

2006년도 제6차 편집위원회



지난 12월 21일 롯데호텔에서는 2006년 제6차 편집위원회가 있었다. 이날 회의에는 문철수 한신대 교수, 이준희 동아제약 팀장, 이정희 웅진씽크빅 부장, 한광섭 삼성 상무 등이 참석해 지난해에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

2006 인쇄매체수용자조사 보고서 발간

‘2006인쇄매체수용자조사’에 대한 보고서가 발간되었다. 이번 보고서는 일반적인 인쇄매체에 대한 구독률 및 열독률이 포함된 Part I 과 아이트랙커(eye-tracker)를 이용하여 신문의 면별 주목도 및 행태 등을 분석한 Part II 등 총 2권으로 제작되었다. 이번 조사는 전국 거주 만 18세 이상 69세 미만 성인 10,000명을 대상으로 지난 8월 16일부터 1개월간 구조화된 설문지를 이용하여 개별면접조사를 실시했으며, 표본오차는 95% 신뢰수준에서 ± 1%이다. 협회에서는 지난 1월 회원사 및 구독사에 보고서를 배포했다.

2007년 제1회 이사회



지난 2월6일(화) 11시 조선히텔 20층 호경전에서 2007년 제1회 이사회가 열렸다.

이 날 이사회에는 20명의 협회 부회장사/이사사 임원이 참석해 2006년 사업보고 및 결산 심의, 2007년 사업계획대강안 및 예산안에 대해 심의했고 기타 광고업계 현안에 대해 사무국의 보고를 받고 이에 대한 의견을 나누었다.

2007년 한국광고주협회 정기총회

오는 2월13일(화) 11시 전경련회관 20층 난초홀에서 2007년 한국광고주협회 정기총회가 열린다.

이번 19차 정기총회에서는 2006년 사업보고와 2007년 사업계획에 대한 승인, 2006년 결산안과 2007년 예산안에 대한 승인, 그리고 임원 선임에 관한 건 등을 처리할 예정이다.

제15회 소비자가 뽑은 좋은 광고상 시행

소비자들의 광고에 대한 인식을 높이고 기업의 건전한 광고 문화 발전을 위해 매년 개최하는 소비자가 뽑은 좋은 광고상이 올해로 열 다섯회를 맞았다.



지난 1월말 작품응모 마감을 했으며, 그 어느 때보다 좋은 광고가 많이 출품되어 치열한 경합을 벌일 것으로 예상된다.

오는 2월 15일 1차 예심을 시작으로, 100명의 소비자심사단에 의한 투표심사, 그리고 최종본심까지 총 3회에 걸친 심사를 통해 최종 수상작이 선정된다. 제15회 소비자가 뽑은 좋은 광고상의 시상식은 오는 3월 14일로 예정돼 있다.

방송광고제도개선위원회, 중간광고 및 총량제 논의

협회는 한국방송협회에서 2월부터 3월까지 한시적으로 운영하는 방송광고제도개선위원회에 참여, 중간광고와 광고총량제 및 방송광고사전심의제도 개선에 대하여 논의할 계획이다. 이번 방송광고제도개선위원회에는 학계 및 방송3사 등이 참여한다.

K A A 광 장

회원 인사 동정

<취임>



LG전자
남용 부회장



대우건설
박창규 사장



한국코카콜라
이창엽 사장

<승진>



삼성 전략기획실
이순동 사장



현대중공업
권오갑 부사장

금호아시아나그룹 장성지 전무
삼성 전략기획실 김태호 전무
대한항공 이희석 상무
삼성화재 조진일 상무
진로 김정수 상무보
현대건설 정근영 상무보
현대산업개발 이광석 상무
S-Oil 강신기 상무
SK건설 신기철 상무
효성 이상철 상무보

<승진/영전>

LG데이콤 박형일 상무(LG전자 홍보팀 부장)
오크밸리 고명호 부사장(한솔제지 상무)

<변동>

삼성전자 김광태 전무
(협회 광고위원회 위원장 | 1년 안식년, 미국연수)

2006년 TV 시청 행태

시청률 조사회사 AGB닐슨미디어리서치는 2006년 TV 시청 행태를 분석한 결과, 전국 가구 평균 TV 시청 시간은 7시간 7분으로 2005년과 동일한 것으로 나타났다. 이는 2004년과 비교하면 28분이나 감소한 것. 그러나 매년 줄어드는 시청 패턴을 볼 때 2005년 11월부터 본격화된 지상파 낮 방송이 가구의 TV 시청 시간에 영향을 준 것으로 보인다.

개인별 시청 시간은 2시간 44분으로, 남자는 2시간 17분, 여자는 3시간 9분을 기록, 여자가 남자보다 52분 가량 긴 것으로 나타났다. 연령별로는 10대 이하 1시간 42분으로 가장 짧고, 50대 이상이 4시간 14분으로 가장 길었다. 전체적으로 성 연령 차이를 막론하고, TV 시청 시간이 감소하는 모습을 보이고 있는 것으로 나타났다. 2006년 전국 가구 평균 TV 시청률은 45.4%로 2005년 46.3%에 비해 0.9% 하락 했으며 2004년에 비해서는 3.7% 하락했다. 채널별로는 KBS1 채널이 7.7%로 가장 높은 시청률을 기록했고, SBS가 7.5%, MBC, KBS2가 나란히 7.2%로 그 뒤를 이었다.

- ▶ 분석지역 : 전국
- ▶ 분석기간 : 2006년 01월 01일 ~ 2006년 12월 31일
- ▶ 분석채널 9대채널 : KBS1, KBS2, MBC, SBS, 기타(EBS, 케이블, 위성, Other)
- ▶ 분석시간 : 평일 06:00-11:00, 17:00-24:00, 주말 06:00-25:00 (단위: %)

연도	HUT	KBS1		KBS2		MBC		SBS		기타채널	
		시청률	점유율	시청률	점유율	시청률	점유율	시청률	점유율	시청률	점유율
2006	45.4	7.7	17	7.2	16	7.2	16	7.5	17	15.9	34
2005	46.3	7.9	17	7.6	16	7.4	16	8.0	17	15.4	33
2004	49.1	9.0	18	7.8	16	9.0	18	8.2	17	15.1	31

2006년 시청률 1위는 MBC특별기획 주몽(38.4%)이 차지했다. 그 다음으로 2위는 KBS2 주말연속극 소문난칠공주 30.2%, 3위는 KBS1 일일연속극 별난여자별난남자로 29.8%를 기록했다. TOP 20위 프로그램 중 16개가 모두 드라마로 순위권 드라마를 살펴보면 MBC의 주몽, SBS 서동요와 연개소문, KBS 대조영과 황진이가 높은 시청률을 보였다.

2005년에 이어 2006년에도 Tooniverse가 케이블 채널 내에서 전체 1위를 차지하였고, MBC드라마넷(1.036%)과 SBS드라마플러스(0.913%), KBS드라마(0.843%), OCN(0.796%)