

'뽑기 아이템' 논란... 게임사 자율규제 명분 잃나

넥슨, 메이플스토리 게임 아이템 확률 조작 의혹
 넥슨 "반성한다... 유료 강화·합성 정보 전면 공개"
 엔씨·넷마블도 "이용자 의견 수렴해 검토 계획"
 국회 게임법 개정안 검토... "자율규제 역지력 없어"

넥슨이 최근 논란이 된 유료 게임 아이템 획득 확률 정보를 전면 공개하겠다고 밝힌 가운데, 국회 차원에서도 이를 법으로 의무화하는 방안을 검토하고 있다.

7일 게임업계에 따르면 넥슨은 기존에 공개해 온 캡슐형 아이템(뽑기)은 물론, '유료 강화/합성류' 정보까지 확률을 단계적으로 공개해 나갈 예정이다. '확률 실시간 모니터링 시스템'을 도입하기로 결정했다.

대상은 현재 넥슨이 서비스하고 있는 주요 온라인게임과 모바일게임으로, 모든 '유료 확률형 아이템'까지 확률을 단계적으로 공개해 나갈 예정이다. '확률 실시간 모니터링 시스템'은 연내 적용을 목표로 하고 있다.

먼저 넥슨은 온라인게임 '메이플스토리'의 정보를 지난 5일 공개했다. 이

게임은 지난달 업데이트를 진행하면서 아이템에 부여되던 추가 옵션 확률을 균등하게 수정한다고 공지해 유저들로부터 '확률 조작' 의혹을 받았기 때문이다.

실망한 메이플스토리 유저들은 커뮤니티에서 게임 유료 결제를 하지 말자는 운동을 벌였고, 국회와 넥슨 사측 일대에서 트러 시위를 벌이기도 했다. 심지어 메이플스토리를 그만두고 다른 게임으로 이탈하는 유저들도 생겨나고 있다.

이에이정현 넥슨 대표는 "넥슨 게임을 사랑해 주시는 이용자분들의 기대에 미치지 못한 점에 대해 진심으로 송구스러운 마음을 금할 길이 없다"며 "반성한다"고 사과했다.

그러면서 "변화를 시작하겠다"고 했다. 그는 "아무리 시간이 걸리더라도

여러 준비와 정돈 작업을 거쳐 게임 별로 이용자를 위한 투명한 정보 공개라는 대원칙이 녹아들어 가는 작업을 꾸준히 진행하려 한다"며 사태 수습에 나섰다.

확률형 아이템 논란은 메이플스토리뿐 아니라, 엔씨소프트와 넷마블의 게임으로도 확산되고 있다. 유저들은 넥슨뿐 아니라 엔씨와 넷마블 등 국내 게임사들도 확률형 아이템 정보를 전면 공개해야 한다는 목소리를 내고 있다.

이에 엔씨소프트 측은 "이용자 의견 수렴하면서 검토해나갈 계획"이라고 말했다. 넷마블 측은 "이용자 의견을 면밀히 검토하고 수렴해서 적극적으로 반영해 나갈 계획"이라고 같은 뜻을 전했다.

확률형 아이템 논란은 넥슨뿐 아니라 엔씨소프트, 넷마블 등 국내 게임업계가 전반적으로 안고 있던 문제였다. 게임업계는 이에 대한 자구책으로 자율규제를 만들어 확률 정보를 공개해왔으나, 사각지대는 존재해왔다.

그간 게임업계는 유상뿐 아니라 무상으로도 획득할 수 있는 아이템까지 획득 확률 정보를 공개하기 어렵다는 입장을 고수해왔다. 다만 게임을 통해 무상으로 희귀 아이템을 획득했다는 사례는 드물며, 돈을 주고 특정 확률

에 따라 아이템을 얻는 경우가 대다수다. 또 이런 방법으로 획득한 아이템들을 합성하거나 강화할 때 성공 확률을 공개하지 않는 사례도 있어 문제가 돼왔다.

이런 확률형 아이템 자율규제의 허점을 한국게임학회도 지적했다. 지난 달 22일 성명서를 통해 "자율규제에 의한 아이템 확률 공개 노력은 한계에 달했다"며 정확한 아이템 확률 정보 공개를 촉구했다.

국회에서도 더불어민주당 정책위 수석부위원장 유동수 의원이 "확률형 아이템 게임산업법 일부개정안"을 대표발의했다. 여기에는 ▲확률형 아이템의 정확한 구성확률 혹은 기댓값 공개를 법에 명시 ▲과도한 사형성으로 비판받는 '킬플리트 가차' 유형의 상품 판매 금지 ▲의도적으로 부정확한 정보를 공개해 소비자를 기만했을 경우 대한 처벌규정과 문제부 장관에게 조사권한 부여 등의 내용을 담았다.

유 의원은 "현행법에는 확률형 아이템의 세부 구성 정보와 등장 확률을 공개하도록 하는 조항이 없어 소비자들은 자신이 구매하는 확률형 아이템의 기대효용에 대해 정확히 알 수 없는 실정"이라며 "게임사들이 준수하고 있는 자율규제에는 게임사가 공식



한 정보가 정확하지에 대한 검증이 이뤄지지 않으며, 그 정보가 잘못됐음을 확인하더라도 어떠한 제재조치도 존재하지 않아 아무런 역지력이 없어 논해서는 해당 게임에 등급, 게임 내용 정보, 확률형 아이템의 종류·종류별 공급 확률정보 등을 표시하도록 하고 있다.

이상현 의원은 "게임산업진흥법 전

부개정안이 공청회 안전으로 우선 채택될 수 있도록 힘쓰겠다. 다만, 국내 게임사와 게임을 부정적인 시각으로 몰아붙이기만 해선 안된다. 환부는 치료하면 될 일"이라며 "법 개정을 통해 시스템을 개선하는 것에 방점을 뒀다"고 말했다.

한편 한국게임산업협회는 게임법 개정안에 대해 "진흥보다 규제에 쏠려있다"며 반대의 목소리를 내고 있다. 협회는 "영업의 자유를 과도하게 침해하며, 실효가 없거나 실현 가능성이 떨어지는 법안"이라며 규제 반대 의견을 제출했다.

서선욱 기자



신세계 본점, 홈스타일링 제안
 신세계백화점이 오는 11일까지 본점 지하1층에서 홈 카페/푸드, 식기류 등 집콕 트렌드에 맞춘 라이프 스타일을 소개하는 스위트 홈스타일링을 선보인다고 7일 밝혔다. 르메 치즈, 도교수플레, 커스터드 슈와 같이 집에서 간편히 즐길 수 있는 음식부터 포트에리온, 웨지우드 등 식기류와 드롱기 등 커피 메이커까지 한 자리에서 만나볼 수 있다. (사진=신세계백화점 제공)

순천농협, 일자리 창출·농산물 판로확대 위한 리셀러 모집

순천농협과 (주)인방그룹 도농상생 업무협약 체결

순천농협(조합장 강성재)은 코로나로 인해 급격히 변화하고 있는 농산물 유통 환경변화에 적극적으로 대응하고, 도농상생을 통한 일자리 창출 및 농산물 판로확대를 위한 새로운 판매 방식인 리셀러 시스템을 도입한다.

리셀러란 일반 소비자를 대상으로 순천농협 상품을 홍보하고 판매 시 수익을 얻는 온라인 판매자를 의미한다. 내가 관리하는 SNS채널에 상품 URL을 노출해서 복잡한 과정 없이 수익창출이 가능하다.

고심 끝에 구매한 상품의 품질과 가성비가 뛰어나 만족도가 높을 때 보통은 지인들에게 추천하거나 블로그, 인스타그램 등 SNS에 올려 정보를 공유하고자 한다.

그런데 간단한 절차를 통해 직접 판매자가 되어 손쉽게 수익을 올릴 수 있고, 본인이 소비만 해도 정해진 판매비만큼 할인을 받을 수 있다면? 소비자에게는 코로나 시대 새로운 부가수익을 올릴 수 있는 좋은 기회가 될 것이다.

이처럼 소비자가 곧 판매자가 되는 새로운 유통구조를 만들어 가는 온라인

판매방식이 최근 큰 인기를 끌고 있다. 쿠팡 파트너스, 아마존 어필리 에이트 등이 바로 그것이다.

순천농협의 리셀러 시스템도 그 중 하나로 볼 수 있는데, 판매마진과 판매방식에 있어서 기존의 시스템들과의 차별성을 갖는다.

특히, 'CALL TV'라는 모바일쇼핑 방송 플랫폼 제공 사업자인 (주)인방그룹(대표 이호용)과의 업무협약을 통해 리셀러들에게 1달간 무료로 동영상 기반의 개인 모바일쇼핑방송 플랫폼이 제공될 예정인데 이를 활용하면 보다 효과적인 홍보 및 판매가 이루어질 수 있을 것으로 기대된다.

'콜TV'는 누구나 쉽게 구축할 수 있는 모바일쇼핑방송 플랫폼으로서 판매자마다 고유의 채널번호를 등록할 수 있고, 순천농협에서 제공하는 상품 홍보영상을 등록(링크)하여 SNS로 공유하면 소비자는 영상을 보고 상품을 구매할 수 있게 된다. 물론, 리셀러 개인 모바일 쇼핑방송도 가능하다.

순천농협 강성재 조합장은 "코로나로 인해 온택트(온라인 비대면) 거래가 비약적으로 발전하고 있고, 그 흐름은 이미 대세가 되고 있다. 농산물은 유통도 그 예외가 아니다. CALL TV는 리셀러를 통해 네트워크 판매를 하는 유통의 기반 동영상을 중심의 농식품 직거래 방송이다. 농업인과 농협이 애써 가꾸고 만든 농산물을 비대면 거래 활성화를 통해 제 값 받고 팔아 주어 생산자 및 소비자에게 실질적인 편익이 돌아갈 수 있도록 하자는 것이다"며, "오늘 협약을 통해 코로나 시대 새로운 일자리 창출과 농산물 판로확대를 통한 농가소득 증대의 도농상생 사업으로 더욱 발전시켜 나가겠다"고 밝혔다.

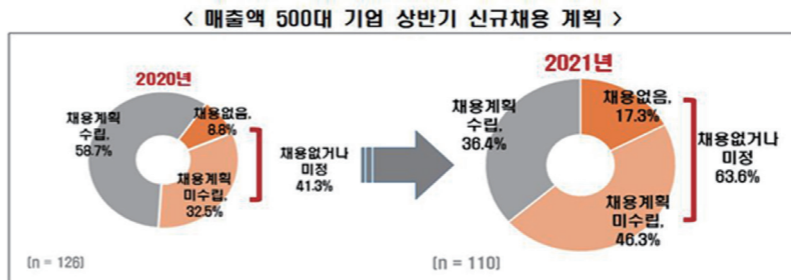
순천농협은 8일 (주)인방그룹과의 업무협약을 시작으로 9일부터 15일까지 1차 리셀러 모집을 완료하고 시범 운영에 들어간 후, 오는 4월 1일 '순천농협 CALL TV'를 정식 개국 할 예정이다.

리셀러 신청은 순천농협 홈페이지(<http://farmerbank.nonghyup.com>) 또는 쇼핑몰 NH장날타임(<http://www.jangboltime.com>)에 있는 신청서를 다운받아 작성 후 이메일(nh615023-3@nonghyup.com)로 제출하면 된다.

동부취재본부 김승호 기자

대기업 10곳중 6곳, 상반기 채용 "없거나 미정"

수시채용 비중 확대... 지난해 상반기 66.7% → 올 상반기 76.4%



대기업 10곳 중 6곳이 올해 상반기 중 한 명도 채용하지 않거나, 아직 채용 계획을 수립하지 못한 것으로 나타났다.

7일 한국경제연구원(한경연)이 여론조사기관 리서치앤리서치에 의뢰해 매출액 500대 기업을 대상으로 '2021년 상반기 신규채용 계획'을 조사한 결과에 따르면, 대기업 63.6%가 올 상반기 중 1명도 채용하지 않거나 아직 채용 계획을 수립하지 못했다고 응답했다.

신규채용 '0'인 기업 비중은 17.3%, 채용계획 미수립 기업 비중은 46.3%다.

한경연은 '신규채용이 없거나 계획 미정'인 기업비중이 전년 동기 보다 크게 높아져 올 상반기 신규채용 시장은 더욱 얼어붙을 전망이다이라고 밝혔다.

상반기 신규채용 계획을 수립한 대기업 비중은 36.4%로, 이중 채용규모가 지난해와 비슷한 기업이 절반

(50%)이고, 지난해보다 채용을 늘리겠다는 기업은 30%, 줄이겠다는 기업은 20%로 나타났다.

신규채용을 하지 않거나 채용 규모를 늘리지 않겠다고 응답한 기업들은 그 이유에 대해 ▲국내의 경제 및 경기 부진(51.1%) ▲고용경직성(12.8%) ▲필요직무 적합 인재 확보 곤란(10.6%) ▲최저임금 인상 등 인건비 부담 증가(8.5%) 순으로 응답했다.

신규채용을 늘리겠다고 응답한 기업들은 그 이유에 대해 ▲경기 상황에 관계없이 미래 인재 확보 차원(75.0%) ▲ESG(환경·사회·지배구조), 4차 산업혁명 등 신산업 또는 새로운 직군에 대한 인력 수요 증가(8.3%) 등을 꼽았다.

기업들은 올해 상반기 중 수시채용을 적극 도입할 것으로 나타났다. 조사 대상 기업 중 신규채용에서 수시채용을 활용하겠다는 기업은 76.4%로,

전년 동기 대비 9.7%p 증가했다.

구체적으로는 수시채용으로만 신규 인력을 채용하겠다는 기업이 38.2%였고, 공개채용과 수시채용을 병행하겠다는 기업이 38.2%였다. 반면, 공개 채용 방식만을 진행하겠다는 기업은 23.6%에 불과했다.

기업들은 채용시장 트렌드 전망에 대해서도 ▲수시채용 비중 증가(29.1%)를 첫 번째로 지목해 채용시장에서의 수시채용 활성화가 두드러질 것으로 전망했다. 이 외에도 기업들은 ▲경력직 채용 강화(20.3%) ▲인택트(비대면) 채용 도입 증가(19.1%) ▲AI활용 신규채용 증가(13.9%) ▲4차산업혁명 관련 분야 인재채용 증가(6.8%) 등을 주목할 만한 채용시장 변화로 꼽았다.

기업들은 대졸 신규채용을 늘리기 위해 정부 또는 국가가 추진해야 할 정책으로 ▲노동, 산업 분야 등 기업 규제 완화(35.2%)를 첫 번째로 지목했고 ▲고용증가 기업 인센티브 확대(24.0%) ▲신산업 성장 동력 육성 지원(21.1%) ▲정규직·유보조 등에 편중된 노동시장 이중구조 개선(10.3%) ▲진로지도 강화, 취업정보 제공 등을 통한 일자리 미스매치 해소(9.4%) 등을 꼽았다.

김민정 기자

"고객 목소리가 들려"...외식업계, 양방향 소통 '눈길'

외식업계가 온라인 채널을 활용해 소비자와 양방향 소통에 적극적인 모습을 보이며 눈길을 끌고 있다.

업계는 소비 시장이 빠르게 디지털화되면서 소비자들은 각종 모바일 기기를 통해 빠르게 정보를 습득하고 의견을 개진하는 등 브랜드에 적극 관여하고 있는 점을 고려하고 있다.

피자 브랜드 피자알볼로는 최근 공식 인스타그램을 통해 팬수머의 참여를 이끄는 콘텐츠 '상상이상피자'를 선보였다.

피자알볼로의 '상상이상피자'는 무엇이든 도우 위에 올릴 수 있는 주제로 고객들이 올리고 싶은



토픽을 자유롭게 댓글로 작성하면 선택된 아이디어 내용에 따라 만들어 사진 및 영상으로 공개하는 소셜 네트워크 서비스(SNS) 콘텐츠다.

지난 시즌1에서는 누텔라, 민트 초코 등 달콤한 맛의 식재료를 올려 구운 피자 사진을 공개했다. 시즌2는 인스타그램 라이브 방송을 통해 소비자의 의견을 반영한 피자를 조리하는 모습을 선보이기도 했다.

굽네치킨은 자사 페이스북 채널을 통해 '굽네 실험실'이라는 제목의 영상 콘텐츠를 공개했다. 굽네 실험실 시리즈는 세상의 모든 것을 굽는다는 콘셉트로 제작된 짧은 영상 콘텐츠다.

각종 식재료를 오븐에 굽는 과정을 영상에 담아 '치킨과 피자를 포함해 모든 것은 구워야 가장 맛있다'는 메시지를 재치 있게 전달한다.

기동취재본부