

2월 국내광고시장 다소 회복될 듯



2월 국내 광고경기는 1월 대비 광고시장 경기가 회복세를 보일 것으로 예상된다.

한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 500대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과, 2월 종합 KAI가 109.4을 기록했다고 발표했다.

특히 음력 설 연휴와 겨울방학을 맞아 국내의 가족 단위 여행이 늘어날 것으로 예상돼 이와 관련한 업종이 뚜렷한 증가세를 보일 전망이다이라는 것이 KOBACO 측의 설명이다.

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

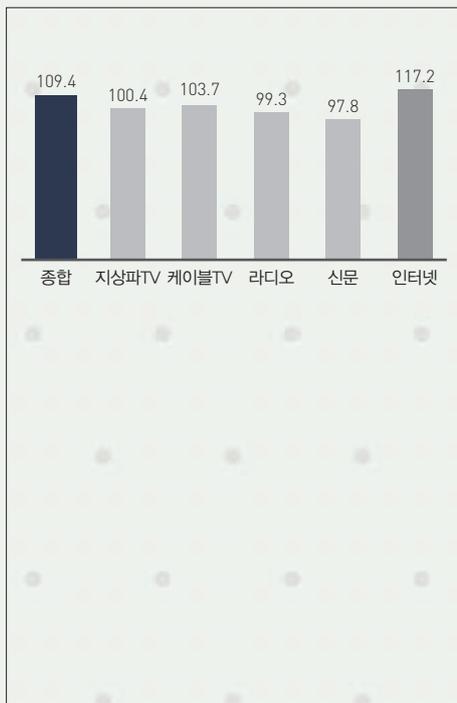
매체별로는 지상파TV(100.4), 케이블TV(103.7), 라디오(99.3), 신문(97.8), 인터넷(117.2) 등으로 조사됐으며, 수송기

기(122.2), 출판 및 교육(117.6), 여행 및 레저(133.3), 음료 및 기호식품(117.6) 등의 업종에서는 증가세를 보일 전망이며, 기초산업재와 패션(90.9), 유통(83.3) 등의 업종에서는 전월보다 감소세를 보일 것으로 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. **K A A**

〈표 1〉 매체별 2월 광고경기 전망



〈표 2〉 업종별 2월 광고경기 전망

