

2020년 광고시장, 온라인만 맑음



올해 광고 시장은 작년이랑 크게 다르지 않을 것으로 전망된다. 한국방송광고진흥공사(이하 KOBACO)에 의하면 2020년 종합지수는 102.4로 작년(108.3)보다 소폭 하락한 것으로 나타났다.

온라인-모바일은 113.4로 6개 플랫폼 중에서 가장 높은 지수를 나타내며 올해에도 성장을 이어 갈 것으로 예상된다. 반면 지상파의 경우 예상 지수가 87.3으로 작년보다 올해 더욱 힘들어 것으로 전망됐다. 지난해 12월 30일 과학기술정보통신부와 KOBACO가 공동발표한 '방송통신광고비 조사보고서'에도 지상파의 하락세는 예고됐는데, 보고서에 의하면 지상파는 광고비 집계 이래 처음으로 2020년 1조원을 넘지 않을 것으로 조사됐다.

업종 가운데서는 금융 및 보험서비스(109.1)와 기타상품 및 서비스(113.6), 문화오락용품 및 관련서비스(113.2)

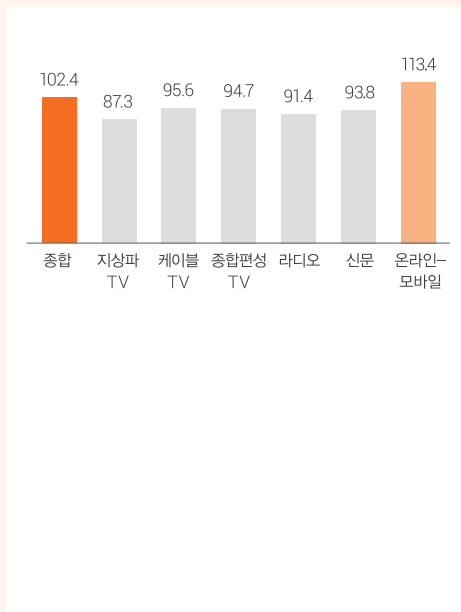
에서 광고비가 증가할 것으로 나타났다. 반면 운송장비(76.9)와 의류 및 신발(88.2), 의료용품 및 장비의료서비스(90.0)에서는 광고비가 하락할 것으로 조사됐다.

광고경기예측지수조사(KAI)는 방송광고비를 포함한 국내 주요 광고매체의 경기변동을 주기적으로 조사해 광고 산업 경기를 진단할 목적으로 매월 KOBACO에서 진행하고 있으며 한국광고주협회와 문화체육관광부가 후원하고 있다. KAI 지수가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다는 의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

조사 자료는 공공데이터로 제공되며, 코바코 통계시스템(adstat.kobaco.co.kr) 및 통계청 국가통계포털(kosis.kr)에서 보고서 및 결과수치를 다운 받을 수 있다.



〈그림 1〉 매체별 광고경기 전망



〈그림 2〉 업종별 광고경기 전망

