
국민 생활 속 불공정·특혜요인 개선(1) - 콘텐츠 구독서비스 이용피해 방지방안 -

2020. 5.



국민권익위원회

목 차

I. 추진배경	1
II. 콘텐츠 구독서비스 관련 현황	2
III. 민원분석 결과	5
IV. 문제점	8
1. 복잡한 해지 절차로 환불 곤란	8
2. 불공정 약정으로 자동결제 피해구제 한계	10
3. 중요사항 불완전 고지로 이용자의 착오 유발	12
V. 개선방안	15
1. 해지·환불에 있어 이용자 편의성 제고	15
2. 부당한 자동결제 약정 방지	16
3. 중요한 내용의 표시·광고 명확화	17
VI. 조치기한 및 조치사항	18
[붙임] 국민 설문조사 결과	19
[참고] 관련법령	21

I. 추진배경

대통령 신년사

- 국민의 눈높이에 맞게 ‘공정’이 새롭게 구축되어야 합니다. ‘공정’에 대한 국민들의 높은 요구를 절감했고, 정부는 반드시 이에 부응할 것입니다. **국민의 삶 모든 영역에서 존재하는 불공정을 과감히 개선하여 공정이 우리 사회에 뿌리 내리도록 하겠습니다.**(‘20.1.7.)

□ IT 기술 발전과 함께 소비 방식이 ‘제품’에서 ‘서비스’로 변화하면서 **구독 경제가 빠르게 성장**(‘20년 세계 시장규모 전망 약 600조원, Credit Suisse(2015))

- 특히 **밀레니얼 세대**(1981~96년생)의 경우 제품 소유보다는 합리적 가격으로 얻는 **다양한 경험**을 선호하여 구독서비스 이용 확대

□ 그러나 **불공정 계약**으로 구독서비스 이용피해가 빈발하며, 콘텐츠 종류(음악, 동영상, 도서 등) 중 **음악이 가장 높은 이용비중**을 차지

* 인터넷/모바일 음악서비스업 매출액 : ’15년 1조 1천억원→ ’16년 1조 2천억원→ ’17년 1조 4천억원(2018 콘텐츠산업 통계조사, 문화체육관광부)

- 주요 요구사항은 **어려운 해지절차, 높은 대금전환 미고지, 청약 철회 및 취소 불가능, 착오를 유발하는 광고** 등에 대한 개선

□ 「콘텐츠이용자 보호지침」을 통해 사업자가 준수할 내용을 정하고 있으나, **제도상의 사각지대를 검토해 개정 고시에 반영 필요**

※ 「콘텐츠이용자 보호지침」 부칙 제3항에 따른 재검토기한(’18.3.25.) 경과

□ 이에 따라 **민원분석 및 설문조사, 언론보도** 등을 통해 나타난 시사점을 검토하고, **콘텐츠 구독서비스의 불공정 요인 개선 추진**

※ 추진경과 : 민원분석 및 설문조사(1~2월), 제도개선 방안 마련(2월), 기관협의(3월)

II. 콘텐츠 구독서비스 관련 현황

1. 콘텐츠 구독서비스 관련 개념

□ 구독경제(Subscription Economy)

- 제품이나 서비스를 구매·소유하는 것보다 적은 금액을 지불하고 일정 기간 동안 사용할 수 있는 방식

< 전통·공유·구독경제 비교 >

비 고	전통경제	공유경제	구독경제
소유 및 이용권	소비자가 소유권을 가짐	소비자가 일정 기간 점유·소유권 가짐	소비자는 일정 기간 회원권만 가짐
대금 지불 방식	소비자가 생산자에게 한꺼번에 지불	점유·소유 기간에 따라 비용 지불	일정 이용 기간만큼 비용 지불
소비자의 선택	한번 구매하면 바꿀 수 없음	선택권이 있으나 수시로 원하는 대로 바꾸기 힘들	회원권 범위 내에서 수시로 원하는 대로 바꿀 수 있음

(출처:KB금융지주경영연구소)

- 정기적으로 월 구독료를 납부 후 서비스를 무제한으로 이용하는 무제한구독 모델이 일반적

< 콘텐츠 구독서비스의 유형 >

구분	종류	형태
음악	멜론, 지니뮤직, 플로(FLO), 벅스뮤직, 유튜브뮤직, 엠넷뮤직 등	
동영상	넷플릭스(Netflix), 왓챠(WATCHA), 웨이브(wave), 티빙(tving) 등	
도서	밀리의 서재, 리디북스 등	

□ 구독서비스 이용자 유지 전략 : 다크넛지(Dark Nudge)

○ 선택을 번복하기 귀찮아하는 소비자의 구매 성향을 노려 비합리적인 구매를 하도록 유도해 기업이 이익을 취하는 행태

- 넛지(nudge)는 '옆구리를 슬쩍 찌른다'는 뜻으로 강요에 의하지 않고 유연하게 개입함으로써 선택을 유도하는 방법
- 다크넛지(dark nudge)는 선택을 긍정적인 방향이 아닌 부정적인 결과로 유도하는 부당유인행위

※ (예시) 디지털 음원 할인행사 후에 이용권이 자동으로 결제, 최저가를 찾아 결제하려고 하면 추가 비용 발생 등

< 다크넛지 대표사례 >



다크넛지(Dark Nudge)란?
= Nudge*+Dark+소비자

사업자가 소비자의 실수하는 특성을 악용하여 비합리적 구매를 유도함으로써 이익을 취하는 행위



온라인 사업자는 '한정수량', '역대 최저가', '(1개월) 무료 이용' 등 자극적인 광고를 내세우지만, 실상 우리 소비자들은 사업자들의 상술에 현혹되고 있음을 인지하지 못하는 경우가 많다.

① 압박판매
(Pressure selling)



소비자들의 심리를 압박해서 구매를 촉진하는 행위.
ex) 오늘 단 하루 특가판매, 남은수량1개

② 가격(할인) 유도
(Drip pricing)



광고에서는 1박에 10만원이라고 보고 결제를 시도했지만, 최종결제 시 별도비용이 부과되어 최종가격 20만원을 요구함.

③ 결제 임의 갱신
(Auto rollover)



동영상 시청 어플리케이션의 '1개월 무료체험' 이용후, 별도의 알림이나 결제요구를 받지 못한 채 매월 자동 결제됨

④ 수집목적 외 개인정보 요구
(Privacy and use of personal data)



설문조사 등의 수집목적으로 사용되는 정보 이외의 개인정보를 요구하는 행위

(출처:한국소비자원)

2. 콘텐츠 구독서비스 이용현황

- 콘텐츠 구독방법은 ‘모바일 앱’이 69.9%로 가장 높게 나타났으며, 모바일 앱 이용 유형 중 ‘음악 감상’(84.7%)이 가장 높음

※ 전국 남녀 1,000명 대상 설문조사, 「모바일 서비스 이용행태 조사 보고서」('18.4월 한국인터넷기업협회)

- 음원 스트리밍 서비스에서 정액 결제를 보편적으로 도입한 영향으로, 유형별 이용현황이 ‘음악> 동영상> 도서’ 순으로 나타남

- 연령별로는 18~24세의 구독서비스 이용비율(34.5%)이 가장 높으며, 뒤를 이어 25~34세(32.9%), 35~44세(16.6%) 순으로 나타남

※ 전국 9,426명 대상 면접조사, 「한국미디어패널조사」('18.6월 정보통신정책연구원)

- 장년층(35~54세)에 비해 젊은층(18~24세, 25~34세)의 소득수준이 상대적으로 적음에도 불구하고 기꺼이 콘텐츠에 비용을 지불

3. 콘텐츠 구독서비스 이용 특성

- (이용자 행태) 응답자의 29.8%만이 약관을 살펴보며, 그 이유로는 ‘분량이 많아 보기 귀찮아서’라는 응답이 가장 많음

- (이용피해) 최근 1년 내 경험한 콘텐츠 이용피해 중 ‘허위/과장 광고에 의한 피해’가 34.7%로 가장 많음

- (사전인지) 피해 발생 전 경고 문구를 사전에 인지하지 못한 경우가 76.7%로 대다수 차지

- (피해대처) 이의제기를 하지 않음이 43.6%로 가장 많고, 그 이유로는 ‘피해정도에 비해 드는 시간·노력이 아까워서’가 가장 많음

※ 전국 2,500명 대상 온라인 설문조사 및 심층인터뷰, 「2019 콘텐츠 이용 피해 실태조사」('19.12월 한국콘텐츠진흥원)

Ⅲ. 민원분석 결과

- ▶ 분석대상 : 최근 3년간('17.~'19) 음악 등 이용계약 관련 국민신문고 및 한국소비자원 민원·상담 자료 140건
 - ※ 국민신문고 민원분석시스템(63건), 1372소비자상담센터 상담내역(77건)
- ▶ 유형구분 : 어려운 해지절차(=해지방해), 높은 대금전환 미고지(=자동결제), 청약철회·취소 불가능, 착오유발광고(=압박판매, 가격오인)

□ 한국소비자원 소비자상담(77건)

- 주로 영상 및 음원 스트리밍 등에서 문제되며 소비자상담 분석 결과 '해지방해'(49.3%), '자동결제'(44.2%) 유형이 가장 다수

< 최근 3년간 다크 네티지 관련 소비자상담 현황 >

(단위 : 건)

구 분	2017년	2018년	2019년	계
해지방해	19	12	7	38 (49.3%)
자동결제	12	14	8	34 (44.2%)
압박판매	1	-	3	4 (5.2%)
가격오인	-	1	-	1 (1.3%)
계	32	27	18	77

- 해지방해 : 해지수단을 제한함으로써 해지포기를 유도 / · 자동결제 : 무료이용 기간 제공 후 별도 고지 없이 요금을 결제
- 압박판매 : 사실과 다른 특가판매 광고 / · 가격오인 : 가격에 대한 착오를 유발

□ 국민신문고 민원분석(63건)

- 주요 개선 요구사항으로 어려운 해지 절차(49.2%)가 가장 높고, 높은 대금전환 미고지(19.0%), 청약철회·취소 불가능(19.0%) 순

< 최근 3년간 음악 등 이용계약 관련 국민신문고 민원 현황 >

(단위 : 건)

구 분	2017년	2018년	2019년	계
어려운 해지절차	16	7	8	31 (49.2%)
높은 대금전환 미고지	3	5	4	12 (19.0%)
청약철회·취소 불가능	6	4	2	12 (19.0%)
착오유발광고	4	1	3	8 (12.8%)
계	29	17	17	63

□ 주요 개선요구사항

< 국민신문고 및 한국소비자원 민원 분석 결과 (종합) >

구 분	2017년	2018년	2019년	계
어려운 해지절차	35	19	15	69 (49.3%)
높은 대금전환 미고지	15	19	12	46 (32.8%)
청약철회·취소 불가능	6	5	2	13 (9.3%)
착오유발광고	5	1	6	12 (8.6%)
계	61	44	35	140

※ ‘다크 넷지’ 및 ‘음악 서비스업’ 관련 민원은 용어 정의의 불명확으로 정확한 건수 파악이 어렵고, 하나의 민원 내 여러 유형의 요구가 있어 실제 민원사례는 더욱 많을 것으로 추정

- ① (어려운 해지절차) ▲해지방법을 숨겨두거나 과도한 해지단계로 해지 지연 및 자동결제 연장, ▲환불수단 선택불가로 더 이상 이용하지 않는 캐시 또는 포인트를 지급

- 해지하기 위해서는 많은 팝업창과 과정이 필요한 반면, 해지철회는 버튼하나 클릭하면 힘들게 했던 해지가 바로 철회됨. 상술로 소비자를 기만하는 것이라 생각함
- 어떻게든 해지를 막으려고 하는 것인지 너무 어려웠고, 스마트폰으로 30분 이상 찾아봤지만 찾지 못해 PC상으로 해지함. 기업의 이런 행태를 정부에서 규제해주기 바람
- 이용권 구매는 홈페이지나 앱에서 가장 먼저 보이게 되어있고 계속해 팝업창이 뜨지만, 환불은 비밀번호도 다시 기입하고 해지/환불은 어느 메인에도 없으며 들어가기 매우 어렵게 되어있음

☞ **이용권 구매 페이지에서 해지가 가능하도록 경로 일원화, 해지 시 대금 환급수단에 대해 구매 시 선택권 부여**

- ② (자동결제 및 취소불가) ▲높은 대금으로의 전환 전 미고지로 원하지 않는 자동결제, ▲자의적 기준(예: 사용내역이 있으면 취소불가)으로 청약철회·취소 불가능

- 휴대폰 요금이 많이 나와 확인해보니 음원서비스 자동결제가 지속적으로 되어있었음. 이 사실에 대해 전혀 몰랐고 강하게 불만을 느끼며 고객에게 정확히 고지할 의무가 있다고 생각함
- 결제 후 1곡 듣고 해지하려 했는데 1개월 치는 강제로 내야한다고 함. 통신 요금도 초 단위로 계산하는데 갑질이라고 생각함
- 정기결제 해지날짜를 놓쳐서 자동결제가 된 것을 인지하고 하루 사용치를 제외하고 환불을 요청하였으나 환불이 불가능하다고 함. 중도해지가 되지 않는 것이 공정한 거래인지 궁금함
- 해지신청 했는데 결제가 되어 수백통을 전화했으나 받지 않음. 결국 문의 글을 남기니 7일 이내에 사용내역이 있으면 환불이 불가능하다고 함

정상과금 전환 전 통지 의무화, 이용내역 유무와 관계없이 해지 방해 금지

- ③ (착오유발 광고) ▲이벤트 기간만 이용한 뒤 비싼 금액 청구 전 해지할 수 있다고 생각하게끔 정기결제 유도, ▲유의사항을 작은 글씨로 기재해 계약 시 놓치는 정보 다수

- 월 정액제의 함정에 많은 피해자가 나오고 있음. 2달간 100원 등으로 소비자를 유혹하고 작은 글씨로 2달 뒤 10,900원씩 자동결제 등 중요정보는 제대로 전달 안함
- 갑자기 프로모션 금액이 아닌 9,240원이 결제됨. 고객센터에 확인해보니 가입 시 고지된 부분이라고 주장하나, 유의사항 제일 하단에 스크롤을 내려야만 볼 수 있어 소비자가 인지 못하게 하고 할인 문구로만 현혹시킴
- 3개월이 지나면 9,900원으로 바뀐다고 최 하단에 명시하고 결제화면에는 프로모션 금액 이외에는 안내 및 표시가 없음. 문의하니 상품 페이지 하단에 해당 내용 있다고 고객이 못 본거라고 함

전면광고에 계약 유지기한(의무결제 개월 수) 명확히 표시·광고, 중요한 내용을 부호, 색채, 굵고 큰 문자 등으로 명확하게 표시·광고

IV. 문제점

1 복잡한 해지 절차로 환불 곤란

□ 앱 내에 숨겨진 해지절차

- 모바일 앱을 통해 손쉽게 구매할 수 있는 것과 달리, 해지의 경우 가능*은 하지만 앱 내에서 찾기 어려워** 이용자의 불편 유발

* 기존 모바일 앱 내 가입은 가능하나 해지기능이 없었던 불편함에 대해, 앱 내 해지기능을 마련하도록 주요 사업자 대상 제도개선('17.9월 방송통신위원회)

** '해지하기가 하늘의 별따기... 음원업체의 꼼수' 음원 관련 소비자 상담 가운데 미로 찾기 같은 계약 해지에 대한 불만이 44%를 차지('19.1월 연합뉴스)

- 해지를 위해 개별적 검색에 의존하거나 적시에 해지하지 못해 자동 결제가 계속 연장돼 불필요한 요금 발생

< 음악앱 자동결제 가입·해지 비교(사례) >

가입(메인화면 팝업)	해지(12단계)
	음악앱 자동결제 해지과정 ① 앱설정 → ② 내정보 → ③ 내구매정보 → ④ 이용권관리 ⑤ 결제방법변경 → ⑥ 결제관리 → ⑦ 비밀번호확인 → ⑧ 해지신청 ⑨ 마케팅광고 → ⑩ 팝업 → ⑪ 마케팅광고 → ⑫ 해지신청확인

- 자주 사용하지 않아 해지하려는데 해지버튼이 없고 안내도 없음. 고객센터도 전화를 받지 않아 정기결제를 여섯 달 넘게 냈음. 바쁘고 정신없는 것을 이용해 해지를 어렵게 해놓는 앱을 시정해주기 바람('19.7월 국민신문고)
- 결제 후 취소를 이메일과 전화를 통해서만 접수받고 있음. 또한 이메일은 답장을 안 하고 전화도 안받음. 시스템을 충분히 갖췄음에도 의도적으로 해지를 까다롭게 하는 것을 제재하는 것이 필요함('19.3월 국민신문고)

□ 환불 수단의 선택권 제한

- 이용자가 환불 수단을 선택*할 수 있어야 함에도 잔여 기간분에 대해 캐시 또는 포인트로 지급하고, 현금으로 지급을 요청하는 경우 환불·송금 수수료 부과

* 「콘텐츠이용자 보호지침」 제18조③ (···) 결제와 동일한 방법으로 환급이 불가능할 경우에 즉시 이를 이용자에게 고지하고, **이용자의 선택에 따라 환급**한다.

< 중도해지 시 환불금액 캐시 지급(사례) >

스트리밍클럽 이용권을 해지 신청 하셨습니다

- 고객님의께서는 현재 이용기간이 **28일** 남아 있습니다.
- 잔여 서비스 기간(2019년 06월 05일)까지 **40여 만원 상당**의 동영상 여학강좌 등 무료혜택 서비스도 이용 가능합니다.
- **중도 해지 하실 경우, 환불 받으실 금액은 멜론 캐쉬 7,110원이며, 남아있는 혜택이 모두 소멸되고 서비스가 즉시 종료되오니 다시 한번 생각해주세요!**

• 환불 금액 = 이용권 구매 가격 - 실제 서비스 이용금액

• 실제 서비스 이용금액은 이용권 이용기간과 이용 곡수에 따라 산정됩니다.

• 환불 금액은 멜론 캐쉬로 적립해 드리며, 멜론 캐쉬 이용내역에서 확인할 수 있습니다. (SKT멤버십 포인트를 사용하여 할인 구매한 경우, 환불금액의 일부가 SKT멤버십 포인트로 적립됩니다)

- ▶ 2개월간 월 100원 이벤트 사용이 끝나갈 무렵 해지하자 3개월 치 이용료가 결제되었고, 이후 캐시로 환급 처리됨. 보통 해지를 하는 경우라면 **사용을 하지 않는다는 의미인데, 캐시로 환불을 해준다니 부당하다고 여겨짐.** 환불 시스템을 바꿔야한다고 생각함('19.7월 국민신문고)
- ▶ 중도해지를 신청해 바로 이용권이 중지되고 일정 금액을 환불받을 줄 알았는데 캐시로 돌려줌. **이용권을 해지하는데 해당 이용권을 이용할 수 있는 캐시를 준다니 너무한다고** 생각함('19.5월 웹사이트)
- ▶ 돈으로 환불이 안 됨. 그 쪽에서 **사용하는 캐시로만 된다고 함.** 그런데 그 캐시는 다 써야만 하고 나중에 돌려받을 수 없다고 함('19.12월 콘텐츠 이용피해실태조사)

□ 이벤트 기간 완료에 대한 사전고지 미비

○ 이벤트 기간 이후 매월 높은 대금이 청구되나, 계약 시 고지를 이유로 이벤트 종료 전 소비자에게 자동결제 일정 등 미고지

- 특히 통신요금과 연동해 비용이 자동으로 인출되기 때문에 피해 여부를 인지하기까지 시간이 걸림

※ 넷플릭스의 경우 무료 이용 종료 3일 전에 알림 이메일 발송

- 음악앱에 5년 동안 로그인조차 하지 않았는데 해당 업체는 문자 한 통 없이 조용히 5년 동안 매달 6,490원을 결제하여 돈을 빼가고 있었음. 5년 동안 매달 돈만 빼갔다는게 너무 화가 나고 사기당한 기분임('17.7월 국민신문고)
- 이벤트 3달간 900원이라고 해서 그걸로 끝나는 게 아니라 그 이후 자동으로 콘텐츠 요금이 정액제로 청구됨. 이벤트가 끝날 때쯤에는 문자 등으로 연락을 해줘야 할 것 같은데 처음에 동의를 받았다고 해서 무조건 청구를 하는 것은 부당하다고 판단됨('19.4월 국민신문고)
- 이벤트 기간이 완료된다는 알림 자체가 확실하게 알아차릴 수 있게 오지 않아 잊기 쉬움('19.12월 콘텐츠이용피해실태조사)

○ 사업자는 일정 기간 동안 이벤트 금액으로 서비스를 제공하고 이후 자동결제 시 높은 대금을 부과하는 방식으로 이윤 창출

- 이벤트 기간만 이용하고 해지하려는 고객의 의사에 반해 결과적으로 콘텐츠 구독에 많은 비용을 지출

※ 기존 음악앱 이용 기간 종료 후 다른 앱으로 옮겨가는 사람은 40.6%로, 이유는 '할인 및 적립, 이벤트 혜택'이 67% 차지('18.4월, 한국인터넷기업협회)

< 다크네티지 구매 전략(예시) >



- ▶ 1개월 할인이벤트 후 해지하려고 하니 37일간 해지금지로 다음 달은 무조건 정기결제를 해 1주일 이상 사용하도록 되어있음. 할인만 강조하고 자유로운 해지를 못하게 하고 계속 유지해서 결제해야만 하는 상품은 잘못된 상품 판매라고 생각함('19.5월 국민신문고)
- ▶ 4회차 11,900원의 정액요금이 결제 처리되어 1일차에 해지하려 하였으나 홈페이지는 한 달 요금이 모두 소진된 뒤에 해지가 된다고 함. 해당 사이트는 의도적으로 해지를 못하게 해 부당이득을 취하고 있음('18.5월 국민신문고)

□ 콘텐츠 이용내역 존재 시 환불 불가

- 자동결제 후 취소 시 이용내역이 있으면 환불이 불가하며, 이용내역이 없는 경우에만 일할계산으로 환불하는 등 사업자에게 유리한 방식으로 운영

- 현행 제도상 이용내역 유무에 관계없이 기 이용일수에 해당하는 금액을 공제 후 환급하여야 함에도 '이용내역이 없는 경우'라는 자의적 기준으로 환급을 제한

※ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제19조(스트리밍 방식의 계속적 온라인 콘텐츠 이용계약의 해지시 환급) ① (...) 환급하여야 할 금액은 전체 이용 대금에서 기 이용일수 또는 이용회차에 해당하는 금액 (...)으로 한다.

- ▶ 3개월 이벤트 후 4개월 차부터 정상금액이 자동결제 되는데 한 번의 연락이 없음. 한번이라도 노래를 재생하면 해지도 환불도 안 됨. 2/10에 결제 후 2/11 오전 동안만 노래를 들었는데 그것 때문에 11,900원이라는 금액을 환불해 줄 수 없다고 함. 이걸 노리고 장사한다고 밖에 보이지 않음('19.2월 국민신문고)
- ▶ 할인 프로모션이 끝나고 정기결제 해지날짜를 놓쳐 10,900원이 자동결제가 된 것을 인지해 하루 사용한 것을 제외한 금액을 환불해달라고 요청하였는데 환불이 불가능하다는 답변을 들음('18.2월 국민신문고)

3 중요사항 불완전 고지로 이용자의 착오 유발

□ 전면광고 상 중요정보 미노출

- '월 100원' 등의 프로모션·이벤트 진행시 특가만 강조하고 **중요한 내용***의 전면광고 미노출로 이용자의 실수·착오를 유발

* 중요한 내용 : 계약 유지기한, 청약의 철회, 계약의 해제·해지 및 그 효과 등 이용자가 계약체결의 여부를 결정하는 데 직접적 영향을 미칠 수 있는 것

- 계약 유지기한을 포함하면 특가가 아님에도 불구하고, 의무결제 개월 수가 명시되지 않아 소비자의 비합리적인 구매를 유도

< 월 100원 이벤트 광고(사례) >



이용권 구매

(돌잡이) 올인원 무제한 듣기 1개월

기본금액	8,000원
할인적용	-7,900원
최종 결제금액 VAT10%별도	100원

* 휴대폰 결제 진행 시, 미성년 고객의 경우 법정대리인의 휴대폰 인증 후 결제가 가능합니다. 단, 법정대리인의 계약에 동의하지 아니하면 미성년자 본인 또는 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있습니다.

* FLO의 정기결제 이용권 해지는 [APP]점속>설정>정보관리>현재 보유 이용권(구.이용권 관리) [Web]이용권 메뉴>MY>이용권 관리에서 신청하실 수 있습니다.

- 「전자상거래법」상 계약 후 7일 이내에는 언제든지 청약철회가 가능*함에도 불공정한 약정을 부가하여 청약철회를 방해

* 「전자상거래 등에서 소비자보호에 관한 법률」 제17조(청약철회등) ① (...) 소비자는 재화등의 공급이 시작된 날부터 7일 이내에 청약철회등을 할 수 있다.

- 7일 경과 시에는 청약철회가 불가능함을 악용해 이벤트 기간 종료 후 이용자가 바로 이용권을 해지하지 못하도록 제한

※ (예시) ‘본 프로모션은 1개월 이상 사용하여야 하며, 이용권의 해지는 혜택 종료 후, 2개월 차 이용권의 결제일로부터 7일이 초과된 시점부터 가능’

< 청약철회 및 해지 가능여부 비교(사례) >

음악앱(불가능)	넷플릭스, 유튜브(가능)
프로모션 이용권의 해지 신청은 혜택 종료 후 정상 결제(7,900원) 기준, 7일 초과 시점부터 가능합니다. 확인	무료 이용에 관해 자세히 알 수 있을까요? X 넷플릭스를 30일 동안 무료로 이용해 보세요. 마음에 드는 경우 계속 이용하시면 됩니다. 별도로 해지하지 않는 한, 멤버십이 자동으로 유지됩니다. 무료 이용 기간이 끝나기 전에 멤버십을 해지하면 요금이 청구되지 않습니다. 복잡한 계약, 약정, 해지 수수료가 없습니다. 언제든지 온라인으로 해지하세요.

□ 일반·추상적 정보제공의무 규정

- 정보제공에 대해 ‘적절한 방법’으로만 포괄적으로 규정해 사업자가 중요한 내용을 유의사항 내 작은 글씨로 기재하여 고지

■ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제7조(계약체결전 정보제공의무)

- ② 사업자는 이용자가 실수 또는 착오 없이 거래할 수 있도록 계약체결 전에 다음 각호에서 정하고 있는 거래조건 등에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시·광고 또는 고지하여야 한다.

< 유의사항 내 거래조건 표시·광고(사례) >

착오를 유발하는 해지조건	작은 글씨로 거래조건 기재
2개월 100원 프로모션 ◆ 이용권은 결제시점으로부터 만 30일의 사용기간을 기준으로 하는 월 단위 상품으로, 결제하신 이용권의 사용기간 만료일자 1일전 자동 정기 결제 됩니다. (예시 : 9월 2일 13시 결제 시, 이용권 만료일은 10월 2일 13시 직전이고, 차회 이용권은 10월 1일 자동 결제) ◆ 본 프로모션 이용권은 만 30일 기준 첫째 달과 둘째 달은 100원(VAT 별도)으로 정기결제 됩니다. ◆ 2개월 간 요금감면 혜택이 종료 된 이후 만 30일 이용기간을 기준으로 매월 정가 7,900원(VAT 별도)으로 정기결제 됩니다. ◆ 본 프로모션은 2개월 이상 사용하여야 하며, 이용권의 해지는 혜택 종료 후, 3개월차 이용권의 결제일 또는 3개월차 이용권의 이용 가능일 중 늦은 날로부터 7일이 초과한 시점부터 해지 신청 가능합니다.	참여시 꼭 확인하세요! - 이벤트로 구매한 이용권은 반드시 2개월 이상 사용하셔야 하며, 둘째 달 정기결제 7일 이후부터 해지신청이 가능합니다. - 첫 달 100원! 둘째 달부터는 매월 정상가로 자동결제 됩니다. (VAT 별도) - 본 프로모션으로 제공된 이용권은 본인인증된 ID 기준으로 1회만 가입이 가능합니다. - 결제일로부터 31일 이후 이용권 변경이 가능합니다. - 카카오톡은 정상가로 결제되는 시점부터 지급되며, 이용 회차가 높아 질 수록 더 많은 CON이 지급 됩니다. 단, 청약철회/중도해지/즉시변경 등을 통해 이용기간을 다 사용하지 못한 경우 지급된 CON은 즉시 회수되며, 유료 결제 금액 (무료 멜론 캐시/할인 쿠폰 등은 제외) 500원 이상부터 적립이 가능합니다. 멜론에 연결된 카카오페이지 없는 고객의 경우 이용권 구매일로부터 30일 이내에 연결 시 익일 지급 됩니다. 자세한 내용은 "멜론 VIP 혜택관 > 카카오톡"에서 확인해 주세요. - 할인 프로모션에 따라 결제수단이 상이할 수 있습니다. - 본 프로모션으로 제공된 이모티콘의 사용기간은 다운로드일로부터 30일이며, 더 자세한 내용은 VIP 혜택관을 참고해 주세요. - 본 프로모션은 사전 예고 없이 종료 될 수 있습니다. - 관련 문의 : 1566-7727(유료) 또는 고객센터센터 내 1:1 문의 이용

- 소비자가 거래조건을 인지하지 못했더라도 ‘고지를 하지 않은 경우’에 해당하지 않아 피해 구제 어려움

※ 소비자분쟁해결기준에 따르면 ‘1개월 이상의 계속적 이용 계약인 경우’ 대금 자동결제 시 소비자에게 고지를 하지 않은 경우 청구 금액을 환급

▶ 2개월간 월 100원으로 무제한 음악듣기가 가능하다고 광고된 이용권을 구매하였으나, 해당 이용권은 3개월 의무사용 조건(처음 2개월간은 월 100원, 셋째 달은 정가(7,900원) 결제)이 있어 사실상 3개월에 8,100원인 상품임에도 불구하고 해당 이용권 전면광고 시 3개월 의무사용 조건에 대해 전혀 적시하지 않음(’19.9월 국민신문고) ▶ ‘참여시 꼭 확인하세요’ 문구에 결제 후 7일후 해지된다고만 되어있지 의무사용이라든지 결제취소가 안되어 정가에 이용해야한다는 문구가 없음. 만약 문구에 1년이라고 적혀있었으면 한번 가입하고 1년 동안 계속 써야만 하는 것으로 문제가 존재함(’19.4월 국민신문고) ▶ 계약이 한 달이라고 하면, 한 달 월정액(00일 부터 ~ 00일 까지) 이렇게 딱 표시를 해주면 이용자가 확실하게 이해를 하는데 도움이 될 것 같고 반영이 될 수 있다고 생각함(’19.12월 콘텐츠이용피해실태조사)

V. 개선방안

1 해지·환불에 있어 이용자 편의성 확보

□ 계약 체결 및 해지 경로 일원화

- 이용자가 해지 방법을 쉽게 인지할 수 있도록 정기결제 이용권 구매 페이지에서 해지가 가능하도록 경로 일원화

☞ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제21조(청약철회, 해제 또는 해지의 방법) 제1항 개정

< (예시) 콘텐츠이용자 보호지침 개선(안) >

현 행	개 선 (안)
제21조(청약철회, 해제 또는 해지의 방법) ① 사업자는 이용자가 원활하게 청약 철회, 해제 또는 <u>해지할 수 있도록</u> 계약체결시 사용한 방법에 추가하여 다음 각호의 어느 하나 이상의 수단을 제공한다.	제21조(청약철회, 해제 또는 해지의 방법) ① 사업자는 이용자가 원활하게 청약 철회, 해제 또는 <u>해지할 수 있도록 계약체결과 해지 경로를 동일 화면에서 보여주어야 하며</u> , 계약체결시 사용한 방법에 추가하여 다음 각호의 어느 하나 이상의 수단을 제공한다.

□ 환급수단에 대한 사전 선택권 부여

- 해지 시 대금 환급수단에 대해 구매 시 선택권(▲주문 시 결제 수단으로 환불, ▲계좌를 통한 현금으로 환불, ▲예치금 등으로 환불) 부여
- 이용자가 원하지 않는 수단으로 사업자가 일방적으로 환불함에 따라 발생하는 분쟁을 사전에 예방

※ 다만 캐시·포인트로 결제한 경우 등 이용자에게 제공할 수 있는 선택권이 제한되는 경우에는 예외 인정

☞ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제18조(해제 또는 해지시 대금의 환급) 제3항 개정

2 부당한 자동결제 약정 방지

□ 요금변경 전 자동결제 일정 사전고지

○ 이벤트 종료 전 자동결제 일정 등을 이용자에게 고지하도록 규정

- 계약 시 요금변경 사항의 표시·광고 여부와 관계없이 정상 과금 등 요금변경 이전에 앱 내 알림, 문자, 이메일 등 발송

☞ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제25조(대금의 자동결제시 이용자에게 사전고지) 제1항 개정

< (예시) 콘텐츠이용자 보호지침 개선(안) >

현 행	개 선 (안)
제25조(대금의 자동결제시 이용자에게 사전고지) ① <u>콘텐츠계약이 2개월 이상이며</u> , 자동으로 매월 또는 일정 시기에 대금을 결제하기로 한 경우 사업자는 <u>결제가 이루어지기 전에</u> 이용자에게 결제될 내역에 대하여 전자우편 또는 문자메시지 등으로 고지한다.	제25조(대금의 자동결제시 이용자에게 사전고지) ① <u>콘텐츠계약이 1개월 이상이며</u> , 자동으로 매월 또는 일정 시기에 대금을 결제하기로 한 경우 사업자는 <u>정상 과금 전환 등 요금변경 7일 전 통지를 포함하여 결제가 이루어지기 전에</u> 이용자에게 결제될 내역에 대하여 전자우편 또는 문자메시지 등으로 고지한다.

□ 환급 시 이용내역에 관계없이 잔여대금 환급

○ 자동결제 후 취소 시 이용내역이 있더라도 해지를 방해할 수 없으며, 이에 따라 잔여대금이 환급되도록 운영

☞ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제14조(이용자의 해제 또는 해지) [예시 13] 개정

□ 전면광고 상 중요정보 노출

- 전면광고에 계약 유지기한(의무결제 개월 수)을 명확히 표시·광고

☞ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제7조(계약체결전 정보제공의무) 제2항 개정

□ 개별·구체적 정보제공의무 규정

- 유의사항 내 중요한 내용*의 고지에 있어 부호, 색채, 굵고 큰 문자 등으로 명확하게 표시·광고하도록 규정

* 「콘텐츠이용자 보호지침」 제5조(약관의 작성등) [예시3] 중요한 내용 4. 청약의 철회, 계약의 해제·해지 및 그 효과 등

☞ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제7조(계약체결전 정보제공의무) 제2항 개정

< (예시) 콘텐츠이용자 보호지침 개선(안) >

현 행	개 선 (안)
제7조(계약체결전 정보제공의무) ② 사업자는 이용자가 실수 또는 착오 없이 거래할 수 있도록 계약체결 전에 다음 각호에서 정하고 있는 거래조건 등에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시·광고 또는 고지하여야 한다. (생략) 4. 콘텐츠계약이 <u>계속거래에 해당할 경우</u> 계약의 해지와 그 행사방법 및 효과에 관한 사항	제7조(계약체결전 정보제공의무) ② 사업자는 이용자가 실수 또는 착오 없이 거래할 수 있도록 계약체결 전에 다음 각호에서 정하고 있는 거래조건 등에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시·광고 또는 고지하여야 한다. <u>이 경우 거래조건의 중요한 내용(동 지침 제5조 [예시3])은 부호, 색채, 굵고 큰 문자 등으로 명확하게 표시하여 알아보기 쉽게 표시·광고 또는 고지하여야 한다.</u> 4. 콘텐츠계약이 <u>계속거래에 해당할 경우 계약 유지기한(전면광고 내 의무결제 개월 수 표기),</u> 계약의 해지와 그 행사방법 및 효과에 관한 사항

VI. 조치사항 및 조치기한

□ 대상기관 : 문화체육관광부

□ 조치사항

과제명	조치사항
① 해지·환불에 있어 이용자 편의성 제고	○ 이용자가 해지 방법을 쉽게 인지할 수 있도록 정기결제 이용권 구매 페이지에서 해지가 가능하게끔 경로 일원화 ☞ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제21조(청약철회, 해제 또는 해지의 방법) 제1항 개정 ○ 해지 시 대금 환급수단에 대해 구매 시 선택권(▲주문 시 결제수단으로 환불, ▲계좌를 통한 현금으로 환불, ▲예치금 등으로 환불) 부여 ※ 다만 캐시·포인트로 결제한 경우 등 이용자에게 제공할 수 있는 선택권이 제한되는 경우에는 예외 인정 ☞ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제18조(해제 또는 해지시 대금의 환급) 제3항 개정
② 부당한 자동결제 약정 방지	○ 이벤트 종료 전 자동결제 일정 등을 이용자에게 고지하도록 규정 ☞ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제25조(대금의 자동결제시 이용자에게 사전고지) 제1항 개정 ○ 자동결제 후 취소 시 이용내역이 있더라도 해지를 방해할 수 없으며, 이에 따라 잔여대금이 환급되도록 운영 ☞ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제14조(이용자의 해제 또는 해지) [예시 13] 개정
③ 중요한 내용의 표시·광고 명확화	○ 전면광고에 계약 유지기한(의무결제 개월 수)을 명확히 표시·광고 ☞ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제7조(계약체결전 정보제공의무) 제2항 개정 ○ 유의사항 내 중요한 내용*의 고지에 있어 부호, 색채, 굵고 큰 문자 등으로 명확하게 표시·광고하도록 규정 * 「콘텐츠이용자 보호지침」 제5조(약관의 작성등) [예시3] 4. 청약의 철회, 계약의 해제·해지 및 그 효과 등 ☞ 「콘텐츠이용자 보호지침」 제7조(계약체결전 정보제공의무) 제2항 개정

□ 조치기한 : 2020. 12월

□ 설문조사(국민생각함 201명, 네이버 지식iN CHOICE 188명 참여)

- ▶ 설문주제
 - 뮤직앱 등 콘텐츠 이용계약의 공정성 강화 방안 (20.2.5.~2.26.)
- ▶ 참여방법 :  국민생각함, 네이버 지식iN CHOICE를 통한 의견수렴
- ▶ 응답연령 : 30대가 33.33%, 40대 25.87%, 50대 이상 21.39%, 20대 17.91%, 10대 0.49% 순(국민생각함 기준, 댓글 60건)

지금까지 이런 할인은 없었다

무제한 전곡듣기 두달 100원?

구매하러 가기 click!



잠깐! 이 계약 정말 공정한건가요?

- 해지** 가입은 쉽게, 해지는 어렵게
- 자동결제** 이벤트 종료시점을 잊는 순간 요금 폭탄
- 광고** 언제 해지할 수 있는지는 깨알글씨로

설문기간
2.5.(수) ~ 2.26.(수)

경품
커피 모바일상품권(50명)

여러분의 의견을 듣습니다!

[국민생각함] 뮤직앱 등 구독서비스, 이 계약 정말 공정한건가요?

국민생각함 · 188명 참여 종료

B 어렵다
60.6% 114명

A 편리하다
39.4% 74명

□ 설문내용

1. 뮤직앱 등 구독서비스 특가를 이용하다가 높은 대금(예: 월 100원→ 월 10,000원)이 자동결제 된 경우가 있나요?

답변	응답자수(명)	비율(%)
① 있다	128명	63.68%
② 없다	74명	36.81%

2. 구독서비스 해지절차의 이용자 편의성에 대해 어떻게 생각하시나요?

답변	응답자수(명)	비율(%)
① 편리하다	20명	9.95%
② 어렵다	181명	90.04%

3. PC버전이 아닌 앱 내에서 정기결제 해지가 가능하다는 것을 알고 계시나요?

답변	응답자수(명)	비율(%)
① 알고 있다	42명	20.89%
② 몰랐다	159명	79.1%

4. 증도 해지로 인한 환불시 수단으로 어떤 것을 선호하시나요?

답변	응답자수(명)	비율(%)
① 현금	184명	91.54%
② 캐시, 포인트	16명	7.96%

5. 이용내역 존재 시 환불이 안 되는 것에 대해 어떻게 생각하시나요?

답변	응답자수(명)	비율(%)
① 이용내역 있으면 전액 미환불	20명	9.95%
② 이용내역이 있더라도 일할계산 필요	180명	89.55%

6. 이벤트, 특가 광고에서 청약철회, 해지 등 계약조건을 안내 받으셨나요?

답변	응답자수(명)	비율(%)
① 그렇다	67명	33.33%
② 그렇지 않다	132명	65.67%

7. 이벤트, 특가 결제 시 의무결제 개월 수에 인지하고 계셨나요?

답변	응답자수(명)	비율(%)
① 충분히 인지	37명	18.4%
② 인지 못함	161명	80.09%

8. 귀하의 연령대는 어떻게 되시나요?

답변	응답자수(명)	비율(%)
① 10대	1명	0.49%
② 20대	36명	17.91%
③ 30대	67명	33.33%
④ 40대	52명	25.87%
⑤ 50대 이상	43명	21.39%

콘텐츠이용자 보호지침

[시행 2015. 3. 26.] [문화체육관광부고시 제2015-10호, 2015. 3. 26., 폐지제정.]

문화체육관광부(문화산업정책과), 044-203-2450

제1장 총칙

제1조(목적) 이 지침은 「콘텐츠산업진흥법」(이하 "법"이라 한다) 제28조 제1항에 따라 콘텐츠사업자(이하 "사업자"라 한다)가 자율적으로 준수할 내용을 정함으로써 콘텐츠의 건전한 거래 및 유통질서를 확립하고, 이용자를 보호하려는 데 그 목적이 있다.

제2조(정의) 이 지침에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. "콘텐츠"란 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보를 말한다.
2. "사업자"란 콘텐츠의 제작·유통 등과 관련된 경제활동을 영위하는 자를 말한다.
3. "이용자"란 콘텐츠사업자가 제공하는 콘텐츠를 이용하는 자를 말한다.
4. "약관"이란 「약관의 규제에 관한 법률」 제2조에 따라 그 명칭이나 형태 또는 범위에 상관없이 계약의 한쪽 당사자가 여러 명의 상대방과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식으로 미리 마련한 계약의 내용을 말한다.
5. "표시"란 사업자 또는 사업자단체가 콘텐츠에 관한 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 사항을 이용자에게 알리기 위하여 콘텐츠의 용기·포장·첨부물과 내용물을 포함한다, 사업장 등의 게시물 또는 상품권·회원권·분양권 등 콘텐츠에 관한 권리를 나타내는 증서에 쓰거나 붙인 문자·도형과 상품의 특성을 나타내는 용기·포장을 말한다.
 - 가. 자기 또는 다른 사업자등에 관한 사항
 - 나. 자기 또는 다른 사업자등의 콘텐츠의 내용, 거래조건, 그 밖에 그 거래에 관한 사항
6. "광고"란 사업자등이 제5호 각 목의 어느 하나에 해당하는 사항을 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조 제1호 및 제2호에 따른 신문·인터넷신문, 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」 제2조 제1호에 따른 정기간행물, 「방송법」 제2조 제1호에 따른 방송, 「전기통신기본법」 제2조 제1호에 따른 전기통신, 전단·팜플렛·전본 또는 입장권 등의 방법으로 이용자에게 널리 알리거나 제시하는 것을 말한다.
7. "포인트"란 사업자가 제공하는 콘텐츠 및 제반서비스를 이용 또는 구매하기 위해 사업자가 콘텐츠 거래를 위해 개설한 인터넷 사이트, 앱마켓 등(이하 "사이트등"이라 한다)에서 사용되는 가상의 데이터로서 이용자가 사업자 또는 제3자로부터 유상 또는 무상으로 제공받은 것을 말한다.
8. "계속거래"란 「방문판매 등에 관한 법률」 제2조 제10호에 따라 1개월 이상에 걸쳐 계속적으로 또는 부정기적으로 재화 등을 공급하는 계약으로서 중도에 해지할 경우 대금 환급의 제한 또는 위약금에 관한 약정이 있는 거래를 말한다.

제3조(법령의 준수) 사업자는 이용자에게 콘텐츠를 제공함에 있어서 법, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」, 「표시·광고 등의 공정화에 관한 법률」, 「약관의 규제에 관한 법률」, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」, 「개인정보 보호법」, 「청소년 보호법」 등의 관련 법령을 준수하여야 한다.

제4조(적용범위) 이 지침은 전자상거래 또는 통신판매(「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조 제1호 또는 제2호)를 통하여 이루어지는 사업자와 이용자[소비자(「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조 제5호)인 이용자에 한한다. 이하 같다]간의 콘텐츠거래에 적용된다. 다만, 이외의 거래방식에 의한 콘텐츠거래에 대하여는 그 성질에 반하지 않는 범위 내에서 이 지침을 적용하고, 다른 법률에 근거한 개별 콘텐츠 이용자보호 지침이 있는 경우 외에는 이 지침을 적용한다.

제2장 콘텐츠계약의 체결 및 이행

제5조(약관의 작성등) ① 사업자는 이용자가 약관의 내용을 쉽게 알 수 있도록 한글로 작성하고, 표준화·체계화된 용어를 사용하며, 약관의 중요한 내용을 부호, 색채, 굵고 큰 문자 등으로 명확하게 표시하여 알아보기 쉽게 약관을 작성하여야 한다.

② 사업자는 계약을 체결할 때에는 이용자에게 약관의 내용을 일반적으로 예상되는 방법으로 명시하여야 한다. 다만, 사이트등의 경우 초기화면에 이용자가 연결화면을 통하여 약관을 볼 수 있도록 조치할 수 있으며, 출력에 제한이 있는 이동통신단말기 등을 이용하여 거래하는 사업자가 약관의 내용을 확인할 수 있는 방법을 이동통신단말기 등의 화면에 나타나게 한 경우 그 의무를 이행한 것으로 볼 수 있다.

③ 사업자는 약관에 정하여져 있는 중요한 내용을 이용자가 이해할 수 있도록 설명하여야 한다.

④ 사업자는 이용자가 요구할 경우 그 약관의 사본을 이용자에게 내주어 이용자가 약관의 내용을 알 수 있게 하여야 한다. 다만, 사업자가 이용자로 하여금 약관의 사본을 다운로드 또는 인쇄 할 수 있는 조치를 사이트등에 설치한 경우에는 그 의무를 이행한 것으로 볼 수 있다.

⑤ 사업자가 제2항 내지 제4항의 의무를 위반한 경우에 약관의 전부 또는 일부를 계약의 내용으로 주장할 수 없다.

[예시 1] 약관작성방법의 위반

평균적인 이용자가 읽기 곤란할 정도로 지나치게 작은 글자 크기로 약관을 작성한 경우(개알약관), 약관의 내용을 인식하는 것이 곤란하기 때문에 약관의 작성방법을 위반한 것임.

[예시 2] 약관의 명시방법

1. 사이트등의 초기화면에 연결화면의 설치 : 이용자가 약관을 쉽게 인식할 수 있도록 조치한 경우
2. 출력에 제한이 있는 기기 : 약관의 모든 내용을 화면에 나타낼 수 없는 기기를 말하며, 약관의 모든 내용을 화면에 나타낼 수 있는 스마트폰 등은 배제됨.

[예시 3] 중요한 내용

중요한 내용이라 함은 사회통념에 비추어 이용자가 계약체결의 여부나 대가를 결정하는 데에 직접적인 영향을 미칠 수 있는 것을 말하며 이를 예시하면 다음과 같다.

1. 사업자의 면책사항
2. 이용자가 계약내용을 위반할 경우의 책임가중
3. 급부의 변경
4. 청약의 철회, 계약의 해제·해지 및 그 효과 등

[예시 4] 약관의 다운로드 또는 인쇄

약관 사본의 다운로드 또는 인쇄는 별도의 특별한 조치없이 전문 인쇄할 수 있도록 하거나, 약관의 화면 그 자체에서 다운로드 또는 인쇄할 수 있도록 조치한 것을 말함.

제6조(약관의 변경) ① 사업자가 약관을 변경할 경우에는 적용일자 및 변경사유를 명시하여 현행약관과 함

게 서비스초기화면에 그 적용일 최소한 7일 이전부터 적용일 후 상당한 기간동안 공지한다. 다만 이용자에게 불리하거나 중대한 사항을 변경할 경우에는 최소한 30일 이전부터 공지하며, 기존이용자에게는 변경될 약관, 적용일자 및 변경사유를 이메일, 문자메시지 등으로 고지한다.

② 사업자가 약관을 변경할 경우에는 제1항의 공지 및(또는) 고지와 함께 또는 그 후에 변경약관의 적용에 대한 이용자의 동의 여부를 확인한다. 이 경우 동의나 거절의 방법을 위 공지 및(또는) 고지 시에 함께 알려야 한다.

[예시 5] 중대한 사항

중대한 사항이라 함은 사회통념에 비추어 이용자에게 불리하거나 제5조 제3항의 중요한 내용을 포함하는 내용으로 이를 예시하면 다음과 같다.

1. 급부의 변경
2. 청약의 철회, 계약의 해제·해지
3. 포인트, 마이템 등의 유효기간 변경 등

제7조(계약체결전 정보제공의무) ① 사업자는 이용자가 실수 또는 착오 없이 거래할 수 있도록 계약체결 전에 다음 각호에서 정하고 있는 사업자 및 콘텐츠에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시·광고 또는 고지하여야 한다.

1. 콘텐츠의 제작자 및 판매자(수입콘텐츠의 경우 수입업자 및 게임물의 경우 배급자를 포함한다)에 관한 사항(성명, 전화번호, 주소, 이메일주소 등)
2. 콘텐츠의 명칭·종류 및 내용(이러닝의 경우 시범학습을 포함한다)
3. 콘텐츠이용제한에 관한 내용으로 다음 각목에서 정한 사항
 - 가. 청소년유해매체(「청소년보호법」 제2조 제3호) : 19세 미만의 자는 이용할 수 없다는 취지의 내용
 - 나. 게임물 : 「게임산업진흥에 관한 법률」 제21조 제2항 및 제3항에 따른 게임물의 등급
 - 다. 비디오물 : 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제65조에 따른 비디오물의 내용에 대한 주제(유해성 등)·선정성·폭력성·대사(저속성 등)·공포·약물·모방위험 등의 우려 여부와 그 정도에 관한 정보(모바일 영상물 중 등급표시 및 내용정보 표시가 불가능한 경우에는 등급표시 및 내용정보 표시를 대신하여 초기 화면에 문자로 등급과 내용정보 표시를 할 수 있다.)
 - 라. 음악영상물(음악영상파일 포함) : 「음악산업진흥에 관한 법률」 제25조에 따른 등급

② 사업자는 이용자가 실수 또는 착오 없이 거래할 수 있도록 계약체결 전에 다음 각호에서 정하고 있는 거래조건 등에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시·광고 또는 고지하여야 한다.

1. 콘텐츠의 가격(가격이 결정되어 있지 아니한 경우에는 그 결정의 구체적인 방법)과 그 지급 방법 및 시기
2. 콘텐츠의 공급 방법 및 시기
3. 청약의 철회 및 계약의 해제(이하 "청약철회등"이라 한다)의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항(청약철회등의 권리를 행사함에 필요한 서식을 포함한다)
4. 콘텐츠계약이 계속거래에 해당할 경우 계약의 해지와 그 행사방법 및 효과에 관한 사항(해지권의 행사에 필요한 서식을 포함한다)
5. 콘텐츠의 교환·반품·보증과 그 대금 환급의 조건 및 절차
6. 전자매체로 공급이 가능한 콘텐츠의 전송·설치 등과 관련하여 요구되는 기술적 사항
7. 이용자피해보상, 콘텐츠에 대한 불만 및 이용자와 사업자간 분쟁처리에 관한 사항
8. 거래에 관한 약관(그 약관의 내용을 확인할 수 있는 방법을 포함한다)
9. 정보통신망을 통하여 전송되는 콘텐츠의 경우·이용자가 신용카드로 결제하는 경우·대금이 5만원 이

하인 경우 또는 분할하여 콘텐츠를 공급하는 경우를 제외하고, 이용자가 콘텐츠를 공급받기 전에 대금을 지급하는 경우 결제대금예치의 이용을 선택할 수 있다는 사항(이용자가 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조 제5호에서 규정하는 소비자인 경우에 한한다)

10. 콘텐츠의 가격 외에 이용자가 추가로 부담하여야 할 사항이 있는 경우 그 내용 및 금액
11. 거래일시·거래지역·거래수량·인도지역 등 거래조건과 관련하여 제한이 있는 경우 그 내용
12. 이용자가 미성년자인 경우 법정대리인의 동의를 얻지 못하면 미성년자 본인 또는 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있다는 내용

[예시 6] 기술적 사항

1. 컴퓨터 등 정보처리장치의 중앙처리장치(CPU) 속도
2. 운영체제(OS) 등 시스템 소프트웨어(SW) 사양
3. 온라인콘텐츠 구동에 필수적인 소프트웨어(SW)
4. 램(RAM)용량
5. 하드드라이브 등 온라인콘텐츠 저장장치의 유효용량
6. 화소 등 구동화면 사양
7. 기타 온라인콘텐츠 구동에 필수적인 하드웨어 장치
8. 정보통신망 필수 전송속도 및 온라인콘텐츠 전송량
9. 기술적 보호조치(DRM)에 관한 사항
10. 모바일콘텐츠의 경우 모바일콘텐츠의 이용에 적합한 모바일 기기의 종류에 관한 정보

제8조(청약의 확인) ① 사업자는 이용자로부터 콘텐츠의 거래에 관한 청약을 받은 경우 그 수신 확인 및 판매 가능 여부에 관한 정보를 이용자에게 신속하게 통지하여야 한다.

② 사업자는 계약 체결 전에 이용자가 청약의 내용을 확인하고, 정정 또는 취소할 수 있도록 적절한 절차를 갖추어야 한다.

제9조(계약서의 교부) 사업자는 콘텐츠에 관한 계약이 체결된 후 이용자에게 제7조 제1항 및 제2항에서 규정하고 있는 내용이 모두 기재된 계약내용에 관한 서면(전자문서를 포함한다.)을 콘텐츠의 공급 시까지 교부하여야 한다.

제10조(대금의 지급 및 과오금의 환급) ① 이용자는 사업자가 제시한 결제방법에 따라 콘텐츠의 대금을 지급하여야 한다.

② 이용자가 대금을 결제함에 있어서 과오금을 지급한 경우 사업자는 대금결제와 동일한 방법으로 과오금을 환급하여야 한다. 다만, 동일한 방법으로 과오금의 환급이 불가능할 때는 즉시 이를 고지하고, 이용자가 선택한 방법으로 환급하여야 한다.

③ 사업자의 책임있는 사유로 과오금이 발생한 경우 사업자는 계약비용·수수료 등에 관계없이 과오금 전액을 환급하여야 한다. 다만 이용자의 책임있는 사유로 과오금이 발생한 경우, 사업자는 과오금을 환급하는데 소요되는 비용을 합리적인 범위내에서 공제하고 환급할 수 있다.

④ 사업자는 이용자의 과오금환급청구를 거절할 경우 과오금이 없음을 입증하여야 한다.

제11조(콘텐츠의 공급) ① 사업자는 이용자가 청약을 한 날부터 7일 이내에 콘텐츠의 공급에 필요한 조치를 취하고, 이용자가 콘텐츠를 공급받기 전에 미리 콘텐츠의 대금의 전부 또는 일부를 지급한 경우에는 이용자가 그 대금의 전부 또는 일부를 지급한 날부터 3영업일 이내에 콘텐츠의 공급을 위하여 필요한 조치를 취하여야 한다. 다만, 이용자와 사업자간에 콘텐츠의 공급시기에 관하여 별도의 약정이 있는 경우에는 그러하지 아니하다.

② 사업자는 청약을 받은 콘텐츠를 공급하기 곤란하다는 것을 알았을 때에는 그 사유를 이용자에게 지체

없이 알려야 하고, 콘텐츠의 공급전에 그 대금의 전부 또는 일부를 지급받은 경우에는 이용자가 그 대금의 전부 또는 일부를 지급한 날부터 3영업일 이내에 환급하거나 환급에 필요한 조치를 하여야 한다.

[예시 7] 공급에 필요한 조치

1. 오프라인 공급 : CD 또는 DVD 등을 분리 포장하여 배송업체에 배송을 의뢰함.
2. 온라인 공급
 - o 다운로드 방식 : 이용자가 콘텐츠를 다운로드할 수 있도록 함.
 - o 스트리밍 방식 : 이용자가 이용할 수 있도록 콘텐츠를 이용자의 계정으로 전송함.

제3장 청약철회등 및 콘텐츠계약의 해제·해지

제12조(청약철회등) ① 사업자와 콘텐츠에 관한 계약을 체결한 이용자는 다음 각호의 기간(거래당사자가 다음의 기간보다 긴 기간으로 약정한 경우에는 그 기간을 말한다) 이내에 당해 계약에 관한 청약의 철회 또는 계약의 해제(이하 "청약철회등"이라고 한다)를 할 수 있다.

1. 계약내용에 관한 서면을 교부 받은 날로부터 7일. 단, 그 서면을 교부받은 때보다 콘텐츠의 공급이 늦게 이루어진 경우에는 콘텐츠의 공급을 받거나 공급이 개시된 날부터 7일
2. 계약내용에 관한 서면을 교부 받지 아니한 경우, 사업자의 주소 등이 기재되지 아니한 서면을 교부 받은 경우 또는 사업자의 주소 변경 등의 사유로 제1호의 기간 이내에 청약철회등을 할 수 없는 경우에는 그 주소를 안 날 또는 알 수 있었던 날로부터 7일

② 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우에 이용자는 사업자의 의사에 반하여 제1항에서 정한 청약철회등을 할 수 없다. 다만, 제2호부터 제4호까지에 해당하여 청약철회등이 불가능한 경우에 사업자가 그 사실을 콘텐츠 또는 그 포장 기타 이용자가 쉽게 알 수 있는 곳에 표시하거나 시용상품을 제공하거나 콘텐츠의 한시적 또는 일부 이용이 가능하게 하는 등의 방법으로 청약철회등의 권리 행사가 방해받지 아니하도록 조치를 취하지 아니하는 때에는 이용자는 청약철회등을 할 수 있다.

1. 콘텐츠의 내용을 확인하기 위하여 포장 등을 훼손한 경우를 제외하고, 이용자에게 책임 있는 사유로 콘텐츠가 멸실 또는 훼손된 경우
2. 이용자의 사용 또는 일부 소비에 의하여 콘텐츠의 가치가 현저히 감소한 경우
3. 시간의 경과에 의하여 재판매가 곤란할 정도로 콘텐츠의 가치가 현저히 감소한 경우
4. 복제가 가능한 콘텐츠의 포장을 훼손한 경우
5. 이용자의 주문에 의하여 콘텐츠가 개별적으로 생산되는 경우 등 청약철회등을 인정하면 사업자에게 회복할 수 없는 중대한 피해가 예상되는 경우로서 사전에 당해 거래에 대하여 별도로 그 사실을 고지하고 이용자의 서면(전자문서를 포함한다)에 의한 동의를 얻은 경우

③ 이용자는 콘텐츠의 내용이 표시·광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우에는 당해 콘텐츠를 공급받은 날로부터 3월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날로부터 30일 이내에 청약철회등을 할 수 있다.

④ 이용자는 구두 또는 서면(전자문서를 포함한다)으로 청약철회등을 할 수 있다.

⑤ 이용자가 청약철회등을 서면으로 하는 경우 그 의사표시가 기재된 서면을 발송한 날에 그 효력이 발생한다.

⑥ 콘텐츠의 훼손에 대하여 이용자의 책임이 있는지의 여부, 콘텐츠의 구매에 관한 계약이 체결된 사실 및 그 시기, 콘텐츠의 공급사실 및 그 시기 등에 관하여 다툼이 있는 경우에는 사업자가 이를 입증하여야 한다.

[예시 8] 청약철회기간

게임사이트에서 17일에 A 마이템을 구입하여 공급받은 경우 이용자는 24일까지 청약철회할 수 있음
(초일인 17일은 산입하지 않기 때문에 18일부터 시작함)

[예시 9] 청약철회등을 배제하기 위한 사업자의 조치

제15조 제2항 제2호부터 제4호까지에 해당하여 이용자의 청약철회등을 배제하기 위한 사업자의 조치 의무

1. 청약철회등이 불가능하다는 사실의 표시
 - o 계약체결화면을 포함하여 콘텐츠 또는 포장에 "이 콘텐츠는 복제가 가능하기 때문에 포장을 개봉 또는 훼손한 경우에는 청약철회등을 할 수 없습니다." 라고 표시
2. 시용상품의 제공
 - o 콘텐츠의 내용을 알 수 있는 시용 프로그램(번들 프로그램 등)을 제공
3. 한시 또는 일부 미용(몬라인콘텐츠)의 허용
 - o 영화콘텐츠 : 콘텐츠의 일부(전체 분량의 1/40)에 대하여 미리보기 제공
 - o 음악콘텐츠 : 콘텐츠의 일부(전체 분량의 1/6)에 대하여 미리듣기 제공
 - o 미러닝콘텐츠 : 콘텐츠의 일부(20회 기준 1회)에 대하여 미리보기 제공
 - o 소프트웨어콘텐츠(한글 프로그램 등) : 일정한 사용기간을 설정한 상태에서 콘텐츠를 다운받아서 사용할 수 있도록 제공
 - o 기타 : 홈페이지 스킨, 아바타 등을 임시적으로 사용할 수 있도록 제공

[예시 10] 표시된 내용과 다른 콘텐츠의 공급 등

1. 게임사이트에서 A 마이템으로 표시되어 있었지만, 공급받은 콘텐츠는 B 마이템인 경우
2. 영화 사이트에서 구입하여 다운받은 영화콘텐츠가 일부만 재생되는 경우

[예시 11] 청약철회등의 효력 발생시기

1. 전화 등 구두로 청약철회등을 한 경우 : 청약철회등의 의사표시가 사업자에게 도달된 시점에 효력이 발생함.
2. 이메일, 문자메세지, 팩스 등을 이용하여 청약철회등을 한 경우 : 이메일 등이 사업자에게 송신(발신)된 시점에 효력이 발생함.

제13조(청약철회등의 효과) ① 청약철회등을 한 경우 이용자는 공급받은 콘텐츠를 반환하여야 하며, 다운로드받은 온라인콘텐츠의 경우에는 이를 삭제하여야 한다.

② 콘텐츠의 반환에 필요한 비용은 제12조 제1항에 의한 청약철회등의 경우 이용자가 부담하며, 제12조 제3항에 의한 청약철회등의 경우 사업자가 부담한다.

③ 사업자(이용자로부터 콘텐츠대금을 지급받은 자 또는 이용자와 콘텐츠에 관한 계약을 체결한 자를 포함한다)는 콘텐츠를 반환받은 날부터 3영업일 이내에 지급받은 콘텐츠대금을 환급하여야 한다. 이 경우 사업자가 이용자에게 콘텐츠대금의 환급을 지연한 때에는 그 지연기간에 대하여 연 20%를 곱하여 산정한 지연이자(이하 "지연배상금"이라 한다)를 지급하여야 한다.

④ 사업자, 콘텐츠대금을 지급받은 자 또는 이용자와 콘텐츠에 관한 계약을 체결한 자가 동일인이 아닌 경우에 각자는 청약철회등에 따른 콘텐츠대금의 환급과 관련한 의무의 이행에 있어서 연대하여 책임을 진다.

⑤ 사업자는 콘텐츠대금을 환급함에 있어 이용자가 신용카드 등으로 대금을 결제한 때에는 지체없이 신

용카드사 등의 결제업자로 하여금 이용자에 대한 대금의 청구를 정지 또는 취소하도록 요청하여야 한다.

⑥ 사업자가 결제업자로부터 콘텐츠대금을 지급받은 때에는 지체없이 이를 결제업자에게 환급하고, 그 사실을 이용자에게 통지하여야 한다. 이 경우 대금을 환급받은 결제업자는 지체없이 대금을 지급한 이용자에게 이를 환급하거나 이에 필요한 조치를 취하여야 한다.

⑦ 사업자가 결제업자에게 환급하지 아니하여 이용자로 하여금 대금을 지급하게 한 경우 사업자는 그 지연기간에 대한 지연배상금을 이용자에게 지급하여야 한다.

⑧ 사업자가 정당한 사유없이 결제업자에게 대금을 환급하지 아니한 경우 이용자는 자신이 환급받을 금액에 대하여 결제업자에게 당해 사업자에 대한 다른 채무와 상계할 것을 요청할 수 있으며, 이러한 상계요청을 받은 결제업자는 당해 사업자에 대한 다른 채무와 상계할 수 있다.

⑨ 결제업자가 제8항에 의한 상계를 정당한 사유없이 게을리 한 경우 이용자는 결제업자의 대금청구에 대하여 거절할 수 있다. 이 경우 사업자와 결제업자는 그 지급의 거절을 이유로 당해 이용자를 약정한 기일 이내에 채무를 변제하지 아니한 자로 처리하는 등 이용자에게 불이익을 주어서는 아니된다.

⑩ 사업자는 이용자에게 청약철회등을 이유로 위약금 또는 손해배상을 청구할 수 없다.

⑪ 사업자는 반환된 콘텐츠가 일부 사용 또는 일부 소비된 경우 그 콘텐츠의 사용 또는 일부 소비에 의하여 이용자가 얻은 이익 또는 그 콘텐츠의 공급에 소요된 비용에 상당하는 금액(콘텐츠의 사용으로 인하여 소모성 부품의 재판매가 곤란하거나 재판매가격이 현저히 하락하는 경우에는 당해 소모성 부품의 공급에 소요된 비용 또는 다수의 동일한 가분물로 구성된 콘텐츠의 경우에는 이용자의 일부소비로 인하여 소비된 부분의 공급에 소요된 비용)의 범위내에서 이용자에게 청구할 수 있다.

[예시 12] 이용자에게 청구할 수 있는 비용

10개의 DVD로 구성된 영화DVD를 구입하며 그 중 한 개의 DVD를 재생하던 중 흠집이 발생하며 그 DVD가 더 이상 사용할 수 없게 된 이후 이용자가 청약철회권을 행사한 경우 사업자는 손상된 한 개의 DVD의 공급가액을 이용자에게 청구할 수 있음.

제14조(이용자의 해제 또는 해지) ① 이용자는 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우 당해 콘텐츠계약을 해제 또는 해지할 수 있다.

1. 이용자와 사업자간에 약정한 해제·해지사유가 발생한 경우

2. 법률에서 정한 해제·해지사유가 발생한 경우

② 사업자가 콘텐츠를 공급하지 않거나 불완전한 콘텐츠를 공급한 경우에 있어서 이용자가 당해 콘텐츠 이용계약을 해제 또는 해지하기 위하여는 상당한 기간을 정하여 완전한 콘텐츠를 공급할 것을 최고하여야 한다. 다만, 이용자는 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우 최고를 하지 않고 계약을 해제 또는 해지할 수 있다.

1. 일정한 시일 또는 기간내에 콘텐츠를 공급하여야만 그 목적을 달성할 수 있는 계약에서 사업자가 그 시기에 콘텐츠를 공급하지 아니한 경우

2. 사업자가 미리 콘텐츠를 공급하지 않을 의사를 표시한 경우

3. 완전한 콘텐츠의 공급이 불가능한 경우(콘텐츠 구입목적을 달성할 수 없는 경우에 한함)

4. 콘텐츠계약이 계속거래에 해당하는 경우

5. 기타 법률에 규정되거나 당사자가 합의한 경우

[예시 13] 약정 해제 또는 해지사유

1. 이용자가 변경될 약관의 사용에 대하여 동의를 하지 않았음에도 불구하고, 동의한 것으로 인정되어 약관이 변경된 때, 당해 약관에서 이용자의 해지권을 인정하고 있는 경우
2. 이용자가 다운로드한 영화콘텐츠가 그 전에 사업자로부터 구입한 영화콘텐츠인 경우 당해 콘텐츠계약에 대하여 해제할 수 있다고 약정한 후 사업자로부터 구입하여 관람한 영화콘텐츠를 다시 구입한 경우
3. 수험용 콘텐츠이용계약을 체결하면서 이용자가 시험에 합격한 이후에 언제든지 당해 계약을 해지할 수 있다고 합의한 경우에 있어서 이용자가 시험에 합격한 경우

[예시 14] 법정 해제 또는 해지사유

이용자가 1개월 이상 계속하여 콘텐츠를 공급받는 계약(계속거래 계약)을 체결한 경우

제15조(사업자의 해제 또는 해지) ① 사업자는 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우 당해 콘텐츠이용계약을 해제 또는 해지할 수 있다.

1. 이용자와 사업자간에 약정한 해제·해지사유가 발생한 경우
 2. 법률에서 정한 해제·해지사유가 발생한 경우
- ② 사업자는 이용자가 콘텐츠 대금을 지급하지 않는 등 채무를 이행하지 않은 경우에 당해 콘텐츠이용계약을 해제 또는 해지하기 위해서 상당한 기간을 정하여 콘텐츠대금의 지급 등을 최고하여야 한다. 다만, 사업자는 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우 최고없이 계약을 해제 또는 해지할 수 있다.
1. 이용자가 대금지급 등 채무이행을 거절한 경우
 2. 기타 법률에서 규정하고 있는 경우

[예시 15] 약정 해제 또는 해지사유

1. 이용자가 금지프로그램(자동아이템사냥프로그램 등)을 사용하여 사업자가 미의 사용을 금지하였음에도 불구하고 이용자가 계속하여 금지프로그램을 사용한 때 이용자의 계정을 삭제할 수 있음을 약관에서 정하고 있는 경우, 이용자가 온라인게임을 이용하면서 이러한 행위를 한 경우
2. 이용자가 타인의 명예를 훼손하거나 모욕하는 글을 게시판에 게시하여 사업자가 미의 삭제 및 미의 행위를 금지하였음에도 불구하고 계속하여 이러한 행위를 한 때 계약을 해지할 수 있음을 약관에서 정하고 있는 경우, 이용자가 이러한 행위를 한 경우

[예시 16] 법정 해제 또는 해지사유

이용자가 지급시기에 대금을 지급하지 않고, 이후 사업자의 대금지급에 대한 최고를 받았음에도 불구하고 대금을 지급하지 않은 경우(「민법」 제544조)

제16조(해제의 효과) ① 사업자 또는 이용자가 콘텐츠계약을 해제한 경우 이용자는 사업자에게 콘텐츠를 반환하여야 한다. 다만, 이용자가 콘텐츠를 이용한 경우 그 사용에 따라 얻은 이익을 반환하여야 한다.

- ② 사업자는 대금을 받은 날로부터 그 대금에 이자를 더하여 이용자에게 반환하여야 한다.
- ③ 사업자와 이용자는 제1항 단서에 따른 이익과 제2항에 따른 이자를 상계할 수 있다.
- ④ 사업자 또는 이용자는 해제권의 행사와 별도로 상대방에게 손해배상을 청구할 수 있다. 다만, 상대방이 손해배상책임을 면하기 위해서는 자신에게 고의 또는 과실 없음을 증명하여야 한다.

제17조(해지의 효과) ① 사업자 또는 이용자가 콘텐츠계약을 해지한 경우에 당해 콘텐츠계약은 해지한 시점 이후부터 효력을 잃는다.

② 사업자 또는 이용자는 해지권의 행사와 별도로 상대방에게 손해배상을 청구할 수 있다. 다만, 상대방이 손해배상책임을 면하기 위해서는 자신에게 고의 또는 과실 없음을 증명하여야 한다.

③ 이용자가 계속거래에 해당하는 콘텐츠계약을 해지한 경우 사업자가 이용자에게 청구할 수 있는 손해배상액(위약금) 또는 이용자에게 환급하여야 할 금액은 다음 각호에 의하여 산정된다.

1. 사업자는 이용자의 해지로 인해 발생하는 손실을 현저하게 초과하는 위약금을 청구하거나 가입비 그 밖의 명칭여하를 불문하고 실제 공급된 콘텐츠의 대가를 초과하여 수령한 대금의 반환을 부당하게 거부하여서는 아니된다.

2. 콘텐츠계약이 해지된 경우 이용자는 반환할 수 있는 콘텐츠를 사업자에게 반환할 수 있으며, 사업자는 반환받은 콘텐츠의 가치에 상당하는 금액을 계약의 해지에 따라 지급하여야 할 환급금에 더하거나 청구할 수 있는 위약금에서 감액하여야 한다.

3. 사업자는 콘텐츠계약이 해지된 때에 이용자로부터 받은 콘텐츠의 대금(콘텐츠가 반환된 경우 환급하여야 할 금액을 포함한다)이 이미 공급한 콘텐츠의 대금에 위약금을 더한 금액보다 많은 경우에는 그 차액을 이용자에게 환급하여야 한다.

4. 사업자는 차액의 환급을 지연한 경우에 지연기간에 대한 지연배상금을 더하여 환급하여야 한다.

④ 계약의 해지 또는 대금의 환급에 관하여 이용자의 책임이 있는지의 여부, 계약이 체결된 사실 및 그 시기, 콘텐츠의 공급사실 및 그 시기에 관하여 다툼이 있는 경우에는 사업자가 이를 입증하여야 한다.

[예시 17] 입증책임

다운로드한 음악콘텐츠가 하자로 인하여 재생되지 않은 경우 그 하자가 이용자의 책임있는 사유에 의하여 발생한 것인가에 대하여 사업자가 입증하여야 함.

제18조(해제 또는 해지시 대금의 환급) ① 사업자는 이용자로부터 해제 또는 해지 통보를 받은 경우 3영업일 이내에 온라인콘텐츠에 대한 대금을 환급한다.

② 사업자는 해제 또는 해지에 따라 오프라인으로 공급한 콘텐츠를 이용자로부터 반환받은 경우 즉시 콘텐츠대금을 환급한다.

③ 사업자가 이용자에게 대금을 환급할 때에 이용대금의 결제와 동일한 방법으로 결제대금의 전부 또는 일부를 환급한다. 다만, 동일한 방법으로 환급이 불가능할 경우에 즉시 이를 이용자에게 고지하고, 이용자의 선택에 따라 환급한다.

④ 사업자는 콘텐츠계약의 해제 또는 해지로 인하여 이용자가 지급한 대금 중 일부를 위약금 또는 이용금액으로 공제할 경우 복수의 지급수단 중 이용자가 선택한 지급수단에서 공제하며, 이용자의 선택이 없는 경우에 이용자에게 유리한 방법으로 공제한다.

[예시 18] 신용카드 결제시 환급방법

신용카드 결제의 경우, 카드결제 취소를 원칙으로 함. 단, 결제 기일 경과 등의 사유로 카드결제 취소가 어려운 경우 이용자에게 미의 사실을 고지한 후 이용자의 선택에 따라 결제대금을 현금으로 환급할 수 있음.

[예시 19] 복수의 지급 수단을 통한 결제 시 환급방법

이용자가 포인트와 현금으로 대금을 결제한 경우 위약금 또는 이용금액에 대한 공제는 먼저 포인트를 차감하고, 부족한 경우에 현금에서 차감한 후 나머지 금액을 환급함.

- 제19조(스트리밍 방식의 계속적 온라인콘텐츠이용계약의 해지시 환급)** ① 제17조에도 불구하고, 이용자가 임의적으로 온라인콘텐츠이용계약을 해지하거나 이용자의 책임있는 사유로 인하여 사업자가 온라인콘텐츠이용계약을 해지한 경우 사업자가 이용자에게 환급하여야 할 금액은 전체 이용대금에서 기 이용일수 또는 이용회차에 해당하는 금액과 잔여 대금의 10% 이내의 손해배상금을 공제한 금액으로 한다. 다만, 이용자가 임의적으로 해지할 수 있는 경우는 사업자가 이를 인정하거나 온라인 콘텐츠이용계약이 계속거 래에 해당하는 경우로 한정된다..
- ② 사업자의 책임있는 사유로 인하여 이용자가 온라인콘텐츠이용계약을 해지한 경우 사업자가 이용자에게 환급하여야 할 금액은 전체 대금에서 기 이용일수 또는 이용회차에 해당하는 금액을 공제하고, 잔여 대금의 10% 이내의 손해배상금을 더한 금액으로 한다.
- ③ 제1항 및 제2항에 따라 환급금액을 산정함에 있어 콘텐츠이용 약정기간에 따라 대금 할인율이 상이한 경우 이용자가 장기 콘텐츠이용계약을 체결한 후 단기 할인율이 적용되는 이용기간이 경과한 후 해지한 때에는 단기 할인율을 적용한다.

[예시 20] 환급금액의 결정

환급금액 = 전체 이용대금 - (기 이용일수 또는 기 이용회차 × 일일 또는 일회 이용대금) - 잔여 이용대금의 최대 10% 이내

1. 일일 이용대금의 결정방식

- o 계약기간이 정해진 경우 : 전체 이용대금 × 1/계약기간
- o 계약기간이 정해지지 않거나 무기한인 경우 : 전체 이용대금 × 1/365일

2. 일회 이용대금의 결정방식

매회 콘텐츠를 공급하는 경우 : 전체 이용대금 × 1/전체이용회수

3. 결합제 요금제의 경우에는 별도의 약정에 따라 환급금액을 산정할 수 있음

[예시 21] 할인대금의 환급금액의 결정

콘텐츠이용대금이 1개월 이용은 3만원, 3개월 이용은 8만원, 6개월 이용은 15만원인 경우, 이용자가 6개월 이용계약을 체결하고 3개월 10일이 지난 후 해지한 경우(위약금 : 6%로 약정)

- o 환급금액(57,444원) = 150,000원 - 80,000원(3개월 이용료) - 8,889원[10일 이용료 = 26,667원(1개월 이용료 = 80,000원 × 1/3) × 1/3] - 3,667원(잔여대금의 6%)

[예시 22] 사업자의 책임있는 사유에 의한 해지 시 환급금액의 결정

환급금액 = 전체 이용대금 - (기 이용일수 또는 기 이용회차 × 일일 또는 일회 이용대금) + 잔여 대금의 10%

1. 일일 이용대금의 결정방식

- o 계약기간이 정해진 경우 : 전체 이용대금 × 1/계약기간
- o 계약기간이 정해지지 않거나 무기한인 경우 : 전체 이용대금 × 1/365일

2. 일회 이용대금의 결정방식

- o 전체 이용대금 × 1/전체 회수

[예시 23] 사업자의 책임있는 사유에 의한 해지시 할인대금의 환급금액의 결정

콘텐츠이용대금이 1개월 이용은 3만원, 3개월 이용은 8만원, 6개월 이용은 15만원인 경우, 이용자가 6개월 이용계약을 체결하고 3개월 10일이 지난 후 사업자의 고의 또는 과실에 따라 해지한 경우(위약금 : 10%로 약정)

- o 환급금액(67,222원) = 150,000원 - 80,000원(3개월 이용료) - 8,889원[10일 이용료 = 26,667원(1개월 이용료 = 80,000원 × 1/3) × 1/3] + 6,111원(잔여대금의 10%)

제4장 이용자의 권익보호

- 제20조(이용자 권익보호)** ① 사업자는 이용자의 수, 이용시간 등을 감안하여 이용자가 원활하게 콘텐츠를 이용할 수 있도록 서버다운, 기술적 오류 등에 대비한 설비를 구축하고 필요한 조치를 취한다.
- ② 사업자는 콘텐츠계약에서 발생하는 이용자의 불만 또는 피해구제요청을 적절하게 처리할 수 있도록 필요한 인력 및 체계(시스템 등)를 구비한다.
- ③ 사업자는 동일 또는 유사한 이용자피해가 계속하여 발생하고 있는 사실을 인식한 경우 추가적인 이용자피해를 예방하기 위하여 홈페이지의 초기화면 등에서 그 피해발생사실과 피해예방을 위한 이용자의 조치사항에 대하여 공지한다.

[예시 24] 이용자피해 예방조치

제3자의 불법적인 해킹 등에 의하여 이용자의 개인정보가 유출된 사실을 인식한 경우 사업자는 홈페이지 초기화면 또는 이용자의 이메일로 미의 사실을 공지 또는 통지하고, 추가적인 피해를 방지하기 위하여 비밀번호 등을 변경할 것을 이용자에게 알림.

제21조(청약철회, 해제 또는 해지의 방법) ① 사업자는 이용자가 원활하게 청약철회, 해제 또는 해지할 수 있도록 계약체결시 사용한 방법에 추가하여 다음 각호의 어느 하나 이상의 수단을 제공한다.

1. 전화
2. 문자메시지
3. 이메일
4. 팩스
5. 사이트등

② 사업자는 이용자의 청약철회, 해제 또는 해지의 의사표시를 수신한 후 지체 없이 그 사실을 이용자에게 회신한다.

[예시 25] 청약철회의 방식

사이트등에서 콘텐츠계약을 체결한 경우 : 이용자가 사이트등에서 청약을 철회할 수 있는 절차의 마련과 이메일로 철회의 의사표시를 전송할 수 있는 사업자의 이메일주소를 제공.

제22조(스트리밍 방식의 계속적 온라인콘텐츠에 대한 피해구제 등) ① 사업자가 서비스의 중지·장애에 대하여 사전고지하지 않은 경우에 있어서 이용자의 피해구제 등은 다음 각호에 의한다. 다만, 이용자의 책임있는 사유로 인하여 서비스가 중지되거나 장애가 발생한 경우 서비스 중지·장애시간에 포함하지 않는다.

1. 1개월 동안의 서비스 중지·장애발생 누적시간이 72시간을 초과한 경우 : 이용자는 계약을 해제 또는 해지할 수 있으며, 이 경우 사업자는 미이용기간을 포함한 잔여기간에 대한 이용료 환급 및 손해배상을 하여야 한다.(단, 사업자가 고의 또는 과실없음을 입증한 경우 손해배상책임을 지지 않는다.)
2. 사업자의 책임있는 사유로 인한 서비스 중지 또는 장애의 경우 : 사업자는 서비스 중지·장애시간의 3배를 무료로 연장한다.
3. 불가항력 또는 제3자의 불법행위 등으로 인해 서비스의 중지 또는 장애가 발생한 경우 : 이용자는 계약을 해제 또는 해지할 수는 없지만, 사업자는 서비스의 중지 또는 장애시간만큼 무료로 이용기간을 연장한다.

② 사업자가 서비스의 중지·장애에 대하여 사전고지한 경우에 있어서 이용자의 피해구제 등은 다음 각호에 의한다. 다만, 서비스 개선을 목적으로 한 설비 점검 및 보수시 1개월을 기준으로 최대 24시간은 중지·장애 시간에 포함하지 않는다.

1. 1개월을 기준으로 서비스 중지·장애시간이 10시간을 초과하는 경우 : 사업자는 10시간과 이를 초과한 시간의 2배의 시간만큼 이용기간을 무료로 연장한다.
2. 1개월을 기준으로 서비스 중지·장애시간이 10시간을 초과하지 않은 경우 : 사업자는 중지·장애 시간에 해당하는 시간을 무료로 연장한다.

③ 제1항 및 제2항을 적용함에 있어서 사전고지는 서비스 중지, 장애 시점을 기준으로 24시간 이전에 고지된 것에 한한다.

[예시 26] 연장시간의 결정

서비스의 중지예 대하여 사전고지한 후 11시간 동안 서비스제공이 중지된 경우 : 10시간 + (1시간 × 2) = 12시간 연장

[예시 27] 연장시간의 결정

설비 점검을 이유로 한 서비스의 중지예 대하여 사전고지한 후 9시간 동안 서비스제공이 중지된 경우 : 9시간 × 1 = 9시간 연장
(설비 보수 또는 점검을 위해 1개월 기준 24시간을 이미 소비한 경우)

제23조(다운로드 방식의 온라인콘텐츠에 대한 피해구제 등) ① 콘텐츠의 정상적인 이용이 곤란한 중대한 하자가 있는 경우에 있어서 이용자의 피해구제 등은 다음 각호에 의한다.

1. 사업자는 완전한 온라인콘텐츠를 다시 공급한다.
 2. 24시간 내에 완전한 온라인 콘텐츠를 다시 공급하지 못하는 경우, 이용자가 지급한 대금과 손해배상액을 지급한다.
- ② 콘텐츠의 정상적 이용이 가능하지만, 사소한 하자가 있는 경우에 있어서 이용자의 피해구제 등은 다음 각호에 의한다.
1. 사업자는 완전한 온라인콘텐츠를 다시 공급한다.
 2. 24시간 내에 완전한 온라인 콘텐츠를 다시 공급하지 못하는 경우, 이용자가 지급한 대금 중 하자에 해당하는 부분에 대한 금액과 손해배상액을 지급한다.

제24조(계약의 자동갱신) ① 사업자는 콘텐츠의 무료이용기간이 경과하여 유료로 전환할 경우, 사전에 이용자의 유료전환에 대한 동의를 받는다.

- ② 사업자는 콘텐츠의 유료이용기간이 종료하여 이를 갱신하고자 하는 경우, 사전에 이용자의 동의를 받는다.
- ③ 사업자가 제1항 또는 제2항에 따라 이용자의 동의를 받지 못한 경우 당해 콘텐츠이용계약은 무료이용기간의 경과 또는 계약기간의 만료로 소멸한다.
- ④ 이용자의 동의 여부 등에 관하여 다툼이 있는 경우에는 사업자가 이를 증명하여야 한다.

제25조(대금의 자동결제시 이용자에게 사전고지) ① 콘텐츠계약이 2개월 이상이며, 자동으로 매월 또는 일정 시기에 대금을 결제하기로 한 경우 사업자는 결제가 이루어지기 전에 이용자에게 결제될 내역에 대하여 전자우편 또는 문자메시지 등으로 고지한다.

- ② 사업자가 제1항에 따라 이용자에게 고지함에 있어 다음 각호에서 정한 사항을 포함한다.
1. 결제금액
 2. 결제시기
 3. 결제방법(신용카드, 은행계좌에서의 자동이체, 휴대폰결제 등)

제26조(포인트) ① 사업자가 이용자의 콘텐츠 이용실적에 따라 적립되거나 대가를 지급하고 구입한 포인트 서비스를 운용하는 경우에는 포인트 서비스의 세부내용(적립방법, 이용방법, 양도가능여부, 사용기간 및 보상방법 등)을 이용자에게 고지하고, 동의를 받는다. 다만, 이용자의 동의를 받은 콘텐츠이용약관 등에 포인트 서비스의 세부내용이 포함되어 있는 경우에는 그러하지 아니한다.

- ② 이용자는 포인트의 적립에 오류가 있거나 전부 또는 일부가 삭제된 경우 사업자에게 이의신청을 할 수 있다. 사업자는 이용자의 이의신청에 따라 그 내역을 확인을 한 후 그 결과를 이용자에게 통지하고, 이의신청이 정당한 경우 즉시 포인트의 복구 등의 조치를 취한다.
- ③ 사업자는 경영상·기술상의 이유로 포인트 서비스를 종료하는 경우 최소 30일 전까지 이용자에게 이

사실을 고지하며, 이 기간 내에 이용하지 못한 포인트에 대해서는 사전에 정한 보상방법에 따라 이용자에게 보상하여야 한다.

제5장 기타

제27조(분쟁조정 신청) 이용자는 법 제30조 제1항에 따라 콘텐츠 이용과 관련한 피해의 구제와 분쟁의 조정을 위하여 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

제28조(관할) ① 사업자와 이용자간의 콘텐츠계약에 관한 소의 관할은 제소 당시의 이용자의 주소에 의하고, 주소가 없는 경우 거소를 관할하는 지방법원의 전속관할로 한다. 다만, 제소 당시 이용자의 주소 또는 거소가 분명하지 아니한 경우에는 「민사소송법」에 따라 관할 법원을 정한다.

② 제1항의 규정에도 불구하고, 이용자는 콘텐츠계약에 관하여 사업자를 상대로 ○○○ 법원에 소를 제기할 수 있다.

부칙 <제2015-10호, 2015. 3. 26.>

① 이 지침은 고시한 날부터 시행한다.

② 문화체육관광부 고시 제2012-10호는 폐지한다.

③ (재검토기한) 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」(대통령훈령 제248호)에 따라 이 고시 발령 후의 법령이나 현실여건의 변화 등을 검토하여 이 고시의 폐지, 개정 등의 조치를 하여야 하는 기한은 2018년 3월 25일까지로 한다.