

또한 각 신문사들의 공시된 제시단가는 실거래상황에서 거래되는 단가와는 큰 차이가 있으며 이에 따라 제시단가 대비 실거래단가 수준을 확인하기 위해 KADD의 2010년 신문광고 집계금액과 제일기획의 2010년 1년간 집계금액을 비교하였다. KADD의 집계는 신문사별 제시단가를 기준으로 하는 반면, 제일기획의 신문광고 총액은 비교적 실제거래요금을 사용하고 있기 때문에 두 집계금액 간의 차이가 신문사의 제시단가와 실거래단가의 차이라고 규정하였으며 그 차이는 약 52%였다. 따라서 본 연구에서는 실제 신문광고 거래요금을 추정하기 위해서 제시단가에 52%의 가중치를 적용하였다.

〈표 5〉 단가관련 용어 설명

용어	의미
제시단가	현재 신문사가 공시하고 있는 신문광고단가
실거래가(추정)	실제 거래 시 반영되고 있는 신문광고단가의 추정치
적정단가	연구 분석결과를 반영한 제안단가

〈표 6〉 신문광고단가의 제시단가대비 실거래가 비율

제시단가 기준 신문광고 총 매출액 (KADD 출처)	실 거래가 기준 신문광고 총 매출액 (제일기획 출처)	%
3,191,600,000	1,643,800,000	52%

〈표 7〉 각 신문사별 실거래 기준 적정단가 및 제시단가 (5단*37, 본지, 4~5면, 흑백광고 기준, 단위 : 원)

신문구분	신문가치 종합Index	제시단가	실거래가(추정)	신문가치를 반영한 적정 실거래 단가(추정)	적정단가 /제시단가
조선일보	100.0	31,450,000	16,354,000	16,354,000	52.0
중앙일보	81.6	28,080,000	14,601,600	13,343,472	47.5
동아일보	72.7	27,750,000	14,430,000	11,892,182	42.9
매일경제	53.8	25,900,000	13,468,000	8,800,498	34.0
한국경제	38.1	20,350,000	10,582,000	6,225,111	30.6
한겨레신문	34.9	24,050,000	12,506,000	5,714,914	23.8
세계일보	18.9	16,650,000	8,658,000	3,093,239	18.6
한국일보	28.1	27,750,000	14,430,000	4,598,533	16.6
경향신문	32.5	31,450,000	16,354,000	5,312,964	16.9
국민일보	26.1	27,750,000	14,430,000	4,273,133	15.4
문화일보	21.6	18,500,000	9,620,000	3,535,497	19.1
서울신문	20.5	27,750,000	14,430,000	3,349,683	12.1
스포츠조선	24.7	8,325,000	4,329,000	4,045,635	48.6
부산일보	20.5	7,770,000	4,040,400	3,359,132	43.2
매일신문	18.2	5,180,000	2,693,600	2,983,556	57.6
광주일보	14.5	4,250,000	2,210,000	2,379,345	56.0
평균		19,245,515	10,410,859	7,164,571	35.3

본 연구에서 제시한 신문별 적정단가가 현재로서는 가장 객관적인 방법을 통해 제시되었지만 인쇄광고뿐만 아니라 모든 광고집행에 있어서 양적인 효율성을 측정하는 기준인 CPM을 기준으로 하여 적정단가 분석도 시도하였다. 이는 신문별 질적인 차이를 무시한 상태에서 양적인 가치만을 가지고 평가할 때, 각 신문별 요금의 차이를 보여주는 것이며 본 연구에서 최종적으로 제안하는 요금은 아니라는 것을 밝혀둔다. 이러한 분석 역시 국내에서 가장 높은 가치를 갖고 있다고 평가받은 조선일보의 CPM을 기준으로 다른 신문들의 요금을 비교하였다. 다시 말해, 가장 높은 가치의 신문인 조선일보의 CPM을 기준으로 동일한 노출대비 비용 효율성을 갖는 적정단가를 각 신문별로 산출한 것이다. 그 결과 모든 신문의 적정단가가 현재 집행되고 있는 단가에 비해 현격히 낮게 나타났으며, 이는 현재 거래되고 있는 신문광고 시장에서의 단가가 가장 객관적인 노출대비 비용의 개념에서 볼 때 많이 비현실적이라는 것을 보여주는 한 예라고 할 수 있다.

〈표 8〉 조사 대상 신문사들의 적정단가 기준 CPM (5단*37, 본지, 4~5면, 흑백광고 기준, 단위 : 원)

신문종류	열독률	커버리지(명)	제시단가	실거래가(추정)	적정 단가	CPM(원)
조선일보	12.30%	5,007,945	31,450,000	16,354,000	16,354,000	3,266
중앙일보	9.60%	3,908,640	28,080,000	14,601,600	13,343,472	3,414
동아일보	8.30%	3,379,345	27,750,000	14,430,000	11,892,182	3,519
매일경제	3.60%	1,465,740	25,900,000	13,468,000	8,800,498	6,004
한국경제	1.40%	570,010	20,350,000	10,582,000	6,225,111	10,921
한겨레신문	2.60%	1,058,590	24,050,000	12,506,000	5,714,914	5,399
세계일보	0.30%	122,145	16,650,000	8,658,000	3,093,239	25,324
한국일보	1.20%	488,580	27,750,000	14,430,000	4,598,533	9,412
경향신문	2.40%	977,160	31,450,000	16,354,000	5,312,964	5,437
국민일보	1.30%	529,295	27,750,000	14,430,000	4,273,133	8,073
문화일보	0.60%	244,290	18,500,000	9,620,000	3,535,497	4,473
서울신문	0.50%	203,575	27,750,000	14,430,000	3,349,683	6,454
*메트로	1.90%	773,585	.	3,468,750	2,527,117	3,266
*포커스	1.30%	529,295	3,700,000	3,848,000	1,728,501	3,266
스포츠조선	1.50%	610,725	8,325,000	4,329,000	4,045,635	6,624
부산일보	0.80%	325,720	7,770,000	4,040,400	3,359,132	10,313
매일신문	0.60%	244,290	5,180,000	2,693,600	2,983,556	12,213
광주일보	0.30%	122,145	4,250,000	2,210,000	2,379,345	19,480

* 메트로와 포커스의 경우는 앞서 제시한 무가치를 위한 CPM 기준 방법에서 제시한 요금이다. 무가치들의 광고 크기는 실제와 차이가 있으며, 다른 신문과의 비교를 위하여 임의로 5*37기준으로 통일시켜 적용하였다.