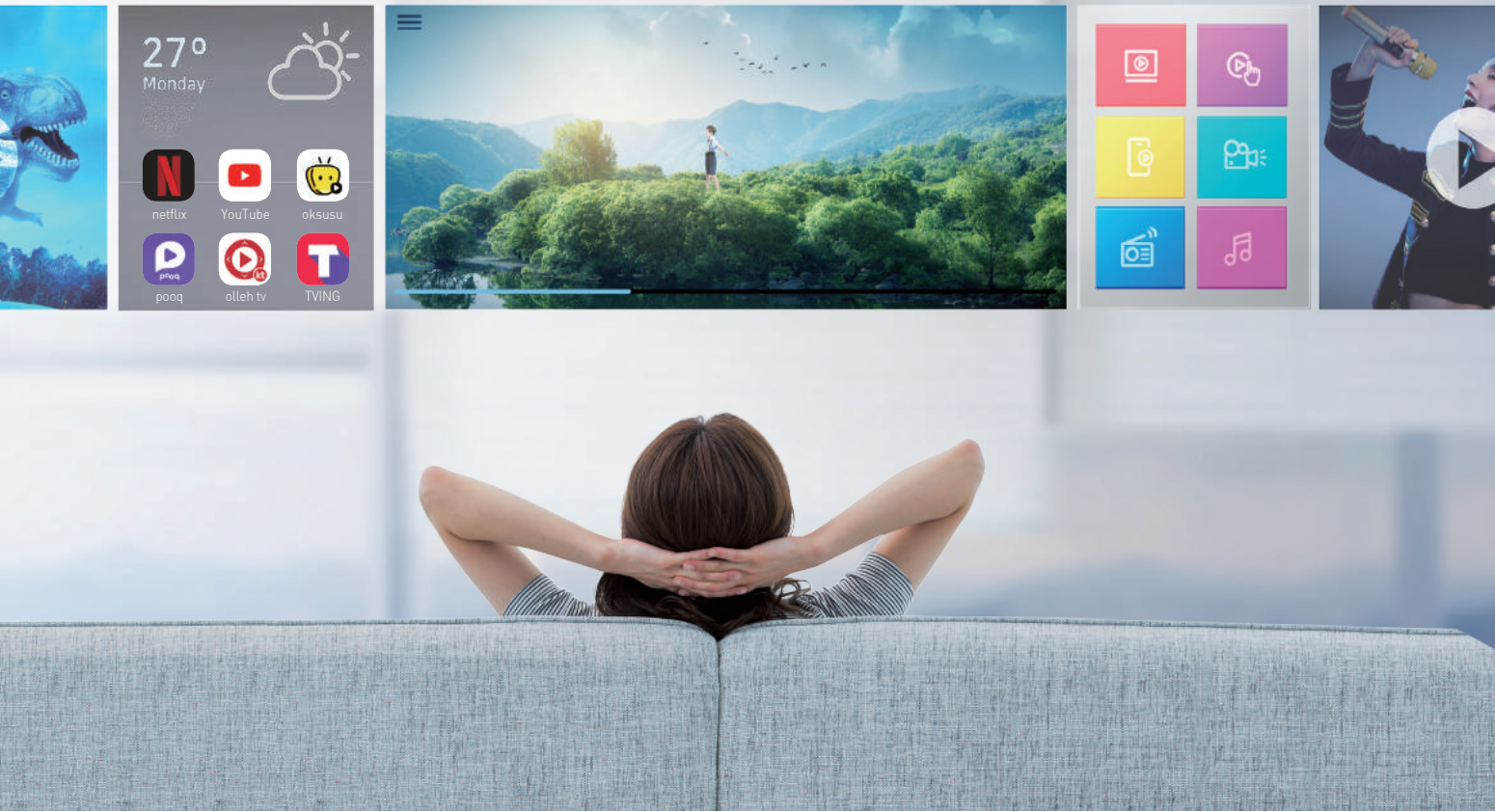


## 조사

OTT 서비스 상담분석



# OTT 서비스 소비자상담 급증 2017년 대비 2년 새 3배 증가 중도해지 했는데도 요금 청구되었다는 상담 많아

최근 코로나19에 따른 사회적 거리두기로 집에서 생활하는 시간이 늘어났기 때문일까? 온라인동영상(OTT, Over The Top)서비스를 이용하는 소비자들이 급격하게 늘어나고 있다. OTT 서비스의 대표적인 사업자인 넷플릭스의 실적발표에 따르면, 올해 1월부터 3월까지 3개월 새 가입자가 1577만 명 증가했으며, 방송통신위원회에서도 올해 국내 OTT 시장 규모를 7801억 원으로 예상하고 있다. 소비자시민모임은 전년도(6345억) 대비 약 22% 성장할 것이라는 전망을 내놓고 있다. OTT 서비스 이용자 증가에 따라 소비자상담도 늘어나고 있어, 2019년 1월부터 2020년 3월까지 1372 소비자상담센터에 접수된 온라인동영상(OTT) 서비스 관련 소비자 상담 내용을 분석하였다.



### 온라인동영상 (OTT) 서비스란?

기존 통신 및 방송사가 아닌 새로운 사업자가 인터넷으로 드라마나 영화 등 다양한 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스이다. 정해진 방송 전용망으로 콘텐츠를 전송하는 식의 기존의 방송 서비스와 달리 OTT는 불특정 다수의 접근이 용이한 범용 인터넷으로 콘텐츠를 전송하기 때문에 이용시간이 자유롭고 스마트폰과 태블릿PC 등 다양한 기기에서 원하는 프로그램을 볼 수 있다. 대표적인 서비스로는 넷플릭스가 있다.

## OTT 서비스 이용 관련 조사결과

### 2·30대가 가장 많이 이용하고, 일주일에 1~2회 이용

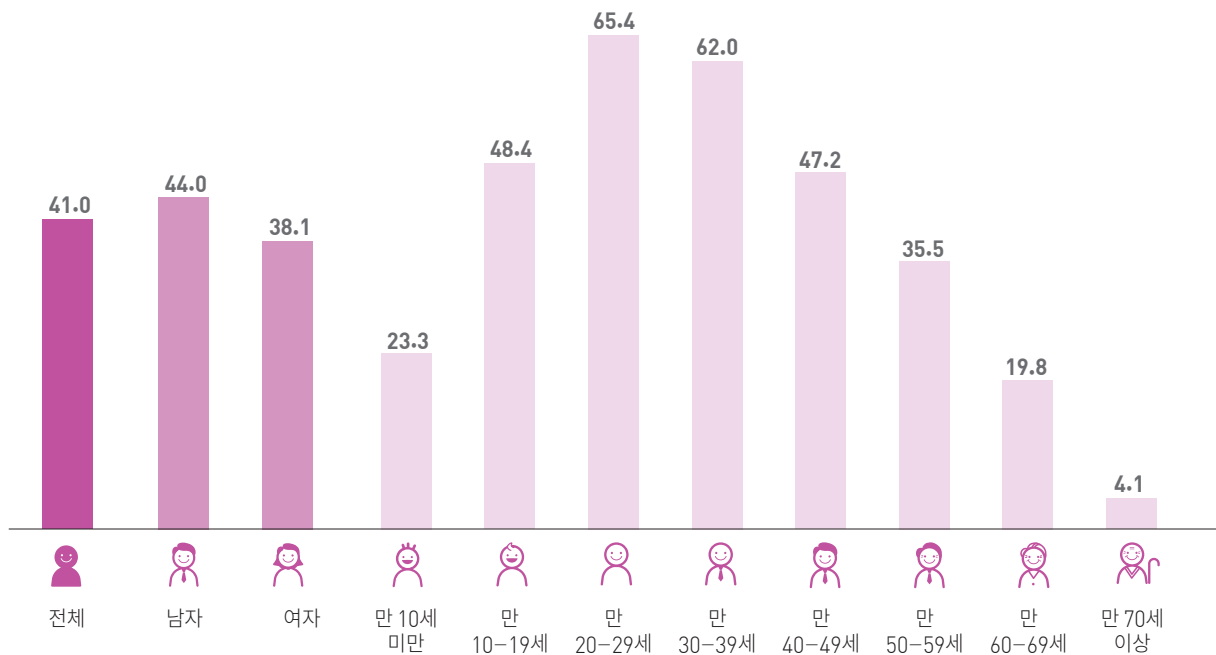
소비자시민모임에서는 국내외적으로 급성장하고 있는 OTT 서비스에 대한 국내 이용실태에 대해 최근 3월 30일 정보통신정책연구원 에서 발표한 'OTT 서비스 이용자의 특성 및 이용행태'\* 연구 결과를 소개한다.

\* 'OTT 서비스 이용자의 특성 및 이용행태' 연구는 2019년 한국미디어패널조사 중 OTT 서비스 이용행태 문항에 대한 응답을 활용하여 분석한 결과로 4,583가구 및 10,864명 개인을 대상으로 추적 조사하였다. 한국미디어패널조사는 2010년부터 실시되는 동일표본추적조사이다.

조사결과 전체 응답자 중 41%가 OTT 서비스를 이용하는 것으로 나타났고, 남성의 44.0%, 여성의 38.1%가 이용해 봤다고 응답하였다. 각 연령대별 OTT 서비스 이용률은 20대가 65.4%로 가장 높았고, 30대 62.0%, 40대 47.2%, 50대 35.5% 등의 순으로 나타났다.

OTT 서비스 이용률(전체, 성별, 연령대별)

(단위:%)



\* 출처: "OTT 서비스 이용자의 특성 및 이용행태", 정보통신정책연구원 <KISDI STAT Report>, 2020. 03. 30 / Vol. 20-06

## 10대 20대, OTT 서비스 하루에도 여러 번 이용

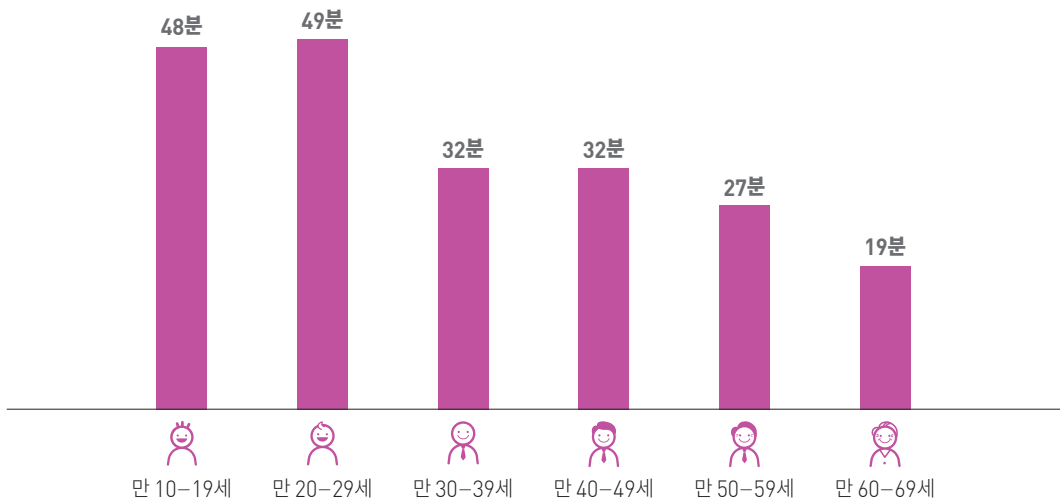
### 1회 평균 이용시간 평균 50분

### 연령대가 낮을수록 평균 이용시간 길어

OTT 서비스 이용빈도는 '주일에 1~2회' 이용한다는 응답이 가장 많았고, 그 다음으로는 '하루에도 여러 번' 이용한다는 응답이 많았다. 연령대별로는 10대에서 34.5%, 20대에서 27.8%가 '하루에도 여러 번 이용한다'고 응답하였다.

OTT 서비스 1회 평균 이용시간은 30, 40, 50대에서 대체적으로 평균 30분정도인 것으로 나타난 데 반해, 10대 20대에서는 50분 정도로 연령대가 낮을수록 평균 이용시간이 많은 것으로 나타났다.

연령대별 OTT 서비스 1회 평균 이용시간



\* 출처: "OTT 서비스 이용자의 특성 및 이용행태", 정보통신정책연구원 (KISDI STAT Report), 2020. 03. 30 / Vol. 20-06

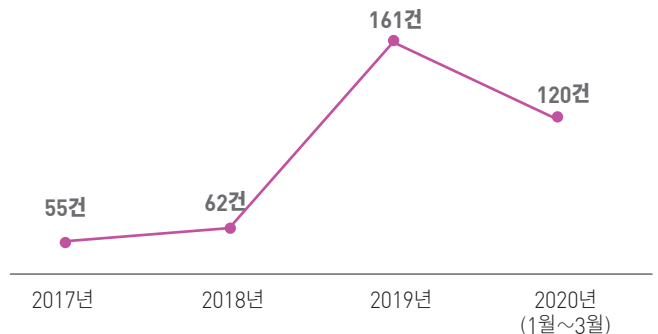
## OTT 서비스 소비자상담

### 2017년에 비해 2년 새 3배 증가

### 올 1분기 상담, 작년 전체 상담의 75%

1372 소비자상담센터에 접수된 OTT 서비스 관련 상담은 2017년 55건이던 것이, 2018년 62건, 2019년 161건으로 2년 새 약 3배 증가하였고, 올해 1월부터 3월까지인 1분기 상담이 120건으로 작년 한 해 전체 상담의 75%에 달하는 것으로 나타나, 올해 OTT 서비스 관련 소비자 상담이 급증하고 있다.

OTT 서비스 관련 소비자상담 연도별 추이(2017년~2020년 1분기)



## OTT 서비스 중 넷플릭스 관련 상담이 가장 많고

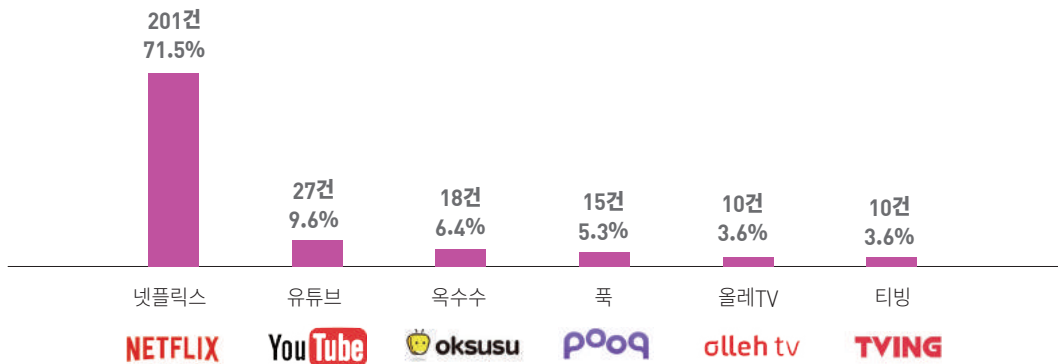
### 연령별로는 3·40대 상담이 많아

2019년 1월부터 2020년 3월까지 소비자상담센터에 접수된 OTT 관련 상담 281건을 연령별로 살펴보면, 30대가 37.7%(106명), 40대 26.7%(75명)으로 3·40대 상담이 전체의 64.4%를 차지했다. OTT 서비스 이용률은 2·30대가 많은 반면, 소비자상담은 주로 3·40대에서 많이 발생하는 것으로 나타났다. 지역별로는 서울과 경기 지역 상담이 60.9%(171건)로 가장 많았다.

OTT관련 상담 281건 중 사업자별로 넷플릭스가 71.5%(201건)로 가장 많았고, 유튜브 9.6%(27건), 옥수수 6.4%(18건), 폭 5.3%(15건), 올레TV 3.6%(10건), 티빙 3.6%(10건) 등으로 나타났다.

OTT 사업자별 소비자상담

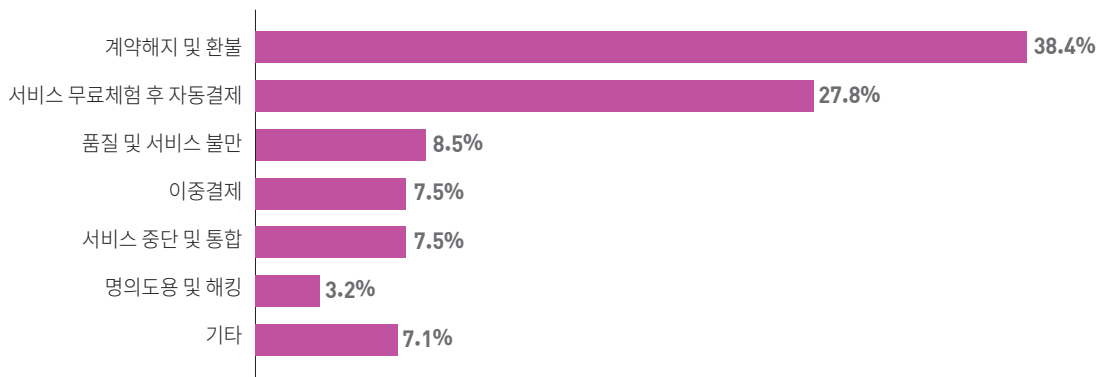
(2019년 1월~2020년 1분기 접수 상담, n=281건)



## OTT 서비스 계약해지 및 요금 환급 상담 가장 많아

OTT관련 상담 281건의 상담 내용을 살펴보면, '계약해지 및 환불' 관련 상담이 38.4%(108건)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 '서비스 무료체험(이벤트) 기간 만료 후 자동결제' 상담이 27.8%(78건), '품질 및 서비스 불만' 8.5%(24건), '이중결제' 관련 상담, '서비스 중단 및 통합' 관련 상담이 7.5%(21건), '명의로용 및 해킹 관련 상담' 3.2%(9건)의 순서로 나타났다.

OTT상담 내용 분석 결과 (n=281건)

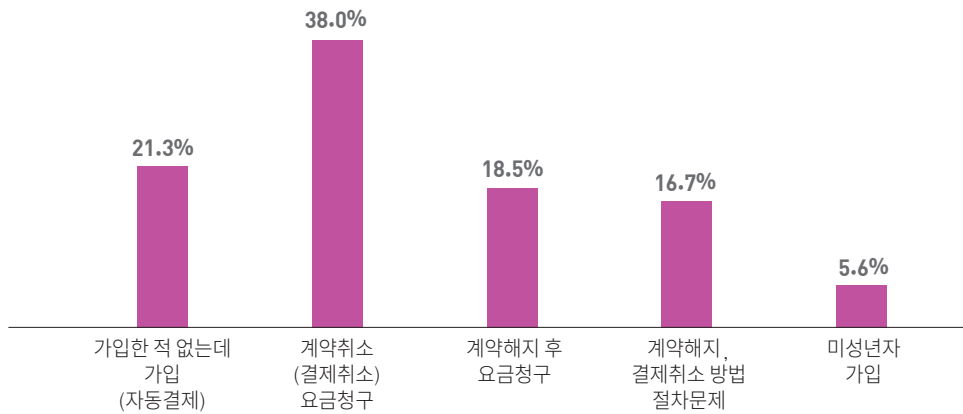


## 중도해지 신청을 했는데도 1개월 이용요금 부과

계약해지 및 요금 환급 관련 상담 108건의 내용을 살펴보면, 소비자가 서비스를 이용하다가 중간에 그만 이용하고 싶어 계약해지 신청을 했는데도 불구하고 요금이 자동결제되었다는 상담이 많았다. 이런 경우 소비자가 계약해지 신청 이후에 서비스를 이용하지 않아 시정기록이 없음에도 계약해지 요청 시점이 하루라도 지나면 1개월 이용 요금이 부과되고 다음 달부터 계약해지가 되었다는 상담이 대부분이었다.

이 밖에도 소비자가 가입한 적이 없는데 가입되어 결제가 되었다는 상담(21.3%), 계약해지를 했는데도 요금이 계속 청구된다는 상담(18.5%), 계약해지나 취소에 대한 절차가 어려워 취소를 못해 이용료를 냈다는 상담(16.7%) 등이 있었다.

계약해지 및 환불관련 상담 유형 (n=108)



## 무료체험 기간 만료 후 요금결제 관련 상담 급증

OIT관련 상담 중 두 번째로 많은 상담이 무료체험 관련 상담으로 무료 체험 이벤트를 보고 서비스를 이용하다가 기간이 끝난 후에 별도의 동의 없이 이용 요금이 자동 결제되었다는 상담이 많았다. 그다음으로는 무료 체험 이벤트를 보고 가입했는데, 바로 요금이 결제되었다는 상담이 많았는데, 무료 체험이 적용되지 않은 경우 대부분이 이벤트 공지 및 가입 과정에서 무료 체험 대상자에 대한 정확한 기준 및 안내를 받지 못하였고, 결제가 완료된 후에 본인이 무료체험 대상자가 아님을 알게 되었다는 상담이었다.



## OTT 서비스 관련 소비자 상담 사례

- 소비자는 웨이브의 월 이용권 결제 후 10일정도 시청하다가 생각보다 프로그램이 다양하지 않아 업체에 이용 요금을 공제하고 나머지 금액에 대해 환불을 요청하였다. 업체에서는 선결제 상품이므로 중도해지 및 환불은 안 되고, 이용기간이 끝난 후 다음 결제일부터 결제가 되지 않게 하는 자동결제 해지만 가능하다고 한다.
- 소비자는 넷플릭스 홈페이지의 배너를 통해 한달 무료체험 서비스를 가입했다. 가입 과정에서 무료 체험 대상자가 아니라는 안내를 받지 못했고 무료라서 가입했는데 요금이 부과되었다. 고객센터에 문의하니 디바이스, 메일 주소, 결제 수단 등의 중복 여부를 시스템에서 확인해 무료 이용 자격이 주어지기 때문에 상담사는 무료 체험 여부에 대해 확인이 불가능하다고 한다.
- 넷플릭스를 이용하던 소비자는 멤버십 해지 후 로그아웃까지 완료했지만 요금이 청구되었다. 고객센터에 문의하니 로그아웃 하는 과정에서 재시작 버튼을 눌러서 요금이 청구되었다고 하였다. 해지 신청을 한 이후 사용한 적이 없지만 환불은 해줄 수 없다고 하였다.
- 초등학교 자녀의 넷플릭스 회원가입 사실을 알게 되어 바로 취소했다. 가입 후 사용하지 않았지만 넷플릭스는 이미 가입이 완료되었으므로 환불을 해줄 수 없다며 14,000원 요금을 부과하였다.
- LGU+ TV로 넷플릭스 아이디 조회를 하던 중 확인 버튼을 눌렀더니 넷플릭스 서비스에 가입되었다. 본인 인증 절차나 요금제에 대한 안내가 전혀 없었는데 가입이 완료되었고 요금까지 청구되었다.

