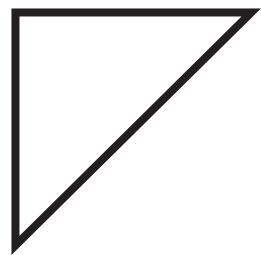

2018 콘텐츠 이용피해 실태조사

20

18

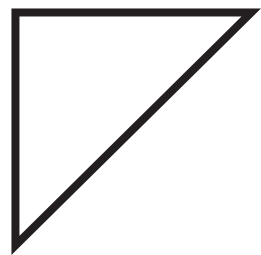


※ 본 보고서의 내용은 집필자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.
※ 본 보고서는 2018년 11월 말 ~ 12월 초 기준으로 작성되었습니다.

2018 콘텐츠 이용피해 실태조사

20

18



목 차

요약문	i
-----------	---

제1장. 콘텐츠 이용피해 실태조사 개요	1
------------------------------------	----------

1. 콘텐츠 이용피해 실태조사 배경	2
2. 콘텐츠 이용피해 실태조사 개요	2
3. 콘텐츠 이용피해 실태조사 내용	3
4. 응답자 특성	4
5. 조사결과 해석 시 유의사항	5

제2장. 콘텐츠 이용피해 실태조사 결과	7
------------------------------------	----------

1. 콘텐츠 이용 실태	8
1.1 주 이용 콘텐츠 장르	8
1.2 주 이용 콘텐츠 일주일 내 이용 일수	10
1.3 주 이용 콘텐츠의 하루 평균 이용 시간	14
1.4 주 이용 콘텐츠 월평균 이용 금액	18
2. 콘텐츠 이용피해	20
2.1 콘텐츠 이용피해 장르	20
2.2 콘텐츠 이용피해 시기 및 평균 발생 건수	21
2.3 과거 경험한 콘텐츠 이용피해 종류	22
2.4 최근 1년 내 경험한 콘텐츠 이용피해 종류	24
3. 콘텐츠 상세 이용피해	26
3.1 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 장르	26
3.2 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 당사자	27
3.3 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 유형	28
3.4 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 수준	29
3.6 가장 규모가 컸던 콘텐츠 금전적 피해 발생 시 결제 유형	31
3.7 피해 발생 후 대처 행동	33
3.8 피해 발생 후 업체에 이의제기하지 않은 이유	35
3.9 피해 발생 시 콘텐츠 주 이용 기기	36
3.10 경고 문구 사전 인지 및 동일/유사 피해 재발 가능성 인식	37
4. 콘텐츠 이용자 행태	38
4.1 콘텐츠 서비스 가입 시 약관 및 운영정책 확인 여부	38
4.2 콘텐츠 서비스 가입 시 약관 및 운영정책 확인 내용	39
4.3 콘텐츠 서비스 가입 시 약관 및 운영정책 미확인 사유	41

4.4 유료 콘텐츠 결제 시 약관 및 운영정책 확인 여부	42
4.5 미성년자 자녀 스마트폰 유료 콘텐츠 결제 가능 여부 인식	43
4.6 휴대폰 및 가입 사이트 비밀번호 정기 변경 여부	44
4.7 보이스피싱/해킹/개인정보 유출 피해 경험 여부	46
4.8 보이스피싱/해킹/개인정보 유출 방지 노력 여부	47
4.9 인앱 결제 이용 경험 여부	48
4.10 인앱 결제 이용의 애로사항	49
4.11 비공식 경로를 통한 콘텐츠 유료 결제 이용 여부	50
5. 콘텐츠 이용피해 발생 후 대응	52
5.1 콘텐츠 사업자의 이용자 보호 조항 의무화 인지 여부	52
5.2 전문기관 상담/피해구제 요청 경험 여부	53
5.3 상담/피해구제 요청 전문기관 및 만족도	55
5.4 전문기관 상담/피해구제 비요청 사유	56
6. 콘텐츠 이용피해 최소화하기 위한 개선 사항	57
6.1 사업자 측면의 이용피해 최소화 방안	57
6.2 관련 전문기관에서의 이용피해 최소화 방안	57
6.3 이용자 측면의 이용피해 최소화 방안	58

제3장. 콘텐츠 이용자 FGI 개요 및 결과 59

1. 조사 배경	60
2. 조사 개요	60
3. 조사 내용	61
4. 조사 결과	63
4.1 주요 콘텐츠 이용 특성	63
4.2 콘텐츠 이용피해 주요 사례	64
4.3 피해 발생 업체 이의제기 시 애로사항 및 불만 사항	66
4.4 사회문화적 이슈와 관련된 피해 사례	67
4.5 콘텐츠 이용피해 사전 방지 방안	68
4.6 콘텐츠분쟁조정위원회 콘텐츠 이용자 지원 방안	69

제4장. 결론 및 제언 71

1. 결론	72
1.1 콘텐츠 이용의 특성	72
1.2 콘텐츠 이용 피해	72
1.3 콘텐츠 이용자 행태	75
1.4 콘텐츠 이용 피해 최소화를 위해 필요한 노력	77
1.5 사회적 약자와 콘텐츠 이용	77
1.6 인앱결제 이슈에 대한 대비	77

2. 정책적 제언	78
2.1 이용 약관 개선	78
2.2 피해 신고 기관에 대한 이용자 접근 용이성 제고	78
2.3 사회적 약자의 콘텐츠 이용보호에 대한 정책 마련	78

[부 록] 79

[부록 1] 콘텐츠 이용자피해실태 사전 조사 개요 및 주요 결과	80
[부록 2] 콘텐츠 이용자피해실태 사전 조사표	88
[부록 3] 콘텐츠 이용자피해실태 본 조사표	93
[부록 4] 콘텐츠 이용피해 최소화를 위해 개선해야 할 사항	110
[부록 5] 2018 콘텐츠 이용·거래 피해에 대한 FGI 가이드라인	131

| 표 목 차 |

[표 1] 본 조사 개요	2
[표 2] 본 조사 내용	3
[표 3] 본 조사 응답자 특성	4
[표 4] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 장르	9
[표 5] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 출판	11
[표 6] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 만화	11
[표 7] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 음악	11
[표 8] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 게임	11
[표 9] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 영화	12
[표 10] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 애니메이션	12
[표 11] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 방송	12
[표 12] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 광고	13
[표 13] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 캐릭터	13
[표 14] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 지식정보	13
[표 15] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 출판	14
[표 16] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 만화	15
[표 17] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 음악	15
[표 18] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 게임	15
[표 19] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 영화	16
[표 20] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 애니메이션	16
[표 21] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 방송	16
[표 22] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루평균 이용 시간 - 광고	17
[표 23] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루평균 이용 시간 - 캐릭터	17
[표 24] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루평균 이용 시간 - 지식정보	17
[표 25] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 월평균 이용 금액	19
[표 26] 응답자 특성별 콘텐츠 이용피해 장르	20
[표 27] 콘텐츠 이용피해 시기 및 평균 발생 건수	21
[표 28] 응답자 특성별 과거 경험한 콘텐츠 이용피해 종류	23
[표 29] 응답자 특성별 최근 1년 내 경험한 콘텐츠 이용피해 종류	25
[표 30] 응답자 특성별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 장르	26
[표 31] 응답자 특성별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 유형	28
[표 32] 장르별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 수준	29
[표 33] 응답자 특성별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 금전적 피해 발생 시 결제 수단	30
[표 34] 응답자 특성별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 금전적 피해 발생 시 결제 유형	31
[표 35] 이용피해 콘텐츠 장르별 금전적 피해 발생 시 결제 유형	32
[표 36] 응답자 특성별 피해 발생 후 대처 행동	34
[표 37] 이용피해 콘텐츠 장르별 콘텐츠 업체 이의제기 여부	34
[표 38] 응답자 특성별 피해 발생 후 업체에 이의제기 하지 않은 이유	35

[표 39] 응답자 특성별 피해 발생 시 콘텐츠 주 이용 기기	36
[표 40] 응답자 특성별 경고 문구 사전 인지 및 동일/유사 피해 재발 가능성 인식	37
[표 41] 응답자 특성별 약관 및 운영정책 확인 내용	40
[표 42] 응답자 특성별 약관 및 운영정책 미확인 사유	41
[표 43] 가구소득별 미성년자 자녀 스마트폰 유료 콘텐츠 결제 가능 여부 인식	43
[표 44] 응답자 특성별 휴대폰 및 가입 사이트 비밀번호 정기 변경 여부	45
[표 45] 응답자 특성별 비밀번호 정기 미변경 사유	45
[표 46] 가구소득별 보이스피싱/해킹/개인정보 유출 방지 노력 여부	47
[표 47] 이용피해 콘텐츠 장르별 인앱을 통한 콘텐츠 유료 결제 이용 경험여부	48
[표 48] 이용피해 콘텐츠 장르별 인앱 결제 이용 경험 여부	49
[표 49] 이용피해 콘텐츠 장르별 비공식 경로를 통한 콘텐츠 유료 결제 이용 여부	51
[표 50] 가구소득별 콘텐츠 사업자의 이용자 보호 조항 의무화 인지 여부	52
[표 51] 연령별 전문기관 상담/피해구제 요청 여부	54
[표 52] 응답자 특성별 전문기관 상담/피해구제 비요청 사유	56
[표 53] 피해 발생 전 이용피해 최소화 방안 - 사업자 측면 Top 5	57
[표 54] 피해 발생 전 이용피해 최소화 방안 - 이용자 보호 관련 전문기관 측면 Top 5	58
[표 55] 피해 발생 전 이용피해 최소화 방안 - 이용자 측면 Top 4	58
[표 56] FGI 조사 개요	60
[표 57] FGI 그룹 구성	60
[표 58] FGI 가이드라인	61
[표 59] 인터뷰 참여자의 주요 콘텐츠 이용 특성	63
[표 60] 콘텐츠 이용 피해 주요 사례	64
[표 61] 게임 콘텐츠의 주요 피해 사례	65
[표 62] 장르별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 수준의 연도별 비교	74

그 림 목 차

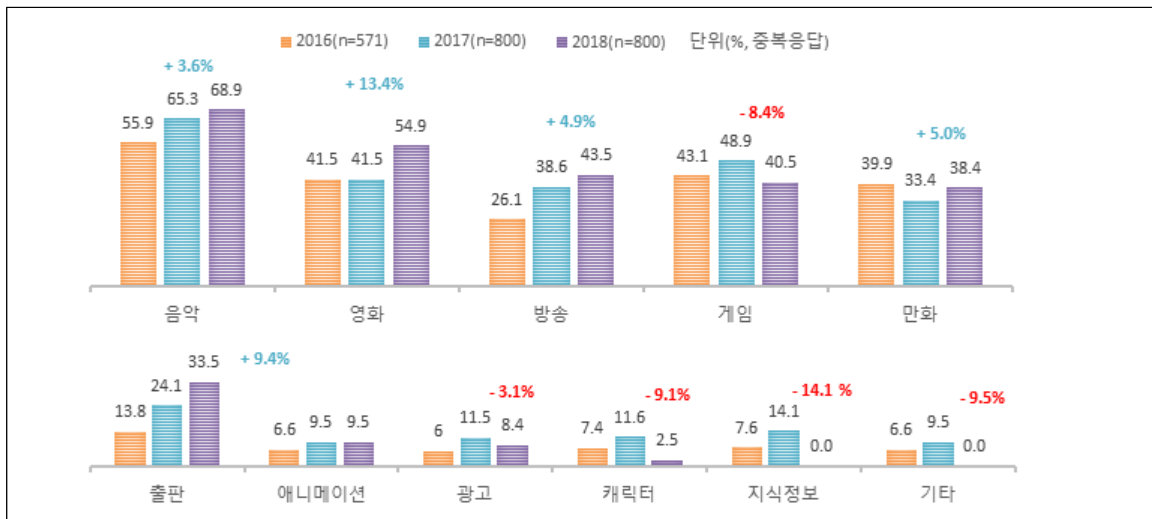
[그림 1] 주 이용 콘텐츠 장르	8
[그림 2] 주 이용 콘텐츠 일주일 내 이용 일수	10
[그림 3] 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간	14
[그림 4] 주 이용 콘텐츠 월평균 이용 금액	18
[그림 5] 콘텐츠 이용피해 장르	20
[그림 6] 콘텐츠 이용피해 시기 및 발생 건수	21
[그림 7] 과거 경험한 콘텐츠 이용피해 종류	22
[그림 8] 최근 1년 내 경험한 콘텐츠 이용피해 종류	24
[그림 9] 가장 최근의 콘텐츠 이용피해 장르	26
[그림 10] 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 당사자	27
[그림 11] 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 유형	28
[그림 12] 가장 규모가 컸던 콘텐츠 금전적 피해 발생 시 결제 수단	30
[그림 13] 가장 규모가 컸던 콘텐츠 금전적 피해 발생 시 결제 유형	31
[그림 14] 피해 발생 후 대처 행동	33
[그림 15] 피해 발생 후 업체에 이의제기하지 않은 이유	35
[그림 16] 피해 발생 시 콘텐츠 주 이용 기기	36
[그림 17] 경고 문구 사전 인지 및 동일/유사 피해 재발 가능성 인식	37
[그림 18] 약관 및 운영정책 확인율	38
[그림 19] 약관 및 운영정책 확인 내용	39
[그림 20] 약관 및 운영정책 미확인 사유	41
[그림 21] 유료 콘텐츠 결제 시 약관 및 운영정책 확인율	42
[그림 22] 미성년자 자녀 스마트폰 유료 콘텐츠 결제 가능 여부 인식	43
[그림 23] 휴대폰 및 가입 사이트 비밀번호 정기 변경 여부	44
[그림 24] 보이스피싱/해킹/개인정보 유출 피해 경험률	46
[그림 25] 보이스피싱/해킹/개인정보 유출 방지 노력 여부	47
[그림 26] 인앱을 통한 콘텐츠 유료 결제 이용 여부	48
[그림 27] 인앱 결제 이용의 애로사항	49
[그림 28] 비공식 경로를 통한 콘텐츠 유료 결제 이용 여부	50
[그림 29] 콘텐츠 사업자의 이용자 보호 조항 의무화 인지 여부	52
[그림 30] 전문기관 상담/피해구제 요청 경험률	53
[그림 31] 상담/피해구제 요청 전문기관 및 만족도	55
[그림 32] 전문기관 상담/피해구제 비요청 사유	56
[그림 33] 연도별 주 이용 콘텐츠와 하루 평균 이용 시간 비교	72
[그림 34] 연도별 가장 규모가 컸던 피해 장르 비교	73
[그림 35] 연도별 콘텐츠 이용 피해의 종류 비교	73
[그림 36] 피해발생 후 대처 행동의 연도별 비교	75
[그림 37] 약관 및 운영정책 미확인 사유의 연도별 비교	76
[그림 38] 연도별 미성년자 자녀 스마트폰 유료 콘텐츠 결제 가능여부 인식	76

■ 요약 문 ■

□ 주 이용 콘텐츠

- 조사대상자들이 주로 이용하는 콘텐츠 장르는 음악이 68.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 영화(54.9%), 방송(43.5%), 게임(40.5%), 만화(38.4%)순으로 조사됨
- 2017년 조사 대비 영화(+13.4%) 이용률이 가장 큰 폭으로 상승하였고, 게임(-8.4%)과 캐릭터(-9.1%), 지식정보(-14.4%), 기타(-9.5%)는 감소함

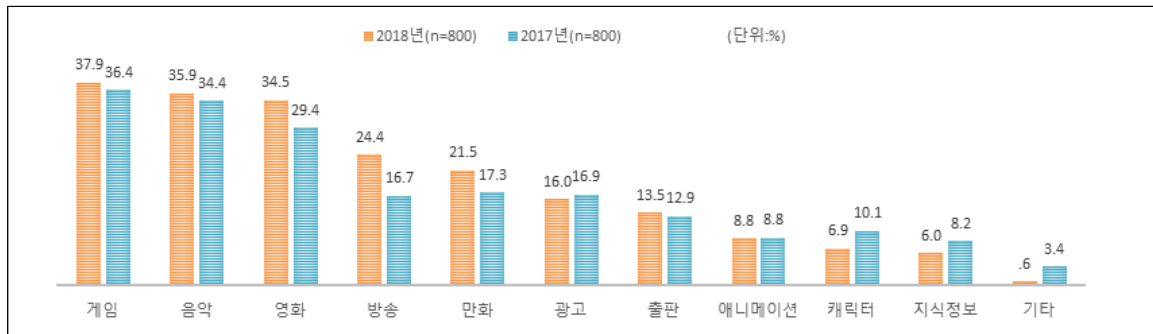
[그림 요약1] 주 이용 콘텐츠



□ 이용 중 피해 발생 콘텐츠 장르

- 전체 응답자의 37.9%가 게임 콘텐츠 서비스에서 피해를 입은 경험이 있다고 응답하였으며, 그 다음 음악(35.9%), 영화(34.5%), 방송(24.4%), 만화(21.5%), 광고(16.0%) 콘텐츠 순으로 피해 경험률이 높은 것으로 나타남
- 성별로는 남성(42.0%)이, 연령별로는 10대(56.1%), 20대(40.4%)와 40대(40.4%)가 게임 피해 경험률이 가장 높은 것으로 나타남. 음악은 여성(37.6%)과 30대(43.7%)가 피해 경험률이 가장 높게 나타남

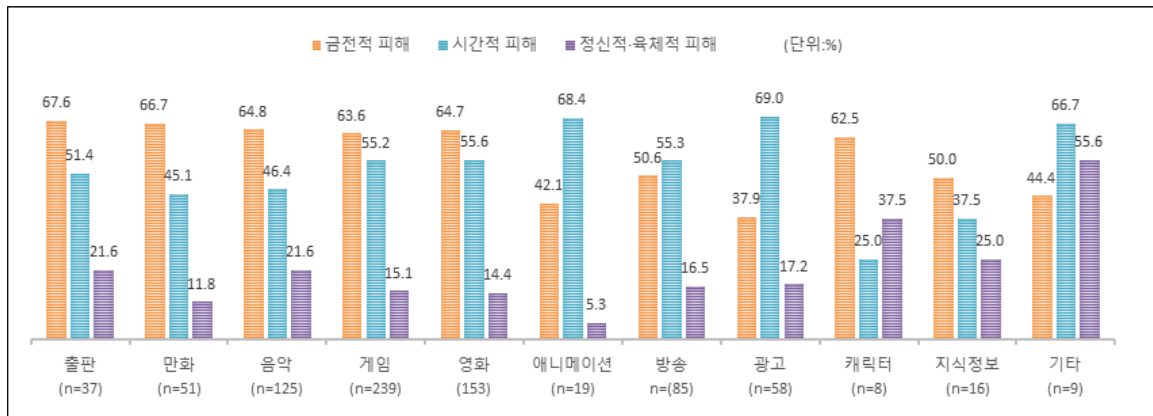
[그림 요약2] 이용 중 피해 발생 콘텐츠 장르



□ 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 종류

- 피해 유형을 보면 대부분 콘텐츠에서 금전적, 시간적 피해를 입은 것으로 나타났으며, 정신적·육체적 피해도 평균 17%로 조사되었음
- 금전적 피해의 경우 출판(67.6%)이 가장 높게 나타났으며, 만화, 음악, 게임, 영화, 캐릭터에서 대부분 높은 응답을 보임

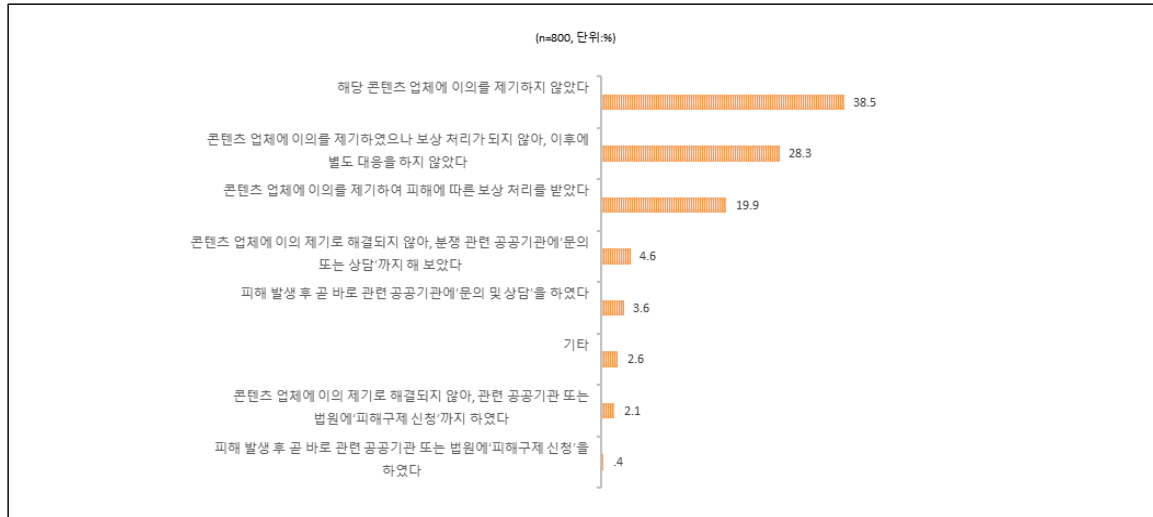
[그림 요약3] 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 종류



□ 콘텐츠 이용피해 발생 후 대처 행동

- 피해 발생 후 대처 행동으로는 ‘해당 콘텐츠 업체에 이의를 제기하지 않음’이 38.5%로 가장 높았으며, 그 다음 ‘이의제기 후 보상 처리가 되지 않아 별도 대응하지 않음(28.3%)’, ‘이의제기 후 보상 처리 받음(19.9%)’ 순으로 나타남
- 연령별로는 20대 이하와 50대 이상에서는 ‘이의제기하지 않음’이, 30대는 ‘이의제기 후 보상 처리 받음’이, 40대는 ‘이의제기 후 보상 처리되지 않아 별도 대응하지 않음’이 가장 높았음

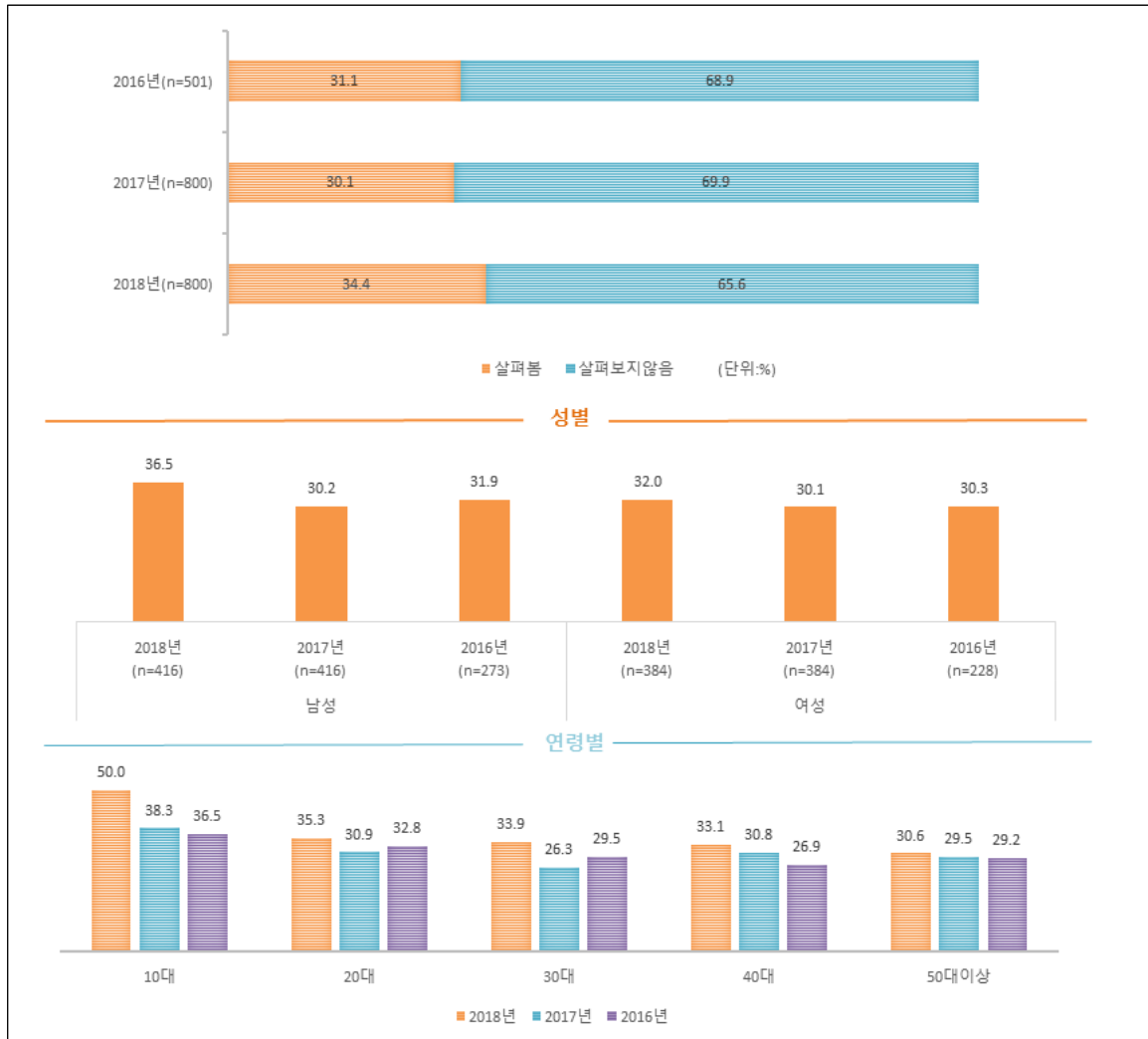
[그림 요약4] 피해 발생 후 대처 행동



□ 콘텐츠 서비스 가입 시 약관 및 운영정책 확인 여부

- 응답자의 34.4%가 콘텐츠 서비스 가입 시 약관 및 운영정책을 확인하는 것으로 나타냄
- 2016년 조사 결과(31.1%), 2017년 조사 결과(30.1%) 보다 다소 증가
- 성별로 살펴보면, 남성(30.2%)과 여성(30.1%)의 차이가 없음
- 연령별로는 10대가 38.3%의 가장 높은 확인율을 보였으며, 다음으로 20대(30.9%), 40대(30.8%) 순으로 높게 나타남. 전 연령층의 확인율은 2017년과 2016년 조사 대비 증가하였음

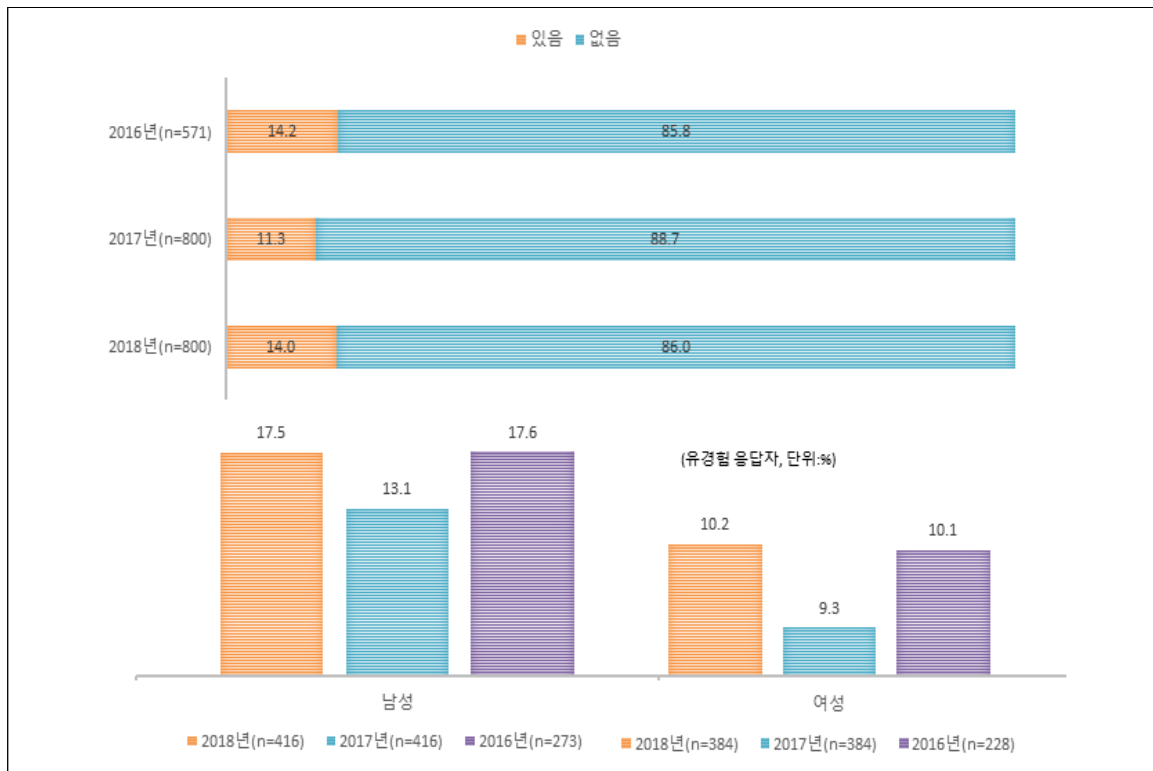
[그림 요약5] 약관 및 운영정책 확인 여부



□ 전문기관 상담/피해구제 요청 경험률

- 업체에 대한 이의제기와는 별도로, 전문기관의 상담/피해구제 요청 여부에 대해, 응답자의 86.0%가 '하지 않았다'라고 응답하였음
 - 2016년 조사(85.8%) 대비 2017년에는 소폭 증가하였으나(88.7%, +2.9%p) 다시 감소함
- 성별로 살펴보면, 여성(10.2%)보다 남성(17.5%)이 '상담/피해구제 요청을 하였다'라고 응답한 비율이 높게 나타난 것을 확인할 수 있음

[그림 요약6] 전문기관 상담/피해구제 요청 경험률



□ 이용자 FGI 결과

○ 이의제기 채널을 쉽게 찾을 수 없음

- 별도 고객센터가 아니라 이메일로만 이의제기를 접수하기도 함. 이메일로 이의제기했으나, 자동 회신만 하거나 보상 피해가 불가하다는 일방적인 답변만 오기도 함
- 큰 기업, 혹은 해외 기업일수록 환불 절차가 매우 복잡하여, 전화신고를 하는 경우 담당자를 여러 번 바꾸는 방식에서 같은 사례에 대한 같은 내용을 반복하게 됨

○ 환불 요청 및 이의제기 시 업체의 늦은 대응과 소극적인 대처에 불만 많음

- 불량 이용자 신고 제도의 경우 바로 해당 이용자가 제재를 받는 것이 아니라 몇 회에 걸쳐 누적되는 경우에 제재됨. 정확한 캡처 등의 증거가 제시될 경우에는 즉시 제재하여 재발 방지

○ 환불 처리 시 책임 소재 회피하거나 이용자가 원치 않는 방식으로 보상 하는 것에 불만

○ 모호하고 추상적인 해석이 가능한 약관 개정 필요

○ 피해 연령층의 확대와 가족 관계의 변화

- 노년층의 스마트폰 일상화와 콘텐츠 이용량이 증가하여 피해도 증가, 다양화되고 있음
- 이에 자녀들이 통제 및 관리를 하게 됨

○ 미성년 이용자에 대한 부모의 제재와 사회적 문제

- 부모의 동의 없이 미성년 자녀가 콘텐츠 유료 결제를 하여 피해를 입는 사례가 여전히 다수이며 그 유형도 다양해짐에 따라 방안이 필요할 것으로 보임
- 역으로, 부모가 미성년 자녀의 동의 없이 게임 아이디를 삭제하여 부모와의 갈등이 심화되는 사례도 드러남

○ 이용자 간 사이버 성폭력 문제의 심각성

- 10대~20대 초반의 여성 참석자들의 경우, 금전적 피해뿐 아니라 정신적 피해에 대해 토로함.
특히 게임 콘텐츠 이용 중 이용자가 여성임이 드러나는 경우, 다른 이용자들의 성적 폭언과
사이버 스토킹 피해를 매번 당하게 되는 점에 서로 공감함

○ 이용 피해 조정 전문기관에 대한 인지도가 매우 낮은 상황이므로 적극적 홍보 필요

○ 불량 콘텐츠 업체 사전 관리·감독 및 사후 강력한 법적 처벌 필요

○ 유사 피해 사례 및 분쟁조정 사례 제공 필요

○ 분쟁 관련 상담에 적극적인 대응 필요

□ 정책적 제언

○ 이용 약관 개선

- 유료 결제 및 환불규정 이용약관 간소화
- 유료 서비스 이용약관 개정 검토

○ 피해 신고 기관에 대한 이용자 접근 용이성 제고

- 콘텐츠 이용피해 발생 시 적극적인 고객 대응 방안 마련 유도
- 이용피해 분쟁조정 전문기관의 신뢰성 및 전문성 제고

○ 사회적 약자의 콘텐츠 이용보호에 대한 정책 마련

- 성폭력에 대한 신고 제도 강화

2018 콘텐츠 이용피해 실태조사

제1장. 콘텐츠 이용피해 실태조사 개요

1. 콘텐츠 이용피해 실태조사 배경

- 10대 이상 65세 미만의 일반인 대상 콘텐츠 이용·거래 피해 실태조사를 시행하여, 관련 분야 정책 수립에 기초자료로 활용하고자 함
- 2016년, 2017년 기존 조사 결과와 2018년 조사 결과를 비교 분석하여 최근 3년간의 변화를 파악함으로써 향후 콘텐츠 이용자 보호를 위한 정책 수립에 기초자료로 활용하고자 함
- 어린이·청소년과 노인의 콘텐츠 이용 행태 변화와 더불어 이들을 대상으로 한 추가적인 콘텐츠 이용 피해 형태가 나타남에 따라, 이와 관련한 피해 사례와 이용자들의 인식 조사를 실시하여 관련 분야 정책 수립에 기초자료로 활용하고자 함

2. 콘텐츠 이용피해 실태조사 개요

- ‘콘텐츠 이용 피해율’ 산정을 위하여 ‘사전 조사’(부록 1 참조)와 ‘본 조사’의 단계별 조사를 시행하여, ‘사전 조사’를 통해 얻은 성별·연령별 콘텐츠 이용피해 빈도의 상대적 비중을 적용하여 본 조사 표본 배분 실시

[표 1] 본 조사 개요

조사 항목	내 용
1) 조사 대상	PC 및 모바일을 통한 콘텐츠 이용 중 피해를 입은 경험이 있는 15세 이상 65세 미만 국민
2) 조사 방법	구조화된 설문지를 통한 온라인 조사
3) 표본 크기	800명
4) 표본 오차	95% 신뢰수준에서 $\pm 3.46\%P$
5) 조사기간	2018. 12. 3 ~ 12. 10
6) 조사기관	(주)한국CNR

3. 콘텐츠 이용피해 실태조사 내용

[표 2] 본 조사 내용

구 분	내 용
1) 응답자 기본정보	<ul style="list-style-type: none"> - 성별 - 연령 - 거주지 - 최종학력 - 동거인 수 - 직업 - 월평균 가구소득 - 가족구성
2) 콘텐츠 이용 행태	<ul style="list-style-type: none"> - 미디어 기기를 통한 콘텐츠 이용 경험 여부 - 콘텐츠 장르, 주간 이용 일수, 하루 평균 이용 시간 및 월평균 이용금액
3) 콘텐츠 이용 시 피해	<ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠 이용 시 피해 경험 여부 / 피해를 입은 콘텐츠 장르 - 최근에 피해를 입은 시기/ 피해의 종류 및 피해 규모/내용 - 금전적 피해 시 결제 수단 및 결제 유형 - 피해 이후 해당 업체 이의제기 여부 - 피해 발생 원인 인식 - 피해 이후 전문기관 피해구제 요청 여부 - 피해구제 요청한 해당 기관 및 조치의 만족도 - 가족 구성원(자녀 및 부모)의 피해 경험 여부 및 유형, 가족관계에의 영향
4) 콘텐츠 가입, 결제 및 이용 행태	<ul style="list-style-type: none"> - 회원 가입 시 약관 및 운영정책 검토 여부 - 검토 시 확인 내용 및 미검토 시 사유 - 유료 콘텐츠 결제 관련 약관 및 운영정책 검토 여부 - 휴대폰 및 가입 서비스 비밀번호 정기 변경 여부 및 미변경 시 그 사유 - 보이스피싱/해킹/개인정보 유출 등 피해 경험 여부 및 예방 노력 여부 - 공식 배포 경로가 아닌 콘텐츠 유료 결제 경험 여부 - 인앱 결제 이용 경험 여부 및 애로 사항
5) 개선 사항	<ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠 이용피해 최소화를 위한 필요사항

4. 응답자 특성

[표 3] 본 조사 응답자 특성

구분		표본 수 (명)	비중 (%)
전체		800	100.0
성별	남성	416	52.0
	여성	384	48.0
연령	10대	66	8.3
	20대	156	19.5
	30대	168	21.0
	40대	181	22.6
	50대 이상	229	28.6
거주지역	서울	159	19.9
	인천/경기	249	31.1
	부산/울산/경남	123	15.4
	광주/전라/제주	86	10.8
	대전/충청/세종	84	10.5
	대구/경북	77	9.6
	강원	22	2.8
최종학력	중학교 졸업 미만	1	.1
	중학교 졸업	37	4.6
	고등학교 졸업	133	16.6
	대학교 재학/졸업	549	68.6
	대학원 재학/졸업 이상	80	10.0
동거 가족 수	2명 이하	209	26.1
	3명	210	26.3
	4명	287	35.9
	5명 이상	94	11.8
가족 구성	혼자 거주	100	12.5
	부부	84	10.5
	부모+자녀	549	68.6
	조부모+부모+자녀	35	4.4
	조부모+자녀	3	.4
	기타	29	3.6
직업	자영업	62	7.8
	블루칼라	108	13.5
	화이트칼라	377	47.1
	학생	86	10.8
	전업주부	86	10.8
	무직/기타	81	10.1
가구소득	200만 원 미만	79	9.9
	200 ~ 400만 원 미만	246	30.8
	400 ~ 600만 원 미만	242	30.3
	600 ~ 800만 원 미만	128	16.0
	800 ~ 1,000만 원 미만	63	7.9
	1,000만 원 이상	42	5.3

5. 조사결과 해석 시 유의사항

- 본 보고서의 수록된 자료는 단위 미만을 반올림하였기 때문에 합계의 숫자와 항목별 합계의 숫자는 일치하지 않을 수 있음
- 본 보고서에서의 콘텐츠 이용 시간이나 비용, 피해 금액 등은 중앙값(median)과 평균값(mean)을 모두 제시하나, 라이트 유저(light user) 및 헤비 유저(heavy user)의 극단치 때문에 중앙값(median) 위주로 분석함
- 2016년, 2017년 자료와 비교 시 응답자의 인구통계학적 특성 및 문항 내용에서 차이가 있고, 조사 기간 및 시점이 다를 수 있으므로 직접적인 시계열 비교를 할 때 결과 해석 시 유의해야 함

2018 콘텐츠 이용피해 실태조사

제2장. 콘텐츠 이용피해 실태조사 결과

1. 콘텐츠 이용 실태

1.1 주 이용 콘텐츠 장르

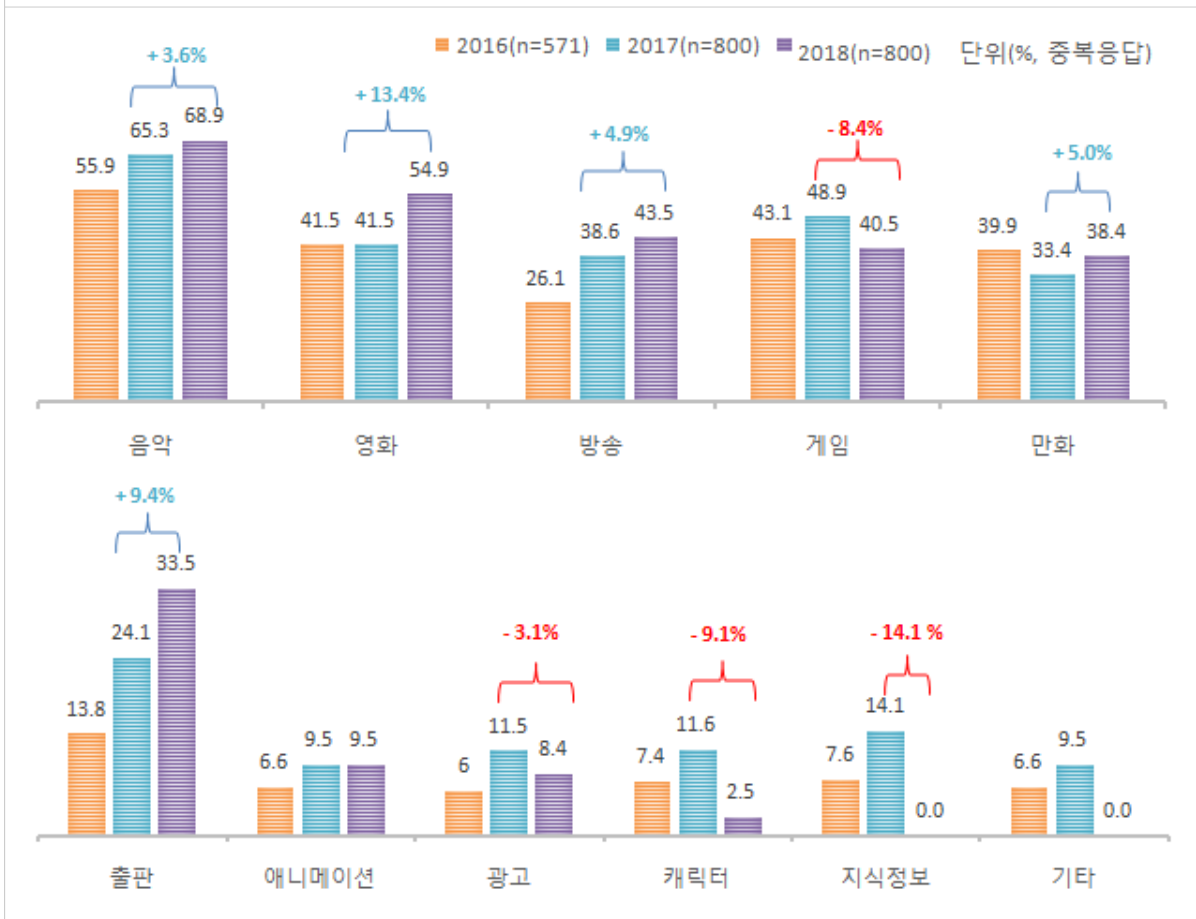
□ 음악 장르 이용자가 가장 많았으며, 애니메이션, 캐릭터, 광고, 지식정보 이용자는 상대적으로 매우 적었음

○ 조사 대상자들이 주로 이용하는 콘텐츠 장르는 음악이 68.9%로 가장 높았으며, 다음으로 영화(54.9%), 방송(43.5%), 게임(40.5%), 만화(38.4%)순으로 나타남

- 2017년 조사 대비 영화(+13.4%) 이용률이 가장 큰 폭으로 상승하였으며, 출판(+9.4%), 만화(5.0%), 방송(+4.9%), 음악(+3.6%)도 전년도보다 이용률이 증가
- 반면 게임(-8.4%)과 캐릭터(-9.1%), 지식정보(-14.4%)는 2017년보다 이용률이 감소한 것으로 나타남

[그림 1] 주 이용 콘텐츠 장르

문] 다음 장르 중 귀하께서 가장 많이 이용하는 장르는 무엇입니까?



- 성별로 보면 남성은 게임에 여성은 방송 이용비중이 높았으며, 연령별로는 20대 이하에서는 만화, 30대 이상에서는 영화 이용 비중이 특히 높은 것으로 나타남
- 음악과 영화는 남녀 모두 이용률이 높았으며, 게임은 남성, 방송은 여성 이용 비중이 특히 높았음
- 남성의 경우 음악(64.7%), 영화(62.0%), 게임(48.6%), 순으로 조사된 반면, 여성은 음악(73.4%), 방송(49.2%), 영화(47.1%), 순으로 나타나 다소 차이를 보임
- 연령별 특화 장르로 20대 이하에서는 만화, 30대 이상에서는 영화라고 할 수 있음
- 연령별로는 전 연령층에서 '음악'이 1순위로 나타남. 20대 이하에서는 '만화'와 '영화' 장르가 상대적으로 높고 30대 이상에서는 '영화'라는 응답이 상대적으로 높게 나타남
 - 연령이 낮을수록 '만화'를 주로 이용한다는 응답이 높아지는 경향성을 보임
- 한편, 가구소득별로 보면, 소득이 높은 그룹에서 출판 장르 이용 비중이 높았으며, 소득이 낮은 그룹에서는 만화, 애니, 방송 장르의 이용 비중이 높아 연령별 이용 장르와의 상관관계가 높은 것을 알 수 있었음

[표 4] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 장르

(단위: %, 중복응답)

구분		사례수 (명)	출판	만화	음악	게임	영화	애니메 이션	방송	광고	캐릭 터
전체		(800)	33.5	38.4	68.9	40.5	54.9	9.5	43.5	8.4	2.5
성별	남성	(416)	31.3	38.7	64.7	48.6	62.0	9.1	38.2	6.0	1.4
	여성	(384)	35.9	38.0	73.4	31.8	47.1	9.9	49.2	10.9	3.6
연령	10대	(66)	24.2	60.6	68.2	48.5	45.5	10.6	36.4	3.0	3.0
	20대	(156)	23.7	50.6	73.1	44.9	55.1	9.0	39.7	3.2	.6
	30대	(168)	31.5	43.5	69.0	36.3	53.0	12.5	42.9	8.3	3.0
	40대	(181)	33.1	29.8	68.0	48.1	58.0	11.6	41.4	6.6	3.3
	50대 이상	(229)	44.5	26.6	66.8	32.3	56.3	5.7	50.2	14.8	2.6
최종 학력	고졸 이하	(171)	30.4	48.5	62.6	41.5	48.0	11.7	42.7	11.1	3.5
	대재 이상	(629)	34.3	35.6	70.6	40.2	56.8	8.9	43.7	7.6	2.2
가구 소득 (월평균)	400만 원 미만	(325)	29.5	40.0	65.8	39.7	54.5	12.0	46.8	8.6	3.1
	600만 원 미만	(242)	33.5	37.2	73.6	43.4	49.6	7.9	42.6	8.7	3.7
	600만 원 미만	(233)	39.1	37.3	68.2	38.6	60.9	7.7	39.9	7.7	.4
	이상										

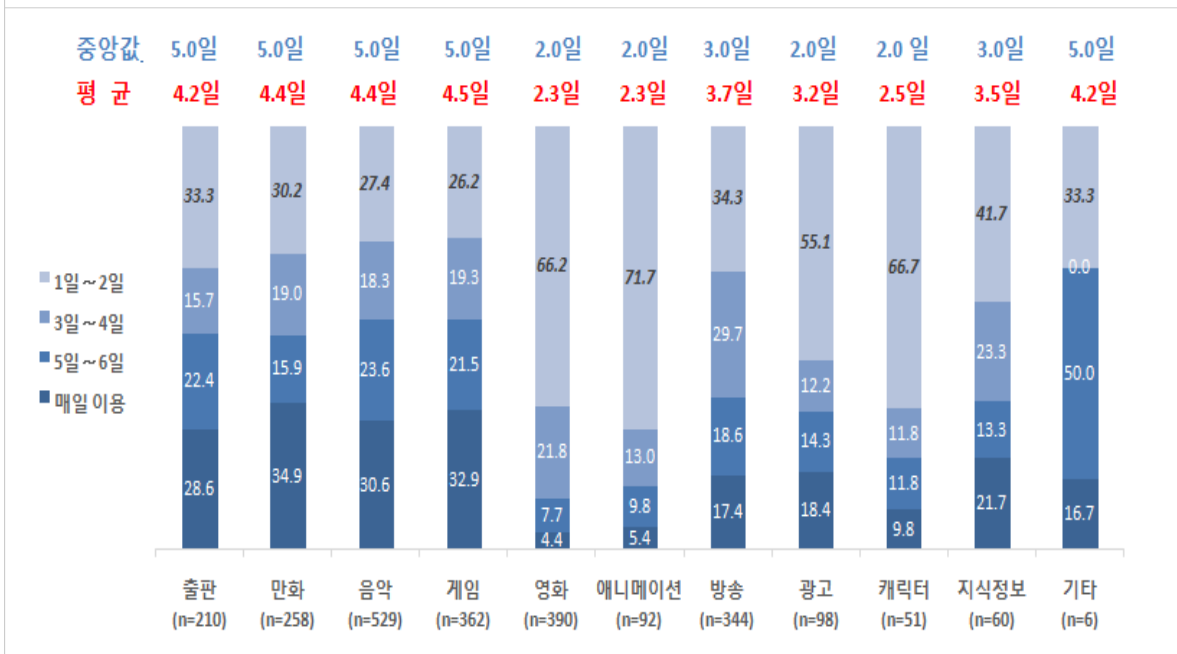
1.2 주 이용 콘텐츠 일주일 내 이용 일수

□ 이용량이 가장 많은 장르는 '게임', 다음으로 '만화=음악', '출판' 순

- 조사 대상자가 주로 이용하는 콘텐츠의 일주일 내 이용 일수를 조사한 결과, 게임, 출판, 만화, 음악 장르의 경우 '매일 이용'한다는 응답이 높은 반면, 영화, 애니메이션, 광고, 캐릭터 장르는 일주일에 '1~2일' 이용한다는 응답이 높게 나타남
 - 중앙값(median)을 기준으로 볼 때 출판, 게임, 만화, 음악이 5일로 가장 이용일수가 많았으며, 반면 영상물(영화, 애니메이션, 광고 등)은 2일로 상대적으로 적었음
 - 다만, 영상물 중 '방송'은 평균 3.7일, 중앙값이 3일로 다른 영상물보다는 이용 일수가 더 많은 것으로 나타남
- 이러한 이용일수의 차이는 콘텐츠별 이용행태의 특성과 관련이 깊은 것으로 보임
 - 가령, 모바일 디바이스 중심으로 이동시 이용이 잦고, 짧은 콘텐츠로 구성된 경우가 많은 출판(e-book), 만화(웹툰), 음악, 게임은 일상적 이용이 많아 이용일수가 많은 반면에 콘텐츠 이용에 상대적으로 많은 시간을 할애해야하기 때문에 주말 이용이 많은 영상물의 이용일수는 더 적은 것이라고 볼 수 있음
 - 그러나 방송은 예능 장르의 경우 클립 형태로 모바일을 통해서도 유통되는 경우가 많아 다른 영상물보다는 이용일수가 더 많은 것으로 나타남

[그림 2] 주 이용 콘텐츠 일주일 내 이용 일수

문) 최근(현재) “일주일 총 이용 시간 기준”으로 주로 이용하는 상위 콘텐츠 장르를 3개까지 선택해주시고, 선택하신 장르의 ‘일주일 내 평균 이용 일수’를 입력해주시시오.



[표 5] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 출판

(단위: %)

구분		사례수(명)	매일 이용	5일~6일	3일~4일	1일~2일	[평균: 일]	[중앙값: 일]
전체		(210)	28.6	22.4	15.7	33.3	4.19	5.00
성별	남성	(102)	25.5	23.5	16.7	34.3	4.10	4.00
	여성	(108)	31.5	21.3	14.8	32.4	4.28	5.00
연령	10대	(13)	23.1	30.8	0.0	46.2	4.00	5.00
	20대	(31)	22.6	22.6	16.1	38.7	3.90	4.00
	30대	(42)	35.7	23.8	7.1	33.3	4.43	5.00
	40대	(51)	33.3	19.6	7.8	39.2	4.25	5.00
	50대 이상	(73)	24.7	21.9	28.8	24.7	4.16	3.00

[표 6] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 만화

(단위: %)

구분		사례수(명)	매일 이용	5일~6일	3일~4일	1일~2일	[평균: 일]	[중앙값: 일]
전체		(258)	34.9	15.9	19.0	30.2	4.37	5.00
성별	남성	(123)	30.1	15.4	19.5	35.0	4.10	4.00
	여성	(135)	39.3	16.3	18.5	25.9	4.62	5.00
연령	10대	(28)	46.4	25.0	17.9	10.7	5.50	6.00
	20대	(59)	61.0	11.9	13.6	13.6	5.54	7.00
	30대	(63)	31.7	15.9	30.2	22.2	4.40	4.00
	40대	(57)	19.3	21.1	8.8	50.9	3.51	2.00
	50대 이상	(51)	19.6	9.8	23.5	47.1	3.33	3.00

[표 7] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 음악

(단위: %)

구분		사례수(명)	매일 이용	5일~6일	3일~4일	1일~2일	[평균: 일]	[중앙값: 일]
전체		(529)	30.6	23.6	18.3	27.4	4.38	5.00
성별	남성	(275)	26.9	25.5	17.8	29.8	4.22	5.00
	여성	(254)	34.6	21.7	18.9	24.8	4.55	5.00
연령	10대	(43)	53.5	18.6	18.6	9.3	5.40	7.00
	20대	(114)	48.2	30.7	7.0	14.0	5.40	6.00
	30대	(112)	33.0	30.4	14.3	22.3	4.75	5.00
	40대	(107)	21.5	15.9	19.6	43.0	3.57	3.00
	50대 이상	(153)	15.7	20.3	28.8	35.3	3.61	3.00

[표 8] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 게임

(단위: %)

구분		사례수(명)	매일 이용	5일~6일	3일~4일	1일~2일	[평균: 일]	[중앙값: 일]
전체		(362)	32.9	21.5	19.3	26.2	4.47	5.00
성별	남성	(206)	29.1	24.3	22.3	24.3	4.41	5.00
	여성	(156)	37.8	17.9	15.4	28.8	4.54	5.00
연령	10대	(40)	37.5	17.5	22.5	22.5	4.68	5.00
	20대	(73)	31.5	16.4	26.0	26.0	4.38	4.00
	30대	(72)	30.6	23.6	15.3	30.6	4.35	5.00
	40대	(90)	33.3	23.3	16.7	26.7	4.44	5.00
	50대 이상	(87)	33.3	24.1	18.4	24.1	4.56	5.00

[표 9] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 영화

(단위: %)

구분		사례수(명)	매일 이용	5일~6일	3일~4일	1일~2일	[평균: 일]	[중앙값: 일]
전체		(390)	4.4	7.7	21.8	66.2	2.33	2.00
성별	남성	(223)	5.4	6.7	22.9	65.0	2.38	2.00
	여성	(167)	3.0	9.0	20.4	67.7	2.26	2.00
연령	10대	(26)	3.8	0.0	23.1	73.1	2.04	2.00
	20대	(67)	4.5	9.0	26.9	59.7	2.51	2.00
	30대	(82)	3.7	12.2	24.4	59.8	2.52	2.00
	40대	(95)	5.3	10.5	21.1	63.2	2.42	2.00
	50대 이상	(120)	4.2	3.3	17.5	75.0	2.08	2.00

[표 10] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 애니메이션

(단위: %)

구분		사례수(명)	매일 이용	5일~6일	3일~4일	1일~2일	[평균: 일]	[중앙값: 일]
전체		(92)	5.4	9.8	13.0	71.7	2.27	2.00
성별	남성	(51)	5.9	11.8	15.7	66.7	2.39	2.00
	여성	(41)	4.9	7.3	9.8	78.0	2.12	2.00
연령	10대	(7)	14.3	14.3	28.6	42.9	3.14	3.00
	20대	(18)	5.6	11.1	22.2	61.1	2.56	2.00
	30대	(29)	10.3	10.3	6.9	72.4	2.55	2.00
	40대	(25)	0.0	8.0	8.0	84.0	1.72	1.00
	50대 이상	(13)	0.0	7.7	15.4	76.9	1.85	1.00

[표 11] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 방송

(단위: %)

구분		사례수(명)	매일 이용	5일~6일	3일~4일	1일~2일	[평균: 일]	[중앙값: 일]
전체		(344)	17.4	18.6	29.7	34.3	3.67	3.00
성별	남성	(161)	14.3	17.4	29.8	38.5	3.50	3.00
	여성	(183)	20.2	19.7	29.5	30.6	3.82	3.00
연령	10대	(24)	37.5	20.8	37.5	4.2	5.08	5.00
	20대	(72)	25.0	19.4	31.9	23.6	4.19	4.00
	30대	(67)	19.4	17.9	35.8	26.9	3.84	3.00
	40대	(80)	8.8	13.8	27.5	50.0	2.93	2.50
	50대 이상	(101)	12.9	21.8	23.8	41.6	3.44	3.00

[표 12] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 광고

(단위: %)

구분		사례수(명)	매일 이용	5일~6일	3일~4일	1일~2일	[평균: 일]	[중앙값: 일]
전체		(98)	18.4	14.3	12.2	55.1	3.15	2.00
성별	남성	(49)	18.4	4.1	12.2	65.3	2.73	2.00
	여성	(49)	18.4	24.5	12.2	44.9	3.57	3.00
연령	10대	(10)	0.0	10.0	0.0	90.0	1.90	2.00
	20대	(16)	25.0	18.8	18.8	37.5	3.75	3.50
	30대	(19)	31.6	15.8	26.3	26.3	4.16	4.00
	40대	(14)	14.3	0.0	14.3	71.4	2.36	1.50
	50대 이상	(39)	15.4	17.9	5.1	61.5	3.03	2.00

[표 13] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 캐릭터

(단위: %)

구분		사례수(명)	매일 이용	5일~6일	3일~4일	1일~2일	[평균: 일]	[중앙값: 일]
전체		(51)	9.8	11.8	11.8	66.7	2.47	2.00
성별	남성	(23)	4.3	13.0	8.7	73.9	2.13	1.00
	여성	(28)	14.3	10.7	14.3	60.7	2.75	2.00
연령	10대	(4)	0.0	0.0	0.0	100.0	1.50	1.50
	20대	(12)	8.3	16.7	25.0	50.0	2.67	2.00
	30대	(8)	12.5	37.5	0.0	50.0	3.38	3.50
	40대	(13)	0.0	7.7	7.7	84.6	1.77	1.00
	50대 이상	(14)	21.4	0.0	14.3	64.3	2.71	1.50

[표 14] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 평균 이용 일수 - 지식정보

(단위: %)

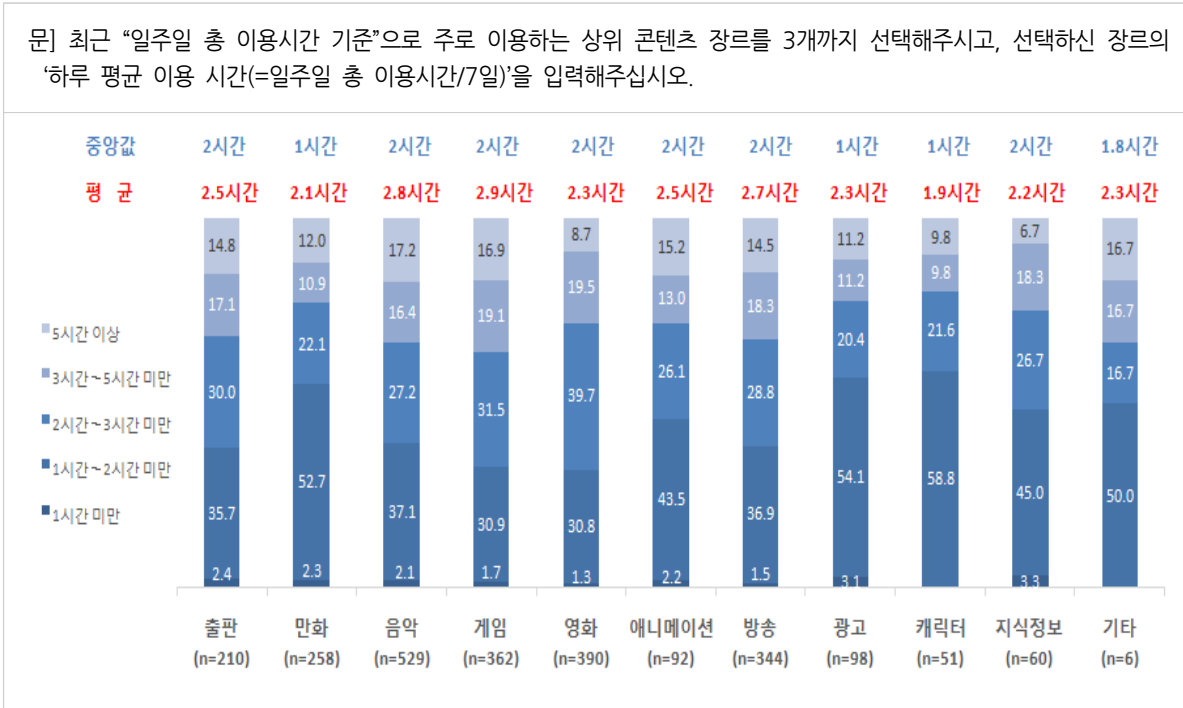
구분		사례수(명)	매일 이용	5일~6일	3일~4일	1일~2일	[평균: 일]	[중앙값: 일]
전체		(60)	21.7	13.3	23.3	41.7	3.50	3.00
성별	남성	(33)	21.2	9.1	27.3	42.4	3.36	3.00
	여성	(27)	22.2	18.5	18.5	40.7	3.67	3.00
연령	10대	(2)	0.0	0.0	50.0	50.0	2.50	2.50
	20대	(6)	0.0	16.7	33.3	50.0	2.67	2.50
	30대	(8)	37.5	25.0	12.5	25.0	4.75	5.00
	40대	(10)	20.0	20.0	30.0	30.0	3.70	3.00
	50대 이상	(34)	23.5	8.8	20.6	47.1	3.35	3.00

1.3 주 이용 콘텐츠의 하루 평균 이용 시간

□ 하루 평균 이용시간이 가장 많은 장르는 게임, 가장 적은 장르는 캐릭터

- 주 이용 콘텐츠의 하루 평균 이용 시간 중앙값이 가장 작은 장르는 만화, 광고, 캐릭터(1시간)
- 이들 콘텐츠는 구성이 대체로 짧다는 특성을 가지고 있음
- 평균 이용 시간이 가장 긴 장르는 게임(2.9시간)이었으며, 다음으로 음악(2.8시간)으로 나타남

[그림 3] 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간



[표 15] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 출판

(단위: %)

구분		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~5시간 미만	5시간 이상	[중앙값: 시간]	[평균: 시간]
전체		(210)	2.4	35.7	30.0	17.1	14.8	2.53	2.00
성별	남성	(102)	2.9	35.3	27.5	15.7	18.6	2.60	2.00
	여성	(108)	1.9	36.1	32.4	18.5	11.1	2.46	2.00
연령	10대	(13)	0.0	38.5	23.1	0.0	38.5	4.46	2.00
	20대	(31)	3.2	29.0	25.8	22.6	19.4	2.69	2.00
	30대	(42)	0.0	31.0	38.1	19.0	11.9	2.48	2.00
	40대	(51)	3.9	47.1	23.5	17.6	7.8	1.98	1.00
	50대 이상	(73)	2.7	32.9	32.9	16.4	15.1	2.53	2.00

[표 16] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 만화

(단위: %)

구분		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~5시간 미만	5시간 이상	[중앙값: 시간]	[평균: 시간]
전체		(258)	2.3	52.7	22.1	10.9	12.0	2.12	1.00
성별	남성	(123)	1.6	52.8	21.1	13.8	10.6	2.09	1.00
	여성	(135)	3.0	52.6	23.0	8.1	13.3	2.14	1.00
연령	10대	(28)	0.0	42.9	35.7	10.7	10.7	2.25	2.00
	20대	(59)	1.7	52.5	20.3	6.8	18.6	2.30	1.00
	30대	(63)	0.0	44.4	25.4	15.9	14.3	2.44	2.00
	40대	(57)	7.0	64.9	19.3	5.3	3.5	1.47	1.00
	50대 이상	(51)	2.0	54.9	15.7	15.7	11.8	2.15	1.00

[표 17] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 음악

(단위: %)

구분		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~5시간 미만	5시간 이상	[중앙값: 시간]	[평균: 시간]
전체		(529)	2.1	37.1	27.2	16.4	17.2	2.77	2.00
성별	남성	(275)	2.2	40.0	28.4	12.7	16.7	2.66	2.00
	여성	(254)	2.0	33.9	26.0	20.5	17.7	2.90	2.00
연령	10대	(43)	2.3	32.6	27.9	18.6	18.6	3.10	2.00
	20대	(114)	0.0	28.9	27.2	22.8	21.1	3.34	2.00
	30대	(112)	.9	32.1	33.0	17.9	16.1	2.60	2.00
	40대	(107)	4.7	47.7	23.4	15.0	9.3	2.22	1.00
	50대 이상	(153)	2.6	40.5	25.5	11.1	20.3	2.77	2.00

[표 18] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 게임

(단위: %)

구분		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~5시간 미만	5시간 이상	[중앙값: 시간]	[평균: 시간]
전체		(362)	1.7	30.9	31.5	19.1	16.9	2.85	2.00
성별	남성	(206)	1.9	29.6	34.0	19.4	15.0	2.78	2.00
	여성	(156)	1.3	32.7	28.2	18.6	19.2	2.93	2.00
연령	10대	(40)	0.0	32.5	40.0	12.5	15.0	3.10	2.00
	20대	(73)	1.4	21.9	31.5	24.7	20.5	3.02	2.00
	30대	(72)	0.0	27.8	34.7	22.2	15.3	2.90	2.00
	40대	(90)	5.6	36.7	30.0	16.7	11.1	2.19	2.00
	50대 이상	(87)	0.0	34.5	26.4	17.2	21.8	3.21	2.00

[표 19] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 영화

(단위: %)

구분		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~5시간 미만	5시간 이상	[중앙값: 시간]	[평균: 시간]
전체		(390)	1.3	30.8	39.7	19.5	8.7	2.30	2.00
성별	남성	(223)	1.3	32.7	38.1	19.7	8.1	2.24	2.00
	여성	(167)	1.2	28.1	41.9	19.2	9.6	2.38	2.00
연령	10대	(26)	3.8	30.8	30.8	26.9	7.7	2.63	2.00
	20대	(67)	0.0	26.9	37.3	23.9	11.9	2.49	2.00
	30대	(82)	1.2	24.4	32.9	29.3	12.2	2.70	2.00
	40대	(95)	2.1	33.7	40.0	17.9	6.3	2.04	2.00
	50대 이상	(120)	.8	35.0	47.5	10.0	6.7	2.05	2.00

[표 20] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 애니메이션

(단위: %)

구분		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~5시간 미만	5시간 이상	[중앙값: 시간]	[평균: 시간]
전체		(92)	2.2	43.5	26.1	13.0	15.2	2.50	2.00
성별	남성	(51)	3.9	43.1	27.5	11.8	13.7	2.27	2.00
	여성	(41)	0.0	43.9	24.4	14.6	17.1	2.78	2.00
연령	10대	(7)	0.0	0.0	57.1	28.6	14.3	3.29	2.00
	20대	(18)	0.0	50.0	0.0	27.8	22.2	3.39	2.00
	30대	(29)	0.0	37.9	27.6	10.3	24.1	2.90	2.00
	40대	(25)	8.0	56.0	28.0	4.0	4.0	1.48	1.00
	50대 이상	(13)	0.0	46.2	38.5	7.7	7.7	1.92	2.00

[표 21] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루 평균 이용 시간 - 방송

(단위: %)

구분		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~5시간 미만	5시간 이상	[중앙값: 시간]	[평균: 시간]
전체		(344)	1.5	36.9	28.8	18.3	14.5	2.72	2.00
성별	남성	(161)	1.2	41.6	25.5	17.4	14.3	2.60	2.00
	여성	(183)	1.6	32.8	31.7	19.1	14.8	2.82	2.00
연령	10대	(24)	0.0	16.7	33.3	33.3	16.7	3.46	2.50
	20대	(72)	0.0	25.0	27.8	29.2	18.1	3.06	2.00
	30대	(67)	4.5	32.8	25.4	14.9	22.4	3.23	2.00
	40대	(80)	0.0	48.8	36.3	11.3	3.8	2.05	2.00
	50대 이상	(101)	2.0	43.6	24.8	14.9	14.9	2.49	2.00

[표 22] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루평균 이용 시간 - 광고

(단위: %)

구분		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~5시간 미만	5시간 이상	[중앙값: 시간]	[평균: 시간]
전체		(98)	3.1	54.1	20.4	11.2	11.2	2.29	1.00
성별	남성	(49)	2.0	46.9	22.4	14.3	14.3	2.58	2.00
	여성	(49)	4.1	61.2	18.4	8.2	8.2	2.00	1.00
연령	10대	(10)	10.0	20.0	40.0	0.0	30.0	3.05	2.00
	20대	(16)	0.0	50.0	18.8	25.0	6.3	1.94	1.50
	30대	(19)	0.0	57.9	10.5	10.5	21.1	3.58	1.00
	40대	(14)	0.0	50.0	28.6	21.4	0.0	1.71	1.50
	50대 이상	(39)	5.1	64.1	17.9	5.1	7.7	1.82	1.00

[표 23] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루평균 이용 시간 - 캐릭터

(단위: %)

구분		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~5시간 미만	5시간 이상	[중앙값: 시간]	[평균: 시간]
전체		(51)	58.8	21.6	9.8	9.8	1.86	1.00	111
성별	남성	(23)	52.2	21.7	8.7	17.4	2.09	1.00	107
	여성	(28)	64.3	21.4	10.7	3.6	1.68	1.00	114
연령	10대	(4)	0.0	75.0	25.0	0.0	2.25	2.00	205
	20대	(12)	50.0	25.0	8.3	16.7	2.17	1.50	123
	30대	(8)	62.5	25.0	0.0	12.5	1.75	1.00	136
	40대	(13)	69.2	15.4	7.7	7.7	1.62	1.00	87
	50대 이상	(14)	71.4	7.1	14.3	7.1	1.79	1.00	83

[표 24] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 하루평균 이용 시간 - 지식정보

(단위: %)

구분		사례수 (명)	1시간 미만	1~2시간 미만	2~3시간 미만	3~5시간 미만	5시간 이상	[중앙값: 시간]	[평균: 시간]
전체		(60)	3.3	45.0	26.7	18.3	6.7	2.23	2.00
성별	남성	(33)	0.0	42.4	30.3	18.2	9.1	2.48	2.00
	여성	(27)	7.4	48.1	22.2	18.5	3.7	1.93	1.00
연령	10대	(2)	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	1.50	1.50
	20대	(6)	0.0	33.3	50.0	16.7	0.0	2.00	2.00
	30대	(8)	0.0	37.5	25.0	25.0	12.5	2.88	2.00
	40대	(10)	0.0	50.0	40.0	10.0	0.0	1.60	1.50
	50대 이상	(34)	5.9	47.1	17.6	20.6	8.8	2.35	1.00

1.4 주 이용 콘텐츠 월평균 이용 금액

□ 응답자의 85.4%가 유료 콘텐츠 이용, 가장 많이 지출하는 장르는 게임

- 헤비 유저(heavy user)의 극단치를 보정하기 위해 중앙값(median) 기준으로 보면, 주 이용 콘텐츠별 대략 월평균 6,365원을 쓰는 것으로 나타나, 2017년도 5,000원에 보다 상승
- 평균값으로 보면, 게임이 14,507원으로 가장 높았으며, 다음으로 영화(11,324원), 출판(11,155원) 순으로 조사됨
- 게임은 이용 시간도 가장 많으면서 이용 금액도 가장 많아 이용자와 사업자 간 잠재적인 갈등 발생 가능성도 높을 것으로 예측할 수 있음
- 한편, 광고의 경우 중앙값은 5,000원으로 낮지만 평균값이 13,038원으로 게임 다음으로 높게 나타나 높은 지출을 하는 이용자 비중이 응답자 중 상대적으로 많은 것을 알 수 있음

[그림 4] 주 이용 콘텐츠 월평균 이용 금액

문] '월평균 이용금액 기준'으로 주로 이용하는 상위 콘텐츠 장르를 3개까지 선택해주시고, 선택하신 장르의 '월평균 이용 금액'(부가세 포함 총액 기준)을 입력해주시시오.



[표 25] 응답자 특성별 주 이용 콘텐츠 월평균 이용 금액

(단위: 원)

구분		출판		만화		음악		게임	
		중앙값	평균	중앙값	평균	중앙값	평균	중앙값	평균
전체		6,000	11,155	5,000	7,805	6,000	7,173	10,000	14,507
성별	남성	5,700	10,543	5,000	7,387	5,000	6,673	10,000	16,605
	여성	8,000	11,818	5,000	8,248	7,000	7,748	7,000	10,793
연령	10대	6,550	15,092	2,500	8,436	5,000	6,281	7,000	15,048
	20대	9,000	12,533	3,000	6,785	5,000	6,882	8,000	16,081
	30대	8,500	10,545	5,000	8,635	5,900	7,032	7,750	17,556
	40대	5,000	9,974	5,000	5,800	7,000	7,806	10,000	11,533
	50대 이상	7,500	10,818	5,000	9,637	7,000	7,286	10,000	14,051
최종학력	고졸 이하	5,700	12,845	5,000	9,220	6,000	7,299	10,000	15,362
	대재 이상	7,000	10,647	5,000	7,409	6,000	7,146	10,000	14,268
가구소득 (월평균)	400만 원 미만	5,000	9,678	3,150	7,034	5,000	6,056	10,000	15,674
	600만 원 미만	10,000	12,938	5,000	8,388	6,850	7,805	5,000	10,909
	600만 원 이상	10,000	11,064	5,000	8,188	7,000	7,866	10,000	16,389

구분		영화		애니메이션		방송	
		중앙값	평균	중앙값	평균	중앙값	평균
전체		10,000	11,324	9,450	8,091	5,000	8,301
성별	남성	10,000	12,534	9,950	8,675	5,000	8,126
	여성	10,000	9,596	8,500	7,462	5,000	8,491
연령	10대	10,000	9,573	2,000	4,286	6,500	6,000
	20대	10,000	14,015	10,000	9,857	6,700	10,700
	30대	9,900	11,494	10,000	9,243	5,500	9,307
	40대	10,000	10,261	5,000	5,944	5,000	7,065
	50대 이상	10,000	10,844	10,000	8,600	5,000	7,364
최종학력	고졸 이하	10,000	10,626	9,900	7,913	5,000	10,000
	대재 이상	10,000	11,468	9,000	8,159	5,000	7,978
가구소득 (월평균)	400만 원 미만	9,900	10,839	7,450	7,154	5,000	8,056
	600만 원 미만	10,000	11,902	8,500	8,367	5,000	7,548
	600만 원 이상	10,000	11,389	10,000	9,156	7,500	9,587

구분		광고		캐릭터		지식정보	
		중앙값	평균	중앙값	평균	중앙값	평균
전체		5,000	13,038	2,200	4,971	5,000	7,048
성별	남성	2,650	12,406	2,800	6,400	5,000	8,676
	여성	5,000	13,459	2,200	4,047	2,000	5,071
연령	10대	1,000	1,000	5,000	5,000	1,000	1,000
	20대	9,000	14,000	2,000	2,000	1,000	9,800
	30대	5,000	32,333	3,900	4,138	20,000	20,000
	40대	3,000	5,500	1,000	8,600	2,000	2,667
	50대 이상	3,150	6,044	2,000	4,710	4,000	4,472
최종학력	고졸 이하	10,000	16,375	3,000	4,314	3,500	4,167
	대재 이상	3,000	12,316	2,000	5,190	5,000	7,740
가구소득 (월평균)	400만 원 미만	1,000	6,813	2,000	3,423	8,000	10,417
	600만 원 미만	5,000	11,500	5,000	8,167	2,000	3,550
	600만 원 이상	3,300	22,592	2,200	5,078	3,000	6,444

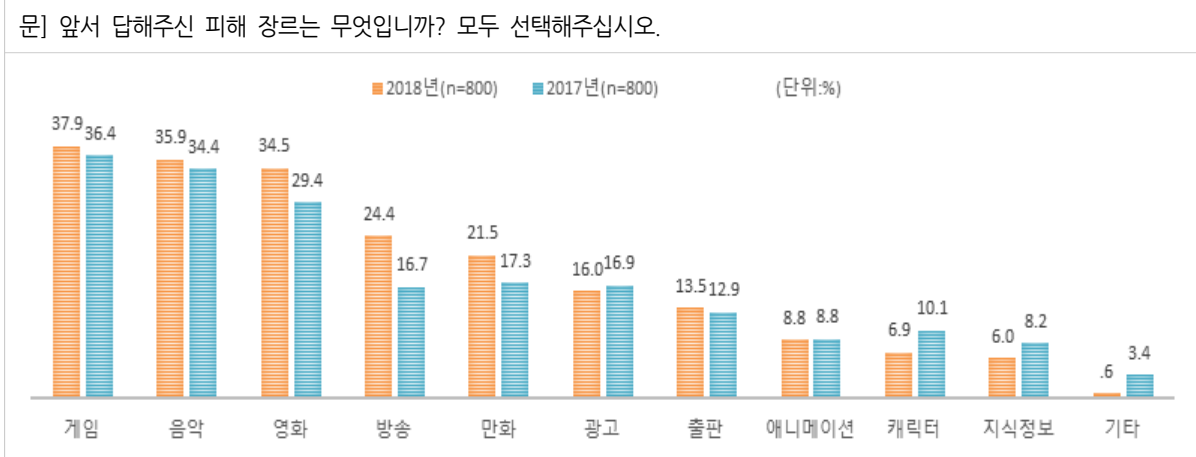
2. 콘텐츠 이용피해

2.1 콘텐츠 이용피해 장르

□ 게임 장르에 대한 이용 피해가 가장 많은 것으로 응답

- 본 조사 응답자의 이용피해를 입은 장르에 대한 질문에서 전체 응답자의 37.9%가 게임 콘텐츠 서비스에서 피해를 입은 경험이 있다고 응답하였으며, 그 다음 음악(35.9%), 영화(34.5%), 방송(24.4%), 만화(21.5%), 광고(16.0%) 콘텐츠 순으로 피해 경험률이 높은 것으로 나타남
- 성별로는 남성은 게임(42.0%), 여성은 음악(37.6%)에서 각각 피해 경험률이 가장 높음
- 연령별로는 10대(56.1%), 20대(40.4%)와 40대는 게임(40.4%) 피해 경험률이, 30대(43.7%)는 음악 피해 경험률이, 50대 이상(34.5%)은 영화 피해 경험률이 가장 높게 나타남
- 가구 소득별은 모든 이용자층에서 게임 피해 이용률이 가장 높음

[그림 5] 콘텐츠 이용피해 장르



[표 26] 응답자 특성별 콘텐츠 이용피해 장르

(단위: %, 중복응답)

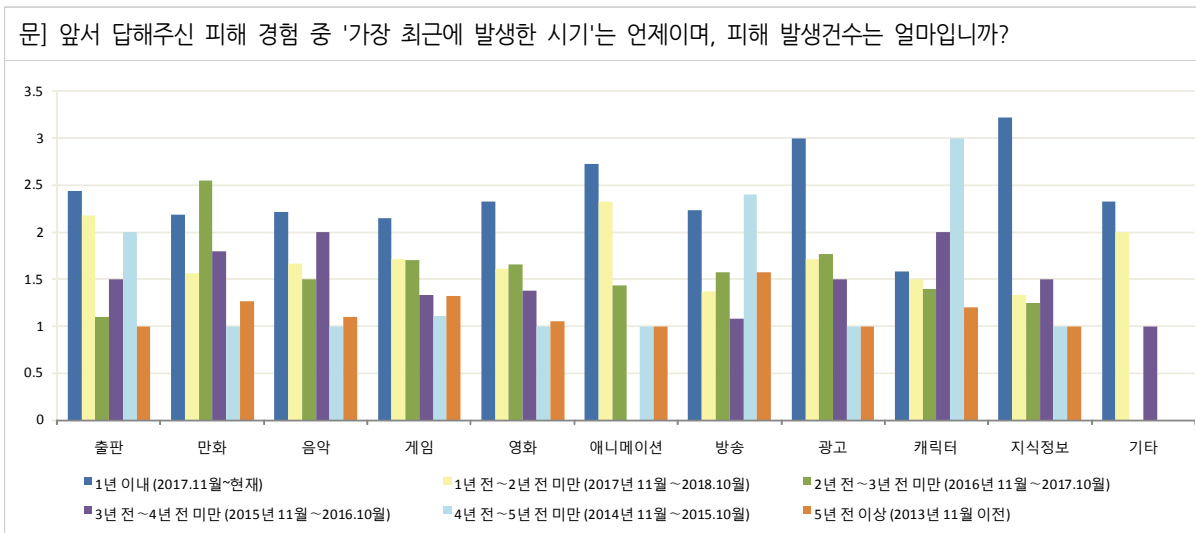
구분	사례 수 (명)	출판	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	기타
전체	(800)	13.5	21.5	35.9	37.9	34.5	8.8	24.4	16.0	6.9	6.0	0.6
성별	남성	(416)	14.9	23.8	34.9	44.7	36.8	10.3	22.6	17.3	6.3	0.7
	여성	(384)	12.0	19.0	37.0	30.5	32.0	7.0	26.3	14.6	7.6	0.5
연령	10대	(66)	4.5	24.2	33.3	56.1	28.8	15.2	22.7	27.3	7.6	0.0
	20대	(156)	10.3	23.1	38.5	40.4	34.6	10.9	28.2	14.7	7.1	0.6
	30대	(168)	11.9	28.0	38.7	33.3	37.5	9.5	26.2	14.3	6.5	1.8
	40대	(181)	12.7	17.7	34.8	41.4	33.7	8.3	21.0	11.0	5.5	0.0
	50대 이상	(229)	20.1	17.9	33.6	31.4	34.5	5.2	23.6	18.8	7.9	0.4
가구소득 (월평균)	400만 원 미만	(325)	12.9	19.7	35.7	36.3	31.4	7.7	25.5	15.7	6.5	1.2
	600만 원 미만	(242)	12.0	19.0	34.3	40.5	36.4	9.5	23.6	15.3	6.2	0.0
	600만 원 이상	(233)	15.9	26.6	37.8	37.3	36.9	9.4	23.6	17.2	8.2	0.4

2.2 콘텐츠 이용피해 시기 및 평균 발생 건수

□ 전반적으로 최근 1년 내 피해 건수가 많은 편이었으나, 장르에 따라서는 과거 2~3년 전의 피해 사례가 최근 1년보다 더 많아도 응답하기도 함

- 최근 1년 이내 피해 평균 발생 건수는 지식정보가 3.22건으로 가장 많았으며, 그 다음 애니메이션(2.73건), 출판(2.44건), 만화(2.19건), 게임(2.15건) 콘텐츠 순으로 높게 나타남
- 만화는 최근 1년보다 오히려 2년 전~3년 전 미만(2016년 11월~2017년 10월)에 피해가 더 많다고 응답하고 있는데, 이는 당시 만화전문 플랫폼이 우후죽순으로 나타나면서 관련 피해도 많았던 것으로 추정할 수 있음
- 방송과 캐릭터 또한 최근보다는 4년 전~5년 전 미만의 피해 사례가 더 많아 관련 분야 시장의 시기적 시장 환경이 콘텐츠 이용피해와도 관련이 있음을 알 수 있음

[그림 6] 콘텐츠 이용피해 시기 및 발생 건수



[표 27] 콘텐츠 이용피해 시기 및 평균 발생 건수

(이용피해 경험자, 단위: 건)

구분	출판	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식정보	기타
사례수(명)	(108)	(172)	(287)	(303)	(276)	(70)	(195)	(128)	(55)	(48)	(5)
1년 이내 ('17.11월~현재)	2.44	2.19	2.22	2.15	2.33	2.73	2.23	3.00	1.58	3.22	2.33
1년 전~2년 전 미만 ('17년 11월~'18.10월)	2.18	1.56	1.67	1.71	1.61	2.33	1.37	1.71	1.50	1.33	2.00
2년 전~3년 전 미만 ('16년 11월~'17.10월)	1.10	2.55	1.50	1.70	1.66	1.43	1.57	1.77	1.40	1.25	0.0
3년 전~4년 전 미만 ('15년 11월~'16.10월)	1.50	1.80	2.00	1.33	1.38	0.00	1.08	1.50	2.00	1.50	1.00
4년 전~5년 전 미만 ('14년 11월~'15.10월)	2.00	1.00	1.00	1.11	1.00	1.00	2.40	1.00	3.00	1.00	0.0
5년 전 이상 ('13년 11월 이전)	1.00	1.27	1.10	1.32	1.05	1.00	1.57	1.00	1.20	1.00	0.0

주) 광고의 경우 다른 콘텐츠의 '허위/과장 광고에 의한 피해' 건수까지 반영된 것으로 추정되어 분석에서 제외함

주) 기타의 경우 전체 사례수가 과소하여 분석에서 제외함

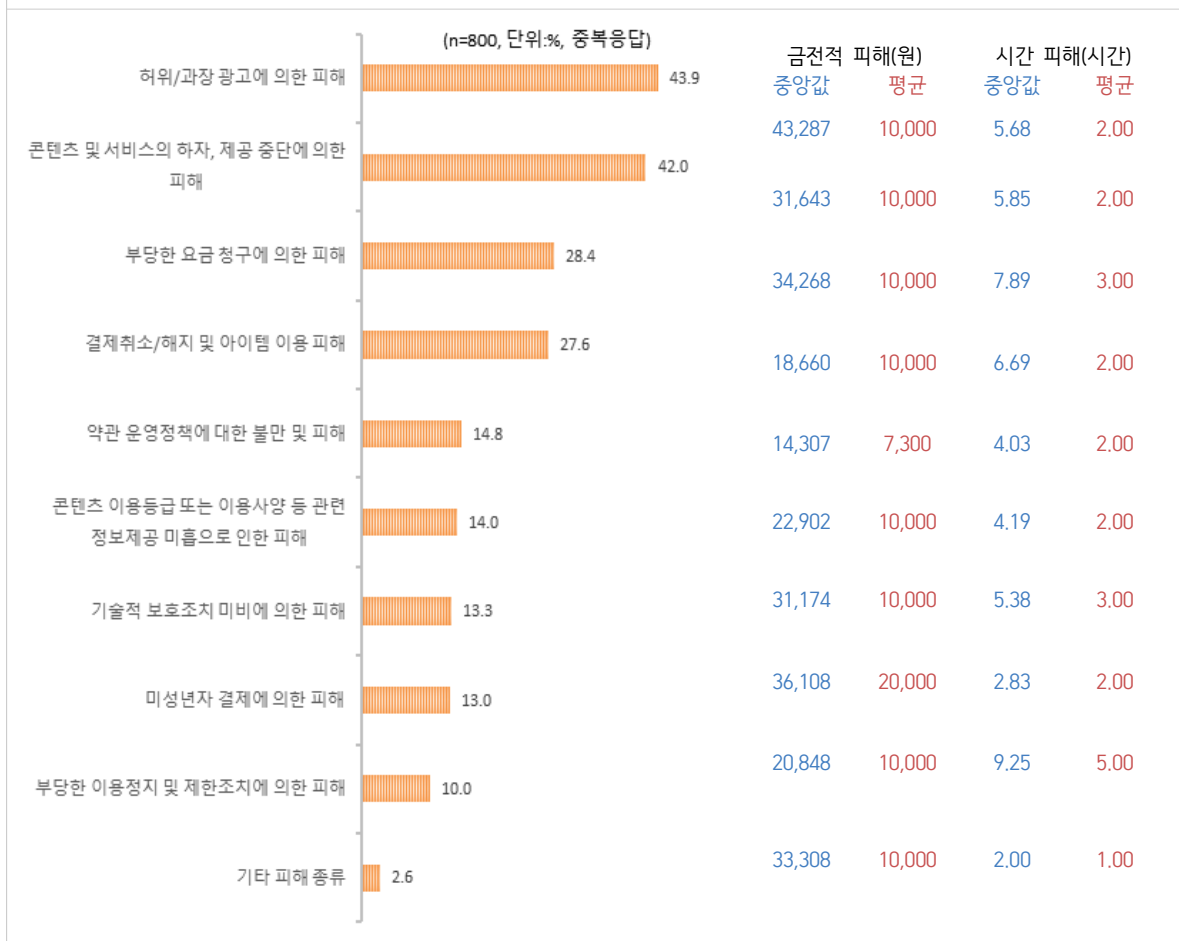
2.3 과거 경험한 콘텐츠 이용피해 종류

□ 허위, 과장 광고와 콘텐츠 및 서비스 하자로 인한 피해가 가장 많은 편

- 조사대상자들이 콘텐츠 이용 시 입은 피해는 '허위/과장 광고에 의한 피해'가 43.9%로 가장 많은 것으로 조사되었으며, 다음으로 '콘텐츠 및 서비스 하자, 제공 중단에 의한 피해'(42.0%), '부당한 요금 청구에 의한 피해'(28.4%), '결제 취소/해지 및 아이템 이용피해'(27.6%) 등의 피해를 콘텐츠 이용 중 경험한 것으로 조사됨
- 중앙값 기준으로 금전적 피해가 가장 큰 종류는 '미성년자 결제에 의한 피해'(2만 원)였으며, 그 외 대부분 중앙값 기준 1만 원 정도 피해를 본 것으로 나타남
 - 미성년자의 피해사례는 적은 편이나, 일단 발생하면 금전적, 정신적 피해가 상당함으로 제도적으로 피해발생 원인을 원천적으로 줄일 수 있는 방안을 마련하는 것이 필요
- 시간적 피해의 경우 평균값 기준으로 '부당한 이용 정지 및 제한 조치에 의한 피해'에서 5시간 정도의 피해를 입었다고 응답하여 높은 값을 보였으며, 다른 대부분의 피해는 2시간 정도의 피해를 입었다고 응답하였음

[그림 7] 과거 경험한 콘텐츠 이용피해 종류

문) 귀하가 콘텐츠를 이용 중에 '과거 발생한 모든 피해'의 종류를 모두 선택해주시고, 해당 피해의 규모를 기입해주시시오.



□ 남성은 ‘기술적 보호조치 미비에 의한 피해’, ‘부당한 이용정지 및 제한조치에 의한 피해’가 여성보다 상대적으로 많았으며, 여성은 ‘미성년자 결제에 의한 피해’가 많다고 응답

- 전체적으로 성별 이용피해 종류에 큰 차이는 없었으나, 남성은 기술이나 이용사양 관련하여 피해를 입었다는 경우가 많아 기술지향적인 콘텐츠를 주로 소비하는 것을 알 수 있음
 - 여성 조사 대상자로부터 ‘미성년자 결제에 의한 피해’ 응답이 남성보다 많은 것은 자녀사례에 대한 응답이 상당수 포함되었기 때문인 것으로 보임
 - 실제로 해당 피해를 입었다는 응답자의 연령 구성비를 보면 40세~65세가 30.6%로 가장 많은 비중을 차지함
- 연령별로 보면, 19세 이하 연령층의 경우 ‘허위/과장 광고에 의한 피해’가 다른 연령대에 비해 높았으며, 상대적으로 5대 이상의 중장년층에서는 ‘콘텐츠 및 서비스의 하자, 제공 중단에 의한 피해’가 높게 나타남
 - ‘약관 운영정책에 대한 불만 및 피해’는 10대가 가장 많았으며, 다음으로 20대가 많아 상대적으로 젊은 층에서 약관 운영에 대한 불만을 가진 경우가 많은 것을 알 수 있었음

[표 28] 응답자 특성별 과거 경험한 콘텐츠 이용피해 종류

(단위: %)

구분	전체	성별		연령				
		남성	여성	14~19세	20~29세	30~39세	40~49세	50~65세
사례수(명)	(800)	(416)	(384)	(66)	(156)	(168)	(181)	(229)
허위/과장 광고에 의한 피해	43.9	46.2	41.4	48.5	47.4	47.6	38.7	41.5
콘텐츠 및 서비스의 하자, 제공 중단에 의한 피해	42.0	42.8	41.1	34.8	36.5	43.5	44.2	45.0
부당한 요금 청구에 의한 피해	28.4	27.9	28.9	18.2	27.6	35.1	24.3	30.1
결제취소/해지 및 아이템 이용 피해	27.6	28.6	26.6	21.2	31.4	32.7	23.8	26.2
기술적 보호조치 미비에 의한 피해	13.3	15.4	10.9	10.6	10.9	18.5	14.4	10.9
미성년자 결제에 의한 피해	13.0	11.3	14.8	13.6	9.0	10.7	14.4	16.2
부당한 이용정지 및 제한조치에 의한 피해	10.0	12.0	7.8	6.1	13.5	10.7	9.4	8.7
콘텐츠 이용등급 또는 이용사양 등 관련 정보제공 미흡으로 인한 피해	14.0	15.1	12.8	12.1	17.3	13.7	13.3	13.1
약관 운영정책에 대한 불만 및 피해	14.8	15.9	13.5	24.2	19.2	14.3	9.9	13.1
기타 피해 종류	2.6	2.9	2.3	4.5	1.9	0.6	1.7	4.8

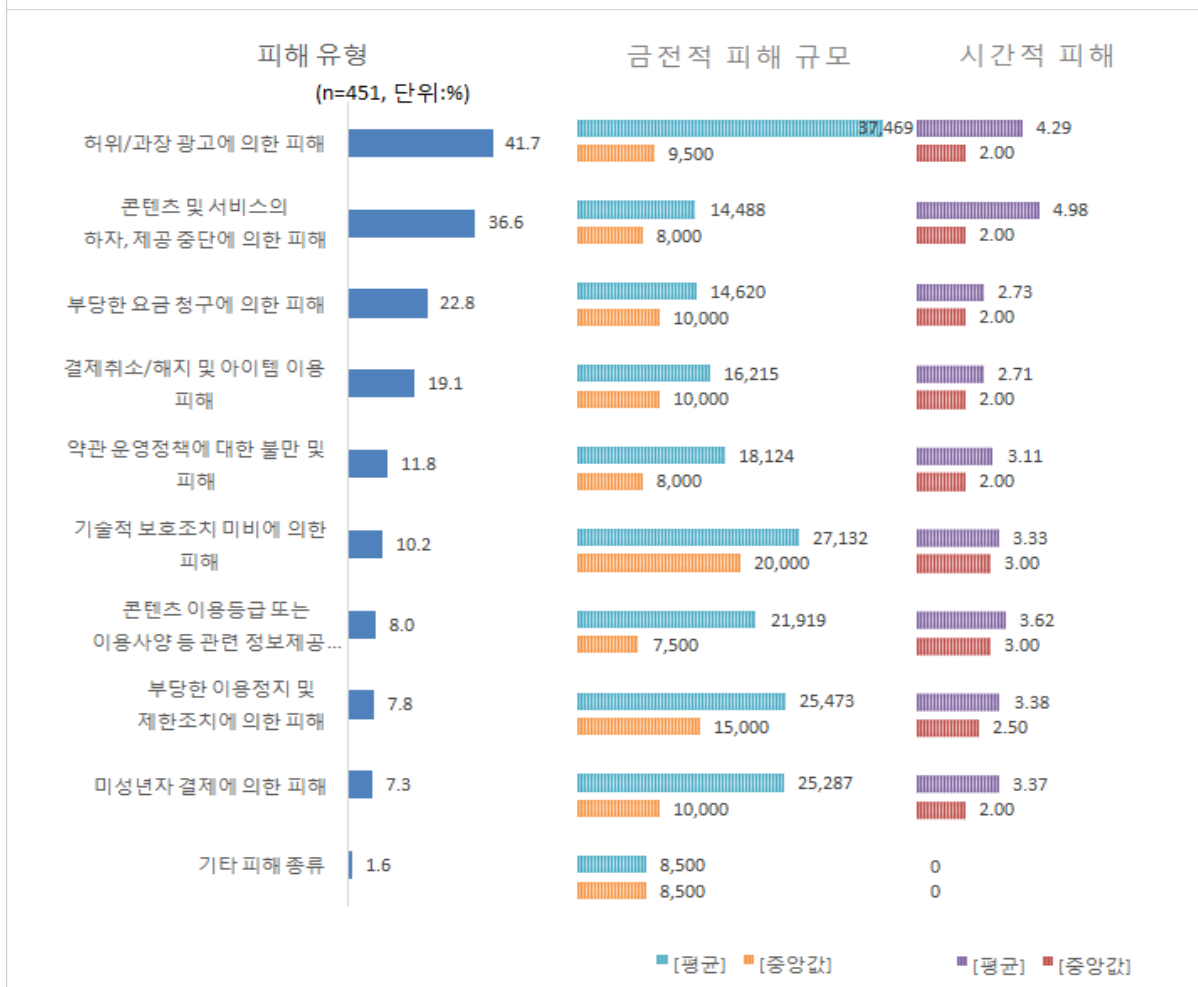
2.4 최근 1년 내 경험한 콘텐츠 이용피해 종류

□ 허위/과장 광고에 의한 피해가 가장 많고, 금전적 피해도 가장 큰 것으로 나타남

- 최근 1년 내 경험한 콘텐츠 이용피해는 ‘허위/과장 광고에 의한 피해’가 41.7%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘콘텐츠 및 서비스 하자, 제공 중단에 의한 피해’(36.6%), ‘부당한 요금 청구에 의한 피해’(22.8%), ‘결제 취소/해지 및 아이템 이용피해’(19.1%) 등의 순으로 나타남
- 중앙값 기준으로 금전적 피해가 가장 큰 종류는 ‘부당한 이용정지 및 제한조치에 의한 피해’였으며, 그 외 대부분 7,500원~2만 원 정도 피해를 본 것으로 나타남
 - 시간적 피해의 경우 중앙값 기준으로 ‘기술적 보호조치 미비에 의한 피해’와 ‘콘텐츠 이용등급 또는 이용사양 등 관련 정보제공 미흡으로 인한 피해’가 3시간으로 가장 높았으며, 나머지 피해는 대부분 2시간의 피해를 입었다고 응답함

[그림 8] 최근 1년 내 경험한 콘텐츠 이용피해 종류

문] ‘최근 1년 내 발생하였던 피해’의 종류를 모두 선택해주시고, 해당 피해의 규모를 기입해주시시오.



- 성별, 연령별로 살펴봐도 모두 '허위/과장 광고에 의한 피해'가 가장 높게 나타남
- 여성 응답자가 남성응답자보다 높게 나타난 피해 종류는 '부당한 요금 청구에 의한 피해'와 '결제취소/해지 및 아이템 이용 피해'였음
 - '부당한 요금 청구에 의한 피해'는 특히 30대에서 다른 연령대보다 피해를 입은 비중이 높은 것으로 나타났음

[표 29] 응답자 특성별 최근 1년 내 경험한 콘텐츠 이용피해 종류

(단위: %)

구분	전체	성별		연령				
		남성	여성	14~19세	20~29세	30~39세	40~49세	50~65세
사례수(명)	(451)	(242)	(209)	(42)	(99)	(101)	(90)	(119)
허위/과장 광고에 의한 피해	41.7	42.6	40.7	42.9	51.5	39.6	38.9	37.0
콘텐츠 및 서비스의 하자, 제공 중단에 의한 피해	36.6	37.6	35.4	38.1	39.4	38.6	33.3	34.5
부당한 요금 청구에 의한 피해	22.8	21.5	24.4	19.0	22.2	35.6	15.6	19.3
결제취소/해지 및 아이템 이용 피해	19.1	18.2	20.1	14.3	16.2	25.7	20.0	16.8
기술적 보호조치 미비에 의한 피해	10.2	11.6	8.6	11.9	7.1	16.8	10.0	6.7
미성년자 결제에 의한 피해	7.3	7.9	6.7	14.3	6.1	5.0	8.9	6.7
부당한 이용정지 및 제한조치에 의한 피해	7.8	9.5	5.7	7.1	7.1	10.9	10.0	4.2
콘텐츠 이용등급 또는 이용사양 등 관련 정보제공 미흡으로 인한 피해	8.0	7.9	8.1	11.9	12.1	5.9	5.6	6.7
약관 운영정책에 대한 불만 및 피해	11.8	12.0	11.5	16.7	11.1	11.9	11.1	10.9
기타 피해 종류	1.6	1.2	1.9	7.1	1.0	1.0	1.1	.8

3. 콘텐츠 상해 이용피해

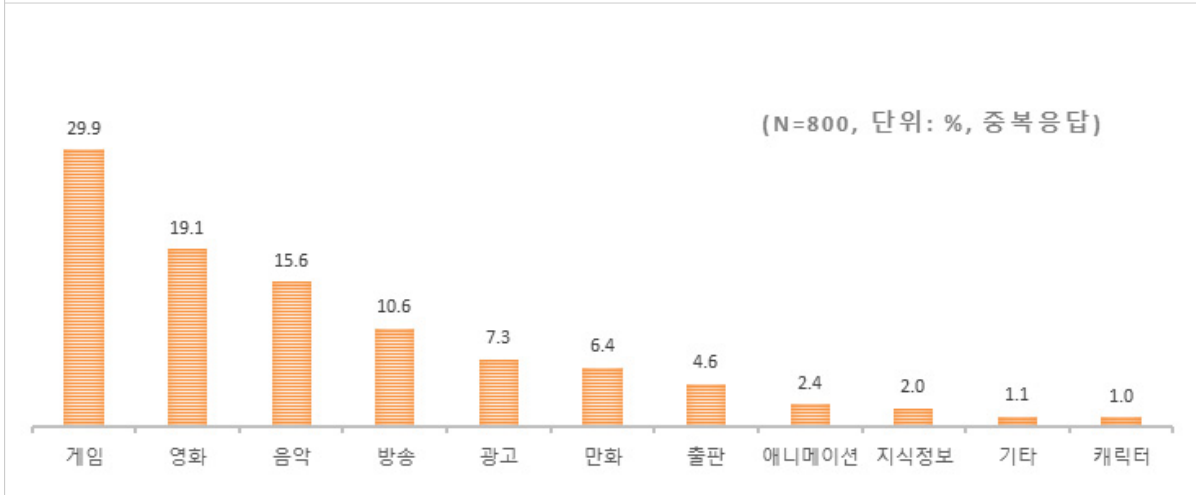
3.1 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 장르

□ 게임 장르에 대한 피해 규모가 가장 컸다는 응답 비중이 높았음

- 피해 경험 중 가장 규모가 컸던 장르에 대해 전체 응답자의 29.9%가 게임이라고 응답하였으며, 그 다음 영화(19.1%), 음악(15.6%) 콘텐츠 순으로 높게 나타남
- 성별, 연령별, 가구소득별 모든 응답에서 게임 콘텐츠 피해 경험률이 가장 높음

[그림 9] 가장 최근의 콘텐츠 이용피해 장르

문) 귀하께서 경험하셨던 모든 콘텐츠 이용피해 중 '가장 규모가 컸다고 생각하는' 장르는 무엇입니까?
모두 선택해주십시오.



[표 30] 응답자 특성별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 장르

(단위: %, 중복응답)

구분		사례 수 (명)	출판	만화	음악	게임	영화	애니메이션	방송	광고	캐릭터	지식 정보	기타
전체		(800)	4.6	6.4	15.6	29.9	19.1	2.4	10.6	7.3	1.0	2.0	1.1
성별	남성	(416)	4.1	7.0	12.3	35.3	23.1	.7	7.7	5.5	.7	2.4	1.2
	여성	(384)	5.2	5.7	19.3	24.0	14.8	4.2	13.8	9.1	1.3	1.6	1.0
연령	10대	(66)	3.0	12.1	18.2	37.9	9.1	1.5	6.1	7.6	0.0	4.5	0.0
	20대	(156)	3.2	6.4	16.7	29.5	16.0	3.2	13.5	9.0	.6	1.3	.6
	30대	(168)	3.6	4.8	16.7	24.4	23.2	2.4	15.5	6.0	0.0	2.4	1.2
	40대	(181)	3.9	8.3	13.3	35.4	21.5	3.3	8.3	4.4	.6	1.1	0.0
	50대 이상	(229)	7.4	4.4	15.3	27.5	19.2	1.3	8.3	9.2	2.6	2.2	2.6
가구소득 (월평균)	400만 원 미만	(325)	5.5	5.5	15.7	29.2	18.5	2.8	10.5	7.4	1.5	2.2	1.2
	600만 원 미만	(242)	3.7	6.6	14.0	31.8	19.8	2.1	11.2	7.0	.4	2.5	.8
	600만 원 이상	(233)	4.3	7.3	17.2	28.8	19.3	2.1	10.3	7.3	.9	1.3	1.3

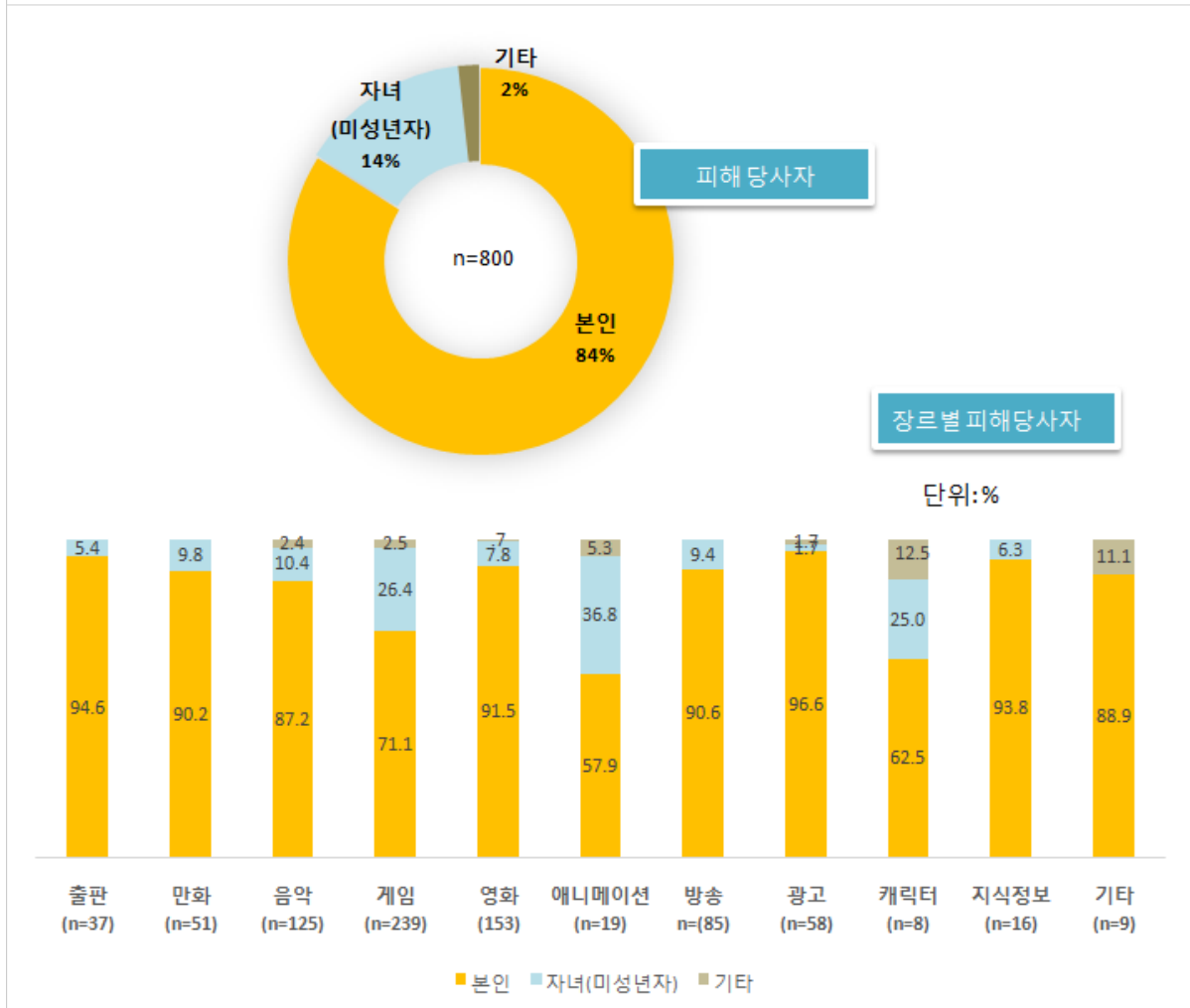
3.2 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 당사자

□ 콘텐츠 이용피해 시 콘텐츠를 이용한 사람은 응답자 자신인 경우가 대부분

- 모든 콘텐츠에서 가장 규모가 컸던 이용피해 당사자는 대부분 조사대상자 본인이었던 것으로 나타남
- 미성년 자녀였다는 응답은 애니메이션(36.8%), 캐릭터(26.0%), 게임(26.4%) 등의 순으로 높았음
- 다만, 애니메이션과 캐릭터의 경우 피해 사례가 소수라 해석에 유의할 필요가 있음

[그림 10] 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 당사자

문] 해당 피해의 당사자(콘텐츠를 이용한 사람)는 누구입니까?

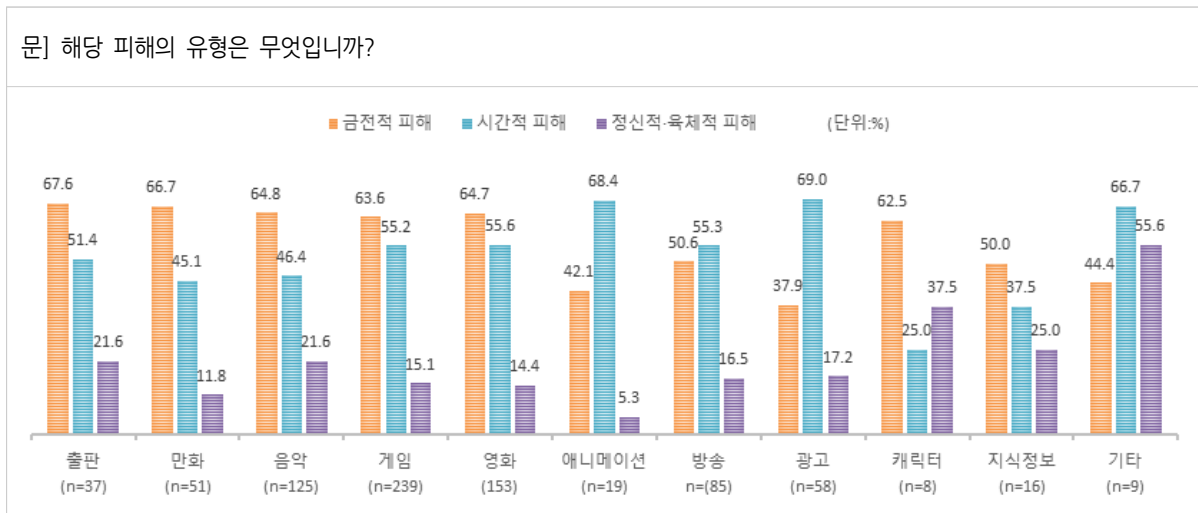


3.3 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 유형

□ 금전적 피해에 대한 인식이 전반적으로 높았으며, 애니메이션, 방송, 광고는 시간적 피해를 보다 크게 인식

- 피해 유형을 보면 대부분 콘텐츠에서 금전적, 시간적 피해를 입은 것으로 나타났으며, 정신적·육체적 피해도 평균 17%로 조사되었음
- 금전적 피해의 경우 출판(67.6%)이 가장 높게 나타났으며, 만화, 음악, 게임, 영화, 캐릭터에서 대부분 높은 응답을 보임.
- 애니메이션의 경우 사례 수가 과소하여 해석에 유의할 필요가 있음
- 연령별로는 40대에서 금전적 피해가 가장 많이 발생하였으며, 시간적 피해는 50대 이상에서 가장 많이 발생한 것으로 나타남

[그림 11] 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 유형



주) 광고의 경우 다른 콘텐츠의 '허위/과장 광고에 의한 피해' 건수까지 반영된 것으로 추정되어 분석에서 제외함

[표 31] 응답자 특성별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 유형

(단위: %, 중복응답)

구분		사례수 (명)	금전적 피해	시간적 피해	정신적·육체적 피해
전체		(800)	60.1	53.9	17.0
성별	남성	(416)	65.6	55.0	14.4
	여성	(384)	54.2	52.6	19.8
연령	10대	(66)	45.5	57.6	16.7
	20대	(156)	56.4	50.6	16.7
	30대	(168)	68.5	50.0	13.7
	40대	(181)	63.0	52.5	14.4
	50대 이상	(229)	58.5	59.0	21.8
가구소득 (월평균)	400만 원 미만	(325)	61.8	53.8	20.6
	600만 원 미만	(242)	60.3	52.9	12.0
	600만 원 이상	(233)	57.5	54.9	17.2

3.4 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 수준

□ 게임에 대한 피해가 가장 큰 것으로 나타남

- 피해 수준을 보면, 중앙값과 평균값 기준 모두에서 금전적 피해와 시간적 피해가 가장 컸던 장르는 ‘게임’으로 나타남
 - 게임은 피해 이용자 사례도 금전적 피해가 152명, 시간적 피해를 입은 경우가 132명으로 다른 장르에 비해 월등히 많고, 이들이 인식하는 금전적 피해도 평균 76,032원으로 상당히 높은 것으로 나타남
- 콘텐츠 장르 전반적으로 보면 금전적 피해는 약 1만 원 수준, 시간적 피해는 약 2시간 정도로 조사됨

[표 32] 장르별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 수준

(단위: 원)

구분	사례 수 (명)	금전적 피해(원)		사례 수 (명)	시간적 피해(시간)	
		중앙값	평균		중앙값	평균
출판	(25)	10,000	35,284	(19)	2.00	7.05
만화	(34)	5,000	34,509	(23)	2.00	10.00
음악	(81)	9,900	20,649	(58)	2.00	4.11
게임	(152)	20,000	76,032	(132)	3.00	13.11
영화	(99)	10,000	18,141	(85)	2.00	5.12
애니메이션	(8)	6,000	22,000	(13)	2.00	2.54
방송	(43)	7,000	20,302	(47)	2.00	8.54
광고*	(22)	20,500	68,564	(40)	1.00	8.30
캐릭터	(5)	7,000	6,040	(2)	1.00	1.00
지식정보	(8)	18,500	27,375	(6)	2.50	12.67
기타	(4)	260,000	255,025	(6)	2.00	42.67

주) 애니메이션, 캐릭터, 지식정보는 사례 수가 과소하여 분석에서 제외함

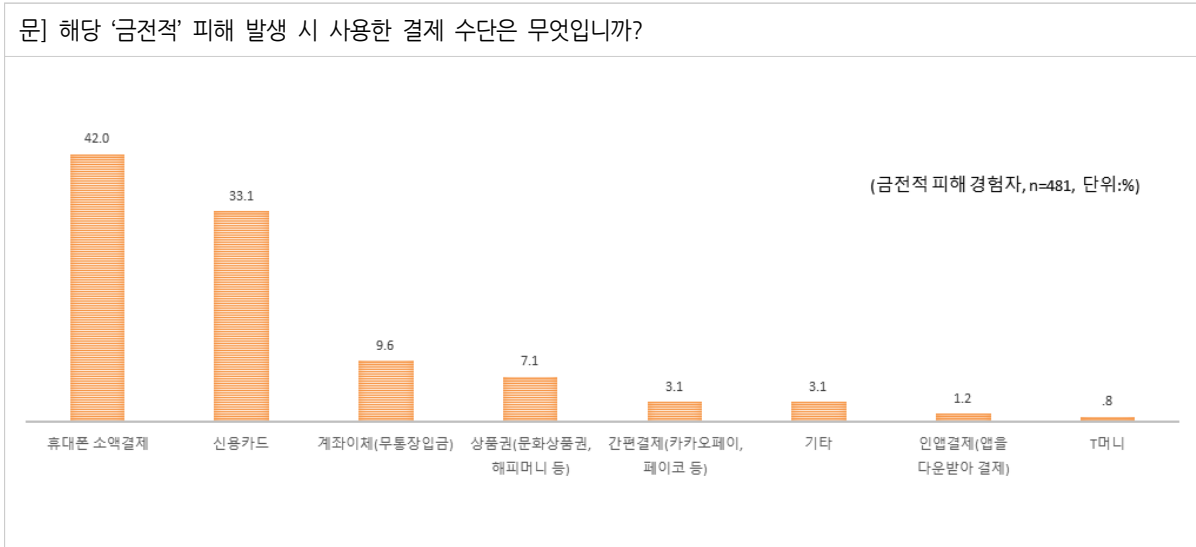
주) 광고의 경우 다른 콘텐츠의 ‘허위/과장 광고에 의한 피해’ 건수까지 반영된 것으로 추정되어 분석에서 제외함

3.5 가장 규모가 컸던 콘텐츠 금전적 피해 발생 시 결제 수단

□ 휴대폰 소액결제 수단을 가장 많이 사용

- 금전적 피해 발생 시 결제 수단으로는 휴대폰 소액결제가 42.0%로 가장 높았으며, 그 다음 신용카드(33.1%), 계좌이체(9.8%) 순으로 나타남
- 연령별로는 20대 이상에서는 휴대폰 소액결제 비율이 가장 높았으나, 10대와 30대에서는 신용카드 비중이 높게 나타남. 특히 10대의 경우 부모님이 사전 등록해놓은 신용카드로 결제한 것으로 유추됨
- 가구소득이 높을수록 신용카드 응답 비중이 높아지고, 가구소득이 낮을수록 휴대폰 소액결제 응답 비중이 높아지는 경향성 보임

[그림 12] 가장 규모가 컸던 콘텐츠 금전적 피해 발생 시 결제 수단



[표 33] 응답자 특성별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 금전적 피해 발생 시 결제 수단

(단위: %)

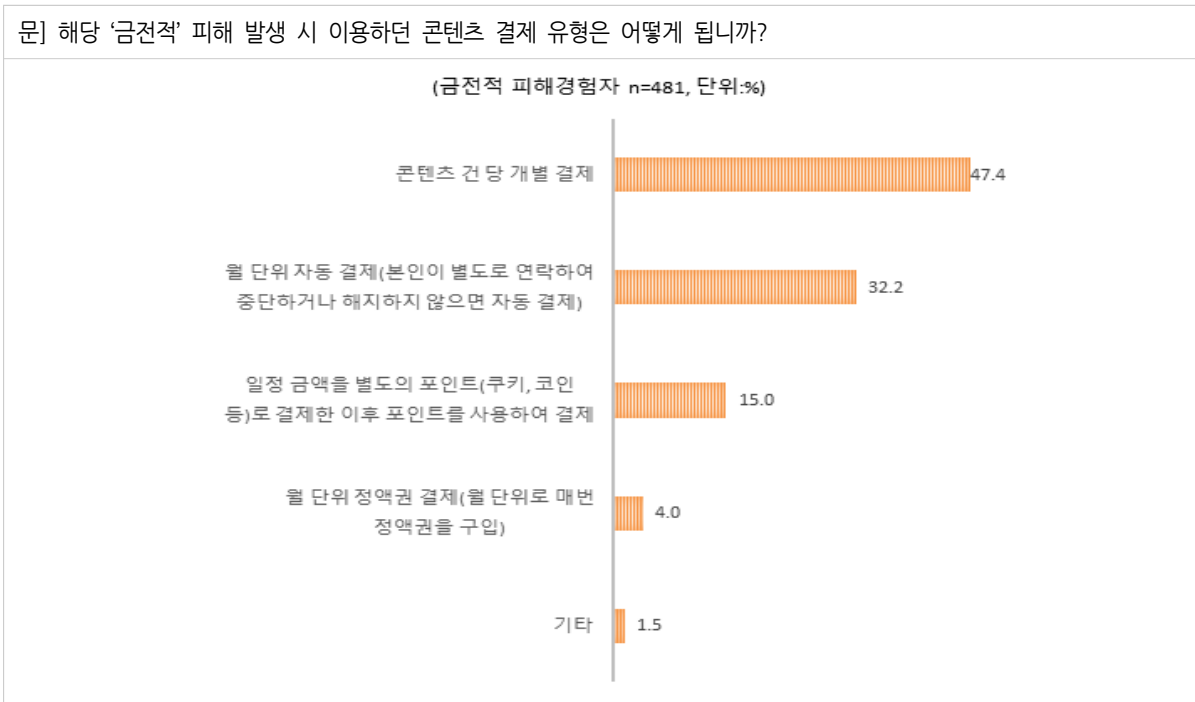
구분		사례수 (명)	신용 카드	계좌 이체	휴대폰 소액 결제	상품권	T머니	간편 결제	인앱 결제	기타
전체		(481)	33.1	9.6	42.0	7.1	.8	3.1	1.2	3.1
성별	남성	(273)	31.5	10.3	42.1	7.3	1.5	2.9	1.1	3.3
	여성	(208)	35.1	8.7	41.8	6.7	0.0	3.4	1.4	2.9
연령	10대	(30)	36.7	23.3	16.7	13.3	3.3	3.3	0.0	3.3
	20대	(88)	38.6	9.1	39.8	4.5	0.0	5.7	0.0	2.3
	30대	(115)	40.0	7.8	34.8	5.2	.9	2.6	.9	7.8
	40대	(114)	29.8	4.4	47.4	9.6	1.8	3.5	2.6	.9
	50대 이상	(134)	25.4	12.7	50.7	6.7	0.0	1.5	1.5	1.5
가구소득 (월평균)	400만 원 미만	(201)	28.4	8.5	46.8	5.0	1.0	3.5	1.5	5.5
	600만 원 미만	(146)	34.9	8.9	43.2	8.2	1.4	1.4	1.4	.7
	600만 원 이상	(134)	38.1	11.9	33.6	9.0	0.0	4.5	.7	2.2

3.6 가장 규모가 컸던 콘텐츠 금전적 피해 발생 시 결제 유형

□ 콘텐츠 건당 개별 결제의 형태로 금전적 피해가 발생한 경우가 가장 많았음

- 금전적 피해 발생 시 결제 유형으로는 ‘콘텐츠 건당 결제’가 47.4%로 가장 높았으며, 그 다음 ‘월 단위 자동 결제(32.2%)’, ‘포인트 사용 결제(15.0%)’ 순으로 나타남
- 연령별로는 전 연령층에서 ‘콘텐츠 건당 결제가’ 유형이 가장 높았음

[그림 13] 가장 규모가 컸던 콘텐츠 금전적 피해 발생 시 결제 유형



[표 34] 응답자 특성별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 금전적 피해 발생 시 결제 유형

(단위: %)

구분		사례수 (명)	콘텐츠 건당 개별 결제	포인트를 사용하여 결제	월 단위 자동 결제	월 단위 정액권 결제	기타
전체		(481)	47.4	15.0	32.2	4.0	1.5
성별	남성	(273)	51.6	14.7	29.3	2.9	1.5
	여성	(208)	41.8	15.4	36.1	5.3	1.4
연령	10대	(30)	46.7	20.0	26.7	6.7	0.0
	20대	(88)	50.0	14.8	30.7	1.1	3.4
	30대	(115)	47.0	10.4	36.5	4.3	1.7
	40대	(114)	52.6	18.4	26.3	2.6	0.0
	50대 이상	(134)	41.8	14.9	35.8	6.0	1.5
가구소득 (월평균)	400만 원 미만	(201)	45.3	15.9	32.8	3.5	2.5
	600만 원 미만	(146)	53.4	11.0	30.8	4.1	.7
	600만 원 이상	(134)	44.0	17.9	32.8	4.5	.7

- 이용피해 콘텐츠 장르별로 보면, 게임, 영화는 ‘콘텐츠 건당 결제’가 높은 반면, 음악, 방송, 광고 장르의 경우 ‘월 단위 자동 결제’가 높게 나타남
- 특히, ‘월단위 자동결제’의 피해사례는 대부분 이벤트성 광고로 신규 이용자를 유입한 뒤 월단위 자동결제에 대한 일자 고지를 충실히 실행하지 않아 이용자가 인지하지 못함으로써 발생하는 경우가 많은 것으로 보임

[표 35] 이용피해 콘텐츠 장르별 금전적 피해 발생 시 결제 유형

(단위: %)

구분		사례수 (명)	콘텐츠 건당 개별 결제	포인트를 사용하여 결제	월 단위 자동 결제	월 단위 정액권 결제	기타
전체		(481)	47.4	15.0	32.2	4.0	1.5
이용피해 콘텐츠 장르	출판	(25)	72.0	16.0	8.0	4.0	0.0
	만화	(34)	55.9	20.6	17.6	5.9	0.0
	음악	(81)	14.8	9.9	67.9	6.2	1.2
	게임	(152)	60.5	13.8	20.4	3.3	2.0
	영화	(99)	55.6	18.2	26.3	0.0	0.0
	애니메이션	(8)	37.5	25.0	37.5	0.0	0.0
	방송	(43)	37.2	14.0	44.2	4.7	0.0
	광고	(22)	18.2	13.6	45.5	13.6	9.1
	캐릭터	(5)	80.0	0.0	0.0	20.0	0.0
	지식정보	(8)	50.0	12.5	37.5	0.0	0.0
	기타	(4)	25.0	50.0	0.0	0.0	25.0

주) 애니메이션, 캐릭터, 지식정보는 사례 수가 과소하여 분석에서 제외함

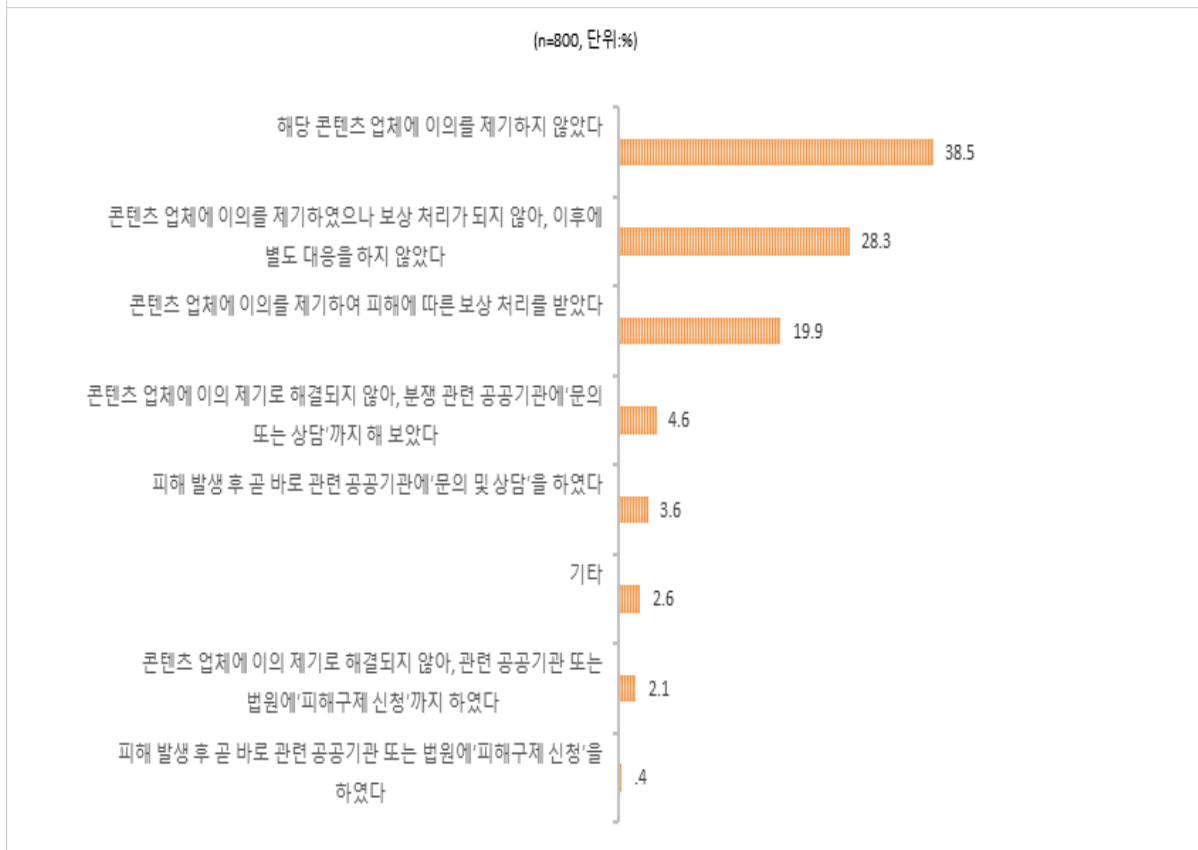
3.7 피해 발생 후 대처 행동

□ 이의제기를 하여 보상처리를 받았다는 응답자는 19.9%에 불과

- 피해 발생 후 대처 행동으로는 ‘해당 콘텐츠 업체에 이의를 제기하지 않음’이 38.5%로 가장 높았으며, 그 다음 ‘이의제기 후 보상 처리가 되지 않아 별도 대응하지 않음(28.3)’, ‘이의제기 후 보상 처리 받음(19.9%)’ 순으로 나타남
- 연령별로는 20대 이하와 50대 이상에서는 ‘이의제기하지 않음’이, 30대는 ‘이의제기 후 보상 처리 받음’이, 40대는 ‘이의제기 후 보상 처리되지 않아 별도 대응하지 않음’이 각각 가장 높았음

[그림 14] 피해 발생 후 대처 행동

문] ‘피해 발생 후’ 본인이 대처한 행동에 대해 응답해주시시오.



[표 36] 응답자 특성별 피해 발생 후 대처 행동

(단위: %)

구분	전체	성별		연령				
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수(명)	(800)	(416)	(384)	(66)	(156)	(168)	(181)	(229)
해당 콘텐츠 업체에 이의를 제기하지 않았다	38.5	35.8	41.4	48.5	42.9	36.3	39.8	33.2
콘텐츠 업체에 이의를 제기하였으나 보상 처리가 되지 않아, 이후에 별도 대응을 하지 않았다	28.3	32.9	23.2	24.2	21.8	25.6	31.5	33.2
콘텐츠 업체에 이의를 제기하여 피해에 따른 보상 처리를 받았다	19.9	18.5	21.4	13.6	21.8	25.6	18.8	17.0
콘텐츠 업체에 이의 제기로 해결되지 않아, 분쟁 관련 공공기관에 '문의' 또는 '상담'까지 해 보았다	4.6	4.3	4.9	4.5	6.4	6.0	3.3	3.5
피해 발생 후 곧 바로 관련 공공기관에 '문의' 및 '상담'을 하였다	3.6	3.6	3.6	3.0	3.2	2.4	3.9	4.8
콘텐츠 업체에 이의 제기로 해결되지 않아, 관련 공공기관 또는 법원에 '피해구제 신청'까지 하였다	2.1	2.9	1.3	3.0	.6	1.8	1.1	3.9
피해 발생 후 곧 바로 관련 공공기관 또는 법원에 '피해구제 신청'을 하였다	.4	.5	.3	1.5	0.0	.6	0.0	.4
기타	2.6	1.4	3.9	1.5	3.2	1.8	1.7	3.9

- 이용피해 콘텐츠 장르별로 보면, 음악과 게임 장르 이용피해자가 콘텐츠 업체 혹은 관련 공공기관에 이의제기했다는 응답이 상대적으로 높고, 출판과 만화 장르 이용피해자에서 해당 콘텐츠 업체 이의제기하지 않았다는 응답이 상대적으로 높게 나타남

[표 37] 이용피해 콘텐츠 장르별 콘텐츠 업체 이의제기 여부

(단위: %)

구분		사례수 (명)	해당 콘텐츠 업체 이의제기하지 않음	콘텐츠 업체 혹은 관련 공공기관에 이의제기함
전체		(800)	38.5	61.5
이용피해 콘텐츠 장르	출판	(37)	48.6	51.4
	만화	(51)	41.2	58.8
	음악	(125)	29.6	70.4
	게임	(239)	32.2	67.8
	영화	(153)	41.8	58.2
	애니메이션	(19)	31.6	68.4
	방송	(85)	43.5	56.5
	광고	(58)	60.3	39.7
	캐릭터	(8)	25.0	75.0
	지식정보	(16)	31.3	68.8
기타		(9)	66.7	33.3

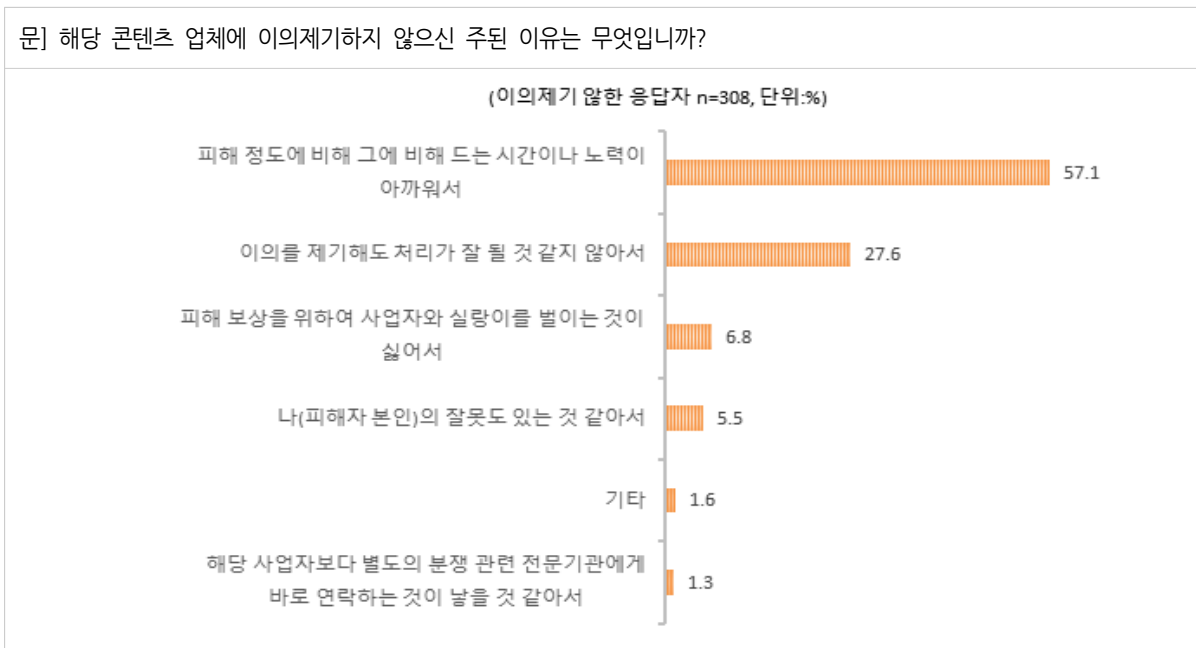
주) 애니메이션, 캐릭터, 지식정보는 사례 수가 과소하여 분석에서 제외함

3.8 피해 발생 후 업체에 이의제기하지 않은 이유

□ 피해정도에 비해 드는 시간이 노력이 아까워 이의제기하지 않은 경우가 대배분

- 피해 발생 후 해당 업체에 이의제기하지 않은 이유로는 ‘피해 정도 대비 드는 시간이나 노력이 아까워서’라는 응답이 57.1%로 가장 높았으며, ‘이의제기해도 처리가 잘될 것 같지 않아서(27.6%)’가 그 뒤를 이음
- 응답자 특성별로 큰 차이는 없으나, 10대와 20대의 경우 ‘이의제기해도 처리가 잘될 것 같지 않아서’라는 응답이 상대적으로 높게 조사됨

[그림 15] 피해 발생 후 업체에 이의제기하지 않은 이유



[표 38] 응답자 특성별 피해 발생 후 업체에 이의제기 하지 않은 이유

(단위: %)

구분	전체	성별		연령				
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수(명)	(308)	(149)	(159)	(32)	(67)	(61)	(72)	(76)
피해 정도에 비해 그에 비해 드는 시간이나 노력이 아까워서	57.1	60.4	54.1	46.9	58.2	59.0	56.9	59.2
이의를 제기해도 처리가 잘 될 것 같지 않아서	27.6	26.2	28.9	37.5	32.8	21.3	27.8	23.7
피해 보상을 위하여 사업자와 실랑이를 벌이는 것이 싫어서	6.8	5.4	8.2	9.4	4.5	3.3	11.1	6.6
나(피해자 본인)의 잘못도 있는 것 같아서	5.5	4.0	6.9	6.3	4.5	8.2	2.8	6.6
해당 사업자보다 별도의 분쟁 관련 전문기관에게 바로 연락하는 것이 낫을 것 같아서	1.3	1.3	1.3	0.0	0.0	4.9	0.0	1.3
기타	1.6	2.7	.6	0.0	0.0	3.3	1.4	2.6

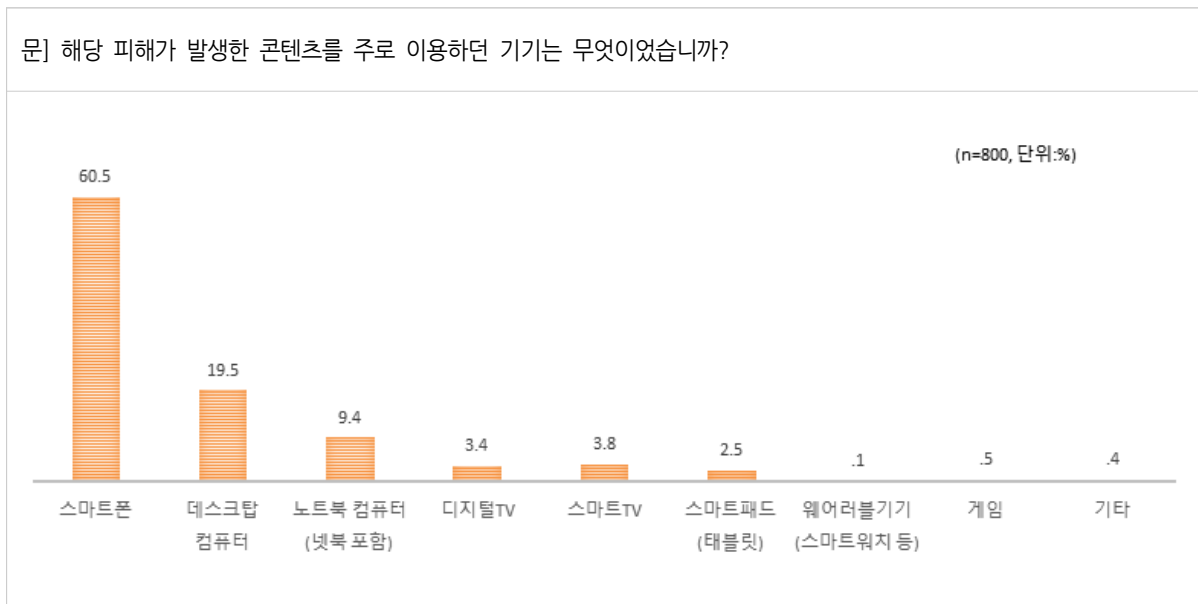
3.9 피해 발생 시 콘텐츠 주 이용 기기

□ 스마트폰 기기를 이용한 피해가 가장 많은 것으로 나타나 모바일 환경에서의 이용자 보호 체계 마련이 더욱 강화되어야 할 것으로 보임

○ 피해가 발생한 콘텐츠를 주로 이용하던 기기에 대해서는 응답자 60.5%가 스마트폰이라고 응답함.
다음으로 데스크탑 컴퓨터(19.5%), 노트북(9.4%) 순으로 나타남

- 응답자 특성별로는 전 계층에서 스마트폰이라는 응답이 모두 높게 나타남

[그림 16] 피해 발생 시 콘텐츠 주 이용 기기



[표 39] 응답자 특성별 피해 발생 시 콘텐츠 주 이용 기기

(단위: %)

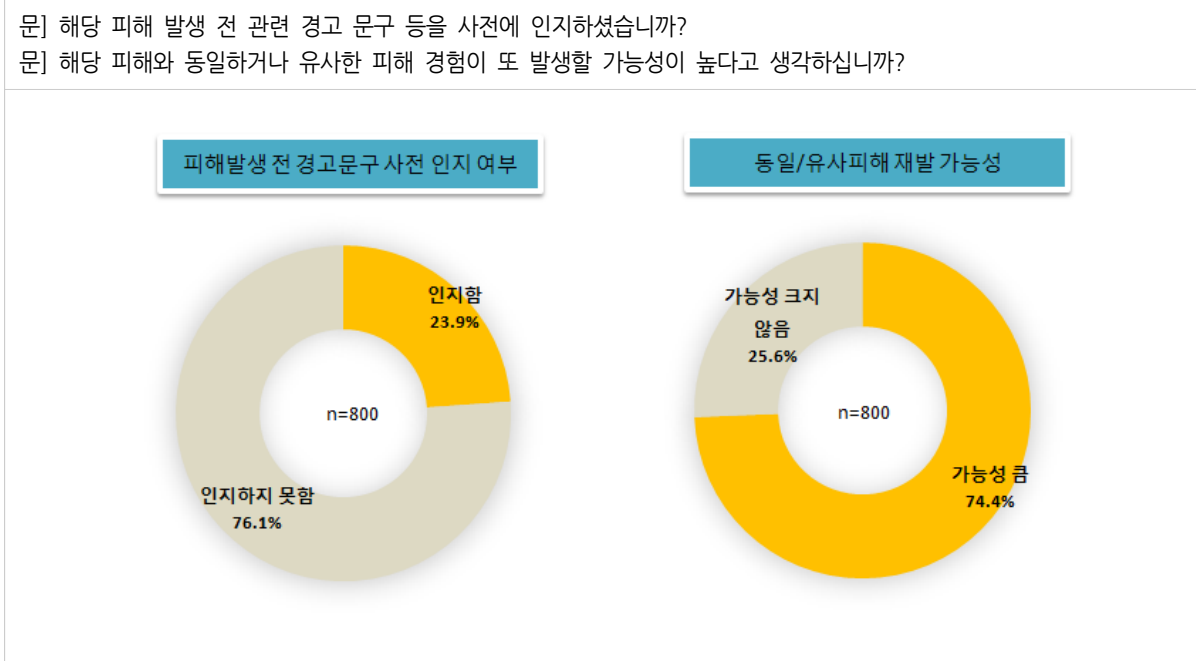
구분	사례수 (명)	스마트 폰	데스크 탑 컴퓨터	노트북 컴퓨터	디지털 TV	스마트 TV	스마트 패드	웨어러블 기기	게임기
전체	(800)	60.5	19.5	9.4	3.4	3.8	2.5	.1	.5
성별	남성 (416)	57.7	23.3	9.9	2.9	2.6	2.2	0.0	1.0
	여성 (384)	63.5	15.4	8.9	3.9	4.9	2.9	.3	0.0
연령	10대 (66)	63.6	16.7	12.1	3.0	0.0	1.5	0.0	1.5
	20대 (156)	68.6	16.0	5.8	4.5	3.2	1.3	0.0	0.0
	30대 (168)	57.1	15.5	12.5	7.1	3.6	3.0	0.0	1.2
	40대 (181)	65.7	18.8	7.7	1.7	2.8	3.3	0.0	0.0
	50대 이상 (229)	52.4	26.2	10.0	1.3	6.1	2.6	.4	.4

3.10 경고 문구 사전 인지 및 동일/유사 피해 재발 가능성 인식

□ 경고 문구를 인지하지 못하는 경우가 많아 이용자가 인지할 수 있는 수준의 경고문구 형태를 고지할 수 있도록 해야할 것으로 보임

- 조사대상자의 76%가 피해 발생 전 경고 문구를 인지하지 못했다고 응답함
 - 전 계층에서 '비인지' 응답이 매우 높은 가운데, 50대 이상이 가장 높으며 10대가 상대적으로 '인지' 비율이 높음
- 해당 피해 동일/유사 피해 경험 재발 가능성에 대해서도 74.4%가 가능성이 크다고 인식함

[그림 17] 경고 문구 사전 인지 및 동일/유사 피해 재발 가능성 인식



[표 40] 응답자 특성별 경고 문구 사전 인지 및 동일/유사 피해 재발 가능성 인식

(단위: %)

구분		사례수 (명)	피해 발생 전 경고 문구 인지		동일/유사 피해 재발 가능성	
			인지함	인지하지 못함	가능성 큼	가능성 크지 않음
전체		(800)	23.9	76.1	74.4	25.6
성별	남성	(416)	24.3	75.7	75.0	25.0
	여성	(384)	23.4	76.6	73.7	26.3
연령	10대	(66)	37.9	62.1	72.7	27.3
	20대	(156)	30.1	69.9	76.9	23.1
	30대	(168)	24.4	75.6	80.4	19.6
	40대	(181)	22.1	77.9	79.0	21.0
	50대 이상	(229)	16.6	83.4	65.1	34.9

4. 콘텐츠 이용자 행태

4.1 콘텐츠 서비스 가입 시 약관 및 운영정책 확인 여부

□ 대부분 약관 및 운영정책을 확인하지 않는 경우가 많음

- 응답자의 34.4%가 콘텐츠 서비스 가입 시 약관 및 운영정책을 확인하고, 나머지 65.6%는 확인하지 않는 것으로 나타남
 - 2016년과 2017년보다는 약관을 확인한다고 응답한 비중이 다소 증가하였으나, 여전히 확인하지 않은 비중이 약 2배 가량 높음
- 성별로 살펴보면, 남성(30.2%)과 여성(30.1%)의 차이가 없었으나, 연령별로는 10대가 38.3%로 다른 연령대에 비해 약관을 확인하는 비중이 더 높게 나타남
 - 한편, 전 연령층의 약관 확인율이 2016년과 2017년 조사 결과보다 증가한 점은 고무적인 결과

[그림 18] 약관 및 운영정책 확인율

문] 평소 콘텐츠 서비스 '가입 시' 약관 및 운영정책 등을 살펴보십니까?



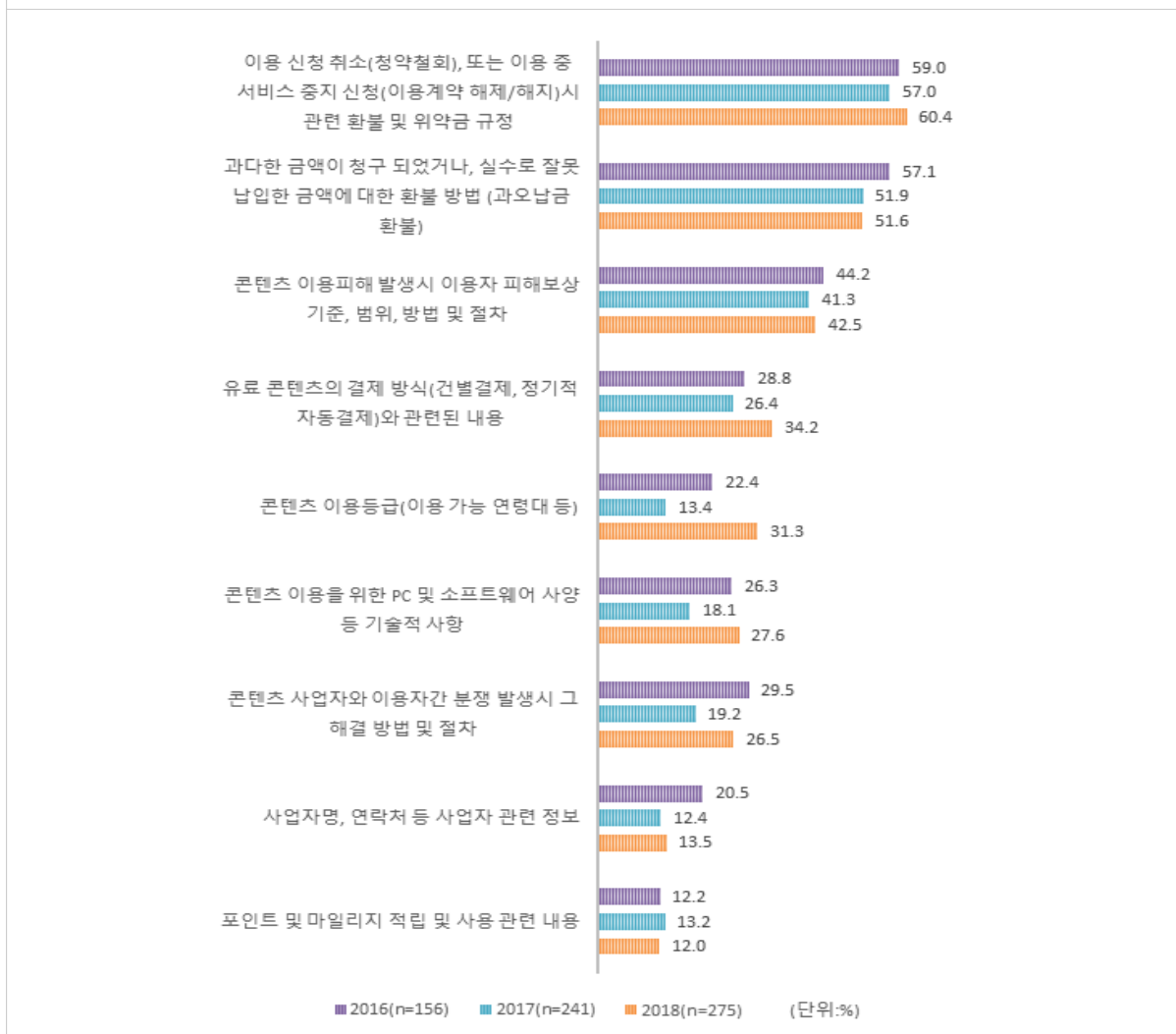
4.2 콘텐츠 서비스 가입 시 약관 및 운영정책 확인 내용

□ 청약 철회나 환불 정책 관련 약관을 증점적으로 확인

- 약관 및 운영정책을 확인할 때 주로 확인하는 것은 이용 신청을 취소하거나 서비스 중지신청할 때의 환불 및 위약금 관련 정책이 명시된 ‘청약철회/이용계약해제·해지’(60.4%) 항목이라고 응답하였으며, 다음으로 과다한 금액이 청구되었거나 실수로 잘못 납입한 금액에 대해 명시된 ‘과오납금 환불’(51.6%) 조항을 주로 확인하는 것으로 나타남
 - 그 외에도 ‘콘텐츠 이용피해 발생 시 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차’와 관련된 약관을 주로 확인한다는 응답이 42.5%로 상당히 높게 나타남
- 한편, 2016년과 2017년 조사 대비 ‘청약철회/이용계약해제·해지’, ‘과오납금 환불’ 응답률은 감소¹⁾

[그림 19] 약관 및 운영정책 확인 내용

문] 약관 및 운영정책의 어떤 내용을 주로 확인하십니까? 주요 확인사항을 최대 3개까지 선택해주시시오.



1) 2016년에는 응답자들이 3순위까지 반드시 응답하는 방식에서, 2017년에는 최대 3개까지 응답하는 방식으로 바뀐 것에 의한 차이로 직접적인 시계열 비교 시 주의가 필요함

- 전 계층에서 ‘청약철회/이용계약해제·해지’ 항목이 가장 높은 가운데, 50대 이상에서 유일하게 ‘과오납금 환불’이 가장 높게 나타남
- 한편, 다른 연령층에 비해 10대 연령층에서 주로 확인하는 약관 조항은 ‘콘텐츠 이용등급(이용 가능 연령대 등)’(45.5%)인 것으로 나타났음

[표 41] 응답자 특성별 약관 및 운영정책 확인 내용

(단위: %)

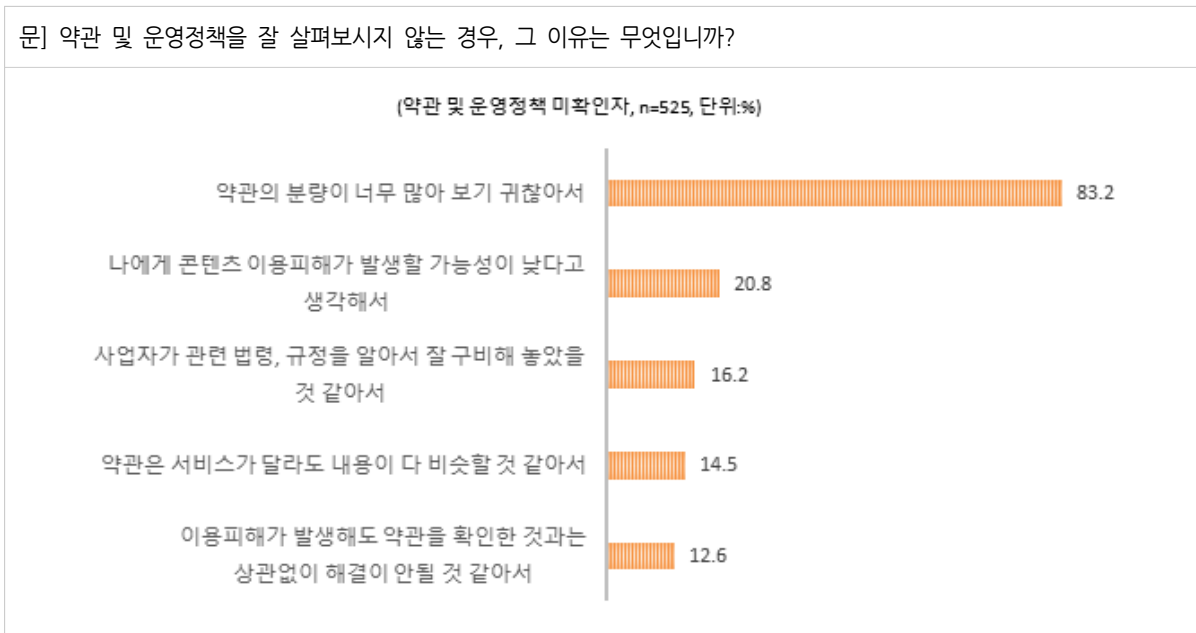
구분	전체	성별		연령				
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수(명)	(275)	(152)	(123)	(33)	(55)	(57)	(60)	(70)
과다한 금액이 청구 되었거나, 실수로 잘못 납입한 금액에 대한 환불 방법 (과오납금 환불)	51.6	50.0	53.7	48.5	50.9	59.6	51.7	47.1
이용 신청 취소(청약철회), 또는 이용 중 서비스 중지 신청(이용계약 해제/해지)시 관련 환불 및 위약금 규정	60.4	59.2	61.8	60.6	58.2	61.4	58.3	62.9
콘텐츠 이용피해 발생시 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차	42.5	42.1	43.1	33.3	47.3	43.9	45.0	40.0
콘텐츠 사업자와 이용자간 분쟁 발생시 그 해결 방법 및 절차	26.5	28.9	23.6	33.3	25.5	26.3	26.7	24.3
콘텐츠 이용을 위한 PC 및 소프트웨어 사양 등 기술적 사항	27.6	29.6	25.2	27.3	29.1	29.8	28.3	24.3
콘텐츠 이용등급(이용 가능 연령대 등)	31.3	30.3	32.5	45.5	29.1	26.3	28.3	32.9
사업자명, 연락처 등 사업자 관련 정보	13.5	17.1	8.9	15.2	12.7	7.0	13.3	18.6
유료 콘텐츠의 결제 방식(건별결제, 정기적 자동결제)와 관련된 내용	34.2	32.2	36.6	30.3	30.9	29.8	38.3	38.6
포인트 및 마일리지 적립 및 사용 관련 내용	12.0	9.9	14.6	6.1	14.5	15.8	10.0	11.4

4.3 콘텐츠 서비스 가입 시 약관 및 운영정책 미확인 사유

□ 약관의 분량이 너무 많아 확인하지 않는 이용자가 대부분

- 약관 및 운영정책을 살펴보지 않는 이유로는 약관 및 운영정책 미확인자의 83.2%가 ‘약관의 분량이 너무 많아 보기 귀찮아서’라고 응답
 - 이는 남녀, 연령대별 차이 없이 모두 동일하게 나타나 약관 분량에 대한 고민이 필요해 보임
- 한편 10대의 경우는 다른 연령대보다 ‘나에게 콘텐츠 이용피해가 발생할 가능성이 낮다고 생각해서’ 약관을 확인하지 않는다는 응답이 상대적으로 많아 이용자 차원의 약관 교육이 청소년 계층에게도 필요한 것을 알 수 있음

[그림 20] 약관 및 운영정책 미확인 사유



[표 42] 응답자 특성별 약관 및 운영정책 미확인 사유

(단위: %)

구분	전체	성별		연령				
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수(명)	525	(264)	(261)	(33)	(101)	(111)	(121)	(159)
사업자가 관련 법령, 규정을 알아서 잘 구비해 놓았을 것 같아서	16.2	16.7	15.7	15.2	22.8	11.7	14.9	16.4
약관의 분량이 너무 많아 보기 귀찮아서	83.2	83.3	83.1	81.8	81.2	86.5	85.1	81.1
나에게 콘텐츠 이용피해가 발생할 가능성이 낮다고 생각해서	20.8	23.1	18.4	30.3	21.8	20.7	19.0	19.5
이용피해가 발생해도 약관을 확인한 것과는 상관없이 해결이 안될 것 같아서	12.6	14.0	11.1	12.1	13.9	18.0	8.3	11.3
약관은 서비스가 달라도 내용이 다 비슷할 것 같아서	14.5	13.3	15.7	18.2	11.9	9.9	13.2	19.5
기타	1.9	1.5	2.3	3.0	1.0	2.7	1.7	1.9

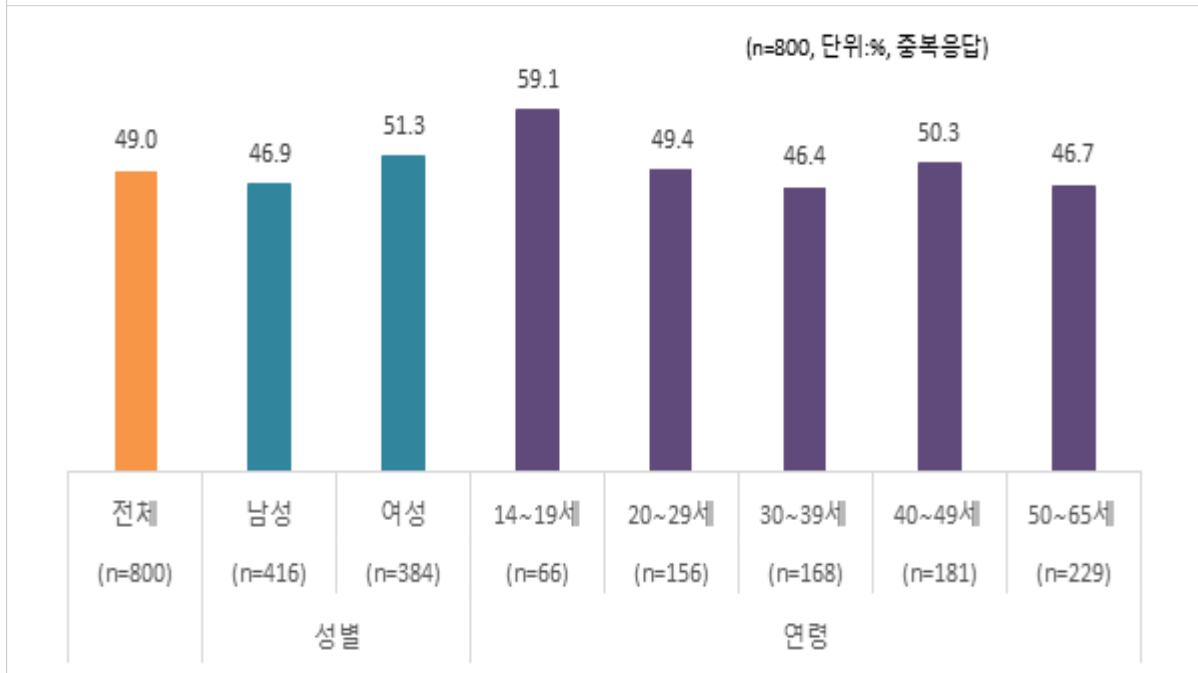
4.4 유료 콘텐츠 결제 시 약관 및 운영정책 확인 여부

□ 유료 콘텐츠 결제 시에는 약관 확인에 좀 더 신중한 편

- 유료 콘텐츠 결제 시 약관 및 운영정책을 확인한다는 응답은 49.0%로 나타나, 일반 이용 시보다 약관 확인율이 높았음
- 성별로는 여성(51.3%)이 남성(46.9%)보다 유료 콘텐츠 결제 시 약관 및 운영정책을 확인하는 경우가 다소 많은 것으로 나타났으며, 연령별로는 10대가 가장 유료 콘텐츠 결제에 관한 약관 확인에 유의하는 것으로 나타남

[그림 21] 유료 콘텐츠 결제 시 약관 및 운영정책 확인율

문] 콘텐츠 서비스 가입 후 이용 중에 '유료 콘텐츠를 결제(또는 유료 서비스 별도 가입)해야 할 때에는 관련 약관 및 운영정책을 살펴보십니까?



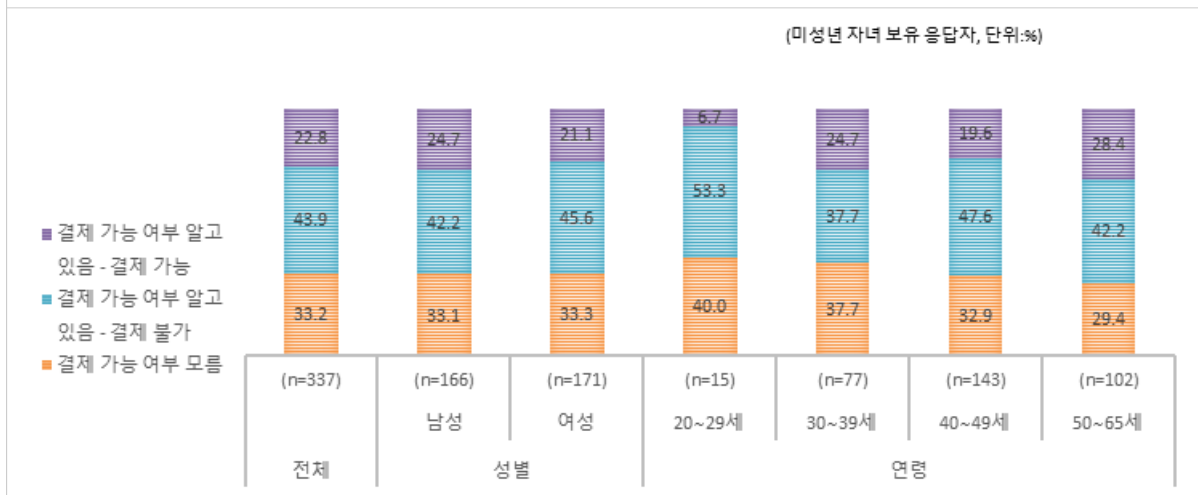
4.5 미성년자 자녀 스마트폰 유료 콘텐츠 결제 가능 여부 인식

□ 미성년자 자녀 스마트폰으로 유료 콘텐츠가 결제 가능한지에 대해 알고 있다는 응답이 66.7%로 과반수를 넘는 것으로 나타남

- 이들 중 자녀의 스마트폰으로는 결제가 불가능하다고 알고 있다는 부모가 43.9%로, 결제가 가능하다고 알고 있다는 부모 22.8%보다 높게 나타남
- 한편, 결제 가능여부를 모른다고 응답한 비중은 33.2%로 나타남
 - 연령별로는 20대(40.4%)와 30대(37.7%)에서 '모른다'라는 응답이 높게 나타났으며, 가구소득별로는 소득이 높을수록 결제 가능 여부를 알고 있다는 응답이 높아지는 경향을 보임

[그림 22] 미성년자 자녀 스마트폰 유료 콘텐츠 결제 가능 여부 인식

문] 귀하는 미성년자 자녀의 스마트폰으로 유료 콘텐츠가 결제 가능한지 알고 계십니까? 또한 결제 가능 여부를 응답해 주십시오.



주) 20대 연령층의 경우 사례 수가 과소하여 분석에서 제외함

[표 43] 가구소득별 미성년자 자녀 스마트폰 유료 콘텐츠 결제 가능 여부 인식

(단위: %)

구분		사례수 (명)	결제 가능 여부 모름	결제 가능 여부 알 - 결제 불가	결제 가능 여부 알 - 결제 가능
전체		(n=337)	33.2	43.9	22.8
가구소득 (월평균)	400만 원 미만	(95)	36.8	43.2	20.0
	600만 원 미만	(115)	28.7	47.8	23.5
	600만 원 이상	(127)	34.6	40.9	24.4

4.6 휴대폰 및 가입 사이트 비밀번호 정기 변경 여부

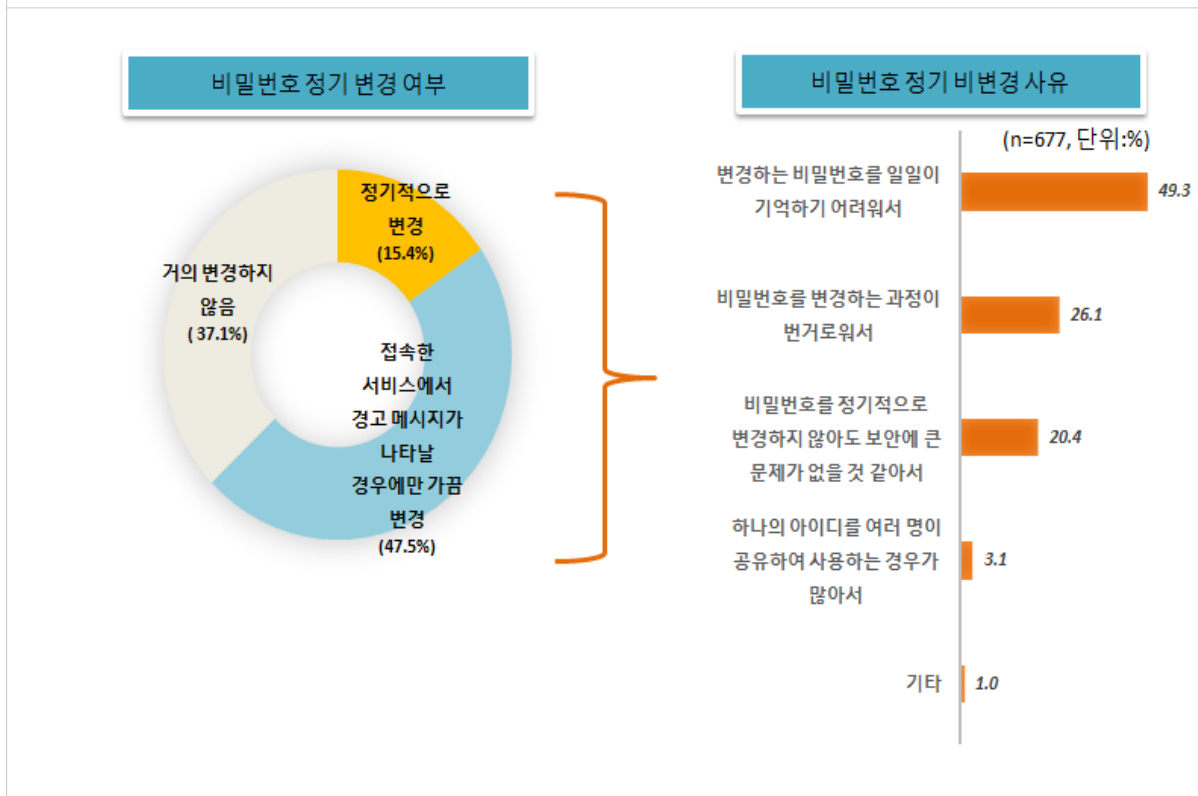
□ 응답자의 48%가 '경고메시지가 나타날 때만 가끔 변경'한다고 응답

- 휴대폰 및 가입 사이트의 비밀번호를 정기적으로 변경하는지에 대한 질문에 응답자의 15%만 '정기적으로 변경한다'라고 응답
 - '거의 변경하지 않는다'는 응답자가 37%로 '정기적으로 변경한다'는 응답자의 2배 이상으로 많았으며, 응답자의 약 과반수는 경고메시지가 나타나면 가끔 변경한다고 응답하고 있어 비밀번호 변경의 필요성에 대해 심각하게 인지하고 있지 않은 경우가 많음을 알 수 있음
- 비밀번호를 정기적으로 변경하지 않는 응답자들은 그 이유를 '변경한 비밀번호를 일일이 기억하기 어려워서'(49.3%)라고 가장 많이 응답
 - 다음으로 '비밀번호 변경 과정이 번거로워서'(26.1%), '정기적으로 비밀번호를 변경하지 않아도 보안에 큰 문제가 없을 것 같아서'(20.4%) 등의 순으로 응답

[그림 23] 휴대폰 및 가입 사이트 비밀번호 정기 변경 여부

문] 귀하는 휴대폰 및 가입된 사이트의 비밀번호를 정기적으로 변경하십니까?

문] 가입 사이트의 비밀번호를 정기적으로 변경하지 않는 가장 큰 이유는 무엇입니까?



- 휴대폰 및 가입한 웹 사이트의 비밀번호를 정기적으로 변경하는지를 연령별로 살펴보면, 20대와 30대의 정기 변경 비율이 17.3%로 다른 연령대에 비해 높게 나타났으며 50대 이상이 가장 낮게 나타남(13.5%)

[표 44] 응답자 특성별 휴대폰 및 가입 사이트 비밀번호 정기 변경 여부

(단위: %)

구분		사례 수 (명)	정기적으로 변경한다	접속한 서비스에서 경고 메시지가 나타날 경우에만 가끔 변경한다	거의 변경하지 않는다
전체		(800)	15.4	47.5	37.1
성별	남성	(416)	15.9	49.5	34.6
	여성	(384)	14.8	45.3	39.8
연령	10대	(66)	15.2	53.0	31.8
	20대	(156)	17.3	47.4	35.3
	30대	(168)	17.3	54.2	28.6
	40대	(181)	14.4	47.0	38.7
	50대 이상	(229)	13.5	41.5	45.0

- 비밀번호를 정기적으로 변경하지 않는 이유로는 계층별 특성에 관계없이 ‘변경한 비밀번호를 일일이 기억하기 어려워서’ 인 이유가 가장 큰 것으로 나타났음
- 한편, 10대의 경우는 ‘하나의 아이디를 여러 명이 공유하여 사용하는 경우가 많아서’라는 이유가 14.3%로 다른 연령대보다 월등히 많은 것으로 나타남

[표 45] 응답자 특성별 비밀번호 정기 미변경 사유

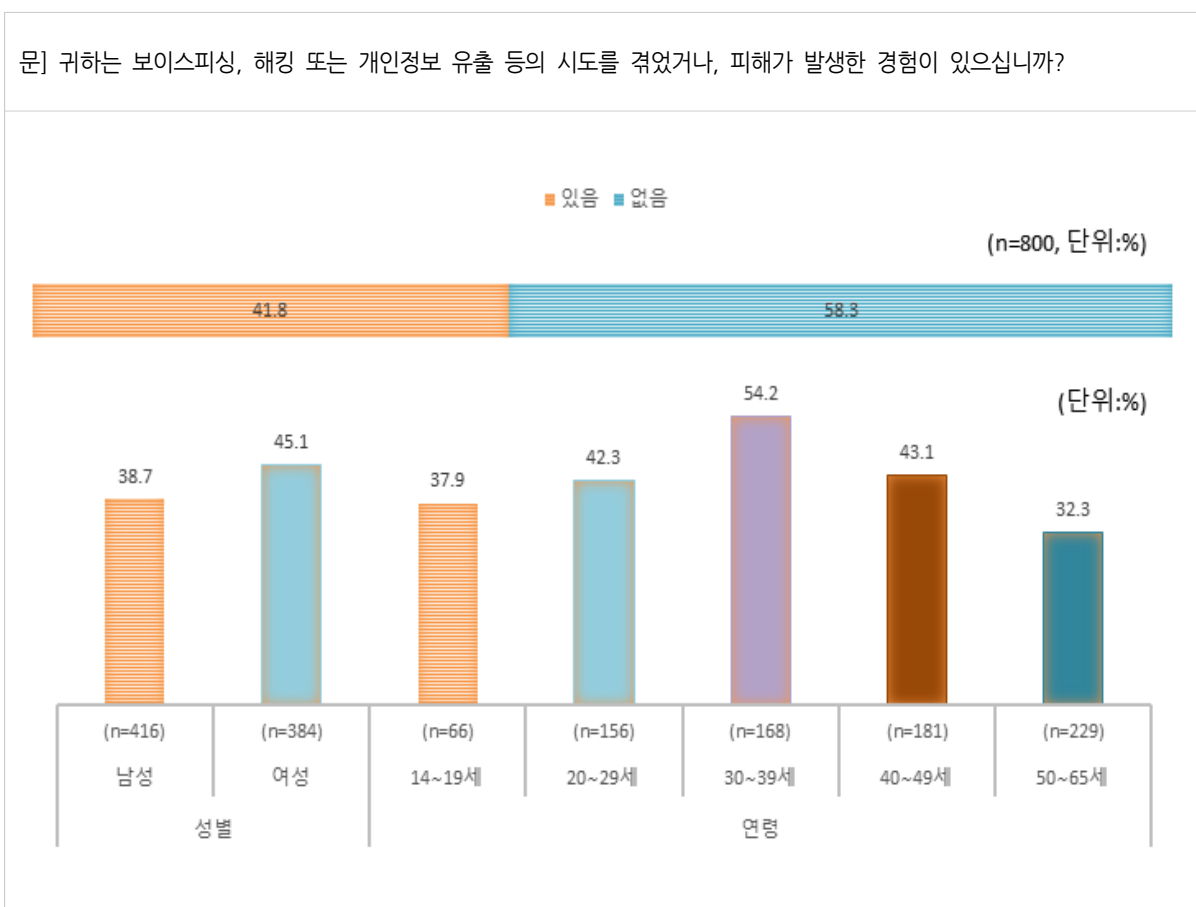
(단위: %)

구분	전체	성별		연령				
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수(명)	(677)	(350)	(327)	(56)	(129)	(139)	(155)	(198)
비밀번호를 변경하는 과정이 번거로워서	26.1	25.4	26.9	26.8	30.2	26.6	24.5	24.2
비밀번호를 정기적으로 변경하지 않아도 보안에 큰 문제가 없을 것 같아서	20.4	23.4	17.1	26.8	23.3	20.1	17.4	19.2
변경하는 비밀번호를 일일이 기억하기 어려워서	49.3	47.1	51.7	30.4	42.6	51.1	54.8	53.5
하나의 아이디를 여러 명이 공유하여 사용하는 경우가 많아서	3.1	3.1	3.1	14.3	1.6	.7	2.6	3.0
기타	1.0	.9	1.2	1.8	2.3	1.4	.6	0.0

4.7 보이스피싱/해킹/개인정보 유출 피해 경험 여부

- 보이스피싱, 해킹 또는 개인정보 유출 피해 경험 여부에 대해 응답자의 41.8%가 '경험이 있다'라고 응답하여 응답자 2명 중 1명은 피해를 경험한 것으로 나타남
- 성별로는 여성(45.1%)의 피해 경험 응답 비중이 남성(38.7%)보다 높게 나타남
- 연령별로는 30대(54.2%)에서 피해 경험이 가장 많았으며, 다음으로 40대(43.1%), 20대(42.3%) 순으로 나타남
- 요컨대 다양한 장르에 대해 콘텐츠 이용이 활성화된 20대~40대에서 피해 경험도 더 많다는 것을 알 수 있음

[그림 24] 보이스피싱/해킹/개인정보 유출 피해 경험률

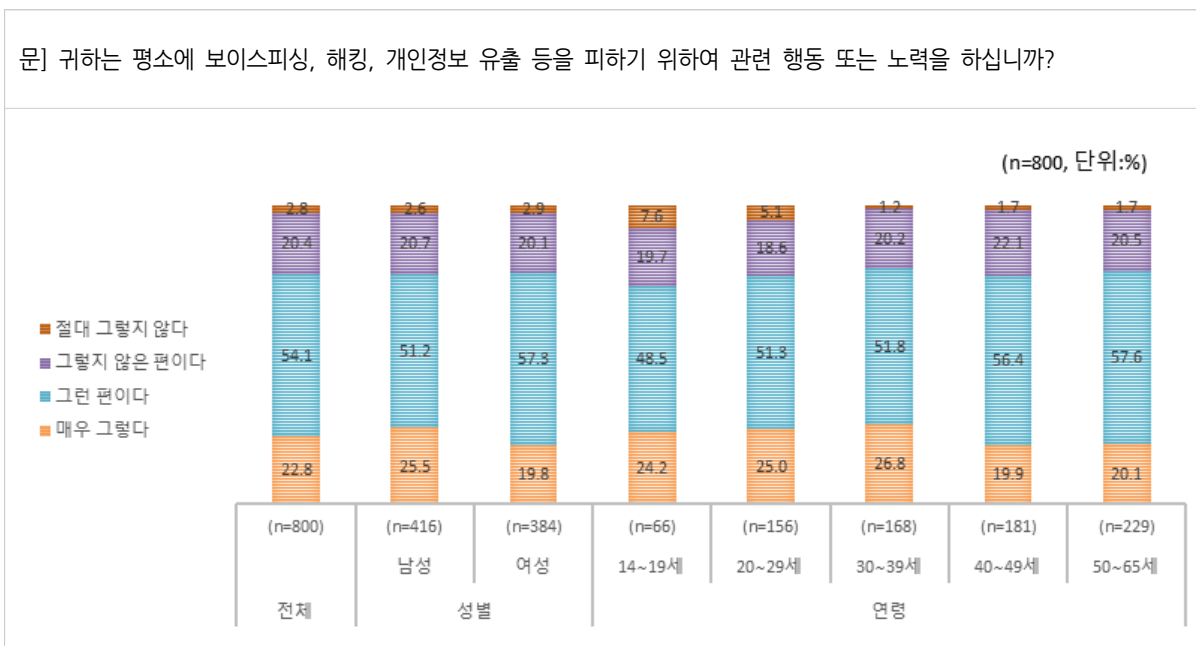


4.8 보이스피싱/해킹/개인정보 유출 방지 노력 여부

□ 응답자의 76.9%는 보이스피싱/해킹/개인정보 유출 방지를 위해 노력

- 응답자 10명 중 8명 정도가 보이스피싱, 해킹 또는 개인정보 유출 피해를 방지하기 위해 ‘노력’하는 것으로 나타남
- 계층별 특성에 따른 차이는 거의 없는 것으로 나타남

[그림 25] 보이스피싱/해킹/개인정보 유출 방지 노력 여부



[표 46] 가구소득별 보이스피싱/해킹/개인정보 유출 방지 노력 여부

(단위: %)

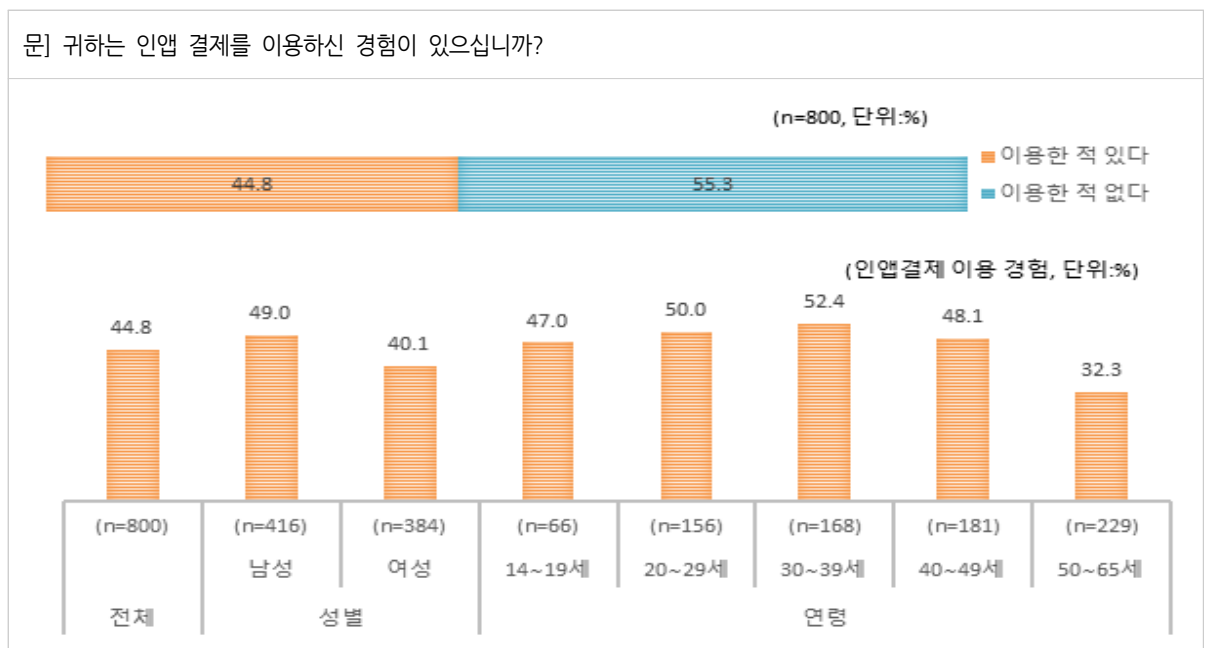
구분		사례수 (명)	노력함	노력하지 않음
전체		(800)	77.8	22.2
가구소득 (월평균)	400만 원 미만	(325)	76.6	23.4
	600만 원 미만	(242)	81.0	19.0
	600만 원 이상	(233)	73.0	27.0

4.9 인앱 결제 이용 경험 여부

□ 인앱 결제 이용 경험은 2명에 1명 꼴, 특정 장르에서 높게 나타남

- 인앱을 통한 콘텐츠 유료 결제 여부 질문에 응답자의 44.8%가 이용한 적이 있으며, 나머지 55.3%는 이용한 적이 없다고 응답
 - 성별로 보면 남성(49.0%)이 여성(40.1%)보다 이용 경험율이 높았으며, 연령별로는 20대(50%)와 30대(52.4%)에서 이용 경험이 많은 것으로 나타나 유료 콘텐츠 구매 의사가 높은 연령층에서 인앱 결제 경험도 많은 것임을 알 수 있음
- 특히 장르별로 보면, 출판(64.9%), 만화(54.9%), 게임(50.9%) 장르에서 인앱 유료 결제 경험이 높았음

[그림 26] 인앱을 통한 콘텐츠 유료 결제 이용 여부



[표 47] 이용피해 콘텐츠 장르별 인앱을 통한 콘텐츠 유료 결제 이용 경험여부

(단위: %)

구분		사례수 (명)	이용한적 있음	이용한적 없음
전체		(n=800)	44.8	55.1
이용피해 콘텐츠 장르	출판	(37)	64.9	35.1
	만화	(51)	54.9	45.1
	음악	(125)	45.6	54.4
	게임	(239)	50.6	49.4
	영화	(153)	43.8	56.2
	애니메이션	(19)	31.6	68.4
	방송	(85)	37.6	62.4
	광고	(58)	22.4	77.6
	캐릭터	(8)	50.0	50.0
	지식정보	(16)	18.8	81.3
기타		(9)	33.3	66.7

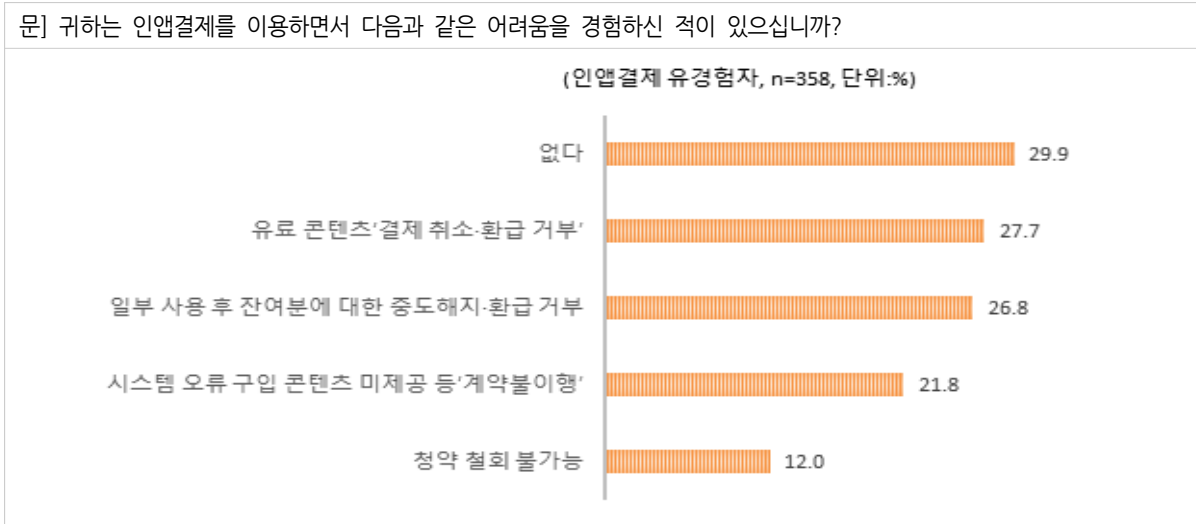
주) 애니메이션, 캐릭터는 사례 수가 과소하여 분석에서 제외함

4.10 인앱 결제 이용의 애로사항

□ 인앱 결제 이용 시 가장 큰 애로사항은 취소나 중도 해지에 대한 환불 거부

- 인앱결제를 하는데 어려움을 느낀 어려움에 대하여는 ‘없다’는 응답이 29.9%로 가장 높았으나, 나머지 70.1%는 해지나 환불이 기존 결제 방식보다 어렵다고 토로
 - 구체적인 애로 사항으로 유료 콘텐츠 ‘결제 취소·환급 거부’가 27.7%로 가장 많았으며, ‘일부 사용 후 잔여분에 대한 중도해지·환급 거부’(26.8)에 대한 어려움을 경험했다는 응답이 다음으로 많았음
 - 또한 ‘시스템 오류 구입 콘텐츠 미제공 등’계약불이행’도 21.8%로 높은 응답을 보임
- 장르별로는 인앱결제 경험이 있는 358명의 응답을 보면, 특히 게임과 음악 장르에서 이용피해 경험자의 이용 경험이 다른 장르 콘텐츠를 이용할 때 보다 높게 나타난 것을 알 수 있음

[그림 27] 인앱 결제 이용의 애로사항



[표 48] 이용피해 콘텐츠 장르별 인앱 결제 이용 경험 여부

(단위: %)

구분		사례수 (명)	유료 콘텐츠·결제 취소·환급 거부'	시스템 오류 구입 콘텐츠 미제공 등 '계약불이행'	일부 사용 후 잔여분에 대한 중도해지·환급 거부	청약 철회 불가능	없다
전체		(358)	27.7	21.8	26.8	12.0	29.9
이용피해 콘텐츠 장르	출판	(24)	33.3	16.7	12.5	8.3	45.8
	만화	(28)	28.6	17.9	25.0	10.7	32.1
	음악	(57)	33.3	17.5	31.6	8.8	28.1
	게임	(121)	27.3	24.8	24.0	17.4	24.8
	영화	(67)	26.9	22.4	28.4	6.0	31.3
	애니메이션	(6)	33.3	33.3	33.3	0.0	16.7
	방송	(32)	18.8	18.8	34.4	9.4	31.3
	광고	(13)	23.1	15.4	30.8	30.8	38.5
	캐릭터	(4)	25.0	75.0	50.0	25.0	25.0
	지식정보	(3)	33.3	0.0	0.0	0.0	66.7
	기타	(3)	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3

주) 애니메이션, 캐릭터는 사례 수가 과소하여 분석에서 제외함

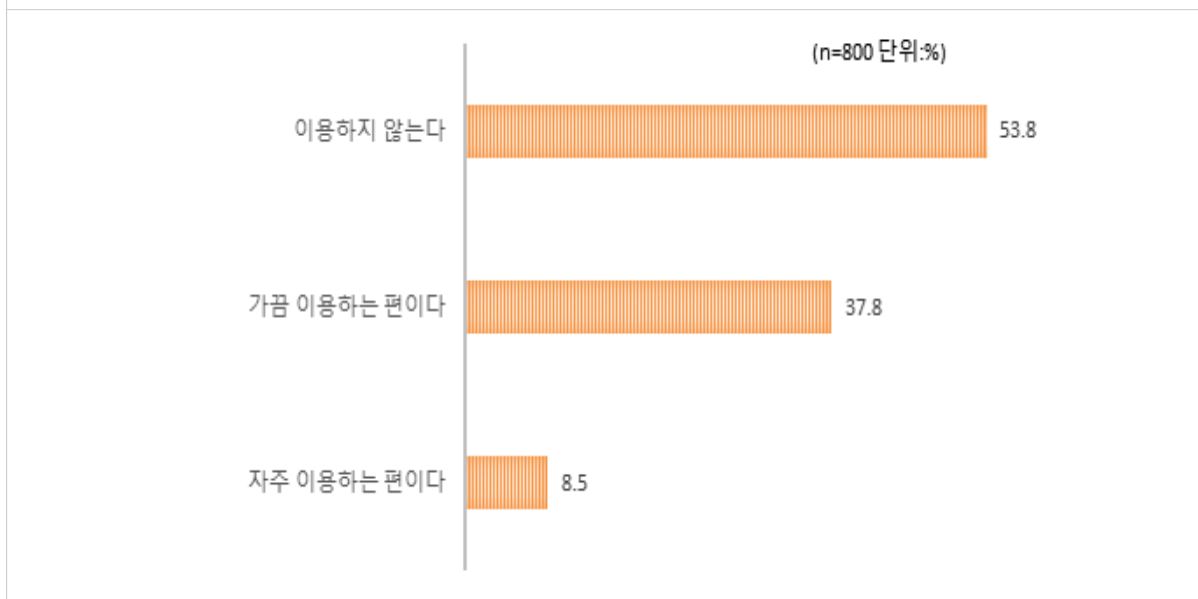
4.11 비공식 경로를 통한 콘텐츠 유료 결제 이용 여부

□ 응답자의 46.3%가 웹하드와 같은 비공식 경로를 통한 유료 결제 경험이 있는 것으로 나타남

- 비공식 경로를 통한 콘텐츠 유료 결제 이용 여부에 대해 응답자의 53.8%가 ‘이용하지 않는다’라고 응답, 나머지 46.3%는 이용한 적이 있는 것으로 나타남
 - 이용 경험자 중 ‘가끔 이용하는 편이다’라는 응답이 37.8%, ‘자주 이용하는 편이다’라는 응답이 8.5%로 나타남
- 계층별로는 남성(51.4%)의 비공식 경로를 통한 콘텐츠 유료 결제 이용 경험이 여성(40.6%)보다 다소 높게 나타났으며, 연령별로는 20대~40대에서 이용 경험이 많았음
- 장르별로는 만화, 음악, 영화 장르에서 이용피해 경험자의 이용 경험이 높게 나타나, 해당 3개 장르에서 비공식 경로를 통해 콘텐츠를 이용하는 비중이 높음을 유추해볼 수 있음

[그림 28] 비공식 경로를 통한 콘텐츠 유료 결제 이용 여부

문] 귀하는 ‘웹하드’ 등의 서비스에서 공식 배포 경로가 아닌 콘텐츠를 ‘유료 결제’를 통해 이용하신 경험이 있습니까?



[표 49] 이용피해 콘텐츠 장르별 비공식 경로를 통한 콘텐츠 유료 결제 이용 여부

(단위: %)

구분		사례수 (명)	이용함(자주+가끔)	이용하지 않음
전체		(800)	46.3	53.8
성별	남성	(416)	51.4	48.6
	여성	(384)	40.6	59.4
연령	10대	(66)	39.4	60.6
	20대	(156)	55.8	44.2
	30대	(168)	56.5	43.5
	40대	(181)	48.1	51.9
	50대 이상	(229)	32.8	67.2
이용피해 콘텐츠 장르	출판	(37)	37.8	62.2
	만화	(51)	64.7	35.3
	음악	(125)	53.6	46.4
	게임	(239)	43.9	56.1
	영화	(153)	52.3	47.7
	애니메이션	(19)	42.1	57.9
	방송	(85)	49.4	50.6
	광고	(58)	25.9	74.1
	캐릭터	(8)	12.5	87.5
	지식정보	(16)	25.0	75.0
	기타	(9)	11.1	88.9

주) 애니메이션, 캐릭터는 사례 수가 과소하여 분석에서 제외함

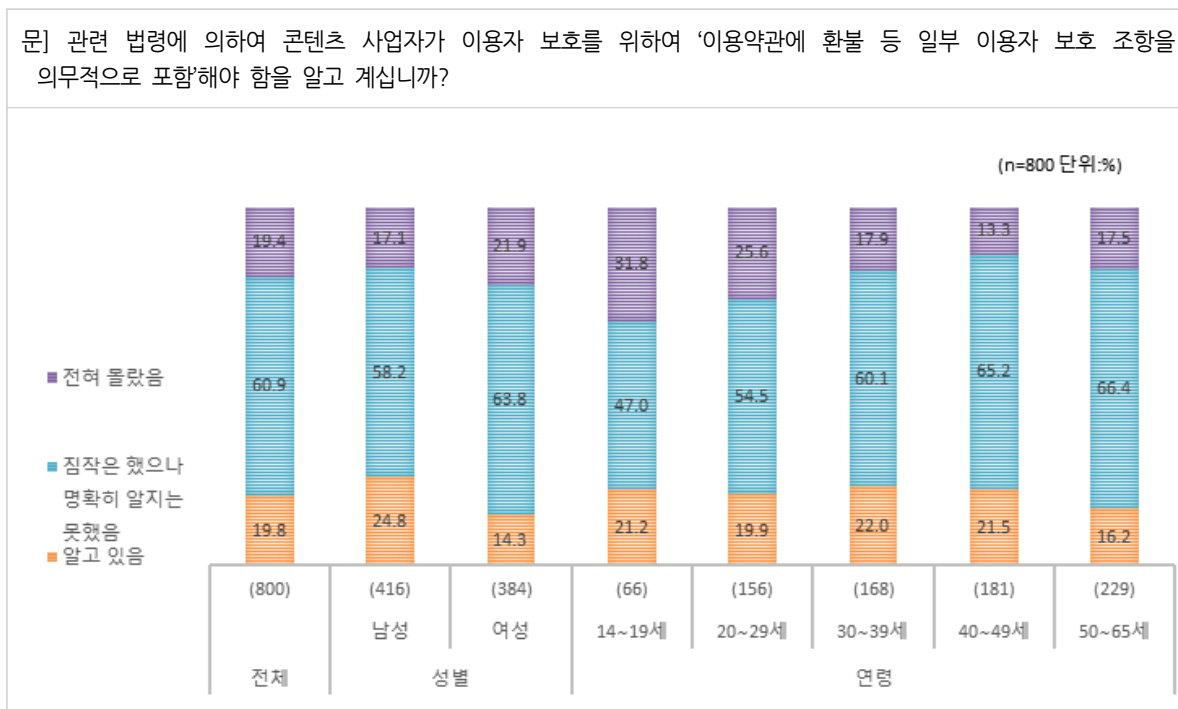
5. 콘텐츠 이용피해 발생 후 대응

5.1 콘텐츠 사업자의 이용자 보호 조항 의무화 인지 여부

□ 조사 대상자의 '콘텐츠이용자보호지침'에 대한 인지율은 19.8%로 저조한 편

- 이용자 보호 조항 의무화 관련해서 '알고 있다'라는 응답자는 19.8%에 불과, '짐작은 했으나 명확히 알지는 못했다'는 응답이 60.9%, 전혀 몰랐다는 응답이 19.4%를 차지하여 인지율이 상당히 저조한 것으로 나타남
- 성별로 보면 남성(24.8%)의 인지율이 여성(14.3%)보다 높게 나타났으며, 연령별로는 인지율은 20% 안팎으로 거의 유사하였으나, 10대에서 '전혀 몰랐다'는 응답이 31.8%로 특히 높게 나타나 인지와 비인지 간극이 큰 것을 알 수 있었음

[그림 29] 콘텐츠 사업자의 이용자 보호 조항 의무화 인지 여부



[표 50] 가구소득별 콘텐츠 사업자의 이용자 보호 조항 의무화 인지 여부

(단위: %)

구분		사례수 (명)	알고 있음	짐작했으나, 명확히 알지 못함	전혀 몰랐음
전체		(800)	19.8	60.9	19.4
가구소득 (월평균)	400만 원 미만	(325)	18.2	58.2	23.7
	600만 원 미만	(242)	21.1	63.2	15.7
	600만 원 이상	(233)	20.6	62.2	17.2

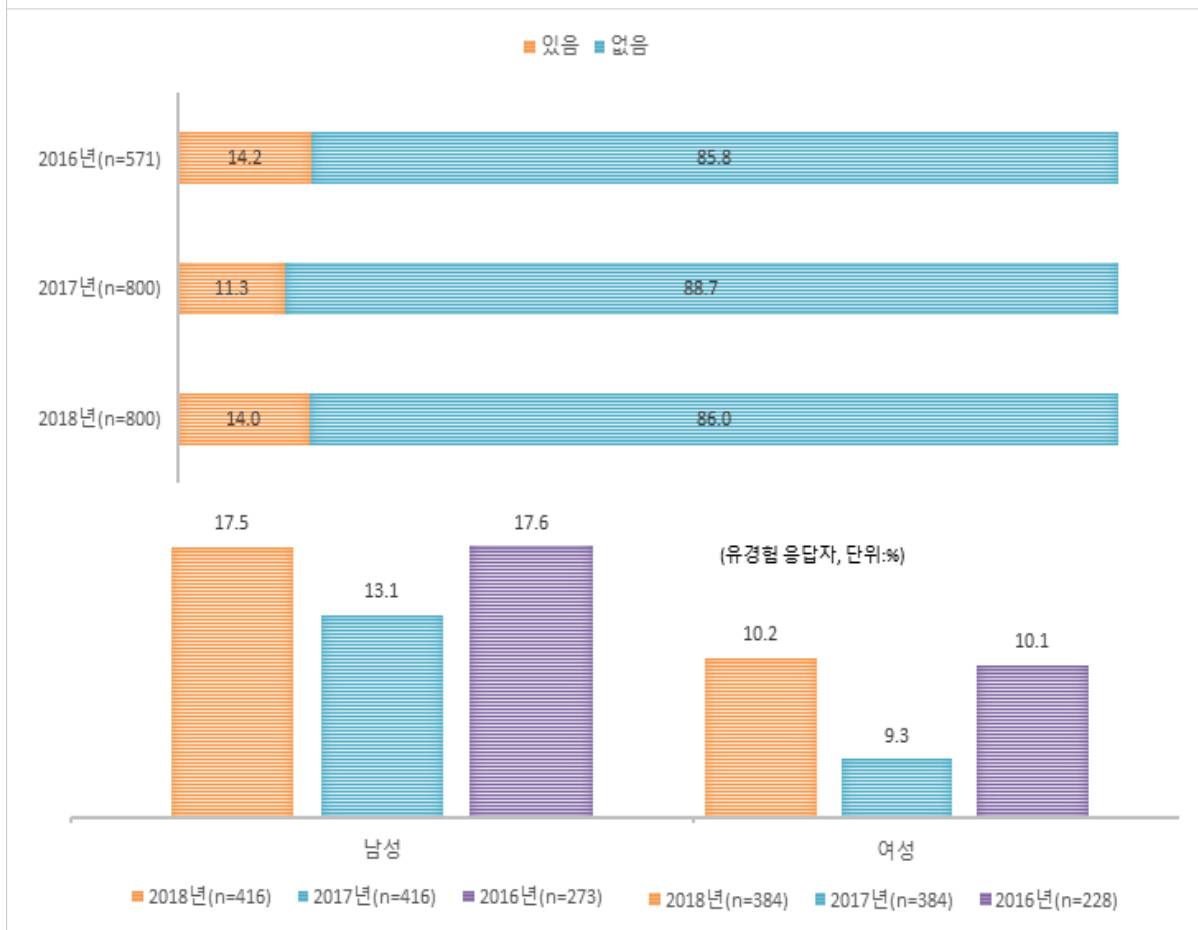
5.2 전문기관 상담/피해구제 요청 경험 여부

□ 전문기관에 대한 피해 구제 요청 경험이 매우 낮은 편

- 콘텐츠 이용과 관련하여 피해가 발생한 이후에 업체에 대한 이의제기와는 별도로, 전문기관의 상담/피해구제 요청을 한 경험이 있는지에 대해서 응답자의 86.0%가 ‘하지 않았다’라고 응답
- 2016년 조사(85.8%)과 2017년(88.7%)에도 유사한 수준으로 나타남
- 성별로 살펴보면, 여성(10.2%)보다 남성(17.5%)의 ‘상담/피해구제 요청’ 경험이 비율이 높게 나타나 피해 구제에 보다 적극적임을 알 수 있음

[그림 30] 전문기관 상담/피해구제 요청 경험률

문] 콘텐츠 이용피해가 발생한 이후에 업체에 대한 이의제기와는 별도로, ‘이용피해 분쟁에 대한 전문기관’에 상담 또는 피해구제 요청을 해보신 경험이 있습니까?



- 연령별로 살펴보면, ‘상담/피해구제 요청’ 비율이 30대와 40대에서 상대적으로 높으며, 2017년 조사 결과에서 10대와 50대 이상이 10%에도 못 미치던 것에 비해 소폭 증가한 결과를 보임
- 장르별로 살펴보면, 출판 콘텐츠 피해 사례 중 피해구제 요청을 한 경험이 가장 높음(24.3%)
- 한편, 게임 장르는 이용량이나 피해 사례가 가장 많은 것에 비해 전문기관에 상담/피해구제 요청한 경험은 9.2%에 불과하여 해당 장르 이용자에 대한 전문기관 상담 창구를 적극적으로 알릴 필요가 있을 것으로 보임

[표 51] 연령별 전문기관 상담/피해구제 요청 여부

(단위: %)

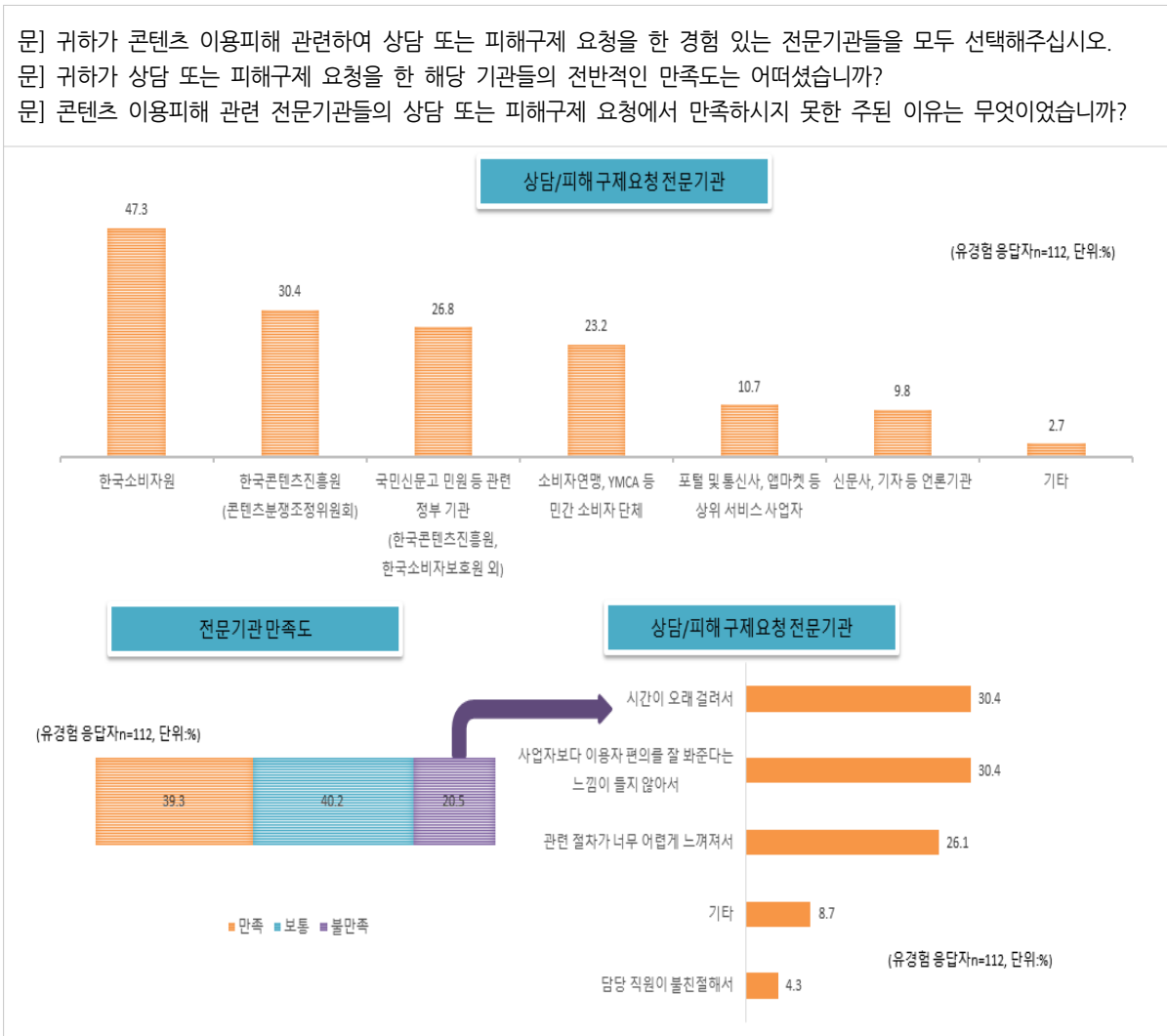
구분		사례 수 (명)	있음	없음
전체		(800)	14.0	86.0
연령	10대	(66)	15.2	84.8
	20대	(156)	15.4	84.6
	30대	(168)	15.5	84.5
	40대	(181)	11.6	88.4
	50대 이상	(229)	13.5	86.5
이용피해 콘텐츠 장르	출판	(37)	24.3	75.7
	만화	(51)	21.6	78.4
	음악	(125)	13.6	86.4
	게임	(239)	9.2	90.8
	영화	(153)	17.0	83.0
	애니메이션	(19)	15.8	84.2
	방송	(85)	11.8	88.2
	광고	(58)	13.8	86.2
	캐릭터	(8)	0.0	100.0
	지식정보	(16)	6.3	93.8
	기타	(9)	55.6	44.4

5.3 상담/피해구제 요청 전문기관 및 만족도

□ 한국소비자원에 피해 구제 요청 경험이 가장 많은 것으로 나타남

- 상담/피해구제 요청 경험이 있는 기관으로는 한국소비자원(47.3%)이 가장 높았으며, 그 다음 콘텐츠분쟁조정위원회(30.4%), 관련 정부 기관(26.8%), 민간소비단체(23.2%) 등의 순으로 나타남
 - 단, 한국소비자원으로 접수되는 콘텐츠 분야 상담/피해구제 건은 다시 콘텐츠분쟁조정위원회로 이관되어 상담이 진행됨으로 한국소비자원은 1차 접수창구의 역할을 하는 것을 참고할 필요 있음
- 상담 또는 피해구제 요청을 한 해당 기관들의 전반적인 만족도에 대해서는 ‘보통’이라고 응답한 경우가 40.2%로 가장 높았으며, ‘만족한다’는 응답이 39.3%로 나타남
- ‘불만족’ 했다는 응답은 20.5%로 나타났으며, 그 이유로는 ‘사업자보다 이용자 편의를 잘 봐준다는 느낌이 들지 않아서’와 ‘시간이 오래 걸려서’ 응답이 각각 30.4%로 가장 많은 비중을 차지
 - 그밖에 ‘관련 절차가 너무 어렵게 느껴져서’라는 응답이 26.1%로 적지 않은 비중을 차지

[그림 31] 상담/피해구제 요청 전문기관 및 만족도



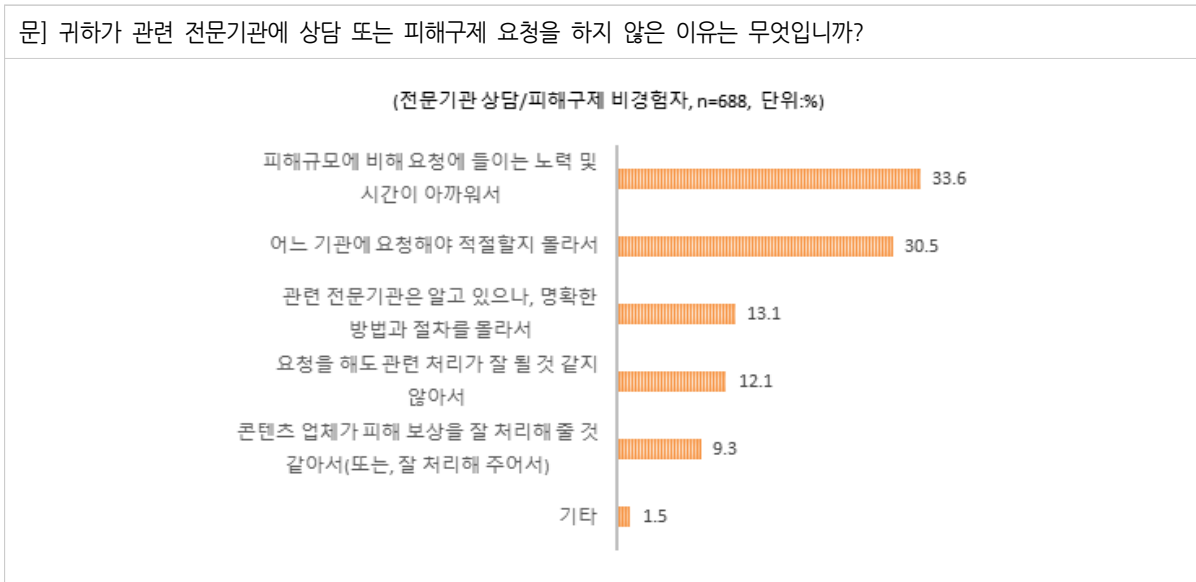
5.4 전문기관 상담/피해구제 비요청 사유

□ 대부분 피해 규모 대비 소요 시간과 노력이 아깝거나 적절한 요청 기관을 몰라서 피해를 입었음에도 전문기관에 요청하지 않음

○ 전문기관 상담/피해구제 요청을 하지 않은 이유로는 ‘피해 규모 대비 노력 및 시간이 아까워서’라는 응답이 33.6%로 가장 높았고, ‘어느 기관에 요청해야 적절할지 몰라서’(30.5%)가 다음으로 높은 비중으로 응답

- ‘피해규모 대비 시간과 노력이 아깝다’는 응답은 남성과 30대 이상의 연령층에서, ‘어느 기관에 요청해야 적절할지 몰라서’라는 응답은 여성과 30대 이하 연령층에서 높게 나타나 대조적인 결과를 보임

[그림 32] 전문기관 상담/피해구제 비요청 사유



[표 52] 응답자 특성별 전문기관 상담/피해구제 비요청 사유

(단위: %)

구분	전체	성별		연령				
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대 이상
사례 수(명)	(688)	(343)	(345)	(56)	(132)	(142)	(160)	(198)
피해 규모에 비해 요청에 들이는 노력 및 시간이 아까워서	33.6	37.3	29.9	26.8	24.2	38.0	35.0	37.4
어느 기관에 요청해야 적절할지 몰라서	30.5	27.7	33.3	42.9	44.7	28.2	27.5	21.7
요청을 해도 관련 처리가 잘될 것 같지 않아서	13.1	14.0	12.2	8.9	12.9	12.0	15.6	13.1
관련 전문기관은 알고 있으나, 명확한 방법과 절차를 몰라서	12.1	11.4	12.8	12.5	12.9	12.7	9.4	13.1
콘텐츠 업체가 피해 보상을 잘 처리해줄 것 같아서(또는, 잘 처리해주어서)	9.3	9.0	9.6	7.1	4.5	8.5	10.6	12.6
기타	1.5	.6	2.3	1.8	.8	.7	1.9	2.0

6. 콘텐츠 이용피해 최소화하기 위한 개선 사항

6.1 사업자 측면의 이용피해 최소화 방안

□ 약관의 주목도를 높일 수 있는 방안 마련 시급

- 콘텐츠 이용피해를 최소화하기 위해서 사업자 측면에서는 ‘유료요금정책 및 약관의 내용 중 핵심적인 부분을 강조하는 등으로 주목성을 강화하기’가 필요하다는 응답이 48.7%로 가장 많은 비중을 차지
- 그 외에 ‘유료결제 방식을 정교화 하여 취약계층에서, 혹은 실수로 인해 쉽게 결제되지 않게 하도록’가 사업자가 개선안을 마련해야한다는 응답(14%)이 있었으며, ‘유료 요금정책 및 약관의 내용을 정확하게 명시해야 한다’(11.1%)는 의견도 있었음

[표 53] 피해 발생 전 이용피해 최소화 방안 - 사업자 측면 Top 5

(n=800, 단위: %)

연번	내 용	%
1	유료요금정책 및 약관의 내용 중 핵심적인 부분을 강조하는 등으로 주목성을 강화하기	48.7
2	유료결제 방식을 정교화 하여 취약계층에서, 혹은 실수로 인해 쉽게 결제되지 않게 하기	14.0
3	유료요금정책 및 약관의 내용을 정확히 명시하기	11.1
4	문제 발생시 해결 방법에 대한 정보 제공하기	5.5
5	유료요금정책 및 약관의 내용 및 변경사항을 사전/사후에 반드시 고지하기	4.8

6.2 관련 전문기관에서의 이용피해 최소화 방안

□ 피해 구제 전문기관에 대한 적극적인 홍보 강화

- 현재 국내에는 콘텐츠분쟁조정위원회뿐 아니라 한국소비자보호원, 민간소비단체, 시민연맹단체 등 콘텐츠 이용피해 구제를 요청할 수 있는 다양한 성격의 기관들이 있음
- 하지만 많은 이용자들이 이들 기관에 대한 인지도가 낮아 실질적인 이용은 낮은 편
- 따라서 이용자 보호 관련 전문기관의 측면에서 피해가 발생하기 전에 이용 피해를 최소화하기 위해서는 전문기관 측면에서 ‘다양한 방식과 채널을 통한 적극적 광고와 홍보 강화 및 상시 노출이 필요’하다는 의견이 47.4%로 가장 높게 나타남
- 그 외에도 ‘불공정 약관 개정 및 소비자의 접근성을 높일 수 있는 간소화 방안이 필요’하다는 의견이 14.5%로 나타남

[표 54] 피해 발생 전 이용피해 최소화 방안 - 이용자 보호 관련 전문기관 측면 Top 5
(n=800, 단위: %)

연번	내 용	%
1	다양한 방식과 채널을 통한 적극적 광고와 홍보 강화 및 상시 노출 필요	47.4
2	불공정 약관 개정 및 소비자의 접근성을 높일 수 있는 간소화 방안 필요	14.5
3	전문기관의 적극적이고 원할한 개입과 대응 필요	8.7
4	보안 및 예방 조치 강화	3.9
5	콘텐츠 사업체 및 콘텐츠 품질에 대한 관리·감독 및 처벌 강화 필요	3.6

6.3 이용자 측면의 이용피해 최소화 방안

□ 약관에 대해 이해하고 신중하게 결제하는 습관의 일상화 필요

- 이용자 측면에서는 ‘약관을 충분히 숙지한 후 이용’해야 한다는 응답이 40.6%로 매우 높게 나타남
- 그 외에도 약관이나 사업체에서 서비스 제공 시 제시하는 정보 중 ‘유료 결제 금액과 결제 시점 등에 대한 내용을 상세히 확인’해야한다는 의견이 17.7%, 이용자 차원에서 ‘합리적인 소비에 대한 의식을 가지고 신중하게 결제하는 습관’을 가져야 한다는 의견이 11.9%로 나타남

[표 55] 피해 발생 전 이용피해 최소화 방안 - 이용자 측면 Top 4
(n=800, 단위: %)

연번	내 용	%
1	약관을 충분히 숙지 후 이용	40.6
2	유료 결제 금액과 결제 시점 등에 대한 내용을 상세히 확인	17.7
3	합리적인 소비에 대한 의식을 가지고 신중하게 결제하는 습관	11.9
4	개인정보(ID, 비밀번호, 암호 등) 철저 관리, 보안 의식 강화	4.3

* 기타(25.48%)는 2순위로 분석되었으나 특정 항목으로 분류되기 어려운 다양한 의견임

2018 콘텐츠 이용피해 실태조사

제3장. 콘텐츠 이용자 FGI

개요 및 결과

1. 조사 배경

- 설문지를 통한 조사가 갖는 한계점을 보완하기 위해 사전조사에 참여한 설문 응답자를 대상으로 콘텐츠 이용 피해가 있는 이용자 중 인터뷰 참여 의사가 있는 응답자 선별
 - 연령, 콘텐츠 피해 장르, 인터뷰 가능 일자 등을 고려하여 총 21명의 인터뷰 대상자 모집
 - 인터뷰 참석자들은 15세 이상~ 65세 미만 일반인으로 콘텐츠 이용·거래 피해에 대한 그룹심층인터뷰 (FG : Focus Group Interview)에 참여하여, 콘텐츠 이용피해에 대한 보다 구체적인 사례를 제공
- 토론회식 좌담회 형태로 진행되는 FGI를 통해 콘텐츠 이용 피해의 정성적인 실태를 파악한 후, 관련 분야 정책 수립에 기초자료로 활용하고자 함

2. 조사 개요

- 사전 조사에서 이용 피해율이 높게 조사된 ‘게임’, ‘음악’, ‘영상서비스’ 및 ‘만화’ 장르를 이용하던 중 피해를 입은 이용자를 대상으로 좌담회를 실시하여, 상세한 피해 사례 및 개선방안 등을 파악하고자 함
 - 인터뷰는 연구자가 모더레이터로 참여하고, 좌담회를 위해 조성된 독립적인 공간에서 진행되었으며, 참석자들은 모더레이터의 질문 가이드에 따라 자유롭게 참여하는 형태로 진행

[표 56] FGI 조사 개요

조사 항목	내 용
1) 조사 대상	- PC 및 모바일을 통한 콘텐츠 이용 중 피해를 입은 경험자 - 15세 이상 65세 미만 콘텐츠 이용자
2) 조사 방법	토론회식 좌담회(Focus Group Interview)
3) 조사기간	2018. 12. 19 ~ 12. 27
4) 조사기관	(주)한국CNR

- 좌담회 그룹은 총 4개로 토론의 유도를 위하여 연령대 별로 구분. 그룹1은 10대와 20대, 그룹2는 20~40대, 그룹 3과 4는 30~50대로 구성

[표 57] FGI 그룹 구성

그룹(연령대)	참석자 수(명)	피해 장르별
그룹 1(10~20대)	6명	게임, 영상, 음악, 만화 등
그룹 2 (20~40대)	6명	게임, 영상, 음악 등
그룹 3 (30~50대)	5명	게임, 영상, 음악, 만화, 지식정보 등
그룹 4 (30~50대)	4명	게임, 영상, 음악, 광고 등

3. 조사 내용

- 좌담회는 약 1시간 20분 가량으로 진행되었으며, 모더레이터는 참석자들에게 ‘주요 피해 사례 (피해 규모 및 최근 사례 기준) 및 발생원인’, ‘피해 발생 후 대응 행태 및 처리 결과’, ‘이용피해 예방 및 사후 조치에 관한 의견’, ‘피해 사후 조치 의견’ 등에 대해 순차적으로 질문함으로써 토론을 유도하였음
- 다만, 토론의 진행은 참여자들의 주요 논의 사항에 따라 순서에 관계없이 주제에서 벗어나지 않는 범위에서 자율성을 부여하여 자유롭게 논의 됨

[표 58] FGI 가이드라인

분류	조 사 항 목	비 고
상호 인사, 인터뷰 소개 (소개단계)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 본 FGI의 취지 및 목적에 대한 소개(면접 진행자) 및 참여자 간 인사 ○ 응답자의 성명 및 나이 	약 5분
참여자별 주요 피해 사례(피해 규모 및 최근 사례 기준) 및 발생원인	<p>피해사례를 청취하면서 건별 ‘피해 내용’, ‘피해 원인’을 중심으로 파악하여 정리</p> <ul style="list-style-type: none"> - 피해 발생 주요 원인 <ul style="list-style-type: none"> · 사업자 측면 : 콘텐츠 오류, 서비스 장애·중지, 개인정보 유출, 외부 해킹, 업체의 민원 무대응, 업체의 약속 미이행(과장 광고, 약관 미준수 등) · 이용자 측면 : 평소 약관·운영정책 미확인, 보안 불감(비밀번호 관리 등) 등 · 기타 : 적용이 애매한 관련 제도/규정 등 <p><주요 피해 사례(피해 규모 및 최근 사례 기준)></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 설문조사에서 콘텐츠 이용 중 피해를 입은 경험이 있는 응답자들. <ul style="list-style-type: none"> - 금액이나 이후 후유증(정신적·육체적 피해) 등으로 ‘가장 큰 피해’를 입은 사례 - 장르, 콘텐츠/서비스명, 결제방식, 피해 내용, 전후 상황, 발생 원인 등 - ‘최근에 입은 피해 경험’ 사례의 피해 내용 및 전후 상황 <p><취약층 피해 사례></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 본인 및 주변 지인의 ‘미성년자’ 또는 ‘노인(노부모)’의 콘텐츠 이용 피해 사례 <ul style="list-style-type: none"> - 특히, 미성년자가 부모의 동의 없이 유료 콘텐츠를 결제하여 피해를 입은 사례 - 해당 피해가 미친 가족 관계에 부정적인(혹은 긍정적인) 영향 <p><특이 피해 사례></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 상기 사례 외에 피해 규모가 크지 않았더라도 자주 발생할 것 같지 않은 특이한 이용피해에 대한 본인과 주변 지인의 경험 <p><인앱 결제 피해 사례></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 인앱 결제를 이용 경험 ○ 인앱 결제를 이용하면서 피해를 입은 사례 	약 30분
피해 발생 후 대응 행태 및 처리 결과	<p><1차 : 콘텐츠 업체에 이의제기></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 피해를 입었다고 생각된 이후 해당 콘텐츠 업체에 어떤 행동(조치) 여부 <ul style="list-style-type: none"> - 해당 업체에 연락 여부와 방식(전화, 이메일, 직접 연락 또는 해당 콘텐츠 회사 Q&A 게시판 등) - 해당 연락처 정보 확보 경로와 업체의 대응 ○ 피해 발생 이후 업체에 이의를 제기하는 과정에서 느낀 애로사항이나 불만 사항 	약 30분

	<ul style="list-style-type: none"> ○ 피해가 발생하였는데도 불구하고 콘텐츠 업체에 이의를 제기하지 않은 이유 ○ 금액에 따라 많은 이용자가 업체에 민원을 제기할지 말지 고민을 하는 경우, 기준이 되는 금액 <p><2차 : 분쟁 전문기관에 상담, 구제신청></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 피해가 발생한 이후 해결을 위해 해당 콘텐츠 업체 외에 콘텐츠분쟁조정위원회, 한국소비자원 등 관련 기관들에 도움을 요청한 여부와 상세 경험 <ul style="list-style-type: none"> - 요청한 기관, 요청 방식과 도움받은 내용(상담, 조정/중재 신청 등) - 도움 요청 후 피해 관련 해결 여부와 미해결시 이유 ○ 콘텐츠 이용피해 관련 상담 또는 분쟁조정 기관들에 도움 요청하지 않은 이유 <ul style="list-style-type: none"> - 도움을 요청 과정에 일반인으로서 발생한 어려움이나 요청이 꺼려지는 거부감 ○ 분쟁 전문기관을 이용시 애로사항이나 불만 사항 <ul style="list-style-type: none"> - 해당 기관들에 도움을 요청하는 과정에서 가장 어려웠던 점 - 일반인들이 분쟁 전문기관을 쉽게 이용하기 위해 필요한 것(홍보 방법 등) ○ 그 외 피해 해결을 위하여 별도 제도적인 도움을 받거나 요청한 여부와 방식(법원에 직접 제소, 민간 변호사 상담 등) 	
이용피해 예방 및 사후 조치에 관한 의견	<p><피해 예방 의견></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 이용피해를 사전에 방지하기 위한 조치에 대한 이용자들의 의견 <ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠 업체가 해야 할 조치, 기타 정부나 관련 공공기관들이 해야 할 조치 등 ▶ 예) 주요 피해사례에 대한 홍보 캠페인, 피해 발생 이후 대처법에 대한 홍보, 자주 발생하는 금전적 피해 대응을 위해 일관된 환불 정책을 기업에 적용 등 - 특히, 콘텐츠 업체들에 피해 예방을 위해 규정상 의무화 필요 사항 ○ 이용자들 스스로 피해를 예방하기 위해서 평소 확인 및 조심할 사항 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 예) 약관의 유료 결제 관련 사항 확인, 개인 휴대폰 관리 등 	
피해 사후 조치 의견	<p><피해 사후 조치 의견></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 이용피해가 발생한 개인들에게 필요한 도움에 대한 의견 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 예) 피해 분야 상관없이 문의할 수 있는 연락처, 전문 변호사 연락 정보, 분쟁조정에 본인을 대리하는 무료 대리인 참석 등 ○ 온라인으로 콘텐츠를 이용할 때 서비스 이용 약관을 읽어보는지 여부 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 읽을 경우, 유용한 점 ▶ 읽지 않는 이유 ▶ 서비스 이용 전, 이용약관 숙지 습관화할 이용자 입장의 방법 ○ 피해 발생 후 이용자 구제를 위하여 정부나 분쟁 관련 전문기관(한국콘텐츠진흥원 분쟁조정위원회, 한국소비자원 등)들이 지원해주었으면 하는 사항 <ul style="list-style-type: none"> - 비용, 시간/노력, 제도적 차원 등 어느 차원에라도 	약 15분
마무리	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 이용자 보호 등과 관련하여 그밖에 말하지 않은 건의사항 또는 애로사항 ○ 콘텐츠 이용·거래 피해 상황 개선을 위한 기타 사항 	5분

4. 조사 결과

4.1 주요 콘텐츠 이용 특성

- 좌담회 참석자의 경우 연령과 상관없이 월정액 형식으로 유료 콘텐츠를 이용하고 있으며 이용 장르는 음악, 영상 서비스가 주를 이룸
- 금전적 피해 시 이의제기 포기 기준 금액은 대체로 10만원 미만이나, 금액이 적더라도 이의 제기 시 업체의 태도라든가 피해 종류에 따라 이의 제기를 포기하지 않겠다는 의지를 보이기도 함
- 금전적 피해 후 대처 방식은 피해 금액에 따라 달라지긴 하나, 대부분 이의제기에 따른 시간적 손실, 정신적 피로감에 처음부터 포기하거나 한두 번 이의제기 후 해결이 안 되면 포기함. 그러나 10대~20대의 경우, 관할 경찰서에 더욱 적극적으로 이의를 제기하고 있는 것을 알 수 있었음

[표 59] 인터뷰 참여자의 주요 콘텐츠 이용 특성

구분	10대(고등학생)	20~30대	40대 이상
주 이용 콘텐츠 장르	- 웹툰, 게임, 음악, 영상	- 음악, 영상, 게임	- 음악, 영상, 만화, 게임
콘텐츠 이용 기기	- 스마트폰, PC	- 스마트폰, PC	- 스마트폰, PC
유료 결제 콘텐츠 장르	- 웹툰, 게임, 음악, 영상	- 음악, 영상, 게임	- 음악, 영상, 만화, 게임, 지식 정보
금전적 피해 시 이의제기 포기 기준 금액	- 금액은 상관없음	- 대략 100,000원 이상	- 대략 100,000원 이상
금전적 피해 후 대처 방식	- (소극적) 본인의 잘못 인식 - (적극적) 부모의 도움을 통해 문제 해결 노력, 스스로 신고하여 배상 받기도 함	- (소극적) 이의제기 시간/노력 아깝다는 인식 - (적극적) 피해 금액이 적더라도 이의제기하겠다는 의지	- (소극적) 이의제기 시간/노력 아깝다는 인식 - (적극적) 피해 금액에 따라 업체 방문도 불사

4.2 콘텐츠 이용피해 주요 사례

- 허위·과장 광고에서 개인정보 유출까지 다양한 사례의 피해들이 언급됨
- 금전적인 피해는 사례마다 달랐으나, 기본적으로는 대략 5~6천원에서 시작하여 수십여 만원에 이르는 다양한 유형의 금전적 피해를 경험한 것으로 언급
- 시간적 피해는 일반적으로는 2시간 미만으로 응답하였으나, 사업자측에 이의제기를 하여 해결하는 과정까지를 고려하면 헤아릴 수 없을 만큼 많은 시간적 피해를 입었다고 보는 경우도 있었음
- 여성이면서 연령대가 낮은(보통 10대, 20대) 경우, 게임 채팅룸 등에서 사용자 간 폭언 및 성희롱 피해 등의 정신적 피해를 경험한 사례도 있었음

[표 60] 콘텐츠 이용 피해 주요 사례

허위·과장 광고	- (지식정보) 처음에는 무료 강의 동영상에 있다고 홍보해서 홈페이지를 방문했는데 무료 강의는 몇 개 없고 유료회원 가입을 자꾸 권유함
부당한 요금 청구	- (영화) 한 달 무료 체험 기간 이용 후 환불 가능 기간이 지나 반강제적으로 이용함. 금전적 피해(5,000원) 입음. 사전 고지 문자를 주는 것으로 알았으나 없었음
결제취소/해지 및 아이템 이용피해	- (방송) SBS콘텐츠를 월정액 결제를 한 후 컴퓨터를 바꾸고 나서 약 1만 5천 원 가량의 금액이 사라짐 - (영상) 포인트 결제 관련하여 삼성 카드 1만 포인트를 두 배로 이용할 수 있다는 정보를 듣고 위디스크에 가입했으나 삼성카드 포인트만 없어짐. 삼성카드에 문의했으나 담당자를 계속 전환하여 스스로 지쳐서 해결을 포기함
콘텐츠 이용등급에 따른 제한조치 미흡	- (웹툰) 전 연령 대상 웹툰임에도 선정적인 장면이나 여성 비하 내용 등으로 정신적으로 피해를 입음(10대 여성 참석자) - (음악) 영상 매체와 달리 음악은 특정 계층을 금지하는 연령 등급이 없어서 노래를 듣기 전까지 욕설, 폭언 등 에 노출될 수 있는지 알 수 없다는 점
약관 운영정책 불만	- (웹툰/웹소설) 월 정액 유료 결제를 하였는데 이용 가능한 콘텐츠가 한정적이었음. 약관에 명시되어 있다는 안내를 받았으나, 약관에는 구체적으로 콘텐츠명이 명시되어 있는 것이 아니라 추상적으로 부분적인 콘텐츠는 이용이 불가하다고만 되어 있음
저작권 보호	- (기타) 개인 창작으로 만화를 그려 게시하였는데, 다른 이용자가 무단으로 퍼가서 자기 것이라 주장하며 욕설함.
개인 정보 유출	- (기타) 이용자의 검색 기록에 따라 광고를 보겠다는 것에 동의하지 않았는데도 지속적으로 광고가 이어 나와 이의제기를 함. 개인 정보 해킹을 의심하였는데, 아이폰 측에서 불가능하다는 답변을 하다가 가능성을 인정하였으나 리셋을 해야 수정될 수 있다는 대안에 포기한 후 새 기기를 구입함 - (만화/웹툰) 네이버 웹툰 인앱 결제로 포인트가 사라지고 직접 이용하지 않은 기록이 파악됨. 해킹으로 인한 것임을 파악하고 이메일로 신고하여 답변 받고 되돌려짐. - (게임) 게임 아이디 해킹으로 본인 계정 사라짐

- 특히 게임 장르와 관련하여 많이 제기된 피해 사례는 ‘콘텐츠 및 서비스 하차, 제공 중단’과 ‘미성년자 결제’였음
- 이용하던 게임이 단종 된다거나, 아이템과 관련된 피해를 입는 경우가 있었음
 - 미성년자 결제의 경우는 실수로 결제하거나, 부모의 동의없이 결제하였음에도 이용자가 이를 입증할 수 없어 환불이나 취소가 불가능한 경우가 주요 피해 사례로 언급되었음
 - 또한 환불을 받았으나, 그 과정에서 해외 사이트를 이용한 경우 취소에 애로를 겪기도 함

[표 61] 게임 콘텐츠의 주요 피해 사례

콘텐츠 및 서비스 하차, 제공 중단	<ul style="list-style-type: none"> - 게임 중에 유료 결제를 했으나 아이템을 못 받음. 고객센터에 글을 남기고 전화하여 다시 받음. - 이용 중이던 게임이 단종되면서 남아 있던 금액을 원치 않는 다른 게임(리니지)으로 환불받음
미성년자 결제	<ul style="list-style-type: none"> - 핑** 게임에서 유아가 인앱 결제를 함. 업체 신고처를 어렵게 포털 검색으로 찾아 이메일을 보낸 후 환불받음 - 미성년 아이가 부모의 신용카드 정보로 게임 아이템을 구매했는데 업체 측에서는 결제자가 미성년 아이라고 파악할 수 없이 정상적인 절차대로 결제되었으므로 환불 불가하다는 답변 받음 - 미성년 동생이 실수로 모바일 결제를 클릭하였음. 빠른 시간 내에 신고를 하였는데 해외 사이트라서 신용카드 결제 금액이 전송되지 않아 바로 취소 되지 않아 번거로운 절차를 거쳐 이삼일 후에 환불됨

4.3 피해 발생 업체 이의제기 시 애로사항 및 불만 사항

□ 이의제기 채널을 쉽게 찾을 수 없음

- 모바일로는 전화번호가 명시되어 있지 않아서 PC 홈페이지로 다시 확인하여야 함
- 별도 고객센터가 아니라 이메일로만 이의제기를 접수하기도 함. 이메일로 이의제기했으나, 자동 회신만 하거나 보상 피해가 불가하다는 일방적인 답변만 오기도 함

□ 환불 요청 및 이의제기 시 업체의 늦은 대응과 소극적인 대처에 불만 많음

- 큰 기업, 혹은 해외 기업일수록 환불 절차가 매우 복잡하여, 전화신고를 하는 경우 담당자를 여러 번 바꾸는 방식에서 같은 사례에 대한 같은 내용을 반복하게 됨
- 환불 기간이나 시간을 업체가 별도 사전 공지도 없이 임의로 정해놓고 뒤늦게 이의제기하면 환불이 불가능하다고 함
- 불량 이용자 신고 제도의 경우 바로 해당 이용자가 제재를 받는 것이 아니라 몇 회에 걸쳐 누적 되는 경우에 제재됨. 정확한 캡처 등의 증거가 제시될 경우에는 즉시 제재하여 재발 방지하기 바람

□ 환불 처리 시 책임 소재 회피하거나 이용자가 원치 않는 방식으로 보상

- 콘텐츠 이용 피해로 이의제기를 하며 환불 요청을 하면 직접 환불을 하는 것이 아니라 같은 플랫폼 내의 다른 콘텐츠 이용이 가능한 포인트로 전환하거나, 유료 이용 기간을 늘려 주겠다는 등으로 답변하는 것에 불만임
- 콘텐츠 플랫폼 회사의 경우 업체의 관리·감독이 필요한데 피해가 발생하면 자신들과는 상관없다는 식으로 대응하여 불만임

□ 약관의 다양한 해석이 가능한 모호하고 추상적인 표현

- 이의 제기 시 약관에 있는 내용이므로 피해를 보상할 수 없다고 대응하면 이용자 측에서 쉽게 답변하기 어려움. 추상적이고 난해한 용어로 되어 있는 약관을 근거로 다시 이의를 제기하는 과정이 번거롭고 피로하여 포기하게 됨

4.4. 사회문화적 이슈와 관련된 피해 사례

□ 미성년자/노인과 콘텐츠 이용 피해

- 피해 연령층의 확대와 가족 관계의 변화
 - 노년층의 스마트폰 일상화와 콘텐츠 이용량이 증가하여 피해도 증가, 다양화되고 있음. 이에 자녀들이 통제 및 관리를 하게 됨
- 미성년 이용자에 대한 부모의 제재와 사회적 문제
 - 부모의 동의 없이 미성년 자녀가 콘텐츠 유료 결제를 하여 피해를 입는 사례가 여전히 다수이며 그 유형도 다양해짐에 따라 방안이 필요한 것으로 보임
 - 역으로, 부모가 미성년 자녀의 동의 없이 게임 아이디를 삭제하여 부모와의 갈등이 심화되는 사례도 드러남

□ 사이버 성폭력 문제

- 이용자 간 사이버 성폭력 문제 심각
 - 10대~20대 초반의 여성 참석자들의 경우, 금전적 피해뿐 아니라 정신적 피해에 대해 토로함. 특히 게임 콘텐츠 이용 중 이용자가 여성임이 드러나는 경우, 다른 이용자들의 성적 폭언과 사이버 스토킹 피해를 매번 당하게 되는 점에 서로 공감함

□ 콘텐츠 내용 규제 부재에 대한 불만

- 광고 및 무료 콘텐츠의 과도한 선정성과 폭력성에 대한 불만
 - 무료 웹툰 및 광고 영상 등의 선정적 콘텐츠에 쉽게 노출되어 정신적 피해를 입고 있다는 불만

4.5. 콘텐츠 이용피해 사전 방지 방안

□ 콘텐츠 업체 차원의 조치 방안

- 콘텐츠 이용 및 유료 회원 가입 시 이용자가 약관에 집중하여 주의할 수 있도록 약관 제공 방식 변경
 - 약관이 글자가 작고 내용도 많아 이용자 대부분이 숙지하기 어려움. 약관 안에서 유료 결제 관련 내용은 위치를 서두로 올리거나 글자색을 달리하여 이용자가 쉽게 내용을 파악할 수 있게 해줘야 함
 - 콘텐츠 서비스 이용 시 약관의 중요 내용만 간추려 한눈에 확인할 수 있는 방식의 약관 제공 필요
 - 보험 계약서처럼 중요한 약관 조항은 가입자가 빈칸에 타이핑을 하게 하는 등 이용자들의 주의를 환기시키는 것이 필요
- 유료 결제 시 이용자 사전 동의 의무화 및 결제 사전/사후 알림 서비스 필요
 - 무료 서비스에서 유료 전환 시 이용자 동의 절차를 준수하고, 월정액의 경우 유료 결제일 며칠 전 사전 알리고 결제 후에도 결제 내역을 이용자에게 고지할 것을 의무화 하고 준수해야 함

□ 이용자 보호 전문기관 차원의 조치 방안

- 전문기관에 대한 인지도가 매우 낮은 상황이므로 적극적 홍보 필요
 - 한국소비자원에 대해서는 대부분 인지하고 있으나, 콘텐츠분쟁조정위원회의 경우 참석자 대부분 인지하지 못함
 - VOD/동영상 사전 광고 방식이나 콘텐츠 업체 홈페이지에 전문기관 배너 부착, SNS 활용 등 다양한 채널을 통한 홍보가 필요하다는 인식이 매우 강함
- 불량 콘텐츠 업체 사전 관리·감독 및 사후 강력한 법적 처벌 필요
 - 대부분의 참석자들은 전문기관 존재에 대하여 알게 된 후, 콘텐츠 업체 회원 가입 홈페이지에 이용 피해에 대한 경고 문구와 이용자 보호 전문기관 연락처를 명기할 것을 의무화해야 한다는 의견 제시함
 - 민원 발생이 많은 콘텐츠 업체에 대한 철저한 관리·감독으로 이용자 피해 최소화 필요함. 연간 단위로 ‘불량 업체 리스트’ 등을 만들어 정보 제공을 해줌으로써 해당 업체가 이용자에게 안전한 업체인지 사전에 알 수 있게 할 필요가 있음
 - 일정 정도 피해가 지속해서 발생하는 업체의 경우 강력한 법적 처벌이 필요하다는 의견이 다수
- 유사 피해 사례 및 분쟁조정 사례 제공
 - 참석자 대부분은 ‘소액 피해자인 나의 사례도 전문기관에 구제피해를 요청할 수 있을까’라는 의구심을 다수 갖고 있었음. 따라서 전문기관에서 제공하는 사례집이나 사례 모음 게시판 등을 통해 소액 피해도 구제받을 수 있다는 믿음과 신뢰를 제공해줄 필요가 있음
- 분쟁 관련 상담에 적극적인 대응 필요
 - 소규모 금액에 대하여 피해 보상을 문의할 경우 현실적인 상황을 안내해 주는 것은 바람직하지만, 신고를 하더라도 완전한 해결이 불가능할 것이라는 메시지를 전하는 것은 지양할 필요가 있음

4.6. 콘텐츠분쟁조정위원회 콘텐츠 이용자 지원 방안

□ 콘텐츠분쟁조정위원회에 대한 인지도 개선이 우선적으로 필요

- 좌담회 참석자 중 콘텐츠 분쟁 조정 전문기관인 콘텐츠분쟁조정위원회를 인지하지 못하는 경우가 많았음. 참석자들은 우선 적극적인 홍보를 통해 콘텐츠 이용피해자들이 쉽게 접근할 수 있어야 한다고 응답함
- 피해 금액에 상관없이 콘텐츠분쟁조정위원회의 도움을 요청하기 위해서는 기관의 신뢰도 제고도 필요하다는 인식이 강함. 특히 조정 기능을 넘어선 처벌에 영향을 미칠 수 있기 바람
- 신고 전에 이용자들이 스스로 가늠할 수 있도록 기존 사례에 대한 정보를 효율적으로 제공할 필요가 있음

□ 다양한 채널 활용을 통한 홍보

- 모든 콘텐츠 업체 사이트에 위원회 배너를 부착하여 콘텐츠 이용자들이 쉽게 접근하게 할 필요가 있음
 - 배너 부착이나 연락처 명시를 강제화·의무화해야 한다는 의견도 다수 존재함
 - 약관 중 이용 피해와 이를 조정하는 사례에 대한 내용을 알기 쉽게 만든 웹툰이나 동영상 등 의무 확인하게 하는 등 효과적인 홍보가 필요하다는 의견
- VOD 서비스나 유튜브 동영상을 보기 전에 나오는 광고를 활용하는 것이 좋겠다는 의견도 많았음
- '카카오 플러스 친구' 등 SNS나 애플리케이션을 활용하여 콘텐츠 이용이 활발한 젊은 층에 적극적으로 홍보가 필요하다는 의견임

□ 실효성에 대한 신뢰도 제고 필요

- 소액 피해자들은 과연 소액도 위원회에서 조정해줄 수 있을까 하는 의구심을 갖고 있음. 따라서 소액 피해도 도움을 받을 수 있다는 믿음을 주는 것이 무엇보다도 필요함
 - 유사 피해 사례나 조정 사례들을 위원회 홈페이지에서 확인하길 희망하고 있음
 - 소규모 금액이라도 적극적으로 조정하겠다는 메시지 전달이 중요함
- 직접 처벌할 수 있는 기관은 아니지만 이에 영향을 미칠 수 있는지, 어떻게 영향을 미치는지에 관해 알 수 있게 할 필요가 있음
 - 일단 기관에서 먼저 금전적인 보상을 환불처리로 직접 선결한 후, 대리로 업체와 조정할 수 있는 보험금이나 기금 등을 마련할 것을 제언
- 전문 상담 인력이 있어야 한다는 의견도 제기됨. 전화 상담 시 처음부터 전문가가 응대를 해주면 신뢰도도 높아지고 이용자 입장에서든 뭔가 해결책을 얻을 수 있겠다는 기대를 하게 될 것임

2018 콘텐츠 이용 피해 실태조사

제4장. 결론 및 제언

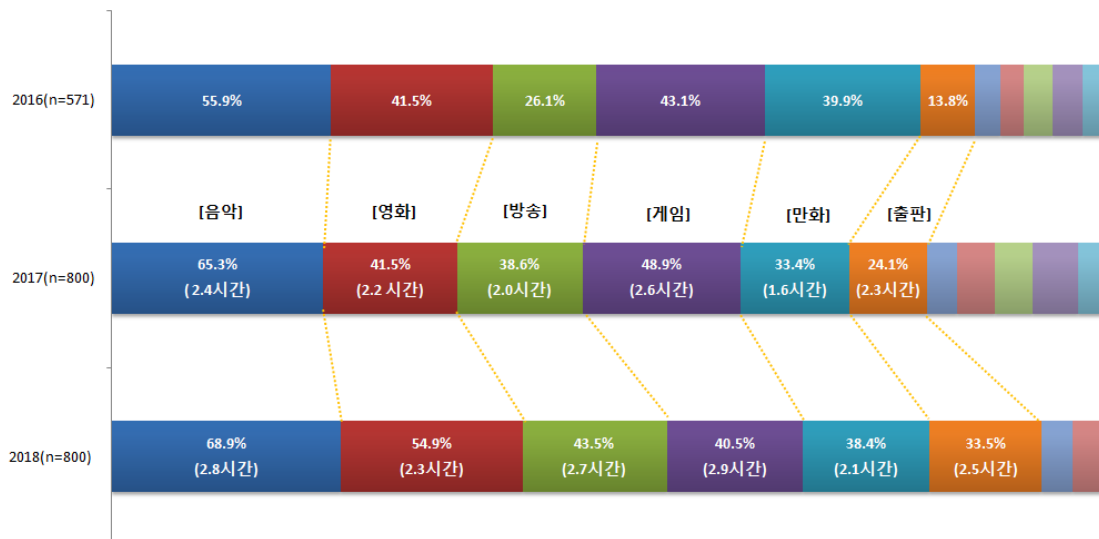
1. 결론

1.1 콘텐츠 이용의 특성

□ 주 이용 장르는 음악이지만, 하루 평균 이용시간이 가장 많은 장르는 게임

- 조사 시기와 관계없이 언제나 ‘음악’이 이용자들이 주로 이용하는 장르인 것으로 나타남
 - 영화, 방송, 만화는 2017년에 비해 주 이용 콘텐츠라는 응답비중이 더욱 높아진 반면, 게임은 2017년 48.9%에서 다소 감소한 40.5%로 나타남
 - 이는 게임에 대한 선호가 감소했다기보다는 온라인, 특히 모바일을 통해 이용할 수 있는 이용자의 선택지가 보다 다양해진 환경의 변화를 반영한 것이라고 볼 수 있을 것임
- 하루 평균 이용시간은 음악, 영화, 방송, 게임, 만화, 출판 모두 증가한 것으로 나타남
 - 가장 많이 증가한 장르는 만화였으며, 게임은 주 이용 장르 응답 비중이 줄었음에도 하루 평균 이용시간은 2017년과 마찬가지로 가장 많은 것으로 나타나 이용자의 몰입도가 가장 큰 장르임을 알 수 있음

[그림 33] 연도별 주 이용 콘텐츠와 하루 평균 이용 시간 비교

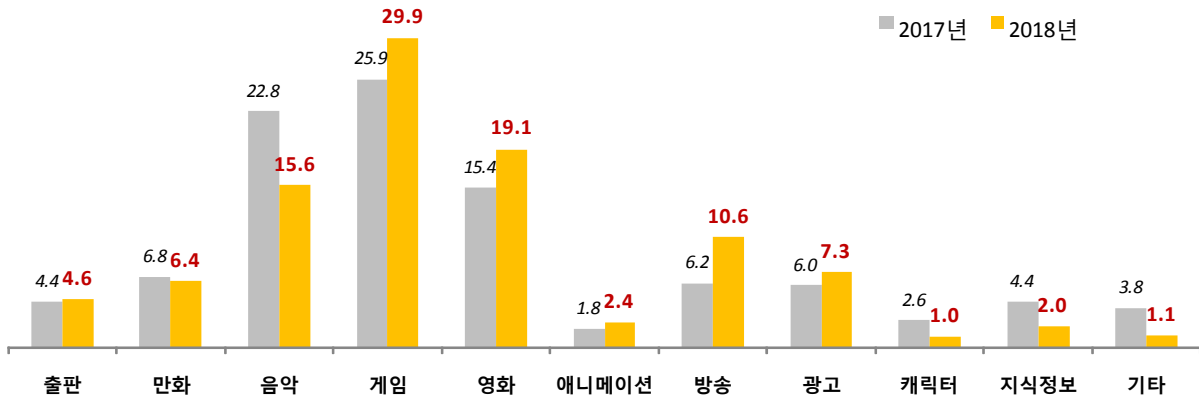


1.2 콘텐츠 이용 피해

□ 게임 장르에 대한 피해가 가장 많았으며 규모도 큰 것으로 나타남

- 2017년과 2018년 모두 가장 피해 규모가 큰 장르는 ‘게임’인 것으로 나타났으며, 2017년보다 2018년에 더 많은 비중을 보임
 - ‘음악’ 장르는 2017년에는 22.8%로 게임 다음으로 가장 큰 규모의 피해를 입은 장르로 나타났으나, 2018년에는 15.6%로 대폭 감소
 - 대신 영화와 방송 장르는 2017년보다 가장 큰 규모의 피해를 입은 장르라고 응답한 비중이 증가한 것으로 나타남

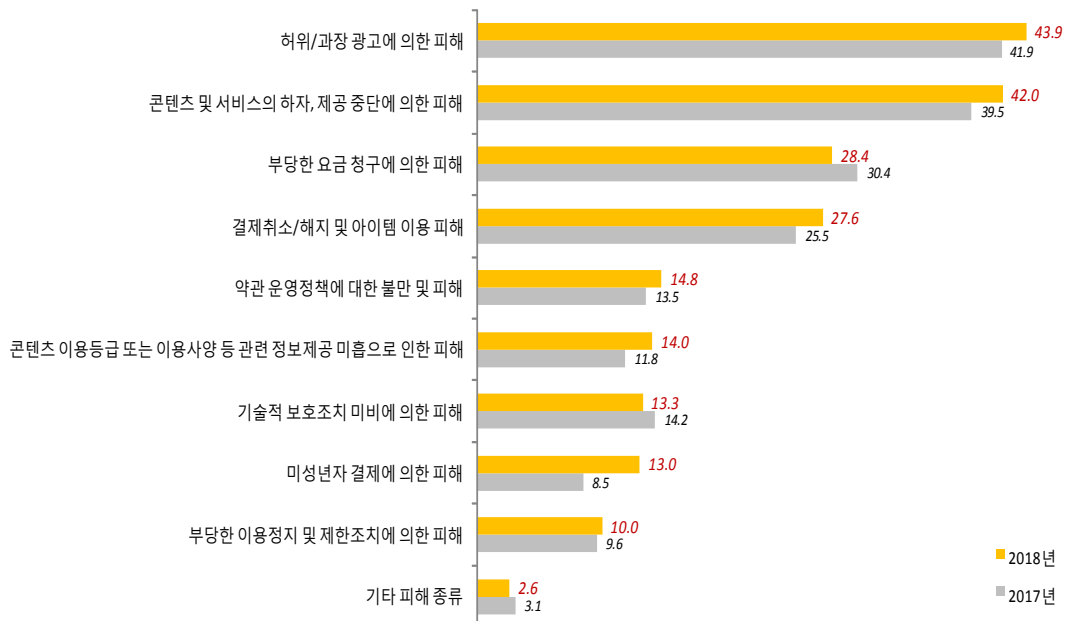
[그림 34] 연도별 가장 규모가 컸던 피해 장르 비교



□ 허위·과장 광고와 콘텐츠 및 서비스 하자로 인한 피해가 가장 많은 편

- 2017년과 2018년 모두 ‘허위/과장 광고’와 ‘콘텐츠 및 서비스의 하자, 제공 중단’에 의한 피해가 가장 많은 것으로 나타남
 - 전반적으로 2017년에 비해 2018년에 비중이 더 커진 가운데, ‘부당한 요금 청구에 의한 피해’와 ‘기술적 보호조치 미비에 의한 피해’는 다소 감소한 것으로 나타남
- 전체적 피해 비중을 기준으로는 적은 편이지만, ‘미성년자 결제에 의한 피해’가 2017년 8.5%에서 2018년에 13%로 상당히 많은 비중이 증가한 점에 주목할 필요 있음

[그림 35] 연도별 콘텐츠 이용 피해의 종류 비교



□ 금전적 피해와 시간적 피해 모두 '게임'이 가장 크게 나타남

- 피해 수준을 보면, 2017년과 2018년 모두 중앙값과 평균값 기준에서 금전적 피해와 시간적 피해가 가장 컸던 장르는 '게임'으로 나타남
 - 피해액을 구체적으로 보면 중앙값 기준으로는 2017년 15,867원에서 2018년 2만원으로 상승하였으나, 평균값 기준으로는 2017년 90,645원에서 2018년 7,032원으로 감소
- 전반적으로 2017년보다 2018년에 체감한 피해 규모가 적은 것으로 나타남
 - 특히 시간적 피해의 경우는 2017년에 게임, 음악, 애니메이션에 대한 시간적 피해의 평균값이 매우 높았으나, 2018년에는 작아짐
 - 2017년의 중앙값의 편차가 적은 것에 비해 평균값의 편차가 큰 점으로 보아 당시 특정 응답자의 값이 매우 커 평균에 영향을 미쳤던 것으로 추정할 수 있음

[표 62] 장르별 가장 규모가 컸던 콘텐츠 이용피해 수준의 연도별 비교

(단위: 원)

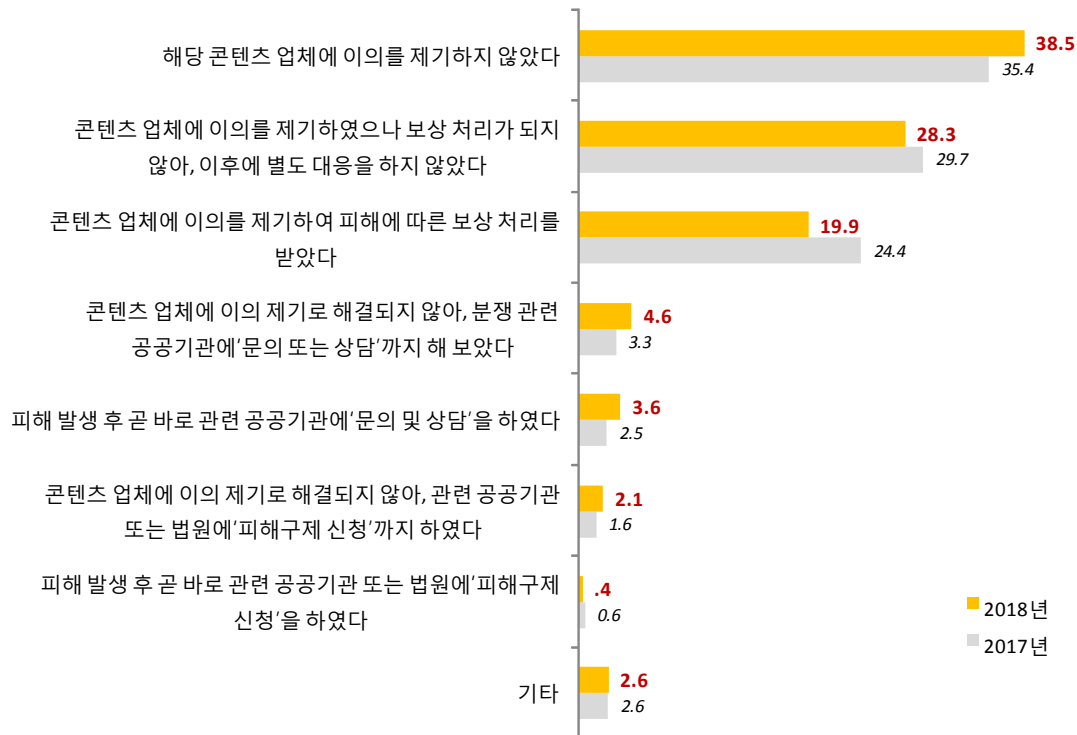
구분	금전적 피해(원)						시간적 피해(시간)					
	2017년			2018년			2017년			2018년		
	사례 수 (명)	중앙값	평균	사례 수 (명)	중앙값	평균	사례 수 (명)	중앙값	평균	사례 수 (명)	중앙값	평균
출판	(25)	8,119	109,092	(25)	10,000	35,284	(25)	2.00	6.97	(19)	2.00	7.05
만화	(40)	10,000	46,879	(34)	5,000	34,509	(40)	1.60	3.25	(23)	2.00	10.00
음악	(149)	9,000	26,428	(81)	9,900	20,649	(149)	<u>2.00</u>	27.90	(58)	2.00	4.11
게임	(159)	<u>15,867</u>	<u>90,645</u>	(152)	<u>20,000</u>	<u>76,032</u>	(159)	<u>2.00</u>	<u>67.00</u>	(132)	3.00	13.11
영화	(96)	8,746	14,989	(99)	10,000	18,141	(96)	1.00	4.78	(85)	2.00	5.12
애니메이션	(11)	11,068	47,148	(8)	6,000	22,000	(11)	1.00	21.43	(13)	2.00	2.54
방송	(38)	6,623	27,607	(43)	7,000	20,302	(38)	<u>2.00</u>	6.87	(47)	2.00	8.54
광고	(32)	24,129	290,366	(22)	20,500	68,564	(32)	3.00	9.73	(40)	1.00	8.30
캐릭터	(15)	10,000	20,964	(5)	7,000	6,040	(15)	2.48	4.10	(2)	1.00	1.00
지식정보	(26)	10,000	39,750	(8)	18,500	27,375	(26)	2.00	5.55	(6)	2.50	12.67
기타	(22)	19,123	210,002	(4)	260,000	255,025	(22)	5.00	22.22	(6)	2.00	42.67

* 2017년의 시간적 피해 값 제기 기준은 '분'단위였는데, 2018년과의 비교를 위해 '시간'단위로 수정함

□ 이의제기를 하지 않은 비중이 2017년보다 다소 증가

- 2017년에 이의제기를 하지 않았다는 응답자 비중이 35.4%였는데, 2018년에는 38.5%로 증가
 - 사업체에 이의제기를 해서 보상처리를 받았다는 응답자 비중이 2017년 24.4%에서 2018년에는 19.9%로 다소 감소
 - 반면에 분쟁조정기관이나 전문기관에서 상담을 받았다는 응답비중은 2017년보다 소폭 상승한 것으로 나타남

[그림 36] 피해발생 후 대처 행동의 연도별 비교



1.3 콘텐츠 이용자 행태

□ 여전히 약관 운영 정책을 확인하지 않는 비중이 높음

- 지난 3년간 실태조사 결과를 비교해보면 약관 미 운영정책 확인율이 소폭 상승하고 있으나(2016년 31.1%→ 2018년 34.4%), 여전히 확인하지 않는다는 응답이 65%이상으로 높음([그림 28] 참조)

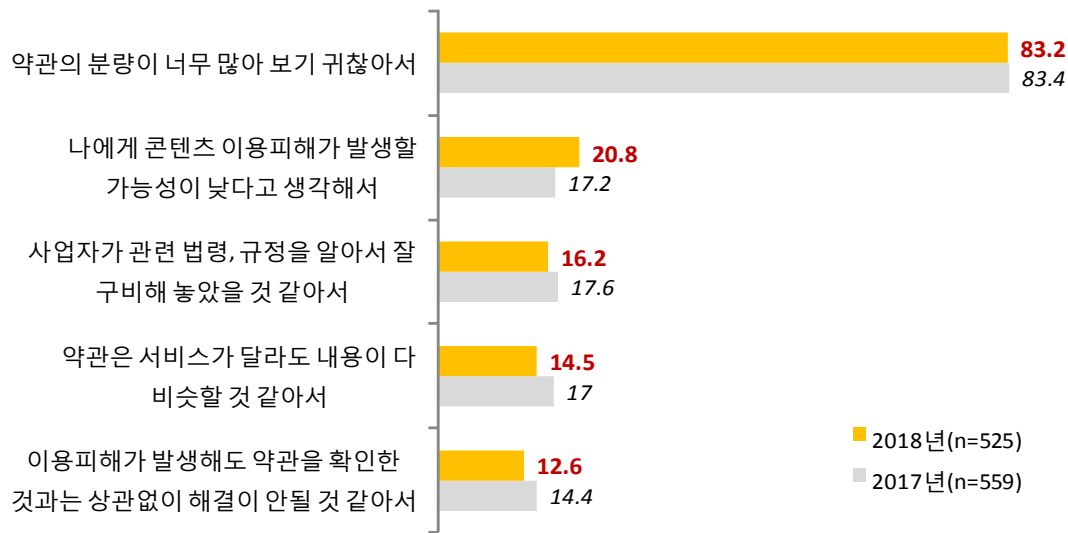
□ 청약 철회나 환불정책 중심으로 약관을 확인하는 비중이 높은 것으로 나타남

- 약관 및 운영 정책을 확인할 때 환불 정책 및 위약금 관련 규정을 중점적으로 살펴보라는 응답이 가장 많았으며, 2016년과 2017년에도 동일한 결과를 보임
- 다음으로 과오납금 환불을 주로 확인한다는 응답이 많았는데, 2016년보다는 비중이 다소 감소한 것으로 나타남([그림 29] 참조)

□ 대부분의 응답자는 '약관의 분량이 많아서' 확인하지 않는다고 답하고 있음

- 2017년과 마찬가지로 응답자의 대부분은 약관의 분량이 너무 많아 보기 귀찮아서 약관 및 운영 정책을 확인하지 않게 된다고 응답하고 있어 이용자 입장에서 약관의 간소화 방안을 마련해야할 것으로 보임

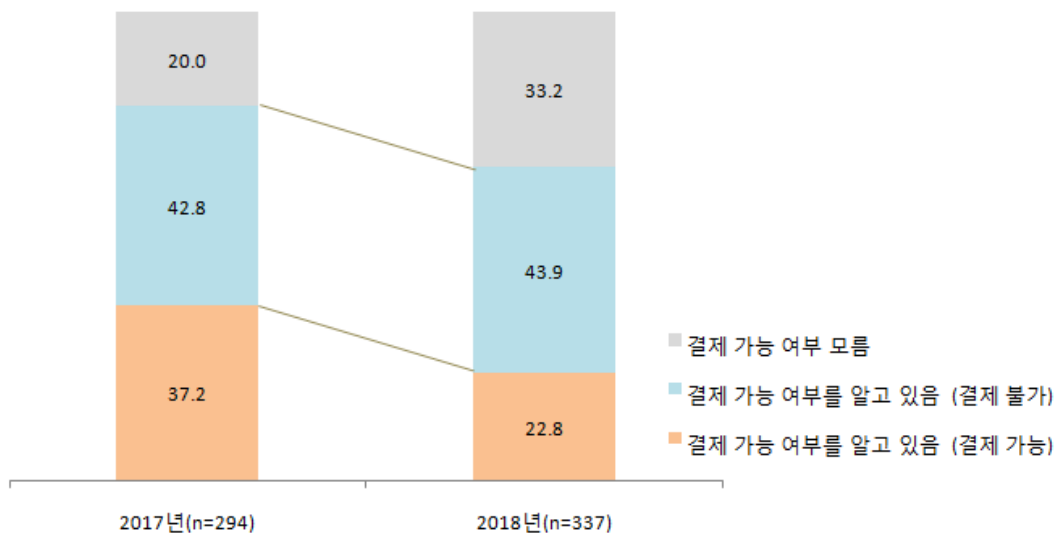
[그림 37] 약관 및 운영정책 미확인 사유의 연도별 비교



□ 미성년자 자녀의 스마트폰 유료 콘텐츠 결제 가능 여부를 모른다는 응답이 2018년에 들어 증가

- 2017년보다 2018년에 크게 감소한 항목이 미성년자 자녀의 스마트폰이 결제가 가능하다는 것을 알고 있다는 응답이었음
- 이는 결제 가능여부를 모른다는 응답이 2017년에 비해 2018년에 13.2%p가 상승한 것으로 미루어볼 때 미성년자 자녀가 스마트폰을 이용하여 유료 콘텐츠를 결제하는 이용행태에 대한 부모의 인지가 낮아졌음을 의미하는 것으로 볼 수 있음

[그림 38] 연도별 미성년자 자녀 스마트폰 유료 콘텐츠 결제 가능여부 인식



1.4 콘텐츠 이용 피해 최소화를 위해 필요한 노력

□ 전문기관 및 피해 구제 요청 기관의 이용 활성화 방안 마련 필요

- 지난 3년 간 전문기관에 상담하거나 피해 구제를 요청한 경험이 있다는 응답률은 14% 안팎에 불과한 것으로 나타나([그림41 참조), 일반인 대상 전문기관에 대한 이용 활성화 방안 마련 필요

□ '사업자-이용자-관련 전문기관'의 상호 협력 방안 모색

- 사업자 측면에서는 이용자와의 분쟁 소지가 되는 유료과금 정책 내용을 이용자가 잘 인지할 수 있도록 주목도를 높이는 방안을 강구하여 제시할 필요 있음
- 이용자 입장에서는 약관을 정독하여 자신의 소비 행위를 스스로 보호하고 유료 결제 시 철회나 환불 관련 정책을 숙지하는 습관을 가지도록 해야 할 것임
- 사업자와 이용자 간에 발생하는 분쟁을 조정하기 전에 이들이 관련된 문제를 해결하기 위해 먼저 찾고 의지할 수 있도록 기관의 역할에 대해 적극적으로 알리는 방안 마련

1.5 사회적 약자와 콘텐츠 이용

□ 실버 계층과 미성년자는 사회적 보호를 받아야하는 계층으로 콘텐츠 이용 관련 피해 발생 시에도 예외는 아님

- 아직 실버 계층에 대한 콘텐츠 관련 피해 사례가 가시화되지는 않았으나, 향후 스마트폰을 통한 유료 이용 비중이 높아지면서 자연스럽게 수면 위로 떠오를 것으로 보임
- 현재 콘텐츠 이용 피해 중 가장 제도적 보호를 받아야하는 계층은 미성년자라고 할 수 있을 것임. 합리적인 소비와 도덕적 판단을 위한 가치관이 정립되어가는 과정에 있는 미성년자에 의한 과금 결제 등에 대한 구체적인 보호 방안이 제시되어야 할 것임

□ 사이버 성폭력을 예방할 수 있도록 사업자 자정적 노력과 함께 제도적 장치 필요

- 주로 젊은 여성을 대상으로 성적으로 괴롭히거나, 언어적으로 폭력을 행사하는 사이버 성폭력이 게임 이용자들 사이에서 적지 않게 발견됨

□ 건전한 콘텐츠 소비를 위해서 반드시 선행되어야 할 부분은 성별이나 연령, 경제적 부의 소유 정도에 관계없이 사회적 구성원이 누구나 평등하게 여가 생활을 누릴 수 있는 환경을 조성해야한다는 것

1.6 인앱결제 이슈에 대한 대비

□ 모바일 중심 소비 환경으로 변화하면서 모바일 앱 소비자 피해 사례 증가

- 비록 본 조사에서는 가시적인 인앱결제 피해사례가 나타나지 않았으나, 한국소비자원(2018. 9.13)의 조사에 의하면, 구글 플레이스토어, 애플앱스토어와 같은 모바일 앱마켓 사업자가 제공하는 지급 결제서비스 형태인 인앱결제로 인한 피해가 최근 3년간 급증하고 있다고 함
- 인앱결제 이슈는 소비자 피해뿐 아니라 해외 사업자의 부실한 약관 운영으로 인한 문제와도 연결되어 국내 사업자와의 비대칭 규제 이슈도 있는 상황
- 따라서 모바일 앱마켓 사업자에 대한 약관 운영 실태 및 이용 피해시태조사가 보다 심층적으로 분석되어야할 필요 있음

2. 정책적 제언

2.1 이용 약관 개선

□ 유료 결제 및 환불규정 이용약관 간소화

- 이용약관의 분량이 너무 많고 용어가 난해하다는 점에서 콘텐츠 이용자의 약관 접근성이 매우 떨어지고 있어 이용약관 간소화하고 가독성을 제고할 필요
- 유료 결제 및 환불 규정은 이용자의 이해도 및 시인성 제고를 위해 약관 내 해당 조항의 상단 공지 및 하이라이트 처리 방침 마련
- 사용자의 약관 변경 시 이용자에게 불리한 조항은 이용자의 동의를 구하는 절차 마련

□ 유료 서비스 이용약관 개정 검토

- 콘텐츠 제공 환경이나 시스템에 부합되지 않는 환불규정 등에 대한 이용약관 개정 검토
- 환불 및 서비스 이용 범위 등에 대하여 카테고리가 아닌 상품별로 고지할 수 있도록 개정 검토

2.2 피해 신고 기관에 대한 이용자 접근 용이성 제고

□ 콘텐츠 이용피해 발생 시 적극적인 고객 대응 방안 마련 유도

- 이용피해 발생 시 이의제기를 위한 채널이 업체마다 다른 상황에서 콘텐츠 업체 홈페이지 '이용 피해 분쟁조정 전문기관'(한국소비자원, 콘텐츠분쟁조정위원회 등)에 대한 안내를 의무화 할 필요가 있음
 - 관련하여 제도적 근거를 마련할 필요가 있음
- 피해 규모 및 서비스 특성이 다양하므로 정부의 표준화된 고객 대응 지침이 마련되기를 희망함

□ 이용피해 분쟁조정 전문기관의 신뢰성 및 전문성 제고

- 콘텐츠 이용피해 및 분쟁조정 관련 모범사례 등 분쟁조정 전문기관의 정보제공을 강화하여 소액 피해자 등의 유사피해 예방 및 분쟁 해결 신뢰도 향상
- 분쟁 조정 사례 FAQ를 정교하게 검색할 수 있는 시스템으로 실효성 있는 정보 제공되기 희망함

2.3 사회적 약자의 콘텐츠 이용보호에 대한 정책 마련

□ 성폭력에 대한 신고 제도 강화

- 이용자 간 피해 사례 발생을 방지할 수 있도록 신고 제도를 강화할 필요 있음
 - 현재 한국콘텐츠진흥원의 성평등센터 '보라(BORA)'나 각 지역별로 '해바라기센터'와 같이 성폭력이나 관련 피해 상담 창구가 있으나 일반 이용자들에게 여전히 낮음
 - 콘텐츠 이용 중에 발생한 이용자 간 사이버 성폭력을 없앨 수 있도록 특화된 제도적 지원 방안 마련이 필요할 것으로 보임 은 특히 성폭력 피해 관련 처벌 근거 마련 필요

2018 콘텐츠 이용 피해 실태조사

[부 록]

[부록 1] 콘텐츠 이용자피해실태 사전 조사 개요 및 주요 결과

1.1 사전 조사 개요

- 사전 조사의 경우 남녀 연령별 콘텐츠 이용 피해율 산정을 위해 지역/성/연령별 인구비례로 배분하여 조사 실시
- 사전 조사 결과를 통해 성별, 연령별 피해율을 산정하여 본 조사의 표본 설계에 활용

[표 부록1] 사전 조사 설계

조사 항목	내 용
1) 조사 대상	PC 및 모바일을 통한 콘텐츠 이용 경험이 있는 15세 이상 65세 미만 국민
2) 조사 방법	구조화된 설문지를 통한 온라인 조사
3) 표본 크기	2,700명
4) 표본 오차	95% 신뢰수준에서 $\pm 1.89\%P$
5) 조사기간	2018. 11. 12. ~ 11. 22.
6) 조사기관	(주)한국CNR

[표 부록2] 사전 조사 내용

구 분	내 용
1) 응답자 기본정보	- 성별 - 연령 - 거주지 - 가족구성
2) 콘텐츠 이용	- 미디어 기기를 통한 콘텐츠 이용 경험 여부
3) 콘텐츠 이용 시 피해	- 콘텐츠 이용 시 피해 경험 여부 - 피해를 경험한 경우, 피해를 입은 콘텐츠 장르 - 피해를 경험한 경우, 최근에 피해를 입은 시기

1.2 사전 조사 응답자 특성표

[표 부록3] 사전 조사 응답자 특성

구분			표본 수 (명)	비중 (%)
전체			(2,700)	100.0
성별	남성		(1,495)	55.4
	여성		(1,205)	44.6
연령	10대		(220)	8.1
	20대		(641)	23.7
	30대		(623)	23.1
	40대		(601)	22.3
	50대 이상		(615)	22.8
성별 및 연령	남성	10대	(132)	4.9
		20대	(323)	12.0
		30대	(386)	14.3
		40대	(343)	12.7
		50대 이상	(311)	11.5
	여성	10대	(88)	3.3
		20대	(318)	11.8
		30대	(237)	8.8
		40대	(258)	9.6
		50대 이상	(304)	11.3

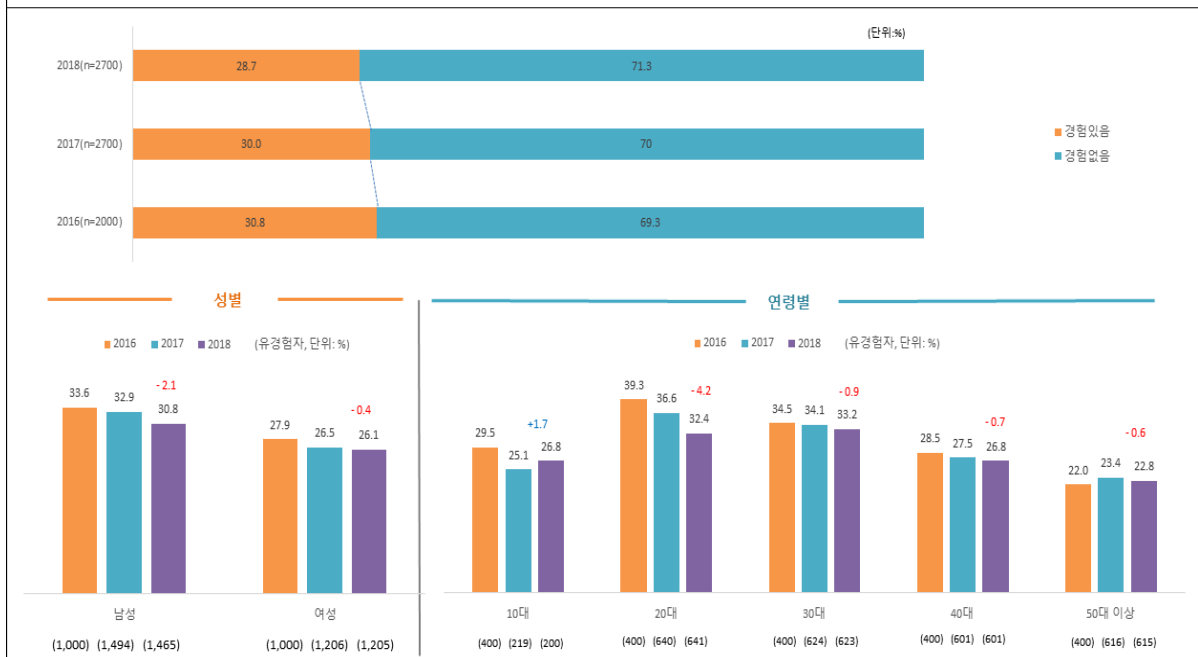
1.3 사전 조사 결과

1.3.1 콘텐츠 이용피해 경험률

- 미디어 기기를 통한 콘텐츠 이용자 28.7%가 이용 중 피해 경험이 있다고 응답함
 - 2016년 조사 결과(30.8%), 2017년 조사결과(30.2%)보다 다소 감소한 것으로 나타남
- 성별로 살펴보면, 남성은 30.8%, 여성은 26.1%가 피해가 있었다고 응답함
- 연령별로는 30대가 33.2%의 가장 높은 피해율을 보였으며, 다음으로 20대(32.4%), 40대(26.8%) 순으로 높게 나타남
 - 2016년과 2017년 조사 대비 20대, 30대, 40대의 피해율이 감소한 반면, 50대 이상 연령층에서 다소 증가함

[그림 부록1] 콘텐츠 이용피해 경험률

문] 콘텐츠를 이용하면서 금전적 또는 비금전적 피해를 입은 경험이 있습니까?



[표 부록4] 응답자 특성별 콘텐츠 피해 경험률

(단위: %)

구분			사례 수 (명)	피해경험 있음	피해경험 없음
전체			(2,700)	28.7	71.3
성별	남성		(1,495)	30.8	69.2
	여성		(1,205)	26.1	73.9
연령	10대		(220)	26.8	73.2
	20대		(641)	32.4	67.6
	30대		(623)	33.2	66.8
	40대		(601)	26.8	73.2
	50대 이상		(615)	22.8	77.2
성별 및 연령	남성	10대	(132)	23.5	76.5
		20대	(323)	34.1	65.9
		30대	(386)	34.2	65.8
		40대	(343)	32.1	67.9
		50대 이상	(311)	24.8	75.2
	여성	10대	(88)	31.8	68.2
		20대	(318)	30.8	69.2
		30대	(237)	31.6	68.4
		40대	(258)	19.8	80.2
		50대 이상	(304)	20.7	79.3

1.3.2 콘텐츠 이용피해 장르

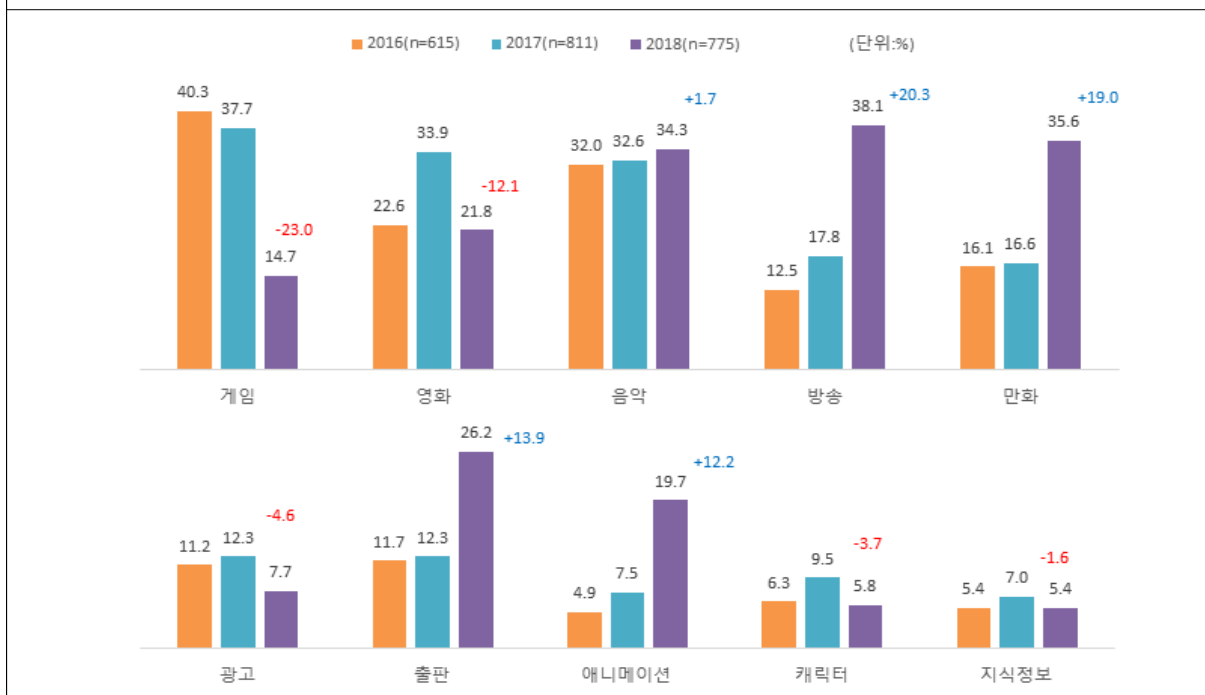
- 콘텐츠 이용피해를 입은 장르에 대한 질문에서 전체 응답자의 14.7%가 게임 콘텐츠 서비스에서 피해를 입은 경험이 있다고 응답하였으며, 그 다음 영화(21.8%), 음악(34.3%), 방송(38.1%), 만화(35.6%) 콘텐츠 순으로 피해 경험이 높은 것으로 나타남
- 2017년 조사 대비 게임(-23%p), 영화(12.1%p)는 대폭 감소하였으나 방송(+20.3%p)과 만화(+19.0%)가 큰 폭으로 증가함

□ 콘텐츠 이용피해 장르

- ▶ 본 조사에서는 문화체육관광부가 ‘문화콘텐츠산업’으로 분류한 11개 분야를 대상으로 하였으며, 각 장르에 해당되는 콘텐츠는 다음과 같음
- 출판 : 전자책, 전자신문 및 잡지, 인터넷 신문 등
 - 만화 : 웹툰 등
 - 음악 : 멜론, 애플뮤직 등 음악 스트리밍 또는 다운로드 서비스 등
 - 게임 : 온라인, 모바일 게임 등
 - 영화 : VOD 및 다운로드 서비스
 - 애니메이션 : VOD 및 다운로드 서비스
 - 방송 : VOD 및 다운로드 서비스
 - 광고 : 온라인 광고 서비스 등
 - 캐릭터 : 이모티콘, 테마 등
 - 지식정보 : 이러닝, 정보서비스 등
 - 기타 : (예) 콘텐츠 솔루션(콘텐츠를 제작, 감상 또는 유통시키는 데 필요한 SW 및 웹 도구) 등

[그림 부록2] 콘텐츠 이용피해 장르

문] 앞서 답해주신 피해 장르는 무엇입니까? 모두 선택해주시시오.



- 성별 피해 장르 3순위를 살펴보면, 남성은 게임(43.9%), 영화(38.5%), 음악(33.0%) 순이었으며, 여성은 음악(36.2%), 영화(31.4%), 게임(29.53%) 순으로 나타나 일부 차이를 보였음
- 연령별로 살펴보면, 30대와 50대 연령층에서는 '영화' 장르에서 가장 피해를 많이 입었으며, 10대, 20대, 40대 연령층에서는 '게임' 장르의 피해 비중이 가장 크게 나타났음

[표 부록5] 응답자 특성별 콘텐츠 이용피해 장르

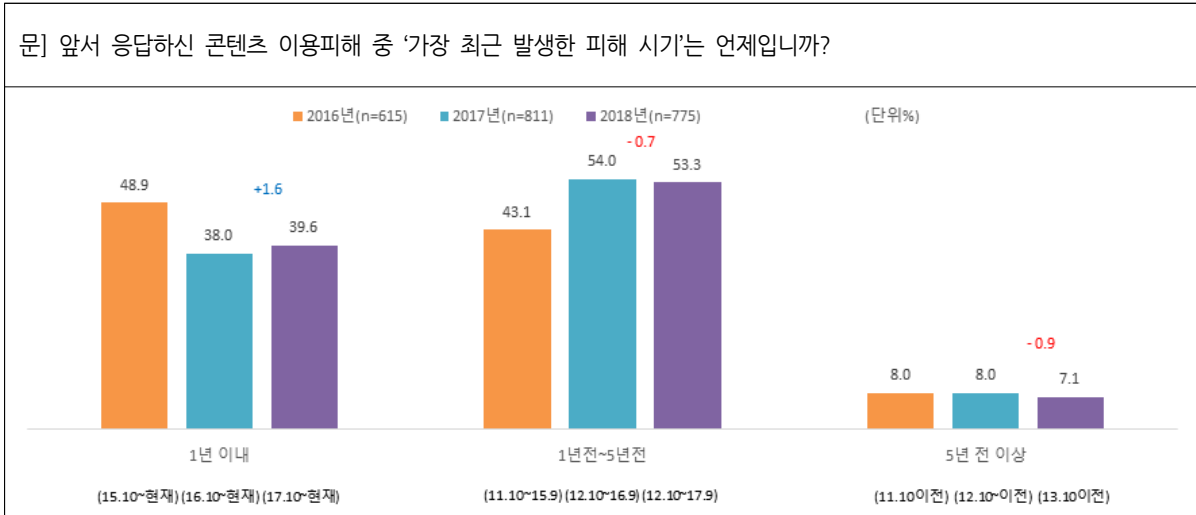
(단위: %, 중복응답)

구분			사례수 (명)	출판	만화	음악	게임	영화	애니 메이 션	방송	광고	캐릭 터	지식 정보
전체			(775)	14.7	21.8	34.3	38.1	35.6	7.7	26.2	19.7	5.8	5.4
성별	남성		(460)	13.5	21.5	33.0	43.9	38.5	8.5	27.0	15.2	6.3	5.9
	여성		(315)	16.5	22.2	36.2	29.5	31.4	6.7	25.1	26.3	5.1	4.8
연령	10대		(59)	8.5	25.4	33.9	39.0	35.6	10.2	27.1	30.5	8.5	5.1
	20대		(208)	12.0	23.1	36.5	38.0	28.8	8.7	26.9	26.0	2.9	5.3
	30대		(207)	14.5	23.7	34.8	38.2	39.1	7.2	25.6	15.9	6.3	3.4
	40대		(161)	14.9	19.3	31.1	41.6	39.8	5.0	24.8	16.1	6.8	4.3
	50대 이상		(140)	21.4	18.6	34.3	33.6	35.7	9.3	27.1	15.7	7.1	10.0
성별 및 연령	남성	10대	(31)	9.7	25.8	29.0	45.2	38.7	12.9	25.8	32.3	12.9	9.7
		20대	(110)	10.0	21.8	36.4	45.5	31.8	10.9	24.5	20.0	2.7	6.4
		30대	(132)	13.6	22.7	34.1	45.5	41.7	8.3	27.3	11.4	4.5	3.8
		40대	(110)	13.6	20.9	29.1	42.7	42.7	5.5	26.4	13.6	7.3	4.5
		50대 이상	(77)	19.5	18.2	33.8	40.3	36.4	7.8	31.2	10.4	10.4	9.1
	여성	10대	(28)	7.1	25.0	39.3	32.1	32.1	7.1	28.6	28.6	3.6	0.0
		20대	(98)	14.3	24.5	36.7	29.6	25.5	6.1	29.6	32.7	3.1	4.1
		30대	(75)	16.0	25.3	36.0	25.3	34.7	5.3	22.7	24.0	9.3	2.7
		40대	(51)	17.6	15.7	35.3	39.2	33.3	3.9	21.6	21.6	5.9	3.9
		50대 이상	(63)	23.8	19.0	34.9	25.4	34.9	11.1	22.2	22.2	3.2	11.1

1.3.3 콘텐츠 이용피해 시기

- 전체 응답자의 39.6%가 최근 1년 이내에 피해를 경험한 적이 있다고 응답하였고, 최근 5년 이내 피해 경험률은 91.9%임
- 2017년 조사 대비 최근 1년 이내 피해 경험률은 1.6%p 증가함

[그림 부록3] 콘텐츠 이용피해 시기



[표 부록6] 응답자 특성별 콘텐츠 이용피해 시기

(단위: %)

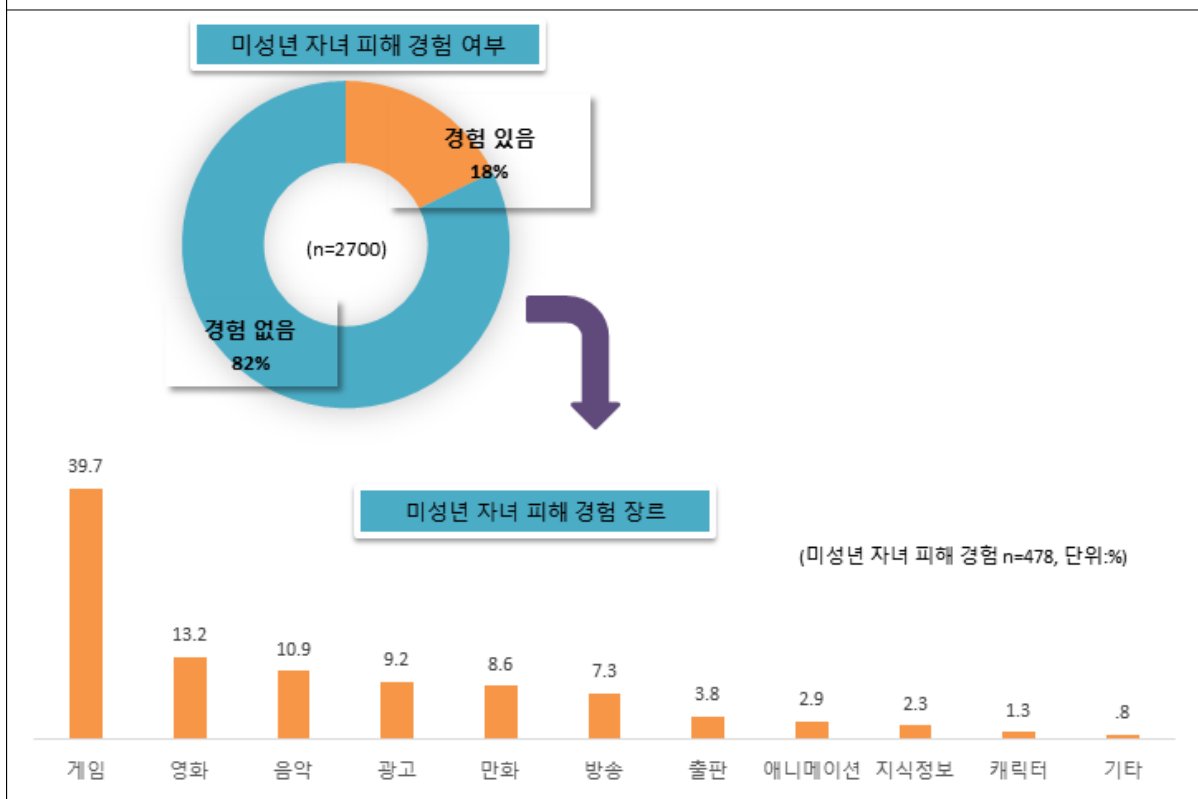
구분			사례 수 (명)	1년 이내 (2017년 10월~ 현재)	1년 전~5년 전 미만 (2016년 10월 ~2013년 10월)	5년 전 이상 (2013년 10월 이전)
전체			(775)	39.6	53.3	7.1
성별	남성		(460)	35.9	56.7	7.4
	여성		(315)	45.1	48.3	6.7
연령	10대		(59)	44.1	52.5	3.4
	20대		(208)	49.0	45.7	5.3
	30대		(207)	38.2	56.5	5.3
	40대		(161)	37.3	56.5	6.2
	50대 이상		(140)	28.6	56.4	15.0
성별 및 연령	남성	10대	(31)	41.9	51.6	6.5
		20대	(110)	45.5	48.2	6.4
		30대	(132)	34.8	61.4	3.8
		40대	(110)	31.8	59.1	9.1
		50대 이상	(77)	27.3	59.7	13.0
	여성	10대	(28)	46.4	53.6	0.0
		20대	(98)	53.1	42.9	4.1
		30대	(75)	44.0	48.0	8.0
		40대	(51)	49.0	51.0	0.0
		50대 이상	(63)	30.2	52.4	17.5

1.3.4 미성년자 콘텐츠 이용피해

- 전체 응답자의 18.0%가 최근 1년 이내에 피해를 경험한 적이 있다고 응답하였음
- 미성년 자녀 피해 경험에 있다는 응답자들 중 게임 장르에서 피해를 입었다(39.7%)고 응답한 비율이 가장 높게 나타남

[그림 부록4] 미성년자 자녀의 콘텐츠 이용피해 시기

문] 귀하의 미성년 자녀가 콘텐츠를 이용하면서 금전적 또는 비금전적 피해를 입은 경험이 있습니까? 피해 입은 콘텐츠 장르는 무엇입니까?



[부록 2] 콘텐츠 이용자피해실태 사전 조사표

2.1 조사 안내문

‘콘텐츠 이용자 피해’ 실태조사 참여를 부탁드립니다.

안녕하십니까?

「한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회 사무국」에서는 (주)한국씨앤알과 ‘콘텐츠 이용자 피해’에 관한 실태조사를 진행하고 있습니다.

본 조사의 결과는 고객 여러분들의 소중한 의견을 수렴하여 콘텐츠 이용자 피해를 줄이기 위한 기초자료로 활용될 예정입니다. 귀하께서 답변해주시는 내용은 통계법 제4조 및 제33, 34조의 규정에 따라 비밀이 보장되며 통계적인 목적으로만 이용됩니다.

예상 응답시간은 약 2분가량으로, 바쁘시겠지만 잠시만 시간을 내어 설문에 응해주시면 감사하겠습니다.

이번 조사는 향후 실시될 본 조사를 위한 사전 조사이며, 설문에 성실히 응답해주시는 분을 대상으로 다시 본 조사를 진행할 예정입니다.

사전 조사와 본 조사에 모두 참여를 완료해주시는 분을 대상으로 000원가량의 답례가 제공되오니, 많은 참여 부탁드립니다.

[조사 참여 방법] : 아래 ‘참여하기’를 클릭하면 조사 페이지로 이동됩니다.

만약 조사 페이지의 접속이 원활하지 않거나, 조사 진행이 중단되는 등 문제가 발생할 경우 아래 이메일로 회신해주시거나 전화로 문의 주시면, 조치하도록 하겠습니다.

조사 불편/문의사항 : 김완중, 02-6934-4940, diebong@naver.com

김 속, 02-6934-4941, dashim@daum.net

* 조사 주관기관 : 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회 사무국

* 조사 수행기관 : (주)한국씨앤알

[참여하기]

2.2 조사 내용

■ 콘텐츠 이용

1. 귀하는 PC, 모바일 등 미디어 기기를 통해 콘텐츠* 이용을 해본 경험이 있습니까?
① 예 ② 아니오(조사중단)
* 본 설문조사에서의 '콘텐츠'라 함은 PC, 스마트폰 및 태블릿 등 미디어기기를 통해 제공되는 디지털 형식의 무형 콘텐츠를 뜻하며, 아래의 11개의 분류에 해당합니다.
<ul style="list-style-type: none"> · 출판 (전자책, 전자신문 및 잡지, 인터넷 신문 등) · 만화 (웹툰 등) · 음악 (멜론, 애플뮤직 등 음악 스트리밍 또는 다운로드 서비스 등) · 게임 (온라인 게임, 모바일 게임 등) · 영화 (VOD 및 다운로드 서비스) · 애니메이션 (VOD 및 다운로드 서비스) · 방송 (VOD 및 다운로드 서비스) · 광고 (온라인 광고 서비스 등) · 캐릭터 (이모티콘, 테마 등) · 지식정보 (이러닝, 정보서비스 등) · 기타 : ()
* [기타 예시] 콘텐츠솔루션(콘텐츠를 제작, 감상 또는 유통시키는데 필요한 SW나 웹 도구) 등
2. 다음 장르 중 귀하가 가장 많이 이용하는 장르는 무엇입니까? 순서대로 3가지만 골라주세요.
① 출판 (전자책, 전자신문 및 잡지, 인터넷 신문 등) ② 만화 (웹툰 등) ③ 음악 ④ 게임 ⑤ 영화 ⑥ 애니메이션 ⑦ 방송 ⑧ 광고 ⑨ 캐릭터

■ 콘텐츠 이용 피해 경험

3. 콘텐츠를 이용하시면서 귀하가 직접 금전적 또는 비금전적 피해를 입은 경험이 있습니까?
① 예 ② 아니오(조사중단)
* 금전적 피해 : 비용을 지불했음에도 불구하고 콘텐츠에 하자가 있거나, 뜻하지 않게 과도한 요금이 발생하는 등의 경우
** 비금전적 피해 : 콘텐츠 이용 중 부당하게 이용제한, 서비스오류·중단, 또는 선정적·폭력적인 콘텐츠 내용 등으로 큰 '시간적, 정신적·육체적' 피해가 발생한 경우

4. 앞서 답해주신 피해 장르는 무엇입니까? 모두 선택해주시요.

- ① 출판 (전자책, 전자신문 및 잡지, 인터넷 신문 등)
 ② 만화 (웹툰 등)
 ③ 음악 (멜론, 애플뮤직 등 음악 스트리밍 또는 다운로드 서비스 등)
 ④ 게임 (온라인 게임, 모바일 게임 등)
 ⑤ 영화 (VOD 및 다운로드 서비스)
 ⑥ 애니메이션 (VOD 및 다운로드 서비스)
 ⑦ 방송 (VOD 및 다운로드 서비스)
 ⑧ 광고 (온라인 광고 서비스 등)
 ⑨ 캐릭터 (이모티콘, 테마 등)
 ⑩ 지식정보 (이러닝, 정보서비스 등)
 ⑪ 기타 : ()

* [기타 예시] 콘텐츠솔루션(콘텐츠를 제작, 감상 또는 유통시키는데 필요한 SW나 웹 도구) 등

5. 앞서 답해주신 피해 경험 중 '가장 큰 피해' 경험이었다고 생각하시는 해당 장르를 하나 선택해주시고, 콘텐츠 서비스/상품명 및 업체명을 응답해주시요.

장르	콘텐츠 서비스명(상품명)	업체명(아시는 경우)
① 출판	()	()
② 만화	()	()
③ 음악	()	()
④ 게임	()	()
⑤ 영화	()	()
⑥ 애니메이션	()	()
⑦ 방송	()	()
⑧ 광고	()	()
⑨ 캐릭터	()	()
⑩ 지식정보	()	()
⑪ 기타 ()	()	()

6. 앞서 답해주신 피해 경험 중 '가장 최근에 발생한 시기'는 언제입니까?

- ① 1년 이내 ('17.11월 ~ 현재)
 ② 1년 전 ~ 2년 전 미만 ('16년 11월~'17.10월)
 ③ 2년 전 ~ 3년 전 미만 ('15년 11월~'16.10월)
 ④ 3년 전 ~ 4년 전 미만 ('14년 11월~'15.10월)
 ⑤ 4년 전 ~ 5년 전 미만 ('13년 11월~'14.10월)
 ⑥ 5년 전 이상 ('13년 11월 이전)

7. 귀하의 자녀 또는 부모가 콘텐츠를 이용하면서 금전적 또는 비금전적 피해를 입은 경험이 있습니까?

① 예 ② 아니오(조사중단)

* 금전적 피해 : 비용을 지불했음에도 불구하고 콘텐츠에 하자가 있거나, 뜻하지 않게 과도한 요금이 발생하는 등의 경우

** 비금전적 피해 : 콘텐츠 이용 중 부당하게 이용제한, 서비스오류·중단, 또는 선정적·폭력적인 콘텐츠 내용 등으로 큰 '시간적, 정신적·육체적' 피해가 발생한 경우

8. 앞서 답해주신 자녀 또는 부모의 피해 경험 중 '가장 큰 피해' 경험이었다고 생각하시는 해당 장르를 하나 선택해주시고, 콘텐츠 서비스/상품명 및 업체명을 응답해주시시오.

장르	콘텐츠 서비스명(상품명)	업체명(아시는 경우)
① 출판	()	()
② 만화	()	()
③ 음악	()	()
④ 게임	()	()
⑤ 영화	()	()
⑥ 애니메이션	()	()
⑦ 방송	()	()
⑧ 광고	()	()
⑨ 캐릭터	()	()
⑩ 지식정보	()	()
⑪ 기타 ()	()	()

9. 앞서 답해주신 자녀 또는 부모의 피해 경험 중 '가장 최근에 발생한 시기'는 언제입니까?

- ① 1년 이내 ('17.11월 ~ 현재)
- ② 1년 전 ~ 2년 전 미만 ('16년 11월~'17.10월)
- ③ 2년 전 ~ 3년 전 미만 ('15년 11월~'16.10월)
- ④ 3년 전 ~ 4년 전 미만 ('14년 11월~'15.10월)
- ⑤ 4년 전 ~ 5년 전 미만 ('13년 11월~'14.10월)
- ⑥ 5년 전 이상 ('13년 11월 이전)

10. 본인 혹은 부모 및 자녀의 콘텐츠 이용 피해에 대한 좀 더 상세하게 답변할 간담회에 참석할 의사가 있습니까?

- ① 간담회 참석 의사가 있음: 연락처-
- ② 없음(조사 종료)

■ 인구 통계적 특성

SQ1. 귀하의 성별 어떻게 되십니까?

- ① 남성 ② 여성

SQ2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

연령 만 ()세

SQ3. 귀하의 거주지역은 어떻게 되십니까?

- ① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전 ⑦ 울산 ⑧ 세종 ⑨ 경기 ⑩ 강원
⑪ 충북 ⑫ 충남 ⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북 ⑯ 경남 ⑰ 제주

SQ4. 현재 귀하가 함께 생활하는 가족은 어떻게 구성되어 있습니까?

- ① 혼자 거주 ② 부부 ③ 부모+자녀
④ 조부모+부모+자녀 ⑤ 조부모+자녀 ⑥ 기타

SQ5. 귀하의 현재 직업은 무엇인가요?

- ① 자영업(상점, 가게, 식당 등 운영)
② 영업직/판매직(내근보다 외근이 많은 회사원 등)
③ 서비스직(은행 텔러, 상담원 등)
④ 기능/작업직(생산 관련업종, A/S센터 종사자 등)
⑤ 일반 사무직(외근보다 내근이 많은 회사원 등)
⑥ 경영/관리직(부장급 이상 사무직, 대표이사 등)
⑦ 전문직(변호사, 의사, 약사 등)
⑧ 공무원
⑨ 교사
⑩ 고등학생, 대학생, 대학원생
⑪ 농업/임업/축산업/어업 등 1차 산업 종사자
⑫ 전업주부(기혼인 중 하루 4시간 파트타임 이하)
⑬ 아르바이트/파트타임직
⑭ 은퇴, 구직 등 현재 특정한 직업이 없음

SQ6. 귀하 닥의 월평균 가구 소득은 대략 얼마입니까?

- ① 200 만 원 미만
② 200 ~ 400만 원 미만
③ 400 ~ 600 만 원 미만
④ 600 ~ 800 만 원 미만
⑤ 800 ~ 1,000 만 원 미만
⑥ 1,000 만 원 이상

* 본인 포함, 함께 거주하시는 모든 가족의 월평균 소득을 고려

* 근로소득 외 부수입, 보너스, 임대료, 이자수익 등 부수적인 수입까지 모두 포함

[부록 3] 콘텐츠 이용자피해실태 본 조사표

3.1 조사 안내문

‘콘텐츠 이용자 피해’ 실태조사 참여를 부탁드립니다.

안녕하십니까?

「한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회 사무국」에서는 (주)한국씨앤알과 '콘텐츠 이용피해'에 관한 실태조사를 진행하고 있습니다.

본 설문조사는 "PC, 모바일기기 등을 통하여 콘텐츠를 이용 시 금전적 또는 비금전적 피해를 입은 경험자"를 대상으로 합니다.

본 조사의 결과는 여러분들의 소중한 의견을 수렴하여 콘텐츠 이용피해를 줄이기 위한 기초자료로 활용될 예정입니다. 귀하께서 답변해주시는 내용은 통계법 제4조 및 제33, 34조의 규정에 따라 비밀이 보장되며 통계적인 목적으로만 이용됩니다.

예상 응답시간은 약 10분가량으로, 바쁘시겠지만 잠시만 시간을 내어 설문에 응해주시면 감사하겠습니다.

조사 참여 방법 : 아래 '참여하기'를 클릭하면 조사 페이지로 이동됩니다.

만약 조사 페이지의 접속이 원활하지 않거나, 조사 진행이 중단되는 등 문제가 발생할 경우 아래 이메일로 회신주시거나 전화로 문의 주시면, 조치하도록 하겠습니다.

조사 불편/문의사항 : 김완중, 02-6934-4940, diebong@naver.com

김 속, 02-6934-4941, dashim@daum.net

* 조사 주관기관 : 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회 사무국

* 조사 수행기관 : (주)한국씨앤알

[참여하기]

3.2 기본사항

가-1. 귀하의 성별/연령/거주지역은 어떻게 되십니까?

▶ 성별 ① 남성 ② 여성

▶ 연령 만 ()세

▶ 거주지역

- ① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전 ⑦ 울산 ⑧ 세종 ⑨ 경기 ⑩ 강원
⑪ 충북 ⑫ 충남 ⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북 ⑯ 경남 ⑰ 제주

가-2. PC, 모바일 등 미디어 기기를 통해 콘텐츠* 이용을 해본 경험이 있습니까?

① 예 ② 아니오(조사중단)

* 본 설문조사에서의 ‘콘텐츠’라 함은 PC, 스마트폰 및 태블릿 등 미디어기기를 통해 제공되는 디지털 형식의 무형 콘텐츠를 뜻하며, 아래의 11개의 분류에 해당합니다.

- 출판 (전자책, 전자신문 및 잡지, 인터넷 신문 등)
- 만화 (웹툰 등)
- 음악 (멜론, 애플뮤직 등 음악 스트리밍 또는 다운로드 서비스 등)
- 게임 (온라인 게임, 모바일 게임 등)
- 영화 (VOD 및 다운로드 서비스)
- 애니메이션 (VOD 및 다운로드 서비스)
- 방송 (VOD 및 다운로드 서비스)
- 광고 (온라인 광고 서비스 등)
- 캐릭터 (이모티콘, 테마 등)
- 지식정보 (이러닝, 정보서비스 등)
- 기타 : ()

* [기타 예시] 콘텐츠솔루션(콘텐츠를 제작, 감상 또는 유통시키는데 필요한 SW나 웹 도구) 등

가-3. 다음 장르 중 귀하께서 가장 많이 이용하는 장르는 무엇입니까? 순서대로 3가지만 골라주세요.

- ① 출판 (전자책, 전자신문 및 잡지, 인터넷 신문 등)
- ② 만화 (웹툰 등)
- ③ 음악
- ④ 게임
- ⑤ 영화
- ⑥ 애니메이션
- ⑦ 방송
- ⑧ 광고
- ⑨ 캐릭터

가-4. 귀하께서 콘텐츠를 이용하시면서 금전적 또는 비금전적(시간적, 정신적·육체적) 피해를 입은 경험이 있습니까?

① 예 ② 아니오(조사중단)

* 금전적 피해 : 비용을 지불했음에도 불구하고 콘텐츠에 하자가 있거나, 뜻하지 않게 과도한 요금이 발생하는 등의 경우

(예시) 본인이 원하지 않은 자동 결제, 부모 동의 없는 미성년자 결제, 계정 해킹 등으로 사라진 유료 아이템 등

** 비금전적 피해 : 콘텐츠 이용중 부당하게 이용제한, 서비스오류·중단, 또는 선정적·폭력적인 콘텐츠 내용 등으로 큰 '시간적, 정신적·육체적' 피해가 발생한 경우

(예시, 시간적 피해) 결제 콘텐츠의 결함으로 사용까지 지연된 시간, 민원을 제기하기 위해 든 시간과 노력 등

(예시, 정신적·육체적 피해) 부당한 이용정지, 개인정보 유출에 따른 스트레스, 연령에 맞지 않는 콘텐츠로 인한 정신적 충격, 콘텐츠 이용후 시각, 청각 등 감각 이상, 또는 정상 이상의 육체적 피로감 발생 등

가-5. 앞서 답해주신 피해 장르는 무엇입니까? 모두 선택해주시시오.

- ① 출판 (전자책, 전자신문 및 잡지, 인터넷 신문 등)
- ② 만화 (웹툰 등)
- ③ 음악 (멜론, 애플뮤직 등 음악 스트리밍 또는 다운로드 서비스 등)
- ④ 게임 (온라인 게임, 모바일 게임 등)
- ⑤ 영화 (VOD 및 다운로드 서비스)
- ⑥ 애니메이션 (VOD 및 다운로드 서비스)
- ⑦ 방송 (VOD 및 다운로드 서비스)
- ⑧ 광고 (온라인 광고 서비스 등)
- ⑨ 캐릭터 (이모티콘, 테마 등)
- ⑩ 지식정보 (이러닝, 정보서비스 등)
- ⑪ 기타 : ()

* [기타 예시] 콘텐츠솔루션(콘텐츠를 제작, 감상 또는 유통시키는데 필요한 SW나 웹 도구) 등

가-6. 앞서 답해주신 피해 경험 중 '가장 최근에 발생한 시기'는 언제입니까?

이용피해 발생 시기	시기별 피해 발생 수
<input type="checkbox"/> 1년 이내 ('17.11월 ~ 현재)	() 건
<input type="checkbox"/> 1년 전 ~ 2년 전 미만 ('16년 11월~'17.10월)	() 건
<input type="checkbox"/> 2년 전 ~ 3년 전 미만 ('15년 11월~'16.10월)	() 건
<input type="checkbox"/> 3년 전 ~ 4년 전 미만 ('14년 11월~'15.10월)	() 건
<input type="checkbox"/> 4년 전 ~ 5년 전 미만 ('13년 11월~'14.10월)	() 건
<input type="checkbox"/> 5년 전 이상 ('13년 11월 이전)	() 건

가-7. 귀하의 자녀 또는 부모가 콘텐츠를 이용하면서 금전적 또는 비금전적 피해를 입은 경험이 있습니까?

① 예 ② 아니오 (☞ 나-1로 이동)

* 금전적 피해 : 비용을 지불했음에도 불구하고 콘텐츠에 하자가 있거나, 뜻하지 않게 과도한 요금이 발생하는 등의 경우

** 비금전적 피해 : 콘텐츠 이용 중 부당하게 이용제한, 서비스오류·중단, 또는 선정적·폭력적인 콘텐츠 내용 등으로 큰 '시간적, 정신적·육체적' 피해가 발생한 경우

가-8. 앞서 답해주신 자녀 또는 부모의 피해 경험 중 '가장 큰 피해' 경험이었다고 생각하시는 해당 장르를 하나 선택해주시고, 콘텐츠 서비스/상품명 및 업체명을 응답해주시시오.

장르	콘텐츠 서비스명(상품명)	업체명(아시는 경우)
① 출판	()	()
② 만화	()	()
③ 음악	()	()
④ 게임	()	()
⑤ 영화	()	()
⑥ 애니메이션	()	()
⑦ 방송	()	()
⑧ 광고	()	()
⑨ 캐릭터	()	()
⑩ 지식정보	()	()
⑪ 기타 ()	()	()

가-9. 앞서 답해주신 자녀 또는 부모의 피해 경험 중 '가장 최근에 발생한 시기'는 언제입니까?

이용피해 발생 시기	시기별 피해 발생 수
<input type="checkbox"/> 1년 이내 ('17.11월 ~ 현재)	() 건
<input type="checkbox"/> 1년 전 ~ 2년 전 미만 ('16년 11월~'17.10월)	() 건
<input type="checkbox"/> 2년 전 ~ 3년 전 미만 ('15년 11월~'16.10월)	() 건
<input type="checkbox"/> 3년 전 ~ 4년 전 미만 ('14년 11월~'15.10월)	() 건
<input type="checkbox"/> 4년 전 ~ 5년 전 미만 ('13년 11월~'14.10월)	() 건
<input type="checkbox"/> 5년 전 이상 ('13년 11월 이전)	() 건

3.3 이용 현황

나-1. 귀하는 PC, 모바일 등 미디어 기기를 통하여 콘텐츠를 이용한 경험이 있다고 응답하셨습니다. 그렇다면 아래에서 최근(현재) “일주일 총 이용 시간 기준”으로 주로 이용하는 상위 콘텐츠 장르를 3개까지 선택해주시고, 선택하신 장르의 ‘일주일 내 평균 이용 일수’ 및 ‘하루 평균 이용 시간(=일주일 총 이용 시간/7일)’을 입력해주시시오.

주 이용 장르	주간 이용 일수 (1~7일)	하루평균 이용 시간 (24시간 이하)
<input type="checkbox"/> 출판 (전자책, 전자신문 및 잡지, 인터넷 신문 등) <input type="checkbox"/> 만화 (웹툰 등) <input type="checkbox"/> 음악 (멜론, 애플뮤직 등 음악 스트리밍 또는 다운로드 서비스 등) <input type="checkbox"/> 게임 (온라인 게임, 모바일 게임등) <input type="checkbox"/> 영화 (VOD 및 다운로드 서비스) <input type="checkbox"/> 애니메이션 (VOD 및 다운로드 서비스) <input type="checkbox"/> 방송 (VOD 및 다운로드 서비스) <input type="checkbox"/> 광고 (온라인 광고 서비스 등) <input type="checkbox"/> 캐릭터 (이모티콘, 테마 등) <input type="checkbox"/> 지식정보 (이러닝, 정보서비스 등) <input type="checkbox"/> 기타 : ()	()일 ()일 ()일	()시간 ()시간 ()시간

나-2. 아래에서 최근(현재) “월평균 이용금액 기준”으로 주로 이용하는 상위 콘텐츠 장르를 3개까지 선택해주시고, 선택하신 장르의 ‘월평균 이용금액’을 입력해주시시오.

* 유료 콘텐츠를 평소 전혀 이용하지 않는 경우는 마지막의 ‘유료 콘텐츠 이용하지 않음’ 보기를 선택해주시기 바랍니다.

주 이용 장르	월평균 이용금액 (부가세 포함 총액 기준)
<input type="checkbox"/> 출판 (전자책, 전자신문 및 잡지, 인터넷 신문 등) <input type="checkbox"/> 만화 (웹툰 등) <input type="checkbox"/> 음악 (멜론, 애플뮤직 등 음악 스트리밍 또는 다운로드 서비스 등) <input type="checkbox"/> 게임 (온라인 게임, 모바일 게임등) <input type="checkbox"/> 영화 (VOD 및 다운로드 서비스) <input type="checkbox"/> 애니메이션 (VOD 및 다운로드 서비스) <input type="checkbox"/> 방송 (VOD 및 다운로드 서비스) <input type="checkbox"/> 광고 (온라인 광고 서비스 등) <input type="checkbox"/> 캐릭터 (이모티콘, 테마 등) <input type="checkbox"/> 지식정보 (이러닝, 정보서비스 등) <input type="checkbox"/> 기타 : () <input type="checkbox"/> 유료 콘텐츠는 이용하지 않음	()원 ()원 ()원

<p>나-3. 귀하가 콘텐츠를 이용 중에 '과거 발생한 모든 피해'의 종류를 모두 선택해주시고, 해당 피해의 규모를 기입해주시시오. 만약 해당하는 종류가 없다고 생각하시면 제일 아래의 '기타'를 선택해주시고 직접 간략히 피해 종류를 기입해주세요.</p>			
과거 경험한 콘텐츠 이용피해의 종류	금전적 피해 (내용/규모)	시간적 피해 (내용/규모)	정신적·육체적 피해 (내용/규모)
<p><input type="checkbox"/> 허위/과장 광고에 의한 피해 (예시 사례)</p> <p>*이벤트 및 광고 등을 통해 지급하기로 한 상품을 주지 않았거나, 지급하기로 한 것과는 다른 상품이 지급됨</p> <p>*광고와 콘텐츠 내용에 큰 차이가 있었거나, 혼돈을 주는 문구로 작성되어 있었음</p>	()원	()시간	()
<p><input type="checkbox"/> 콘텐츠 및 서비스의 하자, 제공 중단에 의한 피해</p> <p>*결제가 정상적으로 이루어졌음에도 불구하고, 버그 및 하자 등으로 인해 다운로드 받은 게임, 음악 등 콘텐츠가 정상적으로 작동하지 않았음</p> <p>*결제가 정상적으로 이루어졌음에도 불구하고, 구매한 게임 아이템이나 음악의 구매 리스트가 사라져 버려 이용할 수 없었음</p> <p>*정상적으로 이용 중이던 영상 등의 심한 지연, 끊김 현상 등으로 인해 원활한 서비스 이용이 불가능했거나, 사전 공지 없이 서비스 이용이 2시간 이상 중단됨</p> <p>*고객센터에 전화를 걸어도 받지 않는 등 고객센터와 연락이 되지 않음</p> <p>*고객센터에 피해 내용이 접수되었음에도 불구하고, 빠른 시일 내에 문제에 대한 해결책을 주지 않는 등 고객 서비스가 불만족스러움</p>	()원	()시간	()
<p><input type="checkbox"/> 부당한 요금 청구에 의한 피해</p> <p>*동의하지 않았음에도 불구하고 매달 자동으로 결제가 됨</p> <p>*콘텐츠 비용 지불 시 예상한 것과는 다른 과도한 요금이 부과됨</p> <p>*사용하지도 않은 콘텐츠에 대하여 요금이 청구됨</p>	()원	()시간	()
<p><input type="checkbox"/> 결제취소/해지 및 아이템 이용피해</p> <p>*서비스 이용 취소(청약철회) 또는 해지 의사 접수 후 환불이 3일 이상 지연됨</p> <p>*전액을 환불 받을 수 있는 상황이었음에도 불구하고 일부만 환불받음</p> <p>*결제한 금액과 다른 금액이 결제 되었거나, 이중으로 결제됨</p> <p>*단순변심, 구입 오류 등으로 결제 취소, 계약해지를 요청하였으나 받아들여지지 않음</p> <p>*이용자 간 혹은 전문 거래사이트에서의 아이템 거래 및 사기로 인해 피해를 입음</p>	()원	()시간	()

<input type="checkbox"/> 기술적 보호조치 미비에 의한 피해 *회사에서 요구하는 보안 조치를 준수하였음에도 불구하고, 계정이 해킹당함 *회사에 제공한 개인정보가 도용 또는 악용됨	()원	()시간	()
<input type="checkbox"/> 미성년자 결제에 의한 피해(본인의 직접 피해 및 자녀로 인한 간접적 피해 모두 포함) *미성년자인 자녀(또는 미성년자 본인)가 부모의 동의 없이 콘텐츠를 구매하였거나, 유료상품 등을 결제함	()원	()시간	()
<input type="checkbox"/> 부당한 이용정지 및 제한조치에 의한 피해 *회사에 의하여 부당하게 계정이 일정 기간 정지되었거나, 서비스 내 일부 기능의 사용이 제한됨 *사용하지도 않은 해킹 프로그램 및 비정상적 서비스 이용 등의 사유로 이용이 제한됨	()원	()시간	()
<input type="checkbox"/> 콘텐츠 이용등급 또는 이용사양 등 관련 정보 제공 미흡으로 인한 피해 *미성년자인 자녀(또는 미성년자 본인)가 19세 이상 이용이 가능한 IPTV VOD, 게임 등의 콘텐츠를 이용함 *콘텐츠를 이용하기 위하여 필요한 최소한의 PC, 소프트웨어 사양 및 조건 등에 대한 정보 제공이 미흡하여 콘텐츠를 이용하다 문제가 발생함	()원	()시간	()
<input type="checkbox"/> 약관 운영정책에 대한 불만 및 피해 *콘텐츠 사업자의 버그 방관, 기습적인 패치, 확률 비공개, 갑작스런 서비스 종료 미보상 등 운영정책에 불만이 있음 *콘텐츠 사업자의 약관이 불공정하게 구성되어 있어서 피해를 입음	()원	()시간	()
<input type="checkbox"/> 기타 피해 종류 : ()	()원	()시간	()

나-#3. (가-5에서 최근 1년 내 피해 1건 이상 입력한 경우만 해당) 귀하께서는 앞에서 '최근 1년 내' 콘텐츠 이용피해 경험이 있다고 응답하셨습니다. 그렇다면 최근 1년 내 발생하였던 피해의 종류를 모두 선택해주시고, 해당 피해의 규모를 기입해주시시오. 만약 해당하는 종류가 없다고 생각하시면 제일 아래의 '기타'를 선택해주시고 직접 간략히 피해 종류를 기입해주세요.

과거 경험한 콘텐츠 이용피해의 종류	금전적 피해 (내용/규모)	시간적 피해 (내용/규모)	정신적·육체적 피해 (내용/규모)
<input type="checkbox"/> 허위/과장 광고에 의한 피해 (예시 사례) *이벤트 및 광고 등을 통해 지급하기로 한 상품을 주지 않았거나, 지급하기로 한 것과는 다른 상품이 지급됨 *광고와 콘텐츠 내용에 큰 차이가 있었거나, 혼돈을 주는 문구로 작성되어 있었음	()원	()시간	()
<input type="checkbox"/> 콘텐츠 및 서비스의 하자, 제공 중단에 의한 피해	()원	()시간	()

<p>*결제가 정상적으로 이루어졌음에도 불구하고, 버그 및 하자 등으로 인해 다운로드 받은 게임, 음악 등 콘텐츠가 정상적으로 작동하지 않았음</p> <p>*결제가 정상적으로 이루어졌음에도 불구하고, 구매한 게임 아이템이나 음악의 구매 리스트가 사라져 버려 이용할 수 없었음</p> <p>*정상적으로 이용 중이던 영상 등의 심한 지연, 끊김 현상 등으로 인해 원활한 서비스 이용이 불가능했거나, 사전 공지 없이 서비스 이용이 2시간 이상 중단됨</p> <p>*고객센터에 전화를 걸어도 받지 않는 등 고객센터와 연락이 되지 않음</p> <p>*고객센터에 피해 내용이 접수되었음에도 불구하고, 빠른 시일 내에 문제에 대한 해결책을 주지 않는 등 고객 서비스가 불만족스러움</p>			
<p>□ 부당한 요금 청구에 의한 피해</p> <p>*동의하지 않았음에도 불구하고 매달 자동으로 결제가 됨</p> <p>*콘텐츠 비용 지불 시 예상한 것과는 다른 과도한 요금이 부과됨</p> <p>*사용하지도 않은 콘텐츠에 대하여 요금이 청구됨</p>	()원	()시간	()
<p>□ 결제취소/해지 및 아이템 이용피해</p> <p>*서비스 이용 취소(청약철회) 또는 해지 의사 접수 후 환불이 3일 이상 지연됨</p> <p>*전액을 환불 받을 수 있는 상황이었음에도 불구하고 일부만 환불받음</p> <p>*결제한 금액과 다른 금액이 결제 되었거나, 이중으로 결제 됨</p> <p>*단순변심, 구입 오류 등으로 결제 취소, 계약해지를 요청하였으나 받아들여지지 않음</p> <p>*이용자 간 혹은 전문 거래사이트에서의 아이템 거래 및 사기로 인해 피해를 입음</p>	()원	()시간	()
<p>□ 기술적 보호조치 미비에 의한 피해</p> <p>*회사에서 요구하는 보안 조치를 준수하였음에도 불구하고, 계정이 해킹당함</p> <p>*회사에 제공한 개인정보가 도용 또는 악용됨</p>	()원	()시간	()
<p>□ 미성년자 결제에 의한 피해(본인의 직접 피해 및 자녀로 인한 간접적 피해 모두 포함)</p> <p>*미성년자인 자녀(또는 미성년자 본인)가 부모의 동의 없이 콘텐츠를 구매하였거나, 유료상품 등을 결제함</p>	()원	()시간	()
<p>□ 부당한 이용정지 및 제한조치에 의한 피해</p> <p>*회사에 의하여 부당하게 계정이 일정 기간 정지되었거나, 서비스 내 일부 기능의 사용이 제한됨</p> <p>*사용하지도 않은 해킹 프로그램 및 비정상적 서비스 이용 등의 사유로 이용이 제한됨</p>	()원	()시간	()
<p>□ 콘텐츠 이용등급 또는 이용사양 등 관련 정보 제공 미흡으로 인한 피해</p> <p>*미성년자인 자녀(또는 미성년자 본인)가 19세 이상</p>	()원	()시간	()

이용이 가능한 IPTV VOD, 게임 등의 콘텐츠를 이용함 *콘텐츠를 이용하기 위하여 필요한 최소한의 PC, 소프트웨어 사양 및 조건 등에 대한 정보 제공이 미흡하여 콘텐츠를 이용하다 문제가 발생함			
<input type="checkbox"/> 약관 운영정책에 대한 불만 및 피해 *콘텐츠 사업자의 버그 방관, 기습적인 패치, 확률 비공개, 갑작스런 서비스 종료 미보상 등 운영정책에 불만이 있음 *콘텐츠 사업자의 약관이 불공정하게 구성되어 있어서 피해를 입음	()원	()시간	()
<input type="checkbox"/> 기타 피해 종류 : ()	()원	()시간	()

3.4 주요 이용피해(상세)

귀하께서 경험하셨던 모든 콘텐츠 이용피해 중 '가장 규모가 컸다고 생각하는 피해'에 대하여 아래
각 항목들에 대하여 응답해주시시오.

*다-1~다-9번 문항은 상세한 피해사례를 파악하기 위한 문항으로서, 자세한 사례 내용을
기술해주신 분 중 5명을 선정(0만원의 문화상품권)하여 추가 답례품을 제공해드릴 예정입니다.

다-1. 해당 이용피해의 콘텐츠 장르는 무엇입니까?

- ① 출판 (전자책, 전자신문 및 잡지, 인터넷 신문 등)
- ② 만화 (웹툰 등)
- ③ 음악 (멜론, 애플뮤직 등 음악 스트리밍 또는 다운로드 서비스 등)
- ④ 게임 (온라인 게임, 모바일 게임 등)
- ⑤ 영화 (VOD 및 다운로드 서비스)
- ⑥ 애니메이션 (VOD 및 다운로드 서비스)
- ⑦ 방송 (VOD 및 다운로드 서비스)
- ⑧ 광고 (온라인 광고 서비스 등)
- ⑨ 캐릭터 (이모티콘, 테마 등)
- ⑩ 지식정보 (이러닝, 정보서비스 등)
- ⑪ 기타 : ()

* [기타 예시] 콘텐츠솔루션(콘텐츠를 제작, 감상 또는 유통시키는데 필요한 SW나 웹 도구) 등

다-2. 해당 피해의 당사자(콘텐츠를 이용한 사람)는 누구입니까?

- ① 본인 ② 자녀(미성년자인 경우)

다-3. 해당 피해를 일으킨 콘텐츠 서비스 또는 상품 및 업체명은 무엇입니까?

- ▶ 콘텐츠 서비스명 또는 상품명 : ()
▶ 콘텐츠 사업체명(모르시는 경우 '모름' 입력) : ()

다-4. 해당 피해의 유형은 무엇입니까? (복합적 피해의 경우, 복수 선택 후 입력)

- ☐ 금전적 피해 - 피해 금액 : () 원 (☞ 입력한 경우 다-4-1번 문항, 그 외는 다-5번 문항으로)
☐ 시간적 피해 - 소비된 시간 : () 시간
☐ 정신적·육체적 피해 - 피해 내용/규모 : ()

다-4-1. 해당 '금전적' 피해 발생 시 사용한 결제 수단은 무엇입니까?

- ① 신용카드 ② 계좌이체(무통장입금) ③ 휴대폰 소액결제 ④ 상품권(문화상품권, 해피머니 등)
⑤ T머니 ⑥ 간편결제(카카오페이, 페이코 등) ⑦ 인앱결제(앱을 다운받아 결제) ⑧기타: ()

다-4-2. 해당 '금전적' 피해 발생 시 이용하던 콘텐츠 결제 유형은 어떻게 됩니까?

- ① 콘텐츠 건 당 개별 결제
② 일정 금액을 별도의 포인트(쿠키, 코인 등)로 결제한 이후 포인트를 사용하여 결제
③ 월 단위 자동 결제(본인이 별도로 연락하여 중단하거나 해지하지 않으면 자동 결제)
④ 월 단위 정액권 결제(월 단위로 매번 정액권을 구입)
⑤ 기타 : ()

다-5. '피해 발생 이후' 본인이 대처한 행동에 대해 응답해주시오.

- ① 해당 콘텐츠 업체에 이의를 제기하지 않았다. (☞ 다-5-1번 문항으로, 그 외 선택은 6번 문항으로)
② 콘텐츠 업체에 이의를 제기하여 피해에 따른 보상 처리를 받았다.
③ 콘텐츠 업체에 이의를 제기하였으나 보상 처리가 되지 않아, 이후에 별도 대응을 하지 않았다.
④ 콘텐츠 업체에 이의제기로 해결되지 않아, 분쟁 관련 공공기관(한국콘텐츠진흥원, 한국소비자원 등)에 '문의 또는 상담'까지 해보았다.
⑤ 콘텐츠 업체에 이의제기로 해결되지 않아, 관련 공공기관 또는 법원에 '피해구제 신청'까지 하였다.
⑥ 피해 발생 후 곧 바로 관련 공공기관에 '문의 및 상담'을 하였다.
⑦ 피해 발생 후 곧 바로 관련 공공기관 또는 법원에 '피해구제 신청'을 하였다.
⑧ 기타 : ()

다-5-1. 해당 콘텐츠 업체에 이의제기하지 않으신 주된 이유는 무엇입니까?

- ① 피해 정도에 비해 그에 비해 드는 시간이나 노력이 아까워서
② 이의를 제기해도 처리가 잘될 것 같지 않아서
③ 피해 보상을 위하여 사업자와 실랑이를 벌이는 것이 싫어서
④ 나(피해자 본인)의 잘못도 있는 것 같아서
⑤ 해당 사업자보다 별도의 분쟁 관련 전문기관에게 바로 연락하는 것이 나을 것 같아서
⑥ 기타 : ()

다-6. 해당 피해를 발생 시킨 주된 원인들은 무엇으로 생각하십니까? 아래의 각 요소별로 생각하시는 사항을 간단히 기술해주시요.

- ▶ 콘텐츠 제공 회사(사업체)의 잘못된 대응으로 인한 원인 : ()
- ▶ 콘텐츠 자체(오류, 선정성 등) 문제로 인한 원인 : ()
- ▶ 이용자 본인의 부주의/습관으로 인한 원인 : ()

다-7. 해당 피해가 발생한 콘텐츠를 주로 이용하던 기기는 무엇이었습니까?

- ① 스마트폰 ② 데스크탑 컴퓨터 ③ 노트북 컴퓨터 ④ 디지털 TV
- ⑤ 스마트 TV ⑥ 스마트패드(태블릿) ⑦ 웨어러블기기(스마트워치 등)
- ⑧ 게임기 ⑨ 기타: ()

다-8. 해당 피해 발생 전 관련 경고 문구 등을 사전에 인지하셨습니까?

- ① 그렇다 ② 그렇지 않다

다-9. 해당 피해와 동일하거나 유사한 피해 경험이 또 발생할 가능성이 높다고 생각하십니까?

- ① 그렇다 ② 그렇지 않다

3.5 이용자 행태

라-1. 평소 콘텐츠 서비스 '가입 시' 약관 및 운영정책 등을 살펴보십니까?

- ① 살펴본다 (☞ 라-1-1번 문항으로)
- ② 살펴보지 않는다 (☞ 라-2번 문항으로)

라-1-1. 약관 및 운영정책의 어떤 내용을 주로 확인하십니까? 주요 확인 사항을 최대 3개까지 선택 해 주십시오.

- ① 과도한 금액이 청구 되었거나, 실수로 잘못 납입한 금액에 대한 환불 방법 (과오납금 환불)
- ② 이용 신청 취소(청약철회), 또는 이용 중 서비스 중지 신청(이용계약 해제/해지)시 관련 환불 및 위약금 규정
- ③ 콘텐츠 이용피해 발생 시 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차
- ④ 콘텐츠 사업자와 이용자간 분쟁 발생 시 그 해결 방법 및 절차
- ⑤ 콘텐츠 이용을 위한 PC 및 소프트웨어 사양 등 기술적 사항
- ⑥ 콘텐츠 이용등급(이용 가능 연령대 등)
- ⑦ 사업자명, 연락처 등 사업자 관련 정보
- ⑧ 유료 콘텐츠의 결제 방식(건별결제, 정기적 자동결제)와 관련된 내용
- ⑨ 포인트 및 마일리지 적립 및 사용 관련 내용
- ⑩ 기타 : ()

라-2. 약관 및 운영정책을 잘 살펴보시지 않는 경우, 그 이유는 무엇입니까?
해당하는 이유를 '모두' 선택해주시시오.

- ① 사업자가 관련 법령, 규정을 알아서 잘 구비해놓았을 것 같아서
- ② 약관의 분량이 너무 많아 보기 귀찮아서
- ③ 나에게 콘텐츠 이용피해가 발생할 가능성이 낮다고 생각해서
- ④ 이용피해가 발생해도 약관을 확인한 것과는 상관없이 해결이 안 될 것 같아서
- ⑤ 약관은 서비스가 달라도 내용이 다 비슷할 것 같아서
- ⑥ 기타 : ()

라-3. 콘텐츠 서비스 가입 후 이용 중에 '유료 콘텐츠를 결제(또는 유료 서비스 별도 가입) 해야 할 때'에는 관련 약관 및 운영정책을 살펴보십니까?

* 사이트/서비스 내 이용약관 문서 및 별도로 안내 창이 뜨는 경우까지 모두 포함

- ① 살펴본다
- ② 살펴보지 않는다

라-4. 귀하는 미성년자(만 19세 미만)의 자녀가 있습니까?

- ① 미성년자 자녀 있음 (☞ 라-4-1번 문항으로)
- ② 미성년자 자녀 없음 (☞ 라-5번 문항으로)

라-4-1. 귀하는 미성년자 자녀의 스마트폰으로 유료 콘텐츠가 결제 가능한지 알고 계십니까?
결제 가능 여부를 응답해주시시오.

- ① 결제 가능 여부 모름
- ② 결제 가능 여부 알고 있음 - 결제 불가
- ③ 결제 가능 여부 알고 있음 - 결제 가능

라-5. 귀하는 휴대폰 및 가입된 사이트의 비밀번호를 정기적으로 변경하십니까?

- ① 정기적으로 변경한다 (☞ 라-6번 문항으로)
- ② 접속한 서비스에서 경고 메시지가 나타날 경우에만 가끔 변경한다 (☞ 라-5-1번 문항으로)
- ③ 거의 변경하지 않는다 (☞ 라-5-1번 문항으로)

라-5-1. 가입 사이트의 비밀번호를 정기적으로 변경하지 않는 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ① 비밀번호를 변경하는 과정이 번거로워서
- ② 비밀번호를 정기적으로 변경하지 않아도 보안에 큰 문제가 없을 것 같아서
- ③ 변경하는 비밀번호를 일일이 기억하기 어려워서
- ④ 하나의 아이디를 여러 명이 공유하여 사용하는 경우가 많아서
- ⑤ 기타 : ()

라-6. 귀하는 보이스피싱, 해킹 또는 개인정보 유출 등의 시도를 겪었거나, 피해가 발생한 경험이 있으십니까?

***보이스피싱(Voice Phishing)**

: 전화를 통하여 은행계좌, 신용카드 등 개인정보를 알아내 범죄에 이용하는 수법

***해킹(Hacking)**

: PC나 스마트폰, 또는 네트워크 등에 침입하여 관련 정보를 훔치거나, 삭제하는 등의 유해 행위 (구매한 게임 아이템, 음악 목록 등이 해킹에 의해 사라지는 경우 존재)

- ① 있음 ② 없음

라-7. 귀하는 평소에 보이스피싱, 해킹, 개인정보 유출 등을 피하기 위하여 관련 행동 또는 노력을 하십니까?

* 보이스피싱, 해킹 등에 의한 피해를 회피하기 위한 노력(예시) : PC/휴대폰에 보안 프로그램 설치, 메시지로 받은 의심스러운 링크 실행하지 않기, 명확하지 않은 채팅 상대에게 계좌정보 알려주지 않기, 모르는 타인에게 휴대폰 빌려주지 않기 등

- ① 매우 그렇다
② 그런 편이다
③ 그렇지 않은 편이다
④ 절대 그렇지 않다

라-8. 귀하는 인앱결제를 이용하신 경험이 있으십니까?

* 인앱 결제란 무료 앱을 다운 받은 뒤 유료 아이템을 별도 구매하도록 하는 것을 의미

- ① 이용한 적 있다(☞ 라-8-1번 문항으로) ② 이용한 적 없다(☞ 라-9번 문항으로)

라-8-1. 귀하는 인앱결제를 이용하면서 다음과 같은 어려움을 경험하신 적이 있으십니까?
해당되는 항목을 모두 선택해 주십시오. 경험이 없으면 ⑤에 답해주시면 됩니다.

- ① 유료 콘텐츠 '결제 취소·환급 거부'
② 시스템 오류 구입 콘텐츠 미제공 등 '계약불이행'
③ 일부 사용 후 잔여분에 대한 중도해지·환급 거부
④ 청약 철회 불가능
⑤ 없다

라-9. 귀하는 '웹하드' 등의 서비스에서 공식 배포 경로가 아닌 콘텐츠를 '유료 결제'를 통해 이용하신 경험이 있습니까?

- ① 자주 이용하는 편이다 (☞ 라-10번 문항으로)
② 가끔 이용하는 편이다 (☞ 라-10번 문항으로)
③ 이용하지 않는다

라-10. 귀하가 ‘웹하드’ 등의 서비스에서 공식 배포 경로가 아닌 콘텐츠를 이용하게 되는 이유는 무엇인지 의견을 적어주십시오.

* (예) 공식 배포 서비스보다 비용이 저렴해서 이용하게 된다 / 공식배포 경로가 아닌지 잘 몰랐다 등

3.6 피해 발생 후 대응

마-1. 관련 법령에 의하여 콘텐츠 사업자가 이용자 보호를 위하여 ‘이용약관에 환불 등 일부 이용자 보호 조항을 의무적으로 포함’해야 함을 알고 계십니까?

* 콘텐츠 사업자는 ‘콘텐츠산업진흥법 제28조’에 의하여 이용자에게 잘못 청구된 이용 금액 (과오납금)의 환불, 이용 취소(청약철회 및 이용계약 해제/해지) 시 환불, 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상, 분쟁 발생 시 해결방법 및 절차 등의 사항을 콘텐츠 이용약관에 명시해야 함

- ① 알고 있음
- ② 짐작은 했으나 명확히 알지는 못했음
- ③ 전혀 몰랐음

마-2. 콘텐츠 이용피해가 발생한 이후에 업체에 대한 이의제기와는 별도로, ‘이용 피해 분쟁에 대한 전문기관’에 상담 또는 피해구제 요청을 해보신 경험이 있습니까?

- ① 있음 (☞ 마-2-1번 문항으로)
- ② 없음 (☞ 마-2-2번 문항으로)

마-2-1. 귀하가 콘텐츠 이용피해 관련하여 상담 또는 피해구제 요청을 한 경험 있는 전문기관들을 모두 선택해주시요. (☞ 응답 후 마-2-1-1번 문항으로)

- ① 한국콘텐츠진흥원(콘텐츠분쟁조정위원회)
- ② 한국소비자원
- ③ 국민신문고 민원 등 관련 정부 기관(한국콘텐츠진흥원, 한국소비자보호원 외)
- ④ 소비자연맹, YMCA 등 민간 소비자 단체
- ⑤ 신문사, 기자 등 언론기관
- ⑥ 포털 및 통신사, 앱마켓 등 상위 서비스 사업자
- ⑦ 기타 : ()

마-2-1-1. 귀하가 상담 또는 피해구제 요청을 한 해당 기관들의 전반적인 만족도는 어떠셨습니까?

- ① 매우 만족
- ② 다소 만족
- ③ 보통
- ④ 다소 불만족 (☞ 마-2-1-2번 문항으로)
- ⑤ 매우 불만족 (☞ 마-2-1-2번 문항으로)

마-2-1-2. 콘텐츠 이용피해 관련 전문기관들의 상담 또는 피해구제 요청에서 만족하시지 못한 주된 이유는 무엇이었습니까?

- ① 관련 절차가 너무 어렵게 느껴져서
- ② 시간이 오래 걸려서
- ③ 담당 직원이 불친절해서
- ④ 사업자보다 이용자 편의를 잘 봐준다는 느낌이 들지 않아서
- ⑤ 기타 : ()

마-2-2. 귀하가 관련 전문기관에 상담 또는 피해구제 요청을 하지 않은 이유는 무엇입니까?

- ① 콘텐츠 업체가 피해 보상을 잘 처리해 줄 것 같아서(또는, 잘 처리해 주어서)
- ② 어느 기관에 요청해야 적절할지 몰라서
- ③ 관련 전문기관은 알고 있으나, 명확한 방법과 절차를 몰라서
- ④ 피해 규모에 비해 요청에 들이는 노력 및 시간이 아까워서
- ⑤ 요청을 해도 관련 처리가 잘될 것 같지 않아서
- ⑥ 기타 : ()

3.7 개선 의견

(피해 발생 전) 콘텐츠 이용피해 최소화를 위하여 ‘피해 발생 이전’에 각 관계자들이 어떤 예방 조치를 준비 또는 취해주면 좋을 것이라고 생각하십니까? 아래의 각 문항에 대하여 의견을 응답해주시기 바랍니다.

*바-1-1~바-2번 문항은 일반 이용자들의 피해를 최소화하기 위한 의견취합 문항으로서, 자세한 사례 내용을 기술해주신 분 중 5명을 선정(○만원의 문화상품권)하여 추가 답례품을 제공해드릴 예정입니다.

바-1-1. 콘텐츠 이용피해 최소화를 위해 “사업체”가 했으면 하는 준비나 활동, 조치 등에 대한 의견을 적어주십시오.

* (예) 사이트 가입 시 이용약관 중 ‘유료 결제’ 관련 부분만 따로 추려서 별도로 크게 보여주었으면 좋겠다.

바-1-2. 콘텐츠 이용피해 최소화를 위해 “이용자 보호 관련 전문기관(정부 및 소비자보호 기관 등)”들이 했으면 하는 준비나 활동, 조치 등에 대한 의견을 적어주십시오.

* (예) 콘텐츠 이용약관에 대한 의무조항이 있음을 일반인들도 많이 알 수 있도록, 주요 포털 같은 곳이 배너 광고나, 유튜브 5초 광고라도 해주면 좋을 것 같다.

바-1-3. 콘텐츠 이용피해 최소화를 위해 “이용자 본인”이 하면 좋을 것 같은 준비나 활동, 조치 등에 대한 의견을 적어주십시오.

* (예) 유료 결제 시 바로 전이라도 해당 부분만이라도 이용약관을 찾아서 확인하는 습관을 들이면 좋을 것 같다

(피해 발생 후) 콘텐츠 이용피해 최소화를 위하여 ‘피해 발생 이후’에 정부나 관련 기관들이 어떤 도움을 주면 좋을 것이라고 생각하십니까?

아래의 각 문항에 대하여 의견을 응답해주시기 바랍니다.

바-2. (피해발생 후) 콘텐츠 이용피해자가 관련 상담 및 피해구제 요청을 ‘이용자 보호 관련 전문기관’에 조금 더 쉽게 하려면 어떠한 조치나 활동이 필요할 것 같습니까? 귀하의 의견을 답해주시시오.

* 이용자 보호 관련 전문기관 : (예) 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회, 한국소비자원 등

* (예) 잘 모르는 사람은 신고나 상담 등을 위해 관련 기관을 포털에서 검색하는 경우가 많으므로, 이용피해를 경험한 사람들이 많이 찾을만한 ‘키워드’를 등록해 쉽게 안내 홈페이지로 접속할 수 있도록 조치해두면 좋을 것 같다

3.8 통계 문항

사-1. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까?

- ① 중학교 졸업 미만 ② 중학교 졸업 ③ 고등학교 졸업
④ 대학교 재학 또는 대학교 졸업 ⑤ 대학원 재학 또는 대학원 졸업

사-2. 현재 귀하가 함께 생활하는 가족은 어떻게 구성되어 있습니까?

- ① 혼자 거주 ② 부부 ③ 부모+자녀
④ 조부모+부모+자녀 ⑤ 조부모+자녀 ⑥ 기타

사-3. 현재 귀하를 포함하여 함께 거주하시는 분은 총 몇 명 입니까?

▶ 가구 인원 수 ()명

사-4. 귀하의 현재 직업은 무엇인가요?

- ① 자영업(상점, 가게, 식당 등 운영)
- ② 영업직/판매직(내근보다 외근이 많은 회사원 등)
- ③ 서비스직(은행 텔러, 상담원 등)
- ④ 기능/작업직(생산 관련업종, A/S센터 종사자 등)
- ⑤ 일반 사무직(외근보다 내근이 많은 회사원 등)
- ⑥ 경영/관리직(부장급 이상 사무직, 대표이사 등)
- ⑦ 전문직(변호사, 의사, 약사 등)
- ⑧ 공무원
- ⑨ 교사
- ⑩ 고등학생, 대학생, 대학원생
- ⑪ 농업/임업/축산업/어업 등 1차 산업 종사자
- ⑫ 전업주부(기혼인 중 하루 4시간 파트타임 이하)
- ⑬ 아르바이트/파트타임직
- ⑭ 은퇴, 구직 등 현재 특정한 직업이 없음

사-5. 귀하 닥의 월평균 가구 소득은 대략 얼마입니까?

- ① 200 만 원 미만
- ② 200 ~ 400만 원 미만
- ③ 400 ~ 600 만 원 미만
- ④ 600 ~ 800 만 원 미만
- ⑤ 800 ~ 1,000 만 원 미만
- ⑥ 1,000 만 원 이상

* 본인 포함, 함께 거주하시는 모든 가족의 월평균 소득을 고려

* 근로소득 외 부수입, 보너스, 임대료, 이자수익 등 부수적인 수입까지 모두 포함

사-6. 본인 혹은 부모 및 자녀의 콘텐츠 이용 피해에 대한 좀 더 상세하게 답변할 간담회에 참석할 의사가 있습니까?

- ① 간담회 참석 의사가 있음: 연락처-
- ② 없음(조사 종료)

[부록 4] 콘텐츠 이용피해 최소화를 위해 개선해야 할 사항

4.1 사업체 측면

연번	내 용
1	유료결제는 큰 글씨로 표시되었으면
2	유료결제 관련 부분을 강조했으면
3	글씨를 크게 했으면
4	이용약관의 간소화
5	가입시 유료결제 부분을 따로 알려주었으면
6	이용약관이 간단하고 알기쉽게 설명되었으면
7	개인정보 관리 강화
8	설명이 자세했으면
9	유료결제 항목을 명확하게 구분했으면
10	이용전에 중요한 사항을 큰 문구로 알려주었으면
11	간단 명료하게 해주었으면
12	간단하고 이해하기 쉽게 내용을 제시해주었으면
13	문제 발생시 처리방법에 대한 안내가 있었으면
14	유료결제에 관한 내용을 소비자가 분명히 알 수 있도록 자세하게 알려주었으면
15	요약을 해서 중요한 부분만 강조
16	무료와 유료서비스를 명확하게 구분해주었으면
17	유료결제시 확인절차를 거쳤으면
18	유료결제 관련 부분의 약관은 따로 요약해서 간단하게 보여줬으면
19	유료결제를 별도로 관리해서 표시했으면
20	유료결제 관련 부분은 별도의 창으로 내역이력을 제공해주었으면
21	유료결제라는 글자체를 빨간색으로 명시해주었으면
22	명확한 안내
23	유료결제가 정확하게 인지됐는지 다시 확인했으면
24	처벌이 강력했으면
25	꼭 필요한 내용만 따로 표시했으면
26	중요한 부분은 글씨를 크게 했으면
27	신속한 대처
28	중요부분은 빨간색 글씨로 표기
29	간략하고 명확한 설명
30	결제시 재차 확인
31	유료로 전환되는 시점이나 조건에 대해 미리 명확하게 알려주었으면
32	무료 및 유료 이용하기 쉽게 구분했으면
33	빈번하게 발생하는 일에 대해 간단 명료하게 알려주었으면
34	고객에게 주의사항 여러가지 발생 가능한 문제점을 알려주었으면
35	관련 내용을 요약해서 정리해주었으면
36	빨간색으로 크게 명시했으면
37	문제 발생시 즉시 통화연결이 되었으면
38	신속한 대응
39	미리 알려주었으면
40	색깔표시
41	양심적 제도 마련
42	개인별로 안내 문자를 발송했으면
43	결제 이전에 유료결제임을 확실하게 표시해서 전달했으면
44	유료결제는 명확한 글자로 고지했으면
45	유료결제는 별도로 문자나 메일로 한번 더 알려주었으면
46	유료결제 부분은 동의절차를 거쳤으면
47	유료결제 부모 동의
48	유료결제 주의사항을 크게 보여주었으면
49	이용시 오류발생 방지

50	이용약관란을 좀 더 크게 해주었으면
51	이용약관을 이용자가 이용시 중요사항을 알 수 있도록 간략하게 명시했으면
52	이용약관의 중요 핵심을 빨간 글씨로 표시해주었으면
53	피해 사례집을 만들어 제공했으면
54	경고가 크게 표시되었으면
55	경고문구 부착
56	과장광고 제한
57	사업체는 잘못을 인정하지 않는다
58	약관은 중요한 것 위주로
59	중요부분은 별도로 표기
60	가입 및 결제시 자동결제 부분 및 오류때문에 피해가 생겼을시 환불 및 조치 방법을 자세히 알려주었으면
61	가입절차가 단순했으면
62	보기가 쉬웠으면
63	알기 쉽게 공지
64	개인정보 보안대책 강구가 필요하다
65	결제 부분은 따로 큰 문구로 잘 보이게 했으면
66	결제 부분을 명확하게 설명해주었으면
67	유료결제가 진행되는 경우 미리 알 수 있는 팝업을 만들었으면
68	결제되는 것을 전화나 문자로 알려주었으면
69	결제나 금액적인 부분에 대해서 정확한 규정이나 가이드라인을 쉽게 인지할 수 있도록 했으면
70	결제시 핸드폰 알림
71	결제 직전 안내창이 한번 더 뒀으면
72	무료체험 후 자동결제 되는데 자동결제 전에 미리 알려주었으면
73	무료인듯 하면서 유료로 바뀌지 않았으면
74	유료결제시 해당금액 및 약관을 상세하게 안내하고 동의하도록 했으면
75	유료결제인 경우 맨 앞부분에 명시해주었으면
76	유료결제 관련 부분은 볼드하게 색깔을 다르게해서 꼭 명시했으면
77	유료결제 및 해지시 편리했으면
78	유료결제시 충분히 숙지 후 넘어갈 수 있도록 시스템을 만들어야 한다
79	유료결제시 환불이나 환불 거부등의 예시를 알기 쉽게 알려주었으면
80	유료결제 이중방지
81	이용사례에 대한 다양한 예를 나열하여 피해를 인지할 수 있게 했으면
82	이용약관을 소비자들이 이용하기 쉽게 잘 배치했으면
83	법적 기틀 마련
84	허위 과장광고 금지
85	글씨를 굵게 했으면
86	다운받는 곳이라면 보너스로 주는 포인트에 대한 설명이 필요하다
87	신속한 해결책 제시
88	요점만 문자로 따로 공지
89	미성년자 유료결제시 보호자와의 통화를 해야한다
90	서비스 개선
91	소비자 보호
92	소비자의 의견 정취
93	약관을 명확히 잘 보이도록 설정
94	예러가 발생하지 않도록 철저한 관리
95	전화통화가 잘 안된다
96	자동결제시 월마다 문자로 공지했으면
97	적절한 보상 및 가이드라인
98	피해가 발생할 수 있는 부분은 크게 눈에 띄게 보여주었으면
99	피해보상에 대한 자세 설명 필요
100	환불 절차의 간소화
101	환불이 잘 되었으면
102	정확한 정보 전달을 간결하게
103	중요부분은 진한 글씨로
104	중요부분만 강조

105	충분한 공지
106	콘텐츠에 대한 설명을 자세하게
107	검증된 콘텐츠만 제공
108	양질의 콘텐츠 제공
109	홍보가 잘 되었으면
110	환불이 신속했으면
111	조치
112	해지에 대한 정확한 설명
113	가입이 정확했으면
114	가입시 소비자 입장에서 관리했으면
115	가입 및 탈퇴가 쉬웠으면
116	가입시 결제부분에 대한 설명이 간단했으면
117	가입시 고객의 입장에서 말로 잘 설명했으면
118	가입시 유료부분 주의할 점과 한번 더 동의를 받았으면
119	가입시 유료결제 부분을 미리 공지했으면
120	가입이나 탈퇴시 문의하고 정당한 이의제기를 하면 진상인 것처럼 응대한다
121	가입시 유료결제는 팝업창으로 띄워졌으면
122	가입자들이 의외로 모르는 부분이 많기 때문에 모르는 부분을 더 부각시켜 알게 했으면
123	가입자에게 불이익이 갈 수 있는 가입조건을 큰 글씨로 표시했으면
124	가입조건을 정확하게 인지하도록 했으면
125	처음부터 이해하기 쉽게 내용을 공지한 후 가입하게 하고 사후에 결제시스템을 만들었으면
126	가입 약관의 간소화
127	간단 명료하게 중요한 부분을 잘 보이게 해주었으면
128	간단 명료하게 규정 전달했으면
129	간략하게 중요한 정보만 알려주었으면
130	설명 안내 강화
131	자세한 내용은 글씨가 컸으면
132	개인정보 부분은 동의 절차를 거쳤으면
133	보안프로그램 설치
134	개인정보제공 항목이 간단 명료하게 보였으면
135	결제, 유료 문구는 다른 글자보다 크고 눈에 잘 띄게 표시했으면
136	결제 진행시 재차 해당상품의 내역을 표기 부가세가 포함된 가격을 처음부터 정확하게 표기
137	결제 전 유료결제 관련 사항을 경고해주었으면
138	결제취소
139	결제 부분을 명확하게 볼트체로 튀게 처리해주었으면
140	결제관련 조항을 메일로 알려주었으면
141	결제를 위한 각종 보안프로그램을 최소한 줄여주면 에러나 오류가 안날 것 같아서
142	자동결제시에도 결제 전 이용내역 확인 절차가 있었으면
143	결제시 로그인 다시하는 방법으로 확실한 결제임을 확인해주었으면
144	결제시 바로 서비스가 이루어졌는지 확인된 것을 인지할 수 있게 해주었으면
145	결제시 비밀번호 입력
146	결제시스템 재확인
147	결제시스템의 오류로 인한 피해 예방
148	결제여부
149	무료체험등의 광고로 홍보배너를 통해 접속해 가입하는 순간 결제되는 사이트가 많음 물론 결제 예정 금액등은 표시되지 않았음
150	결제 오류부터 체크하고 결제 보상 미지급시 바로 환불해주었으면
151	결제한 것은 다 쓸 수 있게 미리 공지해주었으면
152	결제 취소를 쉽게 할 수 있도록 따로 공지해주었으면
153	결제금액을 잘 보이게 크게 했으면
154	결제부분 항목이 간단 명료하게 보였으면
155	무료가 유료로 전환될 경우 사전에 전화나 문자로 정확하게 안내해주었으면
156	무료서비스 조건에 대해 미리 명확하게 알려주었으면
157	무료가 많았으면
158	무료가 끝나는 시간에 본인에게 반드시 유료로 전환할 것인지 재확인했으면

159	무료 사용기간인데 유료로 결제되었다
160	가격과 명시
161	자동결제가 되는지 쉽게 확인할 수 있게 수정되었으면
162	자동결제 부분은 사용자가 알 수 있게 구분해서 보여주었으면
163	유료결제 관련 내용은 문자, 메일등으로 주기적으로 보내서 확인을 했으면
164	유료결제 및 중도해지시 적용되는 사항을 좀 더 자세히 안내해주었으면
165	유료결제 버튼을 여러절차에 걸쳐서 신중하게 누를 수 있도록 했으면
166	유료결제 버튼이 광고성으로 쉽게 뜨고 잘 누를 수 있게 되어있다
167	유료결제 부분을 간단하게 요약해서 알려줬으면
168	유료결제 취소시 환급절차 명기
169	유료결제 후 아이템 사용여부를 명확히 알려주었으면
170	유료결제하는 과정이 너무 단순하지 않았으면
171	유료관련 찾기가 쉬웠으면
172	유료결제시 발생할 수 있는 문제를 확대해서 표시해주었으면
173	유료관련 해지를 모바일이나 해당기기에서 할 수 있었으면
174	유료관련 결제는 하루전에 알려주었으면
175	유료결제 오류시 행동지시 사항등을 명시해주었으면
176	유료결제 전 어떠한 경우에 어떤 유형의 피해가 있을 수 있다는 것을 재차 팝업 메뉴등으로 알려주었으면
177	유료결제 제한
178	유료결제 처리 오류시 무조건 전액 배상해야한다
179	유료결제, 비용이 청구되는 것을 경고 문구로 확인 시켜주었으면
180	유료결제는 게임에서 안하고 나와서 따로 하게 되면 될 것 같아서
181	유료결제를 하는 서비스만큼 고객을 위해 불편한 점을 신속하게 대응했으면
182	유료결제만 따로 할 수 있는 앱을 만들었으면
183	유료결제 말고 무료로 다운하는 사이트가 있었으면
184	유료결제에 문의가 많은 것들을 따로 보여줬으면
185	유료결제 과정이 복잡하다
186	유료결제 후 사용전이라면 편리하게 취소할 수 있었으면
187	유료로 사용할 콘텐츠가 없다
188	유료 부분은 항상 가장 눈에 띄게 표시했으면
189	유료콘텐츠 이용시 주의사항을 따로 명확하게 제시해주었으면
190	유료 부분은 주의표시와 큰 글씨로 눈에 띄도록 법정 강제규정을 도입
191	유료결제시 색깔이 있게 표시했으면
192	유료결제 부분은 눈에 띄게 알 수 있었으면
193	유료관련 부분을 어른들이 쉽게 종합해서 볼 수 있게 했으면
194	유료로 전환시 변동사항과 비용 지불시 취소 및 반환이 제대로 이루어질 수 있도록 했으면
195	추가 결제등의 비용 발생시 명확한 곳에 고지했으면
196	서비스 변경시 충분한 공지가 되었으면
197	사전에 충분히 설명하는 것을 강조하는 문구가 있었으면
198	금전적인 부분은 별도의 약관을 준비했으면
199	이용약관 중 소비자가 원하는 부분을 따로 명시했으면
200	가장 빈번한 불만사항을 따로 모아서 크게 보여주었으면
201	고객상담 페이지에 빈번하게 발생될 수 있는 피해 사례들을 모아서 해당 사이트 이용시 참고할 수 있게 해주었으면
202	발생하지 않기 위한 부분을 확실하게 보여주고 명시했으면
203	보상관련을 크게 보여주었으면
204	기술적 선제조치
205	해당 주체자 엄중 처벌 조치
206	정부기관의 규제
207	게시중단 이후 절차를 좀 더 자세히 메일로 안내했으면
208	다른 IP에서 접속시 계정 주인에게 알려주는 대책이 필요하다
209	마지막이 경고 메시지
210	경고나 확인 절차를 해야한다
211	경고를 많이 해주었으면
212	경고문구 활성화

213	구매 기록이 있으면 경고표시
214	금액 발생에 따른 사전고지를 경고문 수준으로 공지했으면
215	사전 경고를 명확하게 알려주었으면
216	고객의 입장에서 판매하고 불편사항을 해결해주었으면
217	고객에게 적극적으로 이용피해를 위한 교육이 필요하다
218	고객이 실제 안내를 인지하도록 가독성 좋은 문구를 사용했으면
219	공지를 통해 알려주었으면
220	과금되는 정확한 기준을 제시했으면
221	구매나 결제시 딜레이가 되더라도 주의할 점을 한번 더 고지해주었으면
222	피해청구 약관을 알기쉽게
223	본인인증 절차를 엄격하게 했으면
224	분쟁사항 강조
225	금액 한도를 최소화하기
226	과태료를 과다부과했으면
227	금전결제는 별도 강화조치
228	금전적인 부분은 빨간색으로 구분했으면
229	금전적인 부분은 자세히 설명했으면
230	금전적으로 중요한 부분은 약관화에 대해 따로 확인 절차가 있었으면
231	과장된 콘텐츠나 이벤트로 유도적인 과금 결제를 간접적으로 광고하지 않았으면
232	낙시성 광고 금지
233	본인카드만 결제할 수 있도록
234	소비자가 알아야 할 사항을 읽지 않으면 다음 페이지로 넘어가지 못하도록 했으면
235	과정을 정확히 설명했으면
236	관련 부분을 큰 글자로 읽기 쉽게 해주었으면
237	반드시 알아야 할 내용을 방송하지 않고 자막처리하면 자칫 못보고 지나치는 경우가 있다
238	방송규제
239	글씨가 잘 보였으면
240	판매시 활자가 제대로 보이는지 확인
241	모든 콘텐츠들의 허가화
242	다양한 콘텐츠를 만들었으면
243	다양한 루트는 콘텐츠 검수와 사후 신속한 조치
244	부적합한 콘텐츠는 관련 법령을 명시했으면
245	콘텐츠 다운이 완료되고 정상적으로 이용 후 결제되는 방식이었으면
246	명확한 구매조건 표시
247	명확한 절차
248	파일의 형태가 바이러스 감염이 없고 안전하고 정확한 것인지 알려주었으면
249	성실한 피해복구 해소 PF팀 조성
250	모니터링 감시 대처방법 및 모색방안 마련
251	모니터링 강화
252	불법 여부 확인이 우선시 되어야한다
253	피해발생시 관련 법령을 짧게 설명했으면
254	문제 발생시 즉각 대응할 수 있는 채팅상담 서비스 구축
255	신속한 환불처리
256	피해발생시 구제를 위해 적극적으로 응대했으면
257	별도 안내
258	어렵게 했으면
259	미성년자 결제는 확실한 확인이 필요하다
260	미성년자 결제에 대한 관리 감독 강화
261	미성년자가 부모 동의 없이는 절대로 가입할 수 없는 보안정책이 필요하다
262	미성년자에 한해 유료결제 제한
263	이용한 콘텐츠가 원하는 것과 맞는 내용인지 확인후에 결제가 되었으면
264	결제시 과정 추가
265	손해배상 청구기관의 전화번호, 이메일, 주소등을 자세하고 크게 알려주었으면
266	사업체가 투명하게 운영관련 결제시스템을 대폭 반영했으면
267	사업체는 콘텐츠 이용 피해 최소화를 위해 전담 부서를 만들어서 관리해야한다

268	사업체에서 처리 창구 단일화 및 정부기관 창구 마련
269	상담인원이 많았으면
270	소비자 입장에서 세밀하게 절차를 가르쳐주었으면
271	소비자 문의에 적극적 대응
272	상담시 동일한 내용을 여러 번 설명하지 않았으면
273	상담원 교육 철저하게
274	사전고지 강화
275	사전고지를 정확하게
276	사전에 관련 경고의 안내 제공
277	사후에 대비한 부분 강조
278	스크롤 아래쪽 안보이는 곳에 선택약관 숨기지 않기
279	자동결제는 빨간색으로 정확하게 명시
280	위험한 내용은 색 변경으로 강조
281	서비스 보완
282	시스템 강화
283	안전장치
284	분쟁시 해결할 수 있는 방안제시
285	적극적인 조치
286	안내문구를 확실하게 홍보
287	안내사항이 무료인 것처럼 약관을 제시했다가 마지막 부분에서 유료로 제공됨을 공지함
288	약관 내용 중 중요부분은 눈에 띄게 기재했으면
289	약관의 중요한 부분은 색상으로 표시했으면
290	약관으로 확인되지 않은 문제들에 대해서는 FAQ 게시판등으로 정확히 명시해줬으면
291	약관을 이해하기 쉽게 그림이나 영상으로 대체했으면
292	약관이 자세했으면
293	약관의 중요내용은 큰 글씨로 기재했으면
294	약관 상단에 중요한 내용을 간략하게 명기
295	중요한 약관은 사전에 공지
296	자주 일어나는 피해는 그 소스가 되는 프로그램이나 데이터베이스를 자체 차단해주었으면
297	예러발생시 이용이 원활하지 못한 경우 보상을 철저히 해야한다
298	예러방지 부당청구시 간편처리
299	연결이 잘 되었으면
300	어른들이 이용할 경우 이용방법이 복잡하지 않았으면
301	영상을 올릴 때 꼼꼼하게 확인해주었으면
302	이용중지 고객에게 이용을 안하는 이유를 물어보고 환급을 해주었으면
303	대기업 시스템처럼 즉시 결제 및 취소
304	이용피해 사업체를 만들어주었으면
305	인증마크나 암호화 코드로 접속
306	인증을 거치는 과정이 중요하다
307	인증이나 안전을 대체하고 있는 수단 필요
308	게임 보완성만 좋았으면
309	포털에서 걸러야 한다
310	프로그램 오류를 정기적으로 확인했으면
311	해킹등이 어려웠으면
312	해킹에 대한 내용 강조
313	약관을 문자로 발송
314	중요한 약관은 확실하게 공지
315	일부 결제하고 사용해보후 나머지 결제방법이 있었으면
316	자동결제 해지가 쉬웠으면
317	자동결제는 차단했으면
318	자동이체로 변경되는 경우 다시 한번 물어봤으면
319	잘못된 결제 취소에 대한 안내가 있었으면
320	장기결제를 유도하는 시스템 자체를 없애고 고객의 필요에 의해 결제기간을 정했으면
321	주 고객층의 수준을 파악하고 그에 맞는 결제방식을 구축해야 한다
322	자동결제일 경우 이번달만 결제할 수 있게 결제페이지를 수정했으면

323	콘텐츠 이용 결제시 사후안내 또는 철회시 자세한 안내를 해주었으면
324	자동결제에 대한 명확한 고지
325	자주 문의하는 것을 크게 게시
326	자주 질문하는 답변이 신속했으면
327	잘 보이는 곳에 공지
328	플래쉬 효과를 넣어 각인효과를 나타나게 했으면
329	피해보상 및 중재
330	전문 피해구제 조직 홍보 미흡
331	피해발생 가능성에 대해 붉은색으로 강조했으면
332	피해구제방법 배너 알림
333	피해 발생시 온라인외에 다른 방법으로 처리 경과나 진행과정을 알려주었으면
334	피해보상 기준을 팝업창으로 상시공지
335	피해보상 사이트
336	피해보상을 명확하게
337	지불보증을 했으면
338	환불 내용을 정확히 기재
339	환불은 빨간색으로 정확하게 명시
340	환불 규정만 따로 알라주었으면
341	환불정책이 눈에 띄게 공지했으면
342	정확한 원인조사 및 해결책 강구
343	최소한의 정보공개
344	결제요류나 환불등에 대한 검색시 더 많은 정보를 제공했으면
345	중요부분만 팝업으로 띄우기
346	중요부분을 붉은색 테두리로 만들어서 설명
347	중요부분은 간단 명료하게
348	중요한 사항은 수시로 팝업창에 띄워서 공지
349	중요한 부분은 정확하게 명시
350	중요한 부분은 거듭 질문해서 확인하고 넘어가야 한다
351	충분한 사전설명
352	모든 사항을 명확하게 표시
353	최소한의 콘텐츠 관리
354	콘텐츠 관리를 철저하게
355	콘텐츠 이용시 주의사항, 유념해야 할 사항은 별도의 팝업창으로 띄워주었으면
356	콘텐츠 결제시 인증번호를 띄웠으면
357	콘텐츠 피해 최소화를 위해 제대로 된 상품을 판매했으면
358	콘텐츠 이용에 대해 알기 쉽고 정확하게 설명했으면
359	다운로드 방법을 정확히 제시해주었으면
360	정확한 자료의 업로드
361	항상 팝업해서 보여주었으면
362	확인 팝업
363	외국인은 가입 후 결제시 국내 발행카드 사용제한
364	확률형 아이템 구매시 명확한 수치를 표시
365	확률 조작 금지
366	환불 정책 강화
367	환불 방법 및 규정등을 명확하게 알려주었으면
368	금액에 대한 정확한 문구
369	확실한 서비스
370	점검이나 서버가 혼잡해서 버그나 렉이 걸린다면 구입창을 없애거나 막아두었으면
371	이벤트하는 경우 내 정보를 어디에 넘기는지 크게 보여주었으면

4.2 이용자 보호 관련 전문기관 측면

연번	내 용
1	광고하기
2	배너광고
3	유튜브광고
4	유튜브 5초광고
5	광고를 많이 했으면
6	홍보를 많이 했으면
7	공익광고
8	홍보
9	TV광고
10	설명이 쉬웠으면
11	SNS광고
12	포털광고
13	적극적인 홍보
14	간단 명료한 문장
15	피해 발생시 신속한 처리
16	피해 발생시 적극적인 대처
17	피해가 발생하지 않게 했으면
18	피해시 구제방안에 대한 홍보를 했으면
19	동영상광고
20	광고를 줄였으면
21	홍보강화
22	지속적인 홍보
23	강력한 처벌
24	의무조항은 크게
25	의무조항에 대한 적극적인 홍보
26	약관의 간소화
27	약관을 보기 쉽게 했으면
28	보기 쉽게
29	소비자보호 의무화
30	소비자보호기관의 적극 홍보가 있었으면
31	뉴스
32	광고로 미리 알려주었으면
33	포털사이트에 배너광고를 했으면
34	과장광고 제한
35	개인정보 관리강화
36	의무조항을 알아보기 쉽게 했으면
37	의무조항을 배너광고로 했으면
38	설명이 간단했으면
39	소비자 입장에서 도움이 되었으면
40	피해가 발생하지 않도록 예방하는 홍보를 했으면
41	피해 발생시 적절한 보상이 있었으면
42	피해시 신고기관에 대한 홍보를 했으면
43	조치
44	전문기관들이 할 수 있는 일을 구체적으로 홍보
45	5초광고

46	라디오광고
47	네이버 영상물광고
48	유튜브 광고가 없었으면
49	포털사이트에 유튜브 5초광고를 했으면
50	짧은 광고
51	가격이 저렴했으면
52	메인화면에 고지
53	관리감독 철저하게
54	개인정보존중
55	예방조치
56	결제하기전에 다시 한번 더
57	결제시 의무적으로 알려주는 팝업이나 메시지가 보였으면
58	유료결제시 한단계 더 인증해서 확실하게 유료결제를 이용할 의사가 있는지 나타냈으면
59	유료 콘텐츠 정보
60	경고문구를 크게 했으면
61	의무조항을 간략하게
62	의무조항의 중요성 인식을 위한 광고가 있었으면
63	의무조항을 유튜브 5초광고로 했으면
64	의무조항을 포털사이트에 홍보했으면
65	법안제정
66	법적 조치가 강력해야 한다
67	약관의 내용이 너무 많아 이해하기 어렵다
68	약관 내용을 큰 글씨로
69	약관이 이해하기 쉽게 구성되었으면
70	명확하게 기재했으면
71	명확한 정보고시
72	중요부분을 부각해서 알려주었으면
73	고지내용을 반드시 사전에 숙지시켰으면
74	소비자가 피해를 입었을 경우 대책과 어떤 방법으로 해결할 수 있는지에 대한 홍보가 있었으면
75	이용자가 피해될 수 있는 부분을 확실하게 알 수 있도록 하고 소홀할시 강력한 벌칙을 가해야한다
76	피해 발생시 철저한 해결방안을 제시했으면
77	피해 발생시 구제 절차가 쉬웠으면
78	피해시 상담할 수 있는 곳을 알려주었으면
79	보안강화
80	업체의 배너광고 처음에 상단에 보여주었으면
81	고객센터에 신고기능이 있어서 클릭한번으로 신고가 들어가고 보상이 되었으면
82	신속한 처리
83	단속
84	보안
85	빨간색으로 표시
86	전화연결이 잘 되었으면
87	시간을 짧게했으면
88	이벤트를 통한 관심유발
89	인터넷 광고를 자주 했으면
90	크게
91	한번에 알아볼 수 있었으면
92	TV예능광고

93	지면광고
94	간단하게 광고
95	5초도 길다
96	중간중간 광고멘트를 넣어주었으면
97	라디오에 짧고 간단하게 쉬운 내용으로 광고
98	광고를 주기적으로 했으면
99	광고를 강제적으로 보여주어 스킵할 수 없도록 했으면
100	광고를 크게 했으면
101	사전광고 강화
102	광고를 다양하게
103	유튜브에 공익광고로 했으면
104	작게 광고했으면
105	포털사이트에 공익광고를 했으면
106	광고가 상세했으면
107	배너광고를 줄였으면
108	매스컴에서 홍보
109	매스컴에서 피해방지 홍보
110	TV에 홍보
111	인터넷에 홍보
112	포털사이트에 홍보
113	간편하게 이익을 제기할 수 있는 방법을 자세하게 홍보
114	안내문구 홍보
115	여러방면으로 홍보
116	중요부분을 요약 정리했으면
117	각 사이트나 앱 별로 피해자들이 알 수 있도록 정보가 고지되었으면
118	각 사이트마다 눈에 띄는 곳이나 고객센터 등에 관련 보호기관등의 사이트나 연락처를 기재했으면
119	여러 번 보여준다
120	게임앞에 경고문구를 보이게 했으면
121	게임을 하기전에 광고의 형태로 이러한 기구가 있음을 광고한다
122	게임사를 통한 직업장 및 매크로 처벌관리 강화
123	구제기간을 짧게 만들어 처벌 수위를 높였으면
124	간편한 이용절차
125	관련 규정 업체에 대한 처벌 강화
126	지속적인 감독
127	관리감독 강화
128	관례기관의 상시적인 모니터링
129	매주 모니터링
130	상시 모니터링체계 마련
131	실시간 모니터링
132	지속적인 모니터링
133	결제가 조금 늦춰주었으면
134	미사용 결제에 대한 환불처리 간소화
135	미성년자 유료결제 불가 꼭 지키기
136	결제전에 피해 관련 신고 안내가 있었으면
137	사용완료 후 결제
138	이용사이트에서 분쟁조정을 어디서 하는지 결제전에 안내해주었으면
139	유료

140	유료결제 확인절차 필수 고지
141	유료서비스 안내에 글자 크기 및 별도 첨부 조항표시
142	유료 이용시 상대 전문기관 표시 의무화
143	유료결제 전 문자나 기타 방법으로 자세한 내용을 공지했으면
144	유료 결제 안내문구가 잘 보였으면
145	유료시 사전 검열제도 도입 또는 검증기관이 있었으면
146	유료결제의 절차 간소화
147	복잡한 신청과정이 없어졌으면
148	사전경고 확대
149	경고창 팝업으로 보여주었으면
150	구매한 기록이 있으면 경고표시
151	구제신청이 많은 업체에게 전문기관이 업체에 경고나 조치를 했으면
152	공지사항으로 알림
153	의무조항은 빨간색으로 표기
154	의무조항 공지 및 해당 사이트로 자동연결 되는 기능이 있었으면
155	의무조항 명시
156	의무조항 숙지 후 다음으로 진행해야 한다
157	의무조항을 알기 쉽게 만화식으로 알려주었으면
158	의무조항을 읽고 문제를 제기할 수 있게 동의의사를 표현할 수 있도록 해야한다
159	의무조항을 별도로 기재하여 구분이 용이하도록 해야한다
160	의무조항을 관련 상담기관에 대한 안내광고가 있었으면
161	의무조항을 게임앱내에 광고를 했으면
162	의무조항이 있다는걸 결제시마다 팝업에 띄워주었으면
163	의무조항을 언론매체에 홍보했으면
164	의무조항을 제대로 고지하도록 법적 보호조치 마련
165	평등한 법의 잣대로 처벌
166	법 강화
167	법에 대한 내용무지
168	약관의 이벤트
169	약관에 필요없는 부분까지 동의를 해야만 할 수 있는 부분을 없앴으면
170	약관의 광고를 다양하게 했으면
171	약관이 소비자 보호기관의 보호활동 조치를 받을 수 있다는 안내가 있었으면
172	약관 내용을 명확하게
173	약관의 내용이 공정한지 검토해주는 기관의 검증을 받은후에 판매할 수 있었으면
174	약관에 전문기관 상담기관도 알려주었으면
175	약관을 읽지 않으면 안 넘어가게 해야한다
176	약관을 이해하기 쉬운 용어로 했으면
177	약관 상단 또는 하단에 이용자 보호관련기관을 굵은 글씨로 표기했으면
178	약관의 중요내용만 강조했으면
179	반드시 알아야 할 간단한 약관을 개발했으면
180	주요 약관을 체크리스트 작성
181	앱 사용시 약관 의무조항 관련 안내나 광고가 의무적으로 삽입되어 있었으면
182	위약금 불공정 약관 개선
183	고령자들을 위해 교육했으면
184	학교나 회사에서의 의무교육 필요
185	해당사항의 중요사항을 인지할 수 있도록 주기적으로 인식시킨다
186	관련교육 실시

187	사람들이 이용하게끔 인식을 해주었으면
188	콘텐츠 사용전에 미리 광고했으면
189	콘텐츠 이용시 잘못되었을 때 신속한 신고와 처리를 했으면
190	콘텐츠 이용에도 소비자 권익이 보호된다는 의식을 키울 수 있다는 홍보를 했으면
191	콘텐츠 구입전에 팝업광고를 했으면
192	콘텐츠 사용시 안내문구를 자주 볼 수 있었으면
193	콘텐츠 사용으로 생길 수 있는 문제점에 대해 자세히 고지했으면
194	콘텐츠 업자들에 대한 규제를 강화했으면
195	콘텐츠 이용 기간중에 주기적으로 안내 광고를 띄웠으면
196	콘텐츠 이용전에 명시했으면
197	콘텐츠 이용시 가입조건이 까다로웠으면
198	콘텐츠 이용시 모두가 이해 가능하도록 눈에 띄게 광고를 많이 했으면
199	콘텐츠 이용시 별도로 팝업등으로 알림이 있었으면
200	콘텐츠 제공 사업자의 고객센터등에 문의하고 확인한 후 가입 및 서비스를 이용해야한다는 홍보가 필요하다
201	콘텐츠 제공 사이트에 보호전문기관의 별도 링크를 의무적으로 걸어주었으면
202	콘텐츠 제공업체에 대한 철저한 사전 사후 감독해야한다
203	콘텐츠 이용자에게 확실하게 전달되도록 정보를 정확하게 제공했으면
204	콘텐츠 아래에 전문기관 상담기관을 알려주었으면
205	콘텐츠 이용시 첫 화면에 뒀으면
206	active X를 없앴으면
207	위험한 콘텐츠는 알아서 걸러주었으면
208	음란물에 대해서는 사전에 확실하게 차단해주었으면
209	부정확한 콘텐츠 사전에 차단
210	유명한 모델을 기용해서 패러디등 쉽게 접할 수 있는 콘텐츠를 만들었으면
211	서비스 오류
212	항시 사업체에 대한 점검
213	반드시 확인할 항목은 이해하기 쉽게 했으면
214	내용을 정확하게 파악하는 문구
215	눈에 띄게 별도의 표시를 했으면
216	대응방법을 쉽게 보여주었으면
217	링크전에 주의 팝업을 띄웠으면
218	무조건 알 수 있게 제대로 보여주기부터 했으면
219	보기 쉽게 중요한 것들을 표기했으면
220	쉬운 단어를 사용했으면
221	설명이 자세했으면
222	주요 정보는 크게 읽을 수 있게 했으면
223	주요 포털에 알수있게 정확한 표시
224	주의사항 정확하게
225	이해하기 쉽게 설명
226	이해하기 쉽게 그림으로 했으면
227	사이트 시작전 큰 글씨로 설명
228	이모티콘이나 웹툰으로 설명하면 이해하기 쉬울 것 같다
229	적극적인 안내
230	소비자보호에 적극적이었으면
231	소비자 의사에 반하는 결제가 된 경우 소비자 의사 표현시 결제가 수일내에 자동철회가 가능했으면
232	소비자 입장에서 업체의 경영 투명성을 보장해주었으면

233	소비자가 알 수 있게 광고나 팝업창을 띄워 홍보했으면
234	소비자들의 권익보호 및 신장을 위해 다방면에서 노력해주었으면
235	소비자를 위해 전문성을 가지고 대처했으면
236	소비자보호기관 부서가 있었으면
237	소비자에게 유리한 조건 만들기
238	소비자 의견 수렴
239	이용자보호 관련 사항을 어길시 제재를 강하게 의무로 해주었으면
240	이용자보호조항 홍보
241	이용자 준수사항을 수시로 인지시켰으면
242	이용자가 호소하고 처리해주는 채널을 구축했으면
243	이용자들이 자주 접하는 매체에 규정이나 대처할 수 있는 방법들을 알려주었으면
244	이용자 보호 관련 전문기관이 어떠한 상황에 이용할 수 있는지를 알려주었으면
245	이용자 피해 발생시 대신해서 해결해주었으면
246	이용자가 피해를 받았을 때 신속하게 피해를 접수할 수 있는 창구를 마련해주었으면
247	이용자의 피해가 발생하지 않도록 미리 관리감독을 철저히 했으면
248	분쟁시 소비자에게 과도한 증빙자료를 요구하지 않았으면
249	문제가 생기면 도중이라도 핫라인을 통해 그 기관에 액세스할 수 있게 했으면
250	해결방법을 자세히 설명했으면
251	피해예방을 위한 안내서비스
252	콘텐츠 이용시 피해를 당했을 때 대처방안 등에 대해 카드뉴스나 퀴즈 이벤트 같은 유형의 광고를 했으면
253	이용피해에 대한 이해를 하기 쉽게 대중교육을 해야한다
254	피해기관이나 정부에서 피해보상과 노력에 힘써야한다
255	피해빈도가 잦은 사업체에 대한 제재가 있었으면
256	피해 최소화를 위한 홍보가 있었으면
257	피해가 갈 수 있는 조항을 알기 쉽도록 조치했으면
258	피해 구제를 위한 쉽고 친절한 상담이 있었으면
259	피해복구 PF팀 조성 및 전문가 구성
260	피해사건에 대해 정확하게 파악하여 분쟁을 막아야한다
261	피해사항 발생시 구제사항에 대해 쉽게 숙지할 수 있도록 잘 보이는 곳에 배치했으면
262	피해소지에 대한 정보 세분화
263	피해자 보상제도 확립
264	피해업체에 구상권을 청구하여 소비자에게 대신 보상했으면
265	높은 기술력으로 게임의 보안을 높였으면
266	보안프로그램 설치
267	웹툰을 통한 광고
268	영상을 보기전에 광고를 볼 수 있게 했으면
269	이벤트를 통해 국민에게 내용 전달이 되었으면
270	모든 광고가 없었으면
271	짧게 영상으로 알려주었으면
272	관련된 정보를 홍보했으면
273	불합리한 일을 당했을 때 대처하는 것을 홍보했으면
274	공공장소에 광고
275	어떤 절차를 거쳐야하는지 홍보해주었으면
276	사전에 방지할 수 있는 광고나 경고문구
277	사전 예방을 위한 공익광고가 필요
278	쉬운 방법으로 간단하게 중요한 내용들만 방송을 통해 홍보했으면
279	문자로 중요한 내용을 항상 보내주었으면

280	문자로 간략하게 보냈으면
281	요점만 문자, 카톡으로 공지
282	업체에 대하여 소비자에게 정확한 고지의무 전달
283	문제가 되는 업체나 사이트는 지속적으로 관찰해서 막아주었으면
284	관련 내용을 처리할 수 있는 공간으로의 접속이 간단했으면
285	도움요청을 할 수 있는 기관, 방법등에 대해 관련법령을 광고나 여러가지 방법으로 설명했으면
286	업체들이 장난질 못하도록 법이 강화되었으면
287	업체 등록시 정부에서 골라내야 한다
288	분쟁시를 대비하여 철저한 사전 서류나 자료를 저장했으면
289	분쟁시 소비자 보호가 철저했으면
290	분쟁의 종류와 대응책 제시
291	분쟁사항을 미리 차단
292	신고와 처벌의 구체화
293	안내강화
294	불법사이트 근절
295	불법행위 근절
296	신속한 조치
297	성의있게 처리
298	수시점검
299	수시관찰
300	시작화면에 명확하게 표시
301	실태만 파악하지 말고 관련업체들을 엄격히 처벌했으면
302	업체관리
303	관련 사이트 실태 미비조사를 거쳐 문제가 되는 곳을 적발하고 행정처분
304	사업체 등록시 필터링 해줄 수 있는 기관 또는 관련법규가 필요
305	사업자에게 예방을 위한 적절한 조치를 강제해야한다
306	사용해보며 수정요청 및 관리를 해주었으면
307	휴대폰 소액결제시 통신사가 책임지도록 부가서비스를 제공하지 않았으면
308	쉽게 놓칠 수 있는 여러 권리를 알려주는 번호나 웹주소를 띄웠으면
309	콘텐츠 운영팀을 만들어 직접 사용해보고 판단했으면
310	악의적으로 고객에게 불리한 결제시스템을 가진 업체는 퇴출했으면
311	결제취소
312	경고
313	고발
314	공정거래
315	설명서
316	소비자
317	이용약관
318	피해보상
319	문자전송
320	벌금부과
321	사전에 미리 고지
322	공영방송에서 캠페인을 많이 했으면
323	캠페인을 많이 했으면
324	온라인에서 캠페인
325	전문적인 상담서비스
326	처리절차의 안내제공

327	관련 연락처 명기
328	불편사항 개선을 위해 연락이 신속하게 이루어졌으면
329	절차나 이용기관을 알기쉽게 표시했으면
330	접근이 쉬웠으면
331	절차를 간소화했으면
332	소비자에게 신고를 받아 관련성이 있는 경우 적절한 포상금을 지급했으면
333	소액이라도 적극대응
334	위반시 처벌 강화
335	인터넷 검색에서 쉽게 찾을 수 있었으면
336	신고가 쉬웠으면
337	이용이 쉬웠으면
338	쉽고 간편했으면
339	알기 쉬운 경고문구
340	알림 경고문이 화면에 떠서 알려주었으면
341	웹에서 잘 보는곳에 경고문구 제시
342	잘 보이는 곳에 게재
343	눈에 띄는 곳에 간단하게 요약
344	업체들에게 환불요건 완화
345	환불
346	접수에서 해결까지 간소했으면
347	콘텐츠 이용피해 최소화를 위해 정부 및 소비자 보호를 할 수 있는 전문기관이 있었으면
348	블로그를 통한 광고
349	페이스북을 통한 광고
350	일반 엔드유저가 쉽게 접근할 수 있도록 홍보
351	정부기관의 사건 심사
352	정부의 빠른 대책이 있었으면
353	주의 또는 경고표시등의 등급을 표시했으면
354	일반인이 쉽게 이해하도록 공공기관에서 교육 필요
355	전문기관의 감시와 처벌이 늘어났으면
356	전문기관의 정보를 알 수 있도록 안내했으면
357	전문적으로 정부에서 관리해주는 기구가 필요
358	재확인 절차 도입 필요
359	적극적인 제재
360	처벌강화
361	정확한 운영 및 이용관련 등 통일성있는 가이드라인이 누구나 쉽고 이해할 수 있었으면
362	관련 전문기관에서 가이드라인을 만들어 콘텐츠 제공 사이트에 제공했으면
363	제재강화
364	조치할 수 있는 방법을 알려주었으면
365	큰 글씨
366	주의문구 삽입
367	주기적으로 일반 시민들에게 교육이 될 수 있도록 광고를 했으면
368	주요 포털사이트에서 이용자 보호를 위해 광고업체들의 철저한 검증 절차가 있었으면
369	주의 문구 표시와 피해시 구제 가능 문구 삽입
370	유료나 환불 관련 설명하는 창이 별도로 있었으면
371	중요한 사항은 가독성이 좋도록 반 강제성으로 짧게라도 가운데에 크게 표시했으면
372	즉각 처리할 수 있게 대응
373	적극적으로 해결

374	철저한 관리
375	체계적인 조사
376	통합적인 관리체계
377	팝업으로 피해시 연결할 수 있는 전화번호나 사이트링크
378	편리하게 이용할 수 있었으면
379	버스정류장 광고판 같은것에 광고를 했으면
380	포털의 배너에 항상 보일 수 있게
381	해당기관이 존재한다는 내용과 이용자 보호를 위한 조항들이 있음을 광고나 서비스 제공업체 결제시 팝업알림 등을 통해 고지
382	해당 내용을 소비자가 알 수 있는 방식으로 표현하도록 관련 규정 재정비
383	해당 콘텐츠사에서 믿음이 가도록 활동정지나 조치를 했으면
384	확실하게 표기
385	확률적 검증 필요
386	확인창 경고창을 띄운다
387	휴대폰 알림서비스

4.3 소비자 측면

연번	내 용
1	약관 읽어보기
2	약관 자세히 읽어보기
3	확인한다
4	자세하게 읽는다
5	주의한다
6	약관 숙지하기
7	읽어본다
8	유료 결제시 확인한다
9	결제 하기전에 확인
10	결제시 꼼꼼하게 확인
11	유료 결제전 약관 읽기
12	유료결제시 이용을 자제
13	비밀번호 수시변경
14	주의사항을 잘 확인한다
15	개인정보 보호를 철저히 한다
16	유료 결제전 약관을 꼼꼼하게 읽기
17	재차 확인한다
18	습관
19	신중하게 이용
20	반드시 확인한다
21	다른이용자들의 사용후기 확인
22	결제전 유의 사항 정독
23	유료결제전 해당부분만 찾아서 확인
24	중요부분은 읽어보기
25	꼼꼼한 관리
26	결제 부분 주의
27	결제전 신중하게 결정
28	약관이 간단 명료했으면
29	결제전에 다시 한번 약관 읽어보기
30	귀찮아도 읽어보기
31	귀찮아도 자세하게 읽는다
32	안내문 꼼꼼하게 살핀다
33	내용을 정확하게 확인
34	고발
35	유료
36	얼마간의 시간 경과후 결제 되었으면
37	개인정보 보호가 철저했으면
38	읽지 않으면 안넘어가게 했으면
39	보안을 강화했으면
40	주의할점 약관 확인
41	내용 잘 찾아보기
42	정확하게 이해
43	정확하게 알아보고 결정
44	공지사항 읽어보기
45	문구를 다 읽는다
46	사전정보 검색
47	정보 확인
48	관심갖기
49	다양하고 복잡한 비밀번호 사용
50	정식업체 활용하기
51	컨텐츠 이용시 약관 읽어보기
52	불법사이트 이용금지
53	의심스러운것이 있으면 서비스 업체에 문의하는 것이 좋다

54	믿을수 있는 사이트 이용
55	결제전 비밀번호 2중보안 설정
56	자동결제 부분 숙지
57	유료 결제 과정을 인지
58	유료 결제시 자동 결제 부분확인
59	유료결제시 피해사례등을 확인한다
60	홍보
61	약관
62	재차 확인해 부었으면
63	본인 인증을 했으면
64	본인 확인이 철저했으면
65	결제시 본인 확인 절차가 철저했으면
66	경고문구를 노출했으면
67	약관의 중요부분은 빨간글씨로 했으면
68	문구는 크게 했으면
69	유료 결제시 발생할수 있는 오류를 쉽게 확인할수 있었으면
70	가입결제시 약관 고객의무사항숙지
71	가입 유료 결제시 약관 숙지하기
72	공지사항 및 유료 과금 약관읽어보기
73	구매전 이용약관 읽어보기
74	가입시 약관을 자세히 읽어보기
75	가입시 유료결제 부분을 잘 읽는다
76	콘텐츠 이용시 피해가 있을수 있으며 있을때 소비자로서 권리가 있다는걸 인식하고 권리주장 해야한다
77	평소에 문답의 답 요구하기
78	취소나 철회시 받는 불이익 확인
79	발생가능한 문제점을 사전에 숙지한다
80	요약본 읽어보기
81	중요내용은 따로 메모하기
82	관련문제 확인
83	설명서 자세히 보기
84	사전 숙지 및 이해
85	사전에 관련 규정을 자세히 읽는다
86	사전에 관련 자료 보관 및 점검
87	유, 무료에 대한 접근 인식 변화
88	문제점 인식
89	동의내용을 정확하게 확인
90	비용확인
91	항목읽기
92	해당업체 알아보기
93	보안 경각심을 인지
94	보안 의식 강화
95	비밀번호 설정 강화
96	앱 결제시 추가 비밀번호 입력
97	피해를 보면 사이버 수사대에 즉시 신고 해야한다
98	피해가 생기기전에 고객센터에 적극적으로 직접 문의해본다
99	창달지 않기
100	스팸오픈 수시로 보기
101	달력이나 어플에 표시하기
102	미리경고창을 통해 알려줄때마다 체크하는것이 필요하다
103	다음진행을 확인 받아야한다
104	이용내용에 관한 꾸준한 모니터링이 필요하다
105	인터넷으로 사전에 신뢰성 확인
106	차단기능을 알고 있어야한다
107	안정적이고 믿을만한 콘텐츠 사용을 늘려야하겠다

108	콘텐츠 이용시 자세한 사항 읽어보기
109	콘텐츠 이용시 안내문 읽어보기
110	해당 콘텐츠 카페를 방문해 불만들을 확인한다
111	음란사이트 이용금지
112	불법 다운로드 최소화
113	가능하면 다운 받지 않는다
114	검증된 앱만 다운 받는다
115	다운로드 최소화
116	부분별한 앱 설치 자제
117	정식루트가 아닌 콘텐츠 이용하지 않기
118	해결방안 확인
119	유료나 비용 발생 확인
120	명확하게 이해가 되지 않을때는 문의후 구입한다
121	보호책에 대한 공부
122	사건에 피해규정을 꼼꼼하게 살핀다
123	시간이 걸리더라도 이익을 제기한다
124	불법한 기관이 있으면 신고하는 자세를 가져야한다
125	사후에 필요한 조치에 대해 인지해야한다
126	웹하드는 이용하지 않는것
127	신뢰도 낮은 링크는 열지 않는다
128	서비스내 팝업창 활용
129	문제업체는 피한다
130	문제 발생시 회사에 도움 요청한다
131	정부 및 이용자 보호 관련 페이지 뉴스검색을 통해 관련 자료등을 미리 숙지한다
132	컴플레인을 번거로워하지 말것
133	꼼꼼한 처리
134	결제후 지급 정지 방법 숙지
135	결제시 오류여부 확인
136	결제 여부 즉시 확인
137	건전하지 않은 결제는 삼가한다
138	경고 표시 확인후 결제한다
139	결제 과정을 확인한다
140	결제전 유료콘텐츠가 한달짜리 인지 계속적으로 결제 되는지 확인
141	결제도중 취소 가능한지 미리 숙지
142	단위별 단기 결제만 한다
143	자동 결제를 피한다
144	약관 확인후 결제
145	안전한 결제 서비스 방법을 이용하겠다
146	필요하지 않으면 게임등의 유료 결제는 안한다
147	유료결제시 주의 사항 확인
148	유료 결제시 자세하게 읽는다
149	유료 결제시 환불 신청 부부를 확인
150	유료 결제시 날자를 확인
151	유료 청구인지 정보를 미리 알아본다
152	유료 검증공시제를 두어 확인한다
153	유료결제시 차후 관리에 대해 꼼꼼하게 알아본다
154	유료결제시 이용자 후기를 많이 본다
155	유료결제시 인증을 한번더 한다
156	유료결제시 업체를 확인
157	결제 도중에 취소가능한지 미리 인지하기
158	유료 결제에 있어 원하지 않은데 여러 번 결제가 될수 있으니 확인한다
159	약관 지키기
160	조항을 읽어보기
161	무료면 좋다는 인식을 갖기 않기
162	무료라도 본인에게 필요한 콘텐츠 인지 결정한다

163	무료 영상이라도 모든 조항을 확인한다
164	무료로한 한달 진행하는 프로모션은 한달후 정확하게 해지 되었는지 확인한다
165	칼라로 결제내용 재확인
166	휴대폰 카메라로 찍어 놓기
167	서비스 이용전 고객센터등에 문의하여 해당내용의 사실여부를 한번더 확인한다
168	확실한 내용 확인
169	결제란 일수록 안보일수 있으므로 서두르지 말고 확인 필요
170	우선 결제 하지 않는 태도가 필요하다
171	자녀 결제의 잦은 확인 및 통제
172	환불 및 보상에 대한 확인
173	공지사항
174	기한
175	날짜 확인
176	무료결제
177	신용카드 결제
178	안전수칙
179	예방
180	올바른정신
181	약관 팝업
182	적절한 가격의 합리성
183	조치
184	차단기능을 알고 있어야한다
185	천천히 하기
186	10분안에 취소가 가능했으면
187	2번정도 팝업창으로 결제 안내 했으면
188	가이드를 받을수 있는 설명이 있었으면
189	약관 설명이 이해하기 쉬웠으면
190	무료라고 하고 실제로는 유료로 전환이 우려된다
191	결제전에 유료라는것을 공지했으면
192	결제시 다시 한번 결제 의사를 확인하는 문구를 넣었으면
193	결제가 어려웠으면
194	이용후 결제가 되었으면
195	카드결제 금지
196	경고문구를 크게 했으면
197	유료대신 무료 결제
198	휴대폰 소액결제의 한도를 정했으면
199	이용료 에쿼티(equity) 시스템 도입
200	글씨는 빨간색으로 했으면
201	정확하고 간결하게 작성했으면
202	모두가 알기 쉽게
203	설명서가 부족하다
204	이용부분에 대해 간단 명료하게 설명이 있었으면
205	잘보이게 쉽게 했으면
206	화면에 제대로 보여주기
207	버튼 누른후 바로 실행이 안되었으면
208	무료로 다운받는 곳이 있었으면
209	주의사항을 크게 했으면
210	유료 결제는 크게 했으면
211	의무 사항 약관의 글씨를 크게 했으면
212	알림을 따로 볼수 있게 했으면
213	문자로 발송
214	중요부분 문자로 보내기
215	피해구제팀 구성
216	미성년자에 대해 주의를 했으면
217	자녀의 휴대폰에 결제가 되지 않게 조치를 했으면

218	주기적인 보안관리가 필요하다
219	약관 확인후 본인 인증 절차를 만들었으면
220	약관의 요약본이 있었으면
221	약관의 핵심만 알려주었으면
222	약관의 글씨가 컸으면
223	잘 읽지 않는 약관을 정하기 전에 아닌것은 삭제한다
224	중요 약관만 표시했으면
225	다른 사용자들의 평가를 볼수 있었으면
226	이용자의 의견을 정취했으면
227	소액결제 금지
228	유료결제 금지
229	유료라고 명시했으면
230	유료라고 업체에서 안내했으면
231	유료 결제는 미성년자는 제외했으면
232	유료결제는 팝업창에
233	유료결제건을 확실하게 표기했으면
234	유료 콘텐츠 이용시 피해가 발생되면 보상 받을수 있음이 정당한 권리임을 알려주었으면
235	유료 결제시 본인 확인 전화가 있었으면
236	유료 결제전 주의사항 및 안내 메시지를 같이 볼수 있게 했으면
237	유료 결제시 다시 생각할수 있게 자막이 떴으면
238	유료 결제시 재차 의사를 확인했으면
239	보상절차가 간소했으면
240	보상을 금전적으로 해주었으면
241	환불에 대해 알려주었으면

[부록 5] 2018 콘텐츠 이용·거래 피해에 대한 FGI 가이드라인

A. Warming up	10분
----------------------	------------

A1. 좌담회 목적 안내

- 오늘 좌담회는 한국콘텐츠진흥원이 실시하는 콘텐츠 이용·거래 피해에 대한 실태조사연구의 일부입니다. 앞서 응답해주신 설문조사 내용과 관련하여 심층적인 내용을 여쭙고, 이를 통해 창작 환경 개선을 위한 제도, 정책적인 기초 자료로 활용하고자 합니다.
- 오늘 좌담회는 한국콘텐츠진흥원의 의뢰로 리서치 전문회사인 한국 씨앤알에서 수행하고 있으며, 저는 좌담회를 진행하는 000입니다.

A2. 진행방법 소개

- 본 좌담회는 실태조사연구의 일부인 Focus Group Interview로 진행되며, 말씀 주신 내용은 익명으로 처리됩니다. 응답하신 내용과 관련된 개인정보는 통계법 및 개인정보 보호법 등 관련법규에 의해 비밀이 철저히 보호됨을 알려드립니다. 오늘 말씀하신 내용은 추후 보고서 작성을 위해 녹음이 되며, 개인 정보는 일체 공개되지 않음을 다시 한 번 말씀드립니다.

A3. 참석자 소개

- 본격적인 인터뷰에 들어가기에 앞서, 00님에 대한 간단한 소개를 부탁드립니다.
 - 이름, 연령, 기타 인터뷰이의 자발적인 소개

B. 주요 피해 사례(피해 규모 및 최근 사례 기준)	30분
--------------------------------------	------------

B1. 설문조사에서 콘텐츠 이용 중 피해를 입은 경험이 있다고 하셨는데요.

- 00님은 금액이나 이후 후유증(정신적·육체적 피해) 등으로 '가장 큰 피해'를 입었다고 생각하는 사례가 무엇입니까?
 - '최근에 입은 피해 경험'으로는 어떤 것들이 있었습니까? 피해 내용 및 전후 상황에 대해 간단히 말씀해주십시오.
 - (장르, 콘텐츠/서비스명, 결제방식, 피해 내용, 전후 상황, 발생 원인 등)

B2. <취약층/사회문화적 영향 관련 피해 사례: 자녀/미성년자>

- 본인 및 주변에서 '미성년자'가 콘텐츠 이용 중에 피해를 입었다고 알고 있는 사례가 있습니까?
 - 자녀/미성년자가 부모의 동의 없이 유료 콘텐츠를 결제하여 피해를 입은 사례를 경험했거나 들은 사례가 있습니까?
 - 그러한 경험으로 가족 관계에 부정적인(혹은 긍정적인) 영향이 있었습니까?

B3. <취약층/사회문화적 영향 관련 피해 사례: 실버계층>

- 본인 및 주변에서 '노인'(노부모, 조부모)이 콘텐츠 이용 중에 피해를 입었다고 알고 있는 사례가 있습니까?
 - 자녀와의 상의 없이, 또는 동의 없이 유료 콘텐츠를 결제하여 피해를 입은 사례를 경험했거나 들은 사례가 있습니까?
 - 그러한 경험으로 가족 관계에 부정적인(혹은 긍정적인) 영향이 있었습니까?

B4. <인앱 결제 피해 사례>

- 인앱 결제를 이용해 보신 경험이 있으신지요?
- 인앱결제를 이용하면서 피해를 입은 사례가 있으십니까? 어떤 피해를 입으셨는지 구체적으로 설명해 주십시오.

B5. <특이 피해 사례>

- 앞서 말씀하신 사례 외에 피해 규모가 크지 않았더라도 자주 발생할 것 같지 않은 특이한 이용피해를 본인이 경험하셨거나, 주변 분들에게 발생한 경우가 있었습니까?

C. 피해 발생 후 대응 행태 및 처리 결과	30분
---------------------------------	------------

C1. <1차 : 콘텐츠 업체에 이의제기>

- 피해를 입었다고 생각된 이후에는 해당 콘텐츠 업체에 어떤 행동(조치)을 취하하셨습니까?
 - 해당 업체에 연락을 해보셨습니까? 해보셨다면 어떤 방식을 이용하하셨습니까? (전화, 이메일, 직접 연락 또는 해당 콘텐츠 회사 Q&A 게시판 등)
 - 해당 연락처 정보는 어디서 얻으셨습니까? 업체의 대응은 어땠습니까?
- 피해 발생 이후 업체에 이의를 제기하는 과정에서 느낀 애로사항이나 불만 사항이 있었습니까? 있었다면 말씀해주시요.
- 피해가 발생하였는데도 불구하고 콘텐츠 업체에 이의를 제기하지 않은 적이 있으셨습니까? 이의를 제기하지 않은 이유는 무엇이었습니까?
- 금액에 따라 많은 이용자가 업체에 민원을 제기할지 말지 고민을 하는 경우를 많이 보았는데요. 본인의 경우에는 어느 정도 금액이 그 기준이 된다고 생각되십니까?

C2. <2차: 분쟁 전문기관에 상담, 구제 신청>

- 피해가 발생한 이후에 해결을 위해 해당 콘텐츠 업체 외에 콘텐츠분쟁조정위원회, 한국소비자원 등 관련 기관들에 도움을 요청하신 적이 있습니까?
 - 있다면, 어느 기관에 도움을 요청하하셨습니까?

- 도움을 요청하기 위해서 어떤 방식으로 관련 기관을 찾으셨습니까?
 - 어떤 도움을 받으셨습니까? (상담, 조정/중재 신청 등)
 - 도움을 요청하신 후 피해 관련하여 결론이 어떻게 되었습니까? 원만히 해결되지 않았다면 이유는 무엇이었습니까?
- 콘텐츠 이용피해 관련 상담 또는 분쟁조정 기관들에 도움을 요청한 적이 없으시다면 어떤 이유였습니까?
- 도움을 요청하는 과정에 일반인으로서 발생한 어떤 어려움이나 요청이 꺼려지는 거부감 같은 게 있었다면 말씀해주시요.
- 분쟁 전문기관을 이용하실 때 애로사항이나 불만 사항이 있었습니까?
- 해당 기관들에 도움을 요청하는 과정에서 가장 어려웠던 점은 무엇이었습니까?
 - 일반인들이 조금 더 분쟁 전문기관을 쉽게 이용하려고 한다면 어떤 것이 필요하다고 생각하십니까? (홍보 방법 등)
- 그 외 피해 해결을 위하여 별도 제도적인 도움을 받거나 요청한 적이 있습니까? (법원에 직접 제소, 민간 변호사 상담 등)?

D. 피해 예방 및 사후 조치에 관한 의견	15분
--------------------------------	------------

D1. 피해 예방에 관한 의견

- 이용자들의 콘텐츠 이용피해를 사전에 방지하기 위해서는 어떤 조치가 필요하다고 생각하십니까? 콘텐츠 업체가 해야 할 조치이든, 기타 정부나 관련 공공기관들이 해야 할 조치이든 무엇이든 의견 말씀해주시요.
- ▶ 예) 주요 피해사례에 대한 홍보 캠페인, 피해 발생 이후 대처법에 대한 홍보, 자주 발생하는 금전적 피해 대응을 위해 일관된 환불 정책을 기업에 적용 등
- 특히, 콘텐츠 업체들에 피해 예방을 위해 규정상 의무화하면 좋을 것 같은 사항이 있습니까? 있으면 현재 관련 규정이 있는지를 떠나 자유롭게 모두 말씀해주시요.
- 이용자들이 스스로 피해를 예방하기 위해서 평소 어떤 것들을 확인하거나 조심해야 한다고 생각하십니까?
- ▶ 예) 약관의 유료 결제 관련 사항 확인, 개인 휴대폰 관리 등
- 온라인으로 콘텐츠를 이용할 때 서비스 이용 약관을 읽어보시는 편이지요?
- 읽어 보신다면 어떤 점이 유용하다고 생각하시는지요?
 - 읽어보시지 않는다면 그 이유는 무엇인지요?
 - 이용자 입장에서 생각할 때 어떻게 하면 서비스 이용 전에 업체에서 제공한 이용약관을 읽고 숙지하는 것을 습관화 할 수 있을까요?

D2. 피해 사후 조치 의견

- 이용피해가 발생한 개인들에게 어떤 도움이 필요할 것 같습니까? 사소한 것이라도 본인의 의견을 말씀해주십시오.
 - ▶ 예) 피해 분야 상관없이 문의할 수 있는 연락처, 전문 변호사 연락 정보, 분쟁조정에 본인을 대리하는 무료 대리인 참석 등
- 피해 발생 후 이용자 구제를 위하여 정부나 분쟁 관련 전문기관(한국콘텐츠진흥원 분쟁조정위원회, 한국소비자원 등)들이 피해 당사자들의 비용, 시간/노력, 제도적 차원 등 어느 차원에라도 지원해주었으면 하는 사항이 있습니까?
- 콘텐츠 이용자 보호 등과 관련하여 그밖에 말하지 않은 건의사항 또는 애로사항이 있습니까?

E. 마무리

5분

E1. 마무리

- 오랜 시간 수고 많으셨습니다. 그밖에 콘텐츠 이용·거래 피해 상황 개선을 위해 해주실 말씀이 있으신가요?

2018 콘텐츠 이용피해 실태조사

집필진

한국콘텐츠진흥원

감수 정진규(한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회 사무국장)
연구진행 박성희(한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회 과장)
변미영(한국콘텐츠진흥원 대외협력실 차장)
전보교(한국콘텐츠진흥원 혁신소통팀 주임)

연구수행기관

연구총괄 김숙(한국씨앤알 대표)
연구분석 최숙(한국외국어대학교 언론정보연구소 학술연구교수)
김완중(한국씨앤알 연구원)
실태조사 조선희(한국씨앤알 부장)
이석미(한국씨앤알 차장)

발행인 김 영 준
발행일 2019년 2월 15일
발행처 한국콘텐츠진흥원
전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)
전화 1566-1114 / 팩스 (061) 900-6015
www.kocca.kr

비매품

본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식/연구보고서>에 게재되는 보고서로 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀 주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것!! 1566-1114”

콘텐츠분쟁조정위원회 “콘텐츠분쟁상담 1588-2594 www.kcdrc.kr”



누구나
콘텐츠로 일상을
풍요롭게

