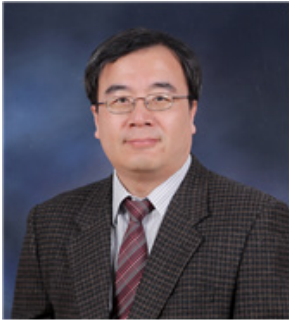


게임이용자보호와 자율규제

통권 제1호



| 창간사 |



이경민
게임이용자보호센터장

자유는 자유 의지를 가진 주체적 자아에 의해, 자기 존재를 미래에도 지속시키기 위해 시행되는 규율입니다. 자유도 규율이므로 강제성을 가지지만, 규율의 주체와 목적이 자기 자신이라는 점에서 타율과 구별됩니다. 물리적 세계 연관 속에 존재하는 인간에게 과연 자유 의지가 있는지, 개별 주체들이 집단을 형성할 때 발생하는 자유들의 충돌에 대한 합리적 해법은 가능한지 등 아직도 많은 숙고와 필요하지만, 자유 의지를 가진 주체를 상정하고 이에 윤리적, 법적으로 최상의 가치를 부여하는 것이 현재 우리 사회를 지탱하는 민주주의의 이념적 기반입니다.

한편, 게임에 대한 규제의 목적은 자유로운 개인의 창의성 발현과 집단의 지속적 발전이라는 서로 충돌할 수도 있는 두 가지의 가치를 조화롭게 실현하는 것입니다. 즉, 직접적 게임이용자들이 게임을 통해 삶을 풍요롭게 하고, 경제적 이익을 포함한 개인의 행복을 추구하는 기회를 최대한 보장함과 동시에, 게임을 실현하는 게임 생태계가 장기적으로 존속하고 발전할 수 있도록 하는 것입니다. 따라서, 규제의 주체와 그 대상은 게이머들과 게임 개발자 및 배포자 등 게임의 실현에 직접 참여하는 직접적 게임이용자들뿐만 아니라, 학부모와 게이머 가족, 게임의 사회와 문화적 문제들에 관심 있는 학계와 언론계, 그리고 여타 영역에 대한 영향을 조정하는 행정 담당자 등 간접적 게임이용자들도 포괄하여야 합니다.

이러한 게임 규제의 주체와 목적에 비추어 볼 때, 게임의 개발과 이용에 대한 자유 규제가 합리적이고 효율적이기 위해서 다음과 같은 지향점들을 추구해야 할 것입니다.



첫째, 법적 규제에 대비되는 협의의 자율 규제에 머무르지 말고, 앞서 언급한 직접적이고 간접적인 게임이용자들이 모두 참여하는 넓은 의미의 자율 규제를 지향점으로 삼아야 합니다. 단기적이고 개별적 이익을 구현함은 물론, 장기적이고 포괄적 효용도 담보하는 방안을 찾아야 할 것입니다. 이를 위해서 게임이용자들이 자발적이고 제한 없이 협력하여 공동의 최선에 도달하는 제도적 장치들을 마련해야 한다. 이렇게 해야, 역동적인 게임 생태계가 형성되고 지속 가능해질 것입니다.

둘째, 게임의 부정적 영향뿐만 아니라, 게임의 긍정적 역할에 관심을 기울여야 합니다. 새로운 문화 장르로서 사회 모든 영역에서 삶을 풍요롭게 하는 게임의 잠재적 가치가 심분 발휘될 수 있도록 해야 합니다. 게임을 활용해 어린이와 청소년들의 뇌와 인지 지능을 발달시키고, 각박한 경쟁 사회의 스트레스를 이겨낼 힘과 능력을 충전하게 할 수 있으며, 노약자들을 비롯한 사회적 약자들의 소외와 고통을 경감할 수 있습니다.

셋째, 획일적이고 거친 통제가 아니라, 창조적 다양성을 복돋는 섬세한 넛징(nudging)이 필요합니다. 게임에 대한 부정적 불안감 때문에 선불리 보편적 제한을 강제하면, 절대 다수의 긍정적 편익을 원천 차단하는 우를 범하게 됩니다. 게이머들의 이용 양태에 대한 실증적인 자료에 근거해서 위험을 선별하고, 개인 맞춤형으로 해소 방안을 강구하는 것이 과학적이며 효율적입니다. 아울러 다수 이용자들의 활용 기회를 확보함으로써, 게임 시장이 확대되고 혁신적인 개발이 고취되어 게임의 잠재적 편익이 극대화 될 것입니다.

이런 지향점들을 향해 우리 게임 공동체를 위한 자율 규제를 실천하는데, 오늘 창간하는 "게임이용자보호와 자율규제" 가 크게 기여하기를 기대하며, 모든 게임이용자들의 지지와 성원을 소망합니다.

| 발간사 |



황성기
자율규제 평가위원장

안녕하십니까?

저는 게임이용자보호센터 자율규제평가위원장으로 활동하고 있는 한양대학교 법학전문대학원 교수 황성기라고 합니다.

2017년 7월 개선된 자율규제 이행에 대한 신뢰를 확보하고 급변하는 게임산업의 변화 속도에 발맞추어 탄력적이고도 지속적인 자율규제가 이루어질 수 있도록 '자율규제평가위원회'가 운영되고 있습니다. 자율규제 시행 이후 6개월간의 경과를 담은 자율규제 정기 평가보고서(6개월 단위)를 발간하게 되어 매우 뜻깊게 생각합니다.

확률형아이템은 국내외 게임 기업들의 주요 비즈니스 모델이자 게임 내 아이템의 희귀성 결정을 통해 재미를 결정짓는 핵심요소로 작동해온 동시에 게임 아이템 획득이 확률이라는 우연적 요소에 의해 결정된다는 점에서, 그 필요성 및 신뢰성을 두고 게임 이용자와 기업 간의 갈등이 오랫동안 지속되어온 영역이기도 합니다.

일반적으로 자율규제는 정부규제 내지 '법적 규제'와 대비되는 개념으로 사용됩니다. 자율규제는 규제의 상대방인 피규제사업자 내지 피규제사업자단체가 법령상 자신들이 준수해야 할 기준을 스스로 수범하도록 함으로써 '규제의 대상'이 아닌 '규제의 주체'가 되는 것을 의미합니다. 이러한 맥락에서 자율규제는 국가 내지 정부에 의한 통제로부터 사업자의 자기책임원칙으로의 전환을 의미하기도 합니다. 특히 인터넷 분야의 자율규제는 다음과 같은 장점을 가지고 있는 것으로 분석되고 있습니다.



첫째, 자율규제는 당면한 문제들과 직접적으로 관련되어 있는 '당사자들'에 의해 실행된다는 점입니다. 인터넷산업의 구성원인 인터넷사업자들은 당면 문제들을 즉시 해결하는데 필요한 수단들, 예컨대 불법 및 유해콘텐츠를 차단할 수 있는 기술이라든지 데이터 등을 손쉽게 이용할 수 있습니다.

둘째, 자율규제는 법적 규제보다는 '유연한' 방식이며, 또한 '신속한' 대응이 가능한 방식입니다. 인터넷사업자들은 자신들의 관행이나 경영방침을 신속하게 바꿀 수 있고, 항상 변화하는 현실에 신속하게 대응할 수 있는 반면에, 법적 규제는 관련 입법들을 제·개정하기가 쉽지 않고, 또한 법 제·개정 절차는 시간이 많이 소요되는 절차이기 때문입니다.

셋째, 자율규제는 법적 규제보다는 '국제적인' 방식이라는 점도 하나의 장점으로 지적될 수 있습니다. 인터넷사업자들은 국제적인 차원의 협조가 보다 쉬운 반면에, 법적 규제는 원칙적으로 당해 국가 영역 내에서만 적용되며, 국가 간의 협력에 있어서는 시간이 많이 소요됩니다.

특히 게임 콘텐츠를 포함한 인터넷 분야에서 적합하고 유효한 규제 시스템을 구축하는 데 있어서 자율규제의 중요성은 백번 강조해도 지나치지 않습니다. 인터넷 환경이 일상화되어 있는 오늘날에 있어서 규제의 정당성과 실효성의 관점에서 보더라도, 게임 콘텐츠를 포함한 인터넷 분야에서는 자율규제가 구축 및 확대되어야 한다고 생각합니다.

이러한 점에서 본 자율규제 정기 평가보고서가 향후 자율규제의 토대를 구축하고 자율규제에 대한 인식을 제고하며, 합리적이고 효과적인 자율규제 시스템을 위해 유의미한 역할을 할 수 있게 되기를 기대합니다.

마지막으로 본 자율규제 정기 평가보고서 창간호에 소중한 옥고를 보내주신 여러분들과 편집 등을 담당하신 사무국 직원분들께 진심으로 감사드립니다.

| **축사** |



유성엽
국회 교육문화체육관광위원장

안녕하세요. 국회 교육문화체육관광위원장 유성엽입니다.

우리나라의 콘텐츠 산업을 주도하는 게임 산업은 타 산업에 비해 비교적 적은 비용으로 고수익을 올리는 콘텐츠 산업으로, 높은 부가가치를 창출한다는 특징이 있습니다. 사업 진입 장벽이 높지 않고 콘텐츠의 수명이 비교적 긴 데다 유통과정상의 손실이 거의 없어 이러한 장점에 기인해 서로 경쟁하며 높은 수준의 발전을 이뤘은 것이 바로 '게임 산업'입니다.

그러나 모든 것에는 양면이 존재하기 마련입니다. 즉 산업적 측면에서의 게임 산업이 고부가가치 사업으로 콘텐츠 수출을 견인하며 성장한 반면 게임의 비즈니스 모델 중 하나로 도입된 '확률형아이템'과 관련하여 소비자들의 불만과 사회적 이슈로 규제의 목소리가 높아지고 있습니다.

이와 관련하여 법적인 규제가 필요하다는 시각에 대해 게임업계에서 이를 개선하고자 지난 2017년 7월부터 소비자의 알 권리를 보장하고 합리적인 소비를 유도하기 위해 강화된 확률형아이템 자율규제를 시행해 온 것으로 알고 있습니다.



이제 막 자율규제를 새롭게 시작하는 단계에서 분명 어려움이 존재하리라 예상되며 이를 정착시키기 위한 다양한 노력이 필요할 것입니다. 그러한 노력의 성과물로서 이번 보고서가 발간됨에 대해서 매우 긍정적으로 평가하며 앞으로도 게임산업의 성장과 더불어 이용자보호를 위한 많은 활동에 적극 동참하여 건강한 게임문화 조성에 힘써주시길 당부드립니다.

첫 시도로 모든 것이 바뀌진 않습니다. 나비효과처럼 아주 미세한 변화와 시도가 향후 커다란 성과로 나타날 수 있고 자율규제 평가보고서 역시 그 노력의 결과물이라고 봅니다. 자율규제의 성과로서 창간호를 발행하게 된 것을 다시 한번 진심으로 축하드립니다.

모쪼록 게임업계에서도 자율규제에 적극 동참하시어 자율규제 시스템을 성공적으로 안착시키고 게임산업이 한층 더 성장할 수 있는 밑거름이 되시기를 기원합니다.

| **축사** |



노응래
국회 교육문화체육관광위원회
국회의원

안녕하십니까
국회 교육문화체육관광위원회
더불어민주당 마포 갑 국회의원 노응래입니다.

먼저, 확률형아이템 자율규제 평가위원회의 <자율규제 평가보고서 창간호 발간>을 진심으로 축하합니다.

아시다시피 게임은, 문화 콘텐츠 강국 대한민국을 대표하여 가장 많은 해외 수출 비중을 보여주고 있으며, 우리나라 문화 콘텐츠의 위상을 세계에 떨치고 있는 효자 콘텐츠입니다. 또한 세계가 4차 산업혁명 시대로 나아가는 이때, 대한민국의 미래를 견인해 나갈 것으로 기대되는 신성장동력 중 하나이기도 합니다.

하지만 국내 게임 산업은, 산업의 성장을 가로막는 과도한 규제와 게임에 대한 부정적 인식이라는 한계에 놓여 있는 상황이고, 이를 해결하기 위해 정부와 업계가 함께 끊임없이 노력하고 있습니다.

특히 업계의 화두로 떠오른 확률형아이템과 관련된 이슈는, 이용자의 권리 보호 차원에서 더 나아가, 게임에 대한 부정적 인식이라는 오랜 문제에까지 영향을 주는 중요한 사안입니다.

현재 이용자보호가 부실, 불만 증가, 게임 전체 생태계 위협, 실효성 부분에 있어 끊임없이 의문이 제기되고 있는 자율규제 제도에도 개선이 필요하고, 게임 이용자들이 가지고 있는 확률형아이템에 대한 부정적인 인식도 여전한 실정입니다. 투자에 비해 아이템의 퀄리티가 따라주지 못한다는 지적, 끊임없는 지출 구조에 대한 불만, 아이템의 확률을 정한 근거의 모호함 등 이용자들의 불신은 커져만 가고 있습니다.



이 부분을 해결하기 위한 업계의 노력이 이어지지 않는다면, 이용자의 외면으로 이어질 것이며, 나아가 게임산업 전체에 위협을 주게 될 것입니다. 대한민국 게임업계를 키운 건 소비자와 PC방이라 할 만큼 게임업계는 이용자의 반응과 의견에 대해 더 구체적으로 귀를 기울이고 해결방안을 찾아나가야 합니다. 그래야만이 게임 생태계가 지속될 수 있으며 더 많은 발전을 이뤄낼 수 있습니다.

따라서 저는 게임 업계가 자발적으로 실시하고 있는 확률형아이템 자율규제의 원활한 운영을 통하여 이용자의 권리가 보호되고, 향후 지속적인 자성의 모습들이 나타난다면, 게임을 둘러싼 부정적인 인식을 털어내는 데에 큰 도움이 될 수 있을 것이라 생각합니다.

이번 확률형아이템 자율규제 평가보고서 창간호가, 게임과 게임업계에 대한 국민의 긍정적 인식을 쌓아나갈 굳건한 주춧돌이 되길 희망하며, 건강한 게임문화 조성을 위한 게임 업계의 고무적인 한 걸음이 되길 바랍니다.

끝으로, 게임 산업의 진흥을 위해 항상 고민하고 노력을 아끼지 않고 있는 평가위원회와 관계자 여러분의 노고에도 격려의 마음을 전합니다.

감사합니다.

| **축사** |



이종배
자유한국당 국회의원

안녕하십니까 자유한국당 이종배 의원입니다.

확률형아이템 자율규제의 정착 과정을 한눈에 담은 평가보고서 「게임이용자보호와 자율규제」 창간을 진심으로 축하합니다.

게임은 국내 콘텐츠 산업의 수출액 중 절반 이상을 차지하고 있을 만큼 한류를 이끄는 핵심 산업이라고 할 수 있습니다. 한국콘텐츠진흥원에 따르면 지난 2017년 기준으로 게임의 수출액은 총 4조 1천억 원을 넘어설 것으로 추정되고 있는 만큼, 게임은 이제 명실상부 대한민국 수출 효자 산업으로 자리를 잡고 있는 모양새입니다.

이러한 게임 산업을 지속적으로 발전시켜나가기 위해서는 해결해야 할 과제들이 많이 있습니다. 그중 확률형아이템은 게임이용자의 불만이 점차 증가하면서 입법 필요성이 제기되는 등 어려운 위기에 처해 있는 과제 중 하나입니다.

그렇기에 게임 산업계는 자체적으로 건강한 게임산업 생태계 구축을 위해 확률형아이템 자율규제를 도입하였으며, 이후 한 번의 개선을 통해 개정안이 시행된 지 벌써 반년이라는 시간이 경과했습니다. 그리고 그 기간 동안 진행된 자율규제의 성과 및 과정이 한데 모여 이렇게 평가보고서로 창간됐다는 것은 자율규제에 있어 긍정적인 신호라 할 수 있습니다.

정부에서도 게임산업의 건강한 발전을 위해 시행되고 있는 자율규제가 안정적으로 정착할 수 있도록 다양한 논의가 이루어져 우리나라 게임이 세계 게임 시장을 계속 선도하는 산업으로 발전하기를 기대합니다.



| 축사 |



강신철
한국게임산업협회장

안녕하십니까 (사)한국게임산업협회장 강신철입니다.

건강한 게임문화 조성을 위한 확률형아이템 자율규제가 도입된 지 어느덧 7개월여의 시간이 지났습니다. 최초 기획 단계부터 협의체 구성·논의, 강령 시행, 사후 관리 및 보고서 출간까지 모든 과정을 옆에서 지켜보기에 감회가 남다른 것 같습니다.

강제성이 없는 자율규제로 업계 호응이 떨어질 것이라는 우려도 많았지만 매일 모니터링 결과에서 확인하듯 기업들의 참여는 계속해서 증가하는 추세입니다. 협회 회원사 준수율은 무려 96.3%에 달했습니다.

아직까지 비회원사 및 해외 업체 참여가 기대 이하인 부분은 다소 아쉽습니다. 다만 이 같은 사실은 자율규제 내용이 기업들에 부담으로 작용할 만큼 강력하다는 점을 방증하기도 합니다. 그럼에도 불구하고 꾸준한 소통을 통해 해당 기업들의 준수율 역시 점차 높아지는 중입니다.

자율규제의 강점은 바로 이런 곳에서 확인할 수 있습니다. 규제를 적용 받는 이들이 규제의 주체가 됨으로써 부족했던 부분은 엄격하게 보완하고 좋았던 부분은 더욱 향상시켜 보다 실효적으로 작동할 수 있기 때문입니다. 소비자, 시장, 기술 등 환경에 따라 요구되는 변화들도 보다 신속하게 반영할 수 있습니다.

특히 게임과 같은 문화콘텐츠의 경우 창의력이 곧 경쟁력으로 직결된다는 점에서 적극적인 자율규제 도입 및 확산이 무엇보다 중요합니다. 강제의 성격을 갖는 법적 규제에서는 콘텐츠 기획·개발 단계부터 한계를 고려할 수밖에 없는 까닭입니다.

그런 의미에서 게임산업 내 자율규제 정착과 업계의 긍정적인 변화 등을 한눈에 살펴볼 수 있는 이번 평가보고서에 거는 기대가 큼니다. 앞으로 정기적인 출간 활동을 통해 국내 게임산업 이미지 제고에 기여할 수 있기를 바랍니다.

Contents

자율규제 연혁 및 소개	15
확률형아이템 자율규제 추진경과	17
확률형아이템 자율규제 연혁	18
자율규제 주요 개선 내용 및 의미	19
<hr/>	
논단	29
자율과 규제 경제학의 역사	31
<hr/>	
평가위원회 결정 리뷰	39
분수 및 함수 표기를 허용하는 결정에 대한 리뷰	41
<hr/>	
칼럼	45
확률형아이템 규제 관련 입법적 논의동향과 과제	47
'사행성' 논란 탈피의 성장통이 될 수 있을까? - 강화된 확률형아이템 '자율규제'	51
사업자가 바라보는 확률형아이템 자율규제	55

Contents

자율규제 동향	61
한국형 인터넷기업 자율규제기구, KISO	63
<hr/>	
모니터링 결과	69
2017년 자율규제 모니터링 결과	71
<hr/>	
평가위원회 주요 소식	87
온라인콘텐츠 자율규제 현황과 세미나 후기	89
확률형아이템 주요 민원 사례	96
<hr/>	
부록	99
건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령	101
건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령 시행세칙	107
확률형아이템 자율규제 인증제도 시행세칙	110

자율규제 연혁 및 소개

- 확률형아이템 자율규제 추진경과 및 연혁
- 자율규제 주요 개선 내용 및 의미



자율규제 연혁 및 소개

확률형아이템 자율규제 추진경과

❖ 배경

- 국내 게임업계에 부분유료화 모델 도입과 함께 확률형아이템 BM이 활성화되었으나 사행성 문제가 제기됨
- 이에 게임업계에서는 청소년과 소비자 보호를 위하여 게임 이용 및 아이템 구매 시 충분한 정보 제공을 위해 자율규제를 시행함
- 그러나 자율규제 문제점에 대한 지적이 이어지자 (사)한국게임산업협회에서 정책협의체를 통해 자율규제 개선안을 도출함
- 2017년 5월 31일, 한국게임산업협회-게임이용자보호센터-자율규제 평가위원회 간 업무 협약 체결



 GUCC 게임이용자보호센터	 KGAMES 한국게임산업협회 Korea Association of Game Industry
협약 사항	
<ul style="list-style-type: none">• 자율규제 시행세칙 제·개정• 자율규제 관련 민원·분쟁 해결 지원• 자율규제 평가위원회 설치 및 운영 등	

확률형아이템 자율규제 연혁

청소년 보호를 위한 자율규제 강화방안 발표 <2006>
한국게임산업협회 - 국가청소년위원회 - 문화관광부(현 문화체육관광부)

한국게임산업협회 「건강한 게임문화 진흥을 위한 자율규약」 시행 <2008.8.9>

청소년 보호를 위한 게임 업계 자율규제 선언 <2014.11>
온라인·모바일게임 윤리강령 제정 및 공동선언문 발표

자율규제 확대·강화안 발표 <2015.4.30>
모든 청소년 이용가 게임 대상 캡슐형 유료 아이템 구간별 확률 공개

자율규제 가이드라인 설명회 개최 <2015.5.8>

자율규제 전면 시행 <2015.7>

자율규제 인증제도 시행 <2015.12.1>

확률형아이템 정책협의체 발족 <2016.11.14>

「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」 선포
및 평가위원 위촉식 <2017.2.15>

게임이용자보호를 위한 자율규제 업무 협약식 <2017.5.31>
GUCC - KGAMES - 평가위원회

게임이용자보호센터 자율규제 모니터링 및 사후관리 실시 <2017.7.1>

자율규제 주요 개선 내용 및 의미

1. 확률정보제공 방식의 개선

“확률 공개는 이용자의 알 권리와 기업 영업 비밀 보호의 균형을 고려”

“개선된 확률 공개는 수치에 기반을 둔 직관적인 정보 제공”

“게임 내 확률 공개 의무화로 이용자 접근성 제고”

(1) 확률정보의 의미

확률정보의 공개 방식은 확률형아이템 자율규제의 핵심을 이루는 내용이다. 게임이용자가 어떤 아이템을 획득하게 될지를 구입 전에 알 수 없다는 확률형아이템의 특성상, 이용자는 자신이 얻을 수 있는 아이템의 종류와 획득 가능성에 대한 판단을 공개된 확률 정보에 의지하여 구매 여부를 판단하게 된다.

이와 동시에 확률형아이템을 판매하는 기업 입장에서 확률 값은 해당 아이템들이 게임 내에서 어떤 비율로 분포될 것인지를 결정하는 장치라고 할 수 있다. 가령 하나의 확률형아이템에서 1% 출현 확률을 가진 A라는 아이템과 10%의 출현 확률을 가진 B라는 아이템이 있다면 결과적으로 A, B 아이템은 해당 확률로 게임 세계 내에 분포될 것이다. 물론 게임 내에 아이템 분포 비율을 결정하는 것은 확률형아이템만 존재하는 것은 아니지만 확률형아이템이 해당 기능을 한다는 것은 분명한 사실이라고 할 수 있다. 네트워크에 기반을 두어 이용자 간 대전이 주를 이루는 한국 게임의 특징에서 이용자 아이템의 분포 비율은 게임의 재미를 결정 짓는 핵심요소로 작동할 수밖에 없다는 점에서 아이템의 확률은 타 기업 게임과의 차별화를 위한 주요 장치이기도 하다.

결국, 확률정보는 이용자의 관점에서 구매 의사 결정에 필요한 상품 관련 정보로 게임 기업의 입장에서는 해당 업체가 게임 내 아이템의 분포 비율 자체를 의미한다고 할 수 있다.

(2) 확률 공개의 쟁점

이러한 확률정보의 의미를 전제로 할 때 확률정보 공개의 쟁점은 합리적 소비를 위한 이용자의 알 권리 충족이라는 문제와 기업의 영업 비밀 보호라는 가치의 대립이라고 할 수 있다.

자신이 획득할 아이템이 확률적인 요소에 의해 결정된다는 점에서 확률정보는 이용자에게 예측 가능성을 제공하는 중요한 정보라고 할 수 있다.

《기존 자율규제 공개 방식》

매우낮음	1%미만	등급	확률 값
낮음	1~10%	S	낮음
보통	11~20%	A	보통
높음	20~30%	B	높음
매우 높음	31%~	C	매우 높음

《개선 자율규제 공개 방식》

개별 확률 공개

등급	아이템명	확률 값
S	가	1%
	나	2%
A	다	4%
	라	5%
	마	6%
B	바	7%
	사	9%
	아	11%
C	자	12%
	차	13%
	카	15%
	타	15%
합계		100%

등급 확률 공개

아이템 등급	확률 값
S	3%
A	15%
B	27%
C	55%
합계	100%

확률정보가 이용자 관점의 알 권리라는 측면에서 명확한 가치인데 비해 기업의 영업 비밀 보호 가치는 보다 상세한 설명을 필요로 한다. 재미 유지 등의 목적으로 확률형아이템에서 등장하는 아이템의 출현 확률을 조정하는 작업이 발생할 수 있다. 여기서 기업에게 모든 확률을 100% 공개하라는 것은 개별 기업 고유의 영업 노하우를 침범하는 결과를 낳을 수 있다. 확률을 모두 공개한다는 전제에서 A, B, C 아이템이 포함된 확률형아이템은 그 자체로 기업이 의도한 A, B, C 확률의 게임 내 분포라는 일종의 영업 비밀이라고 할 수 있다.

나아가, 만약 위 확률형아이템에 D라는 아이템을 추가했고 A, B, C, D 아이템의 확률을 모두 공개했다면, 새로운 아이템을 추가할 경우 해당 기업이 새로운 아이템의 게임 내 분포 비율을 어떻게 결정하는지, 기존 아이템의 분포 비율을 어떻게 조정하는지에 대한 기업 고유의 노하우 및 영업 비밀이 유출되는 결과를 낳게 된다. 이러한 측면에서 확률정보의 공개는 이용자의 알 권리를 최대한 보장하면서도 최소한의 기업 영업 비밀이 보호될 수 있도록 적절한 균형을 갖출 것을 고려하여야 한다.

(3) 확률 공개 방법

자율규제 강령이 규정한 확률 공개 방법은 크게 두 유형으로 구분된다. 첫째는 확률형아이템에서 등장하는 모든 아이템의 확률을 공개하는 것이다. 둘째는 게임 내에 존재하는 아이템의 등급별 확률을 공개하는 방법이다.

일단, 두 공개방법 모두 해당 확률을 명확한 수치로 공개할 것을 규정하고 있다. 기존 자율규제 중 문제가 되었던 방식은 일정한 확률 구간을 설정하고 해당 구간을 '매우 낮음', '낮음', '보통', '높음', '매우 높음' 등의 방법으로 명명한 뒤, 해당 아이템의 확률이 어느 구간에 속해 있는 지만을 밝히는 방식이 허용되었다면 이번 개선안은 확률정보를 직관적인 수치로 제공할 것을 강제하고 있다.

아이템의 모든 확률을 공개하는 것이 이용자의 알 권리를 우선시 한 방법이라면, 아이템의 등급별 확률 공개는 이용자에게 일정 수준 이상의 정보를 제공하면서도 기업의 영업 비밀 보호 필요성을 인정한 대안이라고 할 수 있다. 또한, 등급별 확률을 공개하는 사업자의 경우, 이용자의 관심이 높은 희귀아이템에 대한 추가적인 의무 조치를 강제함(추가 조치의 내용은 후속 장 참조)으로써 두 공개방법의 질적 수준이 전반적으로 균형을 이루도록 했다는 점이 개선된 자율 규제의 주요한 특징이라고 할 수 있다.

(4) 확률정보 공개 위치

확률정보의 제공과 관련하여 개선된 자율규제의 또 다른 특징은 확률정보를 공개하는 위치에 대한 문제이다. 기존 자율규제는 확률정보를 공개하는 위치를 게임 서비스와 관련된 곳을 폭넓게 인정하는 형태였기 때문에 확률정보를 홈페이지, 공식 카페 등에 게시하는 경우가 많았다. 이는 해당 게임에 관심을 가진 이용자가 게임을 설치하지 않고도 관련 정보를 확인할 수 있는 등의 이점도 있었으나, 실제 게임 이용자들이 게임 내에서 확률형아이템을 구매하고자 할 때 직접 게임 내에서 확률 정보를 확인할 수 없는 등 접근성에 있어 문제를 낳아왔다. 개선된 자율규제는 확률정보의 표시 위치 또는 안내를 게임 내로 강제함으로써 게임 이용자들이 필요할 경우 언제든지 관련 정보를 열람할 수 있게 했다는 특징을 가진다.

(5) 정보제공 방법 개선의 의의

확률형아이템을 둘러싼 갈등의 근본 지점은 "과연 표시된 아이템들이 나오는 것인가?" 라는 이용자의 불신에 기반을 둔다. 따라서 확률정보의 표시는 이를 해결하기 위한 가장 기초적인 이행조건이 된다.

개선 자율규제는 이러한 정보를 가장 직관적인 방식으로 게임이용자의 접근성이 높은 곳에 표시하게 함으로써 이용자 신뢰 회복을 위한 초석을 놓았다는 의의를 지닌다.

2. 희귀아이템 추가 조치의 신설

“확률형아이템 관련 주요 민원에 대한 맞춤형 조치 의무화”

“이용자 관심이 높은 희귀아이템 관련 세 가지 조치 중 선택”

“희귀아이템의 개별 확률, 출현 개수 공개 혹은 희귀아이템 보상 지급”

(1) 추가 조치의 필요성

개선 자율규제가 강제된 확률정보의 공개 방식은 이용자 알 권리라는 차원에서 일정 수준 차이를 가지고 있다고 할 수 있다. 또한 기존 자율규제 체계에서도 등급별 확률을 공개해 온 경우가 존재하고 있다는 점에서 개선 자율규제는 보다 이용자 친화적인 대안을 마련할 필요가 있었다.

(2) 추가 조치 마련 기준

추가 조치는 확률형아이템과 관련한 이용자의 민원의 주된 내용을 우선적으로 고려하였다. 한국소비자원, 콘텐츠분쟁조정위원회, 게임물관리위원회 등 게임 이용자의 주 민원접수 기관 및 국내 주요 게임사들에 인입된 CS 내역을 검토한 결과, 확률형아이템과 관련한 게임 이용자들의 주요 민원은 (1) '결제를 해도 원하는 아이템을 얻기 힘들다.' (2) '이용자의 관심이 높은 아이템의 구체적인 확률을 알고 싶다.' (3) '내가 아니더라도 이용자의 관심이 높은 아이템을 획득한 사람이 있기는 한 것인가?, 나오기는 하는 것인가?' 의 세 가지 유형의 민원이 가장 빈번한 것으로 파악되었다.

여기서 이용자의 관심이 높은 아이템이란 결국 확률형아이템에서 상대적으로 등장 확률이 낮은 희귀한 가치를 가지는 아이템이라는 점에서 자율규제 개선안에서는 희귀아이템에 대한 추가 조치를 마련하게 되었다.

다만, 이러한 추가 조치는 아이템 개별 확률을 공개한 기업에게는 적용되지 않으며, 아이템 등급별 확률을 공개한 기업에만 적용되는데, 그 이유는 후술 할 추가 조치의 구체적인 내용과 연관되어 있다.

(3) 추가 조치의 내용

추가 조치는 특정 확률형아이템에 포함된 희귀아이템을 대상으로 이행하도록 규정되어 있으며, 사업자는 세 가지 추가 조치 제안 내용 중 한 가지를 필수적으로 이행하여야 한다. 구체적인 추가 조치의 내용은 다음과 같다.

① 일정 기준 이상 구매 시 희귀아이템을 보상으로 획득할 수 있도록 함

이용자 민원 중 결제를 해도 원하는 아이템(희귀아이템)을 얻을 수 없다는 민원에 대응하여 만들어진 조치 사항이다.

이용자가 특정 확률형아이템을 일정 횟수 내지 금액 이상 구매할 경우, 기업은 해당 확률형아이템에 포함된 희귀아이템을 무료로 획득할 수 있는 방법을 제공하여야 한다.

② 희귀아이템의 확률 공개

이용자 관심이 높은 아이템에 대해 구체적인 확률을 알고 싶다는 민원에 대응하여 만들어진 조치사항으로, 기업은 확률형아이템에 포함된 개별 희귀아이템의 구체적인 확률을 공개하여야 한다.

앞선 장에서 밝힌 대로 개선 자율규제는 확률정보를 (1) 개별 아이템의 확률공개 (2) 아이템의 등급별 확률 공개라는 두 가지 방식을 채택하고 있다. 개별 아이템의 확률을 공개하는 기업의 경우, 모든 아이템의 확률이 공개된 것이므로 일부 희귀아이템의 확률 공개가 이미 이행된 것이라고 할 수 있다.

③ 희귀아이템의 출현 개수 공개

이용자 관심이 높은 아이템이 실제 나오기는 하는 것인가에 대한 민원에 대응하여 만들어진 조치사항이다.

본 추가 조치를 이행하기로 한 기업은 일정 기간 내에 출현한 희귀아이템의 개수를 이용자들에게 공지하여야 한다.

(4) 희귀아이템의 범위

개선 자율규제상 추가 조치의 핵심 개념인 희귀아이템은 '극히 낮은 확률의 아이템이거나 일반적인 방법으로 획득이 어려운 아이템'이라는 일반적인 정의 이외의 구체적인 범위를 정하고 있지 않다.

그 이유는 게임의 장르, 플랫폼 등 고유의 특징에 따라 확률형아이템의 구성 방식이 상이하여 특정한 기준을 설정할 수 없기 때문이다. 예를 들어 스포츠 장르 게임의 경우 하나의 확률형아이템에 수백 명의 선수가 포함 되어 있으며, 캐주얼 게임에서는 하나의 확률형아이템에 수 개의 아이템이 포함되어 있는 경우가 일반적이다. 이 경우 희귀아이템을 1% 미만의 확률로 규정한다면, 전자의 경우에는 단순 나누기만으로도 모든 선수가 1% 미만의 확률을 가지게 되며, 후자는 모든 아이템이 1% 이상의 확률을 가지게 된다. 전자는 수백 명의 선수 모두가 희귀아이템이 되고 후자는 희귀아이템이 없다는 결론에 이르게 되는 것이다.

하지만, 어떤 확률형아이템이라 하더라도 이용자들은 그 결과 값 중 가장 선호하는 아이템이 존재하기 마련이라는 점에서 개선 자율규제는 희귀아이템을 억지로 정의하기보다는 기업이 자체적으로 대상을 결정 하고, 그 결정 내용을 이용자에게 공지하도록 하였다. 일률적인 규제 범위를 설정하기 힘든 부분에 대해 고유 게임의 특성을 고려한 사업자의 자율 설정을 보장하면서도 그 결정 내용에 대한 공개를 강제함으로써 기업이 희귀아이템의 범위를 지정할 때 이용자의 반응을 고려할 수밖에 없도록 하였다.

(5) 추가 조치 신설의 의의

희귀아이템 관련 추가 조치는 단순한 확률정보 제공에 그치는 것이 아니라, 확률형아이템에 대한 이용자의 개선 요구 사항을 반영한 보다 적극적인 조치라는 점에서 개선 자율규제에서 중요한 의미를 지닌다.

희귀아이템의 구체적인 확률이나 출현 개수 공개를 통해 실질적인 이용자의 알 권리를 충족할 수 있으며, 일정 기준 이상 구매 시 보상 지급을 통해 실질적인 혜택이 제공될 수 있도록 조치했다.

이러한 추가 조치의 이행은 개별 기업이 자신의 서비스 특성에 맞게 선택할 수 있게 함으로써 이용자의 개선 요구 사항에 직접적인 해결방안을 제시하면서도 기업 영업활동의 자율성을 보장하였다.

3. 기획 시 금지사항 명확화

“이용자 피해 예방을 위한 확률형아이템 기획·제공 기준 마련”

“비즈니스 모델로서의 확률형아이템에 대한 준수 사항 명시”

(1) 기획 시 금지 사항의 필요성

확률형아이템은 게임 내 아이템의 분포를 결정하는 콘텐츠적 기능 이외에도 국내 온라인/모바일게임의 주요 비즈니스모델이라는 성격을 함께 지니고 있다. 게임 자체를 유료로 판매하는 PC 및 콘솔 게임과 달리 게임 이용 자체는 무료이나 게임 내 아이템 등을 유료로 판매하는 부분유료화 방식은 이용자가 게임을 선택하고 즐기는 진입장벽을 크게 낮춤으로써 게임 시장의 성장과 확대에 기여해왔다. 또한 소수의 게임만 시장에서 선택될 수 있는 유료 판매와 달리 많은 게임들이 이용자의 선택 가능성에 놓임으로써 다수 기업들이 시장에 참여할 수 있는 환경을 제공했다는 장점을 지닌다.

그러나 동시에 이러한 환경이 기업 간 경쟁을 심화시키면서 타 기업과 차별화를 추구한 확률형아이템의 제공 방식이 이용자의 피해로 이어질 수 있는 가능성이 제기되어왔다.

이러한 이용자 피해 예방을 위해 국내 게임 시장에서 주력 비즈니스모델로 활용되는 확률형아이템 제공 방식에 대한 최소한의 준수 기준 마련이 필요하다. 또한 기업에게는 확률형아이템이 비즈니스모델로 지켜야 할 일정 수준의 기준을 제시함으로써 이용자 보호 가치를 기본 전제로 확률형아이템 제공 방식에 대한 고민을 심화시킬 수 있는 환경을 마련하여야 한다.

(2) 기획 시 금지사항의 내용

확률형아이템을 제공하는 기업에게 부여된 금지사항은 구체적으로 다음과 같다.

① 이용조건이나 아이템의 내용에 대해 사실과 다른 표시를 하거나 이용자가 오인할 만한 표시의 금지

확률정보와 더불어 확률형아이템에서 등장할 수 있는 아이템의 종류, 사용방법 등은 이용자의 구매를 결정하는데 있어 중요한 정보이며, 이러한 정보는 사실에 입각하여야 하며 오해의 소지가 없도록 강제한 것이다.

기업의 입장에서는 비즈니스모델로서의 확률형아이템은 그 자체로 하나의 상품이기 때문에 이용자에게 어필할 수 있는 광고 내용을 고민하게 되며, 그 과정에서 아이템의 효능을 부풀리는 등 결과적으로 이용자와의 불신을 초래하는 사례를 낳는 경우가 있었다.

② 결과물로 유료 캐시 제공 금지

일반적으로 게임에서는 이용자가 현금으로 구매한 캐시가 아이템을 구입하는 등의 용도인 재화로 기능한다. 확률형아이템 역시 이러한 캐시를 통해 구입하게 되는데, 확률형아이템의 결과물로 구입 수단이 된 캐시를 제공하는 행위를 금지하는 것이다.

이는 현금을 통해 구입한 캐시(재화)가 확률이라는 우연적인 요소를 통해 투입한 캐시의 증감이 발생할 수 있다는 점에서 사행성을 발생시킬 수 있으며, 게임 아이템을 기획자가 의도한 비율로 게임 세계 내에 분포시킨다는 확률형아이템의 콘텐츠적 기능과도 무관한 결과를 초래하기 때문이다.

③ 결과물로 아무것도 제공하지 않는 행위 금지

확률형아이템 개봉 결과 이용자에게 아무런 아이템이 제공되지 않는 상황, 소위 말하는 "꽝"이 발생해서는 안 된다.

④ 결과물에 게임 진행을 위한 필수 아이템을 포함하는 행위 금지

필수 아이템이라 함은 게임을 플레이하는 과정에서 다음 지역 혹은 스테이지로 진행하는데 있어 반드시 필요한 아이템을 의미한다. 필수 아이템이 확률형아이템에 포함되어 있다면 이용자는 게임을 계속 진행하기 위해 해당 필수 아이템이 등장할 때까지 반복적으로 확률형아이템을 구매하여야 한다. 즉 이용자는 게임을 지속하기 위해 반강제적으로 지속적인 구매를 강요받게 되는 셈이다.

따라서 본 내용은 확률형아이템을 이용자 스스로의 필요 여부 판단에 따라 구입할 수 있도록 최소한의 장치를 마련한 것이라고 할 수 있다.

(3) 결과물의 가치 보존 조치

개선 자율규제 준수에 있어 기업이 기획 단계에서부터 고려하여야 할 사항은 확률형아이템 구입가격 대비 획득 결과물의 가치를 보존하여야 한다는 것이다.

현재의 부분유료화 방식은 아이템을 캐시를 통해 구매한다는 속성을 가지고 있다. 이러한 판매 방식에 따라 아이템은 캐시라는 척도에 따른 가치를 지니게 된다. 가령 A라는 특정 아이템이 1,000캐시에 판매되고 있다면 A 아이템은 1,000캐시라는 가치를 가진다고 판단하는 것이다. 그런데 A라는 아이템을 1,000캐시에 구입할 수 있는 상황에서 2,000캐시에 구입한 확률형아이템의 결과물로 A 아이템이 등장한다면, 이용자 입장에서는 A 아이템을 두 배의 가격을 지불하고 구입한 것이 된다.

결과물의 가치 보존 조치는 이러한 이용자 피해를 예방하기 위해 확률형아이템의 결과물로 제공되는 아이템의 가치는 확률형아이템의 구입가격과 동등하거나 그 이상이 되어야 한다는 것이다. 기업이 스스로 책정한 아이템의 가격보다 더 비싼 가격으로 아이템을 판매하는 결과를 막음으로써 이용자의 정당한 권리를 보호하고자 하였다.

따라서 본 조치는 객관적인 가치가 부여되는, 판매 가격이 확정된 아이템을 확률형아이템의 결과물로 제공하는 경우 반드시 준수하여야 한다. 또한, 캐시로 판매하지 않는 등 객관적 가치가 부여되지 않는 아이템의 경우, 해당 아이템과 기능과 속성이 유사한 아이템의 판매 가격을 참고하도록 함으로써 규범력을 확보하였다.

(4) 기획 시 금지사항의 의의

본 조치들은 기본적으로 확률형아이템의 결과물, 판매 방식 등을 통한 이용자 기만행위가 발생하지 않도록 하는데 초점을 맞추고 있다. 또한 확률정보의 공개, 추가 조치 등의 개선사항이 이용자에게 충실한 정보 및 혜택을 제공하는데 중점을 두었다면 본 조치는 비즈니스모델로서의 확률형아이템 자체에 대한 최소한의 제약과 기준을 마련했다는 점에서 중요한 의의를 지니고 있다.

즉 콘텐츠로서의 확률형아이템에 대한 정보제공 강화와 더불어 비즈니스모델로서의 확률형아이템에 대한 기준을 마련함으로써 확률형아이템의 기능과 속성을 다층적으로 고려한 자율규제가 운영될 수 있도록 한 것이다.

또한 확률형아이템으로 인한 이용자 피해를 예방할 수 있는 최소한의 장치와 근거를 마련했다는 점도 중요한 의의라고 할 수 있다.

논단

- 자율과 규제 경제학의 역사

자율과 규제 경제학의 역사

전성민
가천대학교 경영대학 교수

1. 우리나라의 게임 규제

PC, 인터넷 및 스마트폰 기술의 발전과 함께 전 세계적으로 게임이 인기를 끌고 있다. 특히 우리나라에서는 빠른 속도로 성장하여 온라인, 모바일 게임이 놀이 문화의 대표 장르가 되었다고 해도 과언이 아니다. 게임을 하게 되는 이유는 여러 이론으로 설명할 수 있겠으나 무엇보다도 짧은 시간 안에 재미를 얻을 수 있고, 적은 비용으로 현실에서 얻을 수 없는 자기 조절감을 갖게 하여 심리적, 정신적 보상을 제공한다는 설명이 유력하다.

하지만 게임의 갑작스러운 성장은 사회적으로 과몰입, 과소비에 대한 우려를 불러일으키게 되어 다양한 정부 부처에서 섣다운제를 비롯한 게임 규제를 하기 시작했다. 이러한 정부규제 강화 이후 게임산업은 크게 위축되었다. 국내 게임업계에서도 자율규제를 준비하기도 했으나 정부가 규제 권한을 사업자들에게 위임하여 자체적으로 규제하는 자율규제 경험이 부족한 실정이다.

반면 미국과 영연방에서 자율규제는 국가 운영의 중요 요소로서 오랜 기간 사업자 및 민간영역들이 자발적으로 다양한 영역에서 규제들을 조직하고 관리하는 형태에 이르기까지 다양하게 존재해왔다. 그렇다면 자유 시장이 정부의 규제보다 자본주의 경제에 근간을 이루며 시장이 자율 조절을 한다는 주장과 시장의 실패는 발생하기 때문에 정부의 규제가 필요하다는 주장 중 어느 쪽이 더 맞는 말일까? 본고에서는 경제학사적인 관점에서 시장의 자율과 정부의 규제와 관련된 오랜 논쟁에 대하여 검토해보고 현재의 우리나라 게임 산업의 자율규제에 대한 시사점을 논의해 보고자 한다.

2. 스미스¹ vs. 마르크스²

경제학의 아버지로 잘 알려진 아담 스미스는 자본주의와 자유무역의 기초 이론을 만들었다. 당대 최고 대학이었던 글래스고 대학의 도덕 철학 교수를 하던 스미스는 교수직을 사임하고 타운젠트 공작의 장남의 개인 교사가 되어 여행을 같이 다니면서 전문을 넓혀주었다. 2년에 걸쳐 프랑스 등지를 여행한 후 국부론이라는 책을 내었다. 국부론에서는 정부는 민간의 경제활동에 간섭해서는 안 된다고 하였으며, 각자 개인의 이익을 추구하면 시장의 '보이지 않는 손'이 작동하여 국가의 경제 발전이 보다 많이 이뤄진다고 주장했다.

"우리가 저녁 식사를 기대할 수 있는 것은 정육점 주인과 양조장 주인, 그리고 빵집 주인의 자비심 때문이 아니라 그들 이기심에 대한 그들의 고려 때문이다." 라고 묘사된 개인의 이기심과 분업이 시장에 의해 조화되어 사회적 부를 증진한다고 보았다.

정부의 여러 규제에 반발하던 영국 자본가들은 스미스의 자유방임(laissez-faire) 주의를 적극 옹호하였다. 당시의 자본가들은 스미스의 연구를 정부 규제를 철폐해야 한다는 논리로 활용하였다. 하지만 스미스의 주장은 정부가 도제법이나 길드의 경쟁 제한 등을 통해 특정 집단의 이익을 옹호하면 안 되며 경제적 기득권층의 카르텔을 만들어 정부 규제를 이용하는 것을 막아야 한다는 차원에서 시장의 기능을 강조한 것이었다. 그는 부자들을 옹호하거나 변론 하지도 않았으며 오히려 국가의 부라는 관점에서 일반 소비자와 노동의 가치를 매우 높게 보았다. 게다가 당시에는 정부의 개입과 규제가 시장의 작동을 막으며 경쟁이 이뤄지지 않도록 상황을 악화시키는 경우가 더 많았다. 마침 18세기 산업혁명과 함께 영국을 비롯한 유럽 경제가 급격하게 성장하며 스미스는 자본주의, 시장주의 이론의 선구자로 추대되었다.

1 아담 스미스(Adam Smith, 1723 ~ 1790)

2 칼 마르크스(Karl Marx, 1818 ~ 1883)

마르크스는 독일(당시 프로이센) 서부 지역에서 태어나 자랐다. 프랑스와 가까웠던 이 지역은 산업화, 근대화가 빨리 진행되었는데 그가 나중에 자본주의의 문제점을 지적했던 것을 생각해보면 어릴 적 경험이 반영된 것일 거라 추측할 수 있다. 독일에서 철학박사를 받은 마르크스는 신문편집장으로 일하면서 러시아 정부에 비판적 기사를 많이 다루었다. 프로이센 정부는 러시아 눈치를 보아 그가 일하던 신문은 폐간되어 실업자가 되었다. 혁명을 꿈꾸던 마르크스는 프랑스와 벨기에를 거치며 공산당 선언을 저술했다.

그 후 미국 뉴욕 데일리 트리뷴 신문의 런던 특파원으로 일하면서 생계를 꾸려나갔고, 미국에도 이름을 알렸다. 하루 10시간 이상 대영도서관에 틀어박혀 영국의 정치, 경제적 현실을 끊임없이 연구한 끝에 자본론을 집필하였다. 노동자가 만들어내는 상품은 노동시간을 투입하여 만들어지고 이 노동시간은 상품 그 자체를 위해 필요한 필요 시간과 자본가들을 위한 잉여시간으로 구성되는데 이 잉여시간이 자본가들에게 이윤을 남긴다고 주장하였다. 이로 말미암아 자본주의에서는 자본회전을 통해 노동자들과 자본가들의 빈부격차가 벌어질 수밖에 없다고 했다. 이런 자본 축적을 통해 자본이 증식하고 자본의 무정부성 때문에 공황이 일어난다고 보았다. 그는 자본주의 내의 적대적인 계급 사이의 갈등이 격심해지며, 사회 혁명을 통해 계급, 국가가 사라지고 능력에 따른 개인에서 필요에 따른 개인으로의 원칙과 공동소유 원칙 위에 세워진 공산주의로 전환될 것이라 주장하였다.

3. 케인즈³ vs. 하이에크⁴

산업혁명 이후 성장과 번영을 누리오던 유럽 경제는 세계대전을 맞게 된다. 전쟁을 겪으며 경제학의 당시 두 거장 케인즈와 하이에크는 전혀 다른 경험을 한다. 공무원 경험을 가진 엘리트 케인즈는 시장 실패로 말미암아 세계대전이 일어났다고 생각했고 오스트리아 학파인 하이에크는 1차 대전 후 발생한 하이퍼-인플레이션을 경험하면서 물가 상승에 극도로 예민했으며 정부 개입을 최악으로 보았다.

케인즈는 확률론, 화폐개혁론 등을 발간하며 이론을 정립시켜 나갔다. 케인즈는 시장에서 가격을 통해 자동으로 수급 조정이 이뤄지지 않는 경우가 있으며, 세계 대공황이 그런 경우에 해당한다고 주장했다. 그는 물가나 임금 등이 경직적이며 시장에 부정적인 전망이 팽배하여 금융이 작동하지 않는 것을 대공황의 요인으로 제시했다. 이를 해결하기 위해 그는 정부 재정의 확대를 주장했다. 하이에크를 비롯한 오스트리아 학파는 수급 차이가 단기적으로는 존재할 수 있지만, 장기적으로는 시장에 의해 자동으로 사라질 것이라고 보았다. 케인즈는 다음과 같이 반박하였다.

"장기적인 관점은 현재 사안을 호도한다. 장기적으로 우리는 모두 죽는다 (The long run is a misleading guide to current affairs-in the long run we are all dead.)"

3 존 메이너드 케인즈 (John Maynard Keynes, 1883 ~ 1946)

4 프리드리히 하이에크(Friedrich Hayek, 1899 ~ 1992)

케인즈의 이론은 공급이 수요보다 많아지면 정부가 개입하여 수요를 창출 시켜 해결하라는 것이다. 케인즈는 빈 병을 땅에 묻고 정부가 사람을 고용해 빈병을 다시 파내서라도 수요를 창출해내야 한다고 주장했다. 케인즈는 정부가 적극적으로 고용과 지출을 확대하여 실업 문제에 대응해야 한다고 했다. 케인즈는 다소의 물가 상승은 큰 문제가 아니며, 실업자들을 우선적으로 구제해야 한다고 주장했다. 그의 이러한 주장은 후에 '일반 이론'으로 정리되어 출판되며 거시경제학의 토대가 된다.

특히 대공황은 케인즈의 손을 들어주는 결정적 계기가 됐다. 더욱이 미국의 루스벨트 대통령이 시행한 뉴딜 정책도 케인즈의 이론이 현실적으로 맞다는 것을 증명하였다. 케인즈 이론에 기초한 적극적인 재정 정책에 힘입어 미국은 대공황을 극복하였다. 케인즈가 경기침체의 요인을 총수요 부족으로 본 데 비해 하이에크는 과도한 신용팽창으로 인한 과잉투자를 원인으로 보았다. 같은 현상에 대해서도 관점이 달라 케인즈는 적극적인 재정정책으로 부족한 총수요를 보충해야 한다고 주장했지만, 하이에크는 과잉투자가 시장에 의해 자연스럽게 조정되도록 놔둬야 한다고 했다.

유럽에서 전쟁이 지속되던 1930년대, 런던정경대학에서 케인즈를 비판하던 하이에크의 입지는 좁아졌고 케인즈는 그를 위해 케임브리지에 피난처를 제공했다. 그는 노예의 길(The Road to Serfdom)을 출판했다. 경제적인 집산주의적 계획은 정치적인 자유도 잃게 만들게 된다는 내용의 이 책은 전후 영국 노동당 하에서 하이에크를 시대착오적인 시장 옹호 학자로 만들어 버렸다. 그는 경제학계의 주류에서 멀어지며 1950년에 시카고 대학으로 갔다.

1970년대 오일 쇼크가 일어나고 인플레이션과 실직, 경기 후퇴가 동시에 나타나는 스태그플레이션이 생겨나면서 하이에크의 연구가 재조명을 받았다. 재정정책은 줄어들고 레이건과 대처의 시대에 민영화를 통한 시장주의 회복은 시대정신이 되었다. 다수의 국영기업이 민영화됐고, 통화량도 줄었다. 시카고 대학의 프리드먼을 비롯한 통화주의자들이 하이에크 대열에 합류했다. 대처 총리는 영국 하원에서 하이에크야말로 우리가 나가야 할 길이라고 선언까지 하였다. 특히 소련을 비롯한 공산권이 무너질 때의 하이에크의 영예는 굉장했다. 1974년 하이에크는 노벨상을 받았다.

4. 슈페터⁵

오스트리아 재무장관 출신의 미국 경제학자 슈페터는 자본주의 발전의 원동력이 어디에서 나오는가에 대한 연구를 하였다. 슈페터는 젊은 시절 독일과 오스트리아가 빠르게 성장하고 국민들의 생활수준이 개선되는 모습을 보았다. 슈페터는 경제 발전의 배경에 사유재산권을 근간으로 하는 자본주의가 있다고 보았다. 특히, 경제 발전의 원동력은 경제 밖으로부터 오는 게 아니라 경제 내부에 있는 '기업가(Entrepreneur)' 들이라고 주장했다. 기업가들은 신상품, 신기술 등 혁신을 능동적으로 수행하는 주체다. 기업가는 열린 마음, 리더십, 통찰력 등 엘리트적 자질을 가지고 있다.

하버드 대학교수가 된 슈페터는 정치가 발전의 동력을 침해하고 변화를 가로막는 것, 혁신을 거역하는 것, 기업가 정신에 피해를 주는 것이라고 보았다. 기업가의 혁신으로 이윤이 생기면 경쟁 기업들은 모방을 하면서 추격하여 경제 붐이 생긴다. 경쟁이 심화되면서 가격과 이윤이 떨어져 불경기가 등장하고 다시 새로운 붐이 시작된다는 경기순환론을 주장했다. 따라서 창조적 혁신을 거듭하는 과정에서 경제 위기는 일시적이며 자연스러운 현상이라고 슈페터는 설명했다.

슈페터는 경기 침체 극복 및 지속적인 경제 성장을 위해서는 공급 확대를 해야 한다는 인식을 가지고 있었다. 규제가 적고 정부 지출이 적을수록, 즉 경제적 자유가 많을수록 경제성장이 높다는 견해를 피력했다. 그의 저작 '자본주의, 사회주의, 민주주의'에서 그는 기업가의 혁신으로 자본주의가 눈부신 성공을 거두게 되지만 그 성공으로 말미암아 자본주의는 몰락하고 궁극적으로 사회주의가 도래한다고 주장했다.

5 조지프 슈페터(Joseph Alois Schumpeter, 1883 ~ 1950)

5. 자율규제에의 시사점

일반적으로 자율규제의 집행 방식은 규제 대상이 되는 업계가 조합을 결성하고 이를 통해 스스로가 지켜야 할 기준을 제정하는 동시에 기준을 위반하는 행위를 스스로 점검하는 방식으로 실행된다. 자율규제는 사업자들이 자율적으로 정하거나 사업자들과 정부와의 협의를 통해 규제안이 마련되기 때문에, 사업자와 관련 전문가의 전문성을 활용하여 효과적인 규제 안을 도출할 수 있다는 점이 장점이다. 그렇기 때문에 혁신적이며 전문적인 게임 산업에서 사업자와 정부가 효과적인 규제 내용을 구성할 수 있다고 볼 수 있다.

또한 자율규제의 사업자 참여를 통해 기준이 결정됨에 따라 피규제자인 사업자들이 자발적으로 참여하게 되어 효율적인 규제를 구현할 수 있다. 한편 규제의 비용 측면에서도 시장의 실패가 발생한 상황이 아니라면 경제적인 규제 체제를 갖출 수 있다. 이는 시장의 효율성에 기초한 것이라 이해할 수 있다.

자율규제는 사업자들이 자율적으로 규칙을 만들 수 있으므로 정부의 직접 규제에 비해 규제 내용 및 절차가 훨씬 더 유연하게 운영되어 시장 변화에 신속히 대응할 수 있다. 이러한 점은 빠르게 변화하는 온라인, 모바일 게임산업 변화에 빨리 적응할 수 있다는 장점으로 연결될 수 있다.

자율규제라는 틀은 사업자들과 정부가 공공을 대표하여 맺는 암묵적 계약이기도 하며 동시에 일종의 협상이다. 이러한 계약은 정부가 사업자들에게 자주성을 부여하여 자체적인 규제 권한을 부여하고 사업자들은 공공에 대하여 책임을 지는 것이다. 자주성의 특권은 반드시 의무 이행, 약속 이행이 동반되어야 의미가 있다. 오랜 경제학사적인 시장과 정부의 역할과 관련된 논쟁에서 보았듯이 우리나라 경제가 민간 중심의 경제, 게임과 같은 혁신적 산업의 발전을 위해서는 민간의 자주성을 보장하는 자율규제의 정착이야말로 더없이 중요한 시도라고 볼 수 있다. 이것이야말로 정부, 사업자, 소비자 및 시민단체, 전문가들이 게임산업 분야에서 노력하고 있는 자율규제 제도 정착에 주목해야 할 이유이다.

평가위원회 결정 리뷰

- 분수 및 함수 표기를 허용하는 결정에 대한 리뷰

분수 및 함수 표기를 허용하는 결정에 대한 리뷰

이정훈
중앙대학교 법학전문대학원 교수

1. 심의 결정의 주요 내용

2017. 5. 10. 확률형아이템에 관한 정보제공을 목적으로 제정된 (사)한국게임산업협회의 건강한 게임 문화 조성을 위한 자율규제 강령 시행세칙 제7조에서는 '캡슐형 유료 아이템의 표시 의무'라는 제명하에 아이템에 대한 명칭, 등급 등을 표시하고, 캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성 비율을 백분율로 표시하도록 하였다. 그런데, 특정 게임물의 특성상 본인이 보유한 아이템 개수에 따라 해당 아이템을 제외한 나머지 미소지 아이템을 획득할 수 있는 구조로 이루어진 게임의 경우 개별 확률 및 구간 확률 공개가 불가능한 사례가 존재함에 따라 이를 해결하기 위하여 평가위원회의 심의를 거쳐 2017. 8. 18. 시행세칙을 개정하였다. 개정의 내용은 다음과 같다.

제7조(캡슐형 유료 아이템의 표시 의무) ① 강령 제5조 제1항 제1호에 따른 “아이템의 명칭, 등급” 표시는 다음 각 호의 기준을 따른다.

1. 게임 내에서 아이템들의 명칭, 등급이 구분되어 있는 경우, 해당 내용을 표시
2. 게임 내 아이템들의 등급이 구분되어 있지 않는 경우, 캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성비율 순으로 등급을 구분하여 표시

② 강령 제5조 제1항 제3호에 따른 “캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성비율”은 백분율로 표시함을 원칙으로 한다. 단, 평가위원회에서 승인하는 경우에는 분수 또는 함수 등 다른 방법으로 표시할 수 있다.

③ 강령 제5조 제2항에 따른 “게임 내 등에 안내”는 다음을 각 호 중 어느 하나에 해당하는 방법으로 한다.

1. 캡슐형 유료 아이템 관련 정보의 게임 내 공개
2. 캡슐형 유료 아이템 관련 정보 공개 페이지에 대한 링크버튼을 게임 내 제공
3. 캡슐형 유료 아이템 관련 정보의 열람방법을 게임 내 안내(공지)

이에 따라 제5차 평가위원회에서는 확률형아이템 구성 비율 표기 방식과 관련하여 심의를 요청한 라이엇 게임즈 '리그 오브 레전드'의 함수 표기 사례를 심의한 결과, 해당 게임의 확률형아이템의 경우 1) 게임의 능력치나 밸런스에 영향을 주지 않는 아이템의 구성 비율에 관한 사항이고, 2) 본인이 보유한 아이템을 제외한 나머지 아이템을 획득할 수 있는 확률을 표시하고자 하는 것이어서 고정적인 수치로 표시할 수 없으며, 3) 함수로 표기하는 방식이 캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성 비율을 이용자에게 더 정확하게 전달하는 방법일 뿐만 아니라 다른 방법으로 마땅히 표시할 수단이 없으므로, 건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령 시행세칙 제7조 제2항에 따라 함수 표기를 승인하기로 하는 결정을 내렸다.

이후 2017. 9. 18. 개최된 제6차 평가위원회에서는 컴투스 서머너즈워, MLB 9 Innings 17의 경우, 1) 소비자 정보제공 측면에서 이용자 혼란을 야기하는 등 부정적 영향이 없고, 2) 분수 및 함수로 표기하는 방식이 캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성 비율을 이용자에게 더 정확하게 전달하는 방법이므로, 건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령 시행세칙 제7조 제2항에 따라 분수 및 함수 표기를 승인하기로 하는 결정을 내렸다.

2. 심의 결정에 대한 의의

건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령은 2017. 2. 15. 제정된 것으로서 (사)한국게임산업협회의 모든 회원사 및 이 강령에 동참 의사를 표현한 게임물 관련 사업자에게 준수 의무를 부과하는 것이다. 강령의 목적은 게임물 이용자의 합리적 소비를 위하여 참여사가 준수하여야 할 사항 및 이용자에게 제공하여야 할 정보의 내용과 전달 방식 등 자율규제의 내용을 규정함으로써 건강한 게임문화 조성에 이바지함을 목적으로 한다(강령 제1조). 이에 따라 제2조에서는 캡슐형 유료 아이템을 "이용자가 유료 구매 후, 우연성에 의해서 그 내용물이 제공되는 아이템"이라고 정의하고 제5조에서 캡슐형 유료 아이템의 표시 등에 관한 구체적 사항을 규정해 놓고 있다. 그 표시 내용은 [별표 1]에 따라 등급별 합산 혹은 등급별 최소-최대 구성 비율로 공개하고 아이템 별로 구성 비율을 정하도록 하였다. 그리고 제10조에 의하여 필요한 구체적 사항은 시행세칙에 정하고 있는데, 본 심의결정은 시행세칙의 개정을 통해 백분율로 표기하던 방식에 더하여 분수 및 합수표기 등 다른 방식으로 표시하여 공개할 수 있으며, 이에 따라 심의의 대상이 된 라이엇 게임즈, 컴투스의 사례를 개정된 시행세칙에 따라 허용한 것으로 볼 수 있다.

캡슐형 유료 아이템의 구성 비율에 대한 표시는 게임 이용자가 해당 아이템의 유료 구매 시 매우 중요한 정보에 해당하고, 자칫 이에 대한 표시의 정확성 여부에 대한 시비는 게임 서비스의 신뢰성과 안정성, 향후 수익성 모두에 심각한 영향을 미치는 요소가 된다. 따라서 강령에 따라 마련된 "백분율" 표시 기준은 일반적으로 게임 이용자가 쉽게 판단할 수 있는 표기 방법으로 이해될 수 있고 해당 아이템 구매 시 절대적 기준으로 작용할 수 있을 것이란 평가에 따라 마련된 것이다. 하지만 게임물의 특성상 모든 게임물의 아이템을 이러한 백분율 표시를 하는 것이 불가능한 경우 다른 대체 방법을 통하여 이용자에게 정확한 정보를 제시할 필요성도 있을 것이다. 위 심의과정에서 보듯이 라이엇 게임즈나 컴투스의 게임에서 이러한 백분율 표시가 가지는 한계를 극복할 필요성이 제기되었고, 이에 따라 평가위원회는 시행세칙을 개정하여 백분율 표시 이외에도 분수 표기나 합수 표기를 허용할 수 있는 결정을 하게 된 것이다.

이러한 시행세칙의 개정을 함에 있어서 판단의 기준은 크게 3가지로 나누어 볼 수 있다.

첫째, 해당 아이템이 게임의 능력치나 밸런스에 영향을 주지 않는 것이어야 한다.

둘째, 본인이 보유한 아이템을 제외한 나머지 아이템을 획득할 수 있는 확률을 표시하고자 하는 것이어서 고정적인 수치로 표시할 수 없는 것이어야 한다.

셋째, 분수 및 합수로 표기하는 방식이 캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성 비율을 이용자에게 더 정확하게 전달하는 방법에 해당한다.

첫째 기준의 경우 해당 아이템이 게임의 능력치나 밸런스에 영향을 주지 않는 것이어야 한다는 것은 해당 아이템의 구성 비율을 표시할 때 게임 이용자에게 아이템 구매에 대한 불확정적인 기대 가치 즉 우연성 내지 사행적 소비심리를 자극하는 표시가 이루어지면 안 된다는 것을 의미한다. 둘째 기준은 특정 게임의 경우 아이템의 구성비율이 처음부터 확정된 것이 아니라 본인이 보유한 아이템에 따라 유동적일 수 있는 것이어서 단순 백분율 표시로는 정확한 정보제공이라고 볼 수 없는 경우에 해당하는 경우이다. 셋째 기준은 결과적으로 백분율 표시 이외의 방법으로 게임이용자에게 해당 캡슐형 아이템의 구성 비율을 정확하게 전달할 수 있는 방안이 있다면 이러한 대체 표시 방법을 허용할 수 있다는 것을 의미한다.

몇 차례의 평가위원회의 심의 결정을 살펴본 결과, 위와 같은 심의 결정의 의미는 명백하다 할 것이다. 즉 캡슐형 유료 아이템의 구성 비율의 표시와 공개는 게임이용자에게 '정확한 정보' 를 제공함으로써 이에 따라 게임 이용자는 해당 아이템을 구매할 수 있도록 하여야 한다는 것이다. 이에 따라 캡슐형 유료 아이템의 내용에 대해서 사실과 다른 표시나 이용자가 오인할 만한 표시를 하는 경우에는 자율규제 강령에 위배하는 행위를 하는 것이므로, 단순 백분율 표시를 하였다든 사실만으로는 부족하고 게임의 특성을 고려하여 게임이용자의 관점에서 정확한 정보제공으로 볼 수 있는 방법 등에 관하여 다양한 방식으로 구성 비율을 표시하고 공개하는 방안에 대하여 고민하여야 한다는 것을 의미한다. 이러한 의미에서 본 시행세칙에 의하여 추가된 분수 및 함수 표기는 확률형아이템의 구성비율에 대한 정확한 정보제공을 위한 한 예시에 불과하다. 경우에 따라 백분율 표기와 병기하여 분수 및 함수 표기를 할 수도 있을 것이며, 해당 아이템을 구매한 이후에도 구성 비율의 변화가 필요할 경우 업데이트를 통한 지속적인 표기 방식의 다양화 방안 등이 고려될 수 있을 것으로 본다. 게임의 등급에 따라 이용자에게 적합한 정보제공방식 예컨대 그림 설명을 통하여 구성 비율을 설명한다든가, 게임 내의 일정한 장소에서 얻게 되는 실시간 구성비율의 공개 등 게임의 구현 환경에 따라라도 구성 비율을 표시할 수 있는 방법 등도 고려할 수 있을 것이다.

3. 평가

캡슐형 유료 아이템의 구성 비율 표시와 공개에 대한 논의는 게임이용자의 과소비, 사행성 조장 등 다양한 이슈들과 결부되어 있는 문제로서, 이미 국회나 정부 등이 이에 대한 규제를 강화하려는 움직임이 있다. 이에 (사)한국게임산업협회는 회원사를 중심으로 자율규제 강령 및 시행세칙을 마련하여 게임이용자들에게 해당 아이템의 정확한 정보를 제공함으로써 건전한 게임이용환경을 조성하려고 노력하고 있다.

본 사안들에 대한 평가위원회의 심의 결정은 게임이용자들이 게임 이용에 함에 있어서 백분율 표시라는 형식적 표기만으로는 충분하지 않은 경우 다른 다양한 정보제공 방식을 허용함으로써 게임이용자 보호에 만전을 기하려는 것으로 평가할 수 있을 것이다. 이는 단순 법적 규제가 가지는 형식성, 시간적 경직성 등의 약점을 자율규제를 통해 탄력적으로 운영함으로써 해결할 수 있다는 중요한 시사점을 제공한다.

칼럼

- 확률형아이템 규제 관련 입법적 논의동향과 과제
- '사행성' 논란 탈피의 성장통이 될 수 있을까?
 - 강화된 확률형아이템 '자율규제'
- 사업자가 바라보는 확률형아이템 자율규제

확률형아이템 규제 관련 입법적 논의동향과 과제

김유향
국회입법조사처 과학방송통신팀장

1. 논의의 배경과 현황

최근 유럽과 미국을 중심으로 게임 내에 현금결제를 유도한 뒤 상자에서 특정 아이템을 확률로 뽑는 '루트박스' 즉 확률형아이템 게임을 둘러싸고 규제 논의가 확산되고 있다. 확률형아이템을 둘러싼 논쟁은 최근 수년간 게임 분야에서 진행된 가장 분열적이고 격렬한 논쟁 중 하나로 보인다.¹

확률형아이템이란 게임머니 또는 게임포인트의 소모를 대가로 다양한 아이템을 확률에 따라 랜덤으로 제공하는 아이템이다. 즉 게임 이용자가 현금 결제를 통해 원하는 아이템을 바로 획득할 수 없고 특정 확률에 따라 아이템이 무작위로 결정되는 것으로, 흔히 뽑기, 가차, 랜덤박스, 루트박스(lootbox) 등으로 불리고 있다. 확률형아이템은 온라인게임의 과금 모델 진화 과정에서 등장했으며, 이용자 간 경쟁을 내용으로 하는 PC 온라인게임 및 모바일게임 대부분이 채택하고 있는 주력 비즈니스 모델로 활용되고 있다.

확률형아이템을 둘러싼 최근의 논란이 주목받고 있는 이유는 단순히 게임업체와 이용자들 커뮤니티를 벗어나 많은 국가의 규제 기관의 관심사 중 하나가 되었고, 또 의회에서의 입법 논의로까지 이어지고 있기 때문이다. 물론 확률형아이템을 둘러싼 논란은 이번이 처음은 아니며 확률형아이템 게임이 본격적으로 인기를 끌면서부터 제기되어 온 것이다. 국내에서도 제19대 국회에서 규제 법안이 발의되기도 하였으나 정부와 게임업체가 적극적으로 자율규제를 실시하면서 임기 만료 폐기된 바 있다.

확률형아이템이 최근 다시 이슈로 부상하게 된 것은 다음과 같은 국내외적 배경에서 기인한다. 국내적으로는 2015년 7월 이래 실시되고 있는 자율규제가 기대에 미치지 못하다는 지적이 국회에서 이루어지고, 게임 이용자 불만 등이 제기되기 시작했고,² 국외에서는 중국의 규제 입법 이후 영국과 벨기에에서의 규제 논의 그리고 미국에서 2017년 11월 스타워즈 베틀프론트(Star Wars Battlefront) II의 공개 이후 루트박스에 대한 게임이용자들의 비판과 입법 관련 논의가 제기되면서부터이다.

1 Katherine Cross, 'How the legal battle around loot boxes will change video games forever', Verge Dec 19, 2017

2 문화체육관광부의 '확률형아이템 자율규제 시행 현황' 자료에 따르면, 자율규제 준수율은 2015년 12월 93%에서 2016년 5월에는 88%로 줄어들었으며, 공개 방식으로는 17%만이 '게임 내'에 확률을 공개하였으며 나머지 83%의 게임들은 찾기 어려운 '대표 페이지' 공개 방식을 선택하였고, 대상 게임 중 대부분이 '아이템별 확률'을 정확히 기재하는 것이 아니라 '확률 구간'을 공개하는 방식을 채택한 것으로 나타났다.

2. 확률형아이템 관련 해외 동향

논란에도 불구하고 확률형아이템 게임에 대해 법률로 규제하고 있는 국가는 찾아보기 어려우며, 많은 국가에서는 제기되는 문제들에 대해 자율규제로 대응해왔다. 확률형아이템에 대해 자율규제를 실시하고 있는 대표적 국가는 일본이며, 2012년부터 루트박스의 확률을 공개하는 것을 주요 내용으로 하는 「랜덤형 아이템 제공 방식에 있어서 표시 및 운영 가이드라인」을 운영하고 있다.³

가장 먼저 규제입법을 시도한 곳은 중국으로서 확률형아이템의 확률 공개를 법으로 강제하고 있다. 2017년 5월부터 시행된 「온라인 게임 운영 규제 및 사후 감독 강화에 관한 고시」에 따르면 게임사는 확률형아이템의 성능과 내용, 수량 및 구성 확률, 그리고 사용자가 확률형아이템을 사용한 결과를 공시하며 게임사는 확률형아이템에 대한 기록을 90일간 보관해야 한다.

미국에서는 2017년 11월 스타워즈 베틀프론트 II가 공개되면서 게임이용자들 사이에서 논란이 야기되었다. 주목받는 신작이었던 베틀프론트 II는 게임 내 다양한 소액결제 옵션과 랜덤 박스, 소액결제 조기에 해금 가능한 옵션을 대거 채용하면서 이용자들부터 게임 밸런싱 붕괴와 사행성이 과도하다는 비판을 받았고 그 결과 미국의 소셜뉴스 웹사이트인 레딧(Raddit) 역사상 가장 낮은 평가인 1일 약 28만 건의 다운 보트를 받았다.⁴

이와 관련하여 2017년 11월 21일 하와이주 크리스 리(Chris Lee) 의원이 루트박스를 사용하는 게임은 카지노와 유사하며 법률로 규제해야 한다고 주장하면서 규제 도입을 둘러싼 논란이 촉발되었다. 그러나 미국에서 확률형아이템에 대한 논의가 법적 규제로까지는 이어지지 않고 있으며, 실제 게임물 등급 심 의체인 오락 소프트웨어 등급 위원회(Entertainment Software Rating Board, ESRB)는 루트박스를 도 박으로 판단하지 않는다고 언급한 바 있다.⁵

영국의 경우 갬블링위원회(Gambling Commission)가 루트박스를 다른 복권과 같이 규제하도록 요구 하고, 관련 탄원서가 제출되면서⁶ 의회에서도 논의가 이루어졌지만 도박으로는 분류하지는 않았다.⁷ 벨기에에서도 2017년 11월 스타워즈 베틀프론트 II 이외에 블리자드(Blizzard Entertainment)가 제공 하는 '오버 워치'의 루트박스가 온라인 카지노에 해당하는지에 대해 조사가 이루어졌으며, 게임위원회 (Gaming Commission)가 유럽연합 전체 차원의 규제를 포함해서 검토한 것으로 알려지고 있다.

3 日本オンラインゲーム協会, 「ランダム型アイテム提供方式における表示および運営ガイドライン」 2012. 8. 2

4 이에 따라 게임 공급사인 Electronic Arts는 스타워즈 베틀프론트 II의 발매에 맞춰 게임 내 과금 요소를 일시적으로 게임에서 정지시켰다.

5 Kellen Beck, 'ESRB says video game loot boxes don't qualify as 'gambling,' despite similarities', Mashable, OCT 13, 2017.

6 영국정부가 운영하는 온라인 민원 사이트 페티션(Petitions)에 '어린과 청소년을 대상으로 하는 비디오 게임 등에 도박 성향 콘텐츠를 도박법으로 규제해달라'는 청원에 1만 5천 명 이상이 서명하였다. UK Government and Parliament Petition: 'Adapt gambling laws to include gambling in video games which targets children' <<https://petition.parliament.uk/petitions/201300>>

7 Gambling Commission, 'Virtual currencies, eSports and social casino gaming - position paper', Mar 2017

세계적으로 루트박스에 대한 규제 움직임에 호응하여 업계 차원에서는 모바일 양대 플랫폼 중 하나인 애플이 지난해 12월 21일, '확률형아이템 확률 공개 의무화' 등의 내용이 담긴 새로운 '앱스토어 심사 가이드라인'을 공개하였다. 이는 플랫폼으로서는 최초의 확률형아이템 규제 시도로서 앱스토어라는 판매플랫폼을 운영하는 애플에서 확률 공개가 의무화되면 업계 단체보다 더 큰 영향력을 가질 수 있을 것으로 예상된다.⁸

3. 한국에서의 입법적 논의동향

업계의 자율규제 실시에도 불구하고 확률형아이템 규제와 관련 논의가 재점화한 것은 지난해 10월 국정감사에서 확률형아이템에 대한 의원들의 지적이 이어지면서부터이다. 20대 국회 들어서면서 확률형아이템 규제 법안도 노웅래 의원(2016. 7. 4), 정우택 의원(2016. 7. 4), 그리고 이원욱 의원이 대표 발의한 「게임산업진흥에 관한 법률 일부개정법률안」이 3건 발의되어 있다. 이 법안들은 입법목적에서 업계의 자율규제가 실효성을 갖지 못하고 있으므로, 확률형아이템에 대한 정보, 예를 들어 구간별 아이템이 아닌 각각의 아이템의 획득 확률과 같은 정보를 게임 이용자에게 정확하게 제공하도록 의무를 부여함으로써 이용자와 제작사 사이의 정보 비대칭 현상을 일정 부분 해소하고 게임물에 대한 지나친 과소비를 막고자 하는 것이라 밝히고 있다.

이들 법안에 대해 2016년 11월 국회 교육문화체육관광위원회의 검토 보고서에서는 개정안의 입법 목적은 정당하지만, 확률형아이템을 사행성 게임물로 보기 어려우며, 방법의 적절성 측면에서 아이템의 획득 확률 공개가 사행성 조장 방지의 적절한 수단은 아님을 지적한 바 있다. 또한 보고서에서는 자율규제로 아이템의 정확한 정보공개가 가능하다면 법률로 의무를 부과하기보다 자율규제에 맡기는 것이 침해의 최소성 원칙에 부합하며, 나아가 이 법률이 국내외 게임 기업의 역차별을 야기해 국내 게임산업 전체에 피해를 줄 수 있으므로 자율규제를 통한 개선이 바람직하다고 조언하고 있다.⁹

이후 2017년 2월 20일 법안심사소위원회에서 확률형아이템 관련 개정안을 제외함으로써 한동안은 관련 논의가 국회에서 진행되지 않았다. 그 배경에는 관련 업계의 자율규제 실시와 비교적 높은 준수율 등에 대한 고려도 있었지만, 「청소년보호법」 상의 강제적 섯다운제로 인한 국내 게임업계의 위축에 대해 국회 내외에서 많은 문제 제기가 이루어지면서 게임 규제에 대한 우려가 컸던 것도 작용하였다.

국내 업계에서는 해외 게임사들이 적극적으로 자율규제에 동참하지 않고 있기 때문에 이를 준수하는 국내 업체와의 역차별이 발생할 수 있고, 확률형아이템의 확률을 자세히 공개하는 것은 영업 비밀의 침해이며, 수익률의 약화로 이어져 국내 게임업계 전반의 위축을 가져올 것이라 주장하고 있다.

8 'Apple changes rules on app 'loot boxes'', BBC, Dec 22, 2017. BBC, Dec 22, 2017.

9 교육문화체육관광위원회, 「게임산업진흥에 관한 법률 일부개정 법률안 (노웅래 의원 대표 발의, 정우택 의원 대표 발의) 검토보고」, 2016. 11.

그러나 최근 국내외적으로 확률형아이템 규제를 둘러싼 논의의 지형이 크게 변화하고 있어 관련 입법안을 둘러싼 국회에서의 논의가 다시 제기될 가능성도 크다. 국내적으로는 지난 국감에서 확률형아이템이 도박에 가깝다는 의원들의 지적에 대해 담당기관인 게임물관리위원회 위원장도 도박성 짙은 확률형아이템 방식에 대한 제재를 주장하면서 자율규제의 한계를 지적하였다. 또한 청와대 국민청원 홈페이지에서는 약 26건의 확률형아이템 관련 청원이 올라와 있다. 청원 중 모바일 게임 결제한도를 제한해야 한다는 글에는 330명이 참여하였는데, 현재 온라인 결제한도를 '50만 원'으로 제한하는 법률안 발의도 검토하고 있는 것으로 알려지고 있다.¹⁰ 확률형아이템에 대한 규제 논의가 국회에서 다시 제기 되게 된 것은 현재 업계 단체를 중심으로 실시하고 있는 자율규제에 한계가 있다는 이용자 및 규제당국의 인식에 기반을 둔다.

확률형아이템 게임이 등장하기 시작하였던 몇 년전과 달리 이제 확률형아이템 게임은 게임업계의 주력 모델로 부상하였고, 확률형 게임을 둘러싼 상황도 많이 변화하였다. 먼저 해외에서는 확률형아이템에 대한 규제가 이루어지지 않았던 몇 년전과 달리 중국이 매우 강력한 규제 법안을 마련하여 작년부턴 국내외 게임사 모두에게 적용하고 있으며, 미국, 영국, 프랑스 등 전통적으로 법적 규제보다는 민간의 자율규제를 선호하던 국가들에서도 확률형아이템에 대한 규제 논의가 이어지고 있다. 나아가 지난해 말 최대 모바일 플랫폼 중 하나인 애플이 '확률형아이템 확률 공개 의무화'를 가이드라인에 명시한 것은 확률형아이템 규제를 둘러싼 상황이 변화하고 있음을 의미한다.

지금까지는 해외 업체의 미참여 또는 규제 어려움이 국내 업체와의 규제 불균형이라는 차원에서 국내 규제의 타당성을 비판하는 근거로 작용하였다. 하지만 지금은 중국을 비롯하여 해외 각국에서도 다양한 규제 논의가 진행되고 있고 애플 마켓에 판매하기 위해서는 국내 업체도 확률을 공개해야 하는 상황이기엔 규제불균형을 근거로 규제 요구 자체를 비판하거나, 기존에 자율규제가 이루어지고 있음을 근거로 확률형아이템에 대한 문제 제기에 대응하기는 어려운 현실이다.

국내외를 막론하고 확률형아이템에 대한 게임이용자의 불만이 증가하고 있고, 각국의 입법 및 규제 당국의 논의 지형도 크게 변화한 상황에서 보다 적극적이고 실효성 있는 자율규제안의 마련과 관련 사업자와 민간단체의 감시 노력이 필요할 것이다. 애플이 세계적으로 급격히 확산되는 확률형아이템 게임 규제 논의에 부응하여 확률을 공개하도록 의무화한 것은 확률형아이템에 대한 이용자 불만이 증가하고, 규제 논의가 확대되어 더 엄격한 법적 규제가 이루어지기 전에 자율규제를 시도한 것으로도 볼 수 있어 향후 국내의 자율규제 개선에 있어 참고 사례가 될 수 있다. 확률형아이템에 대한 국내 자율규제의 허점과 미흡한 부분이 계속 존재하는 한 확률형아이템에 대한 법적 규제 논의는 언제든 다시 수면 위로 떠오를 수 있다.

10 일본의 「랜덤형 아이템 제공 방식에 있어서 표시 및 운영 가이드라인」에서는 랜덤 아이템을 취득하기 까지의 추정금액의 상한을 5만엔 이내로 하고, 상한을 초과하는 경우 랜덤 페이지에 추정금액을 표시하도록 하고 있다.

'사행성' 논란 탈피의 성장통이 될 수 있을까?

- 강화된 확률형아이템 '자율규제'

이종임
문화연대 집행위원 / 고려대학교 미디어학부

1. 세대 간 소통의 매개체, 게임

최근 젊은 세대가 자주 가는 카페 한편엔 아케이드 게임기가 자리하고 있는 곳을 종종 발견할 수 있다. 스마트폰, 소셜미디어 이용이 익숙한 세대지만, 아케이드 게임기를 능숙하게 이용하는 젊은 연인들을 자주 볼 수 있다는 점은 흥미롭다. 아케이드 게임과 온라인 게임처럼 플랫폼별 분류되는 게임의 특성은 세대를 구분하는 중요한 징표였기 때문이다. 하지만 이제 게임은 아케이드 게임부터 증강현실 게임까지 동시에 이용 가능 한 것이 되었고, 취향에 따라 선택 가능한 명실상부한 놀이문화가 되었음을 이러한 사례들을 통해 짐작해볼 수 있다.

아케이드 게임기를 다루는 젊은 세대뿐만 아니라 온라인 게임을 즐겨 하는 실버세대의 등장도 이를 증명하는 사례일 것이다. 스웨덴 스톡홀름에서 개최된 ‘드림핵 디지털 페스티벌((DreamHack Digital Festival)’ <카운터 스트라이크Counter Strike: 글로벌 오펜시브Global Offensive> e-스포츠 대회에 참여한 ‘실버 스나이퍼’(Silver Snipers)가 그렇다. 평균 연령 70세의 노인 팀으로 성적은 좋지 않지만 젊은 선수들과 대등한 경기력을 보여주며 e-스포츠 업계에서 긍정적인 평가를 받았다. 팀원들은 게임을 통해 손자 손녀들과 이야기를 공유할 수 있으며 경쟁이라는 목표가 생겨 인생의 새로운 활력소가 되고 있다고 답했는데, 이러한 다양한 세대의 이용자층의 증가는 게임의 긍정적 효과 사례로 볼 수 있다.¹

1 The Federalist, Meet A Team of Senior Gamers who take on the kids counter-strike, 2017.12.18.; 한국콘텐츠진흥원, 『2018 글로벌 게임산업 트렌드』, 1월 1호, 2018, 29쪽.

2. 확률형아이템의 '사행성' 논란

이처럼 다양한 연령대가 함께 즐길 수 있는 게임과 게임이용자 수의 증가는 게임산업 성장의 중요한 근거다. 이후 온라인 게임뿐만 아니라 모바일로 이용 가능한 게임이 증가하면서, 게임산업계에는 다양한 수익구조 모델이 등장하게 되었다. 하지만 확률형아이템(캡슐형 유료 아이템)을 두고 게임 이용자 간 벌이는 경쟁과 아이템 현금 거래와 같은 문제가 불거지면서 결국 확률형아이템은 도박에 비유되면서 '사행성' 논란이 나타나기 시작했다.

문제를 해결하기 위해 정부와 게임업계 등이 함께 논의를 거쳤고 그 결과 지난 2015년 3월, 게임산업진흥법 개정안(확률형아이템 판매 시 획득 가능한 아이템 종류와 구성 비율, 획득 확률 등을 공시)이 발의되었다. 하지만 게임의 특정 캐릭터를 얻기 위해 천만 원 이상을 사용한 게임플레이어가 부당이득금 반환청구 신청 소송을 한 사실이 알려지면서 '사행성' 논란은 끊이지 않았다. 아이템을 계속 구매해도 원하는 아이템을 얻기 어려운 상황이 반복되자, 확률형아이템에 대해 불만을 느끼던 이용자들이 게임업체와 게임산업정책에 요구하는 개선의 목소리는 더욱 커졌다.² 게임산업진흥법 개정으로 확률형아이템 공개에 대한 법률 제정이 이루어졌지만 확률 공개를 자발적으로 하지 않거나 혹은 공개를 해도 공개된 확률을 믿을 수 있는지, 그 투명성에 대해 게임이용자들의 불신은 완전히 해소되지 못했기 때문이다.

결국 이 문제를 개선하기 위해 지난 2017년, 확률형아이템 확률정보 공개를 의무화하는 가이드라인이 발표되었다. 확률정보 공개 방식은 확률형아이템 자율규제의 핵심이기도 하다. 게임이용자가 어떤 아이템을 획득하게 될지를 구입 전에 알 수 없는 확률형아이템 특성상, 이용자는 공개된 확률 정보에 따라 구매 여부를 판단할 수 있게 된다. 네트워크에 기반을 두고 이용자 간의 게임을 하는 구성이 대부분이기 때문에 국내 게임에서 아이템의 분포 비율은 게임 참여 동기를 결정짓는 핵심적 요소다. 또한 아이템의 확률은 기업 간 게임 이용자 확보를 위한 중요한 전략이자 장치가 된다.

확률 공개 방식도 2015년 '매우 낮음 / 낮음 / 보통 / 높음 / 매우 높음'으로 구분하던 것에서 '개별 확률/ 등급별 확률 공개 그리고 추가 조치로 제시된 보상 지급, 구성 비율 공개, 출현 개수 공개 중 하나를 택해 공개' 하는 두 가지 방법 중 하나의 방법을 선택해 확률을 표시하는 것을 원칙으로 하였다. 여기에 사후관리체계를 더욱 명확하게 하기 위한 방안도 만들었다. 자율규제 모니터링을 하던 것에서 더 나아가 투명한 자율규제의 안착을 위해 '평가위원회'가 출범한 것이다. 평가위원회는 자율규제 이행 현황을 관리, 감독하고 자율규제 내용 및 적용 범위를 결정하는 기구이며, 게임협회 및 사업자로부터 독립성을 확보하기 위한 대안으로 제시되었다.

2 서울 중앙지법은 '삼국용팝'이라는 게임에서 확률형아이템인 장수(將帥) 캐릭터를 얻기 위해 각각 1200여만 원, 960여만 원을 쓴 원고들이 공지 미이행을 근거로 낸 부당이득금 반환 청구를 기각했다. 공지에 오해소지가 있더라도 순차적으로 캐릭터를 추가하는 방식으로 서비스가 돼 문제가 없다는 결론의 판결이 나왔다. 유동주·송민경, "확률형아이템' 소비자불만 폭증... '규제 입법' 물건너 가나", <머니투데이>, 2016.3.2. 참고.

3. 해외의 확률형아이템 확률 공개 가이드라인

확률형아이템 게임에 대한 규제 움직임은 해외에서도 나타나고 있다. 지난 2017년 12월 21일, 애플은 확률형아이템 확률 공개 의무화 등이 담긴 새로운 앱스토어 리뷰 가이드라인 의무화 조항을 추가했다. 모바일 앱 게임 중 루트박스(loot box)나 이와 유사한 방식의 무작위 가상 아이템 상품은 구매자에게 반드시 아이템을 얻을 확률을 공개해야 한다는 것을 의무화한 것이다. 이러한 애플의 정책은 한 국가 내에만 적용되는 것이 아닌 애플 마켓이 진출한 국가에 모두 적용되기 때문에, 애플 앱스토어를 이용하는 모든 게임들에 동일하게 적용된다.³ 따라서 애플 앱스토어의 가이드라인은 구글 플레이 등 다른 안드로이드 플랫폼에도 영향을 주게 될 것이라는 전망이 제기되고 있는 상황이다.

미국뿐만 아니라 중국은 더 이른 시기인 지난 2017년 5월 모든 확률형아이템 확률 공개를 의무화하였다. 중국 내 법으로 '확률 공개는 사실적이고 효과적이어야 한다'고 제시하였다. 게임 공식 홈페이지에는 '무작위 유저들이 뽑기로 얻은 아이템 내역'까지 공개해야 한다.⁴

일본은 일본온라인게임협회(Japan of Game Association: JOGA)를 중심으로 가이드라인을 만들었다. 당첨 확률이 1% 미만 아이템이나 5만엔을 투입해야 뽑을 수 있는 아이템 확률을 공개한다.⁵ 결국 미국과 중국, 일본 등 해외의 확률형아이템 확률 공개 가이드라인의 변화는 확률형 게임의 '사행성'에 대한 우려가 반영된 결과물이라 할 것이다.

4. 이용자들이 지켜볼 강화된 자율규제의 효과는?

국내·외에서 나타나고 있는 확률형아이템(루트박스, 랜덤박스)에 대한 규제 관련 가이드라인이 발표되고 있는 추세를 들여다보면, 게임업체들 스스로 게임을 건전한 산업으로 성장시키기 위한 노력을 얼마나 해왔는지, 그러한 노력의 결과를 이용자들은 어떻게 받아들이고 있는가에 대한 논쟁 지점을 살펴볼 수 있다.

그동안 게임업계는 확률형아이템 확률 공개는 기업 비밀사항을 무리하게 요구하는 것이라 대응했고, 이용자와 시민단체들은 게임업계가 확률형아이템 중심의 획일화된 비즈니스 모델에만 집중하면서, 다양한 수익구조 모델을 제시하지 못한 결과라고 비판해왔다.

3 한국콘텐츠진흥원, 앞의 보고서, 참고.

4 김성렬, "송년기획, 게임포커스 선정, 2017년 게임산업 이색 어워드-게임이슈", <게임포커스>, 2017.12.29.

5 김시소, "창간 35주년 특집Ⅲ:이것부터 바꾸자(8)O2O·게임, 해외는 어떻게?", <전자신문>, 2017.9.21.

따라서 이용자와 게임업계 간의 긍정적 상호작용, 건전한 게임문화의 정착, 이용자의 게임 이용 환경 개선과 게임업계의 다양한 수익구조 모델 개발을 등의 시작을 상징하는 것이 바로 자율규제다. 그러므로 지난 2017년 강화된 자율규제가 업계별로 잘 지켜지고 있는지, 모니터링 결과를 함께 지켜 봐야 할 것이다. 또한 이용자들이 제기하는 불만사항과 문제점에도 게임업계는 귀 기울여야 할 것이다. 자율규제는 게임 콘텐츠를 놀이문화로 인정하고, 자생적이고 자발적 규제의 실천 가능성을 상징적으로 보여주는 사례이기 때문이다. 따라서 게임업체들이 과연 확률형아이템의 투명한 확률 공개, 이용자 접근성에 부합하는 공개 방식의 선택 등 이용자의 요구를 얼마나 수용하고 있는 가는 자율규제 결과에서 명확하게 드러나게 될 것이다. 실제로 2015년 자율규제 시행 이후, 이용자들의 불만이 수그러들지 않으면서, 2017년 조금 더 강제된 가이드라인과 법적 규제, 규제 기구 등이 신설 된 것이기 때문이다.

한국 사회에서는 게임이 지닌 긍정적이고 다양한 가치보다는 부정적 담론의 영향력이 더 크다. 게임을 정확하게 알지 못하는 사람들에게는 게임을 '도박' 이나 '중독' 이라는 키워드로 인식하기 쉬운데 게임에 대한 우리 사회의 고정관념도 쉽게 변하지 않기 때문이다. 따라서 확률형아이템이 지닌 문제를 게임업계 스스로 심사숙고하고 적극적으로 개선하지 않는다면, 그간의 쌓아온 게임산업과 게임 문화의 긍정적 효과는 외면받게 될지도 모른다. 그만큼 현재의 자율규제 방안은 게임문화의 인식을 결정하데 중요한 의미를 지닌다.

스웨덴의 e스포츠 팀의 사례처럼, 세대 간 소통의 매개체로, 즐거운 놀이 수단으로서 선택되고 있는 게임이 확률형아이템의 사행성 논란으로부터 탈피할 수 있을지는 좀 더 지켜봐야 할 것이다.

사업자가 바라보는 확률형아이템 자율규제

최승우
(사)한국게임산업협회 정책국장

1. 확률형아이템의 도입 배경

확률형아이템은 우리나라만이 아닌, 세계 게임 시장에서도 가장 보편적으로 활용되는 비즈니스 모델 중 하나다. 산업이 지속성을 갖기 위해서는 적절한 수익 모델이 필수로 요구된다. 게임산업에서는 대표적인 수익 모델로 1. 패키지 판매, 2. 정액제, 3. 부분유료화를 꼽을 수 있으며, 확률형아이템에 대해 제대로 이해하기 위해서는 이들 모델을 면밀히 살펴볼 필요가 있다.

먼저 패키지 판매는 사업자가 자사 게임에 적절한 단가를 책정해 제공하는 방식으로 한 번 구매하면 추가 비용 발생이 없다는 점이 특징이다. 일반적인 상품 구매와 같은 방식인 만큼 게임업계에서도 가장 역사가 오래된 모델이기도 하다.

정액제는 말 그대로 정해진 요금을 선 지불하고 특정 기간 동안 게임을 이용하는 방식이다. 1990년대 후반 온라인 활성화와 함께 도입되기 시작했으며 통상적으로 시간이나 주(週), 월(月) 등 단위로 결제가 진행된다.

이후 짧고 간단하게 즐길 수 있는 캐주얼게임이 인기를 끌며 나타난 모델이 부분유료화다. 상품을 무료로 이용하는 부분과 유료로 이용하는 부분을 나눈 개념으로, 게임업계에서는 콘텐츠 자체는 무료로 제공하되 아이템 판매 등에서 수익을 내는 방식으로 서비스를 제공하고 있다. 부분유료화 모델은 대다수 유저가 특별한 비용 없이도 게임을 즐길 수 있다는 점에서 각광을 받았지만 일부 부작용을 낳기도 했다. 아이템 구매액이 늘어남에 따라 얻을 수 있는 효용이 선형으로 증가하는 탓에 돈을 쓰지 못하는 유저들이 돈을 많이 쓰는 유저들을 이길 수 없는 문제가 발생한 것이다.

그리고 이 같은 부작용을 없애고 보다 많은 이용자들이 게임을 부담 없이 즐길 수 있도록 고안된 비즈니스 모델이 바로 부분유료화 속 확률형아이템이다.

2. 확률형아이템의 기능

최적의 게임 밸런스는 보통 소수의 강력한 이용자를 정점으로 피라미드 형태의 이용자 분포를 유지하는 것이 관건이며, 여기서 아이템을 어떤 비율로 분포하느냐가 핵심 과제가 된다.

확률형아이템은 이 과정에서 과금 이용자가 일방적으로 유리해지는 구조를 견제하기 위한 효율적인 아이템 배분 방안으로 작동한다. 확정형 아이템에 비해 유저 전체 효용의 총합을 증가시켜 유료 이용자와 무료 이용자 모두 게임의 재미를 느낄 수 있도록 최적화된 밸런스를 조절하는 것이다.

동시에 게임 초기부터 빠르게 적응할 수 있는 토대를 마련, 신규 이용자 유입을 늘리고 쾌적한 게임 환경을 구축하는 등 서비스 품질과 수명 향상에도 기여하고 있다.

확률형아이템은 이외에 게임 내 새로운 콘텐츠를 추가하거나 난이도를 조정하는 단계에서 관련 내용을 검증하고 이용자 간 밸런스를 지속적으로 유지하는 역할도 수행하고 있다. 더불어 아이템 획득 시 예측할 수 없는 긴장감과 결과물에 대한 희로애락의 감정이 게임 콘텐츠의 핵심인 '재미' 요소로도 작용한다.

국내 게임사들은 이러한 노하우를 발전시켜 전 세계 시장에 게임을 서비스하며 우리나라 문화 콘텐츠 수출에 많은 부분 기여를 하고 있다.

3. 확률형아이템 자율규제 시행

부분유료화 모델을 보완하기 위한 방안으로 확률형아이템 비즈니스 모델이 활성화됐으나 아이템 출현 확률 등 정보에 대한 이용자 니즈가 제기됐다.

이에 게임업계는 청소년과 소비자 보호를 목표로 예측 가능성을 확보하고 합리적인 소비를 유도하기 위해 확률형아이템 관련 정보를 제공하는 자율규제를 도입했다.

최초 자율규제는 지난 2014년 11월 한국게임산업협회를 중심으로 하는 업계 자율규제 발표를 시작으로 2015년 4월 자율규제 확대 및 강화 선언, 2015년 7월 자율규제 전면 시행으로 이어졌다. 1년간 평균 준수율은 약 88%에 달한다.

그럼에도 불구하고 보다 명확한 확률 공개 요구 등에 대한 지적이 이어졌으며, 한국게임산업협회와 업계는 이를 해결하기 위해 '확률형아이템 정책협의체'를 발족했다.

정책협의체는 학계 전문가, 유관기관, 시민단체, 이용자 대표 등 각계각층의 폭넓은 전문가들로 구성, 2016년 11월 발족식을 시작으로 3개월에 걸쳐 치열한 논의를 진행했다. 세부 내용으로는 먼저 확률형아이템 관련 민원 현황을 분석하고, 현행 자율규제의 문제점을 파악해 대안을 제시할 수 있는 토대를 마련했다.

기본적인 합의사항은 게임산업 특성상 제·개정이 어려운 법적 규제보다 자율규제가 더 실효적이고 이용자 보호와 산업의 발전을 동시에 모색할 수 있는 방안이라는 것이다. 정책협의체는 이어 2015년 시행한 협회 자율규제와 일본의 자율규제에 대해 비교 분석 및 이용자 민원 등 사회적인 요구를 반영할 수 있는 강화·개선 안을 도출하기 위한 의견 수렴 과정을 거쳤다. 분과회의 포함 최종 5차 회의까지 치열한 논의 끝에 자율규제의 목적, 적용 대상, 기획 시 주의사항, 판매단계 정보공개, 확률 공개 방식 및 추가 조치, 정보공개 위치, 인센티브와 페널티 및 지속적 평가·개선에 대한 사후관리 등의 내용이 담긴 자율규제 개선안이 도출됐으며 이 내용을 바탕으로 '건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령'이 제정됐다.

강화·개선된 확률형아이템 자율규제는 그 실효성과 외부 신뢰도를 높이기 위한 체계화된 사후관리 및 매년 재평가를 통해 지속 강화·개선할 수 있는 시스템의 정립으로 사회의 요구와 산업의 발전에 대한 균형점을 마련했다는 점에서 의미를 찾을 수 있다.

구분	기존 (2015년 7월 이후)	개선 시행 (2017년 7월 이후)
적용 대상	○ 온라인/모바일 청소년 이용가 게임	○ 확률형아이템을 제공하는 모든 게임물 (청소년 이용불가 게임 유예)
확률 공개 방법	○ 캡슐형 유료 아이템의 결과물 범위 공개 및 획득 가능한 아이템의 구간별 확률 공개	○ 확률형아이템 결과물의 개별 확률 공개 또는 등급별 확률 공개 (등급별 합산 확률, 최소-최대 확률)의 두 가지 방법 중 한 가지를 선택하여 공개 ※ 단, 등급별 확률 공개를 선택할 시 아래 3가지 추가조치 중 한 가지를 의무적으로 이행해야 함 ○ 추가 조치 1. 일정 구매 회수(구매금액) 도달 시 희귀아이템 등 보상 지급 2. 희귀아이템 개별 확률 공개 3. 희귀아이템 출현 개수 공개
확률 정보 공개 위치	○ 게임 홈페이지 또는 게임 내 캐시샵, 상점, 게시판, 구매창 등 사업자별 취사선택	○ 결과물의 확률에 관한 정보 확인 위치를 게임 내 등에 안내
사후관리	○ 한국게임산업협회의 모니터링 및 인증제도 ○ 페널티 없음	○ 자율규제 평가위원회 구성 ○ 제3의 외부 기구에 의한 모니터링 진행 ○ 1차 위반 준수 권고, 2차 경고, 3차 공표 및 인증 취소의 페널티 설정

《확률형아이템 자율규제 비교》

특히 2017년 강화·개선된 자율규제는 시행 초기 64.9%의 준수율을 보이며 중소 및 해외 개발사 참여에 대한 우려가 있었으나, 11월 현재 74.8%의 준수율을 기록하는 등 점차 시장에 정착해 나가고 있다. 참고로 협회 소속 회원사는 93.5%에 육박하는 높은 준수율을 보이고 있다.

4. 게임산업 자율규제의 의의

자율규제는 규제의 대상자가 되는 사업자나 사업자 단체가 법령상 자신들이 준수해야 할 기준을 스스로 수범토록 함으로써 규제의 주체가 되는 것을 의미한다. 이와 관련해 일반적으로 전통적인 명령 통제적 혹은 명령 지시적 정부규제보다 효율성, 집행과 순응 확보의 용이성, 환경 변화의 적응성, 전문성 등에 있어 우월하다고 평가받고 있다.

반면 지금까지 게임산업 정부규제는 기술과 환경이 날로 발전하고 변화하는 대상에 대한 충분한 연구나 고민을 배제하고 도입돼왔으며, 이로 인해 근본적인 문제 해결 없이 산업에 부작용만 초래하는 실정이다.

자율규제가 추구하는 궁극적인 목표가 법률에서 제시하고 있는 당해 규제의 목표와 일치한다면 입법적 위임 기준을 충족한다고 볼 수 있다.

또한 대표성을 확보할 수 있는 프로세스 마련, 약관 및 자율규약 형태로 적용되는 원칙이나 기준 공표, 자율규약 위반에 대한 투명한 민원처리 절차, 위반 내용에 대한 적절한 제재조치 등을 통해 절차의 공정성도 확보할 수 있다.

특히 게임과 같은 문화 콘텐츠 산업은 다양성과 혁신성을 고려할 때 유연한 규제 적용이 무엇보다 중요하다. 제·개정 수 많은 절차와 시간이 걸리는 입법 규제는 산업 변화 속도를 따라갈 수 없기 때문이다.

일률적이고 강제적인 규제는 사업 및 개발 담당자들의 사고를 일정 범위 안으로 한정시키는 결과를 초래한다. 일례로 섯다운제는 청소년 콘텐츠 생산에 직접적인 영향을 끼쳤으며 온라인게임 개발사들을 모바일게임으로 이동하게 하는 등 온라인게임 산업 붕괴와 모바일게임 산업의 레드오션을 촉진한 바 있다.

한번 생긴 규제는 계속 확대될 수 있다는 점에서 보다 신중한 자세가 필요하다. 확률형아이템 이슈 역시 입법 규제보다는 자율규제의 실효성을 높이는 방향으로 접근해야 하는 이유다.

5. 게임업계 자율규제가 나아갈 길

자율규제는 탈규제 혹은 비규제가 아니다. 다만, 정부의 규제 영역 중 사업자가 스스로 적극적인 참여 하에 구성된 규제의 틀이며, 급변하는 상황에 신속하고 유연하게 대처하고 산업 발전과 소비자 보호의 균형을 이루는 장치의 역할을 수행한다.

사업자 스스로가 규제의 틀을 구축하고 운영하는 만큼 사회적 신뢰나 중소기업 및 해외 사업자의 참여가 담보되지 않는 등 어려움이 존재하는 것은 사실이나, 사회의 요구 수용과 지속적인 참여 독려, 인센티브 및 페널티의 확대 등 지속적인 재평가와 개선안을 도출해 나감으로써 '소비자의 선택'으로 이를 해결해 나갈 수 있다.

업계는 앞으로도 자율규제에 대한 성실한 이행을 바탕으로 소비자의 요구와 사회의 신뢰 위에 자율규제를 완성형으로 만들어 나가기 위해 적극 노력해 나갈 것이다.

자율규제 동향

- 한국형 인터넷기업 자율규제기구, KISO

한국형 인터넷기업 자율규제 기구, KISO

황용석
건국대 미디어커뮤니케이션학과 교수

1. 인터넷 자율공간의 확장과 KISO

한국인터넷자율규제기구(이하 KISO)는 국내 주요 포털사와 커뮤니티 사이트 등이 참여하고 있는 인터넷 기업의 자발적 자율규제기구이다. KISO의 설립 배경은 한국에서 인터넷 공간에 대해 법령 기반의 행정적 규제가 발달해 인터넷 표현 영역에서 자율성이 약화되는 한편 사업자의 혁신성 역시 저하되는 등 부작용이 컸기 때문이다. 이러한 한국적 현상은 미국, 영국, 프랑스, 독일 등의 주요 국가들이 인터넷 표현물과 관련해서는 민간영역의 자율규제 체제를 통해 인터넷상의 분쟁 조정이나, 정부와의 핫라인 형성, 콘텐츠 등급제 및 필터링, 러터러시 증진 교육 등을 수행하는 것과는 다른 상황이라 하겠다.

뿐만 아니라 당시 민간기업의 자율적 대책활동이 대외적으로 인정받지 못했던 문제도 있었다. 소수 인터넷 기업들의 자발적인 미디어책무시스템이 가동되고 있었지만, 네트워크의 특성상 개별사 차원의 대응이 갖는 한계가 나타났다. 인터넷 포털들이 운영하는 게시물 모니터링과 이용자위원회와 같은 책무위원회들이 그것이다. 그러나 이러한 개별 사별 대응 방식이 사회적인 대책으로 받아들여지지 않음으로써 결과적으로 업계 공동의 협력적 노력이 필요하다는 인식이 대두되었다. 또한 인터넷상의 유해 콘텐츠의 경우 특정 사에 국한되지 않는 특성이 있고, 인터넷 콘텐츠 규제에 대한 명확한 가이드 라인이 없는 제도적 모호함이 상존함에 따라 이에 대한 공동 대처가 필요하게 된 것이다.

그런 점에서 KISO 설립은 민간 인터넷 사업자들이 정부의 영향력으로부터 독립해서 재원과 거버넌스 구조를 자체 설계하고 이용자 보호라는 미디어 기업의 책무성을 중요한 가치로 상정하게 되었다.

2. KISO의 기구적 특성

1) 포털 중심에서 커뮤니티까지 참여 회원사 제한적으로 확대돼

KISO는 설립 초기에 다음커뮤니케이션, 야후코리아, SK커뮤니케이션, NHN, KTH, 프리챌, 하나로드림 등 한국 인터넷 이용자 인구를 대부분 포괄하는 7개 인터넷 포털사업자가 회원으로 참석한 가운데 출범했다. 초기 KISO의 회원구조를 보면, 이 기구가 포털중심의 자율규제임을 드러낸다. 포털시장이 네이버와 카카오의 양강 체제로 재편되면서, 회원사 구조에도 변화가 생겨 현재는 3대 포털과 커뮤니티 사이트 등이 참여하는 복합적 회원 구조를 갖게 되었다.

회사명	서비스명 (URL)	주요 사업
카카오	다음 (www.daum.net)	종합포털 모바일 서비스
네이버	네이버 (www.naver.com)	종합포털
SK커뮤니케이션즈	네이트 (www.nate.com)	종합포털
뽕뿌커뮤니케이션	뽕뿌 (www.ppomppu.co.kr)	쇼핑 정보공유 커뮤니티
씨나인	오늘의 유머 (www.todayhumor.co.kr)	유머공유커뮤니티
(주)인비전커뮤니티	SLR CLUB (www.slrclub.com)	카메라관련 정보공유커뮤니티
씨엘커뮤니케이션즈	클리앙 (www.cliean.net)	IT및일반 정보공유커뮤니티
파크즈 하드웨어	파크즈 하드웨어 (www.parkoz.com)	컴퓨터하드웨어 정보공유커뮤니티
줌인터넷 주식회사	zum.com (www.zum.com)	개방형 포털
(주)아프리카TV	아프리카TV (www.afreeca.com)	개인 인터넷 방송 플랫폼 서비스

〈표〉 KISO 회원사 현황

인터넷 포털은 인터넷 콘텐츠 호스트(Internet Content Host : ICH)에 가깝다. 즉 단순 '정보매개자'의 성격과 콘텐츠 제공자의 성격을 동시에 가진다. 포털 서비스의 복잡성으로 핵심 기능인 검색과 커뮤니티 기능, 그리고 뉴스 정보 제공 등 다양한 이슈를 동시에 포함하고 있어 KISO의 역무 역시 시간이 지나면서 확대되었다.

2) 거버넌스 구조 : 완전 합의적 자율규제(agreed-self regulation)

KISO는 이사회, 정책위원회, 사무처로 구성되어 있다. 회원사 대표로 구성된 이사회는 최고 의사결정 권한을 가지고 있으며, 정책위원회는 회원사 소속이 아닌 인터넷 자율규제 전문가 5인과 회원사의 게시물 관리·운영 부서의 책임자급 등으로 구성되어서 정책결정 및 심의 결정을 시행한다. 사무처는 신고 센터 등 실무와 관련된 업무를 수행하면서 이사회와 정책위원회를 지원한다.

정책위의 정책결정 의사결정 구조는 '전원 합의' 구조를 띠고 있다. 이는 매우 독특한 의사결정 방식이다. 출범 초기 KISO의 역할과 정책철학을 수립해 나가기 위한 회원사들 간의 수평적 합의 구조를 지향하는 것으로 보인다. 이러한 의사결정구조는 장단점이 있다. 우선, 소수 의견을 보장하고 속의를 통해 합의를 이끈다는 점은 공통된 의견을 수렴시키고 발전시킨다는 장점이 있다. 그러나 회원사들 의견에 이견이 있는 부분에 대해서는 정책결정을 할 수 없어서 상대적으로 위험요소가 적은 보수적인 결정을 내릴 우려가 있다. 또한 콘텐츠에 의한 피해 확산이 빠른 인터넷을 특성을 고려한다면, 의사결정과정에 많은 시간을 요구해 피해 구제의 실익을 놓칠 우려가 있다.

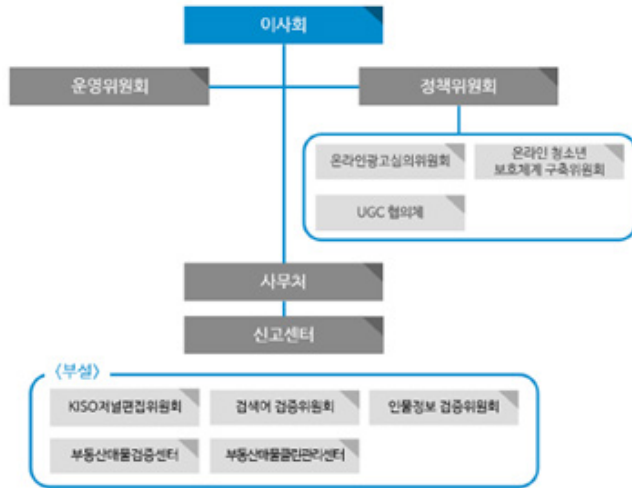
3) 행동 강령(code of conduct)과 정책결정(the statement of rules)

정관상에 KISO는 순수한 민간 참여기구로서 스스로 자신의 행동에 대해 규제를 받고자 하는 구성원들로 만들어진 집단 즉, '반 자치화된 사회 영역(SASF: semi-autonomous social field)'의 성격을 띤다. 이 집단은 공동의 이해를 바탕으로 작동하며 집단의 규칙을 수용한다. "자발적으로 자율적 주체들이 만들어 온 규격으로서 자율규제"는 핵심적인 개념이다. 여기서 누가 규칙을 만드는 자율의 주체인가와 자율적으로 만들어지는 규칙의 문제로 양분화해서 설명하고자 했다(Bonnicci, 2008). 그런 점에서 표준 규칙(standard rules) 및 정책 원칙(the principle of policy)은 자율규제기구의 핵심 사항이다. 일반적으로 합의적 자율규제기구는 "협약과 협상을 통한 행동 강령(code of conduct)"이 이를 대표한다.

KISO는 출범과 함께 8개의 행동 강령을 발표했다. 이 행동강령은 제1조 표현의 자유 옹호, 제2조 이용자 책임제고, 제3조 이용자 보호, 제4조 공익의 수호, 제5조 독립적 운영, 제6조 공정한 운영, 제7조 사회적 책무 기반제공, 제8조 소통과 협력 지향 등의 내용을 담고 있다. KISO의 행동 강령의 가장 큰 특징은 '표현의 자유'를 제일 중요한 목표로 설정하고 있다는 점이다. 이처럼 KISO는 행정 규제에 대한적 시각을 강하게 담고 있다. 이는 재정과 운영에서 독립성을 강조하고 근거 있는 정부기관의 요청에만 응한다는 제5조와 제6조에도 반영되어 있다.

KISO는 자율규제기구의 핵심 기능의 하나인 표준 규칙의 제정을 정책위원회의 가장 중요한 기능으로 상정하고 있다. KISO는 이를 '정책결정문'으로 제3호까지 발표한 바 있다.¹ 프라이스와 베르홀스트(Price and Verhulst, 2000) 따르면 일반적으로 자율규제기구의 규칙 설정은 1) 정책결정(policy making), 2) 규칙 설정(rule creation), 3) 적용과 강제 및 제제(application and enforcement and sanctioning of rules), 그리고 4) 분쟁 조정(dispute settlement) 등으로 구성된다. 이 가운데 KISO는 초기 단계에 필요한 규칙 설정을 통한 공통의 기준을 만드는 데 주력해 왔다.

1 KISO 정책결정문 1.2호에 대한 평석으로 『KISO 저널』 통권 1호에 게재된 김기중(2009)과 박준석(2009)의 글을 참조하기 바란다.



- 이사회 의사결정 기구 (주요 회원사 대표로 구성)
- 운영위원회 이사회 보좌, 기구운영 협의
- 정책위원회 정책 및 심의결정
- 온라인광고심의위원회 온라인광고 자율심의
- UGC 협의체 자율규제 이슈 공유 (커뮤니티서비스중심화원사로 구성)
- 온라인 청소년 보호체계 구축위원회 청소년보호 DB 구축 및 보급
- 부동산매물 검증센터/클린관리센터 부동산 서비스 이용자 보호
- 검색어/인물정보 검증위원회 해당 서비스 검증 및 자문

〈그림〉 KISO의 조직도

4) 운영의 독립성

자율규제기구의 성격을 결정짓는 중요한 기준은 재원의 독립성과 정부 또는 행정규제와의 관계이다. 먼저, 재원의 독립성이다. KISO는 회원사들의 회비, 분담금, 후원금, 수익사업 등을 통해 자체 재원을 마련함으로써 정부로부터 독립된 운영을 하고 있다. 상당수 자율규제기구들이 정부 보조금을 통해 운영되는 한국의 현실과 비교해 보면, KISO의 재원구조는 매우 우수하다고 하겠다.

독립성의 두 번째 차원은 정부 및 행정기구와의 역할 관계이다. KISO의 정관에 따르면, 탈퇴가 자유롭다(정관 제8조 제2항). 그러나 정부나 공공기구가 이 구성원에 포함되지 않지만, 협력적 관계는 가능하며 정부의 정책이나 가이드라인으로부터 자유스럽다는 것을 의미하지는 않는다. KISO는 국가법의 기본 틀에서 자율규제 활동을 하는 것을 표방하고 있다. 포털과 같은 인터넷서비스제공자가 어느 정도 법적 책임을 지는가는 논란이 계속되고 있지만 대체로 현 상황에서는 감시의무와 중단의무 두 형태가 국가법에 의해 강제적인 의무 즉, 귀책성이 부여되어 있다. 감시의무는 인터넷서비스제공자가 전자 게시판, 블로그 등의 표현 공간에서 이루어지는 법률적 위반행위, 예를 들면, 음란물 등의 불법 콘텐츠를 게시하거나 저작권 위반행위가 이루어지는지를 모니터링할 책임이 있다는 것이다. 또한 현재 정보통신망법 제44조 제2항에서는 "정보통신서비스제공자는 자신이 운영관리하는 정보통신망에 제1항에 따른 정보가

유통되지 아니하도록 노력하여야 한다"고 감시의무에 준하는 책임을 부과하고 있다.

명예훼손 등의 침해행위가 예상되거나 이루어진 게시물에 해당 피해자의 요청에 의해 이용자의 접근을 임시적으로 차단하는 조치인 정보통신망법상의 임시 조치의 이행은 중단의무라 할 수 있다. KISO의 정책 결정 및 심의 결정은 이용자의 표현의 자유 보호와 사업자의 책무 이행이라는 이러한 두가지 목표 아래 기존의 규제 공백을 채우거나 보완하는 거나 또는 규제 보완을 위한 내용을 다수 담고 있다.

3. 자율규제기구로서 KISO의 특성

1) 참여 주체의 성격

KISO는 다음커뮤니케이션, 야후코리아, SK커뮤니케이션, NHN, KTH, 프리챌, 하나로드림 등 한국 인터넷 이용자 인구를 대부분 포괄하는 7개 인터넷 사업자가 회원으로 참석한 가운데 출범하였다. 그러나 2011년 현재 프리챌과 하나로드림이 탈퇴하여 5개 회원사로 운영되고 있다.

이들 회사들은 흔히 인터넷 포털로 불리며 다른 용어로는 인터넷서비스제공자(internet service provider 또는 ISP) 또는 온라인 서비스 제공자(Online Service Provider 또는 OSP)로도 통칭된다. 국내에서는 ISP를 다소 포괄적으로 인터넷을 이용하여 이용자들에게 인터넷 접속, 웹사이트 호스팅, 검색엔진, 전자게시판 제공 등의 각종 서비스를 제공하는 자를 지칭한다.

해외에서는 인터넷상에서 수행하는 서비스가 갖는 법적 책임의 인정 여부와 관련해서 그 주체를 크게 3가지로 구분하기도 한다. 인터넷신문과 같은 인터넷 콘텐츠 제공자(Internet Content Provider : CP), 국내 포털과 같은 타인의 정보를 매개하는 자인 인터넷 콘텐츠 호스트(Internet Content Host : ICH), 그리고 '인터넷 접속 서비스 제공자' 또는 '정보통신망 접속 서비스 제공자'로 불리는 인터넷서비스제공자(Internet Service Provider : ISP) 등이 그것이다(황성기, 2007). 그러나 한국에서는 ISP와 OSP(Online Service Provider), 또는 포털 등 여러 가지 용어가 병행 사용되고 있다.

한국의 인터넷 포털은 그 서비스의 복잡성으로 인해 한 가지로 구분하기는 어렵지만, 핵심 기능인 검색과 커뮤니티 기능, 그리고 뉴스 정보 제공 등을 놓고 볼 때는 인터넷 콘텐츠 호스트(Internet Content Host : ICH)에 가깝다. 즉 단순 '정보매개자'의 성격과 콘텐츠 제공자의 성격을 동시에 가진다. '정보매개 서비스 제공자'이므로, 정보 유통으로 인한 법적 책임에 있어서도 '제한된 범위' 내에서만 책임을 진다.

이러한 포털의 특성으로 인해 KISO는 단기적으로 포털사업자들이 매개하는 이용자 또는 제3자에 의한 게시물이나 콘텐츠에 활동을 주력할 것으로 예상된다.

4. 한국 자율규제 환경의 향후 과제

KISO는 인터넷 자율규제 활동이 척박한 한국에서 중요한 기반을 마련했다. KISO의 출범은 한국 인터넷 규제의 한 전기로 해석된다. 그러나 KISO는 제한된 회원사들의 협의적 자율규제기구로서 성격을 갖기에 인터넷정책 전반의 구조적 변화를 의미하지는 않는다. 한국과 같이 행정 규제 장치가 발달한 나라에서는 KISO와 같은 민간자율규제기구의 성공은 제도적이고 정책적인 변화 없이는 한계가 있다.

현행의 정부규제 가운데 불필요한 법규는 과감하게 탈 규제하고 민간 자율규제기구에 기능을 분산시키는 것이 필요하다. 이를 위해서는 현행의 공적 심의기관과 자율규제기구 간의 관계를 어떻게 설정하는가에 달려 있다. 공적 심의기관과 자율규제 기관이 원청업체와 하청업체와 같은 일종의 위계적 관계를 갖게 된다면, 그것은 공동 규제의 정신을 벗어나는 것이다. 행정 편의적 규제 시스템이 작동하는 이상 자율 규제 기구의 외연 확대는 어렵다.

KISO가 보다 발전하기 위해서는 향후 4가지 측면을 만족시킬 필요가 있다(Bonnicci, 2008). 첫째는 정부와는 다르게 구성원들이 공유하는 가치(shared interest)의 문제로서 이는 규칙 제정이나 규제의 실행의 타당성을 사회적으로 인정받아야 한다는 것을 의미한다. 이를 위해서는 KISO의 행동 강령과 일반 원칙이 갖는 추상성을 넘어서서 실제 내용규제와 관련한 실행적 차원에서 일관성 있게 지켜지고 그 효과를 가시화 시키는 것이 필요하다. 이를 통해 사회적 동의를 획득하는 것이야말로 향후 KISO가 한국을 대표하는 민간 인터넷자율규제기구로 자리매김하는 가를 결정지을 것이다. 이를 위해서는 KISO 회원사들 간의 공유된 가치를 발전시키는 노력이 필요하며, 사회적 소통의 공간을 확장시키는 노력도 필요하다.

정당성의 두 번째와 세 번째 요소는 전문성(expertise)과 적절한 인터넷 활동에 대한 기술적 접근성(technical access)이다. 자율규제활동을 할 수 있는 기술적이고 실행적인 능력과 기술적 뒷받침이 필요하다는 의미이다.

네 번째는 정부를 포함한 사회로부터의 인정 또는 공인(acknowledgement/approval of state of public authority)을 받는가의 문제이다. 이는 KISO가 한국 인터넷산업을 대표할 수 있는 기구로 외연을 확대해야 함을 의미한다. 영향력 있는 소수 업체들의 방어적 정책기구로 인식되지 않도록 중소 인터넷 기업과의 협력을 강화하고 신뢰를 확보하는 것이 무엇보다 중요하다.

모니터링 결과

- 2017년 자율규제 모니터링 결과

2017년 자율규제 모니터링 결과

개요

1. 기간

- 2017년 7월 1일(토) ~ 12월 31일(일)

2. 대상

- 캡슐형 유료 아이템 제공 게임물 전체

대상	온라인	모바일
기준	게임트릭스 (www.gametrics.com) '전국표본PC게임사용량' 1~100위 게임물	게볼루션 (www.gevolution.co.kr) 모바일 게임 종합순위 1~100위 게임물

※ 청소년 이용불가 등급 게임 및 캡슐형 유료 아이템 미판매 게임 제외

3. 주요 내용

○ '건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령' 준수 여부 확인

- 개별 확률 및 아이템 목록 공개, 구간/합산 확률 공개 시 추가 조치 진행 등

주요 준수 항목	
1	결과물의 정보 등을 확인할 수 있는 위치를 게임 내 등에 안내 (이용자 알권리 보장)
2	캡슐형 유료 아이템 결과물의 개별 구성 비율 모두 공개 (모든 아이템의 명칭, 등급 등 표기)
3	캡슐형 유료 아이템 결과물의 등급별 합산 또는 최대·최소 구성 비율 공개 ※ 백분율 공개를 원칙으로 하되 게임 특성에 따라 분수 또는 함수 표기 등이 필요한 경우 평가위원회 심의를 통해 승인 시 사용할 경우 자율규제 준수로 인정함
4	3번과 같이 등급별 또는 구간별 확률 공개 시 아래의 항목 중 하나는 반드시 준수
	가. 일정 구매 회수(구매금액) 도달 시 희귀 아이템 등 보상 시스템 마련 (100% 지급) 나. 희귀 아이템 리스트 및 구성 비율 공개 다. 희귀 아이템 출현 개수 공개 (최소 월 1회 공지사항 등을 통해 이용자에게 안내)
5	기타 (캡슐형 유료 아이템 운용 시 금지사항 및 준수 사항) ex) '짱' 금지 (투자금액보다 낮은 아이템 제공 포함) '오늘 단 하루만 제공' 으로 안내 후 재접속 또는 그 이후에도 동일한 상품 구매 가능 시

확률형아이템 자율규제 준수율 현황

구분		7월	8월	9월	10월	11월	12월
전체	준수율	64.9%	70.8%	71.2%	71.2%	74.8%	78.3%
	온라인	87.8%	92.7%	92.7%	95.1%	94.9%	95.1%
	모바일	52.1%	58.3%	58.6%	58.4%	64.5%	68.9%
개발사	국내	79.7%	79.8%	82.7%	80.2%	84.3%	92.1%
	온라인	88.6%	91.7%	91.9%	94.6%	94.3%	94.6%
	모바일	70.7%	70.8%	75.0%	69.4%	77.1%	89.7%
국적별	해외	31.4%	44.8%	40.0%	46.9%	50.0%	51.3%
	온라인	83.3%	100%	100%	100%	100%	100%
	모바일	20.7%	33.3%	30.8%	39.3%	42.9%	45.7%
순위별	1~50위						
	온라인	95.0%	100%	100%	100%	95.0%	100%
	모바일	62.5%	73.2%	72.1%	70.5%	74.4%	75.0%
	50~100위						
	온라인	81.0%	85.7%	85.0%	90.0%	94.7%	90.0%
	모바일	39.4%	38.7%	37.0%	42.4%	51.5%	60.0%
한국게임 산업협회	회원사	90.6%	97.4%	96.2%	92.6%	93.5%	96.3%
	온라인	92.1%	97.4%	97.4%	97.4%	94.6%	94.9%
	모바일	89.2%	97.4%	95.0%	88.4%	92.5%	97.6%
회원사 기준	비회원사	13.2%	16.2%	12.1%	24.3%	36.8%	37.1%
	온라인	33.3%	33.3%	33.3%	66.7%	100%	100%
	모바일	11.4%	14.7%	10.0%	20.6%	33.3%	33.3%

결과

1. 전체 준수율

“ 준수율 꾸준히 증가 추세 (7월 64.9% → 12월 78.3%) ”

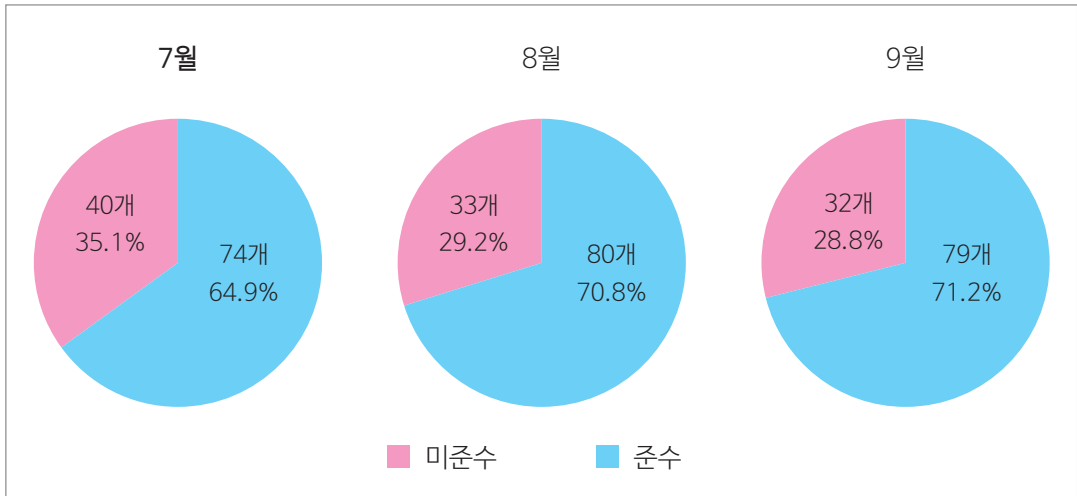
“ 해외 개발사 게임물 자율규제 참여 확대 (7월 31.4% → 12월 51.3%) ”

“ (사)한국게임산업협회 회원사 준수율 96.3%로 높아”

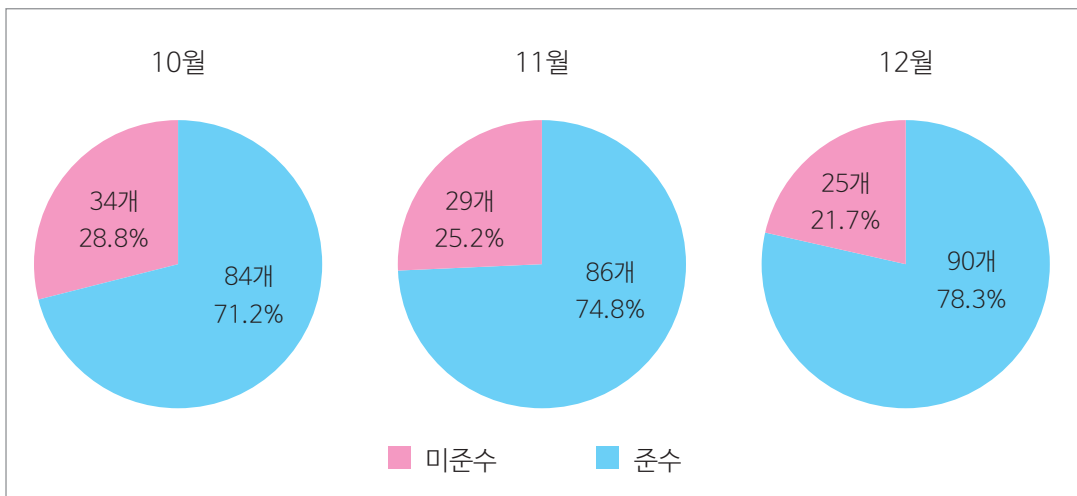
- 자율규제 시행 초인 7월 준수율은 64.9%로 다소 저조했으나 매월 꾸준히 상승하며 12월에는 78.3%의 준수율을 기록하였다.
- 초기 준수율 저조 요인으로는 미준수 게임물 대부분이 중소 개발사 및 해외개발사 게임물로 해당 업체들의 경우 자율규제 내용 미인지 또는 내부 개발 일정 등의 이유로 인해 준수율이 저조했던 것으로 판단되며 준수율 제고 방안의 일환으로 매월 미준수 게임물들을 대상으로 자율규제 참여 독려를 꾸준히 실시한 결과 12월 준수율은 80% 수준까지 상승하며 점차 준수 게임물이 증가하고 있는 것으로 나타났다.

구분	준수대상 게임물(개)	준수게임물(개)	준수율
7월	114	74	64.9%
8월	113	80	70.8%
9월	111	79	71.2%
10월	118	84	71.2%
11월	115	86	74.8%
12월	115	90	78.3%

〈전체 게임 준수율〉



[그림 1] 7, 8, 9월 확률형아이템 자율규제 준수 현황



[그림 2] 10, 11, 12월 확률형아이템 자율규제 준수 현황

2. 플랫폼별 준수율

- 온라인 자율규제 준수율은 95.1%로 모니터링 대상에 포함된 거의 모든 게임물들이 자율규제를 준수하고 있는 것으로 나타났다.
- 이 같은 높은 준수율의 요인으로는 온라인 플랫폼의 특성상 아이템 확률 공개 방식을 게임 내 또는 홈페이지에 이용자 편의에 맞춰 구성할 수 있는 장점과 동시에 '15년도에 (사)한국게임산업협회에서 발표했던 기존 확률형아이템 자율규제를 이미 준수하고 있던 게임물이 많아 '17년 개선 자율규제(안)을 적용하는 것이 모바일에 비해 상대적으로 수월했기 때문인 것으로 추정된다.

구분	준수대상 게임물(개)	준수 게임물(개)	준수율
7월	41	36	87.8%
8월	41	38	92.7%
9월	41	38	92.7%
10월	41	39	95.1%
11월	39	37	94.9%
12월	41	39	95.1%

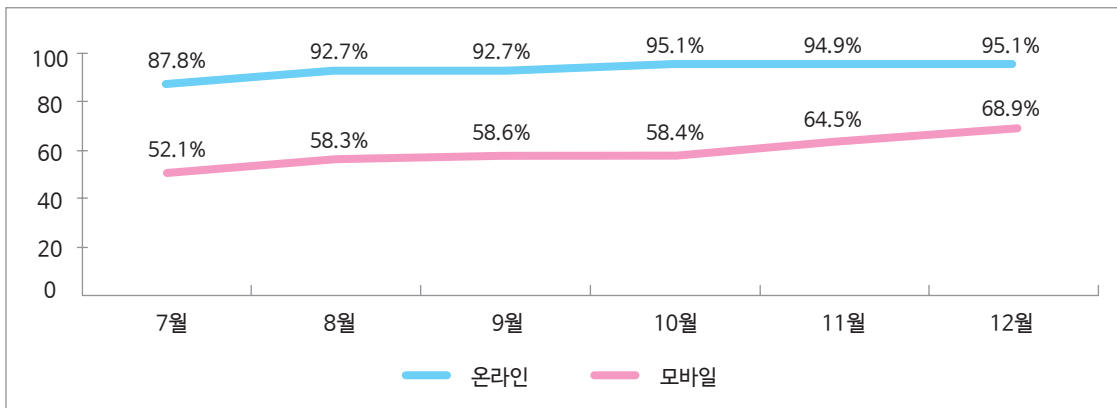
〈온라인 게임물 준수율〉

- 모바일 준수율은 52.1%에서 시작해 68.9%까지 상승하였으나 아직 온라인 게임물에 비해서는 낮은 준수율을 보이고 있다. 준수율 저조 요인으로는 해외 개발·유통사 게임물 및 중소기업 게임물의 미준수로 인한 경우가 가장 많았고 주로 자율규제 내용 미인지, 해외 본사 정책결정 등을 이유로 확률을 공개하지 않고 있는 것으로 나타났다.
- 그 밖에도 모바일은 플랫폼 특성상 주요 마켓에 게임 어플리케이션을 업로드하는 것만으로도 세계 각국에 서비스가 가능해 1인 개발자 및 중소기업, 해외 업체 등의 진입이 자유로우며, 모니터링의 대상이 되는 인기 게임 순위 또한 온라인에 비해 그 변동 폭이 매우 크다.
따라서 매월 모니터링 시 전월 준수 게임물이 순위권 밖으로 벗어나거나 반대로 미준수 게임물 다수가 순위권 내에 진입할 경우 준수율에 큰 영향을 미쳤다.

- 평가위원회에서는 모바일 준수율 제고를 위해 미준수 업체들을 대상으로 매월 준수 협조 요청을 진행해 왔으나 국내에 별도 법인을 두고 있지 않거나 고객 응대만 국내에서 진행하는 게임물의 경우 본사까지 자율 규제 협조 요청이 전달되지 않거나 전달되더라도 처리가 지연되는 사례가 발생하였고 고객센터 없이 오픈마켓에 직접 게임을 등록하여 서비스하고 있는 게임물의 경우는 대부분 유선 연락처가 없거나 마켓에 표기된 개발자 이메일로 협조 요청을 진행하더라도 대부분 반송 또는 자동 답변 처리가 되는 문제가 있었다.

구분	준수대상 게임물(개)	준수 게임물(개)	준수율
7월	73	38	52.1%
8월	72	42	58.3%
9월	70	41	58.6%
10월	77	45	58.4%
11월	76	49	64.5%
12월	74	51	68.9%

〈모바일 게임물 준수율〉



[그림 3] 온라인, 모바일 자율규제 준수율 추이

3. 인기 상위 게임 준수 현황 (1위~50위)

- 온라인 인기 상위 게임은 12월 기준 모든 게임이 자율규제를 준수하고 있어 100%의 준수율을 달성하였다. 특히 온라인 게임은 인기 상위 게임들이 전체 점유율의 90% 이상을 차지하고 있을 정도로 상위 게임물의 비중이 높을 뿐만 아니라 순위 변동 또한 거의 없어 앞으로도 높은 준수율이 유지될 것으로 예상된다.

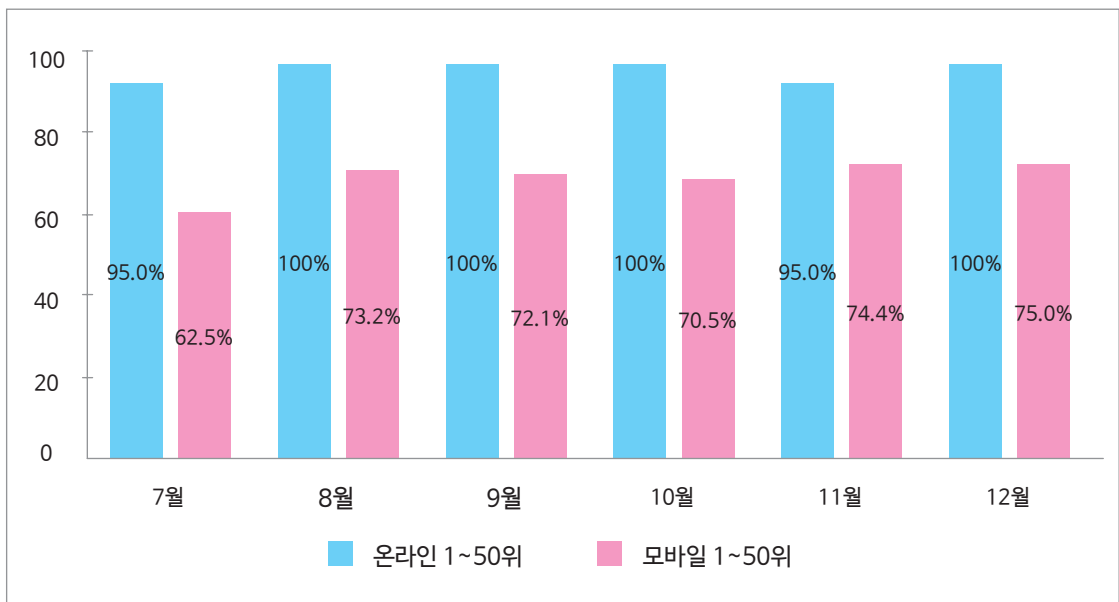
구분	1~50위		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
7월	19	1	95.0%
8월	20	0	100%
9월	21	0	100%
10월	21	0	100%
11월	19	1	95.0%
12월	21	0	100%

〈온라인 인기 상위 게임물 준수율〉

- 모바일 게임물은 50위권 이내 게임물의 75.0%가 자율규제를 준수하였다.
- 시행 초기 60% 초반에 머무르던 준수율은 6개월 경과 시점인 12월에는 75%로 상승하였으며 인기 상위 게임물 중 (사)한국게임산업협회 회원사와 국내 개발사 게임물의 90%는 확률을 공개하고 있어 점차 준수율이 상승할 것으로 전망한다.
- 다만, 최근 해외 개발사 게임물들이 별도의 법인을 두지 않고 국내로 직접 서비스를 하는 사례가 많고 해당 게임물들이 인기순위에 진입하는 횟수도 증가하고 있어 결국 해외 게임물의 자율규제 참여 여부가 전체 준수율에 영향을 미칠 것으로 판단된다.

구분	1~50위		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
7월	25	15	62.5%
8월	30	11	73.2%
9월	31	12	72.1%
10월	31	13	70.5%
11월	32	11	74.4%
12월	33	11	75.0%

〈모바일 인기 상위 게임물 준수율〉



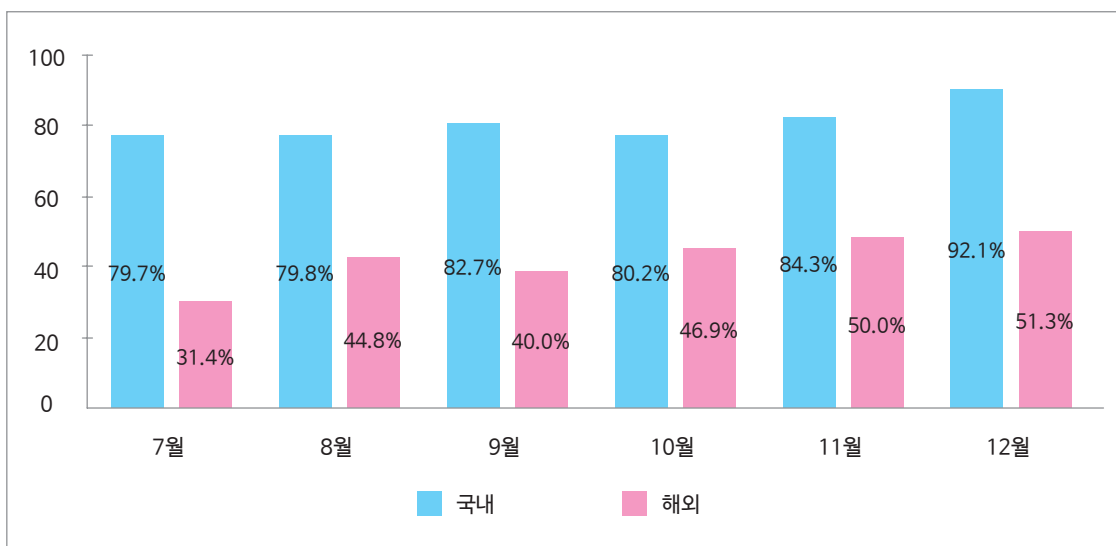
[그림 4] 온라인, 모바일 1~50위 인기 게임물 준수율 비교

4. 개발사 국적별 준수율

- 국내 개발사 게임은 92.1%가 해외 개발사 게임은 51.3%가 준수하였다.
- 자율규제가 국내 서비스 게임물을 대상으로 적용되고 있는 만큼 국내 개발사 게임물의 90% 이상이 자율규제에 동참하고 있는 반면 해외 국적의 개발사는 자율규제에 대한 내용을 인지하고 있지 못하거나 법적 강제력이 없어 국내 개발사에 비해 낮은 준수율을 보이고 있는 것으로 나타났다.

	국내	해외
7월	79.7%	31.4%
8월	79.8%	44.8%
9월	82.7%	40.0%
10월	80.2%	46.9%
11월	84.3%	50.0%
12월	92.1%	51.3%

〈개발사 국적별 준수율〉



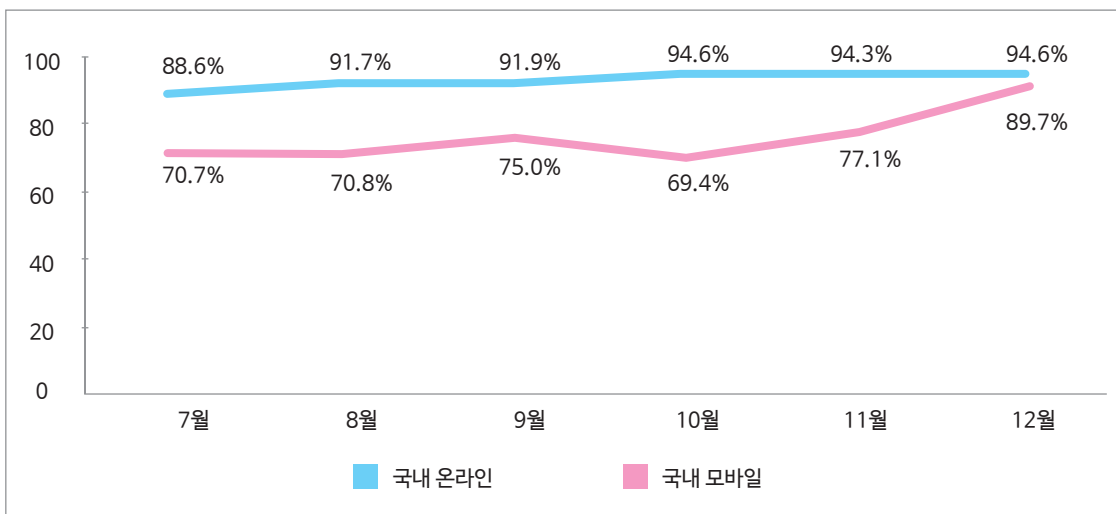
[그림 5] 개발사 국적별 준수율 비교

구분	온라인		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
7월	31	4	88.6%
8월	33	3	91.7%
9월	34	3	91.9%
10월	35	2	94.6%
11월	33	2	94.3%
12월	35	2	94.6%

〈국내 온라인 개발사 게임물 준수율〉

구분	모바일		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
7월	32	12	70.7%
8월	33	14	70.8%
9월	33	11	75.0%
10월	34	15	69.4%
11월	37	11	77.1%
12월	35	4	89.7%

〈국내 모바일 개발사 게임물 준수율〉



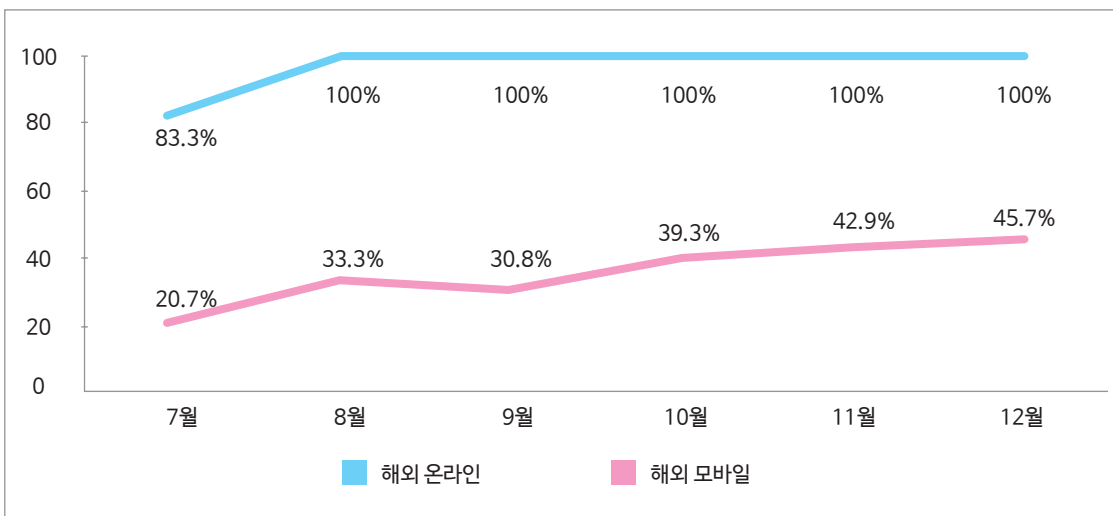
[그림 6] 국내 온라인, 모바일 게임물 준수율 추이

구분	온라인		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
7월	5	1	83.3%
8월	5	0	100%
9월	4	0	100%
10월	4	0	100%
11월	4	0	100%
12월	4	0	100%

〈해외 온라인 개발사 게임물 준수율〉

구분	모바일		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
7월	6	23	20.7%
8월	9	18	33.3%
9월	8	18	30.8%
10월	11	17	39.3%
11월	12	16	42.9%
12월	16	19	45.7%

〈해외 모바일 개발사 게임물 준수율〉



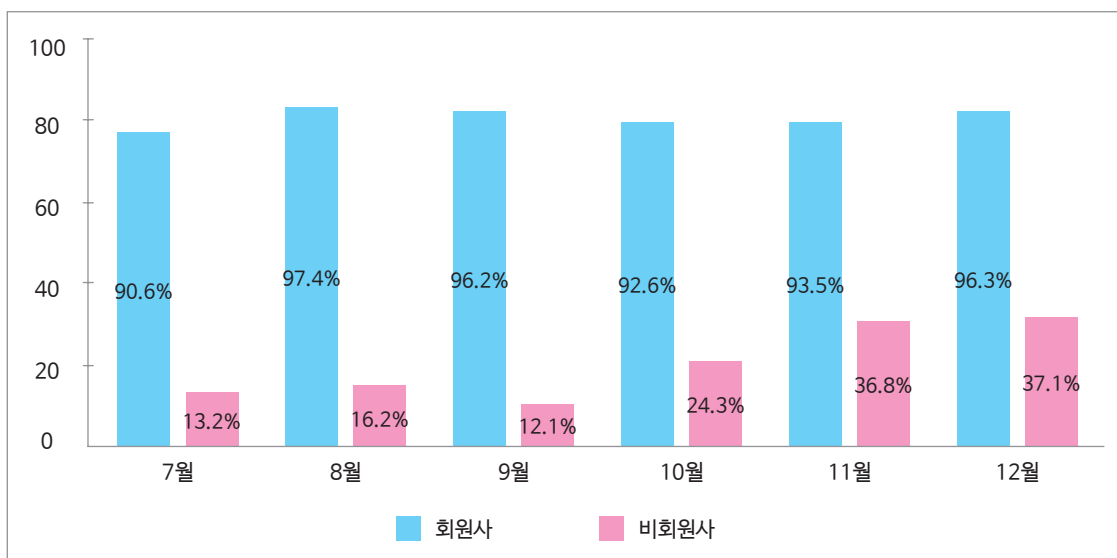
[그림 7] 해외 온라인, 모바일 게임물 준수율 추이

5. (사)한국게임산업협회 회원사/비회원사 자율규제 준수율

- 회원사 온라인 준수율은 94.9%, 모바일 준수율은 97.6% 였으며 비회원사 온라인 준수율은 100%, 모바일 준수율은 33.3%로 나타났다.
- 자율규제 시행 주체인 (사)한국게임산업협회 회원사 게임물의 경우 온라인·모바일 모두 90%가 넘는 높은 준수율을 보이고 있으며 비회원사 온라인 게임물은 100% 준수하고 있으나 모바일 게임물은 준수율이 30% 대에 그치고 있어 이는 전체 준수율 감소 요인으로 작용하고 있다.

	회원사	비회원사
7월	90.6%	13.2%
8월	97.4%	16.2%
9월	96.2%	12.1%
10월	92.6%	24.3%
11월	93.5%	36.8%
12월	96.3%	37.1%

〈회원사, 비회원사 준수율〉



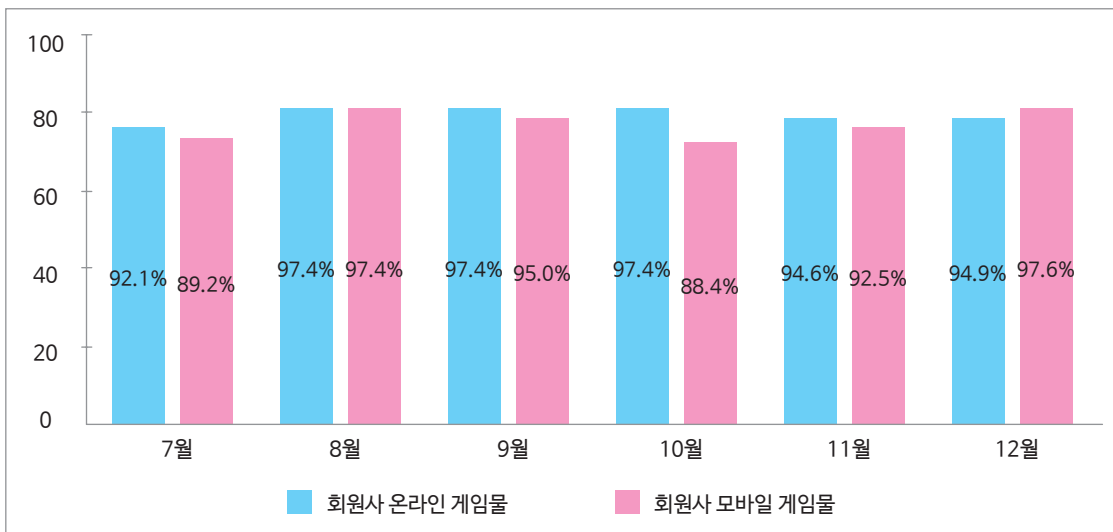
[그림 8] (사)한국게임산업협회 회원사, 비회원사 준수율 비교

구분	온라인		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
7월	35	3	92.1%
8월	37	1	97.4%
9월	37	1	97.4%
10월	37	1	97.4%
11월	35	2	94.6%
12월	37	2	94.9%

〈회원사 온라인 게임물 준수율〉

구분	모바일		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
7월	34	4	89.2%
8월	37	1	97.4%
9월	38	2	95.0%
10월	38	5	88.4%
11월	37	3	92.5%
12월	40	1	97.6%

〈회원사 모바일 게임물 준수율〉



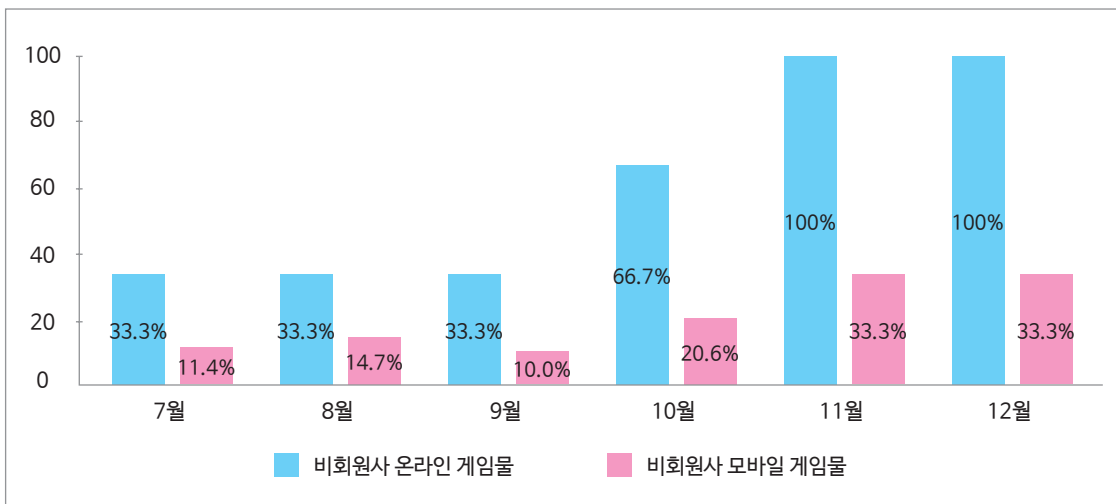
[그림 9] (사)한국게임산업협회 회원사 준수율

구분	온라인		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
7월	1	2	33.3%
8월	1	2	33.3%
9월	1	2	33.3%
10월	1	2	66.7%
11월	2	0	100%
12월	2	0	100%

〈비회원사 온라인 게임물 준수율〉

구분	모바일		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
7월	4	31	11.4%
8월	5	29	14.7%
9월	3	27	10.0%
10월	7	27	20.6%
11월	12	24	33.3%
12월	11	22	33.3%

〈비회원사 모바일 게임물 준수율〉



[그림 10] (사)한국게임산업협회 비회원사 준수율

6. 종합결과

- 자율규제 시행 초기인 7월 전체 준수율은 64.9%였으나 6개월 경과 시점인 12월에는 78.3%를 기록하여, 준수율은 꾸준히 상승하는 추세를 보였다.
- 준수율 상승 요인은 자율규제 시행 주체인 (사)한국게임산업협회 회원사 및 국내 개발사의 자율규제 준수율 상승에 따른 것으로 12월 기준 (사)한국게임산업협회 회원사 게임물 준수율은 96.3%, 국내 개발사 게임물 준수율은 92.1%로 높은 수치를 기록하였다.
- 반면 해외 모바일 게임물 준수율은 45.7%로 국내 모바일 게임물 준수율 89.7%에 비해 절반 수준에 그치고 있어 자율규제 준수율 제고를 위해 해외 업체를 대상으로 자율규제 동참 방안에 대해 모색해볼 필요가 있다.

평가위원회 주요 소식

- 온라인콘텐츠 자율규제 현황과 세미나 후기
- 확률형아이템 주요 민원 사례



평가위원회
주요 소식

온라인 콘텐츠 자율규제 현황과 과제 세미나 후기

김가연
(사)오픈넷 변호사

2017년 12월 13일 (사)오픈넷, 게임이용자보호센터(GUCC), 한국인터넷자율정책기구(KISO), (사)한국만화가협회의 공동 주최로 "온라인 콘텐츠 자율규제 현황과 과제" 세미나가 한국지식재산센터에서 성황리에 개최되었다.

이번 세미나는 온라인 콘텐츠 자율규제가 이루어지고 있는 대표적인 영역인 인터넷 게시물, 게임 확률형 아이템, 웹툰 분야에서 적용되고 있는 자율규제의 현황 및 향후 과제, 각 영역에서의 자율규제의 공통점과 차이점 등을 다루어 봄으로써, 온라인에서의 표현의 자유 및 예술의 자유를 확대할 수 있는 제도 개선 방안을 논의해보고자 하는 취지로 기획되었다.

오픈넷 이사이자 GUCC 자율규제평가위원회 위원장을 맡고 있는 한양대 법학전문대학원 황성기 교수는 개회사에서, 자율규제의 장점과 정부규제의 장점을 비교하고, 우리나라는 매체물 규제에 있어 자율규제의 역사가 일천하고, 특히 인터넷 분야에서는 국가 주도의 정부규제가 강력하다고 하면서, 오늘의 논의가 합리적이고도 효과적인 자율규제 시스템의 구축을 위해 매우 의미 있는 기회가 될 것임을 강조했다.



(개회사 중인 황성기 교수)

이후 주제 발제가 이어졌는데, 인터넷 게시물 분야에서는 KISO의 권은중 사무처장, 게임 분야에서는 GUCC 자율규제평가위원회 위원인 한국청소년정책연구원 장근영 박사, 웹툰 분야에서는 웹툰자율규제위원회 위원장인 청강문화산업대 박인하 교수가 각 분야별 자율규제의 현황과 향후 과제에 대해 발표했다.

먼저 우리나라에서 온라인 콘텐츠 자율규제를 처음으로 시작한 KISO의 권은중 사무처장이 발제를 시작했다. KISO는 2009년 설립되어 약 10년이 되는데, 2008년 광우병 파동 등 중요한 정치적 사건과 관련해 인터넷 게시글을 삭제해달라는 요청이 늘어나면서, 미국이나 유럽형의 자율규제가 필요하다는 목소리가 높아진 것이 계기가 되었다고 한다. 명칭을 한국 인터넷 자율 '규제' 기구가 아닌 자율 '정책' 기구라고 한 것은 인터넷은 규제의 대상이 아니라는 생각이 근거에 깔려 있는 것이라고 했다. 2009년 6월 최초의 정책결정이 있었으며, 2012년 선거기간 중 처음으로 정책을 수립했고, 이후 검색어, 광고 등 다양한 서비스로 자율규제의 영역을 넓혀나갔다.



〈인터넷 게시물 자율규제 현황과 향후 과제에 대해 발표 중인 권은중 사무처장〉

KISO는 네이버 등 주요 포털을 포함한 총 11개의 회원사가 참여하고 있으며, 회원사 대표는 의사결정 기구인 이사회를 구성한다. 정책과 운영 기능을 분리해 정책위원회와 운영위원회를 두고 있는데, 정책 및 심의 결정을 하는 정책위원회는 회원사와 외부 전문가 위원으로 구성되어 있으며, 정책결정은 만장일치제, 심의 결정은 다수결로 하고 회원사가 공동으로 따르게 하고 있다. 지난 8년간 총 34건의 정책 결정이 있었는데, 건수가 적어 보이지만 법령이나 판례를 만드는 수준으로 건당 2-4달씩 논의하는 과정을 거치기 때문이라고 한다. 심의 결정은 회원사가 상정한 게시물에 대해 임시 조치, 재게시 등의 여부를 판단하는 절차인데, 외국의 경우는 음란물 심의가 많지만, KISO에서는 정치적 이슈가 주로 다루어진다고 했다. 심의 결정 건수가 많지 않은 이유는 대부분 사업자들이 먼저 판단하고, 판단이 어려울 경우에 KISO에 심의를 요청하기 때문이다. 그 외에 검색어 검증위원회, 인물정보 검증 및 자문위원회 등을 두고 있다.

권사무처장은 자율규제는 사업자가 바로 조치를 취할 수 있으므로 공적 규제보다 효율적이나, 다만 공적 규제를 무의미하게 하는 게 아니라 보완하는 역할임을 강조했다. 그리고 한계와 향후 과제에 관해서는 KISO가 표현의 자유 보호의 최전선에 있다고 자부하지만 회원사가 11개사밖에 안되고 외국 사업자는 참여하고 있지 않아 역차별의 문제가 가장 크다고 했다. 또한 사업자만으로 구성되다 보니 외부와의 접점이 적은 것도 한계여서, 이용자, 정부, 시민사회 등 대외 협력을 통해 함께하는 자율규제로 만들어나가는 것이 향후 과제라고 보았다. 그리고 SNS나 인터넷 개인방송 등 다양한 신서비스에 대한 자율규제 기준을 마련할 필요가 있다고 하면서 끝맺었다.

다음으로 GUCC 자율규제평가위원회 위원인 장근영 박사가 확률형아이템 자율규제 현황에 대해 발표했다. 확률형아이템 자율규제는 사업자 스스로 확률형아이템 결과에 대한 정보를 제공하는 방식으로 이루어지고 있다. 게임 아이템은 소비량 직접적 관련이 있어서 지불한 돈에 걸맞은 결과를 얻을 수 있는 지라는 예측 가능성이 중요하다고 한다. 이를 알려서 합리적인 소비를 유도하고 게임 이용자를 보호하여 건강한 게임문화를 조성하는 게 자율규제의 목적이다.



〈확률형아이템 자율규제 현황과 향후 과제에 대해 발표 중인 장근영 박사〉

원래 2014년부터 자율규제를 해왔지만 미흡하다는 지적이 많아, 외부적 압박과 내부적 자각에 의해 제3의 기관을 만들어서 자율규제를 담당하게 하자는 결론을 내렸다. 이에 GUCC가 설립되고 2017년 2월 자율규제평가위원회가 출범했다. 평가위원회는 업계 대표자부터 교수, 변호사, 소비자 단체 등 다양하게 구성되었다. 흥미로운 것은 한국게임산업협회, GUCC, 평가위원회가 각기 다른 권한을 가지고 자율규제에 참여하고 있다는 점이다. 자율규제의 대상은 모든 게임, 모바일과 PC를 포함하는데, 정보 표기 위치나 확률 표시 방법 등을 구체적으로 정하고 있으며, 사후관리체계도 두고 있다.

최근의 전체 준수율을 보면 70% 정도를 나타내지만 중소기업 및 해외 개발사들의 준수율이 저조한 것으로 나타났다. 특히 해외 개발사의 플랫폼별 준수율을 보면 온라인은 100%인 반면 모바일 게임 준수율은 30% 정도 수준으로 낮고, 해외 업체의 경우 연락처가 공개되지 않아 자율규제 안내가 어려운 점 등이 한계라고 한다. 향후 과제로는 준수율 제고를 위해 해외 업체를 대상으로 자율규제의 내용을 안내하고 오픈마켓 사업자와 협력 방안을 모색하며 게임 이용자에게 자율규제를 적극적으로 홍보할 계획이라고 밝혔다.

마지막으로, 가장 최근에 구성된 웹툰 자율규제위원회 위원장인 청강문화산업대학교 박인하 교수가 발표했다. 만화는 전통적으로 규제 대상이었으며, 그간 간행물윤리위원회에서 계속 사전심의를 하다가 위헌 결정이 있는 후 사후 심의로 바뀌었다고 한다. 흥미로운 건 출판만화와 전자책 만화 등은 여전히 간행물윤리위원회에 의한 심의를 받지만 웹툰만은 자율규제가 적용되고 있는 점이다.



〈웹툰 자율규제 현황과 향후 과제에 대해 발표 중인 박인하 교수〉

웹툰은 90년대 후반 신문에서 연재된 '광수생각' 등이 디지털화되어 온라인에서 유통되거나 창작자들이 개인 홈페이지 등에 작품을 올리는 식이었다가, 2003 - 2004년에 포털에서 웹툰을 서비스하기 시작했고, 2009년 11월에 아이폰의 등장으로 PC 기반에서 모바일 기반 트래픽으로 넘어가면서 웹툰이 폭발적으로 대중화되었다. 2013년 네이버가 웹툰 수익을 작가에게 나눠주는 PPS 프로그램을 시작하고 이후 포털의 유료화 서비스 및 레진과 같은 유료 플랫폼 등이 성공적으로 정착하면서 현재 웹툰의 전성기를 맞고 있다.

웹툰의 성공은 자율규제 시스템의 덕분이라고 할 수 있는데, 근본적으로 디지털 만화와 웹툰은 다르다는 생각에서 자율규제 연구가 시작되었다. 2012년 1월 조선일보 기사를 계기로 방송통신심의위원회(이하 "방심위")에서 웹툰 심의 계획을 발표하자 바로 범만화인 비상대책위원회(이하 "비대위")가 결성되어 방심위 심의 반대 활동을 했으며 2개월 만에 방심위와 비대위가 업무협약을 맺게 되었다고 한다. 이후 협약에 기반해 방심위에 민원이 접수되면 한국만화가협회(이하 "만협")에서 심의를 하는 식으로 진행되다가 4년여의 논의 끝에 2017년 11월 비로소 외부 전문가들로 구성된 자율규제위원회가 출범했다. 그리고 만협과 MOU를 체결하는 방식으로 웹툰 플랫폼들이 자율규제에 참여하고 있다.

과제로는 자율규제 가이드 기준 마련을 들었는데, 현재 웹툰은 전체이용가 또는 19금밖에 없어 연령등급을 도입하고 유해성을 표기하는 게 주요 논의사항이라고 하며, 또한 자율규제위원회의 안정을 위해 미가입 플랫폼의 참여 유도가 필요하다고 했다. 그 외 법제화를 통한 집행력 제고 등이 논의되고 있다고 한다.

발제 후 종합토론 및 질의응답 시간에는 황성기 교수가 좌장을 맡고 오픈넷 김가연 변호사, 방송통신심의위원회 통신심의기획팀 김영선 차장, KISO 나현수 팀장, 한양대학교 윤혜선 교수, 한국콘텐츠진흥원 조영기 박사, 한국게임산업협회 최승우 정책국장이 패널로 참석해 활발한 토론을 펼쳤다.



〈종합토론 시간〉

먼저 윤혜선 교수는 '자율규제제도의 이론과 실무'를 주제로 발제에 대한 토론보다는 자율규제제도 전반에 대해 설명하는 시간을 가졌다. 자율규제제도의 도입 배경과 자율규제의 개념과 기능, 자율규제 기관의 역할, 자율규제의 유형에 대해서 설명했으며 국내 자율규제 현황에 대해서는 미디어 규제로 출발했으나 지금은 경제, 정보통신, 금융 등 다양한 영역에서 자율규제가 도입되어 다양한 방식으로 활용되고 있다고 한다. 그리고 마지막으로 자율규제가 잘 운영되기 위해서는 준수의 문제가 제일 중요한데, 이를 위해서는 법적 구속력 확보보다는 실제적인 수범자 지원 정책이 필요하다고 강조하면서 끝맺었다.

다음으로 김영선 차장은 인터넷 콘텐츠 내용규제에 대해 공적 규제가 바람직한가에 대해 의문을 가질 수 있고, 내용규제의 필요성에 대해서는 다들 공감하나 주체와 범위에 대해 의견이 다른 것으로 보인다고 했다. 방심위는 현재 51개 인터넷 기업이 참여하는 '자율심의 협력 시스템'을 운영하고 있으며, 웹툰자율규제위원회와의 협력도 강화하고 있다고 한다. 업계가 자율규제를 시도하고 자정 노력을 보이는 것은 긍정적이며, 다만 더 많은 자율규제기구가 필요하고 공적 규제에 기반을 두고 있는 우리 법 체계상 공적 규제와의 보다 많은 소통의 기회와 협업이 필요하다고 했다.

세 번째 토론자인 조영기 박사는 2017년 국정감사 때 확률형아이템에 대해 꽤 많은 논의가 있었음을 상기시키며, 현재 자율규제의 적용 대상은 ‘캡슐형 아이템’으로 한정되어 있는데도 준수율이 70% 정도 대에 그치는 것은 일반인이 납득하기 어려운 수준이 아닌지 생각해볼 필요가 있다고 말했다.

또한 해외 업체들의 낮은 준수율 제고 방안으로 일본의 JOGA(일본온라인게임협회)의 활동을 참고할 수 있을 것이라 하면서 이용자들이 큰 문제라 생각하는 ‘인챈트 아이템’에 대한 계획도 필요하다고 지적했다.

다음으로 나현수 팀장은 사업자들은 양질의 서비스를 제공하기 위해 자율규제를 잘 하고 있으며, 이는 자율규제가 활성화될 수 있는 기반이라고 했다. 그러면서 방심위에서는 자율규제와 공적 규제 간 협력이 필요하다고 하나 오히려 공적 규제가 너무 세기 때문에 자율규제가 제대로 정착되기 어려우며, 인센티브는 전혀 없고 제재는 있는 상황에서 자율규제는 공적 규제의 눈치만 볼 수밖에 없는 상황이 아닌지 반문을 제기했다. 결론적으로 정부 개입의 자제를 통해 자율규제를 성장시켜야 할 필요가 있다고 끝맺었다.

최승우 정책국장은 게임은 국민의 70%가 즐기는 우리나라의 효자산업이자 종합예술인데, 2000년대 중반까지 급성장하여 게임 강국이라 불리던 찬란한 시절이 있었지만 충분한 연구와 검토 없이 성급하게 도입된 게임 규제들로 인해 경쟁력이 약화되었고 역차별의 결과로 해외 사업자들과의 격차가 더 벌어지게 되었다고 했다. 개선을 위해서는 자율규제가 바람직한데, 게임 사업자들도 소비자 등 사회의 신뢰를 확보하기 위해 노력할 필요가 있다고 했다.

마지막으로 김가연 변호사는 인터넷 게시물, 게임, 웹툰을 망라하는 우리나라 청소년 보호를 위한 유해 콘텐츠 규제의 현황과 특징에 대해 설명하면서, 현재의 청소년 유해 콘텐츠 규제에서 과도한 국가 후견주의 경향이 발견되며 청소년은 보호의 대상이자 인권의 주체라는 이중적 지위를 가짐에도 청소년 보호만이 강조되고 있고, 또한 민간 주도의 자율규제 여지가 없다고 했다. 그리고 미국과 독일의 청소년 보호 제도 사례를 들고 특히 청소년보호위원회와 민간 자율기구가 유기적 조화를 이루고 있는 독일의 ‘규제적 자율규제’를 모델로 삼아 현 제도를 개선할 필요가 있음을 강조했다.

이번 세미나는 온라인 콘텐츠 규제에 있어서 가장 중요한 인터넷 게시물, 게임, 웹툰 3개 분야의 자율 규제 기구 관계자와 전문가들이 최초로 모였던 매우 뜻깊은 자리였다. 그래서인지 12월 중순임에도 불구하고 넓은 강의실을 꽉 채울 정도로 다수의 청중들과 기자들이 참석하고 세미나 후에 패널들에게 줄 서서 질문을 하는 등 온라인 콘텐츠 자율규제 제도에 대한 높은 관심과 열기를 느낄 수 있었다. 인터넷 게시물 뿐만 아니라 이제 막 시작한 게임과 웹툰 분야의 자율규제는 시도만으로도 큰 발전이라 생각되며 아직 미흡한 점도 있지만 인내심을 갖고 잘 뿌리내리도록 지켜볼 필요가 있다고 생각된다. 그리고 이 날의 논의가 다른 온라인 콘텐츠에 있어서도 자율규제가 생겨나는 밑거름이 될 수 있겠다는 희망을 가져본다.



확률형아이템 주요 민원 사례

게임이용자보호센터 민원

사례 1

신청인은 피신청인이 운영하는 모바일 게임 이용자로, 게임에서 판매하는 확률형 아이템을 구매하였다. 신청인은 해당 게임이 확률형 아이템에 대해 등급별 확률을 공개하고 있으나, 게임 내 S급 아이템보다 A급 아이템의 가치가 높은 경우가 있어 공개된 등급별 확률 정보는 정보 가치가 떨어진다고 주장하였다. 등급별 확률 정보와 개별 확률 정보 중 이용자에게 도움이 되는 정보는 개별 확률 정보라고 판단되어 개별 확률 공개로 변경될 수 있도록 센터로 민원 접수를 하였다.

처리결과

피신청인은 센터의 권고사항에 대해 면밀히 검토한 결과 기존 등급별 확률 공개에서 개별 확률 공개로 변경하기로 하였다. 신청인은 피신청인의 이러한 결정에 만족하였고, 실제 개별 확률 공개로 변경된 것을 확인하여 원만히 민원이 해결되었다.

사례 2

신청인은 피신청인이 운영하는 온라인 게임 이용자로, 해당 게임이 확률형 아이템에 대해 등급별 확률 공개를 하고 있으나, 추가 조치를 하고 있지 않아 미준수 게임물임을 주장하였다. 신청인은 미준수 게임물에 대한 조치를 요구하고자 센터로 민원 접수를 하였다.

처리결과

온라인 게임의 모니터링은 게임트릭스 전국 표본 PC게임 사용량 1~100위에 해당되는 게임으로 진행하고 있으며, 미준수 게임물에 대한 조치는 '1차:권고, 2차:경고, 3차:미준수 게임물 공표'로 진행되고 있음을 안내하였다. 피신청인이 운영하는 온라인 게임의 경우 모니터링 대상에 포함되지 않는 게임물임을 설명하고 더 많은 게임사에서 동참할 수 있도록 노력하고 있음을 설명하자 신청인이 수긍하여 종결되었다.

콘텐츠분쟁조정위원회 민원

사례

신청인은 피신청인이 운영하는 모바일 게임 이용자로, 게임에서 판매하는 패키지 아이템을 구매하였다. 피신청인이 운영하는 모바일 게임 홈페이지에는 해당 아이템을 통해 게임상의 재화를 얼마나, 어떤 확률로 얻을 수 있을지를 시뮬레이션 해볼 수 있는 시스템이 존재했다. 그런데 신청인은 시뮬레이션과 실제 구입한 패키지 아이템을 통해 얻을 수 있는 재화의 확률이 확연히 차이가 난다고 판단하였고, 피신청인이 해당 패키지 아이템의 확률을 과장하여 광고하였다고 주장하였다. 이에 신청인은 구매한 패키지아이템의 환불을 요청하였으나 거절당했고, 구입한 패키지 아이템의 환불을 요구하는 분쟁조정 신청을 콘텐츠분쟁조정위원회에 하였다

합의 내용

피신청인은 신청인이 제출한 게임 장면 캡처화면과 계산식 등의 자료와 게임 시뮬레이션의 확률을 면밀히 검토한 결과, 시뮬레이션 시스템에서 재화를 얻을 수 있는 확률이 게임 내에서 얻을 수 있는 재화의 확률보다 높게 산출되는 문제가 있었음을 인정하고, 사과를 하였다. 신청인은 피신청인의 신속한 사과에 만족하여 당사자 간의 원만한 합의로 분쟁이 해결되었다.

부록

- 건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령
- 건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령 시행세칙
- 확률형아이템 자율규제 인증제도 시행세칙

건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령

제정 : 2017.02.15

【전문】

(사)한국게임산업협회(이하‘K-GAMES’라 한다)는 건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령(이하 ‘강령’라 한다)을 제정한다. K-GAMES의 모든 회원사 및 이 강령에 동참 의사를 표현한 게임물 관련 사업자(이하 ‘참여사’라 한다)는 강령 준수의 의무를 갖는다.

제1조 (목적) 이 강령은 게임물 이용자의 합리적 소비를 위하여 참여사가 준수하여야 할 사항 및 이용자에게 제공하여야 할 정보의 내용과 전달 방식 등 자율규제의 내용을 규정함으로써, 건강한 게임문화 조성에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조 (용어의 정의) 이 강령에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. 무료 아이템 : 게임 내에서 획득할 수 있는 아이템
2. 유료(캐시) 아이템 : 이용자가 유료 구매를 통해 획득할 수 있는 아이템
3. 캡슐형 유료 아이템 : 이용자가 유료 구매 후, 우연성에 의해서 그 내용물이 제공되는 아이템

제3조 (적용대상)

- ① 이 강령은 캡슐형 유료 아이템을 제공하는 모든 게임에 적용한다.
- ② 제1항에 따른 게임물의 구체적인 범위는 제9조제1항의 자율규제 평가위원회가 매년 검토하여 결정한다.

제4조 (캡슐형 유료 아이템 운용)

- ① 참여사는 캡슐형 유료 아이템의 기획 시 다음 각 호의 사항을 하여서는 아니된다.
 1. 캡슐형 유료 아이템의 이용 조건이나 아이템의 내용에 대해서 사실과 다른 표시, 게임물 이용자가 오인할 만한 표시를 하는 행위
 2. 캡슐형 유료 아이템의 결과물에 유료 캐시를 포함하는 행위

3. 캡슐형 유료 아이템의 결과물로 아무것도 제공하지 않는 행위
 4. 캡슐형 유료 아이템의 결과물 중 다음 단계의 게임 진행을 위한 필수 아이템을 포함하는 행위
- ② 캡슐형 유료 아이템의 결과물로 유료(캐시) 아이템을 제공하는 경우 다음 각 호중 하나의 행위를 준수하여야 한다.
1. 캡슐형 유료 아이템의 결과로 제공되는 유료(캐시) 아이템의 가치는 캡슐형 유료 아이템 1회 구입 가격과 동등하거나 그 이상으로 할 것
 2. 캡슐형 유료 아이템 10회 구매 시 제공되는 유료(캐시) 아이템의 기대가치는 캡슐형 유료 아이템 10회 구입가격과 동등하거나 그 이상으로 할 것
 3. 그 외 제1호와 제2호에 준하여 구입가격과 동등하거나 그 이상의 유료(캐시) 아이템을 제공할 것

제5조 (캡슐형 유료 아이템의 표시 등)

- ① 참여사는 캡슐형 유료 아이템에 대하여 다음 각 호의 내용을 표시하여야 한다.
1. 캡슐형 유료 아이템을 통해 제공되는 모든 아이템의 명칭, 등급
 2. 캡슐형 유료 아이템의 제공 수나 제공 기간이 한정되는 경우 해당 정보
 3. 별표 1의 예시에 따른 캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성 비율 등에 관한 사항
- ② 참여사는 전항의 내용을 이용자가 쉽게 확인할 수 있도록 표시하여야 하며, 결과물의 구성 비율에 관한 정보를 확인할 수 있는 위치를 게임 내 등에 안내하여야 한다.
- ③ 참여사는 캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성 비율에 변경이 발생할 경우 사전에 공지하여야 한다. 단, 게임 서비스의 운영 중 기술상 긴급을 요할 경우에는 변경이 발생한 시점에서 지체 없이 그 취지 및 내용을 고지한다.

제6조 (추가 조치)

- ① 참여사는 제5조제1항제3호에 따라 캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성 비율을 공개하는 경우 다음 각 호 중 하나의 추가조치를 적용해야 한다.
1. 일정 구매 회수(구매금액) 도달 시 희귀아이템 등 보상 지급
 2. 희귀아이템 구성 비율 공개
 3. 희귀아이템 출현 개수 공개
- ② 전항에도 불구하고 참여사가 별표1의 제1항에 따른 캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성 비율을 공개하는 경우에는 전항을 적용하지 아니한다.

제7조 (내부 점검)

- ① 참여사는 이 강령이 적절하게 운용되도록 내부 점검을 실시한다.
- ② 참여사는 전항의 점검 결과 이 강령에 위반되는 사실이 발견되었을 경우 다음 각 호의 조치를 취한 후 해당 내용을 K-GAMES에 통보한다.
1. 위반 내용에 대한 신속한 시정 조치
 2. 위반 원인분석 및 재발방지책 마련

제8조 (자율규제 평가위원회)

- ① 자율규제 개선 및 이행 현황을 감독하기 위하여 (재)게임문화재단 게임이용자보호센터에 평가위원회를 설치한다.
- ② 평가위원회는 게임 및 이용자 보호와 관련된 5~10인의 평가위원으로 구성한다.

제9조 (자율규제 사후관리 및 인증제도)

- ① 평가위원회는 자율규제 인증제도를 운영한다.
- ② 평가위원회는 이행현황에 대한 상시 모니터링을 진행한다.
- ③ 평가위원회는 제2항의 모니터링 결과에 따라 준수 권고, 경고, 위반사실 공표 및 인증 취소 등의 조치를 취할 수 있다.
- ④ 평가위원회는 정기적으로 자율규제 모니터링 결과 보고서를 공개함으로써 신뢰성을 확보하도록 한다.
- ⑤ 평가위원회는 제9조 각 항의 활동 이외에도 위원회의 운영 목적 및 자율규제 개선에 필요한 사업을 진행할 수 있다.

제10조 (시행세칙) 이 강령의 시행 및 목적 달성을 위하여 필요한 구체적인 사항은 평가위원회가 시행세칙으로 정한다.

부칙.

이 강령은 2017년 7월 1일부터 시행한다.

[별표 1] <제정 2017.02.15>

캡슐형 유료 아이템의 표시(제5조 관련)

캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성 비율에 관한 정보를 다음 각 항중 하나의 방법으로 안내한다.

① 캡슐형 유료 아이템의 결과물로 제공되는 아이템의 구성 비율을 공개한다.

등급	아이템	구성 비율
전설	a	0.5%
	b	0.7%
	c	1.0%
고급	d	1.5%
	e	2.2%
	f	2.5%
	g	3.0%
	h	3.8%
	i	4.5%
중급	j	5.0%
	k	5.5%
	l	5.9%
	m	6.5%
	n	6.8%
	o	7.0%
일반	p	7.5%
	q	8.3%
	r	8.8%
	s	9.0%
	t	10.0%

② 캡슐형 유료아이템의 결과물로 제공되는 아이템의 등급별 구성 비율을 다음 각 호중 하나의 방법으로 공개한다.

1. 등급별 합산 구성 비율

등급	합산 구성 비율
전설	2.2%
고급	17.5%
중급	36.7%
일반	43.6%
합계	100%

2. 등급별 최소-최대 구성 비율

등급	최소- 최대 구성 비율
전설	0.5% ~ 1.0%
고급	1.5% ~ 4.5%
중급	5.0% ~ 7.0%
일반	7.5% ~ 10.0%

[별표 2] <제정 2017.02.15>

추가 조치(제6조 관련)

제6조에 따른 추가 조치의 내용은 다음 각 호와 같다.

1. 일정 구매 회수(구매금액) 도달 시 희귀아이템 등 보상 지급
2. 희귀아이템 구성 비율 공개

아이템	등급	구성 비율
a	전설	0.5%
b	전설	0.7%
c	전설	1.0%

3. 희귀아이템 출현 개수 공개

아이템	등급	출현 개수
a	전설	9
b	전설	16
c	전설	20

※ 희귀아이템은 게임의 특성을 반영하여 게임별로 공지한다.

건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령 시행세칙

제정 : 2017.05.10

개정 : 2017.08.18

제1조(목적) 이 시행세칙은 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」(이하 “강령”이라 한다) 제10조에서 위임한 것과 같이 강령 시행에 필요한 구체적인 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조(유·무료 아이템) ① 강령 제2조 제1호의 “무료 아이템”은 게임 진행 과정에서 보상 등으로 획득하거나 무료로 획득한 재화를 통해 교환한 아이템을 의미한다.

② 강령 제2조 제2호의 “유료(캐시) 아이템”은 이용자가 현금으로 직접 구입하거나 현금 지급을 통해 획득하는 재화를 통해 교환 또는 구입한 아이템을 의미한다.

③ 제1항내지 제2항의 기준에 따른 구분이 명확하지 않은 경우, 아이템 구매의 수단이 되는 재화의 청약철회 및 환불 가능 여부에 따라 유료와 무료 아이템을 구분한다.

제3조(캡슐형 유료 아이템) 강령 제2조 제3호의 “캡슐형 유료 아이템”은 우연성에 의해 획득 결과물이 결정되는 성격의 아이템이면서 결과물 획득 과정에서 이용자의 유료 지불 행위가 포함된 것을 의미한다.

제4조(평가위원회 검토) 강령 제3조 제2항에 따라 자율규제 평가위원회가 강령의 범위를 검토할 시 다음 각 호 사항을 고려하여야 한다.

1. 자율규제 모니터링 결과
2. 자율규제 관련 이용자 민원
3. 확률형아이템 관련 정책동향
4. 참여사 및 유관 협·단체의 의견
5. 기타 적용범위 검토를 위해 평가위원회가 의결한 사항

제5조(필수 아이템) 강령 제4조 제1항 제4호의 “필수아이템”이라 함은 게임의 시작 및 다음 단계 진행을 위해 필수적으로 요구되는 아이템을 의미하며, 단순히 게임진행을 유리하게 하는 아이템은 포함되지 아니 한다.

제6조(유료(캐시) 아이템의 가치산정) ① 강령 제4조 제2항 제1호의 “유료(캐시) 아이템의 가치”는 해당 아이템의 구입 및 교환에 필요한 현금 혹은 유료 재화의 양을 기준으로 한다.

② 강령 제4조 제2항 제2호의 “유료(캐시) 아이템의 기대가치”는 제1항에 따른 유료(캐시) 아이템의 가치에 해당 아이템의 캡슐형 유료 아이템 내 구성 비율을 곱하여 산정한다.

③ 제1항에 따른 아이템의 가치 산정이 불가능한 경우, 해당 아이템과 유사한 기능 및 속성을 가진 아이템의 가치를 참고하도록 한다. 단, 아이템을 별도로 판매하지 않는 등 명확한 기준 가치 산정이 불가능한 경우 제1항내지 제2항의 기준은 적용되지 아니한다.

④ 참여사는 강령 제4조 제2항 제3호에 따른 조치를 취할 경우 평가위원회를 통해 이용자 보호 실효성에 대한 검토를 받을 수 있다.

제7조(캡슐형 유료 아이템의 표시 의무) ① 강령 제5조 제1항 제1호에 따른 “아이템의 명칭, 등급” 표시는 다음 각 호의 기준을 따른다.

1. 게임 내에서 아이템들의 명칭, 등급이 구분되어 있는 경우, 해당 내용을 표시

2. 게임 내 아이템들의 등급이 구분되어 있지 않는 경우, 캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성비율 순으로 등급을 구분하여 표시

② 강령 제5조 제1항 제3호에 따른 “캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성비율”은 백분율로 표시함을 원칙으로 한다. 단, 평가위원회에서 승인하는 경우에는 분수 또는 함수 등 다른 방법으로 표시할 수 있다.

③ 강령 제5조 제2항에 따른 “게임 내 등에 안내”는 다음을 각 호중 어느 하나에 해당하는 방법으로 한다.

1. 캡슐형 유료 아이템 관련 정보의 게임 내 공개

2. 캡슐형 유료 아이템 관련 정보 공개 페이지에 대한 링크버튼을 게임 내 제공

3. 캡슐형 유료 아이템 관련 정보의 열람방법을 게임 내 안내(공지)

제8조(희귀아이템) ① 강령 제6조 제1항 제1호 내지 제3호의 “희귀아이템”이라 함은 캡슐형 유료 아이템의 결과물 구성 비율 중 극히 낮은 비중을 차지하거나 일반적인 방법으로 획득이 어려운 아이템을 의미한다.

② 제1항에 따른 희귀아이템의 목록은 이용자에게 공지되어야 한다.

③ 강령 제6조 제1항 제1호의 “일정 구매 회수(구매금액)”의 기준은 다음 각 호를 고려하여 참여사가 설정하도록 한다.

1. 캡슐형 유료 아이템을 통해 제공되는 아이템의 종류

2. 캡슐형 유료 아이템 판매단가

3. 희귀아이템 획득의 기댓값

④ 강령 제6조 제1항 제3호에 따른 “희귀아이템 출현개수 공개”는 다음 각 호 기준을 준수하여야 한다.

1. 최대 1개월 이내의 공개 주기

2. 1개월 미만으로 판매한 경우 판매 기간 내 출현 개수 공개

제9조(내부점검 결과에 대한 평가) 강령 제7조에 따른 시정내용 및 재발방지책에 대해 자율규제 평가 위원회는 참여사 조치내용의 적절성에 대한 평가를 진행할 수 있다.

제10조(자율규제 평가위원회) 강령 제8조에 따른 자율규제 평가위원회의 설치, 위원의 임명 및 해임, 운영에 관한 사항은 평가위원회 운영규정으로 정한다.

제11조(자율규제 인증제도) ① 강령 제9조 제1항에 따른 자율규제 인증은 참여사의 신청에 따라 자율규제 평가위원회가 강령 및 이 세칙에서 정한 사항의 준수 여부를 평가하여 인증부여 여부를 결정한다.

② 제1항 따른 인증의 유효기간은 인증부여일로부터 1년간으로 한다.

제12조(상시 모니터링) 강령 제9조 제2항의 “상시 모니터링”은 매월 게임 플랫폼별 인기 순위 게임물에 대해 실시하는 것을 원칙으로 한다.

제13조(자율규제 미준수 업체에 대한 제재) 강령 제9조 제3항에 따라 평가위원회는 자율규제 미준수 업체에 대해 다음 각 호의 조치를 취하여야 한다.

1. 1차 적발 : 위반 업체에 대한 준수 권고
2. 2차 적발 : 위반 업체에 대한 경고문 발송
3. 3차 적발 : 위반 사실 공표 및 자율규제 인증 취소

제14조(시행세칙 개정) 자율규제 평가위원회는 이 시행세칙의 개정 필요성이 발생할 경우 관련 주체의 의견 수렴을 거쳐 상시로 개정할 수 있다.

<부 칙>

제1조(시행일) 이 세칙은 2017. 8. 18.부터 시행한다.

확률형아이템 자율규제 인증제도 시행세칙

제정 : 2017.11.13

제1조 (목적) 이 시행세칙은 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」 제9조 제1항에서 규정하는 확률형아이템 자율규제 인증제도의 운영에 필요한 구체적인 사항을 정함을 목적으로 한다.

제2조 (신청) ① 확률형아이템 자율규제 인증(이하 '인증' 이라 한다)을 받고자 하는 자는 게임이용자 보호센터(이하 '센터' 라 한다) 홈페이지(<http://www.gucc.or.kr>)를 통해 신청하여야 한다.

② 인증을 신청한 자는 다음 각 호의 서류를 구비하여 제출하여야 한다.

1. 확률형아이템 자율규제 인증 신청서 (별지 제1호 서식) 1부
2. 법인 등기사항 증명서 또는 사업자등록증 사본 1부
3. 확률형아이템 자율규제 체크리스트 (별첨 제1호 양식) 1부

③ 센터는 전항에서 정한 구비서류에 미비한 사항이 있을 경우 인증을 신청한 자로 하여금 보완하도록 할 수 있다.

제3조 (수수료) ① 센터에서 수행하는 인증업무에 소요되는 비용은 인증을 신청한 자가 부담한다.

② 자율규제 평가위원회(이하 '평가위원회' 라 한다)는 인증에 필요한 제반 비용 등을 감안하여 수수료를 산정한다.

제4조 (심의) 평가위원회는 인증의 부여, 갱신, 취소 등 인증제도의 운영에 관한 주요 사항을 심의·의결한다.

제5조 (결과 안내) 센터는 인증심의 결과를 홈페이지를 통해 안내한다.

제6조 (변경사항의 고지) 인증을 받은 자는 인증 신청 시 기재한 사항에 변경이 발생한 경우에는 그 사유가 발생한 날로부터 15일 이내에 변경사항과 그 사유를 센터에 알려야 한다.

제7조 (인증 유효기간 및 갱신) ① 인증의 유효기간은 인증일로부터 1년으로 한다.

② 인증을 갱신하고자 하는 경우에는 인증 만료일로부터 1개월 이전까지 수수료를 납부하여야 한다.

③ 전항의 인증 갱신을 하지 않은 경우에는 유효기간 만료 시 재신청하여야 한다.

제8조 (인증마크의 사용 및 홍보) ① 인증을 받은 자는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」에서 정하는 규정에 따라 [별표 1]의 인증마크를 홈페이지에 게시하거나 게임물 등에 사용할 수 있다.

② 인증을 받은 자는 「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」에서 정의하는 언론에 인증 사실을 공표하거나 홍보할 수 있다.

제9조 (사후관리) ① 센터는 인증의 사후관리를 담당하며, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사항에 대해 사실 확인을 할 수 있다.

1. 이용자 민원이 제기된 미준수 사항
2. 센터 모니터링을 통해 발견된 미준수 사항
3. 기타 평가위원회가 필요하다고 인정하여 위임하는 사항

② 평가위원회는 전항의 사실 확인 결과 자율규제 미준수 업체에 대하여 시정을 요구할 수 있다.

제10조 (인증 취소) ① 평가위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 심의·의결을 거쳐 인증을 취소할 수 있다.

1. 시정요구를 받고 기일 내에 시정하지 아니한 경우
 2. 허위 또는 부정한 방법으로 인증을 받은 경우
 3. 서비스 종료 등으로 자율규제 이행이 불가능한 경우
- ② 인증이 취소된 게임물은 취소 처분을 받은 날로부터 인증마크를 사용할 수 없다.

제11조 (유사명칭 사용 금지) 인증을 받은 자가 아닌 경우 자율규제 인증마크, 확률형아이템 인증, 자율규제 인증업체, 확률형아이템 인증 게임물 등의 유사한 명칭을 사용할 수 없다.

제12조 (비밀유지) 인증과 관련된 업무를 수행하는 자는 업무추진 과정에서 알게 된 영업 비밀에 속하는 사항을 공표·누설하거나 업무 수행을 위한 목적 외에 이용하여서는 아니 된다.

제13조 (시행세칙 개정) 평가위원회는 이 세칙의 개정이 필요할 경우 관련 주체의 의견 수렴을 거쳐 상시로 개정할 수 있다.

부칙

제1조 (시행일) 이 세칙은 2017년 11월 13일부터 시행한다.

[별표 1]

확률형아이템 자율규제 인증마크 (제2조 관련)

※ 확률형아이템 자율규제 인증마크는 확률의 의미를 담은 보물상자를 아이콘으로 나타내어 예측 가능성을 담보하고자 하는 뜻을 표현하고자 함

	기본	흑백
기본형		
가로A		
가로B		
세로형		

발행인 : 김규철(게임문화재단 이사장)

편집인 : 이경민(게임이용자보호센터장)

편집위원 : 황성기(한양대학교 법학전문대학원)

이정훈(중앙대학교 법학전문대학원)

송민수(한국소비자원)

최승우(한국게임산업협회)

전성민(가천대학교 경영대학)

조수현(게임이용자보호센터)

발행일 : 2018년 3월 31일

발행처 : 게임이용자보호센터

(06749) 서울시 서초구 강남대로 221(양재동, 동성빌딩) 407-1호

Tel : 02) 2058-2310 / Fax : 02) 2058-2311

정기간행물 등록번호 : 서초 사00080

ISSN 2586-6559

※ 본 보고서 내용의 무단 전재 및 재배포를 금지하며, 가공·인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.