

세계 광고비 작년대비 4.6% 성장 예상



글로벌 5대 광고회사 그룹의 하나로 세계 3위인 프랑스 퍼블리시스 그룹 계열 미디어 에이전시인 제니스옵티미디어(ZenithOptimedia 이하 제니스)의 연례 세계광고비 자료가 발표되었다.

2016년 세계 약 120개 국가의 광고비는 5,786억 달러로 원화로는 약 590조원이다. 작년 광고비 대비 4.6% 성장이다. <표 1>은 세계를 7개 지역으로 나누어 각 지역별로 광고비를 표시한 것이다.

이 자료에서 알 수 있듯이 세계 광고비의 85%는 북미(미국 캐나다), 서유럽, 아시아/태평양이 차지하고 있다. 광고량에서 아시아/태평양이 유럽보다 앞선

<표 1> 세계 광고비 2015-2018

(광고비: \$100억. 비율: %)

지역	2015 (점유율)	2016 (점유율)	2018 (점유율)
북미	192,787 (34.8)	199,643 (34.5)	211,440 (33.7)
서유럽	111,872 (20.2)	116,430 (20.1)	123,904 (19.7)
아시아/태평양	173,691 (31.4)	183,890 (31.8)	206,115 (32.8)
중앙/동유럽	22,376 (4.0)	23,017 (4.0)	25,984 (4.1)
중남미	34,576 (6.2)	36,132 (6.2)	37,416 (6.0)
중동/북아프리카	3,221 (0.6)	2,864 (0.5)	2,692 (0.4)
기타(45개국)	14,908 (2.7)	16,619 (2.9)	20,492 (3.3)
합계	553,384 (100.0)	578,596 (100.0)	628,044 (100.0)

*자료: 제니스옵티미디어 2016.3. 점유율은 필자가 계산

것은 이미 수년 전이며, 이제 세계 최대의 광고시장인 북미보다 커질 것이 예상된다. 아시아에서 가장 광고비가 많고

〈표 2〉 세계 10대 광고비 보유국, 2015 및 2018

(광고비: \$억, 점유율: %)

순위	국가	광고비		
		2015(점유율)	2018 (점유율)	성장율
1	미국	1,826.2 (33.0)	2,006.9 (31.9)	9.8
2	중국	744.1 (13.4)	927.2 (24.6)	24.6
3	일본	418.2 (7.6)	441.5 (7.0)	5.6
4	영국	260.2 (4.7)	310.5 (4.9)	19.3
5	독일	257.9 (4.7)	278.0 (4.4)	7.8
6	브라질	143.6 (2.6)	146.1 (2.3)	1.7
7	프랑스	133.5 (2.4)	136.6 (2.3)	2.3
8	한국	122.1 (2.2)	130.4 (2.1)	6.8
9	오스트레일리아	118.6 (2.1)	128.2 (2.0)	8.1
10	캐나다	101.7 (1.8)	-	-
10	인도네시아	-	109.6 (1.7)	-
	합계	4,126.0 (74.5)	4,614.1 (73.5)	11.8

*자료: 제니스옵티미디어. 2016.3. 점유율과 성장률은 필자가 계산.

〈표 3〉 매체별 광고비

(점유율: %)

매체	2015	2018
TV	37.2	34.1
데스크탑 인터넷	20.2	19.0
모바일 인터넷	9.2	18.7
신문	12.8	9.5
잡지	6.5	5.0
라디오	6.6	6.0
옥외	6.9	6.6
극장	0.6	0.7
합계	100.0	100.0

*자료: 제니스옵티미디어. 2016.3

성장률이 높은 나라는 중국이며, 성장률 세계 10위 국가 가운데는 아시아의 5개국이 포함되어 있다.

세계 10대 광고시장은 선진 공업국가가 6개국으로 미국, 영국, 독일, 프랑스, 캐나다, 오스트레일리아이고, 아시아에서는 중국, 일본, 한국이 포함돼 있으며, 중남미의 브라질을 포함해 10개국이다. 다만 이것은 2015년의 상황이고, 2018년이 되면 캐나다가 빠지고 인도네시아가 그 자리에 들어서게 되어 아시아가 4개국이 될 예정이다.

성장률에서 두 자리를 보인 나라는 중국과 이례적으로 영국이 있으나 그 밖의 나라들은 모두 한 자리수이다.

매체별 광고비는 인터넷의 성장이 계속되고 있다. 제니스의 추정에 따르면 2018년에는 인터넷광고가 TV보다 앞서서 제1의 광고 매체가 될 전망이다. 이런 이유로 매체 구분에는 인터넷을 PC와 모바일로 구분하고 있는데, 스마트폰의 확산에서 알 수 있듯이 모바일 광고가 가장 빠른 성장을 보이고 있으며 신문보다 앞서게 될 것이다.

세계 광고비를 언급할 때 유념할 일은 광고비 자료를 발표하는 회사가 여럿 있어서 자료에 약간의 차이가 있다는 것과, 거의 모든 자료가 신문, 잡지, 라디오, TV, 옥외, 극장 및 인터넷의 7개 매체 광고비만을 집계한다는 사실이

〈그림〉 제니스옵티미디어의 '2016년 세계광고비 예측' 표지



다. 그리고 금액 표시가 미국 달러라는 사실인데, 그 결과 달러화와 각국의 환율 변동에 따라 광고비 계산에 영향이 생기는 것이다. 이러한 이유로 광고비 조사는 항상 추정치가 될 수밖에 없다. **K A A**