다. 반면에 비애플 폰은 안드로이드OS가 오픈소스 기반이기에 다수의 사업자가 경쟁한다. 모바일 핸드폰을 구입하는 단계에 큰돈이 들어가기도 하며, 구입 후 이용과정에서 그 폰에서만 이용할 수 있는 유료서비스를 추가로 구매하기도 하고, 무엇보다 이용자들이 새 핸드폰에 익숙해지는데 시간이 걸려서 소위 고착현상이 발생한다. 그런데 고착을 일으키는 원인은 기기에 있다기보다는 그 기기를 움직이는 운영체계에 있다. 서로 호환되는 안드로이드폰 간의 교체에는 장벽이 높지 않으나 호환되지 않는 핸드폰으로 교체하는 데에는 큰 결심이 요구되는 결과 수요대체성이 미약하여 두 시장을 별도의 시장으로 구분할 수 있다. 특히 분석의 대상이 후방시장에서의 경쟁이라면 더욱 그렇다. 이는 아이폰과 안드로이드폰 간에 경쟁이 있음에도 불구하고 각 생태계 내에서의 경쟁제한 행위를 평가하는 경우에 관련시장을 전체 핸드폰시장이 아니라 그 행위가 일어난 아이폰 또는 안드로이드 생태계를 각각 별도의 관련시장으로 설정함이 더 시장의 현실을 반영한다는 것을 의미한다.¹⁰⁾

애플은 같은 OS를 사용하는 경우에도 핸드폰은 노트북, 태블릿, 게임기 등과는 사용 환경이 다르므로 이용자와 개발자가 이들을 별개의 시장으로 인식하고 있다고 주장한다.¹¹⁾

다. 후방시장

앱 개발자와 이용자가 만나서 거래를 체결하는 것이 종전에도 불가능했던 것은 아니나 쉽지 않았다. 웹(web) 검색을 통하여 개발자의 앱을 찾고 개발자와 거래를 모색하는 것이 가능했다. 일반적 앱인 ‘자연 앱’(native app)은 ‘웹 앱’보다 빠르고 편리하게 구동된다. 스트리밍 앱 서비스 또한 가능하기는 하나 비용과 안전성 측면에서 자연 앱이 우위에 있는 것이 일반적이다. 간단한 무료 앱인 경우에는 웹 앱이 크게 불편하지 않을 수 있다. 유료 앱인 경우에는 결제기능이 부가되어야 한다. 앱의 성능 차원에서 자연 앱은 다른 방식을 능가한다. 특히 빠른 작동이 실감성에 큰 영향을 미치는 게임의 경우에는 웹 앱이나 스트리밍 앱이 자연 앱을 대체하기 어렵다.¹²⁾ 자연 앱은 앱 장터에서만 다운받을 수 있다. 애플은 자신이 직접 모든 앱을 제작하려던 초기에는 타인이 제작한 앱에 적대적이었으나 곧 이들 서비스가 “상점 내 상점”(store within a store)의 기능을 하지 않는 한 허용하는 쪽으로 입장을 선회하였다.¹³⁾

10) 에픽 의견서(사실관계), paras. 126-134.

11) 에픽 의견서(사실관계), paras. 137-142, 144-146.

12) 에픽 의견서(사실관계), paras. 185-203.

13) 에픽 의견서(사실관계), paras. 204-205.

스마트폰 운영체제 시장에서 이용자 고착현상으로 'iOS vs 안드로이드'의 지형이 쉽게 변하지 않고 있다. iOS 앱 게임을 하던 이용자가 서비스가 마음에 들지 않는다고 안드로이드 게임 혹은 웹 게임으로 옮겨가는 것은 여간해서 발생하지 않는다. 이런 상황은 앱 개발에도 영향을 주어서 개발자는 App Store와 플레이 스토어 중 하나를 포기하기 보다는 양 측에 모두 앱을 출시하기 위하여 일정한 변환비용을 들여가며 두 가지 버전의 앱을 개발한다. 이와 같이 두 시장은 수요와 공급 양측에서 구별되므로, iOS 자연 앱 유통시장이 하나의 관련시장이며 여기서 애플의 App Store는 독점적 지위를 가진다.¹⁴⁾

라. 인앱 결제 시장

앱 안에서도 거래가 발생할 수 있다. 예컨대, 게임 앱의 경우 게임의 레벨을 올린다거나, 캐릭터의 장비나 의상을 교체한다거나, 게임내 게임에 참여하거나 하는 활동과 관련하여 거래가 발생하고 있다. 유상거래의 처리를 위한 인앱 결제처리를 제공하는 회사도 미국에 Stripe, Amazon Pay, Braintree, Square 등 복수가 있다. 에픽은 iOS 앱에서 디지털 콘텐츠 구매를 위한 인앱 결제 시장이 독립적으로 존재하며 iOS와 App Store의 지위를 이용한 애플의 IAP 강제는 별개의 인근 시장을 독점화하려는 기도라고 주장했다.¹⁵⁾

IAP와 App Store가 기술적으로 통합된 것도 아니다. 같은 결제 시스템이 Apple Music 등 애플의 다른 서비스에도 이용된다. IAP는 구매계약, 결제, 서비스 제공, 불만처리로 이어지는 앱내 거래 과정에서 이용자와 앱의 중간에 개입하는 부자연스러운 것이며, 단지 App Store의 독점력에 기초한 것이다.¹⁶⁾ IAP는 앱 개발자들이 애플의 앱 개발도구를 사용하기 위하여 서명하여야하는 DPLA에 의해서 강제되며 개발자가 이 의무를 준수하는지 확인하는 데에 앱 등록 심사가 이용된다.¹⁷⁾

개발자는 애플이 IAP 이용대가로 요구하는 높은 수수료가 부담스러울 뿐만 아니라 고객의 지불능력, 소비행태 등에 관한 데이터를 수집하고 자금흐름의 예측가능성을 제고하기 위하여 자체적인 결제시스템을 운용하기를 원한다. 개발자의 결제시스템만을 사용하는 것에 문제가 있다면 복수의 대안 결제시스템을 선택지로 제시하는 것이 적절하다.¹⁸⁾

이용자들도 가격뿐만 아니라 다양한 부가 서비스 제공이란 차원에서 대안 결제서비스를 애플 IAP보다 선호한다.¹⁹⁾ 에픽 자체결제시스템이란 대안이 있을 때 이용자들이 Fortnite 구매

14) 에픽 의견서(사실관계), paras. 159-166.

15) 에픽 의견서(사실관계), paras. 275-283, 293.

16) 에픽 의견서(사실관계), paras. 291-292.

17) 한편 IAP는 디지털 콘텐츠 거래에만 적용되고 App Store를 통했어도 유체물이나 서비스의 거래에는 강제되지 않는다.

18) 에픽 의견서(사실관계), para. 286.

19) 에픽 의견서(사실관계), para. 288.

시 IAP를 이용하는 비율은 수익의 34%, 거래의 27%에 불과했다. 넷플릭스도 IAP를 이용하는 고객이 다른 결제시스템을 이용하는 고객보다 구독기간이 짧은 것으로 조사되었다.²⁰⁾

마. 애플의 주장에 대한 반박

애플은 이 사건 관련시장이 디지털 게임시장이라고 주장한다. 에픽이 게임사업자라는 것을 근거로 하며 스마트폰 게임과 다른 디지털 기기의 유사게임은 대체관계에 있다고 주장한다.²¹⁾ 이에 대해 에픽은 관련시장은 반경쟁성이 문제되는 피고의 상품시장으로 확정되는 것이 타당하며, 시장조사 결과는 스마트폰 게임과 다른 디지털 기기의 게임이 대체관계가 아니라 보완 관계임을 보일뿐이라고 지적했다.²²⁾

2. 애플의 주장

가. 개요

애플은 한편으로는 개발자에게 iOS기반 자연 앱 개발을 위한 툴을 제공하는 것과 같이 개발의 편의성을 제공하며 다른 한편 이용자들을 위하여 앱 서비스의 안정성과 보안성을 유지하기 위한 서비스를 제공한다.²³⁾ 하지만 애플은 자사는 iPhone을 팔 뿐 iOS나 App Store를 팔지 않기에 iOS나 App Store를 독립시장으로 보는 것이 부당하다고 주장한다.²⁴⁾ 또한 게이머들은 iPhone 만으로 게임을 하는 것이 아니라 iPhone이 맘에 들지 않으면 언제라도 다른 게임기기로 전환하고,²⁵⁾ 95%의 App Store 이용자가 다른 디지털 단말을 가지고 있으며 상당비율이 게임을 멀티호밍하기에,²⁶⁾ 이들을 포함하여 시장을 확정하여야 한다고 주장한다.²⁷⁾

나. 양면시장 경계획정

미국 연방대법원은 2018년 *Ohio v. Am Express Co* 사건 판결(이하 *Amex*로 약칭)에서²⁸⁾ 경

20) 에픽 의견서(사실관계), para. 305.

21) 애플 의견서(법률관계), paras. 31-73.

22) 에픽 의견서(법률관계), paras. 93-102.

23) 애플 의견서(사실관계), paras. 319-341.

24) 애플 의견서(사실관계), paras. 384-395.

25) 애플 의견서(사실관계), paras. 396-400.

26) 애플 의견서(사실관계), para. 398.

27) 애플 의견서(사실관계), para. 342-358.

28) 138 S.Ct. 2274, 2287. 다수의 평석중 일부만 언급하면 강지원·조영은, “미국 연방대법원의 American Express 판결이 양면플랫폼에서의 관련시장 획정에 주는 함의”, 『경쟁법연구』, 제40권(2019); 김지홍·김승현, “미국

쟁법 적용을 위하여 양면거래 플랫폼의 관련시장을 획정하는 경우 플랫폼의 양면을 모두 포함하여야 한다고 설시했다. 양면의 당사자가 직접 거래를 한다면 각 면을 별개의 시장으로 보는 것이 아니라 포괄적인 하나의 시장으로 정의되어야 한다는 것이다.²⁹⁾ 이와 같은 법리에 따라 애플은 게임 앱 개발자와 게임 앱 이용자 간의 ‘디지털 게임 거래시장’이 관련시장이라고 정의했다.³⁰⁾

애플은 에픽의 관련시장 정의는 한편으로는 iOS에만 집중하고 PC, 게임 콘솔 등 다른 플랫폼은 배제한 측면에서 지나치게 협소하고, 다른 한편으로는 거래의 종류를 한정하지 않고 서로 대체관계도 없는 모든 거래를 포함한 측면에서 지나치게 넓다고 비판했다.³¹⁾

시장획정의 방법과 관련하여 애플은 에픽이 미국 「수평적 합병 가이드라인」에 제시된 ‘가상적 독점자 테스트’, 즉 특정 시장에서 가상적 독점기업이 해당 제품에 대해 작지만 유의미하고 일시적이지 않은 수준의 가격인상(small but significant and non-transitory increase in price, SSNIP)을 하는 경우 수요이탈 여부로 관련시장을 획정하는 방법을 사용한 것에 대하여, 많은 학자들이 지적하고³²⁾ 미 대법원이 *Amex* 사건에서 인정한 대로 양면시장 환경에서 이 이론을 적용하는 것이 부적합하며³³⁾, 행여 이 이론을 적용한다고 해도 잘못 적용하였으리라³⁴⁾, 그 이론의 적용결과는 관련시장 획정 시 여러 고려요소 중의 하나 일 뿐이기에 양면시장의 특성을 제대로 고려했다더라면 iOS만을 관련시장으로 잡지 않았을 것이라고 지적했다.³⁵⁾

다. iOS는 다른 플랫폼과 경쟁관계

애플의 조사에 의하면 iOS상 Fortnite 이용자 중 94%가 다른 단말을 이용해서 게임을 즐기고 있으며, 35.9%의 이용자는 Fortnite을 다른 단말로 즐긴 경험이 있다고 답했다.³⁶⁾ Fortnite을 통한 수익창출 측면에서 보면 PlayStation4가 46.8%, Xbox One이 27.5%로 1, 2위를 기록했으

AMEX카드 판결과 양면시장 이론의 경쟁법적 적용”, 「저스티스」, 통권 제176호(2020); 조성국, “Amex 판결의 경쟁법적 쟁점에 관한 연구: 직접적 효과 테스트와 거래플랫폼에서의 관련시장 획정을 중심으로”, 「법학논문집」(중앙대), 제44집 제2호(2020); H. Hovenkamp, “Platforms and the Rule of Reason: The American Express Case”, 2019 *Colum. Bus. L. Rev.* 35; Aaron M. Panner, “Market Definition and Anticompetitive Effects in *Ohio v. American Express*”, *The Yale Law Journal Forum*, January 18, 2021.

29) Ibid, 2287, 2298.

30) 애플 의견서(법률관계), paras. 31-33.

31) 애플 의견서(사실관계), paras. 377-416.

32) Lapo Filistrucchi et al., “Market Definition in Two-Sided Markets: Theory and Practice”, 10 *J. Competition L. & Econ.* 293, 330-331 (2014); David S. Evans & Michael D. Noel, “The Analysis of Mergers that Involve Multisided Platform Businesses”, 4 *J. Competition L. & Econ.* 663, 664 (2008).

33) 애플 의견서(법률관계), paras. 114-121.

34) 애플 의견서(법률관계), paras. 122-137.

35) 애플 의견서(법률관계), paras. 138-143.

36) 애플 의견서(사실관계), paras. 359-368; 애플 의견서(법률관계), paras. 40-41.

며 iOS는 7.0%로 5위에 불과했다.³⁷⁾ 개발자 또한 한 단말에만 게임을 공급하는 것이 아니다. 상위 100 게임 중 99은 iOS와 안드로이드에 모두 존재하며, 다수는 MS Store, Nintendo eShop, PlayStation Store 등 다른 채널을 통해서도 게임을 공급한다.³⁸⁾ 여러 플랫폼간의 경쟁이 치열함은 애플과 구글이 부과하는 수수료가 30%(일정한 경우에는 15%)로 비슷한 수준인 것에서도 드러난다.³⁹⁾ 같은 정도는 아니지만 스트리밍 게임과 웹 게임과의 경쟁관계도 무시할 수 없다.⁴⁰⁾ 요컨대, 다른 단말의 디지털 게임과 iOS의 게임 간에는 대체관계가 뚜렷하므로 하나의 시장에 포섭되어야 한다.⁴¹⁾

라. 디지털 ‘게임’ 거래는 다른 거래와 구별되는 독자적 시장

애플은 에픽이 관련시장의 범위를 게임에 한정하지 않고 App Store의 모든 앱으로 넓힌 것에 대하여 비판적이다. 에픽의 영업은 대부분 게임개발이며 근년 게임유통에 나선 정도이다. 에픽이 이 소송의 단독 원고이고 대표소송을 제기한 것이 아닌 만큼 에픽은 게임시장과 관련해서만 소의 이익을 갖는다는 지적이다.⁴²⁾

앞서 언급한 대로 iOS의 게임 앱 유통은 다른 플랫폼의 게임과 대체관계를 보이지만 iOS내의 다른 종류의 앱, 예컨대 학습 앱, 건강관리 앱과는 대체관계가 없다. 실제로 플랫폼들은 대부분 게임을 별도의 목록으로 묶어서 제시한다. 게임개발사들이 다른 종류의 앱을 개발하지 않는 것은 아니지만 조사에 의하면 88%의 App Store 수익은 게임이고 기타 앱으로부터의 수익은 12%에 불과한 것으로 나타난다.⁴³⁾

마. 전방시장·후방시장에 대한 반론

애플은 에픽이 소장에서 관련시장을 특정하지 못하였으므로 법원이 그 이후의 주장을 기각하는 것이 합당하다는 주위적 항변에 더하여⁴⁴⁾ 예비적으로 에픽이 전문가 제출서면을 통해 주장한 전방시장, 후방시장과 관련한 논의를 반박한다.

애플은 전방시장으로 iOS 운영체제시장, 후방시장으로 iOS 앱 유통시장이 존재한다는 에픽의 주장이 법리적으로 미대법원의⁴⁵⁾ 양면시장에 대한 경쟁법 적용의 경우 하나의 거래시장으

37) 애플 의견서(법률관계), para. 42.

38) 애플 의견서(법률관계), para. 46.

39) 애플 의견서(법률관계), para. 48.

40) 애플 의견서(법률관계), paras. 61-62.

41) 애플 의견서(사실관계), paras. 351-436.

42) 애플 의견서(법률관계), paras. 70-73.

43) 애플 의견서(법률관계), para. 68.

44) 애플 의견서(법률관계), paras. 83, 87.

로 정의해야 한다는 설시에 반하며, 스마트폰을 팔뿐 iOS를 팔지 않는다는 시장현실이나 여러 단말의 게임 플랫폼 간에 대체관계가 존재하는 경쟁상황에도 반한다고 지적한다.⁴⁶⁾

바. '단일 브랜드 시장' (single-brand market)에 대한 비판

애플은 판례법은 '단일 브랜드 시장'을 당해 상품이 대체가능해서는 안 된다는 엄격한 요건 하에 예외적으로만 인정하는데⁴⁷⁾ 'iOS 앱 유통'은 앞서 설명한 대로 대체가능한 플랫폼이 다 수이므로 단일 브랜드 시장을 인정할 수 없다고 비판한다. 또한, 소비자들이 전방시장에서 상품 구매 시에 후방시장의 폐쇄성에 대해서 알지 못하였을 경우이나 '단일 브랜드 시장'이 성립 여지가 있는데⁴⁸⁾ 애플의 폐쇄성은 처음부터 이용자와 개발자에게 모두 공지의 사실이었으며 소비자가 전방시장에서 상품을 구매한 후 비로서 채택된 것이 아니므로 단일 브랜드 시장은 성립하지 못한다고 지적한다.⁴⁹⁾

사. 인앱 결제

애플은 IAP는 App Store 이전에는 존재하지 않았으며 App Store에서의 거래를 위한 계정 개설, 대금지급 처리, 거래내역 확인, 세무, 사기방지, 가족연계 요금할인, 그리고 보안·프라이버시 등 이용자보호와도 관련되는 서비스라고 주장한다. 지급결제 자체는 제3 금융사를 통해서 수행되듯이 IAP를 이루는 세부 개별서비스는 제3 전문업체를 통해 이루어질 수 있다. IAP는 이를 통합한 서비스이고 그 자체가 iOS 앱 유통서비스와 일체를 이룬다고 강조한다.⁵⁰⁾

애플이 IAP를 통해서 수수료를 징수하고 있지만 IAP 자체에 과금하는 것은 아니라는 입장이다. 이는 구글 플레이, 스팀, 삼성 갤럭시 스토어, 소니 플레이스테이션 등 다른 게임 플랫폼의 경우에도 마찬가지이며 에픽의 EGS마저도 결제처리에 대한 수수료를 받는다고 하지 않고 게임서비스 전체에의 접근에 대한 수수료란 입장을 피력한 바가 있다.

애플은 결제처리 자체만을 위한 독자적 수요나 공급이 존재하지 않는다고 주장한다.⁵¹⁾ 한발 물러서 일반적으로는 결제서비스가 독자적 상품이라고 판단하는 경우에도 애플은 iOS나 IAP

45) *Ohio v. Am Express Co.*, 138 S. Ct. 2274, 2286 n.8 (2018)

46) 애플 의견서(법률관계), paras. 80-94.

47) *Apple v. Psystar*, 586 F.Supp. 2d 1190, 1198 (N.D. Cal. 2008); *In re Am. Express Anti-Steering Rules Antitrust Litig.*, 361 F.Supp. 3d 324, 344-45 (E.D.N.Y. 2019).

48) *Eastman Kodak v. Image Technical Servs.*, 504 US 451, 464-78 (1992); *PSI RepairSers. v. Honeywell*, 104 F.3d 811, 820 (6th Cir. 1997); *Avaya v. Telecom Labs*, 838 F.3d 354, 405 (3d Cir. 2016).

49) 애플 의견서(법률관계), paras. 103-111.

50) 애플 의견서(사실관계), paras. 649-653.

51) 애플 의견서(사실관계), paras. 654-659.

를 개별적으로 판매하지 않고 통합서비스로 처리하므로 그에 대한 시장이 존재하지 않는다고 한다.⁵²⁾

애플은 IAP는 통합제품이며 별도의 시장이 존재하지 않는다고 주장하며 이 통합으로 인하여 애플뿐만 아니라 개발자, 이용자 모두가 혜택을 누린다고 지적한다. IAP같은 통합결제처리 시스템이 없으면 효율적인 수수료 징수가 어렵고, 안정적 서비스 제공이 곤란하고, 개발자 및 이용자에게 불편을 초래하기 때문에 마이크로소프트, 구글, 스팀, 이베이 등 다른 디지털 거래 플랫폼도 자신들의 결제시스템을 이용할 것을 요구하는 것이 일반적이라는 것이다.⁵³⁾ 이런 상황에서 iOS 게임거래 플랫폼에는 IAP만큼 효율적인 다른 결제플랫폼이 없다는 주장이다.⁵⁴⁾

애플은 또한 전체 게임 앱 거래 중 무료앱 및 실물거래 앱 등을 제외한 일부분에 IAP가 강제되며 에픽의 V-Bucks⁵⁵⁾ 등과 같이 강제를 우회할 수 있는 방법이 있기 때문에 강제적 끼워 팔기가 성립하지 않는다고 주장했다.⁵⁶⁾

나아가 모든 대체가능한 결제서비스를 관련시장이라고 한다면 애플은 미국달러 온라인결제 시장에서 3% 이하만 처리할 뿐이며⁵⁷⁾, 물리서서 관련시장을 iOS결제시장이라고 하여도 애플은 웹 앱 결제방식을 제한하고 있지 않으므로 이 부분을 포함하면 애플이 시장지배력을 갖지 않는다고도 주장한다.⁵⁸⁾

3. 일심법원의 판단

법원은 원고가 관련시장의 정의를 위한 적절한 입증자료로서 해당된 상품의 가격, 용도, 품질, 성질에 관한 정보를 제시해야 한다고 설시한 후⁵⁹⁾ 다음과 같이 양측의 주장을 분석했다. 먼저 ‘관련 상품’의 성격에 대하여 에픽은 앱 “유통 서비스”(distribution services)로 규정하고, 애플은 “양면 거래 서비스”(two-sided transaction services)로 규정한다. 법원은 iOS 이용자에게 앱을 팔 수 있는 거래 채널이 App Store 밖에 없는 상황에서 이 시장을 “유통 서비스”로 성격 짓는 것은 어색하며, 유통서비스는 단지 개발자만이 이 시장 상품을 이용한다는 오해를 살 수 있다고 보았다. 법원은 이 시장에서 이용자와 개발자가 모두 앱 거래를 소비하므로 대법원이 *Amex* 사건에서 설시한 ‘거래’(transaction)로⁶⁰⁾ 이 사건의 관련 상품의 성격을 파악하였다.⁶¹⁾

52) 애플 의견서(사실관계), paras. 660-665.

53) 애플 의견서(사실관계), paras. 680-698.

54) 애플 의견서(사실관계), paras. 700-707.

55) 아이템을 구매할 수 있는 게임 내 화폐임.

56) 애플 의견서(사실관계), paras. 670-678.

57) 애플 의견서(법률관계), para. 336.

58) 애플 의견서(사실관계), paras. 666-668. 애플 의견서(법률관계), paras. 337-338.

59) 일심법원 판결문, p. 120.

60) *Amex*, 1238 S. Ct. at 2280.

가. 애플의 주장에 대한 판단

디지털 비디오 게임 시장이 이 사건의 관련시장이라는 애플의 주장에 대해 법원은 디지털 비디오 게임 시장의 외연을 결정하기 어려움을 인정하는 한편 크게 4가지의 구별되는 부분시장(submarket)을 포함하고 있다고 보았다.⁶²⁾

- ① 온라인 모바일 앱 거래 플랫폼(예, App Store, Google Play, Samsung Galaxy)
- ② 온라인 PC 게임 스토어(예, Valve Steam, Epic Games Store)
- ③ 콘솔형 디지털 스토어 (예, Sony PlayStation, Microsoft Xbox, Nintendo Switch)
- ④ 스트리밍형 게임 서비스 (예, Nvidia GeForce Now, Microsoft Xbox Cloud Gaming, Google Stadia)

법원은 이 분야는 전반적인 변화의 와중에 있으며 부분시장 간 경쟁의 조짐도 있음을 지적한 후 아래와 같은 이유에서 이 사건의 관련시장을 ‘모바일 게임 거래’(mobile gaming transaction)시장으로 확장했다.⁶³⁾

(1) 모바일과 비모바일

대체상품의 존재와 관련해서 애플은 PC에서 나아가 태블릿, 콘솔 등 여러 다른 플랫폼이 iOS게임 플랫폼의 대체상품이라고 주장하나 에픽은 iOS 앱유통 플랫폼에 대한 대체상품의 존재를 부인한다. 법원은 양측이 제출한 전문가 증언이나 조사가 흠결이 있어서 어느 한쪽의 입장을 결정적으로 지지하기에 부족한 것으로 보았다. 에픽 측 전문가인 Evans는 SSNIP 테스트를 통해 대체상품이 없음을 입증하려고 했으나 법원은 그 연구가 방법론적으로 양면시장의 간접네트워크효과를 적절히 반영하지 못하였으며 기초 데이터의 조사대상이 너무 한정되었다는 이유로 대체성에 대한 입증능력을 부인했다.⁶⁴⁾ 다만, 태블릿(iPad)에 대해서는 에픽의 반대에도 불구하고 60%의 iPhone 이용자가 iPad를 사용하며 전환이 용이하다는 이유를 들어 대체성을 인정하였다.⁶⁵⁾

법원이 모바일 게임 거래만을 관련시장으로 확정한 것은 다음과 같은 추가적 사실에 근거한다. 첫째, 모바일 게임이 두 자리 수로 성장하면서도 PC나 콘솔게임이 줄지 않은 것은 이용자 대체성이 없다는 것을 시사한다. 모바일 게임은 어린이, 10대 여성, 장년층 이용자가 많으며,

61) 일심법원 판결문, pp. 121-122.

62) 일심법원 판결문, pp. 67-71.

63) 일심법원 판결문, pp. 82-85. Nintendo Switch와 스트리밍형 게임서비스의 경우 상당한 대체가능성이 엿보이나 아직 서비스 초기인지라 현 시점에는 관련시장에서 제외하는 것으로 결정했다.

64) 일심법원 판결문, pp. 56-58.

65) 일심법원 판결문, pp. 58-59.

복수플랫폼 게임의 이용자는 10대 소년과 25세 이하의 성년이 많다. 둘째, 모바일에서 인기 있는 게임이 PC나 콘솔에는 제공되지 않는 경우도 많다. 설령 동시에 제공되는 경우에도 서로 대체하기 보다는 게임이용 시간과 지출을 늘리는 보완효과를 보이고 있다. 셋째, 개발자들도 다른 시장으로 인식하는 경향을 보인다. 예컨대, Steam이 PC게임의 최강자임에도 불구하고 애플의 팀 쿡이 이 회사를 잘 모른다는 것은 양자가 다른 시장에 있음을 시사한다.⁶⁶⁾

(2) 게임과 비게임

애플은 게임 앱과 비게임 앱이 모두 관련시장에 포함되어야 한다고 주장했으나 법원은 다음과 같은 이유로 둘을 구별하고 게임 앱만 포함하였다.

첫째, 게임 앱 거래가 App Store 거래의 60-75%, 수익의 대부분을 차지한다. 둘째, 앱 장터가 일반적으로 게임 거래와 비게임 거래를 사이트의 카테고리상 분리하는 것은 업계와 이용자가 이를 별개로 인식함을 반영한다. 셋째, 기능상 게임 앱이 비 게임 앱을 대체하지 못한다. 넷째, 게임 앱의 개발에 있어서는 Unity, Unreal Engine과 같은 전문 저작툴이 사용된다. 다섯째, 구별되는 수요자와 공급자가 있다. 특히, 게임개발자가 비게임 앱을 개발하지 않는다. 여섯째, 수익모델에 있어 게임 앱은 인앱 거래에 의존하는 반면 음악 앱 등과 같이 구독에는 의존하지 않는다. 일곱째, 게임 앱의 경우 PlayStation, Xbox, Switch 등과 같이 게임 전용 단말이 발달해 있다. 여덟째, 게임 앱의 유통에 최근 GeForce, xCloud 등의 대형 종합 플랫폼의 등장으로 경쟁이 치열해지고 있는 반면 비게임 앱 유통 플랫폼은 상대적으로 안정화되어 있다.⁶⁷⁾

마지막으로 법원은 게임이 애플의 주 사업 부문이기 때문에 앱 전체가 아니라 게임 앱이란 부분시장을 관련시장으로 특정한 것이 아니라, 이는 하나의 동기일 뿐이며 애플의 행위에 의하여 특별히 영향 받는 분야가 게임부문이기 때문에 이와 같은 결론에 도달하였다고 실시하였다.⁶⁸⁾

나. 애플의 주장에 대한 판단

(1) 전방시장과 후방시장

법원은 애플이 독립적 판매의 대상이 되지도 않는 iOS를 전방시장으로 지목하는 것은 단지 소송목적으로 인위적으로 고안한 것으로 시장 현실과 맞지 않는다고 지적했다. 스마트폰시장의 경쟁은 운영체제 이외에도 배터리, 사용의 편의성, 내구성, 카메라, 성능 등 다른 요소에도 달려있다. 법원은 애플의 스마트폰 세계시장의 2020년 시장점유율이 15%에 불과하므로 시장

66) 일심법원 판결문, pp. 125-126.

67) 일심법원 판결문, pp. 61-64.

68) 일심법원 판결문, p. 124.

지배력을 갖지 않는다고 판단했다.⁶⁹⁾

에픽은 전방시장에 경쟁이 있다고 하더라도 후방시장에서 애플의 행동을 제약하지 못하는 이유로 전환비용으로 인한 고착효과로 실제 대체가 어려운 점을 들었다. 하지만 법원은 애플의 내부분건에서 영업 목표로 언급된 “고착”(lock-in)이라는 표현이 반드시 부정적 의미가 아니라 고객에 자신의 서비스를 더 매력적으로 만든다는 의미로 해석될 수도 있기 때문에 전환비용을 상승시키는 결정적 증거라고 할 수 없다는 점⁷⁰⁾, 애플의 비개방 정책에 대하여 이용자가 최초 아이폰 구매 시에 몰랐다고 할 수 없는 점, 그 밖에 애플이 공식적으로 이용자에게 약속한 정책을 신뢰를 배반하며 변경한 점에 대한 증거가 부족한 점,⁷¹⁾ 적은 비율이기는⁷²⁾ 하지만 iPhone 이용자들이 안드로이드 폰으로 전환한다는 점, 구글의 조사에서 64%의 iOS이용자들이 안드로이드로 전환하지 않는 첫 번째 이유는 iOS를 더 좋아하기 때문이라고 답한 점 등을 들어 에픽이 이용자들의 고착을 입증하지 못하였다고 판단했다.⁷³⁾

(2) ‘iOS 인앱 결제처리시장’ 주장과 관련하여

iOS 앱 유통 시장 자체가 인정되지 않으니 iOS 인앱 결제 처리시장도 애초에 성립할 수 없는 것이지만 법원은 이와 관련한 방론을 제시했다. 즉, IAP는 거래를 추적하고, 당사자를 확인하고, 수수료를 징수하고, 사기를 방지하고, 구매이력 제공, 가족간 요금할인 등 이용자 편의를 제고하기 위한 복합적 서비스이다. 결제처리 자체는 제3자 서비스를 통해 수행되고 있는 것이 시사하듯이 IAP 수수료는 단순히 개발자와 이용자를 연결한 것에 대한 비용을 받는 것으로 이해되지 않으며 비영리서비스에 대한 수익보전과 애플의 저작권 라이선스를 포함한 포괄적 서비스에 대한 대가로 이해되며 별개의 독립서비스로 인정할 수 없다고 판단된다.⁷⁴⁾

다. 단일 브랜드 시장의 법리

(1) 판례법

에픽의 주장은 전방시장인 iPhone이나 iOS가 경쟁시장에 있더라도 일단 애플 제품을 구매한 고객은 App Store, IAP란 후방시장에 고착되게 된다는 취지이다. 이는 단일브랜드 시장을

69) 일심법원 판결문, pp. 45-46.

70) 일심법원 판결문, pp. 47-48.

71) 일심법원 판결문, p. 50.

72) 기준에 따라 전환율은 달라진다, 연간 전환율은 2%, 업그레이드시 전환율은 26%이라는 증언도 있다. 일심법원 판결문, p. 52.

73) 일심법원 판결문, p. 51.

74) 일심법원 판결문, pp. 65-67.

인정한 연방대법원의 *Eastman Kodak* 판결⁷⁵⁾에 근거를 두고 있는듯하나 일심법원은 먼저 대체 상품이 있는 상황에서 단일 브랜드가 시장으로 인정된 적이 없으며⁷⁶⁾ 더하여 다음과 같은 점에서 판례의 법리에 대한 오해가 있다고 보았다.

*Eastman Kodak*에서 대법원은 높은 수준의 정보수집 비용과 전환비용의 존재를 후방시장 독점을 인정할 수 있는 조건으로 들었다.⁷⁷⁾ 그 이후 5개의 순회법원과 다수의 지방법원이 이를 확인하며 구매자가 제한적 조건을 몰랐고 사후 변경된 정책에 따라야 하는 상황이 아니라면 단일 브랜드 후방시장의 존재를 부인했다.⁷⁸⁾ 특히 2008년 *Newcal* 판결에서 제9순회법원은 단일 브랜드 후방시장 인정을 위한 4개의 판단기준을 제시했다.⁷⁹⁾ 첫째, 후방시장이 전방시장에서 파생되었고 그에 전적으로 의존할 것. 둘째, 불법적 제약과 독점화가 후방시장에만 관련될 것. 셋째, 피고의 시장지배력이 고객과의 관계에서 발생하며 전방시장에서 체결한 계약에 근거한 것이 아닐 것. 넷째, 전방시장에서의 경쟁이 후방시장에서의 반경쟁 행위를 억지하기에 충분치 않을 것.

기업이 정책을 사후에 변경하지 않았다고 하더라도 후방시장에서의 제약이 소비자에게 사전에 충분히 알려지지 않은 경우에는 단일 브랜드 후방시장이 인정될 수 있으나⁸⁰⁾ 이를 주장하는 측에서 소비자에게 이런 합리적 선택의 기회가 없었음에 대한 입증책임을 진다.⁸¹⁾

(2) 적용

애플의 주장은 일견 위 요건을 상당부분 충족하는 것으로 보인다. iOS 앱 유통시장이나 iOS 결제 처리 시장은 애플 운영체제시장에서 파생되었고, 애플이 지정한 제약은 후방시장에만 관련되며, 애플의 시장지배력은 고객과의 관계에서 발생하며 전방시장에서의 계약에 의해 후방시장에서의 시장지배력을 얻은 것이 아니므로 *Newcal* 판결의 네 가지 요건 중 세 가지를 충족한다. 그런데 법원은 다음과 같은 이유에서 네 번째 요건을 충족하지 못하였다고 보았다.⁸²⁾

먼저, App Store의 정책에 변경이 없었으며 전방시장에서 소비자는 후방시장의 제약을 감

75) *Eastman Kodak v. Image Tech. Servs.*, 504 U.S. 451 (1991).

76) P. Areeda & H. Hovenkamp, *Antitrust Law: An Analysis of Antitrust Principles and Their Application* (4th and 5th eds., 2021 Supp.), para. 563d.

77) *Eastman Kodak v. Image Tech. Servs.*, 504 U.S. 451, 473 (1991).

78) *United Farmers Ass'n v. Farmers Insurance Exchange*, 89 F.3d 233, 238 (5th Cir. 1996); *PSI Repair Servs. v. Honeywell*, 104 F.3d 811, 820 (6th Cir. 1997); *SMS Sys. Maint. Servs. v. Digital Equip. Corp.*, 188 F.3d 11, 19 (1st Cir. 1999); *DSM Desotech v. 3D Sys. Corp.*, 749 F.3d 1332, 1346 (Fed. Cir. 2014); *Avaya v. Telecom Labs*, 838 F.3d 354, 405 (3d Cir. 2016).

79) *Newcal Industries, Inc. v. IKON Office Solution*, 513 F.3d 1038, 1049-50 (9th Cir. 2008).

80) *Newcal*, 513 F.3d at 1048; *Red Lion Med. Safety v. Ohmex*, 63 F.Supp. 2d 1218, 1231 (E.D. Cal. 1999).

81) *Newcal*, 513 F.3d at 1050.

82) 일심법원 판결문, p. 130

안하지 못했을 것이라는 증거가 없다. 애플은 처음부터 폐쇄시스템이었고 App Store 또한 그랬다. 구글의 개방형 안드로이드와 대비되는 이 차이점은 이미 개발자에게나 이용자에게 잘 알려져 있다. 위에서 본 판례법은 정책변경이 없는 상황에서도 특별한 시장실패 상황에서 이용자가 사정을 잘 알지 못하고 고착될 가능성을 인정하고는 있으나 이 사건에서 에픽은 이와 같은 입증에 실패하였다.⁸³⁾ 오히려 당 법원에 제출된 자료에 의하면 2010년대 초반 이후 스트리밍 서비스, 다플랫폼(cross-platform) 게임, 호환을 가능케 하는 미들웨어의 등장은 전환비용을 낮추고 있다. ‘고착’을 주장할 수 있는 가능성은 열어지고 있다. 앞에서 관련시장 개념상의 대체성을 인정할 만한 정도는 아니라고 판단했지만 플랫폼의 융합 경향 또한 목도할 수 있다.⁸⁴⁾ 위와 같은 이유로 에픽의 관련시장 정의는 근본적으로 흠결이 있을 뿐만 아니라 *Newcal* 판결의 요건도 충족하지 못하는 것으로 판단하였다.⁸⁵⁾

III. 평석

1. 관련시장의 의의

어떤 기업의 행위가 경쟁을 제한하였는지 여부를 심사하기 위해서는 그 첫 단계로 관련시장의 범위를 확정하는 것이 일반적이다. 관련시장이 어떻게 확정되는지에 따라 당사자의 시장지위, 나아가 행위의 경쟁제한성이 달리 파악될 수 있다. 카르텔과 같이 당연위법에 해당하는 노골적 경쟁제한 행위의 경우에는 시장확정을 생략할 수도 있을 것이나⁸⁶⁾ 사업자의 시장지위에 대한 평가를 필요로 하는 사건 및 행위의 경쟁제한성에 대한 엄밀한 심사를 요하는 사건에 있어서는 관련시장 확정이 필수적이라고 할 것이다.⁸⁷⁾

이와 같이 경쟁상황에 대한 평가의 수단으로서 관련시장은 의미 있는 경쟁이 존재하는 범위로⁸⁸⁾ 보통 경쟁의 제한을 주장하는 측이 먼저 이를 제시하여야 한다.⁸⁹⁾ 관련시장은 일반적으로 관련 상품시장과 지역시장으로 구분되며 수요와 공급측면을 고려하여 대체가능성이 있으면 같은 관련시장에 속하는 것으로 결정된다.⁹⁰⁾ 하지만 시장 경쟁의 모습을 상품간 경쟁만

83) 일심법원 판결문, pp. 130-131.

84) 일심법원 판결문, p. 132

85) Ibid.

86) *National Collegiate Athletic Association v. Bd. of Regents of Univ. of Okla.*, 468 U.S. 85, 109-10 (1984).

87) 홍대식·정성무, “관련시장 확정에 있어서의 주요 쟁점 검토 -행위 유형별 관련시장 확정의 필요성 및 기준을 중심으로-”, 『경쟁법연구』, 23권(2011).

88) *Ohio v. Am. Express Co.*, 138 S. Ct. 2274, 2285 (2018).

89) *Buccaneer Energy v. Gunnison Energy Corp.*, 846 F.3d 129, 1313 (10th Cir. 2017).

90) *United States v. DuPont*, 351 U.S. 377, 404 (1956); *Brown Shoe v. United States*, 370 U.S. 294, 325 (1962).

으로 파악하는 경우 경쟁정책의 유효성이 반감될 수 있기에 기술·혁신·차세대시장과 같은 새로운 시장의 정의가 모색되어 왔다.⁹¹⁾

한 사건에서 관련시장은 하나만 있을 수 있는 것은 아니며 경우에 따라서는 복수로 확정하는 것이 필요할 수 있다. 애플이 시사했듯이 앱의 종류를 가리지 않고 모든 앱을 포괄하는 시장을 집합시장(cluster market)이라 한다면 그중에서 게임과 관련한 시장은 부분시장이라고 할 것이다. 반면 애플이나 법원이 인정한 바와 같이 단말, OS, 앱장터가 결합하여 하나의 시장을 이루면 이를 집합시장이라고 할 수도 있다. 또한 전방시장과 후방시장의 개념도 구분될 수 있다.⁹²⁾ 분쟁당사자는 이런 다양한 개념을 동원하여 자신의 입장을 뒷받침하는 것이다. 그 중 어느 시장확정이 당해 사건의 경쟁우위를 가장 명확히 드러내느냐에 따라 그 사건의 관련시장으로 확정되는 것이지만 그것이 반드시 하나일 필요는 없다. 하나의 사건에 복수의 시장이 관련되는 것은 드물지 않은 일이다. 바둑의 한 수가 귀 싸움뿐만 아니라 전체 판도를 바꿀 수 있듯이, 관련시장은 문제행위의 경쟁효과를 객관적으로 가장 잘 평가할 수 있는 모습으로 확정되어야 하며 단일시장으로 확정하느냐 복수시장으로 확정하느냐는 이러한 시장확정의 목적을 달성하는 수단의 적절한 선택에 관한 것이지 그 자체가 절대화되어서는 아니 된다.⁹³⁾

대상 사건에서 애플이 IAP를 강요하는 것과 과거에 MS가 익스플로어를 결합판매 한 것을 비교해보자. MS는 익스플로어를 공짜로 배포했음에도 경쟁제한이라고 판정받고 동의명령의 대상이 되었다.⁹⁴⁾ 애플은 인앱 매출액의 30%를 요구하며 IAP를 강매해도 일심법원은 정당한 것으로 판단하였다. 30% 수수료는 IAP에 대한 대가가 아니라는 주장은 오히려 IAP를 MS의 익스플로어와 같은 위치로 파악하게 한다. 그런데 MS 법원은 윈도우의 응용프로그램인터페이스 공개 등을 통해 경쟁사업자의 브라우저가 동등한 경쟁기회를 보장받을 것을 명령하였음에 비하여 이 법원은 사실상 경쟁 결제수단에게 인앱 결제를 금지하고 밖으로 나가서 결제하라는 핸디캡을 부과하고 있다. 무료 앱을 유치하는 비용을 보전하기 위해서라는 명분을 내세우고

91) 정찬모, “공정거래법상 관련시장 정의의 문제-지식정보산업을 중심으로”, 「규제연구」(한국경제연구원), 제8권 제2호(1999).

92) OECD 경쟁위원회는 2017년 6월 후방시장에서의 경쟁이슈에 관한 토론회를 개최한 바 있다. OECD Secretariat, Executive Summary of the Roundtable on Competition Issues in Aftermarkets - Annex to the Summary Record of the 127th meeting of the Competition Committee, DAF/COMP/M(2017)1/ANN5/FINAL, 26 September 2018.

93) 유사한 시각으로는 David Glasner & Sean P. Sullivan, “The Logic of Market Definition”, 83 *Antitrust Law Journal* No. 2 (2020); Magali Eben, “The Antitrust Market Does Not Exist: Pursuit of Objectivity in A Purposive Process”, 17 *Journal of Competition Law & Economics* No. 3 (2021). 국내의 법원은 이와 달리 “먼저 그 전체가 되는 관련시장을 확정하여야 하고, ...거래대상인 상품의 기능 및 ...대체가능성...등을 종합적으로 고려하여야 한다.”고 하여 문제행위와는 무관하게 거래대상마다 고유한 관련시장이 설정된다는 듯한 설시를 하고 있다(대법원 2012. 4. 26. 선고 2010두18703 판결 등). 법적 안정성을 고려한 것으로 이해하며 보다 깊은 논의가 필요한 부분이다.

94) *United States v. Microsoft Corp.*, 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001); *United States v. Microsoft Corp.*, 231 F.Supp. 2d 144 (2002). 이 행위는 EU, 한국 등 다른 나라에서도 사건화 되었다.

있으나 이를 위한 수단으로 IAP를 강제하는 것이 정당화될 수 있는지 의문이다.

데스크탑 시절에 법원은 운영체제와 브라우저가 독립적 시장이며 윈도우 운영체제는 맥(Mac) 운영체제와 독립적임을 인정한 바 있다. 그러한 전제하에 업체가 프로그램 성능제고를 위한 시스템 통합을 추구할 수 있는 가능성을 열어 놓는 것이다.⁹⁵⁾ 대상 사건은 모바일 시장이므로 컴퓨팅 환경에 차이가 있는 것이 사실이기는 하지만 그렇다고 결제수단, 운영체제, App Store, 단말이 일체로 통합되어 하나의 시장으로 정의된다는 본말이 전도된 판단을 하기 위해서는 보다 설득력 있는 이유 제시가 필요했다.

MS가 윈도우OS 위에서 운영되는 모든 전자상거래 업체의 결제는 MS가 제공하는 결제수단을 이용하거나 그보다 불편한 수단을 이용하라고 한다면 얼마나 황당하겠는가. 그와 유사한 일이 스마트폰에서는 합당한 요구로 인정되는 판결을 수궁하기 어렵다. 공공앱과 무료앱 유치에 따른 적자 보전을 위하여 필요하다면 일정 비율의 수수료를 보장받는 전제하에서 앱 개발자가 다른 결제수단을 결합하는 것을 허용하는 것이 현재 뿐만 아니라 미래의 경쟁을 활성화하는 구조가 될 것이다.

애플이 iOS나 IAP를 개별적으로 거래의 대상으로 하지 않는다는 것이 시장획정에 결정적 요소로 작용해서는 아니 된다. 운영체제나 결제시스템은 데스크탑 뿐만 아니라 모바일에서도 독립 상품으로 인정되고 있다. 삼성, MS 등이 별도의 OS를 개발하였고 국내외에 다수의 모바일 결제시스템이 있다. 어떤 사업자가 이를 분리해서 판매하지 않고 기기비용에 통합하여 판매하는 것은 마케팅 전략일 뿐이다. 그와 같은 전략이 시장지배력에 의해서 유지되는 것이라면 이는 소비자 선택권을 심대하게 침해하게 된다. 이미 공지의 사실이듯이 상품의 제공에 대해 금전적 대가가 요구되지 않는다고 하여도 고객의 관심, 개인정보 등 비금전적 반대급부, 결합판매되는 다른 상품의 가격에 대가가 숨겨져 있기 일쑤다.⁹⁶⁾

일심법원은 인터넷의 계층구조와 각 계층에 대한 독자성 부여가 오늘날 인터넷 경제를 일구어냈다는 사실을 도외시하고 있다. 일심판결과 같이 기기, OS, 앱장터, 인앱결제처리를 통합서비스라고 인정하고 각 계층별 독자성을 인정하지 않는 경우 수직적으로 통합된 독점의 심화와 경제적 자유의 축소를 가져온다. 애플시스템에서 기기와 OS의 통합을 되돌리기 어려운 상황이라고 하더라도 통합의 미명하에 앱장터, 인앱 결제처리 같은 다른 계층의 서비스로 독점이 전이되는 것을 두 손 놓고 바라보는 과오를 범해서는 아니 된다.

95) *United States v. Microsoft Corp.*, 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001), at 52, 64-67.

96) 동지, Allen, Christensen, Conrad, Grimmer & Pratt, "Market Definition in the Digital Economy: Considerations for How to Properly Identify Relevant Markets", American Antitrust Institute, June 17, 2020.

2. 양면시장

App Store는 양면 거래 플랫폼으로 종래 서로 만나기 어려웠던 이용자와 개발자가 App Store를 통해서 거래하는 것이 용이해지는 구조이다. 플랫폼이 한쪽 면에서 유인을 제공하여 이용자를 많이 끌어들이면 다른 면에서 제공되는 서비스의 효용이 덩달아 올라간다. 이를 간접 네트워크 효과라고 한다. 또한 더 많은 서비스 제공자가 다양한 서비스를 내놓으면 더 많은 이용자가 몰린다. 연쇄적으로 시장 흐름을 한 쪽으로 강화하는 스펀지효과가 발생한다.

온라인 플랫폼이 갖는 양면시장적 특성은 기존의 관련시장 확정 방법의 유효성에 대한 국내외의 논쟁을 가져왔으며 이는 아직 현재진행형이다.⁹⁷⁾ 미국에서는 연방대법원이 *Amex* 사건에서 플랫폼을 양면 거래(transaction)플랫폼과 양면 비거래플랫폼으로 구분하고 전자의 경우에는 관련시장을 양면을 모두 포함하여 단일시장으로 확정해야 하며 원고가 한 면에서의 경쟁제한만을 입증한 것으로는 행위의 경쟁제한성을 중국적으로 인정하기 부족하다고 판시했다. *Amex* 이후에 양면시장을 다룬 사건인 *Sabre*의 *Farelogix* 합병사건⁹⁸⁾에서 지방법원은 양면 거래플랫폼의 경우에는 단일 관련시장을 확정하는 *Amex*의 판례를 따라서 양면 항공예약서비스(여행사-Sabre-항공사)와 단면 항공예약서비스(*Farelogix*-항공사)를 서로 다른 시장으로 인정하고, 따라서 전자 시장에서 *Sabre*의 지배적지위 인정여부에 무관하게 후자 시장의 회사를 합병하더라도 시장지위에 변화가 없다고 판시했다.

‘에픽 v. 애플’ 사건 일심법원 또한 모바일 게임 플랫폼의 시장지위를 판단함에 있어서 양면 플랫폼으로서의 특성을 인정하고 대법원이 *Amex* 사건에서 판시한 양면 당사자 간의 거래를 성사시키는 시장이란 시장확정 방식을 수용하여 ‘모바일 게임 거래’를 관련 상품시장으로 확정했다.

양면시장이 관련된 경쟁법적 분석은 어느 한 면에 대한 분석에 한정하는 것이 부적절하다는 지적은 타당하다. *Amex* 대법원이 양면시장의 시장확정과 관련하여 양면의 당사자간에 직접적인 거래관계가 성립하면 관련시장을 양면을 포함하는 단일시장으로 정하고, 직접적인 거래관계가 없으면 각 면은 별개의 복수시장으로 확정되며 다만 타면 시장에서의 간접효과를 감안한다는 시장확정 방법론을 제시하는 데에서 그쳤다면 이론의 여지는 있지만 나름 유용한 실무적

97) 국내의 대표적 선행연구로는 변정욱·김정현, “온라인 양면 거래 플랫폼의 시장확정 및 시장지배력 판단”, 「경쟁법연구」, 제37권(2018); 심재한, “온라인플랫폼의 관련시장확정에 관한 연구”, 「경영법률」, 제29권 제2호(2019). 외국의 대표적 연구로는 Jean-Charles Rochet & Jean Tirole, “Platform Competition in Two-Sided Markets”, *The European Economic Association*, Vol. 1, Issue 4 (2003); Lapo Filistrucchi, Damien Geradin, Eric van Damme & Paline Affeldt, “Market Definition in Two-Sided Markets: Theory and Practice”, *Journal of Competition Law & Economics*, Vol. 10, No. 2(2014); Michael Katz & Jonathan Sallet, “Multisided Platforms and Antitrust Enforcement”, *The Yale Law Journal*, Vol. 127, No. 7(2018).

98) *U.S. v. Sabre Corp.*, CA No 19-1548 LPS, 452 F.Supp. 3d 97,138,142 (D.Del. 2020). 이후 영국경쟁당국의 반대에 부딪친 Sabre는 본 합병 건을 포기하였다.

가이드라인을 제공하였다고 할 것이다. 그러나 *Amex* 대법원은 나아가 다면시장 각 면에 있어서의 경쟁상황과 모든 면에서 친경쟁효과까지 고려한 총체적(net) 경쟁제한에 대한 입증책임을 경쟁제한을 주장하는 측에 부담시켰으며, 다면 중 일부만 일치하는 시장과는 경쟁관계가 없다고 단정적으로 선언하였다. 이 사족(蛇足)같은 부수적 의견은 많은 비판을 받으며 이후의 재판부에 의해서 축소 해석될 것이 기대되었으나⁹⁹⁾, 유감스럽게도 하급심에 의해서 공고한 법리로 인식되고 때로는 확대 적용되어 대상 판결과 같은 경제현실과 유리된 판결이 이어지고 있다.¹⁰⁰⁾

생각건대 *Amex* 대법원이 신용카드사용 관계에서 이용자가 상점 간의 거래를 유일한 거래라고 했을 정도로 그 거래가 핵심이고 신용카드 네트워크 플랫폼 양측에 모종의 거래가 있다 해도 이는 핵심거래를 보조하기 위한 것에 불과하다는 측면에서 단일 양면 시장 획정에 동의할 수 있다. 반면에 *Sabre* 사건에서는 이용자-항공사, 항공사-여행사, 여행사-이용자의 3면의 거래 관계가 있으며 *Sabre*를 위시한 과점사업자들이 종래 전 2자의 거래관계를 대상으로 한 플랫폼을 제공했음에 비하여 *Farelogix*는 첫 번째 거래관계만을 대상으로 우수한 플랫폼을 개발한 것이다. 훗날 누군가가 세 번째 거래관계를 대상으로한 탁월한 플랫폼을 개발할지 모른다. 이 거래관계 중에서 굳이 핵심거래관계라고 하면 *Amex*적 시각에서는 이용자-항공사관계라 할 수 있을 것이지만 항공편은 경우에 따라 가변적이라는 측면에서 여행사-이용자관계라고 할 수도 있다. 또한 플랫폼사업자 입장에서는 3면 관계 중에서 하나, 둘을 선택하여 시스템을 구현할 수도 있으므로 잠재적으로 각 면은 별개의 시장이 되고 그 모두가 핵심거래관계가 될 수 있는 것이다. 따라서 이런 경우에는 단일 3면 시장을 확정하는 것은 각 면의 유력한 경쟁자를 배제함으로써 각 면 또는 전체적 경쟁상황을 잘못 판단할 우려가 높다.¹⁰¹⁾

‘에픽 v. 애플’ 사건에서 애플 플랫폼은 멀티플렉스(multiplex) 시스템이라고 할 수 있다. iOS위에 App Store를 비롯한 핵심 플랫폼을 위치시키고 게임, 음악 등 다양한 기능과 서비스를 수행하는 앱을 유치하고 있다. 이를 수평적으로 관통하는 결제시스템은 정보시스템과 연결되어 현재의 애플생태계를 안정적으로 유지하고 미래 성장 부분을 개발하는 역할을 한다. 대상 판결은 다층 구조의 멀티플렉스를 수직적으로 게임분야만 분리해서 단일 플랫폼 시장으로 확정하고 있다. 운영체제, 앱 장터, 정보·결제시스템은 별도의 독립적 시장을 구성하지 못하는 구성물로 보고 있다.

99) John B. Kirkwood, “Antitrust and Two-Sided Platforms: The Failure of *American Express*”, 41 *Cardozo Law Review* 1805 (2020); Glasner & Sullivan, “The Logic of Market Definition”, 2020; Allen et. al., “Market Definition in the Digital Economy”, American Antitrust Institute, 2020.

100) 동지, Allen et. al., “Market Definition in the Digital Economy”, 2020; Herbert Hovenkamp, “Antitrust and Platform Monopoly”, 130 *The Yale Law Journal* 1952 (2021), 1966-1969.

101) Charlotte Slaiman, “U.S. v. Sabre Decision Is Wrong About Platform Markets”, Public Knowledge, April 9, 2020.

인터넷시스템은 다양한 성능과 서비스 분야가 수직, 수평으로 격자로 구분되어 모듈을 이루며 이 모듈이 결합되는 구조로 발전하였다.¹⁰²⁾ 애플은 특이하게도 이 중 일부분을 폐쇄적으로 통합하는 방식으로 성장하였지만 한 사업자의 행태로 전체 시스템의 구조를 부인할 수 없다. 대상판결은 개발자-이용자 거래 이외에 개발자와 플랫폼, 광고사, 결제사간 거래도 경제적으로 실질적 중요성이 있기에 그곳에서의 불공정행위를 간과할 수 없다는 신용카드 플랫폼과 모바일 앱 거래 플랫폼 사이의 현실적 차이에 주목하지 못하였다. 애플의 국가경제적 비중이 적을 때에는 그 회사 내부의 문제로 보고 규제적 개입은 자제될 수 있다. 그러나 애플이 다른 기업과 함께 거대한 생태계를 이루고 국가경제적으로 중요한 부분을 차지한다면 규제적 개입이 필요하며 이때 적용되는 기준은 애플의 주관적 의도가 아니라 인터넷 플랫폼 일반의 객관적 기준이 되어야 할 것이다.

양면시장이론의 의의는 타면의 영향에 대한 고려 없이 한 면의 경쟁 상황만을 보고 경쟁법을 적용하는 경우 과다집행을 초래하는 경향이 있음에 대한 경고에 있다. 이와 반대로 양면시장적 특색, 특히 양면 당사자간에 거래관계가 존재한다고 하여 *Amex*와 같이 양면을 모두 포함하여 크게 시장을 획정하는 것이 관행이 되고 그렇게 획정된 관련시장을 구성하는 서비스 내용과 일치하는 서비스를 제공하지 않는 기업은 경쟁관계가 없다고 판단하여 이 기업에 대한 행위는 아예 경쟁제한이 될 수 없다는 도식적 면제가 부여되는 것 또한 우려된다. 플랫폼들이 많은 경우 서로 공통된 부분도 있지만 다른 부분이 혼합되어 복합적으로 경쟁하고 있음을 적절히 고려하지 못하면 경쟁법의 과소집행에 이르며, 「생태계내 경쟁 v. 생태계간 경쟁」의 구조에서 생태계내 경쟁이 희생되는 결과를 초래할 수 있다.

만약 반경쟁성이 의심되는 행위가 양면 당사자간의 거래에 직접 영향을 준다면 판례의 입장이 타당할 수 있지만 문제의 행위가 일면 당사자에게 주로 영향을 주며 타방 당사자는 간접적으로 영향받을 뿐이라면 각각 별개의 시장으로 획정하는 것이 행위가 향하여진 시장에서의 경쟁효과를 파악하기에 더 적절하며 이를 확대하여 타면까지 포함하는 경우 행위의 경쟁효과가 희석될 뿐이다. *Amex* 사건에서 *Amex*는 제3의 카드사와의 경쟁관계에 영향을 미치기 위하여 가맹점과 이용자간의 거래관계에 직접 제약을 가하였다. 반면 이 사건 애플은 자신과 다른 플랫폼과의 경쟁관계에 영향을 미치기 위한 것이 아니라 자신과 일면시장에서 거래하는 당사자와의 관계에서 이익을 더 얻거나 잠재적 위협요소를 제거하기 위하여 제약을 가한 것이다. 즉 *Amex*는 다른 카드사와의 경쟁을 위하여 *Amex* 생태계 내부를 단속한 생태계간 경쟁이 주된 경쟁의 무대였으므로 관련시장을 양면을 모두 포함하도록 잡는 것이 합당하였다. 그러나 이 사건에서 애플은 안드로이드 진영과의 경쟁에서 승리하기 위하여 에픽에게 이와 같은 제약을 가한 것이 아니다. 오히려 애플과 구글 간에 묵시적 공조행위가 의심될 정도로 이 사건은 생태

102) Barbara van Schewick, *Internet Architecture and Innovation*, The MIT Press, 2010.

계 내부 구성원 길들이기에 목적이 있는 것이다. 따라서 이와 같은 경우에는 일면의 부분시장을 기준으로 먼저 경쟁영향 평가를 하고 그 이후에 전체시장의 경쟁상황에 긍정적 영향이 있었는지를 추가적으로 고려하여 최종적인 평가를 하는 것이 적절하다고 할 것이다. 일심법원은 이와 같은 차이에 주목하지 못하고 *Amex* 판시의 실질이 아닌 형식만을 기계적으로 다른 상황에 적용하는 오류를 범하였다.

필자의 이와 같은 분석은 사실 새로운 것이 아니라 한국의 경쟁당국과 법원도 유사한 입장에 있다고 생각된다. NHN의 판도라 등에 대한 시장지배적 지위남용 사건에서 공정거래위원회는 1S-4C(Search, Contents, Communication, Community & Commerce)서비스를 모두 제공하는 사업자뿐만 관련시장을 획정하였으나¹⁰³⁾ 법원은 부분적으로만 영업범위가 겹치더라도 경쟁관계가 성립함을 인정했다.¹⁰⁴⁾ 대상 사건을 포함하여 양면시장에 관한 미국 법원의 최근 판례는 우리 법원에 의해 취소되었고 뒤이은 이베이와 옥션의 기업결합 사건에서 보듯이¹⁰⁵⁾ 이미 공정거래위원회에 의해서도 포기된 공정거래위원회의 초기 입장을 떠오르게 한다.

3. 후방시장 (단일 브랜드 시장)

면도기/면도기날, 프린터/잉크 카트리지, 커피머신/커피원두·캡슐 등이 전방시장/후방시장의 관계를 알려주는 예이다. 통상 전방시장에서의 염가 전략으로 고객을 확보한 후에 후방시장에서 고객을 착취하는 것이 문제된다. 하지만 전방시장 사업자의 후방시장에서의 착취행위에 관한 의견대립은 팽팽하다. 시카고학파는 다음과 같은 이유에서 착취는 여간해서는 발생하지 않는다고 주장한다. 첫째, 소비자들이 전방시장과 후방시장의 전체 비용에 관한 충분한 정보를 가지고 합리적 구매를 한다. 둘째, 후방시장에서 독점이윤을 누리려는 기도는 전방시장에서의 경쟁에 의해서 좌절된다. 셋째, 후방시장에서 외견상 독점화로 보이는 행위도 기술·경영적 혁신을 통해 서비스의 향상을 가져오는 친경쟁적 효과가 클 수 있다. 후기 시카고학파는 전방시장이 경쟁적인 경우에도 후방시장 고객이 고착되어 있는 경우에는 후방시장 소비자를 착취할 유인이 존재한다고 반박한다. 이는 소비자에게 충분한 정보가 없거나 장기적으로 합리적인 결정을 내리기 어려운 경향에 의해서 더욱 강화된다.¹⁰⁶⁾

미국의 경쟁당국이나 법원은 후방시장에서의 착취를 쉽게 인정하지 않는다. 독자적인 후방시장의 존재 자체가 인정되지 않으면 그 시장에서의 착취 얘기를 꺼낼 수도 없다. 행여 후방시

103) 공정거래위원회 의결 제2008-251호, 2008. 8. 28.

104) 대법원 2014. 11. 13. 선고 2009두20366 판결. 원심인 서울고법 2009. 10. 8. 선고 2008누27102 판결의 판단을 확정함.

105) 공정거래위원회 전원회의, 의결 제2009-146호, 2009. 6. 25, 25면.

106) OECD Secretariat, Executive Summary of the Roundtable on Competition Issues in Aftermarkets, DAF/COMP/M(2017)1/ANN5/FINAL, 26 September 2018, pp. 2-3.

장의 존재를 인정받는 경우에도 전방시장 사업자가 고객 친화적 정책으로 고객을 유치한 후에 신뢰를 배반하고 정책을 변경하였으며, 고객이 쉽게 전방시장 상품을 교체하지 못한다는 것을 입증하여야 한다. 드물게 그 가능성을 인정받은 것이 사진기/부품을 전/후방시장으로 한 *Kodak* 사건이다. *Kodak* 사건은 또한 후방시장에서의 착취를 인정받기 위해서는 단일 브랜드 시장이 전제되어야 한다는 현실로 귀결되었다. 하지만 단일 브랜드 시장은 더욱 엄격한 조건을 요하여 그 충족을 인정받기를 기대하기가 어려웠다.¹⁰⁷⁾

앞서 언급한 대로 인터넷의 계층, 모듈 구조는 논리적으로 전후방시장의 세분화를 지향한다. 어떤 기업이 전후방시장을 수직적으로 통합하려고 시도할 수는 있으나 그것이 전후방시장의 현실적 또는 잠재적 존재 자체를 부인하는 근거가 되지는 못한다. 대상 판결이 지적하고 일반적으로 인정되는 바와 같이 단일 브랜드 시장의 개념이 쉽게 허용되어서는 아니 된다는 점에 원칙적으로 동의하면서도 최근 심화되는 온라인 플랫폼들의 쏠림현상에 의한 독점화, 수직적 통합과 이를 통하여 등장하는 분야별 독과점 사업자가 전후방사업자를 착취하는 경향의 확산은 단일 브랜드 시장에서의 지위남용에 관한 법적요건의 완화 필요성을 제기한다. 그러던 와중에 연방제2항소법원은 2019년 *US Airways v. Sabre* 사건¹⁰⁸⁾에서 원고가 i) Sabre의 합리적 대안이 될 수 있는 플랫폼의 부재 ii) Sabre의 고객 여행사들이 거의 다른 플랫폼으로 이전하지 않는 점 iii) 다른 플랫폼으로의 이전에 고비용이 드는 점 iv) Sabre의 여행사에 대한 지불구조가 이 단일 브랜드 시장을 더욱 공고하게 하는 점을 보임으로써 경쟁법상 부분시장의 존재를 입증하였다고 인정했다. 다만 캘리포니아북부지방법원은 제2항소법원이 아닌 제9항소법원의 관할이기에 *Sabre* 판결이 대상 사건 판단에 영향을 주지 못한 것 같다.

‘에픽 v. 애플’ 사건에서 애플생태계가 안드로이드생태계와 경쟁관계에 있는 것은 사실이나 사실상 안정적인 복잡체계가 장기간 지속되고 있으며, 경쟁의 영향은 단말 계층에 있어서는 뚜렷하게 나타나서 일반 이용자에 대해서는 그들을 선택을 받기 위해 양 진영이 서로 경쟁하지만, 진영 내부에서는 그 경쟁의 영향이 느껴지지 않을 정도이다. 이용자들의 핸드폰 교체라는 방법에 의한 선택도 상시적인 것이 아니라 수년에 한번 발생하며, 이용자들은 생태계내부 서비스보다는 기기의 외양, 가격, 성능에 의해 구매를 결정하는 경우가 대부분이므로 후방시장인 앱 유통¹⁰⁹⁾·거래상의 남용이 전방시장에 주는 영향은 크지 않다고 할 것이다. 안정된 복잡체제에서 앱 개발자나 결제사업자와 같은 특정 모듈 공급자가 생태계를 지배하는 애플과 구글

107) OECD, Competition Issues in Aftermarkets - Note from the United States, DAF/COMP/WD(2017)38, 26 May 2017.

108) *US Airways v. Sabre Corp.*, Nos. 17-960, 17-983, Decided September 11, 2019, at 44-52. 위 각주 98의 소송은 법무부가 제기한 공적소송이고 이 소송은 피해를 주장하는 업체가 제기한 사소이다.

109) “유통”이라는 표현이 이용자를 배제한 개발자만을 위한 서비스라는 오해를 불러온다는 대상 판결의 실시(각주 61 및 해당 본문 참조) 또한 “소매유통”은 일반 소비자를 위한 서비스로 쉽게 인식된다는 점에서 선뜻 동의하기 어렵다.

에게 목소리를 낼 수 있는 상황 또한 아니다. 그럼에도 불구하고 이 사건 법원이 모바일 게임 거래 시장을 이루는 전방시장인 단말시장에서의 경쟁이 후방시장인 앱 개발자와의 관계에서 반경쟁 행위를 억지하기에 충분하다고 보는 사실 판단에 동의하기 어렵다. 에픽의 입증 부족은 그렇다고 하더라도, 법원이 관련시장 획정 과정에서 배제한 스트리밍 등 신생서비스 및 향후 불확실한 플랫폼 융합추이를 후방시장에서의 반경쟁 행위를 억지하는 요인으로 포함한 것은 일관성이 없는 사실인정이라고 할 것이다.

어쨌든 전방시장에서의 시장지배력이 인정받기 어려운 상황이라면 미국에서 후방시장에서의 남용을 인정받기는 더욱 어려운 게 현실이다. 글로벌 플랫폼의 수직적 통합을 통한 독점력 확대가 날로 심해지는 상황에서 미국 독점금지법이 이에 대한 억제기능을 할 것으로 크게 기대하기 어렵다. 다행히 우리나라는 법제적으로 지배적사업자가 아니더라도 우월적 관계가 인정되는 경우 그 지위남용에 대하여 공정거래법 제23조의 불공정 행위로 규제하는 것이 가능한 것이다.

4. 데이터 시장

이 사건 원고의 주장에서 아쉽게 생각되는 것은 데이터 시장적 관점에서의 접근이 부재한 점이다. “데이터는 21세기의 오일”이라는 표현이 회자된 것도 상당한 세월이 지났으며, 빅데이터의 경쟁법적 의의에 대해서 인식하기 시작한 것도 수년이 지났건만¹¹⁰⁾ 이 사건 원고의 대리인은 데이터 독점이라는 차원에서 논리를 발전시켜서 주장을 개진하지 않았다. 당연히 피고 애플이나 법원은 원고가 주장하지 않은 것을 언급할 필요가 없었다.

생각건대 결체처리는 표면적으로는 돈의 흐름이지만 그 이면에는 정보의 흐름이 있다. 인터넷에서 각종 무료서비스가 제공되는 것은 이용자의 관심을 끄는 것과 함께 그들에 관한 정보를 축적하여 활용하기 위한 것임은 널리 알려진 사실이다. 무료서비스 이용자의 정보가 가치 있는 것이라면 유료서비스 이용자의 구매 및 관련 정보가 그 이상의 가치를 갖는 고급정보임은 두말할 나위가 없다.¹¹¹⁾

사실 빅데이터의 경쟁상 의의를 언급한 기존의 연구들도 빅데이터를 지배력 평가에 영향을 미치는 진입장벽으로 인식하거나, 데이터 제공거절을 남용행위로 파악할 수 있는¹¹²⁾의 관점에서 논의하는 것에 그쳤지 관련시장 관점에서 논의를 전개하지 못했다.¹¹²⁾ 기존의 논의의 유의

110) Maurice Stucke and Allen Grunes, *Big Data and Competition Policy*, Oxford, 2016.

111) 한 조사에 의하면 개인에 대한 기본정보(\$0.03)보다 금융정보(\$5.40)는 백배 이상의 금액으로 거래된다. “How Much is Your Data Worth? The Complete Breakdown for 2021”, <https://www.invisibly.com/learn-blog/>, Jul 13, 2021.

112) OECD, “Abuse of dominance in digital markets”, 2020, pp. 17, 27-28; Maurice Stucke and Allen Grunes, *Big Data and Competition Policy*, Oxford, 2016.

미함을 인정하면서도 관련시장 확정 단계에서 ‘데이터 시장’을 고려할 필요가 있음을 지적하고자 한다. 디지털 플랫폼들은 플랫폼을 통하여 더 많은 데이터를 수집하기 위하여 경쟁하는 것이 현실이다. 수집된 데이터는 플랫폼이 고객의 구매 및 이용 패턴을 분석하여 미래 상품을 개발하기 위한 기초가 되며 거래의 대상이 되기도 한다. 이미 데이터 거래를 주업으로 하는 업체들이 생겼으며 데이터 시장의 급성장이 예측되고 있다.¹¹³⁾ 데이터의 비경합성에도 불구하고 데이터 시장에서의 진입을 위해서는 데이터의 수집, 저장, 분석을 위한 초기 투자비용이 많이 들고 한계비용은 낮아지는 특성으로 시장집중의 경향을 보이고 있다.¹¹⁴⁾

그렇다고 필자가 관련 상품시장, 지역시장의 개념이 데이터시장 개념으로 대체되어야 한다고 주장하는 것은 아니다. 상품의 가격이나 물량, 지역적 수요공급이 시장의 경쟁과 소비자 이익을 좌우하는 일반적 시장과는 달리 에픽과 애플 간에 문제가 된 거래에서는 소비자 결제정보의 처리와 그 과정에서 수집된 데이터의 활용이 관련기업의 경쟁과 소비자 후생에 큰 영향을 미치므로 이 플랫폼에의 경쟁법 적용에 있어서 추가적으로 고려되어야 하는 시장의 또 다른 단면(dimension)을 지적하는 것이다.

애플이 자사의 IAP를 통해서만 인앱결제를 처리하도록 한 것은 수수료 징수의 확실성을 기하자는 측면도 있을 것이나 그보다 더 중요한 것은 이용자 데이터를 획득하고 가능하면 이를 독점하고자 함으로 생각된다. 에픽은 애플에 수수료 15~30%를 주더라도 이용자 데이터를 가지고 있으면 애플과 경쟁할 방안을 강구해볼 희망을 가질 수 있다. IAP로 대부분의 결제가 이루어지는 경우 에픽은 그저 날품팔이가 된다. 이런 상황에서 애플이 데이터를 독점하지 못하도록 하는 장치가 요구된다. IAP, 앱 개발사의 인앱 결제시스템, 제3 독립결제시스템을 포함한 최소 3개 이상 결제시스템 선택지를 이용자에게 부여하는 것이 결제관련 데이터의 독점을 막는 제1보가 될 것이다. 각 사가 수집한 데이터를 공유하고 이전하는 문제는 그 다음 단계의 문제이다.¹¹⁵⁾

113) 2026년 전세계 빅데이터 시장의 규모는 234.6billion에 이를 것이라는 전망이 있다. “Big Data - Global Market Trajectory & Analytics”, Global Industry Analysts Inc., June 29, 2021.

114) Hoi Wai Jackie Cheng, “Economic properties of data and monopolistic tendencies of data economy: policies to limit an Orwellian possibility”, United Nations Department of Economic and Social Affairs, DESA Working Paper No. 164, May 2020.

115) 유럽연합의 ‘디지털 시장법(Digital Markets Act)안’과 국내의 ‘온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안’이 이에 관련된다.

IV. 결 론

최근 세간의 관심이 된 “에픽 v. 애플” 반독점소송에서 미국 캘리포니아 북부지방법원은 에픽의 청구중 연방 반독점법에 근거한 청구는 모두 기각하였다. 이 논문은 청구기각의 핵심근거인 관련시장 판단을 중심으로 살펴보았다.

이 사건 재판부는 애플 플랫폼이 양면 거래 플랫폼이란 성격을 갖고 있음을 확인하고 ‘모바일 게임 거래’로 관련시장을 확정했으며, 이는 이후 애플의 시장 지배적 지위 및 남용을 부인하는 판단을 하는 데에 결정적 영향을 주게 된다. 양면시장이론의 의의는 반경쟁성이 의심되는 행위에 대한 분석에 있어서 타면 시장에서의 영향까지 적절히 고려하고자 함이지 특별히 경쟁법 적용을 더 엄격하게 또는 느슨하게 하거나, 특정한 관련시장 확정 방법론을 적용하는 것이 콘크리트화되어서는 아니 된다. 관련시장은 문제행위의 경쟁효과를 가장 잘 평가할 수 있는 모습으로 정의되어야 하며 양면시장적 성격은 이 과정의 한 고려요소일 뿐이다.

*Amex*에서는 경쟁의 대상이 행위 상대방이 아닌 제3 카드사였고, 이 사건에서 애플은 행위 상대방인 에픽과 부분적으로나마 직접경쟁관계에 있고 ‘운영체제 vs 앱개발자’의 구도에서 애플과 구글은 묵시적 공조가 의심되는 상황이라는 점과 같은 실질적 차이에 주목하지 못하고 재판부가 *Amex* 판례의 형식만을 답습하여 플랫폼의 하방시장 독점화에 제동을 걸 기회를 놓쳤으며, 원고가 데이터시장 독점화에 대한 주장을 전개하지 못한 것이 아쉽다. ▢

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강지원·조영은, “미국 연방대법원의 American Express 판결이 양면플랫폼에서의 관련시장 확정에 주는 함의”, 「경쟁법연구」, 제40권(2019).
- 김지홍·김승현, “미국 AMEX카드 판결과 양면시장 이론의 경쟁법적 적용”, 「저스티스」, 통권 제176호(2020).
- 변정욱·김정현, “온라인 양면 거래 플랫폼의 시장확정 및 시장지배력 판단”, 「경쟁법연구」, 제37권(2018).
- 심재한, “온라인플랫폼의 관련시장확정에 관한 연구”, 「경영법률」, 제29권 제2호(2019).
- 조성국, “Amex 판결의 경쟁법적 쟁점에 관한 연구: 직접적 효과 테스트와 거래플랫폼에서의 관련시장 확정을 중심으로”, 「법학논문집」(중앙대), 제44집 제2호(2020).
- 정찬모, “공정거래법상 관련시장 정의의 문제-지식정보산업을 중심으로”, 「규제연구」, 제8권 제2호(1999).
- 홍대식·정성무, “관련시장 확정에 있어서의 주요 쟁점 검토 -행위 유형별 관련시장 확정의 필요성 및 기준을 중심으로-”, 「경쟁법연구」, 제23권(2011).

2. 외국문헌

- Allen, Christensen, Conrad, Grimmer & Pratt, “Market Definition in the Digital Economy: Considerations for How to Properly Identify Relevant Markets”, American Antitrust Institute, June 17, 2020.
- Apple Inc.’s Proposed Findings of Fact and Conclusions of Law Case, 4:20-cv-05640-YGR, Document 410, Filed 04/08/21.
- Areeda P. & H. Hovenkamp, *Antitrust Law: An Analysis of Antitrust Principles and Their Application*, Wolters Kluwer Law & Business; 4th and 5th eds., 2021 Supp.
- Cheng, H. W. J., “Economic properties of data and monopolistic tendencies of data economy: policies to limit an Orwellian possibility”, United Nations Department of Economic and Social Affairs, DESA Working Paper No. 164, May 2020.
- Epic Games, Inc.’s Proposed Findings of Fact and Conclusions of Law, Case 4:20-cv-05640-YGR, Document 407, Filed 04/08/21.
- Eben, M., “The Antitrust Market Does Not Exist: Pursuit of Objectivity in A Purposive

- Process", 17 *Journal of Competition Law & Economics* No. 3, 2021.
- Evans, D. S. & M. D. Noel, The Analysis of Mergers that Involve Multisided Platform Businesses, 4 *J. Competition L. & Econ.* 663, 2008.
- Glasner, D. & S. P. Sullivan, "The Logic of Market Definition", 83 *Antitrust Law Journal* No. 2, 2020.
- Katz, M. & J. Sallet, "Multisided Platforms and Antitrust Enforcement", *The Yale Law Journal* Vol. 127, No. 7, 2018.
- Filistrucchi, L., D. Geradin, E. van Damme & P. Affeldt, "Market Definition in Two-Sided Markets: Theory and Practice", *Journal of Competition Law & Economics*, Vol. 10, No. 2, 2014.
- Hovenkamp, H., "Platforms and the Rule of Reason: The *American Express* Case", 2019 *Colum. Bus. L. Rev.* 35.
- _____, "Antitrust and Platform Monopoly", 130 *The Yale Law Journal* 1952, 2021.
- Kirkwood, J. B., "Antitrust and Two-Sided Platforms: The Failure of *American Express*", 41 *Cardozo Law Review* 1805, 2020.
- OECD, "Abuse of dominance in digital markets", 2020.
- OECD Secretariat, Executive Summary of the Roundtable on Competition Issues in Aftermarkets - Annex to the Summary Record of the 127th meeting of the Competition Committee, DAF/COMP/M(2017)1/ANN5/FINAL, 26 September 2018.
- Panner, A. M., "Market Definition and Anticompetitive Effects in *Ohio v. American Express*", *The Yale Law Journal Forum*, January 18, 2021.
- Rochet, J.-C. & J. Tirole, "Platform Competition in Two-Sided Markets", *The European Economic Association*, Vol. 1, Issue 4, June 2003.
- Slaiman, C., "U.S. v. Sabre Decision Is Wrong About Platform Markets", Public Knowledge, April 9, 2020.
- Stucke, M. & A. Grunes, *Big Data and Competition Policy*, Oxford, 2016.
- van Schewick, B., *Internet Architecture and Innovation*, The MIT Press, 2010.

3. 판례

- 대법원 2012. 4. 26. 선고 2010두18703 판결.
- 대법원 2014. 11. 13. 선고 2009두20366 판결.

- Apple v. Psystar, 586 F.Supp. 2d 1190 (N.D. Cal. 2008).
- Avaya v. Telecom Labs, 838 F.3d 354 (3d Cir. 2016).
- Brown Shoe v. United States, 370 U.S. 294 (1962).
- Buccaneer Energy v. Gunnison Energy Corp., 846 F.3d 129 (10th Cir. 2017).
- DSM Desotech v. 3D Sys. Corp., 749 F.3d 1332 (Fed. Cir. 2014).
- Eastman Kodak v. Image Technical Servs., 504 US 451 (1992).
- Epic Games, Inc. v. Apple Inc., United States District Court for the Northern District of California, Case 4:20-cv-05640-YGR Documents 812, 813, 814, Filed 09/10/21.
- In re Am. Express Anti-Steering Rules Antitrust Litig., 361 F.Supp. 3d 324 (E.D.N.Y. 2019).
- National Collegiate Athletic Association v. Bd. of Regents of Univ. of Okla., 468 U.S. 85 (1984).
- Newcal Industries, Inc. v. IKON Office Solution, 513 F.3d 1038 (9th Cir. 2008).
- Ohio v. American Express Co., 138 S.Ct. 2274 (2018).
- PSI RepairSers. v. Honeywell, 104 F.3d 811 (6th Cir. 1997).
- Red Lion Med. Safety v. Ohmeda, 63 F.Supp. 2d 1218 (E.D. Cal. 1999).
- SMS Sys. Maint. Servs. v. Digital Equip. Corp., 188 F.3d 11 (1st Cir. 1999).
- United Farmers Ass'n v. Farmers Insurance Exchange, 89 F.3d 233 (5th Cir. 1996).
- United States v. DuPont, 351 U.S. 377 (1956).
- United States v. Microsoft Corp., 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001).
- United States v. Microsoft Corp., 231 F.Supp. 2d 144 (2002).
- United States v. Sabre Holdings Corp., 452 F.Supp. 3d 97 (D.Del. 2020).
- US Airways, Inc. v. Sabre Holdings Corp., No. 17-960 (2d Cir. 2019).

Abstract

The *Epic v. Apple* Antitrust Case in the District Court:
Focusing on the Relevant Market Definition

Chung, Chan-Mo

In the glare of public attention the North California District Court delivered its decision for the *Epic v. Apple* case in September 2021. The judge ordered Apple to remove its ban of a link or a button which leads to alternative purchase systems and of a communication via an email address which was voluntarily provided by users. She also ordered Epic to pay Apple damages for violating its developer agreement. The Court, however, rejected all Epic claims based on federal Antitrust Act. This paper reviewed the relevant market part of the disputes as it was the judge's core foundation of the decision.

Following the Supreme Court decision in the *Amex* case, this Court recognized that the Apple platform mediates transaction between the parties of the two sides and defined the relevant market as 'mobile gaming transaction', declining to accept neither Epic's nor Apple's market definitions. This paper argued that the Court missed the substantial difference of the facts that Amex competed not with merchants on whom restriction was imposed but with other credit card companies, while Apple competed with Epic in alleged implicit alliance with Google against app developers, and that user-developer transaction is only one of many important transactions in this multiplex platform. The Court also failed to properly take into account new developments in the antitrust implications of aftermarket and data market monopolization.

Key Words : *Epic v. Apple*, Antitrust, Two-Sided Market, App Store, In-app Purchase,
Ohio v. Amex, Platform

