

2017 한국인터넷거버넌스포럼(KrIGF) 워크숍 보고서

세션명	플랫폼 서비스와 시장 갈등 해결방안		
일시	2017.9.15.(금) 15:15~16:45	장소	세종대학교 광개토관 소회의실 1
참석자	사회	최성진(인터넷기업협회)	
	발제	이현재(우아한형제들)	석훈(직방)
	패널	정미나(서울혁신센터 리빙랩)	심동욱(한국인터넷진흥원)
플로어	약 25명 참여		

워크숍 취지	<p>기존 오프라인 시장의 다양한 서비스들이 온라인으로 그 영역이 넓어지기 시작했다. O2O 서비스들이 출현하면서 시장이 확장되기도 하였지만, 오프라인 사업자, 특히 소상공인들과의 충돌이 벌어지기도 했다. 이는 공유경제 서비스에서도 마찬가지로 우버와 에어비앤비는 시장 갈등으로 규제받기도 했다.</p> <p>O2O, 공유경제 등의 플랫폼 사업자들과 마찰을 빚고 있는 시장 기존 사업자들의 갈등 이슈를 확인하고 문제 해결 방법을 모색하고자 한다.</p>
--------	--

1. 플랫폼 서비스와 시장 갈등 해결방안 : 이익의 균형 문제

(1) 배달의 민족과 O2O 서비스

- 바로 결제 수수료 없고, 좋은 음식을 먹고 싶은 곳에서 먹을 수 있음

(2) 플랫폼 서비스 출현과 시장 변화

- 플랫폼은 제품 자체뿐만 아니라 제품을 구성하는 부품이 될 수도 있고 다른 서비스와 연계를 도와주는 기반 서비스나 소프트웨어 같은 무형의 형태도 포괄하는 개념인 것
- O2O(online to offline, on off mix) : 구글 트렌드에서 검색 결과 2009년 아래 급증

(3) 배달앱과 시장 갈등

- 갈등과 논란 (업주편)
- 배달앱 수수료 문제. 카드 수수료 3.3% 외부결제 수수료 때문에 갈등이 있음
- 또한, 댓글 서비스로 이용자의 알권리와 사업 안정성에 대해 대립을 이루는데 방송통신시민위원회에게 말감
- 이용자 갈등과 논란
- “배달의 민족으로 시켰더니 치킨이 하나 없어요.” 등 이용자들의 불만폭주 해서 정책을 마련함
- 배달음식에 대한 위생 인식이 낮기 때문에 식약청 등 같이 위생에 대한 관리 프로그램 마련

(4) 플랫폼 전략과 상생

- 배민아카데미 : 장사 안 된다고 하시는 분들 직접 모셔서 배민 아카데미를 이뤄 장사 팁을 알려 드림
- 장사 수업 : 장사 잘되기 위한 수업
- 배달 대상 : 배달하시는 분들의 사회적으로 낮게 보기 때문에 1년의 한번 서로 응원하는 행사를 마련
- 민트라이더 : 무질서한 배달 오토바이 안전하게 운전하도록 교육
- 청결왕 : 직접 컨설팅 해주면서 청결을 위한 정책

(5) 미래

- 플랫폼 서비스가 잘 되려면 어느 한쪽으로 치우치지 않아야 함
- 정책 디자인을 어떻게 하느냐가 중요. 이용자, 그리고 산업 전체 즉 푸드테크를 잘 이끌어 나가면서 앞으로 변화되는 시정에 맞춰나가야 하는지 고민
- 오토 서비스의 미래는 오프라인 시장을 온라인으로 끌어들이 많은 갈등들이 발생함. 이런 거버넌스를 통해 풀어 나가는게 해법인 것 같음

2. 플랫폼 서비스와 시장 갈등 해결방안 : 직방과 신뢰성 문제

(1) 직방과 O2O 서비스

- 원룸, 오피스텔부터 시작해서 아파트까지 주거형 부동산과 관련된 정보를 제공하고 있음. 사람들이 신뢰할 수 있는 플랫폼을 만들기 위해 노력 중. 허위 매물 근절하는데 대부분의 정책을 두고 있음
- 안심중개사와 허위매물 out 프로젝트 중점

(2) 직방 앱과 시장 갈등

- 공정거래 위반 시 탈퇴 정책
- 광고비가 비싸지 않느냐는 불만에서 종이 광고가 실제로 효과가 있는지 알 수 없음. 또한, 예전에는 입지 좋은 부동산이 더 이득이었음. 직방 플랫폼을 통해 공평한 경쟁을 할 수 있게 됨

(3) 지향 - 상생을 통한 신뢰할 수 있는 플랫폼

- 플랫폼의 존재 가치가 있기 때문에 신뢰성을 제공해야 함
- 중개 서비스의 가치를 존중

3. 플랫폼 서비스와 시장 갈등에 대한 의견 - 노동시장의 문제, 제도적인 문제

(1) 정미나 패널

- 배달의 민족은 댓글 때문에 이용하고, 직방은 생각지도 못한 지역들의 매물들을 볼 수 있기 때문에 사용중이다. 물론 플랫폼 기업들의 좋은 정책을 알지만 영세업자들에게 나쁜 영향이 가지 않을까 하는 죄책감을 가지고 있다.
- 플랫폼 기업들의 갖고 있는 독점적인 횡포 때문에 막연하게 죄책감 있다. 이런 의식에 대한 해결방안을 줘야 하는 것 같다. 우리나라의 기업들이 정치적인 목소리를 내는 것에 대한 한계, 특히 노동문제에 관련돼서 한계가 있다. 거버넌스를 통해 규제 있어서 사회적인 신뢰를 끌어낼 수 있을 것 같다.

(2) 심동욱 패널

- '오토'라는 범주가 넓어졌다. 애완동물 호텔 등. 앞으로도 넓어질 것이다. 큰 틀에서 봤을 때는 배달의 민족이나 직방은 리스크가 덜한 영역에 위치한 것 같다.
- 기존에 존재했던 어떤 것을 대체하는 것에서 위법이나는 문제에서 시작한다. 그 요건을 충족하기 위해서는 공유 경제형 오토 서비스에서 많이 발생된다. 오토 서비스의 진입 자체가 어렵고 기존의 생존권을 위협하는 것 같다. 오토 서비스를 늘려야 좋지만 기존에 있던 서비스가 있기 때문에 수요 공급을 국가나 공동체 단위에서 정해야 하는 것에서 오토 관련 서비스에서 심각하게 나타나는 것 같다.
- 이에 관해 지금 당장 하던 사업은 무시하고 가면 안 된다는 방법을 생각해야 한다. 천천히 가더라도 이런 문제들을 제도적으로 규제 차원에서 관리해야 한다.

질의

(플로어) 공공정책 문제에 대해 4가지 질문

1. 이용자의 편리함 때문에 플랫폼 서비스 쏜다. 하지만 공급 측의 기업에게는 플랫폼 서비스가 얼마나 좋아질지? 이 플랫폼을 가지고 잘되는 기업도 있고 망하는 기업도 있다. 국가적 차원에서는 실업의 문제로 이어질 수 있다. 공공 정책적 문제가 아닌가?
2. 모든 규제를 새로운 환경에서 논의할 것인가? 논의의 장이 만들어져야 하는데 해결하기 까지는 많이 부족하다.
3. 노동의 문제. 배달 같은 경우 과편화된 노동 개별적으로는 많은 수익 하지만 사회적으로는 안정적이지 못하다.
4. 효율적인 광고일 수도 있지만 이용자 선택 왜곡 문제가 있다.

(이현재 패널)

- 시장의 변화에 따라 경쟁이 과도화되고 플랫폼이라는 자체가 다양한 사람들이 모여 다양하게 여러 정보들이 통하는 채널로 사용되는데 그것에 대한 책임감이 굉장히 크다.
- 따라서 어떻게 설계를 할지 많이 고민해야 한다. 전국의 상인들에 관한 많은 정보를 언젠가는 풀어낼 수 있지 않을까하는 생각이 든다. 마이크로하게 시장 노하우 같은 것을 많은 사람들에게 알려주고 정부에서는 규제나 정책을 통해 저희와 같이 채널을 다양하게 만들어 정보 유통을 하며 협력하고 싶다.
- 노동에 관한 문제도 저희가 어떻게 진척할 수 있을지 고민 중이다. 그런 부분에서 협의 채널이나 이런 공론할 수 있는 사람들과의 이야기들을 계속 경청해서 잘 만들어 가겠다.

(플로어)

- 부동산 서비스 노이즈가 있는데 플랫폼이라는 부분에 있어서 아파트 시장에 진출하셨는데 1인 가구 위주로 맞물려 젊은 층이 많이 써서 직방이 성공했다. 아파트 같은 경우는 다가구 위주인데 직방에서 통할까?

(석훈 패널)

- 비싼 광고비를 낸 광고가 신뢰성이 높은가? 실제 쉽게 노출되는 광고가 가장 믿을 수 있는 정보여야 이용자들이 더 사용할 것이다. 그러므로 가장 신경 쓰는 부분이다.
- 직방은 원룸, 오피스텔 위주로 시작했지만 아파트로 진출했다. 지켜볼 일이지만 직방이 나오기 전에 네이버 부동산 등 여러 매체를 통해 부동산을 알아봤기 때문에 충분히 사오십대가 쓸 것이라고 생각한다. 오히려 금액 자체가 커지기 때문에 더 신뢰성에 초점을 둘 것이다.