

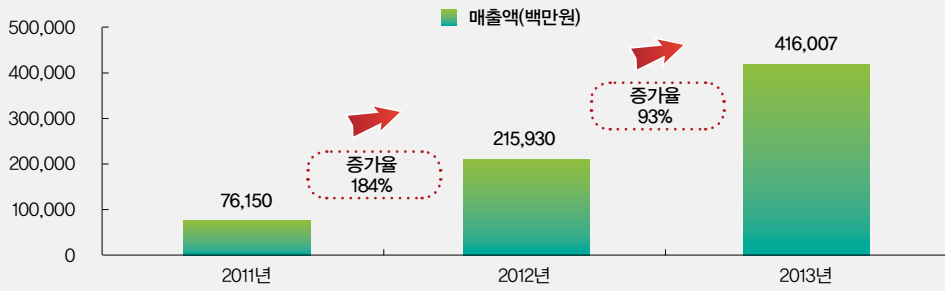
2012 모바일광고 산업통계 및 이용자 행태 조사

방송통신위원회와 한국인터넷진흥원은 지난 2월초 '2012년 모바일광고 산업통계 및 이용자 행태 조사' 결과를 발표했다.

우선 작년말 모바일광고 사업체(광고대행사, 플랫폼사, 앱개발사, 매체사 등) 365개사(응답 126개사)와 광고주 200개사(응답 40개사)를 대상으로 실시한 산업현황 조사에 따르면, 2012년 모바일광고 시장 규모는 2,159억 원으로 전년대비 약 184% 증가한 것으로 파악되며 2013년 시장 규모는 4,160억 원으로 약 93% 증가할 것으로 예상된다.

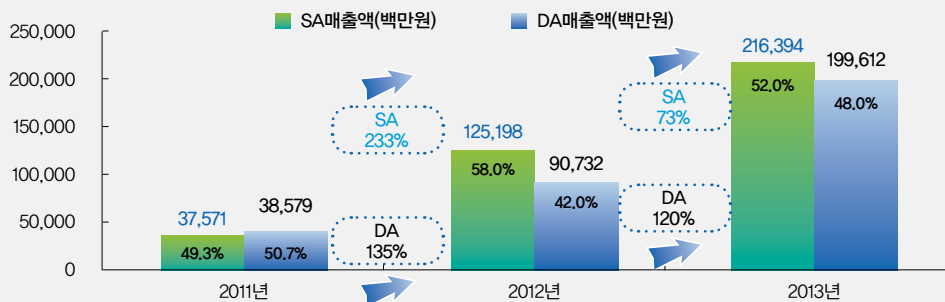
2012년은 모바일 포털 등의 애플리케이션을 통한 검색광고 시장이 크게 성장(233.2%)한 반면, 금년은 모

〈표 1〉 3개년도 모바일광고 시장 규모



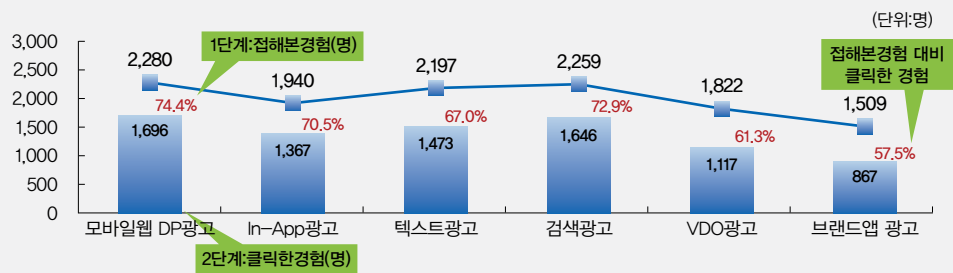
※ '시장규모'는 광고주로부터 수주한 매출액

〈표 2〉 3개년도 모바일광고 광고유형별 시장 규모

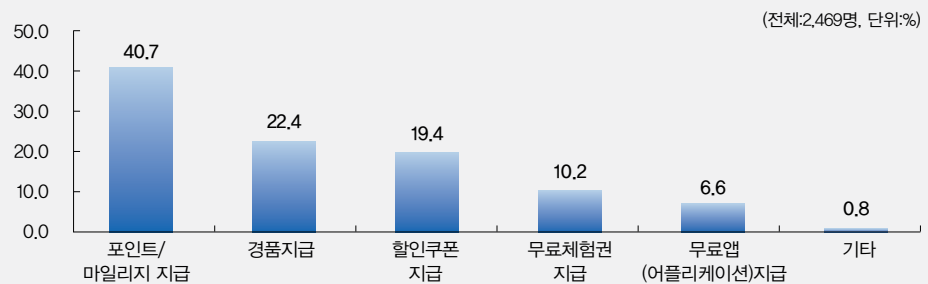




〈표 3〉 모바일광고 유형별 접해본 경험



〈표 4〉 선호하는 모바일광고 프로모션



바일광고 플랫폼 등을 활용한 디스플레이광고 시장의 성장(120.0%)이 두드러질 전망이다.

한편 모바일기 사용자 2,469명을 대상으로 실시한 이용자행태조사에서는 다수의 이용자가 이미 모바일 웹 DP(디스플레이), 검색광고, In-App(앱내)광고 등 다양한 유형의 모바일광고를 접하고 있는 것으로 나타났다.

선호하는 모바일광고 프로모션으로는 최근 모바일을 이용한 보상형광고가 확대되는 추세로 '포인트 및 마일리지 지급(40.7%)'의 선호도가 가장 높았으며, 경품 지급, 할인쿠폰 지급의 선호도는 각각 22.4%, 19.4%로 조사되었다.

이번 조사의 자세한 내용은 한국인터넷진흥원 홈페이지(www.kisa.or.kr)에서 볼 수 있다.

KAA 이수지 기자 susie@kaa.or.kr