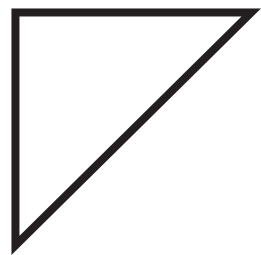

2018 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사

20

18

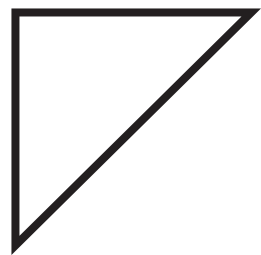


※ 본 보고서의 내용은 집필자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.
※ 본 보고서는 2018년 11월 말 ~ 12월 초 기준으로 작성되었습니다.

2018 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사

20

18



■ 요약문 ■

제1장. 들어가며

□ 콘텐츠산업과 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사

- 콘텐츠를 사이에 둔 분쟁은 콘텐츠라는 상품의 이용을 두고 사업자와 이용자 간에 이해관계가 다를 때 발생하는 것으로 기존의 단순한 이용환경이 서비스 방법의 다양화 등으로 복잡해지면서 분쟁 사례 또한 다양해지고 있음
- 「콘텐츠산업진흥법」은 28조(이용자보호지침의 제정 등)를 통해 이용자 보호를 위한 약관을 요구하여, 업계의 자율준수 확산을 위한 현황파악(실태조사)이 필요
 - 진흥법에서는 이용자 보호를 위해 이용자보호지침 동등 이상의 약관 내용을 사업자에 요구

□ 콘텐츠 이용자 보호를 위한 제도적 장치

- 콘텐츠이용자보호지침 : 사업자가 이용자보호를 위하여 자율적으로 지켜야 할 항목을 정하여 문화체육관광부장관이 고시한 사항으로, 콘텐츠사업자가 자율적으로 준수할 내용을 정함으로써 콘텐츠의 건전한 거래 및 유통질서를 확립하고 이용자를 보호하려는데 그 목적이 있음
- 약관의 규제에 관한 법률과 표준약관제도: 공정거래위원회는 소비자정책 중 ‘사업자가 그 거래상의 지위를 남용하여 불공정한 내용의 약관을 작성·통용하는 것을 방지하고 불공정한 내용의 약관을 규제하여 건전한 거래질서를 확립하고 소비자를 보호하기 위해’ 약관규제법을 시행하고 있음
- 표시광고의 공정화에 관한 법률 : 약칭 ‘표시광고법’이라고 하며, 상품 또는 용역에 관한 표시·광고를 할 때 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 하는 부당한 표시·광고를 방지하고 소비자에게 바르고 유용한 정보의 제공을 촉진함으로써 공정한 거래질서를 확립하고 소비자를 보호함을 목적으로 함
- 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률: 약칭 ‘전자상거래법’으로 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래에 관한 사항을 규정함으로써 소비자의 권익을 보호하고 시장의 신뢰도를 높여 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 함
- 소비자분쟁해결기준: 소비자와 사업자 사이에 발생하는 분쟁을 원활하게 해결하기 위한 합의 또는 권고의 기준

□ 콘텐츠 이용자 보호 관련 주요 이슈들

- 모바일 앱과 인앱(In-App)결제: 디지털콘텐츠 구매 시 신용카드 등 일반결제보다 인앱결제의 취소·환급이 어려운 것으로 분석됨
- 1인 미디어 시장의 확산과 미성년자 피해: 정보통신기술(ICT)의 발달과 스마트폰 보급 확대로 1인 미디어 대중화, 미성년자의 유료서비스 구입, 명의도용, 성인콘텐츠에 대한 노출 등이 문제로 부각

제2장. 조사 개요

□ 조사 목적

- 콘텐츠가 유통되고 거래되는 과정에서 이용자들의 피해를 최소화하고, 기본권익을 보호하기 위하여 제정한 「콘텐츠이용자보호지침」(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

□ 연도별 실태조사의 평가항목 변동

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

□ 모집단 구성 및 표본설계

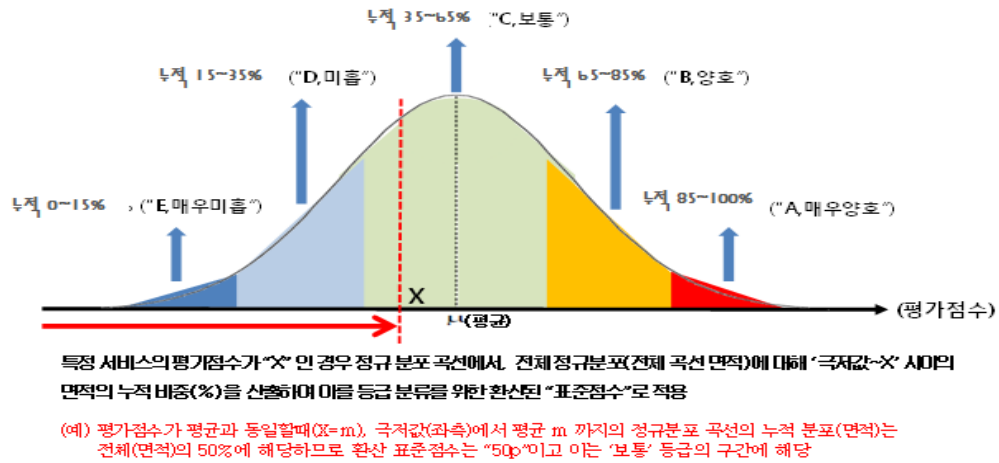
- (모집단 구성) 본 실태조사의 전체 모집단은 콘텐츠산업 특수분류체계에 규정된 산업 대분류 11개 중 주로 B2B 형태의 사업을 영위하는 광고 및 콘텐츠솔루션 산업을 제외한 9개 산업을 영위하는 콘텐츠 사업체를 대상으로 함
- (표본 추출) 전체 모집단 리스트에서 임의추출 방식으로 사업체를 선정 후, PC· 모바일 등을 통하여 온라인 콘텐츠 서비스가 제공되는 웹사이트 또는 모바일앱을 실태조사 표본으로 추출
- 2018년 실태조사 장르별 모집단 수 및 비중

연번	장르 구분	모집단 리스트 [개]	상당 비중 [%]	기본배분 [개]	비례배분 [개]	조정 배분* [개]	최종 배분 [개]
1	출판	555	0.1%	20	0	-	20
2	만화	120	0.1%	20	0	1	21
3	음악	264	1.4%	20	0	-3	17
4	온라인게임	93	31.1%	20	20	2	42
5	모바일게임	92	46.7%	20	30	3	53
6	영상서비스	378	2.1%	20	0	-3	17
7	이러닝	260	9.0%	20	10	1	31
8	정보서비스	222	9.5%	20	10	1	31
	(계)	1,984	100.0%	160	70	2	232

□ 이용약관 평가결과의 통계적 지수화

- 실태조사에 포함된 전체 232개 서비스의 특징(평균, 표준편차)을 반영하는 정규분포 곡선에서 특정 평가점수가 최하위부터 누적하여 전체 평가점수 분포에서 어느 정도 수준에 위치하는지를 표준 점수(이하 본 보고서에서는 'p'(point) 점수로 표기)의 환산방법으로 이용

[그림 요약1] 정규분포 곡선 및 평가점수에 따른 환산 표준점수의 개념



- 보호지침 준수 등급 분류: 232개 표본의 평가점수로 산출한 표준점수를 기준으로 5단계의 등급 분류안을 마련

제3장. 조사 결과

- 동일 주제로 묶여 있는 대분류별 평가항목 기준으로 평균 평가점수를 산출

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

[표 요약1] 2018 실태조사 결과 장르별 종합표

No.	장르명	주요 서비스	조사시행 [개]	대분류별 평균 평가점수 [점, 만점대비%]					총점 (100)	표준 점수 (p)
				1 (15)	2 (43)	3 (8)	4 (12)	5 (22)		
1	출판	전자책	20	5.2 (34.3)	36.1 (84.0)	5.8 (72.5)	10.2 (85.0)	19.1 (86.8)	76.4	49.5p
2	만화	웹툰	21	11.0 (73.0)	37.6 (87.4)	3.9 (48.8)	8.6 (71.4)	20.9 (94.8)	81.9	59.2p
3	음악	MP3 다운로드/스트리밍, 벨소리, 노래방 서비스 등	17	10.1 (67.5)	34.3 (79.8)	6.5 (80.9)	7.4 (61.8)	19.8 (89.8)	78.1	52.6p
4	온라인게임	웹게임	42	11.0 (73.3)	38.8 (90.3)	6.3 (78.9)	8.6 (71.4)	20.8 (94.4)	85.5	65.3p
5	모바일게임	모바일게임	53	10.5 (70.2)	31.1 (72.3)	4.6 (58.0)	9.1 (75.5)	19.7 (89.6)	75.0	47.2p
6	영상서비스	영화 스트리밍, 웹하드(다운로드)	17	10.6 (70.6)	28.2 (65.7)	5.5 (68.4)	11.3 (94.1)	17.4 (79.1)	73.0	43.6p
7	이러닝	동영상 교육 등	31	9.9 (66.0)	33.9 (78.9)	6.1 (76.2)	11.0 (91.9)	19.2 (87.4)	80.2	56.3p
8	정보서비스	포털, 캐릭터, 이미지 등	31	6.2 (41.5)	23.1 (53.6)	4.0 (50.4)	11.0 (91.9)	17.2 (78.2)	61.5	25.2p
(계, 평균)			232	9.5 (63.0)	32.8 (76.3)	5.3 (66.2)	9.6 (80.0)	19.4 (88.1)	76.6	50.0p

□ 전체 장르별/평가항목별 결과

- (장르별) 전체 232개 표본의 실태조사 결과 이용약관 평균 평가점수(100점 만점)는 76.6점을 기록 하였으며, 장르별로는 ‘온라인게임’ 장르가 85.5점으로 가장 높은 결과를 나타냈고, ‘정보서비스’ 장르는 61.5점으로 가장 낮은 평가점수를 보임
- (평가항목별) 전체 실태조사 결과 각 대분류 항목별 평가점수(만점대비% 기준)를 살펴보면, ‘기타 정보제공’에 대한 항목이 88.1%로 가장 높은 평가점수 수준을 기록 하였고, ‘과오납금’ 관련 항목이 63.4%로 가장 낮은 수준을 나타냄

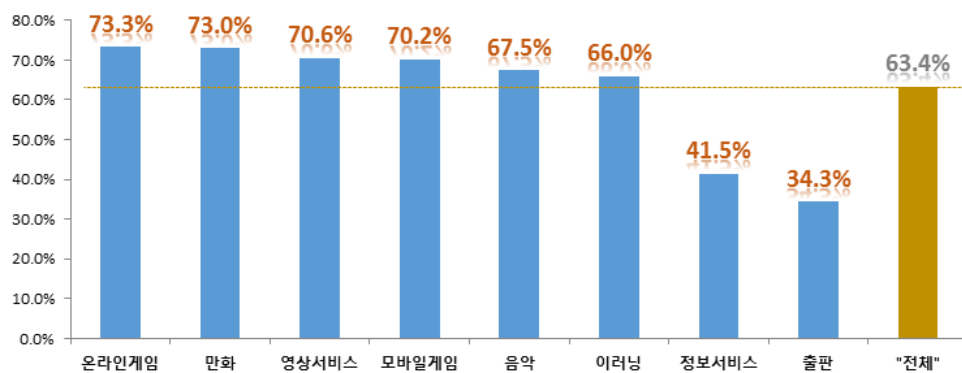
□ 장르별 표준점수 분포 및 등급 평가 종합

- 총 232개 표본 중 통계처리로 환산한 표준점수로 A(매우양호) 10개, B(양호) 83개, C(보통) 67개, D(미흡) 38개, E(매우미흡) 34개 등 전체 표본들의 보호지침 준수 등급이 분류됨

□ 평가항목별 실태조사 결과

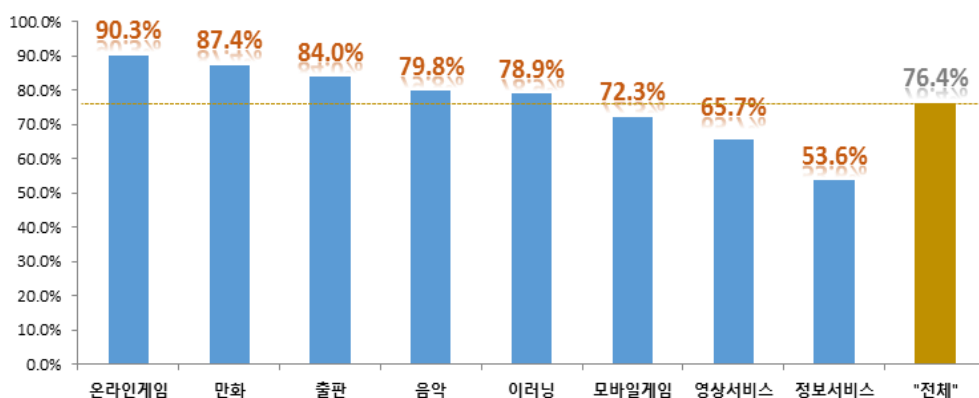
[그림 요약2] 과오납금(대분류1) 관련 항목 실태조사 결과

(항목별 만점대비%, 사례수: 232)



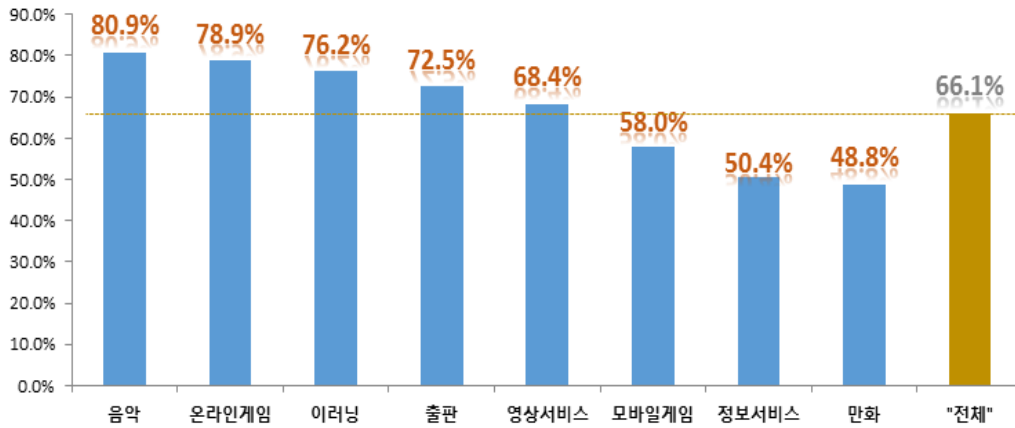
[그림 요약3] 청약철회 및 계약 해제·해지(대분류2) 관련 항목 실태조사 결과

(항목별 만점대비%, 사례수: 232)



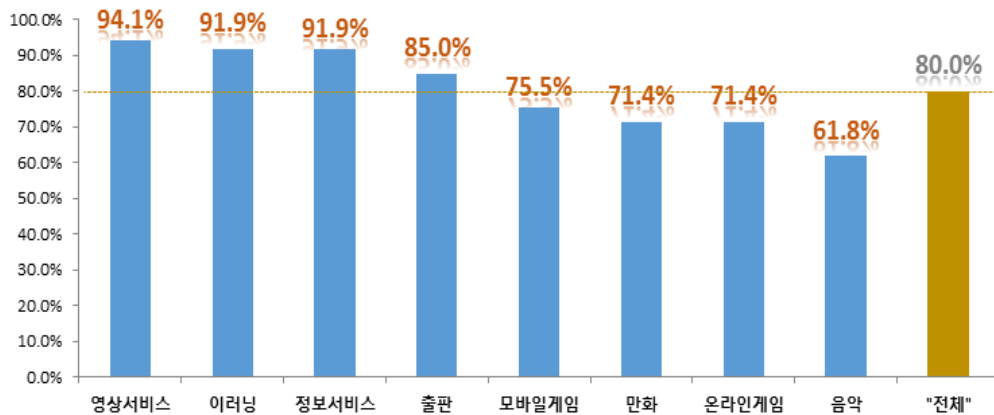
[그림 요약4] 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상(대분류3) 관련 항목 실태조사 결과

(항목별 만점대비%, 사례수: 232)



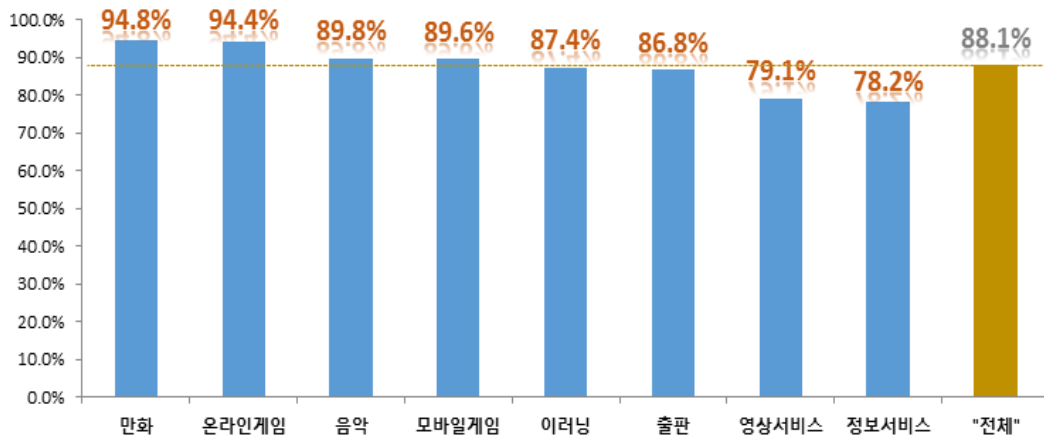
[그림 요약5] 분쟁해결 방법 및 절차(대분류4) 관련 항목 실태조사 결과

(항목별 만점대비%, 사례수: 232)



[그림 요약6] 사업자 및 콘텐츠 관련 정보제공 등(대분류5) 관련 항목 실태조사 결과

(항목별 만점대비%, 사례수: 232)

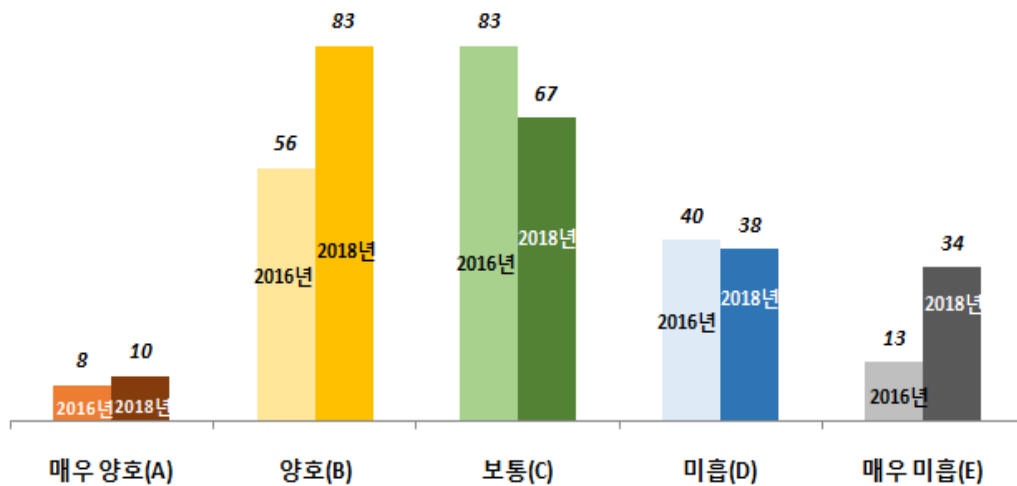


제4장. 결론 및 제언

□ 결론

- 전반적으로 2016년보다 콘텐츠이용자보호 약관 준수 수준 상승
- 표준화된 점수 기준으로는 ‘출판’, ‘만화’, ‘온라인 게임’, ‘이러닝’ 장르만 2016년보다 준수 수준이 상승한 것으로 나타남
- 2018년 평가 결과는 2016년에 비해 점수별 빈도가 ‘우’로 치우쳐 있으며, 표준편차가 2016년보다 크게 나타남
- 2016년 조사 이후 콘텐츠이용자보호지침에 대한 인식이 높아져 약관을 보완하기 위한 수정작업을 한 업체의 의지가 2018년 조사결과에서 일부 반영된 것으로 보임
- 양호 업체(매우양호+양호) 업체는 2016년보다 2018년에 증가

[그림 요약기] 실태조사 대상의 표본 등급별 분포(2016년 vs 2018년)



- 장르별 표본등급의 분포에 차이 드러났는데, 모바일게임과 정보서비스 사업체 약관이 특히 취약
- 항목별 점수 중에는 ‘콘텐츠 및 사업자 관련 정보 제공, 동의 없는 미성년자 계약 취소, 약관 변경 고지 및 동의’ 사항으로 구성된 ‘5. 기타 정보제공’ 항목이 88.1%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 이는 2016년도에도 마찬가지였음
- 과오납금 환급 가능 여부에 대한 명시보다 과오납금 환급 방법에 대한 명시가 적은 편
- 이용자 권리와 청약 철회에 대한 구체적 명시 수준이 전반적으로 높아짐
- 콘텐츠 및 서비스 불량에 따른 대금 환급 및 손해배상 명시와 구체적인 제공금/ 무료연장에 대한 약관 명시에 대한 준수 수준은 낮은 편

- 약관에 '분쟁조정기관에 의한 분쟁조정 관련사항'은 대부분 명시하고 있으나, 관련 인력 운영이나 체계 구비에 대해서는 명시하지 않은 경우가 많아 분쟁 관련 내부 인력을 운영하지 않는 경우가 다수인 것으로 나타남
- 미성년자 이용 계약 항목에 대한 명시는 아직도 미흡한 편

□ 이용자보호지침 개선을 위한 제언

- (제언 1) 장르별 사업자 특성을 반영한 실현가능한 이용자보호지침으로의 개정 필요
- (제언 2) 해외 사업자가 국내 약관을 준수할 수 있도록 하는 유인책이나 제도적 근거 마련
- (제언 3) 이용자 보호를 위한 타 법률과 통일성 있는 적용
- (제언 4) 중소·영세 사업자에게 약관 작성 컨설팅 지원
- (제언 5) 앱마켓 서비스 운영정책(인앱결제 포함)에 국내 이용자보호지침이 반영될 수 있도록 국제적 협조 필요
- (제언 6) 다양한 과금 방식을 고려하여 환불, 보상 등에 대한 보호지침 조항 수정

■ 목 차 ■

요약문	i
제1장. 들어가며	1
1. 콘텐츠산업과 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사	2
2. 콘텐츠 이용자 보호를 위한 제도적 장치	4
3. 콘텐츠 이용자 보호 관련 주요 이슈들	13
제2장. 조사 개요	17
1. 조사 목적 및 근거	18
2. 추진 절차 및 경과	19
3. 모집단 구성 및 표본설계	20
4. 이용약관 평가항목 선정 및 평가표 구성	25
5. 이용약관 평가결과의 통계적 지수화(표준점수 환산 및 보호지침 준수 등급 분류)	27
제3장. 조사 결과	31
1. 실태조사 결과 종합	32
2. 평가항목별 실태조사 결과	40
3. 장르별 실태조사 결과 및 분석	60
4. 콘텐츠 사업자 심층인터뷰	76
제4장. 결론 및 제언	89
1. 결론	90
2. 콘텐츠이용자보호지침 개선을 위한 제언	98
참고문헌	100
[부 록]	101
[부록 1] 2018년 실태조사 대상 서비스(사업자) 리스트	102
[부록 2] 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사 근거 법령	112
[부록 3] 콘텐츠이용자보호지침(고시2015-10)	114
[부록 4] 콘텐츠이용 약관의 견본	128
[부록 5] 콘텐츠이용자보호지침준수 실태 조사표 가이드라인	144

| 표 목 차 |

[표 1] 콘텐츠이용자보호지침의 개정 내용	4
[표 2] 콘텐츠 이용약관의 이용자보호 항목	6
[표 3] 콘텐츠이용자보호지침 구성 및 개요	7
[표 4] 공정거래위원회의 온라인게임 표준약관 구성	10
[표 5] 공정거래위원회의 모바일게임 표준약관 구성	10
[표 6] 표시광고의 공정화에 관한 법률 구성	11
[표 7] 콘텐츠 분쟁에서의 전자상거래법 적용의 예	12
[표 8] 연도별 실태조사의 평가항목 변동	19
[표 9] 2018 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사 추진 절차 및 경과	19
[표 10] 콘텐츠산업 특수분류체계	20
[표 11] 콘텐츠산업 특수분류체계 및 실태조사 분류체계 비교	22
[표 12] 2018년 실태조사 장르별 모집단 수 및 비중	23
[표 13] 최근 5년간 콘텐츠 이용피해 상담사례 추이(콘텐츠분쟁조정위원회)	23
[표 14] 2018년 실태조사 장르별 모집단 수 및 비중	24
[표 15] 2018년 실태조사 장르별 주요 서비스 형태	25
[표 16] 2018 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사용 이용약관 평가표	25
[표 17] 2018 실태조사 표준점수에 따른 서비스별 보호지침 준수 등급 분류	29
[표 18] 2018 실태조사 결과 장르별 종합표	32
[표 19] 2018 실태조사 대상 표본(232개)들의 장르별 평균 표준점수 및 등급별 개수	35
[표 20] 약관 평가점수 및 환산된 표준점수 비교(2018 실태조사 결과 기준)	36
[표 21] 2018 실태조사 대상 표본(232개)들의 평가점수 (장르별 점수 내림차순)	37
[표 22] 2018 실태조사 대상 표본(232개)들의 표준점수 (장르별 점수 내림차순)	38
[표 23] “과오납금 환급 가능 여부” 관련 항목 실태조사 결과	41
[표 24] “과오납금 환급 방법” 관련 항목 실태조사 결과	42
[표 25] “청약철회 허용 및 허용기간” 관련 항목 실태조사 결과	44
[표 26] “과오납금 환급 방법(광고·표시와 다른 경우)” 관련 항목 실태조사 결과	45
[표 27] “청약철회 효과” 관련 항목 실태조사 결과	46
[표 28] “이용계약 해제·해지권 부여” 관련 항목 실태조사 결과	47
[표 29] “계약해제·해지 효과” 관련 항목 실태조사 결과	49
[표 30] “청약철회, 계약해제·해지 방법” 관련 항목 실태조사 결과	50
[표 31] “피해보상 기준, 범위 및 방법” 관련 항목 실태조사 결과	51
[표 32] “분쟁조정” 및 “불만·피해구제 위한 인력·체계 구비” 관련 항목 실태조사 결과	54
[표 33] “계약체결 전 사업자 및 콘텐츠 관련 정보제공” 관련 항목 실태조사 결과	57
[표 34] “법정대리인 동의 없는 미성년자 이용계약 취소” 관련 항목 실태조사 결과	58
[표 35] “약관 변경 시 변경통지” 관련 항목 실태조사 결과	59
[표 36] 출판 분야 표본별 실태조사 결과	60
[표 37] 만화 분야 표본별 실태조사 결과	62
[표 38] 음악 분야 표본별 실태조사 결과	63

[표 39] 온라인게임 분야 표본별 실태조사 결과	65
[표 40] 모바일게임 분야 표본별 실태조사 결과	67
[표 41] 영상서비스 분야 표본별 실태조사 결과	70
[표 42] 이러닝 분야 표본별 실태조사 결과	71
[표 43] 정보서비스 분야 표본별 실태조사 결과	74
[표 44] 심층인터뷰 대상 사업체	76
[표 45] 사업자 대상 심층 인터뷰 질문 내용	77
[표 46] 약관 구성 시 가장 중요하게 여기는 사항에 대한 의견	79
[표 47] 2016년 vs 2018년 실태조사 점수별 빈도 및 정규분포 곡선	91
[표 48] 장르별 실태조사 대상의 표본 등급별 개수(2016년 vs 2018년)	93
[표 49] 과오납금 환급에 대한 연도별 조사결과 비교	94
[표 50] 청약철회/계약해제·해지에 대한 연도별 조사결과 비교	95
[표 51] 콘텐츠 결함 및 서비스 장애에 대한 연도별 조사결과 비교	96
[표 52] 분쟁해결 관련 조항 명시에 대한 연도별 조사결과 비교	96
[표 53] 기타 정보에 대한 연도별 조사결과 비교	97

그림 목 차

[그림 1] 최근 5년간 콘텐츠산업 매출액 규모	2
[그림 2] 분쟁조정사건 처리 현황(2012년~2017년)	3
[그림 3] 1인 미디어 관련 소비자 불만상담 현황	15
[그림 4] 정규분포 곡선 및 평가점수에 따른 환산 표준점수의 개념	28
[그림 5] 2018 실태조사 점수별 빈도 및 정규분포 곡선	33
[그림 6] 2018 실태조사 점수대별 빈도	33
[그림 7] 전체 장르별 실태조사 결과	34
[그림 8] 전체 대분류 평가항목별 실태조사 결과	34
[그림 9] 약관 평가점수의 표준점수 환산 개념	35
[그림 10] 전체 실태조사 표본(232개) 분야 등급별 표본 분포(개수)	39
[그림 11] 전체 실태조사 표본(232개) 분야 등급별 표본 분포(비중)	39
[그림 12] (비교) 이상적인 정규분포인 경우의 등급별 표본 분포(비중)	39
[그림 13] 과오납금(대분류1) 관련 항목 실태조사 결과	40
[그림 14] “과오납금 환급 가능 여부” 관련 항목 실태조사 결과	41
[그림 15] “과오납금 환급 방법” 관련 항목 실태조사 결과	42
[그림 16] 청약철회 및 계약 해제·해지(대분류2) 관련 항목 실태조사 결과	43
[그림 17] “청약철회 허용 및 허용기간” 관련 항목 실태조사 결과	44
[그림 18] “과오납금 환급 방법(광고·표시와 다른 경우)” 관련 항목 실태조사 결과	45
[그림 19] “청약철회 효과” 관련 항목 실태조사 결과	47
[그림 20] “이용계약 해제, 해지권 부여” 관련 항목 실태조사 결과	48
[그림 21] “계약해제·해지 효과” 관련 항목 실태조사 결과	49
[그림 22] “청약철회, 계약해제·해지 방법” 관련 항목 실태조사 결과	50
[그림 23] 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상(대분류3) 관련 항목 실태조사 결과	52
[그림 24] 분쟁해결 방법 및 절차(대분류4) 관련 항목 실태조사 결과	53
[그림 25] “분쟁조정기관에 의한 분쟁조정” 관련 항목 실태조사 결과	53
[그림 26] “이용자 불만, 피해구제 요청을 위한 인력 및 체계 구비” 관련 항목 실태조사 결과	55
[그림 27] 사업자 및 콘텐츠 관련 정보제공 등(대분류5) 관련 항목 실태조사 결과	56
[그림 28] “계약체결 전 사업자 및 콘텐츠 관련 정보제공” 관련 항목 실태조사 결과	57
[그림 29] “법정대리인 동의 없는 미성년자 이용계약 취소” 관련 항목 실태조사 결과	58
[그림 30] “약관 변경 시 변경통지” 관련 항목 실태조사 결과	59
[그림 31] 출판 분야 등급별 표본 분포	61
[그림 32] 출판 분야 항목별 평가점수	61
[그림 33] 만화 분야 등급별 표본 분포	62
[그림 34] 만화 분야 항목별 평가점수	63
[그림 35] 음악 분야 등급별 표본 분포	64
[그림 36] 음악 분야 항목별 평가점수	64
[그림 37] 온라인게임 분야 등급별 표본 분포	66
[그림 38] 온라인게임 분야 항목별 평가점수	66

[그림 39] 모바일게임 분야 등급별 표본 분포	68
[그림 40] 모바일게임 분야 항목별 평가점수	69
[그림 41] 영상서비스 분야 등급별 표본 분포	70
[그림 42] 영상서비스 분야 항목별 평가점수	71
[그림 43] 이러닝 분야 등급별 표본 분포	72
[그림 44] 이러닝 분야 항목별 평가점수	73
[그림 45] 정보서비스 분야 등급별 표본 분포	75
[그림 46] 정보서비스 분야 항목별 평가점수	75
[그림 47] 2016년 vs 2018년 실태조사 결과 비교(총점 기준)	90
[그림 48] 2016년 vs 2018년 실태조사 결과 비교(표준 점수 기준)	91
[그림 49] 2016년 vs 2018년 점수대별 분포	92
[그림 50] 실태조사 대상의 표본 등급별 분포(2016년 vs 2018년)	92
[그림 51] 2016년 vs 2018년 대분류 항목별 점수	93

2018 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사

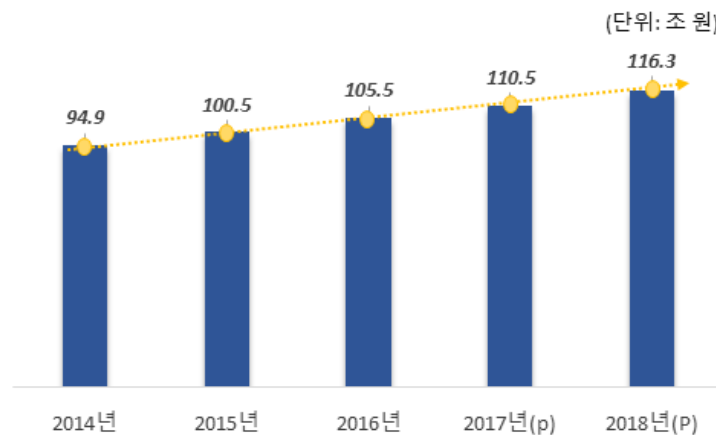
제1장. 들어가며

1. 콘텐츠산업과 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사

1.1 콘텐츠산업의 성장과 콘텐츠 분쟁의 증가

- 미디어 환경의 변화와 더불어 콘텐츠산업이 지속적으로 성장하면서 콘텐츠에 대한 사회 주목도 역시 점점 높아지고 있음
- 최근 5년 간 콘텐츠산업 매출액 규모를 보면 2014년에 94.9조원에서 2015년에 100조원을 넘고, 2018년에는 116.3조원으로 증가할 것으로 추정

[그림 1] 최근 5년간 콘텐츠산업 매출액 규모

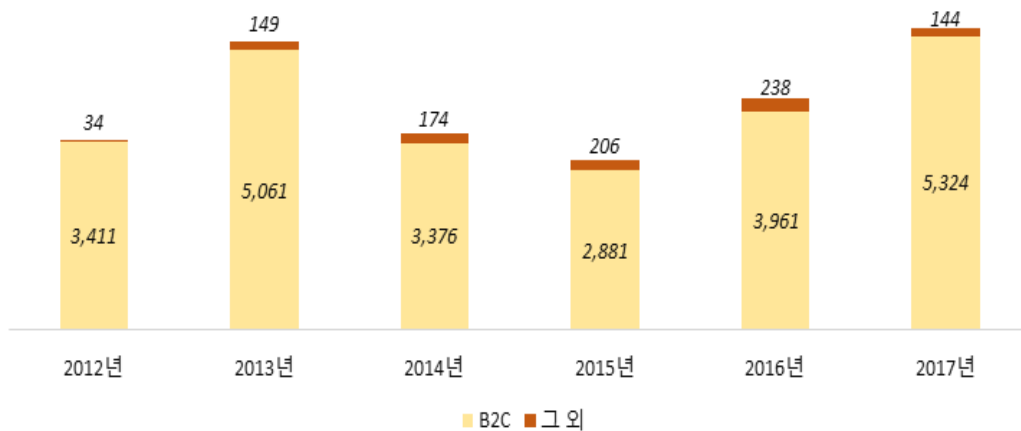


출처 : 한국콘텐츠진흥원(2018). 콘텐츠산업 2018년 결산 및 2019년 전망, p.9 재구성

- 과거 트래픽을 이끌기 위해 웹콘텐츠 중심으로 콘텐츠산업에 참여하던 국내 ICT사업자들도 본격적으로 콘텐츠 시장에 진입하는 등 콘텐츠산업의 영역이 레거시 미디어에서 뉴미디어로 확장되는 추세¹⁾
- 이처럼 콘텐츠 산업의 규모가 커지고 콘텐츠 영역이 확장되면서 콘텐츠 유통 환경에도 큰 변화를 가져옴
- 기존의 오프라인 중심의 콘텐츠 유통 환경이 온라인과 모바일 중심으로 전환되면서 이용자의 콘텐츠 이용 경로가 다양해짐에 따라 콘텐츠와 관련된 분쟁 상담 역시 해마다 증가하고 있음
- 특히 그 중에서도 콘텐츠 사업자와 이용자 간의 분쟁이 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남
- 지난 6년 간 콘텐츠분쟁조정위원회에서 처리한 분쟁조정사건 현황을 보면 B2C(Business to Consumer) 사건이 대부분인 것으로 나타났으며, 최근에 들어 더욱 증가한 것을 알 수 있음

1) 가장 대표적인 사례가 카카오M이라고 할 수 있다. 모바일 유통에 용이한 웰메이드 숏폼(short-form)콘텐츠 제작에 중점을 둔 카카오M은 스타 자원을 보유한 다수의 매니지먼트, 음악 플랫폼 멜론, 드라마 제작사 인수 등을 통해 새로운 콘텐츠 지형을 형성하고 있어 최근 국내 콘텐츠시장의 성장을 집약한 사례라고 할 수 있다.

[그림 2] 분쟁조정사건 처리 현황(2012년~2017년)



출처 : 한국콘텐츠분쟁조정위원(2018). 2018콘텐츠분쟁조정사례집. p.19 <표6> 재구성

1.2 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사 필요성

- 콘텐츠를 사이에 둔 분쟁은 콘텐츠라는 상품의 이용을 두고 사업자와 이용자 간에 이해 관계가 다를 때 발생하는 것으로 기존의 단순한 이용환경이 서비스 방법의 다양화 등으로 복잡해지면서 분쟁 사례 또한 다양해지고 있다고 할 수 있음
- 뿐만 아니라 인터넷 및 모바일 기기 활용 증가와 함께 게임, 음악, 동영상, 이러닝 등 개인들이 이용할 수 있는 콘텐츠들의 범위가 점차 확대
 - 인터넷 이용률(인터넷이용실태조사) : 78.0%(‘11) → 78.4%(‘12) → 82.1%(‘13) → 83.6%(‘14) → 85.1%(‘15)
- 게임, 이러닝 등의 콘텐츠를 중심으로 서비스의 유료화가 많이 진행되었고, 이용자 피해 가능성도 함께 증가하여 이를 위한 예방적 대책이 요구되는 상황
 - 최근 3년간(‘15~’17) 콘텐츠분쟁조정위원회 조정사건 접수 건수 : 12,754건(연 평균 4,251건)
- 「콘텐츠산업진흥법」은 28조(이용자보호지침의 제정 등)를 통해 이용자 보호를 위한 약관을 요구하여, 업계의 자율준수 확산을 위한 현황파악(실태조사)이 필요
 - 진흥법에서는 이용자 보호를 위해 이용자보호지침 동등 이상의 약관 내용을 사업자에 요구
- 본 조사에서는 이처럼 미디어 환경 변화로 더욱 다채로워진 콘텐츠 사업자들을 대상으로 이들이 콘텐츠 이용자 보호를 위해 문화체육관광부에서 고시한 지침을 얼마나 준수하고 있는지를 살펴 보고자 함

2. 콘텐츠 이용자 보호를 위한 제도적 장치

2.1 콘텐츠이용자보호지침

□ 콘텐츠이용자보호지침의 목적 및 개정

- 콘텐츠이용자보호지침은 사업자가 이용자보호를 위하여 자율적으로 지켜야 할 항목을 정하여 문화체육관광부장관이 고시한 사항으로 ‘콘텐츠사업자(이하 "사업자"라 한다)가 자율적으로 준수할 내용을 정함으로써 콘텐츠의 건전한 거래 및 유통질서를 확립하고, 이용자를 보호하려는데 그 목적이 있음
- 2012년 3월 26일에 처음 고시되었다가 콘텐츠이용자보호지침의 법적 재검토기한 도래('15.3.25)에 따라 그동안 콘텐츠 시장 환경변화를 반영하고 지침 체계 및 조항을 정비하여 유연하고 용이한 지침 마련을 위해 2015년 3월 26일자로 개정되었음
- 개정된 고시에서는 앱마켓과 같은 새로운 유통 환경을 반영하고, 불합리한 규제 및 중복 규제를 정비한 내용을 골자로 하고 있음

[표 1] 콘텐츠이용자보호지침의 개정 내용

- 지침 체계 및 조항 정비
 - (구조정비) 3장11절32조→ 5장28조
 - * ‘절’삭제, ‘장’ 추가, 조항 삭제 등
 - (조항정비) 유사한 조항 이동(24,25조 →18, 19조), ‘호’를 ‘항’으로 조정(17조4항)
- 새로운 콘텐츠 시장환경 반영 등
 - 앱마켓, 포인트 등 신시장 환경 반영 용어정비(제2조)
 - 약관 변경시 고지방법으로 문자메시지 추가(제6조)
 - 이용자 권익보호를 위한 분쟁조정 신청 조항 신설(제27조)
 - 계약 해제시 이용자의 이익과 사업자의 이자 상계 가능 조항 신설(제16조제3항)
 - 유료 전환시 자동갱신에 대한 분쟁시 증명책임 명확화 조항 신설(제24조제4항)
- 불합리한 규제 및 중복규제 정비
 - 지침(고시)에서 법령 위반여부 판단기준을 둔 일반사항 삭제(제3조)
 - 약관 변경 시 중대하지 않은 사항에 대한 고지의무 삭제(제6조)
 - 콘텐츠 종류, 가격 등 약관 기재가 어려운 현실 반영 예시에서 삭제(5조1항 예시3번)
 - 부당한 표시광고행위, 거래유인 및 거래강요행위의 금지(원안 9조,10조) 삭제
 - 이용자의 부당 이용에 대한 사업자의 제재 조항(원안 제28조) 삭제 등
- 관련법령 개정내용 등 반영
 - (10일전부터→ 7일전부터)약관변경 공지기간 단축(제6조1항)
 - (연24%→연20%)청약철회지연배상금이율 변경(제13조3항)
 - (전체대금의 10%→ 잔여대금의 10%이내)해지시 손해배상금 산정기준 변경(제19조)

출처 : www.law.go.kr

□ 법적근거 : 콘텐츠산업진흥법 제28조와 동법 시행령 제30조

○ 콘텐츠산업진흥법 제28조(이용자보호지침의 제정 등)

- [(1항) 콘텐츠이용자보호지침의 제정] 사업자가 '자율적으로 준수하는 기준'으로서 보호지침의 특징을 기술
- [(2항) 대통령령으로 정하는 바에 따른 사업자의 이용약관 고지 의무] 사업자 또는 이용자의 과오에 의한 비용(과오금) 환불 및 콘텐츠 이용계약 해제 등 대통령령(시행령 제30조)의 내용이 포함된 이용약관을 마련하고, 이용자에게 의무적으로 고지를 해야 한다는 내용
 - 사업자가 서비스를 하는 홈페이지 또는 어플리케이션 상에 고지한 경우 이를 이행했다고 판단이 가능함
- [(3항) 보호지침보다 이용자에게 불리한 이용약관 내용의 표시 및 고지 의무] 이용자를 위한 배려 조항으로서, 표시 및 고지에 대한 방법, 세부규정은 보호지침 제5조(약관의 작성 등)를 참조함
- [(4항) 이용약관의 견본 마련 및 권고] 콘텐츠 거래에 관한 표준약관과 관련된 내용으로 본 실태 조사와 직접적인 관계는 없으나 보호지침의 참고자료로서 연관성이 있음(콘텐츠분쟁조정위원회에서 이용약관 견본(안)을 기 배포)
- [(5항)] 이용약관의 표시·고지 의무 위반에 따른 처벌 조항] 2항, 3항의 이용약관 표시 또는 고지 의무를 위반할 경우 사업자에 대하여 정부는 시정권고, 시정조치 및 벌칙 등 행정 처분이 가능

제28조(이용자보호지침의 제정 등) ① 정부는 콘텐츠의 건전한 거래 및 유통질서 확립과 이용자 보호를 위하여 콘텐츠사업자가 자율적으로 준수할 수 있는 지침(이하 "이용자보호지침"이라 한다)을 관련 분야의 사업자, 기관 및 단체의 의견을 들어 정할 수 있다. <개정 2013.3.23.>

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

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

④ 정부는 콘텐츠 거래에 관한 약관의 견본을 마련하여 콘텐츠사업자에게 그 사용을 권고할 수 있다. <개정 2013.3.23.>

⑤ 콘텐츠사업자가 제2항 또는 제3항을 위반한 경우에 대한 시정권고, 시정조치 및 벌칙에 관하여는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제31조, 제32조, 제40조, 제41조 및 제44조를 준용한다. 이 경우 "공정거래위원회"는 "문화체육관광부장관"으로 본다.

○ 콘텐츠산업진흥법 시행령 제30조(콘텐츠거래약관의 세부내용)

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

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

- 시행령 30조의 내용과 연관된 보호지침 상의 조항을 정리하면 아래와 같음

[표 2] 콘텐츠 이용약관의 이용자보호 항목

콘텐츠산업진흥법 시행령 제30조	콘텐츠이용자보호지침 연관 조항
제30조 제1호 과오납금의 환불방법 및 절차	제10조(대금의 지급 및 과오금의 환급)
제30조 제2호 청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해지·해제의 방법과 그 효과	제12조(청약철회등) 제13조(청약철회등의 효과) 제14조(이용자의 해제 또는 해지) 제15조(사업자의 해제 또는 해지) 제16조(해제의 효과) 제17조(해지의 효과) 제18조(해제 또는 해지시 대금의 환급) 제19조(스트리밍 방식의 계속적 온라인콘텐츠 이용계약의 해지시 환급) 제22조(청약철회, 해제 또는 해지의 방법)
제30조 제3호 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상의 기준·범위·방법 및 절차	제22조(스트리밍 방식의 계속적 온라인콘텐츠에 대한 피해구제 등) 제23조(다운로드 방식의 온라인콘텐츠에 대한 피해구제 등)
제30조 제4호 분쟁해결 방법 및 절차	제27조(분쟁조정신청) 제28조(관할)
제30조 제5호 그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항	제6조(약관의 변경) 제7조(계약체결전 정보제공의무) 제20조(이용자 권익보호) 제24조(계약의 자동갱신) 제25조(대금의 자동결제시 이용자에게 사전고지) 제26조(포인트) 등

□ 콘텐츠이용자보호지침의 구성 및 개요

- 2018년 현재 보호지침은 총칙 등 총 5개의 장으로 구분되어 있으며, 사업자가 이용자 보호를 위하여 이용약관에 담아야 할 사항들과 조치들 위주로 구성
 - 이용약관 해제·해지시 대금 환급과 서비스 장애 또는 콘텐츠 하자로 인한 피해구제 관련 조항에서는 서비스 형태에 따른 ‘다운로드 방식’, ‘스트리밍 방식’으로 구분되어 나뉘어져 있음

[표 3] 콘텐츠이용자보호지침 구성 및 개요

장 구분	조항 구성	주요 내용
제1장. 총칙	제1조(목적)	- 진흥법에서의 위임사항 및 지침 제정의 목적
	제2조(정의)	- 지침에서 사용하는 용어 정의
	제3조(법령의 준수)	- 사업자가 준수해야 할 관련 법령들
	제4조(적용범위)	- 지침의 적용 대상 ※ 적용범위 : 전자상거래 또는 통신판매를 통하여 이루어지는 사업자-이용자 간 콘텐츠 거래 및 본 지침이 유사하게 적용 가능한 방식의 콘텐츠 거래
제2장. 콘텐츠계약의 체결 및 이행	제5조(약관의 작성등)	- 약관 작성 방법, 명시 방법, 다운로드 및 인쇄 조치 등
	제6조(약관의 변경)	- 약관 변경전 고지기간, 고지방법, 동의여부 확인 등
	제7조(계약체결 전 정보제공의무)	- 계약체결 전 사업자가 이용자에게 표시·광고, 고지해야 할 기본 정보 및 거래 조건 등
	제8조(청약의 확인)	- 이용자의 청약에 대한 사업자의 통지 의무 - 계약 체결 전 이용자가 청약 내용을 확인·정정 또는 취소할 수 있는 절차 마련 의무 등
	제9조(계약서의 교부)	- 이용계약 체결 후 계약 내용의 서면 교부
	제10조(대금의 지급 및 과오금의 환급)	- 이용자의 콘텐츠 대금 지급 의무 - 과오금 발생시 사업자의 과오금 환급 의무
	제11조(콘텐츠의 공급)	- 사업자의 콘텐츠 공급 조치 기한 - 콘텐츠 공급 불가시 결제 대금의 환급 조치
제3장. 청약철회등 및 콘텐츠계약의 해제·해지	제12조(청약철회등)	- 이용계약 후 주어지는 이용자의 청약철회 또는 계약해제 신청 가능 기간 - 사업자의 의사에 반해 이용자의 청약철회가 불가한 경우 - 청약철회의 효력발생시기 등
	제13조(청약철회등의 효과)	- 청약철회의 효과 및 이로 인한 사업자·이용자가 취해야 할 조치
	제14조(이용자의 해제 또는 해지)	- 이용자가 이용계약을 해제·해지할 수 있는 경우
	제15조(사업자의 해제 또는 해지)	- 사업자가 이용계약을 해제·해지할 수 있는 경우
	제16조(해제의 효과)	- 이용계약의 해제시 사업자 및 이용자가 취해야 할 조치 - 해제로 인한 손해배상 청구의 요건
	제17조(해지의 효과)	- 이용계약의 해지 효과 및 - 계약 해지 후 사업자가 이용자에게 청구 가능한 손해배상액(위약금) 및 이용자에게 환급해야 할 환급액의 산정 기준
	제18조(해제 또는 해지시 대금의 환급)	- 해제·해지시 대금 환급 기한 *지침 구성 상 다운로드 방식에 대한 내용으로 인지 - 대금의 환급 방법 등
	제19조(스트리밍 방식의 계속적 온라인 콘텐츠 이용계약의 해지시 환급)	- 스트리밍 방식의 책임 사유(사업자 또는 이용자)에 따른 이용계약의 해제·해지시 환급 금액의 결정 방식

제4장. 이용자의 권익보호	제20조(이용자 권익보호)	<ul style="list-style-type: none"> - 원활한 콘텐츠 이용을 위한 사업자의 기술적 조치 - 이용자의 민원 처리 인력 및 체계 구축 - 유사 이용피해를 예방하기 위한 기존사례의 공지 활동
	제21조(청약철회, 해제 또는 해지의 방법)	<ul style="list-style-type: none"> - 이용자가 청약철회, 해제·해지 신청을 할 수 있는 수단(전화, 문자 등)의 제공 의무 및 절차
	제22조(스트리밍 방식의 계속적 온라인 콘텐츠에 대한 피해구제 등)	<ul style="list-style-type: none"> - 스트리밍 방식 서비스의 중지·장애 발생시 사업자의 이용자에 대한 피해구제 조치(사전 고지 유무 기준 구분) - 중지·장애에 대한 서비스 보상, 대금 환급 및 손해 배상 등
	제23조(다운로드 방식의 온라인 콘텐츠에 대한 피해구제 등)	<ul style="list-style-type: none"> - 다운로드 받은 콘텐츠의 이용에 하자가 발생한 경우 사업자의 이용자에 대한 피해구제 조치(중대한 또는 사소한 하자의 수준에 따른 구분) - 콘텐츠 재공급, 대금 환급 및 손해배상 등
	제24조(계약의 자동갱신)	<ul style="list-style-type: none"> - 무료이용기간의 경과 후 유료화 전환, 또는 유료 이용기간의 갱신에 대한 사업자의 이용자 대상 사전 동의 의무
	제25조(대금의 자동결제시 이용자에게 사전고지)	<ul style="list-style-type: none"> - 자동으로 매월 또는 일정시기에 대금을 연속으로 결제하는 경우, 사업자의 이용자 대상 결제 전 사전 고지 의무
제5장. 기타	제26조(포인트)	<ul style="list-style-type: none"> - 포인트를 운용하는 서비스의 경우 포인트에 대한 세부내용의 고지 및 동의 의무 - 포인트 적립 오류에 따른 사업자의 조치 등
	제27조(분쟁조정 신청)	<ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠 이용 피해의 구제와 분쟁을 위한 이용자의 조정 신청 권리
	제28조(관할)	<ul style="list-style-type: none"> - 분쟁 사건의 전속 관할

2.2 약관의 규제에 관한 법률과 표준약관제도²⁾

□ 약관규제법의 목적 및 표준약관 제도 내용

- 공정거래위원회는 소비자정책 중 ‘사업자가 그 거래상의 지위를 남용하여 불공정한 내용의 약관을 작성·통용하는 것을 방지하고 불공정한 내용의 약관을 규제하여 건전한 거래질서를 확립하고 소비자를 보호하기 위해’ 약관규제법을 시행하고 있음
- 관련 제도로 운영되고 있는 표준약관은 건전한 거래질서를 확립하고, 불공정한 내용의 약관이 통용되는 것을 방지하기 위하여 사업자·고객의 입장을 반영하여 당사자의 권리의무의 내용을 공정하게 정하여 놓은 일정한 거래분야의 표준이 되는 약관을 말함
 - 불공정약관에 대한 개별적 규제로는 효과가 미흡하고 동일내용의 소비자피해가 계속 발생하는 문제점이 있으므로 국민생활과 밀접한 관련이 있고 분쟁과 민원이 많이 발생하는 거래분야에 대해 불공정약관의 심사기능으로서 표준약관을 보급하고 있음

2) 공정거래위원회 홈페이지(<http://www.ftc.go.kr>) 참조

○ 표준약관 심사청구 마련요청

- 표준약관은 약관을 사용하고자 하는 사업자 및 사업자단체가 마련하여 그 내용이 약관법에 위반되는지 공정위에 심사 청구 (약관법 19조의2 ①항)
- 한국소비자원 및 소비자기본법에 의하여 등록된 소비자단체(이하 '소비자단체등'이라 함)는 공정위에 표준약관의 제정을 요청할 수 있음 (약관법 19조의2 ②항)
- 소비자단체등의 요청이 있거나 다수 고객의 피해발생 또는 불공정약관에 의한 피해가 반복되는 경우에 공정위는 표준약관의 마련을 권고하고 4개월 이내에 필요한 조치를 하지 않을 경우에는 공정위가 직접 관계부처의 협의 등을 거쳐 표준약관을 제정할 수 있음 (약관법 19조의2 ③항, ④항) **2008년 8월 현재까지 24개 분야 총 59개 표준약관(표준약관 참조)이 보급되어 있음**

○ 표준약관 사용

- 공정위는 표준약관을 공시하고 사업자 및 사업자단체에 대하여 그 사용을 권장할 수 있으며, 표준약관의 사용을 권장받은 사업자 및 사업자단체는 표준약관과 다른 약관을 사용하는 경우에 그 내용을 고객이 알기 쉽게 표시하여야 함 (약관법 19조의2 ⑤, ⑥항)
- 공정위는 표준약관의 사용을 활성화하기 위해 표준약관표지를 사용할 수 있으며 이 경우 표준약관과 다른 내용을 약관으로 사용해서는 안 되며, 규정을 위반하여 표준약관표지를 사용하는 경우에는 표준약관의 내용보다 고객에게 더 불리한 약관의 내용은 무효로 함 (약관법 19조의2 ⑦⑧⑨)
- 사업자는 자기 거래에 이용할 약관을 자유롭게 작성 · 선택할 수 있으므로 사업자는 자기가 원하는 경우에만 표준약관을 자기 거래에 사용하게 됨

○ 표준약관 표지(마크)제

- 공정거래위원회는 2000년 2월부터 "표준약관 표지(마크)제"를 시행하여 사업자의 표준약관 사용을 활성화하고 소비자의 선택에 기준이 되는 정보를 제공하고 있음

○ 법적 위반 시 제재

- 행정적 제재로 시정조치 : 법 위반 약관조항의 삭제·수정 등 시정에 필요한 조치의 권고 또는 시정명령을 할 수 있음
- 벌칙 : 시정명령에 위반한 자에 대해 2년 이하의 징역 또는 1억원 이하의 벌금 부과 가능, 위반 유형에 따라 최대 5천만원 이하의 과태료 부과 가능, 표준약관표지 부정사용자, 공정위 조사거부, 방해 또는 기피한 자에 대해서는 5천만원 이하 과태료 부과 가능, 약관의 명시, 설명의무 위반자, 표준약관과 다르게 정한 주요내용 표시의무 위반자에 대해서는 5백만원 이하 과태료 부과 가능

□ 게임분야의 표준 약관 : 온라인 게임, 모바일게임

- 콘텐츠 관련 분야로는 온라인 게임과 모바일게임의 표준약관을 제공하고 있으며, 각각의 구성내용은 다음과 같음
- (온라인게임 표준약관 구성) 2014년 9월 19일자로 개정되었으며, 총 6장 34조로 구성되어 있음

[표 4] 공정거래위원회의 온라인게임 표준약관 구성

장	조
제1장 총칙	제1조 (목적), 제2조 (용어의 정의), 제3조 (회사정보 등의 제공), 제4조 (약관의 명시와 개정), 제5조 (약관 외 준칙), 제6조 (운영정책)
제2장 이용계약의 체결	제7조 (이용신청 및 방법), 제8조 (이용신청의 승낙과 제한), 제9조 (회원 계정(ID) 및 비밀번호), 제10조 (회원 정보의 제공 및 변경), 제11조 (개인 정보의 보호 및 관리)
제3장 계약 당사자의 의무	제12조 (회사의 의무), 제13조 (회원의 의무)
제4장 서비스 이용	제14조 (서비스의 변경 및 내용수정), 제15조 (서비스의 제공 및 중단 등), 제16조 (정보의 제공), 제17조 (정보의 수집 등), 제18조 (이용상품), 제19조 (사이버 포인트), 제20조 (저작권 등의 귀속)
제5장 청약철회, 계약 해제·해지 및 이용제한	제21조 (청약의 철회), 제22조(청약 철회 등의 효과), 제23조 (회원의 해제 및 해지), 제24조 (회사의 해제 및 해지), 제25조 (회원에게 대한 서비스 이용제한) 제26조 (잠정조치로서의 이용제한), 제27조 (이용제한의 사유와 절차), 제28조 (이용제한에 대한 이의신청 절차)
제6장 손해배상 및 환불 등	제29조 (손해배상), 제30조 (환불), 제31조 (회사의 면책), 제32조 (회원의 고충처리 및 분쟁해결), 제33조 (회원에게 대한 통지), 제34조 (재판권 및 준거법)

- (모바일게임 표준약관 구성) 2017년 10월 27일에 제정되었으며, 총 6장 29조로 구성되어 있음

[표 5] 공정거래위원회의 모바일게임 표준약관 구성

장	조
제1장 총칙	제1조 (목적), 제2조 (용어의 정의), 제3조 (회사정보 등의 제공), 제4조 (약관의 효력 및 변경), 제5조 (이용계약의 체결 및 적용) 제6조 (약관 외 준칙), 제7조 (운영정책)
제2장 이용계약의 체결	제8조 (개인정보의 보호 및 사용)
제3장 이용계약 당사자의 의무	제9조 (회사의 의무), 제10조 (회원의 의무)
제4장 서비스 이용 및 제한	제11조 (서비스의 제공), 제12조 (서비스의 이용), 제13조 (서비스의 변경 및 중단), 제14조 (정보의 수집 등), 제15조 (광고의 제공), 제16조 (저작권 등의 귀속), 제17조 (유료 콘텐츠의 구매, 사용기간 및 이용), 제18조 (회원에게 대한 서비스 이용제한), 제19조 (이용제한 조치의 사유와 절차), 제20조 (이용제한 조치에 대한 이의신청 절차)
제5장 청약철회, 과오납금의 환불 및 이용계약의 해지	제21조 (대금결제), 제22조 (청약 철회 등), 제23조 (과오납금의 환불), 제24조 (계약 해지 등)
제6장 손해배상 및 면책조항 등	제25조 (손해배상), 제26조 (회사의 면책), 제27조 (회원에게 대한 통지), 제28조 (재판권 및 준거법), 제29조 (회원의 고충처리 및 분쟁해결)

2.3 표시광고의 공정화에 관한 법률

- 약칭 ‘표시광고법’이라고 하며, 상품 또는 용역에 관한 표시·광고를 할 때 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 하는 부당한 표시·광고를 방지하고 소비자에게 바르고 유용한 정보의 제공을 촉진함으로써 공정한 거래질서를 확립하고 소비자를 보호함을 목적으로 함(제1조)
- 총 5장 20조항으로 구성되어 있으며, 특히 5장에서는 벌칙, 양벌 규정, 과태료 등을 제시하고 있어 법률의 강제성을 밝히고 있음


[표 6] 표시광고의 공정화에 관한 법률 구성

장	조
제1장 총칙	제1조 (목적), 제2조 (정의)
제2장 부당한 표시·광고 행위의 금지 등	제3조(부당한 표시·광고 행위의 금지), 제4조(중요정보의 고시 및 통합광고), 제5조(표시·광고 내용의 실증 등), 제6조(사업자단체의 표시·광고 제한행위의 금지), 제7조(시정조치), 제7조의2(동의를결), 제7조의3(동의를결의 절차), 제7조의4(동의를결의 취소), 제7조의5(이행강제금 등), 제8조(임시중지명령), 제9조(과징금)
제3장 손해배상	제10조(손해배상책임), 제11조(손해액의 인정)
제4장 보칙	제12조(비밀엄수의 의무), 제13조(표시·광고의 제한 등과 관련된 법령 제정 등의 협의), 제14조(표시·광고의 자율규약), 제14조의2(표시·광고의 자율심의기구등), 제15조(관계 행정기관 등의 장의 협조), 제16조(「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」의 준용), 제16조의2(위반행위의 조사)
제5장 벌칙	제17조(벌칙), 제18조(벌칙), 제19조(양벌규정), 제20조(과태료)

2.4 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률

- 약칭 ‘전자상거래법’으로 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 재화 또는 용역의 공정한 거래에 관한 사항을 규정함으로써 소비자의 권익을 보호하고 시장의 신뢰도를 높여 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 함
- 총 7장 46조항으로 구성되어 있으며, 콘텐츠 관련해서 가령 IPTV의 재생되지 않은 VOD 환불과 같은 분쟁 해결을 위한 법적 근거로 적용할 수 있음

[표 7] 콘텐츠 분쟁에서의 전자상거래법 적용의 예

분쟁 유형	전자상거래법 적용
<p>재생하지 않은 영화 VOD 환불</p> <p> IPTV를 통해 영화 VOD를 구매. 영화가 바로 재생되지 않아 고객센터에 문의하니 구매한 상품은 예약 구매 상품으로 5일 뒤부터 재생이 가능. VOD 구매. 페이지 하단에 예약구매 상품임을 고지해 두었기 때문에 환불은 불가능하다는 답변]</p>	<p>[상담 결과] 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률은 계약체결일 또는 콘텐츠를 공급받은 날과 메일 등으로 계약내용을 받은 날 중 더 늦은 날로부터 7일 이내에 소비자가 청약을 자유롭게 철회할 수 있도록 규정하고 있음. 좌 사례의 경우 영화 VOD 예약상품을 구매해 아직 콘텐츠를 지급받지 못했기 때문에 청약철회가 가능</p> <p>제17조(청약철회등) 제1항</p> <p>① 통신판매업자와 재화등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자는 다음 각 호의 기간(거래당사자가 다음 각 호의 기간보다 긴 기간으로 약정한 경우에는 그 기간을 말한다) 이내에 해당 계약에 관한 청약철회등을 할 수 있다.</p> <p>1. 제13조제2항에 따른 계약내용에 관한 서면을 받은 날부터 7일. 다만, 그 서면을 받은 때보다 재화 등의 공급이 늦게 이루어진 경우에는 재화등을 공급받거나 재화등의 공급이 시작된 날부터 7일</p> <p>2. 제13조제2항에 따른 계약내용에 관한 서면을 받지 아니한 경우, 통신 판매업자의 주소 등이 적혀 있지 아니한 서면을 받은 경우 또는 통신판매업자의 주소 변경 등의 사유로 제1호의 기간에 청약철회 등을 할 수 없는 경우에는 통신판매업자의 주소를 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 7일</p> <p>3. 제21조제1항제1호 또는 제2호의 청약철회등에 대한 방해 행위가 있는 경우에는 그 방해 행위가 종료한 날부터 7일</p>

출처 : 한국콘텐츠진흥원(2018). 2018콘텐츠이용자보호상담사례집, p.43

2.5 소비자분쟁해결기준³⁾

□ 소비자와 사업자 사이에 발생하는 분쟁을 원활하게 해결하기 위한 합의 또는 권고의 기준

- 분쟁 당사자 사이에 분쟁해결 방법에 관한 별도의 의사 표시가 없는 경우에 한해 적용
 - 다른 법령에 의한 분쟁해결 기준이 소비자 분쟁해결기준보다 소비자에게 유리한 경우에는 그 분쟁 해결 기준을 우선하여 적용
 - 동일한 피해에 대한 분쟁해결기준을 두 가지 이상 정하고 있는 경우에는 소비자가 선택하는 기준에 따름

3) 한국소비자원(<http://www.cpb.or.kr>) 참조

- 62개의 대상 품목 중 콘텐츠 관련 품목은 모바일 콘텐츠, 온라인게임서비스업, 인터넷콘텐츠업이 있음
- 주요 분쟁 유형으로 미성년 계약, 서비스 장애, 사전고지, 허위·과장 광고에 의한 계약, 자동 결제 등을 제시하고 있으며, 유형별 분쟁 해결 기준을 가이드하고 있음
- 제조 상품의 경우 품목별 품질보증기간 및 부품보유기간을 명시하고 있으나, 콘텐츠 관련 상품은 해당사항이 없음

3. 콘텐츠 이용자 보호 관련 주요 이슈들

3.1 모바일 앱과 인앱(In-App)결제⁴⁾

□ 디지털콘텐츠 구매 시 신용카드 등 일반결제보다 인앱결제⁵⁾의 취소·환급이 어려운 것으로 분석됨

- 인앱결제, 잔여 유료 콘텐츠의 해지·환급 불가능한 곳 많아 소비자에게 불리
 - 주요 앱마켓(구글 플레이스토어, 애플 앱스토어)에 등록된 모바일 앱 45개⁶⁾를 대상으로 유료 콘텐츠 판매 실태를 조사한 결과, 구글 앱마켓에서는 조사대상 모바일 앱 45개 모두가, 애플 앱마켓에서는 40개만 유료 콘텐츠를 판매하고 있는 것으로 나타남
 - 유료 콘텐츠를 판매하는 모바일 앱의 결제방법을 살펴본 결과, 구글 앱마켓 등록 앱(45개)의 경우 ‘인앱결제’만 가능 24개, ‘일반결제(신용카드, 휴대폰 결제 등)’만 가능 12개, ‘인앱결제·일반결제 모두 가능’이 9개였고, 애플 앱마켓 등록 앱(40개)은 모두 ‘인앱결제’만 가능해 결제방법에 있어 소비자의 선택권이 제한되고 있는 것으로 나타남
 - 또한, 일부 사용 후 잔여분에 대한 중도해지·환급 여부를 조사한 결과, 특히, 인앱결제를 한 경우 신용카드, 휴대폰 등을 이용한 일반결제보다 중도해지 및 환급이 어려운 것으로 나타남

□ 방송통신위원회의 관련 사업자 집중 점검⁷⁾

- 인앱결제 관련하여 이용자 피해가 증가하자, 방송통신위원회는 모바일 콘텐츠를 제공하는 부가통신사업자를 대상으로 전기통신사업법상 이용자인익을 저해하는 행위가 있는지에 대해 5월 15일부터 한 달간 집중 점검 실시
 - 점검사항은 전기통신사업법 제50조에 금지행위로 규정된 사항 중 이용자인익 저해행위와 중요사항 고지 관련사항으로, 세부적으로는 △사업자 정보(고객센터 전화번호, e-mail 주소 등) 고지여부, △이용요금·대가·월정액 관련 사항 등 유료정보 명시여부(이용자가 명확히 인지할 수 있는 방법으로 결제 전에 이루어져야 함) △약관 내에 취소·환불규정, 과금정책 등 중요사항 포함여부, △앱 내 서비스 탈퇴 및 월정액서비스 해지 기능 제공여부 등

4) 한국소비자원(2018. 9.13). 모바일 인앱결제 취소·환급 소비자에게 불리- 모바일 콘텐츠 소비자보호 제도 준수 미흡해 개선 필요 - 보도자료

5) 구글 플레이스토어·애플 앱스토어 등과 같은 모바일 앱마켓 사업자가 제공하는 지급결제서비스

6) 게임(10개), 웹툰(10개), 음악(10개), 소셜(10개), 미디어(5개) 등 45개 모바일 앱

7) 방송통신위원회 홈페이지(<https://kcc.go.kr>) 참조

3.2 1인 미디어⁸⁾ 시장의 확산과 미성년자 피해⁹⁾

□ 정보통신기술(ICT)의 발달과 스마트폰 보급 확대로 1인 미디어 대중화

- 스마트폰 보급률 90%에 이르면서 모바일 특화 콘텐츠에 대한 이슈도 증가하고 있는 상황
- 그 중 1인 미디어로 불리는 인터넷 개인방송은 창의적이고 다양한 콘텐츠를 제작하고 시청자와 실시간 소통(채팅)을 통해 대중화됨에 따라 새로운 콘텐츠로 주목받고 있음
 - (시장규모) '16년 국내 인터넷 개인방송 시장 규모는 2천억 ~ 3천억 원으로 추산¹⁰⁾*
 - (수익원) 동영상 광고, 유료 서비스 제공 등을 통해 수익을 창출
 - 전자공시 시스템 DART에 따르면, 아프리카TV의 2016년도 매출액은 798억 원, 영업이익은 160억 원으로, 2015년 대비 26.9%의 매출액 성장과 109.8%의 영업이익 증가
- 하지만 '유료 서비스 청약철회 및 환급거부', '미성년자 보호체계 미흡' 등 1인 미디어 콘텐츠 소비 과정에서 다양한 소비자 문제가 발생하고 있음

□ 미성년자의 유료서비스 구입, 명의도용, 성인콘텐츠에 대한 노출 등이 문제로 부각

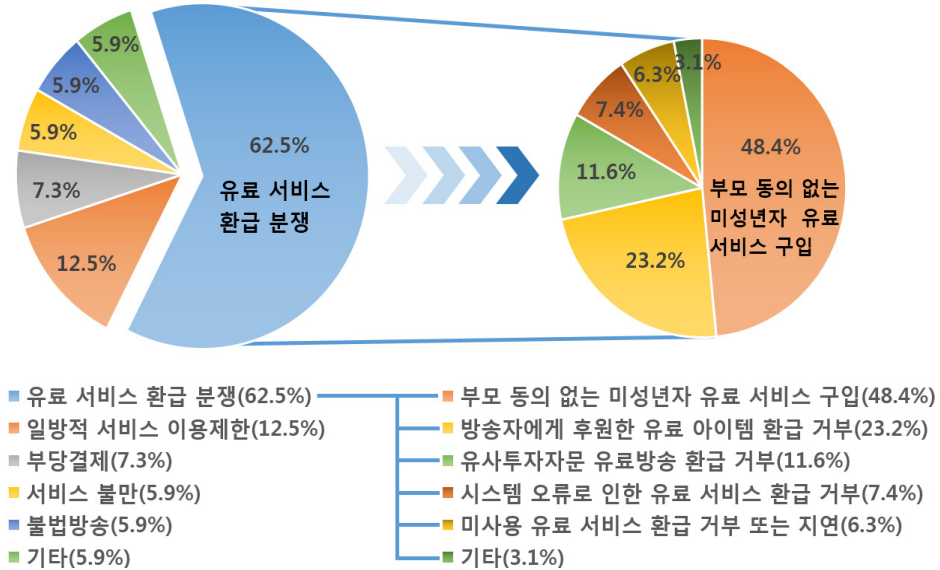
- 한국소비자원에서 2014년 1월에서 2017년 6월까지 소비자상담센터에 접수된 '1인 미디어' 관련 소비자 불만상담 152건을 분석한 결과, '유료 서비스 환급 분쟁'이 95건(62.5%)으로 가장 많았으며, 다음으로 '일방적인 서비스 이용제한' 19건(12.5%), '부당결제' 11건(7.3%), '서비스 불만' 9건(5.9%), '불법방송' 9건(5.9%) 등의 순이었음
 - 특히, '유료 서비스 환급 분쟁' 95건 중 '미성년 자녀가 부모 동의 없이 구입'한 경우가 46건(48.4%)으로 절반에 이르렀고, 유료 서비스는 사실상 구매한도에 제한이 없기 때문에 미성년 자녀의 무단사용 피해예방 마련 필요
 - '유튜브'는 성인인증 없이도 성인 동영상을 시청할 수 있는 방법이 블로그나 심지어 유튜브 동영상으로도 공유되고 있는 실정

8) 개인이 다양한 콘텐츠를 직접 생산하고 공유할 수 있는 커뮤니케이션 플랫폼으로 최근 1인 미디어의 대세는 인터넷 개인방송 콘텐츠임. 전세계적으로 구글사의 '유튜브', 국내에서는 '아프리카TV'가 가장 대표적인 1인 미디어 플랫폼임

9) 한국소비자원(2017). 1인 미디어(인터넷 개인방송), 불합리한 거래조건 많고 미성년자 보호장치 미흡. 보도자료: 신유형 1인 미디어 콘텐츠 소비 실태조사 - 인터넷 개인방송을 중심으로 -, 조사보고서

10) 소프트웨어정책연구소(2018). 국내외 다중 채널 네트워크(MCN) 시장 현황

[그림 3] 1인 미디어 관련 소비자 불만상담 현황



□ 최근 콘텐츠 이용자 보호 관련 이슈의 쟁점은 모바일 디바이스의 확산에 기인

- 모바일앱 이용의 증가, 스마트폰에 최적화된 1인 미디어 이용의 증가로 콘텐츠 이용을 위한 진입 장벽이 이용자 입장에서는 매우 낮아진 셈이지만, 급격한 시장 성장에 사업자와 이용자가 따라가지 못해 여러 가지 부작용이 발생하는 상황임
 - 다양한 부작용 중에서도 사회적 약자로 인식되고 있는 미성년자 피해, 환불이나 환급과 금전적인 피해의 증가가 모바일 콘텐츠 이용에서의 대표적인 문제로 나타나고 있어 산업 진흥과 이용자 보호라는 균형적인 시각을 맞춰줄 수 있는 제도적 개선이 필요하다는 인식이 높아지고 있음

□ 본 실태조사는 사업자들이 콘텐츠 이용자 보호를 위해 얼마나 약관을 준수하고 있는지 항목별로 세분화시켜 살펴보고, 이를 기반으로 사업자와 이용자 간 상호 신뢰가 가능한 합리적인 약관으로 나아가는 정책적 기초자료로 활용하기 위한 것임

2018 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사

제2장. 조사 개요

1. 조사 목적 및 근거

1-1. 실태조사의 목적

- 본 실태조사의 목적은 콘텐츠가 유통되고 거래되는 과정에서 이용자들의 피해를 최소화하고, 기본 권익을 보호하기 위하여 제정한 「콘텐츠이용자보호지침」(문화체육관광부 고시 제2015-10호, 이하 '보호지침')을 콘텐츠 사업자들이 자율적으로 준수하고 있는지 파악하기 위하여 정기적으로 실태 조사를 시행
 - 콘텐츠산업진흥법 및 보호지침에 규정된 내용을 기준으로 이용약관의 준수 수준을 평가
- 실태조사 시행 결과를 근거로 이용자 보호를 위한 사업자들의 자율적인 이용약관 개선을 유도
 - 항목별 평가 결과를 사업자에게 피드백하고 사업자의 의견수렴 및 이용약관의 개선을 위한 컨설팅 등을 수행
- 콘텐츠이용 피해 사전예방 및 신뢰 기반 콘텐츠 이용환경 조성을 통해 건전한 콘텐츠 발전에 기여

1-2. 실태조사의 법적 근거

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

제28조(이용자보호지침의 제정 등) ① 정부는 콘텐츠의 건전한 거래 및 유통질서 확립과 이용자 보호를 위하여 콘텐츠사업자가 자율적으로 준수할 수 있는 지침(이하 "이용자보호지침"이라 한다)을 관련 분야의 사업자, 기관 및 단체의 의견을 들어 정할 수 있다. <개정 2013.3.23.>

제26조(이용자 보호시책 등) ① 정부는 콘텐츠의 유통 및 거래에 관한 이용자의 기본권익을 보호하기 위하여 다음 각 호의 사업을 추진하여야 한다. <개정 2013.3.23.>

2. 제28조에 따른 이용자보호지침의 준수에 관한 실태조사

□ 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사 방법의 변화

- 2012~2015년까지는 '콘텐츠이용자보호지침 준수 모니터링'으로 준수 여부만 측정하던 방식에서 2016년부터는 '콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사'로 명칭을 변경하고, 조사의 체계화 및 신뢰성 향상을 위하여 표본설계 및 조사결과 도출 방식에 변화된 방식을 도입
 - 콘텐츠 사업자들의 이용자 보호에 대해 보다 심층적이고 신뢰도 높은 조사를 추진하기 위하여 2016년에 조사 방식이 개선되었으며, 2016년을 기준으로 2년마다 정기적으로 실태조사 실시

[표 8] 연도별 실태조사의 평가항목 변동

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

2. 추진 절차 및 경과

□ 2018 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사 추진 절차 및 경과

- 방식 변경에 따라 실태조사의 신뢰성을 높이기 위하여 관련 전문가들과 다수에 걸친 온·오프라인 회의 및 자문을 통하여 실태조사를 준비 및 실시

[표 9] 2018 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사 추진 절차 및 경과

활동 내용	추진주체	추진경과
실태조사 모집단 구성, 표본 설계 및 조사항목(안) 검토 및 확정	수행기관, 자문단	'18.10월
↓		
실태조사 대상 콘텐츠 서비스(사업자) 리스트 수집	수행기관	'18.10월말~11월중
↓		
콘텐츠 서비스별 약관 수집, 실태조사(약관 평가) 실시	수행기관	'18.11월중~'19.1월중
↓		
실태조사 결과(안) 검토, 지수화 및 등급분류(안) 방안 협의·확정	수행기관, 한국콘텐츠진흥원	'19.1월중
↓		
실태조사 결과(안) 사업자에 회신 및 이의신청 접수·회신	수행기관	'19.1월중
↓		
콘텐츠 사업자 개별 심층인터뷰 실시	수행기관	'19.1월중
↓		
실태조사 결과보고서(안) 제출	수행기관	'19.2월초

3. 모집단 구성 및 표본설계

□ 모집단 정의

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

[표 10] 콘텐츠산업 특수분류체계

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

	온라인 음악 유통업	인터넷/모바일 음악 서비스업
	온라인 음악 유통업	음원 대리 중개업
	온라인 음악 유통업	인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업 (CP)
	음악 공연업	음악공연 기획 및 제작업
	음악 공연업	기타 음악공연 서비스업
	노래연습장 운영업	노래연습장 운영업
게임	게임 제작 및 배급업	게임 제작 및 배급업
	게임 유통업	컴퓨터 게임방 운영업
	게임 유통업	전자 게임장 운영업
영화	영화 제작, 지원 및 유통업	영화 기획 및 제작
	영화 제작, 지원 및 유통업	영화 수입
	영화 제작, 지원 및 유통업	영화제작 지원
	영화 제작, 지원 및 유통업	영화 배급
	영화 제작, 지원 및 유통업	극장 상영
	영화 제작, 지원 및 유통업	영화 홍보 및 마케팅
	디지털온라인 유통업	DVD/블루레이 제작 및 유통
	디지털온라인 유통업	온라인 상영
애니메이션	애니메이션 제작업	애니메이션 창작 제작업
	애니메이션 제작업	애니메이션 하청 제작업
	애니메이션 제작업	온라인(인터넷,모바일) 애니메이션 제작업
	애니메이션 유통 및 배급업	애니메이션 유통, 배급 및 홍보
	온라인 애니메이션 유통업	온라인 애니메이션 서비스업 (인터넷,모바일)
방송	지상파 방송	지상파 방송 사업자
	지상파 방송	지상파 이동멀티미디어 방송 사업자
	유선방송	종합유선방송 사업자
	유선방송	중계유선방송 사업자
	위성방송	일반위성방송 사업자
	위성방송	위성이동멀티미디어방송 사업자
	방송채널사용사업	방송채널사용 사업자
	방송영상물제작업	방송영상독립제작사
	인터넷 영상물 제공업	인터넷프로토콜 TV (IPTV)
광고	(본 실태조사에서는 제외)	
캐릭터	캐릭터 제작업	캐릭터 개발 및 라이선스업
	캐릭터 제작업	캐릭터상품 제조업
	캐릭터 상품 유통업	캐릭터상품 도매업
	캐릭터 상품 유통업	캐릭터상품 소매업
지식정보	e-learning 업	e-learning 기획업
	e-learning 업	e-learning 인터넷/모바일 서비스업
	e-learning 업	인터넷/모바일 e-learning 제작 및 제공업 (CP)
	e-learning 업	에듀테인먼트 기획 및 제작업
	기타 데이터베이스 및 온라인정보 제공업	기타 데이터베이스 및 온라인 정보 제공업
	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업	포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업
	가상세계 및 가상현실업	스크린골프 시스템 기획 및 제작업
	가상세계 및 가상현실업	스크린골프장 운영업
	가상세계 및 가상현실업	기타 가상세계 및 가상현실 기획 및 제작업
콘텐츠솔루션	(본 실태조사에서는 제외)	

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

[표 11] 콘텐츠산업 특수분류체계 및 실태조사 분류체계 비교

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

- * B2B 위주의 서비스를 제공하는 광고 및 콘텐츠 이용을 위한 기술적 수단인 콘텐츠솔루션은 대상에서 제외
- * 이용피해 상담 사례가 많은 게임(온라인/모바일) 및 지식정보(이러닝/정보서비스) 장르는 세분화
- * 서비스 형태(VoD/웹하드)가 유사한 영화, 애니메이션, 방송 산업은 영상서비스 장르로 통합
- * 온라인 캐릭터 콘텐츠 서비스는 포털 등과 함께 제공되는 경우가 많으므로 정보서비스와 통합
- * 앱마켓(구글 플레이스토어, 애플 앱스토어 등)은 실태조사 범위에 포함되 서비스별 등급 산정을 위한 표준점수 산출에서는 제외

□ 조사 모집단 확보

- 실태조사 모집단을 확보하기 위하여 한국콘텐츠진흥원에서 실시하는 ‘콘텐츠산업 반기별 실태조사’의 사업체 리스트를 기본 활용
- 2018년도 반기별 실태조사를 위해 구축한 상반기 패널 사업체 리스트 1,984개(광고, 콘텐츠솔루션 제외) 및 상장사 107개(광고, 콘텐츠솔루션 제외) 등 2,091개의 사업체를 표본설계를 위한 모집단 리스트로 구성
 - 최근까지 실태조사가 진행되고 있는 사업체의 리스트이므로 휴업과 폐업 여부가 기 확인되어 모집단 리스트의 신뢰도를 높일 수 있음
 - 모집단 리스트의 모든 사업체가 현재 온라인 콘텐츠를 제공하지는 않더라도, 향후 온라인 콘텐츠를 제공할 가능성이 높은 사업자이므로 이를 모두 포함하여 표본설계의 기준으로 활용

[표 12] 2018년 실태조사 장르별 모집단 수 및 비중

연번	구분 (실태조사 분류체계)	모집단 리스트 [개]	비중 [%]
1	출판	555	27.9%
2	만화	120	6.1%
3	음악	264	13.3%
4	온라인게임	93	4.7%
5	모바일게임	92	4.6%
6	영상서비스	378	19.1%
7	이러닝	260	13.1%
8	정보서비스	222	11.2%
	(계)	1,984	100.0%

※ 온라인게임, 모바일게임, 이러닝과 정보서비스 장르의 업체 수를 편의상 2016년도 모집단 수준으로 조정하여 배분

□ 표본설계

- 2018년 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사의 대상은 8개 장르의 232개 사업체(서비스)로서 장르별 모집단 리스트의 규모에 '최근 5년 간 장르별 콘텐츠 이용피해 상담사례'의 비중을 비례로 적용하여 장르별 표본을 배분

[표 13] 최근 5년간 콘텐츠 이용피해 상담사례 추이(콘텐츠분쟁조정위원회)

(단위: 건, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	5년간	%
출판	13	5	9	1	1	29	0.1%
만화	4	13	2	3	4	26	0.1%
음악	65	36	40	91	107	339	1.4%
게임	4,010	3,272	2,797	3,774	4,556	18,409	77.4%
영화	119	35	24	33	23	234	1.0%
애니메이션	19	14	3	11	9	56	0.2%
방송	57	42	50	23	45	217	0.9%
광고	38	54	22	21	13	148	0.6%
캐릭터	4	3	4	5	6	22	0.1%
지식정보	1,537	1,230	568	372	312	4,019	16.9%
콘텐츠솔루션	122	22	16	44	68	272	1.1%
(비콘텐츠)	440	448	548	321	543	2,300	
(계)	6,430	5,174	4,089	4,699	5,687	26,071	

※ 비중은 (비콘텐츠) 제외

- 2016년과 동일하게 장르별 정규분포화를 위한 최소 표본 개수로 20개(기본 배분)를 설정하고, 기본 배분 수에 비례배분 수를 적용하는 것을 원칙으로 함
- 여기에 지난 2년 간 변화한 시장 환경을 반영하고, 본 조사의 모집단으로 고려한 '반기별 콘텐츠 산업 실태조사'의 표본 규모의 변화를 반영하여 최종 배분을 조정함
 - 먼저 게임분야의 성장, 특히 그 중에서도 모바일게임 시장이 매우 커짐에 따라 표본 배분에 이를 반영하고자 함
 - 다음으로 2018년부터 반기별 콘텐츠산업 실태조사로 연 2회로 바뀌면서 표본의 크기가 기존보다 약 2배 정도 커짐에 따라 이를 반영하고자 함
 - 그리고 업체별 약관 수집 과정에서 20개 이상의 약관수집이 어려웠던 장르 음악과 영상서비스 장르는 배분 사업체 수를 줄일 수밖에 없어 최종 배분에는 이러한 부분이 반영됨
 - 최종 배분 결과, 장르별 기본배분 20개씩 총 160개, 비례배분 및 조정 배분 총 72개를 합하여 최종 표본배분 232개를 완료(<표 10> 참조)
 - 전체 표본에서 모바일게임이 53개(22.8%)로 가장 많은 비중을 차지하였고, 다음으로 온라인게임(42개, 18.1%), 이러닝과 정보서비스(각 31개, 13.4%)의 순으로 높은 비중을 차지

[표 14] 2018년 실태조사 장르별 모집단 수 및 비중

연번	장르 구분	모집단 리스트 [개]	상당 비중 [%]	기본배분 [개]	비례배분 [개]	조정 배분* [개]	최종 배분 [개]
1	출판	555	0.1%	20	0	-	20
2	만화	120	0.1%	20	0	1	21
3	음악	264	1.4%	20	0	-3	17
4	온라인게임	93	31.1%	20	20	2	42
5	모바일게임	92	46.7%	20	30	3	53
6	영상서비스	378	2.1%	20	0	-3	17
7	이러닝	260	9.0%	20	10	1	31
8	정보서비스	222	9.5%	20	10	1	31
	(계)	1,984	100.0%	160	70	2	232

□ 표본추출

- 전체 모집단 리스트에서 임의추출 방식으로 사업체를 선정 후, 사업체 홈페이지를 통하여 PC·모바일 등을 통하여 온라인 콘텐츠 서비스가 제공되는 웹사이트 또는 모바일앱을 실태조사 표본으로 추출
 - 유료형 서비스가 일부라도 포함되고 주로 개인(또는 개인사업자) 대상으로 온라인 콘텐츠가 제공되는 서비스로 표본을 구성
 - 선정된 표본들의 장르별 주요 서비스 형태들은 아래와 같음

[표 15] 2018년 실태조사 장르별 주요 서비스 형태

연번	장르 구분	주요 서비스 형태
1	출판	전자책, 전자잡지 등
2	만화	웹툰(단행본, 연재물)
3	음악	MP3 다운로드/스트리밍, 선택형 음악방송, 노래방/벨 앱 등
4	온라인게임	온라인 게임
5	모바일게임	모바일 게임(앱)
6	영상서비스	VoD, 웹하드 등
7	이러닝	온라인 교육(교과과정, 기술교육, 외국어 등)
8	정보서비스	포털, SNS, 이모티콘/아바타, 에듀테인먼트, 이미지/문서서식 등

4. 이용약관 평가항목 선정 및 평가표 구성

□ 평가항목 선정

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

[표 16] 2018 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사용 이용약관 평가표

대분류 (진흥법 시행령)	배점 (100점만점)	중분류 및 소분류 (항목별 배점) (보호지침)	비고 (관련 지침 조항)
1.과오납금의 환불 방법 및 절차	15	1-1) 약관에 “과오금 환급 관련 내용” 명시 여부 (6)	제10조
		1-1-1) 약관에 “과오금 전액 환급” 명시 여부 (1)	제10조3항
		1-2) 약관에 “과오금 환급방법” 명시 여부 (6)	제10조2항
		1-2-1) 약관에 “대금결제와 동일한 방법으로 환급” 명시 여부 (1)	제10조2항
		1-2-2) 동일한 방법으로 과오금 환급 불가시 “이용자가 선택한 방법으로 환급” 명시 여부 (1)	제10조2항

2.청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지의 방법과 그 효과	43	2-1) (청약철회 기간) 약관에 “계약서 교부일 또는 콘텐츠 공급일로부터 XX 일 이내에 청약철회 허용” 명시 여부 (6)	제12조
		2-1-1) 약관에 청약철회 가능기간을 “7일 이상”으로 명시 여부 (1)	제12조1항
		2-2) (청약철회 기간, 표시내용과 다른 경우) 약관에 “콘텐츠의 내용이 표시 및 광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회 가능” 명시 여부 (6)	제10조3항
		2-2-1) 이용자는 “구두 또는 서면으로 청약철회 할 수 있음” 명시 여부 (1)	제12조4항
		2-2-2) 약관에 “공급일로부터 3개월 이상” 또는 “인지한 날로부터 30일 이내” 명시 여부 (1)	제10조3항
		2-3) (청약철회 효과) 약관에 “청약철회시 콘텐츠 대금 환급” 명시 여부 (6)	제13조
		2-3-1) 약관에 환급기간을 “3영업일 이하”로 명시 여부 (1)	제13조3항
		2-3-2) 약관에 “사업자는 이용자에게 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않음” 명시 여부 (1)	제13조10항
		2-4) (이용계약 해제, 해지) 약관에 “이용자의 계약해제 및 해지권 부여” 명시 여부 (6)	제14조
		2-5) (계약해제 및 해지의 효과) 약관에 계약해제, 해지의 효과로 “사업자는 이용자에게 대금을 환급” 명시 여부 (6)	제16조, 17조, 19조
		2-5-1) 약관에 “이용자가 콘텐츠를 이용한 경우 이용기간 동안의 요금을 공제한 나머지 금액을 환급” 명시 여부 (1)	제16조1항, 2항
		2-6) (청약철회, 이용계약 해제 또는 해제방법) 약관에 “계약체결시 사용방법 외에 청약철회, 계약해제/해지 수단 제공” 명시 여부 (6)	제21조
		2-6-1) 해당 청약철회 수단의 방법으로 약관에 “청약철회, 계약해제/해지를 위한 전화번호, 이메일 및 팩스번호” 명시 여부 (1)	제21조1항
3.콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해 보상의 기준 범위 방법 및 절차	8	3-1) (피해보상 기준, 범위 및 방법, ‘다운로드 방식’) 약관에 “다운로드 콘텐츠의 하자 등에 의해 발생한 이용자의 손해에 대해 보상 또는 배상” 명시 여부 (6)	제23조
		3-1-1) 콘텐츠의 정상적인 이용에 중대한 하자가 있을 경우 약관에 “24시간 내에 완전한 온라인콘텐츠를 다시 공급하며, 불가능한 경우 이용자가 지급한 대금에 손해배상액을 더해 지급” 명시 여부 (1)	제23조1항
		3-1-2) 약관에 완전한 콘텐츠 재공급 시간 “24시간 이내”로 명시 여부 (1)	제23조1항, 2항
		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 (6)	제22조
		3-2-1) (사전미고지) 1개월 내 서비스 중지 및 장애발생 누적시간이 72시간을 초과한 경우 사업자는 미이용기간을 포함, “잔여기간에 대한 이용료 환급 및 손해배상 실시한다”는 내용 명시 여부 (1)	제22조1항 1호
		3-2-2) (사전고지) 1개월 기준으로 서비스 중지 및 장애시간이 10시간을 초과하지 않는 경우(24시간~34시간) 약관에 “사업자는 중지 및 장애시간에 해당되는 시간(이상)을 무료로 연장” 명시 여부 (1)	제22조2항 2호
4.분쟁해결 방법 및 절차	12	4-1) 약관에 “분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 관련 사항” 명시 여부 (6)	제27조
		4-2) 약관 및 서비스 메뉴 등에서 사업자는 “콘텐츠계약에서 발생하는 이용자의 불만 또는 피해구제요청을 적절하게 처리할 수 있도록 필요한 인력 및 체계(서비스)를 구비” 했음을 명시 여부 (6)	제20조2항
5.그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한	22	5-1) (계약체결전 정보제공) 약관 및 서비스 메뉴 등에서 “사업자 및 콘텐츠에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시, 광고 또는 고지” 했는지 여부 (6)	제7조

사항	5-1-1) 약관 및 서비스 메뉴 등에서 “콘텐츠 이용제한 등급” 명시 여부 (1)	제7조1항 3호
	5-1-2) 약관 및 서비스 메뉴 등에서 “전자매체로 공급 가능한 콘텐츠의 전송, 설치 등과 관련하여 요구되는 기술적 사항” 명시 여부 (1)	제7조2항 6호
	5-2) (미성년자 법정대리인 동의) 약관에 “미성년자인 경우 법정대리인 동의를 얻지 못한 경우 본인이나 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있음” 명시 여부 (6)	제7조2항 12호
	5-3) (약관변경의 통지) 약관에 “약관 변경시 변경통지” 명시 여부 (6)	제6조
	5-3-1) 약관 변경전 공지기간을 “최소 7일전”으로 명시했는지 여부 (1)	제6조1항
	5-3-2) 약관에 “변경약관 적용에 대해 이용자 동의여부 확인” 명시 여부 (1)	제6조2항

□ 평가절차

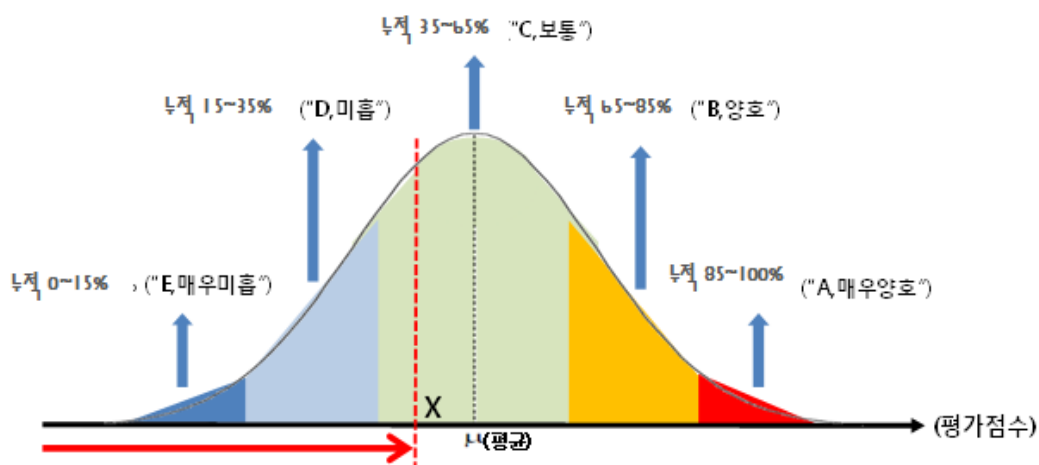
- ① 선정된 콘텐츠 서비스의 웹사이트(또는 모바일앱)의 이용약관, 서비스 운영정책, 포인트(가상 캐시) 운영정책 등을 수집
 - * 여러 약관으로 분리되어 운영시 이를 모두 함께 수집하며, 필요시 개인정보보호정책 등도 참고
- ② 수집된 약관 및 운영정책을 평가항목별 내용을 검토하며 평가항목 관련 문구를 스프레드시트로 구성한 평가시트의 해당 약관 항목란에 복사하여 입력하고, 평가가 애매한 항목이 존재할 경우 그에 대한 판단 근거를 해당 평가항목의 평가의견란에 입력
 - * 사업자 및 콘텐츠 관련 정보, 콘텐츠 이용제한 등급 표시, 콘텐츠 이용을 위한 기술적 사항 명시 등은 약관 뿐 아니라 해당 서비스의 홈페이지 등을 함께 참조
- ③ 평가항목별 가부(Y/N) 판단과 평가근거(약관 내 해당 조항 내용 등)를 함께 입력하여, 전체 평가표를 작성
- ④ 실태조사 대상 사업자들에게 조사 결과 안 회람 후 이의신청을 접수하여 재검토를 실시하고, 재검토 결과를 반영하여 최종 결과를 확정
- ⑤ 평가된 각 사업자의 서비스별 평가점수는 통계적 지수화를 통하여, 표준점수로 환산하고 환산된 표준점수를 기준으로 보호지침 준수 등급을 부여함
 - * 보호지침 준수 등급은 5단계(A(매우양호)~E(매우미흡)) 등급으로 분류

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

□ 표준점수 환산

- 연도별 추출되는 표본의 차가 발생할 수 있고, 특정 표본들로 인하여 전체적인 보호지침 평가점수가 상승 또는 하락할 수 있으므로, 해당연도의 전체 표본(2018년 232개 표본)의 이용약관 평가점수 평균 및 분산을 고려하여 환산할 수 있는 표준점수 체계를 마련
 - 해당연도 전체 평균 수준에 대한 각 서비스의 상대적 수준을 동시 고려한 표준점수로 환산하고, 이를 당해 서비스별 준수 등급 분류의 기준으로 활용
- 먼저 이용약관 평가결과를 종합하여 전체 평가점수들의 평균과 표준편차(점수들이 흩어진 정도)를 계산
 - * 평가 중분류 항목(6점)과 소분류 항목(1점)의 배점 차이로 평가점수가 높은 그룹은 인접 구간에 몰려 있고, 평가점수가 낮은 일부 그룹은 넓게 퍼지는 경향이 발생할 수 있음
- 전체 표본들의 평가점수 평균과 표준편차를 계산하여 해당하는 정규분포 곡선을 도출
 - * 정규분포 : 평균을 중심으로 좌우 균등하게 빈도(또는 확률)가 대칭으로 감소하는 분포
 - * '중심극한정리'에 의하여 조사하는 표본의 크기가 무한히 많아지는 경우 정규분포를 따른다고 알려져 있고, 통상 20~30개 이상의 표본이면 충분히 정규분포에 근사하는 것으로 인정되고 있음
- 실태조사에 포함된 전체 232개 서비스의 특징(평균, 표준편차)을 반영하는 정규분포 곡선에서 특정 평가점수가 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(엑셀의 Norm.dist 함수 이용)
 - * 스프레드시트 프로그램을 사용하여 각 서비스들에 대하여 환산된 표준점수를 산출(환산 범위 : 0% 초과, 100% 미만)

[그림 4] 정규분포 곡선 및 평가점수에 따른 환산 표준점수의 개념



특정 서비스의 평가점수가 'X' 인 경우 정규분포 곡선에서, 전체정규분포(전체 곡선 면적)에 대해 '극저값~X' 사이의 면적의 누적비중(%)을 산출하여 이를 등급 분류를 위한 환산된 '표준점수'로 적용

(예) 평가점수가 평균과 동일할때($X=m$), 극저값(좌측)에서 평균 m 까지의 정규분포 곡선의 누적 분포(면적)는 전체(면적)의 50%에 해당하므로 환산 표준점수는 "50p"이고 이는 '보통' 등급의 구간에 해당

□ 보호지침 준수 등급 분류

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

[표 17] 2018 실태조사 표준점수에 따른 서비스별 보호지침 준수 등급 분류

등급	환산 표준점수 기준 등급별 구간	이상적 정규분포인 경우 각 구간별 표본 분포 비중 (이상적인 등급별 표본 수 분포)
매우양호(A)	85p 이상 ~ 100p 이하	15%
양호(B)	65p 이상 ~ 85p 미만	20%
보통(C)	35p 이상 ~ 65p 미만	30%
미흡(D)	15p 이상 ~ 35p 미만	20%
매우미흡(E)	0p 이상 ~ 15p 미만	15%

2018 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사

제3장. 조사 결과

1. 실태조사 결과 종합

1.1 실태조사 결과 종합표

□ 이용약관 평가결과

- 8개 장르의 232개 콘텐츠 사업자의 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
- 동일 주제로 묶여 있는 대분류별 평가항목 기준으로 평균 평가점수를 산출

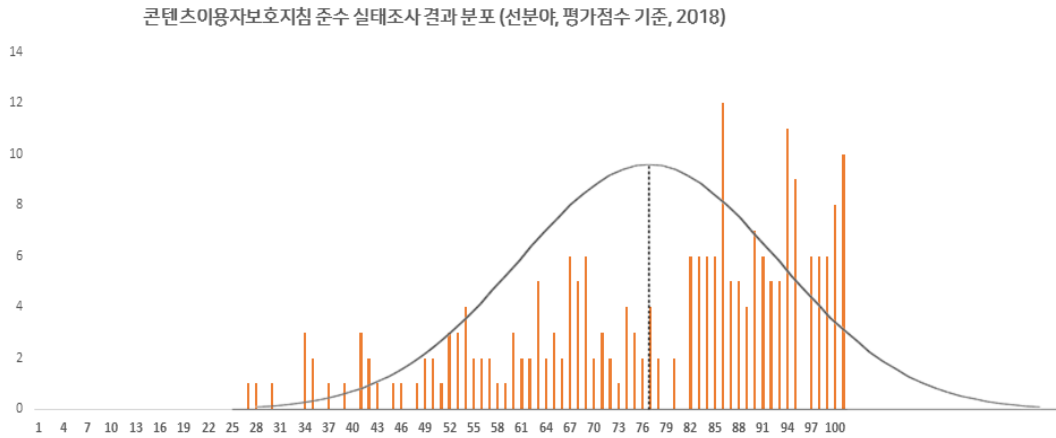
- ◆ 대분류1 (15점 만점) : 과오납금의 환불방법 및 절차 관련 항목
- ◆ 대분류2 (43점 만점) : 청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해지·해제 관련 항목
- ◆ 대분류3 (8점 만점) : 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 관련 항목
- ◆ 대분류4 (12점 만점) : 분쟁해결 방법 및 절차 관련 항목
- ◆ 대분류5 (22점 만점) : 사업자-콘텐츠 관련 정보제공, 미성년자 계약취소, 약관변경 통지 등 관련 항목

- 각 장르별 이용약관 평가점수의 총점 평균을 당해 실태조사 표본 그룹(232개)과의 상대적인 수준을 파악할 수 있도록 통계기법으로 환산된 표준점수(단위는 'p'(point)로 설정) 평균과 함께 표기하였음
- 1차적으로 산출되는 이용약관 평가점수는 100점 만점의 평가표를 통한 절대적인 준수 수준이고, 표준점수(만점: 100.0p, 전체 평균: 50.0p)는 당해 실태조사 전체 표본에 대한 상대적인 준수 수준을 동시에 반영한 것으로서 표본별 등급을 산정하는데 활용함
- * 전체 평가점수의 평균(76.6점)을 표준점수로 환산할 경우 중앙값인 50.0p가 되고, 당해 평가점수들의 분산 정도에 따라 동일 평가점수라 하더라도 표준점수는 달라질 수 있음

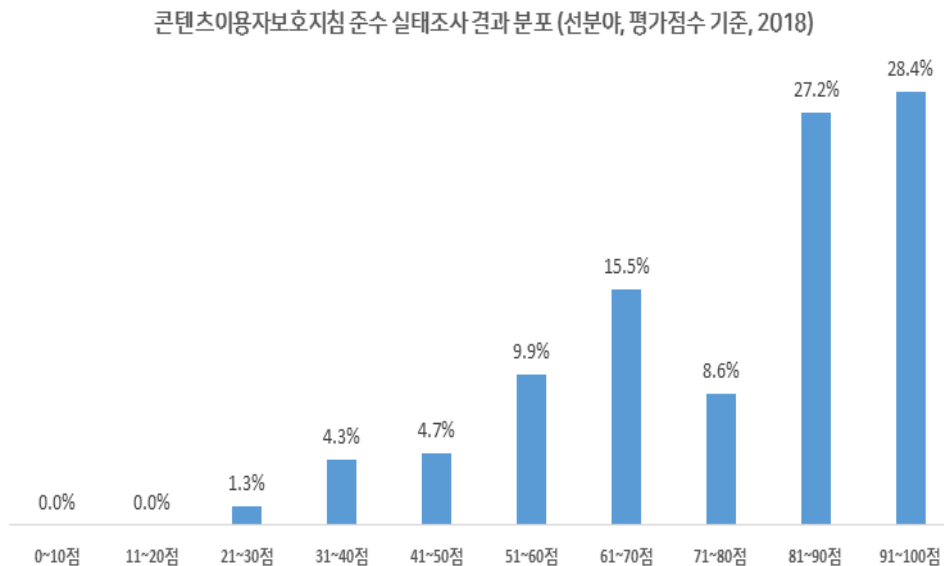
[표 18] 2018 실태조사 결과 장르별 종합표

No.	장르명	주요 서비스	조사시행 [개]	대분류별 평균 평가점수 [점, 만점대비%]					총점 (100)	표준 점수 (p)
				1 (15)	2 (43)	3 (8)	4 (12)	5 (22)		
1	출판	전자책	20	5.2 (34.3)	36.1 (84.0)	5.8 (72.5)	10.2 (85.0)	19.1 (86.8)	76.4	49.5p
2	만화	웹툰	21	11.0 (73.0)	37.6 (87.4)	3.9 (48.8)	8.6 (71.4)	20.9 (94.8)	81.9	59.2p
3	음악	MP3 다운로드/스트리밍, 벨소리, 노래방 서비스 등	17	10.1 (67.5)	34.3 (79.8)	6.5 (80.9)	7.4 (61.8)	19.8 (89.8)	78.1	52.6p
4	온라인게임	웹게임	42	11.0 (73.3)	38.8 (90.3)	6.3 (78.9)	8.6 (71.4)	20.8 (94.4)	85.5	65.3p
5	모바일게임	모바일게임	53	10.5 (70.2)	31.1 (72.3)	4.6 (58.0)	9.1 (75.5)	19.7 (89.6)	75.0	47.2p
6	영상서비스	영화 스트리밍, 웹하드(다운로드)	17	10.6 (70.6)	28.2 (65.7)	5.5 (68.4)	11.3 (94.1)	17.4 (79.1)	73.0	43.6p
7	이러닝	동영상 교육 등	31	9.9 (66.0)	33.9 (78.9)	6.1 (76.2)	11.0 (91.9)	19.2 (87.4)	80.2	56.3p
8	정보서비스	포털, 캐릭터, 이미지 등	31	6.2 (41.5)	23.1 (53.6)	4.0 (50.4)	11.0 (91.9)	17.2 (78.2)	61.5	25.2p
(계, 평균)			232	9.5 (63.0)	32.8 (76.3)	5.3 (66.2)	9.6 (80.0)	19.4 (88.1)	76.6	50.0p

[그림 5] 2018 실태조사 점수별 빈도 및 정규분포 곡선



[그림 6] 2018 실태조사 점수대별 빈도

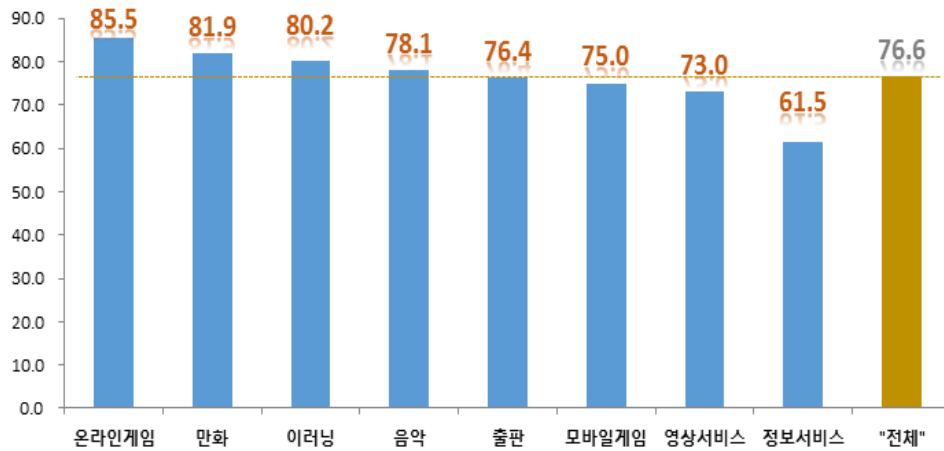


□ 전체 장르별/평가항목별 결과

- (장르별) 전체 232개 표본의 실태조사 결과 이용약관 평균 평가점수(100점 만점)는 76.6점을 기록하였으며, 장르별로는 ‘온라인게임’ 장르가 85.5점으로 가장 높은 결과를 나타냈고, ‘정보서비스’ 장르는 61.5점으로 가장 낮은 평가점수를 보임

[그림 7] 전체 장르별 실태조사 결과

(단위: 점, 사례수: 232)

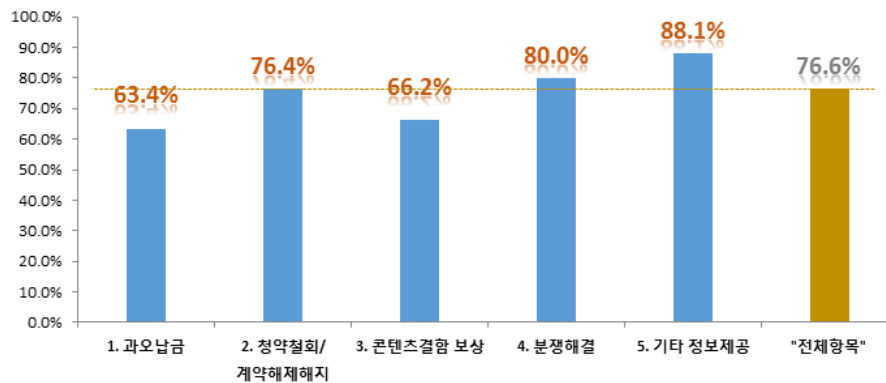


○ (평가항목별) 전체 실태조사 결과 각 대분류 항목별 평가점수(만점대비% 기준)를 살펴보면, '기타 정보제공'에 대한 항목이 88.1%로 가장 높은 평가점수 수준을 기록 하였고, '과오납금' 관련 항목이 63.4%로 가장 낮은 수준을 나타냄

* 이하 분류별·항목별 평가점수 분석에서는 분류별 배점이 다르고 개별 점수로는 그 수준을 직관적으로 파악하기 어려우므로, 분석시 비교를 위하여 평가점수를 '만점대비%' 중심으로 변환하여 표기함 (총점의 경우 100점 만점으로 그 자체가 만점대비%와 동일한 수치이므로 점수 그대로 표기)

[그림 8] 전체 대분류 평가항목별 실태조사 결과

(항목별 만점대비%, 사례수: 232)



1.2 장르별 표준점수 분포 및 등급 평가 종합

○ 총 232개 표본 중 통계처리로 환산한 표준점수로 A(매우양호) 10개, B(양호) 83개, C(보통) 67개, D(미흡) 38개, E(매우미흡) 34개 등 전체 표본들의 보호지침 준수 등급이 분류됨

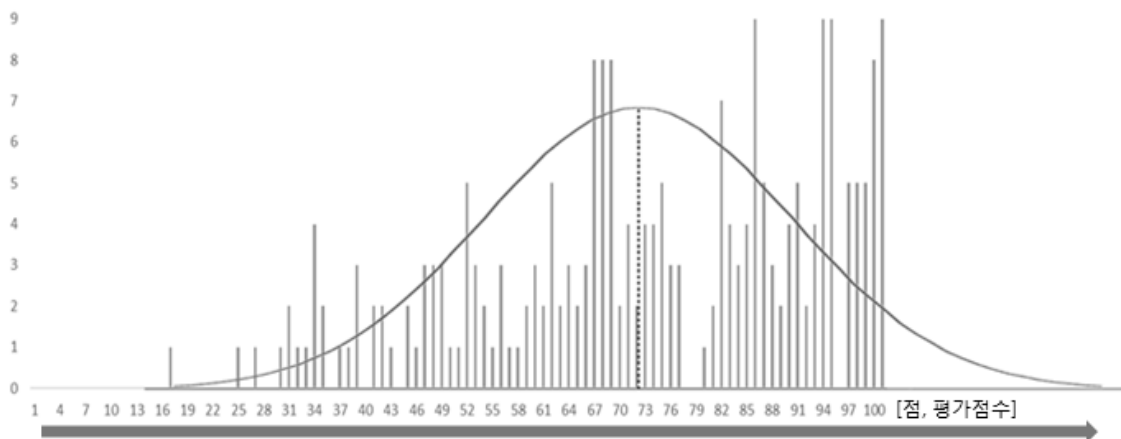
* 표본별 표준점수는 2장 5절의 장르별 실태조사 결과를 참조

[표 19] 2018 실태조사 대상 표본(232개)들의 장르별 평균 표준점수 및 등급별 개수

장르	출판	만화	음악	온라인게임	모바일게임	영상서비스	이러닝	정보서비스	(계)
장르별 평균의 표준점수	49.5p	59.2p	52.6p	65.3p	47.2p	43.6p	56.3p	25.2p	50.0p
(표준점수 기준 등급별 표본 수)									
매우양호	0	0	0	4	1	1	4	0	10
양호	6	9	11	21	16	4	12	4	83
보통	8	8	1	11	19	5	6	9	67
미흡	5	4	2	4	9	4	4	6	38
매우미흡	1	0	3	2	8	3	5	12	34
(계)	20	21	17	42	53	17	31	31	232

표준점수에 의한 등급 분류 기준	A. 매우양호	85p~100p
	B. 양호	65p~85p 미만
	C. 보통	35p~65p 미만
	D. 미흡	15p~35p 미만
	E. 매우미흡	0p~15p 미만

[그림 9] 약관 평가점수의 표준점수 환산 개념



“표준점수” : 당해 조사 결과의 평균 및 표준편차에 해당하는 정규분포에서의 평가점수별 해당하는 누적확률분포(%)를 표준점수화(p)

[표 20] 약관 평가점수 및 환산된 표준점수 비교(2018 실태조사 결과 기준)

평가점수	표준점수	평가점수	표준점수
0	0.03%	51	12.81%
1	0.04%	52	13.76%
2	0.05%	53	14.76%
3	0.06%	54	15.81%
4	0.06%	55	16.90%
5	0.08%	56	18.05%
6	0.09%	57	19.23%
7	0.10%	58	20.47%
8	0.12%	59	21.75%
9	0.14%	60	23.08%
10	0.16%	61	24.45%
11	0.18%	62	25.86%
12	0.21%	63	27.32%
13	0.24%	64	28.81%
14	0.28%	65	30.34%
15	0.32%	66	31.91%
16	0.36%	67	33.51%
17	0.41%	68	35.14%
18	0.47%	69	36.80%
19	0.53%	70	38.48%
20	0.60%	71	40.18%
21	0.68%	72	41.91%
22	0.77%	73	43.65%
23	0.87%	74	45.40%
24	0.98%	75	47.16%
25	1.11%	76	48.93%
26	1.24%	77	50.69%
27	1.39%	78	52.46%
28	1.56%	79	54.22%
29	1.74%	80	55.98%
30	1.94%	81	57.72%
31	2.16%	82	59.45%
32	2.40%	83	61.16%
33	2.66%	84	62.84%
34	2.95%	85	64.51%
35	3.25%	86	66.14%
36	3.59%	87	67.75%
37	3.95%	88	69.32%
38	4.35%	89	70.86%
39	4.77%	90	72.37%
40	5.23%	91	73.83%
41	5.72%	92	75.25%
42	6.25%	93	76.63%
43	6.81%	94	77.97%
44	7.41%	95	79.26%
45	8.06%	96	80.50%
46	8.74%	97	81.70%
47	9.47%	98	82.85%
48	10.24%	99	83.96%
49	11.05%	100	85.01%
50	11.91%		

[표 21] 2018 실태조사 대상 표본(232개)들의 평가점수 (장르별 점수 내림차순)

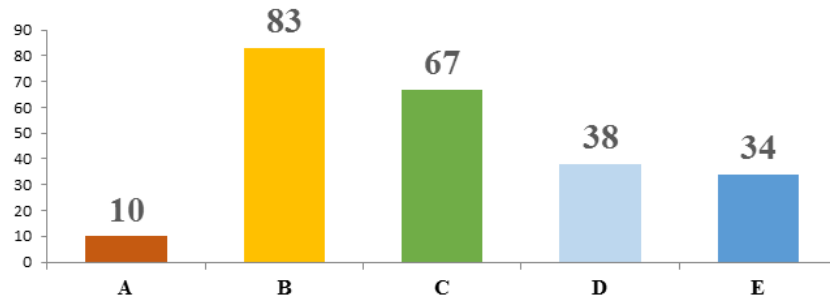
출판	만화	음악	온라인게임	모바일게임	영상서비스	이러닝	정보서비스
98	99	96	100	100	100	100	97
97	98	94	100	98	99	100	94
97	98	94	100	97	96	100	92
96	94	94	100	96	92	100	87
94	94	93	99	93	90	99	85
86	90	93	99	93	85	99	82
81	90	93	99	92	83	98	81
75	89	93	99	91	82	97	81
74	88	93	98	91	70	96	76
73	85	91	97	90	68	96	74
73	85	86	94	89	67	93	72
70	84	75	94	89	66	93	70
69	84	66	93	89	63	90	68
68	82	62	93	88	62	89	65
67	76	41	92	88	52	89	61
67	69	34	92	87	33	87	59
65	68	29	91	87	33	85	58
64	66		91	85		82	55
60	63		90	85		76	55
53	61		89	85		74	52
	56		88	85		73	51
			87	84		71	51
			86	84		67	45
			86	83		66	44
			86	83		66	42
			85	83		66	40
			85	82		53	40
			85	81		50	38
			84	79		48	34
			84	79		47	33
			83	77		36	26
			83	77			
			82	76			
			81	73			
			81	68			
			71	68			
			67	64			
			64	62			
			60	62			
			54	62			
			49	59			
			48	59			
				57			
				56			
				54			
				53			
				53			
				52			
				51			
				49			
				41			
				40			
				27			

[표 22] 2018 실태조사 대상 표본(232개)들의 표준점수 (장르별 점수 내림차순)

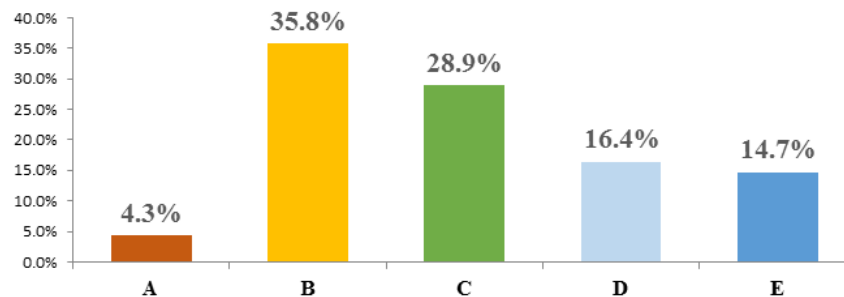
출판	만화	음악	온라인게임	모바일게임	영상서비스	이러닝	정보서비스
82.9%	84.0%	80.5%	85.0%	85.0%	85.0%	85.0%	81.7%
81.7%	82.9%	78.0%	85.0%	82.9%	84.0%	85.0%	78.0%
81.7%	82.9%	78.0%	85.0%	81.7%	80.5%	85.0%	75.3%
80.5%	78.0%	78.0%	85.0%	80.5%	75.3%	85.0%	67.8%
78.0%	78.0%	76.6%	84.0%	76.6%	72.4%	84.0%	64.5%
66.1%	72.4%	76.6%	84.0%	76.6%	64.5%	84.0%	59.4%
57.7%	72.4%	76.6%	84.0%	75.3%	61.2%	82.9%	57.7%
47.2%	70.9%	76.6%	84.0%	73.8%	59.4%	81.7%	57.7%
45.4%	69.3%	76.6%	82.9%	73.8%	38.5%	80.5%	48.9%
43.6%	64.5%	73.8%	81.7%	72.4%	35.1%	80.5%	45.4%
43.6%	64.5%	66.1%	78.0%	70.9%	33.5%	76.6%	41.9%
38.5%	62.8%	47.2%	78.0%	70.9%	31.9%	76.6%	38.5%
36.8%	62.8%	31.9%	76.6%	70.9%	27.3%	72.4%	35.1%
35.1%	59.4%	25.9%	76.6%	69.3%	25.9%	70.9%	30.3%
33.5%	48.9%	5.7%	75.3%	69.3%	13.8%	70.9%	24.4%
33.5%	36.8%	2.9%	75.3%	67.8%	2.7%	67.8%	21.8%
30.3%	35.1%	1.7%	73.8%	67.8%	2.7%	64.5%	20.5%
28.8%	31.9%		73.8%	64.5%		59.4%	16.9%
23.1%	27.3%		72.4%	64.5%		48.9%	16.9%
14.8%	24.4%		70.9%	64.5%		45.4%	13.8%
	18.0%		69.3%	64.5%		43.6%	12.8%
			67.8%	62.8%		40.2%	12.8%
			66.1%	62.8%		33.5%	8.1%
			66.1%	61.2%		31.9%	7.4%
			66.1%	61.2%		31.9%	6.2%
			64.5%	61.2%		31.9%	5.2%
			64.5%	59.4%		14.8%	5.2%
			64.5%	57.7%		11.9%	4.3%
			62.8%	54.2%		10.2%	2.9%
			62.8%	54.2%		9.5%	2.7%
			61.2%	50.7%		3.6%	1.28p
			61.2%	50.7%			
			59.4%	48.9%			
			57.7%	43.6%			
			57.7%	35.1%			
			40.2%	35.1%			
			33.5%	28.8%			
			28.8%	25.9%			
			23.1%	25.9%			
			15.8%	25.9%			
			11.0%	21.8%			
			10.2%	21.8%			
				19.2%			
				18.0%			
				15.8%			
				14.8%			
				14.8%			
				13.8%			
				12.8%			
				11.0%			
				5.7%			
				5.2%			
				1.4%			

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

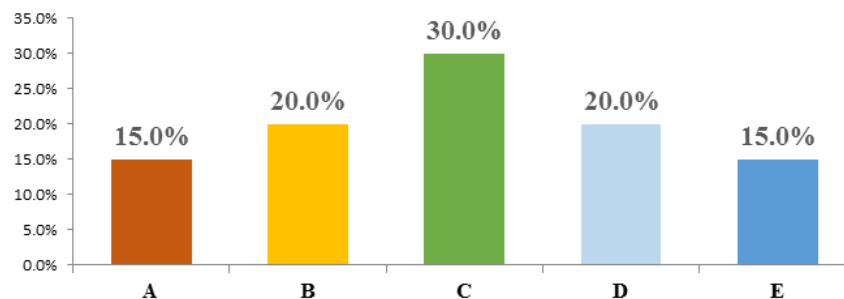
[그림 10] 전체 실태조사 표본(232개) 분야 등급별 표본 분포(개수)
(단위: 개)



[그림 11] 전체 실태조사 표본(232개) 분야 등급별 표본 분포(비중)
(사례수: 232)



[그림 12] (비교) 이상적인 정규분포인 경우의 등급별 표본 분포(비중)



2. 평가항목별 실태조사 결과

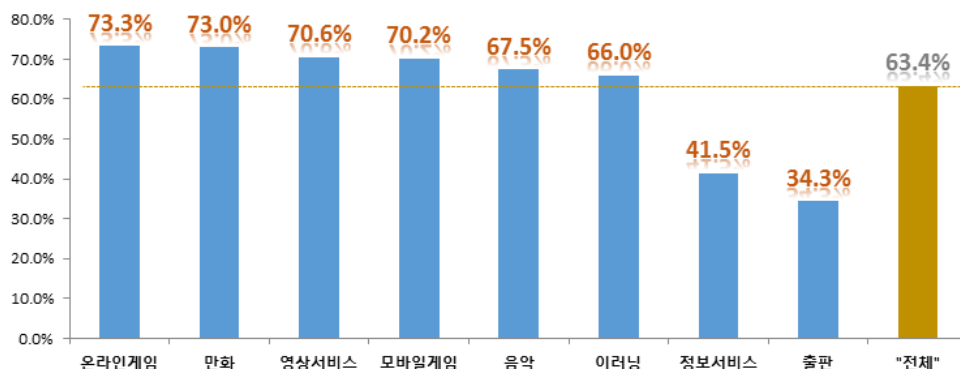
2.1 (대분류1) “과오납금의 환불방법 및 절차”

□ 대분류 기준 실태조사 결과 비교

- “과오납금의 환불방법 및 절차” 관련 항목에 대해서 전체 표본의 평가점수(만점대비% 기준)는 63.4%를 기록하였고, ‘온라인게임’ 장르가 73.3%로 가장 평가점수가 높았으며 ‘출판’ 장르가 34.3%로 가장 저조한 수준을 나타냄
- ‘출판’과 ‘정보서비스’ 장르의 서비스가 이용약관에서 과오납금 관련 항목의 평가점수가 여타 분야 대비 낮아 미흡한 것으로 평가
- ‘출판’의 경우 온라인 콘텐츠 외 일반 전자상거래(종이책 판매 등)와 혼합되어 있는 경우가 많아, 다수 사업자들이 과오납금에 대한 조항이 없는 공정위 전자상거래(인터넷 사이버몰) 표준약관을 참고하여 과오납금에 대한 내용 자체가 약관에서 다수 누락되어 나타난 결과로 보임
- ‘정보서비스’ 장르는 ‘분쟁해결 방법 및 절차(대분류4)’ 항목을 제외한 다른 항목의 점수가 다른 장르에 비해 낮아 전반적으로 약관의 보호지침 반영 수준이 낮은 편인 것으로 나타남

[그림 13] 과오납금(대분류1) 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



□ (중분류 1-1) “과오납금 환급 가능” 관련 사항의 약관 반영 [(1-1)~(1-1-1)]

- “과오납금의 환급 가능 여부” 관련 항목에 대해서 ‘영상서비스’ 분야의 평가점수(만점대비% 기준)가 79.0%로 가장 높아 보호지침 반영 수준이 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘만화’, ‘온라인게임’, ‘모바일게임’, ‘음악’, ‘이터닝’ 장르가 전체 평균 수준을 웃도는 수준을 나타냄
- 반면, ‘정보서비스’, ‘출판’ 등 2개 분야는 전체 평균 이하의 수준을 기록
- ‘출판’ 장르의 평가점수가 특히 낮게 나타났는데, 이는 앞서 기술한 바와 같이 상당 수 사업자들이 종이책 판매를 겸하고 있어 과오납금에 대한 조항이 없는 전자상거래 표준약관을 다수 참고한 데에서 기인한 것으로 판단됨

[표 23] “과오납금 환급 가능 여부” 관련 항목 실태조사 결과

(사례수: 232)

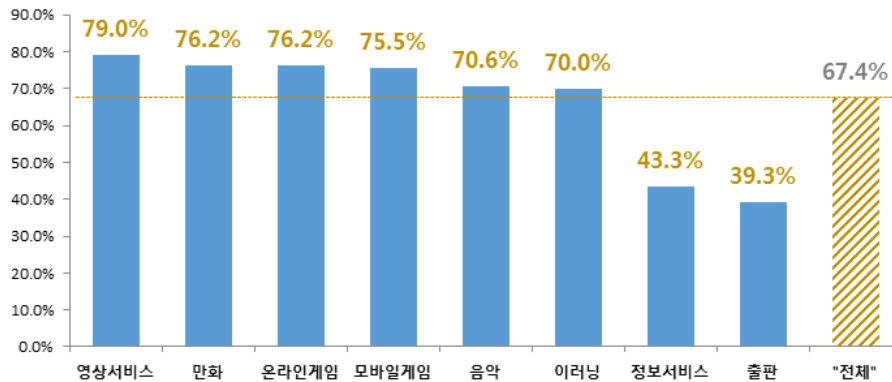
구 분		A. 항목 (1-1, 6점)		B. 항목 (1-1-1, 1점)		중분류 종합(A+B, 7점)	
장르별 평균 평가점수 [점 만점대비%]	출판	2.40	40.0%	0.35	35.0%	2.75	39.3%
	만화	4.57	76.2%	0.76	76.2%	5.33	76.2%
	음악	4.24	70.6%	0.71	70.6%	4.94	70.6%
	온라인게임	4.57	76.2%	0.76	76.2%	5.25	76.2%
	모바일게임	4.87	81.1%	0.42	41.5%	5.28	75.5%
	영상서비스	4.94	82.4%	0.59	58.8%	5.53	79.0%
	이러닝	4.26	71.0%	0.65	64.5%	4.90	70.0%
	정보서비스	2.71	45.2%	0.32	32.3%	3.03	43.3%
	(전 체)	4.16	69.4%	0.56	55.6%	4.70	67.4%
해당 항목 반영한 등급별 서비스 수 [개]	등 급	항목별 지침을 반영한 서비스(표본) 개수				전체 개수	
	A 등급	6		6		10	
	B 등급	69		62		83	
	C 등급	40		30		67	
	D 등급	13		5		38	
	E 등급	3		0		34	
	(계)	131		103		232	

* (1-1) “과오납금 환급 관련 내용” 명시 여부

* (1-1-1) “과오금 전액 환급” 명시 여부

[그림 14] “과오납금 환급 가능 여부” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



□ (중분류 1-2) “과오금 환급 방법” 관련 사항의 약관 반영 [(1-2)~(1-2-2)]

- “과오납금의 환급 방법” 관련 항목에 대해서 ‘온라인게임’ 장르의 평가점수(만점대비% 기준)가 70.8%로 가장 높아 보호지침 반영 수준이 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘만화’, ‘모바일게임’, ‘음악’, ‘영상서비스’, ‘이러닝’ 장르가 전체 평균 수준을 웃도는 수준을 나타냄
- 반면, ‘출판’, ‘정보서비스’ 2개 장르는 각각 30.0%, 39.9%로 상대적으로 매우 저조한 반영 수준을 나타냄

- ‘출판’ 분야는 과오납금 관련 항목 자체가 약관에 반영된 경우가 많지 않으므로 그 환급 방법 또한 잘 반영되지 있지 않으며, ‘온라인게임’, ‘만화’, ‘모바일게임’ 등은 소액결제들이 자주 발생하는 장르로서 이로 인한 과오납금 발생 가능성도 높으므로 인하여 과오납금에 대한 항목이 약관에는 잘 반영되어 있는 것으로 판단됨

[표 24] “과오납금 환급 방법” 관련 항목 실태조사 결과

(사례수: 232)

구 분		A. 항목 (1-2, 6점)		B. 항목 (1-2-1, 1점)		C. 항목 (1-2-2, 1점)		중분류 종합(A+B+C, 8점)	
장르별 평균 평가점수 [점 만점대비%]	출판	1.80	30.0%	0.30	30.0%	0.30	30.0%	2.40	30.0%
	만화	4.29	71.4%	0.67	66.7%	0.67	66.7%	5.62	70.2%
	음악	3.88	64.7%	0.65	64.7%	0.65	64.7%	5.18	64.7%
	온라인게임	4.29	71.4%	0.71	71.4%	0.67	66.7%	5.67	70.8%
	모바일게임	4.42	73.6%	0.49	49.1%	0.34	34.0%	5.25	65.6%
	영상서비스	3.88	64.7%	0.65	64.7%	0.53	52.9%	5.06	63.2%
	이러닝	3.87	64.5%	0.65	64.5%	0.48	48.4%	5.00	62.5%
	정보서비스	2.52	41.9%	0.39	38.7%	0.29	29.0%	3.19	39.9%
(전 체)		3.75	62.5%	0.56	56.0%	0.48	47.6%	4.78	59.8%
해당 항목 반영한 등급별 서비스 수 [개]	등 급	항목별 지침을 반영한 서비스(표본) 개수						전체 개수	
	A 등급	6		6		6		10	
	B 등급	68		64		59		83	
	C 등급	35		28		22		67	
	D 등급	8		6		3		38	
	E 등급	1		0		0		34	
	(계)	118		104		90		232	

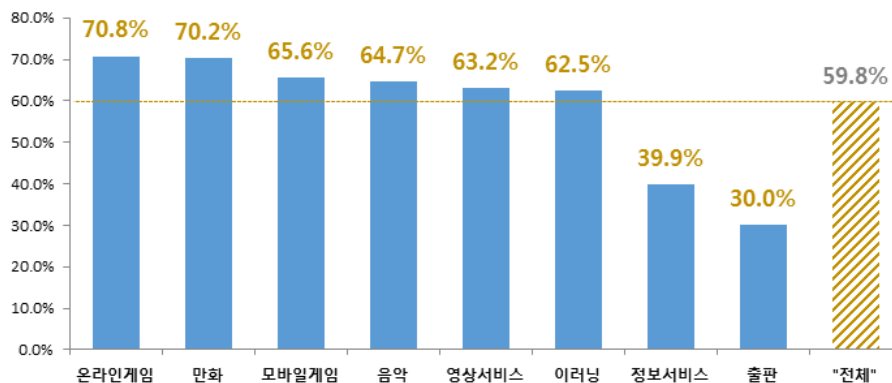
* (1-2) “과오납금 환급방법” 명시 여부

* (1-2-1) “대금결제와 동일한 방법으로 환급” 명시 여부

* (1-2-2) 결제와 동일한 방법으로 과오금 환급 불가시 “이용자가 선택한 방법으로 환급” 명시 여부

[그림 15] “과오납금 환급 방법” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



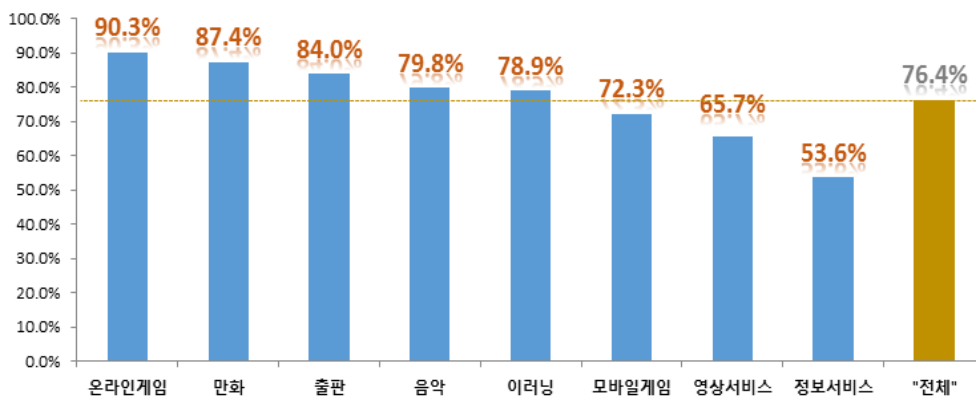
2.2 (대분류2) “청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해제, 해지 방법 및 효과”

□ 대분류 기준 실태조사 결과 비교

- “청약철회 및 콘텐츠 이용계약의 해제·해지의 방법과 효과” 관련 항목에 대해서 전체 표본의 평균 평가점수(만점대비% 기준)는 76.4%를 기록하였고, ‘온라인게임’ 장르가 90.3%로 가장 평가점수가 양호하였으며 ‘정보서비스’ 장르가 53.6%로 가장 저조한 수준을 보임
 - ‘정보서비스’, ‘영상서비스’, ‘모바일게임’ 장르의 서비스가 이용약관에서 청약철회 및 이용계약 해제·해지 관련 항목의 반영이 미흡한 것으로 평가
- ‘모바일게임’의 경우에는 직접적으로 결제 시스템을 운영하지 않고 모바일플랫폼 사업자의 인앱 결제로 청약철회가 되는 경우가 많아, 청약철회를 약관에 직접 기술하지 않는 경우가 많은 것으로 보임

[그림 16] 청약철회 및 계약 해제·해지(대분류2) 관련 항목 실태조사 결과

(항목별 만점대비%, 사례수: 232)



□ (중분류 2-1) “청약철회 허용 및 허용기간” 관련 사항의 약관 반영 [(2-1)~(2-1-1)]

- “청약철회 허용 및 허용기간” 관련 항목에 대해서 ‘만화’ 장르의 평가점수(만점대비% 기준)가 98.6%로 가장 높아 약관 반영 수준이 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘모바일게임’, ‘온라인 게임’, ‘출판’ 장르 순으로 전체 평균 수준을 웃도는 수준을 나타냄
 - 반면 ‘정보서비스’, ‘영상서비스’, ‘음악’, ‘이러닝’ 등 4개 장르는 전체 평균 이하의 수준을 기록
- ‘정보서비스’, ‘영상서비스’, ‘음악’ 분야의 청약철회 허용 관련 평가가 저조한 편인데, 이들 분야는 불법 다운로드 사이트 등에서 노출되는 경우가 많은 장르라는 공통점을 가짐
 - 불법적인 경로로의 이탈이 많은 장르이기 때문에 일단 콘텐츠가 이용자에게 다운로드 되면 콘텐츠에 대한 2차 유출 우려가 높아 약관에 청약철회 허용 항목을 보수적으로 운영하고 있는 것으로 보임

[표 25] “청약철회 허용 및 허용기간” 관련 항목 실태조사 결과

(사례수: 232)

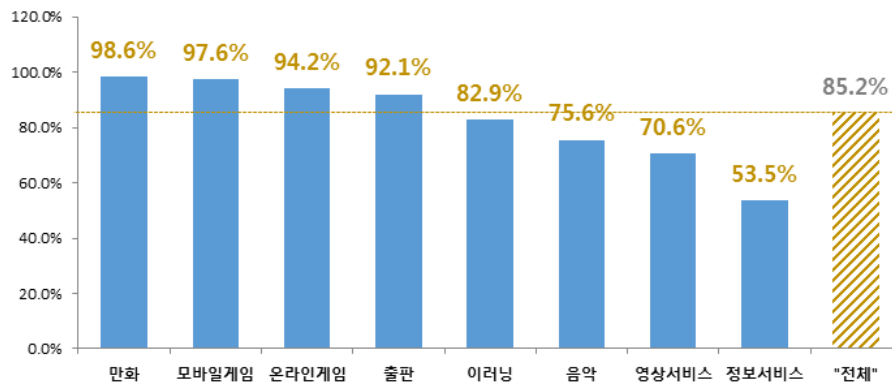
구 분		A. 항목 (2-1, 6점)		B. 항목 (2-1-1, 1점)		중분류 종합(A+B, 7점)	
장르별 평균 평가점수 [점 만점대비%]	출판	5.70	95.0%	0.75	75.0%	6.45	92.1%
	만화	6.00	100.0%	0.90	90.5%	6.90	98.6%
	음악	4.59	76.5%	0.71	70.6%	5.29	75.6%
	온라인게임	5.71	95.2%	0.88	88.1%	6.60	94.2%
	모바일게임	5.89	98.1%	0.94	94.3%	6.83	97.6%
	영상서비스	4.24	70.6%	0.71	70.6%	4.94	70.6%
	이러닝	5.03	83.9%	0.77	77.4%	5.81	82.9%
	정보서비스	3.29	54.8%	0.45	45.2%	3.74	53.5%
	(전 체)	5.17	86.2%	0.79	79.2%	5.96	85.2%
해당 항목 반영한 등급별 서비스 수 [개]	등 급	항목별 지침을 반영한 서비스(표본) 개수				전체 개수	
	A 등급	6		6		10	
	B 등급	68		67		83	
	C 등급	56		52		67	
	D 등급	27		21		38	
	E 등급	10		7		34	
	(계)	167		153		232	

* (2-1) 정해진 기간내 “청약철회 허용” 명시 여부

* (2-1-1) 청약철회 가능기간 “7일 이상” 명시 여부

[그림 17] “청약철회 허용 및 허용기간” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



□ (중분류 2-2) “청약철회 허용 및 허용기간(광고·표시와 다른 경우)” 관련 사항의 약관 반영 [(2-2)~(2-2-2)]

- “콘텐츠가 광고·표시와 다른 경우 청약철회 허용 및 허용기간” 관련 항목에 대해서는 ‘온라인게임’ 분야의 평가점수(만점대비% 기준)가 78.6%로 가장 높아 약관의 보호지침 반영 수준이 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘출판’, ‘모바일게임’, ‘음악’, ‘이러닝’, ‘만화’ 장르 순으로 전체 평균 수준을 웃도는 수준을 나타냄

- 반면 ‘정보서비스’, ‘영상서비스’ 등 2개 장르는 전체 평균 이하의 수준을 기록

- 일반적인 기간 내 청약철회 외 콘텐츠의 내용이 광고·표시와 다른 경우에 대한 별도 청약철회 허용기간에 대한 전반적인 반영 수준은 상대적으로 낮았으며, ‘정보서비스’의 경우는 특히 청약철회 허용기간(2-2-2, 22.6%)에 대한 반영 수준이 매우 저조하게 나타남

[표 26] “과오납금 환급 방법(광고·표시와 다른 경우)” 관련 항목 실태조사 결과

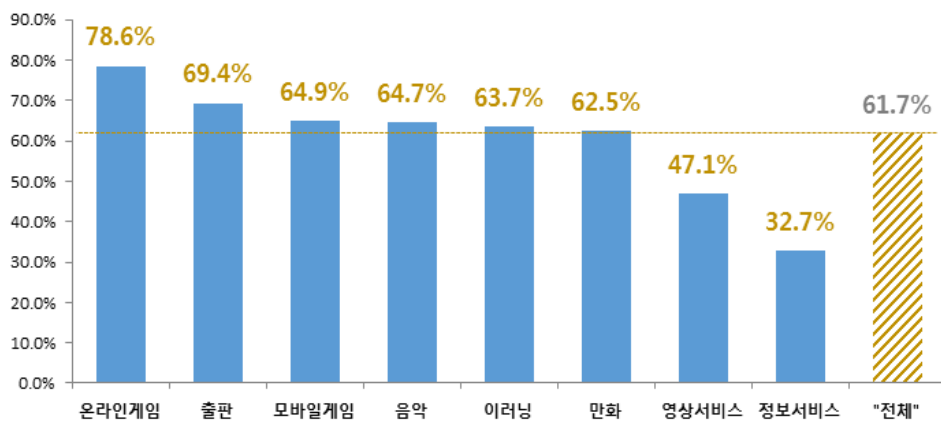
(사례수: 232)

구 분		A. 항목 (2-2, 6점)		B. 항목 (2-2-1, 1점)		C. 항목 (2-2-2, 1점)		중분류 총합(A+B+C, 8점)	
장르별 평균 평가점수 [점 만점대비%]	출판	4.50	75.0%	0.50	50.0%	0.55	55.0%	5.55	69.4%
	만화	3.71	61.9%	0.71	71.4%	0.57	57.1%	5.00	62.5%
	음악	3.88	64.7%	0.65	64.7%	0.65	64.7%	5.18	64.7%
	온라인게임	4.71	78.6%	0.81	81.0%	0.76	76.2%	6.29	78.6%
	모바일게임	4.19	69.8%	0.30	30.2%	0.70	69.8%	5.19	64.9%
	영상서비스	2.82	47.1%	0.53	52.9%	0.41	41.2%	3.76	47.1%
	이러닝	3.87	64.5%	0.65	64.5%	0.58	58.1%	5.10	63.7%
	정보서비스	1.94	32.3%	0.45	45.2%	0.23	22.6%	2.61	32.7%
	(전 체)	3.83	63.9%	0.56	56.1%	0.59	58.7%	4.94	61.7%
해당 항목 반영한 등급별 서비스 수 [개]	등 급	항목별 지침을 반영한 서비스(표본) 개수						전체 개수	
	A 등급	6		6		6		10	
	B 등급	65		54		64		83	
	C 등급	39		31		36		67	
	D 등급	11		9		7		38	
	E 등급	3		5		2		34	
	(계)	124		105		115		232	

- * (2-2) “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
- * (2-2-2) “공급일로부터 3개월 이상 또는 인지한 날로부터 30일 이내 청약철회 가능” 명시 여부

[그림 18] “과오납금 환급 방법(광고·표시와 다른 경우)” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



□ (중분류 2-3) “청약철회 효과” 관련 사항의 약관 반영 [(2-3)~(2-3-2)]

- “청약철회 효과” 관련 항목에 대해서는 ‘만화’ 분야의 평가점수(만점대비% 기준)가 91.1%로 가장 높아 보호지침 반영 수준이 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘모바일게임’, ‘출판’, ‘온라인게임’, ‘이러닝’ 장르 순으로 전체 평균 수준을 웃도는 수준을 나타냄
- 반면 ‘정보서비스’, ‘영상서비스’, ‘음악’ 등 3개 장르는 전체 평균 이하의 수준을 기록
- 전체 분야에서 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않는다는 내용(2-3-2)의 약관 반영 평가점수가 24.1%로 매우 저조한 편인데, 이는 사업자 입장에서 불리한 세부 사항이므로 굳이 자율적으로는 명시하지 않으려는 경향이 나타나는 것으로 보임
- 일부 서비스의 경우에 대금 환급시 별도 위약금은 없어도 ‘결제 관련 수수료’는 존재하기 때문에, ‘수수료 제외한 금액 환급’ 관련 문구는 약관에 자주 기술되어 있음

[표 27] “청약철회 효과” 관련 항목 실태조사 결과

(사례수: 232)

구 분		A. 항목 (2-3, 6점)		B. 항목 (2-3-1, 1점)		C. 항목 (2-3-2, 1점)		중분류 종합(A+B+C, 8점)	
장르별 평균 평가점수 [점 만점대비%]	출판	6.00	100.0%	0.50	50.0%	0.25	25.0%	6.75	84.4%
	만화	6.00	100.0%	0.86	85.7%	0.43	42.9%	7.29	91.1%
	음악	4.94	82.4%	0.65	64.7%	0.29	29.4%	5.88	73.5%
	온라인게임	5.71	95.2%	0.69	69.0%	0.31	31.0%	6.71	83.9%
	모바일게임	5.77	96.2%	0.75	75.5%	0.26	26.4%	6.79	84.9%
	영상서비스	3.88	64.7%	0.47	47.1%	0.12	11.8%	4.47	55.9%
	이러닝	5.42	90.3%	0.48	48.4%	0.23	22.6%	6.13	76.6%
	정보서비스	2.71	45.2%	0.32	32.3%	0.03	3.2%	3.06	38.3%
	(전 체)	5.15	85.8%	0.61	60.8%	0.24	24.1%	6.00	74.9%
해당 항목 반영한 등급별 서비스 수 [개]	등 급	항목별 지침을 반영한 서비스(표본) 개수						전체 개수	
	A 등급	6		6		6		10	
	B 등급	68		57		22		83	
	C 등급	54		43		15		67	
	D 등급	28		14		5		38	
	E 등급	9		3		1		34	
	(계)	165		123		49		232	

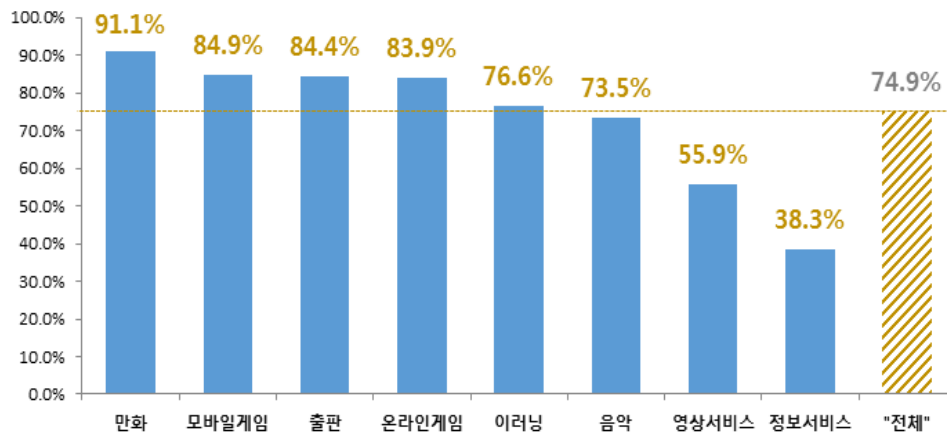
* (2-3) “청약철회시 콘텐츠 대금 환급” 명시 여부

* (2-3-1) 환급기간을 “3영업일 이하”로 명시 여부

* (2-3-2) “사업자는 이용자에게 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않음” 명시 여부

[그림 19] “청약철회 효과” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



□ (중분류 2-4) “이용계약 해제, 해지권 부여” 관련 사항의 약관 반영 [(2-4)]

- “이용계약의 해제, 해지권 부여” 관련 항목은 전반적으로 약관 반영에 대한 평가결과가 높게 나타났으며, ‘출판’, ‘만화’, ‘음악’, ‘온라인게임’, ‘영상서비스’ 장르는 100% 반영된 결과를 나타내었음
- 반면 ‘모바일게임’ 장르는 높은 수준이기는 하였으나, 전체 평가점수가 높아 평균 이하의 결과를 기록
- 이용계약의 해제 또는 해지는 사유가 발생시 이후 처리 방안에 대한 내용 포함은 사실상 필수적으로 약관에 포함되어야 하는 사항으로서, 다수의 사업자들이 약관에 반영한 것으로 보임

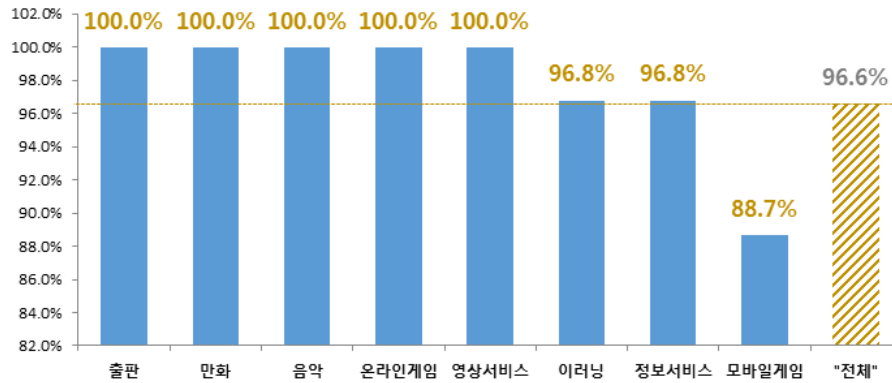
[표 28] “이용계약 해제·해지권 부여” 관련 항목 실태조사 결과

(사례수: 232)

구 분		중분류(2-4, 6점)		비고
장르별 평균 평가점수 [점 만점대비%]	출판	6.00	100.0%	
	만화	6.00	100.0%	
	음악	6.00	100.0%	
	온라인게임	6.00	100.0%	
	모바일게임	5.32	88.7%	
	영상서비스	6.00	100.0%	
	이러닝	5.81	96.8%	
	정보서비스	5.81	96.8%	
	(전 체)	5.79	96.6%	
해당 항목 반영한 등급별 서비스 수 [개]	등 급	항목별 지침을 반영한 서비스(표본) 개수		전체 개수
	A 등급	6		10
	B 등급	69		83
	C 등급	56		67
	D 등급	30		38
	E 등급	20		34
	(계)	181		232

[그림 20] “이용계약 해제, 해지권 부여” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



□ (중분류 2-5) “계약해제·해지 효과” 관련 사항의 약관 반영 [(2-5)~(2-5-1)]

- “이용계약의 해제, 해지의 효과” 관련 항목은 ‘출판’ 장르의 평가점수(만점대비% 기준)가 94.3%로 가장 높아 보호지침 반영 수준이 양호한 것으로 나타났으며, 다음으로 ‘온라인게임’, ‘만화’, ‘이러닝’, ‘음악’ 장르 순으로 전체 평균 수준을 웃도는 수준을 나타냄
 - 반면 ‘영상서비스’, ‘정보서비스’, ‘모바일게임’ 등 3개 장르는 전체 평균 이하의 수준을 기록
- 이용계약의 해제 또는 해지권 부여(2-4)에 대한 평가점수는 높으나, 상대적으로 그 효과에 대해서 약관에 반영한 사항을 검토한 본 항목(2-5, 2-5-1)들에 대한 평가점수가 저조(특히 영상서비스, 정보서비스가 저조)
 - 이는 사업자가 계약 해제·해지의 효과를 명시해 놓지 않아도 대금 환불 등이 당연하다고 생각하여 제외한 경향도 있고, 명확한 전액 환불 사유 외의 민원들은 건별로 각각 상황에 따라 처리하는 것이 사업자 입장에서 유리하다고 판단하여 별도로 약관에 명시해 놓지 않은 것으로 추정됨

[표 29] “계약해제·해지 효과” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)

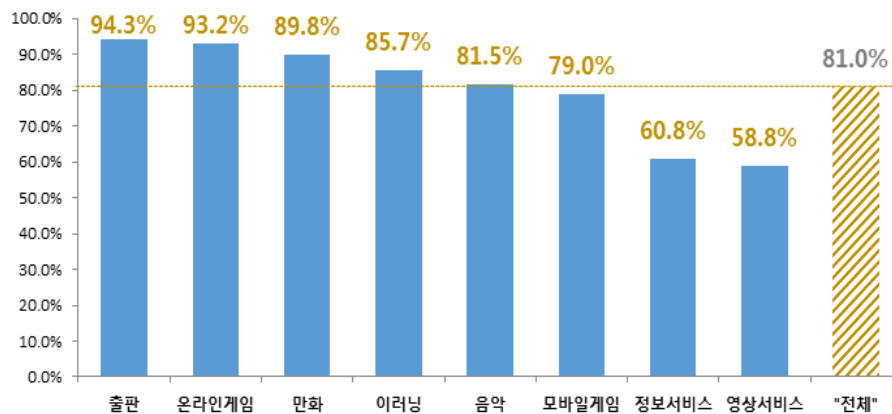
구 분		A. 항목 (2-5, 6점)		B. 항목 (2-5-1, 1점)		중분류 종합(A+B, 7점)	
장르별 평균 평가점수 [점 만점대비%]	출판	6.00	100.0%	0.60	60.0%	6.60	94.3%
	만화	5.71	95.2%	0.57	57.1%	6.29	89.8%
	음악	4.94	82.4%	0.76	76.5%	5.71	81.5%
	온라인게임	5.86	97.6%	0.67	66.7%	6.52	93.2%
	모바일게임	5.21	86.8%	0.32	32.1%	5.53	79.0%
	영상서비스	3.53	58.8%	0.59	58.8%	4.12	58.8%
	이러닝	5.23	87.1%	0.77	77.4%	6.00	85.7%
	정보서비스	3.68	61.3%	0.58	58.1%	4.26	60.8%
(전 체)		5.09	84.9%	0.58	57.8%	5.67	81.0%
해당 항목 반영한 등급별 서비스 수 [개]	등 급	항목별 지침을 반영한 서비스(표본) 개수				전체 개수	
	A 등급	6		6		10	
	B 등급	68		49		83	
	C 등급	53		28		67	
	D 등급	24		14		38	
	E 등급	9		5		34	
	(계)	160		102		232	

* (2-5) 계약해제·해지 효과로 “사업자는 이용자에게 대금을 환급” 명시 여부

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

[그림 21] “계약해제·해지 효과” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



□ (중분류 2-6) “청약철회, 계약해제·해지 방법” 관련 사항의 약관 반영 [(2-6)~(2-6-1)]

- “청약철회, 이용계약의 해제, 해지의 방법” 관련 항목은 ‘온라인게임’ 분야의 평가점수(만점대비% 기준)가 95.6%로 가장 높아 약관의 보호지침 반영 수준이 가장 높은 것으로 평가 되었으며, 다음으로 ‘음악’, ‘만화’, ‘이러닝’, ‘영상서비스’, ‘출판’ 장르 순으로 전체 평균 수준을 웃도는 수준을 나타냄
- 반면 ‘모바일게임’, ‘정보서비스’ 등 2개 분야는 전체 평균 이하의 수준을 기록하였고, 특히 ‘모바일게임’ 장르는 20.2%로 보호지침 반영 수준이 매우 저조하였음

○ 청약철회, 또는 계약의 해제·해지를 위한 세부사항(방법, 담당자, 연락처) 명시에 대해 평가점수가 여타 계약 해제·해지 관련 항목들(2-4, 2-5)보다 낮았음

- 개인정보보호처리방침에서의 정보보호 담당자 및 연락처 명기와 유사하게 청약철회, 이용계약 해제·해지 등을 위한 전담부서 또는 담당자(연락처 포함)를 이용약관에 명기하도록 보호지침에서 명확하게 제시하면 이용자의 편의 및 사업자의 책임감 있는 민원 대응 향상을 기대할 수 있을 것으로 보임
- 홈페이지 내에서 계약의 해제·해지를 신청하는 경우 서비스 약관에서는 ‘홈페이지 내에서 신청할 수 있다’ 정도로 간단히 기재된 경우가 많았는데, 이러한 경우에는 이용자들이 다시 신청을 위해 홈페이지 내 메뉴를 어렵게 찾아야 하기 때문에 세부 신청 메뉴를 약관에 기술해 놓으면 이용자들의 편의를 향상시킬 수 있음

[표 30] “청약철회, 계약해제·해지 방법” 관련 항목 실태조사 결과

(사례수: 232)

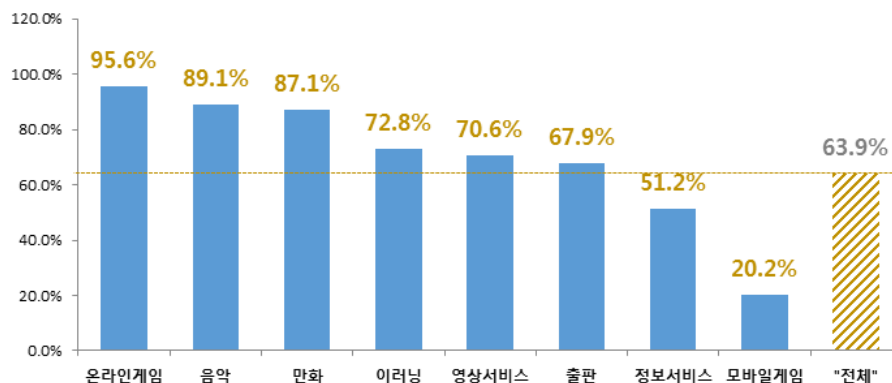
구 분		A. 항목 (2-6, 6점)		B. 항목 (2-6-1, 1점)		중분류 종합(A+B, 7점)	
장르별 평균 평가점수 [점 만점대비%]	출판	3.90	65.0%	0.85	85.0%	4.75	67.9%
	만화	5.14	85.7%	0.95	95.2%	6.10	87.1%
	음악	5.29	88.2%	0.94	94.1%	6.24	89.1%
	온라인게임	5.71	95.2%	0.98	97.6%	6.69	95.6%
	모바일게임	1.25	20.8%	0.17	17.0%	1.42	20.2%
	영상서비스	4.24	70.6%	0.71	70.6%	4.94	70.6%
	이러닝	4.45	74.2%	0.65	64.5%	5.10	72.8%
	정보서비스	3.10	51.6%	0.48	48.4%	3.58	51.2%
(전 체)		3.84	64.1%	0.65	64.9%	4.47	63.9%
해당 항목 반영한 등급별 서비스 수 [개]	등 급	항목별 지침을 반영한 서비스(표본) 개수				전체 개수	
	A 등급	6				10	
	B 등급	59				83	
	C 등급	31				67	
	D 등급	12				38	
	E 등급	9				34	
	(계)	117				232	

* (2-6) “계약체결시 사용방법 외에 청약철회, 계약해제·해지 수단 제공” 명시 여부

* (2-6-1) “청약철회, 계약해제·해지를 위한 전화번호, 이메일 및 팩스번호 등” 명시 여부

[그림 22] “청약철회, 계약해제·해지 방법” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



2.3 (대분류3) “콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상 기준, 범위, 방법 및 절차”

□ 대분류 기준 실태조사 결과 비교 [(3-1)~(3-1-2) 또는 (3-2)~(3-2-2)]

- “콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상의 기준, 범위, 방법 및 절차” 관련 항목에 대해서 전체 표본의 평가점수(만점대비% 기준)는 66.2%를 기록하였고, 장르별로는 ‘음악’이 80.9%로 가장 높게 평가되었으며 ‘만화’가 48.8%로 가장 저조한 평가결과를 보임
 - ‘만화’, ‘정보서비스’, ‘모바일게임’ 장르의 서비스가 이용약관에서 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등으로 인한 피해보상 관련 항목이 평균 이하의 평가를 받아 미흡한 것으로 평가됨
- ‘만화, 정보서비스, 모바일게임’ 등 유료로 결제하는 콘텐츠들은 대부분 ‘다운로드’ 방식의 비중이 높은 분야로, 피해 보상 및 배상에 관련된 본 항목의 평가점수가 평균 이하로 낮게 나타남
 - 이는 ‘콘텐츠 결함’의 기준이 명확치 않은 경우가 많아 약관에 구체화시키기 어렵고, 오히려 약관에 ‘콘텐츠 결함이 무엇인가’에 대해 문서형태로 명시해 놓는 것이 부담스러워 회피하는 경향이 있는 것으로 보임
 - 반면 평가 점수가 높은 ‘음악’ 장르는 상대적으로 ‘정액제 스트리밍’ 방식의 서비스 비중이 높아, 서비스 장애시 ‘시간’ 단위로 쉽게 보상 기준을 잡을 수 있다는 장점이 있음
- ※ 대분류3 하위 중분류 3-1, 3-2 항목은 별도의 평가항목이 아닌 선택적인 택일 항목으로서, 중분류별 평가 점수의 구분이 명확하지 않아 별도의 중분류별 평가 분석은 제외함

[표 31] “피해보상 기준, 범위 및 방법” 관련 항목 실태조사 결과

(사례수: 232)

구 분		A. 항목 (3-1/3-2, 6점)		B. 항목 (3-1-1/3-2-1, 1점)		C. 항목 (3-1-2/3-2-2, 1점)		중분류 종합 (A+B+C, 8점)	
장르별 평균 평가점수 [점 만점대비%]	출판	5.40	90.0%	0.20	20.0%	0.20	20.0%	5.80	72.5%
	만화	3.43	57.1%	0.19	19.0%	0.29	28.6%	3.90	48.8%
	음악	5.29	88.2%	0.59	58.8%	0.59	58.8%	6.47	80.9%
	온라인게임	5.14	85.7%	0.55	54.8%	0.62	61.9%	6.31	78.9%
	모바일게임	4.08	67.9%	0.25	24.5%	0.32	32.1%	4.64	58.0%
	영상서비스	4.59	76.5%	0.47	47.1%	0.41	41.2%	5.47	68.4%
	이러닝	5.23	87.1%	0.45	45.2%	0.42	41.9%	6.10	76.2%
	정보서비스	3.87	64.5%	0.06	6.5%	0.10	9.7%	4.03	50.4%
	(전 체)	4.58	76.3%	0.34	33.6%	0.37	37.1%	5.28	66.1%
해당 항목 반영한 등급별 서비스 수 [개]	등 급	항목별 지침을 반영한 서비스(표본) 개수						전체 개수	
	A 등급	6		6		6		10	
	B 등급	67		42		48		83	
	C 등급	43		9		10		67	
	D 등급	15		3		4		38	
	E 등급	9		2		2		34	
	(계)	140		62		70		232	

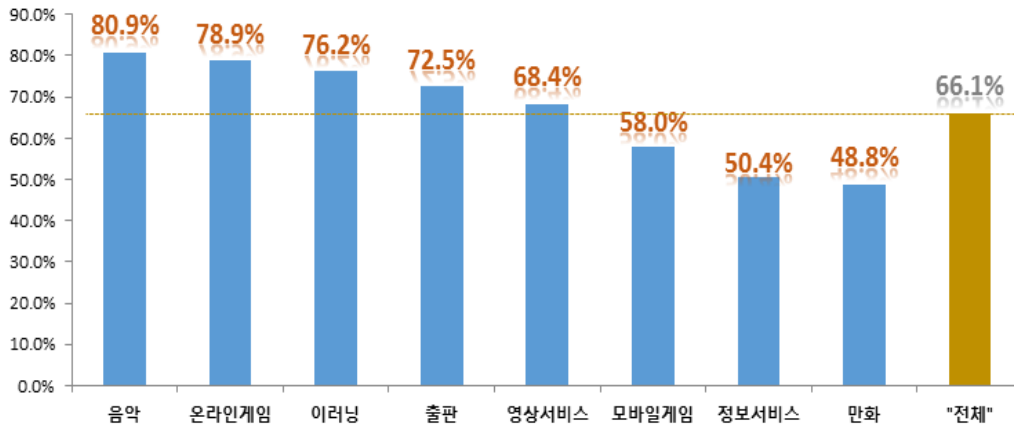
* (3-1/3-2) “다운로드 콘텐츠 하자 또는 서비스 장애 등에 의해 발생한 이용자 손해 보상 또는 배상” 명시 여부

* (3-1-1/3-2-1) “24시간 내 콘텐츠 재공급, 불가능한 경우 대금 환급 및 손해배상”(3-1-1, 다운로드), 또는 “서비스 중지 사전미 고지시 잔여기간에 대한 대금 환급 및 손해배상”(3-2-1, 스트리밍) 명시 여부

* (3-1-2/3-2-2) “콘텐츠 재공급 시간 24시간 이내”(3-1-2, 다운로드), 또는 “서비스 중지 사전고지시 사업자는 중지 및 장애 시간에 해당되는 시간(이상)을 무료로 연장(3-2-2, 스트리밍) 명시 여부

[그림 23] 콘텐츠 결함 등에 따른 이용자 피해보상(대분류3) 관련 항목 실태조사 결과

(항목별 만점대비%, 사례수: 232)



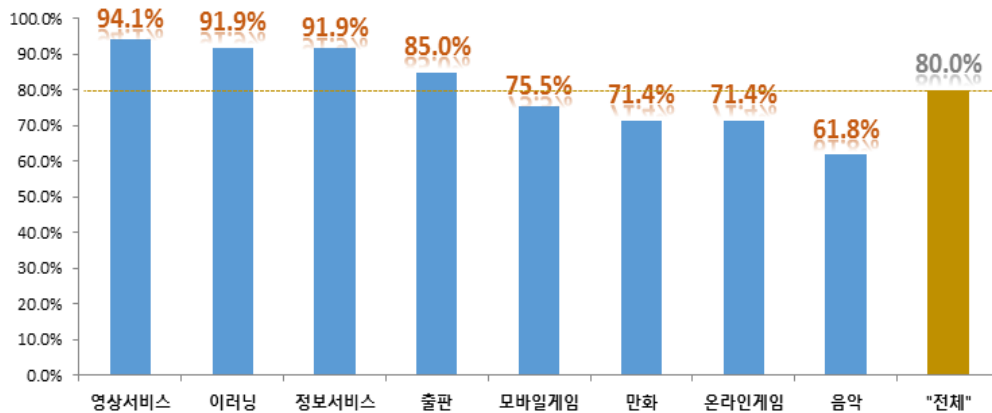
2.4 (대분류4) “분쟁해결 방법 및 절차”

□ 대분류 기준 실태조사 결과 비교 [(4-1)~(4-2)]

- “분쟁해결 방법 및 절차” 관련 항목에 대해서 전체 표본의 평가점수(만점대비% 기준)는 80.0%를 기록하였고, ‘영상서비스’ 장르가 94.1%로 가장 평가점수가 양호하였으며 ‘음악’ 장르가 61.8%로 가장 저조한 수준을 보임
 - ‘음악’, ‘온라인게임’, ‘만화’, ‘모바일게임’ 장르의 서비스가 이용약관에서 분쟁해결 절차 관련 항목이 평균 대비 평가점수가 낮아 미흡한 것으로 평가됨
- ‘음악’ 장르는 여타 장르에 비해 분쟁해결 관련 항목들의 평가점수가 낮은 편인데, 이는 음악 서비스들이 정액제 기반으로 운영하고 상대적으로 다른 콘텐츠에 비해 소비시간이 짧아 사업자 입장에서 분쟁해결에 대해 민감하지 않게 대응하는 것으로 보임
 - 한편으로는 분쟁해결 관련 항목들이 잘 준수되고 있는 영상서비스, 이러닝, 정보서비스, 출판에 비해 대체로 음악, 게임, 만화 장르 사업자들은 업력이 낮고, 디지털 환경으로 전환되면서 성장세에 접어든 경우가 많아 이용자와의 분쟁해결에 다소 미흡하게 대응할 수도 있을 것으로 보임
 - 특히 모바일 게임의 경우는 해외에 기반을 둔 사업체들이 많아 분쟁 해결 관련 항목이 국내 실정과 맞지 않는 경우도 많았음
 - 사업체 인터뷰 결과, 일부 업체에서는 기간 정액제의 경우라도 일정기간 이용자가 서비스를 이용하지 않으면 자동으로 이용중지(해지)되는 시스템을 운영하면서 이용자와의 분쟁을 줄이려는 노력도 기울이고 있음

[그림 24] 분쟁해결 방법 및 절차(대분류4) 관련 항목 실태조사 결과

(항목별 만점대비%, 사례수: 232)

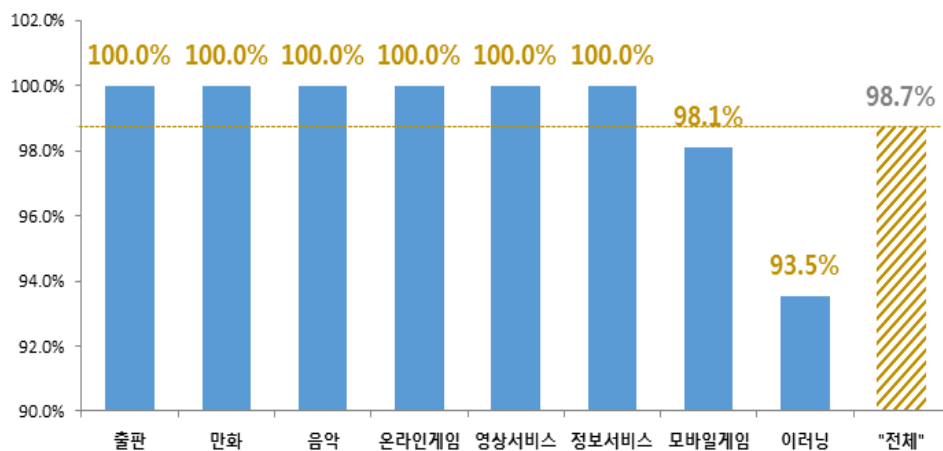


□ (중분류 4-1) “분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정” 관련 사항의 약관 반영 [(4-1)]

- “분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정” 관련 항목은 ‘모바일게임’, ‘이러닝’ 장르를 제외한 전 장르의 평가점수(만점대비% 기준)가 100.0%로 약관에 대부분 분쟁 조정 관련 사항을 반영하고 있었음
 - ‘이러닝’, ‘모바일게임’ 등 2개 장르만 일부 서비스의 약관이 해당 사항을 반영하고 있지 않아 각각 93.5%, 98.1%의 수준을 기록
- 사업자에 따라 분쟁 발생 시에 대한 약관 기재 관할 법원 또는 조정기관에 대해서는 차이가 있으나, 이용약관을 구성하는 일반 사항으로서 분쟁조정 기관에 대한 언급은 전반적으로 잘 반영되어 있는 것으로 나타남

[그림 25] “분쟁조정기관에 의한 분쟁조정” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



[표 32] “분쟁조정” 및 “불만·피해구제 위한 인력·체계 구비” 관련 항목 실태조사 결과

(사례수: 232)

구 분		중분류(4-1, 6점)		중분류(4-2, 6점)		비고
장르별 평균 평가점수 [점 만점대비%]	출판	6.00	100.0%	4.20	70.0%	
	만화	6.00	100.0%	2.57	42.9%	
	음악	6.00	100.0%	1.41	23.5%	
	온라인게임	6.00	100.0%	2.57	42.9%	
	모바일게임	5.89	98.1%	3.17	52.8%	
	영상서비스	6.00	100.0%	5.29	88.2%	
	이러닝	5.61	93.5%	5.42	90.3%	
	정보서비스	6.00	100.0%	5.03	83.9%	
(전 체)		5.92	98.7%	3.67	61.2%	
해당 항목 반영한 등급별 서비스 수 [개]	등 급	항목별 지침을 반영한 서비스(표본) 개수				전체 개수
	A 등급	6				10
	B 등급	69				83
	C 등급	56				67
	D 등급	30				38
	E 등급	26				34
	(계)	187				232

* (4-1) “분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 관련 사항” 명시 여부

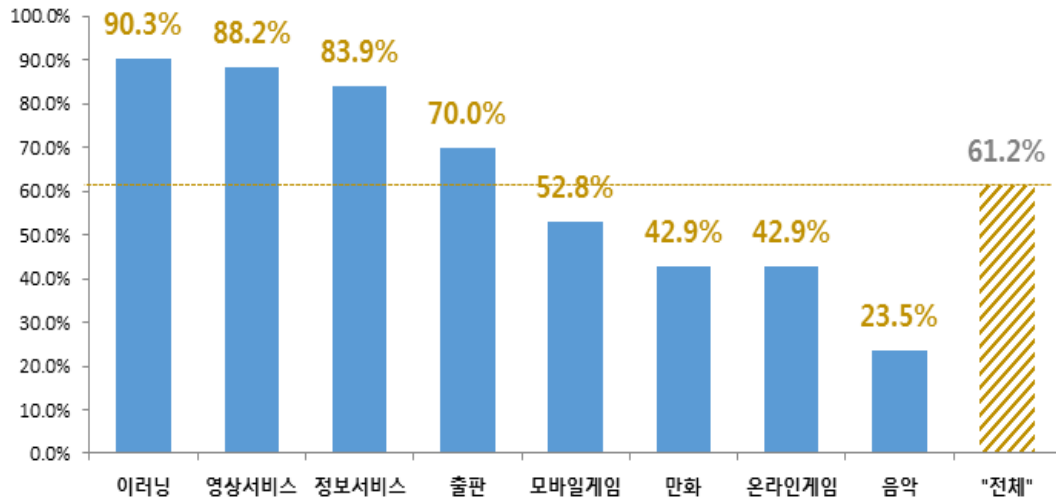
* (4-2) “이용자 불만, 피해구제 요청을 적절히 처리할 수 있는 인력 및 체계를 구비” 명시 여부

□ (중분류 4-2) “이용자 불만, 피해구제 요청을 위한 인력 및 체계 구비” 확인 가능 여부 [(4-2)]

- “이용자 불만, 피해구제 요청을 위한 인력 및 체계 구비” 관련 항목은 전체 평균이 61.2%로 나타났다. 장르별로는 ‘이러닝’ 분야의 평가점수(만점대비% 기준)가 90.3%로 가장 양호한 것으로 나타남
 - 다음으로 ‘영상서비스’, ‘정보서비스’, ‘출판’ 장르 순으로 전체 평균 수준을 웃도는 수준을 나타냄
 - 반면 ‘음악’, ‘온라인게임’, ‘만화’, ‘모바일게임’ 등 4개 장르는 전체 평균 이하의 수준을 기록
- 청약철회, 또는 계약의 해제·해지와 유사하게 홈페이지 내 문의게시판이나 대표 전화번호 등은 다수 기재되어 있으나 이용자 불만, 피해구제를 위한 전담 조직이나 인력 등의 이를 위한 세부 사항 명시는 다소 소극적인 편으로 보임
 - ‘모바일게임’의 경우에는 게임 앱에 별도로 이용 불만 연락처가 기재되어 있지 않으면 전담 연락처를 따로 이용자가 찾아야 하는 불편함이 있으며, ‘온라인게임’의 경우는 종종 게임 개발사 및 게임 운영사(온라인게임 플랫폼 회사)가 달라 이용자가 양측의 연락처를 모두 안다고 하여도 어느 쪽으로 불만 제기를 해야 하는지 애매한 경우도 발생할 가능성이 있음
 - 사업체의 의견을 들어보면, 약관에 별도로 이용자 불만, 피해구제 요청을 위한 전담 인력이나 조직 등의 존재를 명시해 놓지 않더라도 홈페이지 내에 ‘고객센터’ 메뉴가 있으면 이용자들이 알아서 해당 메뉴가 이용자 불만을 처리하는 기능으로 이해하지 않겠느냐는 반응이 다수 존재

[그림 26] “이용자 불만, 피해구제 요청을 위한 인력 및 체계 구비” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



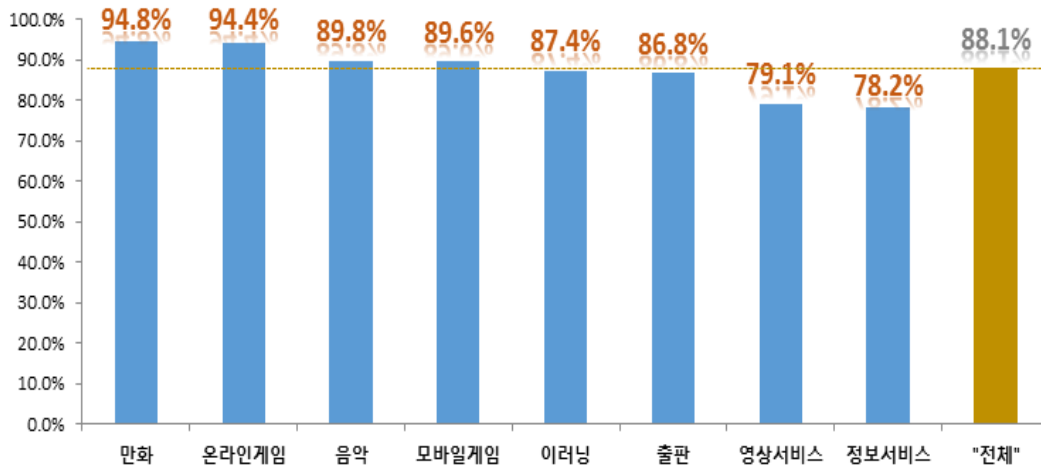
2.5 (대분류5) “그 밖에 콘텐츠 거래 시 이용자 보호를 위해 필요한 사항”

□ 대분류 기준 실태조사 결과 비교 [(5-1)~(5-3-2)]

- 콘텐츠 거래시 이용자 보호를 위해 필요한 “사업자·콘텐츠 관련 정보제공, 미성년자 계약취소, 약관변경 통지 등” 관련 항목에 대해서 전체 표본은 88.1%의 평가점수(만점대비% 기준)를 기록하였고, ‘만화’ 장르가 94.8%로 가장 평가결과가 양호하였으며 ‘정보서비스’ 장르가 78.2%로 가장 저조한 수준을 보임
 - ‘정보서비스’, ‘영상서비스’, ‘출판’, ‘이터닝’ 장르 등이 이용자 보호를 위한 정보 제공 관련 항목의 평가점수가 평균 대비 낮아 미흡한 것으로 평가됨
- 서비스 관련 제반 사항에 관한 정보 제공은 대체적으로 평가점수가 높은 편인데, 유료서비스 관련하여 서비스 제공의 종류, 범위, 결제 및 이용 등에 대하여 세세한 민원들이 자주 발생하기 때문에 가급적 사전에 자세한 정보를 제공하고 있는 것으로 판단됨

[그림 27] 사업자 및 콘텐츠 관련 정보제공 등(대분류5) 관련 항목 실태조사 결과

(항목별 만점대비%, 사례수: 232)



□ (중분류 5-1) “계약체결전 사업자 및 콘텐츠 관련 정보제공” 관련 사항의 약관 반영 [(5-1)~(5-1-2)]

- “계약체결 전 사업자 및 콘텐츠 관련 정보제공” 관련 항목은 ‘만화’, ‘음악’, ‘온라인게임’ 장르의 평가점수(만점대비% 기준)가 100.0%로 매우 양호하게 나타났고, 다음으로 ‘모바일게임’, ‘이러닝’ 등의 순으로 전체 평균 수준을 웃도는 수준을 나타냄
 - 반면 ‘영상서비스’, ‘정보서비스’, ‘출판’ 등 3개 장르는 전체 평균 이하의 수준을 기록
- 온라인 콘텐츠 서비스는 해당 콘텐츠를 소비하기 위한 전용 솔루션(뷰어, 플레이어 등), IT 환경이 필요하므로, 관련 정보를 이용자에게 사전 고지하기 위한 노력으로 대부분의 장르가 양호한 평가 점수를 획득함
 - 특히 게임, 만화, 음악 장르는 기술 기반으로 콘텐츠 제작이 바뀌는 추세가 되면서 일정 수준 이상의 기술적 환경이 요건이 되어야 작동하는 경우도 많아 관련 정보 제공이 매우 중요
- 한편, ‘정보서비스’ 장르는 콘텐츠 이용을 위한 기술적 요구사항의 고지(5-1-2) 항목에서 가장 미흡한 평가점수를 획득하였는데, 이는 정보서비스 장르의 서비스들이 대부분 이용 시에 고사양의 IT 기기나 전용 솔루션이 필요하지 않은 환경이기 때문에 기술적 요구사항의 고지 수준이 낮게 나타난 것으로 판단됨

[표 33] “계약체결 전 사업자 및 콘텐츠 관련 정보제공” 관련 항목 실태조사 결과

(사례수: 232)

구 분		A. 항목 (5-1, 6점)		B. 항목 (5-1-1, 1점)		C. 항목 (5-1-2, 1점)		중분류 종합(A+B+C, 8점)	
장르별 평균 평가점수 [점 만점대비%]	출판	5.70	95.0%	0.95	95.0%	1.00	100.0%	7.65	95.6%
	만화	6.00	100.0%	1.00	100.0%	1.00	100.0%	8.00	100.0%
	음악	6.00	100.0%	1.00	100.0%	1.00	100.0%	8.00	100.0%
	온라인게임	6.00	100.0%	1.00	100.0%	0.95	95.2%	7.95	99.4%
	모바일게임	5.89	98.1%	1.00	100.0%	0.91	90.6%	7.79	97.4%
	영상서비스	4.94	82.4%	1.00	100.0%	0.82	82.4%	6.76	84.6%
	이러닝	5.81	96.8%	1.00	100.0%	0.97	96.8%	7.77	97.2%
	정보서비스	6.00	100.0%	0.74	74.2%	0.35	35.5%	7.10	88.7%
(전 체)		5.84	97.4%	0.96	96.1%	0.87	86.6%	7.67	95.9%
해당 항목 반영한 등급별 서비스 수 [개]	등 급	항목별 지침을 반영한 서비스(표본) 개수						전체 개수	
	A 등급	6		6		6		10	
	B 등급	69		69		66		83	
	C 등급	55		55		50		67	
	D 등급	29		31		27		38	
	E 등급	24		21		16		34	
	(계)	183		182		165		232	

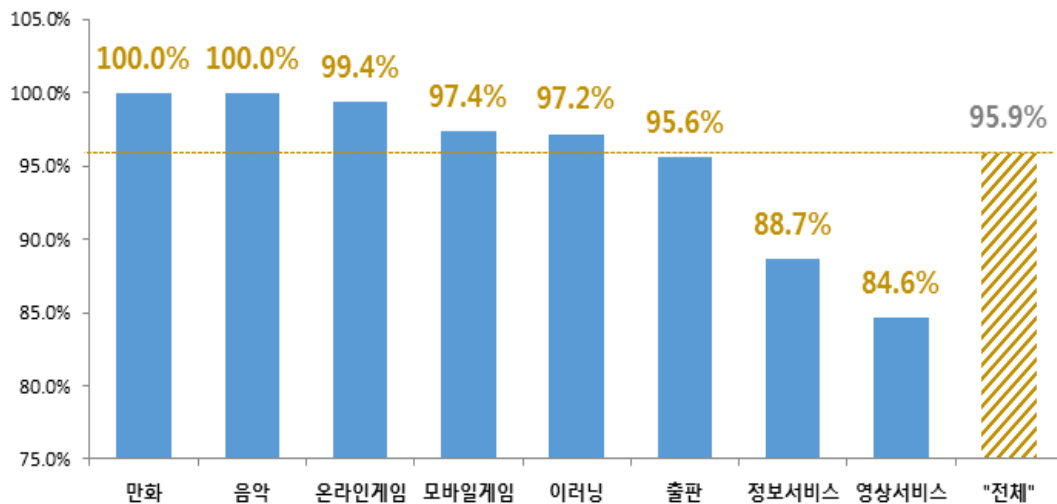
* (5-1) “사업자 및 콘텐츠에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시, 광고 또는 고지” 여부

* (5-1-1) “콘텐츠 이용제한 등급의 표시, 광고 또는 고지” 여부

* (5-1-2) “콘텐츠 이용을 위한 기술적 요구사항에 대한 표시, 광고 또는 고지” 여부

[그림 28] “계약체결 전 사업자 및 콘텐츠 관련 정보제공” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



□ (중분류 5-2) “법정대리인 동의 없는 미성년자 이용계약 취소” 관련 사항의 약관 반영 [(5-2)]

- “법정대리인 동의 없는 미성년자 이용계약 취소” 관련 항목은 ‘만화’ 및 ‘온라인게임’ 장르의 평가 점수(만점대비% 기준)가 81.0%로 가장 양호하게 나타났고, 다음으로 ‘모바일게임’, ‘이러닝’ 장르 순으로 전체 평균 수준을 웃도는 수준을 나타냄
- 반면 ‘정보서비스’, ‘영상서비스’, ‘음악’, ‘출판’ 등 4개 장르는 전체 평균 이하의 수준을 기록
- 미성년자의 이용도가 높은 만화, 게임 등의 장르가 법정대리인 동의 없는 미성년자 이용계약 취소 항목 반영도가 높게 나타남
- 반면 서비스 제공 사업체 입장에서는 법정대리인 동의 없는 미성년자 이용계약 취소 조항이 악의적으로 이용될 수 있다 판단하여, 약관에 고의적인 조항 악용에 대한 대응 조항도 일부 포함하고 있는 경우가 존재하였음

[표 34] “법정대리인 동의 없는 미성년자 이용계약 취소” 관련 항목 실태조사 결과

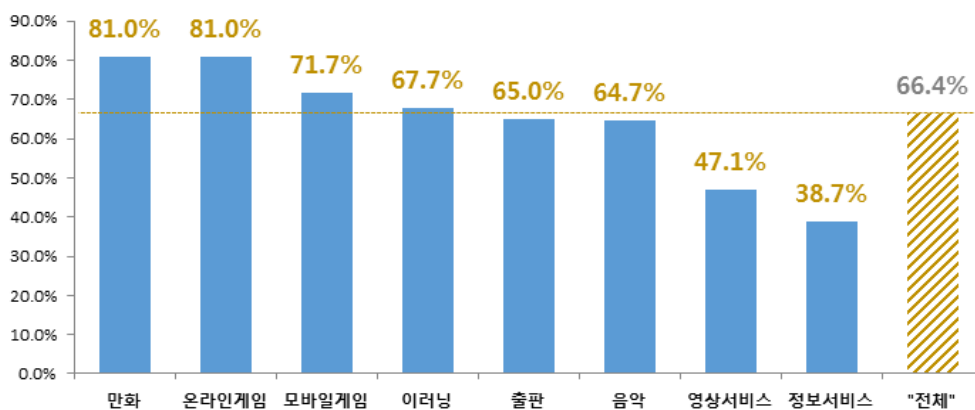
(사례수: 232)

구 분		중분류(5-2, 6점)		비고
장르별 평균 평가점수 [점 만점대비%]	출판	3.90	65.0%	
	만화	4.86	81.0%	
	음악	3.88	64.7%	
	온라인게임	4.86	81.0%	
	모바일게임	4.30	71.7%	
	영상서비스	2.82	47.1%	
	이러닝	4.06	67.7%	
	정보서비스	2.32	38.7%	
(전 체)		3.98	66.4%	
해당 항목 반영한 등급별 서비스 수 [개]	등 급	항목별 지침을 반영한 서비스(표본) 개수		전체 개수
	A 등급	6		10
	B 등급	64		83
	C 등급	39		67
	D 등급	14		38
	E 등급	4		34
	(계)	127		232

* (5-2) “법정대리인 동의를 얻지 못한 경우 본인 또는 법정대리인의 계약 취소 가능” 명시 여부

[그림 29] “법정대리인 동의 없는 미성년자 이용계약 취소” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



□ (중분류 5-3) “약관 변경시 변경통지” 관련 사항의 약관 반영 [(5-3)~(5-3-2)]

- “약관 변경 시 이용자에 변경통지” 관련 항목은 ‘만화’ 장르의 평가점수(만점대비% 기준)가 100.0%로 가장 높고, ‘이러닝’이 92.3%로 가장 낮게 나타났으나 전반적으로 모두 양호한 결과를 보임
- 중분류 항목 내의 내용을 보면 모든 분야가 약관 변경에 대한 통지(5-3) 자체는 약관에 성실히 반영하고 있으나, 충분한 공지 기간(5-3-1)에 대해서는 상대적으로 약관 반영도가 다소 낮게 나타나고 있음
- 일부 서비스의 경우는 변경되는 약관에 동의하지 않는 이용자의 경우 기존 약관 기준 그대로 이용할 수 있도록 적용하는 사례도 존재하였음

[표 35] “약관 변경 시 변경통지” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)

구 분		A. 항목 (5-3, 6점)		B. 항목 (5-3-1, 1점)		C. 항목 (5-3-2, 1점)		중분류 종합(A+B+C, 8점)	
장르별 평균 평가점수 [점 만점대비%]	출판	5.70	95.0%	0.90	90.0%	0.95	95.0%	7.55	94.4%
	만화	6.00	100.0%	1.00	100.0%	1.00	100.0%	8.00	100.0%
	음악	6.00	100.0%	0.88	88.2%	1.00	100.0%	7.88	98.5%
	온라인게임	6.00	100.0%	0.95	95.2%	1.00	100.0%	7.95	99.4%
	모바일게임	5.77	96.2%	0.87	86.8%	0.98	98.1%	7.62	95.3%
	영상서비스	6.00	100.0%	0.82	82.4%	1.00	100.0%	7.82	97.8%
	이러닝	5.81	96.8%	0.81	80.6%	0.77	77.4%	7.39	92.3%
	정보서비스	6.00	100.0%	0.87	87.1%	0.90	90.3%	7.77	97.2%
(전 체)		5.90	98.3%	0.89	88.8%	0.95	94.8%	7.73	96.7%
해당 항목 반영한 등급별 서비스 수 [개]	등 급	항목별 지침을 반영한 서비스(표본) 개수						전체 개수	
	A 등급	6		6		6		10	
	B 등급	69		66		68		83	
	C 등급	55		54		54		67	
	D 등급	30		28		30		38	
	E 등급	25		14		24		34	
	(계)	185		168		182		232	

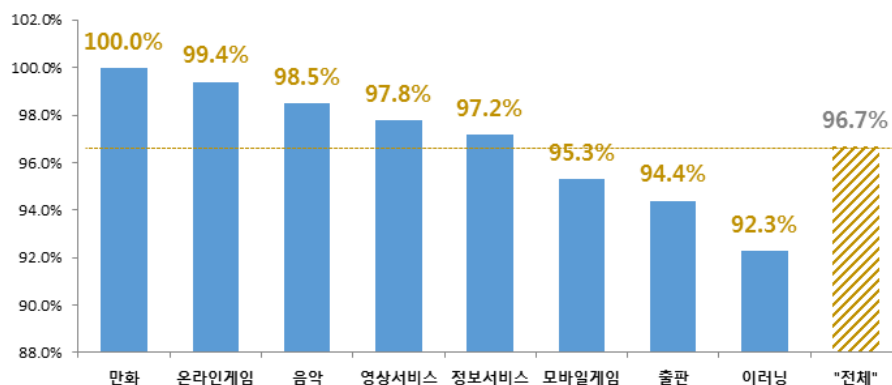
* (5-3) “약관 변경시 변경통지” 명시 여부

* (5-3-1) 약관 변경전 공지기간 “최소 7일전” 명시 여부

* (5-3-2) “변경약관 적용에 대해 이용자 동의여부 확인” 명시 여부

[그림 30] “약관 변경 시 변경통지” 관련 항목 실태조사 결과

(만점대비%, 사례수: 232)



3. 장르별 실태조사 결과 및 분석

3.1 출판

□ 출판 장르 표본별 실태조사 결과

- 출판 장르는 배분된 20개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
- 최고 98점에서 53점까지 분포(표준편차 13.8점)되어 있으며, 표준점수 기준으로 등급 분류시 ‘매우 양호’(A등급)로 판정된 서비스는 나타나지 않았고, ‘매우미흡’(E등급)은 1개 서비스로 나타남
 - 전자책이 주요 서비스 형태이나, 상당 수의 사이트가 종이책 판매(또는 일반 전자상거래)를 겸하고 있어, 과오납금 조항이 포함되어 있지 않은 전자상거래 표준약관을 참조하여 약관을 구성하고 있는 경우가 다수 존재
 - 이용약관에서 온라인(디지털) 콘텐츠에 대한 특화된 고려가 취약하므로 ‘과오납금’ 항목의 평가 점수(만점대비% 기준)는 34.3%로 매우 낮은 수준이었고, ‘콘텐츠결합 보상’ 항목의 평가점수는 72.5%로 다른 항목에 비해 다소 낮은 것으로 나타남

[표 36] 출판 분야 표본별 실태조사 결과

대상표본 연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	1 (15)	2 (43)	3 (8)	4 (12)	5 (22)			
A-1	0	34	6	12	22	74	45.4p	C
A-2	0	41	6	6	16	69	36.8p	C
A-3	7	40	6	12	16	81	57.7p	C
A-4	0	39	6	12	16	73	43.6p	C
A-5	15	41	6	12	22	96	80.5p	B
A-6	0	33	6	12	22	73	43.6p	C
A-7	15	43	8	6	22	94	78.0p	B
A-8	0	26	6	12	16	60	23.1p	D
A-9	0	32	6	12	20	70	38.5p	C
A-10	0	34	6	12	16	68	35.1p	C
A-11	0	33	6	12	16	67	33.5p	D
A-12	15	41	8	12	22	98	82.9p	B
A-13	0	39	0	6	8	53	14.8p	E
A-14	0	25	6	12	22	65	30.3p	D
A-15	15	42	6	12	22	97	81.7p	B
A-16	15	40	8	12	22	97	81.7p	B
A-17	0	33	6	12	16	67	33.5p	D
A-18	0	36	0	6	22	64	28.8p	D
A-19	6	35	6	6	22	75	47.2p	C
A-20	15	35	8	6	22	86	66.1p	B
(평균)	5.2	36.1	5.8	10.2	19.1	76.4	49.5p	
[점/만점대비%]	34.3%	84.0%	72.5%	85.0%	86.8%			

*대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

*대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

*대분류3 : 콘텐츠 결합, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

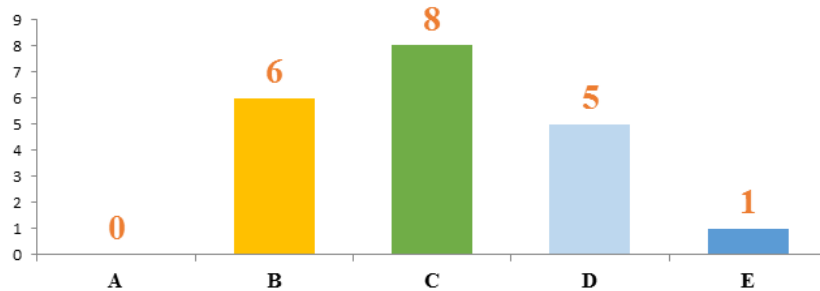
*대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

*대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공(사업자·콘텐츠 정보, 미성년자 계약취소, 약관 변경통지 등)

- 출판 분야 평균 표준점수는 49.5p로 전체 평균(50.0p)과 거의 동일한 수준이었고, 구성 표본들의 보호지침 준수 등급은 A등급은 없고 보통(C)을 중심으로 양호(B), 미흡(D·E)에 나뉘어 퍼져 있음
- * 전체 232개 표본의 평가점수 평균과 동일한 경우 표준점수는 50.0p

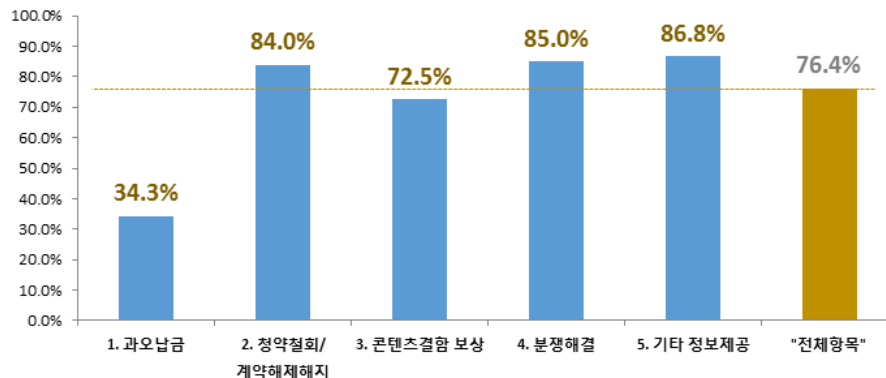
[그림 31] 출판 분야 등급별 표본 분포

(단위: 개)



[그림 32] 출판 분야 항목별 평가점수

(항목별 만점대비 %, 사례수: 20)



3.2 만화

□ 만화 장르 표본별 실태조사 결과

- 만화 장르는 배분된 21개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
 - 최고 99점에서 56점까지 분포(표준편차 13.2점)되어 있으며, 표준점수 기준으로 등급 분류시 '매우 양호'(A등급) 및 '매우미흡'(E등급)으로 판정된 서비스는 없었음
 - 만화 장르는 모두 웹툰 서비스로서 연재 웹툰에 대한 유료형 서비스로 보호지침 준수 현황은 온라인 게임에 이어 두 번째로 양호한 수준임
 - 만화 장르의 항목별 평가점수(만점대비% 기준)를 살펴보면, 상대적으로 '콘텐츠 결함, 서비스 장애' 관련 항목이 48.8%로 매우 낮은 편으로 나타났는데, 이는 낮은 평가를 받은 서비스에서 주로 아예 관련 항목이 존재하지 않았기 때문

[표 37] 만화 분야 표본별 실태조사 결과

대상표본 연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	1 (15)	2 (43)	3 (8)	4 (12)	5 (22)			
B-1	15	41	8	12	22	98	82.9p	B
B-2	15	42	0	6	22	85	64.5p	C
B-3	15	41	0	12	22	90	72.4p	B
B-4	15	42	0	6	22	85	64.5p	C
B-5	7	26	0	6	22	61	24.4p	D
B-6	15	33	7	12	22	89	70.9p	B
B-7	15	35	6	6	22	84	62.8p	C
B-8	15	41	6	6	22	90	72.4p	B
B-9	15	43	7	12	22	99	84.0p	B
B-10	0	26	6	12	22	66	31.9p	D
B-11	15	33	0	6	22	76	48.9p	C
B-12	0	35	6	12	16	69	36.8p	C
B-13	0	41	0	6	16	63	27.3p	D
B-14	15	35	0	12	22	84	62.8p	C
B-15	15	43	6	12	22	98	82.9p	B
B-16	15	43	8	6	22	94	78.0p	B
B-17	0	34	6	6	22	68	35.1p	C
B-18	15	43	8	6	22	94	78.0p	B
B-19	15	43	8	6	16	88	69.3p	B
B-20	0	34	0	6	16	56	18.0p	D
B-21	13	35	0	12	22	82	59.4p	C
(평균)	11.0	37.6	3.9	8.6	20.9	81.9	59.2p	
[점/만점대비%]	73.0%	87.4%	48.8%	71.4%	94.8%			

*대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

*대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

*대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

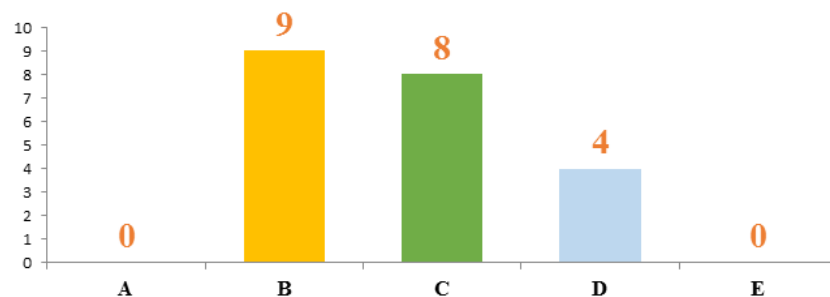
*대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

*대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공(사업자·콘텐츠 정보, 미성년자 계약취소, 약관 변경통지 등)

- 만화 분야 평균 표준점수는 59.2p로 전체 평균보다 높은 편으로 보통(C)을 중심으로 미흡(D)보다 양호(B) 등급이 소폭 많게 분포됨

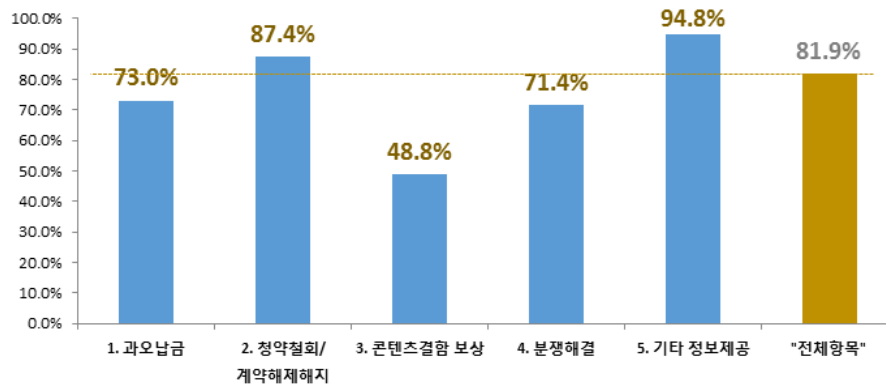
[그림 33] 만화 분야 등급별 표본 분포

(단위: 개)



[그림 34] 만화 분야 항목별 평가점수

(항목별 만점대비 %, 사례수: 21)



3.3 음악

□ 음악 장르 표본별 실태조사 결과

○ 음악 장르는 배분된 17개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시

- 최고 96점에서 29점까지 아주 넓게 분포(표준편차 23.1점)되어 있으며, 표준점수 기준으로 등급 분류시 '매우양호'(A등급)는 존재하지 않았고 '매우미흡'(E등급)으로 판정된 서비스는 하위 3개로 나타남
- 음악 장르는 개인용 음악 다운로드 및 스트리밍 서비스, 사업장용 스트리밍 서비스, 벨소리, 노래방 서비스 등으로 일반 개인이 많이 사용하는 유료 서비스로서 보호지침 준수 현황은 전 장르 평균을 상회하는 양호한 수준임
- '기타 정보제공'에 해당하는 약관 항목의 평가점수(만점대비% 기준)는 89.8%로 아주 우수한 편이고, '분쟁해결 방법 및 절차' 및 '과오납금' 관련 항목은 각 61.8%, 67.5%로 전체 평균과 대비하여 상대적으로 낮게 나타남

[표 38] 음악 분야 표본별 실태조사 결과

대상표본 연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	1 (15)	2 (43)	3 (8)	4 (12)	5 (22)			
C-1	15	42	8	6	22	93	76.6p	B
C-2	7	25	8	6	16	62	25.9p	D
C-3	15	42	8	6	22	93	76.6p	B
C-4	0	13	6	6	16	41	5.7p	E
C-5	15	42	8	6	22	93	76.6p	B
C-6	15	42	8	6	22	93	76.6p	B
C-7	0	13	0	6	15	34	2.9p	E
C-8	0	33	6	12	15	66	31.9p	D
C-9	15	35	8	6	22	86	66.1p	B
C-10	15	42	8	6	22	93	76.6p	B
C-11	0	35	6	12	22	75	47.2p	C

C-12	15	43	8	6	22	94	78.0p	B
C-13	15	43	8	6	22	94	78.0p	B
C-14	15	43	8	6	22	94	78.0p	B
C-15	0	7	0	6	16	29	1.7p	E
C-16	15	42	6	12	16	91	73.8p	B
C-17	15	41	6	12	22	96	80.5p	B
(평균)	10.1	34.3	6.5	7.4	19.8	78.1	52.6p	
[점/만점대비%]	67.5%	79.8%	80.9%	61.8%	89.8%			

*대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

*대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

*대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

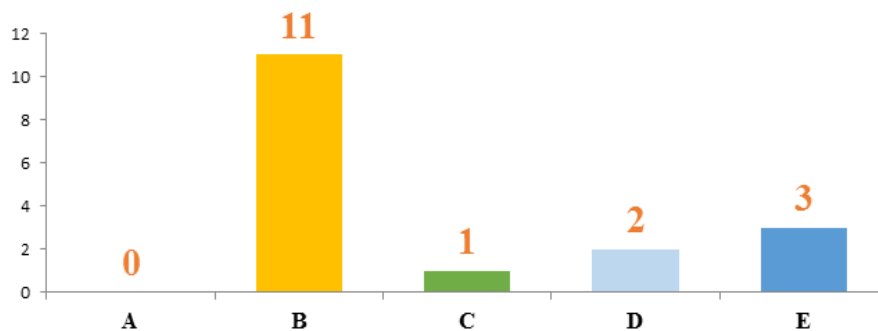
*대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

*대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공(사업자·콘텐츠 정보, 미성년자 계약취소, 약관 변경통지 등)

- 음악 분야 평균 표준점수는 52.6p로 전체 평균보다 소폭 높고, 구성 표본들의 보호지침 준수 등급이 상위 등급(B)에 다수 분포되어 있음

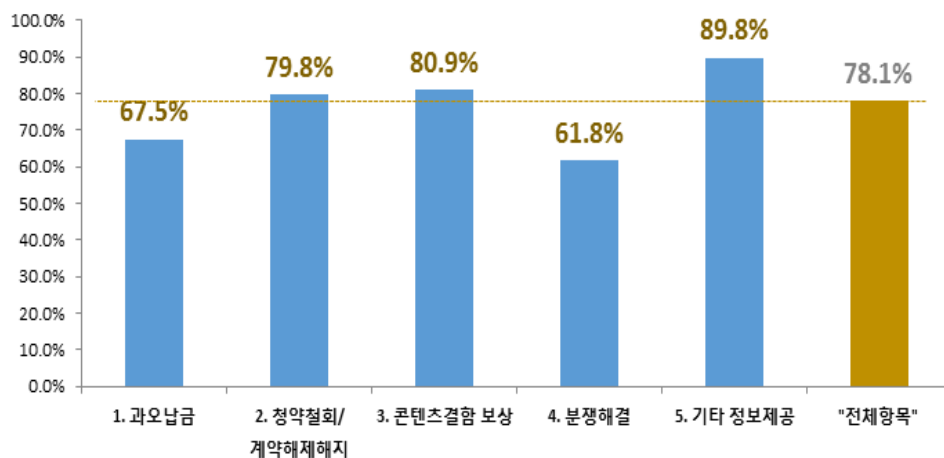
[그림 35] 음악 분야 등급별 표본 분포

(단위: 개)



[그림 36] 음악 분야 항목별 평가점수

(항목별 만점대비 %, 사례수: 17)



3.4 온라인게임

□ 온라인게임 장르 표본별 실태조사 결과

- 온라인게임은 배분된 40개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
- 최고 100점에서 48점까지 넓게 분포(표준편차 13.8점)되어 있으며, 표준점수 기준으로 등급 분류시 '매우양호'(A등급)는 4개, '매우미흡'(E등급)은 2개로 나타남
 - 온라인게임 장르는 대부분 브라우저 등 PC 상에서 실행하는 게임 형태로서, 기본적으로 유료 서비스가 대부분으로 보호지침 준수 현황은 매우 양호한 수준임
 - '기타 정보제공'에 해당하는 약관 항목의 평가점수(만점대비% 기준)는 94.4%로 매우 우수한 편이나, '분쟁해결 절차' 관련 항목은 71.4%로 상대적으로 미흡한 것으로 나타남

[표 39] 온라인게임 분야 표본별 실태조사 결과

대상표본 연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	1 (15)	2 (43)	3 (8)	4 (12)	5 (22)			
D-1	15	34	6	12	22	89	70.9p	B
D-2	14	33	6	6	22	81	57.7p	C
D-3	0	32	0	6	16	54	15.8p	D
D-4	15	42	7	6	22	92	75.3p	B
D-5	0	32	7	6	22	67	33.5p	D
D-6	15	43	8	6	22	94	78.0p	B
D-7	15	42	7	6	22	92	75.3p	B
D-8	0	26	0	6	16	48	10.2p	E
D-9	15	40	8	12	22	97	81.7p	B
D-10	15	42	8	12	22	99	84.0p	B
D-11	15	43	6	12	22	98	82.9p	B
D-12	15	35	8	6	22	86	66.1p	B
D-13	0	13	8	6	22	49	11.0p	E
D-14	15	42	8	12	22	99	84.0p	B
D-15	15	41	8	6	15	85	64.5p	C
D-16	15	41	0	6	22	84	62.8p	C
D-17	15	43	8	12	22	100	85.0p	A
D-18	15	42	8	6	22	93	76.6p	B
D-19	0	43	8	12	22	85	64.5p	C
D-20	0	32	0	6	22	60	23.1p	D
D-21	15	43	8	12	22	100	85.0p	A
D-22	15	36	8	6	22	87	67.8p	B
D-23	15	40	6	6	16	83	61.2p	C
D-24	15	40	8	12	15	90	72.4p	B
D-25	15	42	8	6	22	93	76.6p	B
D-26	15	41	8	6	16	86	66.1p	B
D-27	14	40	6	6	22	88	69.3p	B
D-28	0	43	8	12	22	85	64.5p	C
D-29	7	39	6	12	22	86	66.1p	B
D-30	0	36	6	6	16	64	28.8p	D
D-31	15	40	8	6	22	91	73.8p	B
D-32	15	35	6	6	22	84	62.8p	C
D-33	15	43	8	12	22	100	85.0p	A
D-34	0	43	0	12	16	71	40.2p	C
D-35	15	43	8	12	22	100	85.0p	A
D-36	0	41	6	12	22	81	57.7p	C
D-37	15	42	8	12	22	99	84.0p	B

D-38	15	42	8	12	22	99	84.0p	B
D-39	7	42	6	6	22	83	61.2p	C
D-40	15	43	8	6	22	94	78.0p	B
D-41	15	40	0	6	21	82	59.4p	C
D-42	15	35	8	12	21	91	73.8p	B
(평균)	11.0	38.8	6.3	8.6	20.8	85.5	65.3p	
[점/만점대비%]	73.3%	90.3%	78.9%	71.4%	94.4%			

*대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

*대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

*대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

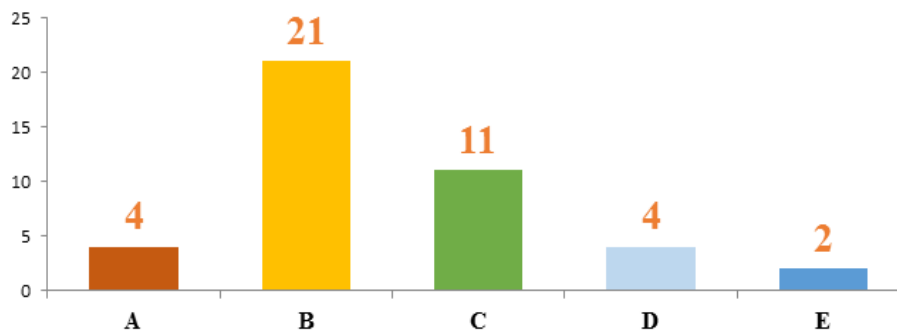
*대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

*대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공(사업자·콘텐츠 정보, 미성년자 계약취소, 약관 변경통지 등)

- 온라인게임 분야 평균 표준점수는 65.3p로 전체 장르에서 가장 높고, 구성 표본들이 하위 등급(D·E)보다 상위 등급(A·B)에 더 많이 분포되어 있음

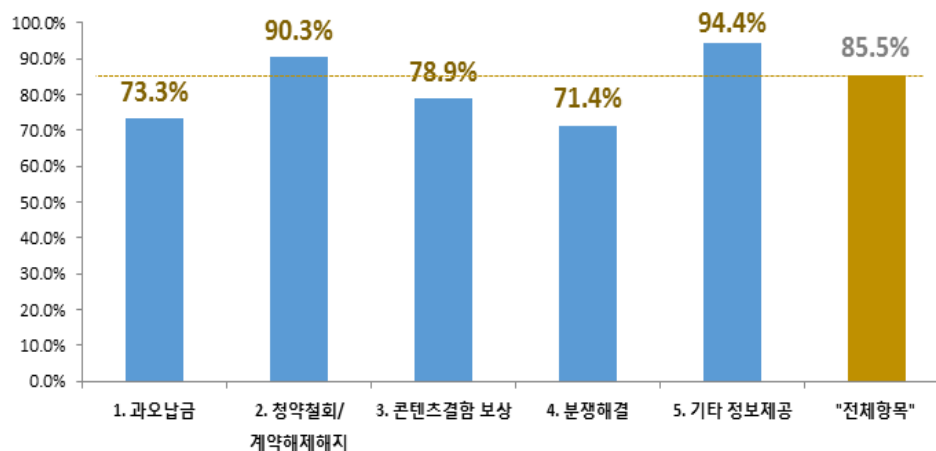
[그림 37] 온라인게임 분야 등급별 표본 분포

(단위: 개)



[그림 38] 온라인게임 분야 항목별 평가점수

(항목별 만점대비 %, 사례수: 42)



3.5 모바일게임

□ 모바일게임 장르 표본별 실태조사 결과

- 모바일게임은 배분된 53개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
 - 최고 100점에서 27점까지 넓게 분포(표준편차 17.4점)되어 있으며, 표준점수 기준으로 등급 분류시 '매우양호'(A등급)는 1개, '매우미흡'(E등급)은 8개로 나타남
 - 모바일게임은 기본적인 앱 실행은 대부분 무료이지만 실행 중 유료 아이템을 포인트(가상 캐시)를 통하여 결제하는 경우가 많고, 모바일플랫폼 사업자의 인앱결제에 의존하는 게임이 많이 존재함
 - 하위 등급에 분포한 사업체 중 대부분은 해외에 기반을 둔 모사업자로 사실 상 국내의 콘텐츠 이용자보호지침과는 무관하게 작성되어 평가 점수가 특히 낮게 나타난 경우가 많았음
 - 모바일게임은 충분한 정보제공을 위하여 '기타 정보 제공'에 해당하는 약관 항목의 평가점수(만점 대비% 기준)는 89.6%로 매우 양호하나, '콘텐츠 결함, 서비스 장애 피해보상' 측면은 58.0%로 다소 취약한 것으로 나타남

[표 40] 모바일게임 분야 표본별 실태조사 결과

대상표본 연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	1 (15)	2 (43)	3 (8)	4 (12)	5 (22)			
E-1	12	33	6	6	22	79	54.2p	C
E-2	0	25	0	12	14	51	12.8p	E
E-3	15	35	0	12	21	83	61.2p	C
E-4	12	33	8	12	22	87	67.8p	B
E-5	14	41	6	6	22	89	70.9p	B
E-6	14	27	0	6	7	54	15.8p	D
E-7	6	13	0	6	16	41	5.7p	E
E-8	13	35	0	12	22	82	59.4p	C
E-9	15	39	6	6	22	88	69.3p	B
E-10	14	34	6	12	21	87	67.8p	B
E-11	7	40	6	6	22	81	57.7p	C
E-12	15	34	6	6	22	83	61.2p	C
E-13	12	33	0	12	16	73	43.6p	C
E-14	15	43	8	12	22	100	85.0p	A
E-15	14	27	8	6	22	77	50.7p	C
E-16	15	35	8	12	22	92	75.3p	B
E-17	12	33	6	12	22	85	64.5p	C
E-18	12	12	6	6	21	57	19.2p	D
E-19	12	34	6	12	21	85	64.5p	C
E-20	14	26	0	0	16	56	18.0p	D
E-21	15	35	6	12	22	90	72.4p	B
E-22	0	34	8	12	22	76	48.9p	C
E-23	0	27	0	6	16	49	11.0p	E
E-24	14	26	0	6	16	62	25.9p	D
E-25	13	27	6	12	10	68	35.1p	C
E-26	12	41	6	12	22	93	76.6p	B
E-27	13	34	8	12	22	89	70.9p	B
E-28	15	42	6	12	22	97	81.7p	B
E-29	15	35	7	12	16	85	64.5p	C
E-30	15	40	7	12	22	96	80.5p	B
E-31	0	30	6	6	22	64	28.8p	D
E-32	12	25	0	6	16	59	21.8p	D

E-33	12	41	6	12	22	93	76.6p	B
E-34	6	25	0	6	22	59	21.8p	D
E-35	0	19	0	6	15	40	5.2p	E
E-36	14	35	6	6	22	83	61.2p	C
E-37	13	34	7	12	22	88	69.3p	B
E-38	14	26	6	6	16	68	35.1p	C
E-39	0	20	0	12	21	53	14.8p	E
E-40	15	35	7	12	22	91	73.8p	B
E-41	6	33	6	12	22	79	54.2p	C
E-42	0	34	0	12	16	62	25.9p	D
E-43	12	33	6	12	22	85	64.5p	C
E-44	14	41	8	6	22	91	73.8p	B
E-45	0	34	0	6	22	62	25.9p	D
E-46	0	6	0	6	15	27	1.4p	E
E-47	15	33	8	6	22	84	62.8p	C
E-48	15	33	8	6	22	84	62.8p	C
E-49	12	13	0	6	22	53	14.8p	E
E-50	15	26	8	12	16	77	50.7p	C
E-51	15	41	8	12	22	98	82.9p	B
E-52	0	22	8	6	16	52	13.8p	E
E-53	13	35	8	12	21	89	70.9p	B
(평균)	10.5	31.1	4.6	9.1	19.7	75.0	47.2p	
[점/만점대비%]	70.2%	72.3%	58.0%	75.5%	89.6%			

*대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

*대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

*대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

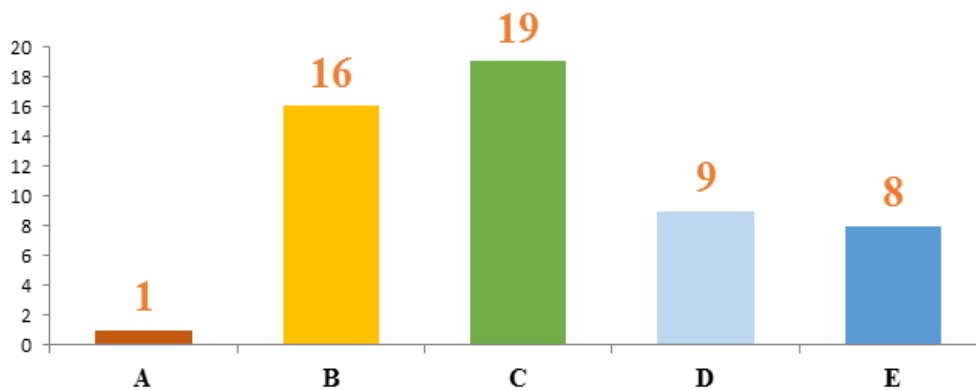
*대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

*대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공(사업자·콘텐츠 정보, 미성년자 계약취소, 약관 변경통지 등)

- 모바일게임 분야 평균 표준점수는 47.2p로 전체 평균보다 다소 낮고, 구성 표본들이 상위 등급(A·B)보다 하위 등급(D·E)에 더 많이 분포되어 있음

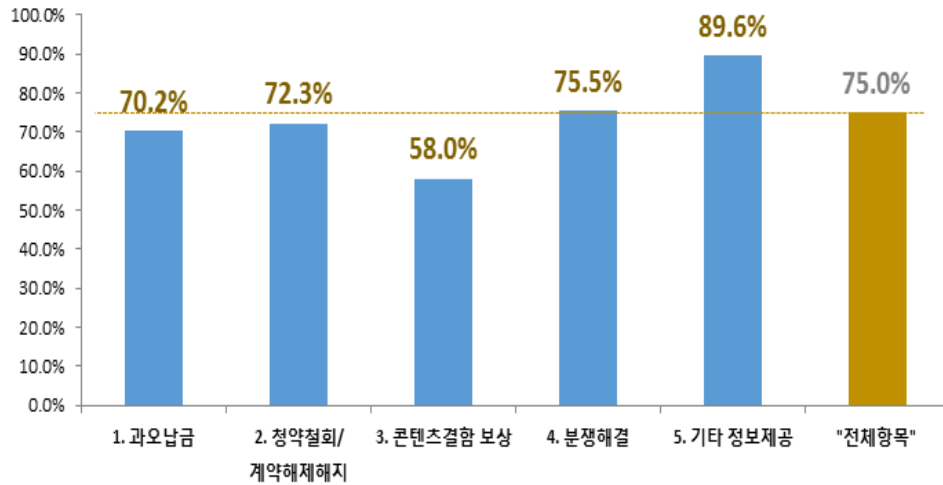
[그림 39] 모바일게임 분야 등급별 표본 분포

(단위: 개)



[그림 40] 모바일게임 분야 항목별 평가점수

(항목별 만점대비 %, 사례수: 53)



3.6 영상서비스

□ 영상서비스 장르 표본별 실태조사 결과

- 영상서비스는 배분된 17개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
 - 표본별 평가점수의 분산(표준편차 20.8점)이 전 장르 중 가장 크며, 표준점수 기준 '매우 양호'(A 등급)는 1개, '매우 미흡'(E등급)으로 판정된 서비스는 하위 3개로 나타남
 - 영상서비스는 서비스 형태가 유사한 영화, 방송, 애니메이션의 장르를 통합한 것으로, 대체로 스트리밍을 통한 VoD 서비스 또는 웹하드를 통한 다운로드형 서비스가 대다수였음
 - 웹하드형 서비스는 보통 건당 과금보다는 정해진 기간 또는 용량에 대한 '정액형' 유료 서비스가 많은데, 기간 정액형 서비스의 경우는 피해구제 관련하여 이용약관에서 스트리밍 서비스와 유사한 형태로 문구가 나타나는 경우가 많음
 - 영상서비스는 '분쟁해결 방법 및 절차'에 해당하는 약관 항목의 평가점수(만점대비% 기준)가 94.1%로 우수하게 나타났고, 콘텐츠의 기술적 보호조치(DRM 등) 없이 다운로드 방식의 서비스를 제공하는 웹하드형 사업자들이 많이 존재하는데 이들 사업자들의 평가가 영향을 미쳐 '청약철회/계약해제·해지' 관련 항목이 65.7%로 상대적으로 낮게 나타난 것으로 보임

[표 41] 영상서비스 분야 표본별 실태조사 결과

대상표본 연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	1 (15)	2 (43)	3 (8)	4 (12)	5 (22)			
F-1	15	35	8	12	22	92	75.3p	B
F-2	15	42	8	12	22	99	84.0p	B
F-3	6	35	0	6	15	62	25.9p	D
F-4	14	41	7	12	22	96	80.5p	B
F-5	15	34	6	12	16	83	61.2p	C
F-6	0	34	6	12	16	68	35.1p	C
F-7	15	43	8	12	22	100	85.0p	A
F-8	15	21	8	6	16	66	31.9p	D
F-9	14	19	8	12	10	63	27.3p	D
F-10	0	13	0	12	8	33	2.7p	E
F-11	6	27	0	12	22	67	33.5p	D
F-12	6	13	6	12	15	52	13.8p	E
F-13	15	33	8	12	22	90	72.4p	B
F-14	15	28	8	12	22	85	64.5p	C
F-15	0	6	6	12	9	33	2.7p	E
F-16	14	29	0	12	15	70	38.5p	C
F-17	15	27	6	12	22	82	59.4p	C
(평 균) [점/만점대비%]	10.6 70.6%	28.2 65.7%	5.5 68.4%	11.3 94.1%	17.4 79.1%	73.0	43.6p	

*대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

*대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

*대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

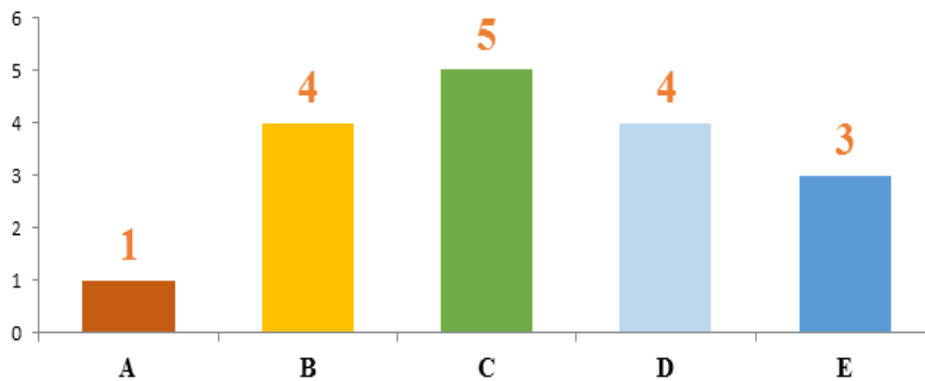
*대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

*대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공(사업자·콘텐츠 정보, 미성년자 계약취소, 약관 변경통지 등)

- 영상서비스 분야 평균 표준점수는 43.6p로 전체 평균보다 다소 낮고, 구성 표본들이 상위 등급(A·B)보다 하위 등급(D·E)에 다소 높은 비중으로 분포되어 있음

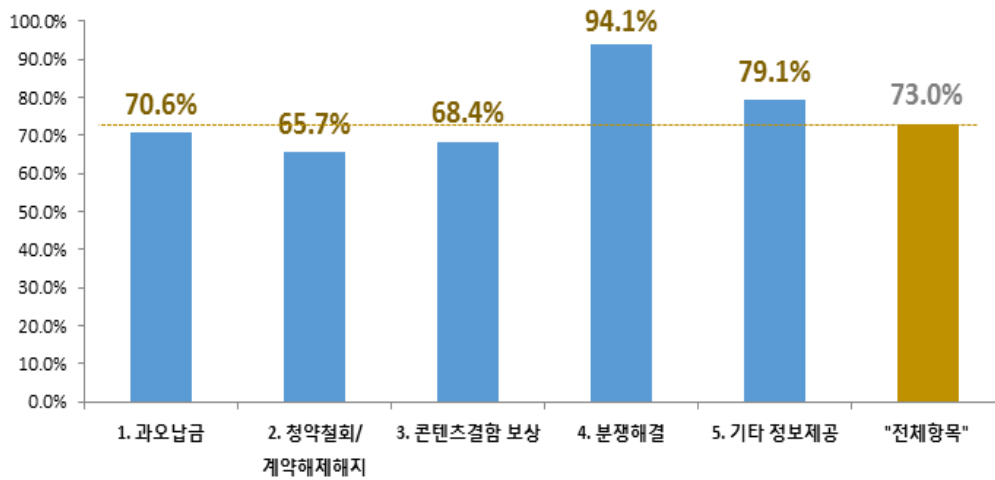
[그림 41] 영상서비스 분야 등급별 표본 분포

(단위: 개)



[그림 42] 영상서비스 분야 항목별 평가점수

(항목별 만점대비 %, 사례수: 17)



3.7 이러닝

□ 이러닝 장르 표본별 실태조사 결과

- 이러닝 장르는 배분된 31개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
 - 표본별 점수는 최고 100점에서 최저 36점까지 분포 되어있고(표준편차 18.9점), 표준점수 기준 '매우양호'(A등급)는 상위 4개, '매우미흡'(E등급)은 하위 5개 서비스로 나타남
 - 이러닝 분야는 일부 도서 판매와 겹하고 있는 사이트들이 있으나, 전반적으로 이러닝이 유료 중심의 서비스이므로 상당 수의 사업자는 이용약관에 유의하고 있는 것으로 보임
 - 이러닝 분야 사업자들은 '분쟁해결 방법 및 절차' 항목에서 보호지침 준수 평가점수(만점대비% 기준)가 91.9%로 양호한 것으로 나타났으나, 상대적으로 '과오납금'과 관련된 항목은 66.0%로 낮은 준수 수준을 나타내었음

[표 42] 이러닝 분야 표본별 실태조사 결과

대상표본 연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	1 (15)	2 (43)	3 (8)	4 (12)	5 (22)			
G-1	0	32	6	12	21	71	40.2p	C
G-2	0	26	6	12	22	66	31.9p	D
G-3	15	42	0	12	20	89	70.9p	B
G-4	15	43	8	12	22	100	85.0p	A
G-5	15	34	7	12	22	90	72.4p	B
G-6	14	35	6	12	22	89	70.9p	B
G-7	14	32	8	12	16	82	59.4p	C
G-8	0	34	0	0	2	36	3.6p	E

G-9	13	19	6	12	16	66	31.9p	D
G-10	15	19	8	12	22	76	48.9p	C
G-11	15	42	8	12	22	99	84.0p	B
G-12	15	42	8	12	16	93	76.6p	B
G-13	0	28	6	12	21	67	33.5p	D
G-14	15	42	8	6	22	93	76.6p	B
G-15	15	43	8	12	22	100	85.0p	A
G-16	0	24	0	12	14	50	11.9p	E
G-17	0	33	6	12	22	73	43.6p	C
G-18	0	12	8	12	15	47	9.5p	E
G-19	0	40	6	6	14	66	31.9p	D
G-20	15	43	8	12	22	100	85.0p	A
G-21	15	41	6	12	22	96	80.5p	B
G-22	7	12	6	12	16	53	14.8p	E
G-23	14	43	6	12	22	97	81.7p	B
G-24	15	42	8	12	22	99	84.0p	B
G-25	15	33	6	12	21	87	67.8p	B
G-26	14	42	8	12	22	98	82.9p	B
G-27	0	22	0	12	14	48	10.2p	E
G-28	15	43	8	12	22	100	85.0p	A
G-29	15	34	8	6	22	85	64.5p	C
G-30	14	42	6	12	22	96	80.5p	B
G-31	7	33	6	12	16	74	45.4p	C
(평균)	9.9	33.9	6.1	11.0	19.2	80.2	56.4p	
[점/만점대비%]	66.0%	78.9%	76.2%	91.9%	87.4%			

*대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

*대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

*대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

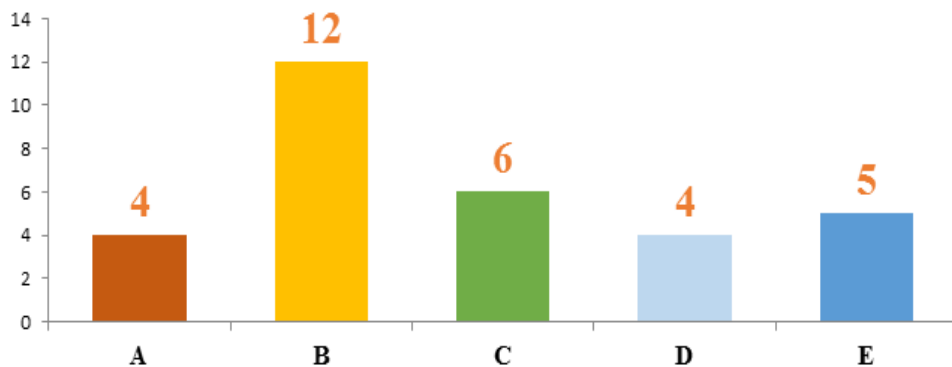
*대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

*대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공(사업자·콘텐츠 정보, 미성년자 계약취소, 약관 변경통지 등)

- 이러닝 분야 평균 표준점수는 56.3p로 전체 평균보다 다소 높은 편으로, 구성 표본들이 하위 등급(D·E)보다 상위 등급(A·B)에 집중적으로 더 많이 분포되어 있음

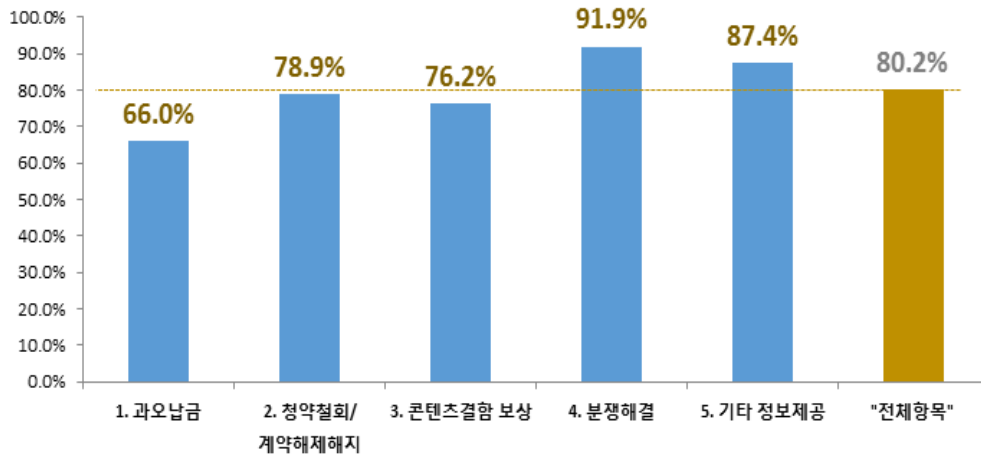
[그림 43] 이러닝 분야 등급별 표본 분포

(단위: 개)



[그림 44] 이러닝 분야 항목별 평가점수

(항목별 만점대비 %, 사례수: 31)



3.8 정보서비스

□ 정보서비스 장르 표본별 실태조사 결과

- 정보서비스 장르는 배분된 31개의 콘텐츠 서비스를 대상으로 실태조사를 실시
 - 정보서비스 분야는 서비스 형태가 다양하여 평가점수가 최고 97점에서 최저 26점까지 다양하게 나타났으며(표준편차 19.9점), 표준점수 기준 '매우양호'(A등급)는 없고 '매우미흡'(E등급)은 전 장르 중 가장 많은 12개 서비스로 나타남
 - 캐릭터 분야와 이러닝을 제외한 지식정보 분야를 통합한 분야로서, 대형 포털 및 특화된 중소형 유료 정보서비스(디지털캐릭터, 이모티콘, 이미지/일러스트, 홈페이지/문서 템플릿 등)로 구성되어 있음
 - 대형 포털 외 특화된 유료 정보서비스의 경우 소형 사업체들이 운영하고 있는 것으로 보이는데, 이용약관의 준수 정도가 중대형 사업체가 운영하는 서비스에 비해 상대적으로 낮은 경향을 보임
 - 정보서비스 분야 사업자들은 '분쟁해결 방법 및 절차' 항목에서는 평가점수(만점대비% 기준)가 91.9%로 우수하게 나타났으나, '과오납금', '콘텐츠결함 등에 따른 보상', '청약철회 및 계약해제·해지' 항목의 평가점수들은 각각 41.5%, 50.4%, 53.6%로 상당히 미흡한 것으로 나타남

[표 43] 정보서비스 분야 표본별 실태조사 결과

대상표본 연번	대분류별 평가점수					총점 (100)	표준점수	등급
	1 (15)	2 (43)	3 (8)	4 (12)	5 (22)			
H-1	15	27	7	12	15	76	48.9p	C
H-2	6	13	6	6	13	44	7.4p	E
H-3	0	34	6	12	22	74	45.4p	C
H-4	15	26	6	12	22	81	57.7p	C
H-5	14	40	6	12	22	94	78.0p	B
H-6	14	28	8	6	16	72	41.9p	C
H-7	0	6	0	12	15	33	2.7p	E
H-8	0	32	0	12	21	65	30.3p	D
H-9	13	14	6	12	14	59	21.8p	D
H-10	0	21	6	12	16	55	16.9p	D
H-11	15	33	6	12	21	87	67.8p	B
H-12	15	13	6	12	22	68	35.1p	C
H-13	0	28	0	12	21	61	24.4p	D
H-14	0	32	6	12	20	70	38.5p	C
H-15	0	13	6	12	14	45	8.1p	E
H-16	14	35	6	12	15	82	59.4p	C
H-17	0	18	6	12	15	51	12.8p	E
H-18	0	28	0	6	21	55	16.9p	D
H-19	0	14	6	6	12	38	4.3p	E
H-20	15	42	6	6	16	85	64.5p	C
H-21	15	42	6	12	22	97	81.7p	B
H-22	0	0	0	12	14	26	1.2p	E
H-23	0	19	6	12	14	51	12.8p	E
H-24	15	42	8	12	15	92	75.3p	B
H-25	14	35	0	12	20	81	57.7p	C
H-26	0	6	0	12	22	40	5.2p	E
H-27	0	7	0	12	15	34	2.9p	E
H-28	0	14	0	12	16	42	6.2p	E
H-29	0	27	0	12	13	52	13.8p	E
H-30	13	12	6	12	15	58	20.5p	D
H-31	0	14	0	12	14	40	5.2p	E
(평균)	9.9	33.9	6.1	11.0	19.2	80.2	25.2p	
[점/만점대비%]	41.5%	53.6%	50.4%	91.9%	78.2%			

*대분류1 : 과오납금의 환불방법 및 절차

*대분류2 : 청약철회 및 계약 해제·해지 방법과 효과

*대분류3 : 콘텐츠 결함, 서비스 장애 등에 따른 피해보상

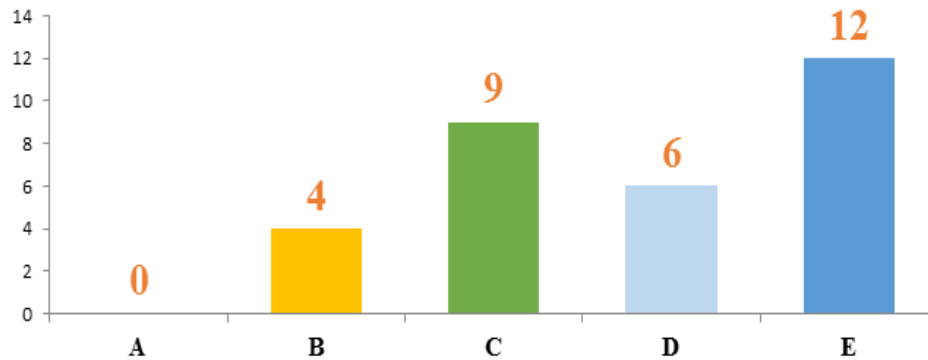
*대분류4 : 분쟁해결 방법 및 절차

*대분류5 : 기타 이용자 보호를 위해 필요한 정보 제공(사업자·콘텐츠 정보, 미성년자 계약취소, 약관 변경통지 등)

- 정보서비스 분야 평균 표준점수는 25.2p로 전체 평균보다 매우 저조하여, 구성 표본들의 보호지침 준수 등급이 하위 등급(D·E)으로 많이 몰려 있음
- 정보서비스 장르의 중소형 서비스 업체들은 유료 서비스인 경우에도 대형 업체들과 달리 서비스 약관의 구성에 큰 관심을 가지고 있지 않거나 보호지침에 대한 인지가 없는 경우가 많아, 해당 범주의 서비스 업체들에게 콘텐츠이용자보호지침에 대한 홍보의 필요성이 있음

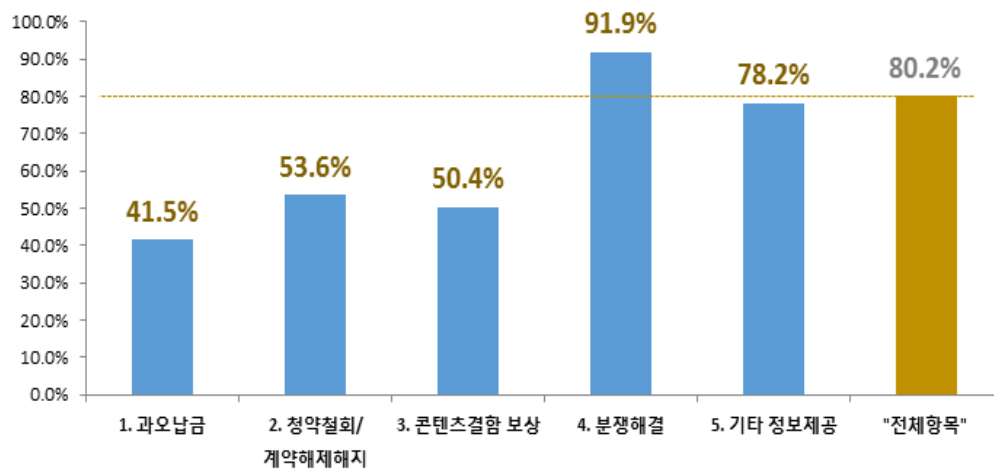
[그림 45] 정보서비스 분야 등급별 표본 분포

(단위: 개)



[그림 46] 정보서비스 분야 항목별 평가점수

(항목별 만점대비 %, 사례수: 31)



4. 콘텐츠 사업자 심층인터뷰

4-1. 심층인터뷰의 목적 및 개요

○ 목적

- 콘텐츠 이용 약관을 운영 중인 콘텐츠 사업자를 대상으로 약관 제정 및 운영 현황을 파악하고, 더불어 문화체육관광부에서 고시한 「콘텐츠이용자보호지침」을 준수하기 위한 사업체의 노력과 애로 사항, 나아가 향후 「콘텐츠이용자보호지침」개정 시 반영했으면 하는 의견 등을 수렴하기 위함
- 궁극적으로 본 인터뷰를 통해 「콘텐츠이용자보호지침」이 이용자 보호뿐만 아니라 사업자의 콘텐츠 운영에도 합리적인 도움을 줄 수 있도록 개선될 수 있도록 균형적인 시각에서 약관 준수 관련 실태를 파악하고자 함

○ 개요

- (인터뷰 대상) 2018년 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사의 대상 중 장르별로 1개 이상 서비스 사업자의 이용 약관 담당자
- (방법 및 기간) 실태조사가 완료되어 사업체에 조사 결과를 고지한 이후부터 각 장르별로 약관 담당자가 있는 사업체를 우선 대상으로 하여 인터뷰 의사를 서면과 전화로 문의한 후 인터뷰에 응한 사업자를 대상으로 방문과 서면을 통해 2019년 1월 16일(수) ~ 1월 25일(금)까지 인터뷰 진행
 - 방문 인터뷰의 경우 안내문과 함께 세부 질의항목을 인터뷰 예정 담당자에 미리 송부하여, 인터뷰 당일에 다양한 의견을 제시할 수 있도록 유도
 - 서면 인터뷰의 경우 유선으로 인터뷰 목적을 설명하고, 서면질문지 발송. 답변 수렴 후 보충 항목에 대해 유선이나 서면으로 보완하여 반영

[표 44] 심층인터뷰 대상 사업체

장르	사업체	인터뷰 방법
만화	A	방문
온라인게임	B	서면
음악	C	방문
출판	D	서면
모바일 게임	E	서면
	F	서면
	G	서면
영상	H	서면
정보서비스	I	서면

4-2. 심층인터뷰 항목

- 이용 약관 운용과 관련된 심층인터뷰는 크게 1) 약관 구성 관련 사항 2) 유료 약관 및 환불 정책 3) 이용자 보호지침 관련 4) 이용자에 의한 약관 악용, 분쟁 등 피해 5) 건의사항 및 애로사항의 다섯 가지로 구분되어 진행
- 심층인터뷰 항목을 구체적으로 살펴보면 다음과 같음

[표 45] 사업자 대상 심층 인터뷰 질문 내용

분 류	질문 내용
응답자관련 일반내용	<p>○ 응답자의 성명은 어떻게 되십니까?</p> <p>○ 응답자의 직위 및 수행업무는 무엇입니까?</p> <p>○ 응답자의 해당 분야 관련 업무 경력은 대략 얼마입니까?</p>
I. 당사 약관 구성 관련	<p>○ 귀사에서 약관을 어떻게 작성하십니까? (예) 법률 자문을 받아 작성, 기존 자료 참고하여 내부에서 작성 등</p> <p>○ 귀사의 약관 구성시 참고(동종업계 약관 등)하거나 기준으로 삼았던 것이 있습니까? (예) 동종업계 약관, 콘텐츠 이용약관의 견본 등</p> <p>○ 약관 구성 시에 가장 중요하게 여기는 사항은 어떤 것입니까? (예) 책임소재의 명확화, 이용자 보호, 환불 기준 및 범위 설정, 보상내용 및 면책 등</p>
II. 유료 약관 및 환불 정책	<p>○ 귀사에서 유료 약관을 게시할 때 기준이 있으십니까? (예) 아이템, 캐쉬 관련, 환불 관련 항목에 중점 등</p> <p>○ 귀사에서 환불 정책을 약관에 명시할 때 더 세심하게 고려하는 항목들이 있습니까? (예) 환불 요건, 기한, 수수료 등</p>
III. 이용자 보호지침 관련	<p>○ ‘콘텐츠 이용자 보호지침’ 또는 ‘콘텐츠 이용 약관의 견본’에 대하여 들어보시거나 교육을 받으신 경험이 있습니까?</p> <p>○ ‘콘텐츠 이용자 보호지침’ 준수가 현실적으로 어렵거나 불가능한 부분이 있다면 어떤 것입니까? (예) 분쟁이 발생하지 않은 부분에 대한 약관 추가 부담, 피해 발생 시 기업 손해 우려 등</p> <p>○ 향후 이용자보호지침에 따른 약관 수정 의사가 있으십니까?</p>
IV. 이용자에 의한 약관 악용, 분쟁 등 피해	<p>○ 약관을 근거로 이용자가 귀사에 불만을 제기한 경험이 있으십니까? (예) 환불 규정을 악용한 환불요청, 환불 기간 미준수에 따른 불만, 콘텐츠 하자 및 중단 관련 과보상 요구 등</p> <p>○ 약관으로 인해 분쟁을 경험한 적이 있습니까? (예) 공정거래위원회, 콘텐츠분쟁조정위원회 조정 경험 등</p> <p>○ (피해가 있었던 경우) 이러한 피해를 방지하기 위해 향후 어떤 조치가 필요하다고 생각하십니까?</p> <p>○ 이용자보호지침을 준수 할 경우 이용자들이 이를 악용하여 회사에 불이익을 주는 등 피해가 있을 것이라고 생각하십니까?</p>
V. 건의사항 및 애로사항	<p>○ 약관 구성 및 이용자 보호 등과 관련하여 건의사항 또는 애로사항이 있습니까?</p> <p>○ 향후 이용자보호지침 고시 개정시 반영되었으면 하는 부분은 무엇입니까?</p>

4-3. 심층인터뷰 결과

4-3-1. 약관 구성 관련

□ 대부분 동종업계 대형 사업자의 약관 참조

- 약관 작성과 구성을 위해 동종업계의 대형사 약관을 참조한 경우가 많은 것으로 나타남
 - 중소 규모의 사업체가 많은 콘텐츠 분야에서는 약관 작성을 위한 별도의 법무팀을 두는 대신, 동종 업계의 약관을 참조하여 작성하거나 개정하는 경우가 많았음

현 회사에 입사 시부터 기존 약관은 존재했었고, 별도 법률팀이나 CS팀도 없었으므로 타 서비스 사이트(네이버, 다음)를 참고하여 약관을 개정하였습니다 (A, 만화)

주로 동종 업계 중 메이저 업체의 약관을 참고하며 ...(중략)... 이번 교육(이용자보호지침 준수 실태조사 설명회를 의미)을 통해 콘텐츠진흥원의 약관 견본을 받았습니다 (D, 출판)

- 일정 규모 이상의 사업자는 별도의 법무팀이 있어 법률 자문을 받음
 - 기업에 따라서는 초안 작성을 실무팀에서 진행한 후 법무팀에서 법률적 부분을 검토하기도 하고, 반대로 최초 약관 작성을 법무팀에서 하되, 이후 개정 작업은 실무팀에서 하는 경우도 있었음

기존 약관에서 개정 필요 이슈가 발생할 경우 항목 및 목적/근거/내용을 정리하여 초안 작성 후 법무팀을 통해 검토 진행하였습니다 (B, 온라인게임)

최초 약관 작성은 법무팀을 통해 작성 되었고, 이후부터는 가이드라인을 통해 내부에서 직접 작성하였습니다. (H, 영상)

□ 공정거래위원회.전자상거래 표준 약관 참조

- 게임 장르 사업자의 경우 공정거래위원회에서 제공하는 표준 약관을 반영하여 작성하는 경우가 많았음
 - 공정거래위원회에서는 현재 온라인 게임과 모바일 게임의 표준약관을 제공하고 있으며, 게임사들은 자사 장르에 적합한 표준 약관을 선택하여 약관 작성
- 한편, 정보서비스 사업자는 전자상거래 법률 등을 참조하여 직접 작성하거나 콘텐츠이용약관(안)을 참조한다고 응답하고 있었음

공정거래위원회 고시 온라인 게임 표준약관 및 모바일 게임 표준약관을 반영하여 게임 서비스 특성에 맞게 변경하여 작성합니다 (F, 모바일게임)

표준약관을 기준으로 자사 서비스 현황을 반영하여 약관을 작성합니다 추후 약관 내용을 변호사의 검토 거쳐서 수정 보완합니다. (G, 모바일 게임)

전자상거래 법률들을 참조하여 직접 작성하거나 콘텐츠 이용약관 표준 가이드를 참조하였습니다. (I, 정보서비스)

- 그러나 문제부의 콘텐츠이용자보호지침이 권고사항인 것과 달리 공정거래위원회에서 관할하는 전자상거래 법률은 의무사항이기 때문에 표준 약관 반영이나 개정 작업 시 공정거래위원회 산하 법률을 우선시 하는 경향이 있다고 응답
- 더구나 ‘콘텐츠이용자보호지침 약관 견본’이 있으나, 너무 복잡하여 실무적으로 적용하는데 어려움이 있다고 호소

가능하면 관련 지침은 따르려고 하고는 있습니다. 다만, 공정위에서 관할하는 전자상거래법 관련 사항은 의무사항이라 민감하게 모니터링하고 있으나, 콘텐츠이용자보호지침은 권고사항이라 관심만 두고 있는 수준이고 민감하게 그에 따라 꼭 약관을 수정하려고 하지는 않고 있다고 할 수 있습니다
(C, 음악)

주로 동종 업계 중 큰 업체인 ‘네이버’와 ‘다음’의 약관을 많이 참고하나, 주로 네이버의 약관을 참고하고 있습니다. (하지만) 네이버는 요즘에 약관이 간소화 되는 경향이 있어, 직접적으로 참고 하기는 점점 어려워지는 (추세입니다). 그리고, 콘텐츠진흥원의 약관 견본이 있기는 하나, 복잡해 참고하기가 어려운 면이 있습니다 (A, 만화)

□ 약관 구성 시 가장 중요하게 여기는 사항

- 사업자 측면에서 약관 구성 시 가장 중요하게 여기는 부분은 ‘이용자 권리 및 의무사항, 결제·환불·보상 관련 사항, 사업자의 면책사항’ 인 것으로 나타남
- 기존에는 주로 사업자 입장에서 약관 구성에 중점을 두었으나, 최근에는 점차 이용자 보호를 위한 항목에도 관심을 기울이고 있음

[표 46] 약관 구성 시 가장 중요하게 여기는 사항에 대한 의견

구분	심층인터뷰 내용
이용자 권리 및 의무사항	<ul style="list-style-type: none"> 서비스 이용자 권리, 의무 및 책임사항 규정을 가장 중요하게 여기며, 그 외 결제, 환불 등에 관한 사항에도 신경을 쓰고 있음 (D, 출판)
결제·환불·보상 관련	<ul style="list-style-type: none"> 서비스 장애 등에 대한 보상 관련 사항에 가장 신경을 쓰고 있으며, 그 외 결제, 환불 등에 관한 사항에도 신경을 쓰고 있음 (A, 만화)
사업자의 면책사항	<ul style="list-style-type: none"> 환불 관련 사항 및 서비스행태 등에 신경을 주로 쓰고 있습니다. 예를 들어 자동결제에 대한 고객센터 문의 등이 종종 있는 편이라, 현재는 이용자가 자동결제를 이용하고 있어도 3개월 동안 접속이 없는 등 이용이 없으면 자동 해지되는 것으로 운영하고 있습니다. (C, 음악) 서비스 이용과 환불 기준 및 범위, 보상, 면책 (G, 모바일 게임)
기타	<ul style="list-style-type: none"> 전자상거래법 등 관련 법률 준수 (F, 모바일게임) 예전에는 결제 환불 기준 및 보상정책 등에 대한 회사 입장을 주로 반영했다고 한다면 현재는 기업들이 인식 변화들이 조금씩 생기고 있어 이용자 보호에 대한 부분도 일부 반영시키면서 신경 쓰고 있음 (즉 불합리한 조항으로 회사나 이용자나 피해를 서로 최소화 할 수 있는 방안으로 약관을 재구성 하는 부분을 중점적으로 보고 있음) (H, 영상) 회원이 불편 부당을 느끼지 않도록 최대한 회원의 입장에서 구성합니다. 가령, 회원이 불편하다면 환불해준다는 뜻을 명확히 하는 것을 중요하게 여깁니다. (I, 정보서비스)

- 특히 환불 정책과 관련하여 약관 구성 시에는 ‘콘텐츠이용자보호지침’이나 ‘전자상거래법’ 등 관련 법률을 따르거나 이에 준하는 기준을 운용하는 것을 원칙으로 한다는 의견이 많았음
- 모바일 게임에서 최근 문제로 부각되는 사안은 인앱결제나 오픈 마켓을 통한 결제 시스템 이용 시 발생하는 문제가 개발사나 퍼블리셔에 전달되는데 시일이 걸려 이로 인해 이용자와의 갈등이 발생할 수밖에 없다는 점임
- 사업자 입장에서는 이와 같은 갈등을 원천적으로 차단하기 위해 오픈마켓의 결제 시스템 문제가 해결되기 전까지는 약관 내 이용자 의무 사항 및 청약철회, 환불 기준을 강화할 수밖에 없다고 밝히기도 함

재화 또는 용역에 대한 제공 및 이용자 보호, 환불 기준 및 범위 설정, 보상 내용 등 전반적인 전자상거래 프로세스를 고려하고 있습니다. (D, 출판)

환불, 서비스 장애 시 보상 외에는 지침 등을 거의 그대로 따르려고 하고 크게 신경 쓰고 있지는 않습니다. 청약 철회 기간 등은 7일 이내 철회 가능이라고 약관에 적어놔도, 하루가 더 지나는 등의 사례는 이용자 면에서는 애매한 면은 있으나, 하루 정도는 유연하게 적용해 처리해 주고 있기는(도) 합니다. (A, 만화)

모바일 게임의 경우 결제방식이 온라인과 달리 마켓 시스템을 이용하고 있는 구조이기 때문에 아이템 결제 후 마켓을 통해 환불을 받게 될 시 회사가 이용자의 환불 사실을 알지 못해 이를 이용한 악용사례가 빈번하게 발생하고 있어 오픈마켓의 결제 시스템 문제가 해결되기 전까지는 약관 내 이용자 의무 사항 및 청약철회, 환불 기준을 강화할 수밖에 없는 (형편입니다) (B, 온라인 게임)

전자상거래법 등 관련 법률 준수하여 약관을 구성하려고 합니다 (F, 모바일게임)

최근에 많은 사이트들이 사용하는 인앱결제로 인한 해외 환불 정책으로 이용자들의 악용 사례가 발생할 수 있어 이 부분을 중요하게 보고 있습니다. (H, 영상)

□ 기타 : 해외 사의 국내 약관 준수 실태

- 한편, 모사업자가 해외에 기반을 두고 있는 경우에는 한국어나 국내법에 대한 인지가 어려워 국내 약관에 대한 정보 파악이 어렵기 때문에 사실상 약관 자체가 불가능하다는 의견도 있었음
- 특히 최근 2년 간 급성장한 모바일 게임 부문에서 해외 사업자 게임의 국내 유통이 증가하고 있으나, 국내법의 적용을 받지 않아 사실 상 이용자의 보호를 위한 약관 구성에 취약한 것으로 나타남

한국어 가능한 법무가 없는 해외 사의 경우 약관 작성 자체가 어렵기 때문에 약관 작성 자체가 불가능합니다. (E, 모바일게임)

4-3-2. 유료 약관 및 환불 정책

□ 유료 약관 게시 기준

- 유료 약관과 관련해서는 **환불 관련 규정**을 구체화시켜 분쟁을 최소화하고자 하는 노력이 가장 많은 것으로 나타남
 - 구체적으로는 환불 과정에서 발생하는 수수료에 대한 고객 불만을 최소화하기 위해 기준을 명확하게 한다든지, 캐쉬의 취소와 환불 관련 정책 등을 들 수 있음
 - 특히 콘텐츠는 일반 재화와 달리 실물 상품이 아니기 때문에 이용자 입장에서 이해하기 쉽게 환불 규정을 만들려고 노력한다는 의견도 있어 실무적으로 콘텐츠가 타 산업 분야의 상품과는 다르게 인식되어야 하는 부분이 있다고 인식하고 있는 것을 알 수 있었음

환급, 청약철회, 면책 등 환불 관련 항목에 중점을 두고 이에 대한 기준을 명확히 하려고 합니다. **(D, 출판)**

환불 관련한 정책에서 환불 자체보다는 환불시 발생하는 '수수료'에 대한 부분에서 고객 불만이 다소 발생하여 이에 대한 기준을 명확히 하려고 함. 최근 개정에도 환불시 발생하는 결제 관련 일부 수수료 부담은 회사에서 부담해서 고객 불만을 줄이려고 하고 있습니다. **(A, 만화)**

*캐시 취소 / 환불 정책에 중점을 두고 있습니다. **(H, 영상)**

콘텐츠는 실물 상품이 아니다보니 환불에 대한 규정을 이용회원이 쉽게 이해할 수 있도록 게재하는 것을 기준으로 삼고 있습니다. **(I, 정보서비스)**

- 청약 철회와 관련 된 사항에 대해서도 이용자와의 이해관계가 다를 수 있어 기간이나 기준 등에 대해 유료 약관에 명시하고자 한다는 의견도 있었음
 - 가령, 청약철회 불가 항목이나 상품에 대한 사전 고지의무 등을 약관에 명시하는 것을 예로 들 수 있음

청약 철회기간, 월정액제 등에 대한 부분을 주로 신경을 쓰는데, 별도 기준보다는 관련 법령이나 지침 등에 따르고 있습니다. **(C, 음악)**

유료아이템에 대한 청약철회 시 가능한 구체적인 기준을 명시하여 이용자로 하여금 청약철회 불가 항목에 대해 인지할 수 있도록 하고 있으며 게임 내에서도 상점 구매 전 청약철회 불가 상품은 사전에 고지하는 등 고지 의무에 중점을 두고 있습니다. **(B, 온라인게임)**

□ 약관에서 환불 정책 관련하여 특히 고려하는 사항

- 환불 수수료 관련
 - 환불 과정에서 발생하는 수수료와 관련해서는 일반적으로 약관 기준과 상관없이 이용자와의 갈등을 최소화하기 위해 사업자가 부담을 안고 해결하는 경우가 많은 것으로 나타남

환불 요건과 기한, 범위를 세심하게 고려하고 있음. 환불 수수료의 경우 약관에 명시하지는 않았으나 회사에서 부담해서 고객 클레임을 줄이려고 하고 있습니다. **(D, 출판)**

환불 조건 및 수수료를 특히 고려하고 하고 있습니다. **(G, 모바일 게임)**

○ 인앱결제 및 앱스토어의 환불정책 검토 중

- 특히 장르를 불문하고 문제로 대두되고 있는 부분이 인앱결제 및 앱스토어 결제 과정에서 발생하는 환불 문제임
- 국내의 법률 기준과는 다소 상이한 기준으로 운영되고 있어 오히려 일부 이용자들의 악용 사례도 발생한다고 사업자들이 인식하고 있어 관련 정책에 대한 검토가 필요하다고 인척하고 있는 것으로 나타남

인앱결제 및 앱스토어에 대한 결제 취소/환불 정책이 국내 서비스기업 환불 정책과 맞지 않아 일부 사용자들이 악용하는 사례들이 있어 자체 검토 중에 있습니다. (H, 영상)

역시 환불 수수료에 대한 부분인데, 특히 애플 앱스토어 인앱 결제의 경우 이용자가 앱스토어에 환불 신청(결제 취소 요청)이 들어오면 취소해야 할 결제 정보는 알려주지만 '결제자'에 대한 정보는 알려주지 않기 때문에 회사 입장에서는 이용자의 악용 소지가 있어 불안 요소임(결제취소자-회사 사이트 이용자 간 매칭 불가). 애플, 구글 등의 인앱결제에 대해서 당사 약관에 넣기는 힘들기 때문입니다. 다만, 아직까지는 큰 사건은 발생하지 않았기에 불명확한 정보가 발생하는 경우에도 회사 측에서 부담을 안고 취소 처리를 해주고 있는 실정입니다. (A, 만화)

4-3-3. 이용자 보호지침 관련

□ 콘텐츠 이용자 보호 지침에 대한 인지 및 교육 경험

- '콘텐츠 이용자 보호지침' 또는 '콘텐츠 이용 약관의 견본'에 대하여 들어보거나 교육을 받은 경험이 있는지에 대해서는 대부분 보호지침이 있다는 부분에 대해서는 인식하고 있었으나, 해당 지침을 자세하게 살펴보거나 교육에 직접 참여한 경우는 인터뷰 참여 사업자 중 일부에 불과한 것으로 나타남
- 특히 업력이 높은 사업자들은 이용자보호지침이나 관련 법률에 대한 인지 수준이 높은 편이었으나, 신생 사업자나 해외 사업자가 많은 모바일 게임의 경우 해당 지침의 고시 내용이나 약관 견본에 대한 내용을 인지하지 못한 경우가 많아 이에 대한 더욱 포괄적인 홍보와 안내가 필요한 것을 알 수 있었음

'콘텐츠 이용자 보호지침'에 대해서는 들어 봤으나, 교육은 작년 12월에 처음 받았습니다. '콘텐츠 이용 약관의 견본'은 이번 교육을 통해 처음 알게 되었습니다. (D, 출판)

보호지침 및 약관 견본은 모두 내용을 훑어보았습니다. 다만, 약관 견본은 복잡하고 너무 보기가 어려워서 참고하기에 어려움(이 있습니다) (A, 만화)

보호지침은 내용을 알고 있으나, 약관 견본에 대해서는 따로 들어보거나 내용을 확인한 적은 없습니다. (C, 음악)

보도자료 및 실무 교육에 참석했으며 약관 견본의 경우 콘텐츠 산업 전체에 관한 내용을 담고 있다 보니 게임 사업자의 약관 구성과는 다소 상이하여 전문지식이 없는 일반 이용자나 담당자가 참고하기엔 어려운 것으로 사료됩니다. (B, 온라인게임)

연 1회 ~2회 정도 콘텐츠 진흥원에서 주관하는 교육 참여하고 있습니다. (H, 영상)

없습니다. 있다면 견본을 사용하고 싶습니다. (E, 모바일게임)

견본은 들어본 적 없으며 교육을 받은 적도 없습니다. (G, 모바일 게임)

□ 콘텐츠 이용자 보호지침 준수의 어려움

○ 장르별·서비스별 특성을 고려하지 않은 보호지침

- 콘텐츠의 장르에 따라 산업별 특성이 다르기 때문에 이를 반영한 이용자보호지침이 필요하나, 현재는 공통적인 보호지침만 있어 세부 사항에 대해 적용하기 어려운 부분이 있음
- 뿐만 아니라 온라인 서비스 기준으로 제시된 현재의 약관을 오프라인까지 적용하기에 어려움이 있어 서비스별 특성 또한 고려하는 것이 필요할 것으로 보인다는 의견이 있었음

특히 어려운 부분은 없으나 산업 특성을 고려한 콘텐츠별 보호지침 가이드가 세분화 되었으면 하는 바람이 있습니다. (B, 온라인게임)

게임 업계 현황에 적합한 보호지침 규정 확인 및 적용의 어려움이 있습니다. (G, 모바일 게임)

(당사는) 온라인, 오프라인 모두 서비스를 제공하고 있으며, 표준 내용만으로는 당사의 모든 서비스에 동일하게 적용하기 어려움이 있습니다. (D, 출판)

가장 애매한 부분이 서비스 장애에 대한 보상 부분인데, 보호지침 자체에 내용이 좀 복잡하게 적혀 있어 약관에 적용하기 어려운 면이 있고, 회사 자체적으로는 이용자 로그 기록(로그인시 하는 활동, 예로 종량제 이용자가 유료 콘텐츠 이용을 시도 했는지, 아니면 무료 콘텐츠 이용을 시도 했는지 등)이 명확치가 않아서 선택적으로 보상해야 할 때 그 기준 잡기가 어렵습니다. 그리고, 보호지침에 스트리밍/다운로드 서비스에 대한 장애 보상에 별도로 나뉘어져 있는데, 두 가지 경우 다 서비스를 하고 있을 때 어느 것을 선택해 약관에 적용해야 하는지도 애매한 부분이 있습니다. (A, 만화)

○ 타 부처의 약관과 상이하고, 타 약관과 달리 법적 강제성이 없어 준수의 의무가 없다는 인식이 있음

- 공정거래위원회에서 온라인게임과 모바일게임에 대한 표준약관을 제공하고 있는데, 문화체육관광부에서 제공하는 콘텐츠이용자보호지침과는 다소 상이한 부분이 있어 모든 내용을 약관에 반영하기는 어려운 부분이 있음
- 또한 공정거래위원회의 약관은 법률적 의무사항이나, 콘텐츠이용자보호지침은 권고 사항이라 사업자 입장에서는 이행 의무 사항으로 인식하고 있지 않은 것으로 나타남

공정거래위원회 고시 온라인 게임 표준약관 및 모바일 게임 표준약관과 콘텐츠 이용자 보호지침의 내용이 서로 달라 모든 내용을 약관에 반영하기 어렵습니다(F, 모바일게임)

정보가 부족하며, 이 부분이 해외 업체들에서는 강제성이 없다고 느껴지기 때문에 의지도 적은 편입니다. (E, 모바일게임)

○ 이용자에 의해 악용될 수 있는 부분에 대한 중재 방안 필요

- 사업자 입장에서 가장 어렵게 인지하고 있는 부분 중 하나는 단순 변심이나 악성 이용 고객에 대한 중재 방안이 필요하다는 의견이 있었음

콘텐츠 이용자 보호지침 준수가 크게 어려운 부분은 없습니다. 다만 서비스 이용 후 구매 변심에 의한 취소 및 환불을 악용하는 사례들이 있어 악용을 방지하는 부분도 포함되면 좋을 것으로 생각합니다. **(H, 영상)**

악성 이용 고객에 대한 중재 방안이 부족합니다. **(I, 정보서비스)**

□ 이용자보호지침에 따른 약관 수정 의사

- 정부 차원의 콘텐츠이용자보호지침 개정안 수정이 선행적으로 필요하며, 합리적으로 수정될 경우 사업자는 이를 수행할 의사가 있는 것으로 나타남

향후 새로운 보호지침이 나오면 그에 맞춰 개정은 계속 해 나갈 예정입니다. 기존 약관은 오래 전에 작성된 것으로 알고 있어 지속적인 개정이 필요해 보입니다. **(D, 출판)**

새로운 보호지침이 나오면 그에 맞춰 개정은 계속 해 나갈 예정입니다. **(A, 만화)**

약관은 이용자와 사업자간 계약이며 이용자의 권리 보호를 위해 노력해야하므로 필요할 시 그에 맞게 개정할 의향이 있습니다. 다만 지나치게 사업자에게 불리한 조항이 삽입될 경우 이는 좀 더 내부적으로 검토해볼 필요가 있습니다. **(B, 온라인게임)**

적절한 지침 내용은 수정 의사가 있습니다. **(G, 모바일 게임)**

약관에 사용자 불합리 조항들이 있다면 수정 의사 있습니다. **(H, 영상)**

'2018년 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사 실시 결과 통보'에 따라 지적해준 사항을 반영하여 내부 검토 후 약관을 수정할 예정입니다. **(I, 정보서비스)**

- 한편, 콘텐츠이용자보호지침의 경우 의무사항이 아니기 때문에 꼭 약관을 수정하려고는 하지 않는다는 의견도 있었음

- 특히 해외 사업체의 경우 국내 보호지침을 이행할 의무가 없기 때문에 약관 수정의 동기가 없는 상황이라 이에 대한 강제성이 필요하다고 사업자 스스로 인식하고 있는 것으로 나타남

가능하면 관련 지침은 따르려고 하고는 있음. 다만, 공정위에서 관할하는 전자상거래법 관련 사항은 의무사항이라 민감하게 모니터링하고 있으나, 콘텐츠이용자보호지침은 권고사항이라 관심만 두고 있는 수준이고 민감하게 그에 따라 꼭 약관을 수정하려고 하지는 않고 있습니다. **(C, 음악)**

이용자보호지침이 공정거래위원회 고시 온라인 게임 표준약관 및 모바일 게임 표준약관과 대소 동이하게 내용이 수정되면 약관에 반영할 의사는 있습니다. **(F, 모바일게임)**

당사의 경우, 한국에 장기적으로 서비스 할 예정이기 때문에 수정을 하고자 합니다. 하지만, 제가 기존에 근무 하였던 중국 측의 회사들은, 해외 업체에 대해서는 보호 지침 위반에 따른 불이익이 없기 때문에 수정 의사가 없었습니다. 한국 게임 차트에 현재 제가 근무하였던 다른 게임 회사들의 게임들이 상당히 많은데, 저희 회사를 제외한 다른 모든 회사들은 강제성이 없기 때문에 굳이 이익을 감소시킬 수 있는 약관을 준수시킬 필요성을 느끼지 못하고 있습니다. 해외 업체들에게 약관 수정을 강제하기 위해서는, 강력한 제재 수단이 필요합니다. **(E, 모바일게임)**

4-3-4. 이용자에 의한 약관 악용, 분쟁 등 피해

□ 이용자가 불만을 제기한 경험

○ 환불 관련 클레임

적립금 소멸과 관련하여, 약관을 근거로 당사에 클레임을 제기한 경험이 있습니다. 또, 환불 지연 관련하여 클레임을 제기한 사례도 존재합니다. **(D, 출판)**

(앞서 이야기한) 애플 등 인앱 결제 취소에 대한 부분으로 고객불만이 나온 적은 있으나, 회사 측에서는 결제 취소자 - 이용자 간 정보 매칭은 불확실하였으나 처리를 해 주고 있습니다. 그리고, 1년에 한번 정도 있는 경우지만, 기간(월) 정액제를 신청한 이용자가 하루 이틀에 관심 콘텐츠를 몰아보고, 바로 더 보고 싶은 콘텐츠가 없다고 결제 취소를 요구하는 경우가 있었습니다. 이런 '기간 과금제'에서의 일부 환불, 또는 보상 등에 대해서 회사들이 기준을 적용하기가 어려운 경우가 종종 발생합니다. **(A, 만화)**

게임 업데이트를 통해 밸런스 조정 및 캐릭터 디자인 변경으로 인한 상품가치 하락, 표시 광고법 위반을 주장하며 환불을 요구한 사례가 있었으나 게임 콘텐츠 특성상 상시 업데이트 및 패치 등이 발생할 수 있으며 이는 약관 내 게임 서비스 중단/변경 등에 안내되고 있는 부분이기 때문에 환불 요구를 수용하기 어려움을 안내하고 있습니다. **(B, 온라인게임)**

항상 불만이 있으나, 저희를 포함한 많은 게임 업체들이 환불은 앱스토어에 문의 하라고 돌리는 경우가 많은 것으로 알고 있습니다. **(E, 모바일게임)**

○ 온라인 서비스 형태를 이용한 고의적 클레임

환불 규정을 악용한 환불요청과 콘텐츠 중단에 대한 과보상 요구 등의 경험은 있습니다. **(H, 영상)**

상당한 양의 콘텐츠를 다운로드 받은 후, 실제로는 이용하지 않았다고 주장하여 환불을 요구한 경우입니다. 실물 상품처럼 실제 사용에 대한 검증이 어려운 온라인 콘텐츠의 형태를 악용한 사례입니다. 이는 이용약관의 환불 규정을 무시하는 불만이지만 100% 환불(결제 취소)를 해주었습니다. **(I, 정보서비스)**

□ 약관으로 인한 이용자와의 분쟁 경험

○ 대부분 이용자의 요구를 들어줌으로써 별도 분쟁 조정까지 간 사례는 없다는 경우가 많았음

○ 분쟁 경험이 있는 사업체 중에는 콘텐츠분쟁조정위원회에 조정 경험이 있거나 전파관리소에 민원이 접수되어 환불 처리를 해준 적이 있다는 사례가 있었음

콘텐츠분쟁조정위원회에서 분쟁조정신청 접수통지 및 참여권고서 송부가 있었습니다. **(B, 온라인 게임)**

콘텐츠 분쟁 조정위원회 조정 경험 있습니다. **(G, 모바일 게임)**

약관으로 인한 분쟁까지는 아니지만 전파관리소에 민원이 접수되어 악용하는 사례를 환불 처리 해준 경험만 있습니다. **(H, 영상)**

- 한편, 중국 사업자가 국내에 콘텐츠를 유통하는 경우 국내법 이행 의무가 없기 때문에 콘텐츠분쟁 위원회에서 조정 요청이 들어오더라도 대응을 하지 않는 경우가 많아 국내 콘텐츠 이용자 보호를 전혀 하고 있지 않음을 지적하며, 해외 업체의 약관 미준수에 대한 강력한 대응방안이 필요하다는 의견이 있었음

당사의 경우 약관과 실제 환불이 완전히 다르게 진행되기 때문에, (해외사 실무자들은 한국어를 못 하기 때문에 약관에 뭐라고 적혀 있는지도 모릅니다. 또한 중국에는 환불이라는 개념이 없기 때문에, 중국 게임 회사들 중에는 환불 자체를 아예 진행하지 않는 회사들도 많습니다.) 콘텐츠 분쟁 조정 위원회에서 조정 요청이 거의 매일 들어옵니다. 그러나 당사 및 대부분의 중국 회사들은 이에 대응하지 않아도 콘텐츠 분쟁 조정 위원회에서 해외 업체에 줄 수 있는 불이익이 없기 때문에 대응하지 않고 있습니다. 이 부분은 제가 기존에 근무 하였던 회사들 모두 동일하게 진행 하고 있는 대응 방안이었습니다. 개인적으로 약관의 준수는 매우 중요하며, 소비자의 권익은 보호 되어야 한다고 생각하는데, 해외 업체들만 약관을 지키지 않아도 불이익이 없다는 건 매우 한국 업체들 입장에서 불공평하고, 해외 업체들의 횡포로부터 한국 소비자들의 권리가 보호되지 않고 있는 매우 심각한 문제라고 생각합니다. 약관 미준수로 인한 콘텐츠 분쟁 조정 위원회의 조정 신청 미 응대시 콘텐츠 분쟁 조정 위원회에서 해당 게임을 구글 플레이 스토어에서 업로드 정지 등, 해외 업체에서 해당 약관을 준수할 수 있는 강력한 제제 방안이 있었으면 합니다. **(E, 모바일 게임)**

□ 약관으로 인한 피해를 방지하기 위해 필요한 조치

- 이용자의 약관 약용으로 인한 피해를 방지하기 위해 사업자 자체적으로는 약관의 내용을 보장하거나, 주의사항 수준으로 공지하고 있는 것으로 나타남
- 제도적 차원에서는 소비자분쟁해결기준에 대한 구체적이고 명확한 사례를 포함시켜야 한다거나, 기업들의 약용 사례를 공유하는 장이 있었으면 하는 의견 등이 있었음

적립금 소멸의 경우 관련 약관 조항을 보장하였습니다. 환불 기준 및 범위 설정, 보상에 대한 약관 내용의 보강이 필요하다고 생각합니다. **(D, 출판)**

애플 앱스토어에서의 인앱 결제 취소 요구, 기간 정액제 이용자들의 일부 기간 이용 후 취소 요구 등에 대해서 대응을 하고 싶기는 하나, 약관을 변경해 대응하기에는 고객들이 '대체, 왜 이리지?'라는 반응이 나오면서 더 민감해 할 수 있기 때문에(게다가 이용자 커뮤니티 등에 널리 퍼트려서 회사 이미지를 실추 시킬까봐) 주의사항 수준에서 공지사항으로 알리고 있는 정도로 조치를 하고 있습니다. **(A, 만화)**

피해는 아니나 이용자와 회사 간 분쟁 해결을 위해 소비자분쟁해결기준에 좀 더 구체적이고 명확한 케이스를 포함시킬 필요가 있어 보입니다. **(B, 온라인게임)**

각 기업들에 약용하는 사례 등을 취합 / 대처방안 등을 공유 했으면 합니다. **(H, 영상)**

4-3-5. 건의사항 및 애로사항

□ 약관 개정 관련 건의사항

○ 개정 시 개정 관련 사항에 대한 정보 공유 필요

- 콘텐츠이용자보호지침이 개정되는 것을 사업자 입장에서 스스로 인지하기 어렵기 때문에 개정 전후 내용이나 개정 사실 등에 대한 정보를 적극적으로 공지하고 공유하는 것이 필요

보호지침이 개정될 때 마다 변경된 사항을 각 회사에서 추적하기 어려우므로 '개정' 자체에 대한 공지, '개정된 전후의 내용 비교' 등을 업체에서 알기 쉽도록 "정보 제공"에 신경을 더 써 주었으면 합니다. **(D, 출판)**

보호지침에 개정되는 것에는 별도 건의사항은 없고 개정되면 참고해서 따르면 되지만, 개정될 때 마다 변경된 사항을 각 회사에서 추적하기 어려우므로 '개정' 자체에 대한 공지, '개정된 전후의 내용 비교' 등을 업체에서 알기 쉽도록 "정보 제공"에 신경을 더 써 주었으면 합니다. **(A, 만화)**

○ 정기적인 사업자 교육에 대한 법적 근거 마련

- 개인정보보호법이나 정보통신망법에서 규정하는 것처럼 정기적인 사업자 교육을 의무사항으로 적시할 것을 제안

사업자 교육을 연 1~2회 정기적으로 받을 수 있도록 근거를 마련하는 방안이 검토되었으면 합니다. (예를 들면, 개인정보보호법, 정보통신망법등에서(는) 개인정보처리자 등에 정기적 교육을 실시해야 한다고 명시하고 있습니다. **(B, 온라인게임)**

○ 해외 업체들의 약관 준수를 위한 제도적 방안 마련

- 현재의 보호지침은 준수에 대한 권고사항이라 해외 업체는 국내 이용자 보호를 위한 노력을 할 필요가 없는 상황인데, 이를 개선하기 위한 제도적인 장치가 필요하다는 의견이 있었음

한국어 가능한 법무가 없는 해외 업체들 입장에서 약관은 작성 자체부터 너무 힘듭니다. 한국에 지사가 없는 게임이 국내에 서비스를 하는 경우, 약관 표준 양식이 있어서 이를 그대로 사용하고, 이를 준수 하지 않으면 강력한 규제가 있는, 좀 더 단순한 형태였으면 합니다. 만약 약관 미 규제 시 게임을 구글 플레이 스토어에서 내려 버린다면, 지사 없는 회사들도 모두 약관을 잘 준수할 것입니다. **(E, 모바일게임)**

○ 블랙 컨슈머(Black Consumer)에 대한 처리 방안 마련

- 약관을 악용하는 불량 고객에 대한 처리 방안이 필요하다고 호소

블랙 컨슈머에 대한 처리 방안이 법률적으로 확립되었으면 좋겠습니다. 즉, 이용자가 약관을 고의적으로 악용하지 못하도록 이에 대한 악용방지 항목도 있으면 좋겠습니다. **(I, 정보서비스)**

□ 이용자보호지침 고시 개정 시 반영되었으면 하는 부분

- 2015년에 고시된 콘텐츠이용자보호지침에 대해서는 장르별 특성을 반영하지 않아 아쉬운 점이 있다는 지적이 있었으며, 관련 법에서 마련한 표준 약관과의 통일성이나 법률적 의무의 강도를 높여 준수 의무성을 부여해야 한다는 등의 의견이 있었음
 - 사업자 의견 청취를 통해 분야별 특성을 반영한 약관으로 개선될 수 있도록 해야 할 것임
 - 타 법률 근거 표준 약관과의 통일성 필요
 - 마켓사업자를 통한 현행 환불 규정에 대한 보완 필요
 - 그 외에 '약관 기재 필요사항'과 '약관 외 서비스 업체의 활동 필요사항' 구분 필요

개정 전 사업자 의견 청취를 통해 공통된 의견이 반영될 수 있도록 되었으면 하며 분야별 특성을 모두 반영할 순 없었으나 세부 기준을 구분하여 실무자나 이용자가 알기 쉽도록 개선되었으면 합니다. **(B, 온라인 게임)**

현재 이용자보호지침이 공정거래위원회 고시 온라인 게임 표준약관 및 모바일 게임 표준약관과 서로 다르기 때문에 이용자보호지침 개정 시 이를 반영하여 개정이 필요할 것으로 보입니다. **(F, 모바일게임)**

이용자 지침 개정 백날 해도 규제가 없으면 따를 이유가 없습니다. 해외 업체들에 대한 규제가 병행 되었으면 합니다. **(E, 모바일게임)**

환불 규정에 대한 보완. 현재 모바일게임의 경우 환불 처리의 경우 마켓 사업자(구글)를 통해서 이루어 지는데 이에 대한 보완 규정이 필요하다고 보입니다. **(G, 모바일 게임)**

주기적으로 보호지침을 기준으로 서비스약관을 평가하는데, 보호지침에서 '약관 기재 필요사항'과 '약관 외 서비스 업체의 활동 필요사항'을 구분해 주었으면 좋겠습니다.. 예로, 약관 평가 항목 중에 "콘텐츠계약에서 발생하는 이용자의 불만 또는 피해구제요청을 적절하게 처리할 수 있도록 필요한 인력 및 체계(서비스)를 구비"(지침 20조 2항) 관련 항목이 있는데, 이는 약관에 기재할 사항이라기보다는 고객센터나 그 외에 존재하기만 하면 되는 사항 같은데, 지침에서 이런 사항들을 약관 내 기재사항인지, 약관 외의 사항인지 명확히 구분해서 알려 주었으면 좋겠습니다. **(C, 음악)**

2018 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사

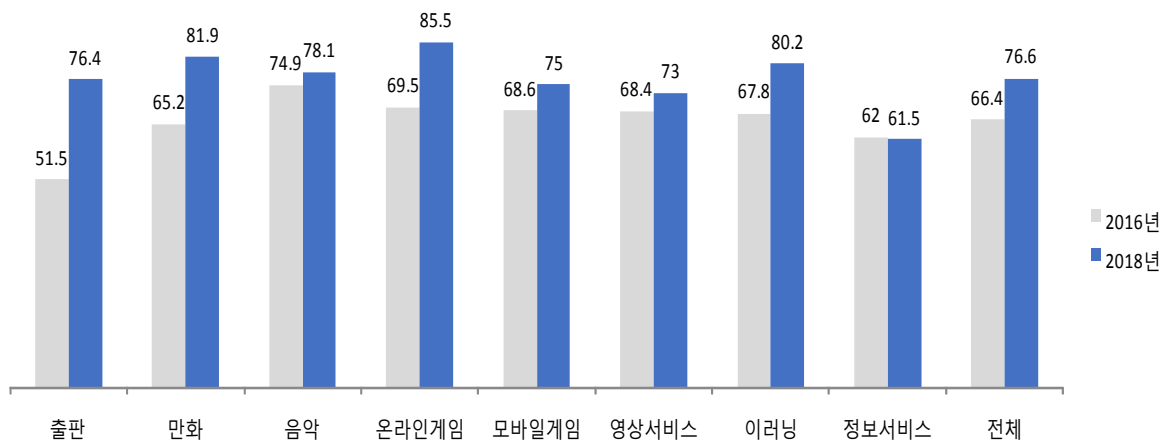
제4장. 결론 및 제언

1. 결론

○ 전반적으로 2016년보다 콘텐츠이용자보호 약관 준수 수준 상승

- 현재의 체계로 콘텐츠 이용자보호지침 준수 실태조사를 시작했던 2016년의 결과와 비교해보면, 총점을 기준으로 전체 평균이 2016년 66.4점에서 76.6점으로 약 10점 가량 상승한 것으로 나타남
- 장르별로는 정보서비스를 제외한 전체 장르의 절대 점수가 상승하였으며, 온라인게임의 평균 총점이 85.5점으로 가장 높게 나타나고, 다음으로 만화가 81.9점, 이러닝이 80.2점의 순으로 나타남
- 가장 높은 상승폭을 보인 부문은 ‘출판’으로 조사대상의 준수 결과 점수가 2016년에 51.5점으로 장르 중 최저 준수 수준을 보였으나, 2018년에는 76.4점으로 전체 평균과 유사한 수준을 보이고 있었음

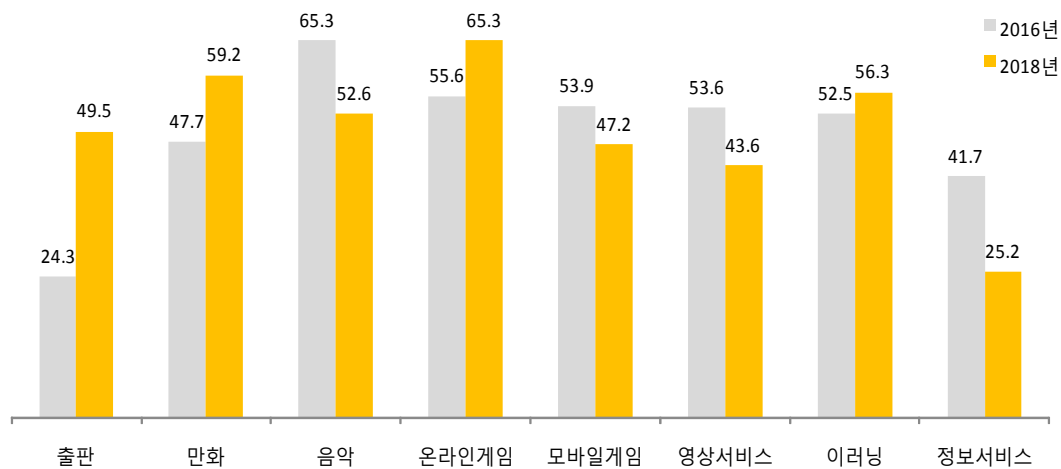
[그림 47] 2016년 vs 2018년 실태조사 결과 비교(총점 기준)



○ 표준화된 점수 기준으로는 ‘출판’, ‘만화’, ‘온라인 게임’, ‘이러닝’ 장르만 2016년보다 준수 수준이 상승한 것으로 나타남

- 한편 전체 표본(2016년 200개, 2018년 232개 표본)의 이용약관 평가점수 평균 및 분산을 고려하여 해당연도 전체 평균 수준에 대한 각 서비스의 상대적 수준을 동시 고려한 표준점수로 환산한 결과를 기준으로 비교해보면, 2016년에 비해 부진한 준수 수준을 나타낸 장르는 ‘음악’, ‘모바일 게임’, ‘영상서비스’, ‘정보서비스’인 것으로 나타남
- 즉, 실태조사의 총점은 2016년보다 상승했더라도 해당 조사 연도의 평균과 분산을 고려하여 각각 표준화 시켜 보면, 오히려 감소하였다는 것을 의미

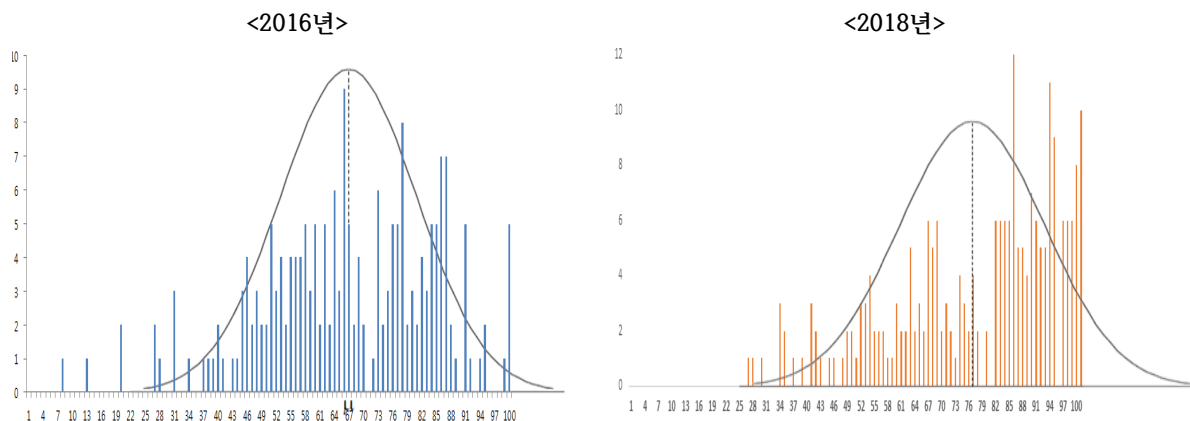
[그림 48] 2016년 vs 2018년 실태조사 결과 비교(표준 점수 기준)



○ 2018년 평가 결과는 2016년에 비해 점수별 빈도가 '우'로 치우쳐 있으며, 표준편차가 2016년보다 크게 나타남

- 점수별 빈도가 분산된 형태를 연도별로 비교해보면 2016년에는 중간 부분에 쏠려있는 형태로 나타나 정규분포 곡선에 가까웠던 반면에 2018년에는 상위권 점수를 받은 서비스가 급격히 증가하여 오른쪽으로 치우친 경향이 있었음

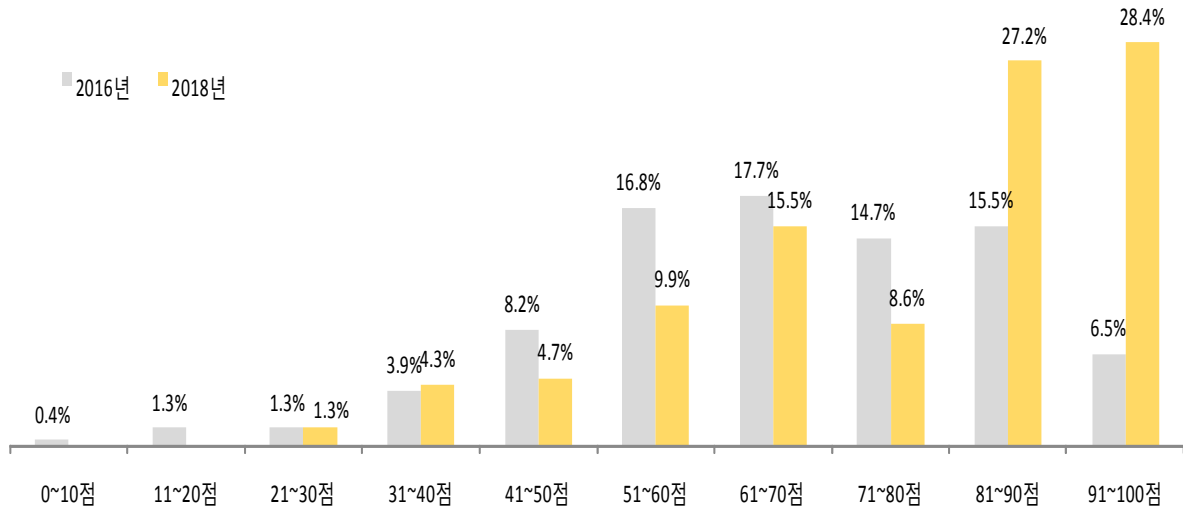
[표 47] 2016년 vs 2018년 실태조사 점수별 빈도 및 정규분포 곡선



○ 2016년 조사 이후 콘텐츠이용자보호지침에 대한 인식이 높아져 약관을 보완하기 위한 수정작업을 한 업체의 의지가 2018년 조사결과에서 일부 반영된 것으로 보임

- 점수대별 분포를 보면 이러한 현상이 더욱 극명해짐. 2016년에는 51~60점(16.8%), 61~70점(17.7%), 71~80점(14.7%), 81~90점(15.5%)에 점수대가 분산되었다면, 2018년에는 81~90점(27.2%), 91~100점(28.4%)에 점수대가 집중되어 있는 것으로 나타남
- 이와 같은 결과는 2016년 조사결과 과정에서 실시된 설명회 개최, 조사대상자에 대한 조사결과 고지 및 이의 신청 접수와 피드백, 사업체 인터뷰 등으로 사업체들이 콘텐츠이용자보호지침에 대해 인지하는 계기가 되어 2016년의 조사대상 업체 중 상당수가 이후 2년 간 약관의 수정을 통해 보완하였던 것이 본 조사 결과에도 반영된 것으로 보임

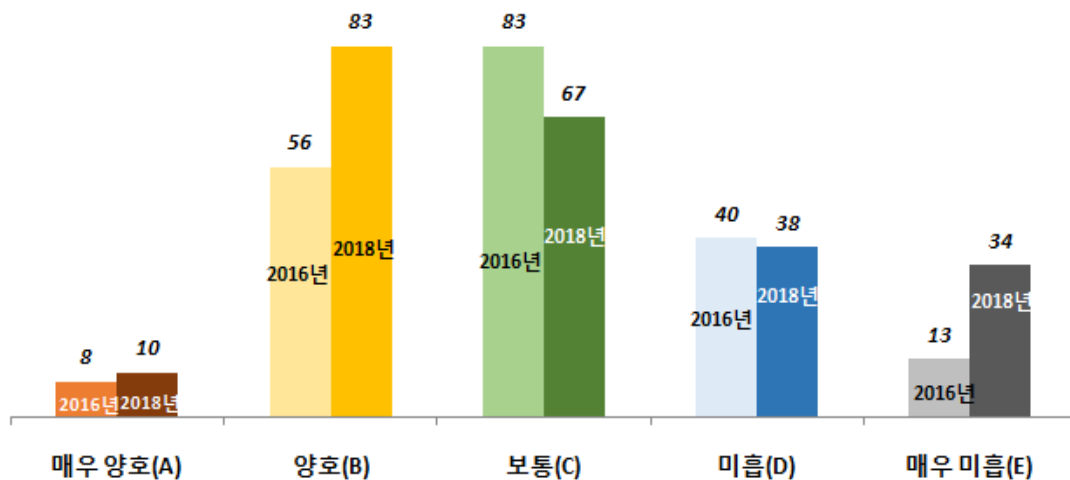
[그림 49] 2016년 vs 2018년 점수대별 분포



○ 양호 업체(매우 양호+ 양호) 업체는 2016년보다 2018년에 증가

- 반면에 매우 미흡에 해당되는 업체 역시 2016년에 비해 약 3배 가량 증가하여 표본 등급이 양극단에 분포되어 있는 것으로 나타났음
- 즉, 실태조사 대상이 되는 사업체들의 약관 준수 실태가 조사결과를 통해 상당히 개선되는 모습을 보이고 있으나, 아직도 콘텐츠이용자보호지침을 따르지 않는(혹은 따르기 힘든) 사업체 역시 상당수 존재하고 있는 것을 알 수 있음

[그림 50] 실태조사 대상의 표본 등급별 분포(2016년 vs 2018년)



○ 장르별 표본등급의 분포에 차이 드러나 : 모바일게임과 정보서비스 사업체 약관이 특히 취약

- 장르별로 볼 때 콘텐츠이용자보호지침을 준수하며 약관 운영이 매우 양호한 사업체가 가장 많은 부문은 '온라인게임'인 것으로 나타남
- 다음으로 '모바일게임'이 약관 운영이 양호한 업체가 많았는데, 한편으로는 미흡한 업체도 다른

부문에 비해 많아 업체별 약관 운영 수준에 차이가 있는 것으로 나타남. 대체로 양호한 업체는 온라인게임 기반 사업자가 모바일에 진출한 경우이며, 미흡한 업체는 해외에 사업기반을 두어 국내 약관 준수 의무가 없는 업체인 경우가 많았음

- 실제로 중국이 본사인 모바일 사업체와의 인터뷰에서 계속 강조하고 있는 점이 해외 사업자의 경우 국내 규제 상황에 대한 이해가 적은 경우가 많고, 준수하지 않을 경우 불이익을 받지 않아 강제성도 없기 때문에 복잡한 국내 약관 지침을 준수할 필요성을 느끼지 못하고 이는 곧 국내 이용자 보호에 취약점으로 작용할 수 있다고 호소하기도 함

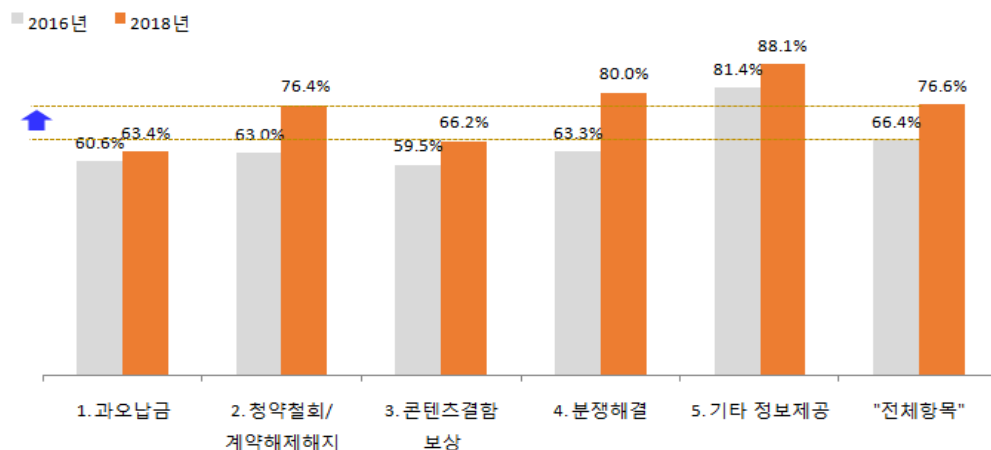
[표 48] 장르별 실태조사 대상의 표본 등급별 개수(2016년 vs 2018년)

구분	출판		만화		음악		온라인게임		모바일게임		영상서비스		이러닝		정보서비스	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018
매우양호	0	0	0	0	3	0	1	4	0	1	1	1	1	4	2	0
양호	1	6	6	9	10	11	13	21	9	16	6	4	9	12	2	4
보통	8	8	9	8	4	1	19	11	13	19	10	5	8	6	12	9
미흡	7	5	3	4	1	2	6	4	7	9	4	4	7	4	5	6
매우미흡	4	1	2	0	2	3	1	2	0	8	0	3	2	5	2	12
전체	20	20	20	21	20	17	40	42	29	53	21	17	27	31	23	31

○ 항목별 점수 중에는 ‘콘텐츠 및 사업자 관련 정보 제공, 동의 없는 미성년자 계약 취소, 약관 변경 고지 및 동의’ 사항으로 구성된 ‘5. 기타 정보제공’ 항목이 88.1%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 이는 2016년도에도 마찬가지로 높음

- 2016년에 비해 가장 준수율이 높아진 항목은 ‘4. 분쟁해결’(80%)로 전년도에 비해 16.7%p 상승
- 다음으로 ‘2. 청약철회/ 계약해제·해지’ 관련 항목도 13.4%p 상승하여 콘텐츠이용자보호지침 준수 수준이 높아졌음
- 다만, ‘1.과오납금’과 ‘3. 콘텐츠 결함 보상’ 항목의 경우 전년도에 비해 소폭 상승하기는 했으나, 아직도 보완이 필요한 사업체가 많은 것을 알 수 있음

[그림 51] 2016년 vs 2018년 대분류 항목별 점수



○ 과오납금 환급 가능 여부에 대한 명시보다 과오납금 환급 방법에 대한 명시가 적은 편

- 과오납금 환급에 대한 약관 구성이 가장 빈약한 부문은 ‘출판’과 ‘정보서비스’인 것으로 나타남
- ‘출판’은 2016년에 비해 약관 준수율이 높아지기는 했으나 전체 평균과 비교하면 한참 낮은 수준
- ‘정보서비스’는 2016년보다 오히려 준수 수준이 낮아진 것으로 나타났는데, 이는 표본수를 확대하는 과정에서 약관 운영이 취약한 업체가 새롭게 포함되었기 때문인 것으로 보임

[표 49] 과오납금 환급에 대한 연도별 조사결과 비교

구분	과오납금 환급 가능 여부		과오납금 환급 방법	
	2016년	2018년	2016년	2018년
출판	18.6%	39.3%	8.8%	30.0%
만화	66.4%	76.2%	51.9%	70.2%
음악	82.9%	70.6%	73.1%	64.7%
온라인게임	76.4%	76.2%	67.2%	70.8%
모바일게임	70.9%	75.5%	51.7%	65.6%
영상서비스	74.8%	79.0%	64.9%	63.2%
이러닝	62.4%	70.0%	59.3%	62.5%
정보서비스	62.7%	43.3%	59.2%	39.9%
전체	65.9%	67.4%	55.9%	59.8%

○ 이용자 권리와 청약 철회에 대한 구체적 명시 수준이 전반적으로 높아짐

- 청약철회와 관련된 구성항목 중에는 ‘이용자에게 계약의 해제·해지권을 부여한다’고 명시한 경우가 96.6%로 가장 높아 거의 전 장르에서 잘 준수하고 있는 것으로 나타남
- 다음으로 ‘청약철회 허용 및 허용기간’ 명시에 관한 항목 점수가 85.2%, ‘계약해제·해지효과’에 대한 약관 준수 점수가 81%로 높은 편으로 나타남
- 가장 낮은 준수를 보인 항목은 ‘광고·표시와 다른 경우 과오납금 환급 방법’에 대한 것으로 2016년에도 50%로 상당히 낮은 준수 수준을 보였는데, 2018년에도 61.7%로 여전히 다른 항목에 비해 낮은 준수 수준을 보이고 있었음
- 반면에 ‘청약철회, 계약해제·해지 방법’은 약관에 명시하고, 더불어 홈페이지나 콘텐츠 등에 이용자가 명확히 인지할 수 있도록 전화번호나 이메일, 팩스 등의 방법을 고지하는 것으로 2016년에는 준수 수준이 35.4%로 항목 중 가장 낮았으나 2018년에는 28.5%P가 상승한 63.9% 준수 수준을 보였음
- 2016년에 비해 큰 폭으로 상승한 또 다른 항목은 ‘계약해제·해지효과’로 2016년에 59.1%에서 2018년에는 81%로 21%P가 상승한 것으로 나타남
- 장르별로 2016년에 비해 가장 큰 폭으로 청약철회 관련 항목의 준수가 상승한 경우는 ‘온라인 게임’이었으며, ‘정보서비스’는 ‘이용계약 해제·해지권부여’를 제외한 항목의 준수 수준이 전반적으로 낮아진 것으로 나타남

[표 50] 청약철회/계약해제·해지에 대한 연도별 조사결과 비교

구분	청약철회 허용 및 허용기간		과오납금 환급 방법 (광고표시와 다른 경우)		청약철회 효과		이용계약 해제·해지권부여		계약해제·해지효과		청약철회, 계약해제·해지 방법	
	2016년	2018년	2016년	2018년	2016년	2018년	2016년	2018년	2016년	2018년	2016년	2018년
출판	70.0%	92.1%	36.9%	69.4%	58.8%	84.4%	100.0%	100.0%	27.1%	94.3%	4.3%	67.9%
만화	86.4%	98.6%	45.6%	62.5%	76.9%	91.1%	100.0%	100.0%	40.0%	89.8%	35.0%	87.1%
음악	76.4%	75.6%	58.8%	64.7%	75.0%	73.5%	95.0%	100.0%	87.1%	81.5%	40.0%	89.1%
온라인게임	73.6%	94.2%	61.9%	78.6%	68.8%	83.9%	87.5%	100.0%	57.1%	93.2%	56.4%	95.6%
모바일게임	86.7%	97.6%	52.6%	64.9%	77.2%	84.9%	96.6%	88.7%	44.3%	79.0%	42.4%	20.2%
영상서비스	89.1%	70.6%	30.4%	47.1%	57.1%	55.9%	90.5%	100.0%	65.3%	58.8%	29.9%	70.6%
이러닝	61.9%	82.9%	56.0%	63.7%	73.1%	76.6%	88.9%	96.8%	88.4%	85.7%	23.3%	72.8%
정보서비스	65.2%	53.5%	44.6%	32.7%	64.1%	38.3%	65.2%	96.8%	60.9%	60.8%	32.3%	51.2%
전체	75.8%	85.2%	50.0%	61.7%	69.3%	74.9%	62.5%	96.6%	59.1%	81.0%	35.4%	63.9%

○ 콘텐츠 및 서비스 불량에 따른 대금 환급 및 손해배상 명시와 구체적인 재공급/ 무료연장에 대한 약관 명시에 대한 준수 수준은 낮은 편

- 콘텐츠 결함 및 서비스 장애와 관련된 환급이나 손해배상과 관련해서는 하위 항목별 준수 차이가 큰 것으로 나타남
- ‘다운로드 콘텐츠 하자 또는 서비스 장애 등에 의해 발생한 이용자 손해 보상 또는 배상’에 대해서는 전반적으로 준수 수준이 2016년보다 높아졌으며, 특히 e-book 유통이 급증한 출판 시장은 2016년 70.2%에서 2018년에는 90%로 큰 폭으로 상승
- 그러나 상대적으로 ‘콘텐츠 및 서비스 불량에 따른 대금 환급 및 손해배상 명시 여부’와 ‘재공급 시간/무료연장 명시 여부’는 준수 수준이 매우 미약한 것으로 나타남
- 2016년에는 전체 장르가 30% 미만을 보이고 있었다면, 2018년에는 음악, 온라인게임, 영상서비스, 이러닝 45% 이상 ~ 60% 미만으로 상당히 준수 수준이 높아진 것으로 나타났으며, 출판, 만화, 모바일게임, 정보서비스는 오히려 2016년보다 낮아진 것으로 나타남

[표 51] 콘텐츠 결함 및 서비스 장애에 대한 연도별 조사결과 비교

구분	다운로드 콘텐츠 하자 또는 서비스 장애 등에 의해 발생한 이용자 손해 보상 또는 배상		콘텐츠 및 서비스 불량에 따른 대금 환급 및 손해배상 명시 여부		재공급시간/무료연장명시여부	
	2016년	2018년	2016년	2018년	2016년	2018년
출판	70.2%	90.0%	28.3%	20.0%	18.0%	20.0%
만화	70.1%	57.1%	28.4%	19.0%	18.1%	28.6%
음악	70.0%	88.2%	28.6%	58.8%	18.2%	58.8%
온라인게임	70.3%	85.7%	28.7%	54.8%	18.3%	61.9%
모바일게임	70.6%	67.9%	28.8%	24.5%	18.4%	32.1%
영상서비스	71.0%	76.5%	29.0%	47.1%	18.5%	41.2%
이러닝	71.3%	87.1%	29.1%	45.2%	18.6%	41.9%
정보서비스	71.7%	64.5%	29.3%	6.5%	18.7%	9.7%
전체	70.4%	76.3%	28.2%	33.6%	18.0%	37.1%

○ 약관에 '분쟁조정기관에 의한 분쟁조정 관련사항'은 대부분 명시하고 있으나, 관련 인력 운영이나 체계 구비에 대해서는 명시하지 않은 경우가 많아 분쟁 관련 내부 인력을 운영하지 않는 경우가 다수인 것으로 나타남

- 특히 '관련 인력 및 체계 구비'에는 장르별로 다소 차이를 보이는데, 출판, 영상서비스, 이러닝, 정보서비스는 준수 수준이 높은 편이었으나, 만화, 음악, 게임(온라인/모바일)은 상당히 낮은 것으로 나타나 신규 미디어 기반 콘텐츠의 신생 사업자들이 주로 해당 항목에 대한 준수가 미흡한 것을 알 수 있었음

[표 52] 분쟁해결 관련 조항 명시에 대한 연도별 조사결과 비교

구분	“분쟁조정기관에 의한 분쟁조정 관련사항”명시여부		관련 인력 및 체계 구비	
	2016년	2018년	2016년	2018년
출판	95.0%	100.0%	65.0%	70.0%
만화	95.0%	100.0%	45.0%	42.9%
음악	90.0%	100.0%	60.0%	23.5%
온라인게임	90.0%	100.0%	27.5%	42.9%
모바일게임	82.8%	98.1%	20.7%	52.8%
영상서비스	90.5%	100.0%	42.9%	88.2%
이러닝	81.5%	93.5%	22.2%	90.3%
정보서비스	91.3%	100.0%	39.1%	83.9%
전체	89.0%	98.7%	37.5%	61.2%

○ 미성년자 이용 계약 항목에 대한 명시는 아직도 미흡한 편

- 콘텐츠나 사업자, 기술적 사항 등 관련 정보에 대한 정보 제공은 장르를 불문하고 거의 명시하는 것으로 나타났으며, 특히 '정보서비스' 사업자의 경우 2016년에 54.3%로 다른 장르에 비해 매우 낮았으나, 2018년에는 88.7%로 이 부분의 보완이 상당히 이루어진 것으로 보임
- 그러나 사업자나 이용자 측면에서 모두 가장 중요한 이슈 중 하나인 '미성년자 이용계약'과 관련해서는 만화나 게임(온라인/모바일)과 같이 미성년자 이용 비중이 높은 장르는 상대적으로 약관에 '법정 대리인 동의 없는 미성년자 이용계약 취소' 조항에 대해 명시해 놓은 사업자가 많았으나 20대 이상의 이용 비중이 높은 다른 장르는 명시 조항이 없는 경우가 많았음

[표 53] 기타 정보에 대한 연도별 조사결과 비교

구분	관련 정보제공		법정대리인 동의 없는 미성년자 이용계약 취소		약관 변경 시 변경통지	
	2016년	2018년	2016년	2018년	2016년	2018년
출판	73.1%	95.6%	75.0%	65.0%	86.9%	86.9%
만화	72.5%	100.0%	55.0%	81.0%	93.8%	93.8%
음악	85.0%	100.0%	70.0%	64.7%	88.1%	88.1%
온라인게임	70.3%	99.4%	60.0%	81.0%	99.4%	99.4%
모바일게임	96.6%	97.4%	82.8%	71.7%	99.6%	99.6%
영상서비스	99.4%	84.6%	47.6%	47.1%	99.4%	99.4%
이러닝	91.7%	97.2%	70.4%	67.7%	95.8%	95.8%
정보서비스	54.3%	88.7%	47.8%	38.7%	97.3%	97.3%
전체	80.2%	95.9%	64.0%	66.4%	95.8%	95.8%

- 2016년보다 콘텐츠이용자보호지침에 대한 사업체 인식이 높아지고, 큰 틀에서 볼 때 관련 항목에 대한 준수 수준도 높아졌으나, 구체적인 이용자 보호 방안으로 제시한 부분에 대해서는 장르별 특성과 사업자 특성에 따라 아직 미흡한 부분이 존재하고 있는 것으로 나타남

2. 콘텐츠이용자보호지침 개선을 위한 제언

○ (제언 1) 장르별 사업자 특성을 반영한 실현가능한 이용자보호지침으로의 개정 필요

- 장르별 특성에 따라 사업 운영 방식이 다양하고, 주요 이용자층의 특성도 다르기 때문에 이를 고려하여 현실적으로 이용자를 보호하고 사업자를 육성시킬 수 있는 차별화된 이용자보호지침 마련이 필요
- (장르별 필수 준수 항목의 차별화) 가령 과오납금 이슈가 빈번한 ‘온라인게임’, ‘만화’, ‘모바일 게임’ 등은 관련 항목에 약관에 잘 명시되어 있는 경우가 많은 반면, 과오납금 이슈 발생의 사례가 거의 없는 출판 분야는 관련 항목이 없는 사업체가 많은데, 이러한 현실을 고려할 때 모든 콘텐츠 사업에 동일 기준을 적용하는 것은 개별 콘텐츠의 공급과 이용 환경을 고려하지 않는 것이라고 볼 수 있어 필수 항목에 차별화를 둘 수 있을 것임
- 마찬가지로 불법 다운로드 환경에 노출될 가능성이 높은 ‘정보서비스’, ‘영상서비스’, ‘음악’ 분야는 본 실태조사에서 청약철회 허용 관련 평가가 저조한 편인데, 이를 고려한 콘텐츠이용자보호지침 개발이 필요

○ (제언 2) 해외 사업자가 국내 약관을 준수할 수 있도록 하는 유인책이나 제도적 근거 마련

- 모바일 미디어의 확산으로 콘텐츠 유통의 지리적 경계가 무너지면서 해외사업자가 국내 콘텐츠 시장에 진입한 경우가 점점 증가하고 있음
- 특히 모바일게임 분야에서 중국, 일본, 미국에 기반을 둔 사업자들이 급증하고 있는데, 문제는 해외 사업자의 경우 국내 사업자와 달리 국내 약관 이행을 위한 의무사항이 없음
- 강제성이 없기 때문에 콘텐츠이용자보호지침에 따른 약관 구성의 필요성을 인식하지 못하는 경우가 많음
- 이로 인해 해외 사업자의 콘텐츠 이용자에 대한 적절한 보호조치가 이루어지고 못하고 있다고 업계에서도 인지하고 있는 만큼, 실무자 교육과 국내 시장 진입을 위한 최소한의 규제를 적용하여 국내 콘텐츠 시장의 질서를 어지럽히지 않도록 제도적 방안 마련이 필요

○ (제언 3) 이용자 보호를 위한 타 법률과 통일성 있는 적용

- 콘텐츠 이용자 보호를 위한 관련 제도로는 콘텐츠이용자보호지침 외에도 약관법에 근거하여 공정 거래위원회에서 제공하는 온라인게임표준약관과 모바일게임표준약관이 있으며, 한국소비자보호원에서 제공하는 분쟁해결기준에 게임과 정보서비스 콘텐츠 관련 기준을 제시하고 있음
- 그 외에도 소비자보호법, 전자상거래법, 청소년보호법, 민법 등을 통해 사업자에게 불합리하게 피해를 입었다고 여길 경우 구제를 요청할 수 있음
- 그러나 동일 콘텐츠를 대상으로 하고 있음에도 약관 구성이나 법률적 강제성이 모두 다르기 때문에 사업자와 이용자 모두 혼란스러운 부분이 있음
- 약관에 사용하는 용어의 통일부터 이행을 위한 필수요건 등의 세부 조항까지 법률 간 연결고리를 고려하여 콘텐츠이용자보호지침을 개선해야할 것임
- 특히 사업자들이 이구동성으로 지적하는 점은 동일 콘텐츠에 대해 중복된 규제가 각각 다른 기관으로부터 적용된다면 아무래도 업무처리의 효율성을 고려하자면 강제성이 있는 규제를 우선적으로 따르게 되는데, 현재 콘텐츠이용자보호지침은 단순 권고사항일 뿐 불이행에 따른 특별한 조치가 실질적으로는 없기 때문에 소홀히 하게 되는 경향이 있다고 봄

○ (제언 4) 중소·영세 사업자에게 약관 작성 컨설턴트 지원

- 콘텐츠산업의 특성상 중소기업, 혹은 영세사업자가 많아 약관 작성을 위한 전문적인 가이드가 힘든 경우가 있음
- 보다 선제적으로 약관 작성에 어려움을 겪고 있는 사업체를 발굴하여 이들을 대상으로 콘텐츠 이용자보호지침을 교육하고 사업자별로 맞춤형 약관 구성이 가능하도록 컨설턴트 지원이 필요할 것으로 보임
- 중소기업의 콘텐츠 사업자들은 대부분 업계 메이저 사업자의 약관을 그대로 답습하는 경우가 많은 것으로 나타났는데, 약관이 이용자 보호와 더불어 사업자 보호를 위한 것이기도 하다는 점에서 사업자의 특성에 맞는 약관을 구성하도록 전문적으로 조언해주는 것이 시장에서도 중요할 것으로 보임

○ (제언 5) 앱스토어 서비스 운영정책(인앱결제 포함)에 국내 이용자보호지침이 반영될 수 있도록 국제적 협조 필요

- 애플이나 구글 등의 인앱결제나 앱마켓을 통한 결제 취소나 환불정책은 국내 약관 정책이 영향을 미치지 않아 사업자 측면에서 이슈가 발생하더라도 조정하기 힘들
- 이로 인해 이용자들이 이를 악용하기도 하고, 사업자는 실제 피해를 입은 이용자가 있더라도 관련 정보에 대한 접근이 어렵기 때문에 불성실한 대응을 할 수밖에 없음
- 이와 같은 일련의 문제를 해결하기 위해서는 글로벌 기준으로 앱마켓의 환불 및 보상 정책을 세우거나, 국내 약관 정책에 반영될 수 있도록 하는 조치가 필요
- 최근 전 세계적으로 IT업체나 OTT 업체를 두고 국내 사업자와의 비대칭 규제가 사회적인 이슈로 자리 잡고 있는 가운데 앱마켓의 서비스 운영정책 역시 이러한 논의의 연장선에 있다고 볼 수 있어 더욱 중요하다고 할 수 있음

○ (제언 6) 다양한 과금 방식을 고려하여 환불, 보상 등에 대한 보호지침 조항 수정

- 현재의 보호지침에서는 콘텐츠 제공방식을 스트리밍과 다운로드 방식으로 구분하여 장애 발생 시 대안적 보상을 제시하고 있으나, 사실상 콘텐츠의 기술적 제공 방식으로 인한 서비스 장애시 보상 정책은 비금전적인 차원임
- 그러나 현실적으로 이용자에 대한 보상 중 가장 중요한 부분은 금전적인 부분이기 때문에 과금 방식에 따른 환불, 보상 등에 대한 보다 구체적인 조항이 필요
- 관련하여 2016년 이용자보호지침 실태조사에서는 “해제·해지 시 환급”(제18, 19조) 및 “피해구제”(제22, 23조) 조항에 금전적인 면과 밀접한 관련이 있으므로 과금 방식에 대한 고려가 있어야 하고, 구분 방식에 대한 정의 기술이 지침 내에 필요하다고 기존의 ‘다운로드/스트리밍’ 사용 방식에서 과금 방식(‘종량제형’/‘정액제형’)으로 전환할 것을 제안하기도 함

참고문헌

- 소프트웨어정책연구소(2018). 국내외 다중 채널 네트워크(MCN) 시장 현황
- 한국소비자원(2017). 1인 미디어(인터넷 개인방송), 불합리한거래조건 많고 미성년자 보호장치 미흡.
 보도자료; 신유형 1인 미디어콘텐츠 소비실태조사: 인터넷 개인방송을 중심으로,
 조사보고서
- 한국소비자원(2018. 9.13). 모바일 인앱결제 취소·환급 소비자에게 불리- 모바일 콘텐츠 소비자보호
 제도 준수 미흡해 개선 필요 - 보도자료
- 한국콘텐츠진흥원(2016). 2016 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사
- 한국콘텐츠진흥원(2018). 콘텐츠산업 2018년 결산 및 2019년 전망
- 한국콘텐츠진흥원(2018). 2018콘텐츠분쟁조정사례집.
- 한국콘텐츠진흥원(2018). 2018콘텐츠이용자보호상담사례집

참고 웹사이트

- 공정거래위원회(<http://www.ftc.go.kr>)
- 국가법령정보센터 www.law.go.kr
- 방송통신위원회 홈페이지(<https://kcc.go.kr>)
- 한국소비자원(<http://www.cpb.or.kr>)

2018 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사

[부 록]

[부록 1] 2018년 실태조사 대상 서비스(사업자) 리스트

□ 출판 분야

No.	서비스명	사업자명
1	Sam	교보문고
2	Sybook	신영미디어
3	교보문고	교보문고
4	로망띠끄	로망띠끄
5	리디북스	리디
6	리딩락	와이투북스
7	바로북	키다리스튜디오
8	반디앤루니스	서울문고
9	북나루	컴퍼스미디어
10	북큐브	북큐브네트웍스
11	시멘토 eBook	시멘토
12	알라딘	알라딘커뮤니케이션즈
13	에피루스이북클럽	블루마운틴소프트
14	예스24 eBook	예스24
15	오이북	링거스커뮤니케이션즈
16	유페이퍼	유페이퍼
17	이젠북	청어람
18	조아라	조아라
19	파오인	비플라이소프트
20	피우리넷	휴피스

※ 서비스명 기준 '가나다 順'

□ 만화(웹툰) 분야

No.	서비스명	사업자명
1	네이버웹툰	네이버웹툰
2	다음웹툰	다음웹툰컴퍼니
3	레진코믹스	레진엔터테인먼트
4	카카오페이지	카카오페이지
5	케이툰	케이티
6	탑툰	탑코
7	투믹스	투믹스
8	배틀코믹스	배틀엔터테인먼트
9	봄툰	키다리스튜디오
10	애니툰	애니툰
11	저스툰	위즈덤하우스미디어그룹
12	코미카	코미카엔터테인먼트
13	코미코	위즈덤하우스미디어그룹
14	폭스툰	폭스툰
15	미스터블루	미스터블루
16	북큐브	북큐브네트웍스
17	코믹GT	디투컴퍼니
18	버프툰	엔씨소프트
19	피키툰	피키캐스트
20	스폰코믹스	넥스츠퍼코리아
21	피너툰	피너툰

□ 음악 분야

No.	서비스명	사업자명
1	그루버스	그루버스
2	브랜드라디오	브랜드라디오
3	멜론	카카오
4	라이브러리뮤직	모두컴
5	벅스	엔에이치엔벅스
6	소리바다	소리바다
7	뮤직쉐이크닷컴	싸일런트뮤직밴드
8	Shopbgm	씨에스비
9	엠넷	지니뮤직
10	몽키3뮤직	와이즈피어
11	코리아뮤직닷컴	이피에이치커뮤니케이션즈
12	지니	지니뮤직
13	shop&genie	지니뮤직
14	올레뮤직	지니뮤직
15	펍프스테이션	펍프스테이션
16	벨365	엠티언
17	ziller.co.kr	TJ커뮤니케이션

□ 온라인게임 분야

No.	서비스명	사업자명
1	십이지천2	SG데이타
2	웹삼국지2	간드로메다
3	프리프	갈라랩
4	천상비	게임온스튜디오
5	게임시티	골드그레인
6	라그나로크온라인	그라비티
7	카테일온라인	그리드인터랙티브
8	노리박스	넥스텀미디어
9	열혈삼국3	와일드스톤
10	서든어택	넥슨코리아
11	타이젼	동양온라인
12	파천일검	매직스
13	디지털마스터즈	무브게임즈
14	풀팟홀덤포커	미투온
15	삼국지W	스냅썬킹
16	칼온라인	아이닉스소프트
17	수라도	아이엠아이
18	성세삼국	엔터메이트
19	엠게임	엠게임
20	오즈온라인	오즈인터미디어
21	이카루스	와이다온라인
22	카발온라인	이스트게임즈
23	혈풍	머글
24	키니위니	이엔아이스튜디오
25	삼국의군주	이엔피게임즈
26	슈퍼인터바둑	인터넷바둑티브이
27	트라비아2	재미인터랙티브
28	실크로드	조이맥스
29	믹스마스터	조이플
30	위게임즈	코스모스엔터테인먼트
31	로한	플레이위드게임즈
32	피망	네오위즈
33	뮤	웹젠
34	배틀그라운드	펍지 주식회사
35	리니지	엔씨소프트
36	보드게임	코리아보드 게임즈
37	리그오브레전드	라이엇게임즈
38	로스트아크	스마일게이트
39	그라나도에스파냐	한빛소프트
40	거울전쟁:신성부활	엘엔케이로직코리아

□ 모바일게임 분야

No.	서비스명	사업자명
1	Online 4 Me EA Sports	넥슨
2	POKEMON Go	Niantic, Inc.
3	검은강호	9Splay
4	검은사막 모바일	펄어비스
5	푸푸게임	이엔피게임즈
6	다크레전드	EYOUGAME
7	다크에덴M	엔터메이트
8	데일리 판타지	라스타게임즈
9	드래곤 빌리지	하이브로
10	드래곤 플라이트	라인게임즈
11	디즈니틀린그림찾기	루노소프트
12	라나로크M 영원한 사랑	그라비티
13	레이더스	체이스 온라인 컴퍼니
14	리니지M	엔씨소프트
15	뮤오리진4	웹젠
16	미르의 전설2 리부트	게임펍
17	배틀그라운드	펍지 주식회사
18	붕괴 3rd	miHoYoLimited
19	블레이드&소울레볼루션	넷마블
20	삼국지K	Efun
21	서머너즈원	컴투스
22	소울테이커	안드로메다게임즈
23	신명	소녀스튜디오
24	신삼국지 모바일	비비게임
25	십만대적검	(주)팡스카이
26	아이러브니키	카카오게임즈
27	에브리타운	플레로게임즈
28	에픽세븐	스마일게이트 스토브
29	엘럽전사	데이세븐
30	영웅	썸에이지
31	오크	이편컴퍼니
32	왕이 되는 자	CHUANGCOOL
33	외모지상주의	카카오게임즈
34	운명의 사랑궁	위시인터랙티브
35	원피스 트레저 크루즈	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
36	위 베어 베어스 더 퍼즐	선데이토즈
37	윈드러너	조이맥스
38	천애신서	사삼구구코리아
39	캔디크러쉬사가	킹
40	빛의 계승자	게임빌

No.	서비스명	사업자명
41	쿠키런	데브시스터즈
42	클래시 로얄	수퍼셀
43	킹스레이드	베스파
44	탄탄사천성	넵툰
45	퍼즐 버블	스코넥엔터테인먼트
46	파이널 판타지 XV	에픽액션
47	누구를 위한 알케미스트	DeNA
48	포트리스M	에이프론헤스케어엔게임즈
49	풍신	shanghai Youlu Information&Technology Co., Ltd
50	피망 포커	네오위즈
51	한게임 포커	엔에이치엔터테인먼트(주)
52	헬로히어로	핀콘
53	히어로스카이	이노스파크

□ 영상서비스 분야

No.	서비스명	사업자명
1	pooq티비	콘텐츠연합플랫폼
2	곰티비	곰앤컴퍼니
3	라이브스타	센클라우드
4	메가파일	스피드커뮤니케이션
5	손오공	(주)손오공
6	쉐어박스	기프트엠
7	아프리카티비	아프리카티비
8	예스파일	뱅크미디어
9	온디스크	비엔씨피
10	왓차	프로그램스
11	클럽박스	제타미디어
12	스카이라이프	케이티스카이라이프
13	티빙	CJ E&M
14	파일조	제이엘에스커뮤니케이션
15	파일투어	정담솔루션
16	팝콘티비	더이엔엠
17	팟빵	태그스토리

□ 이러닝 분야

No.	서비스명	사업자명
1	Dmstudy.com	공무원시험정보은행
2	교육사랑연수원	교کم
3	글로벌21	글로벌콘텐츠리퍼블릭
4	대성마이맥	디지털대성
5	더존이러닝	더존에듀캠
6	도약닷컴	도약
7	러닝캠퍼스	러닝캠퍼스
8	리딩오션스	웅진컴퍼스
9	매드포스터디	매드포스터디
10	멀티캠퍼스 이러닝	멀티캠퍼스
11	메가스터디	메가스터디교육
12	메가엠디	메가엠디
13	메이븐에듀온	메이븐
14	문정아중국어	문정아중국어연구소
15	배움IT자격증센터	배움
16	보험연수원	보험연수원
17	비타에듀	고려E&C
18	샘틀아이	샘틀아이
19	아리수	아리수미래사랑
20	아이티고	아이티고
21	에듀박스닷컴	에듀박스
22	에듀스	에듀스
23	엔파고다닷컴	(주)파고다에스씨에스
24	YBM	와이비엠넷
25	아이넷스쿨	아이넷스쿨
26	잉글리쉬무무	잉글리쉬무무
27	카스파	카스파
28	큐스터디	권태원큐스터디
29	한자통	교육다움
30	해커스	챔프스터디
31	휴넷	휴넷

□ 정보서비스 분야

No.	서비스명	사업자명
1	골프존	골프존
2	굿옥션	굿옥션주식회사
3	네이버	NHN
4	네이트	SK커뮤니케이션즈
5	다음	카카오
6	드림위즈	드림위즈인터넷
7	디스이즈게임	디스이즈게임닷컴
8	리얼클릭	디엔에이소프트
9	문자나라	문자나라
10	비즈폼	인비닷컴
11	세이클럽	엔에이치엔벅스
12	싸이월드	싸이월드
13	썩썩닷컴	드림미즈
14	예스폼	예스폼
15	오픈애즈	NHN AD
16	유니텔	다우기술
17	유후와친구들	오로라월드
18	이지데이	이지에이치엘디
19	인터빌	중앙인터빌
20	천리안	미디어로그
21	카카오	카카오
22	캠퍼스플러스	캠퍼스플러스
23	커리어	커리어넷
24	코리아닷컴	코리아닷컴커뮤니케이션즈
25	클럽아트코리아	통로이미지
26	토파스웹사이트	토파스여행정보(주)
27	팩스넷	팩스넷
28	푸름이닷컴	푸름이닷컴
29	프리진	비비트리
30	플리토	주식회사플리토
31	허브잡	지에스씨넷

□ (기타) 웹게임 분야

No.	서비스명	사업자명
1	거상	에이케이인터랙티브
2	니다운라인	니다엔터테인먼트

[부록 2] 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사 근거 법령

○ 콘텐츠산업진흥법 제28조(이용자보호지침의 제정 등)

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

제28조(이용자보호지침의 제정 등)

- ① 정부는 콘텐츠의 건전한 거래 및 유통질서 확립과 이용자 보호를 위하여 콘텐츠사업자가 자율적으로 준수할 수 있는 지침(이하 "이용자보호지침"이라 한다)을 관련 분야의 사업자, 기관 및 단체의 의견을 들어 정할 수 있다. <개정 2013.3.23.>
- ② 콘텐츠사업자는 콘텐츠를 거래할 때 이용자를 보호하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 과오금의 환불, 콘텐츠 이용계약의 해지·해제의 권리, 콘텐츠 결함 등으로 발생하는 이용자의 피해에 대한 보상 등의 내용이 포함된 약관을 마련하여 이용자에게 알려야 한다.
- ③ 콘텐츠사업자는 그가 사용하는 약관이 이용자보호지침의 내용보다 이용자에게 불리한 경우 이용자보호지침과 다르게 정한 약관의 내용을 이용자가 알기 쉽게 표시하거나 고지하여야 한다.
- ④ 정부는 콘텐츠 거래에 관한 약관의 견본을 마련하여 콘텐츠사업자에게 그 사용을 권고할 수 있다. <개정 2013.3.23.>
- ⑤ 콘텐츠사업자가 제2항 또는 제3항을 위반한 경우에 대한 시정권고, 시정조치 및 벌칙에 관하여는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제31조(위반행위 시정권고), 제32조(시정조치), 제40조(벌칙), 제41조(벌칙) 및 제44조(양벌규정)를 준용한다. 이 경우 "공정거래위원회"는 "문화체육관광부장관"으로 본다.

○ 콘텐츠산업진흥법 시행령 제30조(콘텐츠거래약관의 세부내용)

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

제30조(콘텐츠거래약관의 세부내용) 법 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

※ (참고) 콘텐츠 이용자보호지침의 구성

<p><제1장> 총칙</p>	<p>제1조(목적) 제2조(정의) 제3조(법령의 준수) 제4조(적용범위)</p>
<p><제2장> 콘텐츠계약의 체결 및 이행</p>	<p>제5조(약관의 작성등) 제6조(약관의 변경) 제7조(계약체결전 정보제공의무) 제8조(청약의 확인) 제9조(계약서의 교부) 제10조(대금의 지급 및 과오금의 환급) 제11조(콘텐츠의 공급)</p>
<p><제3장> 청약철회등 및 콘텐츠계약의 해제·해지</p>	<p>제12조(청약철회등) 제13조(청약철회등의 효과) 제14조(이용자의 해제 또는 해지) 제15조(사업자의 해제 또는 해지) 제16조(해제의 효과) 제17조(해지의 효과) 제18조(해제 또는 해지시 대금의 환급) 제19조(스트리밍 방식의 계속적 온라인콘텐츠이용계약의 해지시 환급)</p>
<p><제4장> 이용자의 권익보호</p>	<p>제20조(이용자 권익보호) 제21조(청약철회, 해제 또는 해지의 방법) 제22조(스트리밍 방식의 계속적 온라인콘텐츠에 대한 피해구제 등) 제23조(다운로드 방식의 온라인콘텐츠에 대한 피해구제 등) 제24조(계약의 자동갱신) 제25조(대금의 자동결제시 이용자에게 사전고지) 제26조(포인트)</p>
<p><제5장> 기타</p>	<p>제27조(분쟁조정 신청) 제28조(관할)</p>

[부록 3] 콘텐츠이용자보호지침(고시2015-10)

문화체육관광부고시 제2015-10호

「콘텐츠산업 진흥법」 제28조에 따라 「콘텐츠이용자보호지침」을 다음과 같이 고시 합니다

2015년 3월 26일

문화체육관광부

콘텐츠이용자 보호지침

제정 2012. 3. 26 문화체육관광부 고시 제2012-10호

개정 2015. 3. 26 문화체육관광부 고시 제2015-10호

제1장 총칙

제1조(목적) 이 지침은 「콘텐츠산업진흥법」(이하 “법”이라 한다) 제28조 제1항에 따라 콘텐츠사업자(이하 “사업자”라 한다)가 자율적으로 준수할 내용을 정함으로써 콘텐츠의 건전한 거래 및 유통질서를 확립하고, 이용자를 보호하려는 데 그 목적이 있다.

제2조(정의) 이 지침에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “콘텐츠”란 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보를 말한다.
2. “사업자”란 콘텐츠의 제작·유통 등과 관련된 경제활동을 영위하는 자를 말한다.
3. “이용자”란 콘텐츠사업자가 제공하는 콘텐츠를 이용하는 자를 말한다.
4. “약관”이란 「약관의 규제에 관한 법률」 제2조에 따라 그 명칭이나 형태 또는 범위에 상관없이 계약의 한쪽 당사자가 여러 명의 상대방과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식으로 미리 마련한 계약의 내용을 말한다.
5. “표시”란 사업자 또는 사업자단체가 콘텐츠에 관한 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 사항을 이용자에게 알리기 위하여 콘텐츠의 용기·포장(첨부물과 내용물을 포함한다), 사업장 등의 게시물 또는 상품권·회원권·분양권 등 콘텐츠에 관한 권리를 나타내는 증서에 쓰거나 붙인 문자·도형과 상품의 특성을 나타내는 용기·포장을 말한다.
 - 가. 자기 또는 다른 사업자등에 관한 사항
 - 나. 자기 또는 다른 사업자등의 콘텐츠의 내용, 거래조건, 그 밖에 그 거래에 관한 사항

6. “광고”란 사업자등이 제5호 각 목의 어느 하나에 해당하는 사항을 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조 제1호 및 제2호에 따른 신문·인터넷신문, 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」 제2조 제1호에 따른 정기간행물, 「방송법」 제2조 제1호에 따른 방송, 「전기통신기본법」 제2조 제1호에 따른 전기통신, 전단·팜플렛·건본 또는 입장권 등의 방법으로 이용자에게 널리 알리거나 제시하는 것을 말한다.
7. “포인트”란 사업자가 제공하는 콘텐츠 및 제반서비스를 이용 또는 구매하기 위해 사업자가 콘텐츠 거래를 위해 개설한 인터넷 사이트, 앱마켓 등(이하 “사이트등”이라 한다)에서 사용되는 가상의 데이터로서 이용자가 사업자 또는 제3자로부터 유상 또는 무상으로 제공받은 것을 말한다.
8. “계속거래”란 「방문판매 등에 관한 법률」 제2조 제10호에 따라 1개월 이상에 걸쳐 계속적으로 또는 부정기적으로 재화 등을 공급하는 계약으로서 중도에 해지할 경우 대금 환급의 제한 또는 위약금에 관한 약정이 있는 거래를 말한다.

제3조(법령의 준수) 사업자는 이용자에게 콘텐츠를 제공함에 있어서 법, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」, 「표시·광고 등의 공정화에 관한 법률」, 「약관의 규제에 관한 법률」, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」, 「개인정보 보호법」, 「청소년 보호법」 등의 관련 법령을 준수하여야 한다.

제4조(적용범위) 이 지침은 전자상거래 또는 통신판매(「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조 제1호 또는 제2호)를 통하여 이루어지는 사업자와 이용자[소비자(「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조 제5호)인 이용자에 한한다. 이하 같다]간의 콘텐츠거래에 적용된다. 다만, 그 이외의 거래방식에 의한 콘텐츠거래에 대하여는 그 성질에 반하지 않는 범위 내에서 이 지침을 적용하고, 다른 법률에 근거한 개별 콘텐츠 이용자보호 지침이 있는 경우 외에는 이 지침을 적용한다.

제2장 콘텐츠계약의 체결 및 이행

- 제5조(약관의 작성등)** ① 사업자는 이용자가 약관의 내용을 쉽게 알 수 있도록 한글로 작성하고, 표준화·체계화된 용어를 사용하며, 약관의 중요한 내용을 부호, 색채, 굵고 큰 문자 등으로 명확하게 표시하여 알아보기 쉽게 약관을 작성하여야 한다.
- ② 사업자는 계약을 체결할 때에는 이용자에게 약관의 내용을 일반적으로 예상되는 방법으로 명시하여야 한다. 다만, 사이트등의 경우 초기화면에 이용자가 연결화면을 통하여 약관을 볼 수 있도록 조치할 수 있으며, 출력에 제한이 있는 이동통신단말기 등을 이용하여 거래하는 사업자가 약관의 내용을 확인할 수 있는 방법을 이동통신단말기 등의 화면에 나타나게 한 경우 그 의무를 이행한 것으로 볼 수 있다.
- ③ 사업자는 약관에 정하여져 있는 중요한 내용을 이용자가 이해할 수 있도록 설명하여야 한다.
- ④ 사업자는 이용자가 요구할 경우 그 약관의 사본을 이용자에게 내주어 이용자가 약관의 내용을 알 수 있게 하여야 한다. 다만, 사업자가 이용자로부터 하여금 약관의 사본을 다운로드 또는 인쇄 할 수 있는 조치를 사이트등에 설치한 경우에는 그 의무를 이행한 것으로 볼 수 있다.

- ⑤ 사업자가 제2항 내지 제4항의 의무를 위반한 경우에 약관의 전부 또는 일부를 계약의 내용으로 주장할 수 없다

[예시 1] 약관작성방법의 위반

평균적인 이용자가 읽기 곤란할 정도로 지나치게 작은 글자 크기로 약관을 작성한 경우(깨알약관), 약관의 내용을 인식하는 것이 곤란하기 때문에 약관의 작성방법을 위반한 것임.

[예시 2] 약관의 명시방법

1. 사이트등의 초기화면에 연결화면의 설치 : 이용자가 약관을 쉽게 인식할 수 있도록 조치한 경우
2. 출력에 제한이 있는 기기 : 약관의 모든 내용을 화면에 나타낼 수 없는 기기를 말하며, 약관의 모든 내용을 화면에 나타낼 수 있는 스마트폰 등은 배제됨.

[예시 3] 중요한 내용

중요한 내용이라 함은 사회통념에 비추어 이용자가 계약체결의 여부나 대가를 결정하는 데에 직접적인 영향을 미칠 수 있는 것을 말하며 이를 예시하면 다음과 같다.

1. 사업자의 면책사항
2. 이용자가 계약내용을 위반할 경우의 책임가중
3. 급부의 변경
4. 청약의 철회, 계약의 해제·해지 및 그 효과 등

[예시 4] 약관의 다운로드 또는 인쇄

약관 사본의 다운로드 또는 인쇄는 별도의 특별한 조치없이 전문 인쇄할 수 있도록 하거나, 약관의 화면 그 자체에서 다운로드 또는 인쇄할 수 있도록 조치한 것을 말함.

- 제6조(약관의 변경)** ① 사업자가 약관을 변경할 경우에는 적용일자 및 변경사유를 명시하여 현행약관과 함께 서비스초기화면에 그 적용일 최소한 7일 이전부터 적용일 후 상당한 기간동안 공지한다. 다만 이용자에게 불리하거나 중대한 사항을 변경할 경우에는 최소한 30일 이전부터 공지하며, 기존이용자에게는 변경될 약관, 적용일자 및 변경사유를 이메일, 문자메시지 등으로 고지한다.
- ② 사업자가 약관을 변경할 경우에는 제1항의 공지 및(또는) 고지와 함께 또는 그 후에 변경약관의 적용에 대한 이용자의 동의 여부를 확인한다. 이 경우 동의나 거절의 방법을 위 공지 및(또는) 고지 시에 함께 알려야 한다.

[예시 5] 중대한 사항

중대한 사항이라 함은 사회통념에 비추어 이용자에게 불리하거나 제5조 제3항의 중요한 내용을 포함하는 내용으로 이를 예시하면 다음과 같다.

1. 급부의 변경
2. 청약의 철회, 계약의 해제·해지
3. 포인트, 아이템 등의 유효기간 변경 등

- 제7조(계약체결전 정보제공의무)** ① 사업자는 이용자가 실수 또는 착오 없이 거래할 수 있도록 계약 체결 전에 다음 각호에서 정하고 있는 사업자 및 콘텐츠에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시·광고 또는 고지하여야 한다.
1. 콘텐츠의 제작자 및 판매자(수입콘텐츠의 경우 수입업자 및 게임물의 경우 배급자를 포함한다)에 관한 사항(성명, 전화번호, 주소, 이메일주소 등)

2. 콘텐츠의 명칭·종류 및 내용(이러닝의 경우 시범학습을 포함한다)
3. 콘텐츠이용제한에 관한 내용으로 다음 각목에서 정한 사항
 - 가. 청소년유해매체(「청소년보호법」 제2조 제3호) : 19세 미만의 자는 이용할 수 없다는 취지의 내용
 - 나. 게임물 : 「게임산업진흥에 관한 법률」 제21조 제2항 및 제3항에 따른 게임물의 등급
 - 다. 비디오물 : 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제65조에 따른 비디오물의 내용에 대한 주제(유해성 등)·선정성·폭력성·대사(저속성 등)·공포·약물·모방위험 등의 우려 여부와 그 정도에 관한 정보(모바일 영상물 중 등급표시 및 내용정보 표시가 불가능한 경우에는 등급 표시 및 내용정보 표시를 대신하여 초기 화면에 문자로 등급과 내용정보 표시를 할 수 있다.)
 - 라. 음악영상물(음악영상파일 포함) : 「음악산업진흥에 관한 법률」 제25조에 따른 등급
- ② 사업자는 이용자가 실수 또는 착오 없이 거래할 수 있도록 계약체결 전에 다음 각호에서 정하고 있는 거래조건 등에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시·광고 또는 고지하여야 한다.
 1. 콘텐츠의 가격(가격이 결정되어 있지 아니한 경우에는 그 결정의 구체적인 방법)과 그 지급 방법 및 시기
 2. 콘텐츠의 공급 방법 및 시기
 3. 청약의 철회 및 계약의 해제(이하 "청약철회등"이라 한다)의 기한·행사방법 및 효과에 관한 사항(청약철회등의 권리를 행사함에 필요한 서식을 포함한다)
 4. 콘텐츠계약이 계속거래에 해당할 경우 계약의 해지와 그 행사방법 및 효과에 관한 사항(해지권의 행사에 필요한 서식을 포함한다)
 5. 콘텐츠의 교환·반품·보증과 그 대금 환급의 조건 및 절차
 6. 전자매체로 공급이 가능한 콘텐츠의 전송·설치 등과 관련하여 요구되는 기술적 사항
 7. 이용자피해보상, 콘텐츠에 대한 불만 및 이용자와 사업자간 분쟁처리에 관한 사항
 8. 거래에 관한 약관(그 약관의 내용을 확인할 수 있는 방법을 포함한다)
 9. 정보통신망을 통하여 전송되는 콘텐츠의 경우·이용자가 신용카드로 결제하는 경우·대금이 5만원 이하인 경우 또는 분할하여 콘텐츠를 공급하는 경우를 제외하고, 이용자가 콘텐츠를 공급받기 전에 대금을 지급하는 경우 결제대금예치의 이용을 선택할 수 있다는 사항(이용자가 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조 제5호에서 규정하는 소비자인 경우에 한한다)
 10. 콘텐츠의 가격 외에 이용자가 추가로 부담하여야 할 사항이 있는 경우 그 내용 및 금액
 11. 거래일시·거래지역·거래수량·인도지역 등 거래조건과 관련하여 제한이 있는 경우 그 내용
 12. 이용자가 미성년자인 경우 법정대리인의 동의를 얻지 못하면 미성년자 본인 또는 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있다는 내용

[예시 6] 기술적 사항

1. 컴퓨터 등 정보처리장치의 중앙처리장치(CPU) 속도
2. 운영체제(OS) 등 시스템 소프트웨어(SW) 사양
3. 온라인콘텐츠 구동에 필수적인 소프트웨어(SW)
4. 램(RAM)용량
5. 하드드라이브 등 온라인콘텐츠 저장장치의 유효용량
6. 화소 등 구동화면 사양
7. 기타 온라인콘텐츠 구동에 필수적인 하드웨어 장치
8. 정보통신망 필수 전송속도 및 온라인콘텐츠 전송량
9. 기술적 보호조치(DRM)에 관한 사항
10. 모바일콘텐츠의 경우 모바일콘텐츠의 이용에 적합한 모바일 기기의 종류에 관한 정보

제8조(청약의 확인) ① 사업자는 이용자로부터 콘텐츠의 거래에 관한 청약을 받은 경우 그 수신 확인 및 판매 가능 여부에 관한 정보를 이용자에게 신속하게 통지하여야 한다.

② 사업자는 계약 체결 전에 이용자가 청약의 내용을 확인하고, 정정 또는 취소할 수 있도록 적절한 절차를 갖추어야 한다.

제9조(계약서의 교부) 사업자는 콘텐츠에 관한 계약이 체결된 후 이용자에게 제7조 제1항 및 제2항에서 규정하고 있는 내용이 모두 기재된 계약내용에 관한 서면(전자문서를 포함한다.)을 콘텐츠의 공급 시까지 교부하여야 한다.

제10조(대금의 지급 및 과오금의 환급) ① 이용자는 사업자가 제시한 결제방법에 따라 콘텐츠의 대금을 지급하여야 한다.

② 이용자가 대금을 결제함에 있어서 과오금을 지급한 경우 사업자는 대금결제와 동일한 방법으로 과오금을 환급하여야 한다. 다만, 동일한 방법으로 과오금의 환급이 불가능할 때는 즉시 이를 고지하고, 이용자가 선택한 방법으로 환급하여야 한다.

③ 사업자의 책임있는 사유로 과오금이 발생한 경우 사업자는 계약비용·수수료 등에 관계없이 과오금 전액을 환급하여야 한다. 다만 이용자의 책임있는 사유로 과오금이 발생한 경우, 사업자는 과오금을 환급하는데 소요되는 비용을 합리적인 범위내에서 공제하고 환급할 수 있다.

④ 사업자는 이용자의 과오금환급청구를 거절할 경우 과오금이 없음을 입증하여야 한다.

제11조(콘텐츠의 공급) ① 사업자는 이용자가 청약을 한 날부터 7일 이내에 콘텐츠의 공급에 필요한 조치를 취하고, 이용자가 콘텐츠를 공급받기 전에 미리 콘텐츠의 대금의 전부 또는 일부를 지급한 경우에는 이용자가 그 대금의 전부 또는 일부를 지급한 날부터 3영업일 이내에 콘텐츠의 공급을 위하여 필요한 조치를 취하여야 한다. 다만, 이용자와 사업자간에 콘텐츠의 공급시기에 관하여 별도의 약정이 있는 경우에는 그러하지 아니하다.

② 사업자는 청약을 받은 콘텐츠를 공급하기 곤란하다는 것을 알았을 때에는 그 사유를 이용자에게 지체 없이 알려야 하고, 콘텐츠의 공급전에 그 대금의 전부 또는 일부를 지급받은 경우에는 이용자가 그 대금의 전부 또는 일부를 지급한 날부터 3영업일 이내에 환급하거나 환급에 필요한 조치를 하여야 한다.

[예시 7] 공급에 필요한 조치

1. 오프라인 공급 : CD 또는 DVD 등을 분리 포장하여 배송업체에 배송을 의뢰함.
2. 온라인 공급
 - 다운로드 방식 : 이용자가 콘텐츠를 다운로드할 수 있도록 함.
 - 스트리밍 방식 : 이용자가 이용할 수 있도록 콘텐츠를 이용자의 계정으로 전송함.

제3장 청약철회등 및 콘텐츠계약의 해제·해지

제12조(청약철회등) ① 사업자와 콘텐츠에 관한 계약을 체결한 이용자는 다음 각호의 기간(거래당사자가 다음의 기간보다 긴 기간으로 약정한 경우에는 그 기간을 말한다) 이내에 당해 계약에 관한 청약의 철회 또는 계약의 해제(이하 "청약철회등"이라고 한다)를 할 수 있다.

1. 계약내용에 관한 서면을 교부 받은 날로부터 7일. 단, 그 서면을 교부받은 때보다 콘텐츠의 공급이 늦게 이루어진 경우에는 콘텐츠의 공급을 받거나 공급이 개시된 날부터 7일
 2. 계약내용에 관한 서면을 교부 받지 아니한 경우, 사업자의 주소 등이 기재되지 아니한 서면을 교부 받은 경우 또는 사업자의 주소 변경 등의 사유로 제1호의 기간 이내에 청약철회등을 할 수 없는 경우에는 그 주소로 안 날 또는 알 수 있었던 날로부터 7일
- ② 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우에 이용자는 사업자의 의사에 반하여 제1항에서 정한 청약철회등을 할 수 없다. 다만, 제2호부터 제4호까지에 해당하여 청약철회등이 불가능한 경우에 사업자가 그 사실을 콘텐츠 또는 그 포장 기타 이용자가 쉽게 알 수 있는 곳에 표시하거나 사용 상품을 제공하거나 콘텐츠의 한시적 또는 일부 이용이 가능하게 하는 등의 방법으로 청약철회등의 권리 행사가 방해받지 아니하도록 조치를 취하지 아니하는 때에는 이용자는 청약철회등을 할 수 있다.
1. 콘텐츠의 내용을 확인하기 위하여 포장 등을 훼손한 경우를 제외하고, 이용자에게 책임 있는 사유로 콘텐츠가 멸실 또는 훼손된 경우
 2. 이용자의 사용 또는 일부 소비에 의하여 콘텐츠의 가치가 현저히 감소한 경우
 3. 시간의 경과에 의하여 재판매가 곤란할 정도로 콘텐츠의 가치가 현저히 감소한 경우
 4. 복제가 가능한 콘텐츠의 포장을 훼손한 경우
 5. 이용자의 주문에 의하여 콘텐츠가 개별적으로 생산되는 경우 등 청약철회등을 인정하면 사업자에게 회복할 수 없는 중대한 피해가 예상되는 경우로서 사전에 당해 거래에 대하여 별도로 그 사실을 고지하고 이용자의 서면(전자문서를 포함한다)에 의한 동의를 얻은 경우
- ③ 이용자는 콘텐츠의 내용이 표시·광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우에는 당해 콘텐츠를 공급받은 날로부터 3월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날로부터 30일 이내에 청약철회등을 할 수 있다.
- ④ 이용자는 구두 또는 서면(전자문서를 포함한다)으로 청약철회등을 할 수 있다.
- ⑤ 이용자가 청약철회등을 서면으로 하는 경우 그 의사표시가 기재된 서면을 발송한 날에 그 효력이 발생한다.
- ⑥ 콘텐츠의 훼손에 대하여 이용자의 책임이 있는지의 여부, 콘텐츠의 구매에 관한 계약이 체결된 사실 및 그 시기, 콘텐츠의 공급사실 및 그 시기 등에 관하여 다툼이 있는 경우에는 사업자가 이를 입증하여야 한다.

[예시 8] 청약철회기간

게임사이트에서 17일에 A 아이템을 구입하여 공급받은 경우 이용자는 24일까지 청약철회할 수 있음(초일인 17일은 산입하지 않기 때문에 18일부터 시작함)

[예시 9] 청약철회등을 배제하기 위한 사업자의 조치

제15조 제2항 제2호부터 제4호까지에 해당하여 이용자의 청약철회등을 배제하기 위한 사업자의 조치의무

1. 청약철회등이 불가능하다는 사실의 표시
 - 계약체결화면을 포함하여 콘텐츠 또는 포장에 “이 콘텐츠는 복제가 가능하기 때문에 포장을 개봉 또는 훼손한 경우에는 청약철회등을 할 수 없습니다.” 라고 표시
2. 시용상품의 제공
 - 콘텐츠의 내용을 알 수 있는 시용 프로그램(번들 프로그램 등)을 제공
3. 한시 또는 일부 이용(온라인콘텐츠)의 허용
 - 영화콘텐츠 : 콘텐츠의 일부(전체 분량의 1/40)에 대하여 미리보기 제공
 - 음악콘텐츠 : 콘텐츠의 일부(전체 분량의 1/6)에 대하여 미리듣기 제공
 - 이러닝콘텐츠 : 콘텐츠의 일부(20회 기준 1회)에 대하여 미리보기 제공
 - 소프트웨어콘텐츠(한글 프로그램 등) : 일정한 사용기간을 설정한 상태에서 콘텐츠를 다운받아서 사용할 수 있도록 제공
 - 기타 : 홈페이지 스킨, 아바타 등을 임시적으로 사용할 수 있도록 제공

[예시 10] 표시된 내용과 다른 콘텐츠의 공급 등

1. 게임사이트에서 A 아이템으로 표시되어 있었지만, 공급받은 콘텐츠는 B 아이템인 경우
2. 영화 사이트에서 구입하여 다운받은 영화콘텐츠가 일부만 재생되는 경우

[예시 11] 청약철회등의 효력 발생시기

1. 전화 등 구두로 청약철회등을 한 경우 : 청약철회등의 의사표시가 사업자에게 도달된 시점에 효력이 발생함.
2. 이메일, 문자메세지, 팩스 등을 이용하여 청약철회등을 한 경우 : 이메일 등이 사업자에게 송신(발신)된 시점에 효력이 발생함.

- 제13조(청약철회등의 효과)** ① 청약철회등을 한 경우 이용자는 공급받은 콘텐츠를 반환하여야 하며, 다운로드받은 온라인콘텐츠의 경우에는 이를 삭제하여야 한다.
- ② 콘텐츠의 반환에 필요한 비용은 제12조 제1항에 의한 청약철회등의 경우 이용자가 부담하며, 제12조 제3항에 의한 청약철회등의 경우 사업자가 부담한다.
- ③ 사업자(이용자로부터 콘텐츠대금을 지급받은 자 또는 이용자와 콘텐츠에 관한 계약을 체결한 자를 포함한다)는 콘텐츠를 반환받은 날부터 3영업일 이내에 지급받은 콘텐츠대금을 환급하여야 한다. 이 경우 사업자가 이용자에게 콘텐츠대금의 환급을 지연한 때에는 그 지연기간에 대하여 연 20%를 곱하여 산정한 지연이자(이하 "지연배상금"이라 한다)를 지급하여야 한다.
- ④ 사업자, 콘텐츠대금을 지급받은 자 또는 이용자와 콘텐츠에 관한 계약을 체결한 자가 동일인이 아닌 경우에 각자는 청약철회등에 따른 콘텐츠대금의 환급과 관련한 의무의 이행에 있어서 연대하여 책임을 진다.
- ⑤ 사업자는 콘텐츠대금을 환급함에 있어 이용자가 신용카드 등으로 대금을 결제한 때에는 지체없이 신용카드사 등의 결제업자로 하여금 이용자에 대한 대금의 청구를 정지 또는 취소하도록 요청하

여야 한다.

- ⑥ 사업자가 결제업자로부터 콘텐츠대금을 지급받은 때에는 지체없이 이를 결제업자에게 환급하고, 그 사실을 이용자에게 통지하여야 한다. 이 경우 대금을 환급받은 결제업자는 지체없이 대금을 지급한 이용자에게 이를 환급하거나 이에 필요한 조치를 취하여야 한다.
- ⑦ 사업자가 결제업자에게 환급하지 아니하여 이용자로 하여금 대금을 지급하게 한 경우 사업자는 그 지연기간에 대한 지연배상금을 이용자에게 지급하여야 한다.
- ⑧ 사업자가 정당한 사유없이 결제업자에게 대금을 환급하지 아니한 경우 이용자는 자신이 환급받을 금액에 대하여 결제업자에게 당해 사업자에 대한 다른 채무와 상계할 것을 요청할 수 있으며, 이러한 상계요청을 받은 결제업자는 당해 사업자에 대한 다른 채무와 상계할 수 있다.
- ⑨ 결제업자가 제8항에 의한 상계를 정당한 사유없이 게을리 한 경우 이용자는 결제업자의 대금청구에 대하여 거절할 수 있다. 이 경우 사업자와 결제업자는 그 지급의 거절을 이유로 당해 이용자를 약정한 기일 이내에 채무를 변제하지 아니한 자로 처리하는 등 이용자에게 불이익을 주어서는 아니 된다.
- ⑩ 사업자는 이용자에게 청약철회등을 이유로 위약금 또는 손해배상을 청구할 수 없다.
- ⑪ 사업자는 반환된 콘텐츠가 일부 사용 또는 일부 소비된 경우 그 콘텐츠의 사용 또는 일부 소비에 의하여 이용자가 얻은 이익 또는 그 콘텐츠의 공급에 소요된 비용에 상당하는 금액(콘텐츠의 사용으로 인하여 소모성 부품의 재판매가 곤란하거나 재판매가격이 현저히 하락하는 경우에는 당해 소모성 부품의 공급에 소요된 비용 또는 다수의 동일한 가분물로 구성된 콘텐츠의 경우에는 이용자의 일부소비로 인하여 소비된 부분의 공급에 소요된 비용)의 범위내에서 이용자에게 청구할 수 있다.

[예시 12] 이용자에게 청구할 수 있는 비용

10개의 DVD로 구성된 영화DVD를 구입하여 그 중 한 개의 DVD를 재생하던 중 흠집이 발생하여 그 DVD가 더 이상 사용할 수 없게 된 이후 이용자가 청약철회권을 행사한 경우 사업자는 손상된 한 개의 DVD의 공급가액을 이용자에게 청구할 수 있음.

제14조(이용자의 해제 또는 해지) ① 이용자는 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우 당해 콘텐츠 계약을 해제 또는 해지할 수 있다.

- 1. 이용자와 사업자간에 약정한 해제·해지사유가 발생한 경우
- 2. 법률에서 정한 해제·해지사유가 발생한 경우
- ② 사업자가 콘텐츠를 공급하지 않거나 불완전한 콘텐츠를 공급한 경우에 있어서 이용자가 당해 콘텐츠이용계약을 해제 또는 해지하기 위하여는 상당한 기간을 정하여 완전한 콘텐츠를 공급할 것을 최고하여야 한다. 다만, 이용자는 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우 최고를 하지 않고 계약을 해제 또는 해지할 수 있다.
 - 1. 일정한 시일 또는 기간내에 콘텐츠를 공급하여야만 그 목적을 달성할 수 있는 계약에서 사업자가 그 시기에 콘텐츠를 공급하지 아니한 경우
 - 2. 사업자가 미리 콘텐츠를 공급하지 않을 의사를 표시한 경우
 - 3. 완전한 콘텐츠의 공급이 불가능한 경우(콘텐츠 구입목적을 달성할 수 없는 경우에 한함)
 - 4. 콘텐츠계약이 계속거래에 해당하는 경우
 - 5. 기타 법률에 규정되거나 당사자가 합의한 경우

[예시 13] 약정 해제 또는 해지사유

1. 이용자가 변경된 약관의 사용에 대하여 동의를 하지 않았음에도 불구하고, 동의한 것으로 인정되어 약관이 변경된 때, 당해 약관에서 이용자의 해지권을 인정하고 있는 경우
2. 이용자가 다운로드한 영화콘텐츠가 그 전에 사업자로부터 구입한 영화콘텐츠인 경우 당해 콘텐츠계약에 대하여 해제할 수 있다고 약정한 후 사업자로부터 구입하여 관람한 영화콘텐츠를 다시 구입한 경우
3. 수험용 콘텐츠이용계약을 체결하면서 이용자가 시험에 합격한 이후에 언제든지 당해 계약을 해지할 수 있다고 합의한 경우에 있어서 이용자가 시험에 합격한 경우

[예시 14] 법정 해제 또는 해지사유

이용자가 1개월 이상 계속하여 콘텐츠를 공급받는 계약(계속거래 계약)을 체결한 경우

제15조(사업자의 해제 또는 해지) ① 사업자는 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우 당해 콘텐츠 이용계약을 해제 또는 해지할 수 있다.

1. 이용자와 사업자간에 약정한 해제·해지사유가 발생한 경우
2. 법률에서 정한 해제·해지사유가 발생한 경우
- ② 사업자는 이용자가 콘텐츠 대금을 지급하지 않는 등 채무를 이행하지 않은 경우에 당해 콘텐츠 이용계약을 해제 또는 해지하기 위해서 상당한 기간을 정하여 콘텐츠대금의 지급 등을 최고하여야 한다. 다만, 사업자는 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우 최고없이 계약을 해제 또는 해지할 수 있다.
 1. 이용자가 대금지급 등 채무이행을 거절한 경우
 2. 기타 법률에서 규정하고 있는 경우

[예시 15] 약정 해제 또는 해지사유

1. 이용자가 금지프로그램(자동아이템사냥프로그램 등)을 사용하여 사업자가 이의 사용을 금지하였음에도 불구하고 이용자가 계속하여 금지프로그램을 사용한 때 이용자의 계정을 삭제할 수 있음을 약관에서 정하고 있는 경우, 이용자가 온라인게임을 이용하면서 이러한 행위를 한 경우
2. 이용자가 타인의 명예를 훼손하거나 모욕하는 글을 게시판에 게시하여 사업자가 이의 삭제 및 이의 행위를 금지하였음에도 불구하고 계속하여 이러한 행위를 한 때 계약을 해지할 수 있음을 약관에서 정하고 있는 경우, 이용자가 이러한 행위를 한 경우

[예시 16] 법정 해제 또는 해지사유

이용자가 지급시기에 대금을 지급하지 않고, 이후 사업자의 대금지급에 대한 최고를 받았음에도 불구하고 대금을 지급하지 않은 경우(「민법」 제544조)

제16조(해제의 효과) ① 사업자 또는 이용자가 콘텐츠계약을 해제한 경우 이용자는 사업자에게 콘텐츠를 반환하여야 한다. 다만, 이용자가 콘텐츠를 이용한 경우 그 사용에 따라 얻은 이익을 반환하여야 한다.

- ② 사업자는 대금을 받은 날로부터 그 대금에 이자를 더하여 이용자에게 반환하여야 한다.
- ③ 사업자와 이용자는 제1항 단서에 따른 이익과 제2항에 따른 이자를 상계할 수 있다.
- ④ 사업자 또는 이용자는 해제권의 행사와 별도로 상대방에게 손해배상을 청구할 수 있다. 다만, 상대방이 손해배상책임을 면하기 위해서는 자신에게 고의 또는 과실 없음을 증명하여야 한다.

제17조(해지의 효과) ① 사업자 또는 이용자가 콘텐츠계약을 해지한 경우에 당해 콘텐츠계약은 해지한 시점으로부터 효력을 잃는다.

- ② 사업자 또는 이용자는 해지권의 행사와 별도로 상대방에게 손해배상을 청구할 수 있다. 다만, 상대방이 손해배상책임을 면하기 위해서는 자신에게 고의 또는 과실 없음을 증명하여야 한다.
- ③ 이용자가 계속거래에 해당하는 콘텐츠계약을 해지한 경우 사업자가 이용자에게 청구할 수 있는 손해배상액(위약금) 또는 이용자에게 환급하여야 할 금액은 다음 각호에 의하여 산정된다.
1. 사업자는 이용자의 해지로 인해 발생하는 손실을 현저하게 초과하는 위약금을 청구하거나 가입비 그 밖의 명칭여하를 불문하고 실제 공급된 콘텐츠의 대가를 초과하여 수령한 대금의 반환을 부당하게 거부하여서는 아니된다.
 2. 콘텐츠계약이 해지된 경우 이용자는 반환할 수 있는 콘텐츠를 사업자에게 반환할 수 있으며, 사업자는 반환받은 콘텐츠의 가치에 상당하는 금액을 계약의 해지에 따라 지급하여야 할 환급금에 더하거나 청구할 수 있는 위약금에서 감액하여야 한다.
 3. 사업자는 콘텐츠계약이 해지된 때에 이용자로부터 받은 콘텐츠의 대금(콘텐츠가 반환된 경우 환급하여야 할 금액을 포함한다)이 이미 공급한 콘텐츠의 대금에 위약금을 더한 금액보다 많은 경우에는 그 차액을 이용자에게 환급하여야 한다.
 4. 사업자는 차액의 환급을 지연한 경우에 지연기간에 대한 지연배상금을 더하여 환급하여야 한다.
- ④ 계약의 해지 또는 대금의 환급에 관하여 이용자의 책임이 있는지의 여부, 계약이 체결된 사실 및 그 시기, 콘텐츠의 공급사실 및 그 시기에 관하여 다툼이 있는 경우에는 사업자가 이를 입증하여야 한다.

[예시 17] 입증책임

다운로드한 음악콘텐츠가 하자로 인하여 재생되지 않은 경우 그 하자가 이용자의 책임있는 사유에 의하여 발생한 것인가에 대하여 사업자가 입증하여야 함.

제18조(해제 또는 해지시 대금의 환급) ① 사업자는 이용자로부터 해제 또는 해지 통보를 받은 경우 3영업일 이내에 온라인콘텐츠에 대한 대금을 환급한다.

- ② 사업자는 해제 또는 해지에 따라 오프라인으로 공급한 콘텐츠를 이용자로부터 반환받은 경우 즉시 콘텐츠대금을 환급한다.
- ③ 사업자가 이용자에게 대금을 환급할 때에 이용대금의 결제와 동일한 방법으로 결제대금의 전부 또는 일부를 환급한다. 다만, 동일한 방법으로 환급이 불가능할 경우에 즉시 이를 이용자에게 고지하고, 이용자의 선택에 따라 환급한다.
- ④ 사업자는 콘텐츠계약의 해제 또는 해지로 인하여 이용자가 지급한 대금 중 일부를 위약금 또는 이용금액으로 공제할 경우 복수의 지급수단 중 이용자가 선택한 지급수단에서 공제하며, 이용자의 선택이 없는 경우에 이용자에게 유리한 방법으로 공제한다.

[예시 18] 신용카드 결제시 환급방법

신용카드 결제의 경우, 카드결제 취소를 원칙으로 함. 단, 결제 기일 경과 등의 사유로 카드결제 취소가 어려운 경우 이용자에게 이의 사실을 고지한 후 이용자의 선택에 따라 결제대금을 현금으로 환급할 수 있음.

[예시 19] 복수의 지급 수단을 통한 결제 시 환급방법

이용자가 포인트와 현금으로 대금을 결제한 경우 위약금 또는 이용금액에 대한 공제는 먼저 포인트를 차감하고, 부족한 경우에 현금에서 차감한 후 나머지 금액을 환급함.

- 제19조(스트리밍 방식의 계속적 온라인콘텐츠이용계약의 해지시 환급)** ① 제17조에도 불구하고, 이용자가 임의적으로 온라인콘텐츠이용계약을 해지하거나 이용자의 책임있는 사유로 인하여 사업자가 온라인콘텐츠이용계약을 해지한 경우 사업자가 이용자에게 환급하여야 할 금액은 전체 이용대금에서 기 이용일수 또는 이용회차에 해당하는 금액과 잔여 대금의 10% 이내의 손해배상금을 공제한 금액으로 한다. 다만, 이용자가 임의적으로 해지할 수 있는 경우는 사업자가 이를 인정하거나 온라인 콘텐츠이용계약이 계속거래에 해당하는 경우로 한정된다..
- ② 사업자의 책임있는 사유로 인하여 이용자가 온라인콘텐츠이용계약을 해지한 경우 사업자가 이용자에게 환급하여야 할 금액은 전체 대금에서 기 이용일수 또는 이용회차에 해당하는 금액을 공제하고, 잔여 대금의 10% 이내의 손해배상금을 더한 금액으로 한다.
- ③ 제1항 및 제2항에 따라 환급금액을 산정함에 있어 콘텐츠이용 약정기간에 따라 대금 할인율이 상이한 경우 이용자가 장기 콘텐츠이용계약을 체결한 후 단기 할인율이 적용되는 이용기간이 경과한 후 해지한 때에는 단기 할인율을 적용한다.

[예시 20] 환급금액의 결정

환급금액 = 전체 이용대금 - (기 이용일수 또는 기 이용회차 × 일일 또는 일회 이용대금) - 잔여 이용대금의 최대 10% 이내

1. 일일 이용대금의 결정방식
 - 계약기간이 정해진 경우 : 전체 이용대금 × 1/계약기간
 - 계약기간이 정해지지 않거나 무기한인 경우 : 전체 이용대금 × 1/365일
2. 일회 이용대금의 결정방식
 - 매회 콘텐츠를 공급하는 경우 : 전체 이용대금 × 1/전체이용회수
3. 결합제 요금제의 경우에는 별도의 약정에 따라 환급금액을 산정할 수 있음

[예시 21] 할인대금의 환급금액의 결정

콘텐츠이용대금이 1개월 이용은 3만원, 3개월 이용은 8만원, 6개월 이용은 15만원인 경우, 이용자가 6개월 이용계약을 체결하고 3개월 10일이 지난 후 해지한 경우(위약금 : 6%로 약정)

- 환급금액(57,444원) = 150,000원 - 80,000원(3개월 이용료) - 8,889원[10일 이용료 = 26,667원(1개월 이용료 = 80,000원 × 1/3) × 1/3] - 3,667원(잔여대금의 6%)

[예시 22] 사업자의 책임있는 사유에 의한 해지 시 환급금액의 결정

환급금액 = 전체 이용대금 - (기 이용일수 또는 기 이용회차 × 일일 또는 일회 이용대금) + 잔여 대금의 10%

1. 일일 이용대금의 결정방식
 - 계약기간이 정해진 경우 : 전체 이용대금 × 1/계약기간
 - 계약기간이 정해지지 않거나 무기한인 경우 : 전체 이용대금 × 1/365일
2. 일회 이용대금의 결정방식
 - 전체 이용대금 × 1/전체 회수

[예시 23] 사업자의 책임있는 사유에 의한 해지시 할인대금의 환급금액의 결정

콘텐츠이용대금이 1개월 이용은 3만원, 3개월 이용은 8만원, 6개월 이용은 15만원인 경우, 이용자가 6개월 이용계약을 체결하고 3개월 10일이 지난 후 사업자의 고의 또는 과실에 따라 해지한 경우(위약금 : 10%로 약정)

- 환급금액(67,222원) = 150,000원 - 80,000원(3개월 이용료) - 8,889원[10일 이용료 = 26,667원(1개월 이용료 = 80,000원 × 1/3) × 1/3] + 6,111원(잔여대금의 10%)

제4장 이용자의 권익보호

- 제20조(이용자 권익보호)** ① 사업자는 이용자의 수, 이용시간 등을 감안하여 이용자가 원활하게 콘텐츠를 이용할 수 있도록 서버다운, 기술적 오류 등에 대비한 설비를 구축하고 필요한 조치를 취한다.
- ② 사업자는 콘텐츠계약에서 발생하는 이용자의 불만 또는 피해구제요청을 적절하게 처리할 수 있도록 필요한 인력 및 체계(시스템 등)를 구비한다.
- ③ 사업자는 동일 또는 유사한 이용자피해가 계속하여 발생하고 있는 사실을 인식한 경우 추가적인 이용자피해를 예방하기 위하여 홈페이지의 초기화면 등에서 그 피해발생사실과 피해예방을 위한 이용자의 조치사항에 대하여 공지한다.

[예시 24] 이용자피해 예방조치

제3자의 불법적인 해킹 등에 의하여 이용자의 개인정보가 유출된 사실을 인식한 경우 사업자는 홈페이지 초기화면 또는 이용자의 이메일로 이의 사실을 공지 또는 통지하고, 추가적인 피해를 방지하기 위하여 비밀번호 등을 변경할 것을 이용자에게 알림.

- 제21조(청약철회, 해제 또는 해지의 방법)** ① 사업자는 이용자가 원활하게 청약철회, 해제 또는 해지할 수 있도록 계약체결시 사용한 방법에 추가하여 다음 각호의 어느 하나 이상의 수단을 제공한다.

1. 전화
 2. 문자메시지
 3. 이메일
 4. 팩스
 5. 사이트등
- ② 사업자는 이용자의 청약철회, 해제 또는 해지의 의사표시를 수신한 후 지체 없이 그 사실을 이용자에게 회신한다.

[예시 25] 청약철회의 방식

사이트등에서 콘텐츠계약을 체결한 경우 : 이용자가 사이트등에서 청약을 철회할 수 있는 절차의 마련과 이메일로 철회의 의사표시를 전송할 수 있는 사업자의 이메일주소를 제공.

- 제22조(스트리밍 방식의 계속적 온라인콘텐츠에 대한 피해구제 등)** ① 사업자가 서비스의 중지·장애에 대하여 사전고지하지 않은 경우에 있어서 이용자의 피해구제 등은 다음 각호에 의한다. 다만, 이용자의 책임있는 사유로 인하여 서비스가 중지되거나 장애가 발생한 경우 서비스 중지·장애시간에 포함하지 않는다.

1. 1개월 동안의 서비스 중지·장애발생 누적시간이 72시간을 초과한 경우 : 이용자는 계약을 해제 또는 해지할 수 있으며, 이 경우 사업자는 미이용기간을 포함한 잔여기간에 대한 이용료 환급 및 손해배상을 하여야 한다.(단, 사업자가 고의 또는 과실없음을 입증한 경우 손해배상책임을 지지 않는다.)
2. 사업자의 책임있는 사유로 인한 서비스 중지 또는 장애의 경우 : 사업자는 서비스 중지·장애시간의 3배를 무료로 연장한다.

3. 불가항력 또는 제3자의 불법행위 등으로 인해 서비스의 중지 또는 장애가 발생한 경우 : 이용자는 계약을 해제 또는 해지할 수는 없지만, 사업자는 서비스의 중지 또는 장애시간만큼 무료로 이용기간을 연장한다.
- ② 사업자가 서비스의 중지·장애에 대하여 사전고지한 경우에 있어서 이용자의 피해구제 등은 다음 각호에 의한다. 다만, 서비스 개선을 목적으로 한 설비 점검 및 보수시 1개월을 기준으로 최대 24시간은 중지·장애 시간에 포함하지 않는다.
- 1개월을 기준으로 서비스 중지·장애시간이 10시간을 초과하는 경우 : 사업자는 10시간과 이를 초과한 시간의 2배의 시간만큼 이용기간을 무료로 연장한다.
 - 1개월을 기준으로 서비스 중지·장애시간이 10시간을 초과하지 않은 경우 : 사업자는 중지·장애 시간에 해당하는 시간을 무료로 연장한다.
- ③ 제1항 및 제2항을 적용함에 있어서 사전고지는 서비스 중지, 장애 시점을 기준으로 24시간 이전에 고지된 것에 한한다.

[예시 26] 연장시간의 결정

서비스의 중지에 대하여 사전고지한 후 11시간 동안 서비스제공이 중지된 경우 : 10시간 + (1시간 × 2) = 12시간 연장

[예시 27] 연장시간의 결정

설비 점검을 이유로 한 서비스의 중지에 대하여 사전고지한 후 9시간 동안 서비스제공이 중지된 경우 : 9시간 × 1 = 9시간 연장

(설비 보수 또는 점검을 위해 1개월 기준 24시간을 이미 소비한 경우)

제23조(다운로드 방식의 온라인콘텐츠에 대한 피해구제 등) ① 콘텐츠의 정상적인 이용이 곤란한 중대한 하자가 있는 경우에 있어서 이용자의 피해구제 등은 다음 각호에 의한다.

1. 사업자는 완전한 온라인콘텐츠를 다시 공급한다.
 2. 24시간 내에 완전한 온라인 콘텐츠를 다시 공급하지 못하는 경우, 이용자가 지급한 대금과 손해배상액을 지급한다.
- ② 콘텐츠의 정상적 이용이 가능하지만, 사소한 하자가 있는 경우에 있어서 이용자의 피해구제 등은 다음 각호에 의한다.
1. 사업자는 완전한 온라인콘텐츠를 다시 공급한다.
 2. 24시간 내에 완전한 온라인 콘텐츠를 다시 공급하지 못하는 경우, 이용자가 지급한 대금 중 하자에 해당하는 부분에 대한 금액과 손해배상액을 지급한다.

제24조(계약의 자동갱신) ① 사업자는 콘텐츠의 무료이용기간이 경과하여 유료로 전환할 경우, 사전에 이용자의 유료전환에 대한 동의를 받는다.

- ② 사업자는 콘텐츠의 유료이용기간이 종료하여 이를 갱신하고자 하는 경우, 사전에 이용자의 동의를 받는다.
- ③ 사업자가 제1항 또는 제2항에 따라 이용자의 동의를 받지 못한 경우 당해 콘텐츠이용계약은 무료 이용기간의 경과 또는 계약기간의 만료로 소멸한다.
- ④ 이용자의 동의 여부 등에 관하여 다툼이 있는 경우에는 사업자가 이를 증명하여야 한다.

제25조(대금의 자동결제시 이용자에게 사전고지) ① 콘텐츠계약이 2개월 이상이며, 자동으로 매월 또는 일정 시기에 대금을 결제하기로 한 경우 사업자는 결제가 이루어지기 전에 이용자에게 결제될 내역에 대하여 전자우편 또는 문자메시지 등으로 고지한다.

② 사업자가 제1항에 따라 이용자에게 고지함에 있어 다음 각호에서 정한 사항을 포함한다.

1. 결제금액
2. 결제시기
3. 결제방법(신용카드, 은행계좌에서의 자동이체, 휴대폰결제 등)

제26조(포인트) ① 사업자가 이용자의 콘텐츠 이용실적에 따라 적립되거나 대가를 지급하고 구입한 포인트 서비스를 운용하는 경우에는 포인트 서비스의 세부내용(적립방법, 이용방법, 양도가능여부, 사용기간 및 보상방법 등)을 이용자에게 고지하고, 동의를 받는다. 다만, 이용자의 동의를 받은 콘텐츠이용약관 등에 포인트 서비스의 세부내용이 포함되어 있는 경우에는 그러하지 아니한다.

② 이용자는 포인트의 적립에 오류가 있거나 전부 또는 일부가 삭제된 경우 사업자에게 이의신청을 할 수 있다. 사업자는 이용자의 이의신청에 따라 그 내역을 확인을 한 후 그 결과를 이용자에게 통지하고, 이의신청이 정당한 경우 즉시 포인트의 복구 등의 조치를 취한다.

③ 사업자는 경영상·기술상의 이유로 포인트 서비스를 종료하는 경우 최소 30일 전까지 이용자에게 이 사실을 고지하며, 이 기간 내에 이용하지 못한 포인트에 대해서는 사전에 정한 보상방법에 따라 이용자에게 보상하여야 한다.

제5장 기타

제27조(분쟁조정의 신청) 이용자는 법 제30조 제1항에 따라 콘텐츠 이용과 관련한 피해의 구제와 분쟁의 조정을 위하여 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

제28조(관할) ① 사업자와 이용자간의 콘텐츠계약에 관한 소의 관할은 제소 당시의 이용자의 주소에 의하고, 주소가 없는 경우 거소를 관할하는 지방법원의 전속관할로 한다. 다만, 제소 당시 이용자의 주소 또는 거소가 분명하지 아니한 경우에는 「민사소송법」에 따라 관할 법원을 정한다.

② 제1항의 규정에도 불구하고, 이용자는 콘텐츠계약에 관하여 사업자를 상대로 ○○○ 법원에 소를 제기할 수 있다.

부칙<제2015-10호, 2015.3.26>

① 이 지침은 고시한 날부터 시행한다.

② 문화체육관광부 고시 제2012-10호는 폐지한다.

③ (재검토기한) 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」(대통령훈령 제248호)에 따라 이 고시 발령 후의 법령이나 현실여건의 변화 등을 검토하여 이 고시의 폐지, 개정 등의 조치를 하여야 하는 기한은 2018년 3월 25일까지로 한다.

[부록 4] 콘텐츠이용 약관의 견본

콘텐츠이용 약관의 견본

제1장 총 칙

제1조 [목적]

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

제2조 [정의]

이 약관에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같습니다.

1. “회사”라 함은 “콘텐츠”와 관련된 경제활동을 영위하는 자로서 “이용자”에게 “콘텐츠” 및 제반 서비스를 제공하는 자를 말합니다.
2. “이용자”라 함은 이 약관에 따라 “회사”가 제공하는 “콘텐츠” 및 제반서비스를 이용하는 “회원” 및 “비회원”을 말합니다.
3. “회원”이라 함은 “회사”와 이용계약을 체결하고 “아이디(ID)”를 부여받은 “이용자”로서 “회사”가 제공하는 “콘텐츠” 및 제반서비스를 이용할 수 있는 자를 말합니다.
4. “비회원”이라 함은 “회원”이 아니면서 “회사”가 제공하는 “콘텐츠” 및 제반서비스를 이용하는 자를 말합니다.
5. “콘텐츠”라 함은 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지·영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 정보나 자료를 말합니다.
6. “아이디(ID)”라 함은 “회원”의 식별과 “콘텐츠” 및 제반서비스의 이용을 위하여 “회원”이 정하고, “회사”가 승인하는 문자 또는 숫자의 조합을 말합니다.
7. “비밀번호(PASSWORD)”라 함은 “회원”임을 확인하고, 비밀번호를 위해 “회원”에게 부여된 “아이디”와 일치되는 “회원” 자신이 정한 문자 또는 숫자의 조합을 말합니다.
8. “유상포인트”라 함은 “콘텐츠” 또는 제반서비스를 이용 또는 구매함에 있어 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 게시합니다. 이 경우 제3조 제2항을 준용합니다.
- ② “회사”는 “이용자”가 동의하기 전에 약관에 정하여져 있는 내용 중 회원자격의 제한 및 상실, 청약철회, 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 초기화면에 그 적용일자 7일(“이용자”에게 불리한 변경 또는 중대한 사항의 변경은 30일) 이전부터 적용일자 이후 상당한 기간동안 공지하고, 기존 “회원”에게는 변경될 약관, 적용일자 및 변경사유(중요내용에 대한 변경인 경우 이에 대한 설명을 포함)를 이메일 또는 문자메시지로 발송합니다.
- ③ “이용자”가 변경약관의 적용을 거절한 경우 “회사”는 변경 전 약관에 따른 서비스 제공이 기술적, 영업적으로 가능한 때에 변경 전 약관에 따라 서비스를 제공합니다. 다만, 변경전 약관에 따라 서비스를 제공하는 것이 기술적, 영업적으로 곤란한 경우 “회사”는 “이용자”의 손해를 배상하고, 콘텐츠 이용계약을 해지할 수 있습니다.

제6조 [약관의 해석]

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

제2장 회원가입과 탈퇴 및 개인정보보호 등

제7조 [회원가입]

- ① 회원가입은 “이용자”가 이 약관에 대하여 동의를 하고, 회원가입신청을 한 후 “회사”가 이 신청에 대하여 승낙함으로써 이루어집니다.
- ② “이용자”는 회원가입신청서에 다음 사항을 기재해야 합니다. 제1호부터 제3호까지의 사항은 필수 사항이며, 그 외의 사항은 선택사항입니다.
 1. “이용자”의 성명
 2. “아이디”와 “비밀번호”
 3. 이메일 주소

4. 기타 “회사”가 필요하다고 인정하는 사항
- ③ “회사”는 “이용자”의 회원가입신청시 주민등록번호를 제외한 다음 각호의 어느 하나의 방법에 따라 본인 여부를 확인합니다.
 1. 공인인증서
 2. I-Pin
 3. 휴대폰인증
 4. 신용카드번호
 5. 기타 본인 여부를 확인할 수 있는 방법
- ④ “회사”는 제1항부터 제3항까지의 “이용자”의 회원가입신청에 대하여 승낙함을 원칙으로 합니다. 다만, “회사”는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 있는 경우 “이용자”의 회원가입신청에 대하여 거절할 수 있습니다.
 1. 가입신청자가 이 약관에서 금지하고 있는 행위를 하여 회원자격을 상실한 적이 있는 경우
 2. 실명이 아니거나 타인의 명의를 이용한 경우
 3. 허위의 정보를 기재하거나, 제2항 제1호부터 제3호까지의 사항을 기재하지 않은 경우
 4. “이용자”의 고의 또는 과실로 인하여 승낙이 불가능하거나 기타 회사의 규정을 위반하여 신청한 경우
 5. 법령에서 “콘텐츠”이용등급을 정하고 있고, 이용가능연령에 달하지 않은 “이용자”가 이용신청을 한 경우
- ⑤ “회사”는 서비스 관련 설비의 여유가 없거나 기술상 또는 업무상 문제가 있는 경우에는 가입신청의 승낙을 유보하거나 거절할 수 있습니다.
- ⑥ 제4항 또는 제5항에 따라 회원가입 신청에 대하여 유보하거나 거절한 경우 “회사”는 이를 신청자에게 즉시 알려야 합니다. 다만, “회사”가 고의 또는 과실없이 신청자에게 통지할 수 없는 경우에는 그러하지 않습니다.
- ⑦ 회원가입계약은 “회사”의 승낙이 “이용자”에게 도달한 시점에 성립합니다.

제8조 [만 14세 미만 이용자의 회원가입 등에 관한 특칙]

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

제9조 [회원정보의 변경]

- ① “회원”은 개인정보관리화면을 통하여 언제든지 자신의 개인정보를 열람하고, 수정할 수 있습니다.
- ② “회원”은 회원가입 신청시 기재한 사항이 변경되었을 경우 직접 수정하거나 이메일, 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 이용하도록 하여서는 안 됩니다.
- ② “회원”은 “아이디” 및 “비밀번호”가 도용되거나 제3자에 의해 사용되고 있음을 안 경우에는 이를 즉시 “회사”에 통지하고, “회사”의 안내에 따라야 합니다.
- ③ 제2항의 경우에 해당 “회원”이 “회사”에 그 사실을 통지하지 않거나, 통지한 경우에도 “회사”의 안내에 따르지 않아 발생한 불이익에 대하여 “회사”는 책임을 지지 않습니다.

제11조 [“회원”에 대한 통지]

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

제12조 [회원탈퇴 및 자격 상실 등]

- ① “회원”은 “회사”에 언제든지 탈퇴를 요청할 수 있으며, “회사”는 즉시 회원탈퇴를 처리합니다.
- ② “회원”이 다음 각 호의 사유에 해당하는 경우, “회사”는 회원자격을 일시적으로 제한 또는 정지시킬 수 있습니다. 이 경우 “회사”는 “이용자”에게 해당 사유를 통지합니다.
 - 1. “회원”가입 또는 “콘텐츠”이용 신청 또는 변경시 허위내용의 기재
 - 2. 타인의 개인정보도용
 - 3. “회사” 또는 제3자가 게시한 정보의 변경
 - 4. “회사”가 금지한 정보(컴퓨터 프로그램 등)의 사용, 송신 또는 게시
 - 5. “회사” 또는 제3자의 저작권 등 지식재산권에 대한 침해
 - 6. “회사” 또는 제3자의 명예를 손상시키거나 업무를 방해하는 행위
 - 7. 외설 또는 폭력적인 말이나 글, 화상, 음향, 기타 공서양속에 반하는 정보를 “회사”의 사이트에 공개 또는 게시하는 행위
 - 8. 회사의 기술적 보호조치를 회피 혹은 무력화하는 행위
 - 9. 제21조 제3항에 따라 대금을 지급하지 않은 행위
 - 10. 기타 관계 법령에서 금지하는 행위 또는 공서양속에 반하는 행위
- ③ “회원”자격이 제한 또는 정지되었던 “회원”이 제2항 각호에서 금지한 행위를 반복하거나 그 “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 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 이용자에게 통지합니다.
1. 개인정보의 수집 · 이용목적
 2. 수집하는 개인정보의 항목
 3. 개인정보의 보유 및 이용기간
 4. 개인정보취급방침
 5. 개인정보관리책임자의 신원(소속, 성명 및 전화번호 기타 연락처)
- ③ “회사”는 “이용자”의 개인정보를 제3자에게 제공할 경우 다음 각 호의 사항을 “이용자”에게 알리고 동의를 받습니다. 다음 각 호의 어느 하나의 사항을 변경하려는 경우에도 “이용자”의 동의를 받습니다.
1. 개인정보를 제공받는 자의 신원[성명(법인인 경우 대표자의 성명을 포함), 주소, 전화번호 등]
 2. 제공받는 자의 개인정보 이용목적
 3. 제공하는 개인정보의 항목
 4. 개인정보를 제공받는 자의 개인정보 보유 및 이용기간
- ④ “회사”는 “이용자”가 이용신청 등에서 제공한 정보와 제1항에 의하여 수집한 정보를 당해 “이용자”의 동의 없이 목적 외로 이용하거나 제3자에게 제공할 수 없으며, 이를 위반한 경우에 모든 책임은 “회사”가 집니다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그러하지 않습니다.
1. 통계작성, 학술연구 또는 시장조사를 위하여 필요한 경우로서 특정 개인을 식별할 수 없는 형태로 제공하는 경우
 2. “콘텐츠” 이용에 관한 계약을 이행하기 위하여 필요한 개인정보로서 경제적 · 기술적인 사유로 통상적인 동의를 받는 것이 명확하게 곤란한 경우
 3. “콘텐츠” 제공에 따른 요금정산을 위하여 필요한 경우
 4. 도용방지를 위하여 본인확인에 필요한 경우
 5. 법령에 의한 경우
- ⑤ “이용자”는 언제든지 제1항 또는 제3항의 동의를 철회할 수 있습니다.
- ⑥ “이용자”는 언제든지 “회사”가 가지고 있는 자신에 관한 개인정보, “회사”가 자신의 개인정보를 이용하거나 제3자에게 제공한 현황, “회사”에게 개인정보 수집 · 이용 · 제공 등의 동의를 한 현황에 대한 열람이나 제공을 요구할 수 있고 오류가 있는 경우에는 그 정정을 요구할 수 있습니다. “회사”는 “이용자”로부터 오류의 정정을 요구받으면 지체없이 그 오류를 정정하거나 정정하지 못하는 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
 7. “콘텐츠”의 이용기간
 8. “콘텐츠”의 가격(가격이 결정되어 있지 아니한 경우에는 그 결정의 구체적인 방법), 지급방법 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·대금이 5만원 이하인 경우 또는 분할하여 “콘텐츠”를 제공하는 경우를 제외하고, “이용자”가 “콘텐츠

- 츠”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 이용신청

과 동시에 대금을 지급합니다.

제22조 [과오금]

- ① “회사”는 과오금이 발생한 경우 이용대금의 결제와 동일한 방법으로 과오금 전액을 환급합니다. 다만, 동일한 방법으로 환급이 불가능할 때는 이를 사전에 고지하고, “이용자”의 선택에 따라 과오금을 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, 게시판에 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” 이용조건 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 저작권 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 제1호의 기간 이내에 청약철회를 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 청약철회권의 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 “회

사"에 회복할 수 없는 중대한 피해가 예상되는 경우로서 사전에 당해 거래에 대하여 별도로 그 사실을 고지하고 "이용자"의 서면(전자문서를 포함한다)에 의한 동의를 얻은 경우

- ③ 제1항 및 제2항에도 불구하고 "이용자"는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 있을 때에는 당해 "콘텐츠"를 이용할 수 있는 날로부터 3월 이내 또는 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내에 "콘텐츠" 이용계약에 대한 청약을 철회할 수 있습니다.
 - 1. 표시·광고된 내용과 다른 "콘텐츠"가 제공된 경우
 - 2. 계약내용과 다르게 이행된 경우
- ④ "이용자"는 제1항 또는 제3항의 규정에 의한 청약의 철회를 전화, 문자메시지, 이메일, 팩스 등으로 할 수 있습니다.
- ⑤ "이용자"가 제1항 또는 제3항의 규정에 의한 청약철회권을 서면(전자문서 포함)으로 행사하는 경우 그 의사표시가 기재된 서면을 발송한 날에 그 효력이 발생합니다.
- ⑥ "회사"는 청약철회의 의사표시를 수신한 후 지체 없이 이의 수신사실을 "이용자"에게 회신합니다.

제31조 [청약철회의 효과]

- ① 제30조 제1항 또는 제3항에 따라 청약을 철회한 "이용자"는 "회사"로부터 제공받은 "콘텐츠"를 반환하며, 디지털"콘텐츠"와 같이 반환하더라도 동일한 "콘텐츠"가 "이용자"에게 남아있는 경우에는 이를 삭제합니다.
- ② "콘텐츠"의 반환에 따른 비용은 제30조 제1항의 청약철회의 경우 "이용자"가 부담하며, 제30조 제3항의 청약철회의 경우 "회사"가 부담합니다.
- ③ "회사"는 "콘텐츠"를 반환받은 날로부터 3영업일 이내에 대금의 결제와 동일한 방법으로 대금을 환급하며, 동일한 방법으로 환급이 불가능할 때에는 이용자가 원하는 방법으로 환급합니다. 다만, 다운로드한 온라인 "콘텐츠" 또는 스트리밍 방식의 온라인 "콘텐츠"의 경우 "회사"는 "이용자"의 청약철회의 의사표시를 받은 날로부터 3영업일 이내에 대금을 환급합니다.
- ④ "회사"가 "이용자"에게 대금의 환급을 지연한 때에는 그 지연기간에 대하여 연 20%의 지연이자율을 곱하여 산정한 지연이자(이하 "지연배상금"이라고 한다)를 지급합니다.
- ⑤ "회사"가 제3항에 따라 환급할 경우에 "이용자"가 "콘텐츠"의 이용으로부터 얻은 이익에 해당하는 금액을 공제하고 환급할 수 있습니다.
- ⑥ "회사"는 제3항 또는 제5항에 따라 대금을 환급함에 있어서 "이용자"가 신용카드 등의 결제수단으로 콘텐츠의 대금을 지급한 때에는 지체 없이 당해 결제수단을 제공한 신용카드사 등으로 하여금 그 대금의 청구를 정지 또는 취소하도록 요청합니다.
- ⑦ "회사"가 이미 신용카드사 등으로부터 대금을 지급받은 경우 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 있

습니다.

1. “콘텐츠”가 제공시기까지 제공되지 않은 경우
 2. 하자있는 “콘텐츠”의 제공으로 인하여 “이용자”가 이용목적을 달성할 수 없는 경우
 3. 1개월 동안 콘텐츠의 이용 중지·장애발생 누적시간이 72시간을 초과한 경우
 4. 제5조 제6항에 따라 변경약관을 거절하거나 동의한 것으로 간주되는 경우
 5. 제26조 제2항에 따라 “콘텐츠” 이용조건 등의 변경사유 등을 게시하지 않거나 제26조 제3항에 따라 “이용자”가 거절한 경우
- ② “콘텐츠” 이용계약기간이 1개월 이상이며, “이용자”가 「방문판매 등에 관한 법률」 제2조 제10호에 해당하는 소비자인 경우 “이용자”는 언제든지 “콘텐츠” 이용계약을 해지할 수 있습니다.
- ③ “이용자”가 제1항 제1호 또는 제2호의 사유로 “콘텐츠” 이용계약을 해제 또는 해지하기 위하여는 상당한 기간을 정하여 “회사”에 대하여 “콘텐츠”의 이용을 가능하게 하거나 하자없는 “콘텐츠”를 제공할 것을 요구하여야 합니다. 다만, “이용자”가 당해 제공시기에 “콘텐츠”를 제공받지 아니하면 그 계약의 목적을 달성할 수 없는 경우 또는 “회사”가 사전에 “콘텐츠”를 제공하지 않을 것을 명시한 경우에는 그러하지 않습니다.

제33조 [“이용자”의 계약해제·해지의 효과]

- ① “이용자”가 제32조 제1항 또는 제3항에 따라 “콘텐츠” 이용계약을 해제한 경우 “이용자”는 반환이 가능한 “콘텐츠”를 반환하며, “회사”는 “이용자”에게 대금을 환급합니다. 다만, “이용자”가 “콘텐츠”를 이용한 경우 이용기간 동안의 이용요금을 공제한 나머지 금액을 환급하며, “회사”는 “이용자”로부터 대금을 받은 날로부터 이자를 더하여 반환합니다.
- ② “이용자”가 제32조 제1항 또는 제3항에 따라 “콘텐츠” 이용계약을 해지한 경우 “회사”는 “이용자”의 미사용기간 또는 미사용회수에 상응하는 대금을 “이용자”에게 환급합니다.
- ③ “이용자”가 제32조 제1항 또는 제3항에 따라 “콘텐츠” 이용계약을 해제 또는 해지한 경우 “회사”에 대하여 손해배상을 청구할 수 있습니다. 다만, “회사”가 고의 또는 과실 없음을 증명한 경우에는 그러하지 않습니다.
- ④ “이용자”가 제32조 제2항에 따라 “콘텐츠” 이용계약을 해지한 경우 “회사”는 전체 이용대금의 10%의 범위 내에서 “이용자”와 합의한 손해배상금과 해지시까지의 이용료를 제외한 나머지 금액을 환급합니다(“회사”의 책임있는 사유로 인하여 콘텐츠 이용계약을 해지한 경우 “회사”가 “이용자”에게 환급하여야 할 금액은 전체대금에서 기 이용일수 또는 이용회차에 해당하는 금액을 공제한 잔여대금과 그 잔여대금의 10%이내의 손해배상금을 더한 금액으로 합니다).
- ⑤ 제1항부터 제4항까지에서 정하는 사항 이외에는 「콘텐츠이용자보호지침」에 따라 처리합니다.

제34조 [회사의 계약해제·해지 및 이용제한]

- ① “회사”는 “이용자”가 제12조 제2항 각호에서 정한 행위를 하였을 경우 사전통지 후 기간을 정하여 “콘텐츠”의 이용을 제한할 수 있습니다.
- ② “회사”는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 “콘텐츠” 이용계약을 해제 또는 해지할 수 있습니다.
 1. 제1항에 따라 “콘텐츠”의 이용이 제한되었던 “이용자”가 제12조 제2항 각호에서 정한 행위를 한 경우. 다만, 이용제한이 된 시점이 6월을 경과한 경우에는 그러하지 않습니다.
 2. “회사”가 제12조 제2항 각호에서 정한 행위를 한 “이용자”에게 시정을 요구하였음에도 불구하고, 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 반환하되 “이용자”의 사용에 따라 얻은 이익과 상계할 수 있습니다.
- ② “회사”가 제34조 제2항에 따라 “콘텐츠” 이용계약을 해지한 경우 “회사”는 “이용자”의 미사용기간 또는 미사용횟수에 상응하는 대금을 “이용자”에게 환급합니다.
- ③ “회사”가 제34조 제2항에 따라 “콘텐츠” 이용계약을 해제 또는 해지한 경우 “회사”는 “이용자”에게 손해배상을 청구할 수 있습니다. 다만, “이용자”가 고의 또는 과실 없음을 증명한 경우에는 그러하지 않습니다. 계약의 해지 또는 대금의 환급에 관하여 “이용자”의 책임이 있는지 여부, 계약이 체결된 사실 및 그 시기, 콘텐츠의 공급사실 및 그 시기에 관하여 다툼이 있는 경우 “회사”가 이를 입증하여야 합니다.
- ④ “회사”가 제3항에 따라 “이용자”에게 청구할 수 있는 손해배상금은 실제 발생한 손해액을 초과할 수 없습니다.
- ⑤ 제1항부터 제4항에서 정하는 사항 이외에는 「콘텐츠이용자보호지침」에 따라 처리합니다.

제5장 피해보상 및 분쟁해결

제36조 [“콘텐츠”의 하자 등에 의한 이용자의 손해에 대한 배상]

- ① “회사”는 “콘텐츠”의 하자, 이용중지 또는 장애 등에 의하여 발생한 “이용자”의 손해에 대하여 보상 또는 배상합니다.
- ② 제1항에 따른 손해배상 등의 방법 및 절차는 「콘텐츠이용자보호지침」에 따라 처리합니다.

제37조 [면책사유]

- ① “회사”는 천재지변 또는 이에 준하는 불가항력으로 인하여 “콘텐츠”를 제공할 수 없는 경우에 “이용자”에게 발생한 손해에 대하여 책임을 지지 않습니다.
- ② “회사”는 “이용자”의 책임있는 사유로 인한 “콘텐츠” 이용 장애에 대하여 책임을 지지 않습니다.
- ③ “회사”는 “이용자” 또는 제3자가 게시판에 게재한 정보, 자료, 사실의 신뢰도, 정확성 등의 내용에 대하여 책임을 지지 않습니다.
- ④ “회사”는 “이용자” 상호간 또는 “이용자”와 제3자 간에 “콘텐츠”를 매개로 하여 발생한 분쟁 등에 대하여 책임을 지지 않습니다.

제38조 [“유상포인트”]

- ① “회사”는 “유상포인트”에 관하여 다음 각 호에서 정한 사항을 “이용자”가 알기 쉽게 별도로 명시하고, 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 확인에 필요한 사항
 3. 남은 “유상포인트”의 환급에 관한 사항으로써 다음 각목에서 정하고 있는 사항
 - 가. 남은 “유상포인트”의 환급의 기준
 - 나. 남은 “유상포인트”의 환급시 공제할 수 있는 비용액
 - 다. 기타 남은 “유상포인트”의 환급에 필요한 사항
 4. “유상포인트”를 사용할 수 있는 사이트의 현황
 5. “유상포인트” 사용상 제한 및 주의사항
 6. 그 밖에 이용자가 “유상포인트”를 사용함에 있어서 필요하다고 인정되는 사항
- ② “회사”는 “유상포인트”의 적립요류 및 전부 또는 일부의 삭제 등에 대한 “회원”의 이의신청에 대하여 그 내용을 확인한 후 “회원”의 이의신청이 정당한 경우 지체없이 적립 또는 복구합니다.
- ③ “회사”는 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 제1항 제3호를 적용하지 아니하고, 남은 “유상포인트” 전부에 대하여 이용자에게 환급합니다.
 1. 천재지변 등의 사유로 “회사”가 30일 이상 “콘텐츠”를 제공하기 곤란하여 “이용자”가 “유상포인트”를 사용하지 못하게 된 경우
 2. “유상포인트”의 결함으로 “회사”가 “콘텐츠”를 제공하지 못하는 경우
 3. “이용자”가 제30조에 따라 청약을 철회한 경우
 4. “회사”의 이 약관 또는 관련법령에서 정한 의무를 이행하지 않아 “이용자”가 탈퇴하거나 제32조에 따라 “콘텐츠”이용계약을 해제 또는 해지한 경우. 다만, 제32조 제2항에 따라 “콘텐츠”이용계약을 해제 또는 해지한 경우에는 “유상포인트”의 환급에 소요되는 비용을 공제할 수 있습니다.
 5. “회사”는 경영상·기술상 이유로 “유상포인트” 서비스를 종료할 경우
- ④ “이용자”가 “유상포인트”에 대하여 환급을 요청한 경우 “회사”는 다음 각호에서 정하는 바에 따라 환급합니다.
 1. “이용자”가 “유상포인트”를 구입할 때 사용한 결제방법과 동일한 수단
 2. 제1호에서 정한 방법에 따라 환급이 불가능한 경우 이용자가 선택한 수단
- ⑤ “회사”는 경영상·기술상 이유로 “유상포인트” 서비스를 종료할 경우 종료일로부터 최소 30일 전까지 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 명시합니다.
 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.
- ② “회사”는 “이용자”가 제기한 의견 등이 정당하지 않음을 이유로 처리하지 않은 경우 이의 사유를 통보합니다.
- ③ 회사”와 “이용자” 사이에 분쟁이 발생한 경우 “회사” 또는 “이용자”는 「콘텐츠산업진흥법」 제 29조에서 정하고 있는 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있습니다.

제41조 [재판관할]

- ① “회사”와 “이용자”간의 “콘텐츠” 이용계약에 관한 소송은 제소 당시의 “이용자”의 주소에 의하고, 주소가 없는 경우 거소를 관할하는 지방법원의 전속관할로 합니다. 다만 제소 당시 “이용자”의 주소 또는 거소가 분명하지 아니한 경우에 “회사”와 “이용자”간의 “콘텐츠” 이용계약에 관한 소송에 관한 관할법원은 「민사소송법」에 따라 정합니다.
- ② 1항의 규정에도 불구하고 “이용자”는 콘텐츠계약에 관하여 “회사”를 상대로 000법원에 소를 제기할 수 있습니다.

[부록 5] 콘텐츠이용자보호지침준수 실태 조사표 가이드라인

※ 모든 항목에 대해 '준수'와 '미준수'로 평가

※ 모든 항목에 대해 약관에 '콘텐츠이용자보호지침을 준용'한다고 명시 되어 있으면 '준수'로 평가

대분류 (진흥법시행령)	배점 (100점 만점)	중분류 및 소분류 (항목별 배점) (보호지침)	비고 (관련 지침 조항)
1.과오납금의 환불방법 및 절차	15	1-1) 약관에 “과오금 환급 관련 내용” 명시 여부 (6)	제10조
		1-1-1) 약관에 “과오금 전액 환급” 명시 여부 (1)	제10조3항
		1-2) 약관에 “과오금 환급방법” 명시 여부 (6)	제10조2항
		1-2-1) 약관에 “대금결제와 동일한 방법으로 환급” 명시 여부 (1)	제10조2항
		1-2-2) 동일한 방법으로 과오금 환급 불가시 “이용자가 선택한 방법으로 환급” 명시 여부 (1)	제10조2항

평가 가이드라인

1. 1-1) 항목

○ 약관에 “과오금 환급 관련 내용” 이 명시되어 있는 경우 '준수'로 평가

1-1-1) 항목

○ 약관에 '전액 환급'이라 명시되어 있을 경우 '준수'로 평가

2. 1-2) 항목

○ 약관에 “과오금 환급방법” 이 명시되어 있는 경우 '준수'로 평가

1-2-1) 항목

○ 약관에 “과오금 환급방법” 으로 환급이라는 문구가 명시되어 있는 경우 준수로 평가

1-2-2) 항목

○ 약관에 “이용자가 선택한 방법으로 환급” 이라 명시되어 있는 경우 '준수'로 평가

* 예외적으로 동일한 방법으로 환급이 불가능할 때 이를 사전에 고지한다는 내용이 명시되어 있는 경우에도 준수로 평가

예시:

제20조 요금 등의 반환

① “회사”는 과오금이 발생한 경우 이용대금의 결제와 동일한 방법으로 과오금 전액을 환불하여야 합니다. 다만, 동일한 방법으로 환불이 불가능할 때는 이를 사전에 고지하고, 이용자가 선택한 방법으로 환급합니다.

*<예외인정>

제 27 조 (과오금)

① 회사는 과오금이 발생한 경우 이용대금의 결제와 동일한 방법으로 과오금 전액을 환급하여야 합니다. 다만, 동일한 방법으로 환급이 불가능할 때는 이를 사전에 고지합니다.

대분류 (진흥법시행령)	배점 (100점 만점)	중분류 및 소분류 (항목별 배점) (보호지침)	비고 (관련 지침 조항)
2.청약철회 및 콘텐츠 이용계약 해제, 해지의 방법과 그 효과	43	2-1) (청약철회 기간) 약관에 “계약서 교부일 또는 콘텐츠 공급일로부터 XX일 이내에 청약 철회 허용” 명시 여부 (6)	제12조
		2-1-1) 약관에 청약철회 가능기간을 “7일 이상”으로 명시 여부 (1)	제12조1항
		2-2) (청약철회 기간, 표시내용과 다른 경우) 약관에 “콘텐츠의 내용이 표시 및 광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회 가능” 명시 여부 (6)	제12조3항
		2-2-1) 이용자는 “구두 또는 서면으로 청약철회 할 수 있음” 명시 여부 (1)	제12조4항
		2-2-2) 약관에 “공급일로부터 3개월 이상” 또는 “인지한 날로부터 30일 이내” 명시 여부 (1)	제12조3항
		2-3) (청약철회 효과) 약관에 “청약철회시 콘텐츠 대금 환급” 명시 여부 (6)	제13조
		2-3-1) 약관에 환급기간을 “3영업일 이하”로 명시 여부 (1)	제13조3항
		2-3-2) 약관에 “사업자는 이용자에게 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않음” 명시 여부 (1)	제13조10항
		2-4) (이용계약 해제, 해지) 약관에 “이용자의 계약해제 및 해지권 부여” 명시 여부 (6)	제14조
		2-5) (계약해제 및 해지의 효과) 약관에 계약해제, 해지의 효과로 “사업자는 이용자에게 대금을 환급” 명시 여부 (6)	제16조, 17조, 19조
		2-5-1) 약관에 “이용자가 콘텐츠를 이용한 경우 이용기간 동안의 요금을 공제한 나머지 금액을 환급” 명시 여부 (1)	제16조1항, 2항
		2-6) (청약철회, 이용계약 해제 또는 해제방법) 약관에 “계약체결시 사용방법 외에 청약 철회, 계약해제/해지 수단 제공” 명시 여부 (6)	제21조
		2-6-1) 해당 청약철회 수단의 방법으로 약관에 “청약철회, 계약해제/해지를 위한 전화 번호, 이메일 및 팩스번호” 명시 여부 (1)	제21조1항
평가 가이드라인			
※ “청약철회, 계약해제/해지, 결제취소” 에 대하여 각각의 약관을 구분지어 명시하지 않은 경우 유사어로 생각하여 평가			
1. 2-1) 항목			
○ 약관에 “계약서 교부일 또는 콘텐츠 공급일로부터 XX일 이내에 청약철회 허용” 이라 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가			
2-1-1) 항목			
○ 약관에 청약철회 가능 기간을 “7일 이내” 라 명시되어 있을 경우에도 ‘준수’로 평가			
예시:			
제26조 (회원의 청약철회와 계약해제, 해지)			
③ “회원” 의 청약 철회의 경우 단순 구매의사 변경의 경우 콘텐츠를 공급받은 날로부터 7일 이내에 청약철회가 가능 합니다.			

평가 가이드라인

2. 2-2) 항목

- 약관에 “콘텐츠의 내용이 표시 및 광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우 청약철회 가능” 으로 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가

2-2-1) 항목

- 약관에 “구두 또는 서면으로 청약철회 할 수 있음” 이라는 내용이 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가

2-2-2) 항목

- 약관에 “공급일로부터 3개월 이상” 또는 “인지한 날로부터 30일 이내” 라고 기간이 명확히 명시되어 있는 경우에만 ‘준수’로 평가

예시:

제14조 유료서비스에 대한 청약철회 및 계약해제

③ 이용자는 서비스의 내용이 표시·광고 내용과 다르거나 계약 내용과 다르게 이행된 경우에는 당해 서비스를 공급받은 날로부터 3월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날로부터 30일 이내에 청약철회 등을 할 수 있습니다.

④ 이용자는 구두 또는 서면(전자문서를 포함)으로 청약철회 등을 할 수 있으며, 이용자는 청약철회 등을 서면으로 하는 경우, 그 의사표시가 기재된 서면을 발송한 날에 그 효력이 발생합니다.

3. 2-3) 항목

- 약관에 “청약철회시 콘텐츠 대금 환급” 이라고 명시되어 있는 경우에 ‘준수’로 평가
 - * 예외적으로 약관에 청약철회, 계약해제, 그리고 결제취소 등으로 인한 환급을 직접적으로 명시되지 아니한 경우에도 환급이 가능하다는 내용이 약관에 명시되어 있다면 ‘준수’로 평가

2-3-1) 항목

- 약관에 환급기간을 “3영업일 이하” 로 명시한 경우 ‘준수’로 평가

2-3-2) 항목

- 약관에 “사업자는 이용자에게 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상금을 청구하지 않음” 을 명시한 경우 ‘준수’로 평가

예시:

제14조 유료서비스에 대한 청약철회 및 계약해제

⑧ 회사는 서비스를 반환 받은 날부터(별도의 서비스 반환 등이 필요하지 않은 경우에는 청약철회 등의 의사표시를 수령한 날로부터) 3영업일 이내에 대금의 결제와 동일한 방법으로 이를 환급한다.

*<예외인정>

제 13 조 (유료서비스의 환불)

① 회원이 자신의 아이디를 통해 결제한 유료 서비스 및 충전한 팝콘 잔여액에 대한 환불을 요청하면 적법한 절차에 따라 7일 이내 환불 받을 수 있습니다. 단 수납확인이 필요한 결제수단의 경우에는 수납확인일로부터 영업일 7일 이내에 이를 환급하도록 합니다.

제 22 조 (회원의 청약철회)

⑨ 회사는 회원에게 청약철회를 이유로 위약금 또는 손해배상을 청구하지 않습니다.

평가 가이드라인

4. 2-4) 항목

- 약관에 “이용자의 계약해제 및 해지권 부여” 라는 내용이 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가
- 약관에 직접적으로 해지권을 부여한다는 내용이 명시되어 있지 않더라도 서비스 이용자 스스로 계약해제/해지가 가능 하다는 객관적 판단을 주는 내용이 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가

예시:

제18조 서비스의 해제·해지 및 청약철회

① 회원이 이용 계약을 해지하고자 할 때에는 언제든지 홈페이지 상의 회원 탈퇴 신청을 통해 이용계약 해지를 요청할 수 있습니다. 단, 신규가입 후 일정시간 이내에는 "서비스" 부정이용 방지 등의 사유로 즉시 탈퇴가 제한될 수 있습니다.

5. 2-5) 항목

- 약관에 계약해제, 해지의 효과로 “사업자는 이용자에게 대금을 환급” 한다는 내용이 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가

2-5-1) 항목

- 약관에 “이용자가 콘텐츠를 이용한 경우 이용기간 동안의 요금을 공제한 나머지 금액을 환급” 한다는 내용이 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가

예시:

제 29 조 (회사의 계약해제 · 해지의 효과)

① 회사가 제29조 제2항에 따라 콘텐츠 이용계약을 해제한 경우 회원은 반환이 가능한 콘텐츠를 반환하며, 회사는 회원에게 대금을 환급합니다. 다만, 회원이 콘텐츠를 이용한 경우 이용기간 동안의 이용요금을 공제한 나머지 금액을 환급합니다.

6. 2-6) 항목

- 약관 및 서비스 메뉴 등에서 약관에 “계약체결시 사용방법 외에 청약철회, 계약해제/해지 수단 제공”을 명시한 경우 ‘준수’로 평가

2-6-1) 항목

- 우선적으로 2-6) 항목이 ‘준수’로 평가된 경우에만 평가가능
- 약관 및 서비스 메뉴 등에서 해당 청약철회 수단의 방법으로 “청약철회, 계약해제/해지를 위한 전화번호, 이메일 및 팩스번호” 를 명시한 경우 ‘준수’로 평가

예시:

제18조 서비스의 해제·해지 및 청약철회

③ 회사는 회원이 원활하게 계약을 해지할 수 있도록 계약 체결 시 사용한 방법에 추가하여 계약 해지의 수단으로서 아래와 같은 방법을 제공합니다.

- 고객센터 전화 : XXXX-XXXX

- 고객센터 팩스 : XXX-XXX-XXXX

대분류 (진흥법시행령)	배점 (100점 만점)	중분류 및 소분류 (항목별 배점) (보호지침)	비고 (관련 지침 조항)
3.콘텐츠 결합 등에 따른 이용자 피해보상의 기준, 범위, 방법 및 절차	8	3-1) (피해보상 기준, 범위 및 방법, '다운로드 방식') 약관에 “다운로드 콘텐츠의 하자 등에 의해 발생한 이용자의 손해에 대해 보상 또는 배상” 명시 여부 (6)	제23조
		3-1-1) 콘텐츠의 정상적인 이용에 중대한 하자가 있을 경우 약관에 “24시간 내에 완전한 온라인콘텐츠를 다시 공급하며, 불가능한 경우 이용자가 지급한 대금에 손해배상액을 더해 지급” 명시 여부 (1)	제23조1항
		3-1-2) 약관에 완전한 콘텐츠 재공급 시간 “24시간 이내”로 명시 여부 (1)	제23조1항, 2항
		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 (6)	제22조
		3-2-1) (사전미고지) 1개월 내 서비스 중지 및 장애발생 누적시간이 72시간을 초과한 경우 사업자는 미이용기간을 포함, “잔여기간에 대한 이용료 환급 및 손해배상 실시 한다”는 내용 명시 여부 (1)	제22조1항 1호
		3-2-2) (사전고지) 1개월 기준으로 서비스 중지 및 장애시간이 10시간을 초과하지 않는 경우(24시간~34시간) 약관에 “사업자는 중지 및 장애시간에 해당되는 시간(이상)을 무료로 연장” 명시 여부 (1)	제22조2항 2호
평가 가이드라인			
<p>※ 평가 대상인 모든 이용약관은 ‘3-1항(다운로드 방식)’ 과 ‘3-2항(스트리밍 방식)’ 둘 중 하나에 해당되는 것으로 판단하여 평가</p> <p>※ ‘다운로드 방식’인지 ‘스트리밍 방식’인지 명확치 않은 업체의 경우 “통상적 분류” 에 따름</p> <p>※ 약관에 보상에 대해 직접적 언급이 없을지라도 사업체가 결합에 따른 책임을 인정하고 보상하려 한다면 3-1)항 혹은, 3-2)항은 ‘준수’로 평가</p> <p>1. 3-1) 항목</p> <p>○ 약관에 “다운로드 콘텐츠의 하자 등에 의해 발생한 이용자의 손해에 대해 보상 또는 배상” 한다는 내용이 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가</p> <p>3-1-1) 항목</p> <p>○ 콘텐츠의 정상적인 이용에 중대한 하자가 있을 경우 약관에 “24시간 내에 완전한 온라인콘텐츠를 다시 공급하며, 불가능한 경우 이용자가 지급한 대금에 손해배상액을 더해 지급” 한다는 내용이 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가</p> <p>3-1-2) 항목</p> <p>○ 약관에 완전한 콘텐츠 재공급 시간 “24시간 이내”로 명시한 경우 ‘준수’로 평가</p> <div>예시: 제 13 조 (서비스의 중지 및 책임) 3. 회사의 귀책사유로 이용 장애를 유발하는 하자가 있는 경우, 회사는 완전한 서비스를 다시 제공하여야 하며, 24시간 내에 완전한 서비스를 제공하지 못하는 경우, 이에 상응하는 이용대금을 지급하여야 합니다. 그러나 회원의 고의 또는 과실로 인한 장애인 경우에는 제외합니다.</div>			

평가 가이드라인

2. 3-2) 항목

- 약관에 “스트리밍 콘텐츠의 이용중지 또는 장애에 의해 발생한 이용자의 손해에 대해 보상 또는 배상” 한다는 내용이 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가

3-2-1) 항목

- 약관에 (사전미고지) 1개월 내 서비스 중지 및 장애발생 누적시간이 72시간을 초과한 경우 사업자는 미이용기간을 포함, “잔여기간에 대한 이용료 환급 및 손해배상 실시한다”는 내용이 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가

3-2-2) 항목

- 약관에 (사전고지) 1개월 기준으로 서비스 중지 및 장애시간이 10시간을 초과하지 않는 경우(24시간 ~34시간) 약관에 “사업자는 중지 및 장애시간에 해당되는 시간(이상)을 무료로 연장” 한다는 내용이 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가

예시:

제 13조 [서비스 제공의 중지 및 제한]

③ “회사”의 귀책사유로 “서비스” 제공이 중지, 그 이용에 장애가 발생했으나 이를 사전 고지 했을 경우, 1개월 기준으로 서비스 중지 및 장애 시간이 10시간을 초과하지 않을 때에는(24시간 이상 ~ 34시간 미만) “회사”의 규정에 따라 이용이 중지되거나 장애가 발생한 시간만큼 이용 기간을 무료로 연장합니다. 만약 사전 미고지 했을 경우 1개월 내 서비스 중지 및 장애발생 누적시간이 72시간을 초과할 때에는 잔여기간에 대해 “회사”의 규정에 따라 이용료 환급 및 손해배상을 실시합니다. 다만, 천재지변 또는 이에 준하는 불가항력으로 인하여 “서비스” 제공이 중지되거나 그 이용에 장애가 발생하는 경우에는 예외로 합니다.

대분류 (진흥법시행령)	배점 (100점 만점)	중분류 및 소분류 (항목별 배점) (보호지침)	비고 (관련 지침 조항)
4.분쟁해결 방법 및 절차	12	4-1) 약관에 “분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 관련 사항” 명시 여부 (6)	제27조
		4-2) 약관 및 서비스 메뉴 등에서 사업자는 “콘텐츠계약에서 발생하는 이용자의 불만 또는 피해구제요청을 적절하게 처리할 수 있도록 필요한 인력 및 체계(서비스)를 구비” 했음을 명시 여부 (6)	제20조2항

평가 가이드라인

1. 4-1) 항목

- 약관에 “분쟁조정기관에 의한 분쟁 조정 관련 사항” 이 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가
 * 예외적으로 관할법원에 제소가 가능하다고 명시되어 있어도 ‘준수’로 평가

예시:

제30조 [분쟁의 해결]

③ “회사”와 “이용자” 사이에 분쟁이 발생한 경우 “회사” 또는 “이용자”는 [콘텐츠산업진흥법] 제 29조에서 정하고 있는 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있습니다.

*<예외인정>

제25조 관할법원 및 준거법

① “서비스”와 관련하여 분쟁이 발생한 경우, 제소 당시의 “이용자”의 주소에 의하고, 주소가 없는 경우 거소를 관할하는 지방법원의 전속관할로 합니다.

2. 4-2) 항목

- 약관에 사업자가 “콘텐츠계약에서 발생하는 이용자의 불만 또는 피해구제요청을 적절하게 처리할 수 있도록 필요한 인력 및 체계(서비스)를 구비” 했음을 명시되어 있는 경우 ‘준수’로 평가
 * 예외적으로 이용고객으로부터 제기되는 의견이나 불만이 정당하다고 인정할 경우에 이를 처리한다는 내용이 명시되어 있다면 ‘준수’로 평가

예시:

제 33 조 (분쟁의 해결)

① 회사는 회원이 제기하는 의견이나 불만에 대하여 적절하고 신속하게 처리하기 위하여 피해 보상 처리 기구인 고객센터를 설치 운영하고 그 결과를 통지합니다. 다만, 신속한 처리가 곤란한 경우에 회사는 회원에게 그 사유와 처리일정을 통보합니다.

*<예외인정>

제11조 회사의 의무

① “회사”는 이용고객으로부터 제기되는 의견이나 불만이 정당하다고 인정할 경우에는 즉시 처리하여야 합니다. 다만, 즉시 처리가 곤란한 경우에는 이용고객에게 그 사유와 처리일정을 전자우편등으로 통보하여야 합니다.

대분류 (진흥법시행령)	배점 (100점 만점)	중분류 및 소분류 (항목별 배점) (보호지침)	비고 (관련 지침 조항)
5.그 밖에 콘텐츠를 거래할 때 이용자 보호를 위해 필요한 사항	22	5-1) (계약체결전 정보제공) 약관 및 서비스 메뉴 등에서 “사업자 및 콘텐츠에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시, 광고 또는 고지” 했는지 여부 (6)	제7조
		5-1-1) 약관 및 서비스 메뉴 등에서 “콘텐츠 이용제한 등급” 명시 여부 (1)	제7조1항 3호
		5-1-2) 약관 및 서비스 메뉴 등에서 “전자매체로 공급 가능한 콘텐츠의 전송, 설치 등과 관련하여 요구되는 기술적 사항” 명시 여부 (1)	제7조2항 6호
		5-2) (미성년자 법정대리인 동의) 약관에 “미성년자인 경우 법정대리인 동의를 얻지 못한 경우 본인이나 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있음” 명시 여부 (6)	제7조2항 12호
		5-3) (약관변경의 통지) 약관에 “약관 변경시 변경통지” 명시 여부 (6)	제6조
		5-3-1) 약관 변경전 공지기간을 “최소 7일전”으로 명시했는지 여부 (1)	제6조1항
		5-3-2) 약관에 “변경약관 적용에 대해 이용자 동의여부 확인” 명시 여부 (1)	제6조2항
평가 가이드라인			
1. 5-1) 항목 ○ 약관 및 서비스 메뉴 등에서 “사업자 및 콘텐츠에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시, 광고 또는 고지”에 관한 의미를 넓게 해석하여 사업자가 제공하는 서비스가 무엇인지를 객관적으로 알 수 있게 명시한 경우 ‘준수’로 평가 5-1-1) 항목 ○ 약관 및 서비스 메뉴 등에서 “콘텐츠 이용제한 등급”에 관한 의미를 넓게 해석하여 직접적인 언급 없이도 콘텐츠별로 이용제한 등급(연령 별, 등급 별)을 나누어 서비스를 제공하는 경우에도 ‘준수’로 평가 5-1-2) 항목 ○ 약관 및 서비스 메뉴 등에서 “전자매체로 공급 가능한 콘텐츠의 전송, 설치 등과 관련하여 요구되는 기술적 사항”을 명시한 경우에만 ‘준수’로 평가			
<div>예시: 제12조 ["콘텐츠"의 내용 등의 게시] ① "회사"는 다음 사항을 해당 "콘텐츠"의 이용초기화면이나 그 포장에 "이용자"가 알기 쉽게 표시합니다. 1. "콘텐츠"의 명칭 또는 제호 2. "콘텐츠"의 제작 및 표시 연월일 3. "콘텐츠" 제작자의 성명(법인인 경우에는 법인의 명칭), 주소, 전화번호 4. "콘텐츠"의 내용, 등급, 이용방법, 이용료 기타 이용조건 제12조 ["콘텐츠"의 내용 등의 게시] ③ "회사"는 "회원"에 대하여 "영화 및 비디오물의 진흥법에 관한 법률" 및 "청소년보호법"등에 따른 등급 및 연령 준수를 위해 이용제한이나 등급별 제한을 할 수 있습니다. 제23조 (전자 매체로 공급 가능한 콘텐츠의 전송, 설치 등과 관련하여 요구되는 기술적 사항) 1. 1GHz 이상의 32비트(x86) 또는64비트(x64) 프로세서 2. Windows xp, Windows Vista, Windows7, Windows8, windows10 32bit/64bit 3. Internet Explorer 7 버전 이상 또는Chrome, FireFox, Safari등의 브라우저</div>			

평가 가이드라인

2. 5-2) 항목

- 약관에 “미성년자인 경우 법정대리인 동의를 얻지 못한 경우 본인이나 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있음” 을 명시한 경우 뿐 아니라 개인정보처리방침, 청소년보호정책 등 서비스메뉴에 명시한 경우도 ‘준수’로 평가

예시:

제 5 조 [미성년자 이용계약에 관한 특칙]

회사는 만 20세 미만의 미성년이용자가 유료서비스를 이용하고자 하는 경우에 부모 등 법정 대리인의 동의를 얻거나, 계약체결 후 추인을 얻지 않으면 미성년자 본인 또는 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있다는 내용을 계약체결 전에 고지하는 조치를 취합니다.

3. 5-3) 항목

- 약관에 “약관 변경시 변경통지” 를 명시한 경우 ‘준수’로 평가

5-3-1) 항목

- 약관 변경 전 공지기간을 “최소 7일전” 으로 명시한 경우 ‘준수’로 평가

5-3-2) 항목

- 약관에 “변경약관 적용에 대해 이용자 동의여부 확인” 을 명시한 경우 ‘준수’로 평가
 - * 예외적으로 직접적으로 동의를 구하지 않더라도 변경약관에 대해 명확히 공지를 하였음에도 개정 적용 일까지 서비스 이용자가 거부의를 표시하지 않고, 서비스를 이용하는 경우에 동의 하는 것으로 간주한다고 명시되어 있어도 ‘준수’로 평가

예시:

제 3 조 (약관의 명시, 효력 및 개정)

③ "회사"가 본 약관을 개정할 경우에는 개정된 내용, 개정약관의 적용일자 및 개정사유를 명시하여 현행 약관과 함께 개정 약관의 적용일자 15일 전부터 적용일 전일까지 해당 "서비스" 화면에 공지하고, 개정 내용이 "회원"에게 불리한 경우에는 개정약관 적용일자 30일 전부터 "서비스" 화면에 공지하겠습니다.

*<예외인정>

제5조 [약관의 개정 등]

② "회사"가 약관을 개정할 경우에는 적용일자 및 개정사유를 명시하여 현행약관과 함께 서비스 초기화면에 그 적용일자 30일 이전부터 적용일자 전일까지 공지하고, 기존회원에게는 개정약관을 전자우편주소로 발송하며, 개정 약관의 적용일자 이후에도 서비스를 이용하는 이용자의 경우 해당 개정약관에 동의하는 것으로 간주합니다.

2018 콘텐츠이용자보호지침 준수 실태조사

집필진

한국콘텐츠진흥원

감수 정진규 (한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회 사무국장)
연구진행 박성희 (한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회 과장)
성지윤 (한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회 대리/변호사)
변미영 (한국콘텐츠진흥원 대외협력실 차장)
전보교 (한국콘텐츠진흥원 혁신소통팀 주임)

연구수행기관

연구분석 김숙 ((주)한국씨앤알 대표)
윤국원 ((주)한국씨앤알 이사)
김완중 ((주)한국씨앤알 연구원)
실태조사 이석미 ((주)한국씨앤알 차장)

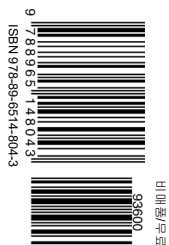
발행인 김영준
발행일 2019년 2월 15일
발행처 한국콘텐츠진흥원
전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)
전화 1566-1114 / 팩스 (061) 900-6015
www.kocca.kr

비매품

본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식/연구보고서>에 게재되는 보고서로 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀 주시기 바랍니다.

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

콘텐츠분쟁조정위원회 “콘텐츠분쟁상담 1588-2594 www.kcdrc.kr”



누구나
콘텐츠로 일상을
풍요롭게

