

4월 광고경기 전월대비 호전 전망

4월 국내 광고경기는 전월인 3월대비 호전될 전망이다.

한국방송광고진흥공사(이하 KOBACO)는 국내 400대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과 4월 예측지수가 133.0을 기록했다고 발표했다.

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

이 같은 결과는 봄철 광고 성수기를 맞아 기업들이 본격적인 광고활동에 돌입했다는 것을 뚜렷이 보여주는 것으로 풀이된다고 KOBACO측은 설명했다.

매체별로는 지상파TV(124.5), 중편PP를 포함한 케이블TV(122.3), 라디오(109.1), 신문(101.4), 인터넷(126.8) 등으로 조사됐으며, 업종별로는 화장품 및 보건용품(180.0), 패션(177.7), 음료 및 기호식품(161.5) 등의 업종에서 광고비 증가가 예상되는 반면, 가정용품(81.6), 출판 및 교육(81.8) 등의 업종에서는 광고비 감소가 예상됐다.

한편 이번 조사에서는 광고주가 생각하는 1/4분기 주요 현안에 대해서도 알아보았는데, 광고주들은 경기 둔화에 따른 비용 삭감과 예산 감축(29%), 뉴미디어와 기존 미디어의 조화와 효율성 제고(24%), PPL과 가상광고에 대한 광고심의 논란(14%) 등을 주요 현안으로 꼽았다.

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

〈표 1〉 매체별 광고경기 전망



〈표 2〉 업종별 광고경기 전망

