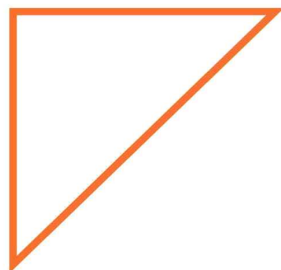


**2022년
콘텐츠 이용자보호지침
준수 실태조사**

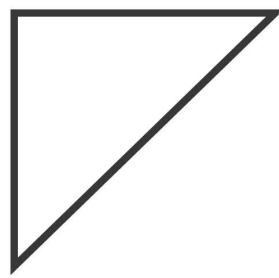
20

22



2022년
콘텐츠 이용자보호지침
준수 실태조사

20
22



본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “2022년 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사”의
결과보고서로 제출합니다.

2022년 12월

조사기관 : (주)비온드리서치

조사책임자 : 백경현 ((주)비온드리서치 대표이사)

연 구 원 : 김경남 ((주)비온드리서치 부장)

보조연구원 : 양병곤 ((주)비온드리서치 과장)

요 약 문

1. 조사개요

가. 조사 목적

- 본 실태조사의 목적은 콘텐츠가 유통되고 거래되는 과정에서 이용자들의 피해를 최소화하고, 기본권익을 보호하기 위하여 제정한 「콘텐츠이용자보호지침」(문화체육관광부 고시 제2021-16호, 이하 ‘보호지침’)을 콘텐츠 사업자들이 자율적으로 준수하고 있는지 파악하기 위하여 정기적으로 실태조사를 시행
- 실태조사 시행 결과를 근거로 이용자 보호를 위한 사업자들의 자율적인 이용약관 개선을 유도하여 콘텐츠이용 피해 사전예방 및 신뢰 기반 콘텐츠 이용환경 조성을 통해 건전한 콘텐츠 발전에 기여하기 위함에 있음

나. 조사방법의 변화

- 2022년 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사는 지난 2018년 이후 4년만에 실시되는 조사로 전체적인 조사 구조와 내용 및 분석 방법은 2018년의 형태를 준용하여 진행됨

2014년	2015년	2016년	2018년	2022년
'12년 고시 기준	'15년 고시 기준	'15년 고시 기준	'15년 고시 기준	'21년 고시 기준
238개 표본의 이용약관에 대하여 10개 대분류, 30개 항목별 준수 여부를 평가하여 '보호지침 준수율' 산출	226개 표본의 이용약관에 대하여 9개 대분류, 25개 항목별 준수 여부를 평가하여 '보호지침 준수율' 산출	200개 표본의 이용약관에 대하여 5개 대분류, 30개(중분류 14개, 소분류 16개) 항목별 보호지침 반영 여부를 평가하여 콘텐츠 사업자의 서비스별 '평가점수 및 등급'을 산출	232개 표본의 이용약관에 대하여 5개 대분류, 30개(중분류 14개, 소분류 16개) 항목별 보호지침 반영 여부를 평가하여 콘텐츠 사업자의 서비스별 '평가점수 및 등급'을 산출	230개 표본의 이용약관에 대하여 5개 대분류, 33개(중분류 15개, 소분류 18개) 항목별 보호지침 반영 여부를 평가하여 콘텐츠 사업자의 서비스별 '평가점수 및 등급'을 산출

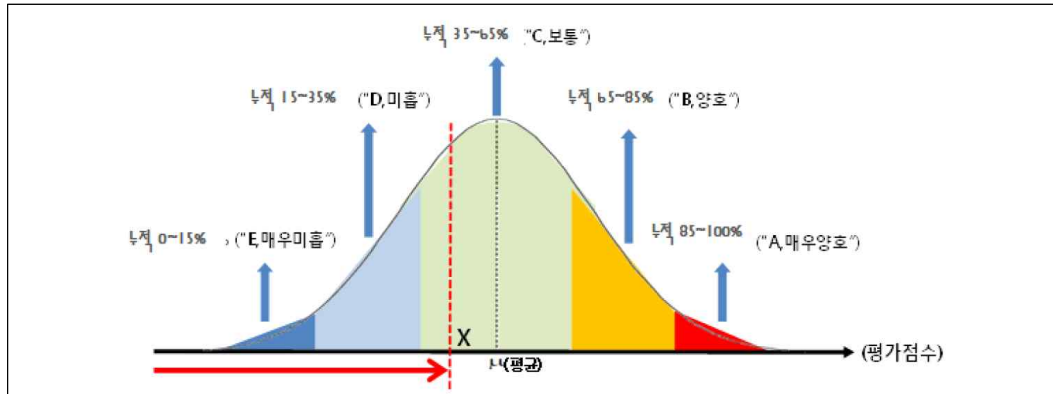
다. 모집단 구성 및 표본설계

- 콘텐츠 장르별 모집단 현황은 2020년 콘텐츠산업 통계의 세부 장르별 사업체 수를 기반으로 현황 파악
- 콘텐츠 장르별 표본할당은 지난 2018년 조사와 동일하게 최소 표본 개수 20개를 기본적으로 할당하고 여기에 추가표본을 더하는 방식으로 진행
- 추가표본할당은 콘텐츠분쟁조정위원회의 2021년 콘텐츠 민원상담 현황 비율을 적용하여 추가함
- 콘텐츠 장르별 민원상담 현황을 적용한 모집단수와 표본배분은 아래와 같음

연번	구분	모집단수	콘텐츠 민원상담 건수	상담비율	기본 표본할당	추가표본 할당	최종표본수
1	출판	398	2	0.03%	20	0	20
2	만화	215	7	0.1%	20	0	20
3	음악	264	23	0.3%	20	0	20
4	온라인게임	101	2,527	32.1%	20	20	40
5	모바일게임	186	4,692	59.6%	20	30	50
6	영상서비스	474	121	1.5%	20	5	25
7	이러닝	215	218	2.8%	20	5	25
8	정보서비스	363	283	3.6%	20	10	30
합계		2,216	7,873	100.0%	160	70	230

라. 이용약관 평가결과의 통계적 지수화

- 실태조사에 포함된 전체 230개 서비스의 특징(평균, 표준편차)을 반영하는 정규분포 곡선에서 특정평가점수가 최하위부터 누적하여 전체 평가점수 분포에서 어느 정도 수준에 위치하는지를 표준점수(이하 본 보고서에서는 ‘p’(point) 점수로 표기)의 환산방법으로 이용
- 특정 서비스의 평가점수가 ‘X’ 인 경우 정규분포 곡선에서, 전체 정규분포(전체 곡선 면적)에 대해 ‘극저값-X’ 사이의 면적의 누적비중(%)을 산출하여 이를 등급 분류를 위한 환산된 “표준점수”로 적용
 - 예) 평가점수가 평균과 동일할 때, ($X=m$), 극저값(좌측)에서 평균 m 까지의 정규분포 곡선의 누적 분포(면적)는 전체(면적)의 50%에 해당하므로 환산 표준점수는 “50p”이고 이는 ‘보통’ 등급의 구간에 해당



[그림 요약-1] 정규분포 곡선 및 평가점수에 따른 환산 표준점수 개념

○ 전체 표본의 평가점수로 산출한 표준점수로 아래 5단계의 등급 분류안을 마련

등급	환산 표준점수 기준 등급별 구간	이상적 정규분포의 구간별 표본 분포 비중
매우 양호 (A)	85p ~ 100p 이하	15%
양호 (B)	65p ~ 85p 미만	20%
보통 (C)	35p ~ 65p 미만	30%
미흡 (D)	15p ~ 35p 미만	20%
매우 미흡(E)	0p ~ 15p 미만	15%

2. 조사결과

가. 종합결과

○ 8개 장르의 230개 콘텐츠 사업자의 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
동일 주제로 묶여 있는 대분류별 평가항목 기준으로 평균 평가점수를 산출

- ◆ 대분류1 (15점 만점) : 과오납금의 환불방법 및 절차 관련 항목
- ◆ 대분류2 (43점 만점) : 청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해지·해제 관련 항목
- ◆ 대분류3 (8점 만점) : 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 관련 항목
- ◆ 대분류4 (12점 만점) : 분쟁해결 방법 및 절차 관련 항목
- ◆ 대분류5 (22점 만점) : 사업자·콘텐츠 관련 정보제공, 미성년자 계약취소, 약관변경 통지 등 관련 항목

<표 요약 -1> 2022 실태조사 결과 장르별 종합표

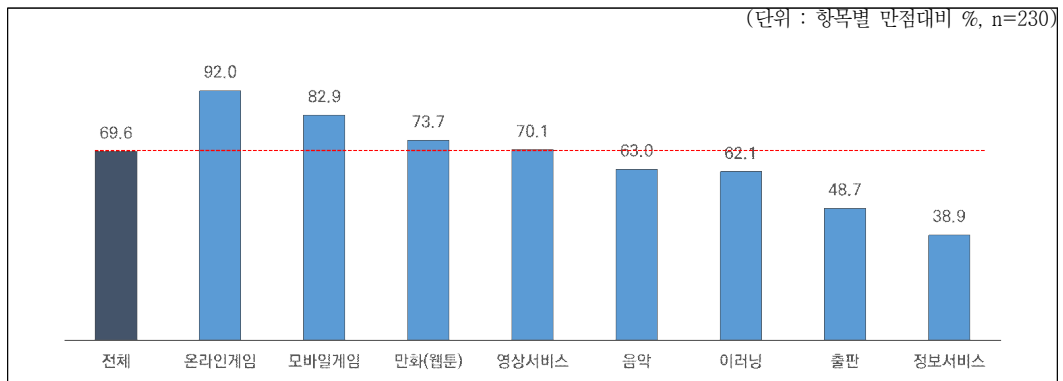
연번	장르	표본수	대분류별 평가 점수 (점, 만점대비%)					총점 (100)	표준점수 (p)
			1 (15)	2 (43)	3 (8)	4 (12)	5 (22)		
1	출판	20	7.3 (48.7)	36.7 (85.3)	4.8 (59.4)	11.4 (95.0)	18.6 (84.5)	78.8	56.2p
2	만화	20	11.6 (73.7)	34.3 (79.8)	3.6 (45.0)	11.0 (91.7)	18.5 (84.1)	78.5	58.2p
3	음악	20	9.5 (63.0)	30.3 (70.3)	4.4 (54.4)	10.8 (90.0)	15.4 (69.8)	70.2	49.4p
4	온라인게임	40	13.8 (92.0)	36.4 (84.7)	5.4 (67.2)	10.4 (86.3)	19.7 (89.5)	85.6	68.5p
5	모바일게임	50	12.4 (82.9)	33.8 (78.7)	3.6 (44.8)	9.7 (81.0)	19.2 (87.3)	78.8	59.0p
6	영상서비스	25	10.5 (70.1)	26.8 (62.3)	3.4 (42.5)	11.0 (92.0)	14.4 (65.3)	66.1	37.9p
7	이러닝	25	9.3 (62.1)	33.1 (77.0)	3.6 (45.5)	11.5 (96.0)	16.7 (76.0)	74.3	49.4p
8	정보서비스	30	5.8 (38.9)	23.5 (54.6)	3.2 (40.0)	11.2 (93.3)	16.3 (74.1)	60.0	31.0p
(계, 평균)		230	10.5 (69.6)	36.7 (74.6)	4.0 (50.0)	10.7 (89.3)	17.7 (80.3)	74.9	50.0p

- (장르별) 전체 230개 표본의 실태조사 결과 이용약관 평균 평가점수(100점 만점)는 74.9 점을 기록하였으며, 장르별로는 온라인 게임 장르가 85.6점으로 가장 높은 결과를 나타냈고, 정보서비스 장르는 60.0점으로 가장 낮은 평가점수를 보임
- (평가항목별) 전체 실태조사 결과 각 대분류 항목별 평가점수(만점대비% 기준)를 살펴보면, ‘분쟁해결’에 대한 항목이 89.3%로 가장 높은 평가점수 수준을 기록하였고, ‘콘텐츠결함 보상’ 관련 항목이 50.0%로 가장 낮은 수준을 나타냄
- 총 230개 표본 중 통계처리로 환산한 표준점수로 매우 양호(A) 38개, 양호(B)는 60개, 보통(C)는 59개, 미흡(D) 38개, 매우 미흡(E) 35개 등 전체 표본들의 보호지침 준수 등급이 분류됨

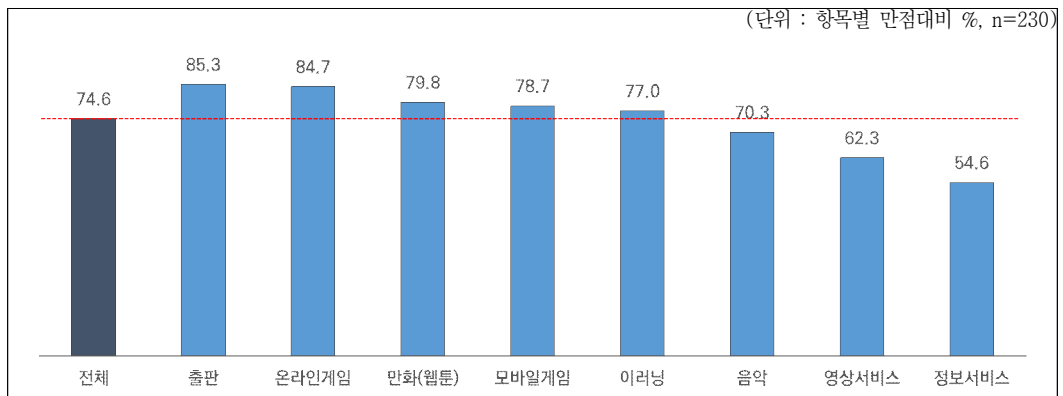
<표 요약 -2> 2022 실태조사 대상 표본 장르별 평균 표준점수 및 등급별 개수

장르	전체	출판	만화	음악	온라인 게임	모바일 게임	영상 서비스	이러닝	정보 서비스
장르별 평균의 표준점수	50.0p	56.2p	58.2p	49.4p	68.5p	59.0p	37.9p	49.4p	31.0p
(표준점수 기준 등급별 표본수, 단위 : 개)									
매우 양호(A)	38	3	4	6	9	7	3	5	1
양호(B)	60	6	7	3	19	16	2	4	3
보통(C)	59	5	3	4	9	17	7	7	7
미흡(D)	38	5	5	1	2	5	8	5	7
매우 미흡(E)	35	1	1	6	1	5	5	4	12
합계	230	20	20	20	40	50	25	25	30

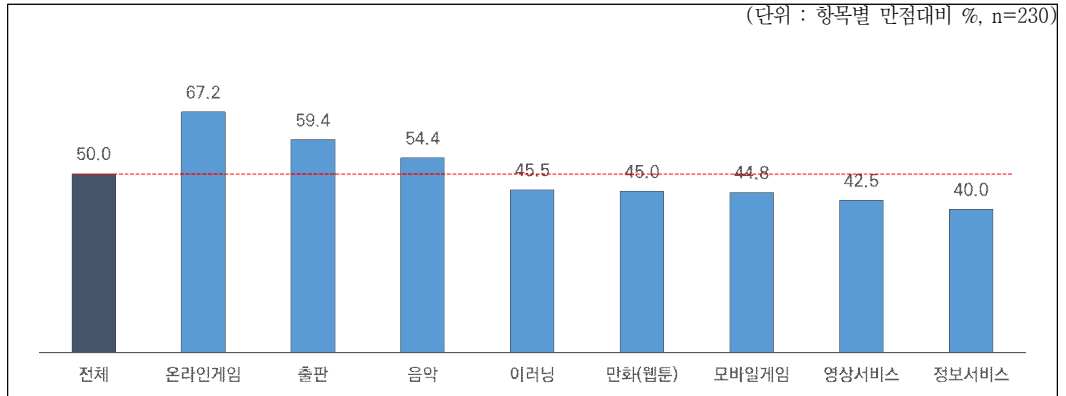
나. 항목별 조사결과



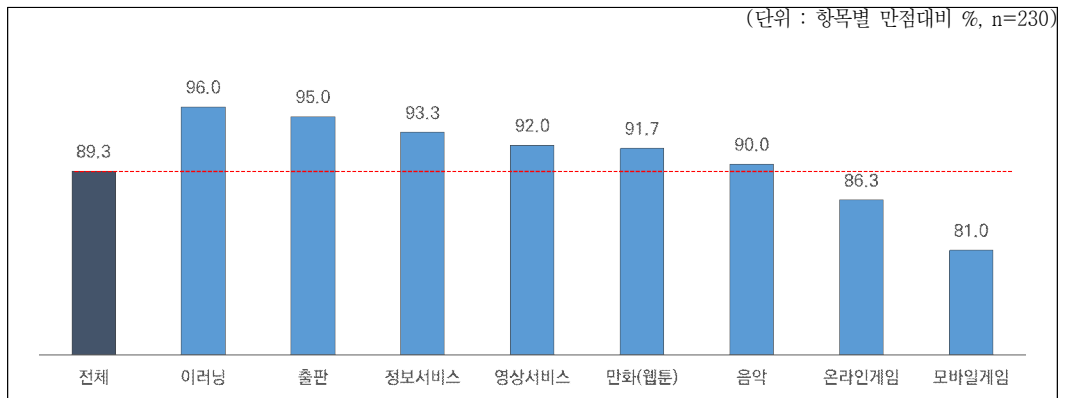
[그림 요약-2] 과오납금(대분류1) 관련 항목 실태조사 결과



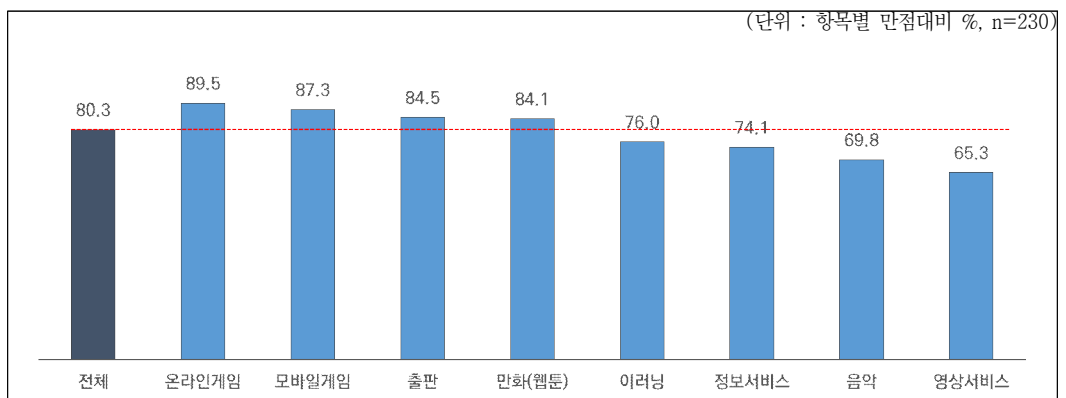
[그림 요약-3] 청약철회 및 예약 해제, 해지 관련 항목 실태조사 결과



[그림 요약-4] 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차 관련 항목 실태조사 결과



[그림 요약-5] 분쟁해결 방법 및 절차 항목 실태조사 결과

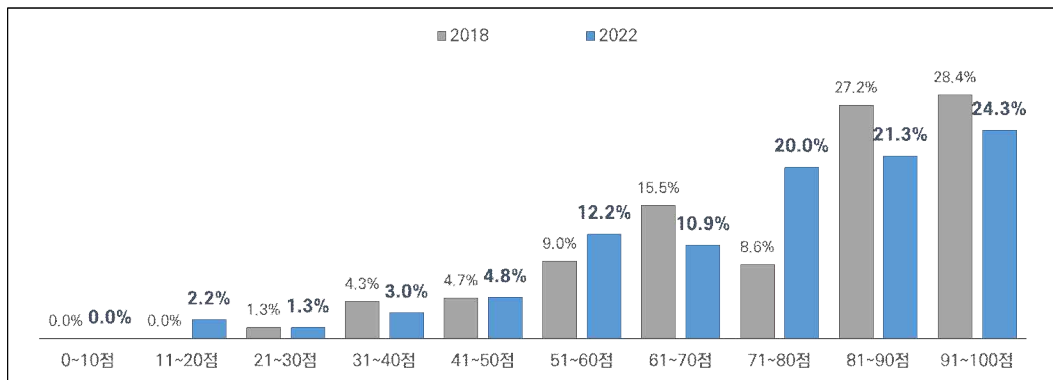


[그림 요약-6] 그 밖에 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항 실태조사 결과

3. 결론 및 제언

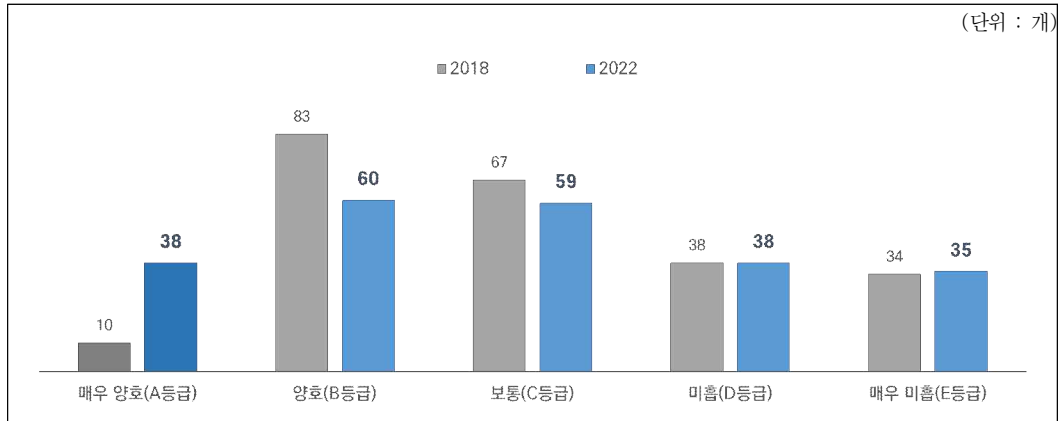
가. 결론

- 2022년 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사 결과 이용약관 평균 평가점수는 74.9점으로 지난 2018년 조사결과 대비 1.7점 낮아진 것으로 나타남
 - 장르별로 출판, 온라인게임, 모바일게임 장르는 2018년 대비 점수가 상승하였으나, 그 외 장르는 하락하였음
- 표준된 점수 기준으로는 ‘출판’, ‘온라인게임’, ‘모바일게임’, ‘정보서비스’ 장르는 2018년 대비 준수 수준이 상승한 것으로 나타남
 - 반면, ‘만화’, ‘음악’, ‘영상서비스’, ‘이러닝’ 등의 장르에서는 표준점수가 2018년 대비 떨어진 것으로 확인됨
- 콘텐츠 사업체들의 약관에 대한 인식이 변화되고 이용자를 보호하기 위한 약관 수정의 노력들이 더해져 꾸준히 준수 수준이 좋아지는 것으로 확인됨
- 약관 평가 종합점수대 분포를 기준으로 2018년 대비 80점대 이상의 분포는 낮아졌으나, 평균점수대가 분포한 70점대 이상의 분포는 2018년이 64.2%에서 2022년에 65.6%로 1.4%p 증가한 것으로 확인됨



[그림 요약-7] 연도별 점수대별 분포

- 표준점수에 의한 보호지침 준수 등급 사업체 수 분포를 살펴보면, 매우 양호(A등급)의 사업체가 약 3배 이상 증가한 것으로 나타났으며, 이는 기존의 양호(B등급)와 보통(C등급)에 해당하는 사업체들이 줄고 매우 양호(A등급) 사업체가 늘어난 모습을 보임
 - 반면, 아직 미흡(D등급)이나 매우 미흡(E등급) 사업체는 2018년과 거의 동일한 수준을 보이는 것으로 나타남



[그림 요약-8] 연도별 실태조사 대상의 표본 등급 분포

- 과오납금 환급에 대한 연도별 분석결과 중 과오납금 환급과 관련한 중분류 항목들은 모두 2018년 평가보다 상승한 것으로 나타남. 또한, 과오납금 환급 가능 여부 보다 과오납금 환급 방법에 대한 명시가 적은 편으로 확인됨
- 청약철회/계약해제·해지에 대한 연도별 분석결과 중 광고표시와 다른 경우 청약철회 가능과 청약철회 효과, 이용계약 해제·해지권 부여, 계약해제·해지 효과 등의 중분류 항목은 2018년 평가보다 상승한 것으로 나타남
반면, 청약철회 허용 및 허용기간과 청약철회 계약해제·해지 방법은 평가점수가 하락한 것으로 나타남
- 다운로드 콘텐츠 및 스트리밍 서비스 불량에 따른 이용자 피해보상의 기준과 범위, 방법 및 절차의 이용약관 명시 수준은 낮은 편이며 2018년 대비에도 준수 수준이 미흡한 것으로 나타남
- 약관에 분쟁조정기관에 의한 분쟁조정 관련 사항은 대부분의 사업체에서 명시하고 있는 것으로 나타난 반면, 관련 인력 및 체계 구비에 대한 명시는 상대적으로 하지 않는 경우가 많은 것으로 나타남
- 그 외 이용자 보호를 위해 필요한 사항 중 미성년자 이용계약 취소 명시에 대한 평가점수는 2018년 대비 6.2%p 증가한 것으로 나타났으나, 그 외 콘텐츠 관련 정보의 적절한 제공 명시와 약관 변경 시 변경통지에 대한 평가점수는 떨어진 것으로 나타남

나. 콘텐츠이용자보호지침 개선을 위한 제언

- 콘텐츠이용자보호지침 약관 준수에 대한 표준화 된 방침 필요
 - 장르별 특성과 최근 콘텐츠 서비스 방식에 따른 이용자보호지침 약관 명시에 대한 표준화된 가이드라인 구성이 필요
- 개인정보보호법 등 타 법령과의 상충될 수 있는 평가 항목 조정 필요
 - 약관 평가항목 중 해당 사항에 대한 자세한 내용 설명 및 제외 예시 등의 사항을 적시하거나 평가 항목을 세분화될 수 있게 조정하여 이용자의 이해도를 높이고 인식의 방향과 내용의 일치도를 가져야 할 필요가 있음
- 유료 결제 및 과금 방식에 따른 환불/취소/보상에 대한 조항 재검토 필요
 - 현재 이용자보호지침에 따라 이용약관에 명시된 유료 환불 및 보상에 대한 내용을 보다 구체적이고 세부적으로 별도 구성할 필요성이 높음
 - 최근 콘텐츠 유료 결제 방식이 구독형 방식과 단품 소장용 구매 방식, 기간제 대여방식, 비정기적 아이템 구매 방식 등 여러 다양한 유료 상품들로 구성되어 있으므로 이러한 유료 결제 및 과금 방식의 유형에 따라 약관의 평가 항목과 내용을 다시 검토할 필요성이 높음
- 해외 콘텐츠의 국내 서비스 과정에서 필요한 필수 지침 마련 필요
 - 해외 사업자의 국내 콘텐츠 서비스를 진행하기 위해서는 기본적으로 추가되어야 할 최소한의 이용자 보호지침 조항을 명시하여야만 서비스가 가능하도록 하는 필수 지침 마련이 필요할 것으로 판단됨



목 차

I. 조사개요

1. 실태조사 목적 및 근거	1
가. 콘텐츠이용자보호지침의 목적 및 개정	1
나. 콘텐츠이용자보호지침의 법적근거	2
다. 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사의 필요성	5
라. 실태조사의 목적	6
마. 실태조사의 법적 근거	6
2. 실태조사 방법의 변화	7
3. 모집단 구성 및 표본설계	8
가. 모집단 정의	8
나. 조사 모집단 확보	11
다. 표본할당 및 표본추출	12
4. 이용약관 평가항목 선정 및 평가표 구성	14
가. 평가항목 선정	14
나. 평가절차	16
5. 이용약관 평가결과의 통계적 지수화 (표준점수 환산 및 보호지침 준수 등급 분류)	17
가. 표준점수 환산	17
나. 보호지침 준수 등급분류	18

II. 조사결과

1. 실태조사 결과 종합	21
가. 실태조사 결과 종합표	21
나. 장르별 표준점수 분포 및 등급 평가 종합	24
2. 평가항목별 실태조사 결과	29
가. (대분류1) 과오납금의 환불방법 및 절차	29
나. (대분류2) 청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해제, 해지 방법 및 효과	32
다. (대분류3) 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차	40
라. (대분류4) 분쟁해결 방법 및 절차	43
마. (대분류5) 그 밖에 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항	46
3. 장르별 실태조사 결과	50
가. 출판	50
나. 만화	52
다. 음악	54
라. 온라인 게임	56
마. 모바일 게임	59
바. 영상서비스	62
사. 이러닝	64
아. 정보서비스	66
4. 심층인터뷰 결과	68
가. 참석자 정보	68
나. 주요 조사결과	69
다. 그 외 의견	70

Ⅲ. 결론 및 제언

1. 결론	75
2. 콘텐츠이용자보호지침 개선을 위한 제언	83
가. 콘텐츠이용자보호지침 약관 준수에 대한 표준화 된 방침 필요	83
나. 개인정보보호법 등 타 법령과의 상충될 수 있는 평가 항목 조정 필요	83
다. 유료 결제 및 과금 방식에 따른 환불/취소/보상에 대한 조항 재검토 필요	84
라. 해외 콘텐츠의 국내 서비스 과정에서 필요한 필수 지침 마련 필요	84
부록	87



표 목 차

<표 I-1> 콘텐츠산업진흥법 제 28조(이용자보호지침의 제정 등)	3
<표 I-2> 콘텐츠산업진흥법 시행령 제 30조(콘텐츠거래약관의 세부내용)	4
<표 I-3> 콘텐츠 이용약관의 이용자보호 항목	4
<표 I-4> 연도별 실태조사 평가항목 변동	7
<표 I-5> 콘텐츠산업 특수분류체계	8
<표 I-6> 콘텐츠산업 특수분류체계 및 실태조사 분류체계 비교	10
<표 I-7> 2022년 실태조사 장르별 모집단 수 및 비중	11
<표 I-8> 콘텐츠 장르별 민원상담 현황 및 표본배분	12
<표 I-9> 2022년 실태조사 장르별 주요 서비스 형태	13
<표 I-10> 2022 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사용 이용약관 평가표	14
<표 I-11> 2022 실태조사 표준점수에 따른 서비스별 보호지침 준수 등급 분류	18
<표 II-1> 2022년 실태조사 장르별 주요 서비스 형태	21
<표 I-2> 2022 실태조사 결과 장르별 종합표	22
<표 II-3> 2022 실태조사 대상 표본 장르별 평균 표준점수 및 등급별 개수	24
<표 II-4> 약관 평가점수 및 환산된 표준점수 비교 (2022 실태조사 결과 기준)	25
<표 II-5> 2022 실태조사 대상 표본별 평가점수 (장르별 점수 내림차순, 단위 : 점)	26
<표 II-6> 2022 실태조사 대상 표본별 표준점수 (장르별 점수 내림차순, 단위 : %)	27
<표 II-7> 과오납금 환급 가능 여부 관련 항목별 결과	30
<표 II-8> 과오납금 환급 방법 관련 항목별 결과	31
<표 II-9> 청약철회 허용 및 허용기간 관련 항목별 결과	33
<표 II-10> 업종별 청약철회 허용 및 허용기간(광고·표시와 다른 경우) 관련 항목별 결과 ..	34
<표 II-11> 업종별 청약철회 효과 관련 항목별 결과	36
<표 II-12> 이용계약 해제, 해지권 부여 관련 항목별 결과	37
<표 II-13> 계약해제·해지 효과 관련 항목별 결과	38

〈표 II-14〉 청약철회, 계약해제·해지 방법 관련 항목별 결과	39
〈표 II-15〉 업종별 다운로드 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차관련 항목별 결과	41
〈표 II-16〉 업종별 스트리밍 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차관련 항목별 결과	42
〈표 II-17〉 이용계약 해제, 해지권 부여 관련 항목별 결과	44
〈표 II-18〉 이용자 불만, 피해구제 요청을 위한 인력 및 체계 구비확인 가능 여부 관련 항목별 결과	45
〈표 II-19〉 사업자 및 콘텐츠 관련 정보의 표시, 광고, 고지 관련 항목별 결과	47
〈표 II-20〉 미성년자 법정대리인 미동의 시 계약 취소 내용 관련 항목별 결과	48
〈표 II-21〉 업종별 약관 변경 시 변경통지 여부 관련 항목별 결과	49
〈표 II-22〉 출판 분야 표본별 실태조사 결과	50
〈표 II-23〉 만화 분야 표본별 실태조사 결과	52
〈표 II-24〉 음악 분야 표본별 실태조사 결과	54
〈표 II-25〉 온라인 게임 분야 표본별 실태조사 결과	56
〈표 II-26〉 모바일 게임 분야 표본별 실태조사 결과	59
〈표 II-27〉 영상서비스 분야 표본별 실태조사 결과	62
〈표 II-28〉 이러닝 분야 표본별 실태조사 결과	64
〈표 II-29〉 정보서비스 분야 표본별 실태조사 결과	66
〈표 II-30〉 심층인터뷰 대상 사업체	68
〈표 III-1〉 장르별 실태조사 대상의 표본 등급별 개수	77
〈표 III-2〉 과오납금 환급에 대한 연도별 조사결과	79
〈표 III-3〉 청약철회/계약해제·해지에 대한 연도별 조사결과	80
〈표 III-4〉 콘텐츠 결함 및 서비스 장애에 대한 연도별 조사결과	80
〈표 III-5〉 분쟁해결 관련 조항 명시에 대한 연도별 조사결과	81
〈표 III-6〉 기타 정보에 대한 연도별 조사결과	82



그림 목 차

[그림 I-1] 콘텐츠이용자보호지침 개정안 배치	1
[그림 I-2] 연도별 콘텐츠 분쟁상담 진행 현황 (출처 : 2021 콘텐츠분쟁조정사례집)	5
[그림 I-3] 정규분포 곡선 및 평가점수에 따른 환산 표준점수 개념	18
[그림 II-1] 2022 실태조사 점수별 빈도 및 정규분포 곡선	22
[그림 II-2] 2022 실태조사 점수대별 빈도	23
[그림 II-3] 전체 장르별 실태조사 결과	23
[그림 II-4] 전체 대분류 평가항목별 실태조사 결과	24
[그림 II-5] 전체 실태조사 표본 분야 등급별 표본분포	28
[그림 II-6] 전체 실태조사 표본 분야 등급별 표본 분포와 이상적 등급별 정규분포 비교	28
[그림 II-7] 과오납금(대분류1) 관련 항목 실태조사 결과	29
[그림 II-8] 업종별 과오납금 환급 가능 여부 조사결과	30
[그림 II-9] 업종별 과오납금 환급 방법 조사결과	31
[그림 II-10] 청약철회 및 예약 해제, 해지 관련 항목 실태조사 결과	32
[그림 II-11] 업종별 청약철회 허용 및 허용기간 관련 조사결과	33
[그림 II-12] 업종별 청약철회 허용 및 허용기간(광고·표시와 다른 경우) 조사결과	34
[그림 II-13] 업종별 청약철회 효과 조사결과	35
[그림 II-14] 업종별 이용계약 해제, 해지권 부여 관련 조사결과	37
[그림 II-15] 업종별 계약해제·해지 효과 관련 조사결과	38
[그림 II-16] 업종별 청약철회, 계약해제·해지 방법 관련 조사결과	39
[그림 II-17] 콘텐츠 결합 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차 관련 항목 실태조사 결과	40
[그림 II-18] 분쟁해결 방법 및 절차 항목 실태조사 결과	43
[그림 II-19] 업종별 분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 사항 관련 조사결과	44
[그림 II-20] 업종별 이용자 불판, 피해구제 요청을 위한 인력 및 체계 구비확인 가능 여부 사항 관련 조사결과	45

[그림 II-21] 그 밖에 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항 실태조사 결과	46
[그림 II-22] 업종별 사업자 및 콘텐츠 관련 정보의 표시, 광고, 고지 관련 조사결과	47
[그림 II-23] 업종별 미성년자 법정대리인 미동의 시 계약 취소 내용 관련 조사결과	48
[그림 II-24] 업종별 약관 변경 시 변경통지 여부 조사결과	49
[그림 II-25] 출판 분야 등급별 표본 분포	51
[그림 II-26] 출판 분야 항목별 평가점수	51
[그림 II-27] 만화 분야 등급별 표본 분포	53
[그림 II-28] 만화 분야 항목별 평가점수	53
[그림 II-29] 음악 분야 등급별 표본 분포	55
[그림 II-30] 음악 분야 항목별 평가점수	55
[그림 II-31] 온라인 게임 분야 등급별 표본 분포	57
[그림 II-32] 온라인 게임 분야 항목별 평가점수	58
[그림 II-33] 모바일 게임 분야 등급별 표본 분포	61
[그림 II-34] 모바일 게임 분야 항목별 평가점수	61
[그림 II-35] 영상서비스 분야 등급별 표본 분포	63
[그림 II-36] 영상서비스 분야 항목별 평가점수	63
[그림 II-37] 이러닝 분야 등급별 표본 분포	65
[그림 II-38] 이러닝 분야 항목별 평가점수	65
[그림 II-39] 정보서비스 분야 등급별 표본 분포	67
[그림 II-40] 정보서비스 분야 항목별 평가점수	67
[그림 III-1] 연도별 실태조사 결과 비교 (총점 기준)	75
[그림 III-2] 연도별 실태조사 결과 비교 (표준점수 기준)	76
[그림 III-3] 연도별 점수대별 분포	76
[그림 III-4] 연도별 실태조사 대상의 표본 등급 분포	77
[그림 III-5] 연도별 대분류 항목 평가점수 비교	78

| 2022년 콘텐츠 이용자 보호 지침 준수 실태 조사 |

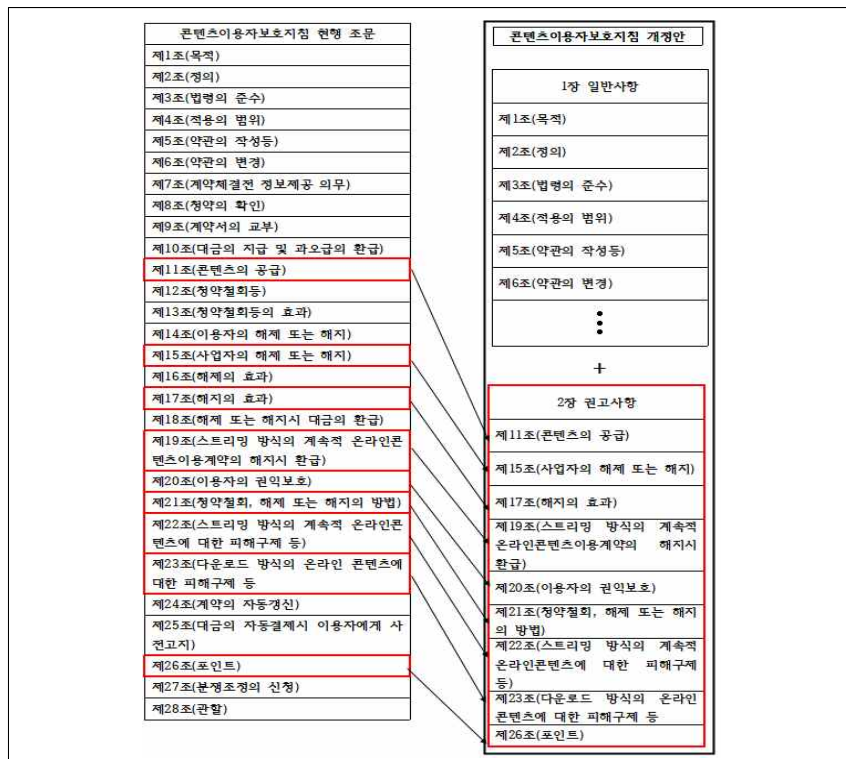
제1장 조사개요

I. 조사 개요

1. 실태조사 목적 및 근거

가. 콘텐츠이용자보호지침의 목적 및 개정

- 콘텐츠사업자가 이용자보호를 위하여 자율적으로 지켜야 할 항목을 정하여 문화체육관광부장관이 고시한 사항으로 콘텐츠사업자(이하 “사업자”)가 자율적으로 준수할 내용을 정함으로써 콘텐츠의 건전한 거래 및 유통질서를 확립하고, 이용자를 보호하려는 데 그 목적이 있음
- 콘텐츠이용자보호지침은 2012년 3월 26일 처음 고시되었고, 법적 재검토기한 도래에 따라 콘텐츠 시장 환경변화를 반영하고 지침 체계 및 조항을 정비하여 2021년 3월 10일자로 제개정 되었음
- 콘텐츠이용자보호지침 개정안은 기존 현행 조문의 내용을 일반사항과 권고사항으로 분리배치하였으며, 개별 콘텐츠 장르에 따른 세부기준이 마련됨



[그림 I-1] 콘텐츠이용자보호지침 개정안 배치

○ 개별 콘텐츠 장르별 세부기준은 다음과 같이 마련됨

- 콘텐츠서비스 형태와 이용자와의 거래 비즈니스모델이 유사한 영화, 애니메이션, 방송, 음악을 i) 영상서비스로 분류, 포털 등 ii) 지식정보콘텐츠와 iii) 1인 미디어를 분류, 출판/만화/웹툰을 iv) 이러닝콘텐츠로 구분, 온라인게임과 모바일게임을, v) 게임콘텐츠로 분류하여 총 5개 장르로 개정 초안 구성
- 콘텐츠 장르별 구분은 「콘텐츠산업 진흥법」 제25조 제1항에 따른 표준계약서 장르별 구분을 참조하였으며 해당 구분은 디지털콘텐츠(모바일) 공급표준계약서, 디지털콘텐츠(음악) 공급표준계약서, 디지털콘텐츠(이러닝) 공급표준계약서, 디지털콘텐츠(포털 일반) 공급표준계약서, 디지털콘텐츠(영상) 이외에 문화체육관광부 분야별 표준계약서 등 별도로 제정되어 있는 것을 참조
- 초안을 바탕으로 전문가 및 사업자들의 의견을 수렴한 결과 기존 초안의 구성에서 지식정보 콘텐츠의 경우 일반규정에서 다 포섭할 수 있는 내용으로 의견이 수렴됨
- 따라서 초안 구성 부문별 분류를 i)영상·음악·이러닝 콘텐츠 총칙, ii)영상콘텐츠, iii)음악콘텐츠, iv)게임콘텐츠, v)이러닝콘텐츠, vi)1인 미디어로 나누어 콘텐츠 장르별 세부기준을 마련함
- 거래 유형 유사성과 이용비중, 분쟁빈도 등을 고려한 장르별 구분(안)을 구성하여 전문가 및 산업계 의견을 반영한 후 결정
- 지침의 형식적 측면에서 개정안은 현행 지침과 같이 단일 체제 내에서 공통적인 내용에서의 총칙 및 보칙과 콘텐츠 장르별로 각각의 장을 마련하는 방향으로 개선

나. 콘텐츠이용자보호지침의 법적근거

- 콘텐츠이용자보호지침의 법적인 근거는 콘텐츠산업진흥법 제 28조와 동법 시행령 제 30조를 따름
- 콘텐츠산업진흥법 제 28조(이용자보호지침의 제정 등)
 - [(1항) 콘텐츠이용자보호지침의 제정] 사업자가 ‘자율적으로 준수하는 기준’으로서 보호지침의 특징을 기술
 - [(2항) 대통령령으로 정하는 바에 따른 사업자의 이용약관 고지 의무] 사업자 또는 이용자의 과오에 의한 비용(과요금) 환불 및 콘텐츠 이용계약 해제 등 대통령령(시행령 제30조)의 내용이 포함된 이용약관을 마련하고, 이용자에게 의무적으로 고지를 해야 한다는 내용

사업자가 서비스를 하는 홈페이지 또는 어플리케이션 상에 고지한 경우 이를 이행했다고 판단이 가능함

- [(3항) 보호지침보다 이용자에게 불리한 이용약관 내용의 표시 및 고지 의무] 이용자를 위한 배려조항으로서, 표시 및 고지에 대한 방법, 세부규정은 보호지침 제5조(약관의 작성 등)를 참조함
- [(4항) 이용약관의 견본 마련 및 권고] 콘텐츠 거래에 관한 표준약관과 관련된 내용으로 본 실태조사와 직접적인 관계는 없으나 보호지침의 참고자료로서 연관성이 있음
(콘텐츠분쟁조정위원회에서 이용약관 견본(안)을 기 배포)
- [(5항)] 이용약관의 표시·고지 의무 위반에 따른 처벌 조항] 2항, 3항의 이용약관 표시 또는 고지의무를 위반할 경우 사업자에 대하여 정부는 시정권고, 시정조치 및 벌칙 등 행정 처분이 가능

<표 I-1> 콘텐츠산업진흥법 제 28조(이용자보호지침의 제정 등)

제28조(이용자보호지침의 제정 등)

① 정부는 콘텐츠의 건전한 거래 및 유통질서 확립과 이용자 보호를 위하여 콘텐츠사업자가 자율적으로 준수할 수 있는 지침(이하 "이용자보호지침"이라 한다)을 관련 분야의 사업자, 기관 및 단체의 의견을 들어 정할 수 있다.

<개정 2013. 3. 23.>

② 콘텐츠사업자는 콘텐츠를 거래할 때 이용자를 보호하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 과오금의 환불, 콘텐츠 이용계약의 해제·해지의 권리, 콘텐츠 결함 등으로 발생하는 이용자의 피해에 대한 보상 등의 내용이 포함된 약관을 마련하여 이용자에게 알려야 한다.

③ 콘텐츠사업자는 그가 사용하는 약관이 이용자보호지침의 내용보다 이용자에게 불리한 경우 이용자보호지침과 다르게 정한 약관의 내용을 이용자가 알기 쉽게 표시하거나 고지하여야 한다.

④ 정부는 콘텐츠 거래에 관한 약관의 견본을 마련하여 콘텐츠사업자에게 그 사용을 권고할 수 있다.

<개정 2013. 3. 23.>

⑤ 콘텐츠사업자가 제2항 또는 제3항을 위반한 경우에 대한 시정권고, 시정조치 및 벌칙에 관하여는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제31조, 제32조, 제40조 및 제44조를 준용한다. 이 경우 "공정거래위원회"는 "문화체육관광부장관"으로 본다. <개정 2018. 12. 24.>

○ 콘텐츠산업진흥법 시행령 제30조(콘텐츠거래약관의 세부내용)

- 시행령 30조에서는 이용약관에 아래 5가지의 주요 사항에 대한 세부내용을 반드시 포함하도록 의무화
- (1호) 과오납금의 환불방법 및 절차, (2호) 청약철회 및 이용계약의 해제·해제, (3호) 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상, (4호) 분쟁해결 방법 및 절차, (5호) 그 밖에 이용자 보호를 위해 필요한 사항

<표 I -2> 콘텐츠산업진흥법 시행령 제 30조(콘텐츠거래약관의 세부내용)

제30조(콘텐츠거래약관의 세부내용) 법 제28조 제2항에 따라 콘텐츠사업자가 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위한 약관을 정하려는 경우에는 다음 각 호의 사항에 관한 세부내용을 포함시켜야 한다.

1. 과오납금(過誤納金)의 환불방법 및 절차
2. 청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해지·해제의 방법과 그 효과
3. 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상의 기준·범위·방법 및 절차
4. 분쟁해결 방법 및 절차
5. 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항

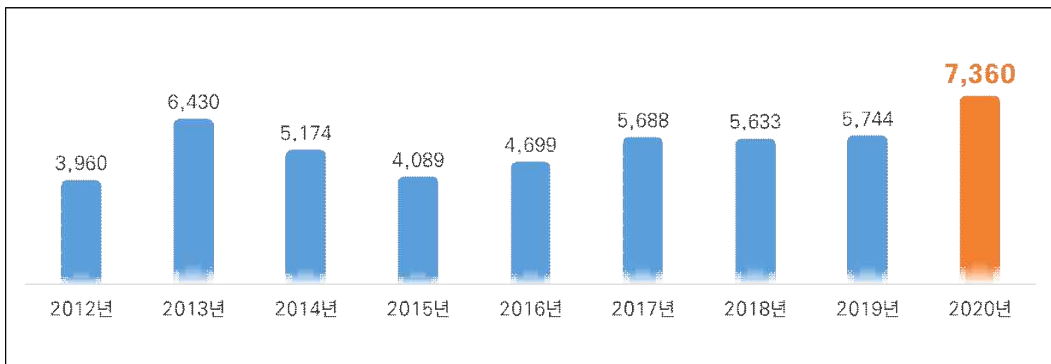
○ 콘텐츠산업진흥법 시행령 제 30조의 내용과 연관된 보호지침 상의 조항을 정리하면 다음과 같음

<표 I -3> 콘텐츠 이용약관의 이용자보호 항목

콘텐츠산업진흥법 시행령 제30조	콘텐츠이용자보호지침 연관 조항
제 1호 과오납금의 환불방법 및 절차	제 10조 (대금의 지급 및 과오금의 환급)
제 2호 청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해지·해제의 방법과 그 효과	제 11조 (청약철회 등) 제 12조 (청약철회 등의 효과) 제 13조 (이용자의 해제 또는 해지) 제 14조 (사업자의 해제 또는 해지) 제 15조 (해제의 효과) 제 16조 (해지의 효과) 제 25조 (해제 또는 해지시 대금의 환급) 제 24조 (청약 철회, 해제 또는 해지의 방법)
제 3호 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상의 기준, 범위, 방법 및 절차	제 27조 (스트리밍 방식의 계속적 온라인콘텐츠에 대한 피해 구제 등) 제 28조 (다운로드 방식의 온라인콘텐츠에 대한 피해구제 등)
제 4호 분쟁해결 방법 및 절차	제 21조 (분쟁조정신청) 제 26조 (이용자 피해예방을 위한 조치)
제 5호 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항	제 6조 (약관의 변경) 제 7조 (계약체결전 정보제공의무)

다. 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사의 필요성

- 콘텐츠를 사이에 둔 분쟁은 콘텐츠라는 상품의 이용을 두고 사업자와 이용자 간에 이해 관계가 다를 때 발생하는 것으로 기존의 단순한 이용환경이 서비스 방법의 다양화 등으로 복잡해지면서 분쟁 사례 또한 다양해지고 있다고 할 수 있음
- 최근 콘텐츠 이용 환경 및 플랫폼 환경의 변화는 콘텐츠 이용 피해의 종류 변화와 양적 증가를 함께 가져오고 있다고 할 수 있음
 - 콘텐츠 장르별 이용률의 꾸준한 증가에 따라 콘텐츠 서비스 하자 및 허위과장 광고도 확대
 - 인앱결제 등 유료 콘텐츠가 많아짐에 따라 허술한 결제관리 및 무분별한 결제유도 등으로 금전적 피해 증가
 - 주 콘텐츠 이용연령이 전 연령대로 확대되면서 이용피해 증가
 - 콘텐츠 이용피해 발생 시 소비자 대처방안에 대한 인식 부족으로 미해결/처리 되는 사례 확대
- 콘텐츠분쟁조정위원회의 상담진행 건수는 매년 큰 폭으로 증가하고 있음



[그림 I-2] 연도별 콘텐츠 분쟁상담 진행 현황 (출처 : 2021 콘텐츠분쟁조정사례집)

- 콘텐츠산업진흥법은 제28조(이용자보호지침의 제정 등)를 통해 이용자 보호를 위한 약관을 요구하여, 업계의 자율준수 확산을 위한 현황파악(실태조사)이 필요
 - 콘산법에서는 이용자 보호를 위해 이용자보호지침 동등 이상의 약관 내용을 사업자에 요구
- 본 조사에서는 이러한 미디어 환경 변화로 더욱 다채로워진 콘텐츠 사업자들을 대상으로 이들이 콘텐츠 이용자 보호를 위해 문화체육관광부에서 고시한 지침을 얼마나 준수하고 있는지 살펴보고자 함

라. 실태조사의 목적

- 본 실태조사의 목적은 콘텐츠가 유통되고 거래되는 과정에서 이용자들의 피해를 최소화하고, 기본권익을 보호하기 위하여 제정한 「콘텐츠이용자보호지침」(문화체육관광부 고시 제2021-16호, 이하 ‘보호지침’)을 콘텐츠 사업자들이 자율적으로 준수하고 있는지 파악하기 위하여 정기적으로 실태조사를 시행
 - 콘텐츠산업진흥법 및 보호지침에 규정된 내용을 기준으로 이용약관의 준수 수준을 평가
- 실태조사 시행 결과를 근거로 이용자 보호를 위한 사업자들의 자율적인 이용약관 개선을 유도
- 콘텐츠이용 피해 사전예방 및 신뢰 기반 콘텐츠 이용환경 조성을 통해 건전한 콘텐츠 발전에 기여

마. 실태조사의 법적 근거

- 본 실태조사는 「콘텐츠산업진흥법」 제28조 1항 및 제26조 1항2호에 근거하여 수행
 - 정부는 콘텐츠의 거래 및 유통 질서 확립과 이용자 보호를 위하여 콘텐츠이용자보호지침을 정할 수 있고, 또한 사업자의 보호지침 준수에 관한 실태조사를 추진해야 함

제28조(이용자보호지침의 제정 등)

① 정부는 콘텐츠의 건전한 거래 및 유통질서 확립과 이용자 보호를 위하여 콘텐츠사업자가 자율적으로 준수할 수 있는 지침(이하 "이용자보호지침"이라 한다)을 관련 분야의 사업자, 기관 및 단체의 의견을 들어 정할 수 있다. <개정 2013.3.23.>

제26조(이용자 보호시책 등)

① 정부는 콘텐츠의 유통 및 거래에 관한 이용자의 기본권익을 보호하기 위하여 다음 각 호의 사업을 추진하여야 한다. <개정 2013.3.23.>

2. 제28조에 따른 이용자보호지침의 준수에 관한 실태조사

2. 실태조사 방법의 변화

- 2012~2015년까지는 ‘콘텐츠이용자보호지침 준수 모니터링’ 으로 준수 여부만 측정하던 방식에서 2016년부터는 ‘콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사’ 로 명칭을 변경하고, 조사의 체계화 및 신뢰성 향상을 위하여 표본설계 및 조사결과 도출 방식에 변화된 방식을 도입
 - 콘텐츠 사업자들의 이용자 보호에 대해 보다 심층적이고 신뢰도 높은 조사를 추진하기 위하여 2016년에 조사 방식이 개선되었으며, 2년 뒤인 2019년에도 동일한 방식으로 조사가 실시됨
- 이번콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사는 지난 2018년 이후 4년 만에 실시되는 조사로 전체적인 조사 구조와 내용 및 분석 방법은 2018년의 형태를 준용하여 진행됨

<표 I -4> 연도별 실태조사 평가항목 변동

2014년	2015년	2016년	2018년	2022년
‘12년 고시 기준	‘15년 고시 기준	‘15년 고시 기준	‘15년 고시 기준	‘21년 고시 기준
238개 표본의 이용약관에 대하여 10개 대분류, 30개 항목별 준수 여부를 평가하여 ‘보호지침 준수율’ 산출	226개 표본의 이용약관에 대하여 9개 대분류, 25개 항목별 준수 여부를 평가하여 ‘보호지침 준수율’ 산출	200개 표본의 이용약관에 대하여 5개 대분류, 30개(중분류 14개, 소분류 16개) 항목별 보호지침 반영 여부를 평가하여 콘텐츠 사업자의 서비스별 ‘평가점수 및 등급’을 산출	232개 표본의 이용약관에 대하여 5개 대분류, 30개(중분류 14개, 소분류 16개) 항목별 보호지침 반영 여부를 평가하여 콘텐츠 사업자의 서비스별 ‘평가점수 및 등급’을 산출	230개 표본의 이용약관에 대하여 5개 대분류, 33개(중분류 15개, 소분류 18개) 항목별 보호지침 반영 여부를 평가하여 콘텐츠 사업자의 서비스별 ‘평가점수 및 등급’을 산출

3. 모집단 구성 및 표본설계

가. 모집단 정의

- 본 실태조사의 전체 모집단은 콘텐츠산업 특수분류체계에 규정된 산업 대분류 11개 중 주로 B2B 형태의 사업을 영위하는 광고 및 콘텐츠솔루션 산업을 제외한 9개 산업을 영위하는 콘텐츠 사업체를 대상으로 함
 - 동일 사업체(사업자)가 운영하나 이용약관이 별도로 존재하는 서비스는 개별 표본으로 인정
 - 광고 및 콘텐츠솔루션 산업을 제외한 9개 산업을 서비스 형태가 유사하고 혼재되어 있는 영화, 애니메이션, 방송 산업을 하나로 통합하여 분류, 지식정보 산업은 이러닝과 그 외 장르(정보서비스)로 구분하고, 게임 산업은 이용자의 피해 및 상담 사례가 많이 발생하는 분야이므로 온라인게임, 모바일 게임으로 상세 분류화하여 실태조사 대상으로 총 8개 장르로 구성

<표 I -5> 콘텐츠산업 특수분류체계

산업명	중분류	소분류
출판업	출판업	서적 출판업 (종이매체출판업)
		교과서 및 학습서적 출판업
		인터넷/모바일 전자출판제작업
		신문 발행업
		잡지 및 정기간행물 발행업
		정기 광고간행물 발행업
		기타 인쇄물 출판업
	인쇄업	인쇄업
	출판도소매업	서적 및 잡지류 도매업
		서적 및 잡지류 소매업
		계약배달 판매업 (신문배달판매)
만화	만화 출판업	인터넷/모바일 전자출판서비스업
		서적임대업 (만화제외)
	온라인 만화 제작, 유통업	만화 출판사 (만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)
		일반 출판사 (만화부문)
		인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공
		인터넷 만화 콘텐츠 서비스
	만화책 임대업	모바일 만화 콘텐츠 서비스
		만화임대 (만화방, 만화카페 등)
	만화 도소매업	서적임대(대여) (만화부문)
		만화 서적 및 잡지류 도매
음악	음악제작업	만화 서적 및 잡지류 소매
		음악 기획 및 제작업

산업명	중분류	소분류
		음반(음원) 녹음시설 운영업
	음악 및 오디오물 출판업	음악 오디오물 출판업
		기타 오디오물 출판업
	음반복제 및 배급업	음반 복제업
		음반 배급업
	음반 도소매업	음반 도매업
		음반 소매업
	온라인 음악 유통업	인터넷/모바일 음악 서비스업
음원 대리 중개업		
인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업		
음악 공연업	음악공연 기획 및 제작업	
	기타 음악공연 서비스업	
노래연습장 운영업	노래연습장 운영업	
게임	게임 제작 및 배급업	게임 제작 및 배급업
	게임 유통업	컴퓨터 게임방 운영업
		전자 게임자 운영업
영화	영화 제작, 지원 및 유통업	영화 기획 및 제작
		영화 수입
		영화제작 지원
		영화 배급
		극장 상영
		영화 홍보 및 마케팅
	디지털온라인 유통업	DVD/블루레이 제작 및 유통
		온라인 상영
애니메이션	애니메이션 제작업	애니메이션 창작 제작업
		애니메이션 하청 제작업
		온라인(인터넷, 모바일) 애니메이션 제작업
	애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 홍보
	온라인 애니메이션 유통업	온라인 애니메이션 서비스업 (인터넷, 모바일)
방송	지상파 방송	지상파 방송 사업자
		지상파 이동멀티미디어 방송 사업자
	유선방송	종합유선방송 사업자
		중계유선방송 사업자
	위성방송	일반위성방송 사업자
		위성이동멀티미디어방송 사업자
	방송채널사용사업	방송채널사용 사업자
	방송영상물제작업	방송영상독립제작사
인터넷 영상물 제공업	인터넷프로토콜 TV	

산업명	중분류	소분류
광고	(콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사 대상 제외)	
캐릭터	캐릭터 제작업	캐릭터 개발 및 라이선스업
		캐릭터 상품 제조업
	캐릭터 상품 유통업	캐릭터 상품 도매업
		캐릭터 상품 소매업
지식정보	이러닝업	이러닝 기획업
		이러닝 인터넷/모바일 서비스업
		인터넷/모바일 이러닝 제작 및 제공업
		에듀테인먼트 기획 및 제작업
	기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업	
	기타 데이터베이스 및 온라인 정보 제공업	
	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업	
	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업	
	가상세계 및 가상현실업	스크린골프 시스템 기획 및 제작업
		스크린골프장 운영업
		기타 가상세계 및 가상현실 기획 및 제작업
		기타 가상세계 및 가상현실 기획 및 제작업
콘텐츠솔루션	(콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사 대상 제외)	

- 콘텐츠산업 특수분류체계의 11개 산업에서 광고, 콘텐츠솔루션을 제외하고 일부 산업을 재분류, 통합하여 8개 장르로 설정

<표 I -6> 콘텐츠산업 특수분류체계 및 실태조사 분류체계 비교

연번	콘텐츠산업 특수분류체계 구분		연번	실태조사 분류체계
1	출판	➡	1	출판
2	만화		2	만화
3	음악		3	음악
4	게임		4	온라인게임
5	영화		5	모바일게임
6	애니메이션		6	영상서비스 (영화+애니+방송)
7	방송			(광고 제외)
8	광고			(캐릭터, 정보서비스 분야로 통합)
9	캐릭터		7	이러닝
10	지식정보		8	정보서비스 (지식정보+캐릭터)
11	콘텐츠솔루션			(콘텐츠솔루션 제외)

- B2B 위주의 서비스를 제공하는 광고 및 콘텐츠 이용을 위한 기술적 수단인 콘텐츠 솔루션은 대상에서 제외

- 이용피해 상담 사례가 많은 게임(온라인/모바일) 및 지식정보(이러닝/정보서비스) 장르는 세분화
- 서비스 형태(Vod/OTT)가 유사한 영화, 애니메이션, 방송 산업은 영상서비스 장르로 통합
- 온라인 캐릭터 콘텐츠 서비스는 포털 등과 함께 제공되는 경우가 많으므로 정보서비스와 통합

나. 조사 모집단 확보

- 콘텐츠 장르별 모집단 현황은 2020년 콘텐츠산업 통계의 세부 장르별 사업체 수를 기반으로 현황 파악
- 2022년도 반기별 실태조사를 위해 구축된 상반기 콘텐츠 사업체 리스트 2,216개를 사업체 표본설계를 위한 모집단 리스트로 구성
(광고, 콘텐츠솔루션 제외)

<표 I -7> 2022년 실태조사 장르별 모집단 수 및 비중

연번	구분	모집단수	비중
1	출판	398	18.0%
2	만화	215	9.7%
3	음악	264	11.9%
4	온라인게임	101	4.6%
5	모바일게임	186	8.4%
6	영상서비스	474	21.4%
7	이러닝	215	9.7%
8	정보서비스	363	16.4%
합계		2,216	100.0%

다. 표본할당 및 표본추출

1) 표본할당

- 콘텐츠 장르별 표본할당은 지난 2018년 조사와 동일하게 최소 표본 개수 20개를 기본적으로 할당하고 여기에 추가표본을 더하는 방식으로 진행
- 추가표본할당은 콘텐츠분쟁조정위원회의 2021년 콘텐츠 민원상담 현황 비율을 적용하여 추가함
- 단, 온라인 게임과 모바일 게임은 상담현황에 ‘게임’ 장르로 통합되어 있어 모집단 비율(온라인 게임 35%, 모바일 게임 65%)에 맞춰 비율배분한 수치임
 - 게임 상담 건수 초 7,219건
- 같은 방식으로 이러닝과 정보서비스가 포함된 지식정보 장르는 모집단 비율(이러닝 44%, 그 외 지식정보 56%)에 맞춰 비율배분한 수치이며, 이 후 캐릭터를 포함한 정보서비스 장르 상담현황 수를 산출함
 - 지식정보 상담 건수 총 495건, 캐릭터 6건
- 영상서비스는 영화(43건), 애니메이션(8건), 방송(70건) 민원상담 현황수를 합산함

<표 I-8> 콘텐츠 장르별 민원상담 현황 및 표본배분

연번	구분	모집단수	콘텐츠 민원상담 건수	상담비율	기본 표본할당	추가표본 할당	최종표본수
1	출판	398	2	0.03%	20	0	20
2	만화	215	7	0.1%	20	0	20
3	음악	264	23	0.3%	20	0	20
4	온라인게임	101	2,527	32.1%	20	20	40
5	모바일게임	186	4,692	59.6%	20	30	50
6	영상서비스	474	121	1.5%	20	5	25
7	이러닝	215	218	2.8%	20	5	25
8	정보서비스	363	283	3.6%	20	10	30
합계		2,216	7,873	100.0%	160	70	230

2) 표본추출

- 전체 모집단 리스트에서 임의추출 방식으로 사업체를 선정 후, 해당 사업체 홈페이지 등을 통해 온라인 콘텐츠 서비스가 제공되는 웹사이트 또는 모바일앱을 표본으로 추출
 - 유료형 서비스가 일부라도 포함되어 있고 주로 개인(또는 개인사업자)을 대상으로 온라인 콘텐츠가 제공되는 서비스를 표본으로 구성함
 - 선정된 표본들의 장르별 주요 서비스 형태는 다음과 같음

<표 I-9> 2022년 실태조사 장르별 주요 서비스 형태

연번	구분	주요 서비스 형태
1	출판	전자책, 전자잡지 등
2	만화	웹툰(단행본, 연재물)
3	음악	다운로드/스트리밍, 선택형 음악방송, 노래방 앱 등
4	온라인게임	온라인 게임
5	모바일게임	모바일 게임(앱)
6	영상서비스	OTT, VoD, 웹하드 서비스 등
7	이러닝	온라인 교육(교과과정, 기술교육, 외국어 등)
8	정보서비스	포털 SNS, 이모티콘/아바타, 이미지/문서서식 등

4. 이용약관 평가항목 선정 및 평가표 구성

가. 평가항목 선정

- 콘텐츠진흥법 시행령 제30조(콘텐츠거래약관의 세부내용)의 각 호를 평가항목의 대분류로 선정하고, 중·소 분류는 콘텐츠보호지침의 주요 내용을 항목으로 반영하였음
- 대분류별 하위에 중분류 14개(각 6점), 소분류 16개(각 1점)의 평가항목을 배치하여 총 100점 만점 기준으로 구성
- 중분류 항목은 기본적인 사항이 이용약관의 조항으로 포함되어 있는지 여부를 검토하고, 소분류 항목은 하위 내용으로서 해당 조항이 최소한 보호지침 수준으로 이용자에게 유리하게 기술되어 있는지를 평가
- 각각의 항목 평가 시 평가자 개인의 정성적인 판단을 가급적 배제하기 위하여, 가부(예/아니오)판단 형태로 문항을 반영
- 콘텐츠 결합(하자, 서비스 장애)에 따른 피해보상은 다운로드, 또는 스트리밍 서비스 방식에 따라 선택형으로 나누었으며, 두 가지 서비스 방식을 모두 제공하는 경우는 두 가지 각각을 평가한 후 둘 중 상위 점수로 반영

<표 I -10> 2022 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사용 이용약관 평가표

대분류 (진흥법 시행령)	배점 (100점 만점)	중분류 및 소분류 (항목별 배점) (보호지침)	비고 (관련 지침조항)
1. 과오납금의 환불방법 및 절차	15점	1-1) 약관에 "과오급 환급 관련 내용" 명시 여부	지침 10조
		1-1-1) 약관에 "전액 환급" 명시 여부	지침 10조 3항
		1-2) 약관에 "과오급 환급방법" 명시 여부	지침 10조 2항
		1-2-1) 약관에 "대금결제와 동일한 방법으로 환급" 명시 여부	지침 10조 2항
		1-2-2) 동일한 방법으로 과오금의 환급이 불가능할 경우 "이용자가 선택한 방법으로 환급" 명시 여부	지침 10조 2항
2. 청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지의 방법과 그 효과	43점	2-1) 약관에 "교부일 또는 제공일로부터 XX일 이내 청약철회 허용" 명시 여부	지침 11조
		2-1-1) 약관에 청약철회 가능 기간을 "7일 이상"으로 명시여부	지침 11조 1항
		2-2) 약관에 "표시 및 광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회 가능" 명시 여부	지침 11조 3항
		2-2-1) 이용자는 "구두 또는 서면(전자문서 포함)으로 청약철회할 수 있음" 명시 여부	지침 11조 4항
		2-2-2) 약관에 "제공일로부터 3개월 이상" 또는 "인지한 날짜로부터 30일 이내" 명시 여부	지침 11호 3항
		2-3) 약관에 "청약철회 시 콘텐츠 대금 환급" 명시 여부	지침 12조

대분류 (진흥법 시행령)	배점 (100점 만점)	중분류 및 소분류 (항목별 배점) (보호지침)	비고 (관련 지침조항)
		2-3-1) 약관에 환급 기간을 "3영업일 이하"로 명시 여부	지침 12조 3항
		2-3-2) 약관에 "사업자는 이용자에게 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않음" 명시여부	지침 12조 8항
		2-4) 약관에 "이용자의 계약해제 및 해지권 부여" 명시 여부	지침 13조
		2-5) 약관에 계약해제, 해지의 효과로 "사업자는 이용자에게 대금 환급" 명시 여부	지침 15, 16, 25조
		2-5-1) 약관에 "이용자가 콘텐츠를 이용한 경우 이용기간 동안의 요금을 공제한 나머지 금액을 환급" 명시 여부	지침 15조 1항, 2항
		2-6) 약관에 "계약체결 시 사용방법 외에 청약철회 수단 제공" 명시 여부	지침 24조
		2-6-1) 해당 청약철회 수단의 방법으로 약관에 "청약철회를 위한 전화번호, 이메일 및 팩스 번호" 명시 여부	지침 24조 1항
3. 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상의 기준, 범위 방법 및 절차	8점	3-1) 약관에 "다운로드 콘텐츠의 하자 등에 의해 발생한 이용자의 손해에 대해 보상 또는 배상" 명시 여부	지침 28조
		3-1-1) 콘텐츠의 정상적인 이용에 중대한 하자가 있을 경우 약관에 "24시간 내에 완전한 온라인콘텐츠를 다시 공급하며, 불가능한 경우 이용자가 지급한 대금에 손해배상액을 더해 지급" 명시 여부	지침 28조 1항
		3-1-2) 약관에 완전한 콘텐츠 재공급 시간 "24시간 이하"로 명시 여부	지침 29조 1항, 2항
		3-2) 약관에 "스트리밍 콘텐츠의 이용중지 또는 장애에 의해 발생한 이용자의 손해에 대해 보상 또는 배상" 명시 여부	지침 27조
		3-2-1) (사전 미고지) 1개월 내 서비스 중지 및 장애발생 누적시간이 72시간을 초과한 경우 사업자는 미이용 기간을 포함, "잔여기간에 대한 이용료 환급 및 손해배상 실시 한다"는 내용 명시 여부	지침 27조 1항 1호
		3-2-2) (사전고지) 1개월 기준으로 서비스 중지 및 장애시간이 10시간을 초과하지 않는 경우 (24시간 이상 ~ 34시간 미만) 약관에 사업자는 "중지 및 장애 시간에 해당되는 시간을 무료로 연장" 명시 여부	지침 27조 2항 2호
4. 분쟁해결 방법 및 절차	12점	4-1) 약관에 "분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 관련 사항" 명시 여부	지침 21조
		4-2) 약관에 "콘텐츠계약에서 발생하는 이용자의 불만 또는 피해구제요청을 적절하게 처리할 수 있도록 필요한 인력 및 체계(서비스)를 구비" 명시 여부	지침 26조
2. 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를	22점	5-1) (계약체결전 정보제공) 약관 및 서비스 메뉴 등에서 "사업자 및 콘텐츠에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시, 광고 또는 고지" 했는지 여부	지침 7조

대분류 (진흥법 시행령)	배점 (100점 만점)	중분류 및 소분류 (항목별 배점) (보호지침)	비고 (관련 지침조항)
위해 필요한 사항		5-1-1) 약관에 이용자가 약관 내용을 위반한 경우 "콘텐츠의 일부 또는 전부 이용이 제한될 수 있다는 내용 및 그에 대한 불복 절차" 명시 여부	지침 7조 2항 13호
		5-2) 약관에 "미성년자인 경우 법정대리인 동의 얻지 못하면 본인이나 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있음" 명시 여부	지침 7조 2항 12호
		5-3) 약관에 "약관 변경 시 변경통지" 여부	지침 6조
		5-3-1) 약관 변경 전 공지기간을 "최소 7일 전"으로 명시 했는지 여부	지침 6조 1항
		5-3-2) 약관 변경 시 "개정 전후 내용을 명확하게 비교하여 알 수 있도록 표시" 했는지 여부	지침 6조 1항
		5-3-3) 약관에 "변경약관 적용에 대해 이용자 동의여부 확인" 명시 여부	지침 6조 2항

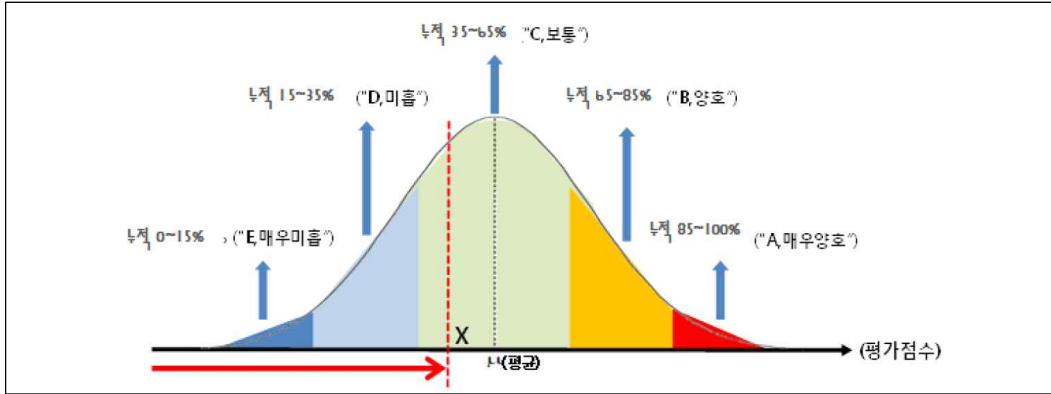
나. 평가절차

- 선정된 콘텐츠 서비스의 웹사이트(또는 모바일앱)의 이용약관, 서비스 운영정책, 포인
트(가상 캐시) 운영정책 등을 수집
 - 여러 약관으로 분리되어 운영 시 이를 모두 함께 수집하며, 필요 시 개인정보보호정책 참고
- 수집된 약관 및 운영정책을 평가항목별 내용을 검토하며 평가항목 관련 문구를 스프레
드시트로 구성된 평가시트의 해당 약관 항목란에 복사하여 입력하고, 평가가 애매한 항
목이 존재할 경우 그에 대한 판단 근거를 해당 평가항목의 평가의견란에 입력
 - 사업자 및 콘텐츠 관련 정보, 콘텐츠 이용제한 등급 표시, 콘텐츠 이용을 위한 기술적 사항
명시 등은 약관 뿐만 아니라 해당 서비스의 홈페이지 등을 함께 참조
- 평가항목별 가부(Y/N) 판단과 평가근거(약관 내 해당 조항 내용 등)를 함께 입력하여,
전체 평가표를 작성
- 실태조사 대상 사업자들에게 조사 결과를 회람한 후 이의신청을 접수하여 재검토를 실
시하고, 재검토 결과를 반영하여 최종 결과를 확정
- 평가된 각 사업자의 서비스별 평가점수는 통계적 지수화를 통하여, 표준점수로 환산하
고 환산된 표준점수를 기준으로 보호지침 준수 등급을 부여함
 - 보호지침 준수 등급은 5단계 A(매우양호) ~ E(매우미흡)로 분류

5. 이용약관 평가결과의 통계적 지수화 (표준점수 환산 및 보호지침 준수 등급 분류)

가. 표준점수 환산

- 연도별 추출되는 표본의 차가 발생할 수 있고, 특정 표본들로 인하여 전체적인 보호지침 평가점수가 상승 또는 하락할 수 있으므로, 해당연도의 전체 표본(2022년 230개 표본)의 이용약관 평가점수 평균 및 분산을 고려하여 환산할 수 있는 표준점수 체계를 마련
 - 해당연도 전체 평균 수준에 대한 각 서비스의 상대적 수준을 동시 고려한 표준점수로 환산하고, 이를 당해 서비스별 준수 등급 분류의 기준으로 활용
- 먼저 이용약관 평가결과를 종합하여 전체 평가점수들의 평균과 표준편차(점수들이 흩어진 정도)를 계산
 - 평가 중분류 항목(6점)과 소분류 항목(1점)의 배점 차이로 평가점수가 높은 그룹은 인접 구간에 몰려 있고, 평가점수가 낮은 일부 그룹은 넓게 퍼지는 경향이 발생할 수 있음
- 전체 표본들의 평가점수 평균과 표준편차를 계산하여 해당하는 정규분포 곡선을 도출
 - 정규분포 : 평균을 중심으로 좌우 균등하게 빈도(또는 확률)가 대칭으로 감소하는 분포
 - 중심극한정리에 따라 조사하는 표본의 크기가 무한히 많아지는 경우 정규분포를 따른다고 알려져 있고, 통상 20~30개 이상의 표본이면 충분히 정규분포에 근사하는 것으로 인정되고 있음
- 실태조사에 포함된 전체 230개 서비스의 특징(평균, 표준편차)을 반영하는 정규분포 곡선에서 특정평가점수가 최하위부터 누적하여 전체 평가점수 분포에서 어느 정도 수준에 위치하는지를 표준점수(이하 본 보고서에서는 ‘p’(point) 점수로 표기)의 환산방법으로 이용
 - 해당 평가점수가 정해진 정규분포에서 극저값에서부터 누적으로 몇 %수준에 위치하는지를 계산, 각 서비스들에 대하여 환산된 표준점수를 산출함
(환산 범위 : 0% ~ 100% 미만)



[그림 I-3] 정규분포 곡선 및 평가점수에 따른 환산 표준점수 개념

- 특정 서비스의 평가점수가 'X' 인 경우 정규분포 곡선에서, 전체 정규분포(전체 곡선 면적)에 대해 '극저값-X' 사이의 면적의 누적비중(%)을 산출하여 이를 등급 분류를 위한 환산된 "표준점수"로 적용
 - 예를 들어, 평가점수가 평균과 동일할 때 ($X=m$), 극저값(좌측)에서 평균 m 까지의 정규분포 곡선의 누적 분포(면적)는 전체(면적)의 50%에 해당하므로 환산 표준점수는 '50p' 이고, 이는 보통 등급에 해당

나. 보호지침 준수 등급분류

- 전체 표본의 평가점수로 산출한 표준점수로 아래 5단계의 등급 분류안을 마련
 - 표본이 무한개인 이상적인 경우 A등급 10%, B등급 20%, C등급 40%, D등급 20%, E등급 10%의 표본 수 비중을 차지하나, 본 실태조사는 표본이 유한 개(232개)로 한정된 조사이므로 실제 등급별 표본 수의 비중이 이상적인 경우와 차이가 발생함

<표 I-11> 2022 실태조사 표준점수에 따른 서비스별 보호지침 준수 등급 분류

등급	환산 표준점수 기준 등급별 구간	이상적 정규분포의 구간별 표본 분포 비중
매우 양호 (A)	85p ~ 100p 이하	15%
양호 (B)	65p ~ 85p 미만	20%
보통 (C)	35p ~ 65p 미만	30%
미흡 (D)	15p ~ 35p 미만	20%
매우 미흡(E)	0p ~ 15p 미만	15%

| 2022년 콘텐츠 이용자 보호 지침 준수 실태 조사 |

제2장 조사결과

II. 조사 결과

1. 실태조사 결과 종합

가. 실태조사 결과 종합표

1) 이용약관 평가결과

- 8개 장르의 230개 콘텐츠 사업자의 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
- 동일 주제로 묶여 있는 대분류별 평가항목 기준으로 평균 평가점수를 산출

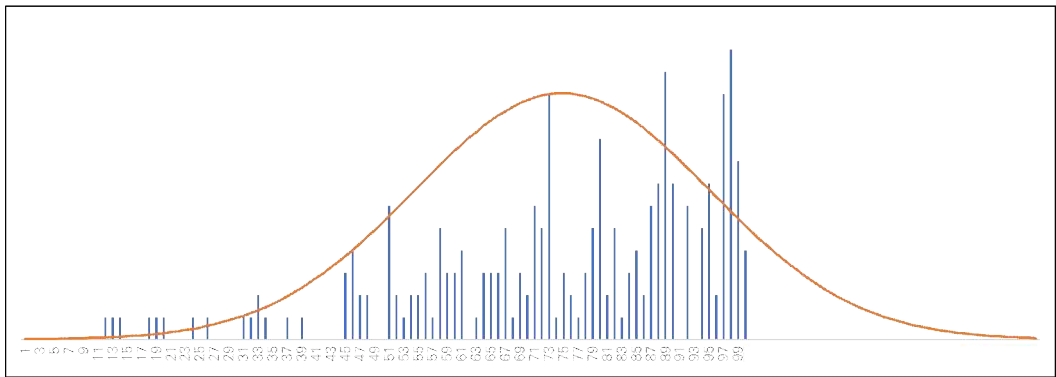
<표 II-1> 2022년 실태조사 장르별 주요 서비스 형태

◆ 대분류1 (15점만점) : 과오납금의 환불방법 및 절차 관련 항목
◆ 대분류2 (43점 만점) : 청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해지·해제 관련 항목
◆ 대분류3 (8점 만점) : 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 관련 항목
◆ 대분류4 (12점 만점) : 분쟁해결 방법 및 절차 관련 항목
◆ 대분류5 (22점 만점) : 사업자·콘텐츠 관련 정보제공, 미성년자 계약취소, 약관변경 통지 등 관련 항목

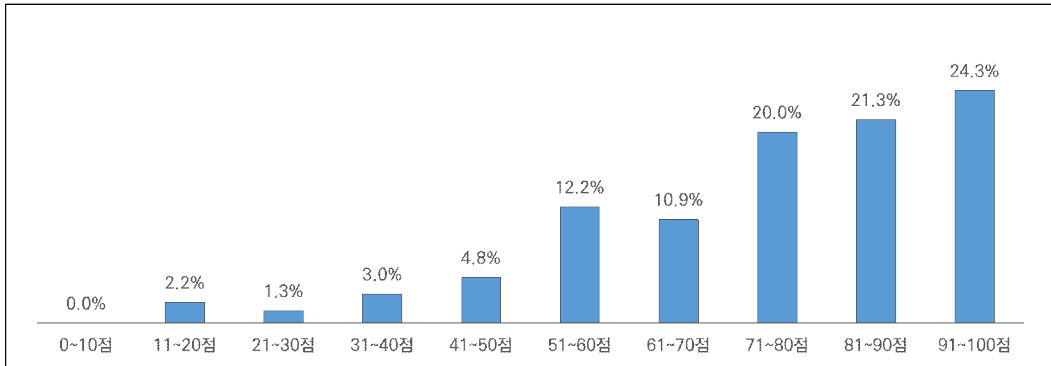
- 각 장르별 이용약관 평가점수의 총점 평균을 당해 실태조사 표본 그룹(230개)과의 상대적인 수준을 파악할 수 있도록 통계기법으로 환산된 표준점수(단위는 ‘p’ (point)로 설정) 평균과 함께 표기하였음
 - 1차적으로 산출되는 이용약관 평가점수는 100점 만점의 평가표를 통한 절대적인 준수 수준이고, 표준점수 (만점: 100.0p, 전체 평균: 50.0p)는 당해 실태조사 전체 표본에 대한 상대적인 준수 수준을 동시에 반영한 것으로서 표본별 등급을 산정하는데 활용함
 - 전체 평가점수의 평균(74.9점)을 표준점수로 환산할 경우 중앙값인 50.0p가 되고, 당해 평가점수들의 분산 정도에 따라 동일 평가점수라 하더라도 표준점수는 달라질 수 있음

<표 I-2> 2022 실태조사 결과 장르별 종합표

연번	장르	표본수	대분류별 평가 점수 (점, 만점대비%)					총점 (100)	표준점수 (p)
			1 (15)	2 (43)	3 (8)	4 (12)	5 (22)		
1	출판	20	7.3 (48.7)	36.7 (85.3)	4.8 (59.4)	11.4 (95.0)	18.6 (84.5)	78.8	56.2p
2	만화	20	11.6 (73.7)	34.3 (79.8)	3.6 (45.0)	11.0 (91.7)	18.5 (84.1)	78.5	58.2p
3	음악	20	9.5 (63.0)	30.3 (70.3)	4.4 (54.4)	10.8 (90.0)	15.4 (69.8)	70.2	49.4p
4	온라인게임	40	13.8 (92.0)	36.4 (84.7)	5.4 (67.2)	10.4 (86.3)	19.7 (89.5)	85.6	68.5p
5	모바일게임	50	12.4 (82.9)	33.8 (78.7)	3.6 (44.8)	9.7 (81.0)	19.2 (87.3)	78.8	59.0p
6	영상서비스	25	10.5 (70.1)	26.8 (62.3)	3.4 (42.5)	11.0 (92.0)	14.4 (65.3)	66.1	37.9p
7	이러닝	25	9.3 (62.1)	33.1 (77.0)	3.6 (45.5)	11.5 (96.0)	16.7 (76.0)	74.3	49.4p
8	정보서비스	30	5.8 (38.9)	23.5 (54.6)	3.2 (40.0)	11.2 (93.3)	16.3 (74.1)	60.0	31.0p
(계, 평균)		230	10.5 (69.6)	36.7 (74.6)	4.0 (50.0)	10.7 (89.3)	17.7 (80.3)	74.9	50.0p



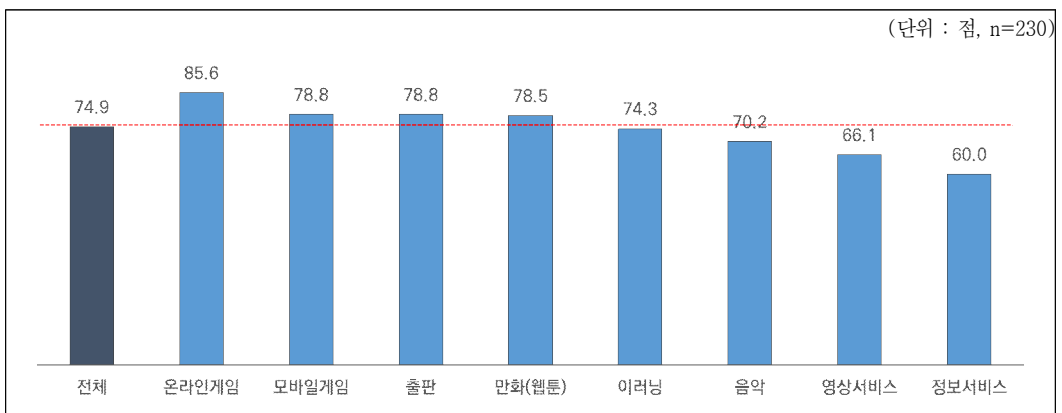
[그림 II-1] 2022 실태조사 점수별 빈도 및 정규분포 곡선



[그림 II-2] 2022 실태조사 점수대별 빈도

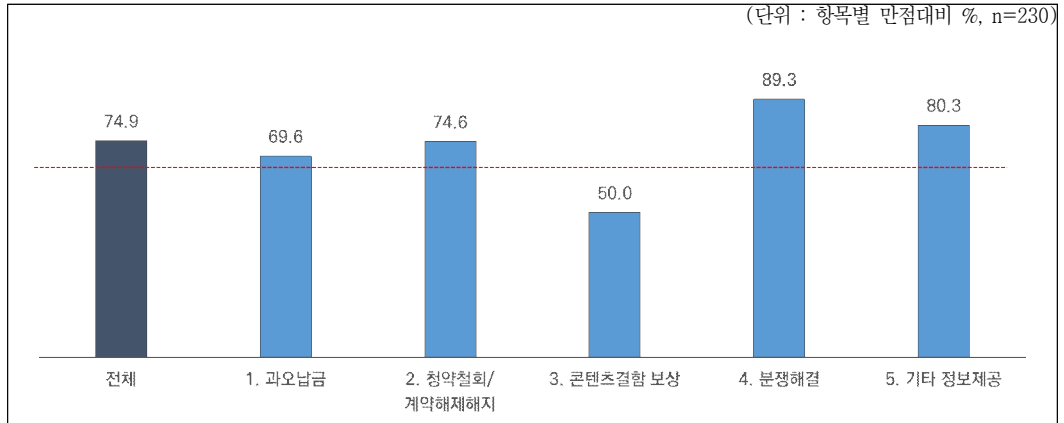
2) 전체 장르별/평가항목별 결과

- (장르별) 전체 230개 표본의 실태조사 결과 이용약관 평균 평가점수(100점 만점)는 74.9 점을 기록하였으며, 장르별로는 온라인 게임 장르가 85.6점으로 가장 높은 결과를 나타냈고, 정보서비스 장르는 60.0점으로 가장 낮은 평가점수를 보임



[그림 II-3] 전체 장르별 실태조사 결과

- (평가항목별) 전체 실태조사 결과 각 대분류 항목별 평가점수(만점대비% 기준)를 살펴보면, ‘분쟁해결’에 대한 항목이 89.3%로 가장 높은 평가점수 수준을 기록하였고, ‘콘텐츠결함 보상’ 관련 항목이 50.0%로 가장 낮은 수준을 나타냄
 - 이하 분류별, 항목별 평가점수 분석에서는 분류별 배점이 다르고 개별 점수로는 그 수준을 직관적으로 파악하기 어려우므로, 분석 시 비교를 위하여 평가점수를 ‘만점대비 %’ 중심으로 변환하여 표기함
(총점의 경우 100점 만점으로 그 자체가 만점대비 %와 동일한 수치이므로 점수 그대로 표기)



[그림 II-4] 전체 대분류 평가항목별 실태조사 결과

나. 장르별 표준점수 분포 및 등급 평가 종합

- 총 230개 표본 중 통계처리로 환산한 표준점수로 매우 양호(A) 38개, 양호(B)는 60개, 보통(C)는 59개, 미흡(D) 38개, 매우 미흡(E) 35개 등 전체 표본들의 보호지침 준수 등급이 분류됨

<표 II-3> 2022 실태조사 대상 표본 장르별 평균 표준점수 및 등급별 개수

장르	전체	출판	만화	음악	온라인 게임	모바일 게임	영상 서비스	이러닝	정보 서비스
장르별 평균의 표준점수	50.0p	56.2p	58.2p	49.4p	68.5p	59.0p	37.9p	49.4p	31.0p
(표준점수 기준 등급별 표본수, 단위 : 개)									
매우 양호(A)	38	3	4	6	9	7	3	5	1
양호(B)	60	6	7	3	19	16	2	4	3
보통(C)	59	5	3	4	9	17	7	7	7
미흡(D)	38	5	5	1	2	5	8	5	7
매우 미흡(E)	35	1	1	6	1	5	5	4	12
합계	230	20	20	20	40	50	25	25	30

<표 II-4> 약관 평가점수 및 환산된 표준점수 비교 (2022 실태조사 결과 기준)

평가점수	표준점수	평가점수	표준점수	평가점수	표준점수
1	0.013%	35	2.451%	69	38.585%
2	0.016%	36	2.749%	70	40.486%
3	0.019%	37	3.076%	71	42.409%
4	0.023%	38	3.435%	72	44.351%
5	0.028%	39	3.828%	73	46.307%
6	0.034%	40	4.257%	74	48.271%
7	0.040%	41	4.724%	75	50.240%
8	0.048%	42	5.230%	76	52.208%
9	0.057%	43	5.780%	77	54.171%
10	0.068%	44	6.373%	78	56.123%
11	0.081%	45	7.013%	79	58.061%
12	0.096%	46	7.701%	80	59.979%
13	0.113%	47	8.439%	81	61.874%
14	0.133%	48	9.230%	82	63.741%
15	0.156%	49	10.073%	83	65.575%
16	0.183%	50	10.972%	84	67.374%
17	0.214%	51	11.927%	85	69.133%
18	0.250%	52	12.939%	86	70.849%
19	0.291%	53	14.009%	87	72.519%
20	0.338%	54	15.137%	88	74.141%
21	0.391%	55	16.324%	89	75.712%
22	0.453%	56	17.571%	90	77.230%
23	0.522%	57	18.876%	91	78.692%
24	0.601%	58	20.239%	92	80.099%
25	0.691%	59	21.659%	93	81.448%
26	0.792%	60	23.135%	94	82.738%
27	0.906%	61	24.666%	95	83.970%
28	1.033%	62	26.249%	96	85.143%
29	1.177%	63	27.883%	97	86.257%
30	1.337%	64	29.565%	98	87.313%
31	1.516%	65	31.292%	99	88.311%
32	1.715%	66	33.061%	100	89.252%
33	1.936%	67	34.868%		
34	2.181%	68	36.711%		

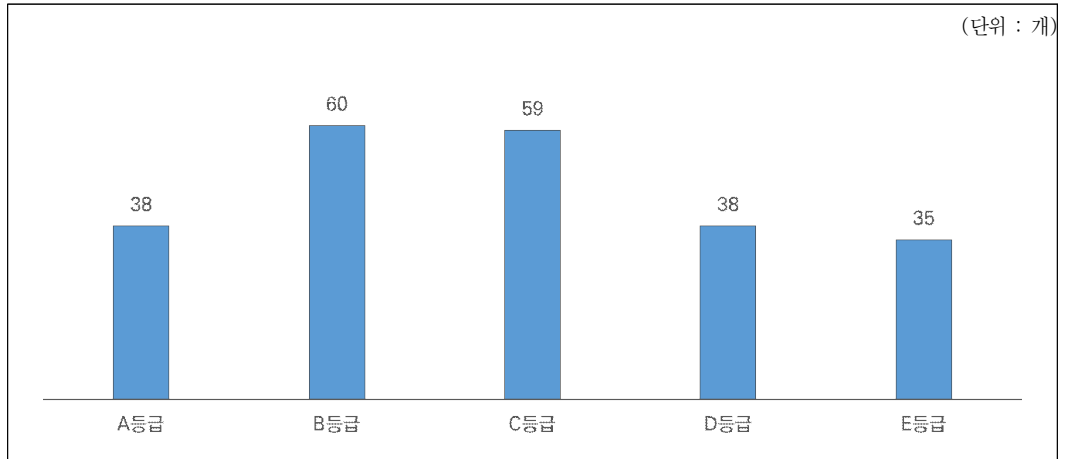
<표 II-5> 2022 실태조사 대상 표본별 평가점수 (장르별 점수 내림차순, 단위 : 점)

출판	만화	음악	온라인게임	모바일게임	영상서비스	이러닝	정보서비스
98.0	98.0	99.0	100.0	100.0	99.0	100.0	97.0
97.0	97.0	98.0	100.0	99.0	99.0	99.0	95.0
96.0	97.0	98.0	99.0	98.0	98.0	98.0	94.0
95.0	96.0	98.0	99.0	97.0	89.0	98.0	90.0
95.0	94.0	98.0	99.0	97.0	87.0	98.0	81.0
95.0	94.0	97.0	98.0	97.0	77.0	92.0	80.0
89.0	90.0	92.0	98.0	97.0	73.0	92.0	76.0
85.0	89.0	89.0	97.0	95.0	73.0	88.0	73.0
85.0	89.0	87.0	97.0	95.0	72.0	88.0	72.0
82.0	87.0	80.0	95.0	94.0	72.0	78.0	71.0
73.0	85.0	76.0	94.0	92.0	72.0	75.0	70.0
71.0	82.0	73.0	92.0	92.0	68.0	75.0	67.0
71.0	71.0	69.0	90.0	90.0	65.0	73.0	66.0
69.0	71.0	58.0	90.0	90.0	64.0	73.0	66.0
67.0	66.0	45.0	90.0	89.0	61.0	73.0	63.0
67.0	65.0	45.0	89.0	88.0	61.0	73.0	59.0
65.0	61.0	37.0	89.0	88.0	60.0	67.0	58.0
64.0	61.0	26.0	89.0	87.0	56.0	58.0	55.0
60.0	58.0	20.0	89.0	87.0	56.0	57.0	51.0
51.0	18.0	19.0	89.0	86.0	54.0	56.0	51.0
			89.0	85.0	52.0	55.0	47.0
			88.0	84.0	51.0	51.0	46.0
			88.0	84.0	48.0	48.0	46.0
			88.0	82.0	33.0	47.0	45.0
			87.0	82.0	13.0	46.0	39.0
			86.0	80.0			34.0
			84.0	80.0			33.0
			83.0	80.0			32.0
			82.0	80.0			31.0
			81.0	80.0			12.0
			78.0	80.0			
			75.0	80.0			
			74.0	79.0			
			73.0	79.0			
			73.0	79.0			
			70.0	79.0			
			69.0	79.0			
			67.0	78.0			
			54.0	72.0			
			53.0	71.0			
				64.0			
				60.0			
				59.0			
				59.0			
				58.0			
				52.0			
				51.0			
				46.0			
				24.0			
				14.0			

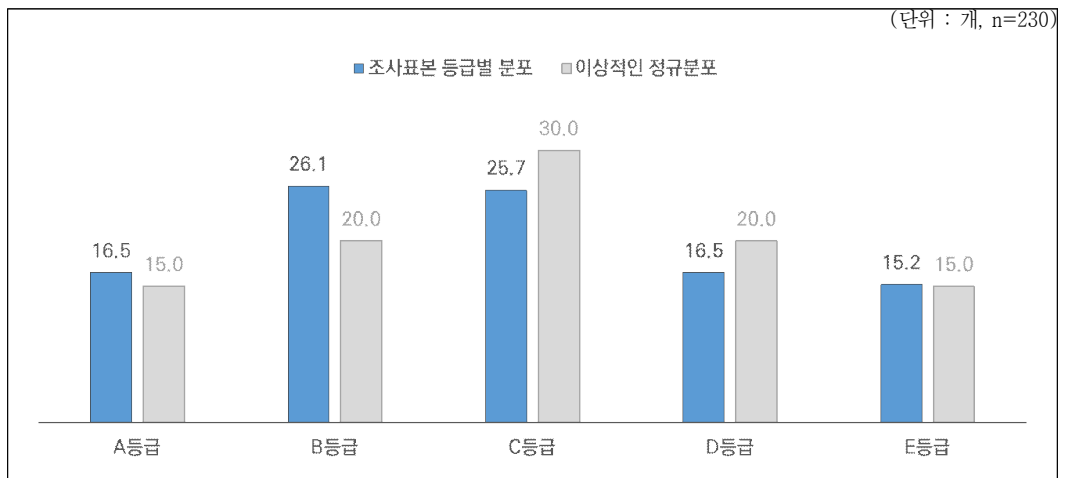
<표 II-6> 2022 실태조사 대상 표본별 표준점수 (장르별 점수 내림차순, 단위 : %)

출판	만화	음악	온라인게임	모바일게임	영상서비스	이리닝	정보서비스
87.3	87.3	88.3	89.3	89.3	88.3	89.3	86.3
86.3	86.3	87.3	89.3	88.3	88.3	88.3	84.0
85.1	86.3	87.3	88.3	87.3	87.3	87.3	82.7
84.0	85.1	87.3	88.3	86.3	75.7	87.3	77.2
84.0	82.7	87.3	88.3	86.3	72.5	87.3	61.9
84.0	82.7	86.3	87.3	86.3	54.2	80.1	60.0
75.7	77.2	80.1	87.3	86.3	46.3	80.1	52.2
69.1	75.7	75.7	86.3	84.0	46.3	74.1	46.3
69.1	75.7	72.5	86.3	84.0	44.4	74.1	44.4
63.7	72.5	60.0	84.0	82.7	44.4	56.1	42.4
46.3	69.1	52.2	82.7	80.1	44.4	50.2	40.5
42.4	63.7	46.3	80.1	80.1	36.7	50.2	34.9
42.4	42.4	38.6	77.2	77.2	31.3	46.3	33.1
38.6	42.4	20.2	77.2	77.2	29.6	46.3	33.1
34.9	33.1	7.0	77.2	75.7	24.7	46.3	27.9
34.9	31.3	7.0	75.7	74.1	24.7	46.3	21.7
31.3	24.7	3.1	75.7	74.1	23.1	34.9	20.2
29.6	24.7	0.8	75.7	72.5	17.6	20.2	16.3
23.1	20.2	0.3	75.7	72.5	17.6	18.9	11.9
11.9	0.2	0.3	75.7	70.8	15.1	17.6	11.9
			75.7	69.1	12.9	16.3	8.4
			74.1	67.4	11.9	11.9	7.7
			74.1	67.4	9.2	9.2	7.7
			74.1	63.7	1.9	8.4	7.0
			72.5	63.7	0.1	7.7	3.8
			70.8	60.0			2.2
			67.4	60.0			1.9
			65.6	60.0			1.7
			63.7	60.0			1.5
			61.9	60.0			0.1
			56.1	60.0			
			50.2	60.0			
			48.3	58.1			
			46.3	58.1			
			46.3	58.1			
			40.5	58.1			
			38.6	58.1			
			34.9	56.1			
			15.1	44.4			
			14.0	42.4			
				29.6			
				23.1			
				21.7			
				21.7			
				20.2			
				12.9			
				11.9			
				7.7			
				0.6			
				0.1			

- 전체 표본의 등급별 분포가 보통(C) 등급을 기준으로 대칭에 가까운 형태를 보이고 있으나, 높은 점수대에 표본들이 몰려 있어 이상적인 정규분포의 경우(좌우대칭)보다는 상위 등급(A-B) 쪽으로 많이 치우친 결과를 보임



[그림 II-5] 전체 실태조사 표본 분야 등급별 표본분포



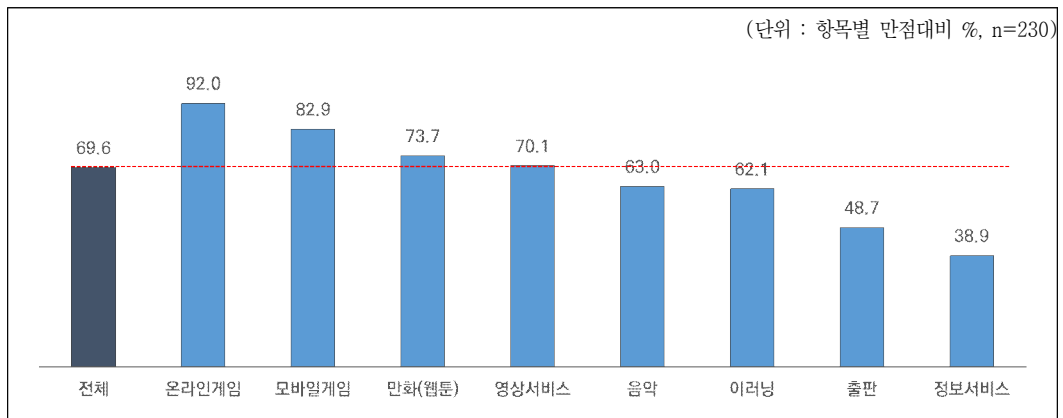
[그림 II-6] 전체 실태조사 표본 분야 등급별 표본 분포와 이상적 등급별 정규분포 비교

2. 평가항목별 실태조사 결과

가. (대분류1) 과오납금의 환불방법 및 절차

1) 대분류 기준 실태조사 결과 비교

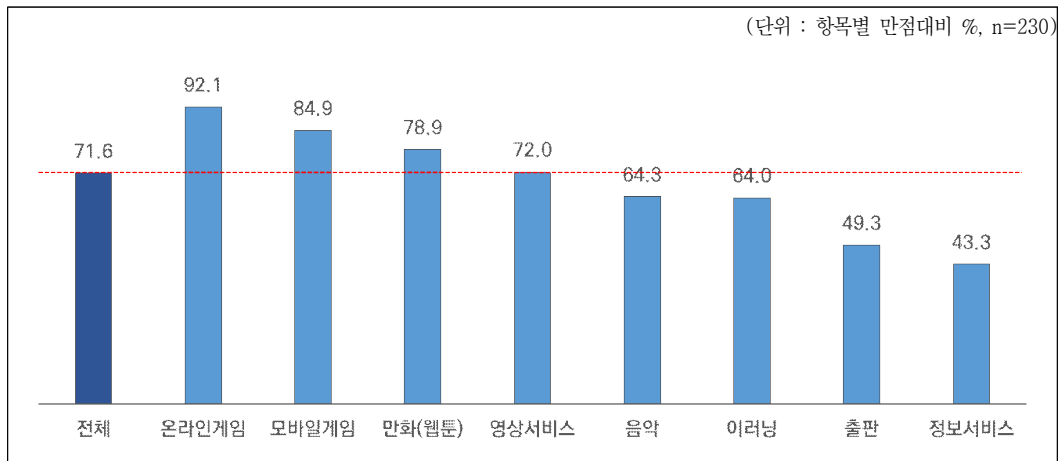
- 과오납금의 환불방법 및 절차 관련 항목에 대해서 전체 표본의 평가점수(만점대비% 기준)는 69.6%를 기록하였고, ‘온라인게임’ 장르가 92.0%로 가장 평가점수가 높았으며 다음으로 ‘모바일게임’, ‘만화(웹툰)’ 등의 순으로 나타난 반면, ‘정보서비스’ 장르가 38.9%로 가장 저조한 수준을 나타냄
- ‘음악’, ‘이러닝’, ‘출판’, ‘정보서비스’ 장르의 서비스가 이용약관에서 과오납금 관련 항목의 반영이 전체 평균값보다 떨어져 미흡한 것으로 평가
- ‘출판’의 경우 온라인 콘텐츠 외 일반 전자상거래(종이책 판매 등)와 혼합되어 있는 경우가 많아, 다수 사업자들이 과오납금에 대한 조항이 없는 공정위 전자상거래(인터넷 사이버몰) 표준약관을 참고하여 과오납금에 대한 내용 자체가 약관에서 다수 누락되어 나타난 결과로 보임
- ‘정보서비스’ 장르는 ‘분쟁해결 방법 및 절차(대분류4)’ 항목과 ‘그 외 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위한 필요사항(대분류5)’을 제외한 다른 항목의 점수가 다른 장르에 비해 낮아 전반적으로 약관의 보호지침 반영 수준이 낮은 편인 것으로 나타남



[그림 II-7] 과오납금(대분류1) 관련 항목 실태조사 결과

2) (중분류 1-1) 과오납금 환급 가능 관련 사항의 약관 반영

- 과오납금의 환급 가능 여부 관련 항목에 대해서 전체 평점이 71.6%로 나타났고, 장르별로 ‘온라인게임’ 분야의 평가점수가 92.1%로 가장 높아 보호지침 반영 수준이 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘모바일 게임’, ‘만화(웹툰)’, ‘영상서비스’ 장르가 전체 평균 수준 이상으로 나타남
- 반면, ‘출판’ 과 ‘정보서비스’ 장르의 평가점수가 상대적으로 많이 낮은 것으로 나타남



[그림 II-8] 업종별 과오납금 환급 가능 여부 조사결과

<표 II-7> 과오납금 환급 가능 여부 관련 항목별 결과

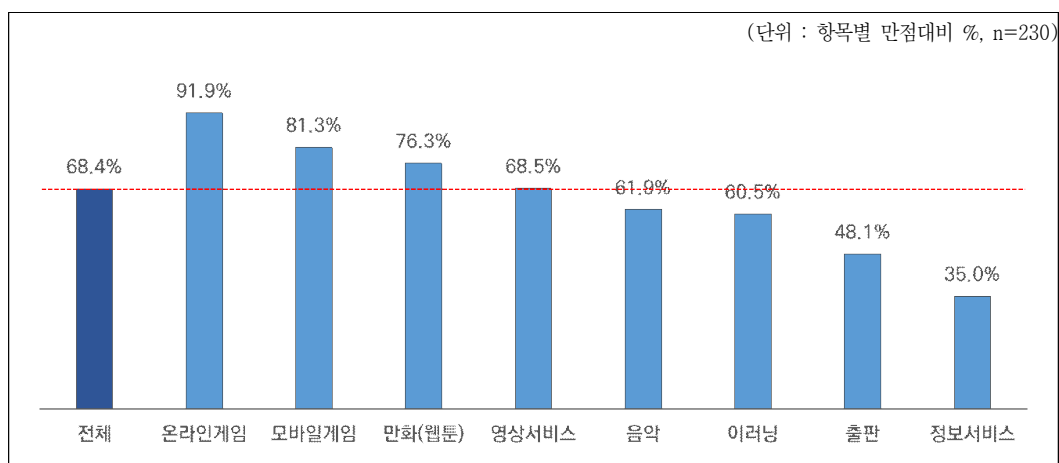
장르	A항목 (6)		B항목 (1)		중분류 종합 (A+B, 7점)	
전체	4.4	73.5%	0.6	58.3%	5.0	71.6%
출판	3.0	50.0%	0.5	45.0%	3.5	49.3%
만화	4.5	75.0%	0.8	75.0%	5.5	78.9%
음악	3.9	65.0%	0.6	60.0%	4.5	64.3%
온라인게임	5.6	92.5%	0.9	90.0%	6.5	92.1%
모바일게임	5.5	92.0%	0.4	42.0%	5.9	84.9%
영상서비스	4.6	76.0%	0.5	48.0%	5.0	72.0%
이리닝	3.8	64.0%	0.6	64.0%	4.5	64.0%
정보서비스	2.6	43.3%	0.4	43.3%	3.0	43.3%

* A항목 : 과오납금 환급 관련 내용 명시 여부

B항목 : 과오금 전액 환급 명시 여부

3) (중분류 1-2) 과오금 환급 방법 관련 사항의 약관 반영

- 과오납금의 환급 방법 관련 항목에 대해서 ‘온라인게임’ 분야의 평가점수가 91.9%로 가장 높아 보호지침 반영 수준이 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘모바일 게임’, ‘만화(웹툰)’, ‘영상서비스’ 장르가 전체 평균 수준 이상으로 나타남
- 온라인게임 및 모바일게임 등은 소액 결제 및 인앱결제가 빈번한 장르로 과오납금에 대한 발생 빈도와 환급에 대한 내용이 약관에 비교적 잘 반영되어 있는 편임
- 반면, ‘정보서비스’는 35.0%로 가장 낮은 평가점수를 보였으며, 다음으로 ‘출판’은 48.1%로 매우 저조한 반영 수준을 보임



[그림 II-9] 업종별 과오납금 환급 방법 조사결과

<표 II-8> 과오납금 환급 방법 관련 항목별 결과

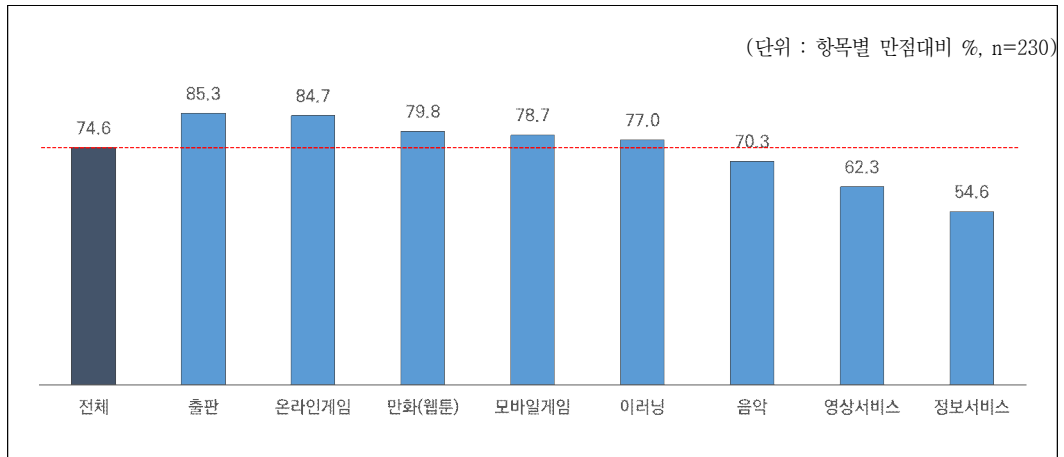
장르	A항목 (6)		B항목 (1)		C항목 (1)		중분류 종합 (A+B+C, 8점)	
전체	4.4	72.6%	0.6	56.1%	0.5	53.0%	5.5	68.4%
출판	3.0	50.0%	0.5	45.0%	0.4	40.0%	3.9	48.1%
만화	4.5	75.0%	0.7	65.0%	0.7	65.0%	6.1	76.3%
음악	3.9	65.0%	0.5	50.0%	0.6	55.0%	5.0	61.9%
온라인게임	5.6	92.5%	0.9	90.0%	0.9	90.0%	7.4	91.9%
모바일게임	5.5	92.0%	0.5	50.0%	0.5	48.0%	6.5	81.3%
영상서비스	4.6	76.0%	0.5	48.0%	0.4	44.0%	5.5	68.5%
이터닝	3.8	64.0%	0.6	60.0%	0.4	40.0%	4.8	60.5%
정보서비스	2.2	36.7%	0.3	30.0%	0.3	30.0%	2.8	35.0%

* A항목 : 과오납금 환급 관련 내용 명시 여부 / B항목 : 대금결제와 동일한 방법으로 환급 명시 여부
C항목 : 결제와 동일한 방법으로 과오납금 환급 불가시 이용자가 선택한 방법으로 환급 명시 여부

나. (대분류2) 청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해제, 해지 방법 및 효과

1) 대분류 기준 실태조사 결과 비교

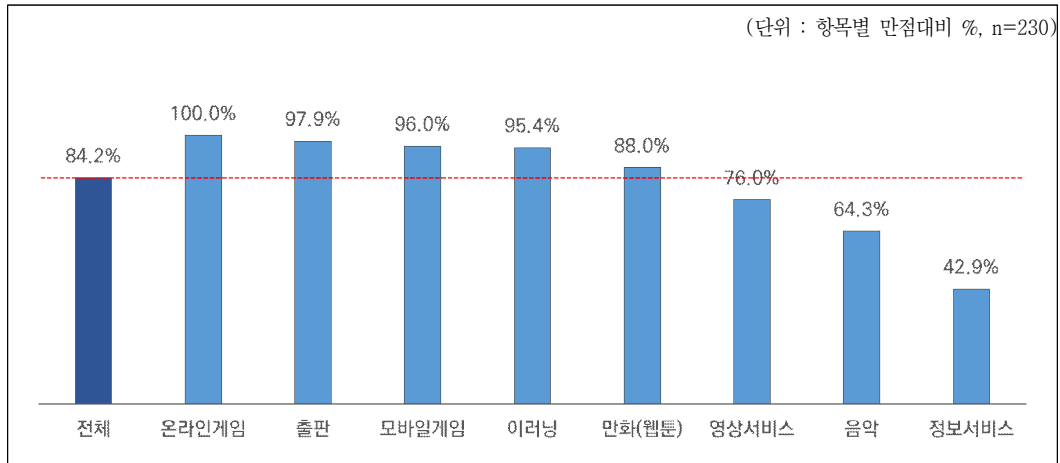
- 청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해제, 해지의 방법과 효과 항목에 대해서 전체 표본의 평가점수(만점대비% 기준)는 74.6%를 기록하였고, ‘출판’ 장르가 85.3%로 가장 평가 점수가 높았으며 ‘정보서비스’ 장르가 54.6%로 가장 저조한 수준을 나타냄
 - ‘음악’, ‘영상서비스’, ‘정보서비스’ 장르의 서비스가 이용약관에서 청약철회 및 이용약관 해제, 해지 관련 항목의 반영이 전체 평균값보다 떨어져 미흡한 것으로 평가
- ‘모바일게임’의 경우 직접적인 결제 시스템을 운영하기 보다 모바일플랫폼 사업자(안드로이드, ios 등)의 인앱결제로 청약철회가 되는 경우가 많아, 약관에 해당 내용을 직접 기술하지 않는 경우도 있을 수 있음



[그림 Ⅱ-10] 청약철회 및 예약 해제, 해지 관련 항목 실태조사 결과

2) (중분류 2-1) 청약철회 허용 및 허용기간 관련 사항의 약관 반영

- 청약철회 허용 및 허용기간 관련 항목의 전체평점은 84.2%로 나타났고, 장르별로 ‘온라인게임’ 분야의 평가점수가 100.0%로 모든 온라인 게임사들은 보호지침 반영 수준이 매우 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘출판’, ‘모바일 게임’, ‘이러닝’, ‘만화(웹툰)’ 장르가 전체 평균 수준 이상으로 나타남
- 반면, ‘영상서비스’, ‘음악’, ‘정보서비스’ 장르의 평가점수가 상대적으로 많이 낮은 것으로 나타남



[그림 Ⅱ-11] 업종별 청약철회 허용 및 허용기간 관련 조사결과

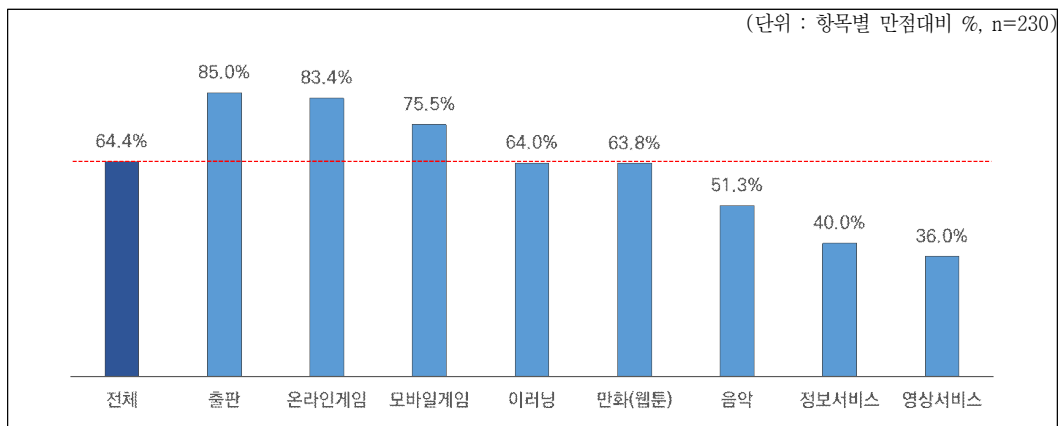
<표 Ⅱ-9> 청약철회 허용 및 허용기간 관련 항목별 결과

장르	A항목 (6)		B항목 (1)		중분류 종합 (A+B, 7점)	
전체	5.1	84.3%	0.8	80.9%	5.9	84.2%
출판	6.0	100.0%	0.9	85.0%	6.9	97.9%
만화	5.1	85.0%	0.8	75.0%	6.2	88.0%
음악	3.9	65.0%	0.6	60.0%	4.5	64.3%
온라인게임	6.0	100.0%	1.0	100.0%	7.0	100.0%
모바일게임	5.8	96.0%	1.0	96.0%	6.7	96.0%
영상서비스	4.6	76.0%	0.8	76.0%	5.3	76.0%
이러닝	5.8	96.0%	0.9	92.0%	6.7	95.4%
정보서비스	2.6	43.3%	0.4	40.0%	3.0	42.9%

* A항목 : 정해진 기간내 청약철회 허용 명시 여부
B항목 : 청약철회 가능기간 ‘7일 이상’ 명시 여부

3) (중분류 2-2) 광고, 표시와 다른 경우 청약철회 허용 및 허용기간 관련 사항의 약관 반영

- 콘텐츠가 광고, 표시와 다른 경우 청약철회 허용 및 허용기간 관련 항목에 대해서 전체 평점은 64.4%로 나타났고, 장르별로 ‘출판’ 분야의 평가점수가 85.0%로 가장 높아 보호지침 반영 수준이 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘온라인게임’, ‘모바일게임’ 장르가 전체 평균 수준 이상으로 나타남
- 반면, ‘이러닝’, ‘만화(웹툰)’, ‘음악’, ‘정보서비스’, ‘영상서비스’ 등의 장르는 전체 평균점수 이하 수준을 보임



[그림 II-12] 업종별 청약철회 허용 및 허용기간(광고·표시와 다른 경우) 조사결과

<표 II-10> 업종별 청약철회 허용 및 허용기간(광고·표시와 다른 경우) 관련 항목별 결과

장르	A항목 (6)		B항목 (1)		C항목 (1)		중분류 종합 (A+B+C, 8점)	
전체	4.1	69.1%	0.4	39.1%	0.6	59.1%	5.2	64.4%
출판	5.7	95.0%	0.4	35.0%	0.8	75.0%	6.8	85.0%
만화	3.9	65.0%	0.5	45.0%	0.5	50.0%	5.1	63.8%
음악	3.3	55.0%	0.3	30.0%	0.5	50.0%	4.1	51.3%
온라인게임	5.3	87.5%	0.7	65.0%	0.8	77.5%	6.7	83.4%
모바일게임	4.9	82.0%	0.3	32.0%	0.8	80.0%	6.0	75.5%
영상서비스	2.4	40.0%	0.2	16.0%	0.3	32.0%	2.9	36.0%
이러닝	4.1	68.0%	0.4	40.0%	0.6	64.0%	5.1	64.0%
정보서비스	2.6	43.3%	0.4	40.0%	0.2	20.0%	3.2	40.0%

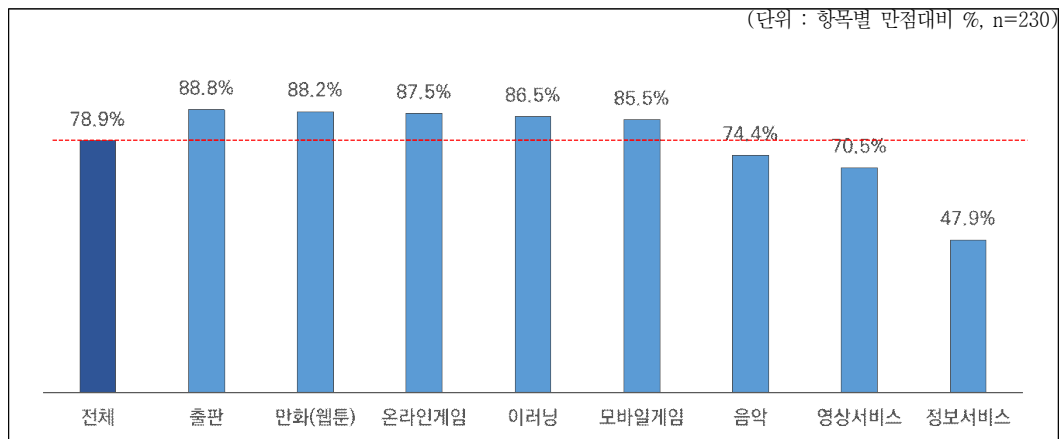
* A항목 : 콘텐츠의 내용이 표시 및 광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회 가능 명시여부

B항목 : 이용자는 구두 또는 서면으로 청약철회 할 수 있음 명시 여부

C항목 : 공급일로부터 3개월 이상 또는 인지한 날로부터 30일 이내 청약철회 가능 명시 여부

4) (중분류 2-3) 청약철회 효과 관련 사항의 약관 반영

- 청약철회 효과 관련 항목에 대해서 전체 평점은 78.9%로 나타났고, 장르별로 ‘출판’ 분야의 평가점수가 88.8%로 가장 높아 보호지침 반영 수준이 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘만화(웹툰)’, ‘온라인게임’, ‘이러닝’, ‘모바일게임’ 장르가 전체 평균 수준 이상으로 나타남
 - 반면, ‘음악’, ‘영상서비스’, ‘정보서비스’ 등의 장르는 전체 평균점수 이하 수준을 보임
- 세부 항목 중 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않는다는 내용(C항목)의 약관 반영 평가점수가 저조한 편이며, 이는 사업자 입장에서 불리한 세부 사항으로 굳이 자율적으로 명시하지 않으려는 경향이 나타나는 것으로 보임
 - 일부 서비스의 경우 대금 환급 시 별도 위약금 없이 결제 관련 수수료는 존재하기 때문에, ‘수수료 제외한 금액 환급’ 관련 문구는 약관에 기술되어 있는 경우가 있음



[그림 II-13] 업종별 청약철회 효과 조사결과

<표 II-11> 업종별 청약철회 효과 관련 항목별 결과

장르	A항목 (6)		B항목 (1)		C항목 (1)		중분류 종합 (A+B+C, 8점)	
전체	5.3	89.1%	0.7	65.7%	0.3	28.3%	6.3	78.9%
출판	6.0	100.0%	0.7	70.0%	0.4	40.0%	7.1	88.8%
만화	5.7	95.0%	0.7	65.0%	0.4	35.0%	7.1	88.2%
음악	5.1	85.0%	0.7	65.0%	0.2	20.0%	6.0	74.4%
온라인게임	5.9	97.5%	0.8	82.5%	0.3	32.5%	7.0	87.5%
모바일게임	5.6	94.0%	0.8	80.0%	0.4	40.0%	6.8	85.5%
영상서비스	5.0	84.0%	0.4	44.0%	0.2	16.0%	5.6	70.5%
이러닝	6.0	100.0%	0.6	64.0%	0.3	28.0%	6.9	86.5%
정보서비스	3.4	56.7%	0.4	36.7%	0.1	6.7%	3.8	47.9%

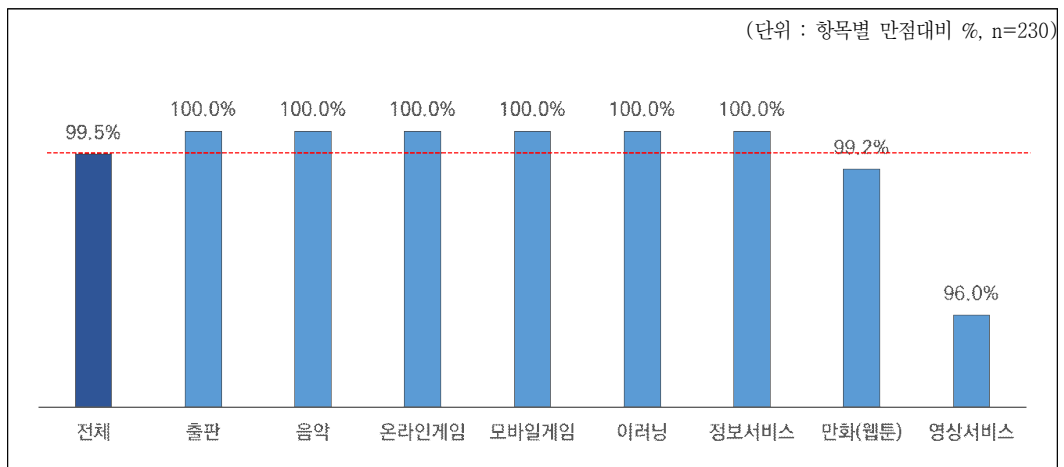
* A항목 : 청약철회 시 콘텐츠 대금 환급 명시 여부

B항목 : 환급기간을 3영업일 이하로 명시 여부

C항목 : 사업자는 이용자에게 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않음 명시 여부

5) (중분류 2-4) 이용계약 해제, 해지권 부여 관련 사항의 약관 반영

- 이용계약의 해제, 해지권 부여 관련 항목의 전체평점은 99.5%로 나타났고, 거의 대부분의 장르에서 평가점수가 100.0%를 나타내 보호지침 반영을 모두 하고 있는 것으로 나타났다으나, ‘만화(웹툰)’, ‘영상서비스’ 는 각각 99.2%, 96.0%로 일부 사업체에서는 반영되지 못한 것으로 조사됨
- 이용계약의 해제 또는 해지는 사유가 발생 시 이후 처리 방안에 대한 내용은 사실상 필수적으로 약관에 포함되어야 하는 사항이기 때문에 다수의 사업자들이 약관에 반영한 것으로 보임



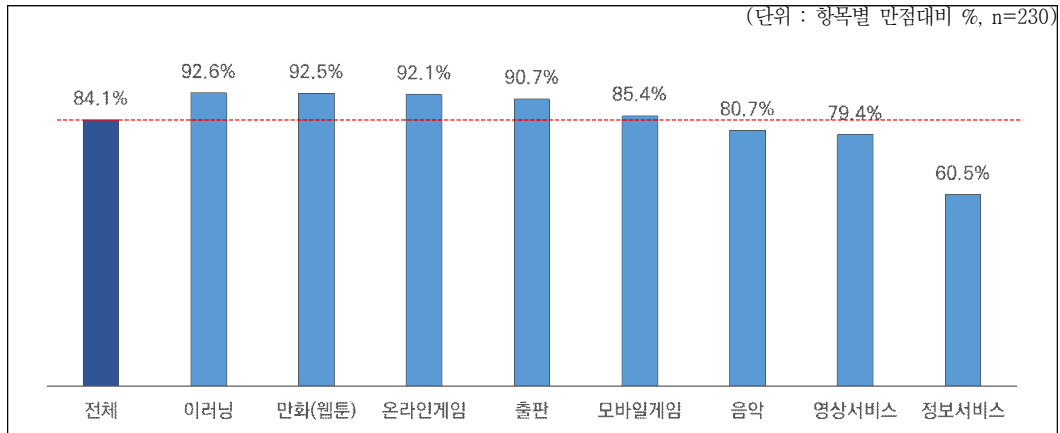
[그림 II-14] 업종별 이용계약 해제, 해지권 부여 관련 조사결과

<표 II-12> 이용계약 해제, 해지권 부여 관련 항목별 결과

장르	중분류 종합 (A, 6점)	
전체	6.0	99.5%
출판	6.0	100.0%
만화	6.0	99.2%
음악	6.0	100.0%
온라인게임	6.0	100.0%
모바일게임	6.0	100.0%
영상서비스	5.8	96.0%
이리닝	6.0	100.0%
정보서비스	6.0	100.0%

6) (중분류 2-5) 계약해제·해지 효과 관련 사항의 약관 반영

- 계약해제·해지 효과 관련 항목의 전체평점은 84.1%로 나타났고, 장르별로 ‘이러닝’ 분야의 평가점수가 92.6%로 가장 높아 보호지침 반영 수준이 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘만화(웹툰)’, ‘온라인게임’, ‘출판’, ‘모바일게임’ 장르가 전체 평균 수준 이상으로 나타남
- 반면, ‘영상서비스’, ‘음악’, ‘정보서비스’ 장르의 평가점수가 상대적으로 낮음
- 앞서 이용계약의 해제 또는 해지권 부여에 대한 평가점수는 높으나, 상대적으로 효과에 대해서 약관에 반영한 사항을 검토한 항목이 계약해제·해지 효과와 관련한 항목들의 평가점수는 저조한 편임



[그림 II-15] 업종별 계약해제·해지 효과 관련 조사결과

<표 II-13> 계약해제·해지 효과 관련 항목별 결과

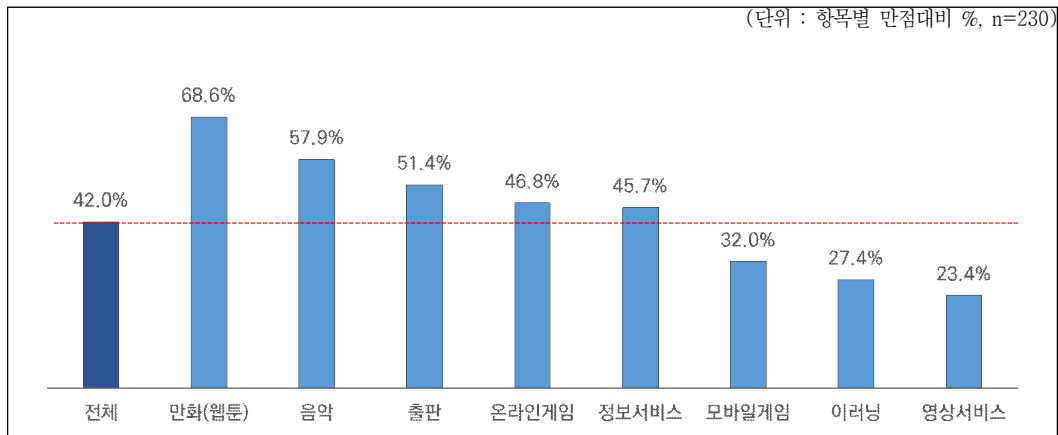
장르	A항목 (6)		B항목 (1)		중분류 종합 (A+B, 7점)	
전체	5.5	91.3%	0.4	38.3%	5.9	84.1%
출판	6.0	100.0%	0.4	35.0%	6.4	90.7%
만화	5.7	95.0%	0.5	45.0%	6.5	92.5%
음악	5.1	85.0%	0.6	55.0%	5.7	80.7%
온라인게임	6.0	100.0%	0.5	45.0%	6.5	92.1%
모바일게임	5.8	96.0%	0.2	22.0%	6.0	85.4%
영상서비스	5.3	88.0%	0.3	28.0%	5.6	79.4%
이러닝	6.0	100.0%	0.5	48.0%	6.5	92.6%
정보서비스	3.8	63.3%	0.4	43.3%	4.2	60.5%

* A항목 : 계약해제·해지 효과로 사업자는 이용자에게 대금을 환급 명시 여부

B항목 : 이용자가 콘텐츠를 이용한 경우 이용기간 동안의 요금을 공제한 나머지 금액을 환급 명시 여부

7) (중분류 2-6) 청약철회, 계약해제·해지 방법 관련 사항의 약관 반영

- 청약철회, 이용계약의 해제, 해지의 방법 관련 항목의 전체평점은 42.0%로 나타났고, 장르별로 ‘만화(웹툰)’ 분야의 평가점수가 68.6%로 가장 높아 보호지침 반영 수준이 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘음악’, ‘출판’, ‘온라인게임’, ‘정보서비스’ 장르가 전체 평균 수준 이상으로 나타남
- 청약철회, 계약해제·해지를 위한 세부사항 명시에 대한 평가점수가 타 계약 해제·해지 관련 항목들의 평균 점수보다 낮은 것으로 나타남
 - 일부 사업체들은 약 관 내 해제·해지를 위한 세부연락처 등을 기재하지 않는 대신 ‘홈페이지에서 신청이 가능하다’ 정도의 명시로 대부분 대체하는 것으로 나타남



[그림 II-16] 업종별 청약철회, 계약해제·해지 방법 관련 조사결과

<표 II-14> 청약철회, 계약해제·해지 방법 관련 항목별 결과

장르	A항목 (6)		B항목 (1)		중분류 종합 (A+B, 7점)	
전체	2.5	42.2%	0.4	35.7%	2.9	42.0%
출판	3.0	50.0%	0.6	60.0%	3.6	51.4%
만화	3.6	60.0%	0.6	55.0%	4.8	68.6%
음악	3.6	60.0%	0.5	45.0%	4.1	57.9%
온라인게임	2.9	47.5%	0.4	42.5%	3.3	46.8%
모바일게임	2.0	34.0%	0.2	20.0%	2.2	32.0%
영상서비스	1.4	24.0%	0.2	20.0%	1.6	23.4%
이러닝	1.7	28.0%	0.2	24.0%	1.9	27.4%
정보서비스	2.8	46.7%	0.4	40.0%	3.2	45.7%

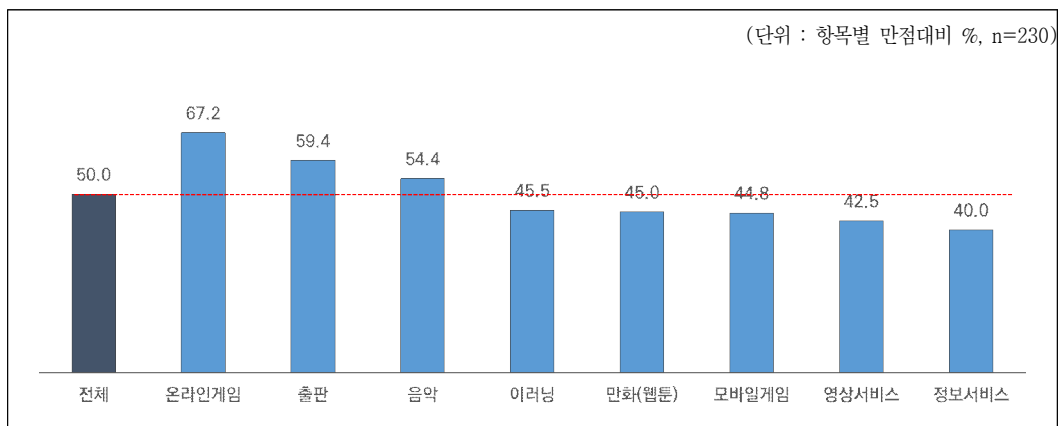
* A항목 : 계약체결시 사용방법 외에 청약철회, 계약해제·해지 수단 제공 명시여부

B항목 : 청약철회, 계약해제·해지를 위한 전화번호, 이메일 및 팩스번호 등 명시 여부

다. (대분류3) 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차

1) 대분류 기준 실태조사 결과 비교

- 다운로드 또는 스트리밍 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차 항목에 대해서 전체 표본의 평가점수(만점대비% 기준)는 50.0%를 기록하였고, ‘온라인게임’ 장르가 67.2%로 가장 평가점수가 높았으며 다음으로 ‘출판’, ‘음악’ 서비스 장르가 전체 평균 수준 이상으로 나타난 반면, ‘정보서비스’ 장르는 40.0%로 가장 저조한 수준을 나타냄
 - ‘이러닝’, ‘만화(웹툰)’, ‘모바일게임’, ‘영상서비스’, ‘정보서비스’ 장르의 이용약관에서 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차 항목의 반영이 전체 평균값보다 떨어져 미흡한 것으로 평가
- 해당 대분류 항목은 제공되는 콘텐츠 서비스가 다운로드 방식 또는 스트리밍 방식 중 한 가지를 택하여 평가된 사항으로, 상대적으로 다운로드 방식의 비중이 높은 ‘만화’, ‘정보서비스’ 등은 피해 보상 및 배상에 관련된 항목의 평가점수가 낮게 나타나는 경향이 있음
- 그 외 스트리밍 콘텐츠를 중심으로 서비스하는 경우 월정액, 구독형 방식의 유료결제로 이용피해 보상 기준을 상대적으로 쉽게 잡을 수 있으나, 최근에는 월구독형 방식으로 서비스 이용 중 콘텐츠 결함의 근거와 내용에 대한 적용기준이 다소 모호하다는 문제점도 발생하고 있음



[그림 Ⅱ-17] 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차 관련 항목 실태조사 결과

2) (중분류 3-1) 다운로드 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차

- 다운로드 콘텐츠의 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차 항목에 대해서 전체 평점은 13.9%로 나타났고, 장르별로 ‘출판’ 분야의 평가점수가 32.5%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘영상서비스’, ‘음악’, ‘온라인게임’, ‘만화(웹툰)’ 장르가 전체 평균 수준 이상으로 나타남
- 반면, ‘모바일게임’, ‘정보서비스’, ‘이러닝’ 등의 장르는 전체 평균점수 이하로 나타남
 - 단, 해당 항목은 평가항목이 아닌 선택적인 택일 항목으로 중분류별 평가 점수의 구분이 명확하지 않으므로 해당 결과는 참고하는 수준으로 해석해야 함

<표 II-15> 업종별 다운로드 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준 범위 방법 및 절차관련 항목별 결과

장르	A항목 (6)		B항목 (1)		C항목 (1)		중분류 종합 (A+B+C, 8점)	
전체	0.9	15.2%	0.1	5.7%	0.1	9.1%	1.1	13.9%
출판	2.4	40.0%	0.1	10.0%	0.1	10.0%	2.6	32.5%
만화	0.6	10.0%	0.0	0.0%	0.1	10.0%	1.3	15.6%
음악	1.2	20.0%	0.2	15.0%	0.2	15.0%	1.5	18.8%
온라인게임	1.1	17.5%	0.1	12.5%	0.1	12.5%	1.3	16.3%
모바일게임	0.6	10.0%	0.1	6.0%	0.1	6.0%	0.7	9.0%
영상서비스	1.4	24.0%	0.0	0.0%	0.2	20.0%	1.6	20.5%
이러닝	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%
정보서비스	0.6	10.0%	0.0	0.0%	0.0	3.3%	0.6	7.9%

* A항목 : 다운로드 콘텐츠 하자 또는 서비스 장애 등에 의해 발생한 이용자 손해 보상 또는 배상 명시 여부

B항목 : 24시간 내 콘텐츠 재공급, 불가능한 경우 대금 환급 및 손해배상 명시 여부

C항목 : 콘텐츠 재공급 시간 24시간 이내 명시여부

3) (중분류 3-2) 스트리밍 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차

- 스트리밍 콘텐츠의 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차 항목에 대해서 전체 평점은 36.1%로 나타났고, 장르별로 ‘온라인게임’ 분야의 평가점수가 50.9%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘이러닝’ 장르가 전체 평균 수준 이상으로 나타남
- 반면, ‘모바일게임’, ‘음악’, ‘정보서비스’, ‘만화(웹툰)’, ‘출판’, ‘영상서비스’ 등의 장르는 전체 평균점수 이하로 나타남
 - 단, 해당 항목은 평가항목이 아닌 선택적인 항목으로 중분류별 평가 점수의 구분이 명확하지 않으므로 해당 결과는 참고하는 수준으로 해석해야 함

<표 II-16> 업종별 스트리밍 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준 범위 방법 및 절차관련 항목별 결과

장르	A항목 (6)		B항목 (1)		C항목 (1)		중분류 종합 (A+B+C, 8점)	
전체	2.5	41.7%	0.2	20.0%	0.2	18.7%	2.9	36.1%
출판	1.8	30.0%	0.2	20.0%	0.2	15.0%	2.2	26.9%
만화	2.1	35.0%	0.2	15.0%	0.1	10.0%	2.4	29.4%
음악	2.4	40.0%	0.3	25.0%	0.2	20.0%	2.9	35.6%
온라인게임	3.6	60.0%	0.3	25.0%	0.2	22.5%	4.1	50.9%
모바일게임	2.5	42.0%	0.2	16.0%	0.2	18.0%	2.9	35.8%
영상서비스	1.4	24.0%	0.2	16.0%	0.2	16.0%	1.8	22.0%
이러닝	2.9	48.0%	0.4	40.0%	0.4	36.0%	3.6	45.5%
정보서비스	2.4	40.0%	0.1	6.7%	0.1	10.0%	2.6	32.1%

* A항목 : 스트리밍 콘텐츠의 이용중지 또는 장애에 의해 발생한 이용자 손해 보상 또는 배상 명시 여부

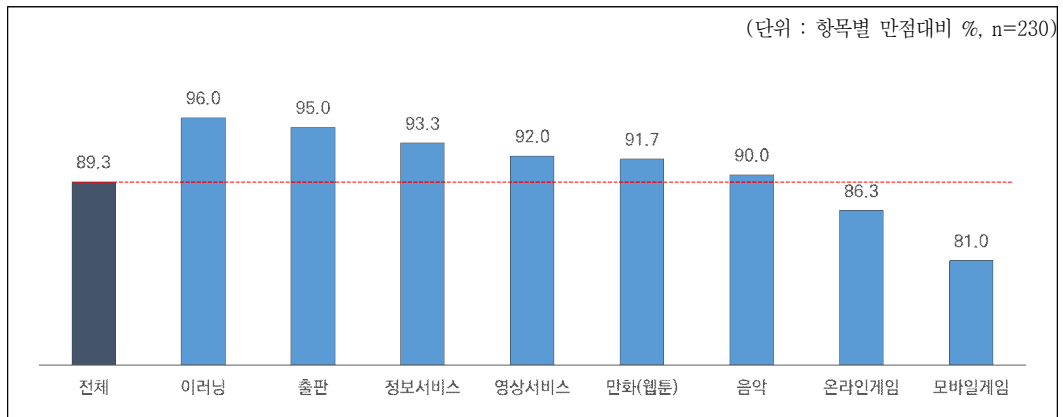
B항목 : 2서비스 중지 사전 미고지시 잔여기간에 대한 대금 환급 및 손해배상 명시 여부

C항목 : 서비스 중지 사전고지시 사업자는 중지 및 장애 시간에 해당되는 시간(이상)을 무료로 연장 명시여부

라. (대분류4) 분쟁해결 방법 및 절차

1) 대분류 기준 실태조사 결과 비교

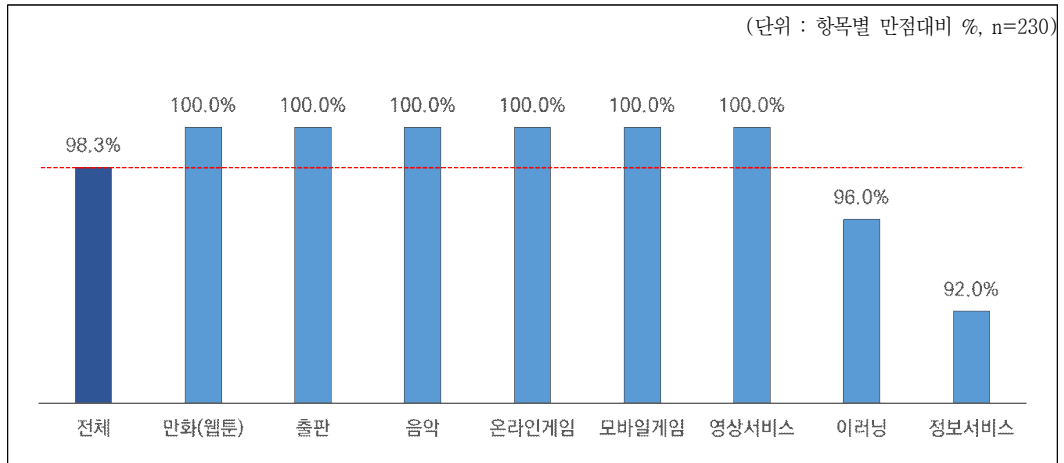
- 분쟁해결 방법 및 절차 항목에 대해서 전체 표본의 평가점수(만점대비% 기준)는 89.3%를 기록하였고, ‘이러닝’ 장르가 96.0%로 가장 평가점수가 높았으며, 다음으로 ‘출판’, ‘정보서비스’, ‘영상서비스’, ‘만화(웹툰)’, ‘음악’ 서비스 장르가 전체 평가점수 수준보다 높은 것으로 나타난 반면, ‘모바일게임’ 장르가 81.0%로 가장 저조한 수준을 나타냄
- 특히, ‘온라인게임’과 ‘모바일게임’ 등 게임 장르에서 분쟁해결 방법 및 절차에 대한 약관 준수 수준이 떨어지는 모습을 보였으며, 이는 타 콘텐츠 서비스에 비해 이용자들과의 분쟁 사례와 종류가 매우 많고 다양하며 이에 대한 구체적인 보호지침의 내용을 약관에 수록하지 못하는 경우가 많기 때문인 것으로 확인됨
- 그 외 해외 게임을 국내 서비스하는 과정에서 국내 콘텐츠 이용약관과는 다른 형태의 약관이 사용되는 등 국내 실정과 맞지 않는 경우가 나타남
- 그러나 대체로 분쟁해결 방법 및 절차에 대한 약관 준수 수준은 타 평가항목에 비해 매우 우수한 편으로 비교적 잘 지켜지고 있는 수준이라 할 수 있음



[그림 II-18] 분쟁해결 방법 및 절차 항목 실태조사 결과

2) (중분류 4-1) 분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 사항의 약관 반영

- 분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 사항 관련 항목의 전체평점은 98.3%로 나타났고, 거의 대부분의 장르에서 평가점수가 100.0%를 나타내 보호지침 반영을 모두 하고 있는 것으로 나타났으나, ‘이러닝’, ‘정보서비스’는 각각 96.0%, 92.0%로 일부 사업체에서는 반영되지 못한 것으로 조사됨



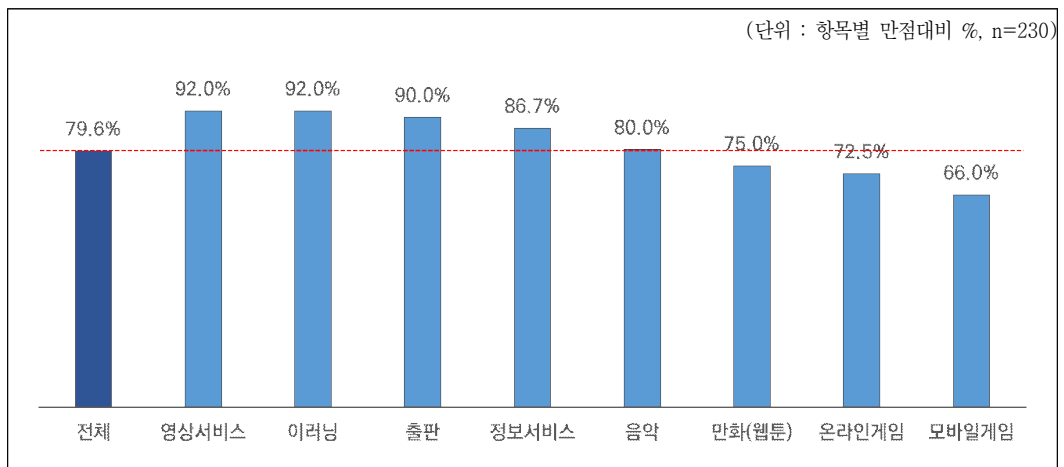
[그림 II-19] 업종별 분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 사항 관련 조사결과

<표 II-17> 이용계약 해제, 해지권 부여 관련 항목별 결과

장르	중분류 종합 (A, 6점)	
전체	5.9	98.3%
출판	6.0	100.0%
만화	6.0	100.0%
음악	6.0	100.0%
온라인게임	6.0	100.0%
모바일게임	5.8	96.0%
영상서비스	5.5	92.0%
이러닝	6.0	100.0%
정보서비스	6.0	100.0%

3) (중분류 4-2) 이용자 불만, 피해구제 요청을 위한 인력 및 체계 구비 확인 가능 여부

- 이용자 불만, 피해구제 요청을 위한 인력 및 체계 구비 확인 가능 여부 관련 항목의 전체 평점점은 79.6%로 나타났고, ‘영상서비스’, ‘이러닝’ 장르가 92.0%로 가장 평가점수가 높았으며, 다음으로 ‘출판’, ‘정보서비스’, ‘음악’ 서비스 장르가 전체 평가점수 수준보다 높은 것으로 나타난 반면, ‘모바일게임’ 장르가 66.0%로 가장 저조한 수준을 나타냄
- ‘만화(웹툰)’, ‘온라인게임’, ‘모바일게임’ 등의 장르는 전체 평균점수에 다소 미치지 못하는 것으로 나타남



[그림 II-20] 업종별 이용자 불만, 피해구제 요청을 위한 인력 및 체계 구비확인 가능 여부 사항 관련 조사결과

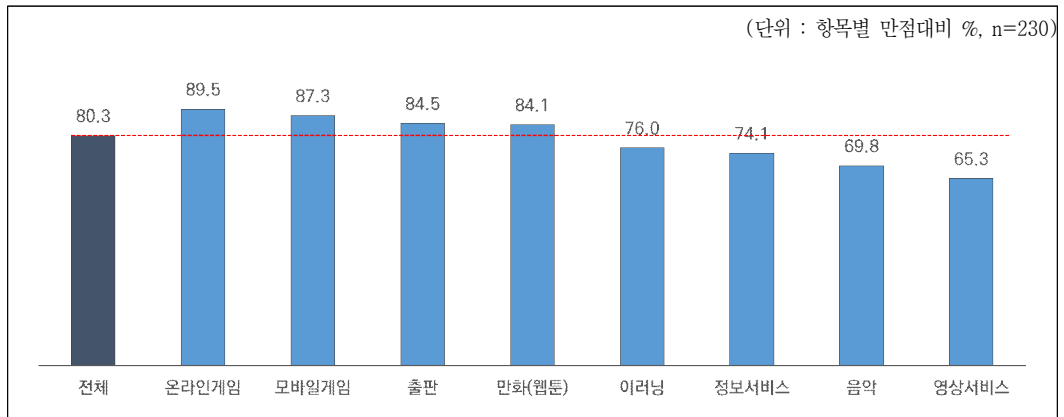
<표 II-18> 이용자 불만, 피해구제 요청을 위한 인력 및 체계 구비확인 가능 여부 관련 항목별 결과

장르	중분류 종합 (A, 6점)	
전체	4.8	79.6%
출판	5.4	90.0%
만화	4.5	75.0%
음악	4.8	80.0%
온라인게임	4.4	72.5%
모바일게임	4.0	66.0%
영상서비스	5.5	92.0%
이러닝	5.5	92.0%
정보서비스	5.2	86.7%

마. (대분류5) 그 밖에 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항

1) 대분류 기준 실태조사 결과 비교

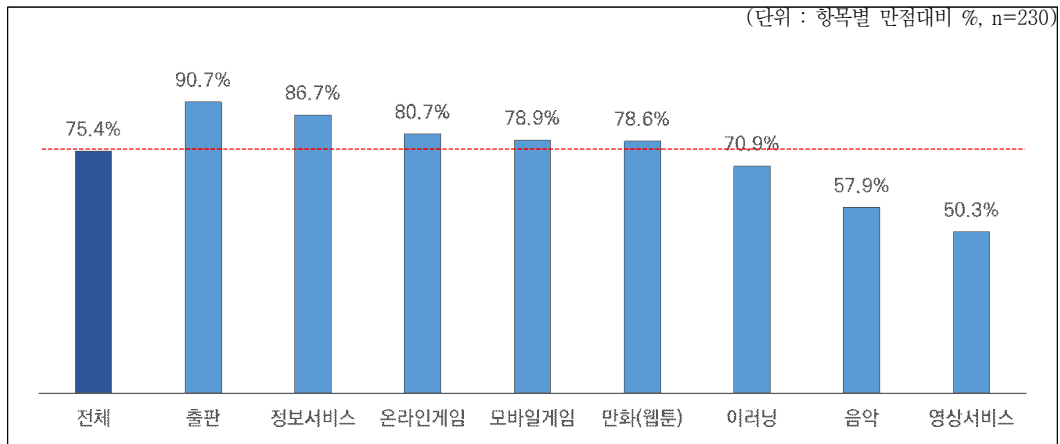
- 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항에 대한 전체 표본의 평가점수(만점대비% 기준)는 80.3%를 기록하였고, ‘온라인게임’ 장르가 89.5%로 가장 평가점수가 높았으며, 다음으로 ‘모바일게임’, ‘출판’, ‘만화(웹툰)’ 서비스 장르가 전체 평가점수 수준보다 높은 것으로 나타난 반면, ‘영상서비스’ 장르가 65.3%로 가장 저조한 수준을 나타냄
 - ‘이러닝’, ‘정보서비스’, ‘음악’, ‘영상서비스’ 장르의 서비스가 전체 평균값보다 떨어져 미흡한 것으로 평가
- 서비스 관련 제반 사항에 관한 정보 제공은 대체로 평가점수가 높은 편이나, 상대적으로 미성년자인 경우 법정대리인의 동의를 얻지 못하면 계약이 취소될 수 있음이 약관 내에 명시된 경우는 상대적으로 부족한 것으로 나타남
- 또한, 약관 변경 시 변경통지는 약관 내 대체로 잘 이루어지고 있는 것으로 확인되었으나, 개정 전후의 내용을 명확하게 비교하여 알 수 있도록 약관에 명시하는 경우는 매우 떨어지는 것으로 조사됨



[그림 Ⅱ-21] 그 밖에 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항 실태조사 결과

2) (중분류 5-1) 사업자 및 콘텐츠 관련 정보의 표시, 광고, 고지 사항의 약관 반영

- 약관 및 서비스 메뉴에서 사업자 및 콘텐츠 관련 정보의 표시, 광고, 고지 여부 관련 항목의 전체평점은 75.4%로 나타났고, 장르별로 ‘출판’ 분야의 평가점수가 90.7%로 가장 높아 보호지침 반영 수준이 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘정보서비스’, ‘온라인게임’, ‘모바일게임’, ‘만화(웹툰)’ 장르가 전체 평균 수준 이상으로 나타남
- 반면, ‘이러닝’, ‘음악’, ‘영상서비스’ 장르는 전체 평균점수 수준보다 낮은 것으로 나타남



[그림 II-22] 업종별 사업자 및 콘텐츠 관련 정보의 표시, 광고, 고지 관련 조사결과

<표 II-19> 사업자 및 콘텐츠 관련 정보의 표시, 광고, 고지 관련 항목별 결과

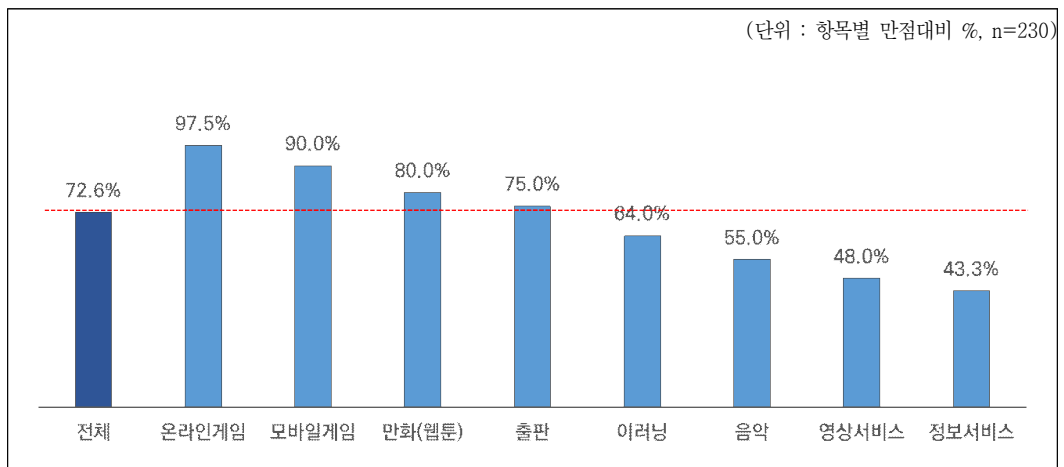
장르	A항목 (6)		B항목 (1)		중분류 종합 (A+B, 7점)	
전체	4.7	77.8%	0.6	58.3%	5.3	75.4%
출판	6.0	100.0%	0.4	35.0%	6.4	90.7%
만화	4.8	80.0%	0.4	40.0%	5.5	78.6%
음악	3.6	60.0%	0.5	45.0%	4.1	57.9%
온라인게임	4.8	80.0%	0.9	85.0%	5.7	80.7%
모바일게임	4.9	82.0%	0.6	60.0%	5.5	78.9%
영상서비스	2.9	48.0%	0.6	64.0%	3.5	50.3%
이러닝	4.3	72.0%	0.6	64.0%	5.0	70.9%
정보서비스	5.6	93.3%	0.5	46.7%	6.1	86.7%

* A항목 : 사업자 및 콘텐츠에 관한 정보의 표시, 광고, 고지 여부

B항목 : 이용자가 약관 내용 위반시 콘텐츠 일부 또는 전부 이용이 제한될 수 있다는 내용 및 불복절차 명시 여부

3) (중분류 5-2) 미성년자 법정대리인 미동의 시 계약 취소에 대한 명시 여부

- 미성년자인 경우 법정대리인의 동의를 얻지 못하면 본인 또는 법정대리인이 계약을 취소할 수 있다는 내용 관련 항목의 전체평점은 72.6%로 나타났고, ‘온라인게임’ 장르가 97.5%로 가장 평가점수가 높았으며, 다음으로 ‘모바일게임’, ‘만화(웹툰)’, ‘출판’ 서비스 장르가 전체 평가점수 수준보다 높은 것으로 나타난 반면, ‘정보서비스’ 장르가 43.3%로 가장 저조한 수준을 나타냄
- ‘이러닝’, ‘음악’, ‘영상서비스’, ‘정보서비스’ 등의 장르는 전체 평균점수 이하로 나타남



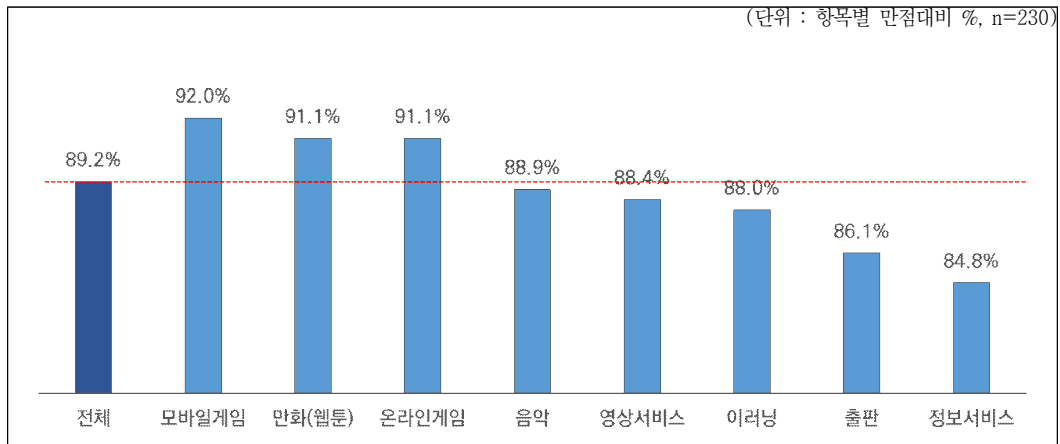
[그림 II-23] 업종별 미성년자 법정대리인 미동의 시 계약 취소 내용 관련 조사결과

<표 II-20> 미성년자 법정대리인 미동의 시 계약 취소 내용 관련 항목별 결과

장르	중분류 종합 (A, 6점)	
전체	4.4	72.6%
출판	4.5	75.0%
만화	4.8	80.0%
음악	3.3	55.0%
온라인게임	5.9	97.5%
모바일게임	5.4	90.0%
영상서비스	2.9	48.0%
이러닝	3.8	64.0%
정보서비스	2.6	43.3%

4) (중분류 5-3) 약관 변경 시 변경통지 여부

- 약관 변경 시 변경통지 여부 관련 항목에 대해서 전체 평점은 89.2%로 나타났고, 장르 별로 ‘모바일게임’ 분야의 평가점수가 92.0%로 가장 높아 보호지침 반영 수준이 준수한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘만화(웹툰)’, ‘온라인게임’ 장르가 전체 평균 수준 이상으로 나타남
- 반면, ‘음악’, ‘영상서비스’, ‘이러닝’, ‘출판’, ‘정보서비스’ 장르는 전체 평균 점수 이하 수준을 보임



[그림 II-24] 업종별 약관 변경 시 변경통지 여부 조사결과

<표 II-21> 업종별 약관 변경 시 변경통지 여부 관련 항목별 결과

장르	A항목 (6)		B항목 (1)		C항목 (1)		D항목 (1)		중분류 종합 (A+B+C+D, 9점)	
전체	5.9	98.7%	0.9	91.3%	0.2	21.7%	1.0	95.2%	8.0	89.2%
출판	5.7	95.0%	1.0	95.0%	0.3	25.0%	0.9	85.0%	7.8	86.1%
만화	5.7	95.0%	0.9	90.0%	0.4	40.0%	0.9	90.0%	8.2	91.1%
음악	6.0	100.0%	0.8	80.0%	0.2	20.0%	1.0	100.0%	8.0	88.9%
온라인게임	6.0	100.0%	1.0	95.0%	0.3	25.0%	1.0	100.0%	8.2	91.1%
모바일게임	6.0	100.0%	1.0	98.0%	0.3	32.0%	1.0	98.0%	8.3	92.0%
영상서비스	6.0	100.0%	0.9	92.0%	0.1	8.0%	1.0	96.0%	8.0	88.4%
이러닝	6.0	100.0%	0.9	92.0%	0.1	8.0%	0.9	92.0%	7.9	88.0%
정보서비스	5.8	96.7%	0.8	80.0%	0.1	10.0%	0.9	93.3%	7.6	84.8%

* A항목 : 약관 변경 시 변경통지 여부

B항목 : 약관 변경 전 공지기간 최소 7일 전 명시 여부

C항목 : 약관 변경 시 개정 전후 내용을 비교하여 알 수 있도록 표시 여부

D항목 : 변경약관 적용에 대해 이용자 동의여부 확인 명시 여부

3. 장르별 실태조사 결과

가. 출판

- 출판 장르는 배분된 20개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
- 최고 98점에서 51점까지 분포되어 있으며, 표준점수 기준으로 매우 양호(A등급)으로 판정된 서비스는 3개, 매우 미흡(E등급)은 1개 서비스로 나타남
- 이용약관에서 과오납금 항목의 평가 점수가 가장 낮았으며, 다음으로 콘텐츠 결합 서비스 장애 등에 따른 피해보상 항목의 평가점수도 59.4%로 다소 낮은 편에 속함

<표 II-22> 출판 분야 표본별 실태조사 결과

연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	대분류1 (15)	대분류2 (43)	대분류3 (8)	대분류4 (12)	대분류5 (22)			
A-1	15	41	8	12	20	96	85.1p	A
A-2	15	42	6	12	20	95	84.0p	B
A-3	15	40	8	12	20	95	84.0p	B
A-4	15	41	7	12	20	95	84.0p	B
A-5	15	43	8	12	20	98	87.3p	A
A-6	12	41	6	6	20	85	69.1p	B
A-7	0	34	6	12	21	73	46.3p	C
A-8	0	39	6	12	14	71	42.4p	C
A-9	15	33	8	12	21	89	75.7p	B
A-10	0	34	0	12	21	67	34.9p	D
A-11	0	34	0	12	21	67	34.9p	D
A-12	0	39	6	12	14	71	42.4p	C
A-13	0	33	6	12	14	65	31.3p	D
A-14	0	25	6	12	21	64	29.6p	D
A-15	0	36	0	12	21	69	38.6p	C
A-16	0	39	0	6	6	51	11.9p	E
A-17	14	32	6	12	21	85	69.1p	B
A-18	15	33	0	12	22	82	63.7p	C
A-19	15	41	8	12	21	97	86.3p	A
A-20	0	34	0	12	14	60	23.1p	D
평균	7.3	36.7	4.8	11.4	18.6	78.8	56.2p	
만점대비%	48.7	85.3	59.4	95.0	84.5			

대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

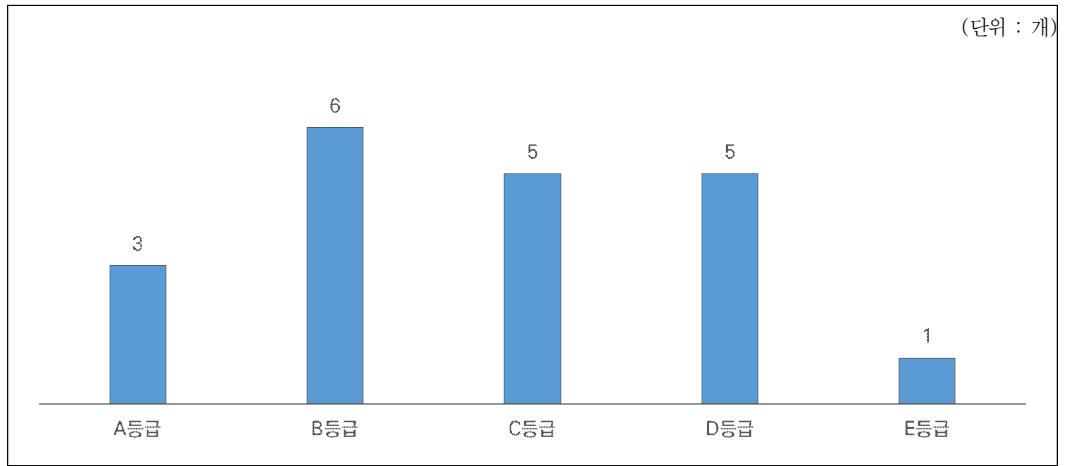
대분류3 : 콘텐츠 결합, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

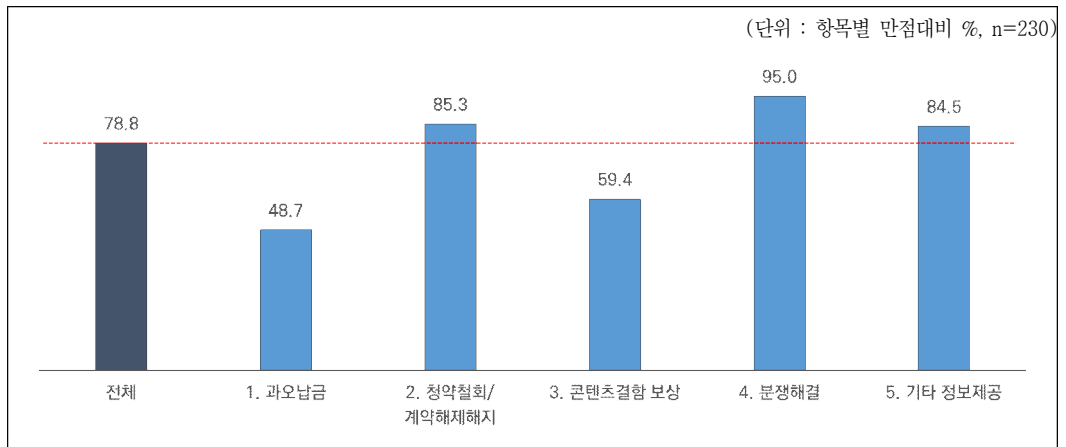
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

- 출판 분야 평균 표준점수는 56.2p로 전체 평균(50.0p)보다 높은 수준이었고, 보호 지침 준수 등급은 양호(B등급)이 6개로 가장 많은 것으로 나타남



[그림 II-25] 출판 분야 등급별 표본 분포



[그림 II-26] 출판 분야 항목별 평가점수

나. 만화

- 만화 장르는 배분된 20개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
- 최고 98점에서 18점까지 분포되어 있으며, 표준점수 기준으로 매우 양호(A등급)으로 판정된 서비스는 4개, 매우 미흡(E등급)은 1개 서비스로 나타남
- 이용약관에서 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해 보상의 평가 점수가 상대적으로 가장 낮은 것으로 나타남

<표 II-23> 만화 분야 표본별 실태조사 결과

연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	대분류1 (15)	대분류2 (43)	대분류3 (8)	대분류4 (12)	대분류5 (22)			
B-1	15	43	7	12	21	98	87.3p	A
B-2	15	41	8	12	21	97	86.3p	A
B-3	15	43	6	12	21	97	86.3p	A
B-4	15	43	8	6	22	94	82.7p	B
B-5	15	41	0	12	21	89	75.7p	B
B-6	15	41	6	12	20	94	82.7p	B
B-7	15	32	7	12	21	87	72.5p	B
B-8	15	42	0	12	20	89	75.7p	B
B-9	15	42	6	12	21	96	85.1p	A
B-10	15	32	0	12	12	71	42.4p	C
B-11	0	33	0	12	21	66	33.1p	D
B-12	15	35	7	12	21	90	77.2p	B
B-13	0	26	6	12	21	65	31.3p	D
B-14	15	19	0	12	15	61	24.7p	D
B-15	13	32	0	6	20	71	42.4p	C
B-16	0	40	0	6	15	61	24.7p	D
B-17	15	40	0	12	15	82	63.7p	C
B-18		24	11	22	28	85	69.1p	B
B-19	13	25	0	6	14	58	20.2p	D
B-20	0	12	0	6	0	18	0.2p	E
평균	11.6	34.3	3.6	11.0	18.5	78.5	58.2p	
만점대비%	77.5	79.8	45.0	91.7	84.1			

대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

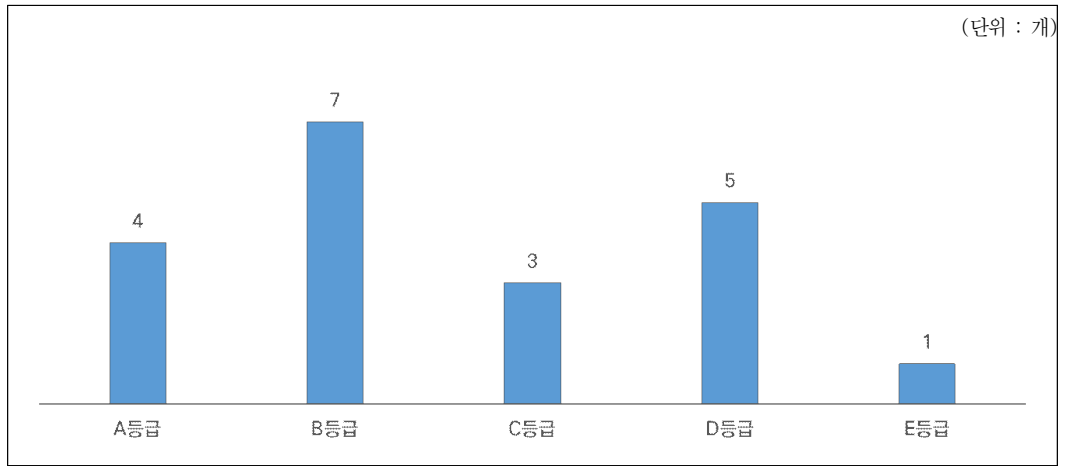
대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

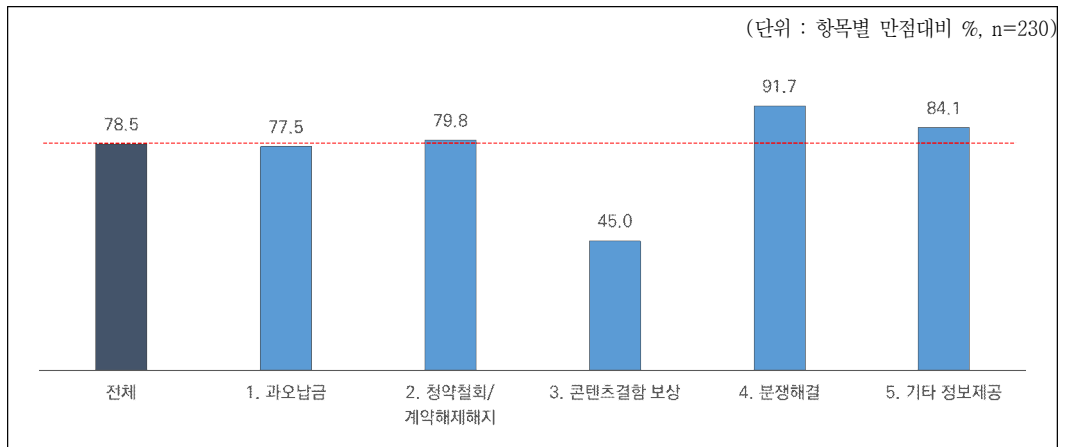
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

- 만화 분야 평균 표준점수는 58.2p로 전체 평균(50.0p)보다 높은 수준이었고, 보호 지침 준수 등급은 양호(B등급)이 7개로 가장 많은 것으로 나타남



[그림 II-27] 만화 분야 등급별 표본 분포



[그림 II-28] 만화 분야 항목별 평가점수

다. 음악

- 음악 장르는 배분된 20개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
- 최고 99점에서 19점까지 분포되어 있으며, 표준점수 기준으로 매우 양호(A등급)으로 판정된 서비스는 6개, 매우 미흡(E등급)도 6개 서비스로 나타남
- 이용약관에서 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해 보상의 평가 점수가 상대적으로 가장 낮은 것으로 나타났고, 다음으로 과오납금 환불방법 및 절차도 낮은 평가 점수를 보임

<표 II-24> 음악 분야 표본별 실태조사 결과

연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	대분류1 (15)	대분류2 (43)	대분류3 (8)	대분류4 (12)	대분류5 (22)			
C-1	15	26	8	12	15	76	52.2p	C
C-2	15	43	8	12	21	99	88.3p	A
C-3	15	43	6	12	22	98	87.3p	A
C-4	15	42	8	12	21	98	87.3p	A
C-5	15	42	8	6	21	92	80.1p	B
C-6	15	42	8	12	21	98	87.3p	A
C-7	0	6	0	6	8	20	0.3p	E
C-8	15	42	6	12	14	89	75.7p	B
C-9	13	26	0	6	13	58	20.2p	D
C-10	12	34	0	12	22	80	60.0p	C
C-11	0	38	6	12	13	69	38.6p	C
C-12	14	25	8	12	14	73	46.3p	C
C-13	0	6	0	6	7	19	0.3p	E
C-14	0	18	0	12	7	37	3.1p	E
C-15	0	25	0	12	8	45	7.0p	E
C-16	15	42	7	12	22	98	87.3p	A
C-17	0	25	0	12	8	45	7.0p	E
C-18	15	33	6	12	21	87	72.5p	B
C-19	0	6	0	12	8	26	0.8p	E
C-20	15	41	8	12	21	97	86.3p	A
평균	9.5	30.3	4.4	10.8	15.4	70.2	49.4p	
만점대비%	63.0	70.3	54.4	90.0	69.8			

대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

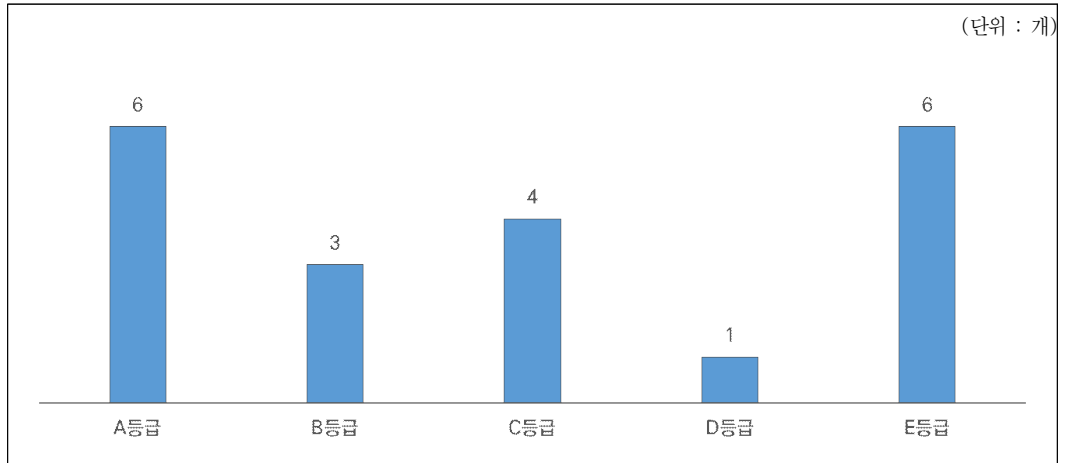
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

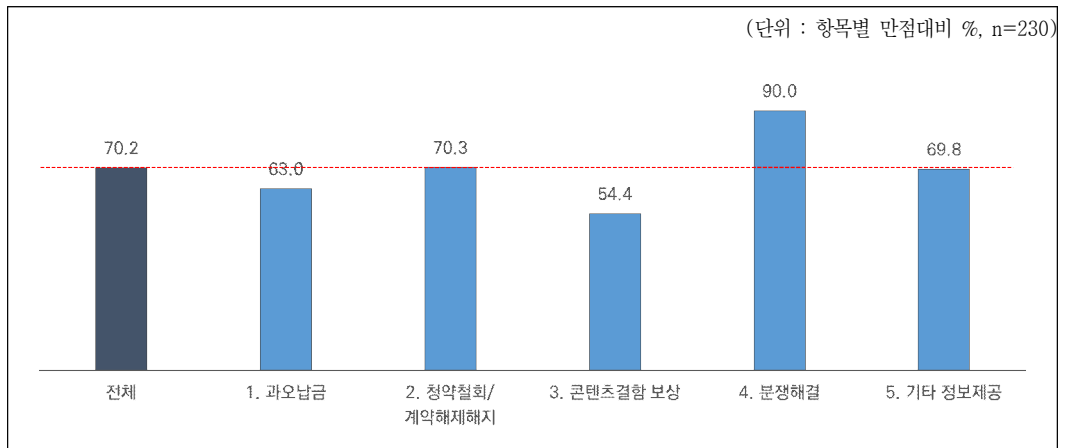
대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

- 음악 분야 평균 표준점수는 49.4p로 전체 평균(50.0p)에 조금 미흡한 수준이었고, 보호지침 준수 등급은 매우 양호(A등급)이 6개, 매우 미흡(E등급)도 6개로 등급이 양극화된 현상을 보임



[그림 II-29] 음악 분야 등급별 표본 분포



[그림 II-30] 음악 분야 항목별 평가점수

라. 온라인 게임

- 온라인 게임 장르는 배분된 40개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
- 최고 100점에서 53점까지 분포되어 있으며, 표준점수 기준으로 매우 양호(A등급)으로 판정된 서비스는 9개, 매우 미흡(E등급)은 1개 서비스로 나타남
- 이용약관에서 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해 보상의 평가 점수가 상대적으로 가장 낮은 것으로 나타남

<표 II-25> 온라인 게임 분야 표본별 실태조사 결과

연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	대분류1 (15)	대분류2 (43)	대분류3 (8)	대분류4 (12)	대분류5 (22)			
D-1	15	31	0	12	15	73	46.3p	C
D-2	15	43	8	12	21	99	88.3p	A
D-3	15	43	8	12	21	99	88.3p	A
D-4	15	43	8	12	22	100	89.3p	A
D-5	15	25	6	12	15	73	46.3p	C
D-6	15	42	8	12	21	98	87.3p	A
D-7	15	42	8	12	21	98	87.3p	A
D-8	15	43	8	12	21	99	88.3p	A
D-9	15	43	8	6	22	94	82.7p	B
D-10	15	33	8	12	20	88	74.1p	B
D-11	15	40	8	6	21	90	77.2p	B
D-12	15	34	6	12	21	88	74.1p	B
D-13	15	42	8	6	21	92	80.1p	B
D-14	15	41	8	6	14	84	67.4p	B
D-15	15	41	0	6	20	82	63.7p	C
D-16	15	41	7	12	22	97	86.3p	A
D-17	15	32	0	12	15	74	48.3p	C
D-18	12	34	0	12	20	78	56.1p	C
D-19	0	32	0	6	15	53	14.0p	E
D-20	0	35	6	6	20	67	34.9p	D
D-21	15	41	8	12	21	97	86.3p	A
D-22	15	33	8	12	21	89	75.7p	B
D-23	15	33	0	12	21	81	61.9p	C
D-24	15	35	6	12	22	90	77.2p	B
D-25	15	34	0	6	15	70	40.5p	C
D-26	15	35	6	12	21	89	75.7p	B

연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	대분류1 (15)	대분류2 (43)	대분류3 (8)	대분류4 (12)	대분류5 (22)			
D-27	15	35	6	12	21	89	75.7p	B
D-28	15	34	6	12	22	89	75.7p	B
D-29	15	35	6	12	21	89	75.7p	B
D-30	15	33	0	6	21	75	50.2p	C
D-31	15	35	6	12	21	89	75.7p	B
D-32	15	33	6	12	20	86	70.8p	B
D-33	15	33	0	6	15	69	38.6p	C
D-34	15	35	6	12	22	90	77.2p	B
D-35	15	33	6	12	21	87	72.5p	B
D-36	15	43	8	12	22	100	89.3p	A
D-37	15	35	6	12	15	83	65.6p	B
D-38	15	34	6	12	21	88	74.1p	B
D-39	15	40	6	12	22	95	84.0p	B
D-40	0	27	6	6	15	54	15.1p	D
평균	13.8	36.4	5.4	10.4	19.7	85.6	68.5p	
만점대비%	92.0	84.7	67.2	86.3	89.5			

대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

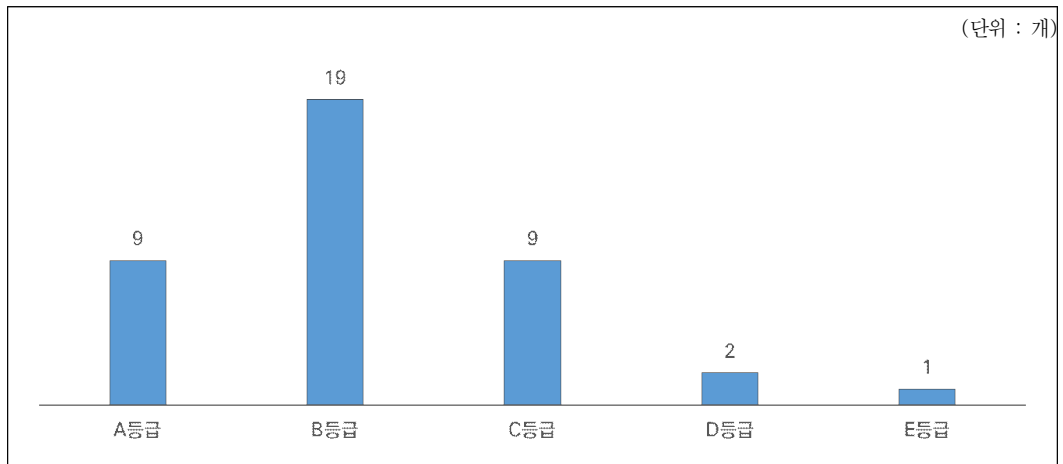
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

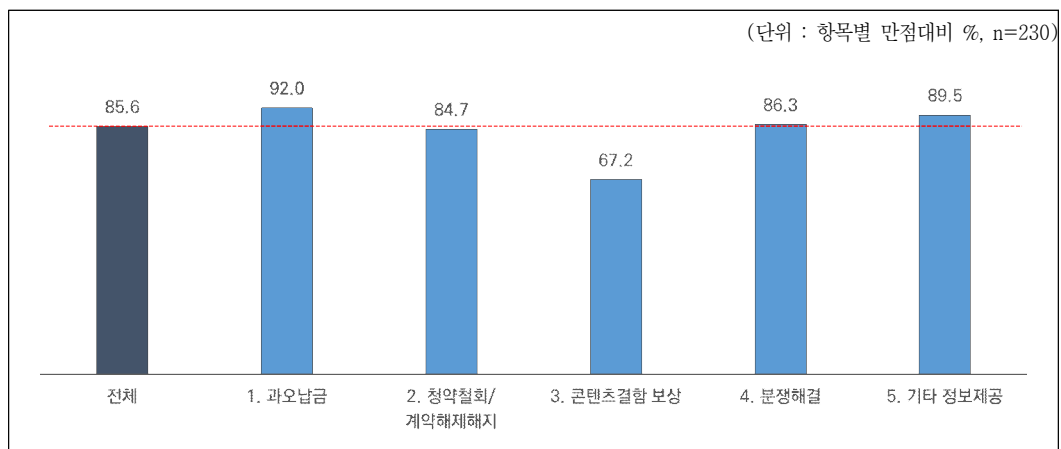
대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

- 온라인 게임 분야 평균 표준점수는 68.5p로 전체 평균(50.0p)보다 매우 높은 수준이었
고, 보호 지침 준수 등급은 양호(B등급)이 19개로 가장 많고 매우 양호(A등급)과 보통(C
등급)이 각각 9개로 나타남



[그림 II-31] 온라인 게임 분야 등급별 표본 분포



[그림 Ⅱ-32] 온라인 게임 분야 항목별 평가점수

마. 모바일 게임

- 모바일 게임 장르는 배분된 50개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
- 최고 100점에서 14점까지 분포되어 있으며, 표준점수 기준으로 매우 양호(A등급)으로 판정된 서비스는 7개, 매우 미흡(E등급)은 5개 서비스로 나타남
- 이용약관에서 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해 보상의 평가 점수가 상대적으로 가장 낮은 것으로 나타남

<표 II-26> 모바일 게임 분야 표본별 실태조사 결과

연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	대분류1 (15)	대분류2 (43)	대분류3 (8)	대분류4 (12)	대분류5 (22)			
E-1	15	41	8	12	21	97	86.3p	A
E-2	15	42	6	12	22	97	86.3p	A
E-3	15	40	7	12	21	95	84.0p	B
E-4	12	25	0	6	21	64	29.6p	D
E-5	12	34	0	12	22	80	60.0p	C
E-6	12	34	0	12	22	80	60.0p	C
E-7	14	41	8	6	20	89	75.7p	B
E-8	15	35	6	12	22	90	77.2p	B
E-9	15	41	8	12	21	97	86.3p	A
E-10	12	34	0	12	22	80	60.0p	C
E-11	15	39	6	6	20	86	70.8p	B
E-12	15	34	6	12	21	88	74.1p	B
E-13	15	42	8	12	22	99	88.3p	A
E-14	15	33	6	12	21	87	72.5p	B
E-15	12	39	0	12	21	84	67.4p	B
E-16	12	40	0	12	21	85	69.1p	B
E-17	15	41	0	12	22	90	77.2p	B
E-18	12	33	6	12	21	84	67.4p	B
E-19	15	40	6	6	20	87	72.5p	B
E-20	15	43	8	6	20	92	80.1p	B
E-21	14	35	6	6	21	82	63.7p	C
E-22	12	26	0	6	14	58	20.2p	D
E-23	12	34	6	6	21	79	58.1p	C
E-24	12	34	0	12	22	80	60.0p	C
E-25	15	43	8	12	22	100	89.3p	A
E-26	15	26	8	12	21	82	63.7p	C

연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	대분류1 (15)	대분류2 (43)	대분류3 (8)	대분류4 (12)	대분류5 (22)			
E-27	14	34	8	12	20	88	74.1p	B
E-28	13	34	6	12	15	80	60.0p	C
E-29	12	35	6	6	20	79	58.1p	C
E-30	0	6	0	0	8	14	0.1p	E
E-31	0	34	0	6	20	60	23.1p	D
E-32	15	40	8	12	22	97	86.3p	A
E-33	14	25	0	6	14	59	21.7p	D
E-34	14	33	0	12	20	79	58.1p	C
E-35	15	42	8	12	21	98	87.3p	A
E-36	15	40	6	12	21	94	82.7p	B
E-37	12	34	0	12	21	79	58.1p	C
E-38	12	34	0	12	22	80	60.0p	C
E-39	15	40	6	12	22	95	84.0p	B
E-40	12	34	0	12	21	79	58.1p	C
E-41	0	32	0	6	8	46	7.7p	E
E-42	12	26	0	6	8	52	12.9p	E
E-43	12	34	0	12	20	78	56.1p	C
E-44	14	25	0	6	14	59	21.7p	D
E-45	12	34	0	6	20	72	44.4p	C
E-46	12	32	0	12	15	71	42.4p	C
E-47	0	6	6	6	6	24	0.6p	E
E-48	15	35	8	12	22	92	80.1p	B
E-49	12	19	0	6	14	51	11.9p	E
E-50	12	34	0	12	22	80	60.0p	C
평균	12.4	33.8	3.6	9.7	19.2	78.8	59.0p	
만점대비%	82.9	78.7	44.8	81.0	87.3			

대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

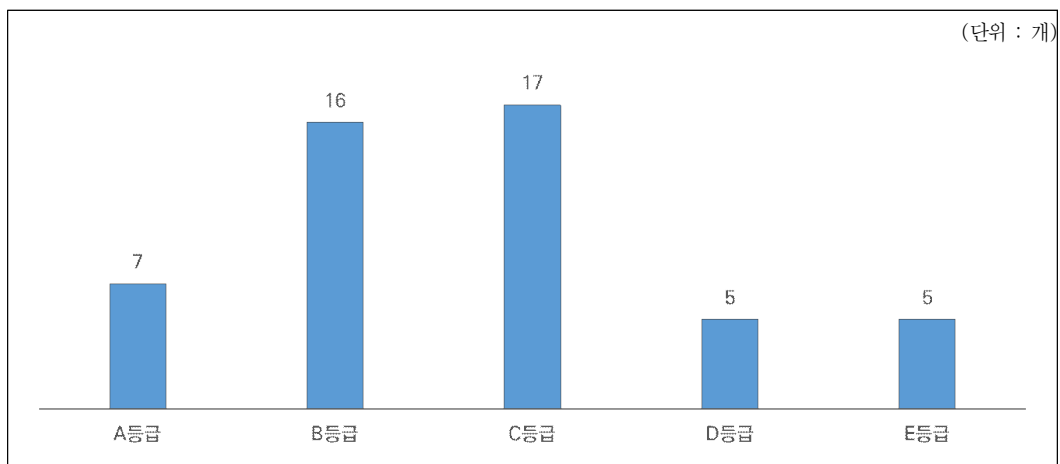
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

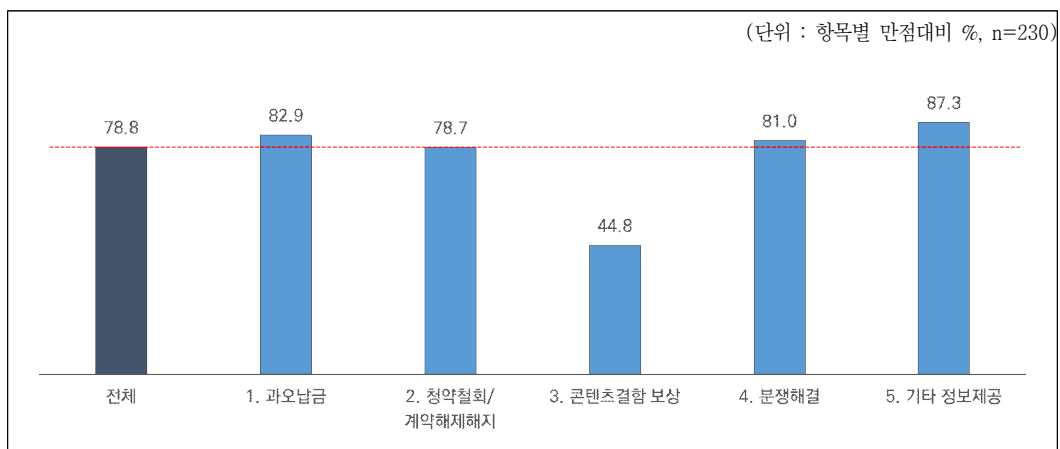
대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

- 모바일 게임 분야 평균 표준점수는 59.0p로 전체 평균(50.0p)보다 높은 수준이었고, 보호 지침 준수 등급은 보통(C등급)이 17개로 가장 많고 양호(B등급)이 16개로 나타남



[그림 II-33] 모바일 게임 분야 등급별 표본 분포



[그림 II-34] 모바일 게임 분야 항목별 평가점수

바. 영상서비스

- 영상서비스 장르는 배분된 25개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
- 최고 99점에서 13점까지 분포되어 있으며, 표준점수 기준으로 매우 양호(A등급)으로 판정된 서비스는 3개, 매우 미흡(E등급)은 5개 서비스로 나타남
- 이용약관에서 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해 보상의 평가 점수가 상대적으로 가장 낮은 것으로 나타남

<표 II-27> 영상서비스 분야 표본별 실태조사 결과

연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	대분류1 (15)	대분류2 (43)	대분류3 (8)	대분류4 (12)	대분류5 (22)			
F-1	15	43	8	12	21	99	88.3p	A
F-2	15	42	8	12	21	98	87.3p	A
F-3	15	43	8	12	21	99	88.3p	A
F-4	15	26	0	12	15	68	36.7p	C
F-5	15	33	8	12	21	89	75.7p	B
F-6	15	25	0	12	8	60	23.1p	D
F-7	15	33	6	12	21	87	72.5p	B
F-8	14	26	0	12	21	73	46.3p	C
F-9	0	40	6	12	15	73	46.3p	C
F-10	12	32	7	12	9	72	44.4p	C
F-11	12	32	7	12	9	72	44.4p	C
F-12	12	24	7	12	9	64	29.6p	D
F-13	12	12	6	12	14	56	17.6p	D
F-14	15	28	7	12	15	77	54.2p	C
F-15	0	28	0	6	14	48	9.2p	E
F-16	15	12	0	12	15	54	15.1p	D
F-17	12	40	0	6	14	72	44.4p	C
F-18	0	19	0	6	8	33	1.9p	E
F-19	15	25	0	12	9	61	24.7p	D
F-20	12	6	0	12	21	51	11.9p	E
F-21	12	25	7	12	9	65	31.3p	D
F-22	0	25	0	12	19	56	17.6p	D
F-23	0	26	0	12	14	52	12.9p	E
F-24	0	0	0	6	7	13	0.1p	E
F-25	15	25	0	12	9	61	24.7p	D
평균	10.5	26.8	3.4	11.0	14.4	66.1	37.9p	

연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	대분류1 (15)	대분류2 (43)	대분류3 (8)	대분류4 (12)	대분류5 (22)			
만점대비%	70.1	62.3	42.5	92.0	65.3			

대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

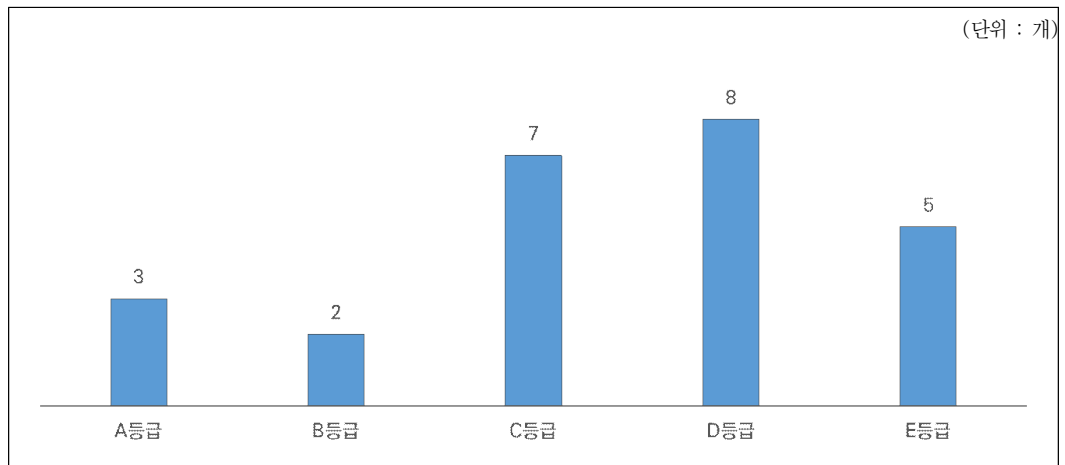
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

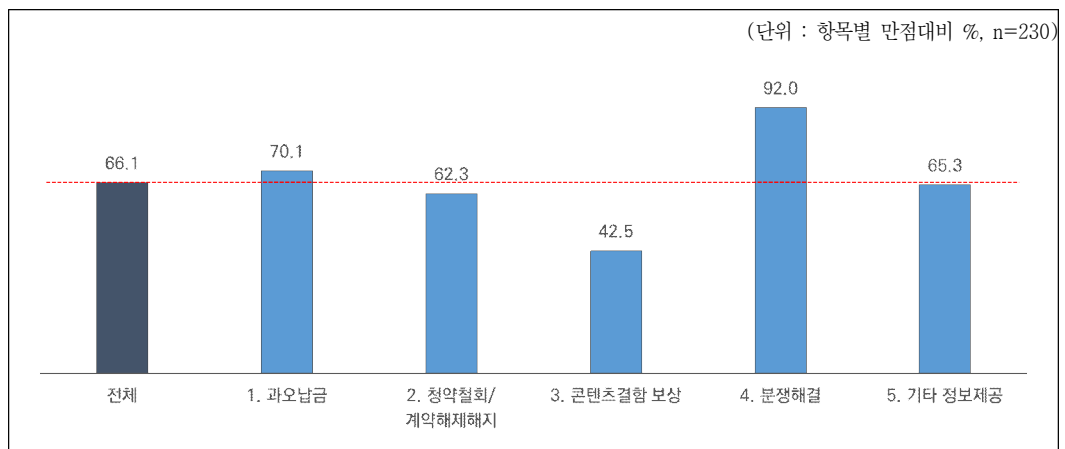
대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

- 영상서비스 분야 평균 표준점수는 37.9p로 전체 평균(50.0p)보다 매우 낮은 수준이었고, 보호 지침 준수 등급은 미흡(D등급)이 8개로 가장 많고 보통(C등급)이 7개로 나타남



[그림 II-35] 영상서비스 분야 등급별 표본 분포



[그림 II-36] 영상서비스 분야 항목별 평가점수

사. 이러닝

- 이러닝 장르는 배분된 25개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
- 최고 99점에서 13점까지 분포되어 있으며, 표준점수 기준으로 매우 양호(A등급)으로 판정된 서비스는 5개, 매우 미흡(E등급)은 4개 서비스로 나타남
- 이용약관에서 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해 보상의 평가 점수가 상대적으로 가장 낮은 것으로 나타남

<표 II-28> 이러닝 분야 표본별 실태조사 결과

연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	대분류1 (15)	대분류2 (43)	대분류3 (8)	대분류4 (12)	대분류5 (22)			
G-1	15	43	8	12	21	99	88.3p	A
G-2	15	42	8	12	21	98	87.3p	A
G-3	15	43	8	12	21	99	88.3p	A
G-4	15	26	0	12	15	68	36.7p	C
G-5	15	33	8	12	21	89	75.7p	B
G-6	15	25	0	12	8	60	23.1p	D
G-7	15	33	6	12	21	87	72.5p	B
G-8	14	26	0	12	21	73	46.3p	C
G-9	0	40	6	12	15	73	46.3p	C
G-10	12	32	7	12	9	72	44.4p	C
G-11	12	32	7	12	9	72	44.4p	C
G-12	12	24	7	12	9	64	29.6p	D
G-13	12	12	6	12	14	56	17.6p	D
G-14	15	28	7	12	15	77	54.2p	C
G-15	0	28	0	6	14	48	9.2p	E
G-16	15	12	0	12	15	54	15.1p	D
G-17	12	40	0	6	14	72	44.4p	C
G-18	0	19	0	6	8	33	1.9p	E
G-19	15	25	0	12	9	61	24.7p	D
G-20	12	6	0	12	21	51	11.9p	E
G-21	12	25	7	12	9	65	31.3p	D
G-22	0	25	0	12	19	56	17.6p	D
G-23	0	26	0	12	14	52	12.9p	E
G-24	0	0	0	6	7	13	0.1p	E
G-25	15	25	0	12	9	61	24.7p	D
평균	10.5	26.8	3.4	11.0	14.4	66.1	49.4p	

연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	대분류1 (15)	대분류2 (43)	대분류3 (8)	대분류4 (12)	대분류5 (22)			
만점대비%	70.1	62.3	42.5	92.0	65.3			

대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

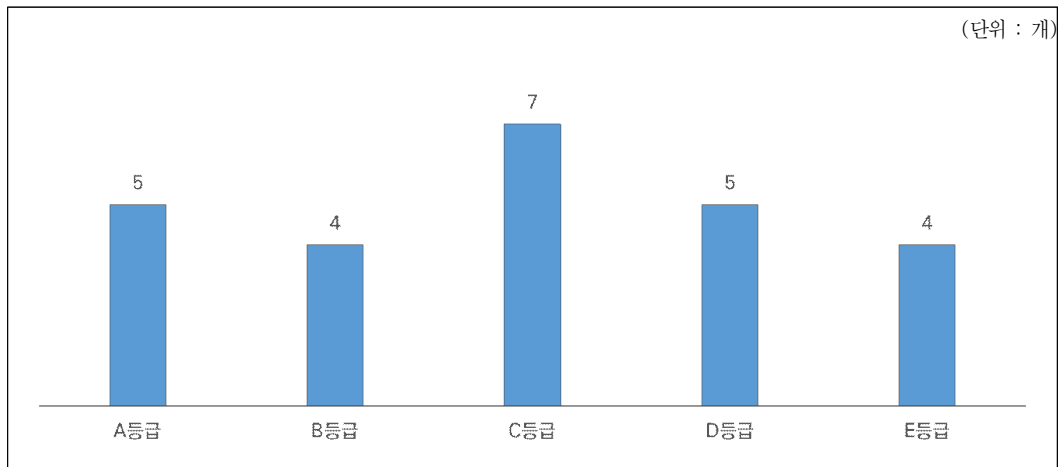
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

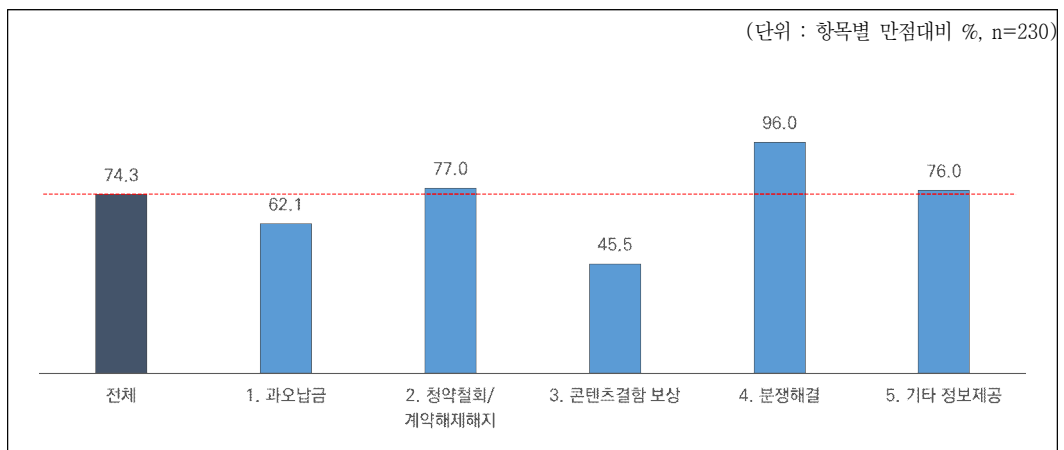
대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

- 이러닝 분야 평균 표준점수는 49.4p로 전체 평균(50.0p)에 조금 낮은 수준이었고, 보호지침 준수 등급은 양호(C등급)이 7개로 가장 많고 매우 양호(A등급)와 미흡(D등급)이 각각 5개로 나타남



[그림 Ⅱ-37] 이러닝 분야 등급별 표본 분포



[그림 Ⅱ-38] 이러닝 분야 항목별 평가점수

아. 정보서비스

- 정보서비스 장르는 배분된 30개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
- 최고 97점에서 12점까지 분포되어 있으며, 표준점수 기준으로 매우 양호(A등급)으로 판정된 서비스는 1개, 매우 미흡(E등급)은 12개 서비스로 나타남
- 이용약관에서 과오납금의 환불방법 및 절차에 대한 평가 점수가 상대적으로 가장 낮은 것으로 나타났고, 다음으로 콘텐츠 결합, 서비스 장애 등에 따른 피해보상에 대한 평가 점수도 낮은 편으로 조사됨

<표 II-29> 정보서비스 분야 표본별 실태조사 결과

연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	대분류1 (15)	대분류2 (43)	대분류3 (8)	대분류4 (12)	대분류5 (22)			
H-1	15	42	6	12	20	95	84.0p	B
H-2	0	6	0	12	15	33	1.9p	E
H-3	15	42	8	12	20	97	86.3p	A
H-4	15	39	6	12	22	94	82.7p	B
H-5	15	42	6	12	15	90	77.2p	B
H-6	7	32	0	12	8	59	21.7p	D
H-7	15	26	6	12	21	80	60.0p	C
H-8	14	35	0	12	20	81	61.9p	C
H-9	15	27	7	12	15	76	52.2p	C
H-10	0	34	6	12	20	72	44.4p	C
H-11	14	28	8	6	14	70	40.5p	C
H-12	0	32	6	12	21	71	42.4p	C
H-13	15	13	6	12	20	66	33.1p	D
H-14	0	32	0	12	19	63	27.9p	D
H-15	0	34	0	12	20	66	33.1p	D
H-16	14	26	6	12	15	73	46.3p	C
H-17	14	19	7	12	15	67	34.9p	D
H-18	7	18	0	12	21	58	20.2p	D
H-19	0	28	0	6	21	55	16.3p	D
H-20	0	26	0	12	13	51	11.9p	E
H-21	0	6	0	12	14	32	1.7p	E
H-22	0	19	6	12	14	51	11.9p	E
H-23	0	13	6	12	15	46	7.7p	E
H-24	0	6	0	6	0	12	0.1p	E
H-25	0	20	0	12	15	47	8.4p	E

연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	대분류1 (15)	대분류2 (43)	대분류3 (8)	대분류4 (12)	대분류5 (22)			
H-26	0	6	0	12	21	39	3.8p	E
H-27	0	20	0	12	14	46	7.7p	E
H-28	0	20	6	6	13	45	7.0p	E
H-29	0	7	0	12	15	34	2.2p	E
H-30	0	6	0	12	13	31	1.5p	E
평균	5.8	23.5	3.2	11.2	16.3	60.0	31.0p	
만점대비%	38.9	54.6	40.0	93.3	74.1			

대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

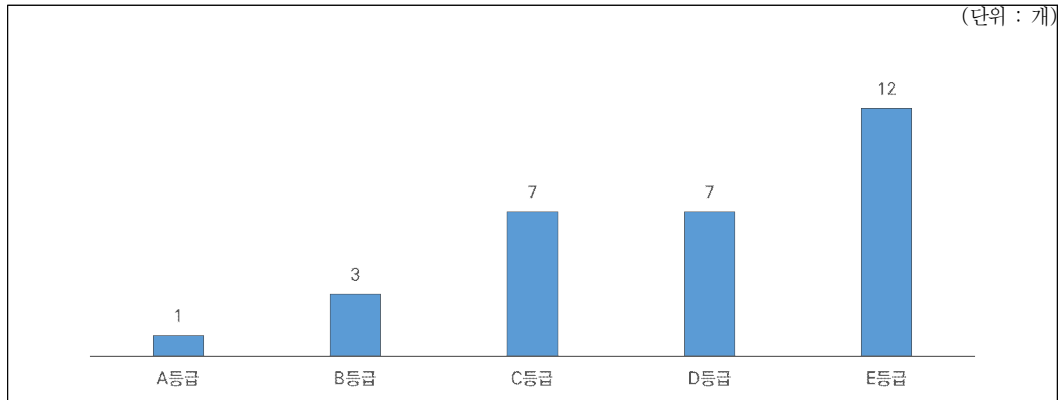
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류3 : 콘텐츠 결합, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

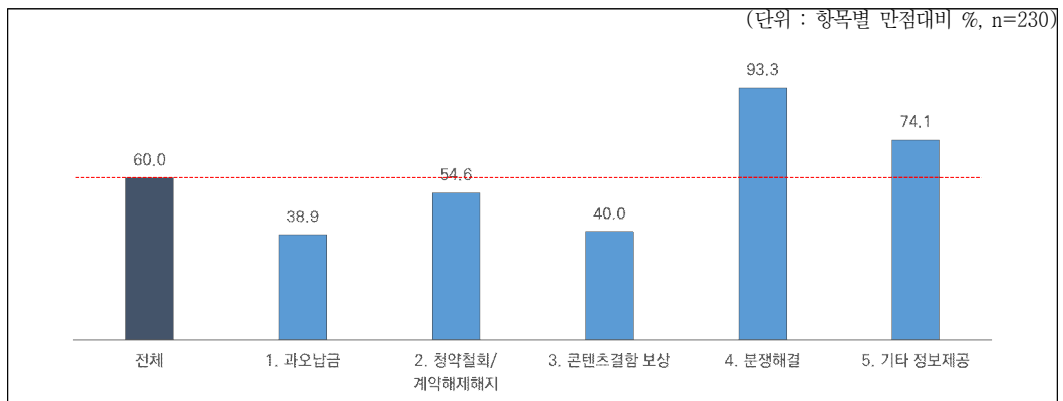
대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

- 정보서비스 분야 평균 표준점수는 31.0p로 전체 평균(50.0p)보다 매우 낮은 수준이었고, 보호 지침 준수 등급은 매우 미흡(E등급)이 12개로 가장 많은 것으로 나타남



[그림 II-39] 정보서비스 분야 등급별 표본 분포



[그림 II-40] 정보서비스 분야 항목별 평가점수

4. 심층인터뷰 결과

가. 참석자 정보

- 콘텐츠 사업자를 대상으로 현재 이용약관에 대한 의견과 이용자보호지침 준수에 필요한 약관항목 검토 의견을 수렴하는 심층인터뷰 진행
 - 참여기업의 상황에 따라 현장 및 서면인터뷰 형태로 진행
- 총 참석 사업체는 14개사임

<표 II-30> 심층인터뷰 대상 사업체

장르	사업체수	방법
출판	1개사	서면
만화	2개사	서면
음악	1개사	방문
온라인게임	3개사	방문/서면
모바일게임	3개사	방문/서면
영상서비스	2개사	서면
이러닝	1개사	서면
정보서비스	1개사	서면
합계	14개사	-

나. 주요 조사결과

- 각 장르별 / 사업체별 참조되는 이용약관이 서로 달라 현재 평가표에 대한 검토가 필요
 - 게임, OTT 서비스 등 각 장르별로 공정거래위원회 표준약관을 반영하거나 다른 소비자보호법에 따른 이용약관을 사용하는 경우가 증가하고 있음
 - 환불정책 등의 경우 전자상거래법과 관련한 법률을 따르거나 이에 준하는 기준을 운영해야 사업영위가 가능
- 환불, 취소, 해제, 해지 등을 위해 청약철회 수단을 명시해야 한다는 점은 개인정보보호법과 상반될 수 있음
 - 콘텐츠사업자 중 개인정보보호를 위한 ISMS 인증 심사 진행을 통한 적합판정 사업체도 존재
 - 이 때 사용자의 개인정보를 정해진 시스템이 아닌 전화, 이메일, 팩스를 통해 받을 경우 보안 유출 우려가 있어 정해진 방식으로만 접수받아야한다는 규정이 있음-현재 콘텐츠 이용약관 준수 체크리스트에 해당 수단 명시는 ISMS와 상반되는 내용일 수 있음
- 모바일 게임에서 문제로 부각되는 인앱결제나 오픈마켓 결제 시스템 이용과 관련한 이용자 갈등과 약관 규정의 어려움
 - 인앱결제 및 오픈마켓 결제 시 게임 개발사나 퍼블리셔에 문제가 전달될 때 시간이 소요됨에 따라 이용자와 갈등이 자주 발생
 - 약관 내에서도 해당 문제 발생 시 일정 기간 이내 처리를 해야하는 부분과 관련하여 사업자 입장에서의 한계점이 있으므로 약관 규정을 작성하기에 어려운 점이 따름
- 사업체에게 발생할 수 있는 피해 사항에 대해서도 보호할 수 있는 방안 마련 필요
 - 해외 게임 퍼블리싱의 경우 일방적인 계약보다 일정 부분 이용자 보호 및 퍼블리싱 사 보호를 위한 가이드라인 검토가 필요
 - 일부 악의적 이용자에 대한 처리가 가능한 방안 마련 필요-특정 장르의 경우 무분별한 불법 복제에 대한 처리와 피해예방을 할 수 있는 보호조치 마련
- 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사를 위한 현재의 이용약관 평가항목 개선과 변경 필요
 - 최근 콘텐츠 서비스의 특성 변화와 다양화로 인해 현재의 평가항목에 맞지 않는 사업체 약관도 나타나고 있음
 - 특히 최근에는 다운로드 방식보다 스트리밍 방식의 콘텐츠가 증가함에 따라 이에 맞는 분쟁 조정 방식과 피해예방에 대한 약관 체크 항목의 변화가 필요-각 산업/서비스별 마련해야 하는 사항을 규정한 ‘표준약관’ 마련에 대한 검토가 필요

다. 그 외 의견

1) 이용약관 관련

- 사업자 약관 구성에 동종업계 대형사 약관을 참조하는 경우 많고, 기존 다른 약관 내용
의 함께 검토함
 - 큰 규모의 사업체가 아닌 경우 법률 전문가 또는 약관 조항 관련한 법적 자문이 필요한 수요
도 일부 있음
- 서비스 가입 관련 약관, 이용약관, 유료 결제 관련 약관, 개인정보보호지침 관련 약관
등 사용하는 약관의 종류와 내용, 관련 법률 규정이 너무 다양하여 사업체에 맞는 약관
작성하거나 표준약관을 적용하기에 무리가 있는 콘텐츠 분야도 존재함
 - 문체부의 콘텐츠이용자보호지침이 권고사항인 것과 달리 공정거래위원회에서 관할하는 전자
상거래 법률은 의무사항이기 때문에 표준 약관 반영이나 개정 작업 시 공정거래위원회 산하
법률을 우선시 하는 경향
- 약관 시 가장 중요한 요인으로 이용자 권리 및 의무사항, 결제, 환불, 보상 관련 사항, 사
업자의 면책사항 등으로 나타남
 - 특히 환불 정책과 관련하여 약관 구성 시에는 콘텐츠이용자보호지침이나 전자상거래법 등 관
련 법률을 따르거나 이에 준하는 기준을 운용하는 것을 원칙으로 하는 경우 많음
- 해외 사업자의 콘텐츠 서비스에 기반을 두고 있는 경우 국내 약관에 대한 정보 파악이
어렵기 때문에 약관 자체가 불가능한 경우 있음
 - 일부 국내 자체 사업자 약관이 있음에도 구글, 유튜브의 별도 약관을 사용하게 되는 경우 자
체 약관보다도 이용자 보호 내용이 매우 취약한 경우가 많음에도 어쩔 수 없이 사용하게 됨

2) 환불 관련 정책

- 유료 콘텐츠 환불 관련 내용이 가장 이슈화 되어 있으며 콘텐츠 서비스별로, 또 사업자와
이용자별로 이해관계가 다르기 때문에 이를 규정하기에 다소 어려울 수 있음
 - 환불 과정에서 발생하는 수수료에 대한 고객 불만을 최소화하기 위해 기준을 명확하게 한다
든지, 캐쉬의 취소와 환불 관련 정책이 필요
 - 일반 제화와 달리 실물 상품이 아니기 때문에 이용자 입장에서 이해하기 쉽게 환불규정을 만
들려는 노력 필요

- 청약 철회 역시 철회 불가 항목이나 상품에 대한 사전 고지의무를 약관에 명시하는 고 있으며 이러한 명시 형태가 증가되는 추세임
- 환불 과정에서 발생하는 수수료는 이용자와의 분쟁과 갈등 최소화를 위해 사업자가 부담하는 경우가 많음
- 최근 구글, 애플 등의 모바일 플랫폼의 수수료 증가 문제, 인앱결제 문제 등이 사업자 측면에서 매우 부담스럽게 다가오고 있으며, 이는 콘텐츠 서비스 유형에 상관없이 결제 과정에서 발생하는 환불의 문제는 제대로 처리가 어려운 상황
 - 플랫폼의 인앱결제 등은 국내의 법률 기준과는 다소 상이한 기준으로 운영되고 있어 오히려 일부 이용자들의 악용 사례도 발생한다고 사업자들이 인식하고 있어 관련 정책에 대한 검토가 필요한 것으로 확인됨

3) 서비스 이용자와의 분쟁

- 주로 환불 관련 클레임이 가장 많음
 - 적립금, 수수료, 이용 중단에 따른 남은 금액에 대한 환불, 서비스 및 콘텐츠 내 디자인, 성능 등의 하락으로 인한 환불 요청 등이 주로 나타남
- 이러한 환불 관련 분쟁 시 이를 고의적으로 이용하는 소위 콘텐츠 블랙컨슈머도 발생
 - 과도한 보성 요구, 소비자원 고발 진행하겠다는 협박 등의 고의적인 클레임 발생
- 이용자 피해가 발생 시 이용자들은 사업자가 약관에 명시하였으나 이를 제대로 살피지 않은 이용자의 부주의라고 몰아세우는 경향이 일부 나타남
 - 실제, 약관에 명시되어 있고 이를 충분히 확인하라는 안내에도 불구하고 내용과 다르다며 항의하거나, 이용자의 부주의는 고려변수로 여기지 않는 경우 등 난감한 상황 발생

4) 기타 건의 사항

- 약관 개정과 관련하여 사업자의 자율적 권한으로만 맡기는 것도 필요하지만 사업자 자체가 인지하지 못하거나 절차와 방법을 모르는 경우도 있을 수 있음. 이러한 부분에 대해 전문기관에서 컨설팅 지원 등이 이루어지면 충분한 교육과 실천이 가능할 수 있음

- 콘텐츠이용자보호지침 개정 사항에 대한 정보와 변화된 전후 내용에 대한 홍보나 알림이 필요
- 해외 업체들에 대한 약관 준수 및 최소 표기 내용에 대한 가이드라인 필요
- 약관 내용에 대한 의무성 강화보다 실제 해당 사업체에 특화된 약관 조항 및 예외조항에 대한 외부 검토 방안과 지원 정책이 필요함
- 약관에 기재해야 할 필요사항과 약관 외 사업체 활동 필요사항을 구분할 필요 있음
- 약관의 내용을 고의적으로 이용하는 불량 고객에 대한 사업체 입장에서 처리가 가능한 최소한의 방어 체계가 필요

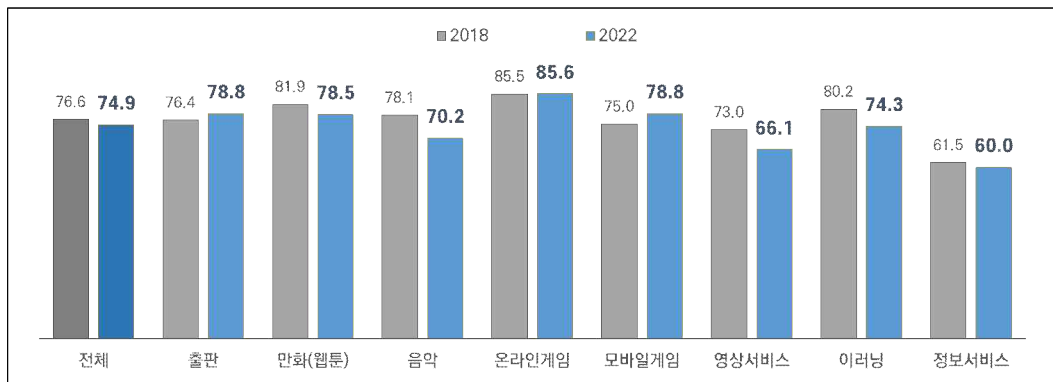
| 2022년 콘텐츠 이용자 보호 지침 준수 실태 조사 |

제3장 결론 및 제언

Ⅲ. 결론

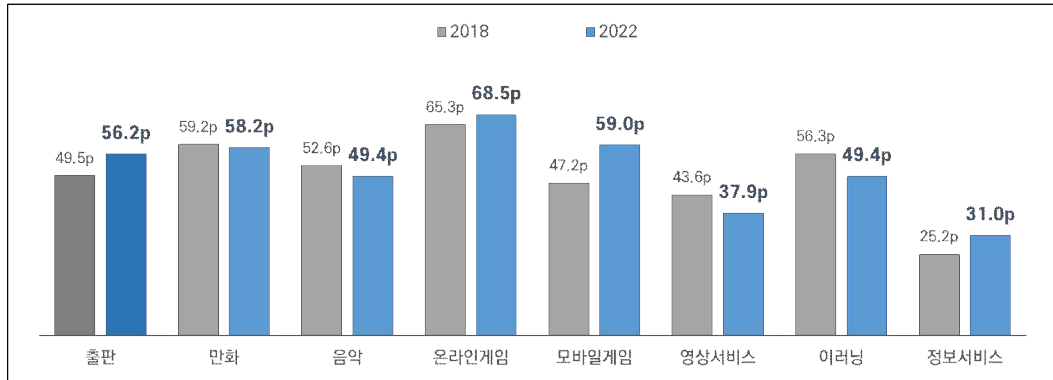
1. 결론

- 2022년 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사 결과 이용약관 평균 평가점수는 74.9점으로 지난 2018년 조사결과 대비 1.7점 낮아진 것으로 나타남
- 장르별로 출판, 온라인게임, 모바일게임 장르는 2018년 대비 점수가 상승하였으나, 그 외 장르는 하락하였음
 - 특히, 모바일 게임 장르의 점수 상승폭이 가장 큰 것으로 나타남



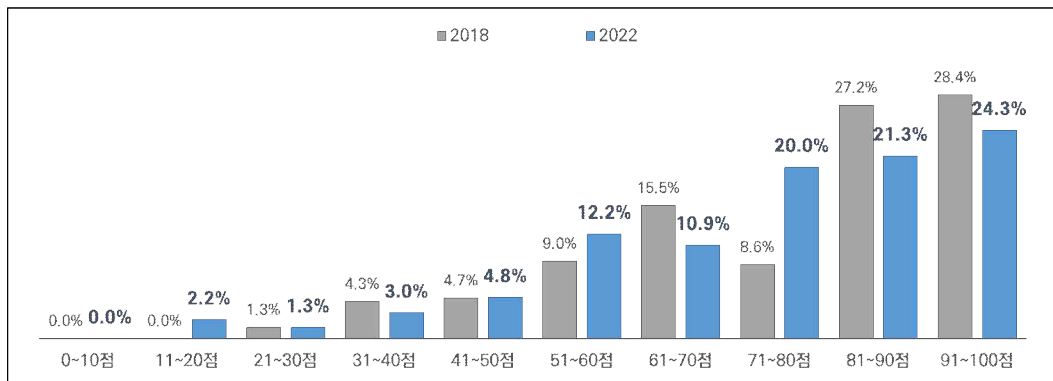
[그림 Ⅲ-1] 연도별 실태조사 결과 비교 (총점 기준)

- 표준된 점수 기준으로는 ‘출판’, ‘온라인게임’, ‘모바일게임’, ‘정보서비스’ 장르는 2018년 대비 준수 수준이 상승한 것으로 나타남
 - 특히, ‘모바일게임’의 경우 표준점수의 상승폭이 11.8p로 가장 크게 상승한 것으로 나타나 준수수준이 매우 높아진 것으로 볼 수 있음
- 반면, ‘만화’, ‘음악’, ‘영상서비스’, ‘이러닝’ 등의 장르에서는 표준점수가 2018년 대비 떨어진 것으로 확인됨



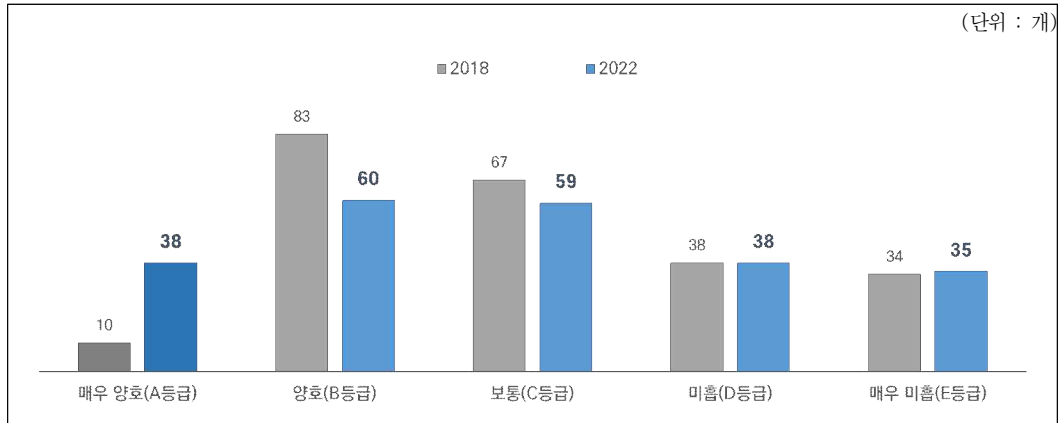
[그림 Ⅲ-2] 연도별 실태조사 결과 비교 (표준점수 기준)

- 콘텐츠 사업체들의 약관에 대한 인식이 변화되고 이용자를 보호하기 위한 약관 수정의 노력들이 더해져 꾸준히 준수 수준이 좋아지는 것으로 확인됨
- 약관 평가 종합점수대 분포를 기준으로 2018년 대비 80점대 이상의 분포는 낮아졌으나, 평균점수대가 분포한 70점대 이상의 분포는 2018년이 64.2%에서 2022년에 65.6%로 1.4%p 증가한 것으로 확인됨



[그림 Ⅲ-3] 연도별 점수대별 분포

- 표준점수에 의한 보호지침 준수 등급 사업체 수 분포를 살펴보면, 매우 양호(A등급)의 사업체가 약 3배 이상 증가한 것으로 나타났으며, 이는 기존의 양호(B등급)와 보통(C등급)에 해당하는 사업체들이 줄고 매우 양호(A등급) 사업체가 늘어난 모습을 보임
- 반면, 아직 미흡(D등급)이나 매우 미흡(E등급) 사업체는 2018년과 거의 동일한 수준을 보이는 것으로 나타남



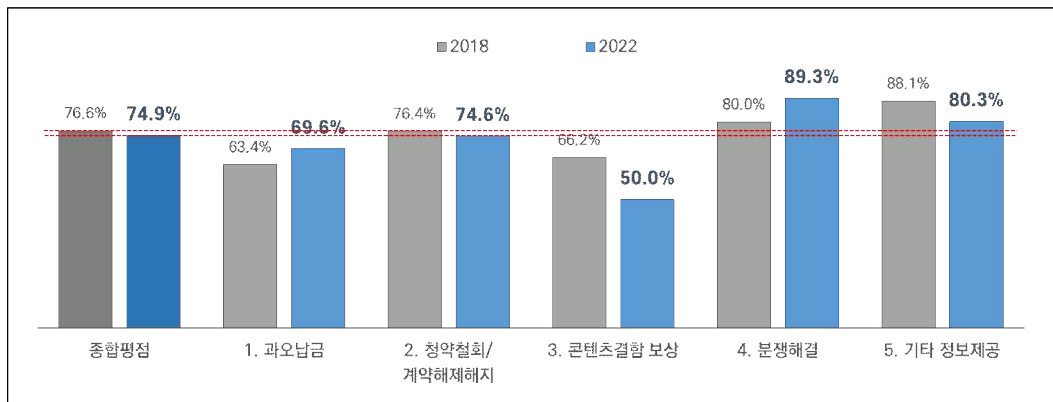
[그림 Ⅲ-4] 연도별 실태조사 대상의 표본 등급 분포

- 장르별 표본등급의 경우 그 분포에서 차이를 확인할 수 있음
- 특히, ‘출판’, ‘만화’, ‘음악’, ‘온라인게임’, ‘모바일게임’ 장르에서는 2018년 대비 매우 양호(A등급) 사업체가 크게 증가한 것으로 나타났고, 특히 ‘음악’ 장르의 경우 양호(B등급) 사업체는 크게 줄고 매우 양호(A등급) 사업체가 늘어난 형태를 보임
- 반면, 미흡(D등급) 이상의 사업체가 증가한 장르는 ‘영상서비스’가 가장 두드러지게 증가한 모습을 보임

<표 Ⅲ-1> 장르별 실태조사 대상의 표본 등급별 개수

장르	매우 양호(A)		양호(B)		보통(C)		미흡(D)		매우 미흡(E)	
	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2018	2022
출판	0	3	6	6	8	5	5	5	1	1
만화(웹툰)	0	4	9	7	8	3	4	5	0	1
음악	0	6	11	3	1	4	2	1	3	6
온라인게임	4	9	21	19	11	9	4	2	2	1
모바일게임	1	7	16	16	19	17	9	5	8	5
영상서비스	1	3	4	2	5	7	4	8	3	5
이러닝	4	5	12	4	6	7	4	5	5	4
정보서비스	0	1	4	3	9	7	6	7	12	12
전체	10	38	83	60	67	59	38	38	34	35

- 항목별 점수 중에는 분쟁해결 방법 및 절차 항목이 89.3%로 가장 높은 것으로 나타났고, 이는 2018년 평가점수 대비 9.3%p 증가한 수준으로 확인됨
 - 2018년에는 기타 정보제공 항목의 평가점수가 가장 높은 것으로 조사됨
- 2018년 대비 대분류 평가점수가 증가한 항목은 ‘과오납금의 환불방법 및 절차’와 ‘분쟁해결 방법 및 절차’ 항목이었고, 그 외 항목은 점수가 감소한 것으로 나타남
- 특히, 콘텐츠 결합 등에 따른 이용자 피해보상의 기준, 범위, 방법 및 절차 항목은 2018년 대비 약 16.2%p 감소한 것으로 나타나 차이를 보임



[그림 Ⅲ-5] 연도별 대분류 항목 평가점수 비교

- 과오납금 환급에 대한 연도별 분석결과 중 과오납금 환급과 관련한 중분류 항목들은 모두 2018년 평가보다 상승한 것으로 나타남. 또한, 과오납금 환급 가능 여부 보다 과오납금 환급 방법에 대한 명시이 적은 편으로 확인됨
 - 과오납금 환급 가능 여부 평가점수가 낮아진 장르는 ‘음악’, ‘영상서비스’, ‘이러닝’ 등으로 나타남
 - 과오납금 환급 방법 명시이 평가점수가 낮아진 장르는 ‘음악’, ‘이러닝’, ‘정보서비스’ 등으로 확인됨

<표 III-2> 과오납금 환급에 대한 연도별 조사결과

장르	과오납금 환급 가능 여부		과오납금 환급 방법	
	2018	2022	2018	2022
출판	39.3%	49.3%	30.0%	48.1%
만화(웹툰)	76.2%	78.9%	70.2%	76.3%
음악	70.6%	64.3%	64.7%	61.9%
온라인게임	76.2%	92.1%	70.8%	91.9%
모바일게임	75.5%	84.9%	65.6%	81.3%
영상서비스	79.0%	72.0%	63.2%	68.5%
이러닝	70.0%	64.0%	62.5%	60.5%
정보서비스	43.3%	43.3%	39.9%	35.0%
전체	67.4%	71.6%	59.8%	68.4%

- 청약철회/계약해제·해지에 대한 연도별 분석결과 중 광고표시와 다른 경우 청약철회 가능과 청약철회 효과, 이용계약 해제·해지권 부여, 계약해제·해지 효과 등의 중분류 항목은 2018년 평가보다 상승한 것으로 나타남
반면, 청약철회 허용 및 허용기간과 청약철회 계약해제·해지 방법은 평가점수가 하락한 것으로 나타남
- 전반적으로 청약철회/계약해제·해지에 대한 항목의 준수수준은 높은 편이나 일부 장르 및 사업체에서 청약철회와 관련한 허용기간 및 계약해제·해지 방법의 상세한 명시가 필요한 것으로 확인됨
 - 청약철회 허용 및 허용기간의 평가점수가 낮아진 장르는 ‘만화(웹툰)’, ‘음악’, ‘모바일게임’, ‘정보서비스’ 등으로 나타남
 - 광고표시와 다른 경우 청약철회 가능에 대한 명시 여부 평가점수가 낮아진 장르는 ‘음악’, ‘영상서비스’ 등으로 나타났으며,
 - 청약철회 효과에 대한 명시 여부 평가점수가 낮아진 장르는 ‘만화’만 낮아지고 다른 장르는 모두 증가한 것으로 확인됨
 - 계약해제·해지 효과에 대한 명시 여부 평가점수가 낮아진 장르는 ‘출판’, ‘음악’, ‘온라인게임’ 등으로 나타남
 - 청약철회, 계약해제·해지방법에 대한 명시 여부 평가점수가 낮아진 장르는 ‘출판’, ‘만화’, ‘음악’, ‘온라인게임’, ‘영상서비스’, ‘이러닝’, ‘정보서비스’ 등으로 확인됨

<표 Ⅲ-3> 청약철회/계약해제·해지에 대한 연도별 조사결과

장르	청약철회 허용 및 허용기간		광고표시와 다른경우 청약철회 가능		청약철회 효과		이용계약 해제·해지권 부여		계약해제·해지 효과		청약철회, 계약해제·해지 방법	
	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2018	2022
출판	92.1%	97.9%	69.4%	85.0%	84.4%	88.8%	100.0%	100.0%	94.3%	90.7%	67.9%	51.4%
만화(웹툰)	98.6%	88.0%	62.5%	63.8%	91.1%	88.2%	100.0%	99.2%	89.8%	92.5%	87.1%	68.6%
음악	75.6%	64.3%	64.7%	51.3%	73.5%	74.4%	100.0%	100.0%	81.5%	80.7%	89.1%	57.9%
온라인게임	94.2%	100.0%	78.6%	83.4%	83.9%	87.5%	100.0%	100.0%	93.2%	92.1%	95.6%	46.8%
모바일게임	97.6%	96.0%	64.9%	75.5%	84.9%	85.5%	88.7%	100.0%	79.0%	85.4%	20.2%	32.0%
영상서비스	70.6%	76.0%	47.1%	36.0%	55.9%	70.5%	100.0%	96.0%	58.8%	79.4%	70.6%	23.4%
이러닝	82.9%	95.4%	63.7%	64.0%	76.6%	86.5%	96.8%	100.0%	85.7%	92.6%	72.8%	27.4%
정보서비스	53.5%	42.9%	32.7%	40.0%	38.3%	47.9%	96.8%	100.0%	60.8%	60.5%	51.2%	45.7%
전체	85.2%	84.2%	61.7%	64.4%	74.9%	78.9%	96.6%	99.5%	81.0%	84.1%	63.9%	42.0%

○ 다운로드 콘텐츠 및 스트리밍 서비스 불량에 따른 이용자 피해보상의 기준과 범위, 방법 및 절차의 이용약관 명시 수준은 낮은 편이며 2018년 대비에도 준수 수준이 미흡한 것으로 나타남

- 최근 콘텐츠 서비스의 유형이 다운로드보다 스트리밍 방식으로 제공되는 경우가 증가하고 있으며, 특히 만화의 경우 다운로드 방식과 스트리밍 방식이 아닌 웹페이지 상에서 이미지를 제공하는 형태로 정확한 약관 내용을 명시하게 어려운 사업체들도 존재함

<표 Ⅲ-4> 콘텐츠 결함 및 서비스 장애에 대한 연도별 조사결과

장르	다운로드 콘텐츠 하자 또는 서비스 장애 등에 의해 발생한 이용자 손해 보상 또는 배상		콘텐츠 및 서비스 불량에 따른 대금 환급 및 손해배상 명시여부		재공급시간/무료연장 명시여부	
	2018	2022	2018	2022	2018	2022
출판	90.0%	70.0%	20.0%	30.0%	20.0%	25.0%
만화(웹툰)	57.1%	45.0%	19.0%	15.0%	28.6%	20.0%
음악	88.2%	60.0%	58.8%	40.0%	58.8%	35.0%
온라인게임	85.7%	77.5%	54.8%	37.5%	61.9%	35.0%
모바일게임	67.9%	52.0%	24.5%	22.0%	62.1%	24.0%
영상서비스	76.5%	48.0%	47.1%	16.0%	41.2%	36.0%
이러닝	87.1%	48.0%	45.2%	40.0%	41.9%	36.0%
정보서비스	64.5%	50.0%	6.5%	6.7%	9.7%	13.3%
전체	76.3%	57.0%	33.6%	25.7%	37.1%	27.8%

○ 약관에 분쟁조정기관에 의한 분쟁조정 관련 사항은 대부분의 사업체에서 명시하고 있는 것으로 나타난 반면, 관련 인력 및 체계 구비에 대한 명시는 상대적으로 하지 않는 경우가 많은 것으로 나타남

- 관련 인력 및 체계 구비 명시 수준을 장르별로 살펴보면, ‘만화’, ‘음악’의 경우 2018년 대비 준수수준이 크게 증가한 것으로 나타남
- 모든 장르에서 관련 인력 및 체계 구비 명시수준이 2018년보다 증가하였으나, 다른 평가항목인 분쟁조정기관에 의한 분쟁조정 관련 사항 명시 수준에는 못 미치는 것으로 분석됨

<표 Ⅲ-5> 분쟁해결 관련 조항 명시에 대한 연도별 조사결과

장르	분쟁조정기관에 의한 분쟁조정 관련 사항 명시		관련 인력 및 체계 구비	
	2018	2022	2018	2022
출판	100.0%	100.0%	70.0%	90.0%
만화(웹툰)	100.0%	100.0%	42.9%	75.0%
음악	100.0%	100.0%	23.5%	80.0%
온라인게임	100.0%	100.0%	42.9%	72.5%
모바일게임	98.1%	96.0%	52.8%	66.0%
영상서비스	100.0%	92.0%	88.2%	92.0%
이러닝	93.5%	100.0%	90.3%	92.0%
정보서비스	100.0%	100.0%	83.9%	86.7%
전체	98.7%	98.3%	61.2%	79.6%

○ 그 외 이용자 보호를 위해 필요한 사항 중 미성년자 이용약관 취소 명시에 대한 평가점수는 2018년 대비 6.2%p 증가한 것으로 나타났으나, 그 외 콘텐츠 관련 정보의 적절한 제공 명시와 약관 변경 시 변경통지에 대한 평가점수는 떨어진 것으로 나타남

- 단, 2022년에 평가된 콘텐츠 관련 정보의 적절한 제공 항목의 세부 문항이 2018년과 달리 변화가 있어 세부적인 결과 비교는 다소 어려울 수 있음
- 법정대리인 동의 없는 미성년자 이용약관 취소에 대한 평가점수가 2018년 대비 낮아진 장르는 ‘만화’, ‘음악’, ‘이러닝’, ‘정보서비스’ 등으로 나타남
- 약관 변경 시 변경통지에 대한 평가점수가 2018년 대비 낮아진 장르는 ‘출판’, ‘만화’, ‘온라인게임’, ‘영상서비스’, ‘이러닝’, ‘정보서비스’ 등으로 나타남

<표 Ⅲ-6> 기타 정보에 대한 연도별 조사결과

장르	콘텐츠 관련 정보의 적절한 제공		법정대리인 동의 없는 미성년자 이용약관 취소		약관 변경 시 변경통지	
	2018	2022	2018	2022	2018	2022
출판	95.6%	90.7%	65.0%	75.0%	86.9%	86.1%
만화(웹툰)	100.0%	78.6%	81.0%	80.0%	93.8%	91.1%
음악	100.0%	57.9%	64.7%	55.0%	88.1%	88.9%
온라인게임	99.4%	80.7%	81.0%	97.5%	99.4%	91.1%
모바일게임	97.4%	78.9%	71.7%	90.0%	88.6%	92.0%
영상서비스	84.6%	50.3%	47.1%	48.0%	99.4%	88.4%
이러닝	97.2%	70.9%	67.7%	64.0%	95.8%	88.0%
정보서비스	88.7%	86.7%	68.7%	43.3%	97.3%	84.8%
전체	95.9%	75.4%	66.4%	72.6%	95.8%	89.2%

- 2018년과 비교하여 사업체들의 이용약관에 대한 준수수준은 비교적 안정된 모습을 보이는 경우가 많았으나, 최근 2022년에 처음 약관평가가 이루어진 사업체나 비교적 규모가 크지 않은 사업체, 해외 콘텐츠를 중심으로 서비스하는 사업체들의 경우 이용자 보호지침과 관련된 약관명시 수준이 상대적으로 떨어지는 경향을 보이는 것으로 확인됨

2. 콘텐츠이용자보호지침 개선을 위한 제언

가. 콘텐츠이용자보호지침 약관 준수에 대한 표준화 된 방침 필요

- 콘텐츠 장르별 또는 각 사업체 개별단위에서 콘텐츠 서비스를 제공하는 형태나 유형이 매우 다양해지고 새로운 제공 방법들이 많이 출현하는 모습을 보임
- 따라서, 장르별 특성과 최근 콘텐츠 서비스 방식에 따른 이용자보호지침 약관 명시에 대한 표준화된 가이드라인 구성이 필요
 - 게임, OTT서비스 등 일부 장르 중 유료결제와 관련한 경우 공정거래위원회 표준약관이나 환불정책 등의 경우 전자상거래법 법률을 따르거나 이에 준하는 기준을 운영해야만 하는 사업체들이 있을 수 있음
 - 이러한 경우 현재 콘텐츠이용자보호지침에서 권고하고 있는 유료결제, 환불, 해지와 관련한 내용과 상충되거나 맞지 않는 사업체들이 확인됨
 - 또한, 다운로드 방식의 콘텐츠 장르들의 경우 불법적인 다운로드나 유통에 쉽게 노출되어 있는 만큼 청약철회 허용 등과 관련한 세부 평가항목에 대한 재검토가 필요한 상황임

나. 개인정보보호법 등 타 법령과의 상충될 수 있는 평가 항목 조정 필요

- 콘텐츠사업자 중 개인정보보호를 위한 ISMS 인증 심사 진행이 필요한 사업체 존재
- ISMS 인증을 거쳐야만 콘텐츠 서비스 제공이 가능한 경우 해당 인증에서 중요하게 다루어지는 개인정보 취급과 관련한 내용이 콘텐츠 이용자보호지침 준수 평가 항목과 상충되는 부분이 존재
 - 콘텐츠 이용자보호지침 준수 평가에서는 청약철회 수단의 방법으로 약관에 전화번호, 이메일 및 팩스 번호를 명시하도록 권고하고 있음
 - 그러나 ISMS의 경우 이러한 청약철회 시 개인정보를 필요로 하게 되고 이 때 개인정보는 보안의 유출 우려가 있으므로 정해진 방식으로만 접수받아야 한다는 규정과 상충되는 것으로 확인됨
- 청약철회의 수단과 방법으로 전화번호, 이메일 및 팩스 번호의 명시가 반드시 개인정보 수집과 연동되는 것은 아니나 일부 사업체에서는 청약철회의 절차에 반드시 개인정보가 포함된다고 인식되는 경우가 있어 해석의 범위가 서로 다를 수 있다고 판단됨
- 따라서, 약관 평가항목 중 해당 사항에 대한 자세한 내용 설명 및 제외 예시 등의 사항을 적시하거나 평가 항목을 서비스, 장르별 등으로 세분화하여 피평가자의 이해도를 높

이고 궁극적으로 콘텐츠사업자의 사업영위 방식과 지침, 평가항목 내용 간 일치도를 가져야 할 필요가 있음

다. 유료 결제 및 과금 방식에 따른 환불/취소/보상에 대한 조항 재검토 필요

- 최근 모바일게임의 경우 플랫폼 수수료 및 인앱결제, 오픈 마켓 결제 시스템 등과 같이 유료 결제 주체가 다른 경우가 있어 해당 콘텐츠 서비스 제공사에는 이러한 약관내용이 정확히 포함되어 있지 않는 경우도 있음
 - 또한, 해외 게임 퍼블리싱사의 경우에도 유료 결제 문제가 발생했을 경우 이용자 보호를 위한 안전장치가 부족한 상황
- 이용자의 관점에서 유료 결제 및 과금에서 발생하는 피해가 콘텐츠 제공방식의 문제뿐만 아니라 서비스 장애, 외부적 요인 등에 대한 금전적 피해가 발생하는 경우를 모두 포함하고 있으며, 별도 분리하여 인식되지 않는 특징을 가짐
- 따라서, 현재 콘텐츠 이용자보호지침에 따라 이용약관에 명시된 유료 환불 및 보상에 대한 내용의 구체적이고 세부적인 조항을 별도로 구성할 필요성이 제기됨
- 최근 콘텐츠 유료 결제 방식이 구독형 방식과 단품 소장용 구매 방식, 기간제 대여방식, 비정기적 아이템 구매 방식 등 여러 다양한 유료 상품들로 구성되어 있으므로 이러한 유료 결제 및 과금 방식의 유형에 따라 약관의 평가 항목과 내용을 다시 검토할 필요성이 있음

라. 해외 콘텐츠의 국내 서비스 과정에서 필요한 필수 지침 마련 필요

- 해외 콘텐츠 서비스의 경우 이용자들의 피해도 많이 발생하지만, 이러한 피해를 입은 이용자를 보호하거나 피해를 줄일 수 있는 근본적인 대책이 부족한 편임
- 특히, 모바일게임 분야 또는 정보서비스 등 프로그래밍 구입 등과 같은 경우 유료 결제 후 콘텐츠에 하자가 생기거나 문제가 발생하였더라도 이용자가 개인적으로 해결하기에 몹시 어려운 상황이며, 해당 콘텐츠를 퍼블리싱하는 사업체에서도 원천 콘텐츠 개발사의 눈치를 봐야만 하는 경우들이 자주 발생함
- 이에 따라 해외 사업자의 국내 콘텐츠 서비스를 진행하기 위해서는 기본적으로 추가되어야 할 최소한의 이용자 보호지침 조항을 명시하여야만 서비스가 가능하도록 하는 필수 지침 마련이 필요할 것으로 판단됨

| 2022년 콘텐츠 이용자 보호 지침 준수 실태 조사 |

부 록

[부록1] 2022년 실태조사 대상 서비스(사업자) 명부 (*순서 : 사업자 명 가나다 순)

1) 출판분야

연번	서비스명	사업자명
1	교보문고	교보문고
2	Sam	교보문고
3	웹소설 노벨피아	노벨피아
4	로망띠고	로망띠고
5	리디북스	리디
6	문피아	문피아
7	밀리의 서재	밀리의 서재
8	북큐브	북큐브네트웍스
9	시멘토 eBook	시멘토
10	Sybook	신영미디어
11	알라딘	알라딘커뮤니케이션즈
12	예스24 eBook	예스24
13	유페이퍼	유페이퍼
14	인터파크 도서	인터파크
15	월라	인플루엔셜
16	미노벨	(주)미툰앤노벨
17	리딩락	(주)아이파프리카
18	이젠북	청어람
19	북나루	컴퍼스미디어
20	파우리넷	휴파스

2) 만화(웹툰) 분야

연번	서비스명	사업자명
1	네이버웹툰	네이버웹툰
2	스폰코믹스	넥스추어 코리아
3	다음웹툰	다음웹툰컴퍼니
4	포켓노블	러브노블
5	레진코믹스	레진엔터테인먼트
6	미스터블루	미스터블루
7	배틀코믹스	배틀엔터테인먼트
8	블라이스	스토리위즈
9	버프툰	엔씨소프트
10	코미코	엔에이치엔
11	만화경	우아한형제들
12	애니툰	(주) 애니툰
13	딜리헵	(주)딜리헵
14	리디	(주)리디
15	케이툰	케이티
16	코미카	코미카엔터테인먼트
17	봄툰	키다리스튜디오
18	탑툰	탑코
19	투믹스	투믹스
20	무툰	핑거스토리

3) 음악 분야

연번	서비스명	사업자명
1	케이비에스 클래식	케이비에스
2	멜론	카카오엔터테인먼트
3	카카오뮤직	카카오엔터테인먼트
4	지니	지니뮤직
5	팟빵	(주)팟빵
6	흐름	(주)나이비
7	썸씽	이멜벤처스
8	유튜브 뮤직	유튜브코리아
9	벨365	엠피언
10	박스	엔에이치엔박스
11	Shopbgm	씨에스비
12	뮤직쉐이크닷컴	싸일런트뮤직밴드
13	소리바다	소리바다
14	오토비지엄	셀바이뮤직
15	삼성뮤직	삼성전자
16	브랜드라디오	브랜드라디오
17	플로	드림어스 컴퍼니
18	네이버뮤직	네이버
19	가방	금영엔터테인먼트
20	TJ노래방	TJ커뮤니케이션

4) 온라인게임 분야

연번	서비스명	사업자명
1	십이지천2	SG데이터
2	라펠즈	갈라랩
3	라그나로크온라인	그라비티
4	피망	네오위즈
5	여신세계	노블게임즈
6	리그오브레전드	라이엇게임즈
7	이터널시티2	몬스터넷
8	풍운협객전	봄게임즈
9	다크에덴	소프톤 엔터테인먼트
10	삼국지W	스냅싱킹
11	로스트아크	스마일게이트
12	테일즈런너	스마일게이트메가포트
13	알에프온라인	씨씨알
14	칼온라인	아이닉스소프트
15	아스텔리아 로얄	아이톡시
16	리니지	엔씨소프트
17	거울전쟁:신성부활	엘엔케이로직코리아
18	이카루스	와이드온라인
19	뮤	웹젠
20	로스트사가	위메이드
21	데카론	유비판
22	카발온라인	이스트게임즈
23	드래곤네스트	이엔피게임즈
24	프리스타일2	조이시티
25	피파온라인4	(주)넥슨코리아
26	파이널판타지14	(주)액토즈소프트
27	천하제일상 거상	(주)에이케이인터랙티브
28	아키에이지	(주)엑스엘게임즈
29	아이온	(주)엔씨소프트
30	블레이드앤소울	(주)엔씨소프트
31	갯앰프트	준인터
32	구룡쟁패	중원게임즈
33	패스 오브 엑자일	카카오게임즈
34	위게임즈	코스모스엔터테인먼트
35	대천신	킹콩소프트
36	나인엔젤	팀퀘스트

연번	서비스명	사업자명
37	검은사막	펼어비스
38	배틀그라운드	펍지 주식회사
39	로한	플레이위드게임즈
40	에이카온라인	한빛소프트

5) 모바일게임 분야

연번	서비스명	사업자명
1	탄탄사천성	넵툰
2	드래곤 플라이트	라인게임즈
3	킹스레이드	베스파
4	서머너즈워	컴투스
5	닌자대전	게임듀오
6	페어리테일 위대한여정	게임팝
7	라그나로크M : 영원한 사랑	그라비티
8	회색도시2	네시삼십삼분
9	피망 포커	네오위즈
10	Online 4 Me EA Sports	넥슨
11	블레이드&소울 레볼루션	넷마블
12	포켓몬 퀘스트	닌텐도
13	쿠키런	데브시스터즈
14	리그오브레전드 와일드리프트	라이엇게임즈
15	머지 택틱스 : 킹덤 디펜스	로드컴플릿
16	위 베어 베어스 더 퍼즐	선데이토즈
17	에픽세븐	스마일게이트 스토브
18	라스트 오리진	스마트조이
19	퍼즐 바블	스코넥엔터테인먼트
20	영웅	썸에이지
21	데카론m	썸에이지
22	포트리스M	씨씨알컨텐츠트리
23	소울테이커	안드로메다게임즈
24	좀비고등학교	어썸피스
25	토이타운	에이블엑스
26	백일몽화	에이트스튜디오
27	한게임 포커	엔에이치엔엔터테인먼트(주)
28	십이지천m	엔토리
29	소울워커 아카데미아	와이제이엠게임즈
30	앨리스픽션	원더플래닛 주식회사
31	뮤오리진3	웹젠
32	미르4	위메이드넥스트
33	쿠쿠스무스 아레나	유니즈소프트
34	푸푸게임	이엔피게임즈
35	리버티레기온	이유게임
36	Order Zero	이키나게임즈

연번	서비스명	사업자명
37	오크 전쟁의서막	이편컴퍼니
38	윈드러너	조이맥스
39	대항해대전	조이시티
40	십만대적검	(주)팡스카이
41	삼국지K	채플린게임
42	오딘 발할라 라이징	카카오 게임즈
43	MLB 퍼펙트 이닝 : Ultimate	컴투스홀딩스
44	포코팡 타운	트리노드
45	킹덤 전쟁의 불씨	파우게임즈
46	검은사막 모바일	펄어비스
47	배틀그라운드 모바일	펍지 주식회사
48	Sunless City : 야경게임	하루엔터테인먼트
49	헌드레드 소울	하운드13
50	드래곤 빌리지	하이브로

6) 영상서비스 분야

연번	서비스명	사업자명
1	티빙	CJ헬로비전
2	시즌	KT시즌
3	모바일B TV	SK브로드밴드
4	곰티비	곰앤컴퍼니
5	쉐어박스	기프트엠
6	네이버 나우	네이버
7	에스파일	뱅크미디어
8	비고 라이브	비고라이브
9	온디스크	비엔씨피
10	세이캐스트	세이캐스트
11	스폰라디오	스폰라디오
12	아프리카티비	아프리카티비
13	온플레이	온플레이
14	파일보고	원피플
15	웨이브	웨이브
16	파일몽	웹트리
17	비플릭스	제타미디어
18	텔레비	케이티스카이라이프
19	쿠팡플레이	쿠팡
20	팟빵	태그스토리
21	트위치	트위치
22	파일마루	펄스위트
23	왓챠	프로그램스
24	메가파일	피플인컴즈
25	팝콘티비	더이앤엠주식회사

7) 이러닝 분야

연번	서비스명	사업자명
1	해커스	(주)챔프스터디
2	큐스터디	권태원큐스터디
3	윙크	단비교육
4	더존이러닝	더존이엔에이치
5	도약닷컴	도약
6	대성마이맥	디지털대성
7	마더텅	마더텅
8	멀티캠퍼스 이러닝	멀티캠퍼스
9	메가스터디	메가스터디교육
10	메가엠디	메가엠디
11	칸다	메스프레소
12	문정아중국어	문정아중국어연구소
13	수박씨	비상교육
14	스픽	스픽이지랩스
15	시원스쿨	시원스쿨
16	아이스크림홈런	아이스크림에듀
17	야나두	야나두
18	와이비엠시사	와이비엠넷
19	지스쿨	와이에스디
20	리딩오션스	웅진컴퍼스
21	잉글리쉬무무	잉글리쉬무무
22	밀크티중학	천재교과서
23	카스파	카스파
24	클래스101	클래스101
25	휴넷	휴넷

8) 정보서비스 분야

연번	서비스명	사업자명
1	쑥쑥닷컴	(주)드림미즈
2	리얼클릭	(주)디엔에이소프트
3	캠퍼스플러스	(주)인투인미디어
4	인터빌	(주)중앙인터빌
5	허브잡	(주)지에스씨넷
6	커리어	(주)커리어넷
7	팩스넷	(주)팩스넷
8	네이버	NHN
9	네이트	SK커뮤니케이션즈
10	씨아이에스	건설정보시스템
11	골프존	골프존
12	드림위즈	드림위즈인터넷
13	오피스365	마이크로소프트
14	문자나라	문자나라
15	천리안	미디어로그
16	세이클럽	박스
17	싸이월드	싸이월드
18	오픈애즈	엔에이치엔에이디
19	예스폼	예스폼
20	이지데이	이지데이
21	비즈폼	인비닷컴
22	플리토	주식회사플리토
23	줌	줌인터넷
24	카카오	카카오
25	코리아닷컴	코리아닷컴커뮤니케이션즈
26	토파스웹사이트	토파스여행정보(주)
27	클럽아트코리아	통로이미지
28	푸름이닷컴	푸름이닷컴
29	프리진	프리진
30	어디가	한국대학교육협의회

[부록2] 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사 근거 법령

○ 콘텐츠산업진흥법 제28조(이용자보호지침의 제정 등)

- 콘텐츠 이용자보호지침의 제정 (1항), 약관의 필수사항 (2항), 이용자에 불리한 약관 내용의 고지 (3항) 및 위반에 대한 조치(4항) 등의 내용을 포함

제28조(이용자보호지침의 제정 등)

① 정부는 콘텐츠의 건전한 거래 및 유통질서 확립과 이용자 보호를 위하여 콘텐츠사업자가 자율적으로 준수할 수 있는 지침(이하 "이용자보호지침"이라 한다)을 관련 분야의 사업자, 기관 및 단체의 의견을 들어 정할 수 있다.

<개정 2013. 3. 23.>

② 콘텐츠사업자는 콘텐츠를 거래할 때 이용자를 보호하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 과오금의 환불, 콘텐츠 이용계약의 해제·해지의 권리, 콘텐츠 결함 등으로 발생하는 이용자의 피해에 대한 보상 등의 내용이 포함된 약관을 마련하여 이용자에게 알려야 한다.

③ 콘텐츠사업자는 그가 사용하는 약관이 이용자보호지침의 내용보다 이용자에게 불리한 경우 이용자보호지침과 다르게 정한 약관의 내용을 이용자가 알기 쉽게 표시하거나 고지하여야 한다.

④ 정부는 콘텐츠 거래에 관한 약관의 견본을 마련하여 콘텐츠사업자에게 그 사용을 권고할 수 있다.

<개정 2013. 3. 23.>

⑤ 콘텐츠사업자가 제2항 또는 제3항을 위반한 경우에 대한 시정권고, 시정조치 및 벌칙에 관하여는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제31조, 제32조, 제40조 및 제44조를 준용한다. 이 경우 "공정거래위원회"는 "문화체육관광부장관"으로 본다. <개정 2018. 12. 24.>

○ 콘텐츠산업진흥법 시행령 제30조(콘텐츠거래약관의 세부내용)

- 과오납금 (1호), 청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해지·해제 (2호), 이용자 피해보상 (3호), 분쟁해결 (4호) 등을 약관의 필수 내용으로 명시

제30조(콘텐츠거래약관의 세부내용) 법 제28조 제2항에 따라 콘텐츠사업자가 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위한 약관을 정하려는 경우에는 다음 각 호의 사항에 관한 세부내용을 포함시켜야 한다.

1. 과오납금(過誤納金)의 환불방법 및 절차
2. 청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해지·해제의 방법과 그 효과
3. 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상의 기준·범위·방법 및 절차
4. 분쟁해결 방법 및 절차
5. 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항

[부록3] 콘텐츠 이용약관 견본

제1장 총 칙

제1조 [목적]

이 약관은 “콘텐츠” 및 이와 관련된 제반서비스의 이용에 있어서 “회사”와 “이용자”의 권리, 의무 및 책임 등에 관한 사항을 규정하는 것을 목적으로 합니다.

제2조 [정의]

이 약관에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같습니다.

1. “회사”라 함은 “콘텐츠”와 관련된 경제활동을 영위하는 자로서 “이용자”에게 “콘텐츠” 및 제반 서비스를 제공하는 자를 말합니다.
2. “이용자”라 함은 이 약관에 따라 “회사”가 제공하는 “콘텐츠” 및 제반서비스를 이용하는 “회원” 및 “비회원”을 말합니다.
3. “회원”이라 함은 “회사”와 이용계약을 체결하고 “아이디(ID)”를 부여받은 “이용자”로서 “회사”가 제공하는 “콘텐츠” 및 제반서비스를 이용할 수 있는 자를 말합니다.
4. “비회원”이라 함은 “회원”이 아니면서 “회사”가 제공하는 “콘텐츠” 및 제반서비스를 이용하는 자를 말합니다.
5. “콘텐츠”라 함은 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지·영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 정보나 자료를 말합니다.
6. “아이디(ID)”라 함은 “회원”의 식별과 “콘텐츠” 및 제반서비스의 이용을 위하여 “회원”이 정하고, “회사”가 승인하는 문자 또는 숫자의 조합을 말합니다.
7. “비밀번호(PASSWORD)”라 함은 “회원”임을 확인하고, 비밀번호를 위해 “회원”에게 부여된 “아이디”와 일치되는 “회원” 자신이 정한 문자 또는 숫자의 조합을 말합니다.
8. “유상포인트”라 함은 “콘텐츠” 또는 제반서비스를 이용 또는 구매함에 있어 대금결제 수단으로 사용할 수 있는 정보로서 “회원”이 “회사” 또는 제3자로부터 유상으로 구입한 것을 말합니다.
9. “무상포인트”라 함은 “콘텐츠” 또는 제반서비스를 이용 또는 구매함에 있어 대금결제 수단으로 사용할 수 있는 정보로서 “회사” 또는 제3자가 무상으로 “회원”에게 지급한 것을 말합니다.

제3조 [회사정보 등의 제공]

① “회사”는 “이용자”가 쉽게 알 수 있도록 다음 각 호의 사항을 사이버몰 초기화면에 게시합니다.

1. 대표자의 성명 및 상호
2. 영업소 소재지 주소(이용자의 불만을 처리할 수 있는 곳의 주소를 포함한다) 및 이메일주소
3. 전화번호, 팩스번호
4. 사업자등록번호, 통신판매업 신고번호
5. 사이트의 이용약관
6. 호스팅서비스를 제공하는 자의 상호

제4조 [약관의 게시 등]

① “회사”는 “이용자”에게 이 약관을 제시하여 동의를 받으며, 사이트의 초기화면에 이 약관을 게시 합니다. 이 경우 제3조 제2항을 준용합니다.

② “회사”는 “이용자”가 동의하기 전에 약관에 정하여져 있는 내용 중 회원자격의 제한 및 상실, 청 약철회, 과오금의 환불, 이용제한, 해제·해지, 이용자에 대한 피해보상 등과 같은 중요한 내용을 이용자가 쉽게 알 수 있도록 굵고 큰 글씨 등으로 처리하거나, “이용자”가 그 내용을 쉽게 알 수 있도록 별도의 연결화면 또는 팝업화면 등을 제공하고 이용자의 동의를 얻도록 합니다.

③ “회사”는 “이용자”가 언제든지 이 약관을 인쇄하거나 다운로드할 수 있는 조치를 취합니다.

④ “회사”는 제1항부터 제3항까지를 위반한 경우 이 약관의 전부 또는 일부를 계약의 내용으로 주장하지 못 합니다.

제5조 [약관의 변경 등]

① “회사”는 「콘텐츠산업진흥법」, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」, 「약관의 규 제에 관한 법률」, 문화체육관광부장관이 정하는 「콘텐츠 이용자보호지침」, 기타 관계법령 또는 상관습에 위배하지 않는 범위에서 이 약관을 변경할 수 있습니다.

② “회사”가 약관을 변경할 경우에는 적용일자 및 변경사유를 명시하여 현행약관과 함께 사이트 초기화면에 그 적용일자 7일(“이용자”에게 불리한 변경 또는 중대한 사항의 변경은 30일) 이전부터 적용일자 이후 상당한 기간동안 공지하고, 기존 “회원”에게는 변경될 약관, 적용일자 및 변경사유(중요내용에 대한 변경인 경우 이에 대한 설명을 포함)를 이메일 또는 문자메시지로 발송합니다.

③ “이용자”가 변경약관의 적용을 거절한 경우 “회사”는 변경 전 약관에 따른 서비스 제공이 기술적, 영업적으로 가능한 때에 변경 전 약관에 따라 서비스를 제공합니다. 다만, 변경전

약관에 따라 서비스를 제공하는 것이 기술적, 영업적으로 곤란한 경우 “회사”는 “이용자”의 손해를 배상하고, 콘텐츠 이용계약을 해지할 수 있습니다.

제6조 [약관의 해석]

이 약관에서 정하지 아니한 사항과 이 약관의 해석에 관하여는 「콘텐츠산업진흥법」, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」, 「약관의 규제에 관한 법률」, 문화체육관광부장관이 정하는 「콘텐츠 이용자보호지침」, 기타 관계법령 및 상관습에 따릅니다.

제2장 회원가입과 탈퇴 및 개인정보보호 등

제7조 [회원가입]

① 회원가입은 “이용자”가 이 약관에 대하여 동의를 하고, 회원가입신청을 한 후 “회사”가 이 신청에 대하여 승낙함으로써 이루어집니다.

② “이용자”는 회원가입신청서에 다음 사항을 기재해야 합니다. 제1호부터 제3호까지의 사항은 필수 사항이며, 그 외의 사항은 선택사항입니다.

1. “이용자”의 성명
2. “아이디”와 “비밀번호”
3. 이메일 주소
4. 기타 “회사”가 필요하다고 인정하는 사항

③ “회사”는 “이용자”의 회원가입신청시 주민등록번호를 제외한 다음 각호의 어느 하나의 방법에 따라 본인 여부를 확인합니다.

1. 공인인증서
2. I-Pin
3. 휴대폰인증
4. 신용카드번호
5. 기타 본인 여부를 확인할 수 있는 방법

④ “회사”는 제1항부터 제3항까지의 “이용자”의 회원가입신청에 대하여 승낙함을 원칙으로 합니다. 다만, “회사”는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 있는 경우 “이용자”의 회원가입신청에 대하여 거절할 수 있습니다.

1. 가입신청자가 이 약관에서 금지하고 있는 행위를 하여 회원자격을 상실한 적이 있는 경우
2. 실명이 아니거나 타인의 명의를 이용한 경우

3. 허위의 정보를 기재하거나, 제2항 제1호부터 제3호까지의 사항을 기재하지 않은 경우
4. “이용자”의 고의 또는 과실로 인하여 승낙이 불가능하거나 기타 회사의 규정을 위반하여 신청한 경우
5. 법령에서 “콘텐츠” 이용등급을 정하고 있고, 이용가능연령에 달하지 않은 “이용자”가 이용신청을 한 경우
- ⑤ “회사”는 서비스 관련 설비의 여유가 없거나 기술상 또는 업무상 문제가 있는 경우에는 가입신청의 승낙을 유보하거나 거절할 수 있습니다.
- ⑥ 제4항 또는 제5항에 따라 회원가입 신청에 대하여 유보하거나 거절한 경우 “회사”는 이를 신청자에게 즉시 알려야 합니다. 다만, “회사”가 고의 또는 과실없이 신청자에게 통지할 수 없는 경우에는 그러하지 않습니다.
- ⑦ 회원가입계약은 “회사”의 승낙이 “이용자”에게 도달한 시점에 성립합니다.

제8조 [만 14세 미만 이용자의 회원가입 등에 관한 특칙]

- ① “회사”는 만 14세 미만의 “이용자”(이하 “아동”이라고 한다)의 회원가입신청에 대한 승낙을 하기 전에 부모 등 법정대리인(이하 “법정대리인”이라고 한다)의 동의를 받습니다. 다만, “법정대리인”의 동의를 받을 수 없는 경우 “아동”의 회원가입신청에 대하여 거절합니다.
- ② “회사”는 회원가입을 신청하는 “아동”에게 “법정대리인”의 동의를 받기 위하여 필요한 “법정대리인”의 성명 등 최소한의 정보를 요구할 수 있습니다.
- ③ “아동”의 “법정대리인”은 “아동”의 개인정보의 열람, 정정, 갱신을 요청하거나 회원가입에 대한 동의를 철회할 수 있으며, 동의를 철회한 경우 “회사”는 지체 없이 수집한 “아동” 및 “법정대리인”의 개인정보를 파기하는 등 필요한 조치를 취합니다.

제9조 [회원정보의 변경]

- ① “회원”은 개인정보관리화면을 통하여 언제든지 자신의 개인정보를 열람하고, 수정할 수 있습니다.
- ② “회원”은 회원가입 신청시 기재한 사항이 변경되었을 경우 직접 수정하거나 이메일, 문자 메시지 또는 기타 방법으로 “회사”에 대하여 그 변경사항을 알려야 합니다.
- ③ “회사”는 제2항에 따라 “회원”으로부터 변경사항을 통지받은 경우 지체없이 이에 따라 개인정보를 변경합니다.
- ④ “회사”가 제3항에 따라 변경하지 않음으로 인하여 발생한 “회원”의 손해에 대하여 배상합니다. 다만, “회사”가 고의 또는 과실 없음을 증명한 경우에는 그러하지 않습니다.
- ⑤ “회사”는 “회원”이 제2항에 따라 수정하지 않거나 이의 변경사항을 “회사”에 알리지 않아 발생한 불이익에 대하여 책임을 지지 않습니다.

제10조 [“회원” 의 “아이디” 및 “비밀번호” 의 관리에 대한 의무]

- ① “회원” 의 “아이디” 와 “비밀번호” 에 관한 관리책임은 “회원” 에게 있으며, 제3자가 이를 이용하도록 하여서는 안 됩니다.
- ② “회원” 은 “아이디” 및 “비밀번호” 가 도용되거나 제3자에 의해 사용되고 있음을 안 경우에는 이를 즉시 “회사” 에 통지하고, “회사” 의 안내에 따라야 합니다.
- ③ 제2항의 경우에 해당 “회원” 이 “회사” 에 그 사실을 통지하지 않거나, 통지한 경우에도 “회사” 의 안내에 따르지 않아 발생한 불이익에 대하여 “회사” 는 책임을 지지 않습니다.

제11조 [“회원” 에 대한 통지]

- ① “회사” 가 “회원” 에게 통지를 하는 경우 “회원” 이 지정한 이메일주소 등으로 합니다.
- ② “회사” 는 “회원” 전체에게 통지를 하는 경우 7일 이상의 기간 동안 “회사” 사이트의 초기화면에 게시하거나 팝업화면 등을 제시함으로써 제1항의 통지에 갈음할 수 있습니다. 다만, 제5조에 따른 약관의 변경 또는 “회원” 본인과 관련된 중요한 사항에 대하여는 제1항에서 정한 통지를 합니다.

제12조 [회원탈퇴 및 자격 상실 등]

- ① “회원” 은 “회사” 에 언제든지 탈퇴를 요청할 수 있으며, “회사” 는 즉시 회원탈퇴를 처리합니다.
- ② “회원” 이 다음 각 호의 사유에 해당하는 경우, “회사” 는 회원자격을 일시적으로 제한 또는 정지시킬 수 있습니다. 이 경우 “회사” 는 “이용자” 에게 해당 사유를 통지합니다.
 1. “회원” 가입 또는 “콘텐츠” 이용 신청 또는 변경시 허위내용의 기재
 2. 타인의 개인정보도용
 3. “회사” 또는 제3자가 게시한 정보의 변경
 4. “회사” 가 금지한 정보(컴퓨터 프로그램 등)의 사용, 송신 또는 게시
 5. “회사” 또는 제3자의 저작권 등 지식재산권에 대한 침해
 6. “회사” 또는 제3자의 명예를 손상시키거나 업무를 방해하는 행위
 7. 외설 또는 폭력적인 말이나 글, 화상, 음향, 기타 공서양속에 반하는 정보를 “회사” 의 사이트에 공개 또는 게시하는 행위
 8. 회사의 기술적 보호조치를 회피 혹은 무력화하는 행위
 9. 제21조 제3항에 따라 대금을 지급하지 않은 행위
 10. 기타 관계 법령에서 금지하는 행위 또는 공서양속에 반하는 행위

③ “회원” 자격이 제한 또는 정지되었던 “회원” 이 제2항 각호에서 금지한 행위를 반복하거나 그 “회 원”에게 시정을 요구하였음에도 불구하고 30일 이내에 그 사유가 시정되지 않은 경우 “회사”는 회원자격을 상실시킬 수 있습니다. 다만, “회원” 자격이 제한 또는 정지된 후 6월이 경과한 경우에는 위반행위의 반복으로 인정하지 않습니다.

④ “회사”가 제3항에 따라 “회원” 자격을 상실시킨 경우 당해 “회원”에게 이의 사실과 사유를 통지합니다. 다만, 당해 “회원”이 이의 통지를 받은 날로부터 30일 이내에 소명하고, 그 내용이 정당한 경우 “회사”는 즉시 “회원”의 자격을 복구합니다.

⑤ “회사”는 “회원”이 탈퇴하거나 회원자격을 상실하는 경우 “회원”의 개인정보를 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 등 관계법령에서 정한 범위와 절차에 따라 파기합니다.

제13조 [개인정보보호]

① “회사”는 제7조 제2항의 신청서기제사항 이외에 “이용자”의 “콘텐츠” 이용에 필요한 최소한의 정 보를 “이용자”의 동의를 얻어 수집할 수 있습니다.

② “회사”가 “이용자”의 개인정보를 이용하려고 수집하는 때에는 다음 각 호의 모든 사항에 대하여 “이용자”에게 알려야 합니다. 다음 각 호의 어느 하나의 사항을 변경하려는 경우에도 이용자에게 통지합니다.

1. 개인정보의 수집·이용목적
2. 수집하는 개인정보의 항목
3. 개인정보의 보유 및 이용기간
4. 개인정보취급방침

5. 개인정보관리책임자의 신원(소속, 성명 및 전화번호 기타 연락처)

③ “회사”는 “이용자”의 개인정보를 제3자에게 제공할 경우 다음 각 호의 사항을 “이용자”에게 알리 고 동의를 받습니다. 다음 각 호의 어느 하나의 사항을 변경하려는 경우에도 “이용자”의 동의를 받습니다.

1. 개인정보를 제공받는 자의 신원(성명(법인인 경우 대표자의 성명을 포함), 주소, 전화번호 등)
2. 제공받는 자의 개인정보 이용목적
3. 제공하는 개인정보의 항목
4. 개인정보를 제공받는 자의 개인정보 보유 및 이용기간

④ “회사”는 “이용자”가 이용신청 등에서 제공한 정보와 제1항에 의하여 수집한 정보를 당해 “이용자”의 동의 없이 목적 외로 이용하거나 제3자에게 제공할 수 없으며, 이를 위반한 경우에 모든 책임은 “회사”가 집니다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그러하지 않습니다.

1. 통계작성, 학술연구 또는 시장조사를 위하여 필요한 경우로서 특정 개인을 식별할 수 없는 형태로 제공하는 경우
 2. “콘텐츠” 이용에 관한 계약을 이행하기 위하여 필요한 개인정보로서 경제적·기술적인 사유로 통상적인 동의를 받는 것이 명확하게 곤란한 경우
 3. “콘텐츠” 제공에 따른 요금정산을 위하여 필요한 경우
 4. 도용방지를 위하여 본인확인에 필요한 경우
 5. 법령에 의한 경우
- ⑤ “이용자”는 언제든지 제1항 또는 제3항의 동의를 철회할 수 있습니다.
- ⑥ “이용자”는 언제든지 “회사”가 가지고 있는 자신에 관한 개인정보, “회사”가 자신의 개인정보를 이용하거나 제3자에게 제공한 현황, “회사”에게 개인정보 수집·이용·제공 등의 동의를 한 현황에 대한 열람이나 제공을 요구할 수 있고 오류가 있는 경우에는 그 정정을 요구할 수 있습니다.
- “회사”는 “이용자”로부터 오류의 정정을 요구받으면 지체없이 그 오류를 정정하거나 정정하지 못 하는 사유를 “이용자”에게 알리는 등 필요한 조치를 하고, 필요한 조치를 할 때까지는 해당 개인 정보를 이용하거나 제공하지 않습니다.
- ⑦ “회사”는 개인정보보호를 위하여 최소한의 관리자를 지정하며, 신용카드, 은행계좌 등을 포함한 “이용자”의 개인정보의 분실, 도난, 유출, 변조 등으로 인한 “이용자”의 손해에 대하여 배상합니다. 다만, “회사”가 고의 또는 과실 없음을 증명한 경우에는 그러하지 않습니다.
- ⑧ “회사” 또는 그로부터 개인정보를 제공받은 자는 “이용자”가 동의한 범위 내에서 개인정보를 사용할 수 있으며, 목적이 달성된 경우에는 당해 개인정보를 지체 없이 파기합니다.
- ⑨ “회사”는 「개인정보보호법」, 「정보통신망이용촉진 및 정보보호에 관한 법률」 등 관계 법령이 정하는 바에 따라 “이용자”의 개인정보를 보호합니다.

제3장 콘텐츠이용계약

제14조 [“콘텐츠” 등에 관한 정보제공 및 이용계약의 성립 등]

- ① “회사”는 “콘텐츠” 이용계약을 체결하기 전에 “이용자”가 “콘텐츠” 등에 관하여 정확하게 이해하고, 실수 또는 착오 없이 거래할 수 있도록 각 호에서 규정한 사항을 제공합니다.
1. “회사”의 대표자의 성명 및 상호
 2. “회사”의 주소, 전화번호(또는 휴대폰번호) 팩스번호 및 이메일주소 등

3. “콘텐츠”의 제작 연월일
4. “콘텐츠” 제작자의 성명(법인인 경우에는 법인의 명칭), 주소 및 전화번호
5. “콘텐츠”의 명칭 및 내용
6. “콘텐츠”의 이용에 있어서 이용제한연령등급이 있는 경우 그 등급
6. “콘텐츠”의 이용기간
8. “콘텐츠”의 가격(가격이 결정되어 있지 아니한 경우에는 그 결정의 구체적인 방법), 지급 방법 및 지급시기
9. “콘텐츠”의 제공 방법 및 시기
10. 청약철회의 행사가능 여부 및 행사의 방법
11. “콘텐츠”의 교환·반품·보증과 그 대금 환불의 조건 및 절차
12. “콘텐츠”이용약관(사이트의 경우 초기화면에 “이용자”가 연결화면을 통하여 약관을 볼 수 있도록 조치할 수 있으며, 출력에 제한이 있는 이동통신단말기 등을 이용하여 거래하는 “회사”는 “이용자”가 약관의 내용을 확인할 수 있는 방법을 화면에 나타나게 할 수 있습니다)
13. “콘텐츠”의 이용에 필요한 최소한의 기술사양에 관한 사항으로 다음 각 목에서 정한 사항. 다만, “콘텐츠”의 특성상 이러한 정보가 불필요한 경우에는 그러하지 않습니다.
 - 가. 컴퓨터 등 정보처리장치의 중앙처리장치(CPU) 속도
 - 나. 운영체제(OS) 등 시스템 소프트웨어(SW) 사양
 - 다. “콘텐츠”이용에 필수적인 소프트웨어(SW)
 - 라. 램(RAM) 용량
 - 마. 하드드라이브 등 콘텐츠 저장장치의 유효용량
 - 바. 화소 등 화면 사양
 - 사. 기타 “콘텐츠”이용에 필수적인 하드웨어 장치
 - 아. 정보통신망 필수 전송속도 및 콘텐츠 전송량
 - 자. 기술적 보호조치(DRM)에 관한 사항
 - 차. 모바일 “콘텐츠”의 경우 모바일 “콘텐츠”의 이용에 적합한 모바일 기기의 종류 등에 관한 정보
14. “이용자”의 피해보상, “콘텐츠”에 대한 불만 및 “이용자”와 “회사” 간 분쟁처리에 관한 사항

15. 정보통신망을 통하여 전송되는 “콘텐츠”의 경우· “이용자”가 신용카드로 결제하는 경우· 대금 이 5만원 이하인 경우 또는 분할하여 “콘텐츠”를 제공하는 경우를 제외하고, “이용자”가 “콘텐츠”를 제공받기 전에 대금을 지급하는 경우 결제대금예치의 이용을 선택할 수 있다는 사항
 16. “콘텐츠”의 가격 이외에 교환·반품비용 등 “이용자”가 추가로 부담하여야 할 사항이 있는 경우 그 내용 및 금액
 17. 거래일시·거래지역·거래수량·인도지역 등 거래조건과 관련하여 제한이 있는 경우 그 내용
 18. 기타 “콘텐츠”이용계약의 체결과 관련하여 필요한 사항
- ② “회사”는 “이용자”는 “콘텐츠”이용계약에 대한 신청을 완료하기 전에 그 내용을 확인 및 정정할 수 있는 절차를 제공합니다.
 - ③ “회사”는 “이용자”의 이용신청이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 이용신청에 대하여 거절하거나 승낙을 유보할 수 있습니다. 다만, “회사”는 제1호부터 제3호까지에 해당하는 “이용자”의 이용신청에 대하여 거절합니다.
 1. 실명이 아니거나 타인의 명의를 이용한 경우
 2. 허위의 정보를 기재하거나, “회사”가 제시하는 내용을 기재하지 않은 경우
 3. 이용제한연령등급이 있는 “콘텐츠”에 대하여 해당 연령에 달하지 못한 “이용자”가 이용신청을 한 경우
 4. 서비스 관련 설비의 여유가 없거나, 기술상 또는 업무상 문제가 있는 경우
 - ④ “회사”의 승낙이 “이용자”에게 도달한 시점에 “콘텐츠”이용계약은 성립합니다.
 - ⑤ “회사”는 “이용자”의 “콘텐츠”이용계약에 관한 신청에 대하여 승낙한 경우 지체없이 제1항 각 호의 사항이 모두 기재된 계약서 1부를 교부합니다.

제15조 [미성년 “이용자”의 “콘텐츠”이용계약의 취소 등]

- ① “회사”는 만 19세 미만의 미성년 “이용자”가 유료 “콘텐츠”를 이용하고자 하는 경우에 “법정대리인”이 그 계약에 대하여 동의하지 않거나, 계약체결 후 추인을 하지 않으면 미성년 “이용자” 본인 또는 “법정대리인”이 그 계약을 취소할 수 있다는 내용을 계약체결 전에 고지합니다. 다만, 민법 등에 따라 미성년 “이용자”가 단독으로 계약을 체결할 수 있는 경우에는 그러하지 않습니다.
- ② 미성년 “이용자”가 유료 “콘텐츠”를 이용하고자 신청할 때 결제대금의 합산액이 “회사”에서 정하는 월별 일정금액을 초과하는 경우에는 반드시 “법정대리인”의 동의를 받습니다.
- ③ “회사”는 미성년 “이용자”가 “회원”가입시 제2항에서 규정하고 있는 월별 일정금액을 고지합니다.

제16조 [수신확인통지·이용신청 변경 및 취소]

- ① “회사”는 “이용자”의 “콘텐츠”에 대한 이용신청이 있는 경우 “이용자”에게 수신여부와 “콘텐츠”의 제공 가능여부에 대하여 통지를 합니다.
- ② 제1항에 따른 수신확인통지를 받은 “이용자”는 의사표시의 불일치 등이 있는 경우에는 즉시 “콘텐츠” 이용신청의 정정 또는 취소를 요청할 수 있고, “회사”는 서비스제공 전에 “이용자”의 요청이 있는 경우에는 지체 없이 그 요청에 따라 이용신청을 정정하거나 취소합니다.
- ③ 제2항에 따라 “이용자”가 “콘텐츠” 이용신청을 정정하거나 취소한 경우 “회사”는 지급받은 대금을 제22조 또는 제31조에서 정하고 있는 절차에 따라 “이용자”에게 환급합니다.

제17조 [무료 “콘텐츠” 이용계약의 유료 전환시 “이용자”의 동의]

- ① “회사”는 “이용자”에게 무료로 일정기간 동안 “콘텐츠”를 이용하게 할 수 있습니다.
- ② “회사”는 무료이용기간이 종료하기 3영업일 전에 유료서비스로의 전환에 대하여 “이용자”에게 통지하고, “이용자”의 동의를 받습니다.
- ③ “이용자”가 제2항에 따라 동의하지 않은 경우 무료이용기간의 종료와 동시에 “콘텐츠” 이용계약은 종료합니다.

제18조 [“콘텐츠” 이용계약의 갱신을 위한 “이용자”의 동의]

- ① “회사”는 “콘텐츠” 이용계약기간이 끝나기 1주일 전부터 3일전까지 “이용자”에게 “콘텐츠” 이용계약의 종료사실을 알리고, 이의 연장 여부에 대한 “이용자”의 의사를 확인합니다. 다만, “콘텐츠” 이용계약기간의 단위가 1년 이상인 경우 통지기간은 계약기간이 끝나기 1개월 전부터 1주일 전까지로 합니다.
- ② “이용자”가 제1항의 기간 내에 거절하거나 의사를 표시하지 않은 경우 “콘텐츠” 이용계약은 계약기간의 만료로 종료합니다.

제19조 [대금지급방법]

- ① “이용자”는 “콘텐츠”의 이용에 대한 대금을 다음 각 호의 방법 중 “회사”가 정하는 방법으로 지급합니다. “회사”는 “이용자”가 쉽게 대금을 지급할 수 있도록 2가지 이상의 대금지급방법을 인정합니다.
1. 폰뱅킹, 인터넷뱅킹 등의 각종 계좌이체
 2. 선불카드, 직불카드, 신용카드 등의 각종 카드결제
 3. 온라인무통장입금
 4. “회사”가 발행 또는 인정한 “유상포인트” 또는 “무상포인트”에 의한 결제

5. “회사”가 발행 또는 인정한 상품권에 의한 결제

6. 전화 또는 휴대전화를 이용한 결제

7. 기타 전자적 지급방법에 의한 대금지급 등

② “이용자”는 “회사”에서 제공하는 콘텐츠 또는 제반서비스 중 일부에 대한 대금을 제1항에서 정한 방법 중 “유상포인트”로만 지급하게 할 수 있습니다. 이 경우 “회사”는 이에 관한 내용을 해당 콘텐츠 또는 제반서비스의 이용신청화면에서 표시합니다.

③ “회사”는 “이용자”가 선택한 대금지급방법에 대하여 어떠한 명목의 수수료를 추가하여 징수하지 않습니다.

제20조 [대금 자동결제시 “이용자”에 대한 사전고지]

“콘텐츠”이용기간이 2개월 이상이며, 이용자가 매월 일정 시기에 이용자 등의 은행계좌 또는 신용카드 등을 통하여 자동적으로 대금을 결제하기로 한 경우 “회사”는 결제가 이루어지기 전에 다음의 각 호에서 정한 사항을 “이용자”에게 이메일 또는 문자메시지 등으로 고지합니다.

1. 결제금액

2. 결제시기

3. 결제방법(신용카드, 은행계좌에서의 자동이체, 휴대폰결제 등)

제21조 [유료서비스의 이용]

① “회사”가 “이용자”에게 제공하는 “콘텐츠” 또는 제반서비스는 무료와 유료로 구분됩니다.

② “회사”는 “콘텐츠”이용계약의 첫 화면에 “콘텐츠”이용의 유료 또는 무료에 대하여 “이용자”가 알기 쉽게 표시합니다.

③ “이용자”가 유료 “콘텐츠” 또는 제반서비스를 이용하고자 하는 경우 이용신청 중 또는 이용신청과 동시에 대금을 지급합니다.

제22조 [과요금]

① “회사”는 과요금이 발생한 경우 이용대금의 결제와 동일한 방법으로 과요금 전액을 환급합니다. 다만, 동일한 방법으로 환급이 불가능할 때는 이를 사전에 고지하고, “이용자”의 선택에 따라 과요금을 환급합니다.

② “회사”의 책임 있는 사유로 과요금이 발생한 경우 “회사”는 계약비용, 수수료 등에 관계없이 과요금 전액을 환급합니다. 다만, “이용자”의 책임 있는 사유로 과요금이 발생한 경우, 과요금의 환급에 소요되는 비용은 합리적인 범위 내에서 “이용자”가 부담합니다.

- ③ “회사”는 “이용자”가 주장하는 과오금에 대해 환급을 거절할 경우에 정당하게 이용대금이 부과되었음을 입증합니다.
- ④ “회사”는 과오금에 대하여 제1항부터 제3항까지에서 정하고 있는 사항 이외의 것에 대해서는 콘텐츠이용자보호지침에 따라 환급처리합니다.

제23조 [“회사”의 의무]

- ① “회사”는 법령과 이 약관이 정하는 권리의 행사와 의무의 이행을 신의에 좇아 성실히 합니다.
- ② “회사”는 “이용자”가 안전하게 “콘텐츠”를 이용할 수 있도록 개인정보(신용정보 포함)보호를 위한 보안시스템을 갖추어야 하며, 개인정보보호정책을 공시하고, 준수합니다.
- ③ “회사”는 “이용자”가 “콘텐츠” 이용 및 그 대금결제내역을 언제든지 확인할 수 있도록 조치합니다.
- ④ “회사”는 “콘텐츠” 또는 제반서비스의 이용과 관련하여 “이용자”로부터 제기된 의견이나 불만이 정당하다고 인정할 경우에는 이를 지체없이 처리하며, 게시판을 활용하거나 전자우편 등을 통하여 그 처리과정 및 결과를 “이용자”에게 통지합니다.
- ⑤ “회사”는 이 약관에서 정한 의무를 위반함으로써 “이용자”에게 입힌 손해를 배상합니다. 다만, “회사”가 고의 또는 과실 없음을 증명한 경우에는 그러하지 않습니다.

제24조 [“이용자”의 의무]

- ① “이용자”는 제12조 제2항 각호에서 정한 행위를 하여서는 안 됩니다.
- ② “이용자”는 이 약관의 규정, 이용안내 및 “회사”가 “콘텐츠” 이용과 관련하여 공지한 주의사항 또는 고지사항 등을 준수하여야 합니다.

제25조 [“콘텐츠”의 제공 및 중단]

- ① “회사”는 “콘텐츠” 이용계약에 따라 “이용자”가 “콘텐츠”를 이용할 수 있도록 연중무휴, 1일 24시간 동안 필요한 서비스를 제공하는 것을 원칙으로 합니다.
- ② “회사”는 “콘텐츠”를 일정 영역으로 나누어 각 영역별로 이용 가능시간을 별도로 정할 수 있으며, 이 경우 사전에 공지를 통해 “이용자”에게 그 사실을 알립니다.
- ③ “회사”는 컴퓨터 등 정보통신설비의 보수점검, 교체 및 고장, 통신두절 또는 운영상 상당한 이유가 있는 경우 “콘텐츠”의 이용을 일시적으로 중단할 수 있습니다. 이 경우 “회사”는 제11조에서 정한 방법으로 “이용자”에게 통지합니다. 다만, “회사”가 사전에 통지할 수 없는 부득이한 사유가 있는 경우 사후에 통지할 수 있습니다.
- ④ “회사”는 “콘텐츠”의 이용이 일시적으로 중단됨으로 인하여 “이용자”가 입은 손해에 대하여 배상 또는 보상합니다. 다만, “회사”가 고의 또는 과실 없음을 증명한 경우에는 그러

하지 않습니다.

⑤ “회사”는 “콘텐츠”의 이용에 필요한 경우 정기점검을 실시할 수 있으며, 정기점검을 실시하기 24 시간 이전에 제11조에서 정한 방법으로 이용자에게 통지합니다. 이 경우 정기점검시간은 제11조에서 정한 방법에 따라 통지한 시간으로 합니다.

⑥ 사업종목의 전환, 사업의 포기, 업체 간의 통합 등의 이유로 “콘텐츠”를 제공할 수 없게 되는 경우에 “회사”는 제11조에서 정한 방법으로 “이용자”에게 통지하고, “회사”가 정한 바에 따라 “이용자”에게 보상합니다. 다만, “회사”가 보상기준 등을 고지하지 아니하거나, 고지한 보상기준이 적절하지 않은 경우에는 「콘텐츠이용자보호지침」에 따라 “이용자”에게 보상합니다.

제26조 [“콘텐츠” 이용조건 등의 변경]

① “회사”는 상당한 이유가 있는 경우에 운영상, 기술상의 필요에 따라 제공하고 있는 “콘텐츠” 이용 조건 등을 변경할 수 있습니다.

② “회사”는 “콘텐츠”의 내용, 이용방법, 이용시간 등을 변경할 경우에 변경사유, 변경될 “콘텐츠”의 내용 및 제공일자 등을 그 변경 전 7일(중대하거나 이용자에게 불리한 경우는 30일) 이상 사이트의 초기화면 또는 해당 “콘텐츠” 이용초기화면에 게시합니다.

③ 제2항의 경우에 변경될 내용이 중대하거나 “이용자”에게 불리한 경우에 “회사”는 해당 “콘텐츠”를 이용하는 “이용자”에게 제11조에서 정한 방법으로 통지하고, 동의를 받습니다. 이때, “회사”는 동의를 거절한 “이용자”에 대하여는 변경전 “콘텐츠”를 제공합니다. 다만, 동일한 “콘텐츠”의 제공이 불가능할 경우 “회사” 또는 “이용자”는 계약을 해지할 수 있습니다.

④ “회사”는 제1항에 의한 “콘텐츠” 이용조건 등의 변경 및 제3항에 의한 계약의 해지로 인하여 “이용자”가 입은 손해에 대하여 배상합니다. 다만, “회사”가 고의 또는 과실 없음을 증명한 경우에는 그러하지 않습니다.

제27조 [정보의 제공 및 광고의 전송]

① “회사”는 “이용자”가 “콘텐츠” 이용과 관련하여 필요한 정보를 공지사항이나 이메일 등의 방법으로 “이용자”에게 제공할 수 있습니다. 다만, “이용자”는 언제든지 이메일 등을 통하여 수신을 거절할 수 있습니다.

② “회사”는 “콘텐츠” 제공과 관련하여 “콘텐츠” 이용초기화면, 홈페이지, 이메일 등에 광고를 게재할 수 있습니다. 다만, 광고가 게재된 이메일 등을 수신한 “이용자”는 언제든지 이메일 등을 통하여 “회사”에게 수신거절을 할 수 있습니다.

③ “회사”는 제1항 또는 제2항 단서에 따라 “이용자”가 수신을 거절한 경우 정보 또는 광고를 “이용자”의 이메일주소 등으로 전송하지 않습니다. 다만, 제5조 제2항, 제11조, 제12조 제4항, 제13조 제2항, 제3항, 제6항, 제14조 제4항, 제5항, 제15조 제3항, 제16조 제1항, 제17조 제2항, 제18조 제1항, 제20조, 제22조 제1항, 제23조 제4항, 제25조 제2항, 제3항·제5항·제6

항, 제26조 제3항, 제28조 제2항, 제30조 제6항, 제31조 제7항, 제34조 제3항, 제38조 제5항, 제39조 제2항, 제40조 제2항 및 기타 “이용자”의 “콘텐츠” 이용과 관련하여 불가피한 경우 “회사”는 제1항 단서에 따른 수신거절 에도 불구하고 “이용자”의 이메일주소로 관련 정보를 전송할 수 있습니다.

④ “회사”가 제2항의 광고를 전화 및 팩스로 “이용자”에게 전송하기 위하여는 “이용자”의 사전 동의를 받습니다.

제28조 [게시물의 삭제]

① “회사”는 게시판에 「정보통신망이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」을 위반한 청소년유해매 체물이 게시되어 있는 경우에는 이를 지체없이 삭제합니다. 다만, 19세 이상의 “이용자”만 이용할 수 있는 게시판은 예외로 합니다.

② “회사”가 운영하는 게시판 등에 게시된 정보로 인하여 법률상 이익이 침해된 자는 “회사”에게 당해 정보의 삭제 또는 반박내용의 게재를 요청할 수 있습니다. 이 경우 “회사”는 지체없이 필요한 조치를 취하고, 이를 즉시 신청인에게 통지합니다.

제29조 [저작권 등의 귀속]

① “회사”가 제작하거나 소유한 “콘텐츠”에 대한 저작권 기타 지식재산권은 “회사”에 귀속합니다.

② “이용자”가 온라인서비스를 이용하면서 독자적으로 생성한 콘텐츠에 대하여는 “이용자”가 저작권 등의 권리를 가집니다. “회사”는 “이용자”의 저작물을 사용하고자 하는 경우 당해 “이용자”의 허 락을 받습니다.

③ “이용자”는 “회사”가 제공하는 “콘텐츠”를 이용함으로써 얻은 정보 중 “회사”또는 제공업체에 지식재산권이 귀속된 정보를 “회사”또는 제공업체의 사전승낙 없이 복제, 전송, 출판, 배포, 방송 기타 방법으로 이용하거나 제3자에게 이용하게 하여서는 안 됩니다. 다만, 「저작권법」 및 「콘텐츠산업진흥법」 등에서 이를 허용한 경우에는 그러하지 않습니다.

제4장 콘텐츠이용 계약에서의 청약철회, 계약해제·해지 등

제30조 [“이용자”의 청약철회]

① “회사”와 “콘텐츠” 이용 계약을 체결한 “이용자”는 다음 각 호에서 정한 기간내에 청약을 철회할 수 있습니다. 다만, “회사”가 이 보다 더 장기의 기간을 “이용자”에게 부여한 경우에 “이용자”는 그 기간내에 청약을 철회할 수 있습니다.

1. 제14조 제5항의 규정에 따른 계약서를 받은 날로부터 7일. 다만, 계약서를 받은 때보다 “콘텐츠”의 공급이 늦게 이루어진 경우에는 “콘텐츠”를 공급받거나 “콘텐츠”의 공급이 시작된 날부터 7일

2. 제14조 제5항에 따른 계약서가 “이용자”에게 교부되지 않은 경우, “회사”의 주소 등이 기재되지 않은 계약서를 교부받은 경우 또는 “회사”의 주소 변경 등의 사유로 제1호의 기간 이내에 청약 철회를 할 수 없는 경우에는 그 주소를 안 날 또는 알 수 있었던 날로부터 7일

② 제1항의 청약철회권은 다음 각 호의 어느 하나에 해당할 경우 행사할 수 없습니다. 다만, “회사”는 제2호부터 제4호까지에 대하여 “이용자”의 청약철회권을 배제하기 위하여 【청약철회를 할 수 없다】는 사실을 콘텐츠 또는 그 포장 기타 “이용자”가 쉽게 알 수 있는 곳에 표시하거나 시용상품을 제공하거나 콘텐츠의 한시적 또는 일부 이용이 가능하게 하는 등의 방법으로 청약철회 권의 행사가 방해받지 아니하도록 조치를 취합니다.

1. “콘텐츠”의 내용을 확인하기 위하여 포장 등을 훼손한 경우를 제외하고, “이용자”의 책임 있는 사유로 “콘텐츠”가 멸실 또는 훼손된 경우

2. “이용자”의 사용 또는 일부 소비에 의하여 “콘텐츠”의 가치가 현저히 감소한 경우

3. 시간의 경과에 의하여 재판매가 곤란할 정도로 “콘텐츠”의 가치가 현저히 감소한 경우

4. 복제가 가능한 “콘텐츠”의 포장을 훼손한 경우

5. “이용자”의 주문에 의하여 “콘텐츠”가 개별적으로 생산되는 경우 등 청약철회를 인정하면 “회사”에 회복할 수 없는 중대한 피해가 예상되는 경우로서 사전에 당해 거래에 대하여 별도로 그 사실을 고지하고 “이용자”의 서면(전자문서를 포함한다)에 의한 동의를 얻은 경우

③ 제1항 및 제2항에도 불구하고 “이용자”는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 있을 때에는 당해 “콘텐츠”를 이용할 수 있는 날로부터 3월 이내 또는 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내에 “콘텐츠”이용계약에 대한 청약을 철회할 수 있습니다.

1. 표시·광고된 내용과 다른 “콘텐츠”가 제공된 경우

2. 계약내용과 다르게 이행된 경우

④ “이용자”는 제1항 또는 제3항의 규정에 의한 청약의 철회를 전화, 문자메시지, 이메일, 팩스 등으로 할 수 있습니다.

⑤ “이용자”가 제1항 또는 제3항의 규정에 의한 청약철회권을 서면(전자문서 포함)으로 행사하는 경우 그 의사표시가 기재된 서면을 발송한 날에 그 효력이 발생합니다.

⑥ “회사”는 청약철회의 의사표시를 수신한 후 지체 없이 이의 수신사실을 “이용자”에게 회신합니다.

제31조 [청약철회의 효과]

- ① 제30조 제1항 또는 제3항에 따라 청약을 철회한 “이용자”는 “회사”로부터 제공받은 “콘텐츠”를 반환하며, 디지털 “콘텐츠”와 같이 반환하더라도 동일한 “콘텐츠”가 “이용자”에게 남아있는 경우에는 이를 삭제합니다.
- ② “콘텐츠”의 반환에 따른 비용은 제30조 제1항의 청약철회의 경우 “이용자”가 부담하며, 제30조 제3항의 청약철회의 경우 “회사”가 부담합니다.
- ③ “회사”는 “콘텐츠”를 반환받은 날로부터 3영업일 이내에 대금의 결제와 동일한 방법으로 대금을 환급하며, 동일한 방법으로 환급이 불가능할 때에는 이용자가 원하는 방법으로 환급합니다. 다만, 다운로드한 온라인 “콘텐츠” 또는 스트리밍 방식의 온라인 “콘텐츠”의 경우 “회사”는 “이용자”의 청약철회의 의사표시를 받은 날로부터 3영업일 이내에 대금을 환급합니다.
- ④ “회사”가 “이용자”에게 대금의 환급을 지연한 때에는 그 지연기간에 대하여 연 20%의 지연이자율을 곱하여 산정한 지연이자(이하 “지연배상금”이라고 한다)를 지급합니다.
- ⑤ “회사”가 제3항에 따라 환급할 경우에 “이용자”가 “콘텐츠”의 이용으로부터 얻은 이익에 해당하는 금액을 공제하고 환급할 수 있습니다.
- ⑥ “회사”는 제3항 또는 제5항에 따라 대금을 환급함에 있어서 “이용자”가 신용카드 등의 결제수단으로 콘텐츠의 대금을 지급한 때에는 지체 없이 당해 결제수단을 제공한 신용카드사 등으로 하여금 그 대금의 청구를 정지 또는 취소하도록 요청합니다.
- ⑦ “회사”가 이미 신용카드사 등으로부터 대금을 지급받은 경우 지체 없이 신용카드사 등에게 환급하고, 이의 사실을 “이용자”에게 통지합니다.
- ⑧ 제7항에 따른 대금환급의 지연으로 “이용자”가 신용카드사 등에게 대금을 지급한 경우 “회사”는 그 지연기간에 대하여 “이용자”에게 지연배상금을 지급합니다.
- ⑨ “회사”, “콘텐츠” 이용계약에서 대금을 지급받은 자 또는 “이용자”와 “콘텐츠” 이용계약을 체결한 자가 동일인이 아닌 경우에 각자는 “이용자”의 청약철회권의 행사로 인한 대금환급과 관련한 의무의 이행에 있어서 연대하여 책임을 집니다.
- ⑩ “회사”는 “이용자”에게 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상을 청구하지 않습니다.

제32조 [“이용자”의 계약해제해지]

- ① “이용자”는 다음 각 호의 하나의 사유가 있는 경우 “콘텐츠” 이용계약을 해제 또는 해지할 수 있습니다.
 1. “콘텐츠”가 제공시기까지 제공되지 않은 경우
 2. 하자있는 “콘텐츠”의 제공으로 인하여 “이용자”가 이용목적 달성을 할 수 없는 경우
 3. 1개월 동안 콘텐츠의 이용 중지·장애발생 누적시간이 72시간을 초과한 경우

4. 제5조 제6항에 따라 변경약관을 거절하거나 동의한 것으로 간주되는 경우

5. 제26조 제2항에 따라 “콘텐츠” 이용조건 등의 변경사유 등을 게시하지 않거나 제26조 제3항에 따라 “이용자”가 거절한 경우

② “콘텐츠” 이용계약기간이 1개월 이상이며, “이용자”가 「방문판매 등에 관한 법률」 제2조 제10호에 해당하는 소비자인 경우 “이용자”는 언제든지 “콘텐츠” 이용계약을 해지할 수 있습니다.

③ “이용자”가 제1항 제1호 또는 제2호의 사유로 “콘텐츠” 이용계약을 해제 또는 해지하기 위하여는 상당한 기간을 정하여 “회사”에 대하여 “콘텐츠”의 이용을 가능하게 하거나 하자없는 “콘텐츠”를 제공할 것을 요구하여야 합니다. 다만, “이용자”가 당해 제공시기에 “콘텐츠”를 제공받지 아니하면 그 계약의 목적을 달성할 수 없는 경우 또는 “회사”가 사전에 “콘텐츠”를 제공하지 않을 것을 명시한 경우에는 그러하지 않습니다.

제33조 [“이용자”의 계약해제·해지의 효과]

① “이용자”가 제32조 제1항 또는 제3항에 따라 “콘텐츠” 이용계약을 해제한 경우 “이용자”는 반환이 가능한 “콘텐츠”를 반환하며, “회사”는 “이용자”에게 대금을 환급합니다. 다만, “이용자”가 “콘텐츠”를 이용한 경우 이용기간 동안의 이용요금을 공제한 나머지 금액을 환급하며, “회사”는 “이용자”로부터 대금을 받은 날로부터 이자를 더하여 반환합니다.

② “이용자”가 제32조 제1항 또는 제3항에 따라 “콘텐츠” 이용계약을 해지한 경우 “회사”는 “이용자”의 미사용기간 또는 미사용회수에 상응하는 대금을 “이용자”에게 환급합니다.

③ “이용자”가 제32조 제1항 또는 제3항에 따라 “콘텐츠” 이용계약을 해제 또는 해지한 경우 “회사”에 대하여 손해배상을 청구할 수 있습니다. 다만, “회사”가 고의 또는 과실 없음을 증명한 경우에는 그러하지 않습니다.

④ “이용자”가 제32조 제2항에 따라 “콘텐츠” 이용계약을 해지한 경우 “회사”는 전체 이용대금의 10%의 범위 내에서 “이용자”와 합의한 손해배상금과 해지시까지의 이용료를 제외한 나머지 금액을 환급합니다(“회사”의 책임있는 사유로 인하여 콘텐츠 이용계약을 해지한 경우 “회사”가 “이용자”에게 환급하여야 할 금액은 전체대금에서 기 이용일수 또는 이용회차에 해당하는 금액을 공제한 잔여대금과 그 잔여대금의 10%이내의 손해배상금을 더한 금액으로 합니다).

⑤ 제1항부터 제4항까지에서 정하는 사항 이외에는 「콘텐츠이용자보호지침」에 따라 처리합니다.

제34조 [회사의 계약해제·해지 및 이용제한]

① “회사”는 “이용자”가 제12조 제2항 각호에서 정한 행위를 하였을 경우 사전통지 후 기간을 정하여 “콘텐츠”의 이용을 제한할 수 있습니다.

② “회사”는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 “콘텐츠” 이용계약을 해제 또는 해지할 수 있습니다.

1. 제1항에 따라 “콘텐츠”의 이용이 제한되었던 “이용자”가 제12조 제2항 각호에서 정한 행위를 한 경우. 다만, 이용제한이 된 시점이 6월을 경과한 경우에는 그러하지 않습니다.

2. “회사”가 제12조 제2항 각호에서 정한 행위를 한 “이용자”에게 시정을 요구하였음에도 불구하고 고, 30일 이내에 그 사유가 시정되지 않은 경우

③ 제2항의 해제·해지는 제11조 제1항에서 정하고 있는 방법에 따라 “이용자”에게 그 의사 표시가 도달한 때에 효력이 발생합니다.

④ “이용자”는 “회사”의 해제·해지 및 이용제한에 대하여 이의신청을 할 수 있습니다. “이용자”의 이의신청이 정당한 경우 “회사”는 즉시 “이용자”가 “콘텐츠”를 이용할 수 있도록 필요한 조치를 취합니다.

제35조 [회사의 계약해제·해지의 효과]

① “회사”가 제34조 제2항에 따라 “콘텐츠” 이용계약을 해제한 경우 “이용자”는 반환이 가능한 “콘텐츠”를 반환하며, “회사”는 “이용자”에게 대금을 환급합니다. 다만, “이용자”가 “콘텐츠”를 이용 한 경우 그 사용에 따라 얻은 이익을 반환해야 하며, “회사”는 대금을 받은 날로부터 그 대금에 이자를 더하여 이용자에게 반환하되 “이용자”의 사용에 따라 얻은 이익과 상계할 수 있습니다.

② “회사”가 제34조 제2항에 따라 “콘텐츠” 이용계약을 해지한 경우 “회사”는 “이용자”의 미사용기간 또는 미사용횟수에 상응하는 대금을 “이용자”에게 환급합니다.

③ “회사”가 제34조 제2항에 따라 “콘텐츠” 이용계약을 해제 또는 해지한 경우 “회사”는 “이용자”에게 손해배상을 청구할 수 있습니다. 다만, “이용자”가 고의 또는 과실 없음을 증명한 경우에는 그러하지 않습니다. 계약의 해지 또는 대금의 환급에 관하여 “이용자”의 책임이 있는지 여부, 계약이 체결된 사실 및 그 시기, 콘텐츠의 공급사실 및 그 시기에 관하여 다툼이 있는 경우 “회사”가 이를 입증하여야 합니다.

④ “회사”가 제3항에 따라 “이용자”에게 청구할 수 있는 손해배상금은 실제 발생한 손해액을 초과할 수 없습니다.

⑤ 제1항부터 제4항에서 정하는 사항 이외에는 「콘텐츠이용자보호지침」에 따라 처리합니다.

제5장 피해보상 및 분쟁해결

제36조 [“콘텐츠”의 하자 등에 의한 이용자의 손해에 대한 배상]

① “회사”는 “콘텐츠”의 하자, 이용중지 또는 장애 등에 의하여 발생한 “이용자”의 손해

에 대하여 보 상 또는 배상합니다.

② 제1항에 따른 손해배상 등의 방법 및 절차는 「콘텐츠이용자보호지침」에 따라 처리합니다.

제37조 [면책사유]

① “회사”는 천재지변 또는 이에 준하는 불가항력으로 인하여 “콘텐츠”를 제공할 수 없는 경우에 “이용자”에게 발생한 손해에 대하여 책임을 지지 않습니다.

② “회사”는 “이용자”의 책임있는 사유로 인한 “콘텐츠” 이용 장애에 대하여 책임을 지지 않습니다.

③ “회사”는 “이용자” 또는 제3자가 게시판에 게재한 정보, 자료, 사실의 신뢰도, 정확성 등의 내용에 대하여 책임을 지지 않습니다.

④ “회사”는 “이용자” 상호간 또는 “이용자”와 제3자 간에 “콘텐츠”를 매개로 하여 발생한 분쟁 등 에 대하여 책임을 지지 않습니다.

제38조 [“유상포인트”]

① “회사”는 “유상포인트”에 관하여 다음 각 호에서 정한 사항을 “이용자”가 알기 쉽게 별도로 명시 하고, 동의를 받습니다.

1. 발행자 성명, 주된 사무소 주소, 전화번호, 이메일주소, 자본금 규모 및 자기자본 현황 등

2. 소비자피해보상보험계약등의 체결사실 및 계약의 내용(채무지급보증범위를 포함한다)과 그 확인 에 필요한 사항

3. 남은 “유상포인트”의 환급에 관한 사항으로써 다음 각목에서 정하고 있는 사항

가. 남은 “유상포인트”의 환급의 기준

나. 남은 “유상포인트”의 환급시 공제할 수 있는 비용액 다. 기타 남은 “유상포인트”의 환급에 필요한 사항

4. “유상포인트”를 사용할 수 있는 사이트의 현황

5. “유상포인트” 사용상 제한 및 주의사항

6. 그 밖에 이용자가 “유상포인트”를 사용함에 있어서 필요하다고 인정되는 사항

② “회사”는 “유상포인트”의 적립요류 및 전부 또는 일부의 삭제 등에 대한 “회원”의 이의신청에 대 하여 그 내용을 확인한 후 “회원”의 이의신청이 정당한 경우 지체없이 적립 또는 복구합니다.

③ “회사”는 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 제1항 제3호를 적용하지 아니하고, 남은 “유상포인트” 전부에 대하여 이용자에게 환급합니다.

1. 천재지변 등의 사유로 “회사”가 30일 이상 “콘텐츠”를 제공하기 곤란하여 “이용자”가 “유상포인트”를 사용하지 못하게 된 경우
2. “유상포인트”의 결함으로 “회사”가 “콘텐츠”를 제공하지 못하는 경우
3. “이용자”가 제30조에 따라 청약을 철회한 경우
4. “회사”의 이 약관 또는 관련법령에서 정한 의무를 이행하지 않아 “이용자”가 탈퇴하거나 제32조에 따라 “콘텐츠”이용계약을 해제 또는 해지한 경우. 다만, 제32조 제2항에 따라 “콘텐츠”이용계약을 해제 또는 해지한 경우에는 “유상포인트”의 환급에 소요되는 비용을 공제할 수 있습니다.
5. “회사”는 경영상·기술상 이유로 “유상포인트”서비스를 종료할 경우
 - ④ “이용자”가 “유상포인트”에 대하여 환급을 요청한 경우 “회사”는 다음 각호에서 정하는 바에 따라 환급합니다.
 1. “이용자”가 “유상포인트”를 구입할 때 사용한 결제방법과 동일한 수단
 2. 제1호에서 정한 방법에 따라 환급이 불가능한 경우 이용자가 선택한 수단
 - ⑤ “회사”는 경영상·기술상 이유로 “유상포인트”서비스를 종료할 경우 종료일로부터 최소 30일 전 까지 제11조 제1항에서 정하는 바에 따라 “회원”에게 통지합니다.
 - ⑥ 제3항에서 정한 경우를 제외하고, “회사”는 “이용자”에게 남은 “유상포인트”에 대하여 환급함에 있어 이에 소요되는 비용보다 환급금액이 적은 경우 환급하지 않을 수 있습니다.

제39조 [“무상포인트”]

- ① “회사”는 “무상포인트”에 관하여 다음 각 호에서 정한 사항을 “이용자”가 알기 쉽게 별도로 명시 합니다.
 1. 적립방법
 2. 이용방법
 3. 양도가능여부
 4. 사용기간
 5. “무상포인트” 서비스의 종료시 보상방법 등
- ② 제1항의 “무상포인트”에 대하여는 제38조 제2항, 제3항, 제5항 및 제6항을 준용합니다.

제40조 [분쟁의 해결]

- ① “회사”는 “이용자”가 제기하는 의견이나 불만에 대하여 적절하고 신속하게 처리하고, 그 결과를 통지합니다. 다만, 신속한 처리가 곤란한 경우에 “회사”는 “이용자”에게 그 사유와 처리일정을 통 보합니다.

② “회사”는 “이용자”가 제기한 의견 등이 정당하지 않음을 이유로 처리하지 않은 경우
이의 사유를 통보합니다.

③ 회사”와 “이용자” 사이에 분쟁이 발생한 경우 “회사” 또는 “이용자”는 「콘텐츠산
업진흥법」 제29조에서 정하고 있는 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있습니다.

제41조 [재판관할]

① “회사”와 “이용자”간의 “콘텐츠” 이용계약에 관한 소송은 제소 당시의 “이용자”의
주소로 의하고, 주소가 없는 경우 거소를 관할하는 지방법원의 전속관할로 합니다. 다만 제소
당시 “이용자”의 주 소 또는 거소가 분명하지 아니한 경우에 “회사”와 “이용자”간의
“콘텐츠” 이용계약에 관한 소송 에 관한 관할법원은 「민사소송법」에 따라 정합니다.

② 1항의 규정에도 불구하고 “이용자”는 콘텐츠계약에 관하여 “회사”를 상대로 000법원에
소를 제기할 수 있습니다.

[부록4] 콘텐츠이용자보호지침준수 실태조사 개정사항 비교

1) 과오납금의 환불방법 및 절차

2018년 가이드라인		2022년 개정사항 비교	
중분류 및 소분류 (보호지침)	비고 (지침 조항)	중분류 및 소분류 (보호지침)	비고 (지침 조항)
1-1) 약관에"과오금 환급 관련 내용"명시 여부	제10조	(좌동)	(좌동)
1-1-1) 약관에"과오금 전액 환급"명시 여부	제10조 3항	(좌동)	(좌동)
1-2) 약관에"과오금 환급방법"명시 여부	제10조 2항	(좌동)	(좌동)
1-2-1) 약관에"대금결제와 동일한 방법으로 환급"명시 여부	제10조 2항	(좌동)	(좌동)
1-2-2) 동일한 방법으로 과오금 환급 불가 시"이용자가 선택한 방법으로 환급"명시 여부	제10조 2항	(좌동)	(좌동)

2) 청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지의 방법과 그 효과

2018년 가이드라인		2022년 개정사항 비교	
중분류 및 소분류 (보호지침)	비고 (지침 조항)	중분류 및 소분류 (보호지침)	비고 (지침 조항)
2-1) (청약철회 기간) 약관에"계약서 교부일 또는 콘텐츠 공급일로부터 XX일 이내에 청약 철회 허용"명시 여부	제12조	2-1) (청약철회 기간) 약관에"계약서 교부일 또는 콘텐츠 제공일로부터 XX일 이내에 청약 철회 허용"명시 여부	제11조
2-1-1) 약관에 청약철회 가능기간을 "7일 이상"으로 명시 여부	제12조1항	(좌동)	제11조1항
2-2) (청약철회 기간, 표시내용과 다른 경우) 약관에"콘텐츠의 내용이 표시 및 광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회 가능"명시 여부	제12조3항	(좌동)	제11조3항
2-2-1) 이용자는"구두 또는 서면으로 청약철회 할 수 있음"명시 여부	제12조4항	2-2-1) 이용자는"구두 또는 서면(전자문서 포함)으로 청약철회 할 수 있음"명시 여부	제11조4항

2018년 가이드라인		2022년 개정사항 비교	
중분류 및 소분류 (보호지침)	비고 (지침 조항)	중분류 및 소분류 (보호지침)	비고 (지침 조항)
2-2-2) 약관에"공급일로부터 3개월 이상"또는"인지한 날로부터 30일 이내" 명시 여부	제12조3항	2-2-2) 약관에"제공일로부터 3개월 이상"또는"인지한 날로부터 30일 이내" 명시 여부	제11조3항
2-3) (청약철회 효과) 약관에"청약철회 시 콘텐츠 대금 환급" 명시 여부	제13조	(좌동)	제12조
2-3-1) 약관에 환급기간을"3영업일 이하"로 명시여부	제13조3항	2-3-1) 약관에 환급기간을"3영업일 이하"로 명시 여부 (의견) 콘텐츠대금의 환급을 지연한 때에는 지연기간에 대하여 연 12%를 곱하여 산정한 지연이자(지연배상금) 지급에 대한 명시 여부	제12조3항
2-3-2) 약관에"사업자는 이용자에게 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않음" 명시 여부	제13조10항	(좌동)	제12조8항
2-4) (이용계약 해제, 해지) 약관에"이용자의 계약해제 및 해지권 부여" 명시 여부	제14조	(좌동)	제13조
2-5) (계약해제 및 해지의 효과) 약관에 계약해제, 해지의 효과로 "사업자는 이용자에게 대금을 환급" 명시 여부	제16,17,19조	(좌동)	제15,16조 제25조
2-5-1) 약관에"이용자가 콘텐츠를 이용한 경우 이용기간 동안의 요금을 공제한 나머지 금액을 환급" 명시 여부	제16조 1항,2항	(좌동)	제15조 1항,2항
2-6) (청약철회, 이용계약 해제 또는 해제방법) 약관에"계약체결시 사용방법 외에 청약 철회, 계약해제/해지 수단 제공" 명시	제21조	(좌동)	제24조
2-6-1) 해당 청약철회 수단의 방법으로 약관에"청약철회, 계약해제/해지를 위한 전화번호, 이메일 및 팩스번호" 명시 여부	제21조1항	(좌동)	제24조1항

3) 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상의 기준, 범위, 방법 및 절차

2018년 가이드라인		2022년 개정사항 비교	
중분류 및 소분류 (보호지침)	비고 (지침 조항)	중분류 및 소분류 (보호지침)	비고 (지침 조항)
3-1) (피해보상 기준, 범위 및 방법'다운로드 방식) 약관에'다운로드 콘텐츠의 하자 등에 의해 발생한 이용자의 손해에 대해 보상 또는 배상'명시 여부	제23조	(좌동)	제28조
3-1-1) 콘텐츠의 정상적인 이용에 중대한 하자가 있을 경우 약관에 "24시간 내에 완전한 온라인 콘텐츠를 다시 공급하며, 불가능한 경우 이용자가 지급한 대금에 손해배상액을 더해 지급" 명시 여부	제23조1항	(좌동)	제28조1항
3-1-2) 약관에 완전한 콘텐츠 재공급 시간'24시간 이내'로 명시 여부	제23조 1항, 2항	(좌동)	제28조 1항, 2항
3-2) (피해보상 기준, 범위 및 방법'스트리밍방식) 약관에'스트리밍 콘텐츠의 이용중지 또는 장애에 의해 발생한 이용자의 손해에 대해 보상 또는 배상'명시 여부	제22조	(좌동)	제27조
3-2-1) (사전미고지) 1개월 내 서비스 중지 및 장애발생 누적시간이 72시간을 초과한 경우 사업자는 미이용 기간을 포함'잔여기간에 대한 이용료 환급 및 손해배상 실시한다'는 내용 명시 여부	제22조 1항 1호	(좌동)	제27조 1항 1호
3-2-2) (사전고지) 1개월 기준으로 서비스 중지 및 장애시간이 10시간을 초과하지 않는 경우(24시간~34시간) 약관에'사업자는 중지 및 장애시간에 해당되는 시간(이상)을 무료로 연장'명시 여부	제22조 2항 2호	3-2-2) (사전고지) 1개월 기준으로 서비스 중지 및 장애시간이 10시간을 초과하지 않는 경우(24시간~34시간) 약관에'사업자는 중지 및 장애시간에 해당되는 시간만큼 무료로 연장'명시 여부	제27조 2항 2호

4) 분쟁해결 방법 및 절차

2018년 가이드라인		2022년 개정사항 비교	
중분류 및 소분류 (보호지침)	비고 (지침 조항)	중분류 및 소분류 (보호지침)	비고 (지침 조항)
4-1) 약관에 "분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 관련 사항" 명시 여부	제27조	(좌동)	제21조
4-2) 약관 및 서비스 메뉴 등에서 사업자는 "콘텐츠계약에서 발생하는 이용자의 불만 또는 피해구제요청을 적절하게 처리할 수 있도록 필요한 인력 및 체계(서비스)를 구비"했음을 명시 여부	제20조 2항	(좌동)	제26조

5) 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항

2018년 가이드라인		2022년 개정사항 비교	
중분류 및 소분류 (보호지침)	비고 (지침 조항)	중분류 및 소분류 (보호지침)	비고 (지침 조항)
5-1) (계약체결전 정보제공) 약관 및 서비스 메뉴 등에서 "사업자 및 콘텐츠에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시, 광고 또는 고지" 했는지 여부	제7조	(좌동)	(좌동)
5-1-1) 약관에 이용자가 약관 내용을 위반한 경우 "콘텐츠의 일부 또는 전부 이용이 제한될 수 있다는 내용 및 그에 대한 불복 절차" 명시 여부	제7조 2항 13호	(좌동)	(좌동)
5-2) (미성년자 법정대리인 동의) 약관에 "미성년자인 경우 법정대리인 동의를 얻지 못한 경우 본인이나 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있음" 명시 여부	제7조 2항 12호	(좌동)	(좌동)
5-3) (약관변경의 통지) 약관에 "약관 변경시 변경통지" 명시 여부	제6조	(좌동)	(좌동)
5-3-1) 약관 변경전 공지기간을 "최소 7일전"으로 명시했는지 여부	제6조 1항	(좌동)	(좌동)
		(의견) 이용자 보호 강화를 위해 약관 변경 시 개정 전후 내용을 비교하여 알 수 있도록 규정하는 내용 명시 여부 (개정사항)	제6조 1항
5-3-2) 약관에 "변경약관 적용에 대해 이용자 동의여부 확인" 명시 여부	제6조 2항	(좌동)	(좌동)

2022년 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사

주관기관 | 한국콘텐츠진흥원

감 수 | 사회적가치추진단 김정욱 단장

연구책임 | 김슬기 (사회적가치추진단 주임)

연구용역 수행기관 | (주)비온드리서치

연구용역 책임자 | 백경현 ((주)비온드리서치 대표이사)

연 구 원 | 김정남 ((주)비온드리서치 부장)

연구보조 | 양병곤 ((주)비온드리서치 과장)

발 행 인 | 조현래 (한국콘텐츠진흥원장)

발 행 일 | 2022년 12월 23일

발 행 처 | 한국콘텐츠진흥원

주 소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)

전 화 | 1566-1114

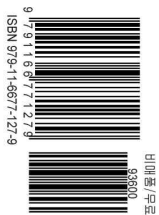
홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호_KOCCA 22-37

ISBN_979-11-6677-127-9 (93600) (비매품)

* 본 보고서의 저작권은 한국콘텐츠진흥원이 소유하고 있으며, 내용을 인용하고자 할 경우에는 반드시 『2022년 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사』 ○ ○ 쪽에서 인용하였음을 표시해 주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”



누구나
콘텐츠로 일상을
풍요롭게