



## 8월 국내광고시장 감소세 전망

8월 국내 광고경기는 7월 대비 감소세를 보일 것으로 전망된다.

한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 500대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과, 8월 종합 KAI는 95.8을 기록했다고 발표했다.

8월은 광고시장이 본격적인 여름 휴가시즌에 진입하면서 비수기를 맞는 시기로, 6월 이후 메르스 여파로 국내경기가 부진을 보이는 한편, 최근 그리스 디폴트 사태와 중국 증시 불안 등 국제 경기 환경이 국내 광고시장에 어느 정도 영향을 미칠지 미지수인 상태다. 이러한 세계경제의 불확실성과 계절적인 요인을 감안하면 8월 국내 광고시장은 전월 대비 큰 폭의 감소세는 보이지는 않을 전망이다. KOBACO 측은 설명이다.

KOBACO 관계자는 “오히려 우려되는 것은 이 같은 돌발 변수보다 국내 기업의 수출 경쟁력 약화로 장기간 수출 부진에 따른 저물가, 저성장 기조가 광고시장을 위축시킬 개연성

이 있다”고 밝혔다.

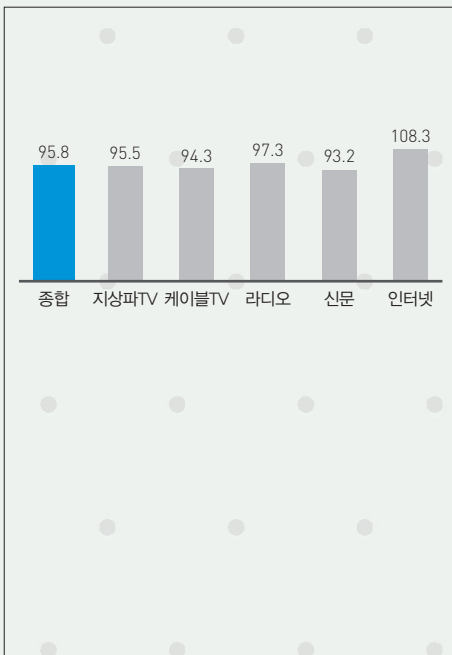
월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다는 의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

매체별로는 지상파TV(95.5), 케이블TV(94.3), 라디오(97.3), 신문(93.2), 인터넷(108.3) 등으로 조사됐으며, 여행 및 레저(130.0), 가정용품(123.5) 등의 업종에서 광고비 증가가 예상되는 반면, 기초산업재(50.0), 음료 및 기호식품(66.7) 등의 업종에서는 광고비 감소가 예상됐다.

광고경기예측지수조사(KAI :Korea Advertising Index)는 방송광고비를 포함한 국내 주요 광고매체의 경기변동을 주기적으로 조사해 광고산업 경기를 진단할 목적으로 매월 KOBACO에서 진행하고 있으며 한국광고주협회와 문화체육관광부가 후원하고 있다.

광고산업통계정보시스템(<http://adstat.kobaco.co.kr>)이나, 스마트폰에서 ‘광고경기예측지수(KAI)’를 다운받으면 쉽게 검색할 수 있다. **KAI**

<표 1> 매체별 8월 광고경기 전망



<표 2> 업종별 8월 광고경기 전망

