

보도자료

2010년 10월 14일(목) 배포 시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 네트워크정책국 인터넷정책과 홍진배 과장(☎750-2730)
인터넷정책과 권오운 주무관(☎750-2746) owkwon@kcc.go.kr

방통위, 인터넷광고시장 활성화를 위한 마스터플랜 마련

- 2014년까지 인터넷광고시장을 '2조원 규모로 확대'한다는 목표 하에 新 광고시장 개척, 유통구조 선진화, 건전한 이용기반 조성 등 3대 분야 10대 중점과제 추진
 - . 유망 인터넷광고 플랫폼 인증제 도입, 1만명 테스트패널 구축 등 新 광고시장 개척 지원책 마련
 - . 인터넷광고 효과측정 기준정립 및 산업활성화 촉진 등 종합적인 법·제도적 기반마련
 - . 인터넷광고시장 건전화에 위한 자율규제 기반 및 이용자 피해구제 체계 강화

방송통신위원회(위원장 최시중)는 제60차 방송통신위원회의를 거쳐 10월 14일(목), 「인터넷광고시장 활성화종합계획」을 발표하였다. 방통위는 지난 3월 29일, '모바일광고정책포럼'을 출범시키고 업계·학계 등 사회 각 분야의 의견을 폭넓게 수렴하여 모바일광고를 포함하여 인터넷광고시장 활성화를 위한 마스터플랜을 준비해 왔다

인터넷광고는 인터넷 비즈니스의 핵심산업으로 전세계 인터넷광고시장이 '09년도에는 546억달러의 매출을 기록하면서 TV, 신문과 함께 영향력있는 매체로 발전하고 있다. 또한, 국내에서도 인터넷광고는 전체 광고시장에서 16.4%(1조 2,978억원)¹⁾의 높은 비중을 차지하고 있다. 특히, 스마트폰·SNS 등과 결합한 신유형 광고시장은 인터넷산업의 핵심성장동력으로 부상하고 있으며, 글로벌 기업들은 신유형 광고시장 선점을 위해 신규 광고플랫폼을 경쟁적으로 도입하고 있다. 이에 반해, 국내 인터넷광고시장은 경쟁력있는 플랫폼 확보 미비, 취약한 유통구조, 낮은 신뢰도 등의 문제로

1) 한국인터넷마케팅협회, 2009. 11

산업초반 성장세에 비해 성장이 둔화되어 시장 촉진 및 글로벌 경쟁력 강화 등을 위한 개선책 마련이 요구되어 왔다.

이에 따라, 방통위는 新 광고시장을 개척하여 광고시장 전체 규모를 확대시키고, 유통구조 선진화 및 건전한 이용기반 조성을 통해 글로벌 인터넷광고 강국으로 도약한다는 목표 아래의 3대 분야 10대 중점과제를 추진하기로 하였다.

< 3대 분야 10대 중점과제 >

| 3대 분야 | 10대 중점과제 |
|------------------------------|--|
| <p>新 인터넷광고 시장 개척</p> | <p>① 신유형 인터넷광고 비즈니스 모델 개발 지원 ② 유망 인터넷광고 플랫폼(GIAP) 인증 및 확산 지원 ③ 인터넷광고 종합정보시스템 구축 ④ Internet Ad Specialist 양성체계 마련</p> |
| <p>인터넷광고 유통구조 선진화</p> | <p>⑤ 인터넷광고 효과측정 및 유통거래 신뢰성 제고 ⑥ 인터넷광고 비즈니스 네트워크 구축 ⑦ 인터넷광고시장 촉진을 위한 제도적 기반 마련</p> |
| <p>건전한 인터넷광고 이용기반 조성</p> | <p>⑧ 인터넷광고시장의 자율정화 기반 강화 ⑨ 인터넷광고 이용자 피해구제 체계 정비 ⑩ 개인정보의 보호 및 활용 체계 마련</p> |

① 新 인터넷광고시장 개척

(유망 인터넷광고 플랫폼 인증 및 신유형 비즈니스 모델 지원) 「유망 인터넷광고 플랫폼 인증제」를 도입하여 독자적 기술로 개발된 플랫폼의 우수성·독창성 등에 대한 인증을 통해 국내시장의 활용도 향상과 글로벌 플랫폼 시장 진출 기반을 마련한다. 또한, 신유형광고 비즈니스 모델 개발지원을 위해 「1만명 테스트패널」을 구축하여 모바일 앱, SNS 등에 기반한 다양한 신유형광고에 대한 시범서비스와 효과측정 등 필드테스트 체계를 제공한다.



※ 애플, 구글 등 글로벌기업들은 새로운 비즈니스모델과 다수의 가입자, 높은 서비스 이용률을 바탕으로 인터넷광고시장 점유율을 높이고 있으나, 국내기업의 경우에는 중소기업자들이 모바일광고 플랫폼을 개발하였음에도 불구하고 시장에서의 인지도가 낮아 이를 활성화시키지 못하고 있는 것으로 나타남

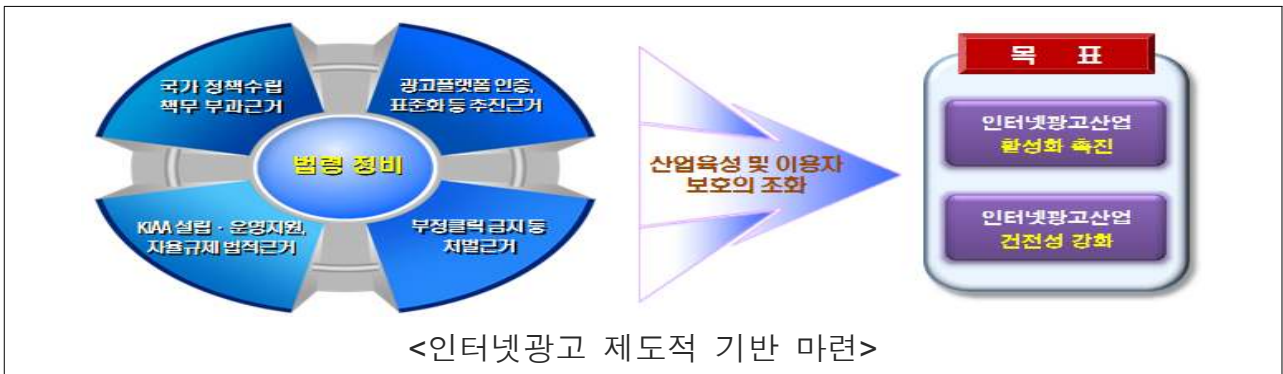
또한, 글로벌 트렌드 공유 및 신기술 선도를 위한 인터넷광고 국제 EXPO(예:ad:tech)유치를 추진하고, 차세대 인터넷 비즈니스 모델 발굴·육성을 위한 '비즈니스모델 경진대회'를 개최한다.

(인터넷 종합정보시스템 구축 및 전문가 양성 체계 마련) 인터넷광고시장 활성화를 위해 신뢰성 있는 기초정보체계의 마련이 필수적인 만큼 인터넷광고 종합정보시스템을 구축한다. 또한, 실무능력을 겸비한 전문인력양성이 업계의 시급한 요구사항이라는 점에 착안하여 이를 위한 'Internet Ad Specialist' 양성 프로그램도 마련할 계획이다.

② 인터넷광고 유통구조 선진화

(인터넷광고 유통거래 신뢰성 제고 및 비즈니스 네트워크 구축) 인터넷광고 유통거래 신뢰성 제고를 위해 효과측정 기준 및 거래 선진화 가이드라인·표준계약 등을 마련할 계획이다. 이를 체계적으로 추진하기 위해 '한국인터넷광고진흥협회(KIAA : Korea Internet Advertising Association)'의 설립을 추진한다. 아울러, 대기업과 중소기업간의 상생협력 촉진을 위해 광고주, 매체사, 플랫폼사업자, 앱개발자 등이 참여하는 '인터넷광고 비즈니스 네트워크'를 구축한다.

(인터넷광고 종합적 법·제도 기반마련) 인터넷광고플랫폼 인증제도 도입, 규격·효과측정체계 등의 표준화, 검색광고 부정클릭 방지 등 인터넷광고와 관련된 종합적인 법·제도를 마련한다. 이를 통해, 인터넷광고산업 발전과 더불어 인터넷광고의 건전성을 강화해 나간다는 계획이다.



③ 건전한 인터넷광고 이용기반 조성

(인터넷광고의 자율정화기반 및 이용자피해구제 강화) 인터넷광고시장의 자율적 정화기반을 강화하기 위해 자율규제 대상을 확대해 나갈 계획이다. 또한, 원스톱 민원처리센터 및 모바일 광고 등 신유형광고 조정부를 신설하여 이용자 피해 구제체계를 강화한다. 한국인터넷광고진흥협회에 부정클릭 대응체계를 구축하여 인터넷 검색광고 시장의 신뢰성을 제고하는 방안도 마련된다.

(신유형광고 활성화를 위한 개인정보 보호·활용 체계 마련) 이용자의 이용행태 및 위치정보 등의 기술을 활용한 신유형 광고의 활성화 지원을 위하여 맞춤형광고 가이드라인 마련, 이용자 선택 기반의 개인정보 보호·활용 체계 구축을 추진할 계획이다.

방통위는 금번 인터넷광고시장 활성화 마스터플랜 발표로 인터넷광고시장 육성을 추진하여 국내 인터넷광고 시장규모가 '14년까지 2조원 규모로 성장할 것으로 기대하고 있다. 또한, 지속적인 인터넷광고시장 발전을 위한 생태계 기반이 구축되면 인터넷 비즈니스 전반의 성장을 위한 동력이 마련될 수 있을 것으로 예상하고 있다. 특히, '모바일 앱과 '광고'의 결합을 촉진하여 무선 인터넷 생태계활성화에 기여할 것으로 전망했다. 아울러, 마스터플랜 추진을 통해 불법·불건전 광고 등 이용자에게 불편을 주는 인터넷광고도 감소되어 인터넷광고에 대한 이용자의 신뢰도가 크게 개선될 것이라고 밝혔다.

붙임 : 인터넷광고시장 활성화 종합계획(요약) 주요내용 1부. 끝.

[붙임]

인터넷광고시장 활성화 종합계획 주요내용

I. 추진배경

- 국내 인터넷광고시장은 지난 5년간('04~'08) 평균 30% 성장하여 주요 3대 광고매체로 도약하였으며, 스마트폰·SNS 등과 결합한 **신유형 광고시장**이 인터넷산업의 핵심 성장동력으로 부상
 - ※ 전세계 인터넷광고시장은 '09년도 546억달러, 국내시장은 1조 2,978억원 규모를 기록
 - ※ 모바일광고는 애플리케이션(앱)을 매체로 새로운 광고시장을 창출하는 동시에 모바일 앱시장을 활성화시키는 촉매제 역할
- 하지만, 국내 인터넷광고시장의 성장률 정체, 취약한 광고 유통구조, 자율정화 기반 미비 등은 신시장 개척 및 광고 신뢰성을 저해
 - ※ '09년에 국내 전체광고는 7조 9천억원, 인터넷광고는 1조 3천억원 시장규모에서 정체
 - ※ 오버추어의 국내 검색광고시장 80% 점유, 구글애플의 모바일광고시장 진출 강화 등 글로벌 기업들은 국내시장에서의 영향력 확보 및 신규 광고플랫폼 도입을 위해 총력
- 광고 효과측정 체계미비 및 거래집중현상은 취약한 유통구조를 초래
 - ※ 인터넷광고는 다양한 광고형태로 인해 효과측정 기준 및 거래표준 등의 마련이 쉽지 않음
- 불법·유해광고 및 부정클릭 증가로 인터넷광고의 매체 신뢰도 저하
 - ※ 불법·불건전 광고검색 건수는 '08년도 139,913건에서 '09년도 225,510건으로 증가

◇ 따라서, 새로운 인터넷광고시장 개척, 글로벌 경쟁력 확보 및 건전한 이용기반 구축을 위한 「인터넷광고시장 활성화 종합계획」을 수립·추진

II. 국내·외 인터넷광고시장 현황

- ◇ 인터넷광고는 미국, 일본, 유럽 등 주요 선진국에서도 높은 성장률이 예측되며, 주요 광고매체로 자리잡을 것으로 전망
- ◇ 글로벌 기업들은 앞선 비즈니스모델로 경쟁 중
 - 구글은 160개국에 광고를 배포하는 Admob 인수로 모바일광고 역량 강화, 애플은 앱 작동 중 광고를 노출하는 iAd 출시, Facebook은 Facebook Ads, Twitter는 Promoted Tweets를 통해 광고 제공

□ (인터넷광고 시장) 전세계 인터넷광고 시장규모는 '08년부터는 500억 달러를 상회하여 '14년에는 980억 달러에 이를 전망이고, 평균성장률('09~'14년)도 매체 중 가장 높을 것(12.4%)으로 전망

※ 평균성장률('09~'14년) : 인터넷(12.4%), TV(3.7%), 라디오(0.9%), 잡지(0.1%), 신문(0%)

- 미국은 '14년에 345억 달러, 일본은 '09년 5,950억엔으로 매년 6~13% 이상 성장 전망
- 인터넷광고는 검색광고의 등장으로 비약적인 성장을 하였으며, 동영상 등을 활용한 디스플레이광고, 맥락에 맞게 표출되는 지능형 검색광고 등으로 발전 중

□ (모바일광고 시장) 전세계 모바일광고 시장규모는 '09년도 기준 74억 달러이며, '10년에는 전년 대비 51.5% 증가한 119억 달러로 성장 전망 (eMarketer & iResearch, 2008)

- 국내 모바일 광고시장은 '10년 2.75억달러(약3,200억원)를 형성한 이후, '12년까지 4.5억달러(약5,300억원)로 성장할 것으로 예측(Frost & Sullivan, 2010)
- 모바일광고는 스마트폰 보급 확대에 따라 이용행태, 위치정보 등을 활용한 맞춤형광고, 모바일 앱 광고, SNS 기반 광고로 발전 중
- ※ 모바일기기의 카메라와 컴퓨팅기술을 접목한 증강현실 광고, 자동적으로 트위터·페이스북 등의 회원들과 정보를 공유하도록 하는 소셜컨텍스트광고를 통해 광고효과를 극대화

III. 비전 및 추진전략

Internet Ad 글로벌 강국 도약

추진
목표

2009년
1조3천억

2014년
2조

- 인터넷광고 시장규모 지속적 확대
- 인터넷광고 글로벌 시장 경쟁력 강화
- 인터넷광고를 통한 인터넷 비즈니스 발전동력마련

3대 분야 10대 중점과제 추진

新 인터넷광고시장 개척

- ① 신유형 인터넷광고 비즈니스 모델 개발 지원
- ② 유망 인터넷광고 플랫폼(GIAP) 인증 및 확산 지원
- ③ 인터넷광고 종합정보시스템 구축
- ④ 인터넷광고전문가(Internet Ad Specialist) 양성체계 마련

인터넷광고 유통구조 선진화

- ⑤ 인터넷광고 효과측정 및 유통거래 신뢰성 제고
- ⑥ 인터넷광고 비즈니스 네트워크 구축
- ⑦ 인터넷광고산업 촉진을 위한 제도적 기반 마련

건전한 인터넷광고 이용기반 조성

- ⑧ 인터넷광고시장의 자율정화 기반 강화
- ⑨ 인터넷광고 이용자 피해구제 체계 정비
- ⑩ 개인정보의 보호 및 활용 체계 마련

IV. 3대 추진분야 및 10대 중점과제

1. 新 인터넷광고시장 개척

- 신유형 인터넷광고 비즈니스 모델 개발 지원
 - 차세대 인터넷광고 비즈니스 모델 발굴·육성을 위해 '비즈니스 모델 경진대회' 개최, 고정밀·다차원 위치기반서비스(LBS) 등 기반기술을 지원
 - '인터넷광고 비즈니스 지원센터' 구축 및 '인터넷광고 국제EXPO' 유치를 통해 국내 기업의 글로벌 경쟁력 확보와 우리 기술의 해외 홍보 추진
- 『유망 인터넷광고 플랫폼』 (Global Internet Ad Platform) 인증·확산 지원
 - 유망 인터넷광고 플랫폼에 대한 인증제 도입을 통해 국내 광고플랫폼의 활용도를 제고하고, 1만명 규모의 이용자 테스트패널을 구축하여 신유형광고 개발 지원
 - '스마트폰 앱의 광고효과분석 시스템' 구축을 통해 '앱'과 '광고'가 효과적으로 결합할 수 있도록 하여 동반 활성화를 지원
 - ※ 광고관련 데이터수집이 가능한 '소프트웨어 개발키트(SDK)'를 앱 개발자에게 배포
 - 유망 인터넷광고 플랫폼 사업자와 앱 개발자간 협력 네트워크 구축, 신유형 광고 플랫폼과 결제 시스템 연계 방안 등 마련
- 인터넷광고 종합정보시스템 구축
 - 인터넷광고 통계 체계 및 종합정보시스템 구축을 통해 시장활성화에 필수적인 신뢰성 있는 기초정보체계 마련
 - ※ 인터넷광고 관련 산업 분류체계 연구 및 산업 실태조사 추진
- 『인터넷광고 전문가(Internet Ad Specialist)』 양성 체계 마련
 - '인터넷광고 전문가(Internet Ad Specialist)' 양성 프로그램 개발·보급 및 산·학·연 협동 양성 네트워크 구축을 통해 실무형 전문인력양성 기반 조성
 - 전문교육과정 수료후 취업이 활발히 이루어질 수 있도록 인력양성 프로그램-일자리 간 네트워크 연계 추진

2. 인터넷광고 유통구조 선진화

□ 광고 효과측정 및 유통거래 신뢰성 제고

- '한국인터넷광고진흥협회(KIAA : Korea Internet Advertising Association)' 설립을 통하여 표준화, 모니터링 및 자율심의, 광고연구 등 전문적 업무추진체계 마련
 - ※ 현재 한국인터넷광고심의기구, 인터넷매체협의회, 인터랙티브광고협의회 등을 통합하여 인터넷광고 관련 업무의 시너지 도모
- 인터넷광고 효과측정 기준정립 및 거래 선진화 가이드라인 · 표준규약 제정 등을 통하여 인터넷광고 신뢰성 제고

□ 『인터넷광고 비즈니스 네트워크』 구성 및 운영

- '인터넷광고 비즈니스 네트워크' 구성·운영을 통하여 광고주, 매체사, 이통사 등 비즈니스 이해관계자들의 상생협력의 장 마련
 - ※ 모바일광고 정책포럼 확대 및 인터넷코리아컨퍼런스(IKC)와 연계를 통해 추진
- 인터넷광고 상생협력 비즈니스 우수사례 발굴 · 시상을 통해 비즈니스 발전 아이디어 공유

□ 인터넷광고 산업 촉진을 위한 제도적 기반 마련

- 종합적인 인터넷광고 법·제도 정비를 통하여 인터넷광고시장 활성화 기반구축
 - 인터넷광고시장의 기반조성, 사업자의 해외진출 등에 필요한 국가 시책 수립
 - 인터넷광고시장에 대한 용어·규격·효과측정·거래표준 등의 표준화 추진
 - 민간 주도의 산업경쟁력 확보를 위한 통합기구 설립
 - 검색광고 부정클릭 금지 등에 대한 규정 마련 등
- 법·제도 정비 전에는 신유형광고 시행에 필요한 가이드라인(개인 정보보호 및 자율심의 가이드라인 등)을 보급하여 사업자의 신유형광고 시장 적응 및 활성화 지원

□ **인터넷광고시장의 자율정화 기반 강화**

- 한국인터넷광고심의기구 회원사 가입확대 추진을 통하여 인터넷 광고 자율정화 강화 및 사회적 참여분위기 확산

※ 현재 인터넷신문 등이 회원사로 참여하지 않고 있어 선정적 광고에 대한 자율심의에 한계

※ 광고주, 매체사, 광고대행사, 미디어렙사 등이 한국인터넷광고심의기구(기구통합시 KIAA) 회원사로 참여할 수 있도록 홍보 및 캠페인 실시

- '인터넷광고 심의 가이드북' 보급 등을 통해 자율점점 지원

□ **인터넷광고 이용자 피해구제 체계 정비**

- 원스톱 민원처리센터 운영, 모바일광고 등 신유형광고 조정부 신설 등을 추진하여 이용자 피해구제 및 민원대응 체계 강화

- 한국인터넷광고진흥협회에 부정클릭 대응체계를 구축하여 인터넷 검색광고 시장의 신뢰성을 제고

□ **신유형광고 활성화 지원을 위한 개인정보 보호·활용 체계 마련**

- 신유형광고 개인정보보호 가이드라인 마련 및 이용자 동의 기반의 개인정보 활용 체계 구축을 통하여 신유형 광고 활성화 지원

※ 신유형 인터넷 광고는 이용자의 이용행태(OBA : Online Behavioral Advertising), 및 위치정보(LBS : Location-Based Service) 등의 기술을 활용한 광고가 많음

- 개인정보의 보호·활용에 관한 이용자 인식 전환 캠페인을 전개하여 이용자의 책임의식 제고

V. 기대효과

- (광고시장 규모 확대) 인터넷광고시장 육성을 통해 국내 인터넷광고시장 규모는 1조3천억원('09)에서 2조원('14) 규모로 성장 기대
 - 모바일광고, SNS기반 광고 등 신유형광고 성장
 - 앱과 광고의 본격적인 결합을 통한 무선인터넷산업 활성화
- (글로벌 경쟁력 강화) 유통구조 선진화, 비즈니스 네트워크 구축, 자율정화 체계마련 등을 통해 지속적인 인터넷광고시장 발전을 위한 생태계 기반구축
 - 국내 인터넷광고 산업의 글로벌 경쟁력 강화를 통해 인터넷비즈니스 전반의 성장동력을 마련
- (이용자 편익 제고) 불법,불건전 광고 등 이용자에게 불편을 주는 인터넷 광고를 최소화하여 안전하고 편리한 인터넷광고 이용기반 조성

VI. 추진체계 및 재원계획

- (추진체계) 인터넷광고 관련 산·학·연·관이 참여하는 협력체계를 구축하여 「인터넷광고시장 활성화 종합계획」 추진
 - 광고주, 광고대행사, 미디어렙사, 매체사 등 업계는 민간협의회 (한국인터넷광고진흥협회)를 중심으로 상생협력 문화를 조성
- (재원계획) '13년도까지 정부·민간 부문의 예산확보를 통하여 약 248억원 재원을 투입하여 원활한 종합계획 추진을 지원

※ 정부부문은 52억원(일반 : 20억, 기금 : 32억), 민간부문은 196억원