

광고주, 온라인에 돈쓰고 TV에 안썼다

2019년 국내 총 광고비 13.9조원… 온라인 14.2%↑, 방송 7.2%↓

2019년 국내 광고비는 전년도 보다 3.2% 증가한 13조 9,156억원으로 집계됐다. 방송 광고비는 3조 3,922억으로 하락세가 지속된 반면 모바일을 선두로 한 온라인광고는 14.2% 상승한 6조 5,292억으로 광고시장 성장을 이끌었다. 또한 2020년 광고비는 14조 5,077억으로 작년 대비 4.3% 증가할 것으로 전망됐다.

전체 방송광고비의 85.5%의 비중을 차지하는 지상파 TV(36.4%)와 케이블PP(49.1%)의 광고비는 전년대비 각각 13.1%, 2.8% 감소한 1조2,352억원, 1조 6,646억원으로 조사됐다. 특히 지상파TV의 경우 3년 동안 매년 1,000억 넘게 매출이 감소했는데 올해에는 광고비가 1조원을 넘지 않을 것으로 예상됐다.

2019년 온라인광고비는 6조 5,292억 원으로 전년 대비

14.2% 증가했다. 그 중에서도 모바일 광고비가 4조 5,678억으로 24.7%나 증가하며 전체 온라인시장을 견인했다. 인터넷(PC) 광고비는 2018년 7.7% 증가했으나, 2019년에는 4.6% 감소하며 하락세로 돌아섰다.

이밖에도 2019년 인쇄광고비는 2조 2,148억으로 전년 대비 5.7% 감소했다. 특히 인쇄에서 비중이 큰 신문 광고비(79.5%)가 1조 7,606억으로 전년대비 7.5% 하락해 총 인쇄광고비의 감소에 영향을 끼쳤다. 옥외광고비는 1조 3,461억으로 전년 대비 1.2% 증가한 것으로 나타났다.

‘2019년 방송통신광고비 조사보고서’는 지난해 12월 30일 과학기술정보통신부와 한국방송광고진흥공사가 공동 발표했다. **K A A** 김다혜 dahye@kaa.or.kr

〈표〉 방송통신광고비

매체구분		광고비(억원)				증감률(%)		
		2017	2018	2019(e)	2020(e)	'17대비 '18년	'18대비 '19년	'19대비 '20년
방송	지상파 TV	15,517	14,219	12,352	9,510	-8.4	-13.1	-23.0
	라디오	2,530	2,073	1,943	1,716	-18.1	-6.3	-11.7
	지상파 DMB	53	44	36	35	-16.7	-19.1	-1.7
	케이블 PP	18,537	17,130	16,646	16,631	-7.6	-2.8	-0.1
	케이블 SO	1,391	1,408	1,275	1,369	1.2	-9.5	7.4
	IPTV	993	1,161	1,166	1,277	16.9	0.4	9.5
	위성방송	480	511	504	503	6.6	-1.5	-0.1
	소계	39,501	36,546	33,922	31,041	-7.5	-7.2	-8.5
온라인	인터넷 (PC)	19,092	20,554	19,614	19,109	7.7	-4.6	-2.6
	모바일	28,659	36,618	45,678	54,781	27.8	24.7	19.9
	소계	47,751	57,172	65,292	73,890	19.7	14.2	13.2
인쇄	신문	18,585	19,031	17,606	17,680	2.4	-7.5	0.4
	잡지	4,517	4,448	4,542	4,586	-1.5	2.1	1.0
	소계	23,102	23,479	22,148	22,266	1.6	-5.7	0.5
옥외	디지털사이니지	2,951	3,579	3,686	3,444	21.3	3.0	-6.6
	인쇄형	10,109	9,720	9,775	10,030	-3.8	0.6	2.6
	소계	13,060	13,299	13,461	13,474	1.8	1.2	0.1
기타	생활정보	1,702	1,713	1,623	1,737	0.6	-5.3	7.0
	취미정보	285	570	646	654	100.0	13.3	1.2
	DM	739	918	896	879	24.2	-2.4	-1.9
	방송제작사	1,395	1,089	1,168	1,136	-21.9	7.3	-2.7
	소계	4,121	4,290	4,333	4,406	4.1	1.0	1.7
총계		127,535	134,786	139,156	145,077	5.7	3.2	4.3

* 자료 : 과학기술정보통신부