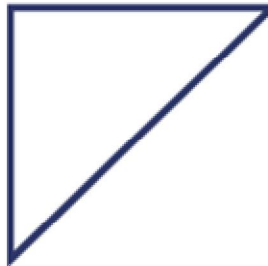


# 2019 콘텐츠 이용피해 실태조사

20

19





# 목 차

제1장 조사 개요 .....	1
1. 조사 배경 및 목적 .....	3
가. 콘텐츠 이용 피해의 증가 .....	3
나. 정책 수립의 기초 자료 .....	3
2. 조사 방법 .....	4
가. 조사 대상 .....	4
나. 조사방법 .....	5
3. 조사 내용 .....	7
가. 설문조사 .....	7
나. 정성조사 .....	8
제2장 콘텐츠 이용의 특성 .....	11
1. 응답자 특성 .....	13
2. 주 이용 콘텐츠 .....	15
3. 콘텐츠 이용 특성 .....	17
가. 이용량 .....	17
나. 이용 금액 .....	19
4. 이용자의 행태 .....	21
가. 약관 및 운영 정책 이용 .....	21
나. 미성년자의 콘텐츠 이용 .....	23
다. 콘텐츠 이용 시 개인정보의 관리 .....	23
라. 인앱결제 이용 .....	25
제3장 콘텐츠 이용피해 실태 .....	27
1. 콘텐츠 이용 피해 경험 실태 .....	28
가. 콘텐츠 이용피해 장르 .....	28
나. 콘텐츠 이용피해 시기 및 평균 발생 건수 .....	30
다. 과거 경험한 콘텐츠 이용피해 종류 .....	31
라. 최근 1년 내 경험한 콘텐츠 이용피해 종류 .....	33

2. 콘텐츠 상세 이용 피해 .....	35
가. 가장 피해 규모가 컸던 장르 .....	35
나. 콘텐츠 이용피해 당사자 .....	36
다. 콘텐츠 이용피해 유형 및 수준 .....	37
라. 금전적 피해 발생 : 결제 수단과 유형 .....	39
마. 피해 발생 후 대처 행동 .....	42
바. 피해 발생 시 콘텐츠 주 이용 기기 .....	45
사. 경고 문구 사전 인지 및 동일/유사 피해 재발 가능성 인식 .....	47
3. 플랫폼 이용 피해 .....	48
가. 동영상 .....	48
나. 게임 .....	50
다. 음악 .....	53
라. 웹콘텐츠 .....	55
마. 이의 제기 및 피해 구제 요청 .....	57
바. 전문기관 상담/피해구제 요청 경험 여부 .....	59
4. 개선의견 .....	60
가. 사업자 .....	60
나. 이용자 .....	62
다. 정부/전문기관 .....	63
제4장 심층인터뷰 결과 .....	65
1. FGI 그룹의 특성 .....	67
가. 참석자 기본 정보 .....	67
나. 참석자의 콘텐츠 이용 특성 .....	68
2. 피해 발생 유형과 원인 .....	69
가. 약관 확인의 누락 .....	69
나. 고객센터 연결의 어려움 .....	70
다. 무료 이벤트로 유인하여 자동 결제로 전환 .....	71
라. 해외 플랫폼 이용 관련 피해 .....	72
마. 개인정보 유출 .....	72
바. 기술적인 오류 .....	72
사. 인앱결제 .....	73
아. 환불의 어려움 .....	73
자. 기타 .....	74

3. 피해 대처 방법 .....	75
가. 홈페이지 상담 메일 이용 .....	75
나. 고객센터 이용 .....	75
다. 전문기관 이용 .....	76
4. 미성년자 피해 사례 .....	76
가. 피해 유형 .....	76
나. 피해 예방을 위한 방안 .....	77
5. 분쟁 전문 기관에 대한 인지 .....	78
가. 낮은 인지도와 신뢰 .....	78
나. 인지도 제고를 위한 노력 .....	79
다. 소비자 권익을 위해 관련 기관의 위상 강화 .....	79
6. 피해 예방 조치 방안 .....	80
가. 사업자 .....	80
나. 이용자 .....	82
다. 정부/ 전문 기관 .....	83
제5장 결론 및 제언 .....	85
1. 결론 .....	87
가. 게임 이용 피해의 지속적 증가 .....	87
나. 이용자 기만과 자동 결제의 함정 .....	87
다. 콘텐츠 소비에 대한 이용자 인식 .....	88
라. 경고 문구 인지도 제고 방안 마련 .....	88
마. 소외계층과 콘텐츠 이용 .....	89
바. 개인정보보호에 대한 인식 강화 .....	89
사. 해외 플랫폼 이용과 피해 사례 급증 .....	89
2. 정책적 제언 .....	90
가. 제도 개선 : 이용자 보호지침 수준의 강화 .....	90
나. 미디어 리터러시 확대 : 미성년자 및 실버계층 .....	90
다. KOCCA 타사업과의 연계: 콘텐츠 이용자 교육 .....	91
라. 인지도 제고 : 분쟁 사례 공유 확대 .....	91
마. 신고 센터 운영 지원 .....	92
부록 .....	93



# 표 목 차

<표 1-1> 조사 개요 .....	6
<표 1-2> 설문 조사 내용 .....	8
<표 1-3> 정성 조사 내용 .....	9
<표 2-1> 피해 경험자의 연도별 주 이용 콘텐츠 장르 .....	16
<표 2-2> 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 장르 .....	17
<표 2-3> 주 이용 장르의 이용량 .....	18
<표 2-4> 응답자 특성별 주 이용 장르의 주간 이용 일수 .....	18
<표 2-5> 응답자 특성별 주 이용 장르의 하루 평균 이용 시간 .....	19
<표 2-6> 가장 많이 지출한 장르의 월평균 이용금액 .....	20
<표 2-7> 응답자 특성별 주요 장르의 월평균 지출 금액 .....	20
<표 3-1> 응답자 특성별 콘텐츠 이용피해 장르 .....	29
<표 3-2> 장르별 콘텐츠 이용 피해 시기 .....	30
<표 3-3> 이용 피해 시기별 평균 피해 발생 건수 .....	31
<표 3-4> 응답자 특성별 과거 경험한 콘텐츠 이용피해 종류 .....	32
<표 3-5> 응답자 특성별 최근 1년 내 경험한 콘텐츠 이용피해 종류 .....	34
<표 3-6> 응답자 특성별 가장 피해 규모가 컸던 장르 .....	36
<표 3-7> 응답자 특성별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 유형 .....	38
<표 3-8> 장르별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 수준 .....	38
<표 3-9> 응답자 특성별 금전적 피해 발생 시 결제 수단 .....	40
<표 3-10> 응답자 특성별 금전적 피해 발생 시 결제 유형 .....	41
<표 3-11> 이용피해 콘텐츠 장르별 금전적 피해 발생 시 결제 유형 .....	41
<표 3-12> 응답자 특성별 피해 발생 후 대처 행동 .....	43
<표 3-13> 이용피해 콘텐츠 장르별 콘텐츠 업체 이의제기 여부 .....	44
<표 3-14> 응답자 특성별 피해 발생 후 업체에 이의제기 하지 않은 이유 .....	45
<표 3-15> 응답자 특성별 피해 발생 시 콘텐츠 주 이용 기기 .....	46
<표 3-16> 응답자 특성별 경고 문구 사전 인지 및 동일/유사 피해 재발 가능성 인식 .....	47
<표 3-17> 동영상 콘텐츠 플랫폼별 피해 유형 .....	50
<표 3-18> 게임 콘텐츠 플랫폼별 피해 유형 .....	52

<표 3-19> 음악 콘텐츠 플랫폼별 피해 유형 .....	54
<표 3-20> 웹콘텐츠 플랫폼별 피해 유형 .....	57
<표 3-21> 응답자 특성별 이의제기 및 이용약관 조항 인지 여부 .....	58
<표 4-1> 그룹인터뷰 대상자 정보 .....	67
<표 4-1> 그룹인터뷰 대상자 정보 (계속) .....	68



# 그림 목 차

[그림 1-1] 조사 배경 및 목적 .....	4
[그림 1-2] 본 연구의 조사 설계 .....	5
[그림 2-1] 응답자의 성별 및 연령 .....	13
[그림 2-2] 콘텐츠 이용 피해율 .....	14
[그림 2-3] 콘텐츠 이용 피해자 특성 .....	14
[그림 2-4] 응답자의 이용 장르 .....	15
[그림 2-5] 응답자의 주 이용 장르 .....	15
[그림 2-6] 가장 많이 지출하는 장르 순위 .....	19
[그림 2-7] 콘텐츠 이용 시 약관 및 운영 정책 확인 .....	21
[그림 2-8] 콘텐츠 이용 시 약관 및 운영 정책을 살펴보지 않은 이유 .....	22
[그림 2-9] 유료 콘텐츠 이용 시 약관 확인 여부 .....	22
[그림 2-10] 미성년자 자녀의 결제 가능 여부 인지 .....	23
[그림 2-11] 비밀번호의 정기적 변경 여부 .....	24
[그림 2-12] 개인정보 피해 경험과 보호를 위한 노력 .....	24
[그림 2-13] 인앱결제 경험과 결제의 어려움 .....	25
[그림 3-1] 2019년 콘텐츠 이용피해 장르 .....	28
[그림 3-2] 연도별 콘텐츠 이용피해 장르 .....	29
[그림 3-3] 과거 경험한 콘텐츠 이용피해 종류 .....	32
[그림 3-4] 최근 1년 내 경험한 콘텐츠 이용피해 종류 .....	33
[그림 3-5] 가장 피해 규모가 컸던 장르 .....	35
[그림 3-6] 콘텐츠 이용 피해 당사자와 피해 장르 .....	36
[그림 3-7] 콘텐츠 이용 피해 수준 .....	37
[그림 3-8] 가장 규모가 컸던 콘텐츠 금전적 피해 발생 시 결제 수단 .....	39
[그림 3-9] 가장 규모가 컸던 콘텐츠 금전적 피해 발생 시 결제 유형 .....	40
[그림 3-10] 피해 발생 후 대처 행동 .....	42
[그림 3-11] 피해 발생 후 업체에 이의제기하지 않은 이유 .....	44
[그림 3-12] 피해 발생 시 콘텐츠 주 이용 기기 .....	46
[그림 3-13] 경고 문구 사전 인지 및 동일/유사 피해 재발 가능성 인식 .....	47

[그림 3-14] 동영상 콘텐츠를 이용하기 위해 가장 자주 이용하는 플랫폼 .....	48
[그림 3-15] 동영상 콘텐츠 플랫폼 이용 시 피해 여부 .....	49
[그림 3-16] 게임 콘텐츠를 이용하기 위해 가장 자주 이용하는 플랫폼 .....	51
[그림 3-17] 게임 콘텐츠 플랫폼 이용 시 피해 여부 .....	51
[그림 3-18] 음악 콘텐츠를 이용하기 위해 가장 자주 이용하는 플랫폼 .....	53
[그림 3-19] 음악 콘텐츠 플랫폼 이용 시 피해 여부 .....	54
[그림 3-20] 웹콘텐츠를 이용하기 위해 가장 자주 이용하는 플랫폼 .....	55
[그림 3-21] 웹콘텐츠 플랫폼 이용 시 피해 여부 .....	56
[그림 3-22] 피해에 대한 이의 제기 여부 .....	57
[그림 3-23] 이용약관 관련 조항에 대한 인지 여부 .....	58
[그림 3-24] 이용피해 분쟁에 대해 기업에 상담 또는 피해구제 요청 경험 .....	59
[그림 3-25] 사업자 차원의 피해 예방 조치 방안 .....	62
[그림 3-26] 이용자 차원의 피해 예방 조치 방안 .....	63
[그림 3-27] 정부 차원의 피해 예방 조치 방안 .....	64
[그림 5-1] 콘텐츠 이용 피해 최소화를 위한 방안 .....	92



## 제5장

# 결론 및 제언





## 제5장 결론 및 제언

### 1. 결론

#### 가. 게임 이용 피해의 지속적 증가

- 이용자들은 음악을 더 많이 이용하지만 피해가 심각한 것은 게임
  - 갈수록 게임 장르에서의 피해가 많아지고 규모 역시 커지고 있는 것으로 나타남
  - 특히 미성년자에 해당하는 10대의 게임 이용 비중이 다른 연령대보다 높아 게임 이용에 있어 미성년자에 대한 이용 피해 예방을 위한 가이드가 필요한 것으로 나타남
- 게임 콘텐츠의 경우 콘텐츠 설계 자체가 과금을 유도하는 방향으로 되어 있기 때문에, 결제를 하지 않으면 게임 몰입을 방해하도록 설계되어 있거나, 일정 레벨 이상의 플레이가 어렵도록 설계되는 상황이 있을 수 있음
  - 다른 콘텐츠들에 비해 앱내 결제 비중이 높을 것으로 예상되기 때문에, 과금을 유도하는 게임 설계, 충동 결제, 과금유무에 대한 정보가 미비해서 결제를 하는 경우 등 다른 콘텐츠 장르에 비해서 피해 유형이 다양하고 그만큼 양적으로도 많이 나타나고 있음

#### 나. 이용자 기만과 자동 결제의 함정

- 이용자들이 가장 많이 이용하는 음악 분야의 주요한 피해는 ‘월 단위 자동결제’ 임
  - 무료나 파격적인 할인가 이벤트로 회원 가입을 유인한 후 유료 결제로 전환하는 과정에서 이용자 인지가 어려운 방식으로 고지하는 경우가 많아 이용자를 기만하는 형식의 피해 사례가 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타남

- 피해 수준은 경미한 경우가 많으나 고질적인 피해 사례로 개선해야할 부분
  - 금전적, 시간적 피해 수준은 상대적으로 적은 편이지만 음악 분야에 대한 콘텐츠 이용이 상당히 많다는 점, 그리고 상당히 오랜 기간 동안 동일 피해 사례가 지속되어 왔다는 점에서 개선이 필요할 것으로 보임

#### 다. 콘텐츠 소비에 대한 이용자 인식

- 콘텐츠 분야의 소비는 상대적으로 작은 규모이기 때문에 피해 구제의 중요성을 인식하지 못하는 경우가 많음
  - 다른 소비 상품에 비해 콘텐츠 소비 비용은 상대적으로 저렴하거나 소액인 경우가 많으며, 소비 방식도 물질 재화를 사용하는 것이 아니라 무형의 재화를 소비하는 형태이기 때문에 피해가 발생하더라도 상대적으로 피해 수준이 작은 편이라고 인식하는 것으로 나타남
  - 이런 인식은 관련 피해가 발생할 경우 이의를 제기하는 것보다는 작은 손해를 보는 것이 낫다는 결과로 이어져 콘텐츠를 이용하다가 피해가 발생하더라도 피해 수준에 비해 시간이나 노력이 아까워서 이의제기를 하지 않는다는 응답이 많은 것으로 나타남

#### 라. 경고 문구 인지율 제고 방안 마련

- 경고 문구가 있으나, 사업자는 소극적으로 제시하고 이용자는 주의를 기울이지 않아 문제
  - 콘텐츠 이용에 있어 피해 발생은 대부분 피해가 발생하기 전에 관련 경고 문구 등을 사전에 인지하지 못해서이며, 콘텐츠 이용 피해 경험자들은 해당 피해와 동일하거나 유사한 피해 경험이 또 발생할 가능성이 높다고 생각하는 경우가 82.1%로 상당히 높게 나타나 문구와 관련된 예방조치가 필요
  - 특히 이용 약관의 문제와 연동하여 사업자와 이용자 양측 모두 해당 사안의 적극적인 개선을 위한 노력이 필요

## 마. 소외계층과 콘텐츠 이용

- 미성년자의 보호와 함께 고령화 시대 실버 계층에 대한 리터러시도 중요
  - 콘텐츠 이용 피해는 성별 차이보다는 연령별 차이가 존재하는 것을 알 수 있음
  - 특히 10대의 미성년자에게 발생하는 피해도 유의미하지만, 고령화 사회로 접어들면서 50대 이상에서 나타나는 특징적인 피해 경험들도 유의하여 살펴보아야 할 것임
  - 어린이/청소년이나 노년층이 보다 능동적으로 원하는 콘텐츠를 탐색하고 이용하고, 현명한 소비를 할 수 있는데 필요한 정보를 적극적으로 제공할 필요성이 있음
- 연령대별 올바른 콘텐츠 이용을 위한 미디어리터러시 필요
  - 콘텐츠 이용자 수가 증가하고 이용 연령대가 다양해지는 반면 연령대별 새로운 콘텐츠에 대한 이해 수준에 차이가 있다 생각 함
  - 적어도 모르고 피해를 입는 상황은 예방 할 수 있도록 이용자의 콘텐츠 이해도 향상을 위한 제도개선이나 정부차원의 교육이 필요

## 바. 개인정보보호에 대한 인식 강화

- 스마트폰 보급율이 높아지면서 모바일 환경에서의 도용피해 발생
  - 스미싱 등 휴대폰 해킹 기술은 진화 하는 반면 이용자의 보안의식 수준은 상대적으로 낮아 모바일 환경 도용피해 발생 확률 높음

## 사. 해외 플랫폼 이용과 피해 사례 급증

- 콘텐츠 이용에 있어 구글, 유튜브, 구글 플레이, 페이스북 등 해외 플랫폼 이용 비중이 매우 높은 것으로 나타남
  - 해외 플랫폼의 이용이 많아진 만큼 피해 사례와 유형도 다양화 되고 있음
  - 국내 플랫폼 이용 시 피해로 자동결제나 콘텐츠, 기술적 결함 등이 많은 반면 해외 플랫폼의 경우는 유튜브와 페이스북의 경우 특히 선정적이거나 폭력적인 콘텐츠로 인한 피해 경험이 많은 비중을 차지하는 것으로 나타남

- 국내 해외 플랫폼 사업자에 대한 규정이 별도로 없는 만큼 관련하여 이용자 피해를 최소화할 수 있는 구체적인 가이드라인 필요

## 2. 정책적 제언

### 가. 제도 개선 : 이용자 보호지침 수준의 강화

- 이용자 보호를 위한 이용자 중심의 약관으로 개선하기 위해 현재의 이용자 보호지침 수준을 구체화하고 강화
  - 현재의 약관은 사업자 중심적인 측면이 있음
  - 중요한 정보는 게임 내 팝업을 통해 안내하는 등 과거에 비해 많은 부분 개선되고 있으나 안내사항이 많아 이용자가 잘 읽지 않는 상황이 발생
  - 현재 표준이용약관 내 용어들이 법률용어나 한자어가 많아 이용 연령층이 낮은 게임의 경우 이용자가 내용을 잘 이해할 수 있도록 표준이용약관을 이해하기 쉬운 표현으로 변경하는 개선도 필요

### 나. 미디어 리터러시 확대 : 미성년자 및 실버계층

- 매년 새로운 콘텐츠가 출시되고 신규 콘텐츠 제공자와 신규 이용자가 증가함에 따라 서비스제공자의 서비스 노하우 부족과 이용자의 콘텐츠 이해 부족에서 오는 피해가 지속적으로 증가
  - 특히 제도권이라는 틀의 변두리에 있는 미성년자와 실버계층에서의 피해는 더욱 많아질 것으로 우려
  - 사업자들이 제공하는 메시지는 콘텐츠 이용에 익숙한 성인이용자를 기준으로 제작되고 있을 확률이 높은 만큼, 어린이나 청소년, 노년층 등 미디어 리터러시가 높지 않은 이용자들도 이해할 수 있도록 과금체계를 안내하는 방안에 대해서 고민할 필요가 있음
- (미성년자 대상) 미디어교육을 콘텐츠 리터러시를 위한 커리큘럼으로 확대 운영 가능

- (실버계층) 빠르게 변화하고 있는 미디어 환경에서 가장 정보에서 소외되기 쉬운 계층이라고 볼 수 있음. 고령화 시대에도 다양한 콘텐츠를 합리적으로 소비하고 향유할 수 있도록 미디어 친환경적인 생활 교육의 장을 지자체와 협력하여 제공

#### 다. KOCCA 타사업과의 연계: 콘텐츠 이용자 교육

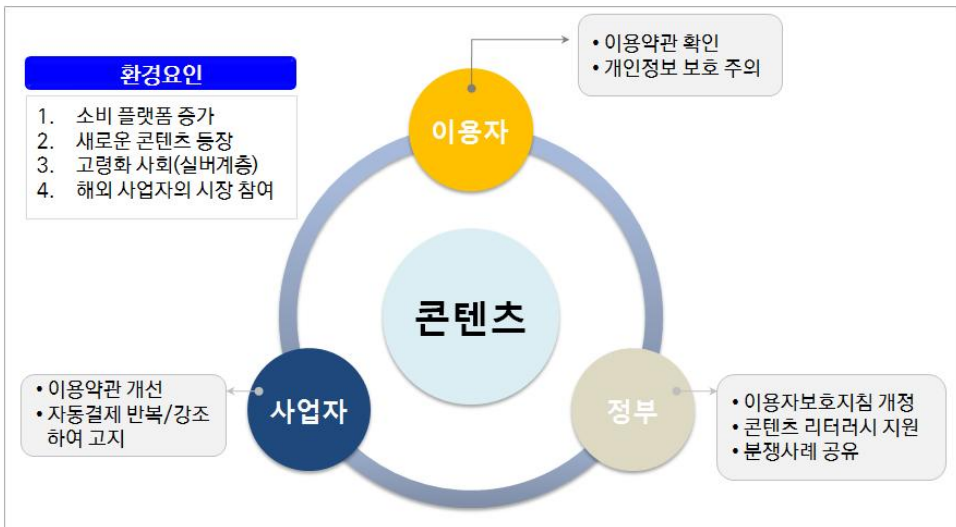
- 11개 콘텐츠 분야 중 피해 사례가 가장 많은 분야는 게임
  - 음악 장르의 이용률이 높지만 게임 분야의 피해가 가장 많아 게임과 관련된 콘텐츠 이용 피해를 최소화하기 위한 전방위적인 노력이 필요한 상황
- KOCCA 사업 중 게임 문화 선도에 주력하고 있는 사업과 연계
  - 현재 게임본부에서 지원하고 있는 ‘건전 게임문화 활성화’ 사업과 ‘게임 스쿨 운영’ 사업의 하위 지원사업과 콘텐츠분쟁조정위원회가 연계하여 게임 분야의 콘텐츠 이용자 교육 확대
- 특히 이용자 차원에서 콘텐츠 이용 피해를 사전에 예방할 수 있도록 이용약관 읽는 습관, 개인정보보호 유의 등에 대한 실무적인 차원의 프로그램을 게임문화 프로그램과 복합적으로 구성하여 이용자 친화적인 방식으로 교육하는 장의 마련이 필요

#### 라. 인지도 제고 : 분쟁 사례 공유 확대

- 사업자와 이용자 간, 이용자와 이용자간 ‘정보의 비대칭성’ 문제 해결 필요
  - 반복적으로 콘텐츠 이용 피해가 발생하는 이유는 콘텐츠 이용 피해를 공유하거나 사전에 이용자가 인지할 수 있도록 관련 정보를 이용할 수 없는 경우가 많아서라는 지적이 있었음
  - 사업자 입장에서는 피해 사례를 공유함으로써 이용자 스스로를 보호할 수 있도록 유도하고, 이용자 차원에서는 콘텐츠 이용 관련 정보에서 소외되어 불이익을 받지 않도록 지원 필요

## 마. 신고 센터 운영 지원

- (24시간 신고센터) 사업자가 제시한 고객센터와 연결이 용이하지 않거나 콘텐츠 이용 행태의 특성 상 이용 시간이 고객센터 운영 시간 외일 경우가 많아 더욱 피해에 대해 원만하게 해결하지 못하는 경우가 많음
  - 챗봇이나 기술적인 지원을 통해 24시간 피해 신고 센터를 정부 차원에서 운영할 수 있도록 지원
- (핫라인 구축) 사업자나 분쟁전문 기관에 문의하여도 해당 피해 사례를 해결해줄 수 있는 담당자와의 연결이 어렵거나 시간이 오래 걸리는 경우가 많음
  - 콘텐츠 이용 피해를 입은 이용자가 이용할 수 있는 하나의 통일된 창구 운영을 제도적으로 지원



[그림 5-1] 콘텐츠 이용 피해 최소화를 위한 방안

- 과거 스마트폰을 이용해 콘텐츠를 이용하는 것이 젊은 연령층이나 유행에 민감한 이들에 한정 되어 있었다면, 최근에는 콘텐츠의 장르 및 유형이 다양해지고 스마트폰이 콘텐츠 소비로 자리 잡아 향후에는 더욱 많은 콘텐츠 관련 분쟁과 피해가 발생할 것임
  - ‘사업자 - 이용자 - 정부’ 삼위일체로 이용 피용을 최소화하여 콘텐츠 향유 환경을 누리기 위한 노력이 필요