

# 소액이라 괜찮다?...쌀이고 보니 수십만원 ‘구독료’

전남광주지역 가계에서 OTT와 음악, 클라우드, 쇼핑 멤버십 등 구독 서비스가 이용이 보편화되면서 매달 소액으로 빠져나가는 이른바 ‘작은 결제’가 고정지출로 자리 잡고 있다.

서비스별 이용료는 수천원에서 1만원 안팎에 그치지만 여러 서비스를 동시에 이용할 경우 매월 수만원의 지출로 이어지며 가계 지출 관리의 새로운 부담 요인으로 꼽히고 있다.

최근 한국콘텐츠진흥원이 실시한 ‘2025 콘텐츠 이용행태 조사’에 따르면 지난해 OTT 이용률은 89.1%로 조사됐다. 이는 지난 2016년 35.0%에서 46.8%p 상승한 수준이다.

국민 1인당 평균 2.1개의 OTT 서비스를 구독했으며, 유료 OTT 이용률은 54.2%였다. 유료 OTT 서비스 이용자의

## 통신비·넷플릭스·챗GPT까지 1인 평균 2.1개 구독 이용료 인상도 잇따라...“자동결제 내역 정기 점검”

월평균 지출액은 1만909원으로 나타났다. 제휴나 할인 등을 통해 비용을 줄이는 이용자도 64.7%에 달했다.

또 정보통신정책연구원(KISDI)의 ‘2024년 미디어패널조사’에서도 월정액 OTT 이용자의 다중 구독 현상이 확인됐다. 조사 결과 월정액 OTT 이용자들은 평균 2.52개의 유료 OTT 서비스를 이용했다. 월정액 서비스 이용요금도 부담스럽다고 응답한 비율도 49.9%로 나타났다.

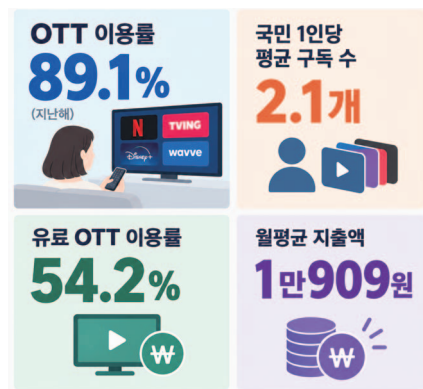
구독 서비스의 특징은 지출이 여러 서비스로 분산된다는 점이다.

식비나 통신비처럼 한 항목으로 확인되

는 비용과 달리 구독료는 서비스마다 결제일과 금액이 달라 전체 지출 규모를 파악하기 어렵다. 월 5000원, 7000원, 1만원 등 소액이 반복적으로 결제되면서 소비자가 실제 부담 수준을 체감하기 어려운 구조다.

특히 무료체험 이후 유료 서비스로 자동 전환되거나 할인기간이 끝난 뒤 정상 요금에 적용되는 상품의 경우 이용자가 이를 인지하지 못한 채 결제가 이어질 가능성도 있다.

여기에 OTT 구독료도 오르고 있다. 유튜브 프리미엄 웹·안드로이드 기준



자료제공=한국콘텐츠진흥원

구독료는 2019년 월 8690원에서 2026년 1만4900원으로 71.5% 상승했다. 넷플릭스 프리미엄 역시 월 1만7000원으로, 유튜브 프리미엄과 두 서비스만 구독해도 월 3만1900원, 연간 38만원을 넘는다.

구독 서비스 이용이 보편화하면서 다중 구독에 따른 지출 부담도 나타나고 있는

것이다.

광주 북구에 거주하는 직장인 김모씨(35)는 최근 카드 명세서를 확인하면서 매달 자동으로 결제되는 구독료가 4만원에 육박한다는 사실을 확인했다.

그는 영상과 음악, 클라우드 저장공간, 쇼핑 멤버십 등 5개 서비스를 이용하고 있었다. 각각의 이용료는 5000~1만원 수준이었지만 이를 합치면서 월 지출액이 4만원에 가까워졌다. 연간으로는 50만원 안팎을 지출하는 셈이다.

김씨는 “서비스별로 금액이 크지 않아 계속 이용했는데 전체 금액을 합쳐보니 생각보다 지출이 컸다”며 “가입 당시에는 할인이나 무료체험을 이용해 부담이 크지 않다고 생각했다. 매달 자동으로 결제되다 보니 지출을 크게 의식하지 못했다”고 전했다. 그러면서 “사용 빈도가 낮은 서비스

부터 정리하고 있다”고 말했다.

구독 서비스가 일상적인 소비 형태로 자리 잡으면서 소액 결제에 대한 관리 필요성도 커지고 있다.

고물가 상황에서 식료품이나 의약품 등 주요 생활비뿐 아니라 매달 반복되는 구독료까지 가계 지출을 구성하는 항목이 된 만큼 이용하지 않는 서비스를 정리하고 자동결제 내역을 주기적으로 확인하는 것이 필요하다는 지적이다.

지역 경제 전문가들은 “구독 서비스는 개별 이용료가 크지 않아 소비자가 지출을 쉽게 인식하지 못하는 특징이 있다”며 “여러 서비스를 동시에 이용하면 월 단위로 수만원, 연간으로는 수십만원의 지출이 발생할 수 있는 만큼 자동결제 내역과 이용 빈도를 정기적으로 확인한 필요가 있다”고 말했다. 윤용성 기자 yo1404@gwangnam.co.kr

## 전남광주 창업기업, 사업화 검증 무대 오른다

### ‘모두의 창업’ 지역 오디션 진행...참가자 500명 경쟁

전남광주지역에서 창업 아이디어의 사업화 가능성을 평가하는 ‘모두의 창업’ 지역별 오디션이 잇따라 열린다. 중소벤처기업부가 13일부터 15일까지 전국 17개 시·도에서 ‘모두의 창업’ 프로젝트 지역별 오디션을 개최한다고 밝혔다.

전남지역 오디션은 13일, 광주지역 오디션은 14일 진행된다. 이번 오디션은 1차 공모 신청자 6만2944명 가운데 1라운드를 통과하고 2라운드에 진출한 일반·기술트랙 도전자 500명을 대상으로 진행된다.

중기부는 공개 기업설명회(IR)와 전

문가 평가를 거쳐 다음 단계인 권역별 오디션에 진출할 200명을 선발할 예정이다.

평가에는 투자자와 기술 분야 전문가가 참여해 아이디어 고도화 과정과 아이템의 우수성, 시장 진입 가능성 등을 종합적으로 살핀다. 기존 멘토 중심 평가에서 벗어나 투자와 시장 관점에서 창업 아이디어의 사업화 가능성을 검증하는 데 초점을 맞췄다.

선발된 200명에게는 사업화 자금 1000만원과 선배 창업가 멘토링 등이 지원된다.

이후 5개 권역별 오디션을 거쳐 최종

상위 100명에 선정되면 최대 1억원의 사업화 자금을 받을 수 있다.

중기부는 앞서 2라운드 진출자를 대상으로 기술 멘토링과 최대 1000만원의 초기 사업화 자금, 규제 검토, 인공 지능(AI) 솔루션 활용 등을 지원했다. 그래픽처리장치(GPU) 지원과 5대 금융그룹 협약보증도 연계하고 있다.

이같은 지원을 통해 2라운드 진출자 가운데 20개 기업이 약 29억원의 민간 투자를 유치했으며, 458건의 특허를 출원하고 192건의 사업자등록을 마쳤다.

오디션 현장에서는 창업 아이디어와 시제품 전시, 선배 창업가 강연, 투자 매칭 데이, 제도권 상담, 지역 특산물 등을 활용한 판매전도 운영된다.

윤용성 기자 yo1404@gwangnam.co.kr

## 광주신세계, 럭셔리 화장품 브랜드 3곳 오픈

㈜광주신세계가 럭셔리 화장품 브랜드를 잇달아 선보이며 화장품 상품군 강화에 나섰다.

12일 광주신세계에 따르면 올해 1~9월 화장품 매출은 지난해 같은 기간보다 6.1% 증가했다. 화장품 수요가 늘면서 스킨케어와 메이크업 제품부터 향수까지 다

양한 브랜드를 확보해 고객 수요에 대응한다는 방침이다.

광주신세계는 최근 프라다 뷰티와 켈랑, 끌레드보 보페 등 럭셔리 코스메틱 브랜드 3곳을 신규 오픈했다. 프라다 뷰티는 호남권 백화점 최초로 선보이는 브랜드다.

프랑스 럭셔리 뷰티 브랜드 켈랑은 립밤

과 오일 세럼, 향수 등으로 상품군을 구성했다.

주요 향수 라인인 ‘라르&라 마티에르’를 비롯해 앰버 플로럴 향을 담은 ‘NEW 피르 블루 오 드 퍼퓸’ 등을 판매한다.

클레드보 보페는 세럼과 크림 등 스킨케어 제품과 메이크업 제품을 선보인다.

‘코렉팅 크림 베일 N’은 자외선과 외부 환경으로부터 피부를 보호하는 메이크업 베이스 제품이다. 윤용성 기자 yo1404@



광주신세계가 최근 프라다 뷰티와 켈랑, 끌레드보 보페 등 럭셔리 코스메틱 브랜드 3곳을 신규 오픈하는 등 럭셔리 화장품 브랜드를 잇달아 선보이며 화장품 상품군 강화에 나섰다.

## 배달 플랫폼 소상공인단체 5곳 쿠팡 접속 장애 피해 보상 촉구

배달 플랫폼 관련 소상공인단체들이 쿠팡과 쿠팡이츠의 접속 장애로 영업 피해가 발생했다며 실질적인 보상과 재발 방지 대책 마련을 촉구했다.

12일 소상공인연합회와 전국상인연합회, 한국외식업중앙회, 한국프랜차이즈산업협회, 전국카페사장협동조합 등 5개 단체는 최근 공동 성명을 내고 지난 9일 발생한 쿠팡 및 쿠팡이츠 접속 장애에 대한 책임 있는 대응을 요구했다.

단체들은 앞서 지난 9일 오전 12시부터 약 2시간 40분 동안 쿠팡 앱과 물류센터 전산망 등에서 장애 발생했다고 주장했다. 이로 인해 삼아 배달 매출에 의존하는 외식업 소상공인과 광고·프로모션 비용을 지출한 온라인 입점 업체들이 영업 손실을 입었다는 것이다.

단체들은 장애 발생 이후 입점 업체에 대한 신속한 안내와 피해 최소화 조치가 충분하지 않았다고 지적했다.

이들은 쿠팡에 우선 접속 장애로 발생한 소상공인의 영업 손실을 투명하게 산정하고 광고비 환불과 판매 기회 손실 등을 포함한 실질적인 보상을 신속히 마련할 것을 촉구했다. 장애 원인과 피해 범위를 공개하고 입점 업체를 위한 위기 대응 및 소통 메뉴얼을 구축해야 한다는 요구도 내놨다. 윤용성 기자 yo1404@

2025 대통령 표창 수상단체-  
살림 **한국나눔연맹**  
KOREA SHARING FEDERATION

# 나이 든다는 이유로 '외로워'져야 할까요?

누군가의 부모였고,  
누군가의 가족이었던 어르신들,  
이제는 우리가 그분들의 걸을 지켜드릴 때입니다.  
노인의 날, 어르신을 위한 나눔에 함께해주세요

월 2만원

< 혼자가 아닌 하루 선물하기

후원문의 **1811-1004**

ARS  
무기명후원 **060-708-1004** (1만원)

전국천사무료급식소

(사)한국나눔연맹

전국 26개 천사무료급식소 운영

34년간 정부지원 없이 나눔활동