

| 발간사 |



황성기
자율규제 평가위원장

안녕하십니까?

저는 게임이용자보호센터 자율규제평가위원장으로 활동하고 있는 한양대학교 법학전문대학원 교수 황성기라고 합니다.

2017년 7월부터 게임산업의 탄력적이고도 지속적인 자율규제가 이루어질 수 있도록 '자율규제평가위원회'가 운영되고 있고, 자율규제평가위원회는 자율규제 시행 이후 6개월 단위로 자율규제 정기 평가보고서를 발간하고 있습니다. 이번에는 통권 제2호를 발간하게 되었습니다.

이번에 발간하는 통권 제2호에서는 다음과 같은 내용들이 포함되어 있습니다.

우선 2018년 7월부터 기존의 자율규제보다 더 강화된 새로운 자율규제가 시행되고 있습니다. 이에 따라 과거부터 2018년 7월의 강화된 자율규제에 이르기까지 확률형아이템 자율규제의 연혁 및 내용을 소개하는 글과 2018년 7월 자율규제 강령 개정에 따른 의의와 영향을 분석한 글 2편을 실었습니다.

논단 섹션에서는, 청소년 보호와 자율규제의 관계에 관한 심도 있는 글을 실었습니다. 일반적으로 청소년 보호와 자율규제가 서로 조화되지 않는다는 편견이 있을 수 있는데, 이 글을 통해서 청소년 보호와 자율규제가 충분히 조화되고 공존이 가능하다는 것을 알게 될 것으로 보입니다.



평가위원회 결정 리뷰 섹션에서는, 자율규제의 실효성 확보를 위한 수단으로서 확률형아이템 확률 공개 미준수 게임물에 대한 자율규제평가위원회의 공표 결정에 대해서 그 의미와 한계를 분석하는 글을 실었습니다. 이 글을 통해서 향후 자율규제가 좀 더 발전할 수 있는 개선점들을 파악할 수 있게 되기를 기대합니다.

칼럼 섹션에서는, 게임 소비자의 관점에서 보는 확률형아이템 자율규제와 언론인의 관점에서 보는 확률형아이템 자율규제를 다룬 2편의 글을 실었습니다. 이 2편의 글을 통해서 게임 소비자와 언론이 확률형아이템 자율규제를 어떠한 시각과 관점에서 바라보고 있는지를 살펴봄으로써, 향후 자율규제의 개선점을 도출할 수 있을 것으로 기대합니다.

자율규제 동향 섹션에서는, 웹툰 자율규제의 현황을 다룬 글을 실었습니다. 다른 영역에서의 자율규제가 가지는 의의와 한계에 대한 객관적인 비교 고찰은 게임산업의 자율규제가 가지는 보편성과 특수성을 고려할 때 반드시 필요한 일입니다. 이러한 차원에서 게임과 마찬가지로 문화콘텐츠에 해당하는 웹툰 영역에서의 자율규제 현황에 대한 고찰은 게임산업의 자율규제의 개선에 큰 도움이 될 것으로 보입니다.

마지막으로 고정 섹션인 2018년 상반기 모니터링 결과와 평가위원회 주요 소식이 실려 있습니다.

자율규제 정기 평가보고서 통권 제2호의 발간을 통해서 평가보고서가 지속적으로 발간될 수 있기를 기대합니다. 그리고 통권 제2호에 소중한 옥고를 보내주신 여러분들과 편집 등을 담당한 사무국 직원분들께 진심으로 감사드립니다.

Contents

확률형아이템 자율규제 현황과 강령 소개	7
확률형아이템 자율규제의 연혁 및 소개	9
2017년 자율규제 강령 제정과 2018년 자율규제 강령 개정에 따른 의의와 영향	16

논단	19
청소년 보호와 자율규제	21

평가위원회 결정 리뷰	27
아이템 확률 공개 미준수 게임물 공표 결정 : 그 의미와 한계, 그리고 개선점	29

칼럼	33
게임 유저가 이야기하는 확률형아이템 자율규제	35
확률형아이템 자율규제, 성공 키워드는 '신뢰'	44

Contents

자율규제 동향	53
웹툰은 왜, 어떻게 자율규제로 나갔나	55
<hr/>	
모니터링 결과	61
2018년 상반기 자율규제 모니터링 결과	63
<hr/>	
평가위원회 주요 소식	79
확률형아이템 주요 민원 사례	81
확률형아이템 자율규제 배너광고	83
<hr/>	
부록	89
건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령	91
건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령 시행세칙	95
확률형아이템 자율규제 인증제도 시행세칙	98

확률형아이템 자율규제 현황과 강령 소개

- 확률형아이템 자율규제의 연혁 및 소개
- 2017년 자율규제 강령 제정과
2018년 자율규제 강령 개정에 따른 의의와 영향

확률형아이템 자율규제의 연혁 및 소개



확률형아이템 자율규제

확률형아이템 Business Model

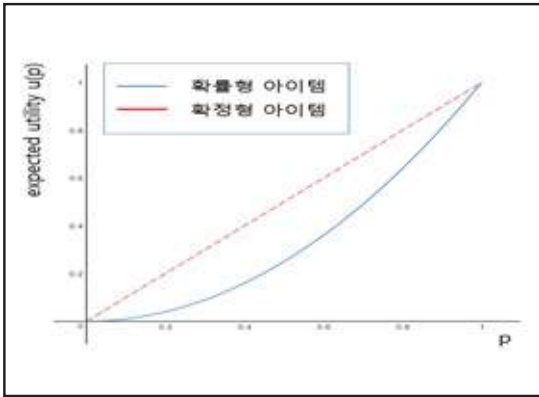
국내 게임시장은 90년대 후반 온라인의 활성화를 통해 성장하기 시작하였다. 과거 패키지 게임에서부터 온라인 게임, 모바일 게임 등 플랫폼의 다변화와 함께 게임의 장르가 다양해지며 Business Model 또한 변화해 왔다.

특히, 이용자가 언제든지 무료로 게임을 즐길 수 있는 환경이 조성되며 게임산업에는 부분 유료화 모델이 급격히 확산되었다. 그러나 이러한 부분 유료화 모델은 결국 Pay to Win이라는 구조가 형성되어 이용자의 이탈로 이어지게 되었으며, 결국 새로운 Business Model의 도입을 야기하게 되었다.

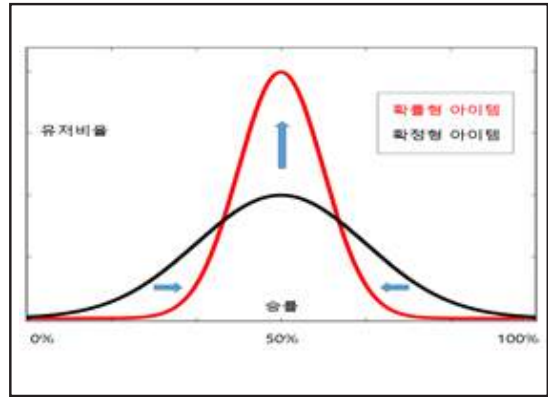
다시 말해 부분 유료화 모델은 유료(과금) 이용자와 무료(무과금) 이용자 간 게임 내 격차를 발생시켜 게임의 밸런스를 붕괴시키는 부작용을 초래하게 된 것이다. 이에 게임사들은 '밸런스'를 조정하기 위한 고민 끝에 확률형아이템 Business Model을 도입하게 되었다.

확률형아이템 도입의 궁극적 목적은 게임을 즐기는 유료 이용자와 무료 이용자가 상대적 박탈감을 느끼지 않고 함께 게임을 즐길 수 있도록 최적화된 밸런스를 구축하는 것이다.

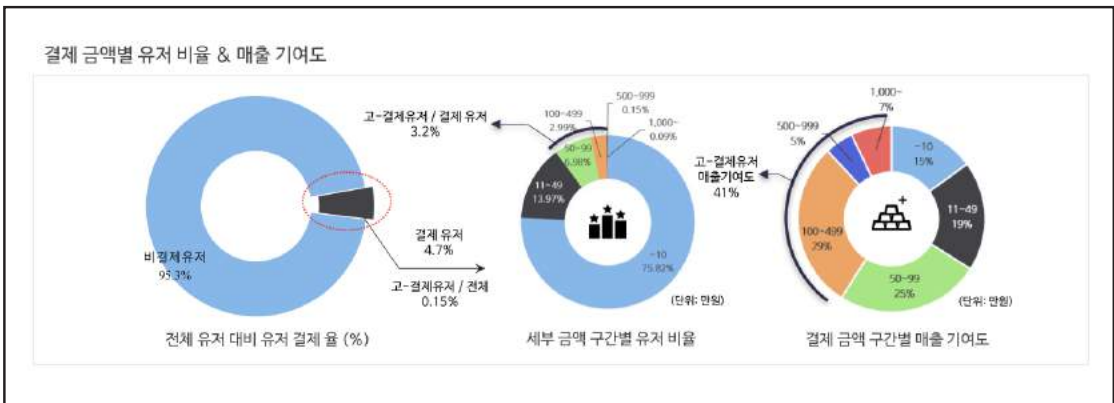
실제로 아래 도표를 살펴보면 확률형아이템 Business Model의 도입이 소수의 고과금 이용자(전체 이용자의 약 3.2% 수준)와 대다수의 무과금 이용자 간 밸런스 조정으로 이어졌다는 사실을 확인할 수 있다.



확정형 아이템 모형 vs 확률형아이템 모형



유료 아이템 유형에 따른 유저 간 대결 승률 분포 변화



- ※ 유병준(2016). 『확률형 아이템의 도입에 따른 게임사용자 효용 변화에 대한 분석 연구』.
- ※ IGAWorks(2016). 『2016 상반기 구글플레이 게임 총결산 보고서』
 콘텐츠 URL : http://blog.igaworks.com/2016_01_googleplay_datareport/

사실 확률 그 자체는 게임의 재미를 위한 필수 요소이다. RPG(Role Playing Game)의 경우를 예로 들면, 사냥을 통해 게임 내 아이템을 획득하는 것부터 임무 수행의 선택에 따른 스토리 변화까지 모든 요소에서 확률이 적용되기 때문에 이용자는 게임을 재미있게 즐길 수 있다.

다만 이 과정에서 이용자가 과금을 통해 아이템을 획득하는 경우 정확한 정보가 제공되지 않는다는 지적이 있었다. 이에 대해, 사업자들은 ‘소비자의 알 권리 보호’라는 대전제에 공감하였으며, 이용자 권익 보호와 게임산업 발전 사이의 균형점을 마련하기 위해 확률형아이템 자율규제를 마련하게 되었다.

확률형아이템 자율규제 연혁

한국게임산업협회는 ‘청소년 보호를 위한 게임 업계의 자율규제 선언’을 발표함. <2014.11>
자율규제 확대 및 강화를 선언하며 청소년이 이용할 수 있는 게임물에 대해 확률형아이템의 확률 등급을 공개하는 자율규제를 마련함. <2015.4>
자율규제에 대한 가이드라인을 제정하여 사업자를 대상으로 설명회를 개최하며 적용 방법을 설명함. <2015.5>
자율규제를 전면 시행하며 1년간 평균 준수율 88% 달성함. <2015.7>
민·관·산·학 전문가로 구성된 정책협의체를 발족하여 기존 자율규제를 강화하기 위한 논의를 시작하며 자율규제가 산업에 정착할 수 있는 기초를 마련함. <2016.11>
정책협의체를 통해 도출된 자율규제 개선안을 근간으로 자율규제 강령을 제정하였으며, 자율규제의 사후관리를 담당할 ‘자율규제 평가위원회’를 구성함. <2017.2>
자율규제 강령 시행기준을 마련하여 사업자를 대상으로 설명회를 개최함. 한국게임산업협회-자율규제 평가위원회-게임이용자보호센터 3자 간 건강한 게임문화 조성을 위한 업무협약을 체결함. <2017.5>
개선된 자율규제가 시행되었으며, 사후관리를 위한 모니터링 및 자율규제 평가위원회 정기 회의를 개최하여 검토를 진행함. <2017.7>
국내 최대 게임쇼인 G-STAR 2017을 통해 B2B관에 참여한 국내·외 사업자를 대상으로 자율규제 홍보 및 안내를 진행함. <2017.11>
미준수 게임물에 대한 외부 공표를 통해 게임산업 내 자율규제가 정착될 수 있도록 패널티를 부여함. <2017.12>
문화체육관광부와 한국게임산업협회는 ‘건강한 게임문화 조성을 위한 업무협약’을 체결하며 강화된 자율규제를 마련하기로 함. <2018.3>
자율규제 강화안을 마련하여 한국게임산업협회 주요 임원사를 대상으로 선적용을 시작함. <2018.4>
개정된 자율규제 내용을 안내하며, 7월 시행을 위한 적용을 요청함. <2018.6>
개정된 자율규제 시행. <2018.7>

※ 한국게임산업협회(2018) /자율규제 연혁.

확률형아이템 자율규제 소개

확률형아이템 자율규제

자율규제*는 사업자에게 자유를 주는 것이 아닌 책임을 지게 하는 것으로, 사업자가 스스로 규제의 틀을 구축하고 지켜나가는 것이다. 즉, 법을 무시하거나 회피하고자 하는 것이 아니며, 자율규제를 통해 법적 규제보다 시장 환경에 유연하게 반응하고 더 강한 책임을 지는 것이다.

※ 황승흠(2014). 『인터넷자율규제와 법』.

다양성과 창의성이 필수로 요구되는 게임산업은 최첨단 기술 접목, 타 산업군과의 융합 등이 용이하다는 측면에서 4차 산업혁명 시대의 필수 산업으로 자리 잡았다.

이러한 게임산업은 게임을 즐기고 이용하는 ‘이용자’가 시장 환경에 큰 영향을 미친다. 이는 2015년 자율규제가 처음 시작할 때와 현재 개정된 자율규제까지 변화를 통해 확인할 수 있다.

국내 확률형아이템 자율규제의 변화

구분	'15년 7월 시행	'17년 7월 시행	'18년 7월 시행 (4월 先적용)
적용 대상	○ 온라인/모바일 청소년이용가 게임물	○ 캡슐형 유료 아이템을 제공하는 모든 게임물 ※ 청소년이용불가게임물 1년 유예	○ 플랫폼·등급 구분 없이 캡슐형 유료 아이템과 유료 인챈트를 제공하는 모든 게임물
확률 공개 방법	○ 캡슐형 유료 아이템의 결과물 범위 공개 및 획득 가능한 아이템의 구 간별 확률 공개	○ 캡슐형 유료아이템 결과물의 구성 비율 공개 방법은 개별 구성 비율을 공개(확률 전체 공개), 등급별 구성 비율 공개의 두 가지 방법 중 한 가지를 선택하여 공개 ※ 단, 등급별 구성 비율을 선택할 시 아래 3가지 추가 조치 중 한 가지를 의무적으로 이행해야 함 ○ 추가조치 1. 일정 구매 회수(구매금액) 도달 시 희귀아이템 등 보상 지급 2. 희귀아이템 개별확률 공개 3. 희귀아이템 출현개수 공개	○ 확률형아이템 결과물에 대한 개별 확률 공개 ○ 캐릭터 및 아이템의 성능을 상승시키는 기능이 존재하며 그 결과 성능 하락 및 소멸이 발생하는 경우, 그 성공 확률을 공개해야 함. - 다만, 게임 내에서 무료로 획득이 가능한 캐릭터 및 아이템이 사용되는 경우 제외한다.
정보 공개 위치	○ 게임 홈페이지 또는 게임 내 캐시샵, 상점, 게시판, 구매창 등 사업 자별 취사선택	○ 결과물 구성 비율에 관한 정보를 확인할 수 있는 위치를 게임 내 등에 안내 및 변경이 발생할 경우 사전 공지	○ 결과물의 확률에 관한 정보확인 위치를 <u>이용자의 식별이 용이한 구매화면 등에 안내 및 변경 발생 시 사전 공지</u>
사후 관리	○ 한국게임산업협회의 모니터링 및 인증제도 ○ 패널티 없음	○ 자율규제 평가위원회 구성 ○ 자율규제 모니터링 외부 위탁 (패널티) ○ 1차 위반 준수 권고, 2차 경고, 3차 공표 및 인증 취소	○ 자율규제 평가위원회의 사후관리 ○ 자율규제 <u>인증제도 시행</u> (패널티 유지) ○ 1차 위반 준수 권고, 2차 경고, 3차 공표 및 인증 취소

※ 한국게임산업협회(2018) / 확률형아이템 자율규제 비교표.

확률 공개 방법 및 정보공개 위치 등 이용자가 가장 큰 관심을 두는 사항들을 자율규제에 담았으며, 2015년 확률형아이템 자율규제는 이용자에게 확률(구성비율) 정보의 전달 그 자체에 초점을 두었다.

그러나 당시 자율규제 내용은 획득 가능한 아이템의 구간별 확률 공개가 충분하지 못하다는 점에서 보완이 필요한 것으로 평가됐다. 2017년도에 제정된 자율규제 강령은 이 같은 문제를 바로잡고 환경 변화에 유연하게 적용할 수 있도록 이용자 민원 분석 결과를 바탕으로 개별 구성비율 공개 또는 등급별 구성비율 공개 시 추가조치를 한 가지 이행토록 의무화했다.

올 7월부터 적용된 자율규제 강령은 여기서 한 발 더 나아가 개별 확률(구성비율) 공개를 원칙으로 하여 이용자가 보다 합리적인 소비를 할 수 있도록 개정됐다. 끊임없는 자아 반성을 통해 게임산업에 최적화된 형태로 자리 잡아가는 것이다.

일본의 확률형아이템 자율규제

일본은 전통적으로 확률형아이템(가차)을 도입한 게임이 발달해왔다. 그러나 2012년 일본 소비자청이 ‘컴플리트 가차(콘푸가차)’를 「경품표시법」 위반으로 금지하였다.

이에 일본온라인게임협회(JOGA/ Japan Online Game Association)는 2012년 ‘랜덤형 아이템 제공 방식을 이용한 아이템 판매의 표시 및 운영 가이드라인’을 제정하고, 2016년 1월, 개정 후 현재까지 해당 가이드라인을 시행하고 있다.

확률형아이템에 대한 자율규제는 한국과 일본에서 시행하고 있다. 이에 한국게임산업협회는 2017년도 ‘건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령’을 제정할 시, 양국의 자율규제 비교를 통해 개선점을 모색한 바 있다.

2018 확률형아이템 자율규제 비교

《한·일 확률형아이템 자율규제 비교》			
항목	K-GAMES	JOGA	비교우위
적용대상	○ 확률형아이템을 제공하는 모든 게임물	○ 항목에 따라 유료 랜덤형 아이템(가차) 또는 이 중 레어 아이템이 포함된 경우 차등 적용	K-GAMES 비교우위
금지사항	○ 이용 조건이나 아이템의 내용에 대해 사실과 다른 표시 및 이용자가 오인할 만한 표시 금지 ○ 결과물에 유료 캐시 포함 금지 ○ 결과물로 아무것도 제공하지 않는 행위 금지 ○ 결과물 중 다음 단계의 게임 진행을 위한 필수 아이템 포함 금지	○ 유료 뽑기의 이용조건, 내용에 대해 사실과 다른 표시, 이용자가 오인할 우려가 있는 표시를 해서는 안 됨 ○ 아무런 아이템이 제공되지 않을 가능성이 있는 유료 뽑기의 제공은 하지 않음	K-GAMES 비교우위
확률공개 방법	○ 개별 확률 공개	○ 아이템의 중별(등급별) 제공 비율 ○ 레어 아이템 제공 비율의 상한·하한 표시	K-GAMES 비교우위
공개위치	○ 구매화면 등	○ 게임 내 및 게임 별 공식 사이트	K-GAMES 비교우위
사후관리	○ 자율규제 평가위원회를 통해 인증제도 운영 및 모니터링 결과 미준수 게임물에 대한 패널티 부여	○ 민원 등 발생 시 JOGA에서 해당 게임사 방문 후 준수 요청 ○ 별도의 모니터링 및 인증제도 없음	K-GAMES 비교우위

※ 한국게임산업협회(2017) / 한·일 확률형아이템 자율규제 비교.

양국은 공통적으로 확률형아이템을 구매할 시 획득하는 아이템에 대해 구입가격과 동등하거나 그 이상의 아이템을 제공해야 하는 원칙을 가지고 있었으며, 이 외에도 이용자가 오인할 만한 표시 금지, 아무것도 제공하지 않는 행위를 금지하고 있다.

그러나 일본의 자율규제는 ‘확률 공개 시 제공 비율의 상한 및 하한만 표시’ 및 ‘적용 대상은 레어 아이템’이라는 점들로 비추어 볼 때, 국내의 확률형아이템 자율규제가 더욱 많은 영역에서 비교우위를 가지는 것으로 분석된다.

즉, 국내의 자율규제는 보다 많은 영역에서 이용자와 사업자 간 균형 있는 발전을 목표로 지속적인 개선이 이뤄지고 있다는 점에서 일본의 자율규제보다 한 단계 나아간 모습을 보이고 있다.

나아가야 할 방향

인터넷을 기반으로 하는 산업에 대한 규제는 글로벌 경쟁에 있어 역차별적 규제로 작용할 여지가 크다. 특히 게임산업은 4차 산업혁명 시대에서 신기술과 융합 등 다양한 요소들로 코어역할을 하는 만큼 규제의 도입에 속의가 필요한 산업이다.

즉, 게임산업에 있어서 법적 규제보다는 자율규제가 산업 발전을 위해서는 적절하다는 것을 의미한다. 또한 게임산업은 이용자가 외면하면 발전할 수 없는 구조를 가지고 있기 때문에 합리적인 자율규제 시스템은 외부와의 지속적인 소통을 통해 마련해야 한다.

국내 게임산업은 자율규제를 바탕으로 급변하는 글로벌 게임시장에서 신속하고 유연한 대처를 통해 글로벌 경쟁력을 확보하는 한편, 이용자의 권리 보장을 위한 바람직한 개선활동을 이어감으로써 사회의 요구를 반영하며 발전해 나갈 수 있다.

물론 해외 사업자의 참여가 담보되지 않는 등의 어려움이 존재하는 것은 사실이나, 자율규제 정착을 위한 활발한 홍보활동과 지속적으로 재평가를 진행하여 합리적인 개선안을 마련함으로써 자율규제 또한 그 수준을 높여갈 수 있을 것이다.

우리 게임업계는 앞으로도 자율규제에 대한 성실한 이행을 바탕으로 국회 및 정책당국의 지속적인 관심과 의견 제시를 통해 완성형 자율규제를 적극 지향해 나갈 것이며, 문화콘텐츠 산업에서 중추적 역할을 지속 수행해 나가겠다.

2017년 자율규제 강령 제정과 2018년 자율규제 강령 개정에 따른 의의와 영향



이승훈
와이즈유(영산대학교)
문화콘텐츠학부 교수

1. 확률형아이템 자율규제 개요

전통적으로 확률형아이템을 통해 수익을 올리는 것은 모바일게임의 전형적인 비즈니스모델이었으며, 콘솔게임 및 PC게임의 경우, 패키지를 출시하고 이후 다운로드 콘텐츠를 통해 추가 수익을 창출하는 구조였으나, 게임 수명 연장과 수익 강화 측면에서 확률형아이템을 도입하는 시도가 나타나고 있다.

확률형아이템은 기본적으로 캐릭터 의상 등 게임성에 영향을 주지 않는 수준에서 아이템을 지급해 왔으나, 확률형아이템이 게임 이용의 공정성에 영향을 주게 되자 게임 이용자의 반발 및 불만이 증가되고 있다.

또한 확률형아이템이 게임 이용자의 심리를 이용해 과도한 이용자 과금을 유도한다는 지속적인 비판과 함께 사행성과 청소년 보호에 대한 이슈가 급증하면서 2014년 11월 ‘청소년 보호를 위한 게임 업계의 자율규제 선언’과 함께 시작된 확률형아이템 자율규제는 이용자에게 확률(구성비율) 정보의 전달을 목적으로 하였다. 그러나 확률 공개 방법 및 정보공개 위치 등 세부적인 부분에 있어서는 구체적이지 않거나 미흡하다는 의견이 많았으며, 이에 게임업계를 중심으로 2017년부터 자율규제 강령을 제정하고 보다 적극적으로 확률형아이템 자율규제를 진행하고 있다.

2. 2017년 자율규제 강령 제정

확률형아이템 자율규제 과정에서 이용자 보호를 위해 좀 더 체계적인 기준이 필요하다는 의견에 따라 ‘건강한 게임문화 조성’을 목적으로 2017년 ‘확률형아이템 자율규제 강령’이 제정되었다.

자율규제 강령에 따라 게임업계는 캡슐형 유료 아이템을 제공하는 모든 게임물을 대상으로 개별 아이템 확률 공개와 등급별 아이템 확률 공개 둘 중 하나를 선택해서 이용자에게 정보를 제공하게 되었으며, 게임 내에 확률에 관한 정보를 확인할 수 있도록 하였고, 확률 비율에 변경이 발생할 경우에는 사전에 공지를 하도록 했다.

시행 초기에는 PC온라인 청소년이용불가게임에 대해서는 자율규제 강령 반영에 많은 시일이 소요되는 점 등을 고려하여 1년 후 재검토하기로 한 부분과 협회 비회원사 및 해외 업체 등 사각지대 한계 등에 대한 우려도 있었지만, 언론과 협회, 사후관리를 진행하고 있는 게임이용자보호센터(GUCC) 등의 적극적인 홍보와 미준수 게임물 공표 등으로 게임업계의 준수율이 점점 높아지고 있다.

자율규제 모니터링을 담당하고 있는 게임이용자보호센터의 온라인과 모바일에서 매출 순위 100위권 내 게임을 대상으로 모니터링을 진행한 자료에 따르면, 2017년 7월 64%로 시작한 준수율이 2017년 12월에 78%, 2018년 3월에는 86.2%까지 높아졌으며, 한국에 법인을 두지 않은 일부 해외 게임업체를 제외하면 거의 대부분 게임업계가 자율규제 강령의 가이드라인을 지키고 있는 것으로 확인되었다.

3. 2018년 자율규제 강령 개정에 따른 의의와 영향

그러나 여전히 자율규제 강령에 동참하지 않는 일부 업체 및 모호하게 자율규제 강령을 준수하는 업체로 인해 게임업계의 생색내기에 불과했다는 지적과 함께 자율규제 강령의 보완 및 강화에 대한 의견이 높아졌다.

이에 한국게임산업협회는 문화체육관광부와 함께 ‘건강한 게임문화 조성 및 게임 생태계 발전을 위한 업무협약’을 체결하고, 확률형아이템 자율규제 확대, 독립적인 자율기구 발족, 건강한 게임문화 조성을 위한 대국민 캠페인 전개, 청소년 보호 체계 정비 등을 진행하기로 하였다.

또한 업무협약에 따라 한국게임산업협회는 협회 임원사를 중심으로 자율규제 적용 대상을 플랫폼이나 등급 구분 없이 확률형아이템을 제공하는 모든 게임물로 확대하고, 확률형아이템에 대한 확률 공개 방법을 유

료 아이템 각각의 개별 확률을 공개하는 방법으로 일원화, 게임 안에서 유료로만 구매할 수 있는 인챈트(강화 아이템)에 대해서도 그 성공 확률을 공개하고, 확률형아이템 구매 화면 등에 정보를 표기하도록 하는 등 정보 공개 위치도 보다 명확히 하는 '자율규제 강령'을 개정하기로 하였다.

개정된 자율규제 강령과 함께, 올해 안에 소비자, 학계, 전문가, 산업계가 함께 참여하여 게임 관련 이슈들을 자율적으로 해결하기 위한 독립적 자율기구를 발족하고, 확률형아이템 자율규제 이행 여부에 대한 인증제도 실시, 자율규제 모니터링과 고도화를 위한 업무 등을 수행하려는 준비를 하고 있어, 이제는 좀 더 높은 수준의 자율규제를 환경을 게임업계 스스로 조성하고자 하는 의지를 느낄 수 있다.

이러한 자율규제 강령의 강화를 통해 게임 이용자로 하여금 예측 가능성을 인지하게 하여 정보의 비대칭성을 해소하고 합리적 소비를 유도할 수 있을 것으로 기대하고 있으며, 게임사들도 확률형아이템 비즈니스 모델(BM)의 변화를 통해 게임 플레이에 영향을 주는 확률형아이템을 없애거나 최소화하고 있기 때문에, 좀 더 높은 수준에서 확률형아이템에 대한 자율규제가 준수되고 이용자보호를 통한 건강한 게임문화 조성이 가능할 것으로 기대되고 있다.

강화된 자율규제 강령을 바탕으로 게임업계는 민간 주도의 자율적인 규제 권한의 강화를 통해 정부와 게임 이용자에게 신뢰를 주어야 하며, 정부는 게임업계에 대한 믿음과 독립성 강화를 통해 민간 주도의 자율규제가 정착될 수 있도록 관심과 지원이 필요한 시점이다.

논단

- 청소년 보호와 자율규제

청소년 보호와 자율규제



장근영
한국청소년정책연구원 선임연구위원

1. 위험과 안전의 비선형적 관계

이 세상의 변인들 간에는 선형적인 관계와 비선형적인 관계가 있다. 선형적인 관계는 비례적인 관계다. 같은 면적에 벽돌을 많이 쌓을수록 그 벽돌더미의 높이는 높아진다. 어떤 물건에 열을 많이 가할수록 그 물건의 온도는 높아진다. 반면에 비선형적인 관계는 인간 심리의 영역에서 자주 발견된다. 예를 들어, 대부분의 사람들은 매우 긴장한 상태도 아니고 전혀 긴장하지 않은 상태도 아닌, 중간 정도의 긴장을 할 때 일을 가장 잘 한다. 배고픈 상태에서 맛있는 음식을 조금 먹으면 만족감이 매우 높지만, 같은 음식을 두 배 많이 먹는다고 해서 만족감이 두 배 늘어나지는 않는다. 이런 비선형적 관계는 심지어 우리가 절대적으로 나쁘거나 좋다고 생각했던 것들에서도 나타날 수 있다. 위험과 안전도 그중 하나다.

말콤 글래드웰(M.Gladwell)은 <다윗과 골리앗>에서 다양한 비선형적 관계의 예를 제시한다. 그 사례들은 니체의 유명한 말 “너를 죽이지 못하는 고난은 너를 더 강하게 만들어준다”를 떠올리게 한다. 19세기 초부터 2차 대전 직전까지 영국의 총리를 지낸 사람들의 개인사를 조사한 결과 67%가 16세 이전에 양친 중 하나 이상을 잃었다. 마찬가지로 미국 대통령 44명 중 12명이 친아버지 없이 자라났다. 이런 ‘결손’ 가정환경은 분명히 ‘위험한’ 환경이다.

범죄자나 비행청소년 중에서 이와 같은 가정배경을 가진 사례들의 비율은 보통 집단에서보다 더 높다. 하지만 그 위험한 환경을 이겨낸 일부는 보통사람들보다 더 뛰어난 무엇인가를 가지게 된다. 비슷한 예로, 난독증이 있다. 난독증은 뇌 기능의 장애로 인해서 글을 읽지 못하는 증상이다.

현대의 문자중심 사회에서 이 질병은 아동 청소년기의 대부분을 차지하는 학교생활 적응에 엄청난 위험요인이 된다. 난독증인 아이들은 일단 교과서를 제대로 못 읽고, 학교 수업을 따라가지 못하며, 결과적으로 퇴학당하거나 이탈하기 쉽다. 그런데 성공을 거둔 CEO들 중에는 '난독증' 환자들이 통계적으로 유의한 수준으로 많다. 이 장애는 위험요인이지만, 그 위험요인을 자기 나름의 방식과 재능을 이용해 극복한 사람들은 그 과정에서 남들에겐 없는 능력을 키우게 된다는 얘기다. 부모의 경제력도 비선형적 변인이다.

부모가 너무 궁핍하면 아이를 제대로 키우기 어렵다. 하지만 너무 부유해도 역시 아이 훈육을 망칠 가능성이 높아진다. 부모가 풍족한 환경을 제공함으로써 아이가 자기만의 성취동기를 키우거나 좌절과 고난에 대처할 능력을 키울 기회를 놓쳐버리기 때문이다. 2차 대전 중에 영국 런던이 독일로부터 대공습을 받았을 때, 폭격에서 빚겨나간 사람들은 트라우마에 시달리는 것이 아니라 오히려 겁이 없어졌다. 폭탄에 직격당하면 죽거나 다치지만, 그 폭탄에 맞지 않으면 다음 폭격에는 더 대담해지고 침착해지는 것이다.

2. 청소년 보호와 위험의 통제

다시 질문해보자. 청소년을 보호하기 위해서 우리는 구체적으로 어떻게 해야 할까? 지금까지의 대답은 청소년들로 하여금 유해한 환경에 노출될 기회를 최소화하는 것이었다. 하지만 청소년들이 이 세상에 태어나 겪을 수 있는 유해하고 위험한 요소로부터 차단하는 것이 보호일까? 이는 현실적으로 불가능할 뿐만 아니라, 바람직하지도 않은 목표다. 실제 세상은 위험하기 때문이다. 안전은 위험을 전제로 한다. 정말로 청소년들을 보호하기 위해서는 위험을 이해하고 다루는 법을 배울 기회도 제공해야 한다. 무엇이 위험한지를 알아야 그 위험으로부터 자신을 보호할 줄도 알게 된다. 아무런 위험요소도 겪어보지 못한 아이가 세상에서 어떻게 생존할 수 있겠나. 그리고 위험을 알기 위해서는 그 위험을 실제로 겪어봐야 한다. 물론 청소년의 삶과 건강을 삼켜버릴 정도로 거대한 것이 아니라 청소년들이 스스로 겪어내고 극복할 수 있는 수준의 위험이어야 한다. 요컨대, 청소년을 보호하려면 우리는 청소년들에게 위험을 삭제한 환경이 아니라 ‘통제된 위험’이 실재하는 환경을 제공하기 위해 노력해야 한다.

대부분의 청소년활동이론가들은 청소년 활동의 중요한 특성으로 모험적 도전적 요소를 지적한다. 실패할 가능성이 높은 새로운 상황과 어려운 과제에 도전해보므로써 용기와 자신감을 키울 수 있게 해주는 것이 청소년활동이라는 것이다. 그 자신감과 용기는 청소년들의 이후 인생에서 매우 중요한 자산으로 사용된다. 우리는 실수하고 실수의 대가를 치러가면서 성장한다. 넘어져서 다치는 순간 우리는 넘어지면 아프다는 사실과 함께, 그 정도 아픔은 충분히 이겨낼 수 있다는 사실도 배운다. 인생에서 실패와 실수는 피할 수 없으며, 이 험한 세상에서 뭔가를 성취하려면 실패하지 않는 사람이 아니라 실패에도 불구하고 포기하지 않고 시도하는 사람이 되어야 한다. 물론 가끔은 어쩔 수 없이 심각한 손실을 겪는 이도 생길 것이다. 아무리 안전을 추구하더라도 인간의 능력으로 막을 수 없는 사고는 벌어지게 되어 있다. 하지만 그 사고 앞에서 어른들이 최선을 다해 제 역할을 해냈다면, 살아남은 아이들은 그런 비극으로부터도 뭔가를 배우기 마련이다.

3. 컴퓨터 게임의 진정한 리스크

지금까지 컴퓨터 게임은 청소년에게 유해하거나 위험한 매체 혹은 환경으로 간주되어 왔다. 위험이란 결국 자신에게 소중한 무엇을 잃어버릴 가능성, 즉 리스크(risk)를 말한다. 신체적인 위험성은 생명이나 신체의 건강이나 기능을 상실할 리스크를 말한다. 하지만 우리가 잃어버릴 가능성이 있는 소중한 자원에는 다른 것도 있다. 친구나 동료, 가족도 내가 삶을 영위하기 위해 반드시 필요한 소중한 존재들이다. 그들을 잃어버린다는 것은 결국 그들과의 관계가 끊어진다는 것이고, 이는 관계를 이어주는 사회적인 끈인 신뢰(trust)가 사라진다는 뜻이다. 시간이나 미래의 가능성도 마찬가지로 잃어버리기는 소중한 자원이다.

신체적이나 물리적인 면에서 컴퓨터 게임은 지나치게 안전해서 오히려 문제가 된다. 게임 안에서는 원한다면 실패의 대가를 기피할 수 있다. 내 캐릭터가 절벽에서 떨어지거나 폭탄이 터져 산산조각이 나더라도 게임하는 나는 손끝 하나 다치지 않는다. 게임하다 실패하면 언제든 다시 시작할 수 있다. 게임의 진짜 문제는 청소년들을 중독으로 이끄는 것이 아니라, 위험한 실제 세상과 맞설 기회를 기피하고 미루게 만드는 데 있다. ‘게임 중독’이라는 청소년들을 깊이 들여다보면 대부분은 현실로부터 도피한 이들이다. 그들은 좋은 성적을 받기 위해서는 몇 개월 몇 년간 꾸준히 공부해야 하고, 친구를 사귀려면 미묘한 신호를 해석하고 적절히 대응해야 하며, 뭘 하나 하려고 해도 반드시 노력이나 비용을 치러야 하는 이 힘든 실제 세상보다 게임이 더 만만하기 때문에 그곳으로 도피하는 것이다.

하지만 그렇게 안전한 게임도 대가를 요구할 때가 있다. 게임이 제공할 수 있는 위험과 그 위험을 통제할 지점도 거기서 나온다. 게임을 할 때의 위험은 주로 사회적 관계나 시간의 리스크에서 온다. 게임 중독 진단 척도에서 가장 명확한 기준은 게임을 하느라 가족관계, 친구관계, 동료 관계에 문제가 생겼는지의 여부, 그리고 중요한 일을 할 시간을 게임에 낭비했는지의 여부다. 이는 모두 게임의 리스크 문제다.

최근 들어 그런 리스크의 대상으로 돈이 추가되기 시작했다. 게임 업계가 수익을 올리는 방법으로 부분 유료화와 확률형아이템 모델을 채택한 이후, 게임은 청소년들이 가장 먼저 소비에 눈을 뜨는 공간이 되었다. 청소년 전문가로서 청소년들이 일찍부터 돈을 만지고 그걸 상실할 위험에 대해서도 배워야 하는 상황이 바람직하다고 말할 수는 없다. 하지만 피할 수 없는 현실이다. 청소년도 이 사회의 일원이고 소비자이기 때문이다. 청소년들이 제구실을 하는 성인으로 성장하려면 어느 시점에는 ‘현명하게 소비하는 기술’을 배워야 한다.

게임에서 돈에 관한 리스크는 특히 확률형아이템에서 두드러진다. 확률형아이템 시스템에서는 아무리 돈을 많이 지불해도 내가 원하는 아이템을 얻는다는 보장이 없다. 즉, 돈만 날리고 원하는 것은 얻지 못하는 경험을 할 위험이 존재한다. 그렇다면 확률형아이템 체계에서 청소년 보호를 위해서는 우리는 무엇을 어떻게 통제해야 할 것인가?

4. 중요한 것은 신뢰

확률형아이템이 바람직하지는 않다. 하지만 부정하기 어려운 것은, 그것이 세상 돌아가는 원리를 닮았다는 점이다. 확률과 무작위성은 우리 삶의 일부다. 현실에서 우리는 종종 많은 시간과 노력을 쏟아붓고서도 원하는 것을 얻지 못하곤 한다. 이 세상에는 언제나 무작위적 요소, 혹은 확률적 요인이 개입되어 있다. 누구는 운이 좋고, 누구는 운이 없다. 세상은 불공평하며, 그것도 확률적으로 불공평하다. 건강한 어른이 되려면 이 확률의 불공평함을 인정하고 받아들일 수 있어야 한다. 그래서 신뢰가 중요하다.

패배하고 나서도 자신이 정당하게 패배했음을 받아들이고, 또한 정당한 노력을 통해서 승리할 기회가 주어진다는 기대를 할 수 있는 것은 우리가 그 게임의 규칙이 작동하고 있다는 믿음이 있기 때문이다. 신뢰는 단지 사회가 제대로 기능하기 위해서만 필요한 것이 아니라 패배를 받아들이고 노력으로 이어가기 위해서도 반드시 필요하다. 신뢰가 없다면 청소년들에게 게임은 규칙을 체화하고 실패를 극복할 기회를 제공하지 못한다. 그저 서로가 서로를 속이고 잡아먹는 비정한 세상을 전달하게 될 뿐이다. 그래서 확률형아이템의 확률은 물론이고 모든 게임의 규칙들은 반드시 지켜질 것이라는 신뢰를 제공해야 한다.

5. 자율규제와 신뢰의 순환

우리는 '자율성'의 반대말로 '타율성'을 사용한다. 그러다 보면 마치 그 둘이 동급의 규율이거나 방향만 다를 뿐 동등한 가치인 것으로 착각하기 쉽다. 하지만 다른 언어권에서 이 둘은 결코 동등하게 취급되지 않는다. 영어로 자율성은 'self-governing'(스스로 통치하는), 'sovereign'(주권을 가진), 'self determining'(스스로 결정하는), 'self ruling'(스스로 규율을 만들어 운영하는) 등으로 번역된다. 반면에 타율성에 해당하는 영어는 'subservient'(복종적인, 순종적인), 'dependent'(남에게 의존하는), 'subject'(주체가 아니라, 대상이 되는) 등이다. 이 둘의 차이는 성숙함과 미숙함, 정당함과 부당함의 격차다. 타율성은 신뢰를 바탕으로 하는 것이 아니다. 자기 불신과 의존성의 결과일 뿐이다. 따라서 어떤 사회가 신뢰를 쌓아가는 과정은 결국 자율적인 영역의 확장 과정과 일치할 수밖에 없다.

그런 의미에서 지금 시도하는 자율규제의 의미는 크다. 이것은 게임업계의 이해관계와는 별개로, 청소년들이 참여하는 게임 속 환경에 신뢰의 함량을 높이기 위한 노력의 하나이다. 확률의 공개가 유저들을 더 유리하게 만들어주지는 않는다. 확률을 공개한다고 해서 게임 유저들이 원하는 아이템을 얻을 확률은 조금도 높아지지 않는다. 단지, 그 결과가 공개된 확률에 따른 것이라고 믿을 수 있는 기회가 조금 늘어날 뿐이다. 앞으로 얼마나 사용자들이 자율규제를 통해 공개된 정보를 믿게 되느냐에 따라서 자율규제의 범위는 더 늘어날 수 있고, 그에 따라 신뢰의 수준도 높아질 수 있을 것이다. 그 모든 것이 청소년들이 이 비즈니스로 점철된 위험한 세상에서 결과에 승복하고, 확률과 술수를 구별하며, 노력을 통해 극복할 것과 그럴 수 없는 것을 판별할 수 있는 합리적인 성인으로 성장하는 환경의 조성에 기여하게 될 것이다.

평가위원회 결정 리뷰

- 아이템 확률 공개 미준수 게임물 공표 결정
: 그 의미와 한계, 그리고 개선점

아이템 확률 공개 미준수 게임물 공표 결정 : 그 의미와 한계, 그리고 개선점



위정현
한국게임학회 회장, 중앙대 교수

확률형아이템은 여전히 한국과 일본에서 뜨거운 감자다. 이미 모바일게임의 주력 비즈니스 모델이 되고 있지만 정작 게임 이용자들은 게임사의 객관성과 공정성에 대한 의구심을 거두지 않고 있다. 2016년 1월 발생한 ‘데스티니 차일드’ 아이템 확률 사건은 대표적이거나 사례이다.

당시 데스티니 차일드 개발사는 최고급인 ‘5성 차일드’ 뽑기 당첨 확률을 1.44%라고 공개했다. 그러나 한 데스티니 차일드 이용자가 직접 3,600만 원을 투입해 아이템을 구입, 당첨 확률이 회사가 공지한 확률보다 크게 떨어졌다는 의혹을 제기했다. 그는 5성을 뽑을 확률이 1%에도 못 미친다고 주장했고, 결국 개발사는 ‘1.44%가 아니고 실제로는 0.9% 확률이었다’고 사과했다.

이 사건은 법적 규제의 필요성에 대한 논란을 다시 일으켰지만 다행히 민간에 의한 자율규제는 유지되고 있다. 다만 향후 자율규제의 실효성에 따라 얼마든지 법적 강제가 시행될 수 있는 가능성은 열려 있다¹⁾.

1) 한 예로 민주당 이원욱 의원은 획득 확률 10% 이하의 품목이 포함된 확률형아이템을 제공하는 게임물에 대해 청소년 이용불가 등급으로 분류하는 법안을 제출했다. 이 법안은 청소년 이용불가 등급 분류뿐 아니라 세부 아이템 구성과 확률의 공개를 강제한다는 내용을 담고 있다.

확률형아이템에 대한 민간 자율규제가 시행된 지 사 년 째로 접어들고 있다. 한국게임산업협회는 2015년 4월부터 게임업계 자율규제 적용 대상을 전체 이용가에서 청소년 이용가로 확대하고, 아이템 정보에 다 결과물 목록과 획득 가능한 아이템의 구간별 확률을 수치로 공개하도록 하였다. 그러나 구체적인 확률 미공개로 인한 게임 이용자의 불만이 지속되고 이로 인한 규제 요구가 커지자 2017년 7월경에 자율규제 내용을 일부 개선하였다.

개선안은 자율규제 적용 대상을 ‘청소년 및 성인이 이용 가능한 모든 게임물’로 확대하고, 확률 표기 위치도 이용자 접근성을 고려하여 게임 내로 의무화하였으며, 확률공개 방식도 개별 확률을 모두 공개하거나 등급별 확률로 공개할 경우에는 3가지 추가조치(일정 기준 이상 구매 시 희귀아이템을 보상으로 획득, 희귀아이템의 확률 공개, 희귀아이템의 출현 개수 공개) 중 하나를 필수적으로 이행하도록 하였다.

그리고 또 하나 중요한 조치는 위반 게임에 대한 대외적인 공표이다. 미준수 게임에 대한 대외적인 공표는 위반자에 대한 사회적 압력을 가하고 이를 통해 규정의 준수를 강제하는 하나의 기제이다. 이 문제의 의미와 한계에 대해 ‘올해의 미준수 게임물 공표’를 보면서 생각해 보기로 하자. 아래 <표 1>은 올해 1월부터 7월까지의 미준수 게임물 집계이다.

《표 1》 2018년 미준수 게임물 집계

국내외	게임명	위반횟수	국내외	게임명	위반횟수
해외	클래시 로얄	7회	국내	데카론	1회
해외	정상대해전-해상 전쟁 전략 게임	6회	해외	모바일 스트라이크 (Mobile Strike)	1회
해외	총기시대	6회	해외	라스트 엠파이어 워 Z	1회
해외	원피스 트레저 크루즈	회	국내	형님 모바일	1회
국내	쿠키런: 오븐브레이크	5회	국내	천하를 탐하다	1회
해외	에버베틀2	5회	국내	아쿠아스토리	1회
해외	DRAGON BALL Z 폭렬격전	4회	국내	파이널삼국지:Red	1회
해외	파이널 판타지 XV	4회	국내	아수라	1회
해외	모바일 레전드: Bang Bang	4회	국내	클럽 오디션	1회
국내	애니팡3	4회	해외	FINAL FANTASY BRAVE EXVIUS	1회
해외	더 킹 오브 파이터즈98 UM온라인	4회	국내	스누피 틀린그림찾기	1회
해외	짐의강산	4회	국내	붐버스타	1회
국내	연인 모바일	4회	해외	Yu-Gi-Oh! Dule Links	1회
해외	킹오브아발론: 드래곤 전쟁	3회	해외	파이널 히어로즈 Final Heroes	1회
국내	갯애프드	2회	국내	슈퍼진화스토리	1회
해외	소드 아트 온라인 -메모리 디프래그-	2회	국내	렐릭: 신의 노래	1회
해외	War and Order	2회	해외	글로리	1회
해외	킹오브아발론: 드래곤 전쟁	2회	국내	군도모바일	1회
국내	열혈강호	2회			

〈표 1〉을 보면 4회 이상 위반한 게임은 13개로 이중 국내 게임은 2개이지만 해외 게임은 11개로 전체의 85%라는 절대적인 비중을 차지하고 있다. 이 점에서 미준수 게임물 공표의 첫 번째 단계는 압도적인 비중을 차지하고 있는 해외 게임물에 대한 제재 방안이 없다는 점이다. 위반에 대한 제재 방안이 없다는 점은 두 개의 국내 게임인 ‘쿠키런’과 ‘애니팡3’에서도 나타난다. 사실 국내 게임도 약간의 사회적 이미지 타격만 감수하면 반복해서 위반해도 실제적인 제재를 할 수 있는 방법이 없다. 따라서 공표만으로 해결되지 않는다면 향후 법적인 고발이나 게임물관리위원회와 협력하여 등급보류와 같은 강력한 사후 조치가 수반되어야 한다.

위반 게임에 대한 공표와 제재는 특히 향후 모바일게임 분야에서 유입 증가가 예상되는 중국 게임물 관련해 고민해야 부분이다. 한국 게임이 중국 정부에 의한 관호를 받지 못하는 상태에서 중국 게임만 한국 시장에 급격하게 유입되고 있어 이 문제는 대외 통상적인 차원에서도 고려해야 한다.

둘째, 게임사에 의한 공지와 실질적인 게임상의 정보에서 괴리가 발생한 경우 이를 확인할 방법이 없다는 점이다. 지난 2018년 3월 30일에 공정거래위원회가 발표한 공지 위반 사례와 과징금 부과는 총격적인 내용이었다.

〈표 2〉 사업자별 법 위반 행위, 조치 내역

사업자명	게임명	법 위반 행위	조치내역
(주)넥슨	서든어택	· 일부 퍼즐의 획득 확률이 매우 낮게 설정되어 있음에도 불구하고 랜덤으로 지급된다고 표시	시정명령 공표명령(7일)
	카운터스트라이크 온라인2	· 청약철회 등의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항을 소비자와의 계약 체결 전에 적절하게 표시·광고 또는 고지하지 않음	과태료 550만원 과징금 9억 3,900만원
넷마블 게임즈(주)	마구마구	· 확률형아이템 확률 상승 이벤트를 실시하면서 상승 확률을 부풀려서 표시	시정명령 공표명령(7일) 과태료 500만원
	모두의마블	· 캐릭터 획득 이벤트를 실시하면서 특정 이벤트 기간에만 한정적으로 획득할 수 있는 것처럼 표시	시정명령 공표명령(7일) 과태료 500만원 과징금 4,500만원
	몬스터 길들이기	· 획득 확률이 극히 낮음에도 불구하고 당첨 확률 ‘1% 미만’이라고만 광고하다가 기만적인 캐릭터 획득 확률 상승 이벤트를 실시	경고 과태료 500만원
(주)넥스트 플로어	데스티니차일드	· 확률형아이템을 통해 얻을 수 있는 캐릭터의 획득확률을 부풀려서 표시 · 게임 내 결제수단인 크리스탈에 대해 가격 인하 이벤트를 한 시적으로 하는 것처럼 표시	시정명령 과태료 500만원

※ 출처: 공정거래위원회, 2018년 3월 30일자 보도자료

공정위에 따르면 넥슨은 지난 2016년 11월 3일 ‘서든어택’에서 실시한 ‘연예인 카운트’ 이벤트가 문제가 됐다. 넥슨 측은 해당 이벤트를 통해 카운트를 구매할 때마다 일정 수의 퍼즐 조각을 지급했으며, 총 16개 조각을 모아 퍼즐을 완성할 경우 여러 혜택을 제공하겠다고 약속했다. 하지만 일부 조각의 획득 확률이 0.5~1.5%로 매우 낮게 설정되었음에도 불구하고, 넥슨은 ‘퍼즐 조각 1~16번 중 랜덤으로 지급된다’라고만 표시한 것으로 전해졌다.

공정위는 퍼즐의 특성상 단 1조각만 획득하지 못하더라도 아무런 가치가 없다는 점, 이를 보통의 주의력을 지닌 소비자들이 인지하기 힘들다는 점 등을 근거로 넥슨의 해당 이벤트를 소비자를 유인한 행위로 판단했다.

넷마블은 ‘모두의마블’, ‘마구마구’, ‘몬스터길들이기’ 등 3개의 게임이 각각 한정 캐릭터를 출시했음에도 불구하고 재획득할 수 있는 이벤트가 반복적으로 시행됐다는 점, 일정 등급의 캐릭터가 등장할 확률이 실질적으로는 1.67% 상승했지만 2배 상승했다고 공지한 점, 아이템 확률이 극히 낮았음에도 불구하고 당첨 확률을 ‘1% 미만’이라고 표기한 점 등이 지적되었다.

하지만 이런 공정위의 발표와는 달리 ‘미준수 게임물 공표 리스트’에는 위의 게임들이 들어 있지 않다. 만일 공정위의 조사 내용이 사실이라면 이는 향후 자율규제에서 심각한 문제가 야기될 수 있다. 자율규제에서 신고된 게임 정보와 실제의 게임 정보가 불일치한다면 이는 ‘소비자에게 정확한 아이템 관련 정보를 제공한다’는 자율규제의 근본 취지를 뒤흔드는 행위이기 때문이다. 향후 자율규제가 뿌리를 내리려면 사후 검증에 대한 부분을 어떻게 담보할 것인가에 대한 고민이 수반되어야 할 것이다.

셋째, 위반의 질적, 양적 내용에 대한 정보 공개가 없다는 것이다. 즉 미준수 게임물 공표에는 어떤 위반이 문제가 되었는지, 어느 정도 심각한 위반이었는지, 이용자에게 어느 정도의 손실을 입혔는지 등과 같은 위반의 ‘질적, 양적 내용’에 대한 정보가 함께 제시되어야 한다. 단지 몇 회 위반이 아닌 위반의 경중을 가리는 것은 이용자의 판단에서 중요한 부분이다.

그래서 경미한 위반이 여러 번 반복된 것과 중대한 위반이 한 번 이루어진 것에 대한 이용자와 관련 기관의 판단에 도움이 되어야 한다. 특히 지금 시장의 경쟁이 격화되면서 모바일게임의 제품 수명이 짧아지고 있기 때문에 게임사의 입장에서 소위 ‘치고 빠지는’ 전략을 구사할 유혹을 느끼게 된다. 즉, 한두 번의 위반으로 시간을 벌며 매출을 올리고 매출이 빠진 후 규정을 준수하는 전략이다. 이런 가능성을 봉쇄하는 정책이 중요하다.

향후 확률형아이템을 둘러싼 사회적 논란은 가속화될 것이다. 그리고 자율규제의 효과에 대한 문제 제기도 계속될 것이다. 따라서 자율규제가 조기에 정착될 수 있도록 제도를 보완하는 것이 지금 시급한 과제이다.

칼럼

- 게임 유저가 이야기하는 확률형아이템 자율규제
- 확률형아이템 자율규제, 성공 키워드는 '신뢰'

게임 유저가 이야기하는 확률형아이템 자율규제



사키엘(김이환)
프리랜서(블로거&유튜버)

1. 게임 서비스 초기 단계



※ 온라인게임 시대를 열었던 3대장 중 리니지 (출처: 리니지 공식 홈페이지)

1998년 스타크래프트 붐이 일어났고 그로 인해서 PC방이 전국적으로 확산되면서 온라인게임 바람의나라를 시작으로 다수의 온라인게임들이 나오기 시작했고 그중에서도 온라인 게임시장을 이끄는 소위 3대장은 바람의나라, 리니지, 그리고 뮤온라인이었다. PC방에선 이 게임을 하는 사람들이 대다수였고 PC방을 갈 수밖에 없었던 이유는 개인 유저로서 매달 내야 하는 정액제 요금 때문이었다.



※ 지금까지도 유지되고 있는 정액제 가격(출처 : 리니지 공식 홈페이지)

초기의 온라인게임이 이런 방식의 정액제로 운영되었으며 그 당시 정액제 요금은 29,700원으로 게임의 주 소비층인 10~20대들에게는 다소 부담 되는 요금이었기에 PC방을 이용하는 게임 유저가 많았다.

2. 부분 유료화 서비스의 시작



※ 처음으로 부분유료화를 시도했던 퀴즈퀴즈(현재 서비스 종료) (출처 : 네이버 이미지)

넥슨에서는 그 당시엔 파격적으로(?) 퀴즈퀴즈라는 온라인게임에 최초 부분 유료화 서비스를 도입하게 된다. 퀴즈퀴즈는 유저가 방을 개설을 하고 다른 유저들을 방에 초대하여 여러 가지 미니게임과 보드게임을 즐기는 게임으로 정액제로 즐기기에 너무 라이트한 게임이었으므로 유저들을 유인할 만한 새로운 과금 모델이 필요했고, 시장의 니즈(needs)를 반영하여 만들어진 것이 바로 부분 유료화였다. 부분 유료화 도입 초기에는 캐릭터의 의상이라든지 서비스의 품질을 높여주는 아이템 판매 정도로만 진행이 되었고 이는 퀴즈퀴즈 성장에 많은 도움을 주게 된다. 다양한 의상을 구입하여 나의 아바타를 꾸며 나의 개성을 보여주었고 이는 남들과는 다르다는 우월감을 보여주게 되면서 폭발적인 인기를 끌게 된다. 이를 지켜본 다른 게임사들도 부분 유료 과금 시스템을 앞다투어 도입하였고 반응이 시큰둥하던 게임들도 이 시스템으로 인하여 인기가 상승하자 이후 출시되는 모든 게임들은 부분 유료화를 채택하게 된다.



※ 부분유료화 시스템 중 하나인 “뽑기” 시스템은 사행성을 조장하였다. (출처: 테일즈위버 공식 홈페이지)

이후 온라인게임의 인기가 날로 높아짐에 따라 부분유료화의 서비스도 변질되기 시작하였다. 서두에 언급한 바와 같이, 처음에는 게임 밸런스에 영향을 미치지 않는 아바타라든지 서비스의 품질을 높이는 비교적 단순한 형태의 부분유료화의 모델을 표방하였으나 이후에는 “뽑기”라고 불리는 소위 파친코(パチンコ)와 같은 시스템을 도입하여 유저들의 사행심을 자극하였다.

유저들은 돈을 많이 쓴다고 해서 나오는 것도 아니고 적게 쓴다고 해서 좋은 아이템을 얻는 것도 아니었기 때문에 개발자들은 이를 교묘하게 이용하여 계속해서 과금 유도를 하였고 결국 “뽑기”라는 시스템은 오히려 초기에 시행했던 월 정액제보다 게임업체에게 더 많은 부를 가져다주게 된다. 부분유료화 모델의 성공을 맞본 개발자들은 이후 나오는 게임들에 이 시스템을 채택하였고 이를 통해 파생된 수많은 부작용이 일어나게 된다.

3. 뽑기 규제에 대한 여론 형성



※ 부작용을 막기 위해 설립이 된 게임이용자보호센터 (출처 : 게임이용자보호센터 공식홈페이지)

파친코(パチンコ)를 차용한 뽑기 시스템은 도박과 질투의 인간 심리를 교묘하게 이용하는 측면이 있다. 누군가 적은 금액을 투자하여 좋은 아이템을 득템(?)하게 되면 이를 얻지 못한 유저들은 계속해서 그 아이템 혹은 그 이상을 뽑기 위해 과금을 하게 된다.

개발자는 아이템의 확률은 구체적으로 공개하지 않았기 때문에 유저들은 단순히 좋은 아이템을 뽑기 위해서 수십에서 수백만 원을 쓰게 되면서 사회적으로 논란을 야기하였고, 특히나 게임의 주 소비층인 자제력이 부족한 청소년층이 뽑기 시스템에 노출되면서 이러한 논란을 가중시켰다. 그리하여 이러한 시스템의 과용으로 인한 피해 규제 및 모니터링을 위해 게임이용자보호센터가 설립되었고 이를 통해 확률을 공개하자는 여론이 생기기 되었다.

게임 내 유료 소환 - 획득 확률 안내 | 게임 가이드

GM블리나(netm****) 카피라이터 http://game.naver.com/sec

세븐나이즈 게임 내 유료 소환 - 획득 확률 안내
- 2015년 12월 31일 기준 최종 업데이트

■ 구간 별 획득 확률

구간표기	획득범위
매우낮음	1% 미만
낮음	1%(이상) ~ 10%(미만)
보통	10% ~ 30%
높음	30% ~ 50%
매우높음	50% 이상

■ 상품 별 획득 확률

상품	등급	획득
그룹 영웅 소환 (1회, 10회)	3성	매우 높음
	4성	보통
	5성	낮음
	6성, 사할, 세븐나이즈	매우 낮음
일반 영웅 소환 (10회)	1성	매우 높음
	2성	높음
	3성	보통
	4성	매우 낮음
세나 / 사할 장비 소환	5성	매우 낮음
	4성	매우 높음
	6성	높음
	6성 사할 장비	낮음

※ 초기 확률 공개는 자세하게 표기하지 않았다. (출처 : 세븐나이즈for Kakao 네이버 공식 카페)

게임사들도 어느 정도 심각함을 인지했는지 그때부터 확률 공개를 시작하게 된다. 하지만 자세한 확률 공개는 하지 않았다. 오히려 이를 악용하여서 아이템 하나하나를 공개하는 것이 아니라 그룹으로 묶어서 마치 좋은 아이템도 높은 확률로 얻을 수 있다는 식으로 교묘하게 활용을 하였고 개발자들은 유저들에게 신뢰를 잃게 되었고 설상가상으로 모바일게임 데스크티니차일드의 확률 오표기 사건까지 일어나게 된다.

4. 여론 악화 그리고 시작된 자율규제

1. 프리미엄 차일드 소환 획득 확률

차일드	획득 확률
★3	86.22%
★4	12.88%
★5	0.90%

2. 차일드 소환 획득 확률

차일드	획득 확률
★1	62.50%
★2	31.25%
★3	6.25%

※ 데스티니차일드 뽑기 확률 공개 (출처 : 데스티니차일드 네이버 공식 카페)

2016년 11월 데스티니차일드는 뽑기 확률을 공개하였고 유저들은 캐릭터를 얻기 위해서 뽑기를 진행을 하였다. 5성 아이템을 얻을 확률은 1.44%로 얻을 수 있는 확률은 낮았지만 그래도 가장 효율 좋은 캐릭터를 얻기 위해서 많은 유저들이 아이템 뽑기를 했는데 뽑기를 하면 할수록 5성을 얻기가 매우 힘들다는 것을 체감하게 된다. 특히나 과금을 많은 한 유저들의 경우 아무리 1.44% 확률이 낮다고는 하지만 해당 아이템을 얻었다는 유저들이 매우 드물다는 여론이 형성되자 의심을 하기 시작했고 유저들 중 몇몇이 뽑기 확률의 표본을 만들어 공개하기 시작했다.



※ 유저들이 직접 뽑기 표본을 만들어 공개를 하였다.(출처 : 데스티니차일드 네이버 공식 카페)

위 그림을 보면 실제 확률은 1.44%가 아닌 0.7%라는 사실! 즉 유저를 기만하고 뽑기 확률을 일부러 조작했다는 여론이 생기게 되었는데 이는 유저들이 만든 표본이었기 때문에 공식적인 답변이 필요했고 그 답변을 얻는 과정 속에서 표본을 입증하는 자료들이 계속해서 쏟아지게 된다. 결국 데스티니차일드는 공식 입장을 통해 표본의 내용이 맞고 자신들이 오표기 했다고 공지함으로써 잘못을 인정하게 된다.

안녕하세요. NextFloor 대표 김민규입니다.

먼저, '테스티니 자일드'를 아껴주시고 플레이 해주시는 모든 유저분들께 심려를 끼쳐드린 점에 대해 모든 NextFloor 임직원들을 대신해 진심 어린 사과의 말씀을 드립니다.

최근 들어 이슈로 지적되고 있는 게임 내 자일드 소환 확률에 대해 내부적으로 확인한 결과, 중대한 실수가 발견되었으며 이에 대해 사과의 말씀과 함께 관련 내용을 안내 드리고자 합니다.

1. 우선 5성 자일드소환 확률로 안내된 1.44% 확률의 경우 최종 마일리지 획득 확률이 포함되어 있는 것으로 확인했습니다. 마일리지를 포함한 확률을 공정한 것은 변명의 여지가 없는 저희의 불찰입니다.

마일리지를 제외한, 오븐 이후 어제(11월 07일)까지의 총 소환 데이터는 다음과 같습니다.

	3성	4성	5성	총 자일드 수
소환된 자일드 합계	31,350,009	4,682,535	327,640	36,360,184
자일드 획득비	86.22%	12.88%	0.90%	

맞어? 확정 마일리지까지 포함해서 1.44%였다고?

3. 더불어 CBT 당시 R/S 등급에 의해 같은 등급 내에서도 자일드 별로 다른 소환 확률이 존재 했었습니다. 정식 오픈 시기에 개별 확률을 없애고 다음과 같이 등급 내 3개의 확률 그룹으로 변경했으며 이를 정확히 안내드리지 못하는 누를 범했습니다.

	상위	중위	하위
3성 그룹별 확률	17%	25%	58%
4성 그룹별 확률	14%	24%	62%
5성 그룹별 확률	24%	34%	42%

이 부분 또한 정확한 설명을 드리지 못한 점 사과드립니다.

※ 유저들이 직접 뽑기 표본을 만들어 공개를 하였다. (출처 : 테스티니자일드 네이버 공식 카페)

하지만 이 사건을 계기로 확률 표기가 무의미하다는 의견이 지배적으로 많아졌고 더 이상 개발자들을 믿지 못하겠다는 분위기가 확산되었다. 유저들이 확률 표본을 통해 개발자들의 일방적인 확률을 조작하면서 이를 계속 속이고 은폐한다면 유저는 계속 과금을 유도하는 시스템에 희생양이 될 수밖에 없기 때문이다.

이 사건이 도화선이 되어 유저들 사이에서는 단순히 확률 공개로 끝나는 것이 아니라 이를 법제화하여 지속적으로 모니터링해야 한다는 의견들이 생겨나기 시작했다.

자율규제 미준수 게임물 (2018. 2. 28 기준)

구분	게임명	업체명	국적	공표횟수
모바일	1 원피스 브레이저 크루즈	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.	해외	3회
	2 DRAGON BALL Z 특촬격전	DIANDIAN INTERACTIVE HOLDING	해외	
	3 킹오브야빌론: 드래곤 전쟁	Epic Action LLC	해외	
	4 파이널 판타지 XV: 새로운 세계 (Final Fantasy XV)	Supercell	해외	
	5 클래시 로얄	SUNDAYTOZ, INC	국내	
	6 애니팡3	Devsisters Corporation	국내	
	7 쿠키런: 오븐브레이크	DIANDIAN INTERACTIVE HOLDING	해외	2회
	8 총기사대 (Guns of Glory)	Special Gamec	해외	
	9 정상대대전-해상 전쟁 전략 게임	JD GAMES	해외	
	10 짐의강산	Longtu Korea Inc.	국내	
	11 열혈강호	Gamecoff LTD	해외	1회
	12 예비배틀2	KONAMI	해외	
	13 Yu-Gi-Oh! Duel Links			

※ 게임명/업체명/국적 표기 기준

- 온라인 : 게임등급분류번호 내 기재된 게임명 상호, 사업자 주소
- 모바일 : 오픈마켓 내 등록된 게임명 및 개발자, 개발자 주소
- 공표횟수 : 자율규제 미준수 게임물로 공표된 횟수

※ 자율규제 미준수 게임물 3차 공표 : 초기만 하더라도 참여가 많지 않았던 자율규제 (출처 : 게임이용자보호센터 홈페이지)

그러나 자율규제를 법제화하기에는 리스크가 있다. 우선 법으로 규제를 하게 되면 발전한 게임사업이 위축될 수 있다. 이미 섯다운제를 통해서 국내 게임산업이 많이 위축되었고 그 기간 동안 중국 게임산업이 많은 발전을 이루어 오히려 지금은 중국 온라인게임들이 국내 게임산업의 생태계를 위협하고 있는 상황이다. 만약에 모바일게임 시장이 커지지 않았다면 그 상황은 더 악화 되었을 것이다.

필자는 자율규제 법제화를 위한 개정은 이 모든 상황의 해결책이라고 생각 하지 않는다. 이는 자율과 규제라는 모순된 가치를 합쳐놓은 것처럼 일방적으로 어느 쪽의 손을 들어주어도 시너지가 없는 제로섬게임과 같다. 다만 뽑기 게임회사 및 개발자들의 자정(自淨)을 통해서 보다 자세하게 확률을 공개하고 확률을 보고 유저가 직접 선택할 수 있도록 그 환경을 조성하는 것이 중요 하다고 본다. 이러한 역할은 게임이용자보호센터에서 건강한 게임산업의 발전을 위해 주도적으로 이러한 정책을 펼쳐나가는 것이 중요하다고 생각한다.

다행히도 국내 게임산업은 건전한 방향으로 나아가고 있는 중이다. 이전에는 확률 공개만 해달라고 요구했다면 이제는 보도자료를 통해서 확률형아이템 자율규제 미준수 게임물을 누구나 볼 수 있게 홈페이지에 게시를 하고 있고 게임회사에게 구체적으로 확률을 표기할 것을 요구하고 있다.

5. 마무리

▼ 이벤트 데일리 보너스

이벤트 데일리 보너스 구성품 등장 확률			
우드 큐브	실버 큐브	골드 큐브	다이아 큐브
25.00%	25.00%	25.00%	20.00%
고대 주술 큐브			
5.00%			

▼ 워너원 카드팩(2차 라인업 전용)

워너원 카드팩(2차 라인업 전용) 구성품 등장 확률			
A+그루브	S대성의 겨울	S강다니엘	S박지훈
8.90%	0.25%	2.31%	2.31%
S윤지성	S이대원	S홍성우	S김재환
2.31%	2.31%	2.31%	2.31%
S하성운	A+음모권	A경원치X2매	A+경원치X2매
2.31%	10.00%	14.07%	9.93%
S경원치X2매	S한 골드	신비한 가루 10개	신비한 가루 50개
5.79%	0.40%	11.88%	6.74%
신비한 가루 100개	S+페이브	S+대래경을 레바테인	S+다크 세해라자대
4.18%	0.01%	0.14%	0.42%
S+다크 캐년	S+양투야네트	S+파이트 케니&프랭크	S+프레어
1.48%	0.01%	0.23%	1.48%
S+스물 하루나&연화	S+롤랑	S+화이트 오딘	S+왓슨
1.33%	0.04%	0.28%	1.33%
S+다크 스콜드	S+소피	S+다크 라베알로즈	S+카라스
1.33%	0.05%	0.03%	1.48%
S+루시아	S+다크 클로이	S+골드 프레어	S+어린여 울드
0.01%	0.14%	0.42%	1.48%

※ 이전 많은 기업에서 자율규제에 동참하고 있다. (출처 : 모두의마블 공식 카페)

이에 많은 게임회사에서 자율규제에 동참하기 시작했다. 예전에 비해서 확률 공개를 더 꼼꼼하게 하고 있는 상황이다. 앞선 예와 같이 아이템 그룹을 묶어서 확률을 공개하는 것이 아니라 개별 아이템 확률 공개를 하면서 유저의 선택 폭을 넓히고 있는 상황이고 게임이용자보호센터의 1차 공표에 비해 동참하는 게임회사들도 더 많아졌기 때문에 자율규제의 성과도 어느 정도 얻었다고 볼 수 있다.

물론 이미 규모가 커진 게임 회사들은 이런 시스템이 쉽게 바뀌지 않는다고 이야기한다. 하지만 시대가 바뀌었다. 게임의 성장과 더불어 유저의 의식이 성장하였고, 게임이용자보호센터와 같이 모니터링 및 조율의 역할을 일임할 기관이 있다는 것은 유저의 입장으로서 참으로 다행이 아닐 수 없다. 한 번에 해결할 수 없지만 차근차근 문제 되었던 요소들을 줄여 나간다면 이전보다 더 나은 게임 환경이 만들어지고 유저도 게임회사를 믿고 즐길 수 있는 시대가 오지 않을까 한다.

확률형아이템 자율규제, 성공 키워드는 ‘신뢰’



곽경배
데일리게임 편집장

1. 안일한 인식이 화를 불렀다

2016년 9월로 기억된다. 게임산업협회 회의실로 당시 문화부 게임과 과장과 기자들이 모였다. 1년 전부터 ‘확률형아이템’ 자율규제가 시행 중이었지만 미흡하다는 평가가 많아 현장 목소리를 듣기 위한 자리였다.

기자들은 한 목소리로 지금의 자율규제안이 미비하다는 의견을 냈다. 기자 연구모임 소속인 기자들은 일본에서 시행 중인 자율규제안을 예로 들면서 국내는 그 수준이거나 그것보다 더한 쇄신안이 필요하다고 주장했다. 당시 자율규제안은 아이템 희귀도 따라 그룹을 정하고, 이들의 획득 확률을 몽땅 그려 공개했다. 잦은 업데이트로 인한 확률 변화를 반영하기 힘들고, 모든 걸 공개할 경우 확률 조정과 관련된 영업 비밀이 노출될 것이라는 이유에서다.

소비자의 알권리와 기업의 영업 비밀 둘 다 보호하자는 취지였지만, 오히려 더 큰 반발만 불러일으켰다. 그때 게임업계는 게이머들이 확률형아이템에 대해 얼마나 불신하고 있는지 제대로 파악하지 못한 것으로 보인다. 간신히 벗어난 ‘게임=도박’이라는 프레임이 이 확률형아이템으로 인해 다시 생겨날 조짐이 보였음에도, ‘뽑기 자체가 재미’라는 식의 납득할 수 없는 논리를 내세웠을 정도니 말이다.

몇 달 뒤 정책협의체가 생기고 2017년 게임이용자보호센터를 중심으로 개선된 자율규제가 시행된 것은 다행 중 다행이다. 지금 시행 중인 확률정보제공 방식은 일본의 그것과 손색이 없을 정도다.

그러나 결과적으로는 이용자들의 반발에 등 떠밀려 자율규제안을 강화·개선했다는 인식이 굳어진 건 뼈아픈 부분이다. 처음부터 지금과 같은 방식을 적용했다면 소비자들의 신뢰를 쌓을 수 있었을 텐데, 상황을 너무 안일하게 인식하고 대처한 것은 아쉬움으로 남는다.

2. 체감할 수 있는 숫자가 중요하다

‘자율’이라는 말 자체가 갖는 한계는 분명하다. 타인을 강제할 수 없기에 효용이 떨어질 수밖에 없다. 게임과 모바일 협회 회원사들은 자율규제안 대로 확률을 공개하지만 외국계 게임, 특히 중국 게임은 이를 따르지 않는다. 그럼에도 강제할 수 있는 방안이 없으니 답답할 수밖에. 벌칙조항을 둘 수도, 실질적인 혜택을 줄 수도 없기에 이 부분은 계속해서 풀어야 할 숙제다.

자율규제평가위원회가 정기적으로 자율규제 모니터링 결과 보고서를 공개하는 것은 답을 찾는 과정이다. 처음에 회원사가 아님에도 자율규제를 이행하지 않는 회사들을 공개했을 때 당사자들의 반발도 있었다. 이는 다르게 생각하면 ‘자율규제를 따라야 한다’는 압박으로 작용한 것이다. 자율규제 시행 초기인 2017년 7월 준수율이 64.9%에서 12월 78.3%까지 상승한 것이 그 반증이다. 해외 기업의 참여도 늘고 있는 점도 좋은 신호다.

하나 아쉬운 점은 소비자가 받아들이는 확률 자체가 쉽게 와닿지 않는다는 것이다. 확률은 말 그대로 일어날 가능성이기 때문에 소수점에 불과한 희귀아이템 확률은 체감하기 쉽지 않다. 가령, 어떤 게임에 게이머들이 가장 갖고 싶어 하는 아이템의 획득 확률이 0.003%라고 표기한다고 해도 이것이 나오거나 하는 건지 의구심이 들기 쉽다.

게이머들이 확률을 공개하라고 주장했던 것은 ‘과연 이 아이템이 등장하긴 하는 것인지’에 대한 확인이 필요했기 때문이다. 그런 측면을 고려한다면, 자율규제강령 제6조 상의 추가조치 중 제3항에 해당하는 ‘희귀아이템 출현 개수 공개’ 방식을 따르는 것을 추천한다. 로또 1등 확률이 희박하다고 하지만 늘 1등 당첨자를 뉴스로 확인할 수 있기에 믿고 구매하는 것처럼 말이다.

3. 적극적으로 알려야 믿는다

자율규제의 처음이자 끝은 소비자들이 믿고 유료 아이템을 구매할 수 있게 하는 것이다. '최상위 아이템도 언젠가는 뽑을 수 있다'는 최소한의 신뢰가 없으면 자율규제 자체가 무의미하다. 각 업체들이 자율규제안에 따라 게임과 커뮤니티를 통해 확률을 공개하고 있지만 더 적극적으로 나설 필요가 있다.

다양한 채널을 통해 게임을 접하는 소비자들을 위해 SNS, 매체, 동영상 플랫폼을 활용하는 것도 좋다. 게임 내에서 'OO님이 OOO를 획득하셨습니다' 식의 알림도 다양한 채널을 통해 알려주는 것도 좋은 방법이 될 수 있다. 본인의 정보가 공개되는 것이 싫은 사람도 있을 수 있으니 공개 여부를 선택할 수 있게 해 두면 문제의 소지도 없을 것이다.

확률형아이템 규제 논란이 생긴 것은 누구나 알다시피 불신 때문이다. 불신을 신뢰로 바꿀 수만 있다면 모든 것이 해결된다. 이는 자율규제가 줄 수 있는 가장 큰 이익이다. 궁극적으로 소비자가 게임을 선택하는 기준 중 하나로 자율규제 이행 여부를 따지기 시작한다면, 자율규제에 동참하는 회사들은 자연 늘어나게 될 것이라 장담한다.

자율규제 동향

- 웹툰은 왜, 어떻게 자율규제로 나갔나

웹툰은 왜, 어떻게 자율규제로 나갔나¹⁾



박인하
웹툰자율규제위원회 위원장, 청강문화산업대학교 교수

만화는 잡지나 책 같은 ‘간행물’로 유통되었다. 간행물은 출판문화산업진흥법 제18조, 제19조의3, 동법 시행령 제12조에 의거하여 ‘간행물윤리위원회’에서 유해성을 심의하고 있다. 표현의 형식은 ‘만화’에서 출발했지만, 유통의 형식이 다른 ‘웹툰’은 간행물로 유통되지 않아 심의의 공백 상태에 있었다. 웹툰이 대중적으로 확산된 2012년 방송통신심의위원회에서는 웹툰을 인터넷 정보로 판단하고 심의 대상으로 삼았다. 그리고 2018년 현재 웹툰은 자율규제로 유해성을 규율하고 있다.

웹툰은 왜, 어떻게 자율규제로 나갔는지를 이해하기 위해 먼저 ‘웹툰’의 역사를 살펴봐야 한다. 웹툰은 출판 중심으로 운영되는 기존 만화 생태계와 다른 새로운 생태계를 갖고 있다. 1990년대 후반 «조선일보»에 연재된 <광수생각>(박광수)이나 개인 홈페이지에 게재된 몇 편의 작품이 게시판이나 이메일 등으로 공유되며 웹툰의 첫 발자국을 내딛었다. 비슷한 시기 출판만화를 스캔해 디지털로 유통하는 인터넷 만화 서비스가 시작되었지만, 공유와 확산을 통해 가치를 만들어내는 웹툰이라 보기는 힘들다.

웹툰의 탄생과 정착

2000년 6월 포털 사이트 라이코스는 유료 모델이었던 (기존 만화를 디지털화한) 인터넷 만화를 무료로 서비스하기 시작한다. 8월 8일 천리안에 만화를 디지털로 서비스하며 ‘웹툰’이란 코너명을 내세웠다. 10월에는 다음 카페에 연재되던 심승현의 <과폐포포 메모리즈>가 출판되어 베스트셀러가 되었다. 2001년 1월 1일자 «일간스포츠»에 양영순의 4페이지 반전 개그만화 <아색기가> 연재된다. <광수생각>이 일상을 감성적으로 포장했다면, <아색기가>는 당시 ‘엽기’라고 불린 황당하게 하기, 비틀기 같은 신선한 웃음을 보여주었다. <아색기가>는 온라인에도 서비스되었고 인터넷에 공유, 확산되며 유사한 포맷의 개그

1) 이 원고는 필자가 집필한 <2017년 만화산업백서>(콘텐츠진흥원) ‘제3절 웹툰 자율규제와 자율규제위원회의 출범’을 기반으로 작성되었다.

만화 붐을 가져왔다. 스포츠신문 4페이지 반전 개그만화의 계보는 <트라우마>(곽백수), <츄리닝>(이상신, 국중록)으로 이어졌다. 11월 정철연은 자신의 일상적인 경험을 형식적 제약 없이 풀어낸 <마린블루스>를 인터넷에 연재한다. 2003년 3월 다음은 미디어 다음에 '만화 속 세상' 코너의 운영을 시작하고, 10월 4일 강풀의 <순정만화> 연재가 시작되었다. <순정만화>의 대중적 성공으로 기존 출판만화 문법과 다른 서사 웹툰이 나올 수 있었다. 2004년 6월 네이버 웹툰 코너, 7월 파란의 웹툰 서비스 '엔타민'이 서비스를 시작했고, 양영순의 <천일야화(1001)> 연재가 시작되었다. <천일야화>는 스크롤이라는 형식을 적극적으로 받아들였다.

2000년대 초반 기존 잡지-단행본²⁾시스템으로 운영되던 출판만화가 지속적 시장 축소에 허덕이고 있을 때 대형 포털의 성장과 함께 포털에서 서비스되는 웹툰 코너도 큰 인기를 끌었다. 한국에서 포털 사이트는 곧 인터넷이었고, 포털의 주요 서비스인 웹툰은 인터넷의 주요 콘텐츠로 떠올랐다. 2006년 1월부터 네이버에서 도전만화 코너를 시작했다. 매일 다른 웹툰이 정식 연재 코너에서 연재되고, 사용자들이 자유롭게 자신의 작품을 올려 신인을 발굴하는 포털 웹툰 사업모델이 구체화되었다. 2009년 11월 아이폰 출시 이후 스마트폰 보급이 늘어나며 인터넷 사용 환경이 PC에서 모바일로 변화했다. 스마트폰을 통해 언제, 어디서나 자유롭게 인터넷에 접속하게 되면서 간편하게 소비할 수 있는 웹툰이 모바일 시대 스낵 컬처(Snack culture)로 각광을 받았다. 2013년 넬슨-코리안클릭(Nielsen-Koreanclick) 발표 기준 네이버 웹툰 앱의 월평균 이용 시간이 373분으로 356분의 음악 서비스 멜론을 앞섰고, 다음 웹툰 앱도 259분으로 146분의 유튜브를 넘어섰다. 특히 네이버 웹툰 앱의 소비 시간을 하루 단위로 환산하면 웹툰을 평균 8~10분 정도 이용했으며 이는 모바일 게임보다 더 높은 체류 효과였다. 트래픽의 증가 및 웹툰에 대한 선호도 증가는 네이버와 다음이 선보인 완결작의 유료화나 미리보기 서비스와 같은 유료 서비스의 성공을 가져왔고 결과 불가능하리라 여겨졌던 유료 웹툰 플랫폼의 탄생과 성공을 끌어냈다.

2013년 6월 7일 서비스를 시작한 레진 코믹스는 스스로 "단순 코믹 웹툰이 대부분인 포털 웹툰에서 벗어나 레진 코믹스에는 심도 있는 이야기나 수준급 작화력을 갖춘 작품"을 경쟁력으로 내세우며 빠른 속도로 유료 웹툰 생태계를 형성했다. 레진 코믹스에서는 네이버나 다음에서는 볼 수 없었던 성인 웹툰이 독자들의 사랑을 받으며 크게 성공했다. 서비스 오픈부터 연재를 시작한 <나쁜상사>(네온비), 2014년 12월 1일부터 연재를 시작한 <몸에 좋은 남자>(이원식, 박형준) 등이 큰 성공을 거두었다. 레진의 빠른 성공 이후 신규 웹툰 플랫폼들이 등장했지만, 성인 웹툰에 집중한 유료 웹툰 플랫폼만 시장에 정착했다. 2014년 1월 서비스를 시작한 탐툰(<http://www.toptoon.com/>), 2015년 4월 22일 서비스를 시작한 짬툰(이후 플랫폼 명칭을 투믹스로 변경, <http://www.toomics.com/>)은 모두 외부 투자를 유치할 정도로 안정적인 성장세를 구가했다. 탐툰과 짬툰은 런칭 초기 성인 웹툰에 집중해 유료수익구조를 안정화시킨 후 투자를 통해 일반 만화를 늘려갔다.

2) 만화 잡지를 저가에 출판하고, 이를 대량 판매한 후 인기 작품 단행본 판매를 통해 수익을 올리는 모델. 일본에서 시작되었고 한국에서는 1990년대 정착되었다.

3) 전지연, 「레진코믹스 “네이버, 다음 웹툰 비켜!”」, 《전자신문》, 2013년 8월 18일.

레진코믹스의 성공적인 유료 웹툰 플랫폼 시장 진입 이후 가장 성공한 웹툰 플랫폼은 탑툰, 투믹스로 모두 성인 웹툰을 기반으로 한다. 탑툰의 경우 2014년에는 90%가 성인 웹툰이었는데, 2015년에는 비중으로 70%로 줄었다고 발표했지만, 전체적으로 성인 웹툰의 매출 비중이 적지 않은 것이 현실이다. 유료 웹툰 플랫폼 상위 업체인 레진코믹스, 탑툰, 투믹스가 성인 웹툰의 매출 비중이 높다 보니, 자연스럽게 웹툰에 대한 표현 기준, 규제 문제 등이 이슈화되었다.

웹툰 규제 이슈의 등장과 자율 규제로 전환

웹툰에서 규제 이슈는 2014년 레진 코믹스 서비스 개시 이전, 즉 성인 웹툰이 나오기 전인 2012년부터 대두되었다. 웹툰이라는 새로운 문화가 대중들의 사랑을 받기 시작하자 규제 이슈가 제기된 셈이다. 2012년 1월 7일 《조선일보》는 1면에 「열혈초등학교, 이 폭력 웹툰을 아십니까」라는 제목의 기사를 보도한다. 이 기사에서 “주요 포털 사이트에 현재 연재되는 웹툰 340개 중 이 만화처럼 학원 폭력을 주제로 학교에서 벌어지는 폭력을 가감 없이 그리는 웹툰은 11개에 이른다. 대부분이 아무런 제한 없이 볼 수 있는 전체 관람가”라고 웹툰 심의의 필요성을 지적했다.

인터넷 정보 심의 주체인 방송통신심의위원회(이하 ‘방심위’)는 보도 2일 뒤인 1월 9일 웹툰에 대한 심의 계획을 발표한다. 10일 야후 코리아에 연재되던 <열혈초등학교>(귀귀) 연재가 중단되고, 19세 관람으로 ‘규제’된다. 방심위는 웹툰 23작품을 ‘청소년유해매체물’로 결정하는 데에 따른 의견서를 제출하라는 공문을 웹툰을 서비스하는 포털 사이트에 보낸다. (23작품 중 15개 작품이 성인인증이 있어야 볼 수 있는 작품으로 ‘자율규제’되어있는 상태였다.) 당시 방심위의 기준에 따르면 웹툰이 청소년유해매체물로 결정될 경우 방송통신위원회고시 ‘청소년 유해매체물의 표시방법’에 의해 유해 로고와 유해 문구를 정보제공 이전, 사이트 접속 전에 표기하며 동시에 나이 및 본인 확인을 시행해야 한다. 로그인을 통해 개별 작품만 19세 이상만 관람할 수 있도록 운영하던 데서 더 상인 웹툰 때문에 웹툰 서비스 전체가 청소년유해매체가 되는 것이다. 웹툰 생태계를 단번에 망가트릴 수도 있는 상황이었다.

1960년대부터 2000년 초반까지 지속적으로 규제에 시달리던 만화계는 ‘웹툰’이 대중들에게 사랑을 받자 시작된 정부의 규제를 보며 불안한 기시감을 느꼈다. 만화계는 발 빠르게 움직였다. 2월 11일 만화 단체 명의로 「‘만화’가 사라지면 ‘학교폭력’도 사라지나?」라는 성명서를 발표한다. ‘방심위 심의 반대를 위한 범만화인 비상대책위원회’를 결성하고 법률적 대응 방안, 국내외 심의제도 연구 등을 시행했다. 3월 이후 문화체육관광부의 중재를 통해 4월 2일 방심위 관계자와 비대위 관계자의 간담회가 개최되었다. 이 자리에서 방심위는 업계 자율규제의 의사를 밝혔다. 4월 9일 (사)한국만화가협회(이하 ‘만화가협회’)를 대표기관으로 업무협약을 체결하며 갈등이 해결된다. 양 기관의 협력사항은 (1) 웹툰 정보에 대해 자율규제체계 마련을 위한 상호 협력 (2) 민원 등 불만이 제기된 사항에 대해 정보공유 및 자율조치 등을 위한 협의 (3) 웹툰을 활용한 어린이·청소년의 올바른 인터넷 이용 환경 조성·홍보 등 사업 협력 (4) 기타 양 기관 간 협력을 위해 필요한 사업 추진이다.

협약 이후 방심위는 청소년보호법 제11조 ①항에 의거 웹툰 플랫폼이 자율적으로 청소년 유해 여부를 결정하고, 이에 대한 조치(성인인증을 통해 관람할 수 있게 한)를 했다고 인정하고 있다. 2012년 4월 9일 이후 웹툰에 대한 민원이 접수될 경우 방심위에서 유해 여부를 심의하지 않고, 업무협약단체인 만화가협회에 유해성 여부를 문의했다. 만화가협회는 만화문화연구소를 통해 관련 전문가에게 감수를 받으며 플랫폼의 의견을 청취해 개별 사안에 대한 대응을 방심위에 통보했다.

자율규제 위원회의 출범과 연령별 등급제 도입 필요성

‘자율규제’라는 사회적 합의를 지켜가고 있지만, 법제화와 자율규제 체계, 기준 마련이라는 숙제를 안고 있었다. 언제 무너질지 모르는 불안한 토대였다. 2016년 6월 29일 다음아고라 게시판에 ‘평범한 아버지의 네이버 고소 이유? 웹툰의 전체이용가 진실’이라는 청원글을 올렸다. 게시자는 네이버 웹툰 <후레자식>(김칸비, 황영찬)에 대해 “목적 없이 살인을 하는 살인자가 아버지인데, 자식에게 살인을 가르치고 함께”하는 작품이라며 글과 그림을 맡은 두 작가, 작품을 서비스하는 네이버, 웹 콘텐츠의 심의를 담당하는 방심위, 그리고 방심위와 자율규제협약을 한 만화가협회를 청소년보호법위반 혐의로 고소했다. 2016년 10월 4일 서울중앙지방법검찰청에서 ‘혐의없음’ 통보를 받아 고발 사건이 일단락되었지만 자율규제라는 사회적 합의의 불안함을 여실히 보여주는 사건이었다. 한국만화가협회는 “이번 사건을 계기로 자율규제 체계를 민간 중심으로 발전시켜 나갈 예정이다. 이를 위해 첫 번째, 교육, 청소년, 법, 만화 전문가들이 참여하는 자율규제위원회를 구성할 것이다. 두 번째, 자율규제의 구체적 방법과 기준에 대한 연구를 실시할 것이다. 세 번째, 자율규제를 정착시키기 위해 주요 플랫폼과 업무협약을 맺고, 창작의 자유와 청소년 보호라는 두 가지 가치를 더욱 슬기롭게 조율할 수 있도록 할 것”이라는 입장을 밝혔다⁴⁾.

2016년 11월 3일 만화의 날에 네이버(네이버웹툰), 포도트리 CIC 다음웹툰컴퍼니(다음웹툰), KT(케이툰), NHN엔터테인먼트(코미코)와 자율규제위원회 설립에 대한 업무협약이 체결되었다. 이후 더웨이게임즈(배틀코믹스), 레진엔터테인먼트, 미스터블루, 봄코믹스, 위즈덤하우스(저스툰), 코미카엔터테인먼트(코미카), 탐코(탐툰), 투믹스가 협약에 참가해 협약사는 총 11개사가 되었다.

2017년 8월 30일 만화가협회, 협약사, 방심위, 여성가족부 등에서 추천한 8명의 위원으로 웹툰자율규제위원회가 출범했다. 웹툰자율규제위원회는 (1) 웹툰 민원사항에 대한 검토와 의견 제시 (2) 웹툰 자율규제에 관한 연구 (3) 웹툰 자율규제위원회 운영 (4) 창작의 자유, 표현의 자유 수호를 위한 연구 (5) 자율규제 정착을 위한 홍보 및 공동 캠페인 (6) 기타 필요한 사업을 사업 목적으로 하고 있으며, 참여사들의 출연금과 월 운영비로 운영되고 있다.

4) 2016년 10월 13일 (사)한국만화가협회는 홈페이지 게시판을 통해 청소년보호법위반 혐의에 대해 혐의없음 결과를 받았다고 밝혔다. http://www.cartoon.or.kr/board/bbs/board.php?bo_table=notice&wr_id=673

2017년 8월 30일 첫 회의 이후 매월 회의를 개최하고 있으며, 방심위 등 다양한 경로로 접수된 웹툰 관련 민원을 심의한다. 웹툰 민원의 경우 사전 통보를 통해 전체 작품을 검토하고, 이를 기반으로 제기된 민원에 대한 처리사항을 결의해 플랫폼에 통보한다. 플랫폼에서는 위원회의 결정사항에 대해 의의가 있을 경우 재심을 요청하기도 한다.

자율규제의 현황과 과제

웹툰 자율규제는 인터넷 환경에서 법적 규제가 효율적이지 않다는 보편적 합의에 기반하고 있다. 우리나라에서도 2002년 헌법재판소는 결정(헌법재판소 2002.6.27. 99헌마480, 전기통신사업법 53조 등 위헌 확인)으로 인터넷과 방송의 매체적 차이를 인정했다. 현재는 인터넷은 공적 책임과 공익성이 강조는 공중과와 달리 “표현의 쌍방향성이 보장되며, 그 이용에 적극적이고 계획적인 행동이 필요하다는 특성”이 있어 “질서 위주의 사고만으로 규제하려고 할 경우 표현의 자유의 발전에 큰 장애를 초래”할 수 있기 때문에 인터넷과 같은 새로운 “표현 매체에 관한 기술의 발달은 표현의 자유의 장을 넓히고 질적 변화를 야기하고 있으므로 계속 변화하는 이 분야에서 규제의 수단 또한 헌법의 틀 내에서 다채롭고 새롭게 강구”해야 한다고 밝혔다. (1) 진입장벽이 낮고 상호작용성으로 대표되는 인터넷의 매체적 특성과 (2) 기술의 발달을 통해 등장한 인터넷의 기술적 특성에 근거해 법적 규제가 실효성이 없다고 선언한 것이다. 디지털로 제작되어 인터넷으로 유통되는 웹툰의 특성상 전통적 규제장벽은 큰 의미가 없다⁵⁾.

현재 웹툰 자율규제는 업무협약에 근거 한화가협회에 자율규제위원회를 설립하고, 플랫폼이 협약을 통해 참여하는 구조로 되어있다. 콘텐츠를 제공하는 창작자, 제작사, 유통사의 자율 규제야말로 청소년을 보호하는 가장 효과적이고도 유일한 형태라고 평가되어 왔으며 국가의 개입이 없는 규범의 제정이 옹호되어왔다. 현행 웹툰 자율규제는 참여자들의 자발성에 근거한 가장 효과적인 청소년 보호 체계라 판단된다⁶⁾.

2012년 업무협약 이후 2016년 한화가협회와 플랫폼의 협약, 2017년 자율규제위원회 출범에서 보듯 최대한 서두르지 않고 플랫폼의 자발성을 끌어내며 자율규제가 진행되고 있다. 2018년에는 그동안 자율규제 과정에서 제기된 연령등급 도입의 문제를 검토한 <웹툰 자율규제 연령등급 기준에 관한 연구>가 한화가협회 주관으로 시행되었다. 이 연구에서는 전체 연령가, 12세, 15세, 18세 등급의 도입을 권고하고 있으며 ‘주제’, ‘폭력’, ‘선정성’, ‘언어’, ‘약물’, ‘사행성’, ‘모방위험’, ‘차별’의 8가지 등급분류 기준을 제시하고 있다. 이 연구를 기반으로 2018년 하반기에서 2019년 상반기에 웹툰에 연령등급 표기가 이루어질 전망이다.

5) 박인하, 「웹툰의 사회적 책임을 위한 자율규제」, 『웹툰문화건강성확보를 위한 세미나』, 2016.11.3, 한국방송통신심의위원회

6) Alexander Ronagel, Handbuch Datenschutzrecht: Die neuen Grundlagen f+r Wirtschaft und Verwaltung, M+nchen: C.H. Beck Verlag., 2003, S.391. (이민영, 「인터넷 자율규제의 법적 의의」, 『저스티스』, 2014.4, 한국법학원, p.142.에서 재인용)

2018년 현재 만화계는 학계, 플랫폼, 정부 등과 연계하여 웹툰 자율규제 체계를 만들어 가고 있다. 자율규제위원회의 설립과 운영, 연령등급의 도입 단계까지 현재 나가있지만 여전히 웹툰 자율규제는 업무 협약에 근거하고 있으며, 자율규제위원회에 참여하는 건 업체들의 자발성이다. 때문에 위원회 외곽에서 서비스되는 업체들의 작품들은 현재 자율규제 체계가 담아내지 못하고 있다. 웹툰 자율규제의 법제화, 미가입 플랫폼의 참여, 연령별 등급의 효과적 도입과 활용 등 여전히 많은 숙제를 안고 있다. 규제가 시장의 발목을 잡지 않고, 업계는 사회적 책임을 다하기 위해서라도 웹툰 자율규제 체제는 보다 더 안정적으로 지속되어야 하며, 경험은 확산되어야 한다.

모니터링 결과

- 2018년 상반기 자율규제 모니터링 결과

2018년 상반기 자율규제 모니터링 결과

개요

1. 기간

- 2018년 1월 2일(화) ~ 6월 29일(금)

2. 대상

- 1~100위 게임물 중 캡슐형 유료 아이템 제공 게임물

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

3. 주요 내용

○ ‘건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령’ 준수여부 확인

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

주요 준수 항목	
1	결과물의 구성 비율에 관한 정보 등을 확인할 수 있는 위치를 구매화면 내 안내 또는 표기
2	캡슐형 유료 아이템 결과물의 개별 구성 비율 모두 공개 (모든 아이템의 명칭, 등급 등 표기)
3	유료아이템만을 사용하여 강화/합성을 시도할 경우 성공/실패 확률 안내 여부 - 게임 내 시스템으로 구현 또는 별도의 링크, 배너, 팝업 등을 통해 이용자가 확인 할 수 있을 것
4	기타 (캡슐형 유료 아이템 운용 시 금지사항 및 준수사항)

확률형아이템 자율규제 준수율 현황

구분		1월	2월	3월	4월	5월	6월
전체	준수율	80.5%	81.4%	86.2%	87.0%	87.2%	88.3%
	온라인	95.6%	95.9%	95.8%	97.8%	100%	100%
	모바일	71.8%	72.5%	80.0%	80.8%	80.0%	81.7%
개발사 국적별	국내	90.6%	89.9%	91.8%	92.6%	95.1%	94.0%
	온라인	95.0%	95.2%	95.0%	97.4%	100%	100%
	모바일	86.7%	85.1%	88.9%	88.4%	90.7%	89.1%
	해외	57.9%	62.5%	73.7%	76.2%	72.7%	77.3%
	온라인	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	모바일	51.5%	54.5%	66.7%	71.4%	67.6%	72.2%
순위별	1~50위						
	온라인	100%	92.0%	92.3%	100%	100%	100%
	모바일	74.5%	73.3%	77.8%	84.1%	84.8%	88.9%
	50~100위						
	온라인	90.0%	100%	100%	95.2%	100%	100%
	모바일	67.7%	71.4%	83.3%	76.5%	73.5%	73.0%
회원사 기준	회원사	96.4%	97.7%	98.8%	97.6%	100%	100%
	온라인	95.1%	97.8%	97.7%	97.6%	100%	100%
	모바일	97.7%	97.7%	100%	97.7%	100%	100%
	비회원사	46.2%	46.3%	56.8%	63.2%	62.8%	63.4%
	온라인	100%	75.0%	75.0%	100%	100%	100%
	모바일	40.0%	43.2%	54.5%	58.8%	60.0%	61.5%

결과

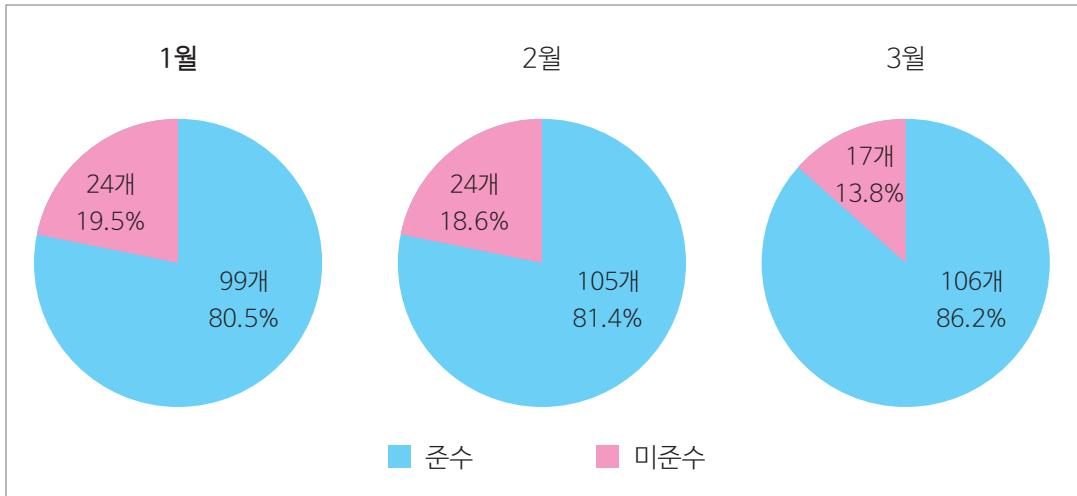
1. 전체 준수율

-
- “ 준수율 전반적 상승 추세 (1월 80.5% → 6월 88.3%) ”
 - “ 해외업체 준수율 꾸준한 상승 (1월 51.5% → 6월 72.2%) ”
 - “ (사)한국게임산업협회 회원사의 온라인게임 준수율 100%달성 ”
-

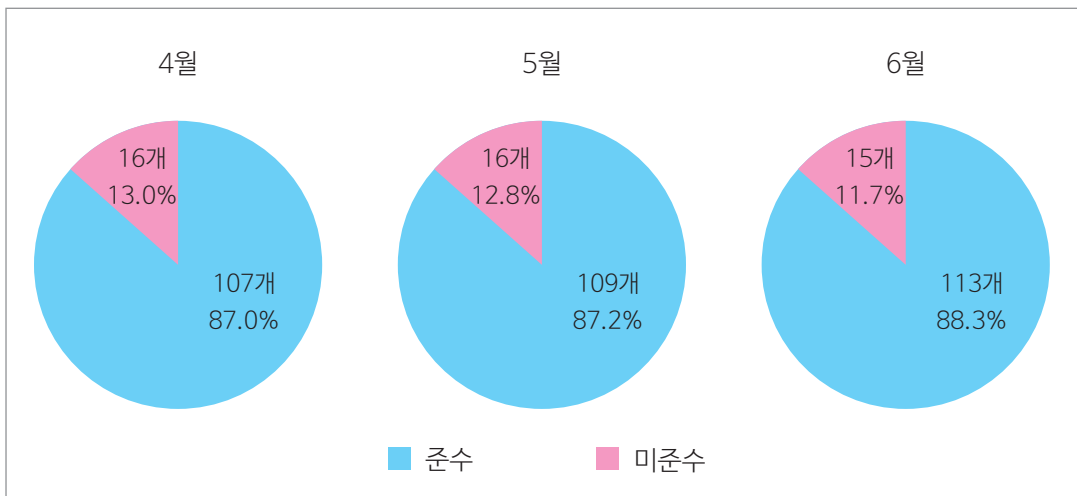
- 자율규제 준수율은 2017년도와 마찬가지로 꾸준히 증가해왔으며 2018년 1월 80.5%에서 6월에 88.3%로 증가되었다. 특히 온라인 플랫폼을 따로 집계할 경우 100%준수 기록을 보여줬다.
- 전반적으로 2017년 하반기와 같이 모바일보다는 온라인이, 비회원사에 비하여 회원사의 준수율이 높았다.
- 준수대상 게임물은 지난해 평균 114건에 비해 125건으로 소폭 증가되었다.

구분	준수 대상(개)	준수 게임물(개)	준수율
1월	123	99	80.5%
2월	129	105	81.4%
3월	123	106	86.2%
4월	123	107	87.0%
5월	125	109	87.2%
6월	128	113	88.3%

〈전체 게임 준수율〉



[그림 1] 1, 2, 3월 확률형아이템 자율규제 준수 현황



[그림 2] 4, 5, 6월 확률형아이템 자율규제 준수 현황

2. 플랫폼별 준수율

- 온라인 자율규제 준수율은 1월 95.6%에서 점점 증가하여 5월부터는 100%기록을 달성한 것으로 나타났다.
- 온라인 게임물이 100% 준수율을 달성할 수 있었던 요인으로는 확률공개 방식을 게임 내 또는 홈페이지에 이용자 편의에 맞춰 구성할 수 있고 기존 준수 게임물이 다수 포함되어 있는 점이 크게 작용한 것으로 보이며 모바일 게임물에 비해 신규 게임물의 차트 100위권 진입 변동폭이 낮아 신규 미준수 게임물의 비율이 많지 않기 때문으로 추정된다.

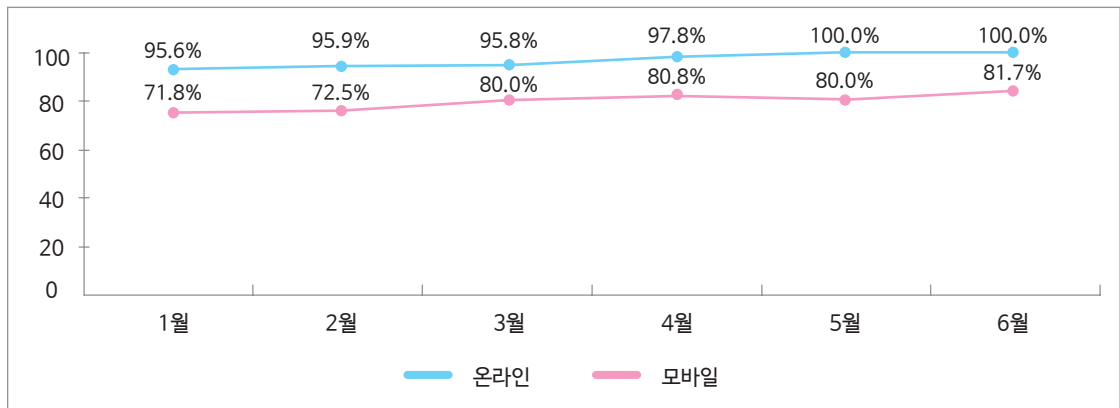
구분	준수 대상(개)	준수 게임물(개)	준수율
1월	45	43	95.6%
2월	49	47	95.9%
3월	48	46	95.8%
4월	45	44	97.8%
5월	45	45	100.0%
6월	46	46	100.0%

〈온라인 게임 준수율〉

- 모바일 준수율의 경우 1월 71.8%에서 6월 81.7%까지 상승하였다. 이는 기존 미준수 게임물의 준수 권고 및 미준수 게임물 공표 등을 통해 자율규제를 인지하고 자율규제를 준수하여 준수 전환되는 사례도 있지만, 신규 모바일 게임물이 자율규제를 준수하여 출시하는 등의 사례도 준수율 상승에 기여했다고 판단된다.
- 단, 모바일 플랫폼 특성상 1인 개발자 및 중소기업체, 해외 업체 등의 진입이 자유로우며, 모니터링 대상이 되는 인기 게임 순위 또한 변동 폭이 매우 크다. 따라서 기존 미준수 업체가 준수로 전환하여 준수율이 높아져도 해외업체 및 신규 대상 게임물의 준수 여부에 따라서 준수율이 크게 변동될 수 있다.

구분	준수 대상(개)	준수 게임물(개)	준수율
1월	78	56	71.8%
2월	80	58	72.5%
3월	75	60	80.0%
4월	78	63	80.8%
5월	80	64	80.0%
6월	82	67	81.7%

〈모바일 게임 준수율〉



[그림 3] 온라인, 모바일 자율규제 준수율 추이

3. 인기 상위 게임 준수 현황 (1위~50위)

- 온라인 인기 상위 게임의 경우 6월 기준 모든 게임이 자율규제를 준수하고 있어 100%의 준수율을 달성하였다. 2월 미준수 게임물 2종이 순위에서 진입하면서 1위~50위 준수율이 92.0%로 감소하긴 했지만, 4월 다시 100% 준수율을 기록하며 높은 준수율을 기록하고 있다.

구분	1~50위		준수율
	준수 대상(개)	준수 게임물(개)	
1월	26	26	100%
2월	23	21	92.0%
3월	26	24	92.3%
4월	24	24	100%
5월	24	24	100%
6월	26	26	100%

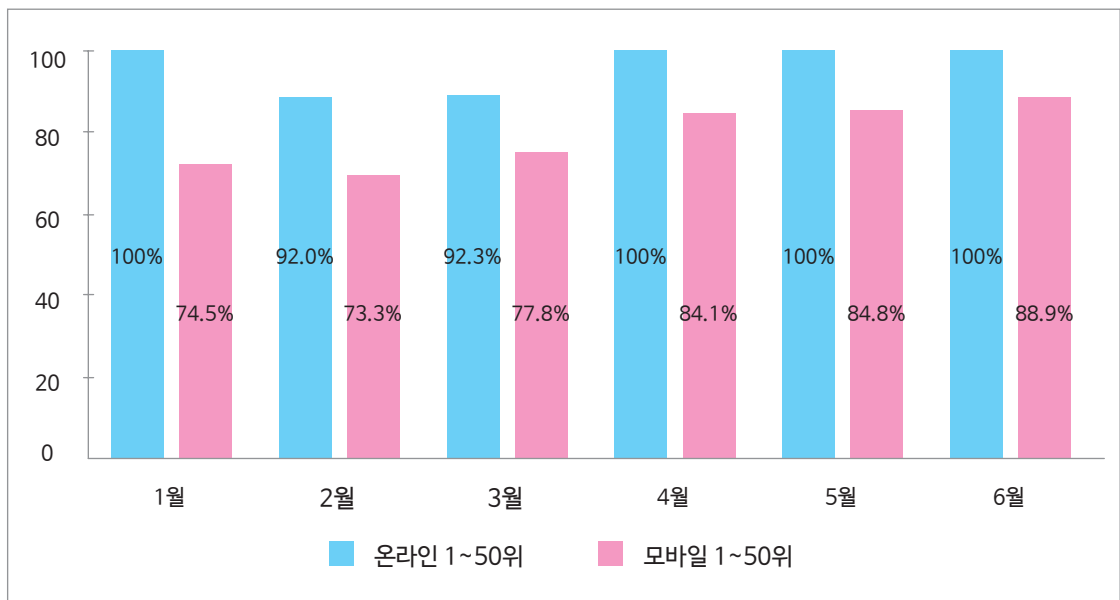
〈온라인 인기 상위게임 준수율〉

- 모바일 인기 상위 게임의 경우 6월 기준 45개의 대상 게임 중, 40개 게임물이 준수하여 88.9%의 준수율을 보였다.

- 이는 자율규제 시행초기인 2017년 7월 62.5%에 비해 26.4%의 상승률을 보이는 것이며, 미준수 게임물에 대한 권고 메일 및 공표 등이 큰 영향을 끼친 것으로 판단된다.

구분	1~50위		준수율
	준수 대상(개)	준수 게임물(개)	
1월	47	35	74.5%
2월	45	33	73.3%
3월	45	35	77.8%
4월	44	37	84.1%
5월	46	39	84.8%
6월	45	40	88.9%

〈모바일 인기 상위게임 준수율〉



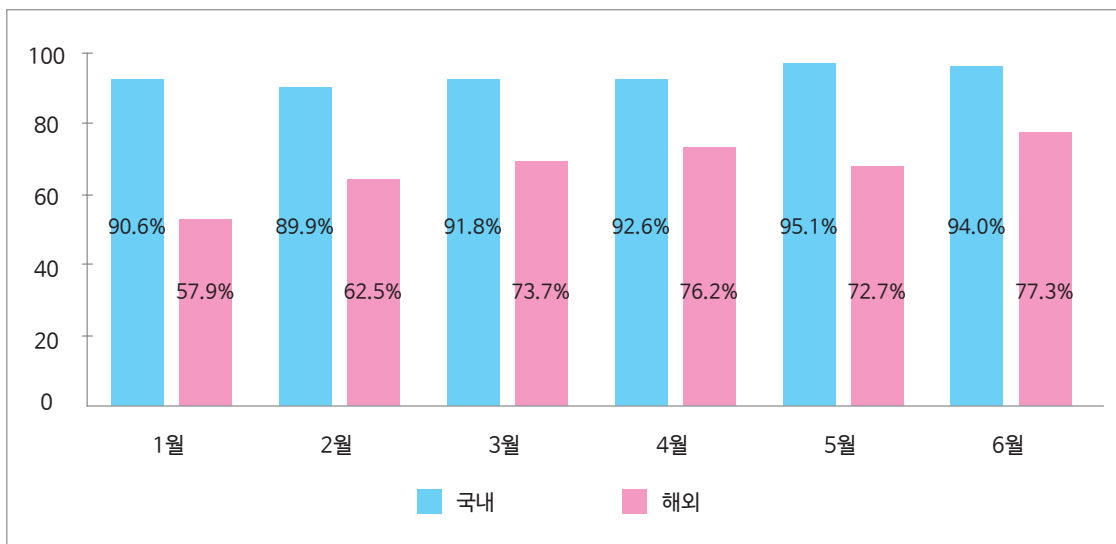
[그림 4] 온라인, 모바일 1~50위 인기 게임물 준수율 비교

4. 개발사 국적별 준수율

- 국내 개발사 게임은 94%, 해외 개발사 게임은 77.3%가 준수로 나타났다.
- 해외 게임물은 여전히 국내 게임물에 비해 낮은 수치를 보이고 있지만 2017년도 7월 31.4%로 시작하여 2018년 6월 기준 77.3% 까지 꾸준히 높아지고 있는 점은 긍정적으로 평가할 만하다.

	국내	해외
1월	90.6%	57.9%
2월	89.9%	62.5%
3월	91.8%	73.7%
4월	92.6%	76.2%
5월	95.1%	72.7%
6월	94.0%	77.3%

〈개발사 국적별 준수율〉



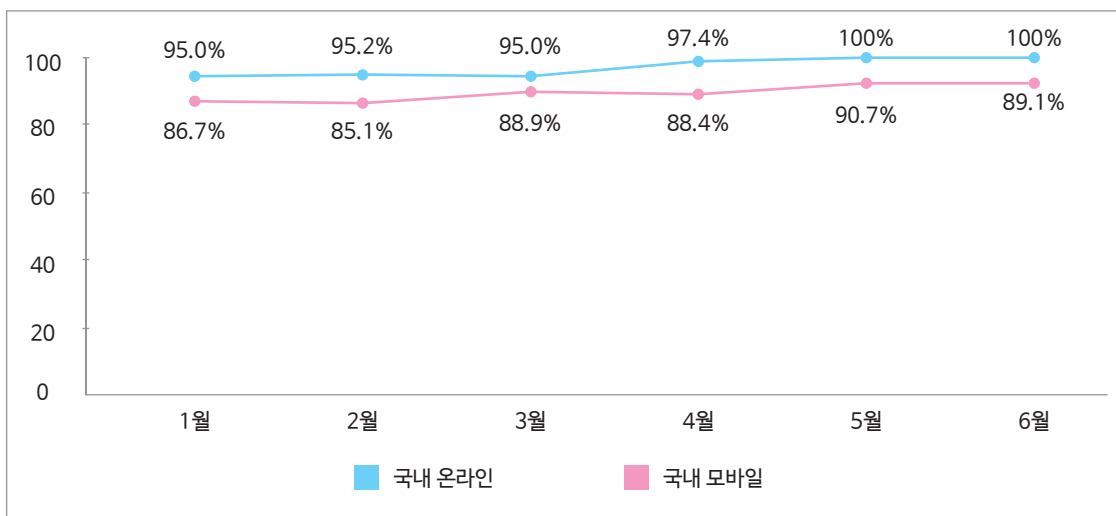
[그림 5] 개발사 국적별 준수율 비교

구분	온라인		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
1월	38	2	95.0%
2월	40	2	95.2%
3월	38	2	95.0%
4월	37	1	97.4%
5월	38	0	100.0%
6월	38	0	100.0%

〈국내 온라인 개발사 게임물 준수율〉

구분	모바일		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
1월	39	6	86.7%
2월	40	7	85.1%
3월	40	5	88.9%
4월	38	5	88.4%
5월	39	4	90.7%
6월	41	5	89.1%

〈국내 모바일 개발사 게임물 준수율〉



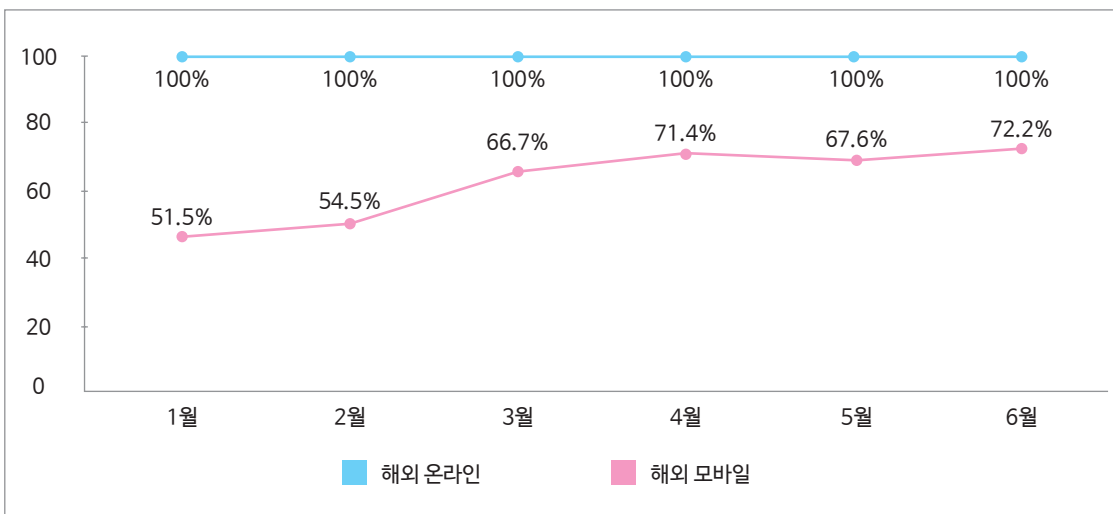
[그림 6] 국내 온라인, 모바일 게임물 준수율 추이

구분	온라인		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
1월	5	0	100.0%
2월	7	0	100.0%
3월	8	0	100.0%
4월	7	0	100.0%
5월	7	0	100.0%
6월	8	0	100.0%

〈해외 온라인 개발사 게임물 준수율〉

구분	모바일		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
1월	17	16	51.5%
2월	18	15	54.5%
3월	20	10	66.7%
4월	25	10	71.4%
5월	25	12	67.6%
6월	26	10	72.2%

〈해외 모바일 개발사 게임물 준수율〉



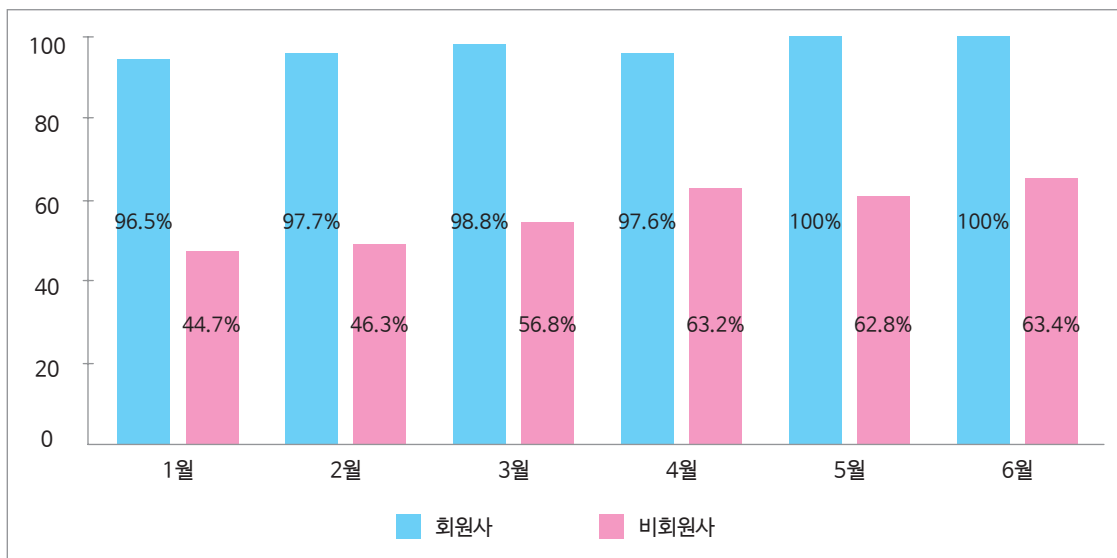
[그림 7] 해외 온라인, 모바일 게임물 준수율 추이

5. (사)한국게임산업협회 회원사 / 비회원사 자율규제 준수율

- 자율규제 시행초기인 2017년 7월 회원사 준수율은 90.6%, 비회원사 준수율은 13.2% 기록했으나 2018년 6월 회원사 준수율 100%를 기록하였으며, 비회원사 준수율은 63.4%를 기록하여 회원사는 9.4%, 비회원사는 50.2% 상승하는 등 전체적으로 높은 상승률을 보이고 있다.
- (사) 한국게임산업협회 비회원사의 준수율이 급격히 높아진 원인으로는 비회원사의 미준수 게임물에 대한 준수 권고 메일 발송 및 미준수 게임물에 대한 공표 등으로 인해 비회원사라도 확률형아이템 자율규제에 대해 인지하고 준수하게 되는 사례가 늘어난 것으로 판단된다.

	회원사	비회원사
1월	96.5%	44.7%
2월	97.7%	46.3%
3월	98.8%	56.8%
4월	97.6%	63.2%
5월	100.0%	62.8%
6월	100.0%	63.4%

〈회원사, 비회원사 준수율〉



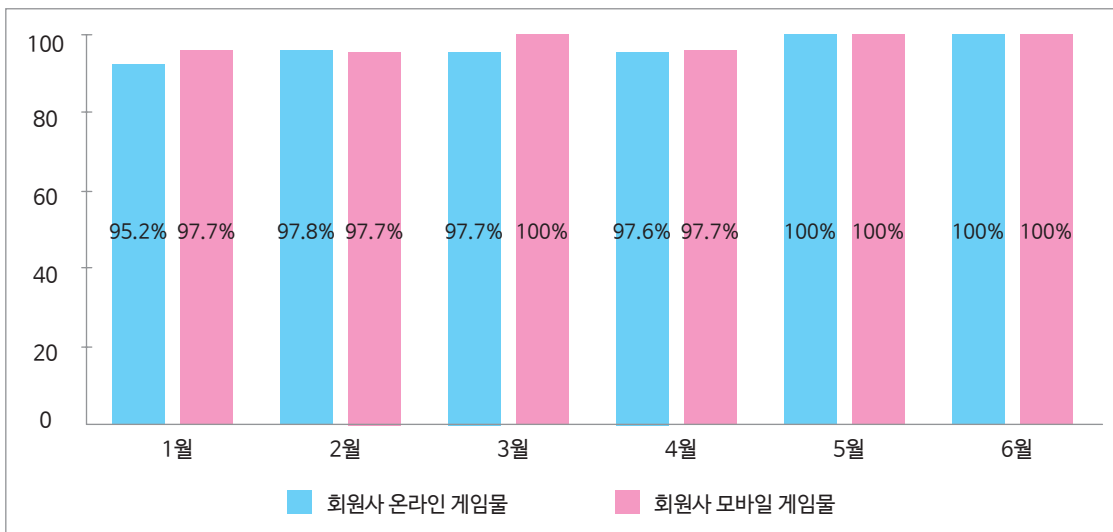
[그림 8] 비회원사 준수율 비교

구분	온라인		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
1월	40	2	95.2%
2월	44	1	97.8%
3월	43	1	97.7%
4월	40	1	97.6%
5월	42	0	100%
6월	44	0	100%

〈회원사 온라인 게임물 준수율〉

구분	모바일		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
1월	42	1	97.7%
2월	42	1	97.7%
3월	42	0	100%
4월	43	1	97.7%
5월	40	0	100%
6월	43	0	100%

〈회원사 모바일 게임물 준수율〉



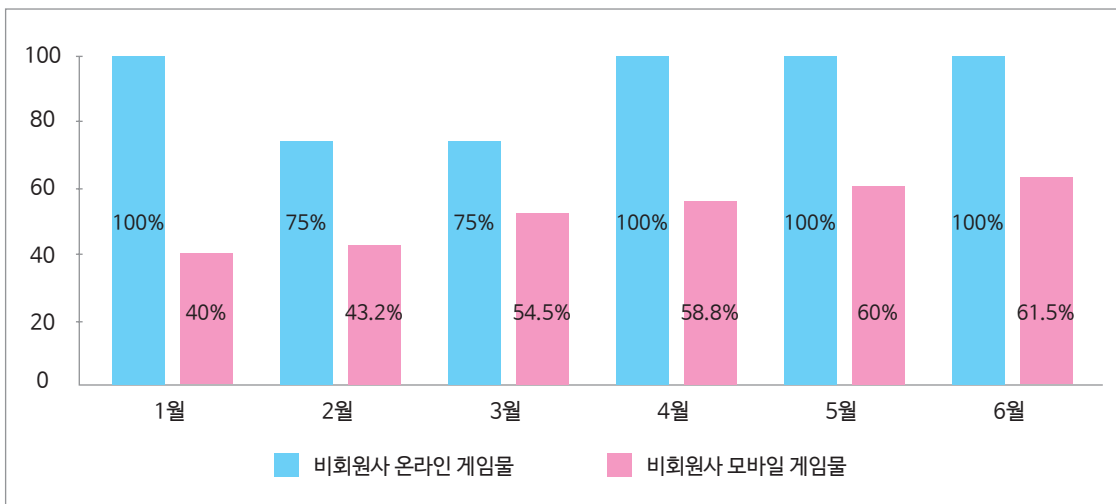
[그림 9] 회원사 준수율

구분	온라인		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
1월	3	0	100%
2월	3	1	75%
3월	3	1	75%
4월	4	0	100%
5월	3	0	100%
6월	2	0	100%

〈비회원사 온라인 게임물 준수율〉

구분	모바일		준수율
	준수 게임물	미준수 게임물	
1월	14	21	40.0%
2월	16	21	43.2%
3월	18	15	54.5%
4월	20	14	58.8%
5월	24	16	60.0%
6월	24	15	61.5%

〈비회원사 모바일 게임물 준수율〉



[그림 10] 비회원사 준수율

6. 종합결과

- 2018년도 상반기는 2017년 하반기와 흐름과 유사한 형태의 꾸준한 준수율 상승흐름을 보여 주었으며 5월에는 온라인 게임물의 경우 100%의 준수율을 보여주었다는 점에 큰 의미가 있다고 할 수 있다.
- 해외 모바일게임의 준수율은 61.5%로 나타나 작년 전반기에 비해 상승하였지만 온라인 플랫폼에 비해 낮은 모습을 보여주었다. 그러나 모바일 플랫폼에서도 회원사의 경우 5월부터 100%준수율을 보여주고 있는 점 역시 주목해야할 부분이다.
- 모바일 플랫폼 회원사 준수율은 100%로 확인된 반면 비회원사 모바일게임은 61.5%로 적지않은 격차를 보여주고 있으나 비회원사의 모바일 준수율이 꾸준히 증가하고 있는 점은 긍정적인 요소로 평가할 수 있다.

평가위원회 주요 소식

- 확률형아이템 주요 민원 사례
- 확률형아이템 자율규제 배너광고



확률형아이템 주요 민원 사례

게임이용자보호센터 민원

사례 1

신청인은 피신청인이 운영하는 모바일 게임 이용자로, 특수 스킬이 적용된 ‘기간 한정 확률형 아이템’을 얻기 위해 과금을 진행하였으나, 피신청인은 해당 아이템의 특수 스킬적용은 표기오류라 공지를 진행하였고 많은 이용자들이 이 문제로 과금 이용에 대한 환불을 요청하였다고 주장하였다. 추가공지를 통해 피신청인은 환불이 불가하며, 획득한 아이템은 회수하고 소모한 게임재화만 돌려주겠다고 안내를 하였고 신청인은 거짓된 상품홍보를 하며 과금 유도를 하였음에도 현금결제에 대한 보상안이 없다며 센터로 민원 접수를 하였다.

처리결과

피신청인은 스킬 표기오류 사안에 대한 심각성을 고려하여 과금 후 한정 아이템을 획득/미획득한 이용자들에게 획득한 아이템 회수 후 관련하여 소모된 재화를 반환하고 환불을 원할 경우, 우선적으로 반환이 완료된 후 환불 진행하기로 스킬 표기 오류에 따른 반환 공지를 안내 하였다.

사례 2

신청인은 피신청인이 운영하는 모바일게임 이용자로, 확률형 아이템을 기존 확률보다 ‘2배 높은 이벤트’에 참여 하였다. 수차례 아이템 획득결과 기존 확률 아이템과 이벤트기간 획득한 아이템의 확률을 계산하였을 때 2배 이벤트 확률이 정상적으로 적용되지 않았으며 피신청인이 확률을 조작했다고 주장하며 센터로 민원 접수를 하였다.

처리결과

아이템의 획득 확률의 경우, 아이템 뽑기 시 개별적으로 적용되는 것으로 뽑기의 누적 횟수와는 무관한 것으로 확인된다고 안내하였다. (아이템1회 뽑기 시 획득확률이 A등급 30%, B등급 70%라고 가정할 때 10회 뽑기 시 개별적으로 확률이 적용되므로 10회의 결과가 A등급은 3개 B등급은 7개를 획득할 수 있다는 의미와는 다름)

별도로 센터에서는 확률형 아이템 자율규제와 관련하여 (사)한국게임산업협회의 ‘건강한 게임 문화 조성을 위한 자율규제 강령’에 따라 결과에 대한 정보 제공 여부를 모니터링하고 있으며, 피신청인이 운영하는 모바일 게임의 경우 모니터링 대상에 포함되는 점을 안내하였다.

사례 3

신청인은 피신청인이 운영하는 모바일게임 이용자로, 새로운 확률형 아이템을 얻기 위해 과금을 진행하였다. 지속적으로 뽑기를 진행하였음에도 원하는 아이템이 나오지 않자 피신청인에게 문의하여 추후 업데이트로 얻을 수 있는 아이템의 공지 내용의 답변을 받았다. 그러나 이를 사전에 인지하지 못하였으며, 답변에 만족하지 못해 민원을 접수하였다.

(신청인주장은 아직 나오지 않은 아이템을 공지도 없이 다 뽑을 수 있는 것처럼 표시하여 환불을 요구하였으나 거절되었다고 주장)

처리결과

신청인이 주장하는 아이템 획득방법에 대해서는 이벤트 당시 게임 공지사항을 통해 명확히 공지하였고, 신청인이 정상 구매한 게임 아이템을 모두 사용하였기 때문에 결제 취소 대상이 아니지만, 여러 상황을 종합적으로 고려하여 피신청인은 서비스 차원에서 복구 및 결제 취소 등 조치로 도움 드릴 수 있고 필요시 피신청인에게 문의할 수 있도록 안내하고 민원이 해결되었다.

확률형아이템 자율규제 배너광고

자율규제 인증제도 배너광고

개요

- 홍보방법 : 게임 전문 매체 홈페이지 내 배너 게시
- 매체명 : 게임메카, 디스이즈게임, 인벤
- 기간 : 2018년 3월 13일(화) ~ 4월 1일(일)

주요내용

- 게임이용자를 대상으로 한 자율규제 인증제도 안내
- 자율규제 인증마크 홍보
- 게임이용자보호센터 홈페이지 홍보

매체명	광고기간	배너종류
게임메카	3월 13일(화)~26일(월) 2주	1. TI 2. 백스킨 3. 탑스크롤 4. 우측 SS 5. 중단 Box
인벤		1. TI 2. 상단
디스이즈게임	3월 13일(화)~4월 1일(일) 20일	1. 메인플로팅 2. 게시판플로팅 3. 상단 4. 중단

매체별 배너광고 결과

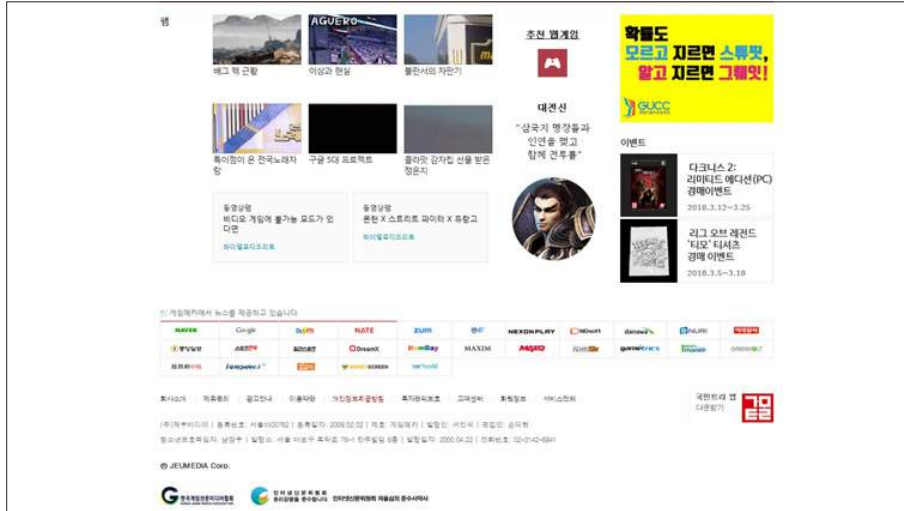
1. 게임메카



탭스크롤



백스킨, 우측 SS 배너



중단 Box



TI

2. 인벤



T1, 상단(인벤 메인)

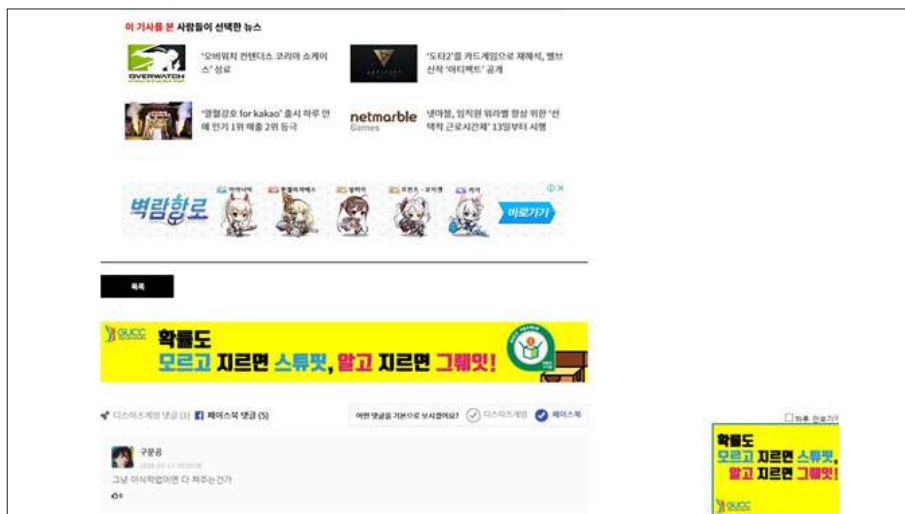


T1, 상단(커뮤니티 메인)

3. 디스이즈게임



상단, 메인플로팅

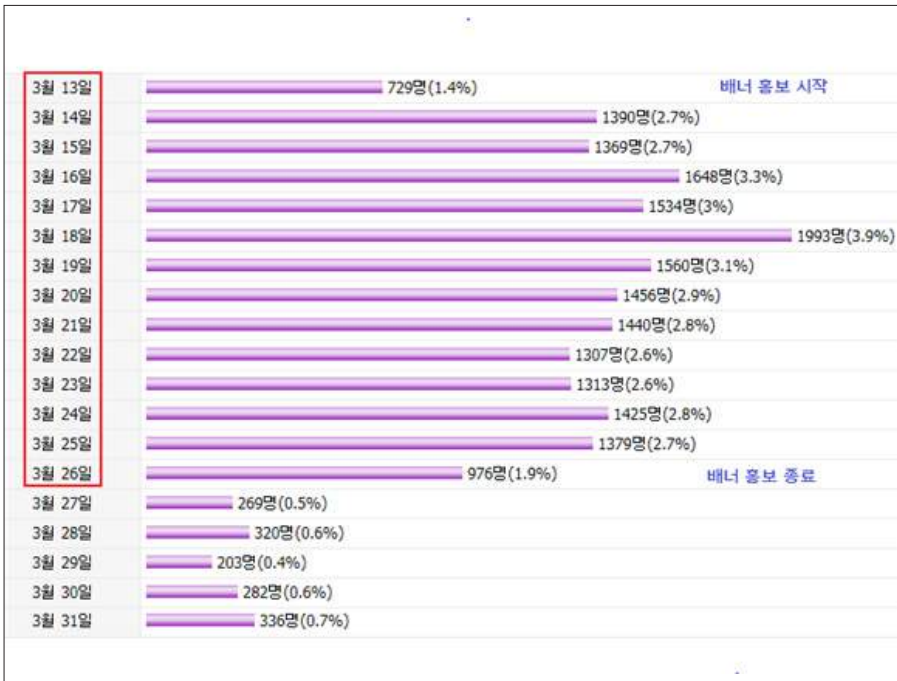


중단, 게시판플로팅

게임이용자보호센터 홈페이지 방문자 추이

- 1일 평균 방문자 수 대비 약 6배 이상 상승

	홍보 전	홍보 후	비고
1일 평균 방문자 수	232명	1,394명	약 6배 상승



센터 홈페이지 방문자 접속 통계

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
개정 : 2018.07.01

【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 표명한 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 제7조의 자율규제 평가위원회에서 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 아이템 등의 표시) 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 개별 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 구매화면 등에 안내하여야 한다.

③ 캐릭터 및 아이템 등의 성능을 상승시키는 기능이 존재하며 그 결과로 성능 하락 또는 캐릭터 및 아이템 등의 소멸이 발생할 수 있는 경우, 참여사는 그 성공 확률에 대하여 게임 내 등에 안내하여야 한다. 단, 게임 내에서 무료로 획득할 수 있는 캐릭터 및 아이템이 사용되는 경우는 제외한다.

④ 참여사는 제1항 및 제3항에 따라 제공하는 정보에 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 (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-GAMES 및 제7조의 자율규제 평가위원회에 통보한다.

1. 위반 내용에 대한 신속한 시정 조치

2. 위반 원인분석 및 재발방지책 마련

제7조 (자율규제 평가위원회) ① 자율규제 개선 및 이행 현황을 감독하기 위하여 한국게임정책 자율규제에 자율규제 평가위원회(이하 '평가위원회')를 설치한다.

② 평가위원회는 게임 및 이용자 보호와 관련된 5~10인의 평가위원으로 구성한다.

제8조 (평가위원회의 역할) ① 평가위원회는 다음 각 호의 업무를 수행한다.

1. 자율규제 준수방법의 적절성 평가
2. 자율규제 인증제도
3. 자율규제 이행현황 모니터링 및 결과에 따른 모니터링 준수 권고, 경고, 미준수 사실의 공표
4. 자율규제 모니터링 결과 공개 및 정기 보고서 발간

② 평가위원회는 전항의 업무 이외에도 기구의 운영 목적 및 자율규제 개선에 필요한 사업을 진행할 수 있다.

제9조 (시행세칙) 이 강령의 시행 및 목적 달성을 위하여 필요한 구체적인 사항은 제7조의 평가위원회에서 시행세칙으로 정한다.

부칙 <2017. 2. 15>

제1조 (시행일) 이 강령은 2017년 7월 1일부터 시행한다.

부칙 <2018. 7. 1>

제1조 (시행일) 이 강령은 2018년 7월 1일부터 시행한다.

제2조 (한국게임정책 자율기구에 관한 경과조치) 강령 제8조의 규정은 한국게임정책 자율기구 출범 전까지 2018년 7월 1일 개정 전의 구 강령과 같이 수행한다.

제3조 (권리·의무 및 자산의 승계 등) 한국게임정책 자율기구의 설립과 동시에 종전의 자율규제 평가위원회는 폐지된 것으로 보며, 한국게임정책 자율기구는 그 설립일부터 종전의 자율규제 평가위원회가 가진 모든 권리·의무 및 유·무형 자산 등을 승계한다.

[별표 1] <제정 2017.02.15>

<제정 2018.07.01>

캡슐형 유료 아이템의 표시(제5조 관련)

캡슐형 유료 아이템의 결과물로 제공되는 개별 아이템의 구성 비율 등을 다음과 같이 안내하는 것을 원칙으로 한다.

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%

건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령 시행세칙

제정 : 2017.05.10
개정 : 2017.08.18
개정 : 2018.06.18

제1조(목적) 이 시행세칙은 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」(이하 “강령”이라 한다) 제9조에서 위임한 사항과 강령 시행 및 목적 달성을 위하여 필요한 구체적인 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조(유·무료 아이템) ① 강령 제2조제1호의 “무료 아이템”은 게임 진행 과정에서 보상 등으로 획득하거나 무료로 획득한 재화를 통해 교환한 아이템을 의미한다.

② 강령 제2조제2호의 “유료(캐시) 아이템”은 이용자가 현금으로 직접 구입하거나 현금 지급을 통해 획득하는 재화를 통해 교환 또는 구입한 아이템을 의미한다.

③ 제1항 및 제2항의 기준에 따른 구분이 명확하지 않은 경우, 아이템 구매의 수단이 되는 재화의 청약 철회 및 환불 가능 여부에 따라 유료와 무료 아이템을 구분한다.

제3조(캡슐형 유료 아이템) 강령 제2조제3호의 “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 제8조제2항에 의해 한국게임정책 자율기구 내에 설치되는 캡슐형 유료 아이템 평가위원회(이하 “평가위원회”라 한다)가 강령 제3조제2항에 따른 강령의 적용대상 게임물의 범위를 검토·결정하는 경우에는 다음 각 호 사항을 고려하여야 한다.

1. 자율규제 모니터링 결과
2. 자율규제 관련 이용자 민원
3. 확률형 아이템 관련 정책동향
4. 참여사 및 유관 협·단체의 의견
5. 기타 적용대상 게임물의 범위 검토·결정을 위해 평가위원회가 의결한 사항

제5조(필수 아이템) 강령 제4조제1항제4호의 “필수 아이템”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 제4조제2항제1호의 유료(캐시) 아이템의 가치는 해당 아이템의 구입 및 교환에 필요한 현금 혹은 유료 재화의 양을 기준으로 한다.

② 강령 제4조제2항제2호의 유료(캐시) 아이템의 기대가치는 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. 다만, 아이템을 별도로 판매하지 않는 등 명확한 기준 가치 산정이 불가능한 경우 제1항 및 제2항의 기준은 적용되지 아니한다.

④ 참여사는 강령 제4조제2항제3호에 따른 조치를 취할 경우 평가위원회를 통해 이용자 보호 실효성에 대한 검토를 받을 수 있다.

제7조(캡슐형 유료 아이템의 명칭, 등급 등의 표시 방법 등) ① 강령 제5조제1항제1호에 따른 아이템의 명칭, 등급 표시는 다음 각 호의 기준에 따른다.

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

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

② 강령 제5조제1항제3호에 따른 캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성비율은 백분율로 표시함을 원칙으로 한다. 다만, 부득이한 사유로 강령 [별표 1]의 예시와 같이 표시할 수 없는 경우에는 평가위원회의 승인을 거쳐 분수 또는 함수 등 다른 방법으로 표시할 수 있다.

③ 강령 제5조제2항에 따른 구매화면 등의 안내는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방법으로 한다.

1. 캡슐형 유료 아이템 관련 정보(구성비율에 관한 정보 포함)의 구매화면 내 공개

2. 캡슐형 유료 아이템 관련 정보(구성비율에 관한 정보 포함) 공개 웹페이지에 대한 링크버튼의 구매화면 내 제공

3. 캡슐형 유료 아이템 관련 정보(구성비율에 관한 정보 포함)의 열람방법의 구매화면 내 안내 또는 공지

④ 강령 제5조제3항에 따른 게임 내 등의 안내는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방법으로 한다.

1. 성공 확률 관련 정보의 게임 내 공개

2. 성공 확률 관련 정보 공개 웹페이지에 대한 링크버튼의 게임 내 제공

3. 성공 확률 관련 정보의 열람방법의 게임 내 안내 또는 공지

제8조(내부점검 결과에 대한 적절성 평가) 평가위원회는 강령 제6조에 따른 참여사의 시정조치 및 재발방지책의 적절성에 대한 평가를 할 수 있다.

제9조(평가위원회의 구성 및 운영 등) 위원의 임기 등 평가위원회의 구성 및 운영 등에 관하여 필요한 사항은 평가위원회 운영규정으로 정한다.

제10조(자율규제 인증제도) ① 강령 제8조제2항제1호에 따른 자율규제 인증은 참여사의 신청에 따라 평가위원회가 강령 및 이 시행세칙에서 정한 사항의 준수 여부를 평가하여 인증부여 여부를 결정한다.

② 제1항 따른 인증의 유효기간은 인증부여일로부터 1년으로 한다.

제11조(상시 모니터링) 강령 제8조제2항제2호의 상시 모니터링은 매월 게임 플랫폼별 인기 순위 게임물에 대해 실시하는 것을 원칙으로 한다.

제12조(자율규제 미준수 게임물 및 사업자에 대한 조치) 강령 제8조제2항제3호에 따라 평가위원회는 자율규제 미준수 게임물 및 사업자에 대해 다음 각 호의 조치를 취하여야 한다.

1. 1차 미준수 : 미준수 게임물 및 사업자에 대한 준수 권고
2. 2차 미준수 : 미준수 게임물 및 사업자에 대한 경고
3. 3차 미준수 : 미준수 사실(미준수 게임물 및 사업자 관련 정보 포함)의 공표 및 자율규제 인증 취소

제13조(시행세칙 개정) 평가위원회는 이 시행세칙의 개정이 필요한 경우 관련 주체의 의견 수렴을 거쳐 상시로 이를 개정할 수 있다.

<부 칙> 2017. 5. 10.

제1조(시행일) 이 세칙은 2017. 7. 1.부터 시행한다.

<부 칙> 2017. 8. 18.

제1조(시행일) 이 세칙은 2017. 8. 18.부터 시행한다.

<부 칙> 2018. 6. 18.

제1조(시행일) 이 세칙은 2018. 7. 1.부터 시행한다.

확률형아이템 자율규제 인증제도 시행세칙

제정 : 2017.11.13

개정 : 2018.07.16

제1조 (목적) 이 시행세칙은 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」 제8조제1항제2호에서 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 게임이용자보호센터(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 심의의결한다.

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 평가위원회는 인증 기준이 변경된 경우 변경 전에 인증된 게임물이 변경된 기준을 3개월 이내에 충족하지 못할 경우 인증을 취소할 수 있다.

③ 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.

<부 칙> 2017. 11. 13.

제1조 (시행일) 이 세칙은 2017. 11. 13.부터 시행한다.

<부 칙> 2018. 7. 16.

제1조 (시행일) 이 세칙은 2018. 7. 16.부터 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 : 김 규 철(게임문화재단 이사장)

편집인 : 이 정 훈(게임이용자보호센터장)

편집위원 : 황성기(한양대학교 법학전문대학원)

이정훈(중앙대학교 법학전문대학원)

송민수(한국소비자원)

최승우(한국게임산업협회)

전성민(가천대학교 경영대학)

이종임(고려대학교 미디어학부)

조수현(게임이용자보호센터)

발행일 : 2018년 9월 30일

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.