

한국에 PR산업이 있나?



한국에 PR산업이 있나? 물론 있다. 청와대에 홍보수석이라는 직책도 있다. 그러면 한국의 PR산업의 규모는 얼마인가? 모른다. 그래서 이 글에서 한국 PR산업의 가장 기본적인 시장규모 자료를 찾아보려는 것이다. 하기가 홍보산업의 원조라는 미국에서조차 통일된 PR/홍보비 자료는 없다. 없다라기보다 여러 가지가 있다는 것이 옳은 대답일 것이다. 광고와는 달리 PR비 집계란 쉽지는 않다.

우선 두 가지 전제를 놓고 이야기하기로 한다. 첫째는 아직까지 논의가 있는 PR과 홍보라는 낱말의 정의는 일단 제쳐놓고 'PR=홍보'로 전제한다. 둘째는 한국 홍보비 추정은 낱말 그대로 추정이다. 따라서 정확성에는 문제가 있다. 그러면 "홍보비를 논하는 따위의 부질없는 일을 왜 하느냐?"는 질문이 제기될 수 있다. 지금은 정착한 광고비 조사의 경우도 1980년대 초에는 알가알부가 많았다. 수년 전에도 그런 일이 일부 학자들 사이에서 있었다.

한 가지 더 언급한다면 '광고비'가 한 나라의 경제 발전 척도가 된다면 'PR비'란 한 나라의 표현의 자유 혹은 민주주의 발전의 한 척도가 된다는 것이다. 우리 나라에 PR산업이 발전하기 시작한 것은 '88 서울 올림픽' 이후 정치와 언론의 자유가 회복된 이후였음을 보면 알 수 있다. 또

한 소련 공산독재가 사라진 러시아에 PR이 급속하게 대두한 사실, 그 밖에 여러 동유럽의 소련 위성국가에 PR이 부활한 것이 공산주의 몰락 이후인 것이 그 사례가 된다.

PR산업의 규모 조사는 두 가지가 있는데, 하나는 기업, 정부, 기타 각종 단체 등이 직접 하는 홍보활동과, PR대행사를 통해 하는 활동에 소요되는 비용을 합친 것이다. 다만 지금 국제적으로 실시하는 PR비 조사는 PR전문회사가 서비스의 대가로 받는 수수료(Fee)를 기준으로 한다. 따라서 광고비의 경우처럼 모든 매체에 게재, 방송된 금액보다는 훨씬 적을 것은 당연하다.

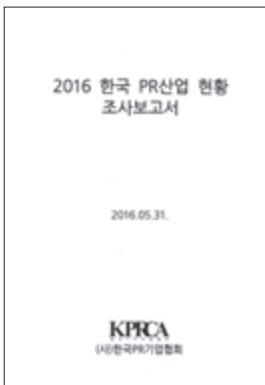
세계 PR비를 조사해서 발표하는 회사는 영국의 PR전문지 <PR Week(지금은 월간. 미국판 및 따로 있음)>가 발표하는 자료와, 미국 뉴욕에 있는 <홈즈리포트(Holmes Report)>가 매년 봄에 발표하는 <글로벌 상위 250대 PR회사 순위(Global Top 250 PR Agency Ranking)>라는 자료가 있다. <PR Week> 금년 자료에는 한국 회사가 없으므로 일단 미국 <홈즈리포트>를 이용한다. 이 자료에 의하면 세계 PR비는 2014년에 처음으로 100억 달러를 넘고, 2015년에는 다시 전년 대비 5% 성장했다. 금년 <홈즈리포트> 조사에 포함된 국가의 수는 31개국이었다. 이 보고에 포함되지

않은 중소 PR회사들이 많아서 실제로는 세계 PR비가 142억 달러쯤에 이르렀을 것이라는 추정이 발표되었다.

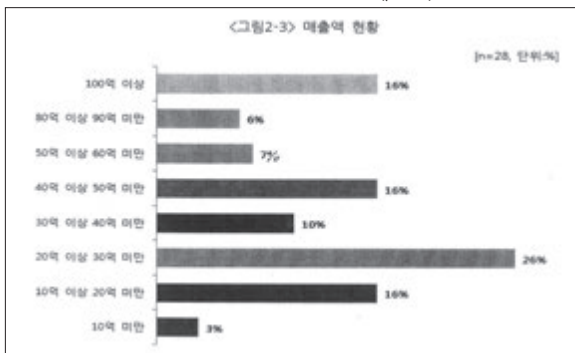
우리 나라의 PR산업 현황 조사

우리 나라에서도 홍보시장 조사가 있다. 현재 매년 8월 한국광고총연합회가 발행하는 <광고계동향(격월간)>에 한국 PR산업의 현황 보고가 나온다. 다만 매년 실시하는 해도 수입(收入) 자료를 발표하는 PR회사의 수가 들쭉날쭉이어서 그 자료가 한국 PR산업을 대표한다고 보기에는 아쉬움이 있다. 2012년에는 30개사 대상으로 조사가 있었는데 18개사만 수입을 보고했고, 2013년에는 27개사 가운데 20개사의 수입 보고가 있다. 2014년에는 16개 PR회사의 수입(취급액)이 발표되었는데 합계가 788억원이고, 2015년에는 13개 PR회사 전체 취급액이 658억원이었다. ‘취급액’이라는 말이 적부는 일단 논외로 한다. 이 글에서는 취급액이나 매출액, 혹은 수수료라는 말 대신 수입(Revenue)이라는 말을 사용하기로 한다.

이런 가운데 한국PR기업협회(회장 신성인)가 지난 5월 31일 <2016 한국 PR산업 현황 조사 보고서>를 발표했다. 이 보고서는 이 협회가 2000년 창립된 이후 처음으로, 가장 많은 회원사를 대상으로 실시한 조사로서, 조사에 참가한 28개 PR회사의 수입이 비율로 나와 있다. 그리고 이화여대 커뮤니케이션 미디어연구소에 위촉해서 조사를 실시했다. PR회사 수입 조사란 간단한 일이 아니다. 그것은 <광고계동향>이 10년 가



▲ <2016 한국 PR산업 현황 조사 보고서> 표지



▲ 보고서 19페이지에 있는 <그림 2-3> 매출액 현황

카이 조사를 하고 있으나 이렇다 할 결과가 나오지 못하고 있다는 것에서도 짐작할 수 있다. 그런 의미에서 이번 2016년 조사는 한국에 유일한 PR회사 단체가 스스로 실시한 가장 획기적인 일이라 할 것이다.

총 84페이지인 보고서에는 조사에 참가한 31개사 가운데 수입 자료를 제공한 28개사의 수입이 금액은 아니나 점유율(%)로 표시되어 있다. 또한 28개사의 수입 평균이나와 있어 PR비 추정의 실마리를 제공하고 있다. 보고서 개요의 조사 목적에는 다음과 같이 주목할 부분이 있다.

본 조사의 목적은 국내 PR산업 시장규모와 PR기업들의 현황을 전반적으로 파악하여 향후 PR산업 발전에 기여할 수 있는 기초 자료를 만들고자 함(밑줄은 필자가 그은 것이다.)

보고서 19페이지에는 매출액을 8단계로 나누고, 각 단계가 차지하는 금액을 퍼센트(%)로 표시했다. 조사대상은 2015년분인데, ‘응답 기업들의 매출액은 40-50억 사이’라고 했으므로 28개사의 매출은 최소 1,120억원에서 최대 1,400억원이라는 계산이 나온다. 조사에 응한 회사는 31개사이며, 그 이름이 보고서에 나와 있으나 실제 수입 자료를 제공한 회사는 28개사로 이름이 밝혀지지 않은 아쉬움은 있다. 그러나 몇몇 회사 수입은 이미 <광고계동향>에 발표된 바 있어 윤곽이 나타난다. 물론 겨우 28개사인가 하는 질문은 제기된다. 제일기획이 발행하는 2007년 <광고연감>에는 한국 PR회사가 73개사나 명단이 나와 있기 때문이다. 이제 차례로 PR비 관련 자료를 보기로 한다. 먼저 <광고계동향>과 <홈즈리포트>를 살펴본다.

<광고계동향> 국내 PR회사 수입 보고 자료

<광고계동향>에 나오는 2014년과 2015년 보고를 요약하면 <표1>과 같은데, 2014년에는 21개 조사대상 가운데 16개사, 2015년에는 20개사 가운데 13개사가 수입을 보고했다. 수입은 2014년에 788억원, 2015년에 658억원이었다. 수입 100억원 이상을 보고한 회사는 2014년에 3개사로서 인포마스터, 피알원, KPR&어소시에이츠이다. 이 3개사의 수입은 전체의 59%를 차지했다. 2015년에는 2개사로 줄었는데, 피알원의 자료가 없다. 그리고 이 2개사 수입은 전체의 53%이다. 수입 100억원이 넘는 회사로서 <광고계동향>에서 빠진 회사는 프레인 글로벌(Prain Global)이다.

〈표 1〉 〈광고계 동향〉 2014 및 2015

연도	조사 대상	수입 발표	수입(억원)	비고 (100억원 이상 수입 보유 회사)
2014 (내용: 2013)	21사	16사	788.2	3개사: 인포마스터, 피알원, KPR & 어소시에이츠
2015 (내용: 2014)	20사	13사	657.7	2개사: 인포마스터, KPR & 어소시에이츠

〈홈즈리포트〉 글로벌 상위 250개 PR회사 순위
(Global Top 250 PR Agency Ranking)

뉴욕에 있는 홈즈리포트사가 이 보고서를 내기 시작한 것은 불과 수년 전의 일이다. 보고서 내용은 이름에도 나타나듯이 세계 여러 나라의 PR회사 수입 보고를 받거나 조사해서 순위를 발표하는 자료이다. 다만 내용을 보면 250개 회사 가운데 순위나 수에서 압도적인 위치를 차지하는 나라는 미국, 영국, 독일 등 3개국이다. 금년 순위 보고에는 한국의 4개 PR회사가 나와 있다. 가장 큰 회사는 프레인 글로벌로서 2015년 세계 순위 61위이며, 수입은 2,854만 달러, 원화로 환산하면 322억원이다. 그런데 프레인 글로벌은 앞서 언급한 한국의 2016년 PR기업협회 조사에는 참가하지 않았다. 한편 수입이 100억원이 넘는 회사 인포마스터는 2014년분 수입이 241억이었는데, 〈홈즈리포트〉에는 포함되어 있지 않다. 〈홈즈리포트〉에서 한국과 관련된 자료는 〈표2〉와 같다.

2015	2014	Agency	HQ	Fee Income 2014 (\$)	Fee Income 2015 (\$)	Staff	Growth 2015	Growth 2014
58	76	Prain Global	Korea	27,896,369	29,892,452	120	40.7%	40.7%
109	95	PR One	South Korea	11,899,836	11,921,644	120	-0.7%	-0.7%
188	145	KPR & Associates	South Korea	6,414,532	6,868,870	95	-0.4%	-0.4%
274	-	Enzaim Health	Republic of Korea	7,075,750	8,065,714	45	1.8%	7.3%

▲ 'GLOBAL TOP 250 PR FIRMS 2015'에 있는 한국의 4개 PR회사

2016	2015	Agency	HQ	Fee Income 2015 (\$)	Fee Income 2016 (\$)	Staff	Growth 2016	Growth 2015
61	58	Prain Global	Korea	28,537,369	31,996,369	224	1.0%	1.0%

▲ 'GLOBAL TOP 250 PR AGENCY RANKING 2016'에 있는 프레인 글로벌

〈표 2〉 Holmes Report 보고에 있는 한국 4개 PR회사 (2014, 2015년분)

회사	수입**		수입**		사원		2016년 현황 조사*
	2015 \$	2015 억원	2014 \$	2014 억원	2015	2014	
PR One	14,946,921	168.9	15,800,836	166.0	130	130	참가함
KPR & Associates	8,700,000	98.3	8,614,922	90.4	-	95	참가함
Enzaim Health	7,265,750	82.1	7,075,354	74.3	57	45	참가함
3개사 합계	30,912,671	349.3	31,491,112	330.7	-	270	-
Prain Global	28,537,969	322.5	27,996,389	293.9	224	185	불참
4개사 합계	59,450,640	671.8	59,487,501	624.6	-	455	-

사원 1인당 수입 2014년: \$130,740(1억 3,727만원)

* 한국PR기업협회 (2016 한국 PR산업 현황 조사 보고서) 참가 여부

** 환율 기준, 세계은행, 2014 \$1.00=1,050원, 2015 \$100=1,130 (편의상 원 단위에서 조성을)

2014 및 2015 한국 PR비 추경

이제 〈광고계동향〉의 2014년분 자료와 〈홈즈리포트〉에 나오는 2014년 및 2015년 자료, 그리고 〈2016 한국 PR산업 현황 조사 보고서〉의 자료를 종합하면 〈표3〉과 같다.

이 표에는 2014년분 PR비가 있는데, 〈광고계동향〉 2015년 8월호에 있는 13개 PR회사 수입 합계는 549억원이다. 〈광고계동향〉에는 없으나 〈홈즈리포트〉에는 발표된 2014년 피알원의 166억원(\$1,580만)과 프레인 글로벌의 293.9억원(\$2,800만)의 합계 460억원이 있다. 따라서 〈광고계동향〉의 549억원과



▲ 〈광고계동향〉 2015년 8월호 표지

순위	2015	2014	Agency	HQ	Staff	Revenue 2015 (\$)	Revenue 2014 (\$)	Growth
1	1	1	PR One	South Korea	120	11,921,644	11,899,836	0.2%
2	2	2	Prain Global	Korea	224	28,537,969	27,996,389	1.9%
3	3	3	KPR & Associates	South Korea	95	6,868,870	6,414,532	7.1%
4	4	4	Enzaim Health	Republic of Korea	45	8,065,714	7,075,750	14.1%

▲ 〈광고계동향〉의 2015년 PR업계 현황조사

〈홈즈리포트〉의 460억원을 합하면 2014년의 한국 PR비는 1,009억원이 된다. 국제간 대비를 위해 2014년 환율 1,050원 (\$1.00)로 계산하면 한국의 2014년 PR비는 \$9,609만이 된다.

〈표 3〉 2014년 한국 PR비

2014년 분	회사 ¹⁾	수입(억원)	비고
광고계동향	13	549.0	2015년 8월호
홈즈리포트 ²⁾	2	460.0	2016년 홈즈리포트
합계		1,009.0	

1) 수입 자료가 있는 회사

2) 〈표2〉 참조 〈홈즈리포트〉 2016년 Global Top 250 PR Agency Ranking

2015년분은 두 가지 자료에 나온다. 금년 5월 한국PR 기업협회가 실시한 조사 자료와 〈홈즈리포트〉 자료이다. 〈표4〉의 PR기업협회 자료를 보면 최소와 최대가 있는데, 28개 조사대상 PR회사의 평균은 최소인 경우 1개사당 40억원이므로 28개사의 수입은 1,120억원이 된다. 최고는 1개사당 50억원이므로 1,400억원이 된다. 〈홈즈리포트〉에 있는 프레인 글로벌의 2015년 수입은 322.5억(\$2,853.7만)이 된다. 국제간 대비를 위해 2015년 환율 \$1.00=1,130원을 적용하면 2015년 한국 PR비는 최소 1억2,765만달러에서 최대 1억 5,244만달러가 된다.

〈표 4〉 2015년분 한국 PR비

2015년도 분	회사 ¹⁾	수입(억원)	비고
2016년 현황 조사 보고서	28	1,120 최소	1사 평균 수입 40억원
		1,400 최대	1사 평균 수입 50억원
홈즈리포트 ²⁾	1	322.5	Prain Global 수입 \$2,853.7만
합계		1,442.5 최소	\$1억 2,765만
		1,722.5 최대	\$1억 5,243만

1) 수입 자료가 있는 회사

2) 〈표2〉 참조 〈홈즈리포트〉 2016 Global Top 250 PR Agency Ranking. 2015년 환율 기준은 \$1.00=1,030원

계산에 적용하는 미국 달러와 한국 원화 환율 기준, 자료제출 및 발표시기 등의 차이 때문에 수치에는 약간의 차이가 생길 수 있다. 실제 한국 PR비는 이보다 훨씬 많을 것이다. 2016년 조사대상 PR회사 수가 28개사인데, 실제는 이보다 많기 때문이다. 또 광고대행사가 대행하고 있는 PR비도 상당할텐데, 이 계산에는 포함하지 않았다.

사원 1인당 수입 기준

국가간 대비에 사용하는 ‘사원 1인당 수입’은 나라마다 다르나, 대개 국가의 개인당 GDP와 비례한다. 즉, 소득 수준이 높은 나라는 사원 1인당 수입이 높다. 또한 같은 나라

에서도 큰 PR회사의 개인당 수입이 높다. 〈표2〉 각주에 나와 있는 대로 〈홈즈리포트〉의 유력한 한국 PR회사 4개사의 2014년 평균 수입은 13만달러를 약간 넘는다. 한편 〈광고계동향〉 2015년 8월호 PR특집에 있는 13개 PR회사 총수입 549억원과 사원수 합계 549명을 대비하면, 사원 1인당 수입은 1억원이며, 미 달러로는 95,228달러가 된다.

〈PR Week〉의 금년 5월 자료를 보면 세계 10대 PR회사의 경우 사원 1인당 수입은 최고 26만5천달러에서 최저 13만8천달러에 이른다. 세계 최대 PR회사 에텔만의 경우 사원 1인당 14만6천달러이다. 같은 나라 안에서도 회사 크기에 따라 차이가 큰데, 영국에서 수입 100만달러 이하인 회사의 경우는 사원 1인당 수입이 대개 10만달러 이하이다.

일본 텐즈PR의 수입은 4,400만달러인데, 1인당으로는 약17.4만달러이다. 한편 세계 10위인 중국의 Blue Focus 수입은 2억4,505만달러이고, 사원수는 5,622명으로 사원 1인당 수입은 겨우 4만3,589달러이며, 스페인 마드리드에 있는 Globally는 9만2천달러로 나라마다 격차가 심한 것이 나타난다.

미국, 일본과 대비

세계 5대 광고회사그룹의 하나인 프랑스 퍼블리시스그룹 매체전문회사 제니스옵티미디어(Zenith-Optimedia)의 2015년 광고비 예측 자료에 의하면, 2011년에서 2015년 기간의 미국 광고비와 PR비는 〈표5〉와 같다.(언급한대로 미국 PR비에 대한 자료는 출처에 따라 차이가 있음을 전제로 한다.) 광고비와 PR비의 전년 대비 성장률을 비교하면 5년간 줄곧 PR비 성장이 광고비보다 높다. 또한 광고비 대비 PR비는 같은 기간 2.32%~2.52%에 이르는데, 조금씩이나마 줄곧 증가 추세이다. 한 가지 전제는 이 자료에 나오는 미

〈표 5〉 미국 광고비 및 PR비

(금액: 100만 달러(\$))

연도	PR		광고		PR비/광고비 대비(%)
	PR비	성장률(%)	광고비	성장률(%)	
2011	3,581	-	154,647	4.6	2.32*
2012	3,885	8.5	161,815	4.6	2.40
2013	4,102	5.6	167,936	3.8	2.44
2014	4,394	7.1	175,236	4.3	2.51
2015	4,613	5.0	182,755	4.3	2.52

자료: 제니스옵티미디어, Advertising Expenditure Forecasts 2015, p.193
대비는 필자가 계산함.

* 2011년의 예를 들면 PR비 \$35.8억을 1,546.5억 광고비로 나눈 것이 2.32%가 된다.

특별기고

국 광고비는 신문, 잡지, 라디오, TV, 극장, 인터넷 등 7개 매체뿐이며, 판촉 미디어가 빠져 있어서 실제로보다 광고비가 약간 적어진다. PR비와 광고비의 대비는 PR비를 광고비로 나눈 수치인데, 예컨대 2011년의 경우 PR비 \$35.8억을 광고비 \$1,546으로 나눈 수치가 2.32%가 되는 것이다.

일본은 PR산업 시장규모 조사가 늦었다. 일본PR협회는 2008년부터 PR비 조사를 격년으로 실시하고 있는데, 일본 광고비와 PR비(PR대행사 수입)의 대비는 <표6>에 나와 있다. 국제간의 대비를 위해서는 화폐 단위를 미국 달러로 하는 것이 좋으나 그러려면 PR비도 달러로 환산해야 되는데, 광고비는 달러 표시 자료가 있으나 PR비는 일본 엔화로만 표시되어 있어서 연도별 환율 기준 문제가 있어 일본의 자료는 엔화를 그대로 이용하기로 한다. 일본 PR비와 광고비 대비를 보면 2008년에 1.31%, 2010년 1.61%, 2012년 1.80%, 그리고 2014년에는 1.81%로 비율이 증가하는 추세이다. 일본의 광고비 자료는 덴츠가 발표하는 자료로 전매체를 포함한 숫자와 7개 매체만의 두 가지로 미국과 같은 기준으로 했다. PR비는 일본 PR협회의 자료이다.

<표6>에 나타나듯이 광고비는 2008년 미국의 금융회사인 리만 브라더즈 파산에서 시작된 경제공황의 영향으로 2010년에는 12.7%나 격감했다가 회복세로 돌아섰다. 그러나 광고의 불황과는 달리 PR은 줄곧 증가하고 있으며, 동시에 광고비와 대비한 비율도 1.31-1.81%로서 0.5포인트나 증가하는 추세이다.

<표 6> 일본의 광고비 및 PR비

(금액: 억엔)

연도	PR		광고		PR비/광고비 대비(%)
	PR비	성장률(%)	광고비	성장률(%)	
2008	741	-	(66,926)*	-	-
			56,484		1.31
2010	793	7.0	(58,427)	-12.7	-
			49,195		1.61
2012	901	13.6	(58,913)	0.8	-
			50,017		1.80
2014	948	5.2	(61,522)	4.4	-
			52,355		1.81

자료: 광고비: Dentis, PR비: 일본PR협회, 대비는 필자

* 괄호 안의 수치는 전매체이며 괄호가 없는 수치는 판촉매체를 제외한 7매체 수치이다.

한국, 일본, 미국 3개국의 PR비 대비를 하기에는 우리나라 PR비 자료가 매우 부족한 것이 사실이다. 그런 이유로 2014년과 2015년 PR비 성장률 대비는 하지 않았다. 더욱이

제일기획은 2015년부터 한국 광고비 추정 기준을 변경했다. 다만 이런 전제 하에 앞으로 연구를 위해 일단 광고와 PR비 대비를 시도한다. 미국과 비교하면 PR비와 광고비의 대비 미국은 2.32~2.52%로 한국이 적어도 1포인트가 적다. 그러나 일본과 한국은 비슷한 유형이라 할 수 있다. 이것은 한국의 PR산업이 더욱 발전할 수 있음을 시사한다.

<표 7> 2014 및 2015 한국의 광고비 및 PR비

(금액: 억원)

연도	PR		광고		PR비/광고비 대비(%)
	PR비	성장률(%)	광고비	성장률(%)	
2014	1,009	-	100,996	-	1.0
2015	1,442.5(최소)	-	107270	6.2	1.34(최소)
	1,722.5(최대)				1.65(최대)

필자가 겪은 일이 있다. 1989년에 시작된 ‘신문 잡지 부수조사’였다. 흔히 ‘ABC공사’라 하는데, ‘88서울 올림픽’ 이후 언론 자유 회복에 따라 인쇄매체의 양과 질이 폭발적으로 증가해 신문 부수 조사 문제가 제기됐다. 1989년 한국ABC협회가 창설되고, 부수 공사 준비가 시작됐다. 주요 일간지를 포함해 여러 신문, 잡지가 이 뜻에 찬동해 회원이 되었다. 공사 규정을 만들고, 절차에도 모두 합의했으나 실제로 공사 결과가 발표된 것은 그 후로 20년이 지난 뒤였다. 신문 부수 공개와 PR회사 수입 발표는 차원이 다르나 ‘자료 공개’라는 공통점이 있다. 지금 50개사에 이르는 광고대행사의 각종 자료는 모두 날날이 공개되고 있다. 광고주의 광고비 자료도 공개된다. TV 시청률 조사가 시작된 1990년대 초에는 심지어 어떤 대학 신문방송학과 교수가 “국민들의 TV 시청률 자료 같은 ‘예민한 자료’를 어떻게 공개하는냐”는 웃지 못할 일도 있었다.

PR산업에서 투명성은 원칙이고 PR의 ‘ABC’이다. PR산업에 대해 언급하려면 그 규모가 나와야 하며, PR회사 수입 공표가 전제돼야 한다. 또한 글로벌 시대에 대처하려면 <홈즈리포트>나 <PR Week>의 연례 PR회사 보고에도 참가해 자료를 제공하는 것이 도움이 될 것이다.

한국 광고비 자료, 광고대행사 수입, TV 시청률, 국가 기말처럼 여기던 신문, 잡지 부수 공개는 이제 국내는 물론 국제적인 상식이 되었다. PR이 사회적으로 존경받는 어엿한 직업이 되려면 PR회사가 수입을 공개해야 한다. **K A A**

| 참고 자료 |

2014년 PR업계 현황 조사

1. 조사 대상 회사: 21개사
2. 취급액(2013년)을 보고한 회사: 16개사
3. 자료 (2013년도분) 분석 결과

〈표 1〉 2014년 PR업계 현황조사

취급액	회사수	사원	(금액: 100만)	
			취급액 합계	사원 1인당 취급액
100억원 이상	3	431	46,524	108
80억원 - 90억원 미만	0	0	0	0
70억원 - 80억원 미만	1	54	7,284	135
60억원 - 70억원 미만	0	0	0	0
50억원 - 60억원 미만	1	44	5,908	134
40억원 - 50억원 미만	0	0	0	0
30억원 - 40억원 미만	2	68	6,854	101
20억원 - 30억원 미만	3	87	7,113	82
20억원 이하	6	70	4,940	71
총계	16	754	78,623	104
(US\$ 환산액)	-	-	(\$72.1백만)	(\$9.5만)

*환율: World Bank 2013 환율: US \$1.00=W1,094.85를 1,090으로 기준함

*자료: <광고계동향> 2015년 8월호, 16-26페이지

이 표에 나타나는 사항은 다음과 같다.

1. <취급액>이라 했다.
2. 취급액 100억원 이상인 회사는 3개사이다. 3개사는 KPR, 피알원, 인포마스터인데, KPR 및 피알원은 2016년 <홈즈리포트> 'Global Top 250 PR Agency Ranking'에 보고되어 있으나 인포마스터는 올라 있지 않다. 인포마스터의 2013년 취급액은 17819백만원이다.
3. 이 3개사의 취급액 점유율은 59%이며, 사원수의 점유율은 57%이다.
4. 사원 1인당 취급액 전체 평균은 104백만원이나, 취급액 20억원 이하인 회사와 그 이상인 회사 간에는 격차가 많다.
5. 2013년 World Bank 환율 기준으로 환산하면 이 16개사의 취급액 합계 786억원은 \$72.1백만이 되며 사원 1인당 취급액은 9만5천달러이다. 그래서 <광고계동향> 2014년과 2015년 8월호 'PR특집'을 조사한 결과, 2014년에 인포마스터, KPR & Associates, 피알원의 3개사가 100억 원 이상의 취급액을 가지고 있다. 2015년의 경우는 인포마스터와 KPR & Associates의 2개사만의 자료가 있다.(수입 내용은 2013, 2014년분이다.) 인포마스터는 <2016년 한국PR산업 현황 조사>에 참여했으나 <홈즈리포트>에는 보고되지 않았다. 따라서 2016년 현황 조사 보고에 나온 100억원 이상 수입을 가진 4개사는 <홈즈리포트> 2016년에 포함되어 있는 피알원, KPR & Associates, Enzaim Health 및 <홈즈리포트>에 없는 인포마스터의 4개사가 된다. 2014년 보고에는 인포마스터의 취급액이 17,819(백만)원이며, 2015년은 24,127(백만)원이다. 그 결과 2016년 조사 보고에 나오는 100억원 이상 수입(취급액) 4개사의 합계는 다음과 같다.

〈표 2〉 2015년 수입 100억원 이상 4개사

회사	수입		사원수
	100만원	\$	
피알원	16,889.9	14,946,921	130
KPR& 어소시에츠	9,831.0	8,700,000	95
엔자임 헬스	8,210.2	7,265,750	57
3사 소계	36,400.1	30,912,671	280
인포마스터	24,127.0	21,351,000*	134
합계	60,527.1	52,263,671	-

자료: Global Top PR Agency Ranking 2016, <광고계동향> 2015.8

* 인포마스터의 원화 표시 <취급액>을 달러로 환산한 숫자. 환율 기준 \$1.00=1,130으로 함 (2016.8.10. 신인섭)

2014년 PR비

1. <광고계동향> 2015.8월호 20-21페이지에 있는 13개사 수입 합계: 6577억원
2. <홈즈리포트> 2016 자료에 포함된 4개 한국 PR회사 2014년도 수입

피알원	\$15,800,836	165.9억원
KPR & Associates	8,424,000	88.4
Enzaim Health	7,075,354	74.3
프레인 글로벌	27,996,389	293.9

이 4개사 가운데 피알원과 프레인은 <광고계동향> 2015.8월호 자료에 포함되어 있지 않다. 따라서 이 2개사의 수입을 포함해야 된다.

3. 따라서 2014년분 한국 PR비는 다음과 같다.

<광고계동향> 2015.8의 13개사 수입:	6577억원
<홈즈리포트>의 2014년 피알원 수입:	165.9억원
<홈즈리포트>의 2014년 프레인 글로벌 수입:	293.9억원
합계:	1,1176억원
\$ 환산(\$1.00=1,050원):	\$1억640만

2014년 사원 1인당 수입

사원수(13개사, 피알원, 프레인 글로벌): 549 + 130 + 184=863명

사원 1인당 수입(\$)(863명/\$106.4백만): \$92,520

(4대 PR회사(프레인 글로벌, 피알원, 인포마스터, KPR & Associates)의

사원 1인당 수입: 224+130+153+95=602명/\$59,487,501): \$140,740

2015년 PR비

1. <2016 한국 PR산업 현황 조사 보고서> 19페이지에 '응답 기업들의 평균 매출액은 40-50억 사이' 및 <그림 2-3> 매출액 현황표 안에 (n=28, 단위: %)가 있다.

따라서 최소와 최대는 다음과 같다.

최소: 40억 x 28개사=1,120억원
 최대: 50억 x 28개사=1,400억원
 중간: 1,120억+1,400억=2,520억원/2=1,260억

2. <홈즈리포트>에는 보고되었으나 2016년 조사에는 참가하지 않은 회사는 4개사 가운데 프레인뿐인데 2015년 수입은 미국 달러로 \$28,537,969이며, 한국 원화로는 322.5억원이다.

3. 따라서 위의 1과 2를 합한다.

1,120억원 + 322.5억원=1,442.5억원(최소)
 1,400억원 + 322.5억원=1,722.5억원(최대)
 1,260억원 + 322.5억원=1,582.5억원(중간)
 \$ 환산(\$1.00=1,130원): \$1억2,765만(최소)
 \$1억5,243만(최대)
 \$1억4,000만(중간)

2015년 사원 1인당 수입

KPR & Associates의 사원수 자료가 없어서 추정할 수 없다.

<광고계동향> 홈페이지 www.adic.or.kr 발견사항

PR회사 특집이 8월호에 처음 나온 것은 2009년이다. 이후 계속해서 PR특집이 나오지만 매년 수록된 PR회사의 수가 달라져 참고자료일 뿐 한국 PR기업의 수입을 추정하기에는 부족하다.