



2010 White Paper
on Korean Games
Guide to Korean Games Industry and Culture

Chapter 06

정책 및 법제도 동향

제1장 _ 게임정책 및 지원제도

제1절 정책 동향과 주요 이슈

제2절 정책적 지원제도

제2장 _ 게임물 등급분류 제도의 현황과 전망

제1절 플랫폼별 등급분류 현황

제2절 오픈마켓 게임콘텐츠의 등급분류

제3절 외국의 게임 등급분류 제도

제3장 _ 게임업체 현황

제1절 게임 관련 법률 현황

제2절 게임 관련 약관 현황

제1장 게임정책 및 지원제도



▶ 제1절 정책 동향과 주요 이슈

1. 게임산업 정책의 역사

국내에 컴퓨터게임이 상륙한 것은 세계적으로 컴퓨터게임이 처음 등장한 시기로부터 그리 멀지 않다.¹⁾ 1970년대 초반에 <퐁(Pong)>의 등장은 시장 규모 1,000억 달러 이상의 세계 게임시장의 개막을 알리는 신호탄이었다. 국내에 전자오락실이란 이름으로 컴퓨터게임장이 생겨난 시기는 1970년대 후반으로 여겨지고 있다. 당시는 게임물에 대한 것 보다는 게임장에 대한 관리를 문제로 보건사회부(현 보건복지부)에서 담당을 했고, 이는 게임산업에 대한 정책이 아니라 게임장 관리·규제의 정책이었다고 할 수 있다.

1998년 문화부에 문화산업국이 새로 신설되면서 문화산업이 정책적인 영역으로 본격 진입했다. 이어 게임에 관한 업무가 문화부로 이관되었고, 1999

년 문화산업국 내에 게임음반과가 신설되었으며, 기존의 「음반·비디오물에관한법률」에 게임물이 포함되면서 「음반·비디오물·게임물에 관한법률」(이하 음비게법)로 개편되었다. 게임이 단순 오락장이 아니라 게임산업이란 측면에서 정책적 대상으로 논의되기 시작한 것이다.

1999년 게임산업 담당부처(게임음반과)가 생기고, 관련 법률(음비게법)이 제정되었으며, 실질적인 실행 조직으로 진흥기관(게임산업종합지원센터²⁾)이 설립되면서 게임산업에 대한 본격적인 정책적 시행이 가능하게 되었다. 게임산업종합지원센터 설립 이후 중소기업업계에 대한 인큐베이팅 등 공간과 기자재 지원으로부터 산업 정책적 조치를 시작하게 되었다. 2003년 게임산업에 대한 종합적인 중장기 정책이 수립되었고, 2000년 초반부터 급속하게 성장하는 온라인게임에 대해 기본 음비게법

1) 세계 최초의 컴퓨터게임에 대해서는 다소 의견이 엇갈릴 수도 있지만, 일반적으로 1958년 윌리 히깅보덤이 오실로스코프와 아날로그 컴퓨터를 이용하여 만든 테니스게임이 최초의 컴퓨터게임으로 알려져 있다. 이후 1962년 스텐포드 대학생들이 당시 슈퍼컴퓨터를 이용해서 만든 스페이스 워가 있으나 둘 다 지금과 같이 상업적이지 않았다. 현재의 게임산업을 추동한 상업적 컴퓨터게임으로는 1972년 놀란 푸쉬벨이 설립한 아타리에서 만든 '퐁(PONG)'으로 알려져 있다.

2) 1999년 게임종합지원센터는 이후 2002년 게임산업개발원으로, 2006년 게임산업진흥원으로 개편되었고, 2009년 5월 한국콘텐츠진흥원으로 통합되었다.

하에서의 한계점이 지적되었다. 이에 따라 2006년 세계 최초로 게임산업에 대한 독립적인 법률인 「게임산업 진흥에 관한 법률」이 제정되었다.

앞서 게임에 대한 정책의 시작이 게임장 관리로부터 비롯되기 시작했다고 했는데, 이와 함께 정책적으로 주요하게 다루어져 왔던 것이 사행성 유키기구의 문제다. 기존의 투전기와 같은 기계식에서 전자식으로 바뀌었을 뿐이지 게임의 사행화에 대한 규제는 지속되어 왔고, 이는 이후 2006년 ‘바다 이야기’ 사태를 맞이하면서 게임산업 정책에서 사행화 방지가 핵심적인 영역으로 부상하게 되었다. 기존의 정품용 아케이드게임의 문제점을 해소하기 위해 통합적인 관리 체계를 구축하고 있던 과정에서 과도한 사행화 문제가 사회문제로 크게 비화됨에 따라 전면적인 금지조치가 내려졌다. 이와 함께, 새로 재정되어 시행을 기다리던 「게임산업 진흥에 관한 법률」에서 사행성게임에 대한 규제 조항이 삽입되었다. 이후 아케이드게임은 시장 규모의 대폭적인 축소가 불가피했고, 산업 진흥에 대한 계기를 찾지 못한 채 크게 침체되어 있다.

한편 2002년 게임에 대한 과도한 이용에 따른 부작용이 사회적 관심으로 부각되면서 게임과몰입 예방 정책, 즉 게임중독 문제를 해소하기 위한 방안이 게임산업 정책의 새로운 영역으로 진입하게 되었다. 이후 게임과몰입을 예방하기 위한 상담과 교육 프로그램들이 시행되기 시작하였고, 2005년 게임문화에 대한 종합적인 정책이 발표되었다.³⁾

게임산업과 밀접한 관계가 있는 것이 e스포츠 분야다. e스포츠는 한국이 세계 e스포츠의 선도국이

라는 평가를 받고 있을 만큼 크게 성장한 분야인데, 게임과 스포츠의 융합이란 측면에서 게임문화의 새로운 대안으로 부상하게 되었다. 2004년 정부, e스포츠업계, 게임산업계, 스포츠계, 관련 전문가 등이 모여 e스포츠의 발전 방안을 논의하였고, 그 결과물로서 그 해 12월에 문화부는 e스포츠 중장기 비전을 발표하게 되었다. 이 시기부터 e스포츠도 정책적 대상으로 본격적으로 포괄되기 시작하였다.⁴⁾

2008년 ‘세컨드 레볼루션(the Second Revolution)’이라는 부제 하에 제2차 게임산업 중장기계획이 발표되었다. 이는 1차 중장기계획의 연장이기도 하지만, 2000년대 초반 국내 게임산업이 세계 게임 시장에 새로운 영역을 창출하고 선점하였듯이, 점차 세계 게임시장에서 선진국과 후발국 사이에서 경쟁이 치열해짐에 따라 새로운 도약의 필요성에 대한 문제의식으로부터 수립된 계획이다. 여기에는 기존의 게임산업, 게임문화, e스포츠에 대한 종합적인 정책 방향을 제시하고 있고, 그동안 침체 상황이 계속되고 있는 국내 아케이드게임산업의 진흥 방향에 대한 내용을 포함하고 있다.

2. 2009년 게임산업 정책 동향

정책은 사업의 범위를 포괄하며, 사회적 이슈와 미래적 지향에 대한 준비와 기획을 포함한다. 그렇기 때문에 정책이란 영역은 사업과 달리 1년 단위로 정리되거나 해소되는 것이 아니고, 나선형적 순환과정을 거치기도 한다. 즉, 하나의 이슈가 시간

3) 2003년 ‘게임산업 중장기계획’에도 게임문화에 대한 영역을 별도로 마련하여 관련 정책을 수립하였고, 2006년 「게임산업 진흥에 관한 법률」에서도 게임문화의 장을 별도로 구성할 만큼 게임산업 진흥 정책에서 게임문화(게임 역기능 예방 및 게임의 문화적 가치 제고) 정책은 중요하게 다루어지고 있다.

4) 2003년 ‘게임산업 중장기계획’에도 e스포츠에 대한 내용을 포함하고 있다. 다만 2003년 계획에는 e스포츠가 별도의 조항으로 구성되어 있지 않고 게임문화 내의 세부내용으로 정리되어 있다. 2006년 「게임산업 진흥에 관한 법률」에서는 e스포츠의 진흥이 별도의 조항으로 구성되어 있다.

이 지나서 내용적으로 다소 차이가 있을 수 있지만 다시 부상하기도 하는 것이다. 산업정책, 특히 시장 육성을 목표로 하는 산업정책은 기본적으로 진흥정책이지만 환경 조성과 관련하여 규제적 성격을 갖고 있기도 한다. 게임산업에 대한 정책도 이러한 기본적인 정책의 틀에서 살펴 볼 수 있다.

게임정책은 진흥과 규제라는 큰 틀에서 보게 되면, 진흥의 측면을 지니고 있으며 산업 육성과 문화적 조성을 목표로 하고 있다. 산업육성은 다시 국내와 해외로 구분이 된다. 산업의 성장이 점차로 고도화될수록 직접적인 산업정책보다는 간접적인 방향으로 진행되고, 주로 시장 환경을 선 순환적으로 조성하는 제도적 측면이 부상된다. 또한 국내 특성상 해외 진출에 대한 부분을 더욱 강조하게 된다. 문화적 측면은 게임산업의 특성으로 부각되는 정책적 영역이라고 할 수 있는데, 게임에 대한 부정적인 인식을 개선하고 게임의 문화적 가치를 만들어가는 것이라고 할 수 있다. 게임문화는 산업의 지속적인 성장을 위해서도 매우 중요한 환경이지만, 문화적 가치 그 자체로서도 큰 의미를 갖는 것으로, 향후 정책 영역에서 더욱 큰 비중을 차지하게 될 것이다. 규제는 게임산업의 경쟁 환경과 이용 환경의 불건전성을 건전화하는 것과 맞물려 있다고 할 수 있다. 대표적인 것인 바로 게임의 사행화, 또는 게임에 대한 사행적 이용 행위에 대한 부분이라고 할 수 있다.

2009년도에 이루어진 게임정책 동향은 2008년과 2010년의 상황과 밀접하게 연결되어 있다. 주요 이슈를 중심으로 정리하면 다음과 같다.

1) 글로벌 게임허브센터의 설립과 운영

2008년 12월에 ‘게임산업 중장기계획: the Second Revolution’이 발표되었다. 2009년은 바로 이 계획을 토대로 주요한 정책사업이 추진되는 시기

다. 중장기계획은 향후 5년 정도의 정책적 사업의 기본 방향을 설정하는 것으로 2003년 제1차 종합계획 이후 2008년은 제2차 종합계획에 해당한다. 미래시장을 지향하는 제2차 중장기계획의 특성을 드러내는 정책 사업은 ‘글로벌 게임허브센터 설립’이라고 할 수 있으며, 2009년 본격적인 사업이 진행되었다.

이 사업은 미래형 게임콘텐츠라는 다소 추상적이고 포괄적인 개념과 범위를 정의하고 로드맵을 구성하여 꾸준히 추진하고자 한다. 또한 게임산업이 단지 게임콘텐츠 개발뿐만 아니라 다양한 산업적 영역과 결합되는 필요성이 높아지고 있기 때문에, 국내외의 글로벌 플레이어들과 다양한 차원에서 협력할 수 있는 환경을 조성하는 역할을 수행한다. 향후 국내 게임산업의 미래는 글로벌 게임허브센터의 정책적 효과에 따라 많은 영향을 미칠 수 있기 때문에 치밀한 로드맵 작성이 그 시발점이라고 하겠다.

2) 한·중 게임산업 공동협력 추진

2008년 12월 24일 제주도에서 한국과 중국 문화부는 ‘게임산업 및 문화의 진흥을 위한 공동협력 MOU’를 체결하였다. 중국은 한국 게임산업의 성장에서 가장 중요한 해외 시장이라고 할 수 있다. 한국 시장의 내수 규모 한계는 게임산업에서도 예외가 아니며, 이는 해외 진출에 주력할 수밖에 없게 만들었다. 어느 게임이든 국내 시장만을 목표로 하는 게임은 없다고 할 정도다. 국내 온라인게임은 미국, 유럽, 일본 등 기존의 게임선진국이라고 할 수 있는 문화권에 지속적으로 진출하고 있지만, 그 중에서도 중국 시장의 의미는 매우 크다고 할 수 있다. 수치상으로 중국에 수출하여 벌어들이는 외화 규모가 가장 크기도 하지만, 중국 온라인게임시장이 급속하게 성장하고 있고, 중국 시장에서 한국 게임이 성공할 가능성이 크다는 사실은 중국 시장의 중요성을 다시 한 번 입증하고 있다.

그런데 중국 시장은 여타 해외 시장과는 다른 비즈니스 환경을 갖고 있다는 점에서 유의할 필요가 있다. 즉, 중국 시장은 자국산이 아닌 해외산 게임의 시장 진출에서 제도적인 규제를 하고 있다. 이는 중국 시장에 진출했거나 진출하고자 하는 기업이 자신만의 노력으로 시장을 진출하고 확장하는데 한계가 있다는 것을 의미한다. 한국과 중국 정부 사이의 제도적인 관계 개선이 필요한 상황이라는 것이다.

중국 시장은 온라인게임 중심으로 구성되어 있고, 실질적으로 한국 온라인게임으로 인해 중국의 온라인게임시장의 형성되었다. 따라서 중국 게임 시장은 한국 게임시장과 매우 흡사한 상황이다. 국내에서 발생하는 거의 대부분의 이슈가 중국에서도 발생하고 있으며, 중국은 자국의 게임산업 육성 정책을 수립하는 과정에서 한국의 게임산업 정책에 높은 관심을 보이고 있다. 요컨대 한국에서는 중국 게임 비즈니스 환경의 제도 개선을 위해서, 중국에서는 자국의 게임산업의 진흥을 위한 정책적 협력을 위해 양국 정부 간의 공동 협력 필요성이 제기되었고, 그 결과 양국 간 공동협력 MOU 체결로 이어졌다.

2009년은 이와 같은 한중 게임산업 협력이 본격적으로 시작되는 시기다. MOU 이후 첫 번째 정책적 교류의 장인 공동운영위원회가 2009년 6월 중국 상주시에서 개최되었다. 상주시는 중국이 게임산업 전문인력기지로 선정한 지역이고, 양국 공동협력의 첫 사업이 바로 전문인력 양성이라 상주시에서 회의가 개최되었고 인력양성에 대한 MOU를 별도로 체결하였다.

앞서 한중 양국의 게임시장 구조가 유사하고 그렇기 때문에 정책적 이슈 역시 상당히 유사하다고 지적했는데, 그러한 것들 중 하나가 바로 게임과물입(게임중독) 문제다. 따라서 그동안 게임과물입 문제에 대해 어떻게 접근하고 정책을 시행했는지

를 서로 공유하는 것으로 양국의 정책 교류가 시작되었다. 한중 공동운영위원회가 개최되는 동안 공동 세미나를 통해 양국은 그동안 추진해왔던 내용들을 함께 논의했다.

2009년도에 추진했던 또 하나의 공동 사업은 한중 게임문화 페스티벌이다. 양국 모두 게임에 대한 부정적인 인식을 개선할 필요가 있을 뿐만 아니라, 게임콘텐츠는 산업적·문화적으로 중요한 활동이란 점을 강조할 필요가 있었기 때문이다. 이 사업은 2009년 12월 중국의 'Digi China' 기간에 북경에서 개최되었다.

한국과 중국의 게임산업 및 문화를 진흥하기 위한 공동협력은 가시적으로는 공동사업의 형태로 표출되지만 단지 공동사업 추진만이 목적은 아니다. 양국의 정책적 교류 및 논의를 지속하여 궁극적으로 양국의 시장 활성화에 기여하는 것이다. 이러한 정책 교류의 중요성은 점차 증대하고 있는데, 2009년 중국에서 온라인게임 내용심사 및 비즈니스와 관련하여 다양한 주장들이 제기되었다. 그러한 내용들이 실제 중국 시장에 진출하는 국내 게임기업에 직접적인 영향을 줄 수 있는 것들이기 때문에, 내용의 사실 여부에 대한 파악이 매우 중요했다.

이에 따라 한중 공동협력 MOU의 중요성이 부각되었고, 그러한 이야기가 나올 때마다 한국 문화부는 중국 문화부를 통해 그 내용을 즉시 파악할 수 있었다. 중국 문화부에서 한국 문화부에 향후 중국 게임산업에 대한 정책 방향을 설명했기 때문이다. 이처럼 한중 게임산업 및 문화 진흥을 위한 공동협력은 정책 교류가 핵심적인 사안이며, 공동사업 역시 정책 교류의 결과물이라는 사실을 염두에 두어야 한다.

3) 웹보드게임의 사행행위 문제 다시 부각

게임의 사행화 또는 게임의 사행행위 이용은 계

임산업 초창기부터 사회적 문제로 제기되었고, 정책적인 규제 대상이 되어 왔다. 한국은 국내 사행산업을 원칙적으로 금지하고 있고, 특별한 경우에 허가제 형태를 띠고 있다. 카지노, 경마, 경정, 경륜, 복권, 스포츠토토 등이 정부로부터 허가받은 사행산업이다.

웹보드게임은 국내에서 온라인게임 초창기부터 시작된 분야다. 실제 현금이 오고가는 것이 아니기 때문에 일반적인 카지노나 인터넷 도박과 동일하다고는 보기 어렵다. 그런데 웹보드게임에 이용되는 게임머니를 현금으로 환전해주는 활동이 웹보드게임의 사행화 문제를 야기하고 있다.

2006년 「게임산업 진흥에 관한 법률」을 제정한 이후, ‘바다이야기’ 사태가 발발하면서 경품용 아케이드게임의 사행화 방지를 위해 전면 금지 조치를 취하자, 온라인상에서 이와 유사한 현상들이 등장하기 시작했다. 사행성과 관련하여 가장 큰 문제는 결국 현금거래이기 때문에 게임머니의 환전을 금지하는 조항이 삽입되었다.⁵⁾ 그럼에도 불구하고 환전상 문제는 쉽게 해결되지 않았다. 우선 점조직 방식으로 운영되고 있으며, 매우 다양한 형태로 나타나고 있었기 때문이다. 원칙적으로 인터넷 도박이 금지이기 때문에 본격적인 인터넷 도박은 대규모로 진행하기 어려운 상황이고, 그것도 ‘뺏다방’ 식으로 운영되었기 때문에 이 역시도 단속이 그리 용이한 것은 아니었다.

2009년 웹보드게임의 매출 규모가 커지면서 웹보드게임의 사행화 문제가 다시 사회적으로 관심을 받기 시작했고, 정책적 조치를 취해야 할 분위기가 형성되었다. 문화부는 웹보드게임 운영방

식의 개선을 통해 이러한 사행화 문제에 정책적으로 대처하였다. 행정 지도를 통해 웹보드게임의 플레이 과정에서 사행심을 유발할 것으로 추정되는 운영 방식을 개선했다. 업계에서는 기존의 자체 모니터링을 더욱 강화하면서 웹보드게임의 정상적인 플레이를 왜곡하는 행위들에 대해 조치를 취하였다.

그렇지만 웹보드게임의 사행화 또는 사행행위의 이용 문제를 예방하거나 해결하는 것은 웹보드게임을 서비스하는 기업의 노력만으로는 성사될 수가 없는 문제다. 결국 환전상의 문제로 귀결되는데, 환전상에 대한 집중적인 단속과 법적 처벌의 강화가 되지 않으면, 서비스 기업에 대한 어떠한 규제 활동도 일시적일 수밖에 없게 된다. 고스톱, 포커 등 그 자체가 문제가 된다면 시중 편의점에서 화투와 카드를 판매해서는 안 될 것이다. 그런데 규모와 정도에 따라 오락으로서 고스톱과 포커 등은 규제의 대상이 되지 않고 있다. 이러한 일반적인 도박과 관련한 규제의 범위와 대상을 고려할 때, 웹보드게임을 서비스하는 것만이 규제 대상으로 설정될 수 없는 것이다. 어쨌든 웹보드게임 서비스기업은 2009년 5월 자율적으로 서비스 규제 방안을 마련하였고, 이를 시행하고 있다.⁶⁾

4) 아케이드게임 진흥에 대한 다양한 논의 전개

아케이드게임은 2000년대 초반까지만 해도 국내 게임시장의 거의 절반에 가까운 비중을 차지했지만, 2006년 ‘바다이야기’ 사태 이후 급속도로 시장 침체가 이어져 2009년에는 전체 시장 비중의 1~2% 수준까지 떨어졌다. 이는 국내 아케이드게임 산업의

5) 게임에서의 현금 거래 또는 현금 환전은 온라인게임이 등장하기 전인 아케이드게임 시절부터 금지하고 있었다. 하지만 다양한 편법을 통해 환전 행위가 계속되고 있다.

6) 이에 대한 구체적인 내용은 이후 게임업계의 ‘그린 캠페인’에서 설명하도록 한다.

기반마저 붕괴되는 것은 아닌가 하는 우려를 낳을 정도였다. 이렇게 ‘바다이야기’로 인해 국내 아케이드게임 시장이 총체적 침체에 빠진 데에는 그동안의 아케이드게임 시장 구조와 무관하지 않다.

아케이드게임은 크게 경품용 게임기와 일반 게임기로 구분되는데, 전체 시장의 80~90%를 경품용 게임기가 차지하고 있었고, 특히 개발비용 대비 수익을 고려할 때 경품용 게임기에 대한 시장 집중도가 높았다. 이는 주로 청소년을 대상으로 하는 일반 아케이드게임에 대한 개발 저하로 이어졌고, ‘바다이야기’ 사태가 발생하자 시장을 새롭게 재편할 수 있는 콘텐츠를 전혀 갖추고 있지 못했던 아케이드게임 산업은 극심한 시장 침체로 이어질 수밖에 없었다.

차세대 비디오게임과 온라인게임의 성장으로 인해 비록 아케이드게임이 과거와 같은 명성과 시장 비중을 갖지 못하고 있지만, 아케이드게임은 플랫폼의 특성상 여전히 중요한 게임시장을 형성하고 있다. 특히 그동안 금지가 되어 시법적으로 허용되고 있던 중국의 아케이드게임 시장이 2009년 전국적으로 허용되는 방향으로 정책 결정이 이루어짐으로써, 세계 아케이드게임 시장 판도에 큰 영향을 미칠 것으로 전망된다. 이는 한국 아케이드게임 산업에 큰 기회가 될 수도 있으며, 만약 이 시기에 중국 게임시장 진출을 놓친다면 현재와 같은 국내 산업은 고사될 수도 있을 것이다.

2009년은 아케이드게임에 대한 진흥을 어떻게 할 것인가가 하나의 주요한 정책 대상이었다. 그렇다고 해서 경품용 게임기에 대한 규제 완화는 사회적으로 수용되기 어려운 상황이었기 때문에, 기존 국내 아케이드게임 시장의 구조를 답습하는 것이 아니라 새로운 시장 재편을 필요로 하였다. 이런 상황에서 아케이드게임을 진흥하기 위한 다양한 논의가 이루어졌지만, 결국 뚜렷한 정책적 사업이 추진되지는 않았다.

5) 기능성게임 진흥 어젠다 발표

기능성게임은 게임의 기능적 효과를 활용하여 사회 제 영역에서 게임이 다양하게 활용될 수 있음을 보여주는 것이고, 이를 통해 게임에 대한 부정적인 인식을 개선하고자 하는 정책적 산물이라 할 수 있다. 기능성게임에 대한 정책 논의는 2002년부터 시작되었지만, 실제 정책사업이 처음으로 추진된 것은 2006년 기능성게임 개발 지원부터다. 이후에도 기능성게임의 시장 가능성 및 기능성게임의 사회적 담론이 이어졌지만, 정책사업의 비중은 그리 높지 않았다. 기능성게임에 대한 정책 어젠다를 발굴하기 위한 포럼이 운영되기 시작한 것은 2008년도다.

2008년부터 학계, 영역별 전문가, 업계, 언론사 등이 모여 ‘기능성게임 포럼’을 운영하면서 기능성게임의 활성화를 위한 정책 과제를 발굴하는 작업을 진행하였다. 그 결과, 2009년 5월 ‘기능성게임 활성화를 위한 정책 어젠다’가 발표되었다. 구체적으로 ① 기능성게임 창작연계 활성화, ② 기능성게임 연구 및 기술개발(R&D) 강화, ③ 기능성게임 유통보급 활성화, ④ 기능성게임 사회인식 제고 및 홍보 확대, ⑤ 해외진출 활성화 및 국내외 협력 강화 등 5대 추진 전략과 32개 정책사업 어젠다를 발굴했다.

기능성게임에 대한 사회적 관심은 높아지고 있으나, 실제 시장 형성은 상당히 더디게 진행되고 있다. 기능성게임이라 하더라도 게임이란 용어에 대한 부정적인 이미지가 여전히 작용하고 있고, 기능적 효과를 증명하기가 쉽지 않기 때문이다. 사실 게임의 기능적인 효과를 위해서는 게임업체만이 아니라 타 분야 전문가들과의 협력 네트워크 구축이 필수적이며, 이러한 조건과 환경이 갖추어져야만 우수한 기능성게임의 개발과 그에 따른 시장 형성을 기대할 수 있다.

한편 기능성게임에 대한 관심이 높아지면서 자칫 기능성게임은 좋은 게임, 그렇지 않은 게임은 나쁜 게임이라는 왜곡되고 편향적인 시각이 나타나는 경우가 있는데, 이는 게임에 대한 부정적 인식을 극단적으로 표현하고 있는 것이라고 할 수 있다. 기능성 게임은 아직 걸음마 단계다. 정책적으로 기능성게임에 대한 담론 정립뿐만 아니라, 환경적으로 기능성 게임이 수용될 수 있는 기본적인 유통 채널을 확보하는 일을 우선적으로 시작해야 할 것이다.

6) 게임물 등급심의 개선 필요성 제기 :

자율규제의 방향

국내에서 「게임산업 진흥에 관한 법률」을 독립적으로 제정하게 된 배경에는 게임물의 심의문제가 있다. 즉, 온라인게임의 급속한 성장은 기존의 등급심의 기준과 맞지 않는 상황을 발생시켰고, 이에 따라 게임물 내용 심의 방식과 기준에 대한 새로운 정립 필요성이 고조된 것이다. 게임 선진국에서 게임물 등급심의를 자율적으로 진행하고 있다는 점은 국내에서도 향후 게임산업이 성장함에 따라서 자율규제를 정책적 방향으로 설정했다. 2006년 게임법을 제정하면서 게임물 내용에 대한 등급심의를 할 기관인 게임물등급위원회의 예산 지원을 3년으로 설정했던 이유도 바로 여기에 있다.

그러나 2006년 ‘바다이야기’ 사태는 자율규제로의 정책 전환을 허용하지 않는 상황이었기 때문에, 이후 게임물 자율심의에 대한 논의 자체가 이슈가 되지 못했다. 이후 2008년 2차 중장기계획에서 게임산업과 문화적 가치의 새로운 도약을 지향하면서 다시 자율규제라는 정책적 이슈가 부상하기 시작했다. 특히 스마트폰의 어플리케이션 중 게임물의 비중이 매우 높고 양적 규모가 커지면서, 사전등급심의제와 같은 기존 구조보다는 자율규제의 필요성을 요구하는 목소리가 힘을 얻기 시작했다.

한편 게임산업진흥법 개정안에서 게임물등급위원회에 대해 한시적 지원에서 지속적 지원으로 개정하려고 했으나, 국회에서 이에 대해 문제제기를 하여 3년 동안만 한시적으로 지원하기로 최종 정리되었다. 이미 두 차례에 걸쳐 게임물등급위원회에 대한 지원을 연장했기 때문에 이번 세 번째 지원 기간의 연장이 마지막이 될 가능성이 높다고 하겠다. 이는 이후 게임물등급심의에 있어서 자율심의에 대한 현실적 가능성을 높여주었고, 자율심의제로의 심의제도 개선이 임박했음을 알려주었다. 따라서 2009년 말부터 자율심의TF가 구성되어 자율심의제도의 방향과 운영 방안에 대해 정부 및 전문가 논의가 진행되었다.

7) 「게임산업진흥법」 개정안 입법 노력

2006년 「게임산업진흥법」이 제정되고 2007년에 일부 개정되었지만, 여전히 새로운 시장 환경과 맞지 않는 부분들이 존재했다. 따라서 새로운 정책적 이슈를 법률적 내용으로 포괄하기 위해 2008년 「게임산업진흥법」 전면 개정안에 대한 준비가 진행되었고, 그 해 12월에 국회에 상정되었다. 게임과몰입 예방, 사행성게임 금지, 이용자 보호, 게임 분쟁조정위원회 설치, 게임물 등급심의제 개선 등을 담고 있는 게임법 개정안은 매우 중요한 정책적 이슈다.

그런데 2009년에 게임법 개정안이 통과되지 못한 채 국회에 계류되는 바람에, 게임법 개정안에서 포괄하고자 하는 정책적 내용이 실현되지 못했다. 게임법 개정안의 내용과 범위가 대폭적이기 때문에 검토하기 위한 충분한 시간을 확보하지 못한 까닭도 있었지만, 다른 법안 이슈에 우선순위를 밀린 채, 국회에서 게임법 개정안에 대한 논의 자체가 제대로 이루어지지 못했다.

결국 전체 개정안 중에서 시기적으로 급하고 중

요한 사안에 한정하여 통과하는 것으로 협의가 이루어졌고, 이에 따라 게임물등급위원회의 예산지원 기간을 연장하는 것이 통과되었다. 나머지 게임과몰입 대책, 사행성게임 금지, 이용자 보호, 게임물 등급심의 절차의 일부 개선 등 사회적으로 관심이 높고, 시장변화 상황을 반영하는 내용은 여전히 통과되지 못한 채 계류 중이다. 사회적으로 게임산업 육성과 부작용에 대해 정부의 적극적인 대처가 필요한데, 이러한 정책 활동의 근거가 되는 개정안은 여전히 국회에 머물러있는 상황이다.

8) 게임과몰입에 대한 사회적 관심 증가

게임과몰입의 문제는 게임산업 성장에 따른 부작용으로 인식되면서 2002년부터 본격적으로 사회적 문제가 되기 시작하였다. 게임과몰입은 온라인게임에만 있는 것은 아니지만, 국내 온라인게임의 성장과 비중을 고려할 때 거의 온라인게임에 한정되어 논의가 전개되고 있다. 게임과몰입을 예방하기 위한 정책사업은 2002년부터 시작되었고, 2005년에는 게임과몰입 예방정책을 중심으로 게임문화 활성화 방안이 발표되기도 했다. 2006년 「게임산업진흥법」을 제정할 때도 게임문화의 장을 별도로 마련했고, 게임과몰입 예방정책이 중심 내용을 이루었다. 이렇게 게임과몰입 예방정책은 게임정책에서 산업진흥정책과 함께 매우 중요한 정책적 대상으로 인식되어 왔다.

게임과몰입 예방정책의 내용은 게임과몰입 예방상담, 게임문화 및 인식 제고를 위한 학부모·교사·청소년 교육, 상담 프로그램 개발 보급 등이 핵심을 이루고 있다. 그동안 게임과몰입을 제대로 측정할 수 있는 척도가 미흡하였는데, 2008년과 2009년에 게임과몰입을 포함하여 게임 이용 행동을 측정할 수 있는 척도를 개발했다.

게임과몰입 예방정책의 어려운 점은 해당 문제를 해결하기 위해 매우 지속적인 활동과 장기적인 시간을 필요로 한다는 점이다. 정책적 중요성으로 인해 관련 정책사업이 지속되기는 했지만, 미흡한 예산으로 인해 지속적이고 효과적인 정책사업을 추진하는데 어려움이 있었다.

2002년부터 사회적 문제로 부상했던 게임과몰입은 이후 몇 년 동안 매년 이슈가 되었지만, 한동안 크게 부각되지 않았다. 그러나 2009년부터 다시 게임과몰입에 대한 사회적 규제에 대한 목소리가 높아졌다. 그 결과, 2009년 말에 게임과몰입 대책을 마련하기 위한 TF가 구성되어 업계의 자율적 활동을 비롯한 게임과몰입 대책을 논의했다. 그 와중에 게임중독으로 인한 사건 사고들이 발생하면서 사회적으로 큰 이슈가 되었다. 게임과몰입과 관련한 사회적 규제도 지금까지 게임이용 '셋다운제'⁷⁾, 피로도 시스템⁸⁾ 등이 제기되었는데, 게임업계에서는 관련 내용을 수용하는 것을 중심으로 한 게임과몰입 대책을 2010년 4월에 발표했다.⁹⁾

7) 게임이용 셋다운제는 강제로 정해진 시간에 게임이용을 금지하는 것으로, 온라인게임의 경우 접속을 차단하는 것이다. 이 제도는 태국에서 시작한 것으로 알려져 있는데, 실제 태국에서의 셋다운제는 청소년의 PC방 출입금지 시간을 정하는 것이다. 태국 정부가 이러한 조치를 취하게 된 이유는 한국 온라인 게임이 태국에 수출되어 태국 청소년들 사이에서 매우 높은 인기를 끌게 되자, 과도한 한국산 게임의 이용을 차단하고자 마련한 것이다. 전 세계적으로 강제적으로 게임이용을 차단하는 경우는 거의 없는 것으로 알려져 있다. 2004년 그리스에서 게임금지법을 마련하였으나 위한 판결을 받았고, 세계적으로 웃음거리가 된 적이 있다.

8) 피로도 시스템은 지속적으로 과도한 게임이용을 방지하기 위한 것을 목적으로 하는 것으로, 게임이용 시간이 정해진 시간 이상 지속될 경우에 게임플레이 하면서 획득할 수 있는 인센티브를 점차 줄임으로 인해 한정된 게임이용 시간 이상을 하지 않도록 유도하는 제도이다. 피로도 시스템은 중국에서 시작했는데, 중국에서 서비스되는 모든 온라인게임은 피로도 시스템을 의무화하고 있다. 그런데 그에 대한 효과는 매우 미미한 것으로 알려져 있고, 현재는 명분 상으로 진행되고 있을 뿐이다. 피로도 시스템의 도입 배경에는 역시 한국산 게임의 중국 시장 진출 확대와 관련이 있다.

9) 게임업계에서의 자율적 활동에 대해서는 이후 '그린 캠페인'에서 구체적으로 설명한다.

9) 게임의 문화적 가치에 대한 관심 증대

2000년대에 들어오면서 게임산업이 본격적으로 성장하고 시장이 확대되면서, 청소년층을 중심으로 일종의 문화적 코드로 자리매김했다. 이는 국내 뿐만 아니라 전 세계적인 상황이기도 하다. 그런데 여타의 문화산업과 달리, 게임은 산업적 가치와 문화적 가치에 대한 인식의 틈새가 매우 넓은 채 사회적으로 인식되고 있다. 즉, 게임은 고부가가치 산업이자 미래 성장동력으로서 그 경제적 가치에 대해서 누구나 인정을 하지만, 문화적으로는 여전히 어린이와 청소년을 대상으로 한 저급한 오락으로 취급받고 있다. 게임이 사회적인 위상을 획득하기 위해서는 경제적 가치보다 문화적 가치가 수용되는 것이 매우 중요한 이유가 바로 여기에 있다.

사실 게임문화라는 용어는 게임과몰입 예방으로 시작했지만, 게임이용 환경과 게임이용 인식 및 태도 등을 포함하여 게임에 대한 사회·문화적 인식의 확산이란 정책적 목표를 갖고 있다. 이러한 내용

을 핵심 테마로 정리한 것이 ‘게임 리터러시’이다. 2008년 2차 중장기계획에서 정리된 이 개념은 게임과몰입 예방을 위해서도 중요할 뿐만 아니라 게임의 문화적 가치를 확산시킬 수 있다는 점에서 큰 의미를 지니고 있다. 이와 관련하여 지금까지는 기존 정책사업의 수준에서 크게 벗어나지 못하고 있으나, 향후 게임의 문화적 가치는 게임정책의 핵심 내용이 될 것이다.

10) 게임업계의 자율적 규제 활동 강화 :

그린캠페인과 게임과몰입 대책

게임산업의 성장은 게임기업의 성장과 함께 했다. 전반적인 게임시장의 확대와 함께, 게임기업에 대한 사회적 관심도 높아졌다. 게임기업에 대한 관심은 게임기업의 사회적 활동에 초점이 맞추어져 있다. 일반적인 사회공헌 활동뿐만 아니라 특히 많은 관심을 받은 것은 게임에 대한 부정적 인식을 해소할 만한 게임기업의 자율적 활동이다. 정책적으

그린 캠페인 프로그램

캠페인 1 : 건강한 게임문화

- 청소년 보호를 위한 자율적 게임이용시간 제한 서비스 도입 확대
 - 각 회사별 게임 특성에 맞게 학부모가 요청 시 자녀의 게임이용 시간을 총 이용시간 또는 시간대별로 제한할 수 있는 자율적 게임이용 시간 제한 서비스 도입을 확대
 - 청소년 이용불가 게임에 대해 본인 인증 수단을 확대하여 청소년의 접근을 차단
- 게임 과몰입 예방을 위한 보호 프로그램 운영
 - 게임 부적응 자기진단 프로그램 보급을 확대하고, 장시간 게임이용 자제문구 및 게임이용 경과시간 알림서비스 등 과몰입 이용자 대상 보호 프로그램 확대
- 사회공헌활동 사업 활성화를 위한 사업연계 강화

캠페인 2 : 올바른 게임문화

- 오토 프로그램 및 프리서버 이용행위, 명의도용 등 불법·부정행위 방지
- 고평류 웹보드게임의 사행화 방지 대책 강화
 - 웹보드게임 이용자 본인인증 확대 시행
 - 웹보드게임 이용자 게임이용시간 제한 서비스 도입

캠페인 3 : 배우는 게임문화

- 교육용 기능성게임 특별추진위원회 구성, 기능성 게임 아이디어 공모전 등을 통해 기능성 게임 활성화
- 자녀 게임이용 가이드북 보급 확대 등 올바른 게임문화 유도

‘게임과몰입 대책’ 중 게임기업 자율적 규제 활동 내용

게임이용시간 제한을 위한 예방적 기술조치 도입

- 피로도 시스템 도입
- ‘청소년 심야시간 접속제한’ 시행
- 게임이용자 ‘본인 인증’ 강화
- 장시간 게임이용 경고문구 및 게임이용 시간 표시 의무화
- 게임서비스업자의 과몰입 예방 조치 의무화

가정에서의 효율적인 게임이용 관리 시스템 마련

- ‘주민등록번호별 게임가입 확인 포털’ 구축
- ‘선택적 섷다운 서비스’ 확대
- 등급 연령에 적합한 게임사이트 접속 관리 강화

로는 제도적 규제와 자율적 규제의 적절한 조화가 필요한데, 자율적 인식이 없으면 제도적 규제의 효과성도 떨어지게 된다. 게임과 관련한 정책적 이슈로 게임의 사행행위 이용에 따른 사행화의 문제와 게임과몰입 예방 등 청소년보호의 문제는 지속적, 반복적으로 발생하고 있다.

그동안 게임업계는 기업별로 개별적인 활동을 전개해 왔다. 사회공헌 활동, 청소년보호 관련 서비스, 사행화 방지 등에서 그러한 활동을 해 왔지만, 이러한 기업 활동은 사회적 규제에 대한 요구를 충분히 반영하기 어려운 점이 있었다. 이에 2009년 4월 게임업계는 ① 건강한 게임문화, ② 올바른 게임문화, ③ 배우는 게임문화라는 세 가지 테마를 중심으로 ‘그린 캠페인’이란 자율적 규제 활동을 시작하였다.

국내에서는 업계의 자율적 규제 활동에 대한 신뢰성이 낮기 때문에 게임업계의 자율적 규제 활동이 지닌 의미를 축소하려는 경향도 있다. 그러나 이는 성숙한 기업 활동을 지향하고, 이를 통해 건전한 게임이용 환경을 조성하려는 노력을 폄하하는 것이다. 오히려 기업의 자율적 규제 활동에 대한 격려를 통해 적극적인 활동으로 유도하는 것이 실질적인 효과를 가져 올 수 있고, 성숙한 게임문화를 조성하는 길이기도 하다.

그런데 이러한 자율적 규제 활동이 정책적 결실을 채 맺기도 전인 2010년 초에 게임중독과 관련한 사회적 문제가 크게 불거지면서 그동안 제기되었던 제도적 규제의 내용이 게임기업의 자율적 규제 활동의 내용으로 수용하여 2010년 4월 정부와 게임기업이 함께 ‘게임과몰입 대책’을 발표하게 되었다.

11) e스포츠 성장을 위한 과제

한국의 e스포츠는 세계 e스포츠계에서 선도적인 활동을 하고 있는 것으로 평가를 받고 있다. 근 10여 년의 역사를 갖고 있는 국내 e스포츠는 초기부터 e스포츠 관중이란 개념을 정립하면서 방송 매체와 함께 발전해 왔다. 2004년 12월 e스포츠의 정책적 방향을 제시한 ‘e스포츠 중장기 비전’을 시작으로 e스포츠는 본격적으로 정책 대상이 되었다.

이처럼 국내 e스포츠가 국내외적으로 각광을 받고 성장하면서, 그에 걸맞은 인프라와 활동에 대한 요구가 많아졌다. 대표적인 것이 e스포츠 전용 경기장인데, 상설 프로리그가 진행되고 있는 상황에서, e스포츠 상설 전용경기장은 e스포츠계의 오랜 희망이기도 했다. 물론 2005년 현재 용산에 e스포츠 경기장이 마련되었지만, 이는 당시 e스포츠계의 의견

이 모아진 것도 아니고, e스포츠의 발전 전망 속에서 만들어진 것도 아니었다. 한국 e스포츠의 국제적 위상을 고려할 때 전용경기장이라고 하기엔 다소 무리가 있었다.

그렇기 때문에 제대로 된 e스포츠 전용경기장 마련은 여전히 e스포츠계의 숙원으로 남아있었다. 그동안 몇몇 지자체에서 e스포츠 전용경기장 건립에 대한 이야기가 있었으나 제대로 시행이 된 적은 없었는데, 2009년 서울시가 상암동에 IT컴플렉스를 조성하면서 e스포츠 전용경기장을 건립하는 계획을 수립하였다. 문화부와 서울시가 공동으로 재원을 투자하여 건립되는 상암동 e스포츠 전용경기장은 e스포츠 인프라 구축 측면에서 큰 정책적 의미를 갖는다고 볼 수 있다.

한국 e스포츠의 국제적 위상은 글로벌 활동의 강화라는 정책적 방향으로 정리가 되었고, 이에 따라 한국에서 주도적으로 '국제e스포츠연맹'을 2008년 출범하였다. e스포츠의 국제기구 설립은 2003년 중장기계획에서도 논의가 되었고, 그동안 한국이 주도하는 e스포츠 국제기구 설립의 국제적 지지를 얻기 위한 준비 작업들이 진행이 된 바 있다. 2009년은 국제e스포츠연맹(IeSF) 활동이 본격적으로 시작되

는 시기로서, 회원국의 확대, 장기적인 재원 구조 마련, 국제e스포츠경기의 표준화, 실질적인 위상 강화 등을 과제로 하고 있다.

이와 같은 논의가 국내 e스포츠의 긍정적 발전에 해당하고 있는 반면, e스포츠의 본질적인 성격과 관련된 핵심 이슈가 본격화되었다. 일반 스포츠는 스포츠 종목에 대한 저작권자가 없지만, e스포츠는 게임콘텐츠를 경기 종목으로 하는 디지털 레저활동이다. 이는 바로 e스포츠 종목에 반드시 저작권자가 존재하고 있음을 의미하는 것이다. 한국 e스포츠를 대표하고 있는 프로e스포츠는 블리자드의 <스타크래프트>라는 게임을 종목으로 하여 성장했다. 그런데 블리자드가 <스타크래프트 2>의 개발을 발표하면서 e스포츠의 저작권 문제가 본격적인 이슈가 되었다. 사실 <스타크래프트>의 저작권 문제는 그동안 국내 e스포츠계에서 반드시 해결해야 할 과제로 설정하고 있었지만, 이에 대한 협의는 매우 미흡하였다. 이는 단지 프로e스포츠와 블리자드만의 문제가 아니라 e스포츠의 전반적인 성장과 관련한 본질적인 문제라는 점에서 e스포츠 진흥 정책에서 매우 중요한 문제로 부상했다.

▶ 제2절 정책적 지원제도

1. 게임 국가기술자격 검정

1) 추진 배경 및 목적

고용노동부는 국가기술자격 검정의 현장성 및 질적 수준 제고를 위해 2007년부터 검정업무의 민간위탁을 확대하여 추진했다. 이와 함께, 산업인력공단에서 운영 중인 게임자격증이 업계의 인력채용 시 직무수행 능력을 검증할 수 있는 기준으로서 그 기능을 다하고 있지 못함으로써, 업계와 학계에서 자격증의 유용성에 대한 신뢰가 낮아지고 자격증 무용론까지 대두되었다. 이러한 산업계와 학계의 지속적 문제제기에 따라, 고용노동부의 검정업무 민간위탁 추진과 함께, 게임자격증의 기능을 회복하고 이를 통해 게임산업의 인력 수급을 원활하게 하기 위해 자격검정 업무를 이관하는 방안을 추진하게 되었다.

게임 분야 국가기술자격 검정은 게임자격증을 활성화하고 국가기술자격제도의 운영을 효율적으로 추진함으로써 산업 현장의 수요에 적합한 자격제도를 확립하는 것을 목적으로 한다. 또한 게임 분야 국

가기술자격 종합시스템을 구축함으로써 게임 분야 종사자의 체계적인 인력 관리를 꾀하는 목적도 포함한다. 그 밖에도 자격검정 수탁기관을 지정하고 이를 추진함으로써 인증시스템을 기사, 기술사 등으로 단계적으로 추진하여 인력 수준을 표준화하는 장기적인 목표를 담고 있다.

한국콘텐츠진흥원은 정부로부터 게임 분야에 대한 국가기술자격 시험을 위탁받아 2010년부터 시행했다. 또한 2011년 이후 새롭게 적용될 신규 출제 기준(안)을 마련했으며 자격제도발전위원회 운영을 통해 제도 및 운영 측면에서의 개선방안을 모색하고 있다. 이러한 게임 분야의 국가기술자격 검정사업 추진을 통해서, 현행 자격증 제도를 개선하고 공적인 인력검증 체계를 구축하는 동시에 게임업계의 수요에 부합하는 우수 인력을 공급하는 기능을 할 것으로 기대되고 있다. 또한 이러한 자격증 제도가 활성화될 경우, 게임업계와 학계 간 상호이해 및 협력을 증진시킬 수 있을 것이며, 게임전문자격증의 발전적 모델을 구축하여 기사, 기술사 제도의 도입을 추진함으로써 게임인력에 대한 보다 체계적인

● 게임 국가기술자격 검정 개요

- 법적근거 : 국가기술자격법
- 등급분류 : 기초 전문사무 분야 3종목(게임그래픽전문가, 게임기획전문가, 게임프로그래밍전문가)
- 최초시행 : 2002. 4. 27
- 시행주체
 - 한국산업인력공단(고용노동부) / 2009년까지 검정시행
 - 한국콘텐츠진흥원(문화체육관광부) / 2010년부터 검정시행
- 응시기준 : 제한 없음
- 시행구분 : 정기검정(연간계획에 따라 전국 시험장에서 동시 시행)
 - 1년 2회 시행(필기, 실기 각 2회)
- 자격검정 절차 : 필기(객관식 4지 택일) 및 실기(작업형)시험

제도화를 꾀할 수 있을 것으로 전망된다.

2) 게임 분야 자격증 개요

- 검정시행 문항 수 및 시간
 - 필기시험 : 2시간 30분, 총 4과목 100문항
 - 실기시험 : 작업형
 - 게임기획전문가 : 5시간
 - 게임그래픽전문가 : 5시간
 - 게임프로그래밍전문가 : 3시간 30분 정도

3) 시행 종목 현황

- 게임기획전문가(Certificate of Game Planner)
 - 직무
 - 게임배정의 설정, 게임이벤트 연출, 게임시스템 설계 등 게임기획 실무를 담당하며 게임 제작 준비단계를 수행하기 위한 게임설계 업무 수행
 - 게임기획에 대한 전반적인 개념의 숙지 여부 평가
 - 게임기획 전반에 관한 게임디자인 실무 능력의 유무 평가
 - 시험제도 및 과목
 - 필기 : 매 과목 100점 만점에 매 과목 40점 이상, 전 과목 평균 60점 이상
 - ① 게임제작개론
 - ② 게임시나리오분석
 - ③ 게임디자인
 - ④ 게임시스템 및 연출
 - 실기 : 100점 만점에 60점 이상 게임기획 실무
- 게임그래픽전문가(Certificate of Game Graphics Designer)
 - 직무
 - 게임화면의 그래픽에 관한 드로잉, 원화작업 및 컴퓨터그래픽, 동영상 제작 등의 직무수행
 - 게임그래픽에 대한 전문적인 지식의 숙지 여부
 - 게임디자인, 게임그래픽디자인, 배경맵 등에

관한 실무를 수행할 수 있는 능력의 유무 평가
- 시험제도 및 과목

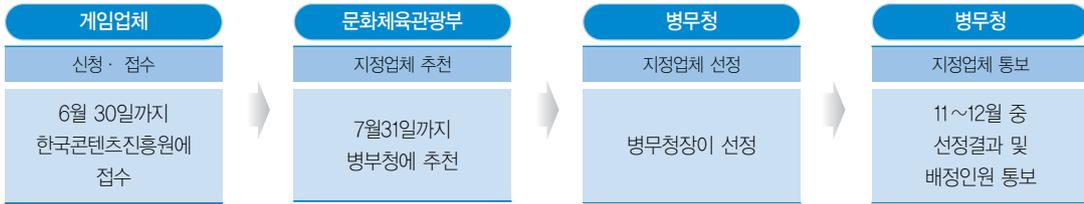
- 필기 : 매 과목 100점 만점에 매 과목 40점 이상, 전 과목 평균 60점 이상
 - ① 게임제작개론
 - ② 그래픽디자인론
 - ③ 게임그래픽디자인
 - ④ 게임그래픽제작
- 실기 : 100점 만점에 60점 이상 게임그래픽 실무

- 게임 프로그램 전문가(Certificate of Game Programmer)
 - 직무
 - 게임제작의 전반적인 개념 이해를 토대로 게임동작을 구현하는 프로그래밍을 작성하는 직무수행
 - 게임프로그래밍에 대한 전문적인 지식의 숙지 여부
 - 설계, 코딩, 원리구현능력, 프로젝트 등 주어진 과제 수행능력의 유무 평가
 - 시험제도
 - 필기 : 매 과목 100점 만점에 매 과목 40점 이상, 전 과목 평균 60점 이상
 - ① 게임제작개론
 - ② 프로그래밍일반
 - ③ 게임알고리즘
 - ④ 게임프로그램 작성
 - 실기 : 100점 만점에 60점 이상, 게임프로그래밍 실무

2. 산업기능요원 제도(병역지정업체 추천 제도)

산업기능요원제도는 「병역법」 제36조에 따라 산업을 육성·지원할 목적으로 군 소요인원의 충원에

그림 6-1-01 게임 분야 산업기능요원 선정 절차



병역지정업체 선정제외 대상(병무청 예규 제11조)

- 병무청 예규 제11조에 의거, 다음 항목에 해당하는 업체는 지정업체(선정 · 배정요구) 추천에서 제외 -
 - 공업분야(게임업체 해당) 업체로서 제조 · 매출실적이 없는 업체
 - 정보처리 관련업체로서 S/W개발 · 게임S/W제작이 주된 사업이 아니거나, 그 사업의 매출액이 전체 사업매출액의 30% 미만인 업체
 - 당해업체의 부설기업연구기관이 정보처리분야 지정업체로 선정된 정보처리업체
 - 재단법인 또는 병역법 시행령 제47조의2에 규정한 공공단체
 - 공업 · 광업 · 에너지산업 · 건설업분야 대기업(중소기업기본법 제2조 제3항)
 - 복무관리 부실, 선정최소 요구 등으로 지정업체 선정이 취소된 후 5년이 경과하지 아니한 업체
 - 중소기업으로서 종업원 수(상시근로자) 10인 미만인 업체

지장이 없는 범위 내에서 현역병 입영 대상자 또는 공익근무요원 소집대상 보충역 중 산업체 근무를 원하는 자를 지정업체로 선정된 업체에 근무하게 함으로써 군 복무를 대체하는 제도를 말한다.

게임 관련 업종은 2000년부터 문화체육관광부에서 추천하고 있는데, 대상 업종은 영상게임기 제조업(33402)과 온라인 · 모바일게임소프트웨어 개발 및 공급업(58211) 등 2개 분야다. 영상게임기 제조업은 비디오게임기, 휴대용게임기 등 가정용게임기와 업소용 게임기 제조업체를 모두 통칭하며, 게임소프트웨어제작업은 PC게임, 온라인게임 등 개발업체를 모두 포함하되, 제작한 게임소프트웨어를 인터넷으로 제공하는 업체(포털업체)는 제외한다. 따라서 게임과 관련한 제작업체는 모두 해당되는데, 상시 종업원 수가 10인 이상인 중소 법인 기업(사업자등록 및 공장등록을 필한 업체)에 한해

신청자격이 주어진다. 병무청 예규(제11조)에 의거하여, 게임 S/W제작이 주가 아닌 업체와 주된 사업이라도 그 매출액이 전체 매출액의 30% 미만인 경우는 선정에서 제외된다.

병역특례 지정업체 신청은 신규 신청과 기존업체의 신청으로 구분되며, 구비서류도 약간 차이가 난다. 구체적인 평가항목을 살펴보면 벤처기업 10점, 유망 중소기업 역시 10점이 가산되며, KT, NT, IT 등의 마크와 산업재산권을 보유한 기업도 가점을 받게 된다. 기타 수출과 매출실적, 우수계임공모전 등 정부의 기술개발 지원사업에 참여한 기업, 이달의 우수게임 등 수상경력이 많은 기업이 유리하다. 또한 장애인 고용기업, 여성대표자 고용기업, 게임자격증 소지자 보유기업, 글로벌게임허브센터와 GSP 회원사인 경우 각각 5점씩의 가산점이 주어진다.

표 6-1-01 병역지정업체 배점기준 및 증빙서류(신규 및 기존업체 동시 적용)

평가순위	배점	배점기준	증빙서류
1. 기술력 인증기업	20	<ul style="list-style-type: none"> ① 유망중소기업 : 10점 ② 이노비즈기업 : 10점 ③ 벤처기업 : 10점 ④ 수출유망 중소기업 : 5점 ⑤ 지자체발급 기술인증서 : 5점 	<ul style="list-style-type: none"> • 유망중소기업인증서 / 수출유망중소기업인증서 / 벤처기업인증서 / 이노비즈기업확인서 / 각종 기술인증서
2. 기술력 보유기업	20	<ul style="list-style-type: none"> • 우수기술인력 보유기업 : 3~5점 • KT, NT, IT마크 : 각 5점(10점 한도) • NEP·NET·GS 보유업체 : 각5점(10점 한도) • ISO9000·ISO14001 : 각5점(10점 한도) • 최근 2년 이내 컴퓨터프로그램 등록 : 5점 • 기술특허 : 각5점(10점 한도) 	<ul style="list-style-type: none"> • 경력증명서 및 재직증명서 원본 • 각 인증서류 사본
3. 수출기업	10	<ul style="list-style-type: none"> • 매출액 대비 수출비중 ① 0% : 0점 ② 1~9% : 2점 ③ 10~19% : 4점 ④ 20~29% : 6점 ⑤ 30~39% : 8점 ⑥ 40% 이상 : 10점 	<ul style="list-style-type: none"> • 무역협회, 관할세무서장, 주거래은행등이 발급하는 전년도 수출실적 증빙서류 등 게임 매출임을 증명할 수 있는 서류 ※ex) 수출실적 확인 및 증명발급신청서) ※수출실적은 실제 입금기준임
4. 게임 매출액	10	<ul style="list-style-type: none"> • 영상게임기 제조업 - 50억 원 이상 : 10점 - 30억 원이상-50억 원 미만 : 8점 - 10억 원이상-30억 원 미만 : 6점 - 5억 원이상-10억 원 미만 : 4점 - 1억 원이상-5억 원 미만 : 2점 - 5000만 원이상-1억 원 미만 : 1점 • 게임소프트웨어제작업 - 10억 원 이상 : 10점 - 8억 원이상-10억 원 미만 : 8점 - 4억 원이상-8억 원 미만 : 6점 - 1억 원이상-4억 원 미만 : 4점 - 5000만 원 이상-1억 원 미만 : 2점 - 1000만 원 이상-5000만 원 미만 : 1점 	<ul style="list-style-type: none"> • 세무사, 회계사 확인필 전년도 재무재표 - 단, 2009년도 창업업체의 경우 추정 재무재표로 대체(세무사 및 회계사 확인필) • 매출액 확인서 - 게임/유통/기타 등 세무항목으로 분류 • 필요시 계약서사본/세금계산서/매출원장/통장사본 등 게임매출임을 증명할 수 있는 서류제출
5. 정부의 기술개발지원 사업참여기업	10	<ul style="list-style-type: none"> • 문화체육관광부/한국콘텐츠진흥원 사업 - 수출상담회, CEO 교류회, 지스타 참가 등 : 5점 (5점한도) - 지원사업 선정업체 : 5점 • 기타기관 지원사업 : 5점 	<ul style="list-style-type: none"> • 해당기관장과 체결한 협약(계약서) 사본 또는 해당기관의 확인서류(증자제외)
6. 기업의 수상경력	15	<ul style="list-style-type: none"> • 문화체육관광부 시행사업 - 이달의 우수게임 : 15점 - 대한민국게임대상(본상 15점, 특별상 10점) - 舊 계진원 및 콘진원의 우수게임 공모전 수상 : 15점 • 기타 수상경력 : 5점 	<ul style="list-style-type: none"> • 장관급 이상(도지사, 광역시장 포함)의 수상증서 사본
7. 산업재산권 보유기업	5	<ul style="list-style-type: none"> • BM·일반특허(기술특허 제외), 실용신안, 의장, 상표권 : 각 5점 	<ul style="list-style-type: none"> • 각 인증서류 사본
8. 투자유치기업	10	<ul style="list-style-type: none"> • 벤처캐피탈 투자유치기업 : 10점 • 코스피 상장사 투자유치기업 : 5점 	<ul style="list-style-type: none"> • 벤처캐피탈, 코스피 상장사의 투자기관의 투자확인서(청투사(조합), 신기술금융업자(조합)등)
9. 가산점	10	<ul style="list-style-type: none"> • 장애인 고용기업 : 5점 • 여성대표자 고용기업 : 5점 • 게임자격증 소지자 보유기업 : 5점 • 글로벌게임허브센터 회원사 : 5점 • GSP사업 이용업체 : 5점 	<ul style="list-style-type: none"> • 해당 증빙서류 제출(설명 참조) • 게임자격증 : 한국산업인력공단발행 자격증 인정 • 해당기관 협약서, 확인서 등

※ 평가항목별 점수가 각 배점기준을, 평가항목별 점수의 합계가 '배점기준'의 총점을 초과할 수 없음.

표 6-1-02 병역지정업체 신규 신청업체(2010년 신규 지정업체 신청서류)

번호	제출 서류	영상게임기 제조업	게임소프트웨어 제작업
1	병역지정업체 선정 신청서	1부	1부
2	병역지정업체 추천심의회(신규)	1부	1부
3	법인등기부등본 원본	1부	1부
4	사업자등록증 사본	1부	1부
5	공장등록증명서	1부	-
6	게임물 제작업자 등록증 사본	1부	1부
7	원천징수이행상황신고서 (기본) 신청업체 입금대장(09.6~10.5월분)(필요시)	1부	1부
8	(결산연도)재무제표	1부	1부
9	주력업종확인서(세무, 회계사 확인필)	1부	1부
10	(기타)추천기준(배점)을 증빙하는 서류	각 1부	각 1부

표 6-1-03 병역지정업체 기존 지정업체(2011년 기존 지정업체 신청서류)

번호	제출 서류	영상게임기 제조업	게임소프트웨어 제작업
1	2011년도 산업기능요원 소요인원 신청서	1부	1부
2	병역지정업체 추천심의회(기존)	1부	1부
3	사업자등록증 사본	1부	1부
4	공장등록증명서	1부	-
5	원천징수이행상황신고서 (기본) 신청업체 입금대장(09.6~10.5월분)(필요시)	1부	1부
6	(결산연도)재무제표	1부	1부
7	주력업종확인서(세무, 회계사 확인필)	1부	1부
8	(기타)추천기준(배점)을 증빙하는 서류	각 1부	각 1부

제2장 게임물 등급분류 제도의 현황과 전망



▶ 제1절 플랫폼별 등급분류 현황

1. 개요

PC온라인게임물에 대한 등급분류 신청 현황을 보면, 2008년 1,252건에서 2009년 1,519건으로 17.8% 증가된 수치를 보이고 있다. 게임물 등급분류의 접수가 늘어난 것은 시장이 활성화되었다는 증거다. PC온라인게임의 등급분류 신청 증가는 2008년 웹보드게임에 대한 부정적 인식으로 인해 위축되었던 시장이 새로운 활력을 모색하였다는 것을 반영하고 있으며 실제로도 다양한 장르에 걸쳐 등급신청이 증가하였다.

「게임산업진흥에 관한 법률」(이하 게임법) 제21조 제5항에 따른 내용 수정 게임물의 경우, 2008년 3,190건 접수에서 2009년 3,908건 접수로 전년 대비 22.5% 증가했다. 그러나 등급재분류 심의는 2008년

292건에서 2009년 258건으로 11.6% 감소하였다. 이는 등급재분류 통지 대상이 너무 많지 않느냐는 일부의 우려를 반영하여, 등급위원회에서 면밀한 분석을 통해 가급적이면 등급에 변경을 요하지 않는 수준인 경우 비대상 처리를 하다 보니 재분류 대상이 대폭 축소된 것이다. 등급분류 신청 업체 입장에서는 그동안의 불편사항이 많이 해소되었다고 할 수 있다. 또한 일부 신청사에서는 기존에 등급분류 받은 게임물로 서비스하고자 하는 경향도 나타났다.

내용 수정을 접수한 게임들 중에서 PC온라인게임이 3,448건으로 전체에서 88.2%를 차지하여 가장 많은 수치를 보여주었다. 내용 수정 게임물은 법 취지 상 PC온라인게임을 위한 내용 수정 신고였으나 점차 아케이드게임의 경우에도 이를 활용하는 추세를 보이고 있다. 등급재분류 심의대상 게임물

표 6-2-01 게임물 내용 수정 접수/처리 현황

(단위: 건)

구분	2008년	아케이드게임	모바일게임	PC온라인게임	비디오게임	2009년 합계
접수	3,190	424	27	3,448	9	3,908
비대상	2,898	380	24	3,187	6	3,597
재분류	292	31	2	224	1	258
철회	-	13	1	37	2	53

로 결정되는 PC온라인게임물의 주요 사유는 과금 체계 추가 및 변경(74건)이 가장 많았고, 유료 아이템 추가(42건), 시스템 추가 및 변경(22건), 이벤트(21건), 대규모 업데이트(12건) 순이었다.

게임법 제21조 제1항 제3호에 의해 게임물등급위원회(이하 게임위)는 게임물의 개발 과정에서 성능, 안전성, 이용자 만족도 등을 평가하기 위한 게임물에 대하여 제작사가 등급분류 이전에 등급위원회에 시험용 게임물 확인을 신청하면, 7일 이내에 그 적합 여부를 확인해 주고 있다.

2009년도 142건의 시험용 게임물 확인 신청이 접수되었으며, 이 중 2건의 게임물이 시험용 게임물 신청에 부적합한 것으로 결정되었는데, 그것은 아케이드게임으로 사행성 요소가 있었기 때문이다. 2008년과 비교해 보면, 전체 신청 건수가 115

건에서 142건으로 전년대비 23.5% 증가했는데, 이는 전체적인 게임물 등급분류 신청 증가와 맥을 같이하는 것으로 보인다. 이를 통해 베타테스트를 필요로 하는 게임물 개발이 증가했다는 것을 유추할 수 있다. 이들에 대한 적합 판정을 보면, 2008년 109건에서 2009년 119건으로 9.2%로 소폭 증가했고 부적합 비율은 33.3%감소해, 상대적으로 신청 업체에게 많은 기회를 제공한 것으로 보인다.

게임위는 게임법 제23조에 의해 등급분류 결정 또는 등급분류 거부 결정에 대하여 이의가 있는 경우에 별도의 이의신청 절차를 두고 있으며, 이의신청 절차의 객관성을 확보하기 위해 등급재분류자문위원회를 두어 운영하고 있다. 2009년 총 20건의 이의신청 중 PC온라인게임에서는 4건의 이의신청이 들어왔으며, 등급재분류자문회의를 통해 등

표 6-2-02 게임물 내용 수정 접수, 결정 및 재분류 대상 세부 사유

(단위: 건)

구 분	신청 신고	결정 내역				대상 사유									
		대상	비대상	철회	시스템 추가/ 변경	과금 체계 추가/ 변경	기기 변경	대규모 업데이트	권고 사항	사용자간 대결	유료 아이템 추가	이벤트	기타	계	
플랫폼	아케이드게임	424	31	380	13	5		23						3	31
	온라인게임	3,448	224	3,187	37	22	74		12	6		42	21	47	224
	비디오게임	9	1	6	2									1	1
	모바일게임	27	2	24	1	1	1								2
	계	3,908	258	3,597	53	28	75	23	12	6	0	42	21	51	258
장르	격투	21	1	19	1							1			1
	캐주얼	266	1	263	2							1			1
	레이싱	104	2	102								1		1	2
	롤플레이	331	7	323	1		1					2	2	2	7
	스포츠	109	9	97	3		3	1				3	1	1	9
	시뮬레이션	20	2	18								1		1	2
	액션	295	9	280	6	3	1		1			3		1	9
	어드벤처	24		24											0
	에듀테인먼트	59		59											0
	전략시뮬레이션	6		6											0
	퍼즐	79	2	76	1				2						2
	보드	548	132	406	10	18	48	5		6		13	11	31	132
	슈팅	602	19	574	9	1	2	7				6		3	19
	MMORPG	1,179	49	1,105	15	3	14		8			11	7	6	49
	기타	265	25	235	5	3	6	8	3					5	25
계	3,908	258	3,587	53	28	75	23	12	6	0	42	21	51	258	

표 6-2-03 시험용 게임물의 접수/처리 현황

(단위: 건)

구분	2007	2008	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
접수	154	115	2	7	9	13	10	13	17	9	25	10	13	14	142
적합	147	109	2	7	9	9	8	7	15	8	22	10	12	10	119
부적합	7	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
철회	0	0	0	0	0	4	2	6	2	1	3	0	0	3	21

급상향 3건, 등급분류 거부 1건이라는 자문결과가 나왔다. 특이사항으로 <무림외전>의 경우, ‘청소년 이용불가’ 게임물로 자문되어 등급분류회의에 최종 상정되었으나 자동진행 등 제반 문제로 재차 등급분류가 거부되는 사례도 있었다.

2. PC온라인게임

1) 등급분류 현황

(1) 등급분류 분석

2009년에는 실제 등급분류와 관련하여, 등급분류

표 6-2-04 게임물 등급분류에 대한 이의신청 현황

(단위: 건)

구분	등급분류 거부	등급 상황	계
아케이드게임	14	1	15
모바일게임	-	1	1
PC온라인게임	1	3	4
비디오게임	-	-	-
계	15	5	20

표 6-2-05 게임물 등급분류에 대한 이의신청 세부 내역

순번	제명	이의사유	신청 등급	1차 결정	자문 결과	최종 등급
1	에드벌룬(Asballon)	거부	전체	거부	거부	거부
2	애들아 놀자	거부	전체	거부	거부	거부
3	철권6 BR	등급 상황	전체	청불	청불	청불
4	가나다라	거부	전체	거부	거부	거부
5	JUNGLE WORLD	거부	전체	거부	거부	거부
6	EZ2ON ONLINE TRAX	등급 상황	전체	15세	15세	15세
7	Mac Arthur(맥아더)	거부	전체	거부	거부	거부
8	슈팅왕플리	거부	전체	거부	거부	거부
9	메이플스토리 해적편	등급 상황	전체	12세	12세	12세
10	홀릭2	등급 상황	12세	15세	12세	12세
11	스페인 레판토 해전	거부	전체	거부	거부	거부
12	JUNGLE WORLD 2	거부	전체	거부	거부	거부
13	미스터리P:베가스은행절도	등급 상황	전체	12세	전체	전체
14	두근두근 낚시왕 ver 1.1	거부	전체	거부	거부	거부
15	Monster Of Hero	거부	전체	거부	거부	거부
16	Legend Of Hero	거부	전체	거부	거부	거부
17	해적선 빙고	거부	전체	거부	거부	거부
18	무림외전	거부	청불	거부	청불	거부
19	두근두근 낚시왕 ver 1.2	거부	전체	거부	거부	거부
20	GHOST HOUSE(고스트하우스)	거부	전체	거부	거부	거부

신청 업체의 제반 문제점을 분석하여 등급분류가 원만하게 처리할 수 있도록 예측가능성 제공 및 수정·보완으로 유도하는 등 기존 방식과는 차별화된 서비스를 제공하였다. 이를 통해 강도 높은 민원이 감소되는 경향을 보였으며, 질적 서비스가 증대된 해였다.

2009년 전체 등급분류 게임물 중 PC온라인게임이 1,621건(42.4%)로 가장 많은 비중을 차지했다. 이는 2008년도와 비교하면, 1,138건에서 1,621건으로 483건이나 늘어나 29.8% 증가된 수치다. 등급분류 거부 의 경우, 2009년에도 웹보드게임에 대해 엄격한 규정을 적용하였으며, 그 결과 225건의 거부로 2008년도와 비교하면, 33.9%의 증가를 보였다. 또한 2008년 이월 게임도 많았는데, 신청 등급 게임물과 결정 등급 게임물의 수가 상이한 점은 이러한 이유 때문이다. 등급이 결정된 현황을 보면, ‘전체이용가’와 ‘12세이용가’ 게임물은 늘었으나 ‘15세이용가’와 ‘청소년이용불가’ 게임물은 감소한 경향을 보이고 있다.

PC온라인게임 전체 1,621건 중 ‘전체이용가’가 877건으로 84.8%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘청소년이용불가’ 게임물이 24%인 389건이었고, 등급

분류 거부가 225건으로 13.9% 순으로 나타났다.

PC온라인게임물의 2009년 장르 변화를 보면, 등급분류 거부 판정을 받은 게임물을 제외하고 등급 결정된 1,396건 중 보드게임(·포류)이 350건으로 전체의 25.1%를 차지하면서 가장 많았고, 캐주얼게임이 226건(16.2%), 퍼즐게임 214건(15.3%)의 순서였다. PC온라인게임물의 2009년도 접수는 1,519건으로 2008년에 비해 17.6% 증가한 수치를 보여 게임 업체들의 활발한 비즈니스를 간접적으로 확인해 볼 수 있다.

(2) 월별 분석

PC온라인 등급분류 신청 게임물이 가장 많이 접수된 달은 10월로 모두 243건(16.0%)이었다. 다음으로 1월 180건(11.8%), 3월 148건(9.7%), 4월 136건(8.9%)의 순서였으며, 예년과 같이 방학시즌을 맞추려고 3, 4월과 10, 11월에 비교적 많은 접수가 이루어지고 있음을 알 수 있다.

월별 접수 내역을 자세히 살펴보면, 10월에 전체의 16%인 243건이 접수되어 이 중 ‘전체이용가’ 게임물이 가장 많은 182건(74.9%)이었고, 다음이

표 6-2-06 PC온라인게임의 신청 등급과 최종 결정 등급 현황

(단위: 건)

구분	PC온라인게임				비고
	업체 신청 등급		게임위 결정		
	2008	2009	2008	2009	
전체이용가	688	796	518	877	
12세이용가	38	53	67	74	다른 신청등급으로 접수된 게임의 12세이용가 결정 사례 포함
15세이용가	56	70	63	56	다른 신청등급으로 접수된 게임의 15세이용가 결정 사례 포함
청소년이용불가	470	600	322	389	웹보드게임 감소 경향
등급분류 거부	-	-	168	225	
합계	1,252	1,519	1,138	1,621	

표 6-2-07 PC온라인게임의 월별 접수 및 등급분류 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
접수	180	92	148	136	131	77	104	123	96	243	102	87	1519
등급분류	271	79	144	135	131	70	92	95	115	258	100	131	1621

표 6-2-08 PC온라인게임의 신청 등급별, 월별 접수 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
접수	180	92	148	136	131	77	104	123	96	243	102	87	1519
전체이용가	115	54	74	61	73	22	32	62	44	182	50	27	796
12세이용가	3	4	4	3	3	3	6	6	4	3	9	5	53
15세이용가	4	5	5	9	5	3	6	8	4	6	5	10	70
청소년이용불가	58	29	65	63	50	49	60	47	44	52	38	45	600

표 6-2-09 PC온라인게임의 등급분류 신청 및 장르별 접수 현황

(단위: 건)

구분	MMO RPG	FPS	액션	어드벤처	캐주얼	스포츠	롤플레이	레이싱	시뮬레이션	전략 시뮬레이션	에듀테인먼트	보드	퍼즐	격투	기타	합계
건수	87	85	75	12	144	88	22	10	23	42	19	550	187	3	172	1519

표 6-2-10 PC온라인게임의 신청 등급별, 월별 등급분류 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
등급분류	271	79	144	135	131	70	92	95	115	258	100	131	1621
전체이용가	204	26	70	66	65	23	29	23	57	199	46	69	877
12세이용가	6	5	5	9	2	4	6	3	8	9	6	11	74
15세이용가	6	2	6	3	5	3	2	7	3	4	5	10	56
청소년이용불가	24	28	18	38	37	24	41	44	30	43	31	31	389
등급분류 거부	31	18	45	19	22	16	14	18	17	3	12	10	225

‘청소년이용불가’ 게임물로 52건(21.4%)의 비율을 차지했다. 1월에는 180건이 접수되어 이 중에서 ‘전체이용가’ 115건(63.9%), ‘청소년이용불가’ 58건(32.2%)이 신청되었고, 3월에는 148건 중에서 ‘전체이용가’ 게임이 74건(50.0%), 4월은 136건 중에서 ‘전체이용가’ 61건(44.8%)과 ‘청소년이용불가’ 게임물 63건(46.3%)이 신청되었다.

장르별 접수 현황을 보면, 성인이 접근할 수 있는 고·포류로 분류되는 보드게임이 550건(36.2%)으로 가장 많은 비율을 보였으며, 다음으로는 청소년들이 접근하기 쉬운 퍼즐게임으로 187건(12.3%)을 보이고 있다.

월별 등급분류 현황을 살펴보면, 1월에 가장 많은 271건(16.7%)의 등급분류를 처리했으며, 등급분류

거부는 3월에 45건으로 전체 225건의 등급분류 거부 중 20%로 가장 높은 비율을 나타냈다. 2009년도에도 웹보드게임의 베틀과 배당을 위주로 사문화되는 상황에서 등급분류 거부가 많았다. 최근에는 웹보드게임뿐만 아니라 MMORPG 등에 미니게임 및 이벤트 형태로 사행적인 요소를 포함하는 경우도 많아, 등급분류 업무를 수행하는 게임위에서도 상황에 맞는 등급분류를 하기 위해 고심하고 있다.

등급분류된 ‘전체이용가’ 게임물이 877건으로 54.1%의 비중을 차지했는데, 이는 2008년 518건과 비교하면 359건이 증가한 것으로 미심의 게임물에 대한 사후관리 강화정책이 이러한 현상을 낳은 배경이라고 할 수 있다. ‘12세이용가’로 등급분류를 받은 게임물은 74건(4.6%)으로 2008년 67건과 비교

표 6-2-11 PC온라인게임의 장르별 등급분류 현황

(단위: 건)

장르	건수	비중
MMORPG	77	5.5%
FPS	68	4.9%
액션	84	6.0%
어드벤처	11	0.8%
캐주얼	226	16.2%
스포츠	79	5.7%
롤플레이	15	1.1%
레이싱	9	0.6%
시뮬레이션	25	1.8%
전략시뮬레이션	44	3.2%
에듀테인먼트	21	1.5%
보드	350	25.1%
퍼즐	214	15.3%
격투	5	0.3%
기타	168	12.0%
합계	1,396	100.0%

하면, 10.4% 증가되었는데, 여기에는 게임물 전반에 걸친 접수율 증가가 그 요인으로 보인다. 15세 이용가는 특이하게도 2009년 56건의 등급분류로 2008년 63건에 비해 7건이나 줄어드는 결과를 보여주고 있다. '청소년이용불가' 게임물은 2009년 389건(24%)으로 2008년 322건에 비해 67건이나 증가하였다. 이는 사행화되고 있는 온라인 고스톱, 포커 등의 게임물에 대한 등급분류가 더욱 강화되고 있는 점이 주요 요인이라고 할 수 있다.

장르별 등급분류 현황을 보면, 접수와 마찬가지로 성인이 접근할 수 있는 고·포류로 분류되는 보드게임이 350건(25.1%)으로 가장 큰 비율을 보였으며, 다음이 청소년들이 접근하기 쉬운 캐주얼게임 226건(16.2%), 퍼즐게임 214건(15.3%)을 보이고 있다.

(3) 등급분류 거부 사례

PC온라인게임에서 등급분류된 게임물은 총 1,621건으로, 이 중에서 등급이 결정된 것은 1,396건(86.1%)이며(2008년도 1,138건에 비해 32.2% 증가), 등급분류 거부 건수는 225건으로 2008년의 168건에 비해 25.3%로 높아졌다. 이는 그 만큼 사

행성 게임물과의 씨름이 이어지고 있음을 보여주는 것이다.

등급분류 거부된 225건을 보면, 고스톱·포커류가 속한 보드게임 장르가 173건(76.9%)으로 다수를 차지한다. 이 장르에 속하는 대다수 게임이 사행성 게임이라는 명목으로 거부되는 수치를 보여주고 있는 것이다. 다음으로 FPS 게임이 12건으로 5.3%를 차지하고 있는데 이는 보드게임과는 현격한 차이를 보이고 있다.

거부 사유를 살펴보면, 총 225건 중에서 거짓 및 기타 부정한 방법이 191건(84.9%)으로 거의 대부분을 차지하고 있으며, 사행성 게임물 26건(11.6%), 다른 법률의 규정에 의한 규제 대상 6건(2.7%), 권원미비 1건(0.4%) 등이 해당 사유를 차지하고 있었다.

(4) 등급분류 결정 취소 사례

2009년 등급분류 결정취소 게임물은 총 55건인데, 이 중에서 PC온라인게임이 25건으로 45.4%를 차지해, 2008년에 비해 비중이 줄었다. 등급분류 결정이 취소된 게임물은 전부 웹보드게임이었으며, 자진하여 사업을 포기하면서 취소 신청하는 경

표 6-2-12 PC온라인게임 월별 등급분류 및 거부 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
등급분류	271	79	144	135	131	70	92	95	115	258	100	131	1621
등급분류 거부	31	18	45	19	22	16	14	18	17	3	12	10	225

표 6-2-13 PC온라인게임 장르별 등급분류 거부 현황

(단위: 건)

구분	MMORPG	FPS	액션	어드벤처	캐주얼	스포츠	롤플레이	시뮬레이션	전략 시뮬레이션	에듀테인먼트	보드	퍼즐	기타	합계
건수	8	12	1	1	11	4	2	2	1	1	173	4	5	225

표 6-2-14 PC온라인게임 등급분류 거부 사유

(단위: 건)

구분	거짓 및 기타 부정한 방법	사행성 게임물	타 법률의 규정에 의한 규제대상	권원미비	기타	계
건수	191	26	6	1	1	225

우도 일부 있었으나 대부분의 취소 사유로는 경찰 단속 등에 의해 게임법 제22조를 저촉한 것으로 나타난 경우이거나, 변칙 운용과 개·변조 및 환전행위와 연관된 게임물이 대다수다.

(5) 등급분류 이의신청 현황

‘등급분류 결정 또는 등급분류 거부결정에 대해 통보 받은 날부터 30일 이내에 구체적인 사유를 명시하여 등급위원회에 이의를 신청하여 등급분류를

다시 받을 수 있다’는 게임법 제23조(등급의 재분류 등) 내용에 따라 등급분류 이의신청을 한 20건 중 PC온라인게임은 4건(20.0%)이었다. 등급분류 거부에 대한 이의제기 중에서, <무림외전>은 자동진행에 대한 참여한 의견 도출로 등급재분류자문회의에서는 ‘청소년이용불가’ 게임물로 자문했으나 최종등급분류회의에서 등급분류 거부로 결정되기도 했다. 등급이 상향된 3건의 경우 중 2건(<홀릭2>, <미스터리PI : 베가스은행절도>)은 등급재분류자문회의에서

표 6-2-15 PC온라인게임 등급분류 결정취소 현황

순번	등급번호	등급결정취소일	게임제목	비고
1	OL-070817-001	2009.1.21.	게임코7포커	등급결정 취소
2	OL-070817-002	2009.1.21.	게임코홀덤	등급결정 취소
3	OL-070817-003	2009.1.21.	게임코맞고	등급결정 취소
4	OL-070817-004	2009.1.21.	게임코바둑이	등급결정 취소
5	OL-070817-005	2009.1.21.	게임코맞포커	등급결정 취소
6	OL-070803-001	2009.1.21.	물로우바둑이	등급결정 취소
7	OL-070803-002	2009.1.21.	물포커	등급결정 취소
8	OL-070803-003	2009.1.21.	물맞고	등급결정 취소
9	OL-081112-001	2009.3.20.	파파야 바둑이	등급결정 취소
10	OL-081112-002	2009.3.20.	파파야 7포커	등급결정 취소
11	OL-081112-003	2009.3.20.	파파야 맞고	등급결정 취소
12	OL-080507-003	2009.4.10.	퍼니게임 포커	등급결정 취소

순번	등급번호	등급결정 취소일	게임 제목	비고
13	OL-080507-004	2009.4.10.	퍼니게임 바둑이	등급결정 취소
14	OL-080507-005	2009.4.10.	퍼니게임 맞고	등급결정 취소
15	OL-080625-004	2009.4.10.	노리맞고	등급결정 취소
16	OL-080625-005	2009.4.10.	노리바둑이	등급결정 취소
17	OL-080625-006	2009.4.10.	노리포커	등급결정 취소
18	OL-080910-003	2009.7.31.	수맞고	등급결정 취소
19	OL-080910-004	2009.7.31.	수바둑이	등급결정 취소
20	OL-080910-005	2009.7.31.	수세븐포커	등급결정 취소
21	OL-080423-003	2009.12.23.	팜맞고	등급결정 취소
22	OL-080910-001	2009.12.23.	팜바둑이	등급결정 취소
23	OL-080423-002	2009.12.23.	팜바둑이	등급결정 취소
24	OL-080910-002	2009.12.23.	팜포커	등급결정 취소
25	OL-080423-001	2009.12.23.	팜포커	등급결정 취소

업체가 신청한 원안의 등급으로 하향 조정한 것을 등급분류회의에서 그대로 적용하였다.

2) 등급분류의 문제점 및 개선방안

2009년 게임물 등급분류에 있어서 가장 큰 우려 사항은 웹보드게임의 사행화와 변칙 영업이 계속 이어지고 있다는 것이고, 기존 온라인게임에도 미니게임이나 각종 이벤트를 통한 비즈니스 전력으로 여론의 비판을 받기도 했다. 게임물 서비스 중에 신고 없이 이벤트를 하는 경우, 대부분 경품이나 현금을 걸고 하는 경우가 많으며, 이벤트 기간이 단기간이라 모니터링을 통해 걸러내도 이미 상황이 종료된다는 단점이 있다. 일례로 <RF온라인>은 미신고된 ‘죽장’ 이벤트를 진행했는데 게임 내 족장으로 선발된 이용자를 대상으로 최고 200만 원까지 현금을 지급한다는 내용으로 사회문제화 되기도 했다.

사이버머니나 게임 아이템을 현금으로 바꿔주는 불법 환전상이 게임의 사행화를 조장해 사회적으로 문제가 심각한 것으로 나타났으며, 뿐만 아니라 불법 환전상들은 존재를 숨기기 위해 타인 명의를 도용하고 개인정보까지 거래하고 있어 부가적인 범죄로 확산된다는 위험성도 대두되고 있다. 사이버 공간에서 게임을 하기 위한 수단으로 머물러야 할 게임머니가 오프라인 공간에서 이들 환전상들로 인해 현금거래가 가능해진 까닭에 온라인게임이 사행화되어가는 측면도 있는 것이다.

2008년부터 아케이드게임으로 등급분류 받기가 어려워지자 ‘풍선효과’ 식으로 온라인게임으로 등급분류 신청하는 게임물이 급격히 증가하고 있으며, 이들 게임들이 등급분류 받은 후 사행영업을 하여 단속되면서 사회 여론도 좋지 않게 흐르고 있는 실정이다. 아케이드성 온라인게임이 이제는 부분 유료화로

표 6-2-16 PC온라인게임 이의신청 현황

순번	제명	이의사유	신청 등급	위원회 결정	자문 결과	최종 결정
1	EZ2ON ONLINE TRAX	등급 상황	전체	15세	15세	15세
2	홀릭2	등급 상황	12세	15세	12세	12세
3	미스터리아:베가스은행절도	등급 상황	전체	12세	전체	전체
4	무림외전	거부	청불	거부	청불	거부

신청되고 있어 상당수가 등급분류 단계에서는 문제 없이 원칙대로 등급분류 받고는 있으나 이에 대한 철저한 대비와 법률적인 조치가 강구되어야 할 것으로 보인다. 더구나 외국에 서버를 두고 등급분류를 받지 않고 회원을 모아 서비스하는 음성화된 도박 게임물이나 웹게임물의 경우, 사후관리를 강화하여 시장 조치를 취하고 있으나 전방위적인 대책이 강구되고 유관기관의 협조를 구축해 나가야 할 것으로 보인다.

최근 대형 배급사들이 인수합병을 통해 자체 개발력을 확충해온 데다 외부 게임 수급도 값싼 중국산으로 돌리고 있어 PC온라인업계가 위기에 처해 있다. 중소게임 개발 업체는 캐주얼 게임의 경우, 계약금이 1~2억 원 수준이고 수익배분은 개발사 30%, 배급사 70% 선으로 계약 논의가 이뤄지기도 한다. 불과 1~2년 전만 해도 개발사가 MMORPG 장르의 신작을 개발하면 배급사와 계약금 10억 원대에 수익 배분 5대 5의 조건으로 계약이 이뤄지는 것이 통례였으며, 상대적으로 제작시간과 비용이 적게 드는 캐주얼 게임도 3~5억 원이 적절한 수준의 계약금이었다.

그러나 2009년 들어 국내 배급사와 서비스 판권 계약을 맺을 때 MMORPG는 5~10억 원, 캐주얼 게임은 1~3억 원 수준으로 가격이 급락했으며, 이는 게임 내수시장 성장세가 멈춘 반면 신작들의 제작 편수는 계속 늘어나고 있는 상황 때문으로 판단된다. <리니지>, <메이플스토리>, <서든어택> 등 대작게임들이 여전히 국내 시장을 견인하고 있고 <아이온> 등 극소수를 제외하면 신작 흥행이 잘 이뤄지지 않고 있다. 2008년 이후 흥행 상위에 올린 신작은 <아이온>밖에 없는 실정에서도, 시장 규모가 어느 정도 유지되는 것도 각 게임사들이 부분 유료화 상용 아이템을 정교하게 갈고 닦아 1인당 지출 게임비를 상향시켰기 때문이다.

한국콘텐츠진흥원에 의하면, 온라인게임 1편 제작에 소요되는 평균 개발기간은 21.9개월로 평균

20여 명이 투입돼 2년 가까운 세월 동안 게임을 제작하는 것이다. 평균 제작비가 10억 원 이상 드는 게임이 상당수며 MMORPG는 30억 원 이상이 소요되는 경우도 심심찮게 찾아볼 수 있다. 계약금 1억 원으로는 20여 명 인력 수준의 게임 개발 스튜디오가 3~4개월 연명할 수 있는 수준이라는 점에서 판권 계약금만으로는 개발비를 온전히 보전하기조차 어려운 실정이다.

연간 출시되는 게임의 수는 50편 정도지만 2009년 들어 국내 개발사와 배급사 간의 신규 배급계약 사례를 거의 찾아볼 수 없을 정도다. CJ인터넷 등 메이저 배급사들이 중국산 웹게임 판권 확보에 열을 올리는 반면 흥행 여부가 불투명한 국산 신작들을 좀처럼 확보하지 않고 있기 때문이다. 중소기업이 제작하고 있는 신작 중에서 가장 두각을 나타낸 시리우스엔터테인먼트의 <라임 오디세이>, 엔플레버의 <아이엘: 서울브링거> 등도 아직까지 배급사와 판권계약을 맺지 못하고 있다. 그나마 중소 개발사 중 자체 서비스 경험이 있거나 어느 정도 규모가 있는 곳은 독자 행보를 선택할 만하지만 그렇지 못한 곳은 “제발 게임을 가져가기만 해 달라”며 배급사와의 계약 성사에 저자세로 일관하고 있다.

국내 게임시장의 정체를 타개할 유일한 방법이었던 외국시장 판로 확보도 이전과 달리 어려운 것이 현실이다. 중소기업은 국내 판권 계약 성사가 좀체 이뤄지지 않은 반면 국외 신흥 시장의 판로 확보는 상대적으로 수월했으나 최근 들어 외국 판권 계약금액 단가도 급속하게 하락하고 있는데 이는 외국 사업자들이 게임시장 동향에 점차 눈을 뜨고 있기 때문이다. 국내 배급계약 금액 하락이 두드러지며 이는 자연스럽게 외국사업자들과의 협상에도 영향을 미쳐, ‘수출전선’ 또한 어려움이 크다는 것이다. 물론 이와 같은 가격 조정은 국내외 게임시장의 흐름에 따라 ‘시장’이 결정한 것이며 국내 개발

사들을 '외면' 하는 배급사들의 행태를 나무라기도 어려우나 이로 인해 야기되는 중소, 중견 개발사들의 제작환경 악화는 국내 게임시장의 저변을 위협하게 한다는 점에서 우려할 만하다.

3. 모바일게임

2009년 등급분류된 모바일게임물은 642건으로 전체에서 차지하는 비율이 15.8%로 낮아졌는데, 여기에는 앱스토어와 안드로이드를 위시한 오픈마켓 게임물의 증가가 주요한 요인으로 보인다. 모바일 게임물이 다양하게 컨버전스되고 모바일 단말기의 한계에 따라 새로운 수익원 창출과 비즈니스 모델을 찾아 나아가는 과정에서의 과도기적 상황이 이번 통계 수치로도 확인된다.

2009년 등급분류 신청 게임물이 588건으로 2008년 839건에 251건이나 감소하여 29.9%감소한 비율을 보였으며 이것이 결국 등급결정에도 영향을 미치고 있음이 드러났다. '전체이용가' 게임물의 등급결정 현황을 보면, 2009년 463건으로 전년에 비해 33.8%감소했고, '청소년이용불가'는 82건으로 전년도에 비해 1.2%의 하락률을 보여 이동통신사의 서비스가 대폭 낮아지고 있음을 보여주고 있다.

1) 등급분류 현황

(1) 등급분류 분석

2009년도 모바일게임의 경우, 전체 3,899건 접수 중에서 15.1%인 588건이 접수되어 게임물 플랫폼 중 3위를 기록하고 있다. 앞으로도 이러한 추세는 오픈마켓 게임시장이 활성화될수록 계속 이어질 것으로 예측된다. 모바일게임은 망 특성상 '전체이용가'와 '청소년이용불가' 게임물로만 서비스되고 있으며, 등급결정(총 642건)은 '전체이용가' 게임물이 463건으로 '72.1%'의 비중을 보였고, 다음으로 모바일 웹보드게임물이 대다수인 '청소년이용불가'와 '12세이용가' 게임물이 각각 82건으로 12.8%의 비중을 보였다. '15세이용가'는 11건(1.7%), 등급분류 거부는 전년도에 비해 대폭 낮아져 4건이 처리되지 못했다.

2009년도 모바일게임물 장르를 살펴보면, 국내 모바일게임산업이 기존 이동통신사 서비스에서 오픈마켓 게임물 서비스로 방향 전환을 한 것이 그대로 나타나고 있다. 오픈마켓 플랫폼으로 비즈니스 영역을 다각화함에 따라 모바일게임물로 신청하는 업체가 크게 줄어들게 된 것이다. 전체 등급분류 거부된 4건을 제외하고 638건의 게임물 중에 가장 많은 비율인 14.6%(93건)이 보드게임이었다. 2008년도에는 가장 많은 비중을 차지한 장르가 캐주얼게임이었다는 점을 감안할 때, 오픈마

표 6-2-17 모바일게임 신청 등급과 최종 결정 등급 현황

(단위: 건)

구분	모바일게임			
	업체 신청등급		게임위 결정	
	2008년	2009년	2008년	2009년
전체이용가	731	471	699	463
12세이용가	17	26	60	82
15세이용가	1	6	6	11
청소년이용불가	90	85	81	82
등급분류 거부	-	-	10	4
합계	839	588	856	642

표 6-2-18 모바일게임 장르별 게임물 등급분류 현황

(단위: 건)

장르	건수	비중
MMORPG	6	0.9%
FPS	9	1.4%
액션	53	8.3%
어드벤처	16	2.5%
캐주얼	68	10.7%
스포츠	64	10.0%
롤플레이	76	11.9%
레이싱	9	1.4%
시뮬레이션	52	8.2%
전략시뮬레이션	9	1.4%
에듀테인먼트	10	1.6%
보드	93	14.6%
퍼즐	87	13.6%
격투	1	0.2%
기타	85	13.3%
합계	638	100.0%

켓에서는 보드게임으로는 한계 상황이므로 모바일게임으로 등급분류 받은 것으로 보인다. 다음으로 퍼즐게임 87건(13.6%), 롤플레이 76건(11.9%)의 순이었다.

(2) 월별 분석

모바일게임물이 가장 많이 접수된 월별 사례를 분석해보니 3월에 75건(12.8%)으로 가장 많았고, 다음으로는 11월이 59건(10.0%), 7월이 58건(9.9%)으로 뒤를 이었다. 등급분류도 12월, 11월, 3월에 각각 84건, 83건, 63건의 등급이 결정되었음을 알 수 있다. 전반적으로는 전년에 비해 접수 비율이 대폭 낮아졌다.

월별 접수 내역을 자세히 살펴보면, ‘전체이용가’ 게임물 신청 471건 중에서 3월이 59건(12.5%)으로 가장 많이 접수되었으며, 11월이 52건(11.0%)으로 뒤를 이었다. ‘청소년이용불가’ 게임물은 85건 접수되었으며 그 중에서 1월에 10건(11.8%)으로 가장 많았다.

등급분류 현황을 살펴보면, ‘전체이용가’ 게임물이 463건(72.1%)로 가장 많았는데, 이는 2008년의 699건과 비교하면 많이 감소한 것이다. ‘12세이용가’로 등급결정된 것은 82건(12.8%)으로 2008년도 60건과 비교하여 조금 많아졌음을 알 수 있으며, 월별로도 게임물이 골고루 등급분류를 받은 것으로 나타났다. ‘15세이용가’는 가장 낮은 수치고

표 6-2-19 모바일게임 신청 등급별, 월별 접수 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
접수	46	41	75	38	56	34	58	56	41	40	59	44	588
전체이용가	33	32	59	29	47	23	50	46	38	34	52	28	471
12세이용가	1	4	2	1	3	3	0	1	1	2	2	6	26
15세이용가	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	3	6
청소년이용불가	10	5	14	8	6	8	7	9	2	4	5	7	85

표 6-2-20 모바일게임 신청 등급별, 월별 등급분류 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
등급분류	44	38	63	48	53	35	46	54	54	40	83	84	642
전체이용가	27	27	49	28	38	22	26	38	44	31	70	63	463
12세이용가	6	4	7	8	8	6	11	9	5	7	6	5	82
15세이용가	2	1	1	1	-	1	1	-	-	-	2	2	11
청소년이용불가	9	4	6	10	7	6	7	7	5	2	5	14	82
등급분류 거부	-	2	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	4

표 6-2-21 모바일게임 장르별 등급분류 세부 현황

(단위: 건)

구분	MMORPG	FPS	액션	어드벤처	캐주얼	스포츠	롤플레이	레이싱	시뮬레이션	전략 시뮬레이션	에듀테인먼트	보드	퍼즐	격투	기타	합계
건수	6	9	53	16	68	64	76	9	52	9	10	93	87	1	85	638

등급을 받은 11건도 업체에서 신청한 등급은 모두 ‘전체이용가’였으나, 등급분류 결과 게임의 맥락 및 표현 측면에서 15세 미만 청소년에게는 적합하지 않다고 판단되어 등급이 상향된 경우다.

‘청소년이용불가’ 게임물은 총 82건(12.8%)이 등급을 받았으며, 2008년도 81건과 비교하여 비슷한 수치를 보여주고 있는데 2008년에 이어 웹보드 게임의 등급분류 신청이 많지 않았던 것이 중요한 요인으로 분석할 수 있다. 장르별로 분석해 보면, 보드게임류가 93건(14.6%)으로 가장 많고, 퍼즐이 87건(13.6%)으로 뒤를 따르고 있다.

(3) 등급분류 거부 사례

2009년도 모바일게임의 등급분류 거부 사례는 총 4건(0.62%)이 나왔는데, 이는 2008년 10건에 비해 많이 감소된 것이다. 그만큼 모바일게임업체에서 등급위원회 심의규정을 충실히 준수한 결과로 볼 수 있을 것이다. 특히 등급분류 거부를 받은 4건 중 3건(기타 2건은 내용상 보드게임에 해당. 이는 신청 업체가 직접 장르를 입력하기 때문에 해당 업체에서 장르를 기타로 기재했기 때문)은 보드 게임에 해당함으로써 사행성과 연계되는 내용으로

등급분류 거부되었음을 알 수 있으며 ‘전체이용가’ 게임물로 신청된 게임물도 심의규정에 맞지 않는 검토결과로 인해 최종 등급분류 거부되었다.

〈표 6-2-23〉에서 1번의 경우, 게임물등급위원회 심의규정 제18조(사행성게임물 확인) 제3호의 ‘게임법 제2조 제1호의2 가목부터 바목까지 해당하는 게임물 중, 게임의 결과로 현금 또는 다른 물품을 제공받거나 취득할 수 있는 경우’로 판단되는데, 이벤트 대부분이 게임의 결과로 경품(상품권)을 얻을 수 있다고 여겨져 등급분류 거부되었다.

또한 2번은 이용자의 실력이 반영되지 않고 우연적으로 진행되는 자동치기 기능이 있으며 우연적인 게임의 결과로 게임머니 및 유료 아이템을 네트워크 거래를 통해 유무형의 보상으로 제공하는 경우고, 시나리오 대사에 비속어 등의 표현과 경미하게 표현된 선정적인 영상이 있어 게임법 제22조 제2항 및 게임위 심의규정 제18조에 따라 거부되었다.

3번은 이용자의 실력이 반영되지 않고 우연적으로 진행되며, 베팅과 배당을 모사한 미니게임이 포함되어 있고, 우연적인 게임결과인 아이템 및 게임머니로 유료 아이템을 얻을 수 있으며 이를 네트워크를 통해 거래하는 것은 유무형의 보상으로

표 6-2-22 모바일게임 장르별 등급분류 거부 현황

(단위: 건)

구분	시물레이션	보드	기타	합계
건수	1	1	2	4

표 6-2-23 모바일게임 등급분류 거부 현황

순번	접수번호	장르	신청등급	게임명
1	D-09-0035	기타	청소년이용불가	09대박oo-황후의길
2	D-09-0052	보드	청소년이용불가	바다애기o고
3	D-09-0168	시물레이션	전체이용가	치킨loo쿤2
4	D-09-0275	기타	청소년이용불가	피망oo

로 제공하는 경우로 판단되어 게임법 제22조 제2항 및 게임위 심의규정 18조에 의해 거부하였다.

4번은 맞고와 섯다 게임을 통한 목표와 퀘스트 달성의 결과로 얻어지며, 현금으로도 구매할 수 있는 칩을 사용자 간에 주고받을 수 있어 게임결과로 얻는 점수 또는 게임머니를 직간접 유통 과정을 통해 유무형의 보상으로 제공하는 게임으로서 게임위 심의규정 제18조 제4호에 따라 등급분류 거부되었다.

(4) 내용 수정 신고 관련

모바일게임의 경우, 타 플랫폼에 비해 내용 수정 신고가 많지 않지만, 2009년도에는 총 27건 신청하여 그 중 2건이 대상이고, 나머지 24건은 비대상이며 1건은 철회했다. 등급재분류 대상의 경우, 주요 사유로는 ‘시스템 추가 및 변경’이 1건, ‘과금체계 추가 및 변경’이 1건으로 나타났다.

(5) 등급분류 결정취소 사례

모바일게임의 경우에는 사행화와는 차별성을 가지고 있어 단속되는 경우도 거의 없는 상황인데, 등급분류 결정 취소가 3건이나 되어 그 사례를 열거하고자 한다. <표6-2-24>를 보면, 1번 <리니지>

게임은 등급분류 신청(2009. 1. 28.)한 후 등급결정(2009. 2. 6.) 받았는데 상표권 문제로 추정되는 사유로 인해 해당 업체에서 자진 등급분류 결정 취소를 신청하여 등급위원회에서 등급분류 결정 취소를 최종 결정하였다.

2~3번은 <마구마구> 상표권 및 서비스표권자인 씨제이인터넷(주)에서 해당 게임물 신청사에 권리가 침해되었음을 고지하고 그에 대한 조치를 요구하여 신청사가 자진해서 등급분류 결정 취소를 요청해와 등급위원회에서 등급분류 결정 취소를 최종 처리하였다.

(6) 등급분류 이의신청

게임법 제23조(등급의 재분류 등)에 의거하여, 등급분류 결정 또는 등급분류 거부 결정에 대해 통지받은 날부터 30일 이내에 구체적인 사유를 명시하여 등급위원회에 이의를 신청하면 등급분류를 다시 받을 수 있다는 내용에 따라 모바일게임에서는 총 20건이 이의신청을 했다. 이 중에서 <메이플스토리 해적판>이 ‘전체이용가’ 게임물로 부적합하다는 등급위원회 결정에 대해 해당 신청업체에서 이의제기를 했는데, 등급재분류자문회의에서도 ‘12세이용가’ 게임물로 자문했으며 이를 등급분류회의에서 최종적으로

표 6-2-24 모바일게임 등급분류 결정취소 현황

순번	등급번호	등급결정 취소일	게임 제목	비고
1	MO-090206-003	2009.4.10.	리니지	등급결정 취소
2	MO-080801-014	2009.6.5.	마구마구 홀런왕	등급결정 취소
3	MO-081029-006	2009.6.5.	마구마구 번트왕	등급결정 취소

표 6-2-25 모바일게임 이의신청 현황(2009)

순번	제명	이의사유	신청 등급	위원회 결정	자문 결과	최종 결정
1	메이플스토리 해적편	등급 상향	전체이용가	12세이용가	12세이용가	12세이용가

‘12세이용가’ 게임물로 결정함에 따라 신청업체의 이의 사유는 적합하지 않다는 것을 보여주었다.

2) 등급분류의 문제점 및 개선 방안

2009년도 모바일게임물의 경우, 오픈마켓 게임물이 전면에 등장하면서 모바일게임이 상대적으로 위축되는 경향을 보이고 있으며, 대다수 모바일게임업체들이 오픈마켓 게임물로 개발 환경을 전환시켜 등급분류를 신청하는 경우도 생겨나고 있다. 또한 모바일게임의 경우에도 스탠드얼론 방식보다는 네트워크가 연동되는 방식이 등장하면서 기존의 단독형 게임에서 다양한 방면으로 시스템이 전환되어가고 있다. 이에 따라 등급분류 과정에서 사행성 및 각종 제반 문제에 대해 게임위 심의규정을 근거로 심층 분석하는 경향도 많아지고 있다. 또한 오픈마켓 게임물로 탑재하는데 문제 소지가 있어서인지 2009년도 등급분류 신청 내역을 보면, 고·포류를 위시한 웹보드게임이 모바일게임물로 절대 다수 신청해와 등급분류를 받아 유통되었는데, 이는 전에 없던 새로운 현상이라고 볼 수 있다.

모바일게임 시장구조에는 4개의 주체, 즉 이동통신사, 개발사, 소비자, 커뮤니티(각 인터넷 매개체 포함)가 존재하며 이들 주체가 서로 어우러져 모바일게임시장을 형성하고 있다. 향후에는 모바일 직

거래 장터 등 신규 사업에서 개인 개발자 참여를 활성화시킬 수 있도록 모바일게임 및 모바일 유통 영상품에 대한 개인 등록 및 사전 등급분류 절차를 간소화하는 방안이 마련되어야 하고 개인 개발자가 참여할 수 있도록 제도 및 절차를 개선해야 한다고 본다. 또한 사전 등급분류 제도를 간소화하여 조기에 신속히 시장에서 소비자에게 검증받을 수 있는 적절한 조치가 필요하며, 개인 개발자의 게임 및 영상품에 대해 등급분류 처리 기간 단축 및 심의수수료에 대한 합리화가 요구된다. ‘모바일 직거래장터’ 특성에 따라 CP 뿐만 아니라 개인 개발자의 적극적 참여가 이루어질 수 있으며, 이를 통해 청년 일자리 창출과 게임산업 육성, IT산업 전반에 걸친 활성화에 기여하리라 예상된다.

4. 아케이드게임

아케이드게임은 게임제공업소용 게임으로 동전을 넣고 버튼, 조이스틱, 터치하는 방식을 사용하거나 체감형, 체련용으로 이용·제공되는 모든 게임을 총칭한다. 아케이드게임의 등급분류는 게임법 제21조(등급분류) 제3항에 따라 청소년게임제공업과 일반게임제공업에 제공되는 게임물은 전체이용

가와 청소년이용불가 게임물로 분류되므로 여기에 게임과 게임이 아닌 것을 명확하게 규정했다. 또한 게임법 제2조 1의2 사행성게임물에 저촉되는지와 게임위 심의규정에 의해 등급분류를 하고 있다.

게임물 등급분류 후 개·변조 및 환전 등의 불법행위가 만연하자 게임법 제22조 제4항에 등급위원회는 등급분류를 받은 게임물이 제22조 제2항의 규정에 따른 등급분류 거부 대상인 사실을 알게 된 때에는 지체 없이 등급분류 결정을 취소하도록 하는 등 사후관리를 강화하여 사행성 게임물에 해당되는 경우 법률에 의해 엄격하게 처리하고 있다.

아케이드게임의 경우, 그동안 전체이용가 게임물은 등급분류를 하였으나 운영정보표시장치(OIDD) 미부착 게임물인 청소년이용불가 게임물의 경우 제도 미비로 지연되다가 사업자 선정이 완료된 후 등급분류를 재개(2009. 5. 22.)하여 정상적인 등급분류틀을 마련하였다.

1) 등급분류 현황

(1) 등급분류 분석

2009년에는 전년에 비해 등급분류 신청 게임물이 크게 증가했는데, 그 이유로는 ‘청소년이용불가’ 게임물에 대한 본격적인 등급분류가 개시(2009. 5. 22.)되면서 2종의 게임물로 <VIP KOREA2>와 <GO or STOP>이 등급 결정되어 약 3년 동안 등급을 결정하지 못한 모순점과 부작위를 해소하는 계기가 되었다. 그러나 ‘전체이용가’ 게임물의 경우, 게임법 시행령 제16조의2(경품의 종류 등)에 따라 등급분류 받아 정상적인 영업을 하지 않고 개·변조 등 비정상적인 영업을 하는 경향이 많아서 이에 대한 사회적 정화 및 정책적 대책이 시급한 실정이다.

2009년도 아케이드게임의 경우, 전체 3,899건 접수에서 31.2%인 1,217건이 접수되어 2008년도 995건에 비해 크게 늘어난 수치를 보이고 있다. 전체 게임

표 6-2-26 아케이드게임 등급분류 제도 변천 과정

구분	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
소관부처	보건복지부						(8,27.) 문화체육관광부					
등급분류기관	한국 컴퓨터 게임산업 중앙회	(8,27.) 공연예술진흥협의회	(6,7.) 영상물등급위원회					(10,29.) 게임물등급위원회				
등급판정	합격/불합격	합격/불합격	전체이용가/18세이용가 <등급보류>					(10,29.) 전체이용가/청소년이용불가 <등급거부/등급취소>				
적용 법률	공중위생법		(6,9.) 음반·비디오물및게임물에관한법률					(10,29.) 게임산업진흥에 관한 법률 시행	(1,19.) 게임산업진흥에 관한 법률 개정	(2,29.) 게임법. 정부조직법 개편으로 문화체육부장관 개정		
경품취급기준 고시(폐지)/시행령,시행규칙			(5,9.) 제정 고시	(12,30.) 2차 고시	(12,31.) 3차 고시	(7,6.) 3차 고시일부개정	(10월경) 4차고시(게임법 28조(게임물 관련 사업자 준수 사항))	(4,29.) 경품 배출 금지 제정 (전체 이용가 게임물은 가능, 대통령령)	(5,16.)시행령개정포 상금지급기준 신설 (5,17.)시행규칙개정. 전기용품안전인증서제출시기 추가	(2,29.) 게임법. 행정명령권 시장권고규정 신설	(7,22.) 시행령 제9조(지적재산권의 보호) (9,10.) 시행령 제6조(영업시간 및 청소년 출입시간제한 등) 제24조(과태료의 부과기준) (12,4.)시행규칙 제21조(영업승계인의 신고)개정	

플랫폼에서 PC온라인게임 다음으로 접수 비율이 높음에도 불구하고, 아케이드게임업체들 비정상적인 영업 행태로 여론의 질타를 받는 등 산업적인 위기 상황으로 내몰리는 양상이다. 또한 아케이드게임업체에서 줄기차게 제기했던 ‘청소년이용불가’ 게임물에 대한 등급분류가 본격 시행되어 솜통을 터주었으나, 아직까지는 활성화되지 못하고 있는 실정이다.

아케이드게임물의 등급분류 결과를 살펴보면, 2009년에 총 1,264건이 처리되었고, 이 중에서 640건(50.6%)이 게임법과 심의규정에 의해 등급 결정되었다. 이는 2008년에 비해 획기적으로 늘어난 수치다. 이를 자세히 살펴보면, ‘전체이용가’가 588건(46.5%)으로 가장 많고, ‘청소년이용불가’

52건(4.1%)이며, 등급분류 거부 결정은 624건(49.4%)으로 2008년 699건(80.8%)보다는 비율이 크게 축소되었다. 또한, ‘청소년이용불가’ 게임물이 2008년 4건에서 2009년 52건으로 크게 늘어나, ‘청소년이용불가’ 게임물이 본격적으로 시장에 보급되고 있음을 보여준다. 그러나 아직도 ‘전체이용가’ 게임물의 비중이 높는데, 이는 게임법에 따라 ‘청소년이용불가’ 게임물의 경우 경품 배출이 불가능하고, 영업 지역이 제한(상업지역 내)되어 있어 ‘전체이용가’ 게임물에 대한 수요가 상대적으로 강하기 때문이다.

세부 장르를 살펴보면, FPS게임이 320건(50.5%)을 차지해 특정 장르에 편중되는 경향을 보

표 6-2-27 아케이드게임 업체 신청등급과 최종 결정등급 현황

(단위: 건)

구분	아케이드게임			
	업체 신청등급		게임위 결정	
	2008년	2009년	2008년	2009년
전체이용가	994	1,073	162	588
12세이용가	-	-	-	-
15세이용가	-	-	-	-
청소년이용불가	1	144	4	52
등급분류 거부	-	-	699	624
합계	995	1,217	865	1,264

표 6-2-28 아케이드게임 장르별 게임물 등급분류 현황

(단위: 건)

장르	건수	비중
FPS	320	50.0%
액션	14	2.2%
어드벤처	8	1.2%
캐주얼	20	3.1%
스포츠	27	4.2%
롤플레이	1	0.2%
레이싱	6	0.9%
시뮬레이션	9	1.4%
전략시뮬레이션	1	0.2%
에듀테인먼트	3	0.5%
보드	29	4.5%
퍼즐	60	9.4%
격투	2	0.3%
기타	140	21.9%
합계	640	100.0%

표 6-2-29 아케이드게임 연도별 등급분류 신청 건

(단위: 건)

구분	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
건수	1,754	1,936	34	351	995	1,217

였으며, 다음이 퍼즐게임이 60건(9.4%)이고, 보드 게임 29건 순이었다. 2009년도에는 가급적 등급분류 시에 문제가 없을 경우에는 등급분류 하는 것을 원칙으로 이를 철저히 준수한 경향이 있어서 등급분류 거부가 대폭 축소되었음을 알 수 있다. 그 결과, 2008년도에는 아케이드게임 업계의 민원으로 업무에 지장이 생길 지경이었으나 2009년도에는 민원이 대폭 축소되기도 했다. 하지만 시장의 경쟁력은 저하되고 불법 개·변조 영입이 기승하며 여론도 악화되는 한 해였다. ‘전체이용가’로 등급분류 받고는 공공연히 개·변조하여 영업을 하는 등 경찰의 단속 결과가 이를 입증하고 있다. 또한 게임 장르도 거의 유사한 형태로 대부분 슈팅 형태의 게임이고, 프로그램도 유사하게 구성되어 지적재산권 등에도 문제요소가 도사리고 있다.

아케이드게임물의 연도별 등급분류 신청 건수를 살펴보면, 2005년 영상물등급위원회 때 접수된 게임물과 2006년 게임물등급위원회에 의해 접수된 게임물로 양분할 수 있다. 즉, 사행성 게임물에 대한 강한 규제 방침에서 제도적 기반을 강화하는 조치에 의해 아케이드게임 등급분류 신청 건이 점차 확대되고 있음을 보여주고 있다. 2009년의 경우 1,217건으로 전년에 비해 18.2% 증가된 수치를 보이고 있다.

(2) 월별 분석

월별 접수 현황을 살펴보면, 3월에 167건으로 13.7%를 보였는데, 이 시점부터 ‘청소년이용불가’ 게임물에 대한 등급분류를 재개한다는 사실이 반영되기 시작한 것으로 보인다. 2월과 4월에는 동일

하게 135건(11.1%)을 보였다. 등급분류 내역을 살펴보면, 7월에 162건(12.8%)이었고, 6월에 129건(10.2%)이 처리되었으며, 5월부터는 그동안 정상적인 등급분류를 하지 못했던 ‘청소년이용불가’ 게임물에 대한 운영정보표시장치 사업이 본 궤도에 올라 본격적인 등급분류가 진행(2009. 5. 22., 제41차 등급분류회의)되어 등급분류 신청업체 및 관련 분야에서 지대한 관심을 가지기 시작했다.

월별 접수 내역을 자세히 살펴보면, ‘전체이용가’ 게임물로 1,073건이 등급분류 신청되어 88.2%를 차지하고 있으며, 접수율도 2008년에 995건에 비해 222건이나 추가 접수되었다. ‘청소년이용불가’ 게임물에 대한 등급분류도 본격화되었다. 2월부터 접수되기 시작하여 144건(11.8%)이 접수되면서 전년도에 미미했던 수치가 드디어 증가했다.

월별 등급분류 현황을 살펴보면, 등급분류 거부를 포함하여 총 1,264건 중 실제 등급분류를 받은 게임물은 640건이며, 대부분 전월에 걸쳐 골고루 등급분류되고 있음을 보여 주고 있다. 좀 더 자세히 살펴보면, ‘전체이용가’ 게임물은 5월에 76건(12.9%)으로 가장 많고 다음이 4월 69건(11.7%)으로 나타났다. 특히 그동안 등급분류 거부가 많이 양산되던 8월을 기점으로 큰 폭으로 줄어들고 있음을 확인할 수 있다.

(3) 최근 5년간 현황 분석

아케이드게임물의 경우, 지난 2005년까지 영상물등급위원회에서 등급분류를 담당하다가 2006년 바다이야기 사태로 홍역을 치른 후 게임물등급위원회가 설립되며 본격적인 등급분류가 이루어졌다.

표 6-2-30 아케이드게임 월별 접수 및 등급분류 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
접수	99	135	167	135	73	79	125	95	69	78	93	69	1217
등급분류	99	104	112	126	126	129	162	87	88	58	73	100	1264

표 6-2-31 아케이드게임 신청등급별, 월별 접수 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
접수	99	135	167	135	73	79	125	95	69	78	93	69	1217
전체이용가	99	122	147	125	68	70	102	79	54	64	84	59	1073
12세이용가	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15세이용가	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
청소년이용불가	-	13	20	10	5	9	23	16	15	14	9	10	144

그때까지도 아케이드게임에 대해 부정적 인식이 팽배한 상황에서 선불리 등급분류 처리하는데 한계가 있어서 점진적인 제도적 기반을 강화해 나가며 제2의 바다이야기 사건이 발생하지 않도록 운용하였는데 그 후로 점차 등급분류 신청 게임물이 증가하기 시작했다.

콘이어 게임법 시행령 제12조(게임물의 기술심의)에 의해 운영정보표시장치(OIDD) 부착이라는 제도 기반이 확립되어 ‘청소년이용불가’ 게임물에 대한 등급분류도 본격화(2009. 5.)되었다. 하지만 등급분류를 받은 게임물이 비정상적인 방법에 의해 영업 행위를 하는 과정에서 개·변조 및 환전행위 등이 난무하여 여론도 악화되고 여기에 사법당국의 엄격한 법 집행 등이 이어지며 아케이드게임산업은

고사 직전까지 내몰리고 있는 실정이다.

지난 5년을 되돌아보면, 하강 곡선에서 상승 곡선으로 나아가고 있으나 거의 모든 부분에서 비정상적인 영업활동이 이어지면서 완충지대가 없으므로 성장하는데 장애 요인이 곳곳에 도사리고 있다는 점이 발견된다. 이러한 침체 상황에서도 등급분류 받은 게임물은 증가하고 있는데 그 추이를 살펴보면, 2009년도 ‘청소년이용불가’ 등급을 받은 게임물은 52건으로 92.3%나 급증했고, ‘전체이용가’로 등급분류를 받은 게임물은 588건으로 전년 대비 27.5% 증가했다. 하지만 ‘청소년이용불가’ 게임물이 예상에 못 미치는 등급분류 신청을 한 것은 결국 시장 형성이 미진하다는 반증일 것이다. 또한 불법을 지양해야 하나 현재의 게임물로서는 요원한 실정으로 보인다.

표 6-2-32 아케이드게임 신청등급별, 월별 등급분류 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
합계(거부포함)	99	104	112	126	126	129	162	87	88	58	73	100	1264
전체이용가	27	33	26	69	76	51	67	52	60	23	41	63	588
12세이용가	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15세이용가	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
청소년이용불가	2	-	-	-	5	7	7	4	3	11	6	7	52
등급분류 거부	70	71	86	57	45	71	88	31	25	24	26	30	624

표 6-2-33 아케이드게임의 등급분류 결정 연도별 현황

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
청소년이용불가	1,335	1	1	4	52
전체이용가	124	21	192	162	588

(4) 청소년이용불가 게임물 분석

2009년도에 청소년이용불가 게임물로 등급분류를 받은 게임은 총 52건으로 2008년도 4건을 등급분류 받은 것에 비해 큰 폭으로 증가했음을 보여주고 있다. 이 중에서 운영정보표시장치(OIDD) 부착 게임물은 50건이며, 나머지 2건은 '전체이용가' 게임물로 등급분류 신청했으나 폭력성으로 청소년이용불가를 받은 게임물이며, 여기에는 <철권6>류 2종이 있다.

(5) 등급분류 거부 분석

2009년도에 등급분류 거부된 게임물은 총 624건으로 2008년도 699건에 비해 수치상으로도 75건이나 감소되었음을 알 수 있는데, 상대적으로 전체 등급분류에서도 2009년 1,264건으로 2008년도 865건에 비해 등급분류도 많이 났으며 등급분류

거부도 2008년에 비해 낮아졌다. 등급분류 신청업체에게 가급적 예측가능성과 수정·보완을 요구해와 업체에게 좀 더 유리한 현국을 조성했음을 보여주고 있다. 구체적으로 2009년도 전체 1,264건에서 등급분류 거부 게임물이 624건(49.4%)으로 나타났는데, 2008년 거부 비율이 80.8%로 경이적인 기록을 달성한 것에 비해 2009년도에 접어들어 아케이드게임물에 대해 등급을 분류 하는 것으로 방향을 급선회했음을 수치로도 보여주고 있다.

전체 플랫폼의 등급분류 거부 게임물 853건 중 아케이드게임물이 624건(73.2%)으로 아직도 절대다수를 차지하고 있으나 그 비율이 점차 낮아지고 있다. 이는 그동안 등급분류 거부에 해당되는 항목이 있더라도 신청업체에게 좀 더 많은 기회를 주기 위해 수정·보완 및 철회를 유도하여 보다 완벽하게 처리하여 들어오도록 유도한 것이 큰 효과를 봤

표 6-2-34 아케이드게임 청소년이용불가 등급분류 현황

순번	필증번호	발급일	게임명
1	AR-090116-004	2009-01-16	철권6 BLOODLINE REBELLION(철권6 BR)
2	AR-090130-003	2009-01-30	철권6 BLOODLINE REBELLION(철권6 BR)
3	AR-090522-001	2009-05-22	베리 인터레스팅 포커 코리아2
4	AR-090522-008	2009-05-22	GO or STOP (고 or 스톱)
5	AR-090527-007	2009-05-27	프라임포커(PRIME POKER)
6	AR-090527-008	2009-05-27	ACE PARADISE POKER (에이스 파라다이스 포커)
7	AR-090529-005	2009-05-29	LAS VEGAS (라스베가스)
8	AR-090617-005	2009-06-17	춘하추동(春夏秋冬) 맛고
9	AR-090617-006	2009-06-17	두시기(DOOSIGI)
10	AR-090617-007	2009-06-17	벤츠포커(BENZ POKER)
11	AR-090617-008	2009-06-17	HULLA STORY(홀라 이야기)
12	AR-090617-010	2009-06-17	골드드래곤(Gold Dragon)
13	AR-090622-002	2009-06-22	황야의건맨2
14	AR-090622-003	2009-06-22	베리포커(BELIYI POKER)

순번	필증번호	발급일	게임명
15	AR-090701-002	2009-07-01	ONE MORE TIME PLUS(원 모어 타임 플러스)
16	AR-090701-003	2009-07-01	ONE MORE TIME(원 모어 타임)
17	AR-090701-004	2009-07-01	ONE MORE TIME TOP(원 모어 타임 탑)
18	AR-090703-004	2009-07-03	GOLD POKER(골드포커)
19	AR-090703-005	2009-07-03	EVENT POKER(이벤트 포커)
20	AR-090708-001	2009-07-08	갱스터포커(GANGSTERS POKER)
21	AR-090708-006	2009-07-08	24절기 맛고
22	AR-090814-001	2009-08-14	지나니(JINNI)
23	AR-090814-004	2009-08-14	로알세븐[로알7(seven)]
24	AR-090828-001	2009-08-28	GOLD POKER(골드포커)
25	AR-090828-004	2009-08-28	춘하추동(春夏秋冬)맛고
26	AR-090916-002	2009-09-16	스피드 뉴고스톱
27	AR-090916-005	2009-09-16	CHANCE POKER(찬스포커)
28	AR-090918-001	2009-09-18	라스베가스 포커 1 (LASVEGAS POKER 1)
29	CC-NA-091007-005	2009-10-07	안드로메다1(Andromeda1)
30	CC-NA-091007-006	2009-10-07	four season1(포시즌1)
31	CC-NA-091009-002	2009-10-09	O2 House(오투 하우스)
32	CC-NA-091009-003	2009-10-09	오투데이(O2 Day)
33	CC-NA-091021-007	2009-10-21	Blue Sky Star(블루스카이스타)
34	CC-NA-091023-001	2009-10-23	뉴 해적왕 (NEW PIRATES KING)
35	CC-NA-091023-003	2009-10-23	X-Ace Poker(엑스-에이스 포커)
36	CC-NA-091023-004	2009-10-23	뉴 도리도리(New DoriDori)
37	CC-NA-091023-006	2009-10-23	카지노 포커 (CASINO POKER)
38	CC-NA-091023-007	2009-10-23	매직 포커 (MAGIC POKER)
39	CC-NA-091023-008	2009-10-23	Stardice Poker (스타다이스 포커)
40	CC-NA-091102-001	2009-11-02	FLAMINGO Poker (플라멩고 포커)
41	CC-NA-091106-002	2009-11-06	UNION Poker (유니온 포커)
42	CC-NA-091106-010	2009-11-06	밤일낮장 맛고
43	CC-NA-091120-003	2009-11-20	마술포커(MAGIC POKER)
44	CC-NA-091120-004	2009-11-20	마술포커D(MAGIC POKER D)
45	CC-NA-091125-004	2009-11-25	판타지고고 (FANTASY GOGO)
46	CC-NA-091202-001	2009-12-02	LUCKY CAT(럭키 캣)
47	CC-NA-091202-005	2009-12-02	천일야화(千一夜話)
48	CC-NA-091204-003	2009-12-04	사신도(四神圖)
49	CC-NA-091216-001	2009-12-16	스피드 파이브 카드 (SPEED FIVE CARD)
50	CC-NA-091230-001	2009-12-30	에이스 포커(ACE POKER)
51	CC-NA-091230-003	2009-12-30	5포커(5POKER)
52	CC-NA-091230-013	2009-12-30	에이스 홀라(ACE HOOLA)

다고 할 수 있다. 아케이드게임물 중에서 등급분류 거부된 게임물은 총 624건인데, 이를 보다 세부적으로 살펴보면, 거짓 및 기타 부정한 방법의 사유로 398건(63.8%), 사행성 게임물이라는 사유로 210건(33.7%), 권원을 제대로 갖추지 않은 게임물이 14건(2.2%)이며, 기타 2건을 보이고 있다.

등급분류 신청 게임 중 사행성 관련하여 자유로

울 수 없는 아케이드게임이 2009년 3월 이후 등급분류 거부 게임물이 대폭 감소되어 2008년도와 상황이 역전되었다. 2009년에 1회 등급분류 거부 게임물은 426건(68.3%)으로 2008년도의 215건(30.8%)에 비해 크게 줄어들어, 대부분의 게임이 1회 등급분류 거부로 낮아졌음을 알 수 있다. 특히 2회 이상 등급분류 거부 게임물을 보면, 2009년

198건(31.7%)으로 이 역시 2008년의 484건(69.2%)에 비해 크게 낮아졌다.

이는 정책적인 변화와 함께 등급분류 신청업체에 좀 더 다가가는 정책에 기인한 바가 크다고 할 수 있다. 신청업체에게 예측 가능성을 제시하고 수차에 걸친 공지를 통해 불필요한 오해 요소를 제거하는데 노력한 점이 수치로 반영된 것이다. 또한 등급분류 거부된 업체에게 알권리 제공 차원의 전문위원 및 위원장 상담제도가 상시 운용되고 있으며 콘텐츠 및 기술의 변화에 능동적으로 대처할 수 있도록 게임위 내에 각종 TF를 설치하고 수시로 문제점을 해결해 나가고 있다.

(6) 등급분류 결정취소 분석

‘전체이용가’ 게임물로 등급분류 되었다가 결정이 취소된 <Dance With Wolf II> 등 27건의 아케

이드게임물의 경우, 경찰에 3회 이상 단속에 걸린 게임물로 게임법 제22조에 따라 개·변조 사항 및 환전과 관련된 내용, 정당한 권원을 갖추지 아니하였거나 그 밖의 부정한 방법으로 등급분류 신청한 것으로 간주하여 등급분류 결정을 취소하였다. 전체 55건의 등급분류 취소 중에서 아케이드게임물이 27건(40.0%)으로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, ‘전체이용가’ 아케이드게임물에 대한 사행행위로 인한 취소가 급증하는 추세다.

(7) 등급분류 이의신청

게임법 제23조(등급의 재분류 등)에 의거 등급분류 결정 또는 등급분류 거부 결정에 대해 통지 받은 날부터 30일 이내에 구체적인 사유를 명시하여 등급위원회에 이의를 신청하여 등급분류를 다시 받을 수 있다는 내용에 따라 아케이드게임은 이의신청 총 20건

표 6-2-35 아케이드게임 등급분류 거부 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
건수	70	71	86	57	45	71	88	31	25	24	26	30	624

표 6-2-36 아케이드게임 장르별 등급분류 거부 세부 현황

(단위: 건)

구분	MMORPG	FPS	액션	어드벤처	캐주얼	스포츠	레이싱	시뮬레이션	에듀테인먼트	보드	퍼즐	격투	기타	합계
건수	1	359	11	14	17	27	9	1	6	33	54	8	84	624

표 6-2-37 아케이드게임 등급분류 거부 사유

(단위: 건)

구분	거짓 및 기타 부정한 방법	사행성 게임물	권원 미비	기타	계
건수	398	210	14	2	624

표 6-2-38 아케이드게임 등급분류 거부 횟수

(단위: 건)

구분	건수	비율
1회 등급분류 거부 게임물	426	68.3%
2회 이상 등급분류 거부 게임물	198	31.7%
총계	624	100.0%

중 15건(75.0%)이 신청하였다. 보다 세부적으로는 등급분류 거부에 대한 이의제기가 14건이고, 등급상향의 사유로 1건이 이의신청을 했다. 등급재분류자문회의를 통해 등급위원회가 결정한 동일한 내용으로 자문하여 변동이 있는 게임물은 전혀 없었다.

2) 관련 법규와 개선방향

청소년이용불가(청불) 아케이드게임물이 4년여 만에 등급분류를 시작(2009년 5월)했다. 지난 2006년 중반 ‘바다이야기’ 사태로 인해 게임위로 업무이관이 되는 과정에서 기준 마련에 시간이 걸려 청불 아케이드게임과 관련한 등급분류는 장기간 미처리 중이었다. 그동안 제도 변화는 수차에 걸쳐 이루어져 왔으며 콘텐츠 내용면에서도 고스톱·포커류

만 청불 아케이드게임에 해당하고 릴이나 경마 게임류 등은 베팅이 가미되면 게임물이 아닌 것으로 분류되었다.

(1) 운영정보표시장치 부착 시행

청불 아케이드게임물의 ‘운영정보표시장치’의 무 장착이 본격 시행되어 청불 아케이드게임물 중 게임법 제2조 제1호의 2 가목부터 바목까지의 어느 하나에 해당하는 게임물에는 같은 법 시행령 제12조에 따라 의무적으로 운영정보표시장치를 부착해야 한다. 운영정보표시장치는 게임제공업소용 게임기(아케이드게임기)의 운영정보를 저장 및 표시하는 기기로서, 이를 판독하고자 하는 관리기관에 정보를 전달함으로써 불법 사행성 게임을

표 6-2-39 아케이드게임 등급분류 결정취소 현황

순번	등급번호	등급결정 취소일	게임제목	비고
1	AR-080408-001	2009.1.9.	Dance With Wolf II	등급결정 취소
2	AR-080215-001	2009.3.6.	GUN STAR	등급결정 취소
3	AR-080919-002	2009.5.22.	울랄라	등급결정 취소
4	AR-081215-001	2009.4.22.	다자바	등급결정 취소
5	AR-071109-002	2009.6.17.	Fishing Fighter	등급결정 취소
6	AR-081124-002	2009.6.17.	BLACK JEO	등급결정 취소
7	AR-080130-003	2009.7.31.	Indian Block	등급결정 취소
8	AR-080627-001	2009.8.26.	cowboy guns	등급결정 취소
9	AR-090211-002	2009.8.26.	독도2099	등급결정 취소
10	AR-071212-005	2009.9.23.	팡팡 월드	등급결정 취소
11	AR-080402-002	2009.9.23.	Caribbean 2	등급결정 취소
12	AR-081124-001	2009.9.23.	바다의사냥꾼	등급결정 취소
13	AR-090116-005	2009.9.23.	스쿠버 팡팡	등급결정 취소
14	AR-080507-001	2009.9.23.	PACIFIC WAR	등급결정 취소
15	AR-071212-004	2009.9.23.	팡팡주니어v2	등급결정 취소
16	AR-090401-008	2009.9.23.	놀이동산	등급결정 취소
17	AR-090116-001	2009.12.23.	물대포	등급결정 취소
18	AR-081215-004	2009.12.23.	올림픽	등급결정 취소
19	AR-080704-001	2009.12.23.	과일농장	등급결정 취소
20	AR-090401-006	2009.12.23.	내 짝을 찾아라	등급결정 취소
21	AR-090429-003	2009.12.23.	짜꿍	등급결정 취소
22	AR-081230-001	2009.12.23.	DOTORI	등급결정 취소
23	AR-090218-005	2009.12.23.	TOP GUN	등급결정 취소
24	AR-090424-004	2009.12.23.	피싱버블	등급결정 취소
25	AR-070822-001	2009.12.23.	아마존	등급결정 취소
26	AR-070905-002	2009.12.23.	7 Wonders	등급결정 취소
27	AR-080416-002	2009.12.23.	태왕사신전	등급결정 취소

표 6-2-40 아케이드게임 이의신청 현황

순번	제명	이의사유	신청 등급	위원회 결정	자문 결과	최종 결정
1	에드벌룬(Asballon)	거부	전체	거부	거부	거부
2	애들이 놀자	거부	전체	거부	거부	거부
3	철권6 BR	등급 상향	전체	청불	청불	청불
4	가나다라	거부	전체	거부	거부	거부
5	JUNGLE WORLD	거부	전체	거부	거부	거부
6	Mac Arthur(맥아더)	거부	전체	거부	거부	거부
7	슈팅왕플리	거부	전체	거부	거부	거부
8	스페인 레판토 해전	거부	전체	거부	거부	거부
9	JUNGLE WORLD 2	거부	전체	거부	거부	거부
10	두근두근 낚시왕 ver 1.1	거부	전체	거부	거부	거부
11	Monster Of Hero	거부	전체	거부	거부	거부
12	Legend Of Hero	거부	전체	거부	거부	거부
13	해적선 빙고	거부	전체	거부	거부	거부
14	두근두근 낚시왕 ver 1.2	거부	전체	거부	거부	거부
15	GHOST HOUSE(고스트하우스)	거부	전체	거부	거부	거부

효율적으로 차단하기 위한 것이다. 이 장치의 부작은 같은 법 제33조 표시의무 및 시행령 제19조, 시행규칙 제25조에 의해 의무화되어 있다.

(2) 전체이용가 게임물들의 개·변조 실태

전체이용가 게임물들의 개·변조와 환전으로 인하여 등급분류 결정취소 결정을 내린 게임물이 대폭 증가하였는데, 등급분류 내용과 다르게 이용될 뿐만 아니라 불법 환전하는 행위까지 이어져 사회적 물의를 일으켰고, 게임위에서 등급분류 결정취소 처분을 받았지만 법원에 소송을 제기, 법원에 의해 취소 처분에 대한 효력 정지가 받아들여 최종 판결 때까지는 영업을 하는 업소도 있었다. 심지어 등급을 받지 않고 광고업으로 등록하거나 자판기 업종으로 영업행위를 하는 게임기가 출현하기도 했고 화면에 게임화면은 없고 점수만 나오는 기계 등도 출현하여 영업행위를 하는 변종 게임제공업소도 다수 나타나기도 하였다.

(3) 아케이드게임 산업에 대한 인식 전환

아케이드게임 산업이 발전하기 위해서는 무엇

보다도 국민들의 인식 전환이 필요하며, 업계에서도 도박이나 사행성 게임이란 굴레에서 벗어나 건전한 엔터테인먼트로서 발전해 나갈 수 있다는 점을 보여줘야 하는데 예를 들면, 가족형 엔터테인먼트 센터를 구축하는 등 건전 아케이드게임 육성을 해야 한다는 것이다.

외국에서는 FEC(Family Entertainment Center)라는 가족형 건전 엔터테인먼트 게임센터가 주목을 받고 있으며 문화생활에서 필요불가분의 관계로 자리 잡아가고 있다. 다양한 업종과 결합된 FEC 모델은 게임 유통 구조의 확대 측면에서도 매우 필수적이라고 할 수 있는데, 이미 미국, 일본, 영국 등 게임선진국들은 음식점, 레스토랑, 주점, 대형마트, 헬스장 등과 연계한 신종 복합유통 게임장이 주류를 이루고 있다.

일본에서도 도시형에서 교외형으로 변화되고 있는 추세며 쇼핑몰, 스포츠 시설, 놀이 시설 등 여러 가지 복합시설들을 접목하는 형태로 변화되고 있다. 또한 일본의 게임센터들은 그동안 주요 고객이었던 청소년층을 탈피하여 마케팅 포인트를 가족층 중심으로 두면서 새로운 가족 형태의 테마파크로 운

영되고 있다. 국내도 한국형 FEC가 정착되기 위한 산학연의 노력이 필요할 것으로 보인다.

5. 비디오게임

비디오게임은 별도의 TV단말기 및 전용게임기에서 구동이 되는 게임물을 말한다. 닌텐도, 소니, MS 등의 전용게임기 제작사들과 국산 기술로 제작된 휴대용게임기 GP2X와 GP2X WIZ(오픈소스 기반으로 설계돼 공개 소프트웨어 개발 도구로 누구든지 게임을 만들 수 있어 'UCC 게임기'라고도 불린다)가 선보이면서 새로운 방향으로 나아가고 있어 이러한 분야에 대한 등급분류가 진행되고 있다.

2009년도 비디오게임물의 등급분류 신청 건수는 모두 575건이며, 전체 등급분류 신청 건수의 14.7%로 국내 게임시장 비중은 그다지 높지 않은 편이다. 이 중에서 340건(59.1%)이 '전체이용가' 등급으로 신청되었으며, '12세이용가' 신청이 112건(19.5%), '청소년이용불가' 신청이 85건(14.8%), '15세이용가' 게임물 신청이 38건(6.6%)의 순으로 나타났다.

1) 등급분류 현황

(1) 등급분류 분석

전체 4,071건 등급분류 중에서 13.4%인 544건이 등급분류되어 전년대비 6.0%가량 감소했다. 그만큼 비디오게임시장의 불확실성이 강한 한 해였음을 보여주고 있다. 플랫폼 중에서는 가장 낮은 수치를 보여주고 있어 이는 곧 오픈마켓 게임물과의 상호연관성이 있음이 아닐지 유추해 볼 수 있다. 속성상 비디오게임물의 경우 '전체이용가' 등급의 신청이 높는데 총 접수 575건에서 '전체이용가' 게임물 신청이 340건으로 59.1%의 높은 비율을 보여주고 있다. 다음으로 '12세이용가'가 19.5%인 112건이 접수된 것

으로 나와 있다. 등급분류도 거의 비슷하게 전체 544건 처리되었으며, '전체이용가' 게임물로 282건(51.8%)이고, '12세이용가'가 107건(19.7%)순으로 등급분류되었다.

2009년도 비디오게임물에 대한 장르를 살펴보면, 전체 544건의 등급분류 게임물 중에 가장 많은 장르가 액션게임으로 165건(30.4%)을 기록했고, 다음으로 스포츠게임류가 54건(9.9%), 롤플레이미 47건(8.7%) 순으로 나타나고 있다.

(2) 월별 분석

2009년도 비디오게임물이 가장 많이 접수된 월별 사례를 분석해보니 11월에 76건(13.2%)이 들어와 가장 많은 수치를 보이고 있으며, 4월과 10월에 동일하게 63건(11.0%)의 순이었고, 등급분류 결정은 11월에 69건(12.7%)으로 가장 많았으며, 4월 64건(11.8%)으로 2008년도에 비해 조금 감소된 경향을 보이고 있다.

접수 내역을 세부적으로 살펴보면, '전체이용가' 게임물이 340건으로 59.1%를 차지해 가장 높은 비율을 보였고, 다음으로 '12세이용가'가 112건, 19.5%의 접수 비율을 보였다. 상대적으로 '15세이용가' 게임물은 38건, 6.6%로 가장 낮은 비율을 보였다.

2009년 '전체이용가' 게임물로 등급분류된 비디오게임은 총 282건(51.8%)으로 전체 연령 등급 중 가장 많았는데, 2008년의 325건과 비교하여 수치가 낮아졌음을 알 수 있다. '전체이용가' 게임물을 확인해 보면, 대부분 패키지로 판매되는 비디오게임의 특성상, 어린이날이 있는 5월에 맞춰 4월에 해당 게임물의 신청이 많았으며, 겨울방학 대비용으로 하반기에 등급분류 신청이 집중되었다.

'12세이용가' 게임물은 2009년에 107건(19.7%)으로 나타났는데, 2008년과 비교하면, 118건으로 조금 감소한 것을 알 수 있다. '15세이용가' 게임물

표 6-2-41 비디오게임 신청등급과 최종 결정등급 현황

(단위: 건)

구분	업체 신청등급		게임위 결정	
	2008년	2009년	2008년	2009년
전체이용가	356	340	325	282
12세이용가	103	112	118	107
15세이용가	41	38	61	55
청소년이용불가	66	85	75	100
등급분류 거부	-	-	-	-
합계	566	575	579	544

표 6-2-42 비디오게임 장르별 게임물 등급분류 현황

(단위: 건)

장르	건수	비중
FPS	39	7.2%
액션	165	30.4%
어드벤처	35	6.4%
캐주얼	24	4.4%
스포츠	54	9.9%
롤플레이	47	8.7%
레이싱	16	2.9%
시뮬레이션	19	3.5%
전략시뮬레이션	17	3.1%
에듀테인먼트	10	1.8%
보드	16	2.9%
퍼즐	46	8.5%
격투	25	4.6%
기타	31	5.7%
합계	544	100.0%

은 2009년 55건(10.1%)으로 2008년 61건에 비해 다소 낮아졌다. ‘청소년이용불가’ 게임물로 등급을 받은 것은 100건(18.4%)으로 2008년 75건에 비해 크게 증가하여 전반적인 폭력성 등 과격한 내용의 게임물이 많이 등급분류 받았음을 알 수 있다.

(3) 기기별 분석

전체 544건 중 PSP가 가장 많은 176건(32.4%)을 등급분류 받아 2008년의 Xbox 360(146건)를 앞질렀다. 오픈마켓 출시로 인해 휴대용으로 게임물이 이식된 효과로 다양한 콘텐츠가 속속 출시되고 있는 반면, Xbox 360의 등급분류 신청이 낮아진 데에서 기인한다고 볼 수 있다. 다음은 PS3로 141건(25.9%)을 받아 2008년도 126건 보다 증가되었고,

Xbox 360은 2008년 146건이었으나 2009년도에 97건으로 크게 하락된 결과를 보이고 있다.

업체로 보면, 소니가 PS2, PS3, PSP를 합치면, 총 332건으로 61.0%의 비율로 절반 이상을 차지했다. 닌텐도 Wii가 2008년 85건을 신청해 2009년 한국시장에서 크게 성장하리라 전망되었지만, 23건(4.2%)으로 축소된 경향을 보여 고전하고 있음을 나타낸다. 닌텐도DS의 경우, 2008년도에 66건에서 2009년도 44건으로 오히려 감소하여, 시장이 이미 포화상태가 되지 않았나 하는 추론이 제기되고 있다.

네트워크 연결이 지원되는 소니의 PSP와 MS의 Xbox 360은 2009년 273건(50.2%)을 등급분류 받음으로써 2008년 243건보다 늘어난 수치를 보여 주고 있다.

표 6-2-43 비디오게임 월별 접수 및 등급분류 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
접수	25	47	42	63	32	33	42	44	61	63	76	47	575
등급 분류	17	28	43	64	30	30	45	43	55	57	69	63	544

표 6-2-44 비디오게임 신청 등급별, 월별 접수 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
접수	25	47	42	63	32	33	42	44	61	63	76	47	575
전체이용가	8	33	24	34	15	23	24	25	38	43	40	33	340
12세이용가	8	5	9	21	12	8	8	9	6	9	14	3	112
15세이용가	1	0	2	7	1	1	6	4	5	4	4	3	38
청소년이용불가	8	9	7	1	4	1	4	6	12	7	18	8	85

표 6-2-45 비디오게임 신청 등급별, 월별 등급분류 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
등급 분류	17	28	43	64	30	30	45	43	55	57	69	63	544
전체이용가	6	10	30	29	12	18	26	19	31	32	41	28	282
12세이용가	5	7	7	17	9	8	8	12	4	13	9	8	107
15세이용가	2	0	1	9	5	3	7	8	5	4	6	5	55
청소년이용불가	4	11	5	9	4	1	4	4	15	8	13	22	100

2009년도에 (주)게임파크홀딩스에서 국산 기술로 제작된 휴대용게임기 GP2X와 GP2X WIZ가 26건(4.8%)으로 새롭게 등장하며 시장 공략에 나서고 있다. 휴대용 게임기는 단순하고 간략한 형태의 게임으로 틈새시장 개척에 일조를 했으나 이제는 스마트폰을 위시한 오픈마켓 게임물과의 치열한 시장 경쟁전이 예견되고 있어 이를 슬기롭게 대처해 나갈 필요가 있으며, 기술 발전에 힘입어 새롭게 변모해 가리라 예견된다.

2) 등급분류의 문제점 및 개선방안

비디오게임의 국가별 등급분류 차이점을 살펴보면, 국가 마다 상이한 법체계와 문화적 환경 등에 따라 등급이 상이하게 나온다는 점을 발견할 수 있다. 미국(ESRB)의 경우, 온라인 도박 형태는 연방정부에서 강력한 규제를 하고 있고, 호주(OFLC)는 4개 등

급으로 폭력성을 엄격히 처리하고 있으며, 독일(USK)도 폭력성에 엄격하고 맥락성을 중시하고 있다. 일본(CERO)은 선정성, 사행성, 폭력성은 대체적으로 관대한 상황이며, 사우디 등 아랍권(이슬람)은 그리스도 상징(십자가 등) 및 선정적 이미지 등에는 제약이 있다.

이러한 요인들은 국가별 보편적인 가치관에 근거하여 처리되고 있는데 업체에서는 좀 더 많은 이용자가 해당 게임물을 이용할 수 있는 등급으로 게임물을 신청하는 반면, 등급위원회에서는 적정 등급 연령에 맞게 결정하는 경우가 많으며 이는 외국에서 결정받은 등급 기준과 국내 기준이 다른 점으로도 나타나고 있다. 또한 게임위와 외국 심의기관의 연계를 통해 심의기준과 문화적인 차이를 줄여 나갈 수 있는 기회가 마련되어 국내 게임물의 외국진출에 크게 도움이 될 것으로 판단된다.

표 6-2-46 비디오게임 기기별 등급분류 현황

(단위: 건)

기기별	수량	비율
닌텐도Wii	23	4.2%
닌텐도DS(NDS)	44	8.1%
Playstation2(PS2)	15	2.7%
Playstation3(PS3)	141	25.9%
Playstation Portable(PSP)	176	32.4%
Xbox	15	2.8%
Xbox360	97	17.8%
GP2X	18	3.3%
GP2X WIZ	8	1.5%
기타	7	1.3%
총계	544	100.0%

비디오게임은 세계 게임시장에서 50% 이상의 점유율을 차지하고 있지만, 국내는 10%대 초반 밖에 안 되는 상황이다. 따라서 국내 비디오게임이 외국 시장을 공략할 때 다른 시장보다 더 많은 수출 효과를 거둘 수 있지만, 국내에 만연한 비디오게임 타이틀의 불법복제와 이로 인한 비디오게임의 내수시장 불황을 먼저 해결해야 한다. 특히, 닌텐도DS용 <마법전자문 DS>의 경우 IP(지적재산권)를 획득하여 만든 게임으로 국내시장에서 주목할 만한 성공 모델로 손꼽히고, PC게임과 온라인게임을 비디오게임으로 바꾼 <마그나카르타 2>와 <라그나로크 DS>도 등장했으며 이 게임 역시 국내 게임 개발시장에서 조금 더 위험 부담을 줄이고 세계무대에 진출할 수 있는 모델이라 국내 비디오게임 개발사들은 IP를 이용하여 세계시장 진출을 꾀하고 있다.

2009년에는 소니 타이틀의 활발한 발매가 두드러진 반면, 한국에서 100만 대 이상 팔린 닌텐도 Wii의 경우 20개라는 적은 수의 타이틀이 발매되었다. 특히 주목할 부분은 한글화 타이틀이 매우 적어졌다는 점으로 PS3의 경우 80개 중 22개가 한글판이었고, Xbox 360은 53개 중 12개만이 한글화되었다. 닌텐도만이 한글화 정책으로 인해 모든 타이틀이 한글판으

로 발매되었는데 한글화 타이틀이 줄어드는 이유로 높은 환율로 인한 한글화 단가 상승, 국내 게임시장의 불법복제가 만연한 분위기 등을 지적할 수 있다.

기존의 불법복제는 제한적이고 콘솔을 개·변조해야 하기 때문에 음성적으로 이뤄졌으나 최근 NDS 보급이 활발해지면서 불법복제가 일반적이고 용이해져 저연령층까지 확대되었다. 지금까지 국내에서 300만 대 이상 팔린 닌텐도DS의 경우 업체 내부에서 조사한 결과 총 판매량의 절반인 150만 대 이상이 게임을 전혀 구입하지 않는 것으로 나타났다. 일본 비디오게임 시장은 탄탄한 내수를 기반으로 경쟁력을 쌓고 이를 통해 세계시장에서 성공을 거두고 있지만 국내 비디오게임은 성장에 기본이 돼야 하는 내수 기반이 부실하기 때문에 국내 시장이 성숙되어 투자에 대한 여건이 조성될 수 있도록 선행투자가 먼저 이루어져야 한다.

세계적으로 하드코어 게임보다는 캐주얼 시장이 확대되는 추세다. 닌텐도가 세계 게임시장에서 가장 독보적인 수익을 올리는 이유는 캐주얼 시장을 노렸기 때문이고, MS도 캐주얼 시장에 눈을 돌리면서 컨트롤러 필요 없이 온몸을 사용하는 나탈이라는 기술을 활용한 콘텐츠를 준비하고 있으며, 국

내에서도 나탈을 이용한 캐주얼게임이 개발되고 있다. 소니 역시 플레이스테이션 아이 카메라와 짝을 이뤄 동작을 인식하는 모션 컨트롤러를 출시했는데 향후 이 기기를 둘러싼 경쟁이 본격적으로 펼쳐질 전망이다.

비디오게임의 주기를 보면, 현재 사용하는 콘솔이 등장한 지 5년째라 5년 주기로 플랫폼이 바뀌던 것을 고려했을 때, 2010년 후반에 기종 전환 논의가 활발해질 것으로 보인다. MS와 소니는 닌텐도의 부진에 따라 타이틀 공급을 공세적으로 펼칠 태세인데, 특히 MS의 Xbox 360 전용 온라인 네트워크 서비스인 'Xbox LIVE'는 온라인 게임 멀티플레이는 물론 화상 채팅, 아바타 꾸미기 등 다양한 기능을 제공하고 있다. 여기에 비디오게임기로 다운로드 받아 즐길 수 있는 주문형 게임도 추가됐고, 트위터(Twitter)와 페이스북(Facebook) 등 다양한 소셜 네트워킹 기능을 더해 보다 폭넓은 엔터테인먼트 제공원으로 거듭날 계획이다.

다운로드 게임서비스도 확대되고 있는 추세로 MS는 Xbox부터 안정적인 서비스를 구현한 Xbox Live Arcade(이하 XBLA)를 통해 전 세계 동시 접속자 200만 명을 돌파했다. 소니의 경우, PS3 전 세계 등록계정이 2천만 개를 돌파했고, 다운로드 중심의 새로운 휴대용게임기 PSP go를 출시했으며, PSN 전용 라인업 확충에도 주력하고 있다.

우리나라 비디오게임업계에서는 국외에서 인지도가 높은 국내 캐릭터와 외국 진출에 성공한 온라인게임 등 다른 부분에서 성공한 IP와 비디오게임으로 기획, 개발되어 기존의 인지도를 기반으로 국외 진출하는 것이 바람직하고, 국내외 특화된 틈새시장을 공략하여 다양한 교육 IP를 이용하는 것도 필요하다. 비디오게임산업은 높은 고용창출 효과와 청년실업 해소를 위한 인적 기반 모델의 산업이라는 점에 주목할 필요가 있다.

6. 오픈마켓 게임

애플 앱스토어, 구글 안드로이드 마켓 등 국외 업체를 비롯하여 삼성전자, SKT, KTF, NHN 등 국내 업체의 게임콘텐츠 오픈마켓 사업의 참여가 활발하게 이루어지고 있다. 그러나 새로운 유통 형태인 오픈마켓 게임콘텐츠에 현행 게임법상의 등급분류제도 및 게임위 등급분류 시스템을 적용하기란 용이하지 않았다. 이에 따라 이들 게임물을 적용할 등급분류 방안을 마련하여 게임콘텐츠 창작 및 유통을 활성화 하려는 논의가 적극 제기되고 있다.

게임법 제21조(등급분류)의 “게임물을 유통시키거나 이용에 제공하게 할 목적으로 게임물을 제작 또는 배급하고자 하는 자는…게임위로부터 등급분류를 받아야 한다”는 규정에 입각하여 개인의 등급분류 신청은 법률적으로 가능하나, 게임법 전체 흐름은 ‘영리를 목적으로 업으로 하는 자’ 즉 법인 위주로 되어 있어 오픈마켓 관련 규정의 명문화가 필요하다. 또한 게임위의 「등급분류 심의규정」 제3조(심의대상) 제5호의 ‘기타게임물’ 중 개인이 제작한 게임물이 여기에 해당된다.

게임위에서는 개인 개발자의 편의를 위해 서류도 게임물내용정보기술서와 상세한 ‘게임물내용설명서’ 대신 간편한 양식을 배포하고, 게임물의 주요 진행 과정을 촬영한 동영상 대신 스크린 샷으로 대체했다. 오픈마켓의 특성상 대량의 동시신청(운영사 대행 시) 및 등급분류 물량의 증가가 예상되나 법정 처리기한은 15일 이내이므로 법정기한 내 처리 및 신속한 등급분류를 위해 오픈마켓 분과위원회를 설치해서 등급위원 3인으로 구성, 매주 2회 개최(물량에 따라 조정)하며 ‘전체이용가’ 게임물만 검토하여 등급위원회(등급분류회의)에 등급 추천한다. 또한 개인이 제작한 게임물 및 이들 게임물을 오픈마켓 운영사가 등급분류 신청할 경우, 중소기업

업 30% 감면 혜택을 적용하기로 했다.

1) 등급분류 현황

(1) 등급분류 분석

2009년 아이폰의 중요한 성공 이유 중의 하나였던 소프트웨어 오픈마켓(앱스토어)이 국내 이동통신 사업자와 게임포털에 의해 본격적으로 도입되었다. 게임위는 오픈마켓의 주요한 콘텐츠 공급원인 개인의 게임물 제작을 장려하기 위해, 현재 게임법에 의해서는 등급분류를 받을 수밖에 없는 상황을 고려하여, 개인의 등급분류 신청과 함께 간소화된 절차에 의한 등급분류가 가능한 오픈마켓 심의 시스템을 2009년 9월부터 가동했다. 또한 등급분류 기간이 평균 5일 만에 처리되도록 행정 체계를 대폭 축소했다.

2009년도에는 총 152건이 등급분류 신청했는데 PC온라인게임 형태는 80건(52.6%), 모바일게임 형태는 72건(47.4%)이 신청되었다. 2009년에 총 147건의 오픈마켓 게임물이 등급분류 되었으며, 이 중 93%가 '전체이용가' 등급을 부여받았고, 등급이 거부된 사례는 단 한 건도 없었다. 신청인은 대부분 오픈마켓을 서비스하는 사업자 또는 모바일게임업체 위주였으나 개인이 등급분류 신청한 건수도 총 11건이 있었다.

(2) 월별 분석

2009년도 오픈마켓 게임물에 대한 접수 현황을

보면, 총 152건이 접수되어 처음으로 등급분류 결정(2009. 9. 25.)이 되었는데, 이 때 결정된 게임물은 <판타지 퍼즐동산>이었다. 초기에 오픈마켓 전용 심의시스템을 개편하여 오픈마켓분과위에서 사전 분류한 후 등급분류회의에 상정하여 일괄 결정하는 체계로 빠른 시일에 처리할 수 있도록 개편했다.

2009년도 오픈마켓 게임물에 대한 등급분류 현황을 보면, 총 147건이 결정되었고, 12월에 71건(48.3%)이 처리되었으며, 대부분 '전체이용가' 게임물로 136건(92.5%)이 통과되었다. '12세이용가' 게임물부터는 오픈마켓 분과위에서 처리하지 않고, "등급분류회의"(본회의)에 상정하여 처리되는데 총 11건(7.5%)이 여기에 속한다.

2009년도 오픈마켓 게임물에 대한 장르별 등급분류 결정 현황을 보면, 총 147건 중에서 퍼즐게임이 37건(25.2%)이고, 보드게임 35건(23.8%), 액션 게임 24건(16.3%)의 순이었다.

2) 등급분류의 문제점 및 개선 방안

우리나라 게임법에 의거하여, 오픈마켓 게임물도 사전 등급분류를 받아야 하는 것이 법 정신에 맞다는 원칙에 따라 애플 앱스토어 측은 한국판에 게임 카테고리를 삭제했으며, 구글은 한글 안드로이드 마켓 폐쇄 등 극단적 대응 양상을 보였는데 이에 대해 정부 차원의 대책이 다각도로 강구 중이다. 문화부는 각계 의견을 수렴 중에 있으며, 2010년에는 게임

표 6-2-47 오픈마켓 게임물 이용 등급별/플랫폼별 등급분류 신청 건수

(단위: 건)

구분	아케이드게임	모바일게임	PC온라인게임	비디오게임	계
전체이용가	0	68	76	0	144
12세이용가	0	2	2	0	4
15세이용가	0	1	2	0	3
청소년이용불가	0	1	0	0	1
계	0	72	80	0	152

법 개정을 통해 오픈마켓 게임물에 대한 자율심의의
를 위한 대안이 마련되었다. 게임법 개정안 제41조
제2항 제7조 ‘게임물과 게임물이 아닌 것이 섞여
있거나 사전에 등급분류를 받는 것이 적절하지 아
니한 게임물로서 문화체육관광부장관이 정하여 고
시’ 한다는 내용을 통해 기존 규제에서 벗어난 개정
안을 마련하였다. 현재 국회에서 계류 중인 개정안
이 통과되면 즉시 시행한다는 취지다.

오픈마켓 게임물에 대해 자율심의를 토대로 운

영하고 ‘청소년이용불가’ 게임물은 게임위 등급분
류회의에 상정하여 자율심의만의 문제점을 보완할
필요가 있다. 또한 앞서 자율심의 처리된 게임물도
게임위 자체 모니터링 및 신고 등의 사례가 발생할
경우, 즉각 대처하여 교차 점검(Cross Checking)
하도록 운영의 모를 살려 나가야 할 것이다.

(1) 오픈마켓 게임물 등급분류 필요성

오픈마켓은 기존 온라인 쇼핑몰과는 다르게 개인

표 6-2-48 오픈마켓 게임물 월별 접수 및 등급분류 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
접수	-	-	-	-	-	-	-	-	10	62	34	46	152
등급분류	-	-	-	-	-	-	-	-	2	38	36	71	147

표 6-2-49 오픈마켓 게임물 신청 등급별, 월별 접수 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
접수	-	-	-	-	-	-	-	-	10	62	34	46	152
전체이용가	-	-	-	-	-	-	-	-	9	61	33	41	144
12세이용가	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0	0	3	4
15세이용가	-	-	-	-	-	-	-	-	0	1	1	1	3
청소년이용불가	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	1	1

표 6-2-50 오픈마켓 게임물 신청 등급별, 월별 등급분류 현황

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
등급분류	-	-	-	-	-	-	-	-	2	38	36	71	147
전체이용가	-	-	-	-	-	-	-	-	2	35	34	65	136
12세이용가	-	-	-	-	-	-	-	-	0	2	1	4	7
15세이용가	-	-	-	-	-	-	-	-	0	1	0	1	2
청소년이용불가	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	1	1	2

표 6-2-51 오픈마켓 게임물 장르별 등급분류 결정 현황

(단위: 건)

구분	FPS	액션	캐주얼	스포츠	롤플레이	레이싱	시뮬레이션	전략 시뮬레이션	에듀테인 먼트	보드	퍼즐	격투	기타	계
모바일	0	10	6	14	2	2	0	0	2	20	7	0	6	69
PC온라인	1	14	1	0	0	2	5	3	3	15	30	2	2	78
계	1	24	7	14	2	4	5	3	5	35	37	2	8	147

판매자들이 인터넷에 직접 상품을 올려 매매하는 '중개' 형 인터넷 쇼핑몰이다. 따라서 많은 누리꾼들이 옥션과 같은 대형 오픈마켓 사이트를 이용하고 있으며, 가장 인기 오픈마켓은 스마트폰 붐으로 급격히 활성화된 어플리케이션(Application) 스토어인데, 오픈마켓에서 유통되는 상품이 실물에서 소프트웨어로 변화함에 따라 기존 규정과 시장 상황이 충돌하고 있어 문제가 되고 있다. 특히 오픈마켓에서 유통되고 있는 게임물과 관련하여 유통 전 게임위에서 반드시 등급분류를 받아야 하는 국내 규정 「게임산업진흥에 관한 법률」 제21조에 의해 국내에서만 게임 카테고리 서비스가 정지되는 일이 생기기도 했다.

게임물은 사용자의 능동적 참여를 전제로 하기 때문에 영화나 TV 프로그램과 같이 단순 시청에 그치는 미디어 콘텐츠에 비해 이용자에게 지대한 영향을 준다고 할 수 있다. 특히 게임물의 주 이용 연령층인 청소년 보호를 위해서도 게임물의 등급분류는 반드시 필요하다. 이윤 창출을 목적으로 하는 상업 시장에 사전 등급분류 없이 게임물이 유통된다면 선정적이고 폭력적인 콘텐츠에 이용자가 그대로 노출되는 위험에 처하게 된다.

(2) 오픈마켓 게임물의 유통과 등급분류 제도가 충돌하는 원인

오픈마켓 서비스는 어느 한 국가에 국한되어 있지 않고 전 세계 이용자를 대상으로 유통된다는 점 때문에, 미국에 있는 게임 개발자가 애플에 등록하면 전 세계 애플 유틸리티를 사용자가 다운받을 수 있다. 국내에서 게임을 유통하기 위해서는 등급분류를 받아야 하는데 애플, 구글 등 오픈마켓 플랫폼 운영사가 대신 등급분류 받는 방법이 있지만, 이 경우에도 오픈마켓 운영사와 게임을 올린 사람과의 권한 문제가 발생할 수 있다. 또한 수많은 오

픈마켓 게임물을 등급분류하기에는 현실적으로 어려움이 있다. 무엇보다도 가장 근본적인 문제는 기존 국내 업체를 대상으로 한 등급분류 시스템을 글로벌한 오픈마켓에 대해 적용하는 작업의 실효성 한계라고 할 수 있겠다.

(3) 오픈마켓 게임물이 등급분류를 받지 않고 유통되는 문제점

산업이라는 것이 이윤을 추구하는 구조라 사용자를 끌어들이기 위해 좀 더 강한 콘텐츠, 유료화 모델이 도입될 수밖에 없다. 결국에는 청소년에게 유해한 게임물들이 유포될 가능성이 있고, 심지어는 오픈마켓 게임물로 사행성 게임물들이 유포될 수도 있다. 실제로 이미 앱스토어에는 선정적인 앱스, 잔인한 게임물이 유통되어 문제가 되기도 했다.

(4) 해결 방안

게임위는 이미 이러한 시장 변화의 움직임에 대응하여 2009년 9월 24일부터 절차가 대폭 간소화된 오픈마켓 심의시스템을 서비스하고 있다. 또한 제도의 실효성을 확보하고, 정부의 1인 창조기업 활성화 정책 등에 부응하여 문화체육관광부가 추진 중인 오픈마켓 게임물에 대한 등급분류제도 개선 작업에도 적극 동참하고 있다. 현재 문화체육관광부가 추진하고 있는 오픈마켓 게임물에 대한 자율심의(안)은 그 내용이 확정되지 않아 정확한 예측은 할 수 없으나 등급책임 권한 일부를 오픈마켓 플랫폼 사업자에 자율로 맡기고 게임위가 사후 관리하는 방식이 모색되고 있다.

(5) 오픈마켓 게임물의 이용자 측면 고려사항

사실 이용자 측면에서는 국내 게임물 등급분류 제도로 인해 해외 게임 앱을 즐기지 못하는 점에 대해 많은 불만이 제기되고 있고, 심지어 일부에서

는 국내 등급분류제도를 ‘갈라파고스 제도’라고 말하며, 후진국 시스템이라고 조롱하고 있다. 그러나 전 세계 모든 나라에 등급분류제도가 존재하고, 우리나라가 온라인게임 선도국이다보니 네트워크 게임물에 대한 정책이 다른 나라에 비해 일찍 법제화되어 현재의 마찰이 생긴 것이다. 실제로 독일, 호주 심지어 미국 내에서도 오픈마켓 게임물에 대해 등급분류를 해야 한다는 논의가 있었으며, 독일에서는 법제화 계획까지 마련하고 있다.

오픈마켓이 가능성이 큰 시장인 만큼 집중 육성을 위해 정부에서는 관련 규제 완화를 추진 중에 있으며 이러한 정책이 효과를 얻어 우리나라가 오픈마켓에서 두각을 나타내기를 기대한다. 그러나 이와는 별도로, 등급분류제도는 청소년을 보호하고 게임으로 인한 부작용을 최소화하기 위해 꼭 필요한 사회적 보루라고 여겨진다.

그동안 DMB 사업 등에서 현실을 따라가지 못한 제도가 새로운 시장 형성에 번번이 제동을 걸었던 것은 사실이다. 특히 기존 규제가 변화에 발맞추지 못하고 그대로 유지될 경우, 신규 시장 형성과 신기술 상용화를 가로막는다는 지적이 끊임없이 제기되어 왔다는 점에서, 게임위 역시 오픈마켓이라는 새로운 게임물 유통시장 등장에 발맞춘 규제변화는 반드시 필요하리라 보고 있다. 그러나 기존에 구축된 안정적인 질서 유지와 미래의 산업진흥을 위해서 법제 개편은 상당한 숙고를 요구한다. 시장의

변화와 제도의 변화 속도를 완벽하게 일치시키는 것은 현실적으로 불가능한 것이다. 새로운 시장의 성장을 위해 주먹구구식으로 무책임하게 그동안의 규제를 없애거나 개정하는 것은 혼란과 무질서, 범망을 빠져나가는 지하 경제가 등장할 수 있는 위험 소지가 있다.

하지만 자유시장에 기존의 규제가 그대로 도입되면 신규 시장과 기술 상용화의 성장을 막는다는 우려가 단순히 기우라고는 볼 수는 없다. 규제만이 해답일 수 없듯이 자율 역시 모든 문제점의 해결방안이 될 수 없다. 독일과 호주, 미국 등에서도 오픈마켓 게임물에 대한 등급분류 필요성이 제기되고 있는 현 상황으로 미루어 보아 게임물 등급분류와 같은 규제는 건전한 오픈마켓 게임물 유통시스템을 구축하고자 하는 의미 있는 움직임이라고 해석될 수 있기 때문이다.

게임위의 이용자 보호는 단순히 선정적이고 유해한 게임물의 유통을 막는 것을 넘어 게임물 이용자가 연령에 알맞은 적절한 콘텐츠를 이용하도록 돕는 것을 의미한다. 당장 어플리케이션 스토어를 이용하는 스마트폰 사용자들의 불편함은 있지만, 우리의 청소년을 보호하기 위한 거름망 하나 없이 온갖 정보가 유통되는 인터넷의 폐해에서 되짚어 보듯, 스마트폰 어플리케이션 스토어의 ‘자율’의 뒷면에는 선정적이고 유해한 콘텐츠의 유입이 도사리고 있음을 고민해봐야 한다.

▶ 제2절 **오픈마켓 게임콘텐츠의 등급분류**

게임콘텐츠는 기술 발전을 포함한 사회적 환경의 변화와 함께 지속적으로 확장되고 진화하고 있다. 이는 등급분류 대상으로서의 구체적인 게임물이 매우 다양한 차원에서 생산·유통·이용되고, 향후 이러한 상황이 더욱 확대될 것이란 것을 예상할 수 있다. 최근 앱스토어로 대표되는 모바일게임 콘텐츠 오픈마켓이 활성화되면서 기존 게임물 등급분류 제도의 변화 필요성이 제기되고 있다. 사전등급분류를 받아야 하는 게임물 선정 방식과 전반적인 등급분류 구조의 개선에 이르기까지 다양한 변화가 예상된다. 이 절에서는 2010년 5월 27일 게임물등급위원회가 주최한 <오픈마켓 게임물 등급분류 개선 세미나>에서 발표된 논문을 중심으로 주요 이슈들을 점검하고자 한다.

1. 게임콘텐츠 등급분류의 목적과 구조

게임콘텐츠를 비롯한 문화콘텐츠의 등급분류는 해당 콘텐츠의 정보 제공과 청소년 보호라는 두 가지 목적을 갖고 있다. 사실상 이 둘은 분리되거나 대립적인 것이라 아니라 하나의 목적이라고 할 수 있다. 콘텐츠의 정보 제공은 해당 콘텐츠의 내용이 무엇이며, 이 내용에 근거하여 이용할 수 있는 이용자층의 경계가 어디인지를 지시하는 것인데, 가장 일반적이고 공통적인 경계가 연령이다. 즉, 콘텐츠의 정보 제공은 연령별 이용자층의 경계를 제시하고, 이용자층이 이를 근거로 스스로 선택할 수 있게 하는 것이다. 이는 결과적으로 청소년층과 성인층의 구별을 필연적으로 가져오게 되어 결국 청소년 보호의 장치가 된다.

이러한 정보 제공은 이용자층에게 콘텐츠 선택권을 주기 위해, 콘텐츠를 이용하기 전에, 즉 유통 또는 서비스되기 이전에 제시되어야 하기 때문에 대부분의 등급분류는 사전분류로 이루어진다. 다만 여기서 강제적이냐 자율적이냐의 구분이 있을 뿐이다. 강제적 사전분류는 대개 이러한 업무를 추진하는 별도의 등급분류 주체가 설정되고 이를 통해서만 등급분류가 제시되어야 한다. 이에 비해 자율적 사전분류는 사회적으로 합의된 등급분류기준을 가이드로 하여 콘텐츠 생산자 또는 유통·서비스자 등 다양한 등급분류 주체가 직접 수행할 수 있다.

강제적 사전분류를 시행하는 특별한 주체는 등급분류와 관련한 모든 관리와 책임을 지는 유일한 주체다. 이는 책임 소재의 명확화라는 장점이 있으나, 관리하고 책임져야 할 콘텐츠가 확장되면서 등급분류기관의 규모 역시 지속적으로 확대되어야 한다. 기술의 발달 등 새로운 환경이 도래할 때, 이에 적절한 대응을 하는데 있어서 신속성과 유연성이 떨어질 가능성을 내포하고 있기도 하다.

한편, 자율적 사전분류는 등급분류와 관련된 관리와 책임의 주체가 다원화됨을 의미한다. 이는 자율적 사전분류의 행위 주체가 다수가 되지 않더라도 이용 영역에서의 등급분류의 실제적 효과성 작동을 위해 주체의 책임성이 다원화됨을 의미한다고 할 수 있다. 그리고 안정적인 환경을 지속하기 위해 사후적 관리 장치가 배치된다. 이러한 자율적 사전분류는 이용자층으로부터 분류 기준과 행위에 대한 정당성을 획득함으로써, 사회적 합의의 경계 내에서 다양성을 포용하는 유연성을 작동시킬 수 있다. 또한 콘텐츠의 증가는 책임 주체의 다원화 과정에서 흡수되기 때문에 전반적인 운영에서 큰 무리가 없다.

2. 등급분류 게임물의 구별적 적용 필요성

애플의 앱스토어로 촉발된 오픈마켓의 글로벌성과 국가 경계를 단위로 진행되어 온 게임물의 등급분류제도의 로컬성이 충돌하고 있는 지금의 상황은 기존 등급분류제도의 해소를 촉구하고 있는 것처럼 보여지기도 한다. 특히 게임콘텐츠는 타 문화 콘텐츠에 비해서 문화적 할인율이 가장 낮은 장르이고, 그렇기 때문에 글로벌성이 가장 높은 장르로 평가되고 있기에 이처럼 로컬성에 기반을 둔 제도의 글로벌 체계로의 편입에 대해 쉽게 동의가 되는 측면이 있다¹⁾.

국가 경계 단위를 토대로 하고 있는 게임물 등급분류제도가 보편적인 상황에서, 오픈마켓과 같은 글로벌 표준화에 근거한 비즈니스 모델은 오히려 특수한 사례라고 할 수 있다. 따라서 이러한 상황으로부터 발생하는 문제는 국내의 문제만이 아니라 전 세계적인 문제라고 할 수 있다. 다만 각 국가 또는 지역에서 진행되고 있는 등급분류제도의 토대와 구조 및 실행 과정의 상이함에 따라 갈등의 정도가 상이할 뿐이다. 국내의 경우에는 법률에 근거한 강제적 등급분류제도를 시행하고 있어 그 파열음이 상대적으로 크게 들리고 있다.

이 문제는 어느 한 방향으로 정리되기에는 쉽지 않은 문제이고, 정리가 되기 위한 사전적 논의와 검토가 충분하지도 않다. 그렇다고 현재의 갈등적 관계를 그대로 유지하는 것 역시 바람직한 것은 아니다. 결국 양방의 근본적인 토대와 목적을 크게 훼손하지 않

은 차원에서 조화의 지점을 찾는 해법이 필요한 것이다. 일종의 글로벌라이제이션의 해법으로서 기존의 등급분류의 대상이 되는 게임물에 대한 구별적 적용을 우선적으로 고려해 볼 수 있을 것이다.

3. 등급분류 대상인 게임물의 변화

현행 제도 하에서 시장에서 유통 또는 서비스되는 모든 게임콘텐츠는 사전 등급분류 대상인 게임물이 된다는 것이 기본적인 원칙이다. 즉, 특별한 주체가 이용자층에 접근되는 모든 게임물에 대해 강제적 사전분류를 해야 하는 것이 현행 방식이다. 지금까지 게임시장에서의 게임물은 플랫폼별 구분이 있기는 하지만 모두가 동일하게 기업형 창작주체에 의해 생산되었고, 특정 주체에 의해 등급을 심사받았다. 즉, 게임의 생산 영역과 이용 영역의 구분되는 경계가 분명하였다. 개인 또는 소규모 집단에 의한 게임콘텐츠의 창작이 용이하지도 않았거니와, 창작을 하였더라도 그것이 대중적인 이용 공간에 진입하기는 쉽지 않았다.

기존의 일반적인 가치사슬인 창작→유통·서비스→이용(소비) 과정에서 창작과 유통·서비스는 특정한 행위자인 생산자와 유통자만이 주체가 되는 과정이고, 이용(소비)은 불특정 다수인 이용자층이 주체가 되는 과정이다. 따라서 일반 대중인 다수의 이용자층은 창작 영역에 접근할 수 있는 생산 수단을 갖고 있지 못했다.

1) 「게임산업진흥에 관한 법률」에 근거한 게임물등급위원회를 설립하면서 게임물 내용심의의 원칙을 설정하였고, 그 내용 중에는 글로벌 환경을 고려한 원칙을 포함하고 있다. 게임물등급위원회 홈페이지에 게재되어 있는 등급분류 5원칙은 다음과 같다.

- 콘텐츠 중심성 : 콘텐츠 이외의 부분에 대해서는 등급분류 대상에서 제외
- 맥락성 : 전체적인 게임물의 맥락, 상황을 보고 등급을 결정
- 보편성 : 사회적 통념에 부합하는 등급을 결정
- 국제성 : 통용성 범세계적인 일반성을 갖도록 등급을 결정
- 일관성 : 동일 게임물은 심의시기, 심의주체가 바뀌어도 동일한 등급 결정

그런데 기술의 발달에 의해 콘텐츠산업 가치사슬에서의 주체의 확장이 이루어지게 되었다. 기술의 발달은 불특정 다수의 개인들에게 생산 수단의 접근을 가능하게 하고, 이를 토대로 창작과 유통·서비스의 과정에서 새로운 주체로 등장하게 된다. 이처럼 콘텐츠의 생산 영역에서 특정한 주체, 즉 기업 등만이 가능했던 것에서 콘텐츠의 이용자층인 개인들이 생산영역에서의 활동이 가능해진다는 것은 콘텐츠의 수량과 내용에 있어서 이전과는 많은 차이점을 가져올 수 있게 된다. 개인 또는 소규모 활동은 생산 영역 뿐만 아니라 유통영역에서도 마찬가지로 나타나게 된다. 이러한 현상은 이미 음악, 영화 등의 분야에서 확인되고 있다. 이러한 현상은 결과적으로 콘텐츠의 양과 질이 이용자의 측면에서 매우 풍부해지게 하고, 생산자의 측면에서는 새로운 비즈니스가 만들어지는 토양을 제공한다.

게임콘텐츠는 타 분야에 비해 콘텐츠 창작에서 기술적 비중이 상대적으로 높다는 점과 유통·서비스에서 특정한 플레이 공간을 필요로 한다는 점에서 타 분야에 비해서 이러한 가치사슬 과정에서의 주체의 확장에 대한 사회적 관심이 다소 늦었다고 하겠다. 이러한 현상이 하나의 트렌드로 자리 잡고 있는 상황에서 양적으로나 질적으로나 게임콘텐츠가 더욱 확대될 것이란 점은 쉽게 예상할 수 있고, 이에 따라 등급분류의 대상으로서 게임물 역시 매우 다양한 형태로 증대될 수밖에 없으며, 기존 등급분류 과정 역시 근본적인 변화의 기로에 서게 된 것이다.

4. 오픈마켓의 특성

개인이나 소규모 집단이 생산과 유통·서비스 과정에 참여하게 됨으로써 결과적으로 유통·서비스 과정이 중요하게 부각된다. 그 이유는 창작된 콘텐

츠가 창작된 그 자체로 의미를 획득하는 것이 아니라 유통되고 서비스되어 이용될 수 있을 때 의미와 가치가 있기 때문이다. 등급분류의 대상인 게임물도 유통·서비스되어 다수의 대중들이 이용할 수 있게 되는 것을 전제로 하는 것이지, 창작만 되고 유통·서비스되지 않는 게임물이라면 등급분류의 대상이 되지 않는다. 특히 게임콘텐츠는 특정한 유통·서비스 공간을 필요로 하며, 이러한 특정한 공간은 특정한 디바이스를 포함하고 있다.

애플의 앱스토어로 촉발된 오픈마켓에 대한 관심과 논의는 게임콘텐츠의 가치사슬의 참여 주체와 유통공간에서 이전과는 다른 차이점에 토대를 두고 있는 것이라고 할 수 있다. 앱스토어는 어플리케이션 스토어(Application Store)의 준말로, 모바일 어플리케이션(휴대폰에 탑재되는 일정관리·주소록·알람·계산기·게임·동영상·인터넷접속·음악재생·내비게이션·워드·엑셀 등의 콘텐츠 응용프로그램)을 자유롭게 사고 팔 수 있는 온라인상의 '모바일 콘텐츠(소프트웨어) 장터'를 의미한다. 앱스토어는 대형업체가 개발하고 이동통신사가 판매하는 것이 아니라 개인이 어플리케이션을 개발하여 판매하는 개방형 장터로, 운영사에서 공개한 제작 도구의 프로그램을 이용하여 누구나 자신이 개발한 어플리케이션을 전 세계 아이폰 이용자에게 팔 수 있다. 즉, 앱스토어로 대표되는 오픈마켓은 모바일 콘텐츠의 집단 지성에 토대를 둔 일종의 오픈 비즈니스 모델이라고 할 수 있다.

이러한 오픈마켓은 우선적으로 법인을 포함하여 개인의 참여성이란 특성을 갖는다. 이는 지금까지 법인을 중심으로 한 게임콘텐츠 창작에서 개인에 의해 창작된 게임콘텐츠 시장 유통이 가능하다는 점으로, 일종의 자영업자라고 할 수 있을 것이다. 게임시장에서 개인이 게임 시장에 참여하는 경우는 PC방, 아케이드게임장과 같은 별도의 게임물

유통 장소와 관련이 있는데, 이는 게임물의 창작에 관여하는 것은 아니고, 게임물의 전시를 통할 뿐이다. 그렇지만 단순 전시에 머무는 것이 아니라 게임 관련사업자로서 이용자층의 게임물 이용과 관련하여 책임과 의무가 부과되어 있다. 오픈마켓은 개인에 의해 창작된 게임물을 유통하는 공간으로서 오픈마켓 운영자가 직접적으로 게임물의 창작에 관여하지 않지만, 유통 공간의 제공이란 측면에서 역시 게임관련 사업자에 해당하는 측면이 있다고 하겠다.

개인의 창작 과정에의 참여성은 이론적으로는 모든 개인의 참여 가능성을 전제하고 있다. 이는 법인에 의해 창작된 게임물의 양적 규모에 비해 훨씬 많은 게임물의 창작과 유통이 발생할 수 있는 환경적 요인이다. 일례로, 1년에 게임물등급위원회에 등급신청이 접수된 게임물의 숫자는 모든 플랫폼을 모두 합하여 최대 5천 건이 되지 않는다. 여기에는 패치 신청을 한 숫자가 포함되어 있다. 현재 애플의 앱스토어 사례만 보면 전체 약 20만 건의 어플리케이션이 있고, 그중 약 25%가 게임콘텐츠로서 약 5만개로 알려져 있다. 단순 숫자만을 비교해도 게임물등급위원회의 10년치 등급 업무와 맞먹는다. 그런데 이것은 애플 앱스토어 하나만의 사례일 뿐, 안드로이드폰을 비롯한 스마트폰의 확산에 따라 다양한 영역에서의 오픈마켓이 활성화될 뉘다면 그 양적 규모는 상상하기가 쉽지 않을 정도가 될 것이다. 게임물의 등급분류는 그 대상을 시장에서 성공한 게임물만을 대상으로 하는 것이 아니라 시장에 등장하는 모든 게임물을 대상으로 하고 있다는 점에서 기존의 등급분류 방식처럼 특별한 한 곳에서 모든 업무를 직접 처리한다는 것은 현실적 어려움이 있다.

오픈마켓의 비즈니스 특성은 개인의 참여를 통한 콘텐츠시장 활성화만이 아니라 그것이 국가 경제 단위가 아니라 글로벌한 차원에서 유통되는 공

간이란 점 또한 주요한 측면이다. 게임물 등급분류가 글로벌한 표준적인 기준이 있는 것도 아니고, 또한 게임이 타 문화콘텐츠에 비해 문화적 할인율이 가장 낮은 글로벌성이 높은 콘텐츠라고 하더라도 콘텐츠에 대한 등급분류는 국가나 지역의 정서, 역사적 배경, 사회적 인식의 정도 등을 반영하고 있다. 물론 이러한 오픈마켓을 계기로 해서 게임물 등급분류에 대한 글로벌 협력체계에 대해 논의를 할 수 있고, 논의할 필요성이 제기될 수 있지만, 단기간에 해결되기는 쉽지 않을 것으로 예상된다. 결국 오픈마켓 비즈니스가 원활히 운영되기 위해서는 국가나 지역의 특수성이 일정 정도 오픈마켓에 수용되는 것이 필요할 것이다. 물론 이를 계기로 지금과 같이 기존의 등급분류의 체계, 기준 등에 대해 발전적인 논의가 충분히 이루어진다면 상호 간의 틈새는 많이 줄어들 수 있을 것이다.

5. 자율적 등급분류 방안의 조건과 의미

향후 오픈마켓에 대한 게임물 등급분류 방식을 예상할 때, 게임물등급위원회가 등급분류 가이드를 제시하고 오픈마켓 운영자를 이를 근거로 자율적인 사전 등급분류를 하게 되는 과정이 될 가능성이 높다고 할 수 있다. 이럴 때 중요한 것은 오픈마켓 운영자, 즉 게임물 오픈마켓 서비스 제공자인데, 제공자가 신뢰할 만하지 못하다거나 자율적 등급분류 업무를 할 만한 역량과 인프라를 갖추고 있지 못하다거나 할 경우에는 이러한 오픈마켓 등급분류 체계는 사회적 신뢰성을 획득할 수 없게 된다. 그렇기 때문에 게임물 오픈마켓 서비스 제공자가 될 수 있는 조건과 게임물등급위원회로부터의 승인 또는 등록이 필요하다.

이러한 조건이 필요한 것은 오픈마켓용 게임물은

오픈마켓 서비스업자를 통해 제공되는 것으로 게임물의 내용이 기존의 게임물과 차별적이라기보다는 유통 과정의 차별적 특성에 기반하고 있기 때문이다. 그렇기 때문에 게임물등급위원회의 게임물 등급심의를 위한 내용 심사 기준이 오픈마켓 게임물이라고 해서 차별적으로 적용되는 것이 아니라 현행 기준은 그대로 유지되어야 한다. 이를 유지하기 위해서는 법률에 근거한 게임물등급위원회의 등급심의기준 가이드라인을 준수하여 하는 것은 물론이고, 이를 책임 있게 수행할 수 있는 자격을 갖춘 사업자만이 담당할 수 있을 것이다.

또한 등급분류의 주요한 목적 중 하나가 청소년 보호라는 점을 고려할 때, 청소년이용불가 게임물에 대한 청소년의 이용금지를 어떻게 할 것인가의 문제가 있다. 왜냐하면 법률로 정의된 연령등급분류는 그 자체를 준수하지 않고 유통될 경우에 처벌을 받도록 되어 있고, 특히 성인층의 이용과 청소년층의 이용을 엄격하게 구분하는 것이 일반적이기 때문이다. 이런 환경에서 오픈마켓용 게임물에 대해 오픈마켓 서비스업자가 게임물등급위원회의 지정과 가이드에 따라 등급분류를 한다고 하더라도 청소년이용불가 게임물은 제외될 가능성이 높다고 하겠다.

이와 관련하여, 학부모 또는 법정대리인이 자녀나 청소년의 게임물 이용을 지도할 수 있는, 즉 연령에 맞지 않는 게임물의 접속과 이용을 차단할 수 있는 장치에 대한 고려가 필요하다. 애플 아이폰의 경우에는 하드웨어에서 이용 가능한 연령을 설정할 경우에 그 연령등급 이상의 게임물을 차단하는 장치가 있는데, 이러한 장치는 사회적으로 업계의 자율적 등급심의에 대한 우려를 상쇄할 수 있기 때문에, 적극적으로 고려해 볼 수 있는 방안이라고 하겠다.

또한 게임물 오픈마켓 서비스 제공자가 자율적 등급분류를 할 수 있는 역량을 갖추고 있다고 하더

라도, 그것만으로 자율적 사전 등급분류를 해야 하는 이유가 되지는 않는다. 자율적 사전 등급분류를 할 수 있는 이유는 오픈마켓이 특별한 유통 공간이기 때문이고, 특별한 유통 공간이 되는 것은 게임물 오픈마켓 서비스 제공자가 본인이 운영하는 오픈마켓에서 유통되는 게임물에 대해 제작도구 또는 프로그램을 제공하고 이를 토대로 창작이 이루어지기 때문이다. 이는 모바일콘텐츠가 특정한 단말기를 통해 서비스가 이용된다는 것에서 비롯하기 때문에 단말기 사업자들이 게임물 오픈마켓 서비스 제공자가 될 가능성은 높다고 할 수 있다.

현재로서는 오픈마켓 운영자가 제작 도구 또는 프로그램 제공을 통해 창작된 게임물로 구성된 새로운 유통 공간을 오픈마켓으로 정의할 수 있는데, 운영자가 제작 도구 또는 프로그램을 제공하지 않고 개인이 창작한 게임물이 거래되는 공간을 제공했을 경우에 이를 오픈마켓의 범주에 포함할 것인가가 문제될 수 있다. 이럴 경우, 오픈마켓 운영에서 거래되는 게임물로 인해 운영사가 수익을 창출하는지를 근거로 하여 게임물 오픈마켓 서비스 제공자의 역할 유무를 고려할 수 있을 것이다. 이는 결국 등급분류의 책임을 유통 공간으로 확대하는 것이 된다.

향후 모바일콘텐츠만이 아니라 특정한 단말기를 통해 서비스가 되는 게임물들에는 오픈마켓 류의 비즈니스 모델이 새롭게 등장할 가능성이 높다고 할 수 있다. 현재 콘솔비디오게임의 경우에는 콘솔게임기 제작사가 제공하는 제작 도구를 이용하여 게임을 제작하지만, 오픈마켓처럼 누구나 쉽게 접근 가능한 것은 아니라는 점에서 큰 차이가 있다. 온라인게임 역시 범용 단말기를 이용하고 있다는 점에서 오픈마켓의 적용을 받기는 어려울 것으로 보인다.

그러나 온라인게임이라도 게임물등급위원회의 사전 등급분류가 적절하지 않을 정도로 제작 주체

와 유통 과정 상의 특성이 존재하는 게임물이라면 자체 등급분류를 통한 등급관리가 가능하도록 소정의 요건을 부가하여 본 제도의 적용을 고려할 수 있을 것이다. 예를 들어, 플래시게임의 경우, 사실 플래시를 익힌 사람이라면 누구나 쉽게 간단한 플래시게임을 만들 수 있다. 이러한 환경 자체가 특정한 기관에 의한 강제적 사전 등급분류 업무가 현실적으로 진행되기 어렵게 만드는 요인이 된다. 그렇기 때문에 게임포털사가 등급관리가 가능하도록 소정의 요건을 갖추어 운영할 경우, 비록 게임포털사에서 직접적으로 제작 도구 또는 프로그램을 제공하지 않더라도 게임포털사가 게임물 오픈마켓 서비스 제공자와 같은 역할을 할 수 있을 것이다. 그리고 게임포털사가 개인들에게 특정한 제작도구 또는 프로그램을 제공하여 창작된 게임물을 서비스할 경우, 이 역시 게임물 오픈마켓 서비스 제공자로서 고려해 볼 수 있을 것이다.

현재 오픈마켓 게임물은 대부분 모바일게임이다. 그렇다면 지금까지의 모바일게임 등급분류와 오픈마켓 등급분류를 별도의 체계로 해야 할 것인가에 대한 문제제기가 있을 수 있다. 사실상 게임물 자체가 다른 것은 아니기 때문에 오픈마켓과 기존 이통사를 통해 서비스되는 모바일게임에 대해 다른 체계를 적용한다는 논리는 다소 궁색하다고 할 수 있다. 또한 향후 스마트폰의 확산은 기존 이통사 중심의 체계가 아닌 오픈마켓 중심의 모바일게임 유통이 활성화될 것이라고 예상할 수 있다. 물론 그러한 상황이 오면 자연스럽게 게임물 오픈마켓 서비스 제공자가 등장하게 될 것이다. 다만 기존 이통사 중심의 서비스가 비중이 높은 상황에서는 이통사가 게임물 오픈마켓 서비스 제공자의 역할을 해야 할 것이다.

새로운 분야로는 IPTV를 고려해 볼 수 있다. IPTV는 통신과 방송매체의 결합인데, 방송매체는 대표적으로 개인의 접근이 어려운 매체 중 하나이

다. 또한 방송은 이미 사전 내용심의를 진행하고 있기도 하다. 또 특정한 제작 도구나 프로그램의 제공을 통해 게임물이 창작되는 것이 아니기에 현재의 오픈마켓 적용이 고려되지 않을 것으로 보인다. 다만 TV나 셋톱박스 등에 근거한 특성화가 가능하다면 오픈마켓의 대상으로 고려해 볼 수 있을 것이다.

향후에는 현재의 오픈마켓 형태가 아예 가상세계로 구성될 수도 있을 것이다. 지금처럼 단순히 어플리케이션을 리스팅하는 것이 아니라, 세컨드 라이프처럼 놀이적 가상세계를 구축하고 그 안에서 개별 상점과 같이 운영되는 것을 예상해 볼 수 있는데, 이는 오픈마켓의 형태 변화로 볼 수 있기 때문에 그 가상세계 서비스 제공자가 게임물 오픈마켓 서비스 제공자의 역할을 할 수 있을 것으로 볼 수 있다. 다만 가상세계 그 자체를 게임물로 볼 것인가, 가상세계 진입 자체에 대한 연령등급이 필요로 한가는 별도의 논의를 요구한다.

오픈마켓의 등장으로 인해 자율적 사전 등급분류에 대한 관심과 논의가 증대하고 있는 가운데, 문화사적 흐름이나 현실적 시장 상황을 고려할 때 기존 등급분류 체계의 변화를 적극 검토하는 것이 필요할 것이다. 다만 자율적 사전 등급분류의 전통을 갖고 있지 못한 국내에서 이를 사회적 문제가 없이 안착하기 위해서는 우선은 청소년 보호의 측면을 고려해야 한다. 특히 18세 이용가 게임물의 경우에 자율적 사전 등급분류 대상에 포함하기 어려울 것으로 보인다. 이럴 경우 청소년 대상 게임 콘텐츠가 현재보다 훨씬 다양하고 풍부해질 수 있는 효과가 있을 것이다. 또한 이를 계기로 게임물 등급분류의 내용과 기준 등을 포함한 등급분류 체계에 대한 전반적인 검토가 이루어져야 할 것이다. 등급분류가 필요 없는 것이 아니라 어떻게 효과적이고 효율적으로 할 것인가에 대한 문제제기는 계속되어야 한다.

▶ 제3절 외국의 게임 등급분류 제도

1. 현황

2009년과 2010년은 게임 등급분류 제도에 있어서 전 세계적으로 새로운 변화의 계기가 나타난 시점이라 할 수 있다. 전통적인 오프라인 게임장 중심의 비교적 영세한 규모의 매장을 갖춘 게임제공업소 형태가, 개인용 컴퓨터(PC)의 보급과 저렴한 저장 장치의 발달(테이프-자기디스크-광디스크)에 토대를 둔 컴퓨터 게임시장으로 그 규모가 대폭 확장된 것은 잘 아는 사실이다. 또한 일본이나 미국 기업을 중심으로 가정용 콘솔(console) 게임기기도 지속적인 발전을 거듭하여 TV에 연결하는 거치형 기기뿐만 아니라 고성능의 휴대용 게임기기도 시장에서 지속적으로 출시되고 있다. 이러한 상황에서 인터넷 네트워크는 게임의 새로운 변화를 가져왔고, PC방 또는 인터넷 카페나 가정 내 초고속 인터넷 보급을 기반으로 한 온라인게임이 전 세계 게임시장에서 점차 높은 시장 점유율을 차지하고 있다.

광대역 인터넷 회선의 보급에 따라 게임에 있어서도 과거와는 다른 양상이 나타나게 되었다는 것을 우리 모두가 잘 알고 있을 것이다. 특히 우리나라의 경우, 1990년대 말의 전국적인 PC방 열풍에 힘입어 기업들의 IT기술 도입과는 별도로 이용문화에 있어서도 인터넷이 급속도로 확대되게 되었다. 즉, 어떠한 특정 목적을 위해서 광대역 인터넷이 보급되었다기보다는 국가의 IT 정책적인 판단으로 인터넷 보급·확대를 의도적으로 추진하여, 그 결과 다양한 사회 분야에서 이를 인프라로 활용한 새로운 제품과 콘텐츠가 시장에 등장하게 된 것이다.

게임의 경우에서도 그 전형적인 예를 찾아볼 수 있다. 특히 온라인게임이 가장 대표적인 사례인

데, PC방의 전국화 및 개인용 초고속 인터넷의 보급 확대를 통한 다중접속 온라인게임(MMOG)의 등장은 게임산업 및 문화 자체에 큰 영향을 미치게 되었다. 과거에는 사람과 컴퓨터(기계)가 상호작용을 이루어 진행되던 전통적인 게임의 방식이었으나, 인터넷 네트워크의 보급에 따라 사람 대 사람의 게임으로 급속도로 변화하였으며, 이는 PC를 기반으로 한 온라인게임뿐만 아니라 전용기기 형태의 가정용 콘솔게임에도 영향을 미쳤다. 소니의 PS3와 PSP, MS의 Xbox 360, 닌텐도의 Wii와 NDS 등 차세대 게임기기를 모두가 유/무선 네트워크를 통한 대전 또는 커뮤니티 게임 기능을 기본으로 탑재하고 있는 것이다. 또한 직접 게임을 즐기는 수준에서 게임대회를 통한 전문 프로게이머의 경기를 직접 경기장에서 또는 네트워크를 통해 원격지에서 관람하는 e스포츠 산업도 급속도로 성장하고 있다.

뿐만 아니라 게임과 여타의 디지털콘텐츠 또는 통신과의 경계를 명확하게 구분하기 어려운 상품들이 쏟아지고 있다. 즉, 과거의 전통적인 게임기기 기반인 PC/온라인, 가정용콘솔, 모바일, 아케이드의 플랫폼 외에도 애플사의 이동통신기기인 ‘아이폰(iPhone)’이나 PM3기기인 ‘아이팟 터치(iPod Touch)’ 등의 멀티플랫폼을 수용할 수 있는 어플리케이션 유통 플랫폼인 ‘앱스토어(AppStore)’와 구글의 ‘안드로이드(android)’와 같은 플랫폼이 다양하게 출시되었다. 이들 플랫폼은 게임을 하나의 인터랙티브 소프트웨어로서 정의하고, 이러한 플랫폼 위에서 이용자가 자유롭게 창작하여 배급하고 수익을 올릴 수 있는 플랫폼을 보급하고 있다.

또한 모바일게임 영역에 있어서도 큰 변화가 감

지되고 있다. 일반적으로 모바일게임이라 함은 PC나 콘솔, 아케이드 플랫폼과 대비하여 자유롭게 이동이 가능하면서 콘텐츠를 즐길 수 있는 플랫폼을 뜻하며, 흔히 핸드폰에서 구동되는 게임을 말한다. 그런데 이들 모바일게임이 기술 발전에 따라 실시간 무선 네트워크 연동이 가능해 짐으로써 온라인 게임이나 콘솔게임의 네트워크 기능과 특별한 차이점을 찾기 어렵게 되었다. 또한 멀티플랫폼 콘텐츠의 출시에 따라 온라인게임이나 콘솔게임과 동일하거나 거의 유사한 게임들도 동시에 출시되고 있다.

이와 동시에 미국 애플사의 '앱스토어(AppStore)'로 대표되는 '디지털 콘텐츠 오픈 마켓(Digital Content Open Market)'의 형태가 가시화됨에 따라 전통적인 유통 채널의 구조인 '제작사(developer)-배급사(publisher)-이용자(user)'에 더하여 '이용자 겸 제작자(user)-오픈마켓 플랫폼 공급자(platformer)-이용자(user)'의 유통 구조가 더해짐으로써 심의제도에 있어서도 이러한 부분을 고려해야 할 필요성이 대두되고 있다.

2010년 오픈마켓 게임시장에서도 선두업체와 후발업체 간 각축전이 벌어지고 있다. 스마트폰 시장에서의 높은 보급률, 브랜드 로열티로 무장한 애플 아이폰이 3GS에 이어 새로운 버전인 아이폰 4.0을 출시하였으며, 구글의 스마트폰 운영체제인 안드로이드(Android)는 자사 안드로이드 폰뿐만 아니라 HTC 디자이너, 삼성 갤럭시, 모토로라 모토로이 및 드로이드, LG 옵티머스큐 등 다양한 안드로이드폰을 출시했다. 이에 따라 향후 애플과 안드로이드 진영 간의 경쟁이 본격화되고 애플 앱스토어와 구글 안드로이드마켓 간의 오픈마켓 경쟁도 치열해질 전망이다. 또한 오픈마켓이 전 세계적인 글로벌 플랫폼으로 보급됨에 따라 글로벌한 콘텐츠 유통에 있어 등급분류나 세금 과세 등의 논의가 본격화될 것이다.

이러한 급격한 변화와 발전과정에서도 온라인게임의 경우, 여전히 우리나라가 전 세계 네트워크 게임시장의 테스트 베드(test bed) 역할을 수행하고 있으며, 향후 모바일 네트워크 전송 속도의 발전, 유무선 연동 및 융합, IPTV 등 차세대 단말기의 등장 등을 통해 게임을 이용하고 그 문화를 향유할 수 있는 수단이 점차 증가함에 따라 세계 각국에서 이러한 경향이 심화될 것으로 예상된다. 이러한 추세와 함께 디지털 콘텐츠로서의 게임의 중요성에 대해 각국의 관심이 높아지고 있으며, 특히 게임과 관련한 정책 및 심의제도도 지속적으로 변화하고 있다.

물론 이러한 변화의 속도는 각국에서 게임이 차지하고 있는 비중과 관련이 크다. 즉, 게임 이용의 역사가 오래되고, 보급률이 높으며, 산업으로서도 큰 비중을 차지하고 있는 나라일수록 게임심의를 선진화, 현대화하기 위해서 많은 노력을 하고 있다. 그런 점에서, 우리나라에서 게임심의를 전문화를 기하기 위해 기존 영상물등급위원회에서 분리하여 게임물등급위원회를 설치한 것(2006년 10월)은 세계적 추세에 맞는 시의적절한 제도 변경이라고 볼 수 있을 것이다.

특히, 「게임산업진흥에 관한 법률」의 개정(2007.1.19)에 따라, 온라인게임의 특성을 반영하여 게임의 기능적 패치(patch)와 업데이트(update)에 대한 법률 근거조항을 둬으로써 게임 심의에 있어서 가장 법률·제도적으로 발전된 모습을 보이고 있다. 즉, 전 세계적으로 게임의 심의에 있어서는 배포되는 수단, 즉 CD나 DVD, 핸드폰, PS3, Xbox 360, Wii, NDSL 등 가정용 콘솔기기의 형태 등에 따라 심의를 하게 되는데, 우리나라는 배포의 수단(매체)이 유형으로 결정되지 않은 온라인게임을 심의하고 이에 대한 개선(패치, 업데이트)을 일일이 재심의하지 않고 변경 내용에 대한 '신고'를 우선하도록 제도적인

절차를 확립한 셈이다.

여기에서 각 국가 간 게임 등급분류와 관련된 제도를 비교해 볼 필요성이 있다. 게임의 등급분류 제도를 비교하는 여러 방법 중에서는 여타의 문화콘텐츠 심의 제도와 유사하게 행정권의 개입 여부와 시장에서의 자율성, 예측가능성 등의 요소를 통해 그 제도의 선진성을 측정해 볼 수 있다. 행정권의 개입 여지가 많고, 시장에서의 공개 가능성이 낮을수록 심의는 사전 검열적 요소를 많이 띠게 되고, 그렇지 않은 경우를 업계 주도형으로 자율적으로 발전할 수 있기에 상대적으로 선진성이 높다 할 수 있다. 이러한 측면을 고려하여 우리나라를 비롯한 주요 국가는 게임 심의를 지속적으로 개선시키려 노력하고 있다. 우리의 경우는 2006년 10월 30일 「게임산업 진흥에 관한 법률」을 공포·시행하고 게임물등급위원회를 설립하여 대대적인 변화를 도모했으며, 지속적인 변화와 개선을 모색하고 있다.

세계적으로 각국 심의기관의 특성은 해당 기관의 기반이 되는 법률적 근거 및 국가행정권의 개입 범위 그리고 심의절차 과정에 대한 정보 심의결과에 대한 정보의 시장 공개 정도 및 업계의 자율권 부여 정도 등의 척도를 통해 상대적 차이점을 파악할 수 있다.

우리나라는 2006년 10월 이후 가장 대대적으로 변화·개선되었다고 볼 수 있는데, 이는 앞서 언급했던 「게임산업 진흥에 관한 법률」에 따라 심의제도에 있어서도 큰 변화가 이루어졌기 때문이다. 또한 미국, 유럽, 일본 등 주요 국가에서도 게임시장의 지속적인 확대에 따라 일부 변화가 있으며, 특히, 온라인게임과 모바일게임에 있어서 제도적인 변화가 필요할 것으로 보인다. 그러나 아직 게임산업이 주요 산업 및 문화로 부각되지 못했다고 여겨지는 국가에서는 게임 심의에 대한 변화가 활발하게 이루어지지 못하고 있는 것이 현실이다.

다른 나라와 비교하여 우리나라의 심의제도 및 심의기구의 특별한 차이점 몇 가지를 언급하자면, 대표적으로 우리나라 게임물등급위원회는 모든 게임플랫폼을 통합하여 국가 주도형의 내용심의를 한다는 점이다. 즉, 미국이나 일본에서는 심의기구를 주로 게임회사들이 회원사로 구성된 협회(또는 협회 산하기구) 중심으로 운영하고, PC와 가정용 콘솔게임 등을 대상으로 자율적인 심의를 하고 있다면, 우리나라 게임물등급위원회는 온라인, PC, 콘솔, 모바일뿐만 아니라 게임제공업소용 게임기에 대한 심의를 수행하며, 특히 법률적으로 모든 게임은 심의를 받아야 한다는 점을 규정하고 있다는 것이 가장 큰 차이점이다.

이러한 배경에 대해서는 우리나라의 특수한 상황에 대한 이해가 필요하다. 우리나라의 게임시장에는 국가에서 금지하는 도박뿐만 아니라 강하게 규제하는 사행영업(카지노, 경마, 복권 등)에 대한 수요가 일부 들어와 불법적인 게임으로 변질되고 있는 것이 사실이다. 즉, 과거 '바다이야기'로 대표되는 불법 게임이 현재에도 일부 매장이나 온라인 등 네트워크를 통해 시장을 형성하고 있다. 이것이 심각한 이유는 단순히 불법 도박게임을 제공하려는 회사를 단속하거나 여기에 기생하는 환전상을 처벌하는 것으로 해결할 수 있는 문제가 아니라, 상당한 비율의 이용자가 게임을 도박이나 사행영업으로 착각하여 이를 원하는 수요층을 형성하고 있기 때문이다. 이러한 이해를 바탕으로 한다면, 우리나라의 등급제도가 설치 목적이나 운영에 있어 외국 사례와 비교하여 볼 때 큰 차이가 있다는 점을 알 수 있다. 즉, 우리나라는 법률로서 게임의 등급분류를 규정한 것뿐만 아니라 이에 대한 사후관리 문제도 규율하고 있다는 점이다.

향후 우리나라의 등급분류제도는 게임산업 발전

경향에 따른 국내 현실을 고려하여 점차 업계 자율적인 요소를 확대하여 개선·발전될 것으로 예상된다. 또한 우리나라의 심의제도는 상대적으로 시장 규모가 크고 해외 수출이 활발한 온라인게임을 중심으로 몇 가지 특이한 차별점을 갖고 있다. 즉, 내용 수정 신고제도와 시험용 게임물제도가 그것인데, 게임의 내용 수정(패치)을 사후 신고하도록 하고, 신고된 내용을 바탕으로 기존 등급에 영향을 주는 경우에 다시 심의를 받도록 한 제도가 내용 수정신고제도와, 클로즈베타(CB) 및 오픈베타(OB)서비스 등 테스트 목적의 게임에 대해 정식 등급심의를 유예시켜주는 시험용 게임물제도가 세부적으로 규정되어 시행되고 있다. 이러한 제도는 해외 심의 기관들의 벤치마킹 대상이 되고 있으며, 특히 중국을 비롯해 온라인 및 모바일게임 중심으로 게임시장이 커지고 있는 신흥국가들에게는 중요한 관심의 대상이다.

또한, 2010년 7월, 국회 계류 중인 ‘게임문화 및 산업진흥에 관한 법률안’에 따르면, 글로벌 오픈마켓의 등장에 따른 새로운 고민을 엿볼 수 있다. 즉, 오픈마켓의 경우, 전 세계적인 유통 플랫폼으로서 사전에 각국의 등급분류 기준에 맞추어 일일이 등급분류를 받아 유통하기 힘든 문제점을 고려하여 일정 부분 자율 등급분류 제도를 고려한 조항을 찾아볼 수 있다. 현행 국내 법률은 모든 게임이 사전에 등급분류를 받아야만 유통하도록 정의되어 있는데, 법률의 개정을 통해 ‘사전에 등급분류 받는 것이 적절치 아니한 게임물’을 하위법령(문화체육관광부부 장관령)에 정의하고 이에 대한 처리절차를 상세히 하도록 위임 규정을 두었다. 최종적인 처리 방안은 국회에서 법률안의 통과가 이루어져야 할 것이지만, 개정 법률이 절차를 거쳐 최종 확정·시행된다면 자율등급분류의 논의도 본격화될 전망이다.

2. 미국의 ESRB

1) 개요

미국에서 게임물 심의를 담당하는 기구로는 ‘엔터테인먼트 소프트웨어 등급위원회(ESRB, Entertainment Software Rating Board)’가 있다. 이 기구는 1994년 ESA(Entertainment Software Association)가 설립한 산하기구로서 비영리단체다. 즉, 엔터테인먼트 소프트웨어 산업을 대상으로 설립된 자율 규제기관으로서, 컴퓨터게임과 비디오게임에 적용되고 있는 등급분류에 관하여 규칙을 제정하고 심의를 수행한다. 또한 게임 자체에 대한 등급심의 업무뿐만 아니라, 업계의 관련 내용을 모니터링하고 인터랙티브 엔터테인먼트 산업 분야의 온라인 개인정보 보호를 위한 활동도 수행하고 있다. 최초 설립 배경은 시민단체와 게임산업체 간의 불화 때문이었으나, 곧 게임의 폐해와 관련해서 시민단체의 지적이 많아지자 업계에서 스스로 자율적인 조정기구를 설립한 것이 현재까지 이어져 내려온 것이다.

ESRB는 부모와 소비자들이 그들의 가족에게 적절한 게임을 고를 수 있도록 돕는 것을 목적으로 한다. 이러한 ESRB의 등급기호는 크게 두 부분으로 나뉜다. 하나는 ‘등급표시’로서, 이는 어떤 연령대가 그 게임을 이용하는 것이 좋을지를 나타내는 것이고, 다른 하나는 ‘내용정보 기술서(Contents Descriptor)’로서 게임에 포함된 요소를 보다 구체적으로 알려준다.

ESRB는 전적으로 자율적인 조직으로서 업체가 반드시 등급분류를 받아야 할 의무는 없다. 하지만 미국의 게임 도·소매상들이 등급을 받지 않은 게임은 판매를 하지 않기 때문에 거의 모든 업체가 자발적으로 등급분류를 받고 있다. 비단 미국만이 아니라 캐나다 역시 ESRB의 등급을 받은 게임만을 판매하고 있기 때문에 실제로는 캐나다의 게임심제도 ESRB가 담당하고 있다고 볼 수 있다. 또한 게임이

출시된 이후에도 ESRB 시험관이 임의로 게임 콘텐츠를 검사하여 모든 내용물이 심의 당시와 동일한지 여부에 대해 조사한다.

2) 등급분류 절차

ESRB의 등급을 받아 게임을 등록하기 위해 게임 제작업체는 ESRB의 일정 양식에 맞추어 게임의 내용을 구체적으로 설명하는 상세한 설명서를 작성하고, 내용 중에서 가장 극단적인 콘텐츠를 보여주는 실제 게임장면의 동영상을 비디오테이프 또는 DVD에 기록하여 게임설명서 및 게임내용정보 기술서를 함께 제출해야 한다. 독립성을 갖춘 3명의 훈련된 등급위원들이 제출된 비디오텔을 검토하여 가장 적합하다고 생각하는 등급과 내용정보 기술서를 표시할 것을 권고한다. 그 후, ESRB는 등급위원의 권고사항을 서로 비교하여 의견 일치 여부를 확인한다. 대개의 경우, 등급위원들은 일치된 견해를 보이며 이들의 권고가 최종적으로 확정된다. 그러나 등급위원들이 서로 다른 등급을 권고한 경우, 의견 합치를 위해 여타 등급위원들이 게임을 심의하게 된다. 일단 등급 및 내용정보 기술서에 대해 의견 일치가 이루어지면 ESRB는 게임제작업체에 공식적인 분류등급을 발부한다.

ESRB의 등급심사에 대해 이의가 없을 경우, 게임 퍼블리셔는 그 의견을 따르게 되고, 만약 등급심사 결과에 이의가 있을 경우, 게임 콘텐츠를 일부 수정하여 다시 등급심의를 신청하게 되는데, 이 경우에는 새로운 게임 콘텐츠에 대한 등급 심사과정을 그대로 따르게 된다. 퍼블리셔가 ESRB의 결정에 대해 만족하지 못할 경우, 퍼블리셔, 소매업체, 업계 관계자 등이 참석하는 '조정위원회'에 조정을 신청할 수 있다.

게임 등급심사가 완료되어 일반에 게임을 출시할 때 퍼블리셔는 최종 게임물 1부를 ESRB에 송부하여야 하며, ESRB 내부의 조사관은 게임 패키지에

해당 등급에 대한 정보가 정확히 부착되었는지 여부에 대해서 확인하고, 출시 이후에도 최종 버전의 게임 상품을 검사하여 유통 과정에서 등급 및 내용정보 기술서의 적절성 여부를 판단하게 된다. 만약, 등급심의를 진행하고 있는 동안에 게임을 시장에 공개되어 등급심의를 영향을 주는 경우에는 등급을 취소하거나 별도의 제재를 가할 수 있으며, 필요한 경우 벌금을 부과할 수 있다.

ESRB는 등급분류의 규칙과 규정이 준수되는지를 모니터한다. 필요한 경우, ESRB의 라벨 부착, 마케팅 혹은 제품 제출과 관련한 규정을 위반한 업체에 대해서는 재포장 또는 해당 상품의 리콜 등 적절한 조치를 취한다. 게임 내용심의 뿐만 아니라, ESRB에 의해 게임 등급심의를 받는 게임 퍼블리셔들은 게임업계에서 자체적으로 채택한 '책임광고 규정(Principles and Guidelines for Responsible Advertising Practices)'에 의해 법률적인 제재를 받게 되며, 그 이외에도 등급심의 정보에 대한 공개방법과 관련하여 게임물 포장 및 광고에 따른 많은 관련 규정을 준수하여야 한다. 또한 ESRB의 광고심의 위원회(Advertising Review Council)는 TV, 프린트, 온라인 미디어 등을 통한 게임 광고물들을 지속적으로 모니터하고 규정 준수 여부를 점검하여, 게임 퍼블리셔가 부적합한 방법으로 포장하거나 광고를 할 경우, 벌금을 포함한 모든 제재 조치를 취할 수 있다.

ESRB는 소매업체 차원에서 등급분류를 강제할 권한을 지니지 않지만, 등급정보를 표기하고 미성년자에게 특정 제품을 판매 혹은 대여하는 것을 방지하기 위하여 소매업체 및 게임센터와 긴밀한 협조관계를 유지한다. 많은 소매업체들은 부모 동의 없이 17세 미만의 청소년들에게 성인전용등급의 제품을 판매 혹은 대여하지 않도록 최선을 다한다고 약속하는 ESRB의 '부모동의 확보 프로그램(Commitment to Parents program)' 및 게임등

급 관련 교육 프로그램에 참여하고 있다.

현재 ESRB의 등급제도는 MS의 새로운 운영체제인 윈도우 비스타 및 콘솔 게임기 'Xbox 360'의 디지털 콘텐츠 '부모 확인(Parental Control)' 기능에 포함되어 있으며, 이 기능은 케이블TV의 셋탑박스(STB)에 부모가 비밀번호를 입력하여 청소년에 유해한 콘텐츠를 차단하는 기능과 유사하게, 컴퓨터 또는 게임기에 각각 가족의 이용자 ID를 설정하고 부모가 각 자녀 ID에 대해 이용 가능한 디지털 콘텐츠의 연령 한계를 설정할 수 있는 기능이다. 즉, 게임에 대해서는 자녀가 이용할 수 있는 최대 등급을 미리 입력해 둬으로써 추후 별도로 구매한 게임 소프트웨어의 실행 시, 입력된 정보를 확인하여 실행 여부를 자동으로 판단할 수 있게 할 수 있다.

향후 이러한 기능은 PC의 운영체제 및 콘솔기기, 각종 심의기구간의 합의를 통해 전 세계적인 표준기능으로 자리 잡을 가능성이 높다. 다만 현재까지 ESRB는 이용자가 생성한 디지털 콘텐츠(UCC, User Created Content)를 포함한 다중접속 온라인게임(MMOG)에 대한 등급은 진행하지 않고 있으며 이에 대해서는 아직 연구 중인 것으로 알려져 있다. 구체적인 논의는 현재까지 진행 중이며, 특히 ESRB와 이후 설명할 유럽 PEGI를 주축으로 한 범태평양 논의를 통해 온라인게임 및 모바일게임에 대한 심의를 어떻게 처리할 것인지 검토하고 있는 중이다.

그림 6-2-01 ESRB의 등급 및 내용정보기술서 표기(E10+10세 이상 등급)



3) 등급

ESRB의 이용 등급은 모두 7개며, 이 중에서 RP 등급(Rate Pending, 등급유예)을 제외하면 실질적인 등급은 총 6개인 셈이다. 이용등급 및 내용정보 기술서 표시는 패키지의 앞·뒷면에 표기하도록 되어 있다. 앞면에는 등급을 표시하도록 하고 있고 뒷면에는 등급과 더불어 해당 게임이 묘사하고 있는 폭력성 정도, 언어 표현의 적절성, 선정성, 사행성, 게임대사의 수준, 약물(마약), 교육용 여부 등의 '내용정보 기술서' 표시를 부착하고 있다.

4) 내용정보 기술서(Content Descriptor)

등급심의를 신청하는 회사가 작성해서 제출해야 하는 내용정보 기술서는 크게 7가지 대분류의 구분 아래 32개 소분류로 구성되어 있는데 세부적인 사항은 <표 6-2-53>와 같다. ESRB는 등급신청회사로 하여금 최대한 상세히 내용정보 기술서를 작성하도록 하고 있고, 이 내용은 등급결정에 중대한 영향을 미치는 자료로 활용된다.

5) 2009년 등급분류 통계

2009의 ESRB 등급분류 통계 중에서 가장 비율이 높은 것이 우리의 '전체이용가'에 해당하는 E등급으로 60%를 차지했는데, 이는 전년의 통계 수치(E등급 59%)와 유사한 비율이다. 그 뒤를 E10+등

표 6-2-52 ESRB의 등급 분류

표기	등급	해당 연령	내용
	EC등급 : Early Childhood	3세 이상	- 부모들이 자녀들에게 부적합하다고 생각할 수 있는 어떤 내용도 포함되어 있지 않음
	E등급 : Everyone	6세 이상	- 최소한의 풍자만화, 환상, 완곡한 폭력 - 약간의 버릇 없는 언어(자주 나오지 않음) - 다소간의 풍자만화, 환상, 완곡한 폭력
	E10+등급 : Everyone 10 and older	10세 이상	- 약간의 버릇 없는 언어 - 최소한의 성적 주제
	T등급 : Teen	13세 이상	- 폭력적 내용 - 강한 언어(자주 나오지 않음) - 성적 암시를 담은 주제
	M등급 : Mature	17세 이상	- 강렬한 폭력과 언어 - 성인들에게 적합한 성적 주제
	AO등급 : Adult Only	18세 이상	- 섹스와 폭력에 대한 생생한 묘사
	RP등급 : Rating Pending		- 최종적인 등급 판정을 기다림 - 출시 전의 광고에서만 사용됨

급(16%)과 T등급(18%)이 이으면서, 전체적으로 청소년을 대상으로 한 게임이 현격하게 높은 비율을 차지하고 있음을 알 수 있다. 성인용은 주로 M등급으로 6%의 비율을 보이고 있으며, 성인만을 대상으로 한 제한등급인 AO 등급은 등급분류가 없다.

전년에 이어 북미시장에서의 등급별 게임비율에 있어서, 청소년 이용불가 또는 성인전용 게임 콘텐츠가 지속적으로 약화되고, 전체적으로 전체이용가 및 청소년 이용이 가능한 게임의 비율이 높아지고 있다는 점이 주목할 만하다. 이러한 추세는 향후에도 계속될 것으로 예상되며, 특히 미국 ESRB가 심의 대상으로 하고 있지는 않지만, 애플 ‘아이폰(iPhone)’이나 ‘아이팟(iPod)’의 ‘앱 스토어(App Store)’에 등록된 게임들이 대부분 전체이용가 등급에 어려움이 없는 단순한 게임임을 고려하면 전체적

인 비율 추세에는 변화가 없을 것으로 보인다.

다만 신규 플랫폼에 있어서, 미국 ESRB도 공개적으로 애플(Apple)사의 ‘앱 스토어(App Store)’ 류의 게임에 대해 이용자에게 적절한 콘텐츠 정보를 사전에 제공하기 위해서 심의를 받는 것이 필요하다는 의견을 발표하였기 때문에, 향후 ‘게임콘텐츠 오픈마켓’과 같은 신규 플랫폼에 대한 미국의 심의수용 여부가 초미의 관심사가 되고 있다.

3. 유럽의 PEGI

1) 개요

유럽의 게임 심의기구인 PEGI(Pan Europe Game Information)는 2003년 봄에 출범하였는데,

표 6-2-53 ESRB의 내용 기술서

대분류	소분류	내용
폭력	Cartoon Violence	풍자만화와 같은 상황이나 캐릭터를 포함하는 폭력, 캐릭터가 공격받은 후 해를 입지 않는 폭력을 포함한다.
	Comic Mischief	짓궂은 장난이나 성적인 유머를 포함하는 묘사나 대사
	Mild Violence	캐릭터가 폭력적인 상황에 있는 것을 묘사한 완곡한 장면
	Blood	피에 대한 표현
	Animated Blood	피에 대한 비현실적인 표현
	Blood and Gore	피에 대한 표현이나 신체에 대한 절단
	Fantasy Violence	환상적인 폭력, 인간이나 비인간 캐릭터가 사실적이지 않다.
	Intense Violence	매우 사실적인 피, 혈흔, 무기, 상해, 죽음 등이 포함되는 물리적 갈등에 대한 묘사
언어	Crude Humor	화장실 유머가 포함된 저속한 묘사나 대사
	Language	적당히 완곡한 속어
	Strong Language	명확하며 자주 등장하는 속어
	Mature Humor	성적 언급을 포함하는 '성인' 유머
	Violence	공격적인 갈등을 포함하는 장면
선정성	Suggestive Themes	암시적으로 도발적인 내용
	Sexual Themes	완곡한 정도의 성적 언급이나 묘사, 부분적 나체를 포함할 수 있다.
	Sexual Violence	강간이나 여타 성적 행위에 대한 묘사
	Strong Sexual Content	나체를 포함할 수 있으며, 성적 행위를 언급하거나 묘사
	Nudity	나체에 대한 그림이나 긴 묘사
사행성	Partial Nudity	나체에 대한 간략하거나 짧은 묘사
	Real Gambling	이용자가 현금을 이용하여 도박을 할 수 있다.
대사	Simulated Gambling	이용자가 도박게임은 하지만 현금 베팅은 할 수 없다.
	Lyrics	음악에서 속어, 성, 폭력, 술, 약물사용을 가볍게 언급
약물	Strong Lyrics	음악에서 속어, 성, 폭력, 술, 약물사용을 명확하게 자주 언급
	Use of Alcohol	주류 소비
	Use of Drugs	불법 약물 소비나 이용
	Use of Tobacco	담배 소비
	Alcohol Reference	음주에 대한 언급이나 이미지
	Drug Reference	불법적 약물에 대한 언급이나 이미지
기타	Tobacco Reference	담배에 대한 언급이나 이미지
	Informational	데이터 등의 정보제공
	Some Adult Assistance May Be Needed	유아용
	Edutainment	놀이를 통해서 이용자가 특수한 기술을 익히거나 지식을 강화할 수 있게 한 콘텐츠

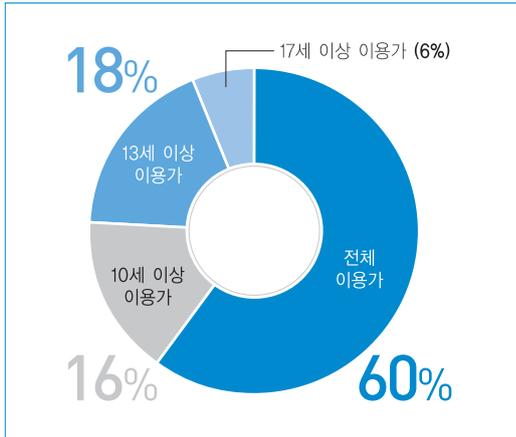
EU 전역에서 동일하게 적용되는 단일 시스템으로 각 국가의 개별적인 연령등급시스템을 대체한 것이다. 유럽 등급제도의 목적은 부모가 게임을 구매하는데 있어서 적절한 정보를 제공하며, 미성년자가 그들의 나이에 적절치 못한 게임에 노출되지 않도록 하는 것에 있다. 유럽 전역의 주요 콘솔게임 제작자(플레이스테이션, Xbox, 닌텐도)는 물론 유통사와 개발사들에 의해 후원을 받고 있으며, 소비자, 부모, 종교그룹 등 많은 사회단체들이 참여했다.

PEGI를 조직하게 된 가장 큰 이유는 산업의 발

전 및 이용자 추세의 변화 때문이다. 컴퓨터와 콘솔 게임이 유럽 전역에서 수백만 명의 이용자를 가진 커다란 레저시장으로 성장하였고, 게임 이용자의 평균 나이가 23세를 넘게 되었다. 이에 따라 18세를 넘는 성인들을 대상으로 하는 성인용 게임이 많이 나오게 되었는데, 이 때문에 대부분의 게임이 청소년용으로 만들어진다고 생각하는 보통의 소비자들 이 혼란을 겪게 되었다.

이러한 상황 속에서 18세 미만의 청소년들을 보호하기 위해서 유럽인터랙티브소프트웨어협회

그림 6-2-02 ESRB의 등급분류 통계(2009)



(Interactive Software Federation of Europe : ISFE)가 전 유럽에 통용되는 단일한 연령등급시스템을 만들려 한 것이다. 또한 이미 유럽은 단일한 게임시장으로서, 단일한 등급시스템을 적용해야 한다는 논리는 불가피한 것이기도 하였다. PEGI의 등급은 <그림 6-2-03>에 표시된 국가에서 판매되는 게임에 적용된다. 게임의 등급은 게임의 앞면과 뒷면에 나타나며, 소매상들은 이 새로운 시스템에

대해 구매자에게 적절한 정보를 제공해야 한다.

2) 조직

PEGI의 관련기관은 ISFE, NICAM, VSC 등이 있다. ISFE(Interactive Software Federation of Europe)는 PEGI 시스템을 개발한 기관으로서 상호작용적 게임의 콘솔제작사와 유통사, 개발사가 모여 있는 무역협회다. NICAM(Netherlands Institute for the Classification of Audio-visual Media)은 PEGI 운영을 위해서 ISFE가 계약한 곳이다. 전통과 명망을 갖춘 기관으로서 시청각 자료에 대한 오랜 기간의 등급분류 경험이 PEGI 체제를 갖추는 데 많은 도움을 주었다. 그리고 VSC(Video Standard Council)는 영국에서 NICAM의 대리인 역할을 하는 기관이다. 어떤 경우에도 PEGI 시스템은 각국에 이미 존재하고 있는 내용심의 및 미성년자를 보호하려는 법률 및 제도를 존중하도록 되어 있다.

3) 등급분류 절차

등급을 결정하기 위해서 온라인 신청서 제출과

그림 6-2-03 PEGI의 등급이 적용되는 국가

 Austria	 Belgium	 Bulgaria	 Cyprus
 Czech Republic	 Denmark	 Estonia	 Finland
 France	 Greece	 Hungary	 Iceland
 Ireland	 Italy	 Latvia	 Lithuania
 Luxembourg	 Malta	 Netherlands	 Norway
 Poland	 Portugal	 Romania	 Slovak Republic
 Slovenia	 Spain	 Sweden	 Switzerland
 United Kingdom			

게임 리뷰라는 작업을 해야 한다. 먼저 게임 퍼블리셔(유통회사)는 온라인상의 서류를 작성하고, 이는 NICAM으로 보내진다. 완성된 서류는 NICAM에 의해서 검토되는데, 3+나 7+, 12+등급에 해당하면 NICAM은 해당 로고를 붙일 수 있도록 허가한다. 경험적으로 낮은 연령등급의 게임이 잘못 등급분류가 될 가능성은 상당히 적기 때문에 해당 등급에 대해서는 퍼블리셔의 제출 서류를 기준으로 판단하게 된다. 초기의 PEGI에서 12+등급은 NICAM에서는 사전 점검 대상이었다. 하지만 업체가 자율적으로 정할 수 있는 등급의 범위를 확대하여 12세 등급도 업체가 신청하면 먼저 자율적으로 등급을 사용할 수 있도록 제도를 완화하였다.

만약 희망한 등급이 16+이나 18+이면 NICAM은 그 등급이 적절한지 확인하기 위해 게임을 세부적으로 검토한다. 게임을 완전히 검토하기 위해서는 수주가 걸릴 수도 있으므로 퍼블리셔는 희망등급에 영향을 미칠 만한 게임의 부분에 대해 서류상에 표기해 두어야 한다. 그러한 부분을 NICAM은 주로 검토하여 적절한 연령등급인지를 판단할 것이다. 부가 게임정보는 퍼블리셔의 재량에 따르며 NICAM은 관여하지 않는다.

4) 등급

PEGI의 등급은 3, 7, 12, 16, 18세의 다섯 단계로 구분되어 진다. 등급별 로고는 연령등급을 한눈에 알아볼 수 있도록 디자인되어 있으며, 국가별로 등급에 다소간 차이가 있어서 3세는 4세, 7세는 6세 등급으로 대체되기도 한다.

5) 게임내용 설명표시(Game Descriptor)

게임내용 설명표시는 ESRB의 내용정보 기술서(Content Descriptor)와 같은 개념으로 비단 연령등급뿐만 아니라 게임의 상세한 내용에 대해 정보를 제공해 주기 위한 것이다. 다만 ESRB가 텍스트 방식으로 되어 있으며 종류가 많은데 반해, PEGI는 아이콘(icon) 방식으로 되어 있으며 종류가 7개로 적다는 점에서 다르다. ESRB의 기술서가 자세한 정보 제공에 중점을 두고 있다면, PEGI의 설명표시는 간단명료하면서 직관적인 정보 제공을 중요시하고 있다고 볼 수 있다. 우리나라 등급제도의 내용정보 표시도 PEGI의 영향을 받은 바 있다.

게임내용 설명표시에 대한 판단은 연령등급을 고려하여 판단해야 한다. 가령 폭력 정보가 있더라도 그것이 3+등급에 있는 것과 18+등급에 있는 것은 큰 차이가 있다. 원래 6개의 게임내용 설명표시가 있었는데 2006년에 도박, 즉 잼블링(gambling)이 사회 문제화 되면서 설명 아이콘이 추가되어 총 7개가 되었다. 이는 유럽지역에서 온라인 도박게임이 활성화 되자 이에 따른 부작용 발생을 방지하기 위한 노력의 일환으로 보인다. 혼자서만 진행되는 패키지게임에서는 도박을 묘사하였거나 모방한 게임이 문제가 될 소지가 많지 않았으며, 무엇보다도 그러한 유형의 게임이 많지 않다. 하지만 점차 온라인게임이 증가하게 되면서 도박을 묘사하거나 모방한 게임이 많이 나와 이에 대한 PEGI의 관심도 높아진 것이라 하겠다.

6) PEGI 온라인

그림 6-2-04 PEGI 연령등급 및 로고

등급로고					
해당 연령	3세 이상 이용가	7세 이상 이용가	12세 이상 이용가	16세 이상 이용가	18세 이상 이용가

지난 2007년 7월, PEGI는 온라인게임 분야의 등급 분류시스템인 PEGI 온라인 시스템 서비스를 정식으로 개시했다. 유럽 인터랙티브 소프트웨어 산업연맹(Interactive Software Federation of Europe, ISFE)과 유럽위원회(European Commission)가 함께 개발한 PEGI 온라인 시스템은 실시간 및 상호작용의 특징을 갖고 있는 온라인게임에 대한 정확한 정보를 아동 청소년과 부모들에게 제공하는 것을 목적으로 한다.

ISFE는 네덜란드 시청각 미디어 등급분류 연구원(Netherlands Institute for the Classification of Audiovisual Media, NICAM)을 PEGI 온라인 시스템 행정 서비스 제공자로 지명했으며, 이에 따라 NICAM은 POSC 신청업체들이 POSC 규정을 준수할 능력이 있는지 감독하고 있다. 부모와 게임이용자들 또한 NICAM에 게임이용과 관련한 민원사항

및 게임 부작용과 관련된 보고를 제기할 수 있다.

출범 당시 유럽위원회 정보사회 미디어국 국장인 비비안 레딩(Viviane Reding)은 “이것(PEGI 온라인)은 새로운 테크놀로지에 의해 야기되는 문제점 및 우리 아이들의 안전을 보호하기 위한 빠르고 유연한 대책을 제공해줄 것이며, 모든 이해관계자들이 협력을 통해서 그러한 대책을 만들어간다는 점에서 좋은 본보기가 될 것”이라고 말했다.

(1) PEGI 온라인 시스템

PEGI 온라인 시스템은 기존의 PEGI 시스템에 추가된 서비스다. 게임을 이용하는 젊은이들을 적절하지 않은 게임 콘텐츠로부터 보호하고, 게임으로 인한 잠재적인 위험과 해악을 부모들이 이해하도록 하는데 그 목적을 두고 있다. 다만 기존의

그림 6-2-05 PEGI의 게임내용 설명 아이콘

표기	구분	내용
	차 별	차별을 조장할 수 있는 장면의 묘사나 내용 포함
	약 물	약물의 사용을 언급하거나 묘사하는 내용 포함
	공 포	어린이의 공포나 두려움을 불러일으킬 수 있는 묘사 포함
	저속한 언어	저속한 언어 포함
	섹 스	누드, 성적인 행동이나 성적인 내용을 묘사한 장면 포함
	폭 력	폭력 묘사 장면 포함
	도 박	도박을 조장하거나 가르치는 내용 포함

PEGI 시스템이 개별 게임들에 대한 적절한 연령등급과 내용 정보를 제공하는 것이었다면, PEGI 온라인은 제공하는 게임의 연령등급 준수는 물론, 불법적이고 사회적 해악을 끼치는 콘텐츠에 대해 해당 온라인 웹사이트 서비스가 적절한 조치를 취해 청소년 보호 및 사회적 책임을 다하고 있음을 확인해주는 기능을 한다는 데 차이점이 있다.

PEGI는 온라인게임을 “플레이하기 위해 실시간(live) 네트워크 접속을 필요로 하는 디지털 게임”으로 정의하고 있다. 따라서 인터넷 상에서 제공되는 게임 뿐만 아니라 네트워크 기능을 활용하는 모든 모바일, 콘솔게임이 온라인게임의 범주 안에 포함되며, P3P 네트워크를 이용한 게임도 포함된다. 예를 들어, 네트워크 기능을 포함하고 있는 Xbox 360 및 PS3 기반의 네트워크 이용 게임들도 PEGI 온라인 시스템의 대상이 된다. 하지만 단지 스코어나 랭킹 기록 및 게임 다운로드, 데이터 변환만을 위해 인터넷을 이용하는 게임은 PEGI 온라인 시스템 대상 게임에서 제외된다.

PEGI 온라인 시스템은 PEGI 온라인 안전규정(PEGI Online Safety Code)을 기반으로 그에 따른 독립적인 행정, 자문, 논의가 이루어지는 체계로 구성되어 있다. PEGI 온라인 안전규정은 온라인게임 환경에서 청소년을 보호하고, 사생활을 보호할 뿐만 아니라 웹사이트를 불법적이고 공격적인 콘텐츠 및 그 밖의 부적절한 링크로부터 보호하도록 규정하고 있다.

(2) PEGI 온라인 안전규정(POSC)

PEGI 온라인 안전 규정(PEGI Online Safety Code, POSC)은 POSC에 따라 온라인게임을 제공하고자 하는 모든 업체에게 적용된다. 온라인게임 제공 업체는 온라인 게임 플레이가 가능한 상호작용 소프트웨어 상품을 통해 온라인 서비스를 제공하는 배급업자, 웹사이트 운영자를 말한다. 또한 이러한 온라인 서비스를 통해 제공되는 모든 광고에도 적용

된다. POSC는 상호작용 소프트웨어 업체의 의무를 반영하고, 정보는 상호작용 소프트웨어 상품의 콘텐츠에 대해 책임감 있는 태도로 대중에게 제공되어야 한다는 점을 고려한다. 이러한 POSC의 목표를 수행하기 위해 PEGI 온라인은 다음과 같은 4가지 기구들로 구성되어 운영되고 있다.

○ 자문위원회(PEGI Advisory Board, PAB)

자문위원회는 핵심적인 이해관계자 그룹, 즉 학부모, 소비자 연합, 아동심리 전문가 및 학자, 미디어 전문가, 상호작용 소프트웨어 업체를 대표하는 대표자들로 구성된다. 자문위원회는 POSC가 지속적인 사회적, 법적, 기술적 발전에 발맞추어 갈 수 있도록 돕는다.

○ 민원위원회(PEGI Complaints Board, PCB)

자문위원회와 마찬가지로 핵심적인 이해관계자 그룹의 대표자들로 구성되는 민원위원회는 다음과 같은 세 가지 업무 수행을 위탁받아 수행한다. 첫째, 신청업체와 PEGI 온라인 행정 사이의 갈등해결, 둘째, POSC 규정을 위반한 POSC 가입 업체의 광고, 마케팅, 판촉활동에 대한 민원 해결, 셋째, POSC 가입 업체의 POSC 규정 이행에 대한 논의가 그것이다.

○ 집행위원회(PEGI Enforcement Committee, PEC)

집행위원회는 자문위원회의 권고사항을 실행에 옮기는 역할을 담당한다. 즉, 민원위원회의 결정사항을 포함한 POSC 규정의 집행을 담당한다.

○ 법률위원회(Legal Committee)

법률위원회는 POSC의 POL 발급 시스템과 국내 법 간의 일치 및 일관성을 유지하기 위한 업무를 담당한다.

POSC를 충족시키기 위해 온라인게임 사업자는 자

신이 제공하는 온라인 서비스 안에서 특정 게임의 연령 등급에 맞지 않는 아동 및 청소년 이용자가 해당 게임을 사용하지 못하도록 해야 한다. 판촉 및 마케팅 활동에서도 마찬가지다. 또한 불법적이고 공격적인 행위, 인종차별과 비하, 부패, 위협, 외설 및 아동 및 청소년 발달을 저해하는 내용 등 부적절한 내용이 서비스되지 않도록 해야 하는 의무를 갖는다. 이는 사용자 제작 콘텐츠(UCC)의 경우도 마찬가지다. 이를 위해 자신의 온라인 서비스 내에서 사용자들이 부적절한 콘텐츠를 사용하거나 부적절한 행동을 못하도록 커뮤니티 기준(Community Standards)을 마련해야 하며 사용자의 사생활 및 개인정보 보호를 위해 노력해야 한다.

(3) PEGI 온라인 로고(PEGI Online Logo, POL)

이와 같은 PEGI의 온라인 안전 규정이 요구하는 사항들을 충족시킨 사업자는 PEGI 온라인 로고를 발급받아 자신의 콘텐츠에 사용할 수 있는 권리를 갖는다. POL 발급은 ISFE에 의해 이루어지고 있다. ISFE는 POSC가 효율적인 방식으로 시행되도록 하는 임무를 갖는다. ISEF는 온라인게임의 배급, 제작, 온라인 서비스 운영, 마케팅 등 POSC에 참여하는 모든 상호작용 소프트웨어 산업 종사자가 POSC를 명확히 인식하고 이해할 수 있도록 해야 한다. 그밖에도 POSC의 해석, 운영, 공시, 업데이트 등에 필요한 자원을 보유하며 POSC의 적용 과정에 대한 연구 및 보고를 수행하는 임무를 갖고 있다. 또한 ISFE는 POSC 지원과 관련해 필요한 모든 추가적인 활동을 제안할 수 있다.

(4) 제재규정

POSC의 규정을 준수하지 못한 사업자는 해당 사안의 경중에 따라 일시적인 POL 라이선스 박탈, 온라인 및 오프라인 상의 강제적인 광고내용 수정, POL 라이선스 영구박탈, POSC 퇴출, 1,000~250,000 유

로의 벌금과 같은 제재를 받게 된다.

7) 등급분류 현황

2003년 3월부터 2009년 4월까지의 PEGI의 등급분류 실적은 <표 6-2-54>와 같다(연도별 등급분류 실적 통계는 제공하지 않음). 이 기간 동안에 총 1만 4,661개의 타이틀이 등급분류를 받았는데, PC 플랫폼 타이틀이 4,870개(33.0%)로 가장 높은 비중을 차지했다. 현재까지도 유럽지역에서는 아직 PC 패키지 게임이 많이 이용되고 있으며, 점차 PC기반 온라인게임이 많아지고 있는 추세다. PC플랫폼 이외에는 다양한 콘솔형 게임기기용 비디오게임들이 대부분을 차지하고 있다. 우리나라 등급심의와 비교해 볼 때 상대적으로 모바일게임의 심의 건수 비율이 낮은 편인데, 향후 유럽에서도 모바일 단말기의 해상도 증가 및 무선네트워크가 발전함에 따라 점차 비율이 높아질 것으로 예상된다.

2003년 3월부터 2010년 7월까지의 연령등급을 부여받은 타이틀의 세부 현황을 살펴보면, 성인용의 비중이 적으며 청소년용이 대부분이라는 것을 알 수 있다. 다만 3세 등급이 49.1%로 가장 높은 비중을 차지하고 있는 점이 ESRB와 현격하게 다른 점이다. 이렇게 3세 등급에서 크게 차이가 나는 것은 등급분류 과정이 다르기 때문이다. 즉, PEGI에서는 청소년용 게임에 한해서는 업체 스스로가 등급을 부여하고 있기 때문에 업체에서 스스로의 타이틀이 매우 폭넓은 연령층을 대상으로 하고 있음을 강조하기 위해 3세 등급을 많이 부여하고 있는 것으로 여겨진다. 이에 반해 ESRB에서는 청소년용 게임도 ESRB에서 등급을 결정하여 부여하기 때문에 보다 엄격하게 등급이 적용된다고 볼 수 있다.

또한 각 플랫폼의 게임 출시량 증감 추이를 살펴보면, 여전히 PC게임이 지속적으로 시장에 출시되고 있음을 확인할 수 있다. 유럽 게임시장에서 주목

할 만한 플랫폼으로는 전 세계적인 히트상품이 된 닌텐도의 NDSL 및 Wii의 소프트웨어 출시작이며, 신규 출시된 DSi 기종의 소프트웨어 보급도 활발하게 이루어지고 있다. 또한 소니 PSP나 PS3 시리즈도 꾸준하게 시장 점유율을 유지하고 있다. 한편 MS

의 Xbox 360은 싱글 플레이 게임 이외에도 네트워크 접속을 통한 '라이브 아케이드' 온라인게임의 증가량이 주목할 만하다.

유럽의 PEGI 역시 미국의 ESRB와 마찬가지로, CD나 DVD 등 저장 매체를 이용하지 않고 전적으로 네트워크로 배포되고 이용하는 온라인게임에 대한 심의문제를 고민한 결과 PEGI 온라인 시스템을 가동하였지만, 애플 아이폰과 같은 신규 플랫폼에 대해서는 여전히 효과적인 심의방안을 연구 중에 있다.

그림 6-2-06 PEGI의 연령별 등급분류 통계

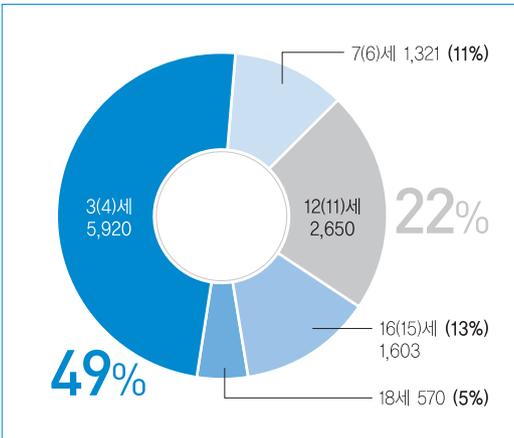


표 6-2-54 PEGI의 플랫폼별 등급분류 현황 누적집계(2003. 3. 1. ~ 2010. 7. 1.)

플랫폼	편수	비율	플랫폼	편수	비율
PC	4,870	33%	Playstation 3-Home	21	-
macintosh	84	0.5%	Playstation Network	307	2%
Game Cube	303	2%	mobile	103	0.7%
Game Boy Advance	528	3%	Nokia mobile phone	85	0.5%
Nintendo	1	-	XBOX	620	4.2%
Nintendo DS	1,726	11.7%	XBOX 360	706	4.8%
Nintendo DSi-DSi Ware	211	1.4%	XBOX 360 Live Arcade	277	1.8%
Nintendo Wii	922	6.2%	Plug and play	57	0.4%
Nintendo Wii-Virtual Console	313	2.1%	DVD Game	35	0.2%
Nintendo Wii-Wii Ware	221	1.5%	Gizmondo	17	0.1%
Sony PSP	605	4.1%	Digiblast	15	0.1%
Playstation 1	121	0.8%	Vista	13	0.1%
Playstation 2	1,908	13%	Tapwave Zodiac	4	-
Playstation 3	523	3.5%	Sony PSP go	65	0.4%
합 계			합 계	14,661	

표 6-2-55 PEGI의 연령별 등급분류 현황(2003. 3. 1. ~ 2010. 7. 1.)

	3(4)세	7(6)세	12(11)세	16(15)세	18세	합계
편수	5,920	1,321	2,650	1,603	570	12,064
비율	49.1%	10.9%	22%	13.3%	4.7%	100%

제1장 _ 게임정책 및 규제제도

제2장 _ 게임물 등급분류 제도의 현황과 전망

제3장 _ 법률 및 약관

로 CERO(Computer Entertainment Rating Organization)를 출범시켰다. 경제산업성의 지도를 받아, CESA와 컴퓨터소프트웨어윤리기구, 일본어뮤즈먼트머신공업협회, 영화윤리관리위원회 및 일본비디오윤리협회가 공동으로 일본판 ESRB를 목표로 심사기준 및 등급표시 일원화를 협의하여, 비디오게임 패키지 전반의 심의를 담당하는 기구로서 설립한 것이다. 2007년 3월 기준으로 93개 게임회사가 회원사로 가입, 심의신청하고 있다.

기구 설립의 목적은 컴퓨터 엔터테인먼트의 문화 발전에 따라 컴퓨터게임이 다양해지고 있는 상황에서, 게임소프트의 연령별 등급제도를 실시함으로써

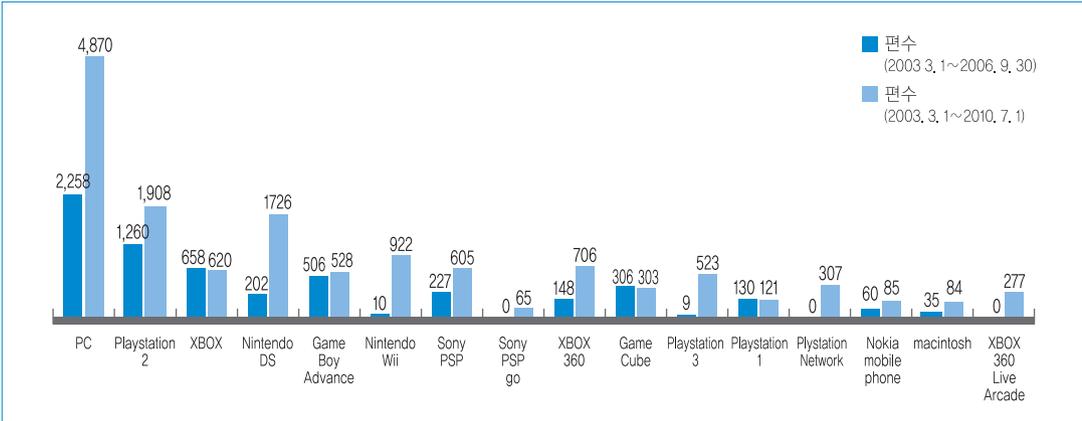
게임이용자 뿐만 아니라 학부모 및 일반시민에게 게임소프트의 선택에 필요한 정보를 제공하기 위함이다. 나아가 청소년의 건전한 육성을 꾀하며 사회윤리 수준을 적정하게 유지하기 위한 목적을 갖고 있다. 일본에서는 게임콘텐츠 시장이 성장함에 따라 등급분류에 대한 정부나 시민단체의 필요 여론이 높아졌으며, 이에 따라, 선진적인 등급분류 형태인 ESRB를 벤치마킹하여 CERO를 구성했고, 현재도 지속적으로 업계 및 소비자의 의견을 받아 제도를 개선하고 있다.

한편, PC게임이라 하더라도 폭력, 범죄, 성적 묘사가 많은 PC게임에 대해서는 컴퓨터소프트웨어윤리기구(EOCS)와 콘텐츠소프트협동조합(CSA)에서

표 6-2-56 PEGI의 플랫폼별 등급분류 추세 비교표

플랫폼	편수 (2003.3.1~2006.9.30)	편수 (2003.3.1~2008.4.30)	편수 (2003.3.1~2009.6.)	편수 (2003.3.1~2010.7.1)
PC	2,258	3,244	4,113	4,870
Playstation 2	1,260	1,691	1,856	1,908
XBOX	658	620	620	620
Nintendo DS	202	618	1,271	1,726
Nintendo	-	-	1	1
Nintendo DSi-DSi Ware	-	-	22	211
Game Boy Advance	506	533	528	528
Nintendo Wii	10	457	602	922
Nintendo Wii-Virtual Console	-	-	264	313
Nintendo Wii-Wii Ware	-	-	95	221
Sony PSP	227	382	472	605
Sony PSP go	227	382	472	65
XBOX 360	148	336	534	706
Game Cube	306	303	303	303
Playstation 3	9	145	333	523
Playstation 3-Home	-	-	1	21
Playstation 1	130	118	121	121
Playstation Network	-	89	175	307
Nokia mobile phone	60	70	87	85
macintosh	35	60	73	84
XBOX 360 Live Arcade	-	60	180	277
mobile	19	53	86	103
Plug and play	42	42	48	57
DVD Game	28	29	31	35
Gizmondo	17	17	17	17
Digiblast	14	13	13	15
Vista	10	12	13	13
Tapwave Zodiac	4	4	4	4
합 계	5,943	8,869	11,863	14,661

그림 6-2-07 PEGI의 플랫폼별 등급분류 추세 비교통계



별도로 규제를 하고 있다. 또한 비디오게임 심의기관인 CERO와 별개로, 게임제공업소용 아케이드 게임에 대해서는 JAMMA(Japanese Amusement Machine Manufacturers' Association, 일본유기기구제작사협회)가 기기 검사 및 부품 표준화 등에 대한 업무를 수행한다.

2) 조직

CERO의 조직은 사무국과 심사위원단으로 구성되어 있다. 심사위원은 비상근으로 활동하고, 기본 조건은 20세 이상이어야 하며, 게임기업과 관련 있는 사람은 심사에 참여할 수 없다. 게임을 하는 자녀가 있는 사람, 주부, 학생, 6~60세 연령인 사람을 대상으로 심의 전에 CERO로부터 소정의 교육을 이수 받게 되며, 심사내용에 대해서는 향후 비밀 엄수의 의무가 주어진다.

심사는 사무국에 마련된 별도의 심의장에서 직접 게임을 해 보는 방식으로 이루어지며 게임 당 1~2시간이 소요되는데, 게임에 따라 약간의 차이가 있을 수 있다. 심사위원은 사무국의 규정에 따른 소정의 수당을 받는다.

3) 등급분류 절차

심사위원단이 게임을 직접 처음부터 끝까지 해 보기에는 어려움이 있으므로, 주로 비디오테이프와 관련 자료를 이용해 등급분류를 한다.

4) 등급

CERO에서 사용하는 등급표시는 우리나라의 등급표시와는 달리 연령을 아이콘화하여 표시하는 방식에서 A, B, C, D 등의 영문으로 표시하는 방식으로 변경되었다. 일본의 이용등급표시 변경은 2005년을 기준으로 이루어졌는데, 우선 등급을 나타내는 아이콘이 바뀌었으며, 18세이용가 등급 하나만 있던 것이 17세이용가와 18세이용가 두 등급으로 나뉘었다. CERO에서 이전에 사용하고 있던 연령등급은 <그림 6-2-09>과 같으며, 현재는 <그림 6-2-08>의 등급표시를 사용하고 있다.

이러한 등급체계의 변화는 우선 등급의 세분화라는 세계적인 추세와 맞물리는 것이다. ESRB가 E10+ 등급을 새로 두어 등급을 세분화한 것과 유사한 맥락인데, 소비자에게 보다 상세한 정보를 제공하고 이용자별로 세분화된 내용정보를 제공하겠다는 취지다. 실질적으로는 이전에 18세이용가 등급이었던 게임이 17세이용가 등급이 됨으로써 게임 이용층을 확대하

표 6-2-57 CERO의 등급분류 대상 구분

회사명	하드웨어명	비 고
닌텐도	게임보이	컬러 포함
	닌텐도게임큐브	
	Wii	Wii 게임기의 인터넷을 통한 다운로드 구형게임기 플랫폼 포함 (패미콤, 슈퍼패미콤, NINTENDO64, 메가드라이브(세가), PC엔진(NEC),네오지오 (SNK플레이모어)
	게임보이어드번스	
	닌텐도DS	
소니컴퓨터 엔터테인먼트	플레이스테이션	약칭 PS
	플레이스테이션2	약칭 PS2
	플레이스테이션3	약칭 PS3
	플레이스테이션포터블	약칭 PSP
마이크로소프트	Xbox	
	Xbox360	
기타	드림캐스트	SEGA제
	원더스완	컬러 포함, 반다이제
	PC게임	Windows, Mac OS 등 비성인게임

는 효과를 볼 수 있다. 또한 매우 높은 폭력성이나 음란성을 지닌 게임에 대해서는 18세이용가 등급을 부여함으로써 성인 전용의 콘텐츠로서 규정하여 엄격한 관리를 도모하겠다는 의지를 표출한 것으로 보인다.

다. 이전에 12, 15, 18 등으로 표기하던 것을 A, B, C, D, Z로 바꾼 것은 가시성을 높이기 위한 조치로 여겨지지만 실질적인 효과는 확인되지 않았다. 정식 등급 이외에도 교육용 내용이나 심사에정 등

CERO의 등급분류 절차

① 심사의뢰

심사를 의뢰할 경우 다음 세 가지를 CERO 사무국으로 송부

- 심사의뢰서
- 비디오테이프 (게임의 주요 진행장면을 기록한 자료)
- 설정자료(게임의 스토리 및 세계관 등의 설정자료)

※ 비디오테이프에는 제품으로 판매하는 작품(하드 메이커에게 심사제출하는 수준의 것)의 비디오 영상을 수록. 셀프체크표의 각 항목에 해당하는 표현에 대하여는 전후관계를 할 수 있도록 추출하여 수록. 수록시간은 원칙적으로 2시간 이내

② 심사접수

심사접수일은 심사의뢰 자료가 도착한 다음날이며 도착순으로 심사

③ 심사개시

접수 후 순차적으로 심사를 실시

④ 결과통지

연령구분 판정 결과를 '심사결과 통지서', '심사결과 동의서' 에 기재하고 원칙적으로 접수일로부터 7영업일 이내에 발송

⑤ 심의신청업체는 동의서에 '동의한다', '동의하지 않는다' 를 선택하여 반송

- A-동의할 경우 이것으로 심사는 종료
- B-동의하지 않을 경우 재심사 등의 별도 절차 들어감

⑥ 심사결과에 해당되는 '등급표시' 를 제품에 표시

⑦ 제품이 완성되면 제품을 1개 납품

그림 6-2-08 CERO가 현재 사용하고 있는 연령등급 아이콘

등급					
내용	흑색바탕 이용, 전체이용가	녹색바탕 이용, 12세 이상 이용가	청색바탕 이용, 15세 이상 이용가	주황색바탕 이용, 17세 이상 이용가 ※2006년 2월 신설 등급	적색바탕 이용, 18세 이상 이용가 18세 미만자에게는 판매 및 배포가 되지 않는다는 전제 하에서 부여

의 기타 등급이 부여될 수 있다. 교육용이나 데이터를 담은 경우 교육용·데이터베이스라는 로고를 부여하게 되고, 체험판으로서 별 다른 문제가 없는 경우 규정적합 로고를 사용하며, 아직 제작 중인 경우는 심사에정 로고를 부여할 수 있다.

등급은 성표현, 폭력표현, 반사회적 행위표현, 언어·사상 관련 표현 등 네 가지 요소를 주로 고려하여 결정되는데, 이 중에서 금지되는 표현에 대해서는 요소별로 자세하게 정해 놓고 있으며 규정의 지속적인 개선을 도모하고 있다. 다만, 미국 ESRB나 우리나라 게임물등급위원회와는 달리 세부적인 심의규정에 대해서는 철저히 비공개 원칙을 준수

하고 있다. 이는 심의신청 업체의 규정 악용에 대한 우려 및 지속적으로 발전하는 콘텐츠를 심의에 적절히 수용하기 위해 탄력적으로 심의규정을 변경·운영하기 위한 목적이 있는 것으로 보인다.

5) 부가소비자 정보

일본 CERO의 부가소비자 정보 역시 세계적으로 추세를 반영한 것으로, ESRB나 PEGI 등 등급심의 기구가 내용정보 기술서나 내용정보 아이콘을 통해 게임에 대한 상세한 정보를 제공하려는 것과 같은 노력의 일환으로 보인다. 부가소비자 정보는 패키지 후면에 표기하며, PEGI의 내용정보 아이콘과 유사

그림 6-2-09 CERO가 이전에 사용했던 연령등급 아이콘



그림 6-2-10 CERO의 기타등급 아이콘



표 6-2-58 CERO의 금지표현 규정

성 표현	1. 성기 및 국부(음모 포함) 표현 2. 성행위 및 성행위와 관련된 포옹, 애무 등의 표현 3. 성적욕구를 촉진할 목적인 배출
폭력 표현	1. 극단적인 출혈 묘사 2. 극단적인 신체 절단 3. 극단적인 사체 표현 4. 극단적인 실상 표현 5. 극단적인 공포 표현
반사회적 행위 표현	1. 인과관계 없이 대량살인, 폭행하는 표현 2. 마약, 향정신성규제약품 사용을 긍정하는 표현 3. 학대를 긍정하는 표현 4. 범죄를 찬양하거나 조장하는 표현 5. 매매춘에 대한 긍정적 표현 6. 근친상간 표현, 강간에 대한 긍정적 표현 7. 미성년자의 음주, 흡연에 대한 명확한 표현 8. 자살, 자해를 긍정적으로 묘사하거나 권장하는 표현 9. 불륜에 대한 긍정적 표현
언어·사상 관련 표현	1. 방송에서 금지되는 용어, 차별적 용어, 저속한 용어, 중상모략용어 중에서 상식적으로 판단하여 불필요하거나 인과관계가 없는 경우 2. 차별을 조장하는 표현이나 용어 3. 실재하는 사람, 나라, 국기, 인종, 종교, 사상, 정치단체를 적대시하거나 조롱하는 표현

그림 6-2-11 CERO의 부가소비자 정보

로고									
내용	연애	섹스	폭력	공포	음주·흡연	도박	범죄	마약	언어·기타

한 방식으로 간단한 그림을 통해 나타내고자 하는 소비자 정보를 바로 알아볼 수 있게 되어 있다.

5. 독일의 USK

1) 개요

독일은 다른 유럽 국가들과 달리, 1990년대 중반부터 게임물 등급심의기구인 오락소프트웨어감독기구(Unterhaltungssorftware Selbstkontrolle, USK)를 운영하면서, 독자적인 게임물 등급체계를 적용해 왔다. 특히 2006년 벌어진 뤼틀리 고교(Rütli-Hauptschule) 폭력사건과 게슈비스터술 고

교(Geschwister Scholl Realschule) 총기사건이 계기가 되어, 게임물 등급체계에 대한 문제가 사회적 이슈로 다시 부각되었다.

2006년 2월 뤼틀리 고교 교사들은 학교폭력이 심각해지자 학내 경찰 주둔을 요청했으며 같은 해 11월에는 게슈비스터술 고교 졸업생 1명이 학교에 난입, 총기를 발사해 5명 중상을 입고, 범인이 결국 자살한 사건이 발생했다. 당시 범인은 인터넷에 범행계획을 미리 발표하고 총기사건을 컴퓨터 게임 시뮬레이션으로 계획했던 것으로 밝혀졌다. 이에 따라 독일 정부는 학교 환경을 개선하고 교내 폭력 방지를 위한 프로그램을 마련하는 한편, 컴퓨터게임의 생산 및 유통에 대한 감독 기능을 강화하는 대

책을 마련하기로 했으며, 더 나아가 자율적 게임 검열제도를 폐지하고 국가적 검열위원회를 구성할 것이 제안되기도 하였다.

독일의 게임시장은 유럽에서 영국 다음의 규모를 갖고 있다. 음악, 서적, 영화 등 다른 문화콘텐츠 시장 축소에도 게임 시장의 규모는 지속적으로 성장하고 있다. 이처럼 게임이 자국민이 향유하는 문화콘텐츠의 핵심으로 부각되고 있는 가운데 독일은 엄격한 게임 등급심의 및 판매 규제제도를 적용하고 있다. 게임의 연령등급표시는 각 주 정부 청소년부장관(Jugendministerien)의 기본 임무로 규정되어 있으며, 이를 위해 게임 전문 등급심의기구인 USK의 서비스를 활용한다. USK와 함께 연방 청소년유해매체 심사국(Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien, BPJM)도 영화, 비디오, 음반, 게임 등 모든 매체에 대한 유해매체 여부 판단 및 리스트 작성을 통해 유해매체를 감독하고 있다.

2) USK의 기본임무와 조직 구성

독일은 청소년보호법(Jugendschutzgesetz)에 의해 컴퓨터게임에 대한 연령등급체계를 법제화하고 있다. 이에 따라 게임 제작 및 배급업체는 법령에 의해 게임 판매를 하기 위해서는 의무적으로 연령등급을 부여받아야 한다. USK의 등급분류를 받기 위해서는 오락소프트웨어협회(Verband der Unterhaltungssoftware Deutschland e.V, VUD)에 등록해야 하며 VUD 회원인 공급업자와 제조업자는 USK의 등급분류를 받은 게임물만 독일 내에서 유통, 판매할 수 있다. 청소년 유해매체 관리국 등 정부기구와 BjP, FjS 등 청소년보호기구 그리고 엄격한 청소년보호법이 이와 같은 시스템이 운영될 수 있도록 돕고 있다.

USK의 기본 임무는 다음과 같다. ① 「청소년보호법」 12조에 따른 프로그램화된 게임, 영상기기의 등급

심의, ② 「청소년보호법」 13조에 따른 아동 및 청소년의 발달 및 양육에 유해한 정보 및 교육 프로그램 차단, ③ 청소년 보호 관련 엔터테인먼트, 인포테인먼트, 에듀테인먼트 분야 사업자들에 대한 컨설팅, ④ 아동 및 청소년 관련 오락소프트웨어 및 상호작용 미디어의 기회 및 위험요소에 대한 정보 및 해설 제공.

USK의 조직은 크게 자문위원회와 심사위원회 등 두 가지로 구분된다. 자문위원회는 USK의 정책 결정 및 조절을 담당하며 심사위원회는 등급분류와 결과보고서 작성, 정보제공의 의무를 갖는다.

(1) 자문위원회

USK 등급심의의 기본 원칙은 자문위원회에 의해 결정된다. 자문위원회는 문화부, 종교계, 청소년 관련 시민단체, 학계, 각 주 및 연방 청소년부 등 청소년 보호와 관련된 사회 각계 관계자들로 구성된다. 업계에서도 2석을 배정받는다. 자문위원회의 결정은 각 주정부의 청소년부장관의 승인을 받아야 한다.

(2) 심사위원회

심사위원단의 구성은 자문위원회에서 결정하는데, 위원 위촉 시 양질의 보고서를 작성할 수 있는 능력에 대해 증명할 것이 요구된다. 이후 각 심사위원은 의무적으로 USK의 훈련 과정에 참석하여 게임물에 대한 지식과 정보를 습득해야 한다. 심사위원은 USK에 의해 임명되지만, 심사는 USK와는 독립적인 심사위원회에 의해 이루어진다. 심사위원의 급여는 없으며, 게임관계의 기업에 근무해서도 안 된다.

(3) 사전심의관(Tester) 제도

연간 2,000건의 게임물 심의와 1,000건 이상의 게임물이 출시되는 상황에서 심의위원회가 게임물 심의 과정에서 시금석으로 삼을 수 있는 정교한 사전작업이 요구된다. 이를 위해 USK는 우리나라의 전문위원제

도와 비슷한 사전심의제도를 시행하고 있다. 게임문화와 게임기술 발전 동향, 게임산업 및 청소년 보호에 대한 전문적인 지식을 겸비한 자들로 구성된 사전심의관은 심의위원회 회의 전 사전심의를 마치고 발표를 준비한다. 이 발표에는 해당 게임에 대한 개요 및 추가정보 등을 담은 중립적인 해설이 들어가 심의위원의 게임에 대한 판단을 돕는다. 하지만 사전심의관이 연령 등급을 추천하지는 않는다. 여기에는 USK의 경험 및 기존 심의결과들에 따라 작성된 매뉴얼 '관점과 발표(Sichten und Präsentieren)'가 사용된다.

(4) 자문제도

USK의 등급심의에는 사전심의관 외에도 별도의 자문팀이 참여한다. 독일 전역에서 모인 교육학자, 언론인, 사회학자 및 아동·청소년 전문가, 미디어 및 소프트웨어 산업 전문가들로 구성된 자문인들은 신청된 게임물의 사전심의에 참가, 사전심의 과정에서 USK 심의규정 및 청소년보호법, 형법 등 관련 규정에 따라 사전심의관들과 함께 해당 게임물에 대한 논의 및 평가를 한다. 이들 자문인들은 USK에서 독립적인 지위를 보장받는다.

3) 등급분류 제도의 절차와 특징

독일에서 사전심의 시 활용되는 심의규정은 독일의 모든 주정부, USK 심의위원회, 해당 전문 분야에서 논의과정과 승인을 거친 규정이며 지속적으로 개선된다. 이밖에도 자문팀에 의해 새로운 매뉴얼 및 자료들이 심의 시 추가될 수 있다. 이처럼 사전심의관 및 자문팀의 협의를 거쳐 사전심의된 게임물은 본 심의회회의에 상정돼 청소년보호법에 따른 연령등급 결정 혹은 등급거부 결정(청소년보호법 제15조에 해당하는 경우)이 내려진다.

등급분류는 청소년 보호라는 관점에서 이루어진다. 이러한 차원에서 심사기준은 게임 아이디어, 계

임에서의 이용자 역할, 그래픽 표현, 동영상, 폭력에 대한 보상 등 다각적인 기준을 갖고 있다. 특히 게임에 수록된 데이터의 내용 중 인트로 동영상과 같이 게임 플레이에 영향을 주지 않는 별도의 이미지로 구성되어 있는 경우 영화와 같은 유사 상영물로 판단, 내용 상 문제점이 있다고 판단될 경우 영화심의위원회(Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft, FSK)로 보내져 별도의 심사를 받게 된다.

독일 게임등급심 절차의 특징은 제작업자 협회와 민간 청소년 보호단체, 연방 청소년 유해매체 평가국과 같은 정부기관, 그리고 심의전문기관인 USK가 상호간에 유기적인 협조 관계를 갖고 있다는 점이다.

6. 호주의 OFLC

1) 개요

호주의 등급분류제도는 우리나라와 유사하다. 무엇보다 법률을 통해 등급분류 제도를 규정하고, 등급분류기관과 중앙정부, 지방정부의 협력체제를 통해 시행된다는 점이 가장 유사한 점이다. 등급분류제도의 기본 체계를 규정하는 등급분류법, 등급분류의 세부 기준을 명시한 등급분류 규정 그리고 콘텐츠업계 등 등급분류 이해당사자들에게 등급분류 기준에 대해 자세하고 유용한 정보를 제공하는 등급분류 가이드 등 체계화된 등급분류 기준을 갖고 있다는 점도 우리나라와 유사하다. 담당기관인 OFLC(Office of Film and Literature Classification) 또한 법률에 의해 설립되었지만, 정부로부터 독립된 독립 법정기구의 형태를 갖고 있다는 점도 게임위의 그것과 유사하다. 다만 호주의 등급분류 제도는 영화, 문학, 게임 등 각각의 콘텐츠 심의를 하나의 등급분류 기관에서 통합해 담당하고 있다는 점이 우리와 다르며, 이는 호주 콘텐츠 내용

규제 제도의 가장 큰 특징이라고도 할 수 있다.

2) 게임이용 환경

광활한 영토와 낮은 인구 밀집도 등 광대역 통신망이 발달하기에 악조건을 갖고 있는 호주의 인터넷 환경은 아직 낙후된 수준으로 OECD 국가들 중 중하위권에 머물고 있다. 또한 동일 수준 국가들에 비해 상대적으로 PC 보급율도 낮다. 이에 따라 PC 및 온라인 기반의 게임 이용은 상대적으로 매우 낮은 수준이다. 아케이드게임 또한 일부 아시아권 이민자 및 유학생들의 이용을 제외하곤 거의 전무한 수준이다. 다만 콘솔게임이 강한 영향력을 갖고 있고, PC 보급률 및 이용률의 증가와 더불어 PC게임의 영향력이 커지고 있는 상황이다.

콘솔게임과 PC게임 주도의 호주 게임시장에서 계

임 판매는 주로 대형 할인매장과 백화점, 전자제품매장 그리고 게임 타이틀 전문 판매점을 통해 이루어진다. IEAA(The Interactive Entertainment Association of Australia)의 조사에 따르면, PC게임 이용자의 75%가 10대 후반에서 30대에 이르는 연령층이며 40대 이상이 20%로 나타나 10대보다는 주로 청장년층의 게임이용이 주를 이루는 것으로 볼 수 있다. 그러나 역시 PC 보급률과 이용률의 증가로 10대 청소년층의 게임이용이 급격히 증가하고 있다.

3) 등급분류체계

영화, 출판, 게임 등 문화콘텐츠의 내용규제와 관련한 주요 법률로는 1996년 시행에 들어간 등급분류법(Classification of Publications, Films and Computer Games Act 1995)을 들 수 있다. 이 법에

그림 6-2-12 USK의 심의 절차

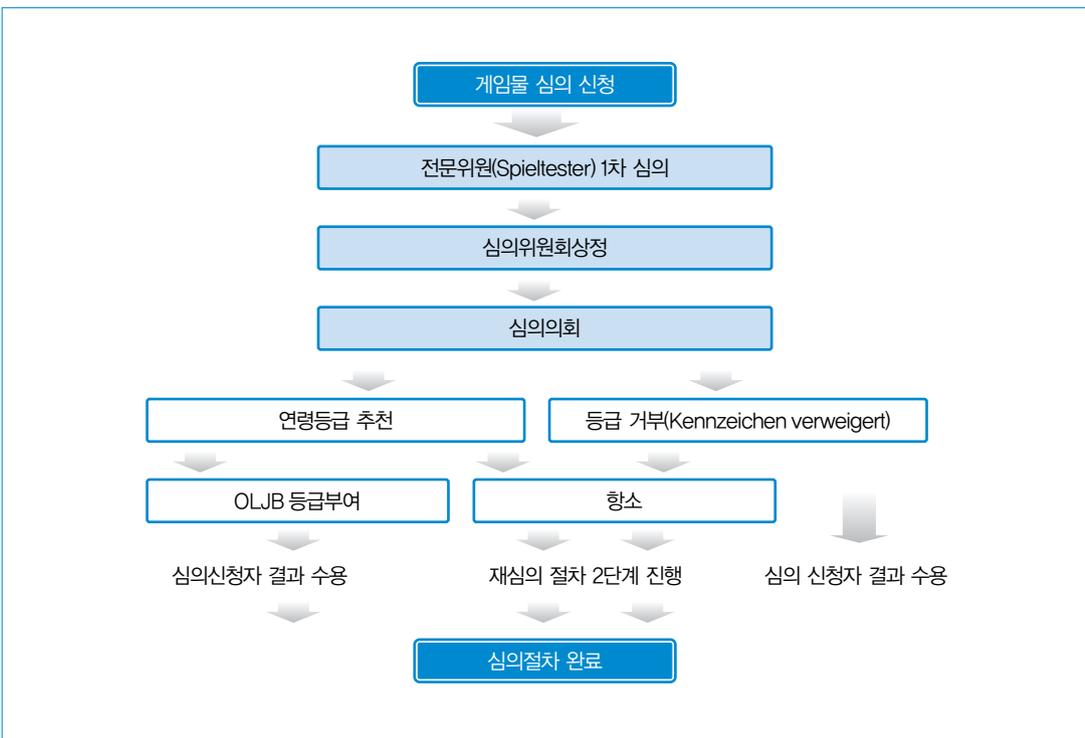


그림 6-2-13 USK의 이용 등급

표시	연령 등급	
	전체이용가	전 연령 이용 가능. 청소년 보호 관련 문제 사항 없음
	6세 이용가	추상적이고 상징적인 효과. 게임의 임무 및 속도 등 6세 이하 아동에게 부담을 줄 수 있는 내용 포함
	12세 이용가	폭력이 시나리오 전반에 나타나지는 않으나 역사적 전쟁, SF, 신화 등으로부터 동기화된 전투가 중시
	16세 이용가	인간형상을 대상으로 무기를 활용한 빠른 액션 포함. 게임 참여에 대한 비판적 판단 능력 필요
	청소년이용불가	성인만 이용가능한 게임 요소 포함. 비성인 대상 판매 시 5만 유로 벌금형

따라 국가기관인 등급분류위원회가 게임을 포함한 모든 출판, 영상물의 등급을 결정하고 업체는 이 등급결정을 따라야 한다. 호주의 등급분류체계는 연방정부와 주(state)정부 및 준(準) 주(territories)정부 간의 협력체제로 구성되어 있다. 이 법에 의거, 등급분류위원회는 비디오 및 DVD를 포함한 영화 및 컴퓨터 게임, 출판물을 등급분류한다. 주정부 및 준(準)주정부는 등급분류위원회의 등급결정을 집행하게 된다.

(1) 등급분류위원회(Classification Board)

등급분류위원회는 위원장, 부위원장, 등급분류위원 등으로 구성된 독립된 법정기구다. 위원장은 영화 & 문학 등급분류국(Office of Film&Literature Classification) 국장 및 등급재분류위원회(Classification Review Board) 위원장도 겸임한다. 등급위원들은 3년 임기로 연방총독에 의해 선출되며 7년 이하 연임이 가능하다.

호주에서 유통되는 비디오 및 DVD를 포함한 모든 영상물과 컴퓨터 게임은 국내 혹은 해외 생산물에 상관없이 공중에게 법적으로 유통되기 전 등급분류를

받아야 한다. 일부 출판물 또한 등급분류를 받아야 한다. 등급분류위원회는 이러한 영상물과 컴퓨터 게임 및 출판물에 대한 등급분류를 담당하며, 호주 커뮤니케이션 미디어청(Australian Communications and Media Authority, ACMA)에서 의뢰하는 인터넷 콘텐츠 등급분류도 제공하고 있다.

그밖에도 경찰과 같은 행정집행 기관과 호주 소비자 서비스(ACS)와 같은 기관들을 대상으로 한 자문 역할을 담당한다. TV 드라마 및 TV 상영용 영화는 등급분류하지 않는다. 등급분류위원회는 소비자에게 제공되어야 하는 정보도 결정한다. 소비자 정보(Consumer Advice)는 어떤 등급 요소들에 의해 해당 게임의 등급이 결정되었는지 알 수 있도록 하는 정보다. 예를 들어 폭력, 섹스, 비속어, 주제, 약물, 선정성 등이 그것이다.

(2) 등급재분류위원회(Classification Review Board)

등급재분류위원회는 등급분류위원회에 의해 내려진 등급 결정에 대해 재심 요청이 있을 경우 소집된다. 재심 요청은 해당 콘텐츠의 심의 요청자 및

주지사가 제기할 수 있다.

4) 연령등급체계

호주의 연령등급체계는 크게 권고등급과 강제등급으로 나뉘 볼 수 있다. '전체이용가'에 해당하는 G, 부모의 지도 및 감독을 요구하는 PG, 성인용을 의미하는 M 등급은 법적 구속력은 갖지 않는 권고등급에 해당한다. '15세이용가'에 해당하는 MA15+등급과 '청소년이용불가'에 해당하는 R18+ 및 X18+등급은 법적으로 구속력을 갖는 강제등급에 해당한다. 그밖에도 등급거부에 해당하는 'RC(Refused Classification)' 결정이 내려진 콘텐츠는 유통과 판매가 법적으로 금지된다. 이 중 컴퓨터 게임에 적용되는 등급은 G, PG, M, MA15+ 등

4개의 등급 및 RC이다. 그 밖의 영상물은 6가지 등급 모두가 적용된다. 다만 출판물의 경우에는 이와는 달리 무제한 등급과 제한 범주 1등급, 제한범주 2등급 등 3가지 등급과 RC가 적용된다.

5) 등급분류 기준

이용등급 구분에 있어서, 컴퓨터게임에 대해서는 크게 주제, 폭력, 섹스, 언어, 약물사용, 노출 등 6가지 요소를 중심으로 심의하여 등급분류를 하고 있는데, 사업, 회계, 매뉴얼, 과학, 교육과 관련한 내용의 게임은 등급분류를 받지 않아도 된다. 게임과 관련한 등급분류 체계는 <그림 6-2-15>와 같다.

게임 콘텐츠의 경우, 성인용 등급에 해당하는 등급이 존재하지 않는다. 반면, 호주의 영화 등급에는

그림 6-2-14 OFLC의 조직 구성

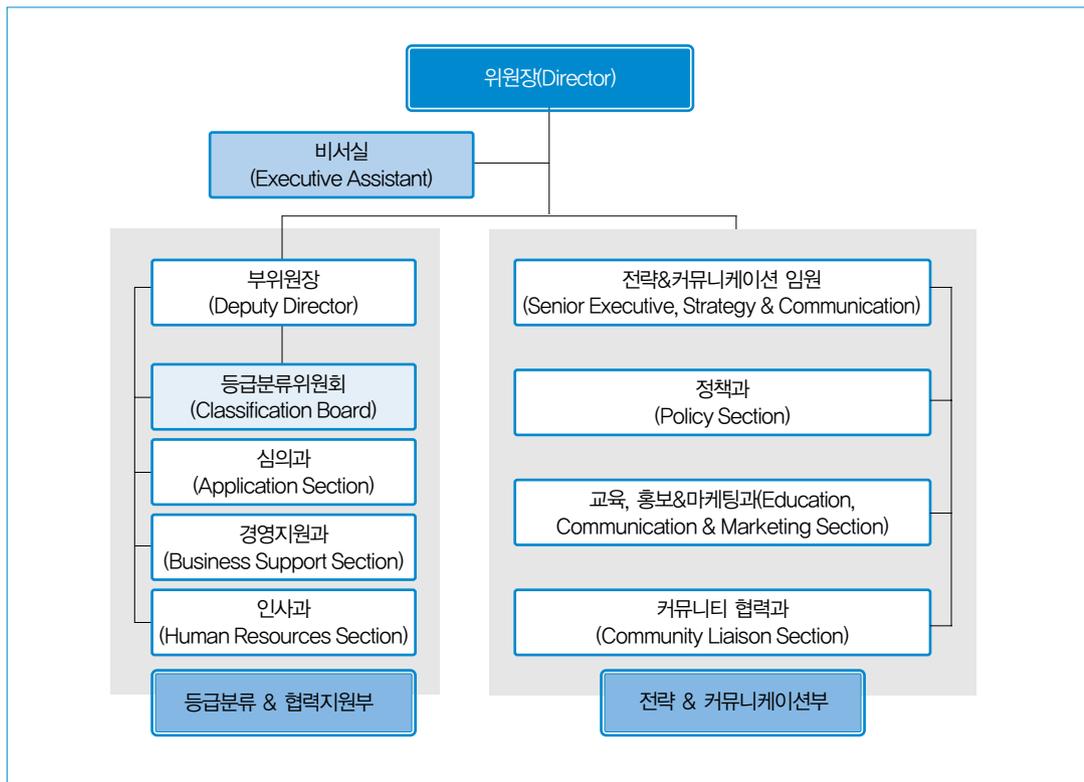


그림 6-2-15 OFLC의 컴퓨터게임 등급

 General	일반등급	일반적인 시청자를 위한 등급이다. 그러나 어린이가 동 등급의 게임을 즐길 것을 의미하지는 않는다. 일부 G등급의 영화는 어린이의 흥미를 자아내지 않는 주제, 스토리라인을 포함한다.
 Parental guidance recommended	8세 이상	8세 이상자가 이용할 것이 권고된다.
 Recommended for mature audiences	15세 이상	15세 미만자의 이용은 권고되지 않는다. 그러나 동 등급의 내용 이용에 대해서 법적인 제한사항이 있는 것은 아니다.
 MA 15+ Not suitable for people under 15. Under 15s must be accompanied by a parent or adult guardian RESTRICTED	15세 이상	15세 미만자의 이용은 금지된다. 15세 미만의 경우, 부모 또는 이에 준하는 성인 보호자의 감독 아래 이용하여야 한다.
RC (Refused Classification)	등급분류불가	MA(15+)등급을 초과하는 컴퓨터게임은 등급분류불가등급이 된다.

성인용 등급인 R18등급과 제한등급인 X18등급이 있어서 성인용 콘텐츠에 대해서도 등급분류를 하고 있다. 따라서 아직까지는 영화보다 게임에 대해서 보다 엄격하게 등급분류를 하고 있는 셈이다. RC등급을 받게 되는 게임에 대해서는 <표 6-2-59>과 같은 지침을 정하고 있다.

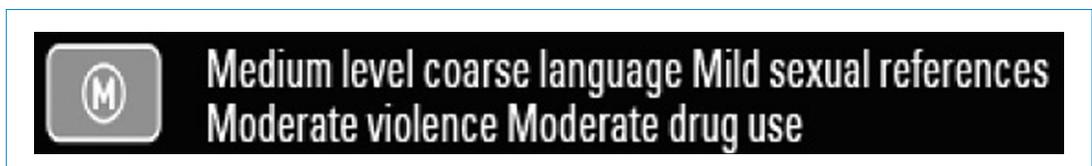
6) 이용자 부가정보

등급 옆에는 이용자 부가정보(Consumer Advice)가 텍스트 형태로 부연되는데, 이는 우리나라의 내용정보표시나 미국의 내용정보 기술서, 유럽의 게임설명 내용표시 제도와 유사한 것이다.

표 6-2-59 OFLC의 등급분류 불가 요소 및 내용

요소	내용
범죄 또는 폭력	- 폭력이나 범죄에 대한 자세한 묘사 및 권장 - 18세 미만의 어린이에 대한 성적 학대 - 무도하며 생생한 폭력 묘사 - 무도한 성적 폭력
섹스	- 수간에 대한 묘사 - 페티시를 수반하는 혐오스러운 성적 묘사 - 근친상간에 대한 혐오스러운 성적 묘사
마약	- 약물 사용에 대한 자세한 설명 - 약물 사용 조장

그림 6-2-16 등급 및 부가정보 표시의 예(거친 언어와 성적 표현, 범죄/약물 묘사)



7) 등급분류 현황

'08~'09 시즌에, 총 1,068건의 게임타이틀이 등급분류를 받았으며 이는 이전 해와 비교하면 약 11% 정도 증가한 수치다(전년동기 961건이 등급분류 받음). 이 중에서 전체이용가에 해당하는 G등급이 625건(59%)으로 전년 526건(54.0%)에 비해 소폭 증가하였으며, 전체 등급 중에서 가장 높은 비중을 차지했다. 성인용에 해당한다고 볼 수 있는 MA+15등급은 69건(6%)으로 전년 55건(5.5%)과 유사한 비율을 보이고 있으며 전체 등급 중에서 가장 낮은 비율을 나타냈다.

7. 중국의 신문출판총서와 문화부

1) 개요

중국의 경우, 등급제도 시행에 대한 언급은 지난 2004년부터 공개적으로 거론되었으나 현재까지 게임에 대한 연령별 등급제를 실시하지 않고 있으며 해당 게임이 시장에 출시될 수 있는지 여부에 대한 판단, 즉 허가제 형태의 '판호' 제도를 운영하고 있다. 특히 2008년 이후 중국 정부의 지속적인 메시지는 '등급제도'를 시행할 예정이라는 것이다. 다만 2010년 상반기 현재까지 이 제도는 시행되고 있지 않으며, 대형 온라인게임 업체를 중심으로 자율 등급분류 제도를 시행한다는 소식이 있으나, 정부의 허가 없이는 자율적인 제도 시행이 어려운 중국의 현실을 고려할 때 정부에서

표 6-2-60 OFLC의 등급분류 현황(2008. 7. 1. ~ 2009. 6. 30.)

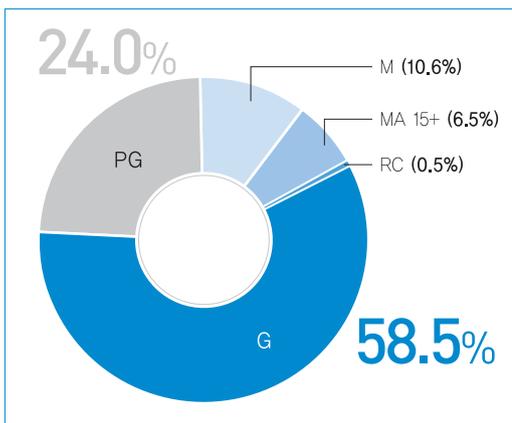
등급	건수(비율)
G	625(58.5%)
PG	256(24.0%)
M	113(10.6%)
MA+	69(6.5%)
RC	5(0.5%)
총	1,068(100%)

실질적인 통제력을 가지 제도로서의 자율 등급분류 제도를 타진하고 있는 것으로 이해해야 할 것이다. 중국의 시장 특성이 기존 PC게임이나 콘솔, 아케이드게임시장의 기반이 아니라 대형화된 PC 방에 기반을 둔 전형적인 온라인 MMORPG를 시작으로 해서 성장해 온 시장이기 때문에 온라인게임을 위주로 하되 향후 확장될 수 있는 각종 컨버전스 경향을 고려한 등급제도를 채택할 가능성이 높은 것으로 판단된다.

2010년 3월 발표된 중국 내 출판물(게임 등 전자출판물 시장 포함) 백서에 따르면, 2009년 중국 온라인게임 시장규모는 258억 위안으로 전년 대비 39.5% 성장하였다. 그 중 중국 국산 온라인게임이 157.8억 위안 규모로 전년대비 41.9% 성장하였고 이는 전체 온라인게임 시장의 61.2%로써 과거 수입/외산게임 위주의 시장에서 점차적으로 중국 업체의 기술발전, 창작활성화 등으로 내수시장의 점유율이 올라가고 있음을 의미한다. 또한 대형 게임회사 위주로 시장의 재편이 이루어져서, 현재 텐센트(Tencent), 산다(Shanda), 넷이즈(Net ease) 등 3개 대형회사가 전체 시장의 52.9%를 차지하고 있다.

판호의 숫자를 기초해 볼 때, 2009년 한 해 동안

그림 6-2-17 호주 OFLC의 등급분류 현황(2008. 7. 1. ~ 2009. 6. 30.)



중국 시장에 OBT(Open Beta Service, 정식 서비스 이전에 테스트 및 검증 목적으로 제한적으로 공개하는 서비스) 혹은 상용화 서비스 중인 대형 온라인게임은 361개가 있었으며, 이는 전년 대비 68개가 증가한 수치다. 세부적으로 115개의 게임물이 심사 혹은 비준 후 상용화 서비스에 들어갔으며, 그 중에서 중국산 게임물이 80개, 수입산 게임물이 35개였다.

중국 내 온라인게임 유통은 다수의 정부 부서에 의해서 이루어지고 있는데, 온라인게임 산업 자체와 가장 직접적으로 연관되는 부서는 '신문출판총서'와 '문화부'다. 이들 부서는 온라인게임의 퍼블리싱 및 운영사업을 직접 관리하고, '신식사업부' 및 '과학기술부'에서는 인터넷 접속과 소프트웨어 개발과 및 핵심기술 등과 관련한 사항을 관리한다. 특히 온라인게임 콘텐츠의 심의 및 관리는 신문출판총서에서 담당하고 있고, 수입 소프트웨어의 내용심사는 문화부에서 담당한다.

2) 출판심의기구 : 국가신문출판총서

국가신문출판총서는 출판행정 주관부문으로서 중국에서 서비스되는 모든 게임에 대한 판호(허가)를 내주는 정부기관이며, '온라인게임 출판물'을 포괄적으로 심의하고 있다. 주무부서인 '음상전자 및 네트워크 출판관리사'를 통해 일련의 규제제도를 집행하여, 게임출판물을 심의뿐만 아니라 게임 관련 정책연구도 병행하고 있다. 특히 네트워크 출판(퍼블리싱) 업체는 반드시 전자출판기구 혹은 인터넷 출판기구를 통하여 중국 국가신문출판총서에 온라인게임 심의서류를 제출하여야 하며, 국가판권국의 인증을 받은 제품은 신문출판총서 음상전자 및 네트워크 출판관리사의 심의비준을 거쳐야만 오픈베타 테스트 및 사용화가 가능하다.

조직은 '음상출판관리처', '전자출판처', '인터넷출판처'의 3개 과로 이루어져 있으며, 음반영상물 및

전자출판물, 인터넷을 통한 정보제공 업무 전반에 걸쳐, 상품뿐만 아니라 기업 설립에도 관여하고 있다. 조직의 운영 예산은 전액 국고로 지원되나 별도로 심의수수료를 부과하고 있다. 2007년에 심의를 통과한 건수는 36건이며, 점차 게임출판의 심의 건수가 증가하고, 정부기구의 인원이 적은 상황에서 신문출판총서는 중국 출판관계자협회 산하 게임제작자위원회에 위탁하여 심의를 진행하도록 하고 있다.

3) 내용심의기구 : 문화부

중국에서 온라인게임 산업을 주관하는 부문 중의 하나며, 주무부서인 '문화시장사'를 통해 온라인게임의 퍼블리싱과 운영사업을 직접 감독한다. 2003년 7월 1일부터 시행된 「인터넷 문화관리 임시시행규정」에 따라 게임 수입 업체는 반드시 문화부로부터 '인터넷 문화경영 허가증'을 취득한 후 게임을 수입해야 하며, 자체심의, 예비심의, 공개심의 등 3단계 절차를 거쳐야 한다. 문화부는 전문가로 구성된 예비 심의를 거친 후 합격된 게임을 대상으로 공개심의를 실시하여 게임 운영의 비준 여부를 결정하게 된다.

문화부의 심의 관련 제출서류는 모두 9개로, 게임심의 신청서, 게임주제 및 내용, 게임제작 설명서, 게임샘플, 게임 중의 모든 대화, 혼잣말 및 배경음악, 최초 판권 증명서, 소속 국가의 등급평가 및 관련 증명, 인터넷 문화경영 허가증, 기타 심의에 필요한 서류 등이 포함된다.

심의위원회는 과학연구기관과 대학의 교수, 정협위원, 중고등학교 교사, 문화심사 전문가, 정보산업 분야 전문가 등이 포함되어 있으며, 온라인게임의 심의 내용은 국가통일이나 주권침해, 국가기밀 누설, 국가 안전 위해 민족의 단결을 파괴, 사교나 미신을 선양하고 미풍양속을 저해, 사회질서와 혼란을 조장, 도박, 음란, 폭력 등을 교사, 공중도덕과 중화민족의 우수한 문화전통을 위해하는지 여부를 확인한다.

중국정부가 발표한 게임과 관련한 2009년 문화부의 주요 정책은 다음과 같다. ① 온라인게임 관리 강화, ② 내용 심사제도 개선, ③ 시장 감독체제 강화, ④ 온라인 화폐 관리체제 강화, ⑤ 수입산 게임물 심사체제 강화, ⑥ 폭력성 불법 게임물 금지 등이다. 심의절차 및 세부일정, 심의건수 등의 통계를 제공하지 않기 때문에 중국 내 등급심의 상황을 정확히 파악하기에는 어려움이 있으나, 향후 중국도 국가 주도형의 전문화된 등급심의기구를 출범시킬 것으로 예상되며, 내수시장에서의 게임산업 정책수립 뿐만 아니라 해외 수출을 고려한다면 세계적으로 통용되고 있는 등급제도의 표준을 수용할 수 있는 정책을 시행할 것으로 예상된다.

8. 싱가포르의 BFC

1) 개요

싱가포르는 높은 경제력을 기반으로 초고속 인터넷 사용률과 휴대폰 보급률 등 정보통신 분야에서 동남아시아 최고 수준의 인프라를 갖고 있는 나라다. 또한 아시아 최고 수준의 풍부한 IT 인력 풀, 글로벌 미디어 허브로 도약하려는 정부의 적극적인 지원 및 정책은 싱가포르가 동남아시아를 넘어 아시아의 대표적인 게임 강국이 될 수 있는 충분한 잠재력이 있음을 보여준다. 그러나 게임과 같은 문화콘텐츠산업 발전의 또 다른 한 축이라 할 수 있는 콘텐츠의 내용 규제 측면에서는 상대적으로 아직 그 발달이 미미한 수준이다. 전통적으로 강한 국가 통제의 문화를 갖고 있는 싱가포르에서 미국, 일본, 한국 등 게임 강국 수준의 게임 등급제도를 마련한 것은 얼마 되지 않은 일이다.

2007년 9월 싱가포르의 의회에서는 한 의원과 장관이 질의응답을 벌였다. 의원은 범죄 및 폭력성

으로 유명한 <그랜드테프트오토(GTA)>의 청소년 이용 문제에 물었고 장관은 새롭게 마련된 게임등급제도를 설명하고 성인게임의 청소년 이용을 막을 방안을 마련하겠다는 다짐을 했다. GTA는 작년만 해도 싱가포르 내에서 유통될 수 없는 게임이었다. 게임에 한정된 2개의 연령등급, 등급심의 세부기준, 등급심의절차 등의 내용을 담아 2008년 4월 28일 발효에 들어간 새로운 게임 등급제도의 시행은 싱가포르 미디어개발청(Media Development Authority, MDA)에서 담당하고 있다.

MDA는 미디어개발청법(Media Development Authority of Singapore Act 2002)에 근거하여, 2003년 1월 싱가포르 방송청(Singapore Broadcasting Authority)과 영화출판국(Films and Publications Department) 그리고 싱가포르 영화위원회(Singapore Film Commission)가 통합돼 만들어진 국가 행정기관이다. MDA는 TV와 영화, 비디오, 라디오, 출판 및 그 밖의 뉴미디어 등 싱가포르 내 모든 미디어에 대한 법안, 표준 설정, 개발 진흥 업무를 담당한다. 이를 통해 모든 미디어 간의 명확하고 일관된 가이드라인을 제시하여 미디어산업이 활성화될 수 있는 비즈니스 환경을 만들어가는 것이 MDA의 임무이자 목표이다.

최첨단(state-of-the-art) 미디어 도시 건설, 미디어거래시장(media exchange)로서의 싱가포르 포지셔닝, 싱가포르 생산 문화콘텐츠 수출 육성, 미디어 전문인력 풀 강화, 산업과 밀착된(conductive) 법제도 환경 및 문화 육성 등의 핵심 전략을 추진하고 있는 MDA는 이와 동시에 다양한 미디어에 대한 가이드라인 제시하고, 이를 통해 청소년 유해매체로부터 청소년들을 보호하는 의무도 갖고 있다. 이러한 청소년 보호와 관련된 MDA의 임무 중 하나가 바로 게임에 대한 등급심의 업무다. 싱가포르 내에서 수입 및 유통되는 모든 게임들은 MDA에 등록해

야 한다. 이 과정에서 업체는 자신의 게임이 청소년 이용에 적절치 않은 콘텐츠를 포함하고 있는지의 여부를 MDA를 통해 평가받아야 한다.

2) BFC의 권한과 심의대상

등급심의회는 MDA 산하의 검열위원회(Board of Film Censors, BFC)에서 담당한다. BFC는 싱가포르 정보·커뮤니케이션·예술부 장관이 임명한 위원장을 포함하여 3명 이상의 위원으로 구성된다. BFC는 성인들에게 폭넓은 게임 선택권을 제공하고, 동시에 아동·청소년들은 유해 콘텐츠로부터 보호하기 위해 게임을 포함한 모든 '영화물(Film)'의 유통, 배급, 상영을 금지 및 승인할 수 있는 권한을 갖는다.

PC 및 전용 게임기를 플랫폼으로 하는 모든 게임은 싱가포르 국내 판매 및 유통 전에 반드시 등급심의의 받아야 한다. 온라인게임의 심의는 현재 강제하고 있지는 않지만, 등급심의 기준을 가이드라인으로 삼아 지켜줄 것을 업체에 당부하고 있다. 교육, 비즈니스, 회계, 과학 등 특수한 목적을 위해 활용되는 기능성 게임들은 등급심의 대상 게임에서 제외된다. 게임의 정식 출시 전 이용자 만족도 및 게임의 정상적 구동 여부 등을 알아보기 위해 제작된 테스트 버전의 게임, 즉 시험용 게임은 등록 없이 이용자들에게 제공될 수 있다. 그러나 해당 게임 이용자의 연령에 적합하고, MDA 및 싱가포르 광고표준청(Advertising Standards Authority of Singapore) 가이드라인을 따른 내용을 담고 있어야 한다.

3) 연령 등급

게임을 제외한 영화물의 연령 등급은 5개로 나뉘어져 있으나 게임을 위한 연령 등급은 '16세 이용가(Suitable for 16 & above)'와 '18세 이용가(Mature 18, M18)' 등 2개의 등급으로 구성되어 있다. '16세이용가' 게임은 논란의 소지가 있는 콘텐

츠, 즉 약한 수준의 폭력성, 성적 행위, 상세하지 않은 노출, 비속어, 불법 약물사용 표현 등이 포함되어 있어 아동 및 16세 미만 청소년들이 이용하기에는 적절치 않은 게임이다. '18세 이용가' 게임은 18세 이상 이용자들에게만 판매할 수 있다. 이들은 판매 시 M18 스티커 및 소비자 정보를 부착해야 한다. 폭력, 약물, 노출 등이 사실적으로 표현되어 있거나 심한 비속어의 빈번한 사용 등이 담겨있는 게임들이 여기에 해당한다. 이러한 두 가지 등급 어느 것에도 해당하지 않으며, 모든 소비자들의 이용이 가능한 게임은 등급 표시를 부착할 필요가 없다.

4) 원칙 및 기준

BFC는 성인들의 게임선택권을 확대하고 아동·청소년을 보호할 뿐만 아니라 게임의 교육적, 예술적 장점을 고려하고 동시에 사회적 기준을 반영한다는 게임심의의 기본 원칙을 갖고 있다. 이에 따라 BFC의 등급심의 과정에서 게임의 주제, 폭력, 노출, 섹스, 언어, 약물 등과 같은 내용이 고려된다. 그러나 극단적인 경우, 싱가포르에서 수용 가능한 사회적 기준을 넘어선 내용 및 잠재적으로 사회에 해악을 끼칠 우려가 있는 내용을 담고 있다고 판단되는 경우, 등급분류가 거부될 수도 있다. 즉 싱가포르 국내에서의 유통 및 판매가 금지되는 것이다. 이러한 기본 원칙에 따라 등급심의 과정에서는 다음과 같은 세부적인 항목들이 고려된다.

- 일반적으로 수용 가능한 사회적 기준(Generally accepted social mores) : 사회적으로 받아들일 수 있는 도덕률과 품위를 고려.

- 청소년 보호(Need to protect the young) : 청소년에게 유해할 수 있는 게임은 18세이용가 혹은 16세 이용가 등급을 받는다.

- 인종적/종교적 조화(Racial/Religious Harmony) : 특정 인종 및 종교에 대한 물이해와

부조화를 야기하거나, 공격을 유발해서는 안 된다.

- 국가적 이익(National Interest) : 공공질서, 국가의 이익 및 안정을 해쳐서는 안 된다.

- 주제 및 내용(Treatment of Theme and Content) : 게임의 내용 및 표현에 따라 심의가 이루어진다. 게임의 맥락 또한 고려된다.

- 효과 평가(Evaluation of Impact) : 표현, 지속 시간, 빈도, 시·청각적 세밀도(degree of visual and audio details) 및 이들의 누적 효과가 고려된다.

- 창의적/교육적 장점 : 게임의 교육적, 예술적 장점이 고려된다.

- 플레이어 참여 및 네트워크 효과 : 개발자가 의도하지 않은 네트워크로 인한 게임의 잠재적 효과를 고려하지 않는다.

(1) 자문패널

논란의 여지가 있는 게임에 대한 심사를 위해 행정관계자 및 자문인들을 구성해 등급자문패널(Film Consultative Panel) 회의를 개최해 등급결정 사전에 자문을 구한다.

(2) 등급항소위원회

등급결정에 이의가 있는 신청자는 등급항소위원회(Films Appeal Committee)에 이의를 제기할 수 있다. 다양한 분야의 전문가 15인으로 구성된 등급항소위원회는 신청자가 이의를 제기한 게임의 등급결정에 대해 재심사를 실시해 결정을 내리며 이들의 결정은 최종 결정이 된다.

9. 등급분류 제도의 국제표준 논의

앞서 살펴본 바와 같이, 게임산업의 발전추이 및 각국의 문화적·민족적 특성에 따라 각기 고유의

게임 심의 및 등급분류 제도를 발전시켜 왔다. 게임 산업의 역사가 상대적으로 오래된 나라일수록 산업적 기반이 탄탄하고 게임의 개발이나 유통과 같은 산업적 인프라 외에 각종 관리제도에 있어서도 최대한 인위적인 개입을 차단하는 최소한의 노력을 하고 있다. 그와 반대로, 산업적 발전 과정이 상대적으로 짧거나, 사행성 문제와 같은 특이한 사회적 환경을 가진 나라(우리나라)와 같은 경우에는 게임 유통과정의 심의나 사후관리에 있어서 인위적인 개입 요소가 상대적으로 높다고 볼 수 있다.

다만 이러한 제도는 현재 시점에서도 지속적으로 발전하고 변화하고 있으며, 이는 게임이 하나의 고정된 문화콘텐츠가 아니라 이용자와의 인터랙션(interaction)을 거쳐 후속작, 업데이트 등으로 통해 끊임없이 변화하는 살아 움직이는 콘텐츠이기 때문이다. 특히 네트워크 보급의 확대로 인해 과거 전통적인 PC패키지 게임에서 CD나 DVD를 제작하여 유통하는 문제라든지, 가정용 콘솔게임에서 지역 코드(area code)를 삽입하여 특정 국가군에서만 실행 가능하도록 하는 문제의 경우, 온라인게임으로 급속히 이용자 기반이 전환되면서 그 중요도가 현저히 낮아지게 된 셈이다.

앞서 심의제도를 살펴본 국가뿐만 아니라 자국내의 어떠한 게임에 대한 관리제도가 없었던 나라도 이제 네트워크를 통해 다양한 국가의 콘텐츠가 자국의 영토로 자유롭게 유통되는 상황에 대해 깊은 관심과 고민을 함께 하고 있다. 심의제도에 있어서도 국제 표준, 즉 글로벌 스탠다드(global standard)에 대한 논의가 꾸준히 있어 왔으며, 과거 수출 위주의 시장에 있어서는 수출 대상국인 북미의 ESRB나 유럽의 PEGI, 일본의 CERO의 이용등급이 중요한 판단기준이었다.

하지만 향후에는 하나의 게임콘텐츠가 단순히 멀티플랫폼(multi-platform) 게임이 아닌 다국가

(multi-country)에 흩어져 있는 다수의 이용자들에게 동시에 이용될 가능성이 점차 높아지고 있다는 점에서 등급제도와 이에 따르는 이용등급 및 내용정보의 표준화를 필요로 하는 목소리가 점차 높아지고 있다. 이에 따라 특정 국제 심의기관 간 그룹으로부터 2008년부터 본격적으로 국제표준 심의제도에 대한 논의가 있어 왔으며, 일부 그룹(ESRB, PEGI, USK, BBFC 등)은 상당히 구체적인 실행 방안을 연구 중에 있다. 물론 우리나라도 이러한 논의에 적극적으로 참여하고 있다.

실질적인 등급제도의 표준화는 가장 이용자가 많고 시장 규모가 큰 대륙을 중심으로 이루어질 것은 분명하나, 이를 시행함에 있어 가장 큰 기회이자 문제점은 바로 온라인게임을 위주로 표준화의 논의가 필요하고, 반드시 그렇게 하는 경우에만 시행

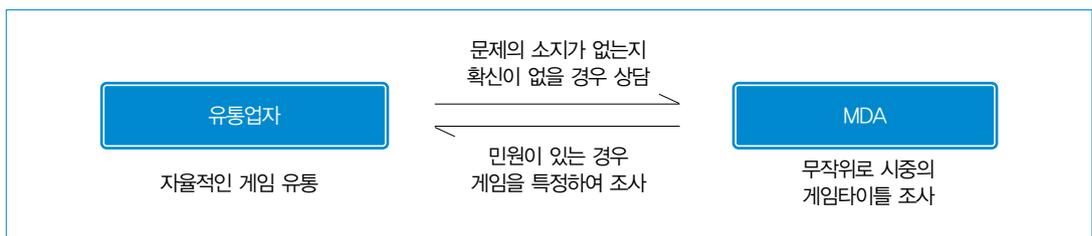
가능성도 높기 때문이다.

현재 논의되고 있는 표준화 방안 중 가장 현실성 있는 방안은, 국제표준의 심의제도를 별도로 만들어 각 국가의 심의제도를 표준화하는 방안이 아니라, 각국의 심의제도 간 이용등급과 내용정보를 번역해 줄 수 있는 하나의 조합표를 만드는 것이다. 즉, 각 나라는 (필요하다면) 자국의 실정에 맞는 제도를 운영하고 이들 제도가 글로벌 표준에 의해서 자동적으로 특정 등급과 해당 콘텐츠가 포함하고 있는 이용 등급을 매칭시킬 수 있도록 하는 것이다. 향후 온라인게임의 보급이 국경을 넘어 더욱 널리 확산되고, 애플의 앱스토어나 구글의 안드로이드 마켓과 같은 글로벌 서비스 플랫폼이 확대될수록 이러한 심의제도의 국제표준화 논의는 급진전할 것으로 예상할 수 있다.

표 6-2-61 BFC의 등급별 심의 세부기준

항목	16세이용가	18세이용가
주제		<ul style="list-style-type: none"> · 18세 이상 성인용 주제 · 범죄 참여 요구 ※ 세부지침 제공 불가 · 동성애 표현 ※ 매혹적 묘사 불가
폭력	과도하지 않은 사실적 폭력 표현	인간 캐릭터 살인 및 상해 ※ 가학, 잔혹, 혐오 표현 불가
섹스	성행위 묘사	상반신 노출 및 전면(前面) 노출 상태에서의 상세하지 않은 정도의 성행위 묘사 ※ 동성애 표현은 키스 및 포옹에 한정
노출	상세하지 않은 노출 묘사	상반신 혹은 전면(全面) 노출 표현 ※ 노출을 부추기거나 게임 주요 내용인 경우 불가
언어	'fuck' 정도의 욕설 및 비속어	'motherfucker', 'cocksucker' 정도의 심한 욕설 및 비속어의 빈번한 표현
약물	사실적이지 않은 약물 표현 ※ 행위 장려 불가	불법약물의 사실적인 표현 ※ 세부 지침 표현 및 사용을 부추기거나 매혹적으로 표현한 경우 불가

그림 6-2-18 싱가포르의 비디오게임 규제 방법



제3장 법률 및 약관



▶ 제1절 게임 관련 법률 현황

1. 기본법

1) 게임산업진흥에 관한 법률

게임법의 발전 역사는 사실 산업적인 차원이 아니라 규제적인 관점에서 출발하였다고 볼 수 있다. 게임은 1999년 제정된 「음반·비디오물및게임물에관한법률」¹⁾의 제정에 따라 이 법에서 규율되고 있었으며, 이 법에서는 게임물의 정의 규정과 함께 게임물의 등급 분류, 등급 보류 등에 대하여 규정하고 있었다.

이후 온라인게임을 중심으로 게임산업이 높은 성장과 발전을 거듭하면서 비로소 e스포츠를 포함한 게임산업의 진흥, 과몰입방지 등 게임문화 진흥 등의 새로운 관점에서 접근이 필요하게 되었다. 이에 따라 게임산업에 대한 균형적인 시각이 법 제정과 함께 개별 조항에 반영된 것은 「음반·비디오물및게임물에관한법률」에서 게임이 분리되어 2006년 「게임산업진흥에 관한 법률」이 제정(제정 2006. 4. 28 법률 제7941호)되면서부터다.

주요 내용은 다음과 같다. 게임산업의 진흥과 관련하여서는 문화체육관광부장관이 게임산업진흥종합계획의 수립·시행을 하도록 하고 있다(제3조). 제작과 관련하여서는 우수게임상품의 개발 등을 위한 창업의 활성화를 지원하도록 하고 있다(제4조). 유통과 관련하여서는 불법게임물의 유통금지(제32조), 게임물 유통자의 상호, 등급, 게임물 내용 정보 등 표시의무(제33조), 이용과 관련하여서는 이용자의 권익보호에 대하여 규정하고 있다(제14조). 한편, 음산법과 마찬가지로 지적재산권의 보호 조항도 마련하고 있다(제12조). 그 외에는 규제와 관련된 내용으로 게임물등급위원회의 등급 분류(제16조 내지 제24조), 영업의 신고·등록·운영(제25조 내지 제31조), 등록취소 등 행정조치(제35조 내지 제38조) 등에 대해서 규정되어 있다. 또한 동법은 게임의 사회적 부작용 방지를 위하여 게임문화의 기반조성(제12조), 게임과몰입의 예방(제12조의2)에 대하여 규정한 것이 특징이다.

1) 불법·저속음반이 확산되는 것을 막기 위해, 1967년 제정된 「음반에관한법률」을 폐지하고 비디오를 포함하여 1991년 「음반및비디오물에관한법률」이 제정되었다. 이후 CD 등 유형물에 담겨서 유통되는 음악, 비디오, 게임을 하나의 법에서 규율하기 위하여 1999년 「음반및비디오물에관한법률」을 폐지하고 「음반·비디오물및게임물에관한법률」을 제정하게 된 것이다.

하지만 이와 같이 게임에 특화된 법률의 제정에도 불구하고 게임물의 사행성이 사회적인 문제가 되었고, 소위 '바다이야기' 로 대변되는 사건을 거치면서 게임산업 전반에 엄청난 파장을 불러 일으켜 당초 진흥과 문화에 중점을 두고 제정했던 「게임산업 진흥에 관한 법률」이 구체적인 측면을 강화하는 방향으로 2007년 개정되었다(2007. 1. 19, 법률 제8247호).

주요 내용은 사행성 게임물에 대한 정의 규정을

마련하고, 게임물 등급 분류의 세분화를 통해 사후 관리를 강화하며, 사행성 게임물에 해당되는 경우 등급 분류를 거부할 수 있도록 하여 시장에서 유통되지 않도록 하였다. 그리고 일반 게임제공업을 허가제로, 인터넷컴퓨터 게임시설제공업(PC방)을 등록제로 전환하여 관리를 강화하고, 청소년이용불가 게임물의 경품 제공을 금지하고, 게임 결과물의 환전업 등을 금지함으로써 사행성 게임물을 근절하기 위한 일련의 조치가 이루어졌다.

「게임산업진흥에 관한 법률」 일부개정법을 주요내용(2007. 1. 19, 법률 제8247호)

- 가. 사행성게임물의 정의(법 제2조제1호의2 신설)
 - 사행성게임물은 베팅이나 배당을 내용으로 하는 게임물, 우연적인 방법으로 결과가 결정되는 게임물 등에 해당하는 게임물로서 그 결과에 따라 재산상 이익 또는 손실을 주는 게임물로 정의함.
- 나. 게임물등급위원회의 구성에 관한 사항 등(법 제16조제3항 · 17조제2항 · 18조제1항 및 법 제21조제8항 신설)
 - (1) 게임물등급위원회는 위원장 1인을 포함한 15인 이내의 위원으로 구성하고, 게임물등급위원회의 감시는 문화관광부장관이 임명하도록 함.
 - (2) 게임물등급위원회에 두는 사무국의 기능에 등급분류 사후관리에 관한 사항 점검을 명시함.
 - (3) 게임물등급위원회는 게임물의 사행성 여부 등을 확인하기 위하여 기술심의를 할 수 있도록 함.
- 다. 게임물 등급분류의 세분화 및 사후관리 강화(법 제21조제2항, 법 제21조제3항 및 제5항 신설)
 - (1) 게임물의 등급을 전체이용가, 12세이용가, 15세이용가, 청소년이용불가 4단계로 분류하되, 청소년게임제공업과 일반게임제공업에 제공되는 게임물은 전체이용가와 청소년이용불가 게임물로 분류하도록 함.
 - (2) 등급분류를 받은 게임물의 내용을 수정할 경우 게임물등급위원회에 신고하도록 하되, 등급 변경을 요할 정도로 수정된 경우에는 새로운 등급분류를 받도록 함.
- 라. 사행성게임물에 대한 등급분류 거부(법 제22조제2항)
 - 게임물등급위원회는 등급분류 신청한 게임물이 사행성게임물에 해당되는 경우 등급분류 거부결정을 할 수 있도록 함.
- 마. 게임제작업 · 게임배급업을 등록제도로 변경(법 제25조제1항)
 - 게임제작업 또는 게임배급업을 영위하려는 경우 시 · 도지사에게 신고하도록 하던 것을, 시장 · 군수 · 구청장에게 등록하도록 하는 것으로 변경함.
- 바. 일반게임제공업의 허가제도 등(법 제26조)
 - 일반게임제공업을 영위하려는 자는 시장 · 군수 · 구청장의 허가를 받도록 하고, 청소년게임제공업과 인터넷컴퓨터게임시설제공업은 시장 · 군수 · 구청장에게 등록하도록 함.
- 사. 청소년이용불가 등급의 게임물의 경품 제공 금지 등(법 제28조제3호 단서 및 법 제28조제5호 신설)
 - 청소년이용불가 게임물에 대해 경품을 지급할 수 없도록 하되, 청소년게임제공업의 전체이용가 게임물에 대해서는 현금, 상품권 및 유기증권을 제외한 대통령령이 정하는 경품의 종류 등에 따른 경품을 지급할 수 있도록 하고, 일반게임제공업소에는 청소년이 출입할 수 없도록 함.
- 아. 게임 결과물의 환전업 등 금지(법 제32조제7호 신설)
 - 누구든지 게임의 이용을 통해 획득한 점수, 경품, 게임머니 등 유 · 무형의 결과물을 환전 또는 환전 알선하거나 매매입하는 행위를 업으로 할 수 없도록 함.
- 자. 게임물의 광고 · 선전시 사행성 주장 내용 제한(법 제34조제1항제4호 신설)
 - 게임물에 대하여 내용정보 외에 경품제공 등 사행성을 주장하는 내용을 광고하거나 선전물을 배포 · 게시하는 행위를 할 수 없도록 함.
- 차. 신고포상제도 도입(법 제39조의2 신설)
 - 게임물을 이용하여 도박 그 밖의 사행행위를 하게 하거나 경품 등을 제공하여 사행성을 조장하는 자 등을 신고 또는 고발하거나 검거한 자에 대하여 포상금을 지급할 수 있도록 함.

한편 온라인상에서 성행하고 있는 사행성 불법 게임물과 등급 분류를 받지 아니한 게임물, 등급 분류를 받은 내용과 다른 게임물이 제공되는 경우 등을 차단할 수 있는 법적 근거를 마련하고, 게임물등급심의위원회의 심의 수수료 납부 대상에 등급 분류 후 내용 수정 사항에 대한 신고와 성능·안정성 등의 시험용 게임물의 신청을 포함하며, 원활한 등급심의와 사후관리 업무 수행을 위하여 국고보조금 지원 기간을 2009년까지 연장하기 위하여 「게임산업진흥에 관한 법률」이 개정되었다(2007. 12. 21, 법률 제8739호).

또한 게임물 등급분류 업무를 민간자율로 이관하고자 하나 현재 이를 위한 사회적 여건이 조성

되지 못한 상황이며, 「게임산업진흥에 관한 법률」의 부칙 규정이 개정되지 않을 시에는, 2010년 이후 게임물등급위원회에 대한 국고 지원의 법적 근거 미비로 인하여 원활한 게임물 등급분류 및 사후관리 업무 수행의 어려움이 예상된다. 따라서 「게임물등급위원회」에 대한 국고지원 시한을 규정 한 게임산업진흥에 관한 법률 부칙(제7941호, 2006.4.28) 제2조를 개정하여 게임물등급위원회의 국고지원 시한을 2년간 연장하였다(2010. 1. 1, 법률 제9928호).

이러한 일련의 개정에 따라 게임산업 고유의 특성을 보다 본격적으로 반영하고 게임산업의 진흥과 문화 진흥을 위한 체계가 더욱 강화되었다.

「게임산업진흥에 관한 법률」(법률 제9928호, 2010. 1. 1, 일부개정)

제1조 (목적) 이 법은 게임산업의 기반을 조성하고 게임물의 이용에 관한 사항을 정하여 게임산업의 진흥 및 국민의 건전한 게임문화를 확립함으로써 국민경제의 발전과 국민의 문화적 삶의 질 향상에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. (개정 2007.1.19, 2008.2.29)

1. "게임물"이라 함은 컴퓨터프로그램 등 정보처리 기술이나 기계장치를 이용하여 오락을 할 수 있게 하거나 이에 부수하여 여가 선용, 학습 및 운동효과 등을 높일 수 있도록 제작된 영상물 또는 그 영상물의 이용을 주된 목적으로 제작된 기기 및 장치를 말한다. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 제외한다.
 - 가. 사행성게임물
 - 나. 「관광진흥법」 제3조의 규정에 의한 관광사업의 규율대상이 되는 것
 - 다. 게임물과 게임물이 아닌 것이 혼재되어 있는 것으로서 문화체육관광부장관이 정하여 고시하는 것
- 1의2. "사행성게임물"이라 함은 다음 각 목에 해당하는 게임물로서, 그 결과에 따라 재산상 이익 또는 손실을 주는 것을 말한다.
 - 가. 베팅이나 배당을 내용으로 하는 게임물
 - 나. 우연적인 방법으로 결과가 결정되는 게임물
 - 다. 「한국마사회법」에서 규율하는 경마와 이를 모사한 게임물
 - 라. 「경륜·경정법」에서 규율하는 경륜·경정과 이를 모사한 게임물
 - 마. 「관광진흥법」에서 규율하는 카지노와 이를 모사한 게임물
 - 바. 그 밖에 대통령령이 정하는 게임물
2. "게임물내용정보"라 함은 게임물의 내용에 대한 폭력성·선정성(煽情性) 또는 사행성(射幸性)의 여부 또는 그 정도와 그 밖에 게임물의 운영에 관한 정보를 말한다.
3. "게임산업"이라 함은 게임물 또는 게임상품(게임물을 이용하여 경제적 부가가치를 창출하는 유·무형의 재화·서비스 및 그의 복합체)을 말한다. 이하 같다)의 제작·유통·이용제공 및 이에 관한 서비스와 관련된 산업을 말한다.
4. "게임제작업"이라 함은 게임물을 기획하거나 복제하여 제작하는 영업을 말한다.
5. "게임배급업"이라 함은 게임물을 수입(원판수입을 포함한다)하거나 그 저작권을 소유·관리하면서 게임제공업을 하는 자에게 게임물을 공급하는 영업을 말한다.
6. "게임제공업"이라 함은 공중이 게임물을 이용할 수 있도록 이를 제공하는 영업을 말한다. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우를 제외한다.

- 가. 「관광진흥법」에 의한 카지노업을 하는 경우
 - 나. 「사행행위 등 규제 및 처벌특례법」에 의한 사행기구를 갖추어 사행행위를 하는 경우
 - 다. 제4호 내지 제8호에 규정한 영업 외의 영업을 하면서 고객의 유치 또는 광고 등을 목적으로 당해 영업소의 고객이 게임물을 이용할 수 있도록 하는 경우로서 대통령령이 정하는 종류 및 방법 등에 의하여 게임물을 제공하는 경우
 - 라. 제7호의 규정에 의한 인터넷컴퓨터게임시설제공업의 경우
 - 마. 제22조제2항의 규정에 따라 사행성게임물에 해당되어 등급분류 거부결정을 받은 게임물을 제공하는 경우
602. 제6호의 게임제공업 중 일정한 물리적 장소에서 필요한 설비를 갖추고 게임물을 제공하는 영업은 다음 각 호와 같다.
- 가. 청소년게임제공업 : 제21조의 규정에 따라 등급분류된 게임물 중 전체이용가 게임물을 설치하여 공중의 이용에 제공하는 영업
 - 나. 일반게임제공업 : 제21조의 규정에 따라 등급분류된 게임물 중 청소년이용불가 게임물과 전체이용가 게임물을 설치하여 공중의 이용에 제공하는 영업
- 7. "인터넷컴퓨터게임시설제공업"이라 함은 컴퓨터 등 필요한 기자재를 갖추고 공중이 게임물을 이용하게 하거나 부수적으로 그 밖의 정보제공물을 이용할 수 있도록 하는 영업을 말한다.
 - 8. "복합유통게임제공업"이라 함은 게임제공업 또는 인터넷컴퓨터게임시설제공업과 이 법에 의한 다른 영업 또는 다른 법률에 의한 영업을 동일한 장소에서 함께 영위하는 영업을 말한다.
 - 9. "게임물 관련사업자"라 함은 제4호 내지 제8호의 영업을 하는 자를 말한다. 다만, 제6호다목의 영업을 하는 자는 제28조의 적용에 한하여 게임물 관련사업자로 본다.
 - 10. "청소년"이라 함은 18세 미만의 자(「초·중등교육법」제2조의 규정에 의한 고등학교에 재학 중인 학생을 포함한다)를 말한다.

제3조 (게임산업진흥종합계획의 수립·시행) ①문화체육관광부장관은 관계중앙행정기관의 장과 협의하여 게임산업의 진흥을 위한 종합계획(이하 "종합계획"이라 한다)을 수립·시행하여야 한다. <개정 2008.2.29>

②종합계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 종합계획의 기본방향
2. 게임산업과 관련된 제도와 법령의 개선
3. 게임문화 및 창작활동의 활성화
4. 게임산업의 기반조성과 균형 발전
5. 게임산업의 국제협력 및 해외시장 진출
6. 위법하게 제작·유통되거나 이용에 제공되는 게임물의 지도·단속
7. 게임산업의 건전한 발전과 이용자보호
8. 그 밖에 게임산업의 진흥을 위하여 필요한 사항으로서 대통령령이 정하는 사항

③지방자치단체의 장이 제2항제3호 내지 제5호의 규정에 해당하는 사업을 추진하고자 하는 경우에는 미리 문화체육관광부장관과 협의하여야 한다. <개정 2008.2.29>

2) 최근 법률 개정 동향

(1) 전부 개정안(정부)

정부는 방송·통신 등 미디어 융합 현상에 따른 게임산업의 환경변화에 대비하고, 게임 이용자에 대한 보호지침을 마련함으로써 이용자 보호를 강화하며, 게임물에 대한 자율심의제도를 도입함으로써 게임물의 창의성 제고와 영업 활동의 활성화를 도모하고, 게임을 이용한 사행성 조장에 대한 방지대책을 강화함으로써 건강한 게임이용 문화를 조성하기 위하여 2008년 게임산업에 관한 법률 전면 개정

안을 제출하였다.

국회 문화체육관광방송통신위원회(이하 문방위)의 법안심사소위원회에 회부된 법률 개정안은 법령명을 「게임문화 및 산업진흥에 관한 법률」로 변경하여 게임산업뿐만 아니라 문화적인 관점에서 건강한 게임이용문화의 진흥에 대한 정책적인 의지를 강력하게 표현하고 있다. 이 법안은 현재 국회 계류 중인데, 주요 내용을 간략하게 살펴보면 다음과 같다.

「게임문화 및 산업진흥에 관한 법률(안)」의 주요내용

- 가. 법률 제명을 「게임문화 및 산업 진흥에 관한 법률」로 변경(안 제명)
이 법률의 제명에 게임문화 진흥을 포함함으로써 게임산업뿐만 아니라 건강한 게임이용문화의 진흥에 대한 정책적 의지를 표현함.
- 나. 게임의 정의 신설 및 게임물의 개념 확대(안 제2조제1호 및 제2호)
- (1) 종전의 게임물의 개념이 영상물, 기기 및 장치 등으로 한정되어 있어 다양한 형태의 게임물을 포섭하기 곤란하였음.
 - (2) 일정한 규칙에 따라 재미를 추구하는 등의 문화활동을 게임으로 정의하고, 게임을 하게 할 목적으로 제작되어 공중의 이용에 제공 되는 영상물, 프로그램, 도구, 기기 또는 장치를 게임물로 정의함.
 - (3) 이와 같이 게임을 새롭게 정의하고 게임물의 개념을 확장함으로써 게임산업에 대한 정책지원의 범위를 확대시켜 전반적인 게임 산업의 활성화가 기대됨.
- 다. 복합게임장업의 재구성(안 제2조제8호, 제52조 및 제53조)
- (1) 현행 복합유통게임제공업의 영업의 인 · 허가 절차가 복잡하여 활성화되지 아니하였음.
 - (2) 현행 복합유통게임제공업을 복합게임장업으로 명칭을 변경하고, 복합게임장업을 등록한 경우에는 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」에 따른 비디오물소극장업의 등록 등을 한 것으로 간주하고, 「관광진흥법」에 따른 유원시설업의 허가를 받은 자 등의 경우에는 복합게임장업을 등록한 것으로 의제하도록 하는 등 등록절차를 간소화함.
- 라. 게임서비스업의 신설(안 제2조제9호 및 제50조)
- (1) 현행 게임제공업으로는 인터넷, 모바일 또는 인터넷멀티미디어방송(MPTV) 등을 통한 게임 제공 등 다양한 형태의 영업을 규율하기 어려운 점이 있음.
 - (2) 정보통신망 등을 통하여 게임물을 제공하는 영업을 게임서비스업으로 규정하여 신고하도록 하는 한편, 다른 법률에 따라 허가를 받거나 등록 또는 신고를 하고 정보통신망 등을 통하여 게임물을 제공하는 자는 이 법에 따른 신고를 생략하도록 함.
- 마. 게임이용 정보제공 등의 의무부과(안 제19조)
- (1) 청소년의 과도한 게임 이용이 사회문제로 대두됨에 따라 건강한 게임이용문화를 조성할 수 있도록 게임과물입 방지를 위하여 사업자에게 일정한 의무를 부과 할 필요가 있음.
 - (2) 청소년의 게임이용에 대한 관리 · 감독권 강화를 위하여 친권자 등 법정대리인의 요청시 게임이용에 관한 정보를 제공하도록 하고, 과도한 게임이용을 방지하기 위하여 장시간 게임이용시 주의문구 게시 의무를 부과함.
- 바. 올바른 게임이용교육에 대한 지원(안 제22조)
- (1) 게임이용에 관련된 내용을 학교교육 등 정규교육에 포함함으로써 올바른 게임이용문화를 확립할 필요성이 있음.
 - (2) 정부는 게임의 올바른 이용에 관한 교육에 필요한 지원을 할 수 있도록 하고, 문화체육관광부장관은 「유아교육법」 및 「초 · 중등교육법」에 따른 교육과정에서 게임이용에 관한 교육내용이 포함될 수 있도록 교육과학기술부장관에게 협력을 요청할 수 있도록 함.
- 사. 게임이용자 보호지침 마련 등 이용자의 권 보호(안 제24조 및 제25조)
- 문화체육관광부장관은 게임이용자보호지침의 제정, 이용자가 입을 수 있는 피해의 예방을 위한 정보제공 및 교육 등 이용자의 권의 보호를 위한 각종 사업을 추진하도록 하고, 게임이용자보호지침보다 이용자에게 불리한 운영규정이 있는 경우 게임물사업자가 이용자에게 고지하는 의무를 부과함.
- 아. 게임분쟁조정위원회 설치 운영(안 제27조부터 제33조까지)
- (1) 게임이용자와 사업자 간, 이용자와 이용자 간의 분쟁이 증가하는 추세에도 불구하고 이에 대한 조정 · 해결 장치가 미흡한 실정임.
 - (2) 게임물과 관련된 분쟁을 조정할 수 있도록 게임 분야의 전문가 10명 이상 30명 이하로 구성된 게임분쟁조정위원회를 구성하고 그 사무국을 한국문화콘텐츠진흥원에 두도록 하며, 게임분쟁조정위원회의 조정은 재판상의 화해와 동일한 효력을 부여함.
 - (3) 이와 같이 게임분쟁조정위원회를 구성 · 운영함으로써 게임과 관련된 분쟁을 신속히 조정 · 해결할 수 있을 것으로 기대됨.
- 자. 자율심의제도의 부분적 도입(안 제48조)
- (1) 국가기관의 등급분류 업무의 부담을 줄이고 효율적인 등급분류업무의 수행이 필요함.
 - (2) 게임물사업자 등이 설립한 자율심의기구로 하여금 평가용게임물의 확인, 게임물 내용수정 신고 접수 등의 업무를 수행할 수 있도록 함.
 - (3) 일부 등급분류사항을 자율적으로 수행하게 함으로써 효율적이고 신속한 등급분류 업무가 진행되어 사업자의 대기시간을 줄일 수 있을 것으로 기대됨.
- 차. 복합게임장업 등의 등록의제 제도의 도입(안 제53조)
- (1) 대규모 문화 · 관광 · 청소년 · 체육시설의 영업소 내에서 게임장업을 함께 영위하는 경우 별도의 등록절차를 생략함으로써 게임 산업을 활성화할 필요가 있음.
 - (2) 콘도미니엄업, 유원시설업, 영화상영관, 대규모점포 등에서 동일한 영업소 내에서 청소년게임장업, 복합게임장업, 인터넷컴퓨터 게임시설제공업을 함께 영위하는 경우 별도의 등록절차를 생략함.
 - (3) 이와 같이 등록절차를 생략함으로써 인하여 청소년게임장업 등의 영입이 용이하게 되어 영입자에 대한 행정절차의 부담이 경감될 것으로 기대됨.
- 카. 게임장업 등록 제외 대상 신설(안 제54조)
- (1) 게임물사업자가 아닌 자가 고객의 유치 또는 단순서비스 차원에서 게임물을 제공하는 경우 등록절차를 생략할 수 있도록 할 필요가

- 있음.
- (2) 고객의 유치 또는 광고 등을 목적으로 해당 영업소 건물 내에서 일정한 수 이내의 게임물을 제공하는 경우에는 청소년게임장업 또는 인터넷컴퓨터게임시설제공업의 등록을 면제함.
- (3) 은행, 목욕탕 등 공동이용시설의 영업자가 소규모 게임물을 간편하게 제공할 수 있도록 하여 이용자의 편의를 도모함.
- 타. 시행성을 목적으로 한 게임이용행위 처벌(안 제61조)
- (1) 지속적인 단속으로 게임의 사행적인 영업행위만을 처벌하였으나 게임을 이용한 사행행위는 계속 증가하고 있어 이용자에 대한 처벌이 필요함.
- (2) 시행성을 목적으로 게임의 결과물을 상습적으로 구매하거나 환전한 게임이용자를 처벌하도록 함.
- (3) 사행목적의 게임이용자를 처벌할 수 있도록 함으로써 게임의 사행화 가능성을 방지하고 정상적인 게임이용자와 산업을 보호할 것으로 기대됨.
-

(2) 문화체육관광방송통신위원회 대안

콘텐츠 오픈마켓은 온라인, 모바일 게임 분야에서 영세 콘텐츠 개발자 및 개인 콘텐츠 제작자가 직접 자신이 만든 프로그램을 고객에게 서비스할 수 있도록 시장을 제공하는 것으로, 기존의 유통환경에서 소외되었던 콘텐츠 개발자들에게 콘텐츠를 공개·유통할 수 있는 창구가 되고 있다. 이러한 오픈마켓의 형성은 콘텐츠 시장의 활성화를 꾀하고 이용자들도 다양한 콘텐츠를 저렴한 가격에 이용할 수 있어 만족도를 높일 수 있다.

그럼에도 불구하고, 우리나라의 경우, 게임물을 제공하기 전 게임물등급위원회의 사전 심의를 받아야 하는 등 절차상의 문제로 오픈마켓 진출이 미뤄

지거나 게임물을 제외하는 제한적 진출이 이뤄지고 있다. 또한 오픈마켓의 게임물은 그 수량이 많아 게임물등급위원회에서 모두 소화하기 어려울 뿐 아니라, 게임물 자체도 저용량의 단순한 내용이 많아 관련 규제에 대한 정비의 필요성이 제기되고 있다.

이와 관련하여 한선교 의원 대표발의안과 전병헌 의원 대표 발의안이 각각 발의되었으나 그 내용이 유사하였다. 이에 문방위가 이 두 개정안을 통합조정하고, 다른 이슈도 대응하기 위한 위원회 대안을 제안하여 가결하기로 하였으며, 이 대안에는 양벌 규정의 개정과 관련된 이명수 의원 발의안도 함께 포함하기로 하였다. 세 의원 대표발의안과 문방위 대안의 주요 내용은 다음과 같다.

표 6-3-01 「게임산업 진흥에 관한 법률」 개정안-1

구 분	주요내용
한선교의원 대표발의안 (의안번호 1804932, 2009. 5. 26)	게임물 오픈마켓의 특성을 고려하여 청소년이용불가 게임물을 제외한 게임물은 게임물을 유통하는 자가 게임물등급위원회의 등급분류기준을 참고하여 등급분류를 할 수 있도록 하고, 이와 관련하여 등급위원회 기준을 위반하고 게임물을 등급분류하거나 이를 유통한 자에 대한 행정처분을 규정함으로써 게임물 콘텐츠 유통의 활성화를 이루고자 함. 가. 게임서비스업자는 개인 또는 소규모 게임제작·수입업자와 협약을 체결한 경우에 청소년 이용불가 게임물을 제외한 게임물을 등급위원회가 제시한 기준을 참고하여 등급분류한 후 유통할 수 있도록 하고, 해당 게임물은 등급분류를 받은 것으로 간주함(안 제21조제4항 및 제5항 신설). 나. 등급위원회의 기준을 위반하고 게임물을 등급분류하거나 이를 유통한 자에 대한 행정처분(안 제48조제2의2호 신설)
전병헌의원 대표발의안 (의안번호 1808165, 2010. 4. 13)	게임물 오픈마켓과 오픈마켓게임물, 오픈마켓 게임물 서비스 제공자의 정의 규정을 신설함으로써 그 개념을 명확히 하고, 오픈마켓 게임물의 경우 게임물등급위원회의 등급분류 대상에서 제외하여 오픈마켓 게임물 서비스 제공자가 자체 등급분류를 하도록 함으로써 오픈마켓게임물의 거래를 활성화하여 게임 산업의 발전을 기하려는 것(안 제2조9호의2, 제9호의3, 제9호의4, 제21조제1항4호 및 제9항, 제44조1호).
이명수의원 대표발의안 (의안번호 1802742, 2008. 11. 28)	현행 양벌규정은 문안상 영업주가 종업원 등에 대한 관리·감독상 주의의무를 다하였는지 여부에 관계없이 영업주를 처벌하도록 하고 있어 책임주의 원칙에 위배될 소지가 있으므로, 영업주가 종업원 등에 대한 관리·감독상 주의의무를 다한 경우에는 처벌을 면하게 함으로써 양벌규정에도 책임주의 원칙이 관철되도록 함(안 제47조).

	<p>나. 사행성 확인에 대한 부분에 한하여 게임물 내용뿐 아니라 그 구현과 밀접한 관련이 있는 운영방식도 게임물등급위원회의 심의·의결 사항임을 명백히 함(안 제16조제2항제3호).</p> <p>다. 고스톱, 포커 등 베팅성 게임물이 과도한 사행성을 조장하는 경우 등급을 반려할 수 있도록 함(안 제22조제3항 신설).</p> <p>라. 고스톱, 포커 등 베팅성 게임물을 제공하는 사업자는 게임운영방식상 사행성을 심하게 조장하는 행위를 금지하는 한편 거래 화폐단위를 실제 통용되는 단위와 일치시켜 이용자 혼란을 방지하고, 이를 위반하는 경우 벌칙초항을 규정함(안 제28조제2호의2, 제28조제3호의2 및 제44조제1항제1호의3 신설).</p> <p>마. 고스톱, 포커 등 베팅성 게임을 사업자에 대하여 자료 제출 요구 및 현장 조사를 할 수 있도록 함(안 제31조제2항 신설).</p>
<p>김진표 의원 등 18인 (의안번호 1806059 2009. 9. 17)</p>	<p>• 제안 이유 현행 인터넷컴퓨터게임시설제공업의 명칭은 게임 외에도 다양한 문화콘텐츠가 유통·제공되고 있는 관련 업종의 특성을 반영하지 못하고 있고, 게임물 등의 유통질서 확립을 위한 게임물 관련사업자 교육은 시·군·구 등 지역별로 진행되고 있어 전국적인 일관성이 부족하다는 비판이 있음. 또한 게임 관련 협회 및 단체의 국제화 및 자율적인 활동 등에 대한 정부의 지원이 부족하고, 청소년이 출입시간 외에 보호자를 동반하여 게임제공시설에 출입하는 경우 이를 허용하는 명시적 근거규정이 없음. 이에 인터넷컴퓨터게임시설제공업의 명칭을 인터넷문화콘텐츠설비제공업으로 변경하여 업종의 특성을 명확히 반영하고, 시·군·구 등 지역별로 진행되고 있는 게임물 관련사업자의 교육을 문화체육관광부장관이 담당하는 것으로 일원화하여 전국적으로 통일성 있고 체계적인 교육이 실시될 수 있도록 하며, 게임 관련 협회 및 단체의 국제화 추진 및 자율적인 활동에 대한 정부의 지원을 확대하는 등 현행 게임산업의 진흥과 관련된 제도의 운영과정에서 나타난 일부 미비점 등을 개선·보완하려는 것임.</p> <p>• 주요 내용 가. 인터넷컴퓨터게임시설제공업의 명칭을 인터넷문화콘텐츠설비제공업으로 변경하여 현재 게임 외에 다양한 문화콘텐츠가 유통·제공되고 있는 업종의 특성을 반영함(안 제2조제7호).</p> <p>나. 게임물 관련사업자 교육을 시장·군수·구청장에서 문화체육관광부장관으로 변경함(안 제9조제3항).</p> <p>다. 정부가 게임관련 협회 등의 국제단체 설립과 국제교류에 대하여 지원할 수 있도록 함(안 제10조제4항제4호 신설).</p> <p>라. 청소년이 보호자를 동반하거나 대통령령으로 정하는 출입동의서를 받은 경우에는 출입시간 외에도 게임제공시설에 출입할 수 있도록 허용함(안 제28조제7호 단서 신설).</p> <p>마. 게임협회 등은 게임산업이 건전하게 유지되도록 교육업무 및 자율정화 활동을 할 수 있도록 함(안 제39조제3항).</p>
<p>장세환 의원 등 12인 (의안번호 1804215 2009. 3. 20)</p>	<p>• 제안 이유 및 주요 내용 문화산업은 창의성을 원동력으로 하는 산업으로서, 정치가 과도하게 개입하는 경우 자율과 독립이 훼손되고 창의성이 약화되어 문화산업의 정상적인 발전 및 글로벌 경쟁력 확보에 장애가 초래될 수 있음. 또한 낙산인 인사로 인한 기관내의 갈등 유발로 인하여 기관 본연의 임무에 충실하지 못하는 비효율과 손실이 지속적으로 발생하고 있음. 이는 결국 문화산업에서 생산되는 콘텐츠의 품질수준 저하로 이어져 국민들의 질 높은 문화콘텐츠 향수의 기회 및 욕구를 제한하게 될 것임. 이에 게임물등급위원회의 위원에 정치적인 낙산인 인사가 임명되지 못하도록 정당의 당원이었던 자, 정당 또는 공직선거 후보자를 위한 선거사무원이었던 자, 대통령 선거에 출마한 후보자 및 당내 경선 후보자를 위하여 직함을 가지고 선거운동을 한 자는 그 직을 그만 둔지 5년이 경과하지 아니한 자는 위원회의 위원이 될 수 없도록 결격사유를 규정(안 제16조제7항 신설).</p>

2. 지원법

1) 콘텐츠산업진흥법

게임물은 콘텐츠의 일종으로 「콘텐츠산업진흥법」의 지원과 규율의 대상이 된다. 이 법은 2002년 제정된 「온라인디지털콘텐츠산업발전법」이 2010년 5월 19일 전면 개정됨에 따라 법률의 명칭이 「콘텐츠산업진흥법」으로 바뀐 것이다. 이 법은 콘텐츠 산업의 기반을 조성하고 그 경쟁력을 강화하여 국민생활의 향상과 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다(제1조). 동법은 콘텐츠, 콘텐츠산업, 콘텐츠제작자 등에 대하여 정의하고 있다(제2조).

콘텐츠산업의 진흥과 관련하여서 범정부적인 콘텐츠산업 진흥체계를 정립하기 위하여 국무총리 소

속으로 ‘콘텐츠산업진흥위원회’를 설치하고, 콘텐츠산업 진흥을 위하여 3년마다 중·장기 기본 계획을 수립하도록 하고 있다. 기본 계획에는 정책의 기본 방향, 부문별 진흥시책, 산업의 기반조성, 표준화, 공정경쟁, 이용자 권익보호, 재원확보, 제도개선, 중앙행정기관의 역할분담 등에 관한 사항을 심의할 수 있도록 하고 있다(제5조). 또한 콘텐츠 제작의 활성화(제9조)를 비롯하여 콘텐츠의 유통 합리화를 위하여 콘텐츠 거래사실 인증사업의 추진(제21조)과 콘텐츠제공서비스의 품질인증(제22조)에 대하여 규정하였으며, 콘텐츠 식별 체계와 관련하여서는 독립조항으로 재편하였다(제23조). 문화체육관광부장관이 콘텐츠산업 유통 환경의 현황 분석과 평가를 할 수 있는 등 콘텐츠 유통사업자 등의 공정한 유통환경 조성을 통한 제작자 보호를 위한 조항이

개선되어 정보통신망사업자가 중립적이고 공정하게 콘텐츠를 유통서비스 할 수 있도록 하였다(제24조).

이용자의 권의 보호를 위해서는 이용자 보호를 위한 각종 사업의 실시(제26조), 청약철회(제27조), 이용자보호지침의 제정 등(제28조)에 대하여 관련 규정을 두고 있다. 한편 콘텐츠사업자 간, 콘텐츠사업자와 이용자 간, 이용자와 이용자 간의 콘텐츠 거래 또는 이용에 관한 분쟁을 조정하기 위한 '콘텐츠분쟁조정위원회'에 대한 설치 근거 규정을 마련하였으며, 분쟁조정 효력은 재판상 화해와 같은 효력을 가지도록 규정하였다(제29조 내지 제36조).

게임 등 콘텐츠 제작자의 보호를 위해서는 콘텐츠 제작자가 상당한 노력으로 제작한 콘텐츠를 콘텐츠 또는 그 포장에 제작연월일, 제작자명 및 이

법에 따라 보호받는다라는 사실을 표시한 경우 5년간 보호되며(제37조 제1항), 그 콘텐츠의 전부 또는 상당한 부분을 경쟁사업자가 무단으로 복제·배포·방송·전송하여 영업상 이익을 침해하지 못하도록 하고 있다. 또한 콘텐츠의 불법복제 등을 방지하기 위해 적용한 기술적 보호조치를 무력화하는 기술·서비스·장치의 제조·제공·수입 등을 금지하고 있다(제37조 제2항). 이를 위반한 자는 1년 이하의 징역 또는 2천만 원 이하의 벌금에 처하도록 하고 있으며, 이는 친고죄다(제40조).

이 법은 콘텐츠산업의 진흥에 관하여 「문화산업진흥기본법」에 우선하여 적용하며, 콘텐츠 제작자가 「저작권법」의 보호를 받는 경우에는 「저작권법」을 이 법에 우선하여 적용한다(제4조).

「콘텐츠산업진흥법」(법률 제10369호, 2010. 6. 10, 전부개정)

제2조 (정의) ① 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. "콘텐츠"란 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보를 말한다.
 2. "콘텐츠산업"이란 경제적 부가 가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 포함한다)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업을 말한다.
 3. "콘텐츠제작자"이란 창작·기획·개발·생산 등을 통하여 콘텐츠를 만드는 것을 말하며, 이를 전자적인 형태로 변환하거나 처리하는 것을 포함한다.
 4. "콘텐츠제작자"란 콘텐츠의 제작에 있어 그 과정의 전체를 기획하고 책임을 지는 자(이 자로부터 적법하게 그 지위를 양수한 자를 포함한다)를 말한다.
 5. "콘텐츠사업자"란 콘텐츠의 제작·유통 등과 관련된 경제활동을 영위하는 자를 말한다.
 6. "이용자"란 콘텐츠사업자가 제공하는 콘텐츠를 이용하는 자를 말한다.
 7. "기술적보호조치"란 콘텐츠제작자의 이익의 침해를 효과적으로 방지하기 위하여 콘텐츠에 적용하는 기술 또는 장치를 말한다.
- ② 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 제1항에서 정하는 것을 제외하고는 「저작권법」에서 정하는 바에 따른다. 이 경우 "저작물"은 "콘텐츠"로 본다.

제37조 (금지행위 등) ① 누구든지 정당한 권한 없이 콘텐츠제작자가 상당한 노력으로 제작하여 대통령령으로 정하는 방법에 따라 콘텐츠 또는 그 포장에 제작연월일, 제작자명 및 이 법에 따라 보호받는다라는 사실을 표시한 콘텐츠의 전부 또는 상당한 부분을 복제·배포·방송 또는 전송함으로써 콘텐츠제작자의 영업에 관한 이익을 침해하여서는 아니 된다. 다만, 콘텐츠를 최초로 제작한 날부터 5년이 지났을 때에는 그러하지 아니하다.

② 누구든지 정당한 권한 없이 콘텐츠제작자나 그로부터 허락을 받은 자가 제1항 본문의 침해행위를 효과적으로 방지하기 위하여 콘텐츠에 적용한 기술적보호조치를 회피·제거 또는 변경(이하 "무력화"라 한다)하는 것을 주된 목적으로 하는 기술·서비스·장치 또는 그 주요 부품을 제공·수입·제조·양도·대여 또는 전송하거나 이를 양도·대여하기 위하여 전시하는 행위를 하여서는 아니 된다. 다만, 기술적보호조치의 연구·개발을 위하여 기술적보호조치를 무력화하는 장치 또는 부품을 제조하는 경우에는 그러하지 아니하다.

③ 콘텐츠제작자가 제1항의 표시사항을 거짓으로 표시하거나 변경하여 복제·배포·방송 또는 전송한 경우에는 처음부터 표시가 없었던 것으로 본다.

제38조(손해배상 청구 등) ① 제37조제1항 본문 및 같은 조 제2항 본문을 위반하는 행위로 인하여 자신의 영업에 관한 이익이 침해되거나 침해될 우려가 있는 자는 그 위반행위의 중지 또는 예방 및 그 위반행위로 인한 손해의 배상을 청구할 수 있다. 다만, 제37조제1항 본문을 위반하는 행위에 대하여 콘텐츠제작자가 같은 항의 표시사항을 콘텐츠에 표시하지 아니한 경우에는 그러하지 아니하다.
 ② 법원은 손해의 발생은 인정되나 손해액을 산정하기 곤란한 경우에는 변론의 취지 및 증거조사 결과를 고려하여 상당한 손해액을 인정할 수 있다.

제40조(벌칙) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 1년 이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금에 처한다.
 1. 제37조제1항 본문을 위반하여 콘텐츠제작자의 영업에 관한 이익을 침해한 자
 2. 제37조제2항 본문을 위반하여 정당한 권한 없이 기술적보호조치의 무력화를 목적으로 하는 기술·서비스·장치 또는 그 주요 부품을 제공·수입·제조·양도·대여 또는 전송하거나 이를 양도·대여하기 위하여 전시하는 행위를 한 자
 ② 제1항의 죄는 고소가 있어야 공소를 제기할 수 있다.

2) 문화산업진흥기본법

「문화산업진흥기본법」은 문화산업이 국가의 주요 전략산업으로 부각됨에 따라 문화산업 발전에 대한 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제 발전에 이바지하도록 하기 위하여 1999년 제정되었다. 이 법에서는 ‘게임과 관련된 산업’을 문화산업으로 명시하고 있으며 게임은 이 법에 의하여 진흥의 대상이 된다.

2002년에는 문화산업의 범위에 디지털문화콘텐츠와 관련된 산업이 추가되었으며, 품질인증, 디지털문화콘텐츠에 관한 표준의 제정·고시 등 디지털문화콘텐츠의 온라인 유통을 지원할 수 있는 법적 근거가 마련되었다. 2006년에는 문화산업의 범위 및 콘텐츠 관련 정의 규정이 재정비되어 문화콘텐츠, 공공문화콘텐츠, 문화산업진흥지구 정의 규정이 신설되었으며, 문화산업에 만화, 에듀테인먼트 및 모바일문화콘텐츠 분야가 명시되었다. 또한 기존의 우수공예문화상품 관련 규정이 우수문화상품 전반으로 확대되었고, 지적재산권의 중요성이 강조되어 지적재산 보호사항이 추가되어 관련 사업의 법적 근거가 마련되었다. 그리고 문화산업진흥지구의 지정 및 조성지원에 관한 사항을 신설되었으며, 문화산업전문회사 관련 규정 신설로 문화산업과 관련된 업무를 전문으로 하는 문화

산업전문회사와 관련된 규정을 신설하여, 문화산업 분야 SPC(특수목적회사) 설립이 가능하게 되었다.

2009년에는 완성보증제도 도입, 공정거래질서의 구축을 위한 조치, 콘텐츠 가치평가 제도 도입, 우수문화프로젝트 및 우수문화사업자의 지정, 기업부설창작연구소 및 기업의 창작전담부서 인정제도를 도입, 한국콘텐츠진흥원 설립 등 대폭적인 개정이 있었다. 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 완성보증제정의 설치에 대해서 규정하였다(제10조의 2). 문화상품 제작의 완성은 불확실성이 높아 제작자가 금융기관 등으로부터 투자 또는 용자를 받는 데에 현실적인 어려움이 있었다. 따라서 문화상품 제작 완성에 대한 위험도를 낮추기 위하여 문화체육관광부장관은 문화상품 제작자가 문화상품을 유통하는 자에게 계약의 내용대로 완성하여 인도할 수 있도록 필요한 자금을 대출받아 부담하게 된 금전채무를 보증하는 완성보증제정을 설치할 수 있도록 한 것이다. 그 결과, 문화상품 투자위험도의 감소에 따라 투자 환경 조성 및 문화상품 제작 회계의 투명성을 높일 수 있을 것으로 기대된다.

둘째, 공정거래질서의 구축을 위한 조치에 대한 규정을 신설하였다(제12조의 2). 영화, 방송, 온라인콘텐츠, 모바일콘텐츠 등 문화산업 전반에 걸쳐 있는 대기업의 불공정 거래 관행의 개선이 요구됨

에 따라 문화산업과 관련한 표준약관 또는 표준계약서를 공정거래위원회 등과 협의하여 제·개정할 수 있게 하고, 문화산업 관련 사업자 등이 참여하는 협의체를 구성·운영할 수 있도록 하였다.

셋째, 우수문화프로젝트 및 우수문화사업자의 지정 등에 대하여 규정하였다(제15조의2 및 제15조의3). 문화상품에 대한 우수한 제작프로젝트 및 우수 문화상품 제작자를 선택적으로 육성·발굴하여 경쟁력 있는 문화상품을 적극 개발하고 독려할 필요가 있다. 이에 따라 문화체육관광부장관은 창작성 및 성공 가능성이 높은 문화상품 제작 프로젝트를 우수문화프로젝트로, 경제적·기술적 파급효과가 큰 문화상품 제작자 및 기술 개발자를 우수문화사업자로 각각 지정할 수 있도록 하였다.

넷째, 가치평가기관의 지정 등에 대하여 규정하였다(제16조의2 내지 제16조의4). 무형자산인 문화콘텐츠는 객관적 가치의 산정이 어려워 우수문화콘텐츠를 보유하고 있음에도 불구하고 자금조달이 어려운 경우가 많다. 이에 따라 문화상품의 사업성과 문화기술의 기술성에 관한 가치 평가를 전문적·효율적으로 수행하기 위하여 가치 평가 기관을 지정하도록 하고, 문화체육관광부장관이 가치평가 기관에 대하여 그 사업비용을 지원하거나 가치 평가를 받은 자에게 가치 평가 수수료를 지원할 수 있도록 하였다.

다섯째, 문화산업에 대한 창작개발을 활성화하기 위하여 인력 및 시설 등의 기준을 갖춘 기업의 연구기관이나 연구개발 전담부서를 기업부설창작연구소 및

기업의 창작전담부서로 인정할 수 있도록 하고, 문화체육관광부장관은 기업부설창작연구소 등의 운영에 필요한 지원을 할 수 있도록 하였다(제17조의3).

여섯째, 창작중소기업의 합병절차 간소화에 대하여 규정하였다(법 제17조의4). 창작중소기업의 경쟁력 강화를 위해서는 전략적 제휴 등의 활성화가 필요하다. 기업부설창작연구소를 보유한 주식회사인 비상장 중소기업(창작중소기업)을 주식회사인 비상장 벤처기업으로 보고 「벤처기업육성에 관한 특별조치법」의 합병절차 간소화 등의 특례를 적용하도록 하였다. 이는 문화콘텐츠를 창작하는 중소기업 규모 간의 전략적 제휴 등을 통한 기업의 대형화로 규모의 경제를 실현하고 투자금 회수 방법을 다양화할 수 있도록 한 것이다.

일곱째, 문화산업진흥지구를 벤처기업육성촉진지구로 간주하도록 하였다(제28조의3 제3항). 문화산업의 지역별 성장 거점을 구축하기 위하여 문화산업진흥지구를 「벤처기업육성에 관한 특별조치법」상의 벤처기업육성촉진지구로 보고 간접적으로 세제 지원을 받을 수 있도록 하였다.

여덟째, 공공기관 선진화방안에 따라 한국문화콘텐츠진흥원, 한국방송영상산업진흥원, 한국게임산업진흥원 등을 통합하여 한국콘텐츠진흥원을 설립하도록 하였다(제31조). 한편, 2009년 5월 21일이 법의 개정을 통하여 부처 중심의 책임행정체제를 확립하고 의사결정의 신속성을 높이기 위하여 문화산업진흥지구심의위원회와 한국문화산업진흥위원회가 폐지되었다.

「문화산업진흥기본법」(법률 제9677호, 2009. 5.21, 일부개정)

제1조 (목적) 이 법은 문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 정하여 문화산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. "문화산업"이란 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말하며, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 포함한다.
 - 가. 영화·비디오물과 관련된 산업
 - 나. 음악·게임과 관련된 산업
 - 다. 출판·인쇄·정기간행물과 관련된 산업
 - 라. 방송영상물과 관련된 산업
 - 마. 문화재와 관련된 산업
 - 바. 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일문화콘텐츠·디자인(산업디자인은 제외한다)·광고·공연·미술품·공예품과 관련된 산업
 - 사. 디지털문화콘텐츠, 사용자제작문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업
 - 아. 그 밖에 전통의상·식품 등 전통문화 자원을 활용하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 산업
2. "문화상품"이란 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성(이하 "문화적 요소"라 한다)이 체화(體化)되어 경제적 부가 가치를 창출하는 유형·무형의 재화(문화콘텐츠, 디지털문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠를 포함한다)와 그 서비스 및 이들의 복합체를 말한다.
3. "콘텐츠"란 부호·문자·음성·음향 및 영상 등의 자료 또는 정보를 말한다.
4. "문화콘텐츠"란 문화적 요소가 체화된 콘텐츠를 말한다.
5. "디지털콘텐츠"란 부호·문자·음성·음향 및 영상 등의 자료 또는 정보로서 그 보존 및 이용의 효율을 높일 수 있도록 디지털 형태로 제작하거나 처리한 것을 말한다.
6. "디지털문화콘텐츠"란 문화적 요소가 체화된 디지털콘텐츠를 말한다.
7. "멀티미디어콘텐츠"란 부호·문자·음성·음향 및 영상 등과 관련된 미디어를 유기적으로 복합시켜 새로운 표현기능 및 저장기능을 갖게 한 콘텐츠를 말한다.
8. "공공문화콘텐츠"란 「공공기관의 정보공개에 관한 법률」 제2조제3호에 따른 공공기관 및 「박물관 및 미술관 진흥법」 제3조에 따른 국립 박물관, 국립 박물관, 국립 미술관, 공립 미술관 등에서 보유·제작 또는 관리하고 있는 문화콘텐츠를 말한다.
9. "에듀테인먼트"란 문화콘텐츠를 유기적으로 복합시켜 기획 및 제작된 것으로 교육적으로 활용될 수 있는 것을 말한다.
10. "문화산업전문투자조합"(이하 "투자조합"이라 한다)이란 「중소기업창업 지원법」 제20조 및 「여성전문금융업법」 제41조제3항에 따른 조합으로서 그 자산 중 대통령령으로 정하는 비율 이상을 창업자 또는 제작자에게 투자하는 조합을 말한다.
11. "제작"이란 기획·개발·생산 등의 일련의 과정을 통하여 유형·무형의 문화상품을 만드는 것을 말하며 디지털화 등 전자적인 형태로 변환하거나 처리하는 것을 포함한다.
12. "제작자"란 문화상품을 제작하는 개인·법인·투자조합 등을 말한다.
13. "문화산업원성보증"(이하 "원성보증"이라 한다)이란 문화상품의 제작자가 문화상품을 유통하는 자에게 계약의 내용대로 원성하여 인도(引渡)할 수 있도록 대통령령으로 정하는 금융기관 등으로부터 필요한 자금의 대출·금부(給付) 등을 받음으로써 부담하는 채무를 보증하는 것을 말한다.
14. "유통"이란 문화상품이 제작자로부터 소비자에게 전달되는 과정을 말하며 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제1호에 따른 정보통신망(이하 "정보통신망"이라 한다)을 통한 것을 포함한다.
15. "유통전문회사"란 문화상품의 원활한 유통과 물류비용의 절감을 위하여 설립된 회사로서 제14조에 따라 문화체육관광부장관 또는 특별시장·광역시장·도지사·특별자치도지사(이하 "시·도지사"라 한다)에게 신고한 회사를 말한다.
16. "가치평가"란 문화상품 또는 문화기술(문화상품의 제작에 사용되는 기법이나 기술)을 말한다. 이하 같다의 사업화를 통하여 발생하거나 발생할 수 있는 경제적 가치를 가액(價額)·등급 또는 점수 등으로 표현하는 것을 말한다.
17. "문화산업진흥시설"이란 문화산업 관련 사업자와 그 지원시설 등을 집단적으로 유치함으로써 문화산업 관련 사업자의 활동을 지원하기 위한 시설로 제21조제1항에 따라 지정된 시설물을 말한다.
18. "문화산업단지"란 기업·대학·연구소·개인 등이 공동으로 문화산업과 관련한 연구개발·기술훈련·정보교류·공동제작 등을 할 수 있도록 조성한 토지·건물·시설의 집합체로 제24조제2항에 따라 지정·개발된 산업단지를 말한다.
19. "문화산업진흥지구"란 문화산업 관련 기업 및 대학, 연구소 등의 밀집도가 다른 지역보다 높은 지역으로서 집적화를 통한 문화산업 관련 기업 및 대학, 연구소 등의 영입활동·연구개발·인력양성·공동제작 등을 장려하고 촉진하기 위하여 제28조의2에 따라 지정된 지역을 말한다.
20. "방송영상독립제작사"(이하 "독립제작사"라 한다)란 방송영상물을 제작하여 「방송법」에 따른 방송사업자·중계유선방송사업자·음악유선방송사업자·전광판방송사업자 또는 외국방송사업자(이하 "방송사업자등"이라 한다)에게 제공하는 사업을 하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 문화체육관광부장관에게 신고한 자를 말한다.
21. "문화산업전문회사"란 회사의 자산을 문화산업의 특정 사업에 운용하고 그 수익을 투자자·사원·주주에게 배분하는 회사를 말한다.

3) 소프트웨어산업진흥법

「소프트웨어산업진흥법」은 소프트웨어산업의 진흥을 위한 법이다. 이 법은 소프트웨어산업의 진흥에 필요한 사항을 정하여 소프트웨어산업 발전의 기반을 조성하고 소프트웨어산업의 경쟁력을 강화함으로써 국민생활의 향상과 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다. 게임물은 콘텐츠며, 게임 구현 방식의 수단으로 사용되는 것은 주로 소프트웨어이다. 따라서 게임 소프트웨어 등은 소프트웨어산업진흥법에서 정하고 있는 지원대상이 되는 산업이다.

이 법에서 규정하고 있는 소프트웨어라 함은 “컴퓨터·통신·자동화 등의 장비와 그 주변장치에 대하여 명령·제어·입력·처리·저장·출력·상호작용이 가능하도록 하게 하는 지시·명령(음성이나 영상정보 등을 포함한다)의 집합과 이를 작성하기 위하여 사용된 기술서 기타 관련 자료”로 정의하고 있다. 그리고 소프트웨어산업이란 “소프트웨어의 개발·제작·생산·유통 등과 이에 관련된 서비스 및 「전자정부법」 제2조 제13호의 규정에 의한 정보시스템의 구축·운영 등과 관련된 산업”으로 정의 내리고 있다.

2008년 개정을 통하여 국가기관 등이 소프트웨어 사업을 추진함에 있어 그 과업 내용 변경의 적절성 등을 심의하기 위하여 ‘소프트웨어사업과업변경심의위원회’를 설치·운영하도록 하고, 소프트

웨어사업자가 국가기관 등으로부터 도급을 받은 사업 중 일부를 예외적으로 다른 사업자에게 하도급하려는 때에는 국가기관 등의 장의 서면 승낙을 받도록 하였다.

또한 ‘소프트웨어기술자 신고제도’를 도입하여 소프트웨어기술자는 근무처·경력·학력 및 자격 등의 관리에 필요한 사항을 신고·변경신고할 수 있고, 정보통신부장관은 그 신고·변경신고 기록을 유지·관리하여야 한다. 소프트웨어기술자는 소프트웨어기술자의 근무처 및 경력 등에 관한 증명서 발급을 신청할 수 있도록 하여 공공기관이 소프트웨어사업자를 선정할 때에 소프트웨어사업자가 채용한 기술 인력에 대한 공신력 있는 검증이 가능하게 하고, 소프트웨어기술자의 국내·외 취업 시 객관적인 경력증명이 용이하게 이루어지도록 하였다.

2009년 개정을 통해 소프트웨어사업자들에게 보다 정확한 정보를 제공하기 위하여 소프트웨어 구매 수요 정보와 소프트웨어사업 추진 계획의 제출 및 공개 횟수를 늘리고, 국가기관 등의 소프트웨어 제품의 분리발주에 관한 법률적 근거를 마련했다. 분리발주가 제대로 수행될 수 있도록 분리발주에 관한 정보를 소프트웨어사업자에게 공개하도록 하였으며, 소프트웨어산업분쟁조정위원회와 그 위원회에 따른 분쟁조정제도를 정부위원회 정비계획에 따라 폐지하였다.

「소프트웨어산업진흥법」(법률 제10012호, 2010. 2. 4, 타법개정)

제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. (개정 2007.12.21, 2010.2.4)

1. “소프트웨어”라 함은 컴퓨터·통신·자동화 등의 장비와 그 주변장치에 대하여 명령·제어·입력·처리·저장·출력·상호작용이 가능하도록 하게 하는 지시·명령(음성이나 영상정보 등을 포함한다)의 집합과 이를 작성하기 위하여 사용된 기술서 기타 관련 자료를 말한다.
2. “소프트웨어산업”이라 함은 소프트웨어의 개발·제작·생산·유통 등과 이에 관련된 서비스 및 「전자정부법」 제2조제13호의 규정에 의한 정보시스템의 구축·운영 등과 관련된 산업을 말한다.

3. "소프트웨어사업"이라 함은 소프트웨어산업과 관련된 경제활동을 말한다.
4. "소프트웨어사업자"라 함은 소프트웨어사업을 영위하는 자를 말한다.
5. "소프트웨어기술자"란 「국가기술자격법」에 따라 정보처리 분야의 기술자격을 취득한 자 또는 소프트웨어 기술 분야에서 대통령령으로 정하는 학력이나 경력을 가진 자를 말한다.
6. "소프트웨어프로세스"란 소프트웨어를 개발하고 유지·보수하기 위하여 사용하는 일련의 방법·절차·활동 등을 말한다.
7. "소프트웨어진흥시설"이라 함은 소프트웨어사업자와 그 지원시설 등을 집단적으로 유치함으로써 소프트웨어사업자의 영업활동을 지원하기 위하여 제5조의 규정에 의하여 지정된 시설물을 말한다.
8. "소프트웨어진흥단지"라 함은 소프트웨어사업자와 그 지원시설 등을 집단적으로 유치함으로써 소프트웨어사업자의 영업활동을 지원하기 위하여 제6조의 규정에 의하여 지정·조성된 지역을 말한다.

4) 이러닝산업발전법

「이러닝산업발전법」은 전자적 수단·정보통신 및 전파·방송기술을 활용하여 이루어지는 학습인 "이러닝(e-learning)"과 관련된 산업을 제도적·정책적으로 육성하여 전통적인 교육방식을 인터넷 등을 기반으로 한 수요자 중심의 학습으로 전환하도록 하기 위하여 2004년 제정되었다.

이 법에서 이러닝콘텐츠란 "전자적 방식으로 처리된 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지·영상 등의 이러닝과 관련된 정보나 자료"라고 정의하고 있으므로, 이러닝에서 교육용 게임 등을 활용하는 경우 이 법의 지원 대상이 될 수 있다.

이 법은 정의규정에서 이러닝, 이러닝콘텐츠, 이러닝산업, 이러닝 사업자에 대해서 규정하고 있으며(제2조 제1호 내지 제4호), 창업의 활성화(제12조), 품질인증(제13조)과 관련된 규정을 두고 있

며, 지역공공서비스의 제공 대행 등을 위하여 이러닝 센터를 지정할 수 있도록 하고 있다(제20조). 이러닝의 보급 확대를 위하여 공공기관 및 기업에서 저작권이 소멸되어 무상으로 이용할 수 있는 정보인 "자유이용정보"의 이용활성화 지원 방안을 마련하도록 하고 있다(제23조). 또한, 이용자 보호를 위하여 소비자보호시책의 수립 및 소비자피해의 예방과 구제(제25조 및 제26조)에 대한 규정을 두고 있다. 이 법 또한 지적재산권의 보호에 대한 규정도 있다(제21조).

한편, 2009년 개정으로 책임행정체제를 확립하고 의사결정의 신속성을 높이기 위하여 정부위원회 정비계획에 따라 국무총리 소속하에 두는 이러닝산업발전위원회를 지식경제부에 두도록 하고, 이러닝산업발전실무위원회를 폐지하였다.

「이러닝(전자학습)산업발전법」(법률 제9685호, 2009. 5.21, 타법개정)

제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. (개정 2009.4.1)

1. "이러닝"이라 함은 전자적 수단, 정보통신 및 전파·방송기술을 활용하여 이루어지는 학습을 말한다.
2. "이러닝콘텐츠"라 함은 전자적 방식으로 처리된 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지·영상 등의 이러닝과 관련된 정보나 자료를 말한다.
3. "이러닝산업"이라 함은 다음 각목에 해당하는 업을 말한다.
가. 이러닝콘텐츠 및 이러닝콘텐츠 운용소프트웨어의 연구·개발·제작·수정·보관·전시 또는 유통하는 업
나. 이러닝의 수행·평가·자문과 관련된 서비스업

- 다. 그 밖에 이러닝을 수행하는데 필요하다고 대통령령이 정하는 업
- 4. "이러닝사업자"라 함은 이러닝산업과 관련된 경제활동을 영위하는 자로 대통령령이 정하는 자를 말한다.
- 5. "자유이용정보"라 함은 저작권법 제10조의 규정에 의한 저작권이 소멸되어 무상으로 이용할 수 있는 교육·학술·문화·산업·과학기술 등에 관한 지식이나 정보를 말한다.
- 6. "공공정보"라 함은 공공기관이 직무상 작성 또는 취득하여 관리하고 있는 문서·도면·사진·필름·테이프·슬라이드 및 컴퓨터에 의하여 처리되는 매체 등에 기록된 사항을 말한다.
- 7. "공공기관"이란 국가, 지방자치단체, 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관, 그 밖에 대통령령으로 정하는 기관을 말한다.

5) 조세특례제한법

「조세특례제한법」은 조세의 감면 또는 중과 등 조세특례와 이의 제한에 관한 사항을 규정하여 과세의 공평을 기하고 조세정책을 효율적으로 수행하기 위하여 1999년 「조세감면규제법」이 전면 개정됨에 따라 「조세특례제한법」으로 명칭이 바뀌었다. 그간 조세특례제한법은 콘텐츠산업 분야에 있어서도 소득세, 법인세 등에 대한 혜택을 부여하였다.

특히 법 제26조에서 임시 투자세액 공제에 대해 규정하고 있으며, 이는 투자 촉진을 통한 경기 활성화를 지원하기 위해 제조업, 정보처리업 등 27개 업종의 기업이 기계장치 등 설비에 투자하는 경우 투자금액의 일정 비율(10%)을 납부할 소득세 또는 법인세에서 공제하는 제도다. 문화산업 중 일부(출판업, 영상·오디오 기록물 제작 및 배급업(비디오물 감상실 운영업 제외), 방송업 등)가 그 대상에 포함되는데, 게임산업은 2008년 2월 한국표준산업분류 9차 개정에 따라 '출판업'에 포함되면서 임시

투자세액 공제 대상에 포함될 수 있게 되었다.

또한 법 제6조의 창업 중소기업 세액감면 제도는 창업 후 3년 이내의 중소기업 또는 벤처기업에 대해 법인세액의 50%를 감면해 주는 강력한 지원제도를 규정하고 있다. 여기서 창업중소기업과 창업벤처중소기업의 범위에 '출판업'이 포함되어 있으므로 이 역시 게임산업이 포괄되어 본 법에 의하여 세제상의 혜택의 대상이 된다.

한편, 2010년 1월 「조세특례제한법」의 대폭적인 개정이 있었다. 게임산업과 관련한 것으로는 「조세특례제한법 시행규칙」 제7조 제1항 제2호의 신설에 따라 「문화산업진흥기본법 시행규칙」 제11조의 6에 따라 "인정받은 기업부설창작연구소 또는 기업창작전담부서로서 문화체육관광부장관의 추천을 받아 기획재정부장관이 문화산업의 연구 개발 활동 여부를 고려하여 고시하는 연구소 또는 전담부서"는 「조세특례제한법」 제10조의 "연구·인력개발비에 대한 세액공제" 규정에 따라 내국인이 각 과세연도에 연구·인

「조세특례제한법」〈법률 제10285호, 2010. 5.14, 일부개정〉

제6조 (창업중소기업등에 대한 세액감면) ② 「벤처기업육성에 관한 특별조치법」 제2조제1항에 따른 벤처기업(이하 "벤처기업"이라 한다) 중 대통령령으로 정하는 기업으로서 창업 후 3년 이내에 같은 법 제25조에 따라 2012년 12월 31일까지 벤처기업으로 확인받은 기업(이하 "창업벤처중소기업"이라 한다)의 경우에는 그 확인받은 날 이후 최초로 소득이 발생한 과세연도(벤처기업으로 확인받은 날부터 5년이 되는 날이 속하는 과세연도까지 해당 사업에서 소득이 발생하지 아니하는 경우에는 5년이 되는 날이 속하는 과세연도)와 그 다음 과세연도의 개시일로부터 3년 이내에 끝나는 과세연도까지 해당 사업에서 발생한 소득에 대한 소득세 또는 법

인세의 100분의 50에 상당하는 세액을 감면한다. 다만, 제1항을 적용받는 경우는 제외하며, 감면기간 중 벤처기업의 확인이 취소된 경우에는 취소일이 속하는 과세연도부터 감면을 적용하지 아니한다.

③ 창업중소기업과 창업벤처중소기업의 범위는 다음 각 호의 업종을 경영하는 중소기업으로 한다.

- 1~4. 생략
5. 출판업
6. 영상·오디오 기록물 제작 및 배급업(비디오물 감상실 운영업은 제외한다)
7. 방송업
8. 전기통신업
9. 컴퓨터 프로그래밍, 시스템통합 및 관리업
10. 정보서비스업(뉴스제공업은 제외한다)
- 11~22. 생략

제7조(중소기업에 대한 특별세액감면) ① 중소기업 중 다음 제1호의 감면업종을 영위하는 기업에 대하여는 2011년 12월 31일 이전에 끝나는 과세연도까지 해당 사업장에서 발생한 소득에 대한 소득세 또는 법인세에 제2호의 감면비율을 적용하여 산출한 세액 상당액을 감면한다. 다만, 내국법인의 본점 또는 주사무소가 수도권 안에 소재하는 경우에는 모든 사업장이 수도권안에 소재하는 것으로 보아 제2호에서 규정하는 감면비율을 적용한다.

1. 감면업종
 - 가. ~자. 생략
 - 차. 출판업
 - 카. 영화·비디오물 및 방송프로그램 제작업, 영화비디오물 및 방송프로그램 제작 관련 서비스업, 영화비디오물 및 방송프로그램 배급업, 오디오물 출판 및 원판녹음업
 - 타. ~파. 생략
 - 하. 컴퓨터프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업
 - 거. 정보서비스업
 - 너. 연구개발업
 - 더. ~노. 생략
2. 감면비율
 - 가. 대통령령으로 정하는 소기업(이하 이 조에서 "소기업"이라 한다)이 도매 및 소매업, 의료업, 자동차정비업 및 관광사업(이하 이 조에서 "도매업등"이라 한다)을 영위하는 사업장 : 100분의 10
 - 나. 소기업이 수도권안에서 제1호의 규정에 의한 감면업종 중 도매업등을 제외한 업종을 영위하는 사업장 : 100분의 20
 - 다. 소기업이 수도권외의 지역에서 제1호의 규정에 의한 감면업종 중 도매업등을 제외한 업종을 영위하는 사업장 : 100분의 30
 - 라. 소기업을 제외한 중소기업(이하 이 조에서 "중기업"이라 한다)이 수도권외의 지역에서 도매업등을 영위하는 사업장 : 100분의 5
 - 마. 중소기업의 사업장으로서 수도권안에서 대통령령이 정하는 지식기반산업을 영위하는 사업장 : 100분의 10
 - 바. 중소기업이 수도권외의 지역에서 제1호의 규정에 의한 감면업종 중 도매업등을 제외한 업종을 영위하는 사업장 : 100분의 15
- ② 제1항을 적용받으려는 내국인은 대통령령으로 정하는 바에 따라 감면신청을 하여야 한다.

제26조(임시투자 세액공제) ① 정부가 경기조절을 위하여 필요하다고 인정할 때에는 대통령령으로 정하는 투자(중고품에 의한 투자는 제외한다. 이하 이 조에서 같다)를 한 금액의 100분의 10을 초과하지 아니하는 범위에서 대통령령으로 정하는 율을 곱하여 계산한 금액을 대통령령으로 정하는 과세연도의 소득세(사업소득에 대한 소득세에만 해당한다) 또는 법인세에서 공제한다.

「조세특례제한법 시행령」〈대통령령 제22235호, 2010. 6.29, 타법개정〉

제23조(임시투자세액공제) ① 법 제26조제1항에서 "대통령령으로 정하는 투자"란 농업, 축산업, 어업, 광업, 제조업, 하수·폐기물처리(재활용을 포함한다)·원료재생 및 환경복원업, 건설업, 도매 및 소매업, 출판업, 영상·오디오 기록물 제작 및 배급업(비디오물 감상실 운영업은 제외한다), 방송업, 전기통신업, 컴퓨터프로그래밍·시스템통합 및 관리업, 뉴스제공업, 그 밖의 과학기술서비스업, 연구개발업, 포장 및 충전업, 전문디자인업, 창작 및 예술관련 서비스업, 수리업, 광고업, 기타 개인서비스업, 엔지니어링사업, 물류산업, 교육서비스업(컴퓨터학원에 한정한다), 「의료법」에 따른 의료기관을 운영하는 사업, 「관광진흥법」에 따라 등록된 관광숙박업·국제회의기획업·전문휴양업·종합휴양업 및 유원시설업, 「노인복지법」에 따른 노인복지시설을 운영하는 사업을 영위하는 내국인이 2010년 12월 31일까지 기획재정부령으로 정하는 사업용자산(이하 이 조에서 "사업용자산"이라 한다)에 해당하는 시설을 새로이 취득하여 사업에 사용하기 위한 투자(수도권과밀억제권역 밖에 있는 사업용자산에 대한 투자만 해당한다)를 말한다. <개정 2008.12.31, 2009.4.21, 2009.6.19, 2010.2.18>

「조세특례제한법 시행규칙」(기획재정부령 제157호, 2010. 6. 8, 일부개정)

제7조 (연구 및 인력개발비의 범위) ①영 제8조제1항에 따른 영 별표 6의 제1호가목에서 "전담부서"란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 연구소 및 전담부서(이하 "일반연구인력개발 전담부서"라 한다)를 말한다. <개정 2008.4.29, 2009.4.7, 2009.8.28, 2010.4.20>

1. (생략)
2. 「문화산업진흥기본법 시행규칙」 제11조의6에 따라 인정받은 기업부설창작연구소 또는 기업창작전담부서로서 문화체육관광부장관의 추천을 받아 기획재정부장관이 문화산업의 연구개발활동 여부를 고려하여 고시하는 연구소 또는 전담부서

력개발비가 있는 경우, 해당 과세연도의 소득세 또는 법인세의 일부를 공제받을 수 있게 되었다.

3. 보호법

1) 저작권법

(1) 개관

게임은 프로그램저작물, 영상저작물, 시나리오와 같은 어문저작물, 캐릭터, 아바타, 배경 등과 같은 미술저작물, 음악, 음향 등과 음악저작물 등 다양한 콘텐츠가 유기적으로 융합되어 있는 종합적 콘텐츠로서 저작권법의 보호를 받는다. 「저작권법」은 연혁적으로 창작 행위에 대한 보호 체계를 형성해 온 것이었기 때문에 창작성 있는 콘텐츠 제작자들의 보호법제의 근간이라고 볼 수 있을 것이다. 특히 게임의 불법복제 등과 관련하여서는 「저작권법」에 대한 보호가 필수적이라고 할 것이다.

「저작권법」은 저작물을 창작한 저작자의 권리인 저작권과 이에 인접하는 권리인 저작인접권을 보호하고 저작물의 공정한 이용을 도모함으로써 문화 및 관련 산업의 발전에 이바지 하는 것을 목적으로 한다. 2003년 개정 「저작권법」에서는 창작성 보호의 예외로 데이터베이스 제작자에게 복제·배포·방송 및 전송권을 5년간 부여함과 동시에 온라인 서비스제공자(OSP)의 책임, WIPO 저작권조약을 수

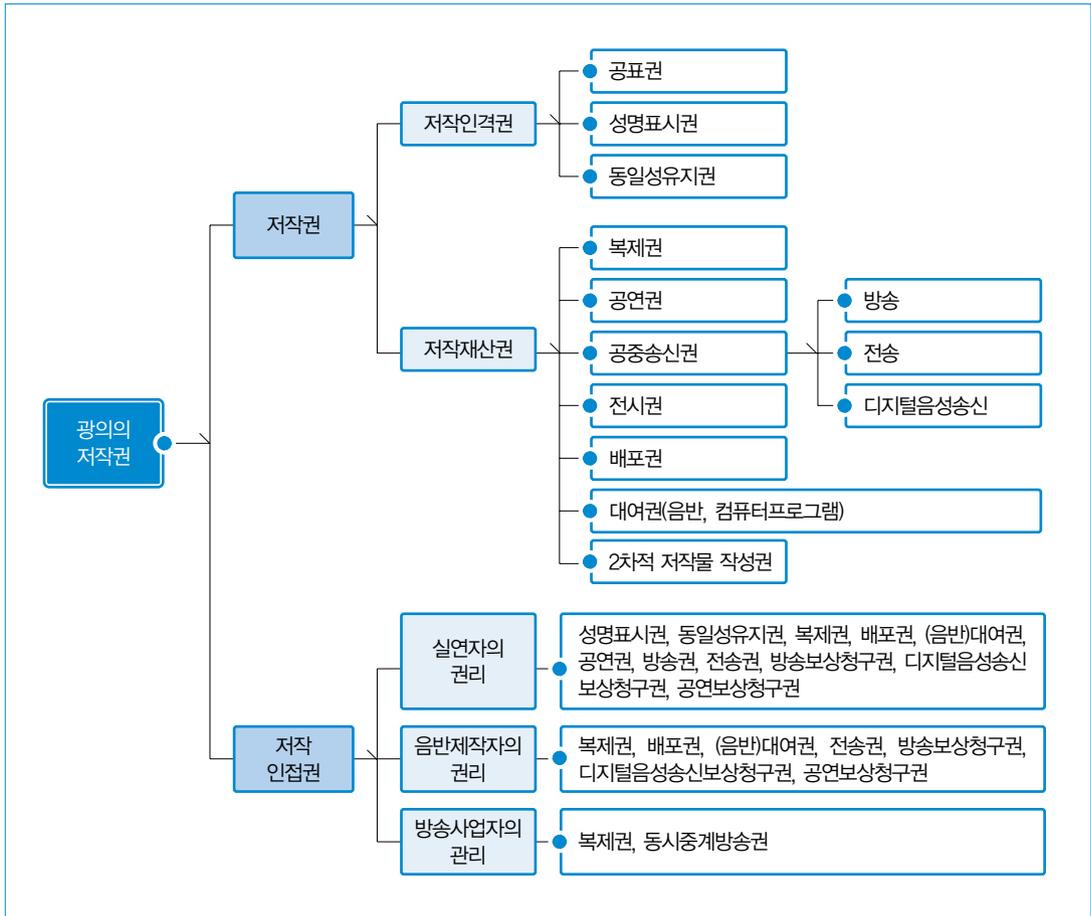
용한 기술보호조치와 권리관리정보의 보호 등이 정비되었다. 아울러 2004년 개정 「저작권법」에서는 실연자 및 음반제작자에게 전송권이 부여되었다.

2006년에는 「저작권법」의 전면 개정이 있었다. 개정법에서는 공중송신·디지털음성송신 개념을 신설, 보호받는 음반의 범위 확대, 실연자 인격권 도입, 실연자의 배포권 및 공연권 신설, 실연자 및 음반제작자의 방송보상청구권 관련 규정 개정 및 디지털 음성송신 보상청구권 신설, P2P 서비스 등 다른 사람들 상호 간에 저작물을 복제·전송하도록 하는 사업자에게 필요한 기술적 조치를 하도록 하는 등 특수한 유형의 온라인서비스 제공자의 의무 신설, 친고죄였던 영리·상습적 침해를 비친고죄화 하는 등의 내용을 담고 있다.

2009년에는 「컴퓨터프로그램보호법」이 「저작권법」에 통합되었으며, 온라인상의 불법복제를 효과적으로 근절하기 위하여 온라인상에서 불법복제물을 반복적으로 전송하는 자의 개인 계정의 정지를 명하고, 전송된 불법복제물을 게시하는 게시판의 서비스 정지를 명할 수 있는 근거 등을 마련하였다. 또한 실연자 및 음반제작자에 대하여 공연보상청구권을 부여하였다.

저작권을 침해하는 경우 저작재산권은 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금, 저작인격권은 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금에 처해질 수 있다.

그림 6-3-01 저작권 개요



(2) 온라인서비스제공자의 책임

저작권법상 ‘온라인서비스제공자(OSP: Online Service Provider)’란 다른 사람들이 저작물 등을 정보통신망을 통하여 복제·전송할 수 있도록 하는 서비스를 제공하는 자를 말하며, 일정한 경우 온라인서비스제공자의 책임을 제한하는 규정을 마련하고 있다. 즉, 온라인서비스제공자가 관련된 서비스에서 제3자에 의한 복제·전송으로 저작권 등의 권리가 침해된다는 사실을 알고 복제·전송을 방지하거나 중단시킨 경우 저작권 등의 침해에 관한 온라인서비스제공자의 책임을 감경 또는 면제할 수 있

으며, 복제·전송을 중단시키고자 하였으나 기술적으로 불가능한 경우에는 책임이 면제된다.

자신의 저작권 등이 침해됨을 주장하는 자는 서비스 중단을 요구할 수 있으며, 이 경우 온라인서비스 제공자는 당해 저작물 등을 복제·전송하는 자에게 즉시 통보하여야 하며, 당해 통보를 받은 복제·전송자는 정당한 권리에 의한 것임을 소명하여 서비스 재개를 요구할 수 있다. 권리주장자와 복제·전송자는 정당한 권한 없는 서비스 중단 내지 재개 요구에 따른 손해를 배상하여야 하며, 일련의 절차를 밟고 이러한 사실들을 서비스이용자들에게 공지한 경우

온라인서비스제공자의 저작권 침해에 대한 책임은 감경 또는 면제될 수 있다.

2006년 개정법에서는 다른 사람들 상호 간에 컴퓨터 등을 이용하여 저작물 등을 전송하도록 하는 것을 주된 목적으로 하는 온라인서비스제공자는 권리자의 요청이 있는 경우 당해 저작물 등의 불법적인 전송을 차단하는 기술적인 조치 등 필요한 조치를 강제하는 내용의 특수한 유형의 온라인서비스제공자의 의무를 신설하였다(제104조). '다른 사람들 상호 간에 컴퓨터 등을 이용하여 저작물 등을 전송하도록 하는 것을 주된 목적으로 하는 서비스제공자'는 P2P 서비스업자를 염두에 둔 것이다. P2P는 사용자들 간의 자유로운 파일(저작물) 교환(전송)을 주된 목적으로 하므로 앞으로 권리자들의 요청이 있을 경우 자신의 저작물이 더 이상 공유되지 못하도록 기술적인 조치 등 대통령령이 정한 보호 조치를 취하도록 강제하였다. 이러한 조치를 취하지 않는 서비스업체는 3천만원 이하의 과태료에 처하게 된다(제142조).

(3) 불법복제물 등의 삭제명령 등

2009년 저작권법 개정으로 불법 복제·전송자에 대한 경고 및 불법복제물의 삭제 또는 전송 중단, 반복적인 불법 복제·전송자에 대한 계정 정지, 불법복제물 유통 게시판의 서비스 정지를 주요 내용으로 하는 소위 '3진 아웃제'가 실시되었다.

먼저 복제·전송자에 대한 경고 및 불법복제물의 삭제 또는 전송 중단과 관련하여, 온라인을 통하여

불법복제물, 기술적 보호 조치를 무력화하는 프로그램 및 이들의 위치 정보 등이 유통되는 것을 확인한 경우에는 직권 또는 해당 권리자의 신고에 의해 온라인서비스제공자(OSP)에 대하여 복제물의 삭제 또는 전송을 중단시킬 것과 해당 불법복제물 전송자에게 경고 조치할 것을 문화체육관광부장관이 명할 수 있도록 하였다.

반복적인 불법 복제·전송자에 대한 계정 정지와 관련하여서는 불법복제물 등의 전송으로 인하여 이미 3회 경고를 받은 복제·전송자가 다시 불법복제물을 전송한 경우에는 해당 복제·전송자의 계정을 6개월 이내의 기간 동안 정지하도록 문화체육관광부장관이 명할 수 있도록 하였다.

불법복제물 유통 게시판의 서비스 정지와 관련하여, 상업적 이익이나 이용 편의를 제공하는 게시판에 수록된 게시물에 대해 3회 이상 삭제 또는 중단 명령이 내려지고, 해당 게시판의 형태, 불법 복제물의 수량, 불법 복제물의 성질 등에 비추어 볼 때 해당 게시판이 불법 복제물을 유통시키고자 하는 의도가 명백한 경우에는 한국저작권위원회의 심의를 거쳐 문화체육관광부장관이 6개월 이내의 기간을 정하여 서비스 정지를 명할 수 있도록 하였다.

단, 적법한 자료를 올린 선량한 게시판 이용자들이 해당 자료를 확보할 수 있는 기회를 제공하기 위하여 게시판이 정지된다는 사실을 10일 동안 OSP의 홈페이지와 해당 게시판을 통하여 공지하여야 하며, OSP와 게시판 운영자에게 의견 제출의 기회

● 「저작권법」(법률 제9785호, 2009. 7.31, 타법개정)

제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. (개정 2009.4.22)

1. "저작물"은 인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물을 말한다.
2. "저작자"는 저작물을 창작한 자를 말한다.

● 제4조 (저작물의 예시 등) ①이 법에서 말하는 저작물을 예시하면 다음과 같다.

1. 소설·시·논문·강연·연설·각본 그 밖의 어문저작물
 2. 음악저작물
 3. 연극 및 무용·무언극 그 밖의 연극저작물
 4. 회화·서예·조각·판화·공예·응용미술저작물 그 밖의 미술저작물
 5. 건축물·건축을 위한 모형 및 설계도서 그 밖의 건축저작물
 6. 사진저작물(이와 유사한 방법으로 제작된 것을 포함한다)
 7. 영상저작물
 8. 지도·도표·설계도·약도·모형 그 밖의 도형저작물
 9. 컴퓨터프로그램저작물
- ② 삭제 (2009.4.22)

제5조 (2차적저작물) ①원저작물을 번역·편곡·변형·각색·영상제작 그 밖의 방법으로 작성한 창작물(이하 "2차적저작물"이라 한다)은 독자적인 저작물로서 보호된다.
 ②2차적저작물의 보호는 그 원저작물의 저작자의 권리에 영향을 미치지 아니한다.

제6조 (편집저작물) ①편집저작물은 독자적인 저작물로서 보호된다.
 ②편집저작물의 보호는 그 편집저작물의 구성부분이 되는 소재의 저작권 그 밖에 이 법에 따라 보호되는 권리에 영향을 미치지 아니한다.

제104조 (특수한 유형의 온라인 서비스제공자의 의무 등) ①다른 사람 상호 간에 컴퓨터를 이용하여 저작물등을 전송하도록 하는 것을 주된 목적으로 하는 온라인서비스제공자(이하 "특수한 유형의 온라인서비스제공자"라 한다)는 권리자의 요청이 있는 경우 해당 저작물등의 불법적인 전송을 차단하는 기술적인 조치 등 필요한 조치를 하여야 한다. 이 경우 권리자의 요청 및 필요한 조치에 관한 사항은 대통령령으로 정한다. (개정 2009.4.22)
 ②문화체육관광부장관은 제1항의 규정에 따른 특수한 유형의 온라인서비스제공자의 범위를 정하여 고시할 수 있다. (개정 2008.2.29)

제133조의2 (정보통신망을 통한 불법복제물등의 삭제명령 등) ①문화체육관광부장관은 정보통신망을 통하여 저작권이나 그 밖에 이 법에 따라 보호되는 권리를 침해하는 복제물 또는 정보, 기술적 보호조치를 무력하게 하는 프로그램 또는 정보(이하 "불법복제물등"이라 한다)가 전송되는 경우에 위원회의 심의를 거쳐 대통령령으로 정하는 바에 따라 온라인서비스제공자에게 다음 각 호의 조치를 할 것을 명할 수 있다.

1. 불법복제물등의 복제·전송자에 대한 경고
 2. 불법복제물등의 삭제 또는 전송 중단
- ② 문화체육관광부장관은 제1항제1호에 따른 경고를 3회 이상 받은 복제·전송자가 불법복제물등을 전송한 경우에 위원회의 심의를 거쳐 대통령령으로 정하는 바에 따라 온라인서비스제공자에게 6개월 이내의 기간을 정하여 해당 복제·전송자의 계정(온라인서비스제공자가 이용자를 식별·관리하기 위하여 사용하는 이용권한 계정(이메일 전송계정은 제외한다))을 말하며, 해당 온라인서비스제공자가 부여한 다른 계정을 포함한다을 정지할 것을 명할 수 있다.
- ③ 제2항에 따른 명령을 받은 온라인서비스제공자는 해당 복제·전송자의 계정을 정지하기 7일 전에 대통령령으로 정하는 바에 따라 해당 계정이 정지된다는 사실을 해당 복제·전송자에게 통지하여야 한다.
- ④ 문화체육관광부장관은 온라인서비스제공자의 정보통신망에 개설된 게시판(정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률, 제2조제1항제9호의 게시판 중 상업적 이익 또는 이용 편의를 제공하는 게시판을 말한다. 이하 같다) 중 제1항제2호에 따른 명령이 3회 이상 내려진 게시판으로서 해당 게시판의 형태, 게시되는 복제물의 양이나 성격 등에 비추어 해당 게시판이 저작권 등의 이용질서를 심각하게 훼손한다고 판단되는 경우에는 위원회의 심의를 거쳐 대통령령으로 정하는 바에 따라 온라인서비스제공자에게 6개월 이내의 기간을 정하여 해당 게시판 서비스의 전부 또는 일부의 정지를 명할 수 있다.
- ⑤ 제4항에 따른 명령을 받은 온라인서비스제공자는 해당 게시판의 서비스를 정지하기 10일 전부터 대통령령으로 정하는 바에 따라 해당 게시판의 서비스가 정지된다는 사실을 해당 온라인서비스제공자의 인터넷 홈페이지 및 해당 게시판에 게시하여야 한다.
- ⑥ 온라인서비스제공자는 제1항에 따른 명령을 받은 경우에는 명령을 받은 날부터 5일 이내에, 제2항에 따른 명령을 받은 경우에는 명령을 받은 날부터 10일 이내에, 제4항에 따른 명령을 받은 경우에는 명령을 받은 날부터 15일 이내에 그 조치결과를 대통령령으로 정하는 바에 따라 문화체육관광부장관에게 통보하여야 한다.
- ⑦ 문화체육관광부장관은 제1항, 제2항 및 제4항의 명령의 대상이 되는 온라인서비스제공자와 제2항에 따른 명령과 직접적인 이해관계가 있는 복제·전송자 및 제4항에 따른 게시판의 운영자에게 사전에 의견제출의 기회를 주어야 한다. 이 경우 「행정절차법」 제22조제4항부터 제6항까지 및 제27조를 의견제출에 관하여 준용한다.
- ⑧ 문화체육관광부장관은 제1항, 제2항 및 제4항에 따른 업무를 수행하기 위하여 필요한 기구를 설치·운영할 수 있다. (본조신설 2009.4.22)

제136조 (권리의 침해죄) ①저작권재산권 그 밖에 이 법에 따라 보호되는 재산적 권리(제93조의 규정에 따른 권리를 제외한다)를 복제·공연·공중송신·전시·배포·대여·2차적저작물 작성의 방법으로 침해한 자는 5년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금에 처

- 하거나 이를 병과할 수 있다.
- ②다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처하거나 이를 병과할 수 있다. (개정 2009.4.22)
 1. 저작권권 또는 실연자의 인격권을 침해하여 저작자 또는 실연자의 명예를 훼손한 자
 2. 제53조 및 제54조제63조제3항, 제90조, 제98조 및 제101조의6제6항에 따라 준용되는 경우를 포함한다에 따른 등록을 거짓으로 한 자
 3. 제93조의 규정에 따라 보호되는 데이터베이스제작자의 권리를 복제·배포·방송 또는 전송의 방법으로 침해한 자
 4. 제124조제1항의 규정에 따른 침해행위로 보는 행위를 한 자
 5. 업으로 또는 영리를 목적으로 제124조제2항의 규정에 따라 침해행위로 보는 행위를 한 자
 6. 업으로 또는 영리를 목적으로 제124조제3항의 규정에 따라 침해행위로 보는 행위를 한 자. 다만, 과실로 저작권 또는 이 법에 따라 보호되는 권리 침해를 유발 또는 은닉한다는 사실을 알지 못한 자를 제외한다.
-

를 주어야 한다. OSP가 게시판 서비스 정지 명령을 이행하지 않거나, 해당 사실을 게시하지 않은 경우에는 천만 원 이하의 과태료가 부과된다.

2) 특허법

게임기기 또는 게임을 위한 프로그램의 경우 「특허법」을 통한 보호를 받을 수 있다. 「특허법」은 발명을 보호·장려하고 그 이용을 도모함으로써 기술 발전을 촉진하여 산업 발전에 이바지함을 목적으로 하고 있다(제1조). 「특허법」에 의해 부여된 특허권은 가장 전형적인 지적재산권 중의 하나로 “자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로서 고도한 것”으로 정의된 “발명”에 대하여 산업상 이용가능성, 신규성 및 진보성 등의 실체적 요건을 갖춘 경우 출원 절차를 통하여 독점·배타권인 특허권이 부여된다. 다만, 공서양속을 해할 우려가 있는 경우 특허를 받을 수 없다.

또한 특허권은 모든 등록요건이 권리발생 이전에 판단됨에 따라 권리의 유효성이 간주되고, 절차

적으로는 선원주의를 채택함으로써 1발명 1권리주의에 충실한 매우 안정적인 권리다. 이 밖에 출원인의 편의를 위하여 보정제도, 분할제도, 이중출원제도 및 우선권제도를 두고 있으며, 특허발명의 이용을 도모하기 위한 출원공개제도, 법정실시권 및 강제실시권제도가 있다. 1999년부터는 온라인에 의한 전자출원도 가능하다. 특허권의 존속기간은 특허권의 설정 등록이 있는 날부터 특허출원일후 20년이 되는 날까지다.

게임과 관련하여, 특히 “컴퓨터 관련 발명”으로 인정될 수 있다. 컴퓨터 관련 발명이란 컴퓨터 내에서 실행되는 발명 및 컴퓨터가 읽을 수 있는 매체에 사용해서 실행되는 발명을 말한다. 여기에는 컴퓨터프로그램 관련 발명, 이와 관련된 영업방법 발명, 방대한 양의 데이터를 처리하는 기술과 데이터베이스, 인터넷 보안 기술, 멀티미디어 기술 등의 IT 관련 기술에 관한 발명을 말하며, 그 범주는 다음과 같이 나눌 수 있다. 특히 프로그램을 하드웨어와 일체로 하여 그 하드웨어의 성능을 높이

표 6-3-03 컴퓨터 관련 발명의 범주

방법 발명	컴퓨터를 사용한 발명이 시계열적으로 연결된 일련의 처리 또는 조작, 즉 단계로 표현할 수 있을 때, 그 단계로 특정된 방법
	물건 컴퓨터를 사용한 발명이 복수의 기능 요소로 표현할 수 있을 때 그 기능 요소로 특정된 물건
물건 발명	매체 <ul style="list-style-type: none"> • 프로그램을 설치하고 실행하거나 유통하기 위해 사용되는 '프로그램을 기록한 컴퓨터로 읽을 수 있는 매체' • 기록된 데이터 구조로부터 컴퓨터가 수행하는 처리 내용이 특정되는 '구조를 가진 데이터를 기록한 기록 매체'

거나 제어하는 방법 내지는 장치로써 혹은 프로그램을 기록한 컴퓨터가 독해 가능한 기록매체로써 출원하면 등록될 수 있다.

특허권자는 제3자가 정당한 권한 없이 특허발명의 업으로서 실시하는 경우 이를 금지할 수 있다. 또한 「특허법」은 특허발명을 무단으로 실시하는 경우 이외에도 특허 침해로 보는 행위를 별도로 규정하여 직접적 침해라고는 보기 어렵지만 침해 행위의 전 단계에 있어 특허 침해로 행해질 개연성이 높은 예비적 행위를 침해로 간주하고

있다. 즉, i) 물건의 발명인 경우, 특허발명의 생산에만 사용하는 물건을, ii) 방법의 발명인 경우, 특허 받은 방법의 실시에만 사용하는 물건을 생산·양도·대여·수입 또는 양도·대여를 위하여 청약하는 행위를 간접침해로 규정하고 있다. 여기서 사용은 당해 발명을 직접 생산하여 실시하는 경우이므로 직접 침해에 해당하여 제외된다. 특허권을 침해하는 경우 7년 이하의 징역 또는 1억 원 이하의 벌금에 처해질 수 있다.

「특허법」〈법률 제9985호, 2010. 1.27, 일부개정〉

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. 〈개정 1995.12.29〉

1. "발명"이라 함은 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로서 고도한 것을 말한다.
2. "특허발명"이라 함은 특허를 받은 발명을 말한다.
3. "실시"라 함은 다음 각목의 1에 해당하는 행위를 말한다.
 - 가. 물건의 발명인 경우에는 그 물건을 생산·사용·양도·대여 또는 수입하거나 그 물건의 양도 또는 대여의 청약양도 또는 대여를 위한 전시를 포함한다. 이하 같다을 하는 행위
 - 나. 방법의 발명인 경우에는 그 방법을 사용하는 행위
 - 다. 물건을 생산하는 방법의 발명인 경우에는 나목의 행위외에 그 방법에 의하여 생산한 물건을 사용·양도·대여 또는 수입하거나 그 물건의 양도 또는 대여의 청약을 하는 행위

제29조(특허요건) ①산업상 이용할 수 있는 발명으로서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것을 제외하고는 그 발명에 대하여 특허를 받을 수 있다. 〈개정 2001.2.3, 2006.3.3〉

1. 특허출원전에 국내 또는 국외에서 공지되었거나 공연히 실시된 발명
2. 특허출원전에 국내 또는 국외에서 반포된 간행물에 게재되거나 대통령령이 정하는 전기통신회선을 통하여 공중이 이용가능하게 된 발명
- ②특허출원전에 그 발명이 속하는 기술분야에서 통상의 지식을 가진 자가 제1항 각호의 1에 규정된 발명에 의하여 용이하게 발명할 수 있는 것일 때에는 그 발명에 대하여는 제1항의 규정에 불구하고 특허를 받을 수 없다. 〈개정 2001.2.3〉
- ③~④(생략)

제88조(특허권의 존속기간) ①특허권의 존속기간은 제87조제1항의 규정에 의한 특허권의 설정등록이 있는 날부터 특허출원일후 20년이 되는 날까지로 한다. 〈개정 1997.4.10, 2001.2.3〉

제127조(침해로 보는 행위) 다음 각호의 1에 해당하는 행위를 업으로서 하는 경우에는 특허권 또는 전용실시권을 침해한 것으로 본다. 〈개정 1995.12.29, 2001.2.3〉

1. 특허가 물건의 발명인 경우에는 그 물건의 생산에만 사용하는 물건을 생산·양도·대여 또는 수입하거나 그 물건의 양도 또는 대여의 청약을 하는 행위
2. 특허가 방법의 발명인 경우에는 그 방법의 실시에만 사용하는 물건을 생산·양도·대여 또는 수입하거나 그 물건의 양도 또는 대여의 청약을 하는 행위

제225조(침해죄) ①특허권 또는 전용실시권을 침해한 자는 7년 이하의 징역 또는 1억원 이하의 벌금에 처한다. 〈개정 1997.4.10, 2001.2.3〉

- ②제1항의 죄는 고소가 있어야 논한다.

「실용신안법」(법률 제9371호, 2009. 1.30, 일부개정)

제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “고안”이라 함은 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작을 말한다.
2. “등록실용신안”이라 함은 실용신안등록을 받은 고안을 말한다.
3. “실시”라 함은 고안에 관한 물품을 생산·사용·양도·대여 또는 수입하거나 그 물품의 양도 또는 대여의 청약양도 또는 대여를 위한 전시를 포함한다. 이하 같다)을 하는 행위를 말한다.

제4조 (실용신안등록의 요건) ①산업상 이용할 수 있는 물품의 형상·구조 또는 조합에 관한 고안으로서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것을 제외하고는 그 고안에 대하여 실용신안등록을 받을 수 있다.

1. 실용신안등록출원 전에 국내 또는 국외에서 공지되었거나 공연히 실시된 고안
2. 실용신안등록출원 전에 국내 또는 국외에서 반포된 간행물에 게재되거나 대통령령이 정하는 전기통신회선을 통하여 공중이 이용할 수 있는 고안
- ②실용신안등록출원 전에 그 고안이 속하는 기술분야에서 통상의 지식을 가진 자가 제1항 각 호의 어느 하나에 규정된 고안에 의하여 극히 용이하게 고안할 수 있는 것일 때에는 그 고안에 대하여는 제1항의 규정에 불구하고 실용신안등록을 받을 수 없다.

제22조 (실용신안권의 존속기간) ①실용신안권의 존속기간은 제21조제1항의 규정에 의한 실용신안권의 설정등록을 한 날부터 실용신안등록출원일 후 10년이 되는 날까지로 한다.

제29조 (침해로 보는 행위) 등록실용신안에 관한 물품의 생산에만 사용하는 물건을 업으로서 생산·양도·대여 또는 수입하거나 업으로서 그 물건의 양도 또는 대여의 청약을 하는 행위는 실용신안권 또는 전용실시권을 침해한 것으로 본다.

제45조 (침해죄) ①실용신안권 또는 전용실시권을 침해한 자는 7년 이하의 징역 또는 1억원 이하의 벌금에 처한다.

②제1항의 죄는 고소가 있어야 공소(公訴)를 제기할 수 있다.

3) 실용신안법

실용신안권은 ‘고도성(高度性)’ 여부에 따라 발명과 구별되는 “고안”을 보호대상으로 한다. 즉, 발명보다 고도성이 낮은 것은 실용신안의 대상이 된다. 다만, “물품의 형상·구조 또는 조합에 관한 고안”으로 그 등록적격을 한정함으로써 물질 발명과 방법 발명은 보호대상에서 제외된다. 따라서 아케이드게임기의 경우 물품에 해당되며 이는 「실용신안법」의 보호대상이 될 수 있다.

「실용신안법」에서의 출원 절차는 특허법과 원칙적으로 동일하나, 실용신안의 경우 “물품”의 형상·구조 또는 조합에 관한 고안이 등록가능하기 때문에 실용신안 출원 시에는 반드시 도면이 첨부되어야 한다. 실용신안권은 설정등록이 있는 날로부터 등록출원일 후 10년이 되는 날까지다. 실용신안권을 침해한 자는 7년 이하의 징역 또는 1억 원

이하의 벌금에 처한다.

4) 디자인보호법

게임기기 외관 자체는 「디자인보호법」의 보호를 받을 수 있다. 그리고 게임의 배경화면, 아이콘 등의 창작에는 유체물품의 디자인 창작에 못지 않은 창작자의 지적 노력과 자금·시간이 소요되므로 이를 디자인보호법을 통하여 보호하고 있다. 특히 오늘날 상품의 경쟁요소로서 디자인의 중요성은 더욱 부각되고 있으며, 이를 지적재산으로 보호하기 위하여 “물품의 형상·모양이나 색채 또는 이들의 결합으로 시각을 통하여 미감을 일으키는 것”으로 정의된 디자인을 보호대상으로 하는 권리가 디자인권이다.

「디자인보호법」은 디자인을 물품(물품의 부분 및 글자체를 포함한다)의 형상, 모양, 색채 또는 이들의 조합으로서 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것

이라고 정의하고 있다. 디자인보호법상 디자인은 물품(원칙으로 독립 거래의 대상이 되는 유체동산)을 떠나서는 존재할 수 없다. 이러한 물품과의 불가분적 관계를 디자인의 “물품성”이라 한다. 또한 디자인은 형상, 모양, 색채 또는 이들의 결합에 의해 이뤄져야 하는데 이를 “형태성”이라 하며, “시각성”이란 디자인이 사람의 육안으로 식별이 가능한 것이어야 한다는 의미다. 그리고 디자인은 미감을 일으킬 수 있는 것이어야 하며, 이를 “심미성”이라 한다. 한편, 부분 디자인 및 한 벌의 물품 디자인도 보호대상이 되며, 동적 디자인도 포함된다.

디자인을 등록받기 위해서는 디자인의 “성립요건”뿐만 아니라 “공업상 이용 가능성,” “신규성,” “창작비용이성”도 충족하여야 한다. 또한 국기·국장 등과 유사한 디자인, 공서양속에 반하는 디자인, 타인의 업무에 관계되는 물품과 혼동 우려가 있는 디자인, 기능성 디자인은 등록받을 수 없다. 이와 같은 요건을 충족한 디자인 또는 이와 유사한 디자인이 둘 이상 출원된 경우에는 선출원주의에 따라 가장 먼저 출원한 자만이 등록받을 수 있다.

“공업상 이용할 수 있는 디자인”이라고 함은 공업적 생산 방법에 의하여 동일 물품이 양산 가능한 것을 의미한다. 기계에 의한 생산은 물론 수공업적 생산도 포함한다. 특허청 심사 기준에 의하면 물품의 액정화면 등 표시부에 표시되는 도형 등(화상디자인)이 물품에 일시적으로 구현되는 경우에도 그 물품은 화상디자인을 표시한 상태에서 공업상 이용할 수 있는 디자인으로 취급하나, 순수미술 분야에 속하는 저작물은 제외한다. 따라서 응용미술 분야에 속하는 디자인은 보호대상에 포함된다. “신규성”이란 그 디자인이 출원 전에 일반인들에게 공개되거나 누구나 알 수 있는 것이 아니어야 한다는 것이며, “창작비용이성”이란 통상의 지식을 가진 사람이 i) 국내에 널리 알려진 형상, 모양, 색채 또는

이들의 결합 내지 ii) 신규성을 상실한 공지 디자인으로부터 용이하게 창작할 수 없는 디자인이어야 한다는 것이다.

디자인권의 효력은 원칙적으로 용도와 기능을 기준으로 판단한 동일·유사물품에 한하여 미친다. 특히, 「디자인보호법」에 있어 “유사”개념은 매우 중요하다. 디자인권의 효력 범위 및 침해 여부 판단뿐만 아니라 신규성이나 선출원주의 판단 등에 있어 모두 유사개념이 활용되기 때문이다.

디자인보호법상 특유제도로는 먼저 유행성이 강하고 모방이 용이하다는 점에서 출원 시 일정 기간 동안 비밀로 할 것을 청구할 수 “비밀디자인제도”와 현실적으로 한 벌로 판매·사용되고 전체로서 통일성이 있는 경우 한 벌로서 출원하고 등록받을 수 있는 “한 벌 물품 디자인제도”, 자신의 등록디자인 또는 출원디자인과 유사한 디자인에 대하여 유사디자인출원으로 별도로 출원하여 권리범위를 명확히 하거나 또는 확장시킬 수 있는 “유사디자인제도”가 있다.

한편 특허청은 아이콘 등 화상디자인에 대하여는 부분 디자인으로서의 물품성을 인정하고 있다. “화상디자인”이란, 물리적인 표시 화면상에 구현되어 일시적인 발광 현상에 의하여 시각을 통해서 인식되는 모양 및 색채로 구성되는 디자인을 말하며, 이는 특정한 물품에 부착된 표시화면을 통하여 표시되는 그 물품의 ‘모양’(pattern)을 의미한다. 이러한 화상디자인의 종류에는 아이콘, 아이콘 세트, Website GUI, S/W GUI, Mobile GUI, 정보가전 GUI, 기타 그래픽 이미지 등이 있다. 이러한 화상디자인은 “부분디자인”으로 보호하고 있다. 개정 디자인심사기준은 “물품의 액정화면 등 표시부에 표시되는 도형 등(화상디자인)이 물품에 일시적으로 구현되는 경우에도 그 물품은 화상디자인을 표시한 상태에서 공업상 이용할 수 있는 디자인으로 취급한다”라고 규정하고 있다

「디자인보호법」(법률 제10012호, 2010. 2. 4, 타법개정)

제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. (개정 1995.12.29, 1997.8.22, 2001.2.3, 2004.12.31)

1. "디자인"이라 함은 물품(물품의 부분(제12조를 제외한다) 및 글자체를 포함한다. 이하 같다)의 형상·모양·색채 또는 이들을 결합한 것으로서 시각을 통하여 미감을 일으키게 하는 것을 말한다.
- 1의2. "글자체"라 함은 기록이나 표시 또는 인쇄 등에 사용하기 위하여 공통적인 특징을 가진 형태로 만들어진 한 벌의 글자꼴(자, 문장부호 및 기호 등의 형태를 포함한다)을 말한다.
2. "등록디자인"이라 함은 디자인등록을 받은 디자인을 말한다.
3. "디자인등록"이라 함은 디자인심사등록 및 디자인무심사등록을 말한다.
4. "디자인심사등록"이라 함은 디자인등록출원이 디자인등록요건의 전부를 갖추고 있는지를 심사하여 행하는 디자인등록을 말한다.
5. "디자인무심사등록"이라 함은 디자인등록출원이 이 법에 의한 디자인의 등록요건중 제26조제2항의 규정에 의하여 적용이 제외되는 등록요건 외의 등록요건을 갖추고 있는지를 심사하여 행하는 디자인등록을 말한다.
6. "실시"라 함은 디자인에 관한 물품을 생산·사용·양도·대여 또는 수입하거나 그 물품의 양도 또는 대여의 청약양도나 대여를 위한 전시를 포함한다. 이하 같다)을 하는 행위를 말한다.

제5조 (디자인등록의 요건) ①공업상 이용할 수 있는 디자인으로서 다음 각호의 1에 해당하는 것을 제외하고는 그 디자인에 대하여 디자인등록을 받을 수 있다. (개정 2001.2.3, 2004.12.31)

1. 디자인등록출원전에 국내 또는 국외에서 공지되었거나 공언히 실시된 디자인
2. 디자인등록출원전에 국내 또는 국외에서 반포된 간행물에 게재되었거나 전기통신회선을 통하여 공중이 이용가능하게 된 디자인
3. 제1호 또는 제2호에 해당하는 디자인에 유사한 디자인
- ②디자인등록출원전에 그 디자인이 속하는 분야에서 통상의 지식을 가진 자가 제1항제1호 또는 제2호에 해당하는 디자인의 결합에 의하거나 국내에서 널리 알려진 형상·모양·색채 또는 이들의 결합에 의하여 용이하게 창작할 수 있는 디자인(제1항 각호의 1에 해당하는 디자인을 제외한다)에 대하여는 제1항의 규정에 불구하고 디자인등록을 받을 수 없다. (개정 1997.8.22, 2001.2.3, 2004.12.31)
- ③디자인등록출원한 디자인이 당해 디자인등록출원을 한 날 전에 디자인등록출원을 하여 당해 디자인등록출원을 한 후에 출원공개·등록공고 또는 제23조의6의 규정에 따라 디자인공보에 게재된 타디자인등록출원의 출원서의 기재사항 및 출원서에 첨부된 도면·사진 또는 견본에 표현된 디자인의 일부와 동일하거나 유사한 경우에 그 디자인에 대하여는 제1항의 규정에 불구하고 디자인등록을 받을 수 없다. (신설 2001.2.3, 2004.12.31, 2007.1.3)

제6조 (디자인등록을 받을 수 없는 디자인) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 디자인에 대하여는 제5조의 규정에 불구하고 디자인등록을 받을 수 없다. (개정 2004.12.31)

1. 국기·국장·군기·훈장·포장·기장 기타 공공기관등의 표장과 외국의 국기·국장 또는 국제기관등의 문자나 표지와 동일 또는 유사한 디자인
2. 디자인이 주는 의미나 내용 등이 일반인의 통상적인 도덕관념인 선량한 풍속에 어긋나거나 공공질서를 해칠 우려가 있는 디자인
3. 타인의 업무에 관계되는 물품과 혼동을 가져올 염려가 있는 디자인
4. 물품의 기능을 확보하는데 불가결한 형상만으로 된 디자인

제7조 (유사디자인) ①디자인권자 또는 디자인등록출원인은 자기의 등록디자인 또는 디자인등록출원한 디자인(이하 "기본디자인"이라 한다)에만 유사한 디자인(이하 "유사디자인"이라 한다)에 대하여는 유사디자인만으로 디자인등록을 받을 수 있다. (개정 1997.8.22, 2004.12.31)

- ②제1항의 규정에 의하여 등록을 받은 유사디자인 또는 디자인등록출원된 유사디자인에만 유사한 디자인에 대하여는 제1항의 규정을 적용하지 아니한다. (개정 2004.12.31)

제40조 (디자인권의 존속기간) ①디자인권의 존속기간은 디자인권의 설정등록이 있는 날부터 15년으로 한다. 다만, 유사디자인의 디자인권의 존속기간 만료일은 그 기본디자인의 디자인권의 존속기간 만료일로 한다. (개정 1993.12.10, 1997.8.22, 2004.12.31)

제63조 (침해로 보는 행위) 등록디자인이나 이와 유사한 디자인에 관한 물품의 생산에만 사용하는 물품을 업으로서 생산·양도·대여 또는 수입하거나 업으로서 그 물품의 양도 또는 대여의 청약을 하는 행위는 당해 디자인권 또는 전용실시권을 침해한 것으로 본다.

제82조 (침해죄) ①디자인권 또는 전용실시권을 침해한 자는 7년 이하의 징역 또는 1억원 이하의 벌금에 처한다. (개정 1997.8.22, 2001.2.3, 2004.12.31)

- ②제1항의 죄는 고소가 있어야 논한다.

(디자인심사기준 제3조 제1호 다목). 따라서 디자인보호법상의 보호대상으로 인정되는 물품으로서, 액정화면 등의 표시부를 가지고 있는 모든 정보화 기기 등은 화상디자인을 표시한 상태에서 디자인 등록을 받을 수 있다.

디자인권의 존속기간은 디자인권의 설정 등록이 있는 날부터 15년이다. 디자인권을 침해한 자는 7년 이하의 징역 또는 1억 원 이하의 벌금에 처한다.

5) 상표법

게임 또는 게임기기의 명칭, 게임회사명 등은 상표법의 보호대상이 된다. 상표권은 타인의 상품과 식별할 목적으로 선점한 일정한 표장에 대하여 출원 절차를 통해 식별력이 인정된 경우, 지정상품에 있어 상표로서 독점적으로 사용할 수 있는 권리다. 즉, 창작 행위와는 별개의 과정으로 형성된 가치를 보호하며, 경업적 성격이 강한 가장 이질적인 지적 재산권이라 할 수 있다.

다만 공익상 특정한 표지의 독점적 사용이 부적당한 경우 또는 일반 수요자에게 피해를 야기시킬 수 있는 경우에는 등록받을 수 없으며, 타인의 등록상표 또는 미등록 상태일지라도 상표적 사용에 의하여 일정한 가치가 형성된 상표와 저촉하는 경우에도 등록받을 수 없다. 한편 「상표법」은 상표를 보호함으로써 상표 사용자의 업무상 신용 유지를 도모하여 산업 발전에 이바지함과 아울러 수요자의 이익을 보호함을 목적으로 하고 있다(상표법 제1조).

상표법상의 상표는 사회 통념상의 상표(일반적으로 '브랜드'라고 불리는 것)와 동일한 개념은 아니다. 「상표법」 제2조에서 "상표라 함은 상품을 생산·가공·증명 또는 판매하는 것을 업으로 영위하는 자가 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 기호·문

자·도형·입체적 형상·색채·홀로그램·동작 또는 이들을 결합한 것 또는 그 밖에 시각적으로 인식할 수 있는 것을 말한다"고 규정하고 있다.

여기서 상표란 시각적으로 인식될 수 있는 것을 인정하기 때문에 소리 상표, 냄새 상표, 맛 상표 등과 같이 청각·미각·후각으로 지각할 수 있는 표장은 국내 상표법상 상표로서 등록받을 수 없다. 또한 자기의 상품과 타인의 상품을 식별하기 위하여 사용되지 않는 표장은 상표가 아니므로 상품에 사용된 것이라 하여도 그것이 단순히 상품의 심미감을 불러일으키게 하기 위하여 사용된 디자인이거나 자타상품식별의사와 무관한 가격표시 등은 상표법상 상표가 아니다.

상표를 출원·등록하기 위해서는 「상표법」에서 규정하는 일정한 형식적 요건을 갖추어야 하고, 실질적 요건의 등록 요건도 갖추어야 한다. 우리나라는 선출원주의와 등록주의를 채택하고 있어 사용 여부를 불문하고 먼저 출원한 자에게 등록을 인정하고 독점 배타권을 부여한다. 다만, ① 상품의 보통명칭, ② 관용상표, ③ 성질표시적 상표, ④ 현저한 지리적 명칭 그 약어 또는 지도, ⑤ 흔한 성 또는 명칭, ⑥ 간단하고 흔히 있는 표장 ⑦ 기타 식별력이 없는 표장의 경우 식별력이 없어서 등록을 인정하지 않으며, 특정인에게 독점을 주는 것이 공익에 반할 경우 등록을 인정하지 않고 있다. 한편, 비록 상표가 적극적 요건으로 식별력을 가지고 있다 하더라도 그 상표를 등록하여 독점배타적 성질의 상표권을 부여하는 경우 공익상 또는 타인의 이익을 침해할 우려가 있는 경우에는 상표의 등록을 배제하는 규정을 두고 있다.

상표권은 적극적으로는 당해 표지를 그 지정 상품에 대하여 독점적으로 사용할 수 있는 권리며, 소극적으로는 동일·유사 상품에 있어 동일·유사 표지에 대한 타인의 사용을 금지할 수 있는 권리다.

「상표법」(법률 제10358호, 2010. 6. 8, 일부개정)

제2조 (정의) ①이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. (개정 1995.12.29, 1997.8.22, 2004.12.31, 2007.1.3)

1. "상표"라 함은 상품을 생산·가공·증명 또는 판매하는 것을 업으로 영위하는 자가 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것(이하 "표장"이라 한다)을 말한다.
 - 가. 기호·문자·도형·입체적 형상·색채·홀로그램·동작 또는 이들을 결합한 것
 - 나. 그 밖에 시각적으로 인식할 수 있는 것
 2. "서비스표"라 함은 서비스를 영위하는 자가 자기의 서비스를 타인의 서비스업과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 표장을 말한다.
 3. "단체표장"이라 함은 상품을 생산·제조·가공·증명 또는 판매하는 것 등을 업으로 영위하는 자나 서비스업을 영위하는 자가 공동으로 설립한 법인이 직접 사용하거나 그 감독하에 있는 소속단체원으로 하여금 자기 영업에 관한 상품 또는 서비스업에 사용하게 하기 위한 표장을 말한다.
 - 3외2. "지리적 표시"라 함은 상품의 특정 품질·명칭 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 특정 지역에서 비롯된 경우에 그 지역에서 생산·제조 또는 가공된 상품임을 나타내는 표시를 말한다.
 - 3외3. "동음이의어(同音異義語) 지리적 표시"라 함은 동일한 상품에 대한 지리적 표시에 있어서 타인의 지리적 표시와 발음은 동일하지만 해당 지역이 다른 지리적 표시를 말한다.
 - 3외4. "지리적 표시 단체표장"이라 함은 지리적 표시를 사용할 수 있는 상품을 생산·제조 또는 가공하는 것을 업으로 영위하는 자만으로 구성된 법인이 직접 사용하거나 그 감독하에 있는 소속단체원으로 하여금 자기 영업에 관한 상품에 사용하게 하기 위한 단체표장을 말한다.
 4. "업무표장"이라 함은 영리를 목적으로 하지 아니하는 업무를 영위하는 자가 그 업무를 표상하기 위하여 사용하는 표장을 말한다.
 5. "등록상표"라 함은 상표등록을 받은 상표를 말한다.
 6. "상표의 사용"이라 함은 다음 각목의 1에 해당하는 행위를 말한다.
 - 가. 상품 또는 상품의 포장에 상표를 표시하는 행위
 - 나. 상품 또는 상품의 포장에 상표를 표시한 것을 양도 또는 인도하거나 그 목적으로 전시·수출 또는 수입하는 행위
 - 다. 상품에 관한 광고·정기표·거래서류·간판 또는 표찰에 상표를 표시하고 전시 또는 반포하는 행위
- ②제1항제6호 가목 내지 다목의 규정에 의한 상품, 상품의 포장, 광고, 간판 또는 표찰에 상표를 표시하는 행위에는 상품, 상품의 포장, 광고, 간판 또는 표찰을 포장의 형상으로 하는 것을 포함한다. (신설 1997.8.22)
- ③서비스표·단체표장 및 업무표장에 관하여는 이 법에서 특별히 규정한 것을 제외하고는 이 법중 상표에 관한 규정을 적용한다.

제6조 (상표등록의 요건) ①다음 각호의 1에 해당하는 상표를 제외하고는 상표등록을 받을 수 있다. (개정 1997.8.22)

1. 그 상품의 보통명칭을 보통으로 사용하는 방법으로 표시한 표장만으로 된 상표
 2. 그 상품에 대하여 관용하는 상표
 3. 그 상품에 산지·품질·원재료·효능·용도·수량·형상(포장의 형상을 포함한다)·가격·생산방법·가공방법·사용방법 또는 시기를 보통으로 사용하는 방법으로 표시한 표장만으로 된 상표
 4. 현저한 지리적 명칭·그 약어 또는 지도만으로 된 상표
 5. 흔히 있는 성 또는 명칭을 보통으로 사용하는 방법으로 표시한 표장만으로 된 상표
 6. 간단하고 흔히 있는 표장만으로 된 상표
 7. 제1호 내지 제6호외에 수요자가 누구의 업무에 관련된 상품을 표시하는 것인가를 식별할 수 없는 상표
- ②제1항제3호 내지 제6호에 해당하는 상표라도 제9조의 규정에 의한 상표등록출원전에 상표를 사용한 결과 수요자간에 그 상표가 누구의 업무에 관련된 상품을 표시하는 것인가 현저하게 인식되어 있는 것은 그 상표를 사용한 상품을 지정상품(제10조제1항 및 제47조제2항제3호의 규정에 의하여 지정한 상품 및 추가로 지정한 상품을 말한다. 이하 같다)으로 하여 상표등록을 받을 수 있다. (개정 2001.2.3)
- ③제1항제3호(산지에 한한다) 또는 제4호의 규정에 해당하는 표장이라도 그 표장이 특정 상품에 대한 지리적 표시인 경우에는 그 지리적 표시를 사용한 상품을 지정상품으로 하여 지리적 표시 단체표장등록을 받을 수 있다. (신설 2004.12.31)

제7조 (상표등록을 받을 수 없는 상표) ①다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 상표는 제6조의 규정에 불구하고 상표등록을 받을 수 없다. (개정 1993.12.10, 1997.8.22, 2001.2.3, 2004.12.31, 2007.1.3)

1. 대한민국의 국기·국장·군기·훈장·포장·기장, 외국의 국기·국장, 「공업소유권 보호를 위한 파리협약」(이하 "파리협약"이라 한다) 동맹국·세계무역기구 회원국 또는 상표법조약 체결국의 훈장·포장·기장, 적십자·올림픽 또는 저명한 국제기관 등의 명칭이나 표장과 동일하거나 이와 유사한 상표, 대한민국·파리협약 동맹국·세계무역기구 회원국 또는 상표법조약 체결국·그 국가의 공공기관이 사용하는 감독용이나 증명용 인장 또는 기호와 동일하거나 이와 유사한 상표
2. 국가·인종·민족·공공단체·종교 또는 저명한 고인과의 관계를 허위로 표시하거나 이들을 비방 또는 모욕하거나 이들에 대

하여 나쁜 평판을 받게 할 염려가 있는 상표

3. 국가 · 공공단체 또는 이들의 기관과 공익법인의 영리를 목적으로 하지 아니하는 업무 또는 영리를 목적으로 하지 아니하는 공익사업을 표시하는 표장으로서 저명한 것과 동일 또는 유사한 상표, 다만, 국가 · 공공단체 또는 이들의 기관과 공익법인 또는 공익사업체에서 자기의 표장을 상표등록출원한 때에는 그러하지 아니하다.
4. 상표 그 자체 또는 상표가 상품에 사용되는 경우 수요자에게 주는 의미와 내용 등이 일반인의 통상적인 도덕관념인 선량한 풍속에 어긋나거나 공공의 질서를 해칠 우려가 있는 상표
5. 정부가 개최하거나 정부의 승인을 얻어 개최하는 박람회 또는 외국정부가 개최하거나 외국정부의 승인을 얻어 개최하는 박람회의 상패 · 상장 또는 포장과 동일 또는 유사한 표장이 있는 상표, 다만, 그 상패 · 상장 또는 포장을 받은 자가 당해 박람회에서 수상한 상품에 관하여 상표의 일부로서 그 표장을 사용할 때에는 그러하지 아니하다.
6. 저명한 타인의 성명 · 명칭 또는 상호 · 초상 · 서명 · 인장 · 아호 · 예명 · 필명 또는 이들의 약칭을 포함하는 상표, 다만, 그 타인의 승낙을 얻은 경우에는 그러하지 아니하다.
7. 선출원에 의한 타인의 등록상표(지리적 표시 등록단체표장을 제외한다)와 동일 또는 유사한 상표로서 그 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 사용하는 상표
- 7의2. 선출원에 의한 타인의 지리적 표시 등록단체표장과 동일 또는 유사한 상표로서 그 지정상품과 동일한 상품에 사용하는 상표
8. 상표권이 소멸한 날(상표등록을 무효로 한다는 심결이 있는 경우에는 심결확정일을 말한다)부터 1년을 경과하지 아니한 타인의 등록상표(지리적 표시 등록단체표장을 제외한다)와 동일 또는 유사한 상표로서 그 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 사용하는 상표
- 8의2. 지리적 표시 단체표장권이 소멸한 날(단체표장등록을 무효로 한다는 심결이 있는 경우에는 심결확정일을 말한다)부터 1년을 경과하지 아니한 타인의 지리적 표시 등록단체표장과 동일 또는 유사한 상표로서 그 지정상품과 동일한 상품에 사용하는 상표
9. 상품을 표시하는 것이라고 수요자간에 현저하게 인식되어 있는 상표(지리적 표시를 제외한다)와 동일 또는 유사한 상표로서 그 타인의 상품과 동일 또는 유사한 상품에 사용하는 상표
- 9의2. 특정 지역의 상품을 표시하는 것이라고 수요자간에 현저하게 인식되어 있는 타인의 지리적 표시와 동일 또는 유사한 상표로서 그 지리적 표시를 사용하는 상품과 동일한 상품에 사용하는 상표
10. 수요자간에 현저하게 인식되어 있는 타인의 상품이나 영업과 혼동을 일으키게 할 염려가 있는 상표
11. 상품의 품질을 오인하게 하거나 수요자를 기만할 염려가 있는 상표
12. 국내 또는 외국의 수요자간에 특정인의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있는 상표(지리적 표시를 제외한다)와 동일 또는 유사한 상표로서 부당한 이익을 얻으려 하거나 그 특정인에게 손해를 가하려고 하는 등 부정한 목적을 가지고 사용하는 상표
- 12의2. 국내 또는 외국의 수요자간에 특정 지역의 상품을 표시하는 것이라고 인식되어 있는 지리적 표시와 동일 또는 유사한 상표로서 부당한 이익을 얻으려 하거나 그 지리적 표시의 정당한 사용자에게 손해를 가하려고 하는 등 부정한 목적을 가지고 사용하는 상표
13. 상표등록을 받고자 하는 상품 또는 그 상품의 포장의 기능을 확보하는데 불가결한 입체적 형상만으로 되거나 색채 또는 색채의 조합만으로 된 상표
14. 세계무역기구 회원국내의 포도주 및 증류주의 산지에 관한 지리적 표시로서 구성되거나 동 표시를 포함하는 상표로서 포도주 · 증류주 또는 이와 유사한 상품에 사용하고자 하는 상표, 다만, 지리적 표시의 정당한 사용자가 그 해당 상품을 지정상품으로 하여 제90제3항의 규정에 따른 지리적 표시단체표장등록출원을 한 때에는 그러하지 아니하다.

제42조 (상표권의 존속기간) ①상표권의 존속기간은 상표권의 설정등록이 있는 날부터 10년으로 한다.

②상표권의 존속기간은 상표권의 존속기간갱신등록출원에 의하여 10년간씩 갱신할 수 있다.

제66조 (침해로 보는 행위) ①다음 각호의 1에 해당하는 행위는 상표권(지리적 표시 단체표장권을 제외한다) 또는 전용사용권을 침해한 것으로 본다. <개정 1997.8.22, 2004.12.31>

1. 타인의 등록상표와 동일한 상표를 그 지정상품과 유사한 상품에 사용하거나 타인의 등록상표와 유사한 상표를 그 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 사용하는 행위
2. 타인의 등록상표와 동일 또는 유사한 상표를 그 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 사용하거나 사용하게 할 목적으로 교부 · 판매 · 위조 · 모조 또는 소지하는 행위
3. 타인의 등록상표를 위조 또는 모조하거나 위조 또는 모조하게 할 목적으로 그 용구를 제작 · 교부 · 판매 또는 소지하는 행위
4. 타인의 등록상표 또는 이와 유사한 상표가 표시된 지정상품과 동일 또는 유사한 상품을 양도 또는 인도하기 위하여 소지하는 행위

제93조 (침해죄) 상표권 및 전용사용권의 침해행위를 한 자는 7년 이하의 징역 또는 1억원 이하의 벌금에 처한다.

상표권이 다른 지적재산권과 구별되는 특징으로는 먼저, 상표권의 존속기간이 무한히 연장될 수 있다는 점이다. 즉, 상표권의 존속기간은 편의상 10년으로 규정되어 있지만, 존속기간 갱신절차에 의하여 계속하여 10년씩 연장할 수 있다. 또 다른 특징은 상표권의 유지를 위하여 다른 지적재산권보다 많은 의무를 요구하는 점이다. 즉, 상표권자나 사용권자의 등록상표 부정 사용에 의하여 일반 수요자의 오인·혼동을 야기하거나, 계속하여 3년 이상 상표를 사용하지 않은 경우 등에는 취소 심판에 의하여 상표권이 소멸될 수 있다.

상표권 침해행위를 한 자는 7년 이하의 징역 또는 1억 원 이하의 벌금에 처해지며, 다른 지적재산권침해와 달리 상표권 침해죄는 비친고죄로 규정되어 있어 상표권자의 고소와 관계없이 처벌될 수 있다.

6) 부정경쟁 방지 및 영업비밀보호에 관한 법률

타인의 주지·저명한 상표나 상호, 성명 등을 무단으로 사용하는 경우에는 「부정경쟁 방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」(이하 ‘부정경쟁방지법’) 상

부정경쟁행위에 해당할 수 있다. 그러나 「부정경쟁방지법」은 개별적인 부정경쟁행위를 나열함으로써 열거적으로 규제하고 있기 때문에 이 열거 규정에 해당하지 않을 경우에는 위법행위라 보기 어렵다. 이와 관련하여 보드게임의 일종인 ‘부루마블게임’의 상표로서 널리 주지성을 가지고 있는 ‘부루마블’이라는 표장을 무단 사용하여 위 게임과 유사한 보드 게임을 제조·판매한 행위가 「부정경쟁방지법」 제2조 제1호 소정의 부정경쟁행위에 해당한다고 판단한 사례가 있다(서울동부지법 2004. 2. 12. 선고 2000가합1820 판결).

또한 특허 등을 통하여 공개하지 않은 기업의 내부적인 비밀을 영업 비밀이라고 한다. 영업 비밀로 보호받기 위해서는 몇 가지 요건을 구비하여야 한다. 첫째, 공언히 알려져 있지 아니한 정보이어야 한다. 둘째, 정보를 비밀로 유지하기 위하여 합리적인 노력을 하였어야 한다. 셋째, 정보 자체가 영업 활동에 유용한 기술상 또는 경영상 정보이어야 한다. 따라서 부정경쟁방지법상 영업 비밀이기 위해서는 위의 세 가지 요건을 갖춘 경우에만 보호될 수

● 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」(법률 제9895호, 2009.12.30, 일부개정) ●

제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. ‘부정경쟁행위’란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위를 말한다.

- 가. 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 상표, 상품의 용기·포장, 그 밖에 타인의 상품임을 표시한 표지(標識)와 동일하거나 유사한 것을 사용하거나 이러한 것을 사용한 상품을 판매·반포(頒布) 또는 수입·수출하여 타인의 상품과 혼동하게 하는 행위
- 나. 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 표장(標章), 그 밖에 타인의 영업임을 표시하는 표지와 동일하거나 유사한 것을 사용하여 타인의 영업상의 시설 또는 활동과 혼동하게 하는 행위
- 다. 기목 또는 나무의 혼동하게 하는 행위 외에 비상업적 사용 등 대통령령으로 정하는 정당한 사유 없이 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 상표, 상품의 용기·포장, 그 밖에 타인의 상품 또는 영업임을 표시한 표지와 동일하거나 유사한 것을 사용하거나 이러한 것을 사용한 상품을 판매·반포 또는 수입·수출하여 타인의 표지의 식별력이나 명성을 손상하는 행위
- 라. 상품이나 그 광고에 의하여 또는 공중이 알 수 있는 방법으로 거래상의 서류 또는 통신에 거짓의 원산지의 표지를 하거나 이러한 표지를 한 상품을 판매·반포 또는 수입·수출하여 원산지를 오인(誤認)하게 하는 행위
- 마. 상품이나 그 광고에 의하여 또는 공중이 알 수 있는 방법으로 거래상의 서류 또는 통신에 그 상품이 생산·제조 또는 가공된 지역 외의 곳에서 생산 또는 가공된 듯이 오인하게 하는 표지를 하거나 이러한 표지를 한 상품을 판매·반포 또는 수입·수출하는 행위
- 바. 타인의 상품을 사칭(詐稱)하거나 상품 또는 그 광고에 상품의 품질, 내용, 제조방법, 용도 또는 수량을 오인하게 하는 선전 또는 표지를 하거나 이러한 방법이나 표지로서 상품을 판매·반포 또는 수입·수출하는 행위

- 사. 다음의 어느 하나의 나라에 등록된 상표 또는 이와 유사한 상표에 관한 권리를 가진 자의 대리인이나 대표자 또는 그 행위를 한 날부터 1년 이전에 대리인이나 대표자이었던 자가 정당한 사유 없이 해당 상표를 그 상표의 지정상품과 동일하거나 유사한 상품에 사용하거나 그 상표를 사용한 상품을 판매·반포 또는 수입·수출하는 행위
 - (1) 「공업소유권의 보호를 위한 파리협약」(이하 “파리협약”이라 한다) 당사국
 - (2) 세계무역기구 회원국
 - (3) 「상표법 조약」의 체결국(締約國)
 - 아. 정당한 권원이 없는 자가 다음의 어느 하나의 목적으로 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 상표, 그 밖의 표지와 동일하거나 유사한 도메인이름을 등록·보유·이전 또는 사용하는 행위
 - (1) 상표 등 표지에 대하여 정당한 권원이 있는 자 또는 제3자에게 판매하거나 대여할 목적
 - (2) 정당한 권원이 있는 자의 도메인이름의 등록 및 사용을 방해할 목적
 - (3) 그 밖에 상업적 이익을 얻을 목적
 - 자. 타인이 제작한 상품의 형태(형상·모양·색채·광택 또는 이들을 결합한 것을 말하며, 시제품 또는 상품소개서상의 형태를 포함한다. 이하 같다)를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위. 다만, 다음의 어느 하나에 해당하는 행위는 제외한다.
 - (1) 상품의 시제품 제작 등 상품의 형태가 갖추어진 날부터 3년이 지난 상품의 형태를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위
 - (2) 타인이 제작한 상품과 동종의 상품(동종의 상품이 없는 경우에는 그 상품과 기능 및 효용이 동일하거나 유사한 상품을 말한다)이 통상적으로 가지는 형태를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위
- 2. “영업비밀”이란 공공연히 알려져 있지 아니하고 독립된 경제적 가치를 가지는 것으로서, 상당한 노력에 의하여 비밀로 유지된 생산방법, 판매방법, 그 밖에 영업활동에 유용한 기술상 또는 경영상의 정보를 말한다.
- 3. “영업비밀 침해행위”란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위를 말한다.
 - 가. 절취(竊取), 기망(欺罔), 협박, 그 밖의 부정한 수단으로 영업비밀을 취득하는 행위(이하 “부정취득행위”라 한다) 또는 그 취득한 영업비밀을 사용하거나 공개(비밀을 유지하면서 특정인에게 알리는 것을 포함한다. 이하 같다)하는 행위
 - 나. 영업비밀에 대하여 부정취득행위가 개입된 사실을 알거나 중대한 과실로 알지 못하고 그 영업비밀을 취득하는 행위 또는 그 취득한 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위
 - 다. 영업비밀을 취득한 후에 그 영업비밀에 대하여 부정취득행위가 개입된 사실을 알거나 중대한 과실로 알지 못하고 그 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위
 - 라. 계약관계 등에 따라 영업비밀을 비밀로서 유지하여야 할 의무가 있는 자가 부정한 이익을 얻거나 그 영업비밀의 보유자에게 손해를 입힐 목적으로 그 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위
 - 마. 영업비밀이 라목에 따라 공개된 사실 또는 그러한 공개행위가 개입된 사실을 알거나 중대한 과실로 알지 못하고 그 영업비밀을 취득하는 행위 또는 그 취득한 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위
 - 바. 영업비밀을 취득한 후에 그 영업비밀이 라목에 따라 공개된 사실 또는 그러한 공개행위가 개입된 사실을 알거나 중대한 과실로 알지 못하고 그 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위
- 4. “도메인이름”이란 인터넷상의 숫자로 된 주소에 해당하는 숫자·문자·기호 또는 이들의 결합을 말한다. [전문개정 2007.12.21]

있는 가치를 가진다. 만약 공개된 것이라고 한다면, 부정경쟁방지법상 보호받을 수 있는 영업 비밀이 아니기 때문이다.

4. 규제법

1) 다중업소의 안전관리에 관한 특별법

이 법은 사회·경제의 발전으로 다양하고 새로운 종류의 다중이용업이 출현하고 대형화 및 밀집

화된 다중이용업소가 등장하여 화재 등 재난 발생 시 대규모 인명 및 재산 피해가 예상됨에 따라, 화재 등 재난 그 밖의 위급한 상황으로부터 국민의 생명·신체 및 재산을 보호하기 위하여 다중이용업소의 소방시설 등의 설치·유지 및 안전관리와 화재위험평가에 관하여 필요한 사항을 정하도록 함으로써 공공의 안전과 복리증진에 기여하기 위하여 2006년 제정되었다.

오락실, PC방 등과 같은 게임제공업의 경우도 성인은 물론 청소년들이 자주 이용하는 곳이기 때

문에 소방안전이 매우 중요하며, 이 법 시행령 제2조 제5호에 규정된 “게임제공업·인터넷컴퓨터게임시설제공업 및 복합유통게임제공업”이 다중이용업에 해당되어 관련 영업장의 경우 이 법의 적용을 받게 된다.

2009년 개정을 통하여 다중이용업을 영위하고 있는 자가 영업장 내부 구조를 변경하는 경우에도 소방본부장 등에게 미리 신고하도록 하는 등 다중이용업소의 안전관리를 강화하여 화재로 인한 대형 참사를 사전에 방지하기 위하여 다중이용업을

「다중이용업소의 안전관리에 관한 특별법」(법률 제10015호, 2010. 2. 4, 일부개정)

제2조 (정의) ① 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “다중이용업”이라 함은 불특정 다수인이 이용하는 영업 중 화재 등 재난발생시 생명·신체·재산상의 피해가 발생할 우려가 높은 것으로서 대통령령이 정하는营业을 말한다.
 2. “소방시설등”이라 함은 소방시설과 비상구 그 밖의 소방관련 시설로서 「소방시설 설치유지 및 안전관리에 관한 법률」 제2조제1항제2호의 규정에 의한 시설을 말한다.
 3. “실내장식물”이라 함은 건축물 내부의 천장 또는 벽에 설치하는 것으로서 대통령령이 정하는 것을 말한다.
 4. “화재위험평가”라 함은 다중이용업의 영업소이하 “다중이용업소”라 한다)가 밀집한 지역 또는 건축물에 대하여 화재의 가능성과 화재로 인한 불특정 다수인의 생명·신체·재산상의 피해 및 주변에 미치는 영향을 예측·분석하고 이에 대한 대책을 강구하는 것을 말한다.
- ② 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 제1항에서 규정하는 것을 제외하고는 「소방기본법」·「소방시설공사업법」·「소방시설 설치유지 및 안전관리에 관한 법률」 및 「건축법」이 정하는 바에 따른다.

제9조 (다중이용업소의 안전관리기준 등) ① 다중이용업주 및 다중이용업을 하고자 하는 자는 영업장에 대통령령이 정하는 소방시설등 및 영업장 내부 피난통로 그 밖의 안전시설(이하 “안전시설등”이라 한다)을 행정안전부령이 정하는 기준에 따라 설치·유지하여야 한다. 이 경우 대통령령으로 정하는 숙박을 제공하는 형태의 다중이용업소의 영업장에는 소방시설 중 간이스프링클러설비를 행정안전부령으로 정하는 기준에 따라 설치하여야 한다. <개정 2008.2.29, 2009.1.7>

- ② 소방본부장 또는 소방서장은 안전시설등이 행정안전부령이 정하는 기준에 적합하게 설치 또는 유지되어 있지 아니한 때에는 그 다중이용업주에게 안전시설등에 대하여 보완 등 필요한 조치를 명할 수 있다. <개정 2008.2.29>
- ③ 다중이용업을 하고자 하는 자(다중이용업을 하고 있는 자를 포함한다)는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 때에는 안전시설등을 설치하기 전에 미리 소방본부장 또는 소방서장에게 행정안전부령으로 정하는 안전시설등의 설계도서를 첨부하여 행정안전부령으로 정하는 바에 따라 신고를 하여야 한다. <개정 2009.1.7>

1. 안전시설등을 설치하고자 하는 때
2. 영업장 내부구조를 변경(영업장 면적의 증감·영업장의 구획된 실의 증감 및 내부통로의 구조를 변경하는 것을 말한다)하고자 하는 때
3. 안전시설등의 공사를 마친 때
- ④ 소방본부장 또는 소방서장은 제3항제1호와 제2호에 따라 신고를 받은 때에는 설계도서가 행정안전부령이 정하는 기준에 적합한지의 여부를 확인하고, 그에 적합하도록 지도하여야 한다. <개정 2008.2.29, 2009.1.7>
- ⑤ 소방본부장 또는 소방서장은 제3항제3호에 따라 공사완료의 신고를 받은 때에는 안전시설등이 행정안전부령이 정하는 기준에 적합하다고 인정하는 경우에는 행정안전부령이 정하는 바에 따라 안전시설등 완비증명서를 발급하여야 하며, 그에 적합하지 아니한 때에는 시정될 때까지 안전시설등 완비증명서를 발급하여서는 아니된다. <개정 2008.2.29, 2009.1.7>

제10조 (다중이용업의 실내장식물) ① 다중이용업소에 설치 또는 교체하는 실내장식물(반자동롤업 등의 너비가 10센티미터 이하인 경우를 제외한다)은 불연재료 또는 준불연재료로 설치하여야 한다. <개정 2009.1.7>

- ② 제1항의 규정에 불구하고 합판 또는 목재로 실내장식물을 설치하는 경우로서 그 면적이 영업장의 천장과 벽을 합한 면적의 10분의 3스프링클러설비 또는 간이스프링클러설비가 설치된 경우에는 10분의 5이하의 부분은 「소방시설설치유지 및 안전관리에 관한 법률」 제12조제3항의 규정에 따른 방염성능기준 이상의 것으로 설치할 수 있다.

「다중이용업소의 안전관리에 관한 특별법 시행령」(대통령령 제21676호, 2009. 8. 6, 타법개정)

제2조 (다중이용업) 「다중이용업소의 안전관리에 관한 특별법」(이하 “법”이라 한다) 제2조제1항제1호에 따른 “대통령령이 정하는 영업”이라 함은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 영업을 말한다. <개정 2008.12.24, 2009.7.1, 2009.8.6>

- 1.~ 4. (생략)
- 5. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제6호·제6호의2·제7호 및 제8호의 게임제공업·인터넷컴퓨터게임시설제공업 및 복합 유통게임제공업, 다만, 게임제공업 및 인터넷컴퓨터게임시설제공업의 경우에는 영업장내부계단으로 연결된 복층구조의 영업장은 제외한다)이 지상 1층 또는 지상과 직접 접하는 층에 설치되고 그 영업장의 주된 출입구가 건축물 외부의 지면과 직접 연결된 구조에 해당하는 경우는 제외한다.
- 6.~8. (생략)

하고자 하는 자뿐 아니라 업소 운영 중 내부 구조를 변경하는 자도 안전시설 등을 설치하기 전에 미리 신고를 하게 하고, 실내 장식물의 설치 시 뿐만 아니라 교체 시에도 불연재료 또는 준불연재료 설치를 의무화 하였다.

2) 전기사업법

「전기사업법」은 전기사업에 관한 기본 제도를 확립하고 전기사업의 경쟁을 촉진함으로써 전기사업의 건전한 발전을 도모하고 전기사용자의 이익을 보호하기 위하여 1962년에 제정되었다. 게임업과

관련하여서는 제62조의 2에서 게임제공업시설·인터넷컴퓨터게임시설제공업시설의 경우 건축물의 사용 승인 신청을 하기 전에 그 시설에 설치된 전기설비에 대하여 한국전기안전공사로부터 안전점검을 받도록 규정하고 있다.

2009년에는 지식경제부장관의 전력수급 안정정책에 대한 지방자치단체장의 협력 의무를 규정하고, 「공공기관의 운영에 관한 법률」의 시행에 따라 한국전력거래소와 한국전기안전공사의 관련 규정을 정비하며, 한국전기안전공사의 전기설비에 대한 정기점검 시 직접 수행할 수 있는 경미한 수리의 범위를

「전기사업법」(법률 제9680호, 2009. 5.21, 일부개정)

제66조의2(여러 사람이 이용하는 시설 등에 대한 전기안전점검) ① 다음 각 호의 시설을 운영하려거나 그 시설을 증축 또는 개축하려는 자는 그 시설을 운영하기 위하여 다음 각 호의 법령에서 규정된 허가신청·등록신청·인가신청·신고(그 시설의 소재지 변경에 따른 변경허가신청·변경등록신청·변경인가신청·변경신고를 포함한다) 또는 「건축법」에 따른 건축물의 사용승인신청을 하기 전에 그 시설에 설치된 전기설비에 대하여 지식경제부령으로 정하는 바에 따라 안전공사로부터 안전점검을 받아야 한다.

1. 「청소년활동진흥법」에 따른 청소년수련시설
2. 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」에 따른 비디오물시청제공업시설, 「게임산업진흥에 관한 법률」에 따른 게임제공업시설·인터넷컴퓨터게임시설제공업시설 및 「음악산업진흥에 관한 법률」에 따른 노래연습장업시설
3. 「식품위생법」에 따른 식품접객업 중 대통령령으로 정하는 단란주점영업 및 유흥주점영업의 시설
4. 「영유아보육법」에 따른 보육시설
5. 「유아교육법」에 따른 유치원
6. 그 밖에 전기설비에 대한 안전점검이 필요하다고 인정하는 시설로서 대통령령으로 정하는 시설

② 「문화재보호법」에 따른 지정문화재 및 그 보호구역의 시설에 대하여 같은 법 제34조제3호에 따른 현상변경(같은 법 제75조에 따라 준용되는 경우를 포함한다. 이하 같다)을 하려는 자는 그 현상변경이 끝난 후 제1항에 따라 지식경제부령으로 정하는 바에 따라 안전공사로부터 안전점검을 받아야 한다.

③ 안전공사는 제1항과 제2항에 따라 안전점검에 관한 업무를 수행하는 경우 지식경제부령으로 정하는 사항을 기록·보존하여야 한다.

[전문개정 2009.5.21]

「전기통신사업법」과 상충되지 않도록 조정하는 것을 주요 내용으로 개정이 이루어졌다.

3) 전기통신사업법

「전기통신사업법」은 전기통신사업의 적절한 운영과 전기통신의 효율적 관리를 통하여 전기통신사업의 건전한 발전과 이용자의 편의를 도모하기 위한 목적으로 1984년 제정되었다. 2007년에 기간통신사업의 허가 조건과 별정통신사업의 등록조건 범위를 구체화하여 전기통신사업자의 예측가능성을 확보하고, 주요한 전기통신회선설비 이외의 전기통신회선설비 매각의 경우 현행 인가제에서 신고제로 전환하며, 부가통신사업의 신고 면제대상의 근거를 마련하고, 통신위원회의 금지행위 위반에 대한 사실조

사 시 자료·물건의 일시 보관 제도를 도입하여 이용자 보호를 위한 통신위원회 조치의 실효성을 담보하기 위하여 일부 개정되었다.

「게임산업진흥에 관한 법률 시행규칙」 제20조에는 청소년게임제공업·인터넷컴퓨터게임시설제공업 또는 복합유통게임제공업 등록·신고의 시설 기준은 동법 시행규칙 <별표 4>에 따르도록 하고 있으며, 여기에서는 “「전기통신사업법」에 따라 허가를 받거나 신고 또는 등록을 하여야 하는 영업자는 「전기통신사업법」에서 정하는 기준을 갖추어야 한다.”고 하고 있다. 온라인게임의 경우, 정보통신서비스로서 보편적 역무를 통하여 제공되는 서비스이기 때문에 전기통신사업법의 부가통신사업자로서 신고를 하는 등의 규제를 받

「전기통신사업법」<법률 제10166호, 2010. 3.22, 전부개정>

제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. "전기통신"이란 유선·무선·광선 또는 그 밖의 전자적 방식으로 부호·문언·음향 또는 영상을 송신하거나 수신하는 것을 말한다.
2. "전기통신설비"란 전기통신을 하기 위한 기계·기구·선로 또는 그 밖에 전기통신에 필요한 설비를 말한다.
3. "전기통신회선설비"란 전기통신설비 중 전기통신을 행하기 위한 송신·수신 장소 간의 통신로 구성설비로서 전송설비·선로설비 및 이것과 일체로 설치되는 교환설비와 이들의 부속설비를 말한다.
4. "사업용전기통신설비"란 전기통신사업에 제공하기 위한 전기통신설비를 말한다.
5. "자기전기통신설비"란 사업용전기통신설비 외의 것으로서 특정인이 자신의 전기통신에 이용하기 위하여 설치한 전기통신설비를 말한다.
6. "전기통신역무"란 전기통신설비를 이용하여 타인의 통신을 매개하거나 전기통신설비를 타인의 통신용으로 제공하는 것을 말한다.
7. "전기통신사업"이란 전기통신역무를 제공하는 사업을 말한다.
8. "전기통신사업자"란 이 법에 따른 허가를 받거나 등록 또는 신고(신고가 면제된 경우를 포함한다)를 하고 전기통신역무를 제공하는 자를 말한다.
9. "이용자"란 전기통신역무를 제공받기 위하여 전기통신사업자와 전기통신역무의 이용에 관한 계약을 체결한 자를 말한다.
10. "보편적 역무"란 모든 이용자가 언제 어디서나 적절한 요금으로 제공받을 수 있는 기본적인 전기통신역무를 말한다.
11. "기간통신역무"란 전화·인터넷접속 등과 같이 음성·데이터·영상 등을 그 내용이나 형태의 변경 없이 송신 또는 수신하게 하는 전기통신역무 및 음성·데이터·영상 등의 송신 또는 수신이 가능하도록 전기통신회선설비를 임대하는 전기통신역무를 말한다. 다만, 방송통신위원회가 정하여 고시하는 전기통신서비스제6호의 전기통신역무의 세부적인 개별 서비스를 말한다. 이하 같다)는 제외한다.
12. "부가통신역무"란 기간통신역무 외의 전기통신역무를 말한다.

제3조 (역무의 제공 의무 등) ① 전기통신사업자는 정당한 사유 없이 전기통신역무의 제공을 거부하여서는 아니 된다.

- ② 전기통신사업자는 그 업무를 처리할 때 공평하고 신속하며 정확하게 하여야 한다.
- ③ 전기통신역무의 요금은 전기통신사업이 원활하게 발전할 수 있고 이용자가 편리하고 다양한 전기통신역무를 공평하고 저렴한 가격에 제공받을 수 있도록 합리적으로 결정되어야 한다.

제4조 (보편적 역무의 제공 등) ① 모든 전기통신사업자는 보편적 역무를 제공하거나 그 제공에 따른 손실을 보전할 의무가 있다.

- ② (생략)
- ③ 보편적 역무의 구체적 내용은 다음 각 호의 사항을 고려하여 대통령령으로 정한다.
 1. 정보통신기술의 발전 정도
 2. 전기통신역무의 보급 정도
 3. 공공의 이익과 안전
 4. 사회복지 증진
 5. 정보화 촉진
- ④ ~ ⑤ (생략)

제22조 (부가통신사업의 신고 등) ① 부가통신사업을 경영하려는 자는 대통령령으로 정하는 요건 및 절차에 따라 방송통신위원회에 신고(정보통신망에 의한 신고를 포함한다)하여야 한다. 이 경우 자본금 등이 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 소규모 부가통신사업의 경우에는 부가통신사업을 신고한 것으로 본다.

- ② 기간통신사업자가 부가통신사업을 경영하려는 경우에는 부가통신사업을 신고한 것으로 본다.
- ③ 제1항 전단에 따라 부가통신사업을 신고한 자는 신고한 날부터 1년 이내에 사업을 시작하여야 한다.

제43조 (정보유용 금지) ① 전기통신사업자는 자신의 역무 제공이나 설비등의 제공·도매제공·상호접속 또는 공동사용 등으로 인하여 취득한 개별 이용자에 관한 정보를 공개하여서는 아니 된다. 다만, 본인의 동의가 있거나 법률에 따른 적절한 절차에 의한 경우에는 그러하지 아니하다.

- ② 전기통신사업자는 제42조제1항 및 제3항에 따라 제공받은 기술적 정보 또는 이용자의 인적사항에 관한 정보를 제공받은 목적외로만 사용하여야 하며, 다른 용도에 부당하게 사용하거나 제3자에게 제공하여서는 아니 된다.

제83조 (통신비밀의 보호) ① 누구든지 전기통신사업자가 취급 중에 있는 통신의 비밀을 침해하거나 누설하여서는 아니 된다.

- ② 전기통신업무에 종사하는 자 또는 종사하였던 자는 그 재직 중에 통신에 관하여 알게 된 타인의 비밀을 누설하여서는 아니 된다.
- ③ 전기통신사업자는 법원, 검사 또는 수사관서의 장(군 수사기관의 장, 국세청장 및 지방국세청장을 포함한다. 이하 같다), 정보수사기관의 장이 재판, 수사(「조세범 처벌법, 제10조제1항·제3항·제4항의 범죄 중 전화, 인터넷 등을 이용한 범죄사건의 조사를 포함한다), 형의 집행 또는 국가안전보장에 대한 위해를 방지하기 위한 정보수집을 위하여 다음 각 호의 자료의 열람이나 제출(이하 "통신자료제공"이라 한다)을 요청하면 그 요청에 따를 수 있다.
 1. 이용자의 성명
 2. 이용자의 주민등록번호
 3. 이용자의 주소
 4. 이용자의 전화번호
 5. 이용자의 아이디(컴퓨터시스템이나 통신망의 정당한 이용자임을 알아보기 위한 이용자 식별번호를 말한다)
 6. 이용자의 가입일 또는 해지일
- ④ 제3항에 따른 통신자료제공 요청은 요청사유, 해당 이용자와의 연관성, 필요한 자료의 범위를 기재한 서면(이하 "자료제공요청서"라 한다)으로 하여야 한다. 다만, 서면으로 요청할 수 없는 긴급한 사유가 있을 때에는 서면에 의하지 아니하는 방법으로 요청할 수 있으며, 그 사유가 해소되면 지체 없이 전기통신사업자에게 자료제공요청서를 제출하여야 한다.
- ⑤ ~ ⑧ (생략)

을 수 있다. 전기통신사업자는 자신의 역무 제공이나 설비 등의 제공·도매제공·상호접속 또는 공동 사용 등으로 인하여 취득한 개별 이용자에 관한 정보를 공개하여서는 아니되며, 통신비밀을 보호해야 한다.

4) 정보통신망이용촉진 및 정보보호에 관한 법률

「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」은 정보통신망의 이용을 촉진하고 정보통신서비스를 이용하는 자의 개인정보를 보호함과 아울러 정보통신망을 건전하고 안전하게 이용할 수 있는 환경을 조성하기 위하여 2001년 기존의 「정보통신망이용촉진등에관한법률」이 전면 개정된 것이다. 동법에서는 무단으로 타인의 정보통신망에 해킹 등

을 통하여 접근하는 것을 금하고 있다. 따라서 타인의 온라인게임계정을 통하여 게임 아이템을 무단으로 이전하는 경우에는 이 법에 의하여 형사처벌을 받게 된다.

동법에서는 정보통신서비스제공자를 “전기통신사업법 제2조 제1항 제1호에 따른 전기통신사업자와 영리를 목적으로 전기통신사업자의 전기통신역무를 이용하여 정보를 제공하거나 정보의 제공을 매개하는 자”로 규정하고 있으며(제2조 제3호), 정보통신서비스제공자의 개인정보 이용에 대하여 자세하게 안내하고 동의를 받도록 하고 있다. 즉, 이용자 정보통신망을 통하여 수집·처리·보관·유통되는 개인정보의 오·남용에 대비하여 개인정보의 수집·이용 등의 동의(제22조), 개인정보의 수집제한(제23조), 개인정보보호조치 등 기타 개인정보에 대한 보호규정(제27조 내지 제29조)을 두고, 수신자의 의사에 반하여 영리목적의 광고성 정보 전송을 제한하도록 하고 있다(제50조).

2003년에는 스팸메일 등 악성 광고성 정보 전송 행위와 개인정보 침해 행위에 적절히 대응하기 위하여, 전화·모사전송 등에 의한 영리성 광고행위에 대한 규제 강화, 수신 거부를 고의로 회피하는 행위 금지, 연락처 자동 생성을 통한 광고 전송행위 금지, 전자우편주소 추출행위 금지, 청소년유해매체물 광고 금지 등 악성 광고성 정보 전송행위에 대한 규제를 강화하고, 불법하게 개인정보를 제공받은 자를 처벌하도록 법을 개정하였다. 또한 2004년에는 정부가 마련해야 할 시책에 개인정보보호 기술의 개발·보급을 명시하고, 청소년 유해매체물에 대한 광고 및 전시행위 금지 대상을 확대하며 전화·모사전송을 이용한 광고전송행위는 수신자의 사전 동의를 얻도록 개정하였다.

2006년에는 정보통신망을 통하여 기망의 방법으로 타인의 정보를 수집하는 행위를 금지하고, 이

를 위반하였을 때에는 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금을 부과하도록 하여 피싱 등의 수법을 이용한 금융사기 피해 등을 원천적으로 방지하도록 법을 개정하였다. 이 법에서는 빈번하게 발생하는 게임정보 노출·유출과 관련하여 이를 예방하고 개인정보에 대한 보호를 강화하고 있으며, 사이버 명예훼손을 예방하기 위하여 주요사이트에 게시글 등록 시 본인 확인을 하여야 하는 제한적 본인확인제를 도입하고 있다.

2008년에는 개인정보보호 중요성이 부각됨에 따라 게임이용자가 회원가입 시 본인이 원하는 경우에 i-PIN 등 주민등록번호 외의 회원 가입 방법에 대하여 규정하였다. 2009년에는 정보통신망 이용 및 보호와 방송통신 관련 국제협력 등에 관한 업무를 체계적·종합적으로 수행할 수 있도록 하기 위해 한국정보보호진흥원, 한국인터넷진흥원, 정보통신국제협력진흥원을 통합하여 한국인터넷진흥원을 설립하기 위한 근거 규정을 마련하였다.

개인정보보호 등도 일종의 규제이지만, 특히 사업자에게 규제로 작용할 수 있는 규정은 개인정보보호와 청소년보호에 관한 것이다(제42조 이하). 이 법에 따르면, 「청소년보호법」에서 규정하고 있는 청소년유해매체물을 제공하기 위해서는 해당 정보 내용이 청소년유해매체물임을 표시하도록 규정하고 있다. 19세 미만은 성인사이트를 이용할 수 없도록 접속제한 등의 기술적인 조치를 하여야 한다. 온라인게임의 경우도 유해매체물로 지정을 받는 경우 반드시 유해매체물표시를 하여야 한다. 특히 2009년 3월 보건복지부는 온라인게임의 아이템 거래를 중개하는 아이템거래사이트인 아이템베이 등 40여 개의 사이트에 대하여 청소년유해매체물로 고시하였다. 이러한 조치에 따르면 주요 아이템을 거래하는 사이트는 청소년에게 유해한

보건복지가족부 고시 제2009-24호

청소년보호법 제8조 및 제10조, 동법 시행령 제7조의 규정에 의거 「게임아이템거래중개사이트」를 “청소년유해매체물”로 결정하고, 동법 제22조의 규정에 의거 다음과 같이 고시합니다.

청소년유해매체물목록표

【인터넷】

일련 번호	유 형	제 목	내 용	제작자/ 정보 제공자	제작 년월일	결정 기관	결정 년월일	효력 발생일	결정 사유
2009-578	인터넷 서비스 (정보통신물)	게임아이템 거래중개 사이트	• 게임아이템거래중개사이트(「게임산업진흥에 관한 법률」상의 게임물을 이용하여 획득한 유무형의 결과물의 거래를 중개하는 웹사이트) 중 다음 각 호의 1에 해당하는 사이트 1. 점수, 경품, 게임머니, 게임아이템 등 게임물의 이용을 통하여 획득한 결과물의 거래를 소개, 알선, 중개, 매개하는 사이트 2. 게임 상의 캐릭터, 게임계정(게임ID) 등의 거래를 소개, 알선, 중개, 매개하는 사이트 3. 게임물을 이용하여 획득한 유무형의 결과물(점수, 경품, 게임머니, 게임아이템 등의 물품명, 거래가격 및 판매자 및 구매자 정보, 연락처 등 거래정보를 제공하는 사이트 - 제외사항 • 게임아이템의 유형 및 종류, 게임의 이용방법 등 단순히 게임이용을 위한 정보를 제공하는 사이트	불문	불문	청소년 보호 위원회	2009. 2. 19	2009. 3. 19	청소년에게 사행심조장 등 건전한 생활태도를 저해할 우려가 있음

2009. 3. 5

「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(법률 제10138호, 2010. 3.17, 일부개정)

제22조(개인정보의 수집·이용 동의 등) ① 정보통신서비스 제공자는 이용자의 개인정보를 이용하려고 수집하는 경우에는 다음 각 호의 모든 사항을 이용자에게 알리고 동의를 받아야 한다. 다음 각 호의 어느 하나의 사항을 변경하려는 경우에도 또한 같다.

1. 개인정보의 수집·이용 목적
2. 수집하는 개인정보의 항목
3. 개인정보의 보유·이용 기간

② 정보통신서비스 제공자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 제1항에 따른 동의 없이 이용자의 개인정보를 수집·이용할 수 있다.

1. 정보통신서비스의 제공에 관한 계약을 이행하기 위하여 필요한 개인정보로서 경제적·기술적인 사유로 통상적인 동의를 받는 것이 뚜렷하게 곤란한 경우
 2. 정보통신서비스의 제공에 따른 요금정산을 위하여 필요한 경우
 3. 이 법 또는 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우
- [전문개정 2008.6.13]

제23조(개인정보의 수집 제한 등) ① 정보통신서비스 제공자는 사상, 신념, 과거의 병력(병력) 등 개인의 권리·이익이나 사생활을 뚜렷하게 침해할 우려가 있는 개인정보를 수집하여서는 아니 된다. 다만, 제22조제1항에 따른 이용자의 동의를 받거나 다른 법률에 따라 특별히 수집 대상 개인정보로 허용된 경우에는 그 개인정보를 수집할 수 있다.

② 정보통신서비스 제공자는 이용자의 개인정보를 수집하는 경우에는 정보통신서비스의 제공을 위하여 필요한 최소한의 정보를 수집하여야 하며, 필요한 최소한의 정보 외의 개인정보를 제공하지 아니한다는 이유로 그 서비스의 제공을 거부하여서는 아니 된다.

[전문개정 2008.6.13]

제23조의2 (주민등록번호 외의 회원가입 방법) ① 정보통신서비스 제공자로서 제공하는 정보통신서비스의 유형별 일일 평균 이용자 수가 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자는 이용자가 정보통신망을 통하여 회원으로 가입할 경우에 주민등록번호를 사용하지 아니하고도 회원으로 가입할 수 있는 방법을 제공하여야 한다.

② 제1항에 해당하는 정보통신서비스 제공자는 주민등록번호를 사용하는 회원가입 방법을 따로 제공하여 이용자가 회원가입 방법을 선택하게 할 수 있다.

[본조신설 2008.6.13]

제24조 (개인정보의 이용 제한) 정보통신서비스 제공자는 제22조 및 제23조제1항 단서에 따라 수집한 개인정보를 이용자로부터 동의받은 목적이거나 제22조제2항 각 호에서 정한 목적과 다른 목적으로 이용하여서는 아니 된다.

[전문개정 2008.6.13]

제24조의2 (개인정보의 제공 동의 등) ① 정보통신서비스 제공자는 이용자의 개인정보를 제3자에게 제공하려면 제22조제2항제2호 및 제3호에 해당하는 경우 외에는 다음 각 호의 모든 사항을 이용자에게 알리고 동의를 받아야 한다. 다음 각 호의 어느 하나의 사항이 변경되는 경우에도 또한 같다.

1. 개인정보를 제공받는 자
2. 개인정보를 제공받는 자의 개인정보 이용 목적
3. 제공하는 개인정보의 항목
4. 개인정보를 제공받는 자의 개인정보 보유 및 이용 기간

② 제1항에 따라 정보통신서비스 제공자로부터 이용자의 개인정보를 제공받은 자는 그 이용자의 동의가 있거나 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우 외에는 개인정보를 제3자에게 제공하거나 제공받은 목적 외의 용도로 이용하여서는 아니 된다.

[전문개정 2008.6.13]

제25조 (개인정보의 취급위탁) ① 정보통신서비스 제공자와 그로부터 제24조의2제1항에 따라 이용자의 개인정보를 제공받은 자(이하 "정보통신서비스 제공자등"이라 한다)는 제3자에게 이용자의 개인정보를 수집·보관·처리·이용·제공·관리·파기 등(이하 "취급"이라 한다)을 할 수 있도록 업무를 위탁(이하 "개인정보 취급위탁"이라 한다)하는 경우에는 다음 각 호의 사항 모두를 이용자에게 알리고 동의를 받아야 한다. 다음 각 호의 어느 하나의 사항이 변경되는 경우에도 또한 같다.

1. 개인정보 취급위탁을 받는 자(이하 "수탁자"라 한다)
2. 개인정보 취급위탁을 하는 업무의 내용

② 정보통신서비스 제공자등은 정보통신서비스의 제공에 관한 계약을 이행하기 위하여 필요한 경우로서 제1항 각 호의 사항 모두를 제27조의2제1항에 따라 공개하거나 전자우편 등 대통령령으로 정하는 방법에 따라 이용자에게 알린 경우에는 개인정보 취급위탁에 따른 제1항의 고지절차와 동의절차를 거치지 아니할 수 있다. 제1항 각 호의 어느 하나의 사항이 변경되는 경우에도 또한 같다.

③ 정보통신서비스 제공자등은 개인정보 취급위탁을 하는 경우에는 수탁자가 이용자의 개인정보를 취급할 수 있는 목적을 미리 정하여야 하며, 수탁자는 이 목적을 벗어나서 이용자의 개인정보를 취급하여서는 아니 된다.

④ 정보통신서비스 제공자등은 수탁자가 이 장의 규정을 위반하지 아니하도록 관리·감독하여야 한다.

⑤ 수탁자가 개인정보 취급위탁을 받은 업무와 관련하여 이 장의 규정을 위반하여 이용자에게 손해를 발생시키면 그 수탁자를 손해배상책임에 있어서 정보통신서비스 제공자등의 소속 직원으로 본다.

[전문개정 2008.6.13]

제42조 (청소년유해매체물의 표시) 전기통신사업자의 전기통신역무를 이용하여 일반에게 공개를 목적으로 정보를 제공하는 자(이하 "정보제공자"라 한다) 중 「청소년보호법」 제7조제4호에 따른 매체물로서 같은 법 제2조제3호에 따른 청소년유해매체물을 제공하려는 자는 대통령령으로 정하는 표시방법에 따라 그 정보가 청소년유해매체물임을 표시하여야 한다.[전문개정 2008.6.13]

제42조의2 (청소년유해매체물의 광고금지) 누구든지 「청소년보호법」 제7조제4호에 따른 매체물로서 같은 법 제2조제3호에 따른 청소년유해매체물을 광고하는 내용의 정보를 정보통신망을 이용하여 부호·문자·음성·음향·화상 또는 영상 등의 형태로 같은 법 제2조제1호에 따른 청소년에게 전송하거나 청소년 접근을 제한하는 조치 없이 공개적으로 전시하여서는 아니 된다.

[전문개정 2008.6.13]

제42조의3 (청소년보호책임자의 지정 등) ① 정보통신서비스 제공자 중 일일 평균 이용자의 수, 매출액 등이 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자는 정보통신망의 청소년유해정보로부터 청소년을 보호하기 위하여 청소년 보호 책임자를 지정하여야 한다.

② 청소년 보호 책임자는 해당 사업자의 임원 또는 청소년 보호와 관련된 업무를 담당하는 부서의 장에 해당하는 지위에 있는 자 중에서 지정한다.

③ 청소년 보호 책임자는 정보통신망의 청소년유해정보를 차단·관리하고, 청소년유해정보로부터의 청소년 보호계획을 수립하는

등 청소년 보호업무를 하여야 한다.

④ 제1항에 따른 청소년 보호 책임자의 지정에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
[전문개정 2008.6.13]

제44조의5 (게시판 이용자의 본인 확인) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자가 게시판을 설치·운영하려면 그 게시판 이용자의 본인 확인을 위한 방법 및 절차의 마련 등 대통령령으로 정하는 필요한 조치(이하 "본인확인조치"라 한다)를 하여야 한다.

1. 국가기관, 지방자치단체, 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제5조제3항에 따른 공기업·준정부기관 및 「지방공기업법」에 따른 지방공사·지방공단(이하 "공공기관등"이라 한다)
 2. 정보통신서비스 제공자로서 제공하는 정보통신서비스의 유형별 일일 평균 이용자 수가 10만명 이상인면서 대통령령으로 정하는 기준에 해당되는 자
- ② 방송통신위원회는 제1항제2호에 따른 기준에 해당되는 정보통신서비스 제공자가 본인확인조치를 하지 아니하면 본인확인조치를 하도록 명령할 수 있다.
- ③ 정부는 제1항에 따른 본인 확인을 위하여 안전하고 신뢰할 수 있는 시스템을 개발하기 위한 시책을 마련하여야 한다.
- ④ 공공기관등 및 정보통신서비스 제공자가 선량한 관리자의 주의로써 제1항에 따른 본인확인조치를 한 경우에는 이용자의 명의가 제3자에 의하여 부정사용됨에 따라 발생한 손해에 대한 배상책임을 줄이거나 면제받을 수 있다. [전문개정 2008.6.13]

제45조 (정보통신망의 안정성 확보 등) ① 정보통신서비스 제공자는 정보통신서비스의 제공에 사용되는 정보통신망의 안정성 및 정보의 신뢰성을 확보하기 위한 보호조치를 하여야 한다.

- ② 방송통신위원회는 제1항에 따른 보호조치의 구체적 내용을 정한 정보보호조치 및 안전진단의 방법·절차·수수료에 관한 지침(이하 "정보보호지침"이라 한다)을 정하여 고시하고 정보통신서비스 제공자에게 이를 지키도록 권고할 수 있다.
- ③ 정보보호지침에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.
 1. 정당한 권한이 없는 자가 정보통신망에 접근·침입하는 것을 방지하거나 대응하기 위한 정보보호시스템의 설치·운영 등 기술적·물리적 보호조치
 2. 정보의 불법 유출·변조·삭제 등을 방지하기 위한 기술적 보호조치
 3. 정보통신망의 지속적인 이용이 가능한 상태를 확보하기 위한 기술적·물리적 보호조치
 4. 정보통신망의 안정 및 정보보호를 위한 인력·조직·경비의 확보 및 관련 계획수립 등 관리적 보호조치 [전문개정 2008.6.13]

「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 시행령」
〈대통령령 제22151호, 2010. 5. 4, 타법개정〉

제10조 (개인정보취급위탁의 통지) 법 제25조제2항 전단에서 "대통령령이 정하는 방법"이란 전자우편·서면·모사전송·전화 또는 이와 유사한 방법 중 어느 하나의 방법을 말한다.

제12조 (동의획득방법) ① 정보통신서비스제공자 등이 법 제26조의2에 따라 동의를 얻는 방법은 다음 각 호의 어느 하나와 같다. 이 경우 정보통신서비스제공자 등은 동의를 얻어야 할 사항(이하 "동의 내용"이라 한다)을 이용자가 명확하게 인지하고 확인할 수 있도록 표시하여야 한다.

1. 인터넷 사이트에 동의 내용을 게재하고 이용자가 동의 여부를 표시하도록 하는 방법
2. 동의 내용이 기재된 서면을 이용자에게 직접 교부하거나, 우편 또는 모사전송을 통하여 전달하고 이용자가 동의 내용에 대하여 서명날인 후 제출하도록 하는 방법
3. 동의 내용이 적힌 전자우편을 발송하여 이용자로부터 동의의 의사표시가 적힌 전자우편을 전송받는 방법
4. 전화를 통하여 동의 내용을 이용자에게 알리고 동의를 얻거나 인터넷주소 등 동의 내용을 확인할 수 있는 방법을 안내하고 재차 전화 통화를 통하여 동의를 얻는 방법

② 정보통신서비스제공자 등은 개인정보 수집 매체의 특성상 동의 내용을 전부 표시하기 어려운 경우 이용자에게 동의 내용을 확인할 수 있는 방법(인터넷주소·사업장 전화번호 등)을 안내하고 동의를 얻을 수 있다. (개정 2009.1.28)

제13조 (개인정보관리책임자의 자격요건 등) ① 정보통신서비스제공자와 그로부터 이용자의 개인정보를 제공받은 재이하 "정보통신서비스제공자등"이라 한다)가 법 제27조제1항 본문에 따라 지정하는 개인정보관리책임자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 지위에 있는 자로 하여야 한다.

1. 임원
2. 개인정보와 관련하여 이용자의 고충처리를 담당하는 부서의 장

② 법 제27조제1항 단서에서 "대통령령이 정하는 기준에 해당하는 정보통신서비스제공자등"이란 상시 종업원 수가 5명 미만인 정보통신서비스제공자등을 말한다. 다만, 인터넷으로 정보통신서비스를 제공하는 것을 주된 업으로 하는 정보통신서비스제공자

등의 경우에는 상시 종업원 수가 5명 미만으로서 전년도말 기준으로 직전 3개월간의 일일평균이용자가 1천명 이하인 자를 말한다. <개정 2009.1.28>

제14조 (개인정보취급방침의 공개 방법 등) ① 법 제27조의2제1항에 따라 정보통신서비스 제공자등은 개인정보의 수집 장소와 매체 등을 고려하여 다음 각 호 중 어느 하나 이상의 방법으로 개인정보취급방침을 공개하되, 그 명칭을 '개인정보취급방침' 이라고 표시하여야 한다. <개정 2009.1.28>

1. 인터넷 홈페이지의 첫 화면 또는 첫 화면과의 연결화면을 통하여 법 제27조의2제2항 각 호의 사항을 이용자가 볼 수 있도록 하는 방법. 이 경우 정보통신서비스 제공자등은 글자 크기, 색상 등을 활용하여 이용자가 개인정보취급방침을 쉽게 확인할 수 있도록 표시하여야 한다.

2. 점포·사무소 안의 보기 쉬운 장소에 써 붙이거나 비치하여 열람하도록 하는 방법

3. 동일한 제호로 연 2회 이상 계속적으로 발행하여 이용자에게 배포하는 간행물·소식지·홍보지·청구서 등에 지속적으로 게재하는 방법

② 법 제27조의2제3항에 따른 개인정보취급방침의 변경 이유 및 내용은 다음 각 호의 방법 중 어느 하나 이상의 방법으로 공지한다. <개정 2009.1.28>

1. 정보통신서비스 제공자등이 운영하는 인터넷 홈페이지의 첫 화면의 공지사항란 또는 별도의 창을 통하여 공지하는 방법

2. 서면·모사전송·전자우편 또는 이와 비슷한 방법으로 이용자에게 공지하는 방법

3. 점포·사무소 안의 보기 쉬운 장소에 써 붙이거나 비치하는 방법

③ 정보통신서비스 제공자등이 제1항제1호에 따라 개인정보취급방침을 공개하는 경우에는 이용자가 인터넷을 통하여 개인정보취급방침의 주요 사항을 언제든지 쉽게 확인할 수 있도록 하기 위하여 방송통신위원회가 정하여 고시하는 방법에 따른 전자적 표시도 함께 하여야 한다. <개정 2009.1.28>

제15조 (개인정보의 보호조치) ① 법 제28조제1항제1호에 따라 정보통신서비스 제공자등은 개인정보의 안전한 취급을 위하여 다음 각 호의 내용을 포함하는 내부관리계획을 수립·시행하여야 한다.

1. 개인정보 관리책임자의 지정 등 개인정보보호 조직의 구성·운영에 관한 사항

2. 개인정보취급자의 교육에 관한 사항

3. 제2항부터 제5항까지의 규정에 따른 보호조치를 이행하기 위하여 필요한 세부 사항

② 법 제28조제1항제2호에 따라 정보통신서비스 제공자등은 개인정보에 대한 불법적인 접근을 차단하기 위하여 다음 각 호의 조치를 하여야 한다.

1. 개인정보를 처리할 수 있도록 체계적으로 구성된 데이터베이스시스템(이하 "개인정보처리시스템"이라 한다)에 대한 접근권한의 부여·변경·말소 등에 관한 기준의 수립·시행

2. 개인정보처리시스템에 대한 불법적인 접근을 차단하기 위한 침입차단시스템 및 침입탐지시스템의 설치·운영

3. 비밀번호의 생성 방법 및 변경 주기 등의 기준 설정과 운영

4. 그 밖에 개인정보에 대한 접근통제를 위하여 필요한 조치

③ 법 제28조제1항제3호에 따라 정보통신서비스 제공자등은 접속기록의 위조·변조방지를 위하여 다음 각 호의 조치를 하여야 한다.

1. 개인정보취급자가 개인정보처리시스템에 접속하여 개인정보를 처리한 경우 접속일시, 처리내역 등의 저장 및 이의 확인·감독

2. 개인정보처리시스템에 대한 접속기록을 별도 저장장치에 백업 보관

④ 법 제28조제1항제4호에 따라 정보통신서비스 제공자등은 개인정보가 안전하게 저장·전송될 수 있도록 다음 각 호의 보안조치를 하여야 한다.

1. 비밀번호 및 바이오정보지문, 홍채, 음성, 필적 등 개인을 식별할 수 있는 신체적 또는 행동적 특징에 관한 정보를 말한(다)의 일방향 암호화 저장

2. 주민등록번호 및 계좌정보 등 금융정보의 암호화 저장

3. 정보통신망을 통하여 이용자의 개인정보 및 인증정보를 송신·수신하는 경우 보안서버 구축 등의 조치

4. 그 밖에 암호화 기술을 이용한 보안조치

⑤ 법 제28조제1항제5호에 따라 정보통신서비스 제공자등은 개인정보처리시스템 및 개인정보취급자가 개인정보 처리에 이용하는 정보기에 컴퓨터바이러스, 스파이웨어 등 악성프로그램의 침투 여부를 항시 점검·치료할 수 있도록 백신소프트웨어를 설치하여야 하며, 이를 주기적으로 갱신·점검하여야 한다.

⑥ 방송통신위원회는 제1항부터 제5항까지의 규정에 따른 사항과 법 제28조제1항제6호에 따른 그 밖에 개인정보의 안전성 확보를 위하여 필요한 보호조치의 구체적인 기준을 정하여 고시하여야 한다. <전문개정 2009.1.28>

제24조 (청소년유해매체물의 표시방법) ① 법 제42조에 따른 청소년유해매체물을 제공하는 자는 그 매체물에 19세 미만의 자는 이용할 수 없다는 취지의 내용을 누구나 쉽게 확인할 수 있도록 음성·문자 또는 영상으로 표시하여야 한다.

② 제1항에 따른 표시를 하여야 하는 자 중 인터넷을 이용하여 정보를 제공하는 자의 경우에는 기호·부호·문자 또는 숫자를 사용하여 청소년유해매체물임을 나타낼 수 있는 전자적 표시도 함께 하여야 한다.

③ 방송통신위원회는 정보의 유형 등을 고려하여 제1항 및 제2항에 따른 표시의 구체적 방법을 정하여 관보에 고시하여야 한다.

제25조 (청소년보호책임자 지정의무자의 범위) 법 제42조의3제1항에서 “일일평균이용자의 수, 매출액 등이 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 자”란 다음 각 호의 요건에 모두 해당하는 자를 말한다.

1. 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자
 - 가. 전년도말 기준 직전 3개월간의 일일평균이용자가 10만 명 이상인 자
 - 나. 정보통신서비스부문 전년도(법인의 경우에는 전 사업연도) 매출액이 10억원 이상인 자
2. 「청소년보호법」 제2조제3호에 따른 청소년유해매체물을 제공하거나 매개하는 자

제26조 (청소년보호책임자의 업무) 법 제42조의3제1항에 따른 청소년보호책임자는 정보통신망상의 청소년유해정보(이하 “유해정보”라 한다)로부터 청소년을 보호하기 위하여 다음의 업무를 수행한다.

1. 유해정보로부터의 청소년보호계획의 수립
2. 유해정보에 대한 청소년접근제한 및 관리조치
3. 정보통신업무 종사자에 대한 유해정보로부터의 청소년보호를 위한 교육
4. 유해정보로 인한 피해상담 및 고충처리
5. 그 밖에 유해정보로부터 청소년을 보호하기 위하여 필요한 사항

제27조 (청소년보호책임자의 지정기한) 법 제42조의3제1항에 따른 청소년보호책임자의 지정은 매년 4월말까지 하여야 한다.

제29조 (본인확인조치) 법 제44조의5제1항 각 호 외의 부분에서 “대통령령으로 정하는 필요한 조치”란 다음 각 호의 모두를 말한다. <개정 2009.1.28>

1. 「전자서명법」 제2조제10호에 따른 공인인증기관, 그 밖에 본인확인서비스를 제공하는 제3자 또는 행정기관에 의뢰하거나 모사 전송·대면확인 등을 통하여 게시판이용자가 본인임을 확인할 수 있는 수단을 마련할 것
2. 본인확인 절차 및 본인확인정보 보관시 본인확인정보 유출을 방지할 수 있는 기술을 마련할 것
3. 게시판에 정보를 게시한 때부터 게시판에서 정보의 게시가 종료된 후 6개월이 경과하는 날까지 본인확인정보를 보관할 것

제30조 (정보통신서비스 제공자 중 본인확인조치의무자의 범위) ① 법 제44조의5제1항제2호에서 “대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자”란 전년도 말 기준 직전 3개월간의 일일평균 이용자수가 10만명 이상인 정보통신서비스 제공자를 말한다. <개정 2009.1.28>

② 방송통신위원회는 법 제44조의5에 따른 본인확인조치에 필요한 준비기간, 적용기간 및 제1항에 해당하는 자 등을 인터넷 홈페이지에 게시하는 방법으로 공시하여야 한다. <개정 2009.1.28>

제37조 (집적정보통신시설사업자의 보호조치) ① 타인의 정보통신서비스 제공을 위하여 집적된 정보통신시설을 운영·관리하는 사업자(이하 “집적정보통신시설사업자”라 한다)가 법 제46조제1항에 따라 정보통신시설의 안정적 운영을 위한 보호조치는 다음 각 호와 같다. <개정 2009.1.28>

1. 정보통신시설에 대한 접근 권한이 없는 자의 접근 통제 및 감시를 위한 기술적·관리적 조치
 2. 정보통신시설의 지속적·안정적 운영을 확보하고 화재·지진·수해 등의 각종 재해와 테러 등의 각종 위협으로부터 정보통신시설을 보호하기 위한 물리적·기술적 조치
 3. 정보통신시설의 안정적 관리를 위한 관리인원 선발·배치 등의 조치
 4. 정보통신시설의 안정적 운영을 위한 내부관리계획(비상시 계획을 포함한다)의 수립 및 시행
 5. 침해사고의 확산을 차단하기 위한 기술적·관리적 조치의 마련 및 시행
- ② 방송통신위원회는 관련 사업자의 의견을 수렴하여 제1항에 따른 보호조치의 구체적인 기준을 정하여 고시한다.
- ③ 방송통신위원회는 제1항에 따른 보호조치의 이행확인을 하는 과정에서 다른 기관이 수행하는 업무와 관계되는 때에는 해당 기관과 미리 협의하여야 한다.

매체물로서 19세 이하 청소년에 대하여 사이트 이용을 제한하여야 하며, 주요 포털 등에 적극적인 광고를 할 수 없다.

5) 청소년보호법

「청소년보호법」은 유해한 매체물 등 각종 유해한 환경으로부터 청소년을 보호·구제함으로써 청소년이 건전한 인격체로 성장할 수 있도록 하기 위한 목적으로 1997년 제정되었다. 게임이 「청소년보호법」에 있어서 규제를 받는 것은 주로 유해매체물

및 유해업소와 관련된 사항이다.

「청소년보호법」은 보건복지가족부장관 소속의 청소년보호위원회가 청소년에게 유해한 것으로 결정하거나 확인하여 고시한 매체물, 각 심의기관이 청소년에게 유해한 것으로 의결 또는 결정하여 청소년보호위원회가 고시하거나 동법 제12조의 규정에 의하여 청소년에게 유해한 것으로 확인하여 청소년보호위원회가 고시한 매체물을 청소년유해매체물로 정의하고 있다(제8조 제1항).

청소년보호법상의 매체물은 “비디오물, 게임물, 음반, 영화·연극·음악·무용, 기타 오락적 관람물, 전기통신을 통한 부호·문언·음향 또는 영상 정보, 방송프로그램, 신문, 잡지, 만화·사진첩·화보류·소설 등의 도서류, 전자출판물, 상업적 광고 선전물 등”을 열거하고 있다(제7조). 따라서 게임을 비롯한 사실상 모든 콘텐츠가 청소년에게 유해하면 유해매체물로 지정될 수 있다고 할 것이다.

청소년보호위원회는 각 심의기관이 해당 매체물에 대하여 청소년 유해여부의 심의를 하지 않을 경우 청소년보호를 위해 심의를 진행하도록 요청할 수 있고, 각 심의기관의 요청이 있는 매체물, 각 심의기관의 청소년유해여부 심의를 받지 아니하고 유통되는 매체물에 대해서는 청소년 유해여부를 심의하여 ‘청소년 유해매체물’로 결정할 수 있도록 하고 있다.

청소년보호위원회와 각 심의기관은 청소년유해매체물로 결정되지 않은 매체물에 대해 청소년 유해의 정도, 이용 청소년의 연령, 매체물의 특성, 이용 시간과 장소 등을 감안하여 필요한 경우 등급을 구분할 수 있고(제9조 제1항), 청소년보호위원회는 각 심의기관에 이 내용을 요청할 수 있다(제9조 제2항). 심의를 함에 있어서는 당해 매체물이 ‘청소년에게 성적인 욕구를 자극하는 선정적인 것이거나 음란한 것’, ‘청소년에게 포악성이나 범죄의 충동을 일으킬 수 있는 것’, ‘성폭력을 포함한 각종 형태의 폭력 행사와 악물의 남용을 자극하거나 미화하는 것’, ‘청소년의 건전한 인격과 시민의식의 형성을 저해하는 반사회적·비윤리적인 것’, ‘기타 청소년의 정신적·신체적 건강에 명백히 해를 끼칠 우려가 있는 것’ 일 경우에는 청소년유해매체물로 결정하여야 한다(제10조 제1항). 이 기준을 구체적으로 적용함에 있어서는 현재 국내사회에서의 일반적인 통념에 따르며 그 매체물이 가지고 있는 문학적·예술적·교육적·의학적·과학적 측면과 그 매체물의 특성을 동시에 고려하여야 한다(제10조 제2항). 청소년보호위원회는 청소년보호와 관련하여 각 심의기관 간에 동일한 내용의 매체물에 대하여 심의한 내용이 상당한 정도로 차이가 있을 경우 그 심의 내용의 조정을 요구할 수 있으며, 그 요구

「청소년보호법」(법률 제9932호, 2010. 1.18, 타법개정)

제1조(목적) 이 법은 청소년에게 유해한 매체물과 악물 등이 청소년에게 유통되는 것과 청소년이 유해한 업소에 출입하는 것 등을 규제하고, 청소년을 청소년폭력·학대 등 청소년유해행위를 포함한 각종 유해한 환경으로부터 보호·구제함으로써 청소년이 건전한 인격체로 성장할 수 있도록 함을 목적으로 한다.(개정 1999.2.5)

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. (개정 1999.2.5, 1999.3.31, 2000.1.12, 2001.4.7, 2001.5.24, 2004.1.29, 2004.12.31, 2005.3.24, 2005.12.29, 2006.4.28, 2008.2.29)

1. “청소년”이라 함은 만 19세 미만의 자를 말한다. 다만, 만 19세에 도달하는 해의 1월 1일을 맞이한 자를 제외한다.
2. “매체물”이라 함은 제7조 각호의 1에 해당하는 것을 말한다.
3. “청소년유해매체물”이라 함은 다음 각목의 1에 해당하는 것을 말한다.

- 가. 제8조 및 제12조의 규정에 의하여 청소년보호위원회가 청소년에게 유해한 것으로 결정하거나 확인하여 보건복지가족부장관이 이를 고시한 매체물
- 나. 제8조제1항 단서의 규정에 의한 각 심의기관이 청소년에게 유해한 것으로 의결 또는 결정(이하 "결정"이라 한다)하여 보건복지가족부장관이 고시하거나 제12조의 규정에 의하여 청소년에게 유해한 것으로 확인하여 보건복지가족부장관이 고시한 매체물

4. (생략)

- 5. "청소년유해업소"라 함은 청소년의 출입과 고용이 청소년에게 유해한 것으로 인정되는 다음 가목의 어느 하나에 해당하는 업소(이하 "청소년출입·고용금지업소"라 한다)와 청소년의 출입은 가능하나 고용은 유해한 것으로 인정되는 다음 나목의 어느 하나에 해당하는 업소(이하 "청소년고용금지업소"라 한다)를 말한다. 이 경우 업소의 구분은 그 업소가 영업을 함에 있어서 다른 법령에 의하여 요구되는 허가·인가·등록·신고등의 여부에 불구하고 실제로 이루어지고 있는 영업행위를 기준으로 한다.

가. 청소년출입·고용금지업소

- (1) 「식품위생법」에 의한 식품접객업중 대통령령으로 정하는 것
- (2) 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」에 의한 비디오물감상실업 및 「음악산업진흥에 관한 법률」에 의한 노래연습장업중 대통령령으로 정하는 것
- (3) 「체육시설의 설치·이용에 관한 법률」에 의한 무도학원업, 무도장업
- (4) 「사행행위 등 규제 및 처벌특례법」에 의한 사행행위영업
- (5) 전기통신설비를 갖추고 불특정한 사람 상호간의 음성대화 또는 화상대화를 매개하는 것을 주된 목적으로 하는 영업. 다만, 전기통신사업법, 등 다른 법률의 규정에 의하여 통신을 매개하는 영업을 제외한다.
- (6) 청소년유해매체물, 청소년유해악물 및 청소년유해물건을 제작·생산·유통하는 영업 등 청소년의 출입과 고용이 청소년에게 유해하다고 인정되는 영업으로서 대통령령이 정하는 기준에 따라 청소년보호위원회가 결정하고 보건복지가족부장관이 이를 고시한 것

나. 청소년고용금지업소

- (1) 「식품위생법」에 의한 식품접객업중 대통령령으로 정하는 것
- (2) 「공중위생관리법」에 의한 숙박업, 이용업, 목욕장업중 대통령령으로 정하는 것
- (3) 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」에 의한 비디오물소극장업 또는 「게임산업진흥에 관한 법률」에 의한 게임제공업·복합유통게임제공업 중 대통령령이 정하는 영업
- (4) 삭제 (2004.1.29)
- (5) 「유해화학물질 관리법」에 의한 유독물영업. 다만, 유독물 사용과 직접 관련이 없는 영업으로서 대통령령이 정하는 영업을 제외한다.
- (6) 회비 등을 받거나 유료로 만화를 대여하는 만화대여업
- (7) 청소년유해매체물, 청소년유해악물 및 청소년유해물건을 제작·생산·유통하는 영업 등 청소년의 고용이 청소년에게 유해하다고 인정되는 영업으로서 대통령령이 정하는 기준에 따라 청소년보호위원회가 결정하고 보건복지가족부장관이 이를 고시한 것

- 6. "유통"이라 함은 매체물 또는 악물 등을 판매(가두판매·자동판매기·통신판매 등을 포함한다. 이하 같다), 대여, 배포, 방송(종합유선방송을 포함한다. 이하 같다), 공연, 상영, 전시, 진열, 광고하거나 시청 또는 이용에 제공하는 행위와 이러한 목적으로 매체물 또는 악물등을 인쇄·복제 또는 수입하는 행위를 말한다.
- 7. "청소년폭력"이라 함은 폭력을 통해 청소년에게 신체적·정신적 피해를 발생하게 하는 행위를 말한다.

제7조(매체물의 범위) 이 법에서 매체물이라 함은 다음 각호의 1에 해당하는 것을 말한다. (개정 1999.2.5, 2001.5.24, 2004.1.29, 2005.3.24, 2006.4.28)

- 1. 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」의 규정에 의한 비디오물, 「게임산업진흥에 관한 법률」에 의한 게임물 및 「음악산업진흥에 관한 법률」에 의한 음반
- 2. 삭제 (2001.5.24)
- 3. 「공연법」 및 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」의 규정에 의한 영화·연극·음악·무용, 기타 오락적 관람물
- 4. 「전기통신사업법」 및 「전기통신기본법」의 규정에 의한 전기통신을 통한 부호·문언·음향 또는 영상정보
- 5. 「방송법」의 규정에 의한 방송프로그램. 다만, 보도방송프로그램을 제외한다.
- 6. 「정기간행물의 등록 등에 관한 법률」의 규정에 의한 일반일간신문(주로 정치·경제·사회에 관한 보도·논평 및 여론을 전파하는 신문을 제외한다), 특수일간신문(경제·산업·과학·종교분야를 제외한다), 일반주간신문(정치·경제분야를 제외한다), 특수주간신문(경제·산업·과학·시사·종교분야를 제외한다), 잡지(정치·경제·산업·과학·시사·종교분야를 제외한다) 및 대통령령으로 정하는 기타 간행물(이하 "정기간행물등"이라 한다)과 동법의 규정에 의한 정기간행물 외의 간행물중 만화·사진첩·화보류·소설 등의 도서류, 전자출판물, 기타 대통령령이 정하는 것
- 7. 「옥외광고등 관리법」의 규정에 의한 간판·입간판·벽보·전단 기타 이와 유사한 상업적 광고선전물과 제1호 내지 제6호

- 의 규정에 의한 각종 매체에 수록·게재·전시, 기타 방법으로 포함된 상업적 광고선전물
- 8. 기타 청소년의 정신적·신체적 건강을 해칠 우려가 있다고 인정되는 것으로서 대통령이 정하는 매체물

「게임산업진흥에 관한 법률 시행령」(대통령령 제22076호, 2010. 3.15, 타법개정)

제3조 (청소년유해업소의 범위) ⑥법 제2조제5호 나목(3)에서 "비디오물 소극장업, 게임제공업 또는 복합유통게임제공업중 대통령령으로 정하는 영업"이라 함은 다음 각 호의 것을 말한다. <개정 2001.8.25, 2004.4.24, 2005.11.11, 2006.10.26, 2006.10.27, 2009.7.1>

1. 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제2조제16호나목에 따른 비디오물소극장업
2. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제6호에 따른 게임제공업
3. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제8호에 따른 복합유통게임제공업

제6조 (등급구분의 종류·방법) ①청소년보호위원회와 각 심의기관은 법 제9조의 규정에 의하여 청소년유해매체물로 심의·결정되지 아니한 매체물에 대하여 다음 각호의 구분에 따라 매체물의 등급을 구분할 수 있다. 다만, 각 심의기관에서 소관매체물에 대하여 별도의 등급구분을 하고 있는 경우에는 그러하지 아니하다. <개정 1999.6.30, 2005.4.27, 2006.3.29, 2008.2.29>

1. 9세 이상 가 : 9세 이상 청소년이 이용할 수 있는 매체물
2. 12세 이상 가 : 12세 이상 청소년이 이용할 수 있는 매체물
3. 15세 이상 가 : 15세 이상 청소년이 이용할 수 있는 매체물

②제1항 규정에 의한 등급구분의 기준은 청소년보호위원회 또는 각 심의기관이 정하는 바에 의한다. <개정 2005.4.27, 2006.3.29, 2008.2.29>

제7조 (청소년유해매체물의 심의기준) 법 제10조제3항의 규정에 의한 청소년유해매체물의 심의기준은 별표 1과 같다.

【별표 1】 <개정 1999.6.30, 2004.4.24>

청소년유해매체물의 심의기준(제7조관련)

1. 일반 심의기준

- 가. 매체물에 관한 심의는 당해 매체물의 전체 또는 부분에 관하여 평가하되 부분에 대하여 평가하는 경우에는 전반적 맥락을 함께 고려할 것
- 나. 매체물 중 연속물에 대한 심의는 개별 회분을 대상으로 할 것. 다만, 법 제 8조제5항의 규정에 해당하는 매체물에 대한 심의는 그러하지 아니하다.
- 다. 심의위원 중 최소한 2인 이상이 당해 매체물의 전체내용을 파악한 후 심의할 것
- 라. 법 제8조제5항의 규정에 의하여 실제로 제작·발행 또는 수입이 되지 아니 한 매체물에 대하여 심의하고자 하는 경우에는 구체적·개별 적 매체물을 대상으로 하지 아니하고 사회통념상 매체물의 종류, 제목, 내용 등을 특정할 수 있는 포괄적인 명칭 등을 사용하여 심의할 것

2. 개별 심의기준

- 가. 음란한 자세를 지나치게 묘사한 것
- 나. 성행위와 관련하여 그 방법·감정·음성 등을 지나치게 묘사한 것
- 다. 수간을 묘사하거나 혼음, 근친상간, 가학·피학성음란증 등 변태성행위, 매춘 행위 기타 사회통념상 허용되지 아니한 성관계를 조장하는 것
- 라. 청소년을 대상으로 하는 성행위를 조장하거나 여성을 성적 대상으로만 기술하는 등 성윤리를 왜곡시키는 것
- 마. 존속에 대한 상해·폭행·살인 등 전통적인 가족윤리를 훼손할 우려가 있는 것
- 바. 잔인한 살인·폭행·고문 등의 장면을 자극적으로 묘사하거나 조장하는 것
- 사. 심폭력·자살·자학행위 기타 육체적·정신적 학대를 미화하거나 조장하는 것
- 아. 범죄를 미화하거나 범죄방법을 상세히 묘사하여 범죄를 조장하는 것
- 자. 역사적 사실을 왜곡하거나 국가와 사회존립의 기본체제를 훼손할 우려가 있는 것
- 차. 저속한 언어나 대사를 지나치게 남용하는 것
- 카. 도박과 사행심조장 등 건전한 생활태도를 저해할 현저한 우려가 있는 것
- 타. 청소년유해약물 등의 효능 및 제조방법 등을 구체적으로 기술하여 그 복용/제조 및 사용을 조장하거나 이를 매개하는 것
- 파. 청소년유해업소에서의 청소년고용과 청소년출입을 조장하거나 이를 매개하는 것
- 하. 청소년에게 불건전한 교제를 조장할 우려가 있거나 이를 매개하는 것

를 받은 각 심의기관은 특별한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다(제11조).

“청소년유해업소”라 함은 “청소년의 출입과 고용이 청소년에게 유해한 것으로 인정되는 청소년 출입·고용금지업소와 청소년 출입은 가능하나 고용은 유해한 것으로 인정되는 청소년고용금지업소”를 말한다. 이 경우 업소의 구분은 그 업소가 영업을 함에 있어서 다른 법령에 의하여 요구되는 허가·인가·등록·신고 등의 여부에 불구하고 실제로 이루어지고 있는 영업 행위를 기준으로 한다(제2조 제5호). 청소년유해업소 업주는 종업원을 고용하고자 하는 때에는 그 연령을 확인하여야 하며, 청소년을 고용해서는 아니된다. 이러한 유해업소 중에서 게임과 관련된 청소년고용금지업소로는 「게임산업진흥에 관한 법률」에 의한 게임제공업·복합유통게임제공업이 있다[법 제2조제5호 나목(3)].

6) 학교보건법

「학교보건법」은 학교의 보건관리와 환경위생 정화에 필요한 사항을 규정하여 학생과 교직원의 건강을 보호·증진함을 목적으로 제정되었다. 이 법에 따르면 학교의 보건·위생 및 학습 환경을 보호하기 위하여 교육감은 학교환경위생 정화구역을 설정·고시하여야 하며, 이 경우 학교환경위생 정화구역은 학교 경계선이나 학교설립예정지 경계선으로부터 200미터를 넘을 수 없다.

즉, 교육감이 학교환경위생 정화구역을 설정할 때에는 절대정화구역과 상대정화구역으로 구분하여 설정하되, 절대정화구역은 학교출입문으로부터 직선거리로 50미터까지인 지역으로 하고, 상대정화구역은 학교경계선 또는 학교설립예정지경계선으로부터 직선거리로 200미터까지인 지역 중 절대정화구역을 제외한 지역으로 한다. 게임과 관련해서, 게임제공업 시설, 인터넷컴퓨터게임시설제공업

● 「학교보건법」(법률 제9770호, 2009. 6. 9, 타법개정)

제5조 (학교환경위생정화구역의 설정) ① 학교의 보건·위생 및 학습 환경을 보호하기 위하여 교육감은 대통령령으로 정하는 바에 따라 학교환경위생 정화구역을 설정·고시하여야 한다. 이 경우 학교환경위생 정화구역은 학교 경계선이나 학교설립예정지 경계선으로부터 200미터를 넘을 수 없다.

② 학교설립예정지를 결정·고시한 자나 학교설립을 인가한 자는 학교설립예정지가 확정되면 지체 없이 관할 교육감에게 그 사실을 통보하여야 한다.

③ 교육감은 제2항에 따라 학교설립예정지가 통보된 날부터 30일 이내에 제1항에 따른 학교환경위생 정화구역을 설정·고시하여야 한다.

④ 제1항에 따라 설정·고시된 학교환경위생 정화구역이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하게 된 때에는 그 효력을 상실한다.

1. 학교가 폐교되거나 이전(이전)하게 된 때
2. 학교설립예정지에 대한 도시관리계획결정의 효력이 상실된 때
3. 유치원이나 특수학교의 설립계획이 취소되었거나 설립인가가 취소된 때

⑤ 제1항에 따른 교육감의 권한은 대통령령으로 정하는 바에 따라 교육감에게 위임할 수 있다.

[전문개정 2007.12.14]

제6조 (학교환경위생 정화구역에서의 금지행위 등 (개정 2007.12.14)) ① 누구든지 학교환경위생 정화구역에서는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위 및 시설을 하여서는 아니 된다. 다만, 대통령령으로 정하는 구역에서는 제2호, 제3호, 제6호, 제10호, 제12호부터 제18호까지와 제20호에 규정된 행위 및 시설 중 교육감이나 교육감이 위임한 자가 학교환경위생정화위원회의 심의를 거쳐 학습과 학교보건위생에 나쁜 영향을 주지 아니한다고 인정하는 행위 및 시설은 제외한다. (개정 2007.12.14)

1. ~ 14. (생략)

15. 사행행위장·경마장·경륜장 및 경정장(각 시설의 장외발매소를 포함한다)

16. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제6호에 따른 게임제공업 및 같은 조 제7호에 따른 인터넷컴퓨터게임시설제공업(「유아교

- 육법, 제2조제2호에 따른 유치원 및 「고등교육법」 제2조 각 호에 따른 학교의 학교환경위생 정화구역은 제외한다)
- 17. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제6호다목에 따라 제공되는 게임물 시설(「고등교육법」 제2조 각 호에 따른 학교의 학교환경위생 정화구역은 제외한다)
- 18. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제8호에 따른 복합유통게임제공업
- 19. 「청소년보호법」 제2조제5호기목(5)에 해당하는 업소와 같은 호 기목(6) 및 같은 호 나목(7)에 따라 국가청소년위원회가 고시한 영업에 해당하는 업소

「학교보건법 시행령」(대통령령 제22232호, 2010. 6.29. 일부개정)

- 제3조 (학교환경위생 정화구역) ① 법 제5조제1항에 따라 교육감이 학교환경위생 정화구역(이하 "정화구역"이라 한다)을 설정할 때에는 절대정화구역과 상대정화구역으로 구분하여 설정하되, 절대정화구역은 학교출입문(학교설립예정지의 경우에는 설립될 학교의 출입문 설치 예정 위치를 말한다)으로부터 직선거리로 50미터까지인 지역으로 하고, 상대정화구역은 학교경계선 또는 학교설립예정지경계선으로부터 직선거리로 200미터까지인 지역 중 절대정화구역을 제외한 지역으로 한다.
- ② 교육감은 제1항에 따라 정화구역을 설정하였을 때에는 그에 관한 사항을 시장(행정시의 시장을 포함한다)·군수 또는 구청장(자치구의 구청장을 말한다)에게 알리고, 그 설정일자 및 설정구역을 고시하여야 한다.
- ③ 교육감은 제2항에 따라 정화구역을 고시할 때에는 다음 사항을 포함하여야 하고, 게시판 또는 인터넷 등을 이용하여 그 내용을 국민에게 공개하여야 한다.
1. 정화구역의 위치 및 면적
 2. 정화구역이 표시된 지적도면

시설, 복합유통게임제공업 시설의 경우에는 설치할 수 없다.

7) 제조물책임법

「제조물책임법」은 제조물의 결함으로 인한 생명, 신체 또는 재산상의 손해에 대하여 제조업자 등이 무과실책임의 원칙에 따라 손해배상책임을 지도록 하는 제조물책임제도를 도입함으로써 피해자의 권리구제를 도모하고 국민생활의 안전과 국민경제의 건전한 발전에 기여하며 제품 안전에 대한 의식을 제고하여 우리 기업들의 경쟁력 향상을 도모하기 위하여 2000년에 제정되었다.

이 법에서 제조물이란 “다른 동산이나 부동산의 일부를 구성하는 경우를 포함한 제조 또는 가공된 동산”을 의미한다. 게임과 관련하여서는 제조물의 성격을 가지는 게임기 자체(아케이드게임기, 비디오게임기, 게임과 관련하여 제작되고 제공되는 일체의 유체물, 동산)가 이 법의 규율 대상이 된다.

이 법에 따르면 손해배상 책임 주체는 제조물을 업으로써 제조·가공 또는 수입한 자와 자신을 제조업자로 표시하거나 제조업자로 오인시킬 수 있는 표시를 한 자가 되고, 제조업자를 알 수 없는 경우에는 공급업자도 손해배상 책임 주체가 되도록 하고 있으며(법 제2조제3호 및 법 제3조제2항), 제조업자는 제조물의 결함으로 인한 생명, 신체 또는 재산상의 손해를 입은 자에게 손해배상책임을 지도록 하고 있다(법 제3조제1항). 손해배상과 관련하여서는 제조업자 또는 공급업자가 당해 제조물을 공급하지 아니하였거나, 당해 제조물을 공급한 때의 과학기술수준으로는 결함의 존재를 알 수 없었던 경우 등 일정한 사실을 입증한 때에는 손해배상책임을 면할 수 있도록 하고(법 제4조), 동일한 손해에 대하여 배상할 책임이 있는 자가 2인 이상인 경우에는 민법상 불법행위와 같이 연대책임을 지도록 하였다(법 제5조). 손해배상 청구권의 소멸시효는 손해 및 제조업자를 안 때로부터 3년이다(법 제7조). 이 법에 의한 제조업자의 배상책임을 배제하거나 제한하는 특약은 무효이다(법 제6조).

「제조물책임법」〈법률 제6109호, 2000.1.12 제정〉

제1조(목적) 이 법은 제조물의 결함으로 인하여 발생한 손해에 대한 제조업자 등의 손해배상책임을 규정함으로써 피해자의 보호를 도모하고 국민생활의 안전향상과 국민경제의 건전한 발전에 기여함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. "제조물"이라 함은 다른 동산이나 부동산의 일부를 구성하는 경우를 포함한 제조 또는 가공된 동산을 말한다.
2. "결함"이라 함은 당해 제조물에 다음 각목의 1에 해당하는 제조·설계 또는 표시상의 결함이나 기타 통상적으로 기대할 수 있는 안전성이 결여되어 있는 것을 말한다.
 - 가. "제조상의 결함"이라 함은 제조업자의 제조물에 대한 제조·가공상의 주의의무의 이행여부에 불구하고 제조물이 원래의 도한 설계와 다르게 제조·가공됨으로써 안전하지 못하게 된 경우를 말한다.
 - 나. "설계상의 결함"이라 함은 제조업자가 합리적인 대체설계를 채용하였더라면 피해나 위험을 줄이거나 피할 수 있었음에도 대체설계를 채용하지 아니하여 당해 제조물이 안전하지 못하게 된 경우를 말한다.
 - 다. "표시상의 결함"이라 함은 제조업자가 합리적인 설명·지시·경고 기타의 표시를 하였더라면 당해 제조물에 의하여 발생될 수 있는 피해나 위험을 줄이거나 피할 수 있었음에도 이를 하지 아니한 경우를 말한다.
3. "제조업자"라 함은 다음 각목의 자를 말한다.
 - 가. 제조물의 제조·가공 또는 수입을 업으로 하는 자
 - 나. 제조물에 설명·상호·상표 기타 식별가능한 기호 등을 사용하여 자신을 가목의 자로 표시한 자 또는 가목의 자로 오인시킬 수 있는 표시를 한 자

제3조(제조물책임) ①제조업자는 제조물의 결함으로 인하여 생명·신체 또는 재산에 손해(당해 제조물에 대해서만 발생한 손해를 제외한다)를 입은 자에게 그 손해를 배상하여야 한다.

②제조물의 제조업자를 알 수 없는 경우 제조물을 영리목적으로 판매·대여 등의 방법에 의하여 공급한 자는 제조물의 제조업자 또는 제조물을 자신에게 공급한 자를 알거나 알 수 있었음에도 불구하고 상당한 기간내에 그 제조업자 또는 공급한 자를 피해자 또는 그 법정대리인에게 고지하지 아니한 때에는 제1항의 규정에 의한 손해를 배상하여야 한다.

제4조(면책사유) ①제3조의 규정에 의하여 손해배상책임을 지는 자가 다음 각호의 1에 해당하는 사실을 입증한 경우에는 이 법에 의한 손해배상책임을 면한다.

1. 제조업자가 당해 제조물을 공급하지 아니한 사실
 2. 제조업자가 당해 제조물을 공급한 때의 과학·기술수준으로는 결함의 존재를 발견할 수 없었다는 사실
 3. 제조물의 결함이 제조업자가 당해 제조물을 공급할 당시의 법령이 정하는 기준을 준수함으로써 발생한 사실
 4. 원재료 또는 부품의 경우에는 당해 원재료 또는 부품을 사용한 제조물 제조업자의 설계 또는 제작에 관한 지시로 인하여 결함이 발생하였다는 사실
- ②제3조의 규정에 의하여 손해배상책임을 지는 자가 제조물을 공급한 후에 당해 제조물에 결함이 존재한다는 사실을 알거나 알 수 있었음에도 그 결함에 의한 손해의 발생을 방지하기 위한 적절한 조치를 하지 아니한 때에는 제1항제2호 내지 제4호의 규정에 의한 면책을 주장할 수 없다.

제5조(연대책임) 동일한 손해에 대하여 배상할 책임이 있는 자가 2인 이상인 경우에는 연대하여 그 손해를 배상할 책임이 있다.

제6조(면책특약의 제한) 이 법에 의한 손해배상책임을 배제하거나 제한하는 특약은 무효로 한다. 다만, 자신의 영업에 이용하기 위하여 제조물을 공급받은 자가 자신의 영업용 재산에 대하여 발생한 손해에 관하여 그와 같은 특약을 체결한 경우에는 그러하지 아니하다.

제7조(소멸시효 등) ①이 법에 의한 손해배상의 청구권은 피해자 또는 그 법정대리인이 손해 및 제3조의 규정에 의하여 손해배상책임을 지는 자를 안 날부터 3년간 이를 행사하지 아니하면 시효로 인하여 소멸한다.

②이 법에 의한 손해배상의 청구권은 제조업자가 손해를 발생시킨 제조물을 공급한 날부터 10년 이내에 이를 행사하여야 한다. 다만, 신체에 누적되어 사람의 건강을 해하는 물질에 의하여 발생한 손해 또는 일정한 잠복기간이 경과한 후에 증상이 나타나는 손해에 대하여는 그 손해가 발생한 날부터 기산한다.

제8조(민법의 적용) 제조물의 결함에 의한 손해배상책임에 관하여 이 법에 규정된 것을 제외하고는 민법의 규정에 의한다.

▶ 제2절 게임 관련 약관 현황

1. 약관의 규제에 관한 법률 주요 내용

1) 배경 및 약관의 의의

(1) 약관의 규제에 관한 법률 제정 배경

우리나라는 1960년대 이후 고도성장에 따른 산업화로 대량 생산, 대량 소비시대로 들어서게 됨에 따라 할부판매, 팩터링거래 등 상품의 매매 방법이 다양하게 개발되었고 근래에는 상품의 매매에 한하지 않고 여행계약, 숙박계약 등 서비스업 분야에 있어서도 불공정거래 조건으로 인한 소비자 피해가 심각한 문제로 대두되었다. 이에 따라 1985년에 약관 규제의 특별법 제정을 위한 약관법제정위원회가 발족되고 독일 약관규제법을 비롯한 각국의 입법례를 기초로 하여 1986년 12월 8일 「약관의 규제에 관한 법률」이 국회를 통과함으로써 불공정약관을 규제할 근거법이 마련되었다. 이 법에서는 사업자에게 명시·설명의 의무와 불공정약관의 사용금지 의무를 부과하고 있다.

(2) 약관의 의의

약관이란 계약의 일방 당사자가 다수의 상대방과 체결하기 위하여 미리 마련한 내용을 말하는 것으로 약관으로 인정되기 위해서는 아래와 같은 요건이 충족되어야 한다.

약관은 계약을 정형화함으로써 대량 거래에 있어서 계약의 체결을 합법화하는 기능이 있으며, 민법

이나 상법으로 규율할 수 없는 계약 분야를 약관규제법이 보완하고 더 나아가 수정하기도 한다.

2) 약관의 계약 편입

약관이 계약으로 성립되기 위해서는 사업자가 제안한 약관에 대해 고객이 이를 받아들일 것을 승낙하여야 하는데 이를 “약관의 계약 편입”이라고 한다. 약관이 계약으로 편입되는 요건으로서 고객이 당해 약관 전체를 계약으로서 수용하는 의사가 있으면 족하고, 일반 계약에서와 같이 약관의 개별 조문에 대한 개별적인 동의를 요하는 것은 아니다.

이러한 경우 약관이 계약법적으로 편입될 수 있으나에 대한 논란이 있을 수 있으나 부정할 수 있는 근거는 크지 않다고 본다. 명시 의무 및 설명 의무를 충분히 하였느냐에 대한 것이 논란이 될 수 있으나 홈페이지 상에 약관을 충분히 고지하였다는 점에서 명시 의무를 다하였다고 볼 수 있다. 또한 통상의 관념에 의하여 약관에 대해 전체적으로 이해하였고, 이의 내용에 대한 동의를 하였다는 점에서 설명 의무에 준하는 인지를 하였다고 추단할 수 있을 것이다. 따라서 약관 자체는 충분히 계약 체결의 구성요건을 갖춘 것이라고 볼 수 있다.

3) 사업자의 의무

대부분의 약관은 사업자에 의해 일방적으로 작

- ① 약관은 장래 체결될 사업자와 고객 사이의 약관의 내용이 될 사항을 포함할 것
- ② 약관은 쌍방 당사자가 계약체결에 임하여 서로 협의해서 결정한 계약 내용이 아니라 일방 당사자가 계약 체결 이전에 미리 동종 다수의 계약을 위하여 마련한 것일 것
- ③ 약관은 일반적으로 대량거래를 위하여 사전 작성되는 특성을 지닐 것
- ④ 약관은 그 명칭 여하는 문제되지 않음

성되고 또 그 내용이 사업자에게만 유리한 쪽으로 정해져 있기 때문에 고객은 사실상 그 내용을 잘 모른 채 약관 계약으로 편입된다. 약관규제법은 이러한 고객의 지위를 보호하기 위하여 사업자에게 계약 체결에 있어서 고객에게 약관의 내용을 계약의 종류에 따라 일반적으로 예상되는 방법으로 명시하도록 하고 있으며, 고객이 요구할 때에는 당해 약관의 사본을 고객에게 교부하여 이를 알 수 있도록 하여야 한다.

또한 사업자는 약관에 정해져 있는 중요한 내용을 고객이 이해할 수 있도록 설명하여야 한다. 여기서 중요 내용이란 당해 고객의 이해관계에 중요한 영향을 미치는 것으로서 사회 통념상 당해 사항의 지·부지가 계약 체결의 여부에 영향을 미칠 수 있는 사항을 의미한다. 다만, 계약의 성질상 중요 내용에 대한 설명이 현저하게 곤란한 경우에는 설명 의무가 면제된다. 사업자가 본 의무를 이행하지 아니한 경우에는 약관의 내용을 계약의 내용으로 주장할 수 없다.

(1) 약관의 명시·설명의무

사업자는 계약 체결에 있어서 고객에게 약관의 내용을 계약의 종류에 따라 일반적으로 예상되는 방법으로 명시하고, 고객이 요구할 때에는 당해 약관의 사본을 고객에게 교부하여 이를 알 수 있도록 하여야 한다(제3조 제2항). 다만, 다른 법률의 규정에 의하여 행정관청의 인가를 받은 약관으로서 거래의 신속을 위하여 필요하다고 인정되어 대통령령이 정하는 약관에 대하여는 그러하지 아니하다. 온라인게임 업체의 경우 해당사이트에 상시 게시하는 방법으로 명시 의무를 이행하고 있다고 볼 수 있다. 사업자는 약관에 정해져 있는 중요한 내용을 고객이 이해할 수 있도록 설명하여야 한다. 다만, 계약의 성질상 설명이 현저하게 곤란한 경우에는 그러하지 아니하다

(제3조 제3항). 사업자가 약관의 제시·설명의무에 위반하여 계약을 체결한 때에는 당해 약관을 계약의 내용으로 주장하지 못한다(제3조 제4항).

(2) 불공정 약관조항의 사용금지

사업자는 이 법 제6조 내지 제14조의 규정에 해당하는 불공정한 약관조항을 계약의 내용으로 하여서는 아니된다(제17조).

4) 약관 해석의 원칙

약관의 내용도 계약의 내용이 되는 것이므로 일반적인 법률행위의 해석에 따를 수 있지만 이 법에서는 약관의 해석에 관한 기준과 원칙을 정하고 있다. 먼저 개별약정 우선의 원칙(제4조)에 따라 사업자와 고객이 약관의 내용과 다르게 합의한 개별약정이 있을 때에는 당해 합의사항은 약관에 우선하여 계약의 내용이 된다. 객관적 해석의 원칙(평등해석의 원칙, 통일해석의 원칙)에 따라 약관의 내용은 모든 고객에 대하여 동등하게 동일한 내용으로 해석되고 적용되어야 한다(제5조 제1항). 이는 동일한 약관 내용을 고객에 따라 다르게 해석 적용하여서는 아니된다는 원칙이다.

불명확조항해석의 원칙(작성자위험부담의 원칙)에 따라 약관의 의미가 불명확하거나 다의적인 경우에는 고객에게 가장 유리한 내용으로 해석되고 적용되어야 한다(제5조 제2항). 판례도 “보통 거래 약관의 내용은 개개 계약체결자의 의사나 구체적인 사정을 고려함이 없이 평균적 고객의 이해 가능성을 기준으로 하여 객관적, 확일적으로 해석하여야 하고, 고객 보호의 측면에서 약관 내용이 명백하지 못하거나 의심스러운 때에는 고객에게 유리하게, 약관 작성자에게 불리하게 제한 해석 하여야 한다”고 하고 있다(대법원 1996. 6. 25. 선고 96다 12009 판결 참조).

5) 불공정약관 조항

(1) 불공정약관 조항의 효력

약관규제에 관한 법률 제6조 제1항은 “신의성실의 원칙에 반하여 공정을 잃은 약관조항은 무효이다”라고 하고 있다. 약관규제법에서 말하는 신의성실의 원칙은 민법상의 신의성실의 원칙과 같은 내용이다. 다만 약관규제의 영역에서는 신의성실의 원칙이 특히 ‘계약당사자 사이의 이익 형평에 중점을 둔다’는 점, 권리행사나 의무이행보다는 ‘계약 내용 형성에 직접 관여한다’는 점에 특색이 있다. 약관규제법상 규정된 신의성실의 원칙은, 당해 약관이 사업자에 의하여 일방적으로 작성되고 상대방인 고객로서는 그 구체적인 조항 내용을 검토하거나 확인할 충분한 기회가 없이 계약을 체결하게 되는 계약 성립의 과정에 비추어 약관 작성자로서는 반드시 계약 상대방의 정당한 이익과 합리적인 기대에 반하지 않고 형평에 맞게끔 약관 조항을 작성해야 한다는 행위원칙이다. 다만 국제적으로 통용되는 약관이나 기타 특별한 사정이 있는 약관으로서 대통령이 정하는 경우에는 제7조 내지 제14조의 규정의 적용을 조항별·업종별로 제한한 경우에는 이 법의 적용이 제한된다(제15조).

불공정 조항은 처음부터 당연히 무효며, 법원의 무효판결이나 공정거래위원회의 무효심결은 당해약관 조항이 처음부터 무효라는 것을 확인하는 것이다. 약관 조항이 무효로 되면 원칙적으로 당해 조항만을 무효로 하고, 그 무효 부분에 대하여 사실인 관습이나 임의규정, 조리에 의하여 보충된다(민법 제106조). 약관 중 어느 하나 또는 수개의 조항이 무효가 됨으로써, 그 약관은 일부무 효가 되고 아울러 계약도 일부 무효가 된다. 약관의 일부 무효는 약관의 나머지 부분만으로 효력을 갖게 된다. 약관의 일부 무효에 관해서는 약관규제에 관한 법률 제16조가 민법 제138조에 대한 특칙이다(일부 무효의 특칙).

(2) 불공정약관 조항으로의 추정

약관에 ① 고객에 대하여 부당하게 불리한 조항, ② 고객이 계약의 거래 형태 등 제반사정에 비추어 예상하기 어려운 조항, ③ 계약의 목적을 달성할 수 없을 정도로 계약에 따르는 본질적 권리를 제한하는 조항에 해당되는 내용을 정하고 있는 경우에는 당해 약관 조항은 공정을 잃은 것으로 추정된다(제6조 제2항).

(3) 무효인 불공정약관에 대한 제재

가. 면책조항의 금지

개별적 금지규정 중 불공정한 규정으로 문제가 가장 많이 제기되는 것은 면책조항의 금지다. 약관규제에 관한 법률 제7조에서 규정된 유형을 보면 ① 사업자, 이행보조자 또는 피용자의 고의 또는 중대한 과실로 인한 법률상의 책임을 배제하는 조항, ② 상당한 이유없이 사업자의 손해배상범위를 제한하거나 사업자가 부담하여야 할 위험을 고객에게 이전시키는 조항, ③ 상당한 이유 없이 사업자의 담보책임을 배제 또는 제한하거나 그 담보책임에 따르는 고객의 권리행사의 요건을 가중하는 조항 또는 건본 목적물에 관하여 건본이 제시되거나 품질, 성능에 관한 표시가 있는 경우, 그 보장된 내용에 대한 책임을 배제 또는 제한하는 조항은 무효로 한다고 규정하고 있다. 이 중에서 ①은 언제나 무효가 되는 절대적 무효조항이나, ②와③은 ‘상당한 이유 없이’라는 평가 개념을 도입한 상대적 무효조항이다.

나. 손해배상액의 예정

고객에 대하여 부당하게 과중한 지연손해금 등의 손해배상을 부담시키는 조항은 무효다(제8조). 손해배상액의 예정에는 채무불이행에 따른 지연손해의 배상·전보배상·위약금 기타 어떤 명목에 의한 손해배상금이라도 여기에 해당된다. 한편 민법 제398조 제2항에서는 당사자가 약정한 손해배상의 예정

액 부당히 과다한 경우에 법원이 적당히 감액할 수 있다고 규정하고 있다. 그렇다면 과중한 손해배상을 정한 약관은 그 자체가 무효가 되므로 손해배상의 예정 자체가 없었던 것으로 된다. 이 경우 일반적인 손해배상의 원칙에 의해 배상액이 결정된다.

다. 계약의 해제 · 해지

계약의 해제 · 해지에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 ① 법률의 규정에 의한 고객의 해제권 또는 해지권을 배제하거나 그 행사를 제한하는 조항, ② 사업자에게 법률에서 규정하고 있지 아니하는 해제권 · 해지권을 부여하거나 법률의 규정에 의한 해제권 · 해지권의 행사 요건을 완화하여 고객에 대하여 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항, ③ 계약의 해제 또는 해지로 인한 고객의 원상회복의무를 상당한 이유 없이 과중하게 부담시키거나 원상회복청구권을 부당하게 포기하도록 하는 조항, ④ 계약의 해제 · 해지로 인한 사업자의 원상회복의무나 손해배상의무를 부당하게 경감하는 조항, ⑤ 계속적인 채권관계의 발생을 목적으로 하는 계약에서 그 존속기간을 부당하게 단기 또는 장기로 하거나 묵시의 기간 연장 또는 갱신이 가능하도록 정하여 고객에게 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항은 무효로 한다(제9조).

라. 채무의 이행

채무의 이행에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 ① 상당한 이유 없이 급부의 내용을 사업자가 일방적으로 결정하거나 변경할 수 있도록 권한을 부여하는 조항, ② 상당한 이유 없이 사업자가 이행하여야 할 급부를 일방적으로 중지할 수 있게 하거나 제3자로 하여금 대항할 수 있게 하는 조항은 무효로 한다(제10조).

마. 고객의 권익보호

고객의 권익에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 ① 법률의 규정에 의한 고객의 항변권, 상계권 등의 권리를 상당한 이유 없이 배제 또는 제한하는 조항, ② 고객에게 부여된 기한의 이익을 상당한 이유 없이 박탈하는 조항, ③ 고객이 제3자와 계약을 체결하는 것을 부당하게 제한하는 조항, ④ 사업자가 업무상 알게된 고객의 비밀을 상당한 이유 없이 누설하는 것을 허용하는 조항은 무효로 한다(제11조).

바. 의사표시의 의제

의사표시에 관하여 정하고 있는 약관의 내용 중 ① 일정한 작위 또는 부작위가 있을 때 고객의 의사표시가 표명되거나 표명되지 아니한 것으로 보는 조항, ② 고객의 의사표시의 형식이나 요건에 대하여 부당하게 엄격한 제한을 가하는 조항, ③ 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시가 상당한 이유 없이 고객에게 도달된 것으로 보는 조항, ④ 고객의 이익에 중대한 영향을 미치는 사업자의 의사표시에 부당하게 장기의 기한 또는 불확정기한을 정하는 조항은 무효로 한다. 다만, 고객에게 상당한 기한 내에 의사표시를 하지 아니하면 의사표시가 표명되거나 표명되지 아니한 것으로 본다는 뜻을 명확하게 따로 고지하거나 부득이한 사유로 그러한 고지를 할 수 없는 경우에는 그러하지 아니하다(제12조).

사. 대리인의 책임가중

고객의 대리인에 의하여 계약이 체결된 경우 고객이 그 의무를 이행하지 아니하는 때에는 대리인에게 그 의무의 전부 또는 일부를 이행할 책임을 지우는 내용의 약관 조항은 이를 무효로 한다(제13조).

아. 소제기의 금지 등

고객에 대하여 부당하게 불리한 소제기의 금지조항 또는 재판관할의 합의조항이나 상당한 이유 없이

고객에게 입증책임을 부담시키는 약관 조항은 이를 무효로 한다(제14조).

지 조항 등「약관의 규제에 관한 법률」에 위반되는 조항을 수정·삭제토록 시정 조치하였다.

2. 공정거래위원회의 온라인게임 약관 시정조치 내용

(2) 주요 내용

심사조항 및 심사결과의 주요 내용은 아래와 같다.

1) 온라인게임 이용약관 및 운영정책(규정)에 대한 시정조치(2005)

(3) 시사점

(1) 개요

2005년 10월 공정거래위원회는 11개 온라인게임 사업자의 온라인게임(MMORPG) 이용약관 및 운영정책(규정)을 심사하여, 사업자의 자의적인 계약해

본 시정조치는 아이템 현금거래 금지 조항은 사업자의 지적재산권 보호 및 현금거래로 인한 부작용 등을 감안, 약관법 위반으로 볼 수 없음을 재확인한 것이라고 볼 수 있다. 단, 현금거래행위로 적발된 경우, 사안의 경중을 고려하거나 사전 통보 절차도 없

표 6-3-04 온라인게임 이용약관 관련 심사조항

주요 심사조항	심사결과
1. 아이템 등의 현금거래 금지 조항	유효
2. 아이템 현금거래행위로 처음 적발된 경우, 사안의 경중을 고려하지 않고 곧바로 계정을 영구압류 하는 조항	무효
3. 사업자의 귀책사유로 게임이 중단되더라도 4시간 이상 연속해서 중단된 경우만 서비스 시간을 연장하도록 규정한 조항	무효
4. 접속지연 등에 대한 입증책임을 사실상 이용자들에게 전가한 조항	무효
5. 불가항력적인 사유로 게임이 중단된 경우의 사업자 면책조항	유효
6. 사업자가 게임의 기획이나 운영상의 필요로 이용자들의 계정을 정지시킬 수 있도록 규정한 조항	무효
7. 이용자의 경미한 의무 위반행위 시에도 사전통보 없이 계약을 해지할 수 있도록 규정한 조항	무효
8. 무료서비스의 경우에는 사업자가 손해배상책임을 지지 않는 조항	유효
9. 법정대리인이 미성년자의 이용요금을 지불한 경우, 무조건 사후동의(취소권의 포기)한 것으로 간주한 조항	무효
10. 이용자들의 채팅내용을 사업자의 판단에 따라 열람하도록 규정한 조항	무효
11. 게임 운영자(GM: Game Master)에게 포괄적인 제재권한을 부여한 조항	무효
12. 사업자가 이용자들 상호간의 분쟁에 개입할 의무가 없도록 규정한 조항	유효

표 6-3-05 온라인게임 이용약관 관련 심사의견

약관 조항	심사 의견
1. 최장장애시간조항 • 손해배상이 인정되는 최장장애시간을 계속해서 24시간/15시간/13시간/12시간/6시간, 장시간으로 규정함.	• 무효 - 온라인게임서비스가 PC통신이나 인터넷서비스 또는 전화회선서비스와는 달리 특별한 사정이 있다고 볼 수 없고, 현 기술상 최단 복구소요시간이 4시간인 점을 고려할 때, 각 사업자별로 6시간/12시간/13시간/15시간/24시간 이상/ 장시간 연속적으로 전체 서비스 중단이 계속된 경우에 한하여 손해배상책임을 지도록 한 현행 약관조항은, 고객에게 부당하게 불리한 조항이자 상당한 이유 없이 사업자의 손해배상범위를 제한하는 조항으로 약관법 제6조 제2항 제1호 및 제7조 제2호에 해당됨. ※ 현재 정보통신기술상 최소한의 복구소요시간이 4시간인 점을 감안하고 PC통신사업자의 손해배상인정시간이 4시간인 점을 고려함.

약관 조항	심사 의견
2. 금전배상 배제조항 • 어떠한 사유발생 시에도 이용고객에게 금전적인 배상책임을 지지 않음.	• 무효 - 당사자 간의 특약이나 개별약정에 의해 대체금부 등을 통한 원상회복 등 금전 이외의 배상방법을 약정할 수는 있다 하더라도, 사업자가 사전에 마련한 온라인 화면상에 게시한 보통거래약관 상에 절대적으로 금전배상을 배제하고 있는 바, 이는 상당한 이유 없이 사업자의 손해배상범위를 제한하는 조항으로 약관법 제7조 제2호에 해당됨.
3. 환불 제한조항 • 등록 후 어떠한 경우에도 환불되지 않음. • 입금 후 등록신청이 없는 상태로 3개월 경과 시에 환불 요청하여도 인정 안됨. • 회사의 귀책사유로 계약해지 시 기간만료일 10일이나 15일전에 반환신청의 경우에만 반환됨.	• 무효 - 계약의 해제·해지로 인한 사업자의 원상회복의무나 손해배상의무를 부당하게 경감하는 조항이자 법률의 규정에 의한 고객의 해제권 또는 해지권을 배제하거나 그 행사를 제한하는 조항으로 약관법 제9조 제4호 및 제1호에 해당됨.
4. 복구신청이나 손해배상 청구방법을 제한하는 조항 • 문제발생시 복구신청은 게임 안에서 편리로만 가능하며, 방문, 전화복구 신청은 받지 않음. • 손해배상청구는 게시판 또는 전자우편으로만 청구가능.	• 무효 - 현행 약관조항은 이용자가 불만을 제기할 기회를 사실상 제한하는 결과를 초래하고 있는 바, 이는 고객의 의사표시의 형식이나 요건에 대하여 부당하게 엄격한 제한을 가하는 조항으로 약관법 제12조 제2호에 해당됨.
5. 약관임의변경 및 개정약관 부동의로 인한 서비스 중지시 원상회복의무 경감조항 • 필요에 따라 변경할 수 있으며 동의서에 동의하지 않으면 서비스는 중단됨.	• 무효 - 사업자는 약관을 필요에 따라 변경할 수 있으며, 이용고객이 동의하지 않아 계약이 해지될 경우에는 그에 따른 환급규정을 별도로 두고 있지 않으므로, 이는 고객에 대하여 부당하게 불리한 조항이자 계약의 해제·해지로 인한 사업자의 원상회복의무나 손해배상의무를 부당하게 경감하는 조항으로서 약관법 제6조 제2항 제1호 및 제10조 제4호에 해당됨.
6. 운영규칙 위반 시 구속조항 • 게시판이나 사자후로 욕을 하였을 경우는 아이디를 최대 240시간 구속할 수 있고, 음담패설, 타인의 부모님에 대한 욕설 등을 하였을 경우에는 720시간까지 구속할 수 있음.	• 무효 - 상기 약관조항은 구성요건이 불확정적이고 불명료하며 제재규정도 단순히 규정되어 명확성의 원칙(최형법정주의)에 반하며, 또한 그 전단계로서 경고 등의 절차 없이 곧바로 720시간이란 장시간 동안 구속수감 한다고 하여 이용고객에게는 가혹한 처벌규정에 해당된다고 할 수 있는 바, 이는 고객에 대하여 부당하게 불리한 약관조항으로 약관법 제6조 제2항 제2호에 해당됨.
7. 자의적인 개인정보 제3자 제공조항 • 사전에 개인정보를 제공할 제휴업체를 미리 명시하지도 않은채 서비스 도중에 약관상에 제휴업체명을 첨가한 하연 얼마든지 이용자의 개인정보를 제3자에게 제공할 수 있도록 규정.	• 무효 - 현행 약관조항은 사업자가 업무상 알게 된 고객의 비밀을 정당한 이유 없이 누설하는 것을 허용하는 조항이자 일정한 작위 또는 부작위가 있을 때 고객의 의사표시가 표명되거나 표명되지 아니한 것으로 보는 조항으로 약관법 제11조 제4호 및 제12조 제1호에 해당됨.
도록 규정	
8. 관할법원 조항 • 사업자의 소재지를 관할하는 법원을 관할법원으로 함.	• 무효 - 보통거래약관 상에 사업자의 소재지를 관할하는 법원을 재판적으로 하고 있는 현행 약관조항은 민사소송법상의 규정보다 고객의 응소 상 불이익을 초래할 우려가 있는 조항으로 약관법 제14조에 해당됨.
기타 의견	
1. 아이디(캐릭터)·아이템 등의 권한 사업자 귀속 및 양도금지조항 • 게임 내 각종 이벤트와 아이디(캐릭터), 아이템 등의 게임내용 자체는 당사에서 모든 권리를 보유함. • 아이디(캐릭터), 아이템 매매 금지.	• 유효 - 아이디(캐릭터)·아이템 매매를 금지하는 것은 게임사업자가 게임 상품이나 서비스이용조건을 설정할 수 있듯이 선택조건의 문제로서 게임이용자의 본질적인 이용권리를 제한하는 조항으로 볼 수 없음. ※ 게임이용계약을 해석하더라도, 이는 아이템·캐릭터 프로그램 저작권에 대한 양도계약이 아니라 엄연히 게임이라는 게임서비스 회사 소유의 지적재산권(컴퓨터 프로그램)에 대한 온라인 서비스 사용권을 이용고객이 받는 형식의 프로그램 사용허락에 대한 계약으로서 게임 상의 모든 정보(캐릭터, 아이템)는 게임서비스 전체에 대한 이용계약에 포함되는 것일 뿐이며, 사용자 역시 게임서비스 전체에 대해 지불되는 것이지 그 일부인 아이템 획득에 지불되는 것은 아니라 할 것이며, 또한 현금거래가 사회에 미치는 부정적인 영향 등을 고려함.
2. 아이템 등 게임내용의 사업자 임의 변경조항 • 게임 내 각종 이벤트와 아이템 등 게임내용에 수정이 필요할시 사업자 임의로 변경할 수 있음.	• 유효 - 프로그램저작권자는 컴퓨터프로그램보호법 제9조 내지 제11조의 규정에 의해 프로그램을 복제·제작·번역·배포·발행 및 전송할 권리를 가진다(동법 제8조)고 할 수 있으며, 또한 프로그램은 특정한 기능을 수행하는데 그 의미가 있는 기능저작물이라 기술 발달에 따라 끊임없이 개량되는 특성을 가지고 있어 개량(upgrade)은 프로그램의 본질적 속성이라고 볼 수 있으므로, 게임사업자가 게임이라는 프로그램내의 각종 이벤트와 캐릭터 등의 게임내용 자체에 대한 변경권을 갖는 것은 프로그램 저작권의 속성상 당연한 것임.
3. '렉' 현상이나 회선장애로 인한 아이템 등의 분실시 면책항 • 회선 장애나 '렉'으로 인한 아이템 분실은 당사에서 책임을 지지 않음.	• 심의절차 종료 - 현재의 정보통신기술 수준 상 게임사업자 책임부분과 사업자 책임이 아닌 부분을 명확하게 구별해 낼 수 없는 기술적 한계가 있는 점이나 게임제공업체·다수 통신망업체·이용자 3자간 이상의 통신망을 통해 이루어지는 서비스 구조를 고려할 때 사업자에게 일반적으로 무과실책임을 지을 수는 없다고 판단되며 또한 현행 약관조항.

이 일반적으로 계정을 영구압류 조치하도록 규정한 조항은 무효다. 일방적인 「법정대리인 사후동의 간주조항」을 시정하여 청소년의 유료게임 요금 결제에 대한 부모 동意的 요건을 강화하였다. MMORPG 운영정책(규정) 중, 이용자의 권리·의무에 관한 규정은 약관법상의 “약관”에 해당되는 것으로 판단, 불공정 조항에 대해 시정조치한 것이다.

급속히 성장하고 있는 온라인게임 분야에서, 공정한 거래 관계를 형성함으로써 소비자들의 피해를 사전에 방지하고, 이러한 시정조치를 통해 사업자들은 이용자들의 불만사항을 해소하기 위한 기술개발에 더욱 노력함으로써, 온라인게임이 우리나라의 차세대 주력 업종으로 성장할 수 있을 것이다. 또한 공정한 거래 관계가 형성되면 더 많은 이용자들이 안심하고 온라인 게임을 이용할 수 있으므로, 궁극적으로 사업자에게도 긍정적 효과가 있을 것이다.

2) 온라인게임사업자의 불공정약관 시정조치 (2009)

(1) 개요

2009년 11월 공정거래위원회는 NHN(한게임), 넥슨, 엔씨소프트, CJ인터넷, 네오위즈게임즈, YD 온라인, 한빛소프트, 액토즈소프트, 엠게임, 위메이드엔터테인먼트 등 온라인게임 상위 10개 사업자의 이용약관과 운영정책 중 “온라인디지털콘텐츠 청약철회 불가조항”, “사안의 경중을 감안하지 않는 게임계정 영구압류조항” 및 “약관변경 시 짧은 사전고지기간 조항” 등 9가지 유형의 약관 조항을 사업자 스스로 수정 또는 삭제하도록 조치하였다.

최근까지 위반 사안의 경중을 고려하지 않고 사업자의 편의대로 이루어진 게임계정 영구압류조치로 인해 고객의 피해가 많았다. 게임계정을 영구 압류하는 것은 온라인게임에서 해당 이용자의 정보, 캐릭터, 아이템 등의 모든 정보가 들어있는 게임계

정을 이용자가 접속하지 못하도록 사업자가 압류하는 것이다. 이용자에게는 실질적으로 계약해지에 준하는 효과가 있다. 또한 그동안 청소년들이 충동구매한 온라인디지털콘텐츠에 대하여 청약철회가 인정되지 않아 고객 불만이 증대되어 왔다. 이에 따라 ‘온라인디지털콘텐츠 청약철회 불가조항’을 개선하였는데, 시스템 개선에 소요되는 시간과 비용 등을 감안하여 1년의 유예기간을 두었다.

(2) 주요 내용

가. 온라인디지털콘텐츠 청약철회 불가조항

불공정약관 내용으로 사업자는 관련 법령에 따라 고객에게 부여되어 있는 온라인디지털콘텐츠 청약철회권을 인정하지 않는다고 규정되어 있다. 하지만 전자상거래법상 소비자는 원칙적으로 온라인게임업체로부터 구입한 재화, 즉 아이템과 아바타는 7일 이내에 청약철회가 가능하다. 온라인디지털콘텐츠인 아이템과 아바타는 그 성질상 전상법상의 청약철회 제한사유에도 해당되지 않는다. 따라서 온라인디지털콘텐츠 청약철회를 금지하는 약관은 법률상 인정된 고객의 정당한 해제·해지권을 배제 또는 제한하는 조항으로서 약관법 제9조 제1호에 해당되어 무효다.

‘청약철회’는 특수한 거래 분야에서 소비자가 일정기간 내 아무런 위약금이나 손해배상 책임 없이 계약을 취소할 수 있는 제도로, 전자상거래의 경우, 일반적으로 7일 이내에 청약철회가 가능하다. 불공정약관은 이용자가 구매한 온라인디지털콘텐츠를 법령에서 청약철회 제한사유로 규정한 경우를 제외하고는 원칙적으로 7일 이내에는 청약철회가 가능하도록 수정되었다. 다만 시스템 상 청약철회가 가능하기 위해서는 시스템 개선이 필요하고 시스템 개선을 위해서는 상당한 기간과 비용이 소요되는 점을 고려하여 1년간 유예기간을 두었다.

나. 사안의 경중을 고려하지 않은 게임 계정의 영구압류 사유 조항

불공정약관 내용으로 경미한 위반사안이거나 사업자에게 귀책사유가 있는 사안인 경우에도 이용자의 게임계정을 즉시 영구압류 가능하도록 규정되어 있다. 하지만 사업자들이 고객에게 취하는 영구계정 압류 조치는 실질적으로 계약 해지에 해당되는 효과가 발생하므로 위반사안이 사업자 또는 다수 선량한 고객에게 미치는 피해가 커서 계약을 존속할 수 없을 경우에 한정하여 사용되어야 할 것이다.

게임 시스템 내에 발생하는 버그는 프로그램을 제작하거나 관리하는 과정에서 사업자가 인지하지 못해 발생한 오류로 인하여 발생하는 것이라고 할 것이므로, 고객의 고의·과실여부 및 사업자의 피해 크기 등에 따라 달리 평가되어야 한다. 따라서 위반 사안의 경중과 고객의 고의·과실여부와 상관없이 계정을 영구압류할 수 있도록 한 약관은 고객에게 부당하게 불리한 조항으로 약관법 제6조 제2항 제1호에 해당되어 무효다. 이 내용은 위반 사안의 중요성, 예상 피해 규모 및 귀책사유 등을 감안하여 게임계정의 영구압류 기준을 수정되었다.

다. 짧은 사전고지 기간만으로 약관 변경을 허용하는 조항

일부 게임업체의 경우, 불공정 약관 내용으로 사업자가 일방적으로 개정하는 약관을 고객에게 불리하게 변경되는 내용도 7일전에만 고지하면 약관변경 효력이 인정된다고 되어 있다. 이에 대해 약관을 개정할 경우 일반적인 내용은 최소 7일, 고객에게 불리하게 변경되거나 중요한 내용인 경우에는 최소 30일 전에 고지 또는 전자메일로 통보하도록 수정되었다.

라. 고객의 저작권을 침해할 수 있는 조항

일부 약관은 고객의 게시물을 별도의 동의 절차

없이 무상으로 기간제한 없이 사업자에게 비독점적 사용권을 부여하도록 규정되어 있다. 하지만 고객의 게시물을 별도의 동의 절차 없이 무상으로 비독점적 사용권을 사업자에게 부여하도록 하거나, 회원 탈퇴 후에도 사용이 가능하도록 규정한 약관 조항은 저작권법의 규정에 반한다. 이런 조항은 법률의 규정에 의한 고객의 권리를 상당한 이유 없이 배제 또는 제한하는 조항이자 고객에 대하여 부당하게 불리한 조항으로 약관법 제11조 제1호 및 제6조 제2항 제1호에 해당되어 무효다.

불공정 약관은 고객의 게시물을 해당 서비스 내에 서가 아닌 영리 목적으로 사용할 경우에는 별도의 동의 절차를 거치도록 하고, 서비스 내에서 사용하는 경우에도 고객이 이용하지 말 것을 요구하면 사용하지 않도록 수정되었다.

마. 사업자 면책 조항

무료서비스로 인해 발생한 고객의 피해 및 계정도용 신고조사 등으로 인한 이용자의 피해에 대해 사업자는 책임지지 않으며, 게임계정의 관리상 발생한 문제는 이용자에게만 있다고 규정도 있었다. 하지만 유료·무료 서비스의 종류와 상관없이 게임계정 관리 소홀, 서버해킹과 계정도용조사 등 사업자의 귀책사유로 인해 고객이 입은 피해에 대해서는 민법상 과실책임 원칙에 따라 사업자가 배상해야 한다. 따라서 사업자의 귀책사유로 인하여 발생한 고객의 피해에 대한 책임을 배제하는 약관 조항은 약관법 제7조 제1호에 해당되어 무효다. 이는 사업자의 귀책사유로 인하여 고객에게 피해가 발생할 경우 사업자가 책임을 지도록 수정되었다.

바. 서비스 중단에 따른 배상조항

일부 약관은 서비스의 누적 중단 시간에 상관없이 4시간 이상을 연속적으로 제공하지 못한 경우에

만 보상하도록 규정되어 있다. 이들 약관 조항에 의하면 1일 4시간 미만씩 수차례 서비스를 제공하지 못한 경우에도 사업자는 고객에게 보상할 책임이 없다. 하지만 소비자분쟁해결기준에는 1일 누적 4시간 이상 서비스를 제공하지 못했을 경우 3배를 무료로 제공하도록 규정되어 있다. 따라서 위 약관 조항은 고객에게 부당하게 불리하며 사업자의 손해배상책임을 제한하는 조항으로 약관법 제6조 제2항 제1호 및 제7조 제1호에 해당되어 무효다. 사업자들은 소비자분쟁해결기준에 따라 유료 서비스를 1일 누적 4시간 이상 제공하지 못할 경우 3배를 무료로 제공하도록 수정되었다.

사. 중도해지 불가조항

사업자는 방문판매법상 계속거래에 해당되는 서비스에 대하여 중도해지를 금지한다는 규정도 일부 있었다. ‘계속거래’는 1개월 이상 계속하여 재화 등을 공급하는 계약으로서 중도에 해지할 경우 대금환급의 제한 또는 위약금에 관한 약정이 있는 거래로써 소비자는 언제든지 계약 기간 중 계약을 해지할 수 있다.

하지만 방문판매법상 계속거래에 해당되는 서비스인 경우에 고객은 언제든지 계약기간 중에 계약을 중도에 해지할 수 있다. 따라서 법상 인정되는 중도해지 권한을 박탈하는 약관은 고객의 법률상 권리를 제한하므로 약관법 제11조 제1호에 해당되어 무효다. 중도해지 불가조항은 방판법상 계속거래에 해당되는 서비스인 경우 특별한 사정이 없는 한 고객이 원할 경우 중도에 해지할 수 있도록 수정되었다.

아. 광고성 프로그램의 임의설치 조항

일부 약관은 고객의 별도 동의 절차 없이 사업자가 고객의 PC에 광고성 프로그램을 설치할 수 있다고 규정되어 있다. 예를 들어, “회사는 서비스의 양적, 질적 향상을 위하여 광고성 프로그램을 고객의

컴퓨터에 설치하도록 제공할 수 있습니다”이다. 다른 사업자들의 약관 조항도 이와 유사하다.

사업자가 고객의 PC에 광고성 프로그램을 설치할 경우에는 고객에게 별도의 동의 절차를 거쳐야 하는 것이 일반적인 원칙이다. 따라서 사업자가 광고성 프로그램을 고객의 PC에 임의로 설치할 수 있도록 한 약관은 고객에게 부당하게 불리한 조항으로 약관법 제6조 제2항 제1호에 해당되어 무효다. 사업자들은 해당 조항을 삭제하거나, 고객의 PC에 광고성 프로그램을 설치할 경우에는 별도의 동의 절차를 거치도록 수정되었다.

자. 관할법원 조항

불공정 약관의 내용으로 고객과 분쟁이 발생했을 경우 관할법원을 사업자에게 유리하도록 관계법령에서 정한 바와 다르게 규정되어 있다. 민사소송법은 일반적인 분쟁 발생시 관할법원을 피고의 주소지 법원으로 규정하고, 전상법은 통신 판매와 관련된 분쟁은 소비자 주소지 법원으로 규정하고 있다. 따라서 이들 약관은 고객에게 부당하게 불리한 재판관할 합의 조항으로서 약관법 제14조에 해당되어 무효다. 분쟁이 발생될 경우의 관할법원을 민사소송법과 전상법 등 관계 법령에서 규정한 법원으로 하도록 수정되었다.

(3) 시사점

이들 약관은 사업자의 책임과 의무를 경감시키고 고객의 정당한 권리를 부당하게 침해하는 조항으로서 고객에게 현저히 불리하므로 약관법상 무효에 해당한다. 특히, 온라인게임 분야의 경우 사업자가 일방적으로 만들어 놓은 프로그램을 고객은 단순히 정해진 운영 방법에 따라 이용하는 관계이므로 불공정행위가 발생할 개연성이 높다. 공정위는 상위 10개 온라인게임업체를 직권조사하여

9개 유형, 55개의 불공정 약관 조항을 사업자들로 하여금 자진 시정하도록 하였으며, 이번 심사 대상이 포함되지 않은 10위 이하 사업주들에 대해서는 한국게임산업협회에 협조 요청하여 자진 시정을 유도할 예정이다. 이번 시정조치를 통해 새로운 오락문화로 자리 잡아 가고 있는 온라인게임 분야의 불공정한 거래 관행이 개선되어 소비자의 권익이 보호될 것으로 기대된다.

2) 블리자드의 배틀넷 불공정약관조항 시정조치 (2010)

(1) 개요

2010년 6월 공정거래위원회는 블리자드엔터테인먼트(이하 블리자드)의 배틀넷 이용약관 중에서 이용자 콘텐츠 권리귀속 조항, 사업자 콘텐츠에 대한 이용자 권리 불인정 조항 및 사업자 면책조항 등 이용자에게 일방적으로 불리한 불공정 약관 17개 조항을 자진해 수정 또는 삭제하도록 조치했다. 블리자드는 1994년 미국에서 설립된 게임소프트웨어 개발 및 서비스제공업자로서 <스타크래프트> 성공을 기반으로 세계 최대의 게임사업자 중 하나로 성장한 다국적기업이다. 또한 배틀넷은 이용자들이 동시에 접속해 블리자드의 게임을 이용할 수 있도록 하는 온라인 네트워크 시스템이다.

(2) 주요 내용

가. 이용자의 저작권을 배제하는 조항

블리자드는 이용자가 제작한 콘텐츠(이용자 콘텐츠를) 비롯해 게임과 관련된 모든 콘텐츠에 관한 저작권 등 일체의 권리가 블리자드에 귀속된다고 약관에 규정했다. 이용자 콘텐츠에는 게임과 결합된 콘텐츠와 게임과 분리된 게시물 등의 콘텐츠로 구분했다. 게임과 결합된 이용자 콘텐츠는 사업자가 서비스 제공과 홍보 목적으로만 이용하는 것으

로 제한됐다. 게임과 일체화되지 않은 이용자 콘텐츠에 대한 권리는 원칙적으로 이용자에게 있는 것으로 수정했다.

저작권법상 창작물에 대한 저작권은 이를 창작한 자에게 있는 것이 원칙이다. 이용자가 만든 콘텐츠가 저작권법에 의해 창작성이 인정되어 저작권이 존재하는 경우, 해당 콘텐츠에 대한 저작권은 이용자가 가지는 것이 당연하다. 특히, 이용자 게시물은 게임과 직접 결합되어 있지 않으므로 이에 대한 저작권은 이용자에게 귀속시키는 것이 바람직하다. 게임과 일체화된 콘텐츠의 경우, 저작권의 요건인 창작성이 인정되는지 여부는 게임과 콘텐츠의 결합 정도 및 해당 콘텐츠의 내용 등에 따라 달라질 수 있으므로 이에 대한 권리귀속을 미리 사업자로 한정하는 것은 부당하다.

게임 자체의 저작권은 사업자에 있음이 분명하나 게임과 일체화된 콘텐츠의 2차 저작권 등의 인정 여부는 개별 콘텐츠에 따라 다르다. 저작권은 작성물에 창작자의 사상과 감정이 창의적인 방식으로 표현된 경우 저작권법에 의해 별도의 절차적 요건 없이 인정되는 창작자의 법률상 권리다. 따라서 저작권법 등에 의해 게임 이용자의 권리로 인정될 수 있는 콘텐츠에 대한 권리를 사업자에게 귀속시키는 당해 약관 조항은 고객의 법률상의 권리를 제한하므로 약관법상 무효다.

나. 이용자의 계정 및 아이템에 관한 권리를 배제하는 조항

약관에는 블리자드가 제공하는 게임계정 및 콘텐츠(아이템 포함) 등에 대한 모든 권리가 블리자드에 있다고 규정되어 있다. 게임계정은 이용자의 ID, 캐릭터, 기타 정보가 저장되는 가상의 기억 공간으로서 계정을 이용금지하거나 계정을 몰수할 경우 실질적으로 이용자의 게임이용은 불가하다. 아이템은 온라인게임 상에서 이용자의 캐릭터가 사용하는 물건

(방어구, 무기, 보조물품 등) 또는 특정 능력을 일시적으로 부여 또는 향상시키는 것을 통칭한다.

이용자의 게임 및 아이템 등 콘텐츠에 대한 이용권을 명시적으로 규정하는 방향으로 개정하여 콘텐츠에 대한 명시적인 이용권을 인정함으로써 아이템 유실 및 계정 도용 등의 문제가 발생할 경우, 법적 구제 조치를 받거나 사업자와 해결할 수 있는 근거를 마련했다. 이용자와 블리자드의 계약은 게임이용 계약이기 때문에 게임 내의 계정, 콘텐츠 등을 이용할 권리를 당연히 포함하고 있다. 그런데 당해 약관 조항은 계약 내용에 불구하고 계정 및 콘텐츠에 관한 모든 권리가 사업자에게만 귀속되는 것으로 규정하여 이용자의 정당한 콘텐츠 이용권을 침해할 수 있다.

계정 및 콘텐츠 이용권이 명시적으로 부정될 경우 콘텐츠 이용 관련 피해가 발생하더라도 이용자가 제대로 피해 구제를 받을 수 없게 된다. 즉, 이용자의 권리 구제를 담당하는 기관 또는 사업자가 이용자에게 콘텐츠 이용권 자체가 없다는 이유로 이용자의 피해 구제신청 등이 외면될 우려가 발생할 것이다. 이용자의 아이템이 어떤 이유로 유실된 경우, 이용자가 아이템 이용권을 근거로 사업자에게 유실된 아이템의 복구를 요구할 수 있다. 따라서 계약상 당연히 인정되는 계정·콘텐츠 이용권까지 배제할 수 있는 것으로 규정된 당해 약관 조항은 고객에게 부당하게 불리하여 약관규제에 관한 법률에 따라 무효다.

다. 서비스를 일방적으로 중지할 수 있는 조항

블리자드는 임의로 사전사후 불문하고 통지만 하면 게임이용 계약을 언제든지 해지할 수 있다고 하는 규정도 있었다. 서비스 중단 사유를 사업의 종료, 합병 등에 준하는 경우로 제한하고 서비스를 중단하는 경우 사전통지를 의무화하였을 뿐만 아니라 잔여 계약기간에 해당하는 이용 요금을 환불하도록 개정했다. 서비스 제공 중단은 사실상 계약 해지와

다름이 없기 때문에 그 요건은 엄격하게 제한되어야 하고, 미리 이용자에게 통지되어야 한다.

또한 서비스가 중단되는 경우 사업자는 고객이 이용하지 않은 잔여 기간에 대한 서비스 이용 요금을 환불해 줄 의무가 있다. 즉, 계약해지의 원인을 제공한 자는 계약해지에 따른 책임(채무불이행책임, 손해배상책임, 원상회복책임 등)을 부담하는 것이다. 따라서 사업자가 아무런 제약 없이 서비스를 일방적으로 중단할 수 있도록 규정한 당해 약관 조항은 급부의 내용을 일방적으로 변경할 수 있는 권한 등을 부여하는 조항이므로 약관법상 무효다.

라. 사업자의 책임을 면제하는 조항

블리자드는 게임으로 인해 발생하는 각종 분쟁, 손해, 피해 등에 있어서 어떠한 경우에도 책임을 지지 않는 규정도 있었다. 서비스의 이용 또는 이용 불가로 인한 손해에 대해 사업자의 고의·중과실이 없는 경우에만 면책이 가능하도록 수정하였다. 게임 이용과 관련하여 로그인 정보의 관리, 서버의 안정성, 게임 프로그램의 안전성 등에 대해 사업자에게 귀책사유가 있다면 사업자가 책임지는 것이 원칙이다. '정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률' 상 블리자드는 정보통신서비스제공업자로서 이용자의 권익 보호, 서비스 안정성 및 신뢰성 확보 조치의 책임이 있다.

또한 게임 서비스 이용 및 클라이언트 이용으로 발생하는 손해 이외에 사업자의 귀책사유로 게임을 이용하지 못하는 경우에도 사업자에게 손해배상의 책임이 발생한다. 게임서비스이용으로 인한 손해는 해킹으로 인한 손해, 아이템으로 인한 분쟁 또는 유실로 인한 손해 등 게임이용으로 인한 제반 손해다. 클라이언트로 인한 손해는 클라이언트 설치, 구동, 업데이트 등으로 인한 이용자 컴퓨터의 바이러스 감염, 시스템 손상 등의 손해다. 따라서 당해 약관 조항

은 사업자의 법적 책임을 상당한 이유 없이 배제하고 있고 사업자의 위험 부담을 고객에게 부당하게 이전 시키므로 약관규제에 관한 법률에 따라 무효다.

(3) 시사점

게임이용자는 사업자에 비해 게임에 대한 기술적 지식· 정보가 현저히 부족하고 게임프로그램에 의존하여 게임을 이용할 수밖에 없으므로 게임이용자에게 불리한 약관이 상존할 가능성 높다. 최근에는 게임을 단순히 이용하는 것에 그치지 않고 게임을 소재로 해

새로운 작성물을 만들어 서로 공유하는 문화가 확산 되고 있어 이용자가 만든 콘텐츠의 권리귀속 문제 등이 중요한 쟁점으로 부각될 것이 예상된다.

이번 조치를 통해 해마다 성장하고 있는 온라인게임 시장에서 게임사업자와 게임이용자 간의 불공정한 거래 행태가 개선되어 소비자의 피해가 크게 줄어든 것으로 기대된다. 특히 게임이용자의 권리가 보장될 수 있도록 사업자 또는 이용자가 만든 콘텐츠에 대한 권리 관계를 명확히 규정함으로써 사전에 분쟁을 예방하고 소비자의 정당한 권익이 보호될 것으로 기대된다.

표 6-3-06 배틀넷의 이용약관 상 불공정조항 주요 시정 내용

1. 계정 등 이용권리 배제 관련 조항

수정 전 약관조항	수정 후 약관조항	시정 이유
7.2. 계정 이 계약 내용 중 반대되는 내용이 있을지라도 귀하는 계정에 대해 어떠한 소유권 또는 기타 재산상 이익을 갖지 않는 것에 인정하고 이에 동의하며, 계정에 대한 모든 권리는 블리자드가 영구히 소유하고 블리자드의 이익으로 귀속됨을 인정하고 이에 동의합니다. 블리자드는 계정의 양도를 인정하지 않습니다.(이하 생략)	7.2 계정 귀하는 본 약관에 따라 본 게임서비스 및 계정을 이용할 수 있는 권리를 보유합니다. 블리자드는 계정에 대한 권리를 보유합니다. 블리자드는 계정의 양도를 인정하지 않습니다.(이하 생략)	게임이용계약을 통해 이용하는 게임 접속권, 서버 이용권, 계정이용권, 아이템 등 콘텐츠 이용권을 가지게 되는데, 사업자가 모든 권리를 가진다는 규정은 이용자의 정당한 권리를 배제하는 조항이므로 부당함.
7.3. 가상 아이템 게임에 등장하는 모든 콘텐츠에 대한 소유권, 라이선스 권한 및 기타 권리는 블리자드에 있습니다. 이용자는 게임에 등장하거나 게임에서 발생한 가상의 재화나 화폐 또는 서비스에 저장되거나 계정과 관련된 기타 특성을 포함(이에 제한되지 않음)하여 어떠한 콘텐츠에 대해서도 아무런 권리가 없다는 점에 동의합니다.(이하 생략)	7.3 가상 아이템 게임에 등장하는 모든 콘텐츠에 대한 소유권, 라이선스 권한 및 기타 권리는 블리자드에 있습니다. 이용자는 게임에 등장하거나 게임에서 발생한 가상의 재화나 화폐, 또는 이와 유사한 콘텐츠를 본 약관에 따라 이용할 수 있는 권리를 보유합니다. 다만, 그에 대한 소유권이나 저작권 및 기타 권리를 보유하지는 않습니다.(이하 생략)	

2. 개인정보 취급 관련 조항

수정 전 약관조항	수정 후 약관조항	시정 이유
8. 계정의 설정 서비스에서 계정을 생성 또는 업데이트 하는 경우 귀하는 블리자드에 특정 개인정보 및 경우에 따라 금융정보를 제공해야 하며 게임에 대한 라이선스를 추가하는 경우 블리자드에서 제공한 사용 하지 않은 인증키를 제출해야 합니다.(이하 생략)	8. 계정의 설정 서비스에서 계정을 생성 또는 업데이트 하는 경우 귀하는 블리자드에 특정 개인정보를 제공하여야 하며, 이용자가 환불요청하는 경우, 계좌번호를 제공하여야 합니다. 게임에 대한 라이선스를 추가하는 경우 블리자드에서 제공한 사용하지 않은 인증키를 제출해야 합니다.(이하 생략)	사업자의 자의적 판단에 의해 이용자의 개인정보 중 중요한 정보인 금융정보까지 요구할 수 있도록 하는 것은 부당함.

수정 전 약관조항	수정 후 약관조항	시정 이유
<p>14.5 콘텐츠 검열 및 공개 당사는 모든 콘텐츠를 사전 검열하거나 감시하지 않으며 이러한 행위는 불가능합니다. 단, 귀하가 서비스를 사용하거나 게임을 이용하는 경우 당사의 대리인(대화 텍스트를 포함하나 이에 제한되지 않음) 통신 내용을 감시 및/또는 기록할 수 있으며 이에 따라 귀하는 이러한 감시 및 기록 행위에 대해 취소할 수 없는 동의를 하는 것입니다. 귀하는 콘텐츠의 전송과 관련하여 어떠한 사생활 보호도 기대하지 않음을 인정하고 이에 동의합니다. (중략) 당사는 (a)적용법, 규정, 법적절차 또는 정부요구 충족, (b)본 계약 또는 기타 계약의 조건 이행, (c)당사의 법적권리와 구제책 보호, (d)누군가의 건강 또는 안전이 위협받고 있다고 느낄 때, 또는 (e)범죄 또는 기타 위반행위에 대한 보고를 위한 목적을 포함하여 이에 제한되지 않음)하여 어떤 형태로든 사유가 있을 때 콘텐츠 및 기타 정보(대화 텍스트, IP주소, 개인정보를 포함하나 이에 제한되지 않음)를 단독 재량에 따라 언제든지 공개할 수 있는 권리를 갖습니다.</p>	<p>14.5 콘텐츠 검열 및 공개 당사는 모든 콘텐츠를 사전 검열하거나 감시하지 않으며 이러한 행위는 불가능합니다. 단, 귀하는 게임 내 대화 텍스트 등이 공개되는데 동의합니다. 당사는 이용자가 생성한 콘텐츠에 대해 당사의 고의 중과실이 없는 한 책임을 지지 않습니다. 당사는 (a) 적용법규정, 법적 절차 또는 정부의 요구가 있는 경우나 이에 따라 당사의 법적 권리와 구제책 보호를 위해 필요한 경우, (b) 범죄 또는 기타 위반행위에 대하여 보고하여야 하는 경우 및 기타 이에 준하는 정당한 사유가 있는 경우에는 콘텐츠 및 기타 정보(대화 텍스트, IP 주소, 개인 정보를 포함하나 이에 제한되지 않음)를 제공할 수 있습니다.</p>	<p>사생활의 비밀을 유지할 권리는 기본권의 영역이므로 법률적 근거가 없이는 합부로 침해할 수 없음에도 사업자가 재량에 의해 이용자의 개인정보 또는 대화 등 사적인 내용을 공개할 수 있도록 하는 것은 부당함.</p>

3. 사업자 면책 조항

수정 전 약관조항	수정 후 약관조항	시정 이유
<p>9. 이용자 이름 및 암호 계정 생성 과정에서 귀하는 고유한 이용자 이름 및/또는 암호(이하 총칭하여 "로그인 정보")를 선택해야 할 수 있으며, 본 약관에 명시된 경우를 제외하고 계정 또는 로그인 정보를 타인과 공유할 수 없습니다. 이용자는 자신의 로그인 정보를 비밀로 유지할 책임이 있으며, 자신의 허락여부에 관계없이 구매를 포함하여 모든 로그인 정보 사용에 대한 책임을 집니다.(이하 생략)</p>	<p>9. 이용자 이름 및 암호 계정 생성 과정에서 귀하는 고유한 이용자 이름 및 암호(이하 총칭하여 "로그인 정보")를 선택해야 할 수 있으며, 본 약관에 명시된 경우를 제외하고 계정 또는 로그인 정보를 타인과 공유할 수 없습니다. 이용자는 자신의 로그인 정보를 비밀로 유지할 책임이 있으며, 블리자드의 고의 중과실로 인한 것이 아닌 한 로그인 정보사용에 대해 책임을 집니다.(이하 생략)</p>	<p>서버의 안정성, 침해방지 등은 법률에 의한 사업자의 책무이므로 정보가 누출되거나 기타 사업자의 책임으로 발생한 손해에 대해서는 사업자의 책임을 면할 수 없음.</p>
<p>16.1 블리자드는 서비스 이용 또는 서비스 이용불가로 인해 발생하는 손해에 대해 책임을 지지 않습니다. 블리자드는 어떠한 경우라도 서비스, 게임 또는 게임 클라이언트의 사용으로 인해 발생하는 모든 형태의 특별손해, 우발적 손해, 간접 손해, 징벌적 또는 결과적 손해에 대해 책임을 지지 않습니다. 어떠한 경우라도 블리자드의 책임은 이용자의 행위 원인의 발생 전 6개월 동안 귀하가 블리자드에 지불한 금액을 초과하지 않습니다.(이하 생략)</p>	<p>16.1 블리자드는 서비스 이용 또는 서비스 이용불가로 인해 발생하는 손해에 대해 책임을 지지 않습니다. 블리자드는 서비스 이용 또는 서비스 이용불가로 인해 발생하는 손해에 대해 고의 중과실이 없는 경우에는 책임을 지지 않습니다.(이하 생략)</p>	<p>또한 이용자와 제3자가 게임의 이용에 관련하여 분쟁이 발생한 경우에도 피심인의 귀책사유로 인한 분쟁의 경우에는 피심인이 책임질 필요 있음.</p>
<p>16.3 귀하는 서비스 이용으로 인해 발생된 또는 본 계약, 행동 규범 또는 게임 라이선스 계약에 대한 위반으로 발생된 것으로 제3자가 주장하는 합리적인 수준의 변호사 비용을 포함하여 모든 청구, 요구, 손해 또는 기타 손실로부터 블리자드를 면책하고 보호하기로 합의합니다.</p>	<p>16.3 귀하는 귀하의 서비스 이용으로 인해 제3자에게 발생된 또는 귀하의 본 계약, 행동 규범 또는 게임 라이선스 계약에 대한 위반으로 제3자에게 발생된 손해에 대해서 제3자가 행하는 소송, 요구, 기타 손실(합리적 수준의 변호사 비용 포함)로부터 블리자드의 고의, 중과실이 없는 한 블리자드를 면책하고 보호하기로 합의합니다.</p>	

4. 사업자의 자의적인 계약변경 조항

수정 전 약관조항	수정 후 약관조항	시정 이유
10. 계정 정지/삭제 블리자드는 이유 여부와 본 이용약관의 중대한 위반의 경우에는 통지 없이 언제든지 이용자의 계정을 정지, 해지, 변경 또는 삭제할 수 있습니다. 대부분의 경우에는, 블리자드는 계정의 정지, 변경 또는 삭제의 목적을 통지할 것입니다.(이하 생략)	10. 계정 정지/삭제 블리자드는 본 약관의 위반이 있는 경우 사전에 통지를 하고 계정을 정지할 수 있습니다. 다만, 본 이용약관 제2.1조, 제2.3조, 제2.4조, 제2.5조, 제4.2조 (a) 전 단 및 제4.3조 및 이에 준하는 중대한 위반으로서 그에 대하여 긴급한 대응이 필요한 경우에는 사전 통지 없이 이용자의 계정을 정지할 수 있으며, 이 경우에는 사후에 통지합니다.(이하 생략)	계약의 내용 또는 계약에 따른 채무는 특별한 사유가 없는 한 당초계약대로 이행되어야 하며, 예외적인 경우에도 만약 변경으로 인해 계약의 지속여부에 영향이 있을만한 때에는 사전고지절차 등을 통해 고객이 계약의 지속여부를 결정할 수 있도록 해야 함.
11. 서비스의 해지 블리자드는 블리자드의 고유한 단독 재량에 따라 이유 여부를 막론하고 모든 이용자에게 대한 서비스를 해지 또는 거부할 수 있는 권리를 보유합니다. 블리자드는 언제든지 해당 법률에 의하여 귀하에게 통지 후 서비스 제공 및/또는 지원을 중단할 수 있습니다.(이하 생략)	11. 서비스의 해지 블리자드는 사업의 종료, 합병, 청산 등 이에 준하는 정당한 사유가 있는 한 이용자에게 대한 서비스를 해지 또는 거부할 수 있는 권리를 보유합니다. 블리자드는 언제든지 해당 법률에 의하여 귀하에게 사전 통지 후 서비스 제공 또는 지원을 중단할 수 있습니다. 이 경우 귀하는 잔여금액에 대하여 환불을 받을 권리가 있습니다.	해당 약관조항들은 블리자드가 언제든지 필요한 때에 정지, 해지, 비용변경, 위탁 등의 행위를 할 수 있도록 규정하고 있으므로 부당함.
12. 비용 (생략) 블리자드는 모든 게임에 대한 가입 계획을 포함하여 제한되지 않음)하여 서비스를 통해 제공되는 상품 및 서비스에 대한 요금을 언제든지 변경할 수 있습니다.(이하 생략)	12. 비용 (생략) 본 서비스를 통해 제공되는 상품 및 서비스(모든 게임에 대한 가입계획을 포함하여 대한 요금은 법률에 따른 사전 고지 후 변경될 수 있습니다.	
18.2 위탁 블리자드는 이용자 등의 여부를 불문하고 언제든지 본 계약의 전체 또는 일부를 타인에게 위탁할 수 있습니다. 이용자는 블리자드의 사전 서면 동의 없이 본 이용약관을 위탁할 수 없으며, 허가되지 않은 위탁은 무효입니다.	18.2 위탁 블리자드는 본 계약의 전체 또는 일부를 최소 3개월의 사전통지로서 동일한 조건으로 타인에게 위탁할 수 있습니다. 이 경우, 위탁에 동의하지 않는 이용자는 계약의 해지 및 환불을 요청할 수 있습니다.	

5. 기타 권리구제/분쟁해결 관련 조항

수정 전 약관조항	수정 후 약관조항	시정 이유
15. 보증의 부인 (생략)서비스가 중단 없이 또는 장애 없이 제공되며, 결함이 수정되고, 게임 클라이언트 또는 서비스가 바이러스 또는 기타 해로운 요소 없이 제공된다는 내용을 보장하지 않습니다.	15. 보증의 부인 (생략)서비스가 중단 없이 또는 장애 없이 완전하게 제공되며, 결함이 완전하게 수정되고, 게임 클라이언트 또는 서비스가 바이러스 또는 기타 해로운 요소가 전혀 없이 완벽하게 제공된다는 내용을 보장하지는 않습니다. 그러나 법에서 이러한 보증의 배제나 제한이 허용되지 않는 경우에는 위 규정은 적용되지 않습니다.	일반적으로 서비스의 안전성과 안전성을 보장할 피싱인의 법률적 책임까지 부정하는 것은 부당함.
16.2 귀하는 블리자드와의 분쟁에 있어서 취할 수 있는 유일한 구제 수단이 서비스 이용을 중단하고 등록된 모든 계정을 취소하는 것임을 인정하고 이에 동의합니다.	16.2 귀하는 금전적 손해배상을 제외하고는 블리자드와의 분쟁에 있어서 취할 수 있는 유일한 구제수단이 서비스 이용을 중단하고 등록된 모든 계정을 취소하는 것임을 인정하고 이에 동의합니다.	계약이 일방의 귀책사유로 인해 취소·해지 등이 될 경우에는 계약취소의 책임이 있는 자가 채무불이행 등의 이유로 손해배상책임을 져야 함.
17. 준거법 본 계약은 대한민국 법률에 의거하여 해석되고 집행됩니다. 이에 당사자는 서울중앙지방법원의 관할에 따른 것에 동의합니다.	17. 준거법 본 계약은 대한민국 법률에 의거하여 해석되고 집행됩니다. 본 계약과 관련된 소송은 민사소송법 및 관련법률에 의한 관할법원에 제기합니다.	관할법원을 피싱인의 주소지를 담당하는 법원으로 정하는 것은 이용자의 소제기 권리를 제한하는 조항으로서 부당함.

수정 전 약관조항	수정 후 약관조항	시정 이유
18.4 변호사 비용 본 이용약관과 관련하여 일방에 의해 소송이 제기된 경우 승소한 당사자는 상대방으로부터 재판으로 발생한 모든 비용, 변호사 보수 및 기타 경비를 상환 받을 권리를 가집니다.	18.4 변호사 비용 본 이용약관과 관련하여 귀하 또는 블리자드에 의해 소송이 제기된 경우 승소한 당사자는 민사소송법에 따라 그 비용을 상환 받을 권리를 가집니다.	민사소송법상 패소한 쪽이 소송비용을 부담하는 것이 원칙이나, 원칙에 대한 예외의 경우도 따로 규정되어 있기 때문에 소송에 패하였다는 것만으로 소송비용 일체를 부담해야 한다고 볼 수는 없음.
18.8 형평법 상의 구제 수단 이용자는 본 계약 조건이 정확하게 시행되지 않을 경우 블리자드에 회복 불가능한 손해가 초래될 수 있다는 점과 이용약관 위반 시 당사가 적용 법률 상 인정되는 구제 수단에 대하여, 보증이나 기타 담보 또는 손해 증명 없이도 형평법 상 인정되는 적절한 구제 조치를 받을 권리를 가진다는 사실에 동의합니다.	18.8 형평법 상의 구제 수단 이용자는 본 계약 조건이 정확하게 시행되지 않을 경우 블리자드에 회복 불가능한 손해가 초래될 수 있다는 점과 이용약관 위반 시 당사가 적용 법률 상 인정되는 구제 수단에 대하여, 보증이나 기타 담보 또는 손해 증명 없이도 형평법상 인정되는 적절한 구제 조치(손해배상을 제외한 가치분 기타 금지처분을 말함)를 법원에 청구할 수 있는 권리를 가진다는 사실에 동의합니다.	구제 조치는 법원이 결정할 사항(민사집행법)인데도 불구하고 법률 상 근거 없는 피심인의 자의적인 조치를 허용하고 있어 부당함.

6. 이용자 저작권 배제 관련 조항

수정 전 약관조항	수정 후 약관조항	시정 이유
14.4. 이용자 콘텐츠 "콘텐츠"는 대화 텍스트를 포함(이에 제한되지 않음)하여 귀하가 게임 클라이언트 또는 서비스를 통해 업로드 또는 전송하거나 다른 이용자가 업로드 또는 전송하는 통신, 이미지, 사운드 및 모든 자료 및 정보를 의미합니다. 귀하는 콘텐츠와 모든 수정된 저작물과 2차 저작물에 대해 제3자로의 재라이선스 권리, 복제, 수정, 개조, 변경, 변환, 재포맷할 권리와 콘텐츠와 저작물을 이용한 2차 저작물 생성, 콘텐츠와 저작물에 대해 제조, 회람, 발표, 배포, 판매, 라이선스, 재라이선스, 양도, 임대, 대여, 전송, 공개전시, 공개 수행, 전자적 접속 제공, 방송, 전자통신을 통한 일반 대중과의 통신, 전시, 수행, 컴퓨터 메모리로의 접속, 사용 및 이용할 권리를 포함하여 전 세계적으로 통용되는 영구적이고 취소 불가능하며 지물 완료된 비독점적 라이선스를 블리자드에 부여합니다. 법에 의해 허용된 범위 내에서 귀하는 콘텐츠에 대해 가질 수 있는 모든 저작권권을 포기합니다.	14.4. 이용자 콘텐츠 "이용자 콘텐츠"는 게임이나 서비스와 관련하여 귀하 또는 다른 이용자가 게임 클라이언트 또는 서비스를 통해 업로드 또는 전송하는 대화 텍스트를 포함한 커뮤니케이션, 이미지, 사운드 및 모든 자료 및 정보를 의미합니다. 귀하는 게임내에서 보여지거나 게임과 일체화된 이용자 콘텐츠에 대하여 블리자드가 다음과 같은 방법과 조건으로 이용하는 것을 허락합니다. 1. 해당 이용자 콘텐츠를 게임이나 서비스의 제공 및 홍보의 목적으로 이용, 편집, 형식의 변경 및 기타 변형 (공표, 복제, 공연, 전송, 배포, 방송, 2차적 저작물 작성 등 어떠한 형태로든 이용 가능하며, 이용기간과 지역에는 제한이 없음) 2. 이용자 콘텐츠를 제작한 이용자의 사전 동의 없이 거래를 목적으로 이용자 콘텐츠를 판매, 대여, 양도 행위를 하지 않음. 3. 컴퓨터 메모리에의 접속 4. 해당 이용자 콘텐츠의 작성자로서의 귀하의 성명을 표시하지 않을 수 있음. 게임내에서 보여지지 않고 게임과 일체화되지 않은 귀하의 콘텐츠 (예컨대, 일반게시판 등)의 게시물에 대하여는 블리자드가 귀하의 명시적인 동의 없이 상업적으로 이용하지 않으며, 귀하는 언제든지 이러한 콘텐츠를 삭제할 수 있습니다. 다만, 이러한 이용이 법률에 의하여 제한을 받을 경우, 블리자드는 해당 법률 규정에 따릅니다.	이용자의 동의 없이 이용자의 게시물을 사용할 수 있도록 하거나 대가 없는 사용권을 피심인에게 부여하고 있음 게임에 일체화된 콘텐츠의 경우, 개별적인 판단을 통해 이용자의 저작물로서 인정될 수 있는지 여부를 따져야 할 것이므로 미리 약관에 사업자의 저작물로 규정해 두는 것은 부당함.

