



4월 국내광고시장 봄맞이 훈풍

4월 국내 광고경기는 3월 대비 증가할 것으로 예상된다.

한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 500대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과, 4월 종합 KAI는 126.7을 기록했다고 발표했다.

지난 1~3월까지 국내 광고시장 경기는 최근 5년 이래 가장 저조한 흐름을 보이면서 침체되었다. 이에 반해 4월부터 본격적인 광고성수기에 접어들면서 광고시장은 모처럼 증가세를 띄면서 호전될 것으로 전망된다. 현재 국내 경기는 민간소비는 물론 소비자심리지수가 위축세를 보이면서 다시 반락하는 경향을 나타내고 있는 것으로 평가되고 있다. 이러한 성장세 둔화의 주요인은 대외 경제여건의 악화에 의한 것으로 반전의 모멘텀을 찾기가 쉽지 않음을 알 수 있다. 지속되는 경기 하강국면에서 모처럼 광고시장이 반등할 것으로 예상돼 향후 광고시장 회복에 대한 기대감을 갖게 하고 있다는 게 KOBACO 측의 설명이다.

월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다

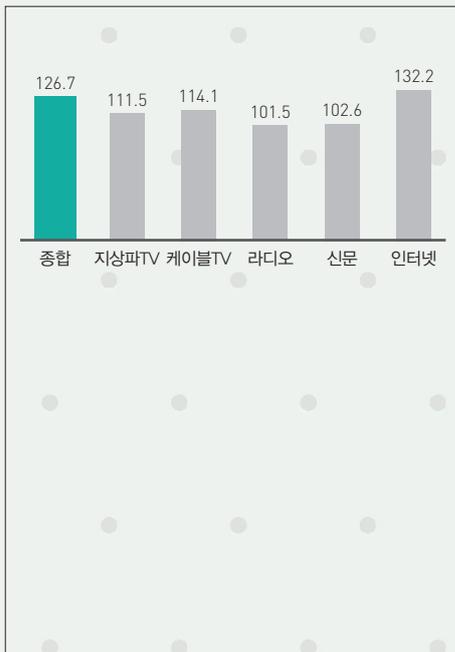
의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

매체별로는 지상파TV(111.5), 케이블TV(114.1), 라디오(101.5), 신문(102.6), 인터넷(132.2) 등으로 조사됐으며, 업종별로는 여행 및 레저(153.8), 건설 건재 및 부동산(147.1), 제약 및 의료(144.4) 등의 업종에서 광고비 증가가 예상되는 반면, 컴퓨터 및 정보통신(80.0)의 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. **K A A**

〈표 1〉 매체별 4월 광고경기 전망



〈표 2〉 업종별 4월 광고경기 전망

