 미래소비자행동 Consumer Action for Future www.can.or.kr	보 도 자 료	
	보도일시	배포즉시 보도 가능
	배포일시	2024년 1월 22일(월)
	담당부서	사단법인 미래소비자행동 ☎ 02-706-1372

OTT, 음원, 교육관련 구독서비스 요금 필수인상 주의 !

요금체계변경 또는 선택권 제한, 서비스 품질 저하, 계정공유폐지 등을 통해 결과적으로 소비자가 더 많은 비용 부담하게 하고 있어 !

(사)미래소비자행동(이사장 허영숙)은 요금인상으로 소비자 부담이 커지고 있는 구독서비스의 요금 및 약관 등을 조사하였다. 또한, 구독서비스 관련 소비자피해 현황 파악을 위해 ‘1372소비자상담센터*’로 3년 9개월(’20.1. ~ ’23.9.) 동안 접수된 구독서비스 관련 소비자 상담을 4,277건을 분석하였다.

* 공정거래위원회가 운영하고 한국소비자단체협의회, 한국소비자원, 광역지자체가 참여하여 상담을 수행하는 전국 단위 소비자 상담 통합 콜센터

이번 구독서비스 요금조사는 온라인동영상서비스(OTT)(6개사), 음원 서비스(9개사), 교육 서비스(14개사)를 대상으로 요금변화를 알아보기 위해 2023년 10월과 12월 두 차례 조사하였다.

* 온라인동영상서비스 : 넷플릭스, 쿠팡플레이, 티빙, 웨이브, 디즈니 플러스, 왓차

** 음원 서비스 : 유튜브뮤직, 멜론, 네이버바이브, 벅스, 스포티파이, 애플뮤직, 지니, 카카오톡뮤직, FLO

*** 교육 서비스 : 클래스 101, 에듀윌, 해커스, 메가랜드, 공단기, 박문각, 영단기, 해커스 어학원, 시원스쿨, 엘리하이, 온라인, 밀크T, 밀리의 서재, 윌라

□ 계정공유 금지로 인해 소비자가 체감하는 요금인상 58.8%

온라인동영상서비스(OTT)업체들은 요금인상, 계정공유 금지, 같은 요금이지만 서비스 품질이 낮아지거나, 저가요금을 없애는 방법으로 요금을 인상하고 있다.

넷플릭스의 프리미엄 요금제는 17,000원으로 디바이스 4개까지 동시에 사용할 수 있었다. 이 때문에 4명이 계정을 공유해 이용하는 경우가 많았다. 이 경우 한 명이 부담하는 금액은 4,250원이었으며, 만약 3명이 사용했다면 5,667원이었다.

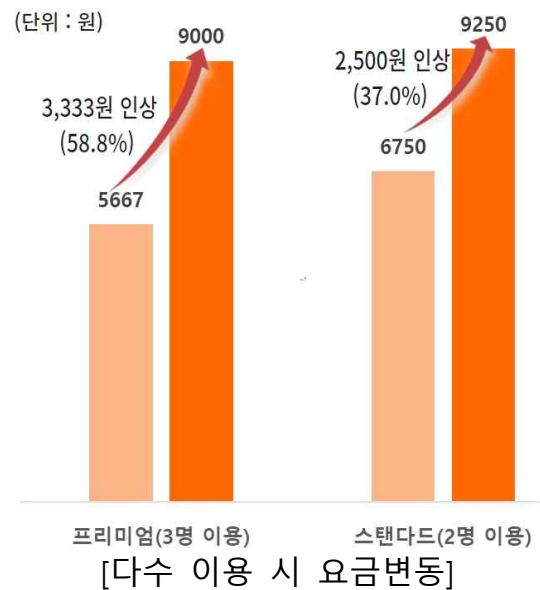
현재 프리미엄 요금은 2명, 스탠다드 요금은 1명까지 회원을 추가할 수 있으며, 회원 1명 추가에 5,000원이다. 프리미엄 요금제를 사용하는 계정에 2명의 회원을 추가해 3명이 공유하게 된다면 1명이 9,000원을 부담하게 된다. 3명을 기준으로 살펴보면 5,667원에서 9,000원으로 3,333원, 58.8% 인상된 것이다.

[넷플릭스 요금제 변동]

구 분		변경 전	변경 후	비 고
1 명 이 용	프리미엄	17,000원	17,000원	요금변동 없음
	스탠다드	13,500원	13,500원	요금변동 없음
	베 이 직	9,900원	삭 제 * 스탠다드 요금제 사용 (13,500원)	3,600원 인상 (36.4%)
다 수 이 용	프리미엄	5,667원 (17,000원 ÷ 3명)	9,000원 (27,000원 ÷ 3명) * 27,000원=17,000+10,000(추가회원비용)	3,333원 인상 (58.8%)
	스탠다드	6,750원 (13,500원 ÷ 2명)	9,250원 (18,500 ÷ 2명) * 18,500원 = 13,500+5,000(추가회원비용)	2,500원 인상 (37.0%)



[2017년 넷플릭스 홍보문]



디즈니 플러스의 경우 월 9,900원에 4K 해상도의 영상을 제공했었다. 요금제 변경 후 월 9,900원의 경우 한 단계 낮은 Full HD 해상도의 영상 서비스를 제공하고 있다. 결국, 같은 급의 해상도 영상 서비스를 원하는 경우 월 13,900원 요금제를 이용해야 하며, 4,000원(40.4%) 인상되는 것이다.

[구독서비스 요금변동]

사업자	요금제	변경전	변경후	인상폭
티빙	베이직	13,900원	17,000원	3,100원(22.3%)
	스탠다드	10,900원	13,500원	2,600원(23.9%)
	프리미엄	7,900원	9,500원	1,600원(20.3%)
디즈니플러스	베이직	-	9,900원	-
	스탠다드	9,900원	13,900원	4,000원(40.4%)
유튜브	유튜브 프리미엄	8,690원	11,990원	3,300원(38.0%)
	뮤직프리미엄	10,450원	14,900원	4,450원(42.6%)

□ 유튜브 프리미엄 단일요금제, 소비자 선택권침해!!

83개국의 유튜브 요금제를 살펴본 결과 평균 3개의 요금제로 구성되어 있었다. 단일요금제를 가진 곳은 우리나라를 포함해 7곳에 불과했다. 대부분 국가에서는 학생요금제, 가족요금(1명당 추가비용), 프리미엄 요금으로 구성되어 더 저렴하게 이용하도록 하였다. 단일요금인 우리나라의 경우 다른 국가들에 비해 선택권이 축소된 것이다.

[유튜브 프리미엄 요금제 구성현황]

요금구성 개수	국가수	주요국가
합 계	83(100.0%)	
3개 이상	66(79.5%)	스위스, 덴마크, 캐나다, 일본, 터키에 등
2개	10(12.1%)	벨기에, 세르비아, 나이지리아, 아르헨티나 등
1개	7(8.4%)	슬로베니아, 파라과이, 이스라엘 등

※ 2023년 3월 요금제 기준

□ 넷플릭스 장기미사용에 대한 환급은 무조건 6개월까지, 소비자 불만 지속해서 발생

장기간 사용하지 않았음에도 요금이 지급된 사실을 확인하고 환급 요청하는 경우가 있었다. 미사용이 확인된 경우 귀책 사유의 여부와 상관없이 획일적으로 최대 6개월까지만 환급을 해 주고 있었다. 이로 인한 소비자들의 불만이 지속해서 제기되고 있다.

넷플릭스 환급 관련 상담사례

○ 사례 1 2023년 1월 상담건

△△△업체를 통해서 가입하고 사용 중으로 넷플릭스를 시청한 적이 없는데 매달 1만 원 이상의 요금을 3년간 낸 사실을 최근에 알게 되었다. 너무 놀란 나머지 △△에서 넷플릭스 회원탈퇴를 바로 진행하였다. 넷플릭스에 시청하지도 않은 요금청구에 대해 강력히 항의하였으나, 탈퇴회원은 계정을 알 수 없어서 환급대상이 아니라는 답을 받았다.

○ 사례 2 2023년 6월 상담건

무료서비스를 이용하고자 2020년 10월에 가입하였고, 해지가 된 줄 알았다. 그런데 엘리 △△△ 셋톱으로 결제가 되고 있었다. 무료기간을 제외하고 약 2년 6개월 동안 이용하지 않은 넷플릭스가 결제되었다. 당연히 해지한 줄 알았던 계정이 해지가 안 되었다는 것도 황당한데, 비용을 6개월 치만 환급해주겠다고 한다.

□ OTT 결합상품 계약 및 이용시 소비자 주의 필요

잇따른 OTT 서비스 요금인상으로 조금이라도 저렴한 요금제를 찾는 소비자들을 중심으로 결합상품에 관심이 높아지고 있다. 통신사뿐만 아니라 유료방송에서도 결합상품을 내놓고 있다.

소비자 상담 분석결과 이러한 결합상품으로 인한 소비자 문제가 발생하고 있어 소비자 주의가 요구된다. 부당한 가입 권유 및 강요로 소비자가 실제로 사용할 의사가 없는데 가입되는 경우가 있었다. OTT 서비스에 이미 가입된 상태에서 결합상품을 이용하는 통신사를 통해 또 가입됨으로써 다중계정상태가 되고 이로 인해 이중결제 피해가 발생했다.

결합상품으로 다중계정이 되는 경우, 부당계약으로 인한 소비자피해 예방을 위해서는 계약 전 계약서와 이용방법 등을 명확히 확인할 필요가 있다. 또한, 통신 또는 유선요금에 합산되어 요금이 청구되기 때문에 매달 요금고지서의 세부명세까지 확인하는 등 소비자의 주의가 요구된다.

[년도별 결합상품 관련 상담 건수]

년 도	합 계	2020년	2021년	2022년	2023년 1월~9월
건수(건)	208	34	110	31	33

결합상품 관련 상담사례

○ 사례 1 2022년 11월 상담건

△△△△을 통해 OTT 가입된 사실을 몰랐는데 요금 명세서를 확인하여 가입된 사실을 확인하였다. 1년 반 전에 가입되었고 △△△통하지 않고 OTT사이트를 통해 가입해서 사용하고 있어서 이중으로 납부되고 있었다. 넷플릭스 2개 계정 중 1개는 사용이 안 된 부분 확인되어 사용하지 않는 계정은 삭제해 주었다. 그런데 1년 반 동안 결제된 요금 환급 요청하니 안 된다는 답변을 들었다.

○ 사례 2 2023년 5월 상담건

어린이날 가족이 모여 얘기하다 아버지의 폰 계약서를 확인하게 되었다. OTT가 뭔지도 모르는 분에게 넷플릭스와 유튜브 프리미엄 구독까지 부가서비스로 넣어 놓았다. 연세가 많은 아버지가 아무것도 모른다고 이렇게 계약을 했다.

□ (사)미래소비자행동에서는 앞으로도 급격히 변화하는 다양한 비대면 거래 및 온라인 서비스에 대한 모니터링 등의 활동을 통해 시장감시의 역할을 다하고자 한다. 특히, 시장지배력을 이용하여 공정한 시장경제체제를 위협하는 구독서비스 업체 및 플랫폼 사업자들이 소비자의 권리를 침해하는 행위가 없는지 살펴볼 예정이다.

조사대상 및 방법

- 조사대상 : 29개사
 - 온라인동영상서비스 : 6개사(넷플릭스, 쿠팡플레이, 티빙, 웨이브, 디즈니 플러스, 왓차)
 - 음원 서비스 : 9개사(유튜브뮤직, 멜론, 네이버바이브, 벅스, 스포티파이, 애플뮤직, 지니, 카카오뮤직, FLO)
 - 교육 서비스 : 14개사(클래스 101, 에듀윌, 해커스, 메가랜드, 공단기, 박문각, 영단기, 해커스 어학원, 시원스쿨, 엘리하이, 온라인, 밀크T, 밀리의 서재, 월라)
- 조사기간 :
 - 1차 조사(가격, 계약조건 등) : 2023. 10. 10. ~ 10. 19.
 - 2차 조사 (가격 인상 폭, 인상 시기 등) : 2023년 11월, 12월 *인상여부 수시로 확인
- 조사내용 : 요금 및 이용조건, 약관(청약철회, 해지시 위약금 등)

○ OTT 업체별 요금

- 2023년 11월 3일 넷플릭스는 요금제 변동은 없었으나 계정공유를 금지함으로써 실질적인 요금인상 효과가 발생하였음
- 광고를 시청하지 않고 가장 저렴하게 사용할 수 있는 베이식 요금이 2023년 12월 12일 없어짐으로써 소비자들이 광고를 시청하지 않고 이용할 수 있는 가장 저렴한 요금제는 스탠다드 요금제가 되었음
- 가장 저렴한 요금제가 9,500원에서 13,500원이 되면서 실질적으로는 44.4%(4,000원) 인상되었다.

[주요 구독서비스 요금변동]

사업자	요금제	변경전	변경후	인상폭
넷플릭스	베이식	17,000	17,000원	-
	스탠다드	13,500	13,500원	-
	프리미엄	9,900	삭제	-
티빙	베이식	13,900원	17,000원	3,100원(22.3%)
	스탠다드	10,900원	13,500원	2,600원(23.9%)
	프리미엄	7,900원	9,500원	1,600원(20.3%)
디즈니플러스	베이식	-	9,900원	-
	스탠다드	9,900원	13,900원	4,000원(40.4%)
유튜브	뮤직 프리미엄	8,690원	11,990원	3,300원(38.0%)
	유튜브 프리미엄	10,450원	14,900원	4,450원(42.6%)

○ 넷플릭스 국제가격 비교

- 넷플릭스 스탠다드 요금제 평균은 10.12\$였으며, OECD국가 가운데 가장 요금이 비싼 국가는 스위스 였으며, 가장 낮은 요금제는 튀르키예로 나타남
- 한국은 스탠다드 요금제 기준 순위를 살펴보면 전 세계 244개국 가운데 105위로 중간순위임

[OECD 국가별 넷플릭스 가격비교]

(단위: USD)

국 가	요금제 순위	스탠다드 요금	프리미엄 요금
전세계 평균가격		10.13	13.08
스 위 스	1	21.62	28.49
덴 마 크	3	16.50	21.56
아일랜드	6	16.18	22.65
미 국	7	15.49	19.99
이스라엘	17	14.85	18.91
벨 기 에	18	14.56	19.41
프 랑 스	18	14.56	19.41
룩셈부르크	18	14.56	19.41
오스트리아	23	14.02	19.41
독 일	23	14.02	19.41
아이슬란드	23	14.02	19.41
이탈리아	23	14.02	19.41
스 페 인	23	14.02	19.41
영 국	34	13.83	20.13
코스타리카	44	12.99	15.99
네덜란드	61	12.94	17.26
포르투갈	61	12.94	17.26
핀 란 드	61	12.94	17.26
멕 시 코	68	12.68	17.32
스 웨 덴	69	12.33	17.11
캐 나 다	70	12.16	15.48
그 리 스	71	11.86	15.10
체 코	77	11.50	14.16
뉴질랜드	79	11.40	15.40
호 주	83	11.18	15.13
라트비아	87	10.78	12.94
리투아니아	87	10.78	12.94
슬로바키아	87	10.78	12.94
에스토니아	87	10.78	12.94
폴 란 드	100	10.71	14.94
한 국	105	10.27	12.93
일 본	106	10.12	13.44
노르웨이	107	9.96	14.54
헝 가 리	120	9.91	12.74
칠 레	123	9.57	12.31
슬로베니아	127	8.62	10.78
콜롬비아	221	6.74	9.74
튀르키예	243	3.39	4.53

* VPN wiki : <https://vpnwiki.com/en/netflix-subscription-prices>의 요금정보를 분석함

** 2023년 5월 요금기준, 스탠다드 요금 기준으로 요금제 순위정리

○ 음원서비스 요금

- 음원 서비스의 경우 OTT와 다르게 통신사 할인, 대학생 요금제, 할인이벤트 등을 통해 요금 할인을 받을 수 있는 경우가 있었음. 본 조사에는 이벤트, 할인가를 제외한 정가를 기준으로 비교함
- 프리미엄 요금제의 평균요금은 11,038원이었으며, 스탠다드 요금제의 평균은 8,289원, 베이직 요금의 평균은 7,000원으로 조사되었음
- 유튜브 뮤직의 경우 2023년 12월 가격을 3년 만에 8,690원에서 11,990으로 3,300원(38.0%) 인상되었음
- 유튜브 뮤직 프리미엄의 가격 인상 이후 음원 서비스 가운데 가장 고가의 요금제는 유튜브 뮤직이 되었음. 유튜브 뮤직을 제외한 네이버, 멜론, 벅스, 스포티파이, 지니, FLO 6개 업체의 요금이 10,900원대로 비슷함

[음원서비스 가격비교]

(단위 : 원)

	프리미엄 (무제한 + 다운로드, 오프라인 재생)	스탠다스 (무제한 듣기)	베이직 (모바일무제한)
평 균	11,038	8,289	7,000
네이버VIBE	10,910	8,900	7,000
멜 론	10,900	7,900	6,900
벅 스	10,900	7,900	6,900
스포티파이	10,900	7,900	-
애플뮤직	-	8,900	-
유튜브뮤직	11,990	-	-
지 니	10,900	8,900	7,400
카카오뮤직	-	8,400	-
F L O	10,900	7,900	6,900

○ 유튜브 프리미엄 국제가격 비교

- 전 세계 83개국의 유튜브 프리미엄 요금제를 살펴본 결과 스위스(18.17\$)가 가장 비싼 것으로 나타났으며 가장 저렴한 국가는 튀르키예(1.04\$)로 나타남
- 요금제 구성을 살펴보면 대부분 국가가 3이상의 요금제 구조인 경우가 66개국 (79.5%)이었음. 요금제 구조가 2개인 국가는 10개국(12.1%), 한국을 포함해 단일 요금제인 경우는 7개국가(8.4%)에 불과했다.

[국가별 유튜브 프리미엄 가격]

(단위: USD)

국가	프리미엄 요금	순 위	요금제 갯수
평균	8.17	-	3
스위스	18.17	1	3
덴마크	18.17	3	3
독 일	14.01	5	4
미 국	13.99	8	4
이탈리아	12.93	10	3
호 주	11.22	20	3
일 본	8.92	34	4
대한민국	7.99	37	1
코스타리카	7.20	42	3
헝가리	5.06	66	3
튀르키예	1.04	83	4

* VPN wiki : <https://vpnwiki.com/en/youtube-premium-subscription-prices-by-country>의 요금정보를 분석함

** 2023년 3월 요금기준

○ 교육서비스 요금

[교육관련 구독서비스]

분 야	업체명	금 액	기 간	컨 텐 츠
취미	클래스 101	238,000	1년	약5,300개
공인중개사	에듀윌 공인중개사	2,050,000	합격할 때까지	전과목
	해커스 공인중개사	1,590,000	합격할 때까지	전과목
	메가랜드	1,254,000	합격할 때까지	전과목
공무원	공단기	1,750,000	합격할 때까지	9급
	메가공무원	1,320,000	합격할 때까지	9급 행정직
	해커스공무원	1,199,000	합격할 때까지	9급, 7급
	에듀윌	990,000	합격할 때까지	9급 행정직
	박문각	830,000	합격할 때까지	9급, 7급, 군공무원, 소방, 경찰
토익	영 단 기	269,000	90일(+90일)	토익 전 과정
	해커스 토익	249,000	90일(+100일)	토익 전 과정
	시원스쿨	166,500	100일	토익 전 과정
교과목	엘리하이	월 113,900	24개월	초등, 중등
	온 리 원	월 119,000	24개월	초등, 중등
	밀 크 T	월 119,000	24개월	초등, 중등, 고등
전자책	밀리의 서재	9,900	1개월	
	윌라	9,900	1개월	

조사대상 및 방법

- 조사대상 : 2020년 1월부터 2023년 9월까지 '1372소비자상담센터'에 접수된 구독 서비스 관련 소비자 상담 4,277건
- 분석내용 : 상담일시, 성별, 연령대, 상담품목, 상담사유
* 상담내용을 바탕으로 상담품목 및 상담사유를 분류함

○ 연도별 상담건수

- 구독서비스 관련 상담이 2021년 급증하였음. 이는 2021년 3분기 '머지포인트' 건으로 1,181건의 상담이 접수되어 일시적으로 급증함
* 머지포인트는 바우처형 상품과 월간구독형 상품 머지플러스, 장기간(3개월) 상품으로 구독형 상품을 판매함
- 머지포인트건은 특이사항이며 상담 건수가 많으므로 상담 사유 및 품목에서 머지포인트관련 상담은 별도로 분류하여 정리하였음

[연도별 구독서비스 관련 소비자상담 접수 현황]

년도	2020년	2021년	2022년	2023년
건수(건)	298	2,111	983	885

○ 구독서비스 관련 소비자상담 품목

- 구독서비스 관련 소비자 상담의 품목을 살펴본 결과 OTT 서비스 관련 상담이 34.2%(1,058건)로 가장 많았음. 다음으로 교육 서비스, 기타 인터넷 모바일 서비스, 순으로 나타남

[구독서비스 관련 소비자 상담 품목 (상위 10개)]

순위	품목	건수(건)	비율(%)
1	머지포인트	1,184	27.68
2	OTT 서비스	1,058	24.74
3	교육서비스	434	10.15
4	기타 인터넷, 모바일 서비스	354	8.28
5	결합상품	208	4.86
6	신문, 잡지, 도서 등	221	5.17
7	소프트웨어	153	3.58
8	자동차	84	1.96
9	멤버십	71	1.66
10	유튜브	55	1.29

- OTT 서비스 업체별 상담 건수를 살펴본 결과 넷플릭스 관련 상담이 46.31%(1,058건)로 가장 많았음. 결합상품관련 소비자상담에서도 117건이 넷플릭스관련 상담이었음
- 넷플릭스 다음으로 티빙 28.83%(305건)로 두 번째로 상담이 많았음. 이는 2020년 4분기와 2021년 1분기 서비스 내용 변경 및 상담센터 연결이 안 되는 문제로 일시적인 상담 급증의 영향으로 판단됨

[OTT서비스 업체별 소비자 상담 건수]

업체명	건 수(건)	비 율(%)	비 고
합 계	1,058	100.0	
넷플릭스	489	46.22	· 결합서비스에서 넷플릭스 117건 미포함
티 빙	305	28.83	· 2020년 4분기, 2021년 1분기 일시적 상담 급증
디즈니플러스	158	14.93	
웨 이 브	11	1.04	
왓 차	10	0.95	
쿠팡	1	0.09	· 멤버십, 쇼핑에서 쿠팡 14건 미포함
기 타	84	7.94	

○ 소비자상담 사유

- 계약해지 및 환급의 어려움으로 인한 상담이 47.2%(1,460건)로 가장 많았음. 계약해지 및 환급 거절, 계약해지를 했음에도 요금이 결제되는 등의 문제가 발생하고 있었음
- 다음으로 부당한 요금결제로 무료체험 기간 이후 자동으로 유료 서비스결제되거나 무료서비스로 알았는데 결제 되는 등의 피해가 16.3%(505건)로 두 번째로 많았음. 다음으로 계약불이행 6.98%(216건), 위약금 과다 청구 5.1%(202건) 순으로 나타남

[주요 상담 사유]

상담사유	건수(건)	비율(%)
합계	3,094	100.0
계약해지 및 환급의 어려움	1,460	47.2
부당한 요금결제	505	16.3
계약불이행	217	7.0
위약금 과다청구	202	6.5
계정도용 및 제삼자의 결제	159	5.1
서비스 불만	156	5.0
부당한 판매행위 등	85	2.8
이중결제	61	2.0
요금 및 이용조건 변경에 대한 불만	55	1.8
불공정약관 및 계약	37	1.2
단순문의 및 기타	157	5.1

※ 머지포인트 상담건 1,184건 제외