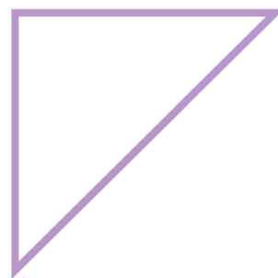


2024 글로벌 게임 정책·법제 연구

A Study on global game policies and laws

20

24



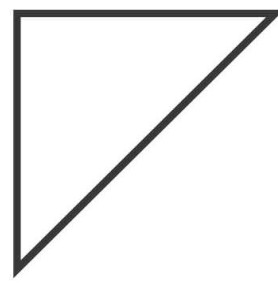
2024 글로벌 게임 정책·법제 연구

A Study on global game policies and laws

20

24

— KOCOA 24-16



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

본 연구는 한국콘텐츠진흥원과 (사)한국게임산업협회가 협업, 공동 발주한 연구입니다.

2024 글로벌 게임 정책·법제 연구

요약문

요약문

K-게임은 수출 비중이 매우 높은 편이다. 게임 수출액은 2022년을 기준으로 우리나라 전체 콘텐츠 수출액 중 67.4%를 차지한다.

게임은 캐릭터, 배경화면, 음악, 영상, 컴퓨터 프로그램 등 각 구성요소가 유기적으로 결합된 작품이다. 게임을 서비스하는 과정에서 결제 및 환불, 약관, 미성년자 보호, 개인정보 보호 등 다양한 법률 쟁점을 만나게 된다. 나라별로 법률이나 규제 환경에 차이가 있을 수 있고, 게임과 관련된 규제나 법률은 기술 발전 등에 따라 계속 변경되므로 각국의 법률, 정책, 규제 환경에 대하여 면밀하게 확인할 필요가 있다.

이 보고서에서는 싱가포르, 대만, 브라질, 오스트레일리아(호주), 인도 등 5개국에서 게임 서비스를 할 때 주의해야 할 관련 규제, 법령을 정리하였다.

조사 결과, 싱가포르는 게임 산업을 규제하고 성장을 촉진하는 역할을 하는 정부 기관으로 정보통신미디어개발청(IMDA)을 두고 있었고, 브라질도 연방 정부 문화부가 게임 산업에 대한 규제와 감독을 담당하는 것으로 확인되었다. 대만과 호주, 인도의 경우 게임 산업을 전담하는 정부 기관은 없지만 소비자 분쟁, 공정거래 등 관련 분야별 담당 기관이 게임 관련 문제를 관리하고 있었다.

구분	대만	싱가포르	브라질	호주	인도
게임산업 전담 정부기관 유무	X	O	O	X	X

해외사업자가 게임 사업을 영위하려면 대만과 호주의 경우 현지 법인 또는 지사를 설립할 의무가 있다는 사실이 확인되었다. 다만 중국의 판호에 해당하는 허가를 받아야 하는 나라는 없었고 게임 서비스를 위하여 현지에 대리인을 지정할 의무, 해당 국가에 서버를 설치할 의무를 규정한 나라도 없었다.

등급분류와 관련하여, 싱가포르는 물리적 매체에 저장되어 배포되는 게임물에 대하여 등급분류를 받을 의무가 있고, 대만은 사업자가 자체적으로 등급을 분류하여 담당 기관의 데이터베이

스에 등록을 하는 방식으로 제도가 운영되고 있다. 브라질과 호주도 게임을 서비스하기 전에 등급분류를 받아야 할 의무가 있다. 조사 대상 국가들과 국내의 등급분류 관련 규제를 비교하면 아래 표와 같다.

	등급분류 불필요	등급분류 필요
대상 국가	<ul style="list-style-type: none"> - 싱가포르(온라인 다운로드 게임) - 인도 	<ul style="list-style-type: none"> - 싱가포르(물리적 매체에 저장되어 배포되는 게임물) - 대만(사업자가 자체적으로 등급 분류) - 브라질, 호주

확률형 아이템에 대하여, 싱가포르/브라질/인도에는 법으로 정해진 규제는 없는 상황이다. 다만 브라질의 경우 확률정보를 공개하도록 하는 법안과 청소년에게 확률형아이템 판매를 금지하는 법안이 발의되어 논의 중이라고 한다. 대만의 경우 2023. 1. 1.부터 확률형아이템과 관련된 규제가 시행되고 있다. 대만에서 출시되는 게임에 대하여는 소비자가 확률형아이템을 구매하기 전에 그 확률정보를 명확하게 알 수 있도록 확률을 숫자 백분율로 웹사이트, 게임 로그인 화면, 구매 페이지, 게임 번들의 포장에 표시하여야 한다. 대만의 경우 확률형아이템 정보 공개 의무를 이행하지 않으면 1차로 기간 내 시정 명령이 나오고, 기간 내 조치를 취하지 않으면 벌금이 부과된다. 이때도 이행하지 않으면 두 번째 시정 명령이 나오고, 이에 대하여도 미이행시 다시 벌금이 부과된다. 조사 대상 국가들과 국내 규제를 비교하면 아래 표와 같다.

구분	조사 대상국
금지 여부	<ul style="list-style-type: none"> - 금지 규정은 없음. - 다만 호주의 경우 2024. 9. 22.부터 유료 확률형아이템이 포함된 게임은 15세 이상 등급으로 분류하고 있음.
확률형아이템 포함 여부에 대한 공개	<ul style="list-style-type: none"> - 관련 규정 없음
구체적인 확률 표시 의무	<ul style="list-style-type: none"> - 대만의 경우 웹사이트, 게임 로그인 화면, 구매 페이지, 게임 번들의 포장에 확률형아이템의 획득 확률을 공개해야 함. 확률은 숫자 백분율로 표시하여야 하고 소비자가 구매 결정을 내릴 때 확률형 아이템의 특성을 객관적으로 이해할 수 있도록 해야 함. - 그 외 나라는 법으로 정해진 규제는 없음.

P2E 게임에 대하여는 위 5개국 모두 도박에 해당하지 않는 한 별도 규제가 이루어지지 않고 있다. 게임 아이템을 NFT화 하는 것도 해당 NFT가 금융상품으로 간주되지 않는 한 별도 규제 대상이 아니다.

대만은 정부가 제시한 표준 약관이 있고, 그 외 다른 나라에는 게임 서비스와 관련하여 정부가 제시한 표준 약관은 없었다. 다만 서비스 이용 약관의 경우 우리나라와 마찬가지로 양 당사자 사이에 심각한 불균형을 초래하여 소비자에게 불리하게 작용하는 조항(예를 들어 소비자의 계약상 해지권이 업체에 비해 제한된 경우)은 불공정한 조건이 될 수 있었다.

구분	대만	싱가포르	브라질	호주	인도
게임 표준약관 유무	O	X	X	X	X

국내에서는 게임물이용자의 게임과몰입과 중독을 예방하기 위하여 게임산업법 제12조의3에서, 제공되는 게임물의 특성, 등급, 유료화정책 등에 대한 기본적인 사항과 게임물 이용시간 및 결제정보 등 게임물 이용내역에 대하여 청소년 본인 및 법정대리인에 대하여 고지할 의무가 있으나, 조사 대상국에는 이에 대응되는 의무를 규정한 나라는 없었다.

게임저작권 침해나 불법 프로그램에 대해서는 5개국 모두 소 제기 등을 통하여 대응할 수 있다.

목 차

제1장 싱가포르	3
1. 법인 설립 등	3
2. 등급분류	6
3. 등급분류 사후관리 등	11
4. 게임서비스 관련 규제	15
5. 게임서비스 이용 관련	22
6. 개인정보의 수집과 동의	27
7. 개인정보의 처리와 보호	33
8. 결제 관련	43
9. 청약철회 및 환불 등	48
10. 게임산업 진흥 등	55
제2장 대만	59
1. 법인 설립 등	59
2. 등급분류	61
3. 등급분류 사후관리 등	67
4. 게임서비스 관련 규제	71
5. 게임서비스 이용 관련	75
6. 개인정보의 수집과 동의	79
7. 개인정보의 처리와 보호	86
8. 결제 관련	93
9. 청약철회 및 환불 등	97
10. 게임산업 진흥 등	102
제3장 브라질	107
1. 법인 설립 등	107
2. 등급분류	111

3. 등급분류 사후관리 등	116
4. 게임서비스 관련 규제	120
5. 게임서비스 이용 관련	124
6. 개인정보의 수집과 동의	131
7. 개인정보의 처리와 보호	141
8. 결제 관련	151
9. 청약철회 및 환불 등	157
10. 게임산업 진흥 등	162
제4장 오스트레일리아(호주)	169
1. 법인 설립 등	169
2. 등급분류	178
3. 등급분류 사후관리 등	188
4. 게임서비스 관련 규제	197
5. 게임서비스 이용 관련	206
6. 개인정보의 수집과 동의	214
7. 개인정보의 처리와 보호	223
8. 결제 관련	232
9. 청약철회 및 환불 등	243
10. 게임산업 진흥 등	251
제5장 인도	260
1. 법인 설립 등	260
2. 등급분류	267
3. 등급분류 사후관리 등	272
4. 게임서비스 관련 규제	277
5. 게임서비스 이용 관련	287
6. 개인정보의 수집과 동의	300
7. 개인정보의 처리와 보호	313
8. 결제 관련	326
9. 청약철회 및 환불 등	360

10. 게임산업 진흥 등 381

제1장

싱가포르

1. 법인 설립 등
2. 등급분류
3. 등급분류 사후관리 등
4. 게임서비스 관련 규제
5. 게임서비스 이용 관련
6. 개인정보의 수집과 동의
7. 개인정보의 처리와 보호
8. 결제 관련
9. 청약철회 및 환불 등
10. 게임산업 진흥 등

제1장 싱가포르

1. 법인 설립 등

가. 게임 산업 소관부처

1) 게임 산업을 소관하는 주무부처 내지 주요 기관은 어디인지

싱가포르에서는 정보통신미디어개발청(Infocomm Media Development Authority, IMDA)이 게임 산업을 규제하고 성장을 촉진하는 역할을 맡고 있다. IMDA는 디지털 미디어와 인터랙티브 엔터테인먼트를 포함한 게임 분야의 성장을 규제하고 촉진한다. IMDA는 게임 분류, 가이드라인 설정, 게임 콘텐츠 개발 및 배포 지원을 담당한다.

나. 해외사업자 콘텐츠 서비스 제공시 요구되는 등록, 허가

1) 해외사업자가 콘텐츠 서비스를 제공하고자 할 때, 받아야 하는 등록 내지 허가 절차가 있다면, 무엇인지

(예시) 인도네시아 전자시스템사업자 등록(PSE), 중국의 판호(Chinese Game Version Number) 등

온라인에서 콘텐츠 서비스를 제공하기 위해 별도로 등록할 필요는 없다.

다만 다음 각 사항을 유의해야 한다.

1. 싱가포르에서 접근 가능한 온라인 콘텐츠를 제공하는 해외 사업자는 자동으로 인터넷 콘텐츠 제공자로서 “등급 라이선스”를 취득한다. 이는 등록이 필요 없고 수수료도 지급하지 않지만, 제공자는 자동으로 라이선스 소지자가 되어 “등급 라이선스” 조건(즉, 방송(등급 라이선스) 통지¹⁾와 인터넷 행동 강령²⁾에서 규정하는 콘텐츠 제한 사항을 준수해야 함을 의미한다.
2. 해외 사업 제공자는 다음의 경우 부가가치세(Goods and Services Tax, “GST”)를 등록하고 GST를 납부해야 한다:³⁾

1) 방송(등급 라이선스) 통지, 별표. 등급 라이선스 조건은 다음 링크에서 확인할 수 있다. <https://sso.agc.gov.sg/SL/BA1994-N1?ProvIds=Sc-#Sc->

2) IMDA, '인터넷 행동 강령' <https://www.imda.gov.sg/-/media/Imda/Files/Regulation-Licensing-and-Consultations/content-and-standards-classification/PoliciesandContentGuidelines_Internet_InternetCodeOfPractice.pdf>

3) 싱가포르 국세청(Inland Revenue Authority of Singapore, “IRAS”), 'GST 납부 시기' <[https://www.iras.gov.sg/taxes/goods-services-tax-\(gst\)/consumers/purchasing-remote-services-from-overseas-service-providers](https://www.iras.gov.sg/taxes/goods-services-tax-(gst)/consumers/purchasing-remote-services-from-overseas-service-providers)>

- a. 연간 전 세계 매출이 100만 싱가포르 달러를 초과하는 경우
- b. 12개월 동안 싱가포르의 고객에게 10만 싱가포르 달러 이상의 디지털 서비스를 판매하는 경우

다. 국내 대리인 지정

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가의 대리인을 지정하는 등 관련 절차가 필요한지 파악 필요

개인정보보호책임자(Data Protection Officer, "DPO")와 그 연락처를 회사 웹사이트에 공개해야 한다.⁴⁾ 개인정보보호책임자(DPO)를 제외하고는 다른 대표자를 지정할 의무는 없다. 한국 게임 회사가 싱가포르 지사를 설립해야 하는 경우(아래 라항 참조), 대표자를 지정해야 한다. 한국 게임 회사가 싱가포르 법인을 설립해야 하는 경우(아래 라항 참조), 현지 법인의 대표자(즉, 이사, 현지 거주 이사 포함)를 지정해야 한다.

라. 법인 설립 의무

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가에 현지 법인을 설립하는 등의 절차가 필요한지 파악 필요

한국 게임 회사는 다음 중 어느 하나에 해당하는 경우 싱가포르 법인을 설립하거나 한국 회사의 싱가포르 지사로 등록해야 한다.⁵⁾

- 1. 사업장(즉, 통상적인 고정된 사업 장소)을 설립하는 경우,
- 2. 싱가포르에서 사업을 수행(즉, 사업 활동이나 자산을 보유)⁶⁾하는 경우,
- 3. 위의 내용을 수행할 의도가 있는 경우.

명확히 하자면, 싱가포르 고객에게 온라인으로만 게임을 판매하는 것은 싱가포르에서 사업을 수행하는 것으로 간주되지 않는다. 그러나 싱가포르 내에서 게임을 실제로 판매하기 위해 근로자를 고용하는 것은 싱가포르에서 사업을 수행하는 것으로 간주된다.

4) 개인정보보호법(Personal Data Protection Act, PDPA) 제11조 제3항 및 제11조 제5항 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?WholeDoc=1#pr11->>

5) 회사법 제365조 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/CoA1967?Provs=P111-#pr365->>

6) 회사법 제366조 제1항은 "사업 수행"을 다음과 같이 정의한다.

(a) 직원이나 대리인 등을 통해 대리인, 법정 대리인 또는 수탁자로서 싱가포르에 소재한 재산을 관리, 운영 또는 기타 방식으로 다루는 것을 포함한다; 그리고

(b) 이익을 목적으로 하지 않는 활동도 배제하지 않는다." <<https://sso.agc.gov.sg/Act/CoA1967?Provs=P111-#pr366->>

마. 해외 사업자의 등급분류 신청 가능여부

1) 해당 국가의 별도의 사무실 설립 또는 사업자를 등록하지 않아도 등급 분류를 신청할 수 있는지

한국 기업이 싱가포르에 기반을 둔 게임유통업체나 회사를 통해 등급 분류를 신청하는 것은 가능하다.

그러나 한국 기업이 싱가포르에 기반을 둔 위 법인 등을 이용하지 않을 경우, 지사를 설립하거나 현지 법인을 설립해야 한다. 행정 절차상, IMDA는 기업이 Corppass 계정을 사용하여 등급 분류를 신청해야 한다고 요구한다.⁷⁾ Corppass 계정은 등록된 지사와 싱가포르 법인만이 가질 수 있다.

바. 서버 설치 의무

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가에 서버를 설치하는 등의 절차가 필요한지 파악 필요

싱가포르에 로컬 서버를 설치해야 한다는 의무는 없다.

그러나 싱가포르에 로컬 서버가 없다는 것은 싱가포르에서 수집된 개인정보가 해외로 전송된다는 의미이다. 싱가포르에서 수집된 개인정보를 해외로 전송할 때, 한국 게임 회사는 개인정보 보호법(Personal Data Protection Act, "PDPA")에 따른 정보 이전 의무를 준수해야 한다. 이는 PDPA에 따라 보호받는 것과 유사한 수준으로 개인정보를 보호해야 함을 의미한다.⁸⁾

사. 기타 해외사업자 진출 시 갖추어야 할 필수 요건

1) 그 외 해외사업자가 해당 국가 진출 시, 갖추어야 할 사항이 있다면, 그에 대한 사항

위에 언급된 사항 외에 다른 요건은 없다.

7) IMDA, '온라인 사용자 가이드 비디오 게임 선언' 제1.3조 https://imdaonline.imda.gov.sg/OnlineServices/forms/User_Guide_Video_games.pdf

8) 개인정보보호법 제26조 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?ProvIds=P16-#pr26->>

2. 등급분류

가. 등급분류 필요여부(사전/사후)

1) 게임을 서비스하기 위해 등급분류가 필요한지, 필요하다면 서비스 이전에 심의를 받아야 하는지 아니면 서비스 이후에 심의를 받아도 되는지. 위반 시 제제조항은 무엇인지.

온라인 다운로드 방식으로만 제공되는 게임은 연령 등급 분류를 받지 않아도 된다.⁹⁾

연령 등급/분류는 싱가포르에서 다음 중 어느 하나의 방법으로 게임을 배포할 때 요구된다:¹⁰⁾

1. 디스크(DVD, 블루레이), 메모리 카드, 카트리지 또는 기타 형태의 광학 매체나 저장 매체를 이용하는 경우;

2. 배포되는 물리적 게임 콘솔에 사전 설치된 경우

3. 대중에게 게임을 제공하는 경우 (예: 전시 / 아케이드 스타일)

등급 분류가 필요할 때, “면제된 비디오 게임”으로 간주되도록 신청할 수 있다.¹¹⁾ 배급사는 게임이 “면제된 비디오 게임”이라고 자진 신고해야 한다. “면제된 비디오 게임”은 다음과 같은 묘사나 설명을 포함하지 않는 게임을 의미한다:¹²⁾

1. 싱가포르의 인종 또는 종교 단체에 불쾌감을 줄 수 있는 모든 사안;

2. 모든 종교적 신념이나 교리

3. 향정신성 물질 남용 또는 중독, 명백한 범죄 행위, 테러리즘 또는 폭력, 기타 반사회적 행동(불법 약물 소비를 조장하는 이미지 등), 도박 또는 불법 활동을 조장하는 모든 사항;

4. 성, 성적인 문제 또는 나체(노출이 심하거나 자극적인 복장을 한 사람들의 이미지 포함)

5. 성적 활동과 연관된 폭력이나 강압(예: 결박이나 강간 이미지)

6. 고문, 잔혹 행위 또는 폭력(예: 신체 절단, 피투성이 상처 또는 찢린 시체와 같은 잔혹한 이미지)

7. 싱가포르의 현재 공동체 태도와 가치를 반영하지 않는 성적 행위

8. 성적 일탈 행위나 변태적 성행위(예: 아동 성애, 수간, 시체 성애 등)

9. 거친 언어, 무서운 장면이나 불안감을 조성하는 장면, 또는 자연적이거나 초자연적인 혐오스러운 현상의 묘사나 설명

9) IMDA, '비디오 게임 분류 안내' <<https://iris.imda.gov.sg/guide/video-game-classification-guide>>

10) 위의 각주 참조

11) <<https://imdaonline.imda.gov.sg/onlineservices/indexInet1.aspx#section-07>>

12) IMDA, '비디오 게임 분류 안내', 면제된 비디오 게임 <<https://www.imda.gov.sg/-/media/Imda/Files/Regulation-Licensing-and-Consultations/content-and-standards-classification/Standard-and-Classifications/Video-Game-Classification-Guidelines-wef-Jul-2021-Final.pdf>>

10. 16세 미만의 사람에게 부적절한 모든 행위, 이미지 또는 메시지(예: 잦은 비속어 사용)
11. 싱가포르 또는 다른 국가에 있는 후보자, 정당, 선거, 국민투표, 입법부 구성원, 정부 또는 이전 정부, 혹은 정부 또는 이전 정부에 대한 반대에 대한 명시적 또는 묵시적 언급이나 논평
12. 다음과 같은 모든 문제
 - a. 어떤 개인, 단체 또는 정부의 견해나 행동을 지지하거나 반대하기 위한 경우
 - b. 목적이거나 캠페인을 홍보하기 위한 경우

연령 등급/분류가 필요한 경우, 분류되지 않은 비디오 게임을 배포하는 사람은 40,000달러 이하의 벌금 또는 6개월 이하의 구류, 또는 두 가지 모두에 처한다.¹³⁾ 게임이 분류되었으나 분류 라벨이 부착되지 않은 상태로 이를 배포하는 경우, 해당 라벨이 영화에 할당되었음을 알고 있거나 합리적으로 알았어야 했거나 무시한 사람은 5,000달러 이하의 벌금에 처한다.¹⁴⁾ 실제 처벌 사례에 대한 기록은 공개되지 않는다.

2) 게임전시회에 참가하거나 트레일러 광고 등을 위해서 등급분류를 받아야 하는지, 받아야 한다면 어떤 경우인지.

게임 전시회에서는 다음 각 기준을 충족하는 경우 비디오 게임과 전시자는 연령 등급을 받을 필요가 없다.

1. 전시자가 싱가포르 기관인 경우
 2. 전시자가 비디오 게임이 “면제된 비디오 게임”임을 자가 선언서에 기재하는 경우¹⁵⁾
 3. 비디오 게임이 “면제된 비디오 게임”의 기준을 충족하는 경우(위의 2.가.1)번 질문 참조)
- 그 외에도 게임 전시회에서는 연령 등급이 필요하다. 또한, 게임이 연령 등급을 받았다면, 전시자는 추가 기준을 충족하는 “제한된 시연 영역”을 마련해야 한다.¹⁶⁾

나. 등급분류 주체

1) 등급분류 심의 담당 기관은 무엇인지, 또는 그 기관에 대한 법률 규정이 있는지 (해당 기관은

13) 1981년 영화법 제21조 제1항 (a) (i) 및 제21조 제8항 (a) <<https://sso.agc.gov.sg/Act/FA1981?Provlid=s=pr21-#pr21->>

14) 1981년 영화법 제21조 제5항 (a) (i)을 제21조 제6항 및 제21조 제8항 (b)와 함께 참조

15) 신고 양식은 여기에서 확인할 수 있다: <https://iris.imda.gov.sg/application/declaration-for-interactive-software>

16) 2019년 (비디오 게임 배포용 등급 라이선스) 영화 명령 제6조 <<https://sso.agc.gov.sg/SL-Supp/S342-2019/>>

민간기관인지, 정부기관인지)

IMDA(정보통신미디어개발청)가 등급 분류를 담당하며, 이 책임을 민간 조직에 위임하지 않는다. 일반적으로 비디오 게임의 등급/분류 요건은 1981년 영화법¹⁷⁾에 명시되어 있다.

다. 등급분류 대상 게임물

1) PC, 모바일, 콘솔 등에서, 어떠한 게임 종류가 등급심의를 받는 대상이 되는지

위의 2.가.1)번 질문에 답변이 동일하게 적용된다.

등급 요건과 관련하여, IMDA는 서로 다른 플랫폼의 비디오 게임을 달리 취급하지 않는다.

2) 디지털 패키지의 방법으로 유통되는 게임물도 등급심의 대상이 되는지

*디지털 패키지란 물리적인 매체(Media) 없이 디지털 형태로 유통되는 게임을 의미함

물리적인 매체 없이 배포되는 게임은 등급 심사 대상이 아니다(위의 2.가.1)번 질문에 대한 답변 참조).

3) Closed Beta 등 시험용 게임물 또한 등급심의 대상이 되는지

위의 2.가.1)항과 동일하게 적용된다. IMDA는 시험용 게임물도 마찬가지로 취급한다.

4) 메타버스 플랫폼 및 채팅 플랫폼에 추가된 게임도 등급심의 대상이 되는지

위의 2.가.1)번 질문에 답변이 동일하게 적용된다. 메타버스 플랫폼과 채팅 플랫폼에 추가된 게임은 물리 매체를 통해 배포는 일이 거의 없으므로 등급 요건이 보통은 적용되지 않을 것이다.

라. 게임 이용등급 구분 및 이용등급별 분류 사항

1) 연령 등급은 어떻게 구분되고 있으며, 그 기준은 무엇인지(예: 한국에서는 전체 이용가, 12세 이용가, 15세 이용가, 청소년 이용불가로 구분됨)

다음의 두 가지 등급 분류가 있다:

1. 16세 이상 권장 - 16세 이상 적합. 이는 법적 구속력이 없는 지도 등급으로, 16세 미만의

17) 1981년 영화법 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/FA1981>>

사람에게 이 등급의 비디오 게임을 판매해도 법적 처벌은 없다.¹⁸⁾

2. 18세 이상 - 18세 이상의 사람에 제한된다. 18세 미만의 사람에게 성인 18 게임을 배포하는 행위는 범죄로 간주되며, 유죄 판결 시 5,000달러 이하의 벌금을 부과받을 수 있다.¹⁹⁾ 실제 처벌 사례에 대한 기록은 공개된 것이 없다.

위 등급의 분류 기준은 아래와 같다²⁰⁾.

기준	16세 이상 권장(A16)	18세 이상(M18)
연령 적합성	16세 이상에게 적합	18세 이상으로 제한이 적합
폭력성	약간의 혈흔이 포함된 중간 수준의 폭력성 과도한 묘사 없음	살해, 불구, 심각한 상해 등에 대한 사실적 묘사
성적 묘사	성적 행위에 대한 암시	일부 전라 노출이 포함된 자세히 묘사되지 않은 성적 행위 동성간 키스와 포옹
노출	신체 부위가 명백히 노출되지 않는 수준	과도하게 선정적이지 않고 노출이 주된 내용이 아닌 범위에서 상반신 노출 또는 간헐적인 전라 노출 허용
언어	'fuck' 등의 거친 언어	'motherfucker', 'cunt', 'cocksucker' 등의 거친 언어를 반반히 사용
마약/향정신성 물질	우연적이고 비현실적 묘사	남용을 조장하지 않는 한 현실적인 묘사 허용
공포	무섭거나 불쾌한 장면 또는 초자연적 현상	명시적으로 언급되지는 않았지만 더욱 강렬한 장면 포함 가능
주제	문제없는 성숙한 주제	범죄 활동 묘사(지침은 없음)와 일부 노골적이지 않은 동성애적 내용 포함 가능

18) IMDA, '비디오 게임 분류 안내', 비디오 게임 등급 <<https://iris.imda.gov.sg/guide/video-game-classification-guide>>

19) 영화법 제21조 제8항.

20) IMDA, 'Video Game Classification Guidelines', *Exempt Video Games* <<https://www.imda.gov.sg/-/media/Imda/Files/Regulation-Licensing-and-Consultations/content-and-standards-classification/Standard-and-Classifications/Video-Game-Classification-Guidelines-wef-Jul-2021-Final.pdf>>4~5쪽

위의 범주에 속하지 않는 게임은 IMDA에 “면제된 비디오 게임”으로 등록할 수 있다(위의 질문 2. 가.1) 참조). 또한 등급 분류를 위해 제출되었지만 논란이 될 만한 콘텐츠가 없을 경우 “일반 (general)” 등급이 부여될 수도 있다. 이 게임은 연령 제한이 없으므로 누구나 접근할 수 있다. “일반” 등급이 부여된 비디오 게임은 등급 스티커를 부착하거나 연령 등급을 표시할 필요가 없다²¹⁾.

마. 등급분류 신청절차 및 필요자료

1) 등급 심의를 받기 위한 절차나 서류에 대한 법률이 있는지, 또한 그 절차나 서류는 무엇인지
등급분류 신청은 배급업체가 Corppass 계정을 통해 온라인으로 한다²²⁾. 이는 싱가포르 기업만 신청할 수 있음을 의미한다.

단계별 지침은 각주에서 확인할 수 있다.²³⁾

제출하는 서류에는 게임물의 제목, 지역, 형식, 개발자/배급사 등의 정보를 기재해야 한다.

제출 자료에는 게임에서 발견될 수 있는 성숙하거나 강한 콘텐츠가 포함된 모든 장면을 강조한 등급 자료가 포함되어야 한다. 제출된 콘텐츠, 즉 비디오 영상, 오디오 클립, 스크린샷, 대본 및 기타 콘텐츠 문서는 최종 콘텐츠를 대표해야 하며, 원본 또는 제작 전의 영상이나 콘텐츠를 포함해서는 안 된다.

등급 자료가 없는 경우, 게임의 최종 사본을 심사용으로 제출해야 한다.

바. 등급분류 처리기간 및 비용

1) 등급 심의에 걸리는 기간은 어느 정도인지, 또한 그 비용은 얼마인지

IMDA에서 공지하는 예상 처리 시간은 표준 신청의 경우 10일, 긴급 신청의 경우 5일이다. 그러나 배포 예정일 최소 30일 전에 신청서를 제출할 것을 권장한다²⁴⁾. 논란의 여지가 있는 비디오 게임의 경우, 추가 상담이 필요하여 더 오랜 처리 시간이 소요될 수 있다.

표준 신청은 타이틀당 50 싱가포르 달러이며, 특급 신청은 타이틀당 200 싱가포르 달러이다.

21) IMDA, 'Video Games Classification Search': "Titles that are under 'General' need not carry any rating stickers." <https://imdaonline.imda.gov.sg/classification/search/videogames/default.aspx>

22) 여기의 “새로운 비디오 게임 제출 양식 (GA)”으로: <https://imdaonline.imda.gov.sg/onlineservices/indexlnet1.aspx#section-07>

23) IMDA, '온라인 사용자 가이드 비디오 게임 신고서', IMDA 온라인을 사용하여 마스터 카피 비디오 게임 제출 방법 <https://imdaonline.imda.gov.sg/onlineservices/forms/User_Guide_Video_games.pdf> 11-21

24) IMDA, '비디오 게임 등급 분류', 처리 시간 <<https://iris.imda.gov.sg/application/classification-of-video-games>>

3. 등급분류 사후관리 등

가. 등급분류의 거부

1) 어떤 경우에 등급을 받을 수 없는지, 등급분류를 거부당하는 경우는 무엇인지

예외적으로, IMDA는 게임의 내용이 국가 안보를 위협하거나, 공공 질서를 해치거나, 국가 이익에 반하는 경우, 특정 인종 또는 종교 공동체를 비하하거나, 다른 인종 또는 종교 집단 간의 악감정이나 적대감을 조장하는 경우 게임의 등급 분류를 거부한다.²⁵⁾

IMDA가 비디오 게임을 금지하기 위해 위 권한을 행사한 예는 거의 없다. 최근의 예로는 트랜스젠더 주인공이 등장하는 “Tell me Why”와 예수와 부처와 같은 종교적 인물을 싸움에 동원할 수 있는 “Fight of Gods”가 있다.

나. 등급분류 이후 의무 표기 사항, 방법

1) 등급을 받은 후 해당 등급을 웹사이트, 인게임, 물리패키지 등에 어떻게, 어디에 표기해야 하는지

ADV16 및 M18 라벨은 지정된 색상의 이미지 파일로 제공된다. 해당 파일은 아래와 같고 그 출처는 각주에서 확인할 수 있다.²⁶⁾

비디오 게임을 저장하는 저장 장치의 외부 표면에 라벨을 부착해야 한다. 게임을 여러 개의 상자에 포장하는 경우, 가장 큰 상자와 가장 작은 상자에 라벨을 부착해야 한다.²⁷⁾

라벨은 다음과 같은 방식으로 표시해야 한다: ²⁸⁾

1. 적용 가능한 권고 문구와 함께 제시되어야 한다 (ADV16의 경우 “권고 16 - 16세 이상 적합”, M18의 경우 “성인 18 - 18세 이상 제한”)²⁹⁾

25) IMDA는 영화법(Films Act) 제15조 제4항과 제16조에 따라 특정 상황에서 등급 분류를 거부할 의무가 있다. IMDA는 이러한 상황을 다음과 같이 명시했다. <https://www.imda.gov.sg/-/media/Imda/Files/Regulation-Licensing-and-Consultations/content-and-standards-classification/Standard-and-Classifications/Video-Game-Classification-Guidelines-wef-Jul-2021-Final.pdf>

26) IMDA, '비디오 게임 등급 표시' <<https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/regulation-licensing-and-consultations/content-and-standards-classification/standard-and-classifications/video-game-rating-markings.zip>>

27) 2019년 영화 (분류 및 라이선스) 규정 제8조 제1항 <<https://sso.agc.gov.sg/SL/FA1981-S341-2019?DocDate=20210629&ProvIds=P13-#pr8->>

28) 2019년 영화 (분류 및 라이선스) 규정 제8조 제2항.



2. 라벨과 권고 문구는 다음 각 요건을 충족해야 한다.³⁰⁾
 - a. 명확하게 읽을 수 있어야 한다.
 - b. 다른 디자인이나 정보와 명확히 구별되도록 해야 한다.
 - c. 다른 자료로 인해 가려지지 않아야 한다.

연령 등급이 부여된 게임을 등급 표시 없이(A16 또는 M18 등급인 경우) 또는 관계 당국의 지시에 어긋나게 부착하여 배포/전시하는 것은 위법이다³¹⁾. 이를 위반한 경우 최대 SGD 5,000의 벌금에 처해질 수 있다³²⁾.

다. 사후관리를 위한 사업자 준수 제도

1) 등급심의 후에 사업자가 준수해야 할 사항은 무엇인지? 예를 들어 게임 내용이 수정되었을 때 신고를 해야 하는지 등

게임의 내용이 IMDA에 제출되고 승인된 버전에서 변경된 경우, Customer_Services@imda.gov.sg로 서면으로 IMDA에 통지해야 한다. 이는 승인된 연령 등급/분류에 영향을 미칠 것으로 예상되지 않는 콘텐츠라도 마찬가지이다. 또한, 새로운 신청서를 작성하고 재평가를 위해 새로운 등급 자료를 제출해야 한다.³³⁾

29) 2019년 영화 (분류 및 라이선스) 규정, 제9조.

30) 2019년 영화 (분류 및 라이선스) 규정, 제8조 제2항 및 제9조.

31) 영화법 제21조 제5항 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/FA1981#pr21->>

32) 영화법 제21조 제8항

33) 2024년 9월 6일자 Osborne Clarke 싱가포르와 IMDA 간의 이메일. 우리는 고객의 이름을 밝히지 않고 익명으로 문의했다.

배급자나 전시자가 게임의 분류를 위해 제출한 내용과 다른 내용을 가진 게임을 배급하거나 전시하는 경우, 그 내용이 다르다는 것을 알고 있거나 합리적으로 알아야 하거나 무시한 경우, 이는 범죄 행위로 간주된다.³⁴⁾

이러한 범죄를 저지른 사람은 유죄 판결을 받게 되며 6개월 이하의 징역형 또는 최대 SGD 40,000의 벌금에 처해지거나 두 가지 모두에 처해질 수 있다.³⁵⁾

라. 등급의 조정

1) 어떤 경우 이미 부여받은 등급이 변경되는지

배급사가 이미 부여받은 등급에 대해 동의하기 어려운 경우 500 싱가포르 달러의 수수료를 내고 등급 변경을 신청할 수 있다.³⁶⁾

한편 IMDA는 법률에 따라 비디오 게임의 등급을 재분류할 권한이 있다.³⁷⁾ 다만 IMDA가 비디오 게임을 재분류한 사례는 보고된 바 없다. 따라서 IMDA는 매우 예외적인 상황에서만 그러한 조치를 취할 것으로 예상된다.

마. 등급분류 효력 유지기간(별도 갱신 필요성)

1) 등급분류를 받은 후 어느 정도 그 효력이 유지되는지

등급분류를 받은 후 그 효력 기간에 제한은 없다.

바. 콘텐츠 광고 규정 등 광고 내 등급 표기 관련 표시의무

1) 게임 광고 시 등급 표기를 어떻게 해야 하는지

예시) 영상 시작 왼쪽 하단 3초 이상 등급 표기

IMDA는 게임 광고에 (해당 사항이 있을 경우) 해당 게임에 부여된 등급과 소비자 조언을 명시하도록 가이드라인을 제시하고 있으나³⁸⁾ 등급을 표시하는 방법에 대한 구체적인 지침은 제공하

34) 영화법 제21조 제3항. <<https://sso.agc.gov.sg/Act/FA1981#pr21->>

35) 영화법 제21조 제8항.

36) IMDA, '비디오 게임 등급 분류', 수수료 <<https://iris.imda.gov.sg/application/classification-of-video-games>>

37) 영화법 제15A조. <<https://sso.agc.gov.sg/Act/FA1981?WholeDoc=1#pr15A->>

38) IMDA, '비디오 게임 인쇄 홍보 자료 지침' <<https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/regulations-an>>

지 않고 있다.

사. 사회·문화적 금기 사항

1) 등급분류시 또는 사후관리시 욕설, 종교 등의 사유에 따른 제한이 있는지

(예: 우상 숭배 금지, 종교적 상징 훼손, 히잡 등 여성의 노출 관련 사항 등)

이에 대하여는 2. 가. 1)과 8. 라. 1) 참조.

실제로, IMDA가 비디오 게임을 금지할 가능성이 높은 가장 민감한 문제는 동성애, 인종, 종교와 관련된 사항이다. 싱가포르에서 비디오 게임을 금지한 예는 드물다. 최근의 예는 이러한 문제와 관련이 있다. 'Tell me Why'는 트랜스젠더 주인공을 등장시켜 금지되었고, 'Fight of Gods'는 예수와 부처와 같은 종교적 인물이 싸우는 캐릭터로 등장하여 금지되었다.

여성의 노출 문제는 싱가포르에서 실질적으로 문제가 되지 않는다. 예를 들어, 여성의 노출을 포함하는 Grand Theft Auto(GTA) 시리즈가 M18 등급을 받은 사례가 있다.

2) 게임 개발 시 배제되어야 하는 사항이 있는지(사행성 아이템, 도박, 성적 콘텐츠 등)

확률형아이템에 관해서는 4.가항과 4.나항을 참조하라. 일반적인 도박 아이템(예: 주사위, 카드)이 묘사되지 않는 경우에만 확률형아이템을 허용한다.

일반적으로 성적 콘텐츠는 문제가 되지 않는다. 다만, 동성애나 성전환을 포함하거나 현대 비디오 게임과 비교해 충격적일 수 있는 성적 콘텐츠는 예외이다. 일반적으로 Grand Theft Auto(GTA) 시리즈가 M18 등급으로 허용되므로, 게임 개발자는 이를 기준으로 허용 가능한 콘텐츠를 판단할 수 있다.

4. 게임서비스 관련 규제

가. 확률형아이템 판매 가능 여부 및 규율

1) 확률형아이템 판매 가능 여부 및 관련 규정 또는 법령이 있는지, 자율규제가 있는지

확률형아이템이 상금을 획득하기 위한 운 게임 또는 복권으로 간주될 경우 도박 통제법에 따라 규제된다.³⁹⁾

나. 확률형아이템 적용 대상

1) 확률형 아이템 관련 규정 또는 관련 법령이 있을 경우 적용 대상이 어디까지인지

예시) 일반적인 확률형 아이템, 컴플리트 가차, 강화형 콘텐츠 등

관련 규칙이 매우 복잡할 수 있으나, 아래는 간단히 설명한 것이다.

확률형아이템, 가차, 또는 강화된 콘텐츠는 경품이 순전히 가상이며, 게임 내 화폐화 시스템이 나 참가자가 가상 상금을 현금이나 재화 등 현실 세계 보상으로 교환할 수 있는 시스템 같은 것이 없는 경우 허용된다.⁴⁰⁾

게임사가 아닌 제3자에 의해 현실 세계 보상으로 교환할 수 있는 시스템이 제공되는 경우에 대하여 판단된 사례는 없지만, 싱가포르 당국은 이러한 시스템에 대하여 상금이 현금화되거나 현실 화폐로 교환되는 것으로 간주할 것으로 예상된다. "당사자가 금전적 이익을 받을 수 있는 현금화 가능한 법적 또는 공평한 권리를 가지는 약정"⁴¹⁾ 또는 "당사자가 금전적 이익을 제공할 현금화 가능한 법적 또는 공평한 의무를 가지는 약정"⁴²⁾이 있는 한 "금전적 가치"로 간주될 것으로 보인다. 혜택을 제공하는 "당사자"가 게임 개발자여야 한다는 법적 요구 사항이 없기 때문에, 제3자가 이러한 시스템을 제공하는 경우 게임이 규제될 가능성이 있다. 이러한 시스템이 고정 가격의 거래소가 아니라 시장이더라도 위의 입장은 변하지 않을 것이다. 왜냐하면 "금전적 이익이 쉽게 현금 또는 금전적 가치로 전환될 수 있고 해당 금전적 이익에 대한 시장이 높은

39) 도박 통제법 제7조 제1항 및 제18조 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/GCA2022>>

40) 2022년 3월 11일 도박 통제 법안 토론, "현재 우리 법률과 규정은 게임 내 화폐화 시설이 없는 한, 확률형 아이템을 도박으로 간주하지 않는다" <<https://sprs.parl.gov.sg/search/#/sprs3topic?reportid=bill-572>>

41) 도박 통제법 제14조 제1항 (a)(i) <<https://sso.agc.gov.sg/Act/GCA2022?WholeDoc=1#pr14->>

42) 도박 통제법 제14조 제1항 (a)(ii)

유동성을 가지고 있다면" 상금도 "금전적 가치"가 될 것이기 때문이다⁴³⁾.

그러나 제3자가 이러한 시스템을 제공하지만 게임 개발자에 의해 승인되지 않았고 게임 개발자가 제3자 제공자를 수용하고 있다는 증거가 없는 경우, "게임 디자인"에서 상금이 현금화되는 것이 아니므로 규제 당국이 게임 개발자를 규제하지 않는 행정적 입장을 취할 것이라고 생각된다.⁴⁴⁾ 대부분의 MMORPG의 게임 내 통화에 대해 개발자가 승인하지 않은 암시장이 존재한다는 것을 알고 있으며, 위에서 논의한 이론적 가능성에도 불구하고 이러한 암시장의 존재로 인해 게임 개발자들이 싱가포르 규제의 대상이 되지 않았다.

경품이 현금화되거나 실제 금전으로 교환될 수 있는 경우에도, 확률형아이템, 가차, 강화된 콘텐츠(이하 '확률형아이템 등'으로 통칭함) 아래 두 가지 유형 중 하나에 해당하면 여전히 허용된다.

유형 1: 확률형아이템 등을 획득하기 위해 소액결제나 지불이 필요하지 않은 경우

확률형아이템 등을 획득하기 위해 소액 결제가 필요하지 않은 경우이다.⁴⁵⁾ 이용자들에게는 확률형아이템 등을 획득하기 위한 무료 토큰 또는 기회가 제공되며(다른 이용자와 거래하거나 사용할 수 없음), 이용자들은 이러한 무료 토큰 또는 기회를 구매할 수 없는 경우이다.⁴⁶⁾ 게임을 다운로드하거나 구매하거나 플레이하기 위해 장비를 구입하거나 가입비를 지불해야 하는 게임에서도, 이 게임의 일부인 확률형아이템 등은 여전히 이 범주에 속한다.⁴⁷⁾

만약 확률형아이템 등에 도박 게임(예: 카지노 게임 또는 카드 게임)이나 도박 관련 아이템(예: 주사위, 카드, 마작 타일)이 없다면, 확률형아이템 등이 허용된다.⁴⁸⁾ 이러한 확률형아이템 등은 자동으로 "제1유형 원격 게임 기회 등급 라이선스"로 분류된다.

43) 도박 통제법 제14조 제2항 (d)

44) 이는 2015년 IMDA가 처음 밝힌 입장이고 IMDA는 2022년 국회에서 이러한 입장을 재차 밝혔다(각주 40번 참고). <https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/regulations-and-licensing/regulations/codes-of-practice/codes-of-practice-media/remote-gambling-act-clarification-note-on-the-scope-of-games.pdf>

45) 도박 규제 기관, '등급 라이선스', 원격 게임의 기회 등급 라이선스 개요 (<https://www.gra.gov.sg/resources/advisories/remote-games-of-chance>)

46) 2022년 (원격 기회 게임 - 등급 라이선스) 도박 통제 명령 제3조 제1항 및 제3조 제2항 (<https://sso.agc.gov.sg/SL/GCA2022-S681-2022?DocDate=20220815#pr3->)

47) 도박 통제 명령 제3조 제3항.

48) 도박 통제 명령 제4조 제2항.

유형 2: 확률형아이템 등을 획득하기 위해 소액결제 또는 지불이 필요한 경우

확률형아이템 등을 획득하기 위해 소액결제 또는 지불이 필요한 경우이다.

확률형아이템 등의 보상이 게임 내에서 사용하도록 설계된 가상 아이템⁴⁹⁾(또는 관련⁵⁰⁾ 게임)으로 제한되고, 해당 아이템을 실제 돈으로 교환하거나 변환할 방법이 없다면,⁵¹⁾ 확률형아이템 등은 허용된다.⁵²⁾ 이러한 확률형아이템 등은 자동으로 “제2유형 원격 게임 기회 등급 라이선스”로 분류된다.

다. 확률형 아이템 관련 준수 사항

1) 확률형 아이템에 대한 사업자 의무를 정하는 규정이 있는 경우 내용은 무엇인지

(판매 제한, 확률형 아이템 포함여부 표시, 확률정보 표시, 제재 등)

유일한 요건은 확률형아이템이 허용되어야 한다는 것이다(위 4.나.항 참조).

만약 확률형아이템이 허용되지 않고, 해당 개인이 불법 복권에 대해 유죄 판결을 받으면, 싱가포르 달러 500,000 이하의 벌금과 7년 이하의 징역형에 처한다. 실제 처벌 사례 기록은 공개된 것이 없다.

라. 경품 이벤트 관련 규제

한국의 게임물관리위원회는 경품 제공을 원칙적으로 금지하고 아래와 같은 경우에 한하여 경품을 제공해주고 있음.

- 게임 이용과 무관한 일반적인 홍보 또는 판촉을 위한 경품의 지급
- 게임 이용과 연계되어 있더라도, 이용자의 단순참여(게임이용시간이나 출석여부, 튜토리얼 진행, 레벨달성 등) 또는 우연적으로 결정되지 않는 게임 참여의 결과(대회 등)

1) 추첨 등의 방식을 통해 현금 또는 현물을 상금 및 경품으로 제공하는 것이 가능한지, 가능하다면 시행 방법(사전 신고 필요 여부 등), 세금 관련 규정, 상금 및 경품의 한도 등을 규정한 기준이 있는지

경품 행사를 합법적으로 진행하는 방법은 두 가지가 있다.

49) 도박 통제 명령 제6조 제2항.

50) 게임은 저작권 소유자가 동일하거나, 제작자가 동일하거나, 게임 제공자들이 사용자에게 마이크로트랜잭션을 함께 제공하기로 합의한 경우 서로 관련이 있다: 도박 통제 명령 제6조 제3항.

51) 도박 통제 명령 제7조 제1항.

52) 위의 각주 43 참조

한국에서 허용되는 이벤트 사례는 다음과 같음(참여비용은 없음)

- 게임 내 몬스터 100 마리를 사냥하는 퀘스트 완료 시 추첨권 지급하고, 추첨을 통해 당첨자를 선정하여 안내하고, 경품을 지급
- SNS를 통하여 신규 콘텐츠를 홍보하는 게시글을 업로드를 한 대상으로 추첨을 진행하여 경품을 지급

범주 1: 우연 요소가 없는 경품 행사

이 항목에서는 보상을 받는 사람을 결정하는 모든 방식이 다음 각 요건을 준수해야 한다:

1. 보상을 얻는 과정에서 운에 의존하는 요소를 포함하지 않도록 한다. (예: 행운 추첨은 허용되지 않는다);
2. 오직 기술에 기반하거나(예: 가장 빠른 손가락), 사용자가 완전히 통제할 수 있는 행동에 기반하거나(예: 선착순 10명 등록), 객관적인 기준에 기반한다. (예: 소셜 미디어 댓글 중 가장 많은 좋아요 수)
3. 기회와 기술이 혼합된 게임(예: 포커 게임)은 허용되지 아니한다.
4. 이벤트를 정확히 예측한 사용자에게 보상을 제공하는 방식은 피해야 한다(예를 들어, 사용자가 사건을 정확히 예측한 경우 보상하는 것).

또한, 보상이 무엇인지에 대한 불확실성이 없어야 한다. (예: 미스터리 상이나 무작위로 선택된 상은 허용되지 않는다.)

범주 2: 우연 요소가 있는 경품 행사

우연의 요소가 있으면, 복권에 해당한다.

게임을 홍보하기 위한 무작위 추첨(즉, 게임 홍보를 위한 복권)은 2022년 도박 통제(거래 및 기타 홍보 게임 및 복권 등급 라이선스) 명령에 따라 자동으로 등급 라이선스를 부여받는 것이 허용된다.⁵³⁾ 자동으로 등급 라이선스를 부여받는 것이 허용되는 요건과 이에 따른 필요한 조치는 아래와 같다:

53) 명령 제2조 <<https://sso.agc.gov.sg/SL/GCA2022-S660-2022?DocDate=20220802>>

S/N	관련 명령 부분	요건	필요한 조치
1	제2조 제1항, 제8조, 별표1	“정의된 복권”이 있어야 한다(즉, 명령의 별표1에 명시된 다양한 카지노 게임 및 전통적인 도박 게임의 기계나 디자인 요소를 사용하지 않는 복권).	카드, 주사위, 슬롯 머신, 경마, 4D, 토트, 로또, 파워볼, 룰렛, 마작, 팽이, 도미노, 타일, 티켓, 번호표, 또는 카지노 게임과 유사한 기계나 디자인 요소를 포함하지 않도록 하라.
2	제8조 제a호, 제9조 제8조	별표2에 명시된 도박 기사의 이미지를 복권이나 복권 광고에서 언제든지 표시하거나 사용하는 것을 금지한다.	
3	제8조 제b호, 명령의 별표2		
4	제8조 제c호	정해진 게임 또는 정해진 복권의 수상자 선정은 정해진 게임 또는 정해진 복권의 홍보에 따라 장소, 날짜 또는 시간에 이루어진다.	주최자는 웹사이트에 다음 정보를 게시해야 한다: (i) 복권을 진행하는 기관의 이름; (ii) 게임을 진행할 날짜, 장소 및 시간; (iii) 정의된 게임 또는 정의된 복권의 규칙과 수상자를 결정하는 방법론; (iv) 등급 라이선스 보유자가 제공하는 상금의 종류와 배정 방식, 그리고 수령되지 않은 상금을 처리하는 방법; (v) 수상자에게 통지하는 방법의 세부 사항; 그리고 (vi) 정의된 게임 또는 정의된 복권의 다른 조건 및 조항.
5	제8조 제d호, 제10조	정보 요건	
6	제8조 제e호, 제11조	비즉석 복권에 대한 특별 요건	복권이 즉석복권이 아닌 경우, 이 특별 요건이 적용된다. 특별 요건에 따라, 주최자는 반드시 다음을 수행한다:

			(i) 정의된 게임 또는 정의된 복권의 결과를 공개하는 방법의 세부 사항을 발표한다. (ii) 모든 필수 정보를 티켓에 명확하게 인쇄하거나 참가자가 쉽게 접근할 수 있도록 제공한다.
7	제8조 제f호, 제12조	수상자 통지 요건	주최자는 반드시 다음을 수행한다: (i) 각 수상자에게 결과 결정 후 7일 이내에 수상 사실을 통지한다; 그리고 (ii) 각 수상자에게 해당 상품을 지체 없이 제공하도록 조치한다.
8	제8조 제g호	미성년자가 관련된 경우, 상금(및 상품과 서비스)은 미성년자가 구매할 수 없는 것(예: 알코올/담배)이 되어서는 안 된다.	상금은 미성년자에게 부적절한 물품(예: 알코올, 담배)일 수 없다.

마. NFT 게임 관련 허용 여부

- 1) 게임 아이템을 NFT화하여 이용자가 NFT거래소에서 판매하는 형태의 게임이 금지되어 있는지, 금지된다면 어떤 규정에 따라 금지되는지

확률형아이템, 가차, 강화된 콘텐츠(또는 다른 게임의 확률 요소가 있는 보상)에서 얻은 보상을 NFT로 전환하고 NFT 거래소에서 판매하여 현금화하거나 실제 세계에서 지급으로 교환하는 방식은 도박 통제법에 따라 금지된다(위 4.나.항 참조).

그 외의 금지 사항은 없다.

바. P2E 게임 허용 여부

- 1) 게임 상의 재화를 블록체인을 통하여, 환전 또는 아이템 NFT 거래 등을 통해 현금화 할 수 있는 게임이 허용되는지 여부 및 관련 규정 또는 법률이 있는지

확률형아이템, 가차, 강화된 콘텐츠(또는 다른 게임의 확률 요소가 있는 보상)에서 얻은 보상을 실질 화폐로 전환하여 수익을 창출하거나 현실 세계에서 보상으로 교환하는 방식은 도박 통

제법에 따라 금지된다(위 4.나.항 참조).

P2E 게임에 우연의 요소가 포함되면, P2E 게임을 하는 것 자체가 도박 통제법에 의해 금지된 사행성 행위로 간주될 수 있다.

위에서 언급한 것 외에는 P2E 게임에 대한 금지 조항이 없다.

사. 이용자수 공개의무 등 기타 사업자 준수 의무 관련

1) 월간 이용자 정보를 공지하거나 보고해야할 의무(예: EU Digital Service Act) 등 기타 사업자가 준수해야할 사항이 있는지

온라인 사업체에 특정된 요건은 없다. 그러나 일반적인 세금 신고 의무는 적용된다.

아. 플랫폼에 따른 규제 변화 관련

1) 게임을 활용하는 플랫폼에 따라 규제가 상이한지(예: PC, 모바일, 콘솔 간, 혹은 온라인 플랫폼 구글, 애플, 닌텐도, 스팀 간 등)

물리 매체로 배포되거나 콘솔에 사전 설치된 게임에는 연령 등급/분류 요건이 적용된다. 다운로드 되는 게임에는 연령 등급/분류 요건이 적용되지 않는다(위의 2.가.1)번 질문 참조).

일반적으로 플랫폼 간 규제 처리 방식에 차이가 없을 것으로 예상된다.

2) 하나의 게임을 멀리 플랫폼으로 활용할 경우, 어떠한 플랫폼에 해당하는 규제가 적용되는 것인지 (예: 모바일 게임을 PC로 스트리밍하는 경우 PC, 모바일 게임의 규제 중 어떤 규제를 받게 되는지)

기술적으로, 다운로드된 게임은 방송(등급 라이선스) 고시⁵⁴⁾와 인터넷 행동 강령⁵⁵⁾에 따라 규제를 받는다. 반면 물리 매체로 배포되거나 콘솔에 사전 설치된 게임은 등급/분류 시스템에 따라 규제를 받는다.

그러나 두 체제 모두 콘텐츠 금지 조항을 포함하며, IMDA가 이를 관리한다.

54) 방송 (등급 라이선스) 고시, '별표', 등급 라이선스 조건 (<https://sso.agc.gov.sg/SL/BA1994-N1?ProvIds=Sc-#Sc->)

55) IMDA, '인터넷 운영 강령', 별표 (https://www.imda.gov.sg/-/media/Imda/Files/Regulation-Licensing-and-Consultations/content-and-standards-classification/PoliciesandContentGuidelines_Internet_InternetCodeOfPractice.pdf)

5. 게임서비스 이용 관련

가. 표준이용약관

1) 게임 서비스와 관련하여 법률, 정부 기관 등에서 제시하는 표준이용약관이 있는지 없다.

2) 표준이용약관이 없는 경우 해당 국가의 계약법, 민법 등 법률 상 불공정 약관의 판단 기준이 무엇인지

1977년 불공정 계약 조건법(Unfair Contract Terms Act 1977, "UCTA")⁵⁶⁾에 따르면, 게임 제공업체와 소비자 간의 다음 조항은 집행되지 않는다:

- 과실로 인한 사망 또는 개인 상해에 대한 책임 면제 또는 제한⁵⁷⁾
- '합리성 요건'을 충족하지 않는 게임 제공업체의 위반에 대한 책임 면제(또는 제한)⁵⁸⁾
- '합리성 요건'을 충족하지 않는 게임 제공자가 계약상 의무를 합리적으로 기대되는 것과 실질적으로 다르게 이행할 수 있다는 주장⁵⁹⁾
- '합리성 요건'을 충족하지 않는 게임 제공자가 계약 의무의 전체 또는 일부를 이행하지 않을 수 있다는 주장⁶⁰⁾
- 게임 제공자가 소비자에 대하여 손해배상을 요구하는 것으로 '합리성 요건'을 충족하지 않는 것⁶¹⁾

'합리성 요건'의 의미를 명시하는 규정은 없다. 그러나 UCTA에 따르면 아래 사항을 고려하여 개별 조항의 합리성을 판단한다.⁶²⁾

- 고객의 요건을 충족할 수 있는 대체 수단을 고려하여, 각 당사자의 협상 위치의 상대적 강도
- 고객이 해당 조건에 동의하도록 유인 받았는지, 또는 유사한 조건을 수락하지 않고도 다른 사람들과 유사한 계약을 체결할 기회가 있었는지 여부

56) 우리는 이 조언에서 상품에만 해당하는 UCTA 조항을 제외했다. 게임을 서비스로 간주한다: <<https://sso.agc.gov.sg/Act/UCTA1977?WholeDoc=1>>

57) UCTA 제2조 제1항.

58) UCTA 제3조 제2항 (a).

59) UCTA 제3조 제2항 (b)(i).

60) UCTA 제3조 제2항 (b)(ii).

61) UCTA 제4조.

62) UCTA, 별표 2 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/UCTA1977?WholeDoc=1#Sc2->>

- 고객이 해당 조건의 존재와 범위를 알고 있었거나 알 수 있었어야 했는지 여부(거래 관행 및 당사자 간의 이전 거래 과정을 고려)
- 계약 당시 해당 조건을 준수하는 것이 실현 가능할 것으로 기대하는 것이 합리적이었는지 여부와 관계없이, 해당 조건을 준수하지 않을 경우 관련 책임을 배제하거나 제한하는지 여부

나. 이용약관 언어 관련

1) 약관에서 제공하는 언어를 현지 언어가 아닌 다른 언어로 제공해도 적법한지

약관은 싱가포르의 공용어인 영어 판본으로 제공해야 한다. 비영어 판본도 법적 구속력을 가질 수 있지만, 소비자가 충분한 고지가 이루어지지 않았다는 이유로 약관이 무효라는 주장을 할 위험이 있다.⁶³⁾

다. 약관 개정 및 동의

1) 약관을 개정하는 경우 법률, 정부 기관에서 제시하는 사전 고지일 및 동의 획득 여부가 있는 지. (이용자에 대한 고지로 동의를 갈음할 수 있는지 여부)

정부 기관이나 입법에 의해 정해진 필수 날짜는 없고 일반적인 업계 관행도 없지만 변경 사항의 규모에 따라 14일에서 30일 정도의 기간을 권장한다.

그러나 계약법에 따르면 사용자에게 충분한 고지가 이루어지지 않는 경우 사용자가 약관 변경이 충분한 고지 없이 계약에 유효하게 통합이 이루어지지 않았다고 주장할 위험이 있다.⁶⁴⁾ 한편 약관 변경이 개인정보의 이용, 수집 또는 공개 목적을 새롭게 포함하고, 사업자가 이용자에게 변경 사항을 통지함으로써 묵시적 동의를 구하는 경우 데이터보호법에 따라 합리적인 탈퇴 기간이 필요하다⁶⁵⁾.

라. 본인인증/ID 생성

1) 인터넷 사업자의 온라인서비스 운영 및 모바일서비스 운영 시 이용자 본인인증 등을 요구하는 법령 혹은 자율규제 등이 있는지

이용자 신원 확인을 규정하는 구체적인 법률은 존재하지 않는다.

63) 이것은 J Spurling Ltd v Bradshaw [1956] EWCA Civ 3 사건에서 레드 핸드 규칙을 적용한 예시이다.

64) 이것은 레드 핸드의 적용이다. 위의 각주 55 참조.

65) PDPC, 'Advisory Guidelines on Key Concepts' <https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/advisory-guidelines/ag-on-key-concepts/advisory-guidelines-on-key-concepts-in-the-pdpa-17-may-2022.pdf>의 88쪽

그러나 M18 등급/분류를 받은 게임을 18세 미만 사용자에게 배포하거나 전시하는 행위는 범죄로 간주된다.⁶⁶⁾ 따라서 배급사/전시자는 배급/전시 시점에서 소비자의 연령을 확인해야 한다. 싱가포르에서 배급/전시가 물리적으로 이루어지므로, 싱가포르에서 소비자의 연령을 확인할 수 있다. 이를 위해 소비자의 신분증(예: 신분증 또는 여권)을 확인할 수 있다.

2) 이용자 본인인증을 선택사항으로 두고 있는 경우, 본인인증 도입/미도입 시 어떤 차이가 있는지
이용자 신원 확인을 규정하는 구체적인 법률이 존재하지 않으므로 신원 확인 여부에 따른 차이도 없다.

마. 미성년자 정의

1) 민법 상 스스로 법률행위를 할 수 있는 연령이 몇 세인지, 또는 청소년 보호법 상 미성년자의 연령의 기준이 어떻게 되는지

한국은 게임산업법 제23조의3에 따라 미성년자 보호를 위해 아래와 같은 조치를 사업자에게 요구하고 있음.

1. 게임물 이용자의 회원가입 시 실명·연령 확인 및 본인 인증
2. 청소년의 회원가입 시 친권자 등 법정대리인의 동의 확보
3. 청소년 본인 또는 법정대리인의 요청 시 게임물 이용방법, 게임물 이용시간 등 제한
4. 제공되는 게임물의 특성·등급·유료화정책 등에 관한 기본적인 사항과 게임물 이용시간 및 결제정보 등 게임물 이용내역의 청소년 본인 및 법정대리인에 대한 고지
5. 과도한 게임물 이용 방지를 위한 주의문구 게시
6. 게임물 이용화면에 이용시간 경과 내역 표시

한국과 달리 싱가포르에는 미성년자가 게임에 몰입하거나 중독되는 것을 금지하는 구체적인 법률이 없다. 민법에 따르면 만 18세가 되면 계약을 맺을 수 있는 법적 능력을 갖는다(여기서 관련 없는 합의 및 토지 임대와 같은 특정 계약은 제외한다).⁶⁷⁾

관습법에 따르면, 18세 미만의 미성년자와 체결한 게임과 같은 서비스 계약은 여전히 미성년자에게 강제될 수 있다. 그러나 관습법의 논리는 미성년자가 생활 필수품을 조달할 수 있도록 허용하는 것이었기 때문에, 이 부분의 법리는 아직 불명확하다.⁶⁸⁾

66) 영화법 제21조 제7항. <<https://sso.agc.gov.sg/Act/FA1981?ProvIds=pr21-#pr21->>

67) 민법 제35조제1항 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/CLA1909#pr35->>

68) 싱가포르 법률 감시, 제8장 '계약법' 제8.6.2조 (2015년 4월 30일) <<https://www.singaporelawwatch.sg/H>

개인정보의 경우, 미성년자가 자신의 개인정보 사용에 동의할 수 있는 명확한 연령 기준이 없다. 개인정보보호위원회(PDPC)는 정보 보호 정책이 명확하게 작성된 경우 13세 이상 18세 미만의 아동이 유효한 동의를 할 수 있다고 본다.⁶⁹⁾

바. 미성년자 본인인증 및 법정대리인 관련 법률(게임이용 관련)

1) 미성년자가 게임을 이용함에 있어 본인인증 및 법정 대리인의 동의를 받아야 하는지 및 그에 대한 규정 또는 법률이 어떻게 되는지

M18 등급을 받은 게임이 물리 매체를 통해 배포되거나 사전 설치된 콘솔에서 배포될 때, 배급자는 연령 확인 검사를 수행해야 한다(위 5.라.항 참조).

그 외의 개인정보 규정에 따라 다음과 같다.

1. 13세 미만의 미성년자에 대해서는, 조식이 아동의 부모나 보호자의 동의를 받아야 한다. 개인정보보호위원회(PDPC)는 13세 미만의 아동이 동의를 할 수 없다고 본다.⁷⁰⁾
2. 13세 이상 18세 미만의 미성년자는 개인정보보호위원회(PDPC)가 정보 보호 정책이 명확하게 작성된 경우 유효한 동의를 할 수 있다고 판단한다.⁷¹⁾

사. 미성년자 법정대리인 동의(계약 체결 관련)

1) 미성년자가 계약 체결에 있어 권리를 행사할 때 법정 대리인의 동의 등이 필요한지, 필요하다면 법정 대리인의 동의를 어떻게 획득하는지 및 그에 대한 규정 또는 법률은 어떻게 되는지

민법에 따르면, 만 18세가 되면 계약을 맺을 수 있는 법적 능력을 갖는다(여기서 관련 없는 합의 및 토지 임대와 같은 특정 계약은 제외한다).⁷²⁾

관습법에 따르면, 18세 미만의 미성년자와 체결한 게임과 같은 서비스 계약은 여전히 미성년자에게 강제될 수 있다. 그러나 관습법의 논리는 미성년자가 생활 필수품을 조달할 수 있도록 허용하는 것이었기 때문에, 이는 불명확한 점으로 남아 있다.⁷³⁾

[eadlines/ch-08-the-law-of-contract](#)>

69) 개인정보보호위원회(PDPC) 싱가포르, '아동을 위한 PDPA에 대한 디지털 환경에서의 자문 지침', 제4.2항 (2024년 3월 28일) <https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/advisory-guidelines/advisory-guidelines-on-the-pdpa-for-children's-personal-data-in-the-digital-environment_mar24.pdf>

70) 각주 60 지침의 4.5항 참조.

71) 각주 60 지침의 4.2항 참조.

72) 민법 제35조제1항 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/CLA1909#pr35->>

계약법 관점에서, 18세 미만의 미성년자에 대해 개발자가 계약이 집행 불가능할 위험을 감수한다면 확인 절차를 수행하거나 법적 대리인의 동의를 구하지 않아도 된다(위의 5.라.번 질문 참조).

아. 게임물 이용시간 및 결제정보 등 게임물 이용내역 법정대리인에 대한 고지

- 1) 미성년자 게임물 이용시간, 결제 정보 등의 내역을 법정대리인에게 정기적으로 고지해야 하는 등의 의무 관련 법령 또는 자율규제가 있는지

이 문제에 대한 법률이나 산업 규정이 없다.

자. 이용시간 제한, 기타 미성년자 보호조치

- 1) 특정 시간 동안 미성년자 또는 법정대리인 등이 지정한 이용자의 게임 이용시간을 제한하는 법률 또는 규정 등이 있는지, 있다면 사업자가 조치해야 하는 사항은 무엇인지

게임 사용 시간을 제한하는 법률이나 규정은 없다.

- 2) 그 외 미성년자에게 게임 서비스를 제공하는 경우 미성년자 보호를 위해 사업자가 준수해야 할 사항이 있는지

미성년자에게 게임 서비스를 제공하는 것과 관련된 법률이나 규정은 없다.

차. 전자문서 활용

- 1) 게임의 이용(회원 가입 및 탈퇴, 약관 동의, 개인정보처리방침 동의 등)과 관련하여 전자문서를 활용하는 경우에 대한 법률 및 규정이 있는지

한국 전자상거래법 5조:

전자상거래를 하는 사업자는 소비자의 회원 가입, 계약의 청약, 소비자 관련 정보의 제공 등을 전자문서를 통하여 할 수 있도록 하는 경우에는 회원탈퇴, 청약의 철회, 계약의 해지·해제·변경, 정보의 제공 및 이용에 관한 동의를 철회 등도 전자문서를 통하여 할 수 있도록 하여야 함.

정보 보호 고지에 대한 동의를 얻어야 한다는 점을 제외하고는 그러한 법률과 규정이 없다.

73) 싱가포르 법률 감시, 제8장 '계약법', 미성년자와의 계약, 제8.6.2조 (2015년 4월 30일) <<https://www.singaporelawwatch.sg/Headlines/ch-08-the-law-of-contract>>

6. 개인정보의 수집과 동의

가. 개인정보보호법 적용 대상

1) 자국 내 사업장이 없는 해외사업자에게 해당 국가의 개인정보보호법률이 적용되는지

개인정보보호법(PDPA)의 적용 범위에 대해 해외 영업자에게 추가적인 영토적 제한은 없다.⁷⁴⁾ 싱가포르 거주자의 개인정보와 관련된 경우, 싱가포르와의 연결이 있는 한 PDPA는 해외 영업자에게도 적용된다.

나. 해외 사업자의 국내 대리인 지정

1) 해외사업자의 경우 국내 대리인을 지정해야 하는지, 지정해야한다면, 그 사실을 관계 당국에 보고해야 하는 의무가 있는지. 개인정보처리방침에 공개만 해 두어도 되는지

개인정보보호책임자(Data Protection Officer, “DPO”)와 그의 연락처를 회사 웹사이트에 공개해야 한다.⁷⁵⁾ 그러나 이 사실을 싱가포르 정부에 보고할 의무는 없다.

다. 개인정보 수집 방법(동의, 고지 등)

1) 개인정보를 적법하게 수집(처리)하기 위한 방법(근거)은 어떠한 것들이 있는지 (동의, 고지, 정보주체와의 계약 처리 및 이행을 위한 경우 등)

개인정보보호법(PDPA)에 따른 주요 법적 근거는 개인정보가 사용될 목적을 정보 주체에게 통지한 후 동의를 받는 것이다.⁷⁶⁾ 동의를 없을 경우, 예외를 찾아야 한다. 게임과 관련된 해당 예외는 다음과 같다:⁷⁷⁾

1. 정보가 공개되어 있는 경우
2. 조사나 절차에 필요한 경우
3. 개인이 조직에 진 채무를 변제하기 위한 경우
4. 다른 개인이 조직에 제공한 정보를 통해 조직이 그 개인의 개인적 또는 가정적 목적을 위한 서비스를 제공하며, 조직이 그 서비스를 오직 그 목적을 위해서만 제공하는 경우

74) PDPA <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?WholeDoc=1>>

75) 개인정보보호법(PDPA) 제11조 제3항 및 제11조 제5항 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?WholeDoc=1#pr11->>

76) 개인정보보호법 제13조.

77) 개인정보보호법(PDPA), 별표1

5. 합리성 기준에 따라 다음과 같은 사업 개선 목적으로 사용되는 경우⁷⁸⁾

- a. 제공하는 상품이나 서비스를 향상시키거나 개선하거나, 새로운 상품이나 서비스를 개발하는 경우
- b. 운영 방식을 개선하거나 향상시키거나, 새로운 방법이나 절차를 개발하는 경우
- c. 조직이 제공하는 상품이나 서비스와 관련하여 정보 주체 또는 다른 개인의 행동과 선호도를 학습하고 이해하는 경우
- d. 조직이 정보 주체나 다른 개인에게 적합한 서비스를 식별하거나, 정보 주체나 다른 개인을 위해 이러한 서비스를 개인 맞춤화하거나 특화하는 경우

라. 아동의 개인정보 수집

1) 한국의 경우처럼 아동(한국의 경우 만 14세 미만)의 개인정보를 수집·이용·제공하려면, 법정대리인의 동의를 받아야 하는 규제가 존재하는지. 혹 동의가 불필요한 경우, 어떠한 방법을 적법 처리 근거로 활용할 수 있는지

개인정보 관련 규정은 다음 사항을 요구한다.

- 1. 13세 미만의 미성년자에 대해서는, 조직이 아동의 부모나 보호자의 동의를 받아야 한다. 개인정보보호위원회(PDPC)는 13세 미만의 아동이 동의할 수 없다고 본다.⁷⁹⁾
- 2. 13세 이상 18세 미만의 미성년자는 정보 보호 정책이 명확하게 작성된 경우 PDPC (개인정보 보호 위원회)는 아동이 유효한 동의를 할 수 있다고 판단한다.⁸⁰⁾

2) 법정대리인의 동의를 받아야 한다면, 그 방법이 구체적으로 규정되어 있는지 (이메일 인증, 전자서명, 서면 동의, 전화 동의 등)

법정대리인의 동의를 얻는 데에 정해진 방법이나 권장되는 방법은 없다.

3) 개인정보보호법 상 아동의 연령은 어떻게 되는지

해당 연령은 13세와 18세이다(위 6.라.1)참 참조).

78) 개인정보보호법 별표1, 제5부, 제1항(3).

79) PDPC (개인정보 보호 위원회), 디지털 환경에서 아동의 개인정보 보호법(PDPA) 자문 지침, 4.5항 (2024년 3월 28일) <https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/advisory-guidelines/advisory-guidelines-on-the-pdpa-for-children's-personal-data-in-the-digital-environment_mar24.pdf>

80) 각주 70 지침의 4.2항 참조.

**4) 사업자는 아동의 개인정보 관련 권리를 어떻게 보장해야 하는지
(법정 대리인이 권리행사를 대신 할 수 있는지 여부 등)**

대리인과 아동 간의 법적 관계는 부모 관계 또는 보호자 관계여야 한다. 법정대리인이 아동을 대신하여 동의한 경우, 법정대리인은 아동을 대신하여 권리를 행사할 수 있다.⁸¹⁾

5) 해당 법률을 위반했을 때 벌칙 조항은 어떻게 구성되어 있는지

개인정보 보호법 위반 시 1백만 싱가포르달러 이하 또는 연간 매출의 10% 중 큰 금액의 벌금에 처한다.⁸²⁾

Spring College International Pte. Ltd. 사건의 경우⁸³⁾, 미성년자인 몇몇 학생의 개인정보를 동의 없이 마케팅 목적으로 사용했으나 피해가 발생하지 않았기 때문에 금전적 처벌은 없었고, PDPC (개인정보 보호 위원회)는 단지 시정 조치만을 명령했다.

미성년자의 개인정보를 동의 없이 대규모로 수집한 사례는 발표된 바 없다.

마. 개인정보 제3자 제공 방법(동의, 고지 등)

1) 개인정보를 제3자에게 적법하게 제공하기 위한 방법(근거)은 어떠한 것들이 있는지 (동의, 고지, 정보주체와의 계약 처리 및 이행을 위한 경우 등)

6.다.항의 기준이 동일하게 적용된다. 추가로 다음 사항을 주의해야 할 것이다.

1. 개인정보 처리방침을 제공하여 동의를 얻어야 하며, 개인정보 처리방침에는 정보가 제3자에게 제공되는 시점과 목적을 명시해야 한다.
2. 개인정보 처리방침에 개인정보가 제3자에게 제공될 것이라는 명시 없더라도, 사용자가 개인정보가 제3자와 공유될 것이라고 합리적으로 예상할 수 있는 상황에서는 개인정보가 제3자에게 제공될 것이라는 계약상 필요에 의한 동의로 간주할 수 있다. 예를 들어, 사용자가 결제 시 신용카드 정보를 제공하는 경우, 개발자는 사용자와 개발자 간의 계약을 이행하기 위해 신용카드 정보를 은행과 결제 처리업체에 공개하는 것을 계약상 필요에 의

81) 예를 들어, PDPC가 부모나 보호자가 자녀를 대신하여 조치를 취하는 것을 고려하는 권고 지침을 참조하라. (http://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/advisory-guidelines/advisory-guidelines-on-the-pdpa-for-children's-personal-data-in-the-digital-environment_mar24.pdf)

82) 개인정보보호법 제48J조 제3항.

83)[2018] SGPDP 15 (https://www.pdpc.gov.sg/-/media/Files/PDPC/PDF-Files/Commissions-Decisions/Grounds_of_Decision_Spring_College_International_240518.pdf)

한 동의로 간주할 수 있다.⁸⁴⁾

3. 정보 전송이 발생할 경우, 개인정보는 개인정보보호법(PDPA) 기준에 따라 동일한 수준으로 보호해야 한다.

바. 개인정보 처리 위탁(동의, 고지, 수탁업체 계약방법)

1) 개인정보 처리를 외부 업체에게 위탁하려는 경우 정보주체의 동의를 얻어야 하는지

정보주체의 동의를 요구된다. 위의 6.마.항 참조.

2) 동의를 얻지 않아도 된다면, 그 적법성을 어떻게 확보할 수 있는지 (정보주체에게 고지, 개인정보처리방침 공개 등)

해당 없다.

3) 개인정보 처리를 위탁받아 수행하는 자(수탁업체)와 체결해야 하는 문서가 있는지 (한국의 경우 개인정보보호법 제26조에 따라 문서로 업무를 위탁하여야 함)

개인 또는 회사와 외부 수급업체 간에는 정보 처리 계약을 체결해야 한다.⁸⁵⁾

4) 위탁업체가 수탁업체를 관리감독할 의무가 있는지. 있다면, 그 관리감독 방법은 무엇인지

위탁자는 개인정보 보호 의무에 대해 모든 책임을 진다. 또한, 외부 수탁자를 고용할 때, 외부 수탁자가 개인정보를 보호하기 위한 합리적인 보안 조치를 갖추고 있는지 확인해야 한다.⁸⁶⁾⁸⁷⁾ 감독은 다음과 같이 진행된다.

1. 개인정보를 보호하기 위한 정보 중개자 조직의 의무와 책임을 명시하는 계약을 체결하고, 각 당사자의 역할, 의무 및 책임을 보호한다.

84) 개인정보보호법(Personal Data Protection Act, PDPA) 제15조 제1항과 항을 참조. <<https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/advisory-guidelines/ag-on-key-concepts/advisory-guidelines-on-key-concepts-in-the-pdpa-17-may-2022.pdf>>

85) 개인정보보호법 제4조 제2항.

86) PDPC (개인정보 보호 위원회), 정보 중개자 관리 지침 제14조 <<https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/other-guides/guide-to-managing-data-intermediaries--2020.pdf>>

87) Re SCAL Academy Pte. Ltd. [2020] SGPDP 22 제8항 및 제9항 “조직은 비즈니스 요건을 명확히 하고, 공급업체와 합의된 기술적 조치를 마련하며, 비즈니스 요건에서 도출된 위험 시나리오를 기반으로 적절한 테스트를 수행해야 한다.”

2. 제3자가 직원 교육과 효과적인 보안 조치를 포함한 정책과 절차를 마련하여, 관리하는 정보가 항상 적절하게 보호되도록 확인한다;
3. 다양한 감사 및 감사 메커니즘을 통해 IT 운영과 보안을 유지한다.

5) 개인정보 수탁업체가 개인정보 관련 사고를 발생 시킬 경우 그 책임은 누가 지는지 (수탁업체가 온전히 그 책임을 지는지 또는 위탁업체가 그 책임을 지는지)

위탁자는 궁극적으로 개인정보 보호를 보장할 책임이 있다. 그러나 위탁자는 개인정보 보호에 대한 감독 또는 일반적인 역할을 수행하며, 수탁업체는 개인정보를 직접 소유하거나 통제함으로써 발생하는 개인정보 보호에 보다 직접적이고 구체적인 역할을 수행한다.⁸⁸⁾ 수탁업체가 위반 행위를 저지를 경우, 위탁자는 수탁업체와의 관계에서 개인정보를 보호하기 위한 합리적인 보안 조치를 취하지 않은 경우에만 책임을 진다.⁸⁹⁾

사. 쿠키 수집

1) 쿠키를 수집(동의 등) 및 이용과 관련하여 규제가 있는지

일반적으로, 쿠키가 개인정보(개인 맞춤 광고와 같은 마케팅을 포함한)을 수집, 처리, 또는 공개하는 경우 동의가 요구된다. 이는 개인정보 처리 방침에 쿠키를 사용하여 수집, 처리, 또는 공개하는 목적을 명시함으로써 이루어질 수 있다.⁹⁰⁾

사용자가 쿠키 설정을 관리할 수 있도록 쿠키 배너 또는 다른 체계를 제공하는 것이 바람직하지 만⁹¹⁾, 이는 필수는 아니다.

만약 쿠키가 세션 로그인 관리와 같은 기술적 기능에만 사용된다면, 동의는 필요하지 않다.

2) 있다면, 해당 법을 만족시키기 위한 적법한 쿠키 수집(동의 등) 방법은 무엇인지

위 6.사.1)항 참조

88) [2019] PDPC (개인정보 보호 위원회) 3 [57] <<https://www.pdpc.gov.sg/-/media/Files/PDPC/PDF-File/Commissions-Decisions/Grounds-of-Decision---SingHealth-IHiS---150119.pdf>>

89) [2019] PDPC (개인정보 보호 위원회) 3 [94]에서 [96]까지 <<https://www.pdpc.gov.sg/-/media/Files/PDPC/PDF-Files/Commissions-Decisions/Grounds-of-Decision---SingHealth-IHiS---150119.pdf>>

90) PDPC, 'Personal Data Protection Act에 대한 특정 주제에 관한 자문 지침서' 제6항 (2018년 8월 31일 개정) <<https://www.pdpc.gov.sg/-/media/Files/PDPC/PDF-Files/Legislation-and-Guidelines/FINAL-Advisory-Guidelines-on-PDPA-for-Selected-Topics-31-August-2018.pdf>>

91) 7.14 [https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/advisory-guidelines/ag-on-selected-topics/advisory-guidelines-on-the-pdpa-for-selected-topics-\(revised-may-2024\).pdf](https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/advisory-guidelines/ag-on-selected-topics/advisory-guidelines-on-the-pdpa-for-selected-topics-(revised-may-2024).pdf)

3) 만약 동의를 받아야 한다면, 쿠키 동의를 면제될 수 있는 조건은 무엇이 있는지

쿠키를 마케팅 목적으로 사용하지 않는 경우, 동의가 없더라도 사업 개선 목적 사용으로 볼 수 있어 동의를 받지 않을 수 있다 (위 6.다.1)항 참조).

쿠키가 마케팅 목적으로 사용되는 경우, 해당 예외 규정이 없으므로 동의를 받아야 한다.

아. 국외 이전 방법(동의, 방법, 동의 시 고지사항)

1) 해외 이용자의 개인정보를 국외로 이전하기 위한 방법은 무엇이 있는지

(동의, 개인정보처리방침 공개, 특별한 규제 없이 자유롭게 이전 가능 등)

게임 개발자와 이용자 간에는 개인정보 처리 방침이 전송 목적을 명확히 명시해야 하며 이용자는 개인정보 처리 방침에 동의해야 한다.

해외로 정보를 이전할 때, 다른 해외 법인으로 이전하는 경우(관련 법인일지라도), 아래 내용이 포함된 계약을 체결해야 한다.⁹²⁾

1. 해외 기관이 개인정보보호법(PDPA) 기준에 상응하는 수준으로 개인정보를 보호할 것임을 보장한다.
2. 계약에 따라 개인정보가 이전될 수 있는 국가 및 지역을 명시해야 한다.

자. 데이터 현지화

1) 특정 국가의 경우 자국민의 개인정보를 반드시 특정국가 현지에 저장해야 함을 법률로 규정하고 있음에 따라 유사한 규제가 있는지

싱가포르에는 정보 현지화 요건이 없다. 그러나 정보가 해외로 이전될 때는 6.아.1)에 명시된 조치를 적용해야 한다.

2) 현지화 규제가 있다면, 그 대상이 되는 개인정보의 범위가 있는지

(모든 개인정보, 특정 정보만 현지에 저장 등)

해당 없다.

92) <[https://www.pdpc.gov.sg/-/media/Files/PDPC/PDF-Files/Advisory-Guidelines/the-transfer-limitation-obligation---ch-19-\(270717\).pdf](https://www.pdpc.gov.sg/-/media/Files/PDPC/PDF-Files/Advisory-Guidelines/the-transfer-limitation-obligation---ch-19-(270717).pdf)>의 제19.2항

7. 개인정보의 처리와 보호

가. 개인정보 이용내역 통지

1) 개인정보 이용을 이용자에게 알려야 하는 규정이 있는지. 있다면 어떠한 방법으로 이용자에게 통지해야 하는지. 만약 통지 수단 (이메일, 핸드폰 번호 등)이 없다면 이용내역을 통지하지 않아도 되는지

일반적으로, 개인정보를 수집하는 시점이나 그 이전에, 개인정보가 수집되고 사용되며 공개될 목적을 사용자에게 개인정보 처리방침을 통해 알려야 한다.⁹³⁾

그러나 개발자가 기존의 개인정보를 새로운 목적이나 다른 목적으로 사용하거나 공개하려면, 개발자는 사용자에게 새로운 목적이나 다른 목적을 통지해야 한다. 또한, 개발자는 개인정보보호법(PDPA) 제15A조의 요건을 충족해야 하며, 이는 사용자가 새로운 목적이나 다른 목적에 대해 통지 받은 후 동의를 철회하지 않았기 때문에 동의한 것으로 간주할 수 있어야 한다는 것을 의미한다. 개인정보보호법(PDPA) 제15A조의 요건에 따르면 개발자가 새로운 목적이나 다른 목적으로 개인정보를 수집, 사용, 또는 공개하기 전에 다음 사항을 수행해야 한다.

1. 제안된 개인정보 수집, 사용 또는 공개가 사용자에게 부정적인 영향을 미치지 않는지 평가를 실시한다.
2. 사용자가 다음 정보를 인지하도록 합리적인 조치를 취한다.
 - a. 개발자가 개인정보를 수집, 사용 또는 공개하려는 의도
 - b. 개인정보가 수집, 사용 또는 공개될 목적
 - c. 개인이 조직의 제안된 개인정보 수집, 사용 또는 공개에 동의하지 않는다는 것을 조직에 통지할 수 있는 합리적인 기간⁹⁴⁾과 방법

개발자는 어떤 통지 방식이 적합인지 통지해야 한다. 일반적으로 다음과 같다:⁹⁵⁾

1. 비활성 사용자에게 도달하기 위해 여러 가지 통지 방식을 권장한다. 예를 들어, 앱의 푸시 알림과 이메일을 함께 사용한다.
2. 개발자는 사용자와 소통할 때 일반적으로 사용하는 방법을 활용해야 한다 (예: 개발자가 사용자에게 이메일을 보내왔다면, 이메일을 사용해야 한다).
3. 사용자 수가 많아 직접적인 소통 채널이 효과적이지 않거나 사용자 연락처 정보가 업데이트 되지 않았을 경우, 마이크로사이트에 게시하는 간접적인 소통 채널도 활용해야 한다.

93) <<https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/other-guides/guide-to-notification-260919.pdf>>

94) 합리적인 기간은 명시되지 않았으나, 2주를 권장한다.

95) <<https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/advisory-guidelines/ag-on-key-concepts/advisory-guidelines-on-key-concepts-in-the-pdpa-17-may-2022.pdf>>의 12.23항을 확인하라.

이메일은 일반적으로 사용자에게 직접 도달하는 방법으로 사용되지만, 다른 직접 채널보다 침해가 덜하다.

나. 광고성 정보(수신, 동의, 고지, 발송, 방법)

1) 한국의 정보통신망법과 같은 광고성 정보(이메일, 핸드폰 번호, 모바일 앱 푸시) 발송에 적용되는 규제가 있는지

마케팅 메시지를 이용자에게 보낼 때 일반적으로 이용자의 선택 동의를 얻어야 한다. 즉, 이용자가 서비스에 가입할 때 마케팅 메시지를 받을지 여부를 선택할 수 있어야 한다.⁹⁶⁾ 실무적으로는 이용자에게 일반 이용약관에 동의한다는 체크박스과 마케팅 메시지 수신에 동의하는 체크박스를 모두 제공하는 방식으로 주로 하고 있다. 이는 조직이 서비스를 받는 조건으로 이용자가 마케팅 메시지를 수신하는 데 동의하도록 강요할 수 없다는 규칙 때문이며, 이용자에게 강요하는 것은 불합리한 경우에 해당한다.⁹⁷⁾

일반적으로, 이용자가 서비스를 받기 위한 조건으로 마케팅 메시지를 수신받도록 강제하는 것이 합리적이라고 인정받는 유일한 상황은 다음 각 요건에 해당하는 경우이다.⁹⁸⁾

1. 서비스가 무료로 제공되는 경우(이용자가 마케팅 메시지를 수신하는 조건으로 무료 서비스나 아이템을 제공받는 등)
2. 마케팅 메시지는 개발자에 의해서만 발송되고, 가입한 서비스와 관련된 내용만을 포함하며, 다른 제3자와 개인정보를 공유하지 않는 경우

참고로, 선택적 동의가 필요하지 않은 경우에도 일반적인 동의는 얻어야 한다. 이러한 동의는 이용자가 일반 이용약관 또는 개인정보 보호 정책에 동의함으로써 얻을 수 있다. 즉 어떤 경우에도 개발자가 이용자에게 마케팅 메시지를 보낼 권리에 대한 동의를 받아야 한다.

2) 있다면, 광고성 정보를 보낼 때 지켜야 하는 표기 의무가 있는지

다음과 같이 두 가지 상황이 존재한다.

96) <<https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/advisory-guidelines/advisoryguidelinesonrequiringconsentformarketing8may2015.pdf> > 의 제5.1항을 참조하라

97) 개인정보보호법 제14조 제2항(a)는 이메일, 앱 알림 등을 통해 발송되는 통지에 적용되며, 개인정보보호법, 제46조 제1항은 전화(문자 또는 통화)를 통해 발송되는 마케팅 메시지에 적용된다.

98) 일반적인 예시는 <https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/advisory-guidelines/advisoryguidelinesonrequiringconsentformarketing8may2015.pdf>의 제8.1항에 나와 있다.

동의하는 경우

이용자가 광고 정보를 수신하는 것에 동의한 경우(위의 7.나.1) 참조), 광고에 특별한 표시는 필요하지 않다. 요건은 다음과 같다.⁹⁹⁾

1. 향후 광고 메시지 수신을 중단할 수 있는 기능을 제공한다.
2. 메시지를 발송하는 조직을 명확히 식별한다.

동의하지 않는 경우

동의가 없는 경우, 이는 스팸 방지법(Spam Control Act)에 따라 “원치 않는 전자 메시지”로 간주된다. 이러한 메시지는 스팸 방지법(Spam Control Act)의 요건을 충족해야 하며, ¹⁰⁰⁾ 다음과 같은 라벨링 요건을 포함한다.

1. 제목 부분에 “<ADV>”문자를 띄어쓰기로 구분하여 표시해야 하며, 제목 필드가 없을 경우 메시지의 첫 번째 단어에 표시해야 한다.
2. 제목이나 헤더 정보가 있을 경우, 해당 정보는 거짓이거나 오해를 불러 일으키는 내용이 되어서는 안 된다.
3. 향후 광고 메시지 수신을 중단할 수 있는 기능을 제공한다.
4. 메시지를 발송하는 조직을 명확히 식별한다.

3) 이용자에게 광고성 정보를 보내기 위한 조건은 어떻게 되는지 (명시적인 사전 수신동의 등)

실질적으로, 광고 정보는 사전 동의를 제공한 사용자들에게만 발송되어야 한다.

스팸 방지법의 라벨링 요건을 충족하면 기술적으로는 이용자가 원하지 않는 광고 메시지를 보낼 수 있다. 그러나 개인정보 보호법 도입 이후, 스팸 메시지 발송을 위해 이용자 연락처 정보를 수집하는 것이 금지되었기 때문에 이러한 행위는 실무상 중단되었다.

개인정보보호법(Personal Data Protection Act)에 따르면, 원치 않는 광고 메시지를 전송하는 일반적인 방법(예를 들어, 이메일 목록을 구매하거나 제3자 제공업체에 의뢰하여 무단으로 광고 메시지를 발송하는 행위)은 사용자의 개인정보를 무단으로 수집하는 것으로 간주된다. 과거에는 이러한 위반 행위에 대해 12,600달러 이상 16,800달러 이하의 벌금이 부과되었으며, 재정적 어려움이 있는 경우는 감경 요인으로, 위반자가 피해를 줄이기 위한 적절하고 신속한 조치를 취

99) 질문 “동의 철회 요건을 준수하기 위해 조직과 개인이 주의해야 할 사항은 무엇인가?” <<https://www.pdpc.gov.sg/faq-listing?persona=business-owner&topic=general&page=2>>

100) 스팸 방지법(Spam Control Act), 별표2 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/SCA2007?ProvlDs=Sc2-#Sc2->>

하지 않은 경우는 가장 요인으로 고려되었다.¹⁰¹⁾ 개인정보보호법(Personal Data Protection Act)은 주소 수집 소프트웨어나 사전 공격을 사용하여 이메일 목록을 생성하는 것을 금지한다.¹⁰²⁾ 광고 정보를 전화(유선 또는 휴대전화)로 전송하기 전에, 광고주는 싱가포르 전화번호가 정부가 관리하는 전화 광고 거부 등록부에 등재되어 있는지 확인해야 한다.¹⁰³⁾ 이 요건을 위반할 경우 1백만 싱가포르달러 이하, 또는 연간 매출의 10% 중 큰 금액의 벌금에 처한다.¹⁰⁴⁾ 실제 처벌 사례에 대한 기록이 공개된 것은 없다.

다. 개인정보 파기

1) 개인정보를 파기해야 하는 의무가 있는지

PDPA에 따르면 조직은 다음 각 사항이 합리적이라고 판단되는 즉시 개인정보가 포함된 문서를 보관하는 것을 중단하거나 개인정보를¹⁰⁵⁾ 익명화해야 한다:¹⁰⁶⁾

1. 개인정보가 수집된 목적이 더 이상 개인정보를 보유함으로써 달성되지 않는 경우
2. 법적 또는 사업적 목적을 위해 더 이상 보관할 필요가 없는 경우

2) 개인정보를 어떠한 경우 파기해야 하는지

위 7. 다. 1) 참조

3) 개인정보를 파기해야 한다면, 한국의 전자상거래 법, 통신비밀보호법과 같이 별도의 정보를 보관하도록 하는 특별 규정이 있는지(접속기록 3개월, 표시/광고에 관한 기록 6개월, 계약 또는 청약철회 등에 관한 기록 5년, 대금 결제 및 재화공급등에 관한 기록 5년, 소비자의 불만 또는 분쟁 처리에 관한 기록 3년)

정보 별도 보유에 관한 특별 규정은 없다. 그러나, 만약 개인정보가 불만 또는 분쟁의 대상이라면, 개발자는 분쟁이 계속되는 동안 개인정보(및 개인정보가 수집, 사용되고 공개된 방법에 대

101) 다음 링크를 참조하라: https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/commissions-decisions/gd_leecheemeng_29122023.pdf 및 PDPC (개인정보 보호 위원회) 및 https://www.pdpc.gov.sg/-/media/Files/PDPC/PDF-Files/Commissions-Decisions/Grounds_of_Decision_Aventis_300418.pdf

102) 개인정보보호법 제48B조. <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?ProvlDs=P19A-#pr48B->>

103) 개인정보보호법 제43조 제2항.

104) 개인정보보호법 제48J조 제3항.

105) 이는 특정 개인과 연관될 수 있는 개인정보를 식별할 수 없도록 제거하는 것을 의미한다. 개인정보보호법(PDPA) 제25조.

106) 개인정보보호법 제25조 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?ProvlDs=P16-#pr25->>

한 정보)를 보관해야 한다.

라. 장기 미 접속 계정 휴면 처리 방법

1) 한국의 개인정보보호법과 같이 1년간 서비스를 이용하지 않는 이용자의 개인정보를 파기 또는 분리보관 해야 하는 규제가 있는지

유휴 이용자 개인정보 파기나 별도 보관에 관한 규정은 따로 없다. 유일한 요건은 위의 7.다.번 질문에 명시되어 있다. 사용자가 계정을 다시 접근하고자 할 경우를 대비하여 개인 정보를 보존하는 것이 합리적이라고 본다.

2) 있다면, 휴면처리를 어떻게 처리해야 하는지

해당 없다.

마. 개인정보 처리 방침

1) 국내의 경우 법령에 의해서 개인정보처리방침에 필수적으로 기재해야 하는 내용이 정해져 있음. 이와 유사하게 법적으로 필수적으로 기재해야 하는 내용이 있는지. 그리고 필수는 아니지만 가이드라인 등을 통해 기재가 권장되는 내용이 있는지

싱가포르에서 개인정보처리방침의 요건은 다음과 같다.¹⁰⁷⁾

1. 개인정보가 수집되고 사용되며 공개되는 목적을 사용자들에게 알린다.¹⁰⁸⁾
2. 조직의 개인정보 수집, 사용 또는 공개에 관한 질문에 답변할 책임이 있는 대표자의 사업 연락처 정보를 포함한다.¹⁰⁹⁾

2) 개인정보처리방침을 어떻게 공개해야 한다는 사실을 정한 규제가 있는지

개인정보처리방침의 공개 형식을 규정하는 법은 없지만, 개인정보 보호위원회(Personal Data Protection Commission)는 최선 관행 지침을 발표했다.¹¹⁰⁾

107) PDPC (개인정보 보호 위원회), '통지 안내서' <<https://www.pdpc.gov.sg/-/media/Files/PDPC/PDF-Files/Other-Guides/Guide-to-Notification-260919.pdf>>

108) 개인정보보호법 제20조 제1항 (a) <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?ProvlDs=P14-#pr20->>

109) 개인정보보호법 제20조 제1항 (c).

110) PDPC (개인정보 보호 위원회), '통지 안내서'.

바. 이용자 개인정보 권익보호방법

1) 이용자에게 보장해 주어야 하는 개인정보 관련 권리가 있는지 (열람권, 정정권, 이동권, 처리정지권, 삭제권)

관련 권리는 다음과 같다.

1. 접근: 요청 시, 조직은 개인에게 그들의 개인정보 및 개인정보가 요청 전 1년 동안 어떻게 사용되었는지 또는 공개되었는지에 대한 정보를 제공해야 한다.¹¹¹⁾
2. 정정: 조직은 개인의 개인정보에 오류나 누락이 있을 경우 가능한 한 빨리 이를 정정하고, 정정된 정보를 개인정보가 공개된 다른 조직(또는 개인이 동의한 특정 조직)에게 정정이 이루어진 후 1년 이내에 전달해야 한다.¹¹²⁾
3. 책임: 조직은 조직의 개인정보 수집, 사용 또는 공개와 관련된 질문에 대답해야 하는 정보 보호 책임자의 연락처를 제공해야 한다.¹¹³⁾
4. 동의 철회: 사용자는 자신의 개인정보 수집, 사용 또는 공개에 대한 동의를 철회할 권리가 있다.¹¹⁴⁾

관련 규정이 아직 발효되지 않아 시행되지 않은 정보 이전성 의무가 있다. 이 의무가 발효되면, 개인의 요청에 따라 조직은 해당 조직이 소유하거나 통제하는 개인의 정보를 일반적으로 사용되는 기계 판독 가능 형식으로 다른 조직에 전송해야 한다.¹¹⁵⁾

2) 개인정보 관련 권리가 있다면, 각 권리를 행사하기 위한 조건이 있는지 (무제한으로 행사가능, 사업자가 합리적인 이유가 있다면 제한 가능 등)

법적 제한은 없지만, PDPC (개인정보 보호 위원회)는 권리가 합리적으로 행사되어야 한다고 기대한다. 이에 따라, PDPC (개인정보 보호 위원회)는 조직에게 다음과 같은 재량권을 부여한다고 명시한다.¹¹⁶⁾

1. 각 접근 요청에 대해 행정 수수료를 부과한다.

111) 개인정보보호법 제21조 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?ProvIds=pr21-#pr21->>

112) 개인정보보호법 제22조 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?ProvIds=pr22-#pr22->>

113) 개인정보보호법 제20조 제1항 (c).

114) 개인정보보호법(Personal Data Protection Act) 제16조 제1항 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?ProvIds=P14-#pr16->>

115) PDPC, 'Data Protection Obligations', 정보 이전성 의무 <<https://www.pdpc.gov.sg/overview-of-pdpa/the-legislation/personal-data-protection-act/data-protection-obligations>>

116) PDPC (개인정보 보호 위원회), '귀하의 개인정보, 귀하의 선택', 접근 요청 제12조 <<https://www.pdpc.gov.sg/-/media/Files/PDPC/PDF-Files/pdpa-for-individuals-v1-0.pdf>>

2. 요청이 사소하다고 판단되면 거부한다.
3. 합리적인 이유가 있는 경우, 예를 들어 다음과 같은 상황에서 권리를 거부한다:
 - a. 안전 또는 신체적/정신적 건강에 즉각적이거나 심각한 해를 끼치는 경우
 - b. 다른 사람의 안전이나 신체적/정신적 건강을 위협하는 경우
 - c. 다른 사람의 개인정보를 노출하는 경우
 - d. 개인정보를 제공한 사용자의 신원을 공개하는 경우
 - e. 국가 이익에 반하는 경우

사. 개인정보 침해에 대한 보상보험 요건

1) 정보주체의 개인정보 관련 사고(유출, 노출, 훼손, 분실 등)가 발생될 경우 정보주체에게 고지해야 하는 의무가 있는지

정보 주체에게 통지

정보 주체는 “통지 가능한 정보 침해가 발생한 경우”에만 통지받아야 한다. 정보 침해는 다음의 어느 하나와 같은 경우 “통지”해야 한다:¹¹⁷⁾

1. 개인정보가 다음의 어느 하나를 포함하여, 영향을 받는 개인에게 중대한 피해를 초래하거나 초래할 가능성이 높은 경우
 - a. 특정 유형의 정보¹¹⁸⁾
 - b. 개인정보와 관련된 계정 식별자, 암호, 액세스 코드, 보안 질문에 대한 응답, 생체 인식 정보 또는 계정에 액세스하는 데 사용되거나 필요한 기타 정보¹¹⁹⁾
2. 규모가 크거나 클 가능성이 있는 경우(즉, 500¹²⁰⁾명 이상의 개인에게 영향을 미치는 경우). 정보 주체에게 통지할 필요를 피하기 위한 예외가 존재한다. 조직은 다음의 어느 하나에 해당하는 경우 정보 주체에게 통지하지 않기로 선택할 수 있다.¹²¹⁾
 1. 정보 침해가 통지 가능한 정보 침해로 평가된 후, 규정된 요건에 따라 영향을 받는 개인에게 중대한 피해를 초래할 가능성을 낮추기 위한 필요한 조치를 취한 경우

117) 개인정보보호법 제26B조 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?ProvlDs=P16A-#pr26B->>

118) 2021년 개인정보 보호(정보 유출 통지) 규정의 별표 제1부에 목록이 두고 있다. <<https://sso.agc.gov.sg/SL/PDPA2012-S64-2021?DocDate=20210930&ProvlDs=Sc-#Sc->>

119) Personal Data Protection (Notification of Data Breaches) Regulations 2021, 규정 3(1)(b) <<https://sso.agc.gov.sg/SL/PDPA2012-S64-2021?DocDate=20210930#pr3->>

120) 개인정보보호법(PDPA) 제26B조 제3항과 2021년 개인정보보호(정보 유출의 통지)규정 정보 제4조 <<https://sso.agc.gov.sg/SL/PDPA2012-S64-2021?DocDate=20210930#pr4->>

121) 개인정보보호법 제26D조 제5항. <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?ProvlDs=P16A-#pr26D->>

2. 통지 가능한 정보 침해가 발생하기 전에, 영향을 받는 개인에게 중대한 피해를 줄 가능성을 낮추는 기술적 조치를 이미 시행한 경우

2) 정보주체에게 고지 의무가 있다면, 몇 명 이상의 개인정보 사고 시 그러한 의무가 부과되는지, 고지 방법이 규정되어 있는지[홈페이지에 사고 사실 공개, 개별 연락 (이메일, 전화 등)]

개인정보가 위 조에 명시된 유형의 정보를 포함하고 있어 사건이 영향을 받는 개인에게 중대한 피해를 초래하거나 초래할 가능성이 있는 경우, 최소 수량에 대한 제한은 없다.

그 외의 경우, 최소 수량은 500명이다.

통지 방법에 대한 규정은 없다. 법적 요건은 상황에 따라 합리적인 방법으로 통지하는 것이다.¹²²⁾

3) 정보주체에게 고지해야 할 경우 고지 시간이 규정되어 있는지 (사고 사실을 인지한 순간부터 1주일 이내 등)

정해진 규정이 없다.

4) 정보주체의 개인정보 관련 사고(유출, 노출, 훼손, 분실 등)가 발생될 경우 관계당국에 신고해야 하는 의무가 있는지

관련 기관 통지 의무가 존재한다. 통지 가능한 정보 침해가 발생하면, 정보 주체에게 통지하기 전에 PDPC (개인정보 보호 위원회)에 통지할 의무가 있다.¹²³⁾ 광범위한 대중의 주목과 관심을 끌 가능성이 있는 정보 침해 사건이나, 영향을 받는 개인에게 통지하는 방법에 대해 지침이 필요한 경우, 조직은 영향을 받는 개인에게 통지하기 전에 먼저 PDPC(개인정보 보호 위원회)에 통지하고 조언을 구하는 것이 강력히 권장된다.¹²⁴⁾ 또한, PDPC(개인정보 보호 위원회)는 조직이 개인에게 통지하지 않도록 지시할 권한을 가지므로, 반드시 상담해야 한다.¹²⁵⁾

오해를 피하기 위해, 정보 주체에게 통지할 의무가 면제가 가능하더라도, 그 면제는 PDPC(개인정보 보호 위원회)에 통지할 의무에는 적용되지 않는다.

122) 개인정보보호법 제26D조 제2항.

123) 개인정보보호법 제26D조 제1항.

124) PDPC (개인정보 보호 위원회), 정보 유출 관리 및 통지 가이드 제19조 <<https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/other-guides/guide-on-managing-and-notifying-data-breaches-under-the-pdpa-15-mar-2021.pdf>>

125) 개인정보보호법 제26D조 제6항 및 제26D조 제7항.

5) 신고 의무가 있다면 몇 명 이상의 개인정보 사고 시 그러한 의무가 부과되는지? 신고 시간이 정해져 있는지(사고 사실을 인지한 순간부터 1주일 이내 등)

개인정보보호위원회(Personal Data Protection Commission)에 통지하는 법정 기한은 조직이 위반 사항을 통지해야 한다고 평가한 날로부터 3일 이내이다.¹²⁶⁾ 또한, 조직은 평가를 합리적이고 신속한 방식으로 수행해야 한다.¹²⁷⁾

아. 데이터 침해에 대한 보상

1) 한국은 개인정보보호법 제39조의9(손해배상의 보장)에 따라 손해배상책임의 이행을 위해 보험 또는 공제에 가입하거나 준비금을 적립하는 등 필요한 조치를 하여야 함. 이와 유사한 규제가 있는지

정보 주체에게는 보장된 손해 배상이 없으며, 손해를 준비하기 위해 보험을 가입하거나 공제하거나 준비금을 적립할 필요가 없다.

자. 개인정보 유출 손해 배상 보험

1) 개인정보 규제(법령)를 위반하거나 개인정보 사고가 발생한 경우 과태료, 과징금 등은 최대 얼마까지 부과되는지

개인정보 규정을 위반하면 싱가포르 개인정보보호법(PDPA) 제48J조 제a항에 따라 연간 매출이 1천만 달러를 초과하는 조직의 경우 싱가포르 내 연간 매출의 10퍼센트, 그 외의 경우 1백만 달러의 벌금을 부과한다.

금전적 처벌 부과 시 여러 요소를 고려한다.

싱가포르 법률 협회(The Law Society of Singapore) 사건의 경우,¹²⁸⁾ 랜섬웨어 공격으로 인해 총 16,009명의 회원이 영향을 받았다. 이 회원들의 전체 이름, 거주지 주소, 생년월일, NRIC 번호가 유출되었다. 위원은 벌금 대신 적절한 조치로 방향을 결정했다. 이러한 결정의 요인으로는 법률 협회의 위반 사항이 사건의 가장 직접적인 원인이 아니었고, 영향을 받은 데이터 세트의 민감도가 높지 않았다는 점이 작용하였다.

126) 개인정보보호법 제26D조 제1항.

127) 개인정보보호법 제26C조 제2항. <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?ProvIds=P16A-#pr26C->>

128) [2023] SGPDPIC 4 <https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/commissions-decision/s/gd_lawsocietyofsingapore_140323.pdf>

Carousell Pte. Ltd. 사건의 경우,¹²⁹⁾ 정보 침해로 인해 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아, 대만, 필리핀 전체에서 44,477명의 개인이 영향을 받았으며, 2차적으로 최소 2.6백만 명의 개인에게 영향을 미쳤다. 58,000달러의 벌금을 부과함에 있어서, 위원은 Carousell이 위원의 조사에 협조하고, 소프트웨어 버그를 발견한 즉시 신속하고 효과적인 복구 조치를 취했으며, Carousell이 이전에 PDPA를 위반한 적이 없었다는 사실을 고려했다.

E-Commerce Enablers Pte. Ltd. 사건의 경우,¹³⁰⁾ 악의적인 위협 행위자가 조직의 AWS 환경에 접근하여 결국 개인 사용자 정보를 유출했다. 74,400달러의 벌금을 부과하면서, 위원은 조직이 충분히 견고한 프로토콜을 갖추지 못했다는 점을 가중 요소로 고려했지만, 조직의 신속한 시정 조치와 자발적인 위반 인정은 감경 요소로 고려했다.

129) [2023] SGPDPC 13 <https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/commissions-decisions/gd_carousell_28122023.pdf>

130) [2023] SGPDPC 6 <<https://www.pdpc.gov.sg/-/media/files/pdpc/pdf-files/commissions-decisions/decision---ecommerce-enablers.pdf>>

8. 결제 관련

가. 정보제공 (표시 광고)

1) 전자상거래시 소비자에게 공개해야 하는 정보, 또는 알려야 하는 정보에 관한 규제 또는 법률이 있는지. 있다면 어떤 정보를 공개해야 하는지

[예시] 상호 및 대표자 성명 / 주소·전화번호·전자우편 / 공정거래위원회 또는 특별자치장 등에게 신고한 신고번호 등

※ Note

- '표시 광고'라 함은 사업자가 콘텐츠 상품을 판매할 때 사업자 신원 및 상품 거래조건에 대한 정보 제공을 의미함.

- 사업자 상호명, 연락처, 재화 명칭, 재화 가격, 상품 공급 방법, 청약 철회 조건, 환불 방법, 불만 처리 방법 등이 포함될 수 있음.

회사의 법적 명칭(legal name)과 등록 번호(registration number)를 소비자에게 공개해야 한다는 요건만 있다¹³¹⁾. 이를 위반할 경우 최대 1,000 싱가포르 달러의 벌금이 부과된다¹³²⁾. 그러나 이러한 제재 규정 외에도 서비스를 제공하는 주체가 불분명한 경우 소비자는 계약법에 따라 기업 집단 내 임의의 법인을 서비스 제공자라 주장하며 해당 법인을 상대로 소송을 제기할 수 있다.

2) 사업자가 패키지 또는 디지털 패키지*형태로 게임을 판매할 때, 반드시 표시해야 하는 정보가 무엇인지

* 디지털 패키지: 물리적인 매체(Media) 없이 디지털 형태로 유통되는 게임을 의미함

게임에 연령 등급이나 분류가 부여되지 않는 한, 필수 정보는 없다.

3) 게임 내 상품(아이템 등)을 판매할 때, 반드시 표시해야 하는 정보가 무엇인지

의무적인 정보 제공 요건은 없다.

그러나, 개발자는 불공정 행위에 대한 의혹을 피하기 위해 제품의 가격과 설명을 명확하게 표시해야 한다.¹³³⁾

131) 회사법 제144조 제1항 (b)호 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/CoA1967?WholeDoc=1#pr144->>

132) 회사법 제144조 제1항 (b)호, 제407조 제2항

133) 2003년 소비자 보호(공정 거래)법 명령의 별표2를 참조 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/CPFTA2003?ProvlDs=Sc2-#Sc2->>

나. 추천 광고

1) 광고주와 추천·보증인과의 경제적 이해관계를 표시해야 하는 규정이 있는지(예: 스트리머, 인플루언서 등을 통한 광고)

※ Note

한국의 경우 공정거래위원회에서 '추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침'을 제정하여 배포하고 있음.

- 이에 따르면 사업자와 추천·보증인 사이의 경제적 이해관계*가 성립되는 경우, 추천·보증인이 광고 진행 시 경제적 대가를 받았다는 사실을 안내하도록 하고 있음.

- 경제적 이해관계란, 광고주와 추천·보증인이 경제적 관련성을 갖는 경우를 의미하는 것으로 현금, 상품권, 할인권, 적립금 등 금전적 대가를 지급하거나, 상품 무료제공, 무료대여, 할인혜택 제공 등

관련 법률은 없으나 싱가포르 정부의 광고표준청(Advertising Standards Authority of Singapore, "ASAS")이 시행하는 관련 산업 규정이 있다. ASAS는 광고주, 광고 대행사 및 미디어, 정부 기관 및 기타 지원 조직을 대표하는 조직의 구성원으로 이루어져 있다. ASAS는 광고주, 광고 대행사 및 미디어 소유자(소셜 미디어 플랫폼 포함)에게 광고를 제거하도록 요청할 권한을 가진다.¹³⁴⁾ 실무적으로 각 당사자는 광고표준청(Advertising Standards Authority for Singapore, ASAS)의 규정을 준수한다.

광고표준청(Advertising Standards Authority for Services, ASAS)은 경제적 이익을 명확히 표시해야 한다는 지침을 제시했다.¹³⁵⁾

2) 스트리머, 인플루언서 등에게 현금이 아닌 게임 아이템을 제공하는 것만으로도 경제적 이해관계가 성립되는지

ASAS는 제공되는 혜택의 유형을 폭넓게 검토한다. ASAS는 보증인과 후원자 간의 상업적 관계, 무료 샘플, 우호적 호의, 특별 초대 등 다양한 혜택을 고려한다.¹³⁶⁾ 게임 아이템은 "친절한 호의"와 같은 범주에 속한다.

134) ASAS, 싱가포르 광고 실무 규정(Singapore Code of Advertising Practice), 제4.2항, (제3판, 2008년 2월) <https://asas.org.sg/Portals/0/SCAP%202008_1.pdf>

135) ASAS, '인터랙티브 마케팅 커뮤니케이션 및 소셜 미디어 가이드라인 제3.1(c)항' <<https://asas.org.sg/Portals/0/Guidelines%20for%20Interactive%20Marketing%20Communication%20and%20Social%20Media%20%28web%29.pdf>>

136) 위의 각주를 참조.

다. 구독서비스 관련

1) 구독 서비스 등 정기결제 관련하여 사업자가 준수해야할 사항은 어떤 것이 있는지, 관련 법률 내지 표준약관

이와 같은 법률이나 표준 약관은 존재하지 않는다. 서비스 제공자는 준수해야 할 요소가 없다. 서비스 제공자는 계약서에 서비스 제공자가 자유롭게 명시할 수 있다.

라. 광고 시 금지사항

1) 게임에 대한 광고 시 금지되는 행위에는 어떤 것이 있는지

※ Note

한국 게임산업법 제34조(광고·선전의 제한)

① 누구든지 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니된다.

1. 등급을 받은 게임물의 내용과 다른 내용의 광고를 하거나 그 선전물을 배포·게시하는 행위
2. 등급분류를 받은 게임물의 등급과 다른 등급을 표시한 광고·선전물을 배포·게시하는 행위
3. 게임물내용정보를 다르게 표시하여 광고하거나 그 선전물을 배포·게시하는 행위
4. 게임물에 대하여 내용정보 외에 경품제공 등 사행심을 조장하는 내용을 광고하거나 선전물을 배포·게시하는 행위

② 게임제공업, 인터넷컴퓨터게임시설제공업 또는 복합유통게임제공업을 하는 자는 사행행위와 도박이 이루어지는 장소로 오인할 수 있는 광고물로서 대통령령이 정하는 광고물을 설치 또는 게시하여서는 아니 된다.

다음 내용은 비디오 게임 광고에 포함될 수 없다:137)

1. 인간의 생식기나 어떤 형태의 나체, 자극적인 복장을 한 사람의 이미지.
2. 성적으로 도발적인 방식이나 다른 불쾌한 방식으로 행동하는 사람.
3. 다음 내용의 묘사 또는 홍보

137) IMDA, '비디오 게임 인쇄 홍보 자료 지침' <https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/regulations-and-licensing/regulations/codes-of-practice/codes-of-practice-media/guidelines-on-print-publicity-materials-for-video-games-29_apr_2019.pdf>

- a. 명백한 성폭력이나 강압적인 성행위, 또는 폭력과 연관된 어떠한 형태의 성행위, 구속 이미지를 포함한 경우
 - b. 동성 간의 키스를 포함한 동성애적 친밀감
 - c. 소아성애, 수간, 또는 시체성애와 같은 성적 일탈 행위나 기호를 묘사하는 이미지
 - d. 불법 약물 사용, 명백한 범죄 또는 반사회적 행동, 불법 약물 소비 이미지, 삼합회 의식 또는 의례
 - e. 모든 종교적 이단이나 일탈적 신념 또는 교리
4. 잔인하거나 폭력적인 행위를 명확하게 묘사하는 것, 예를 들어 신체 절단, 피가 나는 상처, 또는 몸이 꿰뚫린 이미지를 포함한다.
5. 초자연적 현상의 무시무시하거나 공포스러운 이미지 묘사, 예를 들어 흉측하게 변형된 모습이나 유령 같은 환영의 무서운 이미지
6. 싱가포르 내에서 서로 다른 인종 또는 종교 집단 간에 적대감, 악의 또는 적의를 유발할 가능성이 있는 사항이나 사물
7. 종교적 인물이나 물건에 대한 불경스러운 이미지를 포함하여 민족적, 인종적 또는 종교적 증오, 갈등 또는 불관용을 묘사하는 것
8. 싱가포르에서 인종이나 종교를 비방하거나 모욕하는 모든 사안
9. 음란하거나 외설적이거나 불쾌감을 주는 행위, 단어 또는 메시지의 묘사
- 또한, 광고는 대중의 어느 부분에게도 불쾌감을 줄 가능성이 있는 방식이나 장소에 표시해서는 안 된다.

2) 야간 광고 발송에 대한 규제가 있는지

특별한 규제는 없다.

마. 결제한도

- 1) 게임 이용자의 결제 금액의 한도를 설정할 수 있는 시스템을 본인 또는 법정대리인에게 제공하도록 하는 법률 또는 정책이 있는지

없다.

바. 미성년자 법정대리인 권한(결제 관련)

1) 미성년자가 결제 등을 이행할 때 법정 대리인의 동의 등이 필요한지, 필요하다면 법정 대리인의 동의를 어떻게 획득해야 하는지, 그에 대한 규정 또는 법률은 어떻게 되는지

이와 같은 규정이나 법률은 없다. 그러나 미성년자의 동의를 얻지 못하거나 대표자의 동의서를 입수하지 못할 경우 계약이 유효하게 체결되지 않을 수 있다(위의 5.사,항 참조).

2) 미성년자가 예외적으로 단독으로 결제할 수 있는 범위를 정하는 규정 또는 법률이 있는지 없다.

사. 결제 및 체결 확인

1) 전자상거래에서 대금 지급과 관련해 보안 유지 및 청약 고지 / 확인 절차 마련 등에 관한 규정 또는 법률이 있는지

이와 같은 규정이나 법률은 없다. 그러나 합리적인 보안 조치를 통해 개인정보를 보호해야 하는 일반적인 요구사항이 적용된다.¹³⁸⁾

2) 전자 거래 이후 소비자에게 청약의 정보를 고지하고 수신확인을 받는 등의 기본 규정 또는 법률이 있는지

이와 같은 규정이나 법률은 없다. 그러나 개발자가 부가가치세 등록(위 1.나.1)항 참조)을 한 경우, 고객에게 영수증을 발급해야 하는 일반적인 요건이 적용된다.¹³⁹⁾

아. 조작 실수 방지

1) 소비자가 실수로 결제하는 경우를 방지하기 위해 필요한 절차에 대한 법률이나 규정 등이 있는지 필수적인 절차나 과정은 없다.

138) 개인정보보호법 제24조 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PDPA2012?Provlds=P16-#pr24->>

139) IRAS, '고객'에게 송장 발행, 영수증 <[https://www.iras.gov.sg/taxes/goods-services-tax-\(gst\)/basics-of-gst/invoicing-price-display-and-record-keeping/invoicing-customers#:~:text=A%20receipt%20must%20be%20serially,total%20amount%20of%20GST%20chargeable](https://www.iras.gov.sg/taxes/goods-services-tax-(gst)/basics-of-gst/invoicing-price-display-and-record-keeping/invoicing-customers#:~:text=A%20receipt%20must%20be%20serially,total%20amount%20of%20GST%20chargeable)>

9. 청약철회 및 환불 등

가. 청약철회

※ Note : 청약철회 및 환불

- ‘청약철회’는 소비자가 일정 기간 내(국내 7일)에서 아무런 위약금이나 손해배상 책임 없이 계약을 취소하는 제도를 의미함. 단, 사업자는 소비자 책임 시 청약철회 요청을 거부할 수 있음.

- ‘환불’이라 함은 소비자가 충전·보유하고 있는 잔여 캐시, 콘텐츠에 대한 환급 처리를 의미함.

- 한국의 경우 소비자가 청약철회를 요청하면 사업자는 3영업일 이내에 지급받은 대금을 환급해야 함. 단, 청약철회 및 계약해지 하는 경우 상품반환 비용은 소비자가 부담함.

1) 전자상거래에서 소비자가 계약 및 청약 철회할 수 있는 조건, 기간, 환불 절차 등 관련 규정 또는 법률이 있는지

규정이나 법률은 존재하지 않는다.

게임 소비자와 사용자 간의 계약은 취소에 관한 특별 규정이 적용되는 규제된 계약이 아니라고 가정한다. 규제된 계약은 직접 판매 계약(공급자가 소비자를 방문한 후 대면으로 체결된 계약), 장기 휴가 상품 계약, 시간제 계약 또는 시간제 관련 계약을 의미한다.¹⁴⁰⁾

나. 미성년자 청약철회

1) 미성년자가 계약 또는 결제 등의 행위를 진행 할 때 법정 대리인의 동의가 없는 경우 계약이 무효임을 안내 해야 하는지. 이외 관련 규정이 있는지

※ Note : 예시

- 한국의 경우 전자상거래법 제13조 제3항에 따라 미성년자와 재화 등의 거래에 관한 계약을 체결할 때에는 법정대리인이 그 계약에 동의하지 아니하면 미성년자 본인 또는 법정대리인이 그 계약을 취소할 수 있다는 내용을 미성년자에게 고지해야 함.

140) Consumer Protection (Fair Trading) (Cancellation of Contracts) 규정 2009 <<https://sso.agc.gov.sg/SL/CPFTA2003-S65-2009?DocDate=20161208&WholeDoc=1>>

계약이 무효가 될 수 있다 (위의 5.사.항 참조).

2) 미성년자를 대상으로 서비스를 제공하는 경우 사업자에게 미성년자 보호를 위한 별도의 보호 정책 수립 및 고지를 요구하는 법령의 유무

일반적으로, 18세 미만의 사람을 성행위, 성적 대화, 착취적 관계에 연루시키는 행위는 법으로 금지된다.¹⁴¹⁾ 개발자가 이러한 불법 활동을 방조하면 범죄가 성립된다. 또한, 개발자들은 이러한 불법 활동과 관련된 거래를 싱가포르 정부에 보고해야 한다.¹⁴²⁾

또한, 16세 미만의 사람이 공공 오락의 일환으로 출연하거나 공연하는 게임은 다음의 어느 하나와 같은 경우 허용되지 않는다.¹⁴³⁾

1. 부도덕한 성격을 지닌 경우
2. 생명에 위협을 초래하거나 아동 또는 청소년의 건강, 신체적 적합성 및 친절한 대우에 해로운 경우
3. 부모나 보호자의 동의가 없는 경우

마지막으로, 게임 개발자가 방송법 제45K조 제1항에 따라 IMDA (정보매체발전기금)로부터 지정된 온라인 서비스라는 통지를 받으면,¹⁴⁴⁾ 온라인 안전 실천 규범과 같은 미성년자 보호 조치를 채택해야 한다.¹⁴⁵⁾ 이러한 통지는 개발자가 충분한 규모의 온라인 서비스를 운영하는 경우에만 이루어진다.

다. 캐시/(게임 내) 재화

※ Note : Cash/In-game currency

▶ 캐시(Cash)

141) 예를 들어, 형법 제376EB 조(16세 미만 미성년자와의 성적 의사소통), 제376EC 조(16세 이상 18세 미만 미성년자와의 착취적 성적 의사소통), 제376EE 조(16세 이상 18세 미만 미성년자 앞에서의 착취적 성적 활동 또는 이미지).

142) 부패, 마약 밀매 및 기타 중대한 범죄(이익 몰수) 법 별표 2.

143) 1993년 아동 및 청소년 보호법 제14조 제1항 (https://sso.agc.gov.sg/Act/CYPA1993?ProvsIds=P12-P4_5-#pr14-)

144) (<https://sso.agc.gov.sg/Act/BA1994?ProvsIds=P110A-#pr45K->)

145) (<https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/regulations-and-licensing/regulations/codes-of-practice/codes-of-practice-media/code-of-practice-for-online-safety.pdf>)

- 이용자가 현금을 사용하여 구매(충전)하는 게임의 가상 화폐를 의미하며, 게임 플레이를 통해 획득하는 게임머니와 구분됨, 일종의 선불식 지불수단

- 게임 사업자가 사용하는 '캐시'는 실제 법정 화폐를 의미하는 것은 아니며, 게임 서비스(플랫폼) 내에서 유통이 가능함.

- 예: 스팀 월렛 : 스팀에서 사용되는 스팀 월렛의 경우 이용자가 현금으로 '캐시'를 충전하고, 충전한 '캐시'를 스팀에서 서비스하는 여러 게임들의 구매, 각 게임들에서 사용되는 유료재화로 변경할 수 있음

▶ 유료재화(Paid In-game Currency)

- '유료재화'는 현금 또는 '캐시'로 구매할 수 있는 인 게임 재화를 의미함

- 예: Brawl Stars GEM이 대표적인 예이며, 유료재화는 '캐시'와 달리 특정 게임 내에서만 아이템 구매하는데 사용이 되며, 구매한 유료재화는 다시 현금 또는 캐시로 교환할 수 없음

▶ 무료재화(포인트)(Free In-game Currency, Point)

- 게임 내에서 게임서비스를 이용하거나 아이템을 구매하기 위해 사용되는 가상의 데이터로서, 무료로 지급하는 것

1) 캐시, 포인트 등의 법적 지위가 어떻게 되는지, 현금과 동일한 가치로 인정되는지

법적 지위는 개발자가 제공하는 계약 조항에 따라 결정된다. 가장 중요한 것은 개발자가 규제를 받지 않는 면제 범주에 속하는지 확인하는 것이다. 그렇지 않으면 라이선스가 필요하다.

싱가포르 법에 따르면, 개발자에게 선불로 돈을 지급하고 개발자가 이를 전자 화폐(e-money)로 인식하는 경우(즉, SGD 또는 대한민국 원과 같은 실제 통화로 표시되는 경우), 이는 지급 서비스 법(Payment Services Act) 하에서 전자 화폐로 규제된다. 이는 개발자가 이러한 전자 화폐를 발행하려면 결제 서비스 라이선스가 필요하기 때문에 문제가 된다.¹⁴⁶⁾ 이와 같은 예외가 존재하지만, 여러 국가에서 온 사용자들이 있는 맥락에서는 충족될 수 없다고 생각한다.¹⁴⁷⁾ 따라서 이러한 방식은 권하지 않는다.

146) 지급 서비스 법("PS 법")에 따라 전자 화폐를 발행하는 서비스. PS 법 제5조 제1항: <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PSA2019?WholeDoc=1#pr5->>

147) 비록 PS 법 별표 제3부에 "제한된 목적의 전자 화폐" 면제가 존재하지만, 이는 "제한된 목적의 전자 화폐"가 싱가포르 내에서만 사용되거나 보상 포인트 형태로 발행되고 선불 결제가 아닌 경우에만 적용된다. 이는 국제적인

권장하는 접근 방식은 개발자에게 선불로 돈을 지급할 경우, 개발자가 이를 포인트로 전환하여 “제한된 목적의 디지털 결제 토큰”으로 면제받도록 하는 것이다.¹⁴⁸⁾ 이러한 면제 대상이 되려면, 이 포인트는 환불이 불가능¹⁴⁹⁾하며 다음과 같이 사용이 제한되어야 한다.

1. 개발자 또는 개발자가 지정한 상인이 발행한 상품 및 서비스의 결제에만 사용할 수 있다.
2. 온라인 게임에서 가상 아이템이나 가상 서비스의 결제에만 사용된다.

2) 게임 내 사용 가능한 재화의 이용, 양도, 사용기간, 환불(보상) 관련한 규정 또는 법률이 있는지

※ Note

- 한국의 경우 콘텐츠이용자보호지침 26조 상 사업자가 이용자의 콘텐츠 이용실적에 따라 적립되거나, 대가를 지급하고 구입한 포인트 서비스를 운용하는 경우 포인트 서비스의 세부 내용(적립방법, 이용방법, 양도 가능여부, 사용기간 및 보상 방법 등)을 이용자에게 고지해야 함. 이외 일본 경우 자금결제법에 따라 사업자가 발행한 포인트 / 사이버 캐시의 절반 이상을 정부 기관에 공탁해야 함.

9.다.1) 참조

라. 청약철회의 대상

1) 현금으로 구매한 캐시가 청약철회 대상인지

1. 개발자는 포인트를 발급해야 하며, 현금(실제 통화로 표시된)을 발급해서는 안 된다.
2. 환불이나 철회는 허용되지 않는다.

2) 현금으로 구매한 유료재화가 청약철회 대상인지

1. 개발자는 유료 게임 내 통화가 가상의 세계에서 사용되는 화폐이며 실제 화폐(현실 세계

사용자를 대상으로 하는 한국 게임 개발자의 맥락에서는 충족되기 어렵다. PS법에서 “제한된 목적의 전자 화폐”의 정의에 관해서는 별표1의 제3부를 참조하라. <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PSA2019?WholeDoc=1#Sc1>>

148) PS법(결제 서비스법) 별표 1 제3부에서 “제한된 목적 디지털 결제 토큰”의 정의를 확인하라. <<https://sso.agc.gov.sg/Act/PSA2019?WholeDoc=1#Sc1->>

149) 게임 서비스 종료 또는 게임 콘텐츠에 중대한 하자가 있는 등 특정 상황에서는 예외적으로 환불이 허용되어야 한다고 생각되며, 이에 대하여는 구체적인 사실관계에 기반한 구체적인 법률 검토가 필요하다.

의 통화로 표시된)와 다르다는 점을 명확히 해야 한다.

2. 환불이나 철회는 허용되지 않는다.

3) 캐시로 구매한 유료재화가 청약철회 대상인지

1. 개발자는 유료 게임 내 통화가 가상의 세계에서 사용되는 화폐이며 실제 화폐(현실 세계의 통화로 표시된)와 다르다는 점을 명확히 해야 한다.

2. 환불이나 철회는 허용되지 않는다.

4) 현금으로 구매한 디지털 상품(인 게임 아이템)이 청약철회 대상인지

1. 개발자는 유료 게임 내 통화가 가상의 세계에서 사용되는 화폐이며 실제 화폐(현실 세계의 통화로 표시된)와 다르다는 점을 명확히 해야 한다.

2. 환불이나 철회는 허용되지 않는다.

5) 캐시로 구매한 디지털 상품(인 게임 아이템)이 청약철회 대상인지

답변 없음

6) 유료재화로 구매한 디지털 상품(인 게임 아이템)이 청약철회 대상인지

답변 없음

마. 환불

1) 청약철회의 보장기간이 경과한 '캐시' 또는 디지털 상품(인 게임 아이템)에 대하여 이용자가 환불요청 시 이를 처리해 주어야 할 의무가 있는지

※ Note

- 한국의 경우 온라인 게임 표준이용약관 상 사이버 캐시 잔액의 10% 이내 금액 또는 캐시 잔액이 10,000원 이내인 경우에는 일정금액을 공제하고 남은 금액을 환불해야 함.

이와 같은 법률이나 의무는 없다.

2) 관련 법령 또는 정책상 게임이 서비스를 종료할 시의 환불에 대한 규정이 있는지(환불 대상이 되는 잔여재화 및 상품의 범위, 환불 수수료 부과 여부, 환불 절차 사전 안내 의무 등)

이와 같은 법률이나 의무는 없다.

3) 환불 수수료에 대한 기준, 혹은 규제가 있는지(특정 비율 이상의 수수료는 과도하다 간주하여 규제하는 경우 등)

이와 같은 법률이나 의무는 없다.

4) 이용자가 회원탈퇴 시, 관련 법령 또는 정책상 캐시 또는 게임 속 재화가 환불 대상에 포함되는지

이와 같은 법률이나 의무는 없다.

바. 과오납금 환불

1) 소비자가 실수로 결제한 경우 이를 환급하는 것에 관한 규정 또는 법률이 있는지

※ Note

- 한국의 경우 모바일 게임 표준이용약관 상 과오납금이 발생하는 경우 과오납금을 회원에게 환급해야 함. 다만, 회사의 고의 또는 과실 없이 회원의 과실로 인하여 발생한 경우에는 그 환급에 소요되는 실제 비용은 합리적인 범위 내에서 회원이 부담함.

이와 같은 법률이나 의무는 없다.

사. 소멸시효/사용기간

1) 상행위로 인해 발생하는 채권의 소멸시효가 어떻게 되는지

일반적으로 계약 또는 불법행위에 근거한 청구는 원인이 발생한 날로부터 6년의 소멸시효가 적용된다.¹⁵⁰⁾

2) 게임을 위해 현금으로 구매한 캐시/유료재화의 사용기간에 대한 규정 또는 법률이 있는지

이와 같은 법률이나 의무는 없다. 그러나 만료일이 구매 약관에 명확히 명시되지 않으면,

150) 1959년 소멸시효법 제6조 제1항 (<https://sso.agc.gov.sg/Act/LA1959?ProvIds=P12-#pr6->)

위반으로 간주될 수 있다. 개발자가 명시되지 않은 만료일을 주장할 경우 계약 이행 위반으로 간주될 수 있다.

아. 휴업기간 업무처리

1) 사업자가 휴업을 하거나 영업정지를 하고 있는 경우에 소비자의 요청(청약철회 등)을 어떻게 처리하는지, 그에 대한 규정 또는 법률이 있는지

답변 없음

자. 거래기록 보존

1) 전자상거래의 거래기록을 보존해야 하는지, 보존해야 한다면 어느 내용을 언제까지 보관해야 하는지 등에 대한 규정 또는 법률이 있는지

※ Note

- 한국의 경우 전자상거래법 제6조 제1항에 따라 거래 관련 기록(표시·광고, 계약내용 등)을 일정기간 동안 보존해야 함을 규정하고 있음

- 표시·광고에 관한 기록: 6개월
- 계약 또는 청약철회 등에 관한 기록: 5년
- 대금결제 및 재화등의 공급에 관한 기록: 5년
- 소비자의 불만 또는 분쟁처리에 관한 기록: 3년

전자상거래 거래 기록 저장에 관한 구체적인 규정이나 법률은 존재하지 않는다. 일반적으로 회계 목적을 위해, 기업은 해당 거래나 운영이 완료된 회계 연도의 말일부터 최소 5년 동안 거래 기록을 보존해야 한다.¹⁵¹⁾

151) 회사법 제199조 제2항 <<https://sso.agc.gov.sg/Act/CoA1967?Provlds=P16-#pr199->>

10. 게임산업 진흥 등

가. 게임산업에 대한 세제혜택 및 보조금 지원

1) 게임산업 관련 세액공제 등 게임산업에 대한 세제혜택이 있는지 또는 보조금 지원정책 등이 존재하는지 여부 및 그 내용

게임 산업에는 세제 혜택이 없다.

그러나 다음 사항을 주의해야 한다.

1. 충분한 규모의 개발자는 싱가포르 경제 발전청과 협상하여 싱가포르로 운영을 이전할 때 세금 혜택을 받을 수 있다.
2. 모든 산업에 적용되는 연구개발(R&D) 일반 세금 혜택이 관심을 끌 수 있다.¹⁵²⁾

나. 게임개발자 이민시의 지원 정책

1) 게임개발자 등 기술자가 해당 국가 이주시(‘기술이민’)의 지원정책

예) 취업비자 신속처리, 자녀교육비 지원, 의료비 지원 등

게임 산업을 위한 기술 이민 및 관련 비용에 대한 구체적인 지원 정책은 없다.

숙련된 근로자는 일반적으로 싱가포르의 취업 패스 프레임워크에 해당하며, 이는 빠르고 효율적인 절차를 제공한다.

다. 게임저작권 침해에 대한 정책

1) 게임 관련 불법프로그램 및 게임저작권 침해와 관련한 별도의 정책을 시행하고 있는지

이를 위한 별도의 정책이나 분쟁 해결 체계는 없다. 일반적인 법적 조치 (소송)가 적용된다.

152) 예를 들어, IRAS(싱가포르 국세청) 연구 및 개발(R&D) 세제 혜택을 참조하라. <[https://www.iras.gov.sg/taxes/corporate-income-tax/income-deductions-for-companies/business-expenses/research-development-\(r-d\)-tax-measures](https://www.iras.gov.sg/taxes/corporate-income-tax/income-deductions-for-companies/business-expenses/research-development-(r-d)-tax-measures)>

2) 특히 게임 관련 불법 사설 서버(게임 제작사나 publisher가 공식으로 제공하는 서비스가 아니라 제3자가 별도로 게임 서버를 구현하여 서비스를 제공하는 것)를 운영하고 있는 것과 관련해 해당 사이트 차단을 요청할 수 있는 기관이 있는지

이를 위한 별도의 조직은 없다. 법적 조치 (소송)로 일반적인 구제책이 적용된다.

3) 해당 국가에 별도 사업장을 두고 있지 않은 해외 사업자가 차단 신청을 할 수 있는지, 신청이 가능하다면 신청에 필요한 자료는 무엇인지

일반적인 법적 조치 (소송)가 적용된다.

라. 장애인에 대한 게임서비스 관련 정책

1) 게임 관련 장애인의 접근성 확보를 위해 준수해야 할 기준 등 장애인 접근성을 위한 정책

이와 같은 정책은 존재하지 않는다.

마. 게임 내 인공지능(AI) 저작물 사용 관련 규제

1) 게임 내 인공지능(AI) 저작물 사용 등에 관련한 규제가 존재하는지, 현존하는 규제가 없다면 정책 동향은 어떠한지(법안 발의, 자율규제 추진 등)

이와 같은 규정은 없다. 싱가포르의 정책 방향은 AI를 활용한 의사결정 시스템(예: 자동화된 채용 후보자 선별)에 대해 산업 자율 규제를 지향한다.¹⁵³⁾ 싱가포르는 주요 지적 재산을 생산하지 않으므로, 게임에서 AI 작품 사용을 방지하는 규정을 도입할 가능성은 낮다.

153) 예시는 PDPC(개인정보 보호 위원회) 모델 AI 거버넌스 프레임워크(모델 프레임워크)이다. <<https://www.pdp.c.gov.sg/help-and-resources/2020/01/model-ai-governance-framework>>

제2장

대만

1. 법인 설립 등
2. 등급분류
3. 등급분류 사후관리 등
4. 게임서비스 관련 규제
5. 게임서비스 이용 관련
6. 개인정보의 수집과 동의
7. 개인정보의 처리와 보호
8. 결제 관련
9. 청약철회 및 환불 등
10. 게임산업 진흥 등

제2장 대만

1. 법인 설립 등

가. 게임 산업 소관부처

1) 게임 산업을 소관하는 주무부처 내지 주요 기관은 어디인지

대만에서 게임 등급 시스템, 유통, 소프트웨어 산업 발전을 감독하는 기관은 디지털 산업 관리청(the Administration for Digital Industries, Ministry of Economic Affairs)이다. 그러나 대만에는 게임 산업을 전담하는 정부 기관이나 조직이 없다. 예를 들어, 비디오 게임과 관련된 소비자 분쟁은 행정원 소비자보호위원회가 처리하며, 경쟁 문제는 대만 공정거래위원회가 관리한다.

나. 해외사업자 콘텐츠 서비스 제공시 요구되는 등록, 허가

해외사업자가 콘텐츠를 서비스 제공하고자 할 때, 받아야 하는 등록 내지 허가절차가 있다면 무엇인지

(예시) 인도네시아 전자시스템사업자 등록(PSE), 중국의 판호(Chinese Game Version Number) 등

해외 사업자가 게임 관련 콘텐츠 서비스를 제공할 때, 등급 관리(아래 2절 및 3절 참조) 외에 별도의 등록이나 허가 절차는 필요하지 않다. 단, 아래에서 언급한 해외 사업자나 외국 기업은 명시적으로 언급되지 않는 한 중국 사업자나 기업을 포함하지 않는다. 중국 기업은 다른 법규정을 적용받는다.

다. 국내 대리인 지정

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가의 대리인을 지정하는 등 관련 절차가 필요한지 파악 필요

1. 라.항에서 논의된 사업 존재 요건에 따라, 외국(한국 포함) 게임 회사는 대만에서 등급 관리 규정을 준수한 후 대만에 지정된 대표를 임명할 필요 없이 직접 출시할 수 있다. 그러나 중국 게임 소프트웨어의 경우, 대만에서 게임 출시를 위해 지정된 대리인이 필요하다.

라. 법인 설립 의무

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당

국가에 현지 법인을 설립하는 등의 절차가 필요한지 파악 필요

회사법 제371조(<https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?pcode=J0080001>)에 따르면, 외국 회사는 대만에서 수익 창출 사업을 수행하기 전에 지점 사무소(또는 현지 자회사)를 등록해야 한다. “수익 창출 사업 수행”이라는 용어는 정기적이고 반복적인 상업 활동에 종사하는 것을 의미하며, 대만 정부가 개별 사례별로 검토할 것이다. 따라서 한국의 게임 회사가 대만에서 사업을 확장하려면 현지 지점이나 자회사를 설립해야 한다. 그렇지 않으면 대리인을 고용하여 대만에서 게임을 홍보하고 출시해야 한다.

위반 시 책임 회사법 제371조 제2항에 따르면, 대만에서 지점 사무소를 등록하지 않고 운영하는 경우, 외국 회사를 대표하는 개인은 다음과 같은 형사 및 민사 책임을 질 수 있다.

형사 책임: 개인은 1년 이하의 징역형 또는 15만 대만달러 이하의 벌금형에 처할 수 있다.

민사 책임: 개인은 회사 명의로 취한 행동(예: 계약상 의무)에 대해 개인적으로 책임을 진다. 여러 개인이 관련된 경우, 각 개인은 연대하여 책임을 진다. 대만 정부는 외국 회사 명의 사용을 금지할 수도 있다.

마. 해외 사업자의 등급분류 신청 가능여부

1) 해당 국가의 별도의 사무실 설립 또는 사업자를 등록하지 않아도 등급 분류를 신청할 수 있는지

대만에 사업장이 없는 외국 기업도 자체 등급 평가 요건, 등록 요건, 라벨링 요건(아래 2. 가.항 질문에서 정의됨)을 직접 충족할 수 있으며, 절차는 현지 기업과 동일하다. 그러나 게임이 출시 단계에 도달하면, 외국 기업은 현지에 사업장을 설립해야 할 수도 있다. 이는 1. 라.항 질문에 대한 답변에서 언급된 바와 같다.

바. 서버 설치 의무

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가에 서버를 설치하는 등의 절차가 필요한지 파악 필요

한국 게임 회사들에 대해, 대만에는 게임 회사들에게 현지 서버를 설치하거나 그러한 보고서를 제출하도록 요구하는 규정이 없다.

사. 기타 해외사업자 진출 시 갖추어야 할 필수 요건

1) 그 외 해외사업자가 해당 국가 진출 시, 갖추어야 할 사항이 있다면, 그에 대한 사항

아래의 2. 내지 10.의 관련 요구 사항을 참조.

2. 등급분류

가. 등급분류 필요여부(사전/사후)

1) 게임을 서비스하기 위해 등급분류가 필요한지, 필요하다면 서비스 이전에 심의를 받아야 하는지 아니면 서비스 이후에 심의를 받아도 되는지. 위반 시 제재조항은 무엇인지.

게임 소프트웨어 등급 관리 규정(GSRMR¹⁵⁴)에 따르면, 연령 등급과 관련된 세 가지 의무가 있다.

첫째, 게임 소프트웨어 유통업자 또는 대리인은 GSRMR 제10조 제1항에 따라 자체적으로 게임 등급을 매기고 적절한 연령 등급을 부여해야 한다(이하 “자체 등급 평가 요건”이라 함). 다음으로, 게임 소프트웨어를 출시하기 전에 유통업자 또는 대리인은 GSRMR 제10조 제2항에 따라 기록 보관을 위해 게임의 연령 등급, 콘텐츠 설명 및 연락처 정보를 게임 소프트웨어 담당 중앙 기관의 데이터베이스¹⁵⁵에 등록해야 한다(이하 “등록 요건”이라 함). 마지막으로, GSRMR 제11조 내지 14조에 따라 연령 등급, 민감한 콘텐츠 및 경고 메시지를 게임 소프트웨어에 부착해야 한다(라벨링 요건). (이하 자체 등급 평가 요건, 등록 요건 및 라벨링 요건은 통칭하여 “등급 관리”라 한다). 각 요건을 준수하지 않으면 다양한 처벌이 부과된다. 자체 등급 평가 요건을 준수하지 않으면 게임 소프트웨어 유통업자나 대리인은 아동 및 청소년 복지와 권리 보호법¹⁵⁶ 제92조 제1항에 따라 5만 이상 25만 이하 대만달러의 벌금이 부과되며, 지정된 기간¹⁵⁷ 내에 시정 조치를 취해야 한다. 지정된 기간 내에 문제를 시정하지 않으면 각 위반 사항에 대해 추가 벌금이 부과될 수 있다. 즉 시정 기간을 계속 준수하지 않을 경우 연속적으로 벌금 부과가 가능하고 벌금의 최대 금액은 정해져 있지 않다. 비례성의 범위 내에서 규제 당국이 각 위반에 대한 벌금 금액을 결정할 수 있다. 라벨링 요건을 준수하지 않으면 아동 및 청소년 복지와 권리 보호법 제92조 제2항에 따라 유통업자 또는 대리인에게 3만 이상 15만 이하 대만달러의 벌금이 부과된다. 또한, 지정된 기간 내에 시정 조치를 취해야 한다. 지정된 기간 내에 문제가 해결되지 않으면, 각 위반 건마다 추가 벌금이 부과될 수 있다¹⁵⁸).

등록 요건을 준수하지 않아도 현재로서는 처벌이 없다.

154) <https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?pcode=J0030086>

155) <https://www.gamerating.org.tw/>

156) <https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?pcode=D0050001>

157) 기간은 규제 기관의 재량임. 통상 대만에서는 서면 통지를 받은 날부터 시정 기간을 계산함.

158) 미준수 행위를 중단시키는 것을 목표로 하므로 벌금의 최대 금액 등 상한선에 대한 규정이 없음.

2) 게임전시회에 참가하거나 트레일러 광고 등을 위해서 등급분류를 받아야 하는지, 받아야 한다면 어떤 경우인지.

※ Note

한국 게임산업법 제21조(등급분류) ①

1. 중앙행정기관의 장이 추천하는 게임대회 또는 전시회 등에 이용·전시할 목적으로 제작·배급하는 게임물
2. 교육·학습·종교 또는 공익적 홍보활동 등의 용도로 제작·배급하는 게임물로서 대통령령으로 정하는 것
3. 게임물 개발과정에서 성능·안전성·이용자만족도 등을 평가하기 위한 시험용 게임물로서 대통령령으로 정하는 대상·기준과 절차 등에 따른 게임물

GSRMR이 게임 출시 전에 자체 등급 평가 요건과 등록 요건을 요구하기 때문에, 게임이 출시되지 않은 경우 게임 전시회나 트레일러 광고에서 연령 등급을 표시할 의무는 없다. GSRMR 제 14조 제2항에 따르면, 게임 소프트웨어가 출시되기 전에 게시된 광고의 경우, 등급이 아직 결정되지 않았다면 광고에 중국어로 “이 게임은 아직 출시되지 않았으며, 등급 평가 중입니다”라는 메시지를 눈에 띄게 표시해야 한다.

나. 등급분류 주체

1) 등급분류 심의 담당 기관은 무엇인지, 또는 그 기관에 대한 법률 규정이 있는지 (해당 기관은 민간기관인지, 정부기관인지)

앞서 언급한 바와 같이, 대만에서는 자체 등급 평가 요건과 등록 요건을 준수해야 한다. 연령 등급은 사후 검토를 받는다. 디지털 혁신부(Ministry of Digital Affairs)의 조사나 보고를 통해 자체 등급 평가 요건의 미준수가 발견되면, 위반 기업은 2. 가.항에서 언급한 대로 처벌을 받을 수 있다.

다. 등급분류 대상 게임물

1) PC, 모바일, 콘솔 등에서, 어떠한 게임 종류가 등급심의를 받는 대상이 되는지

GSRMR 제2조에 따르면, “게임 소프트웨어”는 디지털화된 텍스트, 소리, 음악, 이미지, 비디오 또는 애니메이션을 통합하여 이용자가 컴퓨터, 휴대용 기기, 착용형 가상현실 기기 또는 기타

전자기기를 통해 상호작용하여 특정 게임 목표를 달성할 수 있도록 하는 프로그램을 의미한다. 다시 말해, PC, 모바일, 콘솔 게임 모두 등급 요건이 적용된다.

2) 디지털 패키지*의 방법으로 유통되는 게임물도 등급심의 대상이 되는지

*디지털 패키지란 물리적인 매체(Media) 없이 디지털 형태로 유통되는 게임을 의미함
GSRMR 제2조에 따르면, 디지털 패키지로 배포되는 게임 제품도 게임 소프트웨어의 정의에 해당하므로 등급 요구 사항을 준수해야 한다. 다만, 물리적 게임 소프트웨어 패키징이 없는 전자 패키지의 경우, 등급은 게임 소프트웨어 설명, 다운로드 페이지, 시작 페이지 또는 링크와 함께 눈에 띄게 표시해야 한다. "R" 등급 게임의 등급 아이콘은 최소 50픽셀 x 50픽셀 이상이어야 하며, 다른 등급의 경우 최소 45픽셀 x 45픽셀 이상이어야 한다. 크기가 너무 작거나 제품의 특성상 등급 아이콘을 표시할 수 없는 경우, 등급을 문구 형태로 명시해야 한다.

3) Closed Beta 등 시험용 게임물 또한 등급심의 대상이 되는지

GSRMR은 등급 요구 사항을 명시하는 시점으로 "출시 전"만을 언급하고 있으나, "출시"의 정의가 명확하지 않다. 다만 로펌이 권한 있는 기관에 익명으로 문의한 바에 따르면, 등급 요구 사항의 핵심 목적이 어린이 및 청소년이 부적절한 콘텐츠에 노출되는 것을 방지하는 것임을 고려할 때, 시험용 게임물도 플레이어가 게임 콘텐츠에 접근할 수 있다면 등급 요건을 준수해야 한다고 답변했다.

4) 메타버스 플랫폼 및 채팅 플랫폼에 추가된 게임도 등급심의 대상이 되는지

게임 소프트웨어 정의에 해당하기 때문에, 메타버스 플랫폼과 채팅 플랫폼에 추가된 게임도 GSRMR 제2조에 따라 등급 요건을 적용받아야 한다.

라. 게임 이용등급 구분 및 이용등급별 분류 사항

1) 연령 등급은 어떻게 구분되고 있으며, 그 기준은 무엇인지(예: 일본에서는 컴퓨터 엔터테인먼트 등급 기구가 A, B, C, D, Z 등급 분류를 사용함)

GSRMR 제4조에 따르면, 아래와 같이 다섯 가지 연령 등급이 있다:

제한급(R): 18세 이상인 사람만 해당 소프트웨어를 사용할 수 있다.

15세 이상 관람가(PG 15): 15세 이상인 사람만 해당 소프트웨어를 사용할 수 있다.

12세 이상 관람가(PG 12): 12세 이상인 사람만 해당 소프트웨어를 사용할 수 있다.

보호급(P): 6세 이상인 사람만 해당 소프트웨어를 사용할 수 있다.

일반급(G): 모든 연령대가 해당 소프트웨어를 사용할 수 있다.

GSRMR 제5조 내지 제9조의 조항에 따라, 등급 기준은 아래 표에 명시된 바와 같다:

등급 분류 내용	R (제한)	15세 이용가 (PG 15)	12세 이용가 (PG 12)	P (보호)	G (전체 이용가)
성적 요소 (누드 및 성적 암시의 존재 여부)	전신 노출	여성 상반신 노출 등 부분 노출, 전신 노출의 원거리 이미지, 노출된 신체의 가공된 표상	성적 특성을 강조하는 도발적인 의상을 입은 게임 캐릭터, 교육적 또는 의학적인 성격의 나체 표상	나체 장면 없음	나체 장면 없음
	중대한 성적 암시	미성년자에 대한 성적 암시	성적 암시 없음	성적 암시 없음	성적 암시 없음
폭력 및 공포 (캐릭터가 살해되는지 여부와 보여지는 혈액의 수준에 따라)	사람이나 캐릭터가 살해, 공격 또는 도살되는 잔인한 이미지를 포함한 피, 폭력 또는 공포를 묘사하는 이미지	잔인한 이미지를 연상시키지 않는 공격 또는 학살의 피투성이거나 무서운 이미지	피가 튀지 않는 싸움이나 공격 장면, 혹은 약간 무서운 이미지	귀여운 캐릭터들의 싸움이나 캐릭터의 죽음이 상세히 묘사되지 않은 공격 등, 유혈 이미지가 없는 콘텐츠	폭력 및 공포 없음
마약 및 알코올 (마약 또는 알코올 사용 기준)	약물 남용 이미지 또는 시나리오	담배나 알코올 사용을 유도하는 이미지나 시나리오	마약 및 알코올 금지	마약 및 알코올 금지	마약 및 알코올 금지

등급 분류 내용	R (제한)	15세 이용가 (PG 15)	12세 이용가 (PG 12)	P (보호)	G (전체 이용가)
부적절한 언어 사용 (저속하거나 혐오적인 언어의 정도에 따라)	자주 사용되는 저속하거나 혐오적인 언어	가끔씩 저속하거나 혐오적인 언어 사용	일반적인 비정제 언어 사용이지만 부정적인 함의는 없음	부적절한 언어 사용 금지	부적절한 언어 사용 금지
반사회적 행동 (범죄 행위의 정도와 사용자에게 미치는 영향에 따라)	아동이나 청소년이 모방할 수 있는 범죄나 부적절한 행위의 묘사, 예를 들어 강도, 납치, 자해 또는 자살	이전 조항 제5호에 해당하지 않지만, 어린이 및 청소년이 모방할 가능성이 낮은 범죄 또는 부적절한 행위의 설명	반사회적 행동 금지	반사회적 행동 금지	반사회적 행동 금지
도박 및 베팅 (도박 행위 묘사)	해당 없음	체스 게임, 카드 게임 및 지능 향상에 도움이 되는 게임 소프트웨어는 가상 게임 토큰을 사용하여 게임을 진행하며, 게임 결과는 가상 게임 토큰의 증가 또는 감소에 직접적인 영향을 미친다.	가상 게임 토큰을 사용하지 않는 카드 게임 및 지능 증진형 게임 소프트웨어로 게임을 진행하거나 게임 결과가 가상 토큰의 증감에 직접적으로 영향을 미치지 않는다.	도박 콘텐츠 없음	도박 콘텐츠 없음
연애관계 (연애관계 묘사)	해당 없음	해당 없음	결혼 또는 연애 관계를 장려한다.	연애관계 금지	연애관계 금지

또한, 게임 소프트웨어 등급은 자체 등급이므로, 규제 기관은 게임 유통업자와 대리인이 사용할 수 있는 등급 평가 도구¹⁵⁹⁾(중국어로만 제공됨)를 제공한다.

마. 등급분류 신청절차 및 필요자료

1) 등급 심의를 받기 위한 절차나 서류에 대한 법률이 있는지, 또한 그 절차나 서류는 무엇인지
대만은 자체 등급제를 채택하므로, 연령 등급/분류 절차에 필요한 문서는 없다. 등록 요건에 관해서는, 유통업자 또는 대리인은 게임 소프트웨어의 출시 전에 게임의 연령 등급, 콘텐츠 설명, 그리고 연락처 정보를 게임 소프트웨어 담당 중앙 기관의 데이터베이스¹⁶⁰⁾에 기록 보관을 위해 등록해야 한다. 이는 게임 소프트웨어 등급 관리 규정(GSRMR) 제10조 제2항에 따른 것이다.

바. 등급분류 처리기간 및 비용

1) 등급 심의에 걸리는 기간은 어느 정도인지, 또한 그 비용은 얼마인지
대만은 자체 등급제를 채택하므로 비용이나 시간 제약이 없다. 등록 요건은 무료이며, 비중국어 게임 등록의 경우 2-3 영업일이 소요될 수 있다. 웹사이트에 “등록 완료”가 표시된 후, 등록자는 게임 등록 세부 정보를 다운로드할 수 있다.

159) <https://ns3.laypu.com.tw/gamerating/Assess?itemid=2&mid=21>

160) <https://www.gamerating.org.tw/>

3. 등급분류 사후관리 등

가. 등급분류의 거부

1) 어떤 경우에 등급을 받을 수 없는지, 등급분류를 거부당하는 경우는 무엇인지

위에서 언급한 대로, 대만은 자체 등급제를 채택하고 있기 때문에 이러한 상황은 발생하지 않는다. 등록 요건의 목적은 사후 검토를 쉽게 하고 대중이 쉽게 문의할 수 있도록 하는 것이다. 따라서, 대중이 특정 게임의 연령 등급에 동의하지 않을 경우, 대만 엔터테인먼트 소프트웨어 등급 정보(“TESRI”) (<https://www.gamerating.org.tw/>)를 통해 불만을 제기할 수 있으며, 규제 기관이 조사할 것이다. 불만이 확인되면, 규제 기관은 운영자에게 수정을 요구하고 아동 및 청소년 복지 및 권리 보호법 제92조 제1항(2. 가.항에서 언급된 대로)에 따라 벌금을 부과할 수 있다.

나. 등급분류 이후 의무 표기 사항, 방법

1) 등급을 받은 후 해당 등급을 웹사이트, 인게임, 물리패키지 등에 어떻게, 어디에 표기해야 하는지

게임 소프트웨어 등급 관리 규정(GSRMR) 제11조에서 제14조에 따르면, 연령 등급, 콘텐츠, 경고 메시지를 표시해야 한다.

연령 등급:

물리적 포장이 있는 게임 소프트웨어의 경우, 연령 등급을 포장의 앞면 하단 좌측 또는 우측에 표시해야 한다. R 등급은 2cm x 2cm 이상의 크기로 표시해야 하며, 다른 등급은 1.5cm x 1.5cm 이상의 크기로 표시해야 한다.

물리적 포장이 없는 게임 소프트웨어의 경우, 연령 등급을 게임 설명, 다운로드 페이지, 시작 페이지 또는 링크 근처(예: 구글 플레이 스토어의 게임 소개 섹션)에 명확하게 표시해야 한다. 제한 등급은 50픽셀 x 50픽셀 이상의 크기로 표시해야 하며, 다른 등급은 45픽셀 x 45픽셀 이상의 크기로 표시해야 한다. 그러나 제품의 크기나 특성상 이를 실현하기 어려운 경우, 연령 등급을 문구로 표시해야 한다.

게임 소프트웨어를 광고할 때, 연령 등급을 눈에 띄게 표시해야 한다. 그러나 광고가 너무 작거나 연령 등급을 포함하기에 비현실적인 광고의 성격이라면, 이 요구 사항은 적용되지 않는다.

내용:

콘텐츠 설명: 게임 소프트웨어에 다음 요소 중 하나라도 포함될 경우 이를 중국어로 명확히 표시해야 한다.

성적 콘텐츠, 폭력, 공포, 담배, 알코올, 마약, 부적절한 언어, 반사회적 행동, 체스 게임, 카드 게임, 퍼즐 게임, 가상 연애 또는 결혼.

위 요소들 중 세 가지 이상의 요소가 포함될 경우, 그 중 최소 세 가지는 그 중요도에 따라 표시해야 한다.

콘텐츠 설명 표시 방법:

물리적 포장재가 있는 게임 소프트웨어의 경우, 콘텐츠 설명은 포장재의 앞면 또는 뒷면에 표시되어야 하며, 좌하단이나 우하단에 위치해야 한다.

물리적 포장재가 없는 게임 소프트웨어의 경우, 게임 설명, 다운로드 페이지, 시작 페이지 또는 링크 근처(예: 구글 플레이 스토어의 게임 소개 섹션)에 콘텐츠 설명을 명확하게 표시해야 한다. 제품의 크기나 특성상 이를 실현하기 어려운 경우, 이 요구 사항은 적용되지 않는다.

경고 메시지:

게임 소프트웨어는 제품 포장, 게임 설명, 다운로드 페이지 또는 시작 페이지에 다음 경고 메시지를 중국어로 명확하게 표시해야 한다.

"중독을 피하기 위해 사용 시간을 주의하고, 가상 게임 시나리오를 모방하지 않도록 주의하십시오." 또는 이와 유사한 경고 문구를 사용한다.

체스 게임, 카드 게임, 퍼즐 게임을 주로 다루는 게임에서는 도박, 불법 활동, 또는 이와 유사한 행동에 대한 경고를 반드시 표시해야 한다.

게임에서 게임 포인트(카드), 가상 화폐, 또는 가상 아이템을 결제 수단으로 요구하는 경우, 결제 내용과 금액, 특정 게임 콘텐츠나 서비스에 대한 추가 요금, 또는 기타 유사한 경고를 표시해야 한다. "R" 등급 게임은 18세 이상 개인만 구매하거나 접근할 수 있다는 경고를 표시해야 한다.

다. 사후관리를 위한 사업자 준수 제도

- 1) 등급심의 후에 사업자가 준수해야 할 사항은 무엇인지? (예를 들어 게임 내용이 수정되었을 때 신고를 해야 하는지 등)**

대만은 자체 등급제를 채택하므로, 게임의 내용 변경이 연령 등급에 영향을 미치는 경우, 게임 유

통업자나 대리인은 TESRI(대만 엔터테인먼트 소프트웨어 등급 정보)를 통해 원래 등록된 등급을 능동적으로 업데이트해야 한다. 이를 통해 향후 사후 검토에서 수정 요구나 벌금을 피할 수 있다.

라. 등급의 조정

1) 어떤 경우 이미 부여받은 등급이 변경되는지

앞서 언급한 대로, 대만은 자체 등급제를 채택하고 있으므로 게임 유통업자나 대리인은 TESRI(대만 엔터테인먼트 소프트웨어 등급 정보)를 통해 원래 등록된 등급을 자유롭게 변경할 수 있다.

마. 등급분류 효력 유지기간(별도 갱신 필요성)

1) 등급분류를 받은 후 어느 정도 그 효력이 유지되는지

자체 등급제에는 연령 등급의 유효 기간이 없다.

바. 콘텐츠 광고 시 등급 표기를 어떻게 해야 하는지

1) 게임 광고 시 등급 표기를 어떻게 해야 하는지

예시) 영상 시작 왼쪽 하단 3초 이상 등급 표기

게임 소프트웨어를 광고할 때, 게임 소프트웨어 등급 관리 규정(GSRMR) 제14조에 따라 연령 등급을 명확하게 표시해야 한다. 그러나 광고가 작거나 광고의 특성상 연령 등급을 표시하는 것이 실질적으로 불가능한 경우 이 의무는 적용되지 않는다.

2) 게임 광고에 포함될 수 없는 콘텐츠 종류

대만은 게임 광고에 특정 제한을 두지 않는다. 광고 규정을 준수하는 게임 광고는 방영이 허용된다.

사. 사회·문화적 금기 사항

1) 등급분류시 또는 사후관리시 욕설, 종교 등의 사유에 따른 제한이 있는지

(예: 우상숭배 금지, 종교적 상징 훼손, 히잡 등 여성의 노출 관련 사항 등)

게임 내 금지 콘텐츠와 관련하여 2019년 5월 23일에 규제 기관(the Administration for Digital Industries)이 게임 개발자들에게 네 가지 주요 범주 내에서 다음과 같은 금지 요소를 명시하였다¹⁶¹⁾. 이를 지키지 않으면 2.가.1)항에 기재된 처벌을 받게 된다.

1. 성적 콘텐츠

- (1) 음란한 방식으로 성기나 성행위를 노골적으로 묘사하는 경우 (예: 성기를 자극적으로 노출하거나 상세히 묘사하는 것, 성기를 만지는 것, 성기와 다른 신체 부위가 결합하는 것 등, 객관적으로 성적 욕구를 자극하거나 만족시키기에 충분한 내용. 이러한 내용은 성기, 성행위, 성문화의 묘사와 논의와 연관될 수 있으며, 일반인에게 수치심이나 혐오감을 유발하여 공공의 도덕성을 해칠 가능성이 높다.)
- (2) 일탈적 성행위 (예: 동물과의 성행위, 아동과의 성행위, 또는 시체와의 성행위 등 비정상적인 행위)
- (3) 성폭력 또는 성적 학대의 묘사 (예: 강제 성교, 집단 성행위, 결박, 쏘붙, 채찍, 수갑 또는 기타 성적 도구의 사용)
- (4) 근친상간 성행위 (예: 형제 간, 어머니와 아들 간, 삼촌과 조카 간의 성행위 등)

2. 담배, 알코올, 그리고 약물

마약의 불법 사용 또는 생산을 칭찬하거나 지지하거나 지시하는 행위 (예: 게임 콘텐츠에서 마약 성분을 재배하고 생산하는 방법을 상세히 설명하거나 지시하고, 그 생산 또는 사용을 권장하는 경우.)

3. 반사회적 행동

자살, 살인, 폭발물 또는 기타 금지된 위험 물품의 제작 방법을 교육하는 행위 (예: 자살 방법 교육, 살인 방법과 과정에 대한 상세한 설명 제공, 폭발물 및 다른 유해 물품의 제작 방법에 대한 완전한 지침 제공)

4. 체스, 카드 또는 퍼즐 게임

실질 화폐를 사용하는 도박 (예: 플레이어가 게임 내에서 획득한 가상 화폐를 현금이나 다른 실질 통화로 전환할 수 있도록 허용하는 경우.)

2) 게임 개발 과정에서 제외해야 할 요소가 있는지 여부 (확률형 아이템, 도박, 성적 콘텐츠 등 포함)

위 3. 사.항 참조

161) <https://www.gamerating.org.tw/Message/MessageView?itemid=1934&mid=6&page=0&GroupName=%E6%B3%95%E4%BB%A4%E8%A6%8F%E7%AB%A0>

4. 게임서비스 관련 규제

가. 확률형아이템 판매 가능 여부 및 규율

1) 확률형아이템 판매 가능 여부 및 관련 규정 또는 법령이 있는지, 자율규제가 있는지

대만 디지털 혁신부는 ‘온라인 게임 서비스의 표준화된 계약에서의 필수 및 금지 조항¹⁶²⁾’ 제6조를 개정하였고, 2023. 1. 1.부터 시행되고 있다¹⁶³⁾. 이 규제는 일반적으로 “확률형아이템 규제”로 알려져 있으며, 네 가지 주요 사항에 초점을 맞춘다¹⁶⁴⁾.

1. **당첨 확률 공개 의무:** 게임 운영자는 아이템이나 보상의 당첨 확률을 공개해야 한다. 이 정보는 공식 웹사이트 홈페이지, 게임 로그인 화면, 구매 페이지, 그리고 게임 번들의 포장에 명확하게 표시해야 한다¹⁶⁵⁾.
2. **당첨 확률의 정의:** 당첨 확률은 소비자가 게임 내에서 구매한 후, 확률 기반 아이템이나 이벤트에서 상품을 얻을 가능성 또는 특정 이벤트 조건을 충족한 후 당첨될 가능성을 의미한다.
3. **확률 공개 방법 범위:** 규정은 확률 공개가 "직접적이든 간접적이든, 부분적으로든 전액 지불이든, 승리할 기회를 제공하는 모든 아이템이나 이벤트를 포함해야 한다고 명시한다." 즉, 결제가 수반되는 경우, 기회 기반 아이템이나 이벤트가 어떻게 제시되든, 몇 번 변환되든 확률을 공개해야 한다. 구체적으로는 다음과 같다:

- (1) **결제 후 직접 획득:** 예를 들어, 소비자가 포션 A를 얻기 위해 결제를 하면, 운영자는 포션 A를 획득할 확률을 공개해야 한다.
- (2) **결제 후 간접 획득:** 예를 들어, 소비자가 포션 A를 얻기 위한 기회를 구매하고, 이후 포션 A 세 개를 결합하여 포션 B 하나를 만들 경우, 운영자는 포션 B를 만드는 성공 확률도 공개해야 한다.
- (3) **부분 결제 필요:** 예를 들어, 플레이어가 보물 상자를 열 때 사용하는 열쇠를 사용하는 경우, 보물 상자는 몬스터를 물리쳐 무료로 얻을 수 있지만 열쇠는 구매해야 하는 경우, 운영자는 보물 상자에서 아이템을 획득할 확률을 공개해야 한다.
- (4) **전액 결제 필요:** 예를 들어, 열쇠와 보물 상자를 모두 구매해야 하는 경우, 운영자는 아이템을 획득할 확률을 공개해야 한다.

162) <https://www.ey.gov.tw/Page/DFB720D019CCCB0A/964028ea-f1f6-4383-9c78-f7d0606086f3>

163) 대만 규제당국은 시장에 유통되고 있는 게임물에 대해 정기적으로 모니터링을 하여 그 결과를 웹사이트(<https://www.gamering.org.tw/Friendly?mid=50&itemid=5&group=1046>)에 게시하고 있음. 대만 기업들의 경우 이 규제를 준수하는 게임들이 대만 게임산업 자율규제 플랫폼(https://gisp.tgipa.org.tw/expose_1.html?mark=1)에 게시되고 있음.

164) 관련하여 대만 행정원 소비자보호위원회의 다음 영문 공지도 참조
<https://cpc.ey.gov.tw/en/4212D8C5A29ACA5F/61e3c731-23e9-41af-abd0-d12f2912e31c>

165) 네 곳 모두에 반드시 표시해야 한다가 보다는, 확률형아이템의 구매 시점에 소비자가 해당 정보를 명확하게 볼 수 있으면 됨. 다만 “확률형 아이템 포함” 등의 문구만 표시해서는 안 됨.

4. 확률 공개 방법: 확률은 명확하게 공개해야 하며 모호하거나 애매해서는 안 된다 (예: "매우 높음" 또는 "매우 낮음"). 확률은 숫자 백분율(%)로 표현하여 소비자가 확률 기반 아이템이나 이벤트의 특성을 객관적으로 이해하고, 정보에 입각한 구매 결정을 내릴 수 있도록 해야 한다. 현재 확률공개에 대한 예외는 없으므로 실시간으로 변동되는 확률의 경우 그 범위(예를 들어 몇 %에서 몇 % 사이에 있다는 정도로 범위를 명시)를 명시하는 방안을 고려할 수 있을 것이다.

이를 위반할 경우 소비자 보호법 제56-1조¹⁶⁶⁾에 따라 권한 있는 기관이 공표한 강행 규정 또는 금지 규정을 위반하는 약관을 사용한 것으로 보아, 권한 있는 기관은 사업자에게 지정된 기간 내에 위반 사항을 시정하도록 명령한다. 지정된 기간 내에 시정하지 않을 경우, 3만 이상 30만 이하 대만달러의 벌금이 부과된다. 사업자가 두 번째 명령 후에도 위반 사항을 시정하지 않을 경우, 5만 이상 50만 이하 대만달러의 벌금이 부과되며, 반복적으로 벌금이 부과될 수 있다.

나. 확률형아이템 적용 대상

1) 확률형아이템 관련 규정 또는 관련 법령이 있을 경우 적용 대상이 어디까지인지

예시) 일반적인 확률형 아이템, 컴플리트 가차, 강화형 콘텐츠 등

위 4. 가.항 참조.

다. 확률형아이템 관련 준수사항

1) 확률형아이템에 대한 사업자 의무를 정하는 규정이 있는 경우 내용은 무엇인지

(판매 제한, 확률형아이템 포함여부 표시, 확률정보 표시, 제재 등)

위 4. 가.항 참조.

라. 경품 이벤트 관련 규제

1) 경품 이벤트와 관련된 규정은 무엇인지

대만은 게임 내 경품 행사에 대한 구체적인 규정을 두고 있지 않지만, 공정거래법¹⁶⁷⁾ 제23조 제1항에 "기업은 거래 기회를 확보하기 위해 부적절하게 선물이나 경품을 제공해서는 안 된다."는 일반 조항을 두었다. 여기서 '부적절하게'라는 용어는 단일 경품 행사의 대상이 5백만 대만달러를 초

166) <https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?pcode=J0170001>

167) <https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?pcode=J0150002>

과하는 경우를 의미한다. 연간 경품 제공 한도는 기업의 연간 매출에 따라 달라진다. 구체적으로, 연간 매출이 7억 5천만 대만달러 미만인 기업의 경우, 경품 제공 한도는 1억 5천만 대만달러로 제한된다. 연간 매출이 30억 대만달러를 초과하는 기업의 경우, 한도는 6억 대만달러로 설정된다. 매출이 이 범위 사이에 있는 경우, 경품 제공 한도는 총 매출의 5분의 1을 초과해서는 안 된다. 이 규정을 위반하는 기업에 대해 대만 정부는 지정된 기간 내에 행동을 중지하거나 수정하도록 명령하거나 필요한 시정 조치를 취하도록 지시할 수 있다. 또한 5만 이상 2천 5백만 이하 대만 달러의 벌금을 부과할 수 있다. 기업이 지정된 기간 내에 준수하지 않을 경우, 1십만 이상 5백만 이하 대만달러의 추가 벌금을 각 위반 사례마다 부과할 수 있으며, 기업이 행위를 중지하거나 수정하거나 필요한 시정 조치를 취할 때까지 계속된다.

마. NFT 게임 관련 허용 여부

1) 게임 아이템을 NFT화하여 이용자가 NFT 거래소에서 판매하는 형태의 게임이 금지되어 있는지, 금지된다면 어떤 규정에 따라 금지되는지

게임, 디파이(DeFi), 블록체인을 결합한 새로운 형태의 게임(GameFi)에 대해, 대만은 GameFi를 명시적으로 금지하는 규정을 두고 있지 않다. 그러나 2024년 1월 17일, 대만 중앙은행은 GameFi 플레이어들에게 사이버 보안, 사기, 플랫폼 폐쇄 가능성과 관련된 위험에 대해 특히 주의할 것을 권고하는 공공 경고¹⁶⁸⁾를 발표했다.

바. P2E 게임 허용 여부

1) 게임 상의 재화를 블록체인을 통하여, 환전 또는 아이템 NFT 거래 등을 통해 현금화 할 수 있는 게임이 허용되는지 여부 및 관련 규정 또는 법률이 있는지

게임에서 실제 돈을 걸고 도박을 하는 경우, 예를 들어 플레이어가 게임 내 가상 화폐를 현금이나 다른 실물 화폐로 전환할 수 있도록 허용하는 경우, 이는 2019년 5월 23일 규제 기관이 발한 금지 목록에 따라 금지된다(3.라)항에서 언급됨). 그러나 도박을 포함하지 않는 Play-to-Earn 모델은 금지되지 않는다. Play-to-Earn 모델이 법적으로 허용되지만, 위 4. 마. 1)에서 언급한 중앙은행의 경고에서 확인되듯, GameFi 플레이어는 Play-to-Earn 모델로 운영되는 게임에서 발생할 수 있는 위험에 대해 인지해야 한다.

168) <https://tw.news.yahoo.com/%E9%82%8A%E7%8E%A9%E9%81%8A%E6%88%B2%E9%82%8A%E8%B3%BA%E9%8C%A2-%E5%A4%AE%E8%A1%8C%E7%A4%BA%E8%AD%A6gamefi%E6%9C%893%E5%A4%A7%E9%A2%A8%E9%9A%AA-081558073.html>

사. 이용자수 공개의무 등 기타 사업자 준수 의무 관련

1) 월간 이용자 정보를 공지하거나 보고해야할 의무(예: EU Digital Service Act) 등 기타 사업자가 준수해야할 사항이 있는지

연령 등급과 "확률형아이템 규제"에 관한 공개 사항 외에도, "온라인 게임 서비스 표준 계약서의 필수 및 금지 조항"은 사업자가 다음 사항을 공개하도록 요구한다:

게임 서비스 내에서 추가 포인트, 제품, 또는 기타 서비스(예: 가상 화폐, 보물, 고급 아이템 등)를 구매할 수 있는 경우, 결제 방법과 제품 정보는 공식¹⁶⁹⁾ 웹사이트의 홈페이지, 게임 로그인 페이지, 또는 구매 페이지에 명확히 기재해야 한다. (제1조 제5항)

게임을 실행하기 위해 필요한 최소 하드웨어 및 소프트웨어 요구 사항과 보안 장치의 이용 가능 여부(무료 또는 유료)에 대한 정보를 제공한다. (제1조 제6항)

또한, 디지털 혁신부(5. 가.항에서 언급된)에서 발행한 "온라인 게임 서비스 표준 계약서 템플릿¹⁷⁰⁾"은 다음 정보를 공개할 것을 제안한다:

게임 서버의 용량, 동시 사용자 수, 연결 상태를 정기적으로 업데이트한다. (제15항)

서비스 핫라인, 이메일 주소, 24시간 불만 접수 채널 등의 연락처 정보를 공식 웹사이트나 게임 관리 규칙에 명확히 기재해야 한다. (제20항) 또한, 소비자 보호법 제13조¹⁷¹⁾에 따라, 사업자는 공식 웹사이트의 홈페이지에 서비스 약관과 대리인 정보를 공개해야 한다.

아. 플랫폼에 따른 규제 변화 관련

1) 게임을 활용하는 플랫폼에 따라 규제가 상이한지(예: PC, 모바일, 콘솔 간, 혹은 온라인 플랫폼 구글, 애플, 닌텐도, 스팀 간 등)

규제는 플랫폼에 따라 달라지지 않는다. 앞서 언급한 게임 소프트웨어 등급 관리 규정(GSRMR) 및 온라인 게임 서비스 표준 계약의 필수 및 금지 조항은 게임 소프트웨어를 다양한 플랫폼(예: 개인용 컴퓨터, 모바일, 콘솔)에서의 게임으로 정의하며, 이 규정의 적용에는 차이가 없다.

2) 하나의 게임을 멀티 플랫폼으로 활용할 경우, 어떠한 플랫폼에 해당하는 규제가 적용되는 것인지 (예: 모바일 게임을 PC로 스트리밍하는 경우 PC, 모바일 게임의 규제 중 어떤 규제를 받게 되는지)

해당 없음

169) <https://www.ey.gov.tw/Page/DFB720D019CCCB0A/964028ea-f1f6-4383-9c78-f7d0606086f3>

170) <https://www.ey.gov.tw/Page/AABD2F12D8A6D561/8c785629-76d0-487f-b235-2811369c0b53>

171) <https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?pcode=J0170001>

5. 게임서비스 이용 관련

가. 표준이용약관

1) 게임 서비스와 관련하여 법률, 정부 기관 등에서 제시하는 표준이용약관이 있는지

디지털 혁신부는 "온라인 게임 서비스 표준 계약의 필수 및 금지 조항¹⁷²⁾"을 제정했고, 이는 2023년 1월 1일부로 개정되어 시행되고 있어 이를 참고 자료로 활용할 수 있다. 또한, 디지털 혁신부가 발행한 "온라인 게임 서비스 표준 계약서 템플릿¹⁷³⁾"도 참고할 수 있다.

소비자 보호법 제56-1조¹⁷⁴⁾에 따르면, 정부가 공표한 '약관에 사용하는 것이 금지된 규정¹⁷⁵⁾'을 위반하는 약관을 사용할 경우, 정부는 사업자에게 지정된 기간 내에 위반 사항을 시정하도록 명령한다. 지정된 기간 내에 시정하지 않을 경우, 3만 이상 30만 이하 대만달러의 벌금이 부과된다. 사업자가 두 번째 명령 후에도 위반 사항을 시정하지 않을 경우, 5만 이상 50만 이하 대만달러의 벌금이 부과되며, 반복적으로 벌금이 부과될 수 있다.

2) 표준이용약관이 없는 경우 해당 국가의 계약법, 민법 등 법률 상 불공정 약관의 판단 기준이 무엇인지

해당 없음

나. 이용약관 언어 관련

1) 약관에서 제공하는 언어를 현지 언어가 아닌 다른 언어로 제공해도 적법한지

대만에서 현지 언어가 아닌 다른 언어로 이용약관을 제공하는 것이 합법이다. 그러나 "온라인 게임 서비스 표준 계약서의 필수 및 금지 조항" 제1조 제2항에 따르면, 사업자는 공식 웹사이트의 홈페이지, 게임 로그인 페이지 또는 구매 페이지에 "소비자가 법적 능력이 제한되었거나 없는 경우, 법정 대리인이 계약의 모든 조항을 읽고 이해하며 동의한 후에만 게임 서비스를 이용할 수 있다"는

172) <https://www.ey.gov.tw/Page/DFB720D019CCCB0A/964028ea-f1f6-4383-9c78-f7d0606086f3>

173) <https://www.ey.gov.tw/Page/AABD2F12D8A6D561/8c785629-76d0-487f-b235-2811369c0b53>

174) <https://law.moi.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?pcode=J0170001>

175) 소비자보호법 제17조에 규정되어 있으며, 사업자가 계약 내용이나 기간을 임의로 해석·변경하는 조항, 사업자의 책임이나 의무를 제한·면제하는 조항, 소비자의 권리행사를 제한·박탈하거나 의무 이행을 가중하는 조항,

소비자에게 현저히 불공정한 기타 조항은 금지되고, 이러한 조항은 무효이다. 관할 기관이 사업자의 약관에 대해 조사를 할 수도 있다,

내용을 중국어로 명확하게 표시해야 한다. 이는 계약 조건의 변경에도 동일하게 적용된다.

다. 약관 개정 및 동의

- 1) 약관을 개정하는 경우 법률, 정부 기관에서 제시하는 사전 고지일 및 동의 획득 여부가 있는지 (이용자에 대한 고지로 동의를 갈음할 수 있는지 여부)

“온라인 게임 서비스 표준 계약의 필수 및 금지 조항”(제1조 제17항)에 따르면, 사업자는 약관을 수정할 때 공식 웹사이트의 홈페이지, 게임 로그인 페이지 또는 구매 페이지에 변경 사항을 공지하고, 소비자가 제공한 연락처 정보를 사용하여 소비자에게 통지해야 한다. 사업자가 요구된 대로 공지 및 통지를 하지 않으면 계약 수정은 무효로 간주된다.

라. 본인인증/ID 생성

- 1) 인터넷 사업자의 온라인서비스 운영 및 모바일서비스 운영 시 이용자 본인인증 등을 요구하는 법령 혹은 자율규제 등이 있는지

대만에서는 온라인 게임 및 모바일 게임 서비스 기간 동안 이용자에게 본인 인증을 제공할 필요가 없다.

- 2) 이용자 본인인증을 선택사항으로 두고 있는 경우, 본인인증 도입/미도입 시 어떤 차이가 있는지 해당 없음

마. 미성년자 정의

- 1) 민법 상 스스로 법률행위를 할 수 있는 연령이 몇 세인지, 또는 청소년 보호법 상 미성년자의 연령의 기준이 어떻게 되는지

대만 민법에 따르면, 만 18세 이상의 개인은 완전한 법적 능력을 가지며 독립적으로 법적 행위를 할 수 있다.

또한, 아동 및 청소년 복지 및 권리 보호법¹⁷⁶⁾ 제43조 제1항은 부모, 보호자, 또는 사실상의 양육자가 18세 미만의 미성년자가 전자기기를 합리적인 시간 한도를 초과하여 과도하게 사용하는 것을 방지할 책임이 있음을 명시한다. 이는 미성년자의 신체적 및 정신적 건강에 해를 끼칠 수 있기 때문이다.

176) <https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?pcode=D0050001>

바. 미성년자 본인인증 및 법정대리인 관련 법률(게임이용 관련)

1) 미성년자가 게임을 이용함에 있어 본인인증 및 법정 대리인의 동의를 받아야 하는지 및 그에 대한 규정 또는 법률이 어떻게 되는지

플레이어의 법적능력이 제한된 경우(즉, 7세에서 17세), 게임 서비스나 구매 계약은 계약 체결 시 법정 대리인의 동의가 있어야 효력이 발생한다. 플레이어가 법적능력이 없는 경우(즉, 7세 미만), 계약은 법정대리인이 대신 체결해야 한다.

앞서 언급한 "온라인 게임 서비스 표준 계약서의 필수 및 금지 조항"에 따르면, 사업자는 공식 웹 사이트의 홈페이지, 게임 로그인 페이지 또는 구매 페이지에 중국어로 소비자가 법적 능력이 제한되거나 없는 경우, 법정 대리인이 계약의 모든 조항을 읽고 이해하며 동의한 후에만 게임 서비스를 이용할 수 있음을 명확하게 표시해야 한다. 이는 계약 조건의 변경에도 동일하게 적용된다.

사. 미성년자 법정대리인 동의(계약 체결 관련)

1) 미성년자가 계약 체결에 있어 권리를 행사할 때 법정 대리인의 동의 등이 필요한지, 필요하다면 법정 대리인의 동의를 어떻게 획득하는지 및 그에 대한 규정 또는 법률은 어떻게 되는지

위 5. 바.항 참조

아. 게임물 이용시간 및 결제정보 등 게임물 이용내역 법정대리인에 대한 고지

1) 미성년자 게임물 이용시간, 결제 정보 등의 내역을 법정대리인에게 정기적으로 고지해야 하는 등의 의무 관련 법령 또는 자율규제가 있는지

대만에서는 사업자가 미성년자의 게임 사용 시간과 결제 정보를 법정 대리인에게 정기적으로 통지할 의무가 없다.

자. 이용시간 제한, 기타 미성년자 보호조치

1) 특정 시간 동안 미성년자 또는 법정대리인 등이 지정한 이용자의 게임 이용시간을 제한하는 법률 또는 규정 등이 있는지, 있다면 사업자가 조치해야 하는 사항은 무엇인지

5. 마.항에서 언급한 바와 같이, 대만은 부모, 보호자 또는 기타 실질적인 돌봄 제공자가 미성년자가 전자기기를 과도하게 사용하여 신체적 및 정신적 건강에 해를 끼치는 것을 방지할 책임

이 있다. 사업자는 이러한 책임을 지지 않는다.

2) 그 외 미성년자에게 게임 서비스를 제공하는 경우 미성년자 보호를 위해 사업자가 준수해야 할 사항이 있는지

앞서 언급한 규정 외에, 사업자는 미성년자에게 게임 서비스를 제공할 때 추가적인 의무를 지지 않는다.

차. 전자문서 활용

1) 게임의 이용(회원 가입 및 탈퇴, 약관 동의, 개인정보처리방침 동의 등)과 관련하여 전자문서를 활용하는 경우에 대한 법률 및 규정이 있는지

대만에서 소비자 보호법은 현재 원격 판매(인터넷을 통한 소비자와의 계약 포함)만 규제한다. 소비자는 상품이나 서비스를 받은 후 7일 이내에 상품을 반환하거나 서면 통지를 제공함으로써 계약을 해지할 수 있으며, 이유를 제공하거나 비용이나 보상을 부담할 필요가 없다. 그러나 아래 예시와 같은 요건은 없다.

한국 전자상거래법 5조:

전자상거래를 하는 사업자는 소비자의 회원 가입, 계약의 청약, 소비자 관련 정보의 제공 등을 전자문서를 통하여 할 수 있도록 하는 경우에는 회원탈퇴, 청약의 철회, 계약의 해지·해제·변경, 정보의 제공 및 이용에 관한 동의를 철회 등도 전자문서를 통하여 할 수 있도록 하여야 한다.

6. 개인정보의 수집과 동의

가. 개인정보보호법 적용 대상

1) 자국 내 사업장이 없는 해외사업자에게 해당 국가의 개인정보보호법률이 적용되는지

대만의 개인정보보호법(PDPA)¹⁷⁷⁾ 제51조 제2항에 따르면, “중화민국(ROC) 영토 외의 정부 및 비정부 기관이 중화민국(ROC) 국민의 개인정보를 수집, 처리 또는 사용하는 경우에도 개인정보 보호법이 적용된다.” 그러나 개인정보보호법은 “비정부 기관”에 외국 기업이 포함되는지 명확히 정의하지 않는다. 이 해석 문제를 해결하기 위해, 대만의 법무부는 이전에 “원칙적으로 우리의 관할권은 대만 영토를 벗어나지 않으므로, 개인정보보호법은 일반적으로 대만 외부에 위치한 외국 기관에 적용되지 않는다. 이러한 외국 기관은 일반적으로 등록된 국가의 법률을 따른다”고 밝혔다. 대만의 개인정보보호위원회 준비 사무국에 익명으로 문의한 결과, PDPA는 대만 법률에 따라 설립된 회사나 국내 사업장을 가진 해외 사업자에게만 적용되며, 국내 사업장이 없는 해외 사업자에게는 적용되지 않는다는 것을 확인했다.

그러나, 대만 영토 내 사업장이나 근무 장소가 없는 해외 사업자가 대만 내에서 개인정보를 수집, 처리 또는 사용하는 경우, 영토 원칙에 따라 그 해외 사업자에게 PDPA가 적용될 것이라는 점에 주의해야 한다.

나. 해외 사업자의 국내 대리인 지정

1) 해외사업자의 경우 국내 대리인을 지정해야 하는지, 지정해야 한다면 그 사실을 관계 당국에 보고해야 하는 의무가 있는지. 개인정보처리방침에 공개만 해 두어도 되는지

대만의 PDPA에는 유사한 규정이 없다. 그러나 1. 라.항에서 언급했듯이, 외국 기업은 대만에서 외국 회사 이름으로 사업을 하기 전에 대만에 지점 사무소를 등록해야 한다(또는 대신 지역 자 회사를 설립하여 대만에서 사업을 해야 함).

다. 개인정보 수집 방법(동의, 고지 등)

1) 개인정보를 적법하게 수집(처리)하기 위한 방법(근거)은 어떠한 것들이 있는지 (동의, 고지, 정보주체와의 계약 처리 및 이행을 위한 경우 등)

177) <https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?pcode=l0050021>

개인정보보호법(PDPA) 제19조 제1항은 민감하지 않은 개인정보의 수집 및 처리가 특정 목적을 위해 이루어져야 하며, 다음의 어느 하나의 근거에 기반해야 한다고 규정한다.

- (i) 법률에 명시적으로 요구되는 경우
- (ii) 비정부 기관과 정보 주체 간에 계약상 또는 준계약상의 관계가 존재하고, 개인정보의 보안을 보장하기 위한 적절한 보안 조치가 채택된 경우
- (iii) 정보 주체가 개인정보를 공개했거나 법적으로 공개된 경우
- (iv) 공익을 추구하는 학술 기관이 통계 또는 학술 연구를 위해 필요한 경우, 단, 정보 제공자에 의해 처리되거나 정보 수집자에 의해 공개된 정보가 특정 정보 주체를 식별할 수 없도록 해야 함
- (v) 정보 주체의 동의가 있는 경우
- (vi) 공익을 증진하기 위해 필요한 경우
- (vii) 정보 주체가 해당 개인정보의 처리 또는 사용을 금지할 우선적 이익이 없는 한, 일반에 공개된 소스에서 개인정보를 얻은 경우
- (viii) 정보 주체의 권리와 이익이 침해되지 않는 경우.

일반적으로 개인정보 수집의 근거로 사전 동의를 사용하는 것이 바람직하다.

라. 아동의 개인정보 수집

1) 한국의 경우처럼 아동(한국의 경우 만 14세 미만)의 개인정보를 수집·이용·제공하려면, 법정대리인의 동의를 받아야 하는 규제가 존재하는지. 혹 동의가 불필요한 경우, 어떠한 방법을 적법 처리 근거로 활용할 수 있는지

개인정보보호법(PDPA)은 미성년자의 개인정보 수집에 대해 명시하지 않는다. 대만 정부의 견해는 대만 민법의 미성년자 관련 조항이 적용된다는 것이다. 대만 민법에 따르면, 7세에 도달한 미성년자는 제한된 법적 능력을 가진다.

대만 민법에 따르면, 7세에서 17세 사이의 미성년자는 일반적으로 법정 대리인의 동의를 받아 계약을 체결해야 하지만, 특별한 경우(즉, 나이와 신분에 따라 일상생활에 필요한 계약, 순수한 이익만을 제공하고 어떠한 의무도 부과하지 않는 경우, 또는 법정 대리인이 사전에 승인한 경우)에는 그렇지 않을 수 있다. 그러나 7세 미만의 어린이는 어떠한 예외도 없이 법정 대리인의 동의를 받아야만 계약을 체결할 수 있다.

게임 서비스와 관련된 정보 수집은 이러한 특별한 상황에 해당하지 않을 것으로 보이므로, 18

세 미만의 미성년자에 대해서는 법정 대리인의 동의를 받아야 할 것이다.

2) 개인정보보호법 상 아동의 연령은 어떻게 되는지

성년 연령: 18세

7-17세: 법적능력이 제한된 미성년자

7세 미만: 법적능력이 없는 아동

개인정보보호법의 적용에 대해서는 위 6. 라. 1) 참조

3) 사업자는 아동의 개인정보 관련 권리를 어떻게 보장해야 하는지

(법정 대리인이 권리행사를 대신 할 수 있는지 여부 등)

개인정보 보호법(PDPA)에 따라 18세 미만의 미성년자로부터 정보 제공 동의를 얻기 위해, 사업자는 미성년자가 자신의 개인정보가 어떻게 수집, 처리 및/또는 사용될 수 있는지를 완전히 이해할 수 있도록 명확하고 쉬운 언어로 정보를 제공해야 한다. 법정 대리인의 동의가 필요한 경우, 제8조 제1항에 따라 법정 대리인에게도 정보를 제공해야 한다.

4) 해당 법률을 위반했을 때 벌칙 조항은 어떻게 구성되어 있는지

개인정보보호법(PDPA)은 행정처벌과 형사책임에 대한 규정을 가지고 있다.

개인정보보호법(PDPA)이 적용되는 경우, 제19조 위반 시 사업자는 5만 이상 50만 이하 대만 달러의 벌금과 함께 지정된 기간 내에 시정을 명령받는다. 기한 내에 시정하지 않으면 제47조에 따라 반복적으로 추가 벌금이 부과될 수 있다.

사업자가 개인정보보호법(PDPA) 제19조를 위반하여 자신 또는 제3자가 부당한 이익을 얻거나 타인에게 해를 끼칠 의도로 행동하고, 그로 인해 다른 사람에게 피해를 입힌 경우, 위반자는 PDPA 제41조에 따라 5년 이하의 징역형 또는 1백만 대만달러 이하의 벌금형에 처해질 수 있다.

마. 개인정보 제3자 제공 방법(동의, 고지 등)

1) 개인정보를 제3자에게 적법하게 제공하기 위한 방법(근거)은 어떠한 것들이 있는지

(동의, 고지, 정보주체와의 계약 처리 및 이행을 위한 경우 등)

개인정보보호법(PDPA)에 따르면, 개인정보가 전송될 때, 전송하는 사람은 이미 수집된 개인정

보를 처리하는 것으로 간주되며, 이전받는 사람은 개인정보를 수집하는 것으로 간주된다. 양측 모두 개인정보보호법 제19조에 명시된 법적 근거를 준수해야 한다. 이는 6. 다.항에서 설명한 바와 같다.

바. 개인정보 처리 위탁(동의, 고지, 수탁업체 계약방법)

1) 개인정보 처리를 외부 업체에게 위탁하려는 경우 정보주체의 동의를 얻어야 하는지

개인정보보호법(개인정보보호법) 제4조는 개인정보의 수집, 처리, 또는 사용을 위탁받은 자를 수탁자로 간주한다고 명확히 규정하고 있다. 따라서, 수탁자는 개인정보 보호법 제19조의 규정을 준수해야 한다. 이는 6. 다.항에서 언급한 바와 같다.

외주업체가 수집한 개인정보를 처리 목적으로 외주 수탁자에게 전송하는 경우, 개인정보 전송이 포함되므로 6. 마.항 참조.

2) 동의를 얻지 않아도 된다면, 그 적법성을 어떻게 확보할 수 있는지

(정보주체에게 고지, 개인정보처리방침 공개 등)

해당 없음

3) 개인정보 처리를 위탁받아 수행하는 자(수탁업체)와 체결해야 하는 문서가 있는지 (한국의 경우 개인정보보호법 제26조에 따라 문서로 업무를 위탁하여야 함)

수탁자는 감독 의무를 진다(다음 질문에서 자세히 설명). 디지털 혁신부는 “디지털 경제 관련 산업의 온라인 게임 사업자를 위한 개인정보 파일 보안 관리 시행 지침¹⁷⁸⁾에서 외주 계약을 체결할 것을 요구하며, 감독 및 관리와 관련된 사항을 명확히 명시하도록 하고 있다. 해당 지침에는 외주 계약서의 표준 양식도 제공된다.

4) 위탁업체가 수탁업체를 관리감독할 의무가 있는지. 있다면, 그 관리감독 방법은 무엇인지

사업자가 개인정보를 수집, 처리 또는 사용을 제3자에게 위탁할 때, 개인정보 보호법 시행규칙 제8조에 따라 적절한 감독을 제공해야 한다.

178) <https://www.gamerating.org.tw/Message/MessageView?itemid=6684&mid=6&page=0&GroupName=%E6%94%BF%E4%BB%A4%E5%AE%A3%E5%B0%8E>

이 감독은 최소한 다음 사항을 포함해야 한다.

1. 개인정보 수집, 처리, 사용의 범위, 범주, 구체적 목적, 기간
2. 수탁자가 개인정보를 보호하기 위해 취하는 조치
3. 추가 위임이 있을 경우, 합의된 하청업체
4. 수탁자가 개인정보 보호법(PDPA) 또는 다른 개인정보 보호법령 또는 관련 규제 명령을 위반할 경우, 위탁자에게 통지해야 할 사항과 위탁자가 취해야 할 시정 조치
5. 위탁자가 수탁자에게 추가 지시를 내릴 권리를 보유하는 상황과 그러한 지시가 내려질 수 있는 사항
6. 위임 관계가 종료되거나 취소될 때, 개인정보를 보유하고 있던 수탁자가 개인정보 저장 매체의 반환과 위임 계약의 일환으로 저장된 개인 정보의 삭제

앞서 언급한 사항의 감독을 위해, 위탁자는 수탁자의 업무 수행을 정기적으로 점검하고 그 결과를 문서화해야 한다.

수탁자는 위탁자의 지시 범위 내에서만 개인정보를 수집, 처리 또는 사용할 수 있다. 만약 수탁자는 위탁자의 지시가 개인정보 보호법, 다른 개인정보 보호법 또는 규제 명령을 위반한다고 판단한다면, 즉시 위탁자에게 통보해야 한다.

5) 개인정보 수탁업체가 개인정보 관련 사고를 발생시킬 경우 그 책임은 누가 지는지 (수탁업체가 온전히 그 책임을 지는지 또는 위탁업체가 그 책임을 지는지)

개인정보보호법(PDPA) 제31조에 따르면, 비정부 기관과 관련된 손해 배상은 민법의 규정을 따른다. 이전 법원 판결에 따르면, 개인정보와 관련된 사건에서 위탁자와 수탁자의 책임 여부는 각 당사자가 과실이 있었는지에 따라 결정된다. 즉, 위탁자가 감독에 과실이 있었는지, 수탁자가 시스템 설정 및 관련 사항에 과실이 있었는지에 따라 달라진다. 양측 모두 과실이 있는 것으로 판명되면, 양측 모두 책임을 지게 된다.

사. 쿠키 수집

1) 쿠키를 수집(동의 등) 및 이용과 관련하여 규제가 있는지

대만에서는 쿠키를 규제하는 특정 규정이 없다. 그러나 현재 개인정보보호법(PDPA) 제2조에 따르면, 개인정보의 정의에는 “개인을 간접적으로 식별할 수 있는 기타 정보”가 포함된다. 과거에는 권한 있는 기관이 이 조항을 암호화된 정보가 특정 개인을 식별하기 위해 상호 참조된, 결

합된 또는 연결된 경우로 해석했다. 쿠키가 위 정의에 해당하는 경우, 쿠키의 수집, 처리 및 사용은 개인정보보호법(PDPA)의 규정을 준수해야 한다.

2) 있다면, 해당 법을 만족시키기 위한 적법한 쿠키 수집(동의 등) 방법은 무엇인지

6. 다.항 참조

3) 만약 동의를 받아야 한다면, 쿠키 동의가 면제될 수 있는 조건은 무엇이 있는지

해당 없음

아. 국외 이전 방법(동의, 방법, 동의 시 고지사항)

1) 해외 이용자의 개인정보를 국외로 이전하기 위한 방법은 무엇이 있는지

(동의, 개인정보처리방침 공개, 특별한 규제 없이 자유롭게 이전 가능 등)

개인정보보호법(PDPA) 하에서는 국내 또는 국제적으로 개인정보를 전송하는 상황에 차이가 없으며, 국외로 개인정보를 전송하는 것에 대해 특별한 규칙이나 제한이 없다. 그러나 개인정보보호법(PDPA) 제2조에 따르면, 대만 정부는 특정 판결이나 일반 지침을 공포하여 다음과 같은 근거에 따라 국경 간 전송을 제한할 수 있으며, 국경 간 제한 준수 여부를 검사할 수 있다.

1. 전송이 중요한 국가 이익과 관련되는 경우
2. 국제 조약이나 협정의 요구 사항을 준수하기 위한 경우
3. 개인 정보가 전송되는 국가에 적절한 개인정보 보호법이 없어 당사자들의 이익에 해를 끼칠 수 있는 경우
4. 개인 정보의 간접적인 제3국 전송은 개인정보 보호법을 우회하려는 시도이다.

현재 대만의 유일한 권한 있는 기관인 대만 국가통신위원회(National Communications Commission of Taiwan)는 개인정보 보호법(PDPA)에 따라 대만의 모든 통신 사업자가 중국 본토로 고객의 개인정보를 전송하는 것을 금지하는 결정을 발표했다. 이 제한은 대만 통신 회사에만 적용되며, 다른 산업의 기업이나 다른 국가로의 개인정보 전송에는 적용되지 않는다. 따라서 이 경우에는 적용되지 않는다.

마지막으로, 개인정보보호법(PDPA)의 권한 하에 디지털 발전부(Ministry of Digital

Development)는 디지털 경제 부문에서의 개인정보 파일 보호 및 관리 규정¹⁷⁹⁾을 제정하였다. 위 규정 제10조는 개인정보를 외국으로 전송할 때, 개인정보 관리자가 정보 주체에게 국외 전송의 목적지를 알리도록 명시하고 있다. 또한, 개인정보 관리자는 개인정보를 수신하는 국외 기관에 대해 다음 사항을 감독해야 한다.

개인정보의 처리 또는 사용 범위, 범주, 구체적 목적, 기간, 지역, 수신자, 방법이 법 제3조에 명시된 권리 행사에 관한 사항(개인정보의 열람, 복사, 수정, 수집 또는 사용 중지, 삭제 요청 권리)

대만 정부에 익명으로 문의한 결과에 따르면, 이 의무를 준수하지 않는 것에 대하여 현재로서는 처벌이 없다.

자. 데이터 현지화

1) 특정 국가의 경우 자국민의 개인정보를 반드시 특정국가 현지에 저장해야 함을 법률로 규정하고 있음에 따라 유사한 규제가 있는지

대만 정부는 개인정보를 해외에 저장할 수 있다고 명확히 했지만, 이러한 저장은 본질적으로 국외 정보 전송을 수반한다. 따라서 국외 전송에 대한 통지 요건(6. 아.항 참조)을 준수해야 한다.

2) 현지화 규제가 있다면, 그 대상이 되는 개인정보의 범위가 있는지 (모든 개인정보, 특정 정보만 현지에 저장 등)

해당 없음

179) <https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCODE=K0010162>

7. 개인정보의 처리와 보호

가. 개인정보 이용내역 통지

1) 개인정보 이용을 이용자에게 알려야 하는 규정이 있는지. 있다면 어떠한 방법으로 이용자에게 통지해야 하는지. 만약 통지 수단(이메일, 핸드폰 번호 등)이 없다면 이용내역을 통지하지 않아도 되는지

대만 법률에는 그와 유사한 의무가 규정되어 있지 않다. 개인정보보호법(PDPA) 제8조에 따르면, 사업자가 개인정보보호법(PDPA) 제19조에 따라 개인정보를 수집할 때(6. 다.항에서 설명한 바와 같이), 정보 주체에게 수집자의 이름, 수집 목적, 수집할 개인정보의 범주, 수집 기간, 지역, 수신자 및 정보 사용 방법, 개인정보보호법(PDPA) 제3조에 명시된 권리와 그 행사 방법(6. 아.항에서 설명한 바와 같이), 그리고 개인정보를 제공하지 않을 경우 그들의 이익에 미치는 영향을 알려주어야 한다.

이 통지 의무에 따라, 정보 주체는 자신의 개인정보가 어떻게 사용될지 알게 될 것이다. 이 외에, 현재 대만 법에서는 개인정보 사용 통지에 대한 구체적인 요구 사항이 없다.

나. 광고성 정보(수신, 동의, 고지, 발송, 방법)

1) 한국의 정보통신망법과 같은 광고성 정보(이메일, 핸드폰 번호, 모바일 앱 푸시) 발송에 적용되는 규제가 있는지

광고성 정보 발송에 적용되는 규제가 존재한다. 개인정보보호법(PDPA) 제20조 제1항에 따르면, 사업자는 수집된 특정 목적을 위해 필요한 범위 내에서만 개인정보를 사용하거나, 정보 주체의 동의를 얻어야 한다. 여기에는 마케팅 목적으로 개인정보를 사용하는 것도 포함된다.

2) 있다면, 광고성 정보를 보낼 때 지켜야 하는 표기 의무가 있는지

개인정보보호법(PDPA) 제20조 제2항 및 제3항에 따르면, 개인정보가 마케팅 목적으로 사용될 경우, 정보 주체가 마케팅 통신을 거부한다는 의사를 표시하면 사업자는 즉시 해당 정보의 마케팅 사용을 중단해야 한다. 또한, 처음 광고성 정보를 보낼 때 정보 주체가 추가 마케팅을 거부할 수 있는 방법을 제공하고 관련 비용을 부담하여야 한다.

3) 이용자에게 광고성 정보를 보내기 위한 조건은 어떻게 되는지

(명시적인 사전 수신동의 등)

위와 동일.

다. 개인정보 파기

1) 개인정보를 파기해야 하는 의무가 있는지

있다. 아래의 상세 규정을 참조

2) 개인정보를 어떠한 경우 파기해야 하는지

개인정보보호법 제11조에 따르면, 다음과 같은 상황에서 개인정보를 파기해야 한다:

개인정보를 수집하는 특정 목적이 더 이상 존재하지 않거나 보존 기간이 만료된 경우

개인정보보호법을 위반하여 수집된 정보가 있는 경우

이 규정을 위반하면, 대만 정부는 운영자에게 위반 사례마다 2만 이상 20만 이하 대만달러의 벌금을 부과할 수 있다.

또한, 디지털 경제 부문 개인정보 파일 보호 및 관리 규정¹⁸⁰⁾ 제16조 제2항에 따르면, 사업 운영 종료 후 운영자는 개인정보를 수집, 처리 또는 사용한 후 해당 정보를 파기하고, 파기 방법, 시간, 장소 및 파기 증명 기록을 5년 이상의 기간 보관해야 한다.

개인정보보호법(PDPA) 제48조에 따르면, 파기 요건을 충족하지 않을 경우 대만 정부는 2만 이상 2백만 이하 대만달러의 벌금을 부과하고, 운영자에게 지정된 기간 내에 문제를 시정하도록 요구할 수 있다. 운영자가 지정된 기간 내에 문제를 시정하지 않으면, 각 사례마다 15만 이상 1천5백만 이하 대만달러의 벌금을 부과할 수 있다. 심각한 위반의 경우, 대만 정부는 첫 번째 위반 시부터 15만 이상 1천5백만 이하 대만달러의 벌금을 부과하고 시정을 요구할 수 있다.

180) <https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCODE=K0010162>

3) 개인정보를 파기해야 한다면, 한국의 전자상거래 법, 통신비밀보호법과 같이 별도의 정보를 보관하도록 하는 특별 규정이 있는지(접속기록 3개월, 표시/광고에 관한 기록 6개월, 계약 또는 청약철회 등에 관한 기록 5년, 대금 결제 및 재화공급등에 관한 기록 5년, 소비자의 불만 또는 분쟁 처리에 관한 기록 3년)

위의 답변 참조.

라. 장기 미 접속 계정 휴면 처리 방법

1) 한국의 개인정보보호법과 같이 1년간 서비스를 이용하지 않는 이용자의 개인정보를 파기 또는 분리보관 해야 하는 규제가 있는지

디지털 경제 부문에서의 개인정보 파일 보호 및 관리 규정¹⁸¹⁾ 제9조에 따르면, 사업자는 개인정보 수집의 특정 목적이 소멸되었거나 보유 기간이 만료되었는지 정기적으로 검토하는 내부 관리 절차를 수립해야 한다. 특정 목적이 소멸되었거나 보유 기간이 만료된 경우, 개인정보보호법(PDPA) 제11조 제3항에 따라 정보를 삭제해야 한다. 즉, 대만에서는 운영자가 사용자의 계정이 휴면 상태인지 여부와 상관없이 수집 시 명시된 보존 기간에 따라 개인정보를 삭제해야 한다. 이러한 내부 관리 절차를 수립하지 않으면 개인정보보호법(PDPA) 제48조에 명시된 처벌을 받는다. 대만 정부는 2만 이상 2백만 이하 대만달러의 벌금을 부과하고, 운영자에게 지정된 기간 내에 문제를 시정하도록 요구할 수 있다. 운영자가 지정된 시간 내에 문제를 시정하지 않으면, 각 사례마다 15만 이상 1천5백만 이하 대만달러의 벌금을 부과한다. 심각한 위반의 경우, 대만 정부는 첫 번째 위반부터 15만 이상 1천5백만 대만달러의 벌금을 부과하고 시정을 요구할 수 있다.

2) 있다면, 휴면처리를 어떻게 처리해야 하는지

해당 없음

마. 개인정보 처리 방침

1) 국내의 경우 법령에 의해서 개인정보처리방침에 필수적으로 기재해야 하는 내용이 정해져 있음. 이와 유사하게 법적으로 필수적으로 기재해야 하는 내용이 있는지. 그리고 필수는 아니지만 가이드라인 등을 통해 기재가 권장되는 내용이 있는지

181) <https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCODE=K0010162>

대만에는 의무적이거나 권장되는 개인정보 보호정책이 없다.

한편, 디지털 혁신부(Ministry of Digital Affairs) 공식 웹사이트의 개인정보 보호정책¹⁸²⁾에 따르면, 네 가지 주제가 다뤄지는데, 이는 개인정보 수집 범위, 사용 및 보호, 개인정보 수집 및 사용 방법, 쿠키 사용, 정보 보안(보안 보호 조치)이다. 이러한 주제를 최소한의 기준으로 삼을 것을 제안한다.

2) 개인정보 처리방침을 어떻게 공개해야 한다는 사실을 정한 규제가 있는지

해당 없음

바. 이용자 개인정보 권익보호방법

1) 이용자에게 보장해 주어야 하는 개인정보 관련 권리가 있는지

(열람권, 정정권, 이동권, 처리정지권, 삭제권)

개인정보보호법 제3조에 따르면, 정보 주체는 개인정보보호법에 따라 다섯 가지 권리를 가진다. 이 권리는 사전에 포기하거나 합의로 제한할 수 없다.

1. 조회 또는 접근 요청 권리
2. 사본을 요청할 권리
3. 보완 또는 수정 요청 권리
4. 수집, 처리 또는 사용 중단을 요청할 권리
5. 삭제 요청 권리

2) 개인정보 관련 권리가 있다면, 각 권리를 행사하기 위한 조건이 있는지

(무제한으로 행사가능, 사업자가 합리적인 이유가 있다면 제한 가능 등)

개인정보보호법은 이러한 권리 행사에 대한 예외를 명시적으로 규정하고 있다.

1. 열람 요청권 및 사본 요청권: 개인정보보호법 제10조에 따르면, 기업은 일반적으로 이러한 요청에 동의해야 한다. 다만, 국가 안보, 외교 및 군사 기밀, 전반적인 경제 이익 또는 기타 중요한 국가 이익을 해치거나, 정부 기관의 법적 의무 수행을 방해하거나, 수집 기관 또는 제3자의 중요한 이익을 해칠 경우에는 요청을 거부할 수 있다.

2. 보완 또는 수정 요청 권리: 개인정보보호법 제11조 제1항에 따르면, 기업은 개인정보의 정확성

182) <https://moda.gov.tw/announcement/privacy/949>

을 유지해야 하며, 자발적으로 또는 정보 주체의 요청에 따라 정보를 수정하거나 보완해야 한다.

3. 수집, 처리, 또는 사용 중단 요청 권리: 개인정보보호법 제11조 제2항에 따르면, 개인정보의 정확성에 관한 분쟁이 있을 경우, 사업자는 자발적으로 또는 정보 주체의 요청에 따라 정보의 처리를 중단하거나 사용을 중단해야 한다. 그러나, 처리나 사용이 업무 수행이나 사업 운영에 필요하거나, 정보 주체가 서면으로 동의하고 분쟁이 표시된 경우에는 예외로 한다.

4. 삭제 요청 권리: 개인정보보호법 제11조 제3항에 따르면, 개인정보를 수집한 특정 목적이 더 이상 존재하지 않거나 기간이 만료된 경우, 사업자는 자발적으로 또는 정보 주체의 요청에 따라 정보를 삭제하거나 처리 및 사용을 중단해야 한다. 그러나, 정보가 업무 수행이나 사업 운영에 필요하거나 정보 주체가 서면으로 동의한 경우에는 예외로 한다.

개인정보보호법 제11조 제4항에 따르면, 개인정보를 수집, 처리 또는 사용함에 있어 개인정보 보호법을 위반한 경우, 사업자는 자발적으로 또는 정보 주체의 요청에 따라 개인정보의 수집, 처리 또는 사용을 중단하거나 삭제해야 한다. 개인정보보호법 제11조 제3항에 명시된 예외는 이 상황에 적용되지 않는다.

사. 개인정보 침해에 대한 보상보험 요건

1) 정보주체의 개인정보 관련 사고(유출, 노출, 훼손, 분실 등)가 발생될 경우 정보주체에게 고지해야 하는 의무가 있는지

보상 규정이 존재한다. 개인정보보호법 제12조에 따르면, 사업체가 개인정보보호법 상의 규정을 위반하여 개인정보가 도난, 유출, 변조 또는 기타 방식으로 손상된 경우, 사업체는 이를 조사하고 적절한 방법으로 정보 주체에게 통지해야 한다.

2) 정보주체에게 고지 의무가 있다면, 몇 명 이상의 개인정보 사고 시 그러한 의무가 부과되는지, 고지 방법이 규정되어 있는지[홈페이지에 사고 사실 공개, 개별 연락 (이메일, 전화 등)]

개인정보보호법은 이 의무가 발동되기 위한 정보 침해의 최소수를 명시하지 않는다. 따라서 법적 해석 관점에서, 정보 주체의 정보가 손상되면 이 통지 의무가 발동되어야 한다. 통지 방법 관련하여, 개인정보보호법 시행규칙(Enforcement Rules of the PDPA)¹⁸³⁾ 제22조에 따르면 '적절한 통지 방법'에는 정보 주체에게 구두, 서면, 전화, 문자 메시지, 이메일, 팩스, 전자 문서 또는 정보 주체가 인지할 수 있는 다른 수단을 통해 신속히 알리는 것이 포함된다. 이러한 통지

183) <https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=I0050022>

비용이 너무 높을 경우, 운영자는 기술적 가능성과 정보 주체의 프라이버시 보호를 고려하여 인터넷, 뉴스 매체 또는 다른 적절한 공공 수단을 사용할 수 있다. 통지 내용에는 정보 침해와 관련된 사실과 이에 대한 대응 조치가 포함되어야 한다.

또한, 디지털 경제 부문 개인정보 파일 보호 및 관리 조항¹⁸⁴⁾ 제8조 제1항에 따르면, 사업자는 정보 주체의 개인정보 도난, 변경, 손상, 손실 또는 유출과 관련된 보안 사고에 대응하기 위해 다음과 같은 대응, 통지 및 예방 메커니즘을 수립해야 한다.

1. 사고 발생 후 취해야 할 대응 조치에는 정보 주체에 대한 피해를 완화하고 통제하는 방법, 정보 주체에게 조사한 후 통지할 적절한 방법과 내용이 포함된다.
2. 정보 주체에게 이메일, 문자 메시지, 전화 또는 기타 편리한 방법을 통해 사건 및 처리 상황을 신속하게 통지하고, 후속 문의를 위한 핫라인 또는 다른 적절한 채널을 제공한다.
3. 사고 발생 후 교정 및 예방 조치를 개발하는 메커니즘.

3) 정보주체에게 고지해야 할 경우 고지 시간이 규정되어 있는지

(사고 사실을 인지한 순간부터 1주일 이내 등)

특정한 기한은 명시되지 않았으나, 개인정보보호법 시행규칙 제2조에 따라 신속하게 통지해야 한다.

4) 정보주체의 개인정보 관련 사고(유출, 노출, 훼손, 분실 등)가 발생될 경우 관계당국에 신고해야 하는 의무가 있는지

디지털 경제 부문 개인정보 파일 보호 및 관리 규정 제8조 제2항에 따르면, 사업자가 정상적인 운영을 위협하거나 다수의 정보 주체의 권리와 이익에 영향을 미치는 개인정보 보안 사고를 겪을 경우, 이를 인지한 후 72시간 이내에 디지털 혁신부에 보고해야 한다. 또한, 시 또는 군(도) 정부에 보고할 경우에도 디지털 혁신부에 통보해야 한다.

5) 신고 의무가 있다면 몇 명 이상의 개인정보 사고 시 그러한 의무가 부과되는지? 신고 기간이 정해져 있는지(사고 사실을 인지한 순간부터 1주일 이내 등)

앞서 언급한 바와 같이, 의무는 보안 사고로 인해 사업의 정상 운영이 위태로워지거나 다수의 정보 주체의 권리와 이익에 영향을 미칠 때 발생한다. 구체적인 최소 수치는 명시되어 있지 않다. 사고를 인지한 후 72시간 이내에 보고해야 한다.

184) <https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCODE=K0010162>

아. 데이터 침해에 대한 보상

1) 한국은 개인정보보호법 제39조의9(손해배상의 보장)에 따라 손해배상책임의 이행을 위해 보험 또는 공제에 가입하거나 준비금을 적립하는 등 필요한 조치를 하여야 함. 이와 유사한 규제가 있는지 대만에는 그러한 규정이 없다.

자. 개인정보 유출 손해 배상 보험

1) 개인정보 규제(법령)를 위반하거나 개인정보 사고가 발생한 경우 과태료, 과징금 등은 최대 얼마까지 부과되는지

디지털 경제 부문 개인정보 파일 보호 및 관리 규정에 따라, 개인 정보의 도난, 변경, 손상, 손실 또는 유출을 방지하기 위한 적절한 보안 조치를 시행하지 않거나, 사업 종료 후 개인정보 파일 보안 유지 계획 또는 정보 처리 절차¹⁸⁵⁾를 수립하지 않으면 개인정보 보호법 제48조 제2항 제3호에 따라 처벌을 받는다. 구체적인 벌금에 대해서는 7. 다.항 참조.

185) <https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCODE=K0010162>

8. 결제 관련

가. 정보제공 (표시 광고)

1) 전자상거래 시 소비자에게 공개해야 하는 정보, 또는 알려야 하는 정보에 관한 규제 또는 법률이 있는지. 있다면 어떤 정보를 공개해야 하는지

[예시] 상호 및 대표자 성명/ 주소·전화번호·전자우편 / 공정거래위원회 또는 특별자치장 등에게 신고한 신고번호 등]

전자상거래에서 소비자에게 공개해야 하는 사항에 대해서는 4. 사.항 참조.

2) 사업자가 패키지 또는 디지털 패키지*형태로 게임을 판매할 때, 반드시 표시해야 하는 정보가 무엇인지

* 디지털 패키지: 물리적인 매체(Media) 없이 디지털 형태로 유통되는 게임을 의미함

일반적인 공개 및 표시 요구 사항에 대해서는 2. 가.(등급분류 필요 여부), 4. 가.(확률형아이템 규제), 4. 사.(기타 공개 요구 사항) 참조.

3) 게임 내 상품(아이템 등)을 판매할 때, 반드시 표시해야 하는 정보가 무엇인지

위와 동일.

나. 추천 광고

1) 광고주와 추천·보증인과의 경제적 이해관계를 표시해야 하는 규정이 있는지(예: 스트리머, 인플루언서 등을 통한 광고)

대만 공정거래위원회(TFTC)는 “공정거래위원회의 추천 광고 지침¹⁸⁶⁾”을 발행했다. 이 지침은 일반 대중이 합리적으로 예상하지 못하는 광고주와 추천인 간의 관계가 있을 경우, 그러한 관계를 광고에서 완전히 공개해야 한다고 규정한다.

186) <https://www.ftc.gov.tw/internet/main/doc/docDetail.aspx?uid=165&docid=13021>

2) 스트리머, 인플루언서 등에게 현금이 아닌 게임 아이템을 제공하는 것만으로도 경제적 이해관계가 성립되는지

위 규정에서 경제적 이익은 반드시 실질 화폐를 포함하는 경우로 한정되지 않는다. 가이드라인은 유명 게임 인플루언서가 긍정적인 리뷰를 대가로 무료로 게임을 받은 경우, 독자들이 인플루언서가 긍정적인 리뷰를 대가로 게임을 받았다고 합리적으로 기대하지 않기 때문에 이 관계를 리뷰에서 공개해야 한다고 예시를 제공한다. 운영자는 무료 게임을 제공할 때 인플루언서에게 이 관계를 공개하도록 상기시키고 감독해야 한다.

다. 구독 서비스 관련

1) 구독 서비스 등 정기결제 관련하여 사업자가 준수해야 할 사항은 어떤 것이 있는지, 존재하지 않는 경우라면, 서비스 제공자가 준수해야 할 요소들(정기 결제, 통지 방법, 구독 해지 요청 시 환불 절차 등)에는 무엇이 있는지

대만은 구독 서비스에 대한 구체적인 규정이나 법률을 제정하지 않았다. 그러나 “행정위원회의 전자상거래 소비자 보호 지침¹⁸⁷⁾”(Guidelines for Consumer Protection in E-Commerce) 제3항에서는 사업자가 소비자가 정보에 입각한 선택을 하고 거래를 완료할 수 있도록 유의한 정보를 제공해야 한다고 명시하고 있다. 이 정보는 포괄적이고 정확하며 명확하고 이해하기 쉬워야 한다. 자동 갱신 서비스의 경우, 소비자에게 구독을 적극적으로 취소해야 하는지 여부와 계약 기간, 가격 책정, 청구 주기 및 자동 갱신 취소 방법을 알려야 한다.

이 지침은 의무 사항은 아니지만, 법원이 소비자 분쟁을 다룰 때 참고 자료로 사용할 수 있다.

라. 광고 시 금지사항

1) 게임에 대한 광고 시 금지되는 행위에는 어떤 것이 있는지

대만에서는 게임 광고에 관한 특정 법률이나 규정이 없다.

2. 가.(등급분류 필요 여부), 4. 가.(확률형아이템 규제), 4. 사.(기타 공개 요구 사항) 참조.

187) <https://www.rootlaw.com.tw/LawArticle.aspx?LawID=A040330001004800-0901213>

2) 야간 광고 발송에 대한 규제가 있는지

“텔레비전 프로그램과 광고, 제품 배치 마케팅 및 후원에 관한 구분 규정¹⁸⁸⁾” 제12조 제3항¹⁸⁹⁾에 따르면, 텔레비전 방송사는 오후 7시부터 11시까지 방영되는 외국 프로그램에 대해 타이틀 후원을 받을 수 없다.

마. 결제한도

1) 게임 이용자의 결제 금액의 한도를 설정할 수 있는 시스템을 본인 또는 법정대리인에게 제공하도록 하는 법률 또는 정책이 있는지

대만에는 유사한 제한이 없다. 타이페이 컴퓨터 협회는 한때 “미성년자의 과도한 게임 포인트(카드) 구매 방지를 위한 자율 규제 행동”을 추진했으며, 이에 따르면 18세 미만의 미성년자가 1천 대만달러 이상의 게임 포인트를 구매할 때 부모의 동반이 요구된다. 그러나 이는 법률이나 의무 사항이 아니다.

바. 미성년자 법정대리인 권한(결제 관련)

1) 미성년자가 결제 등을 이행할 때 법정 대리인의 동의 등이 필요한지, 필요하다면 법정 대리인의 동의를 어떻게 획득해야 하는지, 그에 대한 규정 또는 법률은 어떻게 되는지

5. 바.(미성년자 및 법정 대리인 식별에 관한 법률(게임 이용 관련))와 6.라.(아동의 개인 정보 수집) 참조.

2) 미성년자가 예외적으로 단독으로 결제할 수 있는 범위를 정하는 규정 또는 법률이 있는지

위와 동일.

188) <https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAllPara.aspx?pcode=P0050055>

189) A television business shall not accept title sponsorship for its foreign programs broadcast between 19:00 and 23:00 hours.

사. 결제 및 체결 확인

1) 전자상거래에서 대금 지급과 관련해 보안 유지 및 청약 고지 / 확인 절차 마련 등에 관한 규정 또는 법률이 있는지

대만은 전자상거래에서 결제와 관련된 주문의 통지/확인 절차를 유지하는 구체적인 규정이나 법률을 제정하지 않았다. 그러나 행정위원회의 “전자상거래 소비자 보호 지침¹⁹⁰(Guidelines for Consumer Protection in E-Commerce)” 제4항에서는 사업자가 소비자에게 다음과 같은 거래 절차를 제공해야 한다고 명시하고 있다.

1. 소비자는 구매 의사를 표시하거나 구매 과정에 참여하기로 합의한다.
2. 소비자는 거래 조건과 주문 세부 사항을 검토하고 확인한다.
3. 운영자는 소비자가 구매 의사를 최종적으로 확인할 수 있는 메커니즘을 제공해야 한다. 주문 확인 프로세스가 완료되기 전에 소비자는 거래를 취소할 수 있다.

구매 의사가 확인되면, 운영자는 즉시 적절하거나 합의된 방식으로 소비자에게 통지한다.

2) 전자 거래 이후 소비자에게 청약의 정보를 고지하고 수신확인을 받는 등의 기본 규정 또는 법률이 있는지

위 8.사.1) 참조.

아. 조작 실수 방지

1) 소비자가 실수로 결제하는 경우를 방지하기 위해 필요한 절차에 대한 법률이나 규정 등이 있는지

8. 사. 참조.

190) <https://www.rootlaw.com.tw/LawArticle.aspx?LawID=A040330001004800-0901213>

9. 청약철회 및 환불 등

가. 청약철회

1) 전자상거래에서 소비자가 계약 및 청약 철회할 수 있는 조건, 기간, 환불 절차 등 관련 규정 또는 법률이 있는지

앞서 언급한 “온라인 게임 서비스 표준 계약서의 필수 및 금지 조항¹⁹¹⁾” 제1조 제4항에 따르면, 소비자는 게임 시작 후 7일 이내에 운영자에게 서면으로 계약 해지를 통보할 수 있으며, 이때 이유를 제공하거나 비용을 부담할 필요가 없다. 이러한 경우, 소비자는 사용하지 않은 구매한 게임 포인트에 대해 운영자에게 환불을 요청할 수 있다.

제1조 제18항은 계약 종료 시 운영자는 소비자가 사용하지 않은 게임 포인트나 게임 요금을 필요한 비용을 차감한 후 30일 이내에 현금, 신용카드, 양도어음, 등기우편을 통해 환불해야 한다고 규정한다. 또는, 사용하지 않은 포인트나 요금은 상호 합의된 방법에 따라 처리할 수 있다.

나. 미성년자 청약철회

1) 미성년자가 계약 또는 결제 등의 행위를 진행할 때 법정대리인의 동의가 없는 경우 계약이 무효임을 안내해야 하는지. 이외 관련 규정이 있는지

앞서 언급한 “온라인 게임 서비스 표준 계약서의 필수 및 금지 조항¹⁹²⁾” 제1조 제2항에 관련 규정이 있다.

소비자가 제한된 행위능력(legal capacity)을 가진 경우, 계약은 소비자의 법정 대리인이 승인해야 효력이 발생한다. 소비자가 행위능력이 없는 경우, 계약은 법정 대리인이 소비자를 대신하여 체결해야 한다.

행위능력이 제한된 사람이 동의 없이 계약을 체결하거나 행위능력이 없는 사람이 법정 대리인 없이 구매를 진행한 경우, 대리인은 공식 웹사이트에 게시된 절차를 따르고 필요한 서류를 제출하여 사업자의 확인을 거쳐 사용되지 않은 구매 포인트의 환불을 요청할 수 있다.

191) <https://www.ey.gov.tw/Page/DFB720D019CCCB0A/964028ea-f1f6-4383-9c78-f7d0606086f3>

192) <https://www.ey.gov.tw/Page/DFB720D019CCCB0A/964028ea-f1f6-4383-9c78-f7d0606086f3>

2) 미성년자를 대상으로 서비스를 제공하는 경우 사업자에게 미성년자 보호를 위한 별도의 보호 정책 수립 및 고지를 요구하는 법령의 의무

5. 아.항 참조.

다. 캐시/ (게임 내) 재화

※ Note : Cash/In-game currency

▶ 캐시(Cash)

- 이용자가 현금을 사용하여 구매(충전)하는 게임의 가상 화폐를 의미하며, 게임 플레이를 통해 획득하는 게임머니와 구분됨, 일종의 선불식 지불수단

- 게임 사업자가 사용하는 '캐시'는 실제 법정 화폐를 의미하는 것은 아니며, 게임 서비스 (플랫폼) 내에서 유통이 가능함.

- 예: 스팀 월렛 : 스팀에서 사용되는 스팀 월렛의 경우 이용자가 현금으로 '캐시'를 충전하고, 충전한 '캐시'를 스팀에서 서비스하는 여러 게임들의 구매, 각 게임들에서 사용되는 유료 재화로 변경할 수 있음

▶ 유료재화(Paid In-game Currency)

- 유료재화'는 현금 또는 '캐시'로 구매할 수 있는 인 게임 재화를 의미함

- 예: Brawl Stars GEM이 대표적인 예이며, 유료재화는 '캐시'와 달리 특정 게임 내에서만 아이템 구매하는데 사용이 되며, 구매한 유료재화는 다시 현금 또는 캐시로 교환할 수 없음

▶ 무료재화(포인트)(Free In-game Currency, Point)

- 게임 내에서 게임서비스를 이용하거나 아이템을 구매하기 위해 사용되는 가상의 데이터로서, 무료로 지급하는 것

1) 캐시, 포인트 등의 법적 지위가 어떻게 되는지, 현금과 동일한 가치로 인정되는지

대만에서는 2023년 고등법원이 이 주제에 대한 세미나를 개최했다. 결론은 암호화폐, NFT, 온라인 게임 내 가상 아이템 및 게임 화폐가 모두 인터넷 서버에 전자 기록으로 저장되어 현실 세계에서 볼 수 있는 유형 자산이 아니라는 것이다. 디지털 화폐 계정과 온라인 게임 계정 소유자는 이러한 디지털 화폐나 가상 게임 아이템 및 게임 화폐를 자유롭게 처분하거나 이전할 권리를 가지며, 이를 투자, 거래 또는 게임 내 교환에 사용할 수 있어 현실 세계에서 일정한 재산 가치를 지닌다. 그러나 이는 물리적 세계에서 유형 자산으로 간주되지 않으므로, “유형 자산 이외의 재산적 이익”으로 간주되어야 한다.

2) 게임 내 사용 가능한 재화의 이용, 양도, 사용기간, 환불(보상) 관련한 규정 또는 법률이 있는지

대만에는 이러한 규정이나 법률이 없다.

※ Note

- 한국의 경우 콘텐츠이용자보호지침 26조 상 사업자가 이용자의 콘텐츠 이용실적에 따라 적립되거나, 대가를 지급하고 구입한 포인트 서비스를 운용하는 경우 포인트 서비스의 세부 내용(적립방법, 이용방법, 양도 가능여부, 사용기간 및 보상 방법 등)을 이용자에게 고지해야 함. 이외 일본 경우 자금결제법에 따라 사업자가 발행한 포인트 / 사이버 캐시의 절반 이상을 정부 기관에 공탁해야 함.

라. 청약철회의 대상

1) 현금으로 구매한 캐시가 청약철회 대상인지

대만 법에 따르면, 현금, 게임 내 유료재화 또는 디지털 상품(게임 아이템) 사이에는 구분이 없다. 취소에 대한 9. 가.항에 명시된 법적 효과는 여전히 적용되며, 소비자는 사용되지 않은 구매한 게임 포인트나 게임 요금에 대해 운영자에게 환불을 요청할 수 있다.

2) 현금으로 구매한 유료재화가 청약철회 대상인지

위 1)항 참조.

3) 캐시로 구매한 유료재화가 청약철회 대상인지

위 1)항 참조.

4) 현금으로 구매한 디지털 상품(인-게임 아이템)이 청약철회 대상인지

위 1)항 참조.

5) 캐시로 구매한 디지털 상품(인-게임 아이템)이 청약철회 대상인지

위 1)항 참조.

6) 유료재화로 구매한 디지털 상품(인-게임 아이템)이 청약철회 대상인지

위 1)항 참조.

마. 환불

1) 청약철회의 보장기간이 경과한 '캐시' 또는 디지털 상품(인-게임 아이템)에 대하여 이용자가 환불요청 시 이를 처리해주어야 할 의무가 있는지

9. 가.항 참조.

2) 관련 법령 또는 정책상 게임이 서비스를 종료할 시의 환불에 대한 규정이 있는지(환불 대상이 되는 잔여재화 및 상품의 범위, 환불 수수료 부과 여부, 환불 절차 사전 안내 의무 등)

9. 가.항 참조.

3) 환불 수수료에 대한 기준, 혹은 규제가 있는지(특정 비율 이상의 수수료는 과도하다 간주하여 규제하는 경우 등)

9. 가.항 참조.

4) 이용자가 회원 탈퇴 시, 관련 법령 또는 정책상 캐시 또는 게임 속 재화가 환불 대상에 포함되는지

9. 가.항 참조.

바. 과오납금 환불

1) 소비자가 실수로 결제한 경우 이를 환급하는 것에 관한 규정 또는 법률이 있는지

소비자 실수로 결제한 금액의 방지에 관해서는 8. 사.항, 환불과 관련된 사항은 9. 가.항 참조.

※ Note

- 한국의 경우 모바일 게임 표준이용약관 상 과오납금이 발생하는 경우 과오납금을 회원에게 환급해야 함. 다만, 회사의 고의 또는 과실 없이 회원의 과실로 인하여 발생한 경우에는 그 환급에 소요되는 실제 비용은 합리적인 범위 내에서 회원이 부담함.

사. 소멸시효/사용기간

1) 상행위로 인해 발생하는 채권의 소멸시효가 어떻게 되는지

민법 제125조에 따르면 소멸시효기간은 일반적으로 15년이다. 단, 법률에 더 짧은 기간이 특별히 규정되어 있는 경우에는 그 짧은 기간이 적용된다.

예를 들어 사업자가 개인정보보호법을 위반하여 정보주체가 손해배상을 청구할 수 있는 경우, 정보주체가 그 손해 및 책임 주체를 알게 된 때로부터 2년 이내에 청구권을 행사하지 않으면 청구권이 소멸된다. 마찬가지로, 피해 발생 후 5년이 경과한 경우에는 권리를 행사할 수 없다.

2) 게임을 위해 현금으로 구매한 캐시/유료재화의 사용기간에 대한 규정 또는 법률이 있는지

대만에는 이러한 규정이나 법률이 없다.

아. 휴업기간 업무처리

1) 사업자가 휴업을 하거나 영업정지를 하고 있는 경우에 소비자의 요청(청약철회 등)을 어떻게 처리하는지, 그에 대한 규정 또는 법률이 있는지

대만 법률은 명확한 규정을 제공하지 않지만, 앞서 언급한 “온라인 게임 서비스의 필수 및 금지 조항” 제1조 제18항에 따르면, 운영자는 서비스 핫라인과 이메일 주소와 같은 연락처 정보를 명확히 기재하고, 공식 웹사이트나 게임 관리 규칙에 24시간 불만 접수 채널을 제공해야 한다.

자. 거래기록 보존

1) 전자상거래의 거래기록을 보존해야 하는지, 보존해야 한다면 어느 내용을 언제까지 보관해야 하는지 등에 대한 규정 또는 법률이 있는지

앞서 언급한 “온라인 게임 서비스 표준 계약서의 필수 및 금지 조항” 제1조 제9항에 따르면, 운영자는 소비자가 자신의 게임 기록에 접근할 수 있도록 30일 이상의 기간 동안 소비자의 개인 게임 기록을 보관해야 한다.

10. 게임산업 진흥 등

가. 게임산업에 대한 세제혜택 및 보조금 지원

1) 게임산업 관련 세액공제 등 게임산업에 대한 세제혜택이 있는지 또는 보조금 지원정책 등이 존재하는지 여부 및 그 내용

대만에서는 2001년 12월 27일 온라인 게임 산업 발전을 촉진하기 위해 게임 회사들에게 세금 혜택을 제공했다. 그러나 이러한 혜택은 2011년 3월 11일에 종료되었다. 현재 진행 중인 세금 혜택이나 면제 정책은 없으나, 향후 유사한 정책이 도입될 가능성을 배제할 수 없다.

나. 게임개발자 이민 시의 지원정책

1) 게임개발자 등 기술자가 해당 국가 이주시(‘기술이민’)의 지원정책

예) 취업비자 신속처리, 자녀교육비 지원, 의료비 지원 등

현재 대만은 외국 게임 개발자를 위한 특정 지원 정책이 없다. 일반적으로 현지 기업과 외국 기업의 현지 지점 사무소는 외국인 근로자가 대만에서 일할 수 있도록 근로 허가 신청을 지원할 수 있다(일정 자격 요건을 충족해야 한다). 또한, 대만 정부는 고용 골드 카드 프로그램을 도입했다. 이 프로그램의 유효 기간 동안 자격을 갖춘 외국 인재를 자유롭게 직업을 찾고, 수락하고, 전환할 수 있는 유연성을 제공한다. 자격을 갖춘 분야에는 소프트웨어 기술 개발과 게임 소프트웨어 개발이 포함된다.

다. 게임저작권 침해에 대한 정책

1) 게임 관련 불법 프로그램 및 게임저작권 침해와 관련한 별도의 정책을 시행하고 있는지

대만에서는 게임 관련 불법 프로그램이나 게임 저작권 침해에 대한 별도의 정책을 시행하지 않는다.

2) 특히 게임 관련 불법 사설서버(게임 제작사나 publisher가 공식으로 제공하는 서비스가 아니라 제3자가 별도로 게임 서버를 구현하여 서비스를 제공하는 것)를 운영하고 있는 것과 관련해 해당 사이트 차단을 요청할 수 있는 기관이 있는지

이를 위한 별도의 기관은 없다. 불법 사설 서버의 경우, 저작권 소유자는 법원을 통해 웹사이트

차단을 요청하고 손해 배상을 청구해야 한다. 예를 들어, 2024년 6월에 대만 법원은 리니지 M의 사설 서버와 관련된 저작권 분쟁을 처리했다.

3) 해당 국가에 별도 사업장을 두고 있지 않은 해외 사업자가 차단 신청을 할 수 있는지, 신청이 가능하다면 신청에 필요한 자료는 무엇인지

앞서 언급한 바와 같이, 대만에서는 불법 사설 서버 운영과 관련하여 웹사이트 차단을 담당하는 조직이 없다. 따라서 해외 운영자는 대만 법원을 통해 웹사이트 차단을 요청하고 손해 배상을 청구해야 한다.

라. 장애인에 대한 게임서비스 관련 정책

1) 게임 관련 장애인의 접근성 확보를 위해 준수해야 할 기준 등 장애인 접근성을 위한 정책
대만에는 그러한 정책이 없다.

마. 게임 내 인공지능(AI) 저작물 사용 관련 규제

1) 게임 내 인공지능(AI) 저작물 사용 등에 관련한 규제가 존재하는지, 현존하는 규제가 없다면 정책 동향은 어떠한지(법안 발의, 자율규제 추진 등)

현재 인공지능은 비교적 혁신적인 분야로 남아 있어, 대만에서는 게임에서 인공지능 생성 물의 사용에 관한 규정이 없다. 2024년 7월 15일, 대만 국가과학기술위원회(National Science and Technology Council of Taiwan)는 인공지능 법 초안을 발표하고 공공의 의견을 수렴했다. 그러나 이 초안은 게임에서 인공지능을 이용한 생성물의 사용에 대해 언급하지 않는다. 다만, 인공지능으로 인한 일자리 대체를 방지할 필요성을 고려하여 정부가 고용 지원 조치를 제공하도록 의무화하고 있다. 전반적으로, 현재 인공지능 법 초안은 인공지능 기술 사용에 대해 개방적인 태도를 취하고 있다.

제3장

브라질

1. 법인 설립 등
2. 등급분류
3. 등급분류 사후관리 등
4. 게임서비스 관련 규제
5. 게임서비스 이용 관련
6. 개인정보의 수집과 동의
7. 개인정보의 처리와 보호
8. 결제 관련
9. 청약철회 및 환불 등
10. 게임산업 진흥 등

제3장 브라질

1. 법인 설립 등

가. 게임 산업 소관부처

1) 게임 산업을 소관하는 주무부처 내지 주요 기관은 어디인지

브라질 법은 게임을 (i) 전자 게임, (ii) 복권 및 스포츠 도박, (iii) 사행성 게임의 세 가지 주요 범주로 분류한다.

전자 게임 (게임)

전자게임 기본체계(Electronic Games Framework¹⁹³)로 규율하며, 제5조 제1호에서는 이를 '플레이어의 인터페이스와의 상호작용에 따라 이미지가 실시간으로 변경되는 컴퓨터 프로그램으로 개발된 상호작용형 시청각 작품(interactive audiovisual work)'으로 정의한다. 즉, 앱, 웹사이트, 콘솔에서 실시간 상호작용과 기술이 요구되는 모든 전자 게임과 컴퓨터 게임, 다운로드 또는 스트리밍을 통해 제공되는 소프트웨어 및 하드웨어를 포함한다.

브라질에서 전자 게임은 문화적 부문으로 분류하므로 게임 산업에 대한 규제와 감독은 브라질 연방 정부의 문화부 소관이다.

스포츠 도박 게임 (도박 게임 또는 도박)

이들 게임은 처음에는 복권법(Lotteries Law¹⁹⁴)에 따라 허용되었으며, 현재는 도박법(Bets Law¹⁹⁵)으로 규제한다. 이들 게임은 상금을 기대하면서 미리 정해진 금액을 제공하고, 사전에 알려진 금액을 잃을 위험을 감수하는 개념에 따라 작동하므로 복권의 한 형태로 간주한다. 이는 복권법 제2조 제2호에 해당하는 고정 할당 도박(fixed quota bet)이다.

복권과 스포츠 도박(예: 판타지 풋볼)은 브라질 재무부(Ministry of Finance)가 규제하므로 이 분야의 회사는 재무부 인가를 받아야 한다.¹⁹⁶

193) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/lei/l14852.htm#:~:text=Art.,s%C3%A3o%20regulados%20por%20esta%20Lei

194) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13756.htm

195) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/l14790.htm

196) <https://www.gov.br/fazenda/pt-br/composicao/orgaos/secretaria-de-premios-e-apostas/autorizacao-aqf>

사행성 게임

마지막으로, 도박 및 온라인 카지노와 같은 사행성 게임은 브라질 현행법상 불법이다. 브라질 경범죄 명령¹⁹⁷⁾ 제50조는 입장료 유무와 관계없이 대중이 접근할 수 있는 공간에서는 모든 사행성 게임 설치를 금지하며, 위반 시 3개월 이상 1년 이하의 징역과 벌금이 부과된다. 동조 제2항에 따르면, 이러한 게임에 참여하는 사람은 2,000 이상 200,000 이하 브라질 헤알(BRL)의 벌금이 부과된다.

그러나 2022년 법안 2234호¹⁹⁸⁾는 이러한 게임 형태를 합법화하고 규제하는 것을 목표로 한다. 이 법안은 이미 연방 상원의 헌법 및 사법 위원회에서 승인되었으며, 현재 상원 본회의에서 표결을 기다리고 있다.

나. 해외사업자 콘텐츠 서비스 제공시 요구되는 등록, 허가

1) 해외사업자가 콘텐츠 서비스를 제공하고자 할 때, 받아야 하는 등록 내지 허가절차가 있다면, 무엇인지

(예시) 인도네시아 전자시스템사업자 등록(PSE), 중국의 판호(Chinese Game Version Number) 등 브라질에서 ‘콘텐츠’란 장편 영화부터 소셜 미디어상 브랜드 마케팅까지 포괄하는 광범위한 용어이므로, 아래에서는 전자 게임과 스포츠 도박에 한정하여 정리한다.

전자 게임을 제작하는 모든 회사는 전자 게임 기본체계에 따라 규제를 받는다. 브라질에서는 이러한 회사 운영에 특정 등록이나 허가 요건을 규정하지 않으며, 이는 외국 회사도 마찬가지이다. 단, 이 부문의 브라질 회사에 투자하는 외국 회사에는 일부 세금 혜택이 주어진다.

도박 산업에 종사하는 기업은 위 목차 1. 가.항에서 언급하였듯 브라질 재무부의 상금 및 도박 사무소(Office of Prizes and Betting)에서 특별 인가를 받아야 한다. 관련한 도박 규제인 브라질 재무부의 827/2024호 규칙(Ordinance 827/2024¹⁹⁹⁾)의 규정은 다음과 같다.

인가 유효 기간은 5년이다.

회사는 3천만 브라질 헤알(R\$30.000.000,00)의 수수료를 지불해야 한다.

회사는 1건의 인가 당 3개의 상표를 운영할 수 있다.

인가는 양도가 금지된다.

기업은 다음 사항을 증명하는 문서를 제출해야 한다.

197) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del3688.htm

198) <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/154401>

199) <https://bnldata.com.br/legislacao/portaria-spa-mf-no-827-de-21-de-maio-de-2024-regulamentacao-para-obtencao-da-autorizacao-para-exploracao-comercial-da-modalidade-loterica-de-apostas-de-quota-fixada/>

- (i) 법적 자격
- (ii) 세무 및 노동 규정 준수
- (iii) 회사의 합법적 설립
- (iv) 경제 및 재정적 자격
- (v) 기술 자격

기존의 브라질에서 운영 중인 회사는 2024년 말까지 정규 인가를 받아야 한다.

다. 국내 대리인 지정

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가의 대리인을 지정하는 등 관련 절차가 필요한지 파악 필요

전반적으로 말하면 브라질에서 운영하는 모든 외국 회사는 브라질 민법²⁰⁰⁾ 제1.138조²⁰¹⁾에 따라, 단순히 브라질에서 외국 회사를 등록하였든, 현지 회사에 투자하거나 제휴하였든, 자회사를 설립하든 모든 경우에 브라질에 납세자 거주지를 둔 브라질 대표자를 두어야 한다. 이 대표자는 브라질 내에서 외국 회사를 대리할 권한을 갖추어야 한다. 또한, 위임장은 정관과 함께 관할 공증인 앞에서 기록하여야 한다.

라. 법인 설립 의무

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가에 현지 법인을 설립하는 등의 절차가 필요한지 파악 필요

브라질에서 게임 산업에 종사하는 회사는 현지 자회사나 회사를 설립할 필요가 없으며, 간단한 등록 절차를 거쳐 외국 회사로서 운영할 수 있다.

그러나 브라질에서 스포츠 도박 형식으로 운영하려면, 재무부의 상금 및 도박 사무소의 827/2024호 규칙에 따라 다음 각 항목 등 요건을 준수하여야 한다.

회사는 (i) 브라질 법에 따라 설립되고 본사와 관리 본부를 브라질에 둔 브라질 회사이거나, (ii) 외국 회사의 자회사로서 브라질 법에 따라 설립되고 본사와 관리 본부를 브라질에 둔 것으로, 회사 자본의 20% 이상을 브라질 조합원이 소유한 회사를 말한다.

200) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm

201) 제1.138조. 운영을 인가받은 외국 회사는 회사를 대리하여 문제를 해소하고 법원의 소환장을 수령할 권한을 갖춘 상주 대표자를 브라질에 두어야 한다.

단독 단락 - 대표자가 제3자와 행위를 하려면 먼저 임명 문서를 제출하고 이를 등록하여야 한다.

회사는 외국에 본사를 둔 회사의 자회사, 지점, 대리점 또는 대표자여서는 안 된다.
회사는 유한책임회사 또는 합자회사여야 한다.

마. 해외 사업자의 등급분류 신청 가능여부

1) 해당 국가의 별도의 사무실 설립 또는 사업자를 등록하지 않아도 등급 분류를 신청할 수 있는지
브라질에서 운영할 외국 회사 등록 시 회사는 법인 납세자 식별 번호를 받게 되며, 이와 병행하여 CNAE를 선택하게 된다. 이는 포르투갈어로 '국가 경제 활동 분류(National Classification of Economic Activities)'라는 의미이며, 이에 따라 회사의 세금 등급을 결정한다. CNAE는 회사의 주요 경제 활동과 일치해야 한다. 목차 1. 라.항 및 목차 1. 사.항에서 설명한 바와 같이 브라질 내에서 운영할 회사는 등록을 해야 하므로 이 분류도 반드시 필요하지만, 별도의 사무소는 설립하지 않아도 된다.

바. 서버 설치 의무

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가에 서버를 설치하는 등의 절차가 필요한지 파악 필요

현지 서버 설치는 법적 의무사항이 아니다.

사. 기타 해외사업자 진출 시 갖추어야 할 필수 요건

1) 그 외 해외사업자가 해당 국가 진출 시, 갖추어야 할 사항이 있다면, 그에 대한 사항

브라질 민법²⁰²⁾ 제1.134조에 따라 브라질에서 운영하는 모든 외국 회사는 회사의 정당한 설립과 운영을 증명하는 법인 서류를 제출하는 간단한 절차를 거쳐 행정부 인가를 받아야 한다.

202) 제1.134조. 법률에 명시된 경우를 제외하고 외국 회사는 그 목적에 관계없이 행정부의 인가를 거쳐야 브라질 내에서 운영할 수 있다. 이는 외국 회사의 종속적 설립체도 마찬가지이다. 다만, 외국 회사는 브라질 기업의 주주가 될 수 있다. 인가 신청은 다음 각 첨부과 함께 제출하여야 한다.

I - 회사를 자국 법률에 따라 설립하였다는 증거

II - 정관 또는 내규 전문(全文)

III - 회사의 모든 경영 기구 구성원 명단. 각 구성원의 이름, 국적, 직업, 거주지 및 회사 자본에 대한 각자의 지분 가격(무기명 주식 제외)을 포함해야 한다.

IV - 브라질에서 회사 운영을 인가하고 국내 운영 자본을 명시한 회사 결의 사본

V - 브라질 내 대표자 지명에 대한 증명으로, 인가에 필요한 조건을 수락할 명시적 권한을 갖추어야 한다.

VI - 최신 대차대조표

제2항 서류는 신청 회사의 국내법에 따라 인증하고, 해당 본사의 브라질 영사관에서 법적 요건을 확인하고, 현지 언어 번역본을 첨부하여야 한다.

2. 등급분류

가. 등급분류 필요여부(사전/사후)

1) 게임을 서비스하기 위해 등급분류가 필요한지, 필요하다면 서비스 이전에 심의를 받아야 하는지 아니면 서비스 이후에 심의를 받아도 되는지. 위반 시 제재조항은 무엇인지.

상업적으로 서비스를 하는 게임은 반드시 연령 등급 요건을 충족하여야 하며, 게임을 대중에 공개하기 전에 등급 심사 절차를 완료해야 한다.

아래 2. 다.항에서 언급하였듯, 디지털 패키지로 배포되는 게임은 관할 부처가 해당 등급을 무작위 모니터링 하는 조건으로 자체 등급을 매길 수 있다. 그러나 부처의 사전 확인은 게임 상업화 의무 요건이 아니다(법무공공안전부, Ministry of Justice and Public Security, MJPS)²⁰³ 제502/2021호²⁰⁴ 명령 제5조 제2항 - 2. 나.항 참조).

위반 시, MJPS 제502/2021호 명령 제13조²⁰⁵에서는 연령 등급을 표시하지 않은 모든 매체와 플랫폼은 아동청소년법²⁰⁶ECA, 포르투갈어로 Estatuto da Criança e do Adolescente) 제254조에 명시된 것과 같은 기준에 따라 제재를 가한다고 규정한다. 이 조항에 따르면 당시 시행 중인 최저 임금의 20배 이상 100배 이하의 벌금이 부과된다. 재발 시 벌금은 두 배로 증액될 수 있다.

2) 게임전시회에 참가하거나 트레일러 광고 등을 위해서 등급분류를 받아야 하는지, 받아야 한다면 어떤 경우인지.

게임 대회 및 플레이어 행사에 연령 등급은 필수적이다. 등급은 게임 자체의 등급과 동일해야 한다(MJPS ²⁰⁷502/2021호 명령 제5조 제16항).

203) 제5조: 다음 각 항목은 자체 등급에 따라 분류하며, 등록 절차의 예외이면서 법무공공안전부에서 결정한 모니터링 및 변경 대상이 된다. (중략) VI - 제45조에 명시하였듯 전자 매체로만 판매되거나 배포되며, 무료로 제공되거나 접근 가능한 전자 게임 및 애플리케이션 (중략) 제2항 이 조항에 명시된 작품은 법무공공안전부의 확인 없이 전시하거나 발표할 수 있다.

204) <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/Portaria502de23denovembrode2021.pdf>

205) 제13조. 이 법령에 명시된 모든 형태의 매체, 플랫폼 및 인터넷 방송사를 포함한 방송사 등은 등급 분류가 가능한 작품을 배포하거나 포함하는 경우 해당 콘텐츠를 방송하기 전과 방송 중에 연령 등급 공지를 공개적으로 표시하여야 한다. 1990년 법률 제8,069호(아동청소년법) 제76조 단락에 명시된 예외가 적용되며, 위반 시 동법 제254조에 따라 행정적 위반을 구성한다.

206) 제254조. 분류 경고 없이 라디오 또는 텔레비전 프로그램을 방송하는 행위
벌금 - 기준 급여의 20배 이상 100배 이하에 해당하는 벌금. 재범의 경우 벌금을 2배 증액하며, 법원 결정으로 방송사에 2일 이하 방영 중단 처분을 내릴 수 있다.

207) 제16항: 콘텐츠 등급 부여 목적상 전자 게임 사용자 대회나 이벤트는 방송, 텔레비전 방영, 공중에 공개 여부를 불문하고 게임 또는 애플리케이션의 콘텐츠 등급과 동등한 등급 전체를 표시하여야 한다.

게임 행사 등급은 최소 연령과 콘텐츠 설명을 포함한 완전한 형식으로 표시해야 한다(아래 2. 라.항 참조).

예고편 광고에는 별도로 등급을 매기거나 게임의 등급을 표시하지 않으며, 광고에는 '콘텐츠 등급을 확인하십시오'라는 문구만 표시해야 한다(자세한 내용은 아래 3. 바.항 참조).

나. 등급분류 주체

1) 등급분류 심의 담당 기관은 무엇인지, 또는 그 기관에 대한 법률 규정이 있는지 (해당 기관은 민간기관인지, 정부기관인지)

비디오 게임 등급 및 분류 담당 기관은 법무공공안전부(Ministry of Justice and Public Security, MJPS)이다. 구체적으로 게임 등 시청각 작품 등급을 부여하는 기관은 MJPS 소속 부서인 국가 법무국(National Secretary of Justice, SENAJUS)이다.

연방 헌법²⁰⁸⁾과 아동청소년법(ECA²⁰⁹⁾)의 관련 조항 외에도, 법무공공안전부(MJPS)에서도 자체 연령 등급 규정을 발행하며, 이 중 주요 규정은 2021년 11월 23일 502호 명령(Decree 502²¹⁰⁾)이다.

다. 등급분류 대상 게임물

1) PC, 모바일, 콘솔 등에서, 어떠한 게임 종류가 등급심의를 받는 대상이 되는지

유형을 불문하고 게임은 등급 심사를 받아야 한다. 이는 물리적 매체(게임 카트리지, CD 등)로 배포되는 게임 뿐만 아니라 디지털 배포(다운로드 또는 스트리밍)로만 제공되는 게임도 마찬가지이다.

2) 디지털 패키지*의 방법으로 유통되는 게임물도 등급심의 대상이 되는지

***디지털 패키지는 물리적인 매체(Media) 없이 디지털 형태로 유통되는 게임을 의미함**

디지털 패키지 게임도 등급 심사를 받아야 한다. 단, 분류 절차 자체에 차이점이 발생한다. 물리 매체로 배포되는 게임의 경우, 신청자는 정부 시스템인 CLASSIND를 통해 신청 절차를 시작해야 한다. 해당 시스템은 <https://classind.mj.gov.br/> 에서 이용할 수 있다.

208) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm

209) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm

210) <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/Portaria502de23denovembrode2021.pdf>

반면, 디지털 패키지로 배포되는 게임은 브라질의 등급 기준에 따르며 등급 기호와 설명을 올바르게 표시하면 자체 등급²¹¹⁾을 매길 수 있다. 원활한 자체 등급 부여를 목적으로 브라질은 국제 연령 등급 연합(International Age Rating Coalition, IARC) 시스템을 채택하고 있으며, 이는 <https://www.globalratings.com/>에서 이용할 수 있다. 이 방법은 온라인 양식을 기재한 후 몇 분 내에 등급 절차가 완료되는 시간상 장점이 있다.

한편, 자체 등급을 매긴 경우에도 법무공공안전부(MJPS)는 임의 검사를 시행한 후 사업자에게 통보하여 등급의 콘텐츠 적정성을 개선하는 시정 결정을 내릴 수 있다. 2. 가.항 에서 언급하였 듯, 법무공공안전부(MJPS)의 등급 확인 없이도 게임을 배포 및 판매할 수 있다.

만일 MJPS의 시정 결정에 따라 게임물이 자체 등급 과정에서 받은 등급과 다른 등급을 받을 경우 그 시점부터 새로운 등급이 의무적으로 적용된다. 이미 배포된 이전 판본을 변경하거나 게임을 회수하여 등급을 수정할 필요는 없다. 이는 물리적 매체로 배포된 게임에는 좀 더 문제가 될 수 있다. 전자 패키지로 제공되는 게임의 등급은 즉시 갱신할 수 있기 때문이다.

3) Closed Beta 등 시험용 게임물 또한 등급심의 대상이 되는지

시험용 게임물도 등급을 받아야 한다. 그러나 베타 판본이 물리적 매체로 배포되었더라도 자체 등급을 매길 수 있다.²¹²⁾

4) 메타버스 플랫폼 및 채팅 플랫폼에 추가된 게임도 등급심의 대상이 되는지

법률에서는 메타버스/채팅 플랫폼 상의 게임을 명시적으로 언급하지 않으므로 이들의 등급 심사 여부는 법적 공백으로 남아있다. 그러나 MJPS 502/2021호 명령 제2조 제12호에서는 등급 분류 목적상 전자 게임을 광범위하게 정의하고 있다(아래 번역 참조). 따라서 메타버스/채팅 플랫폼의 게임에도 등급을 부여하는 조치를 적극 권장한다.

XII - 전자 게임: 사용자가 사용하여 작품 자체를 즐길 수 있는 프로그램 형태의 시청각 작품으로서 장치에 사전 설치되거나, 다운로드, 스트리밍 또는 물리적 매체를 통해 브라질에서 판매되거나 무료 배포되는 것을 말한다.

211) 자체등급 부여시 반드시 IARC를 이용하지 않고 게임사 자체적으로 판단할 수도 있으나, 이 경우 브라질 SENA JUS의 기준에 부합해야 하므로 SEANAJUS의 승인을 받는 것이 바람직함.

212) MJPS 502/2021호 규칙 제47조. 최종 판본 전에 시범 판본이 배포되는 전자 게임 및 애플리케이션은 분류 정책 조정 위원회에 요청을 제출할 필요 없이 자체 등급을 부여하여야 한다.

라. 게임 이용등급 구분 및 이용등급별 분류 사항

1) 연령 등급은 어떻게 구분되고 있으며, 그 기준은 무엇인지(예: 일본에서는 컴퓨터 엔터테인먼트 등급 기구가 A, B, C, D, Z 등급 분류를 사용함)

모든 유형의 시청각 작품 등급은 최소 연령 분류를 기준으로 한다. 이는 모든 연령에게 적합한 등급(포르투갈어로는 livre)에서 브라질의 법적 성년인 18세 이상까지 다양하다. 사용할 수 있는 기호는 다음과 같다.



이는 작품이 모든 연령대에 적합하거나 지정한 최소 연령 이상의 관객에게만 적합하다는 것을 의미한다. 게임의 경우, 이러한 기호는 2. 다.항에서 언급한 IARC 시스템을 포함한 모든 등급 부여 방법에 적용된다.

위 기호 외에도 게임에는 위 연령 등급에 둘러친 검은 상자에 해당 등급을 받은 이유를 설명하는 “콘텐츠 설명”을 포함하여야 한다.



등급 분류: 주요

결여사항 없음



연령 등급 분류: 12세 이상

12 폭력, 불법 마약

콘텐츠 설명은 크게 (i) 성 및 노출 (ii) 폭력 (iii) 마약의 세 가지 범주로 분류한다. 각 범주는 다시 세부 항목으로 나뉜다.

특정 시청각 작품(게임 포함)에 적용되는 콘텐츠 설명은 시청각 작품 연령 등급에 관한 국가 법무국의 실무 지침(SENAJUS Practical Guide for Age Rating in Audiovisual Works²¹³)에서 확인할 수 있다.

마. 등급분류 신청절차 및 필요자료

1) 등급 심의를 받기 위한 절차나 서류에 대한 법률이 있는지, 또한 그 절차나 서류는 무엇인지

디지털 패키지로 배포되는 게임에는 완료까지 몇 분밖에 걸리지 않는 IARC 등급 부여 방법이 권장된다. 그러나 2. 다.항에서 언급하였듯 자체 등급은 MJPS(법무공공안전부)의 무작위 모니터링 대상이 된다. 따라서 확정적인 SENAJUS(국가 법무국)에서 등급을 확보하기 위해 CLASSIND 시스템을 통한 표준 신청 절차를 거치는 것도 고려하기를 권장한다.

표준 등급 절차는 다음과 같은 단계로 구성된다.

1. 문서 제출은 <https://classind.mj.gov.br/> (로그인과 비밀번호를 생성해야 함) 사이트를 통하여, 다음 각 사항을 포함한다.

- a. 위 링크에서 이용 가능한 게임 양식 기재
- b. 게임 개요
- c. 게임 사본, 또는 등급과 관련된 콘텐츠를 포함한 완전한 게임 플레이 영상.

2. 게임 분석 및 제출된 문서 분석;

3. 등급 부여는 정부의 관보에 게재된다.

분석 목적으로 제출된 게임 사본이나 게임 플레이 영상은 포르투갈어 더빙 및 자막 등 브라질 공개본 현지화 사항을 포함해야 한다.

국가 법무국은 작품 분석 및 등급 부여에 필요하다고 판단되는 추가 문서와 정보를 요청할 수 있다.

바. 등급분류 처리기간 및 비용

1) 등급 심의에 걸리는 기간은 어느 정도인지, 또한 그 비용은 얼마인지

표준 분류 절차는 작업 기간이나 분석할 정보의 양에 따라 완료까지 30일에서 120일 사이의 기간이 걸린다. 자체 등급 부여 절차는 몇 분 내에도 완료할 수 있다. 등급 부여 시 수수료는 부과되지 않는다.

213) <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/guia-de-classificacao> 에서 지침 영문본을 확인할 수 있다.

3. 등급분류 사후관리 등

가. 등급분류의 거부

1) 어떤 경우에 등급을 받을 수 없는지, 등급분류를 거부당하는 경우는 무엇인지

법무공공안전부 명령에 따라 게임을 비롯하여 분류 가능한 모든 작품에는 등급을 부여해야 한다. 따라서 특정 작품에 부여한 등급은 법무공공안전부 명령 및 시청각 작품 연령 등급에 관한 국가 법무국의 실무 지침에 명시된 규격에 따라 사용해야 한다.²¹⁴⁾

나. 등급분류 이후 의무 표기 사항, 방법

1) 등급을 받은 후 해당 등급을 웹사이트, 인게임, 물리패키지 등에 어떻게, 어디에 표기해야 하는지

물리적 패키지

시청각 작품 연령 등급에 관한 국가 법무국의 실무 지침²¹⁵⁾에 따르면, 시청각 작품의 연령 등급 기호는 포장 전면의 왼쪽 하단 또는 오른쪽 하단에 배치해야 한다. 전면적이 270cm² 이하인 표지나 포장의 경우, 기호 치수는 높이 10mm 이상 X 너비 10mm 이상이다. 기호 주위에는 0.25mm 이상 너비의 흰색 테두리를 반드시 둘러야 한다. 따라서 기호와 그 테두리의 총 크기는 너비 10.5mm 이상 X 높이 10.5mm 이상이다.

표지나 포장의 전면적이 270cm²를 초과하는 경우 기호와 테두리 총 높이는 표지나 포장 높이의 10% 이상으로 조정해야 한다. 높이를 변경하면 다른 치수도 이에 비례하여 조정해야 한다. 콘텐츠 설명(2. 라.항 참조)은 포장 뒷면 어디든 표시할 수 있다. 전면적이 270cm²이하인 표지나 포장의 경우, 콘텐츠 설명을 포함한 기호는 너비 35mm X 높이 16mm 이상이어야 한다. 너비 0.25mm 이상의 흰색 테두리를 반드시 둘러쳐야 한다. 따라서 상자와 그 테두리의 총 크기는 너비 35.5mm 이상 X 높이 16.5mm 이상이다. 전면적이 270cm²를 초과하는 표지나 포장의 경우, 설명과 테두리 총 높이는 표지나 포장 높이의 10% 이상으로 조정해야 한다. 상자의 높이를 변경하면 모든 치수와 요소도 이에 비례하여 변경한다는 뜻이다.

전자 미디어

앱 스토어 등 온라인 상점을 통해 유통되는 게임의 경우, 국가 법무국 지침 E절²¹⁶⁾은 모든 플랫폼

214) https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/CLASSINDAUDIOVISUAL_Guia_27042022versaofinal.pdf

215) <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/guia-de-classificacao>

품에 장치나 장비의 종류와 무관하게 연령 등급 기호와 설명을 표시해야 한다고 규정한다. 국가 법무국(SENAJUS) 지침 A절의 여러 규격을 준수하여 제품 선택 페이지에 2. 라.항에 제시한 기호를 반드시 표시해야 한다.²¹⁷⁾

원하는 경우 이 설명은 플랫폼에 따라 리모컨, 마우스 포인터 기타 유사한 장치로 접근할 수 있는 별도의 화면 상에 사용자에게 제공할 수 있다.

해당하는 콘텐츠 설명이 없는 작품의 경우, 다른 정보 없이 정사각형 기호를 표시하면 된다.

다. 사후관리를 위한 사업자 준수 제도

1) 등급심의 후에 사업자가 준수해야 할 사항은 무엇인지? (예를 들어 게임 내용이 수정되었을 때 신고를 해야 하는지 등)

일반적으로 서비스 제공자/사업자는 등급 기호와 콘텐츠 설명 배치 및 공개 의무를 준수해야 한다. 운영자는 이미 등급이 매겨진 게임에 새로운 콘텐츠가 추가될 경우, 법무공공안전부(MJPS)에 새로운 분석을 요청하거나 새로운 자가 등급 평가 절차를 수행해야 한다.²¹⁸⁾

즉, 게임의 새로운 판본이 단순한 업데이트이거나 특별판으로서 기존에 이미 등급을 부여한 원본과 내용상 차이가 없다면, 새로운 등급 심사 과정을 거치지 않아도 된다. 이때 단순한 업데이트란 장면, 캐릭터, 레벨 등 새로운 콘텐츠 추가가 아닌, 내용 자체에 영향이 없는 정도의 변경을 말한다. 예를 들어 게임에 더빙이나 자막을 추가하는 것은 새로운 등급 심사 과정을 거치지 않아도 된다.

라. 등급의 조정

1) 어떤 경우 이미 부여받은 등급이 변경되는지

3. 다.항에서 언급하였듯, 이미 등급이 부여된 게임에 새로운 콘텐츠가 추가되면 반드시 등급 분류를 다시 거쳐야 한다.

새로운 콘텐츠가 (i) 성 및 노출, (ii) 폭력, (iii) 마약 중 어느 범주에 영향을 미치는 경우 등급이 변경될 수 있다.

216) <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/guia-de-classificacao>

217) <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/guia-de-classificacao>

218) 법무공공안전부 명령 제24조 제2항: 사업자는 이미 등급을 부여한 작품에 새로운 콘텐츠를 추가하는 경우 새로운 판본에 대하여 법무공공안전부의 새로운 분석을 요청하거나 자가 등급 부여 절차를 다시 거쳐야 한다.(<https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/Portaria502de23denovembrode2021.pdf>)

또한 자체 등급 분류 절차로 부여된 최초 등급은 법무공공안전부 검토 결과 다른 등급이 더 적절하다고 판단한 경우 변경할 수 있다. (위 2. 다.항 참조).

마. 등급분류 효력 유지기간(별도 갱신 필요성)

1) 등급분류를 받은 후 어느 정도 그 효력이 유지되는지

연령 등급은 확정적이며 기간 제한이 없다. 또한 주기적으로 갱신할 필요도 없다. 다만, 새로운 콘텐츠가 추가되거나 자가 등급이 부적정하여 조정해야 하는 경우는 갱신해야 한다.

바. 콘텐츠 광고 시 등급 표기를 어떻게 해야 하는지

1) 게임 광고 시 등급 표기를 어떻게 해야 하는지

예시) 영상 시작 왼쪽 하단 3초 이상 등급 표기

게임 광고, 배너, 옥외 광고, 인쇄물 광고, 예고편, 또는 티저 광고에는 등급을 표시하지 않아도 된다. 사업자는 '콘텐츠 등급을 확인하십시오'라는 문구만 표시해야 한다.

국가 법무국 지침²¹⁹⁾은 '콘텐츠 등급 확인' 문구를 대문자로 작성하고 Arial Narrow Bold 글꼴을 사용하여 명확하고 잘 보이게 해야 한다고 규정한다.

2) 게임 광고에 포함될 수 없는 콘텐츠 종류

게임 산업의 광고와 상업적 홍보에 대한 별도 법규정은 없지만, 사업자는 소비자보호법(CD C220) 등 여러 연방 법규정 적용을 받는다.

소비자보호법²²¹⁾ 제37조는 오도하거나 남용하는 광고 행위를 금지한다. 남용하는 광고 행위란 폭력을 조장하거나, 공포나 미신을 악용하거나, 어린이의 판단력과 경험 부족을 이용하거나, 환경 가치를 무시하거나, 소비자가 건강이나 안전에 해로운 행동을 하도록 유도할 수 있는 모든 홍보물을 말한다.

브라질의 광고 관행을 규제하고 모니터링 하는 비영리 단체인 국가 광고 자율 규제 위원회

219) <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/guia-de-classificacao>

220) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm

221) 제37조. 모든 오도성 또는 남용 광고를 해서는 안 된다. 제1항: 광고의 성격을 갖춘 정보나 통신의 전부 또는 일부가 거짓이거나, 침묵 등 다른 방식으로 제품 및 서비스의 성질, 특성, 품질, 분량, 속성, 원산지, 가격 및 기타 데이터에 관하여 소비자를 오도할 수 있는 경우 오도하는 광고라고 간주한다. 제2항: 폭력을 조장하거나, 공포나 미신을 악용하거나, 어린이의 판단력과 경험 부족을 이용하거나, 환경 가치를 무시하거나, 소비자가 건강이나 안전에 해로운 행위를 하도록 유도할 수 있거나 어떤 성격이든 차별적인 광고는 남용성 광고로 간주된다.

(CONAR, 이하 자율 규제 위원회)는 광고 실무 지침을 제시하는 윤리 강령인 자체 강령 (CONAR CODE²²²)을 두었다. 이 지침은 자율 규제 위원회 회원으로 가입한 기업에만 적용되는데, 브라질에서는 대다수의 기업이 가입하였다.

자율 규제 위원회는 강령에 어린이 및 청소년을 대상으로 하는 광고에 관한 특별 절(11절)을 두어 방향성을 제시한다. 예를 들어, 자율 규제 위원회는 긍정적인 사회적 가치를 훼손하거나 (우정, 예의, 정직, 정의, 관대함 및 사람·동물·환경에 대한 존중) 고의적으로 어떠한 형태이든 차별을 유발하는 어린이 및 청소년 대상 광고를 금지한다.

사. 사회·문화적 금기 사항

1) 등급분류시 또는 사후관리시 욕설, 종교 등의 사유에 따른 제한이 있는지 (예: 우상숭배 금지, 종교적 상징 훼손, 하잡 등 여성의 노출 관련 사항 등)

브라질은 차별 금지법이 없다. 각 연령별로 적합한 콘텐츠 유형은 국가 법무국 (SENAJUS) 지침²²³과 등급 법률에서 시사하고 있다. 즉, 게임에 악의적인 언어, 혐오 발언 등이 등장해도 콘텐츠 때문에 국가 법무국(SENAJUS)에서 작품의 상업 판매나 방영을 금지하지는 않는다는 뜻이다. 등급 분류는 부모와 교사에게 정보를 제공하는 지침일 뿐이다. 이들 보호자는 자신의 판단에 따라 미성년자가 부적절한 콘텐츠에 접근하지 못하도록 통제하고 차단할 책임을 진다.

결론적으로, 국가 법무국(SENAJUS)은 게임 개발 등의 과정에서 어떠한 콘텐츠 제기도 요청하지 않는다. 이는 검열의 한 형태이기 때문이다.

비록 금지하는 콘텐츠는 없어도 폭력, 외설 및 노출, 마약 사용 등을 표현하는 콘텐츠의 정도는 연령 등급에 영향을 미친다. 예를 들어 국가 법무국 지침에 따르면 게임 내 한 인물이 다른 인물에 대한 성적 착취로 이득을 얻는 콘텐츠를 포함하는 게임의 연령 등급은 14세로 지정한다.



반면, 강간 장면이 나오는 경우 연령 등급은 16세로 올라간다.

마지막으로, 브라질에서는 인종차별, 동성애 혐오, 트랜스젠더 혐오는 범죄를 구성하지만, 이는 살아있는 특정 개인을 대상으로 하는 경우에 한한다. 따라서, 게임의 가상 세계에서 허구의 인물 간에 이루어지는 인종차별적 발언에는 법적 조치를 취할 수 없다.

222) <http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php>

223) <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/guia-de-classificacao>

4. 게임서비스 관련 규제

가. 확률형아이템 판매 가능 여부 및 규율

1) 확률형아이템 판매 가능 여부 및 관련 규정 또는 법령이 있는지, 자율규제가 있는지

확률형아이템 판매 규제는 없다. 그러나 관련하여 몇 가지 규정을 살펴볼 필요가 있다²²⁴⁾.

소비자보호법²²⁵⁾: 온라인에서 확률형아이템을 구매하는 행위는 소비자와 공급자, 제품을 연계 시키므로 소비자 관계라고 볼 수 있다. 또한, 무료 제공되는 전자 게임이라고 강력 적용이 면제 되지는 않는다.

아동청소년법²²⁶⁾: 전자 게임 이용자의 상당수가 청소년과 어린이라는 점에서 아동청소년법은 이 분야에 분명히 적용되며, 이들은 성인에 비해 심리적·사회적·감정적 수단과 관련하여 성숙 단계가 낮기 때문에 극도로 취약한 소비자로 볼 수 있다.

인터넷 민사 기본체계(Internet Civil Framework²²⁷⁾)와 전자상거래법 (E-commerce Law²²⁸⁾): 전자 게임의 정의를 고려하면 인터넷과 전자상거래 관련 규정은 적용될 수밖에 없다. 특히 일부 의원은 소비자가 전자 환경에서 사기에 더 취약할 수 있다고 강조한다.

형법²²⁹⁾: 확률형아이템을 사행성 게임으로 분류할지 여부가 주요 논제로 떠올랐으며, 이 문제는 브라질에서도 논의되고 있다.

전자게임 기본체계(Eletronic Games Framework²³⁰⁾)는 다음과 같이 규정한다. “제17조: 전자 게임 내 구매 수단은 해당하는 경우 기본 설정으로 아동의 구매 및 상업 거래를 제한하여 보호자의 동의권을 보장해야 한다.”

224) 브라질에서는 확률형아이템 규제와 관련하여 법안 제4148/2019호와 제2628/2022가 발의되었다. 제4148호의 경우 확률형아이템을 도박으로 보지 않지만 각 아이템의 확률을 정확하게 공개할 의무를 부과하고 미준수시 행정 처벌을 규정하였다. 이 법안은 현재 행정 및 공공서비스 위원회가 검토하고 있는데, 2025년 하반기 이전에 승인이 되지 않을 것으로 예상된다. 제2628호의 경우 미성년자를 보호하기 위하여 확률형아이템을 도박으로 분류하고 어린이와 청소년을 대상으로는 확률형아이템 판매를 금지하는 것이다.

225) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm

226) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm

227) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm

228) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm

229) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del3688.htm

230) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/lei/l14852.htm#:~:text=Art.,s%C3%A3o%20regulados%20por%20esta%20Lei.

나. 확률형아이템 적용 대상

1) 확률형아이템 관련 규정 또는 관련 법령이 있을 경우 적용 대상이 어디까지인지

예시) 일반적인 확률형 아이템, 컴플리트 가차, 강화형 콘텐츠 등

확률형아이템 규제는 따로 없다.

다. 확률형아이템 관련 준수사항

1) 확률형아이템에 대한 사업자 의무를 정하는 규정이 있는 경우 내용은 무엇인지

(판매 제한, 확률형아이템 포함여부 표시, 확률정보 표시, 제재 등)

확률형아이템에 관한 사업자 의무 규정은 존재하지 않는다.

라. 경품 이벤트 관련 규제

1) 현금 또는 경품을 제공하는 것이 허용되는지(예: 추첨을 통한 경우), 그리고 허용된다면 어떻게 시행되는지(사전 보고가 필요한지 포함), 세금 관련 사항이나 경품 및 기부품의 가치 한도에 대한 내용은 어떠한지

브라질에서 상품과 경품 배포는 재무부의 경품도박처를 통하여 사전 인가를 받아 허용되며, “상업 홍보”라고 한다. 인가를 받으려면 회사는 재무부 경품도박처 7,638/2022호 규칙에 따라 상품 배포 규정과 조건을 재무부에 제출해야 하며, 상품 가치에 따라 계산한 수수료와 세금을 납부해야 한다.²³¹⁾ 7,638호 규칙에 따라 재무부에 인가를 받아야 하는 이벤트는 다음과 같다.

① **복권**: 10만개 이하의 일련번호가 발행되고 동시에 무작위로 배포되어 숫자의 조합을 기반으로 승자가 결정되는 프로모션

② **경품 쿠폰(prize voucher)**: 상품 또는 포장 내에 경품이 포함되어 있고, 특정 수준의 제품 재고에 한정된 고정된 경품 수량의 메커니즘을 사용하는, 수여 프로세스가 즉각적인 프로모션의 유형

③ **콘테스트**: 예측 콘테스트, 계산, 지능 테스트, 속성 선택 또는 참가 기준을 충족하는 첫 번째 소비자 또는 다양한 성격의 경쟁을 위한 경품 예측을 위한 메커니즘을 통해 진행되는 프로모션의 유형

④ **유사한 방식**: 추첨, 경품 쿠폰 또는 콘테스트 방식의 특정 요소를 결합하여 참가자를 활성화하고 승자를 결정하는 프로모션의 유형

231) <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-seae/me-n-7.638-de-18-de-outubro-de-2022-437720665>

마. NFT 게임 관련 허용 여부

1) 게임 아이템을 NFT화하여 이용자가 NFT 거래소에서 판매하는 형태의 게임이 금지되어 있는지, 금지된다면 어떤 규정에 따라 금지되는지

브라질에는 게임의 가상 재화(게임 아이템)를 NFT(비대체 토큰) 거래를 통해 실제 화폐로 전환하는 것을 직접적으로 다루는 구체적인 법이 없다. 그러나 이러한 활동의 수행 방식에 따라 금융 규제, 과세 및 소비자 보호와 관련된 일반적인 기본 법체계는 적용될 수 있다. 이 주제와 관련된 주요 사항은 다음과 같다.

1. **전자자산법²³²⁾**(법률 제14.478/2022호(암호화폐 기본법)): 암호화폐와 가상 자산 규제 기본 체계를 마련하는 최근 법률이다. 가상 자산 관련 서비스 제공자에 적용되는 것으로 게임 자산에 대한 별도 규정이 있는 것은 아니다. 게임 플랫폼 상에서 NFT 또는 암호화 자산으로 기능하는 게임 내 아이템을 거래하는 경우, 이 규제를 비롯하여 자금 세탁 방지 및 부패 방지 관련 금융 규제, 중앙은행 및 증권위원회에서 발행한 기타 부문별 규제가 적용될 수 있다. 자산이 실질 화폐로 판매되거나 거래되는 경우, 플랫폼이나 플레이어에게 소득세 및 자본세가 부과될 수 있다. 연방 국세청(Receita Federal)은 개인에게 이러한 수익 신고 및 세금 납부 의무를 지운다.
2. **소비자보호법²³³⁾**: 일반 소비자 보호 기본법으로서 전자 플랫폼을 비롯하여 브라질 소비자가 관여된 거래에 적용된다. 브라질에서 운영하는 게임 회사는 투명성, 적절한 서비스 및 소비자 권리를 보장해야 하며, 가상 상품이나 NFT 거래 또는 이전 방식도 여기에 해당할 수 있다.

바. P2E 게임 허용 여부

1) 게임 상의 재화를 블록체인을 통하여, 환전 또는 아이템 NFT 거래 등을 통해 현금화 할 수 있는 게임이 허용되는지 여부 및 관련 규정 또는 법률이 있는지

브라질에서는 일반적으로 블록체인 또는 NFT 거래를 통해 가상 재화를 실질 화폐로 전환할 수 있는 게임을 허용하지만, 운영상 규제의 회색지대에 속한다. 이러한 유형의 게임을 명확히 금지하거나 규제하는 구체적인 법률은 없지만, 전자 자산법²³⁴⁾ (법률 제14.478/2022호), 중앙은행 및 증권위원회 부문 규제, 소비자보호법이 적용될 수 있다.

232) https://planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2022/Lei/L14478.htm

233) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm

234) https://planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2022/Lei/L14478.htm

사. 이용자수 공개의무 등 기타 사업자 준수 의무 관련

1) 월간 이용자 정보를 공지하거나 보고해야할 의무(예: EU Digital Service Act) 등 기타 사업자가 준수해야할 사항이 있는지

월별 사용자 정보를 발표하거나 보고할 의무 자체가 부과되지는 않으나, 사업자에게는 전자상거래법²³⁵⁾(7.962/2013호 규칙)과 소비자보호법이 적용된다. 특정 활동이 "도박"의 정의에 해당하는 경우 도박법²³⁶⁾의 모든 요건이 적용된다. 반면 NFT와 같은 암호화폐나 기타 전자자산을 사용하는 경우, 전자자산법(법률 제14.478/2022호)과 중앙은행 및 증권위원회의 부문별 규제가 적용된다.

아. 플랫폼에 따른 규제 변화 관련

1) 게임을 활용하는 플랫폼에 따라 규제가 상이한지(예: PC, 모바일, 콘솔 간, 혹은 온라인 플랫폼 구글, 애플, 닌텐도, 스팀 간 등)

게임을 사용하는 플랫폼은 규제에 영향을 미치지 않으며, 게임을 물리환경에서 플레이하는지 또는 논리환경에서 플레이하는지에 따라 규제가 달라진다. 위에 설명한 모든 플랫폼은 논리환경에 해당하므로 다음 각 규제가 적용된다.

인터넷 민사 기본체계(법률 제12.965/2014호)

도박법(법률 제14.790/2023호)

전자자산법(법률 제14.478/2022호)

전자 게임 기본법(법률 제14.8652/2024호)

소비자보호법(법률 제8.079/1990호)

일반 데이터 보호법(법률)

2) 하나의 게임을 멀티 플랫폼으로 활용할 경우, 어떠한 플랫폼에 해당하는 규제가 적용되는 것인지 (예: 모바일 게임을 PC로 스트리밍하는 경우 PC, 모바일 게임의 규제 중 어떤 규제를 받게 되는지)

인터넷 민사 기본체계와 전자 게임 기본법이 둘다 적용된다.

235) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm

236) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/l14790.htm

5. 게임서비스 이용 관련

가. 표준이용약관

1) 게임 서비스와 관련하여 법률, 정부 기관 등에서 제시하는 표준이용약관이 있는지

이 사안과 관련하여 법률이나 정부 기관에서 제안하는 표준 약관은 없다. 그러나 이 부문 기업이 고객을 대상으로 준수해야 하는 일반적인 규칙과 금지 사항이 적용된다.

일반적으로 고객에게 전자 서비스나 제품을 제공할 때 준수할 주요 법률로는 소비자보호법과 전자상거래법이 있다. 이들 법률은 일반 원칙, 소비자 권리, 포장·마케팅·광고에 관한 제공자의 의무, 제품 또는 서비스 결함 및 그로 인한 손해배상책임, 그리고 남용적 관행, 남용 계약조항, 가입 계약(또는 부착 계약) 및 다양한 제재와 처벌 등 모든 규정을 두고 있다.

도박법과 관련하여 제공자가 약관에 통합하도록 권장할 만한 도박법 규정이 있는데, 이들 규정을 통합하기 어렵다면 제공자는 홍보, 고객/이용자의 기본 권리, 구체적으로는 안내 및 지원 받을 고객 권리 등 기본적 의무 규정을 따라야 한다.

마케팅

도박법²³⁷⁾ 제17조에 따르면 회사는 다음 각 행위를 해서는 안 된다. (i) 미인가 상표를 마케팅

237) 제17조 - 재무부의 규정에 영향 없이, 고정 승률 도박 운영자는 다음과 같은 광고 또는 상업 선전을 방영해서는 안 된다.

I - 이 법률에서 요구하는 사전 인가 없이 법인 또는 자연인의 브랜드, 상징 또는 명칭, 또는 법인이나 자연인이 사용하는 전자 또는 가상 채널을 노출하는 것을 목표나 목적으로 하는 것

II - 도박행위에서 기대할 수 있는 승률이나 잠재적 당첨 금액에 대해 근거 없는 주장을 하는 것

III - 도박을 사회적으로 매력적인 모습으로 제시하거나, 도박이 개인적 또는 사회적 성공에 기여한다고 시사하는 유명 인사나 연예인의 발언을 포함하는 경우

IV - 도박이 고용과 대체관계, 금전 문제의 해결책, 추가 소득원 또는 금융 투자 형태라고 시사하거나 그러한 인식을 유발하는 경우

V - 국가적 문화 신념이나 전통, 특히 도박에 반하는 신념이나 전통을 어떤 방식으로든 모욕하는 데 일조하는 경우

VI - 학교와 대학교에서 마케팅 행위를 촉진하거나 미성년자를 대상으로 한 스포츠 도박을 촉진하는 경우

제1항 - 물리적이든 가상이든 매체 상에 어떤 형태이든 1990년 7월 13일 법률 8,069호(아동청소년법)에 따른 대상 연령대 표시 등급을 경고하지 아니한 광고나 홍보를 진행해서는 아니 된다.

제2항 - 인터넷 애플리케이션 제공업체 등 광고 또는 선전물을 배포하는 회사는 재무부에 통보한 후 불법 광고와 캠페인을 삭제하여야 한다.

제3항 - 인터넷 접속 및 인터넷 애플리케이션 제공업체는 재무부에 통보한 뒤, 이 조항의 규정을 위반하여 고정 승률 복권을 제공하는 웹사이트를 차단하거나 애플리케이션을 삭제하여야 한다.

제4항 - 제3자 애플리케이션을 제공하는 인터넷 애플리케이션 제공자는 이 조항의 규정을 위반하여 고정 배당금 복권을 약속하는 것이 목적인 애플리케이션을 재무부에 통보한 후 서비스 범위와 기술적 한계 내에서 이를 배제하여야 한다.

제2항 및 제4항에 규정된 통보는 침해 콘텐츠를 명확하고 구체적으로 식별하는 정보를 명시하며, 제3자 콘텐츠를 호스팅하는 인터넷 애플리케이션 제공자의 경우 이러한 정보로 해당 콘텐츠를 정확하게 찾을 수 있어야 한다. 이를 준수하지 않을 경우 통보는 무효로 간주한다.

하는 행위 (1. 나.항 참조) (ii) 실현할 수 있는 상금이나 상금 확률을 확인하는 행위 (iii) 도박을 매력적인 활동으로 마케팅 하거나 사회적 또는 개인적 성취와 연관 짓는 행위 (iv) 도박을 고용과의 대체관계, 금전 문제의 해결책, 추가 소득 또는 금융 투자로 제시하는 행위 (v) 문화적 신념이나 전통 모욕에 일조하는 행위 (vi) 학교나 대학에서 도박을 홍보하거나 미성년자를 대상으로 직접 도박 홍보를 하는 행위. 이러한 규정을 위반하는 광고는 인터넷 공급자가 자동으로 삭제할 수 있다.

기본 권리

도박법 제27조²³⁸⁾는 소비자보호법에서 규정하는 권리 외에도 (i) 도박 채널 사용 방법 (ii) 복권 예측을 맞추고 상금을 측정하는 조건과 요건 (iii) 도박 손실 위험과 병적 도박 장애와 관련한 소비자 권리를 규정한다.

고객은 사행성 게임에 관한 질문이나 의문에 답변을 얻기 위해 포르투갈어로 제공되는 무료 지원 채널을 이용할 권리가 있다.²³⁹⁾

2) 표준이용약관이 없는 경우 해당 국가의 계약법, 민법 등 법률 상 불공정 약관의 판단 기준이 무엇인지

5. 가.항에서 언급한 바와 같이, 불공정 계약 등 고객의 권리와 관련된 주요 준거법은 소비자보호법이다. 소비자보호법 제4장 제4절에서는 제공자가 따라서는 안 되는 모든 남용 관행을 정의하고 있다. 예를 들어²⁴⁰⁾ (i) 하나의 제품/서비스 제공을 다른 제품/서비스 제공에 조건으로 거는 행위 (ii)

238) 제27조 - 플레이어는 1990년 9월 11일 법률 제8.078호(소비자보호법)에 명시된 모든 소비자 권리를 보장받는다. 제1항 소비자보호법 제6조에 규정한 권리 외에도 도박 이용자의 기본 권리는 다음과 같다. I - 도박 장소, 장비, 시스템 및 전자 채널 규칙과 방법에 관한 충분하고 명확한 정보와 지침 II - 복권 예측을 수정하고 상금을 측정하는 조건과 요건에 관한 충분하고 명확한 정보와 지침으로서 내기 과정에서 의심스럽거나 축약되거나, 일반적인 표현의 사용을 금지한 것 III - 도박 손실 위험과 병적 도박 장애에 관한 적절하고 명확한 정보와 지침 IV - 2018년 8월 14일 법률 제 13,709호(일반 개인정보보호법)의 규정에 따른 개인 데이터 보호

239) 제28조 - 운영자는 플레이어에게 고객 서비스를 제공해야 하며, 이는 고정 승률 복권 운영과 관련된 의문과 요청을 재무부 규정에 따라 접수하고 해결하며, 무료로 접속하고 이용할 수 있는 전자 또는 전화 채널로 운영하여야 한다. 제1항 - 이 조에서 말하는 서비스는 현지어에 능통한 자가 포르투갈어로 제공하여야 한다. 제2항 - 물리적 도박을 제공하는 시설에서는 운영자가 이 조항에서 명시한 서비스를 운영자가 대면 상황에서 제공해야 한다.

240) 제39조 - 제품 또는 서비스 제공업체는 다음과 같은 행위 등 불공정 행위를 하여서는 아니 된다. I - 다른 제품 또는 서비스의 공급을 조건으로 제품이나 서비스를 공급하거나, 정당한 이유 없이 수량 제한을 조건으로 제품이나 서비스를 공급하는 행위 II - 재고가 있는 한도 내에서, 그리고 관행과 관습에 따라 소비자의 수요 충족을 거부하는 행위 III - 소비자에게 사전 요청 없이 제품을 발송하거나 서비스를 제공하는 행위 IV - 소비자의 나이, 건강, 지식 또는 사회적 여건을 고려하여, 소비자의 취약성이나 무지를 이용하여 제품이나 서비스를 강매하는 행위 V - 소비자에 대하여 현저히 과도한 이점을 요구하는 행위 IV - 소비자의 명시적 승인과 견적서 작성 없이 서비스를 수행하는 것. 단, 당사자 간의 기존 관행에서 비롯된 경우는 예외로 함 VII - 소비자가 자신의 권리를 행사하는 과정에서 한 행위를 비방하는 정보를 전달하는 행위 VIII - 관할 공식 부처에서 제정한 표준, 또는 구체적인 표준이 없는 경우 브라질 기술 표준 협회 또는 국가 계량, 표준화 및 산업 품질 위원회(Conmetro)가 인증한 다른 기관의 표준에 부합하지 아니하는 제품 또는 서비스를 소비자 시장에 제공하는 행위 IX - 특별법으로 규제하는 중개를 제외하

가격을 사전에 알리지 않고 제품/서비스를 제공하는 행위 (iii) 권리를 실현하려는 고객에게 비방하는 정보를 제공하는 행위, 또는 (iv) 제공자의 의무 이행 기한을 설정하지 않는 행위 등이 있다. 소비자보호법 제51조는 남용에 대하여 상세히 규정한다.²⁴¹⁾ 소비자보호법의 주요 목표는 소비자를 보호하는 것이므로, 계약과 조항의 해석은 소비자에게 유리하게 이루어지는 경향이 있다. 일방적인 권리나 의무를 부과하거나, 불균형한 의무를 부과하거나, 제공자의 법적 의무를 제한하거나, 소비자 부담을 늘리는 조항은 일반적으로 남용 조항으로 간주되기 쉽다.

특히 가입 계약에는 소비자가 언제든지 비용 없이 계약을 해지할 수 있는 조항을 포함해야 한다. 이러한 계약은 명확하고 이해하기 쉽게 작성하여야 하며, 글자 크기는 최소 12포인트여야 한다. 또한, 소비자의 권리를 제한하는 모든 조항은 강조하여야 한다.

소비자 권리 침해는 게임 자체 정지, 필수 면허 정지 및 벌금과 같은 행정 처분 등의 제재를 비롯하여(소비자보호법 제1편 제3절 제7장), 범죄 행위를 구성하는 경우 범죄의 수준에 따라 다양한 수준의 구금 또는 벌금 등의 처벌을 받는다(소비자보호법 제2편).

고, 대금을 지불할 의사가 있는 사람에게 직접 상품을 판매하거나 서비스를 제공하는 것을 거부하는 행위 X - 정당한 이유 없이 제품이나 서비스의 가격을 인상하는 행위 XII - 의무 준수 기한을 설정하지 아니하거나 초기 기한 설정을 단독 재량으로 결정하는 행위 XIII - 법률상·계약상으로 정해진 것 이외의 조정 공식이나 지수를 적용하는 행위 XIV - 행정 기관이 정한 최대 인원 수를 초과하는 소비자가 상업 또는 서비스 시설에 입장하도록 허용하는 행위 조항. 소비자에게 제공되는 서비스 및 발송·배송되는 제품으로서 III목에서 규정된 경우에는 무료 견본에 해당하며, 지불 의무가 발생하지 아니한다.

241) 제51조 - 제품 및 서비스 제공과 관련된 계약 조항으로서 다음과 같은 것 I - 어떠한 성격이든 제품 및 서비스의 결함에 대한 공급자의 책임을 배제, 면제 또는 경감하거나, 권리의 포기나 처분을 암시하는 조항. 법인 소비자와 공급자 간의 소비자 관계에서는 정당한 상황에 보상을 제한할 수 있다. II - 이 법에 규정한 경우, 소비자가 이미 지불한 금액의 환불 선택권을 박탈하는 조항 III - 제3자에게 책임을 이전하는 조항

IV - 불공정하거나 남용적이며, 소비자에게 과도한 불이익을 주거나 신의성실 또는 공정성과 양립할 수 없는 의무를 설정하는 조항 V - (거부권 행사) VI - 증명책임을 소비자에게 불리하게 전환하는 규정 VII - 의무적 중재 이용 조항 VIII - 소비자를 대신하여 다른 법적 거래를 체결하거나 수행할 대표자를 강제하는 조항 IX - 소비자에게는 계약 체결 의무를 부과하면서 공급자에게는 계약 체결 여부를 선택사항으로 규정하는 조항 X - 공급자가 직간접적으로 일방적으로 가격을 변동하도록 허용하는 조항 XI - 공급자가 일방적으로 계약을 취소할 수 있도록 허용하면서 소비자에게는 동일한 권리를 부여하지 아니하는 조항 XII - 소비자에게 그들의 채무 회수 비용을 상환할 의무를 지우면서, 소비자에게는 공급자와의 관계에서 동일한 권리를 부여하지 아니하는 조항 XIII - 계약 체결 후 공급자가 일방적으로 계약의 내용이나 품질을 수정할 수 있도록 허용하는 조항 XIV - 환경 기준을 위반하거나 위반을 조장하는 조항 XV - 소비자 보호 체계와 상충되는 조항 XVI - 필수적인 개선에 대한 보상 권리를 포기할 수 있도록 하는 조항 XVII - 사법 기관 접근에 어떠한 방식으로든 조건을 부여하거나 접근을 제한하는 조항 XVIII - 월 할부금 미납 시 유예 기간을 설정하거나, 채무 불이행이 해소되었거나 채권자와 합의가 이루어진 경우 소비자의 권리와 결제 수단이 완전히 복원되지 못하도록 하는 조항 제1항 - 다음 등의 이점은 과도하다고 추정한다. I - 해당 법률 체계의 근본 원칙을 위반하는 이점 II - 계약의 성격에 본질적인 기본 권리 또는 의무를 제한하여 계약의 목적이나 계약상의 균형을 위협하는 행위 III - 계약의 성격과 내용, 당사자의 이익 및 사건의 특수한 상황을 고려하여 소비자에게 과도한 부담을 주는 경우 부당한 계약 조항이 무효라도 계약의 효력은 유지된다. 단, 해당 조항이 없을 경우 통합 노력을 하여도 어느 한쪽 당사자에게 과도한 부담이 발생하는 경우는 그러하지 아니하다. 제3항 (거부권 행사) 제4항 - 모든 소비자, 또는 소비자를 대리하는 단체는 이 법의 규정을 위반하거나, 어떤 식으로든 당사자 간의 권리와 의무의 공정한 균형을 위반하는 계약 조항을 무효라고 선언하는 적절한 조치를 검찰청에 요청할 수 있다.

나. 이용약관 언어 관련

1) 약관에서 제공하는 언어를 현지 언어가 아닌 다른 언어로 제공해도 적법한지

브라질 소비자에게 제공되는 모든 제품과 서비스는 약관을 포함하여 포르투갈어로 제공되거나 최소한 포르투갈어 선택지라도 포함해야 한다. 이는 소비자보호법 제31조²⁴²⁾에 따른 것이다.

다. 약관 개정 및 동의

1) 약관을 개정하는 경우 법률, 정부 기관에서 제시하는 사전 고지일 및 동의 획득 여부가 있는지 (이용자에 대한 고지로 동의를 갈음할 수 있는지 여부)

이용자에게 통지하는 날짜나 기한을 구체적으로 정한 사항은 없지만, 계약이므로 모든 변경 사항은 양 당사자가 수락해야 유효하다. 따라서 일반적인 권고 사항으로서 기업은 조건이 변경되는 즉시 이용자에게 통지하고 동의를 얻기 위해 최선의 노력을 해야 한다.

이용자는 변경된 조건을 명확히 승낙해야 하고, 승낙에서 변경된 조건을 알고 있다고 명시해야 하며, 이러한 승낙은 조건 변경 후 서비스/제품 사용 전에 받아야 한다. 통지는 메시지나 이메일을 통하거나 게임 내에서 할 수 있으며, 이용 약관의 최신 판본 및 변경 날짜를 알려야 한다.²⁴³⁾

라. 본인인증/ID 생성

1) 인터넷 사업자의 온라인서비스 운영 및 모바일서비스 운영 시 이용자 본인인증 등을 요구하는 법령 혹은 자율규제 등이 있는지

전자 게임 기본체계(Electronic Games Framework²⁴⁴⁾)는 이용자 식별을 요구하지 않는다. 그러나 도박법 상 도박 운영자는 이메일, 전화, 문자 메시지와 같은 통신 수단으로 신원을 확인하고, 필요시 공공 또는 민간 데이터베이스와 대조하는 등 모든 이용자의 신원을 확인해야 한다.²⁴⁵⁾

242) 제30조 - 제공하거나 표시하는 제품 및 서비스와 관련하여 충분한 구체성을 갖춘 모든 정보 또는 광고는 전달 형태나 수단과 관계없이 이를 전달하거나 이용하는 공급자를 구속하며, 해당 정보 등은 계약 체결 시 계약 내용에 통합된다.

제31조 - 제품 또는 서비스의 제공 및 표시에는 그 특성, 품질, 수량, 구성, 가격, 보증, 유효기간 및 원산지 등의 정보를 비롯하여 소비자의 건강과 안전에 대한 위험에 관하여 포르투갈어로 올바르게, 명확하며, 엄밀하고 눈에 띄는 정보 표시를 보장하여야 한다.

항 이 조에서 언급한 정보 중 소비자에게 제공되는 냉장 제품 정보는 영구히 각인하여야 한다.

243) 정보는 다음 링크에서 확인할 수 있다: https://www.gov.br/governodigital/pt-br/privacidade-e-seguranca/ppsi/guia_termo_uso_politica_privacidade.pdf

244) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/lei/l14852.htm#:~:text=Art.,s%C3%A3o%20regulados%20por%20esta%20Lei.

245) 제23조 - 도박 운영자는 식별 및 얼굴 인식 기술을 사용하여 이용자의 신원을 확인할 수 있는 식별 절차를 채택하여야 한다.

2) 이용자 본인인증을 선택사항으로 두고 있는 경우, 본인인증 도입/미도입 시 어떤 차이가 있는지

도박의 경우 이는 필수사항이므로 전자 게임에 중점을 두고 답변하기로 한다.

이용자의 필요 정보를 획득하고 보유하기 위하여 신원 인증을 도입하는 편이 회사에 유리할 수 있다. 정보를 획득·보유하면 이용자가 약관에 동의했는지 확인하거나, 제한 콘텐츠의 경우 이용자의 나이를 확인하거나, 이용자가 구매한 내역을 검증하거나, 특히 게임 내 구매 시 사해행위 방지를 위한 보안 검사를 수행하거나, 필요 시 약관에 명시한 대로 이용자의 활동을 모니터링하고, 이용자가 약관을 위반하는 경우 접근을 중단하는 등의 조치를 취할 수 있다.

마. 미성년자 정의

1) 민법 상 스스로 법률행위를 할 수 있는 연령이 몇 세인지, 또는 청소년 보호법 상 미성년자의 연령의 기준이 어떻게 되는지

브라질의 법적 성년은 18세이다. 그러나 브라질의 아동 청소년법 제2조는 미성년자를 12세 미만의 아동, 12세 이상 18세 미만의 청소년으로 나누고 있다.²⁴⁶⁾

미성년자의 전자 게임 접근을 금지하는 규정은 없지만, 아동 및 청소년 플레이어에 적용되는 특칙은 있다. 예를 들어 도박법²⁴⁷⁾ 제26조에 따라 도박이 관여된 게임에서 미성년자(아동이나 청소년)는 플레이하고 도박을 할 수 없다.

바. 미성년자 본인인증 및 법정대리인 관련 법률(게임이용 관련)

1) 미성년자가 게임을 이용함에 있어 본인인증 및 법정 대리인의 동의를 받아야 하는지 및 그에 대한 규정 또는 법률이 어떻게 되는지

전자 게임에 접근할 목적으로 미성년자가 법정대리인 인가를 제출하도록 요구하는 규정은 없으므로 이와 같은 의미의 제한은 없다. 그러나 전자 게임 기본체계(Electronic Games Framework) 제17조²⁴⁸⁾에 따라 아동(청소년은 아님)은 법정대리인의 동의 없이 전자 게임 내 구매를 할 수 없다.

제1항 이 조항 본문에서 규정한 각 절차는 도박 이용자의 신원 정보를 획득, 확인 및 검증하는 과정을 포함하며, 필요한 경우 이 정보를 공공 및 민간 데이터베이스의 이용 가능한 정보와 비교하여야 한다.

제2항 이 조항의 본문에서 규정한 각 절차는 도박 이용자가 등록 시 제공한 이메일, 단문 메시지 서비스(SMS) 또는 문자 애플리케이션 등 통신 수단을 통하여 이용자의 신원을 확인하여야 한다.

246) 제2조 - 이 법의 목적상 아동이란 만 12세 미만의 사람을 말하며, 청소년은 만 12세 이상 18세 미만인 사람을 말한다.

247) 제26조 - 중개인을 통한 참여를 포함하여, 다음과 같은 경우 도박 이용자로서 직간접적 참여를 금지한다. 1 - 18세 미만의 미성년자 (후략)

248) 제17조 - 전자 게임 내 구매 수단은 해당하는 경우 기본 설정으로 아동의 구매 및 상업 거래를 제한하여 보호자의 동의권을 보장해야 한다.

사. 미성년자 법정대리인 동의(계약 체결 관련)

1) 미성년자가 계약 체결에 있어 권리를 행사할 때 법정 대리인의 동의 등이 필요한지, 필요하다면 법정 대리인의 동의를 어떻게 획득하는지 및 그에 대한 규정 또는 법률은 어떻게 되는지

브라질에서는 18세에 법적 행위능력을 획득한다. 그 이전에는 아동 및 청소년이 법적 문서 체결 시 자신을 위하여 행동할 완전한 행위능력이 없다.²⁴⁹⁾ 16세 미만의 아동 및 청소년은 절대 무능력자로 간주하며, 법정대리인이 이들을 대신하여 서명하여야 한다. 미성년자가 단독으로 서명한 계약은 무효가 된다.

16세 이상 18세 미만의 청소년은 상대적 무능력자라고 간주하여 법정대리인과 함께 계약을 체결할 수 있으며, 이 경우 법정대리인이나 제3자는 청소년의 법적 무능력을 주장하여 계약을 무효 확인할 수 없고, 오직 청소년 본인만이 무능력을 이유로 무효 확인을 구할 수 있다.²⁵⁰⁾

데이터 보호와 관련하여 국가 데이터 보호 기관은 위에서 정의한 청소년의 “능력이 증가”하면서 온라인 환경에서 사법상 권리도 점진적으로 증가한다는 입장을 채택하려고 해보겠다는 신호를 보내왔다. 아르헨티나 민법에서는 이와 같은 법리를 채택하였으나, 브라질에서는 아직 채택한 예가 없다. 그러나 브라질 데이터 보호 기관에서는 이와 같이 증가하는 능력을 정보주체의 데이터 보호권을 단계적으로 해석하는 기준으로 고려하기 시작했다.

아. 게임물 이용시간 및 결제정보 등 게임물 이용내역 법정대리인에 대한 고지

1) 미성년자 게임물 이용시간, 결제 정보 등의 내역을 법정대리인에게 정기적으로 고지해야 하는 등의 의무 관련 법령 또는 자율규제가 있는지

미성년자의 게임 이용 시간을 모니터링 하거나 법정대리인에게 통지할 의무는 없다. 그러나 5-6번 항목에서 설명하였듯 게임 내 구매는 법정대리인의 승인을 받아야 한다.

자. 이용시간 제한, 기타 미성년자 보호조치

1) 특정 시간 동안 미성년자 또는 법정대리인 등이 지정한 이용자의 게임 이용시간을 제한하는

249) 브라질 민법 (Brazilian Civil Code) - 제3조 - 16세 미만의 미성년자는 민사상 법률행위를 직접 수행할 능력이 없는 절대 무능력자이다.

제 166조 - 법률행위는 다음 각 경우에 무효이다. 1 - 절대 무능력자가 체결한 경우

제 169조 - 무효인 법률 행위는 추인할 수 없으며, 시간이 지나도 효력을 회복할 수 없다.

250) 브라질 민법 - 제4조 - 일정한 법률행위나 그 수행 수단과 관련하여 다음의 어느 하나에 해당하는 사람은 무능력자라고 간주한다. 1 - 만 16세 이상 18세 미만인 자 (후략)

제 104조- 법률행위의 유효성 요건은 다음 각 목과 같다. 1 - 법적 능력을 갖춘 행위자

법률 또는 규정 등이 있는지, 있다면 사업자가 조치해야 하는 사항은 무엇인지

게임 이용 시간을 다룬 법규정이나 규제는 없다.

2) 그 외 미성년자에게 게임 서비스를 제공하는 경우 미성년자 보호를 위해 사업자가 준수해야 할 사항이 있는지

미성년자에게 게임을 서비스하는 경우 준수사항으로는 5. 바.항 및 9. 나.항에 자세히 설명하였 듯 전자 게임 기본체계 제15조부터 제17조 규정이 있다.

차. 전자문서 활용

1) 게임의 이용(회원 가입 및 탈퇴, 약관 동의, 개인정보처리방침 동의 등)과 관련하여 전자문서를 활용하는 경우에 대한 법률 및 규정이 있는지

게임 관련 전자문서에 관한 구체적인 법규정이나 규제는 없으나, 계약 체결과 관련하여 참고할 만한 일반적인 관행과 최선 관행은 있다.

계약을 전자적 형식으로 체결한 경우, 모든 관련 문서도 동일한 방식으로 처리할 것이라는 기대치가 생긴다. 계약, 합의, 법문서와 관련된 모든 사항을 전달할 때 항상 동일한 채널을 사용하고, 동일한 형식으로 서명하기를 선관행으로 권장한다.

어느 당사자도 계약 체결이나 유지를 강요 받아서는 안 된다. 계약이 무기한이거나 가입·구독 계약인 경우에는 더욱 그러하다. 따라서 제공자는 이용자가 언제든지 계약이나 구독을 쉽게 해지할 수 있도록 허용해야 한다.

온라인 환경에서의 약관 동의는 개인정보보호법(LGPD²⁵¹)과 인터넷 민사 기본체계²⁵²의 규제를 받는다. 이들 법에 따르면, 동의는 자발적이고, 구체적이며, 통지에 근거하여야 한다. 부모의 동의나 민감한 개인정보 처리 동의는 지면이나 글에 별도로 분리하여 강조하여야 한다.

251) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm

252) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm

6. 개인정보의 수집과 동의

가. 개인정보보호법 적용 대상

1) 자국 내 사업장이 없는 해외사업자에게 해당 국가의 개인정보보호법률이 적용되는지

브라질 개인정보보호법²⁵³⁾ 제3조²⁵⁴⁾에 따르면 (a) 처리 작업이 국가 영토 내에서 수행되는 경우 (b) 처리 활동의 목적이 국가 영토에 위치한 개인에게 상품 또는 서비스를 제공하거나, 데이터를 처리하는 것인 경우 (c) 데이터를 국가 영토에서만 수집하는 경우 동법이 적용되므로, 브라질 정보주체의 개인정보를 처리하는 외국 기업에 적용된다.

나. 해외 사업자의 국내 대리인 지정

1) 해외사업자의 경우 국내 대리인을 지정해야 하는지, 지정해야 한다면 그 사실을 관계 당국에 보고해야 하는 의무가 있는지. 개인정보처리방침에 공개만 해 두어도 되는지

해외 사업자가 브라질 내에 국내 대리인을 지명할 구체적 의무는 없다. 대신 브라질 데이터 보호 기관은 회사의 정보보호 담당자(DPO)가 정보주체 및 브라질 개인정보 보호국(ANPD)과 명확하고 정확하게 포르투갈어로 소통할 수 있어야 한다는 요건을 두고 있다.

2024년 7월 24일자 18번 결의안²⁵⁵⁾(Resolução cd/anpd nº 18, de 16 de julho de 2024 - Resolução CD/ANPD nº 18, de 16 de julho de 2024 - DOU - imprensa nacional (in.gov.br))은 정보 대리인이 처리자의 웹사이트, 웹사이트가 없는 경우 기타 수단을 통해 명확하고 접근성 높은 형태로 신원 및 연락처 정보를 공유할 것을 요구한다. 최소한 정보보호 담당자의 성명(법인일 경우 회사명)과 정보주체 및 ANPD와 소통이 가능한 연락처를 공유해야 한다.

253) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm

254) 제3조 다음의 어느 하나에 해당하는 경우 작업 수단, 본사가 소재한 국가나 데이터가 소재한 국가와 상관없이 공법 또는 사법상 자연인 또는 법인에 의해 수행되는 모든 처리 작업에 이 법이 적용된다. I - 처리 작업이 국내에서 수행되는 경우 II - 처리 활동의 목적이 국가 영토 내에 위치한 개인에게 상품 또는 서비스를 제공하거나, 개인의 데이터를 처리하는 것인 경우; (법을 제13,853/2019호에 따른 새로운 문구) III - 처리되는 개인 데이터를 국내에서 수집한 경우 제1항 - 국내에서 수집된 데이터는 수집 시점에 그 정보주체가 국내에 있는 데이터로 간주된다. 제2항 - 이 법 제4조 본문의 IV목에 규정한 처리는 이 조항의 I목 적용이 면제된다.

255) <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-cd/anpd-n-18-de-16-de-julho-de-2024-572632074>

다. 개인정보 수집 방법(동의, 고지 등)

**1) 개인정보를 적법하게 수집(처리)하기 위한 방법(근거)은 어떠한 것들이 있는지
(동의, 고지, 정보주체와의 계약 처리 및 이행을 위한 경우 등)**

브라질에서 개인정보 및 민감한 개인정보에 대한 법적 근거는 다음과 같다. 민감한 개인정보는 다음과 같이 정의한다.

자연인과 관련된 경우 인종 또는 민족적 출신, 종교적 신념, 정치적 견해, 노동조합 또는 종교 소속, 철학적 또는 정치적 조직의 회원 자격, 건강 또는 성생활에 관한 정보, 유전적 또는 생체 인식 데이터 (법률 제 13.709/18호, 개인정보보호법(LGPD) 제5조, II항).

개인 정보	민감한 개인정보
<p>개인정보 처리는 다음 요건을 충족하여 제7조에 따라 수행하여야 한다.</p> <p>I - 데이터 주체의 동의를 받는다.</p> <p>II - 처리자가 법적 또는 규제 의무를 준수하는 목적으로 한다.</p> <p>III - 공공 행정 기관이 계약, 협정 또는 유사한 문서에 근거하여 법률 또는 규정에 명시된 공공 정책의 실행에 필요한 데이터를 처리하고 공유하기 위하여 이를 수행하며, 이 법의 제IV장에 명시된 규정을 준수한다.</p> <p>IV - 연구 기관이 연구를 수행 시, 가능한 경우 개인정보 익명화를 보장한다.</p> <p>V - 정보주체가 당사자인 계약의 실행 또는 계약과 관련된 준비 절차를 위하여 정보주체의 요청에 따라 필요하다.</p> <p>VI - 사법, 행정 또는 브라질 중재 절차에서 권리를 합법적으로 행사하는 목적이다. 세 번째의 경우 1996년 9월 23일 법률 제9,307호(브라질 중재법)에 따라 행사한다.</p> <p>VII - 정보주체 또는 제3자의 생명이나 신체 안전을 보호하려는 목적이다.</p>	<p>제11조. 민감한 개인정보의 처리는 다음 요건을 충족하여야 한다.</p> <p>I - 정보주체 또는 그의 법정대리인이 특정 목적을 위하여 명확하고 구체적으로 동의하는 경우</p> <p>II - 다음 상황에 필수적이나 정보주체의 동의 없이 가능하다.</p> <p>a) 처리자의 법적 또는 규제 의무 준수</p> <p>b) 공공 행정 기관이 법규정 또는 규제에 명시된 공공 정책의 실행을 위하여 필요로 하는 데이터를 공유 처리</p> <p>c) 연구 기관이 수행한 연구는 가능한 경우 민감한 개인정보를 익명화해야 한다.</p> <p>d) 계약 및 사법, 행정 및 중재 절차에서 권리를 정기적으로 행사하는 경우. 세 번째의 경우 1996년 9월 23일 법률 제 9,307호(브라질 중재법)에 따른다.</p> <p>e) 정보주체 또는 제3자의 생명이나 신체 안전을 보호하기 위한 경우</p> <p>f) 건강을 보호하기 위하여 의료 전문가, 의료 서비스 또는 위생 당국이 수행하는 절차에 한</p>

<p>VIII - 건강을 보호하기 위하여 의료 전문가, 의료 서비스 또는 위생 당국이 수행하는 절차에서만 독점적으로 사용한다. (법률 제 13,853/2019호에 따른 새로운 문구)</p> <p>IX - 처리자나 제3자의 정당한 이익을 충족에 필요한 경우. 단, 개인정보 보호를 요구하는 데이터 주체의 기본권과 자유가 우선하는 경우에는 그러하지 아니하다.</p> <p>X - 신용 보호를 위하여, 법률에 명시된 대로 행사하는 경우</p>	<p>하여 사용하는 경우(법률 제13,853/2019호에 따른 새로운 문구)</p> <p>g) 이 법 제9조에 명시된 권리를 보호하며 전자 시스템에 등록할 때 신원 확인 및 인증 과정에서 사기 방지와 데이터 주체의 안전을 보장하는 경우. 단, 개인정보 보호가 필요한 정보주체의 기본권과 자유가 우선하는 경우를 제외한다.</p>
--	--

라. 아동의 개인정보 수집

- 1) 한국의 경우처럼 아동(한국의 경우 만 14세 미만)의 개인정보를 수집·이용·제공하려면, 법정대리인의 동의를 받아야 하는 규제가 존재하는지. 혹 동의가 불필요한 경우, 어떠한 방법을 적법 처리 근거로 활용할 수 있는지

브라질 개인정보보호법 제14조 제1항에서는 아동의 개인정보 처리에 부모의 동의를 요구한다. 여기서 아동은 아동청소년법 제2조 본문에 따라 12세 이하의 사람을 말한다.

브라질 데이터 보호 기관은 정당한 이익 등 모든 법적 근거(제7조(개인정보) 및 제11조(민감한 개인정보))에 따라 이러한 정보 주체의 개인정보를 처리할 수 있다는 입장을 취했다. 2023년 제1호 성명서에서 브라질 개인정보 보호국(ANPD)은 다음과 같이 밝혔다: “아동 및 청소년의 개인 데이터 처리는 개인정보보호법 제7조 또는 제11조에 규정된 법리에 따라 수행될 수 있으며, 이들의 최선의 이익이 관찰되고 우선되어야 하며, 이는 법 제14조에 따라 구체적인 사례를 기준으로 평가되어야 한다.”

오늘날 정당한 이익을 법적 근거(제7조 IX목)로 활용할 수 있는지에 대한 법리적 논쟁이 진행 중이다. 모든 데이터 처리 활동은 아동의 최선의 이익을 보존하고 강화해야 한다. 또한 계약 이행의 법적 근거(제 7조 V목)로 활용 여부 논쟁도 있다. 민법²⁵⁶⁾은 부모의 지원 없이 어린이 및 청소년이 사적 권리관계를 변경하는 것을 허용하지 않는다.

부모의 동의를 정보처리 활동 근거로 활용하는 경우, 정보 대리인은 실제 부모나 법정동의인으로부터 정보를 수집하기 위한 모든 가능한 조치를 취했음을 문서화해야 한다.²⁵⁷⁾ 아동 및 청소년

256) https://www.planalto.gov.br//ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm

년 데이터 처리 활동은 반드시 다음 조치를 따라야 합법성을 인정받는다.

- (a) 회사 관행은 언제나 아동 및 청소년의 최선의 이익을 보존하고 강화해야 한다.²⁵⁸⁾ 최선의 이익은 다음의 법률과 국제적으로 비준된 조약으로 규율한다. (1) 연방 헌법 제227조²⁵⁹⁾ (2) 법률 제8,069/90호 (아동청소년법(ECA))²⁶⁰⁾ (3) 유엔 아동 권리 위원회의 14호 일반 논평²⁶¹⁾
- (b) 이 법 제18조(제14조 제3항)에서 언급된 정보주체의 권리 행사를 위한 절차, 수집된 데이터 유형, 사용 방식에 대한 정보를 공개할 수 있는 투명성 조치를 마련해야 한다. 이 조항에서 언급된 처리에 관한 정보는 사용자의 신체적-운동적, 지각적, 감각적, 지적 및 정신적 특성을 고려하여, 적절한 경우 시청각 자료를 사용하여 간단하고 명확하며 접근 가능한 방식으로 제공해야 한다. 이는 부모나 법정 대리인에게 필요한 정보를 제공하고, 어린이가 이해할 수 있는 방식으로 제공해야 한다.
- (c) 처리자는 정보주체의 참여를 조건으로 두어서는 아니 되며, 게임, 인터넷 애플리케이션 또는 다른 활동을 위해 필요한 범위를 초과하여 추가 정보를 제공하도록 요구하여서는 아니 된다(브라질 개인정보보호법 제14조 제4항).

2) 법정대리인의 동의를 받아야 한다면, 그 방법이 구체적으로 규정되어 있는지

(이메일 인증, 전자서명, 서면 동의, 전화 동의 등)

브라질 법 규정에는 세부적으로 명시된 방법론이 없다.

3) 개인정보보호법 상 아동의 연령은 어떻게 되는지

어린이는 12세 이하의 사람이다.

4) 사업자는 아동의 개인정보 관련 권리를 어떻게 보장해야 하는지

(법정 대리인이 권리행사를 대신 할 수 있는지 여부 등)

아직 브라질 데이터 보호 기관에서 규정하지 않았지만, 시장 관행으로는 법정대리인이 아동(12

257) 제14조. 아동 및 청소년의 개인정보 처리는 이 조항과 구체적 법률에 따라 그들의 최선의 이익을 위해 이루어져야 한다.[...] 제5항 - 처리자는 법정대리인이 제1항의 동의를 하였는지 확인하기 위하여 이용 가능한 기술을 고려하여 모든 합리적인 노력을 기울여야 한다.

258) 제14조. 아동 및 청소년의 개인정보 처리는 이 조항과 구체적 법률에 따라 그들의 최선의 이익을 위해 이루어져야 한다.

259) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm

260) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm

261) https://www2.ohchr.org/english/bodies/crc/docs/gc/crc_c_gc_14_eng.pdf

세 이하)의 권리를 행사하도록 보장하는 것이 일반적이다. 청소년(12세 이상 18세 미만)에 대해서는 이러한 조치가 필요한지 논의가 있을 수 있으며, 이는 개별 사례별로 결정해야 한다. 청소년에게 직접 정보를 제공하는 것과 법적 대리인에게 정보를 제공하는 것의 위험을 고려해야 한다. 후자의 경우에도 청소년의 프라이버시 권리를 침해할 수 있기 때문이다.

5) 해당 법률을 위반했을 때 벌칙 조항은 어떻게 구성되어 있는지

개인정보보호법은 주어진 맥락에서 적용 가능한 행정 처분을 규정하며, 이때 개인정보보호법 제52조에 따라 (a) 위반의 심각성 및 성격 및 영향을 받는 개인 권리 (b) 위반자의 선의 (c) 위반자가 받거나 의도한 이익 (d) 위반자의 경제적 상태 (e) 재범 여부 (f) 피해 수준 (g) 위반자의 협력 (h) 피해를 최소화할 수 있는 내부 체계 및 절차의 반복적 채택 입증 (i) 모범 사례 및 거버넌스 정책 채택; (j) 신속한 시정조치 채택 (k) 위반의 심각성과 제재의 강도 간의 비례성을 고려한다.

취할 수 있는 행정 처분은 다음과 같다 (개인정보보호법 제52조):

(I) 시정 조치를 취할 기간을 명시한 경고 (II) 사법상 법인, 그룹 또는 기업 집합의 전 재정년도 브라질 내 세금 제외 수익의 2%이하에 해당하는 단순 벌금으로서 위반행위 당 총액 5천만 헤알 (R\$ 50,000,000.00)이하의 금액 (III) II목에서 규정한 총액을 초과하지 아니하는 일일 벌금 (IV) 위반 사실이 확인된 후 위반 사항의 공개 및 공표 (V) 정상화까지 위반과 관련된 개인정보 차단 (VI) 위반과 관련된 개인정보 삭제 (VII, VIII, IX목은 거부권 행사) (X) 처리 활동 정상화까지 동일 기간 연장 가능한 6개월 이하의 기간 동안 위반과 관련된 데이터베이스 운영의 부분적 중단 (XI) 동일 기간 연장 가능한 6개월 이하의 기간 동안 위반과 관련된 개인 정보처리 활동 중단 (XII) 정보처리 관련 활동 부분적·전체적 금지

위 조치에도 불구하고, 데이터 대리인에 의해 발생한 손해에 대한 구제를 위한 사법적 제재가 가능하다. 이 경우 브라질 개인정보보호법 제2조는 집단 소송으로 구제를 추구할 가능성을 강조하고 있다.

마. 개인정보 제3자 제공 방법(동의, 고지 등)

1) 개인정보를 제3자에게 적법하게 제공하기 위한 방법(근거)은 어떠한 것들이 있는지

(동의, 고지, 정보주체와의 계약 처리 및 이행을 위한 경우 등)

6. 다.항에서 제시된 법적 근거가 제3자에게 데이터를 제공하는 경우에도 동일하게 적용된다. 여기서 중요한 점은 데이터 수집과 이전을 지원하는 법적 근거를 확보하는 것이다. 처음에 데이터를 수집한 목적을 달성하기 위해 데이터를 이전하는 경우, 법적 근거는 동일하다.

바. 개인정보 처리 위탁(동의, 고지, 수탁업체 계약방법)

1) 개인정보 처리를 외부 업체에게 위탁하려는 경우 정보주체의 동의를 얻어야 하는지

6. 다.항에서 제시된 법적 근거는 제3자에게 데이터 처리를 위탁하는 경우에도 동일하게 적용된다. 데이터 수집의 1차적 목적을 달성하기 위해 위탁이 필요하다면, 법적 근거는 주요 활동을 지원하는 것과 동일하다. 반면, 다른 목적으로 데이터를 제3자에게 위탁하는 경우, 각 목적에 대해 구체적인 법적 근거를 갖추어야 한다.

2) 동의를 얻지 않아도 된다면, 그 적법성을 어떻게 확보할 수 있는지

(정보주체에게 고지, 개인정보처리방침 공개 등)

위에서 언급한 바와 같이, 모든 법적 근거는 데이터가 처음 수집된 주된 목적과 다른 위탁 목적을 지원하는 데 사용할 수 있다. 만약 이 1차적 목적 달성에 위탁이 필요하다면, 위탁 목적을 달성하기 위한 법적 근거도 동일하다.

법적 근거 적용의 정당성은 경우마다 다를 수 있지만, 일반적으로 다음이 적용된다.

(a) 다음 정보를 명확하게 공개하는 투명성 조치가 있어야 한다 (법률 제13.709/18호, 개인정보보호법) (b) 정보처리 활동의 보안과 정보주체에 대한 피해를 방지하기 위해 행정적 및 기술적 보안 조치를 취해야 한다(법률 제13.709/18호, 개인정보보호법).

일부 법적 근거에 따른 구체적인 조치도 있다. 예를 들어:

(a) 정당한 이익 적용을 위해서는 정당한 이익 요건 충족을 증명하는 문서가 요구된다.

“제10조. 처리자의 정당한 이익은 특정 상황을 기반으로 한 정당한 목적을 위해 개인정보를 처리하는 근거로만 활용될 수 있다. 이는 다음 등의 상황이다. I -처리자의 활동 지원 및 홍보 II - 정보주체의 권리를 정기적으로 행사하거나 그 이익을 도모하는 서비스 제공 보호. 이는 정보주체의 정당한 기대와 기본권과 자유에 따라 이루어져야 하며, 이 법에 따른다. §1 처리자의 정당한 이익을 근거로 데이터 처리가 이루어지는 경우 목적을 위해 반드시 필요한 개인정보만 처리할 수 있다. §2 처리자는 자신의 정당한 이익에 기반한 데이터 처리의 투명성을 보장하는 조치를 취하여야 한다. §3 국가 기관은 처리자가 자신의 정당한 이익에 기반하여 데이터를 처리 시, 상업 및 산업 비밀을 준수할 것과 데이터 보호 영향 평가를 요청할 수 있다.”

3) 개인정보 처리를 위탁받아 수행하는 자(수탁업체)와 체결해야 하는 문서가 있는지 (한국의 경우 개인정보보호법 제26조에 따라 문서로 업무를 위탁하여야 함)

개인정보 처리를 위탁할 때 반드시 서명해야 하는 명시적인 법적 요구 사항이나 법적 문서는

없다. 단, 데이터 처리 계약(DPA) 또는 데이터 보호 조항을 포함하는 계약을 체결하는 것은 개인 데이터를 보호하기 위한 행정적 조치로 볼 수 있다.

(<https://www.gov.br/anpd/pt-br/documentos-e-publicacoes/guia-vf.pdf>)

4) 위탁업체가 수탁업체를 관리감독할 의무가 있는지. 있다면, 그 관리감독 방법은 무엇인지

위탁자가 데이터 관리자이고 수탁자가 데이터 처리자인 경우, 개인정보보호법 제39조²⁶²⁾에 따라 처리자가 자신의 지침을 따르고 있는지 확인해야 하는 구체적인 요건이 적용된다. 이 의무에도 불구하고 시장 관행상 계약서에는 감사 조항이 포함된다. 따라서 요청 시 위탁자는 이 제3자가 관련 법률을 준수하는지 감사하기 위해 접근 문서를 요구할 수 있다.

5) 개인정보 수탁업체가 개인정보 관련 사고를 발생시킬 경우 그 책임은 누가 지는지 (수탁업체가 온전히 그 책임을 지는지 또는 위탁업체가 그 책임을 지는지)

개인정보보호법 제42조에 따르면 “개인정보를 처리하는 과정에서 물질적, 도덕적, 개인적 또는 집단적 손해를 입힌 경우, 위탁자 또는 수탁자는 법률을 위반한 것으로 간주되며, 이를 보상할 의무가 있다.”

수탁자는 데이터 보호 법률의 의무를 준수하지 않거나 위탁자의 합법적인 지시를 따르지 않아 발생한 손해에 대해 공동으로 책임을 진다. 이러한 경우, 수탁자는 위탁자와 동등하다고 간주한다(개인정보보호법 제42조 제1항 제I호).

정보주체에게 피해를 입힌 상황이 서로 다른 관리자에 의해 발생한 경우(위탁자-수탁자 관계의 대리인에 의한 손해가 아닌 경우), 이들은 손해가 발생한 처리에 직접 관여한 한도 내에서 공동으로 책임을 진다(개인정보보호법 제42조 제1항 제I호).

제43조에 따르면 수탁자는 다음의 어느 하나를 증명한 경우 책임을 지지 않는다.

- (1) 자신에게 귀속된 개인정보 처리를 수행하지 않았음을 증명한 경우
- (2) 자신에게 귀속된 개인정보 처리를 수행하였지만 개인정보 보호 법률을 위반하지 않았음을 증명한 경우
- (3) 손해가 정보주체 또는 제3자만의 잘못으로 발생했음을 증명한 경우

사. 쿠키 수집

1) 쿠키를 수집(동의 등) 및 이용과 관련하여 규제가 있는지

262) 제39조. 처리자는 관리자가 제공한 지침에 따라 처리를 수행하며, 관리자는 자신의 지침과 해당 상황에 적용되는 규칙의 준수를 확인해야 한다.

데이터 보호 기관에서 발행한 쿠키 및 데이터 보호에 관한 구체적인 지침서가 있다²⁶³). 회사가 인터넷 애플리케이션 제공자인 경우²⁶⁴), 법률 제12.965/14호 (인터넷 민사 기본체계)에 따라 로그 기록(IP 주소와 액세스 날짜 및 시간)을 6개월 동안 보관해야 한다.

2) 있다면, 해당 법을 만족시키기 위한 적법한 쿠키 수집(동의 등) 방법은 무엇인지

애플리케이션 제공자는 로그를 저장할 의무가 있으므로, 이 유형의 데이터를 수집하기 위해 쿠키를 사용하는 것은 관리자에 의한 제7조 제2항(법적 또는 규제적 의무 준수를 위한)의 법적 근거를 활용할 수 있다.

필수 쿠키의 경우, 웹페이지를 설계된 대로 표시하기 위해 필요하므로 데이터 수집을 정당화하는 법적 근거가 상당한 이익(제7조 제1항 IX목)인 경우에는 동의를 받을 필요가 없다고 본다.

브라질 기관에 따르면, 필수 쿠키를 통해 수집된 데이터는 처리자의 정당한 이익을 기반으로 처리할 수 있다. 이는 사용자가 화면에 나타나는 대로 웹페이지에 접근할 정당한 기대를 가지고 있기 때문이다. 따라서 관리자의 데이터 처리 욕구와 데이터 주체의 권리 및 기대 사이에 균형이 존재한다. 분석 및 타겟팅 쿠키는 상황이 다르다. 이 경우, 사용자의 이익보다는 처리자의 관심이 주로 작용한다. 브라질 기관은 소비자가 이 기술을 통해 웹페이지 사용이 추적되는 것과 그 행동에 기반한 마케팅을 받을지 여부를 선택할 기회를 가져야 한다고 명시한다. 따라서 이러한 종류의 쿠키를 통해 수집된 데이터를 처리하려면 사용자의 동의를 받아야 한다.

이 설명에 따르면, 브라질 기관이 개인정보보호법을 준수한다고 간주하는 쿠키 배너의 예는 다음과 같다.



263) [guia-orientativo-cookies-e-protacao-de-dados-pessoais.pdf](http://www.gov.br/guia-orientativo-cookies-e-protacao-de-dados-pessoais.pdf) (www.gov.br)

264) 인터넷 민사 기본체계 제15조에 따르면 “법인으로 설립되어 조직적이고 전문적인 방식으로 경제적 목적에 종사하는 애플리케이션 제공자는 규정에 따라 애플리케이션의 접근 로그를 비밀로 유지하고, 통제되고 안전한 환경에서 6개월 동안 보관하여야 한다.”

3) 만약 동의를 받아야 한다면, 쿠키 동의를 면제될 수 있는 조건은 무엇이 있는지

위에서 설명한 바와 같이, 쿠키가 필수적이거나 인터넷 민사 기본체계에 명시된 법적 의무를 준수하기 위해 데이터를 수집하는 경우에는 동의를 면제된다.

아. 국외 이전 방법(동의, 방법, 동의 시 고지사항)

1) 해외 이용자의 개인정보를 국외로 이전하기 위한 방법은 무엇이 있는지

(동의, 개인정보처리방침 공개, 특별한 규제 없이 자유롭게 이전 가능 등)

개인정보보호법 제33조는 다양한 해외 이전 체계를 규정한다.

제33조. 개인정보의 국제 이전은 다음의 경우에만 허용된다.

① 이 법의 규정에 적합한 수준의 **개인정보** 보호를 제공하는 국가 또는 국제 기구에 대한 이전
② 관리자가 다음 형태로 이 법에 규정된 원칙과 정보주체의 권리, 그리고 데이터 보호 체제를 준수한다는 보장을 하고 이를 입증한 경우

- a) 구체적인 계약에 따른 이전
- b) 표준 계약 조항
- c) 구속력 있는 기업 규칙
- d) 정규 발행되는 인증, 증명서 및 행동 강령

③ 국제 법률 공조를 위한 수단에 따라 공공 정보기관, 수사 및 기소 기관 간의 국제 법률 공조에 이전이 필요한 경우

④ 정보주체 또는 제3자의 생명이나 신체적 안전을 보호하기 위하여 이전이 필요한 경우

⑤ 국가기관이 이전을 승인한 경우

⑥ 국제협력을 통해 약속한 책무를 이행하기 위하여 이전이 이루어지는 경우

⑦ 이 법 제23조 제1항에 따라 공개되어야 하는 공공 정책의 실행이나 공공 서비스의 법적 권한 부여를 위하여 이전이 필요한 경우

⑧ 정보주체가 해당 작업의 국제적 성격에 대한 사전 정보를 제공받은 후, 다른 목적과 명확히 구분되는 이전에 대하여 구체적이고 강조된 동의를 한 경우

⑨ 이 법 제7조의 II, V, VI목에 규정된 상황을 충족시키기 위하여 필요한 경우.”

최근 발행된 브라질 개인정보 보호국의 규정에 관한 결의안 CD/ANPD 제19/2024호는 다음과 같은 구체적인 규정을 하고 있다.

(a) 개인정보 보호국은 표준 계약 조항(SCCs)에 대한 규정 및 해당 조항의 템플릿²⁶⁵⁾을 제공하

265) <https://www.daniel-ip.com/wp-content/uploads/2024/08/ANNEX-II-SCCs-BR-EN.pdf>

며, 원칙적으로 이 계약의 조항을 변경할 수 없다. 따라서 다른 계약 조항을 유효한 국제 이전 체계로 활용하려면, 해당 조항이 표준 조항과 동등하다는 것을 인정받거나 상황의 예외성에 따른 승인을 보호국에 요청할 수 있다.

(b) 또한, 정보주체에게는 상업 및 산업 비밀을 제외한 데이터 이전을 수행하는 데 사용된 조항의 전문을 요청할 권리를 제공한다. 문서는 15일 이내에 제공되어야 한다.

(c) 조직의 웹사이트에 공개(개인정보 보호 공지 갱신 또는 별도 절에서): 관리자는 국제 이전 사실을 명시하여야 하며, (i) 이전의 형태, 기간 및 구체적인 목적 (ii) 이전된 데이터의 목적지 국가 (iii) 관리자의 신원 및 연락처 (iv) 관리자와의 데이터 공동 사용 및 목적 (v) 처리를 수행할 대리인의 책임과 채택된 보안 조치 (vi) 정보주체의 권리와 이를 행사하는 수단, 쉽게 접근할 수 있는 채널 및 브라질 개인정보 보호국에 관리자를 상대로 주장할 권리를 포함하여야 한다.

(d) 결합 기업 규칙: 이는 개인정보 거버넌스 프로그램의 일부이며, 이를 구독하는 동일 그룹 또는 기업 집단의 조직에 구속력을 가진다. 그룹 내 각 법인이 어떤 위치에 있든 모두 적절한 수준의 개인정보 처리를 보장한다. 이는 브라질 개인정보 보호국에 제출하여야 한다.

자. 데이터 현지화

1) 특정 국가의 경우 자국민의 개인정보를 반드시 특정국가 현지에 저장해야 함을 법률로 규정하고 있음에 따라 유사한 규제가 있는지

브라질에는 그러한 규정이 없다.

2) 현지화 규제가 있다면, 그 대상이 되는 개인정보의 범위가 있는지 (모든 개인정보, 특정 정보만 현지에 저장 등)

브라질에는 그러한 규정이 없다.

7. 개인정보의 처리와 보호

가. 개인정보 이용내역 통지

1) 개인정보 이용을 이용자에게 알려야하는 규정이 있는지. 있다면 어떠한 방법으로 이용자에게 통지해야 하는지. 만약 통지 수단 (이메일, 핸드폰 번호 등)이 없다면 이용내역을 통지하지 않아도 되는지

이용자에게 개인정보 이용을 통지해야 한다. 브라질 개인정보보호법 제9조에 따르면, 데이터 대리인은 명확하고 적절하며 명백한 방식으로 다음 사항을 제공해야 한다. 이는 자유로운 접근 원칙을 준수하기 위한 규정에 명시된 기타 특성들 중 일부이다. (I) 처리의 구체적인 목적 (II) 처리의 유형과 기간, 상업 및 산업 비밀을 준수할 것 (III) 관리자의 신원 확인 (IV) 관리자의 연락처 정보 (V) 관리자가 데이터를 공유하는 목적과 관련된 정보 (VI) 처리를 담당할 대리인의 책임 (VII) 정보주체의 권리, 특히 개인정보보호법 제18조에 명시된 권리에 대한 명확한 언급. 이 정보를 제공하는 방법에 대한 구체적인 권고 사항은 없으나, 시장 관행으로는 개인정보 처리 방침 또는 개인정보 보호 공지를 통해 이를 공개하는 것이 일반적이다. 이러한 정보를 공개할 필요성은 면제되지 않으며, 사용자가 해당 조치에 접근하지 않는다는 것을 회사가 인지한 경우, 이용자가 접근할 수 있는 다른 수단을 통해 이를 제공해야 한다.

나. 광고성 정보(수신, 동의, 고지, 발송, 방법)

1) 한국의 정보통신방법과 같은 광고성 정보(이메일, 핸드폰 번호, 모바일 앱 푸시) 발송에 적용되는 규제가 있는지

광고정보 송신에 적용되는 규제가 존재한다. 국가통신청(ANATEL)에 따르면 텔레마케팅 서비스(휴대전화 번호 또는 휴대전화)를 통해 광고를 발송하는 것에 적용되는 규정이 있다. 2019년 ANATEL의 결정에 따라 '전화 금지(No Me Perturbe) 국가 목록'이 만들어졌으며, 이는 통신 제품 및 서비스를 제공하는 소비자의 유선 및 이동 전화 번호를 등록하는 국가 부문별 목록이다. 이 목록은 자동 급여 공제 대출 및 자동 급여 공제 신용카드 제공도 포함하게 되었으며, 다른 경제 부문의 기업들도 이 목록에 포함될 수 있다.

2021년 법률 제10413/2021호 브라질 국가통신청(ANATEL)법이 공포되어, 번호 자원 할당 운영 절차가 승인되었다. 이 기관은 브라질 전역에서 가입자가 통화를 수신할 수 있도록 하는 문자 집합인 비지리적 코드(CNG) 303을 능동적 텔레마케팅 활동에 독점적으로 사용하도록 규정하였으며, 이를 위해 다른 코드의 사용을 금지하였다. 이에 따라 발신자 코드는 사용자 단말기

화면에 0303N7N6N5N4N3N2N1 형식으로 표시되기 시작하였다.

또한, 법률은 능동적 텔레마케팅 활동이 전화 통화나 메시지를 통해 제품이나 서비스를 제공하는 행위에 해당한다고 명시하고 있다. 사용자의 요청에 따라 운영자는 이러한 종류의 전화를 사전에 차단해야 한다.

법률 제10413/2021호에 의해 통신망은 전화를 수신하는 사용자가 발신하는 텔레마케팅 회사의 코드를 명확하게 시각화할 수 있도록 해야 한다고 규정되었다. 따라서 2022년 6월부터 제품이나 서비스를 제공하는 모든 텔레마케팅 회사는 0303 코드를 사용해야 하며, 이를 통해 소비자는 발신자를 식별하고 전화를 받을지 여부를 결정할 수 있다.

국가통신청은 2022년 6월 초에 결정명령 제160/2022/COGE/SCO호를 통해 이를 결정하였으며, 이는 브라질 시장 선두 기업인 Claro S.A., Telefônica Brasil S.A., TIM S.A.를 포함한 여러 통신 서비스 제공업체들에게 다음과 같은 사항을 요구했다. (i) 기관이 할당한 번호 자원을 사용하지 않는 통화를 차단해야 하며, 이는 자체 STFC 또는 SMP 네트워크에서 발신되거나 상호 연결에서 발신되는 경우를 모두 포함한다. (ii) 인간의 다이얼링, 서비스, 통신 능력을 초과하는 대량의 통화 유발을 위한 기술적 솔루션의 사용(3초 이내에 완료되거나 끊어지는)을 번호 자원의 부적절한 사용 및 통신의 부적절한 사용으로 간주한다. (iii) 명령 이전 30일 동안 하루에 100,000건 이상의 0~3초 지속 통화를 발생시킨 사용자 목록과 해당 특성을 가진 일일 통화량 정보를 식별하여 국가통신청에 송부해야 한다. (iv) 명령 발표(2022년 6월 6일) 15일 후, 하루에 0~3초 지속되는 통화를 최소 100,000건 발신하는 사용자를 식별하고 15일 동안 해당 발신을 차단해야 한다. (v) 2주마다 차단된 사용자와 사용된 해당 번호 자원, 통신량, 통화가 차단된 날짜에 대한 보고서를 국가통신청에 송부해야 한다. 위의 (iv)와 (v)항에 언급된 결정사항은 3개월 동안 유효하다.

추가적으로, 해당 결정 명령은 통보 서비스 제공자와 확인된 위반 사용자(즉, 텔레마케팅 회사)가 조치를 준수하지 않을 경우 5천만 브라질 헤알(BRL) 이하의 벌금을 부과할 가능성을 규정한다. 국가통신청 규정 외에도, 소비자보호법(법률 제8.078/90호)은 마케팅에 관하여 다음과 같이 규정한다.

(A) 소비자는 오해를 불러일으키거나 남용적인 광고, 강압적이거나 불공정한 상업적 방법, 그리고 제품 및 서비스 제공 시 강요되거나 부당한 관행과 조항으로부터 보호받을 권리가 있다. (제 6조 IV목)

(B) 전화 또는 우편 환불을 통한 제안이나 판매가 이루어질 경우, 제조업체의 이름과 주소는 포장, 광고 및 모든 상업 거래에 사용되는 양식에 명시해야 한다. 항. 발신 소비자에게 비용이 발생하는 경우 소비자에게 비용이 발생하는 경우 전화로 상품 및 서비스 광고를 하는 것은 금지된

다. (제33조)

(C) 광고는 소비자가 명확하게 식별할 수 있어야 하며, 제공자는 주장에 대한 사실적, 기술적, 과학적 데이터를 보유하여야 한다. 허위 또는 남용 광고는 엄격히 금지된다. 허위 광고는 제품이나 서비스의 성질, 특성, 가격에 대해 소비자를 기만할 수 있는 거짓 정보나 누락된 정보를 포함한다. 폭력 선동, 차별적 메시지, 공포나 어린이의 미숙함을 이용, 환경 가치를 무시하는 내용, 또는 유해하거나 안전하지 않은 소비자 행동을 조장하는 모든 콘텐츠를 포함한다. 광고의 진실성과 정확성을 입증할 책임은 광고주에게 있다. (제36조부터 제38조)

2) 있다면, 광고성 정보를 보낼 때 지켜야 하는 표기 의무가 있는지

소비자보호법 (법률 제8.078/90호) 제33조에 따르면 전화 또는 우편 환불을 통한 제안 또는 판매의 경우, 제조업체의 이름과 주소는 포장, 광고 및 상업 거래에 사용되는 모든 양식에 명시하여야 한다. 발신 소비자에게 비용이 발생하는 경우 전화를 통한 상품 및 서비스 광고는 금지된다."

마케팅에 관한 형사 처벌 규정은 다음과 같다. 제63조 - 제품의 유해성 또는 위험성에 대한 명시적인 단어 또는 표시를 포장, 포장지, 용기 또는 광고에 누락한 경우 벌금 - 6개월 이상 2년 이하의 구금 및 벌금. §제1항 - 제공될 서비스의 위험성에 대해 명시적인 서면 권고를 통해 경고하지 않은 자는 동일한 처벌을 받는다. §제2항 - 범죄가 과실인 경우 벌금 - 1개월 이상 6개월 이하의 구금 또는 벌금.

3) 이용자에게 광고성 정보를 보내기 위한 조건은 어떻게 되는지

(명시적인 사전 수신동의 등)

회사에서 이용자에게 광고를 보내는 것은 회사에서 흔히 하는 데이터 처리 활동이다. 다른 유형들과 마찬가지로, 데이터 대리인은 데이터 처리를 지원할 적절한 법적 근거를 제시해야 한다. 사용자와 이전에 연락이 있고(사용자가 광고 콘텐츠를 받을 합리적인 기대가 있다는 판단의 근거가 되는), 광고 활동을 수행하는 데 민감한 데이터가 사용되지 않는 경우, 회사는 광고 활동을 정당화하기 위해 정당한 이익을 근거로 할 수 있다. 이 경우, 이용자에게 쉽게 선택 해제할 수 있는 옵션과 데이터가 수집될 때 이 데이터 처리 목적에 대한 명확한 투명성 조치를 취해야 한다(제7조 IX목 및 제10조). 사용자와 이전에 연락이 없었던 경우, 이용자에게 광고를 보내기 위해 데이터를 수집하는 최선의 선택은 동의이며, 이 동의는 자발적이고, 통지에 기반하며, 광고 활동을 특정해야 한다(제7조 I목).

다. 개인정보 파기

1) 개인정보를 파기해야 하는 의무가 있는지

개인정보 파기 의무는 브라질 개인정보보호법 제15조와 제16조에 규정되어 있다.

2) 개인정보를 어떠한 경우 파기해야 하는지

개인정보보호법 제15조에 따르면, (I) 목적이 달성되었거나 데이터가 더 이상 필요하지 않거나 특정 목적을 달성하는 데 적합하지 않음이 확인된 경우 (II) 처리 기간의 종료 (III) 정보주체가 동의 철회권을 행사할 때를 포함하여, 이 법 제8조의 5항에 따라 제공된 경우 공익을 고려하여 통보 (IV) 이 법의 규정을 위반하여 국가 기관이 결정한 경우 중 어느 하나에 해당하는 경우 개인 데이터 처리는 종료되어야 한다.

3) 개인정보를 파기해야 한다면, 한국의 전자상거래 법, 통신비밀보호법과 같이 별도의 정보를 보관하도록 하는 특별 규정이 있는지(접속기록 3개월, 표시/광고에 관한 기록 6개월, 계약 또는 청약철회 등에 관한 기록 5년, 대금 결제 및 재화공급등에 관한 기록 5년, 소비자의 불만 또는 분쟁 처리에 관한 기록 3년)

개인정보보호법 제16조에 따르면, 개인정보는 다음의 어느 하나에 해당하는 목적을 위해 저장할 수 있다. (I) 관리자가 법적 또는 규제 의무를 준수하기 위하여 (II) 연구 기관이 가능한 경우 개인 데이터를 익명화하여 연구하는 경우 (III) 이 법에서 정한 데이터 처리 요건을 준수하는 경우 제3자에게 이전하기 위하여 (IV) 제3자의 접근이 금지되고 데이터가 익명화된 경우 관리자의 독점적 용도

또한, 인터넷 민사 기본체계는 애플리케이션 제공자가 사용자가 애플리케이션에 접속한 후 6개월 동안 로그를 저장하도록 요구한다. 다른 구체적인 상황(예: 노무, 사회 보장 관계 기타의 상황)은 각자 특정 일정을 따를 수 있으며 이는 개별적으로 분석해야 할 것이다.

라. 장기 미 접속 계정 휴면 처리 방법

1) 한국의 개인정보보호법과 같이 1년간 서비스를 이용하지 않는 이용자의 개인정보를 파기 또는 분리보관 해야 하는 규제가 있는지

브라질에는 그런 규정이 없다.

2) 있다면, 휴면처리를 어떻게 처리해야 하는지

브라질에는 그런 규정이 없다.

마. 개인정보 처리 방침

1) 국내의 경우 법령에 의해서 개인정보처리방침에 필수적으로 기재해야 하는 내용이 정해져 있음. 이와 유사하게 법적으로 필수적으로 기재해야 하는 내용이 있는지. 그리고 필수는 아니지만 가이드라인 등을 통해 기재가 권장되는 내용이 있는지

개인정보처리방침에 의무적으로 기재해야 하는 사항이 있다. 브라질 개인정보보호법(LGPD) 제9조에 따르면 데이터 대리인은 자유로운 접근 원칙에 부합하는 다른 특징과 함께 명확하고 적절하며 명백한 방식으로 다음 사항을 규정해야 한다. (I) 처리의 구체적인 목적 (II) 처리의 유형과 기간, 상업 및 산업 비밀을 준수할 것 (III) 관리자의 신원 확인 (IV) 관리자의 연락처 정보 (V) 관리자가 데이터를 공유하는 목적과 관련된 정보 (VI) 처리를 수행할 대리인의 책임 (VII) 정보주체의 권리, 특히 개인정보보호법 제18조에 명시된 권리에 대한 명확한 언급.

2) 개인정보 처리방침을 어떻게 공개해야 한다는 사실을 정한 규제가 있는지

없다.

바. 이용자 개인정보 권익보호방법

1) 이용자에게 보장해 주어야 하는 개인정보 관련 권리가 있는지

(열람권, 정정권, 이동권, 처리정지권, 삭제권)

브라질 개인정보보호법 (Lei Geral de Proteção de Dados, LGPD) 제18조에 따르면 정보주체의 권리는 다음과 같다. (I) 처리 사실 확인 (II) 데이터 접근 (III) 불완전하거나 부정확하거나 최신이 아닌 데이터의 수정 (IV) 불필요하거나 과도한 데이터 또는 이 법의 규정을 준수하지 않는 방식으로 처리된 데이터의 익명화, 차단 또는 삭제 (V) 명시적 요청에 따라 다른 서비스 제공자나 제품 제공자로 데이터의 이동, 국가 기관의 규정에 따라 상업 및 산업 비밀을 준수할 것 (VI) 데이터 주체의 동의로 처리된 개인 데이터의 삭제, 단 이 법 제16조에 명시된 상황은 예외이다 (VII) 데이터 관리자가 데이터를 공유한 공공 및 민간 기관에 대한 정보 (VIII) 동의 거부 가능성과 그 거부의 결과에 대한 정보 (IX) 이 법 제8조 제5항에 명시된 대로 동의 철회.

**2) 개인정보 관련 권리가 있다면, 각 권리를 행사하기 위한 조건이 있는지
(무제한으로 행사가능, 사업자가 합리적인 이유가 있다면 제한 가능 등)**

브라질 개인정보보호법 제18조 제3항에 따르면 정보주체의 신원 또는 법정 대리인이 그의 이름으로 행동하는 경우, 요청에 응답하기 전에 신원을 확인해야 한다. 만약 신원 확인이 불가능한 경우, 같은 조항의 제4항에 따르면, 관리자는 정보주체에게 다음을 설명해야 한다. (I) 자신이 데이터 처리 대리인이 아니며, 가능한 경우 대리인이 누구인지 지목해야 한다. (II) 즉각적인 조치를 취할 수 없는 사실적 또는 법적 이유를 설명해야 한다. 또한, 제5항에 따르면 요청은 정보주체에게 비용부담 없이 규정된 기간과 조건 내에서 이행되어야 한다.

사. 개인정보 침해에 대한 보상보험 요건

1) 정보주체의 개인정보 관련 사고(유출, 노출, 훼손, 분실 등)가 발생할 경우 정보주체에게 고지해야 하는 의무가 있는지

브라질 개인정보보호법 제48조에 따르면 개인정보에 영향을 미치는 보안 사고로 인해 정보주체에게 관련 위험이 발생하는 경우, 브라질 데이터 보호 기관과 정보주체에게 직접 통지해야 한다.²⁶⁶⁾

2024년 결의안 제15/2024호²⁶⁷⁾(사건 대응 조치에 대한 의무를 규정함) 제5조에 따르면, 사건이 정보주체에게 중요한 위험을 나타내기 위해 다음 측면을 고려해야 한다.

제5조. 보안 사고는 데이터 주체의 이익과 기본권에 중대한 영향을 미칠 수 있으며, 다음의 어느 하나가 관련된 경우 데이터 주체에게 관련된 위험 또는 손해를 초래할 수 있다.

I - 민감한 개인정보

II - 아동, 청소년 또는 노인과 관련된 데이터

266) 제48조. 관리자는 정보주체에게 위험 또는 관련 손해를 초래할 수 있는 보안 사고가 발생한 경우 이를 국가 기관과 데이터 주체에게 통보하여야 한다. 제1항 통보는 국가 기관이 정한 합리적인 시간 내에 이루어져야 하며, 최소한 다음 사항을 포함해야 한다. I. 영향을 받은 개인정보의 성격에 대한 설명 II. 관련된 정보주체에 대한 정보 III. 상업 및 산업 비밀을 준수하여 정보를 보호하기 위해 사용된 기술 및 보안 조치에 대한 설명 IV. 사고와 관련된 위험 V. 즉시 통보하지 않은 경우의 지연 사유 VI. 손해의 영향을 치유하거나 완화하기 위해 채택되었거나 채택될 조치. 제2항 국가 기관은 정보주체의 권리를 보호하기 위해 필요한 경우 사고의 심각성을 확인해야 하며, 관리자가 다음과 같은 조치를 취하도록 명령할 수 있다. I. 통신 매체를 통한 사건의 광범위한 공개 II. 사고의 영향을 치유하거나 완화하기 위한 조치. 제3항 사고의 심각성을 판단할 때, 서비스의 범위와 기술적 한계 내에서 영향을 받은 개인정보에 무단 접근한 제3자에게 이해할 수 없도록 하기 위하여 적절한 기술 및 보안 조치가 채택되었음을 입증하는 사후 시연을 분석한다.

267) RESOLUÇÃO CD/ANPD Nº 15, DE 24 DE ABRIL DE 2024 - RESOLUÇÃO CD/ANPD Nº 15, DE 24 DE ABRIL DE 2024 - DOU - Imprensa Nacional (in.gov.br)

III - 금융 데이터

IV - 시스템 인증 데이터

V - 법적, 사법의 또는 전문가 비밀로 보호되는 데이터

VI - 대규모 데이터

§ 제1항- 중대한 이익과 권리에 중대한 영향을 미칠 수 있는 보안 사고는 처리 활동이 권리 행사를 방해하거나 서비스 이용을 방해할 수 있는 상황에서 발생하며, 정보주체에게 차별, 신체적 무결성 침해, 평판과 명예권리 침해, 금융 사기 또는 신원 도용과 같은 물질적 또는 도덕적 피해를 초래할 수 있다.

§ 제2항- 대규모 데이터 사고는 상당수의 정보주체가 관여되는 것을 말하며, 이때 데이터의 양, 지속 시간, 빈도 및 데이터 주체의 지리적 범위를 고려한다.

§ 제3항 - 브라질 개인정보 보호국은 정보주체에게 중대한 위협이나 손해를 초래할 수 있는 사건을 평가하는 데 있어 처리 대리인을 지원하기 위한 지침을 발표할 수 있다.

2) 정보주체에게 고지 의무가 있다면, 몇 명 이상의 개인정보 사고 시 그러한 의무가 부과되는지, 고지 방법이 규정되어 있는지[홈페이지에 사고 사실 공개, 개별 연락 (이메일, 전화 등)]

개인정보 사고의 통지 의무는 특정한 사고 수에 따라 발생되지는 않는다. 어떤 사고이든 해당 사고가 정보주체에게 관련된 위험을 시사하는 경우 당국과 데이터 주체에게 통지할 의무가 발생할 수 있다. 데이터 주체에 대한 통지 방법에 관해서는, 브라질 데이터 보호 기관의 결의안 제15/2024호에 따르면 사고가 개인정보에 영향을 미쳤음을 인지한 시점부터 3영업일 이내에 통지를 해야 한다고 규정하고 있다.

(1) 이때 다음 정보를 공개한다. (a) 영향을 받은 개인정보의 성격과 범주에 대한 설명 (b) 상업 및 산업 비밀을 고려하여 데이터 보호를 위해 사용된 기술 및 보안 조치 (c) 정보주체에 미칠 수 있는 잠재적 영향을 특정하여 사건과 관련된 위험 (d) 이 조항의 본문에 명시된 시간 내에 통지가 이루어지지 않은 경우 지연 사유 (e) 적절한 경우, 사건의 영향을 치유하거나 완화하기 위해 채택된 또는 채택될 조치 (f) 보안 사건을 인지한 날짜 (g) 정보를 얻을 수 있는 연락처 및 해당되는 경우 담당자 연락처

(2) 다음 기준을 채택한다. (a) 간단하고 이해하기 쉬운 언어를 사용한다. (b) 각 데이터 주체를 식별할 수 있는 경우, 컨트롤러가 보유자에게 연락하기 위해 일반적으로 사용하는 전화, 이메일, 전자 메시지 또는 편지와 같은 수단을 사용하여 개별적이고 직접적인 방법으로 소통한다.

(3) 직접적이고 개별적인 소통이 불가능하거나 영향을 받은 보유자를 부분적으로 또는 전체적으로 식별할 수 없는 경우, 관리자는 사건 발생 사실을 정해진 시간 내에, 그리고 본문에서 정의된

정보와 함께, 웹사이트, 애플리케이션, SNS 및 보유자에 대한 서비스 제공 채널과 같은 가용한 공개 수단을 통해 통보해야 한다. 이 통보는 최소한 3개월 동안 직접적이고 쉬운 시각화 그래픽과 함께 널리 알릴 수 있도록 공개해야 한다.

**3) 정보주체에게 고지해야 할 경우 고지 시간이 규정되어 있는지
(사고 사실을 인지한 순간부터 1주일 이내 등)**

결의안 제15/2024호에 따르면, 사건이 개인정보에 영향을 미쳤음을 인지한 후 3영업일 이내에 통지를 해야 한다.

4) 정보주체의 개인정보 관련 사고(유출, 노출, 훼손, 분실 등)가 발생할 경우 관계당국에 신고해야 하는 의무가 있는지

개인정보보호법 제48조에 따르면, 개인정보에 영향을 미치는 보안 사고로 인해 정보주체에게 관련 위험이 발생하는 경우, 브라질 데이터 보호 기관과 정보주체에게 직접 통지해야 한다.²⁶⁸⁾

5) 신고 의무가 있다면 몇 명 이상의 개인정보 사고 시 그러한 의무가 부과되는지? 신고 기간이 정해져 있는지(사고 사실을 인지한 순간부터 1주일 이내 등)

개인정보 사고가 발생했을 때 사고 수를 기준으로 통지 의무가 발생하지는 않는다. 모든 사고는 해당 사고가 정보주체에게 관련된 위험을 시사하는 경우 관리자가 당국과 데이터 주체에게 통지할 의무를 발생시킬 수 있다. 통지 방법에 관해서는, 2024년 제15호 결의안(Resolution n. 15/2024) 제6조에 따르면, 관리자가 개인 데이터 사고가 발생한 것을 인지한 시점부터 3영업일 이내에 통지를 수행해야 한다. 이는 특정 법률에 규정된 보고 기한이 존재하는 경우에 적용된다.

(1) 통보는 다음과 같은 내용을 공개해야 한다. (a) 영향을 받는 개인정보의 성격과 범주에 대한 설명 (b) 영향을 받는 정보주체의 수를 상세히 설명하며, 해당 상황이 있는 경우 아동, 청소년 또는 노인의 수를 특정 (c) 상업 및 산업 비밀을 적절히 고려하여 채택된 개인정보를 보호하기

268) 제48조. 관리자는 정보주체에게 위험 또는 관련 손해를 초래할 수 있는 보안 사고가 발생한 경우 이를 국가 기관과 데이터 주체에게 통보하여야 한다. 제1항 통보는 국가 기관이 정한 합리적인 시간 내에 이루어져야 하며, 최소한 다음 사항을 포함해야 한다. I. 영향을 받는 개인정보의 성격에 대한 설명 II. 관련된 정보주체에 대한 정보 III. 상업 및 산업 비밀을 준수하여 정보를 보호하기 위해 사용된 기술 및 보안 조치에 대한 설명 IV. 사고와 관련된 위험 V. 즉시 통보하지 않은 경우의 지연 사유 VI. 손해의 영향을 치유하거나 완화하기 위해 채택되었거나 채택될 조치. 제2항 국가 기관은 정보주체의 권리를 보호하기 위해 필요한 경우 사고의 심각성을 확인해야 하며, 관리자가 다음과 같은 조치를 취하도록 명령할 수 있다. I. 통신 매체를 통한 사건의 광범위한 공개 II. 사고의 영향을 치유하거나 완화하기 위한 조치. 제3항 사고의 심각성을 판단할 때, 서비스의 범위와 기술적 한계 내에서 영향을 받은 개인정보에 무단 접근한 제3자에게 이해할 수 없도록 하기 위하여 적절한 기술 및 보안 조치가 채택되었음을 입증하는 사후 시연을 분석한다.

위한 기술적 및 보안 조치 (d) 사고와 관련된 위험을 식별하고, 정보주체에 미칠 수 있는 영향을 확인 (e) 본 조항에서 정한 기간 내에 통보가 이루어지지 않은 경우의 지연 사유 (f) 소유자에게 미칠 사고의 영향을 치유하거나 완화하기 위해 채택된 또는 채택될 조치 (g) 사고가 발생한 날짜(확인 가능한 경우) 및 관리자가 인지한 날짜 (h) 책임자 또는 관리자를 대표하는 자의 세부 사항 (i) 관리자의 신원 및 소규모 처리 대리인임을 선언하는 경우 해당 내용 (j) 해당하는 경우 운영자의 신원 (k) 주요 원인을 식별 가능한 경우 이를 포함하여 사고에 대한 설명 (l) 사고로 영향을 받는 처리 활동에서 처리되는 정보주체의 총 수.

해당 정보는 통보로부터 20영업일 이내에 합리적인 방식으로 보완해야 할 수 있다.

보안 사고를 보고하려면 브라질 개인정보 보호국이 제공하는 전자 양식을 사용해야 한다.

보안 사고 보고는 관리인을 대리인을 통해 계약, 고용 또는 기능적 관계를 증명하는 문서를 첨부하여 제출해야 하며, 또는 관리인이 담당자를 통해 계약, 고용 또는 기능적 관계를 증명하는 문서를 첨부하여 브라질 개인정보 보호국에 제출해야 한다.

위에서 언급한 문서들은 이 조항의 제목에 명시된 기한 내에 보안 사고 보고서와 함께 제출해야 한다.

아. 데이터 침해에 대한 보상

- 1) 한국은 개인정보보호법 제39조의9(손해배상의 보장)에 따라 손해배상책임의 이행을 위해 보험 또는 공제에 가입하거나 준비금을 적립하는 등 필요한 조치를 하여야 함. 이와 유사한 규제가 있는지

보험 가입 규정은 따로 없다.

자. 개인정보 유출 손해 배상 보험

- 1) 개인정보 규제(법령)를 위반하거나 개인정보 사고가 발생한 경우 과태료, 과징금 등은 최대 얼마까지 부과되는지

브라질 개인정보보호법 제52조 및 결의안 제4/2023호²⁶⁹⁾에 따르면 과태료는 법인, 그룹 또는 기업 집단의 전년도 매출액의 2% 이하이며, 세금을 제외하고 50,000,000.00 헤알(오천만 헤알) 이하이다.

그러나 벌금만이 유일한 제재가 아니라는 점이 중요하다. 위반 상황에 따라 적용될 다른 제재도

269) Resolucaon4CDANPD24.02.2023.pdf

있다. 브라질 데이터 보호 기관은 적절한 양형에 다음 사항을 고려한다(결의안 제4/2023호, 제 7조): (i) 위반의 심각성과 성격 및 영향을 받은 개인 권리 (ii) 위반자의 선의 (iii) 위반자가 얻은 또는 의도한 이익 (iv) 위반자의 경제적 상황 (v) 특정 범죄 재범 여부 (vi) 일반 재범 여부 (vii) 이 규정의 부록 I에 따른 피해 정도 (viii) 위반자의 협력 (ix) 개인정보보호법에 부합하는 방식으로 데이터의 안전하고 적절한 처리를 목표로 하는 내부 체계 및 절차의 반복적인 채택 입증 (x) 모범 사례 및 거버넌스 정책의 채택 (xi) 신속한 시정 조치의 채택 (xii) 과실의 심각성과 제재의 강도 간의 비례성.

2023년 제4호 결의안에 명시된 바와 같이, 브라질 개인정보 보호국(ANPD)은 다음과 같은 경우에 단순 벌금을 부과한다. 1. 위반자가 정해진 기한 내에 예방 또는 시정 조치를 준수하지 않는 경우 2. 위반이 심각한 것으로 분류되는 경우 3. 위반의 성격, 데이터 처리 활동, 또는 사건의 특정 상황으로 인해 다른 제재가 적절하지 않다고 판단되는 경우

과태료 금액의 결정은 다음 요소를 기반으로 한다. (a) 위반의 분류 (b) 제재 이전의 최근 회계 연도에서 법률에 따른 부문의 회사를 제외한 위반자의 특정 세금을 제외한 수익 금액 (c) 위반으로 인한 피해 정도 - 특정 분야의 관련 법률이 적용되는 회사의 경우, 수익은 특정 상황에 따라 조정될 수 있다 (d) 위반자가 정확하거나 완전한 문서를 제출하지 않을 경우, 브라질 개인정보 보호국은 미리 정의된 절대값 범위를 기반으로 수익을 추정할 수 있다.

결의안 제4호는 벌금을 증가시킬 수 있는 다음 등 여러 가중 상황을 규정한다. (a) 특정 재발의 경우 벌금을 40% 이하 증액 가능 (b) 일반 재발의 경우 벌금을 20% 이하 증액 가능 (c) 예방 또는 시정 조치의 불이행의 경우 벌금을 90% 이하 증액 가능

반대로, 경감 사유는 벌금을 줄일 수 있다. 예를 들어 다음과 같다. (a) 위반 행위가 진행되는 과정에서 중단된 경우 75% 이하 벌금 감액 가능 (b) 정보주체에게 피해를 최소화하는 거버넌스 선관행이나 체계를 채택한 경우 20% 이하 벌금 감액 가능 (c) 위반자가 협력하거나 선의로 행동을 입증한 경우 벌금 5% 감액

추가적으로, 브라질 개인정보 보호국은 비금전적 제재의 준수를 보장하기 위해 일일 벌금을 부과할 수 있으며, 이는 위반당 최대 한도에 따라 결정된다. 요약하자면, 브라질 개인정보 보호국이 부과하는 벌금은 위반의 심각성, 위반자의 수익, 그리고 절차 전후의 행위를 고려한 상세한 기준에 따라 계산된다. 최종 금액은 가중 및 경감 요인에 따라 조정하여, 위반의 중대성과 위반자의 행위에 비례한 처벌이 이루어지도록 한다.

8. 결제 관련

가. 정보제공 (표시 광고)

1) 전자상거래 시 소비자에게 공개해야 하는 정보, 또는 알려야 하는 정보에 관한 규제 또는 법률이 있는지. 있다면 어떤 정보를 공개해야 하는지

[예시] 상호 및 대표자 성명/ 주소·전화번호·전자우편 / 공정거래위원회 또는 특별자치장 등에게 신고한 신고번호 등

일반적으로 브라질의 법률은 소비자가 서비스 제공자 및 구매하는 제품/서비스에 관한 정보를 투명하게 알 수 있도록 하는 규정을 두고 있다.

이를 염두에 두고 전자상거래법(270) 제2조(271)는 서비스 제공자가 웹사이트나 전자 플랫폼에 다음 정보를 표시해야 한다고 규정한다.

(i) 회사의 법인명, 해당되는 경우 법인 납세자 식별 번호(법인세 등록번호) (ii) 연락처 및 위치 정보, 회사의 주소를 포함한 정보 (iii) 소비자의 건강과 안전에 대한 위험을 포함한 제품/서비스의 주요 특징 (iv) 배송비와 같은 추가 비용을 포함한 제품/서비스 가격의 상세 내역 (v) 제안의 상업적 조건 (결제 방법, 가용성, 배송 기간) (vi) 제품/서비스 제안에 적용되는 제한사항에 관한 명확한 정보. 이 정보는 서비스 제공자의 웹사이트상 눈에 잘 띄고 쉽게 볼 수 있는 위치에 표시해야 한다. 전자상거래법 (E-commerce Law) 제5조(272)에 따르면, 서비스 제공자는 소비자가 청약철회권을 행사할 수 있는 적절한 수단을 웹사이트나 전자상거래 플랫폼에 명시해야 한다. 청약철회권은 소비자가 온라인으로 구매한 제품을 구매일로부터 7일 이내에 포기할 수 있는 권리를 의미한다.

2) 사업자가 패키지 또는 디지털 패키지*형태로 게임을 판매할 때, 반드시 표시해야 하는 정보가 무엇인지

* 디지털 패키지: 물리적인 매체(Media) 없이 디지털 형태로 유통되는 게임을 의미함

위에서 언급한 바와 같이, 브라질 규정에 따르면 소비자는 자신이 구매하는 제품/서비스에 관한

270) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm

271) 제2조 - 소비자 계약을 제공하거나 체결하는 데 사용되는 웹사이트 또는 다른 전자 플랫폼은 다음 정보를 눈에 잘 띄는 위치에 제공해야 한다.

I - 공급자의 법인명과 등록번호는 재무부의 개인 또는 법인의 국가 등록부에 등록된 경우에 한해 제공한다. II - 물리적 및 전자적 주소와 위치 및 연락을 위한 기타 필요한 정보를 제공한다. III - 소비자의 건강과 안전에 대한 위험을 포함한 제품 또는 서비스의 필수적인 특징을 명시한다. IV - 배송비나 보험 비용과 같은 추가 또는 부수적인 비용을 가격에 상세히 명시한다. V - 결제 방법, 가용성, 서비스 실행 또는 제품 배송 또는 가용성의 방식과 기간을 포함한 제안의 완전한 조건을 명시한다. VI - 제안의 이용에 대한 제한 사항을 명확하고 눈에 띄게 제공한다.

272) 제5조 - 공급자는 소비자에게 철회권을 행사할 적절하고 효과적인 수단을 명확하고 눈에 띄게 알려야 한다.

모든 관련 정보를 받을 권리가 있다.

이 권리는 소비자보호법²⁷³⁾ 제6조 III목에서 보장하고 있다.²⁷⁴⁾ 이 조항은 소비자가 획득하는 제품/서비스에 대해 명확하고 적절한 정보를 얻을 권리가 있다고 명시하고 있다. 여기에는 제품/서비스의 특징, 수량, 가격 및 적용되는 세금 등이 포함된다.

또한, 소비자보호법 제31조²⁷⁵⁾는 상업화된 모든 제품과 관련하여 소비자에게 명확하고 정확한 정보를 제공해야 한다고 규정한다. 이 정보는 제품의 특성, 품질, 수량, 구성, 가격, 보증, 유효기간, 원산지 등과 같은 세부 사항을 포함하며, 소비자의 건강과 안전에 대한 위험도 포함한다. 이 조건은 물리적 게임 패키지와 전자 게임 패키지 모두에 적용된다.

3) 게임 내 상품(아이템 등)을 판매할 때, 반드시 표시해야 하는 정보가 무엇인지

게임 내 제품을 판매할 때 표시해야 하는 정보에 대해 구체적으로 규제하는 규칙은 없다. 따라서 이러한 경우에는 소비자에 게임 내 상품을 제공하는 경우 위에서 언급한 소비자보호법 및 전자상거래법의 일반 규정을 고려해야 한다.

나. 추천 광고

1) 광고주와 추천·보증인과의 경제적 이해관계를 표시해야 하는 규정이 있는지(예: 스트리머, 인플루언서 등을 통한 광고)

광고주와 앞서 언급한 추천인(인플루언서 및 스트리머) 간의 제품 광고를 다루는 특정 규정이나 법률은 없다. 따라서 이 경우, 광고주와 추천인은 소비자보호법 및 국가 광고 자율 규제 위원회(CONAR) 규정에 의해 설정된 일반 광고 규칙²⁷⁶⁾을 준수해야 한다.

그럼에도 불구하고, 브라질 광고 자율 규제 위원회는 디지털 인플루언서 광고 가이드라인을 발표하여 인플루언서(스트리머 포함)가 홍보하는 광고에 자율 규제 위원회의 규칙을 적용하는 구체적인 지침을 제공한다.

이와 관련하여 소비자보호법 제36조²⁷⁷⁾에 따르면 모든 상업적 자료는 소비자가 광고임을 명확

273) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm

274) 제6조 - 소비자의 기본 권리는 다음과 같다. III - 다양한 제품과 서비스에 대한 적절하고 명확한 정보를 제공받으며, 수량, 특징, 구성, 품질, 적용 세금 및 가격, 그리고 관련된 모든 위험에 대한 정확한 명시를 받을 권리.

275) 제31조 - 제품 또는 서비스의 제공 및 표시에는 그 특성, 품질, 수량, 구성, 가격, 보증, 유효기간, 원산지 등과 관련된 올바르게 명확하며 정확하고 눈에 띄는 정보가 포르투갈어로 제공되어야 하며, 소비자의 건강과 안전에 대한 위험도 포함해야 한다.

276) <http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php>

277) 제36조 - 광고는 소비자가 쉽게 즉시 인식할 수 있는 방식으로 표시해야 한다.

히 알 수 있도록 작성해야 한다.

또한, 디지털 인플루언서 광고 가이드라인에 따르면, i) 인플루언서의 자료가 관련 제품/서비스를 명확하게 홍보하고 ii) 인플루언서는 광고주로부터 금전적 이익이 아니라도 보상이나 상업적 관계(경제적 이익)를 받으며 iii) 광고주가 광고 내용에 대한 편집권을 갖는 경우, 해당 자료는 광고로 간주되어 자율 규제 위원회(CONAR)의 규칙을 적용받는다. 이 때 광고주의 편집권은 제품 또는 서비스의 홍보를 위해 제안자에게 제시되는 특정 요청 및/또는 제안으로 나타난다. 이는 콘텐츠, 시간, 빈도, 또는 게시 형태에 대한 세부 사항을 포함하여 크고 작은 영향을 미칠 수 있다.

2) 스트리머, 인플루언서 등에게 현금이 아닌 게임 아이템을 제공하는 것만으로도 경제적 이해관계가 성립되는지

브라질 법률에 따르면, 광고주가 인플루언서가 공개할 정보와 콘텐츠에 대한 편집권을 보유하지 않는 경우²⁷⁸⁾ 제품이나 게임 아이템을 제공하여 인플루언서가 이를 대중에게 소개하고 소비 또는 필요한 관리에 대한 지침을 제공하는 행위는 경제적 이익이 아니다.

다. 구독 서비스 관련

1) 구독 서비스 등 정기결제 관련하여 사업자가 준수해야 할 사항은 어떤 것이 있는지, 존재하지 않는 경우라면, 서비스 제공자가 준수해야 할 요소들(정기 결제, 통지 방법, 구독 해지 요청 시 환불 절차 등)에는 무엇이 있는지

브라질에서는 구독 서비스도 소비자보호법의 규정을 준수해야 한다. 브라질법은 소비자를 매우 보호하며, 이는 5. 가.항에서 언급된 바와 같이 소비자보호법에 반영되어 있다. 소비자보호법의 주요 목표는 소비자의 권리를 보호하는 것이다.

소비자보호법은 구독 서비스에 대해 더욱 엄격한 보호 조치를 취한다. 이는 이러한 서비스가 일반적으로 부합 계약(Adhesion Agreements)에 의해 규제된다는 점을 이해하기 때문이다. 이러한 경우, 계약 조건은 서비스 제공자가 일방적으로 정의하며 소비자와 협상하지 않기 때문에, 특정 조치를 취해야 한다. 소비자보호법 제54조²⁷⁹⁾에 규정하였듯 다음과 같은 조치가 요구된

278) 서비스 제공자가 인플루언서에게 제품을 제공할 때 게임에 대한 긍정적인 리뷰나 추천을 게시하라는 조건을 달지 않아 인플루언서가 게임과 관련된 콘텐츠를 긍정적인 평가이든 부정적인 평가이든 관계없이 자유롭게 게시할 수 있는 경우를 말함

279) 제54조 - 부합 계약은 소비자가 그 내용을 실질적으로 협상하거나 수정할 수 없는 상태에서, 제품 또는 서비스 공급자가 일방적으로 설정하거나 공급하는 계약이다. 제1항 - 양식에 조항을 포함하는 것은 계약의 성격을 변경하지 않는다. 제2항 - 부합 계약에서 해지 조항은 소비자가 선택할 수 있는 경우에 허용되며, 이전 조항 제2항의 규정을 따른다. 제3항 - 부합 계약서는 소비자가 이해하기 쉽도록 명확한 용어로 작성하고, 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 글자로 작성해야 하며, 글자 크기는 12포인트 이상이어야 한다. 제4항 - 소비자의 권리를 제한하는 조항은 즉각적이고 쉽게 이해할 수 있도록 강조되어야 한다.

다. (i) 소비자가 언제든지 비용 없이 계약을 해지할 수 있도록 허용하는 조항을 포함하고, (ii) 계약서를 명확하고 이해하기 쉬운 방식으로 작성하며, 글자 크기는 12포인트 이상이어야 하고 소비자의 권리를 제한할 수 있는 조항을 강조해야 한다.

이 유형의 서비스에 대한 계약에서 결정된 다른 조건들은 5. 가.항에서 자세히 설명된 바와 같이 소비자보호법 제51조를 준수해야 한다. 이 조항은 소비자에게 불리한 조항의 유형을 명시하고 있다. 또한, 가입 계약은 소비자에게 과도한 부담을 주는 조건을 포함해서는 안 된다.

라. 광고 시 금지사항

1) 게임에 대한 광고 시 금지되는 행위에는 어떤 것이 있는지

게임 광고에 대한 구체적인 규정은 따로 없다. 전자 게임 기본체계에는 구체적인 규정이 없다. 일반적으로, 소비자보호법이 이러한 광고를 규제하는 법률이 될 것이며, 또한 3. 바.항에서 언급한 국가 광고 자율 규제 위원회 강령도 마찬가지이다.

도박과 관련하여는 규칙이 더 엄격하며, 5. 가.항에서 언급된 도박법 제17조에 몇 가지 제한 사항을 두고 있다. 또한 국가 광고 자율 규제 위원회 규정도 적용된다.

2) 야간 광고 발송에 대한 규제가 있는지

게임 제품을 야간에 광고하는 것에 대한 구체적인 규정은 없다. 그러나 일반적인 관행으로, 소비자가 문제를 제기할 경우 남용으로 간주될 수 있으므로 야간 시간대에 대량의 광고를 발송하는 것은 피하는 것이 좋다.

마. 결제한도

1) 게임 이용자의 결제 금액의 한도를 설정할 수 있는 시스템을 본인 또는 법정대리인에게 제공하도록 하는 법률 또는 정책이 있는지

게임 사용자에게 대한 결제 금액 한도를 설정하는 구체적인 요건은 없다. 단, 소비자에게 불리한 조건을 채택해서는 안 된다.

연령 제한에 관해서는, 전자 게임 기본체계²⁸⁰⁾에 따라 법정대리인의 동의 없이 어린이가 제품을 구매하는 것을 제한해야 한다.

280) 제17조 - 전자 게임 내 구매 수단은 해당하는 경우 기본 설정으로 아동의 구매 및 상업 거래를 제한하여 보호자의 동의권을 보장해야 한다.

바. 미성년자 법정대리인 권한(결제 관련)

1) 미성년자가 결제 등을 이행할 때 법정 대리인의 동의 등이 필요한지, 필요하다면 법정 대리인의 동의를 어떻게 획득해야 하는지, 그에 대한 규정 또는 법률은 어떻게 되는지

앞서 언급하였듯 전자 게임 기본체계(제17조)는 법정대리인의 동의 없이 어린이가 제품을 구매하는 것을 제한하도록 정하고 있다. 그러나 이 동의를 받는 방법은 명확히 규정하지 않았다.

2) 미성년자가 예외적으로 단독으로 결제할 수 있는 범위를 정하는 규정 또는 법률이 있는지

앞서 언급하였듯 전자 게임 기본체계(제17조)는 법정대리인의 동의 없이 어린이가 제품을 구매하는 것을 제한하도록 정하고 있다. 그러나 이 동의를 받는 방법은 명확히 규정하지 않았다.

사. 결제 및 체결 확인

1) 전자상거래에서 대금 지급과 관련해 보안 유지 및 청약 고지 / 확인 절차 마련 등에 관한 규정 또는 법률이 있는지

전자상거래법 제4조281)는 서비스 제공자가 제품/서비스를 전자상거래 플랫폼에서 판매할 때 소비자가 온라인으로 제품/서비스를 안전하게 구매할 수 있도록 하기 위해 반드시 이행해야 하는 구체적인 의무를 규정하고 있다.

제4조는 서비스 제공자가 다른 요건을 비롯하여 다음 사항을 수행할 것을 요구한다.

(i) 소비자의 개인 데이터 결제 및 처리를 위한 안전 체계를 구현한다. (ii) 고객에게 해당 서비스/제품을 획득하기 위한 상업적 조건의 간략한 요약を提供하며, 소비자의 권리를 제한하는 조항을 강조한다. (iii) 소비자가 구매를 확인하기 전에 실수를 식별하고 수정할 수 있는 구체적인 도구를 제공한다. (iv) 소비자가 결제 절차를 완료하면 즉시 구매를 확인하고, 소비자에게 계약

281) 제4조 - 전자상거래에서 소비자 서비스의 용이성을 보장하기 위해, 공급자는 다음을 준수해야 한다.

I - 거래 전에 계약서 개요를 제시하여 소비자가 선택 권리를 완전히 행사할 수 있도록 필요한 정보를 제공하고, 권리를 제한하는 조항을 강조한다.

II - 소비자가 계약 체결 이전 단계에서 발생한 오류를 식별하고 즉시 수정할 수 있는 효과적인 도구를 제공한다.

III - 제안 수락 접수를 즉시 확인한다.

IV - 거래 직후 제품을 보존하고 재생할 수 있는 형식으로 소비자에게 제공한다.

V - 소비자가 정보 요청, 질문, 불만 제기, 계약의 중단 또는 취소를 해결할 수 있도록 적절하고 효과적인 전자 고객 서비스를 유지한다.

VI - 소비자가 V목에 언급된 소비자 요청을 즉시 확인하고, 소비자가 사용한 동일한 방법을 사용한다.

VII - 소비자 데이터 처리 및 결제를 위한 효과적인 체계를 사용한다.

서와 영수증 사본을 제공한다.

2) 전자 거래 이후 소비자에게 청약의 정보를 고지하고 수신확인을 받는 등의 기본 규정 또는 법률이 있는지

전자 거래 후 구독 확인 및 인지에 관해서도 전자상거래법 제4조에서 규정한 것과 동일한 요건이 적용된다.

아. 조작 실수 방지

1) 소비자가 실수로 결제하는 경우를 방지하기 위해 필요한 절차에 대한 법률이나 규정 등이 있는지

전자상거래 판매와 관련하여 서비스 제공자의 의무 중 하나는 소비자가 결제 확인 전에 구매와 관련된 모든 세부 사항을 확인할 수 있는 구체적인 도구를 제공하는 것이다. 이는 구매 확인 전에 실수를 식별하고 수정할 수 있도록 하기 위한 목적이다.

9. 청약철회 및 환불 등

가. 청약철회

1) 전자상거래에서 소비자가 계약 및 청약 철회할 수 있는 조건, 기간, 환불 절차 등 관련 규정 또는 법률이 있는지

소비자보호법 제49조²⁸²⁾는 소비자에게 철회권을 부여한다. 이는 상업 시설 외부에서 계약이나 구독이 체결된 경우(예: 전자상거래), 제품이나 서비스를 받은 후 7일 이내에 어떠한 벌금이나 책임 없이 계약을 철회할 수 있는 권리이다.

소비자가 철회권을 행사한 경우, 서비스 제공자는 반품 제품이나 취소한 서비스 대금으로 소비자가 지불한 액수 전액을 환불해야 한다.

나. 미성년자 청약철회

1) 미성년자가 계약 또는 결제 등의 행위를 진행할 때 법정대리인의 동의가 없는 경우 계약이 무효임을 안내해야 하는지. 이외 관련 규정이 있는지

5. 사.항에서 언급한 바와 같이, 브라질에서는 아동 및 청소년이 법적 문서를 작성할 때 완전한 행위능력이 없다. 16세 미만의 어린이(절대 무능력자로 간주됨)는 법정대리인이 대신 서명해야 하며, 16세에서 18세 사이의 청소년(상대적 무능력자로 간주됨)은 법정대리인과 함께 계약서에 서명할 수 있다. 이 경우, 법정대리인이나 제3자는 청소년의 법적 무능력을 주장하여 계약의 무효를 요구할 수 없으며, 오직 청소년 자신만이 이를 주장할 수 있다.

서비스 제공자가 미성년자가 법정 대리인의 동의를 받지 않은 경우 계약이 취소될 수 있음을 통지해야 한다는 구체적인 규정은 없지만, 이 정보를 포함하는 것을 강력히 권장한다. 이는 소비자보호법 규정, 특히 소비자의 정보 및 투명성 원칙을 준수하기 위한 것이다.

2) 미성년자를 대상으로 서비스를 제공하는 경우 사업자에게 미성년자 보호를 위한 별도의 보호 정책 수립 및 고지를 요구하는 법령의 의무

전자 게임 기본체계는 미성년자가 접근하는 게임에 대해 준수해야 할 특정 규칙을 규정한다. 제

282) 제49조 - 소비자는 제품이나 서비스를 받은 날로부터 7일 이내에 계약을 철회할 수 있다. 특히, 전화나 가정 방문을 통해 상업 시설 외부에서 제품이나 서비스 공급 계약이 체결된 경우에 해당된다.

단독 단락. 소비자가 본 조항에 명시된 철회권을 행사하는 경우, 숙려 기간 동안 지불된 모든 금액은 즉시 환불되며, 금액은 물가 상승률에 따라 조정된다.

15조²⁸³⁾ 제1항은 디지털 환경에서 어린이 및 청소년의 권리 침해 위험을 완화하기 위해 구체적인 조치를 채택해야 한다고 명시한다. 같은 조 제3항에 따르면, 서비스 제공자는 서비스, 시스템 및 게임 커뮤니티가 어린이 및 청소년에 대한 방치, 차별, 착취, 폭력, 잔혹 행위 또는 억압을 조장하는 환경을 조성하지 않도록 보장해야 한다.

또한, 제16조²⁸⁴⁾는 사용자 간 상호 작용이 가능한 게임에 대해 어린이 및 청소년의 권리를 보호하기 위한 특정 조치를 시행해야 한다고 규정한다. 이러한 조치에는 사용자에게 가해진 학대에 대한 불만을 접수하고 처리하는 시스템을 구축하는 것이 포함되며, 사용자에게 제재 및 보고 사항에 대한 투명성을 제공할 의무가 있다. 또한, 어린이 및 청소년의 권리에 대한 인식을 높이고 교육하기 위한 적극적인 조치를 시행해야 하며, 다른 사용자와의 접촉 위험에 대비한 보호 시스템과 체계를 지속적으로 갱신하고, 상호 작용 체계를 비활성화할 수 있는 선택지를 보장해야 한다.

또한, 브라질 개인정보보호법 제14조는 미성년자에게 전달되는 모든 통보는 사용자의 신체적, 운동적, 지적적, 감각적, 지적 및 정신적 특성을 고려하여 단순하고 명확하며 접근 가능한 방식으로 제공해야 한다고 규정한다. 필요할 경우 시청각 자료를 사용하여 부모나 법정 후견인에게 필요한 정보를 제공하고, 아동이 이해할 수 있도록 적절하게 전달해야 한다.

283) 제15조- 아동 및 청소년이 접근할 수 있는 전자 게임의 설계, 개발, 관리 및 운영은 현행 법률에 따라 어린이 및 청소년의 최선의 이익을 우선시해야 한다. 제1항 - 본 조의 주요 규정에 언급된 전자 게임에서는 이러한 게임의 설계나 운영에서 발생할 수 있는 아동 및 청소년의 권리에 대한 위험을 완화하고, 디지털 환경에서 그들의 권리를 보장하기 위한 적절하고 비례적인 조치를 취해야 한다.

제2항 - 제1항 및 본 조항의 규정을 적절히 준수하기 위해, 전자 게임 개발자는 아동 및 청소년과의 대화와 의견 수렴을 위한 채널을 마련하기 위해 노력해야 한다.

제3항 - 전자 게임 제공자는 전자 게임 서비스, 시스템 및 관련 공식 커뮤니티가 다음과 같은 환경을 조성하거나 촉진하지 않도록 보장해야 한다:

- I - 어린이와 청소년에 대한 모든 형태의 방치, 차별, 착취, 폭력, 잔혹 행위, 또는 억압
- II - 장애가 있는 어린이 및 청소년에 대한 차별을 금지하고, 2015년 7월 6일 법률 제13,146호 장애인권리법에 따라 모든 아동 및 청소년이 서비스를 이용할 수 있도록 보편적 디자인과 접근성을 보장하는 기술적 조치를 시행하여야 한다.

284) 제16조 - 아동 및 청소년을 대상으로 하는 전자 게임에서 사용자들 간의 텍스트, 오디오, 비디오 메시지 또는 콘텐츠 공유를 통한 상호 작용을 허용하는 경우, 아동 및 청소년의 권리를 보호하기 위해 최소한 다음 사항을 제공하여야 한다.

- I - 이용자가 저지른 남용 및 불규칙 행위에 대한 불만 및 보고를 접수하고 처리하는 이용자 시스템
- II - 신고한 이용자에게 합리적인 시간 내에 신고 결과에 대한 정보를 제공하는 것
- III - 결정에 대한 재검토 요청 및 부과된 처벌의 철회를 위한 도구
- IV - 사회적 투명성에 관한 사항
 - a) 접수된 보고서의 수와 위반 행위의 유형
 - b) 보고서 분석, 콘텐츠 제거, 커뮤니티 관리에 사용되는 방법의 세부 사항
 - c) 플랫폼을 이용하는 아동 및 청소년의 권리를 보호하기 위해 사용된 위험 완화 방법과 안전 조치의 세부 사항
 - d) 위반 사용자에게 적용될 제재 조치와, 사용자가 계정 차단 시 추가 계정을 생성하지 못하도록 방지하는 조치
 - e) 지역사회와 내부 체계 내에서 기본권을 인식시키고 교육하며 촉진하기 위해 취해진 적극적인 조치
- V - 브라질 법률을 준수하여, 이용 약관에서 어린이 및 청소년의 권리를 침해하는 행위, 콘텐츠 교환 및 상호 작용을 불허
- VI - 아동 및 청소년 사용자의 능력과 자율성의 점진적 발전을 존중하고 사용자의 부모 및 청소년 사용자의 권리를 보장하면서 감독 및 중재 도구의 업데이트 및 유지 보수
- VII - 다른 이용자와의 접촉 위험에 대한 보호 메커니즘의 투명성, 지속적인 업데이트 및 개선, 상호 작용 메커니즘을 비활성화할 수 있는 옵션을 보장
- VIII - 이 조항의 항목 I, II, III에 대한 정보를 어린이, 청소년 및 그 보호자가 이해하기 쉬운 포르투갈어로 제공

다. 캐시/ (게임 내) 재화

1) 캐시, 포인트 등의 법적 지위가 어떻게 되는지, 현금과 동일한 가치로 인정되는지

게임 내에서만 사용 가능한 화폐 및 포인트를 실제 화폐로 인정하거나 이를 규제하는 구체적인 법률이나 결정례는 없다.

2) 게임 내 사용 가능한 재화의 이용, 양도, 사용기간, 환불(보상) 관련한 규정 또는 법률이 있는지

게임 내에서만 사용 가능한 화폐의 사용, 이전, 사용 기간, 환불에 관한 구체적인 법률은 없다. 그러나 특정 사례에 따라 소비자보호법 규정이 적용될 수 있다.

라. 청약철회의 대상

- 1) 현금으로 구매한 캐시가 청약철회 대상인지
- 2) 현금으로 구매한 유료재화가 청약철회 대상인지
- 3) 캐시로 구매한 유료재화가 청약철회 대상인지
- 4) 현금으로 구매한 디지털 상품(인-게임 아이템)이 청약철회 대상인지
- 5) 캐시로 구매한 디지털 상품(인-게임 아이템)이 청약철회 대상인지
- 6) 유료재화로 구매한 디지털 상품(인-게임 아이템)이 청약철회 대상인지

[상기 모든 항목에 대한 답변] 모든 게임 내 구매, 브라질을 포함한 모든 통화로 이루어진 구매는 소비자가 획득한 제품으로 간주되며, 소비자보호법에 명시된 조건과 조항의 적용을 받는다. 이러한 이유로, 9. 가.항에서 설명한 철회권이 적용되며, 소비자는 구매 후 7일 이내에 이러한 구매를 철회할 권리가 있다. 그러나 제품의 특성과 구매 조건에 따라 브라질에서는 이러한 해석이 한 가지로 통합된 상황은 아니다. 환불이 지연될 경우 위자료(moral damage)를 지급해야 할 수도 있다.

마. 환불

1) 청약철회의 보장기간이 경과한 '캐시' 또는 디지털 상품(인-게임 아이템)에 대하여 이용자가 환불요청 시 이를 처리해주어야 할 의무가 있는지

현재 사용자가 구독을 철회하는 경우를 포함하여, 현금 또는 전자 제품(게임 내 아이템)에 대한 환불을 규제하는 구체적인 규정은 없다. 이 경우, 특정 적용 규칙이 없는 다른 모든 경우와 마찬가지로 환불 조건을 규제하는 주요 문서는 구독 계약이다.

2) 관련 법령 또는 정책상 게임이 서비스를 종료할 시의 환불에 대한 규정이 있는지(환불 대상이 되는 잔여재화 및 상품의 범위, 환불 수수료 부과 여부, 환불 절차 사전 안내 의무 등)

3) 환불 수수료에 대한 기준, 혹은 규제가 있는지(특정 비율 이상의 수수료는 과도하다 간주하여 규제하는 경우 등)

[위의 두 항목에 대한 답변] 소비자보호법 제35조²⁸⁵⁾는 서비스 제공자가 계약서나 제품 광고에 명시된 조건에 따라 서비스를 제공하지 않을 경우, 소비자 권리의 일환으로 계약을 해지하고 지불한 금액의 환불을 요청할 수 있다고 규정한다.

그러나 계약 해지가 소비자의 요청으로 인한 경우, 법적으로 환불 의무는 없다.

4) 이용자가 회원 탈퇴 시, 관련 법령 또는 정책상 캐시 또는 게임 속 재화가 환불 대상에 포함되는지
사용자가 회원 탈퇴를 할 경우 현금이나 게임 내 화폐를 구매한 금액의 환불에 관한 구체적인 규정은 없다.

바. 과오납금 환불

1) 소비자가 실수로 결제한 경우 이를 환급하는 것에 관한 규정 또는 법률이 있는지

브라질에서는 소비자가 자신의 잘못으로 과지불을 한 경우, 서비스 제공자는 소비자가 지불한 특정 금액을 환불해야 한다. 이러한 환불에 대한 비용을 부담할 당사자에 대한 구체적인 규정은 없다. 그러나 과오납이 회사의 행위나 실수로 발생한 경우, 회사는 소비자가 초과 지불한 금액의 두 배를 환불해야 한다. 이는 소비자보호법 제42조²⁸⁶⁾ 단서에 따른 것이다.

사. 소멸시효/사용기간

1) 상행위로 인해 발생하는 채권의 소멸시효가 어떻게 되는지

브라질에서는 소비자보호법 제27조²⁸⁷⁾에 따라 제품 또는 서비스로 인한 손해 배상 청구의 소멸시효는 소비자가 손해와 그 원인을 인지한 날로부터 5년이다,

285) 제35조: 제품 또는 서비스의 공급자가 제품 또는 서비스를 제공하거나 광고를 준수하지 않을 경우, 소비자는 이에 대한 대안으로 다음의 어느 하나를 자유롭게 선택할 수 있다.

Ⅰ - 제언, 발표 또는 광고의 조건에 따라 의무를 강제적으로 준수할 것을 요구한다.

Ⅱ - 다른 제품이나 동등한 서비스를 수락한다.

Ⅲ - 선불된 모든 금액을 화폐 가치로 조정하여 반환받을 권리, 손해배상을 받을 권리를 보유하여 계약을 해지한다.

286) 제42조 - 채무를 상환하지 못한 부도자 소비자는 조롱을 당하거나 어떠한 형태의 창피나 위협을 받아서는 안 된다. 단독 단락. 부당한 금액을 청구받은 소비자는 과다 지불한 금액의 두 배를 환불받을 권리가 있으며, 여기에 금전적 수정과 법정 이자가 추가된다. 단, 정당한 오류가 있는 경우는 예외로 한다.

287) 제27조 - 본 장 제2절에 규정된 제품 또는 서비스로 인한 손해배상 청구권은 제품 또는 서비스로 인한 손해 및 그 원인을 알게 된 날로부터 5년 이내에 소멸한다.

2) 게임을 위해 현금으로 구매한 캐시/유료재화의 사용기간에 대한 규정 또는 법률이 있는지
실질 화폐로 구입한 게임 내 화폐 소멸시효에 관한 구체적인 규정이나 법률은 없다.

아. 휴업기간 업무처리

1) 사업자가 휴업을 하거나 영업정지를 하고 있는 경우에 소비자의 요청(청약철회 등)을 어떻게
처리하는지, 그에 대한 규정 또는 법률이 있는지

브라질에서는 기업이 소비자에게 하루 24시간, 주 7일 동안 하나 이상의 서비스 채널(전화, 인터넷 등)을 통해 소비자 서비스에 지속적으로 접근할 수 있도록 해야 한다. 이는 2022년 법령 제11.034호 제4조²⁸⁸)에 따른 것이다. 특히 전화로 제공되는 소비자 서비스는 하루 8시간 이상 운영해야 하며, 반드시 사람이 응대해야 한다.

자. 거래기록 보존

1) 전자상거래의 거래기록을 보존해야 하는지, 보존해야 한다면 어느 내용을 언제까지 보관해야
하는지 등에 대한 규정 또는 법률이 있는지

소비자보호법 제43조²⁸⁹)에 따르면, 서비스 제공자는 소비자가 요청할 때마다 서비스 제공자 파일에 보관된 모든 정보를 소비자에게 공개해야 한다. 거래 기록은 위의 목차 9. 사.항에 명시된 규정 기간(5년) 동안 보존해야 한다.

288) 제4조 - 소비자 상담 서비스는 하루 24시간, 주 7일 중단 없이 이용할 수 있어야 한다.

§ 1 - 본 조항에서 언급된 접근은 통합 서비스 채널 중 하나 이상을 통해 보장되며, 해당 채널의 가용성은 널리 홍보되어야 한다.

§ 2 - 전화 서비스를 통해 제공되는 소비자 상담 서비스 접근은 제5조에 따라 의무적이다.

§ 3 - 조항 본문에 명시된 바와 같이 제공된 서비스가 이용 또는 계약을 위해 제공되지 않는 경우, 규제 기관의 규정에 따라 소비자 상담 서비스에 대한 접근이 중단될 수 있다.

§ 4 - 소비자가 데이터를 사전에 제공하지 않은 상태에서 안내원에게 접근하는 것을 제한해서는 안 된다.

§ 5 - 서비스 대기 시간 동안 광고 메시지를 발송하는 것은, 소비자의 사전 동의가 있는 경우를 제외하고 금지된다.

§ 6 - 제5항의 조항에 영향을 미치지 않으면서, 대기 시간 동안 소비자의 권리와 의무 또는 다른 이용 가능한 서비스 채널에 관한 정보 메시지를 발송하는 것을 허용한다.

(https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2022/Decreto/D11034.htm)에서 이용 가능)

289) 제43조 - 소비자는 제86조의 규정에 영향 없이 자신에 관한 기록, 파일, 등록부, 소비자 및 소비 데이터와 그 출처에 대한 정보를 열람할 권리가 있다. 제1항 - 소비자 기록과 데이터는 객관적이고 명확하며 진실해야 하고, 쉽게 이해할 수 있는 언어로 작성해야 한다. 또한, 5년을 초과하는 기간에 대한 부정적인 정보는 포함할 수 없다. 제2항 - 소비자가 요청하지 않은 경우에도 기록, 파일, 등록부 및 개인 및 소비 데이터의 생성은 소비자에게 서면 통지되어야 한다.

10. 게임산업 진흥 등

가. 게임산업에 대한 세제혜택 및 보조금 지원

1) 게임산업 관련 세액공제 등 게임산업에 대한 세제혜택이 있는지 또는 보조금 지원정책 등이 존재하는지 여부 및 그 내용

최근 전자 게임 기본체계가 제정된 이후, 전자 게임은 이제 공식적으로 문화 부문으로 인정받아 다른 혁신적이고 문화적인 활동에 부여되는 기존의 장려책의 혜택을 받을 자격이 생겼다.

게임 부문에 투자하는 투자자는 브라질의 문화 및 시청각 사업에 대한 투자를 규제하는 법률에 따라 세금 공제를 받을 자격이 있다. 예를 들어, 국립 문화 지원 프로그램(일명 루아네트법)과 영상물법이 있다. 두 법률 모두 유사하게 작동하며, 영상물(게임 포함), 스포츠 이벤트, 예술 공연 및 음악 콘서트 등 다양한 성격의 지역 프로젝트에 재투자할 경우 소득세 공제를 허용한다. 이러한 연방 법률 외에도 주 정부는 주기적으로 지역 장려 정책을 시행한다. 이러한 장려 정책은 일반적으로 공적 자금을 포함하며, 상파울루와 리우데자네이루와 같이 입찰 및 선정 과정을 통해 기준을 최선으로 충족하는 게임 사업을 선별한다.

각 국책 은행도 게임 산업에 중점을 둔 자체 투자 라인을 출시했다. 브라질 경제사회개발은행(BNDES)은 브라질의 시청각 작품 개발 뿐만 아니라 게임 배급 및 출판 활동을 포함하는 Finem 자금 지원 라인을 운영하고 있다.

브라질 경제사회개발은행은 금융 프로그램은 IT 구성품, 소프트웨어 및 하드웨어의 구매와 같은 운영 비용을 충당하고, 이러한 사업에 참여할 인력을 고용하는 데 중점을 둔다.

나. 게임개발자 이민 시의 지원정책

1) 게임개발자 등 기술자가 해당 국가 이주시(‘기술이민’)의 지원정책

예) 취업비자 신속처리, 자녀교육비 지원, 의료비 지원 등

브라질 법상 외국인 전문가의 이전을 지원하는 구체적인 정책은 규정하지 않고 있다.

그러나 브라질 이민법²⁹⁰⁾은 외국인에게 근로 목적으로 임시 비자를 발급한다고 규정한다(제14조 I목 e호²⁹¹⁾). 브라질 내에서 고용 계약이 있든 없든(제14조 제5항²⁹²⁾), 이 법에 따라 해당

290) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13445.htm?msclid=5e60f3c2c38211eca6a4a5614d85b32a

291) 제14조. 브라질에 일정 기간 거주할 목적으로 입국하는 이민자에게는 다음 기준 중 하나를 충족하는 경우 임시

국가에서 활동 중인 법인이 제공한 일자리 제안을 증명해야 한다. 그러나 이민자가 고등 교육 학위 또는 이에 상응하는 자격을 증명하는 경우, 이 요구 사항은 면제된다.

또한 이 과정을 신속하게 처리할 수 있는 규제 조항도 있다. 브라질 규제 제도 제03/2017 호293)는 긴급 기술 비자 규정을 두었다. 이는 긴급 서비스 제공을 위한 비자로, 외국인이 브라질에서 고용 계약 없이 기술 지원 업무를 수행하는 동안 거주할 수 있도록 허용한다. 이 규정은 기술 지원의 정의에서 행정, 재정, 관리 기능을 명확히 제외하지만, 기술 지원 자체에 대한 정의는 제공하지 않는다.

이 절차는 일반 절차에 비해 간소화되어 있으며, 회사가 긴급성을 입증할 수 있는 경우 요청 후 영업일 기준 이틀 내에 승인이 이루어진다. 이 결의안에 따라 외국인이 거주하며 기술 지원을 제공할 수 있는 최대 기간은 1년이다. 후원 회사가 그 기간 이후에도 이민자의 브라질 서비스를 유지하려면 브라질 노동법에 따라 그들을 고용해야 한다.

작업 비자는 법무부 및 공공 안전부(MJPS)의 사전 승인을 받아야 한다. 후원 회사는 신청자를 대신하여 브라질에서 관련 신청서와 지원 서류를 법무부에 제출하여 절차를 개시해야 한다. 절차가 완료되고 승인되면, 법무부는 브라질 외교부를 통해 인가를 영사관에 전달한다. 이들 절차를 완료한 후 신청자는 영사관에 비자 신청서와 필요한 서류를 제출할 수 있다.

다. 게임저작권 침해에 대한 정책

- 1) 게임 관련 불법 프로그램 및 게임저작권 침해와 관련한 별도의 정책을 시행하고 있는지. 특히 게임 관련 불법 사설서버(게임 제작사나 publisher가 공식으로 제공하는 서비스가 아니라 제3자가 별도로 게임 서버를 구현하여 서비스를 제공하는 것)를 운영하고 있는 것과 관련해 해당 사이트 차단을 요청할 수 있는 기관이 있는지

현재 게임이라는 구체적인 맥락에서 저작권 침해나 불법 프로그램을 차단하는 데 중점을 둔 정책은 없다. 이는 저작권법²⁹⁴⁾에 따른다. 차단 요청은 침해가 발생하는 플랫폼/웹사이트/서비스 제공자를 상대로 법원에 제출해야 한다. 이와 관련하여, 저작권법 제105조²⁹⁵⁾는 침해가 발생할

비자를 발급할 수 있다. 1 - 임시 비자는 다음 목적을 위하여 발급된다. e) 근로

292) 제5항. 규정에 명시된 법리에 따라, 브라질에서 근로 활동을 수행하기 위해 오는 이민자에게는 고용 관계 유무에 관계없이 임시 근로 비자를 발급할 수 있다. 이민자가 브라질에서 활동하는 법인으로부터 공식적인 일자리 제안을 증명하는 경우 이 요건은 면제된다. 또한, 이민자가 고등 교육 학위 또는 이에 상응하는 자격을 증명하는 경우에도 이 요건은 면제된다.

293) https://portaldeimigracao.mj.gov.br/images/resolucoes_normativas/RN_03_2017.pdf에서 이용 가능

294) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm

295) 제105조 -예술, 문학, 과학 작품, 공연 및 음반의 보유자의 권리를 침해하여 전송 및 재전송하거나 대중에게

경우 관할 사법 당국이 즉시 중단하거나 차단할 수 있다고 규정하고 있다.

이러한 법적 조치에는 실무상 반드시 침해 사용자 정보 공개 요청을 추가한다. 이를 통해 침해 원인에 대해 추가 조사를 진행하고, 형사적 성격을 포함한 추가 조치를 직접 취할 수 있다.

대형 웹사이트와 플랫폼은 일반적으로 자체적인 통지 및 삭제 시스템을 갖추고 있거나, 보유자가 침해 콘텐츠의 삭제를 요청할 수 있도록 하는 디지털 밀레니엄 저작권법(Digital Millennium Copyright Act, DMCA)의 규정을 준수한다.

요약하자면, 법원 조치는 서비스 제공자가 특정 콘텐츠를 제거하도록 강제할 수 있는 유일한 사법의 수단이지만, 서비스 제공자에게 사법 구역에 의존하지 않고도 이러한 제거를 달성할 수 있는 다른 수단이 있다.

회원들을 대신하여 불법 서버 차단을 요청할 법적 인가를 가진 조직은 없다. 브라질의 게임 산업을 위한 조직은 브라질 게임 개발자 협회(ABRAGAMES)이다²⁹⁶⁾. 그러나 이 협회는 법정에서 회원들을 대표할 법적 권한이 없다. 브라질 게임 개발자 협회(ABRAGAMES)의 목표는 브라질 게임 산업의 홍보와 강화에 있다.

2) 해당 국가에 별도 사업장을 두고 있지 않은 해외 사업자가 차단 신청을 할 수 있는지, 신청이 가능하다면 신청에 필요한 자료는 무엇인지

브라질에 현지 사무소가 없는 사업자도 콘텐츠 차단 또는 삭제를 신청할 수 있다. 필요한 서류의 종류는 플랫폼에 따라 약간 다를 수 있지만, 게임이나 콘텐츠에 대한 소유권을 증명하는 등록증이나 기타 자료를 준비하는 것은 언제나 권장한다.

브라질은 베른 협약 (Berne Convention) 서명국으로서 예술 작품 보호를 위해 등록을 요구하지 않는다. 그럼에도 불구하고, 그러나 사업자가 국내외에서 작품을 등록한 경우 해당 증명서를 제시하는 것이 바람직하다. 이 문서가 없을 경우, 게임에 대한 저작권 소유를 입증할 수 있는 다양한 증거(계약서, 날짜가 명시된 메시지 등)를 제출할 수 있다.

외국 기업이 소송을 제기할 때는 하는 경우 보증금을 납부해야 한다. 따라서 이러한 비용을 피하기 위해 브라질에 본사를 둔 자회사, 라이선스 보유자 또는 상업 파트너를 포함하여 협력하는 것이 좋다. 그럼에도 불구하고, 소송에서 승소할 경우 보증금은 전액 반환된다.

통보하는 행위는 해당 사법 당국에 의해 즉시 중단되어야 하며, 불이행 시 일일 벌금 및 기타 적용 가능한 보상과 관계없이, 적용 가능한 형사 제재와 무관하게 즉시 중단되어야 한다. 만약 저작권 및 관련 권리 보유자의 권리를 반복적으로 침해한 것이 입증되면, 벌금의 금액은 2배 이하 증액할 수 있다.

296) <https://www.abragames.org/>

라. 장애인에 대한 게임서비스 관련 정책

1) 게임 관련 장애인의 접근성 확보를 위해 준수해야 할 기준 등 장애인 접근성을 위한 정책

장애인을 위한 접근성을 확보하기 위한 기준은 간편한 내비게이션부터 메뉴 탐색에서 자막 및 음성 설명까지 다양한 측면을 다룬다. 게임에 대한 주요 접근성 기준은 접근성에서 다음을 찾을 수 있다.

브라질의 기술 규범 협회 (ABNT) 규범 제17060호²⁹⁷⁾: 언어, 체력, 청력, 시력, 인지에 영향을 미치는 장애가 있는 사람들이 가상 환경에 더욱 쉽게 접근할 수 있도록 요구 사항을 설정한다. 이 규칙은 브라우저 및 스마트폰 게임에 적용된다.

접근성 법률 (법률 제10.098/2000호²⁹⁸⁾: 통보 통신 및 기술에서 보조 기술과 보편 디자인을 고려하는 접근성을 다루며, 보조 기술과 보편 디자인을 다룬다.

브라질 포괄적 장애인 포용법 (장애인지위 법령, 법률 제13.146/2015호²⁹⁹⁾: 장애인의 통보통신, 정보, 문화, 스포츠 및 여가에 대한 접근권을 포함하여 게임에 대한 도 포괄하는 다양한 권리를 다룬다.

마. 게임 내 인공지능(AI) 저작물 사용 관련 규제

1) 게임 내 인공지능(AI) 저작물 사용 등에 관련한 규제가 존재하는지, 현존하는 규제가 없다면 정책 동향은 어떠한지(법안 발의, 자율규제 추진 등)

게임 내에서 인공지능 사용에 관한 구체적인 규제는 현재 시행되고 있지 않다. 그러나 인공지능 기술의 일반적인 사용을 규제하는 법안(법안 2.338/2023³⁰⁰⁾)이 현재 논의 중이며, 이는 게임 산업의 사업자에게도 적용될 것이다.

이 법안은 인공지능 시스템에 영향을 받는 개인의 권리, 인공지능의 위험 수준 분류, 채택해야 할 조치 및 보호 장치를 포함한 다양한 주제를 다룬다. 법안은 또한 인공지능 운영자의 민사 책임과 데이터 보호 당국(브라질 개인정보 보호국, ANPD)과 같은 관련 정부 기관이 수행해야 할 모니터링을 한다.

297) <https://www.abntcolegcao.com.br/mpf/pdfview/viewer.aspx?Q=E3802B033371806EADD9F96044EFEE2193DDCBCED3E93AE715FE5D2B69B57C5F>

298) http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L10098.htm

299) https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm?msclid=e03ca915a93011eca55b7de3600188ab

300) <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233>

주목할 점은 이 법안이 인공지능이 저작권자로 인정되는지에 대한 문제를 다루지 않는다는 것이다. 브라질 법률은 전통적인 민사법의 입장에서 개인(자연인)이 창작한 작품에 대해서만 저작권을 인정한다.

한편, 법안은 AI 생성 콘텐츠의 창작을 위한 훈련이나 입력으로 저작물을 사용하는 경우 보유자에게 지급하는 대가를 규제한다. 이 점은 상원에서 치열한 논쟁의 대상이 되었으며, 일부 대형 기술 기업들의 저항을 받고 있다.

이 법안은 인공지능 규제 및 관리 국가 시스템체계(SIA)를 창설하며, 이 시스템은 체계는 법률 준수를 구현하고 모니터링 하는 책임을 진다. 법안에 따르면, SIA는 AI 시스템 개발에 사용되는 저작권 콘텐츠의 보상 및 투명성 문제를 해결하기 위한 규제 환경을 조성할 것이다.

이 법안은 저작권자에게 보유자에게 지급될 보상금이 콘텐츠 사용 정도를 고려하여 결정된다고 명시한다. 또한, 보유자는 작품의 무료 사용을 허가할 수 있다고 규정한다.

마지막으로, 브라질의 현행 데이터 보호 프레임워크에 따르면 사용자 상호작용을 모니터링하고 행동 패턴을 식별하기 위해 게임에서 인공지능 기술을 사용하는 것은 고위험 활동으로 간주한다. 이 기술은 데이터가 매우 구체적이고 정당한 목적에만 사용되도록 보장하는 조치와 함께 사용해야 한다. 예를 들어, 이용자의 나이를 추론하는 경우가 있다.

제4장

오스트레일리아(호주)

1. 법인 설립 등
2. 등급분류
3. 등급분류 사후관리 등
4. 게임서비스 관련 규제
5. 게임서비스 이용 관련
6. 개인정보의 수집과 동의
7. 개인정보의 처리와 보호
8. 결제 관련
9. 청약철회 및 환불 등
10. 게임산업 진흥 등

제4장 오스트레일리아(호주)

1. 법인 설립 등

가. 게임 산업 소관부처

1) 게임 산업을 소관하는 주무부처 내지 주요 기관은 어디인지

호주에는 비디오게임 산업을 규제하는 단일 부서나 조직이 없지만 그 규제 담당은 여러 규제 당국과 정부 부서에 걸쳐 있다. 비디오게임 산업에 대한 규제를 담당하는 기관들은 다음과 같다.

호주통신미디어청(Australian Communications and Media Authority, ACMA)³⁰¹⁾은 호주에서 미디어와 통신을 감독하는 주요 규제 기관이다. 이 기관은 텔레비전, 라디오, 인터넷, 통신 등 다양한 미디어 플랫폼을 규제하며, 방송 기준과 라이선스 조건 준수를 보장한다. 또한, ACMA는 호주 소비자에게 온라인 도박 서비스를 제공하는 게임 회사와 관련된 2001년 상호작용형 도박법(Interactive Gambling Act 2001 (Cth))³⁰²⁾을 관리하는 책임도 있다.

호주 경쟁 및 소비자 위원회³⁰³⁾(Australian Competition and Consumer Commission, ACCC)는 호주의 경쟁 및 소비자 규제 기관으로, 2010년 경쟁 및 소비자법(Competition and Consumer Act 2010 (Cth), CCA)³⁰⁴⁾과 호주소비자법(Australian Consumer Law) (CCA의 부속서 2에 해당)³⁰⁵⁾에 따른 경쟁 및 소비자법 문제의 규제를 담당한다. 호주소비자법은 호주 소비자에게 상품 및/또는 서비스를 제공하는 해외 기업(게임 회사 포함)에게 특히 중요하다. 온라인안전국(eSafety Commissioner)³⁰⁶⁾은 호주 소비자에게 온라인 서비스를 제공하는 해외 기업(게임 회사 포함)을 위해 특히 중요한 온라인안전법 2021 (Cth) (Online Safety Act)³⁰⁷⁾을 규제하고 관리한다.

호주의 등급분류위원회(Classification Board)³⁰⁸⁾는 호주에서 전시, 판매 또는 대여를 목적으

301) <https://www.acma.gov.au/>

302) <https://www.legislation.gov.au/C2004A00851/latest/text>

303) <https://www.accc.gov.au/>

304) <https://www.legislation.gov.au/C2004A00109/latest/text>

305) https://www8.austlii.edu.au/cgi-bin/viewdoc/au/legis/cth/consol_act/caca2010265/sch2.html

306) <https://www.esafety.gov.au/>

307) <https://www.legislation.gov.au/C2021A00076/latest/text>

로 제작된 영화, 컴퓨터게임 및 출판물을 분류하며 호주 소비자에게 비디오게임을 제공하는 해외 기업(게임 회사 포함)에게도 특히 중요한 호주 등급분류(출판물, 영화 및 컴퓨터게임)법 1995 (Cth) (Classification (Publications, Films and Computer Games) Act 1995 (Cth), 등급분류법)³⁰⁹⁾에 따라 운영된다.

인프라 교통 지역 개발 커뮤니케이션부³¹⁰⁾(Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications)는 주요 정책 결정을 내리고, 커뮤니케이션 및 예술과 관련된 문제에 대해 호주 정부에 정책 자문을 제공한다.

호주 비디오게임 산업을 대표하고 옹호하는 호주게임산업협회³¹¹⁾(Interactive Games & Entertainment Association, IGEA)는 호주 비디오게임 산업을 대표하고 옹호하는 최고 산업 협회이다.

나. 해외사업자 콘텐츠 서비스 제공시 요구되는 등록, 허가

1) 해외사업자가 콘텐츠 서비스를 제공하고자 할 때, 받아야 하는 등록 내지 허가절차가 있다면, 무엇인지

(예시) 인도네시아 전자시스템사업자 등록(PSE), 중국의 판호(Chinese Game Version Number) 등 호주 소비자에게 제공되는 콘텐츠의 유형에 따라 해외 사업자가 호주에서 콘텐츠 서비스를 제공할 수 있는지 여부와 라이선스를 취득해야 하는지 여부가 달라진다. 전반적인 지침은 아래와 같다.

온라인 도박 서비스

호주 인터랙티브형 도박법(Interactive Gambling Act)³¹²⁾에 따라 호주 고객에게 ‘금지 대상 인터랙티브형 도박 서비스’를 제공하는 것은 범죄이다.

‘금지 대상 인터랙티브형 도박 서비스’는 인터넷 통신 서비스를 포함해 온라인으로 호주 소비자에게 제공되는 ‘도박 서비스’이다. 이러한 유형의 온라인 도박 서비스는 인터랙티브형 도박법에 따라 원칙적으로 금지되며, 호주 소비자에게 제공할 수 없다.

인터랙티브형 도박법에 따르면 ‘도박 서비스’란 다음의 조건을 만족하는 게임 진행을 위한 서비스를 의미한다.

308) <https://www.classification.gov.au/>

309) https://www8.austlii.edu.au/cgi-bin/viewdb/au/legis/cth/consol_act/cfagca1995489/

310) <https://www.infrastructure.gov.au/>

311) <https://igea.net/>

312) <https://www.legislation.gov.au/C2004A00851/latest/text>

- 금전 또는 가치물을 위해 진행되는 게임일 것
- 우연에 의존하거나 운과 기술이 혼합된 게임일 것
- 서비스의 고객이 게임을 플레이하거나 게임에 참가하기 위해 대가를 지불하거나 동의할 것.

참가자가 금전(또는 기타 대가)을 제공하고 금전적 상(또는 기타 가치 있는 대가)을 받을 기회를 얻는 온라인 도박 서비스는 종종 이 정의를 충족하며 인터랙티브형 도박법에 따른 금지 대상이 된다(확률형 게임 아이템과 시뮬레이션 도박에 관한 자세한 내용은 아래 ‘시뮬레이션 도박 요소가 있는 비디오게임’ 참조). 특정 비디오게임이 위에서 설명한 각 요소를 충족하여 도박 서비스 정의에 부합하는 경우, 인터랙티브형 도박법에 따른 금지 대상이 되며, 해당 비디오게임 제공자가 호주 소비자에게 이를 제공하는 것은 범죄가 된다.

인터랙티브형 도박법에 따라, 특정 유형의 온라인 도박 서비스는 이러한 일반 금지 조항에서 제외한다. 여기에는 다음에 관한 온라인 베팅 서비스가 포함된다. (i) 경마 (ii) 하네스 경주 (harness racing) (iii) 그레이하운드 경주 (iv) 스포츠 경기(실시간 베팅 서비스가 아닌 경우) (v) 복권이나 순수한 우연 또는 우연과 기술이 혼합된 게임의 결과에 베팅하는 것이 아닌 기타 이벤트, 일련의 이벤트 또는 우발 상황에 대한 베팅. 이러한 서비스는 인터랙티브형 도박법의 목적상 ‘제외 대상 베팅 서비스’로 간주되며 ‘규제된 인터랙티브 베팅 서비스’의 형태를 이룬다. 또한 관련 운영자가 적절한 라이선스를 보유하고 라이선스 조건에 따라 관련 서비스를 제공할 수 있는 권한을 부여받은 경우 호주 소비자에게 제공될 수 있다.

시뮬레이션 도박 요소가 포함된 비디오게임

2024년 9월 22일부터 발효하는 컴퓨터게임등급분류지침 2023³¹³⁾(Guidelines for the Classification of Computer Games 2023) (Cth)은, 확률 요소와 연관된 게임 내 구매(예: 유료 확률형 게임 아이템) 및 시뮬레이션 도박(예: 소셜 카지노 게임)을 포함하는 비디오게임에 특정 등급분류 요건을 의무로 규정하고 있다. 구체적으로:

확률 요소가 포함된 게임 내 구매(예: 유료 확률형 게임 아이템(loot box))가 있는 비디오게임은 최소한 M 등급(성숙, 15세 미만의 아동에게 권장하지 않음)을 받아야 한다.

시뮬레이션 도박을 포함하는 비디오게임(예: 소셜 카지노 게임)은 법적으로 성인만 이용할 수 있으며, 최소 등급은 R18+로 제한된다.

이러한 유형의 비디오게임을 제공하는 데 있어 호주에서는 특정한 등록이나 라이선스가 필요하

313) <https://www.legislation.gov.au/F2023L01424/asmade/text>

지 않지만, 의무적인 등급 분류 요건의 도입은 해당 비디오게임을 호주에서 공급할 수 있는 소비자 시장 부문과 관련해 중요한 영향을 미칠 것이다.

도박 서비스로 분류되지 않는 비디오게임

도박 서비스를 제공하지 않는 회사가 호주 소비자에게 비디오게임 서비스를 제공하기 위해 라이선스를 획득할 필요는 없다.

호주 소비자에게 비디오게임 서비스를 제공하기 위해 데이터 라이선스(또는 기타 라이선스)를 취득할 필요도 없다.

그러나, 비디오게임에서 제3자 음악을 사용하는 경우 해당 음악의 사용에 대한 라이선스가 필요하며, 이를 위해 일반적으로 호주공연권협회(Australasian Performing Right Association, APRA) 및 호주녹음저작권자협회(Australasian Mechanical Copyright Owners Society, AMCOS)에서 라이선스를 사용한다.

다. 국내 대리인 지정

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가의 대리인을 지정하는 등 관련 절차가 필요한지 파악 필요

한국 게임 기업이 호주에서 사업을 '영위하려면'(현지 지사를 설립하는 경우) 최소한 한 명의 현지 대리인을 임명하거나(호주 자회사를 설립하는 경우) 최소한 한 명의 호주 거주 이사를 임명해야 하며, 두 경우 모두 호주 거주 책임자(public officer (*보통 세무업무를 담당))을 두어야 한다. 호주에서 사업을 '영위하는'의 의미는 아래 1. 라, 현지 지사 등록 절차와 호주 자회사의 설립 절차는 1.사 참조.

라. 법인 설립 의무

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가에 현지 법인을 설립하는 등의 절차가 필요한지 파악 필요

1. 다.에서 언급된 바와 같이, 호주 기업법 2001³¹⁴⁾(Cth) (Corporations Act 2001 (Cth))에서는 호주에서 사업을 영위하는 모든 법인이 호주증권투자위원회³¹⁵⁾(Australian Securities and Investment Commission, ASIC)에 호주 법인(즉, 자회사) 또는 등록 외국 회사(즉, '현지

314) <https://www.legislation.gov.au/C2004A00818/latest/text>

315) <https://asic.gov.au/>

지점)로 등록하는 것을 요건으로 하고 있다.

따라서 해외에 진출하려는 모든 한국 게임 회사는 호주 기업법의 목적상 호주에서 “사업을 영위”할 것인지 고려해야 한다. “사업을 영위”한다는 의미에 대한 법적 지침은 많지 않다. 기업법 제21조는 다음과 같이 명시하고 있다.

(1) 호주나 호주의 주 또는 준주에 사업장을 두거나, 호주나 호주의 주 또는 준주에서 사업을 영위하는 법인

(2) 호주나 호주의 주 또는 준주에서 사업을 영위하는 법인을 언급할 때, 해당 법인은 다음을 포함한다.

...

(b) 호주나 호주의 주 또는 준주에 위치한 재산을 대리인, 법률적 개인 대리인 또는 수탁자로서 관리하거나 취급하는 행위. 직원이나 대리인을 통하는 경우를 포함한다.

그러나 해당 조항은 다음과 같이 명시하고 있다.

(3) 제2항에도 불구하고, 다음 각호에 해당하는 법인은 호주나 호주의 주 또는 준주에서 다음과 같은 활동을 수행한다고 해서 호주나 호주의 주 또는 준주에서 사업을 영위하는 것으로 간주하지 않는다.

...

(c) 은행 계좌를 보유하는 경우

...

(h) 31일 이내에 완료되는 개별 거래를 수행하며, 해당 거래가 반복적으로 발생하는 유사한 거래 중 하나가 아닌 경우

...

(j) 그 자금을 일부라도 투자하거나 재산을 보유하는 경우

호주에서 회사가 ‘사업을 영위’하는지 여부에 대한 다른 ‘명확한 기준’은 없지만 “시스템, 반복성, 지속성의 관념을 포함한다”는 기준을 참고할 수 있어 보인다(Hungier v Grace (1972) 127 CLR 210³¹⁶). 호주 외부에서 전체가 제공되는 서비스에 대한 지침은 많지 않지만, 적어도 호주 거주 고객이 반복되거나 다수인 경우 외국 회사가 호주에서 사업을 영위하는 것으로 판단할 수 있다는 점은 명확하다(Australian Competition and Consumer Commission v Valve Corporation (No 3) (2016) 337 ALR 647³¹⁷ 참조).

316) https://austlii.edu.au/cgi-bin/viewdoc/au/cases/cth/HCA/1972/42.html?context=1;query=%22Hungier%22%20AND%20%22Grace%22;mask_path=

317) https://austlii.edu.au/cgi-bin/viewdoc/au/cases/cth/FCA/2016/1553.html?context=1;query=Valve%20Corporation%20AND%20ACCC;mask_path=

결국 한국 게임 회사가 호주 고객을 대상으로 하거나 호주 고객과 반복적으로 거래를 진행할 경우 호주에서 사업을 영위하는 것으로 간주될 가능성이 높으며, 호주 자회사나 현지 지사를 설립해야 할 의무가 있다. 호주에서 사업을 영위하려는 회사는 호주 자회사를 설립하거나 현지 지사를 등록하는 것 각각의 장점을 고려해야 하며, 회사는 자신의 특정 상황에 맞는 적절한 선택을 위해 조언을 구해야 한다.

마. 해외 사업자의 등급분류 신청 가능여부

1) 해당 국가의 별도의 사무실 설립 또는 사업자를 등록하지 않아도 등급 분류를 신청할 수 있는지
호주에서 등급분류를 신청하기 위해 별도의 사무실을 설립하거나 사업자 등록을 해야 하는 요구 사항은 없는 것으로 알고 있다. 이와 관련하여, 여러 인기 있는 한국 비디오게임(예: 라그나 로크, 세븐나이츠)이 호주에 위치한 유통사 없이도 등급분류위원회로부터 등급 분류를 받은 것으로 보인다.³¹⁸⁾ 실제로 호주에서 판매되는 대부분의 비디오게임은 국제등급분류연합(International Age Rating Coalition, IARC) 글로벌 등급 도구(Global Rating Tool)를 사용하여 분류한다.

다만 위에서 언급한 바와 같이, 관련 비디오게임 제공자는 위에서 논의된 사유(위의 질문 1. 다, 1. 라.항 참조)로 호주에서 사업을 영위하는지 여부를 고려해야 한다.

바. 서버 설치 의무

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가에 서버를 설치하는 등의 절차가 필요한지 파악 필요

호주로 확장하려는 한국 게임 회사는 지역 서버를 설치할 필요가 없다.

그러나 개인정보 이전과 관련해 몇 가지 고려할 사항이 있으며, 이는 본문의 개인정보 부분을 참조하라.

사. 기타 해외사업자 진출 시 갖추어야 할 필수 요건

1) 그 외 해외사업자가 해당 국가 진출 시, 갖추어야 할 사항이 있다면, 그에 대한 사항

호주 자회사 또는 지사

호주 자회사와 지사를 설립하는 절차는 다음과 같다.

318) <https://www.classification.gov.au/titles/seven-knights-1>

호주 자회사를 설립하려면 먼저 설립하려는 회사 유형을 결정해야 한다. 가장 일반적인 유형은 주식회사이다. 그런 다음 호주증권투자위원회에 온라인 회사 등록 신청서(양식 201³¹⁹⁾)를 제출해야 한다. 제공해야 할 세부 사항에는 회사 이름, 초기 구성원 및 주식 구조, 초기 이사, 초기 회사 간사, 등록 사무소(호주 내에 있어야 함), 주요 사업장(등록 사무소와 동일할 수 있음), 최종 모회사, 등록 주 또는 준주, 회사가 기업법의 대체 규칙을 따르지 아니면 정관을 채택할지 여부가 포함된다. 현재 회사를 등록하는 데 드는 비용은 597 호주달러이지만, 회사 설립 및 기본 설립 문서(정관 포함) 제공을 지원하는 업체도 있다. 또한, 새롭게 설립된 회사는 다양한 세금 등록 요건을 충족해야 하며, 이는 세무 전문가와 상의해야 한다.

지사를 설립하려면 해당 법인은 ASIC 양식 402³²⁰⁾를 작성해 ASIC에 제출하고 관련 수수료를 납부해야 한다. 수수료는 현재 597 호주달러이다. 양식 402에서 요청하는 특정 문서를 ASIC에 제공해야 하며, 여기에는 (i) 외국 회사의 설립/등록 증명서의 현재 인증된 사본, (ii) 회사의 정관 인증 사본, (iii) 현지 대리인의 임명 각서 또는 현지 대리인 위임장(ASIC 양식 418³²¹⁾로 같음할 수 있다), 그리고 (iv) 외국 회사 이사의 권한을 명시한 각서가 포함된다.

ASIC가 비공개회사 설립을 승인하는 절차는 일반적으로 양식 201을 제출한 당일이나 그 직후에 이루어진다. 그러나 지사 등록 승인은 상당히 더 오랜 시간이 걸릴 수 있다.

이사식별번호

호주 회사와 등록된 외국 회사의 모든 이사는 호주 회사 또는 등록된 외국 회사의 이사로 임명되기 전에 이사식별번호(Director Identification Number, DIN)를 신청해야 한다.

호주 거주자는 MyGovID 앱에 명시된 절차를 따라 이사식별번호를 신청할 수 있다. 호주 외 거주자는 일반적으로 작성 및 서명한 신청서와 특정 공인 신분증 사본을 호주사업자등록서비스(Australian Business Registry Services)에 우편으로 보내야 한다. DIN 신청 절차에 대한 추가 정보는 링크³²²⁾에서 확인할 수 있다.

외국인 투자 인수합병법 1975(Foreign Acquisitions and Takeovers Act 1975)

호주에서 사업을 영위하거나 호주 회사에 투자하려는 외국인은 사전에 외국 투자 승인을 받아

319) <https://asic.gov.au/regulatory-resources/forms/forms-folder/201-application-for-registration-as-an-australian-company/>

320) <https://asic.gov.au/regulatory-resources/forms/forms-folder/402-application-for-registration-as-a-foreign-company/>

321) <https://asic.gov.au/regulatory-resources/forms/forms-folder/418-memorandum-of-appointment-of-local-agent/>

322) <https://www.abrs.gov.au/director-identification-number/apply-director-identification-number>

야 할 수 있다. 외국인 투자 인수합병법 1975³²³⁾(FATA)은 호주의 외국 투자 승인을 규율하며, 특정 행위에 대해 외국 투자 승인을 의무화하고 다른 경우 승인을 권장한다.

특정 재정 임계값을 충족하는 경우,³²⁴⁾ (관련 기업의 성격과 기업의 보유 자산 및 ³²⁵⁾ 주주의 신원³²⁶⁾) 외국 투자 승인이 필수 요건에 해당할 수 있다. 외국 투자 승인이 필수가 아닌 경우에도 다양한 유형의 사업에 대해 자발적 외국 투자를 권장하고 있다. 자발적인 승인을 받으면 호주 재무장관(Treasurer)이 외국 투자 승인 제도 하에서 광범위한 ‘소환(call-in)’ 권한을 행사할 위험을 최소화할 수 있다. 재무장관은 국가 안보에 위협이 될 수 있다고 판단할 경우, 관련 거래를 무효화하는 권한까지 행사할 수 있다.

계속 보고 의무

호주 자회사: 재무 보고 의무에서 면제받을 자격이 없는 한, 외국인이 지배하는 호주 회사는 매년 감사된 재무 보고서와 이사 보고서를 ASIC에 제출해야 한다(기업법 제292조 제2항 (b) 참조³²⁷⁾). 호주 회사와 지역 지사 모두 기업법에 따라 해당 거래가 완료된 후 최소 7년 동안 재무 기록을 보관해야 한다.

현지 지사: 재무 보고 의무에서 면제받을 자격이 없는 경우, 호주에 등록된 외국 회사는 매년 최소 한 번, 그리고 15개월을 초과하지 않는 간격으로 ASIC에 재무제표 사본을 제출해야 한다(기업법 제601CK(1)조 참조). 회사의 출신지 법률에 따라 재무제표를 작성하고 제출할 의무가 없더라도, 호주에서는 여전히 재무제표를 제출해야 한다(즉, ASIC에 제출). 재무제표에는 회사의 다음 문서의 사본이 포함된다.

- 대차대조표
- 손익계산서
- 현금흐름표
- 회사의 출신지에서 법적으로 요구되는 기타 문서
- 문서가 원본과 동일한 사본임을 확인하는 진술서(ASIC 양식 405)³²⁸⁾

323) <https://www.legislation.gov.au/C2004A01402/latest/text>

324) 한국은 FATA의 목적상 ‘FTA 국가’로 간주된다. 이로 인해 가액이 3억 3천만 달러 이상인 호주의 ‘민감 사업’(예: 국방, 통신 등) 또는 가액이 14억 2천 7백만 달러 이상인 ‘비민감 사업’(예: 소매업, 서비스업 등)에 ‘상당한 지분’을 취득할 경우, 필수 승인 재정 임계값이 충족된다. ‘토지 비중이 높은’ 사업과 농업에 대해서는 별도의 임계값이 적용된다.

325) 예를 들어, 외국인이 ‘국가 안보 사업’이나 ‘호주 미디어 사업’에 ‘직접적인 지분’을 가지려면 사업의 가치와 상관 없이 외국 투자 승인을 받아야 한다.

326) 예를 들어, 외국 정부 투자자는 호주에서 새로운 사업을 시작하기 전에 외국 투자 승인을 받아야 한다.

327) <https://www.legislation.gov.au/C2004A00818/latest/text/2>

328) <https://asic.gov.au/regulatory-resources/forms/forms-folder/405-statement-to-verify-financial->

구제 : 특정 상황에서는 ASIC 법인(외국 지배 회사 보고서) 규정 2017/204(ASIC Corporations (Foreign-Controlled Company Reports) Instrument 2017/204, ASIC 규정)에 따라 외국이 지배하는 호주 회사와 현지 지사에 대해 연례 보고 의무를 면제받을 수 있다. 호주에 진출하려는 한국 게임 회사는 적용 가능한 연례 보고 의무에 대해 회사별 조언을 받아야 한다.

기타 보고 의무 : 해외 사업 운영자는 호주에서 사업을 운영할 때 준수해야 할 다른 보고 의무의 적용을 받을 수 있다. 예를 들어, 자금세탁방지 및 테러자금 조달 방지와 관련된 보고 의무가 여기에 해당한다. 해당 사항은 4. 사.에서 더 자세히 논의하였다.

2. 등급분류

가. 등급분류 필요여부(사전/사후)

- 1) 게임을 서비스하기 위해 등급분류가 필요한지, 필요하다면 서비스 이전에 심의를 받아야 하는지 아니면 서비스 이후에 심의를 받아도 되는지. 위반 시 제재조항은 무엇인지.

등급분류 요건

호주에서 비디오게임(또는 '컴퓨터게임'이라 불림)은 (등급분류법 및 관련된 국가 등급분류 코드 2005³²⁹)(National Classification Code 2005 (Cth))와 컴퓨터게임 등급분류지침 2023³³⁰ (Guidelines for the Classification of Computer Games 2023 (Cth)에 따로 시행되는) 국가등급분류제도(2024년 9월 22일 기준)에 따라 등급을 분류해야 호주 소비자에게 공급할 수 있다(호주 등급분류법³³¹).

호주에서는 등급분류위원회, 승인평가자, 또는 공인 등급분류자가 비디오게임의 등급분류를 수행하며, (구글 플레이, 마이크로소프트 및 닌텐도 스토어 등) 참여 스토어의 온라인 및 모바일 게임에 대해서는 IARC(International Age Rating Coalition) 도구와 같은 승인된 등급분류 도구를 사용하여 수행하기도 한다. 국가등급분류제도에서 정한 범주는 다음과 같다.

G - 전체연령가(General)

PG - 부모 지도(Parental Guidance)

M - 성인(Mature)

MA 15+ - 성인 동반 필수(Mature Accompanies)

R 18+ - 제한(Restricted)

한편 2024년 9월 22일부터 컴퓨터게임등급분류 지침 2023이 시행된다. 이 지침은 확률 요소와 연관된 게임 내 구매(예: 유료 확률형 게임 아이템) 및 시뮬레이션 도박(예: 소셜 카지노 게임)을 포함하는 비디오게임과 관련하여 다음과 같은 요건을 정하고 있다.

- 확률 요소가 관련된 게임 내 구매(예: 유료 확률형 게임 아이템)가 있는 비디오게임은 최소한 M 등급(성인 - 15세 미만의 아동에게 권장하지 않음)을 받아야 한다.
- 시뮬레이션 도박을 포함하는 비디오게임(예: 소셜 카지노 게임)은 법적으로 성인만 이용할

329) <https://www.legislation.gov.au/F2005L01284/latest/text>

330) <https://www.legislation.gov.au/F2023L01424/asmade/text>

331) <https://www.legislation.gov.au/C2004A04863/latest/text>

수 있으며, 최소 등급은 R18+로 제한된다.

또한, 비디오게임이 다음에 해당하는 경우 호주에서 분류 거부(Refused Classification, RC)로 지정되어 상영, 판매 또는 배포가 금지될 수 있다.

- 성행위, 약물 남용 또는 중독, 범죄, 잔혹 행위, 폭력 또는 혐오스러운 현상을 묘사하거나 표현하여 일반 성인이 받아들일 수 있는 도덕성, 품위 및 적절성의 기준을 위반하는 경우
- 18세 미만으로 보이거나 실제로 18세 미만인 미성년자를 합리적인 성인이 불쾌하게 여길 수 있는 방식으로 묘사하거나 나타내는 경우
- 범죄나 폭력을 조장하거나 선동하거나 지시하는 경우
- 테러 행위를 옹호하는 경우

요약하면, 비디오게임을 호주 소비자에게 제공하기 전에 다음을 준수해야 한다.

- 등급 분류를 마친다.
- 연령 제한을 적용한다.
- 올바른 등급과 소비자 주의사항을 명확히 표시 및 기재한다.
- 비디오게임이 제공되는 장소 중에서 눈에 띄는 곳에 등급분류 범주를 기재한 공지를 게시한다.
- 분류거부(RC) 등급을 받지 않아야 한다(RC를 받은 컴퓨터게임의 판매는 금지된다.)

한편 비즈니스, 회계, 전문, 과학 또는 교육 목적으로 만들어진 게임의 경우 이러한 등급분류 요건에 대한 면제 규정이 적용될 수 있다. 이러한 유형의 게임은 M 등급(또는 그 이상)으로 분류될 가능성이 있는 콘텐츠를 포함하지 않는 한 호주 소비자에게 제공되기 전에 등급 분류를 받지 않아도 된다.

등급분류 관련 범죄의 규율

비디오게임의 등급 분류는 국가등급분류제도에 따라 연방 수준에서 이루어지지만, 호주의 각 주(state)와 준주(territory)에서 등급 분류 관련 범죄를 정하고 있다. 구체적으로, 호주의 각 주와 준주의 법률은 특정 등급이 매겨진 게임 및 등급이 매겨지지 않은 게임의 판매, 공개 시연 및 광고와 관련된 다양한 민사 및 형사상 범죄를 규정하고 있다.

호주 각 주와 준주 법률에 따라 분류되지 않거나 분류된 컴퓨터게임의 전시, 판매 또는 광고와 관련하여 민법 및 형법상의 벌칙이 적용된다. 주 및 준주마다 약간 차이가 있지만, 컴퓨터게임의 판매, 공개 시연 및/또는 광고와 관련된 다음과 같은 금지 사항이 있다.

- 분류된 컴퓨터게임에 대한 정해진 표시와 소비자 주의사항의 포함 의무: 분류된 컴퓨터게임에 대한 광고를 게시하려면 다음 조건을 충족해야 한다.
- 해당 컴퓨터게임의 등급에 관해 정해진 등급 표시(G, PG, M, MA15+ 등) 및 소비자 주의사항(있는 경우)이 해당 광고에 포함될 것
- 정해진 표시와 소비자 주의사항은 등급분류법에 따라 명확하게 보이도록 광고의 크기와 성격을 고려하여 표시할 것

오해 유발 또는 기만적인 광고/표시: 누구도 해당 컴퓨터게임이 분류되었거나 다른 등급 분류를 받았다는 표시를 포함한 컴퓨터게임 광고를 게시(하거나 게시를 시도)할 수 없다.

미분류 또는 RC 게임에 대한 광고: 개인은 미분류 또는 RC 게임에 대한 광고를 게시(하거나 게시를 시도)할 수 없다.

미분류 또는 RC 컴퓨터게임의 판매 또는 공개 시연: 개인은 RC로 분류된 컴퓨터게임이나 미분류된 컴퓨터 게임을 판매하거나 공개적으로 시연할 수 없다.

호주 주 및 준주에서 적용되는 별은 관련 범죄에 따라 다르다. 예를 들면 다음과 같다.

뉴사우스웨일스주

오해를 유발하거나 기만적인 광고/표시: 법인은 11,000 호주달러, 개인은 5,500 호주달러

미분류 또는 RC 게임에 대한 광고: 법인은 22,000 호주달러, 개인은 11,000 호주달러

미분류 또는 RC 컴퓨터게임의 판매 또는 공개 시연: 법인은 최대 27,500 호주달러, 개인은 11,000 호주달러 또는 징역 12개월

빅토리아주

분류된 컴퓨터게임에 대한 정해진 표시와 소비자 주의사항의 포함 의무: 법인은 9,880 호주달러, 개인은 3,952 호주달러

오해를 유발하거나 기만적인 광고: 법인은 최대 47,421.60 호주달러, 개인은 징역 2년

미분류 또는 RC 컴퓨터게임의 판매 또는 공개 시연: 법인은 최대 44,380 호주달러, 개인은 징역 2년

구글 플레이와 애플 앱 스토어

구글 플레이와 애플 앱 스토어에도 연령 등급 요구사항이 마련되어 있다.

구글 플레이는 구글 플레이에 업로드된 게임이나 IARC의 요구사항에 따라 게임에 등급분류위원회 등급을 적용할 수 있다.³³²⁾ 마찬가지로, 애플 앱 스토어는 게임의 제출 과정에서 자체 연령 등급 기준에 따른 자체 인증을 요구한다.³³³⁾ 자료 제출 후, 애플 직원은 게임이 출시되기 전에 제공된 연령 등급의 정확성을 확인할 수 있다.

332) <https://support.google.com/googleplay/answer/6209544?hl=en-GB>

333) <https://developer.apple.com/help/app-store-connect/reference/age-ratings/>

2) 게임전시회에 참가하거나 트레일러 광고 등을 위해서 등급분류를 받아야 하는지, 받아야 한다면 어떤 경우인지.

모든 컴퓨터(비디오) 게임은 호주 소비자에게 제공되기 전에 등급분류법 및 관련된 국가등급분류코드 2005, 컴퓨터게임등급분류지침 2023(2024년 9월 22일 기준)에 따라 등급분류를 하여야 한다.

예고편 광고와 관련하여, 비디오게임을 호주에서 광고되기 전에 등급분류를 마칠 필요는 없으나(광고가 전혀 불가능한 RC 게임 제외), 광고가 이루어지는 경우 '등급분류 확인(Check the Classification)' 문구를 표시해야 한다. 등급분류된 경우, 예고편 광고는 해당 게임에 적합한 연령 등급 표시와 소비자 주의사항(있을 경우)을 포함해야 한다.

위에서 언급한 바와 같이, 호주 주 및 준주의 등급분류 집행 관련 법률에 따라 분류되지 않거나 분류된 컴퓨터게임의 전시, 판매 또는 광고와 관련하여 적용되는 민사 및 형사상 벌이 있다(해당 벌에 대한 자세한 내용은 2.가.1) 참조).

호주 광고 규제

호주의 광고 관련 법률 및 규제 제도에서는 예고편 광고와 관련된 사항을 포함해 호주에서 광고 및 마케팅 활동을 수행할 때 준수해야 할 요구사항이 있다.

광고 및 마케팅 활동의 수행과 관련된 영역을 규제하는 법률과 규정에는 소비자보호 관련법(예: 호주 소비자법³³⁴) (Australian Consumer Law) (오해를 유발하거나 기만적 광고 금지 조항 포함), 지식재산권 관련법, 개인정보보호 관련법, 명예훼손 관련법 등이 있다.

방송법 1992³³⁵(Broadcasting Services Act 1992 (Cth))에서는 다양한 산업집단이 개발한 코드를 규정하고 있다. 방송법에서는 ACMA와 협의하여 텔레비전, 라디오, 인쇄물 및 온라인을 포함한 다양한 커뮤니케이션 매체에서 광고를 규제한다.

자율규제제도는 호주 전국 광고주 협회³³⁶(Australian Association of National Advertisers, AANA)가 관리하며, 이는 자율규제 규정(예: AANA 윤리규정(AANA Code of Ethics)³³⁷)과 광고심의국³³⁸(Advertising Standards Bureau)이 감독하는 불만 처리 시스템으로 구성된다. 이 제도는 다양한 제품과 모든 커뮤니케이션 매체에서 광고와 마케팅 커뮤니케

334) https://www8.austlii.edu.au/cgi-bin/viewdoc/au/legis/cth/consol_act/caca2010265/sch2.html

335) <https://www.legislation.gov.au/C2004A04401/latest/text>

336) <https://aana.com.au/>

337) <https://aana.com.au/self-regulation/codes-guidelines/code-of-ethics/>

338) <https://adstandards.com.au/>

이션을 규제하도록 설계되었다.

이 제도는 비디오게임의 연령등급 표시와 직접적으로 관련되지 않지만(비디오게임 연령등급 표시는 호주 각 주와 준주에서 적용되는 관련 분류 관련 법률 및 규정에 따라 처리한다), 모든 광고에 적용되는 일반적인 요건이 규정되어 있으며, 이를 아래에 자세히 설명한다.

호주소비자법

호주소비자법은 공정 거래를 촉진하고 소비자를 보호하는 것을 목표로 하는 법률이다. 호주소비자법은 상품 또는 서비스 광고와 관련된 다양한 조항을 규정하며, 호주 내 소비자를 기만하거나 오해를 유발하는 행위를 일반적으로 금지한다.

AANA 윤리규정

ANNA 윤리규정(AANA Code of Ethics, ANNA 규정)은 광고 업계 전반을 대상으로 하는 자율규제 규정으로, '광고 및 기타 형태의 마케팅 커뮤니케이션의 합법성, 정직성, 진실성을 보장하는 것'을 목표로 한다. AANA 규정은 광범위하게 적용되며 '제품, 서비스 등의 잠재 고객이 호주에 물리적으로 존재하고 광고 또는 마케팅 커뮤니케이션이 해당 고객을 대상으로 하는' 모든 광고 행위를 규제한다.

AANA 규정은 광고가 다양한 지역사회 및 산업 기준을 준수하도록 규정하고 있다. 특히, 광고가 소비자를 속이거나 오해를 유발하지 않아야 하며, 어떠한 허위도 포함해서는 안 된다. AANA 규정은 경쟁자나 소비자가 특정 광고가 이러한 기준에 미치지 못할 경우 불만을 제기할 수 있는 방법을 마련하고 있다.

나. 등급분류 주체

1) 등급분류 심의 담당 기관은 무엇인지, 또는 그 기관에 대한 법률 규정이 있는지 (해당 기관은 민간기관인지, 정부기관인지)

호주에서는 등급분류위원회³³⁹⁾가 비디오게임의 분류를 수행하며, 온라인 및 모바일 게임의 경우 참여 스토어(구글 플레이, 마이크로소프트, 닌텐도 스토어 등)에서 종종 IARC 도구를 사용하기도 한다. 또한, 국가등급분류제도 하에는 공인등급분류자나 승인평가자가 분류 관련 활동을 지원하는 제도가 있다. 이러한 분류 방법에 대해서는 아래의 2.마.항에서 더 자세히 논의하였다. 등급분류위원회는 등급분류법에 따라 운영되며, 위원장, 부위원장, 기타 이사회 구성원 및 임시

339) <https://www.classification.gov.au/about-us/classification-board>

이사회 구성원으로 구성된다(자세한 내용은 각주 339번 등급분류위원회 웹사이트 참조). 호주에서의 등급/분류 요건에 대한 법률과 관련된 정보에 대해 더 많은 내용은 2. 가.항 참조.

다. 등급분류 대상 게임물

1) PC, 모바일, 콘솔 등에서, 어떠한 게임 종류가 등급심의를 받는 대상이 되는지

2.가.항 에서 언급한 바와 같이, 호주에서는 등급분류법 및 관련 국가등급분류코드 2005 (Cth) 및 컴퓨터게임등급분류지침 2023 (Cth) (2024년 9월 22일 기준)에 따라 등급분류가 되어야 호주에서 소비자에게 컴퓨터(비디오) 게임을 제공할 수 있다.

등급분류법에 따르면, 호주에서는 대부분의 비디오게임이 IARC 도구를 사용하여 분류된다. 컴퓨터게임은 컴퓨터 모니터, 텔레비전 화면, 액정 디스플레이 또는 유사한 매체에서 인터랙티브 형 게임을 할 수 있도록 화면을 생성하는 컴퓨터 프로그램과 관련된 모든 데이터를 포함하는 것으로 넓게 정의하며, PC, 모바일 및 콘솔 게임을 포함한다. 호주에서 사용되는 등급분류 방법에 대해서는 아래 2.마.항에서 더 논의하였다.

참고로, 2.가.항에서 언급한 바와 같이, 비즈니스, 회계, 전문, 과학 또는 교육 목적의 게임 등이 특정 분류 요건에서 면제되는 경우가 있다. 이러한 유형의 게임은 관련 자료에 M 등급(또는 그 이상)으로 분류될 가능성이 있는 콘텐츠가 포함되지 않는 한, 분류를 받지 않고도 호주 소비자에게 제공할 수 있다.

2) 디지털 패키지*의 방법으로 유통되는 게임물도 등급심의 대상이 되는지

***디지털 패키지란 물리적인 매체(Media) 없이 디지털 형태로 유통되는 게임을 의미함**

모든 컴퓨터(비디오) 게임은 디지털 및/또는 물리적 형태에 관계없이 호주 소비자에게 제공되기 전에 등급 분류를 받아야 한다.

3) Closed Beta 등 시험용 게임물 또한 등급심의 대상이 되는지

게임이 호주에서 판매, 대여 또는 공개 전시되지 않고 내부 테스트 목적으로만 제공되는 경우, 등급분류를 받지 않더라도 각 호주 주 및 준주의 등급분류 관련법에 따른 위반 행위로 간주되지 않을 수 있다.

이는 호주 각 주와 준주에서 시행되는 등급분류 관련법에서 가장 관련성이 높은 범죄는 '미분류 컴퓨터게임의 판매 또는 공개 시연'에만 관련이 있기 때문이다. 중요한 점은, 호주 각 주와 준주에서 시행되는 관련법은 비디오게임 콘텐츠의 '판매'를 "판매 또는 교환 또는 대여를 위한 제안으로서, 전시, 판매, 교환 또는 대여에 대한 동의, 판매 또는 교환 또는 대여를 유발하거나 허용

하는 행위를 포함하는 것”으로 정의하고, 공개 시연은 “공공장소에서³⁴⁰⁾ 또는 공공장소에서 볼 수 있도록 컴퓨터게임을 시연하는 것”으로 정의한다는 점이다.

내부 테스트 목적이거나 유사한 목적으로 비공개 사용자 집단에게만 제공되는 미분류 비디오게임은 관련법의 목적상 해당 게임의 판매 또는 공개 시연에 해당하지 않을 가능성이 높으며, 따라서 관련 호주 주와 준주의 등급분류 관련법에 따른 범죄 규정이 적용되지 않을 수 있다.

그러나, 해당 비디오게임이 등급 분류 시 RC 또는 R18+로 분류될 가능성이 있고, 미성년자가 있는 상황에서 시연될 가능성이 있다면 상황은 달라진다. 이는 RC 또는 R18+ 등급의 컴퓨터게임을 미성년자가 있는 상황에서 개인적으로 시연하는 행위에 관한 범죄가 존재하기 때문이다. 비디오게임이 판매되거나 공개적으로 시연되지 않고 내부 테스트 목적이거나 유사한 목적으로 제한된 사용자 그룹에게만 제공된다면, 해당 게임이 R18+ 또는 RC로 분류될 가능성이 높고, 미성년자가 있는 상황에서 이러한 사용자에게 제공된다면 이 범죄가 성립될 수 있다.

4) 메타버스 플랫폼 및 채팅 플랫폼에 추가된 게임도 등급심의 대상이 되는지

메타버스 및 다른 채팅 플랫폼에서 운영되는 게임도 등급 분류를 받아야 한다.

라. 게임 이용등급 구분 및 이용등급별 분류 사항

1) 연령 등급은 어떻게 구분되고 있으며, 그 기준은 무엇인지(예: 일본에서는 컴퓨터 엔터테인먼트 등급 기구가 A, B, C, D, Z 등급 분류를 사용함)

국가등급분류제도(National Classification Scheme)에서 제공하는 분류 분류는 다음과 같다.

G - 전체연령가(General)

PG - 부모 지도(Parental Guidance)

M - 성인(Mature)

MA 15+ - 성인 동반 필수(Mature Accompanies)

R 18+ - 제한(Restricted)

이 등급은 폭력, 성적 내용, 누드, 거친 언어, 약물 사용 등 주제를 기반으로 해당 게임에 적합한 최소 연령을 반영한다. 등급에는 분류 표시와 함께 소비자 주의사항(예: ‘강한 폭력’ 또는 ‘중

340) 공공장소는 보통 대중이 사용할 수 있는 장소 또는 대중에게 개방되거나 대중이 사용하는 잠재적인 장소로 일반적으로 정의된다. 이는 금전을 지불하더라도 적용된다.

간 정도의 비속어')이 동반될 수 있다.

또한, 앞서 언급한 바와 같이, 다음과 같은 경우 호주에서 비디오게임의 등급 분류 거부가 될 수 있으며, 이 경우 상영, 판매 또는 배포가 금지된다.

- 성행위, 약물 남용 또는 중독, 범죄, 잔혹 행위, 폭력 또는 혐오스러운 현상을 묘사하거나 표현하여 일반 성인의 도덕적 기준, 품위 및 적절성에 반하는 경우
- 18세 미만으로 보이거나 실제로 18세 미만인 미성년자를 합리적인 성인이 불쾌하게 여길 수 있는 방식으로 묘사하거나 나타내는 경우
- 범죄나 폭력을 조장하거나 선동하거나 지시하는 경우
- 테러 행위를 옹호하는 경우

마. 등급분류 신청절차 및 필요자료

1) 등급 심의를 받기 위한 절차나 서류에 대한 법률이 있는지, 또한 그 절차나 서류는 무엇인지 호주에서 컴퓨터게임의 등급 분류를 받기 위한 방법으로 네 가지를 고려할 수 있다.

① 등급분류위원회

컴퓨터게임의 분류 신청은 등급분류포털(Classification Portal³⁴¹)을 통해 제출할 수 있으며, 다음 사항이 필요하다.

수수료 지불: 신청서를 등급분류위원회를 통해 처리하기 위해서는 수수료를 납부해야 한다 (네 가지 유형의 신청서가 있으며, 각각의 수수료는 430 호주달러에서 2,460 호주달러까지 다양하다).

신청서 제출: 신청인은 정해진 정보를 포함한 신청서를 제출해야 한다. 예를 들어 다음과 같은 정보가 필요하다.

- 게임의 사본
- 해당 수수료
- 게임 플레이에 대한 상세한 설명
- 논란이 되는 자료의 문서, 논란이 되는 자료에 접근하는 치트 코드 등
- 논란이 될 수 있는 자료와 일반적인 게임 플레이를 포함한 30분/3GB의 게임 플레이 영상 (레벨 2 신청서의 경우).
- 게임 플레이 영상 제출: 신청자가 물리적 매체를 제출하는 경우, 게임과는 별도의 장치에 제공해야 한다.

신청서 검토: 등급분류위원회가 접수한 신청서를 검토한다.

341) <https://classificationportal.classification.gov.au/>

결정 통지: 등급분류위원회가 신청인에게 등급 결정 사항을 통지한다.

등급분류 인증서 발급: 등급분류위원회가 등급분류 인증서를 발급하고, 그 결정은 국가등급분류 데이터베이스(National Classification Database)에 게시된다.

컴퓨터게임의 등급분류에 대한 등급분류위원회의 절차에 대한 추가 정보는 링크³⁴²⁾에서 확인할 수 있다.

② 승인 평가자 제도

컴퓨터게임 승인평가자(Authorised Assessor for Computer Games, AACG) 제도는 승인을 받은 자가 컴퓨터 프로그램을 평가할 수 있도록 한다. 이 평가는 등급분류위원회에 제출되는 분류 신청서에 포함된다. 승인평가서는 컴퓨터게임에 대한 매우 상세한 보고서로, 적절한 분류 등급과 소비자 주의사항을 권고한다. 이 평가는 등급분류위원회가 결정을 내리는 데 도움을 주며, 수수료가 낮다. 컴퓨터게임 승인평가자 제도에 대한 추가 정보는 각주 319번 링크에서 확인할 수 있다.

③ 승인등급분류도구

산업계는 호주에서 컴퓨터게임을 분류할 때 분류에 대신 승인된 도구를 사용할 수 있는 옵션이 있다. 현재 호주에서 사용이 승인된 도구는 3가지가 있다. 다음과 같다.

- 모바일/온라인 컴퓨터게임을 위한 IARC 글로벌 등급 도구
- 온라인 영화와 TV 시리즈를 위한 넷플릭스 등급분류 도구
- 온라인 영화와 TV 시리즈를 위한 스피어렉스 등급분류 도구

승인도구(예: IARC 글로벌 도구)에 의해 내려진 결정은 국가등급분류제도의 목적상 등급분류위원회의 결정으로 간주되며, 국가등급분류데이터베이스에 게시되면 효력이 발생한다. 실제로 호주에서 분류된 대부분의 비디오게임은 저비용과 신속성을 이유로 IARG 등급분류 도구를 사용한다. 승인등급분류도구에 대한 추가 정보는 링크³⁴³⁾에서 확인할 수 있다.

④ 공인등급분류자(Accredited Classifier)

공인등급분류자 제도는 호주에서 공급되는 컴퓨터게임을 분류하는 또 다른 방법이다. 이때 공인된 자는 등급분류법 제22M조에 따라 장관의 승인을 받은 사람을 의미한다. 공인등급분류자는 유통사나 배급사에서 소속되어 업무를 수행할 수도 있고, 고객에게 서비스를 제공할 수도 있다. 공인등급분류자가 컴퓨터게임에 대한 등급분류 결정을 내리면 이를 등급분류 포털에 제출하며, 동 결정이 국가 분류 데이터베이스에 게시되면 효력이 발생한다. 등급분류위원회는 특정 상황에서 공인등급분류자가 내린 결정을 철회하고 대체할 권리를 보유한다.

342) <https://www.classification.gov.au/for-industry/apply-for-classification/classify-computer-game>

343) <https://www.classification.gov.au/for-industry/develop-and-use-classification-tool>

공인등급분류 제도에 대한 추가 정보는 링크³⁴⁴⁾에서 확인할 수 있다.

바. 등급분류 처리기간 및 비용

1) 등급 심의에 걸리는 기간은 어느 정도인지, 또한 그 비용은 얼마인지

등급분류위원회 결정

등급분류위원회 웹사이트에 따르면, 컴퓨터게임에 대한 일반 신청에 관한 결정은 25 근무일 이내 내리며, 우선 신청에 관한 결정은 7 근무일 이내에 내린다.

수수료는 신청 유형에 따라 다르며 다음과 같다.

- 레벨 1 신청(게임에 대한 서면 정보): 1,210 호주달러
- 레벨 2 신청(서면 정보와 게임 영상): 890 호주달러
- 시연 신청(신청자가 등급분류위원회에서 게임 전체 시연을 제공할 수 있도록 허용): 2,460 호주달러
- 승인평가(승인평가자가 작성한 보고서 포함): 430 호주달러
- 일부 신청서의 경우, 추가 비용 420 호주달러를 지불하면 우선 처리 서비스를 이용할 수 있다.

승인등급분류도구

승인등급분류도구는 컴퓨터게임을 분류하는 데 있어 시간과 비용면에서 더 효율적인 방안이다. 관련 게임을 (IARC 등) 도구로 검토한다. 도구가 컴퓨터게임 등급을 분류하면, 등급분류위원회에 응용 프로그램 처리 인터페이스(application process interface, API)를 통해 결정을 전달하고, 국가등급분류데이터베이스에 게시되며 이 시점에서 효력이 발생한다. 현재 등급분류 도구 인증서와 관련된 비용은 없다.

공인등급분류자

공인등급분류자는 컴퓨터게임을 분류하는 데 있어 더 시간과 비용면에서 더 효율적인 방안이다. 공인등급분류자는 관련 게임을 검토해야 한다. 이후 등급분류포털을 사용하여 게임에 대한 분류 결정을 제출해야 하며, 해당 결정은 국가등급분류데이터베이스에 게시되면 효력이 발생한다. 공인등급분류자의 결정에 관한 수수료는 없다.

344) <https://www.classification.gov.au/for-industry/accredited-classifiers>

3. 등급분류 사후관리 등

가. 등급분류의 거부

1) 어떤 경우에 등급을 받을 수 없는지, 등급분류를 거부당하는 경우는 무엇인지

위에서 언급한 바와 같이, 분류 거부(RC)로 분류된 콘텐츠는 호주에서 합법적으로 판매, 대여, 광고 또는 수입할 수 없다. 컴퓨터(비디오) 게임이 다음에 해당하는 내용을 포함하는 경우 RC 등급으로 분류된다.

- 성, 약물 오용 또는 중독, 범죄, 잔혹성, 폭력 또는 혐오스럽거나 불쾌한 현상을 묘사하거나 표현하거나 다루는 방식이 합리적인 성인이 일반적으로 받아들이는 도덕성, 품위 및 적절성 기준에 위배되는 내용
- 18세 미만으로 보이거나 실제로 18세 미만인 미성년자를 합리적인 성인이 불쾌하게 여길 수 있는 방식으로 묘사하거나 나타내는 내용
- 범죄나 폭력을 조장하거나 선동하거나 지시하는 내용
- 테러 행위를 옹호하는 내용

나. 등급분류 이후 의무 표기 사항, 방법

1) 등급을 받은 후 해당 등급을 웹사이트, 인게임, 물리패키지 등에 어떻게, 어디에 표기해야 하는지

출판물, 영화 및 컴퓨터게임 분류(표시 및 소비자 안내) 결정 2024³⁴⁵(Classification (Publications, Films and Computer Games) (Markings and Consumer Advice) Determination 2014 (Cth)) (Cth) (“표시결정”)은 표시 결정의 형태와 이를 표시하는 방법에 대한 규칙을 명시하고 있다.

표시 기재의 일반 규칙은 다음과 같다.

- 각 콘텐츠는 등급 분류와 소비자 주의사항 또는 등급 설명을 명시해야 한다.
- 표시는 콘텐츠에서 눈에 잘 띄고 접근하기 쉬운 곳에 표시해야 한다.
- 물리적 콘텐츠의 경우, 표시는 앞면의 왼쪽 하단 또는 제목 근처에 위치해야 한다.
- 디지털 콘텐츠의 경우, 표시는 제목 가까이에 위치해야 한다.
- 화면에 표시하는 경우, 시청자가 표시 내용을 완전히 읽을 수 있을 만큼 충분한 시간 동안 표시해야 한다.
- 콘텐츠의 유형이나 형식으로 인해 표시가 불가능한 경우, 구매 또는 접근 시점 이전에 표시

345) <https://www.legislation.gov.au/F2014L01758/latest/text>

해야 한다.

컴퓨터게임 표시는 표시결정 부록(Schedule) 1에 정해진 형식과 크기로 기재해야 한다. 표시는 다음을 포함할 수 있다.

(a) 조합 상자(아래 예시 참조)



(b) 직사각형 등급분류 기호(아래 예시 참조)



(a) 정사각형 등급분류 기호(아래 예시 참조)



다. 사후관리를 위한 사업자 준수 제도

1) 등급심의 후에 사업자가 준수해야 할 사항은 무엇인지? (예를 들어 게임 내용이 수정되었을 때 신고를 해야 하는지 등)

등급분류된 게임에 중요한 수정이 가해질 경우 등급분류가 해제되고 재분류가 필요할 수 있다. 이와 관련하여, 등급분류위원회 웹사이트에는 다음과 같이 명시되어 있다³⁴⁶⁾.

컴퓨터게임이 다음과 같이 변경되는 경우 등급분류를 다시 받을 필요는 없다.

- 사소하거나 기술적인 변경(즉, 수정된 컴퓨터게임이 원본과 별다르지 않은 경우)
- 게임 플레이에 큰 영향을 미치지 않는 변경
- 문제나 버그를 수정하는 패치나 업데이트
- 그래픽 개선
- 형식 변경(예: 2D에서 3D로, 아날로그에서 디지털로, 흑백에서 컬러로)
- 노래, 캐릭터, 무기, 의상, 스킨 또는 차량 추가

346) <https://www.classification.gov.au/for-industry/exemptions-and-modifications/modifications>

- 환경, 레벨, 임무, 스토리라인 또는 모드 추가

컴퓨터게임이 다음과 같이 변경되는 경우 기존 등급을 계속 사용할 수 없으며 등급분류를 다시 받아야 한다.

- 이전에는 숨겨져 있던 콘텐츠를 접근 가능하게 만드는 패치나 업데이트가 포함되어 있어, 컴퓨터게임의 등급을 변경할 가능성이 있는 변경
- 단순한 게임을 리메이크하여 그래픽을 대폭 개선함으로써 게임이 알아볼 수 없을 정도로 변모시키는 변경
- 플레이어가 게임과 상호작용하는 방식을 변경하는 아이템이나 환경을 추가하는 변경
- 수정된 버전을 원본 없이도 플레이할 수 있는 변경

라. 등급의 조정

1) 어떤 경우 이미 부여받은 등급이 변경되는지

게임의 내용이 변경되지 않는데도 등급분류가 변경되는 상황은 현재로서는 확인된 바 없다(3. 다.항 참조).

마. 등급분류 효력 유지기간(별도 갱신 필요성)

1) 등급분류를 받은 후 어느 정도 그 효력이 유지되는지

현행 제도에서는 등급분류가 영구적으로 유지되지만, 게임이 크게 수정될 경우 등급분류가 해제되고 재분류가 필요할 수 있다(3. 다.항 참조).

바. 콘텐츠 광고 시 등급 표기를 어떻게 해야 하는지

1) 게임 광고 시 등급 표기를 어떻게 해야 하는지

예시) 영상 시작 왼쪽 하단 3초 이상 등급 표기

등급이 분류된 컴퓨터게임

등급이 분류된 컴퓨터게임의 등급 표시는 동영상 광고의 경우 다음 두 가지 방법 중 하나로 표시해야 한다. 1) '태그'(tag)로 표시, 2) '티커'(ticker)로 표시

태그는 다음을 포함해야 한다. (a) 제시 형식의 활성화 화면 영역의 최소 15% 높이의 컬러 분류 기호 사각형, (b) 등급분류 설명, (c) 제목에 대한 소비자 주의사항. 태그는 호주 소비자들이 읽고

이해할 수 있도록 해당 광고가 재생되는 동안 충분한 시간 동안 재생하여야 한다(호주 등급분류 위원회 웹사이트에서는 해당 상황에서 5초가 적절할 수 있다고 언급하고 있음³⁴⁷⁾).

티커는 다음을 포함해야 한다. (a) 컬러 분류 기호 (b) 제목과 관련된 소비자 주의사항. 티커는 호주 소비자가 읽고 이해할 수 있도록 해당 광고가 재생되는 동안 충분한 시간 동안 재생하여야 한다(호주 등급분류 위원회 웹사이트에서는 해당 상황에서 10초가 적절할 수 있다고 언급하고 있음³⁴⁸⁾).

호주 등급분류위원회 웹사이트에서 태그와 티커에 대한 유용한 예시가 제공되고 있다(각주 348의 링크 참조).

미분류 컴퓨터게임

미분류 컴퓨터게임의 광고 메시지 표시 요건은 등급분류(미분류 영화 및 컴퓨터게임 광고 제도) 결정 2009³⁴⁹⁾ (Classification (Advertising of Unclassified Films and Computer Games Scheme) Determination 2009 (Cth)) 2부(Part 2)에 명시되어 있다. 그 내용은 다음과 같다.

광고 시작 시: 1) **60초 미만의 광고**의 경우, 최소 3초 동안 표시되는 정지 또는 동영상 이미지로, ('Check the classification'이라는 내용의) 장문 메시지를 제시 형식의 활성화 화면 영역 높이의 15% 이상에 해당하는 높이로 표시해야 한다. 2) **60초 이상의 광고**의 경우, 최소 10초 동안 표시되는 정지 또는 동영상 이미지로, ('Check the classification'이라는 내용의) 장문 메시지를 제시 형식의 활성화 화면 영역 높이의 15% 이상에 해당하는 높이로 표시해야 한다.

광고 중: 1) **10초 이상의 광고**의 경우 10초 이상 표시되는 티커를 사용하고, 이 티커는 ('Check the classification'이라는 내용의) 장문 메시지를 제시 형식의 활성화 화면 영역 높이의 5% 이상으로 표시해야 한다. 2) **10초 미만의 광고**의 경우, ('Check the classification'이라는 내용의) 장문 메시지를 광고 길이 이상의 시간 동안, 제시 형식의 활성화 화면 영역 높이의 5% 이상으로 표시해야 한다.

티커: 최소한 다음 중 더 큰 값을 충족해야 한다.

1) 32픽셀 라인, 2) 제시된 활성화 화면 영역 높이의 5%

화면의 소위 타이틀 안전 영역(title safe area)으로 알려진 부분에 표시해야 한다.

미분류 컴퓨터게임을 광고하는 동영상이 높이 300픽셀 미만의 화면 형식으로 표시되는 경우,

347) <https://www.classification.gov.au/for-industry/classification-markings/markings-downloads-and-guides>

348) <https://www.classification.gov.au/for-industry/classification-markings/markings-downloads-and-guides>

349) <https://www.legislation.gov.au/F2009L02479/latest/text>

광고는 위의 광고 시작 시 및 광고 중에 대한 사항을 준수하여야 하고, 단문 메시지(Check the classification을 축약한 'CTC'를 의미함) 및, 가능하다면 단문 메시지에 대한 설명이 있어야 하며 광고가 시작된 직후 가능한 한 빨리, 제시 형식의 활성 화면 영역 높이의 5% 이상으로 ('Check the classification'이라는 내용의)장문 메시지를 포함하는 정지 영상 또는 동영상을 표시해야 한다.

2) 게임 광고에 포함될 수 없는 콘텐츠 종류

호주에서 분류 거부(RC) 판정을 받은 컴퓨터(비디오) 게임은 광고할 수 없다. 또한, 컴퓨터(비디오) 게임(또는 영화)은 해당 게임(또는 영화)에 적용되는 등급보다 높은 등급의 광고를 포함할 수 없다. 예를 들어, G 또는 PG 등급을 받은 컴퓨터게임은 M 또는 MA15+ 등급을 받은 컴퓨터게임의 광고를 포함할 수 없다. 또한, 호주의 광고 법률과 규정에 따라 제품과 서비스 유형별 광고에 대해 다음과 같은 제한이 있다.

담배: 호주 법률에 따라 담배 제품의 홍보는 금지되어 있다.

처방약: 호주 법률에 따라 처방약 광고 또한 금지되어 있다.

주류: 호주에서는 주류 광고에 대한 일반적인 금지는 없으나,(위에 언급한) AANA 윤리규정 및 ABAC 주류마케팅규정³⁵⁰⁾(Responsible Alcohol Marketing Code) (ABAC RAMC) 등 산재된 법률과 자율 규정을 통해 광고의 형태와 방식이 규제된다. ABAC RAMC에 따르면 (특히 광고가 아동을 대상으로 하는 경우) 다음과 같은 내용을 포함할 수 없다.

- 무책임하거나 불쾌한 주류 관련 행동을 보여주거나 조장하는 내용
- 미성년자에게 강한 소구력을 지닌 내용
- 미성년자이거나 미성년자로 보이는 사람을 묘사하는 내용
- 유료 모델, 배우 또는 인플루언서가 성인으로 보이지만 25세 미만을 눈에 띄게 묘사하는 내용. 단, 연령 제한이 있는 환경 내에서만 묘사하는 경우는 제외

의약품: 치료용 제품의 광고에는 치료용제품광고규정³⁵¹⁾(Therapeutic Goods Advertising Code)에 따라 다음과 같은 요구사항이 적용된다.

- 광고는 정확하고 균형 잡혀야 하며, 오해를 유발해서는 안 된다.

350) <https://www.abac.org.au/about/thecode/>

351) <https://www.tga.gov.au/about-tga/legislation/legislation-and-legislative-instruments/therapeutic-goods-advertising-code>

- 광고는 정보에 입각한 건강 관리 선택을 지원해야 한다.
- 광고는 12세 미만의 아동을 대상으로 할 수 없다.

치료용제품광고규정 2021³⁵²⁾(Therapeutic Goods (Therapeutic Goods Advertising Code) Instrument 2021)의 1항목에 나열된 광고만 12세 이상 아동을 대상으로 할 수 있다. 해당 제품의 예로는 손소독제, 립밤, 자외선 차단제가 있다.

도박: 도박 광고에 관한 요구사항은 인터랙티브형 도박법과 방송(온라인 콘텐츠 서비스 제공자 규칙) 2018³⁵³⁾ (Broadcasting Services (Online Content Service Provider Rules) 2018, 온라인규칙)을 따른다. 이러한 요구사항의 예를 들면 다음과 같다.

- 인터랙티브형 도박법에 따라 특정 도박 서비스(예: 온라인 카지노)의 온라인 광고를 금지한다.
- 오전 5시부터 오후 8시 30분까지 온라인으로 스트리밍되는 스포츠 중계 중에는 도박 광고가 금지된다.
- 오후 8시 30분부터 오전 5시까지의 도박 광고는 다음을 포함한 특정 상황에서만 허용된다.
 - ✓ 스포츠 경기 시작 전 5분 및 종료 후 5분
 - ✓ 실시간 스포츠 경기와 함께 진행되는 경우(최소 90초 이상의 명확한 휴식 시간의 일부로 제공되며, 이미 시작된 스포츠 경기를 홍보하는 것이 아닌 경우)

식품 및 음료: AANA 식품 및 음료 광고규정³⁵⁴⁾(AANA Food and Beverages Advertising Code)에 따라 아동에게 식품 및 음료를 광고하는 데 적용되는 다음과 같은 요구사항이 적용된다.

- 15세 미만 아동을 대상으로 하는 특정 식품 또는 음료 제품(즉, 건강에 해로운 음식)의 광고를 금지한다.
- 광고주는 아동에게 간식이나 음료 제품 또는 해당 제품을 사용할 수 있는 바우처를 보상으로 제공할 수 없다.
- 아동에게 흥미를 끌 수 있는 판촉 행사를 포함한 식음료 제품 광고는 긴박감을 조성하거나 과도한 양의 구매 또는 소비를 조장할 수 없다.

아동 광고에 관한 제한 사항도 있으며, 이는 AANA 아동광고규정³⁵⁵⁾(AANA Children's Advertising Code)에 명시되어 있다. 예를 들어, 아동을 대상으로 다음과 같은 광고는 허용되지 않는다.

352) <https://www.legislation.gov.au/F2021L01661/latest/text>

353) <https://www.legislation.gov.au/F2018L01203/asmade/text>

354) <https://aana.com.au/self-regulation/codes-guidelines/food-and-beverages-code/>

355) https://aana.com.au/wp-content/uploads/2023/08/AANA_Childrens_Advertising_Code_Dec2023_FINAL.pdf

- 아동에게 부적절하거나 위험한 제품 또는 서비스를 홍보하거나 안전하지 않은 행동을 조장하는 등, 사회 기준에 위배되는 광고
- 아동을 기만하거나 오해를 유발하는 광고
- 성적 매력을 이용하거나 성적 이미지를 포함하는 광고
- 과도한 양의 구매나 무책임한 소비를 조장하는 광고

사. 사회·문화적 금기 사항

1) 등급분류시 또는 사후관리시 욕설, 종교 등의 사유에 따른 제한이 있는지 (예: 우상숭배 금지, 종교적 상징 훼손, 히잡 등 여성의 노출 관련 사항 등)

호주에서 '인정된 사회적 규범'을 위반하는 모든 유형의 금지된 콘텐츠를 포괄하는 단일 법률이나 규정은 없지만 다음과 가팅 개별 법률에서 다양한 유형의 유해하거나 불쾌한 온라인 콘텐츠를 규제한다.

RC 등급 콘텐츠: 앞서 언급한 대로, 다음에 해당하는 특정 콘텐츠(특히 비디오게임)는 호주에서 표시, 판매 또는 배포가 금지되는 분류 거부(RC) 등급으로 분류될 수 있다.

- 성행위, 약물 오용 또는 중독, 범죄, 잔혹 행위, 폭력 또는 혐오스러운 현상을 묘사하거나 표현하여 일반 성인이 받아들일 수 있는 도덕성, 품위 및 적절성의 기준을 위반하는 경우
- 18세 미만으로 보이거나 실제로 18세 미만인 미성년자를 합리적인 성인이 불쾌하게 여길 수 있는 방식으로 묘사하거나 나타내는 경우
- 범죄나 폭력을 조장하거나 선동하거나 지시하는 경우
- 테러 행위를 옹호하는 경우

온라인안전법: 법적이고 공격적인 온라인 콘텐츠는 온라인안전법³⁵⁶⁾에 따라 규제된다. 온라인 안전법에 따르면, 온라인안전국은 특정 온라인 콘텐츠의 삭제를 요구할 수 있는 권한을 가진다. 이러한 콘텐츠는 '1급 자료(class 1 material)'로 분류된다. 1급 자료는 성행위, 약물 남용 또는 중독, 범죄, 잔혹 행위 또는 폭력을 묘사하여 일반 성인의 도덕성, 품위 및 적절성 기준에 반하는 자료를 포함하며, 아동 성 학대 자료도 포함된다.

혐오스러운 폭력 자료: 개정 형법(혐오스러운 폭력 자료의 공유) 2019³⁵⁷⁾(Criminal Code

356) <https://www.legislation.gov.au/C2021A00076/latest/text>

Amendment (Sharing of Abhorrent Violent Material) Act 2019 (Cth))은 콘텐츠 및 호스팅 서비스 제공자에게 혐오스러운 폭력 자료를 신속하게 제거하거나 호스팅을 중단할 의무를 부과한다. 혐오스러운 폭력 자료는 테러 행위, 살인(또는 살인 미수), 고문 또는 강간을 기록하거나 스트리밍하는 음향, 비디오 또는 음향-시각 자료를 의미한다. 이 법은 특정 온라인 서비스 제공자가 호스팅하는 혐오스러운 폭력 자료가 호주 내에서 접근 가능하다는 것을 인지한 경우, 또는 온라인안전국으로부터 해당 서비스가 이러한 자료에 접근을 제공하고 있다는 통지를 받은 경우, 신속하게 해당 자료를 제거할 의무를 규정하고 있다. 이러한 의무는 일반적으로 라이브 스트리밍 및 기타 비디오 공유 플랫폼(예: 페이스북)에 적용되며, 비디오게임 제공자에게는 적용되지 않는다. 위 의무는 '인터넷 서비스 제공자(internet service provider)', '콘텐츠 서비스 제공자(content service provider)', '호스팅 서비스 제공자(hosting service provider)'에게 적용되는데 이들에 대한 정의는 다음과 같다.

- 인터넷 서비스 제공자 : 대중에게 인터넷 전송 서비스(internet carriage service)를 제공하는 자(비디오 게임 서비스 제공자는 인터넷 전송 서비스를 제공하는 것은 아니므로 이에 해당하지 않음)
- 콘텐츠 서비스 제공자 : 이용자가 인터넷 서비스를 이용하여 자료에 접속하도록 하는 서비스 또는 소셜 미디어 서비스(예: 페이스북, 인스타그램)를 하는 자(이용자에게 온라인 게임을 제공하는 서비스는 해당되지 않음)
- 호스팅 서비스 : 콘텐츠 서비스 관련 호스팅 서비스를 제공하는 자

2) 게임 개발 과정에서 제외해야 할 요소가 있는지 여부 (확률형 아이템, 도박, 성적 콘텐츠 등 포함)

3.사.1)항에서 언급한 바와 같이, 다음과 같은 요소가 비디오게임에 포함될 경우, 해당 게임은 RC 등급으로 분류되어 호주에서 상영, 판매 또는 배포가 금지될 수 있다.

- 성행위, 약물 오용 또는 중독, 범죄, 잔혹 행위, 폭력 또는 혐오스럽거나 불쾌한 현상을 묘사하거나 설명하여 일반 성인이 받아들이는 도덕성, 품위 및 적절성 기준을 위반하는 경우
- 합리적인 성인이 불쾌감을 느낄 수 있는 방식으로 19세 미만의 미성년자를 묘사하거나 나타내는 경우
- 범죄나 폭력을 홍보, 선동 또는 지시하는 경우
- 테러 행위를 옹호하는 경우

또한 3.사.1)항에서도 언급했듯이, 온라인안전국은 온라인 안전법에 따라 특정 온라인 콘텐츠의 삭제를 요구할 수 있는 권한을 가진다. 여기서 삭제가 요구되는 콘텐츠는 '1급 자료'로 불리며, 이는 성행위, 약물 오용 또는 중독, 범죄, 잔혹 행위 또는 폭력을 묘사하여 일반 성인이 받아들

357) https://classic.austlii.edu.au/au/legis/cth/num_act/ccaovma2019536/sch1.html

일 수 있는 도덕성, 품위 및 적절성 기준에 반하는 자료를 포함한다. 예를 들어, 아동 성학대 자료가 여기에 해당한다.

추가적으로, 아래 4.가.항에서도 언급했듯이, 2024년 9월 22일부터 2023년 컴퓨터게임등급분류지침의 제정에 따라 확률형 게임 아이템과 소셜 카지노 등 ‘도박 유사 콘텐츠(gambling-like content)’를 포함한 게임에 대한 등급분류 요건이 적용된다. 변경 사항은 다음과 같다.

- 게임 내 확률적 요소와 연계된 유료 아이템(예: 유료 확률형 아이템)을 포함하는 컴퓨터게임은 최소 M 등급(성인 - 15세 미만의 아동에게는 권장되지 않음)을 받도록 해야 한다.
- 시뮬레이션 도박을 포함하는 컴퓨터게임은 소셜 카지노 게임과 같이 최소한 18세 이상의 성인에게만 법적으로 제한되는 R18+ 등급을 받아야 한다.

위에서 언급한 각 사항은 호주 소비자에게 판매하거나 공급될 예정인 비디오게임을 개발할 때 고려하여야 한다.

4. 게임서비스 관련 규제

가. 확률형아이템 판매 가능 여부 및 규율

1) 확률형아이템 판매 가능 여부 및 관련 규정 또는 법령이 있는지, 자율규제가 있는지

호주 정부는 최근 확률형 게임 아이템 등을 포함한 게임에 대한 최소 연령 분류 요건을 도입했다. 호주 정부가 제정한 컴퓨터게임등급분류지침 2023³⁵⁸의 변경 사항은 2024년 9월 22일부터 적용된다. 주요 내용은 다음과 같다.

- 게임 내 확률적 요소와 연계된 유료 아이템(예: 유료 확률형 아이템)을 포함하는 컴퓨터게임은 최소 M 등급(성인 - 15세 미만의 아동에게는 권장되지 않음)을 받도록 해야 한다.
- 시뮬레이션 도박을 포함하는 컴퓨터게임은 소셜 카지노 게임과 같이 최소한 18세 이상의 성인에게만 법적으로 제한되는 R18+ 등급을 받아야 한다.
- 해당 컴퓨터게임의 내용에 따라 분류 표시와 소비자 주의사항(있는 경우)을 표시해야 한다. 여기에는 확률형 게임 아이템이나 시뮬레이션 도박이 포함되는지 여부도 포함해야 한다.

참고로, 현재 인터랙티브형 도박법의 해석에 따르면 확률형 아이템은 도박 서비스로 간주되지 않는다. 따라서 확률형 게임 아이템을 포함한 비디오게임 제공자는 인터랙티브형 도박법의 목적상 해당 게임을 호주 소비자에게 제공하기 위해 라이선스를 취득할 필요가 없다.

나. 확률형아이템 적용 대상

1) 확률형아이템 관련 규정 또는 관련 법령이 있을 경우 적용 대상이 어디까지인지

예시) 일반적인 확률형 아이템, 컴플리트 가차, 강화형 콘텐츠 등

4. 가. 1)항 참조

다. 확률형아이템 관련 준수사항

1) 확률형아이템에 대한 사업자 의무를 정하는 규정이 있는 경우 내용은 무엇인지

(판매 제한, 확률형아이템 포함여부 표시, 확률정보 표시, 제재 등)

4. 가. 1)항 참조

358) <https://www.legislation.gov.au/F2023L01424/asmade/text>

라. 경품 이벤트 관련 규제

1) 현금 또는 경품을 제공하는 것이 허용되는지(예: 추첨을 통한 경우), 그리고 허용된다면 어떻게 시행되는지(사전 보고가 필요한지 포함), 세금 관련 사항이나 경품 및 기부품의 가치 한도에 대한 내용은 어떠한지

호주에서 경품 이벤트를 운영할 경우 해당 거래 홍보 법률을 준수해야 한다. 호주에서는 상품 판촉을 '거래 홍보(trade promotion)'라고 하며, 각 호주 주와 영토에는 거래 홍보 및 기타 게임 활동을 규제하는 고유한 법률과 규정이 있다. 특정 거래 홍보에 적용되는 법률은 경쟁 참가자가 거주하는 주나 영토에 따라 결정된다.

일반적으로 거래 홍보는 무역이나 사업을 촉진하기 위해 무료로 참여할 수 있는 게임이나 경쟁을 의미하며, 이는 우연에 의한 게임이나 기술 게임을 포함할 수 있다. 우연에 의한 게임은 모든 참가자에게 동등한 승리 기회를 제공하며, 승자를 결정할 때 기술을 고려하지 않고 무작위로 승자를 선정한다. 반면, 기술 게임은 승자를 결정할 때 우연이 전혀 개입하지 않는다. 호주의 어느 지역에서도 기술 게임을 진행하기 위해 허가를 받을 필요는 없지만, 우연에 의한 게임을 진행하기 위해서는 총 상금의 가치에 따라 각 지역에서 거래 홍보 허가를 받아야 한다.

더 구체적으로 설명하자면,

뉴사우스웨일스(New South Wales)에서는 총 상금 가치가 10,000 호주 달러를 초과하고 뉴사우스웨일스 거주자가 참여할 수 있는 거래 홍보를 진행하려면 해당 허가가 필요하다. 이 허가는 1년, 3년 또는 5년 동안 발급되며, 단일 허가로는 다수의 촉진 행사를 운영할 수 있다.³⁵⁹⁾

사우스오스트레일리아(South Australia)에서는 상금 총액이 5,000 호주 달러를 초과하는 경우 또는 거래 홍보가 즉석 당첨 형식으로서 (상금 총액과 관계없이) 거주자를 대상으로 하는 경우, 거래 홍보 허가가 필요하다. 뉴사우스웨일스와 달리, 사우스오스트레일리아에서는 단일 허가로는 여러 프로모션을 진행할 수 있는 거래 홍보 허가 개념이 없다.³⁶⁰⁾

호주 수도 준주(Australian Capital Territory)에서는 총 상금이 3,000 호주달러를 초과하고 호주 수도 준주 거주자가 참여할 수 있는 경우 거래 홍보 허가가 필요하다. 뉴사우스웨일스와 달리 단일 허가로는 여러 촉진 활동을 수행할 수 있는 거래 홍보 권한 개념이 없다.³⁶¹⁾

노던 준주(Northern Territory)에서는 총 상금이 5,000 호주달러를 초과하고 다른 주나 준주

359) <https://www.service.nsw.gov.au/transaction/apply-for-a-trade-promotion-gaming-authority>

360) <https://www.sa.gov.au/topics/business-and-trade/running-a-business/trade-promotions>

361) <https://www.gamblingandracetracing.act.gov.au/industry/lotteries/trade-promotions>

에서 별도로 승인되지 않은 경우, 거래 홍보 허가가 필요하다. 뉴사우스웨일스와 달리, 노던 준주에서는 단일 허가로 여러 촉진 활동을 수행할 수 있는 거래 홍보 권한 개념이 없다.³⁶²⁾

퀸즐랜드, 빅토리아, 웨스턴 호주, 또는 타스마니아에서는 거래 홍보 허가를 취득할 의무가 없다. 위에서 언급한 바와 같이, 호주의 각 주와 준주는 거래 홍보 및 기타 게임 활동의 수행을 규제하는 자체 법률과 규정을 마련하고 있으며, 관련 홍보 수행에 있어 이를 준수해야 한다.

예를 들어, 뉴사우스웨일스에서는 거래 홍보의 수행을 2018 공동도박법³⁶³⁾(NSW)(Community Gambling Act 2018 (NSW)) 및 2020 공동게임규정³⁶⁴⁾(NSW)(Community Gaming Regulation 2020 (NSW))으로 규제하며, 거래 홍보는 다음과 같은 규제의 적용을 받는다.

참가 비용: 거래 홍보에 참가하려면 비용이 없어야 한다. 다만, 참가자가 정상 소매가로 상품이나 서비스를 구매하는 경우 예외가 적용된다.

광고: 거래 홍보 광고는 다음과 같은 행위를 할 수 없다.

- 법 위반 조장
- 아동이 거래 홍보 활동에 참여하는 모습을 묘사
- 허위이거나 오해를 유발하거나 기만에 해당
- 참가하면 반드시 승리할 것이라고 암시
- 입장이 앞으로의 재정 상황을 확실히 개선할 것이라고 제안

현금 상금: 현금 상금이 5,000달러를 초과할 경우, 수상자는 전액 또는 5,000달러를 초과하는 금액은 반드시 수표 또는 전자 이체로 지급받아야 한다.

제공 불가 상품: 특정 상품은 제공할 수 없다. 예를 들어, 담배, 총기류 또는 주류 상품이 이에 해당한다.

규칙 표시: 주최자는 규칙을 다음과 같은 방법으로 표시해야 한다. (a) 주최자가 유지하는 공개 웹사이트의 눈에 띄는 위치에 규칙을 게시 (b) 게임 활동이 진행되는 장소에 규칙을 게시

미수령 상품: 모든 상품은 지급되어야 한다. 허가 보유자는 추첨 후 최소 3개월 동안 모든 미수령 상품을 보관해야 한다. 3개월이 지난 후에도 상품이 수령되지 않으면, 허가 보유자는 뉴사우스웨일스 공정거래청(NSW Fair Trading)에 연락하여 재추첨을 요청할 수 있다.

추첨에 참석: 상금 총액이 10,000달러를 초과할 경우, 독립된 인원이 당첨자 발표를 검토해야

362) <https://nt.gov.au/industry/gambling/gambling/lotteries-community-gambling/apply-to-run-a-trade-lottery>

363) <https://legislation.nsw.gov.au/view/whole/html/inforce/current/act-2018-060>

364) <https://legislation.nsw.gov.au/view/html/inforce/current/sl-2020-0304>

하며, 이 과정의 진실성을 증명하는 법적 서약서를 작성해야 한다.

호주의 주와 준주에서 적용되는 거래 프로모션 법률과 규정에는 유사점이 있지만, 거래 프로모션이 해당 호주 관할 구역의 법률과 규정을 준수하는지 확인하기 위해서는 개별적으로 조언을 구하는 것이 좋다. 거래 프로모션을 진행할 때 적용되는 법률을 준수하지 않을 경우 처벌이 있으며, 이는 해당 관할 구역에 따라 다르다.

마. NFT 게임 관련 허용 여부

1) 게임 아이템을 NFT화하여 이용자가 NFT 거래소에서 판매하는 형태의 게임이 금지되어 있는지, 금지된다면 어떤 규정에 따라 금지되는지

NFT가 게임 아이템에만 관련된 경우, 호주에서는 규제되지 않을 가능성이 높다. 따라서 이러한 NFT를 NFT 거래소에서 판매하는 것에 대한 금지 조치는 없을 것이다.

호주에서 직접적으로 관련된 두 가지 제도는 호주금융서비스라이선스(Australian Financial Services Licenses, AFSL)와 호주금융시장라이선스(Australian Financial Market Licenses, AFML) 제도이다. 이들은 주로 2001 기업법 제7장³⁶⁵⁾에서 규정하고 있으며, 호주증권투자위원회³⁶⁶⁾(ASIC)가 관리한다.

ASIC는 규제 체제를 기술 중립적으로 운영해야 한다고 명시했다. 따라서 거래 중에 암호 자산이 포함된 경우, 다른 자산이 대가로 제공되는 모든 거래와 동일하게 취급된다.

NFT 발행은 실질적으로 금융 상품일 때만 규제를 받는다. 기업법 제764A조는 “증권”이 법의 목적상 금융 상품임을 규정한다. 특정 상황에서, ASIC는 NFT가 증권이 될 수 있다고 결론 내린 바 있다.

법 제761A조는 “증권”을 다음과 같이 정의한다.

- a) 한 단체의 지분
- b) 한 단체의 채권
- c) (a) 또는 (b)에 해당하는 증권에 대한 법 또는 형평법상의 권리나 이익
- d) (a) 또는 (b) 호에 해당하는 증권을 발행하여 취득할 수 있는 옵션
- e) 유상증자를 통해 다음을 취득할 수 있는 권리(현재 존재하거나 미래에 발생할 수 있는 권리, 조건부 권리 포함)
- i) (a), (b), (c) 또는 (d) 호에 해당하는 증권

365) <https://www.legislation.gov.au/C2004A00818/latest/text/4>

366) <https://asic.gov.au/>

- ii) 제764A조 제(1)항 (b), (ba) 또는 (bb)호에 명시된 이익 또는 권리
 - f) CGS 예탁권,
 - g) 단순 기업채 예탁권,
- 제외된 증권이나 외국 여권 펀드 제품은 포함하지 않는다.

NFT가 증권으로 간주될 가능성을 판단할 때, 주식이 가장 일반적인 예라는 점을 고려하여, NFT를 발행하는 기관은 증권으로 간주되는 다음의 주요 특성에 주목해야 한다.

- NFT가 소유자에게 회사의 소유에 관한 권리, 의사 결정에 대한 투표권, 배당을 통한 미래 이익 분배 권리, 그리고 회사가 청산될 경우 잔여 자산에 대한 청구권 등 회사와 관련된 특정 권리를 부여하는지 여부
- NFT가 투자자(즉, 구매자)로부터 자금을 조달하기 위해 발행 기관이 NFT를 발행하여 이자를 지급하는 부채 증서와 비교할 수 있는지 여부

게임 내 아이템 NFT는 증권의 특성을 가지지 않을 가능성이 높다. 이와 같이 볼 때 게임 내 아이템 NFT는 금융 상품이 아니며, AFSL이나 AFML 제도의 적용을 받지 않는다.

바. P2E 게임 허용 여부

1) 게임 상의 재화를 블록체인을 통하여, 환전 또는 아이템 NFT 거래 등을 통해 현금화 할 수 있는 게임이 허용되는지 여부 및 관련 규정 또는 법률이 있는지

‘금지 대상 인터랙티브형 도박 서비스’는 일부 예외를 제외하고 인터넷 서비스를 통해 온라인으로 고객에게 제공되는 ‘도박 서비스’를 의미한다. 1.나.항에서 언급한 바와 같이, 인터랙티브형 도박법³⁶⁷⁾에 따라 호주 고객에게 ‘금지 대상 인터랙티브형 도박 서비스’를 제공하는 것은 범죄 행위이다.

인터랙티브형 도박법에서 ‘도박 서비스’의 정의에는 여러 가지 요소가 있지만, 온라인 도박 서비스 제공자에게 가장 관련성이 높은 것은 다음과 같다.

‘도박 서비스’란 다음의 조건을 만족하는 게임 진행을 위한 서비스를 의미한다.

- 1) 금전 또는 가치물을 위해 플레이하는 게임일 것
- 2) 우연에 의존하거나 운과 기술이 혼합된 게임일 것
- 3) 서비스의 고객이 게임을 플레이하거나 게임에 참가하기 위해 대가를 지불하거나 동의할 것.

367) <https://www.legislation.gov.au/C2004A00851/latest/text>

어떠한 서비스가 인터랙티브형 도박법 상 도박 서비스로 간주되기 위해서는 이 세 가지 요소 각각을 충족해야 한다. 아래에서는 P2E 게임의 맥락에서 이 세 가지 요소 각각에 대해 설명한다. 항목 (1)과 관련하여, 고객이 돈이나 가치 있는 것을 얻을 기회가 있다면 (예를 들어, 게임 아이템이나 화폐), 게임은 '도박 서비스' 정의의 첫 번째 요소를 충족할 가능성이 높다.

항목 (2)와 관련하여, 호주 주 및 준주(인터랙티브형 도박법 포함)에는 '우연에 의존하는 게임' 또는 '기술 게임'에 대한 법적 정의가 없다. 그러나 호주 법원은 과거 도박 관련 법률의 맥락에서 이 용어들을 판단한 바 있다. Tahapi v Avery (1986) 6 NSWLR 138 사건에서 키비 판사는 두 가지 유형의 게임을 다음과 같이 구분했다. (a) 기술 게임은 게임이 중요한 부분이 우연에 의존하지 않는 게임이며, (b) 우연에 의존하는 게임은 게임 결과가 거의 전적으로 우연에 의해 결정되거나, 우연이 게임의 지배적인 특징이지만 기술이 우연으로 인한 위험을 줄일 수 있는 게임이다. 따라서 혼합형 게임은 단순히 우연에 의존하는 게임에 기술 요소가 포함된 것이지만, 기술 게임으로 분류될 수 없다. 결과적으로, 게임이 우연에 의존하는 게임이나 혼합형 게임으로 간주되기 위해서는, 게임의 지배적인 특성이 우연이어야 하며, 기술 요소가 존재하더라도 그렇다. 예를 들어, 기회와 기술 요소가 모두 포함된 게임(예: 플레이어의 성공이 부분적으로 기회에 의해 결정되는 온라인 컴퓨터게임)이라도, 기회가 게임의 지배적인 요소로 작용하여 승리 가능성에 영향을 미치는 경우, 이는 우연에 의존하는 게임 또는 혼합형 게임으로 간주된다. Tahapi v Avery 사건에서 키비 판사가 표현한 견해는 인터랙티브형 도박법 해설서의 예시와 일치한다. 해설서에는 우연에 의존하는 게임과 기술 게임의 예시가 다음과 같이 기재되어 있다.

'우연에 의존하는 게임의 예로는 룰렛이 있다. 룰렛 게임에는 기술이 필요하지 않다. 우연과 기술이 혼합된 게임의 예로는 블랙잭이 있다'

'우연과 기술이 혼합된 게임에 대한 언급은 일반적으로 기술 게임으로 간주되는 게임을 포함하지 않는다. 비록 게임의 결과가 우연에 의해 영향을 받을 수 있다고 주장할 수 있지만, 예를 들어, 호주 역사에 대한 지식을 겨루는 온라인 대회는 질문에 우연의 요소가 있다고 주장할 수 있어도 기술 게임으로 간주해야 한다. 마찬가지로, 일반 상식 질문에 답해야 하는 인터랙티브 텔레비전 기반 퀴즈 게임도 혼합된 운과 기술을 포함하지 않으므로 기술 게임으로 간주해야 한다.' 따라서 특정 게임이 도박 서비스의 두 번째 요소를 충족하는지 여부는 게임의 성격과 해당 게임과 관련된 운 요소에 따라 달라질 것이다.

항목 (3)과 관련하여, 게임을 플레이하기 위해 고객이 돈(또는 다른 형태의 대가)을 제공해야 하는 경우 이 요소가 충족된다.

비디오게임 제공자가 특정 게임에 대해 우려가 있을 경우, 해당 게임이 인터랙티브형 도박법에 따라 도박 서비스로 간주될 수 있는지 여부를 판단하는 데 도움을 주기 위해 개별적인 조언을

받는 것을 법적인 목적으로 권장한다.

게임 상의 재화를 블록체인을 통하여 환전 또는 아이템 NFT 거래 등을 통해 현금화하는 거래는 호주에서 직접적으로 규제되지 않을 가능성이 높다.

맥락을 설명하자면, 특정 서비스(지정된 서비스)를 제공하는 단체는 2006 자금세탁방지 및 테러자금 조달 방지법³⁶⁸(Anti-Money Laundering and Counter-Terrorism Financing Act 2006 (Cth), AML/CTF 법)의 의무를 준수해야 한다. 이러한 의무에는 호주 거래 보고 및 분석 센터(AUSTRAC)에 등록 및 보고 의무가 포함된다.

AML/CTF 법 제6조는 지정된 서비스 목록을 설명한다. 우리의 견해로는, 가장 관련성이 높은 지정된 서비스는 50A - 디지털 화폐를 돈(호주 달러 여부와 상관없이)으로 교환하거나 돈(호주 달러 여부와 상관없이)을 디지털 화폐로 교환하는 것으로, 이는 디지털 화폐 거래소 사업을 진행하는 과정에서 제공된다.

게임 아이템을 블록체인이나 NFT 거래를 통해 화폐로 전환하는 것이 디지털 화폐(예: 비트코인)를 돈으로 교환하는 행위가 될 가능성은 낮다. 또한, 이는 디지털 화폐 거래소 사업으로 간주될 가능성도 낮다고 본다. 따라서, 이러한 거래는 호주에서 규제 대상이 되지 않을 것으로 판단된다.

사. 이용자수 공개의무 등 기타 사업자 준수 의무 관련

1) 월간 이용자 정보를 공지하거나 보고해야할 의무(예: EU Digital Service Act) 등 기타 사업자가 준수해야할 사항이 있는지

온라인안전법

온라인안전법은 유해한 온라인 콘텐츠를 제거하는 것과 관련하여 광범위한 전자 서비스 제공업체(전자 서비스 제공업체)에게 의무를 부과한다. 이 법에 의해 규제되는 전자 서비스 제공업체에는 특히 최종 사용자가 다른 최종 사용자와 온라인 게임을 할 수 있도록 하는 전자 서비스 제공업체(즉, 비디오게임 제공업체)가 포함된다.

여기에는 다음 요구사항이 포함된다.

(a) 온라인안전국으로부터 삭제 통지를 받은 후 24시간 이내에 전자안전 관련 사이버 학대 및 사이버 괴롭힘 자료(성인 관련 자료 포함)를 삭제한다.

368) <https://www.legislation.gov.au/C2006A00169/latest/text>

(b) 온라인안전국으로부터 삭제 통지를 받은 후 24시간 이내에 서비스에서 1급 자료(위에서 정의됨)와 2급 자료(호주에서 R18+ 또는 X18+로 분류되는 자료)를 제거하기 위해 모든 합리적인 조치를 취해야 한다.

(c) 위에 나열된 콘텐츠 유형과 관련하여 개선 통지에 따르며, 해당 제공자는 해당 자료를 서비스에서 제거하고 제한된 접근 시스템을 통해 접근을 통제하기 위해 모든 합리적인 조치를 취해야 한다.

(d) 2022온라인안전(기본기대사항)결정³⁶⁹(Online Safety (Basic Online Safety Expectations) Determination 2022) (BOSE 결정)에 따라 기본 안전 기대치를 준수하고, 요청 시 온라인안전국에 온라인 안전에 대한 보고서를 제출해야 한다. BOSE 결정은 다음과 같은 요구사항을 포함한다.

- 최종 사용자가 서비스를 안전하게 이용할 수 있도록 합리적인 조치를 취할 것
- 서비스에서 불법적이거나 유해한 자료나 활동의 범위를 최소화할 것
- 서비스에서 제공하는 2급 자료에 아동이 접근하지 못하도록 기술적이나 다른 합리적인 조치를 취할 것
- 서비스에서 특정 자료가 제공되는 범위를 최소화하기 위해 합리적인 조치를 취할 것. 예를 들어, 호주 아동을 대상으로 한 사이버 괴롭힘, 동의를 받지 않은 접촉 이미지, 혐오스러운 폭력적 행위를 조장하는 자료 등을 포함한다.
- 온라인안전국에서 통지 시, 불평에 대한 정보, 삭제 통지 준수 일정, 최종 사용자가 안전하게 서비스를 이용할 수 있도록 취한 조치에 관한 정보를 제공할 것

*온라인안전법에 따르면, 1급 자료는 국가등급분류제도에서 분류 거부(RC)로 분류되거나 분류될 자료를 의미한다. 이는 아동의 성 착취, 테러 행위 또는 기타 유형의 폭력 범죄 또는 극단적 폭력을 보여주거나 조장하는 자료를 포함한다. 여기에는 살인, 살인 미수, 강간, 고문, 폭력적인 납치 및 자살이 포함된다.

AML/CTF 준수

호주 자금세탁방지 및 테러자금조달방지법³⁷⁰(AML/CTF 법)은 보고기관에 의무를 부과한다. 지정된 서비스를 제공하는 개인(회사 포함)은 AML/CTF 법의 목적상 보고기관으로 간주된다. AML/CTF 법 제6조는 법의 목적상 지정된 서비스로 간주되는 활동 목록을 제시하며, 호주에 상주기관을 갖춘 개인에게 적용된다. AML/CTF 법 제6조에 명시된 지정된 서비스 목록에는 법의 표 3에 명시된 특정 유형의 도박 서비스가 포함된다. 만약 비디오게임이 AML/CTF 법 제6

369) <https://www.legislation.gov.au/F2022L00062/latest/text>

370) <https://www.legislation.gov.au/C2006A00169/latest/text>

조의 목적상 지정된 서비스를 제공하는 경우, 해당 게임 제공자는 보고기관으로 간주되어 법에 따른 다음과 같은 특정 의무를 준수해야 할 수 있다.

- 자금세탁방지 및 테러자금조달방지 프로그램을 시행 의무
- 고객파악 및 지속 실사 의무
- 호주 거래보고분석센터(Australian Transaction Reports and Analysis Centre, AUSTRAC)에 보고서를 제출해야 하는 요구사항은 상황에 따라 다르지만, 일반적으로 다음과 같은 사항을 포함한다.
 - ✓ 준수 보고서
 - ✓ 의심 사안 보고서
 - 기록 보관 요건은 지정된 서비스 유형에 따라 다르며, 일반적으로 다음을 포함한다.
 - ✓ 거래 기록
 - ✓ 전자 이체 기록
 - ✓ 고객 신원 확인 절차 기록
 - ✓ AML/CTF 프로그램

AML/CTF 법위반 시 법인에 부과되는 최대 벌금은 100,000 벌금 단위(22,200,000 호주달러)이다. AUSTRAC는 AML/CTF 법 위반과 관련하여 Commonwealth Bank of Australia³⁷¹⁾와 Crown Casino (Melbourne)³⁷²⁾ 등 여러 대형 호주 기업을 제재한 적이 있다. 이 두 사례에서, 해당 기업들에게 상당한 벌금이 부과되었다.

아. 플랫폼에 따른 규제 변화 관련

1) 게임을 활용하는 플랫폼에 따라 규제가 상이한지(예: PC, 모바일, 콘솔 간, 혹은 온라인 플랫폼 구글, 애플, 닌텐도, 스팀 간 등)

위에 명시된 규제들은 게임을 활용하는 플랫폼의 종류와 관계없이 적용된다.

2) 하나의 게임을 멀티 플랫폼으로 활용할 경우, 어떠한 플랫폼에 해당하는 규제가 적용되는 것인지 (예: 모바일 게임을 PC로 스트리밍하는 경우 PC, 모바일 게임의 규제 중 어떤 규제를 받게 되는지)

컴퓨터게임 등급분류 규정은 사용자가 PC를 통해 모바일 게임을 스트리밍하든, 사용자가 온라인 게임을 직접 스트리밍하든 상관없이 적용된다.

371) <https://www.austrac.gov.au/news-and-media/media-release/austrac-and-cba-agree-700m-penalty>

372) <https://ministers.ag.gov.au/media-centre/crown-ordered-pay-450-million-penalty-its-breaches-amlctf-act-11-07-2023>

5. 게임서비스 이용 관련

가. 표준이용약관

1) 게임 서비스와 관련하여 법률, 정부 기관 등에서 제시하는 표준이용약관이 있는지

호주에서 게임 서비스에 대해 법률이나 정부 기관이 제시하는 표준이용약관은 없다. 그러나 (호주 비디오게임 산업을 대표하고 대변하는 최고 기관인) IGEA는 회원들이 사용할 수 있는 특정 양식(예: 서비스 계약 및 웹사이트 이용 약관)을 제공하고 있다.³⁷³⁾

2) 표준이용약관이 없는 경우 해당 국가의 계약법, 민법 등 법률 상 불공정 약관의 판단 기준이 무엇인지

호주의 불공정 계약(unfair contract terms, UCT) 제도는 호주소비자법³⁷⁴⁾에 포함되어 있으며, 표준형 소비자 계약과 표준형 소규모 사업 계약에서 불공정 계약 조항의 사용을 금지한다. 특히, 2023년 11월에 UCT 제도에 대한 개혁이 단행된 후, 호주에서 불공정 계약 조항의 사용 또는 사용 제안과 관련하여 상당한 재산상 차별이 적용된다. 이러한 차별은 위반 건당 최대 5천만 달러(또는 그 이상)에 이를 수 있다.

비디오게임 제공업체와 사용자 간에 체결되는 대부분의 계약(예: 서비스 약관 등)은 일반적으로 제공자와 관련 사용자 간에 어떠한 협상도 없기 때문에 UCT 제도에 따라 표준형 소비자 계약으로 간주될 것이다.

UCT제도에서는 다음과 같은 세가지 조건이 모두 충족될 경우 계약 조건이 불공정한 것으로 본다.

- 계약으로 인해 당사자들 간의 권리와 의무에 중대한 불균형이 있을 것
- 해당 조항으로 이익을 얻는 당사자의 정당한 이익을 보호하는 데 합리적으로 필요하지 않을 것
- 해당 조건을 신뢰하면 손해가 발생할 것

UCT 제도는 불공정하다고 간주될 수 있는 조항의 예시 목록을 제공한다. 예를 들어, 다음과 같은 조항이 해당한다.

- 일방 당사자에게만 계약 조건을 변경할 권한을 부여하는 조항
- 일방 당사자가 계약의 이행을 회피하거나 제한하도록 허용하는 조항

373) <https://igea.net/2020/07/igeas-contract-starter-kit-and-info-sheets/>

374) https://www8.austlii.edu.au/cgi-bin/viewdoc/au/legis/cth/consol_act/caca2010265/sch2.html

- 일방 당사자에게만 계약을 해지할 권한을 부여하는 조항
- 계약 위반 또는 해지로 인해 한 당사자에 위약금을 부과하는 조항

법원이 표준형 소비자 계약의 조건이 불공정함을 확인하는 경우, 해당 조항은 자동으로 무효이며(집행 불가), 불공정 계약 조건의 사용 또는 사용 제한과 관련하여 법원이 부과할 수 있는 상당한 재산상 처벌이 규정되어 있다. 최고형은 5천만 호주달러 이상에 이른다. 법원은 총 처벌액이 적절하도록 하기 위해 기존 원칙을 적용하여 재산상 처벌을 결정한다.

나. 이용약관 언어 관련

1) 약관에서 제공하는 언어를 현지 언어가 아닌 다른 언어로 제공해도 적법한지

약관을 영어로 제공해야 하는 법적 의무는 없지만, 소비자가 조항을 읽거나 이해하지 못한 상태에서 계약을 체결할 경우 해당 조항이 효력을 상실할 위험이 있다.

또한, 호주소비자법에서는 기업이 무역이나 상업에서 오해를 유발하거나 기만적인 행위를 하지 않도록 요구한다. 영어로 된 약관을 제공하지 않으면 이 금지 조항을 위반할 위험이 있다.

또한, 약관을 제공하지 않으면 UCT 제도를 위반할 위험이 있다. 법원이 특정 조건이 UCT 제도의 목적상 불공정하지 여부를 판단할 때 고려할 수 있는 요소 중 하나는 조건의 투명성이다.

- 조건이 투명하다고 판단하기 위해서는 다음을 충족해야 한다.
- 합리적으로 평이한 언어로 표현
- 독해 가능
- 명확한 내용 제시
- 조건의 영향을 받는 모든 당사자에게 쉽게 제공 가능

호주 소비자에게 영어로 된 약관을 제공하지 않으면, UCT 제도의 목적상 불공정하다고 간주될 위험이 높아질 수 있다.

다. 약관 개정 및 동의

1) 약관을 개정하는 경우 법률, 정부 기관에서 제시하는 사전 고지일 및 동의 획득 여부가 있는지 (이용자에 대한 고지로 동의를 갈음할 수 있는지 여부)

호주 정부 부처에서는 표준형 소비자 계약의 조항을 수정하기 위해 사전 통지 기간을 규정한 바 없다. 그러나 이와 관련하여 UCT 제도가 중요하다. UCT 제도에 따르면, 한 당사자만 계약의 조항을 수정할 수 있는 조항, 즉 일방적 변동권이 소비자 법에서 불공정하다고 간주될 수 있는 조항의 예로 제시되어 있다.

더 구체적으로, 비즈니스의 정당한 이익을 보호하는 데 합리적으로 필요하지 않은 방식으로 행사되어 사용자에게 불이익을 초래하는 '일방적 변동권'은 UCT 제도의 목적상 불공정 계약 조항으로 간주될 위험이 있다. 따라서 불공정 계약 조항으로 간주되지 않도록 하기 위해서는 사업자가 관련 변경 사항이 발효되기 전에 조기에 사용자에게 통지하고, 소비자가 제안된 변경 사항에 동의하지 않을 경우 계약을 해지할 기회를 제공해야 한다.

ACCC 안내

이와 관련하여, 호주 경쟁 및 소비자 위원회(ACCC)는 지침 문서³⁷⁵⁾에서 일방적 변동권이 다음과 같은 경우 불공정하다고 판단될 가능성이 높다고 명시했다:

- (i) 관련 계약에 명확하게 표현되지 않은 경우
- (ii) 변경 사항에 대한 충분한 통지가 제공되지 않은 경우
- (iii) 계약을 위약금 없이 해지할 기회가 제공되지 않은 경우.

한편, ACCC는 일방적 변경 조항이 계약을 변경할 수 있는 당사자 양쪽 모두에게 허용되고, 계약서에 명시된 정당한 이유에 한해서만 변경이 가능하며, 이러한 이유가 명확하고 구체적이어서 사업자가 자의적으로 변경 권한을 남용하거나 소비자에게 불리하게 변경할 수 없도록 보장하는 경우, 해당 조항이 불공정할 가능성이 낮아 인정될 가능성이 높다고 지적했다. ACCC는 예를 들어, 다음과 같은 경우 일방적 변동 조항이 인정될 수 있다고 언급했다.

- 계약에 상황이 명확하게 표현될 것
- 비용이나 위험을 관리하는 등 기업의 정당한 이익을 보호할 합리적 필요성이 있을 것
- 소비자가 계약을 취소할 권리가 있으며, 소비자에게 불리한 변경 사항이 있을 경우 위약금 없이 취소할 수 있을 것

커먼 로(Common Law) 고려사항

또한, 호주 커먼로(Common Law)는 다양한 조항이 영향을 받는 사용자에게 구속력을 가지도록 하기 위해, 사용자에게 변경 사항에 대한 합리적인 통지를 제공하고, 해당 변경 사항에 대한 동의를 명확히 나타내도록 요구한다. 이러한 요건은 일반적으로 관련 소비자가 수정된 조항을 읽고, 이해하고, 수락했다는 긍정적인 동의를 통해 충족된다.

이와 관련하여, 계약 조건이 변경되는 경우, 영향을 받는 사용자가 변경된 조건을 읽고 동의했음을 나타내는 체크 상자(또는 유사한 방식)를 선택하거나, 통지를 받은 후 '로그인'(또는 유사한

375) https://consumer.gov.au/sites/consumer/files/2016/05/0553FT_ACL-guides_ContractTerms_web.pdf

방식)을 클릭하여 변경된 조건에 동의했음을 나타내도록 요구하는 방식이 일반적으로 권장된다.

라. 본인인증/ID 생성

1) 인터넷 사업자의 온라인서비스 운영 및 모바일서비스 운영 시 이용자 본인인증 등을 요구하는 법령 혹은 자율규제 등이 있는지

호주 비디오게임 산업에서는 온라인 게임과 모바일 게임을 할 때 본인인증을 요구하는 법률이나 규정이 없다.

그러나 이와 관련하여 다음과 같은 여러 요구사항이 중요할 가능성이 높다.

온라인안전법과 관련된 2022 BOSE 결정³⁷⁶⁾에 따라, 전자(온라인) 서비스 제공자는 서비스 제공과 관련하여 다음과 같은 여러 기대사항을 준수해야 한다.

- 온라인 서비스를 안전하게 사용할 수 있는 모든 최종 사용자를 위해 합리적인 조치를 시행
- 아동이 접근할 가능성이 있는 모든 서비스의 설계와 운영에서 아동의 최선의 이익을 최우선으로 고려
- 온라인안전국의 요청에 따라, 호주에서 서비스의 활성 사용자 수를 아동 또는 성인으로 구분하여 보고서를 제출
- 서비스에서 제공하는 2급³⁷⁷⁾ 자료에 아동이 접근하지 못하도록 기술적 조치 및 기타 조치를 시행

마지막 항목과 관련하여, BOSE 결정 제12조 2항은 이 요구사항을 준수하기 위한 합리적인 조치의 예로서, 서비스에 연령 확인 메커니즘을 구현하고 아동 안전 위험 평가를 수행하는 방법을 제시한다. BOSE 결정에서는 연령 확인을 정의하지 않지만, 온라인안전국 지침 문서³⁷⁸⁾에 따르면 연령 확인 조치는 신체적 또는 디지털 정부 신분증을 사용하여 개인의 연령을 확인하는 조치를 포함할 수 있다. 이를 고려하여, 비디오게임 제공업체는 제공하는 콘텐츠의 유형(게임의 콘텐츠가 X18+ 또는 R18+ 등급으로 분류될 가능성이 있는지 여부 포함)을 고려한 후, BOSE 결정의 적용 요건을 충족하기 위해 사용자 식별 절차를 채택할지 여부를 결정해야 한다.

376) <https://www.legislation.gov.au/F2022L00062/latest/text>

377) '2급 자료'는 아동이 보기에 유해할 수 있는 자료이다. 국가 분류 체계에 따르면 X18+ 또는 R18+로 분류되거나 분류될 가능성이 있어, 일반 대중이나 18세 미만의 아동 및 청소년에게 부적절하다고 여겨지는 자료를 말한다.

378) <https://www.esafety.gov.au/sites/default/files/2024-07/Basic-Online-Safety-Expectations-regulatory-guidance-July-2024.pdf>

AML/CTF법에 따라, 해당 법의 목적상 보고기관이 되는 비디오게임 제공업체는 고객 식별 의무 이행해야 하며, 따라서 AML/CTF법의 의무를 준수하기 위해 신원 확인 절차를 수행해야 한다. 특정 비디오게임 제공업체가 AML/CTF법의 목적상 보고기관으로 간주되는지 여부는 개별 사례별로 고려되어야 한다.

온라인안전국은 다양한 서비스 제공자에게 BOSE 결정에 따른 기대사항 준수 여부에 관한 정보를 요청할 수 있는 권한을 가지고 있다. 2024년 9월 2일, 온라인안전국은 온라인안전법에 따라 일련의 질문을 통해 여러 SNS 서비스(유튜브, 메타 플랫폼 페이스북과 인스타그램, 틱톡, 스냅, 레딧, 디스코드, 트위치)로부터 호주 아동들이 해당 서비스를 얼마나 이용하는지, 그리고 해당 서비스가 자체 연령 제한을 시행하기 위해 어떤 연령 보증 조치를 취하고 있는지에 대한 정보를 요청했다. 온라인안전국은 다양한 SNS 서비스 제공자로부터 정보 요청에 대한 응답을 받으면, 이에 대한 추가 정보를 공유할 것이라고 밝혔다.³⁷⁹⁾

2) 이용자 본인인증을 선택사항으로 두고 있는 경우, 본인인증 도입/미도입 시 어떤 차이가 있는지
일반적으로 비디오게임을 하는 사용자의 신원을 확인하기 위한 산업 표준은 존재하지 않는다.
5.라.1)항 참조.

마. 미성년자 정의

1) 민법 상 스스로 법률행위를 할 수 있는 연령이 몇 세인지, 또는 청소년 보호법 상 미성년자의 연령의 기준이 어떻게 되는지

미성년자는 18세 이하의 사람을 말한다.

바. 미성년자 본인인증 및 법정대리인 관련 법률(게임이용 관련)

1) 미성년자가 게임을 이용함에 있어 본인인증 및 법정 대리인의 동의를 받아야 하는지 및 그에 대한 규정 또는 법률이 어떻게 되는지

아동이 게임을 이용하기 위해 부모나 보호자의 동의를 요구하는 법률이나 규정은 없다.

그러나, 6.라.3)항에서 언급된 바와 같이, 개인정보보호법(Privacy Act)³⁸⁰⁾과 관련된 호주개인정보보호원칙³⁸¹⁾(Australian Privacy Principles, APPs)은 개인정보 보호 목적을 위해 아동을

379) <https://www.esafety.gov.au/newsroom/media-releases/esafety-calls-on-social-media-giants-to-reveal-just-how-many-aussie-kids-are-signing-up>

380) <https://www.legislation.gov.au/C2004A03712/latest/text>

정의하는 연령을 명시하지 않는다. 6.라.1)항에서 설명한 바와 같이, 아동의 능력은 상황에 따라 다르다. 그러나 15세 미만의 아동의 경우 부모나 보호자의 동의가 일반적으로 필요하다.

사. 미성년자 법정대리인 동의(계약 체결 관련)

1) 미성년자가 계약 체결에 있어 권리를 행사할 때 법정 대리인의 동의 등이 필요한지, 필요하다면 법정 대리인의 동의를 어떻게 획득하는지 및 그에 대한 규정 또는 법률은 어떻게 되는지

커먼로에 따르면, 미성년자(즉, 18세 미만의 사람)와 체결한 계약은 미성년자의 선택에 따라 무효로 할 수 있다. 미성년자는 계약상의 의무를 이행할 수 있지만, 성년(18세)에 도달하여 계약을 승인하는 조치를 취하기 전까지 법적으로 구속되지 않는다. 이러한 점을 고려할 때, 미성년자와 체결한 계약은 계약상의 문제가 발생할 경우 그에게 법적으로 강제되지 않을 위험이 있다. 호주에서는 미성년자가 계약을 체결하기 위해 법정 대리인의 동의를 받아야 한다는 법률이나 규정은 현재로서는 파악되지 않는다. 게임의 약관 중 미성년자가 약관을 체결하기 전에 법정 대리인의 동의를 받도록 요구하는 경우도 있지만 이러한 동의로 인해 미성년자가 계약에 구속되는 것은 아니다.

아. 게임물 이용시간 및 결제정보 등 게임물 이용내역 법정대리인에 대한 고지

1) 미성년자 게임물 이용시간, 결제 정보 등의 내역을 법정대리인에게 정기적으로 고지해야 하는 등의 의무 관련 법령 또는 자율규제가 있는지

미성년자의 게임 사용에 대한 법정 대리인에게 정기적으로 통지할 의무와 관련된 법률이나 규정은 찾기 어렵다.

일반적으로 게임의 경우 18세 이상의 사람만 결제를 허용하며, 그 사람은 자신의 결제 정보가 정확하다는 것을 확인해야 한다.

자. 이용시간 제한, 기타 미성년자 보호조치

1) 특정 시간 동안 미성년자 또는 법정대리인 등이 지정한 이용자의 게임 이용시간을 제한하는 법률 또는 규정 등이 있는지, 있다면 사업자가 조치해야 하는 사항은 무엇인지

현재 미성년자의 게임 시간 사용을 제한하는 법률이나 규정은 아직까지 구체적으로 파악된 바 없다.

381) <https://www.oaic.gov.au/privacy/australian-privacy-principles>

2) 그 외 미성년자에게 게임 서비스를 제공하는 경우 미성년자 보호를 위해 사업자가 준수해야 할 사항이 있는지

BOSE 결정³⁸²⁾에 따라, 전자(온라인) 서비스 제공자는 아동을 대상으로 하는 서비스 제공과 관련하여 여러 기대사항을 준수해야 한다. 특히, 다음 사항이 포함된다.

- 최종 사용자 모두가 온라인 서비스를 안전하게 이용할 수 있도록 보장
- 아동이 접근할 가능성이 있는 모든 서비스의 설계와 운영에서 아동의 최선의 이익을 중요하게 고려
- 호주에서 서비스의 활성 최종 사용자 수에 대한 보고서를 온라인안전국의 요청에 따라 제공하고, 아동 또는 성인 사용자 수에 따라 구분
- 서비스에서 제공하는 2급 자료에 아동이 접근하지 못하도록 기술적이나 다른 합리적인 조치를 시행
- 불법적이고 유해한 자료와 활동을 최소화
- 최종 사용자가 불법적이고 유해한 자료와 활동에 대해 보고하고 불평을 제기할 수 있도록 하며, 이러한 보고에 대해 검토하고 답변

안전한 사용을 보장하기 위해 조항, 정책 및 절차를 마련하고 이를 엄격히 시행한다.

온라인 안전법에 따라, 온라인안전국은 온라인 서비스 제공자에게 결정문에 명시된 기대사항을 어떻게 충족하고 있는지 보고하도록 요구할 수 있다. 앞서 언급한 바와 같이, 2024년 9월 2일에 온라인안전국은 온라인안전법에 따른 권한을 행사하여 유튜브, 메타 플랫폼 페이스북과 인스타그램, 틱톡, 스냅, 레딧, 디스코드, 트위치 등을 포함한 여러 SNS 서비스로부터 호주 아동들이 해당 서비스를 얼마나 이용하고 있는지, 그리고 해당 서비스가 자체 연령 제한을 시행하기 위해 어떤 연령 확인 조치를 취하고 있는지에 대한 정보를 일련의 질문을 통해 요청한 바 있다.³⁸³⁾

3.마.항에서 설명한 바와 같이, 호주 광고법과 규정을 준수해야 하는 아동에게 광고를 제공할 때도 유의해야 한다.

차. 전자문서 활용

1) 게임의 이용(회원 가입 및 탈퇴, 약관 동의, 개인정보처리방침 동의 등)과 관련하여 전자문서를 활용하는 경우에 대한 법률 및 규정이 있는지

382) <https://www.legislation.gov.au/F2022L00062/latest/text>

383) <https://www.esafety.gov.au/newsroom/media-releases/esafety-calls-on-social-media-giants-to-reveal-just-how-many-aussie-kids-are-signing-up>

호주에서는 비디오게임 산업 내 전자 문서 배포와 관련하여 별도로 정하고 있는 법률은 없다. 그러나 이와 관련하여 다음의 규정과 법률이 일반적으로 적용된다.

1999 전자거래법³⁸⁴(Electronic Transactions Act 1999 (Cth))은 호주에서 전자 문서와 서명의 사용을 규제하는 주요 법률이다. 전자거래법에 따르면, 거래가 전자 통신 수단을 통해 전부 또는 일부 이루어진다고 해서 그 거래가 무효로 간주되지 않는다.

1988 개인정보 보호법³⁸⁵과 호주개인정보보호원칙³⁸⁶에 따르면 개인정보를 수집하는 기업은 사용자에게 명확하고 접근 가능한 개인정보 보호정책을 제공해야 한다. 이러한 정책은 게임 내 또는 등록 시 전자적으로 제공하는 경우가 많다(예: '이용약관 및 관련 개인정보 보호정책에 동의한다'). 민감한 정보를 수집하는 경우, 관련 사용자로부터 명시적인 동의를 받아야 한다. 이러한 개인정보보호 관련 고려 사항에 대해서는 아래 6장과 7장에서 더 자세히 논의하였다.

호주 증권투자위원회(ASIC)가 감독하는 자발적 행동 규정인 전자결제규정³⁸⁷(ePayments Code)은 소비자(온라인 결제를 포함한)가 수행하는 전자 거래를 규제한다. 이 코드에 가입한 기관(예: 은행, 신용조합 및 금융기관)은 전자 결제와 관련된 조건을 명확히 하고, 청구서나 영수증과 같은 전자 결제 기록을 관련 사용자에게 제공해야 한다.

일반계약법에 따라 전자 문서와 조항이 사용자에게 구속력을 가지려면 문서를 명확하고 수용 가능한 방식으로 제시해야 하며, 각 사용자가 해당 문서와/또는 조항에 동의함을 명시적으로 나타내야 한다. 이를 위해 최선의 방법은 클릭-랩(click-wrap) 계약을 사용하는 것이다. 이 방식에서는 각 사용자가 해당 조항을 읽고 이해했음을 확인하기 위해 '체크 상자'(또는 유사한 것)를 클릭한 후에 동의한다.

384) https://www8.austlii.edu.au/cgi-bin/viewdb/au/legis/cth/consol_act/eta1999256/

385) <https://www.legislation.gov.au/C2004A03712/latest/text>

386) <https://www.oaic.gov.au/privacy/australian-privacy-principles>

387) <https://asic.gov.au/regulatory-resources/financial-services/epayments-code/>

6. 개인정보의 수집과 동의

가. 개인정보보호법 적용 대상

1) 자국 내 사업장이 없는 해외사업자에게 해당 국가의 개인정보보호법률이 적용되는지

호주의 게임 회사에 적용되는 데이터 보호에 관한 주요 법률로는 호주 개인정보보호법³⁸⁸⁾, 개인정보보호원칙(APPs)(개인정보보호법 부속서 2), 그리고 스팸법 2003³⁸⁹⁾(Spam Act 2003, Cth)이 있다. 또한, 호주소비자법의 조항은 기관이 개인 및 그 개인정보와 거래할 때 관련이 있다. 개인정보보호법은 해외 사업자가 호주와 연관이 있을 경우 적용될 수 있다. 여기에는 해당 비즈니스가 호주에 법인으로 설립되었거나 호주에서 비즈니스를 영위하는 경우가 포함된다.

1.라.항에서 언급한 대로, 조직이 호주에 물리적 존재가 없더라도 호주 소비자에게 상품이나 서비스를 제공하거나, 호주 시장을 대상으로 하거나, 호주 내 개인의 개인정보를 상업적 이익을 위해 수집하거나 사용하는 경우 호주에서 비즈니스를 영위하는 것으로 간주될 수 있다.

해당 기준에 해당하는 해외 기관은 개인정보의 수집, 사용, 공개, 관리에 관한 규정을 다루는 개인정보보호원칙을 준수해야 한다.

또한, 스팸법은 호주와 연결된 상업용 전자 메시지에 적용된다. 호주에 사업장이 없는 해외 사업자에게는, 호주에 물리적으로 있는 개인에게 보내는 메시지나 호주에서 사업을 하는 기관에게 보내는 메시지가 포함된다.

호주소비자법은 호주에 비즈니스를 영위하는 기관의 해외 행위에도 적용된다.

나. 해외 사업자의 국내 대리인 지정

1) 해외사업자의 경우 국내 대리인을 지정해야 하는지, 지정해야 한다면 그 사실을 관계 당국에 보고해야 하는 의무가 있는지. 개인정보처리방침에 공개만 해 두어도 되는지

개인정보보호법은 해외 조직이 데이터 보호를 위해 국내 대리인을 임명할 의무를 부과하지 않는다. 개인정보 보호법의 의무를 준수하기 위해 현지 대표를 임명하는 것이 실용적인 선택일 수 있지만, 법적 요구사항은 아니다. 해외 조직이 국내 대리인을 임명하는 경우, 이 사실을 호주정보보호청³⁹⁰⁾(Office of the Australian Information Commissioner) (OAIC)나 다른 당국에 보고할 의무는 없다. 그러나 기관은 투명성 의무의 일환으로 개인정보 보호정책에 이를 공개하여 투명성을 보장할 수 있다.

388) <https://www.legislation.gov.au/C2004A03712/latest/text>

389) <https://www.legislation.gov.au/C2004A01214/latest/versions>

390) <https://www.oaic.gov.au/>

다. 개인정보 수집 방법(동의, 고지 등)

1) 개인정보를 적법하게 수집(처리)하기 위한 방법(근거)은 어떠한 것들이 있는지 (동의, 고지, 정보주체와의 계약 처리 및 이행을 위한 경우 등)

호주에서는 개인정보의 수집, 사용 및 공개를 주로 개인정보보호원칙에 따라 규제한다. 정보가 민감한 정보인지 여부에 따라 수집의 법적 근거가 달라진다.

민감한 정보는 합리적으로 식별 가능한 개인의 인종 또는 민족적 출신, 정치적 의견, 정치 단체의 회원 자격, 종교적 신념 또는 소속, 철학적 신념, 전문직 또는 무역 협회의 회원 자격, 노동조합의 회원 자격, 성적 지향 또는 행위, 범죄 기록에 관한 정보나 의견을 의미한다. 또한 개인의 건강 또는 유전 정보, 자동화된 생체 인식 확인 또는 식별을 위해 사용되는 생체 인식 정보 및 생체 인식 템플릿도 포함된다.

수집

APPs에 따른 개인정보 수집의 법적 근거는 다음과 같다.

민감한 정보가 아닌 개인정보의 경우, 해당 정보가 기관의 기능이나 활동 중 하나 이상에 합리적으로 필요한 때(APPs 제3조제2항)

민감한 정보의 경우, 개인이 동의하고 해당 정보가 하나 이상의 기관의 기능이나 활동에 합리적으로 필요하거나(APPs 제3조제3항), 다른 예외가 적용될 때. 예를 들어, 수집이 호주 법률 또는 법원 / 법정 명령에 의해 요구되거나 허가된 경우, 허용된 건강 상황이 존재하거나 허용된 일반 상황이 존재하는 경우가 있다.(APPs 제3조제4항)

“허용된 일반 상황”에는 다음과 같은 경우가 있다.

- (a) 생명, 건강 또는 안전에 대한 심각한 위협을 줄이거나 방지하기 위해 수집이 필요한 경우
- (b) 기관이 불법 활동이나 심각한 성격의 불량 행위와 관련하여 적절한 조치를 취하는 것이 필요하다고 합리적으로 판단하는 경우
- (c) 실종 신고된 사람을 찾는 것이 합리적으로 필요한 경우
- (d) 법적 또는 형평성 있는 청구를 방어하는 것이 합리적으로 필요한 경우 또는
- (e) 기밀 분쟁 해결 절차를 위해 합리적으로 필요한 경우

사용 또는 공개

개인정보는 수집된 목적(주된 목적)으로 사용하거나 공개할 수 있다. 또한, 다음과 같은 경우 다른 목적(부차적 목적)으로도 사용하거나 공개할 수 있다.

- 개인이 사용 또는 공개에 동의한 경우
- 개인이 정보가 2차 목적으로 사용될 것을 합리적으로 예상할 수 있고, 2차 목적이 주요 목적과 관련되어 있는 경우 또는 정보가 민감한 경우 주요 목적과 직접적으로 관련된 경우
- 사용 또는 공개는 호주 법이나 법원 / 법정 명령에 의해 승인된 경우
- 허용된 일반 상황이 존재하는 경우(위 정의 참조)
- 허용된 의료 상황이 존재하는 경우
- 조직은 집행 기관이 수행하는 집행 관련 활동에 사용하거나 공개하는 것이 기관이 합리적으로 믿는 활동에 합리적으로 필요하다고 판단하는 경우(APPs 제6조).

고용과 관련해, 직원 기록은 사용 및 공개와 관련된 요구사항에서 면제된다. 단, 고용주가 사용하거나 공개하는 경우이며, 이는 고용 관계와 직접적으로 관련이 있을 때이다.

라. 아동의 개인정보 수집

- 1) 한국의 경우처럼 아동(한국의 경우 만 14세 미만)의 개인정보를 수집·이용·제공하려면, 법정대리인의 동의를 받아야 하는 규제가 존재하는지. 혹 동의가 불필요한 경우, 어떠한 방법을 적법 처리 근거로 활용할 수 있는지

호주에서는 아동의 개인정보 수집 및 사용을 개인정보보호법과 호주 개인정보보호원칙이 규제한다. 아동에게 마케팅 메시지를 보내는 행위는 스팸법이 규제한다. 개인정보 보호법에는 개인정보 보호 목적이나 스팸법에는 상업용 전자 메시지 수신 동의 목적을 위한 특정 연령 동의 기준이 명시되어 있지 않다. 그러나 호주정보보호청(OAIC)은 아동의 개인정보와 관련된 호주개인정보원칙지침³⁹¹⁾(APP 지침)을 발행하여 APPs에 대한 지침을 제공한다.

APP 지침은 기관이 아동이 정보에 대한 동의를 제공할 능력을 평가해야 한다고 명시한다. 개별적으로 아동의 능력을 판단하는 것이 합리적이지 않은 경우 일반적으로 15세 이상의 아동은 이 능력을 갖추고 있다고 추정할 수 있으나, 아동의 능력을 판단할 수 없는 경우, 부모나 법적 보호자로부터 동의를 얻을 수 있다. 동의가 필요하지 않은 경우, 다른 법적 근거를 사용할 수 있다. 그러나 개인정보 보호법에 따라 동의가 필요하지 않더라도, 수집은 합법적이고 공정해야 하므로(APP 제3조제5항), 아동의 개인정보를 다룰 때는 특별한 고려가 필요할 수 있다.

제안된 개정 사항

2024 개인정보 및 기타 법률 개정 법안³⁹²⁾(Privacy and Other Legislation Amendment

391) <https://www.oaic.gov.au/privacy/australian-privacy-principles/australian-privacy-principles-guidelines>

392) https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Bills_Legislation/Bills_Search_Results/Result?bld=f7249

Bill 2024 (Cth), 개정안)이 2024년 9월 12일 호주 의회에 제출되었다. 개정안이 현재 형태로 통과되면, 아동의 개인정보 보호 권리를 증진하고 아동(18세 미만의 개인)을 새롭게 정의하는 조항을 도입하게 될 것이다. 또한, 이 법안은 호주정보보호청으로 하여금 개정안이 통과된 후 24개월 이내에 아동 온라인 개인정보보호규정(Children's Online Privacy, COP 규정)을 수립하도록 요구할 것이다(법안이 2025년에 통과되면 COP 규정은 2027년까지 시행될 것으로 예상된다). COP 규정은 아동의 프라이버시와 관련하여 하나 이상의 개인정보보호원칙이 어떻게 적용되거나 준수되어야 하는지를 명시할 것이지만, 세부 사항은 아직 알려지지 않았다.

2) 법정대리인의 동의를 받아야 한다면, 그 방법이 구체적으로 규정되어 있는지

(이메일 인증, 전자서명, 서면 동의, 전화 동의 등)

개인정보보호법, 개인정보보호원칙 및 스팸법에는 법정대리인, 부모 또는 보호자를 통해 동의를 얻는 방법이 구체적으로 명시되어 있지 않다.

3) 개인정보보호법 상 아동의 연령은 어떻게 되는지

개인정보보호법과 개인정보보호원칙은 개인정보 보호 목적을 위해 아동을 정의하는 특정 연령을 명시하지 않는다. 6.라.1)항에서 설명한 바와 같이, 동의 능력은 상황에 따라 다르다. 그러나 개별적으로 동의 능력을 판단하는 것이 합리적이지 않은 경우, 일반적으로 15세 이상의 개인은 자신의 동의를 제공할 수 있는 능력이 있다고 간주한다. 다만, 그렇지 않다고 믿을 만한 이유가 있는 경우는 제외한다. 따라서, 15세 미만의 아동에 대해서는 부모나 보호자의 동의가 일반적으로 필요하다.

제안된 개정 사항

6.라.1)항에서 설명한 바와 같이, 개인정보보호법 개정안(Privacy Amendment Bill)이 현재 형태로 통과될 경우 “아동”을 18세 미만의 개인으로 정의하고, 아동의 개인정보 보호와 관련하여 하나 이상의 개인정보보호원칙이 어떻게 적용되고 준수되어야 하는지를 규정하는 COP 규정의 수립을 명시할 것이다.

4) 사업자는 아동의 개인정보 관련 권리를 어떻게 보장해야 하는지

(법정 대리인이 권리행사를 대신 할 수 있는지 여부 등)

아동은 개인정보에 관련된 성인과 동일한 권리를 갖는다. 개인정보 보호법에는 아동을 대신하여 결정을 내릴 수 있는 규정이 없으며, 일반적으로 부모나 보호자가 결정을 내리고, 결정을 내

릴 수 없는 아동을 대신하여 권리를 행사할 책임이 있다고 가정한다.

5) 해당 법률을 위반했을 때 벌칙 조항은 어떻게 구성되어 있는지

개인정보보호법

개인정보보호법 또는 개인정보보호원칙을 위반할 경우 처벌과 결과는 다음과 같다.

개인정보 보호 의무를 심각하게 또는 반복적으로 위반할 경우 민사 책임을 진다. 기관은 최대 5천만 호주 달러 또는 정보 오용을 통해 얻은 이익의 세 배, 또는 법원이 이익을 계산할 수 없는 경우 해당 기간 동안 기관의 조정된 연간 매출의 30% 중 더 큰 금액을 부과받는다.

OAIC에서 발행한 위반 통지에 따른 벌금은 일반적으로 법원이 부과하는 벌금보다 적다. 기관은 법원 절차 대신 통지서에 명시된 금액의 납부를 선택할 수 있다.

기관이 위반을 시정하고 개인정보 보호 의무 준수를 개선하기 위해 특정 조치를 취할 것을 약속하는 법적 구속력이 있는 합의서

기관이 개인정보보호법 위반을 해결하기 위해 특정 조치를 취해야 한다는 내용이 포함된 OAIC 발행 준수 통지서

위반으로 인해 발생한 손실이나 피해에 대해 개인들에게 보상금을 지급

개인정보보호법 하에서의 조치 예시

호주정보보호청장은 2022년 10월 데이터 침해 사건과 관련하여 Medibank Privacy Limited 를 상대로 민사 처벌 절차를 진행하고 있다. 호주정보보호청은 수백만 달러의 벌금을 부과할 것으로 예상된다.³⁹³⁾

스팸법 벌금

스팸법을 반복적으로 위반하는 기관에게는 하루 최대 313만 달러의 벌금이 부과될 수 있다. 최초 위반 시 최대 62만 6천 달러의 벌금이 적용된다. 스팸법 위반에 따른 다른 결과로는 위반으로 얻은 금전적 이익의 반환, 금지 명령, 집행 가능한 약속, 배상 명령 등이 있다.

2023년, DoorDash Technologies Australia는 적절한 동의 없이 마케팅 메시지를 발송하고, 적절한 기능하는 구독 취소 방법을 제공하지 않아 2백만 호주달러의 벌금을 부과 받았다.³⁹⁴⁾

393) <https://www.oaic.gov.au/news/media-centre/oaic-takes-civil-penalty-action-against-medibank>

394) <https://www.acma.gov.au/articles/2023-08/door-dash-penalised-2-million-spam-breaches>

호주소비자법 벌금

호주소비자법 위반에 대한 벌금은 최대 5천만 호주달러 또는 정보 오용을 통해 얻은 혜택 가치의 세 배, 또는 법원이 혜택을 계산할 수 없는 경우 해당 기간 동안 기관의 조정 연간 매출의 30% 중 큰 금액으로 부과된다.

페이스북은 호주소비자법을 위반하여 관련 서비스를 제공하는 것 외의 목적으로 데이터를 사용할 것이라는 점을 충분히 공개하지 않아 2천만 호주달러를 부과 받았다.³⁹⁵⁾

제안된 개정 사항

(위에서 설명한 바와 같이) 개인정보보호법 개정안은 개인정보보호법을 개정해 OAIC와 법원의 집행 권한을 강화하고, 더 다양한 집행 옵션을 제공하는 것을 내용으로 한다.

마. 개인정보 제3자 제공 방법(동의, 고지 등)

1) 개인정보를 제3자에게 적법하게 제공하기 위한 방법(근거)은 어떠한 것들이 있는지 (동의, 고지, 정보주체와의 계약 처리 및 이행을 위한 경우 등)

개인정보는 수집된 목적(주된 목적)을 위해 제3자에게 공개할 수 있다. 또한, 아래에 명시된 상황에서 다른 목적(부차적 목적)을 위해서도 공개할 수 있다(APP 제6조).

- 개인이 사용 또는 공개에 동의한 경우
- 개인이 정보가 2차 목적으로 사용될 것을 합리적으로 예상할 수 있고, 2차 목적이 주요 목적과 관련되어 있는 경우 또는 정보가 민감한 경우 주요 목적과 직접적으로 관련된 경우
- 사용 또는 공개는 호주 법이나 법원 / 법정 명령에 의해 승인된 경우
- 허용된 일반 상황이 존재하는 경우(6.다.1)항 참조)
- 허용된 의료 상황이 존재하는 경우
- 기관이 집행 기관이 수행하는 집행 관련 활동에 필요하다고 합리적으로 판단하는 경우

바. 개인정보 처리 위탁(동의, 고지, 수탁업체 계약방법)

1) 개인정보 처리를 외부 업체에게 위탁하려는 경우 정보주체의 동의를 얻어야 하는지

개인정보 처리 업무를 외부 회사에 위탁하는 경우, 법적 근거 중 하나를 준수하고 관련 통지 요건을 준수하는 한 일반적으로 동의가 필요하지 않다(위 질문 6.다.1)항, 6.마.1)항 및 6. 바. 2)항 참조).

395) <https://www.accc.gov.au/media-release/20m-penalty-for-meta-companies-for-conduct-liable-to-mislead-consumers-about-use-of-their-data>

2) 동의를 얻지 않아도 된다면, 그 적법성을 어떻게 확보할 수 있는지

(정보주체에게 고지, 개인정보처리방침 공개 등)

개인정보 처리에 동의가 필요하지 않은 경우, 합법성을 확보하는 방법은 다음과 같다.

일반에 제공되는 개인정보 보호정책에 개인정보를 공개하는 목적 및 개인정보가 공개될 가능성이 있는 해외 국가를 명시한다 (APP 제1조).

정보를 수집할 때 또는 수집 직후에, 해당 정보가 일반적으로 공개되는 다른 기관이나 기관 유형, 그리고 개인정보가 공개될 가능성이 있는 해외 국가에 대해 개인에게 통지한다(APP 제5조) 제3자가 개인정보를 오용, 간섭, 손실, 또는 무단 접근, 수정 또는 공개로부터 보호하도록 합리적인 조치를 취하여 APP 제11조를 준수하도록 한다.

3) 개인정보 처리를 위탁받아 수행하는 자(수탁업체)와 체결해야 하는 문서가 있는지 (한국의 경우 개인정보보호법 제26조에 따라 문서로 업무를 위탁하여야 함)

개인정보보호법은 개인정보 처리를 위탁받은 제3자가 서명한 문서를 명시적으로 요구하지 않는다. 그러나 해당 제공자와 보안 조치를 구체적으로 명시하고, 개인정보보호원칙을 준수하며, 허용되는 사용 및 공개 범위를 정의하며, 데이터 침해 프로토콜을 다루고, 개인정보 보호법과 관련된 APPs의 요구사항을 지속적으로 준수하기 위해 감사 및 모니터링 조항을 포함하는 공식 계약을 체결하는 것이 바람직하다.

4) 위탁업체가 수탁업체를 관리감독할 의무가 있는지. 있다면, 그 관리감독 방법은 무엇인지

수탁자를 관리하고 감독할 명시적인 의무는 없으나, 조직이 개인정보를 오용, 간섭, 손실, 무단 접근, 수정 또는 공개로부터 보호하기 위해 위탁자를 위한 합리적인 조치를 취해야 하는 의무를 충족하기 위해 이러한 요구사항을 권장한다(APP 제11조).

특정 상황에서 수탁자가 해외에 있는 경우, 기관은 수탁자가 개인정보보호원칙을 위반하지 않도록 합리적인 조치를 취해야 한다. 이는 수탁자를 관리하고 감독하는 것을 포함할 수 있다. 해외 공개에 대한 추가 정보는 6.아.항 참조.

준수하기 위해 필요한 모니터링과 감독의 성격은 정보의 양과 민감도, 수탁자의 성격, 데이터 침해 발생 시 발생할 수 있는 잠재적 피해 등 여러 요인에 따라 달라진다(APP 제11조제7항 및 제8조제17항).

5) 개인정보 수탁업체가 개인정보 관련 사고를 발생시킬 경우 그 책임은 누가 지는지 (수탁업

제가 온전히 그 책임을 지는지 또는 위탁업체가 그 책임을 지는지)

개인정보보호원칙의 적용을 받는 경우, 위탁자는 해당 법률과 원칙을 위반한 것에 대해 책임을 진다. 위탁하는 주체는 위탁받는 자에게 정보를 위탁할 때 적절한 보호 조치를 취하지 않았다면 책임을 질 수 있다(APP 제11조). 예를 들어, 충분한 적정 주의를 기울이지 않았거나, 위탁받는 자와의 계약을 체결하지 않았거나, 적절한 모니터링과 감독을 제공하지 않은 경우가 이에 해당한다. 수탁자가 개인정보 보호 원칙의 적용을 받지 않는 해외 기관인 경우, 대부분의 상황에서 위탁자는 수탁자의 개인정보 보호법(제16C조) 위반에 대해 책임을 진다.

사. 쿠키 수집

1) 쿠키를 수집(동의 등) 및 이용과 관련하여 규제가 있는지

호주에서는 쿠키(cookie)에 대한 별도 규제가 없다. 그러나 쿠키 정보와 관련된 개인을 다른 정보와 결합하여 합리적으로 식별할 수 있는 경우, 쿠키를 통해 수집된 정보는 개인정보로 간주되며 개인정보보호원칙의 요구사항을 준수해야 한다.

2) 있다면, 해당 법을 만족시키기 위한 적법한 쿠키 수집(동의 등) 방법은 무엇인지

쿠키를 통해 수집된 정보가 개인정보로 간주될 경우, 수집에 관한 요구사항은 6.다.1)항에서 설명한 내용이 적용된다.

3) 만약 동의를 받아야 한다면, 쿠키 동의가 면제될 수 있는 조건은 무엇이 있는지

쿠키를 통해 수집된 정보가 개인정보로 간주될 경우, 수집에 관한 요구사항은 6.다.1)항에서 설명한 내용이 적용된다.

예를 들어, 쿠키 정보가 하나 이상의 조직 기능이나 활동에 필요하고, 해당 정보가 민감한 정보가 아닌 경우 동의가 필요하지 않다(APP 제3조제2항). 개인정보 보호법 1에 대한 개인정보 보호정책 요구사항 및 APP 제5조제2항에 대한 통지 요건이 적용된다(이와 관련된 7.가.1)항 및 7.마.1)항 참조).

아. 국외 이전 방법(동의, 방법, 동의 시 고지사항)

1) 해외 이용자의 개인정보를 국외로 이전하기 위한 방법은 무엇인지

(동의, 개인정보처리방침 공개, 특별한 규제 없이 자유롭게 이전 가능 등)

호주 외부로의 개인정보 이전은 다음과 같은 경우에 허용된다.

- 해당 기관이 개인정보를 이전받는 자가 개인정보 보호 원칙(APP 제38제1항)을 위반하지 않도록 적절한 조치를 취하는 경우(적절한 조치의 범위는 정보의 상황과 성격에 따라 다르지만, 일반적으로 적정 주의를 기울이고, 이전받는 자와 계약을 체결하며, 개인정보보호법 준수를 모니터링 하는 것을 포함).
- 해당 기관은 해외 수신자가 정보 보호에 대해 개인정보보호원칙과 실질적으로 유사한 방식으로 정보를 보호하는 법률이나 구속력 있는 체계의 적용을 받는다고 합리적으로 판단하고 있으며, 개인이 그러한 법률을 집행할 수 있는 경우(APP 제8조제2항(a)호)
- 기관이 개인에게 해외 수신자가 개인정보 보호 원칙(Australian Privacy Principles, 개인정보 보호 원칙)을 준수하도록 합리적인 조치를 취할 것임을 명확히 알리고, 개인이 이에 동의한 경우(APP 제8조제2항(b)호)
- 호주 법률 또는 법원 / 법정 명령에 따라 공개가 요구되거나 허가된 경우(APP 제8조제2항(c)호)
- 6.다.1)항에서 설명한 첫 번째 세 가지 허용된 일반 상황 중 하나가 공개와 관련하여 존재하는 경우(APP 제8조제2항(d)호)

제안된 개정 사항

현재 형태로 통과될 경우, 개인정보보호법 개정안은 별도의 규정에 명시된 구속력 있는 제도에 따라 법률이 적용되는 국가나 기관에 개인정보를 공개할 수 있도록 허용할 것이다. 이러한 공개에는 조건이 부과될 수도 있다.

자. 데이터 현지화

- 1) 특정 국가의 경우 자국민의 개인정보를 반드시 특정국가 현지에 저장해야 함을 법률로 규정하고 있음에 따라 유사한 규제가 있는지

비디오게임 산업에서, 호주 국민의 개인정보를 호주 내에 저장해야 한다고 명시하는 법률은 호주에 없다.

- 2) 현지화 규제가 있다면, 그 대상이 되는 개인정보의 범위가 있는지
(모든 개인정보, 특정 정보만 현지에 저장 등)

해당 없음

7. 개인정보의 처리와 보호

가. 개인정보 이용내역 통지

1) 개인정보 이용을 이용자에게 알려야하는 규정이 있는지. 있다면 어떠한 방법으로 이용자에게 통지해야 하는지. 만약 통지 수단 (이메일, 핸드폰 번호 등)이 없다면 이용내역을 통지하지 않아도 되는지

호주에서는 기업이 정보를 수집할 때 또는 수집이 불가능한 경우 가능한 한 빨리 개인에게 특정 사항을 통지하거나 개인이 이를 인지하도록 비즈니스가 합리적인 조치를 취해야 한다.

통지해야 할 사항은 다음과 같다.

- 기관의 신원과 연락처
- 기관이 제3자로부터 정보를 수집했거나 개인이 정보 수집 사실을 모를 경우, 정보가 수집되었음과 해당 수집의 상황을 설명
- 법률이나 법원 / 법정 명령에 따라 수집이 필요하거나 허가된 경우, 해당 법률의 이름이나 법원 / 법정 명령의 세부 사항을 명시
- 개인정보를 수집하는 목적
- 수집된 유형의 개인정보를 일반적으로 공개하는 다른 기관이나 유형의 기관
- 개인이 정보를 제공하지 않을 경우 주요 결과
- 기관의 개인정보 보호정책에는 개인이 개인정보에 접근하고 수정하거나 APPs 위반에 대한 불만 제기 방법 또는 기관을 구속하는 등록 규정, 그리고 기관이 불만을 처리하는 방법에 관한 정보가 포함되어 있다는 사실

정보가 해외 수령인에게 공개될 가능성이 있는지 여부 및 공개할 경우 해당 정보를 공개할 국가 방법이나 통지에 대한 규정은 없으나, OAIC 는 지침에서 통지를 명확하게 표현해야 한다고 규정하고 있다.

통지가 요구되지 않는 경우는 다음과 같다.

- 개인이 이미 개인정보가 수집되고 있다는 사실과 수집 목적 및 기타 APP 5 사항을 알고 있는 경우
- 통지의 비현실성, 시간과 비용을 포함한 요소들이 통지로 인한 개인정보보호 이익을 능가하는 경우 사용자가 이메일, 휴대전화 번호 또는 다른 직접적인 통신 수단이 없다는 이유로 통지를 회피하는 것은 허용되지 않는다. 이러한 경우, 사업자는 사용자가 자신의 개인정보 사용에 대해 인지할 수 있도록 물리적 우편, 대면 통지 또는 다른 실질적인 방법을 모색해야 한다.

나. 광고성 정보(수신, 동의, 고지, 발송, 방법)

1) 한국의 정보통신방법과 같은 광고성 정보(이메일, 핸드폰 번호, 모바일 앱 푸시) 발송에 적용되는 규제가 있는지

전자 주소(이메일, SMS, 인스턴트 메시지 등)로 광고 및 마케팅 정보를 발송하는 행위는 스팸법의 규제를 받는다.

스팸법의 적용을 받지 않는 직접 마케팅은 개인정보를 사용하는 맞춤형 광고와 전자 주소로 전송되지 않는 모바일 푸시 앱을 포함해 APP 제7조의 적용을 받는다.

음성 통화의 경우, 2006수신거부등록법³⁹⁶(Do Not Call Register Act 2006 (Cth))이 적용된다. 동법은 텔레마케터가 수신거부 등록부에 등록된 번호에 대해 동의 없이 연락하는 것을 금한다.

2) 있다면, 광고성 정보를 보낼 때 지켜야 하는 표기 의무가 있는지

스팸법과 APP 제7조는 직접 마케팅 통신 발송에 대한 의무를 부과한다.

3) 이용자에게 광고성 정보를 보내기 위한 조건은 어떻게 되는지

(명시적인 사전 수신동의 등)

스팸법은 기업이 상업용 전자 메시지를 발송하기 전에 반드시 동의를 얻어야 한다고 규정한다. 동의는 명시적일 수도 있고, 당사자 간의 행위와 비즈니스 및 기타 관계에서 추론될 수도 있다. 또한, 모든 마케팅 메시지에는 발신자를 명확히 식별하고 연락 방법을 제공하며, 수신자가 계정에 로그인하거나 추가 개인정보를 제공하지 않고도 향후 통신을 거부할 수 있는 사용하기 쉬운 기능적 구독 취소 옵션을 포함해야 한다.

스팸법은 주소 수집 소프트웨어로 생성된 주소 목록의 획득 또는 사용을 금지한다.

APP 제7조에 따라 직접 마케팅을 진행할 때, 다음의 경우 직접 마케팅을 보낼 수 있다.

개인정보를 개인으로부터 직접 수집했으며, 개인이 자신의 개인정보가 직접 마케팅 목적으로 사용될 것을 합리적으로 예상할 수 있는 경우

개인정보가 제3자로부터 수집되었거나 개인으로부터 직접 수집되었지만, 개인이 해당 정보가 직접 마케팅에 사용될 것이라는 합리적인 기대를 하지 않았고, 개인이 그 목적을 위해 정보의 사용 또는 공개에 동의했거나 동의를 얻는 것이 실현 불가능한 경우

위의 두 가지 예외 사항 모두 기관이 개인이 직접 마케팅 통신을 받지 않기를 요청할 수 있는 간단한 수단을 제공해야 한다. 그러나 조직이 개인으로부터 개인정보를 얻지 않았거나, 개인이

396) <https://www.legislation.gov.au/C2006A00088/latest/text>

자신의 개인정보가 이러한 방식으로 사용될 것이라고 합리적으로 기대하지 않는 상황에서는, 개인이 기관으로부터 직접 마케팅 통신을 받지 않도록 선택할 권리가 있음을 인지하도록 할 추가 의무가 있다.

위의 내용은 민감한 정보가 직접 마케팅 목적으로 사용되는 경우에는 적용되지 않으며, 이 경우 동의가 필요하다.

개인인 기관에게 직접 마케팅을 목적으로 하거나 다른 기관의 직접 마케팅을 촉진하기 위해 자신의 개인정보를 사용하거나 공개하지 않도록 요청할 수 있다. 기관은 개인의 이러한 요청을 합리적인 기간 내에 무료로 이행해야 한다.

기관은 요청 시, 직접 마케팅 목적으로 사용하거나 공개한 개인의 개인정보 출처를 해당 개인에게 통지해야 한다. 단, 이는 불합리하거나 실현 불가능한 경우에는 예외로 한다.

다. 개인정보 파기

1) 개인정보를 파기해야 하는 의무가 있는지

기관은 개인정보가 APPs에 의해 허용된 목적으로 더 이상 필요하지 않은 경우, 기관은 기관이 호주 법률 또는 법원 / 법정 명령에 따라 정보를 보유해야 하는 경우를 제외하고, 합리적인 조치를 취하여 개인정보를 파괴하거나 식별 제거하여야 한다.

제안된 개정 사항

현재 형태로 통과될 경우 개인정보보호법 개정안은 새로운 조항을 도입하여 “합리적인 조치”에 특정 기술적 및 조직적 조치를 포함한다는 내용을 명시할 것이다.

2) 개인정보를 어떠한 경우 파기해야 하는지

호주 법률이나 법원 / 법정 명령에 따라 보유해야 하는 경우를 제외하고, 개인정보가 개인정보 보호원칙에서 허용하는 목적에 더 이상 필요하지 않으면 파기하거나 비식별화해야 한다.

3) 개인정보를 파기해야 한다면, 한국의 전자상거래 법, 통신비밀보호법과 같이 별도의 정보를 보관하도록 하는 특별 규정이 있는지(접속기록 3개월, 표시/광고에 관한 기록 6개월, 계약 또는 청약철회 등에 관한 기록 5년, 대금 결제 및 재화공급등에 관한 기록 5년, 소비자의 불만 또는 분쟁 처리에 관한 기록 3년)

호주에서는 특정 부문에서 개인 데이터를 보관해야 하는 법적 의무가 있다. 예를 들어, 기업법³⁹⁷⁾에 따르면, 기업은 재무 기록을 7년 동안 보관해야 하며, 1936 소득세평가법³⁹⁸⁾(연방)(Income Tax Assessment Act 1936 (Cth))에 따르면 세무기록을 5년 동안 보관해야 한다. 2009공정근로법³⁹⁹⁾(연방)(Fair Work Act 2009 (Cth))에 따르면 고용 기록을 최소 7년 동안 보관해야 한다. AML/CTF법이 적용되는 경우, 고객 식별 정보도 최소 7년 동안 보관해야 한다.

라. 장기 미 접속 계정 휴면 처리 방법

1) 한국의 개인정보보호법과 같이 1년간 서비스를 이용하지 않는 이용자의 개인정보를 파기 또는 분리보관 해야 하는 규제가 있는지

호주 APP 제11조의 요구사항 외에는 의무 사항이 없다.

2) 있다면, 휴면처리를 어떻게 처리해야 하는지

해당 사항 없음

마. 개인정보 처리 방침

1) 국내의 경우 법령에 의해서 개인정보처리방침에 필수적으로 기재해야 하는 내용이 정해져 있음. 이와 유사하게 법적으로 필수적으로 기재해야 하는 내용이 있는지. 그리고 필수는 아니지만 가이드라인 등을 통해 기재가 권장되는 내용이 있는지

기관은 명확하게 기재된 최신 상태의 개인정보 보호정책을 유지해야 한다. 개인정보 보호정책은 기관이 개인정보를 어떻게 관리하는지를 상세히 설명해야 하며, 다음과 같은 필수 정보를 제공해야 한다.

- 기관의 신원과 연락처
- 기관이 수집하고 보유하는 개인정보의 종류
- 기관이 개인정보를 수집하고 보유하는 방식
- 기관이 개인정보를 수집, 보유, 사용, 공개하는 목적
- 개인이 자신의 개인정보에 접근하고 수정할 수 있는 방법
- 개인이 개인정보보호원칙 위반에 대해 불만을 제기할 수 있는 방법과 기관이 그 불만을 처리하는 방법

397) <https://www.legislation.gov.au/C2004A00818/latest/text>

398) <https://www.legislation.gov.au/C1936A00027/latest/versions>

399) <https://www.legislation.gov.au/C2009A00028/latest/versions>

- 기관이 개인정보를 해외 수령인에게 공개할 가능성이 있는지 여부와, 공개할 경우 그 수령인이 위치할 가능성이 있는 국가를 명시

2) 개인정보 처리방침을 어떻게 공개해야 한다는 사실을 정한 규제가 있는지

개인정보 보호정책은 명확하게 표현하고 최신 상태를 유지해야 하며, 적절한 형식으로 무료로 제공되어야 한다. 개인정보 보호정책은 일반적으로 사업자의 웹사이트나 사용자 플랫폼(예: 게임 내)에 공개된다. 특정 형태로 개인정보 보호정책 사본을 요청하는 경우, 기관은 해당 형태로 사본을 제공하기 위해 상황에 맞는 합리적인 조치를 취해야 한다.

바. 이용자 개인정보 권익보호방법

1) 이용자에게 보장해 주어야 하는 개인정보 관련 권리가 있는지

(열람권, 정정권, 이동권, 처리정지권, 삭제권)

이용자는 다음과 같은 권리를 가진다.

- 개인정보에 접근을 요청할 권리
- 개인정보 수정 요청 권리와 정보가 수정되었음을 다른 기관에 통지하도록 기관에 요청할 권리
- 직접 마케팅을 받지 않을 권리, 다른 기관이 마케팅을 용이하게 하기 위해 개인정보를 사용하거나 공개하지 않도록 요청할 권리, 기관에게 직접 마케팅에 사용된 개인정보의 출처를 제공하도록 요청할 권리
- 가능한 경우 익명으로 또는 가명을 사용하여 상호작용할 권리
- 개인정보 사용 또는 공개의 근거가 동의인 경우, 동의를 철회할 권리
- OAIC에 개인의 개인정보 침해에 대해 불만을 제기할 권리

2) 개인정보 관련 권리가 있다면, 각 권리를 행사하기 위한 조건이 있는지

(무제한으로 행사가능, 사업자가 합리적인 이유가 있다면 제한 가능 등)

접근

기관은 다음의 경우에 개인정보에 대한 접근을 제공할 의무가 없다.

- 접근 허용 시 개인의 생명, 건강 또는 안전, 공중 보건 또는 공공 안전에 심각한 위협을 초래할 경우
- 접근 허용 시 다른 개인의 사생활에 부당한 영향을 미칠 경우
- 접근 요청이 경솔하거나 진정성이 없는 경우
- 정보가 기관과 개인 간의 현재 또는 예상되는 법적 절차와 관련이 있으며, 해당 절차에서

증거 개시 절차를 통해 접근할 수 없는 정보인 경우

- 접근 허용 시 기관의 의도를 드러내어 그 협상에 손해를 줄 수 있는 방식으로 개인과의 협상과 관련된 조직의 의도가 드러나게 될 경우
- 접근 허용이 불법인 경우
- 호주 법률 또는 법원 / 법정 명령에서 접근 허용을 요구하거나 허가하는 경우
- 다음 두 가지 사항이 모두 적용되는 경우. (i) 조직이 불법 활동이나 심각한 성격의 불량 행위가 조직의 기능이나 활동과 관련하여 발생했거나, 발생 중이거나, 발생할 가능성이 있다고 의심할 만한 이유가 존재 (ii) 접근을 허용하는 것이 해당 문제에 대한 적절한 조치를 취하는 데 손해를 줄 수 있을 가능성이 존재
- 접근 허용 시 집행 기관 또는 집행 기관을 대신하여 수행하는 하나 이상의 집행 관련 활동에 손해를 끼칠 가능성이 있는 경우
- 접근 허용 시 상업적으로 민감한 의사 결정 과정에서 생성된 평가 정보를 노출하게 되는 경우 기관은 접근을 거부하는 이유를 명시한 서면 통지를 제공해야 하며, 개인이 거부에 대해 불만을 제기할 수 있는 방법을 안내해야 한다(단, 서면 통지가 불합리한 경우는 제외한다).

수정

기관은 개인정보가 이미 정확하고 최신이며 완전하고 관련성이 있으며 오해의 소지가 없는 경우, 개인정보 수정 요청을 거부할 수 있다. 기관은 정보 수정을 거부하는 이유와 개인이 거부에 대해 불만을 제기할 수 있는 방법을 명시한 서면 통지를 제공해야 한다(단, 서면 통지가 불합리한 경우는 제외한다).

직접 마케팅 정보의 출처

기관이 직접 마케팅에 사용된 개인정보의 출처를 제공하는 것이 실현 불가능하거나 합리적이지 않은 경우, 출처를 제공할 의무는 없다.

익명성

기관은 호주 법률이나 법원 / 법정 명령에 따라 신원을 확인한 개인과 거래해야 하는 경우, 또는 개인에게 익명으로 상호작용하거나 가명을 사용할 수 있는 선택권을 주는 것이 비현실적인 경우, 그러한 선택권을 제공할 의무가 없다.

추첨 철회

개인은 데이터 처리에 대한 동의를 철회할 수 있지만, 이는 이전의 수집, 사용 또는 공개의 적법성에

영향을 미치지 않는다. 다른 법적 근거가 존재하는 경우, 기관은 계속해서 데이터를 처리할 수 있다.

OAIC 에 대한 불만 제기

OAIC는 개인이 먼저 해당 기관에 불평을 제기하지 않는 한 불평을 조사하지 않는다. 단, OAIC가 해당 기관에 불평을 제기하는 것이 적절하지 않다고 판단하는 경우는 예외로 한다.

사. 개인정보 침해에 대한 보상보험 요건

1) 정보주체의 개인정보 관련 사고(유출, 노출, 훼손, 분실 등)가 발생될 경우 정보주체에게 고지해야 하는 의무가 있는지

호주에서는 합리적인 근거가 있을 경우 데이터 주체에게 ‘통지 대상 데이터 침해’가 발생했음을 통지해야 하는 의무가 있다. 통지 대상 데이터 침해는 다음과 같은 경우로 정의된다.

- 개인정보에 대한 무단 접근, 무단 공개가 발생하거나, 또는 무단 접근 또는 공개가 발생할 가능성이 있는 상황에서 개인정보의 손실이 발생하는 경우
- 해당 침해가 정보와 관련된 개인 중 어느 누구에게든 심각한 피해를 초래할 가능성이 높은 경우 기관이 위와 같은 데이터 침해가 발생했을 가능성을 의심할 경우, 상황을 신속히 평가하여 통지 대상 데이터 침해가 발생했는지 여부를 결정해야 한다.

개인은 기관이 일반적으로 사용하는 방법(예: 이메일)을 통해 통지받을 수 있다. 각 영향을 받는 개인에게 통지하는 것이 실질적으로 불가능한 경우, 기관은 웹사이트에 통지 사본을 게시하고 이를 널리 알리기 위한 합리적인 조치를 취해야 한다.

기관이 데이터 침해로 인해 심각한 피해가 발생할 가능성이 없도록 구제 조치를 취했거나, 다른 기관이 동일한 자격 있는 데이터 침해에 대해 필요한 통지를 이미 한 경우에는 통지 의무가 없다.

2) 정보주체에게 고지 의무가 있다면, 몇 명 이상의 개인정보 사고 시 그러한 의무가 부과되는지, 고지 방법이 규정되어 있는지[홈페이지에 사고 사실 공개, 개별 연락 (이메일, 전화 등)]

통지 의무 발생과 관련해 위반 건수나 피해 데이터 주체의 수 요건은 없다. 대신, 개인정보가 포함된 데이터 침해가 발생하여 해당 개인에게 심각한 피해를 초래할 가능성이 있는 경우, 통지 의무가 발생한다. 단 한 명의 개인정보가 침해되더라도, 그 침해가 심각한 피해를 초래할 가능성이 있다면, 기관은 영향을 받은 개인에게 통지해야 한다.

**3) 정보주체에게 고지해야 할 경우 고지 시간이 규정되어 있는지
(사고 사실을 인지한 순간부터 1주일 이내 등)**

기관이 심각한 피해를 초래할 가능성이 있는 데이터 침해를 인지한 경우, 가능한 한 빨리 데이터 침해에 관한 성명을 준비하고, 성명 준비 후 가능한 한 빨리 개인에게 성명의 내용을 통지해야 한다. 조직이 합리적인 근거에 따라 자격 있는 데이터 침해가 발생할 가능성이 있는 경우에 심각한 피해를 초래할 것으로 의심하지만, 그 의심이 데이터 침해가 발생했다고 믿을 만한 합리적인 근거에 이르지 않는 경우, 조직은 신속한 평가를 수행하고 평가가 30일 이내에 완료되도록 합리적인 조치를 취해야 한다.

4) 정보주체의 개인정보 관련 사고(유출, 노출, 훼손, 분실 등)가 발생될 경우 관계당국에 신고해야 하는 의무가 있는지

합리적인 근거가 있는 데이터 침해가 발생(7.사.1)항 참고)했다고 판단되면, 성명서를 작성하고 호주정보보호청에 사본을 제출해야 한다.

성명서에는 다음 사항을 명시해야 한다.

- 기관의 신원과 연락처
- 기관이 합리적인 근거를 바탕으로 발생했다고 판단하는 데이터 침해에 대한 설명
- 해당 정보의 구체적 종류
- 개인정보 유출이 발생했다고 합리적으로 판단되는 경우, 해당 기관이 발생한 것으로 판단하는 데이터 침해에 대한 조치에 대한 권고 사항

해당 기관은 동일한 데이터 침해를 겪은 다른 기관의 신원과 연락처를 명시할 수도 있다.

중요한 점은, 조직이 데이터 침해로 인해 심각한 피해가 발생할 가능성을 없애는 시정 조치를 취했거나, 다른 조직이 동일한 적격 데이터 침해에 대해 필요한 통지를 이미 한 경우에는 통지 의무가 없다는 점이다.

5) 신고 의무가 있다면 몇 명 이상의 개인정보 사고 시 그러한 의무가 부과되는지? 신고 기간이 정해져 있는지(사고 사실을 인지한 순간부터 1주일 이내 등)

통지 의무 발생과 관련해 침해 건수 요건은 없다. 대신, 개인정보가 포함된 데이터 침해가 발생하여 해당 개인에게 심각한 피해를 초래할 가능성이 있는 경우, 통지 의무가 발생한다.

조직은 심각한 피해를 초래할 가능성이 있는 침해 사항을 인지한 후 가능할 경우 가능한 신속하게 해당 개인과 OAIC에 통지해야 한다. 일주일 이내와 같은 고정된 통지 기간은 명시되어 있지 않지만, 통지는 신속하고 불합리한 지체 없이 이루어져야 한다. 통지에는 위반 사항의 세부 사

항, 관련된 정보의 유형, 개인이 취해야 할 조치에 대한 권고 사항이 포함되어야 한다.

아. 데이터 침해에 대한 보상

1) 한국은 개인정보보호법 제39조의9(손해배상의 보장)에 따라 손해배상책임의 이행을 위해 보험 또는 공제에 가입하거나 준비금을 적립하는 등 필요한 조치를 하여야 함. 이와 유사한 규제가 있는지 해당 규정은 없다.

자. 개인정보 유출 손해 배상 보험

1) 개인정보 규제(법령)를 위반하거나 개인정보 사고가 발생한 경우 과태료, 과징금 등은 최대 얼마까지 부과되는지

6.라.5)항 참조

8. 결제 관련

가. 정보제공 (표시 광고)

1) 전자상거래 시 소비자에게 공개해야 하는 정보, 또는 알려야 하는 정보에 관한 규제 또는 법률이 있는지. 있다면 어떤 정보를 공개해야 하는지

[예시] 상호 및 대표자 성명/ 주소·전화번호·전자우편 / 공정거래위원회 또는 특별자치장 등에게 신고한 신고번호 등

이와 관련된 주요 법률은 소비자법이다. 소비자법에 있는 오해 유발 또는 기만 행위 및 허위 및 오해 유발 표현과 관련된 금지 조항이 특히 중요하다. 이러한 금지 조항을 위반하지 않기 위해, 서비스 제공자는 소비자에게 다음의 사전 구매 정보를 명확하고 쉽게 접근할 수 있으며 소비자가 계약을 체결하기 전에 (일반적으로 약관 및 고객 여정 내에서) 쉽게 확인할 수 있도록 공개해야 한다.

- 제공되는 상품, 서비스 또는 디지털 콘텐츠의 주요 특성
- 거래에 참여하는 서비스 제공자의 신원
- 소비자와의 신속한 소통을 위한 서비스 제공자의 실제 주소와 (가능한 경우) 전화번호, 팩스 및 이메일
- 상품, 서비스 또는 디지털 콘텐츠의 총 가격(세금 포함) 또는, 상품이나 서비스의 특성상 가격을 사전에 합리적으로 계산할 수 없는 경우, 가격을 계산하는 방식
- 계약 기간이 정해지지 않은 계약이나 구독을 포함하는 계약의 경우, 청구 기간별 총 비용 또는 (이러한 계약이 고정 요율로 청구되는 경우) 월별 총 비용
- 적용 가능한 경우, 계약의 결제, 배송, 이행에 대한 절차와 서비스 제공자가 상품을 전달하거나 서비스를 제공하기로 약속한 시점
- 적용 가능한 경우, 다음의 추가 정보:
 - 선택적 계속 비용, 수수료 및 요금에 대한 통지와 해당 비용, 수수료 및 요금의 변경 사항을 알리는 방법
 - 제안의 유효 기간이 제한된 경우, 해당 기간과 관련된 시간대 정보
 - 지리적 제한이나 미성년자의 경우 부모 또는 보호자의 승인 요건 등, 구매 시 적용되는 제한 사항, 조건 또는 제약 사항
- 기관이 알고 있거나 합리적으로 알 것으로 예상되는, 디지털 요소, 디지털 콘텐츠 및 디지털 서비스 포함 상품의 호환성과 상호 운용성 정보
- 디지털 요소가 포함된 상품, 디지털 콘텐츠 및 디지털 서비스의 기능과 적용 가능한 기술적

보호 조치

- 결제방법 세부사항
- 계약 해지, 반품, 교환, 취소 및 환불 조건
- 청약 철회 기간 또는 철회 권리에 대한 세부 사항
- 계약 갱신 또는 연장에 관한 조건
- 계약 기간 또는 계약이 불확정일 경우, 계약 종료 조건
- 서비스 제공자의 불만 제기 정책

2.가.2).항에서 언급한 바와 같이, 광고를 집행하는 서비스 제공자는 AANA가 관리하는 자율 규제 제도를 준수해야 한다. AANA 윤리규정은 광고가 오해를 일으키거나 기만적이지 않아야 하며, 경쟁자에게 피해를 줄 가능성이 있는 허위 진술을 포함해서는 안 된다고 명시하고 있다.

2) 사업자가 패키지 또는 디지털 패키지*형태로 게임을 판매할 때, 반드시 표시해야 하는 정보가 무엇인지

* 디지털 패키지: 물리적인 매체(Media) 없이 디지털 형태로 유통되는 게임을 의미함

표시 결정의 경우, 사업자가 게임을 판매할 때 표시해야 하는 최소한의 정보를 정하고 있다. 게임을 판매할 때 표시해야 하는 정보에 대한 표시결정⁴⁰⁰⁾의 일반 요구사항은 다음과 같다.

- 각 콘텐츠는 등급 분류와 소비자 주의사항 또는 등급 설명을 명시할 것
- 표시는 콘텐츠에서 눈에 잘 띄고 접근하기 쉬운 곳에 위치할 것
- 물리적 콘텐츠의 경우, 표시는 앞면의 왼쪽 하단 또는 제목 근처에 위치할 것
- 디지털 콘텐츠의 경우, 표시는 제목 가까이에 위치할 것
- 화면 표시의 경우, 시청자가 표시 내용을 완전히 읽을 수 있을 만큼 충분한 시간 동안 표시할 것
- 콘텐츠의 유형이나 형식으로 인해 표시가 불가능한 경우, 구매 또는 접근 시점 이전에 표시할 것

컴퓨터게임 표시는 표시결정의 부록 1에 정해진 형식과 크기로 기재해야 한다. 표시는 다음 요소를 포함할 수 있다.

조합 상자(아래 예시 참조)



400) <https://www.legislation.gov.au/F2014L01758/latest/text>

직사각형 등급분류 기호(아래 예시 참조)



정사각형 등급분류 기호(아래 예시 참조)



표시는 눈에 잘 띄고 쉽게 식별할 수 있어야 하며, 명확하게 읽을 수 있어야 한다. 또한 배경 및 다른 정보와 명확히 구분되어야 한다.

3) 게임 내 상품(아이템 등)을 판매할 때, 반드시 표시해야 하는 정보가 무엇인지

8.가.1)항 참조. 게임 내 제품을 판매할 때 정보를 표시해야 하는 추가 요건은 없다. 대신, 사업자는 2.가.2)항에서 다른 광고 규제제도를 준수해야 한다.

나. 추천 광고

1) 광고주와 추천·보증인과의 경제적 이해관계를 표시해야 하는 규정이 있는지(예: 스트리머, 인플루언서 등을 통한 광고)

호주에서 광고주는 2.가.2)항에 명시된 광고 규제제도를 준수해야 하며, 소비자법에 포함된 오해 유발 및 기만적 행위 금지 조항을 따라야 한다. 광고주와 인플루언서를 구체적으로 다루는 법은 없지만, 광고주는 업계에서 개발한 규정을 준수해야 한다. 여기에는 AANA 윤리규정과 이에 따른 실무지침(Practice Note)이 포함된다⁴⁰¹).

AANA 윤리규정에 따르면, 광고는 명확하게 광고로 구분되어야 한다. 광고주가 인플루언서나 제휴 마케팅을 사용하는 경우, 실무지침은 브랜드와 인플루언서 간의 관계를 청중에게 명확하고 분명하며 앞선 방식으로 제시해야 하며, 이를 쉽게 이해할 수 있도록 해야 한다고 규정하고 있다. 이러한 제시는 콘텐츠의 해당 유형을 표시함으로써(#ad(#광고), Advert(광고), Paid Partnership(유료제휴), Branded Content(브랜드 콘텐츠) 등) 수행할 수 있다. #sp(후원), Spon(후원), gifted(선물), affiliate(제휴) 또는 collab(협업)과 같은 덜 명확한 라벨을 사용하

401) https://f.hubspotusercontent00.net/hubfs/5093205/AANA_Code_of_Ethics_PracticeNote_Effective_February_2021.pdf?utm_campaign=Self-Reg-Codes&utm_source=AANA&utm_medium=web&utm_term=self-reg&utm_content=ethics-notes

는 것은 콘텐츠를 광고로 명확하게 구분하기에는 미흡할 수 있다.

또한, 호주의 경쟁 및 소비자 규제기관인 ACCC에서 인플루언서 광고에 점점 더 집중하고 있다는 점을 주목해야 한다⁴⁰²⁾. 2023년 말, ACCC가 검토한 118명의 SNS 인플루언서 중 81%가 호주 소비자법에 따라 잠재적으로 오해를 불러일으킬 수 있는 광고를 게시한 것으로 나타났다. 이 중 73%는 게임 및 기술 인플루언서의 게시물이었다. ACCC는 2024년 초에 인플루언서 광고에 대한 구체적인 지침을 발표할 예정이었으나, 작성 시점에서는 아직 발표되지 않은 상황이다. ACCC는 인플루언서들에게 다음 사항을 강조하고 있다.

- 소비자가 즉시 알아볼 수 있도록 홍보 게시물을 명확하게 공개할 것. 인플루언서가 무료 제품, 티켓 또는 기타 선물이나 인센티브를 받은 경우 포함
- 제품에 대해 오해를 불러일으킬 수 있는 주장을 결코 하지 않을 것. 인플루언서가 제품과의 경험을 잘못 전달해서는 안 된다는 것을 의미
- 조작적이거나 기만적인 광고 관행을 사용하지 않을 것

ACCC는 호주소비자법에 따른 인플루언서 마케팅 규제와 관련한 임시 지침을 발표할 것이라고 밝혔지만, 작성 시점에서 ACCC가 이에 대한 의견 수렴을 위해 지침을 발표하지는 않았다.

한편, 호주인플루언서마케팅협의회(Australian Influencer Marketing Council, AIMCO)는 호주 인플루언서 마케팅 강령⁴⁰³⁾(인플루언서 강령)을 발표했다. 이 강령은 법적 구속력은 없으나, 인플루언서 마케팅 콘텐츠에서 광고 사실을 공개하는 데 필요한 다음과 같은 지침을 제공한다. 계약된 참여광고가 있을 경우, 즉 인플루언서와 고객, 제공자 또는 브랜드 간에 합의된 참여광고가 있을 경우 광고 사실을 공개해야, 다음과 같은 최소 요건을 충족해야 한다.

- 광고 콘텐츠가 호스팅되는 디지털 플랫폼에서 제공하는 모든 광고 공개 도구를 사용
- 해시태그를 사용하는 플랫폼에서는 #Ad 또는 #Sponsored를 사용. 최소 공개 요구사항 외에 추가 해시태그(예: #Ambassador(명예대사) 또는 #Collab(협업))를 추가로 사용할 수 있지만, 최소 요구사항을 대체할 수는 없다(SNS에서 해시태그를 사용할 때 고려해야 할 주요 지식재산권 문제에 대한 자세한 내용은 체크리스트, 해시태그의 지식재산권에 대한 간편 안내⁴⁰⁴⁾ 참조).
- 단편 영상의 경우, 브랜드 연관성을 확인하기 위해 영상 시작 시 “스크린 슈퍼(screen super)”를 사용하거나 게시물 또는 설명에 적용해야 한다.
- 장편 비디오의 경우, 브랜드 관련 내용은 첫 30초 이내에 명시되어야 하며 자막에 포함되어야 한다.

402) <https://www.accc.gov.au/media-release/scrutiny-of-influencers-and-businesses-for-misleading-advertising-and-online-reviews-continues>

403) https://joocd.com/wp-content/uploads/2020/09/AIMCO_Code_of_Practice_July-1-2020.pdf

404) <https://support.thomsonreuters.com.au/product/practical-law-australia-incl-nz-resource-centre/updates-alerts/practical-law-checklist>

선물이나 현물 형태의 인플루언서 참여광고에 대해서는 유료 광고 업무와 동일한 공개 요구사항이 적용된다. 광고 사실 공개가 필요하지 않을 요건은 다음과 같다.

- 인플루언서와 브랜드 간에 계약 관계가 없을 것
 - 브랜드는 인플루언서 콘텐츠나 결과에 대해 어떠한 의견 제시나 통제도 하지 않을 것
- 일반적으로, 광고 사실을 공개할 때는 이해하기 쉽고, 명확하며, 시기적절하게 해야 한다.

2) 스트리머, 인플루언서 등에게 현금이 아닌 게임 아이템을 제공하는 것만으로도 경제적 이해관계가 성립되는지

8.나.1)항 참조. AANA 윤리규정과 인플루언서 강령 모두에서 인플루언서가 선물, 현물, 또는 무료 제품을 받을 경우, 제품을 광고할 때 동일한 공개 요구사항을 준수해야 한다.

이 점에 대해 ACCC는 지침⁴⁰⁵⁾을 통해 인플루언서가 브랜드, 제품 또는 서비스를 홍보하기 위해 선물이나 기타 인센티브를 받을 경우, 이를 공개할 때 호주 소비자법을 준수해야 한다고 명확히 밝혔다.

다. 구독 서비스 관련

1) 구독 서비스 등 정기결제 관련하여 사업자가 준수해야 할 사항은 어떤 것이 있는지, 존재하지 않는 경우라면, 서비스 제공자가 준수해야 할 요소들(정기 결제, 통지 방법, 구독 해지 요청 시 환불 절차 등)에는 무엇이 있는지

소규모 사업자와 소비자는 표준형 소비자 및 소규모 사업자 계약에 대해 UCT 제도에 따른 특정 보호를 받는다. UCT 제도의 운영에 대해서는 5.가.2)항에서 더 자세히 논의하였다.

5.가.2)항에 대한 답변에서 언급한 바와 같이, 소규모 사업자나 소비자 계약의 조건이 다음에 해당하는 경우 불공정 조건에 해당한다.

- 당사자들의 권리와 의무에 중대한 불균형을 초래할 것
- 해당 조항으로 이익을 얻는 당사자의 정당한 이익을 보호하는 데 합리적으로 필요하지 않을 것
- 해당 조건을 적용하거나 의존할 경우 당사자에게 불이익을 초래할 것

5.가.2항에서도 언급했듯이, UCT 제도에서는 불공정하다고 간주될 수 있는 조건의 예시적 목록을 제공한다. 예를 들어, 다음과 같은 조건이 있다.

- 일방 당사자에게만 계약 조건을 변경할 권한을 부여하는 조건

405) <https://www.accc.gov.au/about-us/publications/social-media-influencer-testimonials-and-endorsements>

- 일방 당사자가 계약의 이행을 회피하거나 제한하도록 허용하는 조건
- 일방 당사자에게만 계약을 해지할 권한을 부여하는 조건
- 계약 위반 또는 해지로 인해 한 당사자에 위약금을 부과하는 조건

서비스 제공자는 표준 약관의 특정 조건의 공정성을 평가할 때 특정 요소를 고려해야 한다. 구체적으로, 조건이 불공정할 수 있음을 나타내는 요소는 다음과 같다.

- 일방 당사자가 계약상의 의무를 회피하거나 제한할 수 있도록 허용하는 조건(예: 일방 당사자가 상품 공급을 중단할 수 있지만, 다른 당사자는 중단 기간 동안에도 계속해서 대금을 지불해야 하는 경우)
- 일방 당사자가 일방적으로 조건을 변경하여 계약에 중대한 영향을 미치거나 다른 당사자에게 피해를 줄 수 있는 조건
- 일방 당사자에게만 유리하게 광범위한 면책이나 책임 제한을 부과하는 조건
- 일방 당사자에게 계약을 갱신하거나 갱신하지 않을 권한을 부여하는 (그러나 상대방에게는 부여하지 않는) 조건
- 다음과 같이 계약을 자동으로 갱신하는 조건
- 갱신 기간이 계약의 초기 기간과 동일하거나 더 김
- 자동 갱신이 적용되기 전에 상대방이 계약을 종료할 수 있는 제한된 기간이 존재
- 갱신 후 다른 당사자가 계약을 취소할 때 해지 권리나 상당한 탈퇴 수수료가 없거나 제한적
- 자동 갱신이 유리한 당사자는 계약이 만료되고 갱신 기간으로 자동 연장될 것임을 다른 당사자에게 통지할 필요가 없음
- 자동 갱신 시 일방적인, 또는 투명하지 않은 방식에 의한 계약 금액 인상이 수반
- 일방 당사자에게만 유리한 계약 해지 권리와 그 결과를 규정하는 조건. 예를 들어, 다음과 같은 조건
- 일방 당사자는 계약을 해지하거나 변경하거나 갱신할 수 있지만, 상대 당사자는 불가능한 조건
- 일방 당사자(제한 당사자)에게 미지급금이 있을 경우 계약을 해지하지 못하며, 다른 당사자는 계약 해지 후에도 서비스나 상품을 제공하지 않더라도 제한 당사자에게 계속하여 요금을 청구할 수 있도록 하는 조건
- 계약이 상대방의 불이행으로 해지되더라도, 일방 당사자가 미리 지불한 금액을 상대방이 환불할 의무가 없는 조건
- 일방 당사자(특히, 그 당사자가 다른 당사자보다 규모가 큰 경우)가 계약 기간을 고려하지 않고 고정된 통지 기간 내에 아무 이유 없이 종료할 수 있도록 허용하는 조건
- 일방 당사자가 계약을 위반했을 때 상대 당사자가 이를 시정할 기회를 주지 않고 계약을 해지할 수 있는 광범위한 권리를 부여하는 조건 (상대 당사자가 유사한 위반을 구제할 권리를

가지지 않는 경우)

- 계약을 위반하거나 해지하는 당사자에게 (특히 사소한 위반에 대해) 위약금을 부과하는 조건
- 일방 당사자가 상대 당사자에 의해 일방적으로 설정될 수 있는 광범위한 탈퇴 수수료를 지불하도록 규정하는 조건
- 일방 당사자가 계약을 일방적으로 변경했을 때, 다른 당사자가 계약을 종료할 수 있도록 허용하지만, 종료하는 당사자에게 적절한 구제책을 제공하지 않는 조건
- 일방 당사자에게 유리한 지불 의무를 부과하는 조건. 예를 들어, 다음과 같은 조건:
- 일방 당사자(제한 당사자)에게 미지급금이 있을 경우 계약을 해지하지 못하며, 다른 당사자는 계약 해지 후에도 서비스나 상품을 제공하지 않더라도 제한 당사자에게 계속하여 요금을 청구할 수 있도록 하는 조건
- 계약이 상대방의 불이행으로 해지되더라도, 일방 당사자가 미리 지불한 금액을 상대방이 환불할 의무가 없는 조건
- 일방 당사자(특히, 그 당사자가 다른 당사자보다 규모가 큰 경우가 계약 기간을 고려하지 않고 고정된 통지 기간 내에 아무 이유 없이 종료할 수 있도록 허용하는 조건
- 일방 당사자가 계약을 위반했을 때 상대 당사자가 이를 시정할 기회를 주지 않고 계약을 해지할 수 있는 광범위한 권리를 부여하는 조건 (상대 당사자가 유사한 위반을 구제할 권리를 가지지 않는 경우)
- 계약을 위반하거나 해지하는 당사자에게 (특히 사소한 위반에 대해) 위약금을 부과하는 조건
- 일방 당사자가 상대 당사자에 의해 일방적으로 설정될 수 있는 광범위한 탈퇴 수수료를 지불하도록 규정하는 조건

비디오게임 제공자가 소비자와의 계약 조항에 대한 제안에 대해 우려가 있는 경우, 호주소비자법 하에서 불공정 계약 조항 사용 또는 사용 제안에 대해 상당한 처벌이 부과되기 때문에, 개별적인 상황에서 법률 자문을 받는 것을 권장한다.

라. 광고 시 금지사항

1) 게임에 대한 광고 시 금지되는 행위에는 어떤 것이 있는지

현재 특정 콘텐츠 사용을 제한하는 법률이나 규정은 없다. 다만 광고주들은 2.가.2)항에서 설명한 호주의 광고 규제 프레임워크를 주의해야 한다. 예를 들어, 실제 게임 플레이 영상을 광고에 사용하여 비디오게임을 광고할 때 광고에 포함된 콘텐츠가 오해를 불러일으키거나 기만적이지 않도록 해야 한다.

2) 야간 광고 발송에 대한 규제가 있는지

호주에서 밤에 광고하는 규정은 최소한의 내용만을 규정하며, 어떤 경우에도 비디오게임 광고와는 관련이 없다.

예를 들면 다음과 같다.

2018 방송(호주광고)기준법⁴⁰⁶⁾ (연방)(Broadcasting Services (Australian Content in Advertising) Standard 2018 (Cth))에 따르면, 상업 텔레비전 면허 소지자는 매년 오전 6시부터 자정까지 방송되는 전체 광고 시간의 80% 이상을 호주에서 제작된 광고에 할애해야 한다. 상업 텔레비전 방송에서의 주류 광고는 학교 수업일에는 오후 12시부터 3시까지, 모든 밤에는 오후 8시 30분부터 오전 5시까지 허용된다.

도박 콘텐츠와 관련하여, 상업 및 구독 텔레비전 면허 소지자와 기타 온라인 서비스 제공자는 스포츠 이벤트의 예정된 시작 시간 5분 전부터 라이브 중계가 종료된 후 5분 후까지 도박 광고를 방송하거나 베팅 확률을 홍보할 수 없다. 이는 오전 5시부터 오후 8시 30분 사이에 해당된다. 오후 8시 30분부터 오전 5시 사이에는 상업 및 구독 텔레비전 면허 소지자와 기타 온라인 서비스 제공자는 스포츠 이벤트 중, 경기 중단 시간(예: 하프타임) 동안 도박 광고를 방송할 수 없으며, 경기 시작 30분 전부터 경기 종료 30분 후까지 해설자가 베팅 확률을 홍보할 수 없다. 다시 말해, 위에서 설명한 야간 광고 제한 사항은 게임 활동과 무관하다.

마. 결제한도

1) 게임 이용자의 결제 금액의 한도를 설정할 수 있는 시스템을 본인 또는 법정대리인에게 제공하도록 하는 법률 또는 정책이 있는지

현재 호주에서는 게임 사용자 결제 금액에 제한을 두는 특정 법률을 두고 있지 않다. 2018 호주 상원 위원회 보고서⁴⁰⁷⁾(Senate Committee report in 2018)에서는 비디오게임의 확률형 아이템에 대한 포괄적인 검토를 호주 정부에 권고했다. 게임 내 구매에 대한 지출 한도 설정에 관한 권고사항이 언급되었으나, 호주 정부는 이를 수용하지 않았다. 이는 닌텐도 스위치와 같은 여러 게임 플랫폼이 이미 부모와 보호자가 확률형 아이템과 같은 게임 내 구매에 대해 구매 제한을 설정할 수 있도록 허용하고 있기 때문이다.

참고로, 위에서 언급한 바와 같이, 확률 요소(예: 유료 확률형 아이템)와 시뮬레이션 도박(예: 소

406) <https://www.legislation.gov.au/F2018L01765/latest/text>

407) https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Committees/Senate/Environment_and_Communications/Gamingmicro-transactions

셜 카지노 게임)이 포함된 비디오게임에 대한 특정 분류 요건을 의무화한 2023 컴퓨터게임등급 분류지침⁴⁰⁸(연방)이 2024년 9월 22일부터 발효되었다. 이에 대한 대략적인 내용은 다음과 같다.

- 확률 요소가 포함된 게임 내 구매(예: 유료 확률형 게임 아이템(loot box))가 있는 비디오게임은 최소한 M 등급(성숙, 15세 미만의 아동에게 권장하지 않음)을 받아야 한다.
- 시뮬레이션 도박을 포함하는 비디오게임(예: 소셜 카지노 게임)은 법적으로 성인만 이용할 수 있으며, 최소 등급은 R18+로 제한된다.

이러한 변경 사항은 결제 한도를 직접적으로 제한하지 않지만, 특정 사용자들이 게임 내 구매(예: 확률형 아이템)가 있는 게임에 접근하는 것은 제한된다.

바. 미성년자 법정대리인 권한(결제 관련)

1) 미성년자가 결제 등을 이행할 때 법정 대리인의 동의 등이 필요한지, 필요하다면 법정 대리인의 동의를 어떻게 획득해야 하는지, 그에 대한 규정 또는 법률은 어떻게 되는지

현재 미성년자가 온라인 결제를 하거나 계약을 체결하기 위해 법정 대리인의 동의를 요구하는 규정이나 법률은 없다. 그러나 게임 운영자나 결제 서비스 제공자는 이에 대한 추가적인 계약 의무를 부과할 수 있다. 미성년자(호주에서는 17세 이하)와의 계약은 법적 후견인의 동의와 상관없이 미성년자가 선택할 수 있는 무효화 가능성이 있다.

2) 미성년자가 예외적으로 단독으로 결제할 수 있는 범위를 정하는 규정 또는 법률이 있는지

현재 미성년자의 예외적 결제 범위를 명시하는 규정이나 법률은 없다. 그러나 게임 운영자나 결제 서비스 제공자가 이와 관련된 계약 의무를 부과할 수 있다는 점을 유념해야 한다. 미성년자(호주에서는 17세 이하)와의 계약은 일반적으로 미성년자의 선택에 따라 무효가 될 수 있다.

사. 결제 및 체결 확인

1) 전자상거래에서 대금 지급과 관련해 보안 유지 및 청약 고지 / 확인 절차 마련 등에 관한 규정 또는 법률이 있는지

고객은 75 호주 달러 이상의 구매에 대해 영수증을 반드시 제공받아야 한다. 75 호주 달러 이하의 구매에 대해서도 고객이 요청하면 영수증을 제공해야 하며, 요청 후 7일 이내에 영수증을 제공해야 한다. 영수증에는 사업체의 이름과 호주사업자번호(Australian Business Number,

408) <https://www.legislation.gov.au/F2023L01424/asmade/text>

ABN) 또는 호주회사번호(Australian Company Number, ACN), 공급 날짜, 제품 또는 서비스의 세부 사항 및 가격 등의 정보가 포함되어야 한다. 전자 상거래에 종사하는 사업체는 호주 소비자법을 준수해야 하며, 상품 및/또는 서비스 판매와 관련된 모든 정보가 오해를 일으키거나 기만적이지 않도록 해야 한다.

2) 전자 거래 이후 소비자에게 청약의 정보를 고지하고 수신확인을 받는 등의 기본 규정 또는 법률이 있는지

고객 구독의 자동 갱신과 관련하여, UCT 제도의 운영과 관련하여, 특정 조건이 불공정한 것으로 판단할 수 있다. 예를 들면 다음과 같다.

- 일방 당사자에게 계약을 갱신하거나 갱신하지 않을 권한을 부여하는 조건
 - 다음에 해당하는 계약에 갱신을 부과하는 조건
 - 갱신 기간이 계약의 초기 기간과 동일하거나 더 김
 - 자동 갱신이 적용되기 전에 상대방이 계약을 종료할 수 있는 제한된 기간이 존재
 - 갱신 후 다른 당사자가 계약을 취소할 때 해지 권리나 상당한 탈퇴 수수료가 없거나 제한적
 - 자동 갱신이 유리한 당사자는 계약이 만료되고 갱신 기간으로 자동 연장될 것임을 다른 당사자에게 통지할 필요가 없음
 - 자동 갱신 시 일방적인, 또는 투명하지 않은 방식에 의한 계약 금액 인상이 수반
- 위에서 언급한 바와 같이, 비디오게임 제공업체가 서비스 약관 운영에 대해 우려가 있는 경우, 갱신(또는 유사한) 조항과 관련하여 개별적으로 법률 자문을 받는 것을 권장한다.

아. 조작 실수 방지

1) 소비자가 실수로 결제하는 경우를 방지하기 위해 필요한 절차에 대한 법률이나 규정 등이 있는지

게임 운영자가 소비자가 실수로 결제하는 것을 방지하기 위해 조치를 취하거나 절차를 시행하도록 요구하는 구체적인 규정이나 법률은 없지만, 서비스 제공자는 소비자가 다음 조치를 취할 수 있는 절차를 마련해야 한다.

- 계약의 조건과 조항을 검토하고 수락하거나 거부
- 오류를 식별하고 수정
- 제안을 확인하고 수락하거나 거부

이를 통해 소비자가 실수로 지불하는 위험을 피할 수 있다.

호주소비자법에서 금지하는 오해 유발 및 기만 행위는 위 사항과 일반적으로 관련된다. 특히,

서비스 제공자는 소비자가 특정 상품이나 서비스에 대해 실수로 결제하는 결과를 초래할 수 있는 오해 유발 또는 기만 행위를 해서는 안 된다. 이를 위해 서비스 제공자의 결제 절차와 과정에 대한 정보는 소비자가 명확하고 투명한 이해할 수 있도록 제공해야 한다.

또한, 전자결제규정⁴⁰⁹⁾에 가입한 금융 기관은 결제 오류를 처리하는 절차를 마련해야 한다. (ASIC)가 감독하는 동 규정에서 따르면, 소비자는 승인되지 않은 또는 실수로 발생한 거래를 분쟁하고 취소할 권리를 갖는다. 동 규정은 금융 기관이 분쟁과 오류 거래를 어떻게 처리해야 하는지에 대한 지침을 제공한다.

구독 및 반복 결제와 관련하여, 서비스 제공자는 소비자가 실수로 또는 부지불식간에 요금을 청구 받지 않도록 방지하고, UCT 제도의 목적상 해당 조항이 불공정 계약 조항으로 간주되는 것을 피하기 위해 이러한 결제의 시기와 취소 절차를 소비자에게 명확히 알려야 한다.

409) <https://asic.gov.au/regulatory-resources/financial-services/epayments-code/>

9. 청약철회 및 환불 등

가. 청약철회

1) 전자상거래에서 소비자가 계약 및 청약 철회할 수 있는 조건, 기간, 환불 절차 등 관련 규정 또는 법률이 있는지

변심 결정

소비자가 단순 변심으로 환불을 요청하는 경우, 법적으로 환불을 제공할 의무는 없다. 그러나 많은 소매업자는 회사 정책으로 이러한 상품의 반품에 대해 특정 기간을 설정하여 환불을 제공한다.

일반적인 변심에 의한 취소 기간은 7일에서 14일 사이다. 회사가 이러한 정책을 채택하기로 결정한 경우, 판매 시점이나 관련 스토어프론트(storefront)에 명확하게 표시하여 소비자가 해당 구매를 하기 전에 이러한 조건을 인지할 수 있도록 해야 한다.

호주소비자법 소비자보증

호주소비자법에 따르면, 소비자는 관련 제품이나 서비스(디지털 콘텐츠 포함)가 소비자보증(consumer guarantee)을 준수하지 않는 경우 환불을 받을 권리가 있다. 보증 내용의 예를 들면 다음과 같다.

- 해당 제품의 판매와 관련된 설명과 일치
- 소비자가 구매한 목적에 적합
- 구매자가 기대하는 기능을 수행할 수 있으며 결함이 없는 양질의 상태

호주소비자법에 따르면 위에서 언급한 법적 보증을 준수하지 않는 경우, 피해를 입은 소비자는 해당 소비자 보증의 위반 정도와 심각성에 따라 구제를 받을 권리가 있다. 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

- 결함이 중대하지 않은 경우, 공급자는 소비자에게 해당 상품의 수리를 제공하거나, 결함이 있는 상품에 대해 교환 또는 환불을 제안할 수 있다.
- 제품이 안전하지 않거나 구매 목적에 부합하지 않거나 제품 설명과 크게 다른 등 중대한 결함이 발생한 경우, 소비자는 구매한 상품에 대해 교환, 환불 또는 보상을 받을 권리가 있다.
- 소비자는 소비자보증을 준수하지 않은 경우 소매업자에게 구제를 요구할 수 있으며, 소매업자는 호주소비자법에 따라 피해자 소비자에게 제공된 구제에 대한 면책권을 가질 수 있다.

위에서 언급한 바와 같이, 이러한 소비자보증은 법률에 의해 적용되며 배제하거나 수정하거나

계약으로 회피할 수 없다. 이는 중요한 사항으로, 이러한 보증의 적용을 배제하려는 어떠한 진술이나 행위도 호주소비자법에 반할 위험이 있다. 이 쟁점은 아래에서 자세히 살피는 ACCC v Valve 사건에서도 다루어진 바 있다.

이 권리를 행사하는 데 있어 특정 법정 기간은 없다. 대신, 소비자법은 이러한 소비자 보증이 관련 상품을 취득한 후 합리적인 기간 동안 적용되며, 소비자가 이를 신뢰할 수 있다고 명시한다. 소비자가 환불을 요청할 때 사업자가 고려할 수 있는 요소로는 예를 들어 다음과 같은 요소가 있다.

- 제품의 유형
- 소비자의 제품 사용 방식
- 제품을 합리적으로 사용할 수 있는 기간
- 현저한 고장이 발생할 때까지 합리적으로 예상할 수 있는 사용량

위 내용은 상품 공급자가 제공하는 명시적 보증에 따라 적용되며, 이는 독립적인 소비자 보증으로 작용하여 소비자가 해당 보증을 준수하지 않는 경우 환불 권리를 주장할 수 있게 한다.

Australian Competition and Consumer Commission v Valve Corporation (No 3) [2016] FCA 196⁴¹⁰)

이 사건에서 ACCC는 Valve Corporation을 상대로 소송을 제기했다. Valve Corporation은 인기 있는 Steam 게임 플랫폼을 운영하는 기업으로서, (모든 사용자가 수락해야 하는) Steam의 가입자 계약의 조건과 관련하여 소송이 진행되었다. 이 계약은 소프트웨어의 상업성에 관한 보증과 소프트웨어에 결함이 있는 경우에도 환불이나 보상을 받을 권리를 배제하려고 시도했다. ACCC는 이러한 표현이 호주소비자법의 오해 유발 및 기만 행위 조항을 위반한다고 주장했다. Valve는 자사가 외국 법인이며 호주에서 사업을 영위하지 않기 때문에 호주소비자법의 적용을 받지 않는다고 주장했다. 또한 소프트웨어 라이선스 문제가 법의 목적상 상품 공급에 해당하지 않는다고 주장했다. Valve는 또한 Steam 가입자 계약서에 명시된 법 선택 조항에 따라 워싱턴 주 법이 적용된다고 주장했다.

연방법원은 최종적으로 이러한 주장들을 모두 기각하면서 다음과 같은 결론을 내렸다. (a) Valve의 관련 고객 관계와 거래가 호주에서 이루어졌기 때문에, Valve는 호주에서 사업을 운영했다. (b) Valve는 호주 소비자법의 적용을 계약으로 배제할 수 없다. (c) 소프트웨어 다운로드 제공은 호주 소비자법의 목적상 상품 공급에 해당한다.

410) https://austlii.edu.au/cgi-bin/viewdoc/au/cases/cth/FCA/2016/196.html?context=1;query=%5b2016%5d%20FCA%20196%20;mask_path=

결과적으로, 연방법원은 소비자 보증(상품이 목적에 적합하고 허용 가능한 품질을 가져야 한다는 보증)이 Steam 플랫폼을 통해 소프트웨어 라이선스를 공급하는 Valve Corporation에 적용된다고 판결했다. Valve는 Steam 구독자 계약에서 이러한 소비자보증을 배제하고 소비자에게 환불을 거부함으로써 호주소비자법을 위반했다. 이러한 위반에 대해 Valve는 300만 달러의 벌금을 지불해야 했다.

기타 집행 조치

최근 호주 경쟁 및 소비자 규제기관인 ACCC는 온라인 비디오게임과 관련하여 호주소비자법을 위반한 다른 주요 게임 회사들에 대해 조치를 취했다.

2020년 6월, ACCC는 Electronics Boutique Australia Pty Limited (EB Games)로부터 법원강제이행각서(court enforceable undertaking)⁴¹¹⁾를 접수했다. 아 사건은 EB Games의 발언이 호주소비자법 제18조 및 제29조(1)(m)에 위배된 사건으로서, 이 발언들은 호주소비자법에 따른 소비자 보증의 적용을 수정하거나 제한하려는 시도로서, Fallout 76 비디오게임(온라인으로 다운로드된 게임 포함)의 결함으로 인한 환불을 소비자로부터 앗아가려는 의도가 있었다. EB Games는 이 각서에서 이러한 발언이 ACL에 따른 소비자 보증에 대한 소비자의 권리에 대해 일부 고객에게 유해를 유발했을 가능성이 높다는 점을 인정했다. ACCC는 이전에도 Fallout 76의 발행사인 ZeniMax Media Inc.와 그 유럽 및 호주 자회사에 대해 유사한 혐의로 이행 각서를 접수한 바 있다.

2020년 6월에도 연방법원은 Sony Europe을 대상으로 소비자 보증과 관련하여 고객들에게 오해를 유발한 책임을 물어 350만 달러의 벌금 부과를 명령했다⁴¹²⁾. 이 사건에서 문제가 된 것은 결함이 있는 플레이스테이션 게임을 구매한 고객에게 적용된 Sony Europe의 서비스 약관 조건으로서, 이 조건들은 사용자들이 구매한 디지털 게임의 품질, 기능, 완전성, 정확성 또는 성능에 대한 소비자보증을 받을 권리가 없음을 암시하고 있었다⁴¹³⁾. 이는 이러한 보증이 법적으로 배제, 제한 또는 수정될 수 없다는 소비자법 위반에 해당한다.

411) <https://www.accc.gov.au/public-registers/undertakings-registers/electronics-boutique-australia-pty-limited>

412) <https://www.accc.gov.au/media-release/sony-to-pay-35-million-penalty-for-misrepresenting-playstation-gamers-rights>

413) ACL에 따른 소비자 보증은 관련된 장애가 네트워크 상태 또는 사용자 장치의 성능으로 인해 발생한 경우에는 적용되지 않을 것임. 호주소비자법 위반에 대한 벌금은 최대 5천만 호주달러 또는 정보 오용을 통해 얻은 혜택 가치의 세 배, 또는 법원이 혜택을 계산할 수 없는 경우 해당 기간 동안 기관의 조정 연간 매출의 30% 중 큰 금액으로 부과됨.

나. 미성년자 청약철회

1) 미성년자가 계약 또는 결제 등의 행위를 진행할 때 법정대리인의 동의가 없는 경우 계약이 무효임을 안내해야 하는지. 이외 관련 규정이 있는지

현재 미성년자가 계약을 체결하거나 결제를 시도할 때 통지 절차를 요구하는 특정 법률이나 규정은 아는 바 없다. 그러나 미성년자와 계약을 체결한 경우, 해당 계약은 취소 가능하며, 법적으로 해당 운영자는 관련 구매에 대해 사용자에게 환불을 제공해야 한다.

2) 미성년자를 대상으로 서비스를 제공하는 경우 사업자에게 미성년자 보호를 위한 별도의 보호 정책 수립 및 고지를 요구하는 법령의 의무

현재 일반 상업적 관점에서 운영자가 미성년자 보호 정책을 수립하고 사용자에게 통지하도록 명시적으로 요구하는 법률이나 규정은 아는 바 없다.

다. 캐시/ (게임 내) 재화

1) 캐시, 포인트 등의 법적 지위가 어떻게 되는지, 현금과 동일한 가치로 인정되는지

상인은 일반적으로 적절하다고 판단하는 형태로 결제를 받을 수 있다. 상인이 공식 법정 통화(호주 달러)를 받아야 할 의무는 없다.

2) 게임 내 사용 가능한 재화의 이용, 양도, 사용기간, 환불(보상) 관련한 규정 또는 법률이 있는지

게임 내에서 사용 가능한 화폐의 사용, 이전, 사용 기간, 환불(보상)과 관련된 금융 서비스 및 일반 상업 관점에서의 특정 규정이나 법률에 대해 현재 파악된 것은 아는 바 없다(일반 소비자 법률 규정은 제외. 9.가.항 참조).

라. 청약철회의 대상

- 1) 현금으로 구매한 캐시가 청약철회 대상인지
- 2) 현금으로 구매한 유료재화가 청약철회 대상인지
- 3) 캐시로 구매한 유료재화가 청약철회 대상인지
- 4) 현금으로 구매한 디지털 상품(인-게임 아이템)이 청약철회 대상인지
- 5) 캐시로 구매한 디지털 상품(인-게임 아이템)이 청약철회 대상인지

6) 유료재화로 구매한 디지털 상품(인-게임 아이템)이 청약철회 대상인지

[상기 모든 항목에 대한 답변] 호주소비자법에 따르면, 소비자는 관련 제품이나 서비스가 소비자 보증(예: 적절한 품질 또는 목적 적합성 보증)을 준수하지 않는 경우 환불을 받을 권리가 있다. 여기에는 게임 내 구매가 소비자 보증을 준수하지 않는 경우도 포함된다. 따라서 실제 돈으로 구매한 현금은 소비자법에 따른 소비자 보증을 준수하지 않는 경우 구독 철회 대상이 된다. 예를 들어, 구매한 현금이 관련 게임 내 광고에 제공된 설명과 일치하지 않는 경우가 이에 해당할 수 있다. 고려해야 할 또 다른 점은 해당 조건이 게임의 표준 약관의 일부에 해당하는 경우, UCT 제도(불공정 계약 조항 체제) 목적상 불공정 계약 조항으로 간주될 위험이다. 5.가.2)항에 명시된 바와 같이, 일방 당사자에게 지나치게 유리하고 다른 당사자의 정당한 이익을 보호하는 데 합리적으로 필요하지 않은 조항은 UCT 제도 목적상 불공정 계약 조항으로 간주될 수 있다. 관련 게임에서 소비자가 구매한 현금에 대해 환불받을 수 있는 가능성을 박탈하는 조항은 상황에 따라 불공정하다고 간주될 위험이 있다. 서비스 제공자가 이러한 구매 금액의 보유가 정당한 상업적 이익을 보호하기 위해 합리적으로 필요했음을 주장하는 것은 어려울 수 있다. 이러한 상황에서 영향을 받는 소비자에게는 구매한(하지만 사용하지 않은) 현금을 잃게 되는 명백한 손해가 발생한다.

마. 환불

1) 청약철회의 보장기간이 경과한 '캐시' 또는 디지털 상품(인-게임 아이템)에 대하여 이용자가 환불요청 시 이를 처리해주어야 할 의무가 있는지

서비스 제공자가 호주 소비자법에 따른 소비자 보증을 준수하지 않은 경우를 제외하고, 사용자에게 현금이나 게임 내 아이템에 대해 환불할 의무는 없다. 또한, UCT 제도에 따라 해당 조항이 불공정 계약 조항으로 간주될 위험을 고려해야 한다.

2) 관련 법령 또는 정책상 게임이 서비스를 종료할 시의 환불에 대한 규정이 있는지(환불 대상이 되는 잔여재화 및 상품의 범위, 환불 수수료 부과 여부, 환불 절차 사전 안내 의무 등)

9.가.항, 9.라.항 참조

3) 환불 수수료에 대한 기준, 혹은 규제가 있는지(특정 비율 이상의 수수료는 과도하다 간주하여 규제하는 경우 등)

이 점에 관해 구체적인 법률이나 규정은 없으나, 호주소비자법과 UCT 제도의 소비자 보증 적용이 중요하다.

4) 이용자가 회원 탈퇴 시, 관련 법령 또는 정책상 캐시 또는 게임 속 재화가 환불 대상에 포함되는지

호주소비자법에 따르면, 소비자는 관련 제품이나 서비스가 소비자 보증(예: 적합한 품질 또는 목적 적합성에 대한 소비자 보증)에 어긋날 경우 환불을 받을 권리가 있다. 여기에는 게임 내 구매가 소비자 보증을 준수하지 않는 경우도 포함된다. 따라서 실제 돈을 사용하여 획득한 현금 또는 게임 내 화폐는 호주 소비자법 하에서 소비자 보증을 준수하지 않는 경우 환불 대상이 될 수 있다(예: 구매한 현금 또는 게임 내 화폐가 관련 게임 내 광고에서 제공된 설명과 일치하지 않는 경우).

다른 고려 사항은 UCT 제도 목적상 불공정 계약 조항으로 간주될 위험이다. 5.가.2)항에서 설명한 바와 같이, 일방 당사자에게 지나치게 유리하고 다른 당사자의 정당한 이익을 보호하는 데 합리적으로 필요하지 않은 조건은 UCT 제도 목적상 불공정 계약 조항으로 간주될 수 있다. 소비자가 해당 게임에서 화폐 또는 게임 내 화폐를 구매한 금액에 대해 환불 받을 수 있는 권리를 박탈하는 조건은 상황에 따라 불공정하다고 간주될 위험이 있다. 서비스 제공자가 이러한 구매 금액의 보유가 정당한 상업적 이익을 보호하기 위해 합리적으로 필요했음을 주장하는 것은 어려울 수 있다. 또한, 이러한 상황에서 영향을 받는 소비자에게는 구매한(하지만 사용하지 않은) 화폐 또는 게임 내 화폐의 손실이라는 명백한 피해가 발생한다.

바. 과오납금 환불

1) 소비자가 실수로 결제한 경우 이를 환급하는 것에 관한 규정 또는 법률이 있는지

소비자가 실수로 결제한 금액에 대한 환불 처리와 관련된 특정 법률이나 규정은 없다. 일반적인 상업적 관점에서의 내용은 8.아.항과 9.가.항 답변 참조.

사. 소멸시효/사용기간

1) 상행위로 인해 발생하는 채권의 소멸시효가 어떻게 되는지

각 주와 준주에서 소송을 제기할 수 있는 법정 제척기간이 있으며, 각 주와 준주는 이 시효에 관한 별도의 규정을 두고 있다(통칭하여 제척기간법(Limitation Acts)이라 한다). 또한, 주와 준주의 제척기간법에 해당하는 연방 법률은 존재하지 않는다.

제척기간법에 따른 제척기간은 상당히 다양하지만, 일반적으로 관할 구역에 따라(일부 차이가 있을 수 있음) 다음과 같은 소송 원인에 대해 6년의 제척기간이 적용된다.

- 계약 위반

- 형평법상의 소송
 - 기만, 과실, 무단 침입에 대한 불법 행위
 - 잘못된 정보와 속임수 행위, 비양심적 행위 및 다른 CCA 및 호주소비자법 위반 사항
- 기업의 부정행위와 오해 유발 및 기만 행위는 금융 상품 또는 서비스와 관련된 기업법에서 규제한다. 형평법적 조치에 대한 제한 기간은 각 관할 구역마다 다르게 취급되며, 특정 상황에서는 위에 언급된 규칙 외에도 다른 규칙이 적용된다.

2) 게임을 위해 현금으로 구매한 캐시/유료재화의 사용기간에 대한 규정 또는 법률이 있는지
 현금이나 실제 돈으로 구매한 유료 게임 내 화폐에 대한 소멸시효에 관한 규정이나 법률은 파악된 바 없다.

소비자가 게임 내 화폐를 구매한 후 일정 기간이 지나면 게임 내 화폐를 무효화하는 계약 조건은 UCT 제도에서 불공정 계약 조항으로 간주될 수 있다. 이에 대한 자세한 내용은 8. 다. 1)항 참조.

아. 휴업기간 업무처리

1) 사업자가 휴업을 하거나 영업정지를 하고 있는 경우에 소비자의 요청(청약철회 등)을 어떻게 처리하는지, 그에 대한 규정 또는 법률이 있는지

현재 주말이나 공휴일 동안 소비자 요청을 처리하는 방법에 대해 기업이 따라야 하는 법률이나 규정은 아는 바 없다.

자. 거래기록 보존

1) 전자상거래의 거래기록을 보존해야 하는지, 보존해야 한다면 어느 내용을 언제까지 보관해야 하는지 등에 대한 규정 또는 법률이 있는지

상업

상업적 관점에서 전자 상거래 거래 기록을 저장해야 하는 특정 규정이나 법률은 존재하지 않는다.

금융 서비스

호주거래 보고분석 센터가 관리하는 AML/CTF법은 금융, 금피 및 도박 부문에서 특정 비즈니스 활동을 규제한다. 호주와 지리적 연관이 있는 기업이 하나 이상의 지정 서비스를 제공하는 경우, AML/CTF법에 따라 기록 보관 의무를 포함한 여러 의무가 부과된다. 보관해야 할 기록의 종류는 제공되는 지정 서비스의 유형에 따라 다르지만, 거래, 신원 확인 절차, 전자 자금 이체

지침, AML/CTF 프로그램 및 대응 은행 관계에 대한 실사 평가 기록을 포함한다. 보고 기관은 고객이 제공한 특정 문서를 관련 계좌가 폐쇄된 날로부터 7년 동안 보관해야 한다. 기록이 하나 이상의 계좌에 대한 계좌 또는 서명자 정보와 관련된 경우, 해당 기록 또는 그 사본을 마지막 계좌가 폐쇄된 날로부터 7년 동안 보관해야 한다.

세금

일반적으로, 사업체는 다음 두 가지를 모두 포함한 기록을 보관해야 한다. (i) 납세자가 수행한 모든 거래와 기타 행위에 대한 설명과 기록. 이는 1936 소득세평가법 (연방)의 목적에 부합해야 한다. (ii) 납세자의 소득세 부채를 쉽게 확인할 수 있도록 하는 기록. 이 기록은 5년 동안 보관해야 한다.

기록을 얻거나 생성하는 시점

거래 완료 또는 기록과 관련된 행위

개인정보 관련보호법

질문 7-1(위 참조)에서 언급한 바와 같이, 개인정보보호법과 호주 개인정보보호원칙은 전자상거래 활동 중 생성된 거래 기록을 포함한 개인정보의 수집, 저장 및 공개에 관한 규칙을 포함한다. 개인정보보호원칙에 따르면, 기관은 그 기능이나 활동 중 하나 이상과 직접적으로 관련되거나 합리적으로 필요한 개인정보만 수집할 수 있다. 기관은 개인정보가 더 이상 필요하지 않을 때 이를 파기하거나 비식별화하기 위해 합리적인 조치를 취해야 한다.

주의사항: 위 내용은 복잡한 법률 영역에 대한 일반적 수준의 응답이다. 보존해야 하는 문서와 보존 목적에 따라 의무적인 보존 기간이 다르다. 철저한 보존 정책과 해당 법률 준수가 필요하다.

10. 게임산업 진흥 등

가. 게임산업에 대한 세제혜택 및 보조금 지원

1) 게임산업 관련 세액공제 등 게임산업에 대한 세제혜택이 있는지 또는 보조금 지원정책 등이 존재하는지 여부 및 그 내용

디지털게임세액공제⁴¹⁴⁾(Digital Game Tax offset, DGTO)는 호주에서 디지털 게임을 개발하는 자격을 갖춘 회사가 총 호주 개발 지출(Qualifying Australian development expenditure, QADE)의 30%를 청구할 수 있는 세제 혜택이다. 요건은 다음과 같다.

- 예술장관의 증명
 - 2022년 7월 1일 또는 그 이후 발생
 - 연간 소득 기준으로 회사당 최대 2천만 호주 달러(관계 회사나 계열사 집단에도 동일한 한도 적용)
- 디지털게임세액공제를 특정 소득 연도에 청구할 자격을 얻으려면, 사업자는 다음 조건을 충족해야 한다.

- 호주사업자번호(ABN)를 보유한 호주 거주 기업이거나, 호주에 영구적 사업장을 두고 ABN을 보유한 외국 거주 기업일 것
- 예술장관으로부터 DGTO와 해당 소득 연도의 총 QADE 자격을 증명하는 하나 이상의 증명서를 발급
- 해당 소득 연도의 회사 세금 신고서에서 공제를 청구

회사는(또는 기업집단의 본사는) 예술장관에게 다음의 증명서를 신청할 수 있다.

- 신작 게임 개발 완료 증명서
- 새로운 플랫폼으로 이식된 게임에 대한 이식 증명서
- 기존 게임의 지속적인 개발을 위한 지속적인 개발 증명서

호주국세청(Australian Tax Office)은 적격 연구개발 활동에 대해 최소 2만 호주달러의 명목상 공제를 내용으로 하는 연구개발 세액 인센티브⁴¹⁵⁾를 연구개발 기관을 대상으로 제공한다. 호주 영상 발전, 제작 및 홍보를 지원하는 연방 정부 기관인 스크린 오스트레일리아(Screen Australia)는 게임 개발자를 위한 여러 보조금 프로그램을 운영한다⁴¹⁶⁾. 여기에는 독립 호주 계

414) <https://www.ato.gov.au/businesses-and-organisations/income-deductions-and-concessions/income-deductions-for-business/concessions-offsets-and-rebates/digital-games-tax-offset>

415) <https://www.ato.gov.au/businesses-and-organisations/income-deductions-and-concessions/entives-and-concessions/research-and-development-tax-incentive-and-concessions/research-and-development-tax-incentive/about-the-r-d-program>

임 개발자를 대상으로 하는 최대 10만 호주달러의 보조금이 포함된다. 위에서 설명한 호주 전역의 인센티브, 리베이트 및 보조금 외에도, 각 호주 주는 게임 개발자들을 위한 지역 인센티브를 제공한다.

나. 게임개발자 이민 시의 지원정책

1) 게임개발자 등 기술자가 해당 국가 이주시(‘기술이민’)의 지원정책

예) 취업비자 신속처리, 자녀교육비 지원, 의료비 지원 등

호주로 이주하려는 게임 개발자는 소프트웨어 엔지니어 직업군에 속할 가능성이 높다. 이 직업군은 호주의 숙련된 직업 목록에 포함된다. 따라서, 소프트웨어 엔지니어가 호주로 일시적으로 이주하려면 일반적으로 임시 기술 인력 부족(Temporary Skill Shortage, 482) 비자를 신청한다. 이 비자는 고용주가 적절한 기술을 가진 호주인을 찾을 수 없을 때 적절한 기술을 가진 근로자를 후원할 수 있도록 허용한다. 이 비자가 있는 근로자는 최대 4년 동안 호주에 머무를 수 있지만, 해당 근로자는 최소한의 영어 능력 요건을 충족해야 한다. 도착 후 호주의 지역에서 일하기로 동의하는 신청자에게는 추가 혜택이 있는 대체 비자도 제공된다.

다. 게임저작권 침해에 대한 정책

1) 게임 관련 불법 프로그램 및 게임저작권 침해와 관련한 별도의 정책을 시행하고 있는지. 특히 게임 관련 불법 사설서버(게임 제작사나 publisher가 공식으로 제공하는 서비스가 아니라 제3자가 별도로 게임 서버를 구현하여 서비스를 제공하는 것)를 운영하고 있는 것과 관련해 해당 사이트 차단을 요청할 수 있는 기관이 있는지

호주에서는 게임 관련 불법 프로그램이나 게임 저작권 침해에 관한 별도의 특정 법률이 없다. 대신, 게임과 관련된 저작권 문제는 1968 저작권법⁴¹⁷⁾ (연방)에 따라 처리된다. 저작권법은 (예술품, 문학, 극적 또는 음악적 작품과 같은) 특정 유형의 저작물과 (영화, 음향 녹음, 방송 및 출판본) 그 밖의 자료를 보호한다.

저작권은 비디오게임 전체에 적용되지 않으며, 각 개별 게임 구성 요소에 적용된다. 해당 요소의 예를 들면 다음과 같다.

- 소프트웨어(법률에서 정의한 ‘컴퓨터 프로그램’으로서 어문저작물로 보호)

416) <https://www.screenaustralia.gov.au/funding-and-support/online/games>

417) <https://www.legislation.gov.au/C1968A00063/latest/text>

- 그래픽, 게임 전용 글꼴, 캐릭터 이미지 및 컨셉 아트워크(예술 저작물로 보호)
- 대본(극저작물로 보호)
- 게임에서 움직이는 이미지로 나타나는 애니메이션 시각 요소(영화저작물로 보호)
- 음향 효과와 게임 내 오디오의 구성(음악저작물로 보호)
- 음향 샘플(음향녹음으로 보호).

저작권법은 각 유형의 작품이나 주제에 대해 다른 소유자를 인정한다. 따라서 게임 개발자는 각 구성 요소의 계약을 명확히 체결해야 하며, 해당 구성 요소의 법적 소유자와 저작권을 양도하거나 라이선스를 부여 받아야 한다.

불법 게임과 관련된 많은 측면에서 저작권법만 고려할 필요는 없다. 예를 들어, 게임 모더(modder, 치트 코드와 그 외 유사한 불법 제품을 만드는 사람들)나 게임(또는 게임의 요소)을 불법으로 판매하는 사람들이 게임과 관련된 다양한 상표를 광범위하게 사용하는 경우가 많다.

게임 관련 불법 프로그램이나 게임 저작권 침해 문제를 고려할 때 관련될 가능성이 높은 다른 법률 영역, 예를 들어 데이터보호법 등은 여기서 다루지 않는다.

저작권자가 웹사이트 차단 요청을 할 수 있는 전담 조직은 없다. 대신, 저작권법(Copyright Act) 115A조에 따라 저작권자는 연방법원에 서비스 제공자(Carriage Service Provider, CSP)를 상대로 가처분을 신청할 수 있으며, 법원은 호주 사용자에게 침해하는 디지털 콘텐츠를 제공하는 해외 온라인 위치에 대한 접근을 차단하기 위해 합리적이라고 판단되는 조치를 취하도록 요구할 수 있다. 법원이 호주 외부의 온라인 위치에 대한 접근을 차단하려면, 신청자는 해당 웹사이트가 저작권을 침해하거나 침해를 촉진하는 주요 목적이나 효과를 가지고 있음을 입증해야 한다.

가처분 여부를 결정할 때 법원은 다음 요소를 고려할 수 있다.

- 침해의 명백성 또는 침해를 조장하는 행위의 명백성
- 온라인 위치가 저작권 침해를 유발하거나 저작권 침해를 용이하게 하는 수단의 디렉토리, 색인 또는 카테고리를 제공하거나 포함하는지 여부
- 온라인 위치의 소유자나 운영자가 저작권을 일반적으로 무시하는지 여부
- 다른 국가 또는 지역의 법원 명령에 의해 저작권 침해를 이유로 온라인 위치에 대한 접근이 차단되었는지 여부
- 온라인 위치에 대한 접근을 차단하는 것이 상황에 비례하는 대응인지 여부
- 신청서가 온라인 검색 엔진 제공자에게도 가처분을 적용하려는 경우, 사용자를 온라인 위치로 안내하는 검색 결과를 제공하는 것이 상황에 비례하는 대응인지 여부

- 가치분이 발부될 경우 영향을 받을 가능성이 있는 개인 또는 특정 계층에 미치는 영향
- 온라인 위치에 대한 접근을 차단하는 것이 공익에 부합하는지 여부
- 신청이 온라인 검색 엔진 제공자에게도 가치분을 적용하려는 경우, 공익을 위해 사용자에게 온라인 위치를 참조하는 검색 결과를 제공하지 않는 것이 적절한지 여부
- 저작권자가 통지 요건을 준수했는지 여부
- 저작권법에서 제공하는 다른 구제책
- 저작권규정에서 규정한 기타 사항

기타 관련 사항

저작권자는 온라인 침해 문제를 해결하기 위해 신속한 조치를 우선적으로 고려해야 한다. 예를 들어, 침해 콘텐츠를 스트리밍하는 웹사이트를 폐쇄하기 위해 삭제 통지 절차를 활용할 수 있다.

2) 해당 국가에 별도 사업장을 두고 있지 않은 해외 사업자가 차단 신청을 할 수 있는지, 신청이 가능하다면 신청에 필요한 자료는 무엇인지

저작권법 제115A조는 10.다.1)항에서 설명한 웹사이트 차단 가치분 제도를 규정하고 있다. 동 조 제1항은 저작권 소유자가 호주연방법원에 가치분을 신청할 수 있음을 명시한다. 호주에 별도의 사업장을 설립하지 않은 해외 사업자도 호주에서 저작권을 소유할 수 있으며, 따라서 차단 명령을 신청할 수 있다.

제115조에 따른 가치분을 신청하기 위해 필요한 서류에는 다음이 포함될 수 있다.

- 신청서
- 다음 사항을 포함한 상세한 증인진술서. (i) 저작권자가 가지는 권리, (ii) 침해 행위, (iii) 요구하는 구제 조치(가치분)
- 저작권 소유권의 다른 증거 (예: 비디오게임의 경우, 해당 게임의 각 구성 요소에 대한 저작권 소유권의 라이선스 또는 양도 계약서)
- 침해 증거(화면 캡처, 비디오, 함정 구매 등)
- 명령서 초안(당사자가 법원에 요청하는 임시 명령을 상세히 설명)

라. 장애인에 대한 게임서비스 관련 정책

1) 게임 관련 장애인의 접근성 확보를 위해 준수해야 할 기준 등 장애인 접근성을 위한 정책

1992년 장애인 차별 금지법⁴¹⁸⁾ (연방)(Disability Discrimination Act 1992 (Cth)), DDA)은

418) <https://www.legislation.gov.au/C2004A04426/latest/text>

장애를 이유로 한 차별로부터 개인을 보호한다. 이 법은 상품, 서비스 및 시설 제공 등 다양한 영역에서 적용된다. DDA에 따르면, 장애를 이유로 다음과 같이 사람을 차별하는 행위는 불법이다.

- 상품이나 서비스를 제공하지 않거나 시설을 이용할 수 없도록 함으로써 차별
- 상품, 서비스 또는 시설이 제공되는 조건이나 방식에 의한 차별

DDA는 또한 기업이 장애인이 상품, 서비스 또는 시설에 접근할 수 있도록 합리적인 조정을 해야 한다는 의무를 부과한다. 단, 필요한 조정이 불합리한 고통을 초래하는 경우는 예외로 한다. 게임 환경에서 합리적인 조정의 예로는 시각 장애가 있는 사용자가 텍스트 크기를 변경하거나 캐릭터 대화에 자막을 추가할 수 있도록 하는 조치를 들 수 있다.

마. 게임 내 인공지능(AI) 저작물 사용 관련 규제

1) 게임 내 인공지능(AI) 저작물 사용 등에 관련한 규제가 존재하는지, 현존하는 규제가 없다면 정책 동향은 어떠한지(법안 발의, 자율규제 추진 등)

호주는 현재 인공지능의 일반적인 사용이나 비디오게임 맥락에서 적용되는 법률을 두고 있지 않다. 2019년, 호주 정부는 기업과 정부가 인공지능을 책임감 있게 설계, 개발 및 구현하도록 안내하기 위한 the AI윤리프레임워크⁴¹⁹⁾(AI Ethics Framework)를 개발했다. 이 프레임워크는 경제협력개발기구의 AI 원칙과 일치하는 8개의 자발적인 AI 윤리 원칙을 포함하며, 인공지능의 안전하고, 보안적이며 신뢰할 수 있는 사용을 보장하는 것을 목표로 한다.

2023년 6월, 호주 정부는 '호주에서의 안전하고 책임 있는 인공지능(Safe and responsible AI in Australia)'이라는 제목의 논의 문서⁴²⁰⁾를 발표했다. 이 문서는 호주 정부가 인공지능의 잠재적 위험을 완화하고 안전하고 책임 있는 인공지능 관행을 지원하는 방법에 대한 의견을 구했다. 호주 정부는 2024년 1월에 이와 관련된 임시 답변서(interim response)⁴²¹⁾를 발표했으며, 다음과 같은 의도를 밝혔다.

공공 및 산업 이해관계자와 협의하여 인공지능(AI) 규제에 대한 위험 기반 접근 방식을 개발하고, 고위험 환경에서 AI를 개발하거나 배포할 때 의무적 보호조치를 포함한다.

그 동안, 즉시 다음 조치를 취한다.

산업과 협력하여 자발적 AI 안전 기준을 개발하고, 산업을 위한 위험 기반의 보호 장치를 구현한다.

419) <https://www.industry.gov.au/publications/australias-artificial-intelligence-ethics-principles>

420) https://storage.googleapis.com/converlens-au-industry/industry/p/prj2452c8e24d7a400c72429/public_assets/Safe-and-responsible-AI-in-Australia.pdf

421) https://storage.googleapis.com/converlens-au-industry/industry/p/prj2452c8e24d7a400c72429/public_assets/safe-and-responsible-ai-in-australia-governments-interim-response.pdf

업계와 협력하여 인공지능 생성 자료에 대한 자발적 라벨링 및 워터마킹 옵션을 개발한다.

전문가 자문위원회를 설립하여 추가적인 인공지능 가이드일 옵션 개발을 지원한다.

2024년 3월, 호주 상원은 인공지능 기술 도입으로 발생하는 기회와 영향을 조사하고 보고하기 위해 위원회를 설립했다⁴²²). 위원회는 호주에서 인공지능 기술(특히 생성형 AI)의 개발 및 도입에 관한 최근 동향과 기회, 인공지능 기술 도입으로 인한 위험과 피해, 인공지능 위험을 완화하기 위한 국제적 접근법, 그리고 호주에서 책임 있는 인공지능 산업을 육성할 기회를 검토할 것이다. 위원회는 이해관계자와 일반 대중으로부터 해당 문제에 관한 서면 제출을 요청했으며, 2024년 9월 19일 또는 그 이전에 호주 국회에 보고할 것을 결의했다.

422) https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Committees/Senate/Adopting_Artificial_Intelligence_AI/AdoptingAI

제5장

인도

1. 법인 설립 등
2. 등급분류
3. 등급분류 사후관리 등
4. 게임서비스 관련 규제
5. 게임서비스 이용 관련
6. 개인정보의 수집과 동의
7. 개인정보의 처리와 보호
8. 결제 관련
9. 청약철회 및 환불 등
10. 게임산업 진흥 등

제5장 인도

1. 법인 설립 등

가. 게임 산업 소관부처

1) 게임 산업을 소관하는 주무부처 내지 주요 기관은 어디인지

게임 산업의 다양한 측면을 규제하는 여러 정부 부처를 중앙정부 차원에 두고 있다.

온라인 게임 담당하는 지정 주무부처는 전자·정보기술부(Ministry of Electronics and Information Technology)이다.⁴²³⁾

e스포츠⁴²⁴⁾ 담당 주무 부처는 청년·스포츠부 산하 스포츠청이다.⁴²⁵⁾

정보·방송부(Ministry of Information and Broadcasting)는 게임 광고, 온라인 시청각 콘텐츠, 게임 콘텐츠 등 온라인 광고⁴²⁶⁾에 대해 권한이 있다.

인도의 각 주정부는 내기와 도박에 관한 법률을 제정할 권한이 있다. 이는 일반적으로 운에 기대는 사행성 게임을 의미한다. 법원은 기량을 요구하는 게임과 관련해서도 주정부의 규제 권한을 인정했다.⁴²⁷⁾ 따라서 인도의 각 주는 각자의 주 경계 내에서 도박 및 기량 게임 활동을 금지하거나 규제하는 법률을 제정했으며, 경우에 따라서는 주 부처를 지정했다.⁴²⁸⁾

인도의 게임 산업은 자율규제도 시행한다. 주요 게임 자율규제 기구로는 인도 전국 게임 연맹

423) 인도 정부 (Government of India) 사업 배분 규칙 (Allocation of Business Rules), 1961, 제5A조, 56페이지, https://cabsec.gov.in/writereaddata/allocationbusinessrule/completeaobrules/english/1_Upload_3861.pdf에서 확인 가능

424) e스포츠 대회 주최와 관련된 별도 법률은 없음

425) 인도 정부 사업 관할 규칙 11961(The Government of India (Allocation of Business) Rules, 1961) 제2A조, 175페이지, https://cabsec.gov.in/writereaddata/allocationbusinessrule/completeaobrules/english/1_Upload_3861.pdf에서 확인 가능.

426) 인도 정부 사업 관할 규칙 1961 제22C조, 111페이지, https://cabsec.gov.in/writereaddata/allocationbusinessrule/completeaobrules/english/1_Upload_3861.pdf에서 확인 가능

427) 인도 헌법 별표 7 목록 2 제34항목, <https://www.mea.gov.in/Images/pdf1/S7.pdf> 에서 확인 가능

428) 타밀나두 온라인 도박 금지 및 온라인 게임 규제법 2022(Tamil Nadu Prohibition of Online Gambling and Regulation of Online Games Act, 2022) 제3조는 타밀나두 온라인 게임 관리국(Tamil Nadu Online Gaming Authority)을 설립하며, 시킴 온라인 게임 규제법 2008(Sikkim Online Gaming (Regulation) Act, 2008) 제4조는 시킴 주정부 재무수익지출부의 권한 있는 담당자에게 주 전역의 내부망을 통해 제공되는 온라인 게임 면허를 발급할 권한을 부여한다. 나가란드 도박 금지 및 온라인 기량 게임 촉진 및 규제법 2015(Nagaland Prohibition of Gambling and Promotion and Regulation of Online Games of Skill Act, 2015) 제2조 제(11)항은 재무 위원장에게 기량 게임 온라인 제공에 면허를 발급할 권한을 부여한다.

(All-India Gaming Federation),⁴²⁹⁾ 전자 스포츠 선수 복지 협회(Esports Player Welfare Association),⁴³⁰⁾ 전자 게임 연맹(E-Gaming Federation),⁴³¹⁾ 인도 가상 스포츠 연맹(Federation of Indian Fantasy Sports)⁴³²⁾ 등이 있다.

그 외에 소비자 보호, 소득세, 부가가치세, 외국인 투자, 결제 등 게임과 관련된 부수적인 측면을 규제하는 다양한 규제 기관과 집행 당국이 있다. 이러한 규제는 주로 중앙(연방) 차원에서 이루어진다.

나. 해외사업자 콘텐츠 서비스 제공시 요구되는 등록, 허가

1) 해외사업자가 콘텐츠를 제공하고자 할 때, 받아야 하는 등록 내지 허가절차가 있다면, 무엇인지

(예시) 인도네시아 전자시스템사업자 등록(PSE), 중국의 판호(Chinese Game Version Number) 등

해외 사업자의 등록 또는 허가 절차는 게임 콘텐츠의 성격에 따라 달라진다.

무료 플레이 게임

완전히 무료로 플레이할 수 있는 게임, 즉, 내기나 실질 화폐 보상 또는 인앱 구매가 없는 게임은 등록하거나 허가를 받지 않아도 된다. 따라서 무료로 플레이할 수 있는 비디오 게임, e스포츠 등은 인도 내 허가 요건이 없다. 이러한 게임은 인도에 또는 외국에 위치한 기업이 인도 플레이어에게 제공할 수 있다.

그러나 구독료를 지급하고 플레이하거나 게임 내 구매를 포함하는 사회적 게임(social game)⁴³³⁾의 경우, 해당 게임이 '게이밍(gaming)'에 해당하는지 판단해야 한다. 게이밍에 해당할 경우 각 주의 게이밍 법률(the State-wise gaming law)이 적용된다. 게이밍에 해당하면⁴³⁴⁾, 게임의 성격에 따라 금지되는 주도 있으며, 허가 요건이 발생할 수도 있다.

실질 화폐가 걸린 게임(Real money game⁴³⁵⁾)

429) 참조: <https://aigf.in/>

430) 참조: <https://epwa.in/>

431) 참조: <https://www.egf.org.in/>

432) 참조: <https://fifs.in/>

433) 사회적 게임(social game)에 대한 법률적 정의가 있지는 않지만 SNS나 게임 내 커뮤니티를 통해 제공되는 게임으로 플레이어 간 상호 작용과 협력을 강조하는 온라인 또는 모바일 게임의 유형을 말함. 이러한 게임의 경우 플레이어가 인앱 구매를 할 수 있음.

434) 이때 게임이란 돈이나 돈의 가치를 위해 무언가를 베팅하는 요소를 포함하는 것을 말함. 예를 들어, 사회적 게임에 게임 내에서 베팅/도박하는 데 사용할 수 있는 가상 화폐 구매가 포함된다면 규제 대상인 '게임'에 해당할 수 있음. 그러나 베팅되는 돈의 가치가 있는 항목(가상 화폐 등)이 없는 구독 기반 게임은 규제 대상이 아님.

435) real money game은 돈이나 돈의 가치가 있는 것을 이용자가 입금하거나 베팅하고 실제 돈으로 보상을 받는 게임을 말한다. 이 중 운에 의한 게임(games of chance)은 이용자가 베팅을 하여 운에 의해 돈이나 돈의 가치가

도박 성격의 게임, 즉 사행성 게임으로 돈이나 금전적 가치를 걸고 하는 게임은 대부분의 인도 주에서 금지하고 있다. 따라서 국내 및 해외 운영자 모두 이러한 게임을 제공하는 것이 금지된다. 해외 온라인 금전 게임 운영자는 중앙 부가가치세법 2017(Central Goods and Services Tax Act, 2017)에 따라 부가가치세 등록을 의무적으로 취득해야 한다.⁴³⁶⁾ 그러나 이 등록 요건은 불법 해외 게임 운영자의 부가가치세 회피를 해결하기 위해 도입된 것으로,⁴³⁷⁾ 대부분의 해외 운영자는 등록을 하지 않았다고 파악된다.

승자가 금전이나 금전 가치가 있는 상품을 받을 수 있는 실질 화폐 기량 게임은 도박 금지 조항에서 면제되며 인도 내 대부분의 주에서 허용된다. 그러나 해외 사업자가 이러한 게임을 해외에서 직접 제공하는 경우에는 일정한 제한이 적용된다. 환전을 규제하는 법에 따라 인도 이용자는 특정한 게임 활동을 원인으로 송금하는 것이 금지되어 있기 때문이다. 따라서 송금은 현지 인도 법인을 통해 수행해야 한다. 관련된 자세한 내용은 아래의 “라”항 1) 질문에 대한 응답에서 다룬다.

기타 등록/허가

주 법률에 따라서는⁴³⁸⁾ 국내 게임 운영자에게 면허/등록 요건을 부과하지만, 해외 게임 운영자에게는 이러한 면허나 등록을 부여하지 않는다.

다. 국내 대리인 지정

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가의 대리인을 지정하는 등 관련 절차가 필요한지 파악 필요

국내대리인 지정 절차도 게임의 성격에 따라 다르다.

무료 플레이 게임은 인도에서 원격으로 제공될 수 있으며, 현지 대리인을 지정하지 않아도 된다.

있는 것을 얻는 것으로 도박으로 간주되어 인도 대부분의 주에서 금지된다. 기량 게임(game of skill)에 대하여 인도 법원은 기량적 요소(element of skill)이 운에 의한 요소(element of chance)보다 우세한 게임이라고 해석하고 있다(Dr. K. R. Lakshmanan v. State of Tamil Nadu and Anr, AIR 1996 SC 1153). 기량 게임은 인도에서 도박 활동으로 간주되지 않고 대부분의 주 반도박법의 적용/금지에서 제외된다. 기량 게임의 제공과 플레이는 인도 법원에 의해 헌법상 보호되는 활동으로 인정되었다(RMD Chamarbaugwala & Anr v Union of India & Anr, [1957] 1 SCR 930).

436) 중앙 부가가치세 개정법 2023 제3조, 1204437852 <https://egazette.gov.in/WriteReadData/2023/248183.pdf> 에서 확인 가능

437) 참조: <https://egazette.gov.in/WriteReadData/2023/248183.pdf> , 참조: https://www.business-standard.com/economy/news/current-law-enough-against-gst-evasion-by-offshore-gaming-platforms-finmin-123080100539_1.html

438) 나가란드 도박 금지 및 온라인 기량 게임 촉진 및 규제법 2015제7조, 시킴 온라인 게임 규제법 2008제2조 제(e)항 및 제(j)항, 타밀나두 온라인 도박 금지 및 온라인 게임 규제법 2022 제10조

실질 화폐 게임, 예를 들어 인앱 구매나 구독이 있는 게임은 인도 법상 전자상거래 활동에 해당하며 전자상거래 규정, 즉 소비자보호(전자상거래) 규칙 2020(Consumer Protection (E-Commerce) Rules, 2020, 이하 “전자상거래 규칙”)⁴³⁹⁾과 소비자보호법2019(Consumer Protection Act, 2019) 하에 발행된 전자상거래 규칙(E-Commerce Rules)이 적용될 수 있다. 이들 규정에 따라 전자상거래 주체 유형에 따라서는 소비자보호법 준수를 보장하기 위해 인도에 거주하는 연락 담당자 또는 대체 고위 지정 직원을 임명해야 한다.⁴⁴⁰⁾ 이러한 요건이 적용되는 전자상거래 기업은 인도에 설립된 회사 및 인도에 위치한 외국 기업(자체적으로 또는 대리인을 통해 물리적으로 또는 전자적으로 주재) 및 인도에서 사업 활동을 수행하는 기업 등이다. 특정 기능을 갖춘 게임 운영자는 현지 대리인을 임명해야 할 수도 있다.

게임 운영자가 이용자 간 상호작용을 매개하는 채팅 기능 제공을 주 업무로 하는 웹사이트를 운영할 경우, 정보기술 (중개인 지침 및 전자 미디어 윤리 강령) 규칙 2021(Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules, 2021, 이하 “정보기술 규칙”)에 따라 소셜 미디어 중개업자로 분류되어 여러 가지 의무를 지게 될 수 있다. 이러한 운영자가 500만 명을 초과하는 등록 이용자를 보유한 경우, 주요 소셜 미디어 중개업자로 간주된다.⁴⁴¹⁾

주요 소셜 미디어 중개업자는 인도에 거주하는 최고 준법감시인, 사법 기관과 하루 24시간, 주 7일 협력할 수 있는 현지 거주 연락 담당자 및 현지 거주 민원 담당자를 임명해야 한다.⁴⁴²⁾

라. 법인 설립 의무

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가에 현지 법인을 설립하는 등의 절차가 필요한지 파악 필요

한국 게임 회사가 무료 플레이 게임을 제공하는 경우 현지 법인을 설립할 의무는 없다.

한국 게임 회사가 실질 화폐 게임을 제공하는 경우 인도 이용자가 특정 게임 관련 목적으로 해외 게임 운영자에게 돈을 송금하는 것은 외환관리법 1999(Foreign Exchange Management Act, 1999, 이하 “외환관리법”)에 따른 외환관리 당좌예금 거래 규칙 2000(Foreign Exchange Management (Current Account Transaction) Rules, 2000, 이하 “당좌예금 거래 규칙”)에 의해 금지된다.⁴⁴³⁾ 이러한 제한은 (외국인 수신자가 아닌) 인도 거주자에게 적용되

439) 참조: <https://consumeraffairs.nic.in/sites/default/files/E%20commerce%20rules.pdf>

440) 소비자보호 (전자상거래) 규칙 2020 제4조 제(1)항 제(a)호, <https://consumeraffairs.nic.in/theconsumerprotection/consumer-protection-e-commerce-rules-2020> 에서 확인 가능

441) 참조: <https://www.meity.gov.in/writereaddata/files/Gazette%20Significant%20social%20media%20threshold.pdf>

442) 정보기술 규칙 제4조 제1항 제(a), (b), (c)호.

며, 인도 내 승인 대리점 은행이 지급을 중단할 수 있다.

따라서 인도 이용자가 이러한 게임 활동을 위해 해외 사업자에게 결제하는 것은 금지된다.

그러나 인도에서 기량 게임을 제공할 목적으로 해외 게임 운영자가 인도 법인을 설립하는 것은 허용된다.

국내 법인을 통한 게임 제공

외국 투자 법령⁴⁴⁴)에 따르면 복권 사업⁴⁴⁵)과 도박 및 내기 분야⁴⁴⁶)에서는 해외직접투자를 금지한다. 따라서 도박성 게임, 즉 금전 또는 금전 가치를 목적으로 사행성 게임에 판돈을 걸거나 내기하는 게임을 제공하는 기업에는 해외직접투자가 금지된다.

그러나 실질 화폐 상금이 없는 게임에 대한 투자에는 이 금지 규정이 적용되지 않는다는 판례가 있다.⁴⁴⁷) 기량 게임, 즉 기량이 운보다 중요한 게임에는 해외직접투자가 허용된다. 그러나 사행성 게임인지 기량 게임인지 여부는 개별 사건마다 결정해야 하는 사실심 사안이다. 따라서 경우에 따라서는 기량 게임을 제공하는 인도 기업에 해외직접투자를 하려는 사업자에게 산업무역진흥청(Department for Promotion of Industry and Internal Trade)의 허가를 받도록 인도 준비은행(Reserve Bank of India)이 지시하기도 하였다.

마. 해외 사업자의 등급분류 신청 가능여부

1) 해당 국가의 별도의 사무실 설립 또는 사업자를 등록하지 않아도 등급 분류를 신청할 수 있는지

인도 법에는 분류 신청 요건을 규정하지 않고 있다. 제2장과 제3장 참조

바. 서버 설치 의무

1) 한국 게임 기업이 조사 대상인 국가로 진출하고자 할 때(게임 수출 등), 진출 과정에서 해당 국가에 서버를 설치하는 등의 절차가 필요한지 파악 필요

해외 게임 운영자가 인도에 현지 서버를 설치할 의무는 없다. 그러나 인도 이용자 데이터를 보

443) 인도 외환관리법과 당좌예금 거래 규칙은 인도 이용자들이 특정 게임 활동을 이유로 인도 국외로 송금하는 것을 금지한다. 다음과 같은 예가 있다. (i) 복권 당첨금 송금, 경주/경마 기타 취미로 인한 소득 송금, (iii) 복권, 금지된 잡지, 축구 판돈, 판술기 표 등 구매를 위한 송금.

444) 외환관리법 및 외환관리 비채무 문서 규칙 2019(Foreign Exchange Management (Non-debt instruments) Rules, 2019).

445) 국가 및 민간 복권과 온라인 복권을 모두 포함한다.

446) 비채무 문서 규칙 제6조 제(a)호 및 별표 I 제2항 제(a), (b), (c) 호.

447) Play Games 24x7 Pvt. Ltd. v 인도 준비은행(Reserve Bank of India) gia, WP No. 3047/2022, <https://lawbeat.in/sites/default/files/2023-02/Play%20Games%2024x7%20Pvt%20Ltd%20vs%20RBI%20%26%20Anr.pdf> 에서 확인 가능

유한 서버가 인도 정부가 보안 우려를 제기하는 국가에 위치한 경우, 전자정보기술부가 해당 법인에 서버를 이전하도록 요구한 예가 있다. 아래 “사”항 참조.

또한 주에 따라서는 면허를 받아 국내에서 운영하는 경우 해당 운영자는 주 내에 서버를 설치하고 유지해야 하는 면허 요건이 적용되기도 한다. 예를 들어, 나가란드 주에서 적용되는 나가란드 도박 금지 및 온라인 기량 게임 촉진 및 규제법 2015 제7조는 국내 게임 운영자인 면허 보유자가 서버를 인도 내에 배치하도록 요구한다. 시킴 온라인 게임 규제법 2008은 국내 면허 보유자가 시킴 주의 중심부에 설치되고 유지되는 온라인 게임 서버만을 제공하도록 요구한다.

은행 및 결제 법률⁴⁴⁸⁾에는 결제 시스템 운영자가 결제 시스템⁴⁴⁹⁾과 관련된 모든 데이터를 인도 내에만 저장해야 한다는 요건을 두고 있다. 이는 아래 제6장에서 더 자세히 다루고 있다. 이들 법에 따른 데이터 현지화 요건이 해외 게임 운영자에게 직접 적용되지는 않지만, 결제 시스템 운영자는 계약상 제약을 부과하여 게임 운영자에게 결제 시스템 데이터를 인도에 저장하도록 요구할 수 있다. 결제 법제는 지침을 두어 결제 시스템 운영자가 결제 서비스를 제공하려면 결제 생태계에 참여하는 제3자에게 이와 같은 데이터 현지화 요건을 계약상 전달하도록 규정한다. 그러나 업계 관행상 일정한 결제 시스템 운영자는 이러한 데이터 현지화 요건을 게임 운영자를 비롯한 가맹점에도 확장할 수 있다.

그러나 해외 구성요소와 국내 구성요소로 이루어진 국제거래의 경우, 필요시 국내 구성요소의 사본도 함께 해외에 저장할 수 있는 예외 규정을 두고 있다.

나아가 데이터 현지화 요건은 오직 결제 시스템 데이터에만 적용된다. 게임 운영자가 이용자에 관한 별도의 사업/전자상거래 관련 데이터세트를 보유하는 경우 주문 세부 정보 및 금액 등 일부 데이터가 중복되기도 한다. 이러한 데이터세트는 결제 시스템 운영자가 매개하는 결제 거래와는 독립적으로 게임 운영자가 독립적으로 파생/개발한 것이므로 인도의 데이터 현지화 요건 적용 대상이 아니다.

사. 기타 해외사업자 진출 시 갖추어야 할 필수 요건

1) 그 외 해외사업자가 해당 국가 진출 시, 갖추어야 할 사항이 있다면, 그에 대한 사항

인도 정부는 특정 국가, 예를 들어 중국에 의한 데이터 공유 및 데이터 마이닝(대규모 데이터

448) 2018년 4월 6일자 결제 시스템 데이터 저장에 관한 인도 준비은행 회람, <https://rbidocs.rbi.org.in/rdocs/notification/PDFs/153PAYMENTEC233862ECC4424893C558DB75B3E2BC.PDF>에서 확인 가능하다. 2019년 6월 6일자 결제 시스템 데이터 저장에 관한 자주 묻는 질문(FAQ), 1204437889 <https://m.rbi.org.in/Scripts/FAQView.aspx?Id=130>에서 확인 가능하다.

449) 데이터는 거래 전체 과정의 세부사항 및 지불 또는 정산 거래 관련 정보 및 지불 메시지 또는 지시의 일환으로 수집·전송·처리되는 결제 또는 정산 정보를 포함해야 한다. 이는 다음 사항 등을 포함할 수 있다. 고객 데이터(이름, 휴대전화번호, 이메일, 아다르(신분증) 번호, PAN 번호 등 해당되는 경우), 민감한 결제 정보(고객 및 수취인 계좌 정보), 결제 신원정보(일회용 비밀번호, 개인식별번호, 비밀번호 등), 거래 데이터(요청 및 수신 시스템 정보, 거래 참조, 시간 표시, 금액 등).

분석) 우려 때문에 게임 앱을 차단한 바 있다. 예를 들어, 2020년 6월⁴⁵⁰⁾과 2020년 9월에 전자정보기술부⁴⁵¹⁾는 중국이 인도 사용자 데이터에 접근하는 것을 우려하여 150개가 넘는 모바일 앱을 차단했다. 한국 회사 크래프톤(Krafton Inc)의 인기 배틀로얄 게임으로서 인도에서 1억 명이 넘는 이용자를 보유한 배틀그라운드(PUBG)도 이때 차단되었다. 크래프톤이 게임을 개발하고 배포하는 과정에서 중국 회사 텐센트와 협력했기 때문이다.

차단 조치 당시 전자·정보기술부는 2회 모두 “인도의 국가 안보와 국방에 적대적인 세력에 의한 인도 사용자 데이터 수집, 데이터 마이닝 및 프로파일링은 결국 인도의 주권과 온전성을 침해하는 지극히 심각하고 즉각적인 문제로 긴급 조치를 요구한다.”는 성명을 발표하였다.⁴⁵²⁾

크래프톤은 이후 2021년 6월 인도에서 BGMI⁴⁵³⁾라는 새로운 브랜드 하에 PUBG를 직접 재출시했다. 이때 텐센트 게임즈와 게임 프랜차이즈·유통 관련 관계를 단절했고,⁴⁵⁴⁾ 중국과 연관이 있는 서버로부터 데이터를 이전하는 등의 재출시 조건을 수락했다고 한다.⁴⁵⁵⁾ 또한, 크래프톤은 인도 내 투자를 강화하기로 합의했다. 게임 자체에도 여러 변경 사항이 있었다. 예를 들어, (i) 중독 우려를 줄이기 위해 시간 제한을 도입했고, (ii) 유혈 표현을 완화하기 위해 피를 녹색으로 변경했으며, 게임 내 폭력에 대한 경고 및 게임은 현실이 아니라는 법으로 정한 음성 경고를 추가했다.⁴⁵⁶⁾ 그러나 2022년 7월 인도 정부는 데이터 보안 우려 때문에 BGMI도 차단했다.⁴⁵⁷⁾ 뿐만 아니라 게임을 하지 못하게 막은 어머니를 자녀가 총으로 쏜 사건까지 겹쳤다.⁴⁵⁸⁾ 크래프톤은 다시 인도 전자정보기술부와 논의를 거쳐 2023년 5월에 재출시했다. 당시 전자·정보기술부 장관은⁴⁵⁹⁾ 서버 위치와 데이터 보안 조건을 준수하는 것을 전제로 3개월 동안 조건부로 재개를 승인했다는 트위터 포스팅을 게재하였다. 장관은 이 기간 동안 전자정보기술부에서 이용자 피해와 중독 문제를 모니터링할 것이라고 밝혔다.

450) 참조: <https://pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=1635206>

451) 참조: <https://pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=1650669>

452) 각주 433 참조.

453) 참조: <https://economictimes.indiatimes.com/tech/technology/how-bgmi-avoided-battle-to-win-in-the-war/articleshow/106707729.cms?from=mdr>

454) 참조: <https://www.pocketgamer.biz/bgmi-what-happened/>

455) 참조: <https://economictimes.indiatimes.com/tech/technology/how-bgmi-avoided-battle-to-win-in-the-war/articleshow/106707729.cms?from=mdr>

456) 각주 437 참조

457) 참조: <https://www.reuters.com/world/india/google-blocks-kraftons-battle-royale-game-india-after-govt-order-2022-07-28/> ; <https://www.indiatoday.in/technology/news/story/bgmi-to-get-banned-again-in-india-this-time-seema-haider-may-be-the-reason-behind-it-2512130-2024-03-08>

458) 참조: <https://indianexpress.com/article/explained/explained-sci-tech/battlegrounds-mobile-india-bgmi-google-apple-app-stores-india-ban-8058712/>

459) 참조: https://x.com/RajeevRC_X/status/1659430718064455680

2. 등급분류

가. 등급분류 필요여부(사전/사후)

1) 게임을 서비스하기 위해 등급분류가 필요한지, 필요하다면 서비스 이전에 심의를 받아야 하는지 아니면 서비스 이후에 심의를 받아도 되는지. 위반 시 제재조항은 무엇인지.

현행 인도법상 게임과 관련하여 정부기관이나 규제기관에서 연령 등급을 부여받을 의무는 없다. 정보기술 규칙⁴⁶⁰⁾ 개정이 2023년 4월에 실시되어 실질 화폐 게임 산업을 규율하게 되었다. 정보기술 규칙은 연령 등급, 연령 제한, 부모 및 접근 통지 조치, 실질 화폐 게임의 등급분류 요건을 다루는 조항을 두고 있다.⁴⁶¹⁾ 그러나 게임 산업과 관련된 정보기술 규칙은 현재 발효되지 않은 상태이며, 시행 가능성도 낮다.⁴⁶²⁾ 몇몇 주 법⁴⁶³⁾에 연령 제한과 연령 등급분류 조항을 두고 있으나, 이는 해당 주 내에서 제공되는 실질 화폐 게임에만 적용된다.

최선 관행으로서 인도에서 게임을 제공하는 서비스 제공자는 국제 최선 관행에 따라 콘텐츠에 연령 등급을 분류하기 권장한다. 몇몇 국가에서 인정하는 글로벌 표준의 예로는 국제 연령 등급 연합(International Age Rating Coalition)이 있다.⁴⁶⁴⁾

460) 전자·정보기술부와 지정 산업 자율규제 기구(self-regulatory industry bodies) 간의 자율성 강조형 공동 규제 기본 체계를 도입하는 정보기술 규칙 개정이 2023년 4월 6일 시행되었다. 이들 개정의 목적은 “온라인 게임 활동이 특히 어린이 등 이용자에게 미치는 무분별하고 부당한 해악을 통제”하고, “아동과 성인의 중독 우려 관련 이용자 피해”, “어린이가 폭력적이거나 부적절한 콘텐츠나 실물 화폐 게임에 접근하지 못하도록 방지하는 구체적인 조치 없이 이러한 수위 높은 표현이 이루어지는 등 콘텐츠 관련 우려” 등에 대응하는 것이다.

개정된 정보기술 규칙에 따라 “온라인 게임 중개인”에게는 일정한 의무가 부과되었다. 개정사항은 3군데 이상의 산업 자율규제 기구가 지정된 날로부터 3개월 후에 효력을 발휘한다. 뉴스 보도에 따르면 인도 전국 게임 연맹, 전자 스포츠 선수 복지 협회 및 (공동 신청) 전자 게임 연맹과 인도 가상 스포츠 연맹이 산업 자율규제 기구 지정 신청서를 각자 3통씩 제출하였다. 그러나 이제는 전자·정보기술부가 게임을 인증하는 산업 자율규제 기구 설립 계획을 취소를 고려 중이라는 보도가 있었다.

이와 같이 개정된 정보기술 규칙은 아직 효력이 없지만, 콘텐츠의 성격과 유형에 따라 연령 등급 제도를 통해 온라인 게임을 등급 분류하는 것, 부모 통제, 접근 제어 등 아동 보호 조치 관련 규정을 두고 있다.

461) 정보기술 규칙 제4A조 제(8)항 제(c)호, <https://www.meity.gov.in/writereaddata/files/Information%20Technology%20%28Intermediary%20Guidelines%20and%20Digital%20Media%20Ethics%20Code%29%20Rules%2C%202021%20%28updated%2006.04.2023%29-.pdf> 에서 확인 가능

462)참조: <https://www.medianama.com/2024/01/223-govt-control-online-real-money-gaming-2/>,
참조: https://www.business-standard.com/industry/news/concerned-over-capture-of-srbs-govt-may-go-back-to-e-games-certification-123092501082_1.html

463) 타밀나두 주법에 따라 타밀나두 온라인 게임 관리국(Tamil Nadu Online Gaming Authority)은 타밀나두에서 제공되는 온라인 실질 화폐 게임의 연령 제한 기타 제한에 관한 규정을 제정할 권한을 부여받았다. 아직까지 이러한 규정을 발행한 예는 없다. 시킴 주법상 온라인 게임의 연령 제한, 고용 조건, 온라인 게임 조직 및 전시 참여를 제한하거나 조건을 부과하는 규칙을 제정할 권한은 주정부에 있다. 그러나 이 법은 주 내의 현지 게임 운영자에게만 적용된다.

464) 참조: <https://www.globalratings.com/ratings-guide.aspx>

인도의 여러 규제기관, 시민, 자율규제기구, 정부 장관 등이 게임 콘텐츠와 관련하여 연령 등급의 필요성 문제를 제기해왔다.

의회 의원 발언: 의회 상원의 몇몇 의원이 온라인 비디오 게임의 폭력적 콘텐츠 때문에 어린이들이 공격성, 불안, 공포증과 같은 악영향을 겪을 지 모른다는 우려를 표명하며, 이에 대응하는 인도 규제의 부재를 지적했다.⁴⁶⁵⁾

자율규제기구 보고서: 인도 최대의 게임 개발 자율규제 기구로 꼽히는 인도 전국 게임 개발자 포럼(All India Game Developers Forum)은 최근 북미의 엔터테인먼트 소프트웨어 등급 위원회(Entertainment Software Rating Board) 및 범유럽 게임 정보 시스템(Pan European Game Information system)과 같은 글로벌 표준을 기반으로 한 연령 등급분류 기본체제 설립을 촉구했다.⁴⁶⁶⁾ 기술 및 게임 스타트업을 산업 협회인 인디아테크(IndiaTech)는 2021년 12월 전자정보기술부에 엔터테인먼트 소프트웨어 등급 위원회와 유사한 연령 및 장르 기반 분류에 따른 온라인 게임 부문 지침 마련을 촉구하는 서한을 보냈다.⁴⁶⁷⁾

법정 아동 권리 기구인 국가 아동 권리 보호 위원회(National Commission for the Protection of Child Rights)는 폭력적인 콘텐츠를 지원하는 게임(예: 배틀그라운드)에 대한 접근을 차단하는 정부 조치가 비효율적이라는 우려를 표명했다.⁴⁶⁸⁾ 이후 배틀그라운드는 인도에서 차단되었고, 후속작인 BGMI는 폭력성과 잔인한 표현 우려에 대응하여 수정되었다. 이는 위의 “사”항 질문에서 자세히 설명하였다.

인도 정부는 계속하여 아동의 게임 중독을 중요한 문제로 다루어 왔다.⁴⁶⁹⁾ 교육부는 2021년 12월 온라인 게임의 부정적인 측면에 대응하기 위해 부모와 교사를 대상으로 한 권고문을 발표했다.⁴⁷⁰⁾ 이 권고문에는 부모에게 “자녀가 플레이하는 게임의 연령 등급을 확인할 것”을 권장

465) 참조: https://www.business-standard.com/india-news/concerned-over-violent-online-games-ncp-member-urges-govt-for-regulation-124080600619_1.html

466) 참조: 1204451991 <https://www.financialexpress.com/business/brandwagon/aigdf-releases-white-paper-on-age-rating-framework-for-gaming-content-in-india/3593484/>

467) 참조: <https://www.medianama.com/2021/12/223-indiatech-national-guidelines-online-gaming/>

468) 참조: <https://www.medianama.com/2022/06/223-pubg-ban-children-ncpcr-2/>

469) 참조: <https://economictimes.indiatimes.com/tech/technology/govt-eyes-time-spend-curbs-to-tackle-gaming-addiction/articleshow/110505799.cms?from=mdr> ; https://www.business-standard.com/india-news/govt-to-study-online-gaming-addiction-to-prevent-impulsive-behaviour-124030401005_1.html ; <https://www.ndtv.com/india-news/11-year-olds-suicide-puts-spotlight-on-online-gaming-mp-to-bring-in-law-2728041>

470) 참조: <https://pib.gov.in/PressReleaseIframePage.aspx?PRID=1780177> .

권고문에서는 다음과 같이 지적했다.

“온라인 게임을 하는 것은 게임 장애로 간주되는 심각한 게임 중독으로 이어진다. 게임은 레벨이 진전할 수록 더욱 복잡하고 어려워지도록 설계되어 있다. 따라서 플레이어는 게임에서 진전을 이루기 위해 한계에 도전하게 된다. 결국 온라인 게임을 제한과 자제 없이 플레이하는 많은 플레이어가 중독에 빠지고 게임 장애를 진단받게 된다. 게임 회사는

하는 내용이 포함되어 있다.

공익 소송: 특정 게임 콘텐츠 관리를 청구하는 몇몇 공익 소송도 개시되었다. 재정적 손실과 자살을 유발하는 등 청소년에게 중독성이 있는 실질 화폐 온라인 게임 플랫폼(정글리 러미와 러미 서클) 금지를 청구하는 공익 소송이 2024년 8월 뭄바이 고등법원에 제기되었다.⁴⁷¹⁾ 마드라스 고등법원 역시 청소년에 대한 모바일 비디오 게임 중독의 해악과 관련하여 직권으로 공중이익 소송을 개시한바 있다. 이때 배틀그라운드, 콜 오브 듀티 및 가레나 프리파이어를 특정하였다.⁴⁷²⁾ 대법원과 여러 주 고등법원은 자해와 심지어 자살 요소를 포함한 과제를 수행하도록 부추긴다고 하는 “블루 웨일” 도전과 관련하여 다수의 공익 소송을 접수했다.⁴⁷³⁾ 이들 법원은 이 게임을 금지시키고, 모든 이해관계자에게 게임으로 인한 자살 사례를 방지하는 조치를 취하도록 권고했다.⁴⁷⁴⁾

이와 같이 게임을 연령이나 장르에 따라 등급 분류할 법적 의무는 없지만, 몇몇 온라인 게임이 아동에게 악영향을 미친다는 정부와 공중의 우려가 큰 만큼 연령 등급에 따라 분류하지 않는 온라인 게임은 법원과 규제 부처의 차단조치를 당할 위험이 있다.

2) 게임전시회에 참가하거나 트레일러 광고 등을 위해서 등급분류를 받아야 하는지, 받아야 한다면 어떤 경우인지.

위의 “가”항에서 언급하였듯, 연령 등급을 의무화하는 법적 요건은 현재 없으며 이는 게임 전시의 경우에도 마찬가지이다. 앞서 언급한, 현재 실효성이 없는 정보기술 규칙에는 연령 등급, 연령 제한, 부모 통제 및 접근 제어 조치, 실질 화폐 게임 분류 요건을 다루는 조항도 두었다. 게임 예고편과 광고는 인도의 일반 콘텐츠 및 광고 규정을 준수해야 하며, 이는 3장에서 자세히 설명한다. 인도 광고 표준 위원회 실질 화폐 온라인 게임 광고 지침(이하 “ASCI 게임 지침”)은 아래 3장 “바”항에서 자세히 다루며, 18세 미만이거나 일견 18세 미만으로 보이는 사람이 실질 화폐 상금을 목적으로 온라인 게임을 하는 장면을 묘사하거나 그러한 게임을 할 수 있다고 암시하는 게임 광고를 금지한다.

또한 어린이가 추가 레벨을 구매하도록 감정적으로 압박하고, 인앱 구매를 강요하다시피 한다.”

471) 참조: <https://www.barandbench.com/news/pil-bombay-high-court-blue-gambling-apps-junglee-rummy-rummy-circle>

472) 참조: <https://theprint.in/india/madras-hc-seeks-central-state-govts-response-on-banned-video-games-being-widely-available/1167018/>

473) 참조: <https://www.livewlaw.in/centre-terms-blue-whale-game-abetment-suicide-issues-advisory-parents/> ; <https://www.livewlaw.in/blue-whale-sc-tells-centre-form-expert-panel/>

474) 각주 455 참조

나. 등급분류 주체

1) 등급분류 심의 담당 기관은 무엇인지, 또는 그 기관에 대한 법률 규정이 있는지 (해당 기관은 민간기관인지, 정부기관인지)

게임의 연령 등급 분류를 의무화하는 법적 요건은 따로 없다. 인도 광고 표준 위원회 (Advertising Standards and Council of India, 이하 “ASCI”)는 자율 규제 기구로서 실질 화폐를 걸고 하는 온라인 게임 광고에 관한 지침, 즉 ASCI 게임 지침을 간행했다. 이는 아래 3장 “바”항에서 더 자세히 논의한다.

다. 등급분류 대상 게임물

1) PC, 모바일, 콘솔 등에서, 어떠한 게임 종류가 등급심의를 받는 대상이 되는지

인도 법에는 PC, 모바일, 콘솔 게임을 불문하고 게임의 연령 등급 분류를 의무화하는 법적 요건이 없다.

2) 디지털 패키지*의 방법으로 유통되는 게임물도 등급심의 대상이 되는지

***디지털 패키지란 물리적인 매체(Media) 없이 디지털 형태로 유통되는 게임을 의미함**

해당 사항 없음

3) Closed Beta 등 시험용 게임물 또한 등급심의 대상이 되는지

게임의 연령 등급을 의무적으로 부여해야 하는 법적 요건은 없다. 실무상 일반 공중이 아닌 클로즈 베타를 통해 제공되는 체험판 게임은 정부·규제기관의 엄격한 연령 등급 검토를 받을 가능성은 거의 없다.

4) 메타버스 플랫폼 및 채팅 플랫폼에 추가된 게임도 등급심의 대상이 되는지

연령 등급을 의무화하는 법적 요건은 없다. 그러나 매우 몰입적인 메타버스 플랫폼은 콘텐츠의 심리적 영향을 크게 증폭시킬 수 있다. 이러한 환경에서의 증강된 현실감, 장시간 상호작용 및 사회적 작용 때문에 부적절한 자료에 대한 노출은 더욱 강렬하고 해로울 수 있다. 특히 젊은 사용자들에게 이러한 악영향은 더 크다. 따라서 정부와 규제 부처는 이러한 게임에 연령 등급이 없는 경우 더욱 우려하고 면밀히 검토할 수 있다. 따라서 이러한 게임은 특히 연령 등급분류를 강력히 권장한다.

라. 게임 이용등급 구분 및 이용등급별 분류 사항

- 1) 연령 등급은 어떻게 구분되고 있으며, 그 기준은 무엇인지(예: 일본에서는 컴퓨터 엔터테인먼트 등급 기구가 A, B, C, D, Z 등급 분류를 사용함)

인도 법에는 게임의 연령 등급분류를 의무화하는 법적 요건이 없다.

마. 등급분류 신청절차 및 필요자료

- 1) 등급 심의를 받기 위한 절차나 서류에 대한 법률이 있는지, 또한 그 절차나 서류는 무엇인지

인도 법에는 게임의 연령 등급분류를 의무화하는 법적 요건이 없다.

바. 등급분류 처리기간 및 비용

- 1) 등급 심의에 걸리는 기간은 어느 정도인지, 또한 그 비용은 얼마인지

인도 법에는 게임의 연령 등급분류를 의무화하는 법적 요건이 없다.

3. 등급분류 사후관리 등

가. 등급분류의 거부

- 1) 어떤 경우에 등급을 받을 수 없는지, 등급분류를 거부당하는 경우는 무엇인지

인도 법에는 게임의 연령 등급분류를 의무화하는 법적 요건이 없다.

나. 등급분류 이후 의무 표기 사항, 방법

- 1) 등급을 받은 후 해당 등급을 웹사이트, 인게임, 물리패키지 등에 어떻게, 어디에 표기해야 하는지

인도 법에는 게임의 연령 등급분류를 의무화하는 법적 요건이 없다.

다. 사후관리를 위한 사업자 준수 제도

- 1) 등급심의 후에 사업자가 준수해야 할 사항은 무엇인지? (예를 들어 게임 내용이 수정되었을 때 신고를 해야 하는지 등)

인도 법에는 게임의 연령 등급분류를 의무화하는 법적 요건이 없다.

라. 등급의 조정

- 1) 어떤 경우 이미 부여받은 등급이 변경되는지

인도 법에는 게임의 연령 등급분류를 의무화하는 법적 요건이 없다.

마. 등급분류 효력 유지기간(별도 갱신 필요성)

- 1) 등급분류를 받은 후 어느 정도 그 효력이 유지되는지

인도 법에는 게임의 연령 등급분류를 의무화하는 법적 요건이 없다.

바. 콘텐츠 광고 시 등급 표기를 어떻게 해야 하는지

- 1) 게임 광고 시 등급 표기를 어떻게 해야 하는지

예시) 영상 시작 왼쪽 하단 3초 이상 등급 표기

인도 법에는 게임의 연령 등급분류를 의무화하는 법적 요건이 없다.

2) 게임 광고에 포함될 수 없는 콘텐츠 종류

여러 일반법 및 매체별 법률이 인도에서의 광고 내용에 적용된다. 나아가 광고는 일정한 유형의 콘텐츠를 금지하는 인도의 일반 콘텐츠 법률을 준수해야 한다.

광고 규정

소비자보호법

소비자보호법 2019(Consumer Protection Act, 2019, 이하 “소비자보호법”) 및 오도하는 광고 및 오도하는 광고 지지 방지 지침 2022(Guidelines for Prevention of Misleading Advertisements and Endorsements for Misleading Advertisements, 2022, 이하 “오도하는 광고 지침”)⁴⁷⁵⁾는 광고에서 주장하는 내용이 진실하며 오해를 유발하지 않도록 요구한다. 이 지침은 어린이를 대상으로 하는 특정 유형의 광고에 제한을 두고,⁴⁷⁶⁾ 무료 제품 광고 등의 광고를 규제한다.⁴⁷⁷⁾ 예를 들어, 서비스나 상품에 숨겨진 비용이 있는 경우 '무료'라고 명시해서는 안 된다. 또한 광고에 암시, 생략, 모호성, 과장 등을 통해 소비자를 오도하거나, 소비자의 신뢰를 남용하거나, 경험이나 지식의 부족 악용으로 이어질 법한 발언 등 오도하는 주장을 금지한다.⁴⁷⁸⁾ 허위 광고 민원은 소비자보호법에 따라 설립된 지역, 주, 국가 수준의 위원회(이하 “소비자보호법 위원회”)에 제기할 수 있다. 허위 또는 오도하는 광고를 게재한 서비스 제공자는 2년 이하의 징역형과 1,000,000 인도 루피(약 12,000 미국 달러) 이하의 벌금형에 처한다.⁴⁷⁹⁾ 또한, 중앙 소비자보호처(Central Consumer Protection Authority)는 광고 중단 또는 수정 지시를 내릴 수 있으며, 10,00,000 인도 루피(약 12,000 미국 달러) 이하의 벌금을 부과할 수 있다.⁴⁸⁰⁾

ASCI 게임 지침

자율규제 기구인 인도 광고 표준 위원회는 실질 화폐 상금이 걸린 온라인 게임⁴⁸¹⁾ 광고에 관한

475) 오도하는 광고 지침은 https://consumeraffairs.nic.in/sites/default/files/CCPA_Notification.pdf 에서 확인할 수 있다.

476) 다음과 같은 제한 사항이 있다. (i) 아동에게 위협할 수 있는 행동을 용인하거나, 장려하거나, 고취하거나거나, 무리하게 모방하게 하는 행위 (ii) 아동의 신체 건강이나 정신적 안녕에 해로운 행동을 용인하거나 장려하는 행위 (iii) 아동에게 직접적으로 상품, 제품 또는 서비스를 구매하도록 권유하거나, 부모, 보호자 기타 사람에게 아동을 위하여 그러한 상품, 제품 또는 서비스를 구매하도록 설득하는 행위.

477) 오도하는 광고 지침 제5, 7 및 8조.

478) 오도하는 광고 지침 제12조 제(d), (e)호.

479) 소비자보호법 제89조.

480) 소비자보호법 제21조 제(2)항.

481) 이용자가 현금이나 그에 상응하는 상금을 획득할 가능성을 위해 돈을 거는 게임(인앱구매가 있는 게임도 포함될 수 있음)을 의미

지침을 제정하였다.⁴⁸²⁾ 그러나 이 지침은 다른 형태의 광고에는 구속력이 없다. 이 지침은 공중파 텔레비전 송출 광고에 의무사항이다. 지침에 따라 18세 미만의 인물을 묘사하는 광고가 제한되고, 게임의 습관성과 재정적 위험성을 필수적으로 공개하는 요건을 포함하며, 이러한 게임을 소득원이나 고용의 대체물로 제시하는 것을 금지한다.

매체별 광고 규정

텔레비전 방송: 유선 텔레비전 방송망 규칙 1994(Cable Television Networks Rules, 1994)는 유선 텔레비전을 통해 송출되는 프로그램과 광고의 내용에 일정한 제한을 가한다. 예를 들어, 프로그램 규정(programme code)은 폭력을 조장하거나 선동할 가능성이 있거나 공공질서를 저해하는 프로그램을 금지한다.⁴⁸³⁾ 또한, 어린이를 위한 프로그램에는 비속어나 적나라한 폭력 장면이 포함되지 않도록 주의해야 하며, 어린이가 가장 많이 시청하는 시간대에 부적절한 프로그램의 유선 서비스에 송출을 방지해야 한다고 규정한다.⁴⁸⁴⁾ 광고 규정(advertisement code)은 범죄를 선동하거나, 무질서나 폭력, 법 위반을 유발하거나, 폭력을 미화하거나 어떤 형태로든 외설적인 내용을 묘사하는 광고를 금지한다.⁴⁸⁵⁾ 또한, 어린이의 안전을 위협하거나 건강에 해로운 습관에 관심을 유발하는 광고를 금지하며, 외설적이거나, 저속하거나, 외설을 암시하거나, 혐오스럽거나 불쾌한 주제나 표현을 피할 것을 권장한다.⁴⁸⁶⁾ 프로그램 및 광고 규정 위반 사항은 방송사 자체 규제, 방송사 합동 자율규제 기구, 정부 감독 체계로 이루어진 3단계 구조로 대응한다. 정부는 위반 프로그램의 송출 또는 재송출을 규제하거나 금지하는 명령을 내릴 수 있다.⁴⁸⁷⁾

극장: 극장에서 상영할 광고는 영화법 1952(Cinematograph Act, 1952) 및 그 하위 규칙에 따라 중앙 영화 인증 위원회(Central Board of Film Certification)의 인증을 받아야 한다.⁴⁸⁸⁾ 인증되지 않은 광고는 극장에서 상영할 수 없으며, 상영의 성격에 따라 벌금이 부과된다.⁴⁸⁹⁾

482) 참조: <https://www.ascionline.in/the-asci-code-guidelines/Question>

483) 유선 텔레비전 방송망 규칙 1994(Cable Television Networks Rules) 제6조 제(1)항 제(e)호, <https://excise.delhi.gov.in/excise/cable-television-networks-regulation-act-and-rules> 에서 확인 가능

484) 유선 텔레비전 방송망 규칙 1994 제6조 제(4)항 및 제(5)항.

485) 유선 텔레비전 방송망 규칙 1994 제7조 제(2)항 (iii)목.

486) 유선 텔레비전 방송망 규칙 1994 제7조 제(7)항 및 제(8)항.

487) 유선 텔레비전 방송망 규제법 1995(Cable Television Networks (Regulation) Act, 1995) 제20조 제(3)항 및 유선 텔레비전 방송망 규칙 1994 제20조.

488) 영화법 1952 제4조, 제5A조, 제5B조 https://www.cbfcindia.gov.in/cbfcAdmin/assets/pdf/cine_act1952.pdf 에서 확인 가능하다. 인증 분류 기준은 다음과 같다. (i) U(전체관람가) 표시는 제한 없는 공개 상영 (ii) UA(7세 이상 보호자 지도) 표시는 7세에서 18세 사이의 어린이 관람 시 부모의 지도가 필요한 콘텐츠 (iii) S(특정 관람객 대상) 표시는 영화의 성격, 내용 및 주제를 고려하여 특정 집단에 제한된 콘텐츠 (iv) A(성인 관람가) 표시는 성인에게만 공개 상영이 가능한 콘텐츠

489) 영화법 1952 제7조.

중앙 영화 인증 위원회가 콘텐츠를 인증 시 고려하는 지침은 위원회가 표현을 방지해야 할 콘텐츠의 성격을 상세히 설명한다. 예를 들어 자극성 및 인간성 말살 폭력(성폭력 포함), 잔혹성과 공포, 인종·종교·기타 소수 집단에 대한 모욕적인 표현이 제한된다.

또한, 광고에서 담배와 주류 등 일정한 제품을 다루는 것을 금지하고 제한한다.⁴⁹⁰⁾

콘텐츠 제한사항

이 광고 규칙은 콘텐츠 법에 따른 일반적인 금지 조항에 추가된다. 여성의 외설적 표현을 금지하는 구체적 법률,⁴⁹¹⁾ 인도 국기⁴⁹²⁾·국가 상징·명칭 묘사를 규율하는 법률 등이 있다.⁴⁹³⁾ 이러한 조항을 위반할 경우 5년 이하의 징역형과 벌금이 부과된다.

형법은 선동,⁴⁹⁴⁾ 음란물,⁴⁹⁵⁾ 명예훼손,⁴⁹⁶⁾ 종교·인종·출생지·거주지·언어 등을 이유로 집단 간의 적의를 부추길 수 있는 콘텐츠,⁴⁹⁷⁾ 종교적 정서를 격앙시키거나 종교 또는 종교적 신념을 모욕할 의도가 있는 콘텐츠를 금지한다.⁴⁹⁸⁾ 이러한 위반에 대해서는 형법상 금전형과 징역형이 부과되며, 위반의 성격에 따라 3년에서 7년의 징역형을 선고한다.

전자 광고의 경우 정보기술 법령에 따라 음란물, 노골적인 성행위가 포함된 콘텐츠, 특히 아동이 노골적인 성행위를 하는 모습을 묘사하는 콘텐츠를 금지한다.⁴⁹⁹⁾ 이러한 규정을 위반할 경

490) 담배 기타 담배 제품 광고 금지 및 거래·상업·생산·공급·배포 규제법 2003(Cigarettes and Other Tobacco Products (Prohibition of Advertisement and Regulation of Trade and Commerce, Production, Supply and Distribution) Act, 2003)은 담배 기타 담배 제품의 광고를 금지하는 중앙정부 법률이다. 해당 법은 <https://www.indiacode.nic.in/bitstream/123456789/2053/3/A2003-34.pdf>에서 확인할 수 있다. 주법에서는 간접 광고(정보 광고, 주류 소비 진흥/표현, 주류 브랜드 후원 행사 등)를 포함한 주류 광고를 금지한다. 주류 광고를 규제하는 주 규정으로는 안드라프라데시 주 독주 광고 금지법 1978(Andhra Pradesh Intoxicating Liquors (Prohibition of Advertisements) Act, 1978), 델리 소비세법 2009(Delhi Excise Act, 2009), 카르나타카 주 금지법 1961(Karnataka Prohibition Act, 1961) 및 소비세법(Karnataka Excise Act), 주류제조유통법(Abkari Act), 타밀나두 주 금지법 1937(Tamil Nadu Prohibition Act, 1937) 등이 있다.

491) 여성의 외설적 묘사 금지법 1986(Indecent Representation of Women (Prohibition) Act, 1986)은 https://www.indiacode.nic.in/bitstream/123456789/15350/1/indecent_representation_of_women_%28prohibition%29_act%2C_1986.pdf에서 확인할 수 있다.

492) 국가 모독 방지법 1971(Prevention of Insults to National Honour Act, 1971), https://www.indiacode.nic.in/bitstream/123456789/15401/1/insults_to_national_honour_act%2C_1971.pdf에서 확인할 수 있다.

493) 엠블럼 및 명칭(부적절한 사용 방지) 법, 1950, <<https://www.indiacode.nic.in/bitstream/123456789/1896/1/a1950-12.pdf>>에서 전체 관람가로 확인 가능하다.

494) BNS 제152조, https://www.mha.gov.in/sites/default/files/2024-04/250883_english_01042024.pdf에서 확인 가능.

495) BNS 제294조~296조.

496) BNS 제356조.

497) BNS 196조.

498) BNS 제299조.

499) 정보기술법 2000 제67조, 제67A조, 제67B조는 <https://www.indiacode.nic.in/bitstream/123456789/13>

우 5년 이하의 징역형과 벌금형에 처한다.

사. 사회·문화적 금기 사항

1) 등급분류시 또는 사후관리시 욕설, 종교 등의 사유에 따른 제한이 있는지 (예: 우상숭배 금지, 종교적 상징 훼손, 히잡 등 여성의 노출 관련 사항 등)

일반적인 콘텐츠 및 광고 법제는 게임에도 적용된다.

종교적 정서 모독 등 게임 콘텐츠에 반대하는 공익 소송이 여러 인도 법원에 제기된바 있다. 특히 구자라트 고등법원에서 제기된 인기 증강현실 게임인 포켓몬 고(Pokemon Go)에 관한 공익 소송에서는 게임 내에서 예배 장소에 알을 표현한 것이 가상세계 속의 종교 모독에 해당한다고 주장했다.⁵⁰⁰⁾ 이후 원고는 소송을 철회했다.

2) 게임 개발 과정에서 제외해야 할 요소가 있는지 여부 (확률형 아이템, 도박, 성적 콘텐츠 등 포함)

콘텐츠에 따라서는 “바”항 질문에 대한 답변에서 명시한 일반 콘텐츠 법의 제약을 받으므로 게임에 표현해서는 안 된다. 위에서 언급하였듯 도박성 게임, 즉 사행성 게임에 돈이나 금전적 가치를 걸고 내기를 하는 행위는 인도의 주 대부분에서 금지하고 있다. 따라서 도박에 해당하는 기능은 게임 개발 단계에서 배제해야 한다.

[116/1/it_act_2000_updated.pdf](https://www.ita.gov.in/116/1/it_act_2000_updated.pdf) 에서 확인할 수 있다.

500) 참조: <https://economictimes.indiatimes.com/news/politics-and-nation/gujarat-high-court-issues-notices-to-developers-of-pokemon-go/articleshow/54046880.cms?from=mdr>

4. 게임서비스 관련 규제

가. 확률형아이템 판매 가능 여부 및 규율

1) 확률형아이템 판매 가능 여부 및 관련 규정 또는 법령이 있는지, 자율규제가 있는지

확률형 아이템이 인도 법에 따라 도박 또는 복권으로 분류될 경우 인도에서 금지될 수 있다. 또한, 인도 소비자보호 법령에 따라 규제를 받을 수도 있다.

인도 법상 확률형 아이템을 정의한 조항은 없지만, 확률형 아이템이란 플레이어가 게임의 일환으로 구매하거나 상으로 획득할 수 있는 가상 아이템이 든 가상 속의 상자를 의미한다.

확률형 아이템이 ‘도박’에 해당하는지 여부

“도박” 또는 “내기”는 대부분의 인도 주에서 도박 방지 법령(이하 “게임 법령”)에 따라 금지되며, 징역형이나 벌금형 등 형사 처벌을 받는다. “도박” 또는 “내기”는 대부분의 게임 법령상 돈이나 금전적 가치가 있는 것을 걸고 하는 행위로 해석된다. 확률형 아이템⁵⁰¹⁾은 완전히 운에 기대며, 무작위로 나오는 결과에 따라 보상이 분배되므로 기술이나 전술과는 무관하다. 그러나 이용자가 확률형 아이템을 얻기 위해 아무것도 걸지 않거나, “돈이나 금전적 가치”에 해당하는 상을 받지 않는 경우 인도 법률에 따라 도박 또는 내기의 정의에 해당하지 않을 수 있으며, 금지조항이 적용되지 않을 수도 있다. 이는 사건의 사실과 사정에 따라 평가되어야 한다.

예를 들어 다음과 같다.

- 확률형 아이템이 게임 외부에서 실질 화폐나 상품의 가치가 없다면⁵⁰²⁾ “금전적 가치”의 범주에 속하지 않는다(그러나 한 이용자가 확률형 아이템을 구매하고 다른 이용자가 실질 화폐가 걸린 게임에서 우연히 이를 얻는 경우, 그러한 아이템은 금전적 가치가 있는 것으로 본다).
- 플레이어가 확률형 아이템 구매에 돈을 지불하지 않는 경우 비록 확률형이더라도 “내기하거나 거는” 행위에 해당하지 않아 도박이 아닐 수도 있다.

확률형 아이템이 ‘복권’에 해당하는지 여부

인도 법상 주정부에서 운영하거나 승인한 복권 이외의 사설 복권은 금지된다.⁵⁰³⁾ 주 복권을 규

501) K.R. Lakshmanan 박사 대 타밀나두 주 (1996) 2 SCC 226.

502) 게임 운영자가 무료로 제공한 확률형아이템을 이용자가 제3자의 웹사이트에서 현금으로 거래할 수 있다면, 이러한 확률형 아이템은 실질 화폐나 상품 가치가 있는 것으로 인정될 것임

503) 바라티야 나야 산히타 2023(Bharatiya Nyaya Sanhita, 2023) 제297조 -“복권 사무소 유지행위.

제하는 중앙정부 법률인 복권규제법 1998(Lotteries (Regulation) Act, 1998)에 따르면 복권이란, 형태와 이름과 상관없이 티켓을 구매하여 상을 받을 기회를 얻는 사람들에게 추첨이나 우연에 따라 상을 배분하는 체계를 말한다.⁵⁰⁴⁾

온라인 복권이란 “컴퓨터 또는 온라인 기계에서 생성된 복권 티켓을 구매할 수 있도록 만든 시스템으로서, 복권 단말기에서 티켓 판매 정보와 플레이어가 선택한 특정 번호 또는 번호 조합이 중앙 컴퓨터 서버에 동시에 등록되는 것”을 말한다.⁵⁰⁵⁾

상금이란 “당첨 번호가 적힌 티켓과 교환하여 지급되는 금액”을 말한다.⁵⁰⁶⁾

일반적으로 티켓 기타 유사한 도구의 구매가 없는 경우 확률형 아이템은 복권이나 온라인 복권의 범주에 속하지 않는다. 그러나 이는 사례의 사실과 사정에 따라 평가해야 한다.

소비자보호법에 따른 확률형 아이템 규제

확률형 아이템 형식이 도박이나 복권에 해당하지 않는다고 가정하더라도, 소비자보호법의 규율은 받을 수 있다.

불공정거래행위

소비자보호법에 따라 다음 각 사항 등의 불공정거래행위⁵⁰⁷⁾는 금지된다.⁵⁰⁸⁾

제외한 대로 제공할 의도 없이 선물, 상품 기타 물품을 제공하거나, 거래 전체에 걸쳐 청구한 금액으로 전부 또는 일부 대금을 지급한 것이 마치 무료로 제공되는 듯한 인상을 유발하는 행위 규정에 따른 경우를 제외하고 어떤 제품이나 사업상 이익의 판매, 이용 또는 공급을 직간접적으로 촉진하기 위해 진행하는 모든 대회, 복권, 사행성 또는 기량 게임을 진행하는 행위*

[*단, (i) 복권규제법 1998(Lotteries Regulation Act, 1998)에 따라 허용된 정부 운영 복권 및 (ii) 공중게임법 1867(Public Gaming Act, 1867)에서 금지하지 않는 기량 또는 사행성 계

(1) 주정부 복권 또는 주정부 승인 복권이 아닌 복권을 추첨할 목적으로 사무소나 기타 장소를 유지하는 사람은 누구든지 6개월 이하의 징역형(양자 중 어느 유형이든) , 벌금형, 또는 양자 모두에 처한다.

(2) 복권 추첨, 할당, 번호 또는 숫자와 관련된 사건이나 우연에 관하여 어떤 사람에게 이익이 되도록 금액을 지불하거나, 물품을 전달하거나 어떤 행위를 하거나 하지 않겠다는 제안을 표시하는 사람은 누구든지 5,000 루피 이하의 벌금형에 처한다.”

504) 복권규제법 1998 제2조 제(b)호.

505) 복권규제규칙 2010(Lotteries (Regulation) Rules, 2010), 제2조 제(1)항 제(e)호.

506) 복권규제규칙 2010 제2조 제(1)항 제(g)호.

507) 소비자보호법 제10조 제1항에 따르면 중앙 소비자보호처(CCPA)는 공중 및 소비자의 이익에 반하는 불공정거래 행위를 규제하고, 소비자의 권리를 증진, 보호 및 집행할 권한이 있다. 소비자보호법 제17조에 따르면 불공정거래 행위 민원은 구역 집행사무소, 지역 사무소 위원장 또는 소비자보호처에 제기할 수 있다. 소비자보호법 제35조, 제49조 및 제59조에 따르면 불공정거래행위 민원은 각각 구역, 주 및 국가위원회에 소비자가 제기할 수 있으며, 필요한 경우 수정을 할 수 있다.

508) 소비자보호법 제2조 제(47)항.

입은 특정하여 불공정거래행위에서 제외된다⁵⁰⁹⁾].

(a) 목적상 확률형 아이템 제공과 관련하여 명확하고 투명한 공개를 보장해야 한다⁵¹⁰⁾.

(b) 목적상 확률형 아이템 제공이 구체적으로 다른 사업 이익을 촉진하는지 분석해야 한다. 이 경우 금지되는 불공정거래행위일 수 있다.

불공정거래행위 발생 시 소비자보호법 위원회에 민원을 제기할 수 있다.

소비자보호법 위원회는 민원을 접수하여 검토한 후 다음 등의 명령을 내릴 수 있다. (i) 해당 행위 중단⁵¹¹⁾ (ii) 민원을 제기한 소비자에게 지불된 금액 환불⁵¹²⁾ (iii) 소비자가 입은 손해나 상해에 대해 보상금 지급.⁵¹³⁾

소비자보호법 위원회의 명령을 따르지 않은 사람은 3년 이하의 징역 또는 25,000 인도 루피(약 300 미국 달러) 이상, 100,000 인도 루피(약 1,200 미국 달러) 이하의 벌금형에 처한다.⁵¹⁴⁾

오도하는 광고

소비자보호법은 오도하는 광고 역시 금지한다.⁵¹⁵⁾ 확률형 아이템 관련 광고는 오도하는 성격을 띠어서는 안 된다. 오도하는 광고 지침⁵¹⁶⁾은 오도하는 광고의 기준을 상세히 설명한다. 이는 다음 등의 요소를 말한다.

- 무료 제품 광고, 즉 무료 혜택을 받기 위해 소비자가 져야 하는 의무를 명확히 밝히지 않는 광고⁵¹⁷⁾ 또는 패키지 가격에 포함된 구성요소를 무료로 제공한다고 설명하는 광고 등⁵¹⁸⁾
- 서비스의 장점을 과장하거나,⁵¹⁹⁾ 아동의 경험 부족을 이용하거나,⁵²⁰⁾ 제품의 특성을 판단

509) 소비자보호 일반규정 2020(Consumer Protection (General) Rules, 2020), <https://consumeraffairs.nic.in/sites/default/files/Consumer%20Commission%20Rules%20%26%20General%20Rules.pdf> 에서 확인 가능.

510) 확률 정보 공개에 대한 명확한 규정이 있는 것은 아님. 다만 소비자가 광고된 선물이나 경품을 실제로 받을 수 있는지 여부, 선물/경품이 무료로 제공되는지 또는 소비자가 지불한 비용에 포함되는지 여부를 명확하고 투명하게 공개해야 하므로, 이에 대하여도 공개하는 것이 바람직하다는 것이 인도 법무법인의 해석임.

511) 소비자보호법 제39조 제1항 제g호. 제39조는 지역 위원회의 결정에 관한 내용을 다루며, 이 규정은 주 및 국가 위원회에도 동일하게 적용된다. 자세한 내용은 소비자보호법 제49조와 제59조를 참조한다.

512) 소비자보호법 제39조 제(1)항 제(c)호.

513) 소비자보호법 제39조 제(1)항 제(d)호.

514) 소비자보호법 제72조.

515) 소비자보호법 제10조 제1항에 따르면 공공 및 소비자의 이익에 반하여 오도하는 광고에 관한 사항을 규제하고 소비자의 권리를 증진·보호하고 집행을 통하여 이에 실효성을 부여할 권한은 중앙 소비자보호처에 있다. 소비자보호법 제17조에 따르면 오도하는 광고 민원은 구역 집결사무소, 지역 사무소 위원장 또는 중앙 소비자보호처에 제출할 수 있다. 소비자보호법 제35조, 제49조 및 제59조에 따르면 오도 광고에 관한 민원은 소비자가 각각 구역, 주 및 국가 위원회에 제출할 수 있으며, 필요한 수정 사항이 있을 수 있다.

516) 참조: https://consumeraffairs.nic.in/sites/default/files/CCPA_Notification.pdf

517) 오도하는 광고 지침 제7조 제(b)호.

518) 오도하는 광고 지침 제7조 제(d)호.

하기 어렵게 하거나,⁵²¹⁾ 현실과 환상의 구분을 모호하게 하는 아동 대상 광고⁵²²⁾ 확률형 아이템 마케팅 방식에 따라 위의 금지 조항이 적용될 수 있다. 오도하는 광고 민원도 소비자보호법 위원회에 제기할 수 있다. 허위이거나 오도하는 광고를 게재한 서비스 제공자는 2년 이하의 징역형과 10,00,000 인도 루피(약 12,000 미국 달러) 이하의 벌금형에 처해질 수 있다.⁵²³⁾ 또한, 중앙 소비자보호처는 광고 중단 또는 수정 지시를 내릴 수 있으며, 10,00,000 인도 루피(약 12,000 미국 달러) 이하의 벌금을 부과할 수 있다.⁵²⁴⁾

나. 확률형아이템 적용 대상

1) 확률형아이템 관련 규정 또는 관련 법령이 있을 경우 적용 대상이 어디까지인지

예시) 일반적인 확률형 아이템, 컴플리트 가차, 강화형 콘텐츠 등

게임 구조에 따라 “가”항에서 논의한 일반 법규정이 확률형 아이템에도 적용된다. 기능에 따라서는 다른 규정이 적용되기도 한다. 예를 들어 강화 콘텐츠는 플레이어가 계속해서 돈을 쓰거나 게임을 하는 것을 유도하는 게임 장치를 의미하며, 이는 ‘시간 제한’ 특별 상품 제공⁵²⁵⁾이라는 형태를 취하기도 한다. 이러한 관행은 ‘다크패턴’으로 분류될 수도 있으며, 다크패턴 예방 및 규제 지침 2023(Guidelines for the Prevention and Regulation of Dark Patterns, 2023, 이하 “다크패턴 지침”)에 따라 금지된다.⁵²⁶⁾

다크패턴은 UI/UX (이용자 인터페이스/이용자 경험) 상호작용에 편승하여 이용자가 원하지 않았던 선택을 하도록 유도하거나 기만하는 관행 또는 기만적 설계 패턴으로서, 이러한 목적을 위하여 이용자의 자율성, 의사결정 또는 선택을 왜곡하여 오도하는 광고, 불공정거래행위 또는 소

519) 오도하는 광고 지침 제8조 제(c)호.

520) 오도하는 광고 지침 제8조 제(b)호.

521) 오도하는 광고 지침 제8조 제(j)호.

522) 오도하는 광고 지침 제8조 제(j)호.

523) 소비자보호법 제89조.

524) 소비자보호법 제21조 제(2)항.

525) '시간 제한 상품 제공'은 게임 내 상품이나 서비스가 짧은 기간 동안 또는 제한된 수량으로만 이용 가능하도록 하는 것이다. 이는 이용자를 즉각적인 구매나 행동으로 몰아붙이기 위한 "허위의 긴급성"을 조성하는 것으로 금지된다. 예를 들어, 자동차 경주 게임에서 특정 모델의 자동차를 할인된 가격으로 구매할 수 있으며 이는 다음 1시간 동안만 유효하다고 팝업으로 표시되지만, 실제로는 더 긴 기간 동안 유효한 경우, 이용자들에게 자동차를 구매해야 한다는 허위의 긴급감을 조성하기 위한 '시간 제한 상품 제공'이다.

526) 참조: <https://consumeraffairs.nic.in/sites/default/files/The%20Guidelines%20for%20Prevention%20and%20Regulation%20of%20Dark%20Patterns%2C%202023.pdf>

비자 권리 위반에 해당한다.⁵²⁷⁾

특정 관행은 다크패턴으로 명시된다. 예를 들어, 허위적 시간제한(false urgency)은 제품 구매의 긴급성이나 제품의 희소성을 허위로 암시하여 이용자가 즉시 구매하도록 유도하는 행위이다.⁵²⁸⁾ 구매 강요(forced action)는 이용자가 원래 의도한 상품이나 서비스를 향유하려면 추가 상품이나 서비스를 구매하도록 강요하는 행위이다.⁵²⁹⁾ 사용된 다크패턴의 종류에 따라 위에서 설명한 오도광고 지침 및 불공정거래에 따른 처벌이 적용될 수 있다.

다. 확률형아이템 관련 준수사항

1) 확률형아이템에 대한 사업자 의무를 정하는 규정이 있는 경우 내용은 무엇인지

(판매 제한, 확률형아이템 포함여부 표시, 확률정보 표시, 제재 등)

확률형 아이템과 관련하여 의무를 부과하는 구체적인 규정은 없다. 그러나 확률형 아이템 제공 시 위 “가”항에서 언급된 법을 위반해서는 안 된다.

라. 경품 이벤트 관련 규제

1) 현금 또는 경품을 제공하는 것이 허용되는지(예: 추첨을 통한 경우), 그리고 허용된다면 어떻게 시행되는지(사전 보고가 필요한지 포함), 세금 관련 사항이나 경품 및 기부품의 가치 한도에 대한 내용은 어떠한지

경품 추첨은 형식에 따라 여러 인도 법의 금지 및 규제 대상이 된다.

복권 법령

추첨을 통해 현금 또는 현물 상품을 제공하는 것은 복권규제법 1998에 규정한 '복권'에 해당할 수 있다.⁵³⁰⁾ 앞서 언급하였듯 '복권'은 형식이나 명칭과 상관없이 티켓을 구매하여 상품 당첨 기회를 획득한 참여자에게 상품을 추첨이나 우연적 수단으로 분배하는 계획을 의미한다. 즉 티켓을 구매(간접 구매 포함)를 통한 참여가 있는 경우에만 해당되며 무료로 참여하는 경품 추첨은 해당이 되지 않는다. 또한, 일정한 조건에 따라 주 정부만이 복권을 운영할 수 있으며⁵³¹⁾ 사설 복권은 무조건 금지된다.⁵³²⁾ 게임을 통해 획득한 것이 구매 가능한 티켓과 동일한 금전적 가치가 있는지를 평가할 필요가 있다.

527) 다크패턴 지침 제2조 제(1)항 제(e)호.

528) 다크패턴 지침 부록 1 제1조.

529) 다크패턴 지침 부록 1제4조.

530) 복권규제법 1998 제2조 제(b)호, https://www.indiacode.nic.in/bitstream/123456789/15388/1/the_lotteries_%28regulation%29_act%2C_1998.pdf 에서 확인 가능.

531) 복권규제법 1998 제4조.

532) BNS 제297조.

게임 법령

추첨을 통해 경품을 제공하는 행위는 게임 법령에 따라 우연성에 기반한 도박에 해당하여 금지될 수 있다.

상품 대회 법령

상품대회법 1955(Prize Competitions Act, 1955)과 타밀 나두 상품대회금지법 1979(Tamil Nadu Prize Schemes (Prohibition) Act, 1979), 서벵골 도박 및 상품대회법 1957(West Bengal Gambling and Prize Competitions Act, 1957) 등 일부 주법에서 일정한 유형의 상품 대회를 규제하고 있다.

상품 대회란 “문자, 단어, 또는 기호 축적, 배열, 조합 또는 변형을 기반으로 한 퍼즐 해결을 대가로 상품을 제공하는 모든 대회(십자말풀이 상품 대회, 단어 찾기 상품 대회, 그림 상품 대회 등 명칭과 무관)”를 말한다.⁵³³⁾ 법원은 상품 대회 중 운에 기대는 형태만이 상품대회법이 적용된다고 밝혔다.⁵³⁴⁾ 연방법상 1개월 동안 제공되는 상금(현금 기타 형태)의 총액이 1,000 인도 루피(약 12미국 달러)를 초과하거나 응모 수가 2,000명을 초과하는 모든 상품 대회나 기타 대회는 법에 따라 면허 기관의 면허를 받아야 홍보하거나 개최할 수 있다.⁵³⁵⁾ 위의 정의에 해당하는 상품 대회는 기관의 면허를 받아야 한다. 면허 기관은 면허 보유자가 따라야 할 조건을 규정할 수 있으며, 법에는 면허 보유 규정도 두고 있다.

또한, 게임에서 얻은 상금에는 직간접 세금이 부과된다.

인도 소득세법 1961(India Income Tax Act, 1961, 이하 “소득세법”)은 일반적으로 참가자의 당첨 소득에 30%⁵³⁶⁾의 세금을 부과한다.

소득세법에 따라 온라인 게임⁵³⁷⁾에서 발생하는 순상금(이하 “순상금”)에는 30%의 세금을 부과한다. 순상금을 계산하는 구체적인 공식도 규정되어 있다. 대체로 순상금은 플레이어가 이러한 게임을 하여 인출한 금액에서 해당 플레이어의 비과세 예치금을 제한 액수이다.

이와 별도로 소득세법은 플레이어에게 상금을 지급할 채무자에게 현재 시행 중인 세율로 세금을 원

533) 상품대회법 1955 제2조 제(d)호, https://www.indiacode.nic.in/bitstream/123456789/1515/1/AAA1955_42.pdf 에서 확인 가능.

534) 봄베이 주정부 대 R.M.D. Chamarbaugwala 사건, 1957년 AIR 699; R. M. D. Chamarbaugwala 대 인도 연방 사건, 1957년 AIR 62. 그러나 ‘상품 대회’의 적용 범위에는 일부 모호한 부분이 있다. 규정의 정의에서는 기량 게임 등을 언급하지만, 법원은 이 법이 사행성 게임에만 적용된다고 해석해 왔기 때문이다.

535) 상품대회법 1995 제4조 및 제5조, https://www.indiacode.nic.in/bitstream/123456789/1515/1/AAA1955_42.pdf 에서 확인 가능

536) 30%의 세율은 적용되는 추가 요금과 세금에 의해 증가한다.

537) ‘온라인 게임’이란 인터넷을 통해 제공되며, 모든 전자통신 장치를 포함한 컴퓨터 자원으로 이용자가 접근할 수 있는 게임을 말한다.

천징수할 의무를 부과한다.⁵³⁸⁾ 현물 상품의 경우 특정 상황에서 원천징수 의무를 면제받을 수 있다. 내기와 도박을 통한 공급은 28%의 부가가치세라는 간접세 부과 대상이다. 일반적으로 추첨에 참여하기 위해 플레이어가 예치한 전액은 28%의 부가가치세가 부과된다. 그러나 구체적인 과세표준은 복권, 온라인 현금 게임, 내기나 도박을 통한 사행성 게임 등 공급 성격 및 유형에 따라 달라진다.

마. NFT 게임 관련 허용 여부

1) 게임 아이템을 NFT화하여 이용자가 NFT 거래소에서 판매하는 형태의 게임이 금지되어 있는지, 금지된다면 어떤 규정에 따라 금지되는지

게임 내 아이템을 변환하여 생성된 비대체 토큰(NFT)의 판매를 규제하거나 금지하는 명확한 현행 규정은 없다. 그러나 NFT를 제공하는 전반적 모델은 인도 법률, 특히 자금세탁 방지 법령과 외환관리 법령을 준수해야 한다.

NFT는 인도 세금 법령 및 자금세탁 방지 법령상 가상 전자 자산(virtual digital assets)으로 분류된다. 이는 “명칭과 상관없이 비대체 토큰 기타 유사한 성격의 토큰”을 명시적으로 포함한다.⁵³⁹⁾

NFT 제공 방식에 따라 일정한 인도 법규정이 적용된다. 예를 들어 다음과 같다.

게임 법령: 사행성이 있는 NFT의 경우 앞서 언급하였듯 게임 법령에 따라 금지될 수 있다.

PMLA: 2002년 자금세탁방지법 2002(Prevention of Money Laundering Act, 2002, 이하 “자금세탁방지법”)은 일정한 보고 기관(Reporting Entities)에 실사 및 보고 의무를 규정한다.⁵⁴⁰⁾ 가상 전자 자산 생태계에서 가상 전자 자산을 전송하거나 가상 전자 자산을 법정 통화로 교환하는 서비스 제공자는 보고 기관으로 분류되어 이러한 의무를 따라야 한다.

외환관리법: 외환관리법상 국내에서 NFT를 판매하거나 거래하는 행위에는 제약이 없다. 그러나 NFT를 국제적으로 거래하는 행위에는 인도 외환관리 법령, 즉 외환관리법이 적용된다. 외환

538) 소득세법 제194BA조

539) 소득세법 1961 제2조 제(47A)항: '가상 전자 자산'이란 다음을 말한다.

(a) 암호화 기타 수단을 통해 생성된 정보, 부호, 숫자 또는 토큰(인도 또는 외국 통화는 제외)으로서 명칭과 상관없이 대가를 받고 또는 대가 없는 가치 교환을 전자적으로 표현하며, 내재적 가치를 갖추었거나 어떠한 금융거래 또는 투자 활용을 포함하나 투자 체계에 국한되지 않는 가치 저장 또는 회계 단위로 기능하며, 전자적으로 전송, 저장 또는 거래할 수 있는 것

(b) 명칭과 상관없이 비대체 토큰 또는 유사한 성격의 기타 토큰

(c) 중앙정부가 공보에 통지하여 명시하는 기타 전자 자산.

단, 중앙정부는 공보에 공지하여 특정 조건을 명시함으로써 특정 디지털 자산을 가상 전자 자산의 범주에서 제외할 수 있다. 설명.—이 조항의 목적상 다음 각 정의가 적용된다.

(a) “비대체 토큰”이란 중앙정부가 공보에 공지하여 지정하는 전자 자산을 말한다.

(b) “통화”, “외화” 및 “인도 통화”라는 용어는 각각 외환관리법 제2조 제(h)호, 제(m)호 및 제(q)호에서 정의한 의미와 동일하다.

540) 자금세탁방지법 제2조 제(1)항 제(wa)호: “보고 기관”이란 은행, 금융기관이나 중개인, 또는 특정 사업이나 직무를 수행하는 사람을 말한다.

관리법에 따른 NFT 거래 제약이나 규제는 다음과 같이 NFT의 기능에 따라 다를 수 있다. 경우에 따라 NFT는 “소프트웨어”의 범주에 속한다고 주장할 수도 있다.⁵⁴¹⁾ 외환관리법에 따른 소프트웨어 수입 규칙⁵⁴²⁾ 이러한 소프트웨어는 법정화폐를 송금하여 구매하는 거래를 통해 서만 수입 가능하며, 이와 같은 소프트웨어 수입 대금 송금은 인가 은행만이 처리할 수 있다. 복권 당첨 관련 기능이 있는 NFT, 경주/경마 등 취미에서 발생하는 소득 등은 당좌예금 거래 규칙에 따라 규제될 수 있다. 당좌예금 거래 규칙에 규정된 관련 금지 사항은 위에서 논의한 것과 같다. 또한, 인도에서 법정화폐를 대금으로 NFT를 국제적으로 구매 또는 판매할 경우 반드시 인가 은행을 통해 법정화폐를 송금해야 한다. 따라서 인도 거주자나 인도 기관이 국제 암호화폐 간 교환 거래(NFT를 다른 NFT로 교환하는 경우)를 하거나, 대응하는 법정화폐 송금 없이 기타 국제 가상 자산 거래를 하는 행위는 외환관리법 위반을 구성할 수 있다. NFT를 제공할 때에는 관련 소비자보호 및 광고 법령을 준수해야 한다.

바. P2E 게임 허용 여부

1) 게임 상의 재화를 블록체인을 통하여, 환전 또는 아이템 NFT 거래 등을 통해 현금화 할 수 있는 게임이 허용되는지 여부 및 관련 규정 또는 법률이 있는지

현행 인도 법에 블록체인이나 NFT 거래를 통해 게임 상품을 실질 화폐로 전환할 수 있는 게임을 금지하는 규정은 없다. 단, 전반적인 게임 형식이 인도 법률을 준수한다는 전제 하에서 금지하지 않는다는 뜻이다(즉, “도박”에 해당해서는 안 됨). 그러나 8장과 9장에서 보듯 인도 법제에는 실질 화폐/현금을 포함한 지불 수단을 규제하는 엄격한 규정을 두고 있으므로 주의해야 한다. 또한 위 “마”항 답변에서 언급했듯 NFT와 암호 자산을 규제하는 인도 법이 해당 상품에 적용된다.

사. 이용자수 공개의무 등 기타 사업자 준수 의무 관련

1) 월간 이용자 정보를 공지하거나 보고해야할 의무(예: EU Digital Service Act) 등 기타 사업자가 준수해야할 사항이 있는지

인도 내 사업 운영자는 이용자 정보와 관련된 구체적인 월간·연간 보고 의무를 부담하지 않는다.

541) 외환관리 상품 및 서비스 수출 규칙 2015(Foreign Exchange Management (Export of Goods & Services) Regulations, 2015)에 따르면 “상품”과 “소프트웨어”는 동일하게 취급되며, “소프트웨어”란 명칭과 상관없이 모든 컴퓨터 프로그램, 데이터베이스, 도면, 설계, 시청각 신호, 정보로서 물리적 매체가 아닌 매체에 저장된 것을 말한다.”

542) 인도 준비은행(RBI)의 ‘기본지침-상품 및 서비스 수입’은 외환관리법 제5조와 당좌예금 거래 계좌 규칙, 외환관리 외환 수출입 규칙 2015(Foreign Exchange Management (Export and Import of Currency) Regulations, 2015), 외환관리 외국 증권 이전·발행 규칙 2004(Foreign Exchange Management (Transfer or Issue of any Foreign Security) Regulations, 2004).

특정 산업에 적용되는 법제에 따라서는 보고 의무를 부담할 수도 있다. 예를 들어, 인도 준비은행 규제가 적용되는 은행이나 서비스업체는 고객 정보와 관련하여 보고 의무를 부담할 수 있다.

아. 플랫폼에 따른 규제 변화 관련

1) 게임을 활용하는 플랫폼에 따라 규제가 상이한지(예: PC, 모바일, 콘솔 간, 혹은 온라인 플랫폼 구글, 애플, 닌텐도, 스팀 간 등)

게임 규제는 물리적 게임과 온라인 게임에 따라 다르다. 몇몇 주의 게임 법령은 물리적 게임장에서 이루어지는 도박 활동에만 제한을 두며, 이러한 규정은 온라인 게임 활동에는 적용되지 않는다고 본다.⁵⁴³⁾ 그러나 주 게임 법령은 PC, 모바일, 콘솔 또는 다양한 온라인 플랫폼 등 온라인 게임 형식에 따라 규정에 차이를 두지는 않는다.

텔랑가나, 안드라프라데시, 타밀나두, 차티스가르, 나갈랜드 등 일부 주는 온라인 게임을 규율할 목적으로 주법을 개정하거나 법률을 새로 제정했다.

- **타밀나두** : 온라인 도박과 온라인 우연 게임을 금지하는 조항을 구체적으로 포함하고 있다⁵⁴⁴⁾. 타밀나두 법은 또한 은행, 금융 기관 또는 결제 게이트웨이 제공자가 온라인 도박 또는 온라인 우연 게임에 대한 지불을 위한 거래에 참여하거나 자금을 승인하는 것을 금지한다. 또한 타밀나두에서 온라인 도박에 참여하거나 온라인 우연 게임을 하도록 직접적 또는 간접적으로 홍보하거나 유도하는 어떠한 매체에서도 광고를 만들거나 만들도록 하는 것을 금지한다.
- **텔랑가나** : 도박장(사이버 공간을 포함하여 도박 도구가 보관되거나 이익을 위해 사용되는 곳) 또는 온라인 도박의 개설 또는 운영을 금지한다. 또한 도박장에서 온라인 게임을 하거나 게임(온라인 게임 포함)을 위해 참석하는 사람들을 처벌한다.
- **차티스가르** : 온라인 도박에 빠지거나 온라인 도박을 만들거나, 돕거나, 부추기는 것을 금지한

543) 구자라트 고등법원은 Amit Nair 대 케랄라 주정부 사건(R/WRIT(PIL))에서, 케랄라 고등법원은 Pauly Vadakka n 대 케랄라 주정부 사건(WP(C). 2096/2021)에서 각각 구자라트 도박방지법 1887과 케랄라 게임법 1960은 온라인 매체에 명시적으로 확장 적용되지 않는다고 판결했다.

544) 2022년 타밀나두 온라인 도박 금지 및 온라인 게임 규제법 제2조

(i) "온라인 도박"은 온라인 도박 또는 베팅을 의미하며, 어떤 방식으로든 돈이나 기타 이해 관계를 위해 온라인 우연 게임을 하는 것을 포함한다.

설명.—이 조항의 목적상, 도박 또는 베팅은 베팅의 수집 또는 유인, 승리 또는 상금의 수령 또는 배포(돈으로 또는 그렇지 않음), 어떤 도박 또는 베팅에 대한 것이거나 도박 또는 베팅 또는 그러한 수집, 유인, 수령 또는 배포를 돕거나 촉진하기 위한 행위를 포함한다.

(i) "온라인 우연 게임"은 다음을 포함한다.

(i) 우연의 요소와 기술의 요소가 모두 포함되어 있으며 우연의 요소가 기술의 요소보다 우세한 것 또는 (ii) 최고의 기술로만 제거할 수 있는 우연의 요소가 포함된 것 또는 (iii) 우연의 요소가 포함되어 있는 것으로 제시되는 게임. 또는 (iv) 카드, 주사위, 바퀴 또는 기타 장치가 포함되어 있으며 임의의 결과 또는 이벤트 생성기에 작동하는 것

다545). 또한 차티스가르 법은 또한 자발적으로 은행 계좌, 모바일 앱 지갑 계좌 또는 기타 계좌를 온라인 도박을 위해 제공하고 이로부터 이익을 얻는 사람들을 처벌하고, 도박 광고를 금지하고 있다.

- **시킵** : 시킵 내에서 인트라넷 게임 단말기를 통해 게임장에서 사람들에게 플레이, 조직 또는 전시되는 온라인 게임과 스포츠 게임만을 규제한다.

2) 하나의 게임을 멀티 플랫폼으로 활용할 경우, 어떠한 플랫폼에 해당하는 규제가 적용되는 것인지 (예: 모바일 게임을 PC로 스트리밍하는 경우 PC, 모바일 게임의 규제 중 어떤 규제를 받게 되는지)

위 1)항 참조

545) 2022년 차티스가르 도박(금지)법 제2조 (3)

"온라인 도박"은 컴퓨터, 컴퓨터 응용 프로그램, 컴퓨터 네트워크, 컴퓨터 시스템 또는 모바일 앱 또는 인터넷 또는 기타 통신 장치, 전자 응용 프로그램, 소프트웨어 또는 이러한 숫자 또는 그림 또는 기호 또는 기호 또는 그림의 가상 플랫폼을 통해 온라인으로 얻거나 온라인으로 얻으려고 시도하거나 온라인으로 연도록 부추기는 어떤 형태의 도박 또는 경쟁 또는 어떤 이름이든 어떤 형태의 도박에 온라인으로 참여하거나 방법을 받아들이는 것을 의미한다.

5. 게임서비스 이용 관련

가. 표준이용약관

1) 게임 서비스와 관련하여 법률, 정부 기관 등에서 제시하는 표준이용약관이 있는지

게임 서비스와 관련하여 법이나 정부에서 제안하는 표준이용 약관은 따로 없다.

그러나 게임 서비스의 일정한 기능에 따라서는 이용약관에 일부 조항을 규정해야 할 수도 있다. 예를 들어 게임 서비스가 전자상거래에 해당하는 경우 전자상거래 규칙(E-Commerce Rules)에 따라 전자상거래 기업은 다음과 같은 정보⁵⁴⁶⁾를 웹사이트에 눈에 잘 보이도록 공개해야 한다.

- 전자상거래 기업의 법적 명칭
- 본사와 모든 지사의 주요 위치 주소
- 웹사이트 명칭과 세부 정보
- 고객 지원 및 민원 처리 담당자의 이메일 주소, 팩스, 유선 전화 및 핸드폰 번호
- 환불, 보증 및 보장 정보
- 결제 방식 및 해당 방식의 보안, 해당 방식에 따른 정기 결제를 취소하는 절차 및 관련 결제 서비스 제공자에 관한 정보.

또한, 전자 상거래 기업은 적절한 민원 처리 체계를 구축해야 하며, 소비자 민원 처리를 담당할 민원 처리 담당자를 임명해야 한다.

전자 상거래 기업의 성격에 따라 약관에 그 외 일정한 항목을 공개할 의무가 발생할 수 있다.

정보기술법 2000(Information Technology Act, 2000) 상의 중개인으로 분류되는 게임 서비스 플랫폼도 있으며,⁵⁴⁷⁾ 다음 두 가지 조건 중 하나 이상을 충족하는 경우 정보기술 규칙이 적용된다.

- 제3자 게임 운영자나 개발자가 제작한 게임을 사용자에게 제공하는 플랫폼인 경우
- 사용자가 서로 대화할 수 있는 채팅 기능을 포함한 플랫폼인 경우

정보기술 규칙에 따라 중개인은 이용약관을 통해 이용자에게 일정한 정보를 공개해야 한다. 중개인은 이용자에게 다음과 같은 정보를 공개하거나 게시하지 않도록 알릴 의무가 있다.⁵⁴⁸⁾ (i)

546) 전자상거래 규칙 제4조 제(2)항.

547) 참조: <https://www.meity.gov.in/writereaddata/files/Information%20Technology%20%28Intermediary%20Guidelines%20and%20Digital%20Media%20Ethics%20Code%29%20Rules%2C%202021%20%28updated%2006.04.2023%29-.pdf>

548) 정보기술 규칙 제3조 제(1)항 제(b)호에 따르면 중개인은 “다음과 같은 정보를 호스팅, 표시, 업로드, 수정, 공개, 전송, 저장, 업데이트 또는 공유해서는 안 된다.”

(i) 타인에게 소유권이 있으며 이용자에게 권리가 없는 것

아동에게 해로운 정보⁵⁴⁹⁾ (ii) 외설적이거나 음란하거나, 아동의 성을 착취하거나, 신체적 사생활을 포함하여 타인의 사생활을 침해하거나, 성별을 이유로 모욕하거나 괴롭히는 정보⁵⁵⁰⁾ (iii) 인종적·민족적 반감을 일으키는 정보⁵⁵¹⁾ (iv) 자금 세탁이나 도박을 조장하는 정보, 또는 이용자에게 해를 끼치는 온라인 게임.⁵⁵²⁾

2) 표준이용약관이 없는 경우 해당 국가의 계약법, 민법 등 법률 상 불공정 약관의 판단 기준이 무엇인지

나. 이용약관 언어 관련

1) 약관에서 제공하는 언어를 현지 언어가 아닌 다른 언어로 제공해도 적법한지

게임 플랫폼이 중개인 요건을 충족되는 경우 정보기술 규칙에 따라 중개인은 규칙과 규정, 개인 정보 처리 방침, 이용약관을 영어 기타 인도 헌법 별표 8⁵⁵³⁾에 명시된 언어 중 사용자의 선호에 따라 제공해야 한다.⁵⁵⁴⁾

-
- (ii) 외설, 음란물, 아동 성 착취물, 타인의 사생활 침해(신체적 사생활 포함), 성별에 따른 모욕 또는 괴롭힘 인종적·민족적·반감 유발 자금세탁 또는 도박 관련 또는 조장, 이용자에게 위해를 끼치는 온라인 게임, 폭력을 선동할 목적으로 종교나 카스트를 원인으로 한 집단 간 적의를 조장하는 것
 - (iii) 아동에게 위해를 끼치는 것
 - (iv) 특허, 상표, 저작권 기타 지적 재산권을 침해하는 것
 - (v) 수신자에게 통신의 출처를 기만하거나 오도하거나, 성격상 현저히 허위, 거짓이거나 오도하거나, 중앙정부 업무와 관련하여 중앙 정부의 사실관계 확인 부처가 허위, 거짓 또는 오도하는 것으로 식별한 사실을 전자정보기술부가 공보에 공지하여 명시한 것
 - (vi) 타인을 사칭하는 것
 - (vii) 인도의 통일성, 온전성, 방어, 보안 또는 주권, 외국과의우호관계, 공공질서를 위협하거나, 법으로 규정한 범죄를 저지르도록 선동하거나, 범죄 수사를 저해하거나, 타국을 모욕하는 것
 - (viii) 소프트웨어 바이러스, 기타 컴퓨터 자원의 기능성을 중단시키거나 파괴하거나, 제약하도록 설계된 컴퓨터 코드, 파일 또는 프로그램을 포함하는 것
 - (ix) 허가된 온라인 게임이라는 확인을 받지 못한 온라인 게임의 성격을 띤 것
 - (x) 미허가 게임 또는 그러한 게임을 제공하는 게임 중개업체를 광고하거나, 대리 광고하거나, 홍보하는 성격을 띤 것
 - (xi) 현재 시행 중인 법률을 위반하는 것

설명.—이 조에서 “이용자 위해” 및 “위해”는 상황에 따라 이용자 또는 아동에게 해로운 영향을 의미한다.

549) 정보기술 규칙 제3조 제(1)항 제(b)호 (iii)목

550) 정보기술 규칙 제3조 제(1)항 제(b)호 (ii)목

551) 정보기술 규칙 제3조 제(1)항 제(b)호 (ii)목

552) 정보기술 규칙 제3조 제(1)항 제(b)호 (ii)목

553) 인도 헌법 별표 8에 인정된 공용어는 22개, 즉 구자라트어, 네팔어, 도그리어, 마니푸르어, 마라티어, 마이틸리어, 말라얄람어, 벵골어, 보도어, 산스크리트어, 산탈리어, 신디어, 아삼어, 오디아어, 우르두어, 카슈미르어, 칸나다어, 콘카니어, 타밀어, 텔루구어, 펀자브어, 힌디어이다.

554) 정보기술 규칙 제3조 제(1)항 제(a)호.

따라서 이 외의 다른 언어로 약관을 제공하는 것은 위법일 수 있다.

전자개인정보보호법 2023(Digital Personal Data Protection Act, 2023, 이하 “개인정보보호법”)에 따르면 개인정보 처리에 대한 동의를 얻을 때 또는 그 이전에 정보주체에게 개인정보 처리 방침을 고지해야 한다.⁵⁵⁵⁾ 또한, 데이터 위탁자는 정보주체에게 개인정보 처리 방침을 영어 또는 인도 헌법 별표 8에 명시된 언어 중 하나로 접근할 수 있는 선택지를 제공해야 한다.⁵⁵⁶⁾ 따라서, 다른 언어로 개인정보 처리 방침을 제공하는 것은 위법일 수 있다.

다. 약관 개정 및 동의

1) 약관을 개정하는 경우 법률, 정부 기관에서 제시하는 사전 고지일 및 동의 획득 여부가 있는지 (이용자에 대한 고지로 동의를 갈음할 수 있는지 여부)

위의 “가”항 질문 응답에서 언급하였듯 게임 서비스는 중개인으로 분류될 수 있다. 정보기술 규칙에 따르면 중개인은 주기적으로(또는 1년에 1회 이상) 이용자에게 규칙 및 규제, 개인정보 처리 방침 또는 이용자 계약, 또는 해당 정책의 모든 변경 사항을 알려야 한다. 이 정보는 사용자의 선택에 따라 영어 또는 인도 헌법 별표 8에 명시된 다른 언어로 제공할 수 있다.⁵⁵⁷⁾

서비스 제공과 관련하여 이용자에게 직접 영향을 미칠 수 있는 중대한 이용약관 변경(예: 가격, 서비스나 법적 조건의 기능/성격 변경)이 있을 경우 이용자에게 통지하고 동의를 받아야 한다. 동의는 다음의 방법으로 받을 수 있다.

사용자에게 이용약관 변경 사실을 알리는 이메일을 발송하고, 변경된 이용약관 링크와 동의를 얻을 수 있는 수단을 제공한다. 사용자는 이 링크를 클릭하여 이용약관을 수락하고, “동의합니다” 버튼을 눌러 동의한다.

로그인 시점에 이용약관 변경 사실 및 주요 변경사항을 알리는 팝업을 띄우고, 변경된 이용약관 링크를 제공한다. 팝업에서 사용자 동의를 얻을 수 있다.

이용약관 변경이 중대하지 않으며 이용자에게 제공되는 서비스에 직접적인 영향을 미치지 않는 경우에도 이용자에게 변경사항을 통지해야 한다. 이용자에게는 다음의 어느 한 가지 방법으로 통지할 수 있다. (i) 이용자에게 이메일 발송 (ii) 로그인 시 표시되는 배너. 이메일 또는 배너(해당되는 바에 따라)는 다음 각 요건을 충족해야 한다. (i) 이용약관 변경 사실을 이용자에게 알린다. (ii) 변경된 이용약관 링크를 제공한다. (iii) 이용자가 로그인하고 서비스를 계속하여 이용하는 행위는 변경된 이용약관에 대한 동의를 구성한다는 것을 명시한다.

555) 개인정보보호법 제5조 제(1)항.

556) 개인정보보호법 제5조 제(3)항.

557) 정보기술 규칙 제3조 제(1)항 제(f)호.

라. 본인인증/ID 생성

1) 인터넷 사업자의 온라인서비스 운영 및 모바일서비스 운영 시 이용자 본인인증 등을 요구하는 법령 혹은 자율규제 등이 있는지

인도 현행법에는 사용자 식별 및 인증에 관한 구체적인 요건을 두고 있지 않다. 그러나 대부분의 게임 자율규제 기구는 실질 화폐 기량 게임 운영자에게 고객 확인 의무를 부과하며, 시장 관행상으로도 실질 화폐 게임 운영자는 고객 확인을 시행하고 있다. 2장에서 논의하였듯 인도 정부는 일정한 게임 콘텐츠에 어린이가 접근하는 문제에 민감하게 대응해왔다. 따라서 최선 관행으로 어린이에게 부적절한 게임 콘텐츠에는 신원 확인과 연령 제한을 두어야 한다.

개인정보보호법 발효 시⁵⁵⁸⁾ 전자 형식의 개인정보를 처리하는 온라인 게임 및 모바일 게임 서비스에 적용될 수 있다.⁵⁵⁹⁾ 개인정보보호법은 다음 각 사항에 적용된다. (i) 인도 영토 내에서의 개인정보 처리⁵⁶⁰⁾ (ii) 인도 영토 내 정보주체에게 제공되는 상품 또는 서비스와 관련된 외국에서의 개인정보 처리.⁵⁶¹⁾

개인정보보호법에 따르면 아동이나 장애인의 개인정보를 처리하려면 부모 또는 법정대리인의 동의를 확인 가능한 형태로 받아야 한다.⁵⁶²⁾ 개인정보보호법은 아직 시행되지 않은 상태이며, 법에 따른 하위 규칙을 중앙정부에서 공포하면 시행된다. 이러한 하위 규칙은 개인정보보호법 준수사항의 방식과 절차를 명시하는 내용으로 이루어진다. 아동의 개인정보 수집에 관한 자세한 내용은 6장“라”항의 응답 참조.

정보보호법은 사용자 식별 의무를 지우는 구체적인 규정을 두고 있지 않다. 그러나 위 내용을 고려할 때, 데이터 관리자(처리 수단과 목적을 결정하는 자)⁵⁶³⁾가 아동의 개인정보를 처리하는 경우 부모로부터 확인 가능한 형태로 동의를 얻을 의무에 앞서 사용자의 연령을 식별해야 한다. 인도 중앙정부가 개인정보보호법 하위 규칙을 공포하면 이 문제는 조금 더 명확해질 것이다.

2) 이용자 본인인증을 선택사항으로 두고 있는 경우, 본인인증 도입/미도입 시 어떤 차이가 있는지

현재 인도에서는 사용자 식별에 관한 구체적인 법적 요건을 두고 있지 않다.

558) 개인정보보호법 제2조 제(t)호는 개인정보란 “해당 정보로 식별 가능한 개인에 관한 모든 정보”라고 정의한다.

559) 개인정보보호법 제3조 제(a)호 (i)목.

560) 개인정보보호법 제3조 제(a)호.

561) 개인정보보호법 제3조 제(b)호.

562) 개인정보보호법 제9조 제(1)항.

563) 개인정보보호법 제2조 제(i)호.

그러나 앞서 언급하였듯 개인정보보호법이 시행되면, 아동의 신원 인증이 확인 가능한 동의를 얻을 의무보다 아마도 우선할 것이다.

마. 미성년자 정의

1) 민법 상 스스로 법률행위를 할 수 있는 연령이 몇 세인지, 또는 청소년 보호법 상 미성년자의 연령의 기준이 어떻게 되는지

미성년자 행위의 법적 효력

미성년자의 계약 체결 연령: 인도 법상 만 18세 미만인 자연인은 미성년자이다.⁵⁶⁴⁾ 인도 계약법에 따르면 만 18세 미만의 자연인은 계약을 체결할 행위능력이 없으므로⁵⁶⁵⁾ 미성년자와 체결한 계약은 애초에 효력이 없다.⁵⁶⁶⁾ 6장“라”항 답변에서 언급하였듯 부모나 법정대리인은 미성년자를 대리하여 계약을 체결할 수 있다.

미성년자 보호 법령상의 연령

인도의 청소년 사법 아동 보호 및 복지법 2015(Juvenile Justice (Care and Protection of Children) Act, 2015)는 다음의 어느 하나에 해당하는 아동 보호를 중심으로 한다. (i) 촉법소년 (ii) 보호와 돌봄이 필요한 아동 (iii) 사회 재통합 또는 재활이 필요한 아동. 이 법에 따르면 아동이란 “만 18세 미만의 자연인”이다.⁵⁶⁷⁾

바. 미성년자 본인인증 및 법정대리인 관련 법률(게임이용 관련)

1) 미성년자가 게임을 이용함에 있어 본인인증 및 법정 대리인의 동의를 받아야 하는지 및 그에 대한 규정 또는 법률이 어떻게 되는지

인도 계약법 1872에 따르면, “적용을 받는 법에 따라 성년에 도달한 사람”은 계약을 체결할 수 있다.⁵⁶⁸⁾ 인도에 거주하는 사람은 만 18세에 성년에 도달한다.⁵⁶⁹⁾ 앞서 언급하였듯 미성년자

564) 성년법 1875(Majority Act, 1875) 제3조.

565) 인도 계약법(ICA) 제11조.

566) Mohori Bibee 대 Dharmodas Ghose, 1903년 SCC 온라인 PC 4.

567) 청소년 사법 아동 보호 및 복지법 2015 제2조 제(12)항. 동법 제15조와 제18조 제(3)항에 따르면 16세 이상의 아동이 중범죄를 저질렀다는 혐의가 있는 경우 성인, 즉 만 18세 이상의 자연인으로서 재판을 진행할 수 있다. 제2조 제(33)항에 따르면 중범죄란 인도 형법 1860(Indian Penal Code, 1860) 기타 법률에 따라 최소 처벌이 7년 이상의 징역형인 범죄를 말한다.

568) 인도 계약법(ICA) 제11조.

569) 인도 성년법 1875 제3조 제(1)항

가 체결한 계약은 체결 당시부터 원천적으로 무효이며, 판례에 따르면 부모나 법정대리인은 미성년자를 대리하여 또는 미성년자를 수혜자로, 또는 필요에 따라 계약을 체결할 수 있다.⁵⁷⁰⁾ [미성년자가 나이를 숨기고 계약을 체결한 경우에도 계약은 무효라는 점에 주의해야 한다.⁵⁷¹⁾] 개인정보보호법에 따르면 위 “라”항 질문에서 언급하였듯 아동의 개인정보를 처리하기 전에 부모 또는 법정대리인의 동의를 확인 가능한 형태로 받아야 한다.⁵⁷²⁾ 이용자의 연령을 사전에 확인하여 인도 계약법에 따른 적법한 계약 당사자, 개인정보법에 따른 적법 계약 당사자를 확인해야 하는 경우도 있다.

사. 미성년자 법정대리인 동의(계약 체결 관련)

1) 미성년자가 계약 체결에 있어 권리를 행사할 때 법정 대리인의 동의 등이 필요한지, 필요하다면 법정 대리인의 동의를 어떻게 획득하는지 및 그에 대한 규정 또는 법률은 어떻게 되는지

미성년자는 계약을 체결할 수 없으며, 미성년자와의 계약은 원천적으로 무효이다. 따라서 유효하고 법적 집행이 가능한 계약을 체결하려면 부모나 법원 지정 후견인이 미성년자를 대리하여 체결해야 한다. 법은 미성년자를 대리한 부모나 후견인의 동의를 얻는 구체적인 절차를 규정하지 않으며, 법정대리인(부모나 법원 지정 후견인)의 일반적인 계약 원칙이 적용된다.

아. 게임물 이용시간 및 결제정보 등 게임물 이용내역 법정대리인에 대한 고지

1) 미성년자 게임물 이용시간, 결제 정보 등의 내역을 법정대리인에게 정기적으로 고지해야 하는 등의 의무 관련 법령 또는 자율규제가 있는지

이용 시간: 미성년자의 게임 이용 시간을 법정대리인에게 통지하도록 요구하는 구체적인 규정이나 자율 규제는 현재 없다.

결제 정보: 아동이 게임 결제를 할 때 법정대리인에게 통지해야 하는 구체적인 요건은 없다. 그러나 은행 및 금융 서비스 부문 규정에 따라 수행한 거래는 결제한 사람에게 통지해야 한다. 인도의 금융 체계와 결제·정산 체계 규제 및 감독 기관인 인도 준비은행⁵⁷³⁾이 제정한 회람 및 지시는 은행, 금융기관, 결제 집결업체 등 규제 대상 업체에 적용된다.

570) Mohori Bibee 대 Dharmodas Ghose, 1903년 SCC 온라인 PC 4.

571) Raghbir Singh 대 Gian Devi, 1962 SCC OnLine Punj 160.

572) 개인정보보호법 제9조 제(1)항.

573) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonperson/English/Scripts/Organisation.aspx#:~:text=Regulatory%20and%20Supervisor%20of%20Payment,in%20payment%20and%20settlement%20system>

인도 준비은행에서 제정한 회람·지시에 따라 이용자가 수행한 거래 관련 사항을 이용자에게 통지해야 한다. 이러한 거래 수단은 직불 또는 신용 카드, 선불 결제 수단 등이며, 반복 거래도 포함된다. 이에 관해서는 8장“다”항 및 “사”항 참조.

위에서 언급한 사용자 통지 규정은 미성년자가 수행한 거래를 부모나 법정대리인에게 통지할 의무를 명시하지는 않는다. 그러나 관련 은행의 내부 정책에 따라서는 미성년자가 수행한 거래 알림이나 통지를 부모나 법정대리인에게 제공할 수 있다.

어떠한 경우이든 법정대리인이나 부모의 직불카드, 신용카드 또는 선불 결제 수단(Prepaid Payment Instruments, PPI)으로 결제를 진행할 경우 부모나 법정대리인인 카드 소지자에게 해당 결제 사실을 통지해야 한다. 나아가 인도 예금은행(RBI)의 기본지침에 따르면 선불 결제 수단 소지자는 수혜자를 등록하고⁵⁷⁴⁾ 수혜자가 선불 결제 수단으로 한 달에 소비할 수 있는 금액에 제한을 둘 수 있다.⁵⁷⁵⁾

미성년자 계좌

미성년자가 예금주인 계좌: 인도 준비은행의 “2014년 5월 6일자 미성년자 명의의 은행 계좌 개설” 고시(“미성년자 계좌 고시”)⁵⁷⁶⁾에 따르면 10세를 초과하는 미성년자는 독자적으로 은행 예금계좌를 개설하고 운영할 수 있다. 그러나 이러한 서비스를 제공하는 은행은 미성년자의 나이와 지출 금액에 제한을 둘 수 있다.⁵⁷⁷⁾ 또한, 은행은 인터넷 뱅킹, 직불 카드 등의 수단을 제공할 수 있지만, 예금계좌 초과 인출 방지 및 잔고 유지를 보장해야 한다.⁵⁷⁸⁾ 미성년자는 성인이 된 후 계좌 잔고를 확인해야 한다.⁵⁷⁹⁾

따라서 미성년자는 운영 은행의 연령 및 지출 금액 조건에 따라 은행 계좌를 운영할 수 있다. 예를 들어, 인도의 한 주요 은행은 미성년자가 법정대리인의 동의 없이 거래할 수 있는 금액을 제한한다. 이를 초과하는 거래 금액은 법정대리인의 동의를 요구하며, 그 절차는 은행이 명시한 바에 따른다.⁵⁸⁰⁾

[개별 은행 정책에 따라 미성년자가 은행, 법정대리인 또는 부모가 설정한 거래 한도 내에서 자율적으로 결제할 수 있는 경우에도 미성년자가 독자적으로 계약을 체결할 수 없다는 법적 입장

574) 참조: https://www.rbi.org.in/Scripts/BS_ViewMasDirections.aspx?id=12156

575) 선불 결제 수단 기본지침 제9.2조 제(f)호.

576) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonperson/english/Scripts/Notification.aspx?Id=1380>

577) 미성년자 계좌 고시 제2조 제(c)호

578) 미성년자 계좌 고시 제3조

579) 미성년자 계좌 고시 제2조 제(c)호

580) <https://www.icicibank.com/personal-banking/accounts/kids-savings-account>

에는 영향이 없다. 따라서 미성년자가 독자적으로 결제할 수 있는 수단이 있더라도 서비스 약관이나 이용 약관에 동의하고 제공 서비스를 이용할 수 있다는 뜻은 아니다.]

[인도 전국 결제공사(National Payments Corporation of India)⁵⁸¹)에서 최근 제정한 2024년 8월 13일자 고시에 따르면 통합 결제 인터페이스(Unified Payments Interface)⁵⁸²) 1차 이용자는 2차 이용자가 1차 사용자의 통합 결제 인터페이스 계정에서 결제를 하도록 전부 또는 부분적으로 승인할 수 있다. 고시에서는 이러한 승인이 부모-미성년자 관계에 적용된다고 명시적으로 언급하지는 않는다.]

위의 내용 외에도, 인도의 부가가치세 법률, 즉 중앙 부가가치세법 2017(Central Goods and Services Tax Act, 2017, 이하 "중앙부가세법")은 서비스 제공자가 결제자에게 서비스 제공 전 또는 후(이 경우 규정한 기간 내에) 세금계산서를 발행해야 한다고 규정한다. ⁵⁸³)이 세금계산서 발행 의무는 통합부가가치세법 2017(Central Goods and Services Tax Act, 2017, 통합부가세법)의 규정에 따라 외국 영토에서 등록된 사람에게도 적용된다.⁵⁸⁴)

자. 이용시간 제한, 기타 미성년자 보호조치

1) 특정 시간 동안 미성년자 또는 법정대리인 등이 지정한 이용자의 게임 이용시간을 제한하는 법률 또는 규정 등이 있는지, 있다면 사업자가 조치해야 하는 사항은 무엇인지

미성년자나 미성년자의 법정 대리인의 게임 이용 시간을 제한하는 구체적인 법률이나 규제는 없다. 그러나 인도 중앙정부가 게임 이용 시간에 제한을 부과하려고 한다는 2024년 5월 보도가 있었던 점은 주의해야 할 것이다.⁵⁸⁵) 이후 이 사안에 관한 후속 정보는 없었다.

2) 그 외 미성년자에게 게임 서비스를 제공하는 경우 미성년자 보호를 위해 사업자가 준수해야 할 사항이 있는지

게임 서비스 콘텐츠 민감성에 관한 내용은 2장에서 확인할 수 있다. 다른 인도 법에 따라 미성년자에 관한 추가적인 요건은 다음과 같다.

581) <https://www.npci.org.in/PDF/npci/upi/circular/2024/UPI-OC-No-201-FY-24-25-Introduction-of-UPI%20Circle%E2%80%93Delegated-Payments-for-secondary-users.pdf>

582) 통합 결제 인터페이스는 이용자가 은행 계좌 간에 실시간으로 돈을 이체할 수단을 제공하는 인도의 결제 체계이다.

583) 중앙부가세법 제31조.

584) 통합부가세법 제20조 (vi)목에서는 중앙부가세법의 세금계산서 발행 조항을 통합부가세법상 대상자에게도 동일하게 적용해야 한다고 명시한다.

585) <https://economictimes.indiatimes.com/tech/technology/govt-eyes-time-spend-curbs-to-tackle-gaming-addiction/articleshow/110505799.cms?from=mdr>

개인정보 보호법: 개인정보보호법에 따르면, 게임 사업자는 정보 관리자로서 (i) 아동의 개인정보를 처리하여 아동의 복지에 해를 끼치는 행위 (ii) 아동을 추적하거나 행동을 모니터링하는 행위 (iii) 아동을 대상으로 추천 광고를 송신하는 행위를 해서는 안 된다.⁵⁸⁶⁾ 정보 관리자가 이러한 규정을 위반하는 경우 2,000,000,000 인도 루비(약 23,900,000 미국 달러) 이하의 벌금에 처한다.

오도하는 광고: 오도하는 광고 지침에 따르면 아동을 대상으로 하거나, 아동에게 추천되거나, 아동이 등장하는 광고는 다음 등의 행위를 해서는 안 된다. (i) 아동에게 상품, 제품, 서비스 구매를 직접 권유하거나, 아동의 부모나 다른 사람이 이와 같이 구매하도록 권유하는 행위⁵⁸⁷⁾ (ii) 아동의 “신체 건강이나 정신적 안녕”에 해로운 관행을 용인하거나 장려하는 행위⁵⁸⁸⁾ (iii) 특정 제품, 서비스 또는 상품을 구매하거나 사용하지 않으면 아동이 조롱을 당하거나, 다른 사람보다 열등하거나, 인기가 덜하거나 소속감이 부족하다고 암시하는 행위.⁵⁸⁹⁾ 또한, 물리적 형태로 판매되는 게임, 즉 콤팩트 디스크나 콘솔로 판매되는 게임의 광고는 “유효한 입증이나 충분한 과학적 구성요소 없이” 제품이 어린이의 지능이나 신체 능력을 향상시키거나 어린이가 특별한 인정을 받을 것이라고 주장해서는 안 된다.⁵⁹⁰⁾

광고 규정: 인도 광고 표준 위원회(ASCI)는 인도 법원의 인정을 받은 광고 자율규제 기구로서, 모든 광고 매체와 관련하여 구속력은 없지만 업계 표준으로 따르는 ASCI 규정⁵⁹¹⁾을 발행한다. ASCI 규정상 아동은 12세 미만인 사람을 말한다.⁵⁹²⁾ ASCI 규정 제3장에 따르면, 아동을 대상으로 하는 광고는 아동에게 신체적, 정신적, 도덕적 위해를 끼치거나 그들의 취약성을 악용할 수 있는 내용(삽화 등)을 포함해서는 안 된다.⁵⁹³⁾ 또한, 광고는 법을 위반하는 내용을 포함해서는 안 되며, 법적 요건인 사항을 생략해서도 안 되고,⁵⁹⁴⁾ 법으로 금지하는 제품이나 서비스 사용을 조장해서도 안 되는 등의 제한사항을 규정한다.⁵⁹⁵⁾

586) 개인정보보호법 제9조.

587) 오도하는 광고 지침 제8조 제(1)항 제(f)호

588) 오도하는 광고 지침 제8조 제(1)항 제(d)호

589) 오도하는 광고 지침 제8조 제(1)항 제(e)호

590) 오도하는 광고 지침 제8조 제(1)항 제(n)호

591) 참조: https://www.ascionline.in/wp-content/uploads/2024/04/Code-Book_Codes_Webready.pdf

592) ASCI에서 발행한 지침은 ASCI 규정에 따라 유선 텔레비전 방송망 규칙 1994 제7조에 따라 유선 텔레비전 서비스에서 송출되는 광고에 대해 구속력이 있다.

593) ASCI 규정 제3장 제3.2조.

594) ASCI 규정 제3장 제3.4조.

595) ASCI 규정 제3장 제3.5조.

차. 전자문서 활용

1) 게임의 이용(회원 가입 및 탈퇴, 약관 동의, 개인정보처리방침 동의 등)과 관련하여 전자문서를 활용하는 경우에 대한 법률 및 규정이 있는지

전자 계약을 인정하는 법

정보기술법은 계약의 표현이 전자 형식이거나 전자 기록으로 이루어졌다는 이유만으로 계약이 집행 불가능하다고 간주해서는 안 된다고 규정하여 전자 형태⁵⁹⁶⁾로 체결한 계약의 효력을 인정하고 있다.⁵⁹⁷⁾ 따라서 위와 같은 전자 문서는 인도 계약법의 일반 원칙을 충족하는 경우 계약으로 규제될 수 있다.

계약의 필수 요소

인도 계약법에 따르면, 합의를 “계약”으로 분류하려면 다음 각 필수 요소를 충족해야 한다. (i) 계약 당사자는 계약을 체결할 행위능력을 갖추어야 한다. (ii) 계약은 각 당사자의 자유로운 동의에 기초해야 한다. (iii) 대가와 목적이 합법적이어야 한다. (iv) 합의가 무효라는 명시적인 선언이 없어야 한다.⁵⁹⁸⁾ 이때 다음 사항을 유의해야 한다.

행위능력: 법적으로 성년(만 18세 이상)이며, 정신이 건강하며, 계약을 체결할 수 있는 자격을 법으로 박탈당하지 않은 사람은 계약을 체결할 행위능력이 있다.⁵⁹⁹⁾

승낙: 계약 당사자는 “자유로운 동의”⁶⁰⁰⁾로 계약을 수락 해야 한다. 인도 계약법(IC)에서는 동의 방식을 규정하지 않았다. 특정 문서(법규정에 따름) 외에는 서명은 계약 체결에 필수 요소는 아니다.

대가: 일방 계약 당사자의 “의향”에 따른 “작위, 부작위 또는 약속”은 계약의 대가로 간주된다.⁶⁰¹⁾

합법성과 유효성: 계약의 목적은 법을 위반해서는 안 된다. 예를 들어 불법행위를 목적으로 하는 계약은 무효이다. 또한, 법률상 명시적으로 무효로 규정된 계약도 이 요건을 충족하지 않는다.⁶⁰²⁾ 위 (ii)목에서 언급하였듯 인도 계약법은 동의 방식을 규정하지 않는다. 동의를 얻는 가장 일반적인 방식은 서명이다. 정보 기술법에 따르면 전자 기록(전자-온라인 계약 포함)은 전자 서명으

596) 정보기술법 제2조 제(r)호 정의 규정상 “전자 형식”이란 “정보와 관련하여 매체, 자기, 광학, 컴퓨터 메모리, 마이크로 필름, 컴퓨터 생성 마이크로피시 기타 유사한 장치에 생성, 전송, 송신, 수신, 저장된 모든 정보”를 말한다.

597) 정보기술법 제2조 제(t)호 정의 규정상 “전자 기록”이란 “전자 형식, 마이크로 필름 또는 컴퓨터 생성된 마이크로 피시로 생성된 기록이나 데이터, 저장, 수신 또는 송신한 영상이나 음원”을 말한다.

598) 인도 계약법 제10조.

599) 인도 계약법(ICA) 제11조.

600) 인도 계약법 제10조.

601) 인도 계약법 제2조 제(d)호.

602) 인도 계약법 제10조.

로 인증할 수 있다. 공인 인증 기관이나 신뢰할 수 있는 제3자⁶⁰³⁾로부터 획득한 전자 서명 인증서, 또는 아다르 전자 서명(Aadhaar E-Sign)⁶⁰⁴⁾을 통해 인증할 수 있다. ⁶⁰⁵⁾양자 모두 정보기술법에서 인정하는 유효한 수단이다. 정보기술법상 이 외에 다른 형태의 전자 서명이 특정하여 인정되거나 유효하지는 않지만, 당사자 간 동의·승낙을 전달하는 수단으로는 사용할 수 있는 점에 주목해야 한다. 이러한 요건을 고려하여 이하 다양한 유형의 전자 계약을 분석하였다.

클릭 체결 계약: 서명이 없어도 되는 전자 계약은 클릭 체결 계약 하단의 “동의합니다” 버튼으로 동의를 받을 수 있다. 따라서 명시적인 동의 의사표현이 이루어지면(행위능력 등 기타 필수 요소가 충족된 경우), 클릭 체결 계약은 유효하고 집행 가능하다.

서핑 체결 계약: 서핑 체결 계약에서는 이용자의 명시적인 동의를 받지 않고, 이용자가 웹사이트·애플리케이션을 이용하는 행위를 통하여 묵시적 동의를 받았다고 본다. 그러나 인도에서는 서핑 체결 계약의 유효성과 집행성에 관한 법리가 부족하므로 클릭 체결 계약 방식으로 명시적이고 자유로운 동의를 얻는 것을 권장한다.

전자상거래 규칙

전자상거래 규칙은 전자상거래 목적으로 “전자 또는 전기 수단이나 플랫폼”을 소유, 운영 또는 관리하는 전자상거래 기업⁶⁰⁶⁾에 적용된다. 전자상거래 규칙에 따르면 전자상거래 기업은 불공정거래행위를 해서는 안 된다. 불공정거래행위는 소비자보호법에서 정의한 개념으로 “상품 판매, 이용 또는 공급이나 서비스 제공을 촉진하기 위해 불공정한 수단 불공정하거나 기만적인 관행을 채택하는 거래 행위”를 말한다.⁶⁰⁷⁾ 정의 조항은 소비자보호법상 불공정거래행위로 판단되는 관행을 나열한다. 이러한 관행은 전자 기록을 통한 진술(구두·서면·시각적 표현)을 포함하여 다음 각 사항 등을 진술하는 것이다. (i) “서비스의 표준, 품질 또는 등급”을 허위로 표시하는

603)정보기술법 정의 규정에 따르면 “전자 서명”이란 “별표 2에 명시된 전자 기술을 이용하여 가입자가 전자 기록을 인증하는 것”을 말하며, 전자 서명을 포함한다. 또한 “전자 기록”이란 “컴퓨터 생성된 마이크로피사로 생성된 기록이나 데이터, 저장, 수신 또는 송신한 영상이나 음원”을 말한다.

정보기술법 제3A조 제(1)항은 다음과 같이 규정한다.

“제3조의 내용에도 불구하고, 제2항의 규정에 따라, 가입자는 다음 각 요건을 충족하는 130705674 전자서명 또는 전자인증 기술로 인증할 수 있다.

(a) 신뢰할 수 있는 것
(b) 별표 2에 명시할 수 있는 것”

604)“아다르 기타 전자 고객 확인 서비스”, 2019년 3월 1일 정보기술법 별표 2에 삽입.

605) 아다르 전자 서명은 온라인 전자 서명 서비스로서, API를 통해 서비스 제공 애플리케이션에 통합하여 사용자가 문서에 전자 서명을 매개한다. 아다르 전자 서명 과정을 이용하여 전자 고객 확인을 통해 이용자를 인증하고 동시에 디지털 서명 인증서를 발급한다. 자세한 내용은 130705682 <http://cca.gov.in/eSign.html> 참조.

606)제3조 제(1)항 제(b)호 정의규정에 따르면 “전자상거래 기업”이란 전자 또는 전기 수단이나 플랫폼”을 소유, 운영 또는 관리하는 자를 말하지만, 시장형 전자상거래 기업에서 자신의 상품이나 서비스를 판매하는 판매자는 제외한다.”

607) 소비자보호법 제2조 제(47)항.

것⁶⁰⁸) (ii) 상품이나 서비스의 필요성 또는 유용성에 관하여 허위이거나 오도하는 것⁶⁰⁹). 따라서 위에서 정의한 전자상거래 기업이 제공하는 서비스와 관련된 전자 문서는 불공정거래행위 제한을 포함한 이들 규정의 적용을 받는다.

정보보호 법령

개인정보 처리 방침 동의는 인도의 정보보호 법령을 준수해야 한다. 인도의 정보보호 법령에 관한 정보는 6장에서 논하였다.

관련 정보보호 법령, 즉 정보기술 합리적인 보안 관행 및 절차와 민감한 개인 데이터 또는 정보 규칙 2011(Information Technology (Reasonable Security Practices and Procedures and Sensitive Personal Data or Information) Rules, 2011, 이하 “민감한 개인정보 규칙”)에 따르면 민감한 개인 데이터 또는 정보(이하 “민감한 개인정보”)를 수집하는 자는 자신이 운영하는 웹사이트에 개인정보 처리 방침을 게시해야 한다. 게시된 개인정보 처리 방침은 다음 각 사항에 관한 상세한 정보를 명시해야 한다. (a) 민감한 개인정보를 수집하는 기관의 관행 및 정책을 명확하고 쉽게 설명한 내용 (b) 수집된 민감한 개인정보의 유형 (c) 민감한 개인정보 수집 목적과 용도 (d) 민감한 개인정보를 수집하는 기관의 민감한 개인정보 공개 (e) 민감한 개인정보를 수집하는 기관이 도입한 합리적인 보안 관행 및 절차.

아직 시행되지는 않았지만 새롭게 제정된 개인정보보호법에 따르면 정보주체의 개인정보 처리 동의를 얻기 전에 또는 동의를 얻은 시점에 정보주체에게 개인정보 통지를 해야 한다.⁶¹⁰ 통지에는 다음 각 내용을 포함해야 한다. (a) 정보를 수집하는 목적 (b) 동의만큼 쉬운 수단으로 철회할 정보주체의 동의 철회권 및 민원 처리 청구권 (c) 개인정보보호법에 따라 설립된 데이터 보호위원회에 정보주체가 민원을 제기하는 방법.⁶¹¹

전자계약 날인:

인도에서 문서 인감 날인/소인 및 인지세 부과 규정한 법률은 인감법 1899(Stamp Act, 1899)이다. 이 중앙 규정을 기본으로 각 주정부는 자체 인감법을 제정하여 각 주에서 적용되는 인지세를 규정한다.⁶¹² 마하라슈트라 인감법 1958(Maharashtra Stamp Act, 1958, 이하 “마하라슈트라 인감법”)⁶¹³을 예시적으로 언급하겠다.⁶¹⁴ 마하라슈트라 인감법에 따르면 법 시행 이후

608) 소비자보호법 제2조 제(47)항 제(i)호 (b)목.

609) 소비자보호법 제2조 제(47)항 제(ii)호 (f)목.

610) 개인정보보호법 제5조.

611) 개인정보보호법 제5조.

612) 마하슈트라 인감법 제3조.

주에서 체결한 모든 증서에 대해 인지세를 납부해야 한다. 여기서 증서란 “문서”를 포함하며, “문서”는 전자 기록을 포함한다. 따라서 마하슈트라 인감법에 따른 “체결”의 정의에 따르면, 증서를 실행하려면 서명을 해야 하며,⁶¹⁵⁾ 여기에는 정보기술법에 따른 당사자 지정도 관여될 수 있다.⁶¹⁶⁾ 또한 정보기술법에 따르면 규정된 방법으로 한 전자 서명은 전자 기록을 인증하는 방법으로 인정된다.⁶¹⁷⁾

다음 각 요건을 충족하는 경우 전자계약서에 적절한 인지세 납부 인감을 날인해야 한다. (i) 위에 언급한 전자 문서가 증서로 인정되는 경우 (ii) 정보기술법에 따라 유효하게 취득한 전자 서명으로 전자 문서를 “체결”할 예정이거나 각 당사자가 증서를 “체결”할 예정인 경우. 그러나 전자 문서를 체결 또는 서명해야 하는 경우 이용자는 “동의합니다” 상자를 클릭하여 전자 문서에 대한 동의를 표시할 수 있다.

613) 마하슈트라 인감법 제2조 제(i)호.

614) 마하슈트라 인감법 제2조 제(i)호 해설.

615) 마하슈트라 인감법 제2조 제(i)호.

616) 정보기술법 제11조: “전자 기록 당사자 — 전자 기록은 다음의 어느 하나에 해당하는 경우 발신자에게 귀속된다.

(a) 작성자가 직접 발신한 경우

(b) 전자 기록 작성자를 대리하여 행위할 권한이 있는 사람이 발신한 경우

(c) 자동으로 작동하도록 작성자가 프로그래밍한 정보 시스템에 의해 발신된 경우”

617) 정보기술법 제2조 제(ta)호: “전자 서명”이란 별표 2에 명시된 전자 수단으로 가입자가 전자 기록을 인증하는 것을 의미하며, 디지털 서명 포함한다”

6. 개인정보의 수집과 동의

먼저 인도의 정보보호 법령이 개정 중임을 주지해야 한다.

개인정보보호법(DPDPA)⁶¹⁸이 2023년 8월 11일에 제정되었으나 아직 발효되지 않았다.⁶¹⁹ 개인정보보호법의 여러 측면을 구현하는 규칙도 아직 발의하지 않은 상태이다. 전자정보기술부 장관이 2024년 8월 발표한 성명에 따르면, 각 하위규칙은 한 달 이내에 공개하여 각계의 의견을 수렴할 예정이다.⁶²⁰

개인정보보호법이 발효되는 시점까지 개인정보 처리는 정보기술법 및 이에 따라 발행된 민감한 개인정보 규칙(이하 “현행 데이터 법”)에 따른다. 민감한 개인정보 규칙은 민감한 개인 데이터 또는 정보를 수집하고 처리하는 인도 내⁶²¹ 법인⁶²²의 준수사항을 규정한다.

정보기술법은 역외 적용되며, 기술적 연관성 요건이 충족되는 경우⁶²³ 인도가 아닌 외국에서 발생한 위반행위에도 적용된다.⁶²⁴ 이는 위반행위나 범죄행위와 관련된 행위나 거동이 인도에 위치한 컴퓨터,⁶²⁵ 컴퓨터 시스템,⁶²⁶ 또는 컴퓨터 네트워크⁶²⁷와 연관되어야 한다는 요건을 가리킨다.

618) 참조: <https://www.meity.gov.in/writereaddata/files/Digital%20Personal%20Data%20Protection%20Act%202023.pdf>

619) 개인정보보호법은 2023년 8월 7일 인도 의회 하원(로크 사바), 2023년 8월 9일 인도 의회 상원(라지야 사바)에서 가결되었다. 2023년 8월 11일 대통령의 동의를 받아 법으로 제정되었다.

620) 참조: <https://www.thehindu.com/news/national/rules-for-data-protection-act-within-one-month-vaishnav/article68543611.ece>

621) 현행 데이터법은 인도에 위치한 법인이 민감한 개인정보를 수집, 저장, 처리, 공개 또는 이전하는 경우 동의를 받고, 수집 사실을 통지 하며, 개인정보 처리 방침을 채택하고, 민원 처리 담당자를 임명하고, 정보와 관련하여 합리적인 보안 절차 및 관행을 채택하는 등의 준수 사항을 명시한다.

622) 정보기술법 제43-A조 해설 (i) - “법인”이란 상업 모든 회사로서 기업, 개인사업자, 또는 상업적·전문적 활동에 종사하는 개인 간의 결사를 포함한다.

623) 정보기술법 제75조.

624) 정보기술법 제1조 제(2)항.

625) 정보기술법 제2조 제(i)호 정의규정에 따르면 “컴퓨터”란 “전자 자기 또는 광학 신호를 조작하여 논리, 산술, 및 메모리 기능을 수행하는 전자, 자기, 광학 기타 고속 데이터 처리 장치나 시스템으로서, 컴퓨터 시스템 또는 컴퓨터 네트워크에 연결되거나 연관된 모든 저장, 컴퓨터 소프트웨어 또는 통신 시설을 포함한다.”

626) 정보기술법 제2조 제(i)호 정의규정에 따르면 “컴퓨터 시스템”이란 이란 “프로그래밍이나 외부 파일과 함께 사용이 되지 않는 계산기를 제외한 입출력 지원 장치를 포함한 장치 또는 장치 집합으로서, 컴퓨터 프로그램, 전자 지시, 입력 데이터 및 출력 데이터를 포함하며, 논리연산, 산술연산, 데이터 저장 및 회수, 통신제어 기타 기능을 수행하는 것”을 말한다.

627) 정보기술법 제2조 제(j)호 정의규정에 따르면 “컴퓨터 네트워크”란 “컴퓨터, 컴퓨터 시스템 또는 통신 장치의 다음 각 목의 수단으로 상호 연결한 것을 말한다.

(i) 위성, 극초단파, 지상선, 유선, 무선 기타 통신 매체

(ii) 상호연결을 지속적으로 유지하는지 불문하고 단말기 또는 둘 이상의 컴퓨터나 통신 장치로 구성된 복합체”

이에 따라 정보기술법상 법인이 합리적인 보안 관행과 절차를 실행하고 유지하지 못한 과실로 인해 피해자에게 부당한 손실·이익을 초래한 경우 법인은 피해자에게 손해 배상 책임을 진다. 여기서 과실이란 법인이 소유, 관리 또는 운영하는 컴퓨터 자원에서 보유, 취급 또는 처리하는 민감한 개인정보와 관련된 것을 말한다.⁶²⁸⁾ 배상 금액은 다음 각 사항을 근거로 부처에서 정한다. (i) 위반으로 인해 얻은 부당이득 금액(측정 가능한 경우) (ii) 초래된 손실 금액 (iii) 위반의 반복성.⁶²⁹⁾ 이와 별도로, 개인정보(민감한 개인정보 포함) 무단 공개로 인해 법적 계약에 따라 보호된 개인정보의 부당한 손실 또는 부당이득이 발생한 경우 정보기술법에 따라 3년 이하의 징역형 또는 500,000 인도 루피(약 5,900 미국 달러)이하의 벌금, 또는 양자 모두에 처한다.⁶³⁰⁾

가. 개인정보보호법 적용 대상

1) 자국 내 사업장이 없는 해외사업자에게 해당 국가의 개인정보보호법률이 적용되는지

현행 데이터법: 민감한 개인정보 규칙의 주요 조항은 인도에 위치한 법인⁶³¹⁾ 또는 개인에게만 적용된다.⁶³²⁾

인도가 아닌 외국에 위치한 단체는 민감한 개인정보 규칙을 준수할 의무를 지지 않는다. 그러나 정보기술법의 별칙이 적용될 수 있다. 따라서 인도와의 기술적 연관성 요건이 충족되는 경우, 예를 들어 외국 주체가 개인정보를 인도 내의 서버, 클라우드 또는 데이터 센터에 수집하고 저장하며, 그러한 데이터가 무단으로 부당하게 공개되거나 민감한 개인정보에 대한 합리적인 보안 관행이나 절차가 시행되지 않은 경우, 처벌이 부과될 수 있다. 이와 같이 해외 사업자는 제한적인 상황에서 책임을 지게 될 수 있는 점에 유의해야 한다. 또한, 위에서 논의한 것과 같은 기술 연관성 요건 이 충족되는 한, 인도 국내 사업장이 없는 해외 사업자에게도 처벌을 부과할 수 있다. 개인정보보호법은 인도 영토 내에서 정보주체(인도 법률에서는 데이터 주체라고 함)에게 제공되는 상품이나 서비스와 관련된 데이터 처리 활동을 수행하는 외국 기업에도 적용된다.⁶³³⁾ 따라서 해외 사업자가 인도 사용자 데이터를 인도가 아닌 외국 영토에서 처리하고 인도 정보주체를 대상으로 하는 경우 개인정보보호법이 적용된다.

628) 정보기술법 제43-A조.

629) 정보기술법 제47조.

630) 정보기술법 제72A조.

631) 정보기술법 제43-A조 해설 (i) - “법인”이란 상업 모든 회사로서 기업, 개인사업자, 또는 상업적·전문적 활동에 종사하는 개인 간의 결사를 포함한다.

632) 이 점은 2011년 8월 24일자 보도 자료에서 명확히 하고 있다. (https://www.meity.gov.in/writereaddata/files/PressNote_25811.pdf)

633) 개인정보보호법 제3조 제(a)호 및 제(b)호.

나. 해외 사업자의 국내 대리인 지정

1) 해외사업자의 경우 국내 대리인을 지정해야 하는지, 지정해야 한다면 그 사실을 관계 당국에 보고해야 하는 의무가 있는지. 개인정보처리방침에 공개만 해 두어도 되는지

현행 데이터 법상 해외 기관은 인도 내에 국내 대리인을 임명할 의무가 없다.

또한 개인정보보호법에 따르면 인도 내에 국내 대리인인 정보보호 담당자를 임명할 의무를 지는 것은 인도 중앙정부가 주요 데이터 관리자(Significant Data Fiduciary)⁶³⁴로 지정한 일정한 데이터 관리자(데이터 처리자와 유사)뿐이다.⁶³⁵ 정보보호 담당자는 (i) 주요 데이터 관리자의 이사회 또는 유사한 경영진에 책임을 지며,⁶³⁶ (ii) 개인정보보호법 조항에 따라 설립해야 하는 민원 해결 체계의 연락 담당자 역할을 한다.⁶³⁷

데이터 관리자는 다음 기준에 따라 주요 데이터 관리자로 지정된다 (a) 처리되는 개인 데이터의 양과 민감도 (b) 데이터 주체의 권리에 대한 위협의 정도 (c) 인도의 주권과 온전성에 영향을 미칠 가능성 (d) 선거민주주의에 대한 위협 (e) 국가 안보 (f) 공공 질서. 주요 데이터 관리자로 지정되어 고시될 수 있는 기관의 종류나 성격에 관한 명확한 정보는 현재 없다. 개인정보보호법 하위규칙을 기다리는 상황이므로, 이들 규칙이 제정되면 명확해질 것이다. ⁶³⁸

다. 개인정보 수집 방법(동의, 고지 등)

1) 개인정보를 적법하게 수집(처리)하기 위한 방법(근거)은 어떠한 것들이 있는지 (동의, 고지, 정보주체와의 계약 처리 및 이행을 위한 경우 등)

현행 데이터법

민감한 개인정보 규칙은 특수한 범주의 개인정보인 민감한 개인정보 수집과 처리에만 적용된다.⁶³⁹

634) 개인정보보호법 제10조 제1항; 개인정보보호법에 따라 인도 중앙정부는 “데이터 관리자 또는 데이터 관리자 범주를 주요 데이터 관리자로 지정하여 고시”할 수 있는 권한이 있다. 이러한 지정은 중앙정부가 결정한 요소 평가를 기반으로 할 수 있으며, 이는 다음 각 요소 등을 포함한다. (i) “처리되는 개인정보의 양과 민감도” (ii) “데이터 주체의 권리에 대한 위협의 정도” (iii) “인도의 주권과 온전성에 영향을 미칠 가능성” (iv) “선거 민주주의에 대한 위협” (v) “국가 안보” (vi) “공공질서”

635) 개인정보보호법 제10조 제2항 제(a)호 (ii)목과 함께 해석하는 제10조 제2항 제(a)호 (ii)목.

636) 개인정보보호법 제10조 제2항 제(a)호 (iii)목.

637) 개인정보보호법 제10조 제2항 제(a)호 (iv)목.

638) 개인정보보호법 제10조.

639) 이 점은 2011년 8월 24일자 보도 자료에서 명확히 하고 있다. (https://www.meity.gov.in/writereaddata/files/PressNote_25811.pdf)

민감한 개인정보를 수집하는 합법적 근거는 정보주체로부터 서면, 팩스 또는 이메일로 받은 동의서⁶⁴⁰⁾뿐이다. 정보를 수집하는 법인(body corporate)은 정보주체에게 정보 수집 사실, 수집 목적, 정보의 예정 수신자 등을 알리도록 합리적인 조치를 취해야 한다.⁶⁴¹⁾ 또한, 민감한 개인정보를 수집하거나 처리하는 법인은 웹사이트에 개인정보 처리 방침을 게시해야 한다.⁶⁴²⁾

개인정보보호법

개인정보보호법에 따른 개인정보처리(수집 포함)⁶⁴³⁾의 법적 근거는 다음의 어느 하나이다.

(i) 정보주체에게 받은 동의 (ii) 합법적 용도.⁶⁴⁴⁾

또한 개인정보보호법상의 대부분의 준수사항이 면제되는 상황에서 데이터를 처리할 수 있는 일정한 예외조항도 있다. 그러나 면제 대상이 되는 이와 같은 목적은 정부 기관, 연구 목적 등에 의한 개인 정보 수집 및 처리가 대부분이다.

동의 기반 처리

유효한 동의: 정보주체로부터 자유롭고, 구체적이며, 통지에 근거한 무조건적이고 분명한 동의를 받아야 하며, 이는 명확한 긍정적 행동을 통해 이루어져야 한다. 동의는 개인정보를 지정된 목적으로 처리한다는 것으로서 해당 목적으로 한정된다.⁶⁴⁵⁾

통지: 정보주체의 동의를 얻기 전 또는 동의를 얻는 시점에 정보주체에게 통지해야 한다.⁶⁴⁶⁾ 통지를 통하여 정보주체에게 다음 각 사항을 알려야 한다. (a) 데이터 수집 목적 (b) 동의만큼 쉬운 수단으로 철회할 정보주체의 동의 철회권 및 민원 처리 청구권 (c) 개인정보보호법에 따라 설립된 데이터 보호위원회에 정보주체가 민원을 제기하는 방법.⁶⁴⁷⁾

합법적 용도

두 번째 처리 근거는 합법적 용도로서, 이 요건을 갖추었을 경우 정보주체의 명시적 동의 없이 개인정보를 수집할 수 있다.⁶⁴⁸⁾ 해당 조항은 합법적 용도로 분류해야 하는 다음 등의 근거를

640) 민감한 개인정보 규칙 제5조.

641) 민감한 개인정보 규칙 제5조 제(3)항.

642) 민감한 개인정보 규칙 제4조.

643) 전자 개인정보, 즉 개인을 식별하는 데 사용될 수 있거나 개인과 관련된 전자 형태의 모든 정보를 처리하는 경우에는 개인정보보호법이 적용된다.

644) 개인정보보호법 제4조.

645) 개인정보보호법 제6조 제(1)항.

646) 개인정보보호법 제5조 제(1)항.

647) 개인정보보호법 제5조 제(1)항.

648) 개인정보보호법 제7조 제(a)호.

나열하고 있다. (i) 정보주체가 특정 목적을 달성하기 위해 데이터 관리자에게 자발적으로 개인 정보를 제공하고, 개인정보 공유에 반대하는 의사표시가 없었던 경우⁶⁴⁹⁾ (ii) 당시의 현행 법령에 따른 기능을 수행하기 위하여 국가 또는 그 기관이 개인정보를 수집하는 경우⁶⁵⁰⁾ (iii) 고용 목적이나 고용주를 손실 또는 책임으로부터 보호하기 위해 개인정보를 수집하는 경우.⁶⁵¹⁾ 이번 조사의 목적상, 합법적 용도 중에는 정보주체와 데이터 관리자 간에 체결된 계약 언급은 없다는 점에 유의해야 한다.

라. 아동의 개인정보 수집

1) 한국의 경우처럼 아동(한국의 경우 만 14세 미만)의 개인정보를 수집·이용·제공하려면, 법정대리인의 동의를 받아야 하는 규제가 존재하는지. 혹 동의가 불필요한 경우, 어떠한 방법을 적법 처리 근거로 활용할 수 있는지

현행 데이터법: 인도 계약법에 따르면 18세 미만의 미성년자가 체결한 계약은 법적으로 무효이며 집행 불가능하다.⁶⁵²⁾ 따라서, 인도 현행 법에 따르면 미성년자는 계약을 체결하거나 동의를 할 능력이 없다. 따라서 기본 후견인⁶⁵³⁾ 또는 후견인⁶⁵⁴⁾이 자녀를 대신하여 계약을 체결하고 동의를 하게 된다.⁶⁵⁵⁾

개인정보 보호법: 개인정보보호법에 따르면 데이터 관리자는 아동의 부모나 법정대리인의 확인 가능한 동의를 받아야 아동의 개인정보를 처리할 수 있다.⁶⁵⁶⁾ 확인 가능한 동의를 얻는 형식과 방법은 규칙에서 규정하게 되어 있으며 이러한 규칙은 아직 공개된 것이 없다.

개인정보보호법은 아동의 복지에 해로운 영향을 미칠 가능성이 있는 개인정보 처리, 아동 추적이나 행동 모니터링 및 아동을 대상으로 하는 추천 광고를 금지한다. ⁶⁵⁷⁾정부는 일정한 범주의

649) 개인정보보호법 제7조 제(a)호.

650) 개인정보보호법 제7조 제(c)호.

651) 개인정보보호법 제7조 제(i)호.

652) 인도 계약법(ICA) 제11조.

653) 아동의 기본 후견인은 아동에게 적용되는 속인법에 따라 결정된다. 예를 들어 힌두교 소수자 및 후견법 1956(Hindu Minority and Guardianship Act, 1956)에 따르면 미성년 남성 아동과 미성년 미혼 여성 아동의 기본 후견인은 아버지이다.

654)보호자 및 후견인법 1890(Guardians and Wards Act, 1890)에 따르면 법원 명령이나 아동의 기본 후견인 또는 이전 후견인의 유언 기타 문서에 근거하여 아동의 후견인을 임명할 수 있다.

655) Mathai Mathai v Joseph Mary, (2015) 5 SCC 622.

656) 개인정보보호법 제9조 제(1)항.

데이터 관리자에게 다음 각 준수 사항을 면제해줄 수 있다. (i) 아동을 대상으로 하는 추적, 행동 모니터링 또는 추천 광고 제한 (ii) 아동의 개인정보 처리 목적으로 확인 가능한 동의를 받아야 하는 의무.⁶⁵⁸⁾ 또한, 데이터 관리자가 아동의 개인정보를 처리를 확인 가능한 안전한 방식으로 수행하도록 보장한 사실을 정부가 확인한 경우, 특정 연령 이상의 아동에 대한 이러한 준수사항도 면제할 수 있다.⁶⁵⁹⁾

2) 법정대리인의 동의를 받아야 한다면, 그 방법이 구체적으로 규정되어 있는지

(이메일 인증, 전자서명, 서면 동의, 전화 동의 등)

현행 데이터법: 현행 데이터 법령은 동의 획득 방법이나 방식을 명시하지 않는다. 그러나 위에서 논했듯 유효하게 계약을 체결하고 동의를 얻는 것과 관련된 일반 원칙은 적용될 것이다.

개인정보보호법: 개인정보보호법은 부모 또는 법정 후견인에게 확인 가능한 동의를 얻어야 한다고 규정하지만, 동의를 얻는 방식은 하위 규칙에 따르며 이러한 규칙은 아직 고시된 것이 없다.

3) 개인정보보호법 상 아동의 연령은 어떻게 되는지

인도 법상 만 18세 미만의 자연인은 아동이라고 본다.⁶⁶⁰⁾

4) 사업자는 아동의 개인정보 관련 권리를 어떻게 보장해야 하는지

(법정 대리인이 권리행사를 대신 할 수 있는지 여부 등)

현행 데이터법: 앞서 언급하였듯 미성년자와의 계약에는 일반 계약 원칙이 적용된다. 인도 계약 법에 따르면 미성년자가 체결한 계약은 원칙적으로 무효⁶⁶¹⁾이다. 그러나 인도 법원은 일정한 상황에서는 미성년자의 후견인이 미성년자를 대리하거나, 미성년자를 수혜자로 하거나 필요에 의해 계약을 체결할 수 있다고 인정했다. 미성년자가 성년이 된 후 후견인이나 행위능력 대리인을 통해,⁶⁶²⁾ 또는 스스로 그러한 계약의 이행을 요구할 수 있다는 인도 법원 판결례도 있다. 따라서 사업자는 후견인의 동의에 기대어 각 당사자의 권리를 규정하는 계약을 체결할 수 있다.

657) 개인정보보호법 제9조.

658) 개인정보보호법 제9조 제(4)항.

659) 개인정보보호법 제9조 제(5)항.

660) 인도 계약법 제11조, 성년법 1875 제3조. 개인정보보호법 제2조 제(f)호 역시 참조.

661) 인도 계약법(ICA) 제11조.

662) 민사소송법 1908(Code of Civil Procedure, 1908) 제32조 제(4)항에 따르면 미성년자는 행위능력 대리인이나 후견인을 통해 법원에 소송을 제기할 수 있다. The Great American Insurance Co. Ltd 대 Madanlal Sonul al, 1935 SCC OnLine Bom 14.

그러나 아동의 이익을 위한 계약이나 법적 요건을 충족하기 위한 계약만 효력이 인정된다. 개인정보 보호법: 앞서 언급하였듯 사업자는 아동의 부모 또는 법정 후견인의 확인 가능한 동의를 받아야 아동의 개인정보를 처리할 수 있다.⁶⁶³⁾

5) 해당 법률을 위반했을 때 벌칙 조항은 어떻게 구성되어 있는지

현행 데이터법: 인도 계약법상 미성년자와 체결된 계약은 무효이며 집행할 수 없다⁶⁶⁴⁾. 따라서 동의는 인정되지 않으며, 이는 민감한 개인정보 규칙의 목적상 무단으로 데이터를 수집하고 처리하는 것으로 본다. 중개인, 회사 또는 법인이 이를 위반할 경우 정보기술법에 따라 1 락 인도 루피(약 1,197 미국 달러) 이하의 벌금에 처하며, 피해자에게 10 락 인도 루피(약 11,970 미국 달러)의 보상을 제공하도록 규정한다.⁶⁶⁵⁾

개인정보보호법: 아동의 개인정보를 확인 가능한 동의⁶⁶⁶⁾ 없이 처리하거나, 데이터 관리자가 다음의 어느 하나에 해당하는 방식으로 아동의 개인정보를 처리할 경우 개인정보보호법에 따라 200억 인도 루피(약 240,000,000 미국 달러)⁶⁶⁷⁾ 이하의 벌금에 처한다. (i) 아동의 복지에 해를 끼치는 방식으로 처리⁶⁶⁸⁾ (ii) 아동 추적 또는 행동 모니터링을 수행⁶⁶⁹⁾ (iii) 아동을 대상으로 추천 광고를 송신. 추적 또는 행동 모니터링, 맞춤형 광고 송신 목적으로 아동의 개인정보를 처리하지 못하게 하는 금지사항에는 개인정보보호법에 따라 제정되는 하위규칙에 예외가 규정될 수 있다.⁶⁷⁰⁾ 개인정보보호법에 따라 구성될 예정인 데이터 보호위원회는 위반의 성격, 중대성, 지속 기간, 개인정보의 유형 및 성격, 반복적 위반 여부 등 여러 요인을 고려하여 벌금 액수를 결정한다.⁶⁷¹⁾ 금전적 벌금이 2회 이상 부과된 경우 데이터 관리자의 웹사이트를 차단하는 조치도 취할 수 있다.⁶⁷²⁾

마. 개인정보 제3자 제공 방법(동의, 고지 등)

1) 개인정보를 제3자에게 적법하게 제공하기 위한 방법(근거)은 어떠한 것들이 있는지 (동의, 고

663) 개인정보보호법 제9조 제(1)항.

664) 인도 계약법(ICA) 제11조.

665) 정보기술법 제45조.

666) 개인정보보호법 제9조 제(1)항.

667) 개인정보보호법 별표 3번 항목.

668) 개인정보보호법 제9조 제(2)항.

669) 개인정보보호법 제9조 제(3)항.

670) 개인정보보호법 제9조 제(3)항.

671) 개인정보보호법 제33조 제(2)항.

672) 개인정보보호법 제37조.

지, 정보주체와의 계약 처리 및 이행을 위한 경우 등)

현행 데이터법: 민감한 개인정보를 이전하려면 정보주체의 동의를 받아야 한다. 동의는 민감한 개인정보 수집 당시(예: 개인정보 처리 방침따라) 또는 수집 이후(예: 이전 동의서를 통해) 받을 수 있다.⁶⁷³⁾

법적 의무를 준수하기 위해 필요한 경우,⁶⁷⁴⁾ 예를 들어 범죄 수사 또는 기소를 목적으로 하는 정부 기관의 요청에 의하는 상황에는 동의 없이도 정보 공개가 허용된다.⁶⁷⁵⁾ 해당 법인으로부터 이러한 민감한 개인정보를 이전받은 제3자는 이를 추가로 공개해서는 안 된다.⁶⁷⁶⁾

개인정보보호법: 위에서 명시된 수집 기준과 동일한 법적 근거에 따라 개인정보를 이전할 수 있다.

바. 개인정보 처리 위탁(동의, 고지, 수탁업체 계약방법)

1) 개인정보 처리를 외부 업체에게 위탁하려는 경우 정보주체의 동의를 얻어야 하는지

현행 데이터법: 일반 개인정보 이전에는 민감한 개인정보 규칙이 적용되지 않는다. 민감한 개인정보 규칙은 특수한 개인정보인 민감한 개인정보만을 규제하기 때문이다. 민감한 개인정보를 외부 회사로 이전하여 위탁하려면 정보주체의 동의⁶⁷⁷⁾를 받아야 한다. 앞서 언급하였듯 이러한 동의는 민감한 개인정보 수집 시점(예: 개인정보 보호정책) 또는 수집 이후(예: 이전 동의서)에 받을 수 있다.⁶⁷⁸⁾

개인정보보호법: 위에서 언급하였듯 개인정보 이전을 수반하는 위탁은 동의를 포함하여 위에서 명시한 근거에 따라 할 수 있다.

그러나 외부 회사에서 개인정보를 처리하는 경우에도 데이터 제공자인 데이터 관리자는 개인정보보호법과 동법에 따른 하위규칙을 준수해야 한다.⁶⁷⁹⁾ 외부 회사가 개인정보 처리의 목적과 수단을 결정하는 경우⁶⁸⁰⁾ 데이터 관리자(data fiduciary) 또는 공동 데이터 관리자(joint data fiduciary)로 분류될 가능성이 높다.

중앙정부는 개인정보 이전이 제한되는 국가 또는 영토를 고지할 수 있다.⁶⁸¹⁾ 외부 기업이 이렇게 제한 고지된 국가나 영토에 위치한 경우 동의를 얻었다 하더라도 개인정보를 이전해서는 안

673) 민감한 개인정보 규칙 제7조.

674) 민감한 개인정보 규칙 제6조.

675) 민감한 개인정보 규칙 제6조 제(1)항.

676) 민감한 개인정보 규칙 제6조 제(4)항.

677) 개인정보보호 규칙 제7조.

678) 개인정보보호 규칙 제7조.

679) 개인정보보호법 제8조 제(1)항.

680) 개인정보보호법 제2조 제(i)호에 따른 데이터 관리자 정의.

681) 개인정보보호법 제16조.

된다. 이와 같이 제한 국가를 고지한 예는 현재 없다.

더불어 개인정보보호법에 따라 다음의 어느 하나에 해당하는 모든 법은 개인정보법에 우선한다.

(i) 더 높은 수준의 개인정보 보호를 규정한 법 (ii) 인도 외부로 개인정보를 이전하는 것을 제한하는 법.⁶⁸²⁾ 따라서 데이터 현지화를 규정하는 부문별 법률이 개인정보보호법보다 우선하며, 이러한 데이터는 인도가 아닌 외국 영토에 본부를 둔 외부 회사에 위탁할 수 없다. 부문별 데이터 현지화에 관한 자세한 답변은 6장“자”항 참조.

2) 동의를 얻지 않아도 된다면, 그 적법성을 어떻게 확보할 수 있는지

(정보주체에게 고지, 개인정보처리방침 공개 등)

현행 데이터법: 앞서 언급하였듯 민감한 개인정보를 이전하려면 정보주체의 동의를 받아야 한다. 이러한 동의는 민감한 개인정보 수집 당시(예: 개인정보 처리 방침에 따라) 또는 수집 이후(예: 이전 동의서 등을 통해) 받을 수 있다. 또한, 정보주체로부터 동의를 얻을 때, 법인(즉, 민감한 개인정보 이전자)는 정보주체에게 다음 각 사항을 알리도록 합리적인 조치를 취해야 한다.

(i) 민감한 개인정보의 예정 수신자⁶⁸³⁾ (ii) 민감한 개인정보를 보유할 기관의 명칭과 주소.⁶⁸⁴⁾ 개인정보보호법: 동의를 근거로 처리하는 경우 개인정보 이전은 정보주체가 동의한 목적에 따라 이루어져야 한다.

반면 합법적 용도를 근거로 개인정보를 처리하는 경우 합법적 용도와 관련하여 개인정보를 이전한다는 소명 문서를 갖추어야 한다. 예를 들어, 합법적 용도의 하나인 고용 목적은 영업비밀 유지, 기밀 정보, 지식재산 등을 포함한다. 이에 고용의 성격을 증명하고 해당 정보를 기밀이라고 식별하는 유효한 문서 증거를 갖추어야 한다.

3) 개인정보 처리를 위탁받아 수행하는 자(수탁업체)와 체결해야 하는 문서가 있는지 (한국의 경우 개인정보보호법 제26조에 따라 문서로 업무를 위탁하여야 함)

현행 데이터법: 민감한 개인정보가 합법적인 계약에 따라 외주 수탁자에게 이전되는 경우, 체결 원칙에 따라 체결한 계약만 인정된다. 민감한 개인정보 이전의 근거는 정보주체의 동의이므로 이러한 동의를 기록한 계약 체결 기록이 있어야 한다.

개인정보보호법: 질문한 대로 데이터 관리자와 데이터 처리자, 즉 외주 수탁자 간에 유효한 계약을 체결해야 한다.⁶⁸⁵⁾ 계약에 관한 명확한 세부 규정은 규칙 제정을 기다려야 할 것이다.

682) 개인정보보호법 제16조 제(2)항.

683) 민감한 개인정보 규칙 제5조 제(3)항 제(c)호.

684) 민감한 개인정보 규칙 제5조 제(3)항 제(d)호 (ii)목.

4) 위탁업체가 수탁업체를 관리감독할 의무가 있는지. 있다면, 그 관리감독 방법은 무엇인지

현행 데이터법: 외주 위탁 업체가 외주 수탁 업체를 관리하거나 감독할 의무는 없다. 그러나 민감한 개인정보 규칙상 데이터 처리자가 민감한 개인정보를 공개하거나 추가로 공개하는 것은 금지된다.⁶⁸⁶⁾ 데이터 처리자가 인도가 아닌 외국에 위치한 경우, 민감한 개인정보 규칙⁶⁸⁷⁾에서 제공하는 것과 같은 수준의 데이터 보호를 보장해야 한다. 이를 이행하는 데 필요한 한도 내에서 계약상의 감독을 해야 한다.

개인정보보호법: 데이터 관리자(외주 위탁 업체)와 데이터 처리자(외주 수탁 업체) 간의 관계에서 데이터 관리자는 데이터 처리에 관한 개인정보보호법에 따른 준수사항을 담당한다. 이는 데이터 관리자와 데이터 처리자 간에 이와 충돌하는 내용의 합의를 했더라도 마찬가지이다.⁶⁸⁸⁾ 구체적으로, 데이터 관리자는 다음 각 의무를 부담한다. (i) 데이터 처리자가 개인정보 침해를 방지하기 위해 합리적인 보안 조치를 채택하도록 보장한다. (ii) 개인정보 처리 동의를 철회한 사람의 개인정보⁶⁸⁹⁾나 개인정보 수집 목적이 달성되었다고 합리적으로 판단되는 개인정보를 삭제하도록 요청한다.⁶⁹⁰⁾

5) 개인정보 수탁업체가 개인정보 관련 사고를 발생시킬 경우 그 책임은 누가 지는지 (수탁업체가 온전히 그 책임을 지는지 또는 위탁업체가 그 책임을 지는지)

현행 데이터법: 민감한 개인정보 규칙에 따르면 법인과 수탁 처리자는 각자 독자적으로 합리적인 보안 기준을 시행하고 관련 정책을 문서로 기록할 책임을 진다.⁶⁹¹⁾ 민감한 개인정보와 관련하여 정보 보안 침해가 발생한 경우, 정부의 관련 기관은 침해가 발생한 단체가 보안 관리 조치를 정보 보안 계획과 정보 보안 정책에 기록하여 시행한 사실을 증명하도록 요구할 수 있다. 또한, 6장“가”항 질문 답변에서 언급하였듯 조직(법인 또는 수탁 처리자)은 합리적인 보안 관행과 절차를 구축하고 유지하는 것과 관련된 과실로 인해 타인에게 부당한 손실·이득이 발생한 경우 배상할 의무가 있다.⁶⁹²⁾ 배상금의 액수는 제47조에 명시된 요소들에 따라 계산된다(위반으로 인해 발생한 부당이득 금액, 손실 금액, 위반의 반복성 등).

685) 개인정보보호법 제8조 제(2)항.

686) 민감한 개인정보 규칙 제6조 제(3)항 및 제(4)항.

687) 민감한 개인정보 규칙 제7조.

688) 개인정보보호법 제8조 제(1)항.

689) 개인정보보호법 제8조 제(5)항.

690) 개인정보보호법 제8조 제(7)항 제(b)호.

691) 민감한 개인정보 규칙 제8조.

692) 정보기술법 제43-A조.

그러나 법인은 계약을 통해 처리자의 비준수나 위반으로 인하여 발생한 배상책임은 처리자가 면책하도록 하여 자신의 이익을 보호할 수 있다.

개인정보보호법: 개인정보보호법에 따르면 데이터 관리자는 자신이 보유하고나 통제하는 데이터뿐만 아니라 데이터 처리자가 대신 처리하는 데이터의 보호에도 적극적인 책임을 진다.⁶⁹³⁾ 데이터 관리자는 또한 데이터 보호위원회 및 피해를 입은 데이터 주체에게 침해 사실을 규정에 따라 통지해야 한다.⁶⁹⁴⁾

그러나 데이터 관리자는 데이터 처리자에게 관련 의무를 부과할 수 있다.

또한, 사이버 보안 사건이 발생할 경우 정보기술 인도 컴퓨터 비상대응기관 및 기능과 의무 수행 방식 규칙 2013(Information Technology (The Indian Computer Emergency Response Team and Manner of Performing Functions and Duties) Rules, 2013⁶⁹⁵⁾, 이하 “비상대응기관 규칙”에 따른 일정한 보고 의무를 부담한다.⁶⁹⁶⁾ 비상대응기관 규칙에 따르면 사이버 보안 사건을 인도 컴퓨터 비상대응기관(Indian Computer Emergency Response Team, 이하 “비상대응기관”)에 보고해야 한다. 사이버 보안 사건으로 여러 당사자가 영향을 받는 경우, 사건을 인지한 당사자는 비상대응기관에 이를 보고해야 한다. 따라서 외주 위탁 업체와 외주 수탁 업체 모두 보고 책임을 질 수 있다.

사. 쿠키 수집

1) 쿠키를 수집(동의 등) 및 이용과 관련하여 규제가 있는지

쿠키 수집 및 사용에 관한 구체적인 규정은 없으나, 쿠키를 이용하여 수집된 개인정보가 있을 경우, 일반 데이터 보호 법령, 즉 민감한 개인정보 규칙 또는 제정 이후의 개인정보보호법이 적용된다.

693) 개인정보보호법 제8조 제(5)항.

694) 개인정보보호법 제8조 제(5)항.

695) 참조: https://www.meity.gov.in/writereaddata/files/G_S_R%2020%20%28E%292_0.pdf

696) 비상대응기관 규칙 제2조 제(1)항 제(h)호 정의규정에 따르면 “사이버 보안 사건”이란 “사이버 보안에 관한 명시적 목적 관련 보안 정책을 위반하여 무단 접근, 서비스 거부 또는 중단, 정보를 처리 또는 저장하는 컴퓨터 자원 무단 사용, 데이터·정보의 무단 변경을 초래하는 실제 또는 발생이 의심되는 피해 사건”을 말한다. 비상대응기관 규칙 제2조 제(1)항 제(g)호 정의규정에 따르면 “사이버 사건”이란 “전자 정보, 시스템, 서비스 또는 연결망의 기밀, 무결성 또는 가용성을 손상하여 무단 접근, 서비스 거부 또는 중단, 컴퓨터 자원 무단 사용, 데이터·정보의 무단 변경을 초래함으로써 범치 및 위반, 공공 및 민간 부문에 걸쳐 중요한 기능과 서비스에 위해를 유발하거나 유발할 우려가 있거나, 공공 안전을 위협하고, 대중의 신뢰를 손상하며, 국가 경제에 부정적인 영향을 미치거나 국가 안보 태세를 약화시키는 실제 또는 발생이 의심되는 피해 사건”을 말한다.

2) 있다면, 해당 법을 만족시키기 위한 적법한 쿠키 수집(동의 등) 방법은 무엇인지

민감한 개인정보 규칙 및 개인정보보호법에 따른 데이터 수집의 법적 근거에 대한 답변은 위의 6장“다”항 참조.

3) 만약 동의를 받아야 한다면, 쿠키 동의가 면제될 수 있는 조건은 무엇이 있는지

현행 데이터법: 쿠키를 이용하여 민감한 개인정보를 수집하는 유일한 법적 근거 이용자 동의이다. 민감한 개인정보를 수집하지 않고 개인정보만 수집하는 경우 쿠키 수집에 동의를 받을 의무는 면제될 수 있다. 위의 “다”항 참조.

개인정보보호법: 개인정보보호법에 따르면 동의 외에도 합법적 용도를 근거로 개인정보를 수집할 수 있다. 위의“다”항 참조.

아. 국외 이전 방법(동의, 방법, 동의 시 고지사항)

1) 해외 이용자의 개인정보를 국외로 이전하기 위한 방법은 무엇인지

(동의, 개인정보처리방침 공개, 특별한 규제 없이 자유롭게 이전 가능 등)

현행 데이터법: 민감한 개인정보 규칙상 개인정보의 국제 이전에 구체적인 조건을 부과하지는 않는다. 민감한 개인정보를 해외로 이전하려면, 외부 제3자에게 이전하는 것에 관한 규정 [“다”항 참조]이 적용될 것이다.

개인정보보호법: 인도가 아닌 외국으로 개인 데이터를 이전하는 것에 관한 “다”항 참조.

자. 데이터 현지화

1) 특정 국가의 경우 자국민의 개인정보를 반드시 특정국가 현지에 저장해야 함을 법률로 규정하고 있음에 따라 유사한 규제가 있는지

민감한 개인정보 규칙 및 개인정보보호법에는 데이터 현지화 요건이 없다. 그러나 특정 부문별 법률은 특정 범주의 데이터 현지화 요건을 두고 있다. “라”항에서 언급하였듯, 더 높은 수준의 개인정보 보호를 규정하는 법이나 인도가 아닌 외국으로 데이터를 이전하는 것을 제한하는 법률은 개인정보보호법보다 우선한다.⁶⁹⁷⁾ 따라서 데이터 현지화를 규정하는 부문별 법률도 개인정보보호법보다 우선한다(아래에서 논의함).

697) 개인정보보호법 제16조 제(2)항.

2) 현지화 규제가 있다면, 그 대상이 되는 개인정보의 범위가 있는지 (모든 개인정보, 특정 정보만 현지에 저장 등)

은행업, 금융 서비스, 보험, 통신 부문에는 일정한 데이터 현지화 의무가 적용된다. 이러한 의무는 일반적으로 해당 법으로 규제되는 기관에 적용된다. 게임 활동이라는 맥락에서 중요성을 띠는 것은 은행업 부문의 결제 관련 데이터뿐이다.

은행 부문의 결제 관련 데이터는 2018년 4월 6일자 인도 준비은행(RBI)⁶⁹⁸ 고시 "결제 시스템 데이터 저장"에 명시된 대로 저장해야 한다.⁶⁹⁹ 2019년 6월 26일자 결제 시스템 데이터 저장에 관한 자주 묻는 질문에도 동일한 내용을 명시하고 있다. 인도 준비은행 고시에 따르면, 결제 시스템 제공자는 "자신이 운영하는 결제 시스템"과 관련된 "모든 데이터"를 오직 인도 영토 내에 저장해야 한다.⁷⁰⁰ 거래에 해외 구간이 포함된 경우(외국 당사자가 관련된 경우), 필요 시 데이터를 인도가 아닌 외국에도 저장할 수 있다.⁷⁰¹ 인도 준비은행의 자주 묻는 질문은 또한 필요 시 국제 거래의 국내 구성요소의 사본을 외국에 저장할 수 있음을 명확히 밝히고 있다.⁷⁰² 인도 준비은행 회람과 자주 묻는 질문에 명시된 바에 따르면, 위 사항을 준수할 책임은 오직 결제 서비스 제공업체가 부담한다.⁷⁰³ 이를 준수하기 위해 결제 서비스 제공업체는 가맹점(게임 서비스 제공업체)에게 거래와 관련된 모든 데이터를 인도 내에만 저장하도록 계약상 의무를 지울 수 있다. 이러한 준수사항/규정은 현지화와 관련하여 정보주체에게 명시적인 권리를 부여하지는 않는다. 그러나 인도에 저장된 데이터는 필요에 따라 고객 분쟁을 처리하기 위해 접근할 수 있다.⁷⁰⁴

698) 참조: <https://www.rbi.org.in/Scripts/NotificationUser.aspx?Id=11244&Mode=0>

699) 참조: <https://m.rbi.org.in/Scripts/FAQView.aspx?Id=130>

700) 인도 준비은행 회람 제2조 제(i)호 정의규정에 따르면 "지불 시스템 데이터"란 "통신/지불 지시의 일환으로 수집/전송/처리되는 거래 전체 과정 세부사항/정보"를 포함하는 것을 말한다. 인도 준비은행 자주 묻는 질문 3항에서는 지불 시스템 데이터는 다음 사항을 포함해야 한다고 명확히 밝히고 있다. "고객 데이터(이름, 휴대전화번호, 이메일, 아다르(신분증) 번호, PAN 번호 등 해당되는 경우), 민감한 결제 정보(고객 및 수취인 계좌 정보), 결제 신원정보(일회용 비밀번호, 개인식별번호, 비밀번호 등), 거래 데이터(요청 및 수신 시스템 정보, 거래 참조, 시간 표시, 금액 등)."

701) 인도 준비은행 회람 제2항 제(i)호.

702) 인도 준비은행 자주 묻는 질문 4번.

703) 인도 예금은행 자주 묻는 질문 1번, FAQ.

704) 인도 예금은행 자주 묻는 질문 6번.

7. 개인정보의 처리와 보호

가. 개인정보 이용내역 통지

1) 개인정보 이용을 이용자에게 알려야하는 규정이 있는지. 있다면 어떠한 방법으로 이용자에게 통지해야 하는지. 만약 통지 수단 (이메일, 핸드폰 번호 등)이 없다면 이용내역을 통지하지 않아도 되는지

현행 데이터법: 민감한 개인정보 규칙은 개인정보 수집 전반에는 적용되지 않으며, 민감한 개인정보에만 적용된다. 법인이 민감한 개인정보 수집을 허용하는 최초 동의를 받으면서 수집 목적도 공개한 후 민감한 개인정보 사용 사실을 이용자에게 통지할 의무는 없다. 그러나 이후 민감한 개인정보가 제3자에게 이전되거나 공개될 경우 다시 동의를 받아야 하는 경우도 있다. 이용자/데이터 주체로부터 동의를 얻는 방식에 관해서는 “다”항 참조.

개인정보보호법: 데이터 관리자가 초기 통지와 동의를 받은 후에 개인정보 사용을 사용자에게 추가로 통지할 의무는 없다. 통지에는 정보주체에게 개인정보 처리 목적을 명확히 알려야 한다.⁷⁰⁵⁾ 개인정보보호법의 통지 및 동의 요건을 위반할 경우 50억 인도 루피(약 600만 미국 달러) 이하의 벌금에 처한다.⁷⁰⁶⁾ 처리 활동이 변경되는 경우 다시 통지하고 동의를 받아야 한다. 개인정보보호법의 동의 및 통지 요건에 관한 상세한 내용은 “다”항 참조.

나. 광고성 정보(수신, 동의, 고지, 발송, 방법)

1) 한국의 정보통신방법과 같은 광고성 정보(이메일, 핸드폰 번호, 모바일 앱 푸시) 발송에 적용되는 규제가 있는지

데이터 보호 법령 규정:

현행 데이터법: 민감한 개인정보 규칙에 따르면 정보주체에게 광고를 송신할 목적으로 민감한 개인정보를 처리하는 경우 정보주체의 동의를 받아야 한다. 인도에 위치한 법인은 광고 송신 목적으로 민감한 개인정보를 처리하는 경우 정보기술법에 따라 벌금과 배상 책임을 질 수 있다. 벌금은 100,000 인도 루피(약 1200 미국 달러) 이하이며, 위반 피해자에게 지급할 배상금은 1,000,000 (약 12,000 미국 달러) 이하이다. “다”항 질문 응답을 참조.

개인정보보호법: 개인정보보호법 하에서는 전자 개인정보(즉, 전자 형태의 데이터 또는 이후 전자화된 데이터⁷⁰⁷⁾)를 광고 목적으로 처리할 경우 통지 및 동의 요건을 충족해야 한다. 아동 대

705) 개인정보보호법 제5조 제(1)항 (i)목.

706) 개인정보보호법 별표 제7항목.

상 광고와 관련하여,⁷⁰⁸⁾ 데이터 관리자가 아동(18세 미만의 사람) 추적 또는 행동 모니터링을 하거나 아동을 대상으로 한 맞춤형 광고를 하는 행위를 금지한다.⁷⁰⁹⁾ 단, 중앙정부가 특정 범주의 데이터 관리자를 이러한 제한에서 면제한 경우는 예외로 한다. 중앙정부는 또한 개인정보 처리가 검증 가능한 안전한 방식으로 이루어졌다고 판단될 경우 특정 연령대의 아동을 이 면제에서 제외할 수 있다.⁷¹⁰⁾

위에 언급된 조항을 위반할 경우 2,000,000,000 인도 루피(약 24,000,000 미국 달러) 이하의 벌금에 처한다.⁷¹¹⁾

광고 매체에 따라 적용되는 특수 규정

일반적 데이터 보호 법령 외에도 매체에 따라 적용되는 광고 규정이 있다.

SMS/ 음성통화

인도에서 SMS 문자와 음성·로봇·자동화 통화를 통한 상업 통신은 인도 통신 규제 기관인 인도 통신규제기구(Telecom Regulatory Authority of India, 이하 “통신규제기구”)에서 고시한 통신 상업 통신 고객 선호 규칙 2018(Telecom Commercial Communications Customer Preference Regulations, 2018, 이하 “상업통신 규칙”)의 규제를 받는다. 상업통신 규칙은 등록된 선호도 및 연락 대상에 따르지 않는 홍보 메시지·통화인 미요청 상업 통신(unsolicited commercial communications)을 금지한다.

상업통신 규칙은 인도 통신부(Department of Telecommunications)에서 면허를 받은 접속 제공자(Access Providers)에게 적용된다. 이 규칙은 발신자와 텔레마케터가 규정을 위반하는 통신을 송신하지 않도록 접속 제공자가 보장할 의무를 부과하며, 스팸 방지를 위해 접속 제공자에게 다양한 업무를 위임한다.

상업통신 규칙은 접속 제공자가 상업 통신을 위한 소비자 선호 등록 및 선택 해제 수단⁷¹²⁾을 마련하도록 규정한다.⁷¹³⁾

707) 개인정보보호법 제2조 제(n)호.

708) 개인정보보호법 제9조 제(3)항.

709) 개인정보보호법 제9조 제(4)항.

710) 개인정보보호법 제9조 제(5)항.

711) 개인정보보호법 별표 제3항.

712) 상업통신 규칙 제6조.

713) 상업통신 규칙 제2조 제(i)호: “상업통신”이란 다음의 어느 하나에 관한 정보를 제공하거나, 광고하거나, 사업을 권유하는 것을 주 목적으로 통신 서비스를 이용한 음성 통화나 메시지를 말한다.

a) 상품 또는 서비스

b) 제공된 상품 또는 서비스의 공급자 또는 예정 공급자

고객은 상업 통신을 받고 싶은 메시지/전화 유형, 시간대, 요일 선호사항을 기록할 수 있다.⁷¹⁴⁾ 고객은 또한 거부 수단을 통해 상업 통신 수신을 거부하는 선택권을 행사할 수 있다. 이때 엔터테인먼트 등 특정 분류만 부분적으로 거부하거나 모든 상업 통신을 완전히 차단할 수 있다. 수신자는 모든 분류의 홍보 메시지⁷¹⁵⁾와 서비스 메시지⁷¹⁶⁾ 수신을 거부할 수 있다.

고객이 위에서 설명한 대로 수신 거부를 선택한 경우에도 발신자가 다음 각 행위를 할 수 있는 경우도 있다. (a) 고객이 명시적으로 동의한 경우 홍보·서비스 메시지 발신 (b) 거래와 관련된 메시지 발신. 상업통신 규칙은 이메일, 왓츠앱 등 인터넷 기반/OTT 메시지 플랫폼을 통한 마케팅 및 상업통신에는 적용되지 않는다. 통신규제기구는 기존 상업통신 규칙을 검토하기 위해 공중의 의견을 수렴하는 자문 문서를 발행했다.⁷¹⁷⁾

발신자가 상업통신 규칙을 위반하여 미요청 상업 통신을 발송하는 경우, 사용 한도가 부과되거나⁷¹⁸⁾ 통신 자원이 박탈되거나 블랙리스트에 오를 수 있다⁷¹⁹⁾. 이는 상업통신 규칙을 비롯하여 통신규제기구에서 제정한 지침에 명시되어 있다.⁷²⁰⁾ 고객은 미등록 텔레마케터로서 운영되는

c) 사업 또는 투자 기회

d) 그러한 기회를 제공하는 자 또는 제공할 예정인 자

해설: 이 규정의 목적상 콘텐츠에서 언급된 상품, 서비스, 땅 또는 기회의

존재나 합법성 여부는 상관없다. 나아가 통신의 목적이나 의도는 다음과 같은 요소로부터 추론할 수 있다.

a) 메시지나 음성통화에서 전달되는 내용

b) 메시지 또는 음성 통화의 내용을 제시한 방식

c) 메시지나 음성 통화 내용에서 제시되거나 언급된 전화번호로 회신 시 통신 내용, 또는 그러한 통신에 포함된 웹 링크에서 제시된 내용.”

714) 상업통신 규칙 제6조제(c)항.

715)상업통신 규칙 제2조 제(au)호 및 제(av)호: 홍보 메시지 또는 음성 통화란 수신자로부터 명시적 수신 동의를 받지 않은 상업통신 음성 통화 또는 메시지를 말한다.

716) 상업통신 규칙 제2조 제(bh)호: “서비스 메시지 또는 서비스 통화란 수신자의 동의를 받아 발송되었거나 해당 목적으로 등록된 형식으로 발송한 메시지 또는 음성통화를 의미하며, 그 주요 목적은 다음의 어느 하나이다.

i) 수신자가 발신자와 하기로 이전에 동의한 상업 거래를 촉진, 완료, 또는 확인

ii) 수신자가 이용하거나 구매한 상업 제품 또는 서비스에 대한 보증 정보, 제품 회수 정보, 안전 또는 보안 정보를 제공하기 위해 다음 어느 하나의 정보를 전달

a) 조건이나 특징 변경에 관한 통지

b) 관련하여 수신자의 지위 또는 상태 변경 통지

c) 구독, 회원권, 계정, 대출 기타 유사한 지속적 거래에 관한 잔액 정보 기타 계정 명세서를 제공

d) 발신자가 제공하는 제품이나 서비스를 수신자가 지속적으로 구매하거나 사용하는 상업적 관계

e) 수령인이 현재 참여하거나 관여하거나 등록된 고용관계 또는 관련 혜택 체계와 직접적으로 관련된 정보

f) 수신자가 발신자와 이미 동의한 거래 조건에 따라 수신자가 받을 권리가 있는 제품 또는 서비스 제공에 관한 정보로서 제품 업데이트 또는 업그레이드를 포함하는 것”

717) 참조: <https://pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=2049280>

718)상업통신 규칙 제2조 제(bx)호 정의규정에 따르면 “사용 제한”이란 “전화번호에 제약울 부과하여 하루에 20통 이하의 음성 통화 발신 및 20통 이하의 발신 메시지를 한도로 하는 것”을 말한다.

719) 상업통신 규칙 제25조.

720) 참조: https://traf.gov.in/sites/default/files/Direction_13082024.pdf

발신자와 관련하여 원천 접속 제공자(Original Access Provider)⁷²¹⁾에게 민원을 제기할 수 있다. 민원이 접수되면, 지난 7일 동안 발신자에 대해 10건 이상의 민원이 접수되었던 경우, 해당 발신자에게 사용 제한이 부과되고 조사가 진행될 수 있다.⁷²²⁾

조사가 필요하여 이를 수행한 결과 발신자가 미요청 상업 통신을 수행한 것으로 확인되는 경우 그 효과는 다음과 같다.⁷²³⁾

- 최초 위반인 경우 원천 접속 제공자가 경고할 수 있다.
- 2회 위반인 경우 6개월 동안 사용 제한을 부과할 수 있다.
- 3회 이상 위반인 경우 발신자의 통신 자원을 2년 동안 차단하고 발신자를 블랙리스트에 올릴 수 있다. 발신자가 블랙리스트에 올랐다는 사실을 다른 각 접속 제공자들에게 전달하면서 2년 동안 발신자에게 통신 자원을 할당하지 않도록 지시한다.

이러한 조치가 이루어진 후 60일 이내에 발신자는 통신규제기구에 접속 권한 복구 또는 블랙리스트 등재 제거를 요청할 수 있다. 발신자가 이러한 위반의 재발을 방지하기 위해 합리적인 조치를 취했다고 통신규제기구에서 판단하는 경우 접속 제공자에게 제약을 제거하도록 명령할 수 있다. 그 대가로 발신자는 각 접속 제공자에게 5,000 인도 루피(약 60 미국 달러)를 지불해야 한다. 단, 총 지급액은 5,00,000 인도 루피(약 6,000 미국 달러)를 초과해서는 안 된다.⁷²⁴⁾

또한, 이와 관련된 지침을 위반할 경우 인도 통신규제기구법 1997(Telecom Regulatory Authority of India Act, 1997, 이하 “통신규제기구법”)에 따라 다음과 같은 벌금이 부과된다. 첫 번째 위반 시 1,00,000 인도 루피(약 1200 미국 달러), 두 번째 이상의 위반 시 2,00,000 루피(약 2400 미국 달러), 그리고 계속적 위반의 경우 위반이 계속되는 1일마다 2,00,000 인도 루피(약 2400 미국 달러)의 벌금이 부과된다.⁷²⁵⁾

중앙 소비자보호처에서는 공중 의견 수렴을 위해 2024년 6월 20일에 '미요청 및 불필요한 사업통신 예방 및 규제 지침 2024(Prevention and Regulation of Unsolicited and Unwarranted Business Communication, 2024, 이하 “사업통신 지침”) 초안을 공개했다.⁷²⁶⁾ 사업통신 지침의 목표는 사업통신을 발신하거나 그 이름으로 사업통신이 이루어지는 주

721)상업통신 규칙 제2조 제(an)호 정의규정에 따르면 원천 접속 제공자란 “발신자에 통신 자원을 제공한 접속 제공자”를 말한다.

722) 상업통신 규칙 제25조 제(5)항 제(c)호 (i)목.

723) 상업통신 규칙 제25조 제(6)항.

724) 상업통신 규칙 제29조 제(b)호.

725) 통신규제기구법 제29조.

726) 참조: <https://consumeraffairs.nic.in/sites/default/files/file-uploads/latestnews/Guidelines%20for%20the%20Prevention%20and%20Regulation%20of%20Unsolicited%20and%20Unwarranted%20Business%20Communication%2C%202024.pdf>

체를 규제하는 것이다.⁷²⁷⁾ 사업통신 지침은 사업통신 규칙을 위반하는 미요청 사업통신 등 일정한 미요청 사업통신을 금지한다.

2) 있다면, 광고성 정보를 보낼 때 지켜야 하는 표기 의무가 있는지

SMS/음성통화: 위에서 언급하였듯 미요청 사업통신 발송은 금지된다. 사업통신을 발송하려는 단체는 접근 제공자에 등록해야 한다.⁷²⁸⁾

콘텐츠 요건: 사업통신 규칙에 따라 발신자는 홍보 메시지나 음성통화를 발송 시 접근 제공자에 콘텐츠 양식을 등록해야 한다.⁷²⁹⁾ 홍보 메시지에는 이 양식만을 사용한다.

표시 요건: 접속 제공자는 홍보메시지 앞에 “홍보” 라벨을 붙여야 한다.⁷³⁰⁾

거부 조치: 앞서 언급하였듯 수신자는 자신의 선호도를 등록하고 사업통신과 관련된 메시지 또는 음성통화, 또는 양자 모두 거부를 선택할 수 있다. 접속 제공자는 사업통신을 발신하기 전에 관련 목록을 검색하여 통신 대상의 선호도를 확인해야 한다.⁷³¹⁾

통신규제기구에서는 콘텐츠 양식이 규제를 준수하도록 보장하라는 지시를 내렸다. 이러한 책임은 발신자가 아닌 접속 제공자에게 부과된다.⁷³²⁾ 왓츠앱 기타 인터넷 기반 인스턴트 메시지에 부과된 법적 요건은 없다. 그러나 인플루언서 광고와 관련하여 인도 광고 표준 위원회가 제정한 전자 미디어 인플루언서 광고 지침(Guidelines for Influencer Advertising in Digital Media, 이하 “ASCI 인플루언서 지침”)은 소셜 미디어 인플루언서가 게시하는 광고에 명확히 광고임을 식별할 수 있도록 공개 표시를 부착할 의무를 부과한다.⁷³³⁾ 인도 광고 표준 위원회는 그 역할을 인도 법원에서 인정받았으며, 이 지침은 법적 구속력은 없지만 인도에서 업계 표준으로 준수된다.

3) 이용자에게 광고성 정보를 보내기 위한 조건은 어떻게 되는지

(명시적인 사전 수신동의 등)

데이터 보호 법령: 민감한 개인정보 규칙에 따라 민감한 개인정보를 수집 및 처리하려면 동의를 받아야 하며, 개인정보보호법에 따라 광고 송신용 개인정보 수집 및 처리에도 동의를 받아야 한

727) 사업통신 지침 제3조.

728) 사업통신 규칙 제3조 제(1)항.

729) 사업통신 규칙 제2조 제(r)호.

730) 사업통신 규칙 제6조 제(1)항 제(c)호.

731) 사업통신 규칙 제6조 제(2)항.

732) 참조: https://traf.gov.in/sites/default/files/Direction_30082024.pdf

733) ASCI 인플루언서 지침 제1조

다. 위의 응답 참조.

상업통신 규칙: 상업통신 규칙에 따르면 인도는 수신자가 상업통신에 대한 선호도를 접속 제공 업체에 등록할 수 있는 거부 선택(opt-out) 국가이다. 고객 선호 등록 수단(Customer Preference Registration Facility), 즉 수신거부 등록부(Do Not Disturb Register)에 등록할 수 있다.⁷³⁴ 수신자는 상업통신을 부분적으로 차단하거나, 홍보성 통신을 차단하거나, 완전히 차단할 수 있는 선택권이 있다. 접속 제공업체는 이러한 선호도를 반영해야 한다.⁷³⁵

홍보 통신은 “명시적 동의”를 받으면 수신거부 등록부상으로 이러한 통신을 거부한 사람에게 보낼 수 있다. 이때 통신 서비스 제공업체가 발표한 실천 강령에 따라 “명시적 동의”를 받아야 한다.

다. 개인정보 파기

1) 개인정보를 파기해야 하는 의무가 있는지

현행 데이터법: 법인은 개인으로부터 수집한 민감한 개인정보를 다음 어느 하나의 기간을 초과하는 기간 동안 보유해서는 안 된다. (i) 수집 목적을 위해 합법적으로 사용할 수 있는 기간 (ii) 현행 데이터법에 따라 필요한 기간⁷³⁶

개인정보보호법 데이터 관리자는 다음 중 어느 하나의 상황이 발생하는 경우 정보주체의 개인정보를 삭제. (i) 정보주체가 개인정보 처리 동의를 철회한 경우 (ii) 개인정보 처리의 지정된 목적이 더 이상 충족되지 않는 경우.⁷³⁷ 이와 더불어, 데이터 관리자는 관련 데이터 처리자에게도 개인정보를 삭제하도록 해야 한다.⁷³⁸

그러나 다른 법률을 준수하기 위해 또는 지정된 목적을 위해 보관이 필요할 경우 개인정보는 삭제하지 않는다.⁷³⁹

2) 개인정보를 어떠한 경우 파기해야 하는지

위 1)항 참조

3) 개인정보를 파기해야 한다면, 한국의 전자상거래 법, 통신비밀보호법과 같이 별도의 정보를 보관하도록 하는 특별 규정이 있는지(접속기록 3개월, 표시/광고에 관한 기록 6개월, 계약 또는 청

734) 상업통신 규칙 제6조 제(1)항 및 별표 II.

735) 상업통신 규칙 제7조.

736) 개인정보보호법 제5조 제(4)항. , 데이터 개인 보호법.

737) 개인정보보호법 제8조 제(7)항 제(a)호.

738) 개인정보보호법 제8조 제(7)항 제(b)호.

739) 개인정보보호법 제8조제(7)항 및 제12조 제(3)항.

약철회 등에 관한 기록 5년, 대금 결제 및 재회공급등에 관한 기록 5년, 소비자의 불만 또는 분쟁 처리에 관한 기록 3년)

특정 정보(개인정보와 개인정보 외 정보를 포함할 수 있음)의 보유에 관한 별도의 요건이 부문별 법률에 따라 적용된다. 요약하면, 규정된 보유 기간은 다음과 같다.

과세 법령: 인도 과세 법령에 따르면, 세금에 관한 문의는 해당 회계연도로부터 11년 이내에 제기할 수 있다. 따라서 이 기간 동안 기록의 물리적 사본을 보관하는 것을 권장한다.

노동 및 고용 법령: 인도에서 직원을 고용하는 경우, 다양한 고용 법령(임금 법령 및 주 보험 법령 포함)에 따라 일정한 법적 기록을 보유해야 한다. 이러한 법률에 규정한 보유 기간(마지막 입력 날짜로부터 계산)은 해당 법률에 따라 3년에서 5년까지 다양하다.

회사 법령: 인도 기업은 다음 각 의무를 부담한다. (i) 설립 증명서, 정관, 주식 거래소와의 계약, 주주총회 회의록 등의 원본을 영구적으로 보관 (ii) 연차 보고서, 채권 설정 또는 변경 문서, 배정 등록부, 연간 재무제표, 신문 광고 및 보고서 등을 포함하여 등을 8년 이상 보관.

추가적으로, 특정 부문에서 규제되는 기관에는 해당 부문별 법률이 적용된다. 예를 들어, 결제 거래 정보 보유와 관련된 규정은 인도 준비은행에서 규제하는 은행, 결제 서비스 운영자 등에게 적용된다. 그러나 인도의 게임 회사에는 같은 규정이 적용되지 않을 것이다.

라. 장기 미 접속 계정 휴면 처리 방법

- 1) 한국의 개인정보보호법과 같이 1년간 서비스를 이용하지 않는 이용자의 개인정보를 파기 또는 분리보관 해야 하는 규제가 있는지

다.항 참조

- 2) 있다면, 휴면처리를 어떻게 처리해야 하는지

해당 사항 없음

마. 개인정보 처리 방침

- 1) 국내의 경우 법령에 의해서 개인정보처리방침에 필수적으로 기재해야 하는 내용이 정해져 있음. 이와 유사하게 법적으로 필수적으로 기재해야 하는 내용이 있는지. 그리고 필수는 아니지만 가이드라인 등을 통해 기재가 권장되는 내용이 있는지

현행 데이터법: 법인은 민감한 개인정보를 처리하거나 취급하기 위해 정보주체가 열람할 수 있

도록 웹사이트에 개인정보 처리 방침을 마련해야 한다.⁷⁴⁰⁾ 개인정보 처리 방침에는 다음 각 사항을 포함해야 한다. (i) 민감한 개인정보를 수집하는 기관의 관행과 정책에 대한 명확하고 쉬운 설명⁷⁴¹⁾ (ii) 수집되는 민감한 개인정보의 유형⁷⁴²⁾ (iii) 민감한 개인정보 수집 목적과 용도⁷⁴³⁾ (iv) 민감한 개인정보를 수집하는 기관에 의한 민감한 개인정보의 공개,⁷⁴⁴⁾ (v) 민감한 개인정보를 수집하는 기관이 시행한 합리적인 보안 관행과 절차.⁷⁴⁵⁾

개인정보보호법: 개인정보보호법은 개인정보 처리 방침 공개 의무를 규정하지 않는다. 그러나 데이터 관리자는 동의를 얻기 전이나 동의를 얻는 시점에 정보주체에게 개인정보 공지를 해야 한다.⁷⁴⁶⁾ 이 개인정보 공지의 내용은 “다”항 질문 응답에 명시되어 있다. 하위규칙이 제정되면 개인정보 공지의 정확한 형식과 내용이 한결 명확해질 것이다.

2) 개인정보 처리방침을 어떻게 공개해야 한다는 사실을 정한 규제가 있는지

현행 데이터법: 앞서 언급하였듯 개인정보 처리 방침은 정보주체가 열람할 수 있도록 법인 웹사이트에 게시해야 한다.

개인정보보호법: 앞서 언급하였듯, 동의 요청 시점 또는 그 이전에 각 정보주체에게 개인정보 공지를 해야 한다.⁷⁴⁷⁾ 개인정보보호법 규칙이 공개되면 개인정보 공지 방식이 한결 명확해질 것이다. 데이터 관리자는 정보주체에게 개인정보 공지 내용을 영어 또는 인도 헌법에 명시된 22개 언어 중 하나로 접근할 수 있는 선택지를 제공해야 한다.

바. 이용자 개인정보 권익보호방법

1) 이용자에게 보장해 주어야 하는 개인정보 관련 권리가 있는지

(열람권, 정정권, 이동권, 처리정지권, 삭제권)

현행 데이터법: 민감한 개인정보를 수집하는 기업은 민감한 개인정보 제공자에게 다음 각 권리를 제공하여야 한다.

검토 및 수정: 법인은 정보주체에게 자신의 민감한 개인정보에 접근하고 검토하며 수정할 기회

740) 민감한 개인정보 규칙 제4조 제(1)항.

741) 민감한 개인정보 규칙 제4조 제(1)항 (i)목.

742) 민감한 개인정보 규칙 제4조 제(1)항 (ii)목.

743) 민감한 개인정보 규칙 제4 조 제(1)항 (iii)목.

744) 민감한 개인정보 규칙 제4조 제(1)항 (iv)목.

745) 민감한 개인정보 규칙 제4조 제(1)항 (v)목.

746) 개인정보보호법 제5조.

747) 개인정보보호법 제5조 제(1)항.

를 제공해야 한다.748)

민원 처리: 법인은 민원 처리 담당자를 임명하고 해당 담당자의 연락처를 공개해야 한다. 또한, 데이터 처리에 관한 불일치나 정보주체의 민원을 기한 내에 해결해야 한다.749)

동의 철회: 법인은 정보주체에게 민감한 개인정보를 제공하지 않거나 민감한 개인정보 수집에 대한 기존 동의를 철회할 수 있는 선택권을 제공해야 한다(동의 철회는 서면으로 이루어져야 한다). 정보주체가 이 중 한 가지를 선택하는 경우, 민감한 개인정보를 수집하는 기관은 민감한 개인정보가 수집된 목적인, 해당 정보주체에게 제공한 상품이나 서비스를 철회할 수 있는 선택권이 있다.750)

보안 유지 권리: 정보주체로부터 수집한 민감한 개인정보는 법인이 법률에 따라 목적을 달성하는 데 필요한 기간 등을 초과하여 보유해서는 안 된다.751) 민감한 개인정보 이용은 수집된 목적에 한정해야 한다.752)

개인정보보호법: 정보주체는 개인정보보호법에 따라 다음 각 권리가 있다.

접근권: 정보주체는 데이터 관리자와의 관계에서 자신의 개인정보에 관한 정보에 접근할 권리가 있다. 이는 다음 각 정보를 말한다. (a) 데이터 관리자에게 제공된 개인정보와 해당 데이터에 대해 수행된 처리 활동 요약 (b) 개인정보가 공유된 각 데이터 처리자의 신원 (c) 규칙에 규정될 수 있는 기타 정보. 요청 방식은 규칙에 따라 정한다.753)

정정권: 정보주체는 데이터 관리자에게 부정확하거나 오해의 소지가 있는 데이터를 개정하고, 개인정보를 업데이트하며, 불완전한 개인정보를 완성하고, 자신의 개인정보를 삭제하라고 요구할 수 있다.754)

삭제요청권: 정보주체는 데이터 관리자에게 자신의 개인 데이터를 삭제해 달라고 요청할 권리가 있다. 데이터 관리자는 이러한 요청을 받으면 다른 법률에 따라 보유해야 하는 경우를 제외하고 해당 개인정보를 삭제해야 한다.755)

민원 처리 요청권: 정보주체는 데이터 관리자가 제공하는 신속한 민원 해결 수단을 이용할 권리가 있다.756)

지명권: 정보주체가 사망하거나 무능력 상태에 빠질 경우, 정보주체는 다른 사람을 지명하여 자신의 권리를 행사하도록 할 수 있다.757)

748) 민감한 개인정보 규칙 제5조 제(6)항.

749) 민감한 개인정보 규칙 제5조 제(9)항.

750) 민감한 개인정보 규칙 제5조 제(7)항.

751) 민감한 개인정보 규칙 제5조 제(4)항.

752) 민감한 개인정보 규칙 제5조 제(5)항.

753) 개인정보보호법 제11조 제(1)항.

754) 개인정보보호법 제12조 제(1)항.

755) 개인정보보호법 제13조 제(3)항.

756) 개인정보보호법 제13조 제(1)항.

757) 개인정보보호법 제14조 제(1)항.

사. 개인정보 침해에 대한 보상보험 요건

1) 정보주체의 개인정보 관련 사고(유출, 노출, 훼손, 분실 등)가 발생될 경우 정보주체에게 고지해야 하는 의무가 있는지

현행 데이터법: 민감한 개인정보 규칙상 법인은 개인정보 유출 사고 발생 시 정보주체에게 통지할 의무가 없다.

보고 법제: 비상대응기관 규칙상 정보주체에게 사이버 보안 사건을 보고할 의무는 없다.

개인정보보호법: 개인정보 침해 발생 시 데이터 관리자는 개인정보보호법에 따라 설립된 데이터 보호위원회와 각 피해 데이터 주체에게 통지할 의무가 있다. 통지의 형식과 방법은 규칙으로 규정할 예정이다.⁷⁵⁸⁾ 이러한 보고 요건 위반 시 20억 인도 루피(약 23,788,700 미국 달러) 이하의 벌금에 처한다.⁷⁵⁹⁾

2) 정보주체에게 고지 의무가 있다면, 몇 명 이상의 개인정보 사고 시 그러한 의무가 부과되는지, 고지 방법이 규정되어 있는지[홈페이지에 사고 사실 공개, 개별 연락 (이메일, 전화 등)]

현행 데이터법과 보고 법제: 앞서 언급하였듯, 현행 데이터법과 보고 법제상 정보주체에게 통지할 의무는 없다.

개인정보보호법: 현행법상 데이터 침해가 발생했을 때 피해를 입는 정보주체에게 통지해야 하는 임계값 규정은 없다. 모든 데이터 침해는 각 정보주체에게 통지해야 한다. 보고의 형식과 방법은 규칙에 따라 정해질 것이다.

3) 정보주체에게 고지해야 할 경우 고지 시간이 규정되어 있는지 (사고 사실을 인지한 순간부터 1주일 이내 등)

현행 데이터법과 보고 법제: 앞서 언급하였듯, 현행 데이터법과 보고 법제상 정보주체에게 통지할 의무는 없다.

개인정보보호법: 개인정보 침해 발생 시 정보주체에게 통지하는 방식은 규칙에 따라 정해질 예정이며, 이러한 규칙은 아직 공개된 것이 없다.

4) 정보주체의 개인정보 관련 사고(유출, 노출, 훼손, 분실 등)가 발생될 경우 관계당국에 신고해야 하는 의무가 있는지

758) 개인정보보호법 제8조 제(5)항.

759) 개인정보보호법 별표 제3항.

보고 법제: 관련 부처에 보고해야 한다. “바”항 질문 답변에서 언급하였듯, 인도 컴퓨터 비상대응기관은 사이버 보안 분야에서 사건 대응 담당기관으로 중앙정부에서 지정한 기관이다.⁷⁶⁰⁾ 비상대응기관 규칙에 따라 사이버 보안 사고는 비상대응기관에 보고되어야 한다.

비상대응기관에 대한 보고 의무 위반 시 1년 이하의 징역형 또는 1,00,00,000 인도 루피(약 120,000 미국 달러) 이하의 벌금형에 처한다. 별도로 법정 벌금 100,000 인도 루피(약 1,194 미국 달러)가 부과된다.⁷⁶¹⁾ 또한, 위반으로 인해 피해를 입은 사람에게 100,000~1,000,000 인도 루피(약 1,194~11945 미국 달러)의 보상금을 지급해야 할 수 있다.⁷⁶²⁾

개인정보보호법: 앞서 언급하였듯, 개인정보 침해가 발생할 경우 데이터 보호위원회에 보고해야 한다. 이 규정을 위반하였을 경우의 벌금은 앞서 언급한 바와 같다.

5) 신고 의무가 있다면 몇 명 이상의 개인정보 사고 시 그러한 의무가 부과되는지? 신고 기간이 정해져 있는지(사고 사실을 인지한 순간부터 1주일 이내 등)

보고 법제: 비상대응기관 규칙과 비상대응기관 지침에 따라 보고 의무에는 임계값이 없다. 비상대응기관 지침에 명시된 모든 사이버 보안 사건은 의무적으로 보고되어야 한다.

다음 기준을 충족하는 사이버 보안 사건은 사건을 인지한 후 6시간 이내에 보고해야 한다.⁷⁶³⁾ 사이버 사건과 사이버 보안 사건은 중추 네트워크 기간시설 등 공공 정보 기간시설의 어느 부분에서 심각한 성격을 띤 사이버 사건⁷⁶⁴⁾과 사이버 보안 사건.⁷⁶⁵⁾

데이터 유출⁷⁶⁶⁾ 또는 데이터 누출⁷⁶⁷⁾

760) 정보기술법 제70-B조.

761) 정보기술법 제70-B조 제(7)항.

762) 정보기술법 제45조.

763) 비상대응기관 자주 묻는 질문을 비상대응기관 규정 및 비상대응기관 지침과 함께 해석해야 한다. 비상대응기관 자주 묻는 질문 30번.

764)비상대응기관 제2조 제(1)항 제(g)호 정의규정에 따르면 사이버 사건이란 “전자 정보, 시스템, 서비스 또는 연결망의 기밀, 무결성 또는 가용성을 손상하여 무단 접근, 서비스 거부 또는 중단, 컴퓨터 자원 무단 사용, 데이터 정보의 무단 변경을 초래함으로써 범죄 및 위반, 공공 및 민간 부문에 걸쳐 중요한 기능과 서비스에 위해를 유발하거나 유발할 우려가 있거나, 공공 안전을 위협하고, 공중의 신뢰를 손상하며, 국가 경제에 부정적인 영향을 미치거나 국가 안보 태세를 약화시키는 실제 또는 발생이 의심되는 피해 사건”을 말한다.

765) 여기에는 사이버 보안 사고 또는 서비스 거부, 분산 서비스 거부, 침입, 랜섬웨어를 포함한 컴퓨터 악성코드 확산과 같은 사이버 보안 사건이나 사이버 사건이 포함된다.

766) 비상대응기관 자주 묻는 질문 부록 I xi항목은 다음과 같이 명시한다. “데이터 침해는 시스템 소유자의 지식이나 승인 없이 정보가 도난당하거나 탈취되는 사이버 사건이다. 도난당한 데이터는 신용카드 번호, 고객 데이터, 영업비밀, 지식재산권 도난 등 민감하고 독점적이거나 기밀인 정보를 포함할 수 있다. 대부분의 데이터 침해는 미대응 보안 취약점, 해킹 또는 악성 소프트웨어 공격으로 인해 발생한다.”

데이터 침해는 주로 정보의 기밀성 상실을 초래한다.

767) 비상대응기관 자주 묻는 질문 부록 I xii 항목은 다음과 같이 명시한다. “데이터 누출은 민감하고 기밀이거나 보

대규모 또는 가장 빈번한 사건⁷⁶⁸⁾

인간의 안전에 영향을 미치는 사이버 사건

이 외의 사이버 보안 사건은 발생 후 또는 사건을 인지한 후 합리적인 시간 내에 보고해야 한다.⁷⁶⁹⁾ 보고 의무가 발생하는 사이버 보안 사건은 정보기술/데이터 무단 접근, 데이터베이스 등 서버 공격 등이다.⁷⁷⁰⁾

개인정보보호법: 개인정보보호법은 보고의 기준이나 형식 및 방법을 규정하지 않는다. 규칙이 고시되면 통지의 시기와 방법이 한결 명확해질 것이다. 또한, 개인정보 침해와 관련된 의무 발생 기준 규정이 없다는 점에 유의해야 한다. 따라서, 모든 개인정보 침해에 대하여 데이터 관리자가 동일한 의무를 지게 된다.

아. 데이터 침해에 대한 보상

1) 한국은 개인정보보호법 제39조의9(손해배상의 보장)에 따라 손해배상책임의 이행을 위해 보험 또는 공제에 가입하거나 준비금을 적립하는 등 필요한 조치를 하여야 함. 이와 유사한 규제가 있는지 해당 규정은 없다.

자. 개인정보 유출 손해 배상 보험

1) 개인정보 규제(법령)를 위반하거나 개인정보 사고가 발생한 경우 과태료, 과징금 등은 최대 얼마까지 부과되는지

호된 데이터를 신뢰할 수 없는 환경에 공개하는 것이다. 데이터 누출은 위협 행위자가 악의적인 활동에 이용할 수 있으며, 적절한 데이터 보호 장치 부족, 잘못된 설정, 이용자 오류, 백도어, 취약점 등 우발적인 원인으로 발생할 수 있다. 데이터 침해와 유사하게, 데이터 누출도 정보의 기밀성 손실을 초래한다.”

768) 이는 컴퓨터 자원, 웹사이트 등에 대한 침입을 포함한다.

769) 비상대응기관 규칙 제12조 제(1)항 제(a)호.

770) 비상대응기관 규칙 부록.

비상대응기관에 보고해야 하는 사이버 보안 사건 유형

중요 네트워크/시스템을 표적으로 한 스캐닝/탐색

중요 시스템/데이터 침해

정보기술/데이터 무단 접근

웹사이트 훼손이나 침입을 비롯하여 악성 코드 삽입, 외부 웹사이트 링크 추가 등 무단 변경

바이러스, 웜, 트로이 목마, 봇넷, 스파이웨어 확산 등 악성 코드 공격

데이터베이스, 이메일, DNS 등 서버에 대한 공격과 라우터 등 네트워크 장비에 대한 공격

신원 도용, 스푸핑 및 피싱 공격

서비스 거부(DoS) 및 분산 서비스 거부(DDoS) 공격

중요 기간시설, SCADA 시스템 및 무선 네트워크에 대한 공격

전자정부, 전자상거래 등의 애플리케이션 공격

현행 데이터법: 현행 데이터법에 따르면, 합법적인 계약에 따라 확보된 개인정보의 무단 공개로 인해 부당한 손실이나 부당이득이 발생한 경우 3년 이하의 징역형 및 500,000 인도 루피(약 6,000 미국 달러) 이하의 벌금형, 또는 양자 모두에 처한다.⁷⁷¹⁾ 별도로, 조직이 민감한 개인정보와 관련하여 민감한 개인정보 규칙에 명시된 합리적인 보안 관행과 절차를 시행하고 유지하는 데 소홀하여 타인에게 부당한 손실을 초래할 경우, 조직은 피해자에게 손해 배상(한도를 특정하지 않음)을 지급할 책임이 발생할 수 있다.⁷⁷²⁾

또한, 조직이 민감한 개인정보 규칙을 위반한 경우, 해당 개인에게 손해나 손실을 초래하지 않은 경우라도 조직은 100,000 인도 루피(약 1,194 미국 달러)의 잔여 벌금을 부과받을 수 있다. 추가적으로, 이러한 위반으로 영향을 받은 사람에게 100,000~1,000,000인도 루피(약 1,194~11,945 미국 달러)의 보상금을 지급할 책임이 발생할 수 있다.⁷⁷³⁾

개인정보보호법: 위반 시 500 인도 루피에서 25억 루피까지 다양한 벌금이 규정되어 있다. 예를 들어, 개인정보 유출을 방지하기 위한 합리적인 보안 조치를 취하지 않은 경우 25억 인도 루피(약 3천만 미국 달러)의 벌금이 부과될 수 있다. 별도로, 동의 획득 및 통지 의무를 위반한 경우 5억 인도 루피(약 590만 미국 달러)의 잔여 벌금이 부과될 수 있다.

771) 정보기술법 제70B조.

772) 정보기술법 제43-A조.

773) 정보기술법 제45조.

8. 결제 관련

가. 정보제공 (표시 광고)

1) 전자상거래 시 소비자에게 공개해야 하는 정보, 또는 알려야 하는 정보에 관한 규제 또는 법률이 있는지. 있다면 어떤 정보를 공개해야 하는지

[예시] 상호 및 대표자 성명/ 주소·전화번호·전자우편 / 공정거래위원회 또는 특별자치장 등에게 신고한 신고번호 등

전자상거래에서 서비스 제공자가 소비자에게 공개해야 하는 정보에 관한 규정과 법률이 있다. 해당 법률은 다음 각 사항을 명시한다. (i) 전자상거래 플랫폼에서 소비자에게 공개해야 하는 정보 (ii) 전자상거래 플랫폼에서 판매되는 패키지에 대한 정보.

전자상거래

소비자보호법(CPA)은 인도의 포괄적인 소비자 보호 법률이다. 소비자보호법은 전자상거래를 디지털 또는 전자 네트워크를 통해 디지털 제품을 포함한 상품 또는 서비스의 구매 또는 판매로 정의한다. 2020년, 인도 정부는 소비자의 이익과 권리를 보호하기 위해 소비자보호법 하에 전자상거래 규칙을 공지했다. 전자상거래 규칙은 다음 각 사항에 적용된다:

디지털 또는 전자 네트워크를 통해 거래되는 모든 상품과 서비스, 디지털 제품

온라인 시장 모델과 재고 모델을 포함한 모든 전자 상거래 모델

모든 전자 상거래 소매

모든 전자 상거래 모델에서 발생하는 모든 형태의 불공정 거래 행위

소비자보호법에 따르면, '소비자'란 '대금을 지급하고 상품을 구매하거나 서비스를 이용하는 사람'을 말한다. 774) 소비자보호법과 전자상거래 규칙은 (i) 사용자에게 무료로 제공되는 상품이

774) 소비자보호법 제2조 제7항에 따르면, '소비자'는 다음과 중 어느 하나에 해당하는 사람을 말한다.

대금을 지급했거나 지급하기로 약속했거나 일부 지급하고 일부 지급을 약속했거나 후불제로 상품을 구매하는 자 및 대금을 지급했거나 지급하기로 약속했거나 일부 지급하고 일부 지급을 약속했거나 후불제 하에서 상품을 구매하는 자 이외의 해당 상품의 사용자(이러한 사용이 그러한 자의 승인 하에 이루어지는 경우)를 포함하며, 재판매 또는 상업적 목적으로 해당 상품을 취득하는 자는 포함되지 않는다.

대금을 지급했거나 지급하기로 약속했거나 일부 지급하고 일부 지급을 약속했거나 후불제로 서비스를 고용하거나 이용하는 자 및 대금을 지급했거나 지급하기로 약속했거나 일부 지급하고 일부 지급을 약속했거나 후불제 하에서 서비스를 고용하거나 이용하는 자 이외의 해당 서비스의 수령인 포함하나, 해당 서비스가 처음 언급한 자의 승인을 받아 이용되는 경우 상업적 목적으로 해당 서비스를 이용하는 자는 포함되지 않는다.

해설. —이 조항의 목적상 다음 각 정의가 적용된다. (a) '상업적 목적'이라는 표현은 자영업을 통해 생계를 유지하기 위해 자신이 상품을 구매하고 사용하는 사용을 포함하지 않는다. (b) '어떤 상품을 구매한다'와 '어떤 서비스를 고용하거나 이용한다'는 표현은 전자 수단을 통한 오프라인 또는 온라인 거래나 텔레쇼핑, 직접 판매, 다단계 마케팅을

나 서비스, (ii) 상업적 목적이나 재판매를 위해 이용되는 상품이나 서비스에는 적용되지 않는다. 이러한 경우, 해당 사람들은 소비자보호법 하의 소비자로 간주되지 않는다.

전자상거래 업체

전자 상거래 규정(E-commerce Rules)은 인도 외부에 설립된 기업이라도 인도 소비자에게 체계적으로 상품이나 서비스를 제공하는 경우 적용된다. 따라서, 인도에 등록되지 않은 비인도인이라도 그 기업이 인도에서 서비스를 제공하는 경우 전자 상거래 규칙이 적용된다.

전자 상거래 규정에 따라, 전자상거래 기업은 온라인 시장 전자상거래 기업 또는 재고 전자상거래 기업으로 더욱 세분화된다.

‘온라인 시장 전자상거래 기업’은 구매자와 판매자 간의 거래를 촉진하기 위해 디지털 또는 전자 네트워크에서 정보 기술 플랫폼을 제공한다. 제3자 게임 개발자 또는 운영자(제3자 판매자로 간주됨)가 플랫폼을 통해 사용자에게 각각의 게임을 제공하는 경우, 이는 온라인 시장 전자상거래 기업으로 간주될 수 있다. 온라인 시장 전자 상거래 플랫폼을 제공하는 기업의 예로는 아마존(Amazon), 이베이(eBay), 엣시(Etsy) 등이 있으며, 이들 플랫폼에서는 다양한 판매자/브랜드의 제품이 하나의 플랫폼(웹사이트/모바일 애플리케이션)에서 판매된다.

‘재고 전자상거래 기업’은 상품이나 서비스의 재고를 소유하고 이를 고객에게 직접 판매한다. 게임 운영자나 개발자가 자사의 게임을 온라인으로 사용자에게 직접 제공하는 경우, 이는 재고 전자상거래 기업으로 간주될 수 있다. 재고 전자상거래 모델을 사용하는 기업의 예로는 나이키, 애플, 맥도날드 등이 있으며, 이들 기관은 자체 웹사이트나 모바일 애플리케이션을 통해 상품이나 서비스를 직접 판매한다.

전자상거래 규칙은 모든 종류의 전자상거래 기업이 전자상거래 플랫폼에 공개해야 할 사항을 나열하고 있으며, 재고 전자상거래 기업과 온라인시장 전자상거래 기업이 각각 공개해야 할 사항도 특정하여 특정 나열하고 있다.

전자상거래 기업에 관한 모든 종류의 공개 요건⁷⁷⁵⁾

전자상거래 규칙은 전자상거래 기업이 플랫폼에 다음 각 정보를 명확하고 접근하기 쉽게 게시할 의무를 부과한다. 이 정보는 사용자에게 눈에 잘 띄게 표시되어야 한다.

- 전자상거래 기업의 법적 명칭
- 본사 및 모든 지사의 주요 지리적 주소

포함한다.

775) 전자상거래 규칙(E-Commerce Rules) 제4조 제2항.

- 웹사이트의 명칭과 세부 정보
- 고객 지원 및 불만 처리 담당자의 이메일 주소, 팩스 번호, 유선 전화번호, 휴대전화 번호

온라인 시장 전자상거래 기업의 정보 공개 요건⁷⁷⁶⁾

서비스 제공자가 온라인 시장 전자상거래 기업으로 간주될 경우, 사용자에게 다음 정보를 표시해야 한다.

- 판매자 정보: 온라인 시장 전자상거래 기업은 판매자가 다음 정보를 명확하고 접근하기 쉽게 제공하며, 사용자에게 눈에 띄게 표시하도록 해야 한다.
- 사업체명 명칭, 등록 여부, 지리적 주소 및 고객 서비스 번호를 포함한 판매자들에 대한 세부 정보
- 해당 판매자에 대한 평가나 다른 판매자에 대한 종합적인 피드백
- 법적 명칭, 고객 서비스 연락처(팩스, 유선 전화, 휴대전화 번호) 및 해당하는 경우 판매자의 GSTIN과 PAN 정보
- 판매자가 이 전자상거래 규칙(아래에서 논의됨)을 준수하여 기업에게 제공하는 모든 정보
- 고객이 구매 전 단계에서 정보에 입각한 결정을 내릴 수 있도록 필요한 기타 정보

온라인 시장 전자상거래 기업의 의무는 판매자에게 기술적 생태계를 제공하여, 판매자가 위에 열거된 정보를 온라인 플랫폼에 표시할 수 있도록 하는 것이다.

온라인 시장 전자상거래 기업은 고객이 서면으로 요청할 경우 판매자의 본사 및 모든 지점의 주요 지리적 주소, 웹사이트 명칭 및 세부 정보, 이메일 주소, 분쟁 해결을 위한 기타 필요한 정보를 제공해야 한다.

반품, 환불 등에 관한 정보: 반품, 환불, 교환, 보증 및 보증, 배송 및 발송, 결제 방식, 민원 해결 등 고객이 정보에 입각한 결정을 내리는 데 필요한 유사한 정보를 플랫폼에 제공해야 한다.

결제 정보: 해당 기업은 사용 가능한 결제 방법, 결제 방법의 보안, 사용자에게 부과되는 수수료 또는 요금, 정기 결제 취소 절차, 환불 옵션, 그리고 해당 플랫폼에서 관련 결제 서비스 제공자의 연락 정보를 두드러지게 표시해야 한다.

순위 기준: 온라인 시장 전자상거래 기업은 플랫폼에서 서비스나 판매자의 순위를 매기는 주요 기준과 이 기준의 상대적 중요성을 공개하고 명확하고 이해하기 쉬운 언어로 설명해야 한다.

판매자와의 관계: 온라인 시장 전자상거래 기업과 판매자 간의 약관에서는 동일한 카테고리의 서비스나 판매자들 사이에 적용되는 일정한 차별화된 대우가 있을 경우 이를 설명해야 한다.

온라인 시장 전자상거래 플랫폼에서 서비스를 제공하는 판매자에 대한 공개 요건⁷⁷⁷⁾

776) 전자상거래 규칙 제5조 제(3)항.

서비스 제공자가 온라인 시장 전자상거래 플랫폼에서 판매자의 범주에 속하는 경우, 전자상거래 기업에 다음 정보를 제공하여 플랫폼이나 웹사이트에 표시해야 한다.

- 법률에 따라 공개해야 하는 모든 계약 정보
- 모든 서비스의 총 가격을 단일 금액으로 표시하고, 서비스의 세부 가격을 보여주며, 모든 필수 및 자발적 청구, 우편 및 취급료, 운송료 및 해당 세금을 포함하여 표시한다.
- 적용 법률에 따라 제공되는 모든 필수 고지 사항과 정보, 그리고 판매되는 상품의 유효기간 (해당되는 경우);
- 소비자가 구매 전 단계에서 정보에 입각한 결정을 내릴 수 있도록 판매자가 제공하는 서비스의 세부 사항과 원산지 등 모든 관련 정보
- 소비자 불만 해결 또는 기타 사항 보고를 위한 불만 처리 담당자의 명칭, 연락처, 직책;
- 수입업체의 명칭과 세부 사항, 수입된 제품의 진품 여부에 대한 보증
- 정확하고 접근 가능한 방식으로 교환, 반품, 환불 조건 및 반품 배송비용과 관련된 정보
- 이와 같은 서비스의 배송 및 배송에 관한 구체적인 사항
- 해당 보증이나 서비스에 적용되는 보증이나 보장

전자상거래 기업의 재고 공개 요건⁷⁷⁸⁾

서비스 제공자가 재고 전자상거래 기업으로 간주될 경우, 사용자에게 다음 각 정보를 표시해야 한다.

- 반품, 환불 등에 관한 정보: 반품, 환불, 교환, 보증 및 보증, 배송 및 발송, 결제 방식, 민원 해결 등 고객이 정보에 입각한 결정을 내리는 데 필요한 유사한 정보를 플랫폼에 제공해야 한다.
- 적용되는 법률이 요구하는 모든 필수 공지와 정보;
- 결제 정보: 재고 전자상거래 기업은 사용 가능한 결제 방법, 해당 결제 방법의 보안, 사용자에게 부과되는 수수료 또는 요금, 정기 결제를 취소하는 절차, 환불 옵션, 관련 결제 서비스 제공자의 연락처 정보를 플랫폼에 명확하게 공개해야 한다.
- 가격 세부 내역: 재고 전자상거래 기업은 서비스의 총 가격을 단일 금액으로 공개하고, 배송료, 우편 및 취급료, 운송료, 적용되는 세금 등 모든 필수 및 자발적 요금을 보여주는 서비스의 세부 내역을 표시해야 한다.
- 추가 공개 사항: 전자상거래 기업은 적용되는 법률에 따라 모든 필수 정보, 공지 및 계약 정보를 제공해야 한다.

777) 전자상거래 규칙 제6조 제(4)항.

778) 전자상거래 규정 제7조 제(1)항.

소비자보호법(CPA) 및 전자상거래 규칙 위반에 대한 처벌:

위에서 언급한 준수 사항을 위반해도 자동으로 발동되는 처벌은 없다. 소비자 보호 기관이나 소비자 위원회(아래에서 논의됨)가 내린 명령이나 지시를 따르지 않을 경우에만 소비자 보호 기관이나 소비자 위원회(아래에서 논의됨)가 내린 명령이나 지시를 따르지 않을 경우에만 처벌 조치가 부과된다.

사용자는 책임을 지지 않는 당사자에 대해 (a) 중앙 소비자보호처 또는 (b) 소비자 위원회(지역, 주, 국가 소비자 위원회로 나뉘는 분쟁 해결 기구)에 불만을 제기할 수 있다. 또는 중앙 소비자보호처는 소비자보호법 및 전자상거래 규칙 위반 여부를 직권으로도 조사할 수 있다. 책임을 지지 않는 당사자가 소비자보호법 및 전자상거래 규정을 위반한 것으로 판명되면, 중앙 소비자보호처 또는 소비자 위원회는 청문회 후 책임을 지지 않는 당사자에게 다음의 어느 하나를 지시할 수 있다.

중앙 소비자보호처 또는 소비자 위원회가 소비자 이익에 부당하거나 불공정하다고 판단하는 행위를 중단하고 위반 사항을 시정하거나 규정된 수수료를 지급하고 위반 사항을 시정한다.

소비자 위원회의 명령을 준수하지 않는 자는 1개월 이상 3년 이하의 징역형과 2만 5천 이상 1십만 인도 루피 이하의 벌금형에 처한다. 소비자 위원회의 명령은 항소할 수 있다. 중앙 소비자보호처의 지시를 따르지 않으면 최대 6개월의 징역형과 2백만 인도 루피 이하의 벌금형에 처한다. 이는 반의사불벌죄이다.

중개인

통신 서비스 제공업체, 네트워크 서비스 제공업체, 인터넷 서비스 제공업체, 웹 호스팅 서비스 제공업체, 검색 엔진, 온라인 결제 사이트, 온라인 경매 사이트, 온라인 시장 등은 IT 규정에 따라 중개인으로 규제된다. 앞서 언급한 대로, 모든 중개인에게 일반적으로 적용되는 다양한 준수 요건이 있으며, 이는 아래에 자세히 설명되어 있다. 또한, 주요 소셜 미디어 중개인으로 구성되는 하위 집합에 적용되는 추가적인 주의 의무 요건도 있다.

중개인의 공개 요건

게임 운영자나 개발자의 제3자 게임을 호스팅하는 플랫폼은 IT법(IT Act) 및 IT 규정(IT Rules) 하에서 중개인으로 간주된다. 이 경우, 플랫폼에 호스팅된 콘텐츠에 대한 책임 면책 보호를 받기 위해 플랫폼은 IT법 및 IT 규정에 따른 준수를 해야 하며, 이는 플랫폼 사용자에게 대한 특정 공개 요건을 포함한다. 이러한 공개 사항은 다음과 같다:

공표: 중개인은 규칙, 규정, 개인정보 보호정책, 사용자 동의를 앱 및/또는 웹사이트에 두드러지

게 게시해야 하며, 모든 사람이 접근할 수 있고, 영어 또는 인도 헌법에서 인정하는 공용어 중 한 가지로 제공되어야 한다.

금지된 행동: 규칙, 규정, 개인정보 보호정책 또는 사용자 동의는 사용자가 선택한 영어 또는 인도 헌법에서 인정하는 공용어 중 하나로 사용자에게 알리고, 사용자가 다음과 같은 정보를 호스팅, 표시, 업로드, 수정, 게시, 전송, 저장, 업데이트 또는 공유하지 않도록 합리적인 노력을 기울여야 한다:

- 이용자에게 속하지 않거나 이용자가 권리를 가지지 않는 경우
- 음란물, 포르노, 아동 성착취물, 또는 타인의 사생활을 침해하는 경우
- 어린이에게 해로운 경우
- 성별을 이유로 모욕하거나 괴롭히는 경우
- 인종적 또는 민족적으로 불쾌감을 주는 경우
- 자금 세탁이나 도박과 관련되거나 이를 조장하는 경우
- 종교나 카스트를 이유로 다른 집단 간의 적대감을 조장하여 폭력을 선동하려는 의도가 있는 경우
- 지식재산권 또는 소유권 또는 현행법을 침해하는 경우
- 메시지의 출처에 대해 수신자를 속이거나 오도하거나 고의로 잘못된 정보나 허위 정보를 제공하는 경우
- 다른 사람을 사칭하는 경우
- 인도의 통합, 완전성, 방어, 안전, 보안 또는 인도의 주권을 위협하거나, 다른 국가와의 우호 관계나 공공 질서를 해치거나, 인지 가능한 범죄를 저지르도록 선동하거나, 범죄 수사를 방해하거나, 다른 국가를 모욕하는 경우
- 바이러스와 같은 컴퓨터 자원을 의도적으로 손상시키는 모든 것을 포함하는 경우
- 허위이며 재정적 이익을 얻거나 피해를 주기 위해 사람이나 단체를 오도하거나 괴롭히려는 의도로 게시된 경우
- 다른 법률을 위반하는 경우

연간 통지: 중개인은 사용자에게 연 1회 이상 자사의 규칙, 규정, 개인정보 보호정책 또는 사용자 동의를 준수하지 않을 경우 중개인이 사용자의 접근이나 이용을 종료하고 위반하는 정보를 제거할 수 있음을 통지해야 한다. 중개인은 또한 사용자가 선택한 언어(영어 또는 인도 헌법에서 인정하는 공용어)로 최소한 연 1회 자사의 규칙, 규정, 개인정보 보호정책과 사용자 동의 및 그 변경 사항을 사용자에게 통지해야 한다.

경우에 따라 제3자 게임을 사용자에게 제공하는 플랫폼은 전자 상거래 기업이자 중개인 플랫폼으

로도 동시에 자격을 갖추 수 있다. 이러한 경우, 전자상거래 규정에 따른 공개 의무와 IT법 및 IT 규정에 따른 요건이 해당 플랫폼에 적용될 수 있다.

정보기술법(IT Act) 및 IT 규정(IT Rules) 위반 시 처벌

IT 규정을 준수하지 않는 중개인은 중개인이 제공하거나 호스팅하는 제3자 정보, 정보 또는 통신 링크에 대한 책임으로부터 면책 보호를 받지 못한다.⁷⁷⁹⁾

위반행위의 성격에 따라 중개인은 해당 형법 및 IT법의 규정에 따라 책임을 질 수 있다. 이러한 경우 처벌에는 징역형 및 벌금형, 또는 양자 모두가 포함될 수 있다.

정보기술 규칙을 위반하고 정보기술법(에 중개인의 위반에 대한 처벌이 명시되지 않은 경우, 중개인은 법정 벌금 1십만 인도 루피를 납부해야 한다. 추가로, 이러한 위반으로 영향을 받은 사람에게 1십만 이상 1백만 인도 루피 이하의 보상금을 지급해야 한다.

2) 사업자가 패키지 또는 디지털 패키지*형태로 게임을 판매할 때, 반드시 표시해야 하는 정보가 무엇인지

*** 디지털 패키지: 물리적인 매체(Media) 없이 디지털 형태로 유통되는 게임을 의미함**

물리적 패키지/제품 형태의 게임의 경우, 인도 법률은 (i) 물리적 제품의 포장재에, (ii) 해당 물리적 제품이 온라인에서 판매되는 경우 전자상거래 플랫폼에 공시해야 한다고 규정한다. 디지털 제품의 경우, 온라인/전자상거래 모델을 통해 판매되므로 전자상거래 플랫폼에 공시해야 한다고 규정한다.

물리적 게임

물리적 게임-패키지 공개 요건

온라인 또는 오프라인 매장에서 판매되는 물리적 패키지는 2009년 법적 계량법 (이하 “계량법”) 및 이에 따라 발행된 2011년 법적 계량(사전 포장 상품) 규칙(이하 “계량 규칙”)의 요건을 준수해야 한다. 계량법은 표시를 사전 포장된 상품에 부착되거나 나타나는 모든 서면, 표시, 스탬프, 인쇄 또는 그래픽 자료로 정의한다.⁷⁸⁰⁾ 계량 규칙은 다음 사항을 필수적 공개 요건으로 두었다.

- 제조업체의 명칭과 주소
- 제조업체와 다른 경우 포장업체의 명칭과 주소
- 수입업체의 명칭과 주소 (수입된 패키지의 경우)

779) 정보 기술법 제79조 제1항.

780) 계량법에 따르면, “사전 포장 상품”이란 구매자가 존재하지 않는 상태에서 어떠한 형태의 포장에 넣어지는 제품을 말하며, 그 안에 포함된 제품이 미리 정해진 양을 가지고 있는지 여부에 상관없다.

- 수입된 패키지의 경우 원산지 또는 제조지 또는 조립지
- 상품의 일반명 또는 통칭
- 여러 제품이 포함된 패키지의 경우, 각 제품의 명칭과 수량 또는 양을 명시한다.
- 순량 (개수로 판매되는 제품의 경우, 상품의 개수)
- 상품이 제조된 연월
- 인도 통화로 모든 세금을 포함한 최대 소매 가격을 표시한다.
- 제품의 크기와 제품의 치수 (해당되는 경우)

소비자 관리 세부 사항에는 소비자 불만이 발생할 경우 연락할 수 있는 담당자 또는 사무실의 명칭, 주소, 전화번호 및 이메일 주소가 포함되어야 한다.

또한, CD와 같은 물리적 형태로 판매되는 게임은 계량 규칙(전자 제품 규칙)의 전자 제품 범주에 속할 수 있다. LM 규정은 전자 제품의 제품에 다음 사항을 반드시 표시하도록 명시한다.

- 제조업체, 포장업체 또는 수입업체의 명칭과 주소(해당되는 경우)를 포장에 표기한다.
- 예비품의 각 부품에 대한 제조 연월(해당되는 경우).⁷⁸¹⁾
- 소비자에게 QR 코드를 스캔하여 다음 정보를 확인하도록 안내하는 공지문(해당 정보가 텍스트 형식이 아닌 QR 코드 형식으로 제공되는 경우):
- 주소 및 기타 관련 정보.
- 상품의 일반명 또는 통칭.
- 패키지에 여러 제품이 포함된 경우, 각 제품의 명칭과 수량을 명시
- 제품의 크기와 제품의 치수
- 소비자 민원이 있을 경우 연락할 수 있는 사람 또는 사무실의 전화번호와 이메일 주소

계량 규칙에 따르면 전자상거래는 디지털 제품을 포함한 상품과 서비스를 디지털 및 전자 네트워크 상에서 사고파는 것을 의미한다. 사업자가 전자상거래 플랫폼에서 게임(물리적 형태 또는 디지털 형태)을 판매하는 경우, 계량법과 계량 규칙에 명시된 신고 요건(제품이 제조/포장된 월과 연도를 표시해야 하는 요건 제외)이 적용된다.

계량 규칙에 따르면 전자상거래 기업은 이러한 공지를 표시할 의무를 준수해야 한다. 따라서, 디지털 또는 물리적 형태, 또는 양자 모두로 게임을 판매하는 재고 및 온라인 시장 전자상거래 기업은 각각 공지를 표시하고 판매자도 공지를 표시하도록 해야 한다.⁷⁸²⁾ 또한, 온라인 시장 전자상거래 기업의 경우, 특정 상황에서는 제조업체, 판매자, 딜러 또는 수입업체가 선언의 정확

781) 계량 규칙에 따르면, 예비품 및 액세서리는 기계, 장치 또는 장비의 주요 제품이나 핵심 제품에 보완적인 모든 부품, 구성 요소 또는 액세서리를 포함한다. 여기에는 손상되거나 마모된 부품을 지원하거나 교체하기 위해 별도로 판매되는 부품도 포함되며, 기계, 장치 또는 장비의 의도된 작동이나 기능을 유지하기 위해 필요하다.

782) LM 규칙 제6조 제(10)항.

성에 대한 책임을 진다.⁷⁸³⁾

물리적 게임 - 전자상거래 플랫폼에서 요구되는 공개 사항

전자상거래 플랫폼에서 CD와 같은 물리적 형태의 게임을 판매하는 사업자는 전자상거래 규정을 준수하여 정보를 제공해야 한다.

온라인 시장 전자상거래 플랫폼을 통해 물리적 게임을 전자 상거래 판매자로서 판매하는 사업자는 “가”항 질의 응답에 따라 전자상거래 규칙에 따라 필요한 의무 공개 사항을 제공해야 한다.

또한, 물리적 게임을 재고 전자 상거래 플랫폼에서 판매하는 사업자는 전자상거래 규칙에 따라 전자상거래 기업과 재고 전자 상거래 업체에게 요구되는 필수 사항을 공개해야 한다.

계량법에 따르면, 사전 포장된 상품에 대한 선언 요건을 위반하면 첫 번째 위반 시 2만5천 인도 루피의 벌금, 두 번째 위반 시 5만 인도 루피의 벌금, 그리고 그 후의 모든 위반 시에는 5만 이상 10만 이하 인도 루피의 벌금과 1년 이하의 징역에 처한다.⁷⁸⁴⁾ 이는 반의사불벌죄이다.

디지털 게임

온라인 시장 전자상거래 플랫폼을 통해 게임을 디지털로 판매하는 사업자는 전자상거래 규정에 따라 판매자로서 필수 사항을 공개해야 한다.

또한, 게임을 디지털로 재고 전자 상거래 플랫폼으로 판매하는 사업자는 전자상거래 규칙 (E-Commerce Rules)에 따라 전자상거래 기업과 재고 전자 상거래 업체를 위한 필수사항을 공개해야 한다.

3) 게임 내 상품(아이템 등)을 판매할 때, 반드시 표시해야 하는 정보가 무엇인지

게임 내 제품 판매와 관련된 공개 사항은 (i) 소비자보호법(CPA), (ii) 전자상거래 규칙 (E-Commerce Rules), (iii) IT 규칙(IT Rules)에 따라 규제된다. 따라서 “가”항 1) 및 2) 질의 응답에서 논의된 전자상거래 모델을 통해 판매되는 디지털 상품에 대한 필수 공개 사항은 게임 내 제품 제공자에게도 적용된다.

783) 계량 규칙 제6조 제(10)항 단서에 따라, 다음과 같은 경우 온라인 시장 전자상거래 기업의 책임은 제한된다. 전자상거래 기업의 기능이 제조업체, 판매자, 딜러, 수입업체가 제공하는 정보를 전달하거나 일시적으로 저장하거나 호스팅하는 통신 시스템에 대한 접근을 제공하는 것으로 제한되는 경우; 또는 해당 기업이 (i) 전송을 시작하지 않으며, (ii) 전송의 수신자를 선택하지 않으며, (iii) 전송에 포함된 정보를 선택하거나 수정하지 않는 정보

해당 기업이 정보기술법 2000(Information Technology Act, 2000)에 따라 중개인으로서의 의무를 이행하는 동안 주의 의무를 다하고, 중앙 정부가 다음과 관련하여 규정할 수 있는 기타 지침을 준수하는 경우:

784) 계량법 제36조 제(1)항.

일반적으로, 게임 운영자는 제공하는 게임 내 아이টে에 대한 게임 내 아이টে에 대한 정보를 공개해야 한다.

“가”항 1)항에서 논의하였듯, 전자상거래 기업(온라인 시장 및 재고 전자상거래 기업 포함)는 플랫폼에 특정 정보를 표시해야 한다. 또한, “가”항 1)에서 논의하였듯, 재고 전자상거래 기업은 여러 가지 공시를 해야 하며, “가”항 1) 항에서 논의하였듯, 온라인 시장 전자상거래 기업은 일정한 정보를 공개해야 한다. 마찬가지로, “가”항 1)에서 논의하였듯, 판매자는 온라인 시장 전자상거래 플랫폼에 일정한 공시를 게시해야 한다.

나. 추천 광고

1) 광고주와 추천·보증인과의 경제적 이해관계를 표시해야 하는 규정이 있는지(예: 스트리머, 인플루언서 등을 통한 광고)

광고주와 추천인 간의 광고주와 추천인 간의 경제적 이해관계를 표시하는 법적 요건이 있다.

오도하는 광고 지침

오도하는 광고 지침⁷⁸⁵⁾은 광고에서 “추천인”을 “상품, 제품 또는 서비스에 대한 의견, 신념, 발견 또는 경험이 해당 광고의 메시지인 것처럼 보이는 개인 또는 단체 또는 기관”으로 정의한다. 광고에 등장하는 특정 유형의 추천인은 “추천인”의 범주에 속할 수 있다.

오도하는 광고 지침은 소비자보호법에 따라 기만 광고⁷⁸⁶⁾와 추천을 방지하기 위해 발행되었다. 기만적이거나 그렇지 않은 허위 광고를 금지함으로써, 소비자보호법과 오도하는 광고 지침은 특정 종류의 내용을 포함하는 광고를 금지한다.⁷⁸⁷⁾

785) 참조: <https://consumeraffairs.nic.in/en/latestnews/guidelines-prevention-misleading-advertisements-and-endorsements-misleading>

786) 이러한 요소들 중 일부는 다음과 같다: (i) 광고는 진실하고 정직한 표현을 포함해야 한다; (ii) 상품이나 서비스의 정확성, 과학적 타당성 또는 실용성을 과장해서는 안 된다. (iii) 법률이 소비자에게 부여하는 권리를 광고주 제안만의 독특한 특징으로 제시해서는 안 된다. (iv) 동일한 주제에 관한 과학적 이견을 보편적으로 받아들여진 주장이라고 암시해서는 안 된다. (v) 광고된 상품을 구매하지 않을 경우 소비자나 그 가족의 개인 보안에 대한 위험의 본질을 오도해서는 안 된다. (vi) 출판물의 내용에 근거한 주장만으로는 오도되지 않도록 해야 한다; (vii) 다른 부문별 법률 및 그에 따라 제정된 규칙/규정을 준수해야 한다.

787) 소비자보호법과 오도하는 광고 지침은 다음과 같은 내용을 포함하는 광고를 금지한다.

제품이나 서비스에 대한 거짓 설명이 있는 경우

소비자를 오도하여 상품이나 제품의 정확성, 과학적 타당성, 실용성, 능력 또는 성능 또는 서비스를 과장하는 경우 이러한 광고에서 제기된 주장이 정보나 과학적 의견이 크게 나뉘는 경우에도 광고가 보편적으로 받아들여진다고 제안하는 경우

소비자가 광고된 상품, 제품 또는 서비스를 구매하지 않을 경우, 본인 또는 가족의 개인 보안에 대한 위험의 성격이나 정도에 대해 오해를 불러일으키는 경우

독립적으로 입증되지 않은 주장이 단순히 출판물의 내용에 근거한 경우, 소비자를 오도하지 않도록 보장하지 않는 경우

오도하는 광고 지침은 추천인이 상인, 제조업체, 광고주와의 중대한 연관관계를 공개해야 한다. 788) 추천인은 상인, 제조업체, 광고주와의 중대한 연결을 완전히 공개해야 하며, 이는 보증의 가치, 신뢰성 또는 신뢰도에 영향을 줄 수 있으며, 청중이 합리적으로 예상하지 못하는 경우이다. 또한, 오도하는 광고 지침은 광고의 면책 조항이 주장을 명확히 하거나 확장할 수 있지만, 소비자가 인식하는 원래 주장과 모순되거나 그 의미를 변경해서는 안 된다고 규정한다. 주장의 중요한 정보를 숨기거나 핵심 세부 사항을 생략하여 기만적 광고를 해서는 안 된다. 또한, 면책 조항은 이미 광고에서 한 허위 주장을 수정하는 데 사용될 수 없다. 목적은 광고의 의도를 변경하거나 흐리지 않고 투명성을 제공하는 것이다. 789)

인도 소비자문제부는 오도 광고 지침(Misleading Ad Guidelines) 외에도 소셜 미디어 플랫폼에서 활동하는 연예인⁷⁹⁰⁾, 인플루언서⁷⁹¹⁾, 가상 인플루언서⁷⁹²⁾를 위한 추천 노하우(Endorsement Know-hows)를 발표했다. 793) 추천 노하우는 특정 공개 요건을 제공하며, 이는 청중에게 접근할 수 있고, 인플루언서나 연예인의 권위, 지식, 지위 또는 청중과의 관계로 인해 제품, 서비스, 브랜드 또는 경험에 대한 청중의 구매 결정이나 의견에 영향을 미칠 수 있는 개인이나 집단에 적용된다.

광고주와 연예인/인플루언서 사이에 중대한 연관관계가 존재하여 연예인/인플루언서가 한 표현의 무게나 신뢰성에 영향을 미칠 수 있는 경우, 공개 요건이 적용된다. 이러한 중대한 연관관계는 다음의 어느 하나의 형태로 나타날 수 있다. (i) 금전적 또는 기타 보상 (ii) 조건이 있거나 없는 제품, 요청하지 않았음에도 받은 제품, 할인, 선물 (iii) 콘테스트 및 경품 응모 (iv) 여행 또는 호텔 숙박 (v) 미디어 교환 (vi) 보도 및 상 (vii) 가족, 개인 또는 고용 관계.

다른 특정 분야 법률 및 해당 법률에 따라 제정된 규칙과 규정을 준수하지 않는 경우

법에 의해 소비자에게 부여된 권리를 광고주가 제공하는 혜택의 독특한 특징으로 제시하는 경우

제품이나 서비스의 성격, 본질, 양 또는 품질에 대해 소비자를 오도하거나 오도할 가능성이 있는 보증을 제공하는 경우
명시적 또는 묵시적 표현으로 불공정 거래 행위를 구성하는 경우

중요한 정보를 고의로 숨기는 경우

788) 오도하는 광고 지침 제14조: 추천인과 추천 제품의 상인, 제조업체 또는 광고주 사이에 연관관계가 존재하고, 이 연관관계가 추천의 가치나 신뢰성에 실질적으로 영향을 미칠 수 있으며, 청중이 이를 합리적으로 예상하지 못하는 경우, 추천을 할 때 이러한 연관관계를 완전히 공개해야 한다.

789) 오도하는 광고 지침(Misleading Ad Guidelines) 제11조 제(1)항.

790) 추천 노하우는 연예인을 유명한 인물로 정의하는데, 이는 연예나 스포츠 산업 등에서 활동하는 사람들을 포함하며, 그들이 자신들의 관객들의 결정이나 의견에 영향을 줄 수 있는 능력을 가진 사람들을 말한다.

791) 추천 노하우는 인플루언서를 제품과 서비스를 광고하며 청중의 구매 결정이나 의견에 강한 영향을 미치는 창작자로 정의한다.

792) 가상 인플루언서에 대한 추천 노하우는 가상 인플루언서를 인간의 현실적인 특성, 특징, 성격을 지닌 가상의 컴퓨터 생성 인물 또는 아바타로 정의하며, 인플루언서와 유사한 방식으로 행동한다고 규정한다.

793) 참조: https://consumeraffairs.nic.in/sites/default/files/filefield_paths/Endorsement_Know-Hows.pdf

공개는 눈에 띄기 쉬운 방식으로 이루어져야 하며,⁷⁹⁴⁾ 간단하고 명확해야 한다. '광고,' '광고 물,' '후원,' '유료 홍보,' 또는 '유료'와 같은 용어를 사용하여 연예인/인플루언서와 광고주 간의 실질적 연결을 공개할 수 있다. 또한, 공개와 추천은 광고와 동일한 언어로 이루어져야 한다. 마지막으로, 추천 노하우는 공개가 사진,⁷⁹⁵⁾ 동영상⁷⁹⁶⁾ 및 라이브 스트림⁷⁹⁷⁾에도 포함되어야 한다 (적용 가능한 경우).

제조업체 / 서비스 제공업체가 허위 또는 오해를 일으키는 광고를 제작하면 2년 이하의 징역과 1백만 인도루피 이하의 벌금에 처한다. 이후 동일한 범죄를 저지를 경우, 5년 이하의 징역과 5백만 인도루피 이하의 벌금에 처한다.

인도 광고 표준 위원회(Advertising Standards Council of India) 규칙 및 지침

인도 광고 표준 위원회(Advertising Standards Council of India, ASCI (인도 광고 표준 위원회))는 자율규제 기구로서 인도 광고 내용 자율 규제 강령(Advertising Standards Council of India Code for Self-Regulation of Advertising Content in India, ASCI 규정)를 채택했다. 이 자율 규제 강령은 은 광고 내용이 오해를 불러일으키지 않으며, 공공에 불쾌감을 주지 않고, 관련 법률을 준수하도록 하는 자율 규정⁷⁹⁸⁾을 제시한다.⁷⁹⁹⁾

ASCI는 2021년 6월 14일부터 시행되는 인플루언서 광고에 대한 ASCI 지침 (이하 “인플루언서 지침”)을 발표했다. 이 지침은 분석되는 제품/서비스의 인플루언서와 광고주 모두에게 의무를 부과한다.

ASCI 강령에 따르면, 인플루언서란 청중에게 접근할 수 있는 권한과 그들의 제품, 서비스, 브랜드 또는 경험에 대한 구매 결정이나 의견에 영향을 미칠 수 있는 인플루언서라는 사람을 의미한다. 이는 인플루언서의 권위, 지식, 위치 또는 청중과의 관계로 인해 발생한다. 특정 종류의 추천인은 인플루언서의 범주에 속할 수 있으며, 이들의 주요 역할은 제품 및 서비스의 구매 결정에 청중의 결정을 주로 영향을 미치는 것이다. 인플루언서 지침은 또한 “가상 인플루언서”를 “실제 인간의 특성, 특징 및 성격을 가진, 인플루언서와 유사한 방식으로 행동하는 가상의 컴퓨터

794) 추천 노하우는 광고 메시지에 명확하고 눈에 잘 띄며 절대 놓치기 어려운 방식으로 공개해야 하며, 해시태그나 링크와 혼용해서는 안 된다.

795) 공개는 시청자가 충분히 인지할 수 있도록 이미지 위에 겹쳐져야 한다.

796) 공개 사항은 비디오에만 포함되어서는 안 되며, 설명뿐만 아니라 비디오에도 포함되어야 하며, 오디오와 비디오 형식으로 모두 제공되어야 한다.

797) 공개는 전체 스트리밍 동안 계속해서 눈에 띄게 표시되어야 한다.

798) 참조: https://www.ascionline.in/wp-content/uploads/2024/01/Code-Book_Print-ready-1.pdf

799) ASCI 강령은 유선 텔레비전 방송망 규칙(Cable Television Networks Rules, 1994)에 참조를 통하여 도입되어 텔레비전 채널에서 송출되는 광고에 대해 법적 구속력을 가진다. ASCI 회원이 아닌 단체도 이에 해당한다. 그러나 ASCI 비회원의 디지털 광고에는 ASCI 규정 준수 의무가 발생하지 않는다.

터 생성 인물 또는 아바타” 로 정의한다.

인플루언서 지침은 소셜 미디어 인플루언서가 게시하는 모든 광고에 해당 콘텐츠가 광고임을 식별하는 표시를 부착하도록 요구한다. 또한, 다음의 경우에도 이러한 공개를 해야 한다.

광고주와 인플루언서 사이에 금전적 보상에 국한되지 않는 중대한 연관관계⁸⁰⁰⁾가 있는 경우 광고주의 제품이나 서비스에 대해 언급하거나 이야기할 가치가 있는 것이 있는 경우 평가가 광고주와 인플루언서 사이에 실질적인 연관관계가 있는 한, 편향되지 않거나 그 출처가 순전히 인플루언서인 경우

인플루언서 지침에 따라, 공개는 수용 가능한 광고, 광고, 후원, 협업, 유료 제휴, 직원, 무료 선물 등의 형태로 이루어져야 한다.

ASCI 비회원은 규정 준수 의무를 지지 않는다. 그러나 경험상 ASCI는 자체적으로 비회원사를 포함한 모든 기업의 ASCI 규정 위반을 조사하고, 관련 부문 감독기관에 통보하여 후속 조치를 취하게 한다. ASCI는 일반적으로 제품 제조업체나 서비스 제공업체를 대상으로 조치를 진행한다.

2) 스트리머, 인플루언서 등에게 현금이 아닌 게임 아이템을 제공하는 것만으로도 경제적 이해관계가 성립되는지

게임 아이템이 실제 돈 대신 제공되는 경우, 서비스 제공자와 인플루언서 또는 보증인이 경제적 이익을 공유한다. 이는 추천 노하우와 ASCI 강령 및 관련 지침에 따른다.

오도하는 광고 지침은 광고주와 보증인 사이에 실질적인 연결이 존재하고, 그러한 연결이 보증의 가치나 신뢰성에 실질적으로 영향을 미칠 수 있으며, 청중이 그러한 연결을 합리적으로 예상하지 못하는 경우 공개해야 한다고 명시한다. 오도하는 광고 지침은 그러한 연결이 실제 금전적 측면에서 이루어져야 한다는 요건을 명시하지 않으므로, “나”항 질문 응답에서 논의된 공개 요건은 게임 아이템 제공을 통해 경제적 이익이 공유되는 경우에도 적용될 수 있다. 추천 노하우는 연예인/인플루언서가 금전적 보상이나 기타 보상, 조건이 붙거나 붙지 않은 무료 제품, 예상치 못한 선물, 할인 등을 받은 경우 공개해야 한다고 규정한다. 따라서, 광고주가 연예인/인플루언서에게 실제 금전이 아닌 게임 아이템을 제공한 경우에도 공개 요건이 적용된다.

마찬가지로, ASCI 강령 및 인플루언서 지침은 실질적 연결이 무료 제품, 조건이 있는 또는 없는 제품, 요청하지 않은 상태에서 받은 제품, 할인, 선물, 콘테스트 및 경품 응모, 여행 또는 호텔 숙박, 미디어 교환, 보도, 상, 가족 또는 고용 관계 등을 포함할 수 있다고 명시한다. 따라서,

800) ASCI 강령에 따르면, 중대한 연관관계는 광고주와 인플루언서 간의 연관관계로 인플루언서가 한 표현의 무게나 신뢰성에 영향을 미칠 수 있는 모든 연결을 의미한다. 중대한 연관관계에는 금전적 기타 보상, 조건 없이 제공된 무료 제품, 할인, 선물, 경품 및 추천 응모, 여행 또는 호텔 숙박, 미디어 교환, 보도, 상, 가족 또는 고용 관계 등이 포함된다.

인플루언서는 게임 아이템 제공을 통해 실질적 연결이 이루어지는 경우, “나”항 1)에서 논의된 바와 같이 공개해야 한다.

또한, 연예인 광고에 대한 ASCI 강령은 연예인을 활동 분야인 연예와 스포츠에서 활동하는 유명하고 잘 알려진 사람으로 정의하며, 의사, 작가, 활동가, 교육자 등 다른 유명하고 잘 알려진 인물도 포함한다. 이는 다음의 어느 하나에 해당하는 사람을 말한다. (i) 광고나 캠페인에 출연하여 연간 4백만 인도루피(INR) 또는 이에 상응하는 가치를 보상받는 사람 (ii) 단일 소셜 미디어 계정에서 500,000명 이상의 팔로워를 보유한 사람. 따라서 ASCI 강령과 인플루언서 지침의 목적상, 광고주와 연예인 간의 경제적 이해관계는 광고와 캠페인에 출연하는 대가로 연간 실질적인 금전 또는 이에 상응하는 가치(게임 아이템 포함) 형태로 나타날 수 있다.

다. 구독 서비스 관련

1) 구독 서비스 등 정기결제 관련하여 사업자가 준수해야 할 사항은 어떤 것이 있는지, 존재하지 않는 경우라면, 서비스 제공자가 준수해야 할 요소들(정기 결제, 통지 방법, 구독 해지 요청 시 환불 절차 등)에는 무엇이 있는지

인도에는 구독 서비스의 다양한 요소를 규제하는 여러 법률이 존재한다. 이러한 법은 소비자보호법과 정보기술 규칙, 구독 서비스에 대한 결제를 규제하는 여러 다른 법 등이다.

소비자보호법

소비자보호법(CPA)은 구독 서비스를 제공하는 사업자에게 적용되는 특별한 요건을 규정하지 않는다. 소비자는 사업자가 제공하는 서비스를 반복적이거나 지속적으로 받을 수 있도록 구독할 수 있다. 이 모델에서 구독 모델 제공자는 소비자보호법(CPA) 및 그에 따라 발행된 다양한 문제를 준수해야 한다. 또한, 소비자보호법(CPA)은 게임 서비스 구독 제공자가 소비자를 구독하도록 유도하기 위해 시행할 수 있는 불공정 계약 및 불공정 거래 행위(이하 “불공정거래행위”)를 금지한다. 이러한 불공정거래행위는 다음을 포함할 수 있다-

- 계약 당사자가 정당한 사유 없이 일방적으로 계약을 해지할 권리를 부여하는 경우⁸⁰¹⁾
- 소비자인 상대방의 동의 없이 한쪽 당사자가 계약을 양도할 수 있도록 허용하거나, 소비자에게 불리한 영향을 미치는 경우⁸⁰²⁾
- 소비자에게 불리한 부당한 청구, 의무 또는 조건을 부과하는 경우⁸⁰³⁾

801) 소비자보호법 제2조 제(46)항 iv목.

802) 소비자보호법 제2조 제(46)항 v목.

803) 소비자보호법 제2조 제(46)항 vi목.

- 서비스가 특정 기준, 품질 또는 등급을 허위로 표시하는 경우⁸⁰⁴⁾
- 상품이나 서비스가 실제로 갖고 있지 않은 후원, 승인, 성능, 특성, 액세서리, 용도 또는 혜택을 가지고 있다고 표현하는 경우⁸⁰⁵⁾
- 어떠한 상품이나 서비스의 필요성 또는 유용성에 대해 허위 또는 오해의 소지가 있는 표현을 하는 경우⁸⁰⁶⁾

전자상거래 규칙

소비자가 전자상거래 플랫폼을 통해 서비스를 구독하는 경우 전자상거래 규칙이 적용될 수 있다. 전자상거래 규칙은 전자상거래 기업이 구독 형태의 서비스를 구매할 때 이용자의 동의를 기록해야 한다고 명시한다. 이러한 동의는 '동의합니다' 또는 '결제하기' 버튼을 클릭하는 명확하고 능동적인 행동을 통해 표현해야 한다. 이러한 동의는 사전 선택된 체크박스나 같은 자동화된 방식으로 기록해서는 안 된다. 또한, 반복적인 서비스에 가입할 때 소비자는 동일한 서비스의 일회성 구매가 아닌 반복 모델에 구체적으로 동의해야 한다.

전자상거래 규칙에서 제공하는 기타 요건의 예시 목록은 다음과 같다. 비록 구독 서비스에 대해 구체적으로 규정하지는 않지만, 구독 서비스에도 준수해야 한다.

인도에 거주하는 현지 담당자 또는 대체 고위 지정 직원을 임명하여 소비자보호법 및 전자상거래 규정을 준수하도록 해야 한다.

전자상거래 기업이 수입 서비스를 판매할 때, 해당 서비스를 구매한 수입업체나 플랫폼에서 판매자로 활동하는 수입업체의 명칭과 세부 정보를 언급해야 한다.

결제 방법과 해당 결제 방법의 보안에 관한 필수 정보를 소비자에게 표시해야 한다. 이를 위해 전자상거래 기업은 제3자 결제 중개자 또는 게이트웨이의 보안 및 개인정보 보호정책에 대한 링크를 제공할 수 있다.

불공정거래행위에 대한 불만은 소비자보호법에 따라 설립된 지역, 주 및 국가 수준의 위원회(소비자보호법 위원회)에 제기할 수 있다. 소비자보호법 위원회는 다음 각 행위를 명령할 수 있다.

(i) 해당 행위의 중단⁸⁰⁷⁾, (ii) 민원 제기자가 지급한 가격 또는 청구액의 반환⁸⁰⁸⁾ (iii) 소비자가 입은 손실이나 피해에 대한 보상금 지급.⁸⁰⁹⁾ 소비자보호법 위원회의 명령을 준수하지 않은 자

804) 소비자보호법 제2조 제(47)항 제(1)호 b목.

805) 소비자보호법 제2조 제(47)항 제(1)호 d목.

806) 소비자보호법 제2조 제(47)항 제(1)호 f목.

807) 소비자보호법 제39조 제(1)항 제(g)호. 제39조는 지역 위원회의 결정에 관한 내용을 다루며, 이 규정은 주 및 국가 위원회에도 동일하게 적용된다. 자세한 내용은 소비자보호법 제49조와 제59조를 참조한다.

808) 소비자보호법 제39조 제(1)항 제(c)호.

는 3년 이하의 징역 또는 2만5천 인도 루피(약 300 미국 달러) 이상 1십만 인도루피(약 1200 미국 달러) 이하의 벌금에 처한다.⁸¹⁰⁾

다크패턴 지침

소비자보호법 하에 발행된 다크패턴 지침은 플랫폼, 광고주, 판매자에게 적용되며, 다크패턴⁸¹¹⁾과 특정 다크패턴의 사용을 금지한다.⁸¹²⁾ 이는 온라인 구독 서비스의 마케팅 및 판매 시 고려해야 한다.

다크패턴 지침은 다크패턴을 다음과 같이 정의한다. 모든 플랫폼에서 UI/UX(사용자 인터페이스/사용자 경험) 상호작용을 이용하여 사용자를 오도하거나 기만하여 원래 의도하지 않았거나 원하지 않았던 행동을 하도록 설계된 모든 행위 또는 기만적 디자인 패턴을 의미한다. 이는 소비자의 자율성, 의사결정 또는 선택을 저해하거나 손상시켜, 광고 속 오도, 불공정 거래 행위 또는 소비자 권리 침해에 해당한다.⁸¹³⁾

다크패턴 지침 부록 A는 다음과 같은 특정 다크패턴을 금지한다:

허위 긴급성-사용자에게 즉각적인 행동이나 구매를 유도하기 위해 허위로 긴급성이나 희소성을 조성하는 행위. 예를 들어, (a) 제품의 인기를 조작하여 결정을 유도하거나, (b) 제품이나 서비스의 제한된 가용성을 과장하는 경우.

장바구니 슬쩍하기- 사용자의 동의 없이 제품, 서비스, 또는 자선 기부와 같은 추가 항목을 결제 시점에 추가하여 선택한 제품 또는 서비스의 총 지급 금액을 증가시키는 행위.

확인 사밍- 구매자의 선택을 약화시키기 위해 주로 상업적 이익을 위해 제품을 구매하거나 구독을 갱신하도록 사용자를 조작하기 위해 두려움, 수치심, 조롱 또는 죄책감을 심어주는 구문, 비디오 또는 다른 방법을 사용하는 것.

강제 조치- 사용자가 원래 의도한 제품이나 서비스를 구매하거나 구독하기 위해 추가 상품을 구매하거나, 관련 없는 서비스에 가입하거나, 개인정보를 공유하도록 강요하는 행위.

구독 함정- 구독 취소를 어렵게 만드는 행위를 말한다. (i) 불가능하거나 지나치게 복잡하게 만

809) 소비자보호법 제39조 제(1)항 제(d)호.

810) 소비자보호법 제72조.

811) 다크패턴 지침 제4조.

812) 제2조 제(i)호는 특정 다크 패턴을 부록 1A에 열거되고 정의된 다크 패턴과 중앙 소비자보호처가 수시로 지정하거나 달리 지정할 수 있는 기타 다크패턴으로 정의한다. 다크 패턴 지침은 <https://consumeraffairs.nic.in/sites/default/files/file-uploads/latestnews/Draft%20Guidelines%20for%20Prevention%20and%20Regulation%20of%20Dark%20Patterns%202023.pdf> <https://consumeraffairs.nic.in/sites/default/files/The%20Guidelines%20for%20Prevention%20and%20Regulation%20of%20Dark%20Patterns%2C%202023.pdf>에서 확인할 수 있으며, 부록 A에는 해당 다크패턴을 설명하고 있다.

813) 다크패턴 지침 제2조 제(e)호.

드는 경우 (ii) 취소 옵션을 숨기는 경우 (iii) 무료 구독에 결제 정보를 요구하는 경우 (iv) 불명확하고 혼란스럽거나 부담스러운 취소 지침을 제공하는 경우.

인터페이스 간섭- 인터페이스를 조작하여 특정 정보를 강조하고 다른 중요한 세부 사항을 숨겨 사용자가 의도한 행동에서 벗어나게 하는 디자인 요소.

미끼와 전환- 사용자의 행동에 따라 한 결과를 광고하지만, 실제로는 다른 결과를 속여서 제공하는 행위.

드립 프라이싱- 다음의 어느 하나를 말한다. (i) 가격 요소를 숨기거나 드립 가격으로 은밀하게 공개하는 행위 (ii) 구매 확인 후 더 높은 청구를 하는 행위 (iii) 인앱 구매가 필요함을 밝히지 않고 제품을 무료로 광고하는 행위 (iv) 추가 구매 없이는 유료 서비스 접근을 차단하는 행위. 위장 광고- 다른 콘텐츠로 광고를 위장하여 사용자가 클릭하도록 속이는 등 인터페이스에 자연스럽지 않게 섞이는 행위.

괴롭히기- 사용자가 명시적으로 허용하지 않는 한, 상업적 이익을 위해 거래를 완료하도록 지속적으로 요청하거나 방해하여 사용자를 반복적으로 방해하고 짜증나게 하는 다크패턴 행위.

속임수 질문- 사용자들을 혼란시키거나 특정 행동을 유도하기 위해 이중 부정과 같은 혼란스럽거나 모호한 언어를 의도적으로 사용하는 행위.

SaaS 요금 청구- 긍정적인 획득 루프를 활용하여 가능한 한 눈에 띄지 않게 돈을 수집하여 소프트웨어 서비스(SaaS) 모델을 통하여 사용자로부터 반복 결제를 추출하는 행위.

“악성 소프트웨어” - 랜섬웨어나 스키퍼웨어를 사용하여 사용자를 속여 컴퓨터에 바이러스가 있다고 생각하게 하고, 가짜 악성 소프트웨어 제거 도구를 구매하도록 유도하여 실제로는 악성 소프트웨어를 설치하는 행위.

소비자에게 구독 서비스를 제공하는 사업자는 제공 과정에서 위에 열거된 다크패턴을 사용해서는 안 된다.

사용된 다크패턴의 분류에 따라, 위에서 언급한 오도하는 광고와 불공정 거래 행위에 대한 처벌이 적용될 수 있다.

결제 법률

인도 준비은행은 이용자-상인 결제에 대한 전자 위임장 처리를 허용하는 기본체계⁸¹⁴)를 제시했다. 이러한 반복 거래는 사업자가 제공하는 구독 기반 서비스의 갱신을 목적으로 할 수 있다. 이 기본체계는 모든 종류의 카드(차변 및 신용)와 선불 수단(전자 지갑 포함)에 적용되며, 이후 UPI 결제에도 확장되었다.⁸¹⁵) 그러나 이 기본체계는 은행, 카드 결제 네트워크 및 선불 결제

814) 참조 <https://www.rbi.org.in/Scripts/NotificationUser.aspx?Id=11668&Mode=0>

수단 발행자를 규제하며, 사업자나 가맹점을 규제하지 않는다. 게임 운영자는 은행 및 결제 서비스 제공자가 프레임워크를 준수할 수 있도록 특정 정보와 지원을 제공해야 한다.

프레임워크는 E-명령이 등록될 때 추가 인증 요소(인증을 위한 추가 요소, AFA)⁸¹⁶)를 등록해야 한다고 규정한다. 이후 해당 E-명령에 대한 반복 거래는 규정된 조건과 한도 내에서 AFA 없이 수행할 수 있다.

기본체계 구현은 다음 조건에 따라 진행된다:

전자 위임장 등록: 전자 위임장은 발행인이 AFA 유효성 검사를 성공적으로 완료한 후 일회성 등록 절차를 통해 등록되어야 한다. 사용자는 미리 지정된 값 또는 반복 거래 또는 가변 값을 제공해야 하며, 후자의 경우 최대 한도를 명시해야 한다. 사용자는 유효 기간(사용자가 이후에 수정할 수 있음) 및 다른 감사 추적 요건을 포함한 필수 정보를 제공해야 한다.

첫 거래 처리: AFA 유효성 검사는 첫 거래 시 한 번 더 수행되어야 한다. 그러나 첫 거래가 전자 위임장 등록과 동시에 발생하는 경우, AFA 유효성 검사를 결합할 수 있다. 이후 사용자가 전자 위임장을 수정하려는 경우를 제외하고는, 반복 결제를 위해 추가 AFA를 제공할 필요가 없다.

거래 전 통지: 발행인은 실제 청구/차변을 하기 최소 24시간 전에 지급자에게 거래 전 통지를 보내야 한다. 이 통지에는 가맹점 명칭, 금액, 예정된 차변의 날짜/시간, 거래 참조, 차변 사유(즉, 등록된 전자 위임장)를 명시해야 한다. 발행인은 또한 지급자가 거래 전 통지를 받은 후 거래를 거부할 수 있는 기능을 제공해야 한다(AFA 유효성 검사 포함).

거래 후 통지: 발행인은 지급자에게 상인의 명칭, 거래 금액, 차변의 날짜/시간, 거래 참조/전자 위임장, 그리고 차변 사유(즉, 등록된 전자 위임장)에 대한 정보를 포함한 거래 후 통지를 보내야 한다.

전자 위임장 철회: 카드 또는 결제 수단의 소유자, 즉 지급자는 언제든지 전자 위임장을 철회할 수 있는 온라인 시설을 제공받아야 하며, 이 철회 시설에 대한 정보는 등록 시점과 이후 필요할 때마다 지급자에게 명확히 전달되어야 한다. AFA 유효성 검사도 이러한 전자 위임장 철회를 위해 수행되어야 한다. 사용자가 전자 위임장을 철회하면, 매입사는 가맹점이 사용자의 모든 세부 정보, 결제 수단 정보를 삭제하도록 해야 한다.

거래 한도: 반복 결제를 위한 E-명령은 거래당 최대 1만 5천 인도 루피까지만 허용되지만, 이용자가 이보다 낮은 한도를 설정할 수 있다. 또한, 특정 종류의 거래⁸¹⁷)에 대해서는 거래당 최대

815) 참조 <https://www.rbi.org.in/Scripts/NotificationUser.aspx?Id=11784&Mode=0>

816) 예를 들어, 카드 거래에 대한 AFA는 개인 식별 번호(PIN), 동적 일회용 비밀번호(OTP), 정적 코드 등을 통해 수행될 수 있다.

1십만 인도 루피까지 결제가 허용된다.⁸¹⁸⁾ 마찬가지로, 반복 UPI 결제의 거래 한도는 특정 종류의 결제에 대해 거래당 1십만 인도 루피로 증가⁸¹⁹⁾했다.⁸²⁰⁾

위의 내용 외에도, 결제 대행업체⁸²¹⁾와 결제 게이트웨이⁸²²⁾를 규제하는 인도 준비은행(RBI) 지침("PA/PG 지침")⁸²³⁾은 상인이 고객 카드와 관련 정보를 데이터베이스나 서버에 저장할 수 없도록 규정한다. 단, 거래 추적 목적을 위한 제한된 정보는 예외로 한다. 따라서 카드 저장 정보는 저장할 수 없지만, 결제 수단의 마지막 네 자리 숫자와 같은 제한된 정보는 거래 추적과 같은 제한된 목적으로 저장할 수 있다. 게임 운영자는 카드 정보 저장 제한을 받는 경우, 토큰화 서비스를 제공받을 수 있다. 이는 인도 준비은행(RBI) 토큰화 규정에 따라 사용자 결제 수단(카드 등)을 토큰화하여 구독 기반 서비스의 반복 거래를 용이하게 한다.

결제 및 정산 시스템법 2007(Payments and Settlement Systems Act, 2007)에 따르면, 규정, 명령, 지시 등을 위반할 경우 1십만 인도 루피 이하의 벌금에 처할 수 있다. 위반이 지속되는 경우, 매일 2만 5천 인도 루피의 벌금에 처할 수 있다.⁸²⁴⁾

또한, PSS 법에 따라 인도 준비은행은 최대 5십만 인도 루피 또는 위반 금액(해당 금액이 산정 가능한 경우) 중 더 높은 금액까지 벌금 부과 권한을 갖고 있다. 위반 사항이 지속적으로 발생하는 경우, 매일 2만 5천 인도 루피의 벌금에 처할 수 있다.⁸²⁵⁾

라. 광고 시 금지사항

1) 게임에 대한 광고 시 금지되는 행위에는 어떤 것이 있는지

게임 광고에는 다양한 종류의 제한이 적용된다. 주별 게임 법률, 소비자 보호 법률, ASCI (인도

817) 상호기금 가입, 보험료 지급, 신용카드 청구서 결제.

818) 참조: <https://www.rbi.org.in/Scripts/NotificationUser.aspx?Id=12570&Mode=0>

819) 참조: <https://www.npci.org.in/PDF/npci/upi/circular/2023/UPI-OC-151A-Enhancement-of-Limits-for-UPI-AutoPay.pdf>

820) 신용카드 청구서 지급, 직접 마케팅 보험 서비스, 금융 기관, 상품 및 서비스, 증권 중개인 및 딜러, 보험 판매, 인수 및 보험료, 보험료, 보험 및 생명 보험공사.

821)결제 집계업체는 PA/PG 지침(Payment Aggregators/Payment Gateways Guidelines)에 따라 전자상거래 사이트와 가맹점이 다양한 결제 수단을 고객으로부터 받아들이고 결제 의무를 완료할 수 있도록 돕는 기관으로 정의된다. 결제 집계업체는 가맹점이 자체적인 결제 통합 시스템을 구축할 필요 없이 인수자와 연결할 수 있도록 한다. 이 과정에서 결제 집계업체는 고객으로부터 결제를 받아 일정 기간 후 가맹점에게 이체한다.

822)결제 게이트웨이는 PA/PG 지침에 따라 기술 인프라를 제공하여 온라인 결제 거래를 처리하는 기업으로 정의되며, 자금 취급에는 관여하지 않는다.

823) 참조 <https://www.rbi.org.00in/Scripts/NotificationUser.aspx?Id=11822&Mode=0>

824) PSS법 제26조 제(6)항.

825) PSS법 제30조 제(1)항.

광고 표준 위원회) 지침, 일반 콘텐츠 규제 법률(3장 “바”항 2) 질문에서 자세히 논의됨)은 인도에서 게임의 마케팅과 광고에 일정한 제한을 부과한다.

주별 게임 법

제1장에서 논의한 바와 같이, 인도에서는 게임이 중앙(연방) 수준과 주 수준에서 규제된다. 인도의 주 정부는 내기 및 도박에 관한 법률을 제정할 권한을 가진다.

게임 법령은 게임을 원활히 하거나 촉진할 의도로 신문, 기타 문서 또는 뉴스나 정보를 인쇄, 출판, 판매, 배포하거나 어떠한 방식으로든 유포하는 행위를 금지한다. 즉, 도박 운영 광고를 금지한다.⁸²⁶⁾ 일부 게임 법령은 도박이나 내기를 돕거나 촉진하거나 도박이나 내기를 권유하는 행위를 명시적으로 금지하며, 이는 도박 광고를 포함하는 것으로 해석될 수 있다. 그러나 대부분의 게임 법령에서는 특정 예외를 제외하고, 게임이 기술 기반 게임인 경우 전체 게임 법령(그에 따른 금지 조항 포함)이 적용되지 않는다. 기술 기반 게임에 게임 법령과 그에 따른 금지 조항이 적용되지 않는 경우, 해당 기술 기반 게임의 광고는 허용된다.

또한, 나카란드,⁸²⁷⁾ 텔랑가나,⁸²⁸⁾ 시킴,⁸²⁹⁾ 안드라 프라데시,⁸³⁰⁾ 아루나찰 프라데시,⁸³¹⁾ 푸두체리⁸³²⁾와 같은 주에서는 게임의 기술 광고에 대한 제한이 여전히 존재할 수 있다. 그러나 실제로는, 푸두체리와 아루나찰 프라데시를 포함한 대부분의 주에서는 게임 관련 광고에 대한 집행 조치를 취한 적이 없다.

826) 예를 들어, 1887년 봄베이 도박 방지법(Bombay Prevention of Gambling Act) 제12A조는 ‘경찰관이 영장 없이 체포할 수 있는 권한을 부여한다. 이는 신문, 뉴스 시트 기타 문서나 정보를 인쇄, 출판, 판매, 배포하거나 게임을 원활히 하거나 촉진하려는 의도로 이를 유포하는 모든 사람을 대상으로 한다.

827) 나카란드 도박 금지 및 기술 게임 온라인 게임 촉진 및 규제법 2015(Nagaland Prohibition of Gambling and Promotion and Regulation of Online Games of Skill Act)는 기량 게임에 대한 온라인 베팅을 제공하기 위한 라이선스 제도를 도입했다. 나카란드에서 면허를 받은 자는 나카란드 라이선스 당국의 허가를 받은 후에만 온라인 및 오프라인 매체에서 광고를 진행할 수 있다.

828) 텔랑가나 게임법 1974(Telangana Gaming Act, 1974) 제2조 제2항에 따르면, 기량 게임을 포함한 사건의 결과에 돈을 거는 행위는 내기나 베팅의 범주에 속한다.

829) 시킴 온라인 게임 규제법 2008(Sikkim Online Gaming (Regulation) Act, 2008)은 온라인 게임을 제공하려면 반드시 면허를 취득해야 한다고 규정한다. 또한, 면허 취득자는 정부에 통지한 후에만 해당 게임의 홍보 활동을 수행할 수 있다.

830) 안드라 프라데시 게임법 1974(Andhra Pradesh Gaming Act, 1974)는 게임이나 이벤트의 결과에 돈을 걸거나 내기를 하거나 기타 방식으로 위험을 감수하는 행위를 게임의 경우에도 도박 또는 내기의 정의에 포함한다. 또한, 도박 또는 내기를 원활히 하거나 유도하거나 권유하거나 촉진하는 행위나 그러한 수집, 권유, 수령 또는 배포 행위도 도박 또는 베팅의 범위에 포함된다.

831) 아루나찰 프라데시 도박 금지법 2012(Arunachal Pradesh Gambling (Prohibition) Act, 2012)는 기량 중심 게임을 그 범위에서 제외하지 않는다.

832) 푸두체리 게임법 1965(Puducherry Gaming Act, 1965)는 신문, 뉴스 시트 또는 기타 문서에 게임을 원활히 하거나 촉진할 의도로 뉴스나 정보를 인쇄, 발행 또는 배포하는 행위를 금지한다. 기량 게임의 예외는 게임 광고/마케팅 금지에 적용되지 않는다.

ASCI 강령 및 지침

ASCI 강령(인도 광고 표준 위원회)은 광고 내용⁸³³에 관한 지침을 제시하는 자율 규정이다. 광고가 오해를 불러일으키지 않고, 대중에게 불쾌감을 주지 않으며, 적용 가능한 법률을 준수하도록 한다. 디지털 광고 규제 외에도, ASCI 강령은 1994년 유선 텔레비전 방송망 규칙에 참조를 통하여 도입되어 텔레비전 채널에서 송출되는 광고에 대해 법적 구속력을 가진다. ASCI 강령에서 규정하는 주요 요건은 다음과 같다.

광고의 표현은 진실하고 정직해야 하며, 오해를 유발해서는 안 된다.

광고는 보편적으로 수용되는 공중도덕 기준에 모욕적이어서는 안 된다.

광고는 사회나 개인에게 해로운 것으로 간주되는 제품을 홍보해서는 안 된다.

광고는 경쟁에서 공정성을 보장해야 한다. 예를 들어, 부정확하거나 허위 비교, 입증되지 않은 주장, 경쟁사의 제품을 비방하거나 공격하는 내용을 포함해서는 안 된다.

또한, ASCI (인도 광고 표준 위원회)는 ASCI 게임 지침을 발표했다. 2020년 12월 4일자 정보·방송부(MIB)의 보도자료에 따르면, 정보·방송부는 모든 방송사에게 텔레비전 광고에서 ASCI 게임 지침을 준수할 것을 권고했다.⁸³⁴

ASCI 게임 지침(ASCI Gaming Guidelines)은 게임 광고 콘텐츠에 대한 ASCI(인도 광고 표준 위원회)의 지침을 규정한다:

게임 광고는 18세 미만이거나 일견 18세 미만인 듯한 사람이 실질 화폐를 사용하는 게임을 하는 장면을 묘사하거나, 그러한 사람들이 이 게임을 할 수 있다는 암시를 해서는 안 된다.⁸³⁵

게임 광고는 ASCI 게임 지침에 명시된 경고문을 반드시 포함해야 한다. 예를 들어, '이 게임은 재정적 위험 요소가 있으며 중독성이 있을 수 있으므로 책임감 있게 본인의 위험 부담 하에 플레이하십시오.'⁸³⁶

게임 광고에는 '이 게임은 재정적 위험 요소가 있으며 중독성이 있을 수 있으므로 책임감 있게 본인의 위험 부담 하에 플레이하십시오.'라는 청각·영상 문구를 포함해야 한다.⁸³⁷

게임 광고는 온라인 실질 화폐 상금을 소득 획득 기회나 고용의 대체 선택지로 제시해서는 안 된다.⁸³⁸

833) ASCI 강령(인도 광고 표준 위원회)은 광고를 대중 또는 그 일부를 대상으로 하는 유료 커뮤니케이션으로 정의하며, 그 목적은 직접적 또는 간접적으로 상품과 서비스의 판매나 사용을 촉진하는 것이다. 일반 대중이 광고로 인식할 수도 있고 인식하지 못할 수도 있는 모든 광고지만, 광고주나 그들의 광고 대행사가 비용을 지급하거나 소유하거나 승인한 경우, 이는 광고의 정의에 포함된다.

834) 참조: <https://mib.gov.in/sites/default/files/Advisory.pdf>

835) ASCI 게임 지침 제1조.

836) ASCI 게임 지침 제2조 제(a)호.

837) ASCI 게임 지침 제2조 제(b)호.

게임 광고는 게임 활동에 참여하는 사람이 다른 사람들보다 더 성공적이라는 인상을 주어서는 안 된다.⁸³⁹⁾

ASCI 게임 지침의 서문은 실제 돈이 걸린 게임의 합법성을 결정하는 것은 ASCI(인도 광고 표준 위원회)의 관할이 아니며, 이러한 문제는 관련 규제 기관과 논의해야 한다고 명시한다. 서문은 또한 이러한 게임의 광고 내용이 ASCI 강령을 위반할 때에만 ASCI에서 관련 민원을 처리할 것이라고 명시한다.

소비자보호법

소비자보호법(CPA)은 광고 내용에 일정한 의무를 도입했다. 광고는 거짓이거나 오도해서는 안 되며, 불공정 거래 행위에 해당해서는 안 된다. 또한, 소비자보호법은 다음과 같은 활동을 허용하는 게임 또는 게임 관련 제품의 광고를 포함한 불공정거래행위를 금지한다.

선물, 상품 또는 기타 물품을 청구하지 않고 제공할 의도로 이를 제공하지 않거나, 거래 전체 금액에 포함된 비용으로 전부 또는 일부가 충당되었음에도 불구하고 무료로 제공되는 인상을 주는 행위.⁸⁴⁰⁾

어떤 제품의 판매, 사용 또는 공급이나 사업 이익을 직접 또는 간접적으로 촉진하기 위한 모든 경연, 복권, 운 또는 기술에 의한 게임을 진행하는 행위는 규정된 경연, 복권, 사행성 또는 기량에 의한 게임을 제외하고 허용되지 않는다.⁸⁴¹⁾

참가자에게 경품, 상품 또는 기타 청구 품목을 제공하는 모든 계획이 종료될 때, 계획의 최종 결과에 대한 정보를 제공하지 않는다.⁸⁴²⁾

추가적으로, 중앙 소비자보호법은 소비자보호법 및 광고 행위를 규제하는 오도하는 광고 지침과 다크패턴 지침(“다”항 1) 지침에 대한 응답에서 논의됨)과 같은 광고를 규제하는 지침을 수시로 도입한다.

위의 절에서 논의한 바와 같이, 소비자보호법과 오도하는 광고 지침은 게임 서비스 제공업체, 게임 내 제품 제공업체, 게임 구독 서비스를 제공하는 사업자 등이 게시하거나 대신하여 게시하는 광고를 규제한다. 허위 및 거짓(의도적이든 아니든) 광고를 금지함으로써, 소비자보호법과 오도하는 광고 지침은 다음과 같은 내용을 포함하는 광고를 금지한다.⁸⁴³⁾

838) ASCI 게임 지침 제3조.

839) ASCI 게임 지침 제4조.

840) 제2조 제(47)항 제(iii)호 a목.

841) 제2조 제(47)항 제(iii)호 b목.

842) 제2조 제(47)항 제(iii)호 c목; 소비자보호법은 계획의 참가자들이 계획의 최종 결과가 합리적인 시간 내에 원래 광고된 신문에 눈에 띄게 게재될 경우, 해당 결과를 통보받은 것으로 간주한다.

- 제품이나 서비스에 대한 거짓과 부정한 표현이 있는 경우
- 소비자를 오도하여 상품이나 제품의 정확성, 과학적 타당성, 실용성, 능력 또는 성능 또는 서비스를 과장하는 경우
- 이러한 광고에서 제기된 주장이 정보나 과학적 의견이 크게 나뉘는 경우에도 광고가 보편적으로 받아들여진다고 암시하는 경우
- 소비자가 광고된 상품, 제품 또는 서비스를 구매하지 않을 경우, 본인 또는 가족의 개인 보안에 대한 위협의 성격이나 정도에 대해 오해를 불러일으키는 경우
- 독립적으로 입증되지 않은 주장이 단순히 출판물의 내용에 근거한 경우, 소비자를 오도하지 않도록 보장하지 않는 경우
- 다른 특정 분야 법률 및 해당 법률에 따라 제정된 규칙과 규정을 준수하지 않는 경우
- 법에 의해 소비자에게 부여된 권리를 광고주가 제공하는 혜택만의 독특한 특징으로 제시하는 경우
- 제품이나 서비스의 성격, 본질, 양 또는 품질에 대해 소비자를 오도하거나 오도할 가능성이 있는 보증을 제공하는 경우
- 명시적 또는 묵시적 표현으로 불공정 거래 행위를 구성하는 경우
- 중요한 정보를 고의로 숨기는 경우
- 오도하는 광고 지침은 또한 다음 각 사항에 대한 지침을 제시한다.
- 미끼 광고 조건⁸⁴³, 상품, 제품 또는 서비스를 저렴한 가격에 판매하여 소비자를 유인하는 광고⁸⁴⁴)
- 상품이나 서비스를 무료로 제공할 수 없는 상황⁸⁴⁵)

843) 오도하는 광고 지침 제4조.

844) 오도하는 광고 지침 제5조: 미끼 광고 조건.

미끼 광고는 다음 조건을 만족해야 한다.

- (a) 광고는 소비자가 광고된 상품, 제품 또는 서비스를 제시된 가격에 구매할 합리적인 가능성이 없는 경우, 상품, 제품 또는 서비스를 판매할 합리적인 가능성이 없는 경우, 구매를 유도해서는 안 된다.
- (b) 광고주는 해당 광고로 인해 발생하는 예상 수요를 충족시키기 위해 충분한 상품, 제품 또는 서비스 공급을 보장해야 한다.
- (c) 광고자는 광고된 상품, 제품 또는 서비스를 합리적인 기간 내에 합리적인 수량으로 공급할 수 없을 것이라고 믿을 만한 광고주의 근거를 광고에 명시해야 하며, 특히 다음의 경우에 그렇다.
 - (i) 예상 수요가 공급을 초과할 경우, 이러한 광고는 상품 또는 서비스의 재고가 제한적임을 명확히 밝혀야 한다.
 - (ii) 만약 광고의 목적이 잠재 수요를 평가하는 것이라면, 그러한 광고임을 명확히 밝혀야 한다.
 - (iii) 광고는 상품, 제품 또는 서비스의 이용 가능성에 대한 지리적 제한 및 연령 제한을 누락하여 소비자를 속이지 않아야 한다.
- (d) 광고는 소비자를 오도하여 상품, 제품 또는 서비스의 시장 상황이나 그들의 가용성 부족에 대해 잘못된 정보를 제공하지 않으며, 이를 통해 소비자가 정상적인 시장 상황보다 불리한 조건으로 상품, 제품 또는 서비스를 구매하도록 유도하지 않는다.

845) 오도하는 광고 지침 제7조: 무료 혜택 광고.

무료 청구 광고는 다음 각 사항을 준수해야 한다.

- 어린이를 대상으로 하는 광고 제한⁸⁴⁶⁾
- 수프로게이트 광고⁸⁴⁷⁾ 또는 관련 법률에 따라 광고가 금지된 상품 및 서비스의 간접 광고 금지⁸⁴⁸⁾

- (a) 소비자가 해당 광고에 응답하고 해당 품목의 배송을 수령하거나 지급하는 데 불가피한 비용 외에 다른 비용을 지급해야 하는 경우, 상품, 제품 또는 서비스를 청구 없이, 무료로 또는 이와 유사한 용어로 설명하지 않는다.
- (b) 소비자가 무료 혜택을 활용하기 위해 해야 할 의무의 범위를 명확히 한다.
- (c) 소비자가 무료로 제공되는 상품, 제품 또는 서비스를 받기 위해 포장, 포장재, 취급 또는 관리 비용을 지급해야 하는 경우, (i) 해당 상품, 제품 또는 서비스가 무료라고 설명하지 않는다. (ii) 소비자가 해당 제안을 이용하기 위해 구매해야 하는 상품, 제품 또는 서비스의 가격을 인상하지 않는다. 단, 이러한 인상이 판촉 비용과 무관한 요인으로 인한 경우는 제외한다. (iii) 소비자가 해당 제안을 이용하기 위해 구매해야 하는 상품, 제품 또는 서비스의 품질이나 수량을 감소시키지 않는다.
- (d) 패키지 가격에 포함된 요소를 무료로 설명하지 않는다.
- (e) '만족하지 않으면 환불' 또는 환불 불가 구매가 필요한 제안을 '무료 체험'으로 설명하지 않는다.

846) 오도하는 광고 지침 제8조: 아동을 대상으로 하는 광고.

- (1) 어린이를 대상으로 하는 광고는 다음을 준수해야 한다. (a) 어린이에게 위험한 행동을 용인하거나 장려하거나 영감을 주거나 무리하게 모방해서는 안 된다. (b) 어린이의 경험 부족, 순진함 또는 충성심을 악용해서는 안 된다. (c) 상품, 제품 또는 서비스의 특징을 과장하여 어린이에게 비현실적인 기대를 갖게 해서는 안 된다. (d) 어린이의 신체 건강이나 정신적 안녕에 해로운 행위를 용인하거나 장려해서는 안 된다. (e) 어린이가 해당 상품, 제품 또는 서비스를 구매하거나 사용하지 않으면 조롱당하거나 열등감을 느끼거나 인기가 떨어지거나 불충실해질 것이라는 암시를 주지 않아야 한다. (f) 어린이에게 상품, 제품 또는 서비스를 구매하도록 직접 권유하거나 부모, 보호자 또는 다른 사람에게 구매하도록 설득하는 내용을 포함해서는 안 된다. (g) 추가 비용이나 청구가 포함된 광고에서 가격을 저렴하게 보이게 하기 위해 '단지' 또는 '오직'과 같은 수식어를 사용하지 않아야 한다. (h) 현재 시행 중인 법률에 의해 금지된 광고, 예를 들어 담배나 알코올 기반 제품 광고에 어린이를 등장시키지 않아야 한다. (i) (j) 건강 경고가 필요한 제품이나 어린이가 구매할 수 없는 제품의 광고에 스포츠, 음악 또는 영화 분야의 유명 인사를 등장시키지 않아야 한다. 광고된 제품의 크기, 특성 및 성능을 판단하기 어렵게 하거나 현실 상황과 환상을 구분하기 어렵게 하지 않아야 한다. (k) 일반 어린이가 해당 제품을 사용하여 달성할 수 있는 것을 과장하지 않아야 한다. (l) 자선 호소에 대한 어린이의 취약성을 악용하지 않고, 자선 관련 프로모션에 참여함으로써 얼마나 도움이 되는지 설명해야 한다. (m) 참여를 위해 구매가 필요한 프로모션을 진행하고, 어린이를 대상으로 하거나 어린이를 겨냥한 직접적인 구매 권유를 포함해서는 안 된다. (n) 광고된 제품의 소비가 지능이나 신체 능력을 향상시키거나 특별한 인정을 받을 것이라는 주장을 유효한 입증이나 충분한 과학적 증거 없이 하지 않아야 한다. (o) 인정한 기관에 의해 충분히 과학적으로 입증되지 않은 건강 또는 영양 주장이나 혜택을 주장하지 않아야 한다. (p) 어린이의 신체적 및 정신적 건강에 해로운 의료 서비스, 약물, 식이 보충제, 의료 기기, 화장품, 주류 또는 성형 수술에 관한 광고를 대중 매체, 네트워크 게임 광고에 게재해서는 안 된다.

(2) 아동을 대상으로 하거나 아동을 겨냥한 상품, 제품 또는 서비스의 광고는 다음과 같은 내용을 포함해서는 안 된다.

- (a) 아동에게 부정적인 신체 이미지를 형성하게 하는 내용; (b) 해당 상품, 제품 또는 서비스가 아동이 섭취할 수 있는 자연식품이나 전통식품보다 우수하다는 인상을 주는 내용.
- (3) 약성 식품 광고는 어린이 프로그램이나 어린이 전용 채널에서 광고하지 않는다.
- (4) 어린이에게 불필요한 상품, 제품 또는 서비스를 구매하도록 유도하거나 비합리적인 소비를 조장하는 광고는 금지한다.

847)오도하는 광고 지침(Misleading Ad Guidelines) 하에서 대리 광고(surrogate advertising)는 법률에 의해 광고가 금지되거나 제한된 상품, 제품 또는 서비스의 광고를 그러한 금지 또는 제한을 우회하여 다른 상품, 제품 또는 서비스의 광고로 묘사하는 광고를 의미한다. 이러한 다른 상품, 제품 또는 서비스의 광고는 법률에 의해 금지되거나 제한되지 않는다.

848) 오도하는 광고 지침 제6조: 대리 광고 금지.

- (1) 법률에 의해 광고가 금지되거나 제한된 상품 또는 서비스에 대해, 그러한 금지나 제한을 우회하여 상품 또는 서비스의 광고로 보이게 하는 대리 광고나 간접 광고를 해서는 안 된다.
- (2) 광고가 대리 광고 또는 간접 광고로 간주되는 경우는 다음과 같다: (a) 해당 광고가 법률에 의해 광고가 금지되거나 제한된 상품, 제품 또는 서비스의 광고임을 소비자에게 직접 또는 간접적으로 나타내거나 암시하는 경우; (b) 해당

- 어떠한 법률에 의해 생산, 판매 또는 제공이 금지되거나 광고가 금지된 상품, 제품 또는 서비스에 대해 설계, 제작 및 게시된 광고를 금지한다.⁸⁴⁹⁾

광고에서 면책 조항 사용에 관한 광고의 요건과 조건⁸⁵⁰⁾

광고 보증에 관한 광고에 대한 보증에 대한 실사 요건⁸⁵¹⁾

추천인이 추천 제품의 상인, 제조업체, 또는 광고주와의 중요한 관계를 공개해야 하는 의무⁸⁵²⁾ 따라서, 소비자보호법과 오도하는 광고 지침은 게임 광고에 대한 제한을 명시하지 않지만, 앞서 논의된 제한 사항이 이러한 광고에도 적용된다.

2) 야간 광고 발송에 대한 규제가 있는지

인도 현행법상 야간 광고 발송에 대한 별도의 규정은 없다.

광고가 금지되거나 제한된 상품, 제품 또는 서비스와 관련된 상표명, 로고, 색상, 레이아웃 및 프레젠테이션을 사용하는 경우. 상표명이나 회사명을 사용하는 것만으로는 광고가 금지되거나 제한된 상품, 제품 또는 서비스에 적용될 수 있는 경우도, 이러한 광고가 본 지침에 명시된 규정에 따라 다른 방식으로 문제가 되지 않는 한, 대리 광고나 간접 광고로 간주하지 않는다.

849) 오도하는 광고 지침 제9조: 법률로 금지된 광고.

이 지침에 명시된 금지 광고 외에도, 현재 시행 중인 법률이나 그에 따라 제정된 규칙 또는 규정에 의해 생산, 판매 또는 제공이 금지된 상품, 제품 또는 서비스에 대해 설계, 제작 및 게시된 광고는 허용되지 않는다.

850) 오도하는 광고 지침 제11조: 광고 내 면책 조항.

(1) 광고에서의 면책 조항 (a) 광고에서 제기된 주장을 확장하거나 명확히 하거나, 자격을 부여하거나 모호성을 해결하여 해당 주장을 더 자세히 설명할 수 있지만, 이러한 면책 조항은 광고에서 제기된 주요 주장이나 광고주가 전달하는 주요 메시지와 모순되거나 소비자가 받아들이는 단어의 사전적 의미를 변경해서는 안 된다; (b) 광고에서 제기된 주장과 관련된 중요한 정보를 숨기려 하거나, 그러한 정보의 누락 또는 부재로 인해 광고가 기만적이거나 상업적 의도를 숨기려 하서는 안 된다; (c) 광고에서 제기된 오해의 소지가 있는 주장을 수정하려 하서는 안 된다.

(2) 광고에서 면책 조항은 다음 요건을 충족해야 한다. (a) 면책 조항은 광고에서 주장된 내용과 동일한 언어로 작성해야 한다. (b) 면책 조항에 사용되는 글꼴은 주장된 내용에 사용된 글꼴과 동일해야 한다. (c) 면책 조항의 배치는 포장재의 눈에 잘 띄는 위치에 있어야 하며, 이상적으로는 주장된 내용과 동일한 패널에 있어야 한다. (d) 주장이 음성으로 제시되는 경우, 면책 조항은 음성과 동기화되어야 하며 광고에서 주장된 내용과 동일한 속도로 표시되어야 한다. (e) 면책 조항은 마케팅 커뮤니케이션을 정상적인 시력을 가진 사람이 한 번 읽었을 때, 합리적인 거리와 속도에서 명확하게 보일 수 있도록 명확하고 눈에 띄며 읽기 쉬워야 한다.

851) 오도하는 광고 지침 13: 광고 보증에 대한 철저한 검토가 필요하다.

(1) 광고에서의 모든 보증은 해당 개인, 단체 또는 조직의 진정하고 합리적으로 최신의 의견을 반영해야 하며, 식별된 상품, 제품 또는 서비스에 대한 충분한 정보나 경험을 바탕으로 해야 하고, 그렇지 않으면 기만적이어서는 안 된다.

(2) 인도 전문가가 현재 시행 중인 법률에 따라 특정 직업과 관련된 광고를 할 수 없는 경우, 해당 직업의 외국인 전문가도 그러한 광고에서 광고를 할 수 없다.

해설 -이 항의 목적상 “외국인 전문가”는 “인도” 시민이 아닌 사람을 의미한다.

852) 오도하는 광고 지침 제14조: 중대한 연관계 고지. -추천인과 추천 제품의 상인, 제조업체 또는 광고주 사이에 실질적으로 영향을 미칠 수 있는 연결이 존재하고, 청중이 그 연관관계를 합리적으로 예상하지 못하는 경우, 그러한 연결을 추천 시 완전히 고지해야 한다.

마. 결제한도

1) 게임 이용자의 결제 금액의 한도를 설정할 수 있는 시스템을 본인 또는 법정대리인에게 제공하도록 하는 법률 또는 정책이 있는지

인도 현행 게임 법제상 게임 결제 한도 설정에 대한 구체적인 요건은 없다. 게임 사용자가 채택한 결제 수단이나 체계에 따라 인도 준비은행(RBI)이 규정하는 관련 요건이 적용될 수 있다.

인도 준비은행(RBI)은 다양한 유형의 지급 수단에 대해 서로 다른 한도를 설정하며, 이는 일회성, 일일 및 반복 결제에 영향을 미칠 수 있다. 은행과 지급 서비스 제공업체가 이러한 한도를 부과하며, 게임 운영자는 지급 금액에 대한 한도를 설정할 의무는 없다. 인도 준비은행이 정한 한도는 사용되는 지급 수단의 유형(예: 신용 카드, 직불 카드, 선불 결제 수단, UPI 거래)과 거래 유형에 따라 다르다. 이러한 한도는 금융 거래의 안전과 안정성을 보장하고 소비자를 과도한 지출이나 잠재적 사기로부터 보호하기 위해 시행된다. 아래는 인도 준비은행이 설정한 일부 지급 한도의 예시이다.

인도 준비은행의 정기 거래를 위한 전자 위임장 처리에 대한 회람은 반복 거래를 위한 전자 위임장의 경우 거래 당 1만 5천 인도 루피의 한도를 규정한다.⁸⁵³⁾

인도 국가 결제 위원회(National Payments Council of India, NPCI) FAQ는⁸⁵⁴⁾ 각 거래의 한도를 10만 인도 루피로 규정하고, 공문은 인증된 가맹점과 특정 비즈니스 카테고리의 각 거래 한도를 20만 인도 루피로 규정한다.⁸⁵⁵⁾

NPCI의 UPI 자동결제 한도 상향에 관한 통지서에서는 특정 거래 유형에 대해 각 거래의 한도를 10만 인도 루피로 정한다.

NPCI(National Payments Corporation of India) 회람은 UPI(통합 지급 인터페이스)의 특정 범주에 대한 거래당 50만 인도 루피의 한도를 규정하며, 세금 납부, 병원 및 교육 서비스 등을 포함한 특정 범주에 대한 UPI 거래 한도를 50만 인도 루피로 규정한다.⁸⁵⁶⁾

인도 준비은행의 발전 및 규제 정책에 따르면 즉시 지급 서비스(IMPS)의 거래 한도는 거래

853) 참조: <https://www.rbi.org.in/Scripts/NotificationUser.aspx?Id=12341&Mode=0>

854) 참조: <https://www.npci.org.in/what-we-do/upi/faqs>

855) 참조: <https://www.npci.org.in/PDF/npci/upi/circular/2020/UPI%20OC%2082%20-%20Implementation%20of%20Rs%20%20%20Lakh%20limit%20per%20transaction%20for%20specific%20categories%20in%20UPI.pdf>

856) 참조: <https://www.npci.org.in/PDF/npci/upi/circular/2024/UPI-OC-No-185A-FY-24-25-Implementation-of-Rs-5-Lakh-limit-per-transaction-for-specific-categories-in-UPI.pdf>

당 5십만 인도 루피로 규정되어 있다.⁸⁵⁷⁾

인도 법률에 따른 결제 거래를 실행하기 위한 계약을 체결하기 위한 연령 제한에 대해서는 8장 “바”항 1)을 참조하고, 선불 결제수단과 관련된 제한 사항은 9장 “다”항 2)를 참조하라. 추가적으로, 해외 관할권에서 운영자가 게임을 제공하는 경우, 인도 거주자가 이러한 외국 게임 운영자/제공자에게 지급하는 금액에 특정 제한이 있다. 4장 “마”항에서 논의된 바와 같이, 인도 내외로의 모든 자금 흐름은 외환 관리법(FEMA)에 의해 규제된다. 이는 중앙 법률이다. FEMA에 따라 발행된 현재 계정 규정은 인도에서 다른 관할 구역으로 송금되는 특정 유형의 송금을 금지한다. 이러한 거래에는 다음이 포함된다.

복권 당첨금 송금

경마, 승마 등 취미 활동에서 발생하는 소득 송금

복권 구매, 금지된 잡지, 축구 도박, 경품 행사 등을 위한 송금 ⁸⁵⁸⁾

‘취미’라는 용어는 정의되지 않았지만, 게임/도박 활동을 포함할 수 있다. 이러한 제한을 준수할 의무는 인도 외부로 송금을 하는 인도 거주자에게 있으며, 송금을 받는 외국 당사자에게는 없다. 명확히 하자면, 당좌거래 규칙(Current Account Rules)에 명시된 금지 및 처벌 조항은 외국 수령자가 자금을 받는 것을 포함하지 않는다. 또한, 당좌거래 규칙은 다른 관할 구역에서 인도로 송금되는 경우(예: 게임 상금)에는 적용되지 않는다.

따라서, 당좌거래 규칙에 따라 인도 거주자가 외국 게임 운영자가 제공하는 게임에 대해 지급하는 것이 완전히 금지될 수 있다. 그러나 이러한 금지는 게임 형식의 범주와 분류에 따라 달라진다. 현재 계정 규정의 요건을 준수할 책임은 인가된 거래은행에 있다.

인도에서 운영자가 게임을 제공하는 경우, 게임 법령이 특정 종류의 게임을 금지하는 주에서는 유사한 제한이 적용될 수 있다. 이러한 경우, 제삼자 결제 집계업체와 결제 처리업체는 불법 게임/도박 활동을 촉진하거나 지원하는 것으로 간주될 수 있어 결제를 처리하지 못할 수 있다.

당좌거래 규칙에 따른 금지에 대한 처벌은 해당 위반에 관련된 금액의 최대 세 배까지의 벌금이며, 그 금액이 측정 가능한 경우이다.⁸⁵⁹⁾ 이는 형법상 죄가 아니다.

857) 참조: https://rbi.org.in/Scripts/BS_PressReleaseDisplay.aspx?prid=52368

858) 당좌거래 규정 별표 I의 제1, 2 및 3항.

859) 외환법 제 13조.

바. 미성년자 법정대리인 권한(결제 관련)

1) 미성년자가 결제 등을 이행할 때 법정 대리인의 동의 등이 필요한지, 필요하다면 법정 대리인의 동의를 어떻게 획득해야 하는지, 그에 대한 규정 또는 법률은 어떻게 되는지

인도 계약법에 따르면⁸⁶⁰⁾ 합의는 자유로운 동의로 유능한 당사자들이 합법적 대가와 목적을 가지고 체결한 경우 유효하다.⁸⁶¹⁾ 인도 계약법은 모든 사람이 성년의 나이(즉, 18세)에 도달하면 계약을 체결할 수 있다고 규정한다.⁸⁶²⁾ 미성년자는 계약을 체결할 수 없으며, 부모나 법정 후견인이 미성년자를 대신하여 동의를 제공해야 한다.⁸⁶³⁾

결제 관점에서 특정 은행은 부모나 법정 후견인의 동의를 받아 미성년자(10세에서 18세 사이)가 은행 계좌를 개설하고 독자적으로 운영할 수 있도록 허용한다.⁸⁶⁴⁾ 2024년 8월 13일에 발행된 인도 국가 결제 공사(National Payments Corporation of India)의 최근 공지⁸⁶⁵⁾에 따르면, 통합 지급 인터페이스(UPI)의 주요 사용자⁸⁶⁶⁾는 보조 사용자가 주요 사용자의 UPI 계좌에서 UPI 결제를 전부 또는 부분적으로 승인할 수 있다. 이 공지는 부모-미성년자 관계에 적용된다는 명시적인 언급이 없다. 따라서 미성년자가 재량을 발휘하여 게임 결제를 할 수 있는 경우가 있을 수 있으며, 이는 유효하다. 그러나 이는 미성년자가 계약을 체결할 수 있는 능력과는 별개의 문제이다. 비록 미성년자가 결제를 할 수 있을지라도, 계약법에 따라 부모나 법정 후견인의 동의가 필요한 점은 같다.

2) 미성년자가 예외적으로 단독으로 결제할 수 있는 범위를 정하는 규정 또는 법률이 있는지

미성년자가 결제를 할 수 있는 경우가 있을 수 있지만, 거래 목적과 거래 한도는 해당 은행 및 부모 또는 법정 후견인이 부과하는 제한을 받을 수 있다.

860) 참조: <https://www.indiacode.nic.in/bitstream/123456789/2187/2/A187209.pdf>

861) 인도 계약법 제10조.

862) 성년법 1875 제3조

863) 인도 계약법 제11조.

864) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonperson/English/Scripts/Notification.aspx?Id=1380>, <https://www.rbi.org.in/commonperson/English/Scripts/Notification.aspx?Id=1414>

865) 참조 <https://www.npci.org.in/PDF/npci/upi/circular/2024/UPI-OC-No-201-FY-24-25-Introduction-of-UPI%20Circle%E2%80%93Delegated-Payments-for-secondary-users.pdf>

866) 통합 결제 인터페이스는 이용자가 은행 계좌 간에 실시간으로 돈을 이체할 수단을 제공하는 인도의 결제 체계이다.

사. 결제 및 체결 확인

1) 전자상거래에서 대금 지급과 관련해 보안 유지 및 청약 고지 / 확인 절차 마련 등에 관한 규정 또는 법률이 있는지

게임 운영자는 소비자보호법(CPA) 및 전자상거래 규칙(E-Commerce Rules) 하에 주문 확인이나 결제 영수증 확인 시 소비자에게 통지하거나 경고할 의무가 없다. 그러나 인도 예금 은행(RBI)은 디지털 결제 보안 통제에 관한 마스터 지침("Payment Security MD")에서는 거래 상태를 이메일, SMS 또는 다른 수단을 통해 고객에게 신속하게 통지해야 하는 의무를 포함한 인증 프레임워크를 제공한다. 그러나 결제 보안 MD는 은행 및 신용카드 발급 비은행 금융 회사에 적용된다.

추가적으로, 인도 준비은행(RBI)은 은행들이 고객에게 온라인 결제와 관련된 알림을 선택할 수 있는 옵션을 제공하도록 요구한다. 그러나 이러한 알림 옵션을 제공할 책임은 은행과 결제 시스템 운영자에게 있으며, 가맹점(전자상거래 플랫폼과 같은)에게는 없다. 아래는 결제 수단의 유형에 따라 이러한 옵션을 제공하도록 요구하는 인도 예금 은행의 지침과 회람의 예시이다.

인도 준비은행(RBI)의 모바일 뱅킹에 관한 마스터 서클러는 결제 거래 상태 알림을 고객의 등록된 휴대전화 번호로 전송할 것을 제안한다.⁸⁶⁷⁾

인도 준비은행의 카드 거래에 대한 FAQ는 카드 발급사가 모든 카드 거래에 대해 알림을 보내야 한다고 명시하여 카드 소지자가 자신의 카드에서 발생하는 거래를 인지할 수 있도록 한다.⁸⁶⁸⁾

인도 준비은행의 선불 결제수단에 관한 주요 지침은 발행인이 거래 및 수정에 대한 알림 시스템을 구현할 것을 요구한다.⁸⁶⁹⁾

NPCI(National Payments Corporation of India)의 고객 SMS 알림 표준화 회람(circular on Standardisation of SMS alerts to customers)은 각 은행이 결제거래 세부 사항을 고객에게 알리는 형식을 제시한다.⁸⁷⁰⁾

867) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonperson/english/Scripts/Notification.aspx?Id=1888>

868) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonperson/english/Scripts/FAQs.aspx?Id=1498#:~:text=RBI%20has%20mandated%20issuers%20to,SMS%20%2F%20e%2Dmail%20alerts>

869) 참조: https://www.rbi.org.in/Scripts/BS_ViewMasDirections.aspx?id=12156

870) 참조: <https://www.npci.org.in/PDF/AePS/circular/2021-22/Circular-66-Standardization-of-SMS-Alerts.pdf>

“다”항 1)에서 논의된 바와 같이, 인도 준비은행은 전자 위임장 또는 반복 결제의 경우 거래 전후 통지를 의무화한다.

은행의 사이버 보안 프레임워크에 관한 인도 준비은행 회람(“사이버 보안 회람”)⁸⁷¹⁾은 은행들이 사이버 위협에 대응하기 위한 적절한 접근 방식을 포함한 사이버 보안 정책을 수립하도록 의무화한다. 이러한 사이버 보안 정책은 은행이 시행하는 정보 기술/정보 보안 정책과는 별도로 구분되어야 한다. 사이버 보안 회람은 또한 정보 기술 아키텍처가 항상 보안 조치를 용이하게 하도록 설계되어야 한다고 명시한다. 사이버 보안 회람에서 제공하는 기본 사이버 보안 및 복원력 요건의 예시 목록에는⁸⁷²⁾ (i) 사업 정보 기술 자산의 재고 관리, (ii) 무단 소프트웨어 실행 방지, (iii) 통신망 관리 및 보안, (iv) 모든 장치의 안전한 구성, (v) 패치/취약점 및 변경 관리, (vi) 고객 인증 기본체계, (vii) 안전한 메일 및 메시징 시스템, (viii) 공급 업체 위험 관리 등의 조치가 포함된다. 사이버 보안 회람과 유사하게, 결제 대행사 지침(PA/PG Guidelines)은 결제 대행사들이 (i) 정보 보안 표준 및 모범 사례 준수, (ii) 보안 사고 보고, (iii) 정보 보안 정책 시행, (iv) 사이버 위기 관리 계획 시행, (v) 위협을 식별하기 위한 각 자산에 대한 위험 평가 등의 다양한 기본 보안 조치를 구현하도록 의무화한다.

인도 예금 은행 선불 결제 수단에 관한 RBI Master Directions on Prepaid Payment Instruments (PPI MDs)⁸⁷³⁾ 또한 발행인이 적절한 정보 및 정보 보안 인프라 및 시스템을 구현하도록 요구하는 보안 예방 및 위험 관리 프레임워크를 제공한다.⁸⁷⁴⁾ 선불 결제 수단의 발행인은 사기를 방지하고 감지하기 위해 적절한 정보 및 정보 보안 인프라 및 시스템을 구현해야 한다. 또한, 선불 결제 수단의 발행인은 보안 조치를 지속적으로 검토해야 하며, 적어도 매년 한 번, 보안 사고나 침해 발생 후, 그리고 인프라나 절차에 주요 변경이 있을 때 검토해야 한다. 또한, 선불 결제 수단의 발행인은 외부 서비스 제공업체로부터 피싱 방지 / 악성 앱 방지 서비스를 구독하고, 공급 업체 위험 관리 조치를 포함한 조치 프레임워크를 구현해야 한다.⁸⁷⁵⁾

관련된 인도 준비은행 회람이 위에서 논의된 요건을 명시하지만, 이러한 요건은 외국 운영

871) 참조: <https://www.rbi.org.in/Scripts/NotificationUser.aspx?Id=10435&Mode=0>

872) 사이버 보안 회람에서 제공하는 다른 예로는 https://rbidocs.rbi.org.in/rdocs/content/pdfs/CSFB020616_AN1.pdf 참조

873) 참조: https://www.rbi.org.in/Scripts/BS_ViewMasDirections.aspx?id=12156

874) PPI MDs 제15조.

875) PPI MDs 제18.3조.

자가 제공하는 게임 서비스에는 적용되지 않는다.

또한, 보안 조치에 관하여 안전하고 신뢰할 수 있는 인터넷을 위한 정보 보안 행위, 절차, 예방, 대응 및 사이버 사건 보고에 관한 CERT-In 지침(CERT-In 지침)⁸⁷⁶⁾은 모든 서비스 제공자, 중개인, 정보 센터, 법인 및 정부 조직이 모든 ICT 시스템의 로그를 반드시 활성화하고 이를 인도 관할 내에서 180일 동안 안전하게 유지하도록 다양한 요건을 명시한다.

2) 전자 거래 이후 소비자에게 창의 정보를 고지하고 수신확인을 받는 등의 기본 규정 또는 법률이 있는지

소비자보호법 및 전자상거래 규칙에는 구독 확인 시 소비자에게 알리거나 경고할 의무가 없다. 그러나 8장 “다”항 1)에서 논의하였듯, 인도 준비은행은 구독 서비스로 이어질 수 있는 반복 결제의 경우 지급자에게 거래 후 알림을 보내야 한다. 거래 후 알림에는 가맹점의 명칭, 거래 금액 등 필요한 세부 정보가 포함되어야 한다.⁸⁷⁷⁾ UPI 결제의 경우, 은행은 고객이 거래 상태를 이해할 수 있도록 차변 시 고객에게 알림을 보내야 한다.⁸⁷⁸⁾ 마찬가지로, 카드 거래의 경우, 인도 준비은행은 카드 발급사가 모든 카드 거래에 대해 알림을 보내도록 규정하여 카드 소지자가 카드에서 발생하는 거래를 인지할 수 있도록 한다.⁸⁷⁹⁾

인도 준비은행은 카드,⁸⁸⁰⁾ 선불 수단,⁸⁸¹⁾ 모바일 banking 채널을 이용한 모든 거래에 대해 인증을 위한 추가 요소(AFA)을 의무화했다.⁸⁸²⁾ 또한, 인증을 위한 특정 요소는 의무화되지 않았지만, 디지털 결제 생태계는 주로 SMS 기반 일회용 비밀번호를 AFA로 채택했다.⁸⁸³⁾ 따라서, 사용자는 구독 서비스에 대한 결제가 이루어질 경우 인도 준비은행의 지시에 따라 경고/알림을 받는다. AFA로 사용자에게 전송되는 경고/알림에는 가맹점의 명칭, 거래 금액, 거래 유형, 계좌 잔액 등의 세부 정보가 포함된다. 그러나 인도 준비은행이 규정한 경고/알림 전송 의무는 일반적으로 결제 시스템 제공자와 은행에 적용되며, 게임 구독 서비스를 제공하는 사업자를 포함한 상인에게는 적용되지 않는다.

876) 참조: https://www.cert-in.org.in/PDF/CERT-In_Directions_70B_28.04.2022.pdf

877) 참조: <https://www.rbi.org.in/Scripts/NotificationUser.aspx?Id=11668&Mode=0>

878) 참조: https://www.npci.org.in/PDF/npci/upi/circular/2018/Scheduling_Maintenance_Activity_and_SMS_Alerts_to_customers.pdf

879) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonperson/english/scripts/FAQs.aspx?Id=1498#:~:text=RBI%20has%20mandated%20issuers%20to,SMS%20%2F%20e%2Dmail%20alerts>

880) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonperson/english/scripts/FAQs.aspx?Id=1498#:~:text=Ans%3A%20In%20case%20of%20CNP,to%20the%20customer%20without%20demur>

881) 참조: https://www.rbi.org.in/Scripts/BS_ViewMasDirections.aspx?id=12156

882) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonperson/English/Scripts/Notification.aspx?Id=3280>

883) 참조: https://www.rbi.org.in/Scripts/BS_PressReleaseDisplay.aspx?prid=57276

관련된 인도 준비은행 회람은 위에서 논의된 요건을 명시하고 있으며, 이는 외국 운영자가 제공하는 게임 서비스에는 적용되지 않는다.

또한, 인도 세법에 따르면, 인도 게임 제공자가 온라인 구독 서비스를 제공하는 경우, 관련 상품 및 서비스 세금 요건이 적용된다. 인도에서 과세 서비스의 공급자는 서비스 공급일로부터 30일 이내에 세금 계산서를 발행해야 한다. 중앙 상품 및 서비스법(Central Goods and Services Law)은 세금 계산서 발행 시 제공해야 할 세부 사항 목록을 규정하고 있다.⁸⁸⁴⁾ 이러한 세부 사항에는 공급자의 명칭, 주소 및 부가가치세 식별 번호, 수령자의 명칭, 주소 및 부가가치세 식별 번호 또는 고유 식별 번호(등록된 경우), 상품 또는 서비스의 설명, 과세 가치, 할인 또는 감면을 고려한 상품 또는 서비스의 과세 가치 등이 포함된다. 또한, 서비스 공급을 위한 세금 계산서는 이중으로 발행되어야 하며, (i) 수령인용 원본 (ii) 공급자용 사본⁸⁸⁵⁾이 표시되어야 한다:

아. 조작 실수 방지

1) 소비자가 실수로 결제하는 경우를 방지하기 위해 필요한 절차에 대한 법률이나 규정 등이 있는지
플랫폼과 소비자 간의 관계를 규제하는 법률은, 소비자보호법과 전자 상거래 규정을 포함하여, 실수로 인한 결제를 방지하기 위한 어떠한 조치도 명시하지 않는다.

전자상거래 규칙에 따라 재고 및 온라인 시장 전자 상거래 업체는 사용 가능한 결제 방법, 결제 방법의 보안, 사용자가 지급해야 하는 수수료, 정기 결제를 취소하는 절차 및 결제 시스템 제공업체의 연락 정보를 표시해야 한다. 마찬가지로, 재고 전자상거래 기업과 온라인 시장 전자상거래 플랫폼의 판매자는 모든 상품 또는 서비스의 총 가격을 단일 금액으로 표시해야 하며, 해당 상품 또는 서비스의 세부 가격을 보여야 한다. 이는 배송비, 우편 및 취급료, 운송료 및 적용 가능한 세금을 포함하여 필수 및 자발적으로 청구되는 모든 요금을 보여야 한다.

전자상거래 플랫폼과 판매자에게 부과된 의무는 소비자에게 온라인으로 구매하는 상품이나 서비스의 모든 결제 세부 사항을 제공하는 다단계 절차를 수립한다. 이 다단계 접근 방식은 비용의 명확한 분류와 다양한 결제 옵션을 제공하여 실수로 결제하는 것을 방지하고, 의도

884) 2017년 중앙 상품 및 서비스세법(Central Goods and Services Tax Act, 2017) 제31조와 2017년 중앙 상품 및 서비스세 규칙(Central Goods and Services Tax Rules, 2017) 제46조.

885) 중앙 상품 및 서비스세 규칙 2017 제48조.

하지 않은 거래의 가능성을 줄이는 안전장치로 작용한다.

또한, 결제법에 따라 결제 시스템 제공자에게 적용되는 다양한 의무가 있다. 이러한 의무는 우발적인 결제를 방지하기 위한 유사한 안전장치를 마련한다. 예를 들어, 카드 거래의 경우, 인도 준비은행은 몇 가지 예외를 제외한 모든 국내 카드 거래에 대해 추가 인증 요소(AFA)를 통해 검증하도록 의무화했다. 이러한 AFA는 개인 식별 번호(PIN), 일회용 비밀번호, 또는 정적 코드의 형태로 제공될 수 있다.⁸⁸⁶⁾ 이러한 요건은 일반적으로 은행, 인증된 카드 결제 네트워크 및 비은행 선불 결제 수단 발행자에게 적용되지만, 인도 준비은행은 이러한 카드 발급사에게 카드 사용자에게 다음과 같은 선택지를 제공하도록 지시한다.⁸⁸⁷⁾

- 판매점 단말기, ATM, 온라인 거래 등에서 모든 유형의 거래(국내 및/또는 국제)를 위해 거래 한도를 설정하거나 수정한다.
- 위의 시설을 모바일 애플리케이션, 인터넷 뱅킹, ATM, 상호작용 음성 응답(IVR) 시스템, 은행 등 다양한 채널을 통해 24시간 365일 이용할 수 있다.
- 카드 상태에 변화가 있을 때마다 SMS / 이메일을 통해 알림, 정보, 상태 등을 받는다.
- 위의 내용은 가맹점에게 적용되지 않지만, 지급 생태계의 관련 당사자는 사용자가 우발적 결제를 피하기 위해 거래 선호도를 수정할 충분한 유연성을 제공해야 한다.

위와 유사하게, 선불 결제 수단의 경우, PPI 관리지침(PPI MDs)에 따라 발행인은 보안, 사기 및 위험 관리 체계를 시행해야 한다. 이러한 체계 하에서 발행인은 다음과 같은 조치를 포함한 여러 조치를 시행해야 한다:⁸⁸⁸⁾

- 여러 번의 잘못된 로그인 시도, 선불 결제 수단 접근 제한, 비활성화, 시간 초과 기능 등을 제한하는 적절한 체계를 마련한다.
- 모든 지갑 거래 시스템에서 거래, 현금 인출 거래를 포함한 모든 차감 거래는 승인된 금융 기관의 검증을 통해서만 허용된다.
- 고객이 유도한 옵션을 제공하여 거래 유형 및 수령인별로 거래 횟수와 거래 가액에 상한을 설정한다.
- 선불 결제 수단을 사용하여 거래가 이루어질 때 알림을 보내는 메커니즘.

또한, 인도 준비은행은 고객의 무단 전자 거래에 대한 제한 책임을 제한 책임 회람(이하 “제

886) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonperson/english/scripts/FAQs.aspx?Id=1498#:~:text=Ans%3A%20All%20CP%20and%20CNP,of%20foreign%20exchange%20is%20contemplated>

887) 참조: <https://www.rbi.org.in/Scripts/NotificationUser.aspx?Id=11788&Mode=0>

888) 참조: https://www.rbi.org.in/Scripts/BS_ViewMasDirections.aspx?id=12156

한 책임 회람문”)으로 제한하는 절차를 규정한다.⁸⁸⁹⁾ 인도 예금 은행은 고객이 수행하는 전자 거래의 안전성을 보장하기 위해 은행이 다음 각 조치를 시행하도록 명령한다.

- 고객이 수행하는 전자 금융 거래의 안전과 보안을 보장하기 위한 적절한 시스템과 절차
- 강력하고 역동적인 사기 탐지 및 방지 체계
- 무단 거래로 인한 위험(예: 은행의 기존 시스템의 결함)을 평가하고 이러한 사건으로 발생하는 책임을 측정하는 체계
- 통해 위험을 완화하고 그로 인해 발생하는 책임으로부터 자신을 보호하는 적절한 조치
- 은행 및 결제와 관련된 전자 금융 사기로부터 자신을 보호하는 방법에 대해 고객에게 지속적으로 반복해서 조언하는 시스템

제한 책임 회람문은 은행이 고객에게 거래 경보 등록을 요구하도록 명시한다. 또한, 은행은 고객에게 무단 전자 거래 발생 시 민원을 제기할 수 있는 직접 링크를 제공하고, 추가 무단 거래를 방지하기 위한 즉각적인 조치를 취해야 한다.

그러나 위에서 논의된 보호 장치와 조치가 있는 경우, 사용자가 실수로 결제를 하거나 승인되지 않은 거래가 발생할 때, 인도 준비은행은 사기 또는 기타 거래로 인해 발생한 잘못된 차변을 되돌리는 체계를 제시한다.⁸⁹⁰⁾ 이 체계에 따라, 인도 준비은행은 은행이 승인되지 않은 결제가 은행의 과실로 인해 발생한 경우 고객에게 보상할 책임이 있으며, 사용자가 보고하는 시점에 따라 보상 여부가 결정된다고 명시한다.

또한, 제한 책임 회람문은 고객이 결제 자격 증명을 공유하는 등 부주의로 인해 손실이 발생한 경우, 고객이 무단 거래를 은행에 보고할 때까지 모든 손실을 부담해야 한다고 규정한다. 보고 후 발생하는 손실은 은행이 부담한다. 무단 거래에 대한 책임이 은행이나 고객이 아닌 시스템의 다른 곳에 있는 경우, 보고 지연(4~7 영업일)이 발생하면 고객의 책임은 거래 가치 또는 은행이 지정한 금액 중 더 낮은 금액으로 제한된다. 또한, 고객의 통지를 받은 후 은행은 10 영업일 이내에 무단 전자 거래 금액을 고객의 계좌에 입금해야 한다. 은행은 고객의 부주의로 인한 무단 거래의 경우에도 고객의 책임을 면제할 수 있다.

관련된 인도 준비은행 회람은 위에서 논의된 요건을 명시하지만, 외국 운영자가 제공하는 게임 서비스에는 적용되지 않을 수 있다.

889) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonman/English/Scripts/Notification.aspx?Id=2336>

890) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonman/Upload/English/Notification/PDFs/27960.pdf>

9. 청약철회 및 환불 등

가. 청약철회

1) 전자상거래에서 소비자가 계약 및 청약 철회할 수 있는 조건, 기간, 환불 절차 등 관련 규정 또는 법률이 있는지

인도 법률에서는 이유 없이 상품 및 서비스 계약을 해지할 일반적인 요건이 없다. 결제 법률에 따른 환불 요건은 아래 다, 라항에서 더 자세히 논의하였다.

그러나, 앞서 언급한 바와 같이, 특정 실제 돈을 걸고 하는 게임 운영자는 재고 전자상거래 기관으로 간주될 수 있으며, 소비자보호법(CPA) 하에 발행된 전자상거래 규정에 따라 규제된다.⁸⁹¹⁾ 전자상거래 기관은 서비스가 결함이 있거나 부족하거나 광고되거나 합의된 특성이나 기능을 갖추지 못한 경우, 서비스 철회나 중단을 거부하거나 대금을 환불하는 것을 금지한다.⁸⁹²⁾ 전자상거래 규정에는 미준수에 대한 처벌이 명시되어 있지 않다. 그러나 전자상거래 규정을 준수하지 않는 경우 소비자 권리 침해나 불공정 거래 행위로 간주될 수 있다.

소비자보호법(CPA) 하에 발행된 전자상거래 규정

전자상거래 규칙은 전자상거래 사업자가 서비스 취소와 환불에 관해 준수해야 할 여러 제한과 의무를 명시한다.

전자 상거래 기업이 일방적으로 구매를 취소하는 경우, 동일한 취소수수료를 부담하지 않는 한 소비자에게 취소수수료를 부과하는 행위를 금지한다.⁸⁹³⁾

유효하게 취소된 계약에 대해서는 환불 요청에 대한 지급을 인도 준비은행의 규정에 따라, 또는 적용 가능한 결제 법에 따라 합리적인 기간 내에 처리해야 한다.⁸⁹⁴⁾

전자상거래 업체는 취소와 관련된 특정 정보를 사용자에게 명확하고 접근 가능한 방식으로 눈에 띄게 표시해야 한다.

891) 전자상거래 규칙 제3조 제(1)항 제(f)호:

“전자상거래 기업은 재화나 서비스의 재고를 소유하고 이를 소비자에게 직접 판매하는 전자 상거래 기관을 의미하며, 단일 브랜드 소매업자와 다중 채널 단일 브랜드 소매업자를 포함한다. 유료 게임 운영자는 전자 상거래 기관으로 분류될 가능성이 높다.”

892) 전자상거래 규칙 제7조 제(4)항.

893) 전자상거래 규칙 제4조 제(8)항.

894) 전자상거래 규칙 제4조 제(10)항.

소비자가 정보에 입각한 결정을 내리기 위해 필요한 반품, 환불, 교환, 결제 방식 등과 관련된 정확한 정보;

사용 가능한 결제 수단에 따라 정기 결제를 취소하는 절차, 사용자에게 부과되는 수수료 또는 요금, 차지백 옵션이 있는 경우 및 관련 결제 서비스 제공자의 연락처 정보⁸⁹⁵⁾

또한, 재고 전자상거래 기업⁸⁹⁶⁾은 서비스가 결함이 있거나 부족하거나 광고 또는 합의된 특성이거나 기능을 갖추지 못한 경우, 서비스 철회나 중단을 거부하거나 대금을 환불하는 것을 거부하는 행위를 금지한다.⁸⁹⁷⁾ 전자상거래 규칙은 비준수에 대한 처벌을 특정하여 명시하지 않는다. 그러나 일정한 위반행위는 소비자 권리 침해나 불공정거래행위로 간주될 수 있다.

소비자보호법에 따른 불공정계약 및 불공정거래행위

일부 유형의 계약 해지 조건은 소비자보호법 하에서 불공정하다고 간주되어 금지될 수 있다. 소비자에게 불합리한 요금, 의무 또는 조건을 부과하는 계약은 소비자보호법 하에서 불공정 계약으로 간주될 수 있다.⁸⁹⁸⁾ 예를 들어, 게임 운영자가 정당한 이유(예: 서비스 불량)로 계약을 해지할 경우 지나치게 높은 수수료나 벌금을 부과하는 경우, 이는 불공정 계약에 해당할 수 있다. 결함이 있는 상품을 반품하거나 결함이 있는 서비스를 중단하고 지급한 대금을 환불하는 것을 거부하는 행위는 불공정거래행위로 간주될 수 있다. 이러한 경우, 명시된 기간 내에 또는 명시된 기간이 없는 경우 30일 이내에 환불해야 한다.⁸⁹⁹⁾

소비자보호법은 소비자 및 공인된 소비자 단체가 불공정 거래 행위나 불공정 계약에 대해 지역 소비자 분쟁 해결 위원회(또는 청구 금액에 따라 주 또는 국가 위원회)에 불만을 제기할 수 있도록 권한을 부여한다.

위원회의 조치

위원회는 다음과 같은 명령을 내릴 권한이 있다. (i) 불만 제기자가 지급한 금액과 추가 요

895) 전자상거래 규칙 제7조 제1항 제a호 및 제c호, 제5조 제1항 제c호 및 제d호

896) 전자상거래 규칙 제3조 제1항 제f호:

“전자 상거래 기업은 재화나 서비스의 재고를 소유하고 이를 소비자에게 직접 판매하는 전자 상거래 기관을 의미하며, 단일 브랜드 소매업자와 다중 채널 단일 브랜드 소매업자를 포함한다. 유료 게임 운영자는 전자 상거래 기관으로 분류될 가능성이 높다.”

897) 전자상거래 규칙 제7조 제4항.

898) 소비자보호법 제2조 제(46)항 vi목.

899) 소비자보호법 제2조 제(47)항 viii목.

금을 반환하도록 지시한다.⁹⁰⁰ (ii) 서비스 제공자의 과실로 인해 소비자가 입은 손실이나 부상에 대해 보상금을 지급하도록 지시한다 (징벌적 손해배상 포함).⁹⁰¹ (iii) 서비스 제공자가 불공정 거래 행위를 중단하고 이를 반복하지 않도록 지시한다.⁹⁰² (iv) 서비스 제공자가 결정한 금액을 지급하도록 위원회가 지시한 경우, 다수의 소비자가 쉽게 식별되지 않는 경우,⁹⁰³ 지역 소비자 분쟁 해결 위원회에서의 절차는 주 및 국가 위원회로 상향될 수 있다. 위원회의 명령을 따르지 않을 경우, 1개월 이상 3년 이하의 구금 또는 2만 5천인도 루피(약 300 미국달러) 이상 1십만 인도 루피(약 1,197 미국 달러) 이하의 벌금, 또는 양자 모두에 처한다.⁹⁰⁴

중앙 소비자보호처에 의한 조치

중앙 소비자보호처 또는 지구 및 주 수준에서 각각 위원은 소비자 집단의 이익에 반하는 불공정 거래 행위를 조사하고 소비자 이익에 반하는 불공정한 서비스를 중단하도록 명령할 권한을 가진다.⁹⁰⁵ 중앙 소비자보호처의 지시를 따르지 않으면 6개월 이하의 구금 또는 2백만 인도 루피(약 23,948 미국 달러) 이하의 벌금 또는 양자 모두에 처할 수 있다.⁹⁰⁶

소비자보호법 하의 다크패턴 지침

소비자보호법 하에 제정된 다크패턴 지침은 다크패턴으로 분류된 특정 행위를 금지한다. 다크패턴은 플랫폼 상에서 사용자의 자율성, 의사결정 또는 선택을 방해하거나 손상시켜, 사용자가 원래 의도하지 않았거나 원하지 않았던 행동을 하도록 유도하거나 속이는 행위 또는 기만적인 디자인 패턴을 의미한다. 이는 오도 광고, 불공정 거래 행위 또는 소비자 권리 침해에 해당한다.⁹⁰⁷

구독 함정⁹⁰⁸과 같은 특정 행위는 다크패턴으로 명확히 분류된다. 다크패턴은 다음과 같은

900) 소비자보호법 제39조 제(1)항 제(c)호.

901) 소비자보호법 제39조 제(1)항 제(d)호.

902) 소비자보호법 제39조 제(1)항 제(g)호.

903) 소비자보호법 제39조 제(1)항 제(k)호.

904) 소비자보호법 제72조.

905) 소비자보호법 제20조와 제17조를 함께 해석해야 한다.

906) 소비자보호법 제88조.

907) 다크패턴 지침 제2조 제(e)항.

908) 다크패턴 지침 부록 1 제5항.

행위를 말한다.

유료 구독 취소를 불가능하게 하거나 복잡하고 긴 과정을 요구하는 행위

구독 취소 선택지를 숨기는 행위

무료 구독을 이용하기 위해 사용자에게 결제 정보나 자동 이체 승인을 요구하는 행위

구독 취소 지침을 모호하고, 잠정적이며, 혼란스럽고, 번거롭게 만드는 행위.

따라서 서비스 취소를 복잡하게 하거나, 길게 끌거나, 숨기거나, 혼란스럽게 만드는 행위는 이 금지조항에 해당한다.

다크패턴 지침에서 금지된 다크패턴으로 간주되는 행위는 오도하는 광고, 불공정거래행위 또는 소비자 권리 침해에 해당한다. 그러나 특정 정의에 부합하는 다크패턴이라면, 중앙 소비자보호처 또는 위원회는 이를 오도하는 광고, 불공정거래행위 또는 소비자 권리 침해로 간주할 가능성이 높다.

어떤 행위가 다크패턴 지침에서 명시된 다크패턴으로 인정될 경우, 소비자보호법에서 규정하는 불공정거래행위, 허위 광고, 소비자 권리 침해에 관한 일반 조항과 이에 따른 처벌이 적용된다.

추가적으로, 인도 준비은행은 정기 거래에 대한 전자 명령 처리를 허용하기 위한 기본체계를 제시했으며, 이러한 명령의 철회·취소에 일정한 조건을 부과한다. 이에 대한 자세한 내용은 제 8장, “다”항 1) 참조.

나. 미성년자 청약철회

1) 미성년자가 계약 또는 결제 등의 행위를 진행할 때 법정대리인의 동의가 없는 경우 계약이 무효임을 안내해야 하는지. 이외 관련 규정이 있는지

미성년자와의 계약은 무효이다.⁹⁰⁹⁾ 부모·법정 후견인은 미성년자를 대신하여 계약을 체결할 수 있으며, 이는 필요성⁹¹⁰⁾이나 미성년자의 이익을 위해서만 가능하다⁹¹¹⁾. 보호자가 유효하게 계약을 체결하고, 그 계약이 미성년자의 이익이나 필요를 위한 것이라면 일반적으로 해당 계약은 미성년자에게 구속력을 가지며, 미성년자가 이를 무효 확인할 수 없다.⁹¹²⁾ 따

909) 인도 계약법 제11조.

910) 인도계약법 제 68 조.

911) The Great American Insurance Co. Ltd 대 Madanlal Sonulal, 1935 SCC OnLine Bom 14.

라서 부모·법정 후견인의 동의가 필요하며, 계약은 미성년자의 이익이나 필요를 위한 것이어야 한다.

2) 미성년자를 대상으로 서비스를 제공하는 경우 사업자에게 미성년자 보호를 위한 별도의 보호 정책 수립 및 고지를 요구하는 법령의 의무

미성년자는 인도 법률상 계약을 체결할 능력이 없으므로, 대부분의 게임 운영자는 18세 이상인 사람에게만 서비스를 제공한다. 그러나 미성년자 보호를 위한 별도의 정책을 수립하고 공지할 법적 요건은 없다. 게임 운영자는 일반적으로 2장과 3장에서 자세히 논의된 연령 제한 및 연령 제한 규정을 시행한다.

이들은 또한 이용 약관, 커뮤니티 지침 기타 정책에서 미성년자에게 해로울 수 있는 콘텐츠에 대한 제한을 명시한다. 여기에는 노골적이거나 성인용인 콘텐츠, 부적절한 언어 또는 행동, 약물 사용, 미성년자 음주, 흡연, 자해, 섭식 장애, 괴롭힘, 그루밍 등을 조장하는 콘텐츠가 포함된다.

운영자는 일반적으로 부모 또는 법적 보호자의 동의를 요구하며, 이는 인앱 구매에도 적용된다. 은행 및 결제 생태계에서는 특정 은행이 부모 또는 법적 보호자와 함께 미성년자가 계좌/카드 소지자가 되도록 허용할 수 있으며, 모바일 기반 계정 간 결제(UPI)의 추가 사용자로도 허용할 수 있다. 이러한 경우, 주 계좌 소유자(부모 또는 법적 보호자)의 전체 동의와 허용된 거래 범위와 거래 한도에 따라, 미성년자(예: 10-18세)는 특정 결제에 대해 재량을 행사할 수 있다. 이에 대한 자세한 내용은 5장 “사”항 2)에서 논의하였다.

게임 운영자는 부모에게 자녀의 활동을 추적하고, 화면 시간을 제한하며, 부적절한 콘텐츠를 차단하는 등의 모니터링 또는 제어 도구를 제공할 수 있다. 아동의 추적 및 행동 모니터링 또는 아동을 대상으로 한 맞춤형 광고는 개인정보보호법으로 금지하며, 이는 6장 “라”항에서 자세히 다룬다.

다. 캐시/ (게임 내) 재화

1) 캐시, 포인트 등의 법적 지위가 어떻게 되는지, 현금과 동일한 가치로 인정되는지

인도법상 현금, 무료 게임 화폐(포인트), 유료 게임 화폐를 실질 화폐와 동일한 가치로 인정하는 명시적 규정은 없다. 그러나 아래에서 논의된 바와 같이 선불 수단으로 간주될 경우,

912) 스리 카쿨람 수브라마남 대 쿠라 수바 라오, (1948) 50 BOMLR 646

이들은 돈과 동일한 가치로 인정받고 적절히 규제될 수 있다.

인도에서는 지급 및 결제 시스템법(PSS Act)이 인도의 지급 시스템을 규제하고 감독한다. 제한적인 예외사항 외에는 지급자와 수령인 간에 결제가 이루어지는 모든 시스템은 PSS Act에 따라 지급 시스템⁹¹³⁾으로 간주된다. 선불 결제 수단(PPI)을 포함한 다양한 종류의 지급 시스템이 있다.

PPIs는 저장된 가치를 이용하여 상품이나 서비스를 구매할 수 있는 선불결제수단이다. PPIs에는 전자 지갑, 상품권, 가상 포인트, 바우처 등이 있다. PPI 관리지침(PPI MDs)⁹¹⁴⁾은 인도 예금 은행(RBI)의 PPIs 관련 자주 묻는 질문(PPI FAQs)⁹¹⁵⁾을 참조하여야 한다.

PPI MD는 PPI를 현금 및 서비스, 현금 서비스, 송금 시설 등의 구매를 촉진하는 결제 수단으로 정의한다⁹¹⁶⁾. 현금⁹¹⁷⁾, 무료 인게임 화폐 (포인트⁹¹⁸⁾), 유료 게임 화폐⁹¹⁹⁾는 저장된 가치에 따라 상품/서비스 구매를 촉진하는 경우 PPI의 범위에 포함될 수 있다. 따라서 PPI MD는 PPI FAQ와 함께 게임 내 화폐를 규제하며, 다른 상품/서비스로 교환할 수 없는 게임 내 아이템에는 적용되지 않는다.

PPI 관리지침에 따르면, PPI는 지급 수단으로 널리 분류될 수 있다:

폐쇄 시스템 PPI: 폐쇄 시스템 PPI는 인도 예금 은행이 아닌 기업이 자사 상품 또는 서비스 구매를 촉진하기 위해 발행한다. 이러한 폐쇄 시스템 PPI는 해당 기업의 상품 또는 서비스

913) 지급 및 결제 시스템 법(게임산업진흥에 관한 법률) 제2조 제(1)항 제(i)호:

'지급 시스템'은 지급자와 수령인 간의 지급을 가능하게 하는 시스템으로, 청산, 지급 또는 결제 서비스를 포함하거나 모두 포함할 수 있지만, 증권 거래소는 포함하지 않는다.

해설 - 이 조항의 목적상 '지급 시스템'은 신용 카드 운영, 직불 카드 운영, 스마트 카드 운영, 송금 운영 또는 유사한 운영을 가능하게 하는 시스템을 의미한다.

914) 참조: https://www.rbi.org.in/Scripts/BS_ViewMasDirections.aspx?id=12156

915) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonman/English/Scripts/FAQs.aspx?Id=2812#:~:text=Banks%20can%20issue%20PPIs%20after,after%20receiving%20authorisation%20from%20RBI>

916) 선불결제수단(PPI) 이용약관 제2.8조.

917) '캐시'란 사용자가 현금을 사용하여 구매(충전)하는 게임의 가상 화폐를 말하며, 게임 플레이를 통해 획득하는 게임 머니와 구별된다. 이는 선불 결제 수단의 일종이다. '캐시'는 게임 사업자가 사용하는 것으로 실제 법정 화폐를 의미하지 않으며, 사업자가 제공하는 게임 서비스(플랫폼) 내에서 유통될 수 있다. (스팀 월렛: 스팀에서 사용되는 스팀 월렛의 경우, 사용자는 실제 돈으로 '캐시'를 충전하고, 충전된 '캐시'를 스팀에서 서비스되는 게임을 구매하거나 각 게임에서 사용되는 유료 아이템으로 변경할 수 있다)

918) '무료 인게임 화폐'란 게임 서비스 이용 및 게임 내 아이템 구매에 사용되는 무료로 제공되는 가상 정보를 말한다.

919) '유료 게임 화폐'란 실질 화폐 또는 '현금'으로 구매할 수 있는 게임 내 아이템을 말한다. 브롤 스타즈의 '젼'이 대표적인 예이다. 유료 게임 화폐는 '현금'과 달리 특정 게임 내에서만 아이템을 구매하는 데 사용된다. 구매한 아이템은 다시 실제 돈으로 교환할 수 없다.

구매에만 사용할 수 있다. 본질적으로, PPI를 발행하는 기업과 PPI를 사용할 수 있는 기관이 동일해야 폐쇄 시스템 PPI로 간주된다. 폐쇄 시스템 PPI는 현금 인출을 허용하지 않는다. 이러한 PPI는 인도 예금 은행의 승인을 필요로 하지 않으며, 인도 예금 은행의 규제나 감독을 받지 않는다.

예시: 게임 운영자가 사용자에게 (i) 캐시나 (ii) 사용자의 성과에 따라 특정 가상 포인트나 크레딧을 발행하고, 사용자가 이러한 가상 포인트나 크레딧을 같은 게임 운영자가 발행한 아바타, 업그레йд 또는 상품과 같은 특정 구매에 사용할 수 있다면, 이러한 포인트나 크레딧은 폐쇄형 루프로 간주될 수 있다. Rockstar Games와 miHoYo와 같은 게임 개발자는 Grand Theft Auto V⁹²⁰⁾와 Genshin Impact⁹²¹⁾와 같은 게임을 제공하는데, 이들은 게임 내에서만 사용할 수 있는 캐시를 발행할 수 있다. 이러한 경우, 캐시는 폐쇄형 시스템 PPI로 간주될 가능성이 높다. 마찬가지로, 게임 개발자가 게임 내에서 발행한 무료 인게임 화폐(포인트)와 유료 게임 화폐가 동일한 개발자가 제공하는 상품/서비스(예: 동일한 게임 내)로만 교환 가능하다면, 이러한 화폐는 폐쇄형 시스템 PPI로 간주될 수 있다.

소액 PPI: 소액 PPI는 은행 또는 비은행 기관이 PPI 소지자로부터 최소한의 필수 정보를 얻은 후 발급한다. 이 소액 PPI는 상품 및 서비스 구매에 사용되지만, 자금 이체나 현금 인출에는 사용할 수 없다. 또한, 소액 PPI는 발급자와 계약을 맺은 특정 단체의 명확히 식별된 가맹점 위치나 시설에서만 사용 가능하며, 결제 대행사나 결제 게이트웨이를 통해 PPI를 결제 수단으로 수락하는 경우에도 사용 가능하다. 소액 PPI는 현금 충전 기능이 있는 형태 또는 없는 형태로 발급될 수 있다.

완전한 KYC PPIs: 소액 PPIs와 유사하게, 완전한 KYC PPIs는 은행 또는 비은행 기관에서 발행된다. 그러나 이러한 PPIs는 PPI 소지자의 KYC 완료 후에 발급된다. 더불어, 이러한 종류의 PPIs는 상품 및 서비스 구매 뿐만 아니라 자금 이체 및 현금 인출에도 사용할 수 있어 소액 PPIs와 비교하여 더 다양한 금융 거래를 제공한다.

예시: 게임 운영자는 제3자가 제공하는 상품 및 서비스 구매를 용이하게 하는 현금을 발행할 수 있다. 또한, 스팀⁹²²⁾과 에픽 게임즈⁹²³⁾와 같은 온라인 게임 유통업체는 개인이 실제

920) 참조: <https://store.rockstargames.com/buy-gta-v-shark-cash-cards>

921) 참조: <https://www.hoyolab.com/article/1042327#:~:text=Primogems%20are%20one%20of%20Genshin,and%20weapons%20in%20the%20game>

922) 참조: <https://store.steampowered.com/about/> 및 <https://store.steampowered.com/steamaccount/addfunds/>

923) 참조: <https://store.epicgames.com/en-US/> 및 https://www.epicgames.com/help/en-US/c-Category_BillingSupport/c-EpicGamesStore/how-do-i-add-funds-to-my-epic-games-wallet-a000086314

돈으로 현금을 충전하고 이를 제3자 게임 운영자가 제공하는 다양한 서비스, 게임 또는 게임 내 아이템에 사용할 수 있는 전자 지갑을 제공한다. 이러한 경우에도 현금은 고객의 고객 신원 확인 및 선불결제수단의 특징에 따라 소액 선불 결제수단 또는 완전한 KYC 선불 결제수단일 가능성이 높다.

위의 내용 외에도, PPI 관리지침(PPI MDs)은 선불 선물 수단을 규제한다.⁹²⁴⁾ 선물 선불결제수단은 한 사람이 구매하고, 특정 가맹점 / 시설에서 다른 사람이 사용할 수 있다. 스템과 에픽 게임즈와 같은 온라인 게임 유통업체 플랫폼에서 발행된 선물 선물 수단은 해당 플랫폼에서 제3자가 제공하는 게임을 구매하는 데 사용할 수 있다.

그러나, 인도 예금 은행(RBI)은 지급 수단(PPIs)을 규제하고 이에 대한 상세한 정의를 제공하지만, 외국 기관이 제공하는 PPI를 규제할 수 있는 역외 권한이 없다는 주장이 있다.⁹²⁵⁾ 인도에서 발행, 운영, 상환되는 PPI는 PPI 관리지침(PPI MDs)과 PPI FAQ(PPI FAQs)에 따른 규정을 준수해야 한다. 또한, 중앙 직접세 위원회는 2015년 9월 3일⁹²⁶⁾에 발행한 지침서(MDs)에서 외국에 호스팅된 웹사이트에서 온라인으로 전자 지갑(e-wallet) 또는 가상 카드 계정을 유지하는 사람이 해당 전자 지갑 또는 가상 카드 계정에 대한 평가와 선언을 제공해야 한다고 요구했다. 따라서, 중앙 직접세 위원회는 인도 내 개인이 외국에 호스팅된 전자 지갑이나 PPI를 사용하는 것을 인정한다.

또한, “사”항 1)에서 논의된 바와 같이, 인도 거주자가 외국 사업자가 제공하는 게임, 유료 게임 화폐 또는 게임 내 아이템에 대해 지급하는 것을 금지할 수 있다. 따라서, 외국 게임 운영자가 인도 거주자에게 현금과 유료 게임 내 화폐를 실질 화폐와 교환하여 제공하는 경우, 인도 거주자는 현행 계정 규칙에 따라 이러한 구매를 금지할 수 있다. 마찬가지로, 인도

924) PPI 관리지침에 따르면, 각 선물 PPI의 최대 가치는 1만 인도 루피이며 재충전이 불가능하다. 또한, 현금인출이나 자금 이체는 이러한 PPI에 대해 허용되지 않는다. 그러나, PPI 소유자의 동의를 받은 후, 자금은 ‘출처 계정’(선물 PPI가 충전된 계정)으로 다시 이체될 수 있다. 선물 PPI 소유자가 요청할 경우, 선물 PPI는 재충전 가능 여부를 확인하기 위해 재검증되어야 한다. 마지막으로, 선물 PPI를 사용한 거래에 대한 이중 인 증은 의무사항이 아니다.

925) 논점은 다음과 같다.

PPI MDs는 기관이 국가에서 PPI를 발행하려면 인도 예금 은행(RBI)의 승인을 받아야 하며, PPI 발행 및 운영에 관여하는 지급 시스템 운영자의 자격 기준과 사용 조건을 명시한다. 역사적으로 2009년부터 PPI MDs의 이전 버전에서 이러한 이전 버전의 제목이 인도에서의 PPI를 다루고 있음을 알 수 있다.

인도 준비은행은 또한 선불결제수단(PPI) FAQ를 발표했다. 그러나 이 PPI FAQ 역시 인도 외의 외국 기관에 의한 PPI 발행 및 운영에 대해 다루지 않는다. FAQ 3번은 PPI의 비은행 발행인이 인도에 설립된 회사임을 명확히 하며, 이는 PPI 관리지침의 준수 및 요건의 범위가 인도 내에서 운영되는 기관에 한정됨을 의미한다.

인도 예금 은행(RBI)은 외국 법인이 인도 외부에서 발행하고 운영하는 선불 결제 수단(PPI)에 대한 면제를 명시적으로 제공하지 않는다. PPI 관리지침은 지급 및 결제 시스템 법(PSS법) 제4조와 제18조에 따라 발행된다. PSS법 제1조 제2항은 이 법의 적용 범위가 인도 내에 있으며, 역외 적용을 고려하지 않는다.

926) https://www.incometaxindia.gov.in/Communications/Circular/Circular15_2015.pdf에서 이용 가능하다.

거주자가 현금, 유료 게임 내 화폐 및 무료 게임 내 화폐를 보유한 경우, 인도 거주자는 외국 게임 운영자가 제공하는 상품에 대해 지급 수단을 상환하는 것을 금지할 수 있다. “사”항 1)에서 다시 언급하자면, 이러한 제한을 준수할 책임은 인도 외부로 송금을 하는 인도 거주자에 있으며, 송금을 받는 외국 당사자(게임 운영자/제공자 포함)에게는 없다.

PSS Act(지급 및 결제 시스템 법) 하에, 규정, 명령, 지시 등의 위반은 최대 1,000,000 인도 루피의 벌금이 부과될 수 있다. 위반이 지속되는 경우, 하루에 25,000 인도 루피의 벌금이 매일 부과될 수 있다.⁹²⁷⁾

또한, 지급 및 결제 시스템법(PSS Act)에 따라 인도 준비은행은 최대 5십만 인도 루피 또는 위반 금액(해당 금액이 산정 가능한 경우)의 두 배 중 더 큰 금액에 대해 벌금을 부과할 권한이 있다. 위반이 지속되는 경우, 매일 2만 5천 인도 루피의 벌금에 처할 수 있다.⁹²⁸⁾

2) 게임 내 사용 가능한 재화의 이용, 양도, 사용기간, 환불(보상) 관련한 규정 또는 법률이 있는지

인도에서 발행된 PPI(선불결제수단)가 동일한 기업에서 제공하는 상품/서비스에 대해 사용이 허용되는 경우, 이는 인도 준비은행(RBI)의 규제나 감독을 받지 않는다. 또한, 이러한 PPI의 발행이나 운영은 인도 준비은행의 승인이나 허가를 필요로 하지 않는다. 그러나, PPI가 발행된 기업이 아닌 제3자가 제공하는 상품/서비스에 대해 사용이 허용되는 경우, PPI 관리지침과 PPI FAQ(선불결제수단 규정)에 따라 PPI의 사용, 이전, 사용 기간 및 환불이 규제된다.

PPI 규정(지급 수단 규정)에서 규제하는 다양한 종류의 선불결제수단(PPI)의 특징과 요건은 다음과 같다:

특징	소액 선불 결제수단	완전한 KYC 선불 결제수단(PPI)	선물 선불결제수단(PPI)
허용된 사용	특정 가맹점에서 상품과 서비스를 구매하는 데만 사용한다.	여러 가맹점에서 상품 및 서비스 구매, 자금 이체 또는 현금 인출에 사용한다.	특정 가맹점에서 한 사람이 구매하고 다른 사람이 사용할 수 있다.

927) PSS법 제26조 제(6)항.

928) PSS법 제30조 제(1)항.

<p>사용 제한</p>	<p>소액 현금 충전 시설이 있는 소액 선불 지급수단(PPI)의 경우, 한 달 동안 충전되는 금액은 1만 인도 루피를 초과할 수 없으며, 회계 연도 동안 충전되는 총 금액은 1십2만 인도 루피를 초과할 수 없다. 또한, 어느 시점에서든지 미결제 금액은 1만 인도 루피를 초과할 수 없다. 마지막으로, 한 달 동안 차감되는 총 금액은 1만 인도 루피를 초과할 수 없다.</p> <p>현금 충전 시설이 없는 소액 PPI의 경우, 한 달 동안 충전되는 금액은 1만 인도루피(INR)를 초과할 수 없으며, 회계 연도 동안 충전되는 총 금액은 1십2만 인도루피(INR)를 초과할 수 없다. 또한, 어느 시점에서든지 미결제 금액은 1만 인도루피(INR)를 초과할 수 없다.</p>	<p>미지급 금액은 2십만 인도 루피를 초과해서는 안 된다.</p> <p>또한, 사전 등록된 수령인의 경우, 자금 이체 한도는 2십만 인도 루피를 초과해서는 안 된다.</p> <p>선불결제수단PPI 발행인은 PPI 보유자의 위험 프로필, 기타 운영 위험 등을 고려하여 한도를 설정해야 한다.</p> <p>다른 모든 경우에 대한 자금 이체 한도는 월 1만 인도 루피로 제한되어야 한다.</p>	<p>선물 선불결제수단의 최대 한도는 1만 인도 루피이다.</p>
--------------	--	--	--------------------------------------

<p>재충전</p>	<p>소액 선불 결제수단 (Small PPI)은 현금 충전 시설을 갖추고 있으며, 재충전이 가능하며 전자 형태로만 발행된다. 현금으로 다시 충전할 수 있다.</p> <p>현금 충전 수단이 없는 소액 선불 결제수단은 카드 또는 전자 형태로 재충전 가능하며, 은행 계좌, 신용 카드, 전체-KYC 선불 결제수단에서 재충전할 수 있다. 현금 충전 수단이 없는 소액 선불 결제수단은 현금으로 재충전할 수 없다.</p>		
<p>전송</p>	<p>허용되지 않는다.</p>	<p>허용된다.</p> <p>은행이 발행한 PPI의 경우: 거래당 한도는 2천 인도 루피이며, 모든 위치에서의 월간 총 한도는 1만 인도 루피이다.</p> <p>은행이 아닌 발행 PPI에 대해:</p> <p>거래당 최대 2천 인도 루피이며, 월간 한도는 1만 인도 루피이다.</p>	<p>허용되지 않는다.</p>

사용 기간	발행일로부터 24개월 이내에 전체-KYC 선불결제수단으로 전환하지 않으면 추가 크레딧을 허용하지 않는다.	해당 없음	해당 없음
환불	언제든지 선불결제수단을 종료할 수 있으며, 종료 수익은 출처 계정으로 다시 이체된다.	선불결제수단 발행인은 해당 한도에 따라 선불결제수단을 해지하고 잔액을 이체할 수 있는 옵션을 제공해야 한다.	해당 없음
유효성	인도에서 발행된 모든 규제된 선불결제수단(PPI) 유효기간은 마지막 충전/재충전 날짜로부터 1년 이상이며, 이보다 긴 유효 기간도 가능하다. 비은행 발행인은 PPI 만료일로부터 최소 3년 동안 미사용 잔액을 손익계정으로 이전할 수 없다. PPI 소유자가 이 3년 기간 이후 환불을 요청할 경우 환불을 해야 한다.		

라. 청약철회의 대상

1) 현금으로 구매한 캐시가 청약철회 대상인지

게임 운영자/유통업체가 발행한 캐시는 해당 게임 운영자/유통업체가 제공하는 아이템에만 사용할 수 있으며, 이러한 캐시의 이용 조건은 해당 플랫폼 또는 발행인의 약관에 따를 수 있다. 플랫폼의 약관이 캐시를 인출할 수 있게 한다면, 그러한 조건에 따라 사용자는 구독 해지 시 캐시를 인출할 수 있다.

게임 운영자나 배급사가 발행한 현금이 제3자가 제공하는 아이템으로 교환될 수 있는 경우, 캐시는 PPI(선불 결제 수단)로 간주되며 PPI MD(선불 결제 수단 지침)와 PPI FAQ(자주 묻는 질문)에 따라 규제된다. 그러나 인도 예금 은행(RBI)이 외국 기관이 제공하는 PPI를 규제할 수 있는 초국적 권한이 없다는 주장이 있다. PPI가 인도에서 발행, 운영, 교환되는 경우, 해당 PPI는 PPI MD와 PPI FAQ에 따른 규제와 준수를 따라야 한다.

캐시 발행 및 상환의 성격에 따라, 폐쇄 시스템 PPI, 소액 PPI, 완전한 KYC PPIs, 또는 선물 PPIs의 범주에 속할 수 있다.

PPI 규정에 따르면, 폐쇄 시스템 PPI는 인도 준비은행의 규제를 받지 않으며, PPI 관리지침은 이러한 PPI를 현금으로 상환하거나 인출할 수 없다고 명시한다. 폐쇄 시스템 PPI는 규제를 받지 않기 때문에, 발행인은 게이머나 사용자가 플랫폼에서 구독을 철회할 경우 이러한 PPI의 처리를 결정할 수 있다.

소액 선물 선불 결제 수단(Small PPI)의 경우, PPI 관리 지침(PPI MDs)은 현금 인출을 허용하지 않는다. 그러나 PPI 보유자는 언제든지 PPI를 해지할 수 있는 선택권을 제공받아야 한다. 이러한 해지 시, 해당 PPI의 자금은 사용자의 고객 신원 확인(KYC) 요건을 준수한 후 출처 계정이나 은행 계좌로 이체할 수 있다. 또한, 선물 선물용 PPI의 경우, PPI 관리 지침은 현금 인출이나 자금 이체를 허용하지 않는다. 그러나 PPI 보유자의 동의를 받은 후 자금을 출처 계정으로 이체할 수 있다. 마지막으로, 완전한 KYC 선불 결제수단(Full KYC PPI)의 경우, PPI 관리 지침은 현금 인출을 허용한다. PPI 해지 시, 해당 PPI의 자금은 출처 계정이나 은행 계좌로 이체할 수 있다.

구독 철회 시 개인정보보호지침(지급 수단) 처리에 관한 “다”항 1) 및 2)도 참조하라.

2) 현금으로 구매한 유료재화가 청약철회 대상인지

게임 운영자/유통업체가 발행한 유료 게임 화폐는 동일한 게임 운영자/유통업체가 제공하는 제품에만 사용할 수 있으며, 해당 유료 게임 화폐의 플랫폼 또는 발행인의 약관에 따라야 한다. 플랫폼의 약관이 유료 게임 화폐의 인출을 허용하는 경우, 해당 조항에 따라 사용자는 구독 종료 시 유료 게임 화폐를 인출할 수 있다.

게임 운영자나 유통업체가 발행한 유료 게임 화폐가 제3자가 제공하는 아이템으로 교환될 수 있는 경우, 해당 유료 게임 화폐는 PPI(선불결제수단)로 간주되며, PPI 관리지침과 PPI FAQ에 따라 규제된다. 그러나 인도 예금 은행이 외국 기관이 제공하는 PPI를 규제할 수 있는 초국가적 권한이 없다는 주장이 있다. PPI가 인도에서 발행, 운영, 교환되는 경우, 해당 PPI는 PPI 관리지침과 PPI FAQ에 따른 규제와 준수를 따라야 한다.

유료 게임 내 화폐의 발행 및 상환 방식에 따라, 폐쇄 시스템 PPI, 소액 PPI, 완전한 KYC PPIs, 또는 선물 PPIs의 범주에 속할 수 있다. 유료 게임 내 화폐가 PPI로 간주될 경우, PPI 규정에 따라 규제된다.

PPI 규정에 따르면, 폐쇄 시스템 PPI는 인도 준비은행의 규제를 받지 않으며, PPI 관리지침은 이러한 PPI가 현금으로 상환되거나 인출될 수 없다고 명시한다. 소액 PPI의 경우, PPI 소유자는 언제든지 PPI를 종료할 수 있는 옵션을 제공받아야 한다. 이러한 종료 시, 해당 PPI의 수익금은 출처 계정이나 은행 계좌로 이체할 수 있다. 선물 PPIs의 경우, PPI 소유자의 동의를 받은 후 자금을 출처 계정으로 이체할 수 있다. 마지막으로, 완전한 KYC PPI의 종료 시, 해당 PPI의 수익금은 출처 계정이나 은행 계좌로 이체할 수 있다. 구독 철회 시 PPI 처리에 관한 “다”항 1) 및 2)을 참조 바란다.

3) 캐시로 구매한 유료재화가 청약철회 대상인지

게임 운영자 또는 유통업체가 발행한 유료 게임 화폐는 동일한 게임 운영자 또는 유통업체가 제공하는 아이টে만 사용할 수 있으며, 해당 유료 게임 화폐의 플랫폼 또는 발행인의 약관에 따라야 한다. 플랫폼의 약관이 유료 게임 화폐의 인출을 허용하는 경우, 해당 약관에 따라 사용자는 구독 종료 시 유료 게임 화폐를 인출할 수 있다.

게임 운영자 또는 유통업체가 발행한 유료 게임 화폐가 제3자가 제공하는 아이টে으로 교환될 수 있는 경우, 해당 유료 게임 화폐는 PPI(선불결제수단)로 간주되며, PPI 관리지침(PPI MDs)과 PPI FAQ(PPI 자주 묻는 질문)에 따라 규제된다. 그러나 인도 예금 은행(RBI)가 외국 법인이 제공하는 PPI를 규제할 수 있는 초국가적 권한이 없다는 주장이 있다. PPI가 인도에서 발행, 운영, 교환되는 경우, 해당 PPI는 PPI MDs와 PPI FAQs에 따른 규정과 준수 사항의 적용을 받는다.

유료 게임 내 화폐의 발행 및 상환 방식에 따라, 폐쇄 시스템 PPI, 소액 PPI, 완전한 KYC PPIs, 또는 선물 PPIs로 분류될 수 있다. 유료 게임 내 화폐가 PPI로 간주되는 경우, PPI 규정이 적용된다.

PPI 규정에 따르면, 폐쇄 시스템 PPI는 인도 예금 은행의 규제를 받지 않으며, PPI 관리지침은 이러한 PPI가 현금으로 상환되거나 인출될 수 없다고 명시한다. 소액 PPI의 경우, PPI 소유자는 언제든지 PPI를 종료할 수 있는 옵션을 제공받아야 한다. 이러한 종료 시, 해당 PPI의 수익금은 출처 계정이나 은행 계좌로 이체될 수 있다. 선물 PPIs의 경우, PPI 소유자의 동의를 받은 후 자금을 출처 계정으로 이체할 수 있다. 마지막으로, 완전한 KYC PPI의 종료 시, 해당 PPI의 수익금은 출처 계정이나 은행 계좌로 이체될 수 있다. 구독 철회 시 PPI 처리에 관한 “다”항 1) 및 2)을 참조 바란다.

4) 현금으로 구매한 디지털 상품(인-게임 아이템)이 청약철회 대상인지

소비자보호법과 전자상거래 규정은 인도에서 전자상거래 활동을 규제한다. 소비자보호법에 따르면, 전자상거래란 디지털 또는 전자 네트워크를 통해 디지털 제품을 포함한 상품 또는 서비스를 구매하거나 판매하는 것을 말한다. 실제 돈을 사용하여 온라인 게임 서비스에 가입하는 것은 전자상거래 거래로 간주될 수 있으며, 이 경우 게임 서비스 제공자는 전자 상거래 기업이 될 수 있다.⁹²⁹⁾ 게임 서비스가 제공되는 방식과 플랫폼에 따라, 게임 운영자 또는 제공자는 재고형 또는 시장형 전자 상거래 기관이 될 수 있으며, 이는 전자상거래 규칙에 의해 규제된다.

게임 구독 서비스의 철회/취소는 전자상거래 규칙에 따라 규제되지만, 이러한 철회 시 게임 내 아이템의 처리에 대한 명확한 규정은 없다. 일반적으로 게임 내 아이템은 구독 서비스의 철회 대상이 아니다. 게임 서비스 사용자는 구독의 유효성, 사용자 기기의 게임 호환성 등 여러 요인에 따라 게임 내 아이템을 사용할 수 있다. 게임 서비스가 일시적으로 구독 해지된 경우, 사용자는 구독을 갱신해야만 게임 내 아이템에 접근할 수 있다. 그러나 계정 삭제를 통한 게임 서비스 구독 취소 시, 사용자는 구매한 게임 내 아이템에 접근할 가능성이 낮다.

5) 캐시로 구매한 디지털 상품(인-게임 아이템)이 청약철회 대상인지

게임 서비스 구독 철회의 영향은 실제 돈으로 구매했는지 현금으로 구매했는지에 관계없이 게임 내 아이템에 동일하게 적용된다. “라”항 4) 참조.

6) 유료재화로 구매한 디지털 상품(인-게임 아이템)이 청약철회 대상인지

게임 서비스 구독 철회의 영향은 실제 돈으로 구매했는지 현금으로 구매했는지에 관계없이 게임 내 아이템에 동일하게 적용된다. “라”항 4) 참조.

마. 환불

1) 청약철회의 보장기간이 경과한 ‘캐시’ 또는 디지털 상품(인-게임 아이템)에 대하여 이용자가 환불요청 시 이를 처리해주어야 할 의무가 있는지

929) 전자상거래 규칙 제3조 제(b)호에 따르면, 전자 상거래 기관은 디지털 또는 전자 시설이나 플랫폼을 소유, 운영 또는 관리하는 사람을 의미하며, 온라인 시장 전자 상거래 기업에서 자신의 상품이나 서비스를 판매하는 판매자는 포함하지 않는다.

인도 현행법은 구독 철회 보증 기간에 대한 환불을 규제하지 않는다. 그러나 현금 또는 디지털 제품에 대한 사용자에게 대한 환불 처리를 규제하는 다양한 법률이 존재한다. 예를 들어 소비자보호법, 전자상거래 규칙, 선불결제수단 관리지침(PPI MDs) 등이 있다.

현금 환불 처리

“다”항 1)에서 논의하였듯 현금은 선물 PPI, 소액 PPI 또는 완전한 KYC PPI인 경우 인도 준비은행 규제를 받을 수 있으며, 이러한 경우 PPI 관리지침에 따른 의무가 적용된다. 선물 PPI, 소액 PPI 및 완전한 KYC PPI가 발행되는 경우 PPI 발행인의 환불 처리에 관한 의무에 대해서는 “다”항 2)를 참조하라.

디지털 제품의 환불 처리

“라”항 4)에서 논의된 바와 같이, 온라인 게임을 제공하는 주체는 소비자보호법 및 전자상거래 규칙에 따라 전자 상거래 기업으로 간주될 수 있으며, 온라인 게임은 디지털 제품으로 간주될 수 있다. 전자상거래 규칙은 전자 상거래 기관이 소비자의 환불 요청을 수락한 경우, 인도 준비은행 기타 관련 법률에 따라 권한을 가진 기업이 정한 기간 내에 환불을 처리하도록 요구한다. 그러나 전자상거래 규칙 또는 소비자보호법에서 게임 제공자가 제공하는 게임 내 아이템이 디지털 제품으로 간주될 수 있는지에 대한 명확한 규정이 없기 때문에, 게임 제공자가 제공하는 게임 내 아이템에 대한 환불 요건은 적용되지 않을 수 있다.

2) 관련 법령 또는 정책상 게임이 서비스를 종료할 시의 환불에 대한 규정이 있는지(환불 대상이 되는 잔여재화 및 상품의 범위, 환불 수수료 부과 여부, 환불 절차 사전 안내 의무 등)

전자상거래 규칙은 주문 취소 요건을 특정하여 명시하며, 이는 구독 서비스의 경우에도 동일하게 적용될 수 있다. 전자상거래 규칙은 전자상거래 기업이 소비자가 주문/구독을 확인한 후 일방적으로 취소할 때 취소 수수료를 부과하지 않도록 요구한다. 단, 전자상거래 기업도 유사한 수수료를 부담하는 경우는 예외로 한다.

소비자보호법과 전자상거래 규칙은 모든 전자상거래 기업이 플랫폼에서든 그 외의 경우든 어떠한 불공정 거래 행위도 채택해서는 안 된다고 요구한다. 소비자보호법에 따르면 결함이 있는 상품을 반품하거나 철회하지 않거나, 결함이 있는 서비스를 중단하지 않거나, 청구서/현금 영수증 또는 그러한 명시가 없는 경우 30일 이내에 대금을 환불하지 않는 것은 불공정거래행위로 간주된다.

3) 환불 수수료에 대한 기준, 혹은 규제가 있는지(특정 비율 이상의 수수료는 과도하다 간주하여 규제하는 경우 등)

환불에 관한 요건은 전자상거래 규칙 “다”항 4) 참조. 또한, 인도 현행법에는 환불 수수료 비율에 관한 규정이 없다.

**4) 이용자가 회원 탈퇴 시, 관련 법령 또는 정책상 캐시 또는 게임 속 재화가 환불 대상에 포함되는지
결제수단 환불에 관한 “다”항 2) 참조.**

바. 과오납금 환불

1) 소비자가 실수로 결제한 경우 이를 환급하는 것에 관한 규정 또는 법률이 있는지

인도 현행법상 소비자가 실수로 결제한 경우를 포함한 불만 처리 절차에 관한 여러 규정이 있다. 소비자가 실수로 결제를 한 경우, 거래의 성격에 따라 인도 예금 은행의 관련 결제 법에 따라 은행에 불만을 제기할 수 있다. 예를 들어, 디지털 결제에 대한 온라인 분쟁 해결 시스템 (RBI Circulars on Online Dispute Resolution (ODR) System for Digital Payments),⁹³⁰⁾ 은행 및 신용카드 발급 비은행 금융회사(NBFCs)의 신용카드, 직불카드 및 루피화 공동 브랜드 선불카드 운영(제12조)⁹³¹⁾, 제한 책임(Limited Liability)⁹³²⁾, 고객 서비스 - 사기 기타 거래로 인한 잘못된 차감의 반환(Reversal Circular)⁹³³⁾, 결제 중개업자 및 결제 게이트웨이 규제(Regulation of Payment Aggregators and Payment Gateways)⁹³⁴⁾ 등이 있다.

제한 책임 회람문에 따르면,⁹³⁵⁾ 무단 전자 거래가 발생한 경우 은행은 보험 청구 정산을

930) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonperson/English/Scripts/Notification.aspx?Id=3194>

931) 참조: <https://www.rbi.org.in/commonperson/English/Scripts/Notification.aspx?Id=1574>

932) 참조: <https://www.rbi.org.in/Scripts/NotificationUser.aspx?Id=11040&Mode=0>

933) 참조: <https://www.rbi.org.in/Scripts/NotificationUser.aspx?Id=627&Mode=0>

934) 참조: <https://rbi.org.in/Scripts/NotificationUser.aspx?Id=11822&Mode=0>; 이 공시는 결제 집계업체가 모든 참가자에게 지급 집계업체가 모든 참가자에게 구속력 있는 분쟁 해결 체계를 갖추어야 한다고 명시하고 있다. 이 체계는 거래 생애 주기, 분쟁 유형에 대한 상세 설명, 처리 절차, 준수 사항, 모든 당사자의 책임, 문서화, 사유 코드, 민원 처리 절차, 각 단계별 처리 시간 등을 포함한다.

935) 제한 책임 회람문은 고객이 은행의 기여적 사기, 과실, 결함으로 인해 발생한 무단 거래로 인한 손실에 대해 책임을 지지 않는다고 명시한다. 제3자 침해의 경우, 결함이 은행이나 고객에게 있지 않은 경우에도 해당된다. 그러

기다리지 않고 통지일로부터 10영업일 이내에 고객의 계좌에 분쟁 금액을 그림자 반전 방식으로 입금해야 한다. 은행은 고객의 과실이 있는 경우에도 고객의 책임을 면제할 수 있다. 또한, 입금은 무단 거래가 발생한 날짜에 이루어진 것처럼 반영되어야 한다. 추가로, 은행은 내부 정책에 따라 고객의 불만을 해결하고 고객의 책임을 규명해야 하며, 이 기간은 불만 제기일로부터 최대 90일을 초과할 수 없다. 은행이 이 기간 내에 문제를 해결하거나 고객의 책임을 규명하지 못할 경우, 제한 책임 회람문에 따라 고객에게 보상해야 한다.

그러나 이러한 결제 법제가 게임 제공자에게 적용되는지 여부는 불명확하므로 민원 해결 체계를 제공할 의무는 은행을 통해 그러한 주체들에게 전가할 수 있다. 적용되는 관련 결제 법제(사례별 분석에 따라 다를 수 있음)를 고려할 때, 결제 플랫폼⁹³⁶⁾과 은행⁹³⁷⁾은 종종 사용자에게 결제와 관련된 분쟁을 제기할 수 있는 체계를 제공한다.

사. 소멸시효/사용기간

1) 상행위로 인해 발생하는 채권의 소멸시효가 어떻게 되는지

인도에서 소멸시효의 원칙은 주로 1963년 제정된 시효법(Limitation Act, 1963)에 의해 규율된다. 시효법은 거래와 관련된 다양한 유형의 법적 청구가 제기되어야 하는 시효 기간을 규정한다. 예를 들어, 계약, 채무 회수⁹³⁸⁾, 계약의 특정 이행⁹³⁹⁾ 등 상업 활동에서 발생하는 대부분의 청구는 원인이 발생한 날로부터 3년 이내에 제기해야 한다. 정해진 기간 내에 청구를 제기하지 않으면 소송의 근거가 시효에 의해 금지되며, 청구를 집행할 권리가 소멸된다. 법적 조치를 시작하기 위한 일반적인 시효법은 시효법이지만, 특정 유형의 조치에 대한 소멸시효를 규율하는 특별법도 존재한다. 그 중 하나의 예는 “사”항 2)에서 다루었다.

시효법(Limitation Act) 별표(Schedule)는 다양한 종류의 소송, 소멸시효, 소멸시효가 시작되는 시점을 상세히 열거한다. 예를 들어, 일정에 열거된 다양한 종류의 상업 소송과 그

나 후자의 경우, 고객은 무단 거래에 대한 은행의 통지를 받은 후 3일 이내에 은행에 이를 알릴 의무가 있다. 또한, 고객이 결제 자격 증명을 공유하는 등 과실로 인해 손실이 발생한 경우, 고객은 무단 거래를 은행에 보고할 때까지 전체 손실에 대해 책임을 진다. 이러한 경우, 고객이 보고한 후에는 은행이 추가 손실에 대한 책임을 진다. 시스템 내 다른 곳에 무단 거래의 책임이 있는 경우, 고객이 은행에 보고하는 데 4~7 영업일이 지연되면, 고객의 책임은 고객이 보유한 계좌 유형에 따라 제한된다.

936) 참조: <https://support.google.com/pay/india/answer/9777953?hl=en>

937) 참조: https://www.unionbankofindia.co.in/pdf/circular_number-31aug23.pdf

938) 별표 제42조.

939) 별표 제54조.

에 따른 소멸시효는 다음과 같다.

- 판매된 상품의 가격과 인도된 상품의 대금(고정된 지급 기간 없음) - 인도일로부터 3년⁹⁴⁰⁾
- 피고의 요청으로 수행된 작업의 대가(지급 시점이 정해지지 않은 경우) - 작업 완료 후 3년⁹⁴¹⁾
- 요구 시 지급되는 계약에 따라 예치된 금액 - 요구가 이루어진 시점부터 3년⁹⁴²⁾
- 특정 시간에 또는 특정 상황에서 이행할 약속을 위반한 경우의 보상 청구 - 해당 시간 또는 상황이 발생한 시점부터 3년⁹⁴³⁾
- 다른 조항에 의해 다루어지지 않는 소송의 경우 - 소송 제기 권리가 발생한 시점부터 3년⁹⁴⁴⁾

2) 게임을 위해 현금으로 구매한 캐시/유료재화의 사용기간에 대한 규정 또는 법률이 있는지

“사”항 1)에서 논의하였듯, 특정 종류의 소송에 대한 시효를 규제하는 시효법이 있다.

현금 또는 유료 화폐가 관련된 문제는 현금 또는 유료 화폐가 관련된 문제는 명시적 또는 묵시적 계약 위반에 대한 손해배상 청구 조항에 따라 제기할 수 있으며,⁹⁴⁵⁾ 계약이 위반된 시점부터 3년의 소멸시효가 적용된다.

또한, “사”항 1)에서 언급하였듯, 소비자보호법은 일반적인 3년의 소멸시효와 달리 2년의 소멸시효를 규정한다. 소비자보호법에 따르면, 민원은 사건 발생일로부터 2년 이내에 지구 포럼, 주 소비자 위원회, 또는 국가 소비자 위원회에 제기해야 한다.⁹⁴⁶⁾ 2년의 소멸시효를 초과하여 제기된 민원은 소멸시효 내에 제기하지 못한 충분한 이유를 제시할 경우 연장될 수 있으며, 법원은 지연을 용인하는 이유를 기록해야 한다.⁹⁴⁷⁾ 불만 제기자가 이러한 지연 용인이 불만을 제기할 수 없는 상황으로 인해 발생했음을 법원에 충분히 입증해야 한다. 또한, 현금 또는 유료 화폐와 관련된 범죄활동의 경우, 인도 법에 따라 처벌의 성격에 따라 소멸시효가 달라지므로 사건별로 소멸시효가 다를 수 있다.⁹⁴⁸⁾ 따라서, 절도 및 사기와 관련된 범죄의 소멸시효는 상해, 조직 범죄, 또는 살인과 관련된 범죄의 소멸시효와 다를 수 있다.

940) 별표 제14조.

941) 별표 제18조.

942) 별표 제22조.

943) 별표 제26조.

944) 별표 제113조.

945) 별표 제55조.

946) 소비자보호법 제69조 제(1)항.

947) 소비자보호법 제69조 제(2)항.

948) 인도 시민 안전법 2023(Bharatiya Nagarik Suraksha Sanhita) 제514조.

아. 휴업기간 업무처리

1) 사업자가 휴업을 하거나 영업정지를 하고 있는 경우에 소비자의 요청(청약철회 등)을 어떻게 처리하는지, 그에 대한 규정 또는 법률이 있는지

이와 같은 규정이나 법률은 명확하지 않다. 특정 규정(8, “아”항에 명시하였듯)은 고객 불만 해결과 환불 처리에 필요한 일수에 대한 일정한 기한을 명시하지만, 여기서 ‘고객’이 영업일을 의미하는지 달력을 기준으로 한 날을 의미하는지 명확하지 않다. 일반적으로 달력을 기준으로 한 날을 의미하는 것으로 이해된다.

자. 거래기록 보존

1) 전자상거래의 거래기록을 보존해야 하는지, 보존해야 한다면 어느 내용을 언제까지 보관해야 하는지 등에 대한 규정 또는 법률이 있는지

인도에는 거래 기록 및 정보 저장에 관한 여러 법률과 규정이 존재한다. 전자상거래 기업에 적용될 수 있는 관련 요건은 아래에서 논의된다.

인도에서는 지급 시스템 제공업체(지급 집계업체 및 지급 게이트웨이)가 운영하는 지급 시스템과 관련된 정보를 인도 내에만 저장해야 한다. 인도 준비은행 지침에 따른 정보 지역화 요건은 지급 시스템과 관련된 모든 정보에 적용된다. 이는 '지급 메시지 또는 지시의 일부로 수집, 전송 또는 처리되는 지급 또는 결제 거래와 관련된 모든 종단 간 거래 세부사항 및 정보'⁹⁴⁹⁾를 포함한다. 정보 지역화 요건은 다양한 범주의 정보에 적용되며, 실제로 지급 시스템과 관련된 정보, 즉 지급/거래 및 지급 메시지 또는 지시와 연결된 정보에 적용된다. 또한, 인도 준비은행 지급 시스템 정보⁹⁵⁰⁾ 저장에 대한 FAQ도 인도에 저장해야 하는 정보 유형을 명확히 설명한다.⁹⁵¹⁾

위와 유사하게, 인도의 관련 자금세탁방지법에 따라 보고 기업⁹⁵²⁾은 모든 거래의 기록을 유지해야 하며, 개별 거래를 재구성할 수 있도록 해야 한다. 또한, 보고 기업은 고객 및 이

949) 참조: <https://www.rbi.org.in/scripts/NotificationUser.aspx?ld=11244>

950) 참조: <https://m.rbi.org.in/Scripts/FAQView.aspx?ld=130>

951) 최종 거래 세부 정보 및 지급 또는 결제 거래의 일환으로 수집, 전송, 처리되는 지급 메시지 / 지시의 정보. 이는 고객 정보(명칭, 휴대전화 번호, 이메일, 아드하르 번호, PAN 번호 등 해당되는 경우); 지급 민감한 정보(고객 및 수령인 계좌 정보); 지급 자격증명(OTP, PIN, 비밀번호 등); 및 거래 정보(출발 및 도착 시스템 정보, 거래 참조, 타임스탬프, 금액 등)를 포함할 수 있다.

952) 2002년 자금세탁방지법(Prevention of Money Laundering Act, 2002)에 따르면, 보고 기업은 은행, 금융 기관, 중개인 또는 지정 업무 또는 직업을 수행하는 사람을 의미한다.

익소유자의 신원을 확인하는 문서, 계좌 파일, 업무 서신의 기록을 유지해야 한다. 거래 기록은 거래일로부터 5년 동안 보관해야 하며, 신원 및 업무 서신과 관련된 기록은 사업 관계 종료 또는 계좌 폐쇄 후 5년 동안 보관해야 한다.⁹⁵³⁾ 그러나, 이 요건은 보고기관에 적용되며, 게임 서비스 제공자가 보고기관의 범위에 해당하는 경우에도 적용된다.

7.3항의 정보 보존 요건에 대해서는 회사법(Companies Law), 노동 및 고용법(Labour and Employment Law), 세법(Taxation Law)에 관한 제7장 응답을 참조하라.

마지막으로, 비상대응기관 지침은 모든 서비스 제공업체, 중개인, 정보 센터, 법인체 및 정부 기관이 모든 ICT 시스템의 로그를 의무적으로 활성화하고 이를 인도의 관할권 내에서 안전하게 유지해야 한다. 정보 침해 발생 시 해당 정보를 비상대응기관에 제공해야 한다.

953) 2002년 자금세탁방지법(Prevention of Money Laundering Act) 제 12조. 또한, 2005년 자금세탁방지(기록 유지) 규칙(Prevention of Money-Laundering (Maintenance of Records) Rules)은 인도 내 보고기관에 적용되는 정보 보존 요건을 규정한다.

10. 게임산업 진흥 등

가. 게임산업에 대한 세제혜택 및 보조금 지원

1) 게임산업 관련 세액공제 등 게임산업에 대한 세제혜택이 있는지 또는 보조금 지원정책 등이 존재하는지 여부 및 그 내용

현재 인도 게임산업에는 세제 혜택(보조금, 공제 등)이 없다.

그러나 과거에는 이러한 세액 감면과 보조금을 도입하려는 몇 가지 제안이 있었다. 2022년 4월, 인도 정보·방송부(MIB)는 AVGC 작업 팀(AVGC Task Force)⁹⁵⁴을 설립했다. 이 작업 팀은 중앙 정부 기관, 산업 대표자 및 주 정부로 구성되어 있으며, 다양한 교육 계획과 정부 장려금을 통해 이 산업의 잠재력을 증대시키기 위해 노력하고 있다.

AVGC 작업팀은 2022년 12월 보조금과 보조금에 대한 다음과 같은 권고사항을 포함한 AVGC 보고서를 발표했다.⁹⁵⁵

- (a) 외국 기업이 인도에 업무를 위탁하거나 인도 게임 개발자를 고용할 때 제공하는 인센티브⁹⁵⁶
- (b) 애니메이션, 시각 효과, 게임, 만화(AVGC) 분야의 초기 단계 스타트업은 외국인 직접 투자(FDI), 세금 혜택, 연구 및 개발(R&D) 실험실 설립을 위한 기타 제도적 지원을 받을 수 있다.⁹⁵⁷
- (c) 세액 감면, 세제 휴가 등과 같은 과세 관련 인센티브는 지역 지적 재산(IP) 생산, 연구 및 개발(R&D), AVGC 산업에 대한 투자를 촉진하기 위해 마련될 수 있다.⁹⁵⁸

AVGC 보고서는 사용자 비용을 줄이고 재정적 타당성을 높이며 AVGC 부문의 경쟁력을 강화하기 위해 부가가치세 (GST)를 포함한 다양한 세금을 합리화할 필요성을 인식한다.⁹⁵⁹

추가적으로, 중앙 정부는 AVGC(애니메이션, 비디오 게임, 코믹스) 부문을 위한 모델 주 정책 초안(이하“**모델 주 정책**”)⁹⁶⁰을 발표했다. 이 모델 주 정책은 주 정부들이 자체적인 주 AVGC 정책을 개발할 수 있도록 광범위한 권고 사항을 제공한다. 모델 주 정책은 주 정부들이 AVGC 부문을 지원

954) 참조: <https://pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=1814698>

955) 참조: <https://mib.gov.in/sites/default/files/AVGC-XR%20Promotion%20Taskforce%20Report%20-%202022.pdf>

956) AVGC 보고서 제4.5장.

957) AVGC 보고서 제4.4.3장.

958) AVGC 보고서 제4.5장.

959) AVGC 보고서 제4.5장.

960) 참조: https://mib.gov.in/sites/default/files/Annexure%20D_Draft%20Model%20State%20Policy%20for%20AVGC-XR%20Sector.pdf

하기 위해 취한 조치들을 강조할 것을 제안한다. 또한, 특정 기준(운영 자본 요건, 배당금 분배, 기타 관련 요소)을 충족하는 신생 기업들에게 세금 인센티브를 제공할 수 있음을 명시한다. 모델 주 정책을 기반으로, 텔랑가나,⁹⁶¹⁾ 카르나타카,⁹⁶²⁾ 케랄라,⁹⁶³⁾ 마하라슈트라⁹⁶⁴⁾를 포함한 여러 주는 각각의 주 AVGC 정책(이하 “주 AVGC 정책”)을 발표했으며, 이 정책들은 AVGC 부문에 대한 전략적 목표를 명시하고 특정 세금 면제를 제안한다.

예를 들어, 마하라슈트라 주의 AVGC 정책(주 AVGC 정책)은 IT/ITES 단위의 혜택을 위해 재산세 인센티브를 제공한다. 해당 관할권에서 적용되는 주거용 요율과 동일한 수준으로 재산세를 부과한다.⁹⁶⁵⁾ 마찬가지로, 카르나타카 주 AVGC 정책은 부동산세 인센티브를 제공한다.⁹⁶⁶⁾ 케랄라 주 AVGC 정책은 사립 투자자에게 세제 휴가를 제공하며, IT 공원의 일정 비율이 AVGC 부문을 위해 할당된다.⁹⁶⁷⁾ 2024년 8월의 최근 뉴스 보도에 따르면,⁹⁶⁸⁾ 인도의 국가 AVGC 정책(India's National AVGC Policy)이 곧 시행될 가능성이 있으며, 이는 국가 AVGC-XR 미션(National AVGC-XR Mission)과 함께 출범할 예정이다.⁹⁶⁹⁾ 그 목적은 AVGC 부문의 촉진과 성장이다.

나. 게임개발자 이민 시의 지원정책

1) 게임개발자 등 기술자가 해당 국가 이주시(‘기술이민’)의 지원정책

예) 취업비자 신속처리, 자녀교육비 지원, 의료비 지원 등

현재 중앙정부 차원에서는 게임 산업을 위해 외국 기술자들을 인도로 이전하도록 장려하는 정책이 없다.

961) 참조: <https://static.investindia.gov.in/s3fs-public/2022-02/Telangana-IMAGE-Policy-2016.pdf>

962) 참조: https://itbst.karnataka.gov.in/storage/pdf-files/AVGC_Policy_2024.pdf

963) 참조: https://avgcpolicy.startupmission.in/AVGC-XR_Policy_2024.pdf

964) 참조: <https://maitri.mahaonline.gov.in/pdf/IT%20Policy%202023.pdf>

965) 텔랑가나 주 AVGC 정책 제7.9조.

966) 카르나타카주 AVGC 정책 제2.3.2.조

967) 케랄라 주 AVGC 정책 제1조 제(b)항.

968) 참조: https://www.business-standard.com/industry/news/national-avgc-xr-policy-to-be-implemented-soon-i-b-secretary-sanjay-jaju-124082101018_1.html

969) 참조: <https://pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=1886679>

다. 게임저작권 침해에 대한 정책

1) 게임 관련 불법 프로그램 및 게임저작권 침해와 관련한 별도의 정책을 시행하고 있는지. 특히 게임 관련 불법 사설서버(게임 제작사나 publisher가 공식으로 제공하는 서비스가 아니라 제3자가 별도로 게임 서버를 구현하여 서비스를 제공하는 것)를 운영하고 있는 것과 관련해 해당 사이트 차단을 요청할 수 있는 기관이 있는지

게임 관련 불법 프로그램이나 게임의 저작권 침해에 대한 구체적인 정책은 없다. 그러나 인도의 일반 지식재산권법에 따라 게임의 지식재산권을 보호될 수 있다.

상표와 브랜드

게임과 관련된 독특한 제목, 로고, 브랜드 명칭은 상표법 1999에 따라 보호⁹⁷⁰받을 수 있다.⁹⁷¹ 상표가 신용을 얻은 경우, 상표법 외에도 '통과'에 대한 소송을 제기할 수 있으며, 이를 통해 상업적 신용을 보호하고 두 브랜드 간의 혼동을 초래하는 허위 진술에 대해 손해 배상을 청구할 수 있다. 따라서 상표와 통과법에 따라 게임의 명칭과 로고뿐만 아니라 상표의 외관과 게임의 느낌과 분위기까지 보호받을 수 있다.

저작물

게임의 다양한 요소, 예를 들어 게임 코드, 캐릭터 디자인, 아트워크, 그래픽, 음악, 음향 효과, 음성 녹음, 그리고 게임 형식 자체는 문학 작품, 예술 작품, 음악 작품, 음향 녹음, 또는 영화로서 저작권법(저작권법 1975)⁹⁷²의 보호를 받을 수 있다.

저작권법에서는 특정한 원작물에 저작권이 존재한다.⁹⁷³ 저작권법은 아이디어 자체가 아닌 아이디어의 표현을 보호한다. 작품은 저작권 보호를 받기 위해 '최소한의 창의성(modicum of creativity) 기준'을 충족해야 한다. 저작권은 저작권 소유자가 아닌 사람이 사용권 조건을 위반하거나 사용권 없이 저작권 소유자만이 할 수 있는 일을 할 때 침해된 것으로 간주된다. 침해가 발생할 경우, 민사 및 형사 구제책이 모두 제공된다.

저작권법에 따라 다음의 게임 요소는 저작권으로 보호받을 수 있다: (i) 캐릭터, 애니메이션

970) Sporta Technologies Pvt. Ltd. 및 Anr. 대 드림즈11 및 Anr., CS(COMM) 44/2023 및 I.A. 1412/2023.

971) 참조: <https://ipindia.gov.in/writereaddata/Portal/ev/TM-ACT-1999.html>

972) 참조: <https://copyright.gov.in/documents/copyrightrules1957.pdf>

973) 원작 (i) 문학, 극적, 음악 및 예술 작품 (ii) 영화 (iii) 음향 녹음.

시각 자료, 이미지, 일러스트 등 (예술 작품으로서), (ii) 비디오 게임의 소스 코드, 그래픽 사용자 인터페이스, 지침, 게임의 개념 노트 등 (문학 작품으로서), (iii) 배경 음악, 사운드 효과 등 (음악 작품으로서).

현재 인도에서는 다양한 게임 요소의 저작권 보호에 관한 판례가 제한적이다. 예를 들어: 2002년 델리 고등법원은 결혼으로 이어지는 맞선 형식의 독특한 리얼리티 쇼가 충분히 표현된 경우 저작권법(Copyright Act)에 의해 보호될 수 있다고 인정했다⁹⁷⁴⁾. 게임 형식이 이와 유사하게 참신하고 충분히 표현된 경우 저작권 보호를 받을 수 있다.

2008년, 델리 고등법원(High Court of Delhi)⁹⁷⁵⁾은 원고인 스크래블(Scrabble)⁹⁷⁶⁾ 게임 제작자들이 피고를 상대로 Srabulous라는 명칭으로 온라인 버전의 보드 게임을 출시한 것에 대해 금지 명령을 요청한 사건을 다루었다. 원고는 스크래블 게임 보드가 저작권법(Copyright Act)상 예술적 작품이며, 피고가 게임 보드/타일 배열 및 규칙에 대한 저작권을 침해했다고 주장했다. 그러나 법원은 게임 보드의 표현 방식과 타일 배열이 최소한의 창의성 기준을 충족하지 못한다고 판결했다. 또한, 게임 보드의 표현 방식(색상, 값, 선의 배열)은 게임 규칙을 제외하고는 독립적인 가치를 지니지 않는다고 판단했다.

2014년, 델리 고등법원은 소니 컴퓨터 엔터테인먼트 유럽(Sony Computer Entertainment Europe Ltd.)⁹⁷⁷⁾ 대 하르미트 싱(Harmeet Singh) 사건에서 원고에게 유리한 일방적 가치 분 명령을 내렸다.⁹⁷⁸⁾ 원고는 플레이스테이션 콘솔의 하드웨어와 소프트웨어를 생산 및 판매하는 회사이다. 피고는 원고의 콘솔을 개조하여 원고의 게임을 불법 복제한 버전을 실행할 수 있도록 하는 -탈옥 소프트웨어를 사용하여 암호화된 코드를 우회하였다. 법원은 피고가 플레이스테이션 콘솔의 무단 개조를 방지하기 위해 설계된 기술적 보호 조치를 우회함으로써 저작권법을 위반했다고 판결하였다. 이로 인해 피고는 불법 복제 게임을 실행할 수 있었다.⁹⁷⁹⁾

2022년, 델리 고등법원 원고가 제기한 판타지 스포츠/주식 거래 모바일 애플리케이션 형식에 대한 금지 명령 청구를 기각했다.⁹⁸⁰⁾ 원고는 게임 규칙, 사용자 여정, 그래픽 사용자 인터페이스를 설명하는 상세한 개념 노트가 저작권 보호를 받을 수 있는 독창적인 저작물이라

974) 아닐 굽타 씨 외 1인 대 쿠날 다스굽타 씨 외 기타, 97(2002)DLT257

975) IA 번호 2352/2008

976) 매텔 주식회사(Mattel Inc.) 대 자안트 아가르왈라(Jayant Agarwalla), IA 번호 2532/2008 in CS (OS) 344/2008

977) CS(OS) NO. 1725/2012.

978) 소니 컴퓨터 엔터테인먼트 유럽 주식회사 대 하르미트 싱, CS(OS) NO. 1725/2012.

979) AVGC 보고서 4.4.1장.

980) Samir Kasal 대 Prashant Mehta 및 기타, CS (COMM) 39/2022

고 주장했다. 그러나 법원은 원고의 애플리케이션이 창의성 기준을 충족하지 못하여 소유권을 부여할 수 없다고 판결했다.

The AVGC 보고서 underscores the need for 저작권 보호 of games, and recommends:⁹⁸¹⁾

개발자와 디자이너를 위한 지식재산권 보호에 관한 무료 법률 및 기술 상담 플랫폼의 설립
AVGC 부문을 위한 모델 지식재산권 사용권 계약 개발

지식재산권 정보, 프로그램, 지침을 종합적으로 제공하는 통합 포털 구축

게임 스타트업의 장려, 이들이 스타트업 지식재산 보호 제도(Start-Ups Intellectual Property Protection, SIPP) 하에 특허, 디자인, 상표를 신청하도록 지원

게임 분야의 지식재산권 인식 증진, 학술 기관 및 업계 단체와 협력하여 게임에 특화된 지식재산권 절차 및 방법론에 초점을 맞춘 국가 차원의 워크숍 개최

협력과 표준화를 촉진하기 위한 모델 지식재산권 라이선싱 계약 개발

새로운 지식재산권과 콘텐츠 개발을 촉진하기 위한 인큐베이션 기금의 제공

제도적 수단을 통해 지식재산권(IP) 권리 주장에 대한 재정적 지원의 제공

기존 산업 참여자들 간의 집단 사용권 계약 촉진

지식재산권 보호를 위해 불법 복제 소프트웨어로 인한 위협에 대한 인식 제고

모델 주 정책은 주 정부의 주요 책임 중 하나가 AVGC(애니메이션, 비디오 게임, 만화) 부문에 특화된 지적 재산(IP)의 창작, 등록, 보호를 위한 포괄적인 법적 체계를 수립하는 것임을 강조한다. 여러 주의 AVGC 부문 정책은 창작자의 권리를 보호하기 위한 강력한 입법 조치와 더불어 창작 콘텐츠의 불법 복제 및 무단 사용을 방지하기 위한 첨단 기술적 보호 장치의 도입을 제안한다.

인도 산업 단체(ASSOCHAM)는 최근 대화식 전자 게임에 관한 지식재산권에 대한 원탁 회의를 개최하여 게임의 지식재산권 보호 강화에 대한 필요성을 강조했다.⁹⁸²⁾

웹사이트 차단을 요청할 특정 기관은 없으며, 인도에서는 지식재산권 침해 문제는 법원에서 판단한다. 제3자가 개발자나 배급사의 허락 없이 게임을 호스팅 하거나 운영하기 위해 무단

981) AVGC 보고서 4.4.1 및 4.4.3 장.

982) <https://www.assochem.org/press-release-page.php?release-name=assochem-initiates-discussions-on-stronger-ip-laws-for-india-s-gaming-industry-on-world-ip-day>

서버를 설정하는 경우, 해당 기업은 법원에 소송을 제기하여 금지 명령을 구할 수 있다. 이는 앞서 언급한 소니 엔터테인먼트 사건과 같다.

법원은 중개인 플랫폼(즉, 인터넷 서비스 제공자, 전화 서비스 제공자, 웹 호스팅 제공업체, 앱 스토어)에게 침해 콘텐츠를 삭제하도록 지시할 수 있다. 이러한 플랫폼은 정보기술법(IT Act)과 정보기술 규칙(IT Rules)에 따른 의무를 준수하여 삭제 지시를 이행해야 한다. 중개인은 법원 명령 또는 정부의 삭제 지시를 받은 후 36시간 이내에 해당 정보에 대한 접근을 차단해야 한다.⁹⁸³⁾

침해행위를 효과적으로 억제하기 위해, 법원은 특정 웹사이트가 아닌 침해 대상에 대해 지속적인 금지 명령을 발포했다. 이는 웹사이트가 불법 복제된 콘텐츠나 작품을 배포하고 전달하는 것을 금지하는 것이다⁹⁸⁴⁾. 또한, 인도 법원이 침해 콘텐츠를 호스팅하는 모든 미러 웹사이트에 대해 차단 명령을 내린 사례도 있다.

2) 해당 국가에 별도 사업장을 두고 있지 않은 해외 사업자가 차단 신청을 할 수 있는지, 신청이 가능하다면 신청에 필요한 자료는 무엇인지

저작권법⁹⁸⁵⁾과 국제 저작권 명령 1999는 인도가 체결한 특정 협약의 상호 회원국 외국 저작자의 권리를 보호한다.⁹⁸⁶⁾

저작권 침해 문제에 대해 해외 사업자는 인도 법원이 해당 사안에 대해 관할권을 가지고 있음을 입증하면 인도 법원에서 통과를 요청할 수 있다. 일반적으로 소송을 제기하려면 원인이 되는 사실의 집합, 즉 인도 법원이 영토 관할권을 주장할 수 있는 근거가 있어야 한다. 마찬가지로, 상표가 인도에 등록된 경우나 사업자가 인도에서 상표 통과 행위를 성공적으로 입증한 경우, 해당 사업자는 인도 법원에서 구제를 요청할 수 있다.

법원이 특정 사안에 대한 관할권을 평가하고 소송의 근거를 결정하기 위해, 법원은 종종 피고의 웹사이트가 인도 고객을 구체적으로 대상으로 하는지 여부를 고려한다.⁹⁸⁷⁾“그러나, 이

983) 정보기술법 제79조.

984) 스타 인도 주식회사 및 기타 대 지오라이브TV 및 기타, CS(COMM) 688/2023 및 I.As. 19115/2023, 19116/2023, 19117/2023, 19118/2023, 19119/2023, 유티비 소프트웨어 통신 대 1337x.to, 2019 SCC OnLine Del 8002; 소니 뮤직 엔터테인먼트 인도 주식회사 및 기타 대 Yt1s.Com; CS(COMM) 13/2023.

985) 저작권법 제40조.

986) 베른 협약(Berne Convention), 음표 협약(Phonograms Convention), 세계 저작권 협약(Universal Copyright Convention), 그리고 1994년 지적재산권과 관련된 무역 측면에 관한 협정(Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Right, 1994)

987) 뉴스 네이션 네트워크 프라이빗 주식회사 대 뉴스 네이션 구자라트 및 기타 (CS (COMM) 334/2016, IA 452

점에 대해 법원은 상반된 접근 방식을 취해왔으며, 일부 법원은 단순히 웹사이트에 접근할 수 있다는 사실만으로는 소송의 근거를 입증하기에 충분하지 않다고 명시적으로 거부했다.⁹⁸⁸ 침해가 지속적인 소송의 근거인 경우⁹⁸⁹, 인도에서 침해 활동의 어떤 요소라도 발생하고 있다면, 이는 소송의 근거를 입증하기에 충분할 수 있으며, 결과적으로 관할이 성립할 수 있다.

라. 장애인에 대한 게임서비스 관련 정책

1) 게임 관련 장애인의 접근성 확보를 위해 준수해야 할 기준 등 장애인 접근성을 위한 정책

장애인권리법 2016(RPWD Act)과 장애인 권리 규칙 2017(RPWD Rules)은 장애인의 권리와 접근성을 규정한다.

RPWD 법은 중앙 정부가 장애인 최고 위원(CCPWD)과 함께 위원회의 지침에 따라 정보 및 통신을 포함한 적절한 기술 및 시스템에 대한 접근성 표준을 마련하도록 요구한다.

RPWD 법은 중앙정부가 다음 각 사항을 보장하는 조치를 취할 것을 요구한다: (i) 모든 콘텐츠가 접근 가능한 형식으로 제공되도록 오디오, 인쇄물 및 전자 매체를 포함 (ii) 장애인이 오디오 설명, 수화 통역 및 자막을 제공받아 전자 매체에 접근할 수 있도록 함 (iii) 보편적 설계로 제공되는 일상적으로 사용되는 전자 제품과 장비가 제공됨.

위의 내용에 따라, RPWD 규정이 도입되었으며, 모든 기관(사설 기관 포함)은 정보 및 통신 기술 표준에 관련된 기준을 준수해야 한다.

인도 정부 웹사이트 표준은 인도 정부 행정 개혁 및 공공 불만 처리부(Department of Administrative Reforms and Public Grievances, Government of India)에서 채택한 지침에 명시되어 있다.

웹사이트에 게시하는 문서는 전자 출판(ePub) 또는 광학 문자 인식(OCR) 기반의 PDF 형식이어야 한다.

모든 웹사이트, 앱, 정보 및 통신 기술 기반의 공공 시설 및 서비스, 일상적으로 사용되는 전자제품 및 장비, 장애인과 함께 사용되는 정보 및 통신 기술 기반의 소비자 제품 및 액세서리, 그리고 정보 및 통신 기술에 기반한 다른 제품 및 서비스는 인도 표준 IS 17802

5/2016 그리고 6625/2016).

988) M/S 벵골 워터프루프 주식회사 대 M/S 밤베 워터프루프 제조 회사 및 기타, 1997년 대법원 판례 1398.

989) Banyan Tree Holding (P) Limited 대 A. 무랄리 크리슈나 레디 & 기타, 2009년 11월 23일

(Part 1), 2021 (ICT 표준 I) 및 IS 17802 (Part 2), 2022 (ICT 표준 II)를 준수해야 한다. (ICT 표준 I 및 ICT 표준 II를 통칭하여 ICT 표준이라고 한다.)

요건 1과 2의 준수 기간은 2019년 6월부터 시행되었다. 정보 및 통신 기술 표준 준수 기간은 2025년 5월 10일까지이다. 그러나 중앙 정부는 RPWD 규정에 따라 특정 범주의 서비스 제공에 대한 기간 연장을 부여할 권한이 있다.

위에서 언급한 바와 같이, 요건 1과 2 및 정보 및 통신 기술 표준 준수는 게임 제품/서비스를 제공하는 방식에 따라 적용된다. 예를 들어, 웹사이트를 통해 제공되는 게임은 요건 1을 준수해야 한다. 따라서 (i) 온라인 게임 플랫폼(애플리케이션/웹사이트), (ii) 게임 콘솔에서 제공되는 온라인 게임, 또는 (iii) 기타 게임의 전자 형식을 제공하는 민간 및 정부 기관은 요건 1, 요건 2 및 정보 및 통신 기술 표준을 준수해야 할 수 있다.

RPWD 법 또는 RPWD 규정의 조항을 준수하지 않으면 첫 번째 위반 시 1만 인도 루피의 벌금에 처하며, 이후 위반 시 최소 5만 이상 5십만 인도 루피 이하의 벌금에 처한다.

마. 게임 내 인공지능(AI) 저작물 사용 관련 규제

1) 게임 내 인공지능(AI) 저작물 사용 등에 관련한 규제가 존재하는지, 현존하는 규제가 없다면 정책 동향은 어떠한지(법안 발의, 자율규제 추진 등)

현재 인도에는 게임에서 인공지능 작품의 사용을 규제하는 법규가 없다. 그러나 게임에서 인공지능과 관련된 다양한 문제는 저작권법, 정보 기술법, 소비자보호법, 콘텐츠 관련 법률, 정보 보호법, 사이버 보안 법률 등의 기존 법률로 해결할 수 있다.

예를 들어, 최근 2024년 2월에 중앙 정부는 인도의 현재 지식재산권 체제가 국제 협약에 부합하며, 인공지능이 생성한 작품과 혁신을 적절히 보호한다고 발표⁹⁹⁰했다. 법원은 또한 상업적 목적으로 원고의 권리를 침해하는 딥페이크나 얼굴 변형을 통해 콘텐츠를 생성하는데 유명인의 특징을 사용하는 것에 대한 보호 필요성을 인정했다.⁹⁹¹ MEITY는 중개인 플랫폼에 대한 AI 생성 콘텐츠와 관련된 기존의 주의 의무에 대해 권고를 발행했다.

인도에서는 인공지능(AI)을 위한 규제 체계를 개발하기 위한 노력이 계속되고 있다. 이러한 정책 이니셔티브와 제안은 콘텐츠 문제, 개인정보 보호 책임성, 투명성 등 인공지능과 관련

990) 참조: <https://pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=2004715#:~:text=granted%20by%20the%20Copyright%20Act,52%20of%20the%20Copyright%20Act> .

991) 아널 카푸르 vs 심플리 라이프 인도 및 기타, CS (Comm) 652/2023.

된 독특한 법적 과제와 위험을 해결하는 것을 목표로 한다.

기존 정보 기술법(IT Act)은 개정하거나 새로운 법으로 대체될 수 있으며, 이는 AI 플랫폼을 포함한 여러 유형의 디지털 플랫폼을 규제할 수 있다.

정책 측면에서 인도 정부는 주요 공공 정책 싱크탱크인 NITI 아요그(NITI Aayog)에 인공지능(AI) 개발 및 적용을 위한 지침과 정책을 수립하도록 지시했다. 2021년 2월, NITI 아요그는 인도에서 AI 배포 시 윤리적 고려사항을 다룬 '책임 있는 AI를 위한 원칙' 1부를 발표했으며, 2021년 8월에는 이러한 원칙을 실천에 옮기기 위한 프레임워크를 제공하는 '책임 있는 AI를 위한 원칙의 운영화' 2부를 발표했다. 이 보고서는 정부와 민간 부문이 연구 기관과 협력하여 규제 및 정책 개입을 실행하고, 역량 강화를 촉진하며, 윤리적 AI 설계를 장려하고, 관련 AI 표준에 대한 준수 프레임워크를 수립하기 위한 행동을 개략적으로 설명한다.

2024 글로벌 게임 정책·법제 연구

2024 A study on global game policies and laws

주관기관 | 한국콘텐츠진흥원, (사)한국게임산업협회

연구책임 | 권 구 민(산업정책팀 선임연구원)

수행기관 | 법무법인(유한) 태평양

P M: 유 재 규 (법무법인(유한)태평양 변호사)

연 구 원: 강 태 옥 (법무법인(유한)태평양 변호사)

박 선 영 (법무법인(유한)태평양 미국 변호사)

전 준 규 (법무법인(유한)태평양 미국 변호사)

김 용 (법무법인(유한)태평양 변호사)

발 행 인 | 유 현 석 (한국콘텐츠진흥원 원장직무대행)

발 행 일 | 2024년 12월 26일

발 행 처 | 한국콘텐츠진흥원

주 소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)

전 화 | 1566-1114

홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호_KOCCA24-16

ISBN_979-11-6677-271-9 (93600) (비매품)

* 본 보고서의 저작권은 한국콘텐츠진흥원이 소유하고 있으며, 내용을 인용하고자 할 경우에는 반드시 『2024 글로벌 게임 정책·법제 연구』 ○ ○ 쪽에서 인용하였음을 표시해 주시기 바랍니다.

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

9 79116 677271 9
ISBN 979-11-6677-271-9
비즈니스 부문
K20201

K-콘텐츠와 세계로 미래로