



6월 국내광고시장 소강국면으로

6월 국내 광고경기는 5월 대비 보험세를 보일 것으로 전망된다.

한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 500대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과, 6월 종합 KAI는 102.8을 기록했다고 발표했다.

이는 광고시장의 최고 성수기인 5월을 지나면서 계절적으로 다소 소강국면에 진입하는 영향과 함께, 전반적인 국내 경기회복세가 기대에 미치지 못하고 있어 광고주들이 광고비 집행에 유보적 태도를 보이는 것으로 분석된다는 게 KOBACO측의 설명이다.

엔화약세, 중국경기 회복세 미약 등 대외수출 여건이 좋지 않은 상황에서 경제성장 전망치를 하향조정하는 저성장 분위기가 지속되는 영향을 반영하고 있는 것으로도 보여, 광고주들이 향후 경기회복에 대한 확신이 없는 상황에서 상반기의 적극적인 마케팅 자세에서 벗어나 다소 관망하는 소극적인 태도로 전환하고 있는 것으로 추정된다고 덧붙였다. 따라서 전반적인 6월의 국내광고시장 경기는 미미한 수준의

증가세를 나타낼 것으로 예상된다.

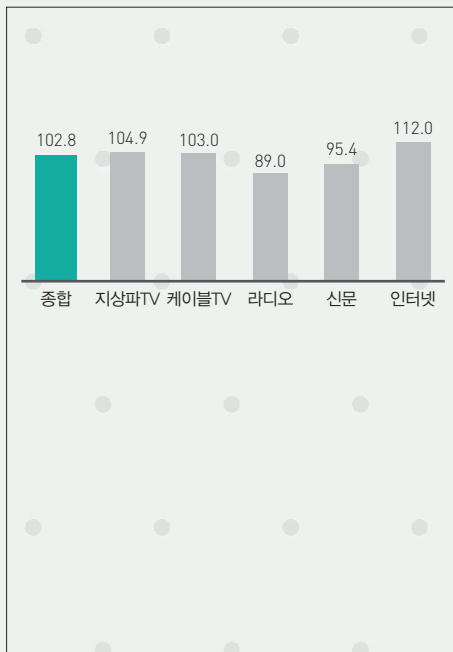
월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다는 의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

매체별로는 지상파TV(104.9), 케이블TV(103.0), 라디오(89.0), 신문(95.4), 인터넷(112.0) 등으로 조사됐으며, 화장품 및 보건용품(181.3), 수송기기(171.0), 여행 및 레저(139.0) 등의 업종에서 광고비 증가가 예상되는 반면, 패션(40.9), 유통(49.7), 가정용품(66.7) 등의 업종에서는 광고비 감소가 예상됐다.

광고경기예측지수조사(KAI :Korea Advertising Index)는 방송광고비를 포함한 국내 주요 광고매체의 경기변동을 주기적으로 조사해 광고산업 경기를 진단할 목적으로 매월 KOBACO에서 진행하고 있으며 한국광고주협회와 문화체육관광부가 후원하고 있다.

광고산업통계정보시스템(<http://adstat.kobaco.co.kr>)이나, 스마트폰에서 '광고경기예측지수(KAI)'를 다운받으면 쉽게 검색할 수 있다. **KAA**

〈표 1〉 매체별 광고경기 전망



〈표 2〉 업종별 광고경기 전망

