



2024 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사

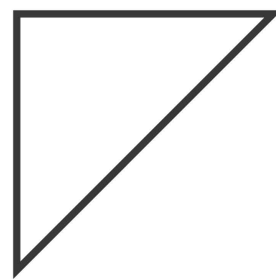
2024

2024
콘텐츠이용자 보호지침
준수 실태조사

— KOCCA24-09

20

24



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

제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “2024 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사”의
결과보고서로 제출합니다.

2024년 10월 30일

연구/조사기관 : (주)티브릿지코퍼레이션

연구/조사책임자 : 김경남 ((주)티브릿지코퍼레이션 연구실장)

연구원 : 김기웅 ((주)티브릿지코퍼레이션 대리)

보조연구원 : 박수현 ((주)티브릿지코퍼레이션 연구원)

목 차

| | |
|--------------------------------------|----|
| 제1장 조사개요 | 1 |
| 1. 과업의 배경 및 목적 | 3 |
| 가. 콘텐츠이용자 보호지침의 목적 | 3 |
| 나. 콘텐츠이용자 보호지침 개정현황 | 3 |
| 다. 법적근거 | 4 |
| 라. 과업의 필요성 | 7 |
| 마. 과업의 목적 | 7 |
| 바. 과업 연혁 | 8 |
| 2. 실태조사 설계 | 9 |
| 가. 조사대상 콘텐츠 산업분야 | 9 |
| 나. 조사대상 사업체 명부 현행화 및 신규 사업체 추가 | 10 |
| 다. 2024년 조사대상 사업체 현황 | 11 |
| 라. 조사대상 주요 서비스 유형 | 12 |
| 3. 이용약관 평가항목 구성 | 13 |
| 가. 평가항목 선정 | 13 |
| 나. 평가절차 | 15 |
| 4. 결과분석 방법 | 17 |
| 가. 표준점수 | 17 |
| 나. 이용자 보호지침 준수 등급분류 | 18 |
| 제2장 조사결과 | 19 |
| 1. 실태조사 결과 종합 | 21 |
| 가. 실태조사 결과 종합표 | 21 |
| 나. 콘텐츠 장르별 표준점수 분포 및 등급평가 | 24 |
| 2. 평가항목별 결과 | 30 |
| 가. 과오납금의 환불방법 및 절차 | 30 |

| | |
|--|-----------|
| 나. 청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지 방법 및 효과 | 33 |
| 다. 콘텐츠 결함에 따른 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차 | 42 |
| 라. 분쟁해결 방법 및 절차 | 44 |
| 마. 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항 | 47 |
| 바. 추가 평가항목 | 51 |
| 3. 콘텐츠 장르별 약관 표기 준수 평가점수 결과 | 55 |
| 가. 출판 | 55 |
| 나. 만화/웹툰 | 57 |
| 다. 음악 | 59 |
| 라. 온라인 게임 | 61 |
| 마. 모바일 게임 | 63 |
| 바. 영상서비스 | 66 |
| 사. 이리닝 | 68 |
| 아. 정보서비스 | 70 |
| 4. 해외 콘텐츠 사업체 약관 분석 | 73 |
| 가. 해외 사업체 조사대상 | 73 |
| 나. 해외 콘텐츠 이용약관 주요 분석결과 | 73 |
| 5. 콘텐츠 사업체 약관평가 개선의견 | 83 |
| 가. 사업체 의견수렴 조사 목적 | 83 |
| 나. 이용약관 내용 개선을 위한 사업체 의견 | 83 |
| 다. 콘텐츠 이용환경 개선을 위한 의견 | 85 |
| 제3장 결론 및 제언 | 87 |
| 1. 결론 | 89 |
| 가. 종합분석 | 89 |
| 나. 항목별 분석 | 92 |
| 다. 해외 콘텐츠 사업체 이용약관 분석 | 102 |

목 차

| | |
|---|---------|
| 2. 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사 연구 개선을 위한 제언 | 105 |
| 가. 기존 이용약관 평가표 개선연구 | 105 |
| 나. 콘텐츠 사업체 약관 구성 및 개선을 위한 지원 | 110 |
| 다. 콘텐츠 장르별 표준약관 내 이용자 보호지침 포함여부 검토 | 111 |
| 라. 해외 콘텐츠 사업체 약관 변화 파악을 위한 지속적 탐구 | 111 |
| 참고 문헌 | 113 |
| 부록 | 117 |

표목차

| | |
|--|----|
| 〈표1-1〉 「콘텐츠이용자 보호지침 개정안」 조문별 재·개정 내용 | 3 |
| 〈표1-2〉 콘텐츠산업 진흥법 제28조(이용자보호지침의 재정 등) 조문 | 4 |
| 〈표1-3〉 콘텐츠산업 진흥법 제26조(이용자 보호시책 등) 조문 | 5 |
| 〈표1-4〉 콘텐츠산업 진흥법 시행령 제30조(콘텐츠거래약관의 세부내용) 조문 | 6 |
| 〈표1-5〉 콘텐츠산업 진흥법 시행령 제30조 각 호별 콘텐츠이용자 보호지침 연관 조항 | 6 |
| 〈표1-6〉 콘텐츠산업 특수분류체계 및 실태조사 분류체계 비교 | 9 |
| 〈표1-7〉 콘텐츠 장르별 사업체 현황 | 11 |
| 〈표1-8〉 콘텐츠 산업별 주요 서비스 유형 | 12 |
| 〈표1-9〉 콘텐츠 산업별 주요 서비스 유형 | 13 |
| 〈표1-10〉 구독서비스 관련 약관 추가 평가항목 | 15 |
| 〈표1-11〉 구독서비스 관련 약관 추가 평가항목 | 15 |
| 〈표1-12〉 표준점수에 따른 등급분류 기준 | 18 |
| 〈표2-1〉 대분류별 약관 표기 준수 평가점수 및 평가항목 | 21 |
| 〈표2-2〉 장르별 종합결과표 | 22 |
| 〈표2-3〉 장르별 평균 표준점수 및 등급별 서비스 개수 | 25 |
| 〈표2-4〉 약관 평가점수별 환산된 표준점수표 (2024년 결과 기준) | 26 |
| 〈표2-5〉 장르별 약관 평가점수 (내림차순, 단위: 점) | 28 |
| 〈표2-6〉 장르별 약관 평가 표준점수 (내림차순, 단위: p) | 29 |
| 〈표2-7〉 과오납금 환급 가능 관련 사항 약관 반영 항목별 결과 | 31 |
| 〈표2-8〉 과오납금 환급 방법 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과 | 33 |
| 〈표2-9〉 청약철회 허용 및 허용기간 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과 | 35 |
| 〈표2-10〉 광고 표시와 다른 경우 청약철회 허용 및 허용기간 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과 | 36 |
| 〈표2-11〉 청약철회 효과 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과 | 37 |
| 〈표2-12〉 이용계약 해제, 해지권 부여 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과 | 38 |
| 〈표2-13〉 계약해지·해지 효과 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과 | 40 |
| 〈표2-14〉 청약철회, 계약해제·해지 방법 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과 | 41 |
| 〈표2-15〉 다운로드/스트리밍 콘텐츠 결함에 따른 피해보상 기준, 범위, 방법, 절차 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과 | 43 |
| 〈표2-16〉 분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 사항의 약관 반영 항목별 결과 | 45 |
| 〈표2-17〉 이용자 불만, 피해구제 요청을 위한 인력 및 체계 구비 확인 가능 여부 약관 반영 항목별 결과 | 46 |

| | |
|---|----|
| 〈표2-18〉 사업자 및 콘텐츠 관련 정보의 표시, 광고, 고지 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과 ... | 48 |
| 〈표2-19〉 미성년자 법정대리인 미동의 시 계약 취소에 대한 명시 여부 약관 반영 항목별 결과 ... | 49 |
| 〈표2-20〉 약관 변경 시 변경통지 여부의 약관 반영 항목별 결과 | 50 |
| 〈표2-21〉 구독서비스 관련 약관 표기 추가 평가항목 | 51 |
| 〈표2-22〉 영상 분야 구독서비스 이용약관 예시 | 51 |
| 〈표2-23〉 음악 분야 구독서비스 이용약관 예시 | 51 |
| 〈표2-24〉 구독서비스 추가 약관 항목 내용 포함여부 | 52 |
| 〈표2-25〉 게임 확률형 아이템 확률공개 관련 약관 표기 추가 평가항목 | 53 |
| 〈표2-26〉 온라인 게임 관련 이용약관 예시 | 53 |
| 〈표2-27〉 온라인 및 모바일 게임 추가 약관 항목 포함여부 | 54 |
| 〈표2-28〉 출판 분야 서비스별 평가결과 | 56 |
| 〈표2-29〉 만화/웹툰 분야 서비스별 평가결과 | 58 |
| 〈표2-30〉 음악 분야 서비스별 평가결과 | 60 |
| 〈표2-31〉 온라인 게임 분야 서비스별 평가결과 | 62 |
| 〈표2-32〉 모바일 게임 분야 서비스별 평가결과 | 65 |
| 〈표2-33〉 영상서비스 분야 서비스별 평가결과 | 67 |
| 〈표2-34〉 이러닝 장르 서비스별 평가결과 | 69 |
| 〈표2-35〉 정보서비스 장르 서비스별 평가결과 | 71 |
| 〈표2-36〉 주요 해외 사업체 장르별 평가대상 | 73 |
| 〈표2-37〉 과오납금 환불방법과 절차 약관 표시 내용 | 74 |
| 〈표2-38〉 청약철회 허용 및 허용가능 기간 약관 표시 내용 | 74 |
| 〈표2-39〉 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회 가능여부 및 철회기관 약관 표시 내용 ... | 75 |
| 〈표2-40〉 청약철회 및 계약해제 시 대금 환불 가능 약관표시 내용 | 75 |
| 〈표2-41〉 청약철회 및 계약해제 시 대금 환불 불가 약관표시 내용 | 76 |
| 〈표2-42〉 청약철회 및 계약해제 시 조건부 대금 환불 가능 약관표시 내용 | 76 |
| 〈표2-43〉 이용자 계약해제 및 해지권 부여 약관표시 내용 | 76 |
| 〈표2-44〉 청약철회 수단 제공 약관표시 내용 | 77 |
| 〈표2-45〉 콘텐츠 결함 피해보상 방법 약관표시 내용 | 77 |
| 〈표2-46〉 분쟁조정기관 관련 사항 약관표시 내용 | 78 |
| 〈표2-47〉 콘텐츠 피해구제요청 처리를 위한 체계 및 방법 약관표시 내용 | 79 |

표목차

| | |
|--|-----|
| 〈표2-48〉 콘텐츠 약관 위반 시 이용제한에 대한 안내 약관표시 내용 | 79 |
| 〈표2-49〉 콘텐츠 미성년자 법정대리인 계약 관련 약관표시 내용 | 80 |
| 〈표2-50〉 콘텐츠 약관변경 통지 및 공지기간 약관표시 내용 | 81 |
| 〈표2-51〉 계약 자동갱신 및 대금 자동결제 알림 약관표시 내용 | 82 |
| 〈표3-1〉 장르별 평균 표준점수 및 등급별 서비스 개수 | 91 |
| 〈표3-2〉 연도별 과오납금 환불방법 및 절차 중분류 내용 약관 표기 준수율 | 94 |
| 〈표3-3〉 연도별 청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지 방법 및 효과 중분류 내용 약관 표기 준수율 ... | 96 |
| 〈표3-4〉 연도별 분쟁해결 방법 및 절차 내용 약관 표기 준수율 | 98 |
| 〈표3-5〉 연도별 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항 내용 약관 표기 준수율 | 100 |
| 〈표3-6〉 구독서비스 추가 약관 항목 포함여부 | 101 |
| 〈표3-7〉 온라인 및 모바일 게임 추가 약관 항목 포함여부 | 102 |

그림목차

| | |
|--|----|
| [그림1-1] 정규분포 곡선 및 평가점수에 따른 환산 표준점수 개념 | 18 |
| [그림2-1] 2024년 실태조사 평가점수별 빈도 및 정규분포 곡선 | 22 |
| [그림2-2] 2024년 실태조사 평가점수대 분포 | 23 |
| [그림2-3] 콘텐츠 장르별 평가점수 분포 | 23 |
| [그림2-4] 대분류 항목별 약관 평가 준수율 | 24 |
| [그림2-5] 이용약관 평가 표준점수 등급별 서비스 개수 | 25 |
| [그림2-6] 2024년 이용약관 평가 표준점수 등급별 백분율 분포 | 26 |
| [그림2-7] 콘텐츠 장르별 대분류1 (과오납금 환불방법 및 절차) 약관 표기 준수율 | 30 |
| [그림2-8] 콘텐츠 장르별 중분류1-1 약관 표기 준수율 | 31 |
| [그림2-9] 콘텐츠 장르별 중분류1-2 약관 표기 준수율 | 32 |
| [그림2-10] 콘텐츠 장르별 대분류2 (청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해제, 해지 방법 및 효과) 표기 준수율 .. | 34 |
| [그림2-11] 콘텐츠 장르별 중분류2-1 약관 표기 준수율 | 34 |
| [그림2-12] 콘텐츠 장르별 중분류2-2 약관 표기 준수율 | 35 |
| [그림2-13] 콘텐츠 장르별 중분류2-3 약관 표기 준수율 | 37 |
| [그림2-14] 콘텐츠 장르별 중분류2-4 약관 표기 준수율 | 38 |
| [그림2-15] 콘텐츠 장르별 중분류2-5 약관 표기 준수율 | 39 |
| [그림2-16] 콘텐츠 장르별 중분류2-6 약관 표기 준수율 | 41 |
| [그림2-17] 콘텐츠 장르별 대분류3 (콘텐츠 결합에 따른 피해보상 방법 및 절차) 표기 준수율 .. | 42 |
| [그림2-18] 콘텐츠 장르별 대분류4 (분쟁해결 방법 및 절차) 표기 준수율 | 44 |
| [그림2-19] 콘텐츠 장르별 중분류4-1 약관 표기 준수율 | 45 |
| [그림2-20] 콘텐츠 장르별 중분류4-2 약관 표기 준수율 | 46 |
| [그림2-21] 콘텐츠 장르별 대분류5 (그 밖에 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항) 표기 준수율 | 47 |
| [그림2-22] 콘텐츠 장르별 중분류5-1 약관 표기 준수율 | 48 |
| [그림2-23] 콘텐츠 장르별 중분류5-2 약관 표기 준수율 | 49 |
| [그림2-24] 콘텐츠 장르별 중분류5-3 약관 표기 준수율 | 50 |
| [그림2-25] 출판 장르 표준점수 등급별 서비스 개수 | 55 |
| [그림2-26] 출판 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율 | 56 |
| [그림2-27] 만화/웹툰 장르 표준점수 등급별 서비스 개수 | 57 |
| [그림2-28] 만화/웹툰 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율 | 58 |
| [그림2-29] 음악 장르 표준점수 등급별 서비스 개수 | 59 |

| | |
|--|----|
| [그림2-30] 음악 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율 | 60 |
| [그림2-31] 온라인 게임 장르 표준점수 등급별 서비스 개수 | 61 |
| [그림2-32] 온라인 게임 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율 | 62 |
| [그림2-33] 모바일 게임 장르 표준점수 등급별 서비스 개수 | 64 |
| [그림2-34] 모바일 게임 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율 | 64 |
| [그림2-35] 영상서비스 장르 표준점수 등급별 서비스 개수 | 66 |
| [그림2-36] 영상서비스 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율 | 67 |
| [그림2-37] 이러닝 장르 표준점수 등급별 서비스 개수 | 68 |
| [그림2-38] 이러닝 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율 | 69 |
| [그림2-39] 정보서비스 장르 표준점수 등급별 서비스 개수 | 70 |
| [그림2-40] 정보서비스 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율 | 71 |
| [그림3-1] 콘텐츠 장르별 평가점수 분포 | 90 |
| [그림3-2] 연도별 실태조사 평가점수대 분포 | 90 |
| [그림3-3] 연도별 이용약관 평가 표준점수 등급별 백분율 분포 | 91 |
| [그림3-4] 대분류 항목별 약관 평가 준수율 | 92 |
| [그림3-5] 콘텐츠 장르별 대분류1 (과오납금 환불방법 및 절차) 약관 표기 준수율 | 93 |
| [그림3-6] 콘텐츠 장르별 대분류2 (청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해제, 해지 방법 및 효과) 표기 준수율 ... | 94 |
| [그림3-7] 콘텐츠 장르별 대분류3 (콘텐츠 결함에 따른 피해보상 방법 및 절차) 약관 표기 준수율 | 97 |
| [그림3-8] 콘텐츠 장르별 대분류4 (분쟁해결 방법 및 절차) 표기 준수율 | 97 |
| [그림3-9] 콘텐츠 장르별 대분류5 (그 밖에 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위한 필요사항) 약관 표기 준수율 | 99 |

제1장

조사개요

- 과업의 배경 및 목적
- 실태조사 설계
- 이용약관 평가항목 구성
- 분석결과 방안

제1장 조사개요

1. 과업의 배경 및 목적

가. 콘텐츠이용자 보호지침의 목적

- 콘텐츠 사업자가 이용자 보호를 위하여 자율적으로 지켜야 할 항목을 정하여 문화체육관광부장관이 고시한 사항으로 콘텐츠 사업자(이하 '사업자')가 자율적으로 준수할 내용을 정함으로써 콘텐츠의 건전한 거래 및 유통질서를 확립하고 이용자를 보호하려는 데 목적이 있음
- 콘텐츠이용자 보호지침은 『콘텐츠산업 진흥법 제 28조 1항』에 따라 제정된 행정규칙으로 2012년 3월 26일 처음 고시되었고, 콘텐츠 시장 변화와 이용환경 변화를 반영하고자 지침 체계 및 조항을 정비하여 현재까지 총 세 번의 재·개정이 이루어짐

나. 콘텐츠이용자 보호지침 개정현황

- 콘텐츠이용자 보호지침 재검토기한 도래('24.3.11.) 및 공정거래위원회 권고사항(「전자상거래법」 개정 반영) 등 반영한 지침 개정이 추진됨
- 주요 재·개정 내용
 - ① 결제대금이 5만원 이하인 경우에도 사업자의 정보 고지 의무 대상에 포함
 - ② 사업자가 청약 철회에 따른 대금 환급을 지연한 경우, 지연배상금을 현행 연 12%에서 연 15%로 수정
 - ③ 사업자와 이용자 간 콘텐츠 계약에 관한 소의 전속관할 규정 삭제

표 1-1

「콘텐츠이용자 보호지침 개정안」 조문별 재·개정 내용

| 현행 | 개정 |
|---|--|
| 제7조(계약체결전 정보제공의무) ① (생략) ② (생략) 1. ~ 8. (생략) 9. 정보통신망을 통하여 전송되는 콘텐츠의 경우·이용자가 신용카드로 결제하는 경우·대금이 5만원 이하인 경우 또는 분할하여 콘텐츠를 제공하는 경우를 제외하고, 이용자가 콘텐츠를 제공받기 전에 대금을 지급하는 경우 결제대금예치의 이용을 선택할 수 있다는 사항(이용자가 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조 제5호에서 규정하는 소비자인 경우에 한한다) | 제7조(계약체결전 정보제공의무) ① (생략) ② (현행과 같음) 1. ~ 8. (생략) 9. 정보통신망을 통하여 전송되는 콘텐츠의 경우·이용자가 신용카드로 결제하는 경우 또는 분할하여 콘텐츠를 제공하는 경우를 제외하고, 이용자가 콘텐츠를 제공받기 전에 대금을 지급하는 경우 결제대금예치의 이용을 선택할 수 있다는 사항(이용자가 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조 제5호에서 규정하는 소비자인 경우에 한한다) |

| 현행 | 개정 |
|---|--|
| <p>제11조(청약철회 등) ① (생략)</p> <p>② ~ 다만, 제2호부터 제5호까지에 해당하여 청약철회등이 불가능한 경우에 사업자가 그 사실을 콘텐츠 또는 그 포장 기타 이용자가 쉽게 알 수 있는 곳에 표시하거나 시용상품을 제공하거나 콘텐츠의 한시적 또는 일부 이용이 가능하게 하는 등의 방법으로 청약철회등의 권리 행사가 방해받지 아니하도록 조치를 취하지 아니하는 때에는 이용자는 청약철회등을 할 수 있다.</p> <p>1. ~ 6. (생략)</p> <p>③ ~⑥ (생략)</p> | <p>제11조(청약철회 등) ① (생략)</p> <p>② ~ 다만, 제2호부터 제5호까지에 해당하여 청약철회등이 불가능한 경우에 사업자가 그 사실을 콘텐츠 또는 그 포장 기타 이용자가 쉽게 알 수 있는 곳에 표시하거나 시용상품을 제공하거나 콘텐츠의 한시적 또는 일부 이용이 가능하게 하는 등의 방법으로 청약철회등의 권리 행사가 방해받지 아니하도록 조치를 취하지 아니하는 때에는 이용자는 청약철회등을 할 수 있다.</p> <p>1. ~ 6.(생략)</p> <p>③ ~⑥ (생략)</p> |
| <p>제12조(청약철회등의 효과) ①~② (생략)</p> <p>③ 사업자(이용자로부터 콘텐츠대금을 지급받은 자 또는 이용자와 콘텐츠 계약을 체결한 자를 포함한다)는 콘텐츠를 반환받거나 이용자가 청약철회 등을 한 날부터 3영업일 이내에 지급받은 콘텐츠대금을 환급하여야 한다. 이 경우 사업자가 이용자에게 콘텐츠대금의 환급을 지연한 때에는 그 지연기간에 대하여 연 12%를 곱하여 산정한 지연이자(이하 "지연배상금"이라 한다)를 지급하여야 한다.</p> <p>④~⑨ (생략)</p> | <p>제12조(청약철회등의 효과) ①~② (생략)</p> <p>③ 사업자(이용자로부터 콘텐츠대금을 지급받은 자 또는 이용자와 콘텐츠 계약을 체결한 자를 포함한다)는 콘텐츠를 반환받거나 이용자가 청약철회 등을 한 날부터 3영업일 이내에 지급받은 콘텐츠대금을 환급하여야 한다. 이 경우 사업자가 이용자에게 콘텐츠대금의 환급을 지연한 때에는 그 지연기간에 대하여 연 15%를 곱하여 산정한 지연이자(이하 "지연배상금"이라 한다)를 지급하여야 한다.</p> <p>④~⑨ (생략)</p> |
| <p>제22조(관할) ① 사업자와 이용자간의 콘텐츠계약에 관한 소의 관할은 제소 당시의 이용자의 주소에 따라 정한다. 다만, 이용자의 주소가 없거나 알 수 없는 경우에는 거소에 따라 정하고, 이용자의 거소가 일정하지 아니하거나 거소도 알 수 없으면, 「민사소송법」에 따라 관할 법원을 정한다.</p> <p>② 제1항의 규정에도 불구하고, 이용자는 콘텐츠계약으로 인한 분쟁에 관하여 사업자를 상대로 ○○○ 법원에 소를 제기할 수 있다.</p> | <p>제22조(관할) 사업자와 이용자간의 콘텐츠계약에 관한 소의 관할은 제소 당시의 이용자의 주소에 따라 정한다. 다만, 이용자의 주소가 없거나 알 수 없는 경우에는 거소에 따라 정하고, 이용자의 거소가 일정하지 아니하거나 거소도 알 수 없으면, 「민사소송법」에 따라 관할 법원을 정한다.</p> <p>② <삭 제></p> |

다. 법적근거

1) 콘텐츠이용자 보호지침

- 콘텐츠이용자 보호지침의 법적근거는 『콘텐츠산업 진흥법(약칭:콘텐츠산업법) 제 28조 (이용자보호지침의 재정 등)』에 따름

| 표 1-2 | 콘텐츠산업 진흥법 제28조(이용자보호지침의 재정 등) 조문 |
|---|----------------------------------|
| <p>제28조(이용자보호지침의 제정 등)</p> <p>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.></p> <p>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.</p> <p>③ 콘텐츠사업자는 그가 사용하는 약관이 이용자보호지침의 내용보다 이용자에게 불리한 경우 이용자보호지침과 다르게 정한 약관의 내용을 이용자가 알기 쉽게 표시하거나 고지하여야 한다.</p> <p>④ 정부는 콘텐츠 거래에 관한 약관의 견본을 마련하여 콘텐츠사업자에게 그 사용을 권고할 수 있다.</p> <p><개정 2013. 3. 23.></p> <p>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.</p> <p><개정 2018. 12. 24.></p> | |

- (1항) 콘텐츠이용자 보호지침의 제정 : 사업자가 '자율적으로 준수하는 기준'으로서 보호지침의 특징을 기술
- (2항) 대통령령으로 정하는 바에 따른 사업자의 이용약관 고지 의무 : 사업자 또는 이용자의 과오에 의한 비용(과오금) 환불 및 콘텐츠 이용계약 해제 등 대통령령(시행령 제 30조)의 내용이 포함된 이용약관을 마련하고, 이용자에게 의무적으로 고지를 해야 한다는 내용. 사업자가 서비스하는 홈페이지 또는 어플리케이션 상에 고지한 경우 이를 이행했다고 판단 가능
- (3항) 보호지침보다 이용자에게 불리한 이용약관 내용의 표시 및 고지 의무 : 이용자를 위한 배려조항으로써 표시 및 고지에 대한 방법, 세부 규정은 보호지침 제 5조(약관의 작성 등)를 참조
- (4항) 이용약관의 견본 마련 및 권고 : 콘텐츠 거래에 관한 표준약관과 관련된 내용으로 본 실태조사와 직접적인 관계는 없으나 보호지침의 참고자료로서 연관성 있음
- (5항) 이용약관의 표시·고지 의무 위반에 따른 처벌 조항 : 2항, 3항의 이용약관 표시 또는 고지 의무를 위반한 경우 사업자에 대하여 정부는 시정권고, 시정조치 및 벌칙 등 행정 처분 가능

2) 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사

- 정부는 콘텐츠의 거래 및 유통 질서 확립과 이용자 보호를 위하여 콘텐츠이용자 보호지침을 정할 수 있고, 사업자의 이용자 보호지침 준수에 관한 실태조사를 추진해야 함
- 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사의 법적 근거는 『콘텐츠산업 진흥법 제 26조(이용자 보호시책 등)』 1항의 2, 3호에 따름

표 1-3

콘텐츠산업 진흥법 제26조(이용자 보호시책 등) 조문

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.>

1. 이용자에 대한 콘텐츠 정보 제공 및 교육

2. 제28조에 따른 이용자보호지침의 준수에 관한 실태조사

3. 콘텐츠사업자를 대상으로 하는 이용자 보호에 관한 교육

4. 이용자 보호를 목적으로 하는 기관 또는 단체에 대한 지원

5. 이용자 피해 예방 및 구제를 위한 조치의 마련 및 시행

6. 그 밖에 이용자의 권익 보호에 필요한 시책의 수립·시행

② 정부는 경제적·지역적·신체적 또는 사회적 여건으로 인하여 콘텐츠에 자유롭게 접근하거나 콘텐츠를 이용하기 어려운 자들이 편리하게 콘텐츠를 이용할 수 있도록 필요한 시책을 수립·시행하여야 한다.

<개정 2013. 3. 23.>

③ 정부는 제1항과 제2항의 업무를 대통령령으로 정하는 바에 따라 「문화산업진흥 기본법」 제31조에 따른 한국콘텐츠진흥원이나 콘텐츠 관련 기관 또는 단체에 위탁할 수 있다. <개정 2013. 3. 23.>

3) 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사 평가내용

- 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사는 이용약관에 반드시 포함하도록 의무화 되어 있는 『콘텐츠산업 진흥법 시행령 제30조(콘텐츠거래약관의 세부내용)』 각 호의 세부내용 이 주요 평가내용임

| | |
|-------|--------------------------------------|
| 표 1-4 | 콘텐츠산업 진흥법 시행령 제30조(콘텐츠거래약관의 세부내용) 조문 |
|-------|--------------------------------------|

제30조(콘텐츠거래약관의 세부내용)

법 제28조제2항에 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

- 콘텐츠산업 진흥법 시행령 제30조 각 호의 내용과 연관된 콘텐츠이용자 보호지침 조항을 정리하면 다음과 같음

| | |
|-------|---|
| 표 1-5 | 콘텐츠산업 진흥법 시행령 제30조 각 호별 콘텐츠이용자 보호지침 연관 조항 |
|-------|---|

| 콘텐츠산업 진흥법 시행령 제30조 | 콘텐츠이용자 보호지침 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 17조 (해제 또는 해지시 대금의 환급) 제 24조 (청약철회 등 또는 해지의 방법) |
| 제 3호 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해 보상의 기준, 범위, 방법 및 절차 | 제 25조 (스트리밍 방식의 계속적 온라인콘텐츠에 대한 피해 구제 등) 제 28조 (다운로드 방식의 온라인콘텐츠에 대한 피해구제 등) |
| 제 4호 분쟁해결 방법 및 절차 | 제 21조 (분쟁조정 신청) 제 26조 (이용자 피해예방을 위한 조치) |
| 제 5호 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항 | 제 6조 (약관의 변경) 제 7조 (계약체결 전 정보제공의무) |

라. 과업의 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 있음
- 이제는 전(全) 국민의 대부분이 인터넷과 모바일 기기를 활용¹⁾함으로써 웹소설/웹툰, 게임, 음악, 영상(OTT), 이러닝 등 이용하는 콘텐츠 서비스의 양과 시간, 비용이 크게 증가되었음
- 콘텐츠 서비스의 유료화 이용비율이 증가²⁾함에 따라 이용자 피해 가능성도 함께 증가하여 이를 위한 예방적 대책이 요구되는 상황³⁾
- 「콘텐츠산업 진흥법」은 제 28조(이용자보호지침의 제정 등)를 통해 이용자 보호를 위한 약관을 요구하여, 업계의 자율 준수 확산을 위한 현황파악(실태조사)이 필요
- 본 조사에서는 이처럼 콘텐츠 이용 환경 변화로 더욱 다채로워진 콘텐츠 사업자들을 대상으로 이들이 콘텐츠이용자 보호를 위해 문화체육관광부에서 고시한 지침을 얼마나 준수하고 있는지를 살펴보고자 함

마. 과업의 목적

- 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사의 목적은 콘텐츠가 유통되고 거래되는 과정에서 이용자들의 피해를 최소화하고, 기본권익을 보호하기 위하여 제정한 「콘텐츠이용자 보호지침」(문화체육관광부 고시 제2015-10호, 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 유도하고 콘텐츠 이용 피해 사전예방 및 신뢰 기반 콘텐츠 이용환경 조성을 통해 건전한 콘텐츠 발전에 기여

1) 과학기술정보통신부. (2023). 인터넷이용실태조사.

2) 한국콘텐츠진흥원. (2022). 2022 콘텐츠 이용피해 실태조사
한국콘텐츠진흥원. (2024). 2024 콘텐츠 이용 인식 수준 조사

3) 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회. (2023). 2023년 콘텐츠 분쟁조정사례집.

바. 과업 연혁

- 2014년 : 「콘텐츠이용자 보호지침 준수 모니터링」 실시 <‘12년 고시 기준>
 - 238개 사업체 이용약관에 대하여 10개 대분류, 30개 평가항목별 준수 여부를 평가하여 ‘보호지침 준수율’ 산출
- 2015년 : 「콘텐츠이용자 보호지침 준수 모니터링」 실시 <‘15년 고시 기준>
 - 226개 사업체 이용약관에 대하여 9개 대분류, 25개 항목별 준수 여부를 평가하여 ‘보호지침 준수율’ 산출
- 2016년 : 「콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사」 명칭변경 및 조사결과 도출 방식 변경 도입 <‘15년 고시 기준>
 - 200개 사업체 이용약관에 대하여 5개 대분류, 30개(중분류 14개, 소분류 16개) 항목별 보호지침 반영 여부를 평가하여 콘텐츠 사업자의 서비스별 ‘평가점수 및 등급’을 산출
- 2018년 : 「콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사」 실시 <‘15년 고시 기준>
 - 232개 사업체 이용약관에 대하여 5개 대분류, 30개(중분류 14개, 소분류 16개) 항목별 보호지침 반영 여부를 평가하여 콘텐츠 사업자의 서비스별 ‘평가점수 및 등급’을 산출
- 2022년 : 「콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사」 실시 <‘21년 고시 기준>
 - 230개 사업체 이용약관에 대하여 5개 대분류, 30개(중분류 14개, 소분류 16개) 항목별 보호지침 반영 여부를 평가하여 콘텐츠 사업자의 서비스별 ‘평가점수 및 등급’을 산출
- 2024년 : 「콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사」 실시 <‘24년 고시 기준>
 - 236개 사업체 이용약관에 대하여 5개 대분류, 30개(중분류 14개, 소분류 16개) 항목별 보호지침 반영 여부를 평가하여 콘텐츠 사업자의 서비스별 ‘평가점수 및 등급’을 산출
 - 구독서비스 및 온라인/모바일 게임 이용약관 추가 내용 포함여부 확인 (평가점수 미반영)
- 2024년 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사는 지난 2022년 실태조사의 전체적인 조사 구조 및 내용, 분석방법과 동일하게 진행됨

2. 실태조사 설계

가. 조사대상 콘텐츠 산업분야

- 본 실태조사 대상 사업체는 콘텐츠산업 특수분류체계에 규정된 산업 대분류 11개 중 주로 B2B 형태의 사업을 영위하는 광고 및 콘텐츠솔루션 산업을 제외한 9개 산업의 사업체를 대상으로 함
 - 동일 사업체가 운영하나 이용약관이 별도로 존재하는 서비스는 개별 조사대상으로 인정
- 조사대상에 해당하는 콘텐츠 산업 분류체계의 기준은 다음과 같음
 - 콘텐츠 이용피해 사례가 많은 게임은 온라인게임과 모바일게임으로 세분화함
 - 이용하는 서비스 형태가 유사한 방송, 영화, 애니메이션은 영상서비스로 통합
 - B2B 위주의 서비스를 제공하는 광고산업은 제외함
 - 지식정보 산업은 이러닝과 그 외 정보서비스로 세분화
 - 캐릭터는 온라인 포털 등과 함께 제공되는 경우가 많아 정보서비스 분류와 통합
 - 콘텐츠 이용을 위한 기술적 수단이자 B2B 사업 위주인 콘텐츠 솔루션은 제외

표 1-6 콘텐츠산업 특수분류체계 및 실태조사 분류체계 비교

| 콘텐츠산업 특수분류체계 | 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사 대상 분류 |
|--------------|---------------------------|
| 출판 | 출판 |
| 만화 | 만화 |
| 음악 | 음악 |
| 게임 | 온라인 게임 |
| | 모바일 게임 |
| 영화 | 영상서비스 |
| 애니메이션 | |
| 방송 | |
| 광고 | (제외) |
| 캐릭터 | 정보서비스(캐릭터+이러닝 외 지식정보) |
| 지식정보 | |
| 이러닝 | 이러닝 |
| 콘텐츠 솔루션 | (제외) |

- 단, 출판, 만화, 음악, 게임, 정보서비스 산업 등의 경우 본 실태조사의 목적과 내용에 부합하지 않은 임대 및 도소매업, 노래연습장, PC방, 가상현실업 체험서비스 사업체, 단순 유통업 종사 사업체 등은 제외됨

나. 조사대상 사업체 명부 현행화 및 신규 사업체 추가

1) 사업체 명부 현행화 및 신규 사업체 발굴

- '24년 실태조사 대상 사업체 명부는 '22년 조사대상 사업체를 전수 포함하며, 산업별 신규 기업을 발굴하여 추가함
- 먼저 2022년 실태조사 대상 사업체 명부의 현행화 작업을 위해 현재 서비스 제공 유무를 확인하고 휴업/폐업 여부 확인 후 해당되는 사업체는 명부에서 제외함
 - '22년 조사대상 230개사 중 휴업/폐업/서비스 종료로 확인된 곳은 총 33개
- 분야별 신규 사업체 발굴을 위해 모바일 앱마켓 이용자 수 상위 어플리케이션 개발사 정보를 확인하고 인터넷 검색을 통해 사업체 정보 및 제공 서비스 정보를 확인함
 - 애플 앱스토어, 구글 플레이 카테고리별 매출액 및 이용순위 기준
- 중소벤처기업부, 한국콘텐츠진흥원, 창업진흥원 등 정부 지원 콘텐츠 분야 스타트업 기업 및 VC 등 투자기관의 콘텐츠 분야 투자동향 정보 등을 통해 신규 사업체 확인 후 해당 정보는 인터넷 검색을 통해 확인 후 신규 사업체 대상 여부 확인
- 단, 본 실태조사 대상 사업체로 확정되기 위해서는 다음의 조건을 모두 만족해야 함

2) 조사대상 신규 사업체 확정 조건

- 첫 번째, 반드시 B2C(일반 이용자 고객) 서비스를 제공하여야 함
- 두 번째, 콘텐츠 서비스는 유료화 방식이어야 함. 단 유료 결제 방식에는 제한 없음
 - 이용자에게는 무료로 제공되고, 광고 등으로 수익이 발생하는 서비스는 제외됨
- 국내 개발사 또는 퍼블리싱 사업체이고 일반 이용자 이용약관이 반드시 확인되어야 함
 - 조사대상 약관의 종류는 최종 사용자 계약 약관, 유료 서비스 이용약관 등이 모두 포함됨
 - 해외 콘텐츠 사업체는 별도 조사대상으로 분류하여 추가 분석을 진행하고, 전체 산업별 이용약관 분석결과에는 포함되지 않음
- 조사대상은 민간기업이어야 함
 - 공공기관에서 공익을 목적으로 한 서비스는 유료이더라도 조사대상에서 제외
- 동일 사업체가 여러 서비스를 제공하는 경우 1개의 표본으로 취급됨
 - 본 조사대상은 콘텐츠 서비스가 아닌 사업체를 기준으로 함
 - 단, 다수의 콘텐츠 서비스에 별도의 개별 이용약관이 적용된 경우는 조사대상에 포함됨

다. 2024년 조사대상 사업체 현황

- '24년 실태조사 사업체 구성은 '22년 사업체 구성 방식과 동일하게 적용
 - 산업별 최소 표본개수 20개를 균등할당하고 여기에 추가표본을 더하는 방식으로 구성
- 기존의 조사대상 추가 할당 방식은 콘텐츠분쟁조정위원회의 장르별 콘텐츠 분쟁상담 현황 비율을 적용하는 방식이 적용되었으나, 대부분의 상담 진행 장르가 '게임'에 집중되어 있으며 그 외 장르의 상담 비중이 크지 않아 해당 비율을 본 조사설계에 적용하는 것은 적합하지 않은 것으로 판단됨
 - 2022년 전체 분쟁상담 진행건수 5,527건 중 90.7%(5,014건)가 게임에 집중됨
 - 그 외 장르별 상담 진행비중은 방송 1.2%, 지식정보 1.0%, 콘텐츠 솔루션 1.0% 순
- 다만, 과년도 조사설계 및 결과와의 개연성을 유지하기 위해 '22년에 설계된 콘텐츠 장르별 규모 수준은 유지하고 휴/폐업 등으로 부족해진 사업체의 수만큼 신규로 추가하여 대상 사업체 규모 수준을 유지함
- '24년 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사 최종 확정 사업체는 총 236개 사업

표 1-7

콘텐츠 장르별 사업체 현황

| 콘텐츠 산업분류 | '22년 사업체 수 | 서비스 유지 사업체 수 | 신규 추가 사업체 수 | '24년 최종 사업체 수 |
|----------|------------|--------------|-------------|---------------|
| 출판 | 20 | 18 | 2 | 20 |
| 만화/웹툰 | 20 | 18 | 7 | 25 |
| 음악 | 20 | 19 | - | 19 |
| 온라인 게임 | 40 | 34 | 6 | 40 |
| 모바일 게임 | 50 | 38 | 12 | 50 |
| 영상서비스 | 25 | 21 | 5 | 26 |
| 이러닝 | 25 | 22 | 3 | 25 |
| 정보서비스 | 30 | 27 | 4 | 31 |
| 합계 | 230 | 197 | 39 | 236 |

- 음악은 대상 조건에 부합하는 신규 서비스가 추가로 확인되지 않아 '22년 대상 사업체보다 1개 부족함
- 정보서비스는 최근 개인이 쉽게 이용할 수 있는 온라인 저작도구 서비스 제공 사업체가 신규 추가됨
- 향후 본 과제의 완성도 제고를 위해 기존의 콘텐츠 분쟁신청 비율을 적용하여 장르별 조사 대상 규모를 산출하는 방식보다 현재 장르별 제공되는 유료 서비스의 개수 및 이용규모 등을 사전에 파악하고 이를 이용하여 규모를 확정하는 방안으로 변경하는 것에 대한 검토가 필요함

라. 조사대상 주요 서비스 유형

- 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사의 대상 서비스의 유형을 정리하면 다음과 같음

| 표 1-8 | 콘텐츠 산업별 주요 서비스 유형 |
|----------|-----------------------------------|
| 콘텐츠 산업분류 | 주요 서비스 유형 |
| 출판 | 전자책, 전자잡지, 웹소설 등 |
| 만화/웹툰 | 웹툰 (단행본, 연재물) |
| 음악 | 다운로드/스트리밍 음악 플랫폼, 음악방송채널 등 |
| 온라인 게임 | PC 기반의 온라인 게임 |
| 모바일 게임 | 모바일 앱 기반의 모바일 게임 |
| 영상서비스 | OTT 서비스, VoD, 다운로드/스트리밍 웹하드 서비스 등 |
| 이러닝 | 온라인 강의 교육 (교과과정, 기술교육, 외국어 등) |
| 정보서비스 | SNS, 이모티콘, 문서서식, 멀티미디어 저작도구 등 |

3. 이용약관 평가항목 구성

가. 평가항목 선정

- 콘텐츠진흥법 시행령 제30조(콘텐츠거래약관의 세부내용)의 각 호를 평가항목 대분류로 선정하고, 중·소분류는 콘텐츠이용자 보호지침의 주요 내용을 항목으로 반영함
 - 대분류별 하위에 중분류 14개(각 6점), 소분류 16개(각 1점)의 평가항목을 배치하여 전체 종합점수 100점 만점 기준으로 배점함
 - 중분류 항목은 기본적인 사항이 이용약관의 조항으로 포함 여부를 검토하고, 소분류 항목은 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 결함(하자, 서비스 장애)에 따른 피해 보상은 다운로드 또는 스트리밍 서비스 방식에 따라 선택형으로 나누었으며, 두 가지 서비스 방식을 모두 제공하는 경우 두 가지 각각을 평가한 후 둘 중 상위 점수로 반영

| 표 1-9 콘텐츠 산업별 주요 서비스 유형 | | | |
|---|-----------------|--|-----------|
| 대분류 (진흥법 시행령) | 배점 (100점 만점) | 중분류 및 소분류 (이용자 보호지침) | 관련 지침조항 |
| 1. 과오납금의 환불 방법 및 절차 | 15점 | 1-1) 약관에 "과오금 환급 관련 내용" 명시 여부 | 지침 10조 |
| | | 1-1-1) 약관에 "전액 환급" 명시 여부 | 지침 10조 3항 |
| | | 1-2) 약관에 "과오금 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 방법 과 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 청약철회 할 수 있음" 명시 여부 | 지침 11조 4항 |
| | | 2-2-2) 약관에 "제공일로부터 3개월 이상" 또는 "인지한 날짜로부터 30일 이내" 명시 여부 | 지침 11조 3항 |
| | | 2-3) 약관에 "청약철회 시 콘텐츠 대금 환급" 명시 여부 | 지침 12조 |
| | | 2-3-1) 약관에 환급 기간을 "3영업일 이하"로 명시 여부 | 지침 12조 3항 |

제1장 조사개요

| 대분류 (진흥법 시행령) | 배점 (100점 만점) | 중분류 및 소분류 (이용자 보호지침) | 관련 지침조항 |
|--|-----------------|---|----------------|
| 2. 청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지의 방법과 그 효과 | 43점 | 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 그 사용에 따라 얻은 이익을 반환" 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 피해 보상의 기준, 범위, 방법 및 절차 (중분류 택 1) | 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" 명시여부 | 지침 28조 1항 |
| | | 3-1-2) 약관에 완전한 콘텐츠 재공급 시간 "24시간 이하"로 명시여부 | 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 미이용기간을 포함, "잔여기간에 대한 이용료 환급 및 손해배상 실시한다"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 피해구제 요청을 적절하게 처리할 수 있도록 필요한 인력 및 체계(서비스)를 구비" 명시 여부 | 지침 26조 |
| 5. 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항 | 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 |
| | | 5-1-1) 약관에 이용자가 약관 내용을 위반한 경우 "콘텐츠의 일부 또는 전부 이용이 제한될 수 있다"는 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 명시했는지 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 적용 시 이용자 동의여부 확인" 명시 여부 | 지침 6조 2항 |

- 2024년 평가에는 최근 구독서비스를 통해 자동결제, 정기결제와 관련한 피해사례들이 계속되고 있어 이와 관련한 이용자 보호지침 내용이 약관에 명시되어 있는지 확인하는 추가 항목을 포함함

| 표 1-10 | | 구독서비스 관련 약관 추가 평가항목 | |
|---|-----------------|---|---------|
| 대분류 (진흥법 시행령) | 배점 (100점 만점) | 중분류 및 소분류 (이용자 보호지침) | 관련 지침조항 |
| 계약의 자동갱신 및 대금 자동결제와 관 련한 이용자 사전 알림 | 배점 없음 | 1) 약관에 콘텐츠 "유료 전환 및 유료이용기간 갱신 시 이용자에 동의를 받는다"는 내용 명시 여부 | 지침 18조 |
| | | 2) 약관에 콘텐츠 이용대금 자동 결제 전 "이용자에게 결제될 내역에 대하여 안내" 명시 여부 | 지침 19조 |

- 또한, 지난 2024년 3월부터 게임 내 확률형 아이템 정보공개 의무화 내용 등을 담은 ‘게임 산업진흥에 관한 법률 시행령’ 개정안이 의결되어 시행됨에 따라, 온라인 및 모바일 게임 서비스를 제공하는 사업체 이용약관에 확률형 아이템의 확률정보가 공개됨을 알리는 약관 내용이 포함되어 있는지 추가 확인함

| 표 1-11 | | 구독서비스 관련 약관 추가 평가항목 | |
|--------------------------------|-----------------|--|---|
| 대분류 (진흥법 시행령) | 배점 (100점 만점) | 중분류 및 소분류 (이용자 보호지침) | 관련 지침조항 |
| 확률형 아이템의 종 류별 공급확률 정보 표시 | 배점 없음 | 1) 약관에 게임에서 제공되는 모든 확률형 아이템의 종류, 등급, 성능의 변화 결과별 공급 확률정보 및 해당 확률형 아이템의 제공 총수 또는 기간에 대한 정보를 제공하고 있다는 내용 명시 | 게임산업진흥에 관한 법률 시행령 제 19조의 2 및 별표 3의 2 |
| | | 2) 확률정보의 제공 방식으로 게임물 내 표시, 인터넷 홈페이지 표시, 광고·선전물 표시 등의 방식으로 제공하고 있다는 내용 명시 | |

나. 평가절차

- 조사대상 콘텐츠 서비스는 웹사이트(또는 모바일앱)의 이용약관(최종 사용자 계약 약관), 서비스 운영정책, 유료 서비스 약관 등의 운영정책 자료를 수집
- 수집된 이용약관 및 운영정책 내용 중 평가항목에서 의미하는 바와 동일하거나 또는 유사하다고 판단되는 약관 내용이 확인된 경우 “준수”로 표기하고, 확인되지 않은 경우 “미준수”로 표기하여 평가
- 평가항목별 준수 여부와 평가근거(검토 약관)를 정리하여 대상 사업체에 결과 내용을 공유한 뒤 이의제기 신청을 통해 재검토를 실시, 이 후 결과를 최종 반영하여 확정함

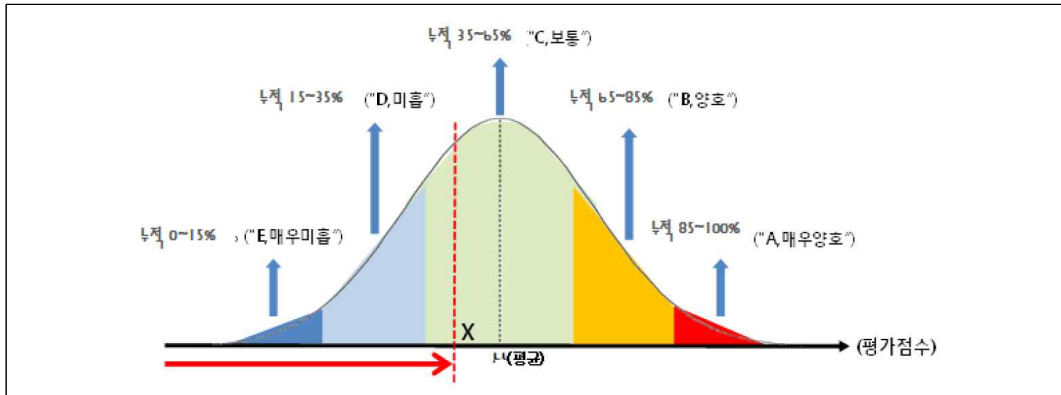
- 평가된 각 사업자의 서비스별 평가점수는 통계적 지수화로 표준점수로 환산하고 환산된 표준점수를 기준으로 보호지침 준수 등급을 부여함
 - 보호지침 준수 등급은 5단계 A(매우 양호) ~ E(매우 미흡) 로 분류

4. 결과분석 방법

가. 표준점수

- 연도별 조사되는 표본차이가 발생할 수 있고, 특정 표본들로 인하여 전체적인 보호지침 평가점수가 상승 또는 하락할 수 있으므로, 당해연도의 표본(2024년 236개 표본)의 이용약관 평가점수의 평균과 분산을 고려하여 환산할 수 있는 표준점수 체계를 마련
 - 전체 평가점수 평균 수준에 대한 각 서비스의 상대적 수준을 동시에 고려한 표준점수로 환산하고, 이를 당해 서비스별 준수 등급 분류의 기준으로 활용
- 먼저 이용약관 표기 준수를 평가점수 결과를 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 조사대상의 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
- 전체 236개 서비스의 특징(평균, 표준편차)을 반영하는 정규분포 곡선에서 특정 평가점수를 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 1-1 정규분포 곡선 및 평가점수에 따른 환산 표준점수 개념



- 특정 서비스의 평가점수가 'x'인 경우 정규분포 곡선에서, 전체 정규분포 (전체 곡선면적)에 대해 '극저값-x'사이 면적의 누적비중(%)을 산출하여 이를 등급 분류를 위한 환산된 "표준점수"로 적용
 - 예를 들어, 평가점수가 평균과 동일할 때 ($x=m$), 극저값(좌측)에서 평균 m까지의 정규분포 곡선의 누적 분포(면적)는 전체(면적)의 50%에 해당하므로 환산 표준점수는 '50.0p'이고, 이는 보통 등급에 해당

나. 이용자 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 표본수 비중을 차지하나, 본 실태조사는 표본이 유한개(236개)로 한정된 조사이므로 실제 등급별 표본수의 비중을 조정하여 적용함

표 1-12 표준점수에 따른 등급분류 기준

| 등급 | 환산 표준점수 기준 등급구간 | 정규분포 구간별 표본분포 비중 |
|-------------|-----------------|------------------|
| 매우 양호 (A등급) | 85p ~ 100p | 15% |
| 양호 (B등급) | 65p ~ 85p 미만 | 20% |
| 보통 (C등급) | 35p ~ 65p 미만 | 30% |
| 미흡 (D등급) | 15p ~ 35p 미만 | 20% |
| 매우 미흡 (E등급) | 0p ~ 15p 미만 | 15% |

제2장

조사결과

1. 실태조사 결과 종합
2. 평가항목별 결과
3. 콘텐츠 장르별 평가점수 결과
4. 해외 콘텐츠 사업체 약관 분석
5. 콘텐츠 사업체 약관평가 개선의견

제2장 조사결과

1. 실태조사 결과 종합

가. 실태조사 결과 종합표

1) 이용약관 평가결과

- 8개 장르 236개 콘텐츠 사업자의 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
- 동일 주제로 묶여 있는 대분류별 평가항목 기준으로 평균 평가점수를 산출함

| 표 2-1 | 대분류별 약관 표기 준수 평가점수 및 평가항목 |
|--|---------------------------|
| <ul style="list-style-type: none">• 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 | |

- 2024년 실태조사의 약관 표기 준수 전체 평가점수는 74.2점임
 - 2022년 총 이용약관 표기 준수 평가점수는 74.9점 대비 0.7점 하락하였음
 - 2022년에도 조사대상이었던 기존 사업체(197개 사)의 2024년 평균 평가점수는 75.5점으로 상승하였으나, 2024년 신규 사업체(39개 사)의 평균 평가점수가 68.1점으로 나타난 것이 하락의 주요 원인인 것으로 판단됨
- 각 장르별 이용약관 표기 준수 전체 평가점수를 전체 조사대상(236개) 평가점수의 상대적인 수준을 파악할 수 있도록 통계기법으로 환산된 표준점수(단위는 'p' (point)로 설정) 평균과 함께 표기함
 - 이용약관 표기 준수 평가점수는 100점 만점 기준의 절대평가 점수인 반면, 표준점수는 당해 실태조사 전체 표본 평가점수를 기준으로 상대적 준수 수준을 동시에 반영한 것으로 표본별 등급을 산정하는데 활용됨
 - 전체 이용약관 표기 준수 평가점수 74.2점을 표준점수로 환산할 경우 중앙값인 50.0p가 되며, 이를 기준으로 사업체별 평가점수들의 분산 정도에 따라 동일한 평가점수이더라도 표준점수는 달라질 수 있음

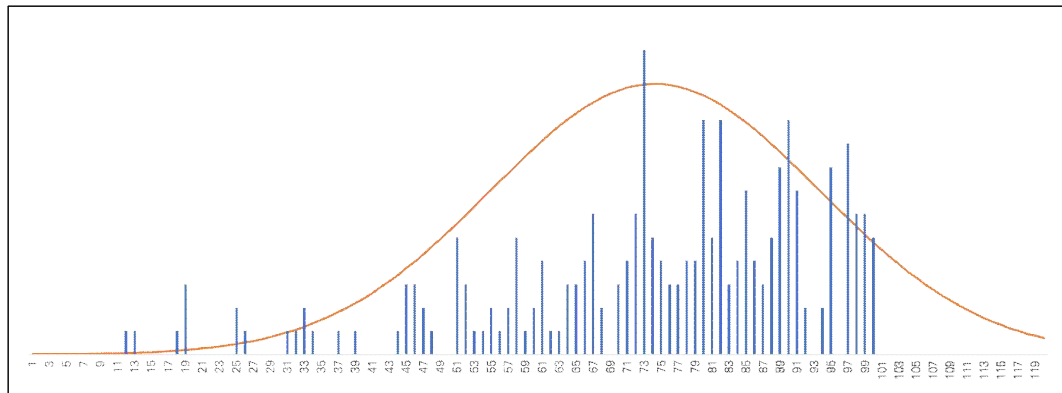
표 2-2

장르별 종합결과표

| 장르 | 표본수 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) |
|---------|-----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|
| | | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | |
| 출판 | 20 | 8.0 | 35.7 | 4.8 | 11.4 | 18.7 | 78.5 | 58.6p |
| 만화/웹툰 | 25 | 12.7 | 33.9 | 3.0 | 10.6 | 18.4 | 78.6 | 58.8p |
| 음악 | 19 | 9.2 | 29.1 | 4.1 | 10.1 | 15.4 | 67.8 | 36.9p |
| 온라인게임 | 40 | 14.0 | 35.4 | 5.5 | 10.2 | 19.3 | 84.4 | 70.0p |
| 모바일게임 | 50 | 12.3 | 33.0 | 3.2 | 9.8 | 19.4 | 77.7 | 57.2p |
| 영상서비스 | 26 | 10.6 | 27.1 | 3.3 | 10.6 | 14.6 | 66.2 | 33.9p |
| 이러닝 | 25 | 9.8 | 30.9 | 3.1 | 11.1 | 15.7 | 70.6 | 50.7p |
| 정보서비스 | 31 | 5.8 | 23.6 | 3.2 | 11.0 | 16.2 | 59.8 | 22.7p |
| (계, 평균) | 236 | 10.7 | 31.5 | 3.8 | 10.6 | 17.6 | 74.2 | 50.0p |

그림 2-1

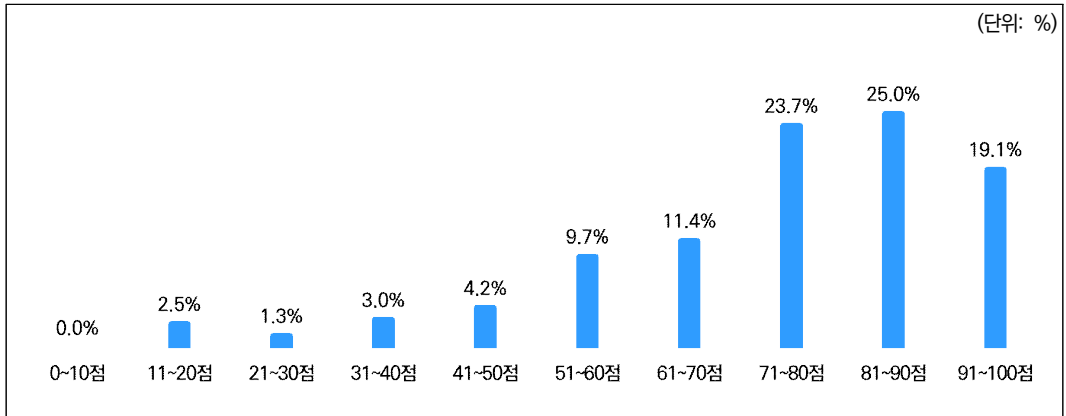
2024년 실태조사 평가점수별 빈도 및 정규분포 곡선



- 2024년 실태조사 전체 236개 사업체의 약관 표기 준수 평가점수를 점수대별로 분석한 결과, 81~90점대에 25.0%가 포함되어 가장 많이 분포되었으며, 다음으로 71~80점대가 23.7%, 91~100점대 19.1% 등의 순으로 분포됨

그림 2-2

2024년 실태조사 평가점수대 분포

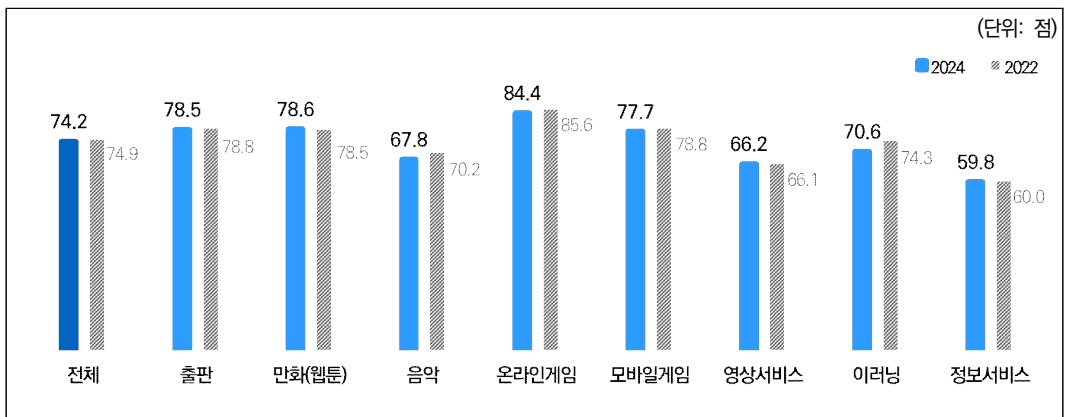


2) 콘텐츠 장르별 평가점수 결과

- 콘텐츠 장르별 이용약관 표기 준수 평가점수는 온라인 게임이 평균 84.4점으로 가장 높고, 다음으로 만화/웹툰이 78.6점, 출판 78.5점, 모바일 게임 77.7점 순으로 나타남
- 가장 평가점수가 낮은 장르는 정보서비스로 평균 59.8점으로 분석되었음
- 2022년 결과와 비교하면 대부분 평가점수보다 하락하였으나, 만화/웹툰과 영상서비스 분야는 각각 0.1점 상승한 것으로 나타남
 - 가장 큰 폭으로 하락한 장르는 이러닝 분야가 3.7점, 음악 분야가 2.4점 떨어짐

그림 2-3

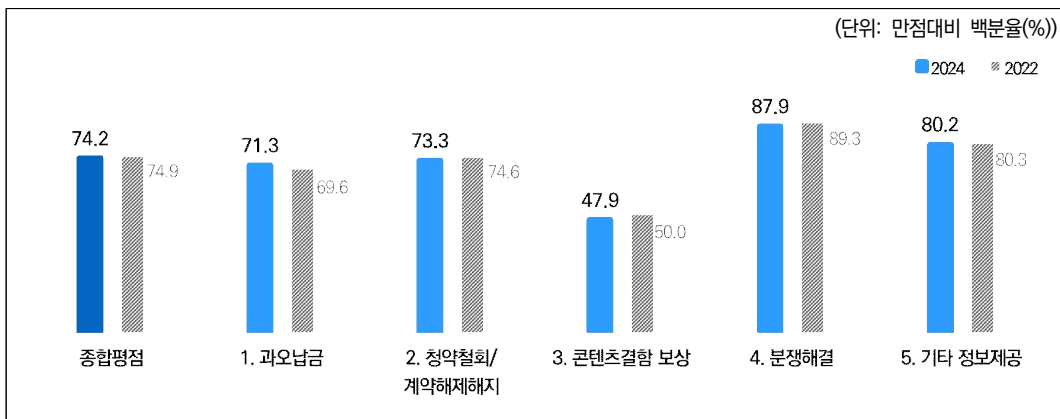
콘텐츠 장르별 평가점수 분포



3) 대분류 항목별 평가점수 결과

- 5가지 대분류 항목별 약관 표기 준수율은 '4. 분쟁해결 방법 및 절차' 항목이 87.9%로 가장 높고, 다음으로 '5. 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항'이 80.2%로 나타남. 반면, '3. 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상의 기준, 범위, 방법 및 절차' 항목의 평가점수가 47.9%로 가장 낮은 수준을 보임
- 2022년 결과와 비교하면 '1. 과오납금의 환불방법 및 절차' 항목의 약관 표기 준수율이 1.7%p 상승한 것으로 나타남
 - 2022년 결과 대비 약관 표기 준수율이 가장 큰 폭으로 하락한 대분류 항목은 '3. 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상의 기준, 범위, 방법 및 절차'로 2.1%p 하락함
 - '3. 콘텐츠 결함 보상' 항목의 준수율 하락은 기존의 다운로드 및 스트리밍 방식의 서비스 외에도 다양한 서비스 방식이 포함됨에 따라 이 경우 기존 평가표 세부항목 적용이 어려워 전반적인 준수율 수준이 다소 낮아진 것을 원인으로 볼 수 있음

그림 2-4 대분류 항목별 약관 평가 준수율



나. 콘텐츠 장르별 표준점수 분포 및 등급평가

- 전체 236개 조사대상의 표준점수에 따른 등급분류 분석 결과, 매우 양호(A) 등급에 포함된 서비스는 총 34개이며, 양호(B) 등급에 포함된 서비스는 65개, 보통(C) 등급 포함 서비스는 73개, 미흡(D) 등급 포함 서비스는 28개, 매우 미흡(E) 등급 포함 서비스는 36개로 분류됨

표 2-3

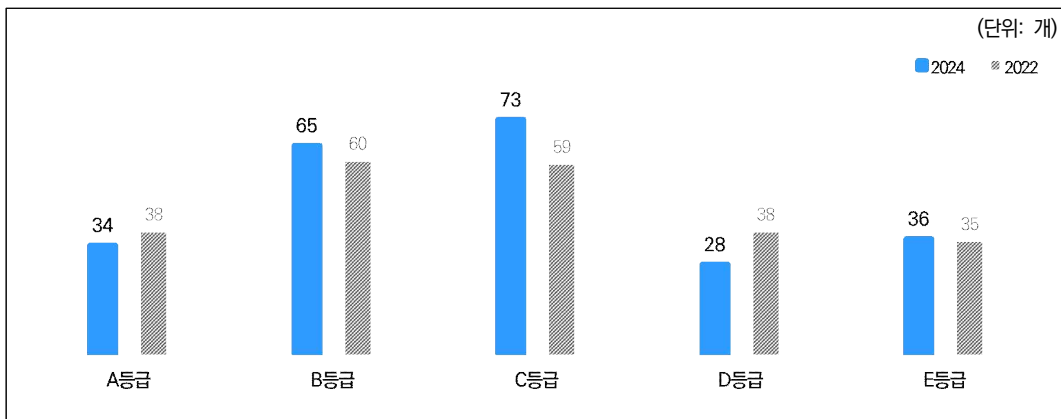
장르별 평균 표준점수 및 등급별 서비스 개수

| 장르 | 표준점수 | 표준점수 기준 등급별 서비스 개수 | | | | | 총 합계 |
|-------|-------|--------------------|-------------|-------------|-------------|----------------|------|
| | | 매우 양호 (A등급) | 양호 (B등급) | 보통 (C등급) | 미흡 (D등급) | 매우 미흡 (E등급) | |
| 출판 | 58.6p | 5 | 4 | 8 | 2 | 1 | 20 |
| 만화/웹툰 | 58.8p | 2 | 12 | 5 | 5 | 1 | 25 |
| 음악 | 36.9p | 3 | 5 | 3 | 2 | 6 | 19 |
| 온라인게임 | 70.0p | 9 | 16 | 14 | - | 1 | 40 |
| 모바일게임 | 57.2p | 6 | 18 | 19 | 2 | 5 | 50 |
| 영상서비스 | 33.9p | 2 | 4 | 6 | 8 | 6 | 26 |
| 이러닝 | 50.7p | 5 | 4 | 8 | 5 | 3 | 25 |
| 정보서비스 | 22.7p | 2 | 2 | 10 | 4 | 13 | 31 |
| 전체 | 50.0p | 34 | 65 | 73 | 28 | 36 | 236 |

- 2022년 결과와 비교하면, 2024년에 매우 양호(A) 등급은 4개 서비스 정도가 부족하였으나, 양호(B) 등급과 보통(C) 등급은 각각 5개 사, 14개 사가 더 많이 포함된 것으로 확인됨. 반면, 미흡(D) 등급 포함 서비스가 2022년 대비 10개 사 정도 줄어듦

그림 2-5

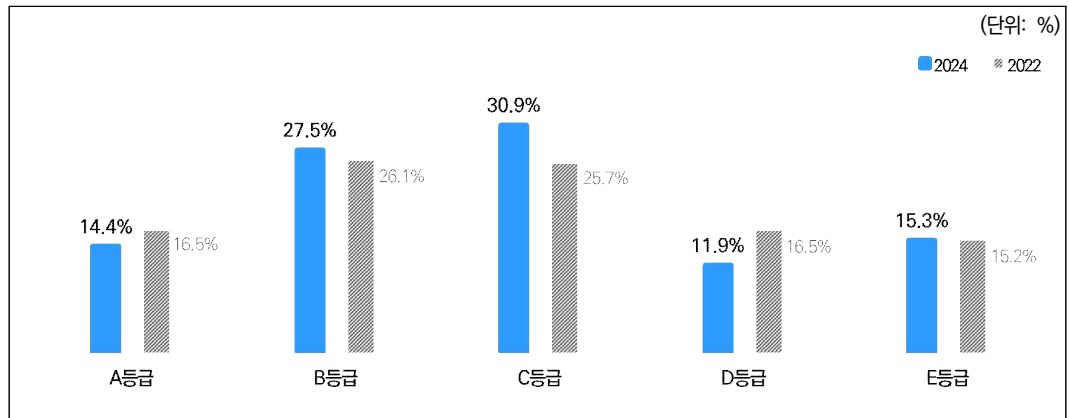
이용약관 평가 표준점수 등급별 서비스 개수



- 등급별 서비스 분포 비율을 살펴보면, 2024년 결과에서는 보통(C) 등급 서비스가 전체 30.9%로 가장 많았으며, 양호(B) 등급 서비스가 27.5%로 나타났고, 매우 양호(A) 등급 서비스는 전체 14.4%로 조사됨
- 전체적으로 약관 표기 준수율이 높아진 결과로 볼 수 있음

그림 2-6

2024년 이용약관 평가 표준점수 등급별 백분율 분포



- 약관 평가점수별 환산된 표준점수표는 아래와 같으며 평가점수 1점부터 100점까지 매칭되는 표준점수의 값이 표시됨

표 2-4

약관 평가점수별 환산된 표준점수표 (2024년 결과 기준)

| 평가점수 | 표준점수 | 평가점수 | 표준점수 | 평가점수 | 표준점수 |
|------|--------|------|---------|------|---------|
| 1 | 0.008p | 35 | 2.130p | 69 | 39.319p |
| 2 | 0.009p | 36 | 2.408p | 70 | 41.319p |
| 3 | 0.012p | 37 | 2.716p | 71 | 43.341p |
| 4 | 0.014p | 38 | 3.056p | 72 | 45.382p |
| 5 | 0.017p | 39 | 3.431p | 73 | 47.434p |
| 6 | 0.021p | 40 | 3.842p | 74 | 49.493p |
| 7 | 0.026p | 41 | 4.293p | 75 | 51.554p |
| 8 | 0.031p | 42 | 4.786p | 76 | 53.611p |
| 9 | 0.037p | 43 | 5.323p | 77 | 55.658p |
| 10 | 0.045p | 44 | 5.907p | 78 | 57.690p |
| 11 | 0.054p | 45 | 6.540p | 79 | 59.701p |
| 12 | 0.065p | 46 | 7.224p | 80 | 61.688p |
| 13 | 0.078p | 47 | 7.962p | 81 | 63.644p |
| 14 | 0.093p | 48 | 8.756p | 82 | 65.565p |
| 15 | 0.110p | 49 | 9.607p | 83 | 67.447p |
| 16 | 0.131p | 50 | 10.517p | 84 | 69.285p |
| 17 | 0.155p | 51 | 11.488p | 85 | 71.076p |
| 18 | 0.183p | 52 | 12.522p | 86 | 72.816p |
| 19 | 0.216p | 53 | 13.618p | 87 | 74.503p |
| 20 | 0.254p | 54 | 14.779p | 88 | 76.133p |
| 21 | 0.297p | 55 | 16.004p | 89 | 77.705p |

| 평가점수 | 표준점수 | 평가점수 | 표준점수 | 평가점수 | 표준점수 |
|------|--------|------|---------|------|---------|
| 22 | 0.348p | 56 | 17.293p | 90 | 79.216p |
| 23 | 0.405p | 57 | 18.647p | 91 | 80.664p |
| 24 | 0.472p | 58 | 20.065p | 92 | 82.049p |
| 25 | 0.548p | 59 | 21.545p | 93 | 83.371p |
| 26 | 0.634p | 60 | 23.087p | 94 | 84.627p |
| 27 | 0.733p | 61 | 24.688p | 95 | 85.819p |
| 28 | 0.844p | 62 | 26.348p | 96 | 86.947p |
| 29 | 0.970p | 63 | 28.062p | 97 | 88.012p |
| 30 | 1.113p | 64 | 29.829p | 98 | 89.013p |
| 31 | 1.273p | 65 | 31.644p | 99 | 89.953p |
| 32 | 1.453p | 66 | 33.505p | 100 | 90.833p |
| 33 | 1.655p | 67 | 35.407p | | |
| 34 | 1.880p | 68 | 37.347p | | |

1) 장르별 전체 사업체 약관 평가점수 (내림차순)

표 2-5 장르별 약관 평가점수 (내림차순, 단위: 점)

| 출판 | | 만화 | | 음악 | | 온라인 게임 | | 모바일 게임 | | 영상 서비스 | | 이러닝 | | 정보 서비스 | |
|----|-------|----|-------|----|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|-----|-------|--------|-------|
| 순번 | 평가 점수 | 순번 | 평가 점수 | 순번 | 평가 점수 | 순번 | 평가 점수 | 순번 | 평가 점수 | 순번 | 평가 점수 | 순번 | 평가 점수 | 순번 | 평가 점수 |
| 1 | 95.0 | 1 | 90.0 | 1 | 68.0 | 1 | 67.0 | 1 | 97.0 | 1 | 99.0 | 1 | 100.0 | 1 | 52.0 |
| 2 | 95.0 | 2 | 97.0 | 2 | 99.0 | 2 | 99.0 | 2 | 90.0 | 2 | 99.0 | 2 | 98.0 | 2 | 95.0 |
| 3 | 95.0 | 3 | 97.0 | 3 | 91.0 | 3 | 91.0 | 3 | 70.0 | 3 | 68.0 | 3 | 98.0 | 3 | 33.0 |
| 4 | 95.0 | 4 | 94.0 | 4 | 92.0 | 4 | 100.0 | 4 | 85.0 | 4 | 89.0 | 4 | 99.0 | 4 | 97.0 |
| 5 | 91.0 | 5 | 89.0 | 5 | 85.0 | 5 | 72.0 | 5 | 80.0 | 5 | 60.0 | 5 | 98.0 | 5 | 88.0 |
| 6 | 77.0 | 6 | 91.0 | 6 | 98.0 | 6 | 98.0 | 6 | 80.0 | 6 | 87.0 | 6 | 47.0 | 6 | 90.0 |
| 7 | 73.0 | 7 | 86.0 | 7 | 83.0 | 7 | 97.0 | 7 | 87.0 | 7 | 73.0 | 7 | 78.0 | 7 | 80.0 |
| 8 | 71.0 | 8 | 89.0 | 8 | 58.0 | 8 | 99.0 | 8 | 90.0 | 8 | 66.0 | 8 | 73.0 | 8 | 81.0 |
| 9 | 82.0 | 9 | 89.0 | 9 | 80.0 | 9 | 73.0 | 9 | 97.0 | 9 | 72.0 | 9 | 92.0 | 9 | 76.0 |
| 10 | 73.0 | 10 | 71.0 | 10 | 62.0 | 10 | 82.0 | 10 | 80.0 | 10 | 72.0 | 10 | 86.0 | 10 | 72.0 |
| 11 | 67.0 | 11 | 74.0 | 11 | 67.0 | 11 | 90.0 | 11 | 86.0 | 11 | 64.0 | 11 | 88.0 | 11 | 70.0 |
| 12 | 71.0 | 12 | 90.0 | 12 | 19.0 | 12 | 81.0 | 12 | 87.0 | 12 | 52.0 | 12 | 88.0 | 12 | 71.0 |
| 13 | 65.0 | 13 | 65.0 | 13 | 37.0 | 13 | 85.0 | 13 | 97.0 | 13 | 84.0 | 13 | 75.0 | 13 | 63.0 |
| 14 | 53.0 | 14 | 61.0 | 14 | 45.0 | 14 | 77.0 | 14 | 87.0 | 14 | 66.0 | 14 | 73.0 | 14 | 66.0 |
| 15 | 69.0 | 15 | 64.0 | 15 | 91.0 | 15 | 75.0 | 15 | 84.0 | 15 | 80.0 | 15 | 75.0 | 15 | 73.0 |
| 16 | 73.0 | 16 | 61.0 | 16 | 45.0 | 16 | 90.0 | 16 | 85.0 | 16 | 33.0 | 16 | 73.0 | 16 | 67.0 |
| 17 | 85.0 | 17 | 82.0 | 17 | 95.0 | 17 | 72.0 | 17 | 90.0 | 17 | 61.0 | 17 | 73.0 | 17 | 58.0 |
| 18 | 82.0 | 18 | 76.0 | 18 | 26.0 | 18 | 78.0 | 18 | 84.0 | 18 | 51.0 | 18 | 57.0 | 18 | 55.0 |
| 19 | 97.0 | 19 | 64.0 | 19 | 47.0 | 19 | 74.0 | 19 | 80.0 | 19 | 51.0 | 19 | 51.0 | 19 | 51.0 |
| 20 | 60.0 | 20 | 25.0 | | | 20 | 67.0 | 20 | 90.0 | 20 | 56.0 | 20 | 48.0 | 20 | 32.0 |
| | | 21 | 81.0 | | | 21 | 97.0 | 21 | 82.0 | 21 | 65.0 | 21 | 58.0 | 21 | 51.0 |
| | | 22 | 82.0 | | | 22 | 82.0 | 22 | 58.0 | 22 | 13.0 | 22 | 57.0 | 22 | 46.0 |
| | | 23 | 84.0 | | | 23 | 81.0 | 23 | 79.0 | 23 | 61.0 | 23 | 55.0 | 23 | 12.0 |
| | | 24 | 73.0 | | | 24 | 91.0 | 24 | 80.0 | 24 | 82.0 | 24 | 67.0 | 24 | 39.0 |
| | | 25 | 89.0 | | | 25 | 76.0 | 25 | 100.0 | 25 | 73.0 | 25 | 58.0 | 25 | 46.0 |
| | | | | | | 26 | 89.0 | 26 | 82.0 | 26 | 44.0 | | | 26 | 45.0 |
| | | | | | | 27 | 89.0 | 27 | 70.0 | | | | | 27 | 34.0 |
| | | | | | | 28 | 83.0 | 28 | 85.0 | | | | | 28 | 31.0 |
| | | | | | | 29 | 89.0 | 29 | 79.0 | | | | | 29 | 74.0 |
| | | | | | | 30 | 75.0 | 30 | 19.0 | | | | | 30 | 80.0 |
| | | | | | | 31 | 100.0 | 31 | 81.0 | | | | | 31 | 25.0 |
| | | | | | | 32 | 86.0 | 32 | 78.0 | | | | | | |
| | | | | | | 33 | 85.0 | 33 | 77.0 | | | | | | |
| | | | | | | 34 | 91.0 | 34 | 79.0 | | | | | | |
| | | | | | | 35 | 74.0 | 35 | 98.0 | | | | | | |
| | | | | | | 36 | 100.0 | 36 | 94.0 | | | | | | |
| | | | | | | 37 | 83.0 | 37 | 79.0 | | | | | | |
| | | | | | | 38 | 88.0 | 38 | 88.0 | | | | | | |
| | | | | | | 39 | 95.0 | 39 | 95.0 | | | | | | |
| | | | | | | 40 | 54.0 | 40 | 73.0 | | | | | | |
| | | | | | | 41 | | 41 | 46.0 | | | | | | |
| | | | | | | 42 | | 42 | 52.0 | | | | | | |
| | | | | | | 43 | | 43 | 78.0 | | | | | | |
| | | | | | | 44 | | 44 | 59.0 | | | | | | |
| | | | | | | 45 | | 45 | 72.0 | | | | | | |
| | | | | | | 46 | | 46 | 71.0 | | | | | | |
| | | | | | | 47 | | 47 | 18.0 | | | | | | |
| | | | | | | 48 | | 48 | 90.0 | | | | | | |
| | | | | | | 49 | | 49 | 19.0 | | | | | | |
| | | | | | | 50 | | 50 | 80.0 | | | | | | |

2) 장르별 전체 사업체 약관 평가 표준점수 (내림차순)

표 2-6 장르별 약관 평가 표준점수 (내림차순, 단위: p)

| 출판 | | 만화 | | 음악 | | 온라인 게임 | | 모바일 게임 | | 영상 서비스 | | 이러닝 | | 정보 서비스 | |
|----|-------|----|-------|----|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|-----|-------|--------|-------|
| 순번 | 표준 점수 | 순번 | 표준 점수 | 순번 | 표준 점수 | 순번 | 표준 점수 | 순번 | 표준 점수 | 순번 | 표준 점수 | 순번 | 표준 점수 | 순번 | 표준 점수 |
| 1 | 85.8 | 1 | 79.2 | 1 | 37.4 | 1 | 35.4 | 1 | 88.0 | 1 | 89.9 | 1 | 90.8 | 1 | 12.6 |
| 2 | 85.8 | 2 | 88.0 | 2 | 89.9 | 2 | 89.9 | 2 | 79.2 | 2 | 89.9 | 2 | 89.0 | 2 | 85.8 |
| 3 | 85.8 | 3 | 88.0 | 3 | 80.6 | 3 | 80.6 | 3 | 41.3 | 3 | 37.4 | 3 | 89.0 | 3 | 1.7 |
| 4 | 85.8 | 4 | 84.6 | 4 | 82.0 | 4 | 90.8 | 4 | 71.0 | 4 | 77.7 | 4 | 89.9 | 4 | 88.0 |
| 5 | 80.6 | 5 | 77.7 | 5 | 71.0 | 5 | 45.4 | 5 | 61.7 | 5 | 23.1 | 5 | 89.0 | 5 | 76.1 |
| 6 | 55.6 | 6 | 80.6 | 6 | 89.0 | 6 | 89.0 | 6 | 61.7 | 6 | 74.5 | 6 | 8.0 | 6 | 79.2 |
| 7 | 47.4 | 7 | 72.8 | 7 | 67.4 | 7 | 88.0 | 7 | 74.5 | 7 | 47.4 | 7 | 57.7 | 7 | 61.7 |
| 8 | 43.4 | 8 | 77.7 | 8 | 20.1 | 8 | 89.9 | 8 | 79.2 | 8 | 33.5 | 8 | 47.4 | 8 | 63.6 |
| 9 | 65.5 | 9 | 77.7 | 9 | 61.7 | 9 | 47.4 | 9 | 88.0 | 9 | 45.4 | 9 | 82.0 | 9 | 53.6 |
| 10 | 47.4 | 10 | 43.4 | 10 | 26.4 | 10 | 65.5 | 10 | 61.7 | 10 | 45.4 | 10 | 72.8 | 10 | 45.4 |
| 11 | 35.4 | 11 | 49.5 | 11 | 35.4 | 11 | 79.2 | 11 | 72.8 | 11 | 29.9 | 11 | 76.1 | 11 | 41.3 |
| 12 | 43.4 | 12 | 79.2 | 12 | 0.2 | 12 | 63.6 | 12 | 74.5 | 12 | 12.6 | 12 | 76.1 | 12 | 43.4 |
| 13 | 31.7 | 13 | 31.7 | 13 | 2.7 | 13 | 71.0 | 13 | 88.0 | 13 | 69.2 | 13 | 51.6 | 13 | 28.1 |
| 14 | 13.7 | 14 | 24.7 | 14 | 6.6 | 14 | 55.6 | 14 | 74.5 | 14 | 33.5 | 14 | 47.4 | 14 | 33.5 |
| 15 | 39.3 | 15 | 29.9 | 15 | 80.6 | 15 | 51.6 | 15 | 69.2 | 15 | 61.7 | 15 | 51.6 | 15 | 47.4 |
| 16 | 47.4 | 16 | 24.7 | 16 | 6.6 | 16 | 79.2 | 16 | 71.0 | 16 | 1.7 | 16 | 47.4 | 16 | 35.4 |
| 17 | 71.0 | 17 | 65.5 | 17 | 85.8 | 17 | 45.4 | 17 | 79.2 | 17 | 24.7 | 17 | 47.4 | 17 | 20.1 |
| 18 | 65.5 | 18 | 53.6 | 18 | 0.6 | 18 | 57.7 | 18 | 69.2 | 18 | 11.5 | 18 | 18.7 | 18 | 16.1 |
| 19 | 88.0 | 19 | 29.9 | 19 | 8.0 | 19 | 49.5 | 19 | 61.7 | 19 | 11.5 | 19 | 11.5 | 19 | 11.5 |
| 20 | 23.1 | 20 | 0.6 | | | 20 | 35.4 | 20 | 79.2 | 20 | 17.3 | 20 | 8.8 | 20 | 1.5 |
| | | 21 | 63.6 | | | 21 | 88.0 | 21 | 65.5 | 21 | 31.7 | 21 | 20.1 | 21 | 11.5 |
| | | 22 | 65.5 | | | 22 | 65.5 | 22 | 20.1 | 22 | 0.1 | 22 | 18.7 | 22 | 7.3 |
| | | 23 | 69.2 | | | 23 | 63.6 | 23 | 59.7 | 23 | 24.7 | 23 | 16.1 | 23 | 0.1 |
| | | 24 | 47.4 | | | 24 | 80.6 | 24 | 61.7 | 24 | 65.5 | 24 | 35.4 | 24 | 3.5 |
| | | 25 | 77.7 | | | 25 | 53.6 | 25 | 90.8 | 25 | 47.4 | 25 | 20.1 | 25 | 7.3 |
| | | | | | | 26 | 77.7 | 26 | 65.5 | 26 | 5.9 | | | 26 | 6.6 |
| | | | | | | 27 | 77.7 | 27 | 41.3 | | | | | 27 | 1.9 |
| | | | | | | 28 | 67.4 | 28 | 71.0 | | | | | 28 | 1.3 |
| | | | | | | 29 | 77.7 | 29 | 59.7 | | | | | 29 | 49.5 |
| | | | | | | 30 | 51.6 | 30 | 0.2 | | | | | 30 | 61.7 |
| | | | | | | 31 | 90.8 | 31 | 63.6 | | | | | 31 | 0.6 |
| | | | | | | 32 | 72.8 | 32 | 57.7 | | | | | | |
| | | | | | | 33 | 71.0 | 33 | 55.6 | | | | | | |
| | | | | | | 34 | 80.6 | 34 | 59.7 | | | | | | |
| | | | | | | 35 | 49.5 | 35 | 89.0 | | | | | | |
| | | | | | | 36 | 90.8 | 36 | 84.6 | | | | | | |
| | | | | | | 37 | 67.4 | 37 | 59.7 | | | | | | |
| | | | | | | 38 | 76.1 | 38 | 76.1 | | | | | | |
| | | | | | | 39 | 85.8 | 39 | 85.8 | | | | | | |
| | | | | | | 40 | 14.8 | 40 | 47.4 | | | | | | |
| | | | | | | | | 41 | 7.3 | | | | | | |
| | | | | | | | | 42 | 12.6 | | | | | | |
| | | | | | | | | 43 | 57.7 | | | | | | |
| | | | | | | | | 44 | 21.6 | | | | | | |
| | | | | | | | | 45 | 45.4 | | | | | | |
| | | | | | | | | 46 | 43.4 | | | | | | |
| | | | | | | | | 47 | 0.2 | | | | | | |
| | | | | | | | | 48 | 79.2 | | | | | | |
| | | | | | | | | 49 | 0.2 | | | | | | |
| | | | | | | | | 50 | 61.7 | | | | | | |

2. 평가항목별 결과

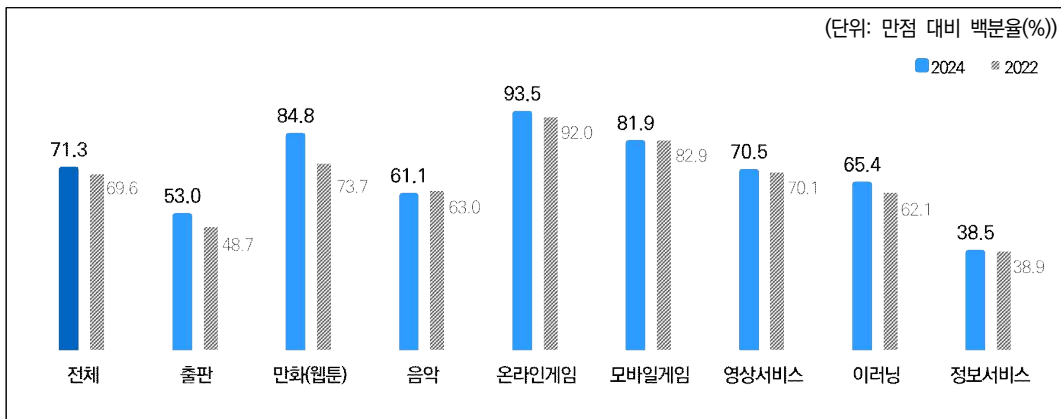
가. 과오납금의 환불방법 및 절차

1) 대분류 항목 약관 표기 준수 평가점수

- ‘과오납금의 환불방법 및 절차’ 항목의 약관 표기 준수율(만점대비 백분율(%))은 71.3%임
 - 2022년 평가점수(69.6%)보다 1.7%p 증가함
- 장르별로 ‘온라인 게임’이 93.5%로 가장 높은 평가점수를 보였으며, 다음으로 ‘만화/웹툰’ 84.8%, ‘모바일 게임’ 81.9% 등의 순으로 나타남
 - 2022년 대비 평가점수 상승이 가장 큰 장르는 ‘만화/웹툰’으로 11.1%p 증가함
 - 만화/웹툰의 평가점수 상승은 ‘22년에 조사대상인 사업체에서 과오납금과 관련한 조항을 추가 개선하여 표기 준수율이 높아졌고, 신규 사업체에서도 다른 콘텐츠 장르의 신규 사업체보다 해당 내용의 약관 표기 준수율이 평균적으로 높았기에 큰 점수 상승이 이루어진 것으로 분석되었음
- 매월 정해진 금액이 정기적으로 결제되는 ‘음악’, ‘영상서비스’ 등의 장르보다 결제금액의 종류가 다양하고 결제시기에 제한이 없는 인앱결제 방식이 주로 이용되는 게임 분야 등에서 과오납금에 대한 약관 표기 준수율이 높은 것으로 보임
 - ‘출판’, ‘정보서비스’ 등의 장르는 콘텐츠 서비스 외 일반 전자상거래(전자책 판매, 패키지 상품판매 등)와 혼합된 경우가 다수 포함되어 있으며 이 경우 공정거래위원회 전자상거래 표준약관 등으로 별도 구성되는 경우가 있으나, 본 과업의 평가 기준인 콘텐츠 이용약관 내에는 과오납금에 대한 내용이 누락되어 있어 평가점수가 상대적으로 낮게 나타남

그림 2-7

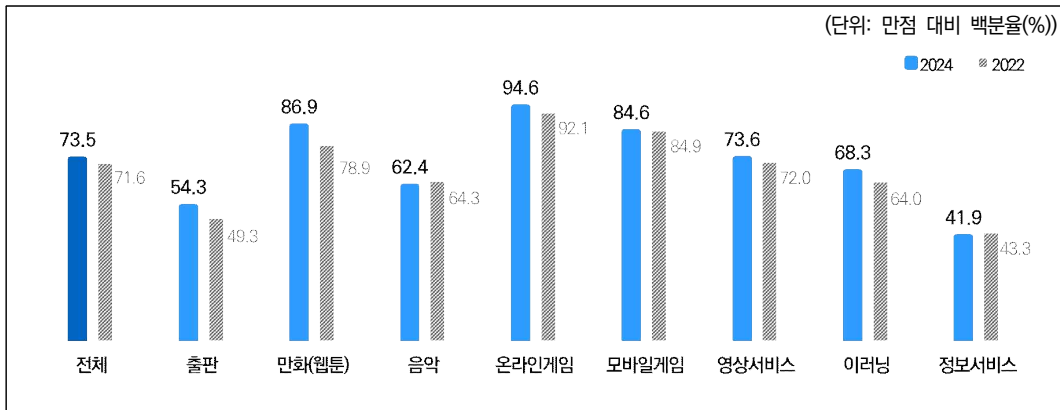
콘텐츠 장르별 대분류1 (과오납금 환불방법 및 절차) 약관 표기 준수율



2) (중분류1-1) 과오납금 환급 가능 및 전액 환급 사항

- 과오납금의 환급 가능여부 및 전액 환급 여부의 약관 표기 준수율은 73.5%로 지난 2022년 표기 준수율(71.6%)보다 1.9%p 증가함
- 장르별로 '온라인 게임'의 약관 표기 준수율이 94.6%로 가장 높고, 다음으로 '만화/웹툰' 86.9%, '모바일 게임' 84.6%, '영상서비스' 73.6% 등의 순으로 나타남
- 2022년 대비 약관 표기 준수율 상승이 가장 큰 장르는 '만화/웹툰'으로 8.0%p 증가함

그림 2-8 콘텐츠 장르별 중분류1-1 약관 표기 준수율



- 세부항목 중 '과오납금 환급 내용'은 대체로 표기 준수율이 높았으나 '전액 환급'을 표기한 비율은 상대적으로 낮은 것으로 나타남
- 과오납금에 대한 '전액 환급' 표기 준수율이 가장 높은 장르는 '온라인 게임' 92.5%, '만화/웹툰' 80.0% 등의 순으로 나타남

표 2-7 과오납금 환급 가능 관련 사항 약관 반영 항목별 결과

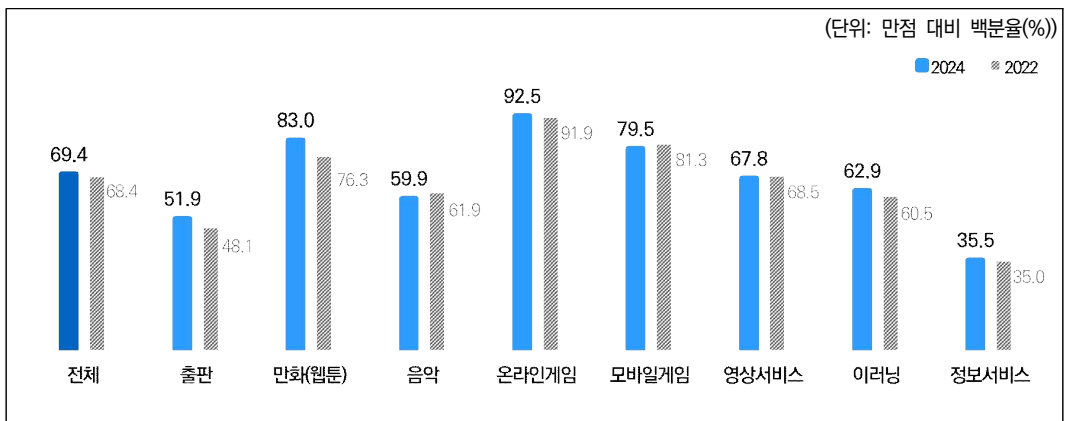
| 장르 | 중분류 종합 (7점) | | 세부항목1 (6점) | | 세부항목2 (1점) | |
|-------|-------------|-------|------------|-------|------------|-------|
| | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 |
| 출판 | 3.8 | 54.3% | 3.3 | 55.0% | 0.5 | 50.0% |
| 만화/웹툰 | 6.1 | 86.9% | 5.3 | 88.0% | 0.8 | 80.0% |
| 음악 | 4.4 | 62.4% | 3.8 | 63.2% | 0.6 | 57.9% |
| 온라인게임 | 6.6 | 94.6% | 5.7 | 95.0% | 0.9 | 92.5% |
| 모바일게임 | 5.9 | 84.6% | 5.5 | 92.0% | 0.4 | 40.0% |
| 영상서비스 | 5.2 | 73.6% | 4.6 | 76.9% | 0.5 | 53.8% |
| 이러닝 | 4.8 | 68.3% | 4.1 | 68.8% | 0.7 | 65.6% |
| 정보서비스 | 2.9 | 41.9% | 2.5 | 41.9% | 0.4 | 41.9% |
| 전체 | 5.1 | 73.5% | 4.6 | 75.8% | 0.6 | 59.7% |

주: 세부항목 1 : 과오납금 환급 관련 내용 명시 여부, 세부항목 2 : 과오납금 전액 환급 명시 여부

3) (중분류1-2) 과오납금 환급 방법

- 과오납금의 환급 방법 항목 약관 표기 준수율은 69.4%로 2022년 표기 준수율(68.4%)보다 1.0%p 증가함
 - 앞서, 과오납금 환급 내용의 약관 표기 준수율(73.5%)보다 환급 방법의 표기 준수율이 5.1%p 낮은 수준임
- 장르별로 '온라인 게임'의 표기 준수율이 92.5%로 가장 높은 것으로 나타났고, 다음으로 '만화/웹툰' 83.0%, '모바일 게임' 79.5%, '영상서비스' 67.8% 등의 순으로 나타남
 - 2022년 대비 약관 표기 준수율 상승이 가장 큰 장르는 '만화/웹툰'으로 6.7%p 증가함

그림 2-9 콘텐츠 장르별 중분류1-2 약관 표기 준수율



- 콘텐츠 장르별 과오납금 환급 방법 중 '대금결제와 동일한 방법으로 환급'을 약관에 표기한 준수율은 '온라인 게임', '만화/웹툰', '이러닝' 순으로 나타났고, '동일한 방법으로 환급'이 어려운 경우 이용자가 선택한 방법으로 환급'을 표기한 준수율은 '온라인 게임', '만화/웹툰', '음악' 등의 순으로 조사됨

표 2-8

과오납금 환급 방법 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과

| 장르 | 중분류 종합 (8점) | | 세부항목1 (6점) | | 세부항목2 (1점) | | 세부항목3 (1점) | |
|-------|-------------|-------|------------|-------|------------|-------|------------|-------|
| | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 |
| 출판 | 4.2 | 51.9% | 3.3 | 55.0% | 0.5 | 50.0% | 0.4 | 35.0% |
| 만화/웹툰 | 6.6 | 83.0% | 5.3 | 88.0% | 0.8 | 76.0% | 0.6 | 60.0% |
| 음악 | 4.8 | 59.9% | 3.8 | 63.2% | 0.5 | 47.4% | 0.5 | 52.6% |
| 온라인게임 | 7.4 | 92.5% | 5.7 | 95.0% | 0.9 | 92.5% | 0.8 | 77.5% |
| 모바일게임 | 6.4 | 79.5% | 5.5 | 92.0% | 0.4 | 44.0% | 0.4 | 40.0% |
| 영상서비스 | 5.4 | 67.8% | 4.6 | 76.9% | 0.5 | 46.2% | 0.3 | 34.6% |
| 이러닝 | 5.0 | 62.9% | 4.1 | 68.8% | 0.6 | 56.3% | 0.3 | 34.4% |
| 정보서비스 | 2.8 | 35.5% | 2.3 | 38.7% | 0.3 | 25.8% | 0.3 | 25.8% |
| 전체 | 5.6 | 69.4% | 4.5 | 75.4% | 0.6 | 55.9% | 0.5 | 46.6% |

주: 세부항목 1 : 과오납금 환급 관련 내용 명시 여부

세부항목 2 : 대금결제와 동일한 방법으로 환급 명시 여부

세부항목 3 : 결제와 동일한 방법으로 과오금 환급 불가 시 이용자가 선택한 방법으로 환급 명시 여부

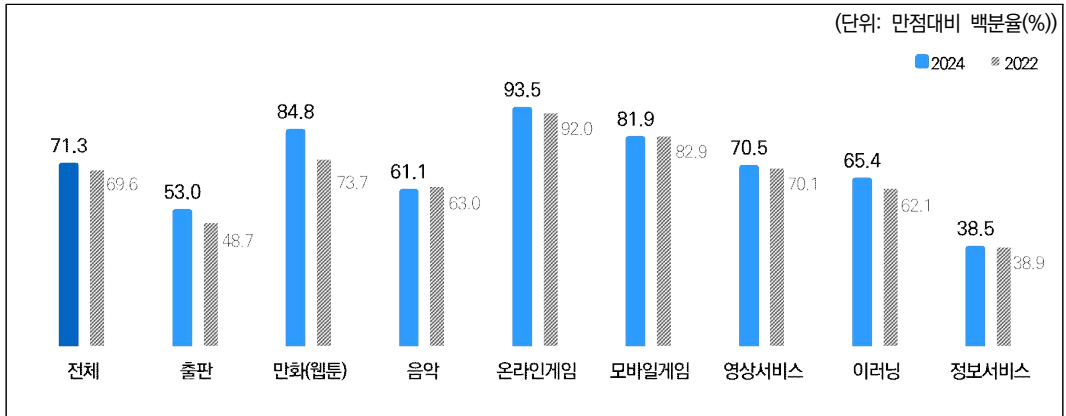
나. 청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지 방법 및 효과

1) 대분류 항목 약관 표기 준수 평가점수

- ‘청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지의 방법과 효과’ 항목의 약관 표기 준수율 (만점 대비 백분율(%))은 73.3%임
 - 2022년 표기 준수율(74.6%)보다 1.3%p 감소함
- 장르별로 ‘출판’이 82.9%로 가장 높은 표기 준수율을 보였으며, 다음으로 ‘온라인 게임’ 82.2%, ‘만화/웹툰’ 78.8% 등의 순으로 나타남
 - 2022년 대비 표기 준수율은 ‘영상서비스’가 0.7%p 상승하였고, 그 외 장르는 모두 감소한 것으로 나타남
- ‘모바일 게임’ 장르의 경우 개발사나 퍼블리싱사가 직접적인 결제 시스템을 운영하지 않고 모바일 플랫폼 사업자(구글 안드로이드, 애플 IOS 등)의 인앱결제 방식을 주로 사용하기 때문에 청약철회의 경우에도 과오납금의 환급 방법에 대한 명시는 약관에 직접 기술하지 않는 경우도 일부 확인됨

그림 2-10

콘텐츠 장르별 대분류2 (청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해제, 해지 방법 및 효과) 표기 준수율

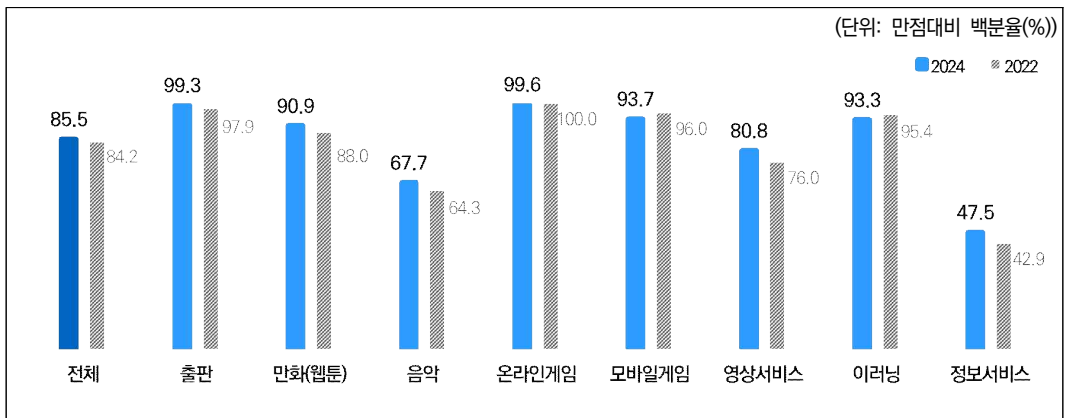


2) (중분류2-1) 청약철회 허용 및 허용기간

- 청약철회 허용 및 가능 기간에 대한 약관 표기 준수율은 85.5%로 지난 2022년 표기 준수율(84.2%)보다 1.3%p 증가함
- 장르별로 '온라인 게임'의 표기 준수율이 99.6%로 가장 높고, 다음으로 '만화/웹툰' 90.9%, '모바일 게임' 93.7%, '이러닝' 93.3% 등의 순으로 나타남
- 2022년 대비 표기 준수율 상승이 가장 큰 장르는 '이러닝'으로 4.8%p 증가함

그림 2-11

콘텐츠 장르별 중분류2-1 약관 표기 준수율



- 세부항목 중 청약철회 가능 기간을 '7일 이상'으로 표기하였거나, 특정 기간을 약관에 표기한 준수율이 가장 높은 장르는 '온라인 게임' 97.5%, '출판' 95.0%, '모바일 게임' 92.0% 등의 순으로 나타남

표 2-9

청약철회 허용 및 허용기간 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과

| 장르 | 중분류 종합 (7점) | | 세부항목1 (6점) | | 세부항목2 (1점) | |
|-------|-------------|-------|------------|--------|------------|-------|
| | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 |
| 출판 | 7.0 | 99.3% | 6.0 | 100.0% | 1.0 | 95.0% |
| 만화/웹툰 | 6.4 | 90.9% | 5.5 | 92.0% | 0.8 | 84.0% |
| 음악 | 4.7 | 67.7% | 4.1 | 68.4% | 0.6 | 63.2% |
| 온라인게임 | 7.0 | 99.6% | 6.0 | 100.0% | 1.0 | 97.5% |
| 모바일게임 | 6.6 | 93.7% | 5.6 | 94.0% | 0.9 | 92.0% |
| 영상서비스 | 5.7 | 80.8% | 4.8 | 80.8% | 0.8 | 80.8% |
| 이러닝 | 6.5 | 93.3% | 5.6 | 93.8% | 0.9 | 90.6% |
| 정보서비스 | 3.3 | 47.5% | 2.9 | 48.4% | 0.4 | 41.9% |
| 전체 | 6.0 | 85.5% | 5.2 | 86.0% | 0.8 | 82.2% |

주: 세부항목 1 : 정해진 기간내 청약철회 허용 명시 여부

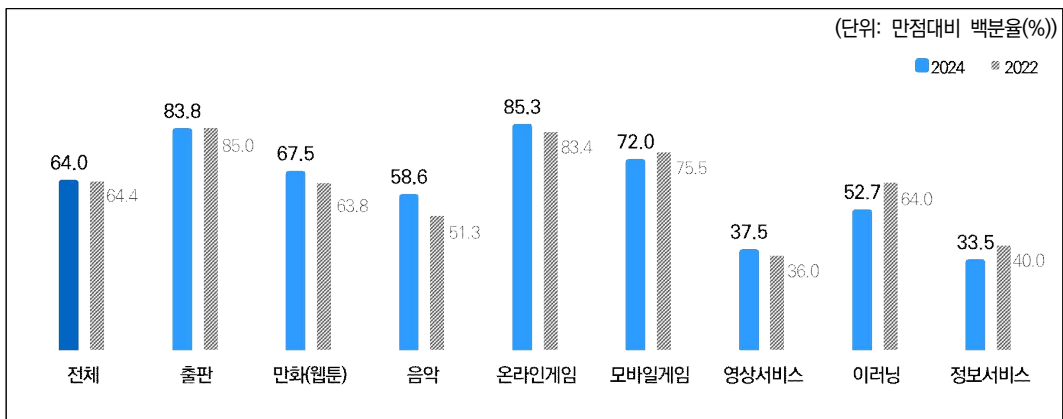
세부항목 2 : 청약철회 가능기간 '7일 이상' 명시 여부

3) (중분류2-2) 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회

- 콘텐츠가 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회가 가능하다는 내용의 약관 표기 준수율은 64.0%로 지난 2022년 표기 준수율(64.4%)보다 0.4%p 감소함
- 장르별로 '온라인 게임'의 표기 준수율이 85.3%로 가장 높고, 다음으로 '출판' 83.8%, '모바일 게임' 72.0%, '만화/웹툰' 67.5% 등의 순으로 나타남
 - 2022년 대비 약관 표기 준수율은 '음악'이 3.7%p 증가한 반면, '이러닝'이 11.3%p 감소한 것으로 나타남
 - 이러닝 장르에 신규 추가된 사업체 약관이 전반적인 약관의 표기 수준이 상당히 낮은 것으로 나타나 준수율 하락의 큰 원인으로 작용함

그림 2-12

콘텐츠 장르별 중분류2-2 약관 표기 준수율



- ‘구두 또는 서면으로 청약철회 가능’을 표기한 준수율은 37.3%로 계약내용이 다를 경우 (69.2%)나 특정 기간 내 청약철회가 가능(60.2%)하다는 세부항목 준수율에 비해 매우 낮은 것으로 나타남
- ‘구두 또는 서면 청약철회 가능’ 표기 준수율은 ‘온라인 게임’, ‘만화/웹툰’, ‘정보서비스’ 순으로 나타났고, ‘특정 기간 내 철회허용 기간’을 표기한 준수율은 ‘온라인 게임’, ‘모바일 게임’, ‘출판’ 등의 순으로 조사됨

| 표 2-10 | | 광고 표시와 다른 경우 청약철회 허용 및 허용기간 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과 | | | | | | |
|--------|-------------|---|------------|-------|------------|-------|------------|-------|
| 장르 | 중분류 종합 (8점) | | 세부항목1 (6점) | | 세부항목2 (1점) | | 세부항목3 (1점) | |
| | 항목점수 | 백분률 | 항목점수 | 백분률 | 항목점수 | 백분률 | 항목점수 | 백분률 |
| 출판 | 6.7 | 83.8% | 5.7 | 95.0% | 0.3 | 25.0% | 0.8 | 75.0% |
| 만화/웹툰 | 5.4 | 67.5% | 4.3 | 72.0% | 0.5 | 48.0% | 0.6 | 60.0% |
| 음악 | 4.7 | 58.6% | 3.8 | 63.2% | 0.3 | 31.6% | 0.6 | 57.9% |
| 온라인게임 | 6.8 | 85.3% | 5.4 | 90.0% | 0.6 | 62.5% | 0.8 | 80.0% |
| 모바일게임 | 5.8 | 72.0% | 4.7 | 78.0% | 0.3 | 32.0% | 0.8 | 76.0% |
| 영상서비스 | 3.0 | 37.5% | 2.5 | 42.3% | 0.1 | 11.5% | 0.3 | 34.6% |
| 이러닝 | 4.2 | 52.7% | 3.4 | 56.3% | 0.3 | 31.3% | 0.5 | 53.1% |
| 정보서비스 | 2.7 | 33.5% | 2.1 | 35.5% | 0.4 | 35.5% | 0.2 | 19.4% |
| 전체 | 5.1 | 64.0% | 4.1 | 69.1% | 0.4 | 37.3% | 0.6 | 60.2% |

주: 세부항목 1 : 콘텐츠의 내용이 표시 및 광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회 가능 명시 여부

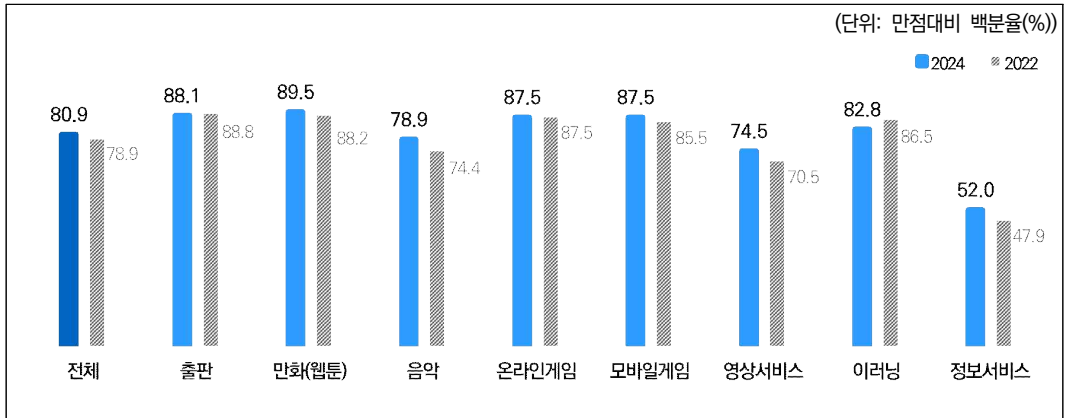
세부항목 2 : 이용자는 구두 또는 서면으로 청약철회 할 수 있음 명시 여부

세부항목 3 : 제공일로부터 3개월 이상 또는 인정한 날로부터 30일 이내 청약철회 가능 명시 여부

4) (중분류2-3) 청약철회 시 대금 환급 및 환급기간, 위약금/손해배상금 미청구

- 청약철회 시 콘텐츠 대금 환급 여부 및 환급기간, 위약금/손해배상금 미청구 등에 대한 내용의 약관 표기 준수율은 80.9%로 지난 2022년 표기 준수율(78.9%)보다 2.0%p 증가함
- 장르별로 ‘만화/웹툰’의 약관 표기 준수율이 89.5%로 가장 높았고, 다음으로 ‘출판’ 88.1%, ‘온라인 게임’ 87.5%, ‘모바일 게임’ 87.5% 등의 순으로 나타남
- 2022년 대비 약관 표기 준수율은 ‘음악’이 4.5%p 증가한 반면, ‘이러닝’이 3.7%p 감소한 것으로 나타남

그림 2-13 콘텐츠 장르별 중분류2-3 약관 표기 준수율



- 세부항목 중 청약철회 시 콘텐츠 대금을 환급해 주거나 환급 기간을 특정일 이하로 표기한 준수율은 비교적 높은 반면, 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않는다고 표기한 비율은 상대적으로 낮게 나타남
 - ‘이용자에게 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않음’을 표기한 준수율은 ‘만화/웹툰’과 ‘온라인 게임’이 가장 높았음

표 2-11 청약철회 효과 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과

| 장르 | 중분류 종합 (8점) | | 세부항목1 (6점) | | 세부항목2 (1점) | | 세부항목3 (1점) | |
|-------|-------------|-------|------------|--------|------------|-------|------------|-------|
| | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 |
| 출판 | 7.1 | 88.1% | 6.0 | 100.0% | 0.7 | 70.0% | 0.4 | 35.0% |
| 만화/웹툰 | 7.2 | 89.5% | 6.0 | 100.0% | 0.8 | 76.0% | 0.4 | 40.0% |
| 음악 | 6.3 | 78.9% | 5.4 | 89.5% | 0.6 | 63.2% | 0.3 | 31.6% |
| 온라인게임 | 7.0 | 87.5% | 5.9 | 97.5% | 0.8 | 80.0% | 0.4 | 35.0% |
| 모바일게임 | 7.0 | 87.5% | 5.8 | 96.0% | 0.8 | 84.0% | 0.4 | 40.0% |
| 영상서비스 | 6.0 | 74.5% | 5.3 | 88.5% | 0.5 | 50.0% | 0.2 | 15.4% |
| 이러닝 | 6.6 | 82.8% | 5.8 | 96.9% | 0.6 | 59.4% | 0.2 | 21.9% |
| 정보서비스 | 4.2 | 52.0% | 3.7 | 61.3% | 0.4 | 41.9% | 0.1 | 6.5% |
| 전체 | 6.5 | 80.9% | 5.5 | 91.5% | 0.7 | 68.2% | 0.3 | 29.7% |

주: 세부항목 1 : 청약철회 시 콘텐츠 대금 환급 명시 여부
 세부항목 2 : 환급기간을 3영업일 이하로 명시 여부
 세부항목 3 : 사업자는 이용자에게 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않음 명시 여부

5) (중분류2-4) 이용자의 계약해제 및 해지권 부여

- 이용자에게 계약의 해제와 해지권이 부여된다는 내용의 약관 표기 준수율은 98.3%로 지난 2022년 표기 준수율(99.5%)보다 1.2%p 감소함
- 모든 장르에서 96% 이상의 표기 준수율을 보였으며, ‘출판’, ‘음악’, ‘온라인 게임’은 평가된 모든 서비스에서 해당 내용이 표기된 것으로 나타남
- 이용자의 계약해제 및 해지권이 부여된다는 내용은 대부분의 약관에 유사한 의미의 내용이라도 표기되어 있으나, 일부 그렇지 않은 약관이더라도 내용 상 암묵적으로 이용자에게 계약 해제와 해지권이 부여되어 있음을 알 수 있도록 작성되어 있음
- 해당 항목의 준수여부는 당해연도 이후 과업에서는 제외하여도 무방할 것으로 판단됨

그림 2-14 콘텐츠 장르별 중분류2-4 약관 표기 준수율

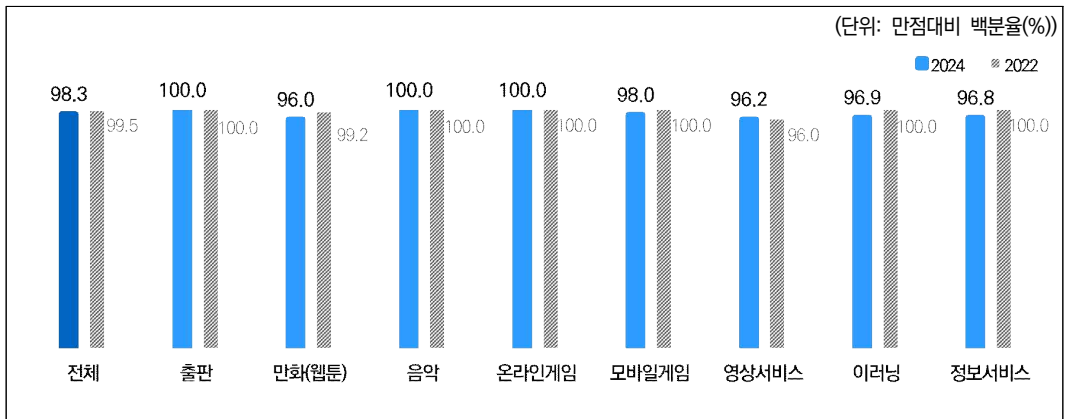


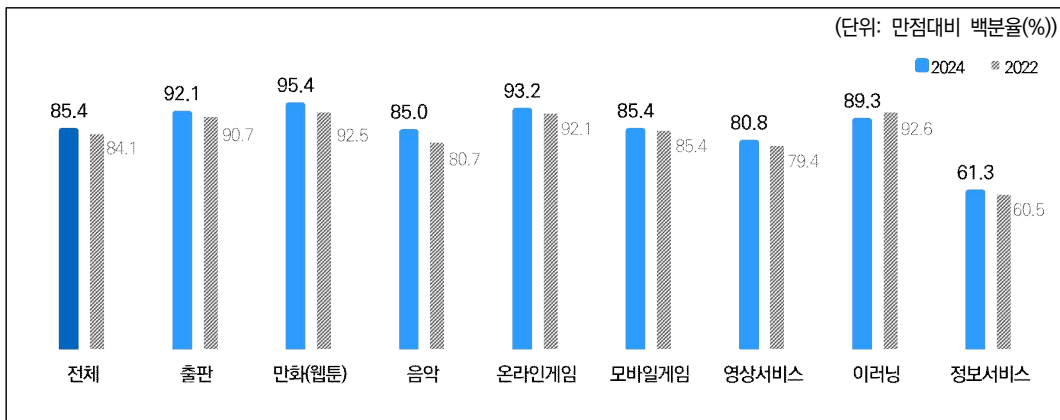
표 2-12 이용계약 해제, 해지권 부여 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과

| 장르 | 중분류 종합 (6점) | |
|-------|-------------|--------|
| | 항목점수 | 백분율 |
| 출판 | 6.0 | 100.0% |
| 만화/웹툰 | 5.8 | 96.0% |
| 음악 | 6.0 | 100.0% |
| 온라인게임 | 6.0 | 100.0% |
| 모바일게임 | 5.9 | 98.0% |
| 영상서비스 | 5.8 | 96.2% |
| 이러닝 | 5.8 | 96.9% |
| 정보서비스 | 5.8 | 96.8% |
| 전체 | 5.9 | 98.3% |

6) (중분류2-5) 계약해제 및 해지 시 이용자 대금 환급

- 이용계약의 해제 및 해지 시 이용자에게 남은 대금을 환급하거나 이익 반환에 대한 내용의 약관 표기 준수율은 85.4%로 지난 2022년 표기 준수율(84.1%)보다 1.4%p 증가함
- 장르별로 '만화/웹툰'의 표기 준수율이 95.4%로 가장 높고, 다음으로 '온라인 게임' 93.2%, '출판' 92.1%, '이러닝' 89.3% 등의 순으로 나타남
 - 2022년 대비 약관 표기 준수율은 '음악'이 4.3%p 증가한 반면, '이러닝'이 3.3%p 감소한 것으로 나타남

그림 2-15 콘텐츠 장르별 중분류2-5 약관 표기 준수율



- 세부항목 중 '계약해제 및 해지의 효과로 이용자에게 대금을 환급한다'는 내용의 약관 표기 준수율은 92.4%로 매우 높은 반면, '콘텐츠 사용에 따라 얻은 이익을 반환'한다는 내용의 표기 준수율은 43.6% 수준으로 낮았음
 - 콘텐츠 사용에 따라 얻은 이익을 반환한다는 내용을 표기한 준수율이 높은 장르는 '만화/웹툰' 68.0%, '음악' 57.9%, '온라인 게임' 57.5% 등의 순으로 나타남

표 2-13 계약해제·해지 효과 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과

| 장르 | 중분류 종합 (7점) | | 세부항목1 (6점) | | 세부항목2 (1점) | |
|-------|-------------|-------|------------|--------|------------|-------|
| | 항목점수 | 백분률 | 항목점수 | 백분률 | 항목점수 | 백분률 |
| 출판 | 6.5 | 92.1% | 6.0 | 100.0% | 0.5 | 45.0% |
| 만화/웹툰 | 6.7 | 95.4% | 6.0 | 100.0% | 0.7 | 68.0% |
| 음악 | 5.9 | 85.0% | 5.4 | 89.5% | 0.6 | 57.9% |
| 온라인게임 | 6.5 | 93.2% | 6.0 | 100.0% | 0.5 | 52.5% |
| 모바일게임 | 6.0 | 85.4% | 5.8 | 96.0% | 0.2 | 22.0% |
| 영상서비스 | 5.7 | 80.8% | 5.3 | 88.5% | 0.3 | 34.6% |
| 이러닝 | 6.3 | 89.3% | 5.8 | 96.9% | 0.4 | 43.8% |
| 정보서비스 | 4.3 | 61.3% | 3.9 | 64.5% | 0.4 | 41.9% |
| 전체 | 6.0 | 85.4% | 5.5 | 92.4% | 0.4 | 43.6% |

주: 세부항목 1 : 계약해제·해지 효과로 사업자는 이용자에게 대금을 환급 명시 여부

세부항목 2 : 이용자가 콘텐츠를 이용한 경우 이용기간 동안의 요금을 공제한 나머지 금액을 환급 명시 여부

7) (중분류2-6) 청약철회 수단 제공

- 계약체결 시 사용한 방법 외 청약철회 수단에 대한 약관 표기 준수율은 29.6%로 지난 2022년 표기 준수율(42.0%)보다 12.4%p 감소함
- 장르별로 ‘정보서비스’의 표기 준수율이 47.5%로 가장 높고, 다음으로 ‘출판’ 35.7%, ‘만화/웹툰’ 36.0%, ‘온라인 게임’ 28.9% 등의 순으로 나타남
 - 2022년 대비 약관 표기 준수율은 ‘정보서비스’가 1.8%p 증가한 반면, ‘음악’이 38.4%p 감소한 것으로 나타남
 - 특히, 계약 시 사용 방법 외 청약철회 수단 제공에 대한 약관 표기 준수율이 특히 낮아진 원인으로 기존에 청약철회 수단으로 고객센터 번호, 이메일 등의 정보가 수록된 경우가 있었으나, 현재는 간접적 연결 수단인 홈페이지를 통해 별도 문의하거나 Q&A 게시판에 내용을 남기는 형태로 변화된 경우가 많았으며, 일부 출판, 만화/웹툰, 음악의 경우 대표 포털사이트 등을 통해 이용하는 경우가 많아졌고 이 때에는 기존의 청약철회 수단이 대체로 삭제되어 해당 서비스에서는 안내되지 않는 경우로 있는 것으로 확인됨
 - 또한, 계약해제 및 해지를 위해 이용자의 개인정보를 제공해야 하는 경우, 사전 동의 없이 온라인으로 개인정보가 제공될 시 개인정보보호법 위반에 해당 될 수 있어 부득이 청약철회 수단을 명시하지 않는 것으로 변경된 약관도 찾아볼 수 있었음

그림 2-16

콘텐츠 장르별 중분류2-6 약관 표기 준수율

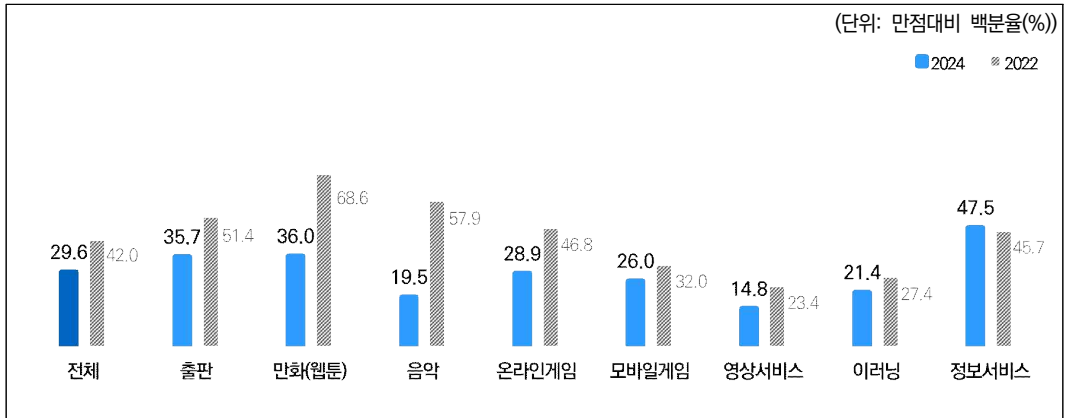


표 2-14

청약철회, 계약해제·해지 방법 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과

| 장르 | 중분류 종합 (7점) | | 세부항목1 (6점) | | 세부항목2 (1점) | |
|-------|-------------|-------|------------|-------|------------|-------|
| | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 |
| 출판 | 2.5 | 35.7% | 2.1 | 35.0% | 0.4 | 40.0% |
| 만화/웹툰 | 2.5 | 36.0% | 2.2 | 36.0% | 0.4 | 36.0% |
| 음악 | 1.4 | 19.5% | 1.3 | 21.1% | 0.1 | 10.5% |
| 온라인게임 | 2.0 | 28.9% | 1.8 | 30.0% | 0.2 | 22.5% |
| 모바일게임 | 1.8 | 26.0% | 1.7 | 28.0% | 0.1 | 14.0% |
| 영상서비스 | 1.0 | 14.8% | 0.9 | 15.4% | 0.1 | 11.5% |
| 이러닝 | 1.5 | 21.4% | 1.3 | 21.9% | 0.2 | 18.8% |
| 정보서비스 | 3.3 | 47.5% | 2.9 | 48.4% | 0.4 | 41.9% |
| 전체 | 2.1 | 29.6% | 1.8 | 30.5% | 0.2 | 24.2% |

주: 세부항목 1 : 계약체결시 사용방법 외에 청약철회, 계약해제·해지 수단 제공 명시여부

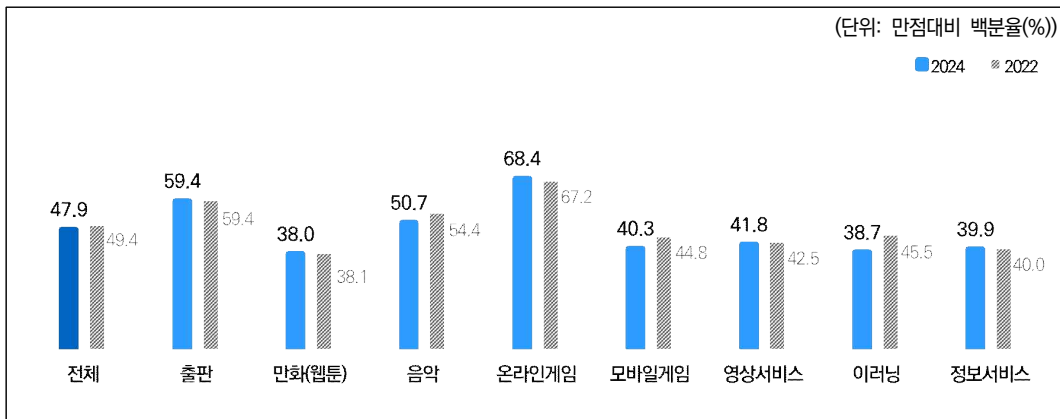
세부항목 2 : 청약철회, 계약해제·해지를 위한 전화번호, 이메일 및 팩스번호 등 명시 여부

다. 콘텐츠 결함에 따른 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차

- ‘콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상의 기준, 범위, 방법 및 절차’ 약관 표기 준수율(만점대비 백분율(%))은 47.9%임
 - 2022년 약관 표기 준수율(49.4%)보다 1.5%p 감소함
- 장르별로 ‘온라인 게임’이 68.4%로 가장 높은 표기 준수율을 보였으며, 다음으로 ‘출판’ 59.4%, ‘음악’ 50.7% 등의 순으로 나타남
 - 2022년 대비 약관 표기 준수율은 ‘온라인 게임’이 1.3%p 상승한 반면, ‘이러닝’이 6.8%p 감소한 것으로 나타남
- ‘콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 방법 및 절차’ 항목은 제공되는 콘텐츠 서비스가 다운로드 방식 또는 스트리밍 방식 중 한 가지를 택하여 평가됨
- 다만, 최근 콘텐츠 서비스는 다운로드(클라이언트 다운로드)와 스트리밍 방식 외에 웹소설, 웹툰, 정보서비스 등에서는 웹 페이지뷰의 서비스 제공 방식도 많이 사용됨에 따라 추후 연구에서는 콘텐츠 제공 유형별로 결함 보상 방법과 절차에 대한 약관 표시 항목의 수정 검토가 필요함
 - 현재 웹페이지 뷰 방식의 콘텐츠 서비스는 스트리밍 방식으로 분류하여 평가가 진행됨

그림 2-17

콘텐츠 장르별 대분류3 (콘텐츠 결함에 따른 피해보상 방법 및 절차) 표기 준수율



- 다운로드/스트리밍 서비스 결함으로 이용이 어려운 경우 손해에 대한 보상 및 배상에 대한 표기 준수율은 55.9%로 비교적 높은 편이었으나, 구체적인 손해배상 규모와 방법, 이용 시간 무료 연장 등에 대한 세부항목의 표기 준수율은 매우 낮은 것으로 나타남

- 콘텐츠 결함 및 장애로 인한 미이용 시 손해 보상 및 배상 내용을 표기한 준수율은 ‘온라인 게임’, ‘출판’, ‘음악’ 분야 등의 순으로 나타났고, 콘텐츠 공급이 불가능하거나 미이용 기간에 대한 손해배상 제공 내용의 표기 준수율은 ‘온라인 게임’, ‘이러닝’, ‘출판’ 분야 순으로 나타남
- 그 외 콘텐츠 재공급 시간 및 장애 시간만큼의 이용시간 무료 연장 등의 내용 표기 준수율은 ‘영상서비스’가 가장 높고, ‘온라인 게임’, ‘이러닝’ 분야 등의 순으로 나타남

표 2-15 다운로드/스트리밍 콘텐츠 결함에 따른 피해보상 기준, 범위, 방법, 절차 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과

| 장르 | 중분류 종합 (8점) | | 세부항목1 (6점) | | 세부항목2 (1점) | | 세부항목3 (1점) | |
|-------|-------------|-------|------------|-------|------------|-------|------------|-------|
| | 항목점수 | 백분률 | 항목점수 | 백분률 | 항목점수 | 백분률 | 항목점수 | 백분률 |
| 출판 | 4.8 | 59.4% | 4.2 | 70.0% | 0.3 | 30.0% | 0.3 | 25.0% |
| 만화/웹툰 | 3.0 | 38.0% | 2.6 | 44.0% | 0.2 | 20.0% | 0.2 | 20.0% |
| 음악 | 4.1 | 50.7% | 3.5 | 57.9% | 0.3 | 31.6% | 0.3 | 26.3% |
| 온라인게임 | 5.5 | 68.4% | 4.8 | 80.0% | 0.4 | 35.0% | 0.3 | 32.5% |
| 모바일게임 | 3.2 | 40.3% | 3.0 | 50.0% | 0.1 | 12.0% | 0.1 | 10.0% |
| 영상서비스 | 3.3 | 41.8% | 2.8 | 46.2% | 0.2 | 23.1% | 0.3 | 34.6% |
| 이러닝 | 3.1 | 38.7% | 2.4 | 40.6% | 0.3 | 34.4% | 0.3 | 31.3% |
| 정보서비스 | 3.2 | 39.9% | 2.9 | 48.4% | 0.1 | 9.7% | 0.2 | 19.4% |
| 전체 | 3.8 | 47.9% | 3.4 | 55.9% | 0.2 | 23.7% | 0.2 | 24.2% |

주: <다운로드 서비스>

세부항목 1 : 다운로드 콘텐츠 하자 또는 서비스 장애 등에 의해 발생한 이용자 손해 보상 또는 배상 명시 여부

세부항목 2 : 24시간 내 콘텐츠 재공급, 불가능한 경우 대금 환급 및 손해배상 명시 여부

세부항목 3 : 콘텐츠 재공급 시간 24시간 이내 명시여부

<스트리밍 서비스>

세부항목 1 : 스트리밍 콘텐츠의 이용중지 또는 장애에 의해 발생한 이용자 손해 보상 또는 배상 명시 여부

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

세부항목 3 : 서비스 중지 사전고지시 사업자는 중지 및 장애 시간에 해당되는 시간(이상)을 무료로 연장 명시여부

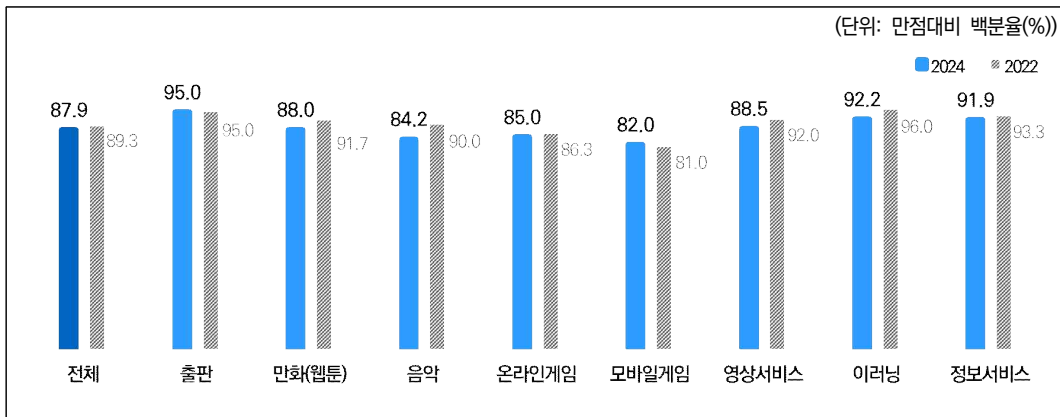
라. 분쟁해결 방법 및 절차

1) 대분류 항목 약관 표기 준수 평가점수

- ‘분쟁해결 방법 및 절차’ 항목의 약관 표기 준수율(만점대비 백분율(%))은 87.9%임
- 2022년 약관 표기 준수율(89.3%)보다 1.4%p 감소함
- 장르별로 ‘출판’이 95.0%로 가장 높은 표기 준수율을 보였으며, 다음으로 ‘이러닝’ 92.2%, ‘정보서비스’ 91.9% 등의 순으로 나타남
- 2022년 대비 표기 준수율은 ‘모바일 게임’이 1.0%p 상승한 반면, ‘음악’이 5.8%p 감소한 것으로 나타남
- ‘분쟁해결 방법 및 절차’에 대한 약관 표기 준수율은 앞서 ‘이용자의 계약해제 및 해지권 부여’ 내용처럼 암묵적으로 약관에 포함되는 항목이 아님에도 상대적으로 높은 표기 준수율을 보이는 것으로 나타남
- 이는 콘텐츠 이용자들의 이용환경에 대한 개선이나 이용피해를 입은 경우 자신의 권리를 확보하고자 하는 행동이 꾸준히 제고됨에 따라 이제는 이용약관에도 이와 관련한 내용이 필수적으로 포함되어야 한다는 사업체의 인식이 자리잡은 상황임
- 따라서, 앞서 ‘이용자의 계약해제 및 해지권 부여’ 표기 여부와 마찬가지로 당해연도 이후 과업에서는 제외하고, 아직 약관 개선이 미흡한 이용자 보호지침 항목을 검토하여 새로운 평가항목을 도입할 필요가 있음

그림 2-18

콘텐츠 장르별 대분류4 (분쟁해결 방법 및 절차) 표기 준수율



2) (중분류 4-1) 분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 관련 사항

- 분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정과 관련한 사항의 약관 표기 준수율은 95.8%로 지난 2022년 표기 준수율(98.6%)보다 2.8%p 감소함
- 장르별로 ‘출판’, ‘만화/웹툰’, ‘정보서비스’의 모든 서비스에서 해당 약관 내용이 포함된 것으로 확인됨
 - 2022년 대비 ‘음악’의 표기 준수율이 10.5%p 감소한 것으로 나타남
 - 음악 장르의 표기 준수율이 감소한 원인으로 약관 내 분쟁조정기관에 대한 안내는 제외되고 계약과정에서 발생하는 이의제기 및 피해의 경우 직접 해당 사이트나 고객센터를 통해 문의할 수 있도록 하는 내용으로 갈음된 경우를 일부 찾아볼 수 있었음

그림 2-19 콘텐츠 장르별 중분류4-1 약관 표기 준수율

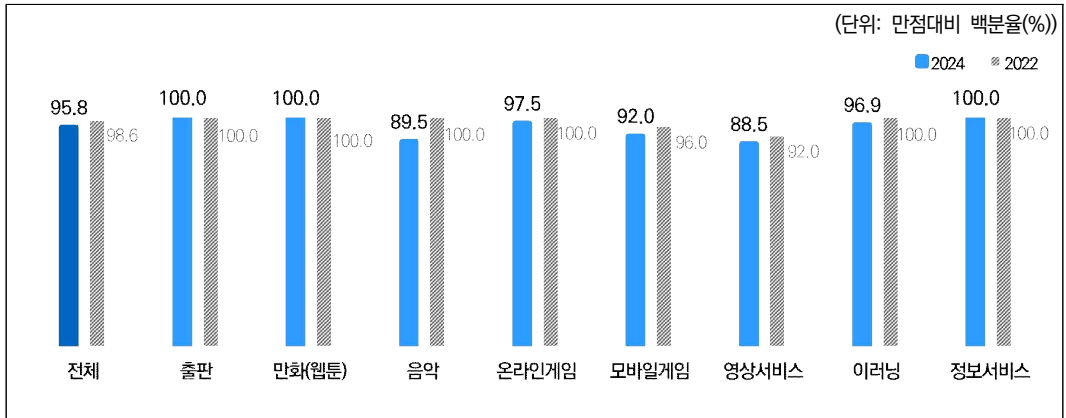


표 2-16 분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 사항의 약관 반영 항목별 결과

| 장르 | 중분류 종합 (6점) | |
|-------|-------------|--------|
| | 항목점수 | 백분률 |
| 출판 | 6.0 | 100.0% |
| 만화/웹툰 | 6.0 | 100.0% |
| 음악 | 5.4 | 89.5% |
| 온라인게임 | 5.9 | 97.5% |
| 모바일게임 | 5.5 | 92.0% |
| 영상서비스 | 5.3 | 88.5% |
| 이러닝 | 5.8 | 96.9% |
| 정보서비스 | 6.0 | 100.0% |
| 전체 | 5.7 | 95.8% |

3) (중분류 4-2) 이용자 불만 및 피해구제요청 체계(서비스) 구비

- 콘텐츠 계약에서 발생하는 이용자의 불만 또는 피해구제 요청을 적절하게 처리할 수 있도록 필요한 인력 및 체계(서비스) 구비 사항의 약관 표기 준수율은 80.1%로 지난 2022년 표기 준수율(79.9%)보다 0.2%p 증가함
- 장르별로 ‘출판’의 표기 준수율이 90.0%로 가장 높고, 다음으로 ‘영상서비스’ 88.5%, ‘이러닝’ 87.5%, ‘정보서비스’ 83.9% 등의 순으로 나타남
 - 2022년 대비 표기 준수율은 ‘모바일 게임’이 6.0%p 증가한 반면, ‘이러닝’이 4.5%p 감소한 것으로 나타남

그림 2-20 콘텐츠 장르별 중분류4-2 약관 표기 준수율

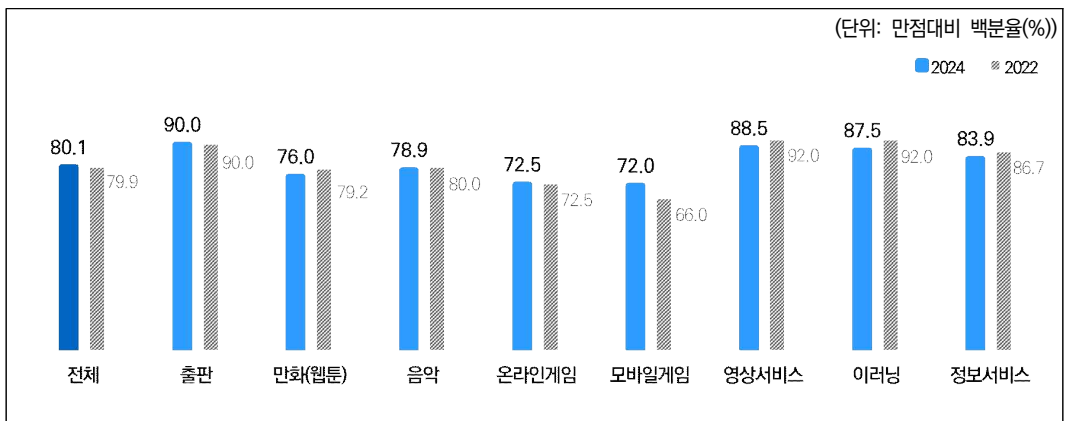


표 2-17 이용자 불만, 피해구제 요청을 위한 인력 및 체계 구비 확인 가능 여부 약관 반영 항목별 결과

| 장르 | 중분류 종합 (6점) | |
|-------|-------------|-------|
| | 항목점수 | 백분율 |
| 출판 | 5.4 | 90.0% |
| 만화/웹툰 | 4.6 | 76.0% |
| 음악 | 4.7 | 78.9% |
| 온라인게임 | 4.4 | 72.5% |
| 모바일게임 | 4.3 | 72.0% |
| 영상서비스 | 5.3 | 88.5% |
| 이러닝 | 5.3 | 87.5% |
| 정보서비스 | 5.0 | 83.9% |
| 전체 | 4.8 | 80.1% |

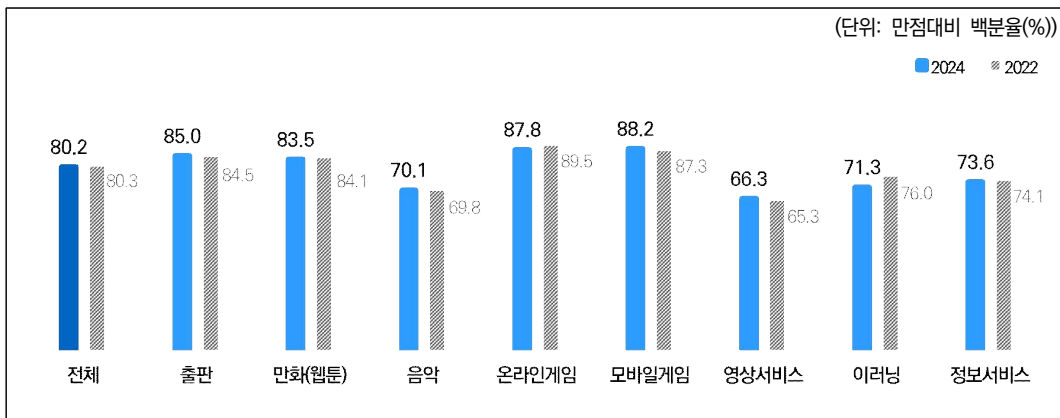
마. 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항

1) 대분류 항목 약관 표기 준수 평가점수

- ‘그 밖에 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항’ 항목의 약관 표기 준수율(만점 대비 백분율(%))은 80.2%임
 - 2022년 약관 표기 준수율(80.3%)보다 0.1%p 감소함
 - ‘그 밖에 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항’ 대분류 항목은 평가의미가 서로 다른 중분류 항목 3개가 포함된 통합분석 결과이므로 다른 대분류 항목과는 다르게 중분류별 평가 결과의 중요도가 대분류 평가 결과보다 높을 수 있음
- 장르별로 ‘모바일 게임’이 88.2%로 가장 높은 약관 표기 준수율을 보였으며, 다음으로 ‘온라인 게임’ 87.8%, ‘출판’ 85.0% 등의 순으로 나타남
 - 대부분의 장르가 2022년 약관 표기 준수율과 유사한 수준이었으며, ‘출판’, ‘음악’, ‘모바일 게임’, ‘영상서비스’ 등은 준수율이 상승하였고, ‘만화/웹툰’, ‘온라인 게임’, ‘이러닝’, ‘정보서비스’ 등은 다소 하락함

그림 2-21

콘텐츠 장르별 대분류5 (그 밖에 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항) 표기 준수율

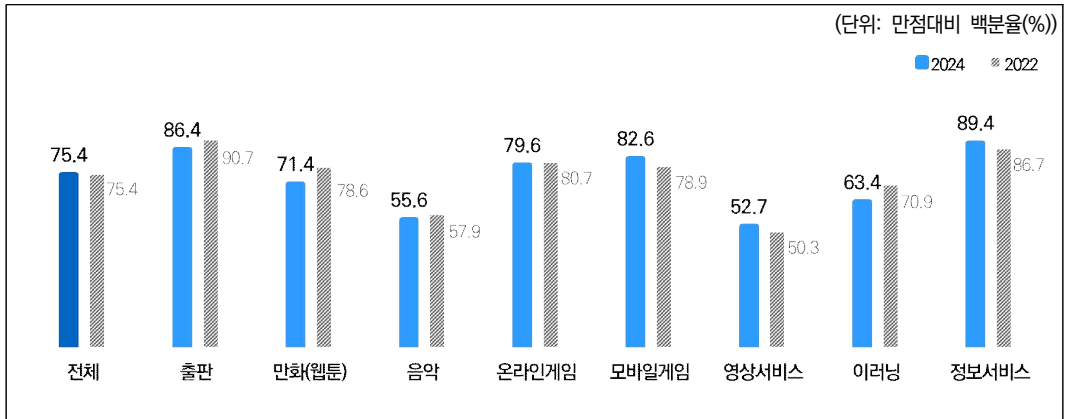


2) (중분류 5-1) 사업자 및 콘텐츠 정보 표시, 광고, 고지

- 약관 및 서비스 메뉴 등에서 사업자나 콘텐츠에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시, 광고 또는 고지한다는 내용의 약관 표기 준수율은 75.4%로 지난 2022년 표기 준수율(75.4%)과 동일한 것으로 나타남
- 장르별로 ‘정보서비스’의 표기 준수율이 89.4%로 가장 높고, 다음으로 ‘출판’ 86.4%, ‘모바일 게임’ 82.6%, ‘온라인 게임’ 79.6% 등의 순으로 나타남

- 2022년 대비 약관 표기 준수율은 ‘모바일 게임’이 3.7%p 증가한 반면, ‘이러닝’이 7.5%p 감소한 것으로 나타남

그림 2-22 콘텐츠 장르별 중분류5-1 약관 표기 준수율



- 세부항목 중 ‘일반적인 사업자 및 콘텐츠 정보의 표시, 광고, 고지’ 내용의 표기 준수율은 78.8%로 높은 반면, ‘약관 내용 위반 시 이용 제한과 그에 대한 불복 절차’의 표기 준수율은 55.1%로 다소 낮게 나타남

- 사업자 및 콘텐츠 정보 표시, 고지 내용을 표기한 준수율이 높은 장르는 ‘정보서비스’, ‘출판’, ‘모바일 게임’ 순으로 나타났고, 약관 내용 위반 시 이용 제한과 이에 대한 불복 절차 내용을 표기한 경우는 ‘온라인 게임’, ‘모바일 게임’에서 비교적 높은 준수율을 보임

표 2-18 사업자 및 콘텐츠 관련 정보의 표시, 광고, 고지 관련 사항의 약관 반영 항목별 결과

| 장르 | 중분류 종합 (7점) | | 세부항목1 (6점) | | 세부항목2 (1점) | |
|-------|-------------|-------|------------|-------|------------|-------|
| | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 |
| 출판 | 6.1 | 86.4% | 5.7 | 95.0% | 0.4 | 35.0% |
| 만화/웹툰 | 5.0 | 71.4% | 4.6 | 76.0% | 0.4 | 44.0% |
| 음악 | 3.9 | 55.6% | 3.5 | 57.9% | 0.4 | 42.1% |
| 온라인게임 | 5.6 | 79.6% | 4.8 | 80.0% | 0.8 | 77.5% |
| 모바일게임 | 5.8 | 82.6% | 5.2 | 86.0% | 0.6 | 62.0% |
| 영상서비스 | 3.7 | 52.7% | 3.2 | 53.8% | 0.5 | 46.2% |
| 이러닝 | 4.4 | 63.4% | 3.9 | 65.6% | 0.5 | 50.0% |
| 정보서비스 | 6.3 | 89.4% | 5.8 | 96.8% | 0.5 | 45.2% |
| 전체 | 5.3 | 75.4% | 4.7 | 78.8% | 0.6 | 55.1% |

주: 세부항목1 : 사업자 및 콘텐츠에 관한 정보의 표시, 광고, 고지 여부

세부항목2 : 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 취소

- 미성년자인 경우 법정대리인의 동의를 얻지 못하면 본인이나 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있다는 내용의 약관 표기 준수율은 73.3%로 지난 2022년 표기 준수율(72.6%)보다 0.7%p 증가함
- 장르별로 '온라인 게임'의 표기 준수율이 92.5%로 가장 높고, 다음으로 '모바일 게임' 92.0%, '만화/웹툰' 88.0%, '출판' 75.0% 등의 순으로 나타남
 - 2022년 대비 약관 표기 준수율은 '만화/웹툰'이 8.0%p 증가한 반면, '온라인 게임'이 5.0%p 감소한 것으로 나타남
 - 비교적 미성년자들이 자주 이용하고 쉽게 접근할 수 있는 게임 분야나 웹툰 분야에서 이와 관련한 약관 표기 준수율이 높은 것을 확인할 수 있음

그림 2-23 콘텐츠 장르별 중분류5-2 약관 표기 준수율

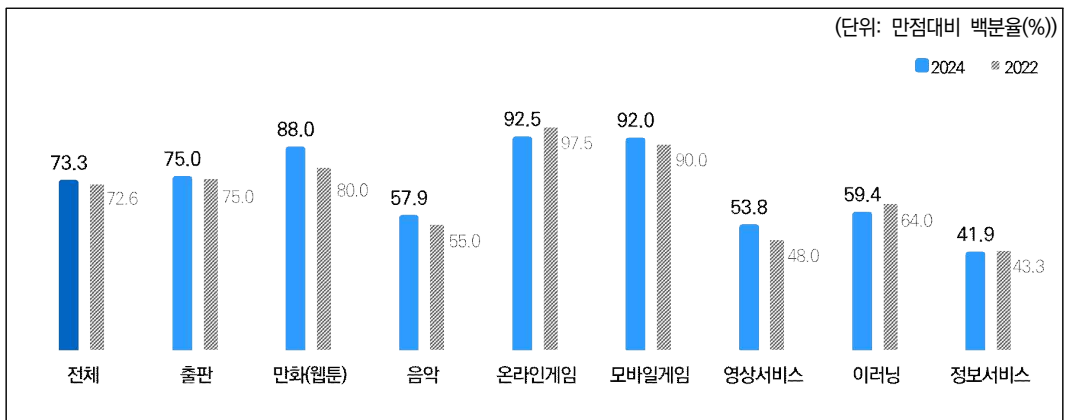


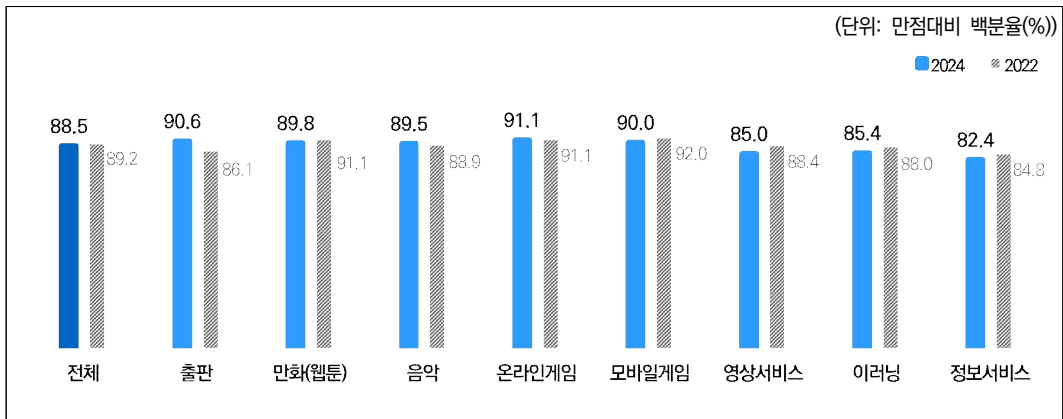
표 2-19 미성년자 법정대리인 미동의 시 계약 취소에 대한 명시 여부 약관 반영 항목별 결과

| 장르 | 중분류 종합 (6점) | |
|-------|-------------|-------|
| | 항목점수 | 백분율 |
| 출판 | 4.5 | 75.0% |
| 만화/웹툰 | 5.3 | 88.0% |
| 음악 | 3.5 | 57.9% |
| 온라인게임 | 5.6 | 92.5% |
| 모바일게임 | 5.5 | 92.0% |
| 영상서비스 | 3.2 | 53.8% |
| 이러닝 | 3.6 | 59.4% |
| 정보서비스 | 2.5 | 41.9% |
| 전체 | 4.4 | 73.3% |

4) (중분류 5-3) 약관 변경 시 변경통지

- 약관 변경 시 변경통지 내용의 약관 표기 준수율은 88.5%로 지난 2022년 표기 준수율(89.2%)보다 0.7%p 감소한 것으로 나타남
- ‘온라인 게임’의 표기 준수율이 91.1%로 가장 높았으며, 모든 장르에서 약관 변경통지에 대한 약관 표기 준수율이 매우 높아서 장르별 차이를 보이지 않음

그림 2-24 콘텐츠 장르별 중분류5-3 약관 표기 준수율



- 특정 기간 전에 약관 변경을 공지하는 내용, 변경약관 적용에 대해 이용자에게 동의를 확인한다는 내용의 표기 준수율은 매우 높았으나, ‘개정 전, 후 내용을 비교하여 알 수 있도록 표시’한다는 내용의 표기 준수율은 상대적으로 매우 낮게 나타남
- 약관 개정 전, 후의 내용 비교 표시에 대해 대부분 약관에 표기하는 방식보다 별도의 안내 자료나 게시판, 팝업 형태로 정보를 제공하는 것을 선호하는 것으로 나타남

표 2-20 약관 변경 시 변경통지 여부의 약관 반영 항목별 결과

| 장르 | 중분류 종합 (8점) | | 세부항목1 (6점) | | 세부항목2 (1점) | | 세부항목3 (1점) | |
|-------|-------------|-------|------------|--------|------------|--------|------------|-------|
| | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 | 항목점수 | 백분율 |
| 출판 | 8.2 | 90.6% | 6.0 | 100.0% | 1.0 | 100.0% | 0.3 | 25.0% |
| 만화/웹툰 | 8.1 | 89.8% | 6.0 | 100.0% | 0.9 | 88.0% | 0.2 | 24.0% |
| 음악 | 8.1 | 89.5% | 6.0 | 100.0% | 0.8 | 78.9% | 0.3 | 26.3% |
| 온라인게임 | 8.2 | 91.1% | 6.0 | 100.0% | 1.0 | 95.0% | 0.3 | 25.0% |
| 모바일게임 | 8.1 | 90.0% | 5.9 | 98.0% | 1.0 | 96.0% | 0.3 | 34.0% |
| 영상서비스 | 7.7 | 85.0% | 5.8 | 96.2% | 0.9 | 88.5% | 0.1 | 7.7% |
| 이러닝 | 7.7 | 85.4% | 5.8 | 96.9% | 0.9 | 90.6% | 0.1 | 9.4% |
| 정보서비스 | 7.4 | 82.4% | 5.6 | 93.5% | 0.8 | 80.6% | 0.2 | 16.1% |
| 전체 | 8.0 | 88.5% | 5.9 | 98.3% | 0.9 | 91.1% | 0.2 | 22.0% |

주: 세부항목 1 : 약관 변경 시 변경통지 여부

세부항목 2 : 약관 변경 전 공지기간 최소 7일 전 명시 여부

세부항목 3 : 약관 변경 시 개정 전후 내용을 비교하여 알 수 있도록 표시 여부, 세부항목 4 : 변경약관 적용에 대해 이용자 동의여부 확인 명시 여부

바. 추가 평가항목

1) (구독서비스) 계약 자동갱신 및 대금 자동결제와 관련한 이용자 사전 알림

- 2024년 조사대상 콘텐츠 서비스 중 구독서비스 방식의 유료결제 시스템이 적용된 서비스는 총 48개(20.4%)임
- 추가 평가항목은 약관에 다음의 내용이 포함되어 있는지에 대한 준수여부만 확인함

| 표 2-21 | | 구독서비스 관련 약관 표기 추가 평가항목 | |
|-----------------------------------|-----------------|---|---------|
| 대분류 (진흥법 시행령) | 배점 (100점 만점) | 중분류 및 소분류 (이용자 보호지침) | 관련 지침조항 |
| 계약의 자동갱신 및 대금 자동결제와 관련한 이용자 사전 알림 | 배점 없음 | 1) 약관에 콘텐츠 "유료 전환 및 유료이용기간 갱신 시 이용자에 동의를 받는다"는 내용 명시 여부 | 지침 18조 |
| | | 2) 약관에 콘텐츠 이용대금 자동 결제 전 "이용자에게 결제될 내역에 대하여 안내" 명시 여부 | 지침 19조 |

- 총 48개 구독서비스 중 18개(37.5%) 서비스만 추가 평가내용이 약관에 포함되어 있는 것으로 나타났고, 그 외 30개(62.5%) 서비스에는 내용이 없는 것으로 나타남
- 단, 대부분의 구독서비스 약관에는 '유료 전환 및 유료이용기간 갱신 시 이용자에 동의를 받는다'는 직접적인 내용 외에 최초 구독서비스 결제의 방법과 금액에 변경이 없을 경우 자동결제는 이용자가 동의한 것으로 간주하고 있으며, 내용이 변경될 경우에 대해서만 특정 기간 내 내용을 고지한다고 약관에 표기되어 있음

| 표 2-22 | 영상 분야 구독서비스 이용약관 예시 |
|--------|---------------------|
|--------|---------------------|

제 8조(결제방식)

② 정기결제상품은 해당 유료서비스의 지속적 이용이라는 서비스 특성에 적합하도록 1개월 또는 1년(이하 "서비스 이용 기간")마다 "회원"이 신청한 일정한 결제수단을 통해 서비스 이용요금을 "서비스 이용 기간" 개시 전에 결제를 자동으로 진행하고, 결제한 "서비스 이용 기간" 동안 서비스를 이용하게 하는 서비스 상품으로서, 정기결제 상품의 경우 "회원"이 정해진 절차에 따라 "회사"에 이용중지 의사를 밝히지 않을 경우 매월 또는 매년 계약이 갱신되는 것으로 간주되어 지속적으로 요금이 청구됩니다. 나. "회원"이 정기결제를 신청하시면 별도의 해지 신청을 하지 않을 경우 1개월 또는 1년 마다 자동으로 "서비스 이용 기간"에 대한 서비스 이용 요금이 결제됩니다. "회사"는 결제가 이루어지기 전에 "회원"에게 결제될 내역에 대하여 전자우편 또는 문자메시지 등으로 고지합니다.

| 표 2-23 | 음악 분야 구독서비스 이용약관 예시 |
|--------|---------------------|
|--------|---------------------|

제 13조 요금의 종류

2. 자동결제의 방법 기타 각종 결제의 방법으로 이용요금을 납부하는 회원에게는 홈페이지상의 공지와는 별도로 전자우편, 전화, 휴대전화 단문메시지(SMS) 또는 모사전송 등의 방법 중에서 가능한 수단을 통하여 요금체계의 변경 전·후의 내용, 회원이 변경내용에 동의하지 않을 때에는 계약이 해지될 수 있다는 내용 등을 30일 간의 이의신청 기간을 부여하여 고지합니다.

- 장르별로 출판 분야 구독서비스 5개 중 1개만 추가 약관 항목의 내용이 포함되어 있으며, 만화/웹툰은 구독서비스가 제공되는 곳 중 한 곳도 추가 약관 내용이 표기되지 않은 것으로 나타남
 - 만화/웹툰의 경우 대부분 플랫폼 내 별도 가상화폐(콩, 쿠키, 코인 등)를 직접 구매하고 서비스 이용건 당 지불하는 방식이며, 일부 서비스에서만 정기결제 시스템이 적용되어 있으나 이용이 많지 않아 관련 약관의 내용이 포함되지 않은 것으로 확인됨
- 음악 분야는 10개의 구독서비스 중 4개 서비스에서는 추가 약관 항목 내용이 포함되어 있으며, 영상서비스는 13개 구독서비스 중 9개에 약관이 포함되어 있음을 확인함
- 그 외 이러닝 3개 서비스 중에서는 추가 약관 항목 내용이 포함된 곳은 없으며, 정보서비스 분야 10개 구독서비스 중 4곳은 포함된 것으로 나타남
- 전반적으로 영상서비스는 구독서비스 비율이 높은 관계로 추가 약관 항목의 준수율도 상당히 높은 것으로 나타남

표 2-24 구독서비스 추가 약관 항목 내용 포함여부

| 장르 | 전체 서비스 수 | 구독서비스 수 | 추가 약관 내용 표기 | | 추가 약관 내용 미표기 | |
|-------|----------|---------|-------------|-------|--------------|--------|
| | | | 개 | (%) | 개 | (%) |
| 출판 | 20 | 5 | 1 | 20.0% | 4 | 80.0% |
| 만화/웹툰 | 25 | 7 | 0 | 0.0% | 7 | 100.0% |
| 음악 | 19 | 10 | 4 | 40.0% | 6 | 60.0% |
| 영상서비스 | 26 | 13 | 9 | 69.2% | 4 | 30.8% |
| 이러닝 | 25 | 3 | 0 | 0.0% | 3 | 100.0% |
| 정보서비스 | 31 | 10 | 4 | 40.0% | 6 | 60.0% |
| 전체 | 146 | 48 | 18 | 37.5% | 30 | 62.5% |

2) (게임) 확률형 아이템 공급확률 정보 표시

- 2024년 3월부로 게임 내 확률형 아이템 정보공개 의무화 내용 등을 담은 ‘게임산업진흥에 관한 법률 시행령’ 개정안이 의결되어 시행됨
- 온라인 및 모바일 게임 서비스를 제공하는 사업체 이용약관에 이러한 확률형 아이템의 확률정보를 공개한다는 약관 내용이 표기되어 있는지를 추가 확인함
- 2024년 조사대상 콘텐츠 서비스 중 온라인 및 모바일 게임서비스는 총 90개(38.1%)임

표 2-25 게임 확률형 아이템 확률공개 관련 약관 표기 추가 평가항목

| 대분류 (진흥법 시행령) | 배점 (100점 만점) | 중분류 및 소분류 (이용자 보호지침) | 관련 지침조항 |
|-------------------------|--------------------|--|--------------------------------------|
| 확률형 아이템의 종류별 공급확률 정보 표시 | 배점 없음 | 1) 약관에 게임에서 제공되는 모든 확률형 아이템의 종류, 등급, 성능의 변화 결과별 공급 확률정보 및 해당 확률형 아이템의 제공 총수 또는 기간에 대한 정보를 제공하고 있다는 내용 명시 2) 확률정보의 제공 방식으로 게임물 내 표시, 인터넷 홈페이지 표시, 광고·선전물 표시 등의 방식으로 제공하고 있다는 내용 명시 | 게임산업진흥에 관한 법률 시행령 제 19조의 2 및 별표 3의 2 |

- 총 90개 온라인 및 모바일 게임 중 23개(25.6%) 서비스에서 확률형 아이템의 확률정보가 공개되어 있다는 내용이 약관이 표기되어 있는 것으로 나타났고, 그 외 67개(74.4%) 서비스에는 해당 내용이 없는 것으로 나타남
- 단, 전체 90개 온라인 및 모바일 게임 중에는 확률형 아이템을 제공하고 있지 않은 게임도 포함되어 있을 수 있어 실제 확률형 아이템이 포함된 게임으로만 제한하면 확률정보 공개 안내의 약관 표기 준수율은 실제 더 높을 것으로 보임
- 그러나, 대부분의 확률정보 공개에 대한 약관 안내는 회사에서 제공하는 정보 종류에 확률형 아이템과 관련된 정보를 게임 내 또는 홈페이지 등을 통해 제공되고 있음을 명시하는 수준에서만 작성되어 있음

표 2-26 온라인 게임 관련 이용약관 예시

제 3조 회사정보 등의 제공

① 회사는 다음 각 호의 사항을 게임서비스 초기화면이나 게임서비스 홈페이지에 게시하여, 이용자가 이를 쉽게 알 수 있도록 합니다. 다만, 개인정보처리방침과 약관은 이용자가 연결화면을 통하여 볼 수 있도록 할 수 있습니다.

9. 「게임산업진흥에 관한 법률」 등 관계법령에 따라 표시할 의무가 있는 확률형 아이템 관련 정보

제18조 정보의 제공

① 회사는 다음의 사항을 각 게임서비스별 홈페이지 또는 회사의 홈페이지 또는/및 게임내 화면에 회원이 알기 쉽게 표시합니다. 자세한 사항 및 표기 방법은 관련법규에 따릅니다

7. 확률형 아이템의 관련 정보

- 장르별로 온라인 게임 서비스가 전체 40개 중 12개(30.0%)에서 확률공개 정보를 제공한다는 내용이 약관에 표기되어 있는 것으로 나타났고, 모바일 게임 서비스 50개 중에서는 11개(22.0%) 서비스가 약관에 표기되어 있는 것으로 확인됨
- 현재 온라인 및 모바일 게임 서비스 약관에서는 단순히 홈페이지 및 게임 내에서 확률형 아이템의 확률공개 정보를 제공한다는 내용만 간략히 명시되어 있는 수준임

- 그러나, 최근 게임 관련 이슈, 분쟁과 관련하여 가장 큰 사항으로 확률형 아이템의 확률조작 사건 등이 문제되고 있는바 단순 확률고지에 대한 표기 뿐만 아니라 확률변화에 따른 아이템 피해보상, 확률 변화에 대한 공지, 확률검증 등과 같은 구체적인 이용자 보호를 위한 약관 내용 표기가 추가적으로 수록되어야 할 것으로 판단됨

표 2-27 온라인 및 모바일 게임 추가 약관 항목 포함여부

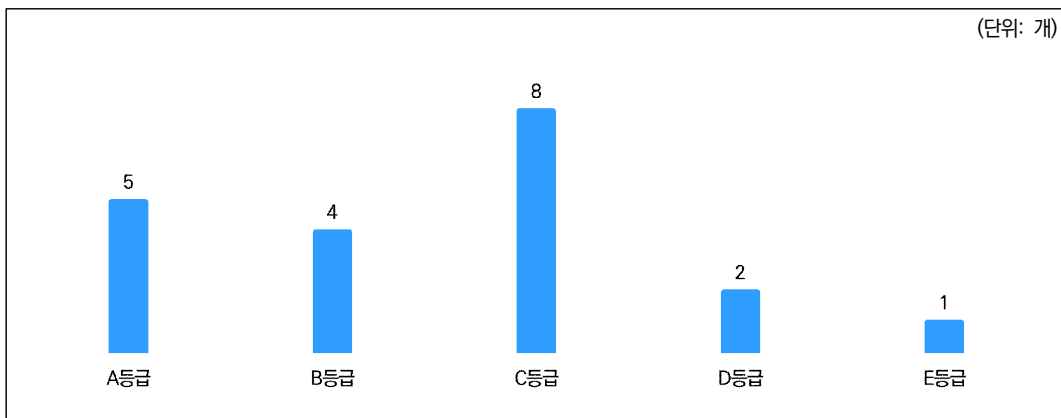
| 장르 | 전체 게임분야 서비스 수 | 추가 약관 내용 표기 | | 추가 약관 내용 미표기 | |
|--------|------------------|-------------|-------|--------------|-------|
| | | 개 | (%) | 개 | (%) |
| 온라인 게임 | 40 | 12 | 30.0% | 28 | 70.0% |
| 모바일 게임 | 50 | 11 | 22.0% | 39 | 78.0% |
| 전체 | 90 | 23 | 25.6% | 67 | 74.4% |

3. 콘텐츠 장르별 약관 표기 준수 평가점수 결과

가. 출판

- 출판 장르는 총 20개 콘텐츠 서비스를 대상으로 평가 진행되었으며, 출판 분야 전체 종합 평가점수는 78.6점, 표준점수는 57.1p로 전체 평균(50.0p) 보다 상대적 표준점수가 높게 나타남
- 출판 장르 20개 서비스의 전체 평가점수는 최고 97점부터 최저 53점까지 분포되어 있으며, 표준점수를 기준으로 매우 양호(A) 등급 서비스는 5개, 양호(B) 등급 서비스는 4개, 보통(C) 등급 서비스는 8개, 미흡(D) 등급 서비스는 2개, 매우 미흡(E) 등급은 1개 서비스가 각각 포함됨

그림 2-25 출판 장르 표준점수 등급별 서비스 개수



- 대분류 항목별로 '4. 분쟁해결' 항목의 약관 표기 준수율이 95.0%로 가장 높고, 다음으로 '5. 기타 정보제공' (85.0%), '2. 청약철회/계약해제해지' (82.9%) 항목 순으로 나타남
- 2022년 대비 약관 표기 준수율은 '1. 과오납금'이 4.3%p 증가하였으며, '2. 청약철회/계약해제해지'가 2.4%p 감소한 것으로 나타남

그림 2-26 출판 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율

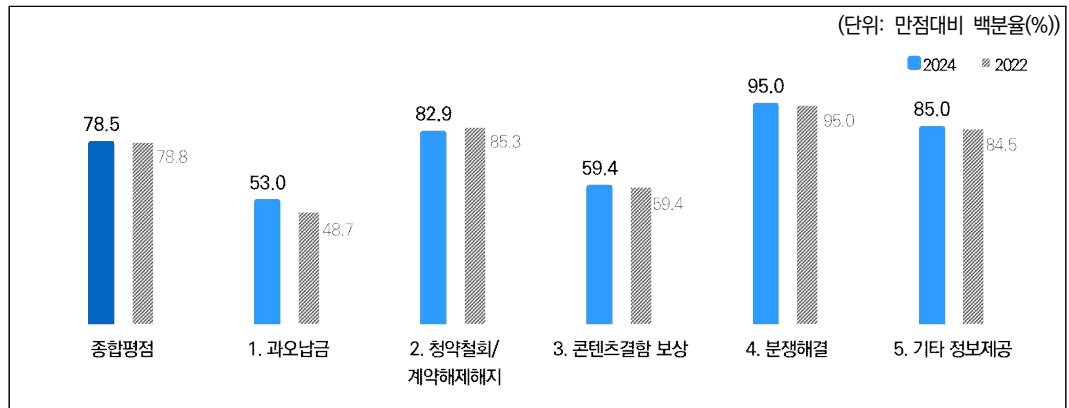


표 2-28 출판 분야 서비스별 평가결과

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|-----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 1 | 15 | 41 | 8 | 12 | 21 | 97.0 | 88.0p | A |
| 2 | 15 | 40 | 8 | 12 | 20 | 95.0 | 85.8p | A |
| 2 | 15 | 42 | 6 | 12 | 20 | 95.0 | 85.8p | A |
| 2 | 15 | 40 | 8 | 12 | 20 | 95.0 | 85.8p | A |
| 2 | 15 | 41 | 7 | 12 | 20 | 95.0 | 85.8p | A |
| 6 | 15 | 35 | 8 | 12 | 21 | 91.0 | 80.6p | B |
| 7 | 14 | 32 | 6 | 12 | 21 | 85.0 | 71.0p | B |
| 8 | 14 | 34 | 8 | 12 | 14 | 82.0 | 65.5p | B |
| 8 | 15 | 33 | 0 | 12 | 22 | 82.0 | 65.5p | B |
| 10 | 12 | 33 | 6 | 6 | 20 | 77.0 | 55.6p | C |
| 11 | 0 | 34 | 6 | 12 | 21 | 73.0 | 47.4p | C |
| 11 | 0 | 34 | 6 | 12 | 21 | 73.0 | 47.4p | C |
| 11 | 14 | 33 | 0 | 6 | 20 | 73.0 | 47.4p | C |
| 14 | 0 | 39 | 6 | 12 | 14 | 71.0 | 43.4p | C |
| 14 | 0 | 39 | 6 | 12 | 14 | 71.0 | 43.4p | C |
| 16 | 0 | 36 | 0 | 12 | 21 | 69.0 | 39.3p | C |
| 17 | 0 | 34 | 0 | 12 | 21 | 67.0 | 35.4p | C |
| 18 | 0 | 33 | 6 | 12 | 14 | 65.0 | 31.7p | D |
| 19 | 0 | 34 | 0 | 12 | 14 | 60.0 | 23.1p | D |
| 20 | 0 | 26 | 0 | 12 | 15 | 53.0 | 13.7p | E |
| 평균 | 8.0 | 35.7 | 4.8 | 11.4 | 18.7 | 78.5 | 57.1p | |
| 백분율 | 53.0% | 82.9% | 59.4% | 95.0% | 85.0% | | | |

주: 대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

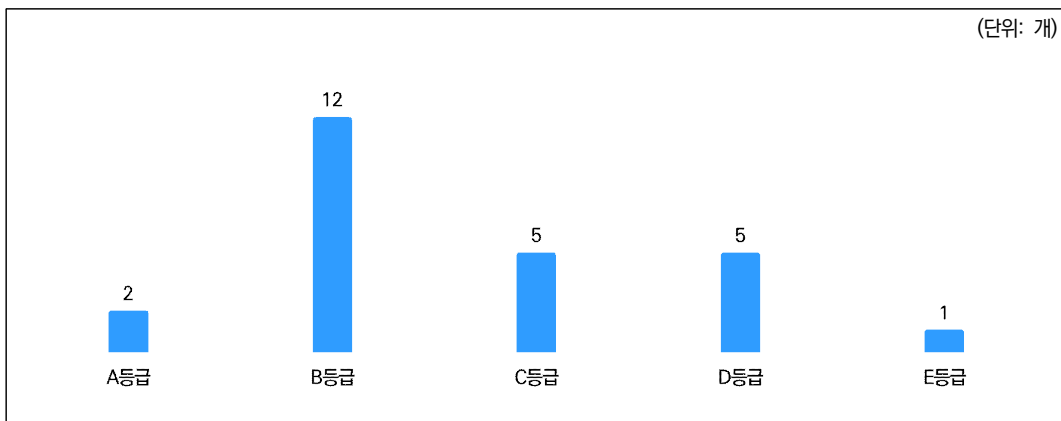
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

나. 만화/웹툰

- 만화/웹툰 장르는 총 25개 콘텐츠 서비스를 대상으로 평가 진행되었으며, 만화/웹툰 분야 전체 종합 평가점수는 78.6점, 표준점수는 59.3p로 전체 평균(50.0p) 보다 상대적 표준점수가 높게 나타남
- 만화/웹툰 장르 25개 서비스의 전체 평가점수는 최고 97점부터 최저 25점까지 분포되어 있으며, 표준점수를 기준으로 매우 양호(A) 등급 서비스는 2개, 양호(B) 등급 서비스는 12개, 보통(C) 등급 서비스는 5개, 미흡(D) 등급 서비스는 5개, 매우 미흡(E) 등급은 1개 서비스가 각각 포함됨

그림 2-27 만화/웹툰 장르 표준점수 등급별 서비스 개수



- 대분류 항목별로 '4. 분쟁해결' 항목의 약관 표기 준수율이 88.0%로 가장 높고, 다음으로 '1. 과오납금' (84.8%), '5. 기타 정보제공' (83.5%) 항목 순으로 나타남
 - 2022년 대비 약관 표기 준수율은 '1. 과오납금'이 11.1%p 증가하였으며, '3. 콘텐츠결합 보상'이 7.0%p 감소한 것으로 나타남

그림 2-28 만화/웹툰 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율

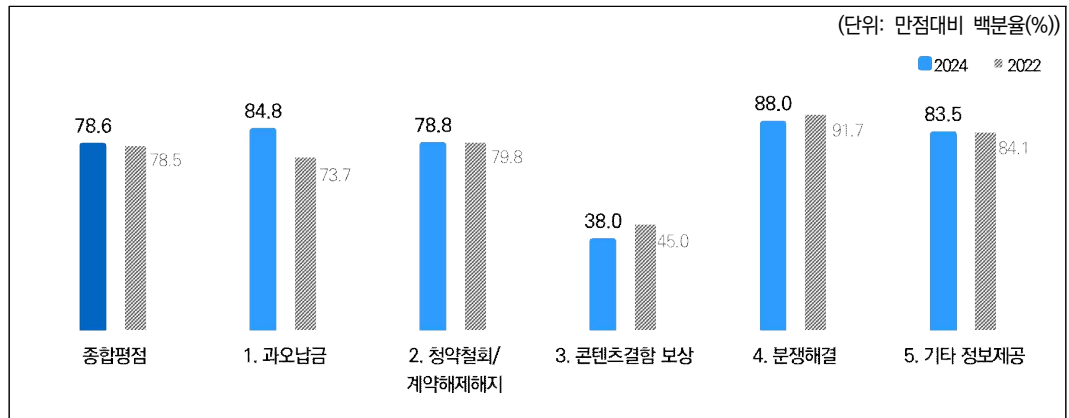


표 2-29 만화/웹툰 분야 서비스별 평가결과

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 1 | 15 | 41 | 8 | 12 | 21 | 97.0 | 88.0p | A |
| 2 | 15 | 43 | 6 | 12 | 21 | 97.0 | 88.0p | A |
| 2 | 15 | 43 | 8 | 6 | 22 | 94.0 | 84.6p | B |
| 2 | 15 | 35 | 8 | 12 | 21 | 91.0 | 80.6p | B |
| 2 | 14 | 36 | 7 | 12 | 21 | 90.0 | 79.2p | B |
| 6 | 15 | 35 | 7 | 12 | 21 | 90.0 | 79.2p | B |
| 7 | 15 | 41 | 0 | 12 | 21 | 89.0 | 77.7p | B |
| 8 | 15 | 42 | 0 | 12 | 20 | 89.0 | 77.7p | B |
| 8 | 15 | 35 | 6 | 12 | 21 | 89.0 | 77.7p | B |
| 10 | 15 | 42 | 0 | 12 | 20 | 89.0 | 77.7p | B |
| 11 | 14 | 32 | 7 | 12 | 21 | 86.0 | 72.8p | B |
| 11 | 15 | 42 | 7 | 6 | 14 | 84.0 | 69.2p | B |
| 11 | 15 | 40 | 0 | 12 | 15 | 82.0 | 65.5p | B |
| 14 | 15 | 35 | 6 | 12 | 14 | 82.0 | 65.5p | B |
| 14 | 12 | 36 | 0 | 12 | 21 | 81.0 | 63.6p | C |
| 16 | 14 | 35 | 0 | 12 | 15 | 76.0 | 53.6p | C |
| 17 | 14 | 28 | 0 | 12 | 20 | 74.0 | 49.5p | C |
| 18 | 14 | 27 | 0 | 12 | 20 | 73.0 | 47.4p | C |
| 19 | 15 | 32 | 0 | 12 | 12 | 71.0 | 43.4p | C |
| 20 | 0 | 26 | 6 | 12 | 21 | 65.0 | 31.7p | D |
| 21 | 13 | 25 | 0 | 6 | 20 | 64.0 | 29.9p | D |
| 22 | 13 | 25 | 0 | 6 | 20 | 64.0 | 29.9p | D |
| 23 | 15 | 19 | 0 | 12 | 15 | 61.0 | 24.7p | D |

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|-----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 24 | 0 | 40 | 0 | 6 | 15 | 61.0 | 24.7p | D |
| 25 | 0 | 12 | 0 | 6 | 7 | 25.0 | 0.6p | E |
| 평균 | 12.7 | 33.9 | 3.0 | 10.6 | 18.4 | 78.6 | 59.3p | |
| 백분율 | 84.8% | 78.8% | 38.0% | 88.0% | 83.5% | | | |

주: 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

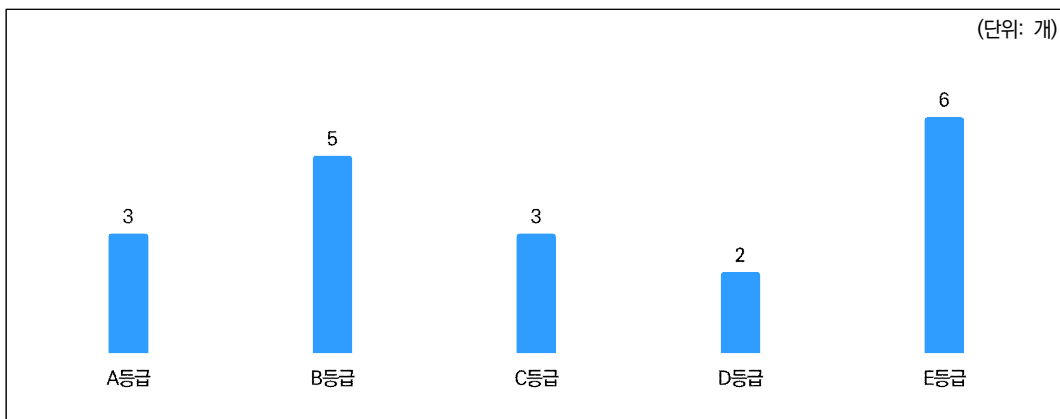
대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

다. 음악

- 음악 장르는 총 19개 콘텐츠 서비스의 평가 진행되었으며, 음악 분야 전체 종합 평가점수는 67.8점, 표준점수는 44.8p로 전체 평균(50.0p) 보다 상대적 표준점수가 낮게 나타남
- 음악 장르 19개 서비스의 전체 평가점수는 최고 99점부터 최저 19점까지 분포되어 있으며, 표준점수를 기준으로 매우 양호(A) 등급 서비스는 3개, 양호(B) 등급 서비스는 5개, 보통(C) 등급 서비스는 3개, 미흡(D) 등급 서비스는 2개, 매우 미흡(E) 등급은 6개 서비스가 각각 포함됨

그림 2-29

음악 장르 표준점수 등급별 서비스 개수



- 대분류 항목별로 '4. 분쟁해결' 항목의 약관 표기 준수율이 84.2%로 가장 높고, 다음으로 '5. 기타 정보제공' (70.1%), '2. 청약철회/계약해제해지' (67.6%) 항목 순으로 나타남
- 2022년 대비 약관 표기 준수율은 '5. 기타 정보제공'이 0.3%p 증가하였으며, '4. 분쟁해결'이 5.8%p 감소한 것으로 나타남

그림 2-30

음악 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율

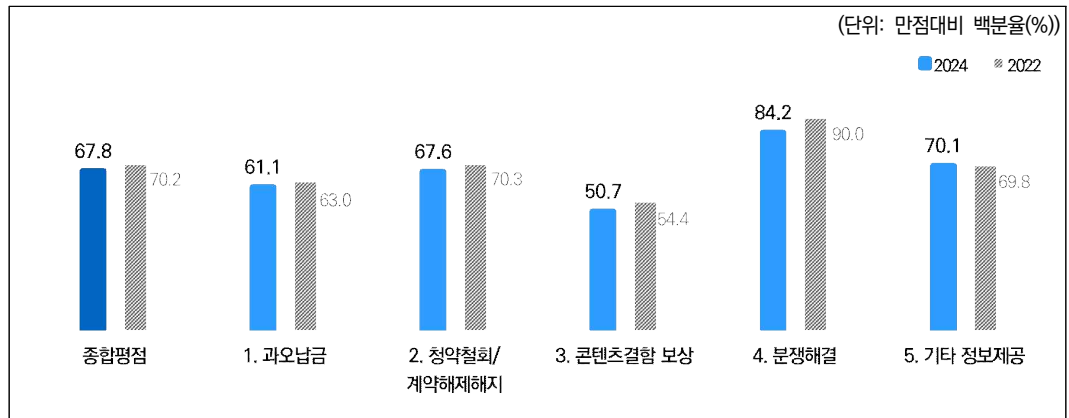


표 2-30

음악 분야 서비스별 평가결과

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|-----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 1 | 15 | 43 | 8 | 12 | 21 | 99.0 | 89.9p | A |
| 2 | 15 | 42 | 8 | 12 | 21 | 98.0 | 89.0p | A |
| 2 | 15 | 41 | 6 | 12 | 21 | 95.0 | 85.8p | A |
| 2 | 15 | 35 | 8 | 12 | 22 | 92.0 | 82.0p | B |
| 2 | 15 | 36 | 6 | 12 | 22 | 91.0 | 80.6p | B |
| 6 | 15 | 35 | 7 | 12 | 22 | 91.0 | 80.6p | B |
| 7 | 15 | 35 | 8 | 6 | 21 | 85.0 | 71.0p | B |
| 8 | 15 | 36 | 6 | 12 | 14 | 83.0 | 67.4p | B |
| 8 | 12 | 34 | 0 | 12 | 22 | 80.0 | 61.7p | C |
| 10 | 15 | 26 | 0 | 12 | 15 | 68.0 | 37.4p | C |
| 11 | 14 | 19 | 8 | 12 | 14 | 67.0 | 35.4p | C |
| 11 | 0 | 31 | 6 | 12 | 13 | 62.0 | 26.4p | D |
| 11 | 13 | 26 | 0 | 6 | 13 | 58.0 | 20.1p | D |
| 14 | 0 | 33 | 0 | 0 | 14 | 47.0 | 8.0p | E |
| 14 | 0 | 25 | 0 | 12 | 8 | 45.0 | 6.6p | E |
| 16 | 0 | 25 | 0 | 12 | 8 | 45.0 | 6.6p | E |
| 17 | 0 | 18 | 0 | 12 | 7 | 37.0 | 2.7p | E |
| 18 | 0 | 6 | 0 | 12 | 8 | 26.0 | 0.6p | E |
| 19 | 0 | 6 | 6 | 0 | 7 | 19.0 | 0.2p | E |
| 평균 | 9.2 | 29.1 | 4.1 | 10.1 | 15.4 | 67.8 | 44.8p | |
| 백분율 | 61.1% | 67.6% | 50.7% | 84.2% | 70.1% | | | |

주: 대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

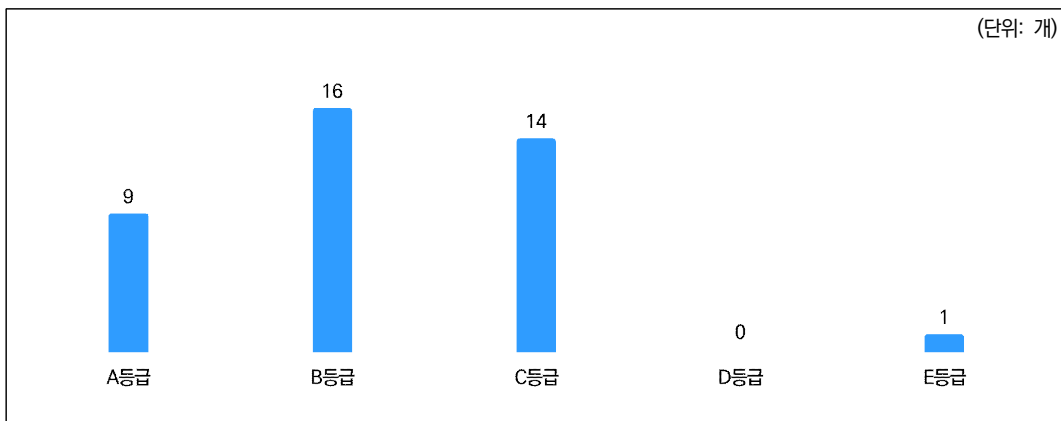
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

라. 온라인 게임

- 온라인 게임 장르는 총 40개 콘텐츠 서비스를 대상으로 평가 진행되었으며, 온라인 게임 분야 전체 종합 평가점수는 84.4점, 표준점수는 67.8p로 전체 평균(50.0p) 보다 상대적 표준점수가 높게 나타남
- 온라인 게임 장르 40개 서비스의 전체 평가점수는 최고 100점부터 최저 54점까지 분포되어 있으며, 표준점수를 기준으로 매우 양호(A) 등급 서비스는 9개, 양호(B) 등급 서비스는 16개, 보통(C) 등급 서비스는 14개, 미흡(D) 등급 서비스는 0개, 매우 미흡(E) 등급은 1개 서비스가 각각 포함됨

그림 2-31 온라인 게임 장르 표준점수 등급별 서비스 개수



- 대분류 항목별로 '1. 과오납금' 항목의 약관 표기 준수율이 93.5%로 가장 높고, 다음으로 '5. 기타 정보제공' (87.8%), '4. 분쟁해결' (85.0%) 항목 순으로 나타남
 - 2022년 대비 약관 표기 준수율은 '1. 과오납금'이 1.5%p 증가하였으며, '2. 청약철회/계약해제해지'가 2.5%p 감소한 것으로 나타남

그림 2-32

온라인 게임 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율

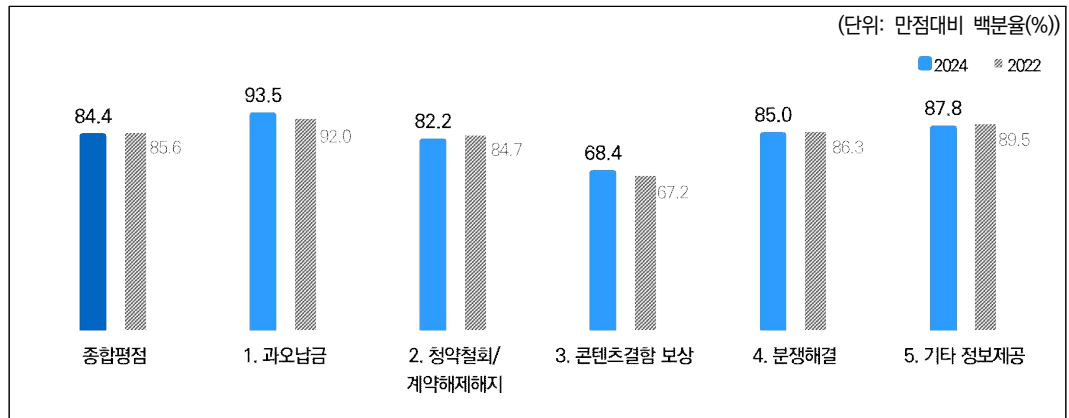


표 2-31

온라인 게임 분야 서비스별 평가결과

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 1 | 15 | 43 | 8 | 12 | 22 | 100.0 | 90.8p | A |
| 1 | 15 | 43 | 8 | 12 | 22 | 100.0 | 90.8p | A |
| 1 | 15 | 43 | 8 | 12 | 22 | 100.0 | 90.8p | A |
| 4 | 15 | 43 | 8 | 12 | 21 | 99.0 | 89.9p | A |
| 4 | 15 | 43 | 8 | 12 | 21 | 99.0 | 89.9p | A |
| 6 | 15 | 42 | 8 | 12 | 21 | 98.0 | 89.0p | A |
| 7 | 15 | 41 | 8 | 12 | 21 | 97.0 | 88.0p | A |
| 7 | 15 | 41 | 8 | 12 | 21 | 97.0 | 88.0p | A |
| 9 | 15 | 40 | 6 | 12 | 22 | 95.0 | 85.8p | A |
| 10 | 15 | 36 | 6 | 12 | 22 | 91.0 | 80.6p | B |
| 10 | 15 | 36 | 6 | 12 | 22 | 91.0 | 80.6p | B |
| 10 | 15 | 36 | 6 | 12 | 22 | 91.0 | 80.6p | B |
| 13 | 15 | 40 | 8 | 6 | 21 | 90.0 | 79.2p | B |
| 13 | 15 | 34 | 7 | 12 | 22 | 90.0 | 79.2p | B |
| 15 | 15 | 35 | 6 | 12 | 21 | 89.0 | 77.7p | B |
| 15 | 15 | 35 | 6 | 12 | 21 | 89.0 | 77.7p | B |
| 15 | 15 | 35 | 6 | 12 | 21 | 89.0 | 77.7p | B |
| 18 | 15 | 34 | 6 | 12 | 21 | 88.0 | 76.1p | B |
| 19 | 15 | 33 | 6 | 12 | 20 | 86.0 | 72.8p | B |
| 20 | 15 | 35 | 8 | 6 | 21 | 85.0 | 71.0p | B |
| 20 | 14 | 32 | 6 | 12 | 21 | 85.0 | 71.0p | B |
| 22 | 15 | 28 | 6 | 12 | 22 | 83.0 | 67.4p | B |
| 22 | 15 | 35 | 6 | 12 | 15 | 83.0 | 67.4p | B |

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|-----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 24 | 15 | 33 | 8 | 12 | 14 | 82.0 | 65.5p | B |
| 24 | 15 | 33 | 8 | 12 | 14 | 82.0 | 65.5p | B |
| 26 | 15 | 27 | 6 | 12 | 21 | 81.0 | 63.6p | C |
| 26 | 15 | 33 | 0 | 12 | 21 | 81.0 | 63.6p | C |
| 28 | 12 | 34 | 0 | 12 | 20 | 78.0 | 57.7p | C |
| 29 | 15 | 34 | 8 | 6 | 14 | 77.0 | 55.6p | C |
| 30 | 15 | 34 | 6 | 6 | 15 | 76.0 | 53.6p | C |
| 31 | 15 | 34 | 0 | 6 | 20 | 75.0 | 51.6p | C |
| 31 | 15 | 33 | 0 | 6 | 21 | 75.0 | 51.6p | C |
| 33 | 14 | 34 | 6 | 6 | 14 | 74.0 | 49.5p | C |
| 33 | 14 | 34 | 6 | 6 | 14 | 74.0 | 49.5p | C |
| 35 | 14 | 39 | 0 | 6 | 14 | 73.0 | 47.4p | C |
| 36 | 14 | 31 | 0 | 12 | 15 | 72.0 | 45.4p | C |
| 36 | 14 | 31 | 0 | 6 | 21 | 72.0 | 45.4p | C |
| 38 | 15 | 25 | 0 | 12 | 15 | 67.0 | 35.4p | C |
| 38 | 0 | 35 | 6 | 6 | 20 | 67.0 | 35.4p | C |
| 40 | 0 | 27 | 6 | 6 | 15 | 54.0 | 14.8p | E |
| 평균 | 14.0 | 35.4 | 5.5 | 10.2 | 19.3 | 84.4 | 67.8p | |
| 백분율 | 93.5% | 82.2% | 68.4% | 85.0% | 87.8% | | | |

주: 대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

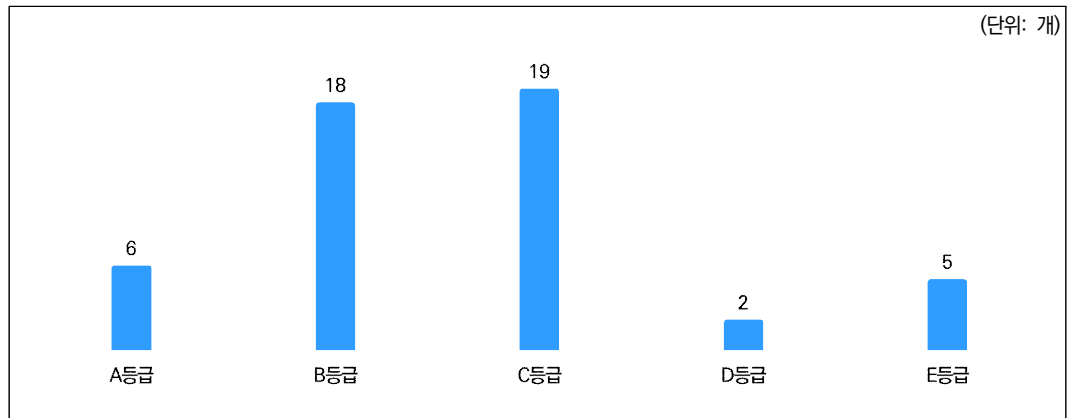
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

마. 모바일 게임

- 모바일 게임 장르는 총 50개 콘텐츠 서비스를 대상으로 평가 진행되었으며, 모바일 게임 분야 전체 종합 평가점수는 77.7점, 표준점수는 59.8p로 전체 평균(50.0p) 보다 상대적 표준점수가 높게 나타남
- 모바일 게임 장르 50개 서비스의 전체 평가점수는 최고 100점부터 최저 18점까지 분포되어 있으며, 표준점수를 기준으로 매우 양호(A) 등급 서비스는 6개, 양호(B) 등급 서비스는 18개, 보통(C) 등급 서비스는 19개, 미흡(D) 등급 서비스는 2개, 매우 미흡(E) 등급은 5개 서비스가 각각 포함됨

그림 2-33 모바일 게임 장르 표준점수 등급별 서비스 개수



- 대분류 항목별로 '5. 기타 정보제공' 항목의 약관 표기 준수율이 88.2%로 가장 높고, 다음으로 '4. 분쟁해결' (82.0%), '1. 과오납금' (81.9%) 항목 순으로 나타남
- 2022년 대비 약관 표기 준수율은 '4. 분쟁해결'이 1.0%p 증가하였으며, 평가점수가 가장 크게 감소한 대분류 항목은 '3.콘텐츠결함 보상'이 4.5%p 감소한 것으로 나타남

그림 2-34 모바일 게임 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율

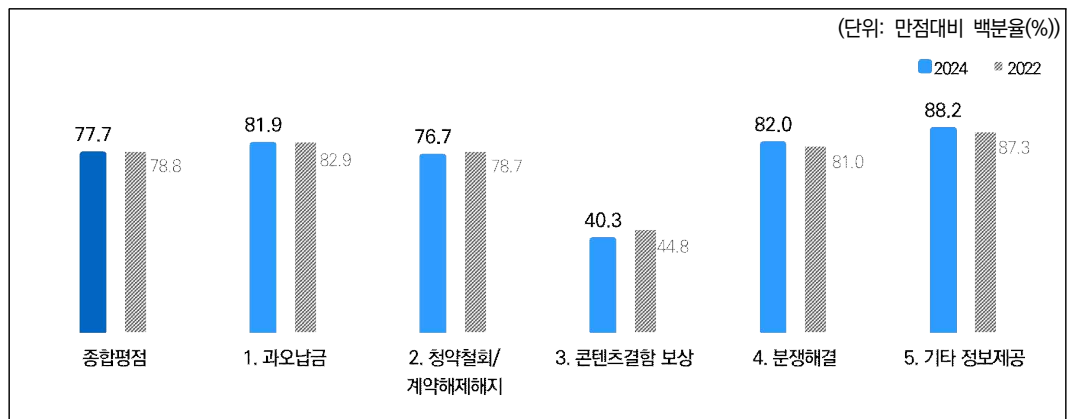


표 2-32

모바일 게임 분야 서비스별 평가결과

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 1 | 15 | 43 | 8 | 12 | 22 | 100.0 | 90.8p | A |
| 2 | 15 | 42 | 8 | 12 | 21 | 98.0 | 89.0p | A |
| 3 | 15 | 41 | 8 | 12 | 21 | 97.0 | 88.0p | A |
| 3 | 15 | 41 | 8 | 12 | 21 | 97.0 | 88.0p | A |
| 3 | 15 | 41 | 7 | 12 | 22 | 97.0 | 88.0p | A |
| 6 | 15 | 40 | 6 | 12 | 22 | 95.0 | 85.8p | A |
| 7 | 15 | 40 | 6 | 12 | 21 | 94.0 | 84.6p | B |
| 8 | 15 | 35 | 6 | 12 | 22 | 90.0 | 79.2p | B |
| 8 | 15 | 35 | 6 | 12 | 22 | 90.0 | 79.2p | B |
| 8 | 15 | 41 | 0 | 12 | 22 | 90.0 | 79.2p | B |
| 8 | 15 | 43 | 6 | 6 | 20 | 90.0 | 79.2p | B |
| 8 | 15 | 35 | 6 | 12 | 22 | 90.0 | 79.2p | B |
| 13 | 15 | 34 | 6 | 12 | 21 | 88.0 | 76.1p | B |
| 14 | 14 | 41 | 6 | 6 | 20 | 87.0 | 74.5p | B |
| 14 | 12 | 35 | 6 | 12 | 22 | 87.0 | 74.5p | B |
| 14 | 15 | 33 | 6 | 12 | 21 | 87.0 | 74.5p | B |
| 17 | 15 | 39 | 6 | 6 | 20 | 86.0 | 72.8p | B |
| 18 | 12 | 33 | 6 | 12 | 22 | 85.0 | 71.0p | B |
| 18 | 12 | 40 | 0 | 12 | 21 | 85.0 | 71.0p | B |
| 18 | 13 | 33 | 6 | 12 | 21 | 85.0 | 71.0p | B |
| 21 | 12 | 39 | 0 | 12 | 21 | 84.0 | 69.2p | B |
| 21 | 12 | 33 | 6 | 12 | 21 | 84.0 | 69.2p | B |
| 23 | 14 | 35 | 6 | 6 | 21 | 82.0 | 65.5p | B |
| 23 | 15 | 26 | 8 | 12 | 21 | 82.0 | 65.5p | B |
| 25 | 12 | 35 | 0 | 12 | 22 | 81.0 | 63.6p | C |
| 26 | 12 | 34 | 0 | 12 | 22 | 80.0 | 61.7p | C |
| 26 | 12 | 34 | 0 | 12 | 22 | 80.0 | 61.7p | C |
| 26 | 12 | 34 | 0 | 12 | 22 | 80.0 | 61.7p | C |
| 26 | 15 | 33 | 6 | 6 | 20 | 80.0 | 61.7p | C |
| 26 | 12 | 34 | 0 | 12 | 22 | 80.0 | 61.7p | C |
| 26 | 12 | 34 | 0 | 12 | 22 | 80.0 | 61.7p | C |
| 32 | 12 | 34 | 6 | 6 | 21 | 79.0 | 59.7p | C |
| 32 | 12 | 35 | 6 | 6 | 20 | 79.0 | 59.7p | C |
| 32 | 14 | 33 | 0 | 12 | 20 | 79.0 | 59.7p | C |
| 32 | 12 | 34 | 0 | 12 | 21 | 79.0 | 59.7p | C |
| 36 | 12 | 34 | 6 | 12 | 14 | 78.0 | 57.7p | C |
| 36 | 12 | 34 | 0 | 12 | 20 | 78.0 | 57.7p | C |
| 38 | 12 | 33 | 0 | 12 | 20 | 77.0 | 55.6p | C |
| 39 | 14 | 26 | 0 | 12 | 21 | 73.0 | 47.4p | C |
| 40 | 12 | 34 | 0 | 6 | 20 | 72.0 | 45.4p | C |

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|-----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 41 | 12 | 32 | 0 | 12 | 15 | 71.0 | 43.4p | C |
| 42 | 12 | 26 | 0 | 12 | 20 | 70.0 | 41.3p | C |
| 42 | 12 | 26 | 0 | 12 | 20 | 70.0 | 41.3p | C |
| 44 | 14 | 25 | 0 | 6 | 14 | 59.0 | 21.6p | D |
| 45 | 12 | 26 | 0 | 6 | 14 | 58.0 | 20.1p | D |
| 46 | 12 | 26 | 0 | 6 | 8 | 52.0 | 12.6p | E |
| 47 | 0 | 32 | 0 | 6 | 8 | 46.0 | 7.3p | E |
| 48 | 0 | 0 | 0 | 0 | 19 | 19.0 | 0.2p | E |
| 48 | 0 | 6 | 0 | 0 | 13 | 19.0 | 0.2p | E |
| 50 | 0 | 18 | 0 | 0 | 0 | 18.0 | 0.2p | E |
| 평균 | 12.3 | 33.0 | 3.2 | 9.8 | 19.4 | 77.7 | 59.8p | |
| 백분율 | 81.9% | 76.7% | 40.3% | 82.0% | 88.2% | | | |

주: 대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

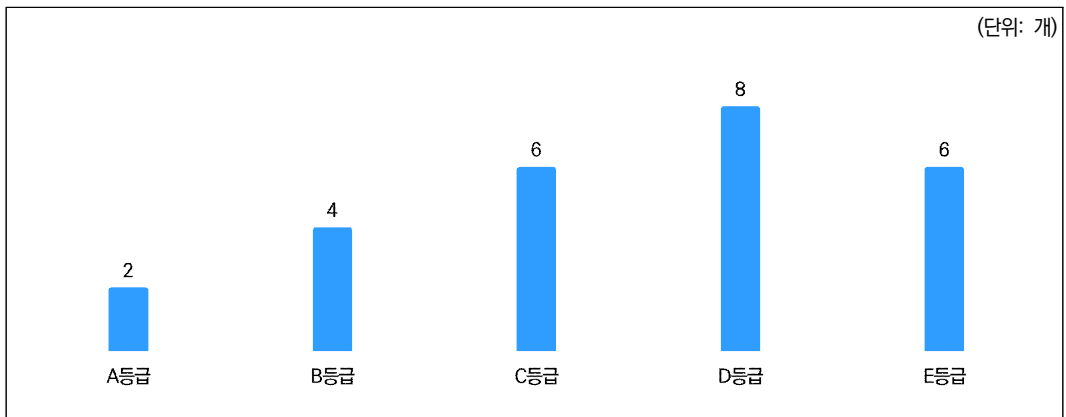
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

바. 영상서비스

- 영상서비스 장르는 총 26개 콘텐츠 서비스를 대상으로 평가 진행되었으며, 영상서비스 분야 전체 종합 평가점수는 66.2점, 표준점수는 39.0p로 전체 평균(50.0p) 보다 상대적 표준점수가 다소 낮게 나타남
- 영상서비스 장르 26개 서비스의 전체 평가점수는 최고 99점부터 최저 13점까지 분포되어 있으며, 표준점수를 기준으로 매우 양호(A) 등급 서비스는 2개, 양호(B) 등급 서비스는 4개, 보통(C) 등급 서비스는 6개, 미흡(D) 등급 서비스는 8개, 매우 미흡(E) 등급은 6개 서비스가 각각 포함됨

그림 2-35 영상서비스 장르 표준점수 등급별 서비스 개수



- 대분류 항목별로 '4. 분쟁해결' 항목의 약관 표기 준수율이 88.5%로 가장 높고, 다음으로 '1. 과오납금' (70.5%), '5. 기타 정보제공' (66.3%) 항목 순으로 나타남
- 2022년 대비 약관 표기 준수율은 '5. 기타 정보제공'이 1.0%p 증가하였으며, '4. 분쟁해결'이 3.5%p 감소한 것으로 나타남

그림 2-36 영상서비스 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율

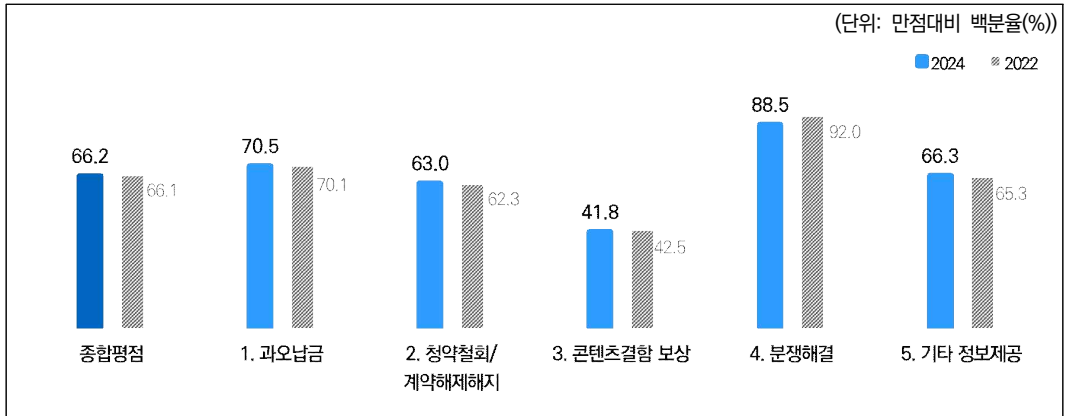


표 2-33 영상서비스 분야 서비스별 평가결과

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 1 | 15 | 43 | 8 | 12 | 21 | 99.0 | 89.9p | A |
| 1 | 15 | 43 | 8 | 12 | 21 | 99.0 | 89.9p | A |
| 3 | 15 | 33 | 8 | 12 | 21 | 89.0 | 77.7p | B |
| 4 | 15 | 33 | 6 | 12 | 21 | 87.0 | 74.5p | B |
| 5 | 15 | 35 | 7 | 12 | 15 | 84.0 | 69.2p | B |
| 6 | 14 | 34 | 8 | 12 | 14 | 82.0 | 65.5p | B |
| 7 | 12 | 40 | 8 | 6 | 14 | 80.0 | 61.7p | C |
| 8 | 14 | 26 | 0 | 12 | 21 | 73.0 | 47.4p | C |
| 8 | 14 | 27 | 0 | 12 | 20 | 73.0 | 47.4p | C |
| 10 | 12 | 32 | 7 | 12 | 9 | 72.0 | 45.4p | C |
| 10 | 12 | 32 | 7 | 12 | 9 | 72.0 | 45.4p | C |
| 12 | 15 | 26 | 0 | 12 | 15 | 68.0 | 37.4p | C |
| 13 | 0 | 33 | 6 | 12 | 15 | 66.0 | 33.5p | D |
| 13 | 12 | 28 | 0 | 6 | 20 | 66.0 | 33.5p | D |
| 15 | 13 | 26 | 0 | 12 | 14 | 65.0 | 31.7p | D |
| 16 | 12 | 24 | 7 | 12 | 9 | 64.0 | 29.9p | D |
| 17 | 15 | 25 | 0 | 12 | 9 | 61.0 | 24.7p | D |
| 17 | 15 | 25 | 0 | 12 | 9 | 61.0 | 24.7p | D |
| 19 | 15 | 25 | 0 | 12 | 8 | 60.0 | 23.1p | D |

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|-----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 20 | 0 | 25 | 0 | 12 | 19 | 56.0 | 17.3p | D |
| 21 | 0 | 26 | 0 | 12 | 14 | 52.0 | 12.6p | E |
| 22 | 12 | 6 | 0 | 12 | 21 | 51.0 | 11.5p | E |
| 22 | 0 | 13 | 7 | 12 | 19 | 51.0 | 11.5p | E |
| 24 | 13 | 25 | 0 | 0 | 6 | 44.0 | 5.9p | E |
| 25 | 0 | 19 | 0 | 6 | 8 | 33.0 | 1.7p | E |
| 26 | 0 | 0 | 0 | 6 | 7 | 13.0 | 0.1p | E |
| 평균 | 10.6 | 27.1 | 3.3 | 10.6 | 14.6 | 66.2 | 39.0p | |
| 백분율 | 70.5% | 63.0% | 41.8% | 88.5% | 66.3% | | | |

주: 대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

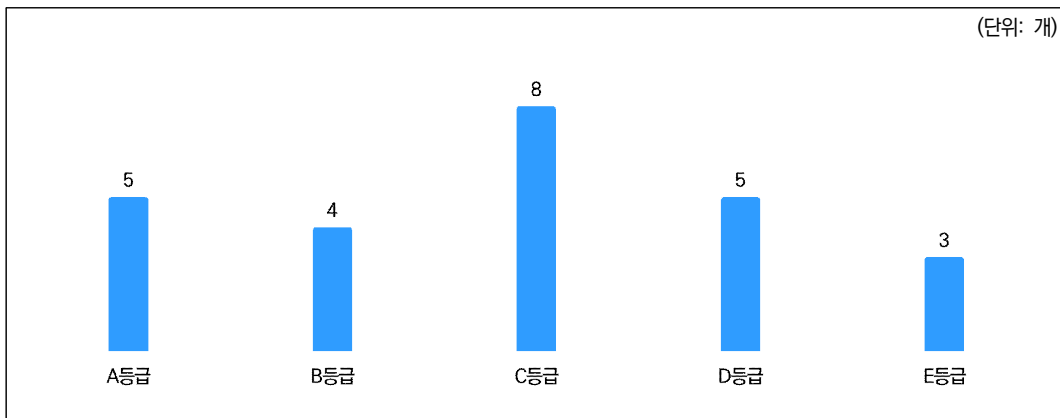
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

사. 이러닝

- 이러닝 장르는 총 25개 콘텐츠 서비스를 대상으로 평가 진행되었으며, 이러닝 분야 전체 종합 평가점수는 74.6점, 표준점수는 50.5p로 전체 평균(50.0p) 보다 상대적 표준점수가 조금 높은 편으로 나타남
- 이러닝 장르 25개 서비스의 전체 평가점수는 최고 100점부터 최저 47점까지 분포되어 있으며, 표준점수를 기준으로 매우 양호(A) 등급 서비스는 5개, 양호(B) 등급 서비스는 4개, 보통(C) 등급 서비스는 8개, 미흡(D) 등급 서비스는 5개, 매우 미흡(E) 등급은 3개 서비스가 각각 포함됨

그림 2-37 이러닝 장르 표준점수 등급별 서비스 개수



- 대분류 항목별로 '4. 분쟁해결' 항목의 약관 표기 준수율이 92.2%로 가장 높고, 다음으로 '2. 청약철회/계약해제·해지' (71.9%), '5. 기타 정보제공' (71.3%) 항목 순으로 나타남
- 2022년 대비 약관 표기 준수율은 '1. 과오납금'이 3.3%p 증가하였으며, '3. 콘텐츠결합 보상'이 6.8%p 감소한 것으로 나타남

그림 2-38 이력링 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율

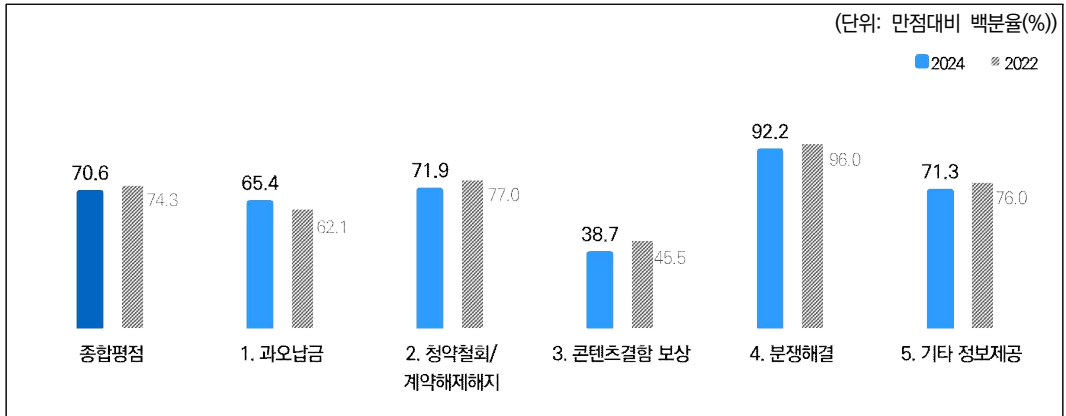


표 2-34 이력링 장르 서비스별 평가결과

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 1 | 15 | 43 | 8 | 12 | 22 | 100.0 | 90.8p | A |
| 2 | 15 | 43 | 8 | 12 | 21 | 99.0 | 89.9p | A |
| 3 | 15 | 42 | 8 | 12 | 21 | 98.0 | 89.0p | A |
| 3 | 15 | 42 | 8 | 12 | 21 | 98.0 | 89.0p | A |
| 3 | 15 | 42 | 8 | 12 | 21 | 98.0 | 89.0p | A |
| 6 | 15 | 42 | 8 | 12 | 15 | 92.0 | 82.0p | B |
| 7 | 15 | 34 | 7 | 12 | 20 | 88.0 | 76.1p | B |
| 7 | 14 | 35 | 6 | 12 | 21 | 88.0 | 76.1p | B |
| 9 | 15 | 42 | 8 | 6 | 15 | 86.0 | 72.8p | B |
| 10 | 13 | 33 | 6 | 12 | 14 | 78.0 | 57.7p | C |
| 11 | 14 | 33 | 8 | 12 | 8 | 75.0 | 51.6p | C |
| 11 | 15 | 19 | 8 | 12 | 21 | 75.0 | 51.6p | C |
| 13 | 14 | 33 | 0 | 12 | 14 | 73.0 | 47.4p | C |
| 13 | 14 | 26 | 0 | 12 | 21 | 73.0 | 47.4p | C |
| 13 | 14 | 26 | 0 | 12 | 21 | 73.0 | 47.4p | C |
| 13 | 15 | 25 | 0 | 12 | 21 | 73.0 | 47.4p | C |
| 17 | 0 | 34 | 0 | 12 | 21 | 67.0 | 35.4p | C |
| 18 | 12 | 25 | 0 | 12 | 9 | 58.0 | 20.1p | D |
| 18 | 0 | 25 | 0 | 12 | 21 | 58.0 | 20.1p | D |

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|-----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 20 | 0 | 32 | 0 | 12 | 13 | 57.0 | 18.7p | D |
| 20 | 0 | 25 | 0 | 12 | 20 | 57.0 | 18.7p | D |
| 22 | 0 | 34 | 0 | 12 | 9 | 55.0 | 16.1p | D |
| 23 | 0 | 33 | 0 | 12 | 6 | 51.0 | 11.5p | E |
| 24 | 0 | 27 | 0 | 12 | 9 | 48.0 | 8.8p | E |
| 25 | 0 | 33 | 0 | 6 | 8 | 47.0 | 8.0p | E |
| 평균 | 9.8 | 33.1 | 3.6 | 11.5 | 16.5 | 74.6 | 50.5p | |
| 백분율 | 65.3% | 77.0% | 45.5% | 96.0% | 75.1% | | | |

주: 대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공

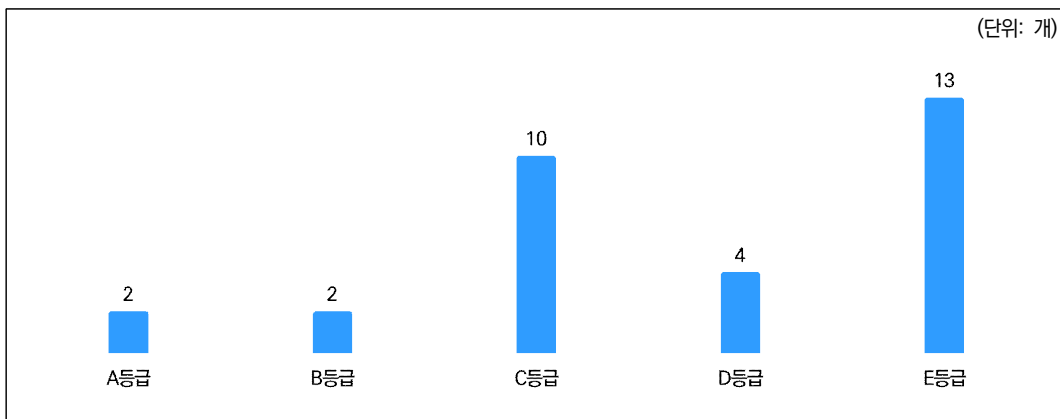
대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

아. 정보서비스

- 정보서비스 장르는 총 31개 콘텐츠 서비스를 대상으로 평가 진행되었으며, 정보서비스 분야 전체 종합 평가점수는 59.8점, 표준점수는 32.2p로 전체 평균(50.0p) 보다 상대적 표준점수가 매우 낮은 편으로 나타남
- 정보서비스 장르 31개 서비스의 전체 평가점수는 최고 97점부터 최저 12점까지 분포되어 있으며, 표준점수를 기준으로 매우 양호(A) 등급 서비스는 2개, 양호(B) 등급 서비스는 2개, 보통(C) 등급 서비스는 10개, 미흡(D) 등급 서비스는 4개, 매우 미흡(E) 등급은 13개 서비스가 각각 포함됨

그림 2-39 정보서비스 장르 표준점수 등급별 서비스 개수



- 대분류 항목별로 '4. 분쟁해결' 항목의 약관 표기 준수율이 91.9%로 가장 높고, 다음으로 '5. 기타 정보제공' (73.6%), '2. 청약철회/계약해제해지' (54.8%) 항목 순으로 나타남
- 2022년 대비 약관 표기 준수율은 '2. 청약철회/계약해제해지'가 0.2%p 증가하였으며, '4. 분쟁해결'이 1.4%p 감소한 것으로 나타남

그림 2-40 정보서비스 장르 대분류 항목별 약관 표기 준수율

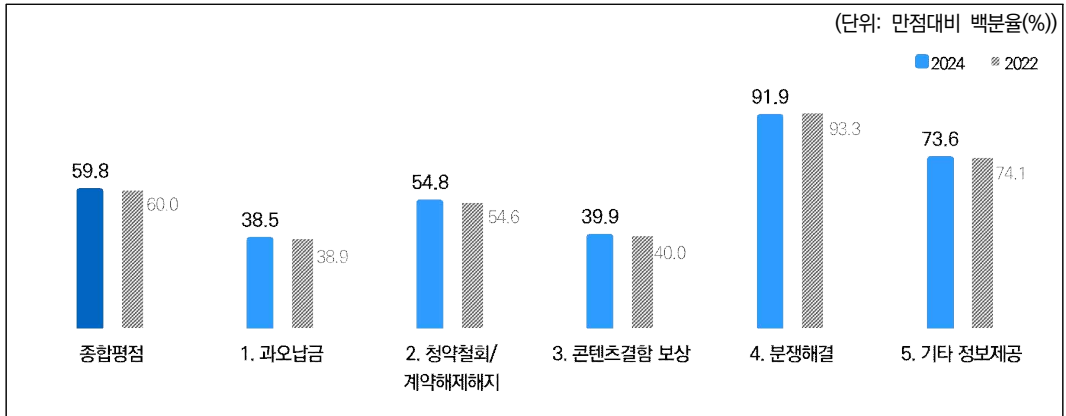


표 2-35 정보서비스 장르 서비스별 평가결과

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 1 | 15 | 42 | 8 | 12 | 20 | 97.0 | 88.0p | A |
| 2 | 15 | 42 | 6 | 12 | 20 | 95.0 | 85.8p | A |
| 3 | 15 | 42 | 6 | 12 | 15 | 90.0 | 79.2p | B |
| 4 | 15 | 33 | 6 | 12 | 22 | 88.0 | 76.1p | B |
| 5 | 14 | 35 | 0 | 12 | 20 | 81.0 | 63.6p | C |
| 6 | 15 | 26 | 6 | 12 | 21 | 80.0 | 61.7p | C |
| 6 | 13 | 33 | 1 | 12 | 21 | 80.0 | 61.7p | C |
| 8 | 15 | 27 | 7 | 12 | 15 | 76.0 | 53.6p | C |
| 9 | 13 | 27 | 8 | 12 | 14 | 74.0 | 49.5p | C |
| 10 | 14 | 26 | 6 | 12 | 15 | 73.0 | 47.4p | C |
| 11 | 0 | 34 | 6 | 12 | 20 | 72.0 | 45.4p | C |
| 12 | 0 | 32 | 6 | 12 | 21 | 71.0 | 43.4p | C |
| 13 | 14 | 28 | 8 | 6 | 14 | 70.0 | 41.3p | C |
| 14 | 14 | 19 | 7 | 12 | 15 | 67.0 | 35.4p | C |
| 15 | 0 | 34 | 0 | 12 | 20 | 66.0 | 33.5p | D |
| 16 | 0 | 32 | 0 | 12 | 19 | 63.0 | 28.1p | D |
| 17 | 7 | 18 | 0 | 12 | 21 | 58.0 | 20.1p | D |
| 18 | 0 | 28 | 0 | 6 | 21 | 55.0 | 16.1p | D |
| 19 | 0 | 26 | 0 | 12 | 14 | 52.0 | 12.6p | E |

제2장 조사결과

| 순위 | 대분류별 평가점수 | | | | | 총점 (100점) | 표준점수 (p) | 등급 |
|-----|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----|
| | 대분류1 (15점) | 대분류2 (43점) | 대분류3 (8점) | 대분류4 (12점) | 대분류5 (22점) | | | |
| 20 | 0 | 26 | 0 | 12 | 13 | 51.0 | 11.5p | E |
| 20 | 0 | 19 | 6 | 12 | 14 | 51.0 | 11.5p | E |
| 22 | 0 | 13 | 6 | 12 | 15 | 46.0 | 7.3p | E |
| 22 | 0 | 20 | 0 | 12 | 14 | 46.0 | 7.3p | E |
| 24 | 0 | 20 | 6 | 6 | 13 | 45.0 | 6.6p | E |
| 25 | 0 | 6 | 0 | 12 | 21 | 39.0 | 3.5p | E |
| 26 | 0 | 7 | 0 | 12 | 15 | 34.0 | 1.9p | E |
| 27 | 0 | 6 | 0 | 12 | 15 | 33.0 | 1.7p | E |
| 28 | 0 | 6 | 0 | 12 | 14 | 32.0 | 1.5p | E |
| 29 | 0 | 6 | 0 | 12 | 13 | 31.0 | 1.3p | E |
| 30 | 0 | 12 | 0 | 6 | 7 | 25.0 | 0.6p | E |
| 31 | 0 | 6 | 0 | 6 | 0 | 12.0 | 0.1p | E |
| 평균 | 5.8 | 23.6 | 3.2 | 11.0 | 16.2 | 59.8 | 32.2p | |
| 백분율 | 38.5% | 54.8% | 39.9% | 91.9% | 73.6% | | | |

주: 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

4. 해외 콘텐츠 사업체 약관 분석

가. 해외 사업체 조사대상

- 2024년 실태조사에서는 기존의 국내 콘텐츠 제공 사업체 외에도 국내 많은 이용자를 보유하고 있는 해외 글로벌 콘텐츠 사업체의 이용약관에 대한 분석도 추가로 진행함
- 해외 콘텐츠 사업체에 대한 이용약관 분석은 국내 콘텐츠 사업체 이용약관 분석 평가표와 동일한 내용을 기준으로 준수여부 또는 유사한 의미의 약관 내용이 수록되어 있는지 확인하는 수준에서 진행하며, 별도의 평가점수 산출 및 평가등급 산출은 진행하지 않음
 - 정량적 평가보다 정성적 평가 중심으로 진행
- 2024년 해외 약관분석은 총 13개 서비스에 대한 약관분석을 진행하였으며, 그 중 2가지 서비스는 1개 사업체의 동일한 약관을 사용함에 따라 사업체 기준에서는 12개가 분석됨
 - 장르별로는 게임이 총 5개 사업체 (모바일 게임 3개, 온라인 게임 2개), 영상이 3개, 음악이 2개, 정보서비스가 2개 사업체가 포함됨

| 표 2-36 | | 주요 해외 사업체 장르별 평가대상 |
|--------|--------|--------------------|
| 장르 | | 조사대상 사업체 수 |
| 게임 | 온라인 게임 | 2개 |
| | 모바일 게임 | 3개 |
| 영상 | | 3개 |
| 음악 | | 2개 |
| 정보서비스 | | 2개 |
| 합계 | | 12개 |

나. 해외 콘텐츠 이용약관 주요 분석결과

1) 과오납금 환불방법과 절차에 대한 표기

- 조사된 12개 해외 콘텐츠 사업체 서비스 약관 중 과오납금의 환불방법과 환불절차에 대해 안내된 경우는 게임 1개 서비스를 제외하면 모든 서비스 이용약관에 해당 내용이 수록되어 있지 않은 것으로 나타남
- 해외 콘텐츠 서비스 이용약관에는 기업의 과실이나 잘못으로 인해 결제되거나 이용자에게 금전적 피해가 발생하는 부분에 대해서는 크게 고려되지 않는 경향이라고 볼 수 있음

- 과오납금 환불방법과 절차가 명시된 약관의 내용은 다음과 같음

| 표 2-37 | 과오납금 환불방법과 절차 약관 표시 내용 |
|---|------------------------|
| <p>[온라인 게임 A사 약관] ▷ 0000의 귀책사유로 귀하에게 과오금이 발생한 경우, 0000는 귀하가 결제한 방법과 동일한 방법으로 환불하며, 동일한 방법으로 환불이 불가능할 경우에는 이를 사전에 고지하고, 귀하와 협의하여 환불합니다</p> | |

2) 청약철회 허용 및 허용가능 기간 표기

- 약관 평가표 대분류 항목 중 청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지의 방법과 효과 평가 항목의 특정 기간 이내 청약철회 허용의 내용이 명시되었는지 확인하였으며, 12개 사업체 중 1개를 제외한 모든 서비스 약관에 해당 내용이 포함되어 있음
- 또한, 청약철회가 가능한 특정 기간이 명확하게 표기된 경우는 11개 사업체 중 9개 사업체 약관에서 확인됨
 - 명시된 특정 기간은 7일 이내 또는 14일 이내로 대부분 작성됨
- 청약철회와 함께 결제된 금액의 ‘환불’에 대한 내용이 포함된 약관은 6개이나 그 중 4개 약관에는 환불이 ‘가능’하다고 명시되어 있으나, 1개 사업체는 특정 경우를 제외하면 지급한 금액은 환불 되지 않는다고 명시되어 있으며, 1개 사업체는 상황에 따라 승인 또는 거절할 권한을 보유하고 있다고 표기됨

| 표 2-38 | 청약철회 허용 및 허용가능 기간 약관 표시 내용 |
|--|----------------------------|
| <p>[음악 콘텐츠 사업체 B사 약관] ▷ 회원이 평가판에 가입하는 경우, 평가판 사용 시작 후 14일 동안 평가판으로 제공되는 유료 구독에 대한 청약철회 권리를 보유합니다. 평가판이 종료된 후에는 회원은 매달 합의된 금액의 청구일로부터 7일 동안 청약철회 권리를 보유하지만, 해당 기간 0000 서비스를 사용할 경우 청약철회권을 상실하게 됩니다.</p> | |
| <p>[온라인 게임 콘텐츠 사업체 A사 약관] ▷ 0000와 제품 또는 기타상품의 구매에 관한 계약을 체결한 귀하는 이용약관이나 개별 제품 및 서비스의 거래조건에서 달리 규정하지 않는 경우, **수신확인의 통지를 받은 날 또는 디지털 콘텐츠의 이용가능일 중 늦은 날부터 7일 이내에는 주문을 취소할 수 있습니다. **</p> | |
| <p>[영상 콘텐츠 사업체 C사 약관] ▷ 주문한 '유료 서비스' 사용을 아직 개시하지 않고 주문이 완료된 날로부터 영업일 기준 7일 이내에 요청하는 경우 구매를 취소하고 환불을 받을 수 있습니다. 당사는 영업일 기준 7일 후에 제기된 환불 요청에 대해 단독 재량권에 따라 승인 또는 거절할 권한을 보유합니다</p> | |

3) 계약내용과 다르게 이용된 경우 청약철회 가능 여부 및 철회기간 표기

- 약관에 표시/광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이용된 경우 청약철회가 가능하고 특정 기간 이내 철회가 가능하다는 기간 등이 표기된 경우는 조사된 12개 사업체 중 1개 사업체에서만 확인되었고 그 외 사업체 이용약관에는 관련 내용이 수록되어 있지 않음

- 해당 내용이 표기된 약관에는 국내 콘텐츠이용자 보호지침의 약관 표기 권고 내용이 그대로 수록되어 있음

| | |
|--------|--|
| 표 2-39 | 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회 가능여부 및 철회기간 약관 표시 내용 |
|--------|--|

[온라인 게임 A사 약관]

▷ 귀하는 상기 규정에 불구하고 제품 또는 기타상품의 내용이 표시·광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 때에는 당해 제품 또는 기타상품을 공급받은 날부터 3개월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내에 청약철회를 할 수 있습니다.

4) 청약철회 및 계약해제 시 대금 환급 및 환급기간 표기

- 조사된 12개 해외 콘텐츠 서비스 약관에는 청약철회와 계약해제 시 대금 환급에 대한 내용이 표기되어 있으며 일부 약관에 한해서는 환급가능 기간도 표기되어 있음
약관에 명시된 환급에 대한 내용 중 5개 사업체 약관에서는 ‘환급이 가능’하다는 내용으로 표기된 반면, 5개 사업체 약관에서는 ‘환급 및 환불은 불가’하다는 내용으로 표기되어 있어 차이를 보임
- 나머지 2개 사업체 약관에서는 환불받을 수 있으나 몇 가지 조건에 해당하는 경우 환불이 불가능하다는 내용으로 표기됨
- 영상콘텐츠의 경우 확인된 3곳의 서비스 약관 모두 구독서비스 등 자동 갱신되는 반복결제 경우 결제 기간이 끝나기 전 구독을 취소할 순 있으나 남은 기간에 대한 환불이 가능한 것으로 명시된 곳은 없었음
 - 단, 서비스 이용을 개시하지 않은 경우, 특정기간 내 환불은 가능한 것으로 표기됨
- ‘환급 및 환불이 가능’하다는 내용의 약관 표기는 다음과 같음

| | |
|--------|--------------------------------|
| 표 2-40 | 청약철회 및 계약해제 시 대금 환급 가능 약관표시 내용 |
|--------|--------------------------------|

[음악 콘텐츠 사업체 A사 약관]

▷ 환불(이미 수신한 유료 구독에 포함된 콘텐츠는 일할 계산)은 유료 구독 구입 후 역일로 7일 이내에 (홈페이지 링크) 에서 제공되는 이메일 양식을 작성하여 받을 수 있습니다. 구입 후 다른 방법으로는 환불받거나 반환 또는 취소할 수 없습니다.

[정보서비스 콘텐츠 사업체 A사 약관]

▷ 귀하는 구독을 언제든지 0000 계정을 통해 또는 고객 지원 센터에 연락하여 취소할 수 있습니다. 최초 주문 후 14일 이내에 취소하는 경우, 전액 환불됩니다. 14일 이후 취소하는 경우에는 (i) 연간 약정에 따라 이미 납부한 금액, 월간 구독 및 월정액 구독료의 사용 기간 차액에 (ii) 연간 약정 금액의 10%를 더한 금액을 일시불로 청구합니다. 취소 시 서비스는 즉시 종료됩니다.

- ‘환급 및 환불이 불가’하다는 내용의 약관 표기는 다음과 같음

| 표 2-41 | 청약철회 및 계약해제 시 대금 환급 불가 약관표시 내용 |
|---|--------------------------------|
| <p>[모바일 게임 콘텐츠 사업체 C사 약관] ▷ 인터넷 게임 서비스의 특수성으로 인해 실물 거래가 존재하지 않으며, 이용자의 결제 체험 시스템은 게임 제작사에서 제공하는 인터넷 게임 서비스로 게임 운영 정지를 제외하고는 환불되지 않는다는 것을 인지하고 동의합니다</p> | |
| <p>[정보서비스 콘텐츠 사업체 B사 약관] ▷ 귀하는 언제든지 유료 구독을 취소할 수 있습니다. 법률에 정한 경우를 제외하고, 지급한 금액은 환불되지 않습니다. 본 약관은 귀하의 취소권에 관한 현지 강행규정에 우선하지 않습니다</p> | |

- 특정 조건 하에 환불이 가능하다는 내용의 약관 표기는 다음과 같음

| 표 2-42 | 청약철회 및 계약해제 시 조건부 대금 환급 가능 약관표시 내용 |
|---|------------------------------------|
| <p>[영상 콘텐츠 사업체 B사 약관] ▷ 귀하는 취소 신청일로부터 귀하의 구독 기간이 만료되는 해당 결제 주기의 종료시점까지의 기간에 대해 환불을 받을 수 없습니다.</p> | |

5) 이용자 계약해제 및 해지권 부여

- 약관 내 이용자에게 계약해제 및 해지권이 부여된다는 내용이 명시되었는지 확인하였으며, 12개 사업체 중 4개 사업체를 제외한 모든 서비스 약관에 해당 내용이 포함되어 있음
 - 음악 1개, 온라인 게임 1개, 모바일 게임 2개 서비스 약관에는 포함되지 않음
- 기본적으로 이용자가 직접 계약을 해제하거나 해지할 수 있음을 안내하고 있으며, 일부 약관에서는 계약해지의 방법 및 절차도 함께 전달하고 있음. 해당 내용은 앞서 계약해제 시 환급 및 환불 관련 약관 내용과 함께 명시되는 경우가 대부분임

| 표 2-43 | 이용자 계약해제 및 해지권 부여 약관표시 내용 |
|---|---------------------------|
| <p>[음악 콘텐츠 사업체 B사 약관] ▷ 회원이 더 이상 0000 서비스를 이용하고 싶지 않은 경우, 아래 제6항에 따라 본 약관을 해지할 권리를 행사할 수 있습니다.</p> | |
| <p>[온라인 게임 콘텐츠 사업체 A사 약관] ▷ 귀하는 플랫폼의 모든 이용을 중지하고, 이와 관련한 모든 자료를 폐기함으로써 이용약관을 해지할 수 있습니다.</p> | |
| <p>[모바일 게임 콘텐츠 사업체 C사 약관] ▷ “귀하”는 여기에서 제공되는 안내에 따라 언제든지 “0000” “0000”을 취소할 수 있습니다.</p> | |
| <p>[정보서비스 콘텐츠 사업체 B사 약관] ▷ 해지. 귀하는 언제든지 본 서비스 이용을 중단할 수 있습니다. 당사는 다음과 같이 판단할 경우 귀하의 본 서비스에 대한 이용을 중단하거나 해지 또는 귀하의 계정을 삭제할 권리를 보유합니다</p> | |

6) 청약철회 수단 제공 표기

- 약관에 청약철회와 관련한 수단이나 방법 등의 안내가 명시되었는지 확인하였으며, 12개 사업체 중 5개 사업체를 제외한 모든 서비스 약관에 해당 내용이 포함되어 있음

- 음악 1개, 모바일 게임 1개, 영상 1개, 정보서비스 2개 약관에는 내용이 포함되지 않음
- 청약철회 수단 및 방법 등의 안내는 여러 가지 방식을 복합적으로 안내하는 경우가 많았으며, 홈페이지를 포함하여 별도 URL을 안내하는 경우는 4개 약관에서 확인되었고, 별도 철회 양식 등을 제출할 수 있는 이메일 주소를 안내하는 경우는 3개 약관에서, 본사 등 우편 발송을 위한 주소를 안내하는 경우도 3개 약관에서 확인이 가능함
- 그 외 직접 유선 연락이 가능한 연락처(국내 또는 본사 연락처 포함)를 안내하는 경우도 3개 약관에서 확인이 가능하였음

| 표 2-44 | 청약철회 수단 제공 약관표시 내용 |
|---|--------------------|
| <p>[영상 콘텐츠 사업체 B사 약관] ▷ 귀하는 아래 연락처로 0000에 연락할 수 있습니다. 전화: 080 000 0000 이메일: help@0000.kr 우편: 한국 서울특별시 강남구 (이하 주소 생략)</p> | |
| <p>[온라인 게임 콘텐츠 사업체 A사 약관] ▷ 전항에 의한 청약철회나 본항에 의한 해지의 경우, 다음과 같은 당사의 웹사이트나 전화번호로 신청할 수 있습니다. 웹사이트: https://kr.0000.000/support/ko/ticket/submit 전화번호: (02) 0000-0000</p> | |

7) 콘텐츠 결함에 따른 피해보상 방법 표기

- 약관 평가표 대분류 항목 중 콘텐츠 결함에 따른 피해보상 방법이 표기되었는지 확인하였으며, 12개 사업체 중 5개를 제외한 7개 서비스 약관에 해당 내용이 포함되었음
- 온라인 게임 1개, 모바일 게임 3개, 정보서비스 1개 약관에는 해당 내용이 포함되지 않음
- 약관에 표기된 7개 서비스 중 1개 서비스 약관에는 결함에 대한 보상이나 조치에 대한 내용은 표기되지 않았으나, 해당 사업체의 통제 범위를 벗어나는 사건으로 발생한 중단과 장애는 책임을 지지 않는다는 내용만 포함되어 있는 것으로 확인됨

| 표 2-45 | 콘텐츠 결함 피해보상 방법 약관표시 내용 |
|---|------------------------|
| <p>[음악 콘텐츠 사업체 A사 약관] ▷ 기술적인 문제로 인해 콘텐츠를 제공받지 못하거나 콘텐츠 제공이 지나치게 지연되는 경우, 귀하의 유일한 구제책은 0000의 결정에 따라 콘텐츠를 다시 받거나 지불한 금액을 환불받는 것입니다. 경우에 따라 0000이 반소할 수 있는 사기, 남용 또는 불법 또는 다른 속임수의 증거를 발견하는 경우 0000은 지불을 중단 또는 취소하거나 환불 요청을 거부할 수 있습니다.</p> | |
| <p>[온라인 게임 콘텐츠 사업체 A사 약관] ▷ 0000의 사전통지 없이 플랫폼이 1일 4시간(누적시간) 이상 중단되거나 장애를 받은 경우 0000은 기간별 요금제 게임 플랫폼 이용자에게 그와 같은 미예고 중단 / 장애시간의 3배 만큼의 게임시간을 제공합니다. ▷ 사전고지에 의한 서비스 장애/중단. 0000은 사전에 공지한 서버의 중지시간이 10시간을 초과할 경우 기간별 요금제 게임의 이용자에게 10시간을 초과한 시간을 보상할 수 있습니다. (예를 들어 12시간의 정기점검이 있을 경우 2시간에 대하여 보상할 수 있습니다.)</p> | |
| <p>[영상 콘텐츠 사업체 A사 약관] ▷ 0000은 안정적인 서비스 제공을 위해 노력합니다. 다만, 0000의 책임 없이 서비스 중단이나 오류가 발생할 수 있습니다. 0000은 고의 또는 과실로 인하여 회원이 입은 손해를 배상하되, 특별한 사정으로 통상적인 범위를 벗어나는 손해는 0000의 고의 또는 중대한 과실을 제외하고는 책임지지 않습니다</p> | |

8) 분쟁조정기관 관련 사항 표기

- 약관 평가표 대분류 항목 중 분쟁해결 방법 및 절차와 관련된 세부내용 중 분쟁조정기관과 관련한 사항이 표기되었는지 확인하였으며, 12개 사업체 중 3개를 제외한 9개 서비스 약관에 해당 내용이 포함되었음
 - 음악 1개, 영상 1개의 약관에는 해당 내용이 포함되지 않음
- 안내되는 분쟁조정기관의 내용은 서비스 약관마다 조금씩 다른 경향을 보임
 - 국내 법원 및 분쟁조정기관에 대한 안내가 이루어진 약관은 3개이며, 이 중 1개는 정확히 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정 신청이 가능하다고 안내되어 있음
 - 해당 콘텐츠 사업체 본사 또는 본사가 속한 국가기관으로 안내가 이루어진 약관은 5개이며, 이 중에서 2개 약관에는 본사 외 이용자의 소속 국가별 분쟁 및 분쟁관련 기관의 안내가 이루어졌으나 구체적인 기관명을 안내하진 않았음
 - 그 외 2개 약관에는 분쟁과 관련된 안내는 되어 있으나 분쟁기관에 대한 안내는 표기되지 않은 것으로 확인됨

표 2-46

분쟁조정기관 관련 사항 약관표시 내용

[온라인 게임 콘텐츠 사업체 A사 약관]

▷ 귀하는 당사자 일방이 상대방에 대해 제기하는 일체의 법적 절차에서의 모든 청구는 양 당사자간 분쟁 사안에 대하여 민사소송법 또는 기타 관련법령상 실제적인 관할권을 보유하고 있는 법원에서 개시되고 진행된다는 점에 동의합니다. 이 계약과 관련하여 제기된 소송에서 승소한 당사자는 민사소송법에 의거하여 타방 당사자로부터 소송과 관련하여 지급된 비용을 청구할 수 있습니다. 당사자와 귀하 사이에 분쟁이 발생할 경우 0000 또는 귀하는 콘텐츠산업진흥법 제29조에서 전하고 있는 콘텐츠 분쟁조정위원회의에 분쟁조정을 신청할 수 있습니다.

[영상 콘텐츠 사업체 A사 약관]

▷ 관할법원, 귀하와 0000나 그 계열사 사이에서 발생하는 본 약관 관련 분쟁은 대한민국 서울의 관할법원에 의해 해결될 것입니다. 준거법, 본 0000 이용 약관과 본 0000 이용 약관과 관련하여 발생하는 분쟁 또는 청구는 귀하의 거주국에서 적용될 수 있는 강행규정에 불이익을 주지 않는 한도 내에서 대한민국 법률에 의해 규율되고 동 법률에 따라 해석됩니다.

9) 피해구제요청 처리를 위한 체계 및 방법

- 약관 평가표 대분류 항목 중 분쟁해결 방법 및 절차와 관련된 세부내용 중 피해구제요청 처리를 위한 체계나 방법과 관련한 사항이 표기되었는지 확인하였으며, 12개 사업체 중 8개를 제외한 4개 서비스 약관에 해당 내용이 포함되었음
 - 음악 1개, 온라인 게임 2개, 모바일 게임 2개, 영상 3개 약관에 해당 내용이 포함되지 않음
- 다만 해당 내용이 표기된 대부분 약관에서도 홈페이지 링크나 고객센터 이메일 등이 주로 표기되어 있는바, 특별히 내용을 약관에 표기하지 않았더라도 앞서 청약철회 등의 내용을 전달하는 이메일이나 연락처를 통해 피해구제요청 처리도 가능할 것으로 예상됨

[모바일게임 콘텐츠 사업체 B사 약관]

▷ 귀하는 중재 절차를 개시하기 전에 적어도 30일 동안은 반드시 0000과 직접 비공식적으로 분쟁을 해결하기 위한 시도를 해야 합니다. 비공식 분쟁 해결 절차는 귀하가 legal-requests@0000.com을 통해서 0000에 분쟁 통지서를 제공할 때 개시됩니다.

[영상 콘텐츠 사업체 C사 약관]

▷ 고객 지원팀에 문의하려면 구매 페이지(일회성 구매의 경우)에서 해당 구매 항목 옆에 있는 '도움말'을 클릭하거나 고객 지원팀에 문의하면 됩니다. '유료 서비스' 경험에 관한 불만 및/또는 피드백은 첫 번째 섹션에 나온 주소를 수신처로 하여 0000로 보낼 수 있습니다 (Attn: 0000 Paid Services'로 표시해야 함).

10) 콘텐츠 약관 위반 시 이용제한에 대한 안내

- 그 외 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항 중 이용자가 약관 위반 시 이용제한에 대한 안내가 표기되었는지 확인하였으며, 12개 사업체 중 1개를 제외한 11개 서비스 약관에 해당 내용이 포함되었음
 - 온라인 게임 1개 약관에는 해당 내용이 포함되지 않음
- 대부분의 해외 서비스 이용약관에는 이용자의 과실이나 약관 위반과 관련한 이용제한과 제재 조치 내용은 매우 상세하고 구체적으로 명기하고 있는 것으로 나타남
- 전반적으로 이용자에게 약관 위반에 대한 강력한 경고를 하고 있는 것으로 보여지나, 사업체의 불합리하고 무분별한 이용제한으로 오히려 이용자가 피해를 겪는 경우에 대한 대처 방안과 해결안내 등의 내용은 약관에 표기되지 않음

[음악 콘텐츠 사업체 B사 약관]

▷ 회원이 본 약관을 위반했다고 판단되는 경우나, 회원에게 합리적인 통지에 따라 0000 서비스 또는 그 주요 구성 요소의 제공을 중단하는 경우, 또는 관련 법률을 준수하기 위해 필요하다고 판단되는 경우, 0000는 언제든지 본 약관(본 약관에 통합된 추가 약관 포함)을 해지하거나 0000 서비스에 대한 회원의 접근을 중단할 수 있습니다.

[영상 콘텐츠 사업체 B사 약관]

▷ 귀하는, 만약 0000가 귀하가 0000 이용 약관이나 적용 법령을 중대하게 위반하는 방식 또는 그 의도된 목적이나 이에 적용되는 모든 기타 지침 및 요건에 따른 것 외의 방식으로 0000 서비스를 사용하고 있거나 사용했다고 생각할 경우, 관련 법령이 허용하는 범위 내에서 0000는 0000 서비스와 0000 콘텐츠의 전부 또는 일부에 대한 귀하의 접근 권한을 제한, 중단 또는 해지할 수 있다는 내용에 동의합니다.

[온라인 게임 콘텐츠 사업체 B사 약관]

▷ 서비스를 이용하기 위해서, 귀하는 다음과 같은 행위를 해서는 안됩니다 (중략) 귀하가 이러한 제한 사항을 위반하거나 서비스 약관을 위반할 경우, 본사는 귀하의 서비스 접근을 즉시 중지 또는 종료할 수 있습니다.

[모바일 게임 콘텐츠 사업체 B사 약관]

▷ 본 이용 제한을 위반하는 서비스 이용은 엄격히 금지되고, 귀하의 제한된 권리의 즉각적 취소를 초래할 수 있으며, 이에 대해 귀하가 법률 위반 책임을 지게 될 수도 있습니다.

[정보서비스 콘텐츠 사업체 B사 약관]

▷ 당사는 다음과 같이 판단할 경우 귀하의 본 서비스에 대한 이용을 중단하거나 해지 또는 귀하의 계정을 삭제할 권리를 보유합니다: (중략) 이의 신청. 당사가 귀하의 계정을 실수로 정지하거나 해지하였다고 판단한 경우, 당사 지원팀에 연락하여 이의를 제기할 수 있습니다.

11) 미성년자 법정대리인 계약

- 그 외 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항 중 미성년자 법정대리인 계약에 대한 안내가 표기되었는지 확인하였으며, 12개 사업체 중 3개를 제외한 9개 서비스 약관에 해당 내용이 포함되었음
 - 온라인 게임 1개, 영상 2개 약관에는 해당 내용이 포함되지 않음
- 본 평가표의 항목에서는 미성년자인 경우 법정대리인 동의를 얻지 못하면 본인이나 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있음을 명시하였는지 파악하는 항목이나, 대부분 해외 사업체 이용약관에서는 미성년자의 경우 가입, 결제, 승인, 지불방법 계약 준수 등 모든 행위에 대해 부모 또는 법정대리인이 책임을 지는 것에 동의한다는 내용으로 구성되어 있음
- 결과적으로 미성년자인 자녀 등이 잘못 결제된 사항은 전적으로 부모와 법정대리인의 책임으로 사업체의 환급규정에는 해당되지 않는다는 것이 약관 상의 내용으로 파악됨

표 2-49

콘텐츠 미성년자 법정대리인 계약 관련 약관표시 내용

[음악 콘텐츠 사업체 B사 약관]

▷ 회원이 거주 국가에서 미성년자인 경우, 회원의 부모나 보호자가 회원을 대신하여 본 약관에 동의해야 합니다. 최소 연령 요건에 대한 추가 정보는 등록 과정에서 확인할 수 있습니다. 최소 연령 요건을 충족하지 않는 회원은 사용자로 등록할 수 없습니다.

[온라인 게임 콘텐츠 사업체 B사 약관]

▷ 본 약관에 동의하려면 거주 국가의 법정 연령이 과반수 또는 18세(나이가 많은 사람)인지 확인해야 합니다. 관할 지역의 법정 연령이 과반수이거나 18세 미만인 경우(연령이 높은 경우) 부모 또는 법적 보호자가 귀하를 대신하여 본 약관에 동의해야 합니다. 귀하가 관할 지역의 과반수 미만 또는 18세 미만 아동의 부모 또는 보호자인 경우(어느 쪽이 고령인지), 귀하는 해당 구매가 귀하의 승인을 받았는지 여부에 관계없이 자녀가 스토어에서 이루어지는 모든 구매에 대해 귀하가 책임진다는 데 동의합니다.

[영상 콘텐츠 사업체 C사 약관]

▷ 가족 그룹 관리자와 가족 구성원 역시 이러한 추가 요건을 충족해야 합니다. 만약 귀하가 19세 미만인 경우 구매를 완료하였을 경우에는 아래의 제9.B항에 명시된 바에 따라 고객지원팀에 연락하여 관련 법률에 따라 구매를 취소할 수 있습니다.

[정보서비스 콘텐츠 사업체 A사 약관]

▷ 서비스 또는 소프트웨어를 사용함으로써 귀하는 본 약관을 체결할 수 있는 법적 연령임을 확인하거나, 그렇지 않은 경우 본 약관을 체결하기 위해 부모 또는 보호자의 동의를 얻었음을 확인합니다.

[정보서비스 콘텐츠 사업체 B사 약관]

▷ 최저 연령. 본 서비스 이용에 동의할 수 있는 최저 연령은 13세 이상 또는 귀하의 국가에서 정한 연령 이상으로 합니다. 18세 미만인 경우, 본 서비스 이용에 관하여 부모 또는 법정대리인의 허가를 받아야 합니다.

12) 약관변경 시 변경통지 및 공지기간 표기

- 그 외 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항 중 약관변경 시 변경통지 및 공지기간 표기가 되었는지 확인하였으며, 12개 사업체 중 3개를 제외한 9개 서비스 약관에 해당 내용이 포함되었음
 - 온라인 게임 2개, 영상 1개 약관에는 해당 내용이 포함되지 않음
- 해당 내용이 표기된 약관 중 2개의 서비스 약관에서만 변경사항에 대한 통지를 최소 1개월(또는 30일) 전까지 진행한다는 기간까지 명시된 것으로 나타났으며, 그 외 서비스 약관

에서는 약관 등의 내용이 변경될 수 있으며, 이는 적합한 방식으로 이용자에게 안내된다는 기본적인 내용만 담고 있음

| 표 2-50 | 콘텐츠 약관변경 통지 및 공지기간 약관표시 내용 |
|---|----------------------------|
| [음악 콘텐츠 사업체 A사 약관] | |
| ▷ 0000은 언제든지 본 계약을 수정하고 귀하의 서비스 사용과 관련하여 신규 또는 추가 이용 약관을 추가할 권리를 보유합니다. 그러한 수정 사항 및 추가 이용 약관은 아래에 명시된 방법으로 귀하에게 통지됩니다. 귀하가 변경 이후에도 서비스를 계속 사용할 경우 변경 내용에 동의하는 것으로 간주됩니다. 동의하지 않을 경우 본 계약을 해지할 수 있습니다. | |
| [영상 콘텐츠 사업체 A사 약관] | |
| ▷ 0000는 수시로 본 이용 약관을 변경할 수 있습니다. 중대한 변경 사항이 있는 경우, 0000는 해당 변경 사항이 회원에게 적용되기 최소 1개월 전에 회원에게 통지합니다. | |
| [모바일 게임 콘텐츠 사업체 A사 약관] | |
| ▷ 0000는 사전 통지 없이 본 약관을 개정, 변경할 수 있으며 이용자는 0000 서비스의 최신 정보 및 약관을 정기적으로 확인하고 개정 내용에 동의합니다. 이용자의 지속적인 0000 서비스 이용은 변경된 약관 조항에 동의한 것으로 간주합니다. 0000 서비스 관련 약관 또는 정책의 내용에 동의하지 않을 경우 본 약관에 따른 허가는 즉시 종료되며, 이용자는 0000 서비스 이용을 중단해야 합니다. | |
| [정보서비스 콘텐츠 사업체 A사 약관] | |
| ▷ 당사는 오타 수정부터 정책 변경까지 약관을 수시로 변경할 수 있습니다. 중요한 변경 사항이 있는 경우 귀하에게 통지할 것입니다. 이러한 변경 사항은 해당 변경 내용을 포함하는 수정된 약관을 게시 또는 발효한 날짜 이전에 발생한 귀하와 0000 간의 분쟁에 적용되지 않습니다. 정기적으로 약관을 검토하시기 바랍니다. 수정된 약관에 동의하지 않으면 서비스 및 소프트웨어의 사용을 중단해야 하며 해당되는 경우 구독을 취소해야 합니다. | |

13) 계약 자동갱신 및 대금 자동결제 알림

- 그 밖에 특정 이벤트 이후 계약 자동갱신 및 구독서비스 등 대금의 자동결제와 관련한 알림 표기가 되었는지 확인하였으며, 12개 사업체 중 4개를 제외한 9개 서비스 약관에 해당 내용이 포함되었음
 - 유일하게 구독형 서비스가 포함된 모바일 게임 1개를 제외한 온라인 게임 2개, 모바일 게임 2개는 해당 내용이 포함되지 않음
- 전반적으로 이벤트 및 프로모션 종료 후 체험 기간 내 해지 전에는 계약이 자동 갱신된다는 내용이 포함되어 있고 프로모션 기간 내 언제든지 구독 취소가 가능하다는 내용이 명시되어 있음
- 이 후, 정기결제 및 자동결제는 모두 자동 청구된다는 내용과 함께 이러한 유료 구독 기간이 시작되었다는 내용을 별도로 이용자에게 통지하지 않는 것으로 확인됨
- 결과적으로 이러한 계약 자동갱신 및 대금 자동결제는 최초 가입 또는 이벤트 참여 시 안내되고 종료 시점에는 안내되지 않으므로 이용자 스스로가 계속 인지하고 있어야 하는 부분으로 사실상 이용자에게 불리한 형태의 약관 내용이라고 볼 수 있음

표 2-51

계약 자동갱신 및 대금 자동결제 알림 약관표시 내용

[음악 콘텐츠 사업체 A사 약관]

▷ 유료 구독은 계정 설정의 구독 관리 섹션에서 취소하지 않는 한 자동으로 갱신됩니다.

유료 구독의 가격이 인상될 경우 알려 드리며, 필요할 경우 구독을 지속하기 위해 귀하의 동의를 받아야 합니다. 요금은 최신 유료 구독 기간이 시작되기 24시간 이전까지는 청구되지 않습니다.

[모바일 콘텐츠 사업체 C사 약관]

▷ “프리미엄”, “0000” “프리미엄”은 “사용자”에게 (이하 제4조에서 정의되는 “거래” 또는 “재판매”를 할 수 있는 권한 등) “본 서비스”의 일정한 부가 혜택을 제공하는 갱신했 구독권입니다. “귀하”가 “0000” “프리미엄”을 구독하는 경우, “귀하”는 “귀하”의 구독 서비스가 자동으로 갱신되며 “귀하”가 구독을 취소하기 전까지 “0000”가 결제대행사를 통해 이에 따른 요금을 “귀하”의 결제수단으로 청구할 수 있음에 동의하는 것입니다.

[영상 콘텐츠 사업체 A사 약관]

▷ 회원은 '계정' 페이지로 이동하여 결제 수단을 업데이트할 수 있습니다. 0000에서도 해당 결제 서비스 제공업체에서 제공하는 정보를 이용하여 회원의 결제 수단을 업데이트할 수 있습니다. 업데이트를 하는 경우, 회원은 0000가 해당 결제 수단으로 계속 청구하는 것을 승인하는 것입니다. 회원은 기본 결제 수단이 거부되거나 멤버십 요금 결제에 더 이상 사용될 수 없는 경우, 0000가 회원의 계정에 연결된 다른 결제 수단으로 청구하는 것을 승인합니다.

[영상 콘텐츠 사업체 B사 약관]

▷ 아래 취소 방법에 따라 취소하지 않는 이상, 무료 체험 기간 후 즉시 귀하가 등록 및 선택한 결제 수단으로 결제 시기의 첫 정상 요금이 청구됩니다. 귀하는 달리 공지되지 않은 한 귀하의 무료 체험 기간이 종료되기 전에 언제든지 귀하의 구독을 취소할 수 있습니다.

[정보서비스 콘텐츠 사업체 A사 약관]

▷ 귀하는 당사가 귀하의 결제 방법을 저장하고 귀하가 취소할 때까지 매월 자동으로 귀하의 결제 방법을 통해 요금을 청구하는 것을 승인합니다. 당사는 귀하가 취소할 때까지 연차 계약 매월에 귀하의 플랜에 대해 당시 요금의 요금과 해당 세금(예: 요율에 포함되지 않은 경우 부가세 또는 GST)을 자동 청구하게 됩니다.

5. 콘텐츠 사업체 약관평가 개선의견

가. 사업체 의견수렴 조사 목적

- 본 실태조사에 사용되는 이용약관 평가표는 지난 2016년 구성된 이후에 일부 세부항목에 대한 지침 변경에 따른 수정만 있었을 뿐 기본적인 평가 내용은 현재까지 유지되고 있음
- 이후 콘텐츠 서비스의 제공방식이나 이용형태에 다양한 변화가 있는 만큼, 기존의 약관 평가표가 지금의 콘텐츠 서비스 모든 제공형태에 대한 평가를 포함하지 못하는 부분이 발생하고 있음
- 이에, 2024년 실태조사에서는 현재 구성된 평가표가 콘텐츠 서비스 형태에 따른 이용약관을 정확히 평가하고 있는지, 평가에 포함하지 못하는 점은 어떤 것들이 있는지를 점검하고 수정이 필요한 부분이 있다면 개선의견을 듣고자 콘텐츠 사업체 담당자를 통한 의견수렴을 진행하였음

나. 이용약관 내용 개선을 위한 사업체 의견

1) 현재 제공되는 콘텐츠 서비스를 기준으로 평가표 항목의 변경이 필요한 사항

- 신규 영상 콘텐츠 사업체는 기존의 약관 평가표 내용에 따른 약관 표기는 어렵지 않으나, 서비스에 맞게 수정을 위해서는 항목별 정확한 가이드라인이 필요하다는 의견이 제시됨
- 기존 평가표 항목 중 콘텐츠 결합으로 인한 보상 명시에 대한 내용 중 현재는 다운로드 방식과 스트리밍 방식으로만 구성된 부분에 대해 서비스 방식에 따라 적용이 어렵다는 의견이 제시됨
 - 당사에서 제공하는 온라인 게임 서비스의 경우 무료 다운로드와 일부 유료 서비스가 혼합된 형태로 평가 항목 3-1(다운로드 방식), 3-2(스트리밍 방식) 중 하나를 택하여 적용하는 것이 어렵습니다.
 - 회사의 귀책사유로 인한 콘텐츠 문제 발생 시 이용자의 피해를 방지하기 위한 취지이므로 공정위 표준약관에 따른 보상 방안도 평가 항목으로 고려 부탁드립니다.
- 게임 콘텐츠의 경우 약관에 계약해제 및 해지의 효과로 이용자에게 대금 환급에 대한 표기 준수 평가의 경우 이용자의 이익 여부가 불분명한 경우가 다수 존재하고 이로 인해 이익의 완전한 반환이 어렵다는 문제를 제기하였고 이를 보완할 수 있는 약관 세부 항목의 수정안을 다음과 같이 제시함

- 게임 아이템의 경우 아이템 사용으로 인한 이용자의 이익 여부가 불분명한 경우가 다수 있습니다. 예를 들어, 사용 시 경험치를 추가적으로 획득하는 아이템의 경우, 해당 아이템 환불 진행 시 이용자가 아이템 사용 과정 중 획득한 추가 경험치까지 반환하도록 하는 방식은 매우 어려운 상황으로, 이익의 완전한 반환이 어렵습니다.
- 온라인 게임의 경우 게임 아이템 사용 시 이용자가 인지할 수 있도록 청약철회가 제한된다는 안내 문구 및 개봉 행위 이후 아이템이 사용되도록 구조가 마련되어 있는 상황으로, 하기 내용의 예외적 내용 추가로 준수를 평가할 수 있도록 하는 방안도 있을 것으로 의견 드립니다.

[약관 평가표 수정의견]

2-5-1) 약관에 "이용자가 콘텐츠를 이용한 경우 그 사용에 따라 얻은 이익을 반환" 명시 여부 또는 콘텐츠 개봉, 사용 시점에 환불이 제한된다는 안내 문구 노출 및 동의 후 사용되는 구조에서는 예외로 한다.

- 콘텐츠별 표준약관을 이용하여 약관이 구성된 경우 콘텐츠이용자 보호지침 실태조사에서 평가하고자 하는 내용이나 핵심 문구 등을 반영하는데 어려움이 있다는 문제를 제기함
 - 게임 콘텐츠의 서비스 이용약관은 공정거래위원회에서 공시한 온라인 게임 표준약관 또는 모바일 게임 표준약관 내용을 반영해야 합니다. 이러한 이유로 게임사업자는 현재 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사에서 사용되고 있는 평가표 항목의 내용이나 핵심 문구 등을 그대로 반영하는 데 어려움이 있습니다. 따라서, 추후 평가표 항목을 변경한다면 공정거래위원회의 표준약관 내용을 반영하여 체크리스트, 핵심 문구 등을 구성할 필요가 있다고 생각합니다.

2) 콘텐츠 사업체에 제기되는 민원사항과 관련한 약관 변경 및 개선이 필요한 사항

- 구독서비스 등 정기결제제의 경우 결제 이후 사용 이력이 있음에도 이용자가 강력하게 환불을 요청하는 경우가 빈번해짐. 해당 부분에 대한 이용약관 등을 수정하여 사업체의 금액 손실 방지와 고객에게 번거로운 연락 등을 최소화하기 위해 개선중임
- 다만, 보다 명확하게 약관에 명시하고 이용자에게 해당 내용을 전달할 수 있는 약관 조항의 지침이 필요한 상황임
- 게임 콘텐츠의 경우 공정거래위원회의 게임법 개정, 표준약관 개정으로 인한 개정 사항 반영을 위해 약관의 대대적인 변경이 있으며, 앞으로도 지속적인 법 개정 등으로 인한 약관 개정이 발생할 수 있는데 이 부분과 관련한 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사 평가항목과의 괴리감을 최소화 할 수 있는 근본적인 방안 마련이 필요함

3) 약관 개선 시 정부 차원에서의 도움이 필요한 사항

- 약관 개선에 필요한 가이드라인을 제시해 주는 방안의 필요성이 공통적으로 제기됨
 - 약관 개선 시 어느 정도의 가이드라인을 제시하여 수정할 수 있도록 서비스 지원이 필요하다고 생각합니다.
 - 해외 게임 서비스 시 참고할 수 있도록 각 국가별 최소한의 한도로 제공이 필요한 약관 조항 및 고려 필요 사항에 대한 가이드를 제공한다면 도움이 될 것 같습니다.

다. 콘텐츠 이용환경 개선을 위한 의견

1) 서비스 이용약관에 대한 이용자 관심도 제고를 위해 검토하고 있는 사항

- 현재 약관 내 중요내용을 굵은 글씨(볼드처리)로 표기하는 형태를 적용중에 있는 사업체가 있으며, 서비스 이용약관 개정 시 공지사항에 주요 개정 사항을 안내하고 개정 전후 비교 표 등을 통해 이용자의 이해를 돕는 방식이 적용 중에 있음 또한, 언제든지 약관의 내용을 확인 할 수 있도록 메인화면에 안내하는 것도 실행 중임
- 체크박스로 이용자 동의 의사 표시 외 추가적인 상호작용이 필요한 아이디어는 오히려 이용자와 사업자 모두에게 서비스 이용과 제공에 허들로 작용할 것이라는 의견도 제시됨
 - 약관을 조항 형식이 아닌 알기 쉽도록 설명하는 형태나, 중요한 약관을 앞에 배치하는 등 현재 적용되고 있는 환경에서 가독성을 높이는 방식이 필요할 것으로 생각됩니다.
- 콘텐츠 서비스 내 구현되어 있지 않으나, 이용자에게 약관 내용 전달력을 높이기 위해서는 푸쉬알람이나 앱 메인화면 상단에 알림을 보여주는 방식이 효과성이 높을 것으로 예상함
 - 당장 검토하고 있는 사항은 없습니다만, 대부분 이용자는 약관을 체크만 진행하여 읽어보고 있지 않습니다.
 - 또한, 따라쓰기와 스크롤을 아래까지 내려 동의할 수 있도록 하더라도 읽지 않는 이용자가 대다수라 생각됩니다.
 - 이러한 부분을 해결하기 위해서는 한 줄로 푸쉬알람이나 앱 메인화면 상단에 알림을 띄워주는 것도 좋은 아이디어라 생각됩니다.

2) 콘텐츠이용자 보호지침 성실 이행 인증 마크 표시에 대한 사업체 의견

- 앱 서비스 자체에 표시하는 것은 기존의 인터페이스에 영향을 주므로 주요 앱 플랫폼(앱스토어, 구글 플레이 등)에 다운로드 전 우측에 표시하는 방안으로 의견을 제시함
 - 인증 마크 표시에 대해서는 긍정적인 측면으로 인식함
- 다만, 해당 인증 마크 표시에 대해서 신중하게 접근해야 한다는 의견도 제시됨
 - 이미 많은 콘텐츠 제공 업체가 자체적인 기준과 절차를 통해 이용자 보호를 위해 노력하고 있으며, 추가적인 인증 절차는 불필요한 행정적 부담을 초래할 수 있습니다.
 - 아울러, 기존의 법적 규제 및 관련 감독 기관이 충분히 마련되어 있는 상황에서 별도의 인증 마크를 추가하는 것은 중복된 규제일 수 있습니다. 이는 오히려 사업자의 자유로운 서비스 운영을 제한하고, 콘텐츠 제공에 허들 될 가능성이 있습니다.
- 다른 의견으로 콘텐츠이용자 보호지침 성실 이행 인증 마크 시행보다 먼저 약관 준용, 표기 준수 등에 대한 혼란을 줄이기 위한 정부부처 간 협의 진행이 필요하며, 현재 진행되는 실태조사의 정확성과 신뢰성을 높이는 방안이 우선 필요하다는 의견도 제시됨

제3장

결론 및 제언

1. 결론
2. 실태조사 연구 개선을 위한 제언

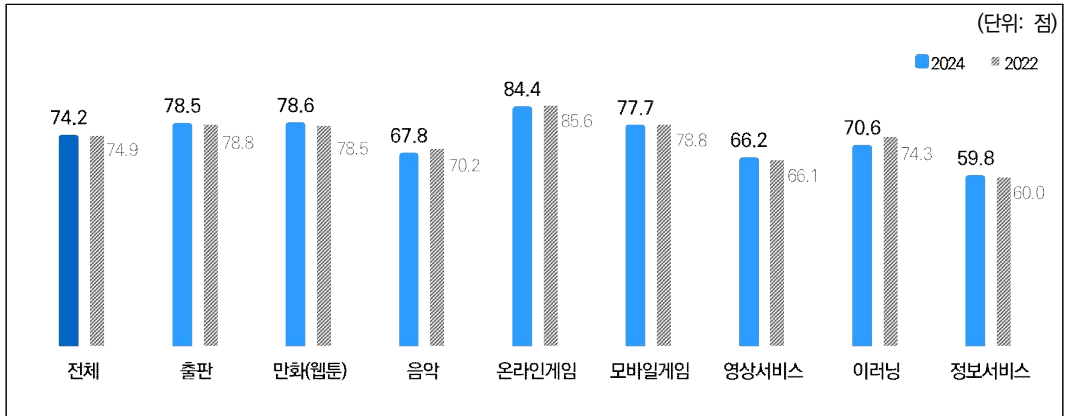
제3장 결론 및 제언

1. 결론

가. 종합분석

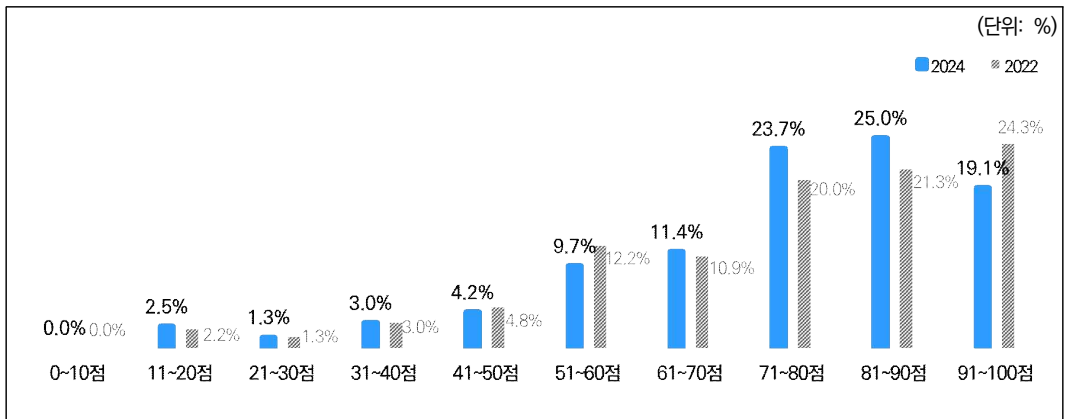
- 2024년 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사 결과 서비스 이용약관의 표기 준수 평가점수는 74.2점으로 지난 2022년 전체 평가점수 74.9점 대비 0.7점 하락한 것으로 나타남
 - 2024년 실태조사 대상 사업체 중 2022년에도 포함된 197개 사의 평가점수는 평균 75.5점으로 상승하였으나, 신규 사업체로 포함된 39개 사의 평가점수는 평균 68.1점으로 나타나 전체 평가점수의 하락의 주요 원인으로 판단됨
 - 평가점수가 낮은 신규 사업체 중 게임업체는 주로 인디게임사와 이러닝 분야 그리고 올해 새롭게 평가대상에 포함된 웹 플랫폼 서비스 장르인 정보서비스 사업체들의 평가점수가 상대적으로 낮게 나타난 것으로 확인됨
 - 전반적으로 이러한 신규 사업체들이 이용약관 구성 시 「콘텐츠이용자 보호지침 준수 시행령」에서 권고한 사항의 표기가 부족한 것이 확인됨
- 콘텐츠 장르별 전체 평가점수는 온라인 게임이 가장 높고, 만화/웹툰, 출판, 모바일 게임 순이었으며, 상대적으로 음악, 영상서비스의 평가점수가 낮은 것으로 확인됨
 - 온라인 게임은 2022년 평가점수보다 소폭 감소하였으나, 사업체 전반적으로 이용자 보호지침 준수사항의 표기가 매우 잘 되어 있는 편이고, 모바일 게임은 2024년에 신규로 포함된 인디게임사가 증가된 만큼 2022년 평가점수 대비 소폭 감소하였으나 온라인 게임과 마찬가지로 비교적 이용자 보호지침 준수사항의 표기가 잘 되어 있음
 - 장르별로 출판, 만화/웹툰, 게임 등에서는 비교적 평가점수가 높고 영상과 음악에서는 낮은 원인을 결제방식과 결제시스템의 차이에서 일부 찾아볼 수 있음
 - 매달 정기적으로 일정한 금액이 결제되는 구독서비스 방식을 주 비즈니스 모델로 가져가는 음악이나 영상서비스에 비해 결제횟수나 결제금액의 제한이 없고 이용자가 직접 결제하는 방식으로 운영되는 출판(웹소설 포함), 만화/웹툰, 게임 등은 이에 따른 분쟁의 소지도 커지고 이용자의 부주의도 높아질 수 있기에 약관 내 이용자 보호지침의 권고사항을 대부분 표기하여 사업체와 이용자 간의 분쟁요소를 최소화하기 위한 목적도 포함되어 상대적으로 준수율이 높다고 볼 수 있음

그림 3-1 콘텐츠 장르별 평가점수 분포



- 전체 평가점수를 지난 2022년 결과 분포와 비교하면, 91~100점 점수대 분포는 다소 낮아졌으나, 평균점수가 위치한 70점대와 80점대의 분포는 크게 증가한 것으로 확인됨
- 전체 평가점수가 70점 이상 분포 비율은 2024년이 67.8%로 2022년 같은 점수대 분포인 65.6%보다 2.2%p 많아진 것으로 확인됨

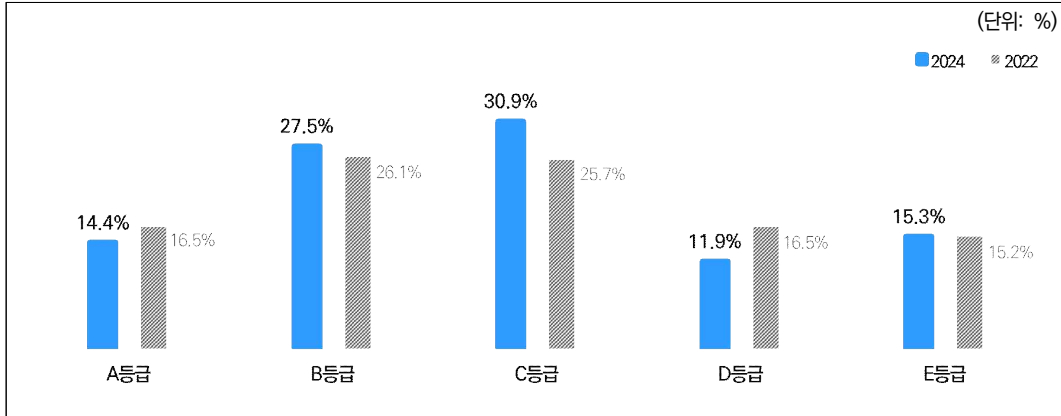
그림 3-2 연도별 실태조사 평가점수대 분포



- 연도별 콘텐츠 장르별 조사대상의 변동과 조사규모의 차이로 직접적인 평가점수 변화의 차이를 파악하기 어려우므로 평가점수를 표준화 한 표준점수로 재산출하고 이를 기반으로 등급별 분석결과, 2024년은 양호(B) 등급과 보통(C) 등급 분포가 전체 58.4%로 과반수 이상을 차지하였음

- 2022년과 비교하면, 매우 양호(A) 등급의 비중은 다소 감소하였으나, 양호(B)등급과 보통(C)등급의 비중은 크게 증가한 것으로 나타남. 특히 매우 양호(A) 등급 ~ 보통(C) 등급 비중이 2022년 68.3%에서 2024년 72.8%로 4.5%p 증가하였음

그림 3-3 연도별 이용약관 평가 표준점수 등급별 백분율 분포



- 전체 표본점수 50.0p를 기준으로 하면 온라인 게임이 70.0p로 가장 높고, 만화/웹툰, 출판, 모바일 게임 등의 순으로 분석됨
- 각 장르별 전체 조사대상 서비스 개수를 기준으로 매우 양호(A) 등급 비중이 가장 높은 장르의 출판으로 나타났고, 온라인 게임, 이러닝 등의 순으로 나타남
 - 만화/웹툰과 모바일게임은 장르별 표준점수는 기존 표본점수보다 높았으나, 매우 양호(A) 등급 개수가 상대적으로 적은 것으로 나타나 사업체 약관별 준수율의 편차가 큰 편임

표 3-1 장르별 평균 표준점수 및 등급별 서비스 개수

| 장르 | 표준점수 | 표준점수 기준 등급별 서비스 개수 | | | | | 총 합계 |
|-------|-------|--------------------|-------------|-------------|-------------|----------------|------|
| | | 매우 양호 (A등급) | 양호 (B등급) | 보통 (C등급) | 미흡 (D등급) | 매우 미흡 (E등급) | |
| 출판 | 58.6p | 5 | 4 | 8 | 2 | 1 | 20 |
| 만화/웹툰 | 58.8p | 2 | 12 | 5 | 5 | 1 | 25 |
| 음악 | 36.9p | 3 | 5 | 3 | 2 | 6 | 19 |
| 온라인게임 | 70.0p | 9 | 16 | 14 | - | 1 | 40 |
| 모바일게임 | 57.2p | 6 | 18 | 19 | 2 | 5 | 50 |
| 영상서비스 | 33.9p | 2 | 4 | 6 | 8 | 6 | 26 |
| 이러닝 | 50.7p | 5 | 4 | 8 | 5 | 3 | 25 |
| 정보서비스 | 22.7p | 2 | 2 | 10 | 4 | 13 | 31 |
| 전체 | 50.0p | 34 | 65 | 73 | 28 | 36 | 236 |

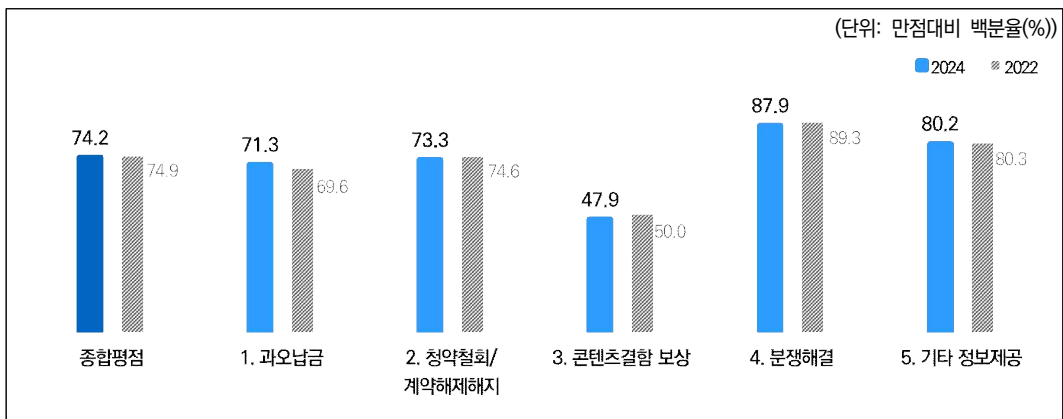
나. 항목별 분석

1) 전체 대분류 항목 평가점수

- 5가지 대분류 항목별 약관 표기 준수율은 ‘4. 분쟁해결 방법 및 절차’ 항목이 87.9%로 가장 높고, 다음으로 ‘5. 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항’이 80.2%로 나타남. 반면, ‘3. 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상의 기준, 범위, 방법 및 절차’ 항목의 평가점수가 47.9%로 가장 낮은 수준을 보임
- 2022년 결과와 비교하면 ‘1. 과오납금의 환불방법 및 절차’ 항목의 평가점수만 1.7%p 상승한 것으로 나타남
- 2022년 대비 표기 준수율이 가장 큰 폭으로 하락한 항목은 ‘3. 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상의 기준, 범위, 방법 및 절차’로 2.1%p 떨어짐
- ‘3. 콘텐츠 결함 보상’ 대분류 항목의 표기 준수율 하락은 해당 항목의 세부 평가내용이 다운로드 서비스와 스트리밍 서비스별 각각의 제공 방식에 따라 결함 발생 시 보상에 대한 내용이 준수되어 있는지를 평가하는 것으로 구성되어 있음
- 그러나 2024년 신규 추가 사업체의 서비스 제공방식에는 이 같은 방식 외에 웹 페이지뷰나 웹 플랫폼 서비스 방식이 포함된 만큼 이들은 기존에 구성된 약관평가표의 세부항목 적용되기 어려운 서비스는 점수가 배제되었기 때문이라 할 수 있음
- 따라서, 이와 같은 문제를 해결하기 위해 최근 콘텐츠의 서비스 제공 방식에 따라 약관평가표의 구성과 내용의 변화가 반드시 필요할 것으로 판단됨

그림 3-4

대분류 항목별 약관 평가 준수율

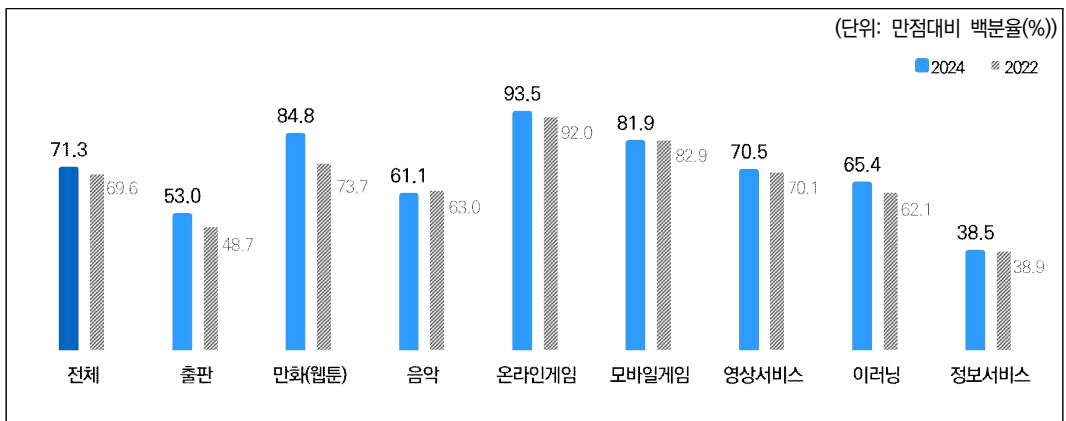


2) 과오납금 환불방법 및 절차

- 콘텐츠 장르별 과오납금 환불방법 및 절차에 대한 약관 표기 준수율은 ‘온라인 게임’, ‘만화/웹툰’, ‘모바일 게임’ 등의 순으로 나타남
 - 2022년 대비 약관 표기 준수율 상승이 가장 큰 장르는 ‘만화/웹툰’으로 11.1%p 증가함
 - 만화/웹툰의 평가점수 상승은 ‘22년에 조사대상인 사업체에서 과오납금과 관련한 조항을 추가 개선하여 표기 준수율이 높아졌고, 신규 사업체에서도 다른 콘텐츠 장르의 신규 사업체보다 해당 내용의 약관 표기 준수율이 평균적으로 높았기에 큰 점수 상승이 이루어진 것으로 분석되었음

그림 3-5

콘텐츠 장르별 대분류1 (과오납금 환불방법 및 절차) 약관 표기 준수율



- 과오납금 환급 가능여부와 전액 환급 가능 항목의 약관 표기 준수율은 73.5%로 2022년 표기 준수율(71.6%)보다 1.9%p 증가하였으며, 특히 만화/웹툰 장르의 증가가 가장 높았던 것으로 나타남
 - 다만, 아직 과오납금 환급이 가능하다는 내용보다 전액 환급을 명시한 비율은 상대적으로 낮게 나타난 것으로 확인됨
- 과오납금 환급 방법의 약관 표기 준수율은 69.4%로 2022년 표기 준수율(68.4%)보다 1.0%p 증가하였으며, 앞서 환급 가능 여부 준수율과 동일하게 만화/웹툰 장르의 증가폭이 가장 높은 것으로 나타남
 - 세부항목 중 과오납금 환급 관련 내용 명시 준수율은 비교적 높은 편이었으나, 대금결제와 동일한 방법으로 환급되거나 이용자가 선택한 방법으로 환급이 된다는 내용의 표기 준수율은 상대적으로 낮게 나타남

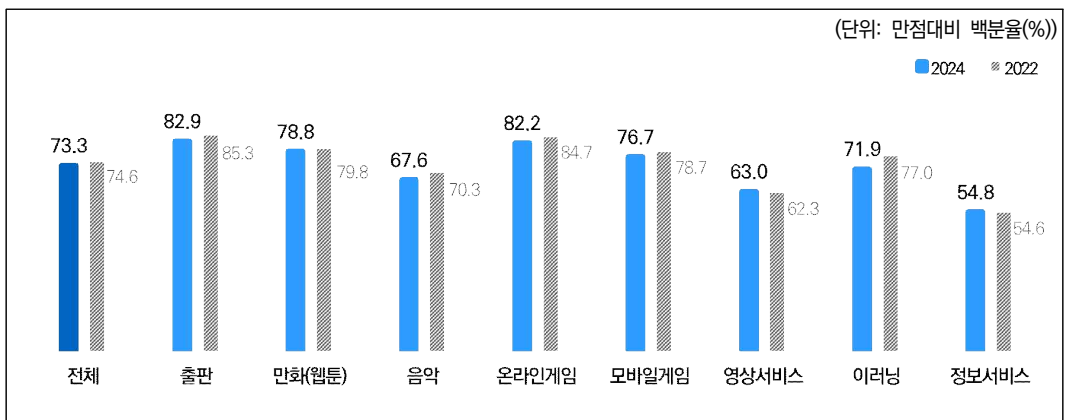
표 3-2 연도별 과오납금 환불방법 및 절차 중분류 내용 약관 표기 준수율

| 장르 | 과오납금 환급 가능 여부 | | 과오납금 환급 방법 | |
|-------|---------------|-------|------------|-------|
| | 2022 | 2024 | 2022 | 2024 |
| 출판 | 49.3% | 54.3% | 48.1% | 51.9% |
| 만화/웹툰 | 78.9% | 86.9% | 76.3% | 83.0% |
| 음악 | 64.3% | 62.4% | 61.9% | 59.9% |
| 온라인게임 | 92.1% | 94.6% | 91.9% | 92.5% |
| 모바일게임 | 84.9% | 84.6% | 81.3% | 79.5% |
| 영상서비스 | 72.0% | 73.6% | 68.5% | 67.8% |
| 이러닝 | 64.0% | 68.3% | 60.5% | 62.9% |
| 정보서비스 | 43.3% | 41.9% | 35.0% | 35.5% |
| 전체 | 71.6% | 73.5% | 68.4% | 69.4% |

3) 청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지 방법 및 효과

- 콘텐츠 장르별 청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지의 방법과 효과에 대한 약관 표기 준수율은 ‘출판’, ‘온라인 게임’, ‘만화/웹툰’ 등의 순으로 나타남
 - ‘모바일 게임’의 경우 개발사나 퍼블리싱사가 직접적인 결제 시스템을 운영하지 않고 모바일 플랫폼 사업자(구글 안드로이드, 애플 IOS 등)의 인앱결제 방식을 주로 사용하기 때문에 청약철회의 경우에도 과오납금의 환급 방법에 대한 명시는 약관에 직접 기술하지 않는 경우도 있음

그림 3-6 콘텐츠 장르별 대분류2 (청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해제, 해지 방법 및 효과) 표기 준수율



- 청약철회 허용 및 허용기간에 대한 약관 표기 준수율은 85.5%로 2022년 표기 준수율(84.2%)보다 1.3%p 증가함, 장르별 표기 준수율은 ‘온라인 게임’, ‘만화/웹툰’, ‘모바일 게임’ 순이며, 2022년 대비 준수율이 가장 크게 상승한 장르는 ‘이러닝’으로 나타남

- 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회 관련 내용 약관 표기 준수율은 64.0%로 2022년 표기 준수율(64.4%)보다 0.4%p 감소함. 장르별 표기 준수율은 ‘온라인 게임’, ‘출판’, ‘모바일 게임’ 등의 순이며, 2022 대비 표기 준수율이 가장 크게 상승한 장르는 ‘음악’이고 하락한 장르는 ‘이러닝’임
 - 세부항목 중 이용자가 구두 또는 서면으로 청약철회를 할 수 있다는 내용의 표기 준수율이 청약철회 가능과 철회 가능 기간에 대한 표기 준수율에 비해 상대적으로 매우 낮았음
- 청약철회 시 대금 환급 여부 및 기간, 위약금 미청구 등에 대한 약관 표기 준수율은 80.9%로 2022년 표기 준수율(78.9%)보다 2.0%p 증가함. 장르별 표기 준수율은 ‘만화/웹툰’, ‘출판’, ‘온라인 게임’ 등의 순이었으며, 2022년 대비 준수율이 가장 크게 상승한 장르는 ‘음악’이고 하락한 장르는 ‘이러닝’으로 나타남
 - 세부항목 중 청약철회 시 콘텐츠 대금을 환급해 주거나 환급 기간을 특정일 이하로 명시한 준수율은 비교적 높은 반면, ‘청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않음’을 표기한 비율은 상대적으로 매우 낮았음
- 이용자의 계약해제 및 해지권 부여에 대한 약관 표기 준수율은 98.3%로 2022년 표기 준수율(99.5%)보다 1.2%p 증가함. 모든 장르에서 96% 이상의 표기 준수율을 보였으며, ‘출판’, ‘음악’, ‘온라인 게임’은 평가된 모든 서비스에서 표기된 것으로 나타남
 - 일부 약관에 해당 내용이 표기되지 않았더라도 약관 전반에 걸쳐 내용 상 암묵적으로 이 용자에게 계약 해제와 해지권이 부여되어 있음을 알 수 있도록 작성되어 있음
- 이용계약 해제 및 해지 시 남은 대금 환급에 대한 약관 표기 준수율은 85.4%로 2022년 표기 준수율(84.1%)보다 1.4%p 증가함. 장르별 표기 준수율은 ‘만화/웹툰’, ‘온라인 게임’, ‘출판’ 등의 순이며, 2022 대비 표기 준수율이 가장 크게 상승한 장르는 ‘음악’이고 하락한 장르는 ‘이러닝’임
 - 세부항목 중 계약해제 및 해지로 이용자에게 대금을 환급한다는 내용의 표기 준수율(92.4%)은 매우 높은 반면, 이용기간 동안의 요금을 공제한 나머지 금액을 환급한다는 내용의 표기 준수율(43.6%)은 상대적으로 낮은 것으로 나타남
- 계약체결 시 사용한 방법 외 청약철회 수단에 대한 약관 표기 준수율은 29.6%로 2022년 표기 준수율(42.0%)보다 12.4%p 감소하여 가장 큰 폭의 감소율을 보임. 장르별 표기 준수율은 ‘정보서비스’, ‘출판’, ‘만화/웹툰’ 순으로 나타남
 - 기존에 청약철회 수단으로 고객센터 번호, 이메일 등의 정보가 수록된 경우가 있었으나, 현재는 간접적 연결 수단인 홈페이지를 통해 별도 문의하거나 Q&A 게시판에 내용을 남기는 형태로 변화된 경우가 많았으며, 일부 출판, 만화/웹툰, 음악의 경우 대표 포털사이

트 등을 통해 이용하는 경우가 많아졌고 이 때에는 기존의 청약철회 수단이 대체로 삭제되어 해당 서비스에서는 안내되지 않는 경우로 있는 것으로 확인됨

- 그 외 콘텐츠 사업자나 서비스별로 다소 차이가 있으나, 계약해제/해지를 위해 이용자의 개인정보를 제공해야 하는 경우 사전 동의 없이 온라인으로 개인정보가 제공될 시 개인정보보호법 위반에 해당될 수 있어 부득이 청약철회 수단을 명시하지 않는 경우도 있음

표 3-3

연도별 청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지 방법 및 효과 중분류 내용 약관 표기 준수율

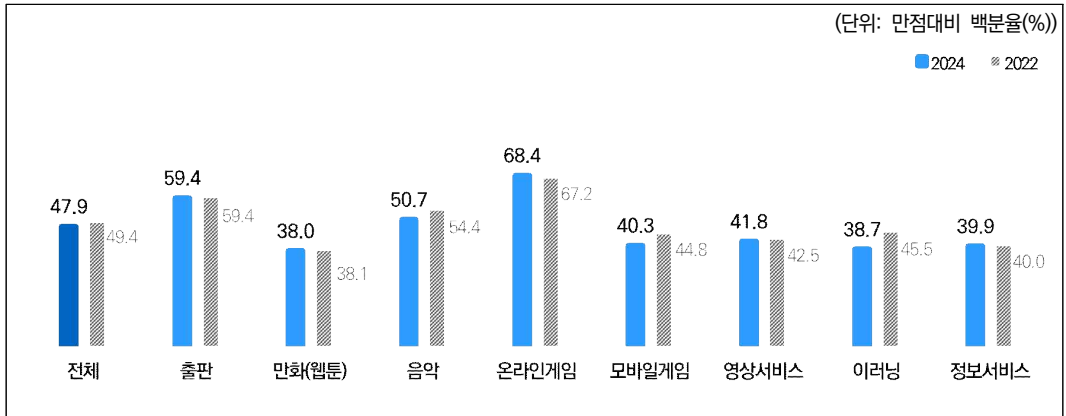
| 장르 | 청약철회 허용 및 허용기간 | | 계약내용과 다른 경우 청약철회 가능 | | 청약철회 효과 | | 이용계약 해제, 해지권 부여 | | 계약해제, 해지효과 | | 청약철회 수단 제공 안내 | |
|-------|----------------|-------|---------------------|-------|---------|-------|-----------------|--------|------------|-------|---------------|-------|
| | 2022 | 2024 | 2022 | 2024 | 2022 | 2024 | 2022 | 2024 | 2022 | 2024 | 2022 | 2024 |
| 출판 | 97.9% | 99.3% | 85.0% | 83.8% | 88.8% | 88.1% | 100.0% | 100.0% | 90.7% | 92.1% | 51.4% | 35.7% |
| 만화/웹툰 | 88.0% | 90.9% | 63.8% | 67.5% | 88.2% | 89.5% | 99.2% | 96.0% | 92.5% | 95.4% | 68.6% | 36.0% |
| 음악 | 64.3% | 67.7% | 51.3% | 58.6% | 74.4% | 78.9% | 100.0% | 100.0% | 80.7% | 85.0% | 57.9% | 19.5% |
| 온라인게임 | 100.0% | 99.6% | 83.4% | 85.3% | 87.5% | 87.5% | 100.0% | 100.0% | 92.1% | 93.2% | 46.8% | 28.9% |
| 모바일게임 | 96.0% | 93.7% | 75.5% | 72.0% | 85.5% | 87.5% | 100.0% | 98.0% | 85.4% | 85.4% | 32.0% | 26.0% |
| 영상서비스 | 76.0% | 80.8% | 36.0% | 37.5% | 70.5% | 74.5% | 96.0% | 96.2% | 79.4% | 80.8% | 23.4% | 14.8% |
| 이러닝 | 95.4% | 93.3% | 64.0% | 52.7% | 86.5% | 82.8% | 100.0% | 96.9% | 92.6% | 89.3% | 27.4% | 21.4% |
| 정보서비스 | 42.9% | 47.5% | 40.0% | 33.5% | 47.9% | 52.0% | 100.0% | 96.8% | 60.5% | 61.3% | 45.7% | 47.5% |
| 전체 | 84.2% | 85.5% | 64.4% | 64.0% | 78.9% | 80.9% | 99.5% | 98.3% | 84.1% | 85.4% | 42.0% | 29.6% |

4) 콘텐츠 결함에 따른 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차

- 콘텐츠 장르별 결함에 따른 피해보상의 기준, 범위, 방법 및 절차에 대한 약관 표기 준수율은 ‘온라인 게임’, ‘출판’, ‘음악’ 등의 순으로 나타남
 - ‘콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 방법 및 절차’ 항목은 제공되는 콘텐츠 서비스가 다운로드 방식 또는 스트리밍 방식 중 한 가지를 택하여 평가됨
 - 최근 콘텐츠 서비스는 다운로드와 스트리밍 방식 외에 웹소설, 웹툰, 정보서비스 등에서 웹 페이지뷰의 서비스 제공 방식도 많이 사용됨에 따라 추후 연구에서는 콘텐츠 제공 유형별로 결함 보상 방법과 절차에 대한 약관 표시 항목의 수정 검토가 필요함
 - 현재 웹페이지 뷰 방식의 콘텐츠 서비스는 스트리밍 방식으로 분류하여 약관평가를 진행하였음

그림 3-7

콘텐츠 장르별 대분류3 (콘텐츠 결함에 따른 피해보상 방법 및 절차) 약관 표기 준수율

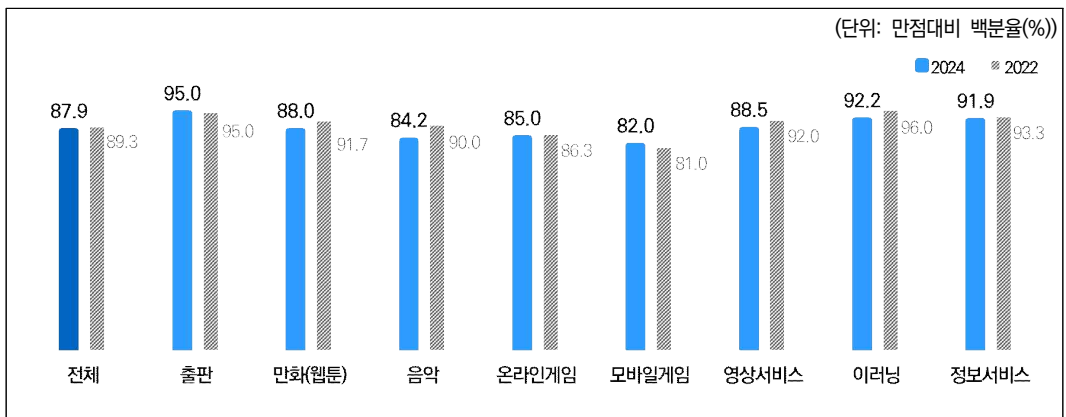


5) 분쟁해결 방법 및 절차

- 콘텐츠 장르별 분쟁해결 방법 및 절차에 대한 약관 표기 준수율은 ‘출판’, ‘이러닝’, ‘정보 서비스’ 등의 순으로 나타남
 - ‘분쟁해결 방법 및 절차’에 대한 표기 준수율은 이미 높은 수준을 보이고 있음
 - 이는 콘텐츠 이용자들의 이용환경에 대한 개선이나 이용피해를 입은 경우 자신의 권리를 확보하고자 하는 행동이 꾸준히 제고됨에 따라 이제는 이용약관에도 이와 관련한 내용이 필수적으로 포함되어야 한다는 사업체의 인식이 자리잡은 상황임

그림 3-8

콘텐츠 장르별 대분류4 (분쟁해결 방법 및 절차) 표기 준수율



- 분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 관련 내용 약관 표기 준수율은 95.8%로 2022년 표기 준수율(98.6%)보다 2.8%p 감소함. 장르별 표기 준수율은 ‘출판’, ‘만화/웹툰’, ‘정보서비스’ 등의 순이며, 2022 대비 준수율이 가장 크게 상승한 장르는 ‘음악’임
- 콘텐츠 계약 시 발생하는 이용자 불만 또는 피해구제 요청을 적절히 처리할 수 있는 인력이나 체계(서비스) 구비에 대한 내용 표기 준수율은 80.1%로 지난 2022년 표기 준수율(79.9%)보다 0.2%p 증가함. 장르별 표기 준수율은 ‘출판’, ‘영상서비스’, ‘이러닝’ 등의 순이로 2022년 대비 준수율이 가장 크게 상승한 장르는 ‘모바일 게임’이고 하락한 장르는 ‘이러닝’임

표 3-4 연도별 분쟁해결 방법 및 절차 내용 약관 표기 준수율

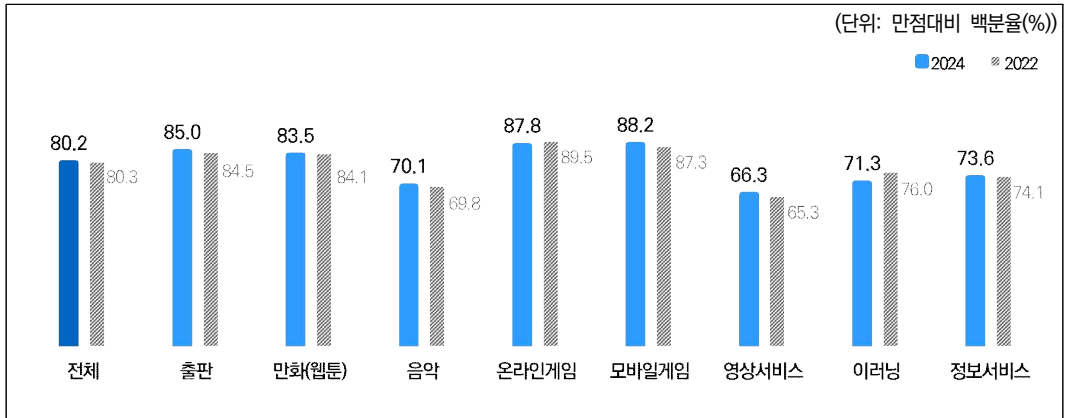
| 장르 | 분쟁조정기관에 의한 분쟁조정 관련 사항 | | 관련 인력 및 체계 구비 | |
|-------|-----------------------|--------|---------------|-------|
| | 2022 | 2024 | 2022 | 2024 |
| 출판 | 100.0% | 100.0% | 90.0% | 90.0% |
| 만화/웹툰 | 100.0% | 100.0% | 75.0% | 76.0% |
| 음악 | 100.0% | 89.5% | 80.0% | 78.9% |
| 온라인게임 | 100.0% | 97.5% | 72.5% | 72.5% |
| 모바일게임 | 96.0% | 92.0% | 66.0% | 72.0% |
| 영상서비스 | 92.0% | 88.5% | 92.0% | 88.5% |
| 이러닝 | 100.0% | 96.9% | 92.0% | 87.5% |
| 정보서비스 | 100.0% | 100.0% | 86.7% | 83.9% |
| 전체 | 98.6% | 95.8% | 79.9% | 80.1% |

6) 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항

- 콘텐츠 장르별 그 밖에 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항에 대한 전체 약관 표기 준수율은 ‘모바일 게임’, ‘온라인 게임’, ‘출판’ 등의 순으로 나타남
 - 대부분의 장르가 2022년 표기 준수율과 유사한 수준이었으며, ‘출판’, ‘음악’, ‘모바일 게임’, ‘영상서비스’ 등은 표기 준수율이 상승하였고, ‘만화/웹툰’, ‘온라인 게임’, ‘이러닝’, ‘정보서비스’ 등은 하락함

그림 3-9

콘텐츠 장르별 대분류5 (그 밖에 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위한 필요사항) 약관 표기 준수율



- 약관 및 서비스 메뉴 등에서 사업자나 콘텐츠에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시, 광고 등 고지에 대한 내용 표기 준수율은 75.4%로 2022년 표기 준수율(75.4%)와 동일한 것으로 나타남. 장르별 표기 준수율은 ‘정보서비스’, ‘출판’, ‘모바일 게임’ 등의 순이며, 2022년 대비 준수율이 가장 크게 상승한 장르는 ‘모바일 게임’이고, 하락한 장르는 ‘이러닝’임
 - 세부항목 중 콘텐츠에 간한 정보의 표시, 광고, 고지 여부에 대한 준수율보다 이용자의 약관 내용 위반 시 이용이 제한될 수 있다는 내용과 불복 절차에 대한 표기 준수율은 상대적으로 낮은 것으로 나타남
- 미성년자의 경우 법정대리인의 동의를 얻지 못하면 계약을 취소할 수 있다는 내용 표기 준수율은 73.3%로 2022년 표기 준수율(72.6%)보다 0.7%p 증가함. 장르별 표기 준수율은 ‘온라인 게임’, ‘모바일 게임’, ‘만화/웹툰’ 등의 순이며, 2022년 대비 준수율이 가장 크게 상승한 장르는 ‘만화/웹툰’이고, 하락한 장르는 ‘온라인 게임’임
 - 비교적 미성년자들이 자주 이용하고 쉽게 접근할 수 있는 게임 분야나 웹툰 분야에서 이와 관련한 약관 준수율이 높은 것을 확인할 수 있음
 - 게임은 유료결제 방식에 있어 법정대리인 동의 없이 미성년자가 쉽게 결제가 가능한 형태가 많아 이와 관련한 내용이 약관이 구체적으로 포함되는 경향이 높다고 볼 수 있음
- 약관 변경 시 변경통지 안내 내용 표기 준수율은 88.5%로 지난 2022년 표기 준수율(89.2%)보다 0.7%p 감소하였으나, 모든 장르에서 고르게 표기 준수율은 높은 수준으로 나타남
 - 세부항목 중 특정 기간 전에 약관 변경을 공지하는 내용, 변경약관 적용에 대해 이용자에게 동의를 확인한다는 내용의 명시 준수율은 매우 높았으나, ‘개정 전, 후 내용을 비교하

여 알 수 있도록 표시'한다는 내용의 준수율은 상대적으로 매우 낮게 나타남

- 약관 개정 전, 후의 내용을 비교하여 알 수 있도록 표시하는 부분에 대해 대부분 약관에 표기하는 방식이 적절하지 않다는 의견이 있으므로, 이러한 방식보다 별도의 안내 자료나 게시판, 또는 팝업 형태로 정보를 제공하는 방안에 대한 검토가 사업체와 함께 진행될 필요가 있음

표 3-5

연도별 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항 내용 약관 표기 준수율

| 장르 | 콘텐츠 관련 정보의 적절한 제공 | | 법정대리인 동의 없는 미성년자 계약 취소 안내 | | 약관 변경 시 변경통지 | |
|-------|----------------------|-------|------------------------------|-------|--------------|-------|
| | 2022 | 2024 | 2022 | 2024 | 2022 | 2024 |
| 출판 | 90.7% | 86.4% | 75.0% | 75.0% | 86.1% | 90.6% |
| 만화/웹툰 | 78.6% | 71.4% | 80.0% | 88.0% | 91.1% | 89.8% |
| 음악 | 57.9% | 55.6% | 55.0% | 57.9% | 88.9% | 89.5% |
| 온라인게임 | 80.7% | 79.6% | 97.5% | 92.5% | 91.1% | 91.1% |
| 모바일게임 | 78.9% | 82.6% | 90.0% | 92.0% | 92.0% | 90.0% |
| 영상서비스 | 50.3% | 52.7% | 48.0% | 53.8% | 88.4% | 85.0% |
| 이러닝 | 70.9% | 63.4% | 64.0% | 59.4% | 88.0% | 85.4% |
| 정보서비스 | 86.7% | 89.4% | 43.3% | 41.9% | 84.8% | 82.4% |
| 전체 | 75.4% | 75.4% | 72.6% | 73.3% | 89.2% | 88.5% |

7) 계약 자동갱신 및 대금 자동결제 사전 알림 (추가 평가항목)

- 2024년 약관 평가에 추가된 항목으로 구독서비스로 제공되는 경우 계약의 자동갱신 및 대금의 자동결제를 사전에 이용자에게 안내된다는 내용 표기 준수율을 확인하였고, 총 48개 구독서비스 중 18개(37.5%)만 해당 내용이 약관에 포함되어 있는 것으로 나타남
- 다만, 추가 평가내용이 포함된 대부분의 구독서비스 약관에는 '유료 전환 및 유료이용기간 갱신 시 이용자에 동의를 받는다'는 직접적인 내용 외에 최초 구독서비스 결제의 방법과 금액에 변경이 없을 경우 자동결제에 대한 이용자의 암묵적 동의가 있으며, 이의 내용이 변경될 경우에 한 해서만 특정 기간 내 내용을 고지한다는 형태의 약관 표시로 구성되어 있음

표 3-6 구독서비스 추가 약관 항목 포함여부

| 장르 | 전체 서비스 수 | 구독서비스 수 | 추가 약관 포함 | | 추가 약관 미포함 | |
|-------|----------|---------|----------|-------|-----------|--------|
| | | | 개 | (%) | 개 | (%) |
| 출판 | 20 | 5 | 1 | 20.0% | 4 | 80.0% |
| 만화/웹툰 | 25 | 7 | 0 | 0.0% | 7 | 100.0% |
| 음악 | 19 | 10 | 4 | 40.0% | 6 | 60.0% |
| 영상서비스 | 26 | 13 | 9 | 69.2% | 4 | 30.8% |
| 이러닝 | 25 | 3 | 0 | 0.0% | 3 | 100.0% |
| 정보서비스 | 31 | 10 | 4 | 40.0% | 6 | 60.0% |
| 전체 | 146 | 48 | 18 | 37.5% | 30 | 62.5% |

8) 확률형 아이템 공급확률 정보 표시 (추가 평가항목)

- 2024년 3월부로 게임 내 확률형 아이템 정보공개 의무화 내용 등을 담은 '게임산업진흥에 관한 법률 시행령' 개정안이 의결되어 시행됨에 따라, 온라인 및 모바일 게임 서비스 제공 사업체 이용약관에 확률형 아이템의 확률정보가 공개됨을 알리는 약관 내용이 포함되어 있는지 추가 확인함
- 총 90개 온라인 및 모바일 게임 중 23개(25.6%) 서비스만 확률형 아이템의 확률정보가 공개되어 있다는 내용이 약관이 포함되어 있는 것으로 나타났고, 그 외 67개(74.4%) 서비스에는 해당 내용이 없는 것으로 나타남
- 일부 게임에서는 확률형 아이템을 제공하고 있지 않은 경우도 포함되어 있어 실제 확률 정보 공개에 대한 표기 준수율은 더 높을 수 있음
- 다만, 대부분의 확률정보 공개에 대한 약관 안내는 회사에서 제공하는 정보 종류에 확률형 아이템과 관련된 정보를 게임 내 또는 홈페이지 등을 통해 제공되고 있음을 명시하는 수준에서만 작성되어 있는 상황임

표 3-7 온라인 및 모바일 게임 추가 약관 항목 포함여부

| 장르 | 전체 게임분야 서비스 수 | 추가 약관 포함 | | 추가 약관 미포함 | |
|--------|------------------|----------|-------|-----------|-------|
| | | 개 | (%) | 개 | (%) |
| 온라인 게임 | 40 | 12 | 30.0% | 28 | 70.0% |
| 모바일 게임 | 50 | 11 | 22.0% | 39 | 78.0% |
| 전체 | 90 | 23 | 25.6% | 67 | 74.4% |

다. 해외 콘텐츠 사업체 이용약관 분석

- 2024년 실태조사에서는 기존의 국내 콘텐츠 제공 사업체 외에도 국내 많은 이용자를 보유하고 있는 해외 글로벌 콘텐츠 사업체의 이용약관에 대한 분석도 추가로 진행함
 - 총 13개 서비스에 대한 약관분석을 진행하였으나, 그 중 2가지 서비스는 1개 사업체의 동일한 약관을 사용함에 따라 사업체 기준에서는 12개 이용약관이 분석됨
- 먼저 조사된 12개 해외 콘텐츠 사업체 서비스 약관 중 과오납금의 환불방법과 절차에 대해 안내된 경우는 게임 1개 서비스를 제외하면 모든 서비스 이용약관에 해당 내용이 수록되어 있지 않은 것으로 나타남
 - 해외 콘텐츠 서비스 이용약관에는 기업의 과실이나 잘못으로 인해 결제되거나 이용자에게 금전적 피해가 발생하는 부분에 대해서는 크게 고려되지 않음
- 다음 약관 평가표 대분류 항목 중 청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지의 방법과 효과 평가항목의 특정 기간 이내 청약철회 허용의 내용이 명시되었는지 확인하였으며, 12개 사업체 중 1개를 제외한 모든 서비스 약관에 해당 내용이 포함되어 있음
 - 단, 청약철회와 함께 결제된 금액의 ‘환불’에 대한 내용이 포함된 약관은 6개이나 그 중 4개 약관에는 환불이 ‘가능’하다고 명시되어 있으나, 1개 사업체는 특정 경우를 제외하면 지급한 금액은 환불 되지 않는다고 명시되어 있으며, 1개 사업체는 상황에 따라 승인 또는 거절할 권한을 보유하고 있다고 표기됨
- 계약내용과 다르게 이용된 경우 청약철회가 가능하고 특정 기간 이내 철회가 가능하다는 기간 등이 표기된 경우는 조사된 12개 사업체 중 1개 사업체에서만 확인됨
 - 해당 내용이 표기된 약관은 문화체육관광부의 콘텐츠이용자 보호지침의 약관 표기 권고 내용을 그대로 인용하여 약관 조항이 수록되어 있음
- 청약철회 및 계약해제 시 대금 환급과 환급기간이 표시된 약관은 모든 해외 약관에 표기되어 있으나, 5개 사업체 약관에서는 ‘환급이 가능’하다는 내용으로 표기된 반면, 5개 사업체 약관에서는 ‘환급 및 환불은 불가’하다는 내용으로 표기되어 있어 차이를 보임

- 나머지 2개 사업체 약관에서는 환불을 받을 수 있으나 몇 가지 조건에 해당하는 경우 환불이 불가능하다는 내용으로 표기됨
- 영상콘텐츠의 경우 확인된 3곳의 서비스 약관 모두 구독서비스 등 자동 갱신되는 반복결제
의 경우 결제 기간이 끝나기 전 구독을 취소할 수 있으나 남은 기간에 대한 환불이 가능한 것으로 명시된 곳은 없었음
- 약관에 청약철회와 관련한 수단이나 방법 등이 안내된 약관은 12개 사업체 중 7개 사업체
약관에서 확인 가능하였으며, 대부분 여러 복합적인 방식의 방법이 안내되어 있음
 - 홈페이지를 포함하여 별도 URL을 안내하는 경우는 4개 약관에서 확인되었고, 별도 철회
양식 등을 제출할 수 있는 이메일 주소를 안내하는 경우는 3개 약관에서, 본사 등 우편
발송을 위한 주소를 안내하는 경우도 3개 약관에서 확인이 가능함
 - 그 외 직접 유선연락이 가능한 연락처(국내 또는 본사 연락처 포함)를 안내하는 경우도
3개 약관에서 확인이 가능하였음
- 콘텐츠 결함에 따른 피해보상 방법이 표기된 약관은 7개 서비스였으며, 약관에 표기된 7
개 서비스 중 1개 서비스 약관에는 결함에 대한 보상이나 조치에 대한 내용은 표기되지
않았으나, 해당 사업체의 통제 범위를 벗어나는 사건으로 발생한 중단과 장애는 책임을 지
지 않는다는 내용만 포함되어 있는 것으로 확인됨
- 분쟁조정기관 관련 사항은 9개 서비스 약관에서 확인되었고, 기관에 대한 안내 중 대한민
국 기관에 대한 안내가 이루어진 곳은 3개 약관이고 그 외 약관에서는 해당 콘텐츠 사업체
본사 또는 본사가 속한 국가기관으로 안내되었으나, 별도 분쟁기관에 대한 정보는 표기되
지 않은 것으로 확인됨
- 콘텐츠 거래 시 이용자가 약관을 위반한 경우 이용제한에 대한 안내는 11개 서비스 약관
에 모두 포함되어 있었으며, 이용자의 과실이나 약관 위반과 관련한 이용제한과 제재 조치
내용은 매우 상세하고 구체적으로 명기하고 있는 것으로 나타남
 - 전반적으로 이용자에게 약관 위반에 대한 강력한 경고를 하고 있는 것으로 보여지나, 사
업체의 불합리하고 무분별한 이용제한으로 오히려 이용자가 피해를 겪는 경우에 대한 대
처 방안과 해결안내 등의 내용은 약관에 표기되지 않음
- 미성년자 법정대리인 계약에 대한 안내표기는 9개 서비스 약관에 내용이 포함되었으며,
기본적으로 미성년자의 경우 가입, 결제, 승인, 지불방법 계약 준수 등 모든 행위에 대해
부모 또는 법정대리인이 책임을 지는 것에 동의한다는 내용으로 구성됨 즉, 미성년자인 자
녀 등이 잘못 결제된 사항은 전적으로 부모와 법정대리인의 책임으로 사업체의 환급규정
에는 해당되지 않는다는 것이 약관상의 내용으로 파악됨

- 계약 자동갱신 및 대금의 자동결제 알림과 관련된 내용은 9개 서비스 약관에 포함되었으며, 전반적으로 이벤트 및 프로모션 종료 후 체험 기간 내 해지 전에는 계약이 자동 갱신된다는 내용이 포함되어 있고 프로모션 기간 내 언제든지 구독 취소가 가능하다는 내용이 명시되어 있음
 - 결과적으로 자동결제 및 지속 구독 유지에 대한 내용은 최초 가입 또는 이벤트 참여 시 안내되고 종료 시점에는 안내되지 않으므로 이용자 스스로가 계속 인지하고 있어야 하는 부분으로 사실상 이용자에게 불리한 형태의 약관 내용이라고 볼 수 있음
- 전반적으로 해외 서비스 이용약관은 이용자의 권리보호에 대한 내용이나 사업체 입장에서 불합리할 수 있는 정보가 담긴 내용은 최소한으로 작성되거나 누락되는 경향이 많은 것으로 나타남. 이는 국내 콘텐츠 사업체도 비슷한 경향이 있긴 하지만 해외 사업체 약관이 더욱 강하게 나타나는 것으로 보임
- 글로벌 콘텐츠 서비스를 제공하는 해외 사업체의 경우 이용약관이 글로벌 표준 약관으로 구성되어 국내 상황과 맞지 않는다는 것을 인지하고 있으나, 일부 해외 사업체는 그럼에도 불구하고 각 국가별 또는 대한민국 콘텐츠이용자 보호지침에 따라 별도의 약관을 구성하고 이를 준수하려는 노력을 보이기도 함
- 향후 더 많은 글로벌 서비스가 국내 도입되고 있는바 정부 차원에서 국내 이용자를 위한 최소한의 약관 표기 요구를 해외 콘텐츠 사업체에 적극적으로 요청할 수 있는 체계를 마련하거나, 담당할 수 있는 기관을 지정하는 등의 노력을 기울일 필요가 있음

2. 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사 연구 개선을 위한 제언

가. 기존 이용약관 평가표 개선연구

1) 문제제기 및 필요성

- 현재 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사에 사용되는 약관 평가표는 2016년 구성된 이후 콘텐츠이용자 보호지침 시행령 개정에 따라 관련 내용의 일부 수정만 있었을 뿐 대부분의 평가항목은 현재까지 유지되고 있음
- 본 실태조사가 처음 진행될 당시에는 각 세부항목별로 약관 내 표기 준수율이 낮거나 없는 경우가 많았으나, 실태조사 횟수가 증가되고 사업체에 대한 교육이 계속 진행됨에 따라 많은 사업체에서 자율적인 약관 개선 노력들이 이루어져 일부 항목의 경우 특별히 표기되어 있지 않더라도 기본적인 조건으로 염두해 두고 약관이 구성되는 경우들이 많아짐
 - 해당 항목과 관련하여 현재는 대부분 준수하고 있는 것으로 나타나 부족한 부분을 파악하기 위한 평가에는 무의미한 항목이 되는 경우가 발생하였음
- 다양한 디지털 콘텐츠들이 생겨나고 이용하게 됨에 따라 기존의 다운로드 또는 스트리밍 방식 이외의 서비스 제공 방식들이 생겨남에 따라 평가표 내용이 모두를 포괄하지 못하는 문제가 발생함
 - 웹 페이지 뷰 방식의 웹소설, 웹툰 서비스나 온라인 웹 상에서 구현되는 멀티미디어 도구 서비스 등은 기존의 다운로드나 스트리밍 방식 이외의 서비스 제공 방식이라 할 수 있음
- 현재 이용약관 평가표 내용은 「콘텐츠산업 진흥법 시행령 제 30조(콘텐츠거래약관의 세부 내용)」의 각 호를 주요 항목 5가지를 대분류로 하고 중분류 및 세분류 평가항목은 콘텐츠이용자 보호지침의 내용을 기반으로 구성하였으나, 다소 중복적인 내용의 평가항목이 포함되었으며 현실적으로 사업체에 약관에 표기하기 어려운 부분의 내용도 평가항목으로 구성되어 있다는 문제점을 가짐
 - 평가항목의 내용과 동일한 의미의 약관 조항이 다른 평가항목에도 동일하게 포함되는 내용으로 같은 조항에 대해 2가지 평가항목에 모두 충족되는 경우가 발생함
 - 일부 콘텐츠 사업체에서 개인정보보호를 위한 ISMS 인증심사 시 개인정보는 보안 유출 우려로 정해진 방식으로만 접수 받아야 한다는 규정과 이용약관 평가표 항목 간 상충되는 내용이 있어 이의제기가 신청됨
- 이와 같은 기존 이용약관 평가표가 가지고 있는 문제점을 개선하고 정확한 평가도구로 활용되기 위해서 대대적인 평가항목 재검토를 위한 개선연구가 필요하다고 판단됨

2) 평가표 개선 방향

- 전체적인 이용약관 평가표 개선의 큰 방향성은 사업체와 이용자 간 가장 많이 발생하는 분쟁요인과 관련한 내용 중심의 항목으로, 또한 이용자 보호지침과 관련한 내용에 대해서는 비교적 명확한 내용으로 작성될 수 있도록 사업체의 개선 가능성을 염두한 평가항목 구성 방향이 필요함
- 콘텐츠분쟁조정위원회를 포함한 다른 소비자 관련 기관에 접수되고 신청되는 콘텐츠 이용자 분쟁상담 내용의 많은 부분은 콘텐츠 이용 결제, 환불, 배상, 과오납금 등 금전적 피해와 관련되어 있음
- 기존 이용약관 평가표 역시 이 부분과 관련된 평가항목이 중점적으로 구성되어 있으나 중복적 요소들이 많아 이에 대한 수정이 필요함
 - 기존 평가표는 기업의 실수(과오납금), 청약의 철회나 계약의 해지와 관련하여, 또는 서비스 결함이 발생한 경우 등 콘텐츠 이용 과정에 발생할 수 있는 금전적 피해의 보상 방안, 기간에 대한 내용 표기 준수율을 각각의 과정별로 평가하였으나, 실제 이용자 측면에서는 과정에 상관없이 현재 발생한 금전적 피해에 대한 보상이나 환불이 가능하다는 내용, 기간, 방법의 표기 유무가 중요할 수 있음
- 콘텐츠 장르 및 서비스 방식에 따른 특화된 평가표 항목 구성이 필요함
 - 특히, 가장 분쟁 신청과 사례가 많은 게임 장르에서 필요한 약관에 보완이 필요한 사항을 항목으로 구성하거나,
 - 구독서비스 월 정기결제 방식에서 발생하는 다양한 피해사례 방지를 위해 필요한 항목,
 - 앱스토어, 구글플레이 등과 같은 플랫폼 결제 방식에 따라 변경되어야 할 항목 등 콘텐츠의 성격과 특성에 맞는 특화항목을 통해 보다 꼼꼼하고 현실적인 조사결과 도출이 가능하도록 항목 수정 검토를 진행하여야 함

3) 주요 평가항목별 개선안

- 기존 이용약관 평가항목별로 개선방향, 수정의견 등을 정리하면 다음과 같음
 - 다만, 다음에 제시된 의견은 본 과업의 수행연구자 측면에서 의견을 단순 정리한 것으로, 실제 차년도 과업에 필요한 평가표 개선은 반드시 전문가의 검토와 충분한 자문 등을 바탕으로 실질적인 개선연구 방법을 통해 평가표 수정이 진행되어야 함

가) 과오납금의 환불방법 및 절차

1-2-2) 동일한 방법으로 과오금 환급 불가 시 "이용자가 선택한 방법으로 환급" 명시 여부

- 대부분의 경우 대금결제와 동일한 방법으로 환급되는 것은 약관에 명시하고 있으나 과오납금의 환급이 불가능한 경우 이용자가 선택한 방법으로 환급을 명시하는 경우는 거의 없음
- 실제 콘텐츠 사업체에서 과오납금이 발생한 경우 환급이 불가능한 경우가 거의 없을 뿐만 아니라, 이용자가 원하는 방법으로 환급할 경우 이를 악용할 소지가 높아 표기하지 않으므로 이에 대한 평가 내용의 변경이 필요함

나) 청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지의 방법과 그 효과

2-1) (청약철회 기간) 약관에 "계약서 교부일 또는 콘텐츠 공급일로부터 XX일 이내에 청약 철회 허용" 명시 여부

2-1-1) 약관에 청약철회 가능기간을 "7일 이상"으로 명시 여부

- 대부분의 약관에서 청약철회 가능기간을 명시할 경우 대부분 7일로 표기하고 있으나, 이는 콘텐츠이용자 보호지침 준수 시행령에서 권고한 일정으로 콘텐츠 사업체의 상황에 따라 기간이 다르게 명시된 경우도 다수 존재함
- 따라서, 7일이 아니더라도 청약철회 가능 기간의 명시 여부가 중요한 부분이기때 평가항목의 수정이 필요함

2-2) (청약철회 기간, 표시내용과 다른 경우) 약관에 "콘텐츠의 내용이 표시 및 광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회 가능" 명시 여부

2-2-1) 이용자는 "구두 또는 서면으로 청약철회 할 수 있음" 명시 여부

- 평가항목의 내용 중 표시 및 광고 내용이 다르거나 계약내용과 다르게 이행될 경우 청약철회 가능하다는 내용의 포함 여부를 체크하고 있으나, 일반적으로 선제조건과 상관없이 청약철회를 허용하고 있으며 대부분의 경우 계약내용과 다르게 이행되는 콘텐츠 서비스는 거의 존재하지 않으므로 해당 항목에 대한 평가 의미를 다시 고민해 볼 필요가 있음
- 또한, 현재 콘텐츠 서비스는 구두를 통한 청약철회가 가능한 경우가 많지 않으며, 홈페이지 및 앱을 통해 직접 해제, 해지, 취소를 선택해야만 철회가 가능하기에 이 부분 역시 평가항목으로의 의미를 재검토할 필요가 있음

2-3) (청약철회 효과) 약관에“청약철회 시 콘텐츠 대금 환급”명시 여부

2-5) (계약해제 및 해지의 효과) 약관에 계약해제, 해지의 효과로 “사업자는 이용자에게 대금을 환급”명시 여부

2-5-1) 약관에“이용자가 콘텐츠를 이용한 경우 이용기간 동안의 요금을 공제한 나머지 금액을 환급”명시 여부

- 기존 평가항목 중 2-3)과 2-5)의 내용은 중복적 의미로 해석됨
- 이미 청약철회 시 콘텐츠의 대금 환급이 명시되어 있는데, 다시 계약해제 및 해지의 효과로 이용자에게 대금을 환급한다는 내용은 중복적 의미로 실제 약관에서도 하나의 조항으로 위 2가지 평가항목에 모두 적용되는 경우가 많은 편임
- 오히려 2-5-1)의 내용의 경우 중요한 부분으로 반드시 체크가 필요한 내용이긴 하나, 특정 서비스에만 해당하며 그렇지 않은 서비스들도 많은 편이라 모든 콘텐츠에 동일하게 평가표를 적용하는 것이 다소 부적절할 수 있어 이에 대한 개선이 필요하다고 판단됨

2-4) (이용계약 해제, 해지) 약관에“이용자의 계약해제 및 해지권 부여” 명시 여부

- 이미 대부분의 약관에서 이용자에게 계약을 해제하거나 해지할 수 있는 권한이 부여되어 있음을 약관에 밝히거나 암묵적으로 이 부분이 가능함을 명시하고 있으므로 현재 약관에서서 이와 관련한 내용의 명시 준수율을 파악하는 의미가 떨어질 수 있음

2-6) (청약철회, 이용계약 해제 또는 해제방법) 약관에“계약체결시 사용방법 외에 청약 철회, 계약해제/해지 수단 제공”명시

2-6-1) 해당 청약철회 수단의 방법으로 약관에“청약철회, 계약해제/해지를 위한 전화번호, 이메일 및 팩스번호”명시 여부

- 평가표 2-6)을 통해 약관 내 청약철회 및 계약해제/해지 수단으로 다양한 형태의 방법이 제공되고 있음에도 반드시 2-6-1-에서 전화번호, 이메일, 팩스번호 등이 구체적으로 수록되었는지를 평가하는 것이 유의미하지 않을 수 있다는 의견이 제시됨
- 실제 사업체에서 별도의 홈페이지, 고객센터 등을 운영하면서 이용자들의 문의사항, 이의 제기, 청약철회, 결제취소 등과 같은 전반적인 민원 등을 해결하는 창구를 개설하고 운영하고 있으며 이에 대한 내용을 약관에 표기하고 있음에도 구체적인 전화번호와 이메일 등의 정보가 없는 경우 미준수로 표기될 수 있어 불합리하다는 사업체 의견이 다수 발생하는 항목임

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

3-1) (피해보상 기준, 범위 및 방법, '다운로드 방식') 약관에 "다운로드 콘텐츠의 하자 등에 의해 발생한 이용자의 손해에 대해 보상 또는 배상" 명시 여부

3-2) (피해보상 기준, 범위 및 방법, '스트리밍 방식') 약관에 "스트리밍 콘텐츠의 이용중지 또는 장애에 의해 발생한 이용자의 손해에 대해 보상 또는 배상" 명시 여부

- 현재 서비스되는 콘텐츠 중 다운로드 방식이나 스트리밍 방식이 아닌 다른 서비스 제공 방식인 경우 이 부분에 대한 정확한 평가가 어렵다는 문제점이 있음
- 주로 웹페이지 뷰 방식, 웹 플랫폼 이용 방식 등이 여기에 포함되며 이들에 대한 결함 발생 시 보상 등의 방법과 절차가 약관에 표기되었는지 확인할 수 있는 구체적인 평가 항목 구성이 필요함

라) 분쟁해결 방법 및 절차

4-1) 약관에 "분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 관련 사항" 명시 여부

- 대부분의 서비스 약관에는 이용자와의 분쟁 발생 시 이를 해결하기 위한 체제나 방법, 분쟁전문기관에 요청할 수 있다는 사항이 필수적으로 포함되어 있음. 따라서, 이와 관련한 내용의 명시 준수율을 파악하는 의미가 떨어질 수 있음

마) 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항

5-1) (계약체결전 정보제공) 약관 및 서비스 메뉴 등에서 "사업자 및 콘텐츠에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시, 광고 또는 고지" 했는지 여부

- 약관에 표기된 내용만으로는 전반에 대한 이해를 돕기에는 다소 부족한 부분이 있으나, 이미 거의 모든 이용자가 해당 콘텐츠에 대한 기본적인 정보를 인지한 뒤 가입, 결제를 하고 있으므로 이에 대한 준수 여부를 파악하는 것보다 이용자에게 실질적으로 필요한 정보가 무엇인지 파악하고 해당 정보가 전달되는 지 등을 확인하는 형태로 평가항목의 개선이 필요함

바) (추가 항목) 확률형 아이템의 공급확률 정보 표시

1) 약관에 게임에서 제공되는 모든 확률형 아이템의 종류, 등급, 성능의 변화 결과별 공급 확률정보 및 해당 확률형 아이템의 제공 총수 또는 기간에 대한 정보를 제공하고 있다는 내용 명시

- 게임 내 확률형 아이템 정보공개 의무화 등이 포함된 게임산업진흥에 관한 법률 시행령 개정안에 따라 약관에 확률형 아이템의 확률정보가 공개되어 있음을 안내하도록 규정되어 있음
- 다만, 개별적인 아이템 확률 정보는 인게임 또는 홈페이지 등에 직접 제공되고 있으며 약관에는 이러한 확률정보가 공개되어 있다는 점만 안내되고 있는 상황임
- 최근 게임과 관련한 이용자 분쟁 신청 사건의 많은 부분을 차지하는 것이 공개된 확률정보의 오류로 인한 피해와 관련한 사건으로 단순히 확률정보가 공개되어 있음을 안내하는 것보다 잘못된 확률정보로 인해 받은 피해 보상에 대한 방법이나 방안에 대한 내용 등 이용자 보호를 위한 내용이 약관에 표기해야 할 필요성이 높다고 판단됨

나. 콘텐츠 사업체 약관 구성 및 개선을 위한 지원

- 본 실태조사 결과에서 지난 2022년 이용약관 평가 대상이었던 사업체들의 전반적인 평가 점수는 상승하였으나, 2024년 대상에 새롭게 포함된 신규 사업체의 평가점수는 상대적으로 낮은 편으로 나타남
- 이는 신규 사업체의 이용약관 내 이용자 보호지침을 위한 준수 표기율이 기존 사업체 보다 상대적으로 저조하다는 의미로, 신규 약관 구성 시 해당 사항의 적용에 대한 인지 및 조항 구성 방법에 대한 숙지가 다소 부족한 것이 하나의 원인으로 작용한다고 볼 수 있음
- 또한, 사업체 의견에서도 신규 콘텐츠 사업체의 이용약관 구성과 콘텐츠이용자 보호지침 조항 개선의 어려움이 나타나기도 하였음
- 이에 신규 사업체를 포함하여 기존 사업체에서도 약관 작성과 조항 개선 변경 시 참고할 수 있는 상세한 가이드라인을 마련하여 배포하고, 특히 신규 사업체를 대상으로는 약관 작성에 대한 교육이나 컨설팅 지원 사업 구성이 필요할 것으로 판단됨
- 이러한 약관 구성 가이드라인이나 교육 및 컨설팅 지원사업은 관련 정부부처 및 공공기관에서 주관하여 신뢰성을 높이고 사전에 사업체들에 대한 교육 참여 의향 등 수요를 파악하여 체계적인 지원사업 마련이 필요함

다. 콘텐츠 장르별 표준약관 내 이용자 보호지침 포함여부 검토

- 장기적인 차원에서 콘텐츠 장르별 표준약관에 콘텐츠이용자 보호지침 내용의 포함 여부를 분석하여 표준약관에도 이용자 보호지침의 내용이 필수적으로 포함될 수 있는 계기가 필요할 것으로 보임
 - 향후 이를 위한 정부기간 간 협력을 도모할 수 있는 방안에 대한 연구도 필요함
- 현재 공정거래위원회에서는 콘텐츠 장르별 표준약관을 제공하고 있으나, 해당 표준약관에는 콘텐츠이용자 보호지침 준수 내용이 명확하게 표기되어 있지 않는 것이 확인됨
- 기본적으로 사업체의 약관을 평가하는 것도 중요하지만, 해당 사업체들이 참고하고 이용할 수 있는 표준약관에 이미 이용자 보호지침의 내용을 수록함으로써 이를 이용할 경우 사전에 이용자 보호지침과 관련한 약관 조항을 그대로 활용할 수 있는 기반을 마련할 수 있을 것으로 보임
- 다만, 서비스 이용약관 내용과 구성 조항이 법적 강제성을 가지는 것이 아니고 사업체에 불리할 수 있는 조항은 배제할 수도 있는 만큼 이를 실제 사업체의 이용자 보호를 위한 인식 변화가 먼저 수반 되어야 함은 분명한 해결과제임
- 그럼에도 앞선 약관 구성 가이드라인 마련과 교육 및 컨설팅 지원과 함께 콘텐츠 장르별 표준약관은 서비스를 제공하고자 하는 사업체에서 약관을 마련하고 준비하기 위한 참고자료로 충분히 활용 가능하며, 이러한 표준약관에 이용자 보호지침의 준수내용을 체계화하여 수록함으로써 전체적인 콘텐츠 이용 환경 개선에 이바지할 수 있을 것으로 예상됨

라. 해외 콘텐츠 사업체 약관 변화 파악을 위한 지속적 탐구

- 해외 콘텐츠 서비스는 가입자 수와 이용량이 많아 관련된 피해도 많이 발생하지만 피해를 줄이거나 이용자를 보호할 수 있는 근본적인 대책이 부족함
- 또한, 해외 콘텐츠 서비스 이용약관과 국내 이용약관에 차이가 발생하고 국내 이용약관은 법적 규제에 제약을 받게 되나 해외 서비스는 이러한 제약에서 자유로운 부분이 있어 국내 콘텐츠 사업체의 불만이 높은 상황임
- 그럼에도 해외 콘텐츠 서비스의 경우 이용약관에 대한 개선을 요구하기 어렵고 본사의 정책에 있어 특정 국가만을 위한 서비스 정책 개선이 쉽지 않아 소위 치외법권처럼 인식되고 있음

- 다만, 2024년 실태조사에서는 최초 해외 콘텐츠 사업체 이용약관에 대한 분석을 진행하였고 주요 서비스의 약관 구성을 검토해 볼 수 있는 기회가 마련되었음
- 이를 이용하여 적극적인 약관 개선요구를 진행하기는 어려우나 향후에도 많은 글로벌 콘텐츠 서비스를 국내에서 이용할 수 있는 가능성이 높아지는 바 지속적으로 해외 콘텐츠 사업체들의 약관을 확인하고 변화를 파악하는 자료를 축적하는 분석자료 구축이 반드시 필요하다고 판단됨
 - 해외 콘텐츠 사업체의 운영 정책에 변화가 발생할 경우 발빠르게 대처하고 국내 이용자 보호를 위한 요구사항을 전달할 수 있는 기반자료 조성의 목적을 가지고 있음
- 차년도 과업에서도 국내 사업체 뿐만 아니라 해외 콘텐츠 사업체를 일정 부분 조사대상에 포함하는 것으로 조사설계를 구조화할 필요가 있음
- 아울러, 해외 서비스 약관에 대한 평가도 가능한 표준화 된 평가표를 별도로 구성하여 정량적 데이터를 구축하는 방안도 함께 구성되어야 함
- 본 조사를 통해 해외 콘텐츠 서비스 약관 분석에서 확인된 내용 중 국내 약관 구성과 가장 큰 차이점이 과오납금(기업의 오류로 인해 잘못 부과된 금액)에 대한 내용이 거의 전무하다는 것과 국내 콘텐츠이용자 보호지침에 권고하는 사항과 상충되는 내용으로 구성되어 있는 경우가 많아 국내 이용자 보호의 사각지대에 놓일 가능성이 높다는 것을 다시 확인한 계기가 되었음
- 이에, 국내에 서비스되고 있는 해외 콘텐츠 서비스의 국내 지사들과 지속적인 커뮤니케이션이 가능하도록 관련 기관을 중심으로 네트워크나 협의체를 구성하여 국내 이용자를 위해 정부와 해외 사업체가 의견을 나누고 서로 노력할 수 있는 구심점을 만드는 방안이 필요함

참고 문헌

참고 문헌

- 과학기술정보통신부. (2023). 인터넷이용실태조사.
- 한국콘텐츠진흥원. (2022). 2022 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사
- 한국콘텐츠진흥원. (2021). 2021 콘텐츠 이용피해 실태조사
- 한국콘텐츠진흥원. (2022). 2022 콘텐츠 이용피해 실태조사
- 한국콘텐츠진흥원. (2024). 2024 콘텐츠 이용 인식 수준 조사
- 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회. (2023). 2023년 콘텐츠 분쟁조정사례집.
- 김소연. (2024년 10월 8일). "한국이 호구냐" 부글부글...넷플릭스에 분노 폭발한 이유. 한국경제신문. <https://www.hankyung.com/article/2024100807477>
- 곽진성. (2023년 12월 18일), 콘텐츠 이용 안했는데 환불제한...스토리텔 등 5개사 불공정 약관 시정. 브릿지경제. <https://www.viva100.com/20231218010005432>

참고 웹사이트

- 공정거래위원회. <https://www.ftc.go.kr>
- 한국소비자원. <https://www.kca.go.kr>
- 국가법령정보센터. <https://www.law.go.kr>
- 창업진흥원 K-Startup 창업지원포털. <https://www.k-startup.go.kr>
- 모바일 인덱스 Insight. <https://www.mobileindex.com>

부록

1. 2024년 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사 대상 사업체

가. 출판 분야 (순서 : 서비스명 가나다 순)

| 연번 | 서비스명 | 사업자명 |
|----|---------------|--------------|
| 1 | NE능률 | (주)NE능률 |
| 2 | sam베이지 | (주)교보문고 |
| 3 | Sybook | (주)신영미디어 |
| 4 | 교보문고 | (주)교보문고 |
| 5 | 노벨피아 | 주식회사 메타크래프트 |
| 6 | 누리미디어 ONESTOP | (주)누리미디어 |
| 7 | 로망띠꼬 | 로망띠꼬 |
| 8 | 리디북스 | 리디(주) |
| 9 | 리딩락 | (주)아이파프리카 |
| 10 | 문피아 | (주)문피아 |
| 11 | 미노벨 | (주)미툰앤노벨 |
| 12 | 밀리의 서재 | (주)밀리의 서재 |
| 13 | 북큐브 | 주식회사 북큐브네트웍스 |
| 14 | 시멘토 eBook | 시멘토 |
| 15 | 알라딘 | (주)알라딘커뮤니케이션 |
| 16 | 예스24 | 예스이십사(주) |
| 17 | 월라 | 인플루엔셜 |
| 18 | 유페이퍼 | (주)유페이퍼 |
| 19 | 인터파크도서 | 주식회사 인터파크 |
| 20 | 피우리넷 | (주)누온 |

나. 만화/웹툰 분야 (순서 : 서비스명 가나다 순)

| 연번 | 서비스명 | 사업자명 |
|----|-------|--------------|
| 1 | 네이버웹툰 | 네이버웹툰 |
| 2 | 딜리헛 | (주)딜리헛 |
| 3 | 라라툰 | 라라툰 |
| 4 | 레진코믹스 | (주)레진엔터테인먼트 |
| 5 | 리디 | (주)리디 |
| 6 | 마녀코믹스 | (주)서울미디어코믹스 |
| 7 | 무툰 | (주)핑거스토리 |
| 8 | 미스터블루 | 미스터블루(주) |
| 9 | 버프툰 | (주)엔씨소프트 |
| 10 | 봄툰 | (주)키다리스튜디오 |
| 11 | 북큐브 | 주식회사 북큐브네트웍스 |

| 연번 | 서비스명 | 사업자명 |
|----|---------|-----------------|
| 12 | 블라이스 | 주식회사 스토리위즈 |
| 13 | 스푼코믹스 | 넥스츠퍼 코리아 주식회사 |
| 14 | 애니툰 | (주)애니툰 |
| 15 | 원스토리 | 원스토어(주) |
| 16 | 조아라 | (주)조아라 |
| 17 | 카카오 페이지 | (주)카카오엔터테인먼트 |
| 18 | 카카오웹툰 | 주식회사 카카오 엔터테인먼트 |
| 19 | 케이툰 | 주식회사 스토리위즈 |
| 20 | 코미코 | 엔에이치엔 |
| 21 | 탐툰 | 탐코 |
| 22 | 투믹스 | (주)투믹스 |
| 23 | 포켓노블 | 러브노블 |
| 24 | 폭스툰 | (주)폭스툰 |
| 25 | 피너툰 | (주)피너툰 |

다. 음악 분야 (순서 : 서비스명 가나다 순)

| 연번 | 서비스명 | 사업자명 |
|----|-----------|--------------|
| 1 | TJ노래방 | 티제이커뮤니케이션(주) |
| 2 | 가방 | (주)금영엔터테인먼트 |
| 3 | 네이버바이브 | 네이버(주) |
| 4 | 멜론 | (주)카카오엔터테인먼트 |
| 5 | 뮤직쉐이크닷컴 | (주)싸일런트뮤직밴드 |
| 6 | 박스 | (주)엔에이치엔박스 |
| 7 | 벨365 | (주)엠피엔 |
| 8 | 브랜드라디오 | (주)브랜드라디오 |
| 9 | 삼성뮤직 | 삼성전자(주) |
| 10 | 삼비지엠 | 삼비지엠 |
| 11 | 셀바이뮤직 | (주)뮤직플렛 |
| 12 | 소리바다 | (주)소리바다 |
| 13 | 썸씽 | (주)이멜벤처스 |
| 14 | 지니 | 지니뮤직 |
| 15 | 카카오뮤직 | 카카오 |
| 16 | 케이비에스 클래식 | 케이비에스미디어(주) |
| 17 | 팟빵 | (주)팟빵 |
| 18 | 플로 | (주)드림어스컴퍼니 |
| 19 | 흐름 | (주)나이비 |

라. 온라인 게임 분야 (순서 : 서비스명 가나다 순)

| 연번 | 서비스명 | 사업자명 |
|----|--------------------------|----------------|
| 1 | DK 온라인 | 마상소프트 |
| 2 | Echo Of Souls : The Blue | 블루포션게임즈(주) |
| 3 | Rappelz | (주)갈라랩 |
| 4 | 검은사막 | 펄어비스 |
| 5 | 갯앰프드 | (주)준인터 |
| 6 | 구룡쟁패 | (주)중원게임즈 |
| 7 | 나인엔젤 | (주)팀퀘스트 |
| 8 | 다크에덴 | (주)소프트온 엔터테인먼트 |
| 9 | 데카론 | (주)유비퍼스튜디오 |
| 10 | 드래곤네스트 | (주)이엔피게임즈 |
| 11 | 디지털마스터즈 | (주)무브인터랙티브 |
| 12 | 라그나로크온라인 | (주)그라비티 |
| 13 | 로스트사가 | 위메이드 |
| 14 | 로스트아크 | 스마일게이트 |
| 15 | 로한 | (주)플레이워드 |
| 16 | 리그오브레전드 | 라이엇게임즈코리아 |
| 17 | 리니지 | (주)엔씨소프트 |
| 18 | 무협 오리진 | (주)노블게임즈 |
| 19 | 뮤 온라인 | (주)웹젠 |
| 20 | 믹스마스터 | 주식회사 조이플 |
| 21 | 배틀그라운드 | 펍지 주식회사 |
| 22 | 블레이드앤소울 | (주)엔씨소프트 |
| 23 | 삼국지w | AmuzingPark |
| 24 | 십이지천2 | (주)베가게임즈 |
| 25 | 아이온 | (주)엔씨소프트 |
| 26 | 아키에이지 | (주)엑스엘게임즈 |
| 27 | 에이카온라인 | (주)한빛소프트 |
| 28 | 위게임즈 | 코스모스엔터테인먼트(주) |
| 29 | 이카루스 | (주)밸로프 |
| 30 | 이터널시티2 | (주)몬스터넷 |
| 31 | 천하제일상 거상 | (주)에이케이인터랙티브 |
| 32 | 카발온라인 : 트랜센덴스 | (주)이스트게임즈 |
| 33 | 칼온라인 | (주)아이닉소프트 |
| 34 | 테일즈런너 | 스마일게이트메가포트 |
| 35 | 트라비아2 | (주)재미인터랙티브 |
| 36 | 파이널판타지14 | (주)엑토스소프트 |
| 37 | 패스 오브 엑자일 | 카카오게임즈 |
| 38 | 프리스타일2 | (주)조이시티 |

| 연번 | 서비스명 | 사업자명 |
|----|---------|----------|
| 39 | 피망 포키포키 | (주)네오위즈 |
| 40 | 피파온라인4 | (주)넥슨코리아 |

마. 모바일 게임 분야 (순서 : 서비스명 가나다 순)

| 연번 | 서비스명 | 사업자명 |
|----|-----------------------|--------------|
| 1 | FC 모바일 | 넥슨 |
| 2 | MLB 퍼펙트 이닝 : Ultimate | (주)컴투스홀딩스 |
| 3 | Order Zero | (주)이키나게임즈 |
| 4 | Pokopang Town | 트리노드(주) |
| 5 | Sunless City : 야경게임 | 5Byte |
| 6 | 거상m 장비록 | (주)알피지리퍼블릭 |
| 7 | 검은사막 모바일 | 펄어비스 |
| 8 | 고양이 오피스: 타이쿤 게임 | 트리플라 |
| 9 | 귀환병 전기:레트로RPG | (주)드림플레이게임즈 |
| 10 | 닌자대전 | 게임듀오 |
| 11 | 대항해대전 | (주)조이시티 |
| 12 | 데카론m | (주)썸에이지 |
| 13 | 드래곤 빌리지 | 하이브로 |
| 14 | 드래곤 플라이트 | 라인게임즈 |
| 15 | 라그나로크M : 영원한 사랑 | 그라비티 |
| 16 | 라스트 오리진 | (주)벨로프 |
| 17 | 레알팜 | 네오게임즈 |
| 18 | 로드 오브 히어로즈 | 클로버게임즈 |
| 19 | 리그오브레전드 : 와일드드리프트 | (주)라이엇게임즈코리아 |
| 20 | 마피아42 | 팀42 |
| 21 | 머지 스위치 : 고양이 카페 스토리 | 스프링컴즈 |
| 22 | 머지 택틱스 : 킹덤 디펜스 | 로드컴플릿(주) |
| 23 | 뮤오리진3 | 웹젠 |
| 24 | 미니골프킹 | 라이징윙스(주) |
| 25 | 미르4 | (주)위메이드 |
| 26 | 배틀그라운드 모바일 | 펍지 주식회사 |
| 27 | 백일몽화 | (주)에이트스튜디오 |
| 28 | 블레이드&소울 레볼루션 | 넷마블 |
| 29 | 삼국지K | 채플린게임 |
| 30 | 서머너즈워 | 컴투스 |
| 31 | 십이지천m | (주)엔토리 |
| 32 | 아이러브니키 | 넥스처 |
| 33 | 앨리스픽션 | 원더플래닛 주식회사 |
| 34 | 에픽세븐 | 스마일게이트 스토브 |

| 연번 | 서비스명 | 사업자명 |
|----|--------------------|----------------|
| 35 | 오딘 발할라 라이징 | 카카오 게임즈 |
| 36 | 오크 : 종족의 계승자 | 이편컴퍼니 |
| 37 | 위 베어 베어스 더 퍼즐 | 위메이드플레이 |
| 38 | 좀비고등학교 | 어썬피스 |
| 39 | 쿠키런 : 오븐브레이크 | 데브시스터즈 |
| 40 | 킹덤 전쟁의 불씨 | fowgames |
| 41 | 킹스레이드 | 베스파 |
| 42 | 탄탄사천성 | 넵툰 |
| 43 | 페어리테일:위대한여정 | 게임펍 |
| 44 | 포켓몬 퀘스트 | (주)포켓몬코리아 |
| 45 | 포트리스M | 씨씨알컨텐츠트리 |
| 46 | 푸푸게임 | 이엔피게임즈 |
| 47 | 피망 포커 | 네오위즈 |
| 48 | 한게임 포커 | 엔에이치엔엔터테인먼트(주) |
| 49 | 흑월:오토 액션 RPG | (주)핸디커뮤니케이션즈 |
| 50 | 히어로 어셈블:방치형 액션 RPG | 쿡앱스 |

바. 영상서비스 분야 (순서 : 서비스명 가나다 순)

| 연번 | 서비스명 | 사업자명 |
|----|--------------|-------------|
| 1 | LG U+ 모바일 TV | (주)LG 유플러스 |
| 2 | 네이버 나우 | 네이버 |
| 3 | 라이브스타 | 센클라우드 |
| 4 | 라프텔 | (주)라프텔 |
| 5 | 메가파일 | (주)차차커뮤니케이션 |
| 6 | 모바일B TV | SK브로드밴드 |
| 7 | 비고 라이브 | 비고라이브 |
| 8 | 비플릭스 | (주)제타미디어 |
| 9 | 세이캐스트 | (주)엔에이치엔빅스 |
| 10 | 쉐어박스 | (주)웹플레이 |
| 11 | 스포티비 나우 | (주)커넥티비티 |
| 12 | 스폰라디오 | 스폰라디오 |
| 13 | 아프리카티비 | (주)쑈 |
| 14 | 예스파일 | (주)M&T |
| 15 | 온디스크 | 주식회사 이티엠에스 |
| 16 | 왓차 | 프로그램스 |
| 17 | 웨이브 | 콘텐츠웨이브 주식회사 |
| 18 | 쿠팡플레이 | 쿠팡 |
| 19 | 트위치 | 트위치 |
| 20 | 티빙 | CJ헬로비전 |

| 연번 | 서비스명 | 사업자명 |
|----|------|-----------|
| 21 | 티플 | (주)티플미디어 |
| 22 | 파일마루 | (주)필스위트 |
| 23 | 파일몽 | (주)웹트리 |
| 24 | 파일보고 | (주)원피플 |
| 25 | 팝콘티비 | 더이앤엠 주식회사 |
| 26 | 팟빵 | 태그스토리 |

사. 이러닝 분야 (순서 : 서비스명 가나다 순)

| 연번 | 서비스명 | 사업자명 |
|----|-----------|-----------------|
| 1 | 대성마이맥 | 디지털대성 |
| 2 | 더존이러닝 | (주)더존비즈온 |
| 3 | 도약닷컴 | (주)도약 |
| 4 | 마더텅 | (주)마더텅 |
| 5 | 멀티캠퍼스 이러닝 | (주)멀티캠퍼스 |
| 6 | 메가스터디 | 메가스터디교육(주) |
| 7 | 메가엠디 | 메가엠디(주) |
| 8 | 문정아중국어 | (주)비즈엠코리아웍스 |
| 9 | 밀크티중학 | (주)천재교과서 |
| 10 | 수박씨 | (주)비상교육 |
| 11 | 스픽 | 스픽이지랩스코리아 주식회사 |
| 12 | 시원스쿨 | (주)에스제이더블유인터내셔널 |
| 13 | 아이스크림홈런 | (주)아이스크림에듀 |
| 14 | 야나두 | 주식회사 야나두 |
| 15 | 와이비엠시사 | 와이비엠넷(주) |
| 16 | 웅진빅박스 | (주)웅진컴퍼스 |
| 17 | 윙크 | (주)단비교육 |
| 18 | 잉글리쉬무무 | (주)잉글리쉬무무 |
| 19 | 지스쿨 | (주)와이에스디 |
| 20 | 카스파 | 카스파 |
| 21 | 칸다 | 매스프레소 |
| 22 | 큐스터디 | (주)권태원 큐스터디 |
| 23 | 클래스101 | (주)클래스101 |
| 24 | 해커스인강 | (주)챔프스터디 |
| 25 | 휴넷 | (주)휴넷 |

아. 정보서비스 분야 (순서 : 서비스명 가나다 순)

| 연번 | 서비스명 | 사업자명 |
|----|-----------|-----------------|
| 1 | 곰믹스 | 곰앤컴퍼니 주식회사 |
| 2 | CAFÉ 24 | 카페24(주) |
| 3 | cisbid | (주)건설정보시스템 |
| 4 | 골프존 | (주)골프존 |
| 5 | 네이버 | 네이버 |
| 6 | 네이트 | SK커뮤니케이션즈 |
| 7 | 대입정보포털여디가 | 한국대학교육협의회 |
| 8 | 드림위즈 | 드림위즈인터넷 |
| 9 | 리얼클릭 | (주)디엔에이소프트 |
| 10 | 망고보드 | (주)리아모어소프트 |
| 11 | 문자나라 | (주)문자나라 |
| 12 | 미리캔버스 | (주)미리디 |
| 13 | 비즈폼 | (주)비즈폼 |
| 14 | 세이클럽 | (주)엔에이치엔빅스 |
| 15 | 쑥쑥닷컴 | 쑥쑥플래닛 주식회사 |
| 16 | 예스폼 | (주)예스폼 |
| 17 | 오픈애즈 | 엔에이치엔에이디 |
| 18 | 이지데이 | (주)이지에이치엘디 |
| 19 | 인터빌 | (주)중앙인터빌 |
| 20 | 줌 | 줌인터넷(주) |
| 21 | 천리안 | 미디어로그 |
| 22 | 카카오 | 카카오 |
| 23 | 캠퍼스플러스 | (주)인투인미디어 |
| 24 | 커리어 | (주)커리어넷 |
| 25 | 코리아닷컴 | (주)코리아닷컴커뮤니케이션즈 |
| 26 | 클럽아트코리아 | 통로이미지(주) |
| 27 | 토파스여행정보 | 토파스여행정보(주) |
| 28 | 팩스넷 | (주)팩스넷 |
| 29 | 프리진 | 비비트리 주식회사 |
| 30 | 플리토 | 주식회사플리토 |
| 31 | 허브잡 | (주)지에스씨넷 |

2. 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, 비밀보호를 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 대금결제수단으로 사용할 수 있는 정보로서 “회원”이 “회사” 또는 제3자로부터 유상으로 구입한 것을 말합니다.
9. “무상포인트”라 함은 “콘텐츠” 또는 제반서비스를 이용 또는 구매함에 있어 대금결제수단으로 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 규제에 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 초 화면에 그 적용일자 7일(“이용자”에게 불리한 변경 또는 중대한 사항의 변경은 30일) 이전 부터 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 발송 합니다.
- 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 서 비스를 제공하는 것이 기술적, 영업적으로 곤란한 경우 “회사”는 “이용자”의 손해를 배상하고, 콘 텐츠 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 따 라 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, 문자메시지 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 이용하

도록 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 “회원”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 는 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 신청서 기재사항 이외에 “이용자”의 “콘텐츠” 이용에 필요한 최소한의 정보를 “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 이용자

에게 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 알리고 동의를 받습니다. 다음 각 호의 어느 하나의 사항을 변경하려는 경우에도 “이용자”의 동의를 받습니다.

1. 개인정보를 제공받는 자의 신원성명(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 개인정보를 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 과오금이 발생한 경우 “회사”는 계약비용, 수수료 등에 관계없이 과오금 전액을 환급합니다. 다만, “이용자”의 책임 있는 사유로 과오금이 발생한 경우, 과오금의 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 그러하지 않습니다.
- ⑤ “회사”는 “콘텐츠”의 이용에 필요한 경우 정기점검을 실시할 수 있으며, 정기점검을 실시하기 24시간 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·제6항, 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 수신거절에도 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 청소년유해매체물이 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 저

작권 등의 권리를 가집니다. “회사”는 “이용자”의 저작물을 사용하고자 하는 경우 당해 “이용자”의 허락을 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 제1항의 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 해당하여 “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 경우엔 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 지체없이 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 계약해제·해지]

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 미사용횟수에 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, 30일 이내에 그 사유가 시정되지 않은 경우
- ③ 제2항의 해제·해지는 제11조 제1항에서 정하고 있는 방법에 따라 "이용자"에게 그 의사표시가 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 이용한 경우 그 사용에 따라 얻은 이익을 반환해야 하며, "회사"는 대금을 받은 날로부터 그 대금에 이자를 더하여 이용자에게 반환하고 "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 "이용

자”에 게 손해배상을 청구할 수 있습니다. 다만, “이용자”가 고의 또는 과실 없음을 증명한 경우에는 그 러하지 않습니다. 계약의 해지 또는 대금의 환급에 관하여 “이용자”의 책임이 있는지 여부, 계약 이 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 초과할수 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 손해에 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 내용에대하여 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 적립오류 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 제32조 에 따라 “콘텐츠”이용계약을 해제 또는 해지한 경우. 다만, 제32조 제2항에 따라 “콘텐츠”이용계 약을 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 통보합니다.

3. 2024년 이용약관 평가표

1) 과오납금의 환불방법 및 절차

| 중분류 및 소분류 | 비고(지침조항) |
|--|-----------|
| 1-1) 약관에“과오금 환급 관련 내용”명시 여부 | 지침 10조 |
| 1-1-1) 약관에“과오금 전액 환급”명시 여부 | 지침 10조 3항 |
| 1-2) 약관에“과오금 환급방법”명시 여부 | 지침 10조 2항 |
| 1-2-1) 약관에“대금결제와 동일한 방법으로 환급”명시 여부 | 지침 10조 2항 |
| 1-2-2) 동일한 방법으로 과오금 환급 불가 시“이용자가 선택한 방법으로 환급”명시 여부 | 지침 10조 2항 |

2) 청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지의 방법과 그 효과

| 중분류 및 소분류 | 비고(지침조항) |
|--|----------------|
| 2-1) (청약철회 기간) 약관에“계약서 교부일 또는 콘텐츠 공급일로부터 XX일 이내에 청약 철회 허용”명시 여부 | 지침 11조 |
| 2-1-1) 약관에 청약철회 가능기간을“7일 이상”으로 명시 여부 | 지침 11조 1항 |
| 2-2) (청약철회 기간, 표시내용과 다른 경우) 약관에“콘텐츠의 내용이 표시 및 광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회 가능”명시 여부 | 지침 11조 3항 |
| 2-2-1) 이용자는“구두 또는 서면으로 청약철회 할 수 있음”명시 여부 | 지침 11조 4항 |
| 2-2-2) 약관에“공급일로부터 3개월 이상”또는“인지한 날로부터 30일 이내”명시 여부 | 지침 11조 3항 |
| 2-3) (청약철회 효과) 약관에“청약철회 시 콘텐츠 대금 환급”명시 여부 | 지침 12조 |
| 2-3-1) 약관에 환급기간을“3영업일 이하”로 명시여부 | 지침 12조 3항 |
| 2-3-2) 약관에“사업자는 이용자에게 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않음”명시 여부 | 지침 12조 8항 |
| 2-4) (이용계약 해제, 해지) 약관에“이용자의 계약해제 및 해지권 부여” 명시 여부 | 지침 13조 |
| 2-5) (계약해제 및 해지의 효과) 약관에 계약해제, 해지의 효과로 “사업자는 이용자에게 대금을 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) (청약철회, 이용계약 해제 또는 해제방법) 약관에“계약체결시 사용방법 외에 청약 철회, 계약해제 /해지 수단 제공”명시 | 지침 24조 |
| 2-6-1) 해당 청약철회 수단의 방법으로 약관에“청약철회, 계약해제/해지를 위한 전화번호, 이메일 및 팩스번호”명시 여부 | 지침 24조 1항 |

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

| 중분류 및 소분류 | 비고(지침조항) |
|---|---------------|
| 3-1) (피해보상 기준, 범위 및 방법, '다운로드 방식') 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 온라인 콘텐츠를 다시 공급하며, 불가능한 경우 이용자가 지급한 대금에 손해배상액을 더해 지급" 명시 여부 | 지침 28조 1항 |
| 3-1-2) 약관에 완전한 콘텐츠 재공급 시간 "24시간 이내"로 명시 여부 | 지침 29조 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 | 지침 27조 |
| 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 | 지침 27조 1항 1호 |
| 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 | 지침 27조 2항 2호 |

4) 분쟁해결 방법 및 절차

| 중분류 및 소분류 | 비고(지침조항) |
|--|----------|
| 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 |

5) 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항

| 중분류 및 소분류 | 비고(지침조항) |
|---|--------------|
| 5-1) (계약체결전 정보제공) 약관 및 서비스 메뉴 등에서 "사업자 및 콘텐츠에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시, 광고 또는 고지" 했는지 여부 | 지침 7조 |
| 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) (미성년자 법정대리인 동의) 약관에 "미성년자인 경우 법정대리인 동의를 얻지 못한 경우 본인이나 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있음" 명시 여부 | 지침 7조 2항 12호 |
| 5-3) (약관변경의 통지) 약관에 "약관 변경시 변경통지" 명시 여부 | 지침 6조 |
| 5-3-1) 약관 변경전 공지기간을 "최소 7일전"으로 명시했는지 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 |

2024 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사

주관기관 | 한국콘텐츠진흥원

연구책임 | 지경화 (공정상생센터 센터장)

이현주 (공정상생센터 부장)

김지선 (공정상생센터 주임)

연구용역 수행기관 | (주)티브릿지코퍼레이션

연구용역 책임자 | 김경남 ((주)티브릿지코퍼레이션 연구실장)

연구원 | 김기웅 ((주)티브릿지코퍼레이션 대리)

연구보조 | 박수현 ((주)티브릿지코퍼레이션 연구원)

발행인 | 유현석 (한국콘텐츠진흥원 원장직무대행)

발행일 | 2024년 11월 20일

발행처 | 한국콘텐츠진흥원

주소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)

전화 | 1566-1114

홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호_KOCCA24-09

ISBN_979-11-6677-259-7 (93600) (비매품)

* 본 보고서의 저작권은 한국콘텐츠진흥원이 소유하고 있으며, 내용을 인용하고자 할 경우에는 반드시 『2024 콘텐츠이용자 보호지침 준수 실태조사』 ○ ○ 쪽에서 인용하였음을 표시해 주시기 바랍니다.

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