



라디오 방송사 광고요금에 대한 정량적 가치 분석

지난 4월 8일 한국광고학회 주최로 열렸던 춘계광고학술세미나에서 박현수 단국대 교수는 '라디오 방송사 광고요금에 대한 정량적 가치 분석'에 대한 주제발표를 통해 현행 라디오 광고단가는 청취율을 반영했다고 보기 힘들며, 일부 종교방송은 그 가치가 과장되어 있다고 밝혔다. 박 교수는 향후 경쟁미디어레이 도입되고 가치를 반영하는 요금체제로 전환될 것에 대비해 일부 방송사들은 효율성 제고 방안을 마련해야 할 것이라고 지적했다. 주제발표 내용을 요약한다.

국내 총 광고시장의 약 4%를 차지하고 있는 라디오광고는 광고비 규모가 상대적으로 협소하고 커버리지 인구수를 추정하기 힘들다는 이유로 매체가치 분석 등의 연구에서 배제되어 왔다. 또한 라디오광고 대부분이 끼워팔기에 의해 운영되어 왔고 요금제도도 국내 방송광고요금제도인 GS방식이 아닌 시급을 기초로 하여 결정되어 왔다. 이에 본 연구에서는 지상파 및 종교 라디오 방송사들의 실증적 가치분석을 위해 각 방송사의 청취율을 분석하여 효율성에 따른 적정 요금 수준을 제시해 보는 시도를 하였다. 라디오 방송사별 평

균청취율 수준과 평균 광고단가를 조사한 후, 평균 비용효율성(CPM/CPP)의 차이를 조사해 적정 광고요금을 책정, 요금변화의 폭을 살펴보았다.

조사 결과 라디오 방송사들의 평균 청취율은 약 0.052%~2.626%로 나타났다. 평균 광고단가의 경우 MBC-AM이 청취율도 가장 우수하며 광고단가도 가장 높았다. 불교방송과 평화방송의 경우는 지상파 방송사인 KBS-FM, SBS-FM보다 오히려 평균 광고단가가 높았다. 이는 청취율을 반영한 광고단가로 보기 힘들며, 종교방송의 가치가 과장되었다는

〈표 1〉 각 라디오 방송사별 평균 청취율과 요금

방송사	청취율 합 (%)	광고요금 합 (원)	현재 평균 청취율 (%)	현재 평균요금 (원)
KBS-2R	8.009	7,691,000	0.381	366,238
MBC-AM	60.393	12,254,500	2.626	532,804
SBS-AM	7.344	2,234,000	0.306	93,083
CBS-AM	4.485	7,585,000	0.204	344,773
극동방송	7.417	1,015,000	0.464	63,438
KBS-FM	12.246	1,967,000	0.532	85,522
MBC-FM	32.667	7,514,000	1.361	313,083
SBS-FM	35.575	4,815,800	1.482	200,658
CBS-FM	10.304	1,250,000	0.429	52,083
불교방송	1.047	3,374,000	0.052	168,700
평화방송	1.646	3,310,000	0.082	165,500
원음방송	1.060	2,394,000	0.044	99,750

〈표 2〉 각 라디오 방송사별 비용효율성 비교(단위: 원)

방송사	전체CPM	전체CPP
KBS-2R	3,277	960,255
MBC-AM	642	202,914
SBS-AM	1,001	304,208
CBS-AM	4,799	1,691,067
극동방송	576	136,854
KBS-FM	767	160,628
MBC-FM	728	230,020
SBS-FM	446	135,370
CBS-FM	344	121,312
불교방송	11,795	3,221,173
평화방송	7,039	2,009,172
원음방송	9,013	2,258,491