

## 올해 광고계 최대 뉴스

# KOBACO 방송광고독점판매 헌법불합치 결정

올해 광고계 최대 뉴스로 한국방송광고공사(이하 KOBACO)의 방송광고 독점판매대행이 헌법재판소에서 헌법불합치로 결정난 것이 꼽혔다. 광고회사 및 광고단체, 그리고 광고담당 기자들로 구성된 광고회(廣記會)가 발표한 2008 광고계 10대 뉴스에 따르면 1위가 KOBACO의 방송광고 독점판매 헌법불합치 결정이, 2위로는 방송광고사전심의 위한 결정이 꼽혔다. 광고회는 1985년 결성, 매년 광고계 10대 뉴스를 발표하고 있다.

10 News

### 1. KOBACO 방송광고 독점판매대행 헌법불합치 결정

지난 11월 27일 헌법재판소는 헌법불합치(실제적 위헌) 결정을 내렸다. 이는 새 정부 출범 때마다 도마 위에 올랐던 민영 미디어렐 논란에 종지부를 찍은 것으로, 민영미디어렐 도입이 탄력을 받을 것으로 예상된다. 지난 9월, 방송통신위원회가 대통령에게 실시한 업무 보고 내용에 'KOBACO가 독점하고 있는 방송광고 판매시장에 민영 미디어렐(광고판매대행사)을 도입해 경쟁체제를 마련하겠다'고 했으며, 기획재정부가 지난 10월 발표한 3차 공공기관 선진화 방안에도 'KOBACO의 독점적 방송광고대행 시장을 경쟁체제로 전환하되, 구체적인 방안은 각계 의견을 들어 2009년 말까지 마련하겠다'는 내용이 포함됐다. 현재 KOBACO의 주무부처인 문화체육관광부 또한 이와 같은 내용에 동참하고 있으며, 현 정부의 업무 추진 방식 등을 고려해 볼 때 상당히 빠르게 처리될 것으로 보인다. 특히 KOBACO 내부적으로도 지난 11월 슬럼화와 효율성을 강조한 대대적인 조직 개편을 단행했으며, 교육사업 및 발간사업 등도 축소해 나가고 있다.

### 2. 방송광고사전심의 위한 결정

광고계의 오랜 숙원사업이었던 방송광고 사전심의제도가 폐지되었다. 한국광고자율심의기구가 방송통신위원회의 위탁을 받아 수행하던 방송광고 사전심의가 지난 6월 헌법재판소에서 위헌으로 결

정난 것이다. 이로써 방송광고에 대한 법적 사전심의는 완전히 사라졌으며, 현재는 방송협회가 지상파 방송시들과의 협의를 통해 심의 조직을 만들어 방송광고 심의 업무를 운영하고 있다. 한편 한국광고주협회 역시 사무국 내에 자율모니터링 시스템을 가동, 방송광고에 대한 자체 모니터링을 실시하고 있다.

### 3. 대기업 광고산업 진출 러쉬, 계열 광고회사 중심의 광고시장 재편

지난 11월 LG가 HSAD(구 LG애드)의 지주회사인 GHR의 최대주주가 되었고, GHR은 또 LB인베스트먼트(구 LG벤처투자) 구분전 시장이 설립한 광고회사 엘베스트를 인수, LG가 계열 광고회사를 단일화하고 있음을 시사했다. 지난 5월에는 SK가 계열 광고회사인 SK마케팅앤컴퍼니를 설립했다. 이로써 국내 10대 그룹 중 대부분이 계열 광고회사를 갖게 되었다. 제일기획(삼성), 이노션(현대), 대중기획(롯데), 삼원커뮤니케이션즈(금호그룹 특수관계), 한컴(한화) 등이 그렇다. 이외에도 휘닉스컴(보광), 오리콤(두산), 농심기획(농심), 유니기획(일동제약) 등도 계열 광고회사이다.

이로써 우리나라 20대 광고회사 중 계열 광고회사의 방송광고물량은 2008년 11월 기준 약 52%에 이르고, 10대 광고회사의 경우 약 83%의 광고물량을 차지하게 되었다. 광고계에서는 시장에 나오는 광고물량이 매우 제한적인 상황에서 수주를 위한 경쟁이 더욱 치열해지고 있다는 평이다.

### 4. 촛불시위와 조, 중, 동 광고 불매운동

'양우병 파동'으로 불거진 한미간 쇠고기협상 반대 촛불집회가 지난 5월 시작된 이후, 신문광고 시장이 큰 타격을 받았다. 특히 조선, 중앙, 동아일보의 보도 행태에 불만이 표출되면서 촛불집회는 '조중동 평생구독거부운동'에서 '조중동에 게재된 광고상품에 대한 불매운동'으로 확대되어 '조중동 광고거제 반대운동'까지 확산 진행되었다. 이어지는 기업의 광고, 마케팅 활동의 위축으로 이어져 기업의 피해는 물론, 조중동 외에 다른 일간지, 지방지에도 타격을 주었고, 나아가 신문산업 전체를 흔들었다.

### 5. 세계 금융 위기로 인한 광고산업 마이너스 성장 전망

KOBACO에 따르면 올해 국내 방송광고비 증가율은 베이징올림픽이라는 반쪽 특수를 누렸던 지난 8월 전년 대비 19.07% 증가한 이후, 9월(-10.24%)과 10월(-19.79%) 연속 감소세를 보였다. 올해 1월부터 10월 현재까지 총 방송광고비 역시 1조8976억원으로 지난해 같은 기간 대비 3.43% 감소했다.

실제로 한국광고주협회에서 회원사를 대상으로 실시한 내년도 광고경기 전망 설문조사에서도 응답한 광고주의 70%가 광고예산을 줄일 예정이라고 밝혔고, 감소폭은 올해 대비 -12% 정도일 것으로 조사되었다.

### 6. IPTV와 양방향TV 광고 시대 개막

본격적인 IPTV(인터넷 프로토콜 텔레비전) 시대를 맞게 되었다. IPTV는 지상파방송, 케이블TV, 위성방송, 인터넷방송 등 기존의 미디어 시장 구도뿐만 아니라, 일반 국민들의 시청 패턴에 큰 변화를 예고하고 있다.

### 7. 새정부 출범과 방송통신위원회 통합

새정부가 들어서면서 정보통신부와 방송위원회가 통합된 방송통신위원회가 구성되었다. 이에 따라 문화체육관광부와 방송통신위원회가 광고관련 주무부처가 되었다.

### 8. 올림픽스타 등 스포츠스타들의 모델 각광

은반의 요정 김연아와 마린보이 박태환, 올림픽 역도 금메달리스트 장미란, 유도 금메달리스트 최민호, 이종격투기 선수인 추성훈 등 스포츠스타들이 대거 광고에 등장, 광고모델의 다양화를 보여주었다.



### 9. 방송광고료 인상에 따른 KOBACO와 광고주협회의 갈등

한국방송광고공사와 한국광고주협회가 방송광고료 인상 문제를 놓고 갈등을 빚었다. KOBACO는 지상파TV의 광고료를 평균 7.9%, 프로그램별로는 최고 15%까지 올리는 새 요금을 올 1월부터 적용하겠다고 지난해 발표했다. 광고주협회의 반발에 부딪혔다. 광고주협회는 일방적인 KOBACO의 방송광고료 인상 추진에 반대한다며 신규 광고 중단을 결의하였고, KOBACO가 끝내 요금 인상을 추진하자 KOBACO의 끼워팔기 등 불공정 거래 행위를 공정거래위원회에 신고하였다.

### 10. M송 색다른 열풍

SK텔레콤 생각대로 T 캠페인의 '되고송' (장동건, 김건모), LG의 '사랑해요송', 삼성전자 지펠냉장고의 '셀러드송' (윤은혜), 아모레퍼시픽 해피바스의 '호박송' (한지민), 현대자동차의 '달리송' (박기영, 호란), SK브로드밴드의 'BB송' (W&Whales), 디페이스삼(매웅준), 미스터피자(송근영), 하이마트(이필모, 이은자) 등 귀에 익숙 들어오는 음악이 깔린 CF가 인기를 얻었던 한해였다. **K A A**

