
2012년 하반기 스팸 유통현황 측정 결과

2013. 3월

목 차

1. 개 요	1
2. 유통현황 측정 방법 및 기준	1
3. 휴대전화 스팸 유통현황 측정 결과	3
3.1 발신 네트워크 유통현황	3
3.1.1 광고유형별 현황	3
3.1.2 발신 서비스별 현황	4
3.2 수신 네트워크 유통현황	9
4. 이메일 스팸 유통현황 측정 결과	10
4.1 발신 네트워크 유통현황	10
4.2 수신 네트워크 유통현황	12
5. 분석 결과	13
6. 향후 정책	15

1. 개 요

○ 사업의 취지 및 목적

- 스팸 신고접수 통계 및 스팸 수신량 조사결과 등을 분석하여 휴대전화나 이메일 서비스 제공자의 스팸 유통현황을 정기적으로 공표함으로써 사업자의 자발적인 스팸감축 노력을 제고하고 국민 알권리 충족

※ 본 유통현황은 사업자 망에서 유통되는 스팸 총량을 측정한 전수조사가 아닌 망을 거쳐 수신자에게 수신이 완료된 건(신고건, 트랩건, 수신량조사)을 대상으로 측정한 표본조사임

○ 스팸의 정의

- 수신자 의사에 반(反)하여 정보통신망(휴대전화, 이메일 등)을 통해 일방적으로 전송되는 ‘영리목적의 광고성 정보’

※ 일반 이용자들은 자신이 동의한 광고나 비영리성 정보(선거유세, 종교 관련 등)도 스팸으로 인식하는 경향이 있으나, 정보통신망법상의 규제대상은 아님

2. 유통현황 측정 방법 및 기준

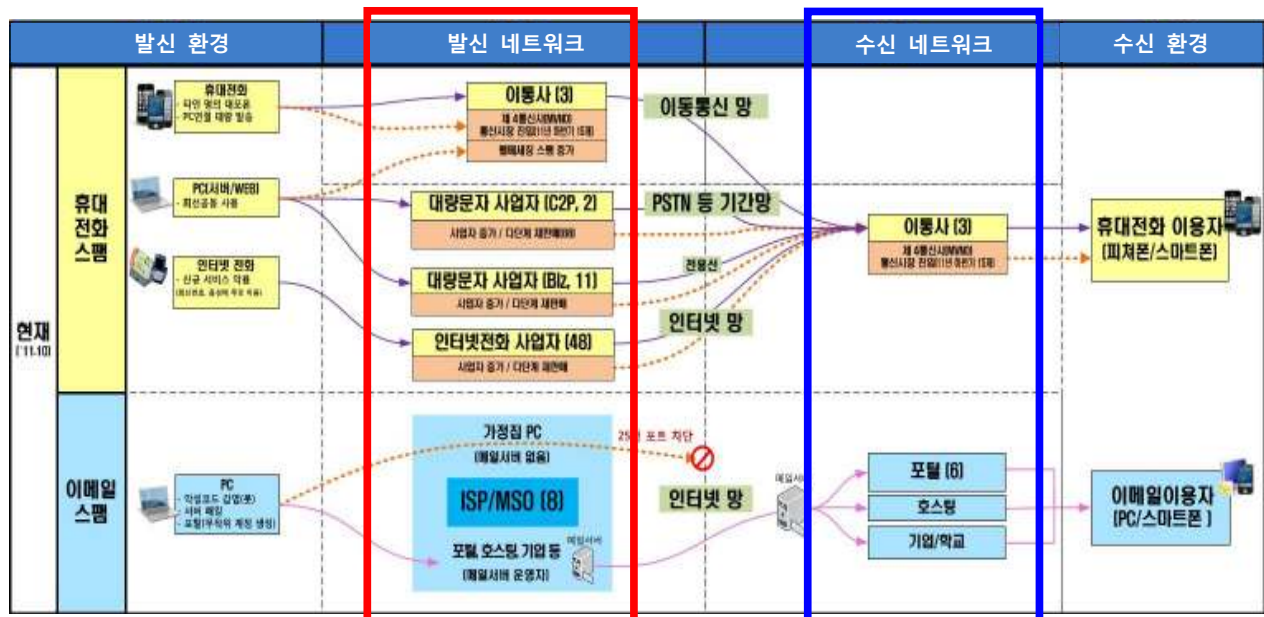
유통현황 측정 방법 및 기준			
측정 지표	- 휴대전화 및 이메일 발·수신 네트워크 제공 사업자별 스팸현황 ※ 발신과 수신 네트워크 제공 사업자군이 달라 지표를 분리		
대상 사업자	- 휴대전화 및 이메일 발·수신 네트워크 제공 사업자		
	발신 네트워크		수신 네트워크
	휴대전화 스팸	- 이통사, 대량 문자발신 사업자, 인터넷전화, 유선전화	- 이통사
	이메일 스팸	- ISP 및 MSO 사업자	- 포털 사업자
※ 사업자명은 스팸발신 비율이 전체의 5% 이상일 경우 공개			
측정 시기	- 발신 네트워크 : '12. 7~12월 / 수신 네트워크 : '12. 11월(7일간)		
측정 방법	- 측정 기간내 수집된 표본데이터 전체를 분석하여 사업자별 스팸 유통현황 집계		
표본 데이터	휴대전화 스팸		이메일 스팸
	발 신	- KISA 스팸 신고건 - KISA 휴대전화 스팸트랩 탐지건	- KISA 이메일 스팸트랩 탐지건 ※ 신고건은 소량으로 제외
	수 신	- 수신량조사 결과	- 수신량조사 결과
표본의 적절성 검토	- KISA 스팸 신고건(휴대전화 : 889만건)과 스팸트랩 탐지건(이메일 : 299만)은 전체 스팸량을 대표할 수 있는 데이터로 적절함 ※ 신뢰구간 95% 기준, 표본 오차 : $\pm 0.036\%$ 미만		

[표 1] 유통현황 측정 방법 및 기준

- 대상사업자 : 휴대전화 문자스팸 및 이메일 스팸에 대한 발·수신 네트워크를 제공하는 사업자
- 스팸 발·수신 네트워크 제공 사업자가 다르기 때문에 발·수신 네트워크를 구분하여 측정

구 분	발신 네트워크 제공 사업자	수신 네트워크 제공 사업자
휴대전화 스팸	- 이통사(SKT, KT, LG U+) - Biz-SMS¹⁾(KT, LG U+, SKB 등) - C2P²⁾(KT, LG U+) - 인터넷전화(LG U+, KT 등)	- 이통사(SKT, KT, LG U+)
이메일 스팸	- ISP³⁾(KT, LG데이콤, SK브로드밴드) - MSO⁴⁾(티브로드, CJ헬로비전 등)	- 포털(네이버, 다음, 야후 등)

[표 2] 전송경로별 사업자 구분



[그림 1] 스팸 전송경로 제공 사업자 유형

○ 표본데이터의 조건

- 수신자가 수신을 원치 않는 영리 목적의 광고(휴대전화 문자, 이메일)로 제한
- ※ 이용자가 자신의 의사에 따라 스팸으로 인지한 문자를 신고한 신고건을 기반으로 분석하기 때문에, 기존에 거래관계가 있는 사업자로부터의 광고 및 일부 비영리성 문자가 포함될 수 있음

1) BIZ-SMS : 웹 기반 대량 문자발신 시스템을 구축한 사업자가 이통사와 전용선을 연결하여 이통사 가입자에게 문자를 전송하는 서비스
 2) C2P(Computer to Phone) : BIZ-SMS 서비스와 동일한 웹 기반 대량 문자발신 서비스이나, 발신 사업자가 기간통신사이면서 이통사와 상호접속으로 연동된 경우를 구분하여 지칭
 3) ISP(Internet Service Provider) : 개인이나 기업을 대상으로 인터넷 서비스를 제공하는 사업자
 4) MSO(Multiple System Operator) : 다수의 케이블TV를 운영·소유한 사업자로, 인터넷 서비스도 함께 제공

3. 휴대전화 스팸 유통현황 측정 결과

3.1 발신 네트워크 유통현황

○ 분석대상 정보 : 889만건

- '12. 7월 ~ 12월 동안 KISA로 신고되거나, 휴대전화 스팸트랩에 탐지된 스팸 중 표본데이터의 조건을 만족하는 문자스팸

3.1.1 광고유형별 현황

- 도박중독, 파산 등 2차 피해를 유발하는 악성스팸(도박, 대출, 불법 의약품)이 48.6%, 일반스팸(성인, 대리운전 등)이 51.4% 차지

(단위 : 건)

구분	대출	도박	성인	대리운전	통신가입	약품	유흥주점	기타	합계
건수	2,200,904	1,990,920	1,655,472	243,692	175,045	128,012	103,312	2,392,633	8,889,990
비율	24.8%	22.4%	18.6%	2.7%	2.0%	1.4%	1.2%	26.9%	100.0%

[표 3] 스팸유형별 현황

- 스팸 발신자는 '대리운전', '대출' 등 정상적인 스팸단어로 광고를 발신할 경우 이용자에게 도달되기 전 필터링 된다는 사실을 인지하고 있음
- 그렇기 때문에 특수문자, 영문+한글 혼합문자, 세로쓰기 등 여러 형태로 문자를 변칙적으로 표기하여 발신하고 있음

구분	변칙표기 사례				
도박	[카]aam88.©0m [취]5o만지급 [노]구와no갠	▷@r @r @r▷??를 90%▷@m@s@m.com★① 억대박찬쓰▷mrkr오 실시간영상	행내키인타 운것게생★ 의의간역짱 꿈로대전★	AaNoC7)@@.©0m*바 파er*rr입수(s)o문자급 *누.구.Lr100만으로① 억rr.능(1인안편계좌	(카)새출발영상 (지)바로5'3만 (노)오늘 2억 출금 확인
대출	!!*저*신*용*무*방*문* 간*편*서*류*조*화*가* 록*NO*당*일*OK*해* 파*론*!!	!(은.행^대.출.)@이 너스[통장]연5.2%~ 9.7%(최^대9_천=)100%승^인	(erLr capita l)00만 에 5800원으로5000 만원까지이용가능하여 안내문자드립니다^^	삼사통신사.지원금지 급 무~방문n+류 NO. (주)나라정보!!	소액 zrr금누구Lr 쉽기 ₩50~200만까 지오늘 입o금 약속필 요한분만 신청
대리운전	x 싸고^^ x 빠르고^^ 천 친절하고^^ 대 신용카드OK^^ 리 포/인/트적립	♥XX대 1544♥ ♥ 리 0000♥ 고객님의선택에책임 을지겠습니다 1544-0000	★5177.0000★ —-다H— 8888ei. L—O—O— 커드가 능	X ♪ 즐거운 CHZ♪술자리의 마무 리는언제나~ 1544-0000	★XXcheli★고 객님의선택에책임 을지겠습니다
불법 의약품	((:바:):(야:):(사:):(알:):(홍:):(분:):(제:))	16,20,32개=개별통=30 개, 먼저받구(후)결.재/ (문^의~>>메.세.지.로) 비/or♡시/or	www.(b)@a@n@a@ @.kr@n(b)x-터스I수 면.口+추I제강력자세 품전문사이트	비!●r그errss!●r 리스후///입///금약/// 국///용문sm~~~sxx r 로	*@.@r.그er/©.알.리. 스/약국.납품*정.품※확. 실한.효과※후.불.제/최. 저.rr.문.zr.만.rr.능
유흥 주점	""6월의할일"" 18시 전26 2[매][직] 3 [미][러] 4 최고수질 5 강남[wow] 강민	1등미인군단 *란제I 리풀* 8시이전 현 30 8시이후 현35	란 자 I리풀8시이 전 현308시이후 현 35http://goooooo.gl /xxxx	"란♡제♡리"/텐프 로급FULL코스(현금 8시전26)여대생,간 호사알바	33%비키니Lroom4 월마지막마무리잘하 시고희망찬5월되시 길8시30분이전-29만

[표 4] 광고유형별 변칙표기 사례

o 이용자가 스팸으로 인식하는 비스팸 문자메시지 유형

- 영리목적의 광고를 스팸으로 규정하고 있지만, 이용자는 본인이 받기 싫은 모든 문자를 스팸으로 간주하여 신고하고 있음

구분	이용자가 스팸으로 인식하는 비스팸 문자메시지
피싱	xx은행입니다 포털사이트 개인정보유출로 보안승급후 이용해주세요 www.ktbcnk.com
입출금 및 결제 안내	[체크.승인] 3,000원 XX카드(5*1*)장OO님 03/03 20:04 (주)다XXXX산업
행운의 문자	꼭 전달하시오 ★☆☆☆☆이 문자를 받고 한 시간 안에 다른 사람에게 보내시오.많은 사람에게 보낼 수록 당신이 받게 될 행운은 커집니다.
선거운동	[선거운동정보]진실을 말하는 OOO, 진심이 통하는 XX민, 진정한 XX의 참일꾼!
기타	[대한통운택배OOO]농수산상품 14~16시안전배달예정입니다.운송장:812xxxxxxx

[표 5] 이용자가 스팸으로 인식하는 비스팸 메시지 유형

3.1.2 발신 서비스별 현황

(단위 : 건)

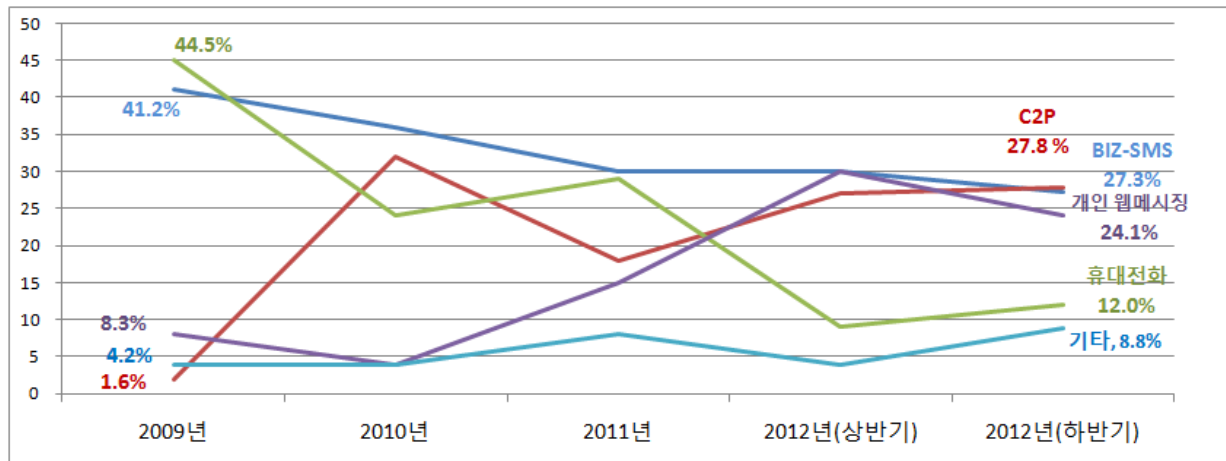
서비스		스팸량	비율
대량 문자발송 서비스	BIZ-SMS	2,430,929	27.3%
	C2P	2,474,225	27.8%
이동통신 서비스	개인 웹메시징 서비스 ⁵⁾	2,141,746	24.1%
	휴대전화	1,062,863	12.0%
기타	인터넷전화, 유선전화	780,227	8.8%
계		8,889,990	100%

[표 6] 서비스별 스팸 비율

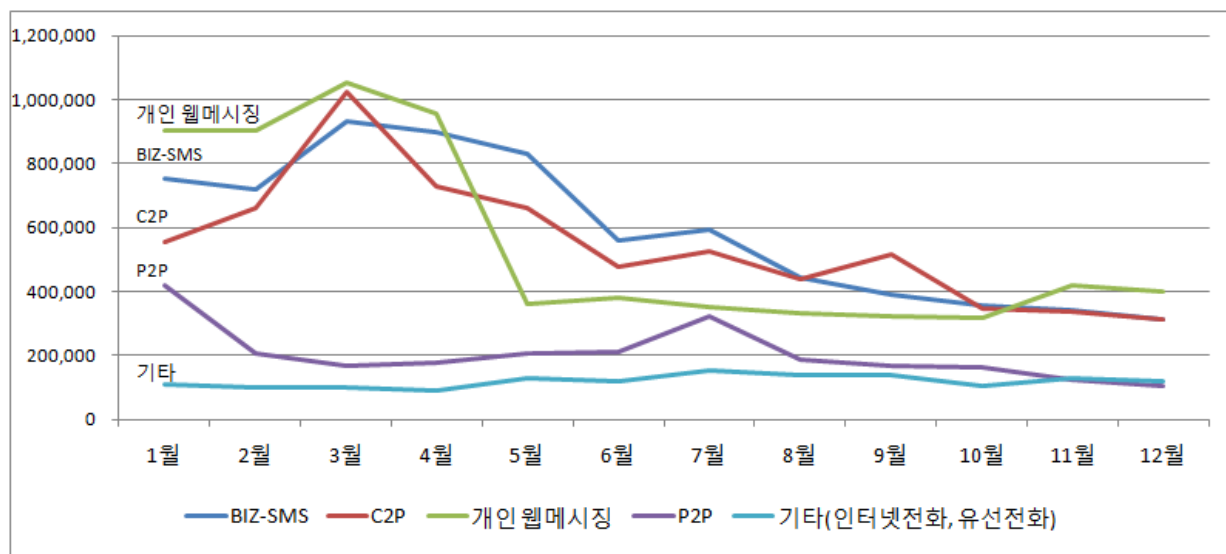
- o 대량 문자발송 서비스(BIZ-SMS, C2P)와 이통사 개인 웹메시징 서비스에서 발송되는 스팸이 전체의 79.2%를 차지하여 문자 전송속도 축소, 대량 스팸발송 사업자 계약해지 등 규제 강화 필요
- o 분석대상 889만건 중 서비스별 스팸량은 C2P 서비스 27.8%, BIZ-SMS 서비스 27.3%, 개인 웹메시징 24.1%, 휴대전화 12.0%, 기타(인터넷전화, 유선전화) 8.8%로 측정

5) 개인 웹메시징 서비스 : 이통사 홈페이지를 통해 자사 가입자에게 무료 또는 유료로 제공하는 문자 발송 서비스

- '12년 상반기 대비 BIZ-SMS는 3.2%p 감소, C2P는 1.1%p 증가, 개인 웹메시징은 5.5%p 감소, 휴대전화는 3%p 증가하였음
- 개인 웹메시징 발송 스팸량이 감소하였다고 하나 여전히 스팸 발송의 주요수단으로 악용되고 있음



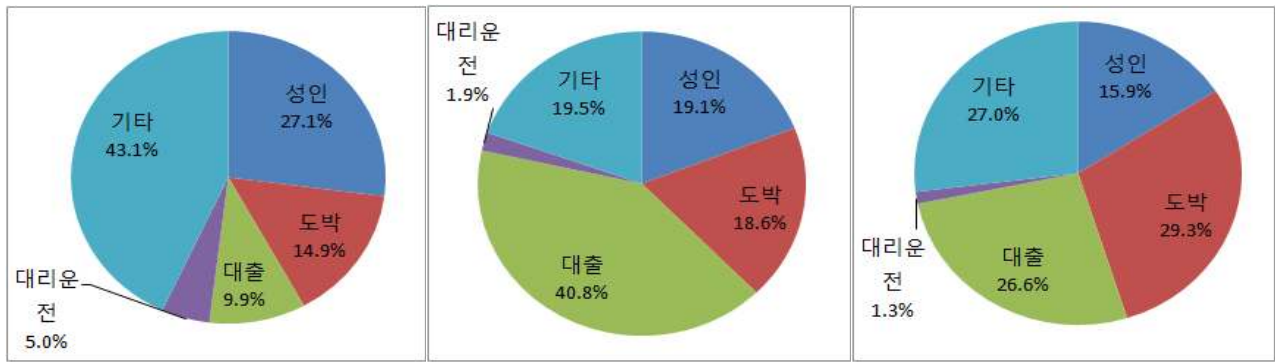
[그림 2] 연도별 서비스별 스팸 추이



[그림 3] '12년 월별 서비스별 스팸 추이

- o BIZ-SMS 서비스에서는 발송단에서 스팸여부 확인이 어려운 성인 스팸이 27%로 가장 많았고, C2P와 개인 웹메시징 서비스는 도박, 대출 등 악성스팸의 주요 발송 경로로 확인

※ BIZ-SMS 서비스는 악성스팸에 한하여 월 발신량 2만통, C2P 서비스는 월 5만통으로 제한하고 있으며 위반시 문자 전송속도를 축소하는 규제를 시행하고 있음



[그림 4] BIZ-SMS 광고유형 현황

[그림 5] C2P 광고유형 현황

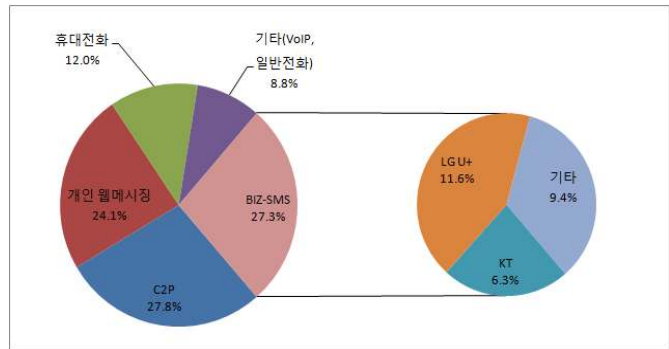
[그림 6] 개인 웹메시징 광고유형 현황

3.1.2.1 대량문자 발송 서비스 - BIZ-SMS 사업자

- 스팸 발송량 상위 2개 사업자와 하위 사업자의 스팸량이 큰 차이를 보이며, '12년 3월 이후 지속적으로 감소 추세에 있음

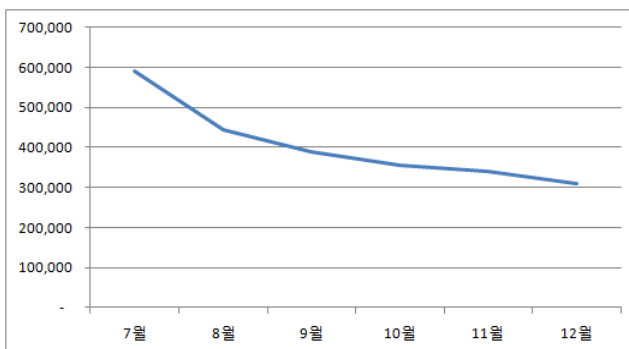
사업자	스팸량	비율
LG U+	1,034,294	11.6%
KT	564,429	6.3%
기타	832,206	9.4%
계	2,430,929	27.3%

[표 7] BIZ-SMS 사업자 스팸량 비율

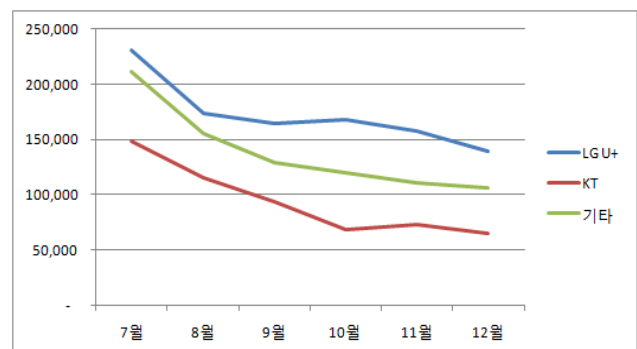


[그림 7] BIZ-SMS 사업자별 비율

- KT는 '12년 상반기 유통현황 측정결과 공개 이후 악성스팸 발송량이 많은 사업자의 계약해지 등 자율규제를 강화한 결과 상반기 대비 비중이 3.7%p(10.0%→6.3%) 감소하였으며, 스팸량도 감소 추세에 있음
- LG U+는 상반기 대비 비중이 3%p(8.6%→11.6%) 증가 하였으나, 스팸량으로 볼 때 지속적 감소 추세에 있음



[그림 8] BIZ-SMS 사업자 발송 스팸 추이



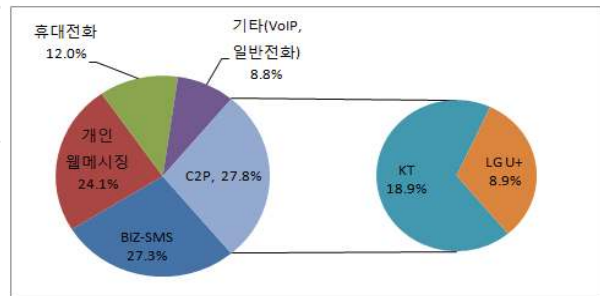
[그림 9] BIZ-SMS 사업자 월별 스팸 추이

3.1.2.2 대량문자 발송 서비스 - C2P 사업자

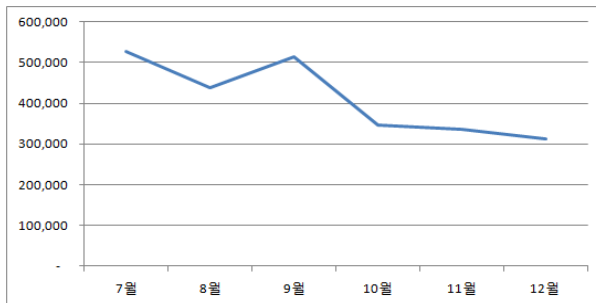
- KT는 최초 C2P 사업자로서 '10년 말부터 자사 재판매사 대상으로 자율적인 스팸규제 정책을 시행, '11년 내내 지속 감소세를 유지하다, '12년 상반기 일시적으로 증가하였으나, 하반기 들어 다시 감소 추세에 있음
 - 스팸량은 감소하고 있지만 전체 스팸량 중 18.9%로 높은 비중을 차지
- LG U+는 스팸량이 급격히 증가한 '12. 9월, 스팸을 대량 발생시키는 업체와의 계약해지 등 규제 정책 시행 및 자정 노력으로 10월 이후 다시 감소 추세에 있음

사업자	스팸량	비율
KT	1,683,040	18.9%
LG U+	791,185	8.9%
계	2,474,225	27.8%

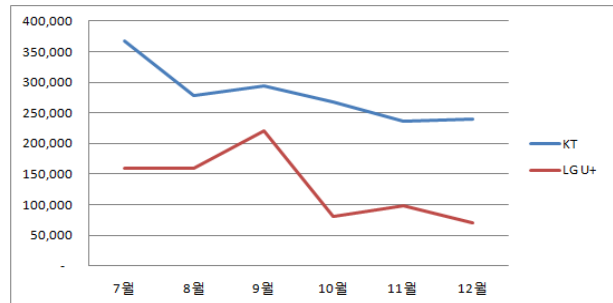
[표 8] C2P 사업자 스팸량 비율



[그림 10] C2P 사업자별 비율



[그림 11] C2P 서비스 발송 스팸량 추이



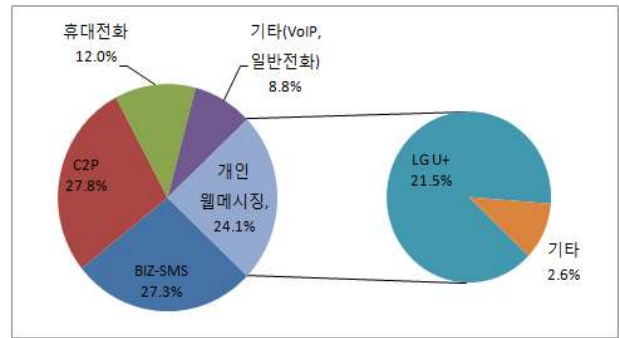
[그림 12] C2P 사업자 월별 스팸량 추이

3.1.2.3 이통사 개인 웹메시징 서비스

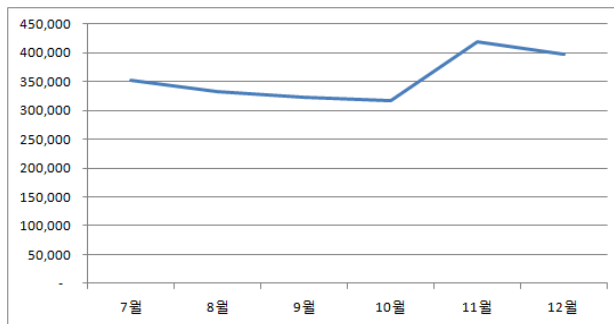
- 대량 문자발송 서비스와 발송형태가 유사한 서비스로, '11년 LG U+가 광고 대행사 등에 본 서비스를 제공함으로써, 대량 스팸 발송 채널로 부상
 - '12년 4월 이후 LG U+는 대량스팸 발송 사업자 계약해지 등 자율 규제를 시행하여 스팸량이 일시적으로 급감하였으나,
 - 하반기 들어 다시 광고대행사에 서비스를 제공하기 시작한 이후 스팸 발송량은 증가 추세

사업자	스팸량	비율
LG U+	1,910,069	21.5%
기타	231,677	2.6%
계	2,141,746	24.1%

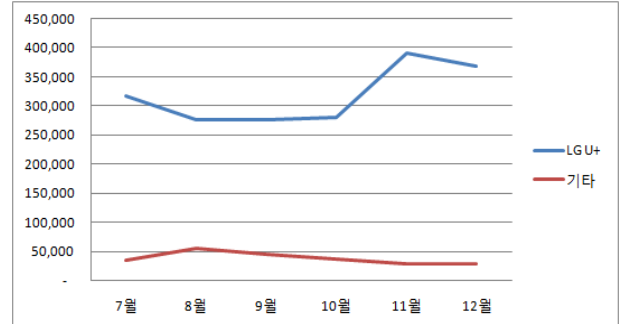
[표 9] 개인 웹메시징 서비스 사업자 스팸량 비율



[그림 13] 개인 웹메시징 서비스 사업자별 비율



[그림 14] 월별 개인 웹메시징 서비스 발송 스팸 추이

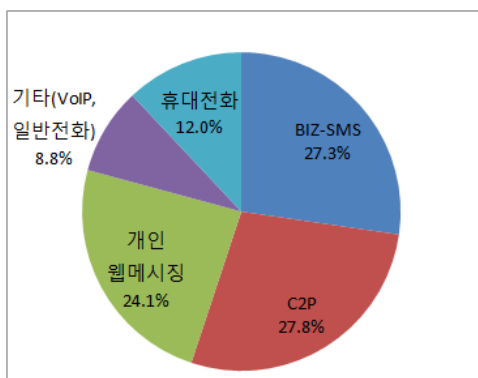


[그림 15] 사업자 월별 개인 웹메시징 서비스 발송 스팸 추이

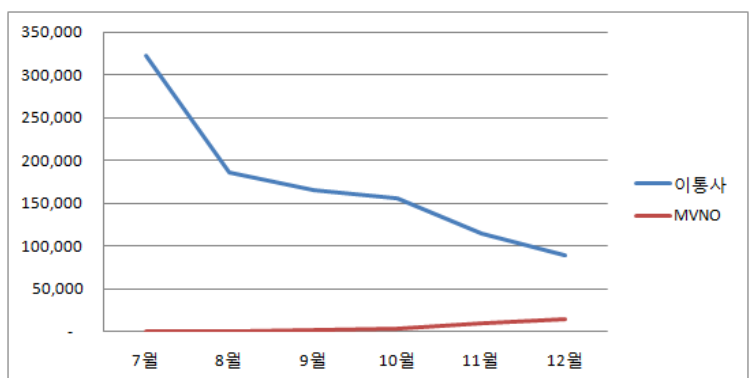
3.1.2.4 이통사 휴대전화

- 1일 문자발송 500통 제한, 가입시 본인확인 강화 등 지속적인 규제 정책이 시행 중인 휴대전화 발송 스팸량(12.0%)은 상대적으로 낮은 비율 유지하고 있지만,
- 이통사에 비하여 상대적으로 스팸 관리·감독이 미흡한 MVNO 사업자의 시장점유율이 높아질 경우 스팸 발송량 증가 예상

※ 이통3사의 스팸발신 비율이 각 5%를 넘지 않아 사업자별 순위는 공개하지 않음



[그림 16] 전체 중 휴대전화 스팸 비율



[그림 17] 월별 휴대전화 발송 스팸 추이

3.2 수신 네트워크 유통현황

3.2.1 휴대전화 문자스팸 1인당 1일 평균 수신량

○ 분석대상 정보 : 국민 1인당 휴대전화 스팸 수신량 조사결과 데이터

※ 주요 대상 사업자는 SKT, KT, LG U+ 등 이통3사

○ 수신량은 전국 만 12~59세 남녀 1,500명을 대상으로 일주일간 조사

구분	휴대전화 스팸 수신량 조사 방법
조사대상	만 12세 ~ 59세 휴대전화 이용자
조사기간	'12. 11. 19일~25일, 7일간
조사지역	전국
표본수	유효표본 1,500명
표본추출	성, 연령, 지역, 이동통신사 시장점유율을 고려한 표본 할당 추출
표본오차	신뢰구간 95% 기준, 오차 ±3%

[표 10] 휴대전화 스팸 수신량 조사 방법

○ '12년 하반기 휴대전화 문자스팸 수신량은 KT 0.26통, LG U+ 0.22통, SKT 0.20통이며, 평균 0.22통으로 집계(음성 제외)

통신사	KT	LG U+	SKT
1인당 1일평균 문자스팸 수신량	0.26통	0.22통	0.20통

[표 11] 통신사별 문자스팸 수신량

3.2.2 이통사 지능형 스팸차단 서비스 차단율

○ 스팸차단 서비스 차단율 측정 방법

구분	지능형 스팸차단 서비스 정확도 측정 방법
측정 대상	SKT, KT, LG U+
조사기간	'12. 12월
측정 방법	지능형 스팸차단 서비스에 가입되어 있는 이통3사 단말기에 스팸 및 비스팸 메시지를 각각 발송하여 스팸 차단율과 오탐율 측정 ※ (차단된 메시지 수 / 전체 메시지 수) X 100
샘플 수	스팸 및 비스팸 메시지 2,900개
표본오차	오차 ±2% 이내

[표 12] 지능형 스팸차단 서비스 차단율 측정 방법

○ 스팸차단 서비스 차단율 측정 결과

구분	KT			SKT	LG U+
	차단강도-높음	차단강도-보통	차단강도-낮음		
차단율	76%	73%	67%	66%	19%
오차단율	3%	3%	3%	0%	0%

[표 13] 이통3사 지능형 스팸차단 서비스 차단율 및 오탐율

※ KT의 경우 ‘지능형 스팸 차단 서비스’ 이용자가 직접 스팸 차단강도 3가지(높음/보통/낮음) 중 선택 및 적용이 가능하도록 서비스 제공 중

※ 오차단율은 비스팸을 스팸으로 오인하여 차단된 수치임

○ 이통사 지능형 스팸차단 서비스 가입율('12년 12월 기준)

구분	KT	SKT	LG U+
가입율	66.7%	56.8%	8.3%

[표 14] 통신사별 지능형 스팸차단 서비스 가입율

※ 가입율을 높이기 위해 KT는 '11.9월, SKT는 '11.12월부터 신규가입자에 대한 기본가입을 시행

4. 이메일 스팸 유통현황 측정 결과

4.1 발신 네트워크 유통현황

○ 분석대상 정보 : 299만건

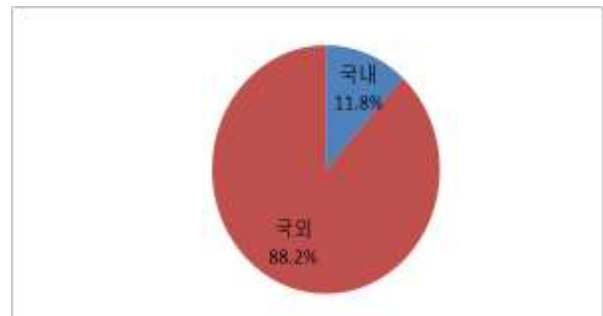
- '12. 7월 ~ 12월 동안 KISA에서 운영 중인 이메일 스팸트랩에 탐지된 건 중 발신지가 국내인 스팸

○ 분석결과

- 스팸 발신지 현황(국내/국외)

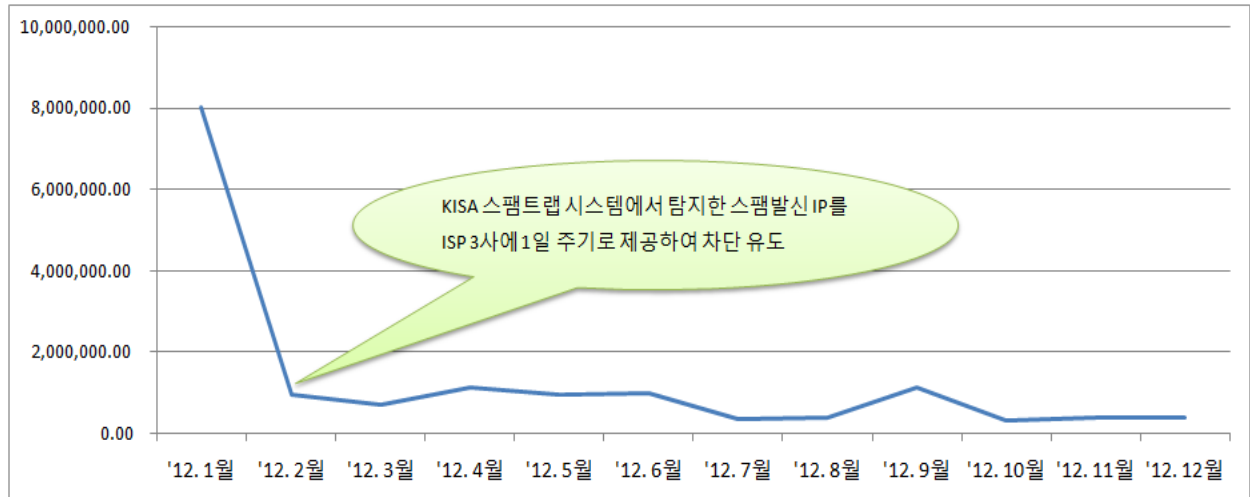
구분	발송량	비율
국내	2,990,331	11.8%
국외	22,303,335	88.2%

[표 15] 발신 네트워크 스팸 발신지 비율



[그림 18] 발신 네트워크 스팸 발신지 비율

- 국내발 스팸 탐지 현황



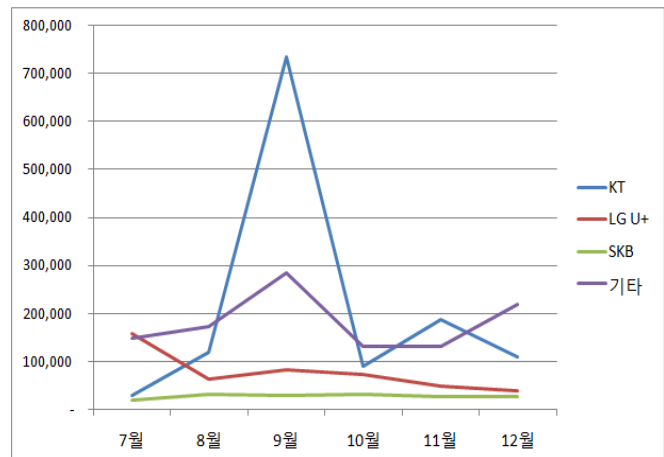
[그림 19] 월별 국내발 스팸 탐지 추이

※ 스팸발신 IP를 ISP(KT, LG U+, SK브로드밴드)사업자에 상시 제공하여 차단을 유도한 '12년 2월 이후, 스팸트랩 탐지건은 급격히 감소(상반기 1,272만건 → 하반기 299만건)

- 국내 발신 서비스 현황(ISP)

사업자	스팸량	비율
KT	1,270,243	42.5%
LG U+	465,378	15.6%
SKB	166,628	5.6%
기타	1,088,082	36.4%
합계	2,990,331	100%

[표 16] 사업자별 스팸량 비율



[그림 20] 월별 사업자별 스팸 추이

※ 가입자수가 상대적으로 많은 사업자⁶⁾의 망에 악성코드에 감염된 PC가 많아 발생하는 스팸도 많은 것으로 분석

※ KT의 경우 9월 가상사설네트워크(VPN) 사업자에서 대량의 스팸을 발송하여 스팸량이 급격히 증가하였으나, 스팸 발송 경로인 25번 포트를 차단한 이후 이전 상태로 회복

6) 이메일 스팸 유통현황의 발신 사업자는 스팸 발송에 이용되는 인터넷 서비스 제공 사업자를 대상으로 분석

4.2 수신 네트워크 유통현황

- 분석대상 정보 : 국민 1인당 이메일 스팸 수신량 조사결과 데이터
※ 주요 대상 사업자는 이메일 이용자가 많은 네이버, 다음, 네이트 등 국내 주요 포털사업자
- 수신량은 전국 만 12~59세 남녀 1,500명을 대상으로 일주일간 조사

구분	이메일 스팸 수신량 조사 방법
조사대상	만 12세 ~ 59세 이메일 이용자
조사기간	'12. 11. 21일~27일, 7일간
조사지역	전국
표본수	유효표본 1,500명
표본추출	성, 연령별 인터넷 이용자 비율을 고려한 표본 할당 추출
표본오차	신뢰구간 95% 기준, 오차 $\pm 3\%$

[표 17] 이메일 스팸 수신량 조사 방법

- '12년 하반기 이메일 스팸 수신량은 다음 1.59통, 네이트 0.15통, 네이버 0.07통이며, 평균 1.4통으로 집계

업체명	다음	네이트	네이버
1인당 1일평균 수신량	1.59통	0.15통	0.07통

[표 18] 사업자별 스팸 수신량

- 스팸 유형별 현황

구분	도박	성인	대출/금융	기타
비율	25.0%	8.6%	2.1%	64.3%

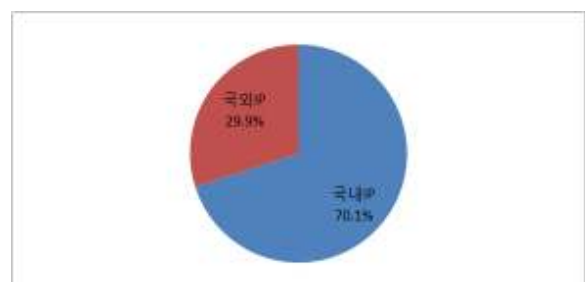
[표 19] 스팸유형별 현황

- 스팸 발신지 현황(국내/국외)

- ※ 발신 네트워크(국내 11.8%)에 비하여 국내 발신비중이 높은 것은, 포털 등의 스팸차단 솔루션에서 국외 봇넷 감염PC에서 발송된 스팸을 차단했기 때문인 것으로 추정

구분	수신량	비율
국내	0.98통	70.1%
국외	0.42통	29.9%

[표 20] 수신 네트워크 스팸 발신지 비율



[그림 21] 수신 네트워크 스팸 발신지 비율

5. 분석 결과

5.1 휴대전화

- '12년 1인 1일 평균 휴대전화 문자스팸 수신량은 전년 동기 대비 15.4% 감소(0.26통→0.22통)
- 스팸 유통현황 측정 및 공개 계획에 따른 사업자의 스팸대응 자율규제 및 정부정책이 강화되어 스팸량 감소에 영향을 미친 것으로 판단

구 분	2011년 하반기	2012년 하반기	비 고
1인 1일 평균 휴대전화 문자스팸 수신량	0.26통	0.22통	'11년 하반기 대비 15.4% 감소

[표 21] 1인 1일 평균 휴대전화 문자스팸 수신량

- 대량 문자발송 서비스(BIZ-SMS, C2P)와 이통사 개인 웹메시징 서비스를 통한 문자 스팸 발송은 전체적으로 감소추세에 있으나 여전히 휴대전화 문자스팸의 큰 비중을 차지하고 있음(약 80%)
- 대량 문자발송 사업자들은 특정 키워드 포함 문자 필터링 등의 노력을 기울이고 있으나 차단 키워드 등 스팸정보 확보가 어렵고, 스팸 발송자들의 발송 기법이 더욱 교묘해져 악성스팸(도박, 대출, 불법의약품) 차단이 쉽지 않음
- KISA는 '스팸현황 종합 모니터링 시스템' 운영(13년 하반기)을 통해 사업자들과 실시간 스팸정보(차단 키워드 등)를 공유하여 보다 효과적으로 악성스팸을 차단할 수 있을 것으로 기대
- 발송자체를 금하고 있는 악성스팸(도박, 대출, 불법의약품)은 전송경로 제공사업자가 전송과정에서 어느 정도 차단이 가능하지만,
 - 수신동의, 기존거래관계 등 확인 후에 위법여부를 판단할 수 있는 성인, 대리운전 등 일반광고는 전송과정에서 차단이 어려운 현실
- 일부 사업자에서 개인 웹메시징 서비스를 기업형 이용자에게 제공함으로써, BIZ-SMS, C2P 서비스 발송 스팸 물량이 빠르게 이동하는 현상이 나타남
- '12년 4월 대량 스팸발신 사업자에 대해 계약을 해지하여 일시적으로

스팸이 감소하였으나, 하반기 들어 새로운 스팸발신 사업자가 등장하여 스팸 발송량이 증가하고 있어 발송량 제한 등 자율규제 강화가 시급

※ 휴대전화 서비스의 경우, 강한 규제정책을 시행하여 스팸량은 상대적으로 낮은 비율 유지

- 이통사 지능형 스팸 차단 서비스의 가입률은 '12년 12월 기준 KT 66.7%, SKT 56.8%, LG U+ 8.3%로,
- 가입율이 낮은 사업자의 경우 일괄가입 확대 등 가입률을 높이기 위한 노력과 더불어 지속적인 차단성능 개선을 통해 이용자의 스팸 차단 서비스에 대한 신뢰도를 높이는 노력 또한 중요

5.2 이메일

- '12년 1인 1일 평균 이메일 문자스팸 수신량은 전년 동기 대비 36.1% 감소(2.19통→1.40통)

구 분	2011년 하반기	2012년 하반기	비 고
1인 1일 평균 이메일 스팸 수신량	2.19통	1.40통	'11년 하반기 대비 36.1% 감소

[표 22] 1인 1일 평균 이메일스팸 수신량

- 이메일 스팸트랩에 탐지된 발신지가 국내인 이메일 스팸 탐지건수가 대폭 감소(상반기 대비 76% 감소, 1,272만건→299만건)
- 이는 '12년부터 KISA가 인터넷서비스제공사업자(ISP)에게 스팸 발신IP 등 스팸정보를 상시 제공하고, ISP가 해당 컴퓨터의 스팸 발신 악성프로그램 삭제 등 적극적 차단 노력을 기울인 결과로 판단
- 각기 상이한 포털 사업자의 스팸 필터링 수준을 상향평준화하기 위한 지속적인 노력이 필요

6. 향후 정책

■ 휴대전화

- ▷ **(가입단계)** 스팸발송을 목적으로 서비스에 가입(명의도용 등)하는 것을 방지하기 위해 대리점 및 판매점 관리감독 강화
- ▷ **(발신단계)** 발신량 제한 등 서비스별 유사한 수준의 발신억제 정책을 동시에 적용하여 스팸 물량이 이동하는 것을 차단
 - ※ 개인 웹메시징 서비스 스팸 발신량 제한 추진 필요
- ▷ **(수신단계)** 지능형 스팸차단 서비스 가입 확대 및 이통3사 공통 차단지침을 제공, 주기적 성능측정을 통해 이통3사 차단성능 상향 유도

■ 이메일

- ▷ **(발신단계)** 스팸발신IP 등 스팸정보를 사업자에 실시간 제공하여 신속 차단 유도
- ▷ **(수신단계)** 포털사업자와 스팸정보 공유를 통해 대응수준 상향 유도

■ 종합대응

- ▷ ‘스팸현황 종합 모니터링 시스템’을 통해 네트워크 상에서 유통되고 있는 스팸정보 (광고URL, 스팸발신IP 등)를 사업자에 실시간 제공하여 차단토록 하는 등 스팸발신을 억제하고, 이통사 및 포털사업자의 스팸필터링 수준 강화 유도 등 수신단 스팸차단 강화