
CLD PROJECT

White Paper

¹Global Lottery based cryptocurrency

¹ 본 백서는 (주) 동인투자그룹의 블록체인 기반 B2C 플랫폼 LOTTO와 관련된 비즈니스 모델 및 응용 기술 등의 정보를 참고할 수 있는 목적으로 작성되었으며 투자를 권유하기 위한 목적으로 작성되지 않았습니다. 로드맵에 계획된 프로젝트는 결론, 일정 및 성과를 포함하여 백서 상에 기재된 어떠한 내용에 대해서도 보증하지 않습니다. 이 백서는 회사의 정책 또는 의사결정에 따라 변경될 수 있으며 백서와 관련하여 어떠한 사항에 대해서도 진술 또는 보장하지 않습니다. 이 백서를 참고 또는 이용하여 의사결정 등의 행위를 통한 결과(이익 또는 손해 여부를 불문합니다)에 대한 책임은 전적으로 판단을 내린 당사자에게 있으며 회사는 이 백서의 이용과 관련하여 입은 손해, 손실, 채무 기타 피해에 대하여 어떠한 책임도 부담하지 않습니다. 이 백서는 회사의 동의 없이 무단 복제, 사용 또는 외부 유출될 수 없습니다. 본 백서는 사업 계획과 비전에 대한 개략적인 참조 목적으로만 사용하시길 권고 드립니다.

INDEX

1. Executive Summary	3
2. 시장 환경.....	5
2.1 - 복권 시장 현황	
3. Service Define	42
3.1 암호 추첨 기부 (CRYPTO LOTTERY DANATE ; CLD)	43
3.2 CLD 거래 어플리케이션	43
3.3 주요 제품 기능 및 장점	44
4. 토큰 이코노미	45
5. 면책 조항	47

1.Executive Summary

CLD플랫폼은 블록체인 암호화 기술을 기반으로 글로벌 복권사와 협약 및 연동하여 회차별 추첨권 교환을 바탕으로 소비자에게는 최대의 이익을 제공하고 광고 송출 등 다수의 수익 모델을 연계할 계획이며 복지 기부, 사용처의 확대화를 통한 사회적 기여도를 증진을 추구하는 글로벌 플랫폼이다.

CLD 플랫폼은 시장 규모가 각 국가별로 편중된 국내외 O2O 기반 LOTTO 서비스를 한정된 사용자가 아닌 전 세계로 확대하여 국가별 플랫폼 제공을 기반으로 점진적으로 글로벌 통합 기반 플랫폼 제공으로 규모의 경제를 통한 수익 증진과 운영 경비를 제외한 당첨자의 국가별, 지역별 기부를 통한 노블리스 오블리제의 사회적 기여를 목표한다.

최근 비트코인을 기반으로 파생된 온라인 복권 서비스를 제공하는 해외 기업이 다수가 생성되고 있다. 타 국가의 복권 추첨 시스템을 인용하여 운영되며 플랫폼은 비트코인을 기반으로 외형적인 성장을 보이고 있으나, 플랫폼 자체의 안정성을 기대할 수는 없다.

해외 플랫폼의 타 국가 복권 추첨 시스템은 공개 되고 신뢰성을 추구할 수 있으나 수익을 기대하는 서비스 이용자에게는 회차별 수익자의 구성이 명확하지 않고 당첨자의 코드별 암호화 시스템의 문제를 제기하여 플랫폼 보안 문제에 당면해 있다.

CLD 플랫폼은 이와 같은 문제점을 해결하고 개선하기 위하여 다음과 같은 대전제를 바탕으로 새로운 서비스를 제공할 계획이다.

첫째, 사용 화폐의 암호화를 국내 및 해외 복권사와 협약 및 연동하여 회차별 복권 구매를 본 백서의 코인으로 하계끔 하여 수익자에게 본 백서의 코인으로 제공하고 시간별 광고 수익 모델을 제공할 예정이다.

둘째, 위성 시간을 바탕으로 회차별 진행되는 추첨은 플랫폼 O2O DB 저장과 오프라인의 복권사

의 추천 프로그램 연동을 통해 네트워크 보안을 추구하고 신뢰도를 위해 CLC플랫폼의 자체 송출 프로그램을 통해 실시간 방송을 송출한다.

셋째, 자사 송출 프로그램은 구글 애드와 연동하여 사용자의 검색 키워드와 관련된 광고를 제공하고 추천 직전에 지역별, 성별, 연령별, 타겟팅 광고 송출을 통한 수익을 창출할 수 있다.

넷째, 회차별 영업이익(본 백서의 의거한 코인의 가격 상승)을 지역의 소외계층에 기부하여 사용자의 사회적 기여를 촉진한다.

다섯째, 선별 거래소를 통한 코인 거래 수수료와 거래 대행 서비스 운영 수익, 광고 수익을 사 측의 영업 목표로 하여 사용자의 이익에서 수익을 창출하는 것이 아님으로 사용자의 수익을 최대한 친화적 플랫폼을 제공한다.

2. 시장 환경

I. 우리나라 복권시장 현황

1-1. 복권시장 개요

1969년 정기적인 발행 복권인 주택복권이 발매된 이래 1989년까지 21년간 총 6,017억 원의 복권이 판매되어 2,551억 원의 수익금이 조성되었다. 이후 1990년 1,070억 원, 1995년 4,200억 원의 매출을 보이며 꾸준한 성장세를 보이던 복권시장은 1995년 이후 즉석식 인쇄복권의 판매 부진에 따라 전체 매출액의 감소를 보이기 시작했다. IMF 위기로 국내 경제가 어려웠던 1998년에는 전체 판매액이 3,209억 원으로 감소하기도 하였다.

연도별 복권판매 현황

(단위: 억 원)

구분 \ 연도	'69~ '82년	'83~ '89년	'90년	'91년	'92년	'93년	'94년	'95년	'96년	'97년	'98년	'99년	'00년
온라인	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
인쇄·전자	1,016	5,001	1,070	1,835	1,730	2,341	3,370	4,200	3,775	3,663	3,209	4,191	5,087
합 계	1,016	5,001	1,070	1,835	1,730	2,341	3,370	4,200	3,775	3,663	3,209	4,191	5,087
수익금	421	2,130	432	686	640	803	1,119	1,230	1,056	1,015	814	1,216	1,656

구분 \ 연도	'01년	'02년	'03년	'04년	'05년	'06년	'07년	'08년	'09년	'10년	'11년	'12년	'13년
온라인	-	208	38,242	32,984	27,105	24,730	22,677	22,784	23,572	24,316	27,783	28,399	29,896
인쇄·전자	7,217	9,612	4,100	1,611	1,333	1,210	1,133	1,156	1,140	939	3,022	3,455	2,444
합 계	7,217	9,820	42,342	34,595	28,438	25,940	23,810	23,940	24,712	25,255	30,805	31,854	32,340
수익금	1,862	2,712	13,990	13,062	11,153	10,194	9,290	9,650	10,004	10,285	12,287	12,755	13,147

1998년 이후 경기회복, 인터넷을 통한 판매 활성화와 복권의 고액화 등 발행 주체의 마케팅 노력에 힘입어 2000년 5,087억 원, 2001년 7,217억 원, 2002년 9,820억 원으로 판매액이 급격히 증가하였다. 특히 2003년에는 온라인복권의 열풍에 힘입어 4조 2,342억 원의 매출을 실현하기도 하였다. 그러나 2004년 온라인복권 열풍도 사행성을 조장한다는 대외적인 비판에 따

라 온라인복권의 1게임 가격을 2,000원에서 1,000원으로 조정하는 등의 사행성 완화 대책에 의해 온라인복권의 판매액이 급감하기도 하였으나 이후 2조 원 대의 지속적인 매출을 보이고 있다. 이처럼 복권시장은 2002년 이후 온라인복권의 도입과 함께 비약적인 양적 성장을 하였다. 질적으로도 2009년 이후 연간 복권수익금이 매년 1조 원을 상회하고 있으며 2013년에는 1조 3천억 원 정도를 유지하고 있다. 복권 매출이 우리 경제에 차지하는 비중 측면에서 2002년 12월 2일 온라인복권이 도입되기 이전까지 전체 복권시장 규모는 1조 원 미만으로 GDP 대비 0.1% 수준에 불과하였으나, 2003년에는 복권 판매액이 GDP(91)에서 차지하는 비중이 0.52%로 OECD 평균(0.5%) 수준에 이르기도 하였다.

GDP 대비 복권매출 비중 변화 추이

연도	복권매출(억 원)	매출증가율(%)	GDP비중(%)	GDP(조 원)
2003	42,342	331.2	0.52	810.9
2004	34,595	△18.3	0.39	876.0
2005	28,438	△17.8	0.31	919.8
2006	25,940	△8.8	0.27	966.1
2007	23,810	△8.2	0.23	1,043.3
2008	23,940	0.6	0.22	1,104.5
2009	24,712	3.2	0.21	1,151.7
2010	25,255	2.2	0.20	1,265.3
2011	30,805	22.0	0.23	1,332.7
2012	31,854	3.4	0.23	1,377.5
2013	32,340	1.5	0.23	1,428.3

2004년 이후 시장규제에 따라 온라인복권 매출이 감소하면서 전체 복권 판매량이 매년 평균 10.9%씩 감소하였고 복권 판매량이 GDP에서 차지하는 비중도 0.23%로 온라인복권 발행 이전 수준으로 회귀하는 경향을 보이고 있다. 현재는 OECD 국가의 평균 GDP 규모보다 낮은 0.23% 수준이다. 2013년 복권 판매는 2012년(3조 1,854억 원) 대비 1.5%(476억 원) 증가한 3조 2,340억 원이다. 2003년 4조 2,342조 원을 정점으로 하여 사행성 억제 조치에 따른 지속적인 하락 추세가 2007년까지 나타났다. 2008년부터는 복권 전체 매출이 증가 추세에 있다. 2002년 이후 복권의 연도별 판매동향 및 분기별 판매동향을 보면 복권 판매량에서 온라인복권의 비중이 기형적으로 편중되어 있음을 알 수 있다. 대체적으로 1/4분기에 복권의 판매량이 높고 연중보다는 연말에 판매량이 높

아지는 것을 알 수 있다.



1-2. 복권시장의 변천

우리나라의 복권시장은 1947년에 올림픽복권이 최초의 공식 복권으로 발행된 이래, 1969년 추첨식복권인 주택복권이 주기적으로 발행되어 정기 복권 시대를 맞이하였다. 1990년에는 즉석식 복권인 엑스포복권이 최초로 발행됨으로써 추첨식·즉석식 복권의 오프라인 복권 체제가 형성되었다. 2002년 12월에는 온라인복권으로 로또복권(6/45)이 도입되면서 온라인복권 중심으로 복권시장의 급격한 변화가 진행되었다. 복권시장의 변천과정을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 1948년 런던에서 열린 제14회 올림픽경기대회의 참가경비를 마련하기 위해 1947년 12월 대한올림픽위원회가 올림픽복권을 1매당 100원씩(1등 당첨금 100만 원) 140만 장을 발행한 것이

공식 복권의 시작이라고 할 수 있다. 1949년 10월부터 1950년 6월까지 3회에 걸쳐 재해 대책자금 조성을 위해 발행된 후생복표(후생복표법), 6.25 전쟁으로 1950년부터 3회에 걸쳐 산업부흥 자금 및 사회복지자금 등 전쟁 복구비를 충당하기 위해 애국복권이 발행되었다. 이 시기에 발행된 복권은 일시적 목적으로 발행되었던 것이 특징이다. 둘째, 1969년 9월 한국주택은행이 군경 유가족, 국가유공자, 파월장병 등의 주택 마련을 위해 1매당 100원(1등 당첨금 300만 원)의 추첨식복권인 주택복권을 발행하면서 정기 복권 시대를 맞이하게 되었다. 이 복권은 근대 복권 중에서 정부 지원으로 발행된 최초의 정기 복권이라고 할 수 있다. 셋째, 1990년대 들어오면서 복권시장은 구조적 변화를 맞이하게 되었다. 기존의 추첨식 복권 외에 즉석식 복권이 허용되었고, 단일 발행기관에서 복수 발행기관 체제로 변화되었다. 1990년 9월부터 대전국제무역박람회가 박람회의 기금 조성을 목적으로 엑스포복권을 발행하였고, 국민체육진흥공단이 체육 진흥 기금의 조성을 목적으로 체육복권을 발행하면서 등 즉석식 복권들이 발행되기 시작하였다. 1993년 기술복권, 1994년 복지복권, 1995년에는 기업복권, 자치복권, 관광복권이 차례로 도입되었다. 넷째, 온라인복권이 2000년대에 도입되면서 복권시장은 비약적으로 발전하였다. 추첨식·즉석식 복권인 오프라인 복권 시장이 대세를 형성하면서 중앙부처들이 기금을 조성하기 위해 경쟁적으로 복권을 발행하였고, 이는 결과적으로 복권의 난립을 초래하는 계기가 되었다. 과다한 복권 발행은 지나친 경쟁에 따른 유통비용의 상승을 초래하였고 이로 인해 효과적인 공익기금 조성이 어려워지자 기존 복권 발행기관을 중심으로 온라인복권발행협의회가 구성되어 온라인복권으로 로또복권(6/45)을 도입하게 되었다. 마지막으로, 2004년 4월 복권발행기관을 복권위원회로 단일화하는 복권 및 복권기금법이 제정되었다. 국무총리 소속 복권위원회는 2004년 4월 1일 설치되었고, 2008년 2월 29일 기획재정부로 그 소속이 변경되었다. 추첨식 인쇄복권인 연금식 복권이 2011년 7월 새롭게 도입되었는데, 매월 500만 원을 20년 동안 지급하도록 하여 선풍적인 인기를 끌었다. 2013년 복권수탁사가 (주)나눔로또로 일원화되었고, 자체 개발한 온라인복권시스템이 적용되는 등 우리나라 복권사업체계가 획기적으로 변화되었다.

1-3. 복권시장의 구조

1980년대 말까지 추첨식 인쇄복권만 발행되어 온 이후 1990년 체육복권이 국내 최초의 즉석식 복권으로 발행되기 시작하였다. 즉석식 인쇄복권은 발행 초기 인기가 상승하여 1995년 전체 복권 시장의 64.8%를 점유하기도 하였지만, 1995년을 정점으로 점유율이 낮아졌다. 추첨식복권은 1998년 75.2%로 점유율이 상승하기도 했으나, 2002년 12월 온라인복권의 도입과 함께 2003년에는 온라인복권이 90.3% 비중을 차지하였고, 추첨식 인쇄 복권이 5.3%, 즉석식 인쇄복권이 2.8%로 떨어졌다. 2003년 이후 우리나라 복권 시장은 온라인복권(로또복권)에 편중된 불균형적 모습을 보이고 있다.⁹²⁾ 온라인복권 도입과 함께 2003년 1년간 복권시장의 총 판매액 4조 2,299 억 원 중 약 90%를 차지하면서 기존의 복권시장이 로또복권을 중심으로 급격하게 재편되었다. 2004년 이후 로또복권이 복권 전체 판매액의 89~95% 수준을 유지하고 있으며 5~10% 내외를 인쇄복권과 전자복권이 차지하는 구조를 보이고 있다. 2008년 기준으로 로또는 스포츠토토까지 포함한 전체 복권판매액 대비로도 53.4%를 차지하여 세계 평균 37.9%보다 훨씬 높다.⁹³⁾ 특히, 인쇄복권은 2.6%에 불과하여 세계 평균 인쇄복권 판매비 중 38.1%에 비해 훨씬 낮은 수준이다.

복권종류별 판매 비중

	구분	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
매출액	추첨식		1,480	1,821	2,138	2,413	2,696	2,774	3,652	5,355	2,231
	즉석식		2,720	1,954	1,525	796	1,495	2,313	3,462	3,183	1,185
	인터넷(전자)		-	-	-	-	-	-	102	1,075	684
	온라인		-	-	-	-	-	-	-	208	38,242
	전체	3,370	4,200	3,775	3,663	3,209	4,191	5,087	7,217	9,820	42,342
매출비율	추첨식	34.8	35.2	48.2	58.4	75.2	64.3	54.5	50.6	54.5	5.3
	즉석식	65.2	64.8	51.8	41.6	24.8	35.7	45.5	48.0	32.4	2.8
	인터넷(전자)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	10.9	1.6
	온라인	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.1	90.3
	계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

	구분	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
매출액	추첨식	718	546	288	217	156	139	76	1,796	2,146	1,224
	즉석식	609	529	607	303	465	447	549	687	807	885
	인터넷(전자)	284	258	315	612	535	554	314	539	502	335
	온라인	32,984	27,105	24,730	22,677	22,784	23,572	24,316	27,783	28,399	29,896
	전체	34,595	28,438	25,940	23,810	23,940	24,712	25,255	30,805	31,854	32,340
매출비율	추첨식	2.1	1.9	1.1	0.9	0.7	0.6	0.3	5.8	6.7	3.8
	즉석식	1.8	1.9	2.3	1.3	1.9	1.8	2.2	2.2	2.5	2.7
	인터넷(전자)	0.8	0.9	1.2	2.6	2.2	2.2	1.2	1.7	1.6	1.0
	온라인	95.3	95.3	95.3	95.2	95.2	95.4	96.3	90.2	89.2	92.4
	전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

이와 같은 온라인복권에 편중된 복권 시장구조는 복권시장의 건전한 발전을 위하여 바람직하지 않으며, 인쇄·전자복권의 신상품 개발·게임 방식의 변경 등 판매 확대를 통해 균형적 시장 발전이 필요한 것으로 보인다

1-4. 복권시장 영향 요인 및 적정 복권시장규모 추정

경제적 의미에서의 복권 가격은 표면적으로 복권 구매자가 구입하는 가격이 아니라 당첨 결과를 기다리는 짜릿함의 대가, 즉 기대가격이라고 할 수 있다. 예를 들어 로또는 게임당 1,000원에 구

입하지만 평균적으로 500원은 구매자에게 당첨금으로 반환되므로 실제 치른 대가는 500원이라고 할 수 있다. 이를 판매액 1원당으로 환산하면 (1-당첨 금지 급률)을 복권의 기대가격이라고 할 수 있다. 로또의 기대가격은 0.5정도이며 이월이 있으면 좀 더 낮아질 것으로 예상할 수 있다. 인쇄 복권과 전자복권은 당첨금 지급율이 60% 내외인 점을 감안할 경우 기대가격이 0.4 정도 되는 셈이다. 합리적 소비자라면 기대가격이 상승하면 복권소비도 줄일 것이다. 실제로 Walker 등의 실증 연구 결과 기대가격이 상승할 때(기대가치가 하락하면) 판매액이 감소한다는 것을 보였다. 이러한 결과는 당첨금 지급률을 조정하면 판매액을 증감시킬 수 있음을 의미한다. 우리나라에서도 충북 대학교의 실증 연구결과에 따르면 기대가격에 대한 판매의 탄력성은 음수(-)이며 유의성이 있는 것으로 나타났다. 이월이 있으면 기대가격 하락으로 판매액이 증가하는 경향이 있다는 상식과 일치하는 결과이다. 다만, 2004년 3월 로또의 경우 판매가격을 2,000원에서 1,000원으로 변경하였지만 당첨금 지급률은 유지하였기 때문에 기대가격은 0.5로 변함이 없었는데, 이 연구에서는 액면가를 변경하는 것만으로도 판매액의 감소를 가져온 것으로 나타났다.

복권수요 결정에 대한 해외연구 현황

분야	주요 내용	연구자
복권상품 특성	<ul style="list-style-type: none"> • 복권수요를 결정하는 3가지 중요요인으로 복권기대가치(expected value: 당첨금 기대치/복권판매액 비율), 당첨확률, 당첨금배분의 불평등성을 강조 • 1등 당첨금에 대한 배분이 커질수록, 당첨금 배분구조가 불평등할 수록 복권 수요 증가 	Sprolws (1970)
	<ul style="list-style-type: none"> • sprowls(1970) 제시한 3가지 변수를 복권판매 결정요인으로 도입 • 67년 ~ 75년의 자료를 이용해 뉴욕주의 복권판매수요곡선을 다중회귀분석 모형을 이용하여 증명 	Vrooman (1976)
	<ul style="list-style-type: none"> • 복권의 유효가격 추정에 시간추세와 이월금 변수들을 설명하여 로또피로 현상을 반영 	Forrest, Gulley and Simmons (2000)
복권구매자 사회·경제적 특성	<ul style="list-style-type: none"> • 가구 소득과 부, 가구주의 연령과 성, 거주지역, 교육수준, 직업, 모국어 등 인구·사회·경제적 요인들이 가계의 복권지출에 영향을 미칠 수 있음을 발견 	Kitchen and Powells (1991)
	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 인디애나주를 대상으로 인구·사회·경제적 요인 들이 복권판매액에 미치는 영향을 실증적으로 분석 • 1인당 소득수준, 성, 연령, 거주지, 교육수준, 인종, 카지노 및 인접 주의 접근 가능성 등의 설명변수와 복권 종류별 판매액과의 통계적 관계를 분석 	Spry (2003)
국민경제적 특성 등	<ul style="list-style-type: none"> • 1983년~1991년 1인당 복권판매액의 분기자료를 이용하여 경기변동이 복권 판매 수요에 미치는 영향을 추정 • 복권판매액이 복권발행 관련 제도나 입법에 의해 영향을 받을 수 있다는 점을 추정 	Mikesell (1994)

복권판매에 영향을 미치는 인구, 사회, 경제적 요소도 있다. 미국 인디애나주를 대상으로 한 조사(Spry, 2003)를 보면 연령과 소득, 도시화 정도가 판매에 영향을 미치며, 성별은 큰 의미가 없는 것으로 나타났다. 청소년 비율이 낮고 중장년층 비율이 높을수록 복권 판매액이 증가했다. 소득탄력성도 0.57정도로 소득이 증가함에 따라 판매액이 증가하지만 소득 대비 판매액의 비중은 감소하는 것으로 나타났다. 주변에 카지노와 같은 다른 사행업종이 있는 경우 복권판매액은 감소하는 것으로 나타났다. 다른 연구(Miksell, 1994)에서는 실업률 1% 증가가 복권구입을 0.17% 증가시키는 것으로 나타났다. 이상을 종합하면, 복권수요에 영향을 미치는 요인으로 크게 (i) 복권상품 자체의 특성, (ii) 복권구매자의 인구·사회·경제적 특성, (iii) 국민경제 요인의 세 가지를 들 수 있다. 복권상품 자체 특성요인 중 가장 중요한 복권수요 결정요인은 복권의 기대가치(expected value)이며, 이 기대가치는 복권의 게임 구조(당첨금 규모와 배분구조, 당첨확률)등에 의해 결정된다는 것이다. 인구·사회·경제적 특성요인은 구매자의 소득, 성과 연령, 거주지역, 교육수준, 직업 등도 복권 구입에 지대한 영향을 미치며, 국민경제적 요인으로는 경기 변동, 정부의 행정·재정정책 요인도 복권수요에 중요한 영향을 미친다는 것이다. 이러한 복권수요에 미치는 세 가지 요소를 토대로 해외 각국에서는 복권에 대한 실증적인 분석연구가 활발히 전개되고 있는 것으로 파악된다. 우리나라에서의 학술적인 연구는 2013년 충북대학교 이연호 교수 연구팀에서 최초로 시도를 한 바 있으나 아직 걸음마 단계라고 할 수 있으며 좀 더 보완 발전하기 위한 노력이 필요하다. 일반적으로 “경기가 어려울수록 복권이 많이 팔린다”라는 통설이 있으며 언론 등에서 이를 복권을 폼 하하는 단골메뉴로 이용하고 있는 실정이다. 그러나 우리나라의 경우, 30 년간 복권매출 추이를 보면 복권매출이 크게 증가(30% 내외)한 경우는 예외 없이 신상품 이 출시된 경우이다(표 67).

신상품 출시 후 매출 급증 사례

신상품 출시	'83년 올림픽복권	'90년 즉석식복권	'99년 일레니엄복권	'02년 로또복권
매출증가율(%)	154.0	71.5	30.6	331.2

또한 복권 매출이 크게 감소(Δ 10% 내외)한 경우도 온라인복권 판매가격의 인하 등 발행규제를 하거나 연금식 복권과 같이 복권발행 초기에는 새로운 게임방식으로 매출이 증가하나 일정기간

경과 후 흥미를 잃어 판매가 부진해지는 lottery fatigue 현상에 기인한 것으로 분석할 수 있다.

특히, 1998년 IMF 경제위기 시 복권매출은 $\triangle 12.4\%$ 이나 감소되었고, 2008년 경제위기 시에도 역시 복권매출은 정체되는 모습을 보였다(표 68).

경제성장률 등 경제변수와 복권매출 비교

연도	국내 총생산 (십조 원)	실질GDP 성장률 (%)	실업률 증가율 (%)	복권 매출액 (억 원)	복권매출 증가율 (%)	GDP 비율 (%)	주요 복권 연혁
'83	66.7	12.2	△6.8	508	154.0	0.08	올림픽복권(1등 1,500만 원 → 1억 원, 4월)
'84	76.5	9.9	△7.3	752	48.1	0.10	
'85	85.7	7.5	5.3	707	△6.0	0.08	
'86	100.3	12.2	△5.0	777	9.9	0.08	
'87	117.9	12.3	△18.4	764	△1.7	0.06	
'88	140.5	11.7	△19.4	752	△1.6	0.05	
'89	158.6	6.8	4.0	741	△1.5	0.05	
'90	191.4	9.3	△7.7	1,070	44.4	0.06	엑스포(최초즉석식, 9월), 체육복권(9월)
'91	231.4	9.7	0.0	1,835	71.5	0.08	
'92	264.0	5.8	4.2	1,730	△5.7	0.07	
'93	298.8	6.3	16.0	2,341	35.3	0.08	기술복권(3월)
'94	350.0	8.8	△13.8	3,370	44.0	0.10	복지복권(5월)
'95	409.7	8.9	△16.0	4,200	24.6	0.10	기업복권, 자치복권, 관광복권, 녹색복권 출시
'96	461.0	7.2	△4.8	3,775	△10.1	0.08	
'97	506.3	5.8	30.0	3,663	△3.0	0.07	
'98	501.0	△5.7	169.2	3,209	△12.4	0.06	
'99	549.0	10.7	△10.0	4,191	30.6	0.08	일레니엄복권(11월, 1등 당첨금 6억 원)
'00	635.2	8.8	△34.9	5,087	21.4	0.08	
'01	688.2	4.5	△7.3	7,217	41.9	0.10	전자복권(5월), 플러스복권(5월), 엔젤복권(12월)
'02	761.9	7.4	△18.4	9,820	37.7	0.13	로또복권(12월), 정보복권(1등 30억 원)
'03	810.9	2.9	9.7	42,342	331.2	0.52	로또복권 본격 판매
'04	876.0	4.9	2.9	34,595	△18.3	0.39	로또복권 가격인하(8월, 2,000원→1,000원)
'05	919.8	3.9	0.0	28,438	△17.8	0.31	국민은행 로또판매점 폐쇄(1월, 1,022개소)
'06	966.1	5.2	△5.7	25,940	△8.8	0.27	
'07	1,043.3	5.5	△9.1	23,810	△8.2	0.23	
'08	1,104.5	2.8	0.0	23,940	0.5	0.22	당첨금 이월(6·8월) *이월효과제거시△2.36%
'09	1,151.7	0.7	12.5	24,712	3.2	0.21	복권통합홍보 지방파 방송 송출
'10	1,265.3	6.5	2.8	25,255	2.2	0.20	로또복권 4등 당첨금 고정(8월)
'11	1,332.7	3.7	△8.1	30,805	22.0	0.23	연금복권 출시(7월), 당첨금 이월(10월)
'12	1,377.5	2.3	△5.9	31,859	3.4	0.23	
'13	1,441.0	3.0	△3.1	32,340	1.5	0.23	

2-1. 온라인복권 판매현황

2002년 온라인복권 발행 개시 이후 판매액은 2003년 3조 8,031억 원을 최고로 점차 감소 추세에 있으며 2008년에는 2조 2,680억 원이 판매되었다. 온라인복권은 발매 첫 주 36억 원의 판매를 올리는데 그쳐 많은 복권 전문가들의 예상에 못 미치는 출발을 보이기도 하였다. 그러나 초기 7회차부터 9회차까지 3주 연속 이월이 있는 후 10회차 판매에서 주간 판매 2,600억 원, 1등 총 당첨금 800억 원 등을 기록하는 등 과열 현상을 나타내었다. 2003년 4월 12일 19회차 추첨에서는 1명의 1등 당첨금액이 407억 원에 달하는 사례까지 발생하여 온라인복권은 당시 국민들에게 최대의 화제가 되었다. 그러나 사행성 조장이라는 사회적 비판여론이 대두하면서 이월 횟수의 제한 96)(2003.2), 게임 가격의 인하97)(2004.8) 등 사행성 억제 정책으로 시장이 점차 안정화되었다. 이후 2008년부터는 판매액 하향세가 멈추고 조금씩 증가되는 추세를 보이고 있으며 2013년 2조 9,896억 원에 달하였다.

온라인복권 판매 현황

[단위: 억 원]

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
매출액	208	38,242	32,984	27,105	24,730	22,677	22,784	23,572	24,316	27,783	28,399	29,896
(회차평균)	46.5	731.4	630.8	529.2	475.3	435.5	436.2	451.8	465.5	530.6	544.8	573.4

온라인복권의 월별 판매 특성을 보면 2006년부터 2013년까지의 월별 회차당 평균 판매액 중 1월에서 3월까지 회차당 평균 판매액이 500억 원 이상으로 높고, 연중에 낮아지는 모습을 보이다가 연말인 12월 다시 높아지는 현상을 보인다. 이는 연말연초 행운에 대한 기대감이 높은 결과로 해석된다.

2006년 ~ 2013년의 월별 회차평균 판매액

(단위: 억 원)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	년평균
2006	523.0	521.2	507.8	507.6	481.3	456.8	448.2	436.8	458.1	459.2	453.6	457.5	475.9
2007	483.7	479.9	463.4	445.4	430.6	431.8	427.1	412.4	425.4	420.0	409.6	401.6	435.9
2008	415.9	422.1	421.0	409.1	401.6	509.7	424.0	478.2	441.9	439.0	434.0	437.2	436.1
2009	476.7	477.7	465.4	457.9	431.3	437.6	436.1	435.1	447.4	453.9	448.0	457.2	452.0
2010	473.9	491.5	475.1	462.8	449.3	457.2	455.4	447.0	465.3	473.3	466.2	471.7	465.6
2011	506.1	536.0	520.0	508.1	506.4	502.2	499.2	486.6	513.2	667.4	561.6	542.4	530.6
2012	568.5	555.3	554.0	534.4	529.7	529.9	530.2	522.8	547.3	551.4	555.3	557.0	544.8
2013	571.1	594.4	596.3	568.4	566.8	571.3	568.2	557.9	577.9	578.1	565.2	566.5	573.4
평균	502.4	509.8	500.4	486.7	474.6	487.1	473.6	472.1	484.6	505.3	486.7	486.4	489.3

요일별 판매량은 추첨 당일인 토요일이 41.4%로 가장 많이 팔리고 일요일이 2.1%로 가장 적게 팔림을 알 수 있다. 토요일인 추첨일이 다가올수록 당첨에 대한 기대로 판매량도 증가하는 모습이 뚜렷하게 나타남을 알 수 있다

요일별 평균 판매동향(1회 ~ 578회차)

(단위: 억 원)



한편, 온라인복권 발매 이후 2013년 말까지 일등 당첨자가 한 명도 없는 회차 즉, 이월 이 14회 (가장 최근의 이월발생일은 2011년 10월 15일)에 걸쳐 발생하였다. 이월이 발생하면 다음 회차로 일등 당첨자에게 당첨금이 이월되므로 복권 판매량이 증가한다. 이월 회 차의 다음 회차는 평균

적으로 100.9%의 판매량 증가 효과가 있는 것으로 나타났다.

2-2. 인쇄복권 판매현황

1980년대 말까지는 추첨식 복권만이 발행되다가 1990년대 들어 체육복권이 국내 최초로 즉석식 복권으로 발행되었다. 즉석식 복권은 발행 초기에 큰 인기를 끌어 1995년 전체 복권시장의 64.8%를 점유하기도 했지만 1995년 이후 즉석식 복권의 판매 부진에 따라 매출 감소를 보이기 시작하였다. 1990년 1,168억 원, 1995년 4,017억 원의 꾸준한 성장세를 보이던 인쇄복권시장은 1995년 이후 즉석식 복권의 판매 부진에 따라 매출 감소를 보이기 시작하다 국내 경기가 어려웠던 1998년에는 전체 판매액이 3,209억 원으로 감소하였으나 1999년 이후 경기회복 등으로 복권판매가 활성화되고 이벤트복권 출시에 따른 복권의 고액화(99)에 힘입어 2000년 5,074억 원, 2001년 7,114억 원, 2002년 8,537억 원으로 판매액이 빠르게 증가 하였다. 그러나 2002년 12월 온라인복권의 등장과 함께 인쇄복권의 매출액은 지속적으로 감소하다 2008년 즉석식 매출액 증대로 소폭(19.4%, 101억 원) 반등하였다. 추첨식 인쇄복권의 경우 1990년 이후 플러스복권(보훈), 관광복권(제주) 발매 등 상품 증가로 판매가 지속적으로 증대되다, 온라인(로또)복권 발매에 따른 오프라인 복권의 관심 부족 및 2008년 1월 인쇄사고(100) 이후 복권 구매자의 신뢰성 저하 등으로 판매가 감소하여, 2010년 76억 원까지 판매액이 급락하였다. 그러나 연금복권 520이 출시된 2011년 1,796억 원, 2012년 2,146억 원으로 급격히 판매량이 증가하는 등 일시적인 공급부족 등 과열양상까지 보였으나, 2013년에는 복권상품 피로도에 따라 매출(1,224억 원)이 급감하였다. 즉석식 인쇄복권은 2013년 현재 '스피도 500', '스피도 1000', '스피도 2000'이 발매되고 있다. 1996년부터 1999년까지 감소 추세였으나, 경기회복과 함께 녹색복권과 스피드 복권의 발매로 상품이 다양해져 판매액이 증가했지만, 2006년 1월 인쇄사고(101) 이후 2007년 상반기까지 판매가 중단되어 판매액이 감소하였다. 그러나 2007년 하반기부터 판매가 중단된 상품(스피도 2000)이 다시 판매되기 시작하면서 판매액이 일부 회복되었다. 이후 2013년까지 판매액이 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있다.

인쇄복권 판매현황

(단위: 억 원, %)

구 분	'69~'90	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
추첨식	6,905 —	915 (3.0)	941 (2.8)	963 (2.3)	1,174 (21.9)	1,480 (26.1)	1,821 (23.0)	2,138 (17.4)	2,413 (12.9)	2,696 (11.7)	2,774 (2.9)	3,652 (31.7)
즉석식	182 —	920 (405.5)	789 (Δ14.2)	1,378 (74.7)	2,196 (59.4)	2,720 (23.9)	1,954 (Δ28.2)	1,525 (Δ22.0)	796 (Δ47.8)	914 (14.8)	1,437 (57.2)	2,942 (104.7)
이벤트	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	581 —	875 (50.6)	520 (Δ40.6)
합 계	7,087 (44.0)	1,835 (71.5)	1,730 (Δ5.7)	2,341 (35.3)	3,370 (44.0)	4,200 (24.6)	3,775 (Δ10.1)	3,663 (Δ3.0)	3,209 (Δ12.4)	4,191 (30.6)	5,086 (21.4)	7,114 (39.9)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
추첨식	5,355 (46.6)	2,231 (Δ58.3)	718 (Δ67.8)	546 (Δ24.0)	288 (Δ47.3)	217 (Δ24.7)	156 (Δ28.1)	139 (Δ10.9)	76 (Δ45.3)	1,796 (2,263.0)	2,146 (19.5)	1,224 (Δ43.0)
즉석식	2,548 (Δ13.4)	1,185 (Δ53.5)	609 (Δ48.6)	529 (Δ13.1)	607 (14.7)	303 (Δ50.1)	465 (53.5)	447 (Δ3.9)	549 (Δ22.8)	687 (Δ25.1)	807 (Δ17.5)	885 (Δ9.7)
이벤트 10.2)	635 (22.1)	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —
합 계	8,538 (20.0)	3,416 (Δ60.0)	1,327 (Δ61.2)	1,075 (Δ19.0)	895 (Δ16.7)	520 (Δ41.9)	621 (19.4)	586 (Δ5.6)	625 (6.7)	2,483 (297.3)	2,953 (18.9)	2,109 (Δ28.6)

복권의 발행 방식에는 고정배당률(Fixed-odds) 방식과 패리뮤추얼(Parimutuel) 방식의 두 가지 형태가 있다. 고정배당률(Fixed-odds) 방식은 발행 시점에 발행액과 당첨금의 규모가 정해져 있는 방식으로, 발행액은 당첨 확률과 복권 단가에 의해 결정된다. 이러한 방식은 추첨식 및 즉석식 인쇄복권이 대표적이라 할 수 있다. 예를 들어 1등 당첨확률이 450만분의 1이라고 하면 복권 단가 1천 원인 추첨식 인쇄복권의 발행액은 45억 원(450만 × 1천 원)이다. 반면, 패리뮤추얼(Parimutuel) 방식은 판매가 마감되어 판매액이 정해져야 당첨금의 규모가 확정되는 방식으로 당첨금의 규모가 판매액에 연동되고, 발행액은 판매액과 항상 같게 된다. 온라인복권이 판매액에 따라 당첨금 규모가 결정되는 패리뮤추얼(Parimutuel) 방식의 대표사례라 할 수 있다. 복권판매액의 증감여부는 시장상황을 판단하는 주요한 지표이지만 고정배당률(Fixed-odds)방식 복권의 경우 발행액 대비 판매액 비율인 '판매율'도 시장상황을 살펴보는 주요한 복권 지표라고 할 수 있다. 고정배당률(Fixed-odds) 방식의 대표격인 인쇄복권의 경우 1970년에서 1990년 초반까지 주택복권 판매율이 97% 이상 되기도 하였으나 90년대 초반 이후 복권발행기관이 다기화되고 즉석식 복권 등 복권상품이 다양해지면서 60~70%대의 판매율을 보였다. 2002년 온라인복권이 도입된 이후에는 10~20% 대

로 급격하게 하락하였다. 2011년 일시적으로 '연금복권 520' 상품 도입으로 60% 수준까지 회복되었으나 이후 인기가 시들해지면서 다시 50%대 미만으로 하락하게 되었다.

주택복권(추첨식) 발행액 대비 판매액 비율

(단위: 억 원, %)

구분	'69~'73	'74~'82	'83	'84	'85	'86	'87	'88	'89	'90	'91
발행액	39	990	510	780	780	780	780	780	780	900	936
판매액	38	978	508	752	707	777	764	752	741	888	915
판매율	97.4	98.8	99.6	96.4	90.6	99.6	97.9	96.4	95.0	98.7	97.8

인생복권 발행액 대비 판매액 비율

(단위: 억 원, %)

구분	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13
발행액	15,116	12,969	11,925	12,055	4,053	4,076	3,540	3,540	2,580	4,208	4,876	4,876
판매액	8,537	3,416	1,327	1,074	895	520	621	586	625	2,483	2,953	2,109
판매율	56.5	26.3	11.1	8.9	22.1	12.8	17.5	16.6	24.2	59.0	60.6	43.3

2-3. 전자복권 판매현황

전자복권은 2001년 최초로 제주도에서 인터넷전용으로 발매된 이후 2002년 1,075억 원의 매출을 기록하였으나, 이후 기존 9개 사업자에 의한 차별성이 없는 24종의 복권 발행으로 매출 감소 추세를 보였다. 2006년 5월 전자복권 건전화 방안(103)에 따라 제주도로 수탁사업자를 단일화하고, 7개 사업자의 연합에 의해 7종(추첨식 3종, 즉석식 4종)의 상품이 판매 개시되었다. 이후 2007년 매출이 612억 원으로 전년대비 94%의 성장을 보이기도 했으나 2008년에는 다시 535억 원으로 12.6%나 감소되었다. 2009년에는 7월 전자복권 상품변경(즉석식 △1, 추첨식 +1) 및 팡팡 가격 상승(100원 → 1,000원)으로 2008년에 비해 3.6% 소폭 증가한 554억 원이 판매되었다. 그러나 2010년 314억 원(전년 대비 43.3% 감소), 2011년 539억 원(전년대비 71.7% 증가), 2012년 502억 원(전년대비 6.9% 감소), 2013년 335억 원(전년대비 33.3% 감소)의 큰 폭의 낙차를 보이며 상승 또는 감소되는 모습을 보이고 있다.

전자복권 발행 및 판매 현황

(단위: 억 원, %)

	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13
발행액	300	2,216	2,254	1,772	2,911	1,908	1,205	1,074	1,189	1,112	979	823	783
판매액	102	1,075	768	314	258	315	612	535	554	314	539	502	335
판매율	34.2	48.5	34.1	17.7	8.9	16.5	50.8	49.8	46.6	28.2	55.0	61.0	42.8
전년비	-	953.9	△28.6	△59.1	△17.8	22.1	94.3	△12.6	3.6	△43.3	71.7	△6.9	△33.3

최근 몇 년간 큰 폭의 매출 낙차는 수요적인 측면이라기보다 인터넷으로 판매되는 전자복권 구입을 위해서는 반드시 회원가입의 절차가 필요하다는 특성과 연계되어 복권관리체계 등 공급측면에서의 변동 요인에 주로 기인한다고 할 수 있다. 2010년 큰 폭의 매출 감소는 전자복권 재수탁업체를 7개에서 3개로 재편하는 과정에서 종전업체의 회원 인수과정에서의 애로요인으로 감소한 경우이다. 2011년 큰 폭의 매출 증가는 연금복권의 인터넷 판매물량을 전자복권 재수탁업체가 담당하게 함에 따라 연금 복권 구입을 위해서는 반드시 전자복권 사이트를 방문할 수 밖에 없어 연금복권 구매과정에서 자연스럽게 전자복권 구매도 이어진 일종의 견인효과라 할 수 있다. 한편, 전자복권은 종종 인터넷으로 복권을 구입할 수 있기 때문에 과도한 베팅 우려 내지 안방에서 도박을 조장한다는 비판이 있어 왔던 것은 사실이다. 사행산업통합감독위원회에서 전자복권을 포함하여 온라인 베팅에 따른 중독성 문제가 있는 경우 폐지시키겠다는 취지로 2010년경 연구용역을 추진한 바 있고, 전자복권의 경우 큰 문제는 없는 것으로 파악되고 있으나 구체적인 내용은 연구결과를 공개하지 않아 확인하기 어렵다.

II. 세계 복권시장 개황

1. 세계 복권시장 개요

전 세계 복권시장 규모는 지난 2004년 1,780억달러에서 2010년에는 2,300억달러, 2013년에는 2,634억달러로 성장하여 10년간 연평균 5.3%의 성장률을 보이고 있다. 복권 종류별로 보면, 2004년 로또는 전체 매출액에서 48.3%까지 비중을 차지하고 있었으나 2007~2008년 40% 초반대를

유지하다 최근에는 45.1%까지 상승하였다. 이 기간 동안 즉 석식 인쇄복권은 2004년 21.8%에서 2013년 29.9%로 증가세를 보이고 있다.

연도별 복권 판매 현황

(단위: 억 달러)

구분		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
온라인 복권	로또	859	768	827	859	860	937	963	1,043	1,132	1,187
	넘버스	169	190	204	230	191	168	176	181	176	174
	키노	61	73	74	84	99	132	130	122	118	120
	기타	64	82	107	119	120	150	153	161	147	151
	소계	1,154 (64.8%)	1,113 (64.0%)	1,213 (63.1%)	1,292 (61.0%)	1,270 (59.5%)	1,386 (61.4%)	1,422 (61.8%)	1,507 (61.3%)	1,573 (61.3%)	1,632 (62.0%)
인쇄식 복권	추첨	238	212	224	244	244	237	228	238	231	214
	즉석	389	413	485	583	619	635	650	713	760	788
	소계	627 (35.2%)	626 (36.0%)	709 (36.9%)	828 (39.0%)	864 (40.5%)	872 (38.6%)	878 (38.2%)	951 (38.7%)	991 (38.7%)	1,002 (38.0%)
계		1,780	1,739	1,922	2,120	2,134	2,258	2,300	2,458	2,564	2,634
토토		91	85	104	123	138	143	156	160	188	206

자료: La Fleur's 2014 World Lottery Almanac

한편, 추첨식 인쇄복권과 넘버스의 경우 점진적인 하락세가 이어지고 있다. 2013년도 지역별 시장 규모는 유럽이 1,062억 달러로 40.3%를 차지하고 아시아 및 중동 지역이 698억 달러로 26.5%, 북미가 740억 달러로 28.1%를 차지하고 있다. 북미지역의 경우 즉석식 인쇄복권이 407억 달러로 지역 내 복권 매출에서 차지하는 비중의 55.0%를 차지 한다. 오세아니아 지역과 중남미 지역은 로또가 차지하는 비중이 85.3%와 71.5%에 이르며, 유럽 지역은 온라인복권과 인쇄복권의 비율이 약 61.3%:38.7%의 비율을 보이고 있다.

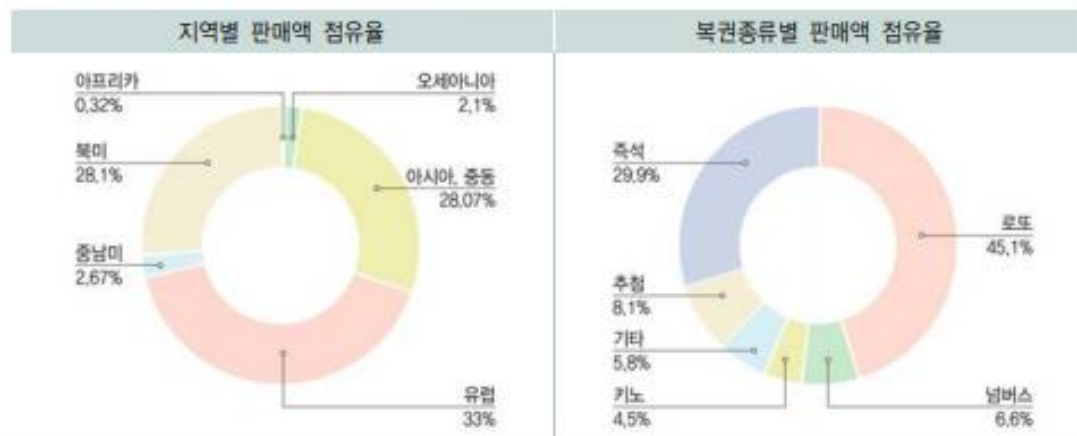
지역별·복권종류별 시장규모(2013년 기준)

(단위: 백만 달러)

구 분	온라인				인쇄		총계	토토
	로또	넘버스	키노	기타	추첨	즉석		
아프리카	535.0 (58.7%)	21 (0.2%)	22.7 (2.5%)	117.1 (12.8%)	9.2 (1.0%)	154.7 (17.0%)	911.9 (100.0%)	71.0
오세아니아	4,656.8 (85.1%)	92 (0.2%)	115.7 (2.1%)	14.8 (0.3%)	122.1 (2.2%)	538.8 (9.9%)	5,469.1 (100.0%)	11.8
아시아, 중동	42,277.3 (53.0%)	5,514.8 (6.9%)	501.7 (0.6%)	6,031.7 (7.6%)	7,821.9 (9.8%)	7,683.1 (9.6%)	79,719.4 (100.0%)	9,888.9
유럽	48,760.2 (42.0%)	819.3 (0.7%)	488.0 (6.4%)	7,996.7 (6.9%)	11,632.7 (10.0%)	29,541.1 (25.4%)	116,147.8 (100.0%)	9,909.7
중남미	5,022.8 (70.4%)	950.3 (13.3%)	111.5 (1.6%)	21.0 (0.6%)	782.6 (11.0%)	137.1 (1.9%)	7,136.3 (100.0%)	111.0
북미	17,453.1 (23.4%)	10,093.6 (13.5%)	3,739.8 (5.0%)	965.2 (1.3%)	1,045.7 (1.4%)	40,719.3 (54.6%)	74,601.7 (100.0%)	585.1
세계전체	118,705.3 (41.8%)	17,389.3 (6.1%)	11,979.5 (4.2%)	15,146.4 (5.3%)	21,414.3 (7.5%)	78,774.1 (27.7%)	283,986.1 (100.0%)	20,577.4

자료: La Fleur's 2014 World Lottery Almanac

지역별·복권종류별 판매액 점유율(2013년)



2013년 OECD(30개국)의 복권시장 규모는 1,560억 달러로 전 세계 복권시장 규모의 69.0% 수준이다. 2013년 OECD 34개 국가의 GDP가 세계 전체 GDP에서 차지하는 비중이 64%이었음을 감안할 때 개발도상국보다는 선진국에서 복권 판매가 활성화되고 있음을 보여준다.

2013년 OECD 국가 복권시장 현황

국가	GDP		복권판매액			스포츠토토 포함시			인구 (백만명)
	총액 (억\$, A)	1인당 (백\$, B)	총액 (백만\$, C)	1인당 (\$)	GDP비중 (C/A)	총액 (백만\$, E)	1인당 (\$)	GDP비중 (E/A)	
그리스	2,433	226	3,952	367	1.62%	5,800	538	2.38%	10.8
이탈리아	20,684	335	27,744	450	1.34%	29,717	482	1.44%	61.7
포르투갈	2,193	203	2,450	227	1.12%	2,464	228	1.12%	10.8
스페인	13,557	284	14,511	304	1.07%	15,012	314	1.11%	47.7
오스트리아	4,179	508	3,425	416	0.82%	3,439	418	0.82%	8.2
핀란드	2,596	493	2,027	385	0.78%	2,558	486	0.99%	5.3
헝가리	1,306	132	789	80	0.60%	1,129	114	0.86%	9.9
프랑스	27,387	413	14,736	222	0.54%	17,006	257	0.62%	66.3
슬로바키아	970	178	467	86	0.48%	510	94	0.53%	5.4
아일랜드	2,209	457	967	200	0.44%	967	200	0.44%	4.8
영국	24,897	391	10,971	172	0.44%	10,971	172	0.44%	63.7
뉴질랜드	1,811	411	784	178	0.43%	784	178	0.43%	4.4
캐나다	18,251	524	7,628	219	0.42%	8,168	234	0.45%	34.8
미국	167,243	524	65,440	205	0.39%	65,440	205	0.39%	318.9
덴마크	3,243	582	1,106	199	0.34%	1,106	199	0.34%	5.6
노르웨이	5,158	1,002	1,738	338	0.34%	2,194	426	0.43%	5.1
아이슬란드	146	460	48	153	0.33%	55	173	0.38%	0.3
스위스	6,462	802	2,063	256	0.32%	2,120	263	0.33%	8.1
호주	14,880	661	4,673	208	0.31%	4,685	208	0.31%	22.5
벨기에	5,074	486	1,540	147	0.30%	1,555	149	0.31%	10.4
스웨덴	5,520	568	1,592	164	0.29%	2,374	244	0.43%	9.7
한국	11,975	244	3,250	66	0.27%	6,143	125	0.51%	49
독일	35,932	444	9,071	112	0.25%	9,338	115	0.26%	81
폴란드	5,139	134	1,083	28	0.21%	1,083	28	0.21%	38.3
룩셈부르크	605	1,163	124	238	0.20%	124	238	0.20%	0.5
일본	50,072	394	9,855	78	0.20%	9,855	78	0.20%	127.1
체코	1,986	187	361	34	0.18%	365	34	0.18%	10.6
네덜란드	8,005	474	1,411	84	0.18%	1,485	88	0.19%	16.9
터키	8,218	101	1,236	15	0.15%	1,236	15	0.15%	81.6
멕시코	13,270	110	948	8	0.07%	993	8	0.07%	120.3
평균	465,401	-	195,990	-	0.42%	208,676	-	0.45%	-

① 자료 : La Fleur's 2014 World Lottery Almanac (GDP는 IMF, 인구는 CIA 자료 활용)

② OECD 평균 (GDP비율) : 0.42%(토토 포함시 0.45%)

③ 우리나라 실제 비율은 0.23%(토토 포함시 0.44%)

OECD 국가 중에서 미국이 654억 달러(33.4%)로 가장 크고, 이탈리아가 274억 달러(14.2%)로 2위, 프랑스가 147억 달러(7.5%)로 3위에 해당된다. 국민 1인당 평균 복권 구매액은 2006년도의 145달러, 2008년도의 160달러에서 2013년도 188달러로 지속적인 증가세를 보이고 있다. 한국은 국내총생산 대비 0.48%를 구매하고 1인당 66달러를 구입함으로써 OECD 평균인 188달러보다는 낮은

수준이다. OECD 국가의 1인당 GDP와 복권 판매액/GDP 비율을 살펴보면 대략 1인당 GDP가 약 40,000달러 수준에 이르기까지는 GDP 대비 복권 판매액 비율이 증가하나, 그 이후 감소하는 경향이 있다. 예를 들어 1인당 GDP가 28,398 달러로 우리나라와 비슷한 수준인 스페인의 경우 GDP 대비 복권 판매액 비율이 0.7%였으며, 1인당 GDP가 41,144 달러인 뉴질랜드는 GDP 대비 복권 판매액 비율이 0.43%였다.

OECD 국가 1인당 GDP 및 복권판매액/GDP비율(2013년)



반면, 1인당 GDP가 세계에서 가장 높은 룩셈부르크의 경우 복권 판매액/GDP 비율이 0.20%로 OECD 평균인 0.48%에 비해 매우 낮은 것으로 나타났다. 1인당 GDP가 세계 2위인 노르웨이 복권 판매액의 GDP에 대한 비율은 0.34%, 3위인 스위스는 0.32%로 OECD 평균에 비해 매우 낮았다. 이외에 호주(0.31%), 덴마크(0.34%), 스웨덴(0.29%), 미국(0.39%)도 복권 판매액/GDP 비율이 OECD 평균에 미달하였다. 한편, 복권은 궁극적으로 기금 조성(또는 정부 이전 수익)이 어느 정도인가 하는 것이 중 요한 문제로 기금 수익률은 당첨금 지급률, 복권유통비용에 영향을 받는다. 당첨금 지

급률의 경우, 우리나라는 51.0%, 미국은 73%로 매우 높은 편이며, 캐나다 46%, 호주 58%, 뉴질랜드 56%를 보이고 있다. 복권 유통비용의 경우, 우리나라는 9%, 미국 8%, 캐나다 16%, 호주 15%, 뉴질랜드 14% 수준으로 우리나라가 복권 유통비용이 매우 낮은 편이라 할 수 있다. 이에 따른 기금 조성률은 우리나라의 경우 41%, 미국 19%, 캐나다 31%, 호주 31%, 뉴질랜드 31% 수준으로 기금 조성률은 우리나라가 가장 높은 수준이다.

국가별 복권판매 수입과 지출 비교

(단위: 백만 자국통화, %)

	한국(2013)	미국(2012)	캐나다(2012)	호주(2012)	뉴질랜드(2012)
• 복권판매액 (대 GDP 비율)	3,233,993 (0.26)	69,035.85 (0.41)	9,357.33 (0.43)	5,091.94 (0.37)	948.13 (0.47)
• 총 수 입	3,223,371	69,119.49	9,357.33	5,130.23	958.05
• 총 비 용 ¹⁰⁴⁾	1,919,258	54,103.60	5,428.06	858.68	659.83
- 당 침 금	1,640,204	50,129.12	4,283.99	685.54	529.40
- 수 수 료	198,698	3,960.68	711.93	92.71	63.78
- 운 영 비	80,356	1830.13	794.69	80.43	66.64
• 정부 이전	-	9,815.84	1,270.26	374.77	305.03
• 영업 수익	1,314,735	13,325.91	2,890.11	365.93	298.22
• 당침금/복권판매액 비율	51	73	46	58	56
• (수수료+운영비)/복권판매액 비율	9	8	16	15	14
• 정부이전/복권판매액 비율	-	14	14	32	32
• 영업수익/복권판매액 비율	41	19	31	31	31

* 한국은 복권위원회 홈페이지의 2013년 연간정보공개 자료를 참고,
미국외 국가는 La Fleur's World Lottery Almanac, 2013년 참고

2. 주요 국가의 복권판매 동향

2-1. 미국

미국은 개별 주별로 복권을 발행하고 있다. 미국은 1612년 최초로 복권을 발행하기 시작하였으며, 근대적 복권은 1964년 뉴햄프셔가 최초로 복권을 발행하기 시작한 이후 2013년 기준으로 43개 주에서 복권이 합법화되어 있다.¹⁰⁵⁾ 대부분 주정부에서 직접 복권 사업을 수행하지만, 캘리포니

아, 오하이오 등은 복권위원회에서, 조지아, 켄터키, 루이지애나, 테네시 등은 정부 소유 공공기관에서 복권사업을 수행한다. 현재 미국에서 복권수익금은 대부분 공공교육에 투자되고 있으나, 복권기금이 세금과 같은 전통적인 자금조달 방법을 보완하면서 기존의 재원이 더 이상 교육에 투자되지 않게 하는 결과도 낳고 있다. 미국에서 1800년대만 해도 민간이 복권을 발행할 수 있었고 새로운 종류의 복권사업에 특허권이 부여되기도 하였다. 주정부가 복권사업에 나서기 전에는 암시장에서 Numbers game같은 유사복권이 성행했다. 주정부에서 발행하는 최초의 현대식 복권이 1964년 뉴 햄프셔에서 시작되었고 여러 주정부에 걸쳐 발행하는 연합복권이 1985년에 시작되었다. 1988년에는 오레곤, 아이오와, 캔자스 등이 연합하여 Multi-state Lottery Association (MUSL)을 설립하여 '파워볼' 게임을, 1996년에는 '메가밀리언'으로 또 다른 12개 주를 회원으로 두고 있다. 한편, 즉석식 인쇄복권은 1970년에 처음 소개된 이후로 주정부의 주 수입원이 되었다. 미국의 Gtech는 자신의 웹사이트를 통해 전세계 온라인 및 즉석복권 사업의 30%를 관리하고 있다. 인터넷 게임은 대체로 규제가 많은 반면, 복권 자체의 판매는 감독이나 관리를 덜 받기 때문에 직접 인터넷 상에서 복권과 유사한 게임을 제공하기보다는 복권의 액면가액에 프리미엄을 얹어 복권구입을 대행해 주는 웹사이트가 증가하고 있다. 복권 관련규정이 기술의 발전을 따라잡지 못하고 있어 인터넷 상에서 이루어지는 서비스들이 합법적인지에 대해 미국을 포함해 많은 국가에서 문제가 되고 있다. 미국은 2013년도에 654억 달러(106)의 복권을 판매하여 전세계 시장에서 23.0%의 점유율을 보이고 있다. 미국의 복권 판매액은 '93년 이후 지속적으로 성장하여 1990년대 중반에는 연평균 10% 이상의 높은 성장률을 보여주었으나, 2000년대 후반 이후로는 성장세가 주춤하고 있다. 2013년 현재 판매액 대비 당첨금 비중은 54.3%이며 1993년 이후 2013년 현재까지 당첨금 비율은 53% 안팎을 유지하고 있다. 2013년 현재 미국 내 복권 판매액 중 인쇄복권이 59.7%, 그 중에서도 즉석식이 59.6%를 차지하고 있으며 로또는 18.6%에 불과하여 세계 평균에 크게 못 미친다.

미국의 복권별 판매현황(43개주+D.C.)

(단위: 억\$)

	즉석식	Pulltab	넘버스3	넘버스4	로또	Cash Lotto	파워볼	Mega millions	Hot Lotto	키노	기타	총판매
13년	375	1	53	40	18	17	59	21	1	31	11	630
(%)	59.6%	0.1%	8.5%	6.4%	2.9%	2.7%	9.4%	3.4%	0.1%	5.0%	1.8%	100%
12년	353	1	53	40	20	18	40	37	1	30	10	603
(%)	58.5%	0.1%	8.9%	6.7%	3.3%	3.0%	6.5%	6.2%	0.1%	5.0%	1.7%	100%

자료: La Fleur's 2014 World Lottery Almanac

2-2. 호주의 복권사업은 주정부의 승인 하에 이루어지며 주정부 소유 공사나 민간사업자 또는 복권위원회가 복권사업을 수행한다. 2013년 현재 Tattershall(빅토리아 등), 인트라롯 호주(빅토리아, Tasmania)와 같은 민간사업자, 주정부 공사(Queensland, New Southwales)가 복권사업을 수행한다. 주 관할 내에서 발매되는 복권이 대부분이지만 일부 게임은 호주 전역 또는 일부 주가 연합해 발매되고 있다. 각 사업자들이 자신의 이름으로 운영하지만 판매액 중 일부는 공동 상금을 위한 기금으로 조성한다. 107) 호주는 로또가 전체 복권 판매액의 87.1%를 차지하고 있으며, 즉석식 복권이 8.7%, 추첨식이 1.7%를 차지하고 있다. 토토나 넘버 등의 시장 비중은 미미하다.

호주의 복권별 판매현황(2013년)

(단위: 백만 호주달러)

	즉석식 인쇄복권	추첨식 인쇄복권	로또	Oz로또	파워볼	Spiel	키노	스포츠 토토	넘버	기타	총판매액
판매액	481	97	2,362	1,276	1,182	17	109	7	10	18	5,559
비중	8.7%	1.7%	42.5%	23.0%	21.3%	0.3%	2.0%	0.1%	0.2%	0.2%	100.0%

2-3. 일본 일본의 복권은 1630년 강호시대에 용안사라는 절에서 선남선녀의 이름을 추첨하여 행운의 부적을 나누어 준 것에서 유래되었다. 1945년 10월 인플레이션 방지 및 경제부흥 자금을 마련하기 위해 발행되기도 하였으나, 1954년 3월부터는 중앙정부에서 발행하는 복권을 전면 폐지하고 지방자치복권만을 발행하고 있다. 일본은 47개의 현과 12개 지정도시에서 Takara-kuji(108)라는 복권을 발행할 수 있으며 지방의회와 총무성의 승인을 얻어야 한다. 인쇄, 홍보, 판매, 추첨, 상금지급 등 실제 운영은 현재 Mizuho은행에서 독점적으로 수행하고 있다. 복권 종류별로는 로또복권, 고객이 몇 자리 숫자를 택하는 Number게임, 추첨식 인쇄복권, 즉석식 인쇄복권이 있다. 이중 일본에서 가장 인기 있는 복권은 추첨식 인쇄복권인 점보복권이다. 정기적으로 발행되는 복권으로

는 일본 전역에 판매되는 복권과 구역별 복권 네 개, 그 리고 지방의료진흥복권이 있다. 복권법에서 당첨금 지급비율은 총 판매액의 50% 이하로 제한되어 있으며 나머지 수익금은 사업비를 제외하고 지방정부나 자선단체로 배분된다. 지방의료진흥복권은 지역의료원 건설과 노인복지를 위한 기금을 조성하는 데 쓰이고 있다. 정기복권 외에 박람회나 지역축제를 기념하여 발행하는 즉석복권이 있으며 대체로 당첨 확률이 높다. 이 외에 J리그 경기 결과를 맞추는 토토가 있다.

일본의 복권별 판매현황(2013년)

(단위: 백만 USD)

	즉석식 인쇄복권	추첨식 인쇄복권	로또	키노	스포츠 토토	넘버스	기타	총판매액
판매액	495.7	5,506.8	3,068.3	-	-	783.7	-	9,854.5
비중	5.0%	55.9%	31.1%	-	-	8.0%	-	100%

자료: La Fleur's 2014 World Lottery Almanac

2-4. 중국 중국의 복권사업은 1987년에 시작되었으며 정부가 승인한 2개의 사업자가 복권사업을 수행하고 있다. 2013년 기준으로 중국후생복권이 52.7%, 스포츠복권이 47.3% 정도를 차지한다. 복권판매 수익금은 중앙정부와 지방정부에 균등하게 분배되며 스포츠복권은 공공체육시설 건설에 쓰이고 후생복권은 장애인 교육, 보건 등 전국 각지의 복지사업에 쓰인다. 합법화 이후 20년간 복권시장이 급속히 성장했으나, 사회주의 국가의 특성상 아직 국민경제에서 복권이 차지하는 비중은 낮은 편이다.

중국의 복권판매 현황

(단위: 억 위안)

	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13
스포츠복권	302	324	385	455	569	695	938	1,105	1,328
후생복권	404	449	499	583	740	875	1,108	1,286	1,476

자료: La Fleur's 2014 World Lottery Almanac

3. 외국의 복권상품 구조 비교

2013년 국내 복권상품별 구성비를 보면 로또 비중이 83.2%로 압도적으로 높고, 추첨식은 7.4%, 즉석식은 5.7%로 미미하다. 로또는 다른 지역에서도 점유율이 가장 높으나 국내 비중은 전세계 (45.1%), OECD(38.6%), 아시아(60.4%)에 비해 지나치게 높아 국내 복권시장은 로또에 과도하게 편

중된 구조이다. 그 반면 전세계(29.9%), OECD(36.0%)에 서 2번째 높은 비중을 차지하고 있는 즉석 식 복권의 국내 점유율은 5.7%로 미미하다. 추첨식 복권 비중(7.4%)도 전세계(8.1%), OECD(9.4%)에 못 미치며, 아시아(10.4%)에는 더욱 못 미치고 있다. 국내에서는 넘버스와 키노가 발행되지 않는다는 사실도 다른 지역과 대비되는 두드러진 특징이다. 다른 지역에서 넘버스와 키노 2개 복권의 합계는 10% 내외의 점유율을 유지 (OECD 11.5%, 전세계 11.1%, 아시아 8.8%)하고 있다. 전세계 상품별 판매비중은 로또 (45.1%), 즉석(29.9%), 추첨(8.1%), 넘버스(6.6%), 키노(4.5%) 순으로 고르게 분포한다. OECD도 로또(38.6%), 즉석(36.0%), 추첨(9.4%) 순서이며, 넘버스 비중(5.9%)이 키노 (5.6%)보다 더 높다. 아시아의 경우 로또(60.4%)에 이어 즉석(11.4%)이 높은 비중을 차지 하고 있으며, 넘버스도 8.1%의 높은 점유율을 차지한다

2013년 복권상품 구성비

구분	로또	넘버스	키노	기타	추첨	즉석
전세계 평균 ¹⁾	45.1	6.6	4.5	5.8	8.1	29.9
OECD 평균 ²⁾	38.6	5.9	5.6	4.5	9.4	36.0
아시아 평균 ³⁾	60.4	8.1	0.7	8.9	10.4	11.4
한 국	83.2	0.0	0.0	3.8	7.4	5.7

주: 1) 전세계 평균 구성비 = $100 \times (\text{상품별 판매액} / \text{전체 판매액})$

2) OECD 평균 구성비 = 국가별 상품 구성비의 합계/국가 수(34개국)

3) 아시아 9개국 평균 구성비 = 국가별 상품 구성비의 합계/국가 수(9개국)

자료: La Fleur's 2014 World Lottery Almanac

대륙별로는 로또 비중이 오세아니아 85.3%, 중남미 71.5%, 아프리카 63.6%로 이 지역에서는 로또가 주력 상품이다. 즉석식 복권은 북미지역(55.5%)에서는 로또(23.6%)보다 비중이 더 높고, 유럽(27.8%), 아프리카(18.4%), 오세아니아(9.9%) 지역에서는 로또에 이어 2위의 점유율을 차지할 정도로 인기다. 추첨식 복권은 아시아(11.2%)에 이어 중남미 와 유럽에서 각각 11.1%, 10.9%를 점유하고 있다.

2013년 대륙별 복권상품 구성비

(단위: 백만 달러, %)

	온라인				인쇄		총계 (점유율)
	로또	넘버스	키노	기타	추첨	즉석	
아프리카	535.0 (63.6)	2.1 (0.2)	22.7 (2.7)	117.1 (13.9)	9.2 (1.1)	154.7 (18.4)	840.9 (0.32)
오세아니아	4,656.8 (85.3)	9.2 (0.2)	115.7 (2.1)	14.8 (0.3)	122.1 (2.2)	538.8 (9.9)	5,457.3 (2.07)
아시아· 중동	42,227.3 (60.5)	5,514.8 (7.9)	501.7 (0.7)	6,031.7 (8.6)	7,821.9 (11.2)	7,683.1 (11.0)	69,830.6 (26.51)
유럽	78,760.2 (45.9)	819.3 (0.8)	7,488.0 (7.0)	7,996.7 (7.5)	11,632.7 (10.9)	29,541.1 (27.8)	106,238.0 (40.33)
중남미	5,022.8 (71.5)	950.3 (13.5)	111.5 (1.6)	21.0 (0.3)	782.6 (11.1)	137.1 (2.0)	7,025.4 (2.67)
북미	17,453.1 (23.6)	10,093.6 (13.6)	3,739.8 (5.1)	965.2 (1.3)	1,045.7 (1.4)	40,719.3 (55.0)	74,016.6 (28.1)
전세계	118,705.3 (45.1)	17,389.3 (6.6)	11,979.5 (4.5)	15,146.4 (5.8)	21,414.3 (8.1)	78,774.1 (29.9)	263,408.7 (100)

자료: La Fleur's 2014 World Lottery Almanac

주: 구성비 = 100×(상품별 판매액/전체 판매액)

OECD에서 가장 높은 점유율(52.7%)을 차지하고 있는 로또의 경우 호주의 구성비가 86.3%로 가장 높고, 한국 83.2%, 독일 79.9%, 뉴질랜드 79.6%이며 벨기에도 79.2%다. 복권판매액/GDP 비율이 세계에서 가장 높은 그리스의 경우 로또 비중은 8.9%로 미미하며, 이탈리아는 38.3%, 스페인은 35.8%로 OECD 평균에 크게 미달한다. 즉석식과 추첨식 2개 복권의 합계는 OECD 평균비중이 28.2%에 달하나, 우리나라의 경우 13.1%인 점을 고려할 때 향후 이 두 종류의 복권상품의 비중 증가를 고려할 수 있다.

2013년 OECD 복권상품 구성비(%)

(단위: %)

구분	로또	넘버스	키노	기타	추첨	즉석
호주	86.3	0.2	2.0	0.0	2.6	8.9
오스트리아	43.5	0.7	0.0	48.7	1.3	5.8
벨기에	79.2	0.4	1.0	0.0	0.0	19.4
캐나다	55.0	2.5	6.3	3.2	2.0	31.0
칠레	63.9	2.0	22.1	0.8	3.4	7.8
체코	76.3	0.0	14.8	0.9	0.0	7.9
덴마크	59.0	0.0	2.4	16.3	10.6	11.8
에스토니아	77.8	0.0	6.0	1.1	0.0	15.0
핀란드	54.1	0.0	26.0	10.8	0.0	9.1
프랑스	30.0	0.0	17.7	0.6	0.0	51.7
독일	79.9	0.0	2.0	8.6	5.3	4.2
그리스	8.9	5.4	71.7	0.0	13.9	0.0
헝가리	53.3	12.6	3.1	0.0	3.0	28.0
아이슬랜드	69.6	0.0	0.0	0.0	28.4	2.0
아일랜드	68.0	2.2	0.0	5.5	0.0	24.3
이스라엘	27.4	27.0	10.5	0.6	8.3	26.2
이탈리아	38.3	0.0	0.0	14.0	0.2	47.5
일본	31.1	8.0	0.0	0.0	55.9	5.0
한국	83.2	0.0	0.0	3.8	7.4	5.7
룩셈부르크	59.2	0.0	23.1	0.0	0.0	17.7
멕시코	40.7	12.0	0.0	0.1	45.5	1.6
네덜란드	15.3	0.8	2.5	0.0	75.3	6.0
뉴질랜드	79.6	0.0	3.1	1.9	0.0	15.4
노르웨이	75.9	0.0	3.4	8.9	0.0	11.8
폴란드	55.6	0.0	26.7	0.0	4.0	13.7
포르투갈	62.3	0.0	0.0	0.0	4.5	33.2
슬로바키아	27.6	0.0	15.1	43.8	0.0	13.6
슬로베니아	0.0	0.2	0.0	89.7	0.0	10.1
스페인	35.8	0.0	0.5	1.2	59.8	2.7
스웨덴	43.1	0.0	11.9	11.8	0.0	33.2
스위스	55.8	0.2	3.4	8.6	0.0	31.9
터키	67.1	0.0	0.0	0.0	25.2	7.7
영국	68.3	0.0	0.0	0.0	0.0	31.7
미국	19.7	15.0	5.0	1.1	0.7	58.6
평균 ¹⁾	52.7	2.6	8.2	8.3	10.5	17.7

자료: La Fleur's 2014 World Lottery Almanac

주: 1) OECD 평균 구성비 = 각국의 상품 구성비 합계/국가 수(34개국)

아시아의 경우 전세계나 OECD에 비해 특정 복권 1~2개에 편중된 시장구조를 지니고 있다. 홍콩의 경우 로또 비중이 100%이며, 우리나라(83.2%), 중국(78.1%)도 로또에 편중된 구조다. 태국은 추첨식이 100%이며, 일본은 추첨식(55.9%)과 로또(31.1%) 2개 상품이 전체 판매액의 87%를 점유하고 있다.

2013년 아시아 복권상품 구성비

(단위: %)

구분	로또	넘버스	키노	기타	추첨	즉석
한국	83.2	0.0	0.0	3.8	7.4	5.7
중국	78.1	7.5	0.1	0.0	0.0	14.3
홍콩	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
일본	31.1	8.0	0.0	0.0	55.9	5.0
말레이시아	48.4	45.8	2.8	0.0	0.1	2.9
필리핀	0.0	51.0	0.0	49.0	0.0	0.0
싱가포르	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
대만	53.9	1.9	12.0	0.0	0.0	32.2
태국	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
평균 ¹⁾	43.9	12.7	1.6	17.0	18.2	6.7

자료: La Fleur's 2014 World Lottery Almanac

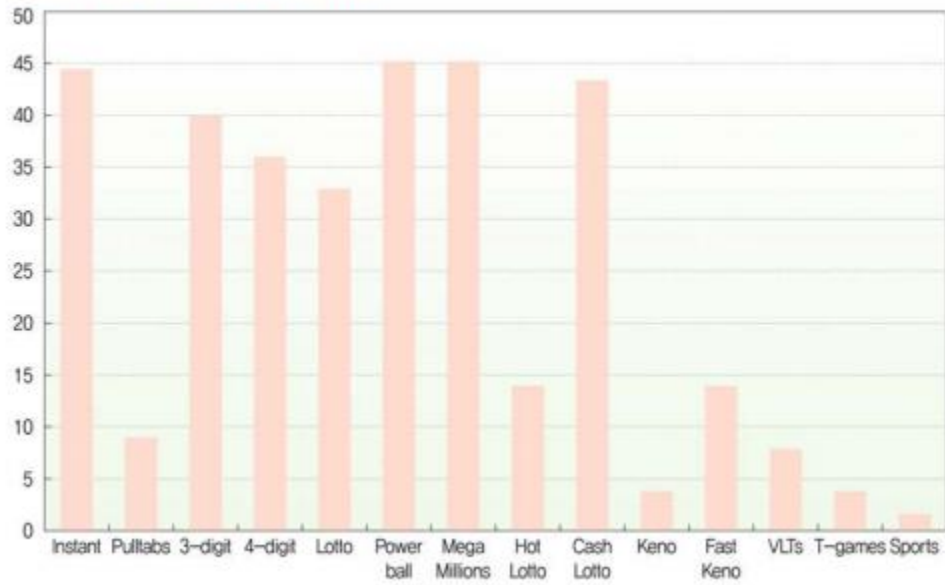
주: 1) 아시아 평균 구성비 = 각국의 상품 구성비 합계/국가 수(9개국)

4. 외국의 복권상품 사례

4-1. 미국

2013년 현재 미국의 경우 45개 주에서 총 14개 종류의 복권상품이 판매되고 있다. Instant, Powerball, Mega Millions, Cash Lotto, 3·4-digits 등이 대부분의 주에서 판매되고 있다. 가장 많은 주에서 팔리고 있는 복권상품은 Powerball과 Mega Millions로 45개 주 모두에서 판매되고 있고, 그 다음으로 Instant(즉석식)가 44개 주에서 판매되고 있다. 전세계 복권판매액 1위인 미국의 경우 즉석식 복권이 전체 복권 판매액의 50% 이상을 차지할 정도로 즉석식 복권의 왕국이다. 각 주에서 평균 50종 이상의 즉석복권이 팔리고 있다.

2013년 미국 복권상품의 주별 판매빈도



2013년 미국의 주별 복권상품 판매종류

	Instant	Pulltabs	3-digit	4-digit	Lotto	Power ball	Mega Millions	Hot Lotto	Cash Lotto	Keno	Fast Keno	VLTs	T-games	Sports
Arizona	1	1	1	1	1	1	1		1					
Arkansas	1		1	1	1	1	1							
California	1		1	1	1	1	1		1		1			
Colorado	1				1	1	1		1					
Connecticut	1		1	1	1	1	1		1					
Washington D.C.	1		1	1	1	1	1	1	1		1			
Delaware	1		1	1		1	1	1	1		1	1	1	1
Florida	1		1	1	1	1	1		1					
Georgia	1		1	1	1	1	1		1		1			
Idaho	1	1	1		1	1	1	1	1					

Illinois	1		1	1	1	1	1		1				
Indiana	1	1	1	1	1	1	1		1				
Iowa	1	1	1	1		1	1	1	1				
Kansas	1	1	1		1	1	1	1	1		1		
Kentucky	1		1	1	1	1	1		1				
Louisiana	1		1	1	1	1	1		1				
Maine	1		1	1	1	1	1		1				
Maryland	1		1	1	1	1	1		1		1	1	1
Massachusetts	1	1	1	1	1	1	1		1		1		
Michigan	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1		
Minnesota	1		1			1	1	1	1				
Missouri	1		1	1	1	1	1		1		1		
Montana	1				1	1	1	1	1				1
Nebraska	1		1			1	1		1				
New Hampshire	1		1	1	1	1	1	1	1				
New Jersey	1		1	1	1	1	1		1				
New Mexico	1		1	1		1	1		1				
New York	1		1	1	1	1	1		1	1	1	1	
North Carolina	1		1	1		1	1		1				
North Dakota						1	1	1	1				
Ohio	1		1	1	1	1	1		1	1	1	1	
Oklahoma	1		1			1	1	1	1				
Oregon	1			1	1	1	1		1		1	1	
Pennsylvania	1		1	1	1	1	1		1				
Rhode Island	1	1	1	1		1	1		1		1	1	1
South Carolina	1		1	1	1	1	1		1				
South Dakota	1				1	1	1	1	1			1	
Tennessee	1		1	1		1	1	1	1				
Texas	1		1	1	1	1	1		1				
Vermont	1		1	1	1	1	1	1	1				
Virginia	1		1	1	1	1	1		1				
Washington	1		1	1	1	1	1		1	1			
West Virginia	1		1	1		1	1	1	1		1	1	1
Wisconsin	1	1	1	1	1	1	1		1				

미국의 복권 상품 사례

<p>Instant(즉석복권)</p>  <p>구매자가 라텍스 부분을 긁어 즉석에서 당첨여부를 확인할 수 있다.</p>	<p>Pull-tabs(풀탭스)</p>  <p>일종의 자선게임으로 구매자는 풀탭을 제거해 당첨여부를 확인한다. 본 상품은 'break open 티켓'이라고도 불리며 복미의 일부 로또 관할부문에서 제공한다.</p>
<p>Bingo</p>  <p>5개 또는 4개의 숫자와 빈 공간으로 구성된 게임으로 수평, 수직 또는 대각선으로 맞추면 된다.</p>	<p>Raffle</p>  <p>숫자가 있는 복권을 사는 게임이다. 일부 숫자를 선택한 이후에 복권이 이 숫자 중 하나를 지니면 당첨이다.</p>
<p>Mega Millions(메가밀리언즈)</p>  <p>구매자가 고른 5개의 일반 숫자와 별도로 고른 나머지 숫자(일명 메가볼이라고 부름)가 정확히 일치하면 최고의 당첨금을 받을 수 있다.</p>	<p>Power Ball(파워볼)</p>  <p>미국에서 기원하였고 미국 복권단체에서 판매한다. 구매자가 고른 숫자와 추가로 고른 '파워볼' 숫자가 정확하게 일치하면 최고 당첨금(잭팟)을 받을 수 있다. 파워볼은 호주와 뉴질랜드 버전이 있다.</p>
<p>Cash Lotto(현금 로또)</p>  <p>일반 로또와 동일하고 비교적 작은 매트릭스(즉 5/35 혹은 5/39 매트릭스)를 사용하여 더 높은 당첨확률을 제공한다. 현금 로또는 잭팟에 대한 일시불 지급 대신 연금으로 20년 동안 지불한다.</p>	<p>Hot Lotto</p>  <p>1부터 47 중에서 5개의 숫자를 고르고, 추가로 1부터 19 중에서 추가로 숫자(핫 볼, hot ball)를 선택한다.</p>

4-2. 캐나다







2013년 현재 캐나다의 경우 5개의 주에서 총 13개 종류의 복권 상품이 판매되고 있다. 판매되는 복권 중에서 Passive, 즉석식, Lotto 6/49, Lotto MAX, Provincial Lotto, Spiel, 키노, Sports Pools가 모든 주에서 판매되고 있다. 캐나다에는 4개의 로또상품이 팔리고 있으며, 전체 복권 판매액 중에서 55% 이상을 로또가 차지한다.

2013년 캐나다의 주별 복권상품 판매종류

	Passive	Instant	Pulltabs	3-digit	4-digit	Lotto 6/49	Lotto MAX	Provincial lotto	Spiel	Keno	Bingo	Sports Pools	VLTs
Atlantic	1	1	1		1	1	1	1	1	1		1	1
BCLC	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	
Loto-Quebec	1	1		1	1	1	1	1	1	1		1	1
Ontario	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	
WCLC	1	1		1		1	1	1	1	1		1	1

자료: La Fleur's 2014 World Lottery Almanac

캐나다의 복권상품 사례

LOTTO MAX	LOTTO
 <p>49개의 숫자 중 7개의 숫자를 선택하거나 무작위로 고른다. 7개의 숫자 외에 2개의 추가 숫자가 있다. 상금은 얼마나 많은 숫자를 맞추는가에 따라 결정된다.</p>	 <p>구매자는 6개의 숫자(즉 6/49)를 선택하고 6개의 숫자를 통해 3개의 당첨금을 설정한다. Paris-mutuel은 상금을 구매자에게 전부 나눠주는 것을 의미하고 상금 풀의 지정된 비율은 각 상품 카테고리에 할당된다.</p>
Numbers 4-digit	Numbers 3-digit
 <p>4-digit은 0000에서 9999의 중에서 4자리를 선택하는 게임이다. 게임 유형은 완전히 일치하기(straight), 순서 상관없는 게임(box), 2가지 조합(straight/box) 등을 선택할 수 있다.</p>	 <p>3-digit은 000에서 999의 중에서 3자리를 선택하는 게임이다. 게임 유형은 완전히 일치하기(straight), 순서 상관없는 게임(box), 2가지 조합(straight/box) 등을 선택할 수 있다.</p>
Passive	Spiel
 <p>Passive는 종이 복권에 미리 인쇄된 숫자들이 있어 복권 구매자가 “적극적”으로 게임에 참여하지 않는다. 게임의 상금은 복권 추첨에서 선택된 숫자와 자신의 복권의 숫자가 부분적으로 맞는 정도에 따라 결정된다.</p>	 <p>컴퓨터로 생성한 6자리 숫자가 로또 티켓의 하단에 나타난다. 구매자는 별도로 1달러를 지불하여 게임번호를 활성화시킨다. 구매자는 반드시 두 개 혹은 두 개 이상의 번호를 왼쪽에서 오른쪽으로 정확한 순서에 따라 일치시켜야 당첨될 수 있다.</p>

4-3. 영국

영국은 Camelot사가 영국 복권사업을 독점적으로 운영하며, OECD 국가 중 판매 순위가 5위 수준으로 복권 운영과 기금 활용을 성공적으로 수행하고 있다. 로또 복권의 비중이 68.3%이고, 즉석식 복권은 31.7%로 종류가 단순화되어 있다. 즉석식 복권의 경우 인쇄식 복권과 온라인 복권을 동시에 발행하고 있으며 온라인 판매로 편리성을 도모하고 있다. 추첨식 로또 정기 복권을 발행

하고 있는데 BBC가 방송을 통해 국민적 행사로 운영하고 있으며, 구매자의 다양한 욕구를 충족시키기 위해서 4종류의 대표적 브랜드를 앞세워 다양한 상금대와 확률을 제시하고 있다.

영국의 복권상품 사례

다양한 추첨식 로또복권



다양한 추첨식 로또 상품을 만들어 각 상품마다 다른 상금과 확률을 도입하여 구매자가 원하는 로또 상품을 구입하도록 유도하고 있다. 추첨일에는 BBC방송 등을 통해 국민적 행사일로 유도하여 즐거움을 선사한다.

다양한 즉석식 복권



다양한 판매가격과 게임방법을 도입하여 구매자의 욕구를 충족시켜 주고 있으며, 상금과 확률도 즉석식 복권의 종류에 따라 다르게 책정하고 있다. 또한 상품명과 디자인을 구매자가 쉽게 알아볼 수 있도록 하여 자신의 취향에 맞는 상품을 고를 수 있다. 이를 통해 오락과 여가로 복권 구매를 할 수 있도록 유도한다.

4-4. 호주와 뉴질랜드

2013년 현재 호주의 경우 5개의 주에서 총 11개 종류의 복권 상품이 판매되고 있고, 뉴질랜드에서는 총 6개 종류의 복권 상품이 판매되고 있다. 호주와 뉴질랜드에서 가장 많이 판매되는 복권 상품은 즉석식, Powerball, 로또, Spiel로서 호주의 5개 주와 뉴질랜드 모두에서 판매되고 있다.

호주의 주별 복권상품 사례

	Passive	Instant	Pulltabs	Numbers	Powerball	Lotto	Oz Lotto	Other Lotto	Spiel	Keno	Bingo	Sports Pools	VLTs
Golden Casket	1	1			1	1	1	1	1			1	
NSW Lotteries	1	1			1	1	1		1			1	
S. Australia	1	1			1	1	1	1	1	1		1	
Tattersall's		1		1	1	1	1		1	1		1	1
W. Australia		1		1	1	1	1		1			1	

자료: La Fleur's 2014 World Lottery Almanac

뉴질랜드의 복권상품 사례

	Passive	Instant	Pulltabs	Numbers	Powerball	Lotto	Oz Lotto	Other Lotto	Spiel	Keno	Bingo	Sports Pools	VLTs
New Zealand		1			1	1		1	1	1			

자료: La Fleur's 2014 World Lottery Almanac

호주와 뉴질랜드 복권상품 사례

OZ Lotto	Sports Pools
 <p>45개 숫자 중에서 7개의 숫자를 고른다. 1구역의 당첨 확률이 가장 낮고 구역당 최소 200만 달러의 상금을 보장한다.</p>	 <p>여러 게임들 중에서 가장 정확한 숫자를 맞춘 사람이 상금을 모두 가져간다. 일례로 12개의 게임이 있다면 이 중 12개나 11개를 맞춘 사람이 상금을 독차지한다.</p>
Fast Keno	Keno
 <p>일반적으로 일정한 시간 간격이 있고, 예를 들면 5분마다(또는 이하) 10/20/80 키노 매트릭스가 그려지는 게임이다. 당첨금은 매 추첨에서 일치하는 숫자 갯수를 기준으로 한다.</p>	 <p>복권, 카지노 및 자선 게임에서 제공하는 게임으로 폭이 넓다. 구매자는 10개 숫자 중 3개를 선택하여 10/20/80 키노 필드를 나타낸다. 구매자는 확률과 보상을 선택할 수 있다.</p>

5. 복권의 국제단체

복권 관련 국제단체는 세계복권협회(WLA, World Lottery Association)로 1999년 8월 노르웨이 오슬로에서 창립되었다. 이는 세계 복권 단체의 양대 기구였던 AILE(International Association of State Lotteries)와 Intertoto(International Association of Toto and Lotto Organizations)가 WLA로 통합한 것이다. 현재 세계복권협회는 80여 개국 145여 개의 복권 관련 회사, 단체, 정부기관 등이 회원으로 가입되어 있으며, 아프리카, 아시아·태평양, 유럽, 북미, 남미에 지역별로 협회를 두고 있다. 아시아·태평양 지역 복권협회는 2000년 6월에 출범하였으며, 현재 12개국 24개 기관(정부 5개, 민간 19개)가 가입 중에 있다.

복권협회는 회원기관 간 정기적인 복권정보와 정책 교류 및 전 세계 복권사들과 유관업체 간의 상호 교류와 협력을 목적으로 하고 있으며 매년 총회를 개최하고 있다. 세계복권협회 총회의 참석 규모는 1,500명이며, 아시아·태평양 복권협회 총회는 세계복권총회의 10분의 1 수준인 150명 내외가 매년 참석하고 있다. 다만, 세계복권협회 총회는 대규모 인원의 참석에 따른 준비 문제 등으로 2010년부터는 격년제로 개최하고 있는 상태이다. 총회에서는 세계 복권 산업이 공통적으로 직면하고 있는 주요 이슈, 각국 복권시장 현황, 복권 관련 기술 현황, 상품개발 방법 등에 대한 각국 복권 당국자 또는 복권전문가들 간의 의견 교환 및 토의가 이루어지며 이와 관련된 세미나와 회의, 강연 등이 이루어진다. 특히, 세계복권협회 총회 개최 시에는 각종 복권 관련 최신 장비 및 기술에 대한 소개의 장으로 활용되는 박람회도 병행하여 개최하고 있다. 연도별 세계복권협회 및 아시아·태평양 복권협회의 총회 개최 현황은 다음과 같다. 우리나라에서 협회에 가입된 기관은 (주)나눔로또, 체육진흥공단, 스포츠토토(주) 3개 기관으로 매년 총회에 참석 중에 있으나 단순 참가 수준에 그치고 있는 실정이다.

복권 총회 개최 현황

연도	구분	개최지역	주관기관	주요의제
2007	WLA	미국(켄터키주)	켄터키주복권회사	브랜딩, 마케팅, 혁신
	APLA	일본(도쿄)	일본복권연합	APLA의 미래
2008	WLA	그리스(로도스섬)	OPAP (정부투자기관)	기업의 사회적 책임과 신뢰
	APLA	중국(베이징)	홍콩 기수 클럽	복권의 현대화, 브랜드, 회사이미지 제고
2009	WLA	칠레(산티아고)	WLA와 CIBELAE	신세계, 변화하는 복권산업 동향
	APLA	뉴질랜드(오클랜드)	뉴질랜드 복권위원회	경제불확실성에 따른 복권사업 혁신사업
2010	WLA	호주(브리즈번)	Golden Casket	복권상품의 최근 동향과 업계의 긍정적 전망
2011	APLA	말레이시아(페낭)	Magnum 기업	정보통신, 책임도박 등
2012	WLA	캐나다(몬트리올)	Loto-Quebec	최근 복권사업에 대두되는 법률적 이슈
	APLA	호주(시드니)	Tatts Lotteries	사회경제적 환경변화에 대한 복권산업의 대응전략
2013	APLA	태국(치앙마이)	태국 복권위원회	공정산업을 통한 가치 제고

* 2010년 APLA 총회는 아시아 지역에서 세계 총회 개최로 임원선임 등 회의만 개최

* 2014년 WLA 총회는 11월 이탈리아 로마에서 개최 예정이며, APLA 총회는 10월 중국 광저우에서 개최 예정임.

3. Service Define

탈중앙화 마켓플레이스 활성화

복권 시장의 구조와 역사, 판매량, 종류에 대한 조사를 기반으로 CLD플랫폼은 복권 시장 또한 규모의 경제가 수익구조에 있어 수익자, 판매자 모두에게 이점이 된다는 점을 착안하고 국경에 제한을 두는 것이 아니라 전 세계적인 복권 구매자를 타겟팅으로 하여 코인 거래량을 증진하고 코인 사용처의 명확성을 통해 가치성을 증가시키고자 한다.

우리의 비전은 새로운 인터넷에서 개방적이고 자유로운 서비스 교환을 장려하는 것입니다.

이를 위해 우리는 블록체인 및 기타 탈중앙화 시스템에서 타사 중개자의 기능을 전부는 아니지만 그 대부분에 사용가능한 토큰 플랫폼을 구축하고자 합니다. 이것은 야심 찬 목표이며 기술적으로 어려운 난제이지만, 이미 기술과 초기 사용 사례를 입증하기 위해 초기 이정표를 찍고자합니다.

CLD에서 지원하는 최종 사용자 거래 어플리케이션



CLD 마켓 플레이스 앱은 네트워크 구매자와 판매자가 비즈니스를 수행할 수 있는 소비자 마켓

플레이스 제품입니다. 웹에서, IOS 및 Android 모바일 기기에서 제공 되어질 예정입니다.

현재는 하나의 기본 CLD 시장 분산형을 구축하고 있지만, 현재 활발하게 개발되고 있는 여러 개의 P2P형식의 개인 거래를 통해 암호화폐 시장의 거래를 진정한 탈중앙화를 기반하고자 합니다.

판매자는 상품 목록을 생성하고, 그들의 목록의 구매가능 여부를 설정한 후 , 지불을 승인합니다. 구매자는 CLD 마켓플레이스 및 디앱상에서 제공하고 있는 모든 화폐 및 서비스를 통합적으로 검색하고 찾아볼 수 있으며, 무엇보다 중요한 것은 해당 상품을 즉각적으로 구매할 수 있다는 것입니다.

특히 사용자 및 거래 데이터에 액세스할 수 있는 유일한 방법은 CLD에 있지않습니다. 자사의 코드, 프로토콜 및 사양은 모두 100% 암호화될 것이나 , 추후 다른 사용자들이 자사의 코드를 확장하고 포크하여 그들 스스로 자체 프론트 엔드 환경을 구축해 나가기를 기대합니다. 이미 다수의 복권 시장에 참여되는 인원들이 흥미를 가지고 관심을 가지고 있습니다.

CLD 개발자 인프라

CLD는 많은 타사 토큰과 암호화폐 거래를 성공적으로 지원할 수 있는 강력한 개발자 에코시스템을 구축할 계획입니다. 블록체인 및 분산 기술은 여전히 초기단계로 여전히 대부분의 개발자들은 해당 기술을 사용하여 작업하는 것에 어려움을 마주하고 있습니다. CLD는 타사 개발 프로세스를 간소화하여 개발자들이 사용하기 쉬운 개발자 라이브러리를 통해 사용하기 쉬운 추상화 계층을 구현함으로써, 전통적인 웹 및 모바일 기술에 경험이 있지만 블록체인 프로그래밍에 익숙하지 않은 많은 개발자들이 블록체인 기술과 더욱 친숙해질 수 있기를 희망합니다.

주요 제품 기능 및 장점

요약하면 CLD 플랫폼과 CLD를 기반으로 구축 된 거래 애플리케이션은 기존 공유 경제 시장과 비교할 때 몇가지의 장점을 가지게 됩니다.

가장 중요한 것은 구매자와 공급자 사이의 예약과 관련된 거의 모든 거래 수수료를 삭감할 수 있

는 능력입니다. 팻 프로토콜 현상으로 인해 네트워크의 가치는 대부분 프로토콜 계층의 가치에 있으며 애플리케이션 계층에서는 더 적습니다. CLD의 인센티브는 구매자와 판매자의 풍부한 생태계를 구축하기 위한 것이므로 프로토콜 수준에서 부담스러운 거래 수수료를 부과하지 않습니다.

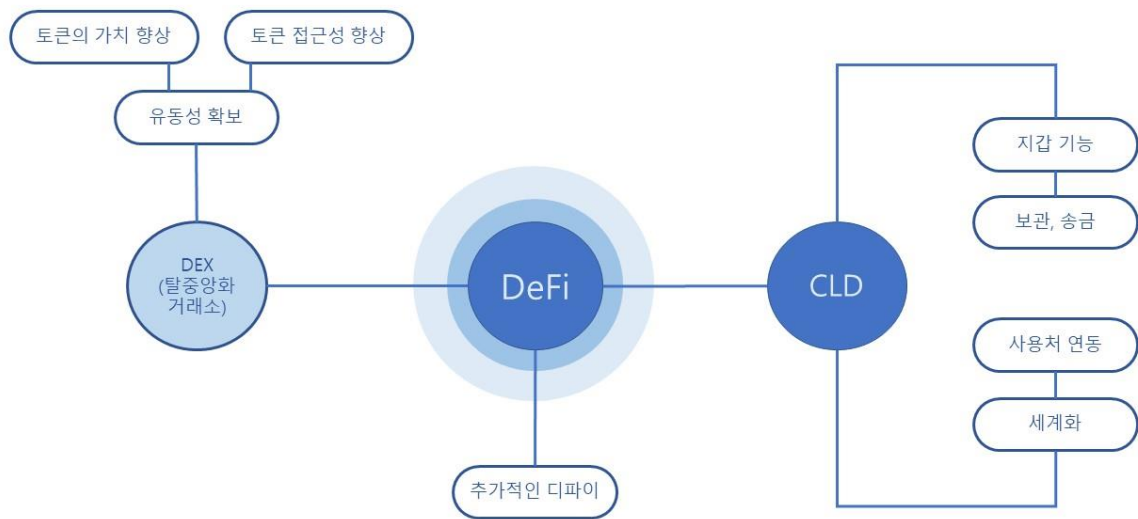
따라서 개발자가 청구하는 트랜잭션 수수료가 반드시 금지되는 것은 아닙니다. 오늘날 토큰은 커미션으로써 타사 토큰 운영자에게 수익 흐름의 제공하는 인센티브/보상 메커니즘으로 사용됩니다. 판매자는 자신의 상품 목록을 홍보할 수 있으며, 이를 구매자와 연결하는데 도움이 되는 시장운영자에게 선택적 커미션을 제공할 수 있습니다. 이러한 수수료는 기존 중앙 집중식 기존 업체보다 상당히 낮을 것으로 예상되지만, 시장 운영자와 전자 상거래 상인들은 개발자 라이브러리 및 프로토콜 위에 다양한 기능을 제공하는 전용 환경을 구축할 동기를 부여하는 것이 중요합니다.

우리는 다시 한 번 기본적 예시라 볼 수 있는 마켓플레이스 앱이나 분상화된 전자 상거래 상점 운영자가 현재 제공하는 것보다 더 전문적인 경험을 통해 얻을 수 있는 혜택에 대한 잠재적인 사용 사례로서 다음과 같은 특정 제품군에 집중되어 있는 사이트(예: 도그 시팅/dog sitting)와 지역 중심의 사업(예: 미국 볼더 지역의 자전거 공유/bikesharing in Boulder, CO)과 같은 사례들을 살펴 봅니다. 오늘날, 만약 여러분이 세계 경제 시장에서 경쟁력을 갖춘 전통적인 회사를 설립하고 싶다면, 여러분은 여러분이 사업을 하고자 하는 국가별로 한 곳씩 새로운 은행 계좌를 설립하고, 각 국가별로 사업을 하기 위한 관련 금융 규제를 준수해야 합니다. 앞서 이야기 한 과정에서, 사업 규모를 국제적으로 확대 하고자하는 대부분의 신생 기업들은 중대한 진입장벽을 마주하게 됩니다. 사실, 우리는 종종 원래의 아이디어를 생각해낸 회사보다 특정 지역에서 더 빨리 출시된 해당 지역의 복제 회사들을 볼 수 있습니다. 그러나 암호화폐는 세계적인 현상입니다. 인터넷이 널리 보급된 덕분에, 이더리움(Ethereum) 메인넷이 출시되었을 때 세계 거의 모든 국가에서 오리진 플랫폼과 대표적인 시장 앱을 즉시 사용할 수 있었습니다. 오리진은 이와 같은 현상이 매우 중요한 이점이라 간주합니다.

4. 토큰 이코노미

디파이 서비스

토큰은 생태계 내에서 장기적인 활용도가 높기 때문에 토큰 가치의 안정성이 중요한 요소로서 작용합니다. 탈중앙화 금융, 즉 디파이(DeFi) 서비스는 이러한 장기적인 가치 안정과 더불어 부가적인 가치 창출에 따른 토큰의 내재가치 상승에 큰 도움을 줄 수 있습니다



DApp 내에는 자체 지갑과 스테이킹 등의 기능이 활성화 되어 있어 이를 통해 TRCL 토큰의 보관, 송금, 예치 등의 서비스를 이용할 수 있으며, 사용자의 편의와 이익을 위해 더욱 다양한 기능들이 계속 추가될 예정입니다.

이 외에도 유니스왑(Uniswap) 등 대형 탈중앙화 거래소(DEX)에 유동성을 공급함으로써 토큰의 가치와 접근성을 향상시킬 것입니다.

추가로 디파이 서비스를 제공하는 다양한 업체 또는 재단과의 협력을 통해 토큰의 활용성을 높일 것입니다.

토큰의 디파이 서비스는 여기서 끝나지 않으며, 하루가 다르게 발전해 나가는 디파이 생태계의

트렌드에 맞게 꾸준히 업데이트 될 예정입니다

토큰 분배

Treecle DApp 및 프로그램 연구개발 비용	연구 개발 인력 총원 및 운용, 서비스 및 비즈니스모델 고도화, 어플리케이션(DAPP) 개발에 사용 될 것입니다.
서비스 구축 비용	시장 생태계를 위한 서비스 인력, 관리 인력 등 총원과 사무실, 매장 운영 등의 비용으로 사용할 예정입니다.
TRCL 서버 관리 비용	블록체인 서버 및 상용 서버 관리, 유지비에 지출 예정이며, 유저 들이 늘어남에 따라 서버 확장을 위해 사용할 것입니다
고객 관리 및 응대 비용	고객 센터 구축, 응대 직원 채용 등에 사용될 예정입니다
마케팅 비용	온라인 광고 뿐만 아니라 오프라인 광고를 집행할 예정이며, 향 후 모터쇼 참석 및 후원 등을 통해서 인지도를 높여 나갈 예정입 니다.
상장 비용	국내외 글로벌 거래소의 상장을 위해서 상장 수수료, 진행 비용 등을 지출할 것입니다.
법무, 회계 비용	TRCL이 거래될 수 있는 각 국가의 법안과 실상에 맞게 법적 자 문, 법률의견서 및 회계 자문을 받는데 사용할 예정입니다.

진술과 보증 및 법적 책임 법적 고지

저희 CLD 팀(동인투자그룹과 CLD 및 그 주주, 임직원, 계열회사를 통칭함)은 CLD 프로젝트와 플랫폼에 많은 관심과 애정을 가지신 분들에게 향후의 계획과 목표하는 바에 대한 구체적인 정보를 제공 드리기 위한 참고 목적으로 이 백서를 작성하였습니다. 따라서 이 백서는 여러분에게 투자 등을 권유하기 위한 것이 아니며 그와는 무관합니다. CLD 팀은 이 백서를 '작성 시점'을 기준으로 작성하여 제공하는 것으로, 백서 상의 어떠한 내용도 향후 업데이트 혹은 변경될 수 있음을 알려드립니다. 그리고 백서에 기재된 그 어떠한 사항도 그 정확성과 장래의 확정성을 진술 및 보장하지 않으며 CLD 팀은 그에 대한 법적 책임을 부담하지 않습니다. 그 예로, CLD 팀은

- (i) 백서가 적법한 권리에 근거하여 작성되었으며 제3자의 권리를 침해하지 않는지,
- (ii) 백서가 상업적으로 가치가 있거나 유용한지,
- (iii) 백서가 여러분이 가지고 있는 특정 한 목적의 달성에 적합한지,
- (iv) 백서의 내용에 오류가 없는지 등에 관해 보장하지 않습니다. 또 한 책임 면제의 범위는 이 예들에 한정하지 않습니다. 여러분이 자신의 의사결정 등 행위에 있어 이 백서를 이용(백서를 참고하거나 이를 근거로 한 경우도 포함하며 범위를 한정치 않음)한 경우, 그에 따른 결과는 이익, 손해 여부를 불문하고 전적으로 여러분의 판단에 따른 것입니다. 다시 말해, 이 백서를 이용함으로써 여러분에게 손해, 손실, 채무 기타 피해가 발생하더라도 CLD 팀은 그에 대한 배상, 보상 기타 책임을 일체 부담하지 않는다는 점에 유의하시기 바랍니다.

8.2 포인트와 토큰

CLD 프로젝트와 플랫폼에서 투자자는 CLD 팀 등의 주식 및 의결권과 일체 무관합니다. 투자자는 CLD 프로젝트와 플랫폼을 통해 발생하는 각종 서비스에 접근하고 이를 이용하는 수단에 불과합니다. 투자 증서를 보유한다는 것만으로 일정한 수익, 보상이 주어지거나 그 어떤 보장도 제공되지

지 않습니다. 만일 사용자에게 일정한 혜택이 부여될 경우에는 이는 서비스 내에서 사용자의 추가적인 기여 혹은 사용자 커뮤니티의 재량적 판단과 의사결정에 따라 일정한 형태로 지급될 수 있는 범위에 한합니다.

면책 조항

- 1) 이 백서는 CLD 팀이 계획하고 있는 정보를 제공하기 위해 참고용으로 작성된 것이며 관계 당국에 의하여 검토되거나 승인된 것이 아닙니다. 이 백서는 정보 제공 목적으로만 제공되며, 법률·세무·재무·회계·규제 등에 대한 권유 또는 조언이 아니며 코인, 토큰 구매나 판매를 유도하거나 거래에 대한 근거를 제공하기 위한 것도 아닙니다. 코인, 토큰 구매는 법률·세무·재무·회계·규제 등에 관한 전문가와 상의한 후 참여자 본인이 이러한 거래로부터 얻을 수 있는 잠재적 이익과 발생할 수 있는 부담 기타 불이익한 결과를 판단해야 할 것이고, 예측할 수 없는 기간 동안 경제 적인 위험을 감수해야 할 수 있다는 점을 인지하시기 바랍니다
- 2) 이 백서에 포함된 진술과 정보들은 현재 시점의 것이 아니며 미래를 예측한 것입니다. 이러한 미래를 예측한 진술과 정보들은 알려 지거나 알려지지 않은 위험을 포함하는 것으로 불확실하며, 실제 결과는 참여자가 백서의 진술 또는 정보들을 통해 추측한 결과 또는 백서가 암시 또는 표시 한 결과와 실질적으로 다를 수 있다는 점을 인지하시기 바랍니다.
- 3) 이 백서는 CLD 팀을 법적으로 구속하는 효력을 갖고 있지 않습니다. CLD 팀의 이사, 임원, 직원 등은 백서의 정확성, 신뢰성 등에 대하여 보증하거나 이로 인하여 발생한 결과에 대하여 법적 책임을 지지 않습니다. CLD 팀은 어떠한 이유로든 또는 어느 시기이든 백서의 일부를 수정·추가 또는 삭제할 수 있으며, 수정·추가 또는 삭제된 경우 필요에 따라 CLD 팀의 홈페이지, SNS 등을 통해 공지할 것입니다.
- 4) 이 백서는 증권 발행을 위한 계획서가 아니며, 또한 투자를 유도하거나 증권 발행 또는

매수 를 원하는 것이 아닙니다. 따라서 참여자 는 코인, 토큰이 증권을 의미하는 것이 아니며, 이 백서 가 증권 발행을 위한 것이 아님은 물론 투자자에 어떤 종류의 이익 배당이나 의결권도 부여된 바 없다는 점을 분명히 인식하여야 하고, 위와 같은 목적으로 참여하는 것을 지양해야 할 것입니다.

- 5) CLD 팀은 백서 내용에 대한 법적 검토를 지속적으로 수행할 예정이나, 이 백서의 적법성, 제3자의 권리 비침해, 상업적으로 유용한 가치 보유, 백서의 내용의 무결성 등을 보장하지는 않습니다. CLD 팀은 투자자가 이 백서를 읽고 어떤 결정 하거나, 이 백서를 이용함으로써 생기는 모든 형태의 손해·손실·채무 등 기타 재무적 피해에 대해 일체의 배상·보상 기타 책임 을 부담하지 않습니다.
- 6) 투자자 토큰 거래에 있어, 거래 참여자들은 국가의 법·정책 등이 디지털 토큰 거래를 금지하거나 제한 하고 있는 지역의 시민·자연인·법인(이하 “참여 제한자”)에게 CLD 토큰을 제공·유통·재판매·양도 되어서는 안됩니다. 따라서 참여 제한자들은 이 백서와 관련된 토큰의 거래에 참여할 수 없습니다. 참여 제한자의 개입으로 발생한 모든 책임은 참여 제한자 또는 참여 제한자에게 제공·유통·재판매·양도한 자에게 있다는 점에 유의하시기 바랍니다.
- 7) CLD 팀은 이 백서와 관련된 토큰거래에 참여하려는 자가 제공한 신원 정보등이 불충분하거나 부정확하거나 그 밖 의 오해의 소지가 있는 경우 또는 참여 제한자로 추정되는 경우에는, 언제든지 코인, 토큰 구매 요청을 거부할 수 있습니다. 또한 마약거래 등 범죄 수익 자금으로 코인, 토큰 거래에 참여하거나 자금세탁, 테러자금 모집을 위하여 토큰을 거래에 참여하여서는 아니 됩니다. 참여 제한자가 코인, 토큰을구매한 경우 또는 불법적이고 승인되지 않은 자금과 목적으로 구매한 경우, 언제든지 거래가 금지 되고 제한될 수 있으며 그러한 코인, 토큰 구매는 취소 또는 무효로 될 참여자의 지역에서 코인, 토큰을 합법적으로 구매할 수 있습니다.

- 8) 투자 및 상장 여부와 특정 지역의 다른 구매 자에게 코인, 토큰을 재판매할 수 있는지 여부를 확인하는 것은 참여자가 스스로 판단하여야 하는 것이며, 이 백서는 그러한 판단의 근거를 제공하는 것이 아님은 물론 참여자의 잘못된 판단에 대하여 CLD 팀은 아무런 책임을 지지 않습니다.
- 9) CLD플랫폼은 Main App과 앞으로 출시 될 수 많은 Earning Apps를 이용한 사업의 적법성에 대하여 법률검토를 지속할 예정이지만, 각국의 규제 조치 또는 법령으로 인하여, 경우에 따라서는 상업적으로 규제승인을 취득하지 못하게 될 수 있고 각국의 관할 법령에 의해 운영이 중지될 수 있는 위험이 있는바, 유념하시기 바랍니다.
- 10) 백서에 포함되어 있는 토큰 분배 계획은 프로젝트의 로드맵의 진행과 기술 개발관련 상황의 변동 기타 토큰 발행 및 유통에 관하여 영향을 줄 수 있는 상황의 변동에 따라 변경될 수 있으며, 백서 내에 포함되어 있는 사항에 관하여 위와 같은 사유에 따라 변경이 필요한 경우 Ad-OS는 변경된 사유를 적시하여 홈페이지를 통한 공고와 참여자들에 대한 이메일 발송 등을 통하여 고지 할 수 있습니다.
- 11) 이 백서 및 관련 문서는 한국어 이외의 문서로 번역될 수 있으며, 한국어 버전과 외국어 버전 사이에 불일치할 경우에는 한글 버전을 우선합니다.
- 12) CLD 팀, CLD Ecosystem의 면책 범위는 위에서 언급한 내용에 한정되지 않습니다.