

	보 도 자 료	
	2017.9.25.(월)	
	국회의원 金 成 泰 (자유한국당 송파을 당협위원장)	
	자유한국당	
	담 당 : 양용석 보좌관	전화 : 02-784-6651~3
	서울시 영등포구 여의도동 1번지 국회의원회관 540호	
	Facebook : https://www.facebook.com/seangtae.kim	

김성태 의원, “소상공인 멎드는 포털 광고 ‘가짜클릭’ 포털 ‘깜깜이’ 광고수익 연간 2천억원 규모 추정, 결국 국민 피해로 직결... 개선방안 시급”

- 美 광고주 협회 조사 결과, PC 디스플레이 광고비의 9%와 동영상 광고비의 22%가 ‘가짜클릭’
- ‘16년 가짜클릭으로 인한 피해액 약 2천억원 추산, 소상공인의 광고비 부담 가중은 이용자 피해로 귀결
- 김성태 의원, “불·편법 광고비용 발생에 대한 포털의 과금 방지 의무 부여 및 통계자료 공개 등 체계적 대책 마련” 촉구

자유한국당 김성태 의원(송파을 당협위원장, 국회 과학기술정보방송통신위원회)에 따르면, PC를 통한 포털 디스플레이 광고비용의 평균 9%, 비디오 광고비용의 22%가 ‘가짜클릭’에 해당하는 것으로 나타났다.

‘가짜클릭’은 이용자가 배너 등에 노출되거나 클릭 시 과금되는 광고에 프로그램 등을 통한 허위 클릭을 유발하여 비용을 발생시키는 행위로, 美 광고주 협회인 ANA(Association of National Advertisers)가 온라인 광고시장의 가짜클릭 규모를 분석한 결과 ‘16년

기준 전 세계적으로 디스플레이 및 동영상 광고비용의 손실액이 72억 달러(약 8.1조원) 수준에 달하는 것으로 조사되었다.

김성태 의원은 “美 광고주 협회가 밝힌 포털 광고의 가짜클릭 비중을 네이버 등 국내 주요 포털에 적용할 경우, ‘깜깜이’ 광고수익이 연간 2,043억원 규모에 달하는 것으로 추산된다”고 주장하며, “가짜클릭에 따른 소상공인의 과도한 광고비 부담은 결국 상품과 서비스 가격 인상으로 이어져 광범위한 이용자 피해를 초래한다”고 지적했다.

< 가짜클릭에 따른 포털 광고수익 규모 추산 >

(’16년 기준, 단위: 억원)

구 분	PC 광고매출(a)	평균 가짜클릭 비율(b)	가짜클릭 관련 매출액(a×b)
네이버	10,419	15.5%	1,615
카카오(다음)	2,761		428
합 계			2,043

※ PC 광고매출: ’16년도 각 社 IR 기준 (네이버는 ‘광고’ 및 ‘비즈니스플랫폼’ 매출 22,651억원 중 PC 46%)

※ 평균 가짜클릭 비율: ANA 보고서상 가짜클릭 비율인 9%와 22%의 평균값

※ 모바일을 통한 광고의 가짜클릭 비중은 2% 이내로 추정되어 대상에서 제외

이와 관련 그간 소상공인들의 가짜클릭에 대한 피해 발생 우려와 사실관계 확인 문의에도 불구하고, 네이버 등 거대 포털은 이에 대한 통계나 대응체계 등을 일절 공개하지 않아 상대적 약자인 소상공인의 불만이 가중되고 있는 실정이다.

특히, 최근 온라인 광고가 포털 사업자의 주요 수익원으로 대두되는 상황에서 미국 등 해외는 ‘가짜클릭’에 대한 조사보고서가 정기적으로 발표되는 반면, 우리나라는 정부나 기업 차원의 통계조사조차 제대로 이루어지지 않아 이용자 보호를 위한 대책 마련이 시급하다는 목소리가 높아지고 있다.

김성태 의원은 “네이버 등 포털은 가짜클릭에 따른 소상공인과 이용자의 금전적 피해를 철저히 방지하고, 관련 통계 등 정보를 성실히 공개할 의무가 있다”고 진단하며, “포털 사업자가 자력으로 가짜클릭을 100% 차단하기 어렵다는 점에서 정부·학계·전문가 등으로 구성된 태스크포스를 통해 포털이 자체 운영하는 ‘가짜클릭 탐지 시스템’을 점검하고 고도화하는 방안을 진지하게 고려해야한다”고 강조했다. 끝.