

## 보도자료

2011년 9월 26일(월) 배포시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 네트워크정책국 인터넷정책과 홍진배 과장(☎ 750-2730)  
인터넷정책과 한정원 사무관(☎ 750-2745) jwhan@kcc.go.kr

### 新유형 인터넷·모바일 광고 활성화를 위한 인프라 본격조성

- 모바일광고의 신뢰 향상을 위한 모바일광고 플랫폼 인증제 10月 시행
- 新유형 인터넷·모바일 효과 검증 위한 2만 명 테스트패널 구축·운영

방송통신위원회(위원장: 최시중)는 「인터넷광고 활성화 종합계획(‘10.10)」의 액션플랜의 일환으로 新유형 인터넷·모바일광고 활성화를 위해 10월에 모바일광고 플랫폼 인증제를 도입하고, 新유형 광고모델을 사전 검증할 수 있는 테스트패널을 구축·운영할 계획이다.

최근 스마트폰의 대중적 확산으로 무선인터넷 사용이 증가하고, 앱 시장이 활성화되면서 모바일광고가 급성장(세계 모바일광고시장 ‘11년 33.1억 달러에서 ‘15년 206억 달러로 연평균 66.1% 성장 전망, Gartner ‘11.6)하고 있다. 모바일 광고는 위치·지역기반 광고 등 맞춤형광고로 진화하면서 일방향의 광고에 비해 높은 광고효과를 보이는 것으로 조사되고 있다. 이에 구글(AdMob), 애플(iAD), 페이스북 등 글로벌기업을 비롯해 국내 이통사, 포털사, 광고업체 등은 모바일광고, 소셜광고 등에서 초기시장의 주도권 확보를 위해 광고플랫폼을 출시하여 경쟁 중이다.

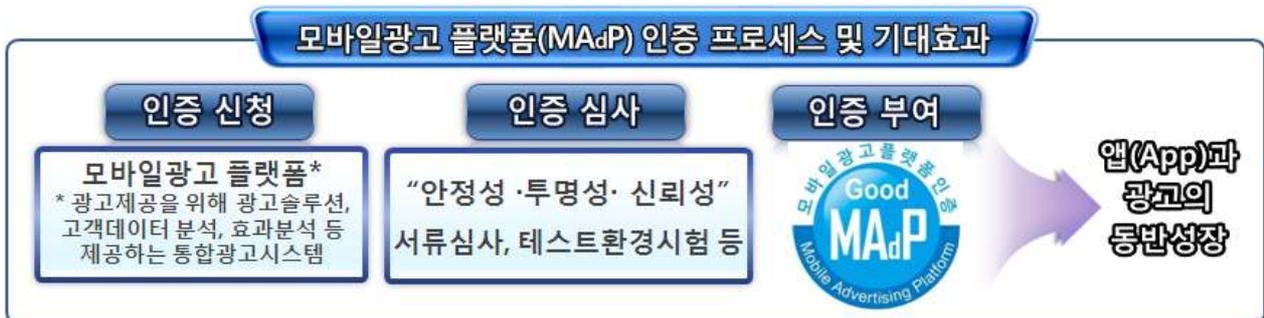
※ 코카콜라가 집행한 모바일광고 결과에 따르면, 모바일광고의 클릭률이 인터넷 광고보다 40배 가량 높은 13% 수준으로 조사(코카콜라, ‘11.8월)

그러나, 국내 온라인광고시장은 모바일광고 효과에 대한 광고주의 인식이 저조하고, 이용자의 신뢰도도 낮아 광고주의 모바일광고 활용이 미미

하고, 다양한 유형의 온라인광고 모델의 개발도 활발하지 못한 상황이다.

이에 방통위는 모바일광고 등 新유형 온라인광고의 건전한 성장을 촉진하고, 글로벌업체의 잠식에 대응해 국내 경쟁력을 확보하기 위해 적극적으로 활성화 인프라 조성에 나선다.

① 먼저, “모바일광고 플랫폼(MAdP: Mobile Advertising Platform) 인증제”를 도입하여 플랫폼의 기능적 안정성·운용의 투명성·이용자 보호의 신뢰성의 기준을 충족하는 플랫폼에 대해 인증을 부여할 계획이다. 인증을 받고자 하는 사업자가 주관기관인 한국온라인광고협회(KOA: Korea Onlinead Association)에 신청하면 인증위원회의 서류심사와 표준 테스트환경 시험, 이용자 정보보호 차원의 기술평가실사를 통해 인증기준을 점검한다. 동 인증은 10월 10일부터 수시신청이 가능하다.



※ 애플 아이폰의 앱 수익 중 광고수입의 비중이 14%(‘10.6)에서 34%(‘10.12)로 증가한 것으로 조사(Business Insider, ‘11)

방통위는 MAdP 인증을 통해 국내 광고플랫폼사업자가 광고주 및 이용자의 신뢰를 확보하여 모바일광고의 활용을 촉진하고, 모바일 앱과 광고의 결합을 효과적으로 촉진시켜 모바일광고시장의 성장을 도모할 것으로 기대한다고 밝혔다.

② 또한, 방통위와 한국인터넷진흥원(KISA)은 광고사업자들이 독자 개발한 新유형의 온라인광고 모델을 사전 검증할 수 있도록 2만 명의 테스트패널을 구축·운영한다. 온라인광고 모델의 수용성과 만족도, 광고 효과 등을

검증하고자 하는 사업자는 스마트폰·태블릿PC 사용자, 연령, 성별 등 사업자의 요청에 따라 구성된 패널을 대상으로 온라인사이트·모바일을 통해 조사하고, 결과를 광고모델의 수정·보완, 광고주에 대한 광고효과 입증 등에 활용할 수 있다. 이용을 원하는 광고사업자는 KISA에 9.26-10.10 기간 동안 1천 명 단위로 패널을 신청할 수 있고, 선정된 사업자는 패널 규모에 따라 10~20%의 비용을 부담한다.



방통위는 모바일광고 플랫폼 인증제 및 新유형 온라인광고 테스트패널을 통해 온라인광고의 효과에 대한 광고주의 인식을 제고하고, 온라인광고에 대한 이용자의 신뢰를 향상시켜 온라인광고시장 성장의 기폭제가 될 수 있기를 기대한다고 밝혔다. 나아가 이와 같은 노력을 통해 온라인광고가 인터넷·모바일산업과 앱 생태계가 성장할 수 있는 핵심엔진으로서 기능할 것으로 전망하고 있다.

- 붙임 : 1. 모바일광고 플랫폼 개요  
 2. 新유형 온라인광고 테스트패널 이용사업자 선정 공고  
 3. 인터넷·모바일 광고 주요통계

[붙임1]

## 모바일광고 플랫폼 개요

- 모바일광고 플랫폼은 '광고를 제공하기 위하여 모바일환경에 특화된 솔루션을 제공하고, 고객데이터 분석부터 타겟팅, 효과분석, 리포팅까지 제공하는 통합 광고시스템'

〈모바일광고 플랫폼 집행구조(예시)〉



※ 자료출처 : 퓨처스트림네트웍스, 메조미디어, 라이브포인트

〈모바일광고 유형(예시)〉

검색 광고	배너 광고	전면광고	위치기반 광고	모바일코드 광고
검색사이트에서 검색 결과 페이지 상단에 검색어와 관련 있는 제품이나 서비스의 광고를 제공	웹사이트나 모바일 앱의 특정 영역에 위치하는 띠 형태의 광고	모바일앱 실행 시 전체 페이지 형태의 광고	증강현실(AR)이나 위치기반 서비스를 활용하여 브랜드 노출 쿠폰 등 제공	QR코드 등을 스마트폰으로 찍으면 제품이나 서비스의 광고, 정보 등 제공

- 플랫폼을 통해 '이용자의 정보(위치·행태정보 등) 축적, 데이터 분석 및 광고효과 측정, 이용자 광고주 등과의 네트워크 구축' 등이 이루어짐
- 따라서, 구글의 AdMob, 애플의 iAD 등 글로벌업체들은 적극적으로 광고 플랫폼을 육성하여 광고시장을 선점하고, 이용자 DB를 구축 中
- ※ 국내 모바일광고시장은 구글, 야후 등 글로벌 업체와 중소플랫폼사, 포털사, 이통사, 제조업체 등의 업체들이 진출하여 경쟁하고 있음

[붙임2]

## 2011년도 新유형 온라인(인터넷·모바일)광고 테스트패널 이용사업자 선정 공고

방송통신위원회와 한국인터넷진흥원은 온라인(인터넷·모바일)광고 활성화 인프라 조성을 위하여, '新유형 온라인광고 테스트패널 이용사업'에 참여할 사업자를 모집하오니, 아래 방법에 따라 신청하여 주시기 바랍니다.

2011년 9월 26일  
한국인터넷진흥원장

### 가. 사업목적

- 국내 독자기술로 개발된 新유형 온라인(인터넷·모바일)광고에 대한 사전 효과검증 환경을 조성하여 新유형 온라인광고 비즈니스 모델의 확산을 촉진

### 나. 신청대상

- 新유형 온라인(인터넷·모바일)광고 비즈니스모델 및 서비스의 사전 효과검증 테스트를 통해 이용자 반응을 테스트하고, 이를 통해 서비스를 수정·보완하고자 하는 국내 온라인(인터넷·모바일)광고 플랫폼 사업자

다. 이용사업자 선정 : ○개사(이용가능 패널 20,000명 내에서 선정)

### 라. 지원내용

- 新유형 온라인(인터넷·모바일)광고의 효과검증 테스트에 필요한 패널 제공 및 패널조사·분석 지원

- 이용사업자는 이용패널 수에 따라 최소 10% 이상의 자체부담금 제공

※ 자세한 사항은 사업수행지침 참조

#### 마. 신청서 접수

- 접수기간 : 2011.09.26(월)~10.10(월) 15:00
- 접수방법 : 방문 접수
- 제출서류 : 사업수행지침 참조
- 접 수 처 : 서울시 송파구 중대로 109 KISA 대동청사 12층 융합콘텐츠팀
- 문 의 : 김복영 수석연구원(☎ 02-405-6461, bykim3@kisa.or.kr)

#### 바. 사업설명회

- 일시 : 2011.09.30(금) 15:00~17:00
- 장소 : 서울시 서초구 서초로 398 KISA 서초청사 12층 KISA 아카데미
- 사전신청 : 2011.9.29(목) 13:00시 까지
- 신청문의 : 김복영 수석연구원(☎ 02-405-6461, bykim3@kisa.or.kr)

[붙임3]

## 인터넷 · 모바일광고 주요통계

### □ 국내 인터넷·모바일광고시장 현황

- 인터넷광고시장은 '10년 1조 5천억 원, '11년 1조 7천억 원으로 성장하여 '11년 신문광고를, '20년 TV광고를 추월할 것으로 전망(미디어미래연구소 등, '11)

<국내 주요 광고시장 현황>

(단위 : 억 원)

구 분	2007	2008	2009	2010
전체광고시장	71,303	77,971	72,560	84,501
TV광고시장	21,076	18,997	16,709	19,307
신문광고시장	17,081	16,581	15,007	16,438
인터넷광고시장 (성장률%)	10,200	11,900 (16.7)	12,430 (4.5)	15,470 (24.5)
인터넷광고 점유율(%)	14.3	16.9	19.1	18.3

출처 : 제일기획, 「광고연감」, 2011

- 모바일광고는 위치기반 광고 등 맞춤형광고의 등장과 더불어 급성장하여 인터넷광고시장 내 비중이 '11년 3%에서 '15년 20%로 확대될 전망

<국내 인터넷·모바일광고시장 전망>

(단위 : 억 원)

구 분	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년
인터넷광고 규모	17,600	20,700	22,700	24,900	27,500
모바일광고 규모	600	1,700	3,700	4,800	6,900

출처 : HSBC(2010.6), 현대경제연구원('10.11)

### □ 세계 인터넷·모바일광고시장 현황

- 글로벌 인터넷광고시장은 '13년 1,000억 달러 시장으로 성장할 전망이며, '14년부터 전체 광고시장의 20% 이상 차지할 것으로 예상

<세계 인터넷광고시장 규모 및 전망>

(단위: 억 달러)

구 분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	성장률('10~'15)
전체광고시장	4,757	4,969	5,295	5,525	5,798	6,031	4.9%
인터넷광고 (점유율%)	684 (14.4)	802 (16.1)	942 (17.8)	1,061 (19.2)	1,198 (20.7)	1,321 (21.9)	14.1%

출처: eMarketer, '11.6

- 글로벌 모바일광고시장은 연평균 66.1% 성장하여 '10년 16.3억 달러에서 '15년 206.1억 달러까지 성장할 전망(Gartner, '11.6)