



6월 광고시장 매체 차별화 속 보합세

6월 국내 광고경기는 5월 대비 소폭 상승할 것으로 나타났으나, 인터넷을 제외한 전 매체가 100을 하회해 전반적인 약보합세를 펼 것으로 전망된다.

한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 700대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과, 6월 종합 KAI는 108.1를 기록했다고 발표했다.

국내 광고시장 경기는 6월부터 시작되는 광고 비수기와 맞물리면서 소강상태를 맞을 것으로 예상되지만 여름철 야외활동이 늘어나면서 여행 및 레저, 건설 및 부동산 업종에서는 꾸준한 증가세를 보일 전망이다. 이는 KOBACO 측의 설명이다.

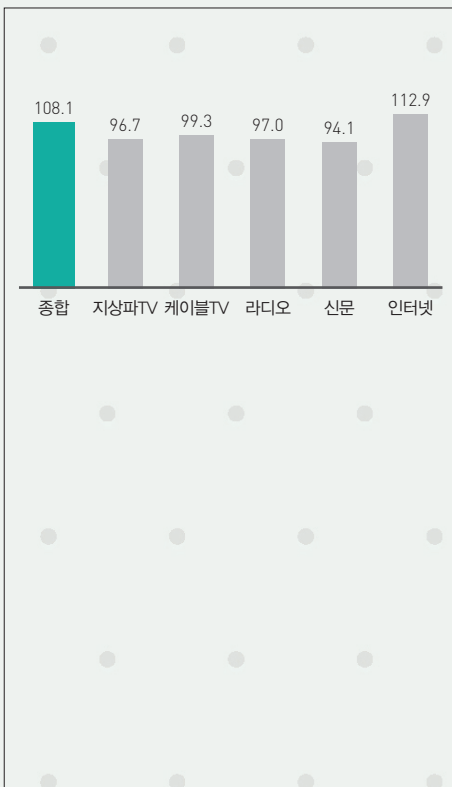
월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다는 의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

매체별로는 지상파TV(96.7), 케이블TV(99.3), 라디오(97.0), 신문(94.1), 인터넷(112.9) 등으로 조사됐으며, 업종별로는 여행 및 레저(150.0), 건설 건재 및 부동산(136.8), 식품(131.3) 등의 업종에서 광고비 증가가 예상되는 반면, 의류 및 패션(64.7) 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. **K A A**

〈표 1〉 매체별 6월 광고경기 전망



〈표 2〉 업종별 6월 광고경기 전망

