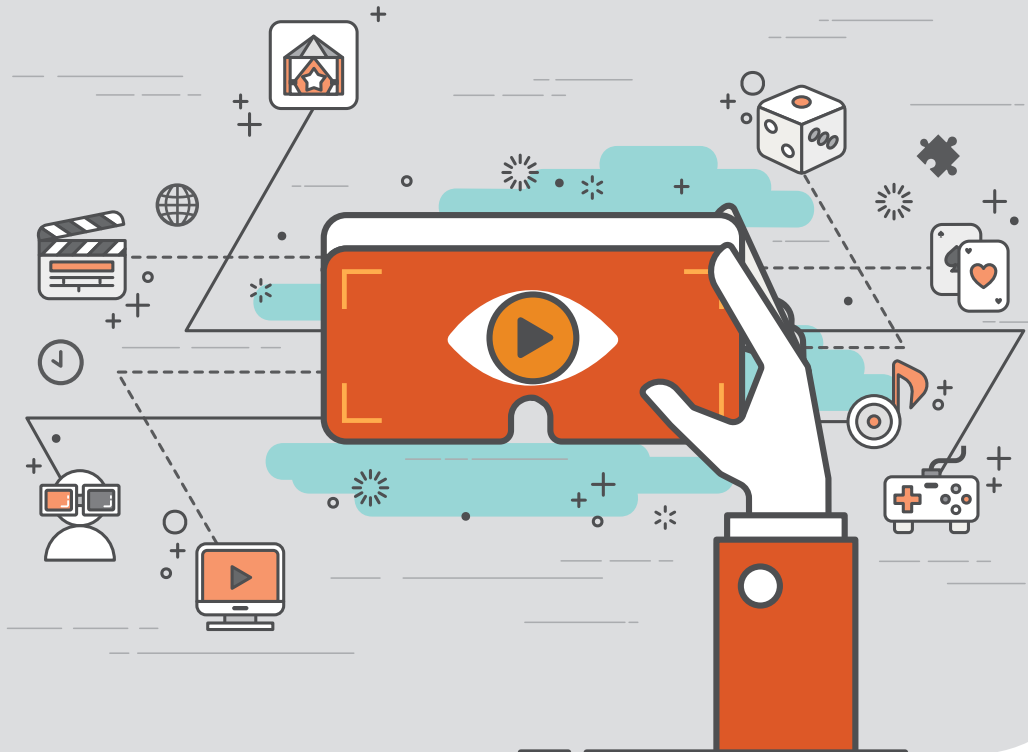


게임이용자보호와 자율규제

통권 제10호



/ Editor's Pick	5
/ 기획	7
· 자율규제의 경제학	9
· 왜 자율규제를 하는가? (법적규제와 자율규제의 차이)	17
/ 자율규제 성과	25
· 강화된 확률형 아이템 자율규제의 의의와 성과	27
/ 심의결정 리뷰	35
· A사의 OO게임 내, 확률형 아이템 심의 결과 리뷰	37
/ 2022년 상반기 모니터링 결과	45
/ 자율규제 및 자율기구 연혁	63
/ 각 위원회 정기회의 주제 및 결과	67
· 자율규제평가위원회	69
· 게임이용자정책위원회(구 청소년보호정책위원회)	70
· 게임광고자율규제위원회	71
부록	
· 건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령	75
· 건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령 시행세칙	85
· 확률형아이템 자율규제 인증제도 시행세칙	92



김양은

편집위원장

게임 산업의 성장과 함께 거론되는 대표적인 이슈 중의 하나가 자율규제이다. 자율규제 이슈는 게임만의 문제는 아니다. 표현의 자유에서부터 시작된 자율규제는 영화, 드라마, 출판, 뉴스, 웹툰, 게임에 이르기까지 모든 분야의 미디어에서 중요하게 논의되고 있다. 자율규제에 대한 논의들이 다양한 분야에서 확장되고 있고, 게임분야에서도 이같은 노력이 수행되고 있다. 이번 <게임이용자보호와 자율규제> 10호에서는 자율규제와 관련한 논의를 재점검해보고자 했다.

자율규제에 관한 근본적 질문 : (우리는) 왜 자율규제를 하는가?

자율규제가 가지는 의미는 무엇일까? 게임셧다운제 폐지이후 자율규제를 강화하기 위한 움직임이 있다. 이 시점에서 자율규제가 무엇인지, 그리고 법적 규제와의 차이는 무엇인가에 대한 근본적 질문을 되돌아보자 했다. 규제의 객체이었던 사업자 내지 사업자단체가 법령상 자신들이 준수해야 할 기준을 스스로 수범하도록 함으로써 ‘규제의 대상’이 아닌 ‘규제의 주체’가 된다는 점에 있다. 그래서 본 호에서는 게임산업에서 자율규제가 왜 필요한가에 대한 질문을 던져보고자했다.

경제학에서 바라보는 자율규제

자율규제는 그간 이용자 보호 차원에서 중심으로 논의된 바 있다. 이번 호에서는 자율규제와 법적 규제의 비교, 기업의 사회적 책임으로서 자율규제의 의미 등에 대해서 살펴보고자 했다. 특히 경제학 고전 모델인 호텔링 모델을 통해 게임 산업의 자율규제가 가지는 의미를 탐색하기 위해 기획되었다.

강화된 확률형 아이템 자율규제의 의의와 성과

확률형 아이템의 자율규제는 2015년 시작된 이후 지속적으로 강화해왔다. 본 호에서는 그간 게임산업협회를 중심으로 시행해온 자율규제의 연혁과 2021년 5월 개정되어 2021년 12월부터 시행된 강화된 자율규제가 가진 의의와 성과에 대해서 살펴보고자 했다.

〈게임이용자 보호와 자율규제〉 10호가 발간에는 넘치는 열정과 아이디어로 편집회의에 참석하는 편집위원들과 사무국의 노고가 녹아있다. 특히 이번 호는 그간 편집회의에서 원고취합, 교정교열 등 아낌없는 지원을 해 준 박관용 연구원과 새로 합류해 낯선 과정에도 꼼꼼히 지원해준 강태영 연구원에게 감사를 전하고 싶다.

기획

- 자율규제의 경제학
- 왜 자율규제를 하는가? (법적규제와 자율규제의 차이)



자율규제의 경제학



전성민
가천대학교 경영학부 교수

1. 서론

최근 정부 규제 내지 법적 규제와 대비되는 개념으로 자율규제라는 용어가 많이 사용된다. 전통적으로 규제는 정부의 고유 영역으로 인식되어 왔으나, 현대의 정부규제는 더 이상 행정기관의 독점 영역이 아니라 민간이 참여하는 형태로 발전하고 있다. 즉, 규제 독점주의가 규제 다원주의로 변화하고 있는 양상이다. 정부규제는 효율성, 전문성, 실효성 측면에서 한계가 드러나고 있어 민간단체나 사업자 등에게 일부의 규제 권한 및 업무를 위임 또는 위탁하여 수행하게 된다. 이는 정부 규제의 한계를 극복하는 수단으로 활용된다.

현대 행정에서 피규제기관인 국민이나 사업자가 참여하여 시장의 자율적 규제기능을 적극적으로 활성화하는데 이해 당사자의 이슈를 정부정책에 반영하고 조화를 이루는 것이 매우 중요하다. 흔히 자율규제라고 불리는 방식으로 정부의 개입은 줄이고 시장 자율을 확대하는 규제 완화 효과가 있다.

하지만 근본적으로 규제가 보통 타율적인데 자율적으로 한다는 것이 가능하냐, 사업자 스스로 하는 규제는 결국 아무것도 안 하겠다는 거 아니냐는 비판적 목소리도 나온다. 과연 자율규제란 무엇이고 어떤 경우 실효성이 있고 효율적으로 작동할까.

2. 연구문헌 검토

자율규제에서 자율의 의미는 개인적 자율과 집단적 자율이라는 두 가지 관점에서 이해할 필요가 있다. 개인적 자율규제는 개인 또는 기업이 스스로 정한 기준과 절차에

의해 자신을 통제하는 것을 의미한다. 반면, 집단적 자율규제는 공동의 관심사를 가지고 특정 목적을 추구하는 조직이 구성원에게 규제와 감독권을 행사하는 것이다. 일반적으로 자율규제는 집단적 자율규제를 의미한다(Black, 1996).

자율규제를 통해 정부는 개입을 줄이고 시장의 자율을 확대하는 규제 완화를 추진할 수 있다. 법적인 관점에서 자율규제를 정의하자면 공적 부분에서의 규제에 대한 권한을 국가가 직접 행사하지 않고 이를 자율규제기관에 위임함으로써 시장의 자율 규제가 촉진된다고 볼 수 있다(Scholz, 1993).

자율규제는 민간영역이 규제의 필요성을 자각해 자발적으로 규제하는 경우부터 정부가 민간에 규제의 권한을 형식적으로 위임하는 경우에 이르기까지 다양한 스펙트럼이 있을 수 있다. 자율규제란 민간영역이 전통적 정부영역에 해당하던 규제영역에 적극적으로 참여하고 정부영역은 이러한 민간영역의 활동과 역할에 대해 협력, 지원함으로써 규제의 합리화 및 효율성을 추구하는 규제방식으로 정의된다.

자율규제의 다양한 방식이 정부의 직접적인 규제, 감독보다 경제적으로 우월한 규제수단이라는 경제학 연구도 나왔다(Ogus, 1995). 복잡한 이해관계를 가진 현대적 공동체 내에서 다양한 이익집단 및 제도 간의 갈등 조절 및 의사 소통을 하는 데에 자율규제의 존재 의미가 있다. 실제로 국내에서도 인터넷상에서 청소년 유해정보나 불법정보 관리, 온라인·모바일게임의 확률형 아이템 정보 및 청소년 이용자 보호 분야에서 자율규제가 적용되고 있다.

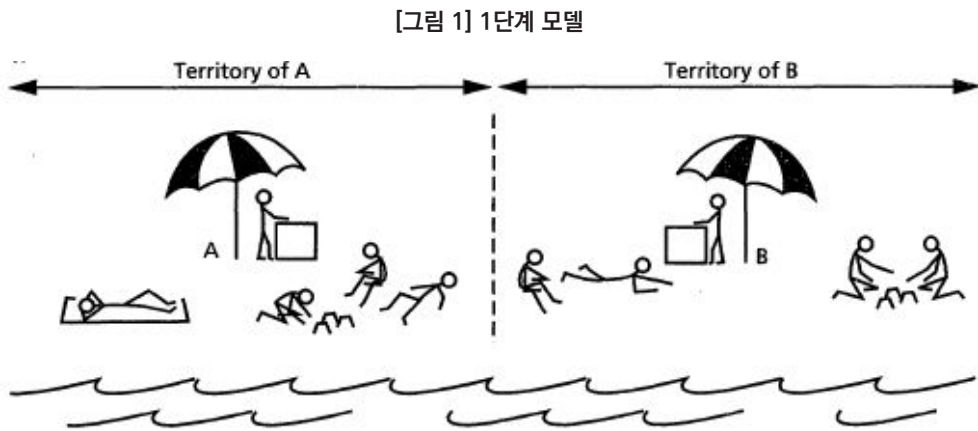
자율규제는 역사적으로 영미권에서 정부와 기업 관계의 근간을 이뤄왔다. 이는 경제학적 관점에서 보면 공공재를 사적으로 공급하는 것이다. 이는 기업들이 공공의 이익을 위해 공동행동을 취하는 것으로 기업 입장에서는 시장참가자들이 자율규제를 준수하는지 감시하는 데는 비용이 들지만 자율규제가 정부의 강제적 규제의 대체재로 기능해 변화하는 사업환경에 보다 잘 대처할 수 있다는 편익을 얻을 수 있다.

3. 자율규제의 경제학적 모델

경제학의 고전연구 중 하나인 호텔링 모델이 있다. 이 모델은 호텔링(Harold Hotelling)이 제시한 제품차별화 모델 중 하나이다. 제품 간 차별화를 직선으로 놓인 상태에서 분석했기 때문에 선형도시모델(Linear City Model)이라고도 한다. 만일 두 공급자가 단 하나의 특성마저 동일하게 결정하면 공급자들은 일직선 상에서 같은 지점에 위치하는 반면, 공급자 간 제품 차별화 정도가 클수록 일직선 상에서 공급자들은 멀리 위치하게 된다. 일직선 상에는 공급자뿐만 아니라, 어느 공급자를 방문하여 제품을

구매할지 고민하는 소비자들도 있다. 소비자는 자신의 위치에서 제품이 위치한 곳까지 이동할 때 교통비를 내야 한다. 따라서 자신의 위치와 가까운 기업의 제품일수록 재화 구입에 소요되는 이동비용이 적으므로 소비자가 그 제품을 더 선호하게 된다.

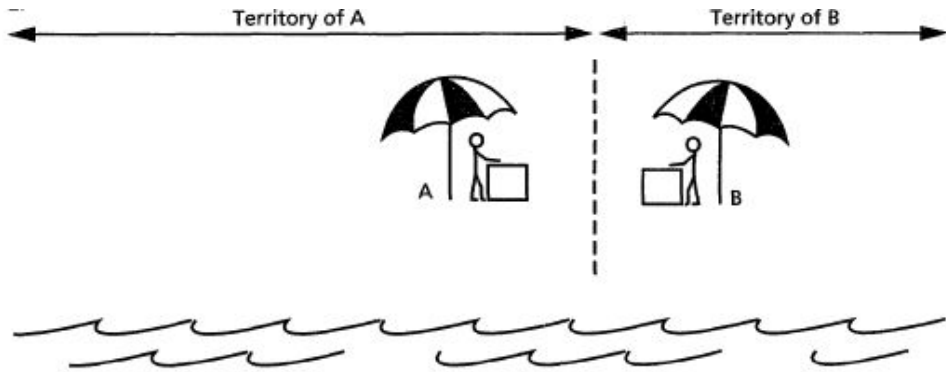
이 호텔링 모델을 이용하면 왜 업계에서 자율규제를 추진하는지 좀 더 명확히 이해할 수 있다. 가령 바닷가에서 A와 B는 여름에 해변을 찾는 사람들을 상대로 아이스크림을 팔기로 했다고 하자. 일자로 길게 늘어선 해변에서 A와 B는 비슷한 수익을 얻자고 합의를 하였다. 그렇게 아래 [그림 1]과 같이 A는 해변의 왼쪽에서, B는 오른쪽에서 아이스크림을 판매하기로 했다.



출처: Just a random Economics blog, <https://buddingyoungeconomist.wordpress.com/2014/03/13/solution-to-curious-coffee-issue-the-hotelling-model/>

그러던 중, A는 가게 위치를 전보다 오른쪽으로 옮겼더니 매출 금액이 증가했다. 해변 가운데 지점을 기준으로 약간 오른쪽에 있던 사람들은 A가 위치를 옮기기 전까지 가까운 B 가게에서 아이스크림을 샀으나, 이제는 A 가게가 가까워져 A 가게로 바꾼 것이다. 매출이 늘어나자 A는 아래 [그림 2]와 같이 더 오른쪽으로 가게를 옮겼다. 그러자 매출은 더 늘었다.

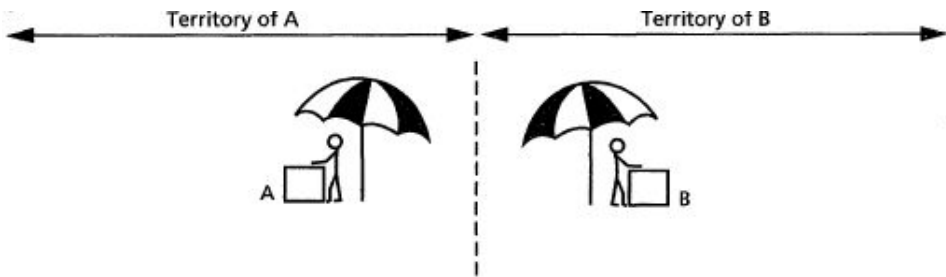
[그림 2] 2단계 모델



출처: Just a random Economics blog, <https://buddingyoungeconomist.wordpress.com/2014/03/13/solution-to-curious-coffee-issue-the-hotelling-model/>

B는 매출이 감소한 것을 알게 되었고 가게를 더 왼편으로 옮겨 A보다 해변 가운데와 더 가까운 곳에 자리를 잡게 된다. 이번에는 A의 매출이 줄고, B가 자기보다 더 해변 가운데와 가깝다는 것을 알게 된다. 결국 아래 [그림 3]과 같이 A와는 해변 한 가운데로 가게를 옮기게 된다.

[그림 3] 3단계 모델

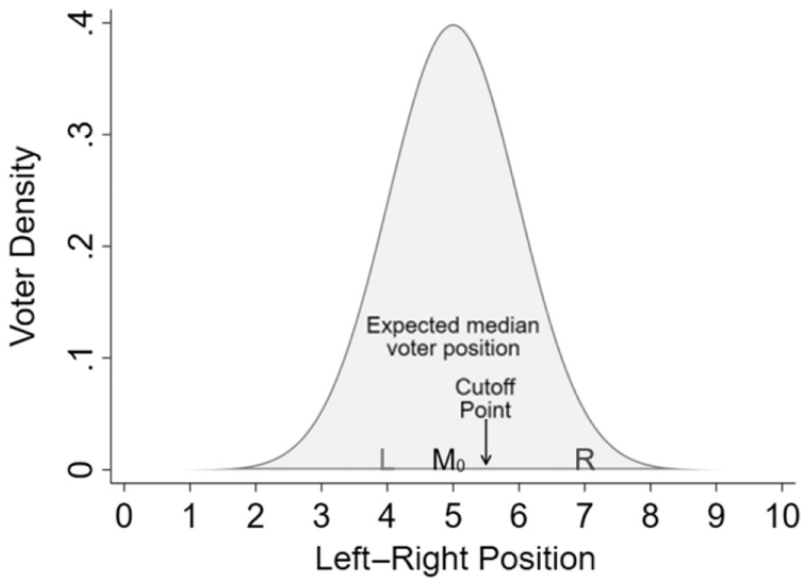


출처: Just a random Economics blog, <https://buddingyoungeconomist.wordpress.com/2014/03/13/solution-to-curious-coffee-issue-the-hotelling-model/>

호텔링 모델은 게임 이론의 고전적인 모델 중 하나로서, 공급자들이 시장점유율을 확보하기 위해 전략적 선택을 하다 보면 결과적으로 비슷한 위치에 위치할 수밖에 없는 상황을 설명한다. 실제로 특정 지역에 편의점이 몰려 있거나, 커피숍, 주유소들이 모여 있는 것을 볼 수 있다. 이 모델은 물리적인 공간의 위치를 설명할 뿐만 아니라, 기업의 상품, 가격 전략을 정하는 과정에서 비슷한 상품군이나 가격대에 집중되는 것을 설명할 수 있다.

이제 이 모델을 법적 규제 대비 자율규제 문제에 적용해보자. 현재 우리나라 국회법상 국회에서 의견대립이 첨예한 주요 안건에 대해서는 의결정족수의 60% 찬성이 있어야 법률안 통과가 가능하다(문정빈, 2018). 국회의원 재적 총수가 300명이니 의원 모두가 의결에 참석한다면 180명이 찬성해야 한다. 만일 어떤 법적 규제 법안에 대해 국회의원 의견의 강도를 바탕으로 강력한 규제를 해야 한다는 의원부터 무제한 허용을 해야 한다는 의원까지를 한 줄로 세운다고 가정해보면 법안통과를 원하는 측도 반대하는 측도 180번째 의원 중심으로 이동하게 된다. 아래 [그림 4]에서 볼 수 있듯이 일반적으로 어떤 사안에 대해 강력한 규제 적용과 무제한 허용 의견 사이에 중립적 의견 중심으로 의원들의 의견들이 정규 분포를 따라 가운데에 집중적으로 위치할 가능성이 높기 때문이다.

[그림 4] 호텔링 모델을 활용한 정치적 포지셔닝



출처: Adams, J., Merrill, S., & Zur, R. 2020. The spatial voting model. In The SAGE Handbook of Research Methods in Political Science and International Relations. London: Sage.

즉 강력한 법적 규제를 원하더라도 법안통과를 위해서는 규제완화 쪽으로 이동해야 하고 자유방임의 입장이라도 법안통과를 막기 위해서는 규제강화 쪽으로 이동해야 하는 것이다. 따라서 규제를 원하지 않던 업계에서 할 수 있는 최선의 대응은 180명 짜 의원의 수준으로 규제의 강도를 자율적으로 올리는 것이다.

특히 혁신이 중요한 신산업 분야일수록 경직된 정부 규제보다 시장 및 기술변화에 민첩하게 대응할 수 있는 자율규제가 선호된다. 실제로 최근 연구에 따르면 창업 관련 규제가 강한 나라일수록 1인당 GDP 성장률이 낮다. 과도한 규제로 말미암아 혁신적인

기업가정신이 후퇴하면 신산업에 대한 투자가 위축될 수밖에 없다. 또한 규제업무를 담당하는 정부보다 민간 산업분야에서 높은 수준의 전문성을 지니고 있다면 자율규제가 보다 효율적이다. 정보의 공개가 기업의 수익과 직접 관련이 있을 경우 정보의 비대칭성이 높아지게 되며 이 경우 자율규제가 더 효과적인 것이다.

4. 결론

본고에서는 경제학 고전 모델 중 하나인 호텔링 모델을 이용하여 자율규제를 설명하고자 하였다. 단순한 모델임에도 불구하고, 자율규제를 통해 이뤄지는 규제 수준이 법적 규제 수준과 큰 차이를 보이지 않으면서도 효율적인 규제가 될 수 있다는 것을 이해할 수 있다. 이 자율규제 프레임워크는 기업의 사회적 책임 분야에서 기업이 영리 추구 외에도 사회적 공익을 목표로 갖게 되는 것에도 적용될 수 있다.

물론 시장지배자가 독과점적 지위를 남용해 시장경쟁과 산업성장을 저해한다면 당연히 법적 규제가 이뤄져야 할 것이다. 그러나 그동안 인터넷, 게임산업 분야에서 도입된 여러 법적 규제는 급작스럽게 도입된 경우가 많았고 일단 도입된 규제를 걷어내기는 매우 힘들었다. 우리나라 경제에서 혁신 사업과 스타트업들이 해야 할 역할을 고려한다면 규제는 규제의 목적을 실현하기 위한 범위 내에서 객관적이고 공정하게 적용되어야 한다. 이런 관점에서 자율규제에 대한 깊이 있는 연구가 시급하다.

□ 참고문헌

- 문정빈. 2018. 업계의 자율규제, 규제법안 통과 막아줘. 오늘의 CSR, 내일의 법과 산업표준으로. 동아비즈니스리뷰. 243(2).
- Adams, J., Merrill, S., & Zur, R. (2020). The spatial voting model. In *The SAGE Handbook of Research Methods in Political Science and International Relations*. London: Sage.
- Black, J. 1996. Constitutionalizing Self-Regulation, *The Modern Law Review*, p.26.
- Ogus, A. 1995. Rethinking self-regulation. *Oxford J. Legal Stud.*, 15, 97.
- Scholz, J. T. 1993. Responsive Regulation: Transcending the Deregulation Debate. By Ian Ayres and John Braithwaite. New York: Oxford University Press, 1992. 205p. *American Political Science Review*, 87(3), 782-783.

왜 자율규제를 하는가?

- 법적 규제와 자율규제의 차이 -



황성기

한양대 법학전문대학원 교수 / 한국게임정책자율기구 의장

1. 규제의 개념

규제(regulation)라는 개념은 기본적으로 다의적 개념이다. 또한 연구자에 따라서 규제에 대한 다양한 개념정의가 시도되고 있다. 우리나라의 '행정규제기본법'은 '행정규제'를 "국가나 지방자치단체가 특정한 행정 목적을 실현하기 위하여 국민(국내법을 적용받는 외국인을 포함)의 권리를 제한하거나 의무를 부과하는 것으로서 법령 등이나 조례·규칙에 규정되는 사항"으로 정의하고 있다(제2조 제1호). 결국 규제란 개인과 기업의 자유선택과 경쟁에 맡겨져 왔던 영역이 정부의 간섭과 통제 하에 놓이게 됨을 의미한다.¹⁾

그런데 학술적으로나 규범적으로 현재 이루어지고 있는 규제의 다양한 개념정의는 기본적으로 규제를 '정부규제'로 전제하고 있다. 그리고 정부규제는 곧 '법적 규제(legal regulation)'를 의미한다고 볼 수 있다.²⁾ 왜냐하면 정부규제는 그것이 제한·금지의 내용을 갖고 있든 아니면 보호·지원의 내용을 갖고 있든 기본적으로 정부에 의한 공권력의 행사로 발현되는바, 우리 헌법의 기본원리 중의 하나인 법치국가원리 혹은 법치주의의 내용인 '법률유보원칙' 상 정부에 의한 공권력의 행사는 반드시 법적 근거가 있어야 하기 때문이다. 우리나라의 '행정규제기본법' 제4조³⁾가 '규제 법정주의'를 선언하고 있는 것도, 이를 뒷받침해 준다.

* 이 글은 필자의 논문 "ICT 분야에서의 자율규제 - 인터넷 포털과 게임 분야를 중심으로 -", 「공법연구」 제50집 제3호, 한국공법학회, 2022. 2.에서 발췌 수정·보완한 것이다.

1) 김창수, (2012), 정부규제의 구조와 논리, 한국학술정보(주), 26.

2) 이 글에서는 정부규제와 법적 규제를 동일한 의미로 사용한다.

2. 자율규제의 의미와 유형

정부규제(법적 규제)와 대비되는 개념으로 ‘자율규제’라는 개념이 존재한다. 자율규제의 개념정의도 국가별, 영역별, 연구자별로 다양할 수 있다. 예컨대, 자율규제를 “경제적 규제와 사회적 규제 어느 쪽에서나 정부를 대신하여 관련업계가 자율적으로 업계의 기업, 또는 직종의 사업자의 행동을 규제하는 것”으로 정의하는 견해⁴⁾, “자유방임이 아닌, 민간영역이 전통적인 정부영역에 해당되었던 규제영역에 적극적으로 참여하고, 정부영역은 이러한 민간영역의 활동과 역할에 대해서 적극적으로 협력·지원함으로써, 규제의 합리화 및 효율성을 추구하는 규제방식”으로 정의하는 견해⁵⁾, “조직화된 집단이 그 구성원의 행위를 규제하는 것”으로 정의하는 견해⁶⁾ 등이 있다.

그런데 자율규제의 핵심적인 의미는, 기존에는 규제의 객체이었던 사업자 내지 사업자단체가 법령상 자신들이 준수해야 할 기준을 스스로 수범하도록 함으로써 ‘규제의 대상’이 아닌 ‘규제의 주체’가 된다는 점에 있다.⁷⁾ 이러한 맥락에서 자율규제는 행정에 의한 통제로부터 사업자의 자기책임원칙으로의 전환을 의미한다.⁸⁾ 그리고 자율규제는 정부규제를 전적으로 배제하는 무규제(un-regulation)나 과도하거나 시장요인을 약화시키는 공적 규제를 제거하는 탈규제(de-regulation)와도 구별되는 개념으로 이해되기도 한다.⁹⁾ 자율규제는 전통적인 명령통제적 혹은 명령지시적(command & control) 정부규제보다 효율성, 집행과 순응 확보의 용이성, 환경변화의 적응성, 전문성 등에 있어서 우월하다고 평가되고 있다.¹⁰⁾ 그리고 정부 개입의 한계 및 시장 기능의 확대 차원, 정부규제에 대한 대안 차원, 전문 영역에

3) 「행정규제기본법」 제4조(규제 법정주의) ① 규제는 법률에 근거하여야 하며, 그 내용은 알기 쉬운 용어로 구체적이고 명확하게 규정되어야 한다.

② 규제는 법률에 직접 규정하되, 규제의 세부적인 내용은 법률 또는 상위법령(上位法令)에서 구체적으로 범위를 정하여 위임한 바에 따라 대통령령·총리령·부령 또는 조례·규칙으로 정할 수 있다. 다만, 법령에서 전문적·기술적 사항이나 경미한 사항으로서 업무의 성질상 위임이 불가피한 사항에 관하여 구체적으로 범위를 정하여 위임한 경우에는 고시 등으로 정할 수 있다.

③ 행정기관은 법률에 근거하지 아니한 규제로 국민의 권리를 제한하거나 의무를 부과할 수 없다.

4) 최병선, (1992), 정부규제론 : 규제와 규제완화의 정치경제, 법문사, 49.

5) 황승흠·황성기·김지연·최승훈, (2004), 인터넷 자율규제, 커뮤니케이션북스, 7-8. 황승흠 교수는 이러한 의미의 자율규제는 정부와 사업자의 공동규제시스템과 사실상 동의어로 볼 수 있다고 평가한다. 황승흠, (2014), 인터넷 자율규제와 법, 커뮤니케이션북스, 8-9.

6) 최성락, (2021), 규제정책론, 윤성사, 106.

7) 현대호, (2009), 자율규제 확대를 위한 법제개선 연구(Ⅰ), 한국법제연구원, 19.

8) 최철호, (2010), 행정법상의 자율규제의 입법형태에 관한 연구, 법학논총, 제23집, 숭실대학교 법학연구소, 6-7.

9) 이민영, (2010), 인터넷 자율규제의 법적 의의, 저스티스, 통권 제115호, 한국법학원, 138-139.

10) 최성락·이혜영·서재호, (2007), 한국 자율규제의 특성에 관한 연구 : 자율규제 유형화를 중심으로, 한국공공관리학보, 제21권 제4호, 한국공공관리학회, 75-76.

대한 규제의 필요성 차원에서 자율규제의 필요성이 강조되기도 한다.¹¹⁾

한편 줄리아 블랙(Julia Black)은 자율규제 유형을 다음과 같이 네 가지로 분류하고 있는데, 이러한 분류는 자율규제의 주체와 정부와의 관계를 전제로 하는 구분이다.¹²⁾

첫째, ‘위임적 자율규제(mandated self-regulation)’로서, 산업계 전체와 같은 일정한 집단이 정부가 설정한 틀 내에서 규범을 형성하거나 집행할 것을 정부로부터 요구받는 것이다.¹³⁾

둘째, ‘승인적 자율규제(sanctioned self-regulation)’로서, 규제 대상 집단 스스로가 규제시스템을 형성하는데, 이러한 규제시스템은 정부의 승인(approval)을 얻어야 한다.¹⁴⁾

셋째, ‘강제적 자율규제(coerced self-regulation)’는 산업계 자체가 규제를 형성하고 부과하지만 그것은 정부의 위협에 대응하는 차원이고, 따라서 자율규제가 이루어지지 않으면 정부가 입법적 규제를 부과하게 된다.¹⁵⁾

넷째, ‘자발적 자율규제(voluntary self-regulation)’는 자율규제를 촉진하거나 명령하기 위한 직·간접적인 국가의 능동적인 개입이나 관여가 전혀 존재하지 않는 자율규제이다.¹⁶⁾

11) 최성락, (2021), 108-110.

12) 이하 Julia Black, (1996), Constitutionalising Self-Regulation, *The Modern Review*, vol. 59, 27.

13) 우리나라의 경우 매체 혹은 콘텐츠 분야에서의 위임적 자율규제는 국가 주도의 콘텐츠 심의시스템 유지를 전제로 자율심의시스템을 접목시키는 경우에서 발견될 수 있다. 이러한 경우의 대표적인 예로는 다음 두 가지를 들 수 있다. 첫째, 청소년보호법 제12조가 규정하고 있는 청소년유해매체물의 자율규제이다. 둘째, 「게임산업진흥에 관한 법률」 제21조의2부터 제21조의9까지 규정하고 있는 자체등급분류제도이다.

14) 승인적 자율규제에 해당하는 대표적인 예로는, 독일에서의 인터넷 자율규제 시스템 중의 하나인 독일 「청소년미디어보호에 관한 중간협약(Jugendmedienschutz-Staatsvertrag der Lnder: JMStV)」상의 청소년보호 프로그램의 승인제도, 청소년보호담당자제도 및 자율규제기구의 설치 승인제도를 들 수 있다. 황승흠, (2008), 인터넷 콘텐츠 규제에 있어서 법제도와 사업자 자율규제의 결합에 관한 연구, 공법학연구, 제9권 제4호, 한국비교공법학회, 272-276.

15) 호주의 인터넷산업협회(Internet Industry Association: IIA)에 의한 인터넷 자율규제가 대표적인 예이다. 황승흠, (2008), 276-278.

16) 우리나라의 경우 한국인터넷자율정책기구(Korea Internet Self-governance Organization: KISO)에 의한 자율규제와 한국게임정책자율기구(Game Self-governance Organization of Korea: GSOK)에 의한 자율규제가 여기에 해당한다. KISO는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」상의 임시조치제도의 자율적 운영 등 인터넷상에서 발생하는 제반 이슈들을 자율적으로 해결해 나가기 위해 2009년 3월 포털사업자들이 자발적으로 출범시킨 자율규제기구이다. 그리고 GSOK은 게임의 주요 비즈니스모델인 확률형 아이템 확률정보 공개 및 게임광고 자율규제를 위해 2018년 11월 게임사업자들이 자발적으로 출범시킨 자율규제기구이다.

줄리아 블랙의 이러한 자율규제 4유형 분류는 2000년 독일의 베텔스만 재단(Bertelsmann Foundation)이 출간한 'Protecting Our Children on the Internet: Towards a New Culture of Responsibility'라는 책에 실린 프라이스와 버헨스트(Price & Verhulst)의 논문을 통해서 수용되고¹⁷⁾, 그 이후 우리나라에서 프라이스와 버헨스트의 논문의 영향을 받은 인터넷 자율규제 연구를 통해 대표적인 자율규제 유형 분류로 많이 인용·소개된 바 있다.¹⁸⁾

3. 자율규제와 법적 규제의 관계

가. 자율규제와 법적 규제의 장·단점

자율규제와 법적 규제는 규제의 주체를 중심으로 구분되지만, 사실 규제의 목표는 동일하다. 즉 자율규제든 법적 규제든 사회적 규제 영역에서 규제의 목표는 동일하게 인간의 존엄성 보장, 청소년 보호, 소비자 보호 등 사회적 책임의 이행에 있다고 할 수 있다. 하지만 자율규제와 법적 규제는 각각 장점 및 단점들을 갖고 있다.¹⁹⁾

먼저 자율규제는 다음과 같은 장점들을 가지고 있다.

첫째, 자율규제는 당면한 문제들과 직접적으로 관련되어 있는 '당사자들'에 의해 실행된다. 사업자들은 당면 문제들을 즉시 해결하는데 필요한 기술들이나 수단들, 데이터 등을 손쉽게 이용 가능하다.

둘째, 자율규제는 법적 규제보다는 '유연한' 방식이며, 또한 '신속한' 대응이 가능한 방식이다. 사업자들은 자신들의 관행이나 경영방침을 신속하게 바꿀 수 있으며, 항상 변화하는 현실에 신속하게 대응할 수 있는 반면에, 법적 규제는 관련 입법들을 개정하기가 쉽지 않고, 또한 법 개정 절차는 시간이 많이 소요되는 절차이다.

17) Monroe E. Price & Stefaan G. Verhulst, (2000), The Concept of Self-Regulation and the Internet, *Protecting Our Children on the Internet: Towards a New Culture of Responsibility*, Bertelsmann Foundation Publishers, Göttersloh, 172. 프라이스와 버헨스트는 '강제적 자율규제'를 'coerced(or enforced) self-regulation'으로 표현함으로써, 'enforced'라는 용어를 추가하고 있다.

18) 예컨대 황승흠·황성기·김지연·최승훈, (2004), 5-6; 이민영, (2010), 139 참조. 한편 최성락 교수는 이러한 자율규제 4유형 분류를 소개하면서 mandated self-regulation를 '대체적 자율규제'로, sanctioned self-regulation은 '정부인가적 자율규제'로 번역하고 있다. 최성락, (2021), 106. 그리고 황승흠 교수도 이러한 자율규제 4유형 분류를 소개하면서 mandated self-regulation를 '명령적 자율규제'로 번역하고 있다. 황승흠, (2008), 266.

19) 자세한 내용은 Ulrich Sieber, (2000), Legal Regulation, Law Enforcement and Self-regulation : A New Alliance for Preventing Illegal Content on the Internet, *Protecting Our Children on the Internet : Towards a New Culture of Responsibility*, Bertelsmann Foundation Publishers, Göttersloh, 324-325; 황승흠, (2014), 5-6 참조.

셋째, 자율규제는 법적 규제보다는 ‘국제적인’ 방식이라는 점도 하나의 장점으로 지적될 수 있다. 예컨대, 인터넷사업자들은 국제적인 차원의 협조가 보다 쉬운 반면에, 법적 규제는 원칙적으로 당해 국가 영역 내에서만 적용되며, 국가 간의 협력에 있어서는 시간이 많이 소요된다.

법적 규제도 다음과 같은 장점들을 갖고 있다.

첫째, 법적 규제는 모든 국민들에게 ‘구속력’을 갖고 있다는 점을 들 수 있다. 반면에 자율규제는 자율규범 및 이의 자발적 준수를 담보로 하는 것이기 때문에 원칙적으로 구속력이 없거나 약할 수 있다.

둘째, 법적 규제는 본질적으로 입법에 의해 제도화되고, 국가의 ‘강제력’을 담보로 집행되지만, 자율규제는 그렇지 못하다. 따라서 자율규제가 강제적으로 집행되기 위해서는 일정 정도 국가의 강제력에 의존할 수밖에 없는데, 이러한 경우에는 자율규제의 성격이 변질될 가능성이 존재한다.

셋째, 법적 규제는 ‘민주적인’ 의회의 결정에 기반하고 있다. 자율규제는 종종 여타의 관련 당사자들 예컨대 이용자 등의 참여 없이 산업 부문의 특수한 이해집단에 의해서만 행해질 수 있다. 따라서 법적 규제는 사업자에 의한 자율규제보다 훨씬 더 강력한 도덕적 권위를 지니게 된다.

나. 자율규제와 법적 규제의 관계

이상과 같은 자율규제와 법적 규제의 장·단점을 전제할 때, 자율규제와 법적 규제 상호 간의 관계를 어떻게 설정할 것인가의 문제가 현실적으로 등장한다.

먼저 결론부터 이야기하면 자율규제와 법적 규제의 상호 조화가 필요하다. 이러한 차원에서 정부와 시장(산업계)이 공동으로 규제의 주체로서 참여하는 공동규제시스템(co-regulatory system)이 대안적 규제시스템으로 자주 제시된다.²⁰⁾ 어떻게 보면 공동규제시스템은 기본적인

20) 공동규제는 기업체로 구성된 산업조직, 직능대표 및 정부 사이에 협의를 통해 실행규칙·기준을 결정하고 협의된 규칙을 기업이 자율을 원칙으로 준수하도록 하는 것으로 이해되기도 한다. 공동규제의 장점으로는 ① 업체로 구성된 협회나 전문가협회의 전문적인 지식을 직접적으로 이용하므로 정부는 적은 비용으로 정책 목표를 충족시킬 수 있고, ② 협회가 그 구성원의 행위에 대해 자체적으로 더 많은 책임을 지므로 정부의 정책 집행 및 감시가 용이해지며, ③ 문제의 현장에 직접 참여하는 사람들이 스스로의 문제에 대해 규칙을 세운 것이므로 규칙 자체에 적절한 유연성을 부여하면 정책의 상황 변화에 따른 협약 개정의 유연성을 높일 수 있다는 점이 거론된다. 반면에 단점 내지 문제점으로는 ① 자치 정부가 특정 산업이나 전문가단체의 이해관계에 포획될 가능성이 있다는 점, ② 특정 집단에 높은 수준의 자치권을 제공하므로 정부 부문과의 의사소통뿐만 아니라 집단 내부 의사결정 과정의 투명성도 중요하게 된다는 점, ③ 업체나 전문가협회가 내부적으로 민주적인 운영이 되지 않을 경우 업체 간 형평성의 문제를 초래할 수 있다는 점 등이 거론된다. 류충렬, (2015), 규제의 파르마콘, 대영문화사, 196.

들은 법적 규제 형식을 취하고 있지만, 내용적인 부분은 자율규제 방식을 취하는 것을 상정하는 것이다.

유럽의 경우에는 자율규제의 실패에 대한 반성적 차원에서 공동규제시스템이 대안으로 제시되고 있는 것으로 이해되고 있는데,²¹⁾ 다만 여기서 유의해야 할 점은 자율규제의 실패가 곧바로 법적 규제로의 전환을 의미하지 않는다는 것이다. 즉 ‘① 자율규제 → ② 공동규제 → ③ 법적 규제’로의 단계적 접근방식을 전제하고 있다는 점을 눈여겨보아야 한다.

따라서 자율규제와 법적 규제의 상호 조화를 위해서는, 기본전제로서 자율규제를 위한 토대 구축 및 인식 제고, 시장(산업계)의 자율규제 역량 강화, 합리적이고도 효과적인 자율규제시스템의 구축이 ‘선행’되어야 한다는 명제가 도출될 수 있다. 즉 자율규제가 가능하고 필요한 영역에서는 우선 자율규제의 실험이 선제적으로 이루어져야 하고 정부규제는 자제할 필요가 있다는 것을 의미한다.

한편 형벌로 다스려야 하는 반사회적·반윤리적 행위에 대해서는 자율규제보다는 법적 규제가 적용되어야 할 것이다. 왜냐하면 법치주의의 기본원칙 중의 하나가 자력구제(自力救濟) 금지이기 때문이다. 어떻게 보면 자율규제의 문제는 인간, 사회, 시장의 본성에 부합한 규제방식을 찾는 문제이다. 이와 관련하여, 선지원 교수는 자율규제가 유용하게 적용될 수 있는 분야로, 첫째, 추상적인 리스크는 존재하지만 구체적인 리스크가 명확히 드러나 있는 분야(예컨대, 인공지능기술 분야), 둘째, 민간 주도의 자율적인 기술 발전이 중요한 분야, 셋째, 시장 행위자의 기술에 대한 지식과 전문성이 규제 입안자 및 집행자의 것보다 월등한 분야, 넷째, 자율성 보장을 통해 수호해야 하는 가치가 존재하는 경우, 즉 자율성 자체가 하나의 가치로서 수호되어야 하는 경우(예컨대, 표현의 자유, 영업의 자유)를 제시하면서, ICT 분야가 대체로 이 모든 경우에 해당하는 대표적인 분야라는 견해를 제시하고 있다.²²⁾

4. 게임 분야에서의 자율규제의 필요성

게임은 우리나라 ICT 산업의 주요 분야이면서도, 또한 고유한 특수성이 인정되는 분야이기도 하다. 게임 분야에서의 자율규제의 필요성은 다음과 같이 정리될 수 있다.

21) 예컨대 온라인에서의 역기능 방지를 위한 유럽에서의 공동규제의 개념과 발전에 관한 소개로는 Chris Marsden, (2021), Platform Law in Europe : Combatting Online Harms Through Co-Regulation, 디지털 경제의 조류와 온라인 플랫폼 규제의 향로 모색, 서울대학교 공익산업법센터 제20회 국제학술대회 자료집, 2021. 11. 12, 127-157 참조.

22) 선지원, (2021), 규제 방법의 진화로서 자율규제의 실질화를 위한 연구, 행정법연구, 제64호, 행정법이론실무학회, 110-112.

첫째, 게임산업은 ICT 산업이라는 점이다. 오늘날 게임산업은 온라인 및 모바일 플랫폼을 이용하는 대표적인 ICT 산업에 해당한다. ICT 산업인 게임산업은 기술의 발전 및 변화의 속도가 매우 빠른 영역이어서, 제도의 경직성이 높은 법적 규제가 적용되기 어려울 뿐만 아니라, 법적 규제가 게임산업의 특성상 오히려 산업 발전에 장애가 될 위험성도 있다.²³⁾ 따라서 국가 주도의 ‘딱딱한 법(hard law)’이 아닌 게임산업 관련 주체들의 자발적 참여에 기초한 ‘말랑말랑한 법(soft law)’으로 규제의 목표를 달성해야 한다. 자율규제의 적용 및 확대를 통해서 법적 규제가 추구하는 규제목표를 달성할 수 있음에도 불구하고, 법적 규제를 적용하는 것은, ‘규제의 정당성’ 관점에서 과도한 국가후견주의 및 입법만능주의에 입각한 것이고, 또한 ‘규제의 실효성’이라는 관점에서 규제목표 달성에 그리 효과적이거나 효율적이지 못할 수 있다.

둘째, 게임산업은 문화산업이라는 점이다. 문화산업을 지배하는 헌법상의 원리는 문화국가원리이다. ‘문화국가’란 국가로부터 문화 활동의 자유가 보장되고 국가에 의하여 문화가 공급되어야 하는 국가, 즉 문화에 대한 국가적 보호·지원·조정 등이 이루어져야 하는 국가를 의미한다.²⁴⁾ 문화국가원리는 문화의 개방성 내지 다원성 표지와 연결되고, 이러한 문화의 사회적 토대는 ‘자율성’에 있다.²⁵⁾ 따라서 자율성을 기본토대 및 속성으로 하는 문화산업으로서의 게임산업 영역에서는 법적 규제보다는 자율규제가 오히려 속성에 부합하기 때문에, 법적 규제보다는 자율규제가 우선적으로 적용될 필요가 있다.

23) 게임산업은 발전·변화의 속도가 매우 빠르고, 인터넷 등을 통한 이용자의 불만표시가 자유로우며, 유사한 게임(대체재)이 다양하게 존재한다는 특징을 지니고 있어서, 경직성이 높은 법적 규제가 제대로 작동하기 어려운 영역이라는 지적도 이와 동일한 취지이다. 이승훈, (2017), 게임규제 재설계 방안에 대한 연구, 한국컴퓨터게임학회논문지, 제30권 제4호, 한국컴퓨터게임학회, 101.

24) 권영성, (2010), 헌법학원론, 법문사, 143.

25) 헌재 2004. 5. 27. 선고 2003헌가1 결정, 헌법재판소판례집, 제16권 1집, 670 아래 679 : “우리나라는 건국헌법 이래 문화국가의 원리를 헌법의 기본원리로 채택하고 있다. 우리 현행 헌법은 전문에서 “문화의 … 영역에 있어서 각인의 기회를 균등히” 할 것을 선언하고 있을 뿐 아니라, 국가에게 전통문화의 계승 발전과 민족문화의 창달을 위하여 노력할 의무를 지우고 있다(제9조). 또한 헌법은 문화국가를 실현하기 위하여 보장되어야 할 정신적 기본권으로 양심과 사상의 자유, 종교의 자유, 언론·출판의 자유, 학문과 예술의 자유 등을 규정하고 있는바, 개별성·고유성·다양성으로 표현되는 문화는 사회의 자율영역을 바탕으로 한다고 할 것이고, 이들 기본권은 견해와 사상의 다양성을 그 본질로 하는 문화국가원리의 불가결의 조건이라고 할 것이다.”(민중 필자 강조)

□ 참고문헌

- 권영성, (2010), 헌법학원론, 법문사
- 김창수, (2012), 정부규제의 구조와 논리, 한국학술정보(주)
- 류충렬, (2015), 규제와 파르마콘, 대영문화사
- 선지원, (2021), 규제 방법의 진화로서 자율규제의 실질화를 위한 연구, 행정법연구, 제64호, 행정법이론실무학회
- 이민영, (2010), 인터넷 자율규제의 법적 의의, 저스티스, 통권 제115호, 한국법학원
- 이승훈, (2017), 게임규제 재설계 방안에 대한 연구, 한국컴퓨터게임학회논문지, 제30권 제4호, 한국컴퓨터게임학회
- 최병선, (1992), 정부규제론 : 규제와 규제완화의 정치경제, 법문사
- 최성락, (2021), 규제정책론, 윤성사
- 최성락'이혜영'서재호, (2007), 한국 자율규제의 특성에 관한 연구 : 자율규제 유형화를 중심으로, 한국공공관리학보, 제21권 제4호, 한국공공관리학회
- 최철호, (2010), 행정법상의 자율규제의 입법형태에 관한 연구, 법학논총, 제23집, 숭실대학교 법학연구소
- 현대호, (2009), 자율규제 확대를 위한 법제개선 연구(I), 한국법제연구원
- 황승흠'황성기'김지연'최승훈, (2004), 인터넷 자율규제, 커뮤니케이션북스
- 황승흠, (2008), 인터넷 콘텐츠 규제에 있어서 법제도와 사업자 자율규제의 결합에 관한 연구, 공법학연구, 제9권 제4호, 한국비교공법학회
- 황승흠, (2014), 인터넷 자율규제와 법, 커뮤니케이션북스
- Chris Marsden, (2021), Platform Law in Europe : Combatting Online Harms Through Co-Regulation, 디지털 경제의 조류와 온라인 플랫폼 규제의 향로 모색, 서울대학교 공익산업법센터 제20회 국제학술대회 자료집, 2021. 11. 12
- Julia Black, (1996), Constitutionalising Self-Regulation, *The Modern Review*, vol. 59
- Monroe E. Price & Stefaan G. Verhulst, (2000), The Concept of Self-Regulation and the Internet, *Protecting Our Children on the Internet: Towards a New Culture of Responsibility*, Bertelsmann Foundation Publishers, G'tersloh
- Ulrich Sieber, (2000), Legal Regulation, Law Enforcement and Self-regulation : A New Alliance for Preventing Illegal Content on the Internet, *Protecting Our Children on the Internet : Towards a New Culture of Responsibility*, Bertelsmann Foundation Publishers, G'tersloh

자율규제 성과

- 강화된 확률형 아이템 자율규제의
의의와 성과



강화된 확률형 아이템 자율규제의 의의와 성과



이 원 석
법무법인(유) 올촌, 변호사

1. 들어가며

이용자가 일정 금액을 지불하면 여러 종류의 아이템 중 하나가 지급되는 이른바 ‘확률형 아이템’은 2005년경 도입된 이래 게임업계의 주요 수입원 중 하나로 자리 잡았다. 게임업계의 과거 수익 모델은 게임을 일정 금액 또는 구독으로 판매하는 것이었다면, 현재는 게임 자체는 낮은 금액, 심지어는 무료로 제공하는 대신 아이템에 대한 인앱 결제를 통해 수익을 창출하는 것이다.

그런데 확률형 아이템은 과도한 과금 유도, 지나치게 낮고 불투명한 확률, 청소년에 대한 보호 미비 등으로 그동안 논란이 계속되어 왔다. 이와 관련하여, 확률형 아이템에 관한 거짓·기만적 행위에 대해서는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 등」(이하 ‘전자상거래법’)에 따라 규제되고 있는데, 더 나아가 게임산업 전반을 규제하는 「게임산업진흥에 관한 법률」(이하 ‘게임산업법’)에서도 확률형 아이템에 대한 규제를 도입하자는 법제화 논의도 계속되고 있다.

사단법인 한국게임산업협회(이하 ‘협회’)는 2014년부터 이어진 논의 끝에 2015. 7. 최초로 자율규제를 시행하고, 2017. 2. 확률형 아이템의 자체적 규제에 관한 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」(이하 이후 개정사항을 포함, 이를 통칭하여 ‘협회 자율규제’)을 제정하여 협회의 모든 회원사가 이를 준수하도록 하였으며, 계속하여 자율규제를 강화하고 있다.

이하에서는 확률형 아이템 관련 현행 법제 및 이에 따른 자율규제의 필요성, 협회 자율규제의 의의 및 연혁, 그리고 협회 자율규제의 성과에 관하여 살펴 보겠다.

2. 확률형 아이템 관련 법제 현황 및 자율규제의 필요성

게임산업법은 ‘사행성’에 관하여 다양한 규제를 하고 있다. 게임산업법상 ‘사행성게임물’은 ‘베팅이나 배당을 내용으로 하는 게임물’, ‘우연적인 방법으로 결과가 결정되는 게임물’ 등으로서 그 결과에 따라 재산상 이익 또는 손실을 주는 것을 의미한다(게임산업법 제2조 제1의2호). 게임물관리위원회는 등급분류를 신청한 게임물에 대하여 사행성게임물 여부를 확인하여야 하고(같은 법 제21조 제4항), 사행성게임물에 해당되는 게임물에 대하여는 등급분류를 거부할 수 있다(같은 법 제22조 제2항). 또한 게임물 관련사업자는 게임물을 이용하여 도박 그 밖의 사행행위를 하게 하거나 이를 하도록 내버려 두지 아니하고, 경품 등을 제공함으로써 사행성을 조장하지 아니할 의무가 있으며(같은 법 제28조 제2호 내지 제3호), 이를 위반 시 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금에 처해질 수 있다(같은 법 제44조 제1항 제1호 내지 제1의2호).

이처럼 게임산업법상 ‘사행성’은 우연적 방법으로 결과가 결정되고 그 결과로 재산상의 득실이 발생하는 것을 의미하는데, 확률형 아이템은 우연적 방법으로 결과가 결정되는 것으로서 이는 비교적 명백하다고 할 것이다. 그러나 그 결과로 ‘재산상의 득실’이 발생하는지 여부에 대해서는 논란이 없지 않으나, 게임산업법은 게임의 결과물에 대하여 환전을 금지하고 있으므로 재산상의 득실이 발생한다고 단정짓기는 어려울 것이다. 현실적으로 확률형 아이템을 갖춘 게임물들은 사행성게임물에 해당하지 아니하는 것으로 판단되어 등급분류를 받고 있고, 국내에서 확률형 아이템의 제공이 사행성을 조장하는 것으로 판단된 사례는 없는 것으로 보인다.

게임산업법 외에 전자상거래법 제21조 제1항 제1호는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자로 하여금 ‘거짓 또는 과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 소비자를 유인 또는 소비자와 거래하거나 청약철회등 또는 계약의 해지를 방해하는 행위’를 하는 것을 금지하고 있다. 따라서 확률형 아이템에 관하여 거짓·과장된 사실을 알리거나 기만적 방법을 사용하여 이용자를 유인하는 것은 전자상거래법 위반에 해당할 수 있으며, 실제로 공정거래위원회가 확률형 아이템의 획득 확률을 기만적으로 표시한 사업자에 대해 과징금을 부과한 사례도 있다. 그러나 이러한 규제는 사업자가 적극적으로 이용자를 기만하는 드문 경우에만 적용될 수 있는 것이며, 모든 확률형 아이템을 직접적으로 겨냥한 것은 아니다.

한편, 확률형 아이템에 대한 민원은 최초 도입 시기인 2005년경부터 제기되어¹⁾, 2011년경부터는 일주일에 수십 건의 민원이 게임물관리위원회 및 문화체육관광부에

1) 최성락, “확률형 아이템 자율규제의 적정성에 대한 연구”, 『한국사회와 행정연구』, 제30권 제3호, 2019, 160면.

제기되기에 이르렀다.²⁾ 협회는 확률형 아이템에 대한 지속적인 문제 제기에 자체적으로 대응하기 위하여 자율규제를 제정하게 된 것이다.

3. 협회 자율규제의 의의 및 연혁

가. 자율규제 일반의 의의

자율규제는 “피규제자인 기업·개인 등이 주체가 되어 스스로 규제를 하는 것”, 혹은 보다 일반적으로 “조직화된 집단이 그 구성원의 행위를 규제하는 것”을 의미하며³⁾, 국가가 시행하는 법령, 행정명령, 지시 등 정부규제와 대비된다. 자율규제는 정부규제에 비해 ① 해당 분야에 대한 전문성을 갖춘 업계 전문가가 규제를 구성하고(전문성), ② 이로 인하여 규제의 집행이 보다 용이하고 규제에 대한 순응성이 높아질 수 있으며(효율성), ③ 빠르게 변화하는 업계에 규제가 보다 잘 적응할 수 있다는(적응성) 장점이 있다.⁴⁾

나. 협회 자율규제의 개요 및 연혁

협회 자율규제는 게임물 이용자의 합리적 소비를 위하여 참여사가 준수하여야 할 사항 및 이용자에게 제공하여야 할 정보의 내용과 전달 방식 등을 자율규제의 내용으로 규정함으로써 건강한 게임문화 조성에 이바지함을 그 목적으로 한다(협회 자율규제 제1조). 협회 자율규제는 2015. 7. 최초로 시행된 이래 2017. 2. 15. 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」으로 제정되었고, 위 강령은 2018. 7. 1., 2021. 5. 27. 개정되었으며, 확률형 아이템에 관한 의무적 표시사항, 확률형 아이템과 관련한 준수사항, 자율규제 평가위원회의 설치 및 그 역할 등을 주요 내용으로 한다.

협회는 2015. 7. 협회 자율규제를 최초로 시행함에 앞서 2014. 11. ‘청소년 보호를 위한 게임업계의 자율규제 선언’을 발표하고, 2015. 5. 자율규제에 대한 가이드라인을 제정하여 사업자를 대상으로 설명회를 개최하는 등 사회 및 업계의 다양한 의견을 수렴하였다. 2015. 7. 시행된 최초의 협회 자율규제는 ‘캡슐형 유료 아이템’에 적용되었으며, ‘온라인/모바일 청소년 이용가 게임물’로 적용 범위가 한정되었다. 사업자는 캡슐형 유료 아이템의 결과물 범위 및 획득 가능한 아이템의 구간별 확률을 게임 홈페이지, 게임 내 상점 등 사업자가 선택하는 위치에 공개하도록 하였다.

2) 최성락, 위의 논문, 165면.

3) 배관표·정준화, “인터넷 게임의 확률형 아이템 자율규제와 정부의 역할”, 「입법과 정책」, 제11권 제2호, 국회입법조사처, 2019, 300면.

4) 최성락, 앞의 논문(주 1), 157면.

이후 협회는 2016. 11. 민·관·산·학 전문가로 구성된 정책협의체를 통한 논의를 거쳐 2017. 2. 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」을 제정하였고, 위 강령은 2017. 7. 시행되었다. 2017. 7. 시행된 협회 자율규제는 적용 범위를 ‘온라인/모바일 내 캡슐형 유료 아이템을 제공하는 모든 게임물’로 확대하였으며, 개별 아이템 확률의 전체 공개와 등급별 구성 비율 공개 중 하나를 선택하도록 하였다(단, 후자의 경우 일정 구매 횟수 도달 시 보상 지급, 희귀아이템 개별 확률 공개 등 추가 조치를 이행). 또한, 확률에 관한 정보를 게임 내에 안내하도록 하고, 자율규제 평가위원회를 구성하였으며, 위반 시 준수 권고, 경고, 공표 및 인증 취소 등 제재를 가하도록 하였다.

2018. 7. 개정 및 시행된 협회 자율규제는 적용 범위를 ‘캡슐형 유료 아이템 및 유료 인챠트’ 및 ‘플랫폼·등급과 무관한 모든 게임물’로 확대하였으며, 확률형 아이템의 개별 확률 공개를 의무화하는 등 규제를 대폭 강화하였다. 아울러, 확률에 관한 정보를 구매화면 등 이용자가 쉽게 확인할 수 있는 위치에 공개하도록 하였다.

다. 2021. 5. 개정 및 2021. 12. 시행된 협회 자율규제의 내용

협회는 2021. 5. 개정 및 2021. 12. 시행된 협회 자율규제(이하 ‘최신 자율규제’)로 확률형 아이템에 대한 규제를 더욱 강화하였다. 그 주요 내용은 다음과 같다.

1) 적용 및 공개 범위의 확대

이전까지의 협회 자율규제는 ‘캡슐형 유료 아이템 및 유료 인챠트’에 한하여 적용되었는데, 이는 갈수록 다변화되는 확률형 아이템 내지 콘텐츠의 유형에 효과적으로 대응하기 어렵다는 문제점이 있었다. 이에 최신 자율규제는 ‘아이템’ 대신 ‘콘텐츠’로 용어를 변경하여 아이템 외에도 효과·성능 등에 규제를 적용할 수 있도록 하였고, 대상 범위를 ‘유료 캡슐형 콘텐츠’, ‘유료 강화형 콘텐츠’, ‘유료 합성형 콘텐츠’로 확대하였으며, 유료 요소와 무료 요소가 결합된 경우에도 규제를 적용하도록 하였다.

2) 표시 의무의 강화

최신 자율규제는 이용자가 확률을 보다 정확하게, 직관적으로 이해할 수 있도록 개별 확률을 특정 소수점까지 표시하도록 하였고, 강화형·합성형 콘텐츠에서와 같이 확률을 백분율로 표시하기 어렵거나, 이보다 이용자가 더 직관적으로 이해할 수 있는 방식이 있는 경우에는 분수 또는 텍스트·함수 방식으로 확률을 표시하도록 하였다.

3) 자율규제 평가위원회의 평가 범위 확대

최신 자율규제는 유료 강화형·합성형 콘텐츠까지 적용 범위가 확대됨에 따라 자율규제 평가위원회의 평가 범위도 확대되었다. 또한, 백분율이 아닌 방식으로 확률형 콘텐츠의 조건과 결과 범위 등을 표시한 경우 자율규제 평가위원회가 그 적절성 여부를 평가할 수

있도록 하였다.

정리하면, 최신 자율규제는 게임물 이용자에 대한 확률 정보 공개의 범위를 대폭 확대하고, 확률을 보다 정확하고 이해하기 쉽게 표시하도록 하여 이용자의 알 권리를 증진시켰으며, 현존하는 확률형 콘텐츠 유형에 대해 이용자에게 제공 가능한 모든 정보를 공개할 의무가 부과된 것으로 평가된다.

4. 협회 자율규제의 성과

협회는 2017. 7. 시행된 자율규제부터 외부 독립 기관을 통해 자율규제의 준수 여부에 대한 모니터링을 실시하였으며, 2018. 11. 부터 새롭게 출범한 독립 기관인 한국게임정책자율기구(GSOK)에서 모니터링을 수행하고 있다.

한국게임정책자율기구는 2018. 7. 개정된 강령을 기준으로 매월 모니터링을 진행하였으며, 협회에서 지난 2021. 5. 자율규제를 재개정하여 자율규제가 시행된 2021. 12. 이후부터는 재개정된 자율규제를 기준으로 모니터링을 진행하고 있다.

GSOK이 공표한 자율규제 모니터링 결과는 아래 표와 같다.

[표 1] GSOK 자율규제 모니터링 결과(2021. 12. - 2022. 8.)

연월	2021. 12.	2022. 1	2022. 2	2022. 3	2022. 4	2022. 5	2022. 6	2022. 7	2022. 8
준수율 (%)	70.2	76.3	77.6	81.7	80.8	79.6	77.2	81.9	81.8

최신 자율규제의 시행 직후인 2021. 12.에는 준수율이 70.2%를 기록하였다. 규제의 개정 직후 준수율이 다소 낮아지는 것이 일반적이고, 2018. 7. 개정된 협회 자율규제의 시행 초기에 준수율이 60% 정도였음을 고려할 때, 이는 상당히 높은 준수율이고, 협회 자율규제가 2015. 7. 최초로 시행된 이후 약 7년이 지남에 따라 협회 자율규제가 게임업체에 완전히 자리를 잡았다고 평가할 수 있다. 그리고 최신 자율규제가 시행된 이후 2022. 3.부터는 준수율이 80%대 내지 70%대 후반을 계속하여 기록하고 있는데, 모니터링 대상 게임물(상위 100위)의 목록이 수시로 변화하고, 해외 게임업체, 중소 게임업체가 서비스한 게임물들의 갑작스런 흥행으로 모니터링 대상 게임물(상위 100위)로 갑자기 편입되는 점을 고려할 때 이는 상당히 높은 수준이며, 최신 자율규제의 강화된 내용 역시 안정적으로 정착한 것으로 평가된다.

특히 2021. 12. 자율규제 강령 재개정 이후 3개월 만에 81.7%의 준수율을 나타내고

있는 것은 강령 재개정이 시행되더라도 빠르게 사업자가 강령의 기준에 맞춰 업데이트 하며, 준수하려는 모습을 보이고 있어서 긍정적이라고 할 수 있다.

[표 2] GSOK 자율규제 모니터링 관련 회원사·비회원사 결과(2021. 12. - 2022. 8.)

연월	2021. 12.	2022. 1	2022. 2	2022. 3	2022. 4	2022. 5	2022. 6	2022. 7	2022. 8
회원사 준수율 (%)	85.4	90.5	90.4	95.2	98.1	97.3	94.6	97.3	95.6
비회원사 준수율 (%)	46.2	53.1	58.2	60.0	49.2	42.6	42.9	50.9	51.0

2022. 6. 기준으로 협회 회원사의 온라인 게임은 93.9%(66개 중 62개), 모바일 게임은 95.6%(45개 중 43개)의 준수율을 보이고 있어, 회원사의 거의 모든 게임물이 협회 자율규제를 준수하고 있다.

회원사 준수율의 경우 협회와 한국게임정책자율기구에서 끊임없이 자율규제 재개정 안내 및 준수 요청 등을 통해 높은 준수율을 유지하고 있는 것으로 파악되나 비회원사의 경우 대부분 해외 게임사이므로 준수율 상승에 어려움을 겪고 있는 것으로 보인다.

[표 3] GSOK 자율규제 모니터링 관련 개발사 국적별 결과(2021. 12. - 2022. 8.)

연월	2021. 12.	2022. 1	2022. 2	2022. 3	2022. 4	2022. 5	2022. 6	2022. 7	2022. 8
국내업체 준수율 (%)	79.6	87.8	87.7	93.2	95.6	93.4	91.5	95.5	95.5
해외업체 준수율 (%)	50.9	51.9	57.9	54.9	50.0	45.5	45.8	55.8	54.9

한편, 2022. 8. 기준으로 국내 개발사의 게임물은 95.5%를 기록한 반면, 해외 개발사의 게임물은 54.9%의 준수율에 그쳐 해외 게임업체의 준수율이 국내 게임업체에 비해 떨어진다. 그러나 협회 자율규제는 성질상 해외 게임업체에 대해 강제성을 지니지 아니한다는 점을 고려할 때, 해외 게임업체의 준수율이 약 55%에 달한다는 것은 국내에 게임을 서비스하는 해외 게임업체들도 협회 자율규제를 어느 정도 인식하고 이를 준수하고 있다는 의미로 보인다.

이처럼 최신 자율규제가 안정적으로 정착된 상황에서, 법적 규제를 도입한다고 하여 자율규제 이상의 효과를 거둘지는 미지수다. 해외 게임업체에 대하여 법적인 집행력을

행사하는데 한계가 있고, 규제를 안내하고 준수를 유도함에 있어서 자율규제보다 법적 규제가 더 효과가 있을지도 의문이기 때문이다.

5. 결론

이상과 같이 확률형 아이템에 대한 법적 규제의 공백, 자율규제의 필요성 및 협회 자율규제의 의의와 연혁에 대하여 살펴 보았다. 협회 자율규제는 2015. 7. 최초로 시행된 이래 이용자의 보호를 위하여 지속적으로 강화되어 왔으며, 2021. 5. 개정 및 2021. 12. 시행된 최신 자율규제는 확률형 아이템(콘텐츠)에 관해 이용자에게 제공 가능한 모든 정보를 공개할 의무를 부과하여 매우 높은 수준의 규제를 하고 있다. 그럼에도 불구하고 최신 자율규제에 대한 준수율은 약 80%(협회 회원사의 온라인 게임의 경우 93.9%, 모바일 게임의 경우 95.6%)에 달하여, 최초 시행으로부터 약 7년이 지난 협회 자율규제 체제는 게임업계에 완전히 자리를 잡은 것으로 평가된다.

한국게임산업의 세계적 위상이 높아짐에 따라 자율규제에 대한 해외업체의 인식도 높아지고 있다. 해외업체의 준수율이 아직 60%는 넘지 않지만, 한국의 확률형 아이템에 대한 자율규제가 글로벌 스탠다드가 된다면, 국내업체와 해외업체의 준수율의 차이는 줄어들 것이다. 자율규제에 대한 지원이 필요한 이유이다.



Game User Care & Self-Regulation
Volume 10



심의결정 리뷰

- A사의 OO게임 내, 확률형 아이템
심의 결과 리뷰



A사 'OO' 이벤트 상품 관련 심의결정 리뷰



정경오
법무법인 린 변호사

1. 심의결정 개요

가. 심의결정의 경과

1) 사실관계

2022년 2월 한국게임정책자율기구(이하 '기구')는 A사의 'OO'(이하 '심의대상 게임')에서 시행 중인 이벤트 상품과 관련하여 민원을 접수하였다. 기구 사무국은 해당 이벤트 상품이 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」(2021. 5. 27. 개정되고 2021. 12. 1. 시행된 것. 이하 '자율규제 강령')상 확률정보 공개 대상이 되는지 여부가 불분명하다고 판단하였다. 이에 기구 사무국은 A사 측과 협의 후, 기구의 산하 위원회인 자율규제평가위원회(이하 '평가위')에 해당 상품의 확률정보 공개 여부에 대해 심의를 요청하였다.

2) 심의대상 게임

심의대상 게임은 매월 'OO의 검'이라는 시즌 보상 이벤트를 실시하고, 이용자들은 유료 캡슐형 콘텐츠인 'OO의 보물상자'를 특정 횟수 이상 구매할 시 확정적으로 '루비' 또는 '다이아'를 받는다. 이렇게 획득한 '루비' 또는 '다이아'를 재료로 'OO의 검'을 확률적으로 강화한다. 다만, 이 'OO의 검'은 게임 내에서 사용하는 아이템이 아니고, 월 단위로 강화 결과에 따라 심의대상 게임과 관련된 확정 아이템을 지급하는 용도로만 활용된다.

참조 : 평가위원회 결정 공표(2021-01호)

3) 관련 규정

[표 1] 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」¹⁾

제3조 (확률형 콘텐츠의 범위) 확률형 콘텐츠의 범위는 다음과 같다.

1. 캡슐형 콘텐츠 : 우연에 의하여 그 결과물이 제공되는 아이템 등의 콘텐츠
2. 강화형 콘텐츠 : 우연에 의하여 아이템 등의 성능이 변화하는 콘텐츠
3. 합성형 콘텐츠 : 아이템 등을 결합하여 우연에 의하여 결과물을 획득하는 콘텐츠

제9조 (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 본 강령 및 시행세칙 그리고 [별표 1] 내지 [별표 4]에 따라 참여사의 자율규제 준수방법이 적절한지 평가한다.

③ 평가위원회는 참여사가 정해진 조건에 따라 결과가 달라질 수 있는 경우로서 [별표 1] 내지 [별표 4] 예시에 따른 표기가 불가능하여 다른 방법으로 조건과 결과 범위 등을 표시한 경우 그 적절성 여부를 평가할 수 있다

4) 심의결정의 요지

A사는 ‘OO의 검’은 게임 내에서 사용할 수 없고, 보상이 이루어지면 사라지므로 확률형 아이템으로 볼 수 없으며, 확률정보 공개 대상이 아니라고 주장한다.

이에 대하여 평가위는 자율규제 강령의 입법취지를 고려할 때, ‘게임 내’는 “게임과 연결된 플랫폼을 포함”하는 것으로 보아야 하고, 만약 그렇지 않다면 현재 다양한 게임에서 이용자의 편의를 고려하여 홈페이지에서 구매 가능한 확률형 아이템은 확률정보 공개 대상에서 제외되는 부당한 결론에 이르게 되므로, ‘게임 내’의 범위를 지나치게 좁게 해석하는 경우 자율규제 강령의 취지가 몰각된다고 판단하였다.

또한, 평가위는 해당 아이템의 경우 그 자체로는 성능에 영향을 주지 않지만, 강화 후 이벤트 보상으로 연계 되는 아이템을 사용하여 게임 내 아이템의 성능이 달라진다는 점을 고려할 때, ‘아이템 등의 성능이 변화하는 콘텐츠’에 해당한다고 판단하였다.

결국 평가위는 위와 같이 ‘게임 내’ 요건을 충족하고, ‘아이템 등이 성능이 변화하는 콘텐츠’에 해당한다고 보아 ‘심의대상 게임’의 ‘OO의 검’은 확률정보 공개 대상인 ‘강화형 콘텐츠’에 해당한다고 결정하였다.

1) <http://www.gsok.or.kr/regulations-on-self-regulation/?uid=1497&mod=document&pageid=1>

2. 심의결정 리뷰

가. 쟁점의 정리

심의대상 게임에 대하여 ‘OO의 검’이 ‘강화형 콘텐츠’에 해당하는지 여부에 대해 A사는 ‘OO의 검’이 게임 내에서 획득한 아이템(‘OO의 보물’)을 사용하여 강화할 수 있지만 성능을 상승시키는 성질이 없고, 게임 내에서 사용할 수도 없고 해당 이벤트는 공식 홈페이지에서 이루어지고 있으므로 강화형 콘텐츠에 해당하지 않는다고 주장한다.

이는 결국 ‘OO의 검’에 대한 강화가 공식 홈페이지에서 이루어지고 게임 내에서 사용할 수 없는 점을 ‘게임 내’라고 볼 수 있는지 여부와 ‘OO의 검’을 강화할 수는 있지만 성능 상승이 없는 점을 ‘아이템의 성능이 변화하는 콘텐츠’로 볼 수 있는지가 쟁점이라고 할 것이다. 이는 결국 자율규제 강령의 해석과 관련된 문제이다.

나. 자율규제 강령의 해석 원칙

자율규제 강령의 해석 원칙에 대해서 특별한 기준은 없다. 따라서 자율규제 강령도 규범의 한 종류라는 점에서 대표적 규범인 법의 해석 원칙이 자율규제 강령 해석에도 그대로 적용될 수 있다.

1) 법 해석의 원칙

법 해석이란 법규가 가지는 의미나 내용을 명백히 확정하는 것을 의미한다. 이러한 법해석의 방법으로는 법규의 문장 용어를 기초로 그 문자가 가지는 보통의 의미에 따라 해석하는 문리해석, 법을 하나의 논리적 체계로 구성하여, 각 조문을 각각 적당한 지위에 두어 전 체계와 조화하는 내용을 주려는 논리해석, 법률의 공포 당시에 그에 의하여 규율될 구체적 자료와 법률가의 관계를 고려하는 역사적 해석, 법제도와 법의 목적을 고려하여 타당한 해결을 도모하려는 목적론적 해석이 있다. 법률규정이 있는 경우 그 법률규정과 반대로 해석하는 반대해석과 어떤 사실에 대하여 법률규정이 있는 경우 법률규정이 없는 사실에 대하여 법률규정이 있는 사실을 적용하는 유추해석이 있다. 또한 조문의 문언자체가 가지는 취지보다 넓게 해석하는 확장해석과 좁게 해석하는 축소해석이 있다.

법을 해석함에 있어서는 당해 특정조항 하나만을 가지고 판단할 것은 아니고 관련 법조항 전체를 유기적·체계적으로 종합 판단하여야 하며 각 대상법률의 성질에 따라 구체적·개별적으로 검토하여 법률조항과 법률의 입법 취지를 종합적으로 고찰하여 해석해야 한다.

2) 판례의 태도

대법원은 “법은 원칙적으로 불특정 다수인에 대하여 동일한 구속력을 갖는 사회의

보편타당한 규범이므로 이를 해석함에 있어서는 법의 표준적 의미를 밝혀 객관적 타당성이 있도록 하여야 하고, 가급적 모든 사람이 수긍할 수 있는 일관성을 유지함으로써 법적 안정성이 손상되지 않도록 하여야 한다. 한편 실정법은 보편적이고 전형적인 사안을 염두에 두고 규정되기 마련이므로 사회현실에서 일어나는 다양한 사안에서 그 법을 적용함에 있어서는 구체적 사안에 맞는 가장 타당한 해결이 될 수 있도록 해석할 것도 또한 요구된다. 요컨대 법해석의 목표는 어디까지나 법적 안정성을 저해하지 않는 범위 내에서 구체적 타당성을 찾는 데 두어야 한다. 나아가 그러기 위해서는 가능한 한 법률에 사용된 문언의 통상적인 의미에 충실하게 해석하는 것을 원칙으로 하면서, 법률의 입법 취지와 목적, 그 제·개정 연혁, 법질서 전체와의 조화, 다른 법령과의 관계 등을 고려하는 체계적·논리적 해석방법을 추가적으로 동원함으로써, 위와 같은 법해석의 요청에 부응하는 타당한 해석을 하여야 한다.”하여 같은 취지로 판시하고 있다(대법원 2013.01.17. 선고 2011다83431 전원합의체 판결[부당이득금반환]).

3) 소결

위에서 살펴본 바와 같이 자율규제 강령은 일종의 자치규범이므로 대표적인 규범이라고 할 수 있는 법 해석의 원칙을 적용할 수 있다. 따라서 자치규범인 자율규제 강령을 해석함에 있어서 당해 특정조항 하나만을 가지고 판단할 것은 아니고 관련 자치규범 전체를 유기적·체계적으로 종합 판단하여야 하며 각 자치규범의 성질에 따라 구체적·개별적으로 검토하여 자치규범의 조항과 자치규범의 입법 취지를 종합적으로 고찰하여 해석해야 할 것이다.

라. 검토

1) 엄격해석의 원칙 적용 여부

‘OO의 검’이 이벤트용외로만 활용되지 않고 게임 내에서 아이템 등의 성능이 변화하는 콘텐츠에 해당하는 경우 ‘OO의 검’에 대한 확률정보를 공개해야 하는 점에서 A사에게 의무를 부과한다.

판례는 침익적 행정행위의 해석에 대하여 “침익적 행정처분은 수익적 행정처분에 대응하는 개념으로 상대방의 권익을 제한하거나 상대방에게 의무를 부과하는 것이므로 헌법상 요구되는 명확성의 원칙에 따라 그 근거가 되는 행정법규를 더욱 엄격하게 해석·적용하여야 하고, 행정처분의 상대방에게 지나치게 불리한 방향으로 확대해석이나 유추해석을 해서는 안 된다(대법원 2016. 11. 25. 선고 2015두37815 판결 등 참조)”고 판시한 바 있다.

마찬가지로 자치규범인 자율규제 강령에 대한 해석 여부에 따라 A사에게 확률정보

공개라는 의무를 부과하게 되므로 A사에게 불리한 방향으로 확대해석이나 유추해석을 하여서는 아니되고, 엄격하게 해석·적용해야 할 것이다.

2) ‘게임 내’의 요건을 충족하는지 여부

‘게임 내’라는 의미에 대하여 A사는 ‘OO의 검’이 이벤트용으로만 활용되므로 게임 내에서 사용할 수 없고, 해당 이벤트는 공식 홈페이지에서 이루지고 있다고 주장한다.

형식적으로는 ‘게임 내’에서 획득한 아이템(‘OO의 보물’)을 이용하여 ‘게임 내’에서 ‘OO의 검’을 강화하는 것으로는 보이지 않는다. 그러나 공식 홈페이지에서 ‘게임 내’에서 획득한 아이템을 이용하여 ‘게임 내’에서 사용하는 ‘OO의 검’을 강화하는 점에서 실제 ‘게임 내’에서 이루어지는 것은 아니지만, 게임이벤트도 게임의 연장선상에 있다고 볼 수 있다.

논리 관계 중 ‘동치관계(Equivalence Relation)’를 적용할 수 있으며, 특히 동치관계의 세 가지 정의, 반사성(Reflexivity), 대칭성(Symmetry), 추이성(Transitivity) 중에서 추이성을 적용할 수 있다.

‘OO의 검’ 이벤트는 ‘OO의 보물상자’ 구매 →(강화 재료 확정적 획득)→ ‘OO의 검’ →(확률적 강화)→ ‘게임 내 특정 아이템’의 시행 체계를 가지고 있으므로 이 ‘하나의 이벤트’는 ‘OO의 보물상자’ 구매와 ‘게임 내 아이템’이 추이적으로(Transitively) 연결되는 하나의 아이템 획득 관계로 정의할 수 있다. 즉, 해당 이벤트는 ‘게임 내 아이템’을 ‘확률적’으로 획득하게 하는 이벤트로 볼 수밖에 없을 것이다.

따라서 평가위가 A사의 공식 홈페이지에서 이벤트로 ‘OO의 검’을 강화하는 경우를 ‘게임 내’라고 평가한 것은 타당하다고 할 것이다.

3) ‘아이템의 성능이 변화하는 콘텐츠’에 해당하는지 여부

‘아이템의 성능이 변화하는 콘텐츠’에 해당하는지 여부에 대하여 A사는 게임 내에서 획득한 아이템(‘OO의 보물’)을 이용하여 ‘OO의 검’을 강화할 수 있지만 성능을 향상시키는 것은 아니므로 ‘아이템의 성능이 변화하는 콘텐츠’는 아니라고 주장한다.

그런데, ‘아이템의 성능 변화’에는 반드시 성능 향상만을 의미하는 것은 아니고, 아이템이 기존에 가졌던 성질에 변경이 발생하였다면, 이는 아이템의 성능이 변화하였다고 볼 것이다.

‘OO의 검’은 이벤트를 통해 ‘게임 내’에서 획득한 아이템(‘OO의 보물’)을 사용하여

강화할 수 있고, 이렇게 강화된 ‘OO의 검’은 제일 높게 강화한 순서에 따라 보상이 지급되고, 추가로 ‘OO의 검’ +30 강화에 성공하거나 강화의 최종 순위 1~3위에 해당하는 경우에도 추가 보상이 있는 것을 알 수 있다. 즉, ‘OO의 검’은 이벤트를 통한 강화에 의하여 보상을 받을 수 있는 기능이 추가되었다는 점에서 기존의 성능에 변화가 생겼다고 할 것이다.

따라서 평가위가 ‘OO의 검’이 ‘아이템의 성능이 변화하는 아이템’으로 판단한 것은 타당하다고 할 것이다.

3. 결론

‘게임 내’라는 의미에 대하여 공식 홈페이지에서 ‘게임 내’에서 획득한 아이템을 이용하여 ‘게임 내’에서 사용하는 ‘OO의 검’을 강화하는 점에서 게임이벤트도 게임의 연장선상에 있다고 볼 수 있다. 또한, 아이템이 기존에 가졌던 성질에 변경이 발생하였다면, 이는 ‘아이템의 성능 변화’로 볼 수 있다. ‘OO의 검’은 이벤트를 통한 강화에 의하여 보상을 받을 수 있는 기능이 추가되었다는 점에서 기존의 성능에 변화가 생겼다고 할 것이다.

따라서 평가위가 ‘OO의 검’이 ‘게임 내’에서 ‘아이템의 성능이 변화하는 아이템’으로 판단하고, ‘심의대상 게임’의 ‘OO의 검’이 확률정보 공개 대상인 ‘강화형 콘텐츠’에 해당한다고 결정한 것은 타당하다.

□ 참고문헌

대법원 2013.01.17. 선고 2011다83431 전원합의체 판결

대법원 2016. 11. 25. 선고 2015두37815 판결



Game User Care & Self-Regulation
Volume 10



모니터링 결과

- 2022년 상반기 모니터링 결과



2022년 상반기 자율규제 모니터링 결과

□ 개요

1. 기간

- 2022년 1월 1일(토) ~ 6월 30일(목)

2. 대상

- 유료 확률형 콘텐츠 제공 게임물 전체

대상	온라인	모바일
2022년 상반기	게임트릭스 (www.gametrics.com) '전국표본PC게임사용량' 1~100위	모바일인덱스 (www.mobileindex.com) 모바일 게임 매출순위 1~100위

3. 주요 내용

- '건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령' 준수 여부 확인
 - 개별 확률 및 아이템 목록 공개 (2021.12.1. 강령 개정 이후)

주요 준수 항목	
1	결과물의 구성 비율에 관한 정보 등을 확인할 수 있는 위치를 구매하면 등 안내 또는 표기
2	유료 캡슐형 콘텐츠 결과물의 개별 구성 비율 모두 공개 (모든 아이템의 명칭, 등급 등 표기)
3	유료 강화형 콘텐츠 결과물의 개별 구성 비율 모두 공개 (모든 콘텐츠의 명칭, 등급 등 표기)
4	유료 합성형 콘텐츠 결과물의 개별 구성 비율 모두 공개 (모든 콘텐츠의 명칭, 등급 등 표기)

유통사 국적별 해외업체 준수율 모바일 표

구분		1월	2월	3월	4월	5월	6월
전체	준수율	76.3%	77.8%	81.7%	80.8%	79.6%	77.2%
	온라인	84.4%	83.1%	92.2%	94.7%	94.8%	89.5%
	모바일	69.6%	73.4%	72.8%	69.2%	66.7%	67.0%
개발사 국적별	국내업체 준수율	87.8%	87.7%	93.2%	95.6%	93.4%	91.5%
	온라인	90.9%	85.3%	94.2%	97.1%	97.1%	91.2%
	모바일	83.7%	91.3%	91.8%	93.5%	88.5%	91.8%
	해외업체 준수율	51.9%	57.9%	54.9%	50.0%	45.5%	45.8%
	온라인	45.5%	66.7%	75.0%	75.0%	75.0%	75.0%
	모바일	53.5%	56.3%	51.2%	45.5%	38.9%	40.0%
유통사 국적별	국내업체 준수율	88.1%	88.9%	94.2%	96.6%	93.6%	91.8%
	온라인	89.9%	85.7%	94.4%	97.1%	97.2%	91.4%
	모바일	85.7%	93.6%	93.9%	95.7%	88.9%	92.3%
	해외업체 준수율	48.0%	53.7%	51.0%	44.0%	39.0%	38.6%
	온라인	37.5%	57.1%	66.7%	66.7%	66.7%	66.7%
	모바일	50.0%	53.2%	48.8%	40.9%	34.3%	34.2%
회원사 기준	회원사 준수율	88.8%	89.7%	95.3%	98.2%	97.3%	94.5%
	온라인	90.8%	89.2%	95.5%	98.5%	100.0%	93.9%
	모바일	85.7%	90.5%	95.0%	97.6%	93.3%	95.5%
	비회원사 준수율	54.8%	57.8%	58.7%	48.3%	43.6%	43.9%
	온라인	50.0%	50.0%	72.7%	62.5%	60.0%	60.0%
	모바일	56.0%	59.6%	55.8%	46.0%	40.0%	40.4%

1. 전체 준수율

“신강령 적용 이후 점진적으로 전체 준수율 회복 중
(1월 76.3% → 6월 77.2%)”

“신강령 적용 이후 전체 준수율 77.2% 달성 (6월 기준)”

“신강령 적용 이후 국내업체 게임물 준수율 회복 (1월 87.8% → 6월 91.5%)”

“신강령 적용 이후 (사)한국게임산업협회 회원사 준수율 회복
(1월 88.8% → 6월 94.5%)”

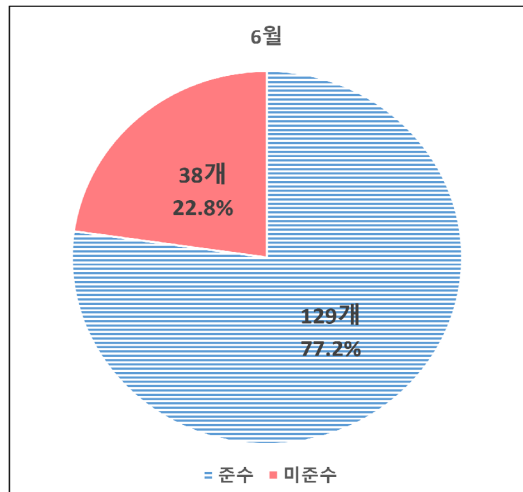
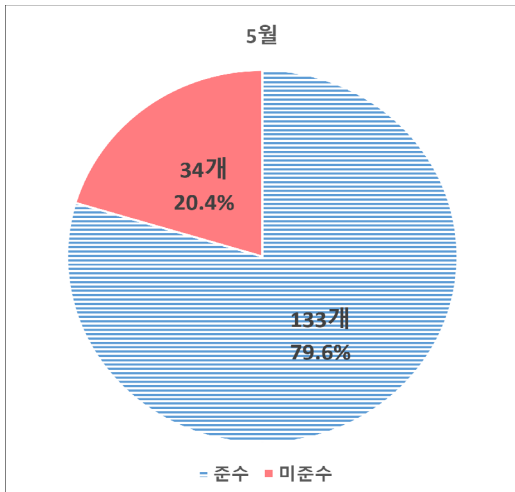
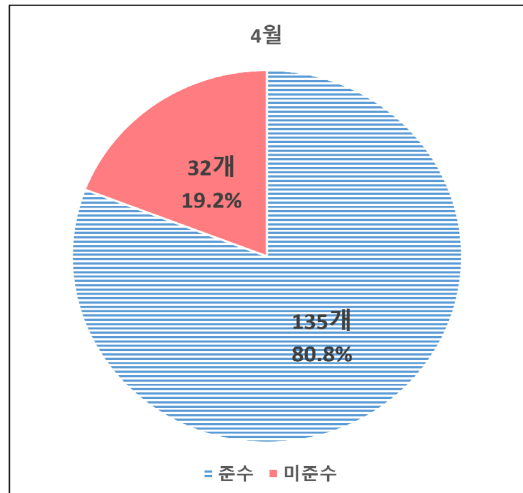
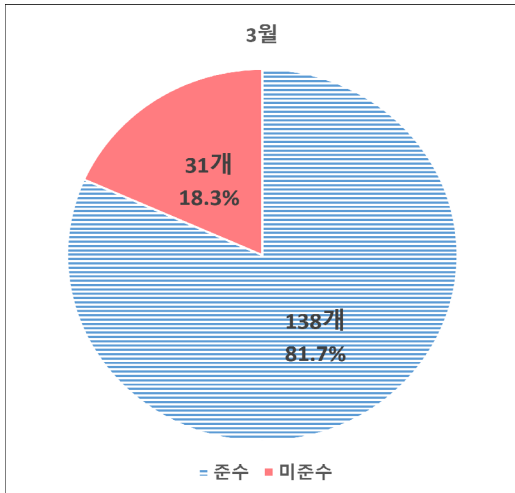
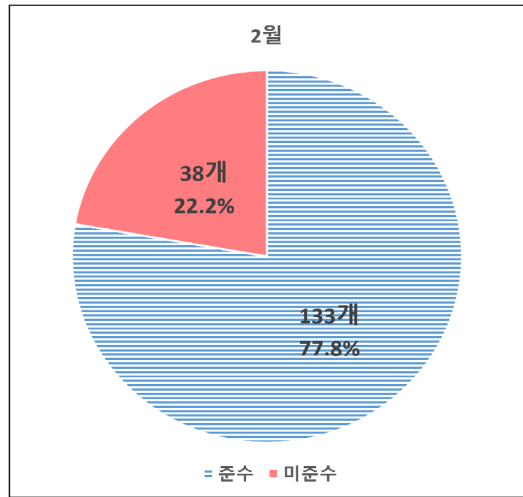
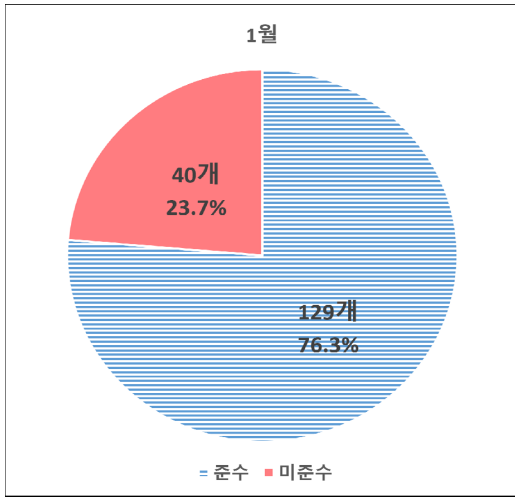
“신강령 적용 이후 (사)한국게임산업협회 비회원사 준수율 저조
(1월 54.8% → 6월 43.9%)”

- 전체 준수율은 신강령 적용 이후 기준 2022년 1월 76.3%에서 3월 81.7%, 6월 77.2%로 준수율이 회복과 하락이 반복되고있다. 이는 보다 엄격한 자율규제 기준을 적용하여 모니터링을 실시하기 때문으로 보이나, 국내업체의 준수율은 3월 이후 90%이상의 준수율을 계속해서 유지해 나가고 있다.
- (사)한국게임산업협회 회원사의 준수율은 2022년 1월 88.8%에서 6월 94.5%로 준수율을 꾸준히 회복해나가고 있다. 반면 비회원사의 준수율은 2022년 1월 54.8%에서 6월 43.9%로 양극화 양상을 보이고 있다.
- 준수대상 게임물은 2021년 하반기 평균 163건에 비해 평균 168건으로 증가하였다.

〈전체 게임 준수율〉

구 분	준수대상(개)	준수게임(개)	준수율
1월	169	129	76.3%
2월	171	133	77.8%
3월	169	138	81.7%
4월	167	135	80.8%
5월	167	133	79.6%
6월	167	129	77.2%

〈월별 유료 확률형 콘텐츠 자율규제 준수현황〉



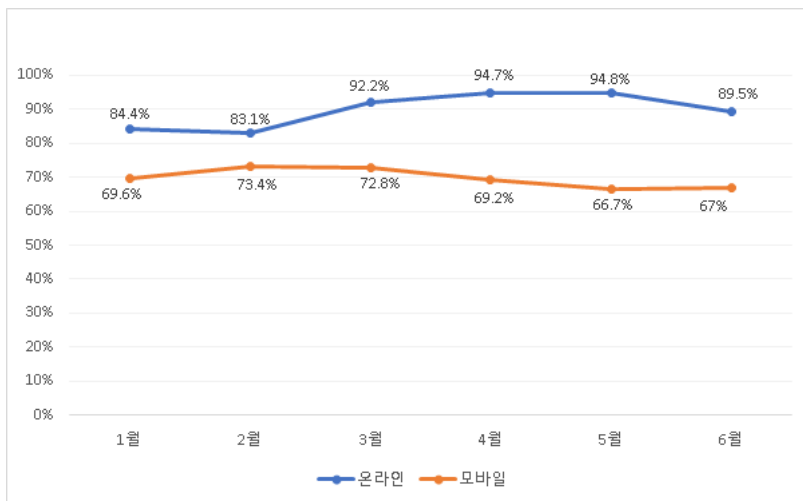
2. 플랫폼별 준수율

- 2022년 상반기 온라인 자율규제 준수율은 1월 84.4%에서 6월 89.5%로 5.1%p 가량 상승한 것으로 나타났다.
- 온라인 게임물의 준수율이 상승한 요인으로는 개정 강령 적용 후 미처 완료하지 못한 유료 콘텐츠들이 차례로 준수 전환되었던 점이 큰 비중을 차지한 것으로 보인다.
- 온라인 자율규제 준수율 1월 84.4%, 5월까지 점진적으로 준수율이 상승하여 94.8%, 6월에는 89.5%를 기록했다. 이는 6월에 새로 대상이 된 게임물 중 유료 강화형 및 유료 합성형 콘텐츠의 확률공개가 일부 미흡하여 미준수 처리된 게임물이 발생하였기 때문으로 추정된다.
- 모바일 게임물의 준수율은 1월 69.6%에서 6월 67.0%까지 감소하였다. 국내 모바일 게임물 준수율이 평균 90.1%, 해외 모바일 게임물 준수율이 평균 47.5%로 나타났으며, 감소한 요인으로는 강령 개정 후 공개 대상의 범위가 넓어짐에 따라 미준수 해외 게임물 수가 증가한 결과로 추정된다.
- 모바일 플랫폼 특성상 모니터링 대상이 되는 인기 게임 순위의 변동이 매우 빈번하고 신규 출시 게임물의 유입이 많아, 장기간 미준수였던 게임물이 다시 순위권으로 들어오거나, 신규로 출시된 게임물이 미준수인 채 높은 순위에서 머무르거나, 개정강령에 의해 공개 대상 콘텐츠의 범위가 넓어짐에 따라 기존 해외 준수 게임물의 미준수 전환 등이 준수율 감소의 주요한 원인으로 판단된다.
- 신강령 적용 이후 모바일 게임물의 준수율은 6월 67.0%를 기록했다. 국내 모바일 준수율 91.8%, 해외 모바일 게임물 준수율 40.0%를 달성한 것으로 확인된다.

〈온라인/모바일 게임 준수율〉

구분	온라인	모바일
1월	84.4%	69.6%
2월	83.1%	73.4%
3월	92.2%	72.8%
4월	94.7%	69.2%
5월	94.8%	66.7%
6월	89.5%	67.0%

〈온라인/모바일 자율규제 준수율 추이〉

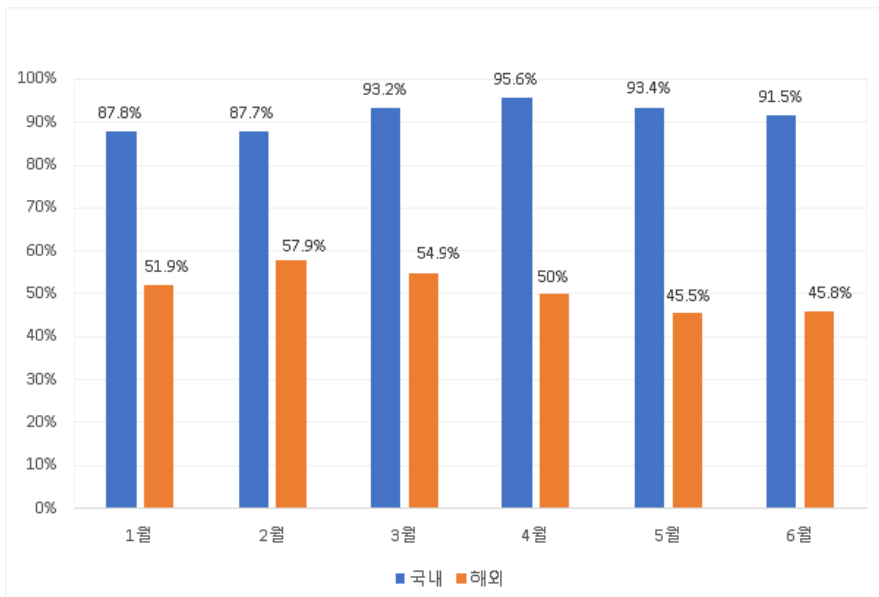


3. 개발사 국적별 준수율

- 2022년 상반기 국내 개발사 게임물 평균 91.5%, 해외 개발사 게임물 평균 51.0% 준수율을 기록했다.
- 해외 개발사의 경우 장기간 미준수인 게임물이 상위권에 머물고 있음과 동시에, 신규 출시된 게임물이 미준수로 확인되어 지속적인 준수 요청을 했음에도 준수전환되는 사례가 적어 준수율이 낮은 것으로 판단된다.

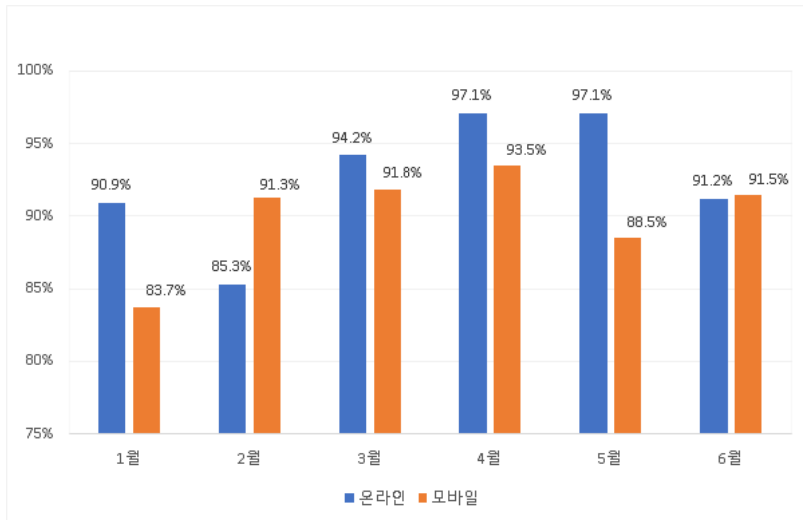
〈개발사 국적별 준수율〉

구 분	국내	해외
1월	87.8%	51.9%
2월	87.7%	57.9%
3월	93.2%	54.9%
4월	95.6%	50.0%
5월	93.4%	45.5%
6월	91.5%	45.8%



〈국내 온라인/모바일 개발사 게임물 준수율〉

구 분	온라인	모바일
1월	90.9%	83.7%
2월	85.3%	91.3%
3월	94.2%	91.8%
4월	97.1%	93.5%
5월	97.1%	88.5%
6월	91.2%	91.5%

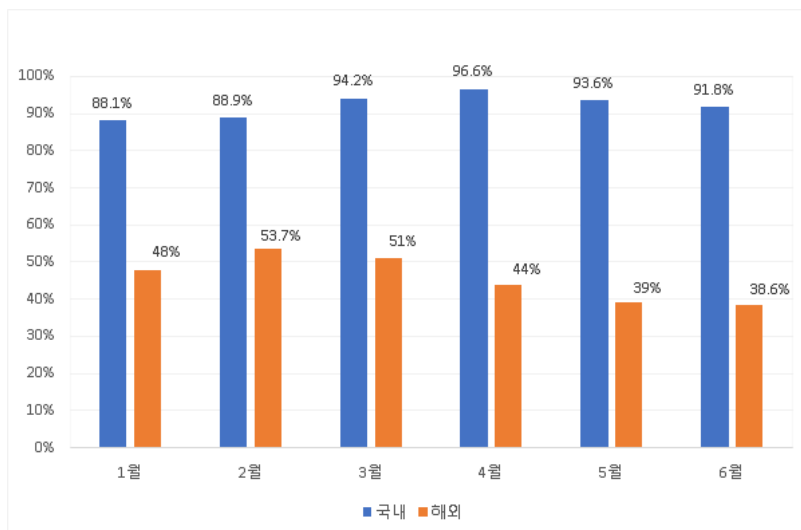


4. 유통사 국적별 준수율

- 2022년 상반기 국내 유통사 게임물 평균 92.2%, 해외 유통사 게임물 평균 45.7% 준수율을 기록했다.
- 해외 유통사의 경우 해외 개발사 게임물과 마찬가지로 장기간 미준수인 게임물이 상위권에 머물고 있음과 동시에, 신규 출시된 게임물이 미준수로 확인되는 경우가 많아 지속적인 준수 요청을 하고 있음에도 준수전환되는 사례가 적어 준수율이 낮은 것으로 판단된다.

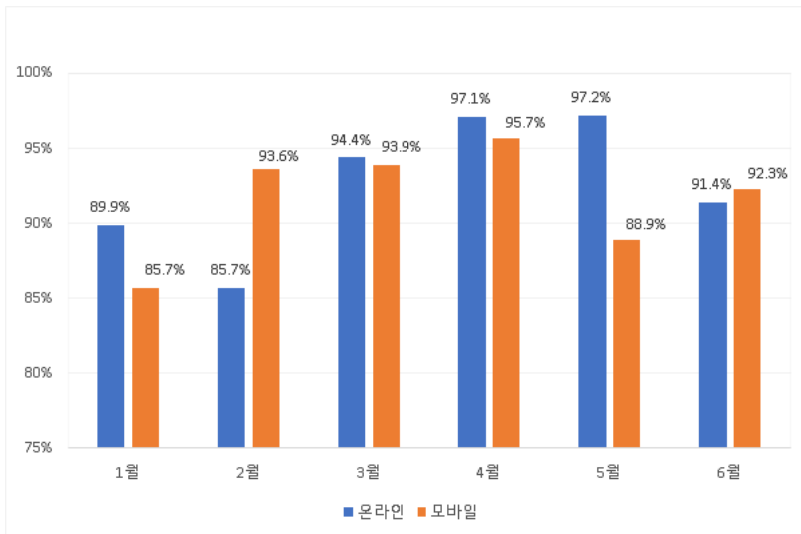
〈유통사 국적별 준수율〉

구 분	국내	해외
1월	88.1%	48.0%
2월	88.9%	53.7%
3월	94.2%	51.0%
4월	96.6%	44.0%
5월	93.6%	39.0%
6월	91.8%	38.6%



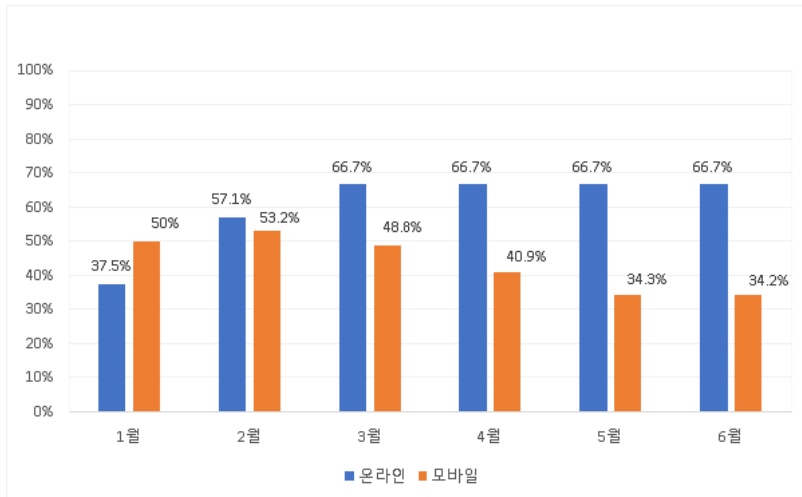
〈국내 온라인/모바일 유통사 게임물 준수율〉

구분	온라인	모바일
1월	89.9%	85.7%
2월	85.7%	93.6%
3월	94.4%	93.9%
4월	97.1%	95.7%
5월	97.2%	88.9%
6월	91.4%	92.3%



〈해외 온라인/모바일 유통사 게임물 준수율〉

구 분	온라인	모바일
1월	37.5%	50.0%
2월	57.1%	53.2%
3월	66.7%	48.8%
4월	66.7%	40.9%
5월	66.7%	34.3%
6월	66.7%	34.2%

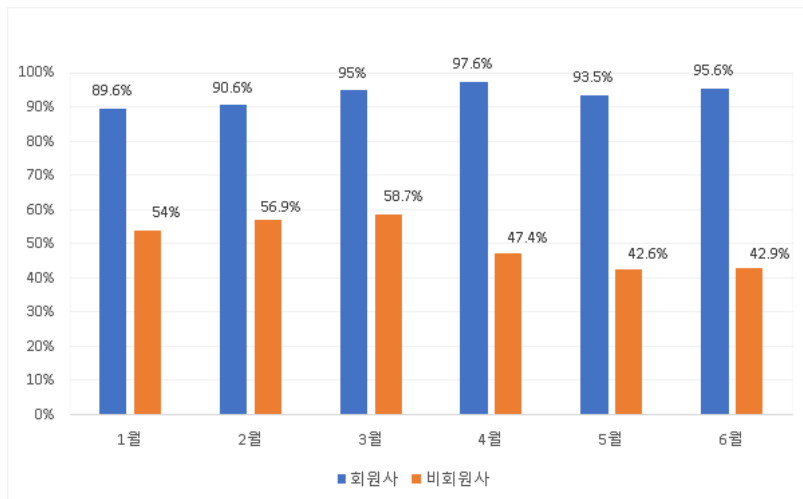


4. (사)한국게임산업협회 회원사 / 비회원사 자율규제 준수율

- 2022년 상반기 회원사 준수율의 경우 1월부터 6월까지 평균 준수율 94.3%로 개정 강령 적용 이후 빠르게 준수율을 회복하여 높은 준수율을 기록한 것으로 확인되었다. 비회원사 준수율의 경우 1월 54%에서 6월 42.9%로 모바일 준수율이 크게 하락한 것으로 확인되었다.

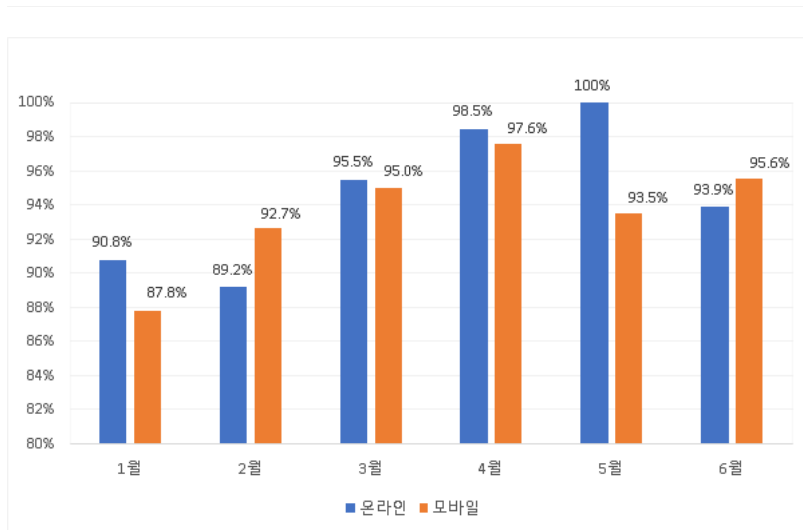
〈회원사/비회원사 준수율〉

구 분	회원사	비회원사
1월	89.6%	54.0%
2월	90.6%	56.9%
3월	95.0%	58.7%
4월	97.6%	47.4%
5월	93.5%	42.6%
6월	95.6%	42.9%



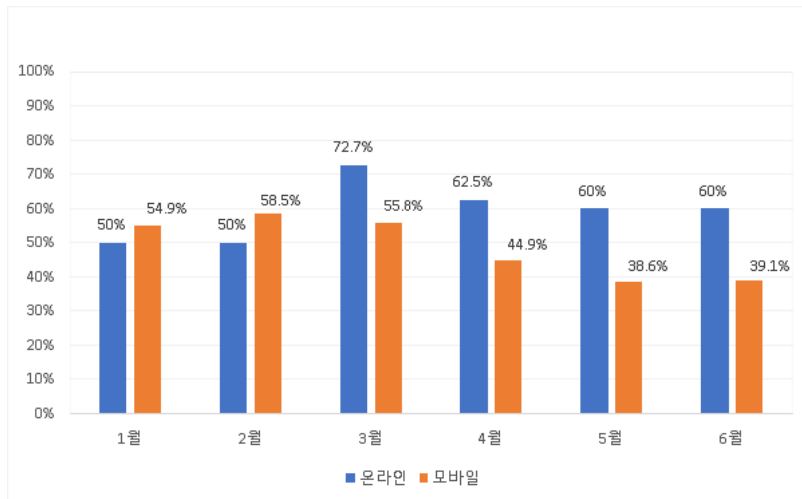
〈회원사 온라인/모바일 게임물 준수율〉

구 분	온라인	모바일
1월	90.8%	87.8%
2월	89.2%	92.7%
3월	95.5%	95.0%
4월	98.5%	97.6%
5월	100.0%	93.5%
6월	93.9%	95.6%



〈비회원사 온라인/모바일 게임물 준수율〉

구 분	온라인	모바일
1월	50.0%	54.9%
2월	50.0%	58.5%
3월	72.7%	55.8%
4월	62.5%	44.9%
5월	60.0%	38.6%
6월	60.0%	39.1%



5. 종합결과

- 2022년도 상반기 국내 개발사 평균 준수율은 91.5%, 국내 유통사 평균 준수율은 92.2%로 높은 준수율을 보였다. 이는 기존 미준수 게임사에게 자율규제 협조 요청 및 개정 강령 안내, 모니터링 결과 공유 등을 통해 준수 전환되는 사례가 지속적으로 누적되고, 소규모 개발사도 자율규제의 내용을 쉽게 전달하여 준수 전환이 이루어지는 것이 주된 이유로 국내 게임물의 준수율이 높게 유지된 것으로 판단된다.
- 개정 강령 적용 이후 하락한 준수율이 꾸준히 상승하고 있다. 2022년 1월 76.3%였던 전체 준수율이 4월 80.8%, 5월에 79.6%로 더욱 넓어진 자율규제 대상의 범위에도 불구하고 높은 준수율을 유지하고 있다.
- 개정 강령 적용 이후 해외 개발사/유통사 게임물의 평균 준수율은 51%, 45.7%로 나타나 국내 개발사/유통사 게임물과 비교했을 때 2021년 하반기에 비해 격차가 더 벌어진 것으로 확인된다. 이는 해외 게임사에 자율규제 협조 요청을 하더라도 준수 전환이 저조한 점, 모바일 게임의 빈번한 순위 변동 등의 이유로 준수율의 상승이 저조한 것으로 판단된다.
- 2022년 상반기 (사)한국게임산업협회 회원사 평균 준수율은 94.3%로 온라인/모바일 모두 90% 이상의 준수율을 유지하였다. 비회원사 평균 준수율의 경우 50.4%로 회원사와 43.9%p의 격차를 보여주고 있다. 회원사의 경우에는 높은 준수율을 유지하고 있지만, 비회원사의 경우 지속적으로 협조 요청 연락을 전하고 있음에도 강령의 범위가 넓어짐에 따라 전환된 사례가 적어 대상에서 제외되는 등의 이유로 준수율의 격차가 더욱 커진 것으로 보인다.
- 신강령 적용 이후 (사)한국게임산업협회 회원사 준수율은 6월 94.6%로 온라인 93.9%와 모바일 95.6%로 나타났으며, 비회원사의 경우 6월 42.9%로 온라인 60%와 모바일 39.1%의 준수율을 기록하였다. 이는 장기간 미준수였던 게임물들을 제외하곤 신강령 이후 확대된 대상인 유료 강화형 콘텐츠와 유료 합성형 콘텐츠 사항에서 미준수로 판단된 게임물이 시간이 지남에 따라 미비했던 게임물이 준수 전환되어 준수율을 회복한 것으로 확인되었다. 유료 강화형, 합성형 콘텐츠의 경우 각 게임물의 콘텐츠마다 다른 복잡하고 특이한 구조를 가지고 있거나, 공개 대상 여부가 모호한 콘텐츠가 여럿 확인되어 업데이트에 시일이 걸리거나 내부 심의 및 검증을 거쳐야 하는 등 많은 과정이 필요하므로 시일이 지남에 따라 추가적으로 준수 전환되는 게임물이 있을 것으로 보인다.

자율규제 및 자율기구 연혁

- 자율규제 변화 및 GSOK 연혁과 현황



자율규제의 변화, 한국게임정책자율기구 연혁 및 현황

□ 자율규제의 변화

구분	최초 자율규제(15.7~)	1차 개선 자율규제(17.7~)	2차 개선 자율규제(18.7~)	3차 개선 자율규제(21.12~)
적용 대상	청소년 이용불가 게임물을 제외한 모든 온라인·모바일 게임 강화 확률형 아이템(인센트)제외	플랫폼 등급 구분 없이 캡슐형 유료 아이템을 제공하는 모든 게임물	유료 요소가 포함된 유료 콘텐츠(확률형 아이템 및 강화, 합성)를 제공하는 모든 게임물	
확률 공개 방법	아이템 등급별 구간 확률 정보 (예시 : S, A, B, C 등급 등)	개별 구성 비율을 공개 (확률 전체 공개), 등급별 구성 비율 공개의 두 가지 방법 중 한가지를 선택하여 공개	확률형 아이템 결과물에 대한 개별 확률 공개	확률형 아이템 및 합성&강화에 따른 결과물에 대한 각 개별 확률 공개
확률 안내 방법	사업자 자율 (대표 홈페이지 등)	결과물 구성 비율에 관한 정보를 확인할 수 있는 위치를 게임 내 등에 안내 및 구성 비율에 변경이 발생할 경우 사전 공지	결과물의 확률에 관한 정보확인위치를 이용자의 식별이 용이한 게임 내 구매화면 등에 안내 및 변경	결과물의 확률에 관한 정보확인위치를 이용자의 식별이 용이한 게임 내 구매화면 등에 안내 및 변경

□ 한국게임정책자율기구 연혁

2018.03.28	문화체육관광부-한국게임산업협회, 건강한 게임문화 조성과 게임생태계 발전을 위한 업무협약 체결
2018.10.05	한국게임정책자율기구 창립총회 개최
2018.11.09	한국게임정책자율기구 자율규제평가위원회 구성
2018.11.16	한국게임정책자율기구 출범식 개최
2019.05.31	한국게임산업협회-게임물관리위원회와의 다자간 업무협약 체결
2019.06.14	한국게임정책자율기구 청소년보호정책위원회 구성
2019.06.19	한국모바일게임협회와의 업무협약 체결
2019.08.27	한국게임정책자율기구 게임광고자율규제위원회 구성
2021.02.22	한국인터넷자율정책기구와의 업무협약 체결
2022.02.24	한국게임정책자율기구 청소년보호정책위원회를 게임이용자정책위원회로 명칭 변경
2022.07.14	한국게임정책자율기구-개인정보보호위원회, 아동·청소년 개인정보 보호 강화를 위한 업무협약 체결
2022.09.06	일본온라인게임협회(JOGA) 와 업무협약 체결

□ 한국게임정책자율기구 현황





Game User Care & Self-Regulation
Volume 10



각 위원회 정기회의 주제 및 결과

- 자율규제평가위원회
- 게임이용자정책위원회(구 청소년보호정책위원회)
- 게임광고자율규제위원회



GSOK 각 위원회 정기회의 주제 및 결과 정리

□ 자율규제평가위원회 목적

- 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」에 따라 자율규제 개선 및 이행현황 감독·평가

□ 2022년 상반기 경과 보고

일정	주요 검토내용
제40차 회의 22.01.13(목)	- 12월 모니터링 결과* 보고 및 자율규제 미준수 게임물 공표 심의 * 개정 강령 시행 첫번째 달 준수율 70.2% 기록 - 리니지 2M 합성형 콘텐츠 논의의 건 * 리니지 2M 합성형 콘텐츠의 확률공개 대상 여부에 대한 내용을 심의의결함
제41차 회의 22.02.16(수)	- 1월 모니터링 결과* 보고 및 자율규제 미준수 게임물 공표 심의 * 개정 강령 시행 두번째 달 준수율 76.3% 기록
제42차 회의 22.03.16(수)	- 2월 모니터링 결과* 보고 및 자율규제 미준수 게임물 공표 심의 * 개정 강령 시행 세번째 달 준수율 77.6% 기록 - 로한 이벤트성 콘텐츠 논의의 건 * '로한' 게임물의 이벤트성 콘텐츠 '왕실의 검'의 확률 공개 기준에 관련하여 심의의결함 △ '게임 내'와 홈페이지를 분리해서 볼 경우 자율규제의 취지가 몰각된다는 주장이 있음 △ 두번째로 '왕실의 검'이 '성능에 영향을 주는 아이템'으로 볼 수 있다고 판단함
제43차 회의 22.04.13(수)	- 3월 모니터링 결과* 보고 및 자율규제 미준수 게임물 공표 심의 * 전월 미준수 게임물의 준수 전환으로 전체 준수율 3.9% 상승한 81.7% 기록
제44차 회의 22.05.18(수)	- 4월 모니터링 결과* 보고 및 자율규제 미준수 게임물 공표 심의 * 국내 게임물의 준수율은 상승했으나 해외 게임물의 준수율 하락으로 인해 전월 대비 전체 준수율 0.9% 하락한 80.8% 기록 △ PC와 모바일에서 동시에 플레이 할 수 있는 크로스 플랫폼 게임이 다수 출시됨. 이러한 게임을 하나의 게임물로 준수율을 파악해야 한다는 의견 있었으나 현행을 유지하기로 함
제45차 회의 22.06.13(월)	- 5월 모니터링 결과* 보고 및 자율규제 미준수 게임물 공표 심의 * 전월 대비 전체 준수율 1.2% 하락한 79.6% 기록 - 추가 모니터링 결과 보고 * 전체 17개 게임물 중 8개 게임물이 준수하여 47.6% 기록 - 확률형 아이템 주요 특이사항 관련 내용 검토

□ **게임이용자정책위원회(구 청소년보호정책위원회) 목적**

- 게임 내 건강한 환경 조성을 위한 정책 연구 및 게임 이용자 보호 등을 위한 사항을 심의·의결

□ **2022년 상반기 경과 보고**

일정	주요 검토내용
<p>제19차 회의 22.02.11(금)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 말뚱치 DB 대분류체계 수정의 건 - 말뚱치 DB 구축 이후 운영방안 논의의 건 (논의내용) △말뚱치 DB 공개범위는 회원사와 공유하는 것을 원칙으로 하기로 함 △비회원사에 대한 말뚱치 제공은 현재 시점에서는 하지 않기로 함 △말뚱치 DB 신규 단어 추가 창구를 다원화하기로 함 - 이용자 행동준칙 명칭 변경 및 업로드 방식 검토의 건 (논의내용) △'이용자 행동준칙'의 명칭을 '게임이용자 행동 가이드라인'으로 변경하기로 함
<p>제20차 회의 22.04.26(화)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 말뚱치 DB 구축 이후 운영방안 논의의 건 (논의주제) 말뚱치 DB 신규단어 업데이트 관련의 건 (논의내용) △향후 어린이용 말뚱치 DB 구축에 관한 의견이 제시됨 △신규단어(욕설)를 찾기 위한 모니터링은 진행하지 않으나, 일상적으로 발견되는 욕설은 포함하기로 함 - 말뚱치 DB 비회원사 공개 방안 논의의 건 (논의내용) △말뚱치는 DB방식으로 제공 예정, 초기에는 비회원사에게 말뚱치 DB는 제공하지 않기로 의결함 △향후 안정적인 말뚱치 DB 운영 이후, 중장기적으로 비회원사에게도 공개하는 방향 검토 - 개인정보보호위원회 업무협약 관련의 건 (논의내용) △개인정보보호위원회와 MOU 또는 공동홍보 등의 업무협약 진행 △사업 범위에 대하여 추후 논의 필요
<p>제21차 회의 22.06.21(화)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 말뚱치 DB 구축 이후 사업 방향 논의의 건 (논의주제) 타 기관 등의 DB를 이용한 신규단어 업데이트 관련 (논의내용) △타 기관 말뚱치를 그대로 금지어로 적용하게 되면 기준이 명확하지 못하고 게임이용자 문화와 상충할 가능성이 있으므로 신중히 판단하기로 함 △향후 혐오 표현 말뚱치 등 공공분야 DB 구축현황을 추적하여 적용 여부 검토 - 말뚱치 DB 연계 개인정보보호위원회 업무협약 관련 논의의 건 (논의내용) △말뚱치 DB 중 개인정보 관련 단어의 현황 및 분류 필요성이 있으므로 집 주소, 전화번호, 운영사 사칭 등의 말뚱치 분류 △'아동·청소년 개인정보 보호 강화'를 위한 업무협약서 세부내용 논의 △MOU 후 후속 공동사업과 관련하여 논의를 하기로 함

□ 게임광고자율규제위원회 목적

- 게임광고의 자율성과 신뢰성을 높이고자 게임광고자율규제와 관련한 제반 사항을 다루기 위한 광고 위원회를 설치

□ 2022년 상반기 경과 보고

일정	주요 검토내용
제25차 회의 22.01.19.(수)	<ul style="list-style-type: none"> - 회원사 게임 광고 심의 결과 공개 관련 논의 (논의내용) 자사 광고물에 대한 심의 결정사항에 대해 논의하였으며, 회원사 의견 수렴을 위해 간담회를 개최하기로 함 - 광고 내 여성 캐릭터의 노출 기준 관련 논의 (논의내용) 심의의 일관성을 위해 노출 광고에 대한 객관적 기준 마련이 필요하다는 데 의견을 같이하여, 논의를 통해 세부적 기준을 담은 일반적 기준표를 마련함
제26차 회의 22.02.22.(화)	<ul style="list-style-type: none"> - 게임광고 모니터링 심의 (논의내용) 광고 내 여성 캐릭터의 성적 의도성이 분명한 경우에는 '주의' 이상으로 의결하여야 한다는 데 의견을 같이함 - 회원사 게임 광고 심의 결과 공개 관련 결정 (결정사항) 지난해(2021) 모든 회원사의 게임광고 중 최종 의결이 '주의' 이상이었던 사항들에 대해 개별사에 공유하기로 결정하였으며, 공유한 사항들에 대해 피드백이 있다면 해당 의견들을 모아 심의 진행 시 참고하기로 함
제27차 회의 22.03.24.(목)	<ul style="list-style-type: none"> - 게임광고 모니터링 심의 (논의내용) 특정 성(性)을 다른 성보다 부정적, 회화적으로 묘사하는 광고가 청소년의 건전한 성 의식 형성을 저해할 우려가 있다는 데 의견을 같이함
제28차 회의 22.04.28.(목)	<ul style="list-style-type: none"> - 게임광고 모니터링 심의 (논의내용) 금반 모니터링 심의에는 사람의 머리를 타격하는 일명 "헤드샷" 광고 다수가 심의 대상으로 선정됨. 객관적인 기준 마련이 필요하다는 데 의견을 같이하여, 그동안의 "헤드샷" 관련 광고를 사무국 차원에서 취합하여 차기 회의에서 구체적인 논의를 이어가기로 함
제29차 회의 22.05.26.(목)	<ul style="list-style-type: none"> - 게임광고 모니터링 심의 (논의내용) 파생상품만을 광고하는 경우 심의 대상으로 보지 않고 심의 시에는 게임사에서 제작한 게임물에 대한 광고만 심의 대상으로 보기로 함 - 헤드샷 광고 관련 논의 (논의내용) 캐릭터의 머리를 직접적으로 타격하는 "헤드샷" 광고를 취합하여 전반적인 논의를 통해 재검토하였으며, 구체적 판단 기준을 정함
제30차 회의 22.06.27.(월)	<ul style="list-style-type: none"> - 게임광고 모니터링 심의 (논의내용) 폭력적 광고의 구체적 광고사례를 모아 사무국 차원에서 취합하여 기준을 정하기로 함 - 제7회 GSOK 포럼 결과 관련 (보고사항) 지난 6월 23일, 한양대 법학연구소와 '게임광고 자율규제 그 방향은?' 라는 주제로 공동세미나를 개최하여, 건강한 게임문화 조성을 위해 각 분야별 전문가에게 게임광고 자율규제가 나아갈 방향이 무엇인지 의견을 수렴함

부 록

- 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.

개정 : 2021.05.27.

【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 콘텐츠 : 게임 내에서 무료로 획득할 수 있는 아이템 등의 콘텐츠
2. 유료 콘텐츠 : 이용자가 유료 구매를 통해 획득할 수 있는 아이템 등의 콘텐츠
3. 확률형 콘텐츠 : 게임 내에서 우연에 의해 구체적인 종류, 효과 및 성능 등이 결정되는 아이템 등의 콘텐츠

제3조 (확률형 콘텐츠의 범위) 확률형 콘텐츠의 범위는 다음과 같다.

1. 캡슐형 콘텐츠 : 우연에 의하여 그 결과물이 제공되는 아이템 등의 콘텐츠
2. 강화형 콘텐츠 : 우연에 의하여 아이템 등의 성능이 변화하는 콘텐츠
3. 합성형 콘텐츠 : 아이템 등을 결합하여 우연에 의하여 결과물을 획득하는 콘텐츠

제4조 (적용대상)

- ① 이 강령은 유료 확률형 콘텐츠를 제공하는 모든 게임에 적용한다.
- ② 제1항에 따른 게임물의 구체적인 범위는 제8조의 자율규제 평가위원회에서 매년 검토하여 결정한다.

제5조 (유료 확률형 콘텐츠의 표시)

- ① 참여사는 유료 캡슐형 콘텐츠에 대하여 다음 각 호의 내용을 표시하여야 한다.
 1. 유료 캡슐형 콘텐츠를 통해 제공되는 모든 콘텐츠 명칭, 등급
 2. 유료 캡슐형 콘텐츠의 제공 수나 제공 기간이 한정되는 경우 해당 정보
 3. [별표 1]의 예시에 따른 유료 캡슐형 콘텐츠 결과의 개별확률
- ② 참여사는 유료 강화형 콘텐츠에 대하여 다음 각 호의 내용을 표시하여야 한다.
 1. 유료 강화형 콘텐츠를 통해 제공되는 콘텐츠의 성능 변화 결과
 2. [별표 2]의 예시에 따른 유료 강화형 콘텐츠 결과의 개별확률
- ③ 참여사는 유료 합성형 콘텐츠에 대하여 다음 각 호의 내용을 표시하여야 한다.
 1. 유료 합성형 콘텐츠를 통해 제공되는 콘텐츠의 합성 결과
 2. [별표 3]의 예시에 따른 유료 합성형 콘텐츠 결과의 개별확률
- ④ 유료 확률형 콘텐츠의 확률을 백분율로 표시하기 어렵거나, 이용자의 직관적 이해를 도울 수 있는 방법이 있는 경우, 특정 소수점까지 표시하거나, 분수, 함수, 텍스트 등의 방법으로 표시할 수 있다.
- ⑤ 참여사는 본 조 제1항 내지 제3항의 내용을 이용자가 쉽게 확인할 수 있도록 표시하여야 하며, 전항에 따라 표시되는 정보를 확인할 수 있는 위치를 구매화면 등에 안내하여야 한다.
- ⑥ 참여사는 본 조 제1항 내지 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 고지하여야 한다.

제6조 (유료 확률형 콘텐츠의 운용)

① 참여사는 유료 확률형 콘텐츠의 기획 시 다음 각 호의 사항을 하여서는 아니된다.

1. 유료 확률형 콘텐츠의 이용 조건이나 아이템의 내용에 대해서 사실과 다른 표시, 게임물 이용자가 오인할 만한 표시를 하는 행위
2. 유료 확률형 콘텐츠의 결과물에 유료 캐시를 포함하는 행위
3. 유료 캡슐형 콘텐츠의 결과물로 아무것도 제공하지 않는 행위
4. 유료 캡슐형 콘텐츠의 결과물 중 다음 단계의 게임 진행을 위한 필수 콘텐츠를 포함하는 행위

② 참여사는 유료 캡슐형 콘텐츠의 결과물로 유료 콘텐츠를 제공하는 경우 다음 각 호중 하나의 행위를 준수하여야 한다.

1. 유료 캡슐형 콘텐츠의 결과로 제공되는 유료 콘텐츠의 가치는 유료 캡슐형 콘텐츠 1회 구입가격과 동등하거나 그 이상으로 할 것
2. 유료 캡슐형 콘텐츠 10회 구매시 제공되는 유료 콘텐츠의 기대가치는 유료 캡슐형 콘텐츠 10회 구입가격과 동등하거나 그 이상으로 할 것
3. 그 외 본 항 제1호와 제2호에 준하여 구입가격과 동등하거나 그 이상의 유료 콘텐츠를 제공할 것

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-GAMES 및 제8조의 자율규제 평가위원회에 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 한국게임정책 자율기구에 자율규제 평가위원회(이하 ‘평가위원회’)를 설치한다.

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

제9조 (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 본 강령 및 시행세칙 그리고 [별표 1] 내지 [별표 4]에 따라 참여사의 자율규제 준수방법이 적절한지 평가한다.
- ③ 평가위원회는 참여사가 정해진 조건에 따라 결과가 달라질 수 있는 경우로서 [별표 1] 내지 [별표 4] 예시에 따른 표기가 불가능하여 다른 방법으로 조건과 결과 범위 등을 표시한 경우 그 적절성 여부를 평가할 수 있다.

제10조 (시행세칙) 이 강령의 시행 및 목적 달성을 위하여 필요한 구체적인 사항은 제8조의 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.

부칙 <2021. 5. 27.>

이 강령은 2021년 12월 1일부터 시행한다.

[별표 1] <제정 2017.02.15>

<개정 2018.07.01, 2021.05.27.>

유료 캡슐형 콘텐츠의 표시 예시(제5조 제1항 관련)

등급	콘텐츠	개별 확률
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%

[별표 2] <신설 2021.05.27.>

유료 강화형 콘텐츠의 표시 예시(제5조 제2항 관련)

강화확률 예시 1)

	0강→1강	1강→2강	2강→3강	3강→4강	4강→5강
강화 확률	90%	80%	70%	60%	50%

강화확률 예시 2)

강화단계	결과				
	성공(+1)	대성공(+2)	대성공(+3)	변화 없음	실패
0	50.00%	25.00%	25.00%	0.00%	0.00%
1	52.00%	24.00%	24.00%	0.00%	0.00%
2	58.00%	21.00%	21.00%	0.00%	0.00%
3	62.00%	19.00%	19.00%	0.00%	0.00%
4	65.00%	15.00%	15.00%	5.00%	0.00%
5	72.00%	10.00%	10.00%	5.00%	3.00%
6	46.00%	4.00%	0.00%	30.00%	20.00%
7	15.00%	3.00%	0.00%	48.00%	34.00%
8	9.00%	1.00%	0.00%	50.00%	40.00%
9	0.40%	0.00%	0.00%	59.00%	40.60%

속성 부여 확률 예시)

등급 레어		분류 무기		레벨 120레벨 이상	
첫 번째 옵션	확률	두 번째 옵션	확률	세 번째 옵션	확률
힘 : +12	6.12%	힘 : +6	12.27%	힘 : +6	13.5%
민첩 : +12	6.12%	민첩 : +6	12.27%	민첩 : +6	13.5%
지능 : +12	6.12%	지능 : +6	12.27%	지능 : +6	13.5%
행운 : +12	6.12%	행운 : +6	12.27%	행운 : +6	13.5%
최대 HP : +120	4.08%	최대 HP : +60	8.18%	최대 HP : +60	9.0%
최대 MP : +120	4.08%	최대 MP : +60	8.18%	최대 MP : +60	9.0%
공격력 : +12	6.12%	공격력 : +6	0.61%	공격력 : +6	0.06%
마력 : +12	6.12%	마력 : +6	0.61%	마력 : +6	0.06%

[별표 3] <신설 2021.05.27.>

유료 합성형 콘텐츠의 표시 예시(제5조 제3항 관련)

예시 1)

투입 조건	획득 가능 결과	확률
B급 4개 이상	S급	10%
	A급	30%
	B급	60%

예시 2)

투입 조건	획득 가능 결과	확률
A등급 2개 + B등급 1개	S급	10%
	A급	30%
	B급	60%
A등급 2개 + B등급 2개	S급	20%
	A급	40%
	B급	40%
A등급 2개 + B등급 3개	S급	30%
	A급	60%
	B급	10%

[별표 4] <신설 2021.05.27.>

구성품 1개 획득 시 해당 구성품 미등장 구조 예시
(제9조 관련)

- * 확률형 아이템 결과물 목록에 안내된 아이템들은 중복으로 획득할 수 없습니다. 획득한 아이템의 등장확률은 잔여아이템에 균등하게 배분되어 가산됩니다.
- * 1회차에 아이템 E를 획득하고, 2회차에 아이템 H를 획득한 경우 3회차 뽑기 시 확률 적용 예

순서	획득 아이템	기본 확률	1회 획득 결과 반영	2회차 확률	2회 획득 결과 반영	3회차 확률
1	A	13.00%	+1.00%	14.00%	+0.89%	14.89%
2	B	13.00%	+1.00%	14.00%	+0.89%	14.89%
3	C	13.00%	+1.00%	14.00%	+0.89%	14.89%
4	D	10.00%	+1.00%	11.00%	+0.89%	11.89%
5	E	10.00%	-10.00%	(획득 완료)		
6	F	10.00%	+1.00%	11.00%	+0.89%	11.89%
7	G	7.00%	+1.00%	8.00%	+0.89%	8.89%
8	H	7.00%	+1.00%	8.00%	-8.00%	(획득 완료)
9	I	7.00%	+1.00%	8.00%	+0.89%	8.89%
10	J	5.00%	+1.00%	6.00%	+0.89%	6.89%
11	K	5.00%	+1.00%	6.00%	+0.89%	6.89%
합계		100.00%		100.00%		100.01%*

* 소수점 셋째자리에서 반올림한 값

건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령 시행세칙

2017. 5. 10(제정)
2017. 8. 18(개정)
2018. 6. 18(개정)
2021. 6. 16(개정)

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

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

② 강령 제2조 제2호의 “유료 콘텐츠”는 이용자가 현금으로 직접 구입하거나 현금 지급을 통해 획득하는 재화에 의하여 교환 또는 구입한 아이템 등의 콘텐츠를 의미한다.

③ 제1항 및 제2항의 기준에 따른 구분이 명확하지 않은 경우, 콘텐츠 구매의 수단이 되는 재화의 청약철회 및 환불 가능 여부에 따라 유료와 무료 콘텐츠를 구분한다.

제3조(확률형 콘텐츠) 강령 제2조 제3호의 “확률형 콘텐츠”는 사용시점의 우연성에 의해 구체적인 종류, 효과 및 성능 등이 결정되는 아이템 등의 콘텐츠로 다음 각호로 구분된다.

1. 강령 제3조 제1호의 “캡슐형 콘텐츠”는 구매한 콘텐츠의 사용 또는 개봉 당시의 정해진 확률에 따라 획득하는 결과물이 결정되는 콘텐츠
2. 강령 제3조 제2호의 “강화형 콘텐츠”는 구매한 재료 등 콘텐츠를 사용하여 보유한 캐릭터, 아이템, 펫 등의 성능, 효과, 옵션 등을 정해진 확률에 따라 변경하는 콘텐츠

3. 강령 제3조 제3호의 “합성형 콘텐츠”는 보유하고 있는 캐릭터, 아이템, 펫 등을 단수 혹은 복수 결합하여 정해진 확률에 따라 결과물을 획득하는 콘텐츠

제4조(평가위원회 검토) 강령 제8조 제1항에 의해 한국게임정책자율기구 내에 설치되는 자율규제 평가위원회(이하 “평가위원회”라 한다)가 강령 제4조 제2항에 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 콘텐츠 관련 정책동향
4. 참여사 및 유관 협·단체의 의견
5. 기타 적용대상 게임물의 범위 검토·결정을 위해 평가위원회가 의결한 사항

제5조(필수 콘텐츠) 강령 제6조 제1항 제4호의 “필수 콘텐츠”라 함은 게임의 시작 및 다음 단계 진행을 위해 필수적으로 요구되는 아이템 등의 콘텐츠를 의미하며, 단순히 게임진행을 유리하게 하는 아이템 등의 콘텐츠는 포함되지 아니 한다.

제6조(유료 캡슐형 콘텐츠의 가치산정) ① 강령 제6조 제2항 제1호의 유료 캡슐형 콘텐츠의 가치는 해당 콘텐츠의 구입 및 교환에 필요한 현금 혹은 유료 재화의 양을 기준으로 한다.

② 강령 제6조 제2항 제2호의 유료 콘텐츠의 기대가치는 제1항에 따른 유료 캡슐형 콘텐츠의 가치에 해당 콘텐츠의 유료 캡슐형 콘텐츠 내 구성 비율을 곱하여 산정한다.

③ 제1항에 따른 콘텐츠의 가치 산정이 불가능한 경우, 해당 콘텐츠와 유사한 기능 및 속성을 가진 콘텐츠의 가치를 참고하도록 한다. 다만, 콘텐츠를 별도로 판매하지 않는 등 명확한 기준 가치 산정이 불가능한 경우 제1항 및 제2항의 기준은 적용되지 아니한다.

④ 참여사는 강령 제6조 제2항 제3호에 따른 조치를 취할 경우 평가 위원회를 통해 이용자 보호 실효성에 대한 검토를 받을 수 있다.

제7조 (유료 캡슐형 콘텐츠의 명칭, 등급 등의 표시 방법 등) ① 강령 제5조 제1항 제1호에 따른 아이템 등 콘텐츠의 명칭, 등급 표시는 다음 각 호의 기준에 따른다.

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

② 강령 제5조 제1항 제3호에 따른 유료 캡슐형 콘텐츠 결과물의 구성비율은 백분율로 표시함을 원칙으로 한다. 다만, 부득이한 사유로 이용자의 직관적 이해를 도울 수 있는 방법이 있는 경우, 특정 소수점까지 표시하거나, 분수, 함수, 텍스트 등의 방법으로 표시할 수 있다.

③ 강령 제5조 제5항에 따른 구매화면 등의 안내는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방법으로 한다.

1. 유료 캡슐형 콘텐츠 관련 정보(구성비율에 관한 정보 포함, 이하 같다)의 구매화면 내 공개
2. 유료 캡슐형 콘텐츠 관련 정보 공개 웹페이지에 대한 링크 버튼의 구매화면 내 제공
3. 유료 캡슐형 콘텐츠 관련 정보의 열람 방법의 구매화면 내 안내 또는 공지

제8조 (유료 강화형 콘텐츠의 명칭, 등급 등의 표시방법 등) ① 강령 제5조 제2항에 따른 콘텐츠의 성능변화 결과의 표시는 다음 각호에 따른다

1. 게임 내 유료 강화형 콘텐츠의 강화 시도에 따라 성능 변화(성공, 실패, 소멸, 유지 등)이 있을 경우 확률을 표시
 2. 게임 내 유료 강화형 콘텐츠로 성능, 효과, 옵션등의 수치를 변화 되는 경우, 각 성능, 효과, 옵션의 목록 및 확률을 표시
- ② 강령 제5조 제2항 제2호에 따른 유료 강화형 콘텐츠 결과의 개별 확률은 백분율로 표시함을 원칙으로 한다. 다만, 부득이한 사유로 이용자의 직관적 이해를 도울 수 있는 방법이 있는 경우, 특정 소수점까지 표시하거나, 분수, 함수, 텍스트 등의 방법으로 표시할 수 있다.
- ③ 강령 제5조 제5항에 따른 구매화면 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.

제9조 (유료 합성형 콘텐츠의 명칭, 등급 등의 표시방법 등) ① 강령 제5조제3항에 따른 콘텐츠의 합성결과는 유료 합성형 콘텐츠의 피합성 아이템 등 콘텐츠의 등급 등에 따라 합성 결과물의 변화가 있을 경우 각각의 확률을 표시하여 공개한다. 또한, 합성의 결과로 생성되는 아이템 등 콘텐츠에 대해서는 제7조 제1항을 준용하여 표시한다.

② 강령 제5조 제2항 제3호에 따른 유료 강화형 콘텐츠 결과의 개별 확률은 백분율로 표시함을 원칙으로 한다. 다만, 부득이한 사유로 이용자의 직관적 이해를 도울 수 있는 방법이 있는 경우, 특정 소수점까지 표시하거나, 분수, 함수, 텍스트 등의 방법으로 표시할 수 있다.

③ 강령 제5조 제5항에 따른 구매화면 등의 안내는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방법으로 한다.

1. 합성시 결과물 확률 관련 정보의 게임 내 공개
2. 합성시 결과물 확률 관련 정보 공개 웹페이지에 대한 링크 버튼의 게임 내 제공
3. 합성시 결과물 확률 관련 정보의 열람방법의 게임 내 안내 또는 공지.

제10조 (획득 등에 따른 확률 변화시 표시 방법 등) ① 강령 제9조 제3항에 따라 게임 내에서 이미 취득한 아이템 등 콘텐츠를 중복 보유를 허용하지 않는 이유 등으로 획득 확률이 달라질 경우, 획득 확률이 달라지는 사유와 이에 따른 확률변화를 각 아이템 등 콘텐츠 별로 공개한다.

② 강령 제9조 제3항 및 강령 [별표 4]에 따른 콘텐츠 결과의 개별확률은 백분율로 표시함을 원칙으로 한다. 다만, 부득이한 사유로 이용자의 직관적 이해를 도울 수 있는 방법이 있는 경우, 특정 소수점까지 표시하거나, 분수, 함수, 텍스트 등의 방법으로 표시할 수 있다.

③ 제1항 및 2항에 따른 확률의 공개는 원 콘텐츠의 종류에 따라 제7조 내지 제9조를 준용한다.

제11조(내부점검 결과에 대한 적절성 평가) 평가위원회는 강령 제7조에 따른 참여사의 시정조치 및 재발방지책의 적절성에 대한 평가를 할 수 있다.

제12조(평가위원회의 구성 및 운영 등) 위원의 임기 등 평가위원회의 구성 및 운영 등에 관하여 필요한사항은 평가위원회 운영규정으로 정한다.

제13조(자율규제 인증제도) ① 강령 제9조 제1항 제2호에 따른 자율

규제 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.

제14조(상시 모니터링) 강령 제9조 제1항 제3호의 자율규제 이행현황 모니터링은 매월 게임 플랫폼별 인기 순위 게임물에 대해 실시하는 것을 원칙으로한다.

제15조(자율규제 미준수 게임물 및 사업자에 대한 조치) 강령 제9조 제1항제3호에 따라 평가위원회는 자율규제 미준수 게임물 및 사업자에 대해 다음 각호의 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

제16조(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.

<부 칙>

2021. 6. 16.

제1조(시행일) 이 세칙은 2021. 12. 1.부터 시행한다.

확률형아이템 자율규제 인증제도 시행세칙

2018. 12. 10(제정)

제1조 (목적) 이 시행세칙은 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」 제8조제1항제2호에서 규정하는 확률형아이템 자율규제 인증 제도의 운영에 필요한 구체적인 사항을 정함을 목적으로 한다.

제2조 (신청) ① 확률형아이템 자율규제 인증(이하 '인증'이라 한다)을 받고자 하는 자는 한국게임정책자율기구 사무국(이하 '기구'라 한다)을 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 기구는 전항에서 정한 구비서류에 미비한 사항이 있을 경우 인증을 신청한 자로 하여금 보완하도록 할 수 있다.

제3조 (수수료) ① 기구에서 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) 기구는 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 기구에 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 기구는 인증의 사후관리를 담당하며, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사항에 대해 사실 확인을 할 수 있다.

1. 이용자 민원이 제기된 미준수 사항
2. 기구 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>

2018.12.10

제1조 (시행일) 이 세칙은 2018.12.10.부터 시행한다.

[별지 제1호 서식]

확률형 아이템 자율규제 인증 신청서					
게임물 정보	게임명				
	사이트				
	플랫폼	<input type="checkbox"/> PC / 온라인 <input type="checkbox"/> 모바일 <input type="checkbox"/> 기타()	업체구분	<input type="checkbox"/> 개발사 <input type="checkbox"/> 유통사 <input type="checkbox"/> 기타()	
	등 급				
	장르	<input type="checkbox"/> 슈팅(FPS 포함) <input type="checkbox"/> 롤플레이팅 <input type="checkbox"/> 스포츠 <input type="checkbox"/> 시뮬레이션(전략/경영포함) <input type="checkbox"/> 퍼즐/보드 <input type="checkbox"/> 레이싱 <input type="checkbox"/> MMORPG <input type="checkbox"/> 액션 (대전격투 포함) <input type="checkbox"/> 기타()			
회사 정보	회사명			대표자	
	사업자 등록번호			대표번호	
	주 소	(우)			
	담당자			부서/ 직위	
	연락처			이메일	
『확률형아이템 자율규제 인증제도 시행세칙』 제2조에 의하여 위와 같이 신청합니다. <div style="text-align: right; margin-right: 100px;">년 월 일</div> <p style="text-align: center;">한국게임정책자율기구 평가위원장 귀하</p>					
<구비서류> 사업자등록증 사본 1부, 확률형아이템 자율규제 체크리스트 1부					

[별표 1]

확률형아이템 자율규제 인증마크 (제2조 관련)

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

	기본
기본형	
가로 A	
가로 B	
세로형	

발 행 인 : 황성기(한국게임정책자율기구 의장)

편 집 인 : 김양은(서강대학교)

편집위원 : 김양은(서강대학교)

김병철(중부대학교 게임소프트웨어학과)

송민수(한국소비자원)

전성민(가천대학교 경영대학)

나현수(한국게임정책자율기구)

최승우(한국게임산업협회)

발 행 일 : 2022년 09월 30일

발 행 처 : 한국게임정책자율기구

(06665) 서울특별시 서초구 방배로 114 다이치빌딩 4층

Tel : 02-6952-1375 / Fax : 02) 6952-1377

정기간행물 등록번호 : 서초 00080

ISSN 2586-6559(Print)

ISSN 2765-6268(Online)

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