

	<h1>보도자료</h1> <p>“소비자 주권 시대를 열어가는 국민의 기관”</p>	 페이스북 @kcanews  인스타그램 @kca.go.kr	
<p>이 자료는 3월 16일(수) 조건부터 사용하시기 바랍니다.[방송인터넷 매체는 3월 15일(화) 12시]</p>			
<p>배포일</p>	<p>2022년 3월 14일(월) (총 11쪽)</p>	<p>담당부서 담당자</p>	<p>시장조사국 시장감시팀 정혜운 팀장 (043-880-5711) 임창민 과장 (043-880-5713)</p>

구독형 소프트웨어 앱, 계약해지 정보 제공 미흡해

- 이용 경험자의 33.9%가 원치 않은 결제 경험 있어 -

최근 디지털 콘텐츠 제작 수요가 증가하면서 문서, 사진, 영상 등의 제작·편집과 관련된 구독형 소프트웨어(서비스형 소프트웨어, SaaS*)의 이용이 늘고 있다**.

- * Software-as-a-Service의 줄임말로 제품의 소유권 구매가 아닌 일정 기간 이용권을 구매하여 이용하는 정기결제(구독) 방식의 소프트웨어(워드프로세서, 그래픽 디자인 툴, 동영상 편집기 등)
- ** 국내 SaaS 사용자 지출액(IT 시장조사업체 가트너) : ('19) 9,621억→('20) 1조1,673억→('21) 1조3,668억

이에 한국소비자원(원장 장덕진)이 정기 결제 방식으로 소프트웨어 이용권을 판매하는 30개 앱의 표시·약관을 조사한 결과, 대부분의 앱이 무료체험이나 할인 내용은 강조하는 반면 계약해지 효과 등 중요 정보 제공은 소홀히 해 소비자 피해 우려가 있는 것으로 나타났다.

최근 2년 11개월 간('19년~'21년 11월) 1372소비자상담센터*에 접수된 SaaS 관련 소비자상담은 총 268건으로, 불만 이유로는 '계약해지'가 50.4%(135건)로 가장 많았고, 다음으로 '청약철회' 20.9%(56건) 등의 순이었다.

- * 공정거래위원회가 운영하고 한국소비자단체협의회, 한국소비자원, 광역지자체가 참여하여 상담을 수행하는 전국 단위 소비자상담 통합 콜센터(유료)

□ 정기결제 해지 시 남은 기간만큼 환급되지 않음에도, 소비자가 알기 어려워

<실태조사 개요>
<p>■ 조사대상 : 모바일 앱마켓(구글·애플)에서 소프트웨어 이용권을 정기결제 방식으로 판매하는 6개 분야* 매출 상위 앱 각 5개(총 30개 SaaS 앱)</p> <p>* 6개 분야 : 그래픽 디자인, 사진편집, 영상편집, 문서편집, 클라우드·VPN, 기타 생산성(알림, 스캔 등)</p> <p>■ 조사내용 : 계약해지, 청약철회, 결제 정보 등 이용 조건</p> <p>■ 조사기간 : 2021. 10. 8. ~ 11. 19.</p>

구글 플레이스토어와 애플 앱스토어에서 판매하는 30개 SaaS 앱에 대해 계약 조건의 표시 실태를 조사한 결과, 조사 대상의 93.3%(28개)가 계약 체결 단계에서 ‘언제든지 취소할 수 있음’으로 간단히 표시할 뿐 해지의 효과*에 대해서는 안내하지 않았다. 청약철회 방법에 대해서도 86.7%(26개)가 계약체결 단계에서 표시하지 않아 소비자가 계약해지·철회권에 대한 구체적인 내용을 알기 어려웠다.

* 정기결제를 해지하는 경우, 잔여대금이 환급되지 않고 다음 정기결제일에 해지 효력이 발생함.

또한, 연 단위 정기결제임에도 월 단위 결제금액만 강조하거나, 장기계약에 따른 할인율을 잘못 표기하는 등* 거래 조건에 대해 정확하게 표시하지 않은 경우도 30.0%(9건)으로 나타나 소비자 피해 우려가 있었다.

* 실제 할인율은 16.7%이나 “27%”로 표기 등

□ 구독형 소프트웨어 이용 소비자 33.9%가 원치 않은 결제 경험 있어

<설문조사 개요>

■ **설문대상** : 최근 1년간 정기결제(구독) 방식의 SaaS(모바일 앱, 웹 포함)를 유료로 이용한 경험이 있는 만 19세 이상 소비자 507명

* 표본오차는 95% 신뢰수준에서 비율의 경우 $\pm 4.38\%p$

■ **설문방법** : 설문지를 이용한 온라인 조사

■ **설문기간** : 2021. 12. 8. ~ 12. 14. (7일)

최근 1년간 소프트웨어 이용권을 정기결제 방식으로 이용한 경험이 있는 소비자 507명을 대상으로 설문한 결과, 응답자의 33.9%(172명)가 착오 또는 실수 등으로 원하지 않은 정기결제를 한 경험이 있다고 답했다.

그 이유로는 ‘무료기간 내 구독취소를 하지 못함’ 55.2%(95명), ‘무료기간 종료 알림 또는 결제 전 별도 알림을 확인하지 못함’ 41.9%(72명), ‘무료체험 등의 의미를 착각함’ 38.4%(66명) 등의 순으로 조사됐다.(복수 응답)

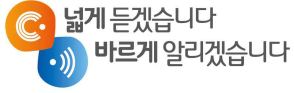
한편 SaaS의 정기결제 개선사항에 대한 의견으로 ‘무료기간 종료의 사전알림 강화 필요’가 47.9%(243명)로 가장 많았고, ‘환급기준과 조건에 대한 사업자의 명확한 안내 필요’ 39.1%(198명) 등으로 나타났다.(복수 응답)

□ 앱 이용약관의 53.3%가 영어로 작성되어 있어 한글로 개선 필요

그리고 조사대상 30개 앱 중 53.3%(16개)는 이용약관이 영어로 작성되어 있었는데 이는 앱 개발사가 대부분 해외 사업자*인 것이 주된 원인으로, 국내 소비자가 쉽게 이해하기 위해서는 한글로 작성될 필요가 있었다.

* 조사대상 앱 국가별 현황 : 미국 12개, 중국 4개, 유럽 4개, 한국 4개, 기타 6개

한국소비자원은 이번 조사 결과를 바탕으로 앱 마켓 사업자(구글·애플)에게 ▲ 앱 개발사의 결제·해지 관련 정보의 표시 명확화 ▲ 앱 이용약관의 한글 제공 ▲ 무료기간 종료에 대한 알림 강화 등을 권고하였다.



위 자료를 인용하여 보도할 경우에는
출처를 표기하여 주시기 바랍니다.
www.kca.go.kr



< 불임 > 서비스형 소프트웨어(SaaS) 표시·약관 실태조사 결과

1 소비자상담 접수 현황

□ 최근 2년 11개월간('19년 ~ '21년 11월) SaaS와 관련하여 1372소비자상담센터*에 접수된 소비자상담은 총 268건으로 나타남.

* 공정거래위원회가 운영하고 한국소비자단체협의회, 한국소비자원, 광역지자체가 참여하여 상담을 수행하는 전국 단위 소비자상담 통합 콜센터(유료)

[최근 3년간 SaaS 소비자상담 접수 현황]

(단위 : 건)

구분	2019년	2020년	2021년 11월	합계
소비자상담 건수	131	50	87	268

* 데이터 검색 기준 : (품목명='소프트웨어', '모바일·인터넷·기타정보이용서비스'), (사건제목='정기결제', '자동결제', '구독')

○ (불만유형별) 소비자상담 사건을 불만 유형별로 분석한 결과, '계약해지 관련 불만'이 135건으로 가장 많았으며 다음으로 '청약철회 관련 불만'(56건), '부당행위 관련 불만'(33건) 순으로 나타남.

[최근 3년간 접수된 SaaS 관련 불만 유형]

(단위 : 건, %)

불만유형*	2019년	2020년	2021년 11월	합계
계약해지	67	21	47	135(50.4)
청약철회	29	13	14	56(20.9)
부당행위	10	6	17	33(12.3)
약관·표시·광고	7	2	1	10(3.7)
기타	18	8	8	34(12.7)
합계	131	50	87	268(100.0)

* (계약해지) 중도해지 시 잔여기간 미환급 등 (청약철회) 결제 후 7일 이내 환급불가 등 (부당행위) 해지·철회에 대한 지연, 미응답 등 (약관·표시·광고) 사실과 다른 내용 등 (기타) 단순문의, 품질 등

□ (사례1) 구독취소 방법을 찾지 못해 무료체험기간 이후 결제 발생

소비자는 2020. 4. 1. 앱 마켓에서 동영상 편집 앱을 다운받아 4. 7.까지 무료체험이 지원되는 정기결제를 신청함. 이에 소비자는 4. 5.에 구독취소를 하려고 구매내역, 구독내역을 찾아보았으나 찾지 못하고, 해당 앱 마켓 사업자 고객센터와도 연락이 되지 않아 인터넷으로 문의함. 이후 4. 8. 00시에 27,500원이 결제되었고, 이후 고객센터에 환급을 요청했으나 환급이 안된다라는 답변을 받음.

□ (사례2) 구독취소를 하지 않아 의도하지 않은 결제 발생

소비자는 2017. 12. 앱 마켓 탐색 중 동영상 편집 앱을 다운받아 한번 이용해보고 이용할 의사가 없어 삭제함. 이후 28개월 동안 매달 22,000원씩(총 616,000원) 결제되고 있는 것을 우연히 확인하게 되어 앱 마켓 사업자에게 환급을 요구했으나 앱 마켓 사업자는 12개월분 대금을 환급함. 이에 소비자는 정기결제에 대한 동의와 안내 없이 이뤄진 것으로 주장하여 남은 16개월분 환급을 다시 요청함.

□ (사례3) 구독취소 후 잔여기간 환급 요청했으나 미환급

2020. 10. 22. 소비자는 앱 마켓에서 사진편집앱과 영상편집앱을 다운받아 각각 1회 무료체험을 하고 이후로는 이용하지 않음. 이후 소비자는 2021. 4. 1. 카드명세서 확인 중 2020. 10. 22.에 영상편집앱 1년 이용권 40,000원과 사진편집앱 월간 이용권이 매달 2,900원씩 결제되고 있는 것을 알게 됨. 이에 소비자는 뒤늦게 구독취소를 하고 고객센터에 잔여기간 환급을 문의했으나, 환급이 불가하다는 안내를 받음.

3

실태조사 내용

- 조사대상 : 모바일 앱마켓(구글·애플)에서 소프트웨어 이용권을 정기결제 방식으로 판매하는 6개 분야* 매출 상위 앱 각 5개(총 30개 SaaS 앱)
 - * (6개 분야) 그래픽디자인 사진편집 영상편집 문서편집 클라우드VPN 기타 생산성알림 스캔 등
- 조사대상 선정 기준 : 조사시점(10월 20일) 기준 최근 30일간 마켓 매출 상위 순으로 선정(마켓 매출 순위는 AppAnnie 참고)
- 조사내용 : 계약해지, 청약철회, 결제 정보 등 이용 조건
- 조사기간 : 2021. 10. 8. ~ 11. 19.

가. 결제 및 계약해지 정보 표시사항

조사 기준



- 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」
 - 제13조(거래조건에 대한 정보제공)
 - 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 '재화 등의 가격과 그 지급방법 및 지급시기'에 대한 정보를 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 함.(2항 3호)
- 「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」
 - Ⅲ. 상품 등의 정보의 내용(품목별 재화 등에 관한 정보)
 - 통신판매업자는 '이용조건, 이용기간'과 '계약의 해지에 따른 효과'에 관한 정보를 제공해야 함.(33번 디지털 콘텐츠)
- (조사 결과) 결제단계에서 결제 및 계약해지 정보의 표시 여부를 확인한 결과, '계약해지 효과 미표시' 유형이 93.3%(28개)로 가장 많았고, 기타 유형으로 '계약해지 방법 미표시' 33.3%(10개), '명확한 표시 미흡'이 30.0%(9개), '정기결제 설명 미표시' 23.3%(7개) 등의 유형이 있었음.

[결제·계약해지 정보 표시 현황]

구분	표시 (양대마켓 모두)	일부 미표시		미표시 (양대마켓 모두)	합계
		구글앱 미표시	애플앱 미표시		
계약해지 효과	-	2개(6.7%) 1 1		28(93.3%)	30개 (100.0%)
계약해지 방법	12개(40.0%)	8개(26.7%) 8 -		10(33.3%)	30개 (100.0%)
명확한 표시	21개(70.0%)	- - -		9(30.0%)	30개 (100.0%)
정기결제 설명	17개(56.7%)	6개(20.0%) 4 2		7(23.3%)	30개 (100.0%)

- (계약해지 효과 미표시) ‘언제든지 취소할 수 있음.’으로 간단히 표시만 할 뿐 구체적인 환불 정책에 대한 안내가 부실한 경우가 많았음.(28건)

[계약해지 효과 미표시·표시 사례]

해지효과 표시가 전혀 없는 경우	취소가능 표시만 있는 경우
 <p>구독 플랜에 가입해서 10개 이상의 유료 물과 100개 이상의 유료 필터를 받고 같이 제공하세요!</p> <p><input type="radio"/> 1개월 ₩7500</p> <p>계좌입금 ₩4166.67/월간</p> <p>12개월 : ₩50000</p> <p>계속하기</p>	 <p>연간 구독</p> <p>언제든지 취소 가능</p> <p>개인정보 취급방침 이용약관</p>
해지 효과를 표시한 경우	
<p>체험기간이 종료되기 전에 취소하면 요금이 부과되지 않습니다. (중략) <u>취소 시 결제 요금은 환급되지 않으며</u> 구독은 현재 결제 기간의 종료시점 까지 지속됩니다. 취소에 대한 효력은 현재 결제 기간이 지난 시점부터 적용됩니다.</p>	

- (계약해지 방법 미표시) 소비자가 실제로 계약해지를 하기 위해서는 앱마켓 설정 메뉴나 사용자 계정에서만 할 수 있음에도, 구체적인 방법에 대한 표시가 없는 경우가 있었음.(10건)
- (마켓별 다른 표시 유형) 동일한 앱임에도 양대 마켓을 비교했을 때 애플에 비해 구글 앱 마켓의 앱(8개)이 계약해지 방법 표시가 미흡했음.

[계약해지 방법 미표시·표시 사례]

해지방법 미표시	해지방법 표시
 <p><input type="radio"/> 월간 ₩10,500/월</p> <p><input type="radio"/> 일시 구매 ₩89,000</p> <p>계속</p> <p>7일간 무료 후 ₩44,000/년</p>	<p>구독 결제는 Google Play 계정을 통해 결제 진행됩니다.</p> <p>구독은 취소하지 않는 한 자동 갱신되며, <u>Google Play의 정기 결제 페이지에서 언제든지 취소할 수 있습니다.</u></p> <p>결제에 관한 자세한 사항은 <u>이용약관</u> 및 <u>개인정보취급방침</u>을 참고하세요.</p>

- (명확한 표시 미흡) 연간 결제임에도 월단위 금액만 강조하거나(3건), 할인율 등을 잘못 표기(2건), 중요정보를 숨기거나 어둡게 표기(2건) 등이 있었음.

[결제 및 계약해지 정보 명확한 표시 미흡 사례]

연간 결제임에도 월단위 금액을 강조	하위표시(실제 할인율은 16.7%이나 27%로 표기)

- (정기결제 설명 미표시) 정기결제 시점과 효과(자동갱신 여부 등)에 대한 자세한 안내가 없는 경우가 있었음.(7건)

[정기결제 설명 미표시·표시 사례]

정기결제 설명 미표시	정기결제 설명 미표시
정기결제 내용을 표시	
<p>무료 평가판 사용이 끝나면 청구를 시작합니다. 무료 평가판 사용이 끝나기 전에 취소하면 청구되지 않습니다. <u>구독은 취소할 때까지 연간으로 자동 갱신됩니다.</u> Apple 계정에서 언제든지 취소할 수 있습니다.</p>	

나. 청약철회 정보 표시사항

조사 기준

□ 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」

○ 제13조(거래조건에 대한 정보제공)

- 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 '청약철회 등의 기한·행사방법 및 효과'에 대한 정보를 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 함.(2항 5호)

○ 제17조(청약철회)

- 소비자는 '계약내용에 대한 서면을 받은 날' 또는 재화등의 공급이 늦게 이루어진 경우 '재화등을 공급받거나 재화등의 공급이 시작된 날'부터 '7일 이내' 청약철회가 가능함.(1항)
 - 다만 용역 또는 디지털콘텐츠의 제공이 개시된 경우 청약철회가 제한될 수 있음(2항 5호)
- 통신판매업자는 '청약철회가 불가능한 경우' '그 사실을 표시'하거나 시험 사용 상품을 제공해야 하며, 디지털콘텐츠의 경우 청약철회가 불가능한 사실 표시와 시용상품 제공을 동시에 해야함.(6항)

□ 「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」

○ IV. 상품 등의 정보 제공 방법

- 사업자는 소비자에게 제공되는 상품 등의 정보는 '색상의 차별화, 테두리의 이용, 전체화면 크기를 고려'하여 소비자가 알아보기 쉽도록 위치·글자 크기 등을 선택하여 명확하게 제공하여야 함.

□ (조사 결과) 청약철회 정보(철회방법, 효과 등)의 표시 여부를 살펴본 결과, '결제화면에서 청약철회 정보를 표시하지 않은 경우'는 86.7%(26개) 였음.

[청약철회 정보 표시 현황]

구분	표시 (양대마켓 모두)	일부 미표시		미표시 (양대마켓 모두)	합계
		구글앱 미표시	애플앱 미표시		
결제화면에 표시	1개(3.3%)	3개(10.0%)		26개(86.7%)	30개 (100.0%)
		-	3		
앱 메뉴에 표시 (FAQ 메뉴 등)	16개(53.3%)	2개(6.7%)		12개(40.0%)	30개 (100.0%)
		1	1		
앱 이용약관에 표시	23개(76.7%)	-		7개(23.3%)	30개 (100.0%)

다. 앱 이용약관의 한글 작성 여부

조사 기준

□ 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」

○ 제13조(거래조건에 대한 정보제공)

- 통신판매업자는 계약체결 전 '거래에 관한 약관'을 적절한 방법으로 표시·광고·고지해야함(2항 9호)

□ 「약관의 규제에 관한 법률」

○ 제3조(약관의 작성 및 설명의무)

- 사업자는 소비자가 약관의 내용을 쉽게 알 수 있도록 '한글로 작성'하고, '표준화·체계화된 용어를 사용'하며, 약관의 '중요한 내용을 부호, 색채, 굵고 큰 문자 등으로 명확하게 표시'하여 알아보기 쉽게 약관을 작성해야 함.(1항)

- (조사 결과) 앱 개발사의 앱 이용약관 언어가 '한글이 아닌 외국어(주로 영어)인 경우'가 조사대상의 과반수인 53.3%(16개)였음.

[앱 이용약관 표시 현황]

구분	해당 (양대마켓 모두)	일부 해당		미해당 (양대마켓 모두)	합계
		구글앱 미표시	애플앱 미표시		
한글 작성 여부	11개(36.7%)	3개(10.0%)		16개(53.3%)	30개 (100.0%)
		1	2		

- (한글 작성 여부) 조사대상의 36.7%(11개)는 이용약관을 한글로 표시하고 있었고, 10.0%(3개)는 일부 마켓에서만 한글로 표시하고 있어, 동일한 앱임에도 마켓에 따라 이용약관을 한글 또는 영어로 다르게 표기하고 있었음.

4

소비자 설문조사

- ▣ **설문대상** : 최근 1년간 정기결제(구독) 방식의 SaaS(모바일 앱, 웹 포함)를 유료로 이용한 경험이 있는 만 19세 이상 소비자 507명
* 표본오차는 95% 신뢰수준에서 비율의 경우 $\pm 4.38\%p$
- ▣ **설문방법** : 설문지를 이용한 온라인 조사
- ▣ **설문기간** : 2021. 12. 8. ~ 12. 14. (7일)

- (SaaS 이용방법)** ‘모바일 앱 이용’이 70.6%(358명)으로 가장 많았고, 다음으로 ‘개발사 웹사이트 이용’ 57.4%(291명), ‘PC 소프트웨어를 다운’ 42.2%(214명) 순이었음.(중복응답)
- (SaaS 이용내역)** SaaS 이용내역에 대해 결제주기는 ‘월단위’가 69.8%(354명)로 가장 많았고, 지출비용은 월평균 ‘45,739원’이었음.
- (구독취소 경험과 이유)** 응답자의 48.9%(248명)가 구독취소 경험이 있었고, 취소 이유로는 ‘생각했던 것 만큼 자주 이용하지 않아서’ 64.9%(161명), ‘정기결제 금액이 부담되서’ 37.9%(94명) 순이었음.(중복응답)
- (착오·실수 결제 경험과 이유)** 응답자의 33.9%(172명)가 ‘착오·실수로 결제를 한 경험’이 있었고 그 이유로 ‘무료기간 내 취소하지 못해서’가 55.2%(95명), ‘무료기간·결제 알림을 확인하지 못해서’ 41.9%(72명) 등이었음.(중복응답)
- (SaaS 정기결제 개선사항 의견)** ‘무료기간 종료의 사전알림 강화’가 47.9%(243명)로 가장 많았고, 다음으로 ‘환급기준과 조건에 대한 사업자의 명확한 안내’ 39.1%(198명) 등이었음.(중복응답)