

* 이 글은 2007한국광고주대회 세미나에서 김상훈 인하대 교수가 발표한 '광고모델시장 선진화 방안' 중 기업 광고담당자들을 대상으로 한 설문조사 내용을 요약, 정리한 것이다. 합리적인 광고모델 계약관행의 정립에 있어 현행 문제점을 구체적이고 명확하게 인식하는 단계는 매우 중요하기에 요약, 소개한다.



광고모델 관련 광고주 인식 조사

이번 조사는 국내 4대매체 광고 300대 기업의 광고담당자를 대상으로 실시하였고 설문조사에 포함된 300대 기업 리스트는 2006년 제일기획에서 발간된 '2006년 광고연감'이 참조되었다. 설문지 전달과 회수방식은 직접방문과 FAX를 이용한 drop-off/pick-up방식이였다. 설문에 포함된 내용은 국내 광고모델료와 관련한 의견, 국내 유명인 광고모델에 대한 선호도 심화화 그에 따른 부작용과 관련한 의견, 국내 유명인 광고모델의 기본 자질에 관한 문제, 유명인 광고모델과의 계약서 내용과 관련한 의견, 유명인 광고모델 사용시 발생하는 문제해결 방안 등이 7점 척도로 절대 동의(정말 그렇다), 중립, 절대 동의안함(전혀 그렇지 않다)으로 측정되었다. 다음으로 광고주가 지불하는 1년 전속모델료와 광고주가 생각하는 적정모델료가 측정되었으며, 소속회사의 업종과 광고비 규모가 조사되었다. 응답자들의 인적사항으로는 직위가 조사되었다.

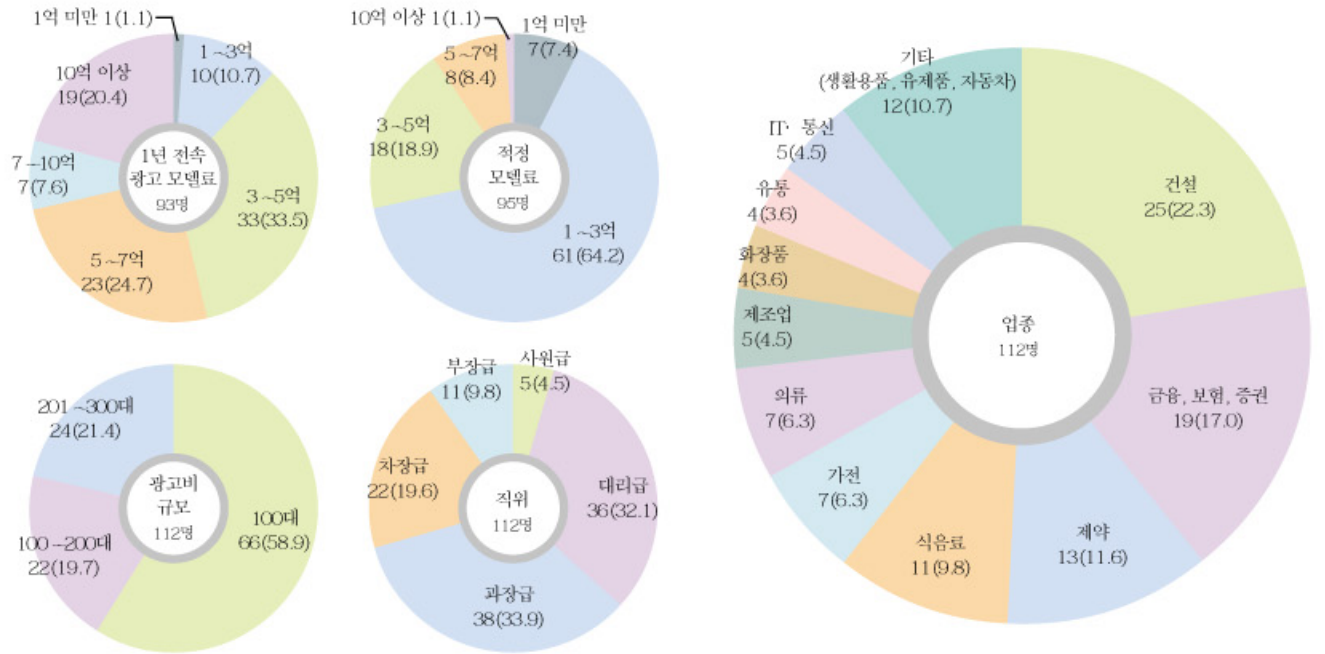
본 조사에 응답한 답변자는 기업의 광고담당자 112명이었다. 먼저 광고비 규모로는 110대 광고주에 속한 응답자가 66명 59%로 가장 많았으며, 다음으로는 201-300대 광고주 24명으로 21%, 100-200대 광고주로 20% 순이었다. 다음으로 93개사가 응답한, 광고주가 지불하고 있는 1년 전속 광고모델료는 3-5억이 33명(33.5%)로 가장 많았고, 그 다음으로 5-7억이 23명(24.7%), 10억 이상이 19명(20.4%), 1-3억이 10명(10.7%), 7-10억이(7.6%), 1억 미만이 1명(1.1)순으로 나타났다. 1년 전속 광고모델료의 평균은 591,075,269원이었고 표준편차는 436,644,100원이었다. 광고모델료의 최고금액은 3,000,000,000원이었고

최저금액은 8,500,000원으로 나타났다.

반면에 이들이 생각하는 적정모델료는 1-3억이 61명(64.2%)로 가장 많았고, 그 다음으로 3-5억이 18명(18.9%), 5-7억이 8명(8.4%), 1억 미만이 7명(7.4) 순이었다. 특히 7억 이상이 적정모델료라고 응답한 사람은 단지 1명뿐이었다. 1년 적정모델료의 평균은 221,789,474원이었고 표준편차는 142,565,617원이었다. 적정모델료의 최고금액은 1,000,000,000원이었고 최저금액은 5,000,000원으로 나타났다. 따라서 이러한 연구결과는 광고주가 현재 지불하고 있는 광고모델료와 그들이 생각하는 이상적인 광고모델료 사이에는 상당한 차이가 있다는 것이 드러났다.

<표 1> 응답자의 특성

단위 : 명, () 안은 %



응답자의 직위로는 사원, 대리급이 각각 5명, 36명으로 37%, 과장급은 38명으로 34%, 차, 부장급이 33명으로 29%를 차지하여 직급별로 고른 분포를 나타냈다. 업종별로는 건설업이 25개사(22.3%)로 가장 많았으며, 금융·보험·증권 19개사, 계약 13개사, 식음료 11개사, 가전 및 의류 각 7개사, 이 밖에 제조업, 화장품, 유통, IT·통신 등 다양한 업종이 포함되었다.

국내 광고모델료와 관련한 의견

국내 유명인 광고모델료에 대한 인식 조사결과는 <표 2>에 제시되었다. 우선 모델료에 대한 응답자들의 반응을 살펴보면 '국내 유명인모델의 모델료가 과다하다'는 의견에 평균 이상(7점척도의 6점 이상)의 동의수준을 피력한 응답자는 전체의 97.3%인 109명으로 나타나 거의 대부분의 응답자가 과다한 모델료의 문제점을 인식하고 있는 것으로

<표 2> 광고모델료

항목	평균	표준편차
국내 유명인 모델의 모델료는 과다하다	6.49	0.79
광고회사의 빅모델 위주 광고전략으로 모델료가 상승한다	5.75	1.20
모델료가 비싼 이유는 광고효과가 있는 모델 선택이 제한적임에 따른 광고주 간의 경쟁 때문이다	6.01	1.25
모델료가 비싼 이유는 에이전시의 개입으로 인한 추가 비용 때문이다	5.54	1.06
모델료가 비싼 이유는 같은 모델의 동종업계 타계종광고 출연을 제한함에 따라 모델이 비싼 모델료를 요구하기 때문이다	4.69	1.50
유명모델은 타모델과의 비교우위를 요구하는 등 무리한 모델료를 요구한다	5.95	1.14

주) 7점척도 (1 - 매우부정, 7 - 매우긍정) 사용