

2014 방송통신광고비 조사

모바일 광고시장 52.4% 상승



한국방송광고진흥공사(이하 KOBACO)가 실시한 '2014 방송통신광고비 조사'에 따르면 2014년 우리나라 총 광고비는 10조 9,722억원으로 2013년 10조 7,959억원 대비 1.6% 성장한 것으로 조사됐다. 모바일 광고시장은 2013년 4,757억원에서 2014년 7,250억원으로 52.4% 상승해 성장세가 두드러졌다. 스마트 광고는 3조 2,938억원으로 전년 대비 11.3% 성장한 것으로 집계됐다.

2013년에 시작, 2년째 실시하고 있는 방송통신광고비 조사는 신유형 스마트 광고를 포함한 전체 광고시장의 규모와 현황을 파악하기 위해 5개 매체, 29개 광고플랫폼, 80개 세부 광고유형별로 상세 분류해 2,330개 국내 미디어사업체(매체사, 미디어렙사)를 대상으로 진행하였다.

지금까지 국내의 다른 광고비 현황조사는 일부 추정치를 사용하거나 광고사업체를 대상으로 매체별 광고비만을 조사한 데 반해, 금번 조사는 미디어사업체를 대상으로 매체뿐만 아니라 광고유형별로 직접 설문조사를 실시했다는 점이 특징적이다.

전체 광고시장의 변화

2014년 국내 광고비 시장의 규모는 전년 대비 1.6% 성장한 10조 9,722억원으로 조사되었다. 전체 광고시장 중 방송, 인쇄, 온라인, 옥외 매체로 이루어진 4대 주요 매체의 광고매출액은 2014년 10조 2,416억원으로 전년도 10조 255억원 대비 2.2% 증가한 것으로 나타났다. 방송광고 매출액은 2013년 대비 큰 변화가 없는 가운데 지상파TV, DMB, 라디오 등은 하락한 반면, 케이블, 위성, IPTV는 조금 증가하였다.

인쇄매체인 신문과 잡지의 매출액은 각각 4.1%, 7.0% 감소하여, 전체 인쇄매체의 광고매출액은 4.8% 감소한 것으로 조사되었다. 옥외광고 시장은 8,715억에서 8,772억원으로 2013년 대비 2014년에 0.7% 증가한 것으로 나타났다.

한편, 기타 광고시장인 생활정보 광고, DM, 취업정보 광고의 전체 매출액은 2013년 7,704억원에서 2014년 7,306억원으로 5.2% 감소한 것으로 조사되었다.

광고 중분류 유형 중 방송광고의 매출액이 2014년 기준 4조 2,281억원으로 4대 주요 매체 매출액의 41.3%를 차지하고 있었으며, 온라인 광고는 3조 723억원으로 30%를 차

〈표 1〉 전체 광고시장 연도별 매출액

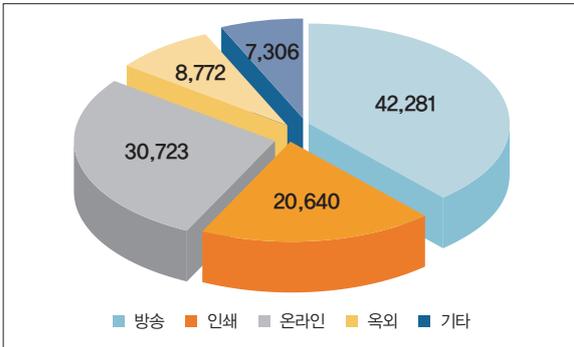
(단위: 억 원, %)

구분	광고비			성장률			
	2012년	2013년	2014년	2013년	2014년		
방송	지상파TV	22,304	21,359	20,616	-4.2	-3.5	
	케이블	PP	15,078	16,134	16,902	7.0	4.8
		SO	1,099	1,252	1,347	13.9	7.6
	위성방송광고	145	174	188	20.0	8.0	
	IPTV광고	237	399	514	68.4	28.8	
	DMB광고	173	130	110	-24.9	-15.4	
	라디오광고	2,904	2,825	2,604	-2.7	-7.8	
	방송 계	41,940	42,273	42,281	0.8	0.02	
인쇄	신문광고	17,178	16,227	15,569	-5.5	-4.1	
	잡지광고	5,528	5,451	5,071	-1.4	-7	
	인쇄 계	22,706	21,678	20,640	-4.5	-4.8	
온라인	인터넷광고	22,388	22,832	23,473	2.0	2.8	
	모바일광고	2,229	4,757	7,250	113.4	52.4	
	온라인 계	24,617	27,589	30,723	12.1	11.4	
옥외광고	7,972	8,715	8,772	9.3	0.7		
소계(방송,인쇄,온라인,옥외)	97,235	100,255	102,416	3.1	2.2		
기타	생활정보광고	5,051	4,714	4,341	-6.7	-7.9	
	취업정보광고	1,281	1,337	1,396	4.4	4.4	
	DM 광고	1,693	1,653	1,569	-2.4	-5.1	
	기타 계	8,025	7,704	7,306	-4.0	-5.2	
총 계	105,260	107,959	109,722	2.6	1.6		

* 총편은 케이블로 분류

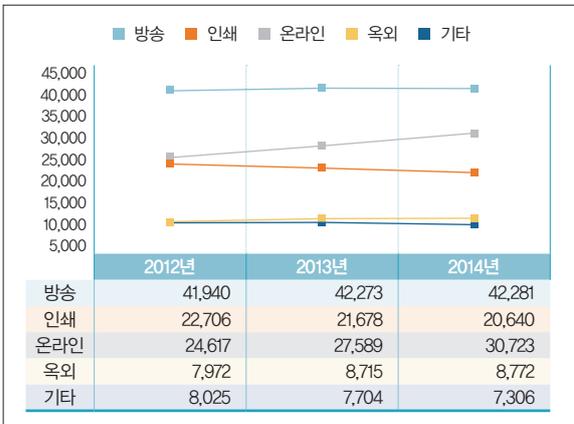
〈그림 1〉 2014년 방송통신광고비

(단위: 억 원)



〈그림 2〉 방송통신광고비 연도별 매출액

(단위: 억 원)



지하고 있는 것으로 조사되었다. 온라인 광고의 구성비는 전체 광고시장에서 증가하는 추세에 있는 반면, 인쇄 광고는 소폭 하락하는 추세이다.

방송광고시장 규모

전체 방송광고시장의 규모는 2012년 4조 1,940억원, 2013년은 4조 2,273억원, 2014년 4조 2,281억원으로 거의 유사한 수준이다. 매체별로는 2014년 지상파TV의 매출액이 2조 616억원으로 전체의 48.8%를 차지해 가장 비중이 컸지만, 2012년 이후 매출액이 감소하는 추세이며, 전년 대비 매출액이 3.5% 감소하면서 방송광고시장에서의 비중이 1.8% 감소했다. 반면 케이블 PP는 2012년 1조 5,078억원, 2013년 1조 6,134억원, 2014년 1조 6,902억원으로 2013년 대비 4.8% 증가했고, 전체 방송광고시장에서의 구성비 역시 38.2%에서 40.0%로 증가했다.

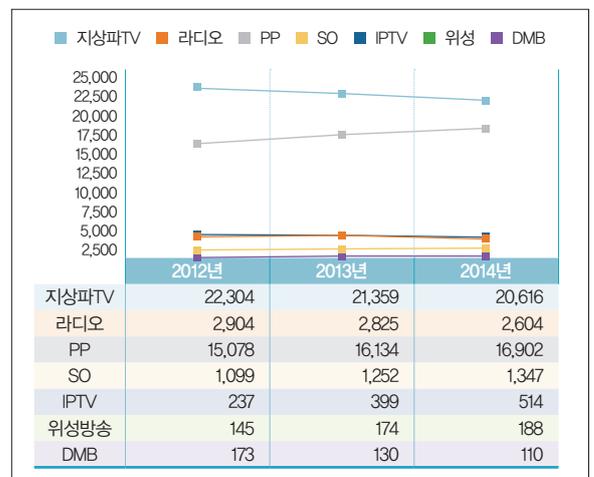
2013년 대비 매출액이 가장 크게 성장한 부분은 작년 이어 IPTV였다. IPTV광고의 매출액은 2014년 514억원으로

〈표 3〉 방송광고 매체별 광고매출액

(단위: 억 원, %)

구분	구분	2012년	2013년	2014년	성장률	
					2013년	2014년
지상파 TV	광고	19,307	18,273	17,262	-5.4	-5.5
	협찬	2,997	3,086	3,354	3.0	8.7
	지상파TV 계	22,304	21,359	20,616	-4.2	-3.5
라디오	광고	2,358	2,246	2,039	-4.7	-9.2
	협찬	546	579	565	6.0	-2.4
	라디오 계	2,904	2,825	2,604	-2.7	-7.8
케이블 (PP)	광고	13,175	14,045	14,277	6.6	1.7
	협찬	1,903	2,089	2,625	9.8	25.7
	케이블 계	15,078	16,134	16,902	7.0	4.8
SO		1,099	1,252	1,347	13.9	7.6
IPTV		237	399	514	70.9	28.8
위성방송		145	174	188	20.0	8.0
DMB	광고	168	123	103	-26.8	-16.3
	협찬	5	7	7	40.0	0.0
	계	173	130	110	-24.9	-15.4
소계		41,940	42,273	42,281	0.8	0.02

(단위: 억 원)



로 전체 방송광고시장의 1.2%에 불과하지만, 전년 매출액 399억원과 비교해 봤을 때 28.8% 성장한 규모이다.

한편, 지상파DMB는 2014년 매출액이 110억원으로 전년 대비 15.4% 감소하였다. 라디오 역시 2012년 이후 감소하는 추세이며, 2014년 매출액은 2,604억원으로 작년 대비 7.8% 감소하였다.

방송사의 협찬 매출은 방송사 자체협찬만을 조사하였으며, 외주제작사의 협찬은 포함되지 않았다. **K A A**

이수지 susie@kaa.or.kr