

디지털 광고, 1년만에 4조 → 5조로 기록 갈아치워

제일기획, 대한민국 총광고비 결산 및 전망 발표



제일기획은 지난해 국내 총 광고비가 전년 대비 2.3% 성장한 11조 9,747억원으로 집계됐다고 발표했다.

전반적인 경기 둔화 속에서도 모바일과 PC를 양축으로 하는 디지털 광고 시장이 고성장하며 플러스 성장을 이어갈 수 있었는데, 실제로 지난해 디지털 광고 시장은 전년 대비 15% 성장하며 사상 처음으로 5조원을 돌파했다. 이는 2018년 4조원을 넘어선지 1년만의 기록 갱신으로, 전체 광고 시장에서 차지하는 비중도 '18년 37.5%에서 42.2%까지 높아졌다.

디지털 광고 시장이 높은 성장세를 이어 간 배경은 5G 기술 도입으로 단시간에 고품질의 데이터 전송이 가능해짐에 따라 동영상 광고가 폭발적으로 증가한 것과 AI·VR·AR 등 고사양 기술이 접목된 광고 등이 활성화된 것으로 제일기획은 풀이했다.

반면 지상파TV, 케이블·충편, 라디오 등 주요 매체가 동반 마이너스 성장을 기록한 방송 광고 시장의 비중은 3년 연속 감소하며('18년 33.9% → '19년 30.8%) 디지털 광고 시장과의 격차가 더욱 커졌다.

디지털(Digital)광고, 5조원 돌파

지난해 모바일 광고비는 전체 매체 중 가장 높은 성장률(17.2%)을 기록한 가운데 3조 2,824억원으로 집계됐다. 1977년부터 국내 총 광고비를 집계해 온 제일기획은 단일 매체가 3조원을 돌파한 것은 처음이라고 언급했다. 반면 디지털 광고의 모바일 집중 현상으로 2014년부터 매년 마이너스 성장을 보였던 PC 광고비가 지난해에는 11.2% 성장해 1조 7,708억원을 기록했다.

유형별로는 검색광고가 쇼핑검색 등 다양한 광고 상품 출시로 인해 전년 대비 98% 성장한 1조 7,158억원을 기록했으며, 동영상 광고를 중심으로 한 노출형 광고는 5G 커버리지 확대 등의 영향 속에 26.5% 성장하며 1조 5,666억원으로 집계됐다.

지상파 15.3%↓, 전 매체 중 가장 큰 하락폭 기록

2019년 전체 방송 광고 시장은 전년 대비 7% 감소한 3조 6,905억원으로 집계됐다. 특히 지상파TV 광고비는 전년도보다 2,164억 매출이 줄어들며 전 매체 중에서 가

장 큰 하락폭을 기록한 1조 1,958억원으로 나타났다. 전년(18년)의 평창 동계올림픽, 러시아 월드컵 등과 같은 호재가 없었던 상황에 국내 경기 둔화와 중간 광고 도입 무산 등이 더해진 영향으로 분석된다.

최근 2년간 콘텐츠 경쟁력을 앞세워 성장세를 보였던 케이블TV와 종합편성채널 광고비도 지난해에는 2.1% 감소한 1조 9,477억원으로 집계됐다. 반면에 IPTV 광고비는 가입 가구 수 증가와 실시간 광고 상품 매출 확대로 인해 6.7% 성장했다.

그 외 인쇄 광고 시장에서는 신문 광고비가 전년 대비 2.1% 감소한 1조 3,997억원으로 집계됐으며, 잡지 광고 시장은 지속적인 매체 폐간의 영향으로 전년 대비 8.1% 감소한 2,832억원을 기록했다. 지난해 OOH 광고 시장은 전년과 유사한 1조 380억원으로 집계됐다. OOH 광고 시장에서는 최근 수년간 감소했던 옥외 광고비의 반등이 눈에 띈다. 옥외 광고 자유 표시 구역 내 디지털 기술이 적용된 전광판 등장, 광고 매체 대형화 추세 등의 영향으

로 옥외 광고비는 전년 대비 10.1% 증가했다. 반면 OOH 광고 시장의 성장을 이끌었던 교통 광고비와 극장 광고비는 각각 4.5%, 3.2% 감소했다.

2020년 국내 총 광고비 12조 6,284억원 예상

제일기획은 2020년 국내 광고 시장은 전년 대비 5.5% 성장한 12조 6,284억원을 기록할 것으로 전망했다. 특히 모바일을 필두로 한 디지털 광고 시장이 첨단 디지털 기술이 접목된 다양한 광고 상품의 출시가 예상되고 있어 국내 광고 시장의 성장을 이끄는 주요 동력으로 작용할 것으로 보인다는 분석이다.

OOH 광고 시장은 신규 디지털 옥외 매체의 등장과 기존 옥외 매체의 디지털 전환 등으로 인해 전년 대비 성장폭이 증가할 것으로 기대된다. 아울러 올해에는 디지털 광고 시장 규모가 대표적 전통 광고시장인 방송과 인쇄를 합친 시장 규모를 처음으로 넘어설 것으로 전망된다.



김다혜 dahye@kaa.or.kr

2018~2019년 매체별 총 광고비

(단위 : 억원, %)

구분	매체	광고비(억원)			성장률(%)		구성비(%)	
		'18년	'19년	'20년(F)	'19년	'20년(F)	'19년	'20년(F)
방송	지상파 TV	14,122	11,958	12,200	-15.3	2.0	10.0	9.7
	라디오	2,498	2,319	2,350	-7.2	1.3	1.9	1.9
	케이블/중편	19,903	19,477	19,830	-2.1	1.8	16.3	15.7
	IPTV	1,161	1,239	1,280	6.7	3.3	1.0	1.0
	위성, DMB 등 기타	1,980	1,912	1,858	-3.4	-2.8	1.6	1.5
	방송 계	39,664	36,905	37,518	-7.0	1.7	30.8	29.7
인쇄	신문	14,294	13,997	13,850	-2.1	-1.1	11.7	11.0
	잡지	3,082	2,832	2,687	-8.1	-5.1	2.4	2.1
	인쇄 계	17,376	16,829	16,537	-3.1	-1.7	14.1	13.1
디지털	PC	15,924	17,708	18,730	11.2	5.8	14.8	14.8
	모바일	28,011	32,824	37,520	17.2	14.3	27.4	29.7
	디지털 계	43,935	50,532	56,250	15.0	11.3	42.2	44.5
OOH	옥외	3,255	3,583	3,800	10.1	6.1	3.0	3.0
	극장	2,213	2,143	2,200	-3.2	2.7	1.8	1.7
	교통	4,874	4,654	4,600	-4.5	-1.2	3.9	3.6
	OOH 계	10,342	10,380	10,600	0.4	2.1	8.7	8.4
총계		117,048	119,747	126,284	2.3	5.5	100.0	100.0

* 자료 : 제일기획