

보도자료

2013년 9월 30일(월) 배포 시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 이용자정책국 인터넷윤리팀 양기철 팀장 (2110-1560)
인터넷윤리팀 최인경 사무관 (2110-1563)

방통위, 13년 상반기 휴대전화 및 이메일 스팸 유통현황 공개

- 휴대전화 문자스팸은 KT, 이메일 스팸은 LG U+가 주요 전송 채널 -

방송통신위원회(위원장 이경재)와 한국인터넷진흥원(원장 이기주, 이하 KISA)은 휴대전화 문자스팸 및 이메일 스팸의 발송·수신 경로를 제공하고 있는 주요 사업자의 『13년 상반기 스팸 유통현황 분석 결과』를 발표했다.

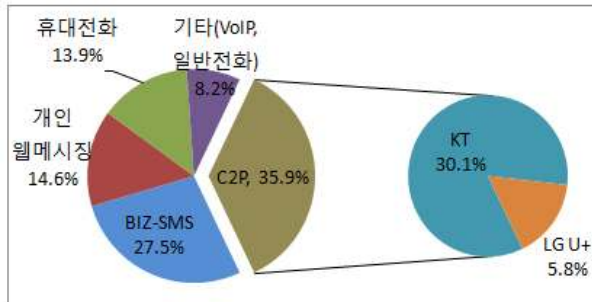
방통위와 KISA는 올해 1월부터 6월까지 KISA로 접수된 스팸신고 건과 국민 1인당 스팸 수신량 조사결과 등을 토대로, 스팸이 어느 서비스를 통해 많이 유통되는가에 대해 분석하였다. 휴대전화 문자스팸의 경우 대량 문자발송 서비스(BIZ-SMS, C2P), 이동통신 서비스, 인터넷 전화 서비스가 대상이 되고, 이메일 스팸의 경우 초고속 인터넷 서비스, 포털의 이메일 서비스가 그 대상이 된다.

13년 상반기 휴대전화 문자스팸의 주요 발송 서비스는 C2P(전체 스팸량의 35.9%)로, C2P 사업자 중 KT(전체 스팸량의 30.1%)의 스팸량이 가장 많은 것으로 조사되었다. 이메일 스팸의 경우 LG U+(전체 스팸량의 55.0%)에서 발생하는 스팸량이 가장 많은 것으로 조사되었다.

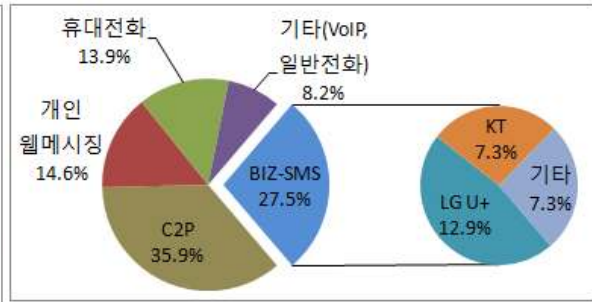
□ 휴대전화 - 발송 서비스

- 주요 스팸발송 서비스로는 대량 문자발송 서비스(C2P : 35.9%, BIZ-SMS : 27.5%), 이통사 홈페이지의 개인 웹메시징 서비스(14.6%), 이통사 휴대전화(13.9%) 순으로 나타났다.

- C2P는 KT(30.1%), LG U+(5.8%) 순으로, BIZ-SMS는 LG U+(12.9%), KT(7.3%) 순으로 스팸량이 많은 것으로 확인되었다.



[그림 2] C2P 사업자별 비율



[그림 3] BIZ-SMS 사업자별 비율

- 이통사 홈페이지에서 문자를 발송하는 개인 웹메시징 서비스에서는 LG U+가 전체 스팸량의 14.6%로 가장 큰 비중을 차지하였으나, 2월 대량의 스팸을 발송한 사업자와의 계약을 해지하는 등 자정노력을 강화한 결과 3월 이후 스팸 발송량은 급격히 감소(1월 41만4천건→6월 3천건)하여 안정적으로 관리되고 있다.
- 휴대전화를 통한 스팸 발송량은 LG U+(6.8%)가 가장 많은 것으로 나타났으며, 문자발송 비용이 사실상 무료화 됨에 따라 '12년 이후 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타났다.

□ 휴대전화 - 수신 서비스

- 국민 1인당 1일 평균 문자스팸 수신량을 측정한 결과, 평균 0.23통('12년 상반기 0.24통→'12년 하반기 0.22통→'13년 상반기 0.23통)을 수신하는 것으로 조사되었다.
- 또한, 각 이통사 무료 부가서비스인 지능형 스팸차단 서비스의 차단율은 전반적으로 낮아 차단율 개선이 필요한 것으로 확인되었다.

('13.6월 기준)

구분	KT			SKT	LG U+
	높음	보통	낮음		
차단율	43%	39%	22%	37%	7%
오차단율	1%	0%	0%	0%	0%

[표 1] 이통3사 지능형 스팸차단 서비스 차단율 및 오차단율

- ※ SKT, LG U+의 경우 스팸 차단율 개선을 진행 중에 있음('13.9월)
- ※ 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

□ 이메일

- (발송 서비스) 이메일 스팸이 발송되는 인터넷 서비스 제공 사업자(ISP)의 경우 LG U+(55.0%), SK브로드밴드(10.5%) 순으로 나타났다.
- (수신 서비스) 국민 1인당 1일 평균 이메일 스팸 수신량을 측정한 결과, 평균 0.51통('12년 상반기 1.64통→'12년 하반기 1.40통→'13년 상반기 0.51통)으로, 다음 0.68통, 네이버 0.38통, 네이트 0.35통을 수신하는 것으로 조사되었다.

구분	다음	네이버	네이트	평균
'13년 상반기	0.68통	0.38통	0.35통	0.51통

[표 2] 이메일 1인당 1일 평균 스팸수신량

□ 종합평가

'12년 이후 휴대전화 및 이메일 스팸은 지속적으로 감소하고 있다. 이는 '12년부터 시행해 온 '스팸 유통현황 분석 및 공개'에 따른 사업자의 자발적인 스팸감축 노력과 정부의 스팸 대응 정책 강화에 따른 영향으로 판단된다.

다만, 이통사 개인 웹메시징 서비스를 통해 발송되고 있는 문자 스팸은 감소추세에 있으나, 대량 문자발송 서비스인 C2P 사업자에 서 발생하는 스팸은 급증하고 있는 것으로 확인되었다.

대량 문자발송 사업자들은 스팸에 주로 사용되는 단어가 포함된 문자를 필터링하는 등의 자정노력을 기울이고 있으나, 일부 사업자는 스팸으로 발생하는 매출을 포기하지 못해 스팸발송을 방조하거나,

적극적인 차단노력을 기울이지 않고 있는 점이 스팸 증가의 원인인 것으로 추정되고 있다.

이메일의 경우, 포털 사업자의 지속적인 스팸 필터링 기술 개발, ISP 사업자의 스팸발송 IP 차단 등 스팸감축을 위한 자정노력을 강화한 것이 스팸 감소(이메일 스팸 수신량 1.4통→0.51통)에 영향을 미친 것으로 판단된다.

□ 향후 정책

방통위는 악성스팸머에 대한 정보를 이통사간 공유토록 하여 스팸 발송을 목적으로 한 서비스 가입(명의도용 등)을 방지하고 스팸 발신자의 서비스 이용제한도 더욱 강화할 계획이다.

또한, KISA는 스팸차단에 필요한 스팸정보(광고URL, 스팸발신 IP 등)를 사업자에 실시간 제공하여 차단토록 하고, 이통사 및 포털 사업자의 스팸필터링 수준을 높이는 등 스팸차단을 강화할 계획이다.

【용어설명】

- ▷ **BIZ-SMS** : 웹 기반 대량 문자발신 시스템을 구축한 사업자가 이통사와 전용선을 연결하여 이통사 가입자에게 문자를 전송하는 서비스
- ▷ **C2P(Computer to Phone)** : BIZ-SMS 서비스와 동일한 웹 기반 대량 문자발신 서비스이나, 발신 사업자가 기간통신사이면서 이통사와 상호접속으로 연동된 경우를 구분하여 지칭
- ▷ **ISP(Internet Service Provider)** : 개인이나 기업을 대상으로 인터넷 서비스를 제공하는 사업자
- ▷ **MSO(Multiple System Operator)** : 다수의 케이블TV를 운영·소유한 사업자로, 인터넷 서비스도 함께 제공
- ▷ **개인 웹메시징 서비스** : 이통사 홈페이지를 통해 자사 가입자에게 무료 또는 유료로 제공하는 문자 발송 서비스
- ▷ **이통사 지능형 스팸차단 서비스** : 이통사가 자사 가입 고객에게 스팸이 수신되기 전 사전에 차단해주는 무료 부가서비스
- ▷ **이메일 스팸트랩** : 가상의 이메일주소(약 13만개)를 만들어 불특정 다수에게 발송되는 스팸을 탐지하는 시스템
- ▷ **RBL(Real-time Blocking List)** : 실시간 스팸차단 리스트(이메일 스팸이 발송되는 IP 목록)로, 포털 및 메일서버 운영자가 스팸메일 차단에 활용