

보도자료

2012년 4월 10일(화) 배포시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 네트워크정책국 인터넷정책과 김정렬 과장(☎ 750-2730)
인터넷정책과 손일만 사무관(☎ 750-2746) sono01@kcc.go.kr

방통위, 新유형의 인터넷 및 모바일 광고 활성화를 위한 인프라 조성에 박차

- “新유형 온라인 광고 테스트패널” 이용 사업자 모집 -
- “모바일 광고 플랫폼 인증제” 본격 시행 -

방송통신위원회(위원장 : 이계철)는 新유형의 인터넷·모바일 광고를 활성화시키기 위해, 증강현실 광고, 위치기반 광고 등 새로운 유형의 광고모델을 사전에 검증할 수 있는 「온라인 광고 테스트패널」의 이용 사업자(플랫폼 업체, 앱 개발사 등)를 모집하고, 「모바일 광고 플랫폼 인증제」를 본격적으로 시행한다고 밝혔다.

국내 인터넷 광고 시장은 '11년 1조 8천억원 규모로 신문광고 1조 6천억원을 추월하여 TV광고에 이어 2대 광고매체로 자리 잡았다. 그러나 우리나라에 진출한 구글(AdMob), 애플(iAD)은 물론, 인모비, 탭조이, 메디바 등 해외 모바일 광고 업체들에 비해 국내업체는 아직 경쟁력이 취약한 실정이다. 이에 따라, 국내 인터넷·모바일 광고업체가 자신의 아이디어를 시험해 보고 이를 상용화 할 수 있도록 “온라인 광고 테스트패널”을 구축하고, 이번에 그 이용 사업자를 모집할 계획이다.

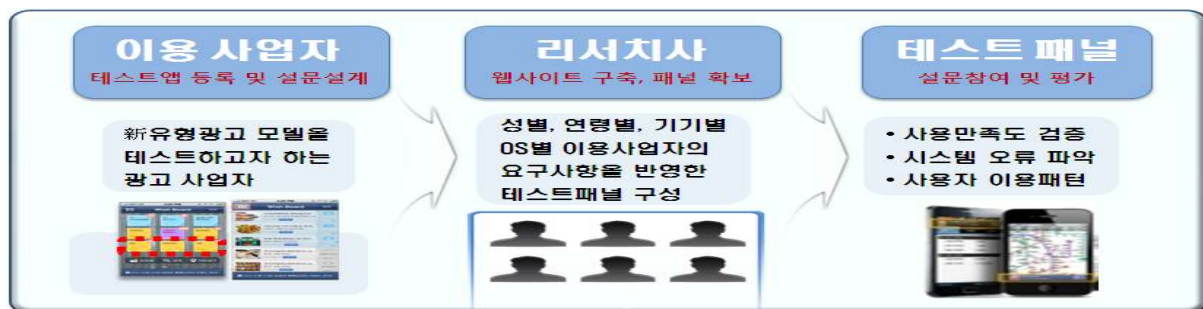
또한, 국내 모바일 광고 시장은 '11년 600억원 규모로, 미국시장 1조 2천억원(eMarketer,'12.1.) 대비 5%에 불과한 수준이다. 아직 수요가 확산 되지 못한 것은 광고효과에 대한 광고주의 인식이 부족하고, 이용자의 신뢰도가 낮아 광고활용이 미미하기 때문이다. 이에 따라, 모바일

광고 플랫폼 인증제를 본격적으로 시행하여 국내 모바일 광고에 대한 신뢰도를 높이고 시장을 활성화 해 나갈 계획이다.

1. 新유형 온라인광고 테스트패널 이용 사업자 모집

방통위와 한국인터넷진흥원(KISA)은 新유형 온라인 광고 테스트 패널을 구축하고 플랫폼 업체, 앱 개발사 등을 대상으로 이용 사업자를 모집한다. 모집된 광고 사업자들은 테스트 패널(2만 명으로 구성)을 이용하여 증강현실 광고, 위치기반 광고 등 새로운 유형의 광고모델에 대해 사전 검증을 받게 된다.

〈 온라인광고 테스트패널 이용프로세스 〉



테스트패널을 이용한 사업자는 다양하게 구성된 패널의 테스트를 통해 정식 서비스 개시 전에 오류를 개선하여, 향후 시행착오 등으로 발생 할 수 있는 시간 및 비용을 절감 할 수 있다. 또한, 사용자 이용 패턴 분석을 통해 수용도 높은 광고서비스 개발에 활용 할 수 있으며, 이를 신뢰할 수 있는 마케팅 자료로 활용하는 등의 효과가 있을 것으로 보인다.

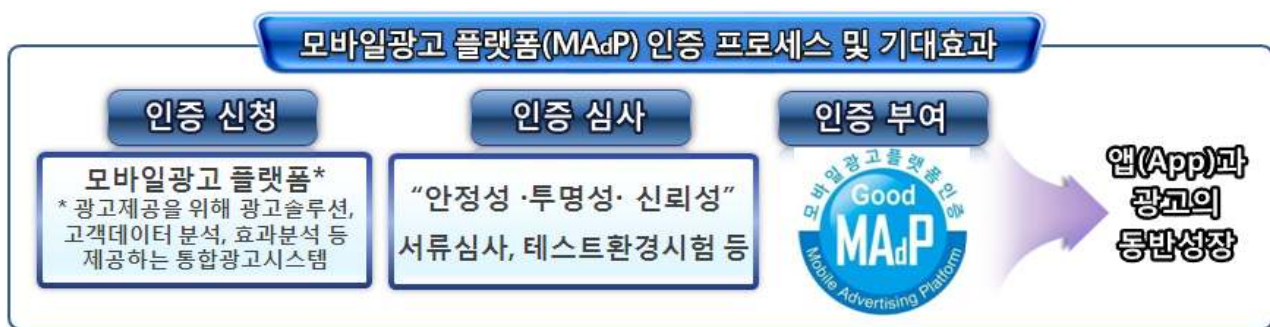
금년도 「新유형 온라인광고 테스트패널」 이용을 원하는 국내 인터넷·모바일 광고 사업자는 KISA(www.kisa.or.kr)에 4.9.(월)~4.20.(금) 동안 1천명 단위로 패널을 신청할 수 있고, 선정된 사업자는 패널규모에 따라 패널

운영비 中 5~15%의 비용을 부담한다. 이용 사업자는 자신이 원하는 테로 스마트폰·태블릿PC 사용자, 연령, 성별 등 패널을 구성하여 조사를 받을 수 있다.

참고로, 지난해 테스트 패널을 이용한 사업자는 필링크, 와이더플래닛, 바우스커뮤니케이션, AOA미디어, 애드앤티(現 아이웍스) 등 5개사이다. 특히, 테스트 패널을 이용한 필링크 관계자에 따르면 “KT엠하우스와의 공동 사업인 태블릿PC 기반의 ‘AD alive’를 테스트하여 12개 언론매체, 26종의 잡지매체를 포함한 총 38종 매체와 제휴를 맺어 안정적인 사업 기반 확보하였으며, 30여 광고주들로부터 광고 후 효과에 대해 우호적 평가를 획득하였다”고 설명했다.

2. 모바일 광고 플랫폼 인증제 본격 시행

지난해 10월에 시범사업 형태로 도입한 ‘모바일광고 플랫폼(MAdP: Mobile Advertising Platform) 인증제’가 금년 4월부터 본격적으로 시행된다.



올해에는 모바일 광고 플랫폼 유형이 다양화되고 있어 기존 ‘인앱 광고’* 위주에서 ‘보상형 광고’** 등에도 적절히 적용할 수 있도록 인증기준을 보완하였다.

* 인앱 광고 : 앱 사용 시 특정영역(하단 등)에 제품이나, 다양한 서비스의 광고를 제공

** 보상형 광고 : 이용자의 참여를 유도하게 하는 광고상품으로, 광고 참여 시 현금 및 포인트를 제공

2012.12.31. 지상파 아날로그TV 방송 종료, 디지털TV 방송시대 본격 개막 !

향후, 인증을 받고자 하는 기업은 운영실비를 기반으로 인증비용을 부담하게 되며, 특히, 소규모 신생(start-up) 기업의 경우에는 무료로 인증을 받을 수 있다.

인증을 받고자 하는 국내 모바일 플랫폼 사업자는 한국온라인광고협회 (www.onlinead.or.kr, 02-2144-4421)에 수시로 신청할 수 있고, 인증을 받은 플랫폼은 관련 세미나, 포럼 등 개최 시 업체 소개 등의 기회가 제공된다.

방통위 관계자는 “新유형 온라인광고 테스트 패널 및 모바일 광고 플랫폼 인증제를 통해 사업자가 광고주 및 이용자의 신뢰를 확보하여 모바일광고의 활용을 촉진하고, 이를 통해 모바일 산업의 핵심 수익 모델인 모바일광고 시장의 활성화에 기여할 것으로 기대한다.”고 밝혔다.

- 붙임 : 1. 모바일광고 플랫폼 개요 및 인터넷광고 주요통계
2. 新유형 온라인광고 테스트패널 이용사업자 선정 공고

[붙임1]

모바일광고 플랫폼 개요 및 인터넷광고 주요통계

① 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	위치기반 광고	모바일코드 광고	보상형 광고
검색사이트에서 검색 결과 페이지 상단에 검색어와 관련 있는 제품이나 서비스의 광고를 제공	웹사이트나 모바일 앱의 특정 영역에 위치하는 띠 형태의 광고	증강현실이나 위치기반 서비스를 활용하여 브랜드 노출, 쿠폰 등 제공	QR코드 등을 스마트폰으로 찍으면 제품이나 서비스의 광고, 정보 등 제공	이용자의 참여를 유도하고 광고 참여 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

② 인터넷·모바일 광고 주요통계

□ 국내 인터넷·모바일광고시장 현황

- (인터넷광고) 국내 인터넷광고시장은 '11년 1조 8천억원 규모로 신문광고 1조 6천억원을 추월하여 TV광고에 이어 2대 광고매체로 지속적 성장세

< 국내 주요 광고시장 현황 >

(단위 : 억원)

구 분	2007	2008	2009	2010	2011(E)
전체 광고시장	79,896	77,971	72,560	84,501	88,730
TV광고	21,076	18,997	16,709	19,307	19,300
신문광고	17,081	16,581	15,007	16,438	16,500
인터넷광고 (점유율%)	11,364 (14.2)	12,869 (16.5)	12,923 (17.8)	15,571 (18.4)	18,805 (21.2)

출처 : 제일기획 광고연감('11), 한국온라인광고협회('11.12)

- (모바일광고) 모바일광고시장은 위치기반광고 등 맞춤형광고의 등장에 따라 급성장 중으로, '11년 500~600억원(E)에서 '12년 1,700억원으로 온라인광고 시장內 비중이 '11년 3%에서 '15년 20%로 확대될 전망

□ 세계 인터넷·모바일광고시장 현황

- (인터넷광고) 세계 인터넷광고시장은 '11년 802억 달러, '13년 1,000억 달러 시장으로 성장할 전망이며, '14년부터 전체 광고시장의 20% 이상을 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, 2011.6)

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

[붙임2]

2012년도 新유형 인터넷·모바일광고 테스트패널 이용사업자 선정 공고

방송통신위원회와 한국인터넷진흥원은 인터넷·모바일광고 활성화 인프라 조성을 위하여, '新유형 인터넷·모바일광고 테스트패널 이용사업'에 참여할 사업자를 모집하오니, 아래 방법에 따라 신청하여 주시기 바랍니다.

2012년 4월 9일
한국인터넷진흥원장

가. 사업목적

- 국내 독자기술로 개발된 新유형 인터넷·모바일광고에 대해 패널에 의한 사전 효과검증 테스트 환경을 조성하여 비즈니스 모델의 확산을 촉진

나. 신청대상

- 新유형 인터넷·모바일광고 비즈니스모델 및 서비스의 사전 효과검증 테스트를 통해 이용자 반응을 테스트하고, 이를 통해 서비스를 수정·보완하고자 하는 국내 인터넷·모바일광고 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 5% 이상의 자체부담금 제공
※ 자세한 사항은 사업수행지침 참조

2012.12.31. 지상파 아날로그TV 방송 종료, 디지털TV 방송시대 본격 개막 !

마. 신청서 접수

- 접수기간 : 2012. 4. 9(월)~4.20(금) 15:00
- 접수방법 : 방문 접수
- 제출서류 : 사업수행지침 참조
- 접 수 처 : 서울시 송파구 중대로 135 KISA 118청사 서관 7층 융합콘텐츠팀
- 문 의 : 봉기환 선임연구원(☎ 02-405-6318, khbong@kisa.or.kr)