

여신전문금융업감독규정

<목 차>

1.결제대행업체의 준수 의무 강화

소관부처 및 작성자 인적사항	소관부처	금융위원회	작 성 자	이름	유원규
	담당부서 (과)	중소금융과		직급	5급
	국장	권대영		연락처	02-2100-2992
	과장	김종훈		이 메 일	2081042@mail.go.kr

2021. 08. 02. 작성

정 책 책 임 자 직 위

성 명 (서 명)

< 규제 개요 >

기본 정보	1.규제사무명	결제대행업체의 준수 의무 강화											
	2.규제조문	여신전문금융업감독규정											
	3.위임법령	여신전문금융업법 시행령 제6조의16											
	4.유형	신설	5.입법예고	2021.08.10 ~ 2021.08.17									
규제의 필요성	6.추진배경 및 정부개입 필요성	<div><input type="checkbox"/> 최근 “소비자가 정기적으로 일정 금액을 지불하면, 공급자가 특정 상품이나 서비스를 제공하는” 방식의 서비스가 “구독경제 또는 정기결제(이하 ‘구독경제’ 라고 함)” 라고 하여, 디지털 콘텐츠를 소장하는 것에 비해 적은 비용을 지불하면서 서비스를 이용가능한 장점 등으로 이용자가 확대되고 있으며</div> <div><input type="checkbox"/> 이러한 구독경제 사업자는 대부분 결제대행업체의 하위 사업자로서 서비스를 제공하고 있음</div> <div><input type="checkbox"/> 그러나, 구독경제 소비자와 관련하여 유료전환 시 안내가 미흡하거나, 해지절차가 복잡하거나, 환불 조치가 미흡한 등의 이유로 인해 소비자 보호 문제가 우려됨에 따라</div> <div><input type="checkbox"/> 정부는 ‘20.12.3일 “구독경제 금융소비자 보호 방안” 을 발표하여, 결제대행업체를 통하여 구독경제를 소비하는 소비자들을 두텁게 보호하기 위한 방안을 발표함</div>											
	7.규제내용	<input type="checkbox"/> 결제대행업체는 신용카드회원등에게 정기 결제대금 증액 및 · 유료전환과 관련한 사항을 정기결제 승인 7일 전까지 고지하는 방안을 마련하고, 거래취소·환불 관련 공정한 기준을 마련하도록 함											
	8. 피규제 집단 및 이해관계자	결제대행업체 및 정기결제 서비스 이용 국민 <table><tr><th colspan="2">유 형</th><th>인원수 또는 규모</th></tr><tr><td>피규제자</td><td>결제대행업체</td><td>약 120개사</td></tr><tr><td>이해관계자</td><td>국민(수혜자)</td><td>약 2300만명</td></tr></table>			유 형		인원수 또는 규모	피규제자	결제대행업체	약 120개사	이해관계자	국민(수혜자)	약 2300만명
	유 형		인원수 또는 규모										
피규제자	결제대행업체	약 120개사											
이해관계자	국민(수혜자)	약 2300만명											
9.규제목표	<div><input type="checkbox"/> 소비자들이 정기결제 유료 전환 일정 등을 보다 간편하게 알 수 있으며, 이에 따라 부당하게 대금을 납부하거나 환불이 제한받는 일이 감소할 것으로 판단됨</div> <div><input type="checkbox"/> 또한, 국내 구독경제 산업의 건전한 성장을 기대 가능</div>												
규제의	10.영 향 평 가	기술영향평가	경쟁영향평가	중기영향평가									

	여부	해당없음	해당없음	해당없음
적정성	11. 비용편익 분석 (정성분석)	<input type="checkbox"/> 비용 : 연간 688.896백만 (10년간 5,451백만) ○ 전체 구독경제 가입자 수(명)(23,000,000) X 연간 신규 가입자 비율 60%* X 유료 전환율 52%** X 건당 SMS비용(8원) X 연 12회 고지(월 1회)*** <input type="checkbox"/> 편익 : 연간 36,985.104백만 (10년간 292,652백만) ○ 전체 구독경제 가입자 수(명)(23,000,000) X 연간 신규 가입자 비율 60%* X 유료 전환율 52%** X 건당 429.5원 이상 X 연 12회 고지(월 1회) * 국내 구독경제 이용자 수가 거의 일정하게 유지 중이면서, 가입해지율이 40%이므로, 신규 가입자 비율은 60% 정도로 추정 가능 ** 국내 대표적인 구독경제 앱 50개 중 26개가 무료이벤트 후 유료 전환 서비스를 도입하는 점을 감안하여 단순환산 *** 통상 월 정기결제 서비스를 제공한다고 가정시, 월 1회 거래조건을 고지하는 것으로 가정		
기타	12. 일 몰 설 정 여부	대상 아님		
	13. 우선허용· 사후 규제 적용여부	대상 아님		

〈조문 대비표〉

현 행	개 정 안
<p><u><신 설></u></p>	<p>제24조의14(결제대행업체의 준수사항) 시행령 제6조의16에 따라 결제대행업체는 신용카드회원등이 정기적으로 금액을 지불하는 방식으로 물품이나 용역(「공공기관의 운영에 관한 법률」에 따른 공공기관이 제공하는 물품이나 용역, 「전기통신사업법」에 따른 전기통신사업자가 제공하는 전기통신역무는 제외한다)을 구입하기 위해 신용카드등으로 거래(이하 ‘정기결제’라 한다)하는 경우 다음 각 호의 방법 및 절차에 따른다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 정기결제 방식으로 구입하는 물품이나 용역의 금액이 증가하거나 유료전환 되는 경우, 이와 관련한 사항을 정기결제 승인요청 7일 전까지 신용카드회원등에게 우편, 문자메시지, 전자우편 등 이와 유사한 방법으로 고지하는 방안을 마련할 것 2. 신용카드회원등이 정기결제의 철회, 취소, 환불요구 등을 하는 경우 물품이나 용역 사용여부, 사용기간 등을 고려하여 공정한 기준을 마련할 것

I. 규제의 필요성 및 대안선택

1. 추진배경 및 정부개입 필요성

□ 최근 산업의 비대면·디지털화, 코로나19 영향 등에 따라 “소비자가 정기적으로 일정 금액을 지불하면, 공급자가 특정 상품이나 서비스를 제공하는 방식”의 “구독경제”가 점차 확산

- 신문이나 잡지를 구독하는 것처럼 다양한 정기배송 서비스, 디지털 콘텐츠(음악, 영화, 서적) 등을 간편하게 이용할 수 있으며
 - 디지털 콘텐츠를 소장하는 것에 비해 적은 비용을 지불하면서 서비스를 이용가능한 장점 등으로 이용자가 확대되고 있음

□ 그러나, 최근 구독경제에 있어 유료전환, 해지, 환불 등과 관련하여 소비자보호에 미흡한 경우가 다수 발생

- 무료 이벤트 후 유료 전환시 소비자에게 자동적으로 대금이 청구된다는 사실 및 일정 등을 안내하지 않는 사례
- 해지 절차를 복잡하게 운영할 뿐 아니라 고객의 해지 신청 가능 시간을 제한하는 사례

* ①특정 앱은 정기결제 해지시 “설정 → 내 정보 → ○○구매정보→ 이용권 관리 → 비밀번호 입력 → 결제방법 변경/관리 → 결제 관리 → 이용권 해지 신청”이라는 복잡한 절차를 요구
②해지 관련 고객센터는 전화를 잘 받지 않거나 이용 시간을 제한하는 등 매우 불편

- 환불을 거부하거나 환불 수단을 해당 서비스에서만 쓸 수 있는 포인트 등으로 부당하게 제한하는 사례가 다수 발생중

* 결제에 따른 환불시에는 이용일수/회차 등에 비례하는 금액을 제외하고 환불하는 것이 일반적임에도, 소비자에게 일방적으로 불리하게 운영

□ 구독경제는 대부분 신용카드, 직불카드등으로 결제가 이루어짐에 따라 서비스 제공자는 결제대행업체(法상 신용카드가맹점)의 하위사업자(法상 신용카드가맹점 X)의 지위에 있게 되며,

- 현재 여신전문금융업법 제19조제7항은 하위사업자를 대신해 “신용카드가맹점” 으로서 지위를 갖는 결제대행업체가 거래취소·환불에 대한 1차적 책임을 지는 구조로 되어 있는바
- 결제대행업체를 통해 구독경제 소비자를 보호하기 위한 **공정한 거래조건**(유료전환, 해지, 환불 등)을 마련하도록 할 필요성이 있음

2. 규제 대안 검토 및 선택

① 대안의 내용 및 선택 근거

- (내용) 결제대행업체가 대금결제, 거래취소, 환불 관련 소비자 보호 방법 및 절차를 마련하도록 하고 세부내용은 금융위 고시에 위임하는 내용으로 여신전문금융업법 시행령이 개정될 예정인바 (‘21.8.10일 국무회의 의결 예정)
- 결제대행업체가 정기결제 서비스를 이용하는 소비자에게 대금결제 변경, 유료전환 관련 일정을 결제 승인 7일 전 알리는 방안을 마련토록 하고, 공정한 환불기준을 마련하도록 함
 - * 결제대행업체는 해당 내용을 정기결제 **약관 또는 계약에 반영하는 방식으로 의무 이행 가능**
- (선택 근거) 소비자에 대한 공정한 거래조건의 제시 의무는 상법상 기본원리, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」, 「약관의 규제에 관한 법률」 등에서 다양하게 도출된다고 볼 수 있으나
 - 실제로 관련 업권에서 소비자 보호 조치 등에 있어 규제의 준수 정도를 높이기 위해서는 **개별 업권법령에 공정한 거래조건 등을 제시할 의무를 명확히 할 필요가 있음**
 - 이에, 여신전문금융업법 시행령에서 결제대행업체를 통해 대금결제, 거래취소, 환불 관련 소비자 보호를 위한 방법 및 절차를 마련하도록 하고 세부적인 기준은 금융위 고시에 위임토록 개정될 예정인 바,
 - 결제대행업체가 정기결제 소비자에게 제시하여야 하는 **공정한**

거래조건 등을 금융위 고시에서 명확화하여 소비자를 두텁게 보호하는 한편 결제대행업체의 의무 이행 방법에 대한 불확실성을 해소

* '21년 7월 현재 결제대행업체 등은 표준약관 및 개별약관 정비 중

② 이해관계자 의견수렴

이해관계자명	주요 내용	조치결과
결제대행업체 구독경제사업자	결제대행업체가 구독경제사업자에 대해 시정 요구 등을 할 수 있도록 하는 내용은 과도한 의무 부과인 바 삭제할 필요('21.4.23일, 규개위 심사결과에서 협의완료)	시행령 및 감독규정 개정안에 반영

3. 규제목표

- ☐ 구독경제 소비자에 대해 유료전환, 해지, 환불의 모든 과정에서 신용·직불·선불카드등 결제시 소비자의 “알권리”를 보호하고, “이용한 만큼”만 부담하며, “해지는 간편하게” 할 수 있도록 하여 두텁게 보호
- ☐ 또한, 중·장기적으로 구독경제 산업의 건전한 성장에 기여하여 소비의 디지털화 및 비대면화를 촉진할 수 있을 것으로 보임

II. 규제의 적정성

1. 목적·수단 간 비례적 타당성

- 동 규제는 구독경제 등 정기결제 시 유료전환, 해지, 환불 등의 과정에서 금융소비자를 두텁게 보호하려는 것으로 목적의 타당성이 인정되며,
- 동 시행령에서 규정하고자 하는 내용은 「전자상거래 및 소비자 보호에 관한 법률」 등에서 도출되는 공정한 거래조건 제시 등의 의무를 개별 업권 법령에서 구체화하는 것으로서,
 - 그 준수 의무 정도가 타 법령에 비추어 과도하지 않을 뿐 아니라, 대강의 사항은 시행령에서 규정하고 구체적인 내용은 감독규정에서 정하도록 위임한 근거 내에서 마련된 것이고,

- 규개위 심사('21.4.23일)에서 제시된 업계의 의견을 충분히 수렴하여 시행령 및 감독규정이 마련되었는바 규제의 비례적 타당성을 가지고 있다고 판단됨

2. 영향평가 필요성 등 고려사항

영향평가		
기술	경쟁	중기
해당없음	해당없음	해당없음

○ 영향평가

- 기술규제영향평가

해당사항 없음

- 경쟁영향평가

「여신전문금융업법」 및 동법 시행령, 「전자상거래 및 소비자 보호에 관한 법률」 등에 따라 인정되는 거래조건과 관련한 일반적인 의무를 결제대행업체 전체에 대해 적용하기 위한 구체적 기준을 마련하는 것으로서 경쟁제한 요소가 존재하지 않아 경쟁영향평가 대상에 해당하지 않음

- 중기영향평가

결제대행업체 중 일부 중소기업이 존재하나, 결제대행업체 전체에 대해 적용된다는 점에서 별도 영향평가는 필요없을 것으로 판단되며, 이에 더해 정기결제 사업자가 부담하는 직접적인 비용은 문자메시지 등 고지비용으로 구독경제 산업 전체 약 40조(추정)*에 대해 연간 6.9억원 수준(0.0017%)에 불과**하므로 중소기업에 미치는 영향은 거의 없을 것으로 추정됨

* '20년중 국내 구독경제 전체 사업시장 규모는 약 40조 정도로 추정(KT 경제경영 연구소 등)

** 해당 고지비용을 이메일, 전자문서 등으로 대체한다고 가정할 경우 실제 고지비용은 0원

○ 기타 고려사항

- 시장유인적 규제설계

동 감독규정 개정안에 따르면 결제대행업체들은 여신전문금융업법 및 시행령에 따라 인정되는 대금결제, 거래취소, 환불 관련 의무 이행 범위 내에서 전자상거래법 등 타 법령과 비교하여 균형성을 갖는 수준으로 공정한 거래조건을 마련하게 되는 것이며,

해당 의무를 수행하기 위한 방법으로서는 약관 및 계약 등에서 사업모델 및 특성에 맞는 유료전환, 환불, 해지조건 등을 자유롭게 선택할 수 있으므로 시장유인적 규제설계에 부합

- 일몰설정 여부

금융소비자 보호를 위해 상시 운영되는 일반적인 거래조건에 대해 지속·반복적으로 적용되는 규제로서 일몰 설정은 불필요할 것으로 판단됨

- 우선허용·사후규제 적용여부

분류	적용여부	적용내용/미적용사유
포괄적 개념 정의		결제대행업체가 지켜야 하는 공정한 거래조건을 규정하는 것으로서 포괄적 개념 정의가 적합하지 않으므로 미적용
유연한 분류 체계		결제대행업체가 지켜야 하는 공정한 거래조건을 규정하는 것으로서 유연한 분류체계가 적합하지 않으므로 미적용
네거티브		결제대행업체가 지켜야 하는 공정한 거래조건을 규정하는 것

리스트		으로서 네거티브 리스트가 적합하지 않으므로 미적용
사후 평가관리		결제대행업체가 지켜야 하는 공정한 거래조건을 규정하는 것 으로서 사후 평가관리가 적합하지 않으므로 미적용
규제 샌드박스		결제대행업체가 지켜야 하는 공정한 거래조건을 규정하는 것 으로서 규제샌드박스가 적합하지 않으므로 미적용

3. 해외 및 유사입법사례

○ 해외사례

해외 브랜드카드사인 VISA 등의 경우 공정한 구독경제 서비스 제공과 관련 하여 금번 감독규정에서 규정하고자 하는 내용과 유사한 내용을 규정

< VISA의 구독경제 가맹점 대상 가이드라인 주요 내용 >

명시적 동의	<ul style="list-style-type: none"> 결제정보 등록 시, 가맹점은 카드소지자로부터 반복적 결제가 발생하는 구독서비스 이용에 대한 명시적 동의를 획득할 필요
강화된 고지	<ul style="list-style-type: none"> 이메일, SMS/문자 등 전자적 방식으로 구독서비스 거래약관 관련 내용을 정상적인 비용 청구되기 7일 전 고지 필요 - 카드소지자의 동의여부, 구독시작일, 지불주기/일자 - 상품·서비스에 대한 구체적인 설명 / 구독서비스 취소 방법 안내
간편한 취소/변경	<ul style="list-style-type: none"> 구독서비스 취소/변경에 대해 보다 간편한 방식으로 안내 - (예) 이메일에서 "unsubscribe(구독취소)" 링크 포함 등

○ 타법사례

- 「전자상거래 및 소비자 보호에 관한 법률」 제13조제2항, 제15조, 제17조, 제18조 등에서 거래조건의 명확한 고지, 청약의 철회 및 계약의 해제 등에 대해 규율하고 있음
- 「약관의 규제에 관한 법률」 제6조, 제11조 등에서 고객에게 부당하게 불리한 조항 등을 금지하고 권익을 보호하도록 하고 있음
- 「콘텐츠 이용자 보호지침」 제19조에서는 대금의 자동결제시 이용자에게 결제금액, 결제시기, 결제방법 등을 사전에 알리도록 하며, 그 예시로 유료전환일 7일 전까지 알리는 방법을 들고 있음

Ⅲ. 규제의 실효성

1. 규제의 순응도

○ 피규제자 준수 가능성

- 구독경제 소비자 보호를 위해 카드사, 결제대행업체 등과의 TF를 구성('20.10월~)하여 추진하는 과정에서, 시행령에 공정한 거래조건 제시 의무 등의 근거를 마련하도록 하는 건의를 반영하였음
- 또한, 규개위 심사('21.4.23일 본심사) 과정에서 결제대행업체의 하위사업자에 대한 시정요구 등 과도한 준수의무를 부담시키는 조항 등을 삭제하도록 반영하는 등 충분한 의견을 수렴하여 반영하였음
- 피규제자에 대한 공정한 거래조건 제시 의무 등은 여신전문금융업법 및 시행령에서 직접적인 위임근거에 근거하여 전자상거래법, 약관법 등과 비교하여 합리적인 수준에서 부과되며,
- 피규제자는 서비스 특성 등을 감안하여 감내 가능한 범위 내에서 유료전환, 환불, 해지조건 등을 약관 및 계약에 반영하는 등의 방식으로 이행 가능한바 준수 가능성이 높음

2. 규제의 집행가능성

○ 행정적 집행가능성

결제대행업체가 시행령 및 감독규정과 관련하여 공정한 거래조건과 관련한 의무를 자율적으로 규율하는 것으로 행정상 집행 가능성이 높음

○ 재정적 집행가능성

결제대행업체가 시행령 및 감독규정과 관련하여 공정한 거래조건과 관련한 의무를 자율적으로 규율하는 것으로 별도 재정이 소요될 것으로 보이지 않아 집행 가능성이 높음

IV. 추진계획 및 종합결론

1. 추진 경과

□ (내부 검토) 구독경제 소비자 보호를 위한 관계기관 TF를 구성·운영('20.10월~)하였으며,

* 금융위, 여신협회, 카드업계, 결제대행업체 등 참여

○ 금융위원회는 실제 구독경제 서비스를 제공 중인 업체의 약관 및 서비스 행태를 분석하고,

- 이와 유사한 사례와 관련, 타 부처에서 기 발표된 자료*와 해외 카드사(VISA 등)의 구독경제 소비자 보호 가이드라인 등을 종합적으로 참고·분석하여 대안을 마련하였음

* 콘텐츠 이용피해 방지 관련 권익위 보도자료('20.6월), 한국소비자원 다크넷지 분석('20.1월) 등

□ (의견 수렴) 관계기관 TF를 통해 이해관계자인 카드업계, 결제대행업체 등의 의견을 수렴하여 입법예고 하였음

○ 시행령 입법예고('21.14.~'21.2.15.)를 통해 이해관계자(결제대행업체, 구독경제 사업자 등)에 대한 추가적인 의견을 수렴하여,

- 구독서비스 특성을 감안한 환불기준 등을 허용·마련하기로 협의하

였음 ('21.2~3월 중 대면회의 2회 개최)

* 신용카드가맹점 표준약관상 공정한 환불기준 마련시 구독서비스 특성을 감안한 탄력적인 기준 마련 허용 등

- 그 외 규개위 심사('21.4.23일) 시 결제대행업체가 하위사업자에 대해 시정 요구를 할 수 있도록 하는 내용은 과도한 의무 준수 부담이라는 의견을 수용하여 시행령 및 감독규정 개정안에 반영

2. 향후 평가계획

- ☐ 결제대행업체 등을 통해 주요 정기결제 사업자의 유료전환, 해지, 환불 관련 약관 현황 등을 점검*하도록 하며,

* 예) 현행 결제대행업체 민원처리 프로세스와 유사하게 거래취소·환불 등 관련 분쟁 등 민원 다수 발생시 약관 등 점검

- 금감원을 통해 시행령 및 감독규정 개정 이후 규제 준수 여부에 대한 점검을 진행할 예정('22년중)

3. 종합결론

- ☐ 구독경제 소비자를 두텁게 보호하는 한편 구독경제 시장의 건전한 발전을 위해 규제대안 1을 선택하는 것은 타당하다고 판단됨

가. 대안별 분석 비교표

분석기준년도	규제시행년도	분석대상기간 (년)	할인율(%)	단위
2020	2021	10	4.5	백만원, 현재가치
규제대안1 : 결제대행업체의 준수 의무 강화				
영향집단		비용	편익	순비용
피규제 기업 · 소상공인	직접	5,451.03		5,451.03
	간접			
피규제 일반국민				
피규제자 이외 기업 · 소상공인				
피규제자 이외 일반 국민			292,652.7	-292,652.7
정부				
총 합계		5,451.03	292,652.7	-287,201.67
기업순비용		5,451.03	연간균등순비용	688.89

나. 각 대안의 활동별 비용·편익 분석 결과

<규제대안1 : 결제대행업체의 준수 의무 강화>

① 피규제 기업소상공인 :

☐ 직접비용

(정량)세분류	결제대행업체
활동제목	결제대행업체 등의 신용카드등 유료전환 등 거래조건 고지 비용
비용항목	운영
비용	5,451,039,900
일시적/반복적	반복적/연간균등
산식	전체 구독경제 가입자 수(명)(23,000,000) X 연간 신규 가입자 비율 60% X 유료 전환율 52% X 건당 SMS비용(원)(8원) X 연 12회 고지(월 1회)(23000000*0.6*0.52*8*12)
근거설명	<p>○ 국내 구독경제 가입 회원수는 23백만명 수준으로 예상*</p> <p>* 인터넷마케팅 전문업체 Koreandick, 「온라인 구독 서비스 이용 행태 분석」 참조 (2019. 10. 28)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 음악(멜론, 지니, FLO 등) : 9백만 - 영상(넷플릭스, 웨이브, 티빙 등) : 7백만 - 기타 독서, 식품, 유통 등 : 7백만 (추정) <p>○ 전체 구독경제 가입 회원 중 신규 구독서비스 가입자 비중은 60%* 가정(구독경제 이용자 숫자는 최근 유사하게 유지되나, 해지율이 40% 정도인 점을 감안)</p> <p>* 미디어미래연구소, 「OTT, 콘텐츠 산업 성장의 기회인가 위기인가」 참조 (2019. 9. 18)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 무료 회원에서 유료 회원으로 전환 서비스를 제공하는 비율 52% 단순 가정* <p>* 한국소비자원, 다크넷지 분석결과 중 구독경제 주요 앱 50개 중 신규회원에 대한 유료전환서비스를 제공하는 앱은 26개(52%)</p> <p>○ 주요 고지수단 별 건당 단가</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS(@8원), 카카오톡(@5원), 앱내 메시지 알림(0원) - 회원 고지내용 분량을 보수적으로 추정하여 SMS 단가 적용 <p>○ 월 1회, 정기결제와 관련한 사항을 안내한다고 가정시 회원 1인당 연간 고지해야 하는 횟수는 12회</p>

②피규제 이외 일반국민 :

☐ 편익

(정량)세분류	정기결제 이용자 국민
활동제목	정기결제 이용자 국민의 편의성 제고
편익항목	시간비용
비용	292,652,704,702
일시적/반복적	반복적/연간균등
산식	전체 구독경제 가입자 수(명)(23,000,000) X 연간 신규 가입자 비율 60% X 유료 전환율 52% X 건당 시간비용 절감 429.5원 X 연 12회 고지(월 1회)(23000000*0.6*0.52*429.5*12)
근거설명	<p>○ 국내 구독경제 가입 회원수는 23백만명 수준으로 예상*</p> <p>* 인터넷마케팅 전문업체 Koreandick, 「온라인 구독 서비스 이용 행태 분석」 참조 (2019. 10. 28)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 음악(멜론, 지니, FLO 등) : 9백만 - 영상(넷플릭스, 웨이브, 티빙 등) : 7백만 - 기타 독서, 식품, 유통 등 : 7백만 (추정) <p>○ 전체 구독경제 가입 회원 중 신규 구독서비스 가입자 비중 60%* 가정 (구독경제 소비자는 일정수준으로 유지, 해지율이 40% 정도인 점 감안)</p> <p>* 미디어미래연구소, 「OTT, 콘텐츠 산업 성장의 기회인가 위기인가」 참조 (2019. 9. 18)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 무료 회원에서 유료 회원으로 전환 서비스를 제공하는 비율 52% 단순 가정* <p>* 한국소비자원, 다크넷지 분석결과 중 구독경제 주요 앱 50개 중 신규회원에 대한 유료전환서비스를 제공하는 앱은 26개(52%)</p> <p>○ 월 1회 거래조건을 확인한다고 가정 시 시간비용 절감</p> <ul style="list-style-type: none"> - 유료전환 등 거래조건을 확인하고자 하는 경우 해당 사이트 또는 앱에 로그인한 후 복잡한 절차를 거치거나, 전화 등으로 상담을 하여야 확인 가능 → 최소 약 3분 이상 추가 소요될 것으로 예상 - 반면 SMS, 카카오톡 등을 통해 고지하고 해지 관련 링크 등도 안내할 경우 해당 메시지만 클릭하면 간단히 제반사항 확인 가능 → 건당 시간비용 429.5원 이상 감소 (최저임금 시간당 8,590원 * 3분(1/20시간))