

8.2.2. 광고 사업체의 매체별 취급액

광고 사업체의 매체별 취급액을 보면 4대 매체는 3조 960억 원(49.3%)이며, 뉴 미디어는 1조 7,949억 원(28.6%), 옥 외는 1조 516억 원(16.7%), 기타는 3,422억 원(5.4%)으로 나타났다.

증감률을 보면 4대 매체는 전년대비 4.5% 감소하였으며 연평균증감률은 10.1% 감소하였다. 뉴 미디어는 전년대비 6.8% 감소하였으며 연평균증감률은 9.5% 증가하였다. 옥외는 전년대비 35.2%, 연평균증감률은 19.7% 증가하였고, 기타는 전년대비 68.6% 증가하였으나 연평균증감률은 15.1% 감소한 것으로 조사되었다.

매체별 광고 취급액 현황에서 보여주듯 4대 매체인 TV, 라디오, 신문, 잡지의 광고 시장은 점차 축소되고 있는데 이는 4대 매체의 광고 위력 또한 그만큼 감소하고 있음을 유추해볼 수 있다. 전통적인 4대 매체에서의 광고 위력은 위축되고 있으나, 뉴미디어를 통한 광고시장은 최근에 성장하고 있는 추세이며, 이는 다채널화를 통한 광고효과가 증대되고 있음을 의미할 수 있을 것이다. 또한 4대

매체에 광고 의존이 현재까지도 지속되고 있으나, 새로운 매체의 발달과 소비자들의 광고 접점이 다양화되고 있어, 향후에는 뉴미디어 매체로 광고 의존의 분산이 이루어질 수 있을 것으로 예상된다

표 4.8.5 광고산업내 사업체들의 매체별 취급액 현황 (단위 : 백만원, %)

구분	2007년	2008년	2009년	구성비 (%)	전년대비 증감률(%)	연평균 증감률(%)	
4대 매체	TV	2,111,743	1,898,853	1,650,342	26.3	▽13.1	▽11.6
	라디오	277,530	273,877	218,727	3.5	▽20.1	▽11.2
	신문	1,191,222	799,572	932,843	14.8	16.7	▽11.5
	잡지	249,360	271,186	294,182	4.7	8.5	8.6
4대 매체 합계	3,829,855	3,243,488	3,096,094	49.3	▽4.5	▽10.1	
뉴 미디어	케이블	662,337	679,198	803,614	12.8	18.3	10.1
	위성	1,179	14,690	15,326	0.2	4.3	260.5
	온라인	827,574	1,215,882	875,658	13.9	▽28.0	2.9
	모바일	3,888	3,109	70,689	1.1	2173.7	326.4
	IPTV	-	-	861	0.0	-	-
	DMB	2,238	13,548	28,849	0.5	112.9	259.0
뉴 미디어 합계	1,497,216	1,926,427	1,794,997	28.6	▽6.8	9.5	
옥외	733,916	777,707	1,051,666	16.7	35.2	19.7	
기타	474,455	202,975	342,289	5.4	68.6	▽15.1	
전체	6,535,442	6,150,597	6,285,046	100.0	2.2	▽1.9	

※ 한 사업체가 여러 매체를 동시에 취급하는 경우가 존재함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별항목의 합이 전체보다 크게 나타남

표 4.8.6 광고산업내 매체별 연도별 취급액 현황 (단위 : 백만원, %)

연도별	4대 매체	뉴미디어	옥외	기타	합계
2007년	3,829,855	1,497,216	733,916	474,455	6,535,442
2008년	3,243,488	1,926,427	777,707	202,975	6,150,597
2009년	3,096,094	1,794,997	1,051,666	342,289	6,285,046
전년대비증감률(%)	▽4.5	▽6.8	35.2	68.6	2.2
연평균증감률(%)	▽10.1	9.5	19.7	▽15.1	▽1.9

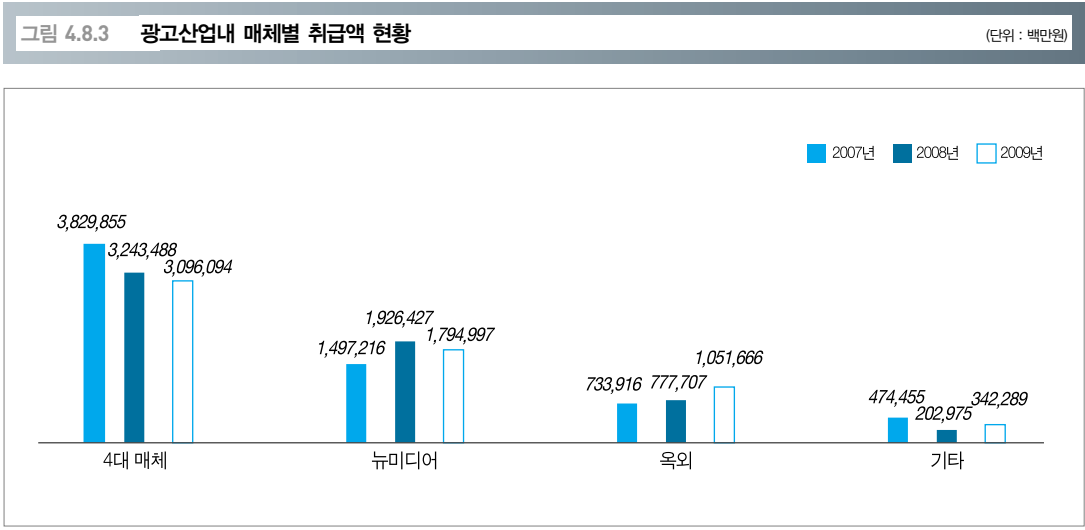
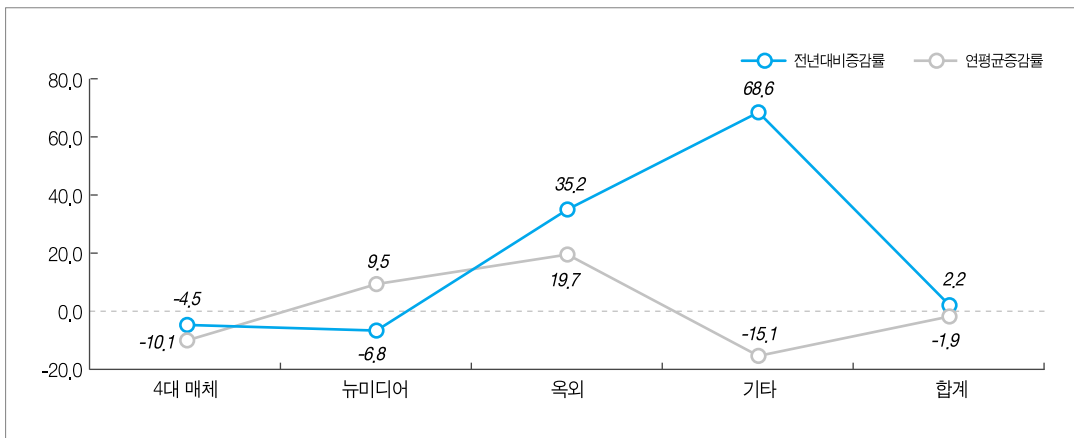


그림 4.8.4 광고산업내 매체별 취급액 전년대비증감률 및 연평균증감률 (단위: %)



IV. 콘텐츠산업통계조사 부문별 결과