



10월 국내광고시장 감소세 전망

10월 국내 광고경기는 9월 대비 증가세를 보일 것으로 전망된다. 한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 500대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과, 10월 종합 KAI는 110.0을 기록했다고 발표했다.

대외적으로 최근 중국경제의 성장세 둔화가 뚜렷해지면서 하반기 국내 경제전반에 악영향을 미칠 것으로 보인다. 여기에 미국의 기준금리 인상폭과 시기에 따른 변수가 상존하고 있어 국내기업들은 크게 영향을 받을 것으로 예상된다. 2/4분기 국민 실질총소득(GNI)이 4년 만에 처음으로 감소한 것으로 조사돼 소비시장에서의 부진이 이어질 전망이다. 수출과 내수가 동시에 부진한 저성장 국면에서 벗어나지 못하는 상황이 계속되면서 국내 주요기업들의 절반가량이 금년도 매출액이 작년 대비 감소할 것으로 예상하고 있다. 이 같은 어려운 국내의 경기여건 하에서도 내수 진작을 위해 공공부분에서 추경을 통한 예산집행과 기업들이 금년도 목표 달성에 박차를 가할 것으로 보여 광고시장에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보인다. 가을철은 전통적인 광고성수기라 건설 및 부동산을 중심으로 광고비 상승도 예상된다. 또한 노사

정 대타협에 한발 다가간 노사 분위기도 호재요인으로 작용할 듯하다는 게 KOBACO 측의 설명이다.

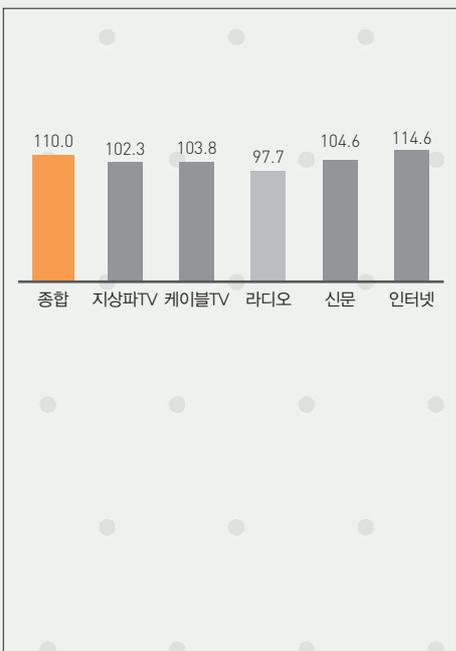
월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다는 의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

매체별로는 지상파TV(110.0), 케이블TV(103.8), 라디오(97.7), 신문(104.6), 인터넷(114.6) 등으로 조사됐으며, 건설·건재 및 부동산(150.0), 패션(133.3), 전기전자 및 정보통신(129.4) 등의 업종에서 광고비 증가가 예상되는 반면, 화장품 및 보건용품(66.7), 금융 및 보험(82.6) 등의 업종에서는 광고비 감소가 예상된다.

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. **KAI**

〈표 1〉 매체별 10월 광고경기 전망



〈표 2〉 업종별 10월 광고경기 전망

