





승인번호 제 11309호

# 2006 광고산업통계

ISSN 1975-0242

정부간행물 번호  
11-1370000-000324-10

 문화관광부

 한국방송광고공사



본 도서의 저작권은 문화관광부와 한국방송광고공사가 소유하고 있으며, 무단으로  
전제나 복사를 할 수 없습니다. 만약 일부 내용을 인용하고자 할 경우는 문화관광  
부와 한국방송광고공사에 문의하여 주시고 저작권을 표기하여 주시기 바랍니다.

# Contents

이용자를 위하여 .....	16
요약 .....	18
<b>I. 조사개요</b> .....	37
1. 2006 광고산업통계 조사 방향 .....	37
2. 법적근거 .....	38
3. 조사대상 및 규모 .....	38
4. 조사시기 .....	39
5. 조사내용 .....	39
6. 조사방법 .....	40
7. 조사항목 변경보완 .....	40
<b>II. 분석 방법</b> .....	46
1. 결측값 보정 방법 .....	46
2. 주요 구분변수 설명 .....	49
<b>III. 조사결과</b> .....	53
1. 사업체 현황 - 매출 .....	53
1.1. 전체 .....	53
1.2. 대형 광고업체 .....	75
1.3. 일반 .....	95
2. 사업체 현황 - 종사자 .....	118
2.1. 전체 .....	118
2.2. 대형 광고업체 .....	137
2.3. 일반 광고회사 .....	148
3. 취급액과 종사자 .....	162
3.1. 사업체 정보 .....	162
3.2. 지역 .....	165

3.3. 대표자 정보 .....	167
3.4. 종사자 규모 및 취업액 규모 .....	170
3.5. 사업체 업종 분류 .....	172
3.6. 사업체 업종 재분류 .....	174
3.7. 가치사슬 분류 .....	176
3.8. 고용현황 정보 .....	178
3.9. 국내 및 외국계 광고주 .....	181
3.10. 고객유치실적 .....	185
3.11. 광고경기 체감도 .....	188
<b>4. 해외거래현황 .....</b>	<b>191</b>
4.1. 외국인투자 광고회사 현황 .....	192
4.2. 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황 .....	194
4.3. 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황 .....	195
4.4. 주요 광고회사의 해외 광고 취업액 .....	197
4.5. 수출 및 수입 .....	198
<b>5. 국내 및 외국계 광고주 .....</b>	<b>200</b>
5.1. 사업체 정보 .....	200
5.2. 지역 .....	201
5.3. 종사자 규모 및 취업액 규모 .....	202
5.4. 사업체 업종 분류 .....	203
5.5. 사업체 업종 재분류 .....	204
5.6. 가치사슬 분류 .....	205
5.7. 고용현황 정보 .....	206
5.8. 국내 및 외국계 광고주 .....	207
5.9. 고객유치실적 .....	208
5.10. 광고경기 체감도 .....	208
<b>6. 고객유치실적 .....</b>	<b>209</b>
6.1. 사업체 정보 .....	209
6.2. 지역 .....	212
6.3. 종사자 규모 및 취업액 규모 .....	214
6.4. 사업체 업종 분류 .....	216
6.5. 사업체 업종 재분류 .....	217
6.6. 가치사슬 분류 .....	218
6.7. 고용현황 정보 .....	219
6.8. 국내 및 외국계 광고주 .....	221
6.9. 고객유치실적 .....	223
6.10. 광고경기 체감도 .....	225
<b>7. 광고경기 체감도 .....</b>	<b>227</b>
7.1. 사업체 정보 .....	227
7.2. 지역 .....	231

7.3. 종사자 규모 및 취급액 규모 .....	234
7.4. 사업체 업종 분류 .....	237
7.5. 사업체 업종 재분류 .....	240
7.6. 가치사슬 분류 .....	242
7.7. 고용현황 정보 .....	244
7.8. 국내 및 외국계 광고주 .....	247
7.9. 고객유치실적 .....	251
7.10. 광고경기 체감도 .....	254
<b>8. 주요광고주 현황</b> .....	257
8.1. 사업체 정보 .....	257
8.2. 업종별 광고주 현황 .....	259
8.3. 광고 집행 현황 .....	262
<b>IV. 비교 분석</b> .....	264
1. 2005 광고산업통계 .....	264
1.1. 취급액 .....	264
1.2. 종사자 .....	268
1.3. 가치사슬 분류 .....	271
1.4. 수출 및 수입 .....	272
1.5. 광고경기 체감도 .....	273
<b>V. 결 론</b> .....	276
1. 결과요약 .....	276
2. 광고연감과 비교 .....	278
3. 향후과제 .....	279
별첨 : 용어해설 .....	281
별첨 : 광고업체용 설문지 .....	287
별첨 : 광고주용 설문지 .....	296
별첨 : 조사응답업체 리스트 .....	300



## 〈표 목차〉

표 1-1 >> 광고업체용	39
표 1-2 >> 광고주용	40
표 11-1-1 >> 대형업체 대체방법에 따른 MSE (취급액 기준)	47
표 11-1-2 >> 대형업체 대체방법에 따른 MSE (종사자수 기준)	47
표 11-1-3 >> 일반업체 대체방법에 따른 MSE (취급액 기준)	48
표 11-1-4 >> 일반업체 대체방법에 따른 MSE (종사자수 기준)	48
표 11-1-5 >> 전체 매출액에서의 업종별 매출액 비율	49
표 1-1-1 >> 광고업종별 취급액	53
표 1-1-2 >> 지역별 전체 업종 취급액	55
표 1-1-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액	55
표 1-1-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액	57
표 1-1-5 >> 광고대행·매체대행 매체별 취급액	58
표 1-1-6 >> 광고대행·매체대행 매체별 취급액	59
표 1-1-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액	60
표 1-1-8 >> 지역별 광고제작업 취급액	61
표 1-1-8 >> 광고제작 외주 및 원자재 구입 비용	61
표 1-1-9 >> 광고제작 편수	62
표 1-1-9 >> 서비스 세부업종별 취급액	62
표 1-1-10 >> 지역별 서비스업 취급액	64
표 1-1-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액	64
표 1-1-12 >> 지역별 인쇄업 취급액	66
표 1-1-13 >> 온라인 업종별 취급액	66
표 1-1-14 >> 지역별 온라인업 취급액	68
표 1-1-15 >> 기타 세부업종별 취급액	68
표 1-1-16 >> 지역별 기타업 취급액	69
표 1-1-17 >> 사업체 유형별 자본규모	70
표 1-1-18 >> 업종별 자본규모	71
표 1-1-19 >> 사업체 유형별 사무실 규모	72
표 1-1-20 >> 업종별 사무실 규모	72
표 1-1-21 >> 소프트웨어 기술 보유율	73
표 1-1-22 >> 제작/편집 장비 기술 보유율	74
표 1-2-1 >> 광고업종별 취급액(대형)	75
표 1-2-2 >> 지역별 광고업 취급액(대형)	77
표 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형)	77
표 1-2-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액(대형)	79
표 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)	80
표 1-2-6 >> 지역별 광고대행·매체대행업의 취급액(대형)	82

표 1-2-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형) .....	82
표 1-2-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형) .....	84
표 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형) .....	85
표 1-2-10 >> 지역별 서비스업 취급액(대형) .....	87
표 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(대형) .....	88
표 1-2-12 >> 지역별 인쇄업 취급액(대형) .....	89
표 1-2-13 >> 온라인 업종별 취급액(대형) .....	90
표 1-2-14 >> 지역별 온라인업 취급액(대형) .....	92
표 1-2-15 >> 기타 세부업종별 취급액(대형) .....	92
표 1-2-16 >> 지역별 기타업 취급액(대형) .....	94
표 1-3-1 >> 광고업종별 취급액(일반) .....	95
표 1-3-2 >> 지역별 광고업 취급액(일반) .....	97
표 1-3-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반) .....	98
표 1-3-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액(일반) .....	100
표 1-3-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(일반) .....	101
표 1-3-6 >> 지역별 광고대행·매체대행업의 취급액(일반) .....	103
표 1-3-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반) .....	104
표 1-3-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반) .....	106
표 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(일반) .....	107
표 1-3-10 >> 지역별 서비스업 취급액(일반) .....	109
표 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(일반) .....	110
표 1-3-12 >> 지역별 인쇄업 취급액(일반) .....	112
표 1-3-13 >> 온라인 업종별 취급액(일반) .....	113
표 1-3-14 >> 지역별 온라인업 취급액(일반) .....	115
표 1-3-15 >> 기타 세부업종별 취급액(일반) .....	115
표 1-3-16 >> 지역별 기타업 취급액(일반) .....	117
표 2-1-1 >> 전체 종사자 현황 .....	118
표 2-1-2 >> 고용형태별 종사자 현황 .....	118
표 2-1-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황 .....	120
표 2-1-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황 .....	120
표 2-1-5 >> 성별 종사자 현황 .....	121
표 2-1-6 >> 지역별 성별 종사자 현황 .....	123
표 2-1-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황 .....	123
표 2-1-8 >> 연령별 종사자 현황 .....	125
표 2-1-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황 .....	127
표 2-1-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황 .....	127
표 2-1-11 >> 학력별 종사자 현황 .....	128
표 2-1-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황 .....	130
표 2-1-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황 .....	131
표 2-1-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황 .....	132



표 2-1-15 >> 교육 유형별 참여인원 .....	132
표 2-1-16 >> 2005년 채용 규모 .....	133
표 2-1-16 >> 2006년 상반기 채용 규모 .....	134
표 2-1-17 >> 향후 예상 채용 규모 .....	135
표 2-1-18 >> 선호 전공 계열 .....	136
표 2-2-1 >> 전체 종사자 현황(대형) .....	137
표 2-2-2 >> 고용형태별 종사자 현황(대형) .....	137
표 2-2-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황(대형) .....	138
표 2-2-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(대형) .....	139
표 2-2-5 >> 성별 종사자 현황(대형) .....	139
표 2-2-6 >> 지역별 성별 종사자 현황(대형) .....	140
표 2-2-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형) .....	141
표 2-2-8 >> 연령별 종사자 현황(대형) .....	142
표 2-2-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(대형) .....	143
표 2-2-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형) .....	144
표 2-2-11 >> 학력별 종사자 현황(대형) .....	145
표 2-2-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(대형) .....	146
표 2-2-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황(대형) .....	147
표 2-2-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(대형) .....	148
표 2-3-1 >> 전체 종사자 현황(일반) .....	148
표 2-3-2 >> 고용형태별 종사자 현황(일반) .....	149
표 2-3-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황(일반) .....	150
표 2-3-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(일반) .....	151
표 2-3-5 >> 성별 종사자 현황(일반) .....	152
표 2-3-6 >> 지역별 성별 종사자 현황(일반) .....	153
표 2-3-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반) .....	153
표 2-3-8 >> 연령별 종사자 현황(일반) .....	155
표 2-3-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(일반) .....	156
표 2-3-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반) .....	157
표 2-3-11 >> 학력별 종사자 현황(일반) .....	158
표 2-3-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(일반) .....	159
표 2-3-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황(일반) .....	160
표 2-3-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(일반) .....	161
표 3-1-1 >> 사업체정보별 취급액 .....	162
표 3-1-2 >> 사업체정보별 종사자 .....	163
표 3-2-1 >> 지역별 취급액 .....	165
표 3-2-2 >> 지역별 종사자 .....	166
표 3-3-1 >> 대표자정보별 취급액 .....	167
표 3-3-2 >> 대표자정보별 종사자 .....	168
표 3-4-1 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 취급액 .....	170

표 3-4-2 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 종사자 .....	170
표 3-5-1 >> 사업체 업종별 취급액 .....	172
표 3-5-2 >> 사업체 업종별 종사자 .....	173
표 3-6-1 >> 업종 재분류별 취급액 .....	174
표 3-6-2 >> 업종 재분류별 종사자 .....	175
표 3-7-1 >> 가치사슬별 취급액 .....	176
표 3-7-2 >> 가치사슬별 종사자 .....	176
표 3-8-1 >> 고용현황 정보별 취급액 .....	178
표 3-8-2 >> 고용현황 정보별 종사자 .....	179
표 3-9-1 >> 국내 및 외국계 광고주별 취급액 .....	181
표 3-9-2 >> 국내 및 외국계 광고주별 종사자 .....	183
표 3-10-1 >> 고객유치실적별 취급액 .....	185
표 3-10-2 >> 고객유치실적별 종사자 .....	186
표 3-11-1 >> 광고경기 체감도별 취급액 .....	188
표 3-11-2 >> 광고경기 체감도별 종사자 .....	188
표 4-1 >> 광고업체 해외거래 현황 .....	191
표 4-1-1 >> 투자비율별 광고회사 현황 .....	192
표 4-1-2 >> 투자비율별 사업체 규모별 광고회사 현황 .....	193
표 4-2-1 >> 국가별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황 .....	194
표 4-2-2 >> 설립연도별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황 .....	194
표 4-2-3 >> 종사자 규모별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황 .....	195
표 4-3-1 >> 국가별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황 .....	195
표 4-3-2 >> 설립연도별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황 .....	196
표 4-3-3 >> 종사자규모별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황 .....	196
표 4-3-4 >> 취급액규모별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황 .....	197
표 4-4-1 >> 설립연도별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액 .....	197
표 4-5-1 >> 국경기준 광고업 수출액 및 수입액 .....	198
표 4-5-2 >> 국적기준 광고업 수출액 및 수입액 .....	199
표 4-5-3 >> 국적기준 광고업 수출액 및 수입액 .....	199
표 5-1 >> 사업체 정보별 고객유치실적 현황 .....	200
표 5-2 >> 지역별 국내 및 외국계 광고주 .....	201
표 5-3 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 국내 및 외국계 광고주 .....	202
표 5-4 >> 사업체 업종 분류별 국내 및 외국계 광고주 .....	203
표 5-5 >> 사업체 업종 재분류별 국내 및 외국계 광고주 .....	204
표 5-6 >> 가치사슬별 국내 및 외국계 광고주 .....	205
표 5-7 >> 고용현황 정보별 국내 및 외국계 광고주 .....	206
표 5-8 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 국내 및 외국계 광고주 .....	207
표 5-9 >> 고객유치실적별 국내 및 외국계 광고주 .....	208
표 5-10 >> 광고경기 체감도별 국내 및 외국계 광고주 .....	208
표 6-1 >> 사업체 정보별 고객유치실적 현황 .....	209

표 6-2 >> 지역별 고객유치실적 현황 .....	212
표 6-3 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황 .....	214
표 6-4 >> 사업체 업종 분류별 고객유치실적 현황 .....	216
표 6-5 >> 사업체 업종 재분류별 고객유치실적 현황 .....	217
표 6-6 >> 가치사슬별 고객유치실적 현황 .....	218
표 6-7 >> 고용현황 정보별 고객유치실적 현황 .....	219
표 6-8 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황 .....	221
표 6-9 >> 고객유치실적별 고객유치실적 현황 .....	223
표 6-10 >> 광고경기 체감도별 고객유치실적 현황 .....	225
표 7-1-1 >> 사업체 정보별 광고경기 체감도 .....	227
표 7-1-2 >> 사업체 정보별 광고경기 체감 증감 .....	229
표 7-2-1 >> 지역별 광고경기 체감도 .....	231
표 7-2-2 >> 지역별 광고경기 체감 증감 .....	233
표 7-3-1 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도 .....	234
표 7-3-2 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감 .....	236
표 7-4-1 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감도 .....	237
표 7-4-2 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감 증감 .....	239
표 7-5-1 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도 .....	240
표 7-5-2 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감 증감 .....	241
표 7-6-1 >> 가치사슬별 광고경기 체감도 .....	242
표 7-6-2 >> 가치사슬별 광고경기 체감 증감 .....	243
표 7-7-1 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감도 .....	244
표 7-7-2 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감 증감 .....	246
표 7-8-1 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도 .....	247
표 7-8-2 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감 .....	249
표 7-9-1 >> 고객유치실적별 광고경기 체감도 .....	251
표 7-9-2 >> 고객유치실적별 광고경기 체감 증감 .....	253
표 7-10-1 >> 광고경기 체감도별 광고경기 체감도 .....	254
표 7-10-2 >> 광고경기 체감도별 광고경기 체감 증감 .....	255
표 8-1-1 >> 사업체정보별 광고주 광고관련 종사자수 및 평균 광고비 .....	257
표 8-1-2 >> 사업체정보별 광고주 광고경기 체감도 .....	258
표 8-1-3 >> 광고주와 광고회사의 광고경기 체감도 .....	258
표 8-2-1 >> 광고주 업종 분류 .....	259
표 8-2-2 >> 업종별 광고주 광고관련 종사자수 및 평균 광고비 .....	260
표 8-2-3 >> 업종별 광고주 광고경기체감도 .....	261
표 8-3-1 >> 매체별 광고 집행비(합계) .....	262
표 8-3-2 >> 향후 광고 투자 매체 .....	262
표 8-3-3 >> 마케팅 비용 지출 현황 .....	263
표 IV-1-1 >> 광고업종별 취급액 비교 .....	264
표 IV-1-2 >> 세부업무별 취급액 .....	265

표 IV-1-3 >> 매체별 취급액 비교 .....	266
표 IV-1-4 >> 지역별 취급액 비교 .....	267
표 IV-1-5 >> 종사자규모별, 취급액 규모별 취급액 .....	267
표 IV-2-1 >> 성별 종사자수 비교 .....	268
표 IV-2-2 >> 연령별 종사자수 비교 .....	269
표 IV-2-3 >> 지역별 종사자수 .....	270
표 IV-3-1 >> 가치사슬 업종별 취급액 비교 .....	271
표 IV-3-2 >> 가치사슬 업종별 종사자 현황 .....	271
표 IV-4-1 >> 수출입 현황 .....	272
표 IV-4-2 >> 국적기준 수출수입 .....	272
표 IV-5-1 >> 광고경기체감도 및 광고경기 전망지수 .....	273
표 IV-5-2 >> 광고주 업종별 광고경기체감도 비교 .....	274
표 IV-5-3 >> 광고주와 광고회사의 광고경기체감도 비교 .....	275

## 〈그림 차례〉

그림 11-2 >> 광고산업의 서비스형태별 분류 .....	50
그림 1-1-1 >> 광고업종별 취급액 .....	54
그림 1-1-2 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 .....	56
그림 1-1-3 >> 광고대행·매체대행 매체별 취급액 .....	58
그림 1-1-4 >> 광고제작 업종별 취급액 .....	60
그림 1-1-5 >> 서비스 업종별 취급액 .....	63
그림 1-1-6 >> 인쇄 업종별 취급액 .....	65
그림 1-1-7 >> 온라인 업종별 취급액 .....	67
그림 1-1-8 >> 기타 업종별 취급액 .....	69
그림 1-2-1 >> 광고업종별 취급액(대형) .....	76
그림 1-2-2 >> 광고업종별 취급액 비교(대형) .....	76
그림 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형) .....	78
그림 1-2-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(대형) .....	79
그림 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형) .....	81
그림 1-2-6 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액 비교(대형) .....	81
그림 1-2-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형) .....	83
그림 1-2-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(대형) .....	84
그림 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형) .....	86
그림 1-2-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(대형) .....	87
그림 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(대형) .....	89
그림 1-2-12 >> 온라인 세부업종별 취급액(대형) .....	91
그림 1-2-13 >> 온라인 세부업종별 취급액 비교(대형) .....	91
그림 1-2-14 >> 기타 세부업종별 취급액(대형) .....	93
그림 1-2-15 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(대형) .....	94
그림 1-3-1 >> 광고 업종별 취급액(일반) .....	96
그림 1-3-2 >> 광고 업종별 취급액 비교(일반) .....	96
그림 1-3-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반) .....	99
그림 1-3-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(일반) .....	99
그림 1-3-5 >> 광고대행·매체대행 주요 매체별 취급액(일반) .....	101
그림 1-3-6 >> 광고대행·매체대행 세부업종별 취급액 비교(일반) .....	102
그림 1-3-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반) .....	105
그림 1-3-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(일반) .....	105
그림 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(일반) .....	108
그림 1-3-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(일반) .....	109
그림 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(일반) .....	111
그림 1-3-12 >> 인쇄 세부업종별 취급액 비교(일반) .....	111
그림 1-3-13 >> 온라인 세부업종별 취급액(일반) .....	114
그림 1-3-14 >> 온라인 세부업종별 취급액 비교(일반) .....	114

그림 1-3-15 >> 기타 세부업종별 취급액(일반)	116
그림 1-3-16 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(일반)	117
그림 2-1-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포	119
그림 2-1-2 >> 고용 형태별 성별 종사자 현황	121
그림 2-1-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포	122
그림 2-1-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황	124
그림 2-1-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황	126
그림 2-1-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황	128
그림 2-1-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황	129
그림 2-2-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(대형)	138
그림 2-2-2 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(대형)	139
그림 2-2-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(대형)	140
그림 2-2-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형)	141
그림 2-2-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(대형)	143
그림 2-2-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형)	144
그림 2-2-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(대형)	146
그림 2-3-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(일반)	150
그림 2-3-2 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(일반)	151
그림 2-3-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(일반)	152
그림 2-3-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반)	154
그림 2-3-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(일반)	156
그림 2-3-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반)	157
그림 2-3-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(일반)	159
그림 3-1-1 >> 기업형태별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	164
그림 3-1-2 >> 설립연도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	164
그림 3-2-1 >> 지역별 사업체수 구성비 및 종사자수 구성비	166
그림 3-2-2 >> 지역별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	167
그림 3-3-1 >> 대표자 최종학력별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	169
그림 3-3-2 >> 대표자 경영형태별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	169
그림 3-4-1 >> 취급액 규모별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	171
그림 3-4-2 >> 종사자 규모별 사업체당취급액 사업체수 구성비	171
그림 3-6-1 >> 업종 재분류별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	175
그림 3-6-2 >> 업종 재분류별 사업체당 취급액 및 사업체수 구성비	176
그림 3-7-1 >> 업종 재분류별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	177
그림 3-7-2 >> 가치사슬별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	177
그림 3-8-1 >> 직급수준별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	180
그림 3-8-2 >> 학력수준별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	180
그림 3-9-1 >> 전체 광고주 규모별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	184
그림 3-9-2 >> 전체 광고주 규모별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	184
그림 3-10-1 >> 신규 거래광고주별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	187
그림 3-10-2 >> 신규 거래광고주별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	187

그림 3-11-1 >> 2007년 예상체감도별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비 .....	189
그림 3-11-2 >> 2007년 예상체감도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비 .....	190
그림 5-1 >> 취급액 규모별 평균 고객수 및 고객당 취급액 .....	202
그림 5-2 >> 사업체 업종 재분류별 평균 고객수 및 고객당 취급액 .....	204
그림 5-3 >> 가치사슬별 평균 고객수 및 고객당 취급액 .....	205
그림 5-4 >> 광고경기 체감도별 평균 고객수 .....	209
그림 6-1-1 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 광고주 .....	210
그림 6-1-2 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 취급액 .....	211
그림 6-2-1 >> 지역별 신규 이탈 평균 광고주 .....	213
그림 6-2-2 >> 지역별 신규 이탈 평균 취급액 .....	213
그림 6-3-1 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 광고주 .....	215
그림 6-3-2 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 취급액 .....	215
그림 6-5 >> 업종 재분류별 신규 이탈 평균 취급액 .....	218
그림 6-6 >> 가치사슬별 신규 이탈 평균 취급액 .....	219
그림 6-7-1 >> 연령수준별 신규 이탈 평균 광고주 .....	220
그림 6-7-2 >> 연령수준별 신규 이탈 평균 취급액 .....	220
그림 6-8 >> 전체 취급액별 신규 이탈 평균 취급액 .....	222
그림 6-9-1 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 광고주 .....	224
그림 6-9-2 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 취급액 .....	224
그림 6-10-1 >> 2007년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 광고주 .....	226
그림 6-10-2 >> 2007년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 취급액 .....	226
그림 7-1-1 >> 설립연도별 광고경기 체감도 .....	228
그림 7-1-2 >> 설립연도별 경기체감격차지수 .....	230
그림 7-2 >> 지역별 광고경기 체감도 .....	232
그림 7-3 >> 종사자 규모별 광고경기 체감도 .....	235
그림 7-5 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도 .....	241
그림 7-6 >> 가치사슬 분류별 광고경기 체감도 .....	242
그림 7-7 >> 연령수준별 광고경기 체감도 .....	245
그림 7-8-1 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감도 .....	248
그림 7-8-2 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감격차지수 .....	250
그림 7-9 >> 신규거래 광고주 광고경기 체감도 .....	252
그림 7-10-1 >> 2007년 예상 체감 수준별 광고경기 체감도 .....	254
그림 7-10-2 >> 2007년 예상 체감 수준별 광고경기 체감격차지수 .....	256
그림 8-1 >> 광고주 업종별 광고경기 체감도 및 광고경기 전망지수 .....	261
그림 IV-1-1 >> 매체별 취급액 비교 .....	266
그림 IV-2-1 >> 고용형태별 종사자 분포 .....	269
그림 IV-2-2 >> 성별 종사자수 .....	269
그림 IV-2-3 >> 연령별 종사자 분포 .....	270
그림 IV-3 >> 광고주 업종별 광고경기전망지수 비교 .....	275



# 이용자를 위하여

---

1. 본 조사 결과는 2006년 8월 11일 ~ 2006년 9월 11일 기간 중에 실시된 광고산업통계조사(승인통계 제11309호)를 집계, 분석한 결과로 조사기준시점은 2005년 12월 31일 입니다.
2. 본 조사는 2005년 광고산업통계조사 결과 광고업으로 분류된 사업체의 명부와 통계청 사업체기초통계조사 명부의 한국표준산업분류상 광고업으로 분류되는 사업체를 모집단으로 하여 조사대상을 선정 하였습니다.
3. 광고산업은 크게 광고주, 광고회사, 매체사로 구성되어 있는데, 본 조사에서는 광고회사를 조사대상으로 하여 취급액 기준의 산업규모를 산출하였으므로, 광고주 또는 매체사를 조사대상으로 한 조사결과와는 차이가 있습니다.
4. 본 조사를 매출액 개념으로 취급액을 조사하였습니다. 취급액이란 광고회사가 유치한 광고주의 해당 매체별로 집행한 광고비를 뜻하며, 전체 매체별 취급액의 합계는 개별 광고회사 규모를 기능하는 지표로 사용됩니다.

- 
5. 결과 자료 중 취급액, 사업체수, 종사자수는 조사자료를 바탕으로 추정된 수치이며, 그 외는 추정되지 않고 조사자료 그대로를 집계한 수치입니다.
  6. 모든 수치는 합계와 세부항목이 각각 반올림되었으므로 이러한 과정으로 인해 세부항목의 수치와 합계에 차이가 있을 수 있습니다. 또한, 무응답이 있는 항목은 세부항목의 수치와 전체에 차이가 있을 수 있습니다.
  7. 결과 분석에 사용된 주요 구분변수에 대한 자세한 설명은 『주요 구분변수 설명』에 있으므로, 이용 시 참고하시기 바라며, 해당 자료가 없거나 미상일 경우는 [-]을 표시하였습니다.
  8. 이 보고서의 내용을 인용할 때에는 『2006 광고산업통계조사 문화관광부, 한국방송광고공사 ○ 페이지에서 전재 또는 역재』라고 기재하여야 합니다.
  9. 본 보고서에 실린 자료에 대한 문의 사항이 있을 때에는 문화관광부 방송광고과(02-3074-9658) 또는 한국방송광고공사 광고연구소로 문의바랍니다. 조사결과 및 분석내용은 문화관광부 홈페이지 및 한국방송광고공사 광고연구소 자료실에서도 검색해 보실 수 있습니다.

# 요약

## □ 사업개요

- 사업명 : 광고산업통계조사, 일반통계(승인번호 제11309호)
- 조사목적 : 광고산업 내 사업체의 매출 산업규모를 파악하고 경제적 가치를 분석하여 광고관련 정책 수립의 기초자료로 제공코자 함
- 기준시점 : 2005년 기준(1.1 ~ 12.31)
- 조사기간 : 2006년 8월 ~ 2006년 9월
- 조사대상 :
  - ① 광고업체 조사
    - 2005 광고산업통계조사 기준 광고업과 통계청 사업체기초통계조사 기준 광고업으로 분류된 사업체
  - ② 광고주 조사
    - 광고업체 조사에서 파악된 주요 광고주 표본 525개
- 조사내용:
  - ① 광고업체 조사
    - 일반적 현황(3개), 사업체 현황(3개), 고용 현황(8개), 해외거래 현황(5개)  
주요고객 현황(3개), 광고경기체감도(1개)
  - ② 광고주 조사
    - 일반적 현황(2개), 사업체 현황(4개), 광고경기체감도(1개)

## □ 조사일정표

구분	세부구분	2006년						2007년
		7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월
조사설계	사업기획 협의	→						
	조사표 개발	→						
	모집단 리스트 확보	→						
	표본설계		→					
	통계청 작성 승인		→					
실사	면접원 선발		→					
	면접원 교육		→					
	실사		→	→	→	→		
	검증/데이터 클리닝					→	→	
조사분석 및 연구	데이터 분석						→	
	광고비추정 모형 연구						→	
	보고서 작성						→	→
	통계청 공표 협의							→
	최종 보고							→

- 통계청 작성 승인(8.3 ~ 8.19)  
승인신청 목적 : 통계의 공신력과 신뢰성 확보  
승인번호 : 제11309호, 통계종류 : 일반조사통계, 조사주기: 1년
- 실사(8.11 ~ 11.30)  
본조사(8.11 ~ 9.30) : 4,828개 사업체 조사와 525개 광고주 조사 실시  
보완조사(10.1 ~ 11.30) : 데이터 검증 후 확인사항 보완조사, 불응업체 재조사, 신규업체 보완조사
- 광고비추정 모형 연구(12.1 ~ 12.31)  
광고시장 전체 규모 추정 작업 및 보정 모형 연구  
광고업체, 광고주, 광고매체, 브랜드 기준 추정모형 연구
- 보고서 작성(12.1 ~ 12.31)  
조사개요, 통계표, 분석결과, 분석과정 작성

## □ 모집단 개요

- 모집단 : 2005년 광고산업통계조사 + 2005년 기준 통계청 사업체기초통계조사
- 모집단 확정 : 세 가지 리스트를 비교하여 중복을 제거하고, 조사대상범위 이외인 간판집, 신문사광고 부서, 전단지 배부업 등을 제외한 사업체 4,828개

자료출처	확보리스트	최종리스트
2005 광고산업통계	5,091	4,421
2005년 기준 통계청 사업체기초통계조사	6,061	195
온라인 광고업체	212	212
합계	11,364	4,828

## □ 조사항목

### ○ 광고업체

- ① 일반적 현황  
사업체정보, 응답자정보, 대표자정보
- ② 사업체 현황  
해당업종 구분, 전체 취급액, 사무실 규모, 기술보유율
- ③ 고용 현황  
전체 종사자수, 성별 종사자수, 연령별 종사자수, 학력별 종사자수  
직급별/직종별 종사자수, 외국인 종사자수  
직원 교육 현황, 채용 규모, 인력 수준, 향후 예상 채용 규모, 선호 전공
- ④ 해외 거래 현황  
외국인 투자 비율, 해외지사(사무소) 현황, 해외광고회사와의 업무제휴  
해외광고 취급현황, 광고관련 수입현황
- ⑤ 주요 고객 현황  
국내 및 외국계 광고주 현황, 광고주 취급액, 브랜드 취급액, 고객유치 실적
- ⑥ 광고경기 체감도  
하반기 및 2006년 광고경기 체감도

### ○ 광고주

- ① 일반적 현황  
사업체정보, 응답자정보
- ② 사업체 현황  
해당업종 구분, 광고 집행비
- ③ 광고경기 체감도  
하반기 및 2007년 광고경기 체감도

## □ 결과분석 주요 구분변수

### ○ 사업체 관련

구분변수명	해당범위
기업형태별	1. 개인사업체 2. 회사법인 3. 회사외법인
본사유무별	1. 단독사업체 2. 공장·지사(점)·영업소 3. 본사·본점·본부
벤처기업지정여부	1. 대상 2. 비대상
설립연도별	1. 1979년 이전 2. 1980-1989년 3. 1990-1994년 4. 1995-1999년 5. 2000-2004년 6. 2005년
지역별	1. 서울 2. 부산 3. 대구 4. 인천 5. 광주 6. 대전 7. 울산 8. 경기도 9. 강원도 10. 충청북도 11. 충청남도 12. 전라북도 13. 전라남도 14. 경상북도 15. 경상남도 16. 제주도

### ○ 취급액 관련

구분변수명	해당범위
업종구분별	1. 광고(종합)대행 2. 광고제작 3. 서비스 4. 인쇄 5. 온라인 6. 기타
가치사슬별	1. 인프라 2. 생산 3. 서비스 4. 유통
취급액규모별	1. 1억원 미만 2. 1-10억원 미만 3. 10-100억원 미만 4. 100억원 이상
매체별	1. TV 2. Radio 3. 신문 4. 잡지 5. 케이블 6. 모바일 7. 온라인 8. DMB 9. 옥외
고객별	1. 국내광고주매출 2. 외국광고주매출
	1. 신규취급액 2. 이탈취급액

### ○ 종사자 관련

구분변수명	해당범위
종사자규모별	1. 1-4인 2. 5-9인 3. 10-49인 4. 50-99인 5. 100인 이상
	1. 대형업체 2. 일반업체
고용형태별	1. 정규직 2. 비정규직
	1. 비정규지향 2. 보통
성별	1. 남자 2. 여자
	1. 남성 편중 2. 보통 3. 여성 편중
연령별	1. 24세 이하 2. 25-29세 3. 30-34세 4. 35-39세 5. 40세 이상
	1. 저연령 편중 2. 보통 3. 고연령 편중
학력별	1. 고졸 이하 2. 전문대졸 3. 대졸 4. 대학원졸 이상
	1. 저학력 편중 2. 보통 3. 고학력 편중



## □ 취급액, 종사자 규모 추정방법

- 2005년 광고산업통계조사의 결과를 활용하고 업체의 규모를 고려하여 추정
  - ① 광고산업의 특성 상 업체의 규모에 따라 매출 비중이 다르므로 분류하여 추정
  - ② 2005년 광고산업통계조사의 자료와 2006년 자료가 있는 업체들로부터 전체 취급액과 종사자 수의 관계를 유도
  - ③ 유도된 관계식으로부터 2005년 자료가 있으나 2006년 자료가 없는 업체의 전체 취급액과 종사자 수를 추정
  - ④ 전체 취급액의 정보는 있으나 업종별 취급액 및 매체별 취급액이 누락된 경우, 정보가 완벽한 자료를 해당업종(광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타) 및 그 조합으로 분류하고 각 조합에서 업종별/매체별 취급액 비율을 계산
  - ⑤ 위의 단계에서 추정된 매체별 취급액과 한국방송광고공사의 방송 광고 자료를 이용하여 전체 취급액을 추정
  
- 분류기준
  - ① 대형업체 : 한국방송광고공사 자료 TV·RADIO 매출 기준 상위 100개 사업체
  - ② 일반업체 : 광고업 전체에서 대형업체를 제외한 모든 사업체
  
- 취급액, 전체 종사자수 추정 : 아래 2가지 대체 방법을 적용한 후 선택
  - 방법 1 : 2005년  $\log(\text{취급액})$ 을 설명변수로 2006년  $\log(\text{취급액})$ 을 반응변수로 설정한 후 회귀분석하여 추정
  - 방법 2 : 2005년 대비 2006년 취급액성장율을 추정하여 자료를 보정
    - ※ 평균제곱오차(MSE)를 기준으로 비교한 결과 방법2 선택.
  
- 취급액 세부항목 결측값 추정
  - ① 광고업체를 업종에 대한 업무의 취급 유무를 고려하여 가능한 모든 조합으로 분류하고, 각 분류에 속하는 광고업체의 자료를 사용하여 업종별 배분 비율을 추정하고 이를 토대로 전체 매출액을 업종별 항목으로 배분하는 방식으로 결측값 보정
  - ② 각 분류에 속하는 조사완료 업체의 수가 적은 경우 전체 취급액에서 각 업종이 차지하는 전체 비율을 가중한 복합추정량으로 비율을 계산
  - ③ 각각의 업종별 세부항목 결측값은 그 업종이 있는 업체들의 자료를 이용하여 비율을 계산한 후 조사 또는 추정된 업종별 매출액을 비율에 맞게 분배

## □ 조사 회수율

구 분		일반업체	대형업체	전 체	비 고
결번		741	0	741	
폐/휴업		156	0	156	
중 복		72	0	72	
광고업안함		635	0	635	
조사 진행	강한비협조	525	19	525	
	조사회피	60	0	60	
	비수신	470	0	470	
	조사완료	2,069	81	2,150	
	소 계(개)	3,124	100	3,224	
	회수율(%)	66.2	81.0	76.5	매출규모 가중
	매출비중(%)	30.6	69.4	100	
전 체		<b>4,728</b>	<b>100</b>	<b>4,828</b>	

- 광고업체 조사 회수율 : 76.5%(일반업체와 대형업체 매출규모 가중 회수율)
  - 일반업체 회수율 : 66.2%, 대형업체 회수율 : 81.0%
  
- 광고주조사 회수율 : 100% (광고업체 조사를 통해서 파악된 주요 광고주를 조사한 결과 525개 업체 조사 완료)

## □ 주요 조사결과

### ○ 광고업종별 취급액

	사업체수(개소)*	사업체구성비(%)	취급액(백만원)	취급액구성비(%)	평균취급액
광고(종합)대행	1,323	27.4	5,466,249	64.9	4,131
(광고(종합)대행)**	(1,377)	(28.5)	(6,013,765)	(71.4)	(4,367)
광고제작	864	17.9	779,696	9.3	903
서비스	409	8.5	1,097,197	13.0	2,686
(서비스)***	(312)	(6.5)	(704,135)	(8.4)	(2,257)
인쇄	2,057	42.6	366,717	4.4	178
온라인	142	2.9	274,892	3.3	1,936
기타	1,961	40.6	433,028	5.1	221
전 체	4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

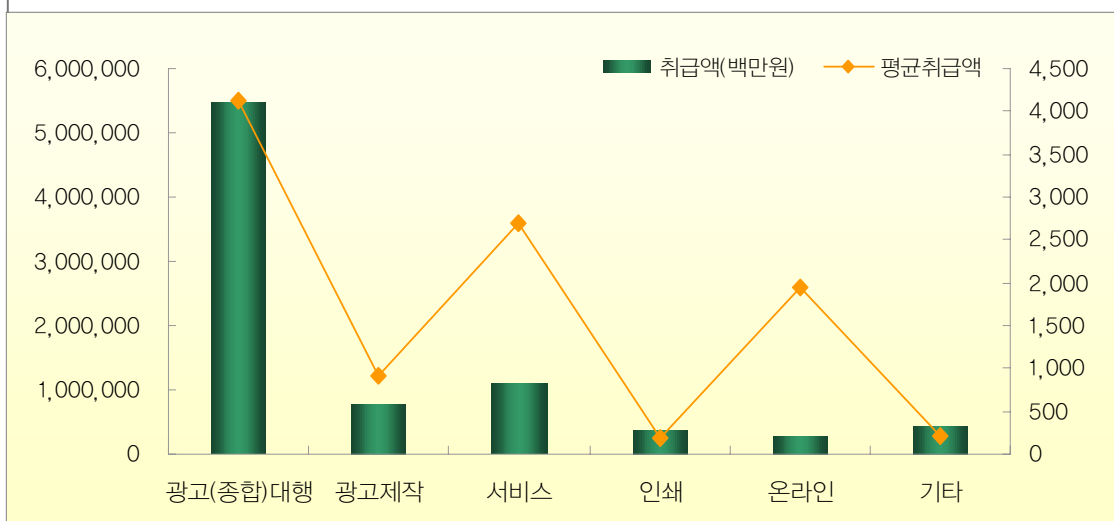
\*사업체수는 한 사업체가 여러 업종을 동시에 하는 경우도 있어서 사업체수와 구성비 합은 100% 이상임

\*\* 온라인 광고대행·매체대행과 SP를 합산한 광고(종합)대행업 취급액 (2005 광고산업통계조사 기준)

\*\*\* SP를 제외한 서비스업 취급액 (2005 광고산업통계조사 기준)

2005년 광고산업 전체 4,828개 사업체의 취급액 기준 산업규모는 8조 4,178억원이다. 취급액을 업종별로 구분해 보면 광고(종합)대행이 5조 4,662억원 64.9%로 절대적인 비중을 차지하고 있으며, 그 외 광고제작업, 서비스업, 인쇄, 온라인업, 기타업종이 2조 9,516억원으로 35.1%를 차지하고 있다. 사업체수를 고려하여 비교하면 사업체당 평균취급액은 광고(종합)대행업이 41.3억원으로 가장 높고 서비스업이 26.9억원, 온라인이 19.4억원 순으로 높게 나타났다.

광고업종별 취급액



○ 세부업무별 취급액

	사업체수(개소)*	사업체구성비(%)	취급액(백만원)	취급액구성비(%)	평균취급액
광고대행·매체대행	1,184	89.5	5,388,531	98.6	4,551
광고기획·전략대행	605	45.7	77,718	1.4	128
<b>광고(종합)대행</b>	1,323	100.0	5,466,249	100.0	4,131
CM·영상·카피·그래픽 제작	699	81.0	682,240	87.5	976
온라인 제작	345	40.0	30,261	3.9	88
광고사진 스튜디오	361	41.8	14,016	1.8	39
CI	431	49.9	53,179	6.8	124
<b>광고 제작</b>	864	100.0	779,696	100.0	903
마케팅·리서치	192	47.1	82,084	7.5	427
PR	220	53.8	116,091	10.6	528
SP	220	53.8	393,062	35.8	1,789
이벤트	237	58.0	440,533	40.2	1,861
Space Design	213	52.1	65,427	6.0	307
<b>서비스</b>	409	100.0	1,097,197	100.0	2,686
인쇄	1,956	95.1	312,487	85.2	160
제판	559	27.2	54,231	14.8	97
<b>인쇄</b>	2,057	100.0	366,717	100.0	178
광고대행	58	40.8	103,054	37.5	1,777
매체대행	20	14.1	51,400	18.7	2,570
광고기획·전략대행	16	11.3	21,503	7.8	1,344
광고제작	33	23.2	34,973	12.7	1,060
기타	35	24.6	63,962	23.3	1,827
<b>온라인</b>	142	100.0	274,892	100.0	1,936
광고물 기획·편집	1,828	93.2	365,854	84.5	200
기타(장비취급 등)	777	39.6	67,175	15.5	86
<b>기타</b>	1,961	100.0	433,028	100.0	221

광고업종을 세부업무별로 구분하면, 사업체수는 인쇄업체가 1,956개로 가장 많고, 광고물 기획·편집이 1,828개, 광고대행 업체가 1,184개 순으로 많이 나타났다.

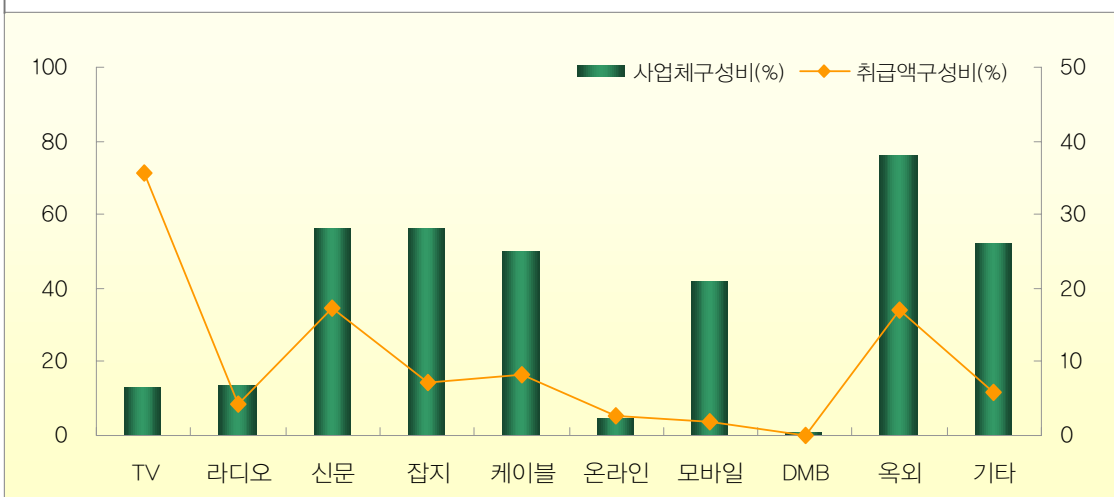
취급액은 광고대행·매체대행 업무에서 발행되는 취급액이 5조 3,885억원으로 가장 많으며, CM·영상·카피·그래픽 제작 업무 취급액이 6,822억원, 이벤트 업무 취급액이 4,405억원 순으로 많이 나타났다.

○ 매체별 취급액

		사업체수(개소)	사업체구성비(%)	취급액(백만원)	취급액구성비(%)	평균취급액
4대 매체	TV	180	13.3	2,108,864	35.5	11,716
	라디오	183	13.6	249,681	4.2	1,364
	신문	762	56.6	1,033,725	17.4	1,357
	잡지	760	56.4	423,302	7.1	557
뉴 미디어	케이블	672	49.9	489,742	8.3	729
	온라인	63	4.7	154,454	2.6	2,452
	모바일	563	41.8	113,500	1.9	202
	DMB	13	1.0	2,843	0.0	219
옥외		1,025	76.1	1,013,666	17.1	989
기타		702	52.2	346,271	5.8	493
전 체		1,347	100.0	5,936,048	100.0	4,407

2005년 광고산업의 매체별 취급액 규모는 5조 9,360억원으로 전체 광고시장의 70.5%를 차지한다. 이중 4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지)의 금액은 3조 8,156억원으로 매체 전체의 64.3% 비중이며, 뉴미디어(케이블, 온라인, 모바일, DMB)는 7,605억원 12.8%, 옥외광고는 1조 137억원 17.1%의 구성비를 나타냈다. 업체당 평균 취급액은 TV가 117.2억원으로 매우 높았고, 라디오 13.6억원, 신문 13.6억원 순으로 높게 나타났다.

매체별 구성비

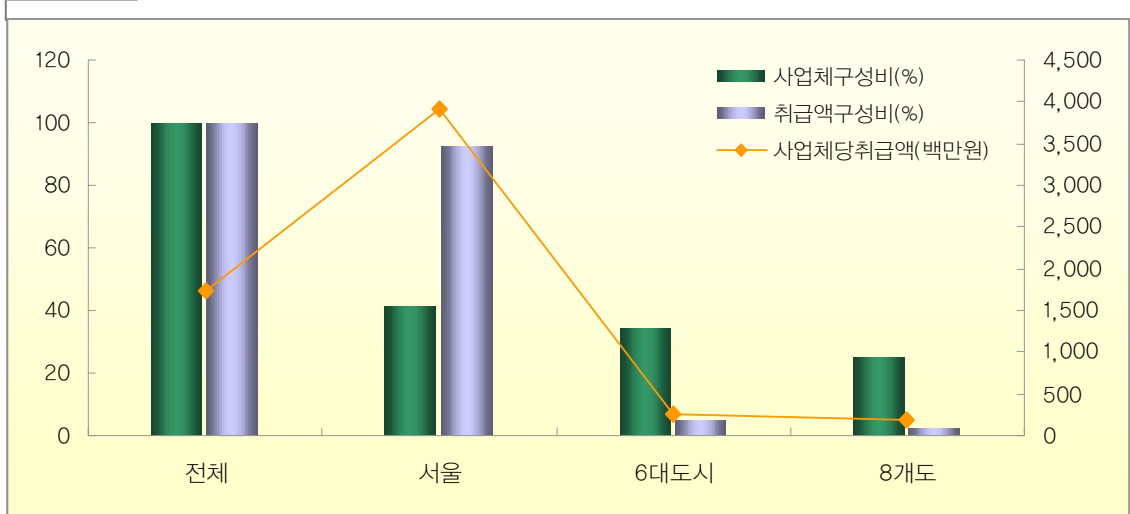


○ 지역별 취급액

	사업체수(개소)	사업체구성비(%)	취급액(백만원)	취급액구성비(%)	평균취급액
서울	1,987	41.2	7,786,506	92.5	3,919
6대도시	1,647	34.1	413,929	4.9	251
9개도	1,194	24.7	217,345	2.6	182
전체	4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

2005년 광고산업의 취급액 규모를 사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 사업체 중 1,987개, 41.2%가 서울에 소재하고 있으며, 전체 취급액 규모의 92.5%인 7조 7,865억원이 서울에서 생산되고 있다. 사업체당 평균 취급액은 서울이 39억원으로 6대도시 2.5억원, 9개도 1.8억원 보다 절대적으로 높은 것으로 나타났다.

지역별 구성비



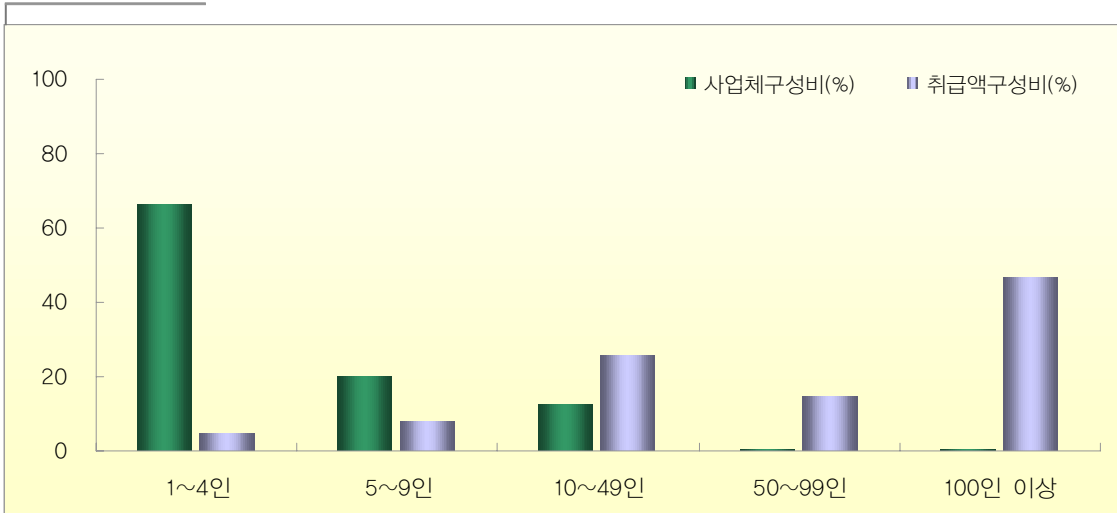
○ 종사자 규모별, 취급액 규모별 취급액

		사업체수(개소)	사업체구성비(%)	취급액(백만원)	취급액구성비(%)	평균취급액
종사자수	1~4인	3,192	66.1	403,570	4.8	126
	5~9인	967	20.0	648,246	7.7	670
	10~49인	612	12.7	2,150,688	25.5	3,514
	50~99인	38	0.8	1,254,530	14.9	33,014
	100인 이상	19	0.4	3,960,745	47.1	208,460
취급액	1억원 미만	2,456	50.9	93,100	1.1	38
	1~10억원 미만	1,730	35.8	589,068	7.0	341
	10~100억원 미만	562	11.6	1,482,228	17.6	2,637
	100억원 이상	80	1.7	6,253,384	74.3	78,167
전 체		4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

종사자규모별로 살펴보면, 사업체수는 1~4인이 3,192개 66.1%로 가장 많은 비중을 차지하고, 5~9인이 967개 20.0%, 10~49인이 612개 12.7%의 순서로 구성비가 나타났다. 취급액은 100인 이상이 3조 9,607억원 47.1%로 가장 많고, 10~49인 2조 1,507억원 25.6%, 50~99인 1조 2,545억원 14.9%, 5~9인 6,482억원 7.7%의 순서이다. 사업체당 취급액은 50~99인 330.1억원, 100인 이상 2,085억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원 보다 높게 나타났다.

취급액규모별로 살펴보면, 사업체수 1억원 미만이 2,456개 50.9%로 가장 많은 비중을 차지하고, 1~10억원 미만 1,730개 35.8%, 10~100억 미만 562개 11.6%의 순서이며, 취급액은 100억원 이상이 6조 2,534억원 74.3%로 가장 많고, 10~100억 미만 1조 4,822억원 17.6%, 1~10억원 미만 5,891억원 7.0%의 순서로 높게 나타났다.

종사자 규모별 구성비





○ 성별, 연령별 종사자수

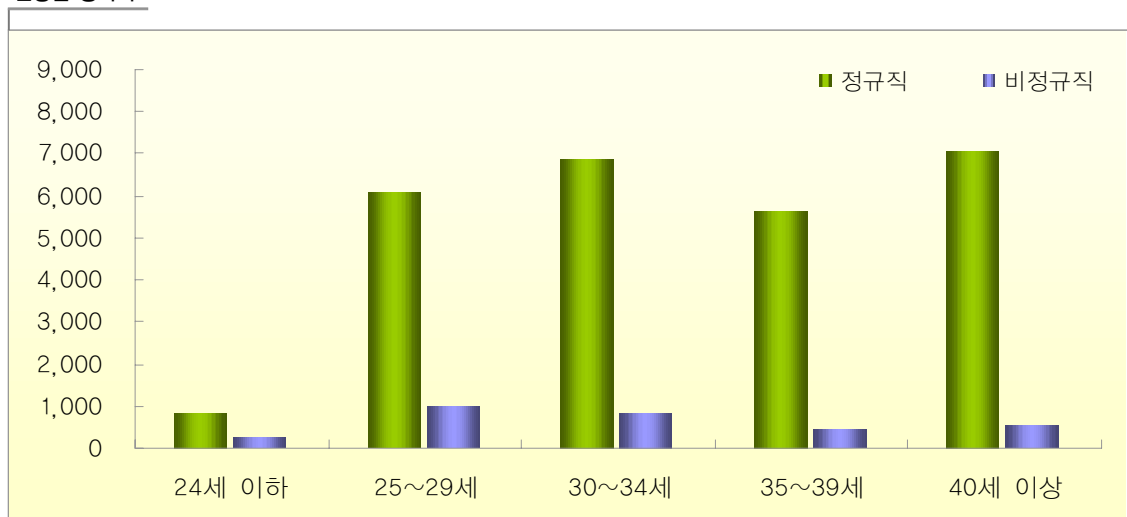
단위:명,%

	남자		여자		합계	
	종사자수	구성비	종사자수	구성비	종사자수	구성비
정규직	17,389	91.2	9,113	86.2	26,502	89.5
비정규직	1,670	8.8	1,453	13.8	3,123	10.5
합 계	19,059	100.0	10,566	100.0	29,625	100.0

	24세 이하		25-29세		30-34세		35-39세		40세 이상		합계	
	종사자수	구성비	종사자수	구성비	종사자수	구성비	종사자수	구성비	종사자수	구성비	종사자수	구성비
정규직	835	75.6	6,085	85.8	6,891	88.9	5,631	92.4	7,060	93.1	26,502	89.5
비정규직	270	24.4	1,005	14.2	858	11.1	464	7.6	526	6.9	3,123	10.5
합 계	1,105	100.0	7,090	100.0	7,749	100.0	6,095	100.0	7,586	100.0	29,625	100.0

2005년 기준 광고산업 종사자 29,625명을 고용형태별로 살펴보면, 정규직이 26,502명 89.5%이고, 비정규직이 3,123명 10.5%를 차지한다. 성별로 보면 남자는 19,059명 64.3%, 여자는 10,566명 35.7%로 남자가 1.8배 더 많이 종사하고 있다. 남자는 정규직이 91.2%, 비정규직이 8.8%이고, 여자는 정규직 86.2%, 비정규직 13.8%로 상대적으로 여자의 비정규직 비율이 더 높게 나타났다. 연령별로는 30~34세 종사자가 26.2%로 가장 많으며, 24세 이하가 1,105명 3.7%로 가장 적게 나타났다.

연령별 종사자

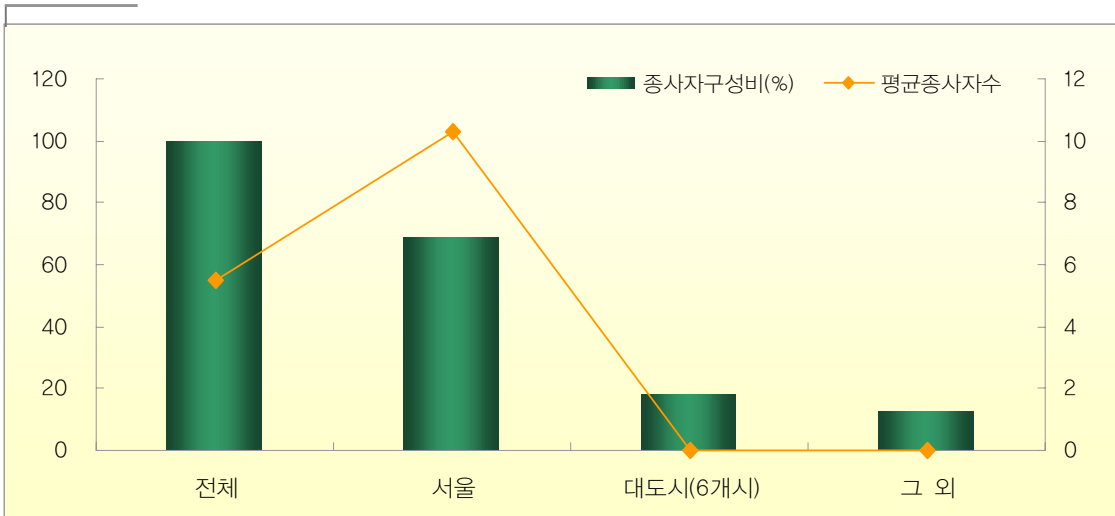


○ 지역별 종사자수

	종사자수(명)	종사자구성비(%)	사업체당 평균종사자수(명)	종사자당 평균취급액(백만원)
서울	20,402	68.9	10	382
6대시	5,432	18.3	3	76
9개도	3,791	12.8	3	57
전체	29,625	100.0	6	284

2005년 광고산업의 종사자를 사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 종사자의 68.9%인 2만 402명이 서울에 집중되어 있으며, 6대도시에 5,432명 18.3%, 9대도에 3,791명 12.8%가 분포되어 있다. 사업체당 평균 종사자수는 서울이 10명, 6개 대도시가 3명, 그 외 9개도가 3명으로 서울에 규모가 큰 사업체가 집중되어 있는 것으로 나타났다. 종사자당 평균 취급액은 2.8억원이며 지역별로 구분하여 보면 서울이 3.8억원으로 가장 높고, 6개 대도시가 7천 6백만원, 그 외 9대도가 5천 7백만원으로 지역 간의 격차가 큰 것으로 나타났다.

지역별 종사자



○ 가치사슬별 광고업체 현황

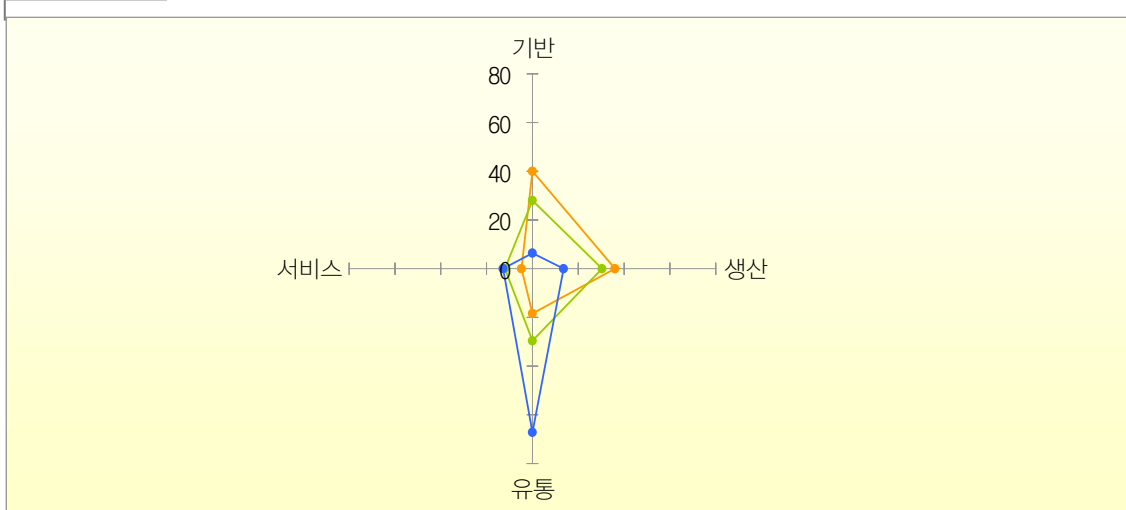
	사업체수*		취급액**		사업체당 평균취급액
	개소(개)	구성비(%)	금액(백만원)	구성비(%)	
인프라	2,721	56.4	2,560,863	30.4	941
생산	2,413	50.0	4,406,994	52.4	1,826
유통	1,262	26.1	7,306,728	86.8	5,790
서비스	348	7.2	4,609,167	54.8	13,253
전체	4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

\* 사업체가 여러 종류의 일을 할 경우 중복 응답한 결과임

\*\* 사업체수와 마찬가지로 중복응답한 결과임

광고업체를 가치사슬 기준으로 분류하면, 인프라산업(인쇄, 제판, 광고사진 스튜디오 등)으로 분류되는 사업체가 2,721개 56.4%를 차지하고 있으며, 생산산업(광고제작업, CM, 영상, 카피, 그래픽, 온라인 제작 등)으로 분류할 수 있는 사업체가 2,413개 50.0%, 유통산업(광고대행·매체대행, 광고기획·전략 대행, 온라인 대행 등)을 하는 사업체는 1,262개 26.1%, 서비스산업(리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design 등)을 하는 사업체는 348개 7.2%가 존재한다.

가치사슬별 분포

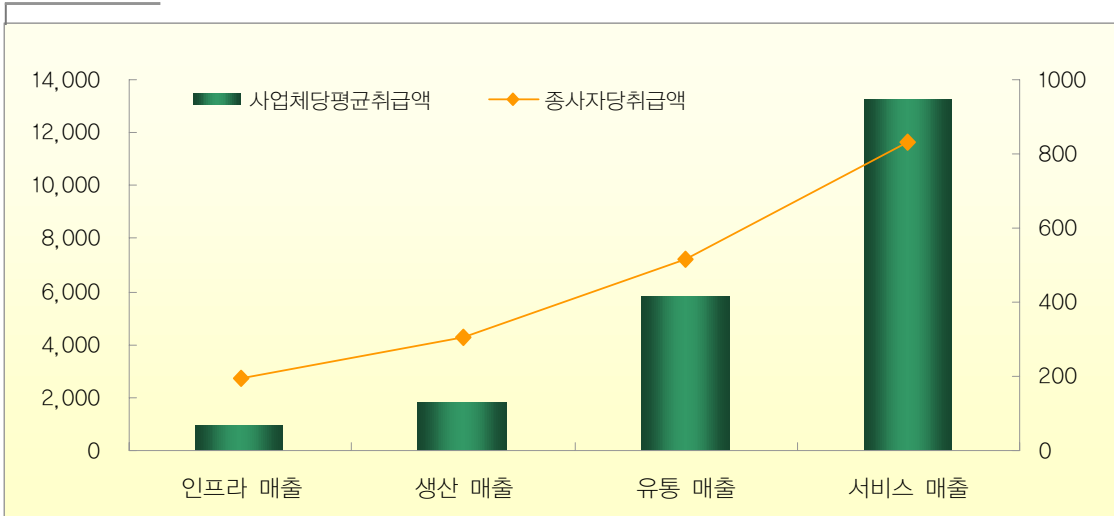


	종사자		사업체당 평균종사자수(명)	종사자당 평균취급액(백만원)	평균사업년수(년)
	종사자수(명)	구성비(%)			
인프라	13,246	44.7	5	193	7
생산	14,565	49.2	6	303	7
유통	14,118	47.7	11	518	7
서비스	5,563	18.8	16	829	6
전체	29,625	100.0	6	284	7

사업체수를 기준으로 하면 인프라, 생산, 유통 순으로 해당 사업체가 많으며, 취급액을 기준으로 하면, 유통, 서비스, 생산, 인프라 순으로 취급액이 많이 발생하며, 종사자수를 기준으로 하면 생산, 유통, 인프라 순으로 종사자수가 많은 것으로 나타났다.

사업체당 평균취급액은 17.4억원, 사업체당 평균 종사자수 6명, 종사자당 평균 취급액 2.8억원을 기준으로 보면, 서비스, 유통, 생산 산업은 평균보다 높은 수준이며, 인프라는 낮은 수준인 것으로 나타났다.

가치사슬별 분포



○ 수출 및 수입

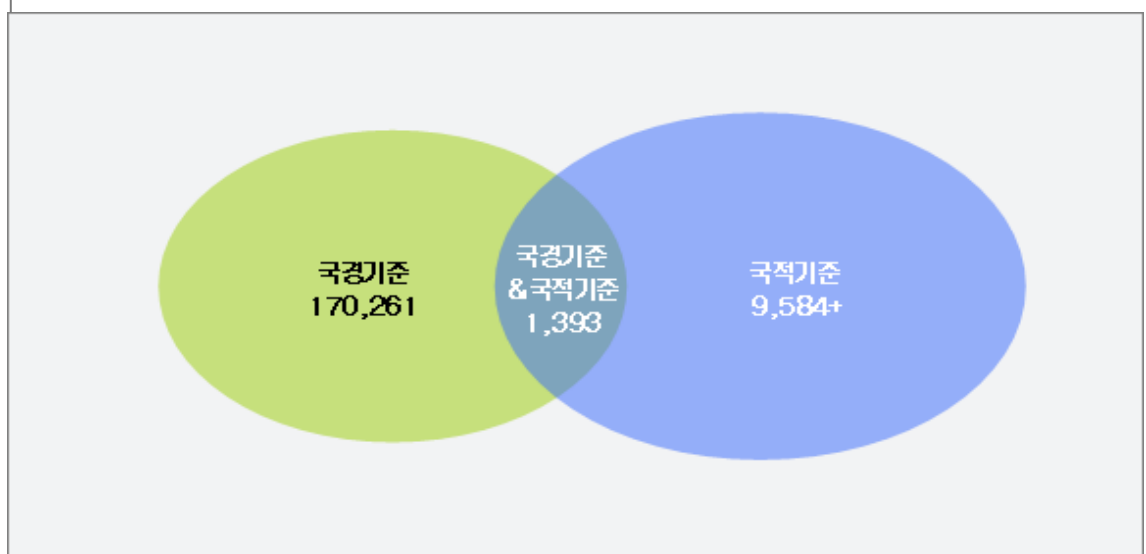
단위: 백만원

	수출		수입	
국경기준	170,261		173,314+	
국적기준	직접수출	1,393	직접수입	87,582
	자회사수입(revenue)	8,191	자회사수입(revenue)	2,260,206
	합계	9,584+	합계	2,347,788
	(기업내거래)	900,039	(기업내거래)	148,645

광고업에서의 수출액, 수입액은 2가지 개념으로 구분할 수 있는데, 국경을 기준으로 한 무역과 광고회사의 국적을 기준으로 한 무역으로 나뉜다.

- 국경기준 수출수입 : 광고회사의 국적에 관계없이 한국에 소재하고 있는 광고회사가 외국인 광고주로 부터의 취급액은 수출로 집계하고, 외국에 소재하고 있는 광고회사가 한국인 광고주로부터의 취급액은 수입액으로 집계한다. 국경기준 광고업 수출액은 1,703억원이며, 수입액은 1,733억 이상으로 집계된다.
- 국적기준 수출수입 : 광고회사의 소재지와 관계없이 광고회사의 국적이 한국인지 외국인지로 구분하여 집계하는 개념이다. 수출은 직접수출과 한국국적 자회사에 의한 해외 판매의 합계로 구성할 수 있으며, 수입은 직접수입과 외국국적 자회사의 국내 판매의 합계로 구성할 수 있다. 국적기준 광고업 수출액은 96억원이며, 수입액은 2조 3,478억원이다.

광고산업 수출액



○ 광고경기체감도

		평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수*
		2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 예상	
종사자수	1-4인	49	48	48	101.3
	5-9인	54	53	55	106.2
	10-49인	61	61	64	105.7
	50-99인	69	66	66	98.3
	100인 이상	65	67	70	108.4
취급액	1억원 미만	48	47	48	101.0
	1-10억원 미만	53	53	54	105.1
	10-100억원 미만	60	60	62	103.4
	100억원 이상	66	64	68	105.1
전 체		51	50	51	102.6

\* 2006년 상반기와 2006년 하반기를 취급액 기준으로 가중평균한 광고경기체감도 대비 2007년 예상 광고경기체감도임.  
100을 기준으로 그 이상은 광고경기가 좋아질 것으로 예상하고, 100미만은 광고경기가 나빠질 것으로 예상한다고 해석함.

광고경기체감도를 100점 만점의 점수로 평가한 결과, 2006년 상반기는 51점, 하반기는 50점으로 비슷한 수준으로 나타났으며, 2007년 예상점수도 51점으로 2006년과 비슷한 수준으로 평가했다. 종사자 규모별, 취급액 규모별로 광고경기체감도를 보면, 대체로 종사자 규모가 클수록, 취급액 규모가 클수록 광고경기체감도 점수가 높아지는 것으로 나타났다.

광고경기전망지수로 나타내면, 광고회사 전체는 102.6점으로 2007년에는 2006년 대비 2.6% 정도 좋아질 것으로 예상했다. 종사자 규모별로는 100인 이상 광고회사가 108.4점으로 가장 높았으며, 취급액 규모별로는 1~10억원 미만 사업체와 100억원 이상 사업체가 105.1점으로 가장 높게 나타났다.

취급액 규모별 예상 광고경기체감도(광고경기전망지수)



○ 광고주의 업종별 광고경기 체감도

	평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수
	2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 예상	
기초재	58	58	65	113.5
식품	70	67	70	103.1
음료 및 기호식품	74	71	71	98.4
제약 및 의료	69	64	69	104.4
화장품 및 보건용품	66	66	72	109.9
출판	66	66	69	104.8
패션	65	63	67	106.1
산업기기	66	64	74	113.9
정밀기기 및 사무기기	76	73	78	101.4
가정용 전기전자	76	73	75	99.4
컴퓨터 및 정보통신	72	68	73	106.2
수송기기	77	73	75	100.0
가정용품	73	72	79	113.1
화학공업	66	59	65	104.5
건설·건재 및 부동산	63	62	67	109.0
유통	66	64	65	101.3
금융·보험 및 증권	76	73	76	102.9
서비스	71	68	71	103.5
관공서 및 단체	69	69	72	104.9
교육 및 복지후생	68	70	70	100.5
전 체	69	68	71	103.9

광고주 업종별로 광고경기체감도는 2006년에는 수송기기가, 상반기 77점, 하반기 73점으로 가장 높게 나타났으며, 2007년 예상 광고경기체감도는 가정용품이 79점으로 가장 높게 나타났다.

광고경기전망지수를 업종별로 보면, 산업기기의 전망치가 113.9로 가장 높고, 다음으로 가정용품이 113.1, 화장품 및 보건용품이 109.9 순으로 높게 나타났다.

○ 광고주와 광고회사의 광고경기 체감도

	평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수
	2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 예상	
광고회사	51	50	51	102.6
광고주	69	68	71	103.9

.....

# I

.....

## 조사개요

### 2006 광고산업통계 조사 방향

2006 광고산업통계조사는 통계청 승인통계로서 2005년에 이어 2회째 진행된 사업이다.

광고산업은 문화산업의 15%이상을 차지하고 있는 고부가가치 산업분야이지만, 광고주, 광고회사, 매체사 그리고 광고물 제작업체들로 구성되는 복합적인 시장을 형성하고 있어 그 규모의 파악이 어렵고, 기존의 광고관련 통계자료들은 광고대행사가 자체 조사한 자료에 근거하여 집계된 결과이거나 광고 관련 기관에서 작성된 자료들로, 주요 광고주, 주요 매체, 주요 광고대행사 위주의 자료들만을 제공하여 정책수립이나 추가적인 연구의 활용에 어려움이 있는 실정이다. 이에 따라 공익적 차원에서 광고산업통계를 체계적으로 정비·관리하고 지난 조사를 기반으로 통계작성방법, 업종분류, 결과분석 등을 표준화함으로써 연도별, 부문별 비교분석이 용이하도록 하고 향후 시계열 자료의 일부로서 안정된 통계자료를 생산하는데 중점을 두었다. 광고산업 전체에 대한 현황 파악과 산업규모산출을 주목표로 하고, 4대 매체 이외에 자료가 충분하지 않은 케이블, 옥외광고, 온라인, DMB 등의 통계 생산, 국가기관통계와의 연계가 가능한 광고 표준 통계 작성, 시계열 자료 확보 및 추가분석을 위한 체계적인 자료구축 등 활용가치가 높으면서 신뢰성 검증이 이루어진 통계작성을 위하여 광고산업통계조사를 실시하였다.

본 조사는 광고회사 전수조사를 통하여 광고업 전체에 대한 기본적인 현황 파악과 2005년 산업규모추정 작업을 1차 목표로 하였으며, 모집단 리스트에 대한 검증과 전년도 조사 결과와의 비교를 통하여 향후 광고산업통계조사의 발전 방향과 개선 사항에 대하여 점검하고자 하였다.

### □ 신뢰성 높은 통계 생산

체계적인 조사 설계와 실사관리를 통하여 조사오차를 최소화하였다. 철저한 조사원 교육을 통하여 조사



자나 응답자의 이해부족에서 발생할 수 있는 오류를 방지하였고, 자료 처리단계에서는 논리성 여부, 범위 이외의 값과 이상치 등을 점검하여 수정보완하고 결과분석 단계에서는 통계적 이론에 따라 적절한 분석방법을 적용함으로써 신뢰성 높은 통계를 생산하였다.

## □ 광고 산업 업종의 확장

광고산업은 매체의 발달과 함께 그 영역이 계속 확장되고 있어 기존의 표준산업분류 방식으로는 광고산업 통계량을 실제적으로 파악하기 어렵다. 2006년 조사에서는 통계청의 표준산업분류에서 광고업으로 분류된 업체들 외에도 최근 성장하고 있는 온라인 관련 광고업을 하나의 업종으로 구분하여 조사하였으며, 2005년 12월부터 서비스를 시작한 이래 이용자가 급증하고 있는 DMB도 중요한 광고 매체로 주목 받고 있으므로, DMB광고 시장의 규모도 파악하고자 하였다.

## □ 광고산업의 질적 규모 파악을 위한 조사

광고산업의 매출액 규모 뿐만 아니라 광고산업 관련 소프트웨어의 및 장비 사용 현황을 파악하고자 하였고, 직원교육현황, 채용규모 항목을 추가하여, 광고산업통계의 활용도를 높이고자 하였다.

### 1. 법적근거

통계청 승인 일반 조사통계 제11309호, 제2회 조사

### 2. 조사대상 및 규모

2006광고산업통계조사는 전년도 조사와 동일하게 광고회사 전수조사를 실시하고, 주요 525개 광고주를 추가 조사하여 검증자료로 활용하였다.

자료출처	확보리스트	최종리스트
2005 광고산업통계	5,091	4,421
2005년 기준 통계청 사업체기초통계조사	6,061	195
온라인 광고업체	212	212
<b>합계</b>	<b>11,364</b>	<b>4,828</b>

전년 리스트에서 비대상, 휴폐업, 중복을 제거하여 4,421개 리스트를 확정하였으며, 2005년 기준 통계청 사업체기초통계조사 리스트 중 2005년에 신규로 추가된 사업체 195개를 모집단 리스트에 추가하였다. 또한 온라인 광고업체에 대한 리스트는 조사 설계 단계에서 온라인 관련 광고 업무를 취급하는 업체를 검색하여 212개 리스트를 확보하였고, 최종적으로 4,828개 사업체를 조사대상 리스트로 확정하였다.

### 3. 조사시기

본조사 2006년 8월 11일 ~ 9월  
보완조사 2006년 10월 ~ 11월

### 4. 조사내용

광고업체 조사와 광고주조사로 구분

표 1-1 >> 광고업체용

구분		조사내용
일반적 현황	사업체정보	사업체명, 홈페이지, 전화번호, 팩스번호, 주소, 사업자등록번호, 설립일자, 법인등록번호, 벤처기업지정여부, 자본금, 기업형태, 본사유무
	응답자정보	부서명, 성명, 전화번호, 팩스번호, 이메일 주소
	대표자정보	대표자 성명, 출생년도, 최종학력, 경영형태
사업체 현황	해당업종구분	광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타 구분
	전체 취급액	광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타 구분
	사무실 규모	평형
	기술보유율	소프트웨어 부문, 촬영장비, 편집장비, 기타
고용현황	전체 종사자수	정규직/비정규직
	성별 종사자수	남자/여자, 정규직/비정규직
	연령별 종사자수	24세 이하/25-29세/30-34세/35-39세/40세 이상, 정규직/비정규직
	학력별 종사자수	고졸 이하/전문대졸/대졸/대학원졸 이상, 정규직/비정규직
	직급/직종별 종사자수	임원/국장/부장/차장/대리/사원 AE/디자이너/CW/PD/매체/SP/PR/마케팅조사/인터랙티브/전사/관리
	외국인 종사자수	AE/디자이너/CW/PD/매체/SP/PR/마케팅조사/인터랙티브/전사/관리 정규직/비정규직
	직원교육현황	국내(사내/외부), 국외
	채용규모	신입/경력, 정규직/비정규직
	향후 예상 채용 규모	신입/경력, 2006년 하반기/2007년
	채용 선호 전공계열	인문사회/상경/어문/법학/공과/자연/예체능/기타 계열
해외거래현황	외국인 투자 비율	투자회사명, 등록일, 투자비율
	해외지사(사무소)현황	국가, 인원, 자본규모, 주요업무
	해외 업무제휴	국가, 시기, 주요업무
	해외 광고 취급현황	국가, 취급액, 주요업무
	광고관련 수입금액	해외촬영/광고제작물·CF/기자재·원자재/기타 서비스
주요고객현황	국내 및 외국계 광고주	거래 광고주/취급액, 국내광고주/외국광고주
	주요 광고주 취급액	브랜드취급액, 거래지속기간
	고객유치실적	거래광고주/취급액, 신규/이탈
광고경기체감도	광고경기 체감도	2006년 상반기, 하반기, 2007년

표 1-2 >> 광고주용

구분		조사내용
일반적 현황	사업체정보	사업체명, 홈페이지, 전화번호, 팩스번호, 주소, 사업자등록번호 설립일자, 법인등록번호, 전체종사자수, 기업형태, 본사유무
	응답자정보	부서명, 성명, 전화번호, 팩스번호, 이메일 주소
사업체 현황	해당업종구분	기초재/ 식품/ 음료 및 기호식품/ 제약 및 의료/ 화장품 및 보건용품/ 출판/ 패션/ 산업기기/ 정밀기기 및 사무기기/ 가정용 전기전자/ 컴퓨터 및 정보통신/ 수송기기/ 가정용품/ 화학공업/ 건설·건재 및 부동산/ 유통/ 금융·보험 및 증권/ 서비스/ 관공서 및 단체/ 교육 및 복지후생
	광고집행비	광고대행사 거래/매체사 거래 TV/라디오/신문/잡지/케이블/DMB/온라인/모바일/옥외/기타
	향후 투자 예상 매체	TV/라디오/신문/잡지/케이블/DMB/온라인/모바일/옥외/기타
	마케팅 지출액	마케팅·리서치/ PR/ SP/ 제작/ CI/ 기타
	해외광고 집행비	달러
	광고관련 부서 현황	성별종사자수, 연령별종사자수, 학력별 종사자수 2005년/2006년 상반기 채용규모, 신입/경력 채용규모, 현재 인력 수준 2006년 하반기/2007년 향후 예상 채용 규모, 채용 선호 전공 계열
광고경기체감도	광고경기 체감도	2006년 상반기, 하반기, 2007년

## 5. 조사방법

방문면접조사를 원칙으로 하되 응답자의 편의에 따라 이메일조사, 전화조사, 팩스조사를 병행함으로써 가능한 한 모든 방법을 이용하여 응답자 회신율을 높이고자 노력하였다.

## 6. 조사항목 변경보완

세부통계 산출 목적에 필요한 조사항목은 추가보완하고 결과 활용도가 낮은 문항은 단순화하는 방향으로 조사표를 수정하여 조사의 효율성을 높였다.

### □ 사업체의 해당 업종 세분화

온라인이라는 광고산업의 새로운 업무분야를 추가하고 온라인전문업체와 온라인사업부를 구분한 항목을 추가하였다.

< 2004년 기준 조사 >

① 광고대행 (광고대행/매체대행/ 광고기획·전략 대행)	② 광고제작 (CM/영상/카피/그래픽/온 라인/광고사진/CI)	③ 서비스 (리서치/PR/SP/이벤트 /Space Design)	④ 인쇄 (인쇄/제판)	⑤ 기타 (광고물 기획·편집/ 장비취급 등)

< 2005년 기준 조사 >

① 광고대행 (광고대행/매체대행/ 광고기획·전략 대행)	② 광고제작 (CM/영상/카피/그래픽/ 광고사진/CI)	③ 서비스 (리서치/PR/SP/ 이벤트/Space Design)	④ 인쇄 (인쇄/제판)	⑤ 온라인 (온라인 광고대행/매체대행/ 광고기획·전략대행/제작대행)		⑥ 기타 (광고물 기획·편집/ 장비취급 등)
				온라인전문업체	온라인사업부	

## □ 온라인 제외 및 DMB 추가

온라인 관련 업무의 매출액을 구분하여 조사하기 위해 광고대행과 매체대행의 매체구분항목에서 온라인을 제외하였으며, DMB를 새로운 매체로 추가하였다.

< 2004년 기준 조사 >

① 광고대행(단위 : 백만원)										
광고대행	전체	TV	라디오	신문	잡지	케이블	온라인	모바일	옥외	기타
매체대행	전체	TV	라디오	신문	잡지	케이블	온라인	모바일	옥외	기타
광고 기획· 전략 대행										

< 2005년 기준 조사 >

① 광고대행(단위 : 백만 원)										
광고대행	전체	TV	라디오	신문	잡지	케이블	모바일	옥외	DMB	기타
매체대행	전체	TV	라디오	신문	잡지	케이블	모바일	옥외	DMB	기타
광고 기획· 전략 대행										

## □ 광고 제작 외주 및 원자재 구입비용 및 제작편수 추가

광고제작 분야에 있어서 광고제작 관련 업무에서 발생하는 매출액 외에도 외주 및 원자재 구입비용과 광고제작 편수 항목을 추가하였다.

	② 광고제작(단위: 백만 원)		광고제작(단위: 제작편수)
	매출액	외주 및 원자재구입 비용	CF, CM 등
CM·영상·카피·그래픽 제작			
온라인 제작			
광고사진 스튜디오			
CI			

## □ 온라인 업종 매출액 추가

온라인 업종 매출액을 추가하였으며, 광고대행과 매체대행, 광고기획·전략대행 그리고 광고제작 항목을 구분하였다.

⑤ 온라인 업종 (단위 : 백만 원)	
광고대행	
매체대행	
광고기획 전략대행	
광고제작	
기 타	

## □ 사무실 규모 추가

업무환경에 대한 정보의 하나로 사무실 규모 항목을 추가하였다.

사무실 규모 (단위: 평)	평

## □ 기술보유율 추가

소프트웨어 관련 기술보유율과 취급장비 관련 기술보유율 항목을 추가하였다.

(항목점검)	사내 IT 인프라		시청을 자료	KADD 광고량 데이터	베이스스 네트	매체계획 시스템	광고물 DB	마케팅 정보 DB	관련 논문 DB	기타
	인터넷	KMS								
유 무 (유:○, 무:×)										

(항목점검)	촬영 장비			편집 장비				기타
	촬영용 카메라	조명 장비	촬영용 특수 장비	편집기	2D 장비	3D 장비	녹음실 장비	
유 무 (유:○, 무:×)								

## □ 직원 교육 현황 추가

사내교육, 외부교육, 국외교육 현황을 파악하기 위한 항목을 추가하였다.

구 분	교육인원 (1년 기준)	국 내						국 외		
		사 내	외 부					세미나 / 컨퍼런스	대학기관	기타업체 (연수)
			대학기관	광고공사	사설교육 전문기관	공공기관	온라인 교 육			
참여인원 (명)										

## □ 채용 현황 추가

광고 관련 사업체의 채용 규모와 향후 채용계획 항목을 추가하였다.

	신입사원		경력사원		계
	정규직	비정규직	정규직	비정규직	
2005년 말 기준, 전체 채용 규모					
2006년 상반기 채용 규모					

현재 인력수준에 대한 의견

① 매우 부족하다	② 부족하다	③ 보통이다	④ 많다	⑤ 충분히 많다

향후 인력 예상 채용 규모

2006년 하반기	총 (        명)	신입 (        명)	경력 (        명)
2007년	총 (        명)	신입 (        명)	경력 (        명)

향후 인력 채용 시 신입 사원 채용의 경우 선호 전공계열

① 인문사회계열	② 상경계열	③ 어문계열	④ 법학계열	⑤ 공과계열	⑥ 자연계열	⑦ 예·체능계열	⑧ 기타계열

## □ 주요 고객 광고매출액 변경

2004년 기준 조사에서 주요 고객의 광고매출액을 매체별로 조사하였으나, 응답자의 부담이 큰 반면 결과의 활용도가 낮다는 문제점이 있어, 주요 고객의 현황을 파악하는 자료로 활용하고자 조사 항목을 간소화하였다.

〈 2004년 기준 조사 〉

순위	광고주명 (기업명)	전체 매출	TV	라디오	신문	잡지	케이블	온라인	모바일	옥외	기타
1											
2											
3											
4											
5											

## 〈 2004년 기준 조사 〉

순위	브랜드명	전체 매출									
			TV	라디오	신문	잡지	케이블	온라인	모바일	옥외	기타
1											
2											
3											
4											
5											

## 〈 2005년 기준 조사 〉

순위	광고주명 (기업명)	브랜드	전체 매출	거래 지속 기간(개월)
1				
2				
3				
4				
5				



# II

## 분석 방법

### 1. 결측값 보정 방법

광고산업통계조사는 모집단 전체를 조사대상으로 하였으나 일부 응답자의 응답거부로 100% 조사를 완료하지 못하여 결측된 응답에 대하여는 보정작업을 한 후 전체 결과를 분석했다. 분석결과 중 취급액과 종사자 관련 항목은 보정된 값이며, 이외 해외관련 부분과 주요 고객관련 사항은 조사내용을 그대로 집계한 결과이다. 취급액과 종사자수에 대한 응답보정은 일반업체와 대형업체로 나누어 처리하였으며 다음과 같은 과정을 통하여 이루어졌다.

#### ○ 규모별, 업종별 세분화

광고업체는 그 규모에 따라 전체 시장에 미치는 영향에 상당한 차이가 있고, 특히 대형업체의 경우 1개 사업체의 결측값이 적절하게 대체되지 않는 경우 최종 추정결과에 미치는 영향이 크기 때문에 전체 광고산업의 규모를 추정하기 위하여 광고업체를 대형업체와 일반업체로 나누어 분석하였다.

#### ○ 규모별 분류기준

- 대형업체 : 한국방송광고공사 자료 TV·라디오 매출 기준 상위 100개 업체
  - 한국방송광고공사 취급액 기준 15개 업체 비중 : 70.0%
  - 제일연감 취급액 기준 15대 업체 비중 : 66.2%

즉, 전체 산업 규모는 상위 100개 업체만으로도 충분한 대표성이 있음
- 일반업체 : 대형업체를 제외한 모든 사업체

#### ○ 업종별 분류기준

광고업체의 세부 해당업종의 조사 결과를 층으로 사용하였다. 즉, 광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타 구분과 이들의 가능한 모든 조합이 층으로 사용되었다.

- 2005년 광고산업통계조사의 결과를 활용하고 업체의 규모를 고려하여 추정
  - 규모별 분류기준에 따라 업체를 분류하여 추정
  - 2005년 광고산업통계조사의 자료와 2006년 자료가 있는 업체들로부터 전체 취급액과 종사자 수의 관계를 유도
  - 유도된 관계식으로부터 2005년 자료가 있으나 2006년 자료가 없는 업체의 전체 취급액과 종사자 수를 추정
  - 전체 취급액의 정보는 있으나 업종별 취급액 및 매체별 취급액이 누락된 경우, 정보가 완벽한 자료를 해당업종(광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타) 및 그 조합으로 분류하고 각 조합에서 업종별/매체별 취급액 비유를 계산
  - 위의 단계에서 추정된 매체별 취급액과 한국방송광고공사의 방송 광고 자료를 이용하여 전체 취급액을 추정

○ 대형업체 취급액과 종사자수에 대한 결측값 대체

100개 대형업체 중 조사를 거부한 19개에 대하여 결측값 대체를 하였다. 이들 중 주요 8개 광고업체에 대해서는 외부자료를 사용하여 결측값을 대체하였고 나머지 18개 광고업체에 대한 결측값은 다음과 같은 2가지 결측값 대체방법을 검토하여 가장 효율적인 것으로 판단되는 방법을 활용하여 결측값을 대체하였다.

[방법 I] 2005년  $\log(\text{취급액})$ 을 설명변수로 2006년  $\log(\text{취급액})$ 을 반응변수로 설정한 후 회귀분석하여 추정

[방법 II] 2005년 대비 2006년 취급액 성장률을 추정하여 자료를 보정

표 II-1-1 >> 대형업체 대체방법에 따른 MSE (취급액 기준)

대체방법	MSE	sqrt(MSE)	비고
[방법 I]	28,879,695,395	169940.3	회귀모형 대체
[방법 II]	5,545,021,428	74464.9	성장률 대체

표 II-1-2 >> 대형업체 대체방법에 따른 MSE (종사자수 기준)

대체방법	MSE	sqrt(MSE)	비고
[방법 I]	648.03	25.46	회귀모형 대체
[방법 II]	5193.80	72.07	성장률 대체

이 중 평균제곱오차가 가장 작은 [방법 II]를 사용하여 전체취급액과 전체 종사자수 결측값을 대체하였다. 그 다음 매체별, 업종별 세부 항목 결측값 처리를 위해서 해당업종 조합별로 분류 후 각 분류에 속하는 광고업체 중 조사가 완료된 자료만을 사용하여 세부항목별 구성 비율을 추정하고, 이를 토대로 전체 취급액을 세부항목으로 배분하는 방식으로 취급액 관련 세부 항목 결측값을 보정하였다.

○ 일반업체 취급액과 종사자수에 대한 결측값 대체

전체 광고업체 중 대형업체로 분류되는 100개 광고업체를 제외한 나머지 일반 업체에 대한 적절한 대체 과정은 다음과 같은 과정을 통해 이루어졌다. 2005년과 2006년에 조사에 응답한 일반업체는 총 1999개이며 922개의 업체는 조사에 참여하지 않았다. 2005년과 2006년의 업종변화가 있는 업체가 다소 있어 업종정보를 이용한 관계유도는 의미가 없는 것으로 생각되 관계식에 포함시키지 않았다. 조사업체 중 2005년과 2006년의 취급액(TV, 라디오 제외)정보가 완벽한 업체의 조사 자료를 이용하여 분석하였다. 분석에 사용된 모형은 대형업체와 같은 회귀분석과 성장률분석이 사용되었다.

표 II-1-3 >> 일반업체 대체방법에 따른 MSE (취급액 기준)

대체방법	MSE	sqrt(MSE)	비고
[방법 I]	5,936,217	2,436.44	회귀모형 대체
[방법 II]	4,107,309	2,026.65	성장률 대체

표 II-1-4 >> 일반업체 대체방법에 따른 MSE (종사자수 기준)

대체방법	MSE	sqrt(MSE)	비고
[방법 I]	34.30	5.86	회귀모형 대체
[방법 II]	23.63	4.86	성장률 대체

○ 취급액 및 종사자 수의 세부항목 결측값 대체

광고산업통계에서는 전체 매출액 및 전체 종사자 수뿐만 아니라 각 업종별 및 매체별 매출액, 성별 및 정규직 여부에 따른 종사자수 등에 대한 세부 통계를 산출하는 것을 목적으로 하고 있다. 이를 위해서는 앞에서 설명된 방법에 따라 광고업체별로 전체 매출액 및 전체 종사자수에 대한 결측값이 대체되더라도 세부 항목별 통계산출을 위한 세부항목에 대한 결측값도 적절한 방법으로 대체하는 작업이 필요하다. 또한 조사에 참여한 광고업체의 경우에도 일부 업체의 경우에는 전체 매출액에 대해서는 조사에 응하였지만 세부 항목에 대한 응답을 거부한 사례도 다수 발생하고 있다.

이에 따라 광고산업통계 세부항목에 대한 통계 산출을 위해서는 조사표상의 세부항목별로 발생하는 결측값을 적절한 방식으로 대체할 필요가 있으며, 이에 따라 본 연구에서는 다음과 같은 과정을 통해 세부 항목에 대한 결측값을 대체하였다. 이 과정에서도 대형업체와 일반업체를 분리하여 분석하고 분석결과를 이용하여 결측값을 대체하였다.

○ 사업체 현황(매출액) 세부 항목 결측값 처리

광고업체의 매출액과 관련해 본 조사에서는 조사대상 사업체에 해당하는 업종(광고대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 인터넷 기타)에 대해 선택하도록 하고, 선택된 업종에 대한 세부 매출액을 조사하고 있다. 2006년 자료 중 세부 항목의 자료가 있는 1963개의 업체 정보를 이용하여 분석한 결과 업종의 유무에 따라 매출액에 차이가 있는 것으로 나타났다. 이에 따라 본 연구의 데이터 에디팅(data editing)과정에서는 우선 조사된

자료에서 해당 업종과 업종별 매출액에 대한 조사결과에 논리적인 문제가 발생하는 경우를 탐색하여 보정하였고, 아울러 세부 항목별 매출액의 합계가 조사된 전체 매출액과 일치하지 않는 경우에 이를 보정하였다.

세부항목별로 결측값을 대체를 위해, 우선 조사 및 조사리스트에 올라와 있는 광고업체를 업종에 대한 업무를 취급 유무를 고려하여 총  $63(=2^6-1)$ 개의 조합(combination)으로 분류하였다. 분류작업이 이루어진 후에, 각 분류에 속하는 광고업체 중 조사가 완료된 자료만을 사용하여 업종별 배분비율을 추정하고, 이를 토대로 전체 매출액을 업종별 항목으로 배분하는 방식으로 결측값을 보정하였다. 각 분류에 속하는 조사완료 업체의 수가 적은 경우 해당 배분비율의 신뢰성이 떨어진다고 볼 수 있다. 이런 경우에는 전체 취급액에서 각 업종이 차지하는 전체비율을 가중한 복합추정량으로 비율을 계산하였다.

표 II-1-5 >> 전체 매출액에서의 업종별 매출액 비율

	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	인터넷	기타
대형업체	49.28%	24.85%	20.70%	2.35%	2.59%	2.35%
일반업체	28.00%	8.80%	10.34%	16.89%	21.64%	14.27%

각각의 업종별 세부항목 결측값은 그 업종이 있는 업체들의 자료를 이용하여 비율을 계산한 후 조사 또는 추정된 업종별 매출액을 비율에 맞게 분배하였다.

○ 고용현황(종사자) 세부 항목 결측값 처리

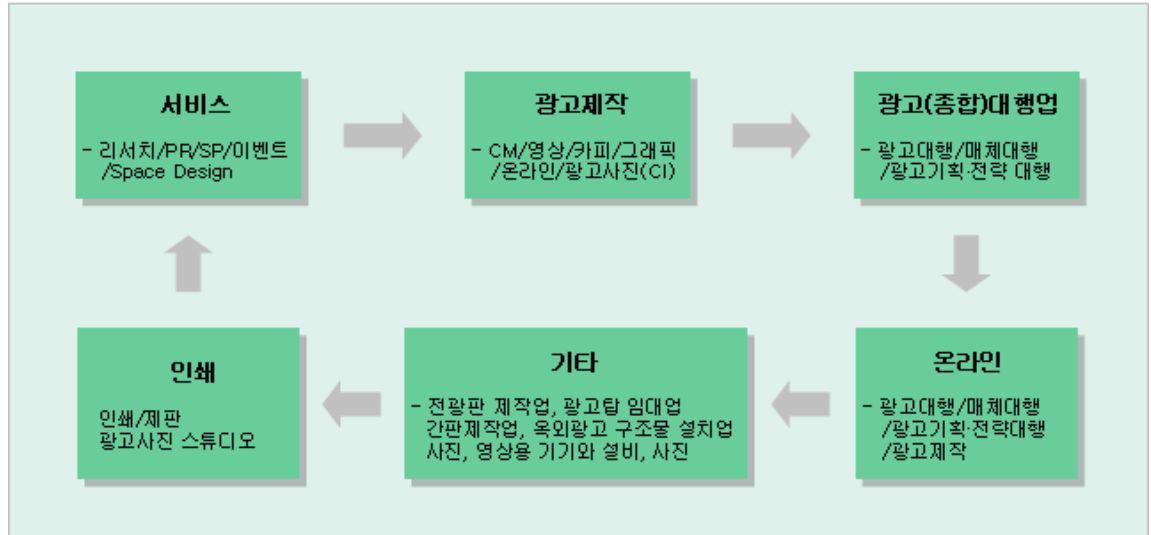
고용현황에 대한 결측값 처리에 있어서도 매출액과 유사한 방법이 적용하였다. 먼저 전체종사자 수에서 남녀, 정규직과 비정규직의 비율을 계산하고 업종 조합으로 분류된 업체로부터 업종 조합별 비율을 계산한 후 해당 업체의 수가 많으면 업종 조합별 비율을 적용하고 적은 경우에는 전체 비율과 업종 조합별 비율을 결합한 복합비율로 추정하였다.

## 2. 주요 구분변수 설명

○ 광고업분류

문화산업이 그렇듯이 광고업 역시 그 범위와 개념이 명확하지 않다. 따라서 분류기준을 정할 때 통계청이 발표하는 표준산업분류기준을 우선순위를 고려하게 된다. 광고업 역시 표준산업분류 기준을 그대로 따라 통계량을 산출하여 연계성을 확보할 수 있으나 광고산업의 특성을 고려하여 서비스형태별 분류와 가치사슬 측면의 분류로 나누어 통계를 산출하는 것이 더 의미가 있다고 할 수 있다.

그림 11-2 >> 광고산업의 서비스형태별 분류



○ 취급액

광고산업조사에서는 매출액 개념으로 취급액을 사용하였다. 단, 취급액이란 광고회사가 유치한 광고주의 해당 매체별로 집행한 광고비를 뜻하며, 전체 매체별 취급액의 합계는 개별 광고회사의 규모를 가늠하는 지표로 사용된다.

○ 고용현황구분

· 형태별 구분 - 정규직 편중, 보통, 비정규직 편중.

정규직수를 전체종사자수로 나눈 비율의 평균과 표준편차를 구한 후

- 정규직편중 : 비율이 비율평균+비율표준편차 보다 큰 사업체
- 비정규직편중 : 비율이 비율평균-비율표준편차 보다 작거나 같은 사업체
- 보통 : 비율이 비율평균-비율표준편차 보다 크고 비율평균+비율표준편차 보다 작거나 같은 사업체

성별 - 남성편중, 보통, 여성편중

남성을 전체종사자수로 나눈 비율의 평균과 표준편차를 구한 후

- 남성편중 : 비율이 비율평균+비율표준편차 보다 큰 사업체
- 여성편중 : 비율이 비율평균-비율표준편차 보다 작거나 같은 사업체
- 보통 : 비율이 비율평균-비율표준편차 보다 크고 비율평균+비율표준편차 보다 작거나 같은 사업체

연령별 - 젊은층 편중, 보통, 나이든층 편중

$[(24\text{세이하} + 25\sim 29\text{세} \times 2 + 30\sim 34\text{세} \times 3 + 35\text{세}\sim 39\text{세} \times 4 + 40\text{세이상} \times 5) / \text{전체}]$ 를 계산하여

비율의 평균과 표준편차를 구한 후

- 나이든층 편중 : 비율이 비율평균+비율표준편차 보다 큰 사업체
- 젊은층 편중 : 비율이 비율평균-비율표준편차 보다 작거나 같은 사업체

- 보통 : 비율이 비율평균-비율표준편차 보다 크고 비율평균+비율표준편차 보다 작거나 같은 사업체

학력별 - 저학력 편중, 보통, 고학력 편중

[(고졸이하 + 전문대졸×2 + 대졸×3 + 대학원졸×4)/전체]를 계산하여 비율의 평균과 표준편차를 구한 후

- 저학력 편중 : 비율이 비율평균+비율표준편차 보다 큰 사업체

- 고학력 편중 : 비율이 비율평균-비율표준편차 보다 작거나 같은 사업체

- 보통 : 비율이 비율평균-비율표준편차보다 크고 비율평균+비율표준편차 보다 작거나 같은 사업체

직급별 - 저직급편중, 보통, 상위직급편중

[(사원 + 차장·대리×2 + 국장·부장×3 + 임원×4)/전체]를 계산하여 비율의 평균과 표준편차를 구한 후

- 저직급 편중 : 비율이 비율평균+비율표준편차 보다 큰 사업체

- 상위직급 편중 : 비율이 비율평균-비율표준편차 보다 작거나 같은 사업체

- 보통 : 비율이 비율평균-비율표준편차 보다 크고 비율평균+비율표준편차 보다 작거나 같은 사업체

○ 고객유지비율

기존고객수 = 거래 광고주수-신규광고주수+이탈광고주수

고객유지비율 = (기존고객수-이탈광고주수)/기존고객수×100

○ 광고경기체감도

광고경기체감도의 평균과 표준편차를 구한 후

- 체감지수 높음 : 평균+표준편차 보다 큰 사업체

- 체감지수 낮음 : 평균-표준편차 보다 작거나 같은 사업체

- 보통 : 평균-표준편차보다 크고 평균+표준편차 보다 작거나 같은 사업체

○ 경기체감격차지수

- 증가 : 2006년 상반기 대비 하반기 체감도 증가

(또는 2006년 하반기 대비 2006년 예상 체감도 증가)

- 감소 : 2006년 상반기 대비 하반기 체감도 감소

(또는 2006년 하반기 대비 2006년 예상 체감도 감소)

경기체감격차지수 = 증가사업체수/감소사업체수

○ 광고경기전망지수

취급액으로 가중 평균한 2006년 광고경기체감도 대비 2007년 예상 체감도

---

$$\text{광고경기전망지수} = \frac{\text{2007년 예상체감도}}{\text{2006년 상반기 체감도} \times \left(\frac{2977}{6075}\right) + \text{2006년 하반기 체감도} \times \left(\frac{3098}{6075}\right)}$$

- 100초과 : 2007년 광고경기는 2006년 보다 좋아질 것이라 예상함
- 100 : 2007년 광고경기는 2006년과 같을 것이라 예상함
- 100미만 : 2007년 광고경기는 2006년 보다 나빠질 것이라 예상함

# Ⅲ

## 조사결과

### 1. 사업체 현황 - 매출

#### 1.1. 전체

표 1-1-1 >> 광고업종별 취급액

업종	사업체수(개소)*	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고(종합)대행	1,323	27.4	5,466,249	64.9	4,131
(광고(종합)대행)**	(1,377)	(28.5)	(6,013,765)	(71.4)	(4,367)
광고제작	864	17.9	779,696	9.3	903
서비스	409	8.5	1,097,197	13.0	2,686
(서비스)***	(312)	(6.5)	(704,135)	(8.4)	(2,257)
인쇄	2,057	42.6	366,717	4.4	178
온라인	142	2.9	274,892	3.3	1,936
기타	1,961	40.6	433,028	5.1	221
전 체	4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

\*사업체수는 한 사업체가 여러 업종을 동시에 하는 경우도 있어서 사업체수와 구성비 합은 100% 이상임

\*\* 온라인 광고대행·매체대행과 SP를 합산한 광고(종합)대행업 취급액 (2005 광고산업통계조사 기준)

\*\*\* SP를 제외한 서비스업 취급액 (2005 광고산업통계조사 기준)

2005년 광고산업 취급액 기준 전체규모는 8조 4,178억원으로 나타났다.

사업체수를 업종별로 구분하면 광고물작성 등의 인쇄업종이 2,057개 42.6%로 가장 높게 나타났고, 기타 1,961개 40.6%, 광고(종합)대행 1,323개 27.4%, 광고제작 864개 17.9%, 서비스 409개 8.5%의 온라인 142개 2.9% 순으로 나타났다.

취급액을 업종별로 구분하면 광고(종합)대행 5조 4,662억원 64.9%로 가장 높게 나타났고, 서비스 1조 972억원 13.0%, 광고제작 7,797억원 9.3%, 기타 4,330억원 5.1%, 인쇄 3,667억원 4.4%, 온라인 2,749억원

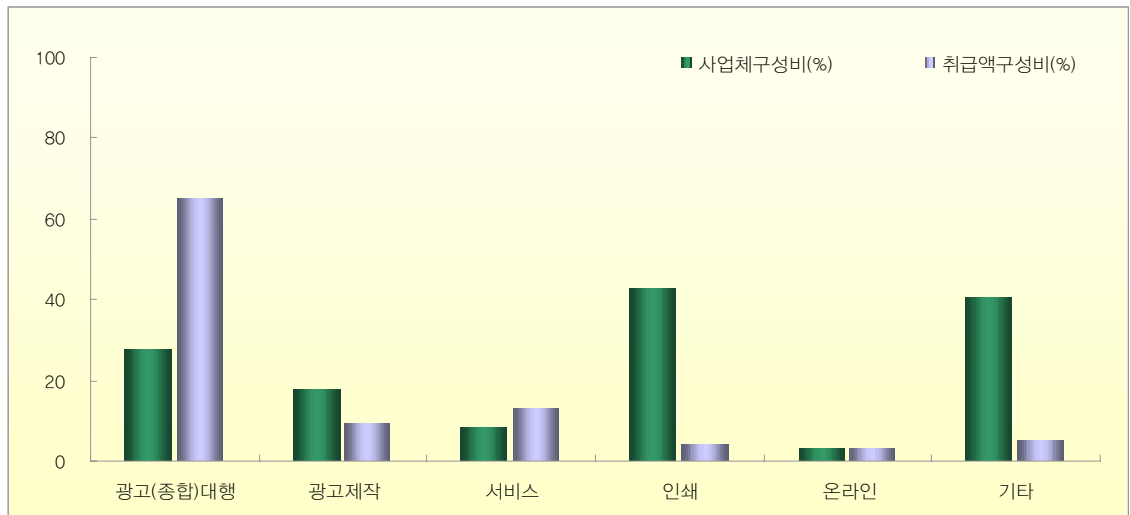


3.3%의 순으로 나타났다.

사업체수를 고려한 취급액 비교를 위해 사업체당 평균취급액을 살펴보면, 전체 사업체당 평균취급액은 17.4억이며, 업종별로 구분하면 광고(종합)대행업이 41.3억원으로 가장 높고, 서비스 26.9억원, 온라인 19.4억원, 광고제작 9.0억원, 기타 2.2억원 인쇄 1.8억원의 순으로 나타났다.

사업체수 구성비와 취급액 구성비로 다시 설명하면, 광고(종합)대행을 하는 업체는 1,323개 27.4%이지만 취급액은 5조 4,662억원으로 64.9%를 차지하고, 인쇄 업종은 2,057개 42.6%로 가장 많지만 취급액은 3,667억원 4.4% 밖에 되지 않는 것으로 나타났다.

그림 1-1-1 >> 광고업종별 취급액



광고(종합)대행은 사업체 1,323개 27.4%, 취급액 5조 4,662억원 64.9%, 광고제작은 사업체 864개 17.9%, 취급액 7,797억원 9.3%, 서비스는 사업체 409개 8.5%, 취급액 1조 972억원 13.0%, 인쇄는 사업체 2,057개 42.6%, 취급액 3,667억원 4.4%, 온라인 사업체는 142개 2.9%, 취급액 2,749억원 3.3%, 기타는 사업체 1,961개 40.6%, 취급액 4,330억원 5.1%로 나타났다.

표 1-1-2 >> 지역별 전체 업종 취업액

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	1,987	41.2	7,786,506	92.5	3,919
	부산	532	11.0	158,414	1.9	298
	대구	515	10.7	140,090	1.7	272
	인천	32	0.7	5,280	0.1	165
	광주	331	6.9	62,696	0.7	189
	대전	201	4.2	41,598	0.5	207
	울산	36	0.7	5,851	0.1	163
	경기도	399	8.3	98,214	1.2	246
	강원도	145	3.0	21,517	0.3	148
	충청북도	52	1.1	6,851	0.1	132
	충청남도	50	1.0	4,731	0.1	95
	전라북도	95	2.0	20,001	0.2	211
	전라남도	75	1.6	4,736	0.1	63
	경상북도	113	2.3	14,608	0.2	129
	경상남도	226	4.7	34,697	0.4	154
	제주도	39	0.8	11,990	0.1	307
전체		4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,987개 41.2%로 가장 높게 나타났고, 부산 532개 11.0%, 대구 515개 10.7%, 경기도 399개 8.3%, 광주 331개 6.9%, 경상남도 226개 4.7%의 순으로 나타났다.

지역별로 취업액은 서울이 7조 7,865억원 92.5%로 월등하게 높게 나타났고, 부산 1,584억원 1.9%, 대구 1,401억원 1.7%, 경기도 982억원 1.2%, 광주 627억원 0.7%의 순으로 나타났다. 평균취급액은 서울 39.2억원, 제주 3.1억원, 부산 3.0억원, 대구 2.8억원의 순으로 높게 나타났다.

### 1.1.1. 광고(종합)대행

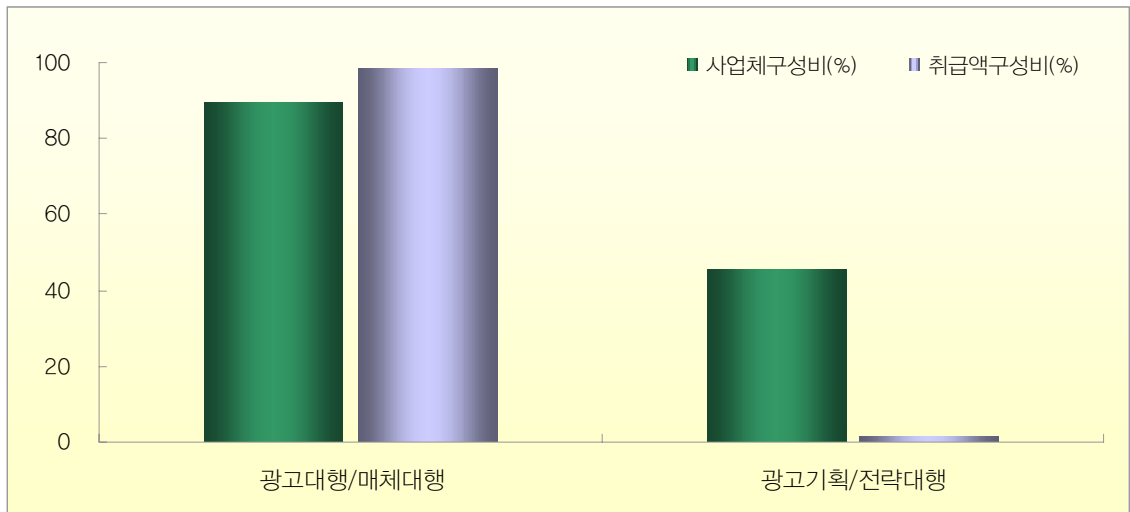
표 1-1-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취업액

세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고대행·매체대행	1,184	89.5	5,388,531	98.6	4,551
(광고대행·매체대행)*	(1,347)	(97.8)	(5,936,048)	(98.7)	(4,407)
광고기획·전략대행	605	45.7	77,718	1.4	128
전체	1,323	100.0	5,466,249	100.0	4,132
(전체)*	(1,377)	(100.0)	(6,013,765)	(100.0)	(4,367)

\* 온라인 광고대행·매체대행과 SP를 합산한 취업액(2005 광고산업통계조사 기준)

광고(종합)대행업을 하는 사업체수는 1,323개, 총 취급액은 5조 4,662억원, 평균취급액은 41.3억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 27.4%, 취급액 64.9%이며, 평균취급액은 전체평균보다 2.4배 높다.

그림 1-1-2 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액



광고(종합)대행업은 3개 세부업종(광고대행, 매체대행, 광고기획·전략대행)으로 구분할 수 있는데, 이 중 광고대행과 매체대행은 실제 조사에서 매체별 구분이 어려워 집계에서 합산처리 하였다.

세부업종으로 살펴보면, 사업체수는 광고대행·매체대행이 1,184개 89.5%로 대부분을 차지하며, 광고기획·전략대행은 605개 45.7%를 차지한다. 취급액은 광고대행·매체대행 5조 3,885억원 98.6%로 사업체수 비중보다 더욱 높게 나타났고, 광고기획·전략대행은 777억원 1.4%로 나타났다.

사업체당 평균 취급액은, 광고대행·매체대행은 45.5억원으로 광고업 평균 보다 2.6배 높게 나타났으며, 광고기획·전략대행은 1.3억원으로 상대적으로 매우 작게 나타났다.

표 1-1-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
지역	서울	743	56.1	5,263,136	96.3	7,086
	부산	57	4.3	38,561	0.7	678
	대구	89	6.8	52,567	1.0	589
	인천	7	0.5	1,535	0.0	231
	광주	90	6.8	26,511	0.5	294
	대전	28	2.1	17,097	0.3	603
	울산	15	1.1	2,118	0.0	146
	경기도	138	10.5	31,940	0.6	231
	강원도	40	3.0	7,124	0.1	178
	충청북도	21	1.6	2,071	0.0	97
	충청남도	5	0.4	1,412	0.0	282
	전라북도	28	2.1	9,514	0.2	346
	전라남도	22	1.6	1,245	0.0	57
	경상북도	13	1.0	1,538	0.0	115
	경상남도	26	1.9	9,498	0.2	371
	제주도	2	0.1	382	0.0	240
전체	1,323	100.0	5,466,249	100.0	4,131	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 743개 56.1%로 가장 높게 나타났고, 경기도 138개 10.5%, 광주 90개 6.8%, 대구 89개 6.8% 부산 57개 4.3%, 강원도 40개 3.0%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 5조 2,631억원 96.3%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 526억원 1.0%, 부산 386억원 0.7%, 경기도 319억원 0.6%의 순으로 나타났다.

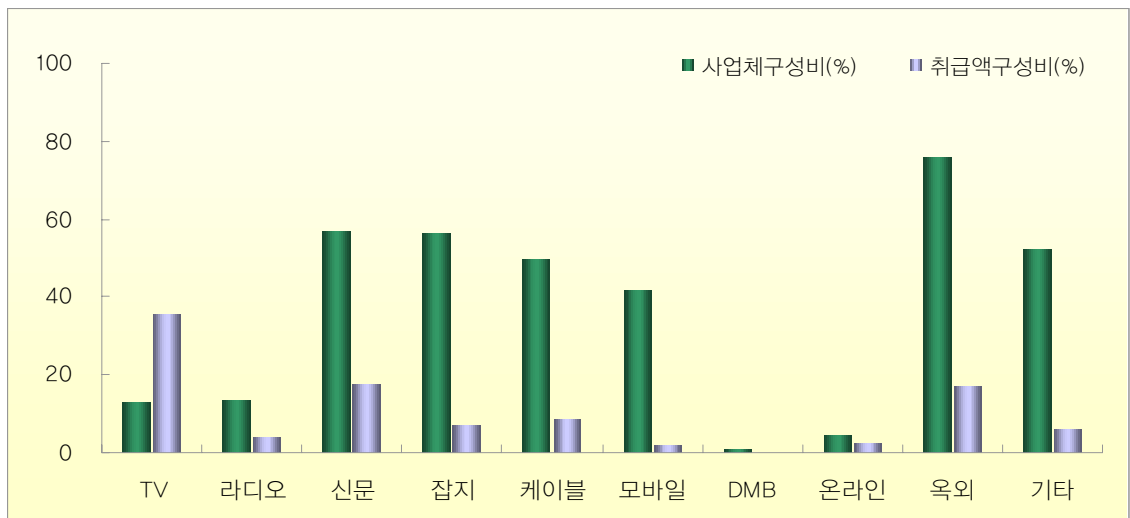
평균취급액은 서울 709억원, 부산 68억원, 대전 60억원, 대구 59억원, 경상남도 37억원, 전라북도 35억원의 순으로 나타났다.

표 1-1-5 >> 광고대행·매체대행 매체별 취급액

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
4대매체	TV	180	13.3	2,108,864	35.5	11,716
	라디오	183	13.6	249,681	4.2	1,362
	신문	762	56.6	1,033,725	17.4	1,357
	잡지	760	56.4	423,302	7.1	557
뉴미디어	케이블	672	49.9	489,742	8.3	729
	모바일	563	41.8	113,500	1.9	202
	DMB	13	1.0	2,843	0.0	214
	온라인	63	4.7	154,454	2.6	2,452
옥외		1,025	76.1	1,013,666	17.1	989
기타		702	52.2	346,271	5.8	493
전체		1,347	100.0	5,936,048	100.0	4,407

광고(종합)대행업 중 광고대행·매체대행의 취급액 5조 9,360억원을 매체별로 구분하면, 사업체수는 옥외광고업을 하는 사업체가 1,025개 76.1%로 가장 많고, 신문 762개 56.6%, 잡지 760개 56.4%의 순으로 나타났다. 취급액은 TV 대행 취급액이 2조 1,089억원 35.5%로 가장 높으며, 신문광고 1조 337억원 17.4%, 옥외 1조 137억원 17.1%순으로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

그림 1-1-3 >> 광고대행·매체대행 매체별 취급액



광고대행·매체대행의 매체별 취급액 중 온라인은 온라인업 중 광고대행의 취급액과 온라인 매체대행의 취급액을 나타내며, 옥외 취급액은 광고대행·매체대행의 옥외 취급액과 서비스업 중 SP의 취급액을 합산한 수치로서 광고(종합)대행의 광고대행·매체대행의 취급액인 5조 3,885억원 보다 많은 5조 9,360억원으로 집계된다.

매체별 취급액을 크게 구분하면, 영향력이 큰 주요4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고대행 취급액은 3조 8,156억원으로 전체의 64.3%를 차지하며, 뉴미디어(케이블, 온라인, 모바일) 취급액은 7,605억원 12.8%, 옥외광고 1조 137억원 17.1%, 기타 3,463억원 5.8%로 나눌 수 있다. 4대 매체 중 TV는 사업체 180개 13.3%, 취급액 2조 1,089억원 35.5%, 라디오는 사업체 183개 13.6%, 취급액 2,497억원 4.2%, 신문은 사업체 762개 56.6%, 취급액 1조 337억원 17.4%, 잡지는 사업체 760개 56.4%, 취급액 4,233억원 7.1%로 나타났다.

뉴미디어 중 케이블은 사업체 672개 49.9%, 취급액 4,897억원 8.3%, 모바일은 사업체 563개 41.8%, 취급액 1,135억원 1.9%, DMB는 사업체 13개 1.0%, 취급액 28.4억원 0.0%, 온라인은 사업체 63개 4.7%, 취급액 1,545억원 2.6%로 나타났고, 옥외는 사업체 1,025개 76.1%, 취급액 1조 137억원 17.1%, 기타는 사업체 702개 52.2%, 취급액 3,463억원 5.8%로 나타났다. DMB 서비스는 2005년 12월에 시작하였으므로, 2005년의 취급액은 연간 취급액 규모를 나타내는 것은 아니며, 따라서, 2006년에는 크게 증가할 것으로 예상된다.

표 1-1-6 >> 광고대행·매체대행 매체별 취급액

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	795	59.1	5,740,360	96.7	7,217
	부산	53	4.0	28,378	0.5	533
	대구	90	6.7	53,746	0.9	594
	인천	7	0.5	1,528	0.0	230
	광주	92	6.8	25,508	0.4	278
	대전	25	1.9	17,578	0.3	705
	울산	14	1.0	2,023	0.0	145
	경기도	116	8.6	34,557	0.6	298
	강원도	40	3.0	7,054	0.1	177
	충청북도	20	1.5	2,009	0.0	102
	충청남도	7	0.5	1,476	0.0	224
	전라북도	25	1.8	9,503	0.2	383
	전라남도	22	1.6	1,229	0.0	57
	경상북도	14	1.1	1,652	0.0	115
	경상남도	26	1.9	9,066	0.2	354
	제주도	2	0.1	382	0.0	240
전체		1,347	100.0	5,936,048	100.0	4,408

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 795개 59.1%로 가장 높게 나타났고, 경기도 116개 8.6%, 광주 92개 6.8%, 대구 90개 6.7% 부산 53개 4.0%, 강원도 40개 3.0%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 5조 7,404억원 96.7%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 537억원 0.9%, 경기도 346억원 0.6%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 72억원, 대전 7억원, 대구 5.9억원, 부산 5.3억원, 전라북도 3.8억원, 경상남도 3.5억

원의 순으로 나타났다.

### 1.1.2. 광고제작

표 1-1-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액

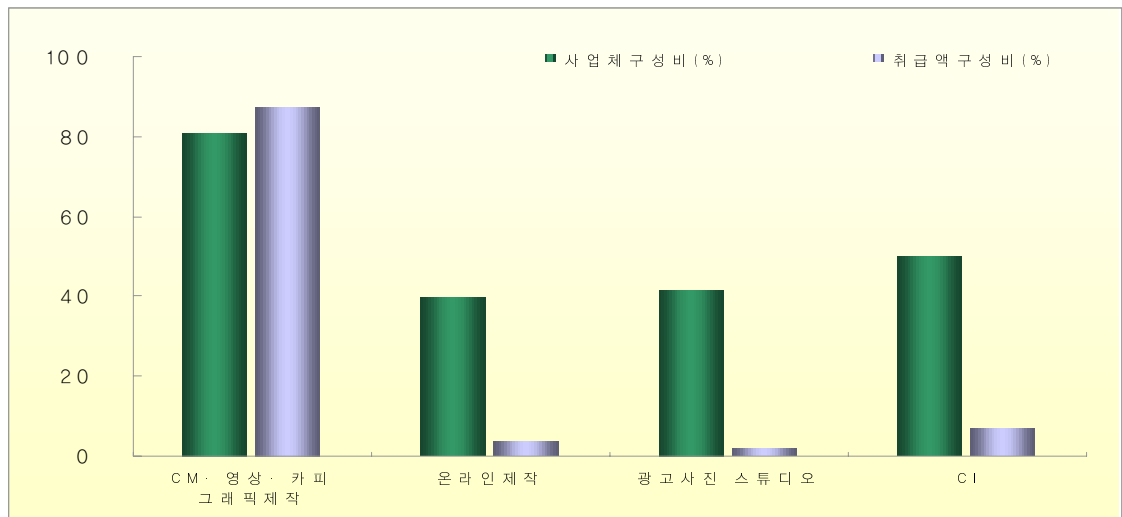
세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
CM·영상·카피·그래픽제작	699	80.9	682,240	87.5	976
온라인제작	345	39.9	30,261	3.9	88
광고사진 스튜디오	361	41.8	14,016	1.8	39
CI	431	49.9	53,179	6.8	124
전체	864	100.0	779,696	100.0	902

광고제작업을 하는 사업체수는 864개, 총 취급액은 7,797억원, 평균취급액은 9억원으로 나타났다.

광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 17.9%, 취급액 9.3%이며, 평균취급액은 전체평균의 약 2분의 1 수준이다.

광고제작업을 4개 세부업종(CM·영상·카피·그래픽제작, 온라인제작, 광고사진 스튜디오, CI)으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 CM·영상·카피·그래픽제작을 하는 사업체가 699개 80.9%로 가장 많으며, 취급액을 기준으로 보면 그 비중이 더욱 높아져 6,822억원 87.5%로 대부분을 차지한다. 따라서 사업체당 평균 취급액은, CM·영상·카피·그래픽제작 업종이 10억원으로 가장 높으며 광고제작업 평균 9억원보다 높다.

그림 1-1-4 >> 광고제작 업종별 취급액



CM·영상·카피·그래픽제작은 사업체 699개 80.9%, 취급액 6,822억원 87.5%, 온라인제작은 사업체 345개 39.9%, 취급액 303억원 3.9%, 광고사진 스튜디오는 사업체 361개 41.8%, 취급액 140억원 1.8%, CI는 사업체 431개 49.9%, 취급액 532억원 6.8%로 나타났다.

표 1-1-8 >> 지역별 광고제작업 취급액

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	493	57.1	704,023	90.3	1,428
	부산	51	5.9	9,129	1.2	179
	대구	67	7.8	22,479	2.9	335
	인천	2	0.2	14	0.0	8
	광주	61	7.0	3,850	0.5	63
	대전	25	2.9	4,759	0.6	193
	울산	13	1.5	1,080	0.1	83
	경기도	43	5.0	19,289	2.5	450
	강원도	23	2.7	5,225	0.7	224
	충청북도	7	0.8	286	0.0	43
	충청남도	2	0.2	7	0.0	4
	전라북도	21	2.4	3,969	0.5	191
	전라남도	13	1.5	734	0.1	55
	경상북도	19	2.2	1,370	0.2	71
	경상남도	15	1.7	967	0.1	66
제주도	10	1.1	2,516	0.3	260	
전체	864	100.0	779,696	100.0	903	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 493개 57.1%로 가장 높게 나타났고, 대구 67개 7.8%, 광주 61개 7.0%, 부산 51개 5.9%, 경기도 43개 5.0%, 대전 25개 2.9%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 7,040억원 90.3%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 225억원 2.9%, 경기도 193억원 2.5%, 부산 91억원 1.2%, 강원도 52억원 0.7%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 14.3억원, 경기도 4.5억원, 대구 3.4억원, 제주도 2.6억원, 강원도 2.2억원, 대전 1.9억원의 순으로 나타났다.

표 1-1-8 >> 광고제작 외주 및 원자재 구입 비용

세부업종	전체	대형업체	일반업체
CM·영상·카피·그래픽제작	70,750	45,143	25,607
온라인제작	581	95	486
광고사진 스튜디오	593	0	593
CI	2,305	0	2,305
전체	74,229	45,238	28,991

단위 :백만원



광고제작업의 외주 및 원자재 구입비용은 전체 742억원으로 집계 되었으며, 그 중 CM·영상·카피·그래픽 제작부분이 708억원, 95.3% 비중을 차지하는 것으로 나타났으며, 다음으로 CI 제작 부분이 23억 3.1%로 높게 나타났다. 외주 및 원자재 구입비용 중 451억원, 60.9%는 대형업체에서 지출한 비용이며, 256억원 39.1%는 일반업체에서 지출된 것으로 나타났다. 대형업체는 CM·영상·카피·그래픽 제작부분과 온라인 제작에만 지출하고 있으며, 일반업체는 광고제작의 모든 부분에 있어서 외주 및 원자재 구입비를 지출하고 있는 것으로 나타났다.

표 1-1-9 >> 광고제작 편수

단위 : 개

세부업종	전체	대형업체	일반업체
CM·영상·카피·그래픽제작	4,653	1,378	3,275
온라인제작	316	183	133
광고사진 스튜디오	383	20	363
CI	314	92	222
전체	5,666	1,673	3,993

광고제작 편수는 전체 5,666개로 집계되었으며, CM·영상·카피·그래픽 제작이 4,653개 82.2%로 가장 많았으며, 광고사진이 383개, 6.8%, 온라인 제작이 316개, 5.6%, CI가 314개 5.5%의 순으로 높게 나타났다. 그 중 대형업체의 제작편수는 1,673개 29.5%를 차지하고 있으며, 일반업체는 3,993개, 70.5%의 비중을 차지하고 있다. 대형업체와 일반업체 모두 CM·영상·카피·그래픽 제작이 각각 1,378개, 82.4%, 3,275개, 82.0%로 가장 높게 나타났으며, 대형업체는 온라인 제작 183개 10.9%, CI 92개 5.5%, 광고사진 20개 1.2% 순으로 높게 나타났고, 일반업체는 광고사진 363개 9.1%, CI 222개 5.6%, 온라인제작 133개 3.3% 순으로 높게 나타났다.

### 1.1.3. 서비스

표 1-1-9 >> 서비스 세부업종별 취급액

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
마케팅·리서치	192	47.1	82,084	7.5	427	
PR	220	53.8	116,091	10.6	528	
SP	버스	195	47.6	74,879	6.8	384
	지하철	193	47.2	78,308	7.1	405
	고속철	152	37.3	57,649	5.3	378
	극장	182	44.4	74,270	6.8	409
	기타	199	48.7	107,957	9.8	542
	전체	220	53.7	393,062	35.8	1,789
이벤트	237	57.9	440,533	40.2	1,861	
Space Design	213	52.1	65,427	6.0	307	
전체	409	100.0	1,097,197	100.0	2,683	
(전체)*	(312)	(100.0)	(704,135)	(100.0)	(2,257)	

\* SP를 제외한 서비스업 취급액

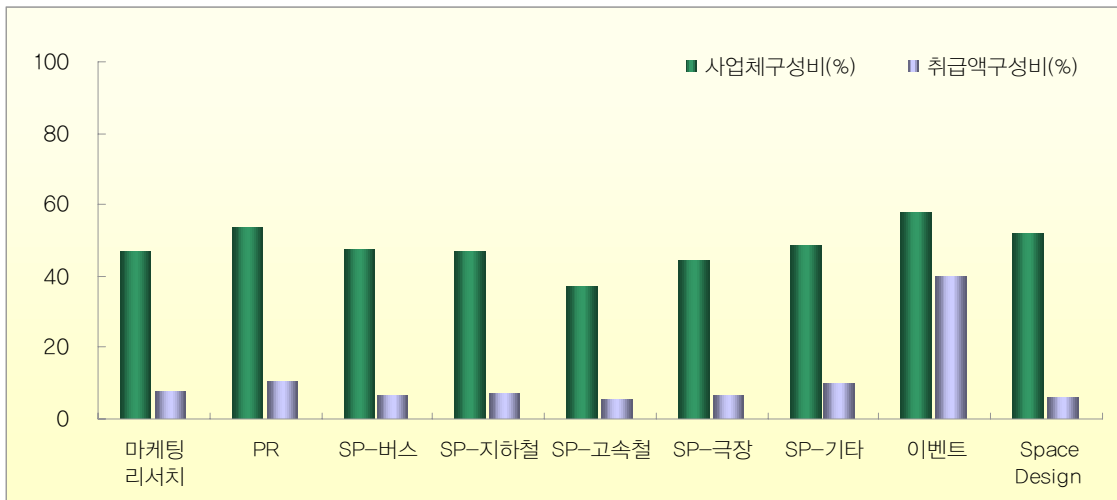
광고관련 서비스업을 하는 사업체수는 409개, 총 취급액은 1조 972억원, 평균취급액은 26.8억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 8.5%, 취급액 13.0%이며, 평균취급액은 전체평균의 약 2분의 1 수준이다.

서비스업을 5개(마케팅·리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design)의 세부업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 이벤트업이 237개 57.9%로 가장 높게 나타났고, SP 220개 53.7%, PR 220개 53.8%, Space Design 213개 52.1%, 마케팅·리서치 192개 47.1%의 순으로 나타났다.

취급액을 기준으로 보면 이벤트업이 4,405억원 40.2%로 가장 높고, SP 3,931억원 35.8%, PR 1,161억원 10.6% 순으로 높게 나타났다. 마찬가지로 사업체당 평균 취급액도 이벤트 18.6억원, SP 17.9억원, PR 5.3억원 순으로 높게 나타났다.

SP 업종을 세분하면, 기타 광고업이 199개 1,080억원, 버스 광고업이 195개 749억원으로 많이 나타났다.

그림 1-1-5 >> 서비스 업종별 취급액



마케팅·리서치는 사업체 192개 47.1%, 취급액 821억원 7.5%, PR은 사업체 220개 53.8%, 취급액 1,161억원 10.6%, SP는 사업체 220개 53.7%, 취급액 3,931억원 35.8%, 이벤트는 사업체 237개 68.1%, 취급액 4,405억원 40.2%, Space Design은 사업체 213개 61.2%, 취급액 654억원 6.0%로 나타났다.

SP 전체는 사업체 220개 53.7%, 취급액 3,931억원 35.8%의 비중을 차지하며, SP의 세부업종으로 버스는 사업체 195개 47.6%, 취급액 749억원 6.8%, 지하철은 사업체 193개 47.2%, 취급액 783억원 7.1%, 고속철은 사업체 152개 37.3%, 취급액 576억원 5.3%, 극장 사업체 182개 44.4%, 취급액 743억원 6.8%, 기타는 사업체 199개 48.7%, 취급액 1,080억원 9.8%로 나타났다.

이벤트는 사업체 237개 57.9%, 취급액 4,405억원 40.2%, Space Design은 사업체 213개 52.1%, 취급액 654억원으로 나타났다.

표 1-1-10 >> 지역별 서비스업 취급액

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
지역	서울	303	74.2	1,076,097	98.1	3,550
	부산	14	3.4	3,491	0.3	253
	대구	20	5.0	4,421	0.4	218
	광주	8	2.0	535	0.0	65
	대전	8	1.8	1,645	0.1	219
	울산	5	1.2	173	0.0	36
	경기도	30	7.5	8,805	0.8	289
	강원도	5	1.2	60	0.0	12
	충청북도	2	0.4	80	0.0	50
	충청남도	2	0.4	585	0.1	368
	전라북도	5	1.1	962	0.1	205
	전라남도	3	0.8	87	0.0	26
	경상북도	4	1.0	257	0.0	61
	전체	409	100.0	1,097,197	100.0	2,686

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 303개 74.2%로 가장 높게 나타났고, 경기도 30개 7.5%, 대구 20개 5.0%, 부산 14개 3.4%, 광주 8개 2.0%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 1조 761억원 98.1%로 월등하게 높게 나타났고, 경기도 88억원 0.8%, 대구 44억원 0.4%, 부산 35억원 0.3%, 대전 16억원 0.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 35.5원, 충청남도 3.7억원 경기도 2.9억원, 부산 2.5억원, 대구 2.2억원의 순으로 나타났다.

#### 1.1.4. 인쇄

표 1-1-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액

세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
인쇄	1,956	95.1	312,487	85.2	160
제판	559	27.2	54,231	14.8	97
전체	2,057	100.0	366,717	100.0	178

광고관련 인쇄업을 하는 사업체수는 2,057개, 총 취급액은 3,667억원, 평균취급액은 1.7억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 42.6%, 취급액 4.4%이며, 평균취급액은 전체평균의 약 25분의 1 수준이다.

인쇄업을 2개(인쇄, 제판)의 세부업종으로 구분하면, 사업체수는 인쇄업이 1,956개 95.1%, 제판업이 559개 27.2%이며, 취급액은 인쇄 3,125억원 85.2%, 제판 542억원 14.8%이며, 사업체당 평균 취급액은 인쇄 1억 6천만원, 제판 9천 7백만원으로 나타났다.

그림 1-1-6 >> 인쇄 업종별 취급액

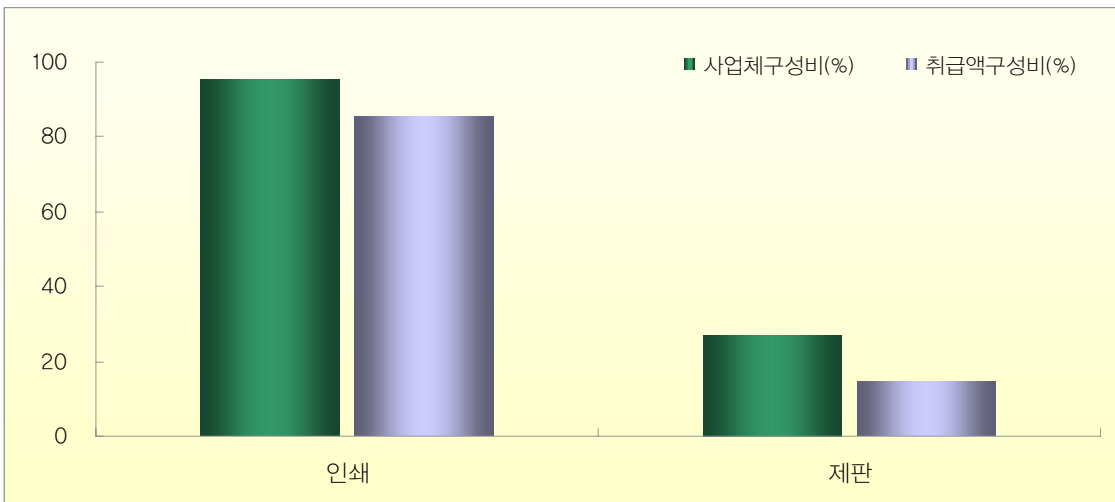


표 1-1-12 >> 지역별 인쇄업 취급액

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
지역	서울	638	31.0	241,394	65.8	378
	부산	273	13.2	24,914	6.8	91
	대구	354	17.2	39,968	10.9	113
	인천	13	0.6	3,263	0.9	248
	광주	206	10.0	7,769	2.1	38
	대전	132	6.4	11,239	3.1	85
	울산	15	0.7	1,718	0.5	117
	경기도	108	5.3	7,418	2.0	69
	강원도	37	1.8	1,119	0.3	30
	충청북도	13	0.6	1,338	0.4	100
	충청남도	13	0.6	262	0.1	20
	전라북도	32	1.5	2,424	0.7	76
	전라남도	45	2.2	1,369	0.4	30
	경상북도	61	3.0	6,193	1.7	102
	경상남도	105	5.1	9,000	2.5	86
제주도	13	0.6	7,329	2.0	581	
전체	2,057	100.0	366,717	100.0	178	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 638개 31.0%로 가장 높게 나타났고, 대구 354개 17.2%, 부산 273개 13.2%, 광주 206개 10.0%, 대전 132개 6.4%, 경기도 108개 5.3%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 2,414억원 65.8%로 나타났고, 대구 400억원 10.9%, 부산 249억원 6.8%, 대전 112억원 3.1%, 경상남도 90억원 2.5%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 제주도 5.8억원, 서울 3.8억원, 인천 2.5억원, 울산 1.2억원의 순으로 나타났다.

### 1.1.5. 온라인

표 1-1-13 >> 온라인 업종별 취급액

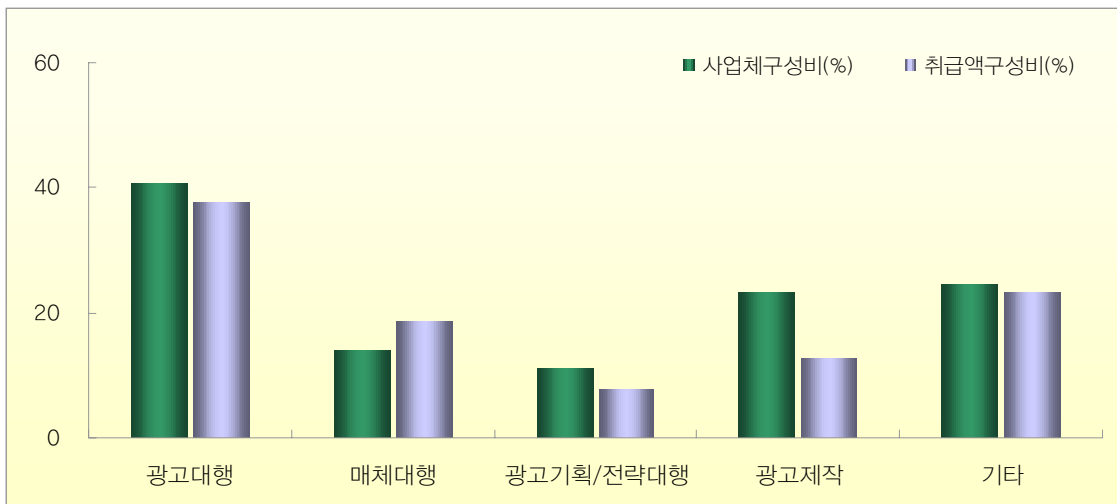
세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고대행	58	40.8	103,054	37.5	1,777
매체대행	20	14.1	51,400	18.7	2,570
광고기획·전략대행	16	11.3	21,503	7.8	1,344
광고제작	33	23.2	34,973	12.7	1,060
기타	35	24.6	63,962	23.3	1,827
전체	142	100.0	274,892	100.0	1,936

광고관련 온라인업종은 온라인 광고대행, 매체대행, 광고제작 등의 업종이다. 이에 해당하는 사업체수는 142개, 총 취급액은 2,749억원, 평균취급액은 19.4억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 2.9%, 취급액 3.3%이며, 평균취급액은 전체평균의 약 33분의 1 수준이다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고대행 58개 40.8%, 기타 업종 35개 24.6%, 광고제작 33개 23.2%, 매체대행 20개 14.1%, 광고기획·전략대행이 16개 11.3% 순으로 나타났다. 취급액은 광고대행이 1,031억원 37.5%, 기타 업종 640억원 18.7%, 매체대행 514억원 18.7%, 광고제작 350억원 12.7%, 광고기획·전략대행이 215억원 7.8% 순으로 나타났다.

평균 취급액은 매체대행 25.7억원, 기타 18.3억원, 광고대행 17.8억원, 광고기획·전략대행 13.4억원, 광고제작 10.6억원 순으로 나타났다.

그림 1-1-7 >> 온라인 업종별 취급액



광고대행은 사업체 58개 40.8%, 취급액 1,031억원 37.5%, 매체대행은 사업체 20개 14.1%, 취급액 514억원 18.7%, 광고기획·전략대행은 사업체 16개 11.3%, 취급액 215억원 7.8%, 광고제작은 사업체 33개 23.2%, 취급액 350억원 12.7%, 기타는 사업체 35개 24.6%, 취급액 640억원 23.3%로 나타났다.

표 1-1-14 >> 지역별 온라인업 취업액

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
지역	서울	110	77.5	272,974	99.3	2,482
	부산	2	1.4	300	0.1	150
	대구	5	3.5	262	0.1	52
	광주	1	0.7	21	0.0	21
	대전	6	4.2	764	0.3	127
	울산	3	2.1	140	0.1	47
	경기도	12	8.5	211	0.1	18
	강원도	2	1.4	10	0.0	5
	경상북도	1	0.7	210	0.1	210
전체	142	100.0	274,892	100.0	1,936	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 110개 77.5%로 가장 높게 나타났고, 경기도 12개 8.5%, 대전 6개 4.2%, 대구 5개 3.5%의 순으로 나타났다.

지역별로 취업액은 서울이 2,730억원 99.3%로 월등히 높게 나타났고, 대전 7.6억원 0.3%, 부산 3.0억원 0.1%, 대구 2.6억원 0.1%, 경기도 2.1억원 0.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 24.8억원, 경상북도 2.1억원, 부산 1.5억원, 대전 1.3억원의 순으로 나타났다.

### 1.1.6. 기타

표 1-1-15 >> 기타 세부업종별 취업액

세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고물 기획편집	1,828	93.2	365,854	84.5	200
장비취급 등 기타	777	39.6	67,175	15.5	86
전체	1,961	100.0	433,028	100.0	221

광고관련 기타업종은 광고물 기획·편집, 장비취급 등의 업종이다. 이에 해당하는 사업체수는 1,961개, 총 취업액은 4,330억원, 평균취급액은 2.2억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 40.6%, 취업액 5.1%이며, 평균취급액은 전체평균의 약 20분의 1 수준으로 사업체 규모가 영세하여 사업체수에 비하여 발생하는 매출이 극히 작은 것으로 나타났다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고물 기획·편집 1,828개 93.2%, 장비취급 등 기타 업종이 777개 39.6%로 나타났다. 취업액은 광고물 기획·편집업이 3,659억원 84.5%, 장비취급 등 기타 업종은 672억원

15.5%로 사업체수 비중보다 낮아졌다. 사업체당 평균 취급액은 광고물 기획·편집이 2.0억원, 장비취급 등 기타 업종이 8천 6백만원으로 나타났다.

그림 1-1-8 >> 기타 업종별 취급액

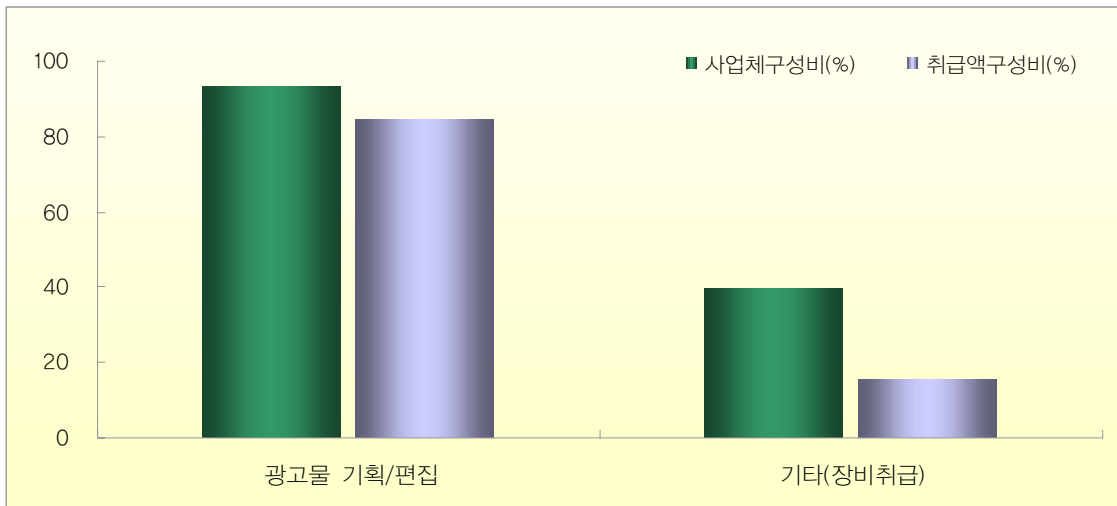


표 1-1-16 >> 지역별 기타업 취급액

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
지역	서울	618	31.5	228,882	52.9	370
	부산	315	16.0	82,018	18.9	261
	대구	201	10.3	20,394	4.7	101
	인천	14	0.7	469	0.1	34
	광주	168	8.6	24,011	5.5	143
	대전	51	2.6	6,094	1.4	119
	울산	15	0.7	622	0.1	42
	경기도	140	7.2	30,550	7.1	218
	강원도	81	4.1	7,979	1.8	99
	충청북도	28	1.4	3,076	0.7	108
	충청남도	38	1.9	2,466	0.6	65
	전라북도	60	3.1	3,132	0.7	52
	전라남도	44	2.2	1,300	0.3	30
	경상북도	43	2.2	5,039	1.2	116
	경상남도	127	6.5	15,233	3.5	120
	제주도	18	0.9	1,764	0.4	98
전체	1,961	100.0	433,028	100.0	221	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 618개 31.5%로 가장 높게 나타났고, 부산 315개 16.0%, 대구 201개 10.3%, 광주 168개 8.6% 경기도 140개 7.2%의 순으로 나타났다.



지역별로 취급액은 서울이 2,289억원 52.9%로 나타났고, 부산 820억원 18.9%, 경기도 306억원 7.1%, 광주 240억원 5.5%, 대구 204억원 4.7%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 3.7억원, 부산 2.6억원, 경기도 2.2억원, 광주 1.4억원, 경상남도 1.2억원의 순으로 나타났다.

### 1.1.7. 자본규모

표 1-1-17 >> 사업체 유형별 자본규모

단위: 개소, 백만원

구분		사업체수	전체	대형업체	일반업체
기업형태	개인	3,452	357	-	357
	회사법인	1,316	409	1,105	314
	회사외법인	32	3,398	-	3,398
본사유무	단독사업체	4,578	356	864	344
	공장,지사,영업소	74	446	650	429
	본사,본점,본부	136	1,590	3,407	1,380
설립연도	1979년 이전	75	4,552	633	744
	1980-1989년	353	822	2,676	357
	1990-1994년	579	167	773	4,810
	1995-1999년	1,286	376	895	751
	2000-2004년	2,291	239	814	144
	2005년	117	155	3,000	362
전체		4,828	384	1,094	229

광고업을 하고 있는 사업체들의 자본규모를 살펴보면, 전체 광고업체는 평균 3.8억원으로 나타났으며, 대형업체는 10.9억원, 일반업체는 2.3억원으로 나타났다.

기업형태별로 살펴보면, 회사외법인이 34억원으로 가장 크게 나타났으며, 회사법인이 4.1억원, 개인사업체가 3.6억원으로 나타났다.

본사유무에 따라 살펴보면, 본사본점본부가 15.9억원으로 가장 크게 나타났으며, 공장지사영업소 4.5억원, 단독사업체 3.6억원의 순으로 나타났다.

설립연도에 따라서는 1979년 이전 설립 사업체가 45.5억원으로 전체 평균의 15배 정도 크게 나타났으며, 1980~1989년 설립 사업체가 8.2억원, 1995~1999년 설립 사업체가 3.8억원, 2000~2004년 설립 사업체가 2.4억원, 1990~1994년 설립 사업체 1.7억원, 2005년 설립 사업체가 1.6억원 순으로 높게 나타났다.

표 1-1-18 >> 업종별 자본규모

단위: 개소, 백만원

구분		사업체수	전체	대형업체	일반업체
업종	광고대행	1,323	641	1,094	583
	광고제작	864	297	1,248	177
	서비스	409	347	1,901	170
	인쇄	2,057	302	372	301
	온라인	142	496	3,358	283
	기타	1,961	260	3,019	239
가치사슬	인프라	2,721	308	1,739	294
	생산	2,413	268	1,303	232
	유통	1,262	585	1,094	519
	서비스	348	391	2,109	188
전체		4,828	384	1,094	229

광고업종에 따라 살펴보면, 광고대행업 전체는 6.4억원, 대형 광고대행업은 10.9억원, 일반 광고대행업은 5.8억원으로 나타났으며, 광고제작업 전체는 3.0억원, 대형 광고제작업은 12.5억원, 일반 광고제작업은 1.8억원으로 나타났고, 서비스업 전체는 3.5억원, 대형 서비스업은 19.0억원, 일반 서비스업은 1.7억원으로 나타났고, 인쇄업 전체는 3.0억원이며, 대형 인쇄업은 3.7억원, 일반 인쇄업은 3.0억원으로 나타났고, 온라인업 전체는 5.0억원, 대형 온라인업은 33.6억원, 일반 온라인업은 2.8억원으로 나타났고, 기타업 전체는 2.6억원으로 나타났으며, 대형 기타업은 30.2억원, 일반 기타업은 2.4억원으로 나타났다.

가치사슬 업종에 따라 살펴보면, 유통 산업이 5.9억원으로 가장 크게 나타났고, 다음으로 서비스 산업 3.9억원, 인프라 산업 3.1억원, 생산 산업 2.7억원으로 순으로 크게 나타났다. 대형 유통 산업은 10.9억원, 일반 유통 산업은 5.2억원으로 나타났고, 대형 서비스 산업은 21.1억원, 일반 서비스 산업은 1.9억원으로 나타났고, 대형 인프라 산업은 17.4억원, 일반 인프라 산업은 3.0억원으로 나타났고, 대형 생산 산업은 13.0억원, 일반 생산 산업은 2.3억원으로 크게 나타났다.

### 1.1.8. 사무실 규모

표 1-1-19 >> 사업체 유형별 사무실 규모

구분		사업체수	전체	대형업체	일반업체
기업형태	개인	3,452	21	-	21
	회사법인	1,316	104	482	59
	회사외법인	32	303	1,005	262
본사유무	단독사업체	4,578	32	250	28
	공장,지사,영업소	74	163	1,275	41
	본사,본점,본부	136	302	2,224	117
설립연도	1979년 이전	75	166	682	123
	1980-1989년	353	54	876	30
	1990-1994년	579	36	277	28
	1995-1999년	1,286	46	684	28
	2000-2004년	2,291	32	192	29
	2005년	117	37	1,173	26
전체		4,828	41	494	30

광고관련 사업체의 사무실 규모를 살펴보면, 평균 41명으로 나타났으며, 대형업체는 평균 494명으로 전체 평균의 12배 이상 큰 것으로 나타났다. 기업형태에 따라서는 개입사업체가 21명으로 가장 작고, 회사 외법인이 303명으로 가장 큰 것으로 나타났으며, 회사법인은 104명으로 나타났다. 본사유무에 따라서는 본사가 302명으로 가장 크며, 공장·지사·영업소는 163명, 단독사업에는 32명으로 나타났다. 설립연도에 따라서는 1979년 이전이 166명으로 가장 큰 것으로 나타났으며, 1980~1989년이 54명, 1995~1999년이 46명, 2005년이 37명, 1990~1994년이 36명, 2000~2004년이 32명 순으로 크게 나타났다.

표 1-1-20 >> 업종별 사무실 규모

구분		사업체수	전체	대형업체	일반업체
업종	광고대행	1,323	89	494	43
	광고제작	864	95	663	36
	서비스	409	103	652	50
	인쇄	2,057	23	233	23
	온라인	142	114	999	53
	기타	1,961	27	412	25
가치사슬	인프라	2,721	28	492	25
	생산	2,413	47	685	26
	유통	1,262	89	494	40
	서비스	348	125	751	55
전체		4,828	41	494	30

광고업종별 사무실 규모를 살펴보면, 사무실 규모의 평균은 온라인업이 114평으로 가장 크며, 다음으로 서비스업이 103평으로 크게 나타났으며, 광고제작은 95평, 광고대행은 89평, 인쇄는 23평 순으로 나타났다. 가치사슬 업종별로 살펴보면, 서비스업이 125평으로 가장 큰 것으로 나타났으며, 다음으로 유통이 89평, 생산이 47평, 인프라가 28평으로 나타났다.

### 1.1.9. 기술 보유율

표 1-1-21 >> 소프트웨어 기술 보유율

단위: %

구분		전체	대형업체	일반업체
사내 IT 인프라	인트라넷	43.8	60.4	41.0
	KMS	7.4	25.0	4.5
시청률 자료		16.6	60.4	9.4
KADD 광고량 데이터		14.8	50.0	9.0
베이스스네트		11.5	56.3	4.1
매체계획시스템		20.1	39.6	16.9
광고물 DB		60.8	41.7	63.9
마케팅 정보 DB		27.8	22.9	28.6
관련 논문 DB		7.0	8.3	6.8
광고호감도 DB		0.4	0.0	0.5
AD-Server		0.3	0.0	0.3
전체		100.0	100.0	100.0

광고업체의 소프트웨어 부문 기술 보유율을 살펴보면, 사내 IT인프라로 인트라넷을 이용하고 있는 사업체는 43.8%, KMS는 7.4%로 나타났고, 광고물 DB는 60.8%로 가장 많은 사업체에서 이용하고 있는 것으로 나타났으며, 마케팅 정보 DB 27.8%, 매체계획시스템이 20.1%, 시청률 자료 16.6%, KADD 광고량 데이터 14.8%, 베이스스네트 11.5%, 관련 논문 DB 0.7%, 광고호감도 DB 0.4%, AD-Server 0.3% 순으로 높게 나타났다.

대형업체는 사내 인트라넷과 시청률 자료가 60.4%로 가장 많았으며, 베이스스네트 56.3%, KADD 광고량 데이터 50.0%, 광고물 DB 41.7%, 매체계획시스템 39.6% 순으로 높게 나타났고, 일반업체는 광고물 DB가 63.9%로 가장 많았으며, 사내 인트라넷이 41.0%, 마케팅 정보 DB 28.6%, 매체 계획 시스템 16.9% 순으로 높게 나타났다.

표 1-1-22 >> 제작/편집 장비 기술 보유율

단위: %

구분		전체	대형업체	일반업체
편집장비		68.6	79.3	68.2
	편집기	58.6	75.9	57.8
	2D 장비	20.8	37.9	20.1
	3D 장비	6.3	31.0	5.3
	녹음실 장비	4.9	31.0	3.8
촬영장비		35.7	72.4	34.1
	촬영용카메라	34.1	72.4	32.5
	조명 장비	15.0	44.8	13.8
	촬영용 특수 장비	8.2	27.6	7.3
기타		29.5	3.4	30.6
	매킨토시	5.4	3.4	5.5
	컴퓨터	2.4	0.0	2.5
	실사출력장비	3.0	0.0	3.2
	프린터기	0.5	0.0	0.5
	인쇄기계	15.4	0.0	16.1
	실크스크린	0.7	0.0	0.7
	제판기	0.2	0.0	0.2
	제본기	0.7	0.0	0.7
	시공장비	0.2	0.0	0.2
	재단기	0.9	0.0	1.0
전체		100.0	100.0	100.0

광고업체의 제작/편집 장비 기술 보유율을 살펴보면, 편집장비가 68.6%로 가장 많았고, 촬영장비 35.7%, 기타 29.5%로 나타났다. 편집장비는 편집기 58.6%, 2D 장비 20.8%, 3D 장비 6.3%, 녹음실 장비 4.9% 순으로 높게 나타났고, 촬영장비는 촬영용 카메라 34.1%, 조명장비 15.0%, 촬영용 특수장비 8.2% 순으로 높게 나타났다. 기타 장비로는 인쇄기계 15.4%, 매킨토시 5.4%, 실사출력장비 3.0%로 나타났으며, 재단기, 실크 스크린, 제본기 등의 장비를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

## 1.2. 대형 광고업체

표 1-2-1 >> 광고업종별 취급액(대형)

업종	사업체수(개소)*	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고(종합)대행	100	100.0	4,463,412	76.4	44,634
(광고(종합)대행)**	(100)	(100.0)	(4,814,148)	(82.4)	(48,141)
광고제작	61	61.0	480,918	8.2	7,884
서비스	33	33.0	817,943	14.0	24,786
(서비스)***	(26)	(26.0)	(488,968)	(8.4)	(18,806)
인쇄	10	10.0	3,984	0.1	398
온라인	11	11.0	44,493	0.8	4,045
기타	9	9.0	33,676	0.6	3,742
전체	100	100.0	5,844,426	100.0	58,444

\*사업체수는 한 사업체가 여러 업종을 동시에 하는 경우도 있어서 사업체수와 구성비 합은 100% 이상임

\*\* 온라인 광고대행·매체대행과 SP를 포함한 광고(종합)대행업 취급액 (2005 광고산업통계조사 기준)

\*\*\* SP를 제외한 서비스업 취급액 (2005 광고산업통계조사 기준)

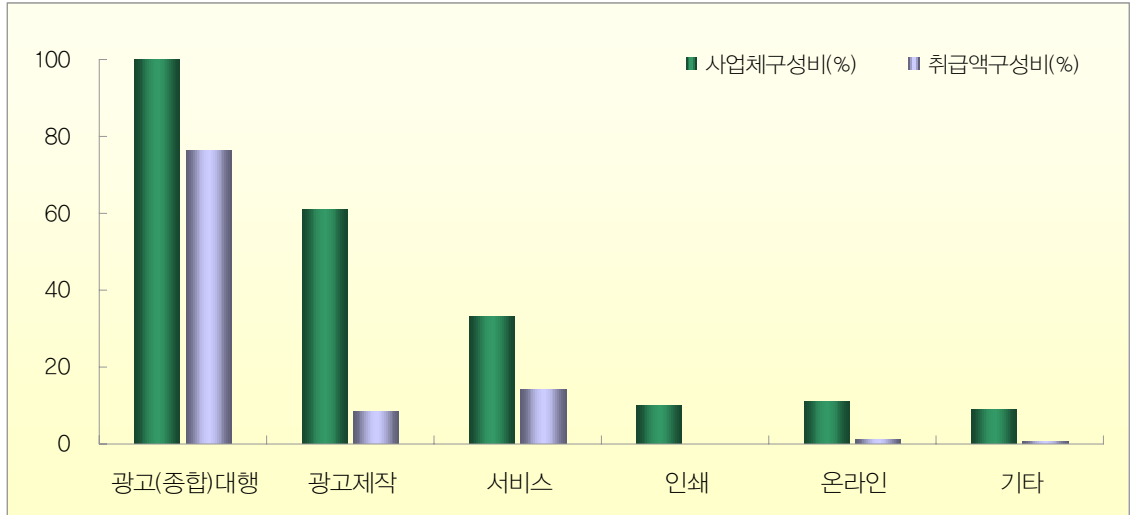
전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 따로 살펴보면, 사업체수는 100개로 전체의 2.0%, 취급액 기준 전체 규모는 5조 8,444억원으로 전체의 65.0%를 차지하고 있다.

사업체수를 업종별로 구분하면 광고(종합)대행 업종을 하는 사업체가 100개 100.0%로 가장 높게 나타났고, 광고제작 61개 61.0%, 서비스 33개 33.0%, 인쇄 10개 10.0%, 온라인 11개 11.0%, 기타 9개 9.0% 으로 나타났다. 전체와 비교하면 광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 온라인 업종의 비중이 각각 72.6%p, 43.1%p, 24.5%p, 8.1%p 높고, 인쇄와 기타 업종의 비중이 각각 32.6%p, 31.6%p 낮게 나타났다.

취급액을 업종별로 구분하면, 광고(종합)대행업이 5조 4,662억원 64.9%로 가장 높게 나타났고, 서비스 8,179억원 14.0%, 광고제작 4,809억원 8.2%, 온라인 445억원 0.8%, 기타 337억원 0.6%, 인쇄 40억원 0.1%의 순으로 나타났다.

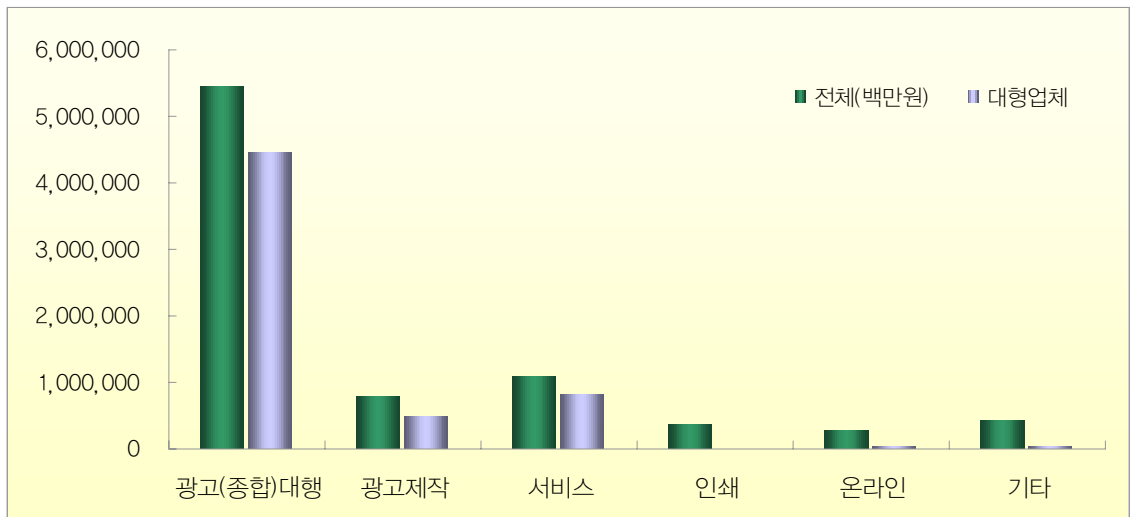
대형업체의 사업체당 평균취급액은 584억원으로 전체 평균의 약 33.5배이다. 업종별로 구분하면, 광고(종합)대행 446억원, 서비스 248억원, 광고제작 79억원, 온라인 41억원, 기타 37억원, 인쇄 4억원 순으로 나타났다.

그림 1-2-1 >> 광고업종별 취급액(대형)



광고(종합)대행은 사업체 100개 100.0%, 취급액 4조 4,634억원 76.4%, 광고제작은 사업체 61개 61.0%, 취급액 4,809억원 8.2%, 서비스는 사업체 33개 33.0%, 취급액 8,179억원 14.0%, 인쇄는 사업체 10개 10.0%, 취급액 39.8억원 0.1%, 온라인은 사업체 11개 11.0%, 취급액 445억원 0.8%, 기타는 사업체 9개 9.0%, 취급액 337억원 0.6%로 나타났다.

그림 1-2-2 >> 광고업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고(종합)대행업은 전체 5조 4,662억원 중 대형업체에서 4조 4,634억원 81.7%를 차지하고, 광고제작은 전체 7,797억원 중 대형업체에서 4,809억원 61.7%를 차지하고, 서비스는 전체 1조 972억원 중 대형업체에서 8,179억원 74.5%를 차지하고, 인쇄는 전체 3,667억원 중 대형업체에서 40억원 1.1%를 차지하고, 온라인은 전체 2,749억원 중 대형업체에서 445억원 16.2%를 차지하고, 기타는 전체 4,330억원 중 대형업체에서 337억원 7.8%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-2 >> 지역별 광고업 취급액(대형)

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	83	5,787,228	99.0	69,726
	부산	4	13,568	0.2	3,392
	대구	6	27,898	0.5	4,650
	광주	2	4,940	0.1	2,470
	대전	3	6,935	0.1	2,312
	전라북도	2	3,857	0.1	1,928
전체	100	100.0	5,844,426	100.0	58,444

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 83개 83.0%로 가장 높게 나타났고, 대구 6개 6.0%, 부산 4개 4.0%, 대전 3개 3.0%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 5조 7,872억원 99.0%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 279억원 0.5%, 부산 136억원 0.2%, 대전 69억원 0.1%의 순으로 나타났다.

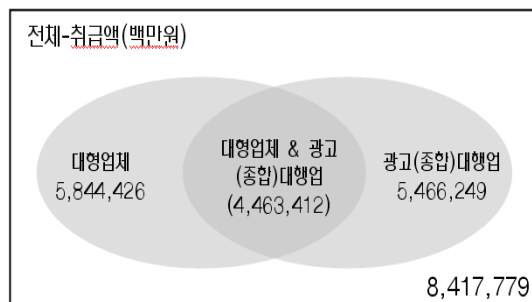
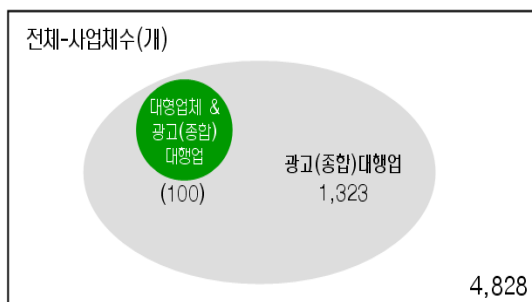
평균취급액은 서울 697억원, 대구 47억원, 부산 34억원, 광주 25억원, 대전 23억원, 전라북도 19억원의 순으로 나타났다.

### 1.2.1. 광고(종합)대행

표 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고대행·매체대행	100	100.0	4,443,083	99.5	44,431
(광고대행·매체대행)*	(100)	(100.0)	(4,793,819)	(99.6)	(47,938)
광고기획·전략대행	25	25.0	20,329	0.5	813
전체	100	100.0	4,463,412	100.0	44,634
(전체)*	(100)	(100.0)	(4,814,148)	(100.0)	(48,141)

\* 온라인 광고대행·매체대행과 SP를 합산한 취급액 (2005 광고산업통계조사 기준)





광고(종합)대행업은 3개 세부업종(광고대행, 매체대행, 광고기획·전략대행)으로 구분할 수 있는데, 이 중 광고대행과 매체대행은 실제 조사에서 매체별 구분이 어려워 집계에서 합산처리 하였다.

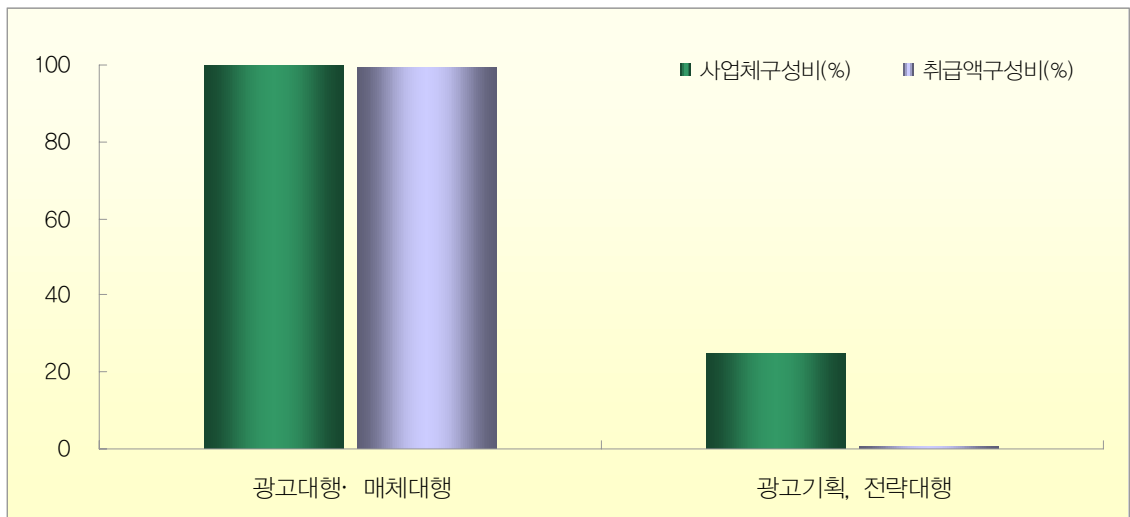
세부업종으로 살펴보면, 사업체수는 광고대행·매체대행이 100개 100.0%로 대부분을 차지하며, 광고기획·전략대행은 25개 25.0%를 차지한다. 취급액은 광고대행·매체대행이 4조 4,431억원 99.5%로 거의 모두를 차지하며, 광고기획·전략대행은 203억원 0.5%로 나타났다.

사업체당 평균 취급액은, 광고대행·매체대행은 444억원으로 나타났고, 광고기획·전략대행은 8억원으로 상대적으로 매우 작게 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,828개 중 대형업체 & 광고(종합)대행업은 100개 2.1%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 광고(종합)대행업은 100개 100%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 사업체 1,323개 중 대형업체는 100개 7.5%의 비중을 차지한다.

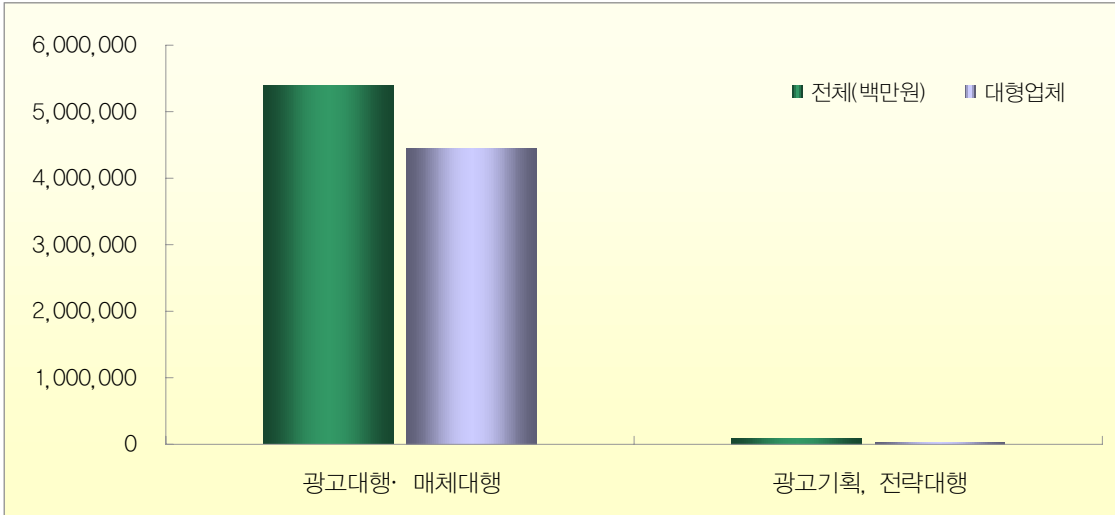
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 4,178억원 중 대형업체 & 광고(종합)대행업은 4조 4,633억원 53.0%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 8,444억원 중 광고(종합)대행업은 76.4%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 취급액 5조 4,662억원 중 대형업체는 81.6%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형)



광고대행·매체대행은 사업체 100개 100.0%, 취급액 4조 4,431억원 99.5%, 광고기획·전략대행은 사업체 25개 25.0%, 취급액 203억원 0.5%로 나타났다.

그림 1-2-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행·매체대행은 전체 5조 3,885억원 중 대형업체에서 4조 4,431억원 82.4%를 차지하고, 광고기획·전략대행은 전체 777억원 중 대형업체에서 203억원 26.1%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액(대형)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	83	83.0	4,420,973	99.0	53,265
	부산	4	4.0	10,465	0.2	2,616
	대구	6	6.0	18,263	0.4	3,044
	광주	2	2.0	4,168	0.1	2,084
	대전	3	3.0	5,918	0.1	1,973
	전라북도	2	2.0	3,624	0.1	1,812
전체		100	100.0	4,463,412	100.0	44,634

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 83개 83.0%로 가장 높게 나타났고, 대구 6개 6.0%, 부산 4개 4.0%, 대전 3개 3.0%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 4조 4,210억원 99.0%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 183억원 0.4%, 부산 105억원 0.2%, 대전 59억원 0.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 533억원, 대구 30억원, 부산 26억원, 광주 21억원, 대전 20억원의 순으로 나타났다.

표 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
4대매체	TV	99	99.0	2,086,805	43.5	21,079
	라디오	99	99.0	233,260	4.9	2,356
	신문	84	84.0	837,620	17.5	9,972
	잡지	80	80.0	310,222	6.5	3,878
뉴미디어	케이블	85	85.0	447,145	9.3	5,261
	모바일	36	36.0	85,495	1.8	2,375
	DMB	4	4.0	1,200	0.0	300
	온라인	8	8.0	21,762	0.5	2,720
옥외		71	71.0	531,697	11.1	7,489
기타		50	50.0	238,614	5.0	4,772
전체		100	100.0	4,793,819	100.0	47,938

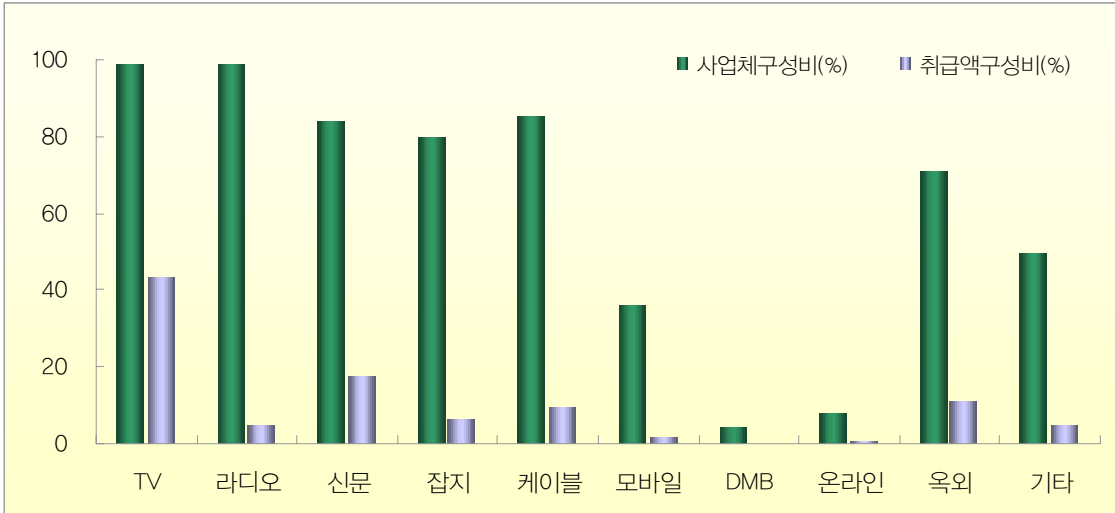
대형업체 광고(종합)대행업 중 광고대행·매체대행의 취급액 4조 7,938억원을 매체별로 구분하면, 사업체수는 TV와 라디오 광고업을 하는 사업체가 99개 99.0%로 가장 많고, 케이블 85개 85.0%의 순으로 많게 나타났다. 취급액은 TV 대행 취급액이 2조 868억원 43.5%로 가장 높으며, 신문 8,376억원 17.5%, 옥외 5,317억원 11.1% 순으로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

일반업체를 포함한 전체와 비교하면, 전체는 사업체수가 옥외광고업, 신문, 잡지 순으로 많은 반면 대형업체는 TV, 라디오, 케이블 광고업 순으로 많고, 취급액은 전체와 대형업체가 모두 TV, 신문, 옥외광고 순으로 많게 나타났다.

대형업체 광고대행·매체대행업 광고비를 다시 크게 구분하면, 영향력이 큰 주요4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고대행 취급액은 3조 4,679억원으로 전체의 72.3%를 차지하며, 뉴미디어(케이블, 모바일, DMB, 온라인) 취급액은 5,556억원 11.6%, 옥외광고 5,317억원 11.1%, 기타 2,386억원 5.0%로 나눌 수 있다. 일반업체를 포함한 전체와 비교하면, 주요4대 매체 비중이 64.3%에서 72.3%로 더욱 크게 나타났다.

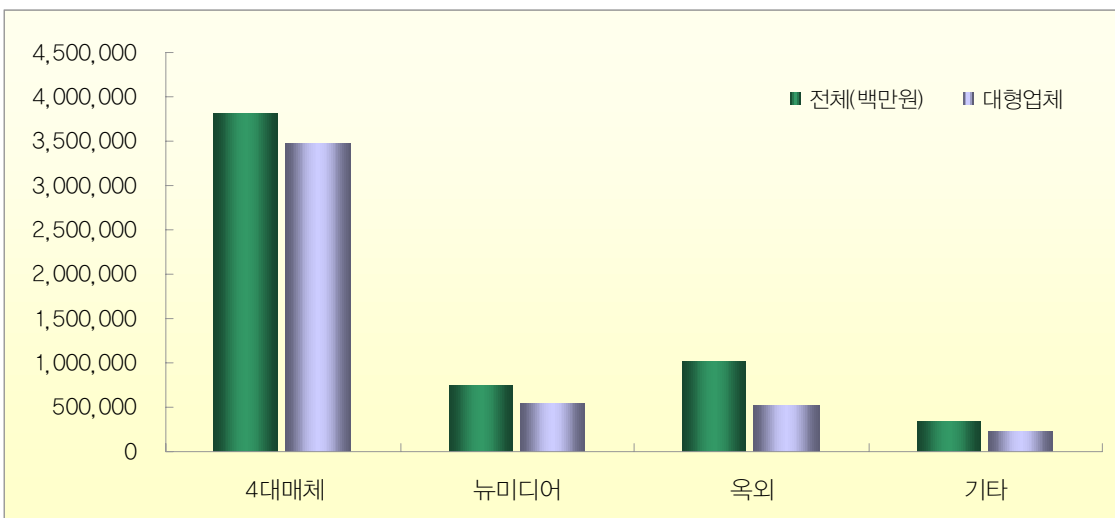
사업체당 평균 취급액은 TV 211억원, 신문 100억원, 케이블 53억원의 순으로 나타났다. 일반업체를 포함한 전체의 평균 취급액 TV 117억원, 온라인 25억원, 라디오 14억원과 비교하면 대형업체는 평균광고비의 비중이 전체적으로 높은 것으로 나타났다.

그림 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)



4대매체의 TV는 사업체 99개 99.0%, 취급액 2조 868억원 43.5%, 라디오는 사업체 99개 99.0%, 취급액 2,333원 4.9%, 신문은 사업체 84개 84.0%, 취급액 8,376억원 17.5%, 잡지는 사업체 84개 84.0%, 취급액 3,102억원 6.5%로 나타났고, 뉴미디어의 케이블은 사업체 85개 85.0%, 취급액 4,471억원 9.3%, 모바일은 사업체 36개 36.0%, 취급액 855억원 1.8%, DMB는 사업체 4개 4.0%, 취급액 12억원 0.0%, 온라인은 사업체 8개 8.0%, 취급액 218억원 0.5%, 옥외는 사업체 71개 71.0%, 취급액 5,317원 11.1%, 기타는 사업체 50개 50.0%, 취급액 2,386억원 5.0%로 나타났다.

그림 1-2-6 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 4대매체는 전체 3조 8,156억원 중 대형업체에서 3조 4,679억원 90.9%를 차지하고, 뉴미디어는 전체 7,605억원 중 대형업체에서 5,556억원 73.0%를 차지하

고, 옥외는 전체 1조 137억원 중 대형업체에서 5,317억원 52.4%를 차지하고, 기타는 전체 3,463억원 중 대형업체에서 2,386억원 68.9%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-6 >> 지역별 광고대행·매체대행업의 취급액(대형)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	83	83.0	4,749,052	99.1	57,217
	부산	4	4.0	10,817	0.2	2,704
	대구	6	6.0	20,237	0.4	3,373
	광주	2	2.0	4,178	0.1	2,089
	대전	3	3.0	5,918	0.1	1,973
	전라북도	2	2.0	3,618	0.1	1,809
전체		100	100.0	4,793,819	100.0	47,938

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 83개 83.0%로 가장 높게 나타났고, 대구 6개 6.0%, 부산 4개 4.0%, 대전 3개 3.0%의 순으로 나타났다.

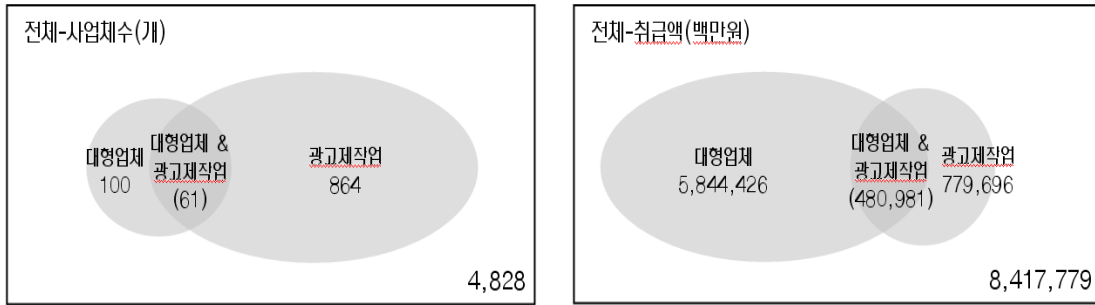
지역별로 취급액은 서울이 4조 7,491억원 99.1%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 202억원 0.4%, 부산 108억원 0.2%, 대전 59억원 0.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 572.2억원, 대구 33.7억원, 부산 27.0억원, 광주 20.9억원, 대전 19.7억원의 순으로 나타났다.

## 1.2.2. 광고제작

표 1-2-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
CM·영상·카피 그래픽제작	57	93.4	433,245	90.1	7,601
온라인제작	17	27.9	23,751	4.9	1,397
광고사진 스튜디오	14	23.0	4,283	0.9	306
CI	16	26.2	19,638	4.1	1,227
전체	61	100.0	480,918	100.0	7,884



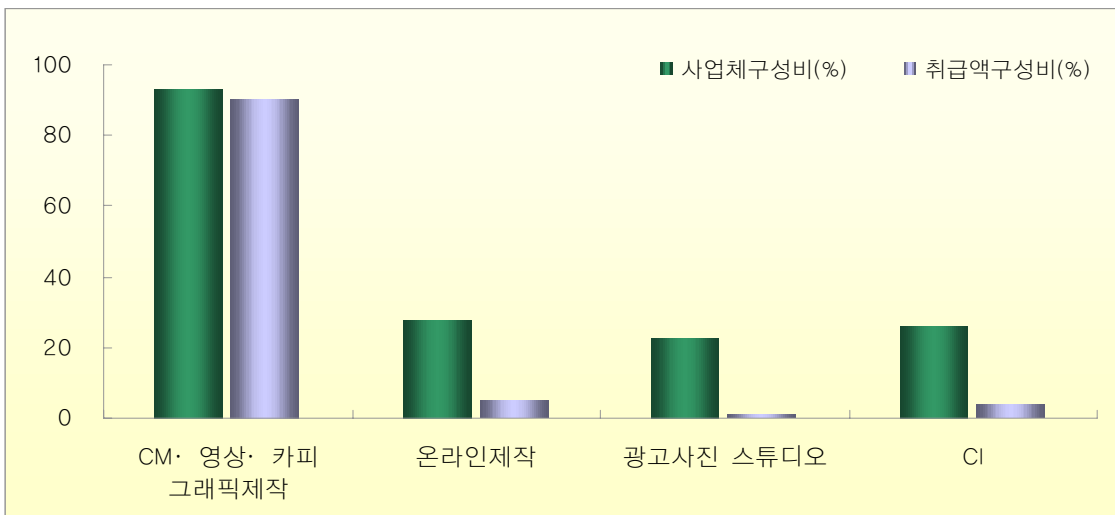
대형업체에서 광고제작업을 하는 사업체수는 61개, 총 취급액은 4,809억원, 평균취급액은 76억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 61.0%, 취급액 8.2% 이다.

광고제작업을 4개 세부업종(CM·영상·카피·그래픽제작, 온라인제작, 광고사진 스튜디오, CI)으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 CM·영상·카피·그래픽제작을 하는 사업체가 57개 93.4%로 가장 많으며, 취급액은 CM·영상·카피·그래픽제작 업종이 4,332억원 90.1%로 대부분을 차지한다. 사업체당 평균 취급액도 CM·영상·카피·그래픽제작 업종이 76억원으로 가장 높다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,828개 중 대형업체 & 광고제작업은 61개 1.3%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 광고제작업은 61.0%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 사업체 864개 중 대형업체는 7.1%의 비중을 차지한다.

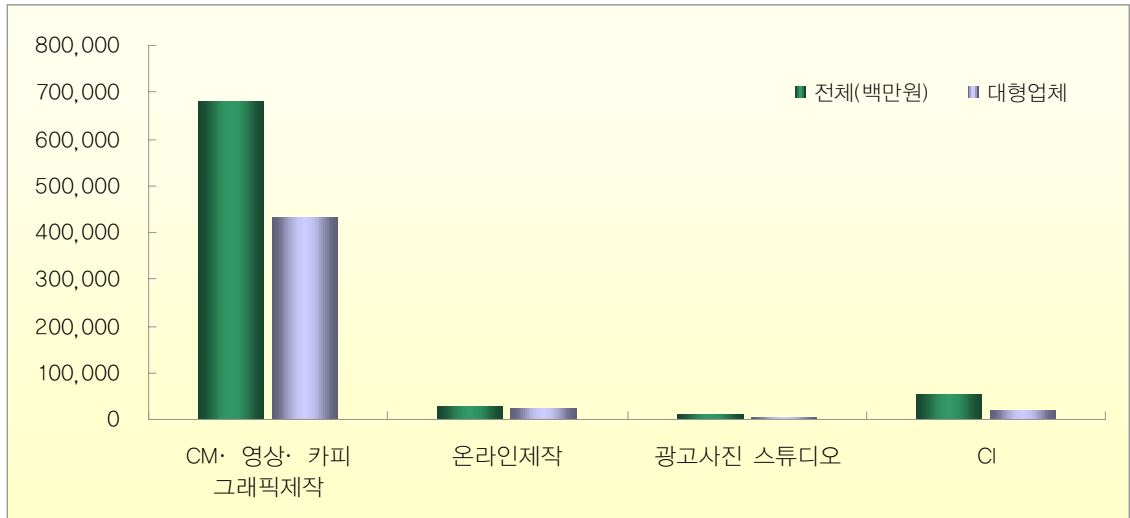
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 4,178억원 중 대형업체 & 광고제작업은 4,809억원 5.7%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 8,444억원 중 광고제작업은 8.2%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 취급액 7,797억원 중 대형업체는 61.7%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형)



CM·영상·카피·그래픽제작은 사업체 57개 93.4%, 취급액 4,332억원 90.1%, 온라인제작은 사업체 17개 27.9%, 취급액 238억원 4.9%, 광고사진스튜디오는 사업체 14개 23.0%, 취급액 43억원 0.9%, CI는 사업체 16개 26.2%, 취급액 196억원 4.1%로 나타났다.

그림 1-2-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, CM·영상·카피·그래픽제작은 전체 6,822억원 중 대형업체에서 4,332억원 63.5%를 차지하고, 온라인제작은 전체 303억원 중 대형업체에서 238억원 78.5%를 차지하고, 광고사진 스튜디오는 전체 140억원 중 대형업체에서 43억원 30.5%를 차지하고, CI는 전체 532억원 중 대형업체에서 196억원 36.9%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	50	82.0	471,042	97.9	9,421
	부산	3	4.9	1,972	0.4	657
	대구	4	6.6	6,282	1.3	1,570
	광주	2	3.3	512	0.1	256
	대전	1	1.6	877	0.2	877
	전라북도	1	1.6	233	0.0	233
전체		61	100.0	480,918	100.0	7,884

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 50개 82.0%로 가장 높게 나타났고, 대구 4개 6.6%, 부산 3개 4.9%, 광주 2개 3.3%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 4,710억원 97.9%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 63억원 1.3%, 부산 20억원

0.4%, 대전 8.8억원 0.2%의 순으로 나타났다.

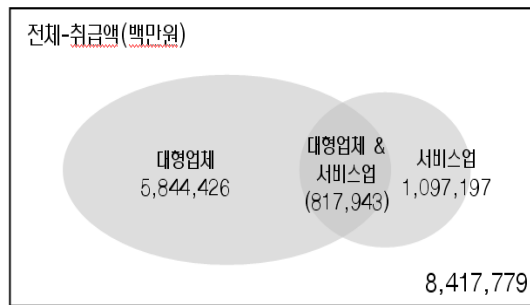
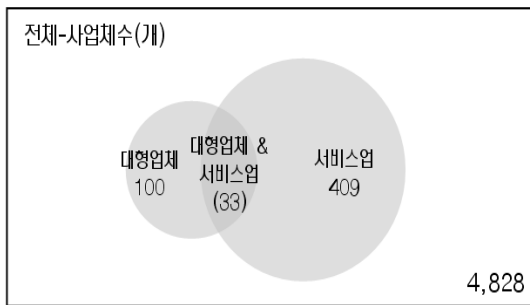
평균취급액은 서울 94.2억원, 대구 15.7억원, 대전 8.8억원의 순으로 나타났다.

### 1.2.3. 서비스

표 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형)

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
마케팅·리서치	19	57.6	52,494	6.4	2,763
PR	17	51.5	54,451	6.7	3,203
SP	버스	18	65,136	8.0	3,619
	지하철	18	67,346	8.2	3,741
	고속철	18	56,518	6.9	3,140
	극장	19	65,858	8.1	3,466
	기타	16	74,117	9.1	4,632
	전체	20	60.6	328,974	40.2
이벤트	23	69.7	344,109	42.1	14,961
Space Design	15	45.5	37,914	4.6	2,528
전체	33	100.0	817,943	100.0	24,786
(전체)*	(26)	(100.0)	(488,968)	(100.0)	(18,806)

\* SP를 제외한 서비스업 취급액



대형업체에서 서비스업을 하는 사업체수는 100개, 총 취급액은 8,179억원, 평균취급액은 248억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 33.0%, 취급액 14.0% 이다.

서비스업을 5개(마케팅·리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design)의 세부업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 이벤트 23개 69.7%, SP 20개 60.6%, 마케팅·리서치 19개 57.6%순으로 나타나고, 취급액은 이벤트 3,441억원 69.7%, SP 3,289억원 60.6%, PR 544억원 51.5% 순으로 나타났다. 평균취급액은 SP 165



억원, 이벤트 150억원, PR 32억원 순으로 높게 나타났다.

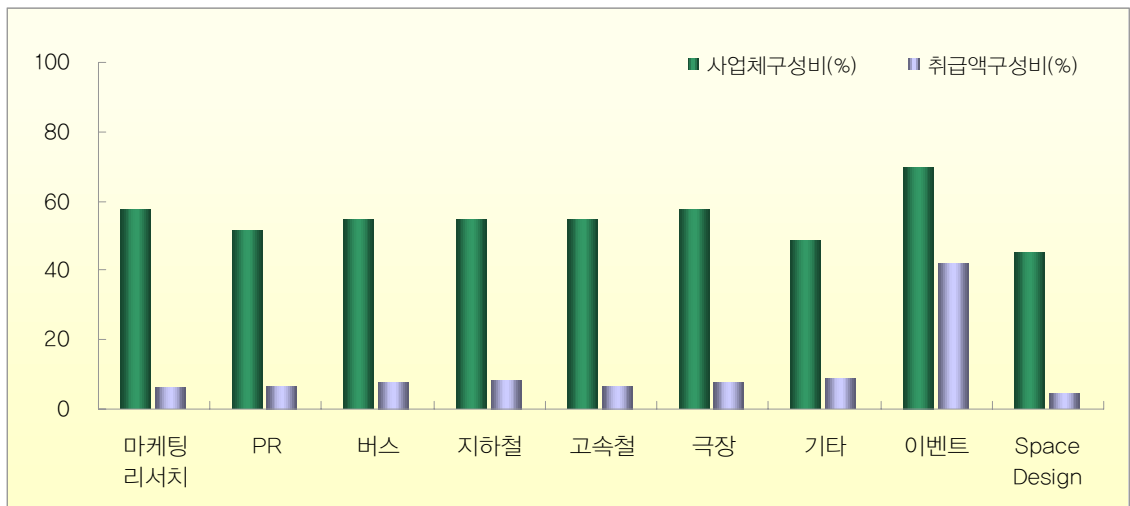
일반업체를 포함한 서비스업 전체와 비교하면, 사업체수는 전체가 이벤트, SP, PR 순으로 높았으나 대형 업체는 이벤트, SP, 마케팅·리서치 순으로 높게 나타나는 차이를 보였지만, 취급액은 전체와 대형업체가 이벤트, SP, PR 순으로 높게 나타났다.

SP 업종을 세분하면, 극장 광고업이 19개 658억원, 버스 18개 651억원, 지하철 18개 673억원, 고속철 광고업 18개 565억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 1,184개 중 대형업체 & 서비스업은 33개 2.8%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 서비스업은 33개 33.0%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 사업체 409개 중 대형업체는 33개 8.1%의 비중을 차지한다.

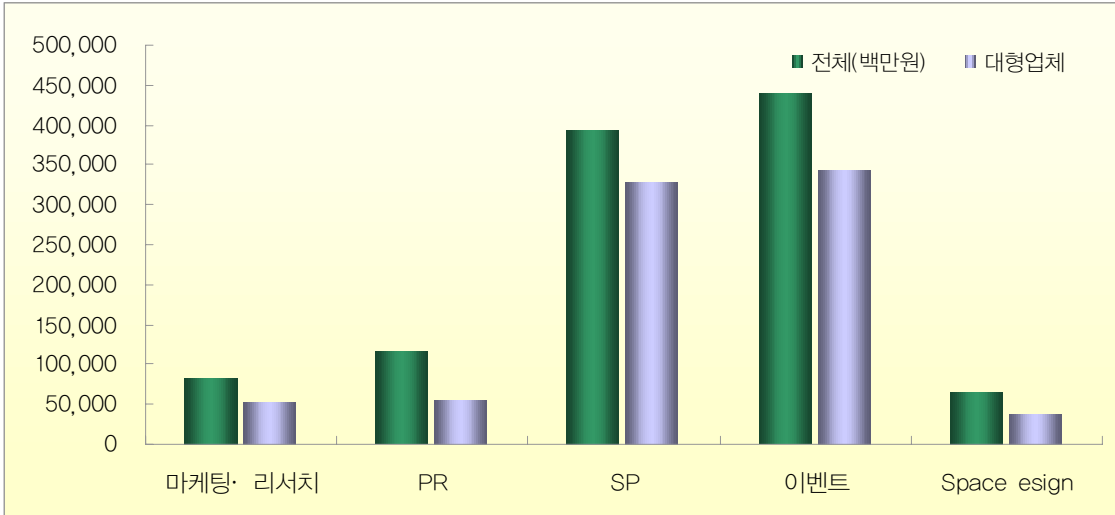
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 4,178억원 중 대형업체 & 서비스업은 8,179억원 9.7%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 8,444억원 중 서비스는 14.0%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 취급액 1조 972억원 중 대형업체는 74.5%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형)



마케팅·리서치는 사업체 19개 57.6%, 취급액 525억원 6.4%, PR은 사업체 17개 51.5%, 취급액 545억원 6.7%, SP는 사업체 20개 60.6%, 취급액 3,289억원 40.2%, 이벤트 사업체 23개 69.7%, 취급액 3,441억원 42.1%, Space Design 사업체 15개 45.5%, 취급액 379억원 4.6%로 나타났다. SP의 세부업종을 살펴보면, 버스는 사업체 18개 54.5%, 취급액 651억원 19.8%, 지하철은 사업체 18개 54.5%, 취급액 673억원 20.5%, 고속철은 사업체 18개 54.5%, 취급액 565억원 17.2%, 극장은 사업체 19개 57.6%, 취급액 658억원 20.0%, 기타는 사업체 16개 48.5%, 취급액 741억원 22.5%로 나타났다.

그림 1-2-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 마케팅·리서치는 전체 821억원 중 대형업체에서 525억원 63.9%를 차지하고, PR은 전체 1,161억원 중 대형업체에서 545억원 46.9%를 차지하고, SP은 전체 3,931억원 중 대형업체에서 3,290억원 83.7%를 차지하고, 이벤트는 전체 4,405억원 중 대형업체에서 3,441억원 83.7%를 차지하고, Space Design은 전체 654억원 중 대형업체에서 379억원 57.9%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-10 >> 지역별 서비스업 취급액(대형)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	27	81.8	813,563	99.5	30,132
	부산	1	4.0	1,097	0.1	1,097
	대구	4	12.1	3,143	0.4	786
	대전	1	3.0	140	0.0	140
전체		33	100.0	817,943	100.0	24,786

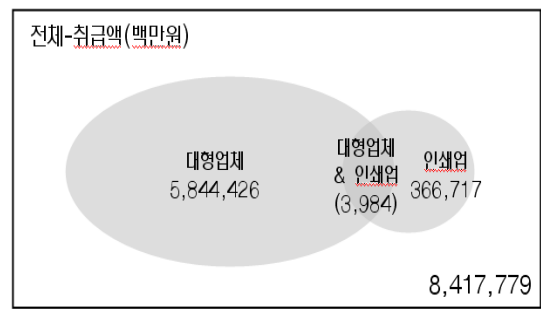
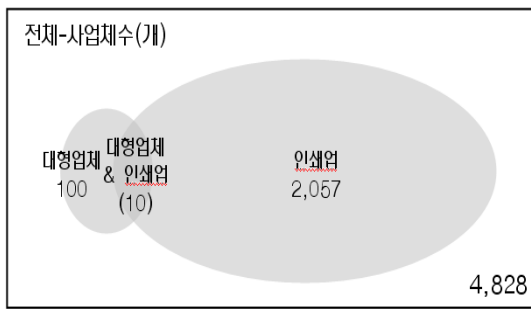
지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 27개 81.8%로 가장 높게 나타났고, 대구 4개 12.1%, 부산 1개 4.0%의 순으로 나타났고, 취급액은 서울이 8,136억원 99.5%로 가장 높게 나타났고, 대구 31억원 0.4%, 부산 11억원 0.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 301억원, 부산 11억원, 대구 8억원의 순으로 나타났다.

## 1.2.4. 인쇄

표 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
인쇄	8	80.0	3,621	90.9	453
제판	7	70.0	363	9.1	52
전체	10	100.0	3,984	100.0	40



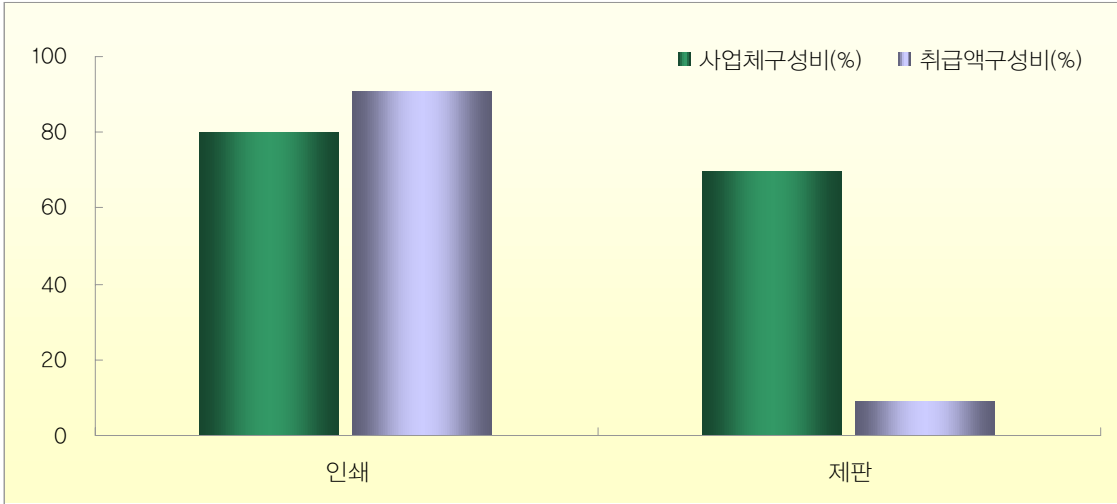
대형업체에서 인쇄업을 하는 사업체수는 8개, 총 취급액은 36.2억원, 평균취급액은 4.5억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 8.0%, 취급액 6.8% 이다.

대형업체의 인쇄업을 2개(인쇄, 제판)의 세부업종으로 구분하면, 사업체수는 인쇄업이 8개 80%, 제판업이 7개 70%이며, 취급액은 인쇄 36.2억원 90.9%, 제판 3.6억원 9.1%이며, 사업체당 평균 취급액은 인쇄 4.5억원, 제판 4천만원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,828개 중 대형업체 & 인쇄업은 8개 0.2%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 인쇄업은 8개 8.0%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 사업체 2,057개 중 대형업체는 8개 0.4%의 비중을 차지한다.

취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 4,178억원 중 대형업체 & 인쇄업은 40억원 0.04%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 8,444억원 중 인쇄업은 40억원 0.07%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 취급액 3,667억원 중 대형업체는 40억원 1.1%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(대형)



인쇄는 사업체 8개 88.9%, 취급액 36.2억원 90.9%, 제판은 사업체 7개 77.8%, 취급액 3.6억원 9.1%로 나타났다.

전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 인쇄는 전체 3,125억원 중 대형업체에서 36.2억원 1.2%를 차지하고, 제판은 전체 542억원 중 대형업체에서 3.6억원 0.7%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-12 >> 지역별 인쇄업 취급액(대형)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	7	70.0	3,879	97.4	554
	부산	1	10.0	34	0.9	34
	대구	2	20.0	71	1.8	36
전체		10	100.0	3,984	100.0	398

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 7개 70%로 가장 높게 나타났고, 대구 2개 20%, 부산은 1개 10%의 순으로 나타났다.

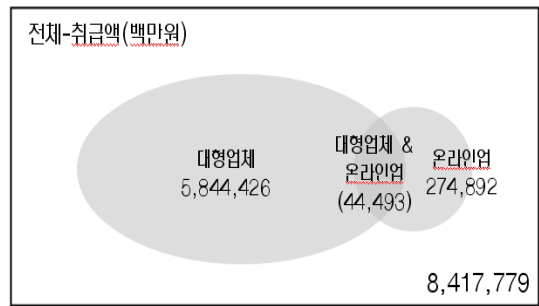
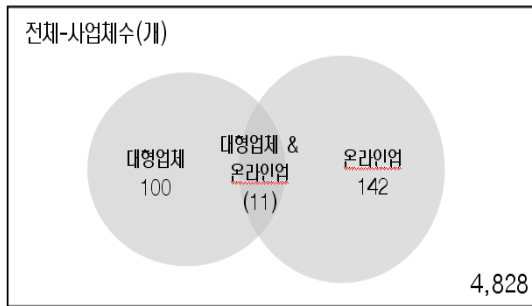
지역별로 취급액은 서울이 38.8억원 97.4%로 나타났고, 대구 0.7억원 1.8%, 부산 0.3억원 0.9%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 5.5억원, 대구 0.4억원, 부산 0.3억원의 순으로 나타났다.

### 1.2.5. 온라인

표 1-2-13 >> 온라인 업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고대행	7	63.6	20,836	46.8	2,977
매체대행	3	27.3	926	2.1	309
광고제작	4	36.4	548	1.2	137
기타	3	27.3	22,183	49.9	7,394
전체	11	100.0	44,493	100.0	4,045



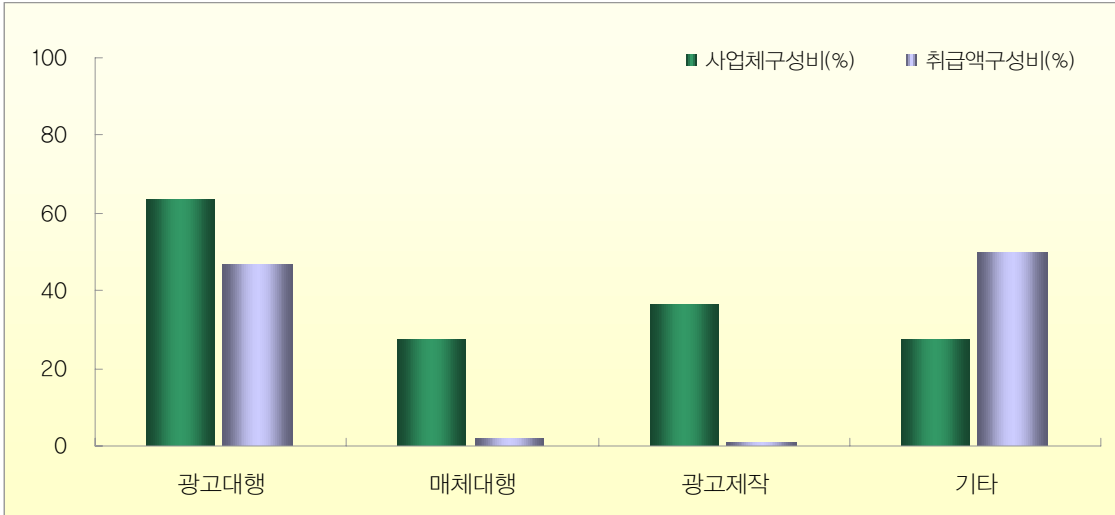
대형업체에서 온라인업종을 하는 사업체수는 11개, 총 취급액은 445억원, 평균취급액은 41억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 11.0%, 취급액 0.7% 이다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고대행 7개 63.6%, 광고제작 4개 36.4%, 매체대행 3개 27.3%, 기타 3개 27.3% 순으로 나타났고, 취급액은 기타 222억원 49.9%, 광고대행 208억원 46.8%, 매체대행 9.3억원 2.1%, 광고제작 5.5억원 1.2% 순으로 나타났다.

일반업체를 포함한 전체 온라인업종과 비교하면, 사업체수는 전체가 광고대행 56.9%, 매체대행 19.6%, 광고기획·전략대행 15.7%, 광고제작 32.4%, 기타 34.3%이었으나 대형업체는 광고대행과 매체대행 비중이 높아져 각각 63.6%, 27.3%로 나타났다. 취급액은 전체가 광고대행 37.5%, 기타 23.3%, 매체대행 18.7%의 비중이었으나 대형업체는 광고대행 46.8%, 기타 49.9%가 대부분의 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 기타 74억원, 광고대행 30억원, 매체대행 3.1억원, 광고제작 1.4억원 순으로 기타 업종이 높게 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,828개 중 대형업체 & 기타업은 11개 0.2%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 온라인업은 11개 11.0%의 비중을 차지하고, 온라인업의 전체 사업체 142개 중 대형업체는 11개 7.7%의 비중을 차지한다.

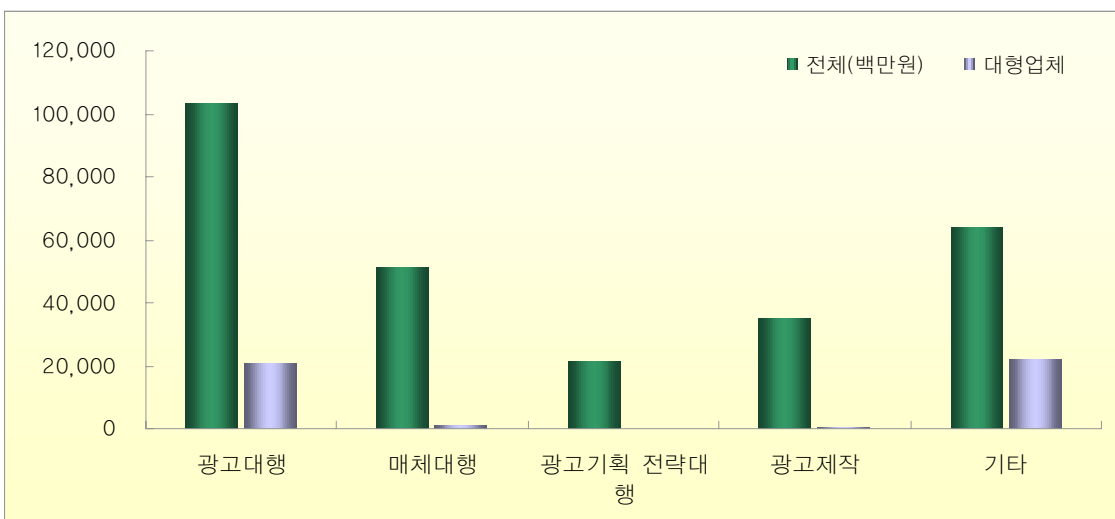
그림 1-2-12 >> 온라인 세부업종별 취급액(대형)



취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 4,178억원 중 대형업체 & 온라인업은 445억원 0.5%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 8,444억원 중 온라인은 0.7%의 비중을 차지하고, 온라인업의 전체 취급액 2,749억원 중 대형업체는 16.2%의 비중을 차지한다.

광고대행은 사업체 7개 77.8%, 취급액 208억원 46.8%, 매체대행은 사업체 3개 33.3%, 취급액 9.3억원 2.1%, 광고제작은 사업체 4개 44.4%, 취급액 5.5억원 1.2%, 기타는 사업체 3개 33.3%, 취급액 222억원 49.9%로 나타났다.

그림 1-2-13 >> 온라인 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행은 전체 1,031억원 중 대형 업체에서

208억원 20.2%, 매체대행은 전체 514억원 중 대형 업체에서 9.3억원 1.8%, 광고제작은 전체 350억원 중 대형 업체에서 5.5억원 1.5%, 기타는 전체 640억원 중 대형 업체에서 222억원 34.7%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-14 >> 지역별 온라인업 취급액(대형)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	10	90.9	44,472	100.0	4,447
	광주	1	9.1	21	0.0	21
전체		11	100.0	44,493	100.0	4,045

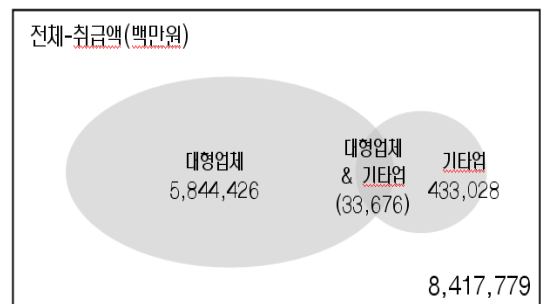
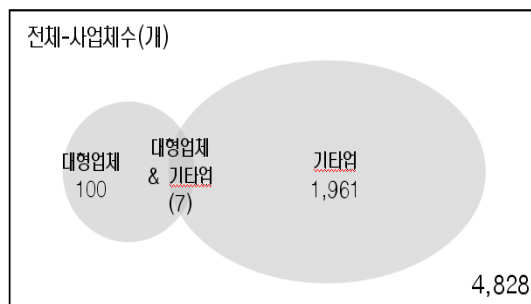
지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 10개 90.9%로 가장 높게 나타났고, 광주 1개 9.1%의 순으로 나타났다. 지역별로 취급액은 서울이 445억원 99.9%로 거의 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

평균취급액은 서울 44.5억원, 광주 0.2억원의 순으로 나타났다.

## 1.2.6. 기타

표 1-2-15 >> 기타 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액
광고물 기획편집	4	57.1	7,539	22.4	1,885
장비취급 등 기타	3	42.9	26,137	77.6	8,712
전체	7	100.0	33,676	100.0	4,811



광고관련 기타업종은 광고물 기획·편집, 장비취급 등의 업종이다. 대형업체에서 기타업종을 하는 사업체수는 7개, 총 취급액은 337억원, 평균취급액은 48억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 7.0%, 취급액 0.6% 이다.

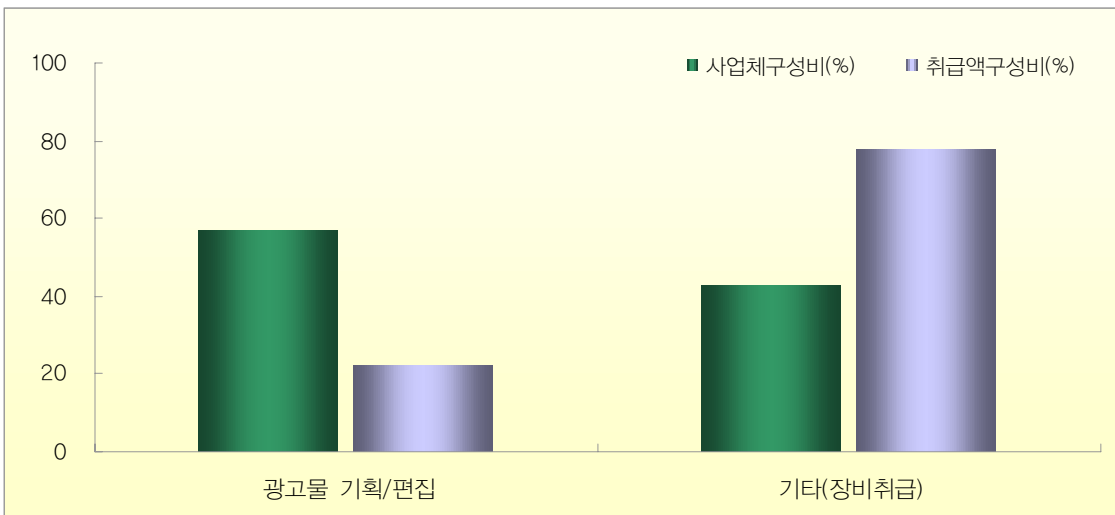
세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고물 기획·편집 4개 57.1%, 장비취급 등 기타 업종이 3개 42.9%로 나타났고, 취급액은 광고물 기획·편집업 75억원 22.4%, 장비취급 등 기타 업종 261억원 77.6%로 광고물 기획·편집보다 장비취급 등 기타 부문의 비중이 더 높게 나타났다. 따라서, 사업체당 평균 취급액은 광고물 기획·편집 19억원 보다 장비취급 등 기타 업종이 87억원으로 약 4.6배 높게 나타났다.

일반업체를 포함한 전체 기타업종과 비교하면, 사업체수는 전체가 광고물 기획·편집 96.8%, 장비취급 등 기타 41.1%이었으나 대형업체는 광고물 기획·편집 비중이 낮아져 57.1%로 나타났고, 장비취급 등 기타 비중은 높아져 42.9%로 나타났다. 취급액은 전체가 광고물 기획·편집 84.5%, 장비취급 등 기타 15.5%의 비중이었으나 대형업체는 반대로 광고물 기획·편집 비중 22.4% 보다 장비취급 등 기타 비중 77.6%이 높게 나타났다. 따라서 사업체당 평균 취급액은 광고물 기획·편집 19억원 보다 장비취급 등 기타 업종이 87억원으로 높게 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,828개 중 대형업체 & 기타업은 9개 0.2%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 기타업은 7개 7.0%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 사업체 1,961개 중 대형업체는 7개 0.4%의 비중을 차지한다.

취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 4,177억원 중 대형업체 & 기타업은 337억원 0.4%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 8,444억원 중 기타업은 0.6%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 취급액 4,330억원 중 대형업체는 7.8%의 비중을 차지한다.

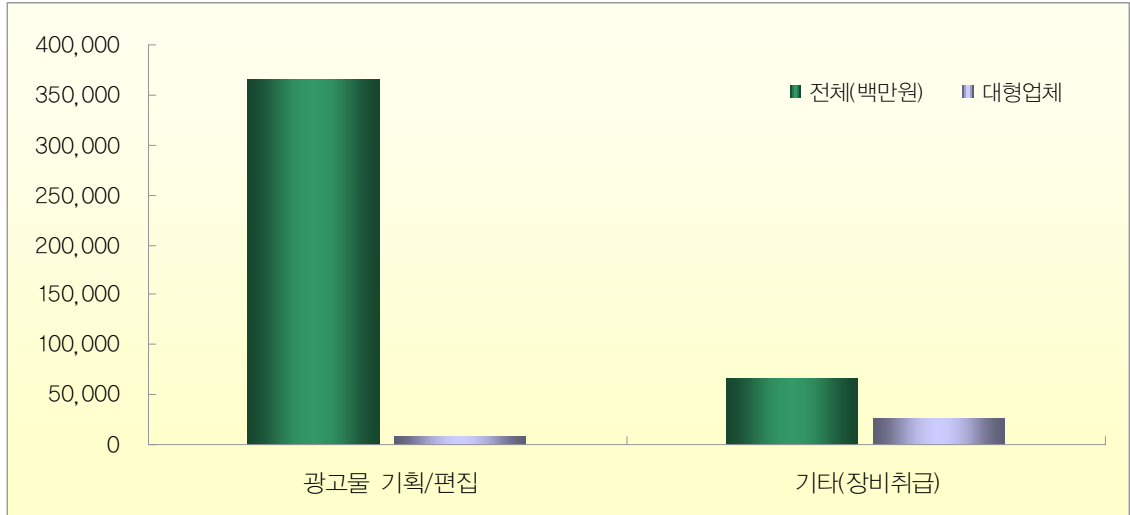
그림 1-2-14 >> 기타 세부업종별 취급액(대형)



광고물 기획편집은 사업체 4개 57.1%, 취급액 75억원 22.4%, 장비취급 등 기타는 사업체 3개 42.9%, 취급액 261억원 77.6%로 나타났다.



그림 1-2-15 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고물 기획편집은 전체 4,330억원 중 대형업체에서 75억원 1.7%를 차지하고, 장비취급 등 기타는 전체 672억원 중 대형업체에서 261억원 38.8%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-16 >> 지역별 기타업 취급액(대형)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	5	71.4	33,299	98.9	6,660
	대구	1	14.3	139	0.4	139
	광주	1	14.3	238	0.7	238
전체		7	100.0	33,676	100.0	4,811

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 5개 71.4%로 가장 높게 나타났고, 대구와 광주는 1개 14.3%의 순으로 나타났다. 지역별로 취급액은 서울이 333억원 98.9%로 나타났고, 광주 2.4억원 0.7%, 대구 1.4억원 0.4%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 66.6억원, 광주 2.4억원, 대구 1.4억원의 순으로 나타났다.

### 1.3. 일반

표 1-3-1 >> 광고업종별 취급액(일반)

업종	사업체수(개소)*	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고(종합)대행	1,223	25.9	1,002,837	39.0	820
(광고(종합)대행)**	(1,277)	(27.0)	(1,199,617)	(46.6)	(939)
광고제작	803	17.0	298,778	11.6	372
서비스	376	7.9	279,254	10.9	744
(서비스)***	(286)	(6.0)	(215,166)	(8.4)	(752)
인쇄	2,047	43.3	362,733	14.1	177
온라인	131	2.8	230,399	9.0	1,759
기타	1,952	41.3	399,352	15.5	205
전체	4,728	100.0	2,573,354	100.0	544

\*사업체수는 한 사업체가 여러 업종을 동시에 하는 경우도 있어서 사업체수와 구성비 합은 100% 이상임

\*\* 온라인 광고대행·매체대행과 SP를 합산한 광고(종합)대행업 취급액 (2005 광고산업통계조사 기준)

\*\*\* SP를 제외한 서비스업 취급액 (2005 광고산업통계조사 기준)

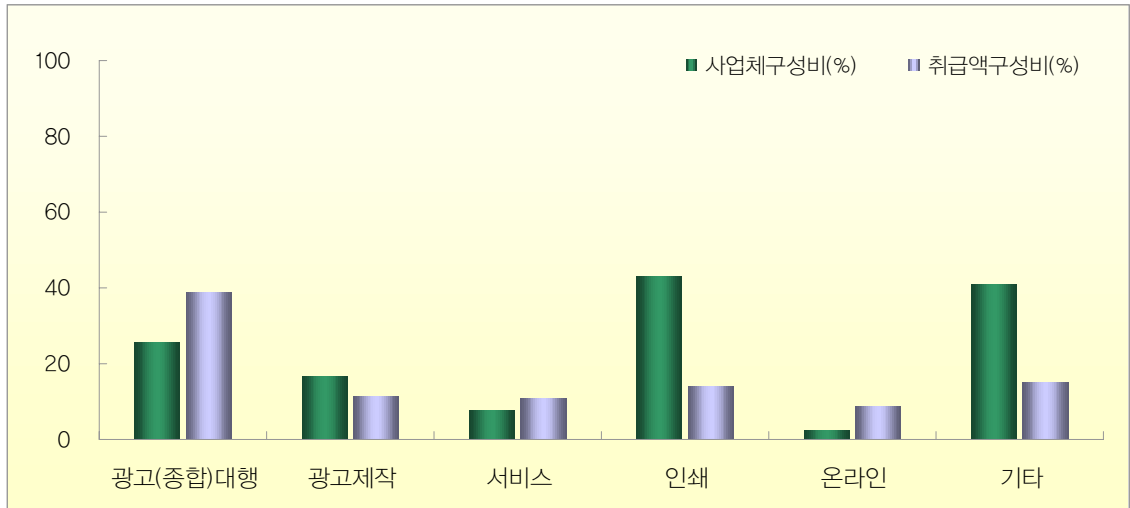
전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 업체를 구분하여 따로 살펴보면, 사업체수는 4,728개 97.9%, 취급액 기준 전체 규모는 2조 5,734억원으로 전체의 30.5%를 차지하고 있다.

사업체수를 업종별로 구분하면 인쇄를 하는 사업체가 2,047개 43.3%로 가장 높게 나타났고, 기타 1,952개 41.3%, 광고(종합)대행 1,223개 25.9%, 광고제작 803개 17.0%, 서비스 376개 7.9%, 온라인 131개 2.8%로 나타났다.

취급액을 업종별로 구분하면, 광고(종합)대행업이 1조 28억원 39.0%로 가장 높게 나타났고, 기타 3,994억원 15.5%, 인쇄 3,627억원 14.1%, 광고제작 2,988억원 11.6%, 서비스 2,793억원 10.9%, 온라인 2,304억원 9.0%의 순으로 나타났다.

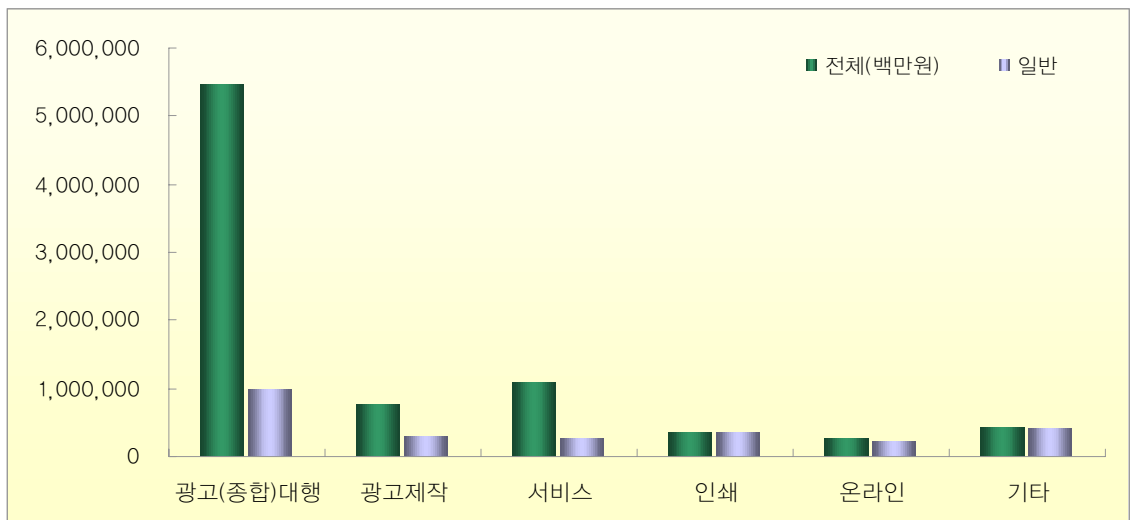
일반업체의 사업체당 평균취급액은 5.4억원이다. 업종별로 구분하면, 온라인 17.6억원, 광고(종합)대행 8.2억원, 서비스 7.4억원, 광고제작 3.7억원, 기타 2.1억원, 인쇄 1.8억원 순으로 나타났다.

그림 1-3-1 >> 광고 업종별 취급액(일반)



광고(종합)대행은 사업체 1,223개 25.9%, 취급액 1조 28억원 39.0%, 광고제작은 사업체 803개 17.0%, 취급액 2,988억원 11.6%, 서비스는 사업체 376개 7.9%, 취급액 2,793억원 10.9%, 인쇄는 사업체 2,047개 43.3%, 취급액 3,627억원 14.1%, 온라인은 사업체 131개 2.8%, 취급액 2,304억원 9.0%, 기타는 사업체 1,952개 41.3%, 취급액 3,994억원 15.5%로 나타났다.

그림 1-3-2 >> 광고 업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행업은 전체 5조 4,662억원 중 일반업체에서 1조 28억원 18.3%를 차지하고, 광고제작은 전체 7,797억원 중 일반업체에서 2,988억원 38.3%를 차지하고, 서비스는 전체 1조 972억원 중 일반업체에서 2,793억원 25.4%를 차지하고, 인쇄는 전체 3,667억원 중 일반업체에서 3,627억원 99.9%를 차지하고, 온라인은 전체 2,749억원 중 일반업체에서 2,304억원 83.8%기타는 전체 4,330억원 중 일반업체에서 3,994억원 92.2%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-2 >> 지역별 광고업 취급액(일반)

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
지역	서울	1,904	40.3	1,999,277	77.7	1,050
	부산	528	11.2	144,845	5.6	274
	대구	509	10.8	112,192	4.4	220
	인천	32	0.7	5,280	0.2	166
	광주	329	7.0	57,757	2.2	176
	대전	198	4.2	34,663	1.3	175
	울산	36	0.8	5,851	0.2	164
	경기도	399	8.4	98,214	3.8	246
	강원도	145	3.1	21,517	0.8	148
	충청북도	52	1.1	6,851	0.3	133
	충청남도	50	1.1	4,731	0.2	95
	전라북도	93	2.0	16,144	0.6	173
	전라남도	75	1.6	4,736	0.2	63
	경상북도	113	2.4	14,608	0.6	130
	경상남도	226	4.8	34,697	1.3	153
제주도	39	0.8	11,990	0.5	311	
전체	4,728	100.0	2,573,354	100.0	544	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,904개 40.3%로 가장 높게 나타났고, 부산 528개 11.2%, 대구 509개 10.8%, 경기도 399개 8.4%, 광주 329개 7.0%, 경상남도 226개 4.8%, 대전 198개 4.2%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 1조 9,993억원 77.7%로 나타났고, 부산 1,448억원 5.6%, 대구 1,122억원 4.4%, 경기도 982억원 3.8%, 광주 578억원 2.2%의 순으로 나타났다.

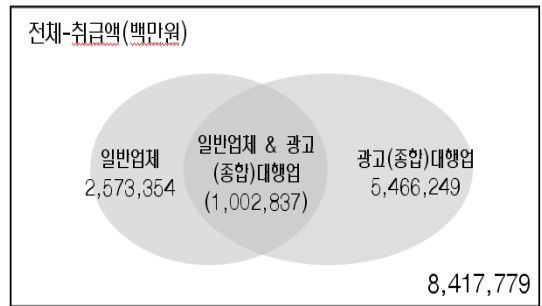
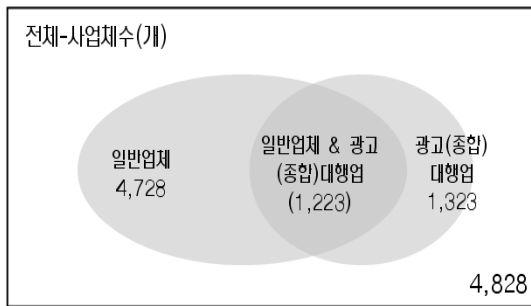
평균취급액은 서울 10.5억원, 제주도 3.1억원, 부산 2.7억원, 경기도 2.5억원, 대구 2.2억원, 광주 1.8억원, 대전 1.8억원, 전라북도 1.7억원의 순으로 나타났다.

### 1.3.1. 광고(종합)대행

표 1-3-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고대행·매체대행	1,084	88.6	945,448	94.3	872
(광고대행·매체대행)*	(1,247)	(97.7)	(1,142,228)	(95.2)	(916)
광고기획·전략대행	580	47.4	57,389	5.7	99
전체	1,223	100.0	1,002,837	100.0	820
(전체)*	(1,277)	(100.0)	(1,199,617)	(100.0)	(939)

\* 온라인 광고대행·매체대행과 SP를 합산한 광고(종합)대행업 취급액



광고(종합)대행업은 3개 세부업종(광고대행, 매체대행, 광고기획·전략대행)으로 구분할 수 있는데, 이 중 광고대행과 매체대행은 실제 조사에서 매체별 구분이 어려워 집계에서 합산처리 하였다.

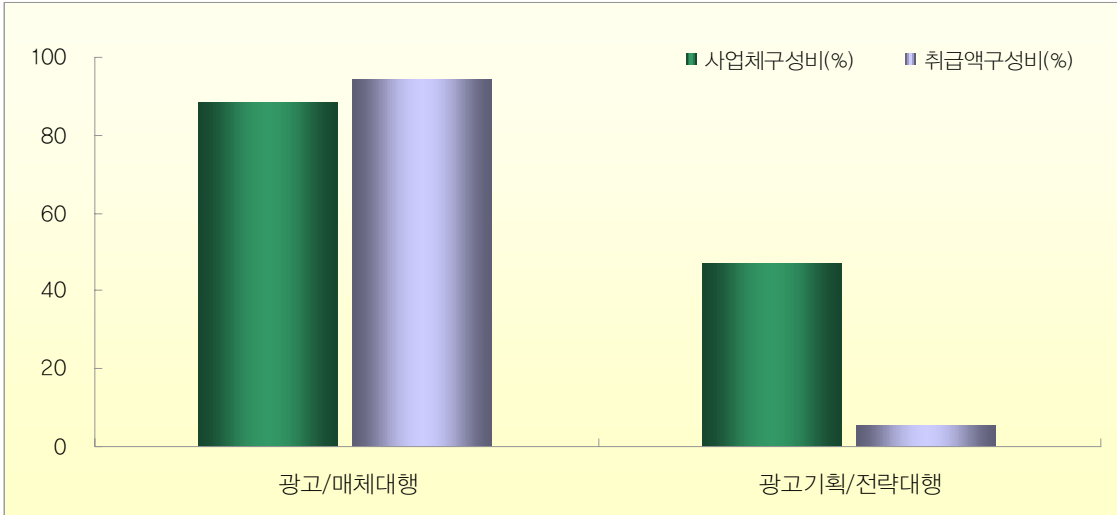
세부업종으로 살펴보면, 사업체수는 광고대행·매체대행이 1,084개 88.6%으로 대부분을 차지하며, 광고기획·전략대행은 580개 47.4%을 차지한다. 취급액은 광고대행·매체대행이 9,454억원 94.3%로 높게 나타났고, 광고기획·전략대행은 574억원 5.7%로 나타났다.

사업체당 평균 취급액은, 광고대행·매체대행은 8.7억원으로 나타났고, 광고기획·전략대행은 1억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,828개 중 일반업체 & 광고(종합)대행업은 1,233개 25.5%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,728개 중 광고(종합)대행업은 1,233개 26.1%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 사업체 1,323개 중 일반업체는 1,233개 93.2%의 비중을 차지한다.

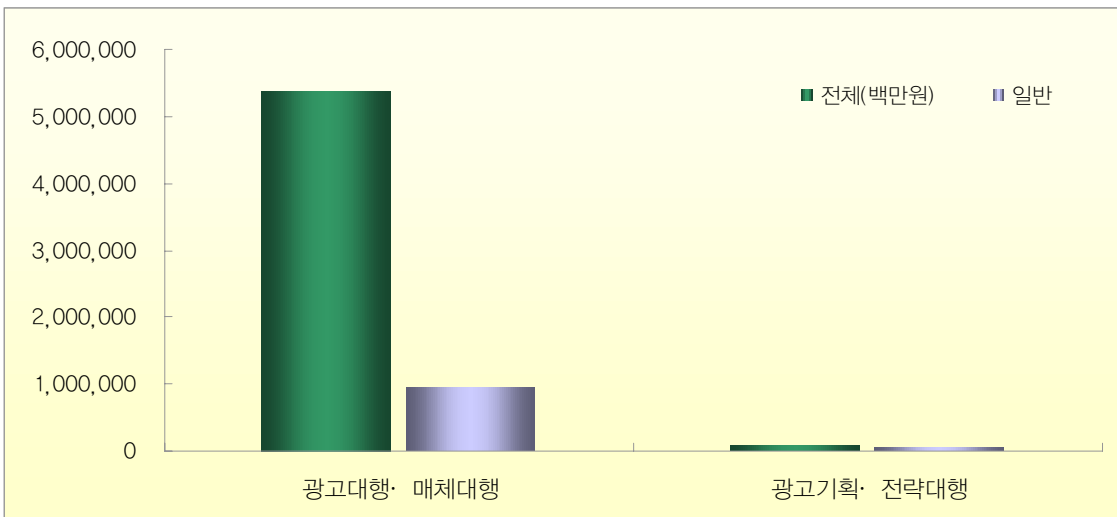
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 4,178억원 중 일반업체 & 광고(종합)대행업은 1조 28억원 11.9%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 2조 5,734억원 중 광고(종합)대행업은 1조 28억원 40.0%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 취급액 5조 4,662억원 중 대형업체는 1조 28억원 18.3%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반)



광고대행·매체대행은 사업체 1,084개 88.6%, 취급액 9,454억원 94.3%, 광고기획·전략대행은 사업체 580개 47.4%, 취급액 574억원 5.7%로 나타났다.

그림 1-3-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행·매체대행은 전체 5조 3,885억원 중 일반업체에서 9,454억원 17.5%를 차지하고, 광고기획·전략대행은 전체 777억원 중 일반업체에서 574억원 73.8%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액(일반)

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
지역	서울	660	53.9	842,162	84.0	1,276
	부산	53	4.3	28,096	2.8	531
	대구	83	6.8	34,304	3.4	412
	인천	7	0.5	1,535	0.2	231
	광주	88	7.2	22,343	2.2	254
	대전	25	2.1	11,179	1.1	441
	울산	15	1.2	2,118	0.2	146
	경기도	138	11.3	31,940	3.2	231
	강원도	40	3.3	7,124	0.7	178
	충청북도	21	1.7	2,071	0.2	97
	충청남도	5	0.4	1,412	0.1	282
	전라북도	26	2.1	5,890	0.6	231
	전라남도	22	1.8	1,245	0.1	57
	경상북도	13	1.1	1,538	0.2	115
	경상남도	26	2.1	9,498	0.9	371
	제주도	2	0.1	382	0.0	240
전체	1,223	100.0	1,002,837	100.0	820	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 660개 53.9%로 가장 높게 나타났고, 경기도 138개 11.3%, 광주 88개 7.2%, 대구 83개 6.8%, 부산 53개 4.3%, 강원도 40개 3.3%, 전라북도, 경상남도는 26개 2.1%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 8,422억원 84.0%로 나타났고, 대구 343억원 3.4%, 경기도 319억원 3.2%, 부산 281억원 2.8%, 광주 223억원 2.2%, 대전 112억원 1.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 12.8억원, 부산 5.3억원, 대전 4.4억원, 대구 4.1억원, 경상남도 3.7억원, 충청남도 2.8억원, 광주 2.5억원, 제주도 2.4억원의 순으로 나타났다.

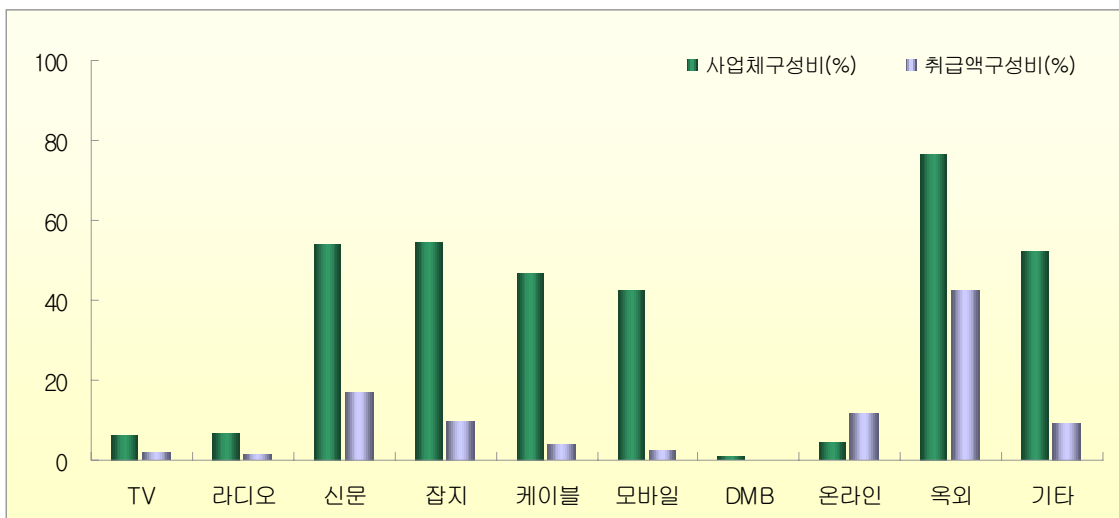
표 1-3-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(일반)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
4대매체	TV	81	6.5	22,059	1.9	273
	라디오	84	6.8	16,421	1.4	195
	신문	678	54.4	196,104	17.2	289
	잡지	680	54.5	113,081	9.9	166
뉴미디어	케이블	587	47.1	42,597	3.7	73
	모바일	527	42.2	28,005	2.5	53
	DMB	9	0.7	1,643	0.1	176
	온라인	55	4.4	132,692	11.6	2,413
옥외		954	76.5	481,970	42.2	505
기타		652	52.3	107,657	9.4	165
전체		1,247	100.0	1,142,228	100.0	916

일반업체 광고(종합)대행업종 광고대행·매체대행의 취급액 9,454억원을 매체별로 구분하면, 사업체수는 옥외 954개 76.5%로 가장 많고, 잡지 680개 54.5%, 신문 678개 54.4%, 기타 652개 52.3%, 케이블 587개 47.1%의 순으로 많이 나타났다. 취급액은 옥외 취급액이 4,820억원 42.2%로 가장 높으며, 신문 1,961억원 17.2%, 온라인 1,327억원 11.6%, 잡지 1,131억원 9.9%, 기타 1,077억원 9.4%의 순으로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

일반업체 광고대행·매체대행업 광고비를 다시 크게 구분하면, 영향력이 큰 주요4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고대행 취급액은 3,477억원으로 전체의 30.4%를 차지하며, 뉴미디어(케이블, 모바일, DMB, 온라인) 취급액은 2,049억원 17.9%, 옥외광고 4,820억원 42.2%, 기타 1,077억원 9.4%로 나눌 수 있다.

그림 1-3-5 >> 광고대행·매체대행 주요 매체별 취급액(일반)

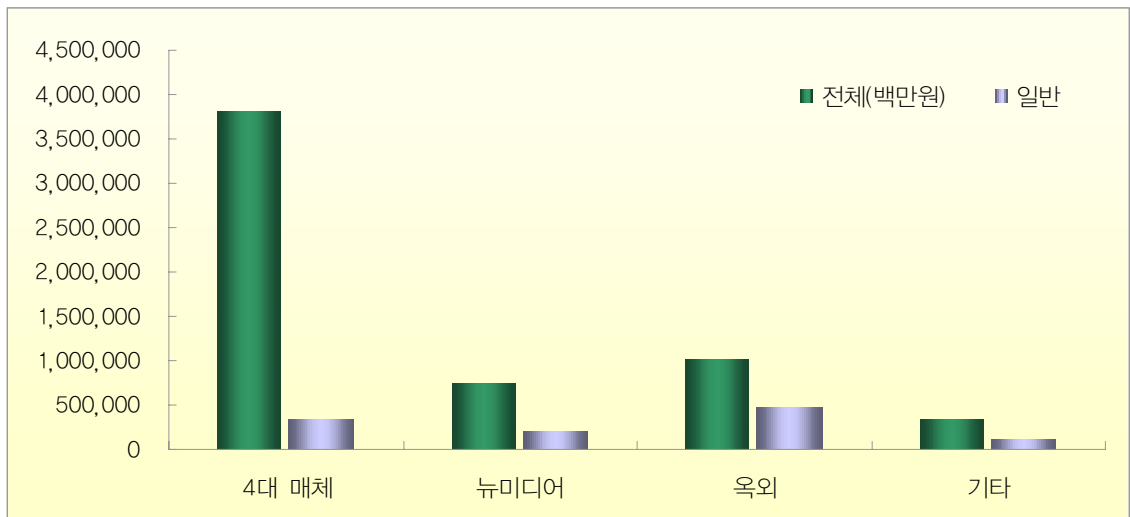




사업체당 평균 취급액은 온라인 24억원, 옥외 5.1억원, 신문 2.9억원, TV 2.7억원, 라디오 2.0억원의 순으로 나타났다.

4대매체의 TV는 사업체 81개 6.5%, 취급액 221억원 1.9%, 라디오는 사업체 84개 6.8%, 취급액 164억원 1.4%, 신문은 사업체 678개 54.4%, 취급액 1,961억원 17.2%, 잡지는 사업체 680개 54.5%, 취급액 1,131억원 9.9%로 나타났고, 뉴미디어의 케이블은 사업체 587개 42.2%, 취급액 426억원 3.7%, 모바일은 사업체 527개 42.2%, 취급액 280억원 2.5%, DMB는 사업체 9개 0.7%, 취급액 16억원 0.1%, 온라인은 사업체 55개 4.4%, 취급액 1,327억원 11.6%, 옥외는 사업체 954개 76.5%, 취급액 4,820억원 42.2%, 기타는 사업체 652개 52.3%, 취급액 1,077억원 9.4%로 나타났다.

그림 1-3-6 >> 광고대행·매체대행 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 4대매체는 전체 3조 8,156억원 중 일반업체에서 3,477억원 9.1%를 차지하고, 뉴미디어는 전체 7,605억원 중 일반업체에서 2,049억원 26.9%를 차지하고, 옥외는 전체 1조 137억원 중 일반업체에서 4,820억원 47.5%를 차지하고, 기타는 전체 3,463억원 중 일반업체에서 1,077억원 31.1%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-6 >> 지역별 광고대행·매체대행업의 취급액(일반)

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
지역	서울	712	57.1	991,308	86.8	1,392
	부산	49	4.0	17,561	1.5	356
	대구	84	6.8	33,510	2.9	397
	인천	7	0.5	1,528	0.1	230
	광주	90	7.2	21,330	1.9	238
	대전	22	1.8	11,660	1.0	532
	울산	14	1.1	2,023	0.2	145
	경기도	116	9.3	34,557	3.0	298
	강원도	40	3.2	7,054	0.6	177
	충청북도	20	1.6	2,009	0.2	102
	충청남도	7	0.5	1,476	0.1	224
	전라북도	23	1.8	5,885	0.5	258
	전라남도	22	1.7	1,229	0.1	57
	경상북도	14	1.2	1,652	0.1	115
	경상남도	26	2.1	9,066	0.8	354
	제주도	2	0.1	382	0.0	240
전체	1,247	100.0	1,142,228	100.0	916	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 712개 57.1%로 가장 높게 나타났고, 경기도 116개 9.3%, 광주 90개 7.2%, 대구 84개 6.8%, 부산 49개 4.0%, 경상남도 26개 2.1%의 순으로 나타났다.

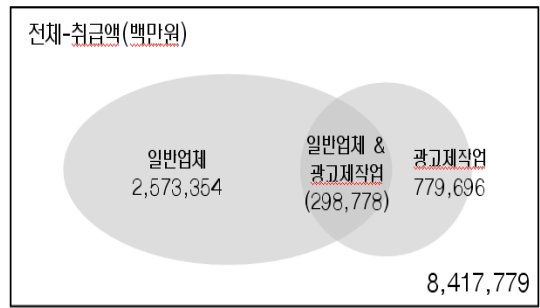
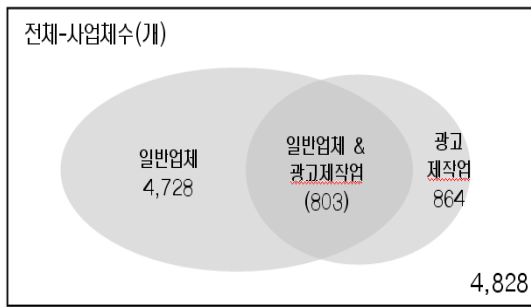
지역별로 취급액은 서울이 9,913억원 86.8%로 나타났고, 경기도 346억원 3.0%, 대구 335억원 2.9%, 광주 213억원 1.9%, 부산 176억원 1.5%, 대전 117억원 1.0%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 13.9억원, 대전 5.3억원, 대구 4.0억원, 부산 3.6억원, 경상남도 3.5억원, 경기도 3.0억원 순으로 나타났다.

### 1.3.2. 광고제작

표 1-3-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
CM·영상·카피·그래픽제작	642	80.0	248,995	83.3	388
온라인제작	328	40.9	6,509	2.2	20
광고사진 스튜디오	347	43.2	9,733	3.3	28
CI	415	51.7	33,541	11.2	81
전체	803	100.0	298,778	100.0	372



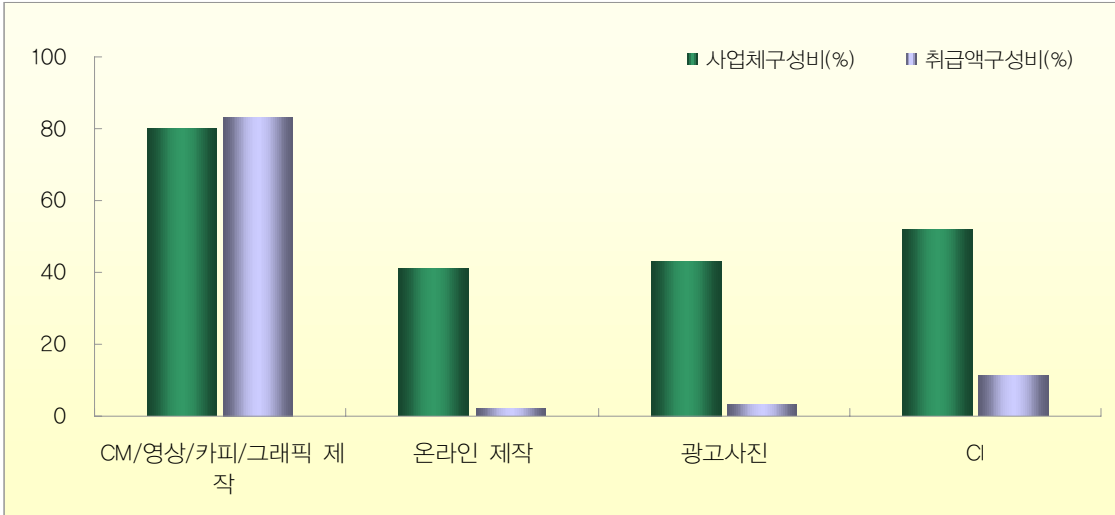
일반업체에서 광고제작업을 하는 사업체수는 803개, 총 취급액은 2,988억원, 평균취급액은 3.7억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 17.0%, 취급액 11.6% 이다.

광고제작업을 4개 세부업종(CM·영상·카피·그래픽제작, 온라인제작, 광고사진 스튜디오, CI)으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 CM·영상·카피·그래픽제작을 하는 사업체가 642개 80.0%로 가장 많으며 CI 415개 51.7%, 광고사진 스튜디오 347개 48.2%의 순으로 나타났고, CM·영상·카피·그래픽제작 취급액이 2,490억원 83.3%로 가장 높고, CI 335억원, 광고사진 스튜디오 97억원 3.3%의 순으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,828개 중 일반업체 & 광고제작업은 803개 16.6%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,728개 중 광고제작업은 803개 17.0%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 사업체 864개 중 일반업체는 803개 92.8%의 비중을 차지한다.

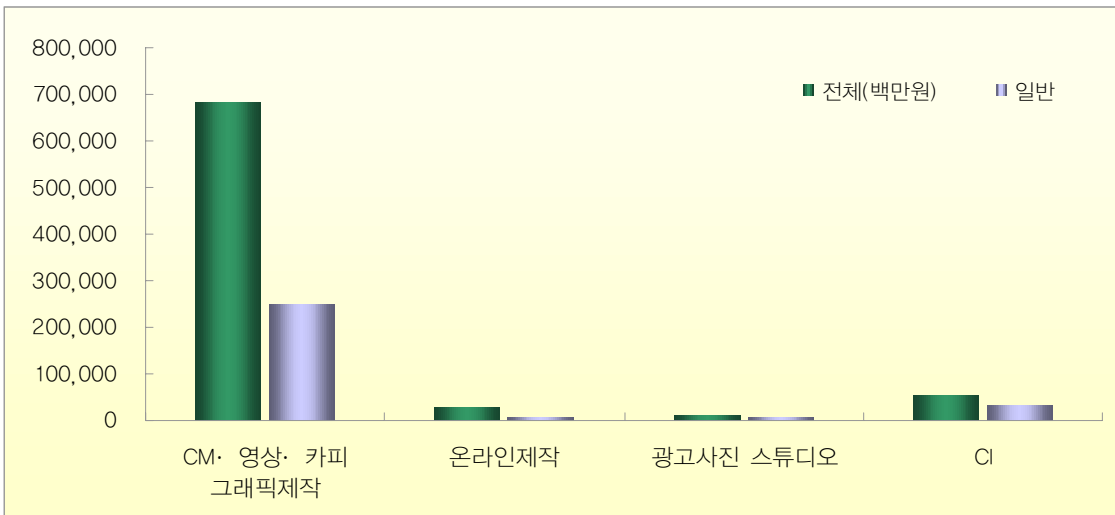
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 4,178억원 중 일반업체 & 광고제작업은 2,988억원 3.5%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 2조 5,733억원 중 광고제작업은 2,988억원 11.6%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 취급액 7,797억원 중 일반업체는 2,988억원 38.3%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반)



CM·영상·카피·그래픽제작은 사업체 642개 80%, 취급액 2,490억원 83.3%, 온라인제작은 사업체 328개 40.9%, 취급액 65억원 2.2%, 광고사진스튜디오는 사업체 347개 43.2%, 취급액 97억원 3.3%, CI는 사업체 415개 51.7%, 취급액 335억원 11.2%로 나타났다.

그림 1-3-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, CM·영상·카피·그래픽제작은 전체 6,822억원 중 일반업체에서 2,490억원 36.5%를 차지하고, 온라인제작은 전체 303억원 중 일반업체에서 65억원 21.5%를 차지하고, 광고사진 스튜디오는 전체 140억원 중 일반업체에서 97억원 69.4%를 차지하고, CI는 전체 532억원 중 일반업체에서 335억원 63.1%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반)

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
지역	서울	443	55.2	232,980	78.0	526
	부산	48	6.0	7,157	2.4	149
	대구	63	7.9	16,197	5.4	257
	인천	2	0.2	14	0.0	8
	광주	59	7.3	3,337	1.1	57
	대전	24	3.0	3,882	1.3	164
	울산	13	1.6	1,080	0.4	83
	경기도	43	5.3	19,289	6.5	450
	강원도	23	2.9	5,225	1.7	224
	충청북도	7	0.8	286	0.1	43
	충청남도	2	0.2	7	0.0	4
	전라북도	20	2.5	3,737	1.3	188
	전라남도	13	1.7	734	0.2	55
	경상북도	19	2.4	1,370	0.5	71
	경상남도	15	1.8	967	0.3	66
	제주도	10	1.2	2,516	0.8	260
전체	803	100.0	298,778	100.0	372	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 443개 55.2%로 가장 높게 나타났고, 대구 63개 7.9%, 광주 59개 7.3%, 부산 48개 6.0%, 경기도 43개 5.3%, 대전 24개 3.0%, 강원도 23개 2.9%의 순으로 나타났다.

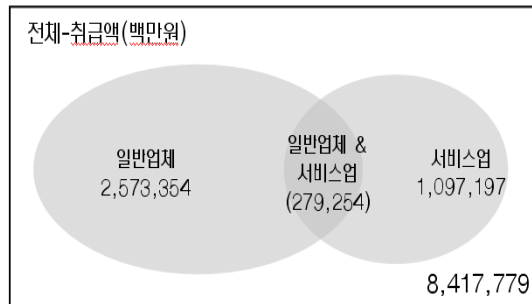
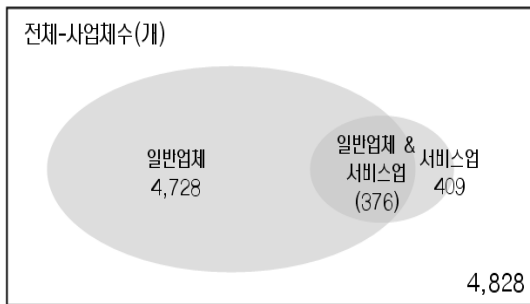
지역별로 취급액은 서울이 2,330억원 78.0%로 나타났고, 경기도 193억원 6.5%, 대구 162억원 5.4%, 부산 72억원 2.4%, 강원도 52억원 1.7%, 대전 39억원 1.3%, 전라북도 37억원 1.3%, 광주 33억원 1.1%의 순으로 나타났다. 평균취급액은 서울 5.3억원, 경기도 4.5억원, 제주도 2.6억원, 대구 2.6억원의 순으로 나타났다.

1.3.3. 서비스

표 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(일반)

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
마케팅 · 리서치	173	46.2	29,590	10.6	171
PR	203	54.0	61,640	22.1	304
SP	버스	177	9,743	3.5	55
	지하철	175	10,962	3.9	63
	고속철	134	1,131	0.4	8
	극장	163	8,412	3.0	52
	기타	183	33,840	12.1	185
	전체	200	53.2	64,088	22.9
이벤트	214	56.9	96,424	34.5	451
Space Design	198	52.7	27,513	9.9	139
전체	376	100.0	279,254	100.0	744
(전체)*	(286)	(100.0)	(215,166)	(100.0)	(752)

\* SP를 제외한 서비스업 취급액



일반업체에서 서비스업을 하는 사업체수는 376개, 총 취급액은 2,793억원, 평균취급액은 7.4억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 7.9%, 취급액 10.8% 이다.

서비스업을 5개(마케팅 · 리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design)의 세부업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 이벤트 214개 56.9%, PR 203개 54%, SP 200개 53.2%, Space Design 198개 52.7%, 마케팅 · 리서치 173개 46.2%순으로 나타나고, 취급액은 이벤트 964억원 34.5%, SP 641억원 22.9%, PR 616억원 22.1% 순으로 나타났다.

평균취급액은 이벤트 4.5억원, SP 3.2억원, PR 3.0억원 순으로 높게 나타났다.

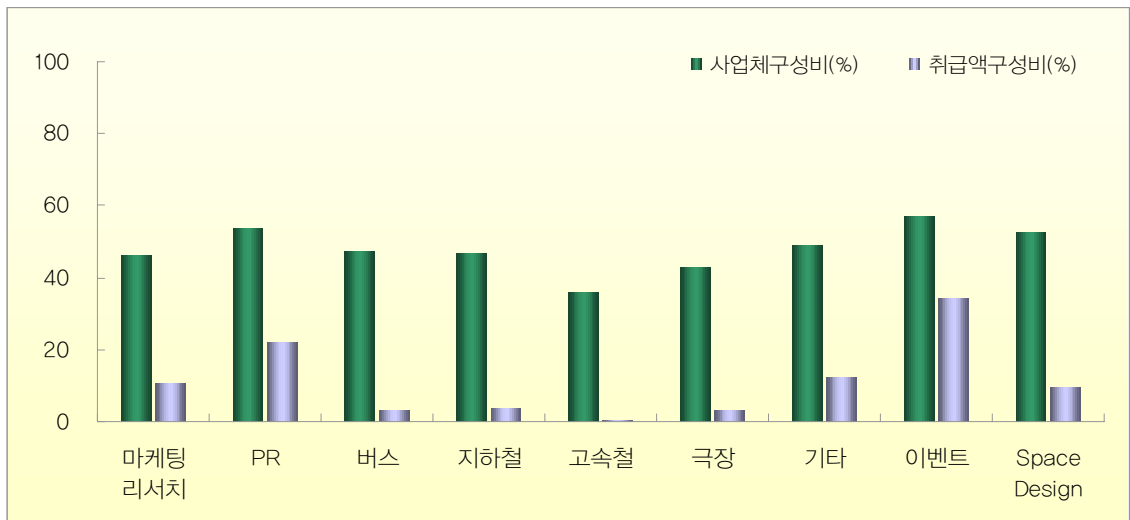
SP 업종을 세분하면, 기타 183개 338억원, 지하철 175개 109.6억원, 버스 광고업이 177개 97.4억원으로

SP 업종의 대부분을 차지한다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,828개 중 일반업체 & 서비스업은 376개 7.7%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,728개 중 서비스업은 376개 7.9%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 사업체 409개 중 일반업체는 376개 91.7%의 비중을 차지한다.

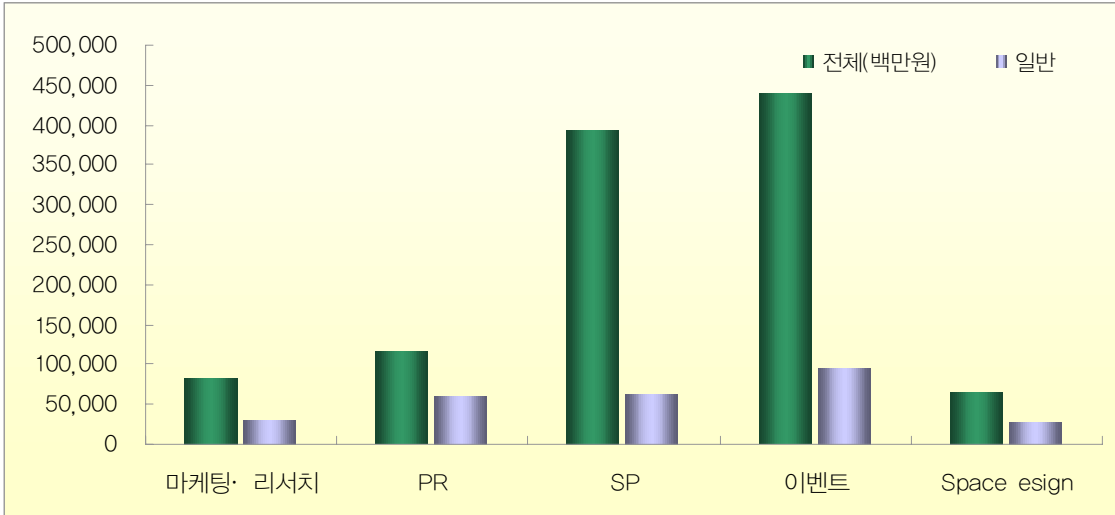
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 4,177억원 중 일반업체 & 서비스업은 2,793억원 3.3%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 2조 5,733억원 중 서비스는 10.8%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 취급액 1조 972억원 중 일반업체는 25.4%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(일반)



마케팅·리서치는 사업체 173개 46.2%, 취급액 296억원 10.6%, PR은 사업체 203개 54.0%, 취급액 616억원 22.1%, SP는 사업체 200개 53.2%, 취급액 641억원 22.9%, 이벤트 사업체 214개 56.9%, 취급액 964억원 34.5%, Space Design 사업체 198개 52.7%, 취급액 275억원 9.9%로 나타났다. SP의 세부업종을 살펴보면, 버스는 사업체 177개 47.1%, 취급액 97억원 3.5%, 지하철은 사업체 175개 46.6%, 취급액 110억원 3.9%, 고속철은 사업체 134개 35.8%, 취급액 11억원 0.4%, 극장은 사업체 163개 43.3%, 취급액 84억원 3.0%, 기타는 사업체 183개 48.8%, 취급액 338억원 12.1%로 나타났다.

그림 1-3-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 마케팅·리서치는 전체 821억원 중 일반업체에서 296억원 36.0%를 차지하고, PR은 전체 1,161억원 중 일반업체에서 616억원 53.1%를 차지하고, SP은 전체 3,930억원 중 일반업체에서 641억원 16.3%를 차지하고, 이벤트는 전체 4,405억원 중 일반업체에서 964억원 21.9%를 차지하고, Space Design은 전체 655억원 중 일반업체에서 275억원 42.1%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-10 >> 지역별 서비스업 취급액(일반)

	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
지역	서울	276	73.5	262,534	94.0	951
	부산	13	3.4	2,394	0.9	187
	대구	16	4.3	1,277	0.5	78
	광주	8	2.2	535	0.2	65
	대전	7	1.7	1,505	0.5	231
	울산	5	1.3	173	0.1	36
	경기도	30	8.1	8,805	3.2	289
	강원도	5	1.3	60	0.0	12
	충청북도	2	0.4	80	0.0	50
	충청남도	2	0.4	585	0.2	368
	전라북도	5	1.2	962	0.3	205
	전라남도	3	0.9	87	0.0	26
	경상북도	4	1.1	257	0.1	61
전체	376	100.0	279,254	100.0	744	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 276개 73.5%로 가장 높게 나타났고, 경기도 30개 8.1%, 대구



16개 4.3%, 부산 13개 3.4%, 광주 8개 2.2%, 대전 6개 1.7%의 순으로 나타났다.

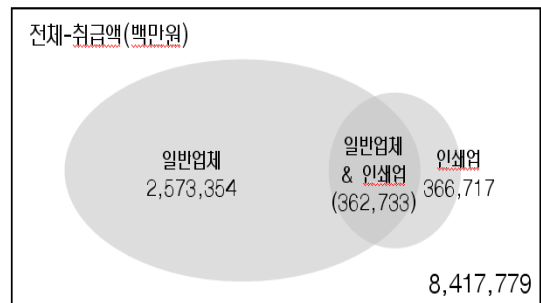
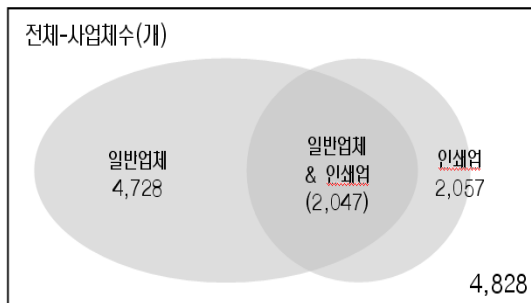
취급액은 서울이 2,625억원 94.0%로 나타났고, 경기도 88억원 3.2%, 부산 24억원 0.9%, 대전 15억원 0.5%, 대구 13억원 0.5%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 9.5억원, 충청남도 3.7억원, 경기도 2.9억원, 대전 2.3억원, 전라북도 2.1억원의 순으로 나타났다.

### 1.3.4. 인쇄

표 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
인쇄	1,948	95.1	308,866	85.1	159
제판	552	27.0	53,867	14.9	98
전체	2,047	100.0	362,733	100.0	177



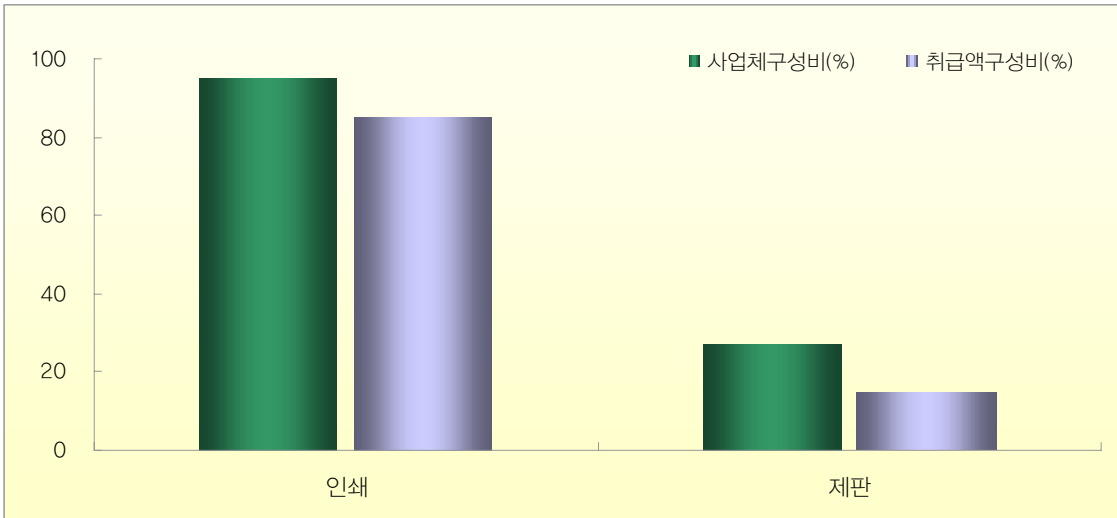
일반업체에서 인쇄업을 하는 사업체수는 2,047개, 총 취급액은 3,627억원, 평균취급액은 1.8억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 43.3%, 취급액 14.1% 이다.

일반업체의 인쇄업을 2개(인쇄, 제판)의 세부업종으로 구분하면, 사업체수는 인쇄업이 1,948개 95.1%, 제판업이 552개 27.0%이며, 취급액은 인쇄 3,089억원 85.1%, 제판 539억원 14.9%이며, 사업체당 평균 취급액은 인쇄 1.6억원, 제판 1억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,828개 중 일반업체 & 인쇄업은 2,047개 42.4%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,728개 중 인쇄업은 2,047개 43.3%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 사업체 2,057개 중 일반업체는 2,047개 99.5%의 비중을 차지한다.

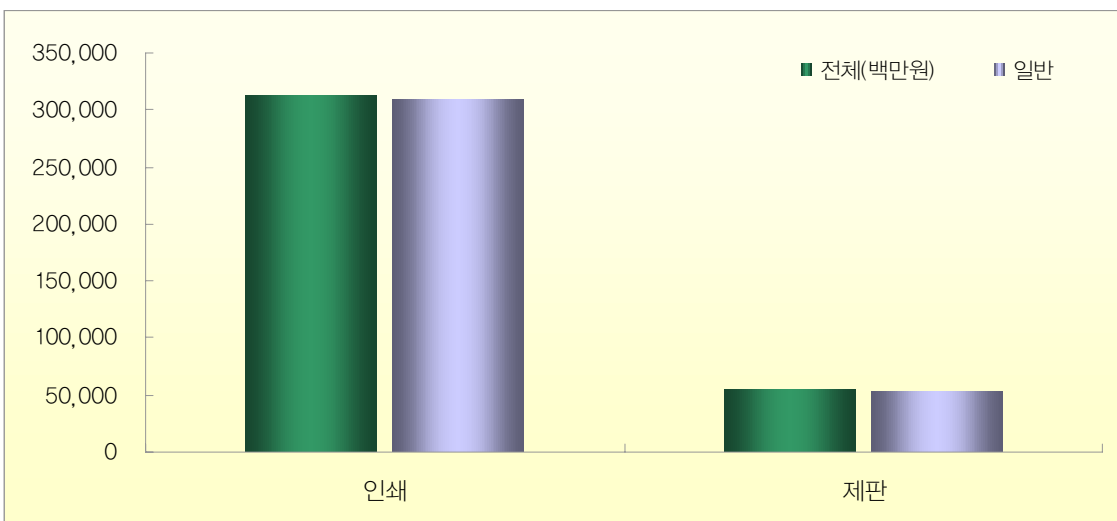
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 4,178억원 중 일반업체 & 인쇄업은 3,627억원 4.3%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 2조 5,733억원 중 인쇄업은 3,627억원 14.1%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 취급액 3,667억원 중 일반업체는 3,627억원 98.9%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(일반)



인쇄는 사업체 1,948개 95.1%, 취급액 3,089억원 85.1%, 제판은 사업체 552개 27.0%, 취급액 539억원 14.9%로 나타났다.

그림 1-3-12 >> 인쇄 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 인쇄는 전체 3,125억원 중 일반업체에서 3,089억원 98.8%를 차지하고, 제판은 전체 542억원 중 일반업체에서 539억원 99.3%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-12 >> 지역별 인쇄업 취급액(일반)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	631	30.8	237,516	65.5	376
	부산	272	13.3	24,880	6.9	92
	대구	352	17.2	39,897	11.0	113
	인천	13	0.6	3,263	0.9	248
	광주	206	10.1	7,769	2.1	38
	대전	132	6.4	11,239	3.1	85
	울산	15	0.7	1,718	0.5	117
	경기도	108	5.3	7,418	2.0	69
	강원도	37	1.8	1,119	0.3	30
	충청북도	13	0.7	1,338	0.4	100
	충청남도	13	0.6	262	0.1	20
	전라북도	32	1.6	2,424	0.7	76
	전라남도	45	2.2	1,369	0.4	30
	경상북도	61	3.0	6,193	1.7	102
	경상남도	105	5.1	9,000	2.5	86
	제주도	13	0.6	7,329	2.0	581
전체		2,047	100.0	362,733	100.0	177

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 631개 30.8%로 가장 높게 나타났고, 대구 351개 17.2%, 부산 271개 13.3%, 광주 206개 10.1%, 대전 131개 6.4%, 경기도 108개 5.3%의 순으로 나타났다.

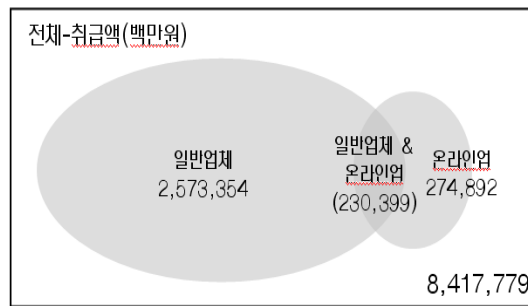
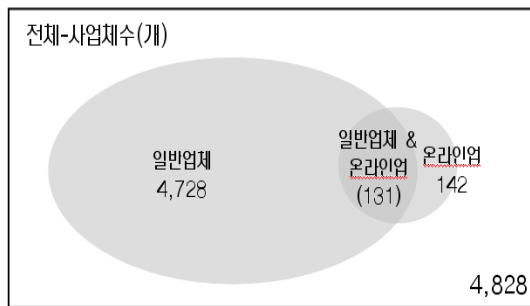
지역별로 취급액은 서울이 2,375억원 65.5%로 나타났고, 대구 399억원 11.0%, 부산 249억원 6.9%, 대전 112억원 3.1%, 경상남도 90억원 2.5%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 제주도 5.8억원, 서울 3.8억원, 인천 2.5억원, 울산 1.2억원, 대구 1.1억원의 순으로 나타났다.

### 1.3.5. 온라인

표 1-3-13 >> 온라인 업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고대행	51	38.9	82,218	35.7	1,612
매체대행	17	13.0	50,474	21.9	2,969
광고기획·전략대행	16	12.2	21,503	9.3	1,344
광고제작	29	22.1	34,425	14.9	1,187
기타	32	24.4	41,779	18.1	1,306
전체	131	100.0	230,399	100.0	1,759



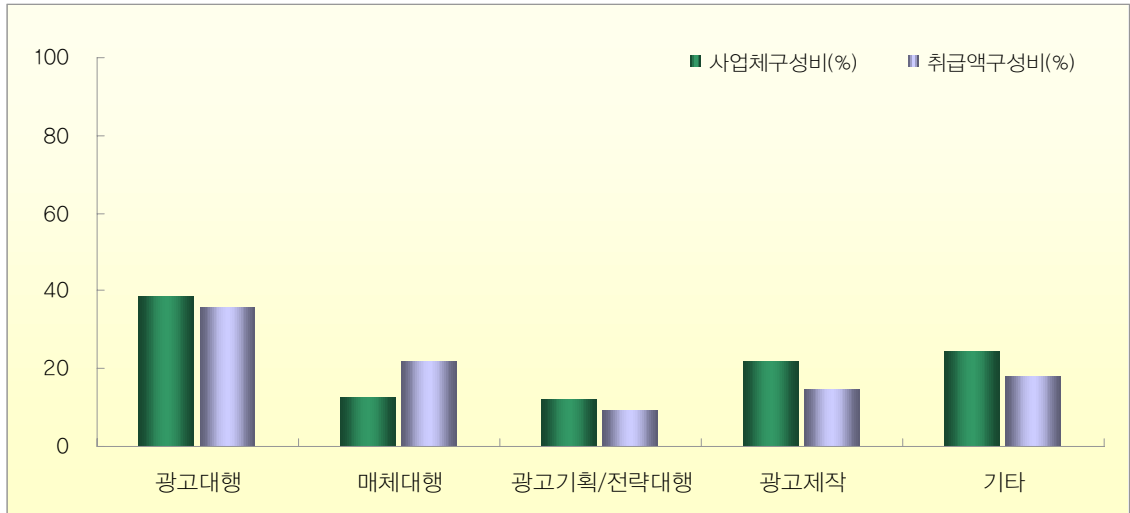
일반업체에서 온라인업종을 하는 사업체수는 131개, 총 취급액은 2,304억원, 평균취급액은 17.6억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 2.7%, 취급액 2.7% 이다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고대행 51개 38.9%, 기타 32개 24.4%, 광고제작 29개 22.1% 매체대행 17개 13.0%, 광고기획·전략대행업이 16개 12.2%의 순으로 나타났고, 취급액은 광고대행 822억원 35.7%, 매체대행 505억원 21.9%, 기타 418억원 18.1% 광고제작 344억원 14.9%, 광고기획·전략대행업이 215억원 9.3%의 순으로 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 매체대행 29.7억원, 광고대행 16.1억원, 광고물 기획·편집 13.4억원, 기타 13.1억원, 광고제작 업종이 11.9억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,828개 중 일반업체 & 온라인업은 131개 2.7%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,728개 중 온라인업은 131개 2.8%의 비중을 차지하고, 온라인업의 전체 사업체 142개 중 일반업체는 131개 92.2%의 비중을 차지한다.

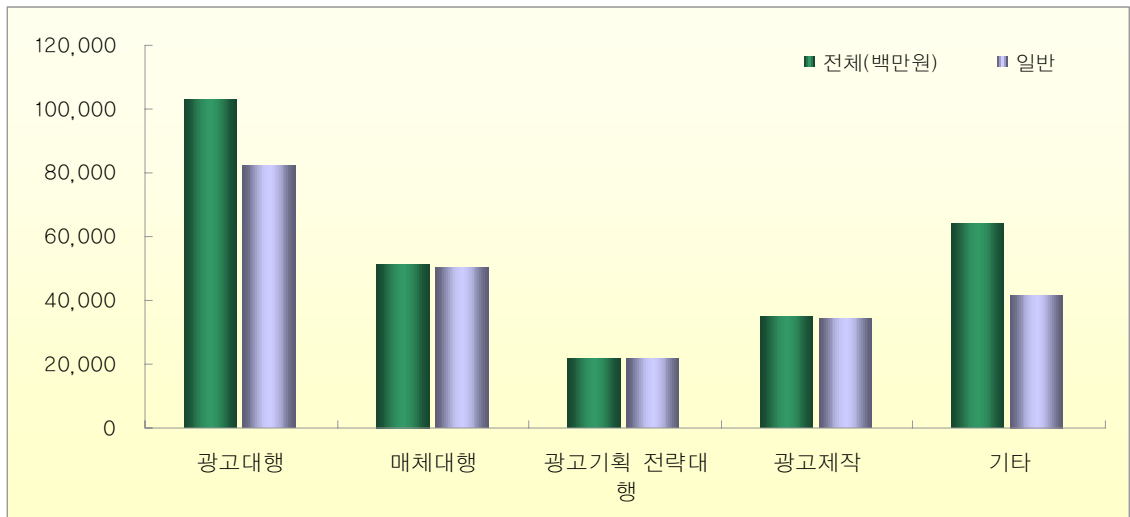
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 4,178억원 중 일반업체 & 기타업은 2,304억원 2.7%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 2조 5,733억원 중 기타업은 8.9%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 취급액 2,749억원 중 일반업체는 83.8%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-13 >> 온라인 세부업종별 취급액(일반)



광고대행은 사업체 51개 38.9%, 취급액 822억원 35.7%, 매체대행은 사업체 17개 13.0%, 취급액 505억원 21.9%, 광고기획·전략대행은 사업체 16개 12.2%, 취급액 215억원 9.3%, 광고제작은 사업체 29개 22.1%, 취급액 344억원 14.9%, 기타는 사업체 32개 24.4%, 취급액 418억원 18.1%로 나타났다.

그림 1-3-14 >> 온라인 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행은 전체 1,030억원 중 일반업체에서 822억원 79.8%를 차지하고, 매체대행은 전체 514억원 중 일반업체에서 505억원 98.2%, 광고기획·전략대행은 전체 215억원 중 일반업체에서 215억원 100%를 차지하고, 광고제작은 전체 350억원 중 일반업체에서 344억원 98.4%, 기타 업종은 전체 640억원 중 일반업체에서 418억원 65.3%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-14 >> 지역별 온라인업 취업액(일반)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	100	76.3	228,502	99.2	2,285
	부산	2	1.5	300	0.1	150
	대구	5	3.8	262	0.1	52
	대전	6	4.6	764	0.3	127
	울산	3	2.3	140	0.1	47
	경기도	12	9.2	211	0.1	18
	강원도	2	1.5	10	0.0	5
	경상북도	1	0.8	210	0.1	210
전체		131	100.0	230,399	100.0	1,759

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 100개 76.3%로 가장 높게 나타났고, 경기도 12개 9.2%, 대전 6개 4.6%, 대구 5개 3.8%, 울산 3개 2.3%의 순으로 나타났다.

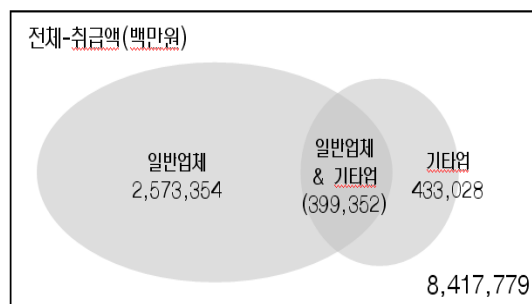
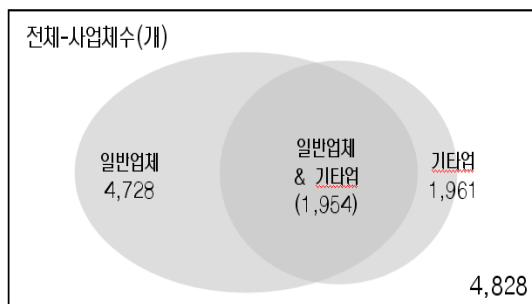
지역별로 취급액은 서울이 2,285억원 99.2%로 대부분을 차지하는 것으로 나타났고, 대전 7.6억원 0.3%, 부산 3억원, 0.1%, 대구 2.6억원 0.1%, 경기도 2.1억원 0.1%, 경상북도 210억원 0.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 22.9억원, 경상북도 2.1억원, 부산 1.5억원, 대전 1.3억원, 대구 5천 2백만원, 울산 4천 7백만원의 순으로 나타났다.

### 1.3.6. 기타

표 1-3-15 >> 기타 세부업종별 취업액(일반)

세부업종	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고물 기획편집	1,824	93.4	358,315	89.7	196
장비취급 등 기타	774	39.6	41,038	10.3	53
전체	1,954	100.0	399,352	100.0	204



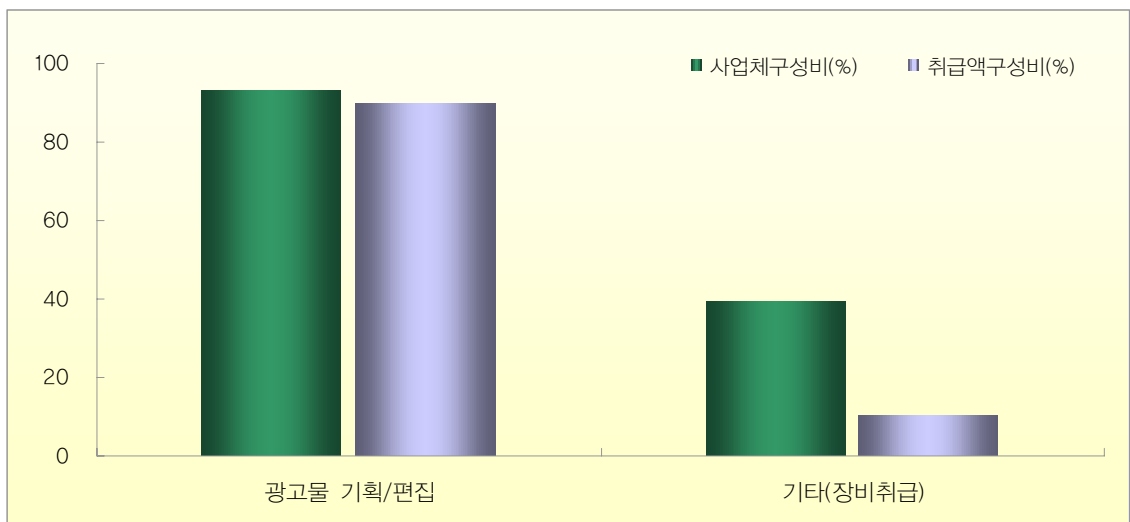
광고관련 기타업종은 광고물 기획·편집, 장비취급 등의 업종이다. 일반업체에서 기타업종을 하는 사업체수는 1,954개, 총 취급액은 3,994억원, 평균취급액은 2억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 40.4%, 취급액 4.7% 이다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고물 기획·편집 1,824개 96.9%, 장비취급 등 기타 업종이 774개 41.1%로 나타났고, 취급액은 광고물 기획·편집업 3,583억원 89.7%, 장비취급 등 기타 업종 410억원 10.3%로 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 광고물 기획·편집 2.0억원, 장비취급 등 기타 업종이 5천만원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,828개 중 일반업체 & 기타업은 1,952개 40.4%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,728개 중 기타업은 1,952개 41.3%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 사업체 1,961개 중 일반업체는 1,952개 99.5%의 비중을 차지한다.

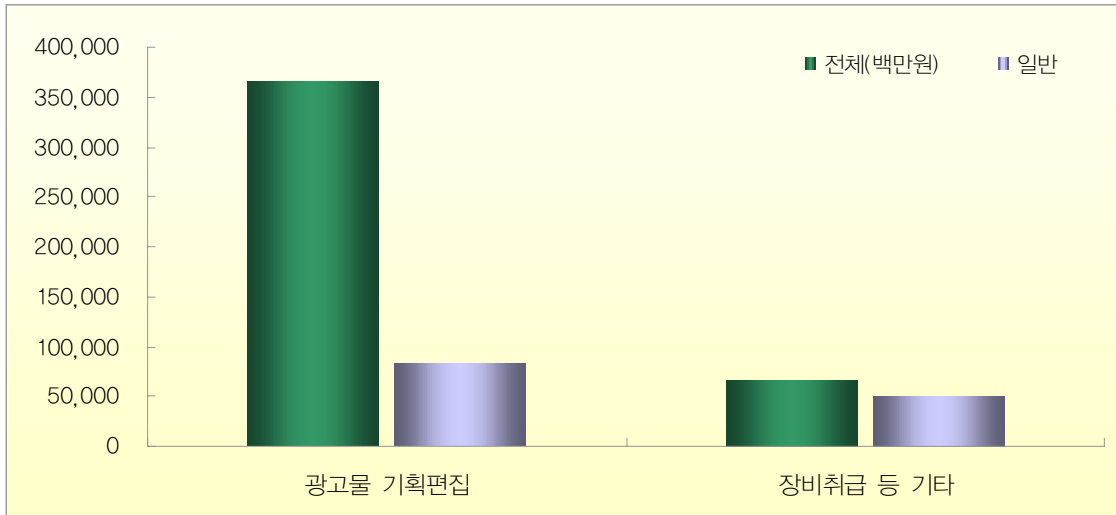
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 4,178억원 중 일반업체 & 기타업은 3,993억원 4.7%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 2조 5,733억원 중 기타업은 3,993억원 15.5%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 취급액 4,330억원 중 일반업체는 3,993억원 92.2%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-15 >> 기타 세부업종별 취급액(일반)



광고물 기획편집은 사업체 1,824개 93.4%, 취급액 3,583억원 89.7%, 장비취급 등 기타는 사업체 774개 39.6%, 취급액 410억원 10.3%로 나타났다.

그림 1-3-16 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고물 기획편집은 전체 3,658억원 중 일반업체에서 3,583억원 97.9%를 차지하고, 광고기획 전략대행은 전체 672억원 중 일반업체에서 410억원 61.1%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-16 >> 지역별 기타업 취급액(일반)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	613	31.4	195,583	49.0	319
	부산	315	16.1	82,018	20.5	260
	대구	200	10.2	20,255	5.1	101
	인천	14	0.7	469	0.1	33
	광주	167	8.5	23,773	6.0	142
	대전	51	2.6	6,094	1.5	119
	울산	15	0.8	622	0.2	41
	경기도	140	7.2	30,550	7.6	218
	강원도	81	4.1	7,979	2.0	99
	충청북도	28	1.4	3,076	0.8	110
	충청남도	38	1.9	2,466	0.6	65
	전라북도	60	3.1	3,132	0.8	52
	전라남도	44	2.3	1,300	0.3	30
	경상북도	43	2.2	5,039	1.3	117
	경상남도	127	6.5	15,233	3.8	120
	제주도	18	0.9	1,764	0.4	98
전체		1,954	100.0	399,352	100.0	204



지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 613개 31.4%로 가장 높게 나타났고, 부산 315개 16.1%, 대구 200개 10.2%, 광주 167개 8.5%, 경기도 140개 7.2%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 1,956억원 49.0%로 나타났고, 부산 820억원 20.5%, 경기도 306억원 7.6%, 광주 238억원 6.0%, 대구 202.5억원 5.1%, 대전 경상남도 152억원 3.8%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 3.2억원, 부산 2.6억원, 경기도 2.2억원, 광주 1.4억원, 경상남도 1.2억원의 순으로 나타났다.

## 2. 사업체 현황 - 종사자

### 2.1. 전체

표 2-1-1 >> 전체 종사자 현황

구분	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	26,502	89.5
비정규직	3,123	10.5
합계	29,625	100.0

2006년 광고산업 전체 고용자는 29,625명, 정규직 26,502명 89.5%, 비정규직 3,123명 10.5%로 나타났다.

표 2-1-2 >> 고용형태별 종사자 현황

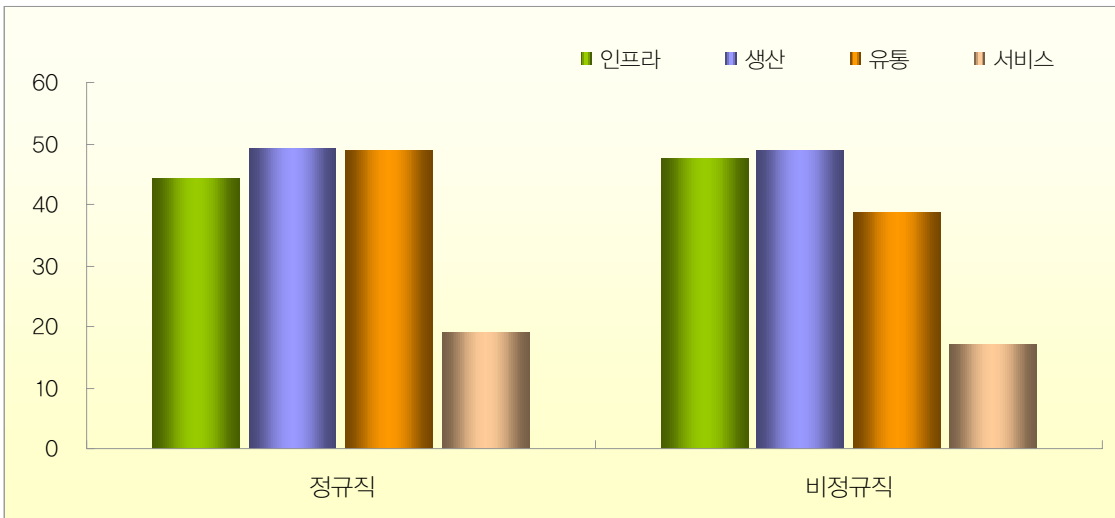
		정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업형태	개인사업체	8,938	33.7	1,213	38.8	10,151	34.3
	회사법인	15,802	59.6	1,727	55.3	17,529	59.2
	회사외 법인	680	2.6	137	4.4	817	2.8
업종재분류	광고(종합)대행+그외	7,557	28.5	887	28.4	8,444	28.5
	광고제작+그외	2,187	8.3	379	12.1	2,566	8.7
	광고(종합)대행+광고제작	5,369	20.3	504	16.1	5,873	19.8
	그외	11,389	43.0	1,353	43.3	12,742	43.0
가치사슬 분류	인프라	11,757	44.4	1,489	47.7	13,246	44.7
	생산	13,044	49.2	1,521	48.7	14,565	49.2
	유통	12,907	48.7	1,211	38.8	14,118	47.7
	서비스	5,034	19.0	529	16.9	5,563	18.8
전체		26,502	100.0	3,123	100.0	29,625	100.0

종사자를 기업 형태별로 살펴보면, 회사법인 17,529명 59.2%, 개인사업체 10,151명 34.3%, 회사의 법인 817명 2.8%가 분포되어 있다. 회사법인의 정규직과 비정규직의 비율은 90.1%, 9.9%로 전체 비율보다 정규직의 비중이 더 높게 나타났다.

업종별 분류를 크게 4개 형태(광고(종합)대행+그외, 광고제작+그외, 광고(종합)대행+광고제작, 그외)로 다시 구분하여 살펴보면, 그 외(광고(종합)대행과 광고제작 모두를 하지 않는 업체)업종 종사자가 12,742명 43.0%로 가장 많고, 광고(종합)대행+그외 업종 종사자가 8,444명 28.5%, 광고(종합)대행+광고제작 업종 종사자가 5,873명 19.8%, 광고제작+그외 업종 종사자가 2,566명 8.7%순으로 많게 나타났다. 이 중 대형업체가 많은 광고(종합)대행+광고제작 업종은 정규직, 비정규직 비율이 91.4%, 8.6%로 전체 비율보다 정규직의 비중이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 생산종사자가 14,565명 49.2%로 가장 높게 나타났으며, 유통 14,118명 47.7%, 인프라 13,246명 44.7%, 서비스 5,563명 18.8% 순으로 종사자가 많은 것으로 나타났다. 이 중 서비스업(리서치/PR/SP/이벤트/Space Design)의 정규직, 비정규직 비율이 90.5%, 9.5%로 전체 비율보다 정규직의 비중이 더 높게 나타났다.

그림 2-1-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포



정규직은 생산 13,044명 49.2%, 유통 12,907명 48.7%, 인프라 11,757명 44.4%, 서비스 5,034명 19%의 순으로 많게 나타났고, 비정규직은 생산 1,521명 48.7%, 인프라 1,489명 47.7%, 유통 1,211명 38.8%, 서비스 529명 16.9%의 순서로 높게 나타나 정규직과 비정규직 간의 차이를 보였다.

표 2-1-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황

		정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	18,345	69.2	2,057	65.9	20,402	68.9
	부산	1,603	6.0	143	4.6	1,746	5.9
	대구	1,518	5.7	181	5.8	1,699	5.7
	인천	89	0.3	9	0.3	98	0.3
	광주	1,063	4.0	97	3.1	1,160	3.9
	대전	516	1.9	66	2.1	582	2.0
	울산	118	0.4	29	0.9	147	0.5
	경기도	1,456	5.5	158	5.1	1,614	5.4
	강원도	294	1.1	111	3.6	405	1.4
	충청북도	141	0.5	15	0.5	156	0.5
	충청남도	124	0.5	8	0.3	132	0.4
	전라북도	219	0.8	40	1.3	259	0.9
	전라남도	130	0.5	13	0.4	143	0.5
	경상북도	263	1.0	78	2.5	341	1.2
	경상남도	533	2.0	68	2.2	601	2.0
	제주도	90	0.3	50	1.6	140	0.5
전체	26,502	100.0	3,123	100.0	29,625	100.0	

종사자를 지역별로 살펴보면, 서울이 20,402명 68.9%로 가장 높게 나타났고, 부산 1,746명 5.9%, 대구 1,699명 5.7%, 경기도 1,614명 5.4%, 광주 1,160명 3.9%, 경남 601명 2.0%, 대전 582명 2.0%, 강원도 405명 1.4%, 경북 341명 1.2%의 순으로 나타났다. 전체 정규직의 비율이 높은 지역은 부산 1,603명 91.8%, 경기도 1,456명 90.2%, 서울 18,345명 90.0%, 대구 1,518명 89.2%로 나타났다.

### 2.1.1. 성별 종사자 현황

표 2-1-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황

	남자		여자		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	17,389	91.2	9,113	86.2	26,502	89.5
비정규직	1,670	8.8	1,453	13.8	3,123	10.5
합계	19,059	100.0	10,566	100.0	29,625	100.0

광고업 종사자를 성별로 살펴보면, 남자는 19,059명 64.3%, 여자는 35,7%로 남자가 여자보다 약 1.8배 높게 나타났다. 종사자 형태로 나누어 성별 비율을 살펴보면, 정규직의 남자, 여자 비율은 65.6%, 34.4%이고, 비정규직의 남자, 여자 비율은 53.5%, 46.5%로 정규직과 비정규직 모두 남자의 비율이 높지만, 상대적

으로 비정규직에서의 여자 비율이 정규직보다는 높은 것으로 나타났다.

그림 2-1-2 >> 고용 형태별 성별 종사자 현황



기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 남자는 정규직 17,389명 91.2%, 비정규직 1,670명 8.8%이고, 여자는 정규직 9,113명 86.2%, 비정규직 1,453명 13.8%로 남자의 정규직 비율이 여자의 정규직 비율보다 높게 나타났다.

표 2-1-5 >> 성별 종사자 현황

		남자		여자		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업형태	개인사업체	6,536	34.3	3,615	34.2	10,151	35.6
	회사법인	11,157	58.5	6,372	60.3	17,529	61.5
	회사의 법인	630	3.3	187	1.8	817	2.9
업종재분류	광고(종합)대행+그외	5,560	29.2	2,884	27.3	8,444	28.5
	광고제작+그외	1,606	8.4	960	9.1	2,566	8.7
	광고(종합)대행+광고제작	3,876	20.3	1,997	18.9	5,873	19.8
	그외	8,014	42.0	4,728	44.7	12,742	43.0
가치사슬 분류	인프라	8,545	44.8	4,701	44.5	13,246	27.9
	생산	9,330	49.0	5,235	49.5	14,565	30.7
	유통	9,105	47.8	5,013	47.4	14,118	29.7
	서비스	3,589	18.8	1,974	18.7	5,563	11.7
전체		19,025	100.0	10,566	100.0	29,625	100.0

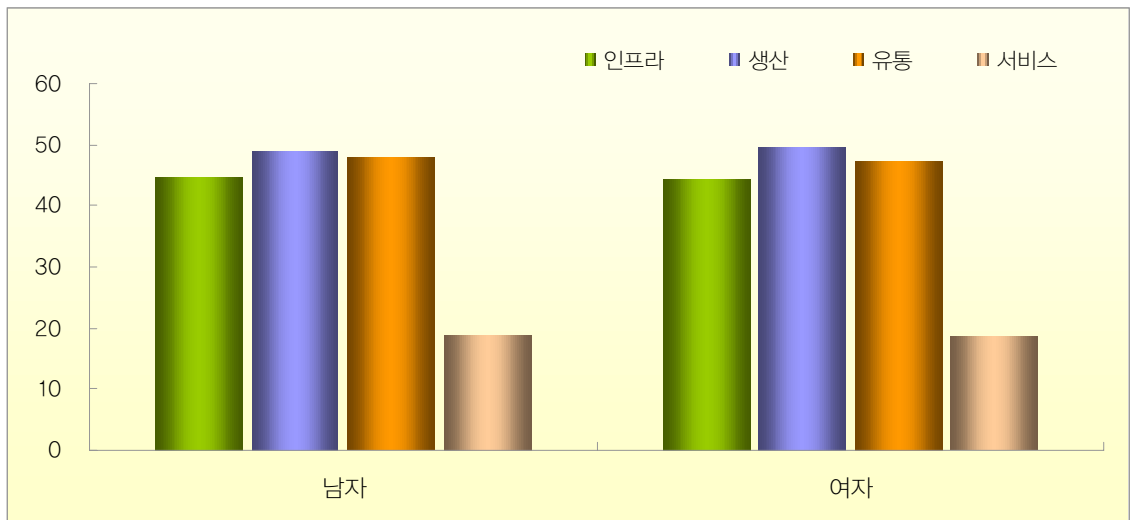
기업형태로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 회사법인은 남자 11,157명 63.6%, 여자 6,372명 36.4%, 회사의 법인은 남자 630명 77.1%, 여자 187명 22.9%로 회사의 법인의 경우, 전체 남녀비율 64.3%, 35.7%보다

남자의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 남자 5,560명 65.8%, 여자 2,884명 34.2%, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 남자 3,876명 66.0%, 여자 1,997명 34.0%로 남자의 비율이 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 생산은 남자 9,330명 64.1%, 여자 5,235명 35.9%, 유통은 남자 9,105명 64.5%, 여자 5,013명 35.5%, 인프라는 남자 8,545명 64.5%, 여자 4,701명 35.5%로 전체 남녀비율과 비슷한 수준으로 남녀의 비율이 각각 나타났다.

그림 2-1-3 >> 성별 가치사슬변 종사자 분포



성별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 남자는 생산 9,330명 49%, 유통 9,105명 47.8%, 인프라 8,545명 44.8%, 서비스 3,589명 18.8%의 순으로 많이 나타났고, 여자는 생산 5,235명 49.5%, 유통 5,013명 47.4%, 인프라 4,701명 44.5%, 서비스 1,974명 18.7%의 순으로 많이 나타났다.

표 2-1-6 >> 지역별 성별 종사자 현황

		남자		여자		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	12,910	67.7	7,492	70.9	20,402	68.9
	부산	1,121	5.9	625	5.9	1,746	5.9
	대구	1,162	6.1	538	5.1	1,700	5.7
	인천	72	0.4	25	0.2	97	0.3
	광주	788	4.1	372	3.5	1,160	3.9
	대전	371	1.9	211	2.0	582	2.0
	울산	94	0.5	53	0.5	147	0.5
	경기도	1,131	5.9	483	4.6	1,614	5.4
	강원도	271	1.4	134	1.3	405	1.4
	충청북도	99	0.5	57	0.5	156	0.5
	충청남도	86	0.5	46	0.4	132	0.4
	전라북도	180	0.9	79	0.7	259	0.9
	전라남도	93	0.5	50	0.5	143	0.5
	경상북도	210	1.1	131	1.2	341	1.1
	경상남도	371	1.9	230	2.2	601	2.0
	제주도	100	0.5	40	0.4	140	0.5
전체		19,025	100.0	10,566	100.0	29,625	100.0

전체 남자 구성비 64.2%보다 남자의 비율이 높은 지역은 대구 1,162명 68.4%, 인천 72명 74.2%, 광주 788명 67.8%, 경기도 1,131명 70.0%, 강원도 271명 66.9%, 충청남도 86명 65.2%, 전라북도 180명 69.5%, 전라남도 93명 65.0%, 제주도 100명 71.4%로 나타났다.

### 2.1.2. 연령별 종사자 현황

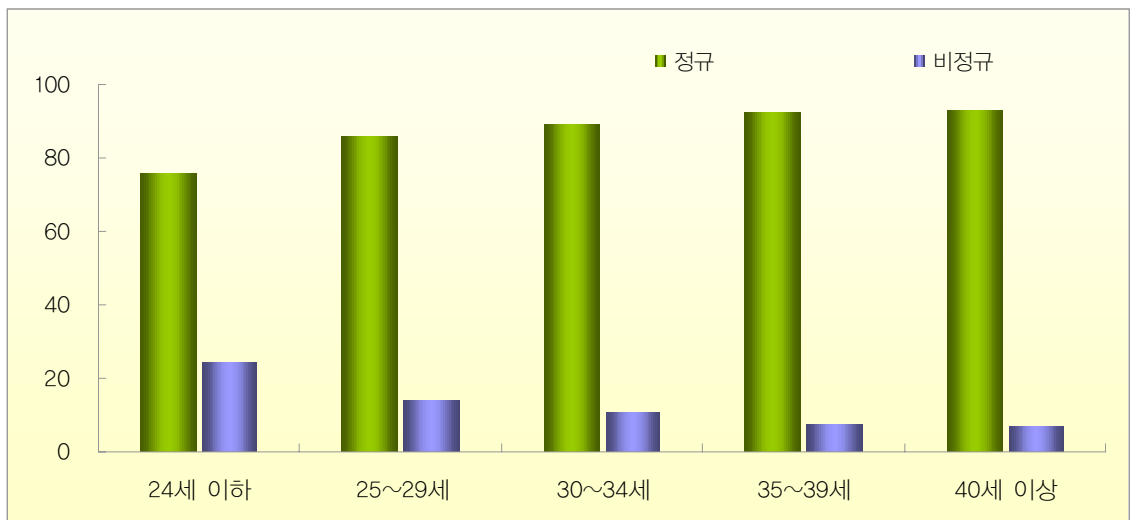
표 2-1-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황

	24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	835	75.6	6,085	85.8	6,891	88.9	5,631	92.4	7,060	93.1	26,502	89.5
비정규직	270	24.4	1,005	14.2	858	11.1	464	7.6	526	6.9	3,123	10.5
합계	1,105	100.0	7,090	100.0	7,749	100.0	6,095	100.0	7,586	100.0	29,625	100.0

광고업 종사자를 연령별로 살펴보면, 30~34세 7,749명 26.2%, 40세 이상 7,586명 25.6%, 25~29세 7,090명 23.9%, 35~39세 6,095명 20.6%, 24세 이하 1,105명 3.7%의 순으로 나타났다.

종사자를 고용형태로 나누어 연령별 비율을 살펴보면, 정규직은 40세 이상 7,060명 26.6%, 30~34세 6,891명 26.0%, 25~29세 6,085명 23.0%, 35~39세 5,631명 21.2%, 24세 이하 835명 3.2%, 비정규직은 25~29세 1,005명 32.2%, 30~34세 858명 27.5%, 40세 이상 526명 16.8%, 35~39세 464명 14.9%, 24세 이하 270명 8.6%의 순으로 나타났다.

그림 2-1-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황



기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 24세 이하는 정규직 835명 75.6%, 비정규직 270명 24.4%, 25~29세는 정규직 6,085명 85.8%, 비정규직 1,005명 14.2%, 30~34세는 정규직 6,891명 88.9%, 비정규직 858명 11.1%, 35~39세는 정규직 5,631명 92.4%, 비정규직 464명 7.6%, 40세 이상은 정규직 7,060명 93.1%, 비정규직 526명 6.9%로 나타났다. 연령이 어릴수록 비정규직 종사자의 비율이 높고, 정규직 종사자의 비율이 낮은 것으로 나타났다.

표 2-1-8 >> 연령별 종사자 현황

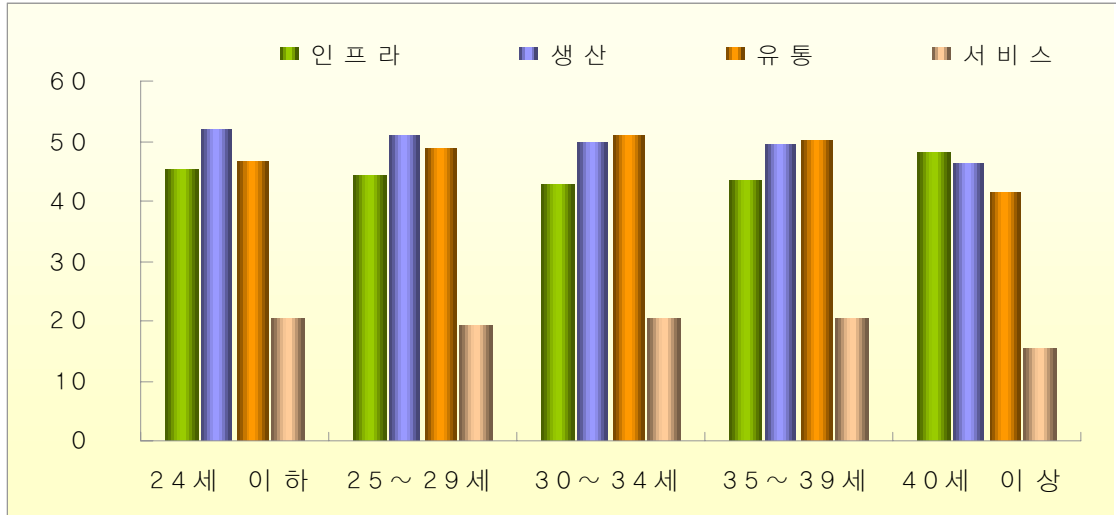
		24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	354	32.0	2,127	30.0	2,378	30.7	1,978	32.5	3,314	43.7	10,151	34.3
	회사법인	710	64.3	4,615	65.1	4,845	62.5	3,641	59.7	3,718	49.0	17,529	59.2
	회사의 법인	17	1.5	115	1.6	196	2.5	192	3.2	297	3.9	817	2.8
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	279	25.2	1,889	26.6	2,293	29.6	1,766	29.0	2,217	29.2	8,444	28.5
	광고제작+그외	122	11.0	674	9.5	654	8.4	499	8.2	617	8.1	2,566	8.7
	광고(종합)대행+광고제작	231	20.9	1,395	19.7	1,637	21.1	1,366	22.4	1,244	16.4	5,873	19.8
	그외	473	42.8	3,132	44.2	3,165	40.8	2,464	40.4	3,508	46.2	12,742	43.0
가치사슬 분류	인프라	502	45.4	3,130	44.1	3,306	42.7	2,654	43.5	3,654	48.2	13,246	44.7
	생산	574	51.9	3,615	51.0	3,856	49.8	3,006	49.3	3,514	46.3	14,565	49.2
	유통	515	46.6	3,457	48.8	3,943	50.9	3,065	50.3	3,138	41.4	14,118	47.7
	서비스	226	20.5	1,359	19.2	1,586	20.5	1,234	20.2	1,158	15.3	5,563	18.8
전체		1,105	100.0	7,090	100.0	7,749	100.0	6,095	100.0	7,586	100.0	29,625	100.0

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 24세 이하 710명 4.1%, 25~29세 4,615명 26.3%, 30~34세 4,845명 27.6%, 35~39세 3,641명 20.8%, 40세 이상 3,718명 21.2%, 회사의 법인은 24세 이하 17명 2.1%, 25~29세 115명 14.1%, 30~34세 196명 24.0%, 35~39세 192명 23.5%, 40세 이상 297명 36.4%로 전체 연령별 비율에서 40세 이상의 비율인 25.6%보다 40세 이상의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 24세 이하 279명 3.3%, 25~29세 1,889명 22.4%, 30~34세 2,293명 27.2%, 35~39세 1,766명 20.9%, 40세 이상 2,217명 26.3%, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 24세 이하 231명 3.9%, 25~29세 1,395명 23.8%, 30~34세 1,637명 27.9%, 35~39세 1,366명 23.3%, 40세 이상 1,244명 21.2%로 나타났다. 가치사슬 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 인프라는 24세 이하 502명, 3.8%, 25~29세 3,130명 23.6%, 30~34세 3,306명 25.0%, 35~39세 2,654명 20.0%, 40세 이상 3,654명 27.6%, 생산은 24세 이하 574명 3.9%, 25~29세 3,615명 24.8%, 30~34세 3,856명 26.5%, 35~39세 3,006명 20.6%, 40세 이상 3,514명 24.1%, 유통은 24세 이하 515명 3.6%, 25~29세 3,457명 24.5%, 30~34세 3,943명 27.9%, 35~39세 3,065명 21.7%, 40세 이상 3,138명 22.2%, 서비스는 24세 이하 226명 4.1%, 25~29세 1,359명 24.4%, 30~34세 1,586명 28.5%, 35~39세 1,234명 22.2%, 40세 이상 1,158명 20.8%로 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 30~34세의 비율보다 인프라를 제외한 다른 분류에서 30~34세의 비율이 더 높게 나타났다.



그림 2-1-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황



연령별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 24세 이하는 생산 574명 51.9%, 유통 515명 46.6%, 인프라 502명 45.4%, 서비스 226명 20.5%의 순으로 높게 나타났고, 25~29세는 생산 3,615명 51.0%, 유통 3,457명 48.8%, 인프라 3,130명 44.1%, 서비스 1,359명 19.2%의 순으로 높게 나타났고, 30~34세는 유통 3,943명 50.9%, 생산 3,856명 49.8%, 인프라 3,306명 42.7%, 서비스 1,586명 20.5%의 순으로 높게 나타났고, 35~39세는 유통 3,065명 50.3%, 생산 3,006명 49.3%, 인프라 2,654명 43.5%, 1,234명 20.2%의 순으로 높게 나타났고, 40세 이상은 인프라 3,654명 48.2%, 생산 3,514명 46.3%, 유통 3,138명 41.4%, 서비스 1,158명 15.3%의 순으로 높게 나타났다.

표 2-1-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황

		24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
지역	서울	719	65.1	5,219	73.6	5,637	72.7	4,304	70.6	4,523	59.6	20,402	68.9
	부산	121	11.0	391	5.5	407	5.3	284	4.7	543	7.2	1,746	5.9
	대구	55	5.0	324	4.6	391	5.0	329	5.4	601	7.9	1,700	5.7
	인천	1	0.1	10	0.1	36	0.5	19	0.3	31	0.4	97	0.3
	광주	30	2.7	233	3.3	240	3.1	230	3.8	427	5.6	1,160	3.9
	대전	19	1.7	136	1.9	109	1.4	108	1.8	210	2.8	582	2.0
	울산	4	0.4	35	0.5	50	0.6	30	0.5	28	0.4	147	0.5
	경기도	83	7.5	301	4.2	377	4.9	334	5.5	519	6.8	1,614	5.4
	강원도	18	1.6	62	0.9	91	1.2	94	1.5	140	1.8	405	1.4
	충청북도	4	0.4	37	0.5	42	0.5	35	0.6	38	0.5	156	0.5
	충청남도	5	0.5	31	0.4	38	0.5	21	0.3	37	0.5	132	0.4
	전라북도	7	0.6	58	0.8	61	0.8	65	1.1	68	0.9	259	0.9
	전라남도	3	0.3	32	0.5	31	0.4	38	0.6	39	0.5	143	0.5
	경상북도	15	1.4	58	0.8	61	0.8	60	1.0	147	1.9	341	1.2
	경상남도	11	1.0	147	2.1	127	1.6	113	1.9	203	2.7	601	2.0
제주도	10	0.9	16	0.2	51	0.7	31	0.5	32	0.4	140	0.5	
전체	1,105	100.0	7,090	100.0	7,749	100.0	6,095	100.0	7,586	100.0	29,625	100.0	

가장 많은 부분을 차지하는 30~34세의 전체 구성비 26.2%보다 30~34세의 비율이 높은 지역은 서울 5,637명 27.6%, 인천 36명 37.1%, 울산 50명 34.0%, 충청북도 42명 26.9%, 충청남도 38명 28.8%, 제주도 51명 36.4%로 나타났다.

### 2.1.3. 학력별 종사자 현황

표 2-1-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황

	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	4,261	83.5	5,113	83.1	15,775	92.8	1,353	98.2	26,502	89.5
비정규직	844	16.5	1,038	16.9	1,216	7.2	25	1.8	3,123	10.5
합계	5,105	100.0	6,151	100.0	16,991	100.0	1,378	100.0	29,625	100.0

광고업 종사자를 학력별로 살펴보면, 대졸 16,991명 57.4%, 전문대졸 6,151명 20.8%, 고졸이하 5,105명, 17.2%, 대학원졸이상 1,378명 4.7%의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 학력별 비율을 살펴보면, 정규직은 대졸 15,775명 59.5%, 전문대졸 5,113명, 19.3%, 고졸이하 4,261명 16.1%, 대학원졸이상 1,353명 5.1%, 비정규직은 대졸 1,216명 38.9%, 전문대졸

1,038명 33.2%, 고졸이하 844명 27.0%, 대학원졸이상 25명 0.8%의 순으로 나타났다.

기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 고졸이하는 정규직 4,261명 83.5%, 비정규직 844명 16.5%, 전문대졸은 정규직 5,113명 83.1%, 비정규직 1,038명 16.9%, 대졸은 정규직 15,775명 92.8%, 비정규직 1,216명 7.2%, 대학원졸이상은 정규직 1,353명 98.2%, 비정규직 25명 1.8%로 나타났다. 고졸이하와 전문대졸의 비정규직 비율은 거의 비슷하게 나타났으나, 대졸이상부터는 비정규직의 비율이 현격히 낮아짐을 알 수 있다.

그림 2-1-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황



학력이 낮을수록 비정규직원 비율이 높고, 정규직의 비율이 낮은 것으로 나타났다.

표 2-1-11 >> 학력별 종사자 현황

		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	2,809	55.0	2,534	41.2	4,607	27.1	201	14.6	10,151	34.3
	회사법인	2,071	40.6	3,307	53.8	11,123	65.5	1,028	74.6	17,529	59.2
	회사의 법인	117	2.3	173	2.8	472	2.8	55	4.0	817	2.8
업종재분류	광고(종합)대행+그외	1,255	24.6	1,703	27.7	5,098	30.0	388	28.2	8,444	28.5
	광고제작+그외	393	7.7	565	9.2	1,473	8.7	135	9.8	2,566	8.7
	광고(종합)대행+광고제작	576	11.3	919	14.9	3,871	22.8	507	36.8	5,873	19.8
	그외	2,881	56.4	2,964	48.2	6,549	38.5	348	25.3	12,742	43.0
가치사슬 분류	인프라	2,867	56.2	3,139	51.0	6,755	39.8	485	35.2	13,246	44.7
	생산	2,282	44.7	3,175	51.6	8,321	49.0	787	57.1	14,565	49.2
	유통	1,719	33.7	2,542	41.3	8,978	52.8	879	63.8	14,118	47.7
	서비스	584	11.4	849	13.8	3,629	21.4	501	36.4	5,563	18.8
전체		5,105	100.0	6,151	100.0	16,991	100.0	1,378	100.0	29,625	100.0

기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 고졸이하는 2,071명 11.8%, 전문대졸 3,307명 18.9%, 대졸 11,123명 63.5%, 대학원졸이상 1,028명 5.9%, 회사외법인은 고졸이하 117명 14.3%, 전문대졸 173명 21.2%, 대졸 472명 57.8%, 대학원졸이상 55명 6.7%로, 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비율을 차지하는 대졸의 비율 57.4%보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 고졸이하가 1,255명 14.9%, 전문대졸 1,703명 20.2%, 대졸 5,098명 60.4%, 대학원졸이상 388명 4.6%, 광고(종합)대행+광고제작은 고졸이하 576명 9.8%, 전문대졸 919명 15.6%, 대졸 3,871명 65.9%, 대학원졸이상 507명 8.6%로 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율 57.4% 보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 생산은 고졸이하 2,282명 15.7%, 전문대졸 3,175명 21.8%, 대졸 8,321명 57.1%, 대학원졸이상 787명 5.4%, 유통은 고졸이하 1,719명 12.2%, 전문대졸 2,542명 18.0%, 대졸 8,978명 63.6%, 대학원졸이상 879명 6.2%로, 대졸의 비율이 높게 나타났다.

학력별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 고졸이하는 인프라 2,867명 56.2%, 생산 2,282명 44.7%, 유통 1,719명 33.7%, 서비스 584명 11.4%의 순으로 나타났고, 전문대졸은 생산 3,175명 51.6%, 인프라 3,139명 51.0%, 유통 2,542명 41.3%, 서비스 849명 13.8%, 대졸은 유통 8,978명 52.8%, 생산 8,321명 49.0%, 인프라 6,755명 39.8%, 서비스 3,629명 21.4%, 대학원졸이상은 유통 879명 63.8%, 생산 787명 57.1%, 서비스 501명 36.4%, 인프라 485명 35.2%의 순으로 나타났다.

그림 2-1-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황



표 2-1-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황

		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
지역	서울	2,470	48.4	3,924	63.8	12,850	75.6	1,158	84.0	20,402	68.9
	부산	342	6.7	595	9.7	776	4.6	33	2.4	1,746	5.9
	대구	527	10.3	412	6.7	714	4.2	47	3.4	1,700	5.7
	인천	26	0.5	20	0.3	50	0.3	1	0.1	97	0.3
	광주	318	6.2	282	4.6	533	3.1	27	2.0	1,160	3.9
	대전	182	3.6	117	1.9	266	1.6	17	1.2	582	2.0
	울산	42	0.8	26	0.4	78	0.5	1	0.1	147	0.5
	경기도	449	8.8	315	5.1	792	4.7	58	4.2	1,614	5.4
	강원도	169	3.3	41	0.7	186	1.1	9	0.7	405	1.4
	충청북도	27	0.5	48	0.8	75	0.4	6	0.4	156	0.5
	충청남도	43	0.8	23	0.4	63	0.4	3	0.2	132	0.4
	전라북도	53	1.0	58	0.9	145	0.9	3	0.2	259	0.9
	전라남도	35	0.7	45	0.7	61	0.4	2	0.1	143	0.5
	경상북도	134	2.6	76	1.2	127	0.7	4	0.3	341	1.2
	경상남도	256	5.0	132	2.1	205	1.2	8	0.6	601	2.0
	제주도	32	0.6	37	0.6	70	0.4	1	0.1	140	0.5
	전체	5,105	100.0	6,151	100.0	16,991	100.0	1,378	100.0	29,625	100.0

가장 많은 부분을 차지하는 대졸의 전체비율 57.4%보다 대졸의 비율이 높은 지역은 서울 12,850명 63.0%로 나타났다. 전문대졸의 전체 비율 20.8%보다 전문대졸의 비율이 높은 지역은 부산 595명 34.1%, 대구 412명 24.2%, 광주 282명 24.3%, 충청북도 48명 30.8%, 전라북도 58명 22.4%, 전라남도 45명 31.5%, 경상북도 76명 22.3%, 경상남도 132명 22.0%, 제주도 37명 26.4%로 나타났다.

2.1.4. 직급별 종사자 현황

표 2-1-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황

	임원		국장/부장		차장/대리		사원		전체	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
AE	1,949	28.0	764	22.7	1,228	16.1	1,355	11.6	5,296	17.9
디자이너	1,180	17.0	759	22.5	2,591	34.0	3,997	34.2	8,527	28.8
CW	63	0.9	142	4.2	284	3.7	226	1.9	715	2.4
PD	52	0.7	116	3.4	234	3.1	203	1.7	605	2.0
매체	93	1.3	211	6.3	511	6.7	504	4.3	1,319	4.5
SP	72	1.0	113	3.4	360	4.7	517	4.4	1,062	3.6
PR	82	1.2	145	4.3	362	4.7	463	4.0	1,052	3.6
마케팅조사	79	1.1	130	3.9	315	4.1	669	5.7	1,193	4.0
인터랙티브	3	0.0	18	0.5	75	1.0	66	0.6	162	0.5
전사	103	1.5	27	0.8	183	2.4	323	2.8	636	2.1
관리	3,273	47.1	947	28.1	1,486	19.5	3,352	28.7	9,058	30.6
합계	6,949	100.0	3,372	100.0	7,629	100.0	11,675	100.0	29,625	100.0

광고업 종사자를 직종별로 살펴보면, 관리가 9,058명 30.6%로 가장 높게 나타났고 디자이너 8,527명 28.8%, AE 5,296명 17.9%, 매체 1,319명 4.5%, 마케팅조사 1,193명 4.0%, SP 1,062명 3.6%, PR 1,052명 3.6%, CW 715명 2.4%, 전사 636명 2.1%, PD 605명 2.0%, 인터랙티브 162명 0.5%순으로 나타났다. 직종별로 구체적으로 살펴보면, AE는 임원 1,949명 36.8%, 사원 1,355명 25.6%, 디자이너는 사원 3,997명 46.9%, 차장/대리 2,591명 30.4%, CW 차장/대리 284명 39.7%, 사원 226명 31.6%, PD는 차장/대리 234명 38.7%, 사원 203명 33.6%, 매체는 차장/대리 511명 38.7%, 사원 504명 38.2%, SP는 사원 517명 48.7%, 차장/대리 360명 33.9%, PR은 사원 463명 44.0%, 차장/대리 362명 34.4%, 마케팅조사 사원 669명 56.1%, 차장/대리 315명 26.4%, 인터랙티브 차장/대리 75명 46.3%, 사원 66명 40.7%, 전사는 사원 323명 50.8%, 차장/대리 183명 28.8%, 관리는 사원 3,352명 37.0%, 임원 3,273명 36.1%로 나타났다.

광고업 종사자를 직급별로 살펴보면, 사원이 11,675명 39.4%로 가장 높게 나타났고, 차장/대리 7,629명 25.8%, 임원 6,949명 23.5%, 국장/부장 3,372명 11.4%의 순으로 나타났다. 직급별로 구체적으로 살펴보면, 임원은 관리 3,273명 47.1%, AE 1,949명 28.0%, 디자이너 1,180명 17.0%의 순으로 나타났고, 국장/부장은 관리 947명 28.1%, AE 764명 22.7%, 디자이너 759명 22.5%, 차장/대리는 디자이너 2,591명 34.0%, 관리 1,486명 19.5%, AE 1,228명 16.1%, 사원은 디자이너 3,977명 34.2%, 관리 3,352명 28.7%, AE 1,355명 11.6%의 순으로 나타났다.

## 2.1.5. 외국인 종사자 현황

표 2-1-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황

	정규직(명)	비정규직(명)	합계
AE	5	0	5
디자이너	3	0	3
CW	0	0	0
PD	0	0	0
매체	0	0	0
SP	0	0	0
PR	1	0	1
마케팅조사	1	0	1
인터랙티브	0	0	0
전사	2	0	2
관리	6	3	9
합계	17	3	20

외국인 종사자를 형태별로 살펴보면 정규직은 17명이고 비정규직은 3명이다.

직종별로 살펴보면 관리 6명, AE 5명, 디자이너 3명, 전사 2명, PR과 마케팅조사는 각각 1명으로 나타났다.

## 2.1.6. 직원 교육 현황

표 2-1-15 >> 교육 유형별 참여인원

단위: 명

구분	교육인원 (1년 기준)	국내							국외		
		사내	외부					세미나	세미나/ 컨퍼런스	대학기관	기타업체 (연수)
			대학기관	광고공사	사설교육 전문기관	공공기관	온라인 교육				
전체	3,499	1,688	70	259	148	84	751	363	68	22	46
대형	1,867	879	36	183	46	20	549	76	19	21	38
일반	1,632	809	34	76	102	64	202	287	49	1	8

광고업체의 교육 현황을 살펴보면, 연간 교육 참여인원은 전체 3,499명이며, 이중 대형업체 종사자 1,867명, 일반업체가 1,632명인 것으로 나타났다.

사내 교육 참여 인원이 1,688명으로 가장 많으면, 외부교육은 1,675명으로 나타났고, 국외 교육은 136명으로 집계 되었다.

2.1.7. 채용 현황

표 2-1-16 >> 2005년 채용 규모

단위: 명

구분	전체	신입			경력			
		전체	정규	비정규직	전체	정규직	비정규직	
업체규모	대형	632	164	123	41	468	433	35
	일반	1,134	528	429	99	606	533	73
업종	광고(종합)대행	1,044	330	266	64	714	654	60
	광고제작	761	232	173	59	539	464	65
	서비스	606	187	145	42	419	400	19
	인쇄	356	145	106	39	211	177	34
	온라인	515	184	152	32	331	298	33
	기타	534	188	109	79	346	303	43
가치사슬업종	인프라	567	229	165	64	338	298	40
	생산	1,019	372	264	108	647	564	83
	유통	1,119	397	326	71	722	661	61
	서비스	571	166	126	40	405	386	19
전체	1,766	692	552	140	1,074	966	108	

2005년 상반기 채용인원은 전체 1,766명으로 집계되었으며, 그중 신입은 692명 39.2%, 경력은 1,074명 60.8%로 나타났다. 신입 중 정규직은 552명, 비정규직은 140명으로 나타났으며, 경력 중 정규직은 966명, 비정규직은 108명으로 나타났다.

업체 규모에 따라 살펴보면, 대형업체는 신입 164명 25.9%, 경력 468명 60.8%로 나타났으며, 일반업체는 신입 528명 46.6%, 경력 606명 53.4%로 나타났다.

광고업종에 따라 살펴보면, 광고(종합)대행업은 신입 330명 31.6%, 경력 714명 68.4%로 나타났고, 광고제작업은 신입 232명 30.4%, 경력 539명 69.6%로 나타났고, 서비스업은 신입 187명 30.9%, 경력 419명 69.1%로 나타났고, 인쇄업은 신입 145명 40.8%, 경력 211명 59.2%로 나타났고, 온라인업은 신입 184명 35.7%, 경력 331명 64.3%로 나타났고, 기타업은 신입 188명 35.3%, 경력 346명 64.7%로 나타났다.

가치사슬 산업에 따라 살펴보면, 인프라 산업은 신입 229명 40.4%, 경력 338명 59.6%로 나타났고, 생산 산업은 신입 372명 36.5%, 경력 647명 63.5%로 나타났고, 유통 산업은 신입 397명 35.5%, 경력 722명 64.5%로 나타났고, 서비스 산업은 신입 166명 29.2%, 경력 405명 70.8%로 나타났다.

고용형태에 따라 살펴보면, 신규 채용 인원 중 정규직의 비율은 86.0%이며, 비정규직 비율은 14.0%로 나타났으며, 대형업체는 정규직 88.0%, 비정규직 12.0%로 나타났고, 일반업체는 정규직 84.9%, 비정규직



15.1%로 대형업체의 정규직 고용 비율이 더 높게 나타났다.

광고업종에 따른 고용형태별 2005년 신규 채용 현황을 살펴보면, 광고(종합)대행업은 정규직 88.1%, 비정규직 11.9%로 나타났고, 광고제작업은 정규직 83.7%, 비정규직 16.3%, 서비스업은 정규직 90.0%, 비정규직 10.0%, 인쇄업은 정규직 79.5%, 비정규직 20.5%, 온라인업은 정규직 87.4%, 비정규직 12.6%, 기타업은 정규직 77.1%, 비정규직 22.9%로 나타났다.

가치사슬 산업에 따른 신규 채용 인원 중 정규직의 비율은 인프라 산업이 정규직 81.8%, 비정규직 18.2%로 나타났고, 생산 산업이 정규직 81.3%, 비정규직 18.2%, 유통 산업이 정규직 88.2%, 비정규직 11.8%, 서비스 산업이 정규직 89.7%, 비정규직 10.3%로 나타났다.

표 2-1-16 >> 2006년 상반기 채용 규모

단위: 명

구분	전체	신입			경력			
		전체	정규	비정규직	전체	정규직	비정규직	
업체규모	대형	368	98	93	5	270	262	8
	일반	1,084	521	413	108	563	487	76
업종	광고(종합)대행	687	236	214	22	451	399	52
	광고제작	490	183	162	21	307	289	18
	서비스	396	159	133	26	237	226	11
	인쇄	262	146	120	26	116	106	10
	온라인	453	165	144	21	288	266	22
	기타	354	172	112	60	182	158	24
가치사슬업종	인프라	444	219	176	43	225	205	20
	생산	686	278	214	64	408	376	32
	유통	850	265	235	30	585	528	57
	서비스	353	136	113	23	217	209	8
전체	1,452	619	506	113	833	749	84	

2006년 상반기 채용인원은 전체 1,452명으로 집계되었으며, 그중 신입은 619명 42.6%, 경력은 833명 57.4%로 나타났다. 신입 중 정규직은 506명, 비정규직은 113명으로 나타났으며, 경력 중 정규직은 749명, 비정규직은 84명으로 나타났다.

업체 규모에 따라 살펴보면, 대형업체는 신입 98명 26.6%, 경력 270명 73.4%로 나타났으며, 일반업체는 신입 521명 48.0%, 경력 563명 52.0%로 나타났다.

광고업종에 따라 살펴보면, 광고(종합)대행업은 신입 236명 34.3%, 경력 451명 65.7%로 나타났고, 광고제작업은 신입 183명 37.4%, 경력 307명 62.6%로 나타났고, 서비스업은 신입 159명 40.0%, 경력 237명

60.0%로 나타났고, 인쇄업은 신입 146명 55.6%, 경력 116명 44.4%로 나타났고, 온라인업은 신입 165명 36.4%, 경력 288명 63.6%로 나타났고, 기타업은 신입 172명 48.6%, 경력 182명 51.4%로 나타났다.

가치사슬 산업에 따라 살펴보면, 인프라 산업은 신입 219명 49.4%, 경력 225명 50.6%로 나타났고, 생산 산업은 신입 278명 40.5%, 경력 408명 59.5%로 나타났고, 유통 산업은 신입 265명 31.1%, 경력 585명 68.9%로 나타났고, 서비스 산업은 신입 136명 38.4%, 경력 217명 61.6%로 나타났다.

고용형태에 따라 살펴보면, 2006년 상반기 신규 채용 인원 중 정규직의 비율은 86.4%이며, 비정규직 비율은 13.6%로 나타났으며, 대형업체는 정규직 96.5%, 비정규직 3.5%로 나타났고, 일반업체는 정규직 83.0%, 비정규직 17.0%로 대형업체의 정규직 고용 비율이 더 높게 나타났다.

광고업종에 따른 고용형태별 신규 채용 현황을 살펴보면, 광고(종합)대행업은 정규직 89.3%, 비정규직 10.7%로 나타났고, 광고제작업은 정규직 91.9%, 비정규직 8.1%, 서비스업은 정규직 90.5%, 비정규직 9.5%, 인쇄업은 정규직 86.3%, 비정규직 13.7%, 온라인업은 정규직 90.5%, 비정규직 9.5%, 기타업은 정규직 76.2%, 비정규직 23.8%로 나타났다.

가치사슬 산업에 따른 신규 채용 인원 중 정규직의 비율은 인프라 산업이 정규직 85.8%, 비정규직 14.8%로 나타났고, 생산 산업이 정규직 85.9%, 비정규직 14.1%, 유통 산업이 정규직 89.7%, 비정규직 10.3%, 서비스 산업이 정규직 91.3%, 비정규직 8.7%로 나타났다.

표 2-1-17 >> 향후 예상 채용 규모

단위: %, 명

구분		현재 인력수준에 대한 의견			2006년 하반기			2007년		
		부족	보통	충분	전체	신입	경력	전체	신입	경력
업체규모	대형	16.3	77.5	6.3	112	47	65	171	54	117
	일반	19.6	66.6	13.8	1,084	452	632	846	331	514
업종	광고(종합)대행	24.9	61.3	13.8	477	204	270	394	146	248
	광고제작	25.9	65.5	8.6	281	116	165	331	118	212
	서비스	23.6	61.1	15.3	224	118	102	198	73	125
	인쇄	19.1	67.8	13.1	281	100	169	230	84	141
	온라인	35.7	57.1	7.1	280	124	156	306	113	193
	기타	18.5	66.8	14.8	420	186	228	342	123	218
가치사슬업종	인프라	19.5	67.6	12.9	407	154	243	414	155	255
	생산	20.9	65.8	13.4	589	246	336	569	220	348
	유통	27.0	61.0	12.0	596	249	347	494	190	304
	서비스	27.0	58.8	14.3	203	108	91	170	62	108
전체		19.5	66.9	13.6	1,196	499	697	1,017	385	631

현재 인력 수준에 대한 의견을 살펴보면, 보통이라는 의견이 66.9%로 가장 많았고, 19.5%는 부족하다고 생각하고 있으며, 충분하다는 의견이 13.6%로 나타났다.

업체 규모별로 살펴보면, 대형업체는 보통이다 77.5%, 부족하다 16.3%, 충분하다 6.3%로 나타났으며, 일반업체는 보통이다 66.6%, 부족하다 19.6%, 충분하다 13.8%로 나타났다.

광고업종별로 살펴보면, 부족하다는 의견이 온라인 35.7%, 광고제작 25.9%, 광고(종합)대행 24.9%, 서비스 23.6%, 인쇄 19.1%, 기타 18.5% 순으로 높게 나타났고, 충분하다는 의견은 서비스 15.3%, 기타 14.8%, 광고(종합)대행 13.8%, 인쇄 13.1%, 광고제작 8.6%, 온라인 7.1%의 순으로 높게 나타났다.

가치사슬 산업에 따라 살펴보면, 부족하다는 의견이 유통과 서비스가 27.0%, 생산 20.9%, 인프라 19.5%의 순으로 나타났고, 충분하다는 의견은 서비스 14.3%, 생산 13.4%, 인프라 12.9%, 유통 12.0%로 나타났다.

향후 예상 채용 규모는 2006년 하반기 1,196명, 2007년 1,017명으로 집계 되었으며, 2006년 하반기에는 신입이 499명 41.7%, 경력 697명 58.3%, 2007년에는 신입이 385명 37.9%, 경력이 631명 62.1%로 예상하고 있는 것으로 나타났다.

표 2-1-18 >> 선호 전공 계열

단위: %

		예체능계열	인문/사회계열	상경계열	공과계열	어문계열	자연계열	법학계열	기타
업체규모	대형	62.7	58.8	52.9	0.0	27.5	9.8	0.0	11.8
	일반	62.3	16.0	10.5	14.6	5.1	1.9	0.6	11.5
업종	광고(종합)대행	63.4	27.7	23.0	7.6	10.7	3.6	1.3	10.8
	광고제작	78.8	19.7	18.7	4.9	10.6	2.9	0.4	7.2
	서비스	58.7	26.2	33.4	15.1	13.6	1.5	2.2	9.8
	인쇄	63.7	11.4	5.1	15.5	2.4	1.9	0.2	12.4
	온라인	65.9	36.4	26.1	15.9	14.8	2.3	3.4	5.7
	기타	68.3	14.0	6.7	9.8	5.7	1.8	0.7	13.6
가치사슬 업종	인프라	62.9	11.7	6.2	16.0	3.2	2.0	0.2	13.1
	생산	71.6	16.5	10.6	8.9	7.3	2.9	0.9	10.6
	유통	62.3	29.7	24.7	9.7	11.0	4.1	1.9	10.0
	서비스	58.8	27.2	33.5	16.7	12.4	1.6	2.5	10.7
전체		62.3	18.1	12.6	13.9	6.2	2.2	0.6	11.5

인력 채용 시 선호하는 전공계열은 예체능 계열이 62.3%로 가장 많았으며, 인문/사회계열 18.1%, 공과계열 13.9%, 상경계열 12.6%, 기타 11.5%, 어문계열 6.2%, 자연계열 2.2%, 법학계열 0.6% 순으로 높게 나타났다.

광고업종별로 살펴보면, 광고(종합)대행업은 예체능 63.4%, 인문/사회 27.7%, 상경 23.0% 순으로 선호하는 것으로 나타났으며, 광고제작은 예체능 78.8%, 인문/사회 19.7%, 상경 18.7% 순으로 나타났고, 서비

스업은 예체능 58.7%, 상경 33.4%, 인문/사회 26.2% 순으로 나타났고, 인쇄업은 예체능 63.7%, 공과 15.5%, 기타 12.4% 순으로 높게 나타났고, 온라인은 예체능 65.9%, 인문/사회 36.4%, 상경 26.1% 순으로 높게 나타났고, 기타는 예체능 68.3%, 인문/사회 14.0%, 기타 13.6% 순으로 선호하는 것으로 나타났다.

## 2.2. 대형 광고업체

### 2.2.1. 전체 고용현황

표 2-2-1 >> 전체 종사자 현황(대형)

구분	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	4,587	96.8
비정규직	150	3.2
합계	4,737	100.0

전체 광고업체 중에서 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 따로 살펴보면, 전체 고용자는 4,737명이고, 정규직은 4,587명 96.8%, 비정규직은 150명 3.2%로 나타났다.

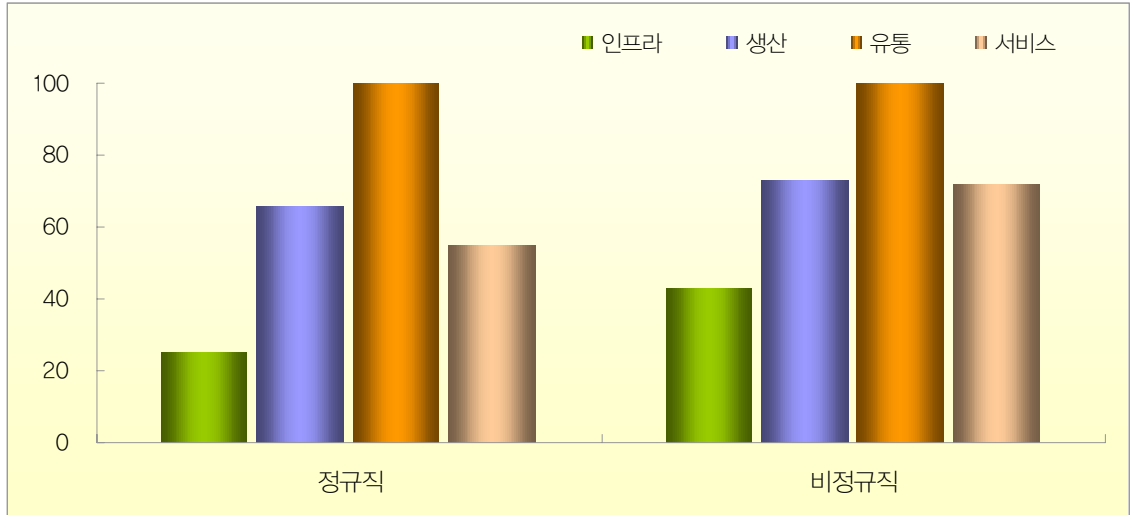
표 2-2-2 >> 고용형태별 종사자 현황(대형)

		정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업형태	회사법인	3,477	75.8	118	78.7	3,595	75.9
	회사외 법인	132	2.9	0	0.0	132	2.8
업종재분류	광고(종합)대행+그외	1,460	31.8	32	21.3	1,492	31.5
	광고(종합)대행+광고제작	3,127	68.2	118	78.7	3,245	68.5
가치사슬 분류	인프라	1,157	25.2	64	42.7	1,221	25.8
	생산	3,018	65.8	110	73.3	3,128	66.0
	유통	4,587	100.0	150	100.0	4,737	100.0
	서비스	2,528	55.1	108	72.0	2,636	55.6
전체		4,587	100.0	150	100.0	4,737	100.0

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 회사법인 3,595명 75.9%, 회사외법인 132명 2.8%가 분포되어 있다.

업종별 분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종 종사자가 1,492명 31.5%, 광고(종합)대행+광고제작 업종 종사자가 3,245명 68.5%로 나타났다. 광고(종합)대행+그외 업종의 정규직, 비정규직 비율은 97.9%, 2.1%로 전체비율(정규직 96.8%, 비정규직 3%)보다 정규직의 비중이 더 높게 나타났으며, 광고(종합)대행+광고제작 업종의 정규직, 비정규직 비율은 96.4%, 3.6%로 나타났다.

그림 2-2-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(대형)



가치사슬 분류로 살펴보면, 유통 종사자가 4,737명 100%로 가장 높게 나타났으며, 생산 3,128명 66.0%, 서비스 2,636명 55.6%, 인프라 1,221명 25.8% 순으로 종사자가 많은 것으로 나타났다. 정규직의 비율이 인프라 94.8%, 생산 96.5%로 나타났으며, 유통 96.8%, 서비스 95.9%로 전체 정규직 비율인 92.4%보다 높게 나타났다.

표 2-2-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황(대형)

	지역	정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	4,359	95.0	141	94.0	4,500	95.0
	부산	40	0.9	0	0.0	40	0.8
	대구	130	2.8	4	2.7	134	2.8
	광주	21	0.5	5	3.3	26	0.5
	대전	29	0.6	0	0.0	29	0.6
	전라북도	8	0.2	0	0.0	8	0.2
전체		4,587	100.0	150	100.0	4,737	100.0

종사자를 지역별로 살펴보면, 서울이 4,500명 95.0%로 가장 높게 나타났고, 대구 134명 2.8%, 부산 40명 0.8%, 대전 29명 0.6%, 광주 26명 0.5%, 전라북도 8명 0.2%의 순으로 나타났다. 전체 정규직의 비율인 92.4%보다 높은 지역은 서울 4,359명 96.9%, 부산 40명 100.0%, 대구 130명 97.4%, 대전 29명 100.0%, 전라북도 8명 100.0%로 나타났다.

### 2.2.2. 성별 종사자 현황

표 2-2-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(대형)

	남자		여자		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	3,053	97.8	1,534	95.0	4,587	96.8
비정규직	70	2.22	80	5.0	150	3.2
합계	3,123	100.0	1,614	100.0	4,737	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 성별로 살펴보면, 남자는 3,123명 65.9%, 여자는 1,614명 34.1%로 나타났다. 종사자 형태로 나누어 성별 비율을 살펴보면, 정규직의 남자, 여자의 비율은 66.6%, 33.4%이고, 비정규직의 남자, 여자의 비율은 46.7%, 53.3%로 정규직은 남자의 비율이 높고, 비정규직은 여자의 비율이 높은 것으로 나타났다.

그림 2-2-2 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(대형)

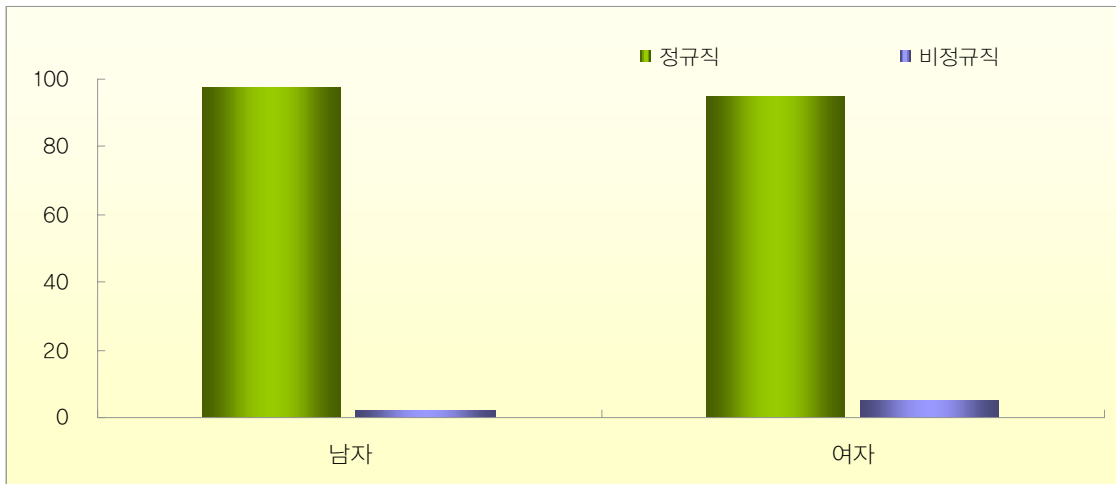


표 2-2-5 >> 성별 종사자 현황(대형)

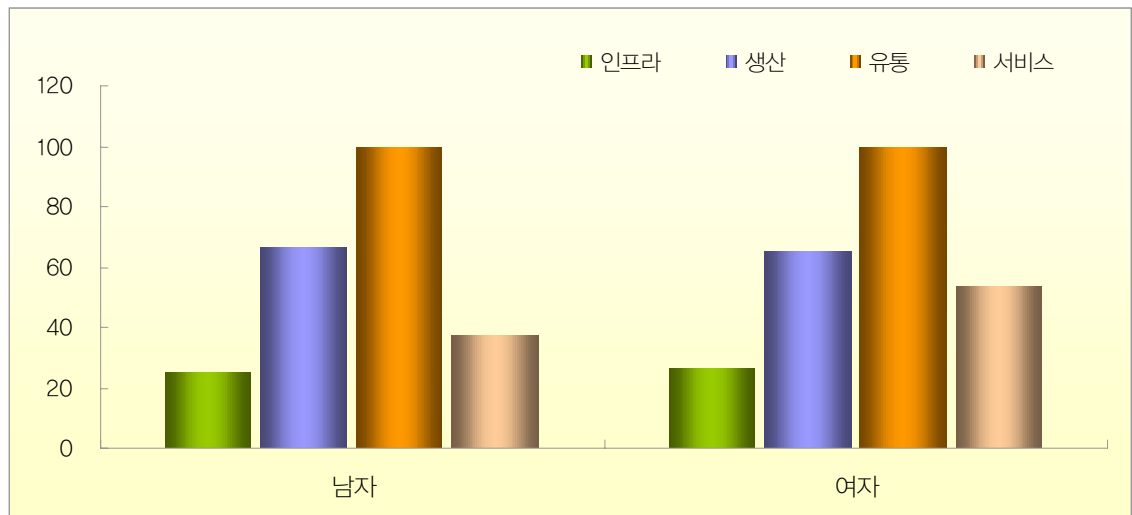
		남자		여자		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업형태	회사법인	2,373	76.0	1,222	75.7	3,595	75.9
	회사의 법인	97	3.1	35	2.2	132	2.8
업종재분류	광고(종합)대행+그외	960	30.7	532	33.0	1,492	31.5
	광고(종합)대행+광고제작	2,163	69.3	1,082	67.0	3,245	68.5
가치사슬 분류	인프라	790	25.3	431	26.7	1,221	25.8
	생산	2,080	66.6	1,048	64.9	3,128	66.0
	유통	3,123	100.0	1,614	100.0	4,737	100.0
	서비스	1,173	37.6	863	53.5	2,636	55.6
전체		3,123	100.0	1,614	100.0	4,737	100.0

기업형태로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 회사법인은 남자 2,373명 66.0%, 여자 1,222명 34.0%로 나타났고, 회사의 법인은 남자 97명 73.5%, 여자 35명 26.5%로 전체 남녀비율 65.9%, 34.1%보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 남자 2,163명 66.7%, 여자 1,082명 33.3%로 전체 남녀비율보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 생산은 남자 2,080명 66.5%, 여자 1,048명 33.5%, 서비스는 남자 1,173명 44.5%, 여자 863명 32.7%로 전체 남녀 비율보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-2-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(대형)



성별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 남자는 유통 3,123명 100.0%, 생산 2,080명 66.6%, 서비스 1,173명 37.6%, 인프라 790명 25.3%의 순으로 나타났고, 여자는 유통 1,614명 100.0%, 생산 1,048명 64.9%, 서비스 863명 53.5%, 인프라 431명 26.7%의 순으로 나타났다.

표 2-2-6 >> 지역별 성별 종사자 현황(대형)

		남자		여자		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	2,971	95.1	1,529	94.7	4,500	95.0
	부산	24	0.8	16	1.0	40	0.8
	대구	91	2.9	43	2.7	134	2.8
	광주	13	0.4	13	0.8	26	0.5
	대전	19	0.6	10	0.6	29	0.6
	전라북도	5	0.2	3	0.2	8	0.2
전체		3,123	100.0	1,614	100.0	4,737	100.0

전체 남자의 비율인 65.2%보다 남자의 비율이 높은 지역은 서울 2,971명 66.0%, 대구 91명 67.9%로 나타났다.

### 2.2.3. 연령별 종사자 현황

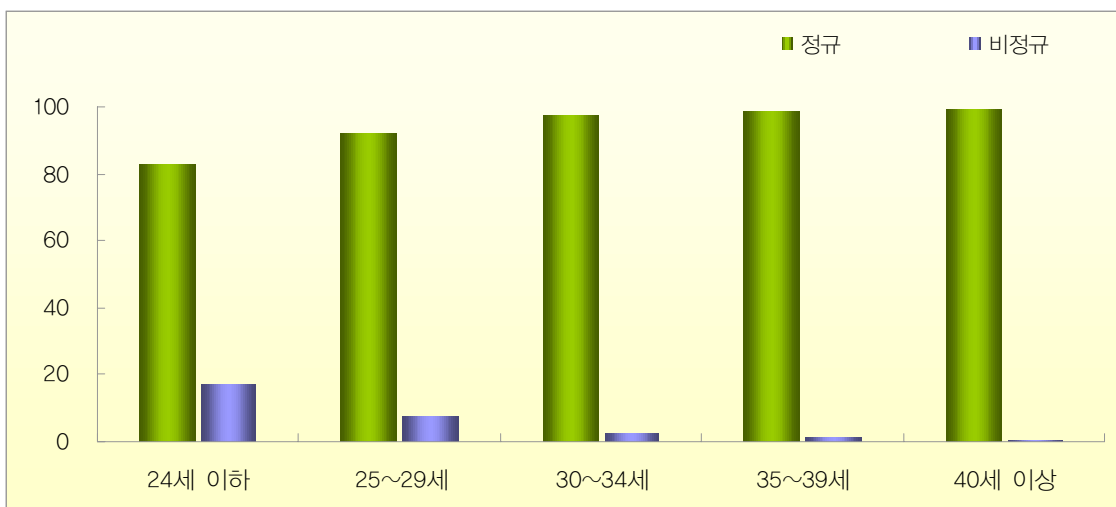
표 2-2-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형)

	24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	138	82.6	877	92.5	1,310	97.8	1,247	98.9	1,015	99.3	4,587	96.8
비정규직	29	17.4	71	7.5	29	2.2	14	1.1	7	0.7	150	3.2
합계	167	100.0	948	100.0	1,339	100.0	1,261	100.0	1,022	100.0	4,737	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 연령별로 살펴보면, 30~34세 1,339명 28.3%, 35~39세 1,261명 26.6%, 40세 이상 1,022명 21.6%, 25~29세 948명 20.0%, 24세 이하 167명 3.5%의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 연령별 비율을 살펴보면, 정규직은 30~34세 1,310명 28.6%, 35~39세 1,247명 27.2%, 40세 이상 1,015명 22.1%, 25~29세 877명 19.1%, 24세 이하 138명 3.0%, 비정규직은 25~29세 71명 47.4%, 30~34세 29명 19.3%, 24세 이하 29명 19.3%, 35~39세 14명 9.3%, 40세 이상 7명 4.7%의 순으로 나타났다.

그림 2-2-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형)





연령 기준으로 살펴보면, 24세 이하는 정규직 138명 82.6%, 비정규직 29명 17.4%, 25~29세는 정규직 877명 92.5%, 비정규직 71명 7.5%, 30~34세는 1,310명 97.8%, 29명 2.2%, 35~39세는 1,247명 98.9%, 14명 1.1%, 40세 이상은 1,015명 99.3%, 7명 0.7%로 나타났다.

표 2-2-8 >> 연령별 종사자 현황(대형)

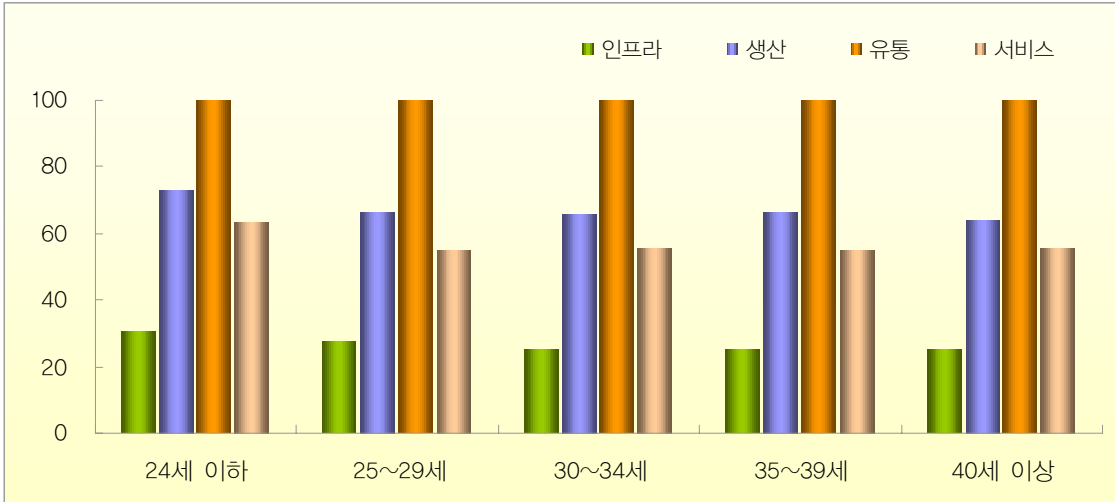
		24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	회사법인	139	83.2	736	77.6	1,021	76.3	948	75.2	751	73.5	3,595	75.9
	회사외 법인	2	1.2	10	1.1	11	0.8	47	3.7	62	6.1	132	2.8
업종재분류	광고(종합)대행+그외	42	25.1	289	30.5	424	31.7	395	31.3	342	33.5	1,492	31.5
	광고(종합)대행+광고제작	125	74.9	659	69.5	915	68.3	866	68.7	680	66.5	3,245	68.5
가치사슬 분류	인프라	51	30.5	261	27.5	334	24.9	317	25.1	258	25.2	1,221	25.8
	생산	122	73.1	629	66.4	884	66.0	837	66.4	656	64.2	3,128	66.0
	유통	167	100.0	948	100.0	1,339	100.0	1,261	100.0	1,022	100.0	4,737	100.0
	서비스	106	63.5	523	55.2	746	55.7	692	54.9	569	55.7	2,636	55.6
전체		167	100.0	948	100.0	1,339	100.0	1,261	100.0	1,022	100.0	4,737	100.0

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 24세 이하 139명 3.9%, 25~29세 736명 20.5%, 30~34세 1,021명 28.4%, 35~39세 948명 26.4%, 40세 이상 751명 20.9%로 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 30~34세의 비율인 28.2%보다 30~34세의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 24세 이하 42명 2.8%, 25~29세 289명 19.4%, 30~34세 424명 28.5%, 35~39세 395명 26.5%, 40세 이상 342명 22.9%로 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 30~34세의 비율보다 이 업종에서의 30~34세의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 유통은 24세 이하 167명 3.5%, 25~29세 948명 20.0%, 30~34세 1,339명 28.3%, 35~39세 1,261명 26.6%, 40세 이상 1,022명 21.6%, 서비스는 24세 이하 106명 4.0%, 25~29세 523명 19.8%, 30~34세 746명 28.3%, 35~39세 692명 26.3%, 40세 이상 569명 21.6%로 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 30~34세의 비율보다 30~34세의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-2-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(대형)



연령별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 24세 이하는 유통 167명 100.0%, 생산 122명 73.1%, 서비스 106명 63.5%, 인프라 51명 30.5%의 순으로 나타났고, 25~29세는 유통 948명 100.0%, 생산 629명 66.4%, 서비스 523명 55.2%, 인프라 261명 27.5%의 순으로 나타났고, 30~34세는 유통 1,339명 100.0%, 생산 884명 66.0%, 서비스 746명 55.7%, 인프라 334명 24.9%의 순으로 나타났고, 35~39세는 유통 1,261명 100.0%, 생산 837명 66.4%, 서비스 692명 54.9%, 인프라 317명 25.1%의 순으로 나타났고, 40세 이상은 1,022명 100.0%, 생산은 656명 64.2%, 서비스는 569명 55.7%, 인프라는 258명 25.2%의 순으로 나타났다.

표 2-2-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(대형)

		24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
지역	서울	156	93.4	883	93.1	1,276	95.3	1,211	96.0	974	95.3	4,500	95.0
	부산	4	2.4	10	1.1	12	0.9	6	0.5	8	0.8	40	0.8
	대구	4	2.4	34	3.6	36	2.7	36	2.9	24	2.3	134	2.8
	광주	0	0.0	12	1.3	8	0.6	2	0.2	4	0.4	26	0.5
	대전	3	1.8	7	0.7	5	0.4	4	0.3	10	1.0	29	0.6
	전라북도	0	0.0	2	0.2	2	0.1	2	0.2	2	0.2	8	0.2
전체		167	100.0	948	100.0	1,339	100.0	1,261	100.0	1,022	100.0	4,737	100.0

가장 많은 부분을 차지하는 30~34세의 전체비율 28.3%보다 30~34세의 비율이 높은 지역은 서울 1,276명 28.4%, 부산 12명 30.2%, 광주 8명 30.8%로 나타났다.

## 2.2.4. 학력별 종사자 현황

표 2-2-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형)

	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	305	93.0	405	92.5	3,330	97.3	547	99.8	4,587	96.8
비정규직	23	7.0	33	7.5	93	2.7	1	0.2	150	3.2
합계	328	100.0	438	100.0	3,423	100.0	548	100.0	4,737	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 학력별로 살펴보면, 대졸 3,423명 72.3%, 대학원졸이상 548명 11.6%, 전문대졸 438명 9.3%, 고졸이하 328명 6.9%의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 학력별 비율을 살펴보면, 정규직은 대졸 3,330명 72.6%, 대학원졸이상 547명 11.9%, 전문대졸 405명 8.8%, 고졸이하 305명 6.6%, 비정규직은 대졸 93명 62%, 전문대졸 33명 22.0%, 고졸이하 23명 15.3%, 대학원졸이상 1명 0.7%의 순으로 나타났다.

그림 2-2-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형)



표 2-2-11 >> 학력별 종사자 현황(대형)

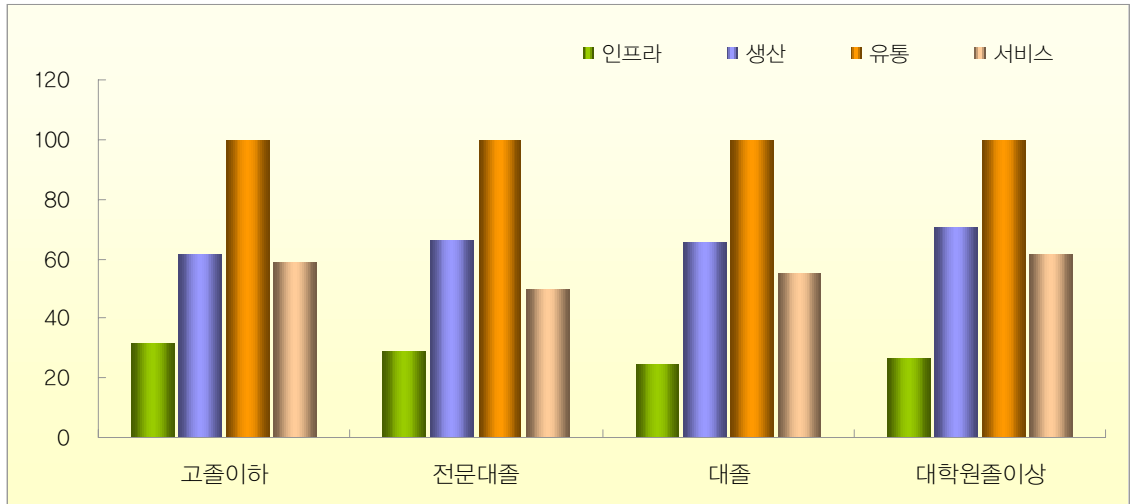
		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	회사법인	213	64.9	312	71.2	2,641	77.2	429	78.3	3,595	75.9
	회사외 법인	33	10.1	9	2.1	63	1.8	27	4.9	132	2.8
업종재분류	광고(종합)대행+그외	121	36.9	151	34.5	1,073	31.3	147	26.8	1,492	31.5
	광고(종합)대행+광고제작	207	63.1	287	65.5	2,350	68.7	401	73.2	3,245	68.5
가치사슬 분류	인프라	104	31.7	129	29.5	842	24.6	146	26.6	1,221	25.8
	생산	202	61.6	290	66.2	2,247	65.6	389	71.0	3,128	66.0
	유통	328	100.0	438	100.0	3,423	100.0	548	100.0	4,737	100.0
	서비스	194	59.1	220	50.2	1,886	55.1	336	61.3	2,636	55.6
전체		328	100.0	438	100.0	3,423	100.0	548	100.0	4,737	100.0

기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 고졸이하 213명 5.9%, 전문대졸 312명 8.7%, 대졸 2,641명 73.5%, 대학원졸이상 429명 11.9%로 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율인 72.3%보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 고졸이하 207명 6.4%, 전문대졸 287명 8.8%, 대졸 2,350명 72.4%, 대학원졸이상 401명 12.4%로 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율보다 이 업종의 대졸 비율이 조금 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 인프라는 고졸이하 104명 8.5%, 전문대졸 129명 10.5%, 대졸 842명 69.0%, 대학원졸이상 146명 12.0%, 생산은 고졸이하 202명 6.5%, 전문대졸 290명 9.3%, 대졸 2,247명 71.8%, 대학원졸이상 389명 12.4%, 서비스는 고졸이하 194명 7.4%, 전문대졸 220명 8.3%, 대졸 1,886명 71.5%, 대학원졸이상 336명 12.7%로 전체 학력별 비율에서 두 번째로 높은 비중을 차지하는 대학원졸이상의 비율 11.6%보다 대학원졸이상의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-2-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(대형)



학력별로 구분하여 종사자 업종을 보면, 고졸이하는 유통 328명 100.0%, 생산 202명 61.6%, 서비스 194명 59.1%, 인프라 104명 31.7%로 나타났고, 전문대졸은 유통 438명 100.0%, 생산 290명 6.2%, 서비스 220명 50.2%, 인프라 129명 29.5%로 나타났고, 대졸은 유통 3,423명 100.0%, 생산 2,247명 65.6%, 서비스 1,886명 55.1%, 인프라 842명 24.6%로 나타났고, 대학원졸이상은 유통 548명 100.0%, 생산 389명 71.0%, 서비스 336명 61.3%, 인프라 146명 26.6%로 나타났다.

표 2-2-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(대형)

	지역	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
	서울	319	97.3	409	93.4	3,252	95.0	520	94.9	4,500	95.0
	부산	2	0.6	8	1.8	26	0.8	4	0.7	40	0.8
	대구	6	1.8	19	4.3	93	2.7	16	2.9	134	2.8
	광주	0	0.0	0	0.0	24	0.7	2	0.4	26	0.5
	대전	0	0.0	0	0.0	23	0.7	6	1.1	29	0.6
	전라북도	1	0.3	2	0.5	5	0.1	0	0.0	8	0.2
	전체	328	100.0	438	100.0	3,423	100.0	548	100.0	4,737	100.0

가장 많은 부분을 차지하는 대졸의 전체 비율 72.3%보다 대졸의 비율이 높은 지역은 광주 24명 92.3%, 대전 23명 79.3%로 나타났다.

대학원졸이상의 전체 비율 11.6%보다 대학원졸이상의 비율이 높은 지역은 대구 16명 11.9%, 대전 6명 20.7%로 나타났다.

2.2.5. 직급별 종사자 현황

표 2-2-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황(대형)

	임원		국장/부장		차장/대리		사원		전체	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
AE	198	38.7	376	33.5	451	28.0	383	25.7	1,408	29.7
디자이너	45	8.8	179	15.9	342	21.2	251	16.8	817	17.2
CW	17	3.3	86	7.7	130	8.1	73	4.9	306	6.5
PD	6	1.2	43	3.8	57	3.5	17	1.1	123	2.6
매체	16	3.1	119	10.6	161	10.0	100	6.7	396	8.4
SP	5	1.0	59	5.3	76	4.7	63	4.2	203	4.3
PR	5	1.0	50	4.5	51	3.2	45	3.0	151	3.2
마케팅조사	3	0.6	34	3.0	66	4.1	55	3.7	158	3.3
인터랙티브	0	0.0	10	0.9	19	1.2	9	0.6	38	0.8
전사	43	8.4	2	0.2	19	1.2	21	1.4	85	1.8
관리	173	33.9	165	14.7	241	14.9	473	31.7	1,052	22.2
합계	511	100.0	1,123	100.0	1,613	100.0	1,490	100.0	4,737	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 직종별로 살펴보면, AE가 1,408명 29.7%로 가장 높게 나타났고, 관리 1,052명 22.2%, 디자이너 817명 17.2%, 매체 396명 8.4%, CW 306명 6.5%, SP 203명 4.3%, 마케팅조사 158명 3.3%, PR 151명 3.2%, PD 123명 2.6%, 전사 85명 1.8%, 인터랙티브 38명 0.8%의 순으로 나타났다. 직종별로 구체적으로 살펴보면, AE는 차장/대리 451명 32.0%, 사원 383명 27.2%, 디자이너는 차장/대리 342명 41.9%, 사원 251명 30.7%, CW 국장/부장 86명 28.1%, 차장/대리 130명 42.5%, PD는 국장/부장 43명 35.0%, 차장/대리 57명 46.3%, 매체는 국장/부장 119명 30.1, 차장/대리 161명 40.7%, SP 차장/대리 76명 37.4%, 사원 63명 31.0%, PR 국장/부장 50명 33.1%, 차장/대리 51명 33.8%, 마케팅조사 차장/대리 66명 41.8%, 사원 55명 34.8%, 인터랙티브 국장/부장 10명 26.3%, 차장/대리 19명 50.0%, 전사 임원 43명 50.6%, 사원 21명 24.7%, 관리 차장/대리 241명 22.9%, 사원 473명 45.0%로 나타났다.

100대 광고대행업체의 종사자를 직급별로 살펴보면, 차장/대리가 1,613명 34.1%로 가장 높게 나타났고, 사원 1,490명 31.5%, 국장/부장 1,123명 23.7%, 임원 511명 10.8%의 순으로 나타났다. 직급별로 구체적으로 살펴보면, 임원은 AE 198명 38.7%, 관리 173명 33.9%, 디자이너 45명 8.8%의 순으로 나타났고, 국장/부장은 AE 376명 33.5%, 디자이너 179명 15.9%, 관리 165명 14.7%의 순으로 나타났고, 차장/대리는 AE 451명 28.0%, 디자이너 342명 21.2%, 관리 241명 14.9%의 순으로 나타났고, 사원은 관리 473명 31.7%, AE 383명 25.7%, 디자이너 251명 16.8%의 순으로 나타났다.

## 2.2.6. 외국인 종사자 현황

표 2-2-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(대형)

	정규직	비정규직	합계
AE	3	0	3
디자이너	2	0	2
CW	0	0	0
PD	0	0	0
매체	0	0	0
SP	0	0	0
PR	0	0	0
마케팅조사	0	0	0
인터랙티브	0	0	0
전사	0	0	0
관리	3	0	3
합계	8	0	8

광고업의 외국인 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 형태별로 살펴보면 정규직은 8명이고 비정규직은 0명이다. 직종별로 살펴보면 AE 3명, 관리 3명, 디자이너 2명의 순으로 나타났다.

## 2.3. 일반 광고회사

### 2.3.1. 전체 고용현황

표 2-3-1 >> 전체 종사자 현황(일반)

구분	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	21,915	88.1
비정규직	2,973	11.9
합계	24,888	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 살펴보면, 전체 고용자는 24,888명이고, 정규직은 21,915명 88.1%, 비정규직은 2,973명 11.9%로 나타났다.

표 2-3-2 >> 고용형태별 종사자 현황(일반)

		정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업형태	개인사업체	8,938	41.0	1,213	41.0	10,151	41.0
	회사법인	12,324	56.5	1,610	54.4	13,934	56.3
	회사의 법인	548	2.5	137	4.6	685	2.8
업종재분류	광고(종합)대행+그외	6,097	27.8	855	28.8	6,952	27.9
	광고제작+그외	2,187	10.0	379	12.7	2,566	10.3
	광고(종합)대행+광고제작	2,242	10.2	386	13.0	2,628	10.6
	그외	11,389	52.0	1,353	45.5	12,742	51.2
가치사슬 분류	인프라	10,600	48.4	1,425	47.9	12,025	48.3
	생산	10,027	45.8	1,411	47.5	11,438	46.0
	유통	8,321	38.0	1,061	35.7	9,382	37.7
	서비스	2,507	11.4	420	14.1	2,927	11.8
전체		21,915	100.0	2,973	100.0	24,888	100.0

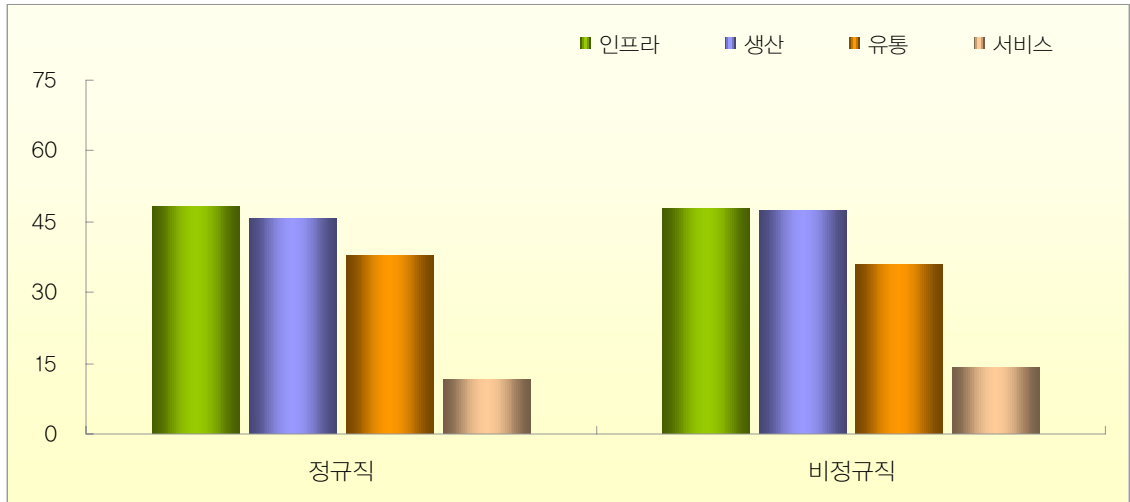
종사자를 기업형태별로 살펴보면, 개인사업체 10,151명 41.0%, 회사법인 13,934명 56.3%, 회사의 법인 685명 2.8%가 분포되어 있다. 회사법인의 정규직과 비정규직의 비율은 88.4%, 11.6%로 전체비율보다 정규직의 비중이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 6,952명 27.9%, 광고제작+그외 2,566명 10.3%, 광고(종합)대행+광고제작 2,628명 10.6%, 그 외 12,742명 51.2%로 나타났다. 그 외 업종을 제외한 모든 업종에서 정규직, 비정규직의 전체비율보다 정규직의 비중이 더 낮게 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 인프라 종사자가 12,025명 48.3%로 가장 높게 나타났으며, 생산 11,438명 46.0%, 유통 9,382명 37.7%, 서비스 2,927명 11.8%의 순으로 종사자가 많은 것으로 나타났다. 정규직의 비율이 유통 88.7%로 전체 정규직 비율인 88.1%보다 더 높게 나타났다.



그림 2-3-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(일반)



정규직은 인프라 10,600명 48.4%, 생산 10,027명 45.8%, 유통 8,321명 38.0%, 서비스 2,507명 11.4%의 순으로 높게 나타났고, 비정규직은 인프라 1,425명 47.9%, 생산 1,411명 47.5%, 유통 1,061명 35.7%, 서비스 420명 14.1%의 순으로 나타났다.

표 2-3-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황(일반)

		정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	13,986	63.8	1,916	64.4	15,902	63.9
	부산	1,563	7.1	143	4.8	1,706	6.9
	대구	1,388	6.3	177	6.0	1,565	6.3
	인천	89	0.4	9	0.3	98	0.4
	광주	1,042	4.8	92	3.1	1,134	4.6
	대전	487	2.2	66	2.2	553	2.2
	울산	118	0.5	29	1.0	147	0.6
	경기도	1,456	6.6	158	5.3	1,614	6.5
	강원도	294	1.3	111	3.7	405	1.6
	충청북도	141	0.6	15	0.5	156	0.6
	충청남도	124	0.6	8	0.3	132	0.5
	전라북도	211	1.0	40	1.3	251	1.0
	전라남도	130	0.6	13	0.4	143	0.6
	경상북도	263	1.2	78	2.6	341	1.4
	경상남도	533	2.4	68	2.3	601	2.4
제주도	90	0.4	50	1.7	140	0.6	
전체		21,915	100.0	2,973	100.0	24,888	100.0

종사자를 지역별로 살펴보면, 서울이 15,902명 63.9%로 가장 높게 나타났고, 부산 1,706명 6.9%, 경기도 1,614명 6.5%, 대구 1,565명 6.3%, 광주 1,134명 4.6%, 경상남도 601명 2.4%, 대전 553명 2.2%, 강원도 405명 1.6%, 경상북도 341명 1.4%, 전라북도 251명 1.0%의 순으로 나타났다. 전체 정규직 비율인 88.1%보다 정규직의 비율이 높은 지역은 부산 1,563명 91.6%, 대구 1,388명 88.7%, 인천 89명 91.8%, 광주 1,042명 91.9%, 경기도 1,456명 90.2%, 충청북도 141명 90.4%, 충청남도 124명 93.9%, 전라남도 130명 90.9%, 경상남도 533명 88.7%로 나타났다.

### 2.3.2. 성별 종사자 현황

표 2-3-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(일반)

	남자		여자		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	14,336	90.0	7,579	84.7	21,915	88.1
비정규직	1,600	10.0	1,373	15.3	2,973	11.9
합계	15,936	100.0	8,952	100.0	24,888	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 성별로 살펴보면, 남자는 15,936명 64.0%이고, 여자는 8,952명 36.0%로 나타났다. 종사자 형태로 나누어 성별 비율을 살펴보면, 정규직의 남자, 여자 비율은 65.4%, 34.6%이고, 비정규직의 남자, 여자 비율은 53.8%, 46.2%로 비정규직에서 여자의 비율이 정규직에 비해 조금 높은 것으로 나타났다.

그림 2-3-2 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(일반)

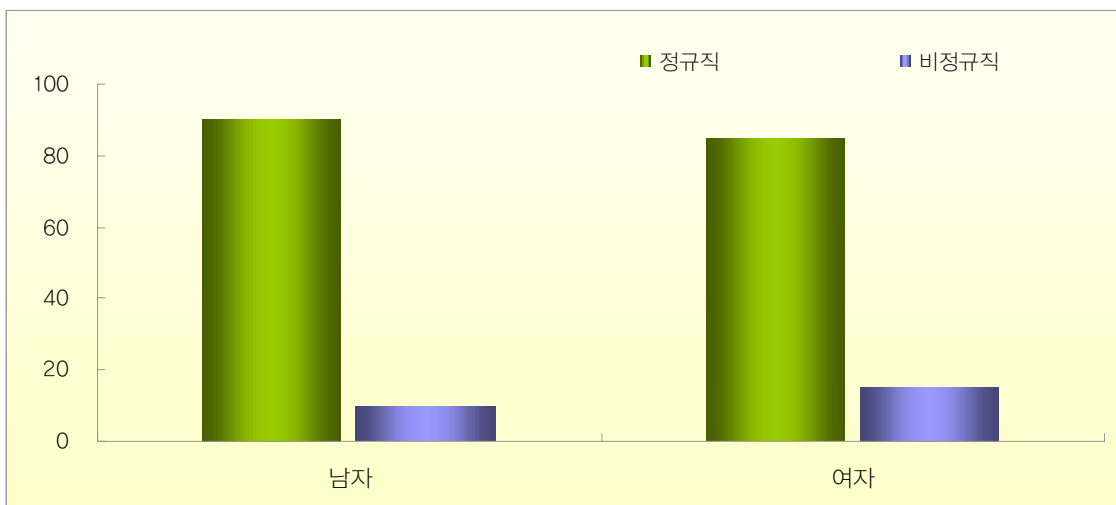


표 2-3-5 >> 성별 종사자 현황(일반)

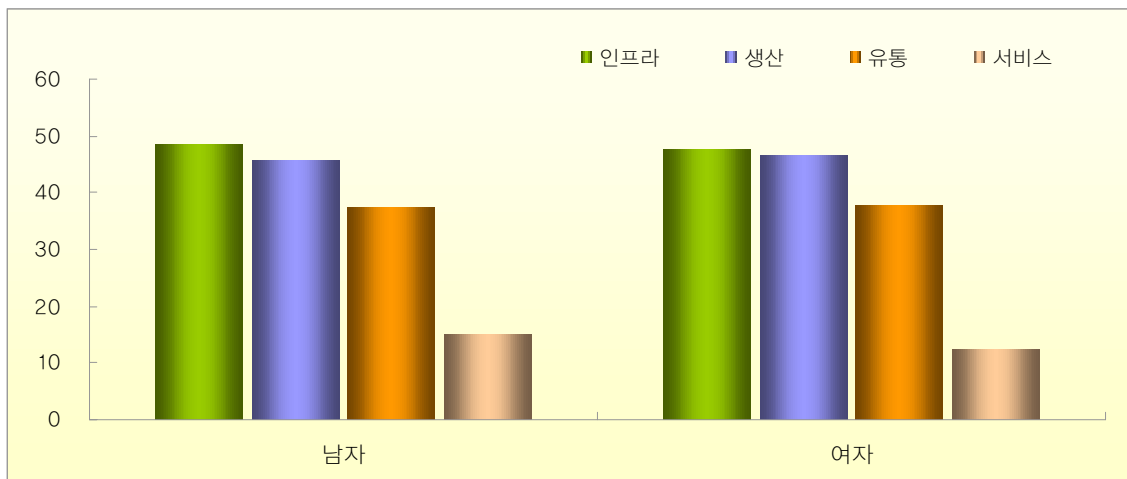
		남자		여자		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업형태	개인사업체	6,536	41.0	3,615	40.4	10,151	40.8
	회사법인	8,784	55.1	5,150	57.5	13,934	56.0
	회사외 법인	533	3.3	152	1.7	685	2.8
업종재분류	광고(종합)대행+그외	4,600	28.9	2,352	26.3	6,952	27.9
	광고제작+그외	1,606	10.1	960	10.7	2,566	10.3
	광고(종합)대행+광고제작	1,713	10.7	915	10.2	2,628	10.6
	그외	8,014	50.3	4,728	52.8	12,742	51.2
가치사슬 분류	인프라	7,755	48.7	4,270	47.7	12,025	48.3
	생산	7,250	45.5	4,187	46.8	11,437	46.0
	유통	5,982	37.5	3,399	38.0	9,381	37.7
	서비스	2,416	15.2	1,111	12.4	2,927	11.8
전체		15,936	100.0	8,952	100.0	24,888	100.0

기업형태로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 회사법인은 남자 8,784명 63.0%, 여자 5,150명 37.0%, 회사외 법인은 남자 533명 77.8%, 여자 152명 22.2%로 회사외법인의 경우, 전체 남녀 비율 64.0%, 36.0%보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 남자 4,600명 66.2%, 여자 2,352명 33.8%, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 남자 1,713명 65.2%, 여자 915명 34.8%로 전체 남녀 비율보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 인프라는 남자 7,755명 64.5%, 여자 4,270명 35.5%로 전체 남녀 비율보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-3-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(일반)



성별로 구분하여 종사자 업종을 살펴보면, 남자는 인프라 7,755명 48.7%, 생산 7,250명 45.5%, 유통 5,982명 37.5%, 서비스 2,416명 15.2%의 순으로 나타났고, 여자는 인프라 4,270명 47.7%, 생산 4,187명 46.8%, 유통 3,399명 38.0%, 서비스 1,111명 12.4%의 순으로 높게 나타났다.

표 2-3-6 >> 지역별 성별 종사자 현황(일반)

		남자		여자		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	9,939	62.4	5,963	66.6	15,902	63.9
	부산	1,097	6.9	609	6.8	1,706	6.9
	대구	1,071	6.7	495	5.5	1,566	6.3
	인천	72	0.5	25	0.3	97	0.4
	광주	775	4.9	359	4.0	1,134	4.6
	대전	352	2.2	201	2.2	553	2.2
	울산	94	0.6	53	0.6	147	0.6
	경기도	1,131	7.1	483	5.4	1,614	6.5
	강원도	271	1.7	134	1.5	405	1.6
	충청북도	99	0.6	57	0.6	156	0.6
	충청남도	86	0.5	46	0.5	132	0.5
	전라북도	175	1.1	76	0.8	251	1.0
	전라남도	93	0.6	50	0.6	143	0.6
	경상북도	210	1.3	131	1.5	341	1.4
	경상남도	371	2.3	230	2.6	601	2.4
	제주도	100	0.6	40	0.4	140	0.6
전체		15,936	100.0	8,952	100.0	24,888	100.0

전체 남자의 비율인 64.0%보다 남자의 비율이 높은 지역은 부산 1,097명 64.3%, 대구 1,071명 68.4%, 인천 72명 74.2%, 광주 775명 68.3%, 경기도 1,131명 70.1%, 강원도 271명 66.9%, 충청남도 86명 65.2%, 전라북도 175명 69.7%, 전라남도 93명 65.0%, 제주도 100명 71.4%로 나타났다.

### 2.3.3. 연령별 종사자 현황

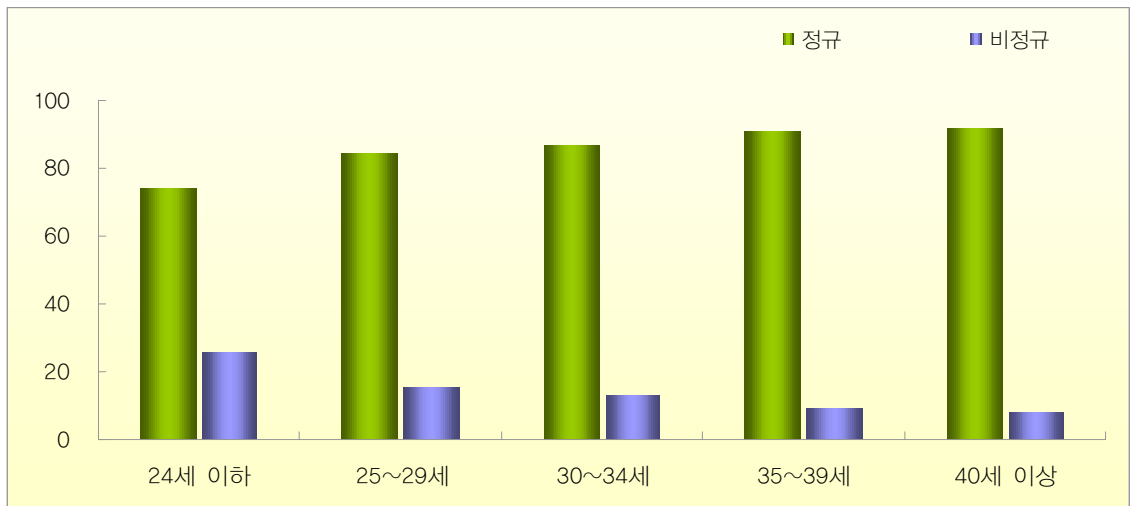
표 2-3-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반)

	24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	697	74.3	5,208	84.8	5,581	87.1	4,384	90.7	6,045	92.1	21,915	88.1
비정규직	241	25.7	934	15.2	829	12.9	450	9.3	519	7.9	2,973	11.9
합계	938	100.0	6,142	100.0	6,410	100.0	4,834	100.0	6,564	100.0	24,888	100.0

전체 광고업체 중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 연령별로 살펴보면, 40세이상 6,564명 26.4%, 30~34세 6,410명 25.8%, 25~29세 6,142명 24.7%, 35~39세 4,834명 19.4%, 24세이하 938명 3.8%의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 연령별 비율을 살펴보면, 정규직은 40세이상 6,045명 27.6%, 30~34세 5,581명 25.5%, 25~29세 5,208명 23.8%, 35~39세 4,384명 20.0%, 24세이하 697명 3.2%, 비정규직은 25~29세 934명 31.4%, 30~34세 829명 27.9%, 40세이상 519명 17.5%, 35~39세 450명 15.1%, 24세이하 241명 8.1%의 순으로 나타났다.

그림 2-3-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반)



연령을 기준으로 하여 살펴보면, 24세 이하는 정규직이 697명 74.3%, 비정규직이 241명 25.7%, 25~29세는 정규직이 5,208명 84.8%, 비정규직이 934명 15.2%, 30~34세는 정규직이 5,581명 87.1%, 비정규직이 829명 12.9%, 35~39세는 정규직이 4,384명 90.7%, 비정규직이 450명 9.3%, 40세 이상은 정규직이 6,045명 92.1%, 비정규직이 519명 7.9%로 나타났다.

표 2-3-8 >> 연령별 종사자 현황(일반)

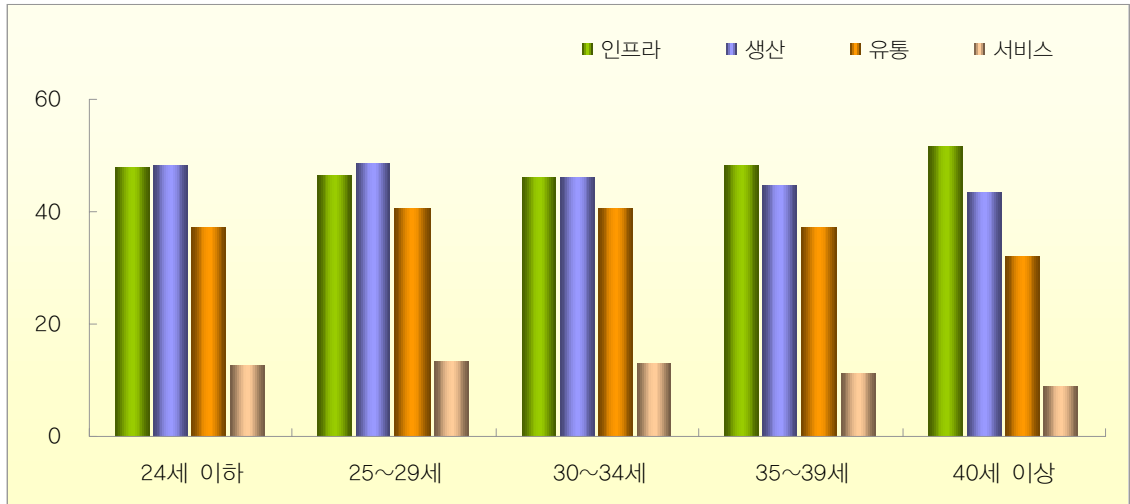
		24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	354	37.7	2,127	34.6	2,378	37.1	1,978	40.9	3,314	50.5	10,151	40.8
	회사법인	571	60.9	3,879	63.2	3,824	59.7	2,693	55.7	2,967	45.2	13,934	56.0
	회사의 법인	15	1.6	105	1.7	185	2.9	145	3.0	235	3.6	685	2.8
업종재분류	광고(종합)대행+그외	237	25.3	1,600	26.1	1,869	29.2	1,371	28.4	1,875	28.6	6,952	27.9
	광고제작+그외	122	13.0	674	11.0	654	10.2	499	10.3	617	9.4	2,566	10.3
	광고(종합)대행+광고제작	106	11.3	736	12.0	722	11.3	500	10.3	564	8.6	2,628	10.6
	그외	473	50.4	3,132	51.0	3,165	49.4	2,464	51.0	3,508	53.4	12,742	51.2
가치사슬 분류	인프라	451	48.1	2,869	46.7	2,972	46.4	2,337	48.3	3,396	51.7	12,025	48.3
	생산	452	48.2	2,986	48.6	2,972	46.4	2,169	44.9	2,858	43.5	11,437	46.0
	유통	348	37.1	2,509	40.8	2,604	40.6	1,804	37.3	2,116	32.2	9,381	37.7
	서비스	120	12.8	836	13.6	840	13.1	542	11.2	589	9.0	2,927	11.8
전체		938	100.0	6,142	100.0	6,410	100.0	4,834	100.0	6,564	100.0	24,888	100.0

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 24세이하 571명 4.1%, 25~29세 3,879명 27.8%, 30~34세 3,824명 27.4%, 35~39세 2,693명 19.3%로, 40세이상 2,967명 45.2%로 나타났고, 회사의 법인은 40세이상 235명 34.3%, 30~34세 185명 27.0%, 35~39세 145명 21.2%, 25~29세 105명 15.3%, 24세이하 15명 2.2%로 회사의 법인의 경우, 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 40세 이상의 비율인 26.4%보다 40세이상의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 40세이상 1,875명 28.6%, 30~34세 1,869명 26.9%, 그 외 업종은 24세이하 473명 3.7%, 25~29세 3,132명 24.6%, 30~34세 3,165명 24.8%, 35~39세 2,464명 19.3%, 40세이상 3,508명 53.4%로 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 40세이상의 비율보다 40세 이상의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 인프라는 24세이하 451명 3.8%, 25~29세 2,869명 23.9%, 30~34세 2,972명 24.7%, 35~39세 2,337명 19.4%, 40세이상 3,396명 28.2%로 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 40세이상의 비율보다 40세이상의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-3-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(일반)



연령별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 24세 이하는 생산 452명 48.2%, 인프라 451명 48.1%, 유통 348명 37.1%, 서비스 120명 12.8%의 순으로 나타났고, 25~29세는 생산 2,986명 48.6%, 인프라 2,869명 46.7%, 유통 2,509명 40.8%, 서비스 836명 13.6%의 순으로 높게 나타났고, 30~34세는 인프라와 생산이 각각 2,972명 46.4%로 나타났고, 유통이 2,604명 40.6%, 서비스가 840명 13.1%의 순으로 나타났고, 35~39세는 인프라 2,337명 48.3%, 생산 2,169명 44.9%, 유통 1,804명 37.3%, 서비스 542명 11.2%의 순으로 나타났고, 40세이상은 인프라 3,396명 51.7%, 생산 2,858명 43.5%, 유통 2,116명 32.2%, 서비스 589명 9.0%의 순으로 높게 나타났다.

표 2-3-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(일반)

		24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
지역	서울	563	60.0	4,336	70.6	4,361	68.0	3,093	64.0	3,549	54.1	15,902	63.9
	부산	117	12.5	381	6.2	395	6.2	278	5.8	535	8.2	1,706	6.9
	대구	51	5.4	290	4.7	355	5.5	293	6.1	577	8.8	1,566	6.3
	인천	1	0.1	10	0.2	36	0.6	19	0.4	31	0.5	97	0.4
	광주	30	3.2	221	3.6	232	3.6	228	4.7	423	6.4	1,134	4.6
	대전	16	1.7	129	2.1	104	1.6	104	2.2	200	3.0	553	2.2
	울산	4	0.4	35	0.6	50	0.8	30	0.6	28	0.4	147	0.6
	경기도	83	8.8	301	4.9	377	5.9	334	6.9	519	7.9	1,614	6.5
	강원도	18	1.9	62	1.0	91	1.4	94	1.9	140	2.1	405	1.6
	충청북도	4	0.4	37	0.6	42	0.7	35	0.7	38	0.6	156	0.6
	충청남도	5	0.5	31	0.5	38	0.6	21	0.4	37	0.6	132	0.5
	전라북도	7	0.7	56	0.9	59	0.9	63	1.3	66	1.0	251	1.0
	전라남도	3	0.3	32	0.5	31	0.5	38	0.8	39	0.6	143	0.6
	경상북도	15	1.6	58	0.9	61	1.0	60	1.2	147	2.2	341	1.4
	경상남도	11	1.2	147	2.4	127	2.0	113	2.3	203	3.1	601	2.4
제주도	10	1.1	16	0.3	51	0.8	31	0.6	32	0.5	140	0.6	
전체	938	100.0	6,142	100.0	6,410	100.0	4,834	100.0	6,564	100.0	24,888	100.0	

가장 많은 부분을 차지하는 40세이상의 전체비율 26.4%보다 40세이상의 비율이 높은 지역은 부산 535명 31.4%, 대구 577명 36.8%, 인천 31명 32.0%, 광주 423명 37.3%, 대전 200명 36.2%, 경기도 519명 32.2%, 강원도 140명 34.6%, 충청남도 37명 28.0%, 전라남도 39명 27.3%, 경상북도 147명 43.1%, 경상남도 203명 33.8%로 나타났다.

### 2.3.4. 학력별 종사자 현황

표 2-3-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반)

	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	3,956	82.8	4,708	82.4	12,445	91.7	806	97.1	21,915	88.1
비정규직	821	17.2	1,005	17.6	1,123	8.3	24	2.9	2,973	11.9
합계	4,777	100.0	5,713	100.0	13,568	100.0	830	100.0	24,888	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 학력별로 살펴보면, 대졸은 13,568명 54.5%, 전문대졸 5,713명 23.0%, 고졸이하 4,777명 19.2%, 대학원졸이상 830명 3.3%의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 학력별 비율을 살펴보면, 정규직은 대졸 12,445명 56.8%, 전문대졸 4,708명 21.5%, 고졸이하 3,956명 18.1%, 대학원졸이상 806명 3.7%, 비정규직은 대졸 1,123명 37.8%, 전문대졸 1,005명 33.8%, 고졸이하 821명 27.6%, 대학원졸이상 24명 0.8%의 순으로 나타났다.

그림 2-3-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반)





학력을 기준으로 하여 고용형태 비율을 살펴보면, 고졸이하는 정규직 3,956명 82.8%, 비정규직 821명 17.2%로 나타났고, 전문대졸은 정규직 4,708명 82.4%, 비정규직 1,005명 17.6%로 나타났고, 대졸은 정규직 12,445명 91.7%, 비정규직 1,123명 8.3%로 나타났고, 대학원졸이상은 정규직 806명 97.1%, 비정규직 24명 2.9%로 나타났다.

표 2-3-11 >> 학력별 종사자 현황(일반)

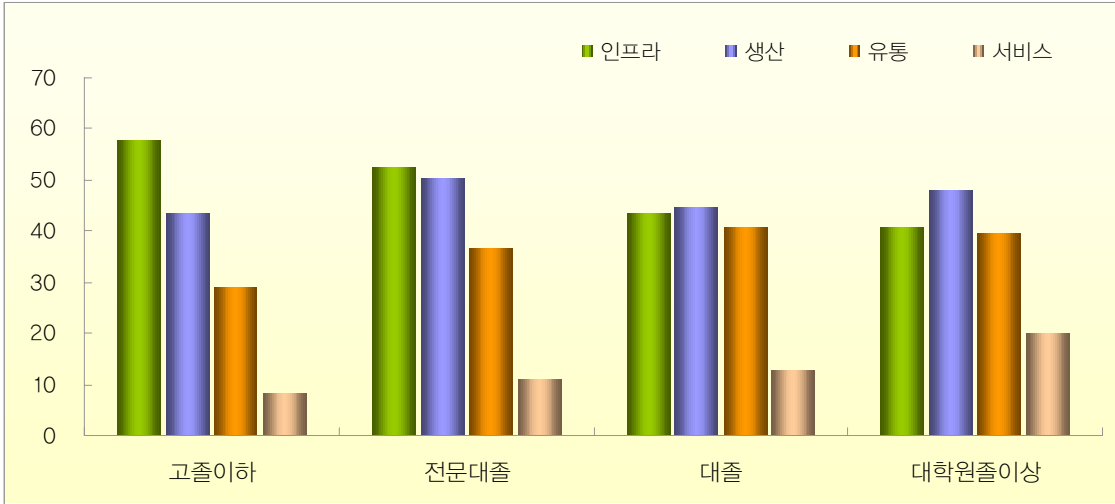
		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	2,809	58.8	2,534	44.4	4,607	34.0	201	24.2	10,151	40.8
	회사법인	1,858	38.9	2,995	52.4	8,482	62.5	599	72.2	13,934	56.0
	회사의 법인	84	1.8	164	2.9	409	3.0	28	3.4	685	2.8
업종재분류	광고(종합)대행+그외	1,134	23.7	1,552	27.2	4,025	29.7	241	29.0	6,952	27.9
	광고제작+그외	393	8.2	565	9.9	1,473	10.9	135	16.3	2,566	10.3
	광고(종합)대행+광고제작	369	7.7	632	11.1	1,521	11.2	106	12.8	2,628	10.6
	그외	2,881	60.3	2,964	51.9	6,549	48.3	348	41.9	12,742	51.2
가치사슬 분류	인프라	2,763	57.8	3,010	52.7	5,913	43.6	339	40.8	12,025	48.3
	생산	2,080	43.5	2,885	50.5	6,074	44.8	398	48.0	11,437	46.0
	유통	1,391	29.1	2,104	36.8	5,555	40.9	331	39.9	9,381	37.7
	서비스	390	8.2	629	11.0	1,743	12.8	165	19.9	2,927	11.8
전체		4,777	100.0	5,713	100.0	13,568	100.0	830	100.0	24,888	100.0

기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 고졸이하 1,858명 13.3%, 전문대졸 2,995명 21.5%, 대졸 8,482명 60.9%, 대학원졸이상 599명 4.3%, 회사의 법인은 고졸이하 84명 12.3%, 전문대졸 164명 23.9%, 대졸 409명 59.7%, 대학원졸이상 28명 4.1%로 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율인 54.5%보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 고졸이하 1,134명 16.3%, 전문대졸 1,552명 22.3%, 대졸 4,025명 57.9%, 대학원졸이상 241명 3.5%, 광고제작+그외 업종은 고졸이하 393명 15.3%, 전문대졸 565명 22.0%, 대졸 1,473명 57.4%, 대학원졸이상 135명 5.3%, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 고졸이하 369명 14.0%, 전문대졸 632명 24.0%, 대졸 1,521명 57.9%, 대학원졸이상 106명 4.0%로 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 유통은 고졸이하 1,391명 14.8%, 전문대졸 2,104명 22.4%, 대졸 5,555명 59.2%, 대학원졸이상 331명 3.5%, 서비스는 고졸이하 390명 13.3%, 전문대졸 629명 21.5%, 대졸 1,743명, 59.5%, 대학원졸이상 165명 5.6%로 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-3-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(일반)



학력을 기준으로 하여 종사자 업종 분포를 보면, 고졸이하는 인프라 2,763명 57.8%, 생산 2,080명 43.5%, 유통 1,391명 29.1%, 서비스 390명 8.2%로 나타났고, 전문대졸은 인프라 3,010명 52.7%, 생산 2,885명 50.5%, 유통 2,104명 36.8%, 서비스 629명 11.0%로 나타났고, 대졸은 생산 6,074명 44.8%, 인프라 5,913명 43.6%, 유통 5,555명 40.9%, 서비스 1,743명 12.8%로 나타났고, 대학원졸이상은 398명 48.0%, 인프라 339명 40.8%, 유통 331명 39.9%, 서비스 165명 19.9%로 나타났다.

표 2-3-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(일반)

		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	2,151	45.0	3,515	61.5	9,598	70.7	638	76.9	15,902	63.9
	부산	340	7.1	587	10.3	750	5.5	29	3.5	1,706	6.9
	대구	521	10.9	393	6.9	621	4.6	31	3.7	1,566	6.3
	인천	26	0.5	20	0.4	50	0.4	1	0.1	97	0.4
	광주	318	6.7	282	4.9	509	3.8	25	3.0	1,134	4.6
	대전	182	3.8	117	2.0	243	1.8	11	1.3	553	2.2
	울산	42	0.9	26	0.5	78	0.6	1	0.1	147	0.6
	경기도	449	9.4	315	5.5	792	5.8	58	7.0	1,614	6.5
	강원도	169	3.5	41	0.7	186	1.4	9	1.1	405	1.6
	충청북도	27	0.6	48	0.8	75	0.6	6	0.7	156	0.6
	충청남도	43	0.9	23	0.4	63	0.5	3	0.4	132	0.5
	전라북도	52	1.1	56	1.0	140	1.0	3	0.4	251	1.0
	전라남도	35	0.7	45	0.8	61	0.4	2	0.2	143	0.6
	경상북도	134	2.8	76	1.3	127	0.9	4	0.5	341	1.4
	경상남도	256	5.4	132	2.3	205	1.5	8	1.0	601	2.4
	제주도	32	0.7	37	0.6	70	0.5	1	0.1	140	0.6
전체		4,777	100.0	5,713	100.0	13,568	100.0	830	100.0	24,888	100.0

가장 많은 부분을 차지하는 대졸의 전체비율 54.5%보다 대졸의 비율이 높은 지역은 서울 9,598명 60.4%, 전라북도 140명 55.8%로 나타났다.

전문대졸의 전체 비율 23.0% 보다 전문대졸의 비율이 높은 지역은 부산 587명 34.4%, 대구 393명 25.1%, 광주 282명 24.9%, 충청북도 48명 30.8%, 전라남도 45명 31.5%, 제주 37명 26.4%로 나타났다.

### 2.3.5. 직급별 종사자 현황

표 2-3-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황(일반)

	임원		국장/부장		차장/대리		사원		전체	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
AE	1,751	27.2	388	17.3	777	12.9	972	9.5	3,888	15.6
디자이너	1,135	17.6	580	25.8	2,249	37.4	3,746	36.8	7,710	31.0
CW	46	0.7	56	2.5	154	2.6	153	1.5	409	1.6
PD	46	0.7	73	3.2	177	2.9	186	1.8	482	1.9
매체	77	1.2	92	4.1	350	5.8	404	4.0	923	3.7
SP	67	1.0	54	2.4	284	4.7	454	4.5	859	3.5
PR	77	1.2	95	4.2	311	5.2	418	4.1	901	3.6
마케팅조사	76	1.2	96	4.3	249	4.1	614	6.0	1,035	4.2
인터랙티브	3	0.0	8	0.4	56	0.9	57	0.6	124	0.5
전사	60	0.9	25	1.1	164	2.7	302	3.0	551	2.2
관리	3,100	48.2	782	34.8	1,245	20.7	2,879	28.3	8,006	32.2
합계	6,438	100.0	2,249	100.0	6,016	100.0	10,185	100.0	24,888	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행을 제외한 일반업체를 구분하여 직종별로 살펴보면, 관리가 8,006명 32.2%로 가장 높게 나타났고, 디자이너 7,710명 31.0%, AE 3,888명 15.6%, 마케팅조사 1,035명 4.2%, 매체 923명 3.7%, PR 901명 3.6%, SP 859명 3.5%, 전사 551명 2.2%, PD 482명 1.9%, CW 409명 1.6%, 인터랙티브 124명 0.5%의 순으로 나타났다. 직종별로 구체적으로 살펴보면, AE는 임원 1,751명 45.0%, 사원 972명 25.0, 디자이너는 사원 3,746 48.6, 차장/대리 2,249 29.2%, CW는 차장/대리 154명 37.7%, 사원 153명 37.4%, PD는 사원 186명 38.6%, 차장/대리 177명 36.7%, 매체는 사원 404명 43.8%, 차장/대리 350명 37.9%, SP는 사원 454명 52.9%, 차장/대리 284명 33.0%, PR은 사원 418명 46.4%, 차장/대리 311명 34.5%, 마케팅조사는 사원 614명 59.3%, 차장/대리 249명 24.1%, 인터랙티브는 사원 57명 46.0%, 차장/대리 56명 45.2%, 전사는 사원 302명 54.8%, 차장/대리 164명 29.8%, 관리는 임원 3,100명 38.7%, 사원 2,879명 36.0%로 나타났다.

전체 광고업체중에서 100대 광고대행을 제외한 일반업체를 구분하여 살펴보면, 사원이 10,185명 40.9%

로 가장 높게 나타났고, 임원이 6,438명 25.9%, 차장/대리는 6,016명 24.2%, 국장/부장은 2,249명 9.0%의 순으로 나타났다. 직급별로 구체적으로 살펴보면, 임원은 관리 3,100명 48.2%, AE 1,751명 27.2%, 국장/부장은 관리 782명 34.8%, 디자이너 580명 25.8%, 차장/대리는 디자이너 2,249명 37.4%, 관리 1,245명 20.7%, 사원 3,746명 36.8%, 관리 2,879명 28.3%의 순으로 나타났다.

### 2.3.6. 외국인 종사자 현황

표 2-3-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(일반)

	정규직	비정규직	합계
AE	2	0	2
디자이너	1	0	1
CW	0	0	0
PD	0	0	0
매체	0	0	0
SP	0	0	0
PR	1	0	1
마케팅조사	1	0	1
인터랙티브	0	0	0
전사	2	0	2
관리	3	3	6
합계	10	3	13

광고업의 외국인 종사자를 100대 광고대행을 제외한 일반업체로 구분하여 형태별로 살펴보면 정규직은 10명이고 비정규직은 3명이다. 직종별로 살펴보면 관리 3명, AE 2명, 전사 2명 디자이너 1명, 마케팅조사 1명, PR 1명의 순으로 나타났다.

### 3. 취급액과 종사자

#### 3.1. 사업체 정보

표 3-1-1 >> 사업체정보별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체구성비	취급액	취급액구성비	사업체당취급액
기업형태	개인사업체	3,452	71.5	565,282	6.7	164
	회사법인	1,316	27.3	5,409,474	64.3	4,111
	회사의 법인	32	0.7	260,430	3.1	8,138
본사유무	단독사업체	4,578	94.8	4,249,250	50.5	928
	공장,지사,영업소	74	1.5	1,007,855	12.0	13,592
	본사,본점,본부	136	2.8	973,647	11.6	7,178
벤처기업 지정여부	대상	96	2.0	276,445	3.3	2,878
	비대상	4,624	95.8	5,941,230	70.6	1,285
설립연도	1979년이전	75	1.5	390,790	4.6	5,243
	1980 ~ 1989년	353	7.3	1,166,075	13.9	3,308
	1990 ~ 1994년	579	12.0	752,244	8.9	1,300
	1995 ~ 1999년	1,286	26.6	1,643,800	19.5	1,279
	2000 ~ 2004년	2,291	47.5	1,778,680	21.1	776
	2005년	117	2.4	121,645	1.4	1,040
전체		4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

통계표 작성을 위한 구분변수로 기업형태(개인사업체, 회사법인, 회사의 법인), 본사유무(단독사업체, 공장·지사·영업소, 본사·본점·본부), 벤처지정여부(대상, 비대상), 설립연도(1979년 이전, 1980~1989년, 1990~1994년, 1995~1999년, 2000~2004년, 2005년)를 사용하였다.

기업형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 개인사업체가 3,452개 71.5%로 가장 많은 비중을 차지하고, 회사법인 1,316개 27.3%, 회사의법인 32개 0.7% 순서이며, 반면 종사자수는 회사법인이 17,529명 59.2%로 가장 많고, 개인사업체 10,151명 34.3%, 회사의 법인 817명 2.8% 순서이다. 종사자수 구성비와 마찬가지로 취급액도 회사법인 5조 409억원 64.3%, 개인사업체 5,652억원 6.7%, 회사의법인 2,604억원 3.1% 순서이다. 사업체당 취급액은 회사의법인이 81.4억원, 회사법인 41.1억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액은 회사의법인 3.2억원, 회사법인 3.1억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 회사의 법인이 26명으로 가장 많고 회사법인이 13명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

표 3-1-2 >> 사업체정보별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당종사자	종사자당취급액	평균사업년수
기업형태	개인사업체	10,151	34.3	3	56	7
	회사법인	17,529	59.2	13	309	6
	회사외 법인	817	2.8	26	319	8
본사유무	단독사업체	24,345	82.2	5	175	7
	공장,지사,영업소	1,281	4.3	17	787	7
	본사,본점,본부	2,842	9.6	21	343	8
벤처기업 지정여부	대상	1,182	4.0	12	234	7
	비대상	27,017	91.2	6	220	7
설립연도	1979년이전	1,453	4.9	20	269	31
	1980 ~ 1989년	2,625	8.9	7	444	19
	1990 ~ 1994년	3,529	11.9	6	213	13
	1995 ~ 1999년	7,432	25.1	6	221	8
	2000 ~ 2004년	12,371	41.8	5	144	4
	2005년	685	2.3	6	178	1
전체		29,625	100.0	6	284	7

설립연도별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 2000~2004년에 설립된 사업체가 2,291개 47.5%로 가장 많고, 1995~1999년 1,286개 26.6%, 1990~1994년 579개 12.0%순으로, 대체로 젊은 사업체가 높은 비율을 차지했다. 종사자수는 2000~2004년 설립업체 종사자수가 12,371명 41.8%, 1995~1999년 설립업체 7,432명 25.1%, 1990~1994년 설립업체 3,529명 11.9%순으로 많이 나타났다. 취급액은 2000~2004년 설립업체가 1조 7,786억원 21.1%로 가장 많은 비중을 차지하고, 1995~1999년 설립 사업체가 1조 6,438억원 19.5%, 1990~1994년 설립 사업체가 1조 1,660억원 8.9%순서로 나타났다. 전반적으로 최근일수록 사업체수, 종사자수, 취급액도 많은 것으로 나타났다. 사업체당 취급액은 1979년 이전 설립 사업체가 52.4억원으로 가장 많고 1980~1989년 설립 사업체 33.1억원, 1990~1994년 13억원, 1995~1999년 12.8억원 순으로 나타났다. 종사자당 취급액도 마찬가지로 1980~1989년 설립 사업체가 4.4억원으로 가장 많고, 1979년 이전 사업체가 2.7억원으로 나타났다. 사업체당 종사자수도 1979년 이전 설립 사업체가 20명, 1980~1989년 설립 사업체 7명으로 전체 사업체당 6명 보다 높게 나타났다.

그림 3-1-1 >> 기업형태별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

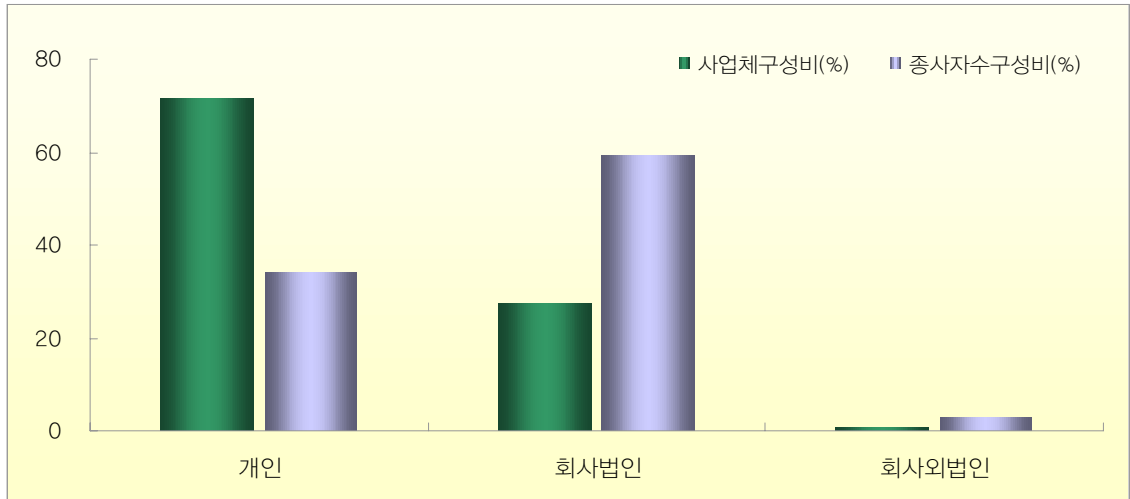
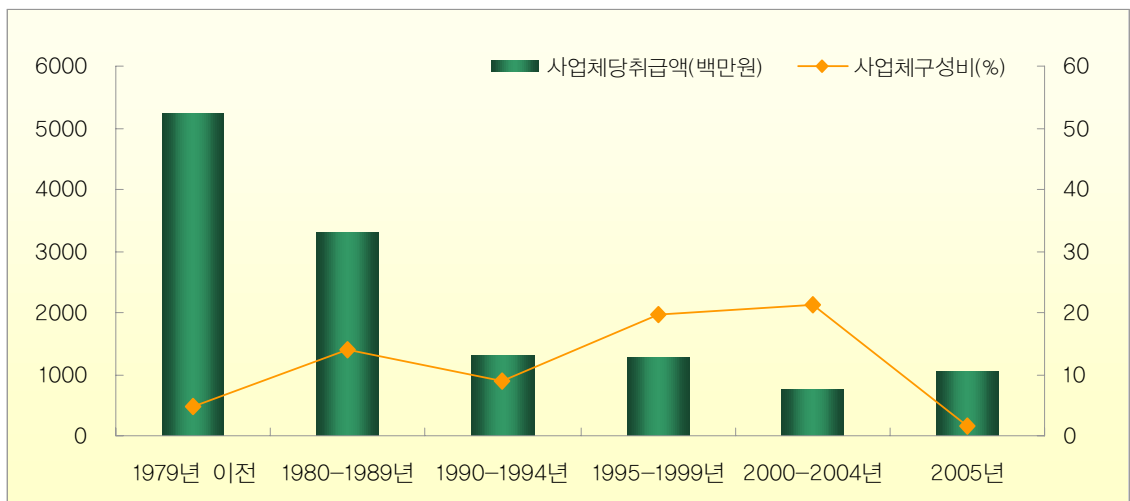


그림 3-1-2 >> 설립연도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.2. 지역

표 3-2-1 >> 지역별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 취급액
지역	서울	1,987	41.2	7,786,506	92.5	3,919
	부산	532	11.0	158,414	1.9	298
	대구	515	10.7	140,090	1.7	272
	인천	32	0.7	5,280	0.1	165
	광주	331	6.9	62,696	0.7	189
	대전	201	4.2	41,598	0.5	207
	울산	36	0.7	5,851	0.1	163
	경기도	399	8.3	98,214	1.2	246
	강원도	145	3.0	21,517	0.3	148
	충청북도	52	1.1	6,851	0.1	132
	충청남도	50	1.0	4,731	0.1	95
	전라북도	95	2.0	20,001	0.2	211
	전라남도	75	1.6	4,736	0.1	63
	경상북도	113	2.3	14,608	0.2	129
	경상남도	226	4.7	34,697	0.4	154
	제주도	39	0.8	11,990	0.1	307
전체		4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

통계표 작성을 위한 구분변수로 지역(서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 경기도, 강원도, 충청북도, 충청남도, 전라북도, 전라남도, 경상북도, 경상남도, 제주도)을 사용하였다.

지역별로 살펴보면, 사업체수는 서울이 1,987개 41.2%로 가장 많은 비중을 차지하고, 부산 532개 11.0%, 대구 515개 10.7%, 경기도 399개 8.3%, 광주 331개 6.9%, 경상남도 226개 4.7%, 대전 201개 4.2%, 강원도 145개 3.0%, 경상북도 113개 2.3%의 순서이며, 종사자수도 서울이 20,402명 68.9%로 가장 많고, 부산 1,746명 5.9%, 대구 1,699명 5.7%, 경기도 1,614명 5.4%, 광주 1,160명 3.9%, 경상남도 601명 2.0%의 순서이다. 취급액 역시 서울이 7조 7,865억원 92.5%로 가장 많고, 부산 1,584억원 1.9%, 대구 1,401억원 1.7%, 경기도 982억원 1.2%, 광주 627억원 0.7% 순서이다.



표 3-2-2 >> 지역별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당 종사자	종사자당 취급액	평균사업년수
지역	서울	20,402	68.9	10	382	7
	부산	1,746	5.9	3	91	8
	대구	1,699	5.7	3	82	8
	인천	98	0.3	3	54	6
	광주	1,160	3.9	4	54	6
	대전	582	2.0	3	71	7
	울산	147	0.5	4	40	7
	경기도	1,614	5.4	4	61	6
	강원도	405	1.4	3	53	6
	충청북도	156	0.5	3	44	5
	충청남도	132	0.4	3	36	5
	전라북도	259	0.9	3	77	5
	전라남도	143	0.5	2	33	7
	경상북도	341	1.2	3	43	9
	경상남도	601	2.0	3	58	8
	제주도	140	0.5	4	86	7
	전체	29,625	100.0	6	284	7

사업체당 취급액은 서울 지역만 39.2억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 제주도 3.1억원, 부산 3억원, 대구 2.7억원, 경기 2.5억원의 순으로 나타났고, 종사자당 취급액은 서울 지역만 3.8억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많고, 부산 9천 1백만원, 제주도 8천 6백만원, 대구 8천 2백만원의 순서로 나타났다. 사업체당 종사자수는 서울이 10명으로 전체 사업체당 종사자수 6명 보다 높게 나타났고, 광주, 울산, 경기도, 제주도가 4명으로 나타났다.

그림 3-2-1 >> 지역별 사업체수 구성비 및 종사자수 구성비

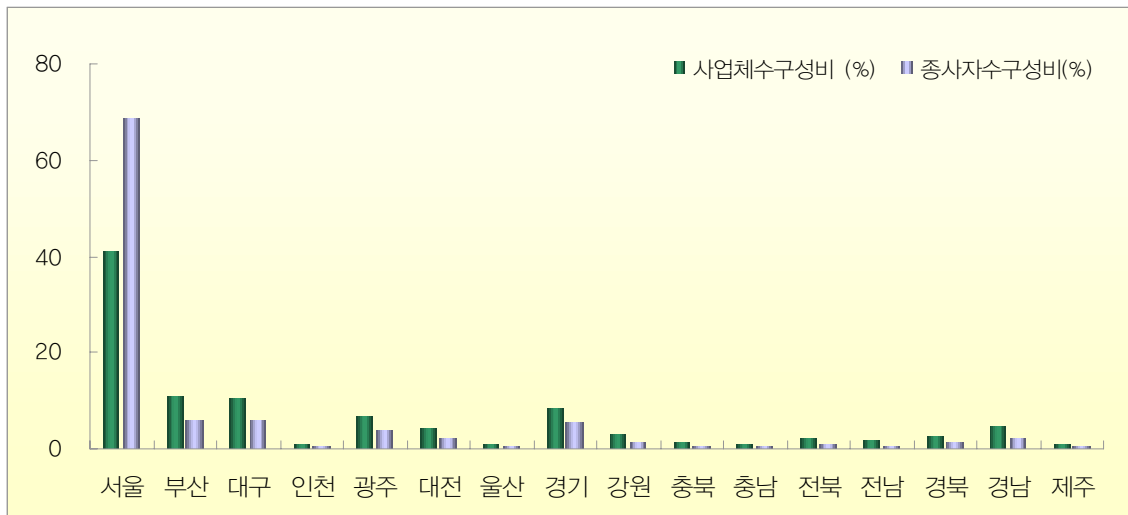
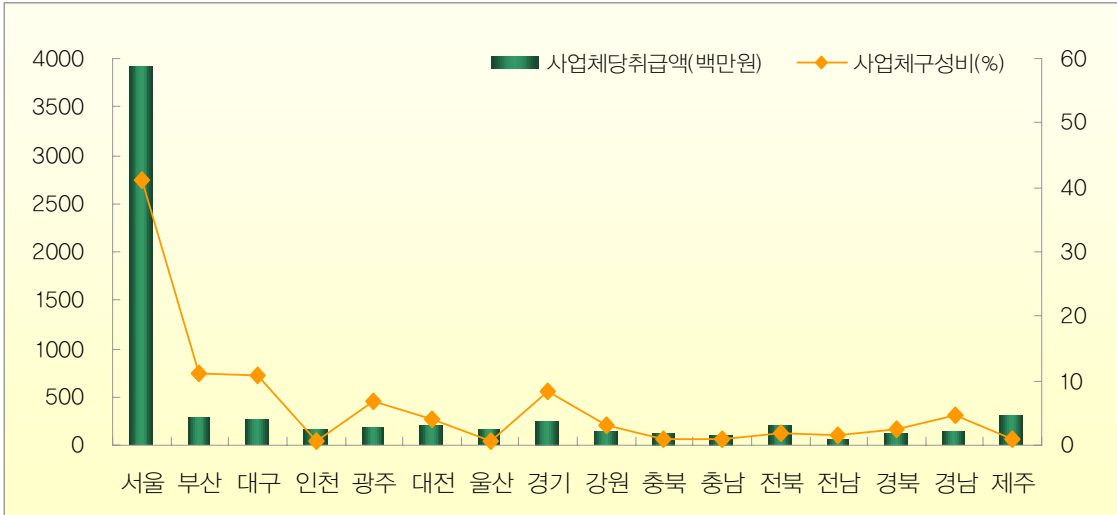


그림 3-2-2 >> 지역별 사업체당취금액 및 사업체수 구성비



### 3.3. 대표자 정보

표 3-3-1 >> 대표자정보별 취금액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취금액	취금액 구성비	사업체당취금액
대표자연령	20~29세	103	2.1	112,892	1.3	1,091
	30~39세	1,563	32.4	616,326	7.3	394
	40~49세	1,995	41.3	2,379,354	28.3	1,193
	50세이상	964	20.0	3,059,410	36.3	3,172
최종학력	고졸이하	1,288	26.7	170,076	2.0	132
	전문대졸	635	13.2	156,108	1.9	246
	대졸	2,490	51.6	3,756,781	44.6	1,509
	대학원졸이상	366	7.6	2,142,037	25.4	5,850
경영형태	창업	4,358	90.3	2,684,249	31.9	616
	동업	104	2.2	154,533	1.8	1,488
	가업계승	57	1.2	107,336	1.3	1,894
	기업인수	128	2.7	152,752	1.8	1,192
	전문경영인	96	2.0	2,809,620	33.4	29,405
	기타	33	0.7	303,241	3.6	9,074
전체		4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

통계표 작성을 위한 구분변수로 대표자연령(20~29세, 30~39세, 40~49세, 50세 이상), 최종학력(고졸이하, 전문대졸, 대졸, 대학원졸이상), 경영형태(창업, 동업, 가업계승, 기업인수, 전문경영인, 기타)를 사용

하였다.

대표자 연령별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 40~49세가 1,995개 41.3%로 가장 많은 비중을 차지하고, 30~39세 1,563개 32.4%, 50세 이상 964개 20.0%의 순서이며, 종사자수도 40~49세가 11,528명 43.0%로 가장 많고, 50세 이상 7,966명 29.7%, 30~39세 6,886명 25.7% 순서이다. 취급액은 50세 이상이 3조 594억원 36.6%로 가장 많고, 40~49세 2조 3,794억원 28.3%, 30~39세 6,163억원 7.3%의 순서이다. 사업체당 취급액은 50세 이상이 31.7억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액은 50세 이상이 3.8억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많고, 20~29세는 2.7억원으로 나타났다. 사업체당 종사자수는 50세 이상이 8명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

표 3-3-2 >> 대표자정보별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당 종사자	종사자당 취급액	평균사업년수
대표자연령	20~29세	421	1.6	4	268	5
	30~39세	6,886	25.7	4	89	5
	40~49세	11,528	43.0	6	206	7
	50세이상	7,966	29.7	8	384	10
최종학력	고졸이하	3,536	12.5	3	48	9
	전문대졸	1,984	7.0	3	79	6
	대졸	16,954	59.7	7	222	6
	대학원졸이상	5,916	20.8	16	362	7
경영형태	창업	21,347	75.3	5	126	7
	동업	899	3.2	9	172	5
	가업계승	468	1.7	8	229	13
	기업인수	1,095	3.9	9	139	7
	전문경영인	3,535	12.5	37	795	8
	기타	1,008	3.6	30	301	9
전체		29,625	100.0	6	284	7

대표자의 경영형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 창업이 4,358개 90.3%로 가장 많은 비중을 차지하고, 기업인수 128개 2.7%, 동업 104개 2.2%, 전문경영인 96개 2.0%의 순서이며, 종사자수는 창업이 21,347명 75.3%로 가장 많고, 전문경영인 3,535명 12.5%, 기업인수 1,095명 3.9%, 기타 1,008명 3.6%, 동업 899명 3.2%의 순서이다. 취급액은 전문 경영인 2조 8,096억원 33.4%로 가장 많고, 창업이 2조 6,842억원 31.9%, 기타 3,032억원 3.6%, 동업 1,545억원 2.5%, 기업인수 1,528억원 2.5%의 순서이다. 사업체당 취급액은 전문경영인 294억원, 기타 90.7억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 전문경영인 8억원, 기타가 3억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수 역시 전문경영인 37명, 기타 30명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-3-1 >> 대표자 최종학력별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

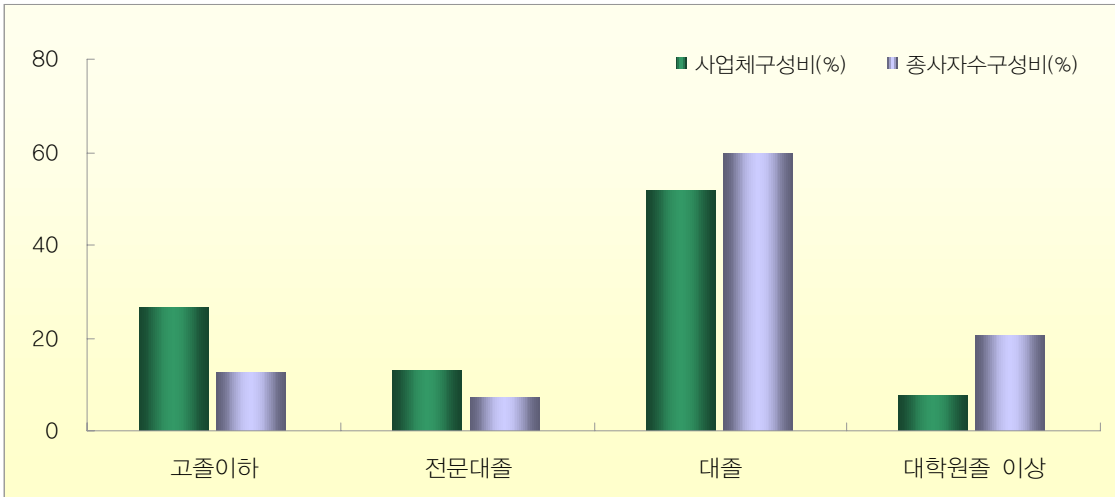
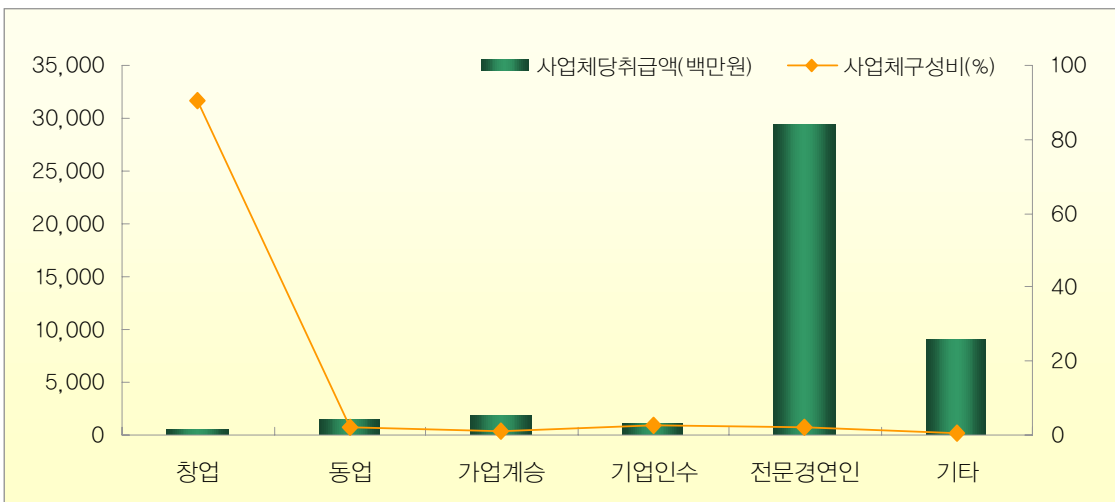


그림 3-3-2 >> 대표자 경영형태별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.4. 종사자 규모 및 취급액 규모

표 3-4-1 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 취급액
종사자규모	1~4인	3,192	66.1	403,570	4.8	126
	5~9인	967	20.0	648,246	7.7	670
	10~49인	612	12.7	2,150,688	25.5	3,514
	50~99인	38	0.8	1,254,530	14.9	33,014
	100인이상	19	0.4	3,960,745	47.1	208,460
취급액규모	1억원미만	2,456	50.9	93,100	1.1	38
	1~10억원미만	1,730	35.8	589,068	7.0	341
	10~100억원미만	562	11.6	1,482,228	17.6	2,637
	100억원이상	80	1.7	6,253,384	74.3	78,167
전체		4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

통계표 작성을 위한 구분변수로 종사자수(1~4인, 5~9인, 10~49인, 50~99인, 100인이상), 취급액(1억원 미만, 1~10억원미만, 10~100억원미만, 100억원이상)을 사용하였다.

종사자규모별로 살펴보면, 사업체수는 1~4인이 3,192개 66.1%로 가장 많은 비중을 차지하고, 5~9인이 967개 20.0%, 10~49인이 612개 12.7%의 순서이며, 종사자수는 10~49인이 10,518명 35.5%로 가장 많고 1~4인 6,830명 23.1%, 5~9인 6,182명 20.9%, 100인이상 3,639명 12.3%의 순서이다. 취급액은 100인 이상이 3조 9,607억원 47.1%로 가장 많고, 10~49인 2조 1,507억원 25.6%, 50~99인 1조 2,545억원 14.9%, 5~9인 6,482억원 7.7%의 순서이다. 사업체당 취급액은 50~99인 330억원, 100인이상 2,085억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 50~99인이 5.1억원, 100인이상 10.9억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 10~49인 17명, 50~99인 65명, 100인 이상이 192명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

표 3-4-2 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당 종사자	종사자당 취급액	평균사업년수
종사자규모	1~4인	6,830	23.1	2	59	7
	5~9인	6,182	20.9	6	105	6
	10~49인	10,518	35.5	17	204	7
	50~99인	2,456	8.3	65	511	14
	100인이상	3,639	12.3	192	1,088	13
취급액규모	1억원미만	6,626	22.4	3	14	7
	1~10억원미만	8,943	30.2	5	66	7
	10~100억원미만	8,654	29.2	15	171	8
	100억원이상	5,402	18.2	68	1,158	12
전체		29,625	100.0	6	284	7

취급액규모별로 살펴보면, 사업체수 1억원미만이 2,456개 50.9%로 가장 많은 비중을 차지하고, 1~10억 원미만 1,730억원 35.8%, 10~100억미만 562개 11.6%의 순서이며, 종사자수는 1~10억미만이 8,943억원 30.2%로 가장 많고, 10~100억미만 8,654억원 29.2%, 100억원이상 5,402억원 18.2%의 순서이다. 취급액은 100억원이상이 6조 2,534억원 74.3%로 가장 많고, 10~100억미만 1조 4,822억원 17.6%, 1~10억원미만 5891억원 7.0%의 순서이다. 사업체당 취급액은 10~100억미만 26.4억원, 100억원이상 781.7억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 100억원이상이 11.5억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 10~100억미만 15명, 100억원이상 68명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-4-1 >> 취급액 규모별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

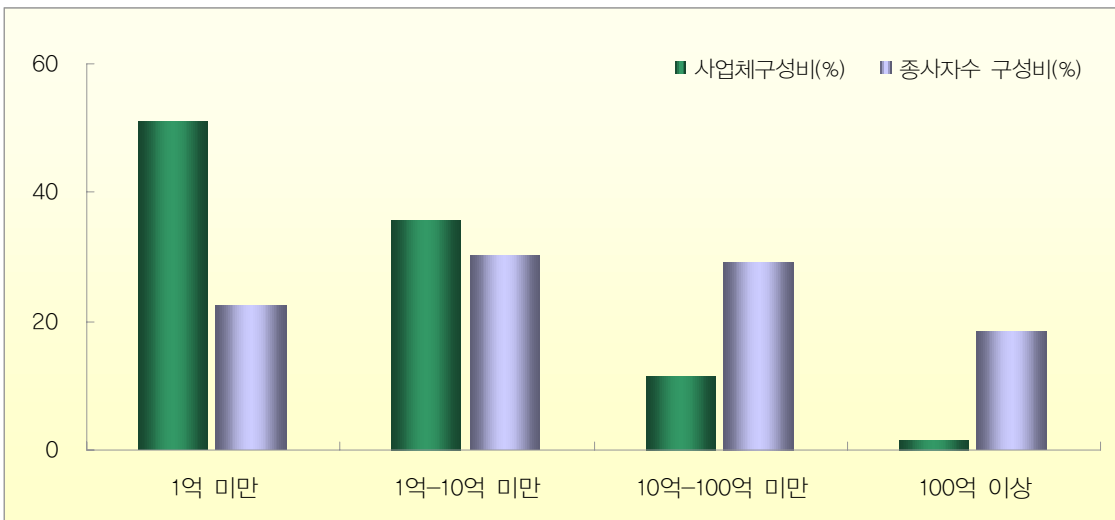
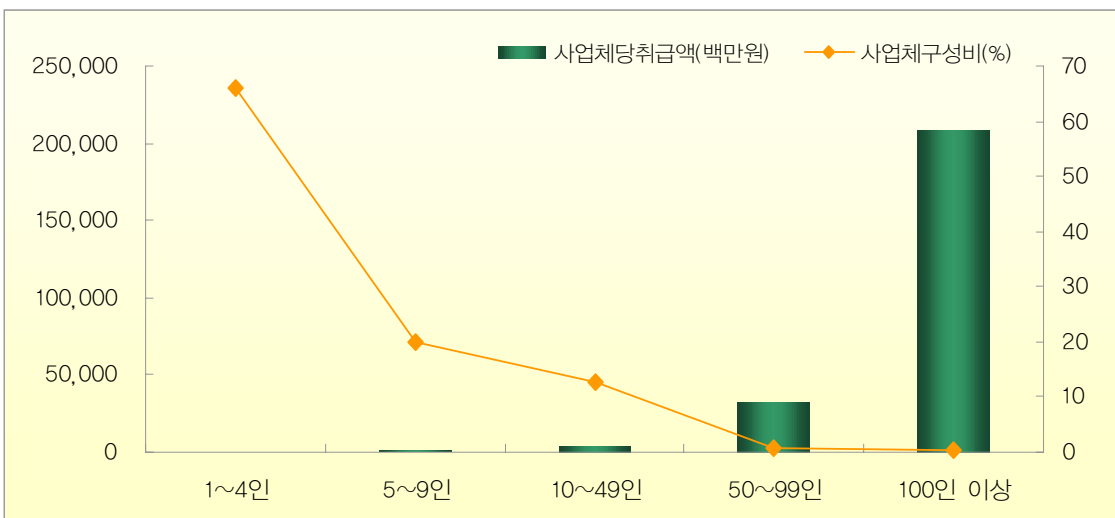


그림 3-4-2 >> 종사자 규모별 사업체당취급액 사업체수 구성비



### 3.5. 사업체 업종 분류

표 3-5-1 >> 사업체 업종별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

업종	사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당취급액
광고대행	700	14.5	1,172,026	13.9	1,674
광고대행+기타	65	1.3	59,441	0.7	914
광고대행+온라인	7	0.1	13,487	0.2	1,927
광고대행+온라인+기타	1	0.0	550	0.0	550
광고대행+인쇄	75	1.6	252,611	3.0	3,368
광고대행+인쇄+기타	52	1.1	23,848	0.3	459
광고대행+인쇄+온라인	2	0.0	2,114	0.0	1,057
광고대행+서비스	29	0.6	1,866,688	22.2	64,369
광고대행+서비스+기타	5	0.1	4,951	0.1	990
광고대행+서비스+인쇄	9	0.2	12,729	0.2	1,414
광고대행+서비스+인쇄+기타	5	0.1	1,102	0.0	220
광고대행+광고제작	144	3.0	1,043,551	12.4	7,247
광고대행+광고제작+기타	37	0.8	40,792	0.5	1,102
광고대행+광고제작+온라인	2	0.0	38,224	0.5	19,112
광고대행+광고제작+온라인+기타	4	0.1	24,969	0.3	6,242
광고대행+광고제작+인쇄	40	0.8	44,576	0.5	1,114
광고대행+광고제작+인쇄+기타	40	0.8	29,111	0.3	728
광고대행+광고제작+서비스	36	0.7	682,178	8.1	18,949
광고대행+광고제작+서비스+기타	11	0.2	118,994	1.4	10,818
광고대행+광고제작+서비스+온라인	6	0.1	1,279,891	15.2	213,315
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	4	0.1	267,045	3.2	66,761
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	11	0.2	110,393	1.3	10,036
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	36	0.7	31,259	0.4	868
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	2	0.0	2,182	0.0	1,091
광고제작	340	7.0	151,190	1.8	445
광고제작+기타	41	0.8	7,534	0.1	184
광고제작+온라인	1	0.0	2,200	0.0	2,200
광고제작+인쇄	38	0.8	6,364	0.1	167
광고제작+인쇄+기타	47	1.0	20,541	0.2	437
광고제작+서비스	5	0.1	3,755	0.0	751
광고제작+서비스+기타	5	0.1	2,492	0.0	498
광고제작+서비스+온라인	1	0.0	360	0.0	360
광고제작+서비스+인쇄	5	0.1	1,049	0.0	210
광고제작+서비스+인쇄+기타	7	0.1	3,123	0.0	446
서비스	182	3.8	219,983	2.6	1,209
서비스+기타	16	0.3	8,734	0.1	546
서비스+온라인	1	0.0	1,000	0.0	1,000
서비스+인쇄	17	0.4	22,663	0.3	1,333
서비스+인쇄+기타	17	0.4	4,536	0.1	267
서비스+인쇄+온라인+기타	1	0.0	1,400	0.0	1,400
인쇄	1,143	23.7	241,877	2.9	212
인쇄+기타	489	10.1	86,960	1.0	178
인쇄+온라인	1	0.0	520	0.0	520
인쇄+온라인+기타	20	0.4	3,710	0.0	186
온라인	71	1.5	215,829	2.6	3,040
온라인+기타	15	0.3	9,156	0.1	610
기타	1,042	21.6	280,093	3.3	269
전체	4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

통계표 작성을 위한 구분변수로 업종을 사용하였는데 광고(종합)대행, 광고제작, 온라인, 서비스, 인쇄, 기타의 6가지 업종과 그 가능한 조합으로 구분하여 사용하였다.

표 3-5-2 >> 사업체 업종별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

업종	종사자수	종사자구성비	사업체당 종사자	종사자당 취급액	평균사업년수
광고대행	5,952	20.1	9	197	7
광고대행+기타	384	1.3	6	155	8
광고대행+온라인	108	0.4	15	125	3
광고대행+온라인+기타	8	0.0	8	69	5
광고대행+인쇄	609	2.1	8	415	6
광고대행+인쇄+기타	350	1.2	7	68	7
광고대행+인쇄+온라인	22	0.1	11	96	9
광고대행+서비스	863	2.9	30	2163	5
광고대행+서비스+기타	38	0.1	8	130	4
광고대행+서비스+인쇄	92	0.3	10	138	6
광고대행+서비스+인쇄+기타	18	0.1	4	61	9
광고대행+광고제작	2,149	7.3	15	486	8
광고대행+광고제작+기타	259	0.9	7	157	5
광고대행+광고제작+온라인	74	0.2	37	517	6
광고대행+광고제작+온라인+기타	61	0.2	15	409	9
광고대행+광고제작+인쇄	246	0.8	6	181	5
광고대행+광고제작+인쇄+기타	288	1.0	7	101	5
광고대행+광고제작+서비스	900	3.0	25	758	9
광고대행+광고제작+서비스+기타	212	0.7	19	561	5
광고대행+광고제작+서비스+온라인	866	2.9	144	1478	12
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	391	1.3	98	683	11
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	153	0.5	14	722	8
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	246	0.8	7	127	5
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	28	0.1	14	78	4
광고제작	1,819	6.1	5	83	7
광고제작+기타	155	0.5	4	49	6
광고제작+온라인	3	0.0	3	733	5
광고제작+인쇄	135	0.5	4	47	6
광고제작+인쇄+기타	300	1.0	6	68	5
광고제작+서비스	33	0.1	7	114	5
광고제작+서비스+기타	31	0.1	6	80	7
광고제작+서비스+온라인	9	0.0	9	40	2
광고제작+서비스+인쇄	46	0.2	9	23	6
광고제작+서비스+인쇄+기타	35	0.1	5	89	3
서비스	1,739	5.9	10	126	6
서비스+기타	106	0.4	7	82	3
서비스+온라인	30	0.1	30	33	2
서비스+인쇄	147	0.5	9	154	6
서비스+인쇄+기타	69	0.2	4	66	5
서비스+인쇄+온라인+기타	5	0.0	5	280	6
인쇄	3,405	11.5	3	71	8
인쇄+기타	1,653	5.6	3	53	7
인쇄+온라인	16	0.1	16	33	.
인쇄+온라인+기타	73	0.2	4	51	4
온라인	1,309	4.4	18	165	4
온라인+기타	145	0.5	10	63	4
기타	4,045	13.7	4	69	7
전체	29,625	100.0	6	284	7



업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 인쇄가 1,142개 23.7%로 가장 많은 비중을 차지하고, 기타 1,042개 21.6%, 광고(종합)대행 700개 14.5%, 인쇄+기타 489개 10.1%, 광고제작 340개 7.1%, 광고대행+광고제작 144개 3.0%의 순서이며, 종사자수는 광고(종합)대행이 5,952명 20.1%로 가장 많고, 기타 4,045명 13.7%, 인쇄 3,405명 11.5%, 광고(종합)대행+광고제작 2,149명 7.3%, 광고제작 1,819명 6.1%, 서비스 1,737명 5.9%, 인쇄+기타 1,653명 5.6%, 온라인 1,309명 4.4%의 순서이다. 취급액은 광고(종합)대행이 광고(종합)대행+서비스가 1조 8,667억원 22.2%로 가장 많고, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+온라인 1조 2,799억원 15.2%, 광고(종합)대행 1조 1,720억원 13.9%, 광고(종합)대행+광고제작 1조 436억원 12.4%, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 6822억원 8.1%, 기타 2,801억원 3.3%, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+온라인+기타 2,670억원 3.2%, 광고(종합)대행+인쇄 2,526억원 3.0%, 인쇄 2,419억원 2.9%, 서비스 2,200억원 2.6%, 온라인 2,158억원 2.6%, 광고제작 1,512억원 1.8%, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타, 1,190억원 1.4%의 순서이다. 사업체당 취급액은 광고(종합)대행+광고제작+서비스+온라인 2,133억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+온라인+기타 667.6억원, 광고(종합)대행+서비스 643.7억원, 광고(종합)대행+광고제작+온라인 191.1억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 189.5억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 108.2억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄 100.4억원, 광고(종합)대행+광고제작 72.5억원 순으로 나타났고 이는 전체 사업체당 취급액 17.4억보다 많고, 종사자당 취급액은 광고(종합)대행+서비스 21.6억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+온라인 14.8억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 7.6억원, 광고제작+온라인 7.3억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+온라인+기타 6.8억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 5.6억원, 광고(종합)대행+광고제작+온라인 5.2억원, 광고(종합)대행+광고제작 4.9억원, 광고(종합)대행+인쇄 4.2억원, 광고(종합)대행+광고제작+온라인+기타 4억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 광고(종합)대행+광고제작+서비스+온라인이 144명으로 가장 많고, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+온라인+기타 98명, 광고(종합)대행+광고제작+온라인 37명, 서비스+온라인 30명, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 25명, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 19명, 온라인 18명, 인쇄+온라인 16명의 순으로 나타났다.

### 3.6. 사업체 업종 재분류

표 3-6-1 >> 업종 재분류별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당취급액
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	950	19.7	3,409,547	40.5	3,589
	광고제작+그외	490	10.1	198,607	2.4	405
	광고(종합)대행+광고제작	373	7.7	3,713,164	44.1	9,955
	그 외	3,015	62.4	1,096,461	13.0	364
전체		4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

위의 경우에 업종이 48가지로 다양화, 세분화가 되어 그것을 다시 재분류하였다. 업종을 크게 광고(종합)

대행+그외(광고(종합)대행만 하거나 광고(종합)대행과 다른 업종을 하는 경우), 광고제작+그외(광고제작만 하거나 광고제작과 다른 업종을 하는 경우), 광고(종합)대행+광고제작(광고(종합)대행과 광고제작만 하는 경우), 그 외(광고(종합)대행과 광고제작을 하지 않는 경우)로 4가지 형태로 재분류하였다.

표 3-6-2 >> 업종 재분류별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당종사자	종사자당취급액	평균사업년수
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	8,444	28.5	9	404	7
	광고제작+그외	2,566	8.7	5	77	7
	광고(종합)대행+광고제작	5,873	19.8	16	632	7
	그 외	12,742	43.0	4	86	7
전체		29,625	100.0	6	284	7

업종(재분류)로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 그 외가 3,015개로 62.4%로 가장 많은 비중을 차지하고, 광고(종합)대행+그외 950개 19.7%, 광고제작+그외 490개 10.1%의 순서이며, 종사자수는 그 외가 12,742명 43.0%로 가장 많고, 광고(종합)대행+그외 8,444명 28.5%, 광고(종합)대행+광고제작 5,873명 19.8%의 순서이다. 취급액은 광고(종합)대행+광고제작 3조 7,131억원 44.1%로 가장 많고, 광고(종합)대행+그외 3조 4,095억원 40.5%, 그 외 1조 965억원 13.0%의 순서이다. 사업체당 취급액은 광고(종합)대행+그외 35.9억원, 광고(종합)대행+광고제작 99.6억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 광고(종합)대행+그외 4억원, 광고(종합)대행+광고제작 6.3억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수 역시 광고(종합)대행+그외 9명, 광고(종합)대행+광고제작 16명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-6-1 >> 업종 재분류별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

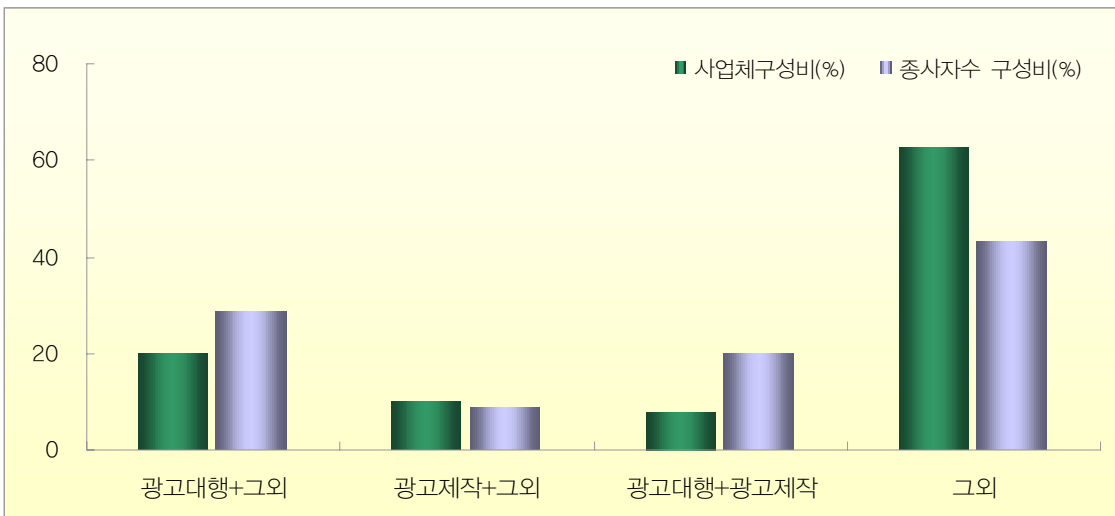
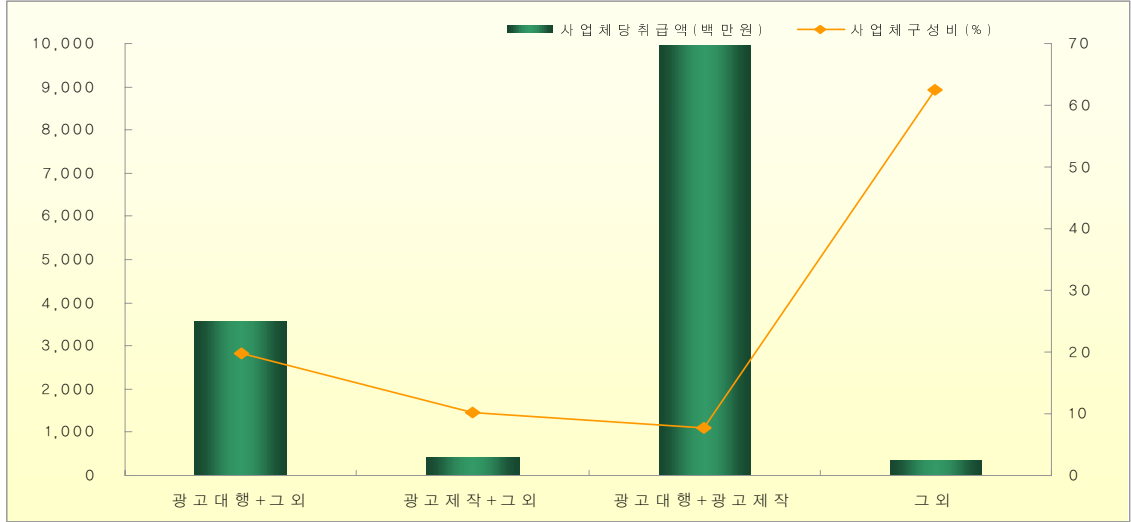


그림 3-6-2 >> 업종 재분류별 사업체당 취급액 및 사업체수 구성비



### 3.7. 가치사슬 분류

표 3-7-1 >> 가치사슬별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

가치사슬 분류	인프라	사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당취급액
		생산	2,413	50.0	4,406,994	52.4
유통	1,262	26.1	7,306,728	86.8	5,790	
서비스	348	7.2	4,609,167	54.8	13,245	
전체		4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

통계표 작성을 위한 구분을 위해 가치사슬(인프라, 생산, 유통, 서비스)을 사용하였다.

가치사슬 분류로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 인프라가 2,721개 56.4%로 가장 많은 비중을 차지하고, 생산 2,413개 50.0%, 유통 1,262개 26.1%, 서비스 348개 7.2%의 순서이며, 종사자수는 생산 14,565명 49.2%로 가장 많고, 유통 14,118명 47.7%, 인프라 13,246명 44.7%의 순서이다. 취급액은 유통이 7조 3,067억원 86.8%로 가장 많고, 서비스 4조 6,092억원 54.8%, 생산 4조 4,070억원 52.4%의 순서이다.

표 3-7-2 >> 가치사슬별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

가치사슬 분류	인프라	종사자수	종사자구성비	사업체당 종사자	종사자당 취급액	평균사업년수
		생산	14,565	49.2	6	303
유통	14,118	47.7	11	518	7	
서비스	5,563	18.8	16	829	6	
전체		29,625	100.0	6	284	7

사업체당 취급액은 서비스 132.5억원, 유통 57.9억원, 생산 18.3억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고 종사자당 취급액도 서비스 8.3억원, 생산 5.2억원, 생산 3.0원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 서비스 16명, 유통 11명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-7-1 >> 업종 재분류별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

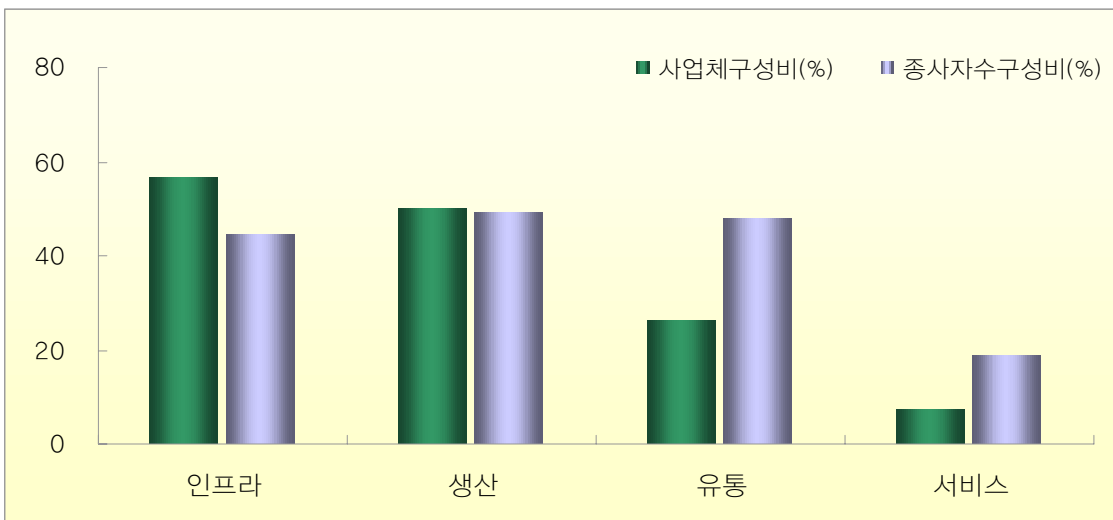
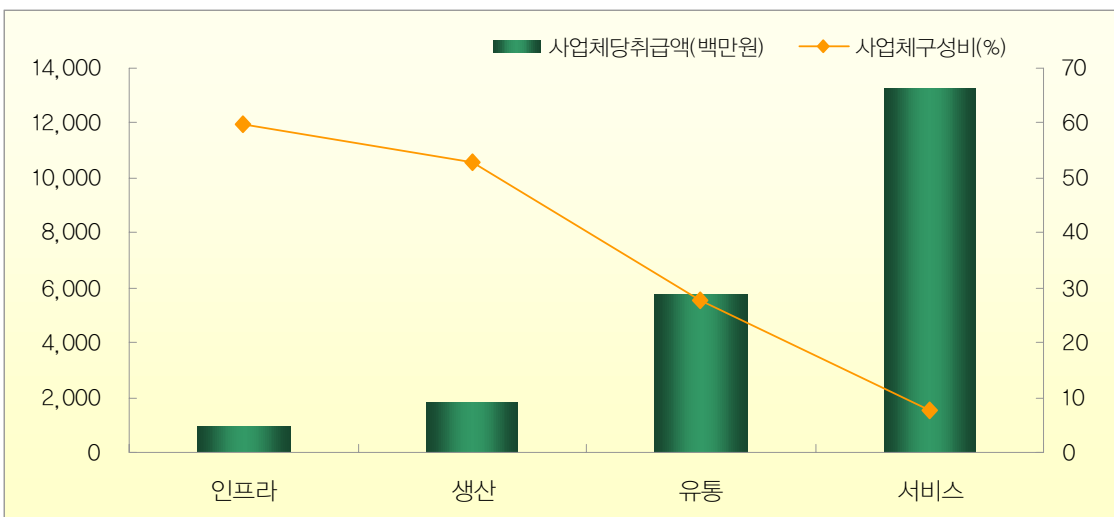


그림 3-7-2 >> 가치사슬별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.8. 고용현황 정보

표 3-8-1 >> 고용현황 정보별 취업액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당취급액
형태별	비정규직 편중	642	13.3	260,629	3.1	406
	보통	4,186	86.7	8,157,151	96.9	1,949
성별	여성 편중	559	11.6	311,405	3.7	557
	보통	2,915	60.4	7,974,160	94.7	2,736
	남성 편중	1,354	28.0	132,214	1.6	98
연령별	젊은층 편중	484	10.0	560,953	6.7	1,159
	보통	3,330	69.0	7,760,612	92.2	2,331
	나이든층 편중	1,014	21.0	96,214	1.1	95
학력별	저학력편중	998	20.7	293,378	3.5	294
	보통	2,886	59.8	6,060,708	72.0	2,100
	고학력편중	944	19.6	2,063,693	24.5	2,186
직급별	저직급편중	433	9.0	1,015,015	12.1	2,344
	보통	3,321	68.8	7,316,288	86.9	2,203
	상위직급편중	1,074	22.2	86,477	1.0	81
전체		4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

통계표 작성을 위한 구분변수로 형태별(비정규직 편중, 보통), 성별(여성편중, 보통, 남성편중), 연령별(젊은층 편중, 보통, 나이든층 편중), 학력별(저학력편중, 보통, 고학력편중), 직급별(저직급편중, 보통, 상위직급편중)을 사용하였다.

형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체는 보통 4,186개 86.7%, 비정규직 편중 642개 13.3%의 순서이며, 종사자수도 보통 25,940명 87.6%, 비정규직편중 3,685명 12.4%, 취업액 역시 보통 8조 1,571억원 96.9%, 비정규직편중 2,606억원 3.1%순서이다. 사업체당 취업액은 보통이 19.5억원으로 전체 사업체당 취업액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취업액도 보통이 3.1억원으로 전체 종사자당 취업액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 보통, 비정규직 편중 모두 6명으로 전체 사업체당 종사자수 6명과 같게 나타났다.

표 3-8-2 >> 고용현황 정보별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당종사자	종사자당취급액	평균사업년수
형태별	비정규직 편중	3,685	12.4	6	71	6
	보통	25,940	87.6	6	314	7
성별	여성 편중	3,305	11.2	6	94	6
	보통	24,202	81.7	8	329	7
	남성 편중	2,118	7.1	2	62	7
연령별	젊은층 편중	4,471	15.1	9	125	5
	보통	23,376	78.9	7	332	7
	나이든층 편중	1,778	6.0	2	54	9
학력별	저학력편중	2,450	8.3	2	120	9
	보통	20,653	69.7	7	293	7
	고학력편중	6,472	21.8	7	319	6
직급별	저직급편중	5,983	20.2	14	170	8
	보통	22,143	74.7	7	330	7
	상위직급편중	1,499	5.1	1	58	7
전체		29,625	100.0	6	284	7

성별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 2,915개 60.4%, 남성 편중 1,354개 28.0%, 여성편중 559개 11.6%의 순서로 나타났다. 종사자수는 보통 24,202명 81.7%, 여성편중 3,305명 11.2%, 남성편중 2,118명 7.1%의 순서이며 취급액 역시 보통 7조 9,742억원 94.8%, 여성편중 3,114억원 3.7%, 남성편중 1,322억원 1.6% 순서이다. 사업체당 취급액은 보통이 27.4억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 보통이 3.3억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 보통이 8명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

연령별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 3,330개 69.0%, 나이든층 편중 1,014개 21.0%, 젊은층 편중 484개 10.0%의 순서이며, 종사자수는 보통 23,376명 78.9%, 젊은층 편중 4,471명 15.1%, 나이든층 편중 1,778명 6.0%의 순서이며, 취급액 역시 보통 7조 7,606억원 92.2%, 젊은층편중 5,610억원 6.7%, 나이든층 편중 962억원 1.1% 순서이다. 사업체당 취급액은 보통이 23.3억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 보통이 3.3억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 젊은층 편중, 보통 각각 9명, 7명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

학력별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 2,886개 59.8%, 저학력편중 998개 20.7%, 고학력편중 944개 19.6%의 순서이고, 종사자수는 보통 20,653명 69.7%, 고학력편중 6,472명 21.8%, 저학력편중 2,450명 8.3%의 순서이며, 취급액 역시 보통 6조 607억원 72%, 고학력편중 2조 637억원 24.5%, 저학력편중 2,934억원 3.5%의 순서이다. 사업체당 취급액은 보통이 21억원, 고학력편중이 21.9억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 보통이 2.9억원, 고학력편중 3.2억원으로 전체 종사자당

취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 보통, 고학력편중 모두 7명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

직급별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 3,321개 68.8%, 상위직급편중 1,074개 22.2%, 저직급편중 433개 9.0%의 순서이며, 종사자수는 보통 22,143명 74.7%, 저직급편중 5,983명 20.2%, 상위직급편중 1,499명 5.1%의 순서이며, 취급액 역시 보통 7조 3163억원 86.9%, 저직급편중 1조 150억원 12.1%, 상위직급편중 865억원 0.9%의 순서이다. 사업체당 취급액은 보통이 22억원, 저직급편중이 23.4억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 보통이 3.3억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 저직급편중 14명, 보통 각각 14명, 7명 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-8-1 >> 직급수준별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

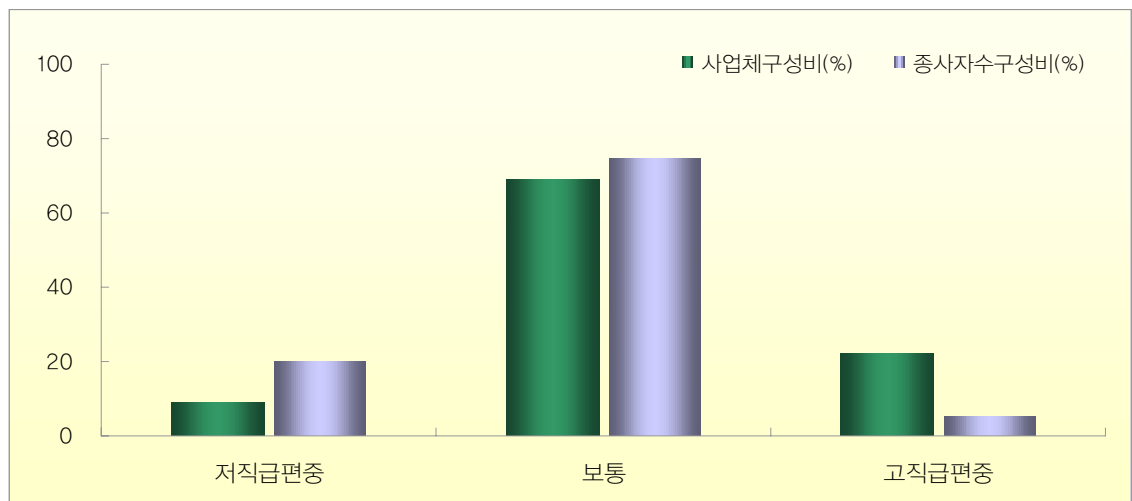
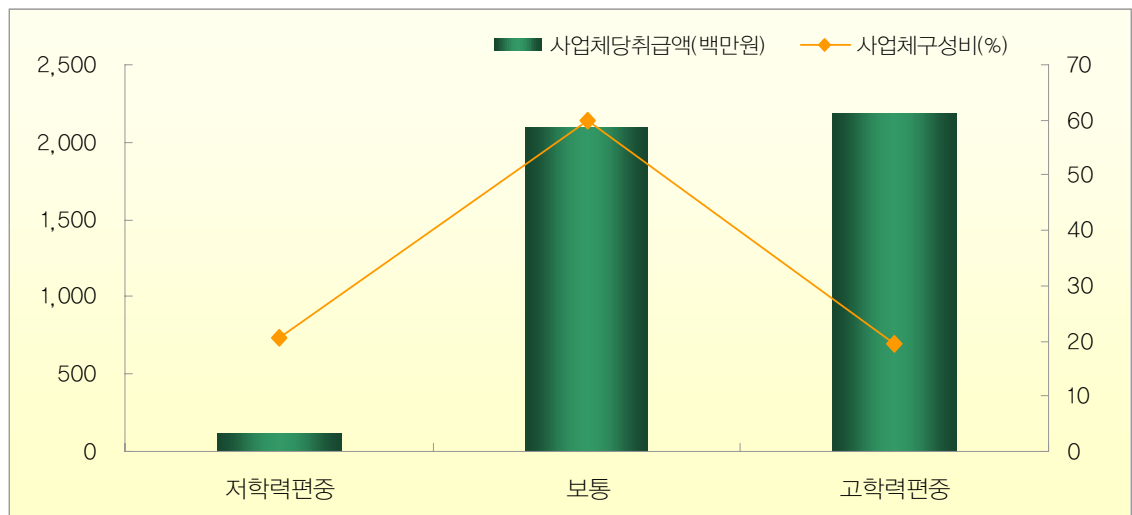


그림 3-8-2 >> 학력수준별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.9. 국내 및 외국계 광고주

표 3-9-1 >> 국내 및 외국계 광고주별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체구성비	취급액	취급액구성비	사업체당 취급액
전체 광고주	5개미만	491	10.2	126,288	1.5	257
	5~9개	453	9.4	240,599	2.9	531
	10~19개	866	17.9	871,142	10.3	1,006
	20~49개	855	17.7	1,326,802	15.8	1,553
	50~99개	213	4.4	241,362	2.9	1,135
	100개 이상	216	4.5	1,306,848	15.5	6,052
국내 광고주	5개미만	495	10.3	200,838	2.4	405
	5~9개	450	9.3	307,262	3.7	683
	10~19개	859	17.8	799,700	9.5	931
	20~49개	851	17.6	1,319,216	15.7	1,550
	50~99개	212	4.4	178,668	2.1	844
	100개이상	214	4.4	1,305,937	15.5	6,092
외국 광고주	5개 미만	23	0.5	334,056	4.0	14,549
	5~9개	4	0.1	14,263	0.2	4,075
	10~19개	5	0.1	501,618	6.0	98,550
	20~49개	4	0.1	132,855	1.6	37,959
전체 취급액	5000만원미만	1,020	21.1	28,228	0.3	28
	5000만원~3억원미만	1,261	26.1	133,387	1.6	106
	3억원~10억원미만	431	8.9	226,829	2.7	526
	10억원~50억원미만	285	5.9	556,853	6.6	1,954
	50억원이상	115	2.4	6,285,739	74.7	54,659
국내 취급액	5000만원미만	1,020	21.1	28,228	0.3	28
	5000만원~3억원미만	1,263	26.2	134,414	1.6	106
	3억원~10억원미만	430	8.9	227,752	2.7	530
	10억원~50억원미만	285	5.9	564,716	6.7	1,985
	50억원이상	114	2.4	6,275,926	74.6	55,052
해외 취급액	5억원미만	19	0.4	315,961	3.8	16,595
	5억원이상	7	0.1	580,336	6.9	89,282
전체		4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

통계표 작성을 위한 구분변수로 주요고객현황 정보 중 국내 및 외국계 광고주현황을 알기위해 거래광고주(5개미만, 6~9개, 10~19개, 20~49개, 50~99개, 100개 이상), 국내광고주(5개미만, 6~9개, 10~19개, 20~49개, 50~99개, 100개 이상), 외국광고주(5개미만, 6~9개, 10~19개, 20~49개, 50~99개, 100개 이상), 국내취급액(5000만원미만, 5000만원~3억원미만, 3억원~10억원미만, 10억원~50억원미만, 50억원이상), 해외취급액(5억원미만, 5억원이상)을 사용하였다.



전체광고주로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 10~19개인 사업체는 866개 17.9%로 가장 많은 비중을 차지하고, 20~49개인 사업체는 855개 17.7%, 5개미만인 사업체는 491개 10.2%, 5~9개인 사업체는 453개 9.4%, 100개 이상 사업체는 216개 4.6%, 50~99개인 사업체는 213개 4.4%의 순서이며, 종사자수는 20~49개인 사업체가 4,709명 15.9%로 가장 많고, 10~19개인 사업체 4,143명 14.0%, 100개이상인 사업체 2,687명 9.1%, 50~99개인 사업체 2,014명 6.8%, 5~9개인 사업체 1,989명 6.7%의 순서이다. 취급액은 20~49개인 사업체 1조 3,268억원 15.8%로 가장 많고, 100개이상 사업체 1조 3,068억원 15.5%, 10~19개인 사업체 8,711억원 10.3%, 50~99개인 사업체 2,414억원 1.9%, 5~9개인 사업체 2,406억원 2.9%의 순서이다. 사업체당 취급액은 100개인 사업체가 60.5억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 100개인 사업체가 4.9억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 100개 이상 사업체가 12명, 50~99개인 사업체는 9명, 100개 이상 사업체는 10명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

국내광고주로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 10~19개인 사업체는 859개 17.8%로 가장 많은 비중을 차지하고, 20~49개인 사업체는 851개 17.6%, 5개미만인 사업체는 495개 10.3%, 5~9개인 사업체는 450개 9.3%, 100개 이상 214개 4.4%, 50~99개인 사업체는 212개 4.4%의 순서이며, 종사자수는 20~49개인 사업체 4,714명 15.9%로 가장 많고, 10~19개인 사업체 4,048명 13.7%, 100개 이상인 사업체 2,672명 9.0%, 5~9개인 사업체 2,019명 6.8%, 50~99개인 사업체 1,920명 6.5%의 순서이다. 취급액은 100개이상 사업체 1조 3,059억원 15.5%로 가장 많고, 20~49개인 사업체 1조 3,192억원 15.7%, 10~19개인 사업체 7,997억원 9.5%, 5~9개인 사업체 3,073억원 3.7%, 5개미만인 사업체 2,008억원 2.4%, 50~99개인 사업체 1,787억원 2.1%의 순서이다. 사업체당 취급액은 100개인 사업체가 60.9억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 100개인 사업체가 4.9억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 100개 이상인 사업체가 12명, 50~99개인 사업체는 9명, 100개 이상 사업체는 10명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

표 3-9-2 >> 국내 및 외국계 광고주별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당 종사자	종사자당 취급액	평균사업년수
전체 광고주	5개미만	1,578	5.3	3	80	6
	5~9개	1,989	6.7	4	121	7
	10~19개	4,143	14.0	5	210	7
	20~49개	4,709	15.9	6	282	8
	50~99개	2,014	6.8	9	120	9
	100개이상	2,687	9.1	12	486	7
국내 광고주	5개미만	1,714	5.8	3	117	6
	5~9개	2,019	6.8	4	152	7
	10~19개	4,048	13.7	5	198	7
	20~49개	4,714	15.9	6	280	8
	50~99개	1,920	6.5	9	93	9
	100개이상	2,672	9.0	12	489	7
외국 광고주	5개 미만	564	1.9	25	592	8
	5~9개	71	0.2	20	201	4
	10~19개	465	1.6	91	1079	8
	20~49개	174	0.6	50	766	14
전체 취급액	5000만원미만	1,705	5.8	2	17	7
	5000만원~3억원미만	3,843	13.0	3	35	7
	3억원~10억원미만	2,625	8.9	6	86	8
	10억원~50억원미만	3,773	12.7	13	148	7
	50억원이상	6,582	22.2	57	955	12
국내 취급액	5000만원미만	1,705	5.8	2	17	7
	5000만원~3억원미만	3,860	13.0	3	35	7
	3억원~10억원미만	2,638	8.9	6	86	7
	10억원~50억원미만	3,768	12.7	13	150	7
	50억원이상	6,557	22.1	58	957	12
해외 취급액	5억원미만	508	1.7	27	621	8
	5억원이상	616	2.1	95	942	11
전체		29,625	100.0	6	284	7

전체취급액으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 5,000만원~3억원미만이 1,261개 26.1%로 가장 많은 비중을 차지하고, 5,000만원 미만이 1,020개 21.1%, 50억원이상이 115개 2.4%, 3억원~10억원미만 431개 8.9%, 10억원~50억원미만 285개 5.9%의 순서이며, 종사자수는 50억원이상이 6,582명 22.2%로 가장 많고, 5,000만원~3억원미만이 3,843명 13.0%, 10억원~50억원미만 3,773명 12.7%, 3억원~10억원미만 2,625명 8.9%, 5,000만원 미만 1,705명 5.8%의 순서이다. 취급액은 50억원이상이 6조 2,857억원 74.7%로 가장 많고, 10억원~50억원미만 5,569억원 6.6%, 3억원~10억원미만 2,268억원 2.7%, 5,000만원~3억원미만 1,334억원 1.6%, 5,000만원 미만 282억원 0.3%의 순서이다. 사업체당 취급액은 50억원이상이 547억원, 10억원~50억원미만이 19.5억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 100개인 사업체가 9.6억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 50억원이상이 57명, 10억원~50억원미만이 13명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

국내취급액으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 5,000만원~3억원미만이 1,263개 26.2%로 가장 많은 비중을 차지하고, 5,000만원 미만 1,020개 21.1%, 3억원~10억원미만 430개 8.9%, 10억원~50억원 미만 285개 5.9%, 50억원이상이 114개 2.4%의 순서이며, 종사자수는 50억원이상이 6,557명 22.1%로 가장 많고, 5,000만원~3억원 미만이 3,860명 13.0%, 10억원~50억원미만 3,768명 12.7%, 3억원~10억원미만 2,638명 8.9%, 5,000만원미만이 1,705명 5.8%의 순서이다. 취급액은 50억원이상이 6조 2,759억원 74.6%로 가장 많고, 10억원~50억원미만 5,647억원 6.7%, 3억원~10억원미만 2,278억원 2.7%, 5,000만원~3억원미만 1,344억원 1.6%, 5,000만원 미만 282억원 0.3%의 순서이다. 사업체당 취급액은 50억원이상이 551억원, 10억원~50억원미만이 19.9억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 100개인 사업체가 9.6억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 50억원이상이 58명, 10억원~50억원미만이 13명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-9-1 >> 전체 광고주 규모별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

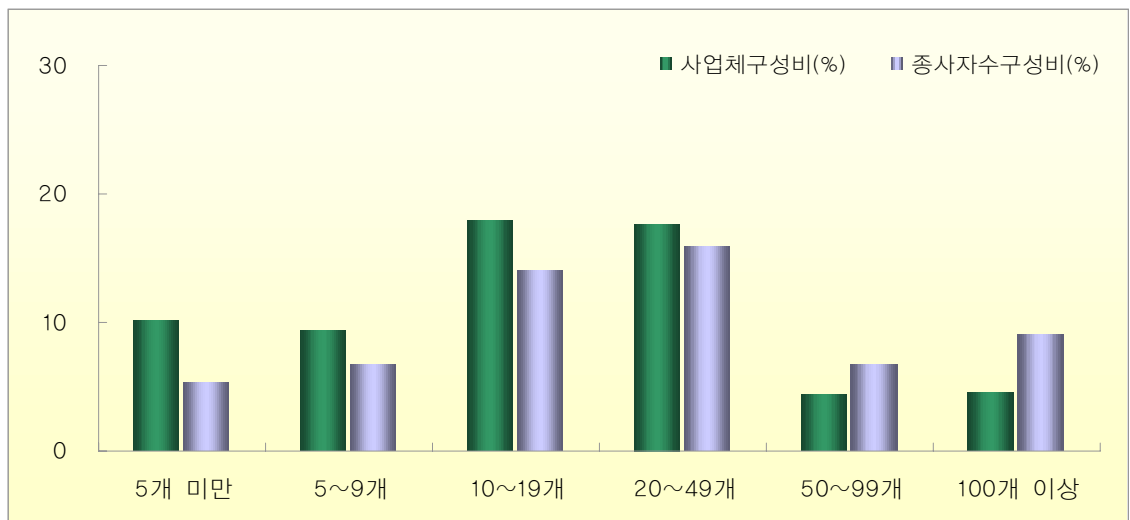
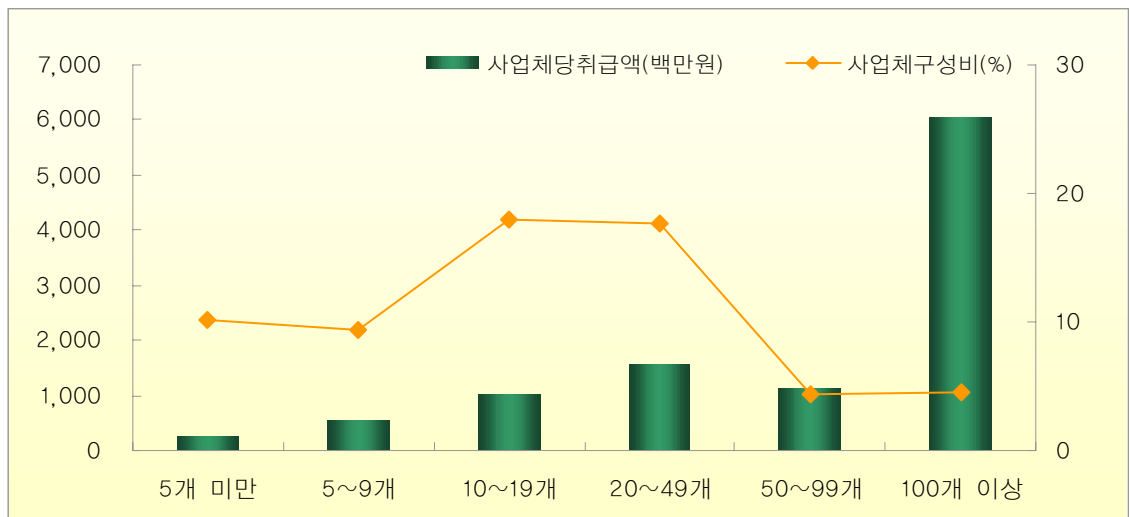


그림 3-9-2 >> 전체 광고주 규모별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.10. 고객유치실적

표 3-10-1 >> 고객유치실적별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 취급액
신규 거래 광고주	0개	107	2.2	88,638	1.1	829
	1~5개	835	17.3	1,018,761	12.1	1,220
	6~20개	179	3.7	1,033,537	12.3	5,763
	21개이상	63	1.3	161,246	1.9	2,566
이탈 거래 광고주	0개	118	2.4	166,399	2.0	1,414
	1~5개	801	16.6	730,184	8.7	912
	6~20개	217	4.5	926,936	11.0	4,269
	21개이상	57	1.2	75,995	0.9	1,337
신규 취급액	5000만원미만	754	15.6	102,399	1.2	136
	5000만원~3억원미만	130	2.7	205,651	2.4	1,580
	3억원이상	106	2.2	1,819,204	21.6	17,148
이탈 취급액	5000만원미만	302	6.3	43,062	0.5	143
	5000만원~3억원미만	112	2.3	186,150	2.2	1,660
	3억원이상	55	1.1	1,226,782	14.6	22,273
전체		4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

통계표 작성을 위한 구분변수로 주요고객현황 정보 중 고객유치실적을 알기위한 변수로 신규 거래광고주(신규없음, 1~5개, 6~20개, 21개이상), 이탈 거래광고주(이탈없음, 1~5개, 6~20개, 21개이상), 신규취급액(5000만원미만, 5000만원~3억원미만, 3억원이상), 이탈취급액(5000만원미만, 5000만원~3억원미만, 3억원이상)을 사용하였다. 신규 취급액과 이탈 취급액은 신규거래광고주와 이탈거래광고주가 0개인 사업체와 취급액을 무응답 한 사업체를 제외하였기 때문에 사업체 수가 4,828개와는 차이가 나타난다.

신규 거래광고주로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 1~5개인 사업체가 835개 17.3%로 가장 많은 비중을 차지하고, 6~20개인사업체는 179개 3.7%, 신규 거래가 없는 사업체가 107개 2.2%, 21개 이상인 사업체가 63개 1.3%의 순서이며, 종사자수는 1~5개인 사업체가 3,997명 13.5%로 가장 많은 비중을 차지하고, 6~20개인사업체는 2,121명 7.2%, 21개 이상인 사업체가 798명 2.7%, 신규 거래가 없는 사업체가 523명 1.8%의 순서이다. 취급액도 6~20개인 사업체가 1조 335억원 12.3%로 가장 많은 비중을 차지하고, 1~5개인 사업체가 1조 188억원 12.1%, 21개이상인 사업체가 1,612억원 1.9%, 신규 거래가 없는 사업체가 886억 1.1%의 순서이다. 사업체당 취급액은 6~20개인 사업체가 57.6억원, 21개 이상인 사업체가 25.7억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 6~20개인 사업체가 4.9억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 21개 이상인 사업체가 13명, 6~20개인 사업체가 12명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

표 3-10-2 >> 고객유치실적별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당 종사자	종사자당 취급액	평균사업년수
신규 거래 광고주	0개	523	1.8	5	170	5
	1~5개	3,997	13.5	5	255	7
	6~20개	2,121	7.2	12	487	8
	21개이상	798	2.7	13	202	7
이탈 거래 광고주	0개	812	2.7	7	205	4
	1~5개	3,011	10.2	4	243	8
	6~20개	1,966	6.6	9	472	9
	21개이상	488	1.6	9	156	7
신규 취급액	5000만원미만	2,146	7.2	3	48	7
	5000만원~3억원미만	1,318	4.5	10	156	6
	3억원이상	2,932	9.9	28	620	7
이탈 취급액	5000만원미만	905	3.1	3	48	8
	5000만원~3억원미만	1,013	3.4	9	184	7
	3억원이상	1,841	6.2	33	666	9
전체		29,625	100.0	6	284	7

이탈 거래광고주로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 1~5개인 사업체는 801개 16.6%, 6~20개인 사업체는 217개 4.5%, 이탈 고객이 없는 사업체가 118개 2.4%, 21개 이상인 사업체가 57개 1.2%의 순서이며, 종사자수는 1~5개인 사업체가 3,011명 10.2%로 가장 많고, 6~20개인사업체는 1,966명 6.6%, 이탈 고객이 없는 사업체가 812명 2.7%, 21개 이상인 사업체가 488명 2.1%의 순서이다. 취급액은 6~20개인 사업체가 9,269억원 11.0%로 가장 많고, 1~5개인 사업체가 7,301억원 8.7%, 이탈 고객이 없는 사업체가 1,663억 2.0%, 21개 이상인 사업체가 759억원 0.9%의 순서이다. 사업체당 취급액은 6~20개인 사업체가 42.7억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 6~20개인 사업체가 4.7억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 6~20개인 사업체와 21개 이상인 사업체가 9명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

신규 취급액으로 구분하여 살펴보면, 5,000만원미만 754개 15.6%, 5,000만원~3억원미만 130개 2.7%, 3억원 이상 106개 2.2%의 순서이며, 종사자수는 3억원이상 2,932명 9.9%, 5,000만원미만 2,146명 7.2%, 5,000만원~3억원미만 1,318명 4.5%의 순서이다. 취급액은 3억원이상 1조 8,192억원 21.6%, 5,000만원~3억원미만 2,056억원 2.4%, 5,000만원미만 1,023억원 1.2%의 순서이다. 사업체당 취급액은 3억원이상 171억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 3억원이상 6.2억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 3억원이상 28명, 5,000만원~3억원미만 10명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

이탈 취급액으로 구분하여 살펴보면, 5,000만원미만 302개 6.3%, 5,000만원~3억원미만 112개 2.3%, 3억원이상 55개 1.1%의 순서이며, 종사자수는 3억원이상 1,841명 6.2%, 5,000만원~3억원미만 1,013명 3.4%, 5,000만원미만 905명 3.1%의 순서이다. 취급액은 3억원이상 1조 2,267억원 14.6%, 5,000만원~3억원미만 1,861억원 2.2%, 5,000만원미만 430억원 0.5%의 순서이다. 사업체당 취급액은 3억원이상 223억원, 5,000만원~3억원미만 16,6억원의 순으로 나타났다. 종사자당 취급액은 3억원이상 6.7억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 3억원 이상이 33명, 5,000만원~3억원미만 9명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-10-1 >> 신규 거래광고주별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

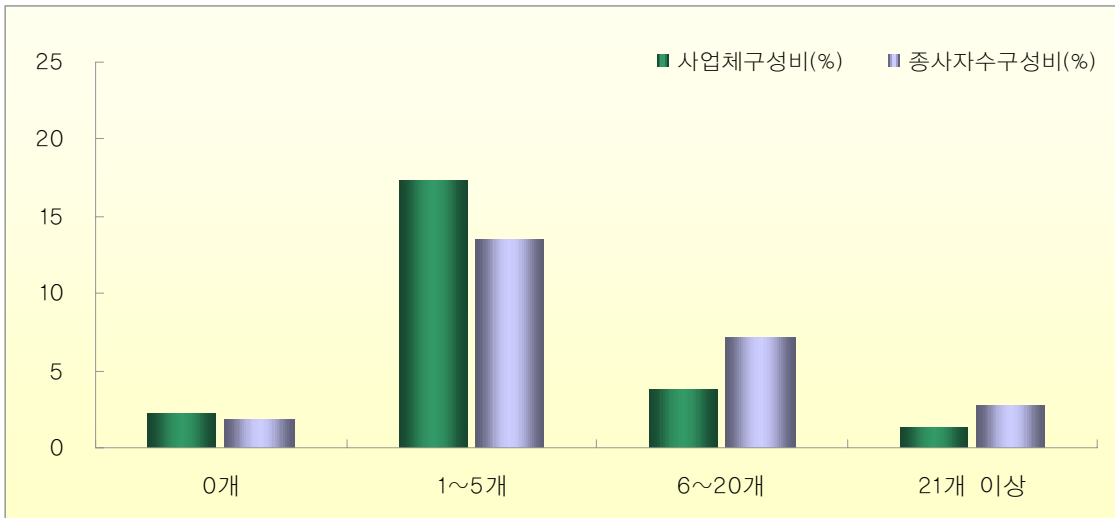
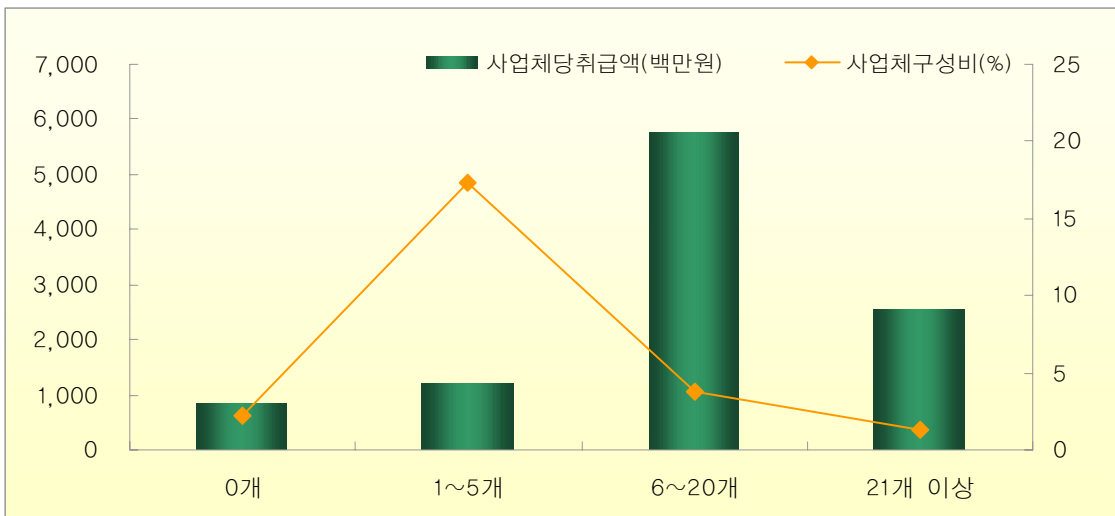


그림 3-10-2 >> 신규 거래광고주별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.11. 광고경기 체감도

표 3-11-1 >> 광고경기 체감도별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 취급액
2006상반기	체감지수 낮음	673	13.9	132,512	1.6	197
	보통	2,293	47.5	3,476,976	41.3	1,516
	체감지수 높음	358	7.4	1,378,356	16.4	3,854
2006하반기	체감지수 낮음	755	15.6	110,919	1.3	147
	보통	2,225	46.1	4,213,132	50.1	1,894
	체감지수 높음	344	7.1	658,595	7.8	1,915
2007년 예상	체감지수 낮음	794	16.4	109,337	1.3	138
	보통	2,060	42.7	3,356,842	39.9	1,630
	체감지수 높음	420	8.7	1,501,945	17.8	3,575
전체		4,828	100.0	8,417,779	100.0	1,744

통계표 작성을 위하여 광고경기 체감도를 알기 위한 구분 변수로 2006년 상반기(체감지수 낮음, 보통, 체감지수 높음), 2006년 하반기(체감지수 낮음, 보통, 체감지수 높음), 2007년 예상(체감지수 낮음, 보통, 체감지수 높음)을 사용하였다.

2006년 상반기로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 2,293개 47.5%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 낮음 673개 13.9%, 체감지수 높음 358개 7.4%의 순서이며, 종사자수는 보통 13,164명 44.4%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 높음 3,965명 13.4%, 체감지수 낮음 1,943명 6.6%의 순서이다. 취급액도 보통 3조 4,770억원 41.3%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 높음 1조 3,784억원 16.4%, 체감지수 낮음 1,325억원 1.6%의 순서이다. 사업체당 취급액은 체감지수 높음 38.5억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 체감지수 높음 3.5억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 체감지수 높음 11명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

표 3-11-2 >> 광고경기 체감도별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당 종사자	종사자당 취급액	평균사업년수
2006상반기	체감지수 낮음	1,943	6.6	3	68	8
	보통	13,164	44.4	6	264	7
	체감지수 높음	3,965	13.4	11	348	7
2006하반기	체감지수 낮음	2,002	6.8	3	55	8
	보통	13,971	47.2	6	302	7
	체감지수 높음	3,090	10.4	9	213	6
2007년 예상	체감지수 낮음	2,076	7.0	3	53	8
	보통	12,075	40.8	6	278	7
	체감지수 높음	4,675	15.8	11	321	6
전체		29,625	100.0	6	284	7

2006년 하반기로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 2,225개 46.1%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 낮음 755명 15.6%, 체감지수 높음 344개 7.1%의 순서이며, 종사자수는 보통 13,971명 47.2%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 높음 3,090명 10.4%, 체감지수 낮음 2,002명 6.8%의 순서이다. 취급액도 보통 4조 2,131억원 50.1%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 높음 6,586억원 7.8%, 체감지수 낮음 1,109억원 1.3%의 순서이다. 사업체당 취급액은 체감지수 높음 19.2억원, 보통 18.9억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원 보다 많고, 종사자당 취급액도 보통 3.0억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 체감지수 높음 9명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

2007년 예상으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 2,060개 42.7%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 낮음 794명 16.4%, 체감지수 높음 420개 8.7%의 순서이며, 종사자수는 보통 12,075명 40.8%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 높음 4,675명 15.8%, 체감지수 낮음 2,076명 7.0%의 순서이다. 취급액도 보통 3조 3,568억원 39.9%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 높음 1조 5,020억원 17.8%, 체감지수 낮음 1,093억원 1.3%의 순서이다. 사업체당 취급액은 체감지수 높음 35.8억원으로 전체 사업체당 취급액 17.4억원보다 많고, 종사자당 취급액도 체감지수 높음 3.2억원으로 전체 종사자당 취급액 2.8억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 체감지수 높음 11명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-11-1 >> 2007년 예상체감도별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

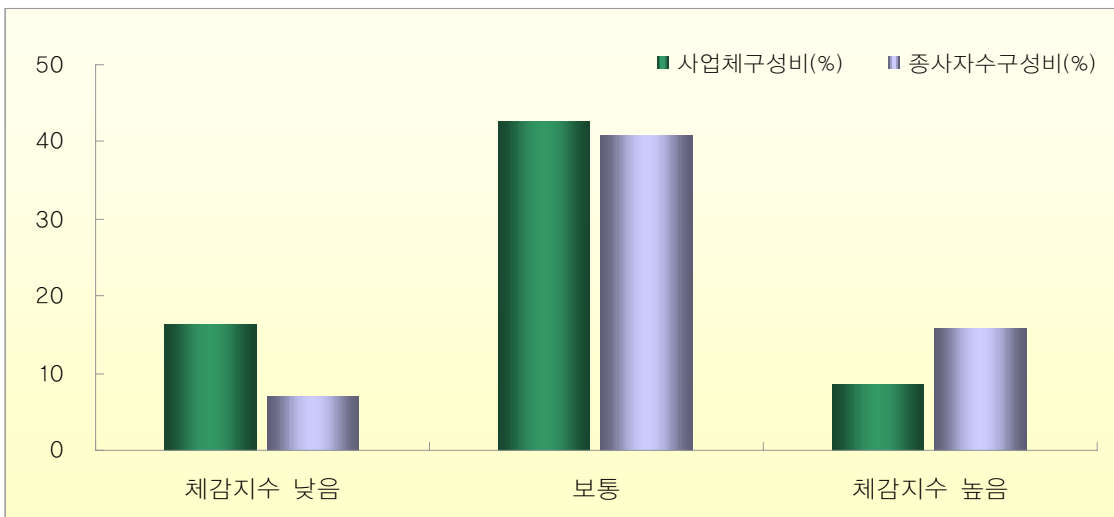
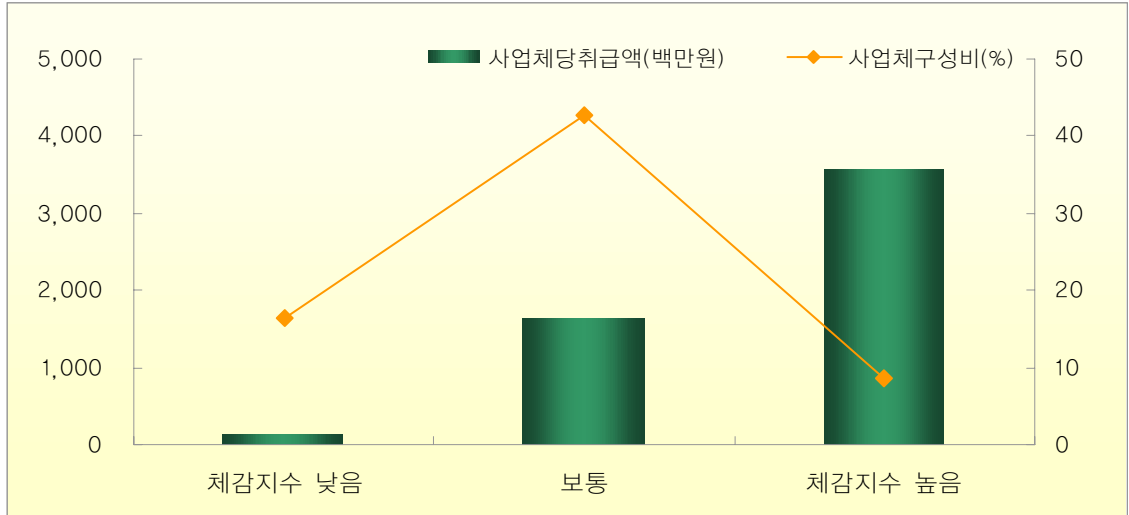




그림 3-11-2 >> 2007년 예상체감도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



## 4. 해외거래현황

광고회사의 해외진출 형태를 구별하면 합작투자 광고회사, 100%투자회사, 해외지사 및 사무소 설치, 해외광고회사와의 업무제휴 등으로 나눌 수 있다.

- 합작투자 광고회사  
광고시장을 제한적으로 개방하고 있는 국가에 진출할 때 주로 선택되는 유형으로 광고산업에 대한 외국인의 주식 소유가 일정비율 이하인 회사를 말한다.
- 100% 투자회사  
모회사인 다국적 광고회사가 전액을 투자하고 직접 운영하는 회사를 말한다. 광고시장을 제한 없이 완전 개방하고 있는 국가에서 흔히 이루어지는 경우이다.
- 해외지사 및 사무소 설치  
지사는 기업의 국제경영의 해외 경영단위가 되는 가장 단순한 형태이다. 지사는 모기업으로부터 지리적으로 멀리 떨어져 있어 내부관리는 어느 정도 자율성을 갖고 있으나 법적으로 독립된 법적 실체는 아니다. 광고회사의 경우 시장상황이 불확실하거나 100% 투자가 어려울 경우 현지지사를 설치하고 대부분은 나중에 이 지사를 독립법인체 형식으로 발전시켜 나아가게 된다.
- 해외광고회사와의 업무제휴  
재산적 가치가 있는 상업적 또는 공업적 기술을 제공하거나 제공받는 것으로 무상의 것과 유상의 것이 있다. 대개 업무제휴는 기술 혹은 업무가 현격한 차이가 나는 경우에 이루어지는데 광고회사의 경우도 이러한 제휴를 통한 해외진출이 많이 이루어지고 있다. 물론 이 경우 제휴사는 공식적인 권리를 갖지는 않지만 장차 직접 투자를 위한 시장 조사나 여건을 조성하는데 제휴관계를 유용하게 활용할 수 있다.

표 4-1 >> 광고업체 해외거래 현황

구분	사업체수(중복포함)	사업체수(중복제외)
합작투자 광고회사	15	15
100% 투자회사	8	8
해외지사(사무소)설치 회사	40	9
해외광고회사와의 업무 제휴를 하는 회사	23	12
해외광고취급액이 있는 회사	54	29

광고업체의 해외 거래 현황은 한 사업체가 여러 해외지사를 가지고 있는 경우, 해외광고회사와의 업무제휴를 여러 곳과 하고 있을 경우, 해외광고를 여러 개 취급할 경우 각 통계표의 해당 사업체수는 중복 계산된 수치이다.

## 4.1. 외국인투자 광고회사 현황

표 4-1-1 >> 투자비율별 광고회사 현황

단위 : 년, 개소

투자비율	사업체수	설립연도	등록일
30%미만	1	1993	1995
	1	1984	2003
30%~50%미만	1	1996	1996
50%~100%미만	1	1989	1991
	1	1990	1999
	1	1998	1997
	1	1982	2000
	1	1997	1989
	1	1990	2002
	1	2001	2001
100%	1	1983	2003
	1	1990	1990
	1	2001	2001
	1	1991	1991
	1	2000	2002
	1	1982	1998
	1	2000	무응답
	1	1999	무응답
거절	1	1987	1999
	1	1994	1997
	1	1999	1999
	1	1999	무응답
	1	2000	무응답
합계	23		

표 4-1-2 >> 투자비율별 사업체 규모별 광고회사 현황

단위 : 개소

투자비율	사업체수	종사자규모	취급액규모
30%미만	1	50~99인	100억 이상
	1	100인 이상	100억 이상
30%~50%미만	1	100인 이상	100억 이상
50%~100%미만	1	50~99인	100억 이상
	1	50~99인	100억 이상
	1	100인 이상	100억 이상
	1	50~99인	100억 이상
	1	50~99인	100억 이상
	1	10~49인	100억 이상
100%	1	100인 이상	100억 이상
	1	50~99인	100억 이상
	1	10~49인	100억 이상
	1	50~99인	100억 이상
	1	50~99인	100억 이상
	1	50~99인	100억 이상
	1	10~49인	10억~100억 미만
	1	10~49인	10억~100억 미만
거절	1	100인 이상	100억 이상
	1	10~49인	10억~100억 미만
	1	10~49인	100억 이상
	1	10~49인	100억 이상
	1	10~49인	100억 이상
합계	23		

## 4.2. 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황

표 4-2-1 >> 국가별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황

단위 : 개소, 명, 천달러

국가	사업체수	한국인	외국인	합계	자본규모
독일	1	1	4	5	0
러시아	1	3	26	29	1000
멕시코	2	2	8	10	0
미국	5	11	27	38	4300
베트남	1	1	8	9	0
브라질	2	2	7	9	1000
싱가폴	1	3	12	15	1500
아랍에미리트	2	5	12	17	1000
영국	2	5	13	18	5000
우크라이나	1	1	12	13	0
인도	2	4	38	42	1600
인도네시아	2	2	6	8	0
일본	1	1	3	4	0
중국	10	13	39	52	3000
캐나다	1	0	3	3	0
태국	1	1	6	7	0
파나마	1	1	0	1	0
폴란드	1	1	0	1	0
프랑스	1	1	5	6	0
호주	1	1	5	6	0
홍콩	1	1	4	5	0
합계*	40	60	238	298	18400

\*자본규모 무응답도 포함.

표 4-2-2 >> 설립연도별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황

단위 : 개소, 명, 천달러

설립연도	사업체수	한국인	외국인	합계	자본규모
1967	1	-	-	무응답	0
1973	1	40	218	258	18000
1981	1	-	-	무응답	0
1984	1	6	0	6	0
1991	1	4	6	10	0
1993	1	5	2	7	300
1996	1	1	0	1	0
2000	1	-	-	무응답	0
2005	1	4	12	16	100
합계	9	60	238	298	18400

\*자본규모 무응답도 포함.

표 4-2-3 >> 종사자 규모별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황

단위 : 개소, 명, 천달러

종사자규모	사업체수	한국인	외국인	합계	자본규모
10~49인	1	-	-	무응답	0
50~99인	3	9	8	17	300
100인 이상	5	51	230	281	18100
합계*	9	60	238	298	18400

\*자본규모 무응답도 포함.

### 4.3. 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황

표 4-3-1 >> 국가별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황

단위 : 년, 개소

국가	제휴시기	사업체수	주요업무				
			광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
미국	1989	1	1				
	2001	1		1			
	2004	1			1		1
아랍에미리트	1995	1					1
영국	2001	1			1		1
	2002	1					1
유럽	2005	1				1	
인도	2005	1				1	
일본	1985	1	1				1
	2000	1	1	1			
	2002	1	1	1	1		1
	2004	1		1	1	1	1
	2005	4		2		2	
중국	1999	1	1	1	1		
	2004	1	1		1		
프랑스	2004	2		1			1
	2005	1					1
무응답	2001	1	1				
	2002	1	1				
합계		23	9	8	6	5	10

표 4-3-2 >> 설립연도별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황

단위 : 년, 개소

설립연도	제휴시기	사업체수	주요업무				
			광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1974	1985	1	1				1
	1995	1					1
1981	2004	1					1
1982	1989	1	1				
	1999	1	1	1	1		
	2000	1	1	1			
1994	2005	1				1	
1996	2002	2	1	1	1		2
	2004	2	1	1	1		1
2000	2001	3	1	1	1		1
	2002	1	1				
	2004	1			1		1
	2005	1	1				
2001	2004	1		1	1	1	1
	2005	1		1			
2005	2005	4		1		3	1
합계		23	9	8	6	5	10

표 4-3-3 >> 종사자규모별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황

단위 : 년, 개소

종사자규모	제휴시기	사업체수	주요업무				
			광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
5~9인	2004	1		1	1	1	1
	2005	1		1			
10~49인	2001	3	1	1	1		1
	2002	1	1				
	2004	2	1		2		1
	2005	6	1	1		4	1
50~99인	1985	1	1				1
	1995	1					1
	2002	1	1	1	1		1
	2004	1					1
100인 이상	1989	1	1				
	1999	1	1	1	1		
	2000	1	1	1			
	2002	1					1
	2004	1		1			1
합계		23	9	8	6	5	10

표 4-3-4 >> 취급액규모별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황

단위 : 년, 개소

취급액규모	제휴시기	사업체수	주요업무				
			광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1억~10억 미만	2004	1		1	1	1	1
	2005	1		1			
10억~100억 미만	2001	3	1	1	1		1
	2002	1	1				
	2004	2	1		2		1
	2005	5	1			4	1
100억 이상	1985	1	1				1
	1989	1	1				
	1995	1					1
	1999	1	1	1	1		
	2000	1	1	1			
	2002	2	1	1	1		2
	2004	2		2			2
	2005	1		1			
합계		23	9	8	6	5	10

#### 4.4. 주요 광고회사의 해외 광고 취급액

표 4-4-1 >> 설립연도별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액

단위 : 년, 개소, 천달러

설립연도	사업체수	총사자규모	해외광고취급액
1967	1	100인 이상	1,052
1973	1	100인 이상	886,400
1974	1	50~99인	805
1981	1	50~99인	253
1982	1	50~99인	9,085
	1	100인 이상	1,777
1983	1	100인 이상	35,810
1984	1	100인 이상	70,657
1990	1	50~99인	407
	1	50~99인	6,891
	1	100인 이상	9,500
1991	2	50~99인	3,865
1993	1	50~99인	2,804
1994	1	10~49인	91
1995	1	5~9인	20
1996	1	50~99인	2,026
	1	100인 이상	15,840
1997	1	10~49인	7,340
	1	50~99인	203
1999	1	5~9인	20
	2	10~49인	2,444
2000	1	10~49인	8,191
2001	2	5~9인	334
	1	50~99인	38
2005	1	10~49인	304
	1	100인 이상	12,284
합계	29	-	1,078,491



## 4.5. 수출 및 수입

광고업에서의 수출액, 수입액은 2가지 개념으로 구분할 수 있는데, 국경을 기준으로 한 무역과 광고회사의 국적을 기준으로 한 무역으로 나누어 정의한다.

### 4.5.1. 국경을 기준으로 한 무역

국경을 기준으로 한 무역은 광고회사의 국적이 한국이든 외국이든 관계없이 한국에 소재하고 있는 광고회사가 외국 광고주로부터의 취급액은 수출로 집계하고, 외국에 소재하고 있는 광고회사가 한국인 광고주로부터의 취급액은 수입액으로 집계한다.

수출 : 한국 내 입지해 있는 모든 기업들의 수출액. 한국 내에 있는 외국적 자회사의 수출도 포함

수입 : 타 국가에 있는 모든 기업들이 한국인에게 판매. 한국 내에 있는 외국적 자회사의 수입도 포함

표 4-5-1 >> 국경기준 광고업 수출액 및 수입액

단위 : 백만원	
수출	수입
170,261	173,314

국경기준 광고업 수출액은 1,703억원이며, 수입액은 1,733억원으로 집계되었다.

### 4.5.2. 광고회사의 국적을 기준으로 한 무역

광고회사의 국적을 기준으로 한 무역은 광고회사의 소재지와 관계없이, 광고회사가 어느 나라에 있던 광고회사의 국적이 한국인지 외국인지를 구분하여 집계하는 개념이다. 수출은 직접수출과 한국국적 자회사에 의한 해외 판매의 합계로 구성할 수 있으며 수입은 직접수입과 외국국적 자회사의 국내 판매의 합계로 구성할 수 있다. 국적을 기준으로 한 직접수출은 국경을 기준으로 한 수출에 포함되며, 국적기준 수출은 한국 광고산업의 국제 활동을 측정하는 지표로 유용하다.

수출 : 한국국적 광고회사의 수입(revenue). 한국기업의 한국으로부터 타국에의 수출(=직접수출)과 한국 국적 해외자회사에 의한 해외에서 판매 등이 포함된다. 해외에 있는 한국 자회사의 외국기업의 거래는 자회사수입(revenue)이며, 해외에 있는 한국자회사와 한국기업 간의 거래는 기업 내 거래로 분류된다.

수입 : 외국국적 광고회사가 한국인으로부터의 수입(revenue). 따라서 외국기업으로부터 한국인의 수입 (=직접수입)과 외국 국적 한국 내 자회사에 의한 한국에서 판매 등이 포함된다. 한국 내 외국 자회사와 한국 기업의 거래는 자회사수입(revenue)이며, 한국 내 외국 자회사와 외국기업의 거래는 기업 내 거래로 분류된다.

표 4-5-2 >> 국적기준 광고업 수출액 및 수입액

단위 : 백만원

수출		수입	
직접수출	1,393	직접수입	87,582
자회사수입(revenue)	8,191	자회사수입(revenue)	2,260,206
전체	9,584	전체	2,347,788
(기업내거래)	900,039	(기업내거래)	148,645

국적기준 광고업 수출액은 96억원이며, 수입액은 2조 3,478억원으로 추정된다.

국적 기준 광고업의 무역 거래에서 이루어지는 교역량은 많은 부분들이 기업 내 거래로 분류되어 공식적인 수출액으로 집계되기는 어려운 것으로 나타났다.

표 4-5-3 >> 국적기준 광고업 수출액 및 수입액

단위 : 백만원

국내회사	해외광고취급액			고객거래		
	합계			합계		
해외 지사분	합계	908,230		합계	1,834,507	국내거래
	한국광고주	898,987	수출-기업내거래	한국광고주	1,827,007	국내거래
	외국광고주	8,191	수출-자회사수입	외국광고주	7,500	국내거래
	무응답	1,052	기업내거래	무응답	0	국내거래
국내분	합계	28,569	국경수출	합계	3,563,145	국내거래
	한국광고주	4,164	국경수출	한국광고주	3,560,712	국내거래
	외국광고주	1,393	국경&직접수출	외국광고주	2,433	국내거래
	무응답	23,012	국경수출	무응답	0	국내거래

외국회사	해외광고취급액			고객거래		
	합계			합계		
한국지사	합계	141,692	국경수출	합계	2,408,851	
	한국광고주	59,608	국경수출	한국광고주	2,260,206	수입-자회사수입
	외국광고주	25,984	국경수출	외국광고주	148,645	기업내거래
	무응답	56,100	국경수출	무응답	0	기업내거래

## 5. 국내 및 외국계 광고주

### 5.1. 사업체 정보

표 5-1 >> 사업체 정보별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원

		전체		국내		외국	
		평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
기업형태	개인사업체	41	4	41	4	0.005	25
	회사법인	89	65	89	62	0.251	857
	회사의 법인	17	23	16	23	0.099	
본사유무	단독사업체	50	20	50	19	0.043	541
	공장,지사,영업소	193	46	193	46	0.085	99
	본사,본점,본부	50	246	50	230	0.604	1,580
벤처기업 지정여부	대상	41	91	42	93	0.242	6
	비대상	47	27	47	27	0.053	866
설립연도	1979년 이전	35	160	35	160	0.000	
	1980-1989년	31	109	31	109	0.031	162
	1990-1994년	29	51	29	51	0.226	242
	1995-1999년	68	17	68	17	0.029	86
	2000-2004년	53	17	53	15	0.049	1,945
	2005년	49	27	49	27	0.067	50
전체		51	26	51	25	0.063	814

광고회사의 평균 고객수(광고주)는 51개이며 고객당 취급액은 2천 6백만원이다. 고객의 대부분이 국내 광고주이며, 외국 광고주는 극히 미미하다. 그러나 고객당 취급은 국내 고객당 취급액은 2천 5백만원, 외국 고객당 취급액은 8.1억원으로 외국고객이 32배 높게 나타났다.

설립연도로 살펴보면, 고객수는 1995~1999년 설립된 광고회사가 68개로 가장 많고, 2000~2004년 53개 순으로 많으나, 고객당 취급액은 1979년 이전 설립회사가 1.6억원, 1980~1989년 1.1억원, 1990~1994년 5천 1백만원 순으로 비교적 설립연도가 오래될수록 고객당 취급액이 많은 것으로 나타났다.

## 5.2. 지역

표 5-2 >> 지역별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

		전체		국내		외국	
		평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
지역	서울	37	99	37	95	0.189	814
	부산	22	11	23	11	-	-
	대구	22	9	22	9	-	-
	인천	71	3	71	3	-	-
	광주	11	7	11	7	-	-
	대전	19	9	19	9	-	-
	울산	17	8	17	8	-	-
	경기도	86	3	85	3	-	-
	강원도	360	0	360	0	-	-
	충청북도	9	17	9	17	-	-
	충청남도	60	1	60	1	-	-
	전라북도	45	5	45	5	-	-
	전라남도	57	1	57	1	-	-
	경상북도	211	1	211	1	-	-
	경상남도	24	4	24	4	-	-
	제주도	91	4	91	4	-	-
전체		51	26	51	25	0.063	814

광고회사의 지역별로 고객(광고주)을 살펴보면, 평균 고객수는 강원도가 360개로 가장 많고, 경상북도 211개, 제주도 91개 순으로 많으며, 고객당 취급액은 서울이 9천 9백만원으로 가장 많고, 충청북도 1천 7백만원, 부산 1천 1백만원 순으로 높게 나타났다.

### 5.3. 종사자 규모 및 취급액 규모

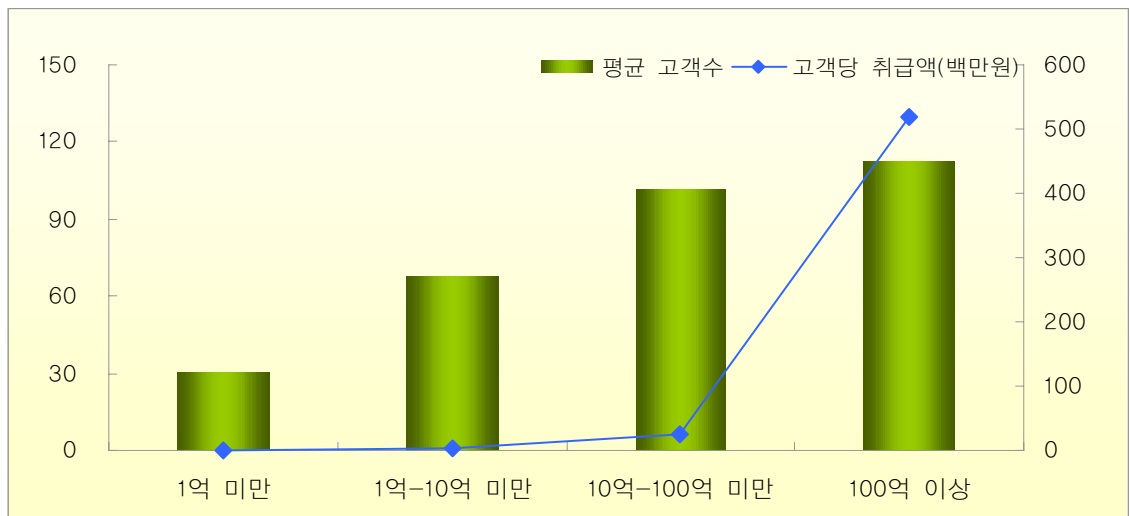
표 5-3 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

		전체		국내		외국	
		평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
종사자규모	1 ~ 4인	40	3	40	3	0.004	32
	5 ~ 9인	55	13	55	13	0.091	12
	10 ~ 49인	60	53	60	53	0.217	148
	50 ~ 99인	647	55	645	50	2.200	1,487
	100인이상	387	348	385	335	1.250	4,445
취급액규모	1억원미만	30	1	30	1	0.003	-
	1~10억원미만	68	4	68	4	0.042	36
	10~100억원미만	102	25	102	25	0.252	129
	100억원이상	112	519	111	500	1.400	2,114
전체		51	26	51	25	0.063	814

광고회사의 종사자 규모별로 고객(광고주)을 살펴보면, 평균 고객수는 종사자 50~99인 광고회사가 647개로 가장 많으며, 100인이상 387개, 10~49인 60개 순으로 많으며, 고객당 취급액은 100인 이상이 3.4억원으로 가장 많고, 50~99인 5천 5백만원, 10~49인 5천 3백만원 순으로 높게 나타났다. 비교적 광고회사의 규모가 클수록, 즉 종사자와 취급액 규모가 클수록, 평균고객수와 고객당 취급액도 큰 것으로 나타났다.

그림 5-1 >> 취급액 규모별 평균 고객수 및 고객당 취급액



### 5.4. 사업체 업종 분류

표 5-4 >> 사업체 업종 분류별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

업종	전체		국내		외국	
	평균고객수	고객당취금액	평균고객수	고객당취금액	평균고객수	고객당취금액
광고대행	53	31	53	31	0.103	16
광고대행+기타	30	28	30	28	-	-
광고대행+온라인	109	20	109	20	-	-
광고대행+온라인+기타	8	69	7	36	1.000	300
광고대행+인쇄	28	18	28	18	-	-
광고대행+인쇄+기타	44	10	44	10	-	-
광고대행+인쇄+온라인	3	9	3	9	-	-
광고대행+서비스	29	87	29	87	-	-
광고대행+서비스+인쇄	30	49	30	49	-	-
광고대행+서비스+인쇄+기타	29	2	29	2	-	-
광고대행+광고제작	24	459	24	457	0.107	938
광고대행+광고제작+기타	100	8	100	8	-	-
광고대행+광고제작+온라인	10	1,911	10	1,911	-	-
광고대행+광고제작+온라인+기타	34	247	34	247	-	-
광고대행+광고제작+인쇄	33	5	33	5	-	-
광고대행+광고제작+인쇄+기타	41	14	41	15	0.297	-
광고대행+광고제작+서비스	49	578	48	595	1.563	24
광고대행+광고제작+서비스+기타	28	754	25	189	2.965	5,446
광고대행+광고제작+서비스+온라인	87	1,927	84	1,837	3.000	4,445
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	64	1,394	57	1,434	6.667	1,047
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	11	20	11	20	-	-
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	29	28	29	28	-	-
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	10	109	10	109	-	-
광고제작	21	23	21	23	0.021	23
광고제작+기타	20	6	20	6	-	-
광고제작+온라인	10	220	10	220	-	-
광고제작+인쇄	19	7	20	7	-	-
광고제작+인쇄+기타	38	14	38	14	-	-
광고제작+서비스	60	25	60	25	-	-
광고제작+서비스+온라인	6	60	6	60	-	-
광고제작+서비스+인쇄	48	7	48	7	-	-
광고제작+서비스+인쇄+기타	7	120	7	120	-	-
서비스	30	35	29	35	0.304	56
서비스+기타	8	53	7	55	0.750	37
서비스+온라인	40	25	40	25	-	-
서비스+인쇄	175	8	175	8	-	-
서비스+인쇄+기타	64	2	64	2	-	-
서비스+인쇄+온라인+기타	12	117	12	117	-	-
인쇄	25	8	25	8	0.028	17
인쇄+기타	21	6	21	6	-	-
인쇄+온라인+기타	19	10	19	10	-	-
온라인	128	22	128	22	0.030	100
온라인+기타	12	52	12	52	-	-
기타	122	2	123	2	0.008	106
전체	51	26	51	25	0.063	814

## 5.5. 사업체 업종 재분류

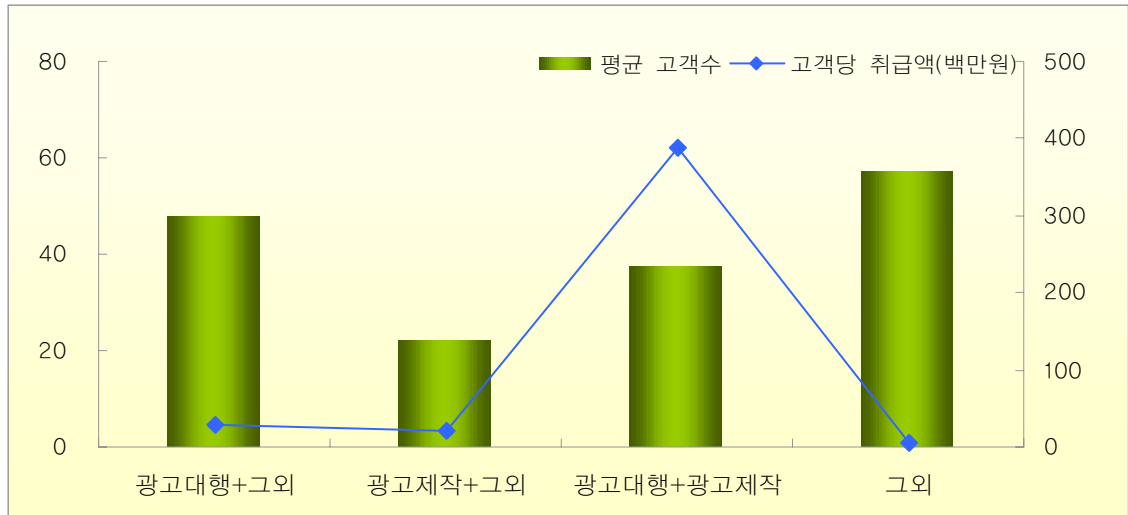
표 5-5 >> 사업체 업종 재분류별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

업종 재분류	전체		국내		외국	
	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
광고(종합)대행+그외	48	29	48	29	0.081	22
광고제작+그외	22	20	22	20	0.016	23
광고(종합)대행+광고제작	37	387	37	369	0.477	1,828
그 외	57	6	57	6	0.030	44
전체	51	26	51	25	0.063	814

광고회사를 업종조합으로 재분류하여 살펴보면, 평균 고객수는 그 외(광고(종합)대행이나 광고제작을 하지 않고 서비스, 온라인, 인쇄, 기타 업종만을 하는 사업체)가 57개로 가장 많으나 고객당 취급액은 6백만원으로 가장 낮게 나타났다. 반대로, 광고(종합)대행과 광고제작업을 모두 하는 사업체는 평균 고객수는 37개로 상대적으로 낮은 편이나 고객당 취급액은 3.9억원으로 높게 나타났다.

그림 5-2 >> 사업체 업종 재분류별 평균 고객수 및 고객당 취급액



### 5.6. 가치사슬 분류

표 5-6 >> 가치사슬별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

가치사슬분류	구분	전체		국내		외국	
		평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
가치사슬분류	인프라	34	17	34	16	0.054	950
	생산	63	33	63	31	0.065	1,635
	유통	48	109	48	104	0.183	1,277
	서비스	47	233	47	217	0.626	1,419
전체		51	26	51	25	0.063	814

가치사슬별로 광고회사를 분류하여 보면, 평균 고객수는 생산 산업이 63개로 가장 높고, 유통 48개, 서비스 47개, 인프라 34개 순으로 높으나, 고객당 취급액은 서비스 산업이 2,3억원, 유통 1,1억원, 생산 3천 3백만, 인프라 1천 7백만의 순으로 나타났다.

그림 5-3 >> 가치사슬별 평균 고객수 및 고객당 취급액





## 5.7. 고용현황 정보

표 5-7 >> 고용현황 정보별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

		전체		국내		외국	
		평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
형태별	비정규직 편중	78	5	78	5	0.045	79
	보통	45	35	45	34	0.067	931
성별	여성 편중	26	20	26	20	0.018	167
	보통	54	44	54	42	0.096	1042
	남성 편중	58	2	59	2	0.019	5
연령별	젊은층 편중	46	27	46	24	0.152	911
	보통	49	42	48	41	0.075	764
	나이든층 편중	58	2	58	2	-	-
학력별	저학력편중	87	1	87	1	-	-
	보통	39	38	39	39	0.068	17
	고학력편중	29	76	29	73	0.082	1106
직급별	저직급편중	89	19	88	19	0.087	86
	보통	38	53	38	51	0.096	976
	상위직급편중	58	1	58	1	-	-
전체		51	26	51	25	0.063	814

광고회사를 종사자 분포도에 따라 분류를 다시 하면, 성별을 기준으로 할 경우, 남성편중회사의 평균 고객수는 58개로 여성 평균 고객수 26개보다 약 2.2배 많고, 고객당 취급액은 여성편중 회사가 2천만원으로 남성편중 회사 2백만원보다 10배 높게 나타났다. 연령을 기준으로 하면, 나이든층이 많은 회사의 평균 고객수는 58개로 젊은층이 많은 회사의 평균고객수 46개보다 약 1.3배 많고, 고객당 취급액은 젊은층 편중 회사가 2천 7백만원으로 나이든층 편중 회사 2백만원보다 14배 높게 나타났다. 학력을 기준으로 하면, 저학력 편중 회사의 평균 고객수는 87개로 고학력 편중 회사의 평균 고객수 29개보다 3배 높으나, 고객당 취급액은 고학력편중회사가 7천 7백만원으로 저학력편중 회사 1백만원보다 매우 높게 나타났다. 직급을 기준으로 하면, 저직급 편중 회사의 평균 고객수가 89개로 상위직급편중 회사 평균 고객수 58개보다 약 1.5배 높고, 고객당 취급액도 저직급편중이 1천 9백만원으로 상위직급편중 회사 1백만원보다 약 1.9배 높게 나타났다.

### 5.8. 국내 및 외국계 광고주

표 5-8 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

		전체		국내		외국	
		평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
전체광고주	5개미만	3	96	3	97	-	-
	5~9개	6	89	6	89	0.050	112
	10~19개	12	83	12	78	0.029	2,411
	20~49개	26	59	26	59	0.098	97
	50~99개	58	19	58	18	0.131	772
	100개이상	197	31	197	29	0.143	2,161
국내광고주	5개미만	3	148	3	105	0.072	1,736
	5~9개	6	112	6	114	0.102	15
	10~19개	12	77	12	77	0.014	49
	20~49개	26	58	26	57	0.075	455
	50~99개	58	14	58	14	0.037	64
	100개이상	197	31	197	29	0.144	2,161
외국광고주	5개 미만	25	587	23	633	2.003	65
	5~9개	16	248	10	142	6.143	426
	10~19개	143	690	131	561	11.473	2,166
	20~49개	42	910	22	1,473	20.000	299
	100개 이상	30	1	30	1	-	-
전체취급액	5000만원미만	29	4	29	4	0.005	18
	5000만원~3억원미만	117	5	116	4	0.087	39
	3억원~10억원미만	110	18	110	18	0.246	30
	10억원~50억원미만	84	425	83	409	0.900	1,926
	50억원이상	30	1	30	1	-	-
국내취급액	5000만원미만	29	4	29	4	0.007	50
	5000만원~3억원미만	117	5	116	4	0.099	60
	3억원~10억원미만	110	18	110	18	0.249	121
	10억원~50억원미만	85	425	84	410	0.820	2,034
	50억원이상	47	350	44	376	3.702	42
해외취급액	5억원미만	55	1,619	46	1,427	9.462	2,546
	5억원이상	5	401	4	288	0.922	1249
전체		51	26	51	25	0.063	814

## 5.9. 고객유치실적

표 5-9 >> 고객유치실적별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

		전체		국내		외국	
		평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
신규 거래광고주	0개	28	23	28	23	0.010	-
	1~5개	22	56	22	53	0.078	1,089
	6~20개	45	128	45	121	0.261	1,437
	21개이상	182	14	182	14	0.076	-
이탈 거래광고주	0개	28	46	27	46	0.177	5
	1~5개	20	46	20	43	0.078	1,003
	6~20개	42	101	42	94	0.069	4,445
	21개이상	224	6	223	6	0.112	100
신규 취급액	5000만원미만	30	5	30	5	0.021	105
	5000만원~3억원미만	39	41	38	41	0.281	4
	3억원이상	99	173	99	161	0.327	3,944
이탈 취급액	5000만원미만	29	5	29	5	0.016	-
	5000만원~3억원미만	42	40	41	40	0.353	18
	3억원이상	130	165	129	147	0.499	4,869
전체		51	26	51	25	0.063	814

고객유치실적별로 광고회사를 살펴보면, 신규광고주가 없는 회사의 평균고객수는 28개이고 고객당 취급액은 2천 3백만원이다. 이탈광고주가 없는 회사의 평균고객수는 28개이고 고객당 취급액은 4천 6백만원이다. 신규광고주가 21개이상인 회사의 평균고객수는 182개로 높으나 고객당 취급액은 1천 4백만원으로 낮게 나타났다. 신규취급액이 3억원이상인 회사의 평균고객수는 99개로 전체 평균보다 높고, 고객당 취급액은 1.7억원으로 비교적 높게 나타났다. 마찬가지로 이탈취급액이 3억원이상인 회사의 평균고객수는 130개로 높으며, 고객당 취급액은 1.7억원으로 높게 나타났다.

## 5.10. 광고경기 체감도

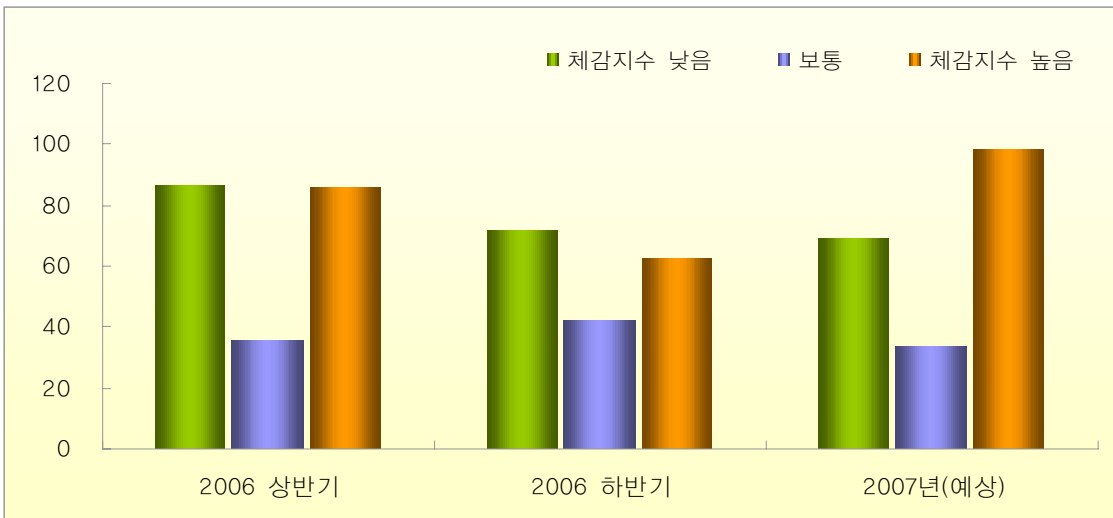
표 5-10 >> 광고경기 체감도별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

		전체		국내		외국	
		평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
2006상반기	체감지수 낮음	86	2	86	2	-	-
	보통	36	34	36	33	0.065	711
	체감지수 높음	86	46	86	46	0.132	13
2006하반기	체감지수 낮음	72	2	72	2	-	-
	보통	42	38	42	37	0.078	610
	체감지수 높음	62	32	63	32	0.067	9
2007년 예상	체감지수 낮음	69	2	69	2	-	-
	보통	34	39	33	38	0.079	217
	체감지수 높음	98	38	98	36	0.077	2,157
전체		51	26	51	25	0.063	814

광고회사를 광고경기 체감도별로 구분하여 살펴보면, 2006년 상반기 체감지수가 낮았던 사업체는 평균고객수가 86개로 높았으나, 고객당 취급액은 2백만원으로 낮게 나타났다. 2006년 상반기 광고경기 체감지수가 높았던 사업체는 평균고객수 86개로 높았고, 고객당 취급액도 4천 6백만원으로 높게 나타났다. 2007년 예상 광고경기 체감지수가 낮았던 사업체의 평균고객수는 69개이고, 고객당 취급액은 2백만원으로 낮게 나타났다.

그림 5-4 >> 광고경기 체감도별 평균 고객수



## 6. 고객유치실적

### 6.1. 사업체 정보

표 6-1 >> 사업체 정보별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

		신규		이탈		평균기준 광고주	고객유지비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
기업형태	개인사업체	7	32	8	40	31	70.6
	회사법인	14	2,161	13	1,120	53	73.6
	회사외 법인	1	1	10	207	7	90.0
본사유무	단독사업체	8	292	8	253	32	71.1
	공장,지사,영업소	63	6,828	61	545	256	80.9
	본사,본점,본부	8	5,995	7	3,020	58	68.5
벤처기업 지정여부	대상	12	2,228	10	284	92	81.1
	비대상	8	453	9	314	35	71.2
설립연도	1979년 이전	12	2,053	9	463	46	68.1
	1980-1989년	8	1,821	10	1,594	29	45.5
	1990-1994년	4	243	5	81	30	76.2
	1995-1999년	9	216	8	86	39	72.7
	2000-2004년	9	304	9	258	35	75.5
전체		8	467	9	307	35	71.2

광고회사의 신규 평균 고객수(광고주)는 8개이며 신규 평균 취급액은 4억 6천 7백만원이다. 이탈 평균 고객수(광고주)는 9개이며 이탈 평균 취급액은 3억 7백만원이다. 평균 기존 고객수(광고주)는 35개이고 고객유지비율은 71.2%로 나타났다.

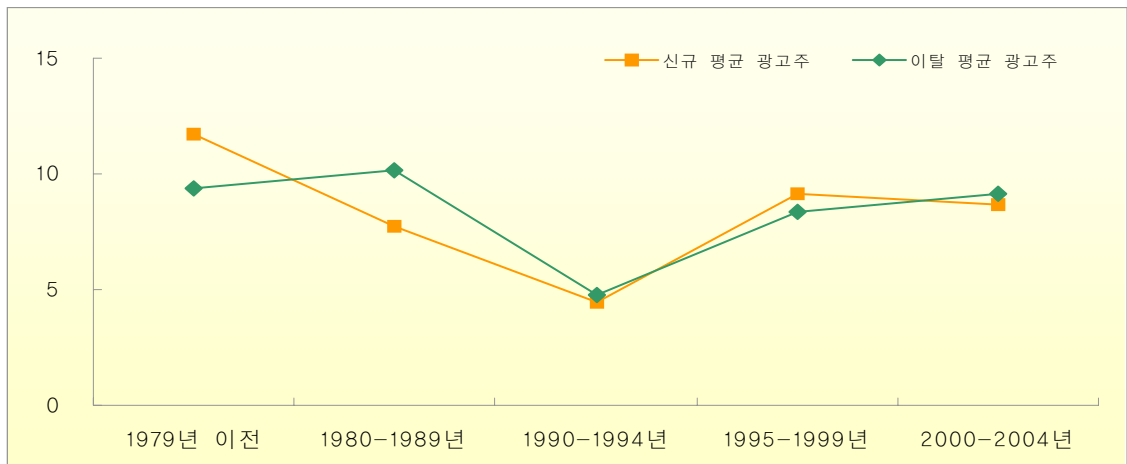
기업형태별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 회사법인 14개, 개인사업체 7개, 회사외 법인 1개의 순이며, 이탈 평균고객수는 회사법인 13개, 회사외 법인 10개, 개인사업체 8개로 나타났고, 신규 평균 취급액은 회사법인 21억 6천 백만원, 개인사업체 3천 2백만원, 회사외 법인 1백만원의 순이고, 이탈 평균 취급액은 회사법인 11억 2천만원, 회사외 법인 2억 7백만원, 개인사업체 4천만원의 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 회사법인 53개, 개인사업체 31개, 회사외법인은 7개였고, 고객유지비율은 회사외법인이 90.0%로 앞서고 회사법인이 73.6%, 개인사업체 70.6%의 순으로 나타났다. 회사법인이 기존 고객수와 고객유지비율이 비교적 높고 한 고객당 취급액도 높게 나타났다.

본사유무별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 공장, 지사, 영업소 63개, 단독사업체, 본사, 본점, 본부 8개의 순이며, 신규 평균 취급액은 공장, 지사, 영업소 68억 2천 8백만원,

본사, 본점, 본부 59억 9천 5백만원, 단독사업체 2억 9천 2백만원의 순으로 나타났고, 이탈 평균 고객수는 공장, 지사, 영업소 61개, 단독사업체 8개, 본사, 본점, 본부 7개의 순이지만, 이탈 평균 취급액은 본사, 본점, 본부 30억 2천만원, 공장, 지사, 영업소 5억 4천 5백만원, 단독사업체 2억 5천 3백만원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 공장, 지사, 영업소 256개, 본사, 본점, 본부 58개, 단독사업체 32개였고 고객유지 비율도 공장, 지사, 영업소 80.9%, 단독사업체 71.1%, 본사, 본점, 본부 68.5%의 순으로 나타났다. 공장, 지사, 영업소의 경우 평균 기존 고객수와 고객유지비율이 가장 높고, 신규 취급액도 비교적 높지만, 이탈 취급액은 비교적 낮게 나타났다.

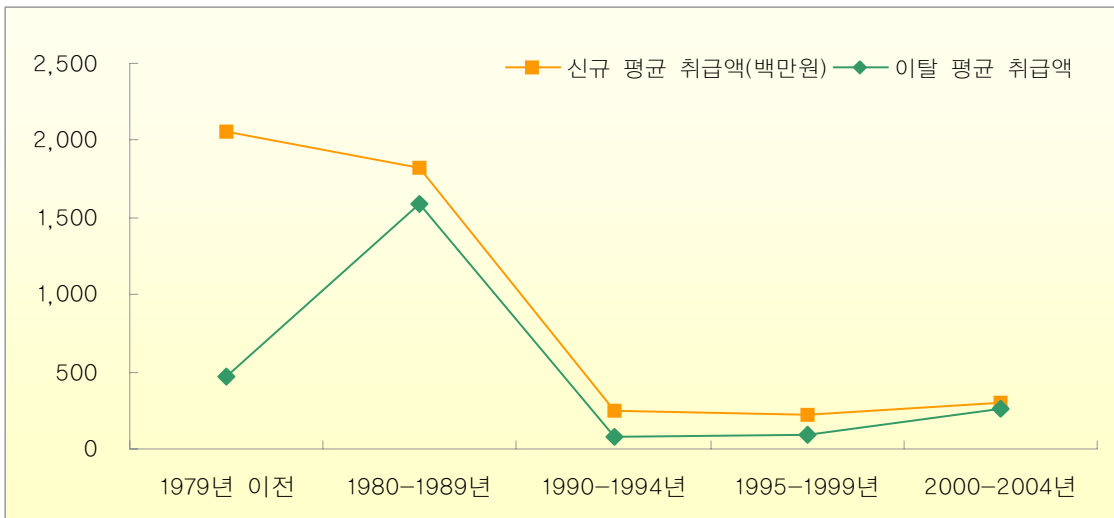
벤처기업 지정여부별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 비대상 8개, 대상 12개, 이탈 평균고객수도 비대상 9개, 대상 10개로 순위가 같았고, 신규 평균 취급액은 대상 22억 2천 8백만원, 비대상 4억 5천 3백만원의 순이고, 이탈 평균 취급액은 대상 2억 8천 4백만원, 비대상 3억 천 4백만원의 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 대상 92개, 비대상 35개였고, 고객유지비율도 대상 81.1%, 비대상 51.2%의 순으로 나타났다.

그림 6-1-1 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 광고주



설립연도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 1979년 이전 설립된 광고회사가 12개, 2000~2004년과 1995~1999년이 9개, 1980~1989년이 8개, 1990~1994년 4개의 순이고, 이탈 평균 고객수는 1980~1989년 10개, 1979년 이전과 2000~2004년에 설립된 광고회사가 9개로 같았고, 1995~1999년 8개, 1990~1994년 5개의 순으로 나타났다.

그림 6-1-2 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 1979년 이전 20억 5천 3백만원, 1980~1989년 18억 2천 백만원, 2000~2004년 3억 4백만원, 1990~1994년 2억 4천 3백만원, 1995~1999년 2억 천 6백만원 순이고, 이탈 평균 취급액은 1980~1989년 15억 9천 4백만원, 1979년 이전 4억 6천 3백만원, 2000~2004년 2억 5천 8백만원, 1995~1999년 8천 6백만원, 1990~1994년 8천 백만원의 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 1979년 이전 설립된 광고회사 46개, 2000~2004년 35개, 1995~1999년 39개, 1990~1994년 30개, 1980~1989년 29개의 순이었고, 고객유지비율은 1990~1994년 76.2%, 2000~2004년 75.5%, 1995~1999년 72.7%, 1979년 이전 68.1%, 1980~1989년 45.5%의 순으로 나타났다.

## 6.2. 지역

표 6-2 >> 지역별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

		신규		이탈		평균기존 광고주	고객유치비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
지역	서울	11	1,686	11	791	41	76.5
	부산	4	21	7	30	26	70.7
	대구	5	47	8	48	31	72.5
	인천	1	150	2	200	21	95.2
	광주	3	5	2	11	14	55.5
	대전	4	81	5	253	35	77.0
	울산	17	46	3	10	22	51.3
	경기도	20	37	24	103	64	63.1
	강원도	30	85	26	64	53	50.1
	충청북도	2	21	4	36	15	77.8
	충청남도	5	5	6	.	61	86.2
	전라북도	3	212	4	69	37	77.0
	전라남도	24	8	11	13	42	74.0
	경상북도	8	25	9	34	38	70.4
	경상남도	3	6	5	18	41	81.0
	제주도	12	5	13	0	84	67.6
전체		8	467	9	307	35	71.2

지역별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 강원도 30개, 전라남도 24개, 경기도 20개, 울산 17개, 제주도 12개, 서울 11개, 경상북도 8개, 충청남도·대구 5개, 부산·대전 4개, 광주·전라북도·경상남도 3개, 충청북도 2개, 인천 1개 순으로 나타났다. 이탈 평균 고객수는 강원도 26개, 경기도 24개, 제주도 13개, 서울·전라남도 11개, 경상북도 9개, 대구 8개, 부산 7개, 충청남도 6개, 대전·경상남도 5개, 충청북도·전라북도 4개, 울산 3개, 인천·광주 2개순으로 나타났다.

그림 6-2-1 >> 지역별 신규 이탈 평균 광고주

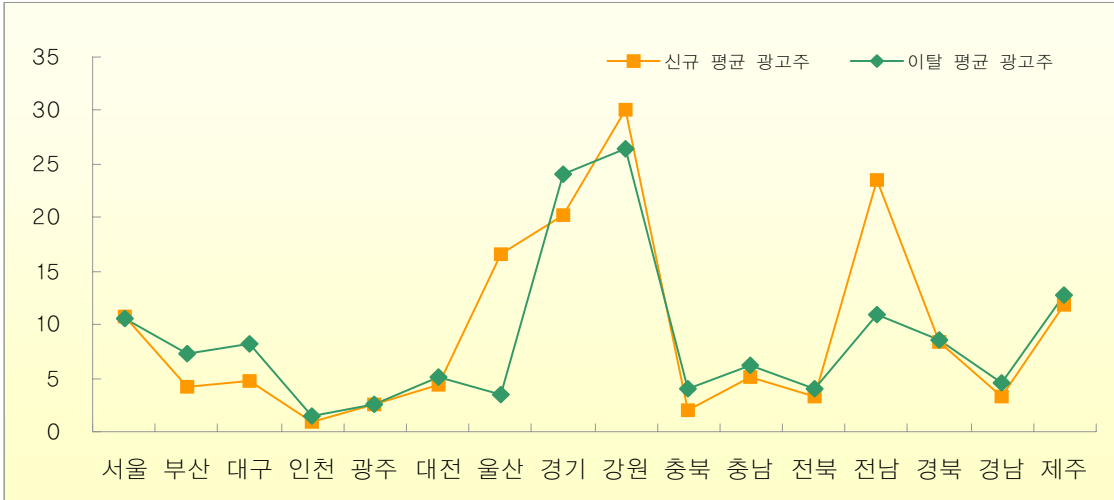
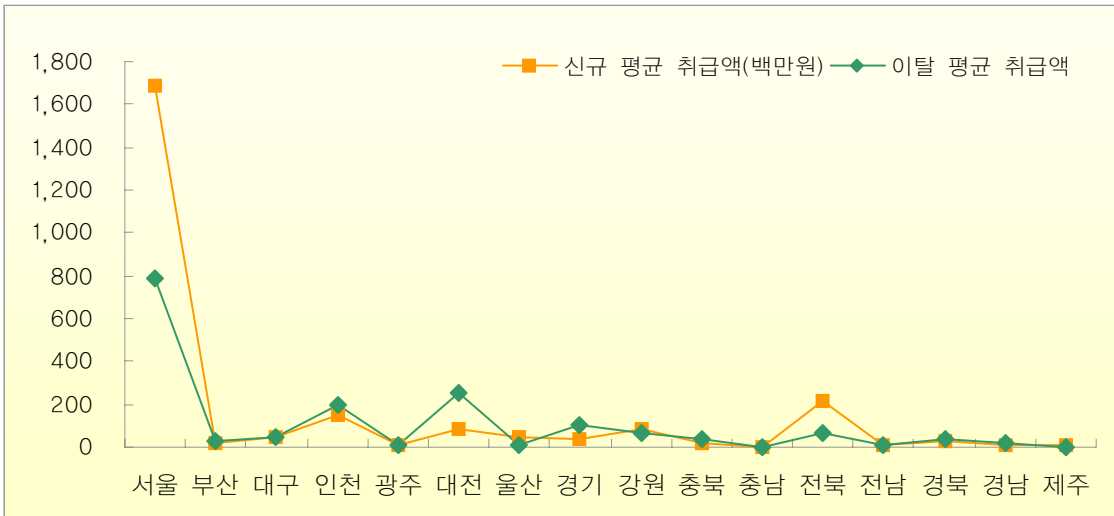


그림 6-2-2 >> 지역별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 서울 16억 8천 6백만원, 전라북도 2억 천 2백만원, 인천 1억 5천만원, 강원도 8천 5백만원, 대전 8천 백만원, 대구 4천 7백만원, 울산 4천 6백만원, 경기도 3천 7백만원, 경상북도 2천 5백만원, 부산·충청북도 2천 백만원 순으로 나타났다. 이탈 평균 취급액은 서울 7억 9천 백만원, 대전 2억 5천 3백만원, 인천 2억, 경기도 1억 3백만원, 전라북도 6천 9백만원, 강원도 6천 4백만원, 대구 4천 8백만원, 충청북도 3천 6백만원 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 제주 84개, 경기 64개, 충청남도 61개, 강원도 53개, 전라남도 42개, 서울과 경상남도 41개, 경상북도 38개, 전라북도 37개, 대전 35개의 순이었고, 고객유지비율은 인천 95.2%, 충청남도 86.2%, 경상남도 81.0%, 충청북도 77.8%, 전라북도와 대전이 77.0%, 서울 76.5%, 전라남도 74.0%의 순으로 나타났다. 서울의 경우 신규와 이탈 평균 취급액이 높게 나타났다.



### 6.3. 종사자 규모 및 취급액 규모

표 6-3 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

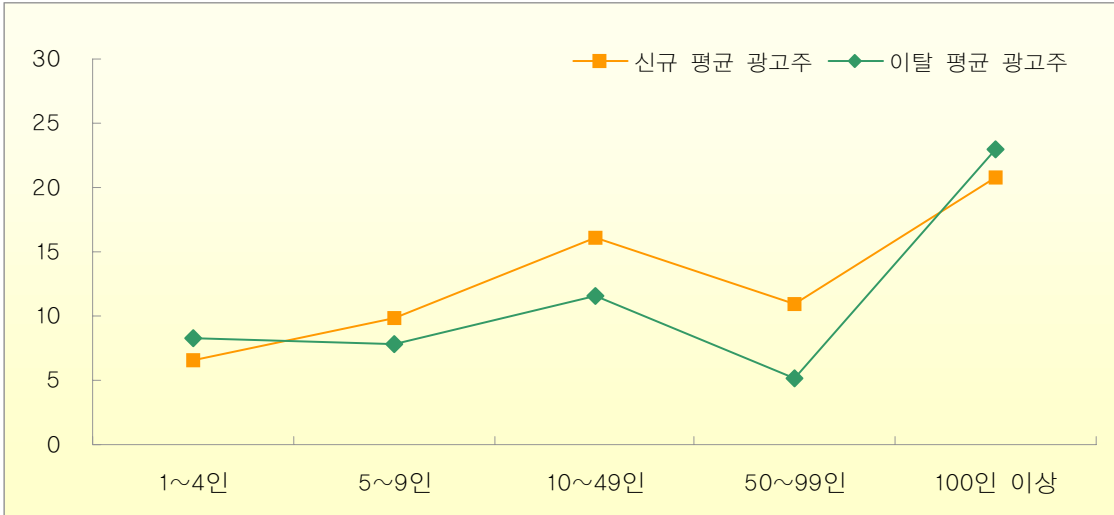
		신규		이탈		평균기준 광고주	고객유지비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
종사자규모	1 ~ 4인	7	20	8	33	29	69.3
	5 ~ 9인	10	131	8	74	44	73.8
	10 ~ 49인	16	683	12	348	59	78.9
	50 ~ 99인	11	17,157	5	12,002	42	84.2
	100인이상	21	29,110	23	7,099	138	95.0
취급액규모	1억원미만	5	11	7	28	25	68.0
	1~10억원미만	10	63	9	50	45	74.9
	10~100억원미만	18	580	15	362	59	75.9
	100억원이상	18	16,065	11	6,751	59	83.9
전체		8	467	9	307	35	71.2

취급액 규모별로 구분하여 살펴보면, 신규 평균 고객수는 100억원 이상 18개, 10~100억 미만 18개, 1~10억원미만 10개, 1억원 미만이 5개였고, 이탈 평균 고객수는 10~100억 미만 15개, 100억원 이상 11개, 1~10억원 미만 9개, 1억원 미만 7개로 나타났다.

신규 평균 취급액은 100억원 이상이 160억 6천 5백만원, 10~100억 미만 5억 8천만원, 1~10억원 미만 6천 3백만원, 1억원 미만 천 백만원 순이고, 이탈 평균 취급액은 100억원 이상 67억 5천 백만원, 10~100억원 미만 3억 6천 2백만원, 1~10억 미만 5천만원, 1억원 미만 2천 8백만원 순으로 나타났다.

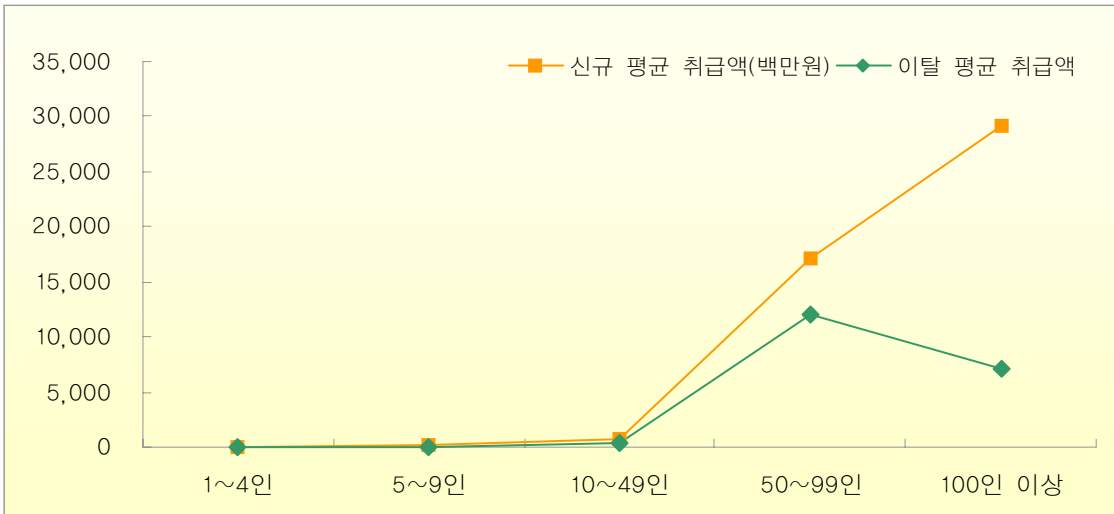
평균 기준 고객수는 100억원 이상이 59개, 10~100억미만 59개, 1~10억원미만 45개, 1억원미만 25개였고, 고객유지비율은 100억원이상 83.9%, 10~100억미만 75.9%, 1~10억원미만 74.9%, 1억원 미만 68.0%의 순으로 나타났다. 취급액의 규모가 가장 큰 100억원이상의 경우, 기존 고객수와 고객 유지비율도 높게 나타났고 신규와 이탈 평균 취급액 역시 높게 나타났다.

그림 6-3-1 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 광고주



종사자 규모로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 100인 이상 21개, 10~49인 16개, 50~99인 11개, 5~9인 10개, 1~4인 7개 순이고, 이탈 평균 고객수는 100인 이상 23개, 10~49인 12개, 1~4인과 5~9인이 8개, 50~99인 5개의 순으로 나타났다.

그림 6-3-2 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 100인 이상 291억 천만원, 50~99인 171억 5천 7백만원, 10~49인 6억 8천 3백만원, 5~9인 1억 3천 백만원, 1~4인 2천만원 순이고, 이탈 평균 취급액은 50~99인 120억 2백만원, 100인 이상 70억 9천 9백만원, 10~49인 3억 4천 8백만원, 5~9인 7천 4백만원, 1~4인 3천 3백만원의 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 100인 이상 432개, 10~49인 59개, 5~9인 44개, 50~99인 42개, 1~4인 29개의 순이었고, 고객유지비율은 100인 이상 94.9%, 50~99인 84.2%, 10~49인 78.9%, 5~9인 73.8%, 1~4인 50.5%의

순으로 나타났다. 종사자 규모가 가장 큰 100인 이상의 경우, 기존 고객수와 고객유지비율도 가장 높게 나타났다.

## 6.4. 사업체 업종 분류

표 6-4 >> 사업체 업종 분류별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

	신규		이탈		평균기존 광고주	고객유지비율
	평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
광고대행	17	408	17	275	49	65.1
광고대행+기타	10	215	9	55	48	78.1
광고대행+온라인	3	41	3	0	13	91.7
광고대행+인쇄	6	62	5	208	28	59.7
광고대행+인쇄+기타	27	78	11	149	40	73.5
광고대행+서비스	4	146	0	0	2	100.0
광고대행+서비스+인쇄	4	184	2	250	18	88.9
광고대행+서비스+인쇄+기타	5	5	3	0	28	92.8
광고대행+광고제작	6	1,374	6	243	28	82.2
광고대행+광고제작+기타	1	788	4	15	12	66.7
광고대행+광고제작+온라인+기타	4	1,900	1	66	34	99.2
광고대행+광고제작+인쇄	3	38	3	31	23	85.3
광고대행+광고제작+인쇄+기타	11	103	5	172	26	44.8
광고대행+광고제작+서비스	13	5,878	51	914	75	48.6
광고대행+광고제작+서비스+기타	7	5,038	5	2,771	26	81.8
광고대행+광고제작+서비스+온라인	11	53,049	5	11,710	180	96.1
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	14	347	2	659	11	62.7
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	4	260	3	1,000	8	62.5
광고제작	9	99	5	53	27	72.2
광고제작+기타	2	23	3	20	25	84.6
광고제작+인쇄	3	30	4	62	23	81.4
광고제작+인쇄+기타	14	12	24	6	135	91.6
광고제작+서비스+인쇄+기타	2	300	0	0	5	100.0
서비스	6	160	8	243	36	76.0
서비스+인쇄	17	725	4	.	24	75.0
서비스+인쇄+기타	31	37	27	19	87	77.8
인쇄	6	43	9	42	36	72.2
인쇄+기타	4	17	4	31	25	72.6
인쇄+온라인+기타	2	12	4	40	19	77.6
온라인+기타	3	3	1	2	10	96.3
기타	9	36	7	54	37	60.6
전체	8	467	9	307	35	71.2

업종 분류별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 서비스+인쇄+기타가 31개, 광고대행+인쇄+기타가 27개, 광고대행 17개, 서비스+인쇄가 17개 순으로 나타났다. 이달 평균 고객수는 광고대행+광고제작+서비스가 51개, 서비스+인쇄+기타 27개, 광고제작+인쇄+기타가 24개, 광고대행이 17개 순서로 나타났다.

신규 평균 취급액은 광고(종합)대행+광고제작+서비스+온라인 530억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 59억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 50억원, 광고(종합)대행+광고제작+온라인+기타 19억원 순으로 높게 나타났고, 이달 평균 취급액은 광고(종합)대행+광고제작+서비스+온라인 117억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 28억원 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 광고(종합)대행+광고제작+서비스+온라인 180개, 광고제작+인쇄+기타 135개, 서비스+인쇄+기타 87개, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 75개, 광고(종합)대행 49개, 광고(종합)대행+기타 48개, 광고(종합)대행+인쇄+기타 40개, 기타 37개, 서비스, 인쇄 36개로 같고, 광고(종합)대행+광고제작+온라인+기타 34개였고, 고객유지비율은 광고대행+인쇄+온라인+기타, 광고제작+서비스+인쇄+기타, 광고대행+서비스 각각 100%, 광고대행+광고제작+온라인+기타 99.2%, 온라인+기타 96.3%, 광고대행+광고제작+서비스+온라인 96.1%, 광고대행+서비스+인쇄+기타 92.8%, 광고대행+온라인 91.7%, 광고제작+인쇄+기타 91.6%, 광고대행+서비스+인쇄 88.9%의 순으로 나타났다.

## 6.5. 사업체 업종 재분류

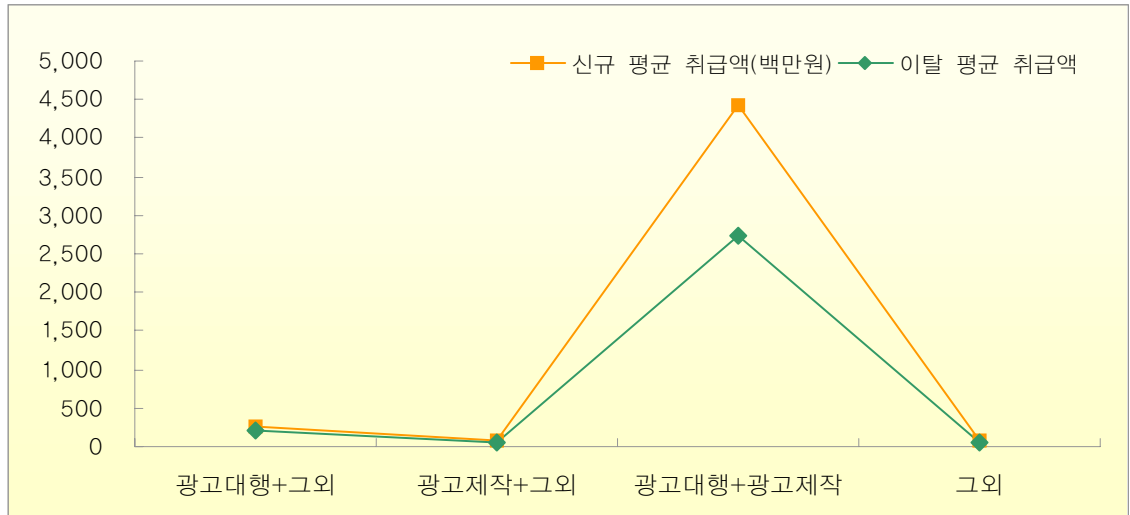
표 6-5 >> 사업체 업종 재분류별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

업종 재분류	신규	이달		평균기존 광고주	고객유지비율	
		평균광고주	평균취급액			평균광고주
광고(종합)대행+그외	15	250	12	204	41	68.5
광고제작+그외	8	77	6	44	31	76.3
광고(종합)대행+광고제작	7	4,439	7	2,739	31	75.7
그 외	10	78	8	55	38	50.8
전체	8	467	9	307	35	71.2

업종 재분류별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 광고(종합)대행+그외 15개, 그 외 10개, 광고(종합)대행+그외 8개, 광고(종합)대행+광고제작 7개로 나타났고, 이달 평균 고객수는 광고(종합)대행+그외 12개, 그 외 8개, 광고(종합)대행+광고제작 7개, 광고제작+그 외 6개의 순으로 나타났다.

그림 6-5 >> 업종 재분류별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 광고(종합)대행+광고제작 44.4억원, 광고(종합)대행+그외 2.5억원, 그 외 7천 8백만원, 광고제작+그 외 7천 7백만원 순이고, 이탈 평균 취급액도 광고(종합)대행+광고제작 27.4억원, 광고(종합)대행+그외 2억원, 그 외 5천 5백만원, 광고제작+그 외 4천 4백만원 순으로 나타났다.

평균 기준 고객수는 광고(종합)대행+그외 41개, 그 외 38개, 광고(종합)대행+광고제작, 광고제작+그 외 모두 31개로 같았고, 고객유지비율은 광고제작+그 외 76.3%, 광고(종합)대행+광고제작 75.7%, 광고(종합)대행+그 외 68.5% 그 외 50.8%의 순으로 나타났다.

## 6.6. 가치사슬 분류

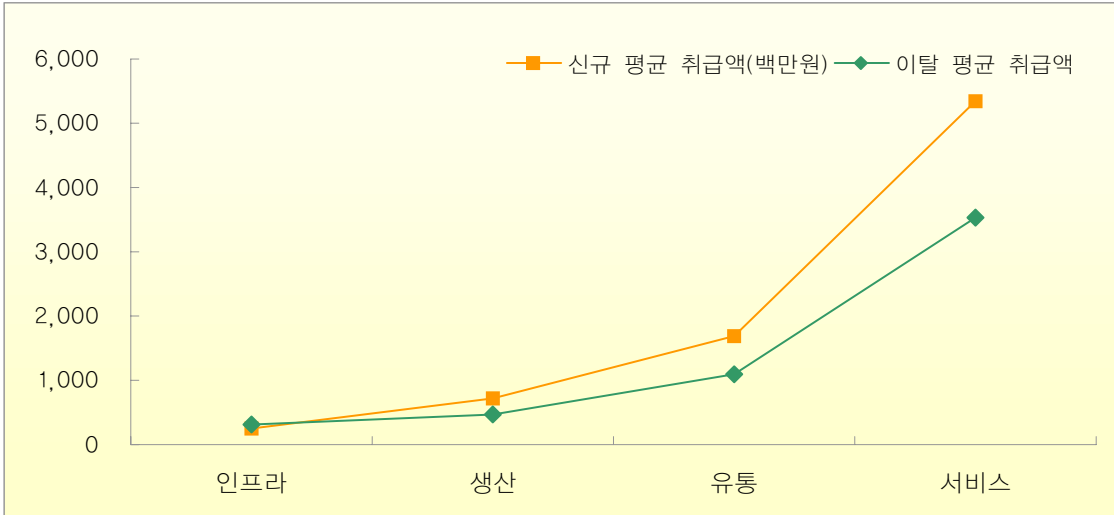
표 6-6 >> 가치사슬별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

가치사슬분류	신규	이탈		평균기준 광고주	고객유지비율	
		평균광고주	평균취급액			평균광고주
인프라	6	236	8	315	31	73.0
생산	8	734	7	469	33	71.0
유통	13	1,693	11	1,096	42	72.5
서비스	11	5,332	14	3,531	44	74.6
전체	8	467	9	307	35	71.2

가치사슬 분류별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 유통 13개, 서비스 11개, 생산 8개, 인프라 6개 순으로 나타났고, 이탈 평균 고객수는 서비스 14개, 유통 11개, 인프라 8개, 생산 7개 순으로 나타났다.

그림 6-6 >> 가치사슬별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 서비스 53.3억원, 유통 16.9억원, 생산 7.3억원, 인프라 2.4억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 서비스 35.3억원, 유통 11.0억원, 생산 4.7억원, 인프라 3.2억원 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 유통 50개, 서비스 44개, 생산 37개, 인프라 34개였고, 고객유지비율은 서비스 74.6%, 유통 72.6%, 생산 71.1%, 인프라 50.5%의 순으로 나타났다.

## 6.7. 고용현황 정보

표 6-7 >> 고용현황 정보별 고객유치실적 현황

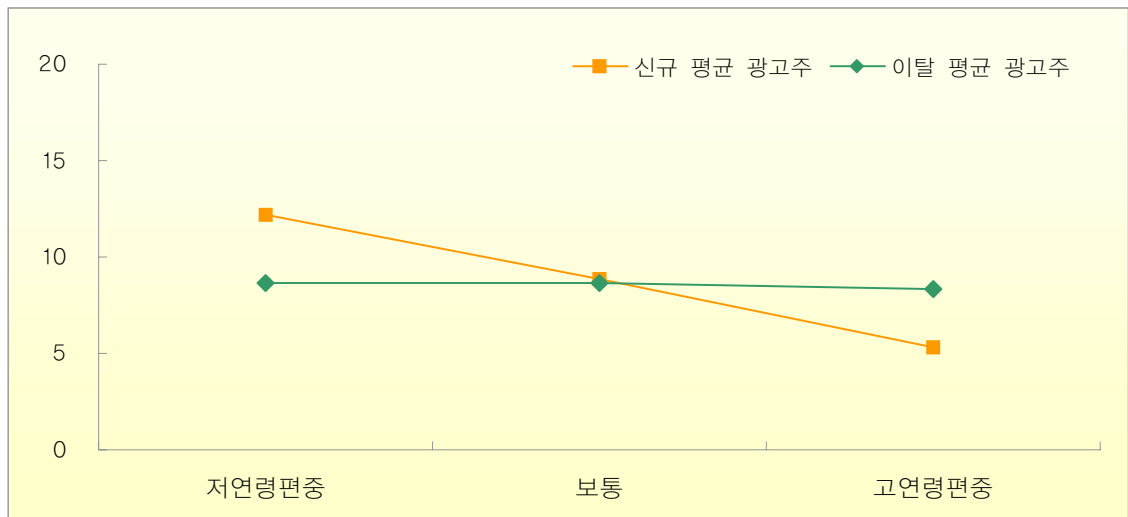
단위 : 개소, 백만원, %

형태별	비정규직 편중	신규		이탈		평균기존 광고주	고객유지비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
형태별	비정규직 편중	9	59	13	42	44	75.9
	보통	8	595	8	395	33	69.8
성별	여성 편중	9	159	6	101	39	77.9
	보통	9	787	10	466	39	73.0
	남성 편중	7	19	8	31	27	64.1
연령별	젊은층 편중	12	343	9	218	44	75.1
	보통	9	744	9	450	37	75.3
	나이든층 편중	5	15	8	30	28	62.6
학력별	저학력편중	5	16	10	33	31	64.4
	보통	10	247	9	125	43	74.4
	고학력편중	9	1,498	6	968	28	76.2
직급별	저직급편중	14	430	10	158	58	76.7
	보통	8	720	9	458	36	73.5
	상위직급편중	7	15	7	31	26	65.4
전체		8	467	9	307	35	71.2

고용현황 직급별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 저직급편중 14개, 보통 8개, 상위직급편중 7개, 이탈 평균 고객수는 저직급편중 10개, 보통 9개, 상위직급편중 7개로 나타났고, 신규 평균 취급액은 보통 7.2억원, 저직급편중 4.3억원, 상위직급편중 1천 5백만원 순이고, 이탈 평균 취급액은 보통 4.6억원, 저직급편중 1.6억원, 상위직급편중 3천 1백만원 순으로 나타났다.

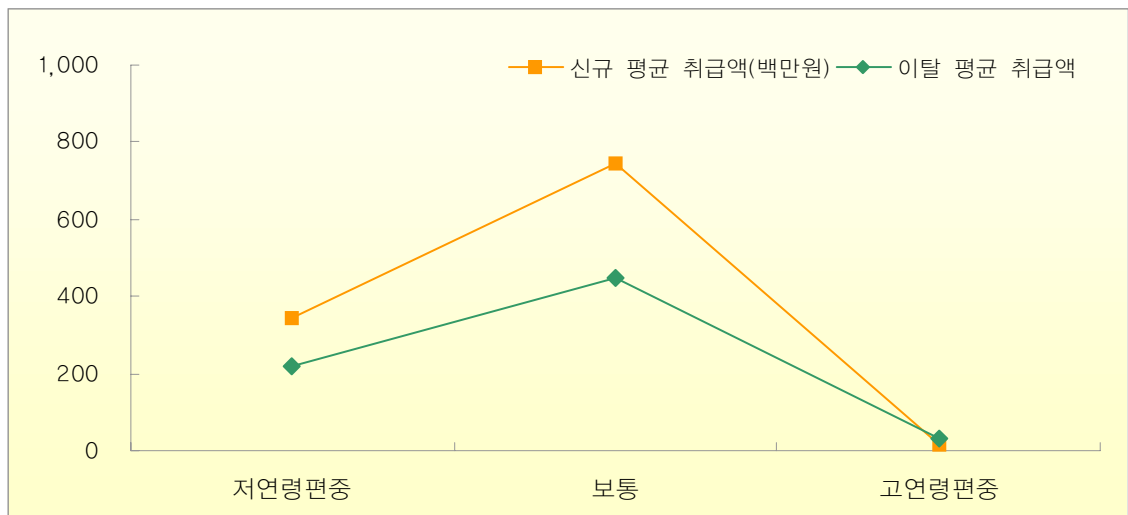
평균 기존 고객수는 저직급편중 58개, 보통 36개, 상위직급편중 26개 순이며, 고객유지비율은 저직급편중 76.7%, 보통 73.5%, 상위직급편중 65.4%의 순으로 나타났다.

그림 6-7-1 >> 연령수준별 신규 이탈 평균 광고주



고용현황 연령별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 젊은층편중 12개, 보통 9개, 나이든층편중 5개, 이탈 평균 고객수는 나이든층편중 8개, 젊은층편중, 보통 9개로 같게 나타났다.

그림 6-7-2 >> 연령수준별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 보통 7.4억, 젊은층편중 3.4억원, 나이든층편중 1천 5백만원 순이고, 이탈 평균 취급액은 보통 4.5억원, 젊은층편중 2.1억원, 나이든층편중 3천만원 순으로 나타났다. 평균 기준 고객수는 젊은층편중 57개, 보통 37개, 나이든층편중 28개였고, 고객유지비율은 젊은층편중 75.2%, 나이든층편중 62.6%, 보통 49.3%의 순으로 나타났다.

### 6.8. 국내 및 외국계 광고주

표 6-8 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

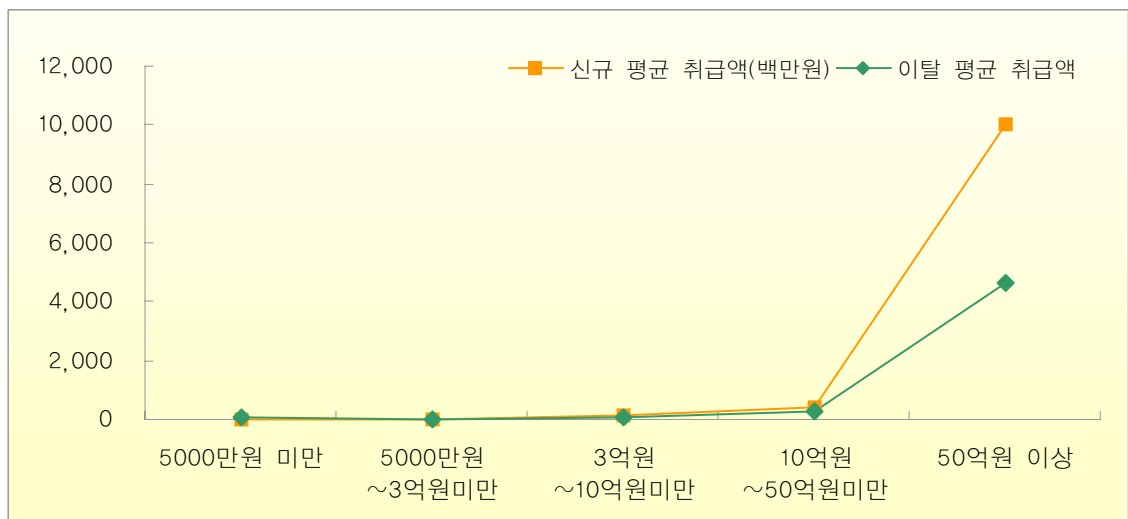
		신규		이탈		평균기준 광고주	고객유지비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
전체광고주	5개미만	2	78	2	22	4	27.2
	5~9개	2	90	4	53	8	62.3
	10~19개	3	260	3	155	13	72.4
	20~49개	5	324	8	95	31	79.6
	50~99개	12	118	11	114	56	80.8
	100개이상	49	2,024	42	1,015	157	78.7
국내광고주	5개미만	2	231	3	194	6	28.7
	5~9개	2	91	3	52	7	63.4
	10~19개	3	219	3	98	13	72.2
	20~49개	5	326	8	96	32	79.4
	50~99개	12	118	11	114	56	80.8
	100개이상	49	2,024	42	1,015	157	78.7
외국광고주	5개 미만	10	10,640	22	830	51	60.5
	5~9개	3	1,206	1	.	8	87.5
	10~19개	7	33,676	3	11,480	63	94.0
	20~49개	20	200	5	50	25	80.0
전체취급액	5000만원미만	4	11	7	36	23	64.2
	5000만원~3억원미만	7	19	7	29	35	74.3
	3억원~10억원미만	12	123	9	77	41	77.1
	10억원~50억원미만	18	388	16	287	61	77.7
	50억원이상	17	10,031	12	4,633	58	77.1
국내취급액	5000만원미만	4	11	7	36	23	64.2
	5000만원~3억원미만	7	19	7	29	35	74.3
	3억원~10억원미만	12	122	9	77	41	77.3
	10억원~50억원미만	18	421	16	287	63	77.5
	50억원이상	17	10,192	12	4,633	58	77.1
해외취급액	5억원미만	6	15,449	24	838	54	61.9
	5억원이상	6	15,637	3	20,091	59	88.6
전체		8	467	9	307	35	71.2



전체광고주로 구분하여 살펴보면, 신규 평균 고객수는 100개이상인 사업체는 49개, 50~99개인 사업체 12개, 20~49개인 사업체 5개, 10~19개인 사업체 3개 순으로 나타났고, 이탈 평균 고객수는 100개이상인 사업체는 42개, 50~99개인 사업체 11개, 20~49개인 사업체 8개, 10~19개인 사업체 3개 순으로 나타났고, 신규 평균 취급액은 100개 이상이 20.2억원, 20~49개 3.2억원, 10~19개 2.6억원, 50~99개 1.2억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 100개 이상 10.2억원, 10~19개 1.6억원, 50~99개 1.1억원 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 100개 이상인 사업체 157개, 50~99개인 사업체 56개, 20~49개인 사업체 31개, 10~19개인 사업체 13개, 5~9개인 사업체 8개, 5개미만인 사업체 4개였고, 고객유지비율은 50~99개 80.8%, 20~49개 79.6%, 100개 이상 78.7%, 10~19개 72.4%, 5~9개 62.3%, 5개미만 27.2%의 순으로 나타났다.

그림 6-8 >> 전체 취급액별 신규 이탈 평균 취급액



전체취급액별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 10억원~50억원미만 18개, 50억원이상 17개, 3억원~10억원미만 12개 순이고, 이탈 평균 고객수는 10억원~50억원미만 16개, 50억원이상 12개 순으로 나타났다.

신규 평균 취급액은 50억원이상 100.3억원, 10억원~50억원미만 3.9억원, 3억원~10억원미만 1.2억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 50억원이상 46.3억원, 10억원~50억원미만 2.9억원, 3억원~10억원미만 7천 7백만원 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수도 10억원~50억원미만 61개, 50억원이상 58개, 3억원~10억원미만 41개, 5,000만원~3억원미만 35개, 5,000만원 미만은 23개였고, 고객유지비율은 10억원~50억원미만 77.7%, 3억원~10억원미만과 50억원이상 77.1%, 5,000만원~3억원미만 74.3% 5,000만원 미만 64.2%의 순으로 나타났다.

## 6.9. 고객유치실적

표 6-9 >> 고객유치실적별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

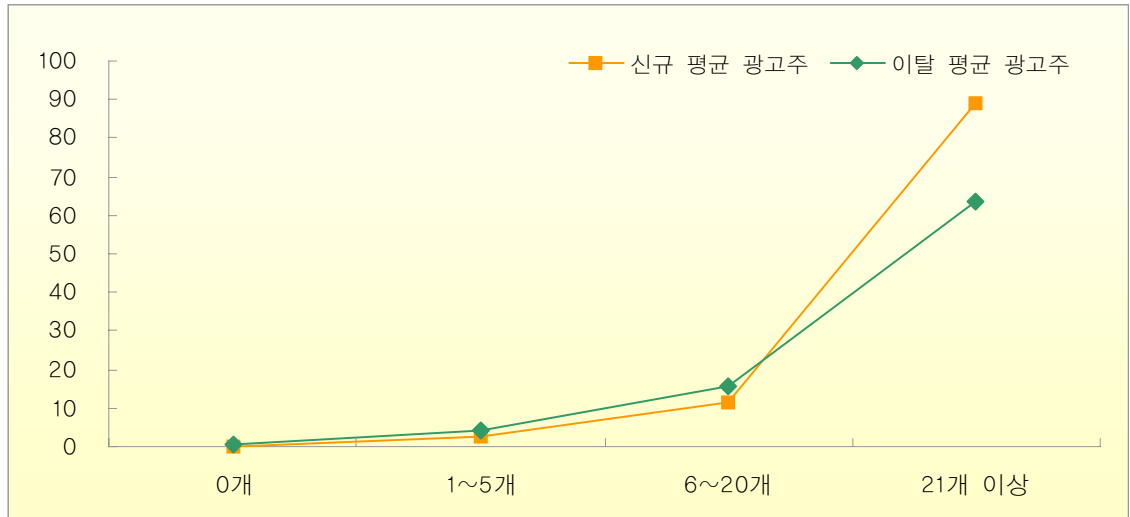
		신규		이탈		평균기존 광고주	고객유지비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
신규 거래광고주	0개	0	0	1	6	29	94.9
	1~5개	3	163	4	121	22	74.2
	6~20개	12	1,270	16	533	49	47.8
	21개이상	89	1,313	64	272	163	57.3
이탈 거래광고주	0개	4	389	0	0	24	100.0
	1~5개	3	129	3	119	21	75.1
	6~20개	9	912	11	412	46	51.7
	21개이상	77	465	98	223	187	46.2
신규 취급액	5000만원미만	6	10	8	26	30	69.3
	5000만원~3억원미만	11	107	11	99	44	70.6
	3억원이상	30	3,696	23	1,275	62	67.3
이탈 취급액	5000만원미만	8	22	12	18	38	68.6
	5000만원~3억원미만	10	108	12	91	47	69.2
	3억원이상	32	6,103	29	2,990	76	65.5
전체		8	467	9	307	35	71.2

신규취급액별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 3억원 이상이 30개, 5,000만원~3억원미만 11개, 5,000만원 미만 6개 순이고, 이탈 평균 고객수는 3억원 이상 23개, 5,000만원~3억원미만 11개, 5,000만원 미만 8개 순으로 나타났다.

신규 평균 취급액은 3억원이상 37억원, 5,000만원~3억원미만 1억원, 5,000만원 1천만원 순이고, 이탈 평균 취급액은 3억원이상 12.8억원, 5,000만원~3억원미만 9천 9백만원, 5,000만원 2천 6백만원 순으로 나타났다.

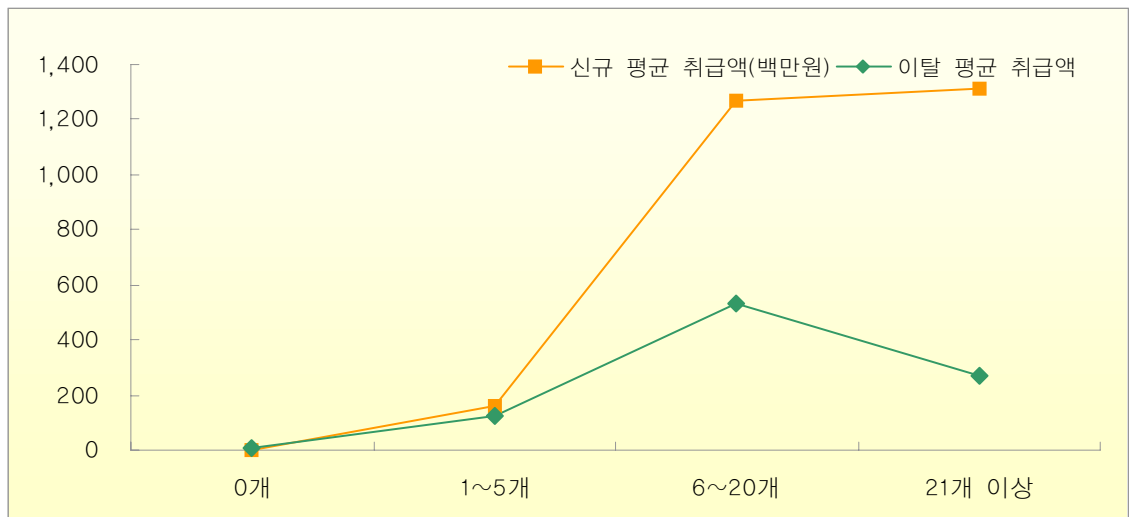
평균 기존 고객수는 3억원이상 62개, 5,000만원~3억원미만 44개, 5,000만원 30개였고, 고객유지비율은 5,000만원~3억원미만 70.6%, 5,000만원 미만 69.3%, 3억원이상 67.3%의 순으로 나타났다.

그림 6-9-1 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 광고주



신규 거래광고주별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 21개 이상이 89개, 6~20개인 사업체는 12개, 1~5개 3개로 나타났고, 이탈 평균 고객수는 21개 이상이 64개, 6~20개인 사업체는 16개, 1~5개 사업체 4개, 신규 거래가 없는 사업체 1개 순으로 나타났다.

그림 6-9-2 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 21개 이상 13.1억원, 6~20개인 사업체는 12.7억원, 1~5개 1.6억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 6~20개 5.3억원, 21개 이상 2.7억원, 1~5개 1.2억원으로 나타났고, 평균 기준 고객수는 21개이상 163개, 6~20개 49개, 신규 거래가 없는 사업체 29개, 1~5개 22개로 나타났다.

## 6.10. 광고경기 체감도

표 6-10 >> 광고경기 체감도별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

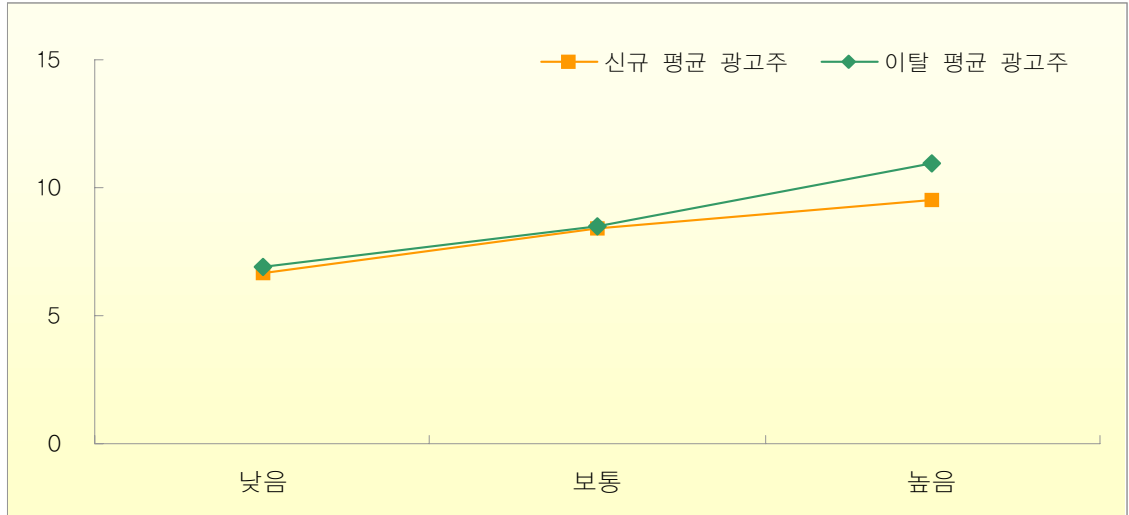
		신규		이탈		평균기존 광고주	고객유지비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
2006상반기	체감지수 낮음	9	81	9	71	38	65.6
	보통	8	282	8	166	33	71.2
	체감지수 높음	10	1,266	10	278	46	81.8
2006하반기	체감지수 낮음	7	47	7	55	27	68.0
	보통	9	455	8	190	37	71.3
	체감지수 높음	9	373	16	146	46	76.9
2007년 예상	체감지수 낮음	7	44	7	59	27	59.0
	보통	8	312	9	113	36	74.6
	체감지수 높음	9	1,211	11	633	46	74.3
전체		8	467	9	307	35	71.2

2006년 상반기 체감도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 체감지수 높음 10개, 체감지수 낮음 9개, 보통 8개, 이탈 평균 고객수는 체감지수 높음 10개, 체감지수 낮음 9개, 보통 모두 8개로 나타났고, 신규 평균 취급액은 체감지수 높음 12.7억원, 보통 2.8억원, 체감지수 낮음 8천 1백만원 순이고, 이탈 평균 취급액은 체감지수 높음 2.8억원, 보통 1.7억원, 체감지수 낮음 7천 1백만원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 체감지수 높음 46개, 체감지수 낮음 38개, 보통 33개였고, 고객유지비율은 체감지수 높음 81.8%, 보통 71.2%, 체감지수 낮음 65.6%의 순으로 나타났다.

2006년 하반기 체감도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 체감지수 높음과 보통 9개, 체감지수 낮음 7개, 이탈 평균 고객수는 체감지수 높음 16개, 보통 8개, 체감지수 낮음 7개로 나타났고, 신규 평균 취급액은 체감지수 높음 3.7억원, 보통 4.6억원, 체감지수 낮음 4천 7백만원 순이고, 이탈 평균 취급액은 체감지수 높음 1.5억원, 보통 1.9억원, 체감지수 낮음 5천 5백만원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 체감지수 높음 46개, 보통 37개, 체감지수 낮음 27개였고, 고객유지비율은 체감지수 높음 76.9%, 보통 71.3%, 체감지수 낮음 68.0%의 순으로 나타났다.

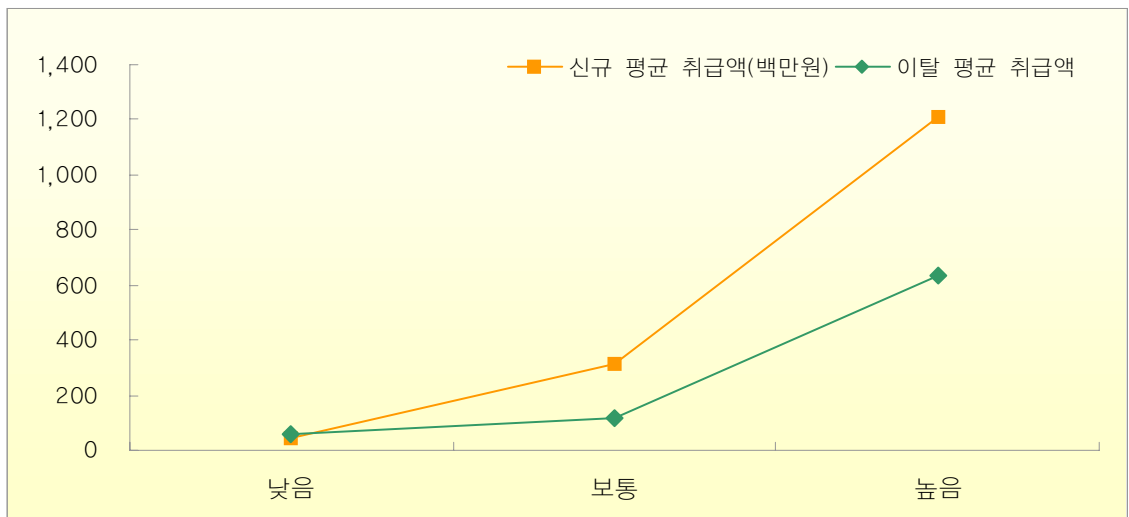
2006년 상반기, 2006년 하반기, 2007년 예상의 체감지수 높음의 경우 체감지수 낮음과 보통에 비해 상대적으로 고객 유지 비율이 높은 것으로 나타났다.

그림 6-10-1 >> 2007년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 광고주



2007년 예상 체감도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 체감지수 높음 9개, 보통 8개, 체감지수 낮음 7개, 이탈 평균 고객수는 체감지수 높음 11개, 보통 9개, 체감지수 낮음 7개 순으로 나타났다.

그림 6-10-2 >> 2007년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 체감지수 높음 12.1억원, 보통 3.1억원, 체감지수 낮음 4천 4백만원 순이고, 이탈 평균 취급액은 체감지수 높음 6.3억원, 보통 1.1억원, 체감지수 낮음 5천 9백만원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 체감지수 높음 46개, 보통 36개, 체감지수 낮음 27개였고, 고객유지비율은 보통 74.6%, 체감지수 낮음 74.3%, 체감지수 높음 59.0%의 순으로 나타났다.

## 7. 광고경기 체감도

### 7.1. 사업체 정보

표 7-1-1 >> 사업체 정보별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도*			광고경기 전망지수**
		2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 예상	
기업형태	개인사업체	49	48	49	102.1
	회사법인	59	58	61	104.8
	회사의 법인	56	49	46	84.9
본사유무	단독사업체	51	50	51	102.5
	공장, 지사, 영업소	55	53	58	109.4
	본사, 본점, 본부	59	57	59	103.1
벤처기업 지정여부	대상	53	53	53	101.5
	비대상	51	50	51	102.7
설립연도	1979년 이전	48	47	44	91.4
	1980-1989년	49	47	47	100.4
	1990-1994년	49	48	48	100.8
	1995-1999년	50	49	50	101.3
	2000-2004년	53	52	54	104.0
	2005년	52	53	55	109.0
전체		51	50	51	102.6

\* 광고경기체감도는 100점을 만점으로 평가한 지수로 절대기준임.

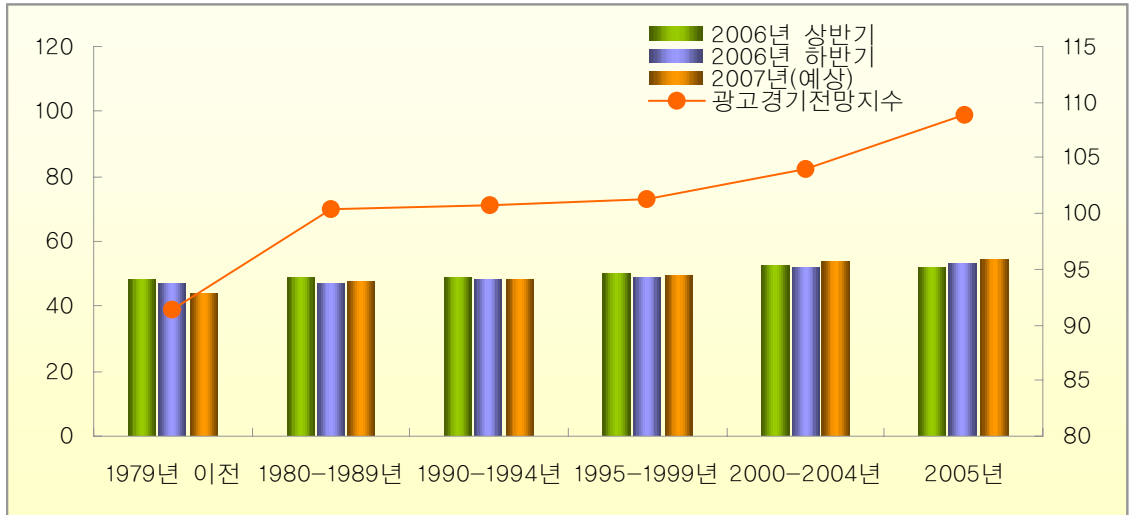
\*\* 광고경기전망지수는 2006년 광고경기체감도의 취급액가중 평균치를 기준으로 한 2007년 예상 광고경기체감도로 100 초과이면 경기가 좋을 것으로 전망하고, 100 미만이면 경기가 나쁠 것으로 전망하고, 100이면 변함없을 것으로 전망한다는 것을 의미함.

광고회사 전체를 살펴보면, 광고경기체감도는 2006년 상반기 51점, 2006년 하반기 50점, 2007년 예상은 51점으로 나타났고, 광고경기 전망지수는 102.6으로 나타났다.

광고경기체감도를 살펴보면, 기업형태의 회사법인은 2006년 상반기 49점, 2006년 하반기 48점, 2007년 예상 49점으로 나타났다. 본사유무의 공장, 지사, 영업소는 2006년 상반기 55점, 2006년 하반기 53점, 2007년 예상 58점, 본사, 본점, 본부는 2006년 상반기 59점, 2006년 하반기 57점, 2007년 예상 59점으로 나타났다. 벤처기업 지정여부의 경우 벤처 대상은 2006년 상반기, 2006년 하반기, 2007년 예상 모두 53점으로 나타났다. 설립연도의 경우 2000~2004년은 2006년 상반기 53점, 2006년 하반기 52점, 2007년 예상 54점, 2005년은 2006년 상반기 52점, 2006년 하반기 53점, 2007년 예상 55점으로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 기업형태의 경우 회사법인 104.8, 본사유무의 경우 공장, 지사, 영업소 109.4, 본사, 본점, 본부 103.1, 벤처기업 비대상은 102.7, 설립연도의 경우 2000~2004년 104.0, 2005년 109.0으로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-1-1 >> 설립연도별 광고경기 체감도



설립연도별로 구체적으로 살펴보면, 2006년 상반기의 경우 2000~2004년 53점, 2005년 52점, 1995-1999년 50점, 1980-1989년, 1990-1994년 모두 49점, 1979년 이전 48점으로 2000~2004년에 설립된 회사에서 2006년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2006년 하반기의 경우에는 2005년 53점, 2000~2004년 52점, 1995-1999년 49점, 1990-1994년 48점, 1979년 이전, 1980-1989년 모두 47점으로 2005년에 설립된 회사에서 2006년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2007년 예상의 경우에는 2005년 55점, 2000~2004년 54점, 1995-1999년 50점, 1990-1994년 48점, 1980-1989년 47점, 1979년 이전 44점으로 2005년에 설립된 회사에서 2007년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였고, 2000~2004년, 2005년에 설립된 회사들은 2006년에 겪은 광고경기 체감도보다 2007년 예상 광고경기 체감도를 높게 평가하여 광고경기 전망을 낙관적으로 평가한 것을 알 수 있다.

표 7-1-2 >> 사업체 정보별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

		2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감				2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
기업형태	개인사업체	865	1,995	577	0.7	708	1,952	738	1.0
	회사법인	223	906	183	0.8	140	906	259	1.9
	회사의 법인	8	24	0	0.0	5	21	6	1.1
본사유무	단독사업체	1,048	2,779	735	0.7	838	2,723	954	1.1
	공장,지사,영업소	14	53	7	0.5	4	52	17	4.0
	본사,본점,본부	31	86	17	0.5	10	92	31	3.0
벤처기업 지정여부	대상	28	46	22	0.8	20	54	22	1.1
	비대상	1,058	2,827	721	0.7	816	2,775	968	1.2
설립연도	1979년 이전	22	44	8	0.3	18	51	6	0.3
	1980-1989년	104	197	49	0.5	75	196	75	1.0
	1990-1994년	135	342	102	0.8	118	354	104	0.9
	1995-1999년	269	815	197	0.7	252	762	250	1.0
	2000-2004년	506	1,408	367	0.7	353	1,393	515	1.5
	2005년	28	62	27	1.0	21	68	28	1.3
전체		1,097	2,952	760	0.7	853	2,906	1,003	1.2

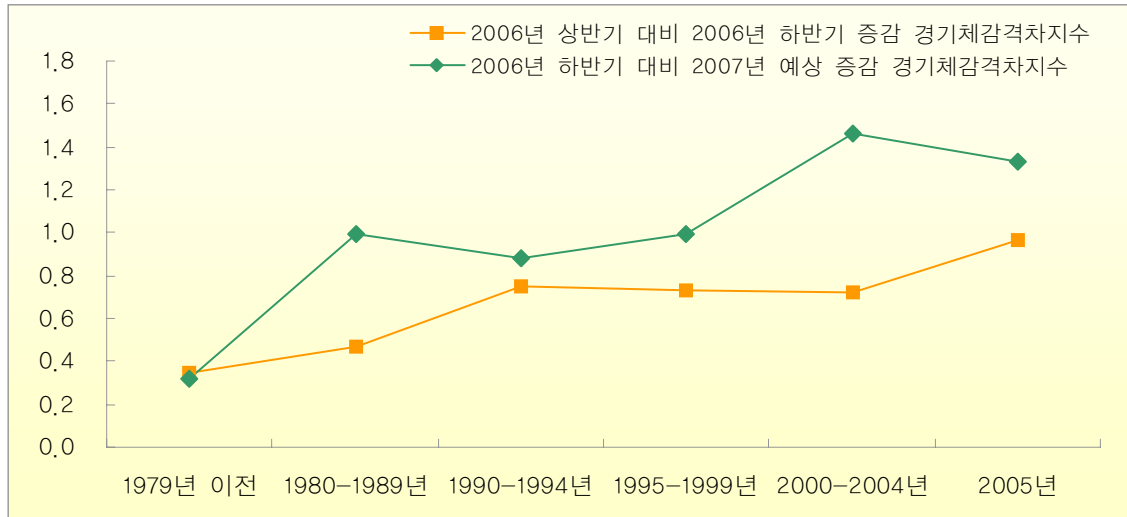
광고회사 전체를 살펴보면, 2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수는 0.7이고, 2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감의 경기체감격차지수는 1.2로 나타났다.

2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 기업형태의 회사법인 0.8로 나타났고, 벤처 대상은 0.8, 설립연도의 경우 1990-1994년 0.8, 2005년 1.0으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 기업형태의 회사법인 1.9로 나타났고, 공장,지사,영업소는 4.0, 본사,본점,본부 3.0, 설립연도의 경우 2000-2004년 1.5, 2005년 1.3으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.



그림 7-1-2 >> 설립연도별 경기체감격차지수



설립연도별로 구체적으로 살펴보면, 2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수는 1979년 이전 0.3, 1980-1989년 0.5, 1990-1994년 0.8, 1995-1999년 0.7, 2000-2004년 0.7, 2005년 1.0으로 2005년에 경기체감격차지수가 가장 높게 나타났다. 2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감의 경기체감격차지수는 1979년 이전 0.3, 1980-1989년 1.0, 1990-1994년 0.9, 1995-1999년 1.0, 2000-2004년 1.5, 2005년 1.3으로 2000-2004년 경기체감격차지수가 가장 높게 나타났다.

## 7.2. 지역

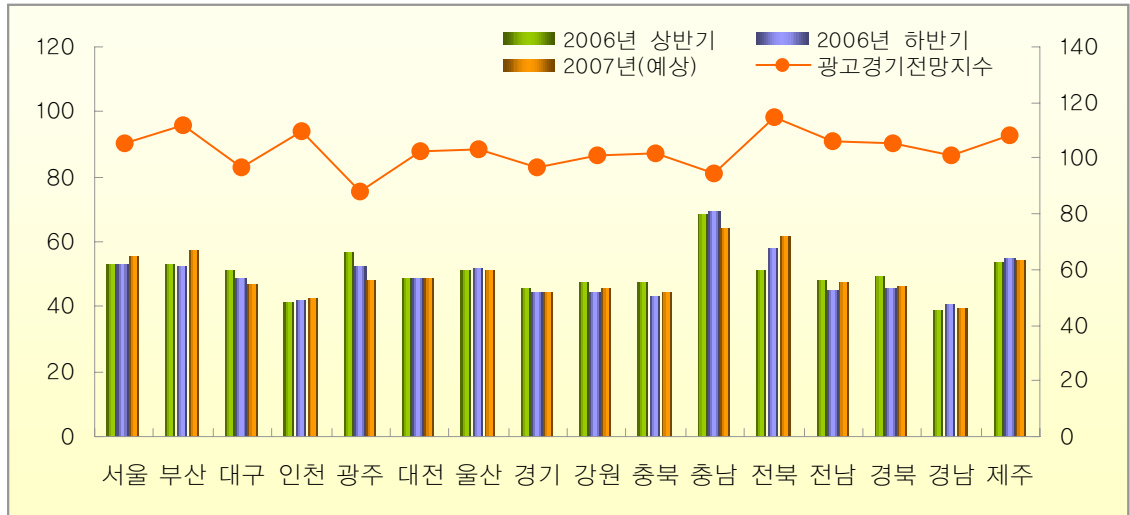
표 7-2-1 >> 지역별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 예상	
지역	서울	53	53	56	105.5
	부산	53	53	58	112.1
	대구	51	49	47	96.4
	인천	42	42	43	109.4
	광주	57	52	48	87.8
	대전	49	49	49	102.5
	울산	51	52	52	103.3
	경기도	46	45	45	97.1
	강원도	48	44	46	101.0
	충청북도	48	43	45	101.6
	충청남도	69	69	64	94.5
	전라북도	52	58	62	114.8
	전라남도	48	45	48	106.1
	경상북도	49	46	46	105.1
	경상남도	39	41	39	101.1
	제주도	54	55	55	108.1
	전체		51	50	51

광고경기체감도를 살펴보면, 충청남도는 2006년 상반기 69점, 2006년 하반기 69점, 2007년 예상 64점, 제주도는 2006년 상반기 54점, 2006년 하반기 55점, 2007년 예상 55점, 서울 2006년 상반기 53점, 2006년 하반기 53점, 2007년 예상 56점, 부산 2006년 상반기 53점, 2006년 하반기 53점, 2007년 예상 58점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고 경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 전라북도 114.8점, 부산 112.1점, 인천 109.4점, 제주도 108.1, 전라남도 106.1, 서울 105.5, 경상북도 105.1, 울산 103.3으로 광고회사 전체 평균 광고 경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-2 >> 지역별 광고경기 체감도



지역별로 구체적으로 살펴보면, 2006년 상반기의 경우, 충청남도 69점, 광주 57점, 제주도 54점, 부산과 서울 53점, 전라북도 52점으로 충청남도 지역의 회사가 2006년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2006년 하반기의 경우, 충청남도 69점, 전라북도 58점, 제주도 55점, 서울과 부산 53점, 광주와 울산 52점으로 충청남도 지역의 회사가 2006년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2007년 예상의 경우, 충청남도 64점, 전라북도 62점, 부산 58점, 서울 56점, 제주도 55점, 울산 52점으로 충청남도 지역의 회사가 2007년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

표 7-2-2 >> 지역별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

		2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감				2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
지역	서울	311	1,393	272	0.9	202	1,343	397	2.0
	부산	152	258	123	0.8	72	286	172	2.4
	대구	157	298	57	0.4	116	314	82	0.7
	인천	3	25	3	1.0	8	17	7	0.8
	광주	143	163	25	0.2	136	162	30	0.2
	대전	70	63	68	1.0	60	81	59	1.0
	울산	6	22	8	1.2	10	14	12	1.2
	경기도	99	235	63	0.6	85	222	86	1.0
	강원도	41	86	18	0.4	31	74	39	1.3
	충청북도	10	37	5	0.5	3	40	8	2.4
	충청남도	10	30	10	1.0	15	29	6	0.4
	전라북도	8	55	30	3.6	14	50	29	2.1
	전라남도	26	40	10	0.4	10	45	20	2.0
	경상북도	37	64	11	0.3	22	69	20	0.9
	경상남도	20	152	54	2.7	65	131	30	0.5
	제주도	5	31	3	0.7	3	29	5	1.5
전체		1,097	2,952	760	0.7	853	2,906	1,003	1.2

2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 전라북도 3.6, 경상남도 2.7, 울산 1.2, 인천, 충청남도, 대전은 1.0, 서울 0.9, 부산 0.8로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 충청북도와 부산 2.4, 전라북도 2.1, 전라남도와 서울 2.0, 제주도 1.5, 강원도 1.3으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

### 7.3. 종사자 규모 및 취업액 규모

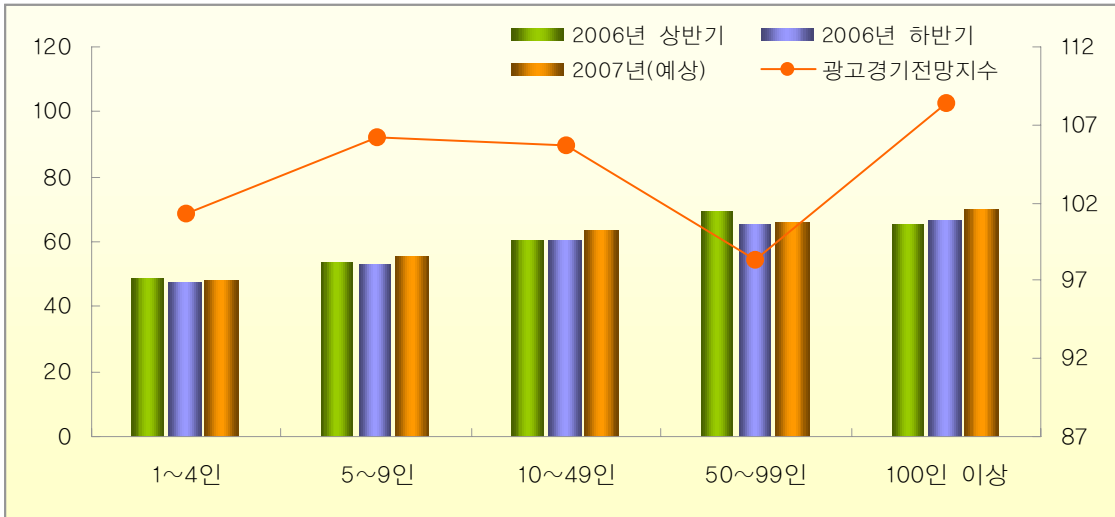
표 7-3-1 >> 종사자 규모 및 취업액 규모별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 예상	
종사자규모	1 ~ 4인	49	48	48	101.3
	5 ~ 9인	54	53	55	106.2
	10 ~ 49인	61	61	64	105.7
	50 ~ 99인	69	66	66	98.3
	100인이상	65	67	70	108.4
취급액규모	1억원미만	48	47	48	101.0
	1~10억원미만	53	53	54	105.1
	10~100억원미만	60	60	62	103.4
	100억원이상	66	64	68	105.1
전체		51	50	51	102.6

광고경기체감도를 살펴보면, 종사자규모는 5~9인이 2006년 상반기 54점, 2006년 하반기 53점, 2007년 예상 55점, 10~49인 2006년 상반기 61점, 2006년 하반기 61점, 2007년 예상 64점, 50~99인 2006년 상반기 69점, 2006년 하반기 66점, 2007년 예상 66점, 100인이상 2006년 상반기 65점, 2006년 하반기 67점, 2007년 예상 70점이고, 취업액규모는 1~10억원미만 2006년 상반기 53점, 2006년 하반기 53점, 2007년 예상 54점, 10~100억원미만 2006년 상반기 60점, 2006년 하반기 60점, 2007년 예상 62점, 100억원이상 2006년 상반기 66점, 2006년 하반기 64점, 2007년 예상 68점으로 나타나 광고회사 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 종사자규모는 100인이상 108.4, 5~9인 106.2, 10~49인 105.7, 취업액규모는 1~10억원미만, 100억원이상 105.1, 10~100억원미만 103.4로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-3 >> 종사자 규모별 광고경기 체감도



종사자규모별로 구체적으로 살펴보면, 2006년 상반기의 경우, 50~99인 69점, 100인이상 65점, 10~49인 61점, 5~9인 54점, 1~4인 49점으로 50~99인의 종사자 규모인 회사가 2006년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2006년 하반기의 경우, 100인이상 67점, 50~99인 66점, 10~49인 61점, 5~9인 53점, 1~4인 48점으로 100인이상의 종사자 규모인 회사가 2006년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2007년 예상의 경우에도, 100인이상 70점, 50~99인 66점, 10~49인 64점, 5~9인 55점, 1~4인 48점으로 100인이상의 종사자 규모인 회사가 2007년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

표 7-3-2 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

		2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감				2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
종사자규모	1 ~ 4인	806	1,849	527	0.7	657	1,838	660	1.0
	5 ~ 9인	175	648	139	0.8	128	620	202	1.6
	10 ~ 49인	100	422	88	0.9	58	421	125	2.2
	50 ~ 99인	13	17	6	0.5	9	17	10	1.1
	100인이상	3	15	1	0.3	1	11	7	7.0
취급액규모	1억원미만	647	1,402	398	0.6	529	1,371	522	1.0
	1~10억원미만	314	1,147	265	0.8	249	1,102	355	1.4
	10~100억원미만	113	360	87	0.8	66	389	102	1.5
	100억원이상	24	43	11	0.5	9	44	25	2.8
전체		1,097	2,952	760	0.7	853	2,906	1,003	1.2

2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 종사자규모는 10~49인 0.9, 5~9인 0.8이고, 취급액 규모는 1~10억원미만, 10~100억원미만이 모두 0.8로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 종사자규모는 100인이상 7.0, 10~49인 2.2, 5~9인 1.6, 취급액 규모는 100억원 이상 2.8, 10~100억원미만 1.5, 1~10억원미만 1.4로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

### 7.4. 사업체 업종 분류

표 7-4-1 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감도

	평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
	2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 예상	
광고대행	52	52	54	103.4
광고대행+기타	45	47	54	121.3
광고대행+온라인	64	65	61	95.3
광고대행+온라인+기타	40	40	40	100.0
광고대행+인쇄	55	52	54	104.6
광고대행+인쇄+기타	50	50	48	97.0
광고대행+인쇄+온라인	40	40	40	100.0
광고대행+서비스	56	57	64	102.6
광고대행+서비스+기타	70	70	70	100.0
광고대행+서비스+인쇄	71	66	60	83.6
광고대행+서비스+인쇄+기타	55	50	55	105.5
광고대행+광고제작	58	56	56	95.3
광고대행+광고제작+기타	54	35	51	129.4
광고대행+광고제작+온라인	65	65	70	107.7
광고대행+광고제작+온라인+기타	55	66	60	120.5
광고대행+광고제작+인쇄	67	66	66	101.1
광고대행+광고제작+인쇄+기타	54	52	54	101.1
광고대행+광고제작+서비스	59	57	61	106.1
광고대행+광고제작+서비스+기타	48	42	55	129.7
광고대행+광고제작+서비스+온라인	67	63	64	97.8
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	66	61	69	108.1
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	65	50	61	112.9
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	63	63	64	105.0
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	55	48	35	60.5
광고제작	50	49	49	102.8
광고제작+기타	56	57	64	115.1
광고제작+온라인	60	40	30	60.2
광고제작+인쇄	55	57	60	105.8
광고제작+인쇄+기타	60	62	65	107.5
광고제작+서비스	60	60	60	100.0
광고제작+서비스+기타	60	60	70	116.7
광고제작+서비스+온라인	80	75	80	103.3
광고제작+서비스+인쇄	29	32	36	123.0
광고제작+서비스+인쇄+기타	60	60	60	100.0
서비스	51	49	52	106.6
서비스+기타	51	43	43	93.6
서비스+온라인	60	50	50	91.1
서비스+인쇄	54	53	52	97.3
서비스+인쇄+기타	36	37	49	129.4
서비스+인쇄+온라인+기타	70	100	70	82.1
인쇄	48	47	47	99.8
인쇄+기타	50	48	50	102.7
인쇄+온라인	60	30	20	44.7
인쇄+온라인+기타	48	56	61	118.0
온라인	61	63	66	107.7
온라인+기타	48	46	54	140.8
기타	52	52	52	101.7
전체	51	50	51	102.6



광고경기체감도를 살펴보면, 광고제작+서비스+온라인은 2006년 상반기 80점, 2006년 하반기 75점, 2007년 예상 80점, 광고대행+서비스+인쇄는 2006년 상반기 71점, 2006년 하반기 66점, 2007년 예상 60점, 광고대행+서비스+기타는 2006년 상반기 70점, 2006년 하반기 70점, 2007년 예상 70점, 서비스+인쇄+온라인+기타는 2006년 상반기 70점, 2006년 하반기 100점, 2007년 예상 70점, 광고대행+광고제작+서비스+온라인은 2006년 상반기 67점, 2006년 하반기 63점, 2007년 예상 64점, 광고대행+광고제작+인쇄는 2006년 상반기 67점, 2006년 하반기 66점, 2007년 예상 66점, 광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타는 2006년 상반기 66점, 2006년 하반기 61점, 2007년 예상 69점, 광고대행+광고제작+온라인은 2006년 상반기 65점, 2006년 하반기 65점, 2007년 예상 70점, 광고대행+온라인은 2006년 상반기 64점, 2006년 하반기 65점, 2007년 예상 61점, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타는 2006년 상반기 63점, 2006년 하반기 63점, 2007년 예상 64점, 온라인은 2006년 상반기 61점, 2006년 하반기 63점, 2007년 예상 66점, 광고제작+인쇄+기타는 2006년 상반기 60점, 2006년 하반기 62점, 2007년 예상 65점, 광고제작+서비스는 2006년 상반기 60점, 2006년 하반기 60점, 2007년 예상 60점, 광고제작+서비스+기타는 2006년 상반기 60점, 2006년 하반기 60점, 2007년 예상 70점, 광고제작+서비스+인쇄+기타는 2006년 상반기 60점, 2006년 하반기 60점, 2007년 예상 60점, 광고대행+광고제작+서비스는 2006년 상반기 59점, 2006년 하반기 57점, 2007년 예상 61점, 광고대행+광고제작은 2006년 상반기 58점, 2006년 하반기 56점, 2007년 예상 56점, 광고대행+서비스 2006년 상반기 56점, 2006년 하반기 57점, 2007년 예상 64점, 광고제작+기타 2006년 상반기 56점, 2006년 하반기 57점, 2007년 예상 64점, 광고대행+인쇄는 2006년 상반기 55점, 2006년 하반기 52점, 2007년 예상 54점, 광고대행+서비스+인쇄+기타는 2006년 상반기 55점, 2006년 하반기 50점, 2007년 예상 55점, 광고대행+광고제작+온라인+기타는 2006년 상반기 55점, 2006년 하반기 66점, 2007년 예상 60점, 광고제작+인쇄는 2006년 상반기 55점, 2006년 하반기 57점, 2007년 예상 60점, 서비스+인쇄는 2006년 상반기 54점, 2006년 하반기 53점, 2007년 예상 52점, 광고대행+광고제작+인쇄+기타는 2006년 상반기 54점, 2006년 하반기 52점, 2007년 예상 54점, 광고대행은 2006년 상반기 52점, 2006년 하반기 52점, 2007년 예상 54점, 기타는 2006년 상반기 52점, 2006년 하반기 52점, 2007년 예상 52점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 온라인+기타 140.8, 광고대행+광고제작+서비스+기타 129.7, 서비스+인쇄+기타 129.4, 광고대행+광고제작+기타 129.4, 광고제작+서비스+인쇄 123.0, 광고대행+기타 121.3, 광고대행+광고제작+온라인+기타 120.5, 인쇄+온라인+기타 118.0, 광고제작+서비스+기타 116.7, 광고제작+기타 115.1, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄 112.9, 광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타 108.1, 온라인 107.7, 광고대행+광고제작+온라인 107.7, 광고제작+인쇄+기타 107.5, 서비스 106.6, 광고대행+광고제작+서비스 106.1, 광고제작+인쇄 105.8, 광고대행+서비스+인쇄+기타 105.5, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타 105.0, 광고대행+인쇄 104.6, 광고대행 103.4, 광고제작+서비스+온라인 103.3, 광고제작 102.8, 인쇄+기타 102.7로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

표 7-4-2 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

업종	2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감				2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감			
	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
광고대행	127	476	94	0.7	85	486	124	1.5
광고대행+기타	10	47	8	0.8	6	43	16	2.8
광고대행+온라인	2	3	2	1.0	3	2	2	0.7
광고대행+온라인+기타	0	1	0	1.0	0	1	0	1.0
광고대행+인쇄	27	36	12	0.5	13	45	17	1.2
광고대행+인쇄+기타	8	34	9	1.1	14	31	6	0.4
광고대행+인쇄+온라인	0	1	0	1.0	0	1	0	1.0
광고대행+인쇄+온라인+기타	0	0	1	+	0	0	0	1.0
광고대행+서비스	4	21	5	1.3	3	20	4	1.4
광고대행+서비스+기타	0	5	0	1.0	0	5	0	1.0
광고대행+서비스+인쇄	3	6	0	0.0	3	6	0	0.0
광고대행+서비스+인쇄+기타	2	3	0	0.0	0	3	2	+
광고대행+광고제작	27	100	15	0.6	20	104	17	0.8
광고대행+광고제작+기타	8	25	3	0.4	2	23	11	6.5
광고대행+광고제작+온라인	1	0	1	1.0	0	1	1	+
광고대행+광고제작+온라인+기타	0	2	2	+	0	2	1	+
광고대행+광고제작+인쇄	18	11	11	0.6	7	27	6	0.8
광고대행+광고제작+인쇄+기타	6	31	2	0.2	5	28	6	1.3
광고대행+광고제작+서비스	8	25	4	0.4	3	26	7	2.4
광고대행+광고제작+서비스+기타	3	7	0	0.0	0	7	3	+
광고대행+광고제작+서비스+온라인	3	2	1	0.3	1	3	2	2.0
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	3	1	0	0.0	0	0	4	+
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	3	6	0	0.0	2	6	2	1.1
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	3	28	5	1.5	3	28	5	1.5
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	1	0	1	1.0	2	0	0	0.0
광고제작	65	226	47	0.7	50	216	62	1.2
광고제작+기타	6	26	8	1.3	3	26	11	3.5
광고제작+온라인	1	0	0	0.0	1	0	0	0.0
광고제작+인쇄	8	22	8	1.0	5	23	8	1.6
광고제작+인쇄+기타	3	39	5	1.5	3	34	9	3.1
광고제작+서비스	0	5	0	1.0	0	5	0	1.0
광고제작+서비스+기타	0	5	0	1.0	0	3	2	+
광고제작+서비스+온라인	1	0	0	0.0	0	0	1	+
광고제작+서비스+인쇄	0	3	2	+	0	2	3	+
광고제작+서비스+인쇄+기타	0	6	0	1.0	0	6	0	1.0
서비스	32	127	22	0.7	15	119	46	3.1
서비스+기타	3	11	2	0.5	0	15	0	1.0
서비스+온라인	1	0	0	0.0	0	1	0	1.0
서비스+인쇄	5	10	3	0.5	5	10	3	0.6
서비스+인쇄+기타	3	9	5	1.5	2	6	8	5.2
서비스+인쇄+온라인+기타	0	0	1	+	1	0	0	0.0
인쇄	330	602	202	0.6	280	603	239	0.9
인쇄+기타	158	245	86	0.5	110	255	124	1.1
인쇄+온라인	1	0	0	0.0	1	0	0	0.0
인쇄+온라인+기타	2	10	8	4.0	4	4	12	3.0
온라인	13	34	24	1.8	13	26	32	2.5
온라인+기타	4	9	2	0.5	1	4	9	9.0
기타	193	691	158	0.8	186	649	197	1.1
전체	1,097	2,952	760	0.7	853	2,906	1,003	1.2

2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 인쇄+온라인+기타 4.0, 온라인 1.8, 광고제작+인쇄+기타 1.5, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타 1.5, 서비스+인쇄+기타 1.5, 광고제작+기타 1.3, 광고대행+서비스 1.3, 광고대행+인쇄+기타 1.1, 광고제작+인쇄 1.0, 광고제작+서비스+기타 1.0, 광고대행+광고제작+온라인 1.0, 광고대행+서비스+기타 1.0, 광고제작+서비스 1.0, 광고제작+서비스+인쇄+기타 1.0, 광고대행+온라인+기타 1.0, 광고대행+인쇄+온라인 1.0, 광고대행+온라인 1.0, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타 1.0, 기타 0.8, 광고대행+기타 0.8로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 온라인+기타 9.0, 광고대행+광고제작+기타 6.5, 서비스+인쇄+기타 5.2, 광고제작+기타 3.5, 광고제작+인쇄+기타 3.1, 서비스 3.1, 인쇄+온라인+기타 3.0, 광고대행+기타 2.8, 온라인 2.5, 광고대행+광고제작+서비스 2.4, 광고대행+광고제작+서비스+온라인 2.0, 광고제작+인쇄 1.6, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타 1.5, 광고대행 1.5, 광고대행+서비스 1.4, 광고대행+광고제작+인쇄+기타 1.3으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

## 7.5. 사업체 업종 재분류

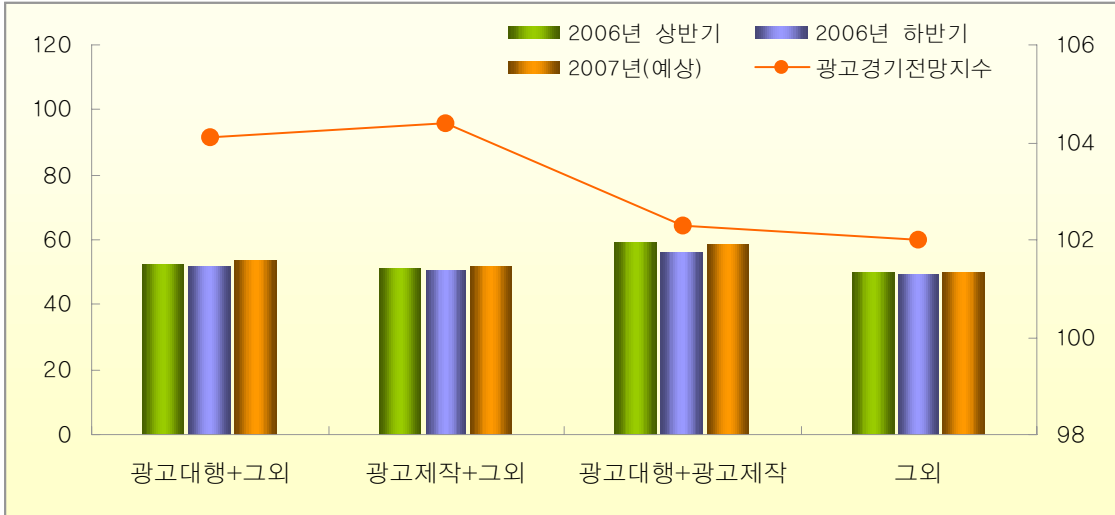
표 7-5-1 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 예상	
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	51	50	51	102.6
	광고제작+그외	52	52	54	104.1
	광고(종합)대행+광고제작	51	51	52	104.4
	그 외	59	56	59	102.3
전체		50	49	50	102.0

광고경기체감도를 살펴보면, 광고(종합)대행+그외는 2006년 상반기 51점, 2006년 하반기 50점, 2007년 예상 51점, 광고제작+그외는 2006년 상반기 52점, 2006년 하반기 52점, 2007년 예상 54점, 광고(종합)대행+광고제작은 2006년 상반기 51점, 2006년 하반기 51점, 2007년 예상 52점, 그 외는 2006년 상반기 59점, 2006년 하반기 56점, 2007년 예상 59점으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 광고(종합)대행+광고제작 104.4, 광고제작+그외 104.1, 광고(종합)대행+그외 102.6, 그 외 102.3으로 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-5 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도



업종 재분류별로 구체적으로 살펴보면, 2006년 상반기의 경우 그 외 59점, 광고제작+그외 52점, 광고(종합)대행+그외, 광고(종합)대행+광고제작 51점으로 그 외 업종의 회사가 2006년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2006년 하반기의 경우, 그 외 56점, 광고제작+그외 52점, 광고(종합)대행+광고제작 51점, 광고(종합)대행+그 외 50점으로 그 외 업종의 회사가 2006년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2007년 예상의 경우에도, 그 외 59점, 광고제작+그외 54점, 광고(종합)대행+광고제작 52점, 광고(종합)대행+그 외 51점으로 그 외 업종의 회사가 2006년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

표 7-5-2 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

업종 재분류	구분	2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감				2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	182	634	131	0.7	127	643	171	1.3
	광고제작+그외	85	332	71	0.8	63	316	97	1.5
	광고(종합)대행+광고제작	85	238	44	0.5	45	255	64	1.4
	그 외	745	1,747	513	0.7	618	1,692	670	1.1
전체		1,097	2,952	760	0.7	853	2,906	1,003	1.2

2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 광고제작+그 외 0.8로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 1.3, 광고 제작+그외 1.5, 광고(종합)대행+광고제작 1.4로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

## 7.6. 가치사슬 분류

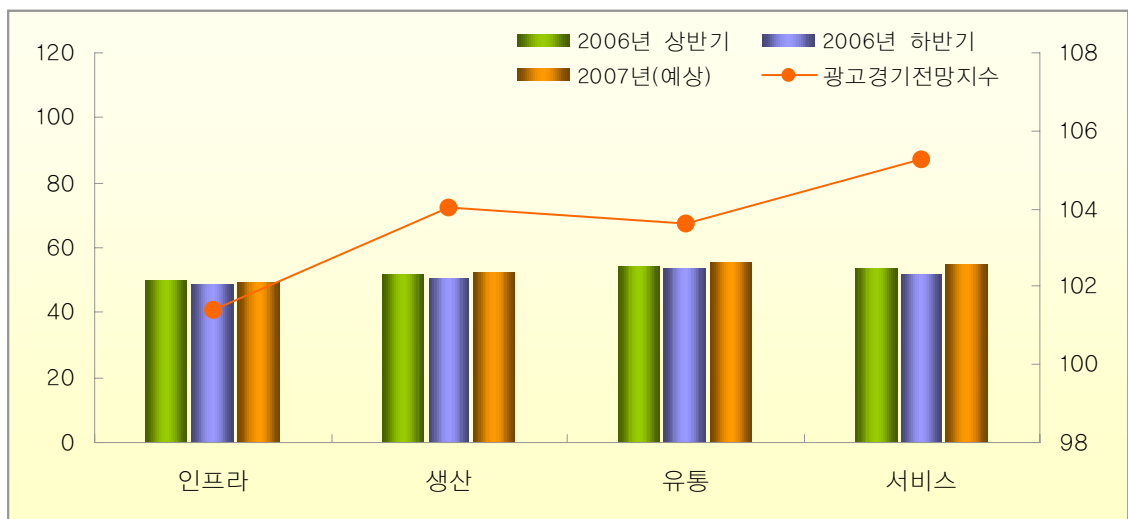
표 7-6-1 >> 가치사슬별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 예상	
가치사슬분류	인프라	50	49	50	101.4
	생산	52	51	52	104.0
	유통	55	54	56	103.6
	서비스	54	52	55	105.3
전체		51	50	51	102.6

광고경기체감도를 살펴보면, 생산은 2006년 상반기 52점, 2006년 하반기 51점, 2007년 예상 52점, 유통은 2006년 상반기 55점, 2006년 하반기 54점, 2007년 예상 56점, 서비스는 2006년 상반기 54점, 2006년 하반기 52점, 2007년 예상 55점으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 생산 104.0, 유통 103.6, 서비스 105.3으로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-6 >> 가치사슬 분류별 광고경기 체감도



업종 재분류별로 구체적으로 살펴보면, 2006년 상반기의 경우 유통 55점, 서비스 54점, 생산 52점, 인프라 50점으로 유통 업종의 회사가 2006년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2006년 하반기의 경우도 유통 54점, 서비스 52점, 생산 51점, 인프라 49점으로 유통 업종의 회사가 2006년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2007년 예상도, 유통 56점, 서비스 55점, 생산 52점, 인프라 50점으로 유통 업종의 회사가 2007년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

표 7-6-2 >> 가치사슬별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

		2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감				2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
가치사슬분류	인프라	605	1,726	380	0.6	484	1,739	473	1.0
	생산	510	1,539	359	0.7	393	1,491	507	1.3
	유통	258	826	172	0.7	164	853	230	1.4
	서비스	66	240	40	0.6	32	237	71	2.2
전체		1,097	2,952	760	0.7	853	2,906	1,003	1.2

2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 생산, 유통 모두 0.7로 광고회사 전체 평균과 같게 나타났다.

2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 생산 1.3, 유통 1.4, 서비스 2.2로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

## 7.7. 고용현황 정보

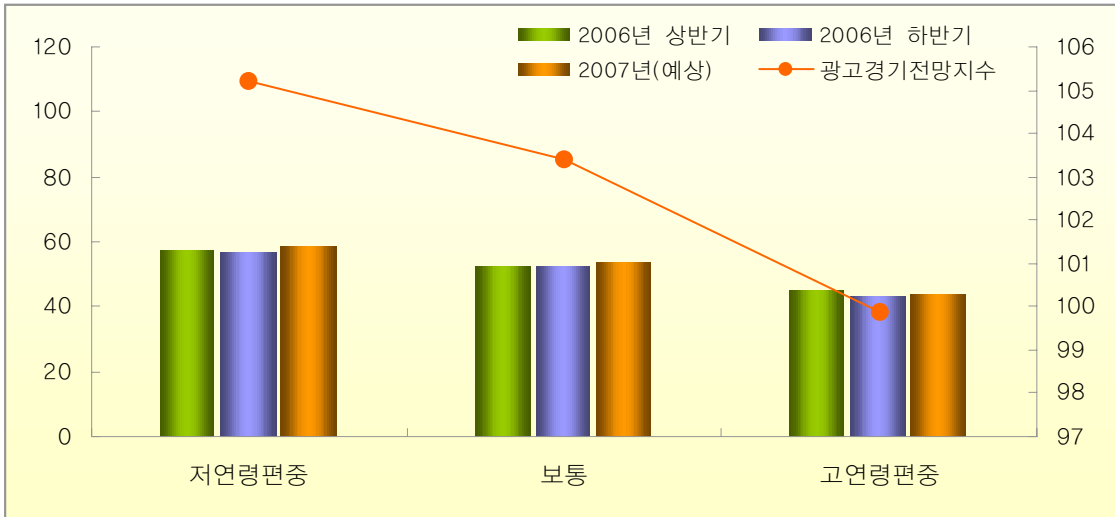
표 7-7-1 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 예상	
형태별	비정규직 편중	51	50	52	105.0
	보통	51	50	51	102.0
성별	여성 편중	52	51	53	104.1
	보통	54	53	54	102.8
	남성 편중	47	46	46	101.5
연령별	젊은층 편중	58	57	59	105.2
	보통	53	52	54	103.4
	나이드층 편중	45	43	44	99.9
학력별	저학력편중	46	45	45	100.2
	보통	54	53	54	103.5
	고학력편중	53	52	54	103.7
직급별	저직급편중	55	55	56	103.2
	보통	53	52	54	103.4
	상위직급편중	46	45	45	100.4
전체		51	50	51	102.6

광고경기체감도를 살펴보면, 성별은 보통 2006년 상반기 54점, 2006년 하반기 53점, 2007년 예상 54점, 연령별은 젊은층 편중이 2006년 상반기 58점, 2006년 하반기 57점, 2007년 예상 59점, 보통이 2006년 상반기 53점, 2006년 하반기 52점, 2007년 예상 54점, 학력별은 보통이 2006년 상반기 54점, 2006년 하반기 53점, 2007년 예상 54점, 고학력편중이 2006년 상반기 53점, 2006년 하반기 52점, 2007년 예상 54점, 직급별은 저직급편중이 2006년 상반기 55점, 2006년 하반기 55점, 2007년 예상 56점, 보통이 2006년 상반기 53점, 2006년 하반기 52점, 2007년 예상 54점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 형태별 비정규직 편중이 105.0, 성별 여성 편중이 104.1, 보통 102.8, 연령별 젊은층 편중이 105.2, 보통 103.4, 학력별 보통이 103.5, 고학력 편중 103.7, 직급별 저직급편중이 103.2, 보통 103.4로 광고 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-7 >> 연령수준별 광고경기 체감도



연령별로 구체적으로 살펴보면, 2006년 상반기의 경우 젊은층 편중 58점, 보통 53점, 나이든층 편중 45점으로 젊은층 편중의 회사가 2006년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2006년 하반기의 경우도, 젊은층 편중 57점, 보통 52점, 나이든층 편중 43점으로 젊은층 편중의 회사가 2006년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2007년 예상의 경우에도, 젊은층 편중 59점, 보통 54점, 나이든층 편중 44점으로 젊은층 편중의 회사가 2006년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.



표 7-7-2 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

형태별		2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감				2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
형태별	비정규직 편중	207	259	171	0.8	156	263	206	1.3
	보통	890	2,691	589	0.7	697	2,642	798	1.1
성별	여성 편중	174	254	129	0.7	128	247	179	1.4
	보통	561	1,946	397	0.7	427	1,925	525	1.2
	남성 편중	361	751	235	0.7	296	734	298	1.0
연령별	젊은층 편중	154	202	121	0.8	99	211	157	1.6
	보통	569	2,309	446	0.8	444	2,262	590	1.3
	나이든층 편중	374	440	193	0.5	310	433	256	0.8
학력별	저학력편중	345	426	221	0.6	325	406	256	0.8
	보통	467	2,087	324	0.7	329	2,088	444	1.4
	고학력편중	282	437	213	0.8	199	408	300	1.5
직급별	저직급편중	123	207	100	0.8	100	205	118	1.2
	보통	595	2,266	435	0.7	450	2,226	586	1.3
	상위직급편중	376	466	218	0.6	300	469	285	1.0
전체		1,097	2,952	760	0.7	853	2,906	1,003	1.2

2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 연령별 젊은층 편중, 보통 0.8로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 성별 여성 편중이 1.4, 연령별 젊은층 편중이 1.6, 보통 1.3, 학력별 보통이 1.4, 고학력 편중이 1.5, 직급별 보통이 1.3으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

## 7.8. 국내 및 외국계 광고주

표 7-8-1 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도

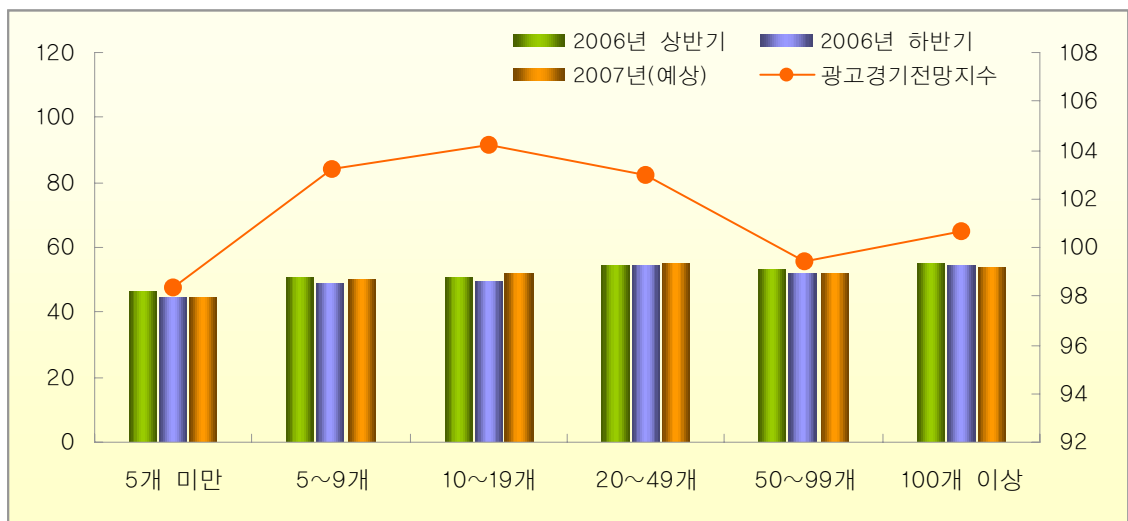
		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 예상	
전체광고주	5개미만	46	45	45	98.3
	5~9개	51	49	50	103.2
	10~19개	51	50	52	104.2
	20~49개	54	55	55	103.0
	50~99개	53	52	52	99.4
	100개이상	55	54	54	100.6
국내광고주	5개미만	46	45	45	98.4
	5~9개	51	49	51	103.2
	10~19개	51	50	52	104.2
	20~49개	54	55	55	103.1
	50~99개	53	52	52	99.4
	100개이상	55	54	54	100.6
외국광고주	5개 미만	57	56	53	93.5
	5~9개	56	59	57	98.3
	10~19개	74	66	73	105.2
	20~49개	73	67	70	100.9
전체취급액	5000만원미만	46	45	44	99.6
	5000만원~3억원미만	51	50	51	104.0
	3억원~10억원미만	56	56	58	103.8
	10억원~50억원미만	60	60	62	103.0
	50억원이상	64	62	66	105.3
국내취급액	5000만원미만	46	45	44	99.6
	5000만원~3억원미만	51	50	51	103.9
	3억원~10억원미만	56	56	58	103.9
	10억원~50억원미만	61	60	62	103.2
	50억원이상	64	62	66	105.1
해외취급액	5억원미만	58	57	59	102.8
	5억원이상	61	60	62	100.9
전체		51	50	51	102.6

광고경기체감도를 살펴보면, 전체 광고주의 경우 20~49개는 2006년 상반기 54점, 2006년 하반기 55점, 2007년 예상 55점, 50~99개는 2006년 상반기 53점, 2006년 하반기 52점, 2007년 예상 52점, 국내 광고주의 경우 20~49개는 2006년 상반기 54점, 2006년 하반기 55점, 2007년 예상 55점, 50~99개는 2006년 상반기 53점, 2006년 하반기 52점, 2007년 예상 52점, 외국 광고주의 경우 5개 미만 2006년 상반기 57점, 2006년 하반기 56점, 2007년 예상 53점, 5~9개 2006년 상반기 56점, 2006년 하반기 59점, 2007년 예상 57점, 10~19개 2006년 상반기 74점, 2006년 하반기 66점, 2007년 예상 73점, 20~49개 2006년 상반기 73점, 2006년 하반기 67점, 2007년 예상 70점, 전체 취급액의 경우 3억원~10억원미만 2006년 상반기 56점, 2006년 하반기 56점, 2007년 예상 58점, 10억원~50억원미만 2006년 상반기 60점, 2006년 하반기 60점, 2007년

예상 62점, 50억원이상 2006년 상반기 64점, 2006년 하반기 62점, 2007년 예상 66점, 국내 취급액의 경우 3억원~10억원미만 2006년 상반기 56점, 2006년 하반기 56점, 2007년 예상 58점, 10억원~50억원미만 2006년 상반기 61점, 2006년 하반기 60점, 2007년 예상 62점, 50억원이상 2006년 상반기 64점, 2006년 하반기 62점, 2007년 예상 66점, 해외 취급액의 경우 5억원미만이 2006년 상반기 58점, 2006년 하반기 57점, 2007년 예상 59점으로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 전체 광고주의 경우 5~9개 103.2, 10~19개 104.2, 20~49개 103.0, 국내 광고주의 경우 5~9개 103.2, 10~19개 104.2, 20~49개 103.1, 외국 광고주의 경우 10~19개 105.2, 전체 취급액의 경우 5000만원~3억원미만 104.0, 3억원~10억원미만 103.8, 10억원~50억원미만 103.0, 50억원이상 105.3, 국내 취급액의 경우 5000만원~3억원미만 103.9, 3억원~10억원미만 103.9, 10억원~50억원미만 103.2, 50억원이상 105.1, 해외 취급액의 경우 5억원미만이 102.6으로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-8-1 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감도



전체광고주별로 구체적으로 살펴보면, 2006년 상반기의 경우 100개 이상 55점, 20~49개 54점, 50~99개 53점, 5~9개, 10~19개 51점, 5개미만 46점으로 전체광고주가 100개 이상인 회사가 2006년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2006년 하반기는 20~49개 55점, 100개 이상 54점, 50~99개 52점, 10~19개, 100개이상 50점, 5~9개 49점, 5개미만 45점으로 전체광고주가 20~49개인 회사가 2006년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2007년 예상은 20~49개 55점, 100개 이상 54점, 10~19개, 50~99개, 10~19개 52점, 5~9개 50점, 5개미만 45점으로 전체광고주가 20~49개인 회사가 20107년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

표 7-8-2 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감

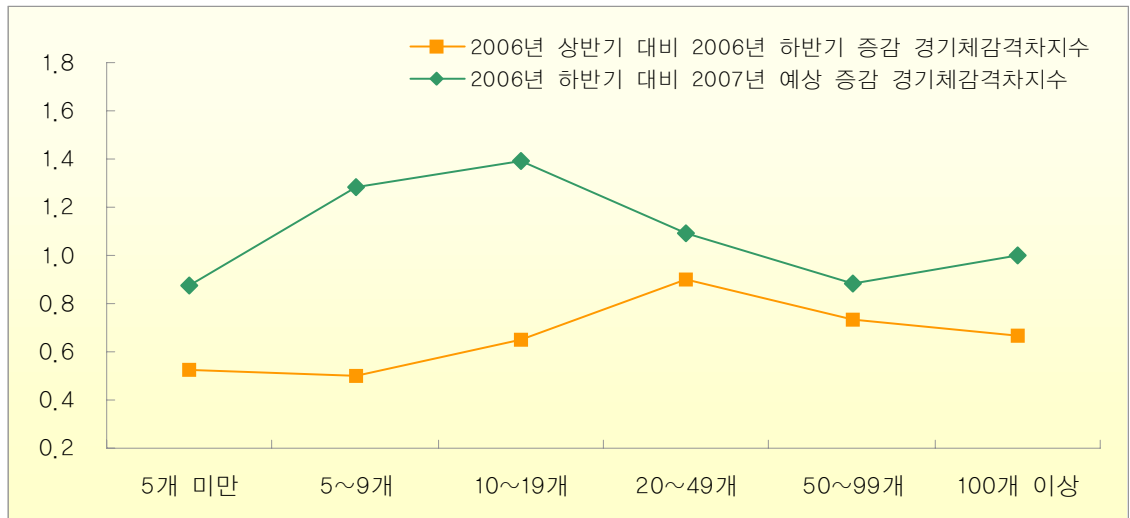
단위 : 개소

		2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감				2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
전체 광고주	5개미만	163	239	86	0.5	144	212	125	0.9
	5~9개	155	220	78	0.5	103	213	132	1.3
	10~19개	320	333	208	0.7	210	351	292	1.4
	20~49개	252	371	228	0.9	232	354	254	1.1
	50~99개	72	87	53	0.7	67	84	59	0.9
	100개이상	71	95	47	0.7	61	80	60	1.0
국내광고주	5개미만	165	242	84	0.5	144	214	127	0.9
	5~9개	155	217	79	0.5	102	212	131	1.3
	10~19개	320	330	206	0.6	208	350	290	1.4
	20~49개	252	370	226	0.9	228	354	255	1.1
	50~99개	71	87	53	0.7	67	84	58	0.9
	100개이상	71	93	47	0.7	61	79	60	1.0
외국광고주	5개 미만	9	10	4	0.4	6	9	8	1.2
	5~9개	0	3	1	+	2	1	1	0.7
	10~19개	3	1	0	0.0	2	0	3	1.7
	20~49개	3	1	0	0.0	1	0	3	2.5
전체 취급액	5000만원미만	365	444	204	0.6	320	440	250	0.8
	5000만원~3억원미만	415	542	301	0.7	336	497	405	1.2
	3억원~10억원미만	136	183	111	0.8	92	177	154	1.7
	10억원~50억원미만	100	105	79	0.8	59	135	86	1.5
	50억원이상	38	56	19	0.5	16	57	41	2.6
국내취급액	5000만원미만	365	444	204	0.6	320	440	250	0.8
	5000만원~3억원미만	416	543	301	0.7	337	498	405	1.2
	3억원~10억원미만	134	183	111	0.8	92	176	154	1.7
	10억원~50억원미만	100	105	79	0.8	58	135	87	1.5
	50억원이상	38	55	19	0.5	16	57	40	2.5
해외취급액	5억원미만	9	5	5	0.6	6	6	7	1.1
	5억원이상	1	5	0	0.0	2	1	3	2.0
전체		1,097	2,952	760	0.7	853	2,906	1,003	1.2

2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 전체광고주 20~49개 0.9, 국내광고주 20~49개 0.9, 100개이상 0.8, 전체취급액 3억원~10억원미만 0.8, 10억원~50억원미만 0.8, 국내취급액 3억원~10억원미만 0.8, 10억원~50억원미만 0.8로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 전체광고주 5~9개 1.3, 10~19개 1.4, 국내광고주 5~9개 1.3, 10~19개 1.4, 외국 광고주 10~19개 1.7, 20~49개 2.5, 전체취급액 3억원~10억원미만 1.7, 10억원~50억원미만 1.5, 50억원이상 2.6, 국내취급액 3억원~10억원미만 1.7, 10억원~50억원미만 1.5, 50억원이상 2.5, 해외취급액 5억원이상 2.0으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-8-2 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감격차지수



전체광고주별로 구체적으로 살펴보면, 2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수는 5개미만 0.5, 5~9개 0.5, 10~19개 0.7, 20~49개 0.9, 50~99개 0.7, 100개이상 0.7로 20~49개의 회사가 경기체감격차지수가 가장 높게 나타났다.

2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수는 5개미만 0.9, 5~9개 1.3, 10~19개 1.4, 20~49개 1.1, 50~99개 0.9, 100개이상 1.0으로 10~19개, 10~19개인 사업체의 경기체감격차지수가 가장 높게 나타났다.

## 7.9. 고객유치실적

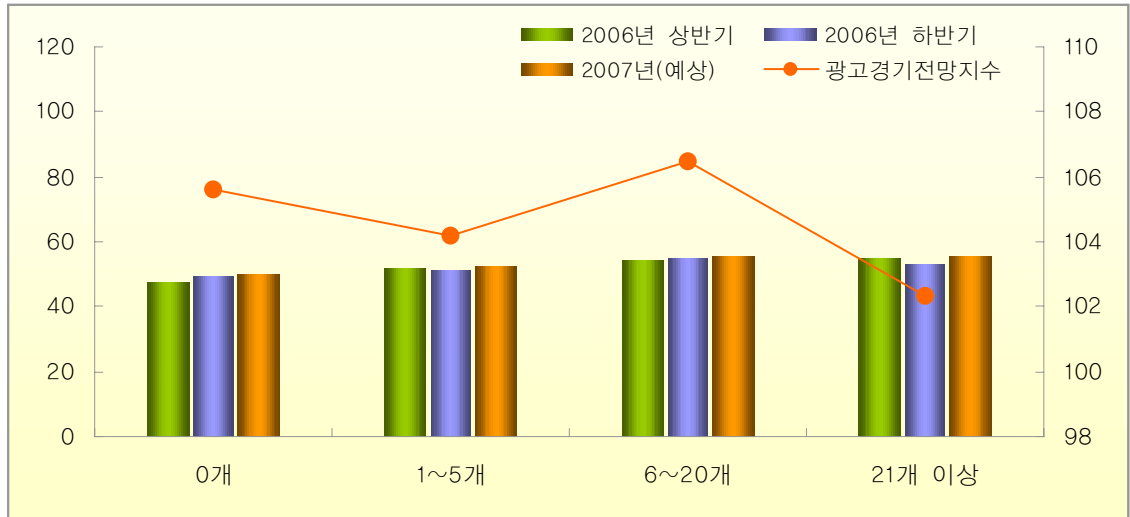
표 7-9-1 >> 고객유치실적별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 예상	
신규 거래광고주	0개	48	49	50	105.6
	1~5개	52	51	53	104.2
	6~20개	54	55	56	106.5
	21개이상	55	53	56	102.3
이탈 거래광고주	0개	50	51	51	105.2
	1~5개	51	49	50	101.2
	6~20개	49	48	51	106.1
	21개이상	50	50	49	95.6
신규 취급액	5000만원미만	51	51	51	103.3
	5000만원~3억원미만	53	54	57	108.3
	3억원이상	61	60	63	104.8
이탈 취급액	5000만원미만	48	48	49	104.4
	5000만원~3억원미만	52	51	54	109.1
	3억원이상	58	60	62	106.0
전체		51	50	51	102.6

광고경기체감도를 살펴보면, 신규 거래광고주의 경우 1~5개는 2006년 상반기 52점, 2006년 하반기 51점, 2007년 예상 53점, 6~20개는 2006년 상반기 54점, 2006년 하반기 55점, 2007년 예상 56점, 이탈거래광고주의 경우 21개이상인 2006년 상반기 50점, 2006년 하반기 50점, 2007년 예상 49점, 신규취급액의 경우 5000만원~3억원미만 2006년 상반기 53점, 2006년 하반기 54점, 2007년 예상 57점, 3억원 이상이 2006년 상반기 61점, 2006년 하반기 60점, 2007년 63점으로 나타났고, 이탈취급액의 경우 5000만원~3억원미만 2006년 상반기 52점, 2006년 하반기 51점, 2007년 예상 54점, 3억원 이상은 2006년 상반기 58점, 2006년 하반기 60점, 2007년 62점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 신규 거래광고주의 경우 신규 거래자가 없는 경우 105.6, 1~5개 104.2, 6~20개 106.5, 이탈거래광고주의 경우 이탈 거래자가 없는 경우 105.2, 6~20개 106.1, 신규취급액 5000만원 미만 103.3, 5000만원~3억원미만 108.3, 3억원 이상 104.8, 이탈 취급액 5000만원 미만 104.4, 5000만원~3억원 미만 109.1, 3억원 이상 106.0으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-9 >> 신규거래 광고주 광고경기 체감도



신규 거래광고주별로 구체적으로 살펴보면, 2006년 상반기의 경우 신규거래가 없는 사업체 48점, 1~5개 52점, 6~20개 54점, 21개이상 55점으로 평가하여 신규 거래광고주가 21개 이상인 회사가 2006년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2006년 하반기는 신규거래가 없는 사업체 49점, 1~5개 51점, 6~20개 55점, 21개이상 53점으로 평가하여 신규 거래광고주가 6~20개인 회사가 2006년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2007년 예상은 신규거래가 없는 사업체 50점, 1~5개 53점, 6~20개 56점, 21개이상 56점으로 평가하여 신규 거래광고주가 6~20개, 21개 이상인 회사가 2007년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

표 7-9-2 >> 고객유치실적별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

		2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감				2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
신규 거래광고주	0개	21	62	24	1.2	35	41	30	0.9
	1~5개	300	305	224	0.7	257	305	267	1.0
	6~20개	59	64	56	1.0	46	69	58	1.3
	21개이상	19	36	8	0.4	16	21	25	1.5
이탈 거래광고주	0개	27	65	26	0.9	36	47	34	0.9
	1~5개	332	280	186	0.6	271	296	228	0.8
	6~20개	77	79	61	0.8	63	79	73	1.2
	21개이상	20	27	10	0.5	20	20	16	0.8
신규 취급액	5000만원미만	286	270	195	0.7	249	267	227	0.9
	5000만원~3억원미만	38	52	40	1.1	30	49	52	1.7
	3억원이상	35	40	28	0.8	18	41	44	2.4
이탈 취급액	5000만원미만	97	119	86	0.9	93	108	96	1.0
	5000만원~3억원미만	41	40	31	0.7	28	39	42	1.5
	3억원이상	19	19	15	0.8	14	18	22	1.6
전체		1,097	2,952	760	0.7	853	2,906	1,003	1.2

2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 신규거래광고주가 없는 사업체 1.2, 6~20개 1.0, 이탈거래광고주는 이탈거래광고주가 없는 사업체 0.9, 6~20개 0.8로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 6~20개 1.3, 21개 이상 사업체 1.5, 신규취급액 5000만원~3억원미만 1.7, 3억원이상 2.4, 이탈취급액 5000만원~3억원미만 1.5, 3억원 이상 1.6으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.



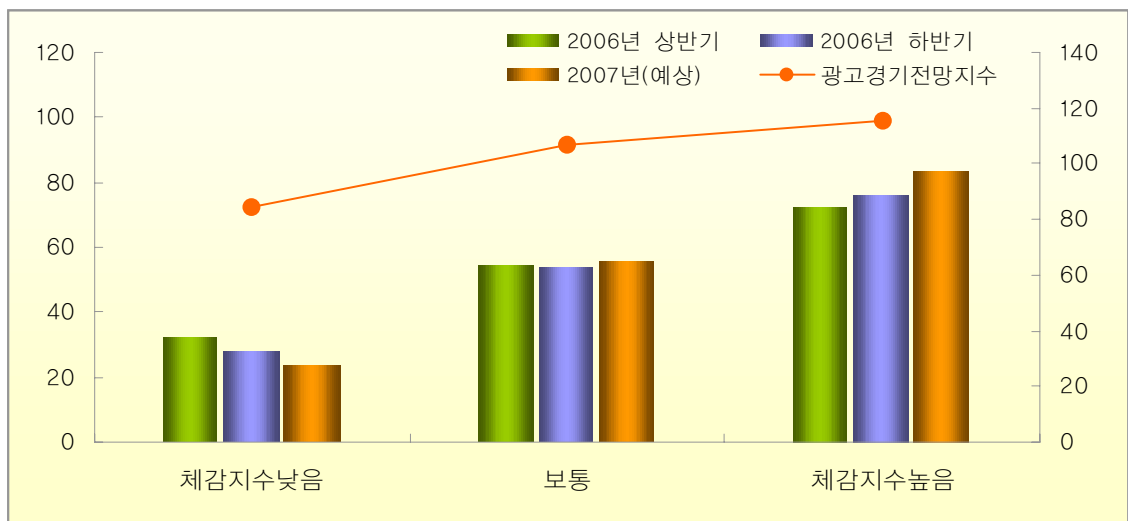
## 7.10. 광고경기 체감도

표 7-10-1 >> 광고경기 체감도별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 예상	
2006상반기	체감지수 낮음	24	27	28	111.1
	보통	54	53	54	101.2
	체감지수 높음	83	77	76	95.7
2006하반기	체감지수 낮음	29	23	27	105.1
	보통	55	54	55	102.0
	체감지수 높음	77	83	80	100.9
2007년 예상	체감지수 낮음	32	28	23	84.3
	보통	54	54	56	107.0
	체감지수 높음	73	76	83	115.4
전체		51	50	51	102.6

광고경기체감도를 살펴보면, 2006년 상반기 체감지수 높음은 2006년 상반기 83점, 2006년 하반기 77점, 2007년 예상 76점, 보통 2006년 상반기 54점, 2006년 하반기 53점, 2007년 예상 54점, 2006년 하반기 체감지수 높음은 2006년 상반기 77점, 2006년 하반기 83점, 2007년 예상 80점, 보통 2006년 상반기 55점, 2006년 하반기 54점, 2007년 예상 55점, 2007년 예상은 체감지수 높음이 2006년 상반기 73점, 2006년 하반기 76점, 2007년 예상 83점, 보통 2006년 상반기 54점, 2006년 하반기 54점, 2007년 예상 56점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-10-1 >> 2007년 예상 체감 수준별 광고경기 체감도



광고경기 전망지수는 기업형태의 경우 2006년 상반기 체감지수 낮음 111.1, 2006년 하반기 체감지수 낮음 105.1, 2007년 예상 체감지수 높음 115.4, 보통 107.0으로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다

높게 나타났다.

2007년 예상체감도별로 구체적으로 살펴보면, 2006년 상반기의 경우 체감지수 높음 73점, 보통 54점, 체감지수 낮음 32점으로 체감지수가 높은 회사가 2006년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2006년 하반기도 경우 체감지수 높음 76점, 보통 54점, 체감지수 낮음 28점으로 체감지수가 높은 회사가 2006년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2007년 예상도 역시, 체감지수 높음 83점, 보통 56점, 체감지수 낮음 23점으로 체감지수가 높은 회사가 2007년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

표 7-10-2 >> 광고경기 체감도별 광고경기 체감 증감

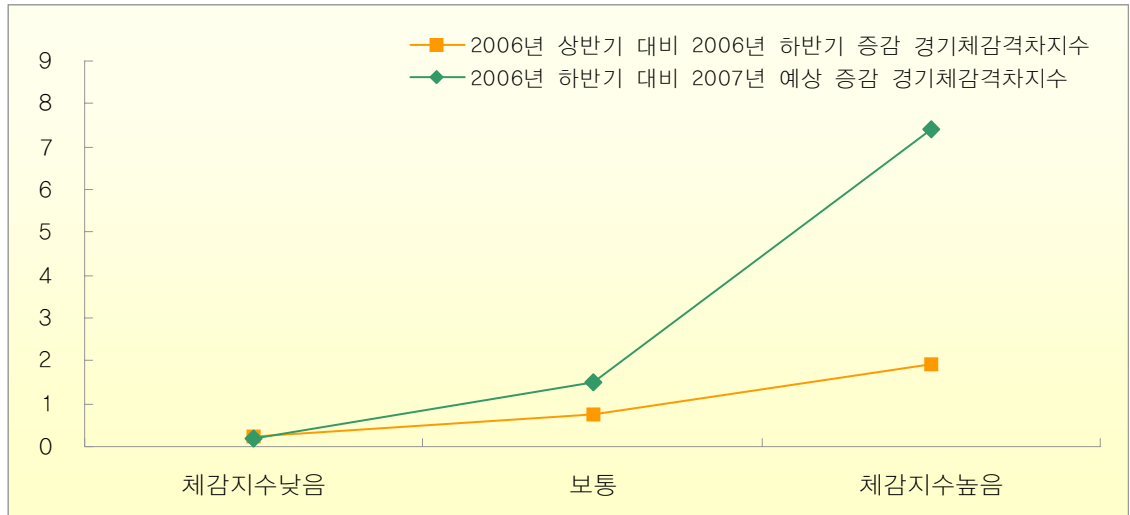
단위 : 개소

		2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감				2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
2006상반기	체감지수 낮음	125	369	176	1.4	160	315	187	1.2
	보통	791	957	545	0.7	595	939	728	1.2
	체감지수 높음	181	137	39	0.2	99	160	89	0.9
2006하반기	체감지수 낮음	336	369	49	0.1	143	373	230	1.6
	보통	729	957	538	0.7	592	897	705	1.2
	체감지수 높음	32	137	173	5.4	118	147	69	0.6
2007년 예상	체감지수 낮음	338	373	83	0.2	355	373	66	0.2
	보통	661	896	500	0.8	466	897	697	1.5
	체감지수 높음	84	173	162	1.9	33	147	241	7.4
전체		1,097	2,952	760	0.7	853	2,906	1,003	1.2

2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 2006년 상반기 체감지수 낮음 1.4, 2006년 하반기 체감지수 높음 5.4, 2007년 예상 체감지수 보통이 0.8, 높음 1.9로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 2006년 하반기 체감지수 낮음 1.6, 2007년 예상 보통 1.5, 체감지수 높음 7.4로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-10-2 >> 2007년 예상 체감 수준별 광고경기 체감격차지수



2007년 예상체감도별로 구체적으로 살펴보면, 2006년 상반기 대비 2006년 하반기 증감 경기체감격차지수는 체감지수 낮음 0.2, 보통 0.8, 체감지수 높음 1.9로 체감지수가 높은 회사가 경기체감격차지수가 가장 높게 나타났다.

2006년 하반기 대비 2007년 예상 증감의 경기체감격차지수는 체감지수 낮음 0.2, 보통 1.5, 체감지수 높음 7.4로 체감지수가 높음이 경기체감격차지수가 가장 높게 나타났다.

## 8. 주요광고주 현황

광고주 현황은 한국방송광고공사의 방송광고 집행비 기준 주요 광고주와 광고회사로부터 거래 광고주를 파악한 후 취급액기준 주요 525개 광고주를 조사하여 집계한 결과이다.

주요 광고주를 대상으로 영위업종, 종사자수, 매체별 광고집행비, 광고경기체감도 등을 조사하였다.

### 8.1. 사업체 정보

표 8-1-1 >> 사업체정보별 광고주 광고관련 종사자수 및 평균 광고비

단위 : 개소, %, 명, 백만원

		사업체수	구성비	평균종사자수	평균광고비
기업형태	개인사업체	17	3.2	1,121	494
	회사법인	382	72.8	1,543	2,324
	회사의 법인	126	24.0	662	471
본사유무	단독사업체	181	34.5	588	1,785
	공장, 지사, 영업소	110	21.0	1,642	2,469
	본사, 본점, 본부	234	44.6	1,730	1,519
설립연도	1979년 이전	235	44.8	2,098	1,131
	1980 ~ 1989년	85	16.2	1,015	2,146
	1990 ~ 1994년	45	8.6	789	1,185
	1995 ~ 2000년	77	14.7	386	1,585
	2000년 이후	83	15.8	546	3,718
전체		525	100.0	1,322	1,791

사업체 전체로 보면, 평균 종사자는 1,322명이고 평균광고비는 17.9억원으로 나타났다.

기업형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 회사법인이 382개 72.8%로 가장 많은 비중을 차지하고, 회사외 법인 126개 24.0%, 개인사업체 17개 3.2% 순서이며, 평균종사자수는 회사법인 1,543명으로 가장 많고, 개인사업체 1,121명, 회사외법인 662명 순으로 많이 나타났다. 평균광고비는 회사법인 23.2억원, 개인사업체 4.9억원, 회사외법인 4.7억원 순서로 많이 나타났다.

설립연도별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 1979년 이전이 235개 44.8%로 가장 많은 비중을 차지하고, 1980~1989년이 85개 16.2%, 2000년 이후가 83개 15.8%, 1995~2000년이 77개 14.7%, 1990~1994년이 45개 8.6% 순서이며, 평균종사자수는 1979년 이전이 2,098명으로 가장 많았으며, 1980~1989년 1,015명, 1990~1994년 789명, 2000년 이후 546명, 1995~2000년 386명의 순으로 많이 나타났다. 평균광고비는 2000년 이후가 37.2억원으로 가장 많았으며, 1980~1989년이 21.5억원으로 높게 나타났다.

표 8-1-2 >> 사업체정보별 광고주 광고경기 체감도

		평균광고 경기 체감도			광고경기 전망지수
		2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 (예상)	
기업형태	개인사업체	62	62	64	103.9
	회사법인	69	67	70	104.3
	회사 외 법인	69	71	72	102.8
본사유무	단독사업체	67	68	70	104.2
	공장, 지사, 영업소	70	68	71	103.7
	본사, 본점, 본부	70	68	71	103.9
설립연도	1979년 이전	70	69	72	103.7
	1980 ~ 1989년	69	66	69	101.3
	1990 ~ 1994년	71	69	73	105.9
	1995 ~ 2000년	65	65	67	103.2
	2000년 이후	69	68	72	106.9
전체		69	68	71	103.9

광고주의 광고경기체감도를 100점을 기준으로 살펴보면, 2006년 상반기와 하반기는 각각 69점, 68점으로 평가하였고, 2007년 예상 광고경기는 71점으로 평가하여 2006년 보다는 조금은 나아질 것으로 예상하고 있다. 광고경기전망지수(2006년을 100으로 기준하고 2007년을 예상)도 103.9로 2007년 광고경기는 2006년 보다 3.9% 정도 좋게 예상하고 있는 것으로 나타났다.

표 8-1-3 >> 광고주와 광고회사의 광고경기 체감도

	평균광고 경기 체감도			광고경기 전망지수
	2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 (예상)	
광고회사	51	50	51	102.6
광고주	69	68	71	103.9

광고회사와 광고주의 광고경기체감도를 비교하면, 절대평가 기준인 광고경기체감도는 전반적으로 광고회사가 광고주보다 낮으며, 상대적인 광고경기전망지수는 광고회사가 102.6으로 광고주보다 낮아, 광고주가 광고회사 보다 2007년 광고경기를 좋게 예상하고 있는 것으로 나타났다.

## 8.2. 업종별 광고주 현황

광고주의 업종분류 기준은 방송광고 표준코드를 사용하여 조사하였다.

표 8-2-1 >> 광고주 업종 분류

분류	종류
기초재	농축수산 기초재, 목재 및 제지, 금속, 비금속, 석탄, 석유 및 가스, 전력 및 열, 기초재 기타
식품	제과, 제빵, 아이스크림, 면류, 대용식품, 농산물, 수산물, 축산물, 유제품, 건강식품 등
음료 및 기호식품	기호식품, 비알콜음료, 알콜음료, 음료 및 기호식품, 기타
제약 및 의료	감기약, 근육 및 신경통제, 대사성약, 두피 및 피부용제, 백신, 구충 및 살충제, 순환기관용제, 안과용제, 의료 및 보건기관, 의료기기, 의료용품, 진통제 및 안정제 등
화장품 및 보건용품	가정용 화장품, 구강용품, 남성 화장품, 여성화장품, 모발 및 목욕용제, 방향 화장품, 세제류, 여성 선텐류, 유아동용 화장 및 제지, 화장도구, 화장품 및 보건용품 기타
출판	신문, 출판 기타, 초등학생용 교재, 중고생용 교재, 잡지, 일반용 교재, 유아용 교재, 여가용 S/W, 서적
패션	원사 및 원단, 패션 신변용품, 패션 기타, 캐주얼의류, 정장의류, 유아 및 아동복, 신발류, 스포츠, 전문복, 내의류, 가방류
산업기기	농림축수산물용 기기, 화학기계, 전기관련 기계, 원동기 및 유체기계, 운반기기, 상업 및 공업용 산업기기, 기계부품 및 공구, 금속 가공기계, 건설 및 광산용 기기
정밀기기 및 사무기기	계량기 및 계측기, 정밀기기 및 사무기기, 이광학기기, 시계, 사무기기, 보안기기, 문구류
가정용 전기전자	영상기기, 주방용 전기전자, 음향기기, 가사용 전기전자, 냉방 및 공기청정기, 조명 및 전기소품, 가정용 전기전자, 기타
컴퓨터 및 정보통신	컴퓨터, 컴퓨터 통신장치, 컴퓨터 카드류, 컴퓨터 저장장치, 컴퓨터 전원장치, 통신정보서비스, 통신기기, 컴퓨터 S/W, 컴퓨터 솔루션, 컴퓨터 및 정보통신 기타
수송기기	승용자동차, 해상수송기기, 항공수송기기, 특수자동차, 트럭, 철도차륜, 자전거, 오토바이, 승합차, 수입자동차, 수송기기부품 및 용품, 수송기기 기타
가정용품	가구류, 취미, 레저용품, 주방용품, 완구류, 악기류, 생활잡화 및 기기, 방취 및 방균제, 난방기기, 가정용품 기타, 가정용 인테리어
화학공업	화학제품, 화학공업 기타, 고무 및 플라스틱
건설, 건재 및 부동산	건설, 부동산 임대 및 매매, 건재, 건설, 건재 및 부동산 기타
유통	대형유통, 특수유통, 유통기타, 소형, 소매유통
금융, 보험 및 증권	금융 및 보험, 주식 및 유가증권, 금융, 보험 및 증권 기타
서비스	음식 및 숙박, 전문서비스, 운송, 여행, 스포츠 및 오락시설, 서비스 기타, 물품임대, 문화 및 공연, 광고 및 정보 서비스, 개인서비스
관공서 및 단체	중앙 및 지방 관공서, 단체, 관공서 및 단체 기타
교육 및 복지후생	사회교육, 복지후생기관, 교육기관, 교육 및 복지후생 기타

표 8-2-2 >> 업종별 광고주 광고관련 종사자수 및 평균 광고비

단위 : 개소, %, 명, 백만원

	사업체수	구성비	평균종사자수	평균광고비
기초재	4	0.8	1,991	1,420
식품	37	7.0	1,520	2,861
음료 및 기호식품	13	2.5	767	6,785
제약 및 의료	31	5.9	486	5,394
화장품 및 보건용품	22	4.2	540	1,975
출판	11	2.1	385	2,791
패션	21	4.0	922	6,560
산업기기	8	1.5	1,982	1,384
정밀기기 및 사무기기	9	1.7	588	1,680
가정용 전기전자	17	3.2	4,665	3,116
컴퓨터 및 정보통신	21	4.0	4,109	3,362
수송기기	9	1.7	8,944	19,569
가정용품	14	2.7	918	4,268
화학공업	7	1.3	1,598	2,332
건설, 건재 및 부동산	69	13.1	907	3,396
유통	39	7.4	623	1,915
금융, 보험 및 증권	48	9.1	2,653	3,842
서비스	76	14.5	1,437	2,799
관광서 및 단체	60	11.4	921	259
교육 및 복지후생	72	13.7	548	732
전체	525	100.0	1,322	2,905

광고주 업종별로 광고경기체감도는 2006년 상반기와 하반기 모두 수송기기가 각각 77점 73점으로 가장 높게 나타났으며, 2007년 예상 광고경기체감도는 가정용품이 79점으로 가장 높게 나타났다.

전체 평균을 기준으로 평균보다 높은 업종과 낮은 업종으로 구분하여 보면, 광고경기체감도가 2006년 상반기, 하반기, 2007년 예상 모두 각각의 전체 평균보다 높은 업종은, 정밀기기 및 사무기기, 가정용 전기 전자, 수송기기, 가정용품, 금융·보험 및 증권, 서비스이며,

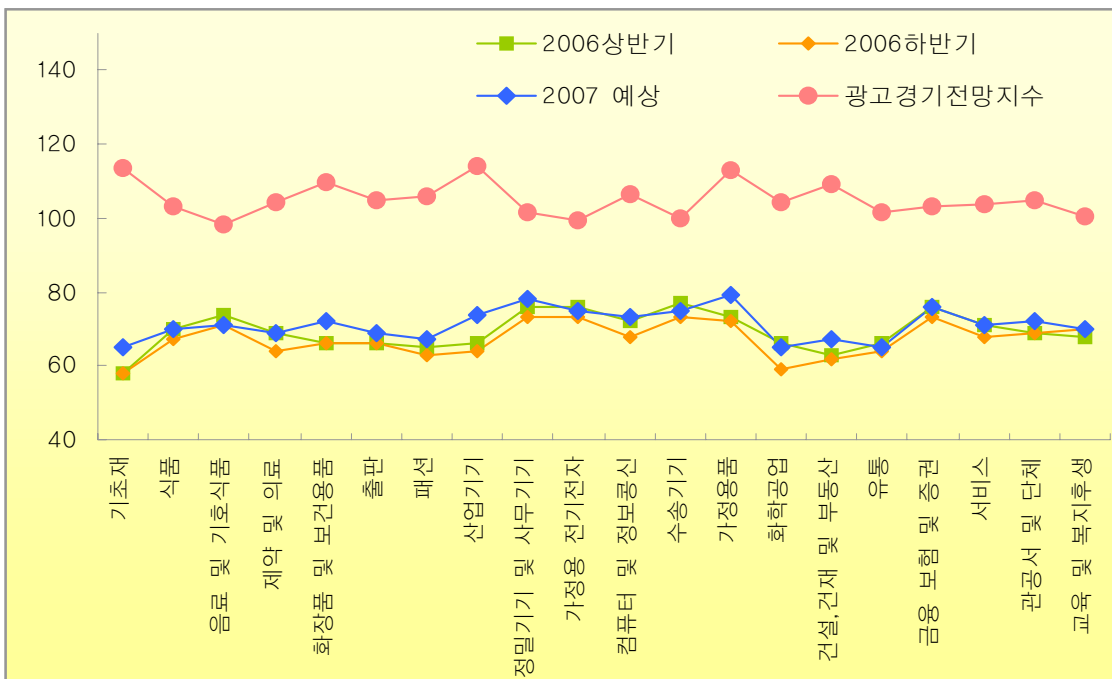
광고경기체감도가 2006년 상반기, 하반기, 2007년 예상 모두 각각의 전체 평균보다 낮은 업종은, 기초재, 화장품 및 보건용품, 출판, 패션, 유통으로 나타났다.

한편, 광고경기전망지수를 업종별로 보면, 산업기기의 전망치가 113.9로 가장 높고, 기초재가 113.5, 패션업 113.1의 순으로 높게 나타났다.

표 8-2-3 >> 업종별 광고주 광고경기체감도

	평균광고 경기 체감도			광고경기 전망지수
	2006년 상반기	2006년 하반기	2007년 (예상)	
기초재	58	58	65	113.5
식품	70	67	70	103.1
음료 및 기호식품	74	71	71	98.4
제약 및 의료	69	64	69	104.4
화장품 및 보건용품	66	66	72	109.9
출판	66	66	69	104.9
패션	65	63	67	106.1
산업기기	66	64	74	113.9
정밀기기 및 사무기기	76	73	78	101.4
가정용 전기전자	76	73	75	99.4
컴퓨터 및 정보통신	72	68	73	106.2
수송기기	77	73	75	100.0
가정용품	73	72	79	113.1
화학공업	66	59	65	104.5
건설, 건재 및 부동산	63	62	67	109.0
유통	66	64	65	101.3
금융, 보험 및 증권	76	73	76	102.9
서비스	71	68	71	103.5
관공서 및 단체	69	69	72	104.9
교육 및 복지후생	68	70	70	100.5
전체	69	68	71	103.9

그림 8-1 >> 광고주 업종별 광고경기 체감도 및 광고경기 전망지수





### 8.3. 광고 집행 현황

광고주의 광고 집행 방법은 크게 광고대행사를 통한 거래와 매체사와의 직접 거래로 나눌 수 있다. 각각의 방법을 통한 광고집행 규모를 살펴보고, 이를 통해 직거래 비율을 파악하고자 하였다.

표 8-3-1 >> 매체별 광고 집행비(합계)

단위 : 백만원, %

매체	광고대행사를 통한 거래	매체사와 직접거래	전체 광고집행비	직거래비율
TV	534,330	8,696	564,326	7.0
라디오	62,109	3,471	68,180	6.6
신문	188,765	23,257	216,822	28.5
잡지	37,822	5,542	43,364	27.0
케이블	68,733	3,197	72,330	13.0
DMB	1,877	20	14,877	6.3
온라인	27,241	2,999	30,240	25.3
모바일	1,881	15	1,896	4.5
옥외	60,862	13,790	77,752	24.5
기타	22,628	6,729	31,157	41.2
전체	1,056,575	68,001	1,159,276	20.0

광고주의 전체 광고집행비는 1조 1,593억원으로 집계되었으며, 이 중 광고대행사를 통한 광고집행비는 1조 566억원이고, 매체사와 직접거래는 680억원으로 집계되었다.

전체 광고 직거래 비율은 20%이며, 매체별로는 신문이 28.5%로 가장 높았고, 잡지가 27.0%, 온라인 25.3%, 옥외 24.5%의 순으로 높게 나타났다.

표 8-3-2 >> 향후 광고 투자 매체

단위 : %

	TV	라디오	신문	잡지	케이블	DMB	온라인	모바일	옥외	기타
전체	49.4	15.3	20.7	10.0	27.1	3.6	42.6	4.8	15.3	4.8

향후 광고비를 더 투자할 것으로 예상하는 매체는 TV가 49.4%로 가장 많았으며, 온라인 42.6%, 케이블 27.1%, 신문 20.7%의 순으로 높게 나타났다.

표 8-3-3 >> 마케팅 비용 지출 현황

단위 : 백만원, %

	마케팅비용	마케팅·리서치	PR(홍보)	SP(판매촉진, 이벤트)	제작(광고물, 팸플릿 등)	CI	기타
전체	401,280	22,171	30,906	89,518	129,330	105,486	23,869
비율	100.0	5.5	7.7	22.3	32.2	26.3	5.9

매체를 통한 광고 외에 지출하는 마케팅 비용은 전체 4,013억원이며, 이 중 제작 1,293억원 32.2%, CI 1,055억원 26.3%, SP 895억원 22.3%, PR 309억원 7.7%, 마케팅·리서치 22억원 5.5%를 차지하는 것으로 나타났다.

# VI

## 비교 분석

### 1. 2005 광고산업통계

광고산업통계는 2004년에 이어 2회째 실시한 조사로써 2004년 기준 2005 광고산업통계 결과와의 비교를 통하여 광고산업의 1년 동안의 광고산업의 변화를 살펴보고자 한다.

#### 1.1. 취급액

##### 1.1.1. 광고업종별 취급액

표 IV-1-1 >> 광고업종별 취급액 비교

단위 : 개소, 백만원

	2004			2005		
	사업체수*	취급액	평균취급액	사업체수*	취급액	평균취급액
광고(종합)대행**	1,768	5,974,388	3,378	1,323 (1,377)	5,466,249 (6,013,765)	4,131 (4,367)
광고제작	1,037	710,198	685	864	779,696	903
서비스***	426	306,793	721	409 (312)	1,097,197 (704,135)	2,686 (2,257)
인쇄	1,656	337,068	204	2,057	366,717	178
온라인****	-	-	-	142	274,892	1,936
기타	2,268	697,593	308	1,961	433,028	221
전 체	5,091	8,026,040	1,577	4,828	8,417,779	1,744

\* 사업체수는 한 사업체가 여러 업종을 동시에 하는 경우도 있어서 사업체수와 구성비 합은 100% 이상임

\*\* 괄호안의 통계수치는 온라인 광고대행·매체대행과 SP를 합산한 광고(종합)대행업 취급액 (2005 광고산업통계조사 기준)

\*\*\* 괄호안의 통계수치는 SP를 제외한 서비스업 취급액 (2005 광고산업통계조사 기준)

\*\*\*\* 온라인 광고업은 2005년 기준 광고산업통계조사에서 분리된 업종으로 2004년에는 광고(종합)대행과 광고제작에 포함되어 있음

2005년 광고산업 전체 4,828개 사업체의 취급액 기준 산업규모는 8조 4,178억원이다. 취급액을 업종별로 구분해 보면 광고(종합)대행이 5조 4,662억원 64.9%로 절대적인 비중을 차지하고 있으며, 그 외 광고제작업, 서비스업, 인쇄, 온라인업, 기타업종이 2조 9,516억원으로 35.1%를 차지하고 있다. 사업체수를 고려하여 비교하면 사업체당 평균취급액은 광고(종합)대행업이 41.3억원으로 가장 높고 서비스업이 26.9억원, 온라인이 19.4억원 순으로 높게 나타났다.

전년도에는 온라인업이 광고(종합)대행업과 광고제작업에 포함되어 있었으나 이번 조사에서는 온라인 관련 광고업을 따로 구분하여 조사하였으므로, 광고(종합)대행의 취급액의 규모를 온라인 대행업의 취급액 규모와 합산하여야 한다.

### 1.1.2. 세부업무별 취급액

표 IV-1-2 >> 세부업무별 취급액

단위 : 개소, 백만원

	2004			2005		
	사업체수	취급액	평균취급액	사업체수	취급액	평균취급액
광고대행·매체대행	1,693	5,860,984	3,463	1,184	5,388,531	4,551
광고기획·전략대행	414	113,405	274	605	77,718	128
<b>광고(종합)대행</b>	1,768	5,974,388	3,379	1,323	5,466,249	4,131
CM·영상·카피·그래픽 제작	808	633,032	783	699	682,240	976
온라인 제작	250	23,975	96	345	30,261	88
광고사진 스튜디오	251	17,237	69	361	14,016	39
CI	440	35,955	82	431	53,179	124
<b>광고 제작</b>	1,037	710,198	685	864	779,696	903
마케팅·리서치	108	15,056	139	192	82,084	427
PR	162	63,808	394	220	116,091	528
SP	186	56,243	302	220	393,062	1,789
이벤트	243	153,288	630	237	440,533	1,861
Space Design	133	18,399	138	213	65,427	307
<b>서비스</b>	426	306,793	721	409	1,097,197	2,686
인쇄	1,632	314,429	193	1,956	312,487	160
제판	439	22,638	52	559	54,231	97
<b>인쇄</b>	1,656	337,068	204	2,057	366,717	178
온라인-광고대행	-	-	-	58	103,054	1,777
온라인-매체대행	-	-	-	20	51,400	2,570
온라인-광고기획·전략대행	-	-	-	16	21,503	1,344
온라인-광고제작	-	-	-	33	34,973	1,060
온라인-기타	-	-	-	35	63,962	1,827
<b>온라인</b>	-	-	-	142	274,892	1,936
광고물 기획·편집	2,156	423,254	196	1,828	365,854	200
기타(장비취급 등)	540	274,339	508	777	67,175	86
<b>기타</b>	2,268	697,593	308	1,961	433,028	221

광고업종을 세부업무별로 구분하면, 사업체수는 인쇄업체가 1,956개로 가장 많고, 광고물 기획·편집이 1,828개, 광고대행 업체가 1,184개 순으로 많이 나타났다.

취급액은 광고대행·매체대행 업무에서 발생하는 취급액이 5조 3,885억원으로 가장 많으며, CM·영상·카피·그래픽 제작 업무 취급액이 6,822억원, 이벤트 업무 취급액이 4,405억원 순으로 많이 나타났다.

### 1.1.3. 매체별 취급액

표 IV-1-3 >> 매체별 취급액 비교

단위 : 개소, 백만원

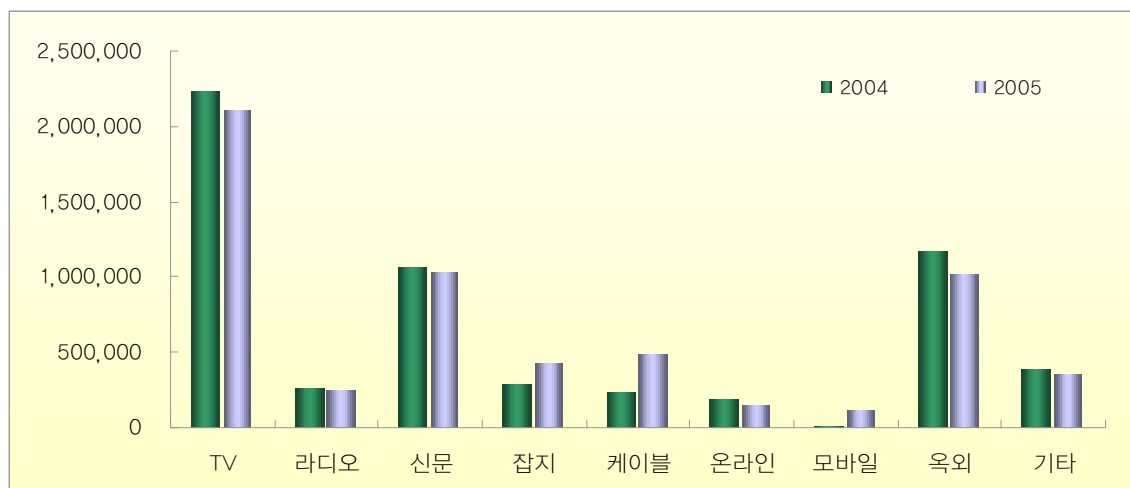
	2004			2005			
	사업체수*	취급액	평균취급액	사업체수*	취급액	평균취급액	
4대 매체	TV	217	2,231,088	10,282	180	2,108,864	11,716
	라디오	220	261,462	1,188	183	249,681	1,364
	신문	772	1,068,775	1,385	762	1,033,725	1,357
	잡지	654	290,132	444	760	423,302	557
4대 매체 계	917	3,851,457	4,200	864	3,815,572	4,416	
뉴 미디어	케이블	556	243,845	438	672	489,742	729
	온라인	534	190,286	356	63	154,454	2,452
	(온라인)**	(685)	(214,260)	(313)	(436)	(305,153)	(700)
	모바일	389	13,740	35	563	113,500	202
	DMB	-	-	-	13	2,843	219
뉴 미디어 계	660	447,870	679	744	760,539	1,022	
(뉴 미디어 계)**	(808)	(471,845)	(584)	(939)	(911,238)	(970)	
옥외	1,040	1,174,260	1,129	1,025	1,013,666	989	
기타	657	387,397	590	702	346,271	493	
전체	1,693	5,860,984	3,463	1,347	5,936,048	4,407	
(전체)**	(1,830)	(5,884,959)	(3,216)	(1,521)	(6,086,746)	(4,002)	

\*사업체수는 한 사업체가 여러 매체를 동시에 취급하는 경우가 있어서 사업체수 합은 전체와 일치하지 않음

\*\*온라인 전문회사의 광고대행·매체대행 취급액과 일반 광고회사의 온라인 취급액 합산(2005 광고산업통계조사 기준)

2005년 광고산업의 매체별 취급액 규모는 5조 9,360억원으로 전년 5조 8,610억원보다 1.3% 증가하였다. 4대 매체 중 TV와 라디오, 신문은 감소하였으나 잡지는 증가하였고, 4대 매체 전체는 2004년 3조 8,515억원에서 2005년 3조 8,156억원으로 0.9% 감소한 것으로 나타났다. 뉴미디어 전체는 4,479억원에서 7,605억원으로 69.8% 증가하였으며, 온라인 취급액을 2005년 광고산업통계조사 기준으로 살펴보면, 온라인전문 광고회사의 광고대행·매체대행 취급액에 일반 광고회사의 온라인 취급액을 합산한 3,052억원으로 전년보다 42.4% 증가한 것으로 나타나고 있다.

그림 IV-1-1 >> 매체별 취급액 비교



## 1.1.4. 지역별 취급액

표 IV-1-4 &gt;&gt; 지역별 취급액 비교

단위 : 개소, 백만원

	2004			2005		
	사업체수	취급액	평균취급액	사업체수	취급액	평균취급액
서울	2,728	7,324,679	2,685	1,987	7,786,506	3919
6대 시	1,131	460,918	408	1,647	413,929	251
9개 도	1,232	240,445	195	1,194	217,345	182
전체	5,091	8,026,040	1,577	4,828	8,417,779	1,744

2005년 서울의 취급액 규모는 7조 7,865억원으로 2004년 7조 3,247억원 보다 6.3% 증가하였으며, 평균 취급액도 26.9억원에서 39.2억원으로 증가하였다.

6대시의 취급액 규모는 2004년 4,609억원에서 4,139억원으로 감소하였으며 평균취급액도 4억원에서 2.5억원으로 감소하였고, 9개도의 취급액 규모는 2004년 2,404억원에서 2,173억원으로 감소하였으며 평균 취급액도 2.0억원에서 1.8억원으로 감소하였다.

서울의 광고 취급액의 비중이 91.3%에서 92.5%로 증가한 것으로 나타났다.

## 1.1.5. 종사자 규모별, 취급액 규모별 취급액

표 IV-1-5 &gt;&gt; 종사자규모별, 취급액 규모별 취급액

단위 : 개소, 백만원

		2004			2005		
		사업체수	취급액	평균취급액	사업체수	취급액	평균취급액
종사자수	1-4인	3,443	635,242	185	3,192	403,570	126
	5-9인	1,089	779,013	715	967	648,246	670
	10-49인	515	2,358,253	4,577	612	2,150,688	3,514
	50-99인	26	806,899	31,067	38	1,254,530	33,014
	100인 이상	18	3,446,634	191,480	19	3,960,745	208,460
취급액	1억원 미만	1,849	74,351	40	2,456	93,100	38
	1-10억원 미만	2,532	857,186	339	1,730	589,068	341
	10-100억원 미만	630	1,489,505	2,363	562	1,482,228	2,637
	100억원 이상	80	5,604,999	70,270	80	6,253,384	78,167
전체		5,091	8,026,040	1,577	4,828	8,417,779	1,744

종사자 규모에 따른 취급액 규모를 살펴보면, 1~4인 사업체의 취급액은 6,352억원에서 4,036억원으로 감소하였으며, 평균 취급액은 1.9억원에서 1.3억원으로 감소하였고, 5~9인 사업체의 취급액은 7,790억원

에서 6,482억원으로 감소하였으며, 평균취급액은 7.2억원에서 6.7억원으로 감소하였다. 10~49인 사업체의 취급액은 2조 3,583억원에서 2조 1,507억원으로 감소하였으며, 평균취급액은 46억원에서 35억원으로 감소하였고, 50~99인 사업체의 취급액은 8,069억원에서 1조 2,545억원으로 증가하였으며, 평균취급액은 311억원에서 330억원으로 증가하였다. 100인 이상 사업체의 취급액은 3조 4,466억원에서 3조 9,607억원으로 증가하였으며, 평균취급액은 1,915억원에서 2,085억원으로 증가하였다. 전반적으로 종사자의 규모가 큰 사업체의 취급액은 증가하고, 규모가 작은 사업체의 취급액은 감소한 것으로 나타났다.

취급액 규모에 따른 취급액의 변화를 살펴보면, 1억원 미만 사업체의 취급액은 744억원에서 931억원으로 증가하였으나, 평균 취급액은 4천만원에서 3천 8백만원으로 감소하였다. 1~10억원 미만 사업체의 취급액은 8,572억원에서 5,891억원으로 감소하였으나, 평균 취급액은 3.39억원에서 3.41억원으로 증가한 것으로 나타났다. 10~100억원 미만 사업체의 취급액은 1조 4,895억원에서 1조 4,822억원으로 감소하였으나, 평균취급액은 236억원에서 264억원으로 증가하였고, 100억원 이상 사업체의 취급액은 5조 6,050억원에서 6조 2,534억원으로 증가하였으며, 평균취급액은 703억원에서 782억원으로 증가하였다.

## 1.2. 종사자

### 1.2.1. 성별, 연령별 종사자수

표 IV-2-1 >> 성별 종사자수 비교

단위 : 명

	2004			2005		
	전체	남자	여자	전체	남자	여자
정규직	24,418	15,831	8,587	26,502	17,389	9,113
비정규직	4,436	1,509	2,927	3,123	1,670	1,453
합 계	28,854	17,340	11,514	29,625	19,059	10,566

2005년 광고산업의 종사자수를 살펴보면 전체 종사자수는 28,854명에서 29,625명으로 증가하였으며, 그중 정규직 종사자는 24,418명에서 26,502명으로 증가하였고, 비정규직 종사자는 4,436명에서 3,313명으로 감소하였다.

그림 IV-2-1 >> 고용형태별 종사자 분포

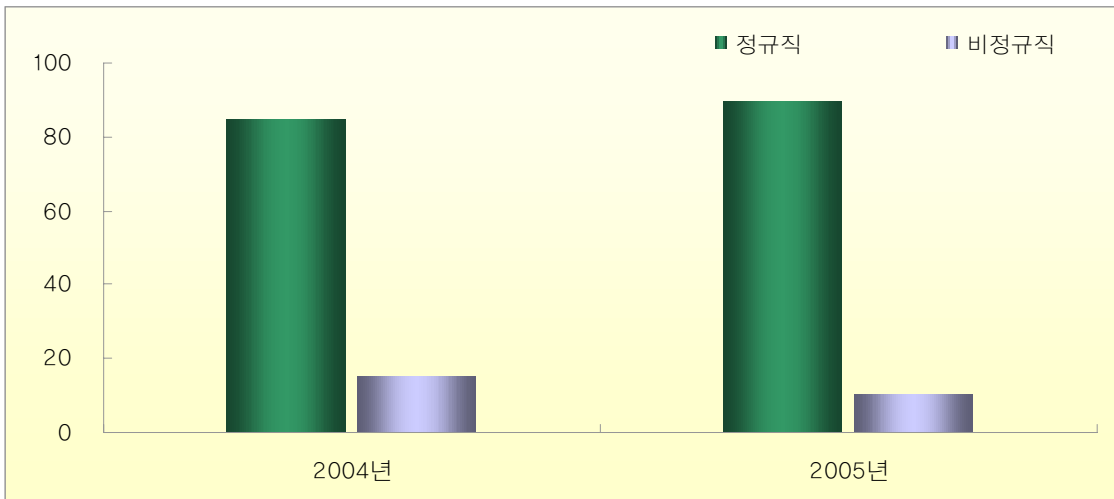
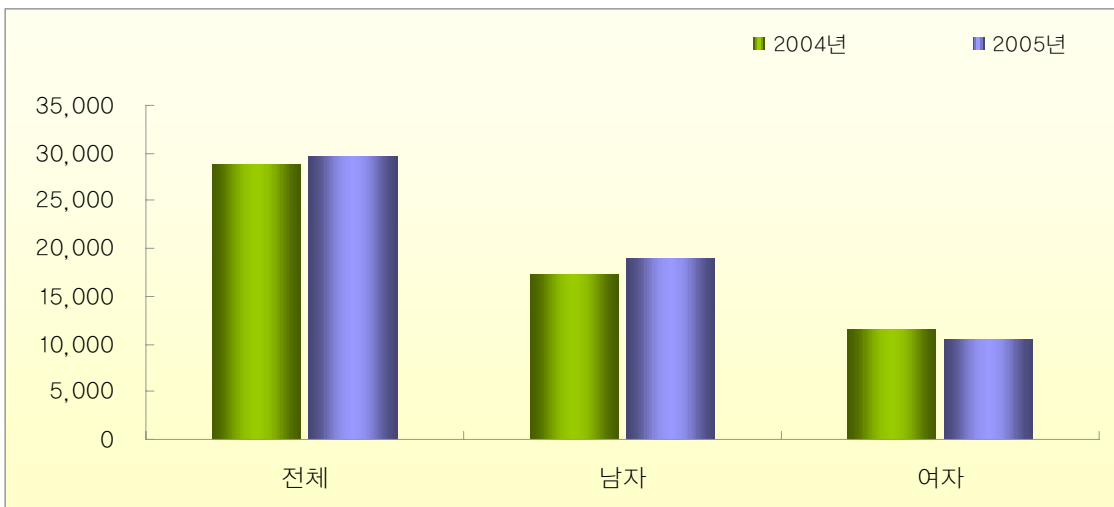


그림 IV-2-2 >> 성별 종사자수



성별에 따른 종사자수를 살펴보면, 남자는 17,340명에서 19,059명으로 증가하였고, 여자는 11,514명에서 10,566명으로 감소한 것으로 나타났다.

표 IV-2-2 >> 연령별 종사자수 비교

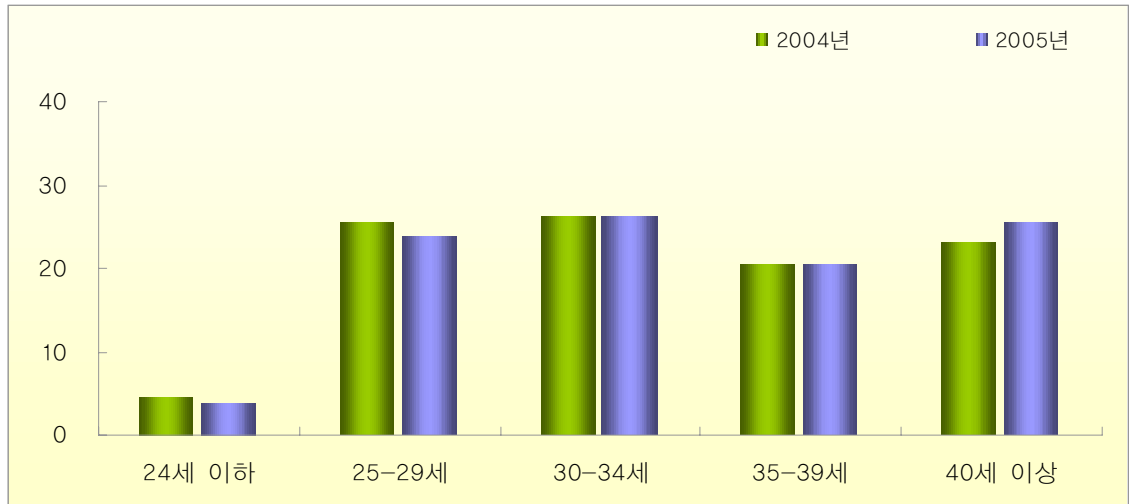
단위 : 명

	2004						2005					
	전체	24세 이하	25-29세	30-34세	35-39세	40세 이상	전체	24세 이하	25-29세	30-34세	35-39세	40세 이상
정규직	24,418	776	5,909	6,447	5,232	6,053	26,502	835	6,085	6,891	5,631	7,060
비정규직	4,436	539	1,478	1,133	667	619	3,123	270	1,005	858	464	526
합 계	28,854	1,316	7,387	7,580	5,899	6,672	29,625	1,105	7,090	7,749	6,095	7,586



광고산업의 연령별 종사자수를 살펴보면, 24세 이하는 1,316명에서 1,105명으로 감소하였으며, 25~29세는 7,387명에서 7,090명으로 감소하였고, 30~34세는 7,580명에서 7,749명으로 증가하였으며, 35~39세는 5,899명에서 6,095명으로 증가하였고, 40세 이상은 6,672명에서 7,586명으로 증가한 것으로 나타났다.

그림 IV-2-3 >> 연령별 종사자 분포



연령별 비중을 살펴보면, 24세 이하는 4.6%에서 3.7%로 감소하였고, 25~29세는 25.6%에서 23.9%로 감소하였고, 30~34세는 2004년 26.3%에서 2005년에는 26.2%로 비슷한 비율로 나타났으며, 35~39세는 20.4%에서 20.6%로 역시 비슷한 비율로 나타났고, 40세 이상은 23.1%에서 25.6%로 증가한 것으로 나타났다.

### 1.2.2. 지역별 종사자수

표 IV-2-3 >> 지역별 종사자수

단위 : 명, 백만원

	2004			2005		
	종사자수	사업체당 평균종사자수	종사자당 평균취급액	종사자수	사업체당 평균종사자수	종사자당 평균취급액
서울	20,612	8	355	20,402	10	382
6대 시	4,883	4	94	5,432	3	76
9개 도	3,359	3	72	3,791	3	57
전체	28,854	6	278	26,502	6	284

지역별 종사자수를 살펴보면, 서울이 20,612명에서 20,402명으로 증가하였으며, 종사자당 취급액은 3.5 억원에서 3.8억원으로 증가하였다. 6대시(부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산)의 종사자수는 4,883명에서 5,432명으로 증가하였고, 종사자당 취급액은 9천 4백만원에서 7천 6백만원으로 감소한 것으로 나타났다.

9개도(경기, 강원, 충북, 충남, 전북, 전남, 경북, 경남, 제주)의 종사자수는 3,359명에서 3,791명으로 증가하였으며, 종사자당 취급액은 7천 2백만원에서 5천 7백만원으로 감소한 것으로 나타났다.

### 1.3. 가치사슬 분류

표 IV-3-1 >> 가치사슬 업종별 취급액 비교

단위 : 개소, 백만원

	2004			2005		
	사업체수*	취급액	평균취급액	사업체수*	취급액	평균취급액
인프라	2,172	2,397,726	1,104	2,721	2,560,863	941
생산	2,833	4,084,547	1,442	2,413	4,406,994	1,826
유통	1,742	6,748,319	3,873	1,262	7,306,728	5,790
서비스	426	2,258,136	5,306	348	4,609,167	13,253
전체	5,091	8,026,040	1,577	4,828	8,417,779	1,744

\* 사업체가 여러 종류의 일을 할 경우 중복 응답한 결과임

가치사슬 업종에 따른 규모를 살펴보면, 인프라는 2,172개 2조 3,077억원에서 2,721개 2조 5,609억원으로 사업체수와 취급액 모두 증가하였으며, 생산은 2,833개 4조 845억원에서 2,413개, 4조 4,070억원으로 사업체수는 감소하고 취급액은 증가하였고, 유통은 1,742개 6조 7,483억원에서 2,413개 7조 3,067억원으로 사업체수는 감소하였으나, 취급액은 증가한 것으로 나타났고, 서비스는 426개 사업체 2조 2,581억원에서 348개 4조 6,092억원으로 사업체수는 감소하였으나 취급액은 증가한 것으로 나타났다.

표 IV-3-2 >> 가치사슬 업종별 종사자 현황

단위 : 명, 백만원

	2004			2005		
	종사자수	사업체당 평균종사자수	종사자당 평균취급액	종사자수	사업체당 평균종사자수	종사자당 평균취급액
인프라	10,365	5	231	13,246	5	193
생산	15,372	5	266	14,565	6	303
유통	15,297	9	441	14,118	11	518
서비스	5,038	12	448	5,563	16	829
전체	28,854	6	278	29,625	6	284

가치사슬 업종에 따른 종사자수 규모를 살펴보면, 인프라 산업의 종사자수는 10,365명에서 13,246명으로 증가하였으며, 종사자당 취급액은 2.3억원에서 1.9억원으로 감소하였고, 생산산업의 종사자수는 15,372명에서 14,565명으로 감소하였으나, 종사자당 취급액은 2.7억원에서 3.0억원으로 증가하였고, 유통산업의 종사자수는 15,297명에서 14,118명으로 종사자수는 감소하였으나, 종사자당 취급액은 4.4억원에서 5.2억

원으로 증가한 것으로 나타났고, 서비스산업은 종사자수는 5,038명에서 5,563명으로 증가하였고, 종사자당 평균 취급액은 4.5억원에서 8.3억원으로 증가한 것으로 나타났다.

## 1.4. 수출 및 수입

표 IV-4-1 >> 수출입 현황

단위:백만원

	수출		수입	
	2004	2005	2004	2005
국경기준	137,204	170,261	11,100+	173,314
국적기준	23,745	9,584	1,445,310	2,347,788

국경기준 수출액은 2004년 1,372억원에서 1,703억원으로 증가하였으며, 수입액은 111억원에서 1,733억원으로 증가한 것으로 나타났다. 2004년의 수입액은 광고제작편수를 기준으로 추정한 수치이며, 2005의 수입액은 광고관련수입액을 조사하여 집계한 결과이다.

국적기준 수출액은 2004년 237억원에서 96억원으로 감소하였으며, 수입액은 2004년 1조 507억원에서 2005년 2조 3,478억원으로 증가한 것으로 나타났다.

표 IV-4-2 >> 국적기준 수출수입

단위:백만원

구분	수출		구분	수입	
	2004	2005		2004	2005
직접수출	23,745	1,393	직접수입	-	87,582
자회사수입 (revenue)	-	8,191	자회사수입 (revenue)	1,050,710	2,260,206
합계	23,745+	9,584+	합계	1,050,710	2,347,788
(기업내거래)	847,837	900,039	(기업내거래)	394,600	148,645

## 1.5. 광고경기 체감도

표 IV-5-1 &gt;&gt; 광고경기체감도 및 광고경기 전망지수

		평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수*		
		2006년 예상	2006년 상반기	2006년 하반기	2006년	2007년	증감
종사자수	1-4인	52	49	48	109.0	101.3	-7.7
	5-9인	59	54	53	114.2	106.2	-8.0
	10-49인	65	61	61	109.6	105.7	-3.9
	50-99인	75	69	66	106.4	98.3	-8.1
	100인 이상	73	65	67	108.2	108.4	0.2
취급액	1억원 미만	49	48	47	109.1	101.0	-8.1
	1-10억원 미만	57	53	53	110.7	105.1	-5.6
	10-100억원 미만	66	60	60	111.9	103.4	-8.5
	100억원 이상	71	66	64	105.2	105.1	-0.1
전 체		55	51	50	110.2	102.6	-7.6

\* 전년도 분기별 취급액 기준으로 가중평균한 광고경기체감도 대비 내년도 예상 광고경기체감도임.  
100을 기준으로 그 이상은 광고경기가 좋아질 것으로 예상하고, 100미만은 광고경기가 나빠질 것으로 예상한다고 해석함.

광고경기체감도를 100점 만점의 점수로 평가한 결과, 2005년에 예상한 2006년 광고경기체감 점수는 55점이었으나, 2006년 상반기는 51점, 하반기는 50점으로 전년도 예상 점수 보다 낮게 나타났다.

광고경기전망지수를 살펴보면, 2006년 예상 2007년 광고경기전망지수는 전체 102.6점으로 2005년 예상 2006년 광고경기전망지수 110.2점 보다 7.6점 감소한 것으로 나타났다.

종사자 규모에 따른 광고경기전망지수 변화를 살펴보면, 100인 이상 사업체에서만 0.2점 증가하였으며, 50~99인 사업체는 8.1점 감소, 5~9인 사업체는 8점 감소, 1~4인 사업체는 7.7점 감소, 10~49인 사업체는 3.9점 감소한 것으로 나타났다.

취급액 규모별로는 100억원 이상 사업체가 0.1점 감소하였으며, 1~10억원 미만 사업체는 5.6점 감소, 1억원 미만 사업체는 8.1점 감소, 10~100억원 미만 사업체는 8.5점 감소한 것으로 나타났다.

2006년 대비 2007년의 광고경기가 2.6% 정도 좋아질 것으로 예상하고 있는 것으로 나타났다.

표 IV-5-2 >> 광고주 업종별 광고경기체감도 비교

	평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수*		
	2006년 예상	2006년 상반기	2006년 하반기	2006년	2007년	증감
기초재	75	58	58	100.8	113.5	12.7
식품	75	70	67	109.3	103.1	-6.2
음료 및 기호식품	73	74	71	108.5	98.4	-10.1
제약 및 의료	71	69	64	111.1	104.4	-6.7
화장품 및 보건용품	72	66	66	102.7	109.9	7.2
출판	78	66	66	111.4	104.8	-6.6
패션	74	65	63	113.4	106.1	-7.3
산업기기	93	66	64	112.3	113.9	1.6
정밀기기 및 사무기기	76	76	73	104.8	101.4	-3.4
가정용 전기전자	74	76	73	107.9	99.4	-8.5
컴퓨터 및 정보통신	76	72	68	106.2	106.2	0.0
수송기기	73	77	73	108.8	100.0	-8.8
가정용품	66	73	72	97.9	113.1	15.2
화학공업	82	66	59	114.8	104.5	-10.3
건설·건재 및 부동산	73	63	62	105.0	109.0	4.0
유통	77	66	64	108.6	101.3	-7.3
금융·보험 및 증권	79	76	73	111.4	102.9	-8.5
서비스	77	71	68	108.5	103.5	-5.0
관공서 및 단체	77	69	69	110.4	104.9	-5.5
교육 및 복지후생	87	68	70	109.6	100.5	-9.1
전 체	75	69	68	108.5	103.9	-4.6

\* 전년도 분기별 취급액 기준으로 가중평균한 광고경기체감도 대비 내년도 예상 광고경기체감도임.  
100을 기준으로 그 이상은 광고경기가 좋아질 것으로 예상하고, 100미만은 광고경기가 나빠질 것으로 예상한다고 해석함.

광고경기체감도를 100점 만점의 점수로 평가한 결과, 2005년에 예상한 2006년 광고경기체감 점수는 75점이었으나, 2006년 상반기는 69점, 하반기는 68점으로 전년도 예상 점수 보다 낮게 나타났다.

광고경기전망지수를 살펴보면, 2006년 예상 2007년 광고경기전망지수는 전체 103.9점으로 2005년 예상 2006년 광고경기전망지수 108.5점 보다 4.6점 감소한 것으로 나타났다.

광고주 업종에 따른 광고경기전망지수 변화를 살펴보면, 가정용품은 15.2점 증가, 기초재는 12.7점 증가, 화장품 및 보건용품은 7.2점 증가, 건설·건재 및 부동산은 4점 증가, 산업기기는 1.6점 증가하였으나, 화학공업은 10.3점 감소, 음료 및 기호식품은 10.1점 감소, 수송기기 8.8점 감소, 가정용 전기전자 8.5점 감소, 금융·보험 및 증권 8.5점 감소 등 광고주 업종 별로 2006년과 2007년에 대한 광고경기 전망이 상이하게 나타나고 있다.

광고주는 2006년 대비 2007년의 광고경기가 3.9% 정도 좋아질 것으로 예상하고 있는 것으로 나타났다.

그림 IV-3 >> 광고주 업종별 광고경기전망지수 비교

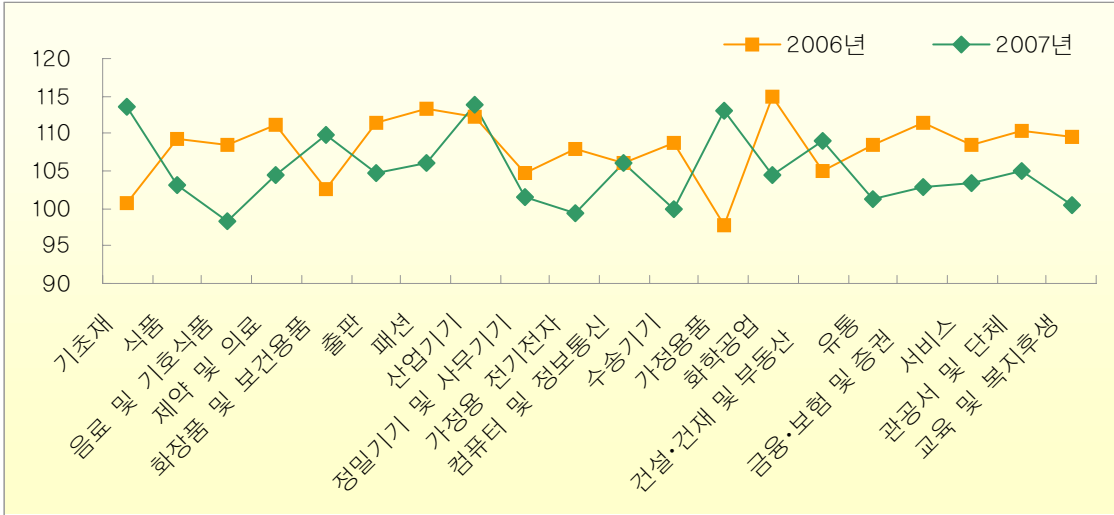


표 IV-5-3 >> 광고주와 광고회사의 광고경기체감도 비교

	광고경기체감도		광고경기전망지수	
	2006년 예상	2007년 예상	2006	2007
광고회사	55	51	110.2	102.6
광고주	75	71	108.5	103.9

# V

## 결론

### 1. 결과요약

2005년 광고산업 전체 4,828개 사업체의 **취급액** 기준 **산업규모**는 8조 4,178억원이다. **취급액**을 **업종별**로 구분해 보면 **광고(종합)대행**이 5조 4,662억원 64.9%로 절대적인 비중을 차지하고 있으며, 그 외 **광고제작업**, **서비스업**, **인쇄**, **온라인업**, **기타업종**이 2조 9,515억원으로 35.1%를 차지하고 있다. **사업체수**를 고려하여 비교하면 **사업체당 평균취급액**은 **광고(종합)대행업**이 41.3억원으로 가장 높고 **서비스업**이 26.9억원, **온라인**이 19.4억원 순으로 높게 나타났다.

**광고업종**을 세부**업무별**로 구분하면, **사업체수**는 **인쇄업체**가 1,956개로 가장 많고, **광고물 기획편집**이 1,828개, **광고대행 업체**가 1,184개 순으로 많이 나타났다. **취급액**은 **광고대행매체대행 업무**에서 발행되는 **취급액**이 5조 3,885억원으로 가장 많으며, **CM/영상카피/그래픽 제작 업무** **취급액**이 6,822억원, **이벤트 업무** **취급액**이 4,405억원 순으로 많이 나타났다.

2005년 **광고산업**의 **매체별 취급액 규모**는 5조 9,360억원으로 전체 **광고시장**의 70.5%를 차지한다. 이중 4대 **매체**(TV, 라디오, 신문, 잡지)의 **금액**은 3조 8,155억원으로 **매체 전체**의 64.3% 비중이며, **뉴미디어**(케이블, 온라인, **모바일**, DMB)는 7,605억원 12.8%, **옥외광고**는 1조 136억원 17.1%의 **구성비**를 나타냈다. **사업체당 평균 취급액**은 TV가 117.2억원으로 매우 높았고, 라디오 13.6억원, 신문 13.6억원 순으로 높게 나타났다.

2005년 **광고산업**의 **취급액 규모**를 **사업체**의 **소재 지역별**로 살펴보면, 전체 **사업체** 중 1,987개, 41.2%가 서울에 소재하고 있으며, 전체 **취급액 규모**의 92.5%인 7조 7,865억원이 서울에서 생산되고 있다. **사업체당 평균 취급액**은 서울이 39억원으로 6대도시 2억원, 9개도 1.8억원보다 절대적으로 높은 것으로 나타났다.

종사자규모별로 살펴보면, 사업체수는 1~4인이 3,192개 66.1%로 가장 많은 비중을 차지하고, 5~9인이 967개 20.0%, 10~49인이 612개 12.7%의 순서로 구성비가 나타났다. 취업액은 100인 이상이 3조 9,607억원 47.1%로 가장 많고, 10~49인 2조 1,506억원 25.6%, 50~99인 1조 2,545억원 14.9%, 5~9인 6,482억원 7.7%의 순서이다. 사업체당 취업액은 50~99인 330.1억원, 100인 이상 2,084억원으로 전체 사업체당 취업액 17.4억원 보다 높게 나타났다.

취급액규모별로 살펴보면, 사업체수 1억원 미만인 2,456개 50.9%로 가장 많은 비중을 차지하고, 1~10억원 미만 1,730개 35.8%, 10~100억 미만 562개 11.6%의 순서이며, 취업액은 100억원 이상이 6조 2,533억원 74.3%로 가장 많고, 10~100억 미만 1조 4,822억원 17.6%, 1~10억원 미만 5890억원 7.0%의 순서로 높게 나타났다.

2005년 기준 광고산업 종사자 29,625명을 고용형태별로 살펴보면, 정규직이 26,502명 89.5%이고, 비정규직이 3,123명 10.5%를 차지한다. 성별로 보면 남자는 19,059명 64.3%, 여자는 10,566명 35.7%로 남자가 1.8배 더 많이 종사하고 있다. 남자는 정규직이 91.2%, 비정규직이 8.8%이고, 여자는 정규직 86.2%, 비정규직 13.8%로 상대적으로 여자의 비정규직 비율이 더 높게 나타났다. 연령별로는 30~34세 종사자가 26.2%로 가장 많으며, 24세 이하가 1,105명 3.7%로 가장 적게 나타났다.

2005년 광고산업의 종사자를 사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 종사자의 68.9%인 2만 402명이 서울에 집중되어 있으며, 6대도시에 5,432명 18.3%, 9대도에 3,791명 12.8%가 분포되어 있다. 사업체당 평균 종사자수는 서울이 10명, 6개 대도시가 3명, 그 외 8개도가 3명으로 서울에 규모가 큰 사업체가 집중되어 있는 것으로 나타났다. 종사자당 평균 취업액은 2.8억원이며 지역별로 구분하여 보면 서울이 3.8억원으로 가장 높고, 6개 대도시가 0.7억원, 그 외 9대도가 0.5억원으로 지역 간의 격차가 큰 것으로 나타났다.

광고업체를 가치사슬 기준으로 분류하면, 인프라산업(인쇄, 제판, 광고사진 스튜디오 등)으로 분류되는 사업체가 2,721개 56.4%를 차지하고 있으며, 생산산업(광고제작업, CM, 영상, 카피, 그래픽, 온라인 제작 등)으로 분류할 수 있는 사업체가 2,413개 50.0%, 유통산업(광고대행·매체대행, 광고기획·전략 대행, 온라인 대행 등)을 하는 사업체는 1,262개 26.1%, 서비스산업(리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design 등)을 하는 사업체는 348개 7.2%가 존재한다.

사업체수를 기준으로 하면 인프라, 생산, 유통 순으로 해당 사업체가 많으며, 취업액을 기준으로 하면, 유통, 서비스, 생산, 인프라 순으로 취업액이 많이 발생하며, 종사자수를 기준으로 하면 생산, 유통, 인프라 순으로 종사자수가 많은 것으로 나타났다.

사업체당 평균취급액은 17.4억원, 사업체당 평균 종사자수 6명, 종사자당 평균 취업액 2.8억원을 기준으로 보면, 서비스, 유통, 생산 산업은 평균보다 높은 수준이며, 인프라는 낮은 수준인 것으로 나타났다.



광고업에서의 수출액, 수입액은 2가지 개념으로 구분할 수 있는데, 국경을 기준으로 한 무역과 광고회사의 국적을 기준으로 한 무역으로 나뉘는데, 한국에 소재하고 있는 광고회사가 외국인 광고주로부터의 취급액인 국경기준 광고업 수출액은 1,703억원이며, 국경기준 수입액은 1,733억 이상으로 집계된다.

광고회사의 국적에 따른 한국국적 광고회사의 해외 판매의 합계인 국적기준 광고업 수출액은 96억원이며, 국적기준 수입액은 2조 3,478억원이다.

광고경기체감도를 100점 만점의 점수로 평가한 결과, 2006년 상반기는 51점, 하반기는 50점으로 비슷한 수준으로 나타났으며, 2007년 예상점수도 51점으로 2006년과 비슷한 수준으로 평가했다. 종사자 규모별, 취급액 규모별로 광고경기체감도를 보면, 대체로 종사자 규모가 클수록, 취급액 규모가 클수록 광고경기체감도 점수가 높아지는 것으로 나타났다.

광고경기전망지수로 나타내면, 광고회사 전체는 102.6점으로 2007년에는 2006년 대비 2.6% 정도 좋아질 것으로 예상했다. 종사자 규모별로는 100인 이상 광고회사가 108.4점으로 가장 높았으며, 취급액 규모별로는 1~10억원 미만 사업체와 100억원 이상 사업체가 105.1점으로 가장 높게 나타났다.

광고주 업종별로 광고경기체감도는 2006년에는 수송기기가, 상반기 77점, 하반기 73점으로 가장 높게 나타났으며, 2007년 예상 광고경기체감도는 가정용품이 79점으로 가장 높게 나타났다.

광고경기전망지수를 업종별로 보면, 산업기기의 전망치가 113.9로 가장 높고, 다음으로 가정용품이 113.1, 화장품 및 보건용품이 109.9 순으로 높게 나타났다.

## 2. 광고연감과 비교

광고산업은 광고주, 광고업체, 매체사로 구성되어 있다. 광고산업통계는 광고업체를 조사대상으로 하여 광고산업규모를 파악하는 조사이고, 제일기획의 광고연감 자료는 매체사를 조사대상으로 하여 광고시장규모를 파악하는 것이 기본적인 차이점이라 할 수 있다. 광고분야의 산업규모와 시장규모를 비교하면 다음과 같다.

### ○ 광고연감 집계방식

TV, 라디오 : 한국방송광고공사 방송사별 신탁액 기준

신문 : 중앙지, 경제지, 스포츠지, 지방지 등 110종 외 무가지, 특수일간지, 대학지 등 신무실 광고시장 조사

잡지 : 여성지, 주간지, 남성지, 멤버쉽지, 학생지, 컴퓨터지, 골프지, 자동차지, 취마레저지, 교양시사지, 기타지 등 2240개 잡지 실 광고시장 조사 추정

- 옥외광고 : 빌보드, 교통, 엔터테인먼트, 옥외제작 등 광고비 추정
- 뉴미디어 : 케이블 TV, 46개 PP사 조사, 온라인 43개 주요 포털 및 9개 미디어웹사, 위성방송 광고비 조사
- 전파제작 : 2005년 광고심의건수 및 업계 제작건수 중심 추정
- 인쇄제작 : 2005년 업계 제작물량 근거 추정
- 기타 : 전화번호부, DM, 유통·전시 조사 추정

표 V-1 >> 광고산업규모와 매체별 광고시장 규모

단위 : 백만원

부문		광고산업통계	광고연감 집계 자료	
매체별	4대매체	TV	2,108,864	2,149,183
		라디오	249,681	268,316
		신문	1,033,725	1,672,400
		잡지	423,302	436,761
		4대매체계	3,815,572	4,526,660
	4대매체 광고제작*		779,696	731,512
	옥외, SP, 기타		1,359,937	735,810
	뉴미디어	케이블TV	489,742	486,800
		온라인	274,892	566,900
		스카이라이프	-	6,200
		모바일	113,500	-
		DMB	2,843	-
	합계		6,836,182	7,053,882
	광고기획·전략대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 기타		1,581,597	-
전체		8,417,779	7,083,882	

\* 광고산업통계는 4대매체 이외의 광고제작 취급액 포함

### 3. 향후과제

광고산업통계조사의 2회째 사업을 마무리하며, 조사기획, 실사, 결과분석, 보고서 작성의 단계를 거치며 나타난 미비점들과 향후 조사 시 개선 방안을 정리하였다.

#### ○ 모집단 관리

광고산업통계조사의 모집단 리스트로 전년도 조사를 통해 확정된 리스트와 통계청 사업체기초통계조사의 리스트를 활용하였으며, 추가로 온라인 광고회사에 대해서는 검색을 통하여 해당 사업체의 리스트를 확보하였다. 그러나 통계청의 분류체계와 광고산업통계조사에서의 광고업의 범위가 달라 리스트를 다시

정리하여 사용하여야 했으며, 온라인 광고 사업체는 기존의 리스트와 중복이 되는 경우와 광고업 이외의 업무를 같이 하는 영세한 사업체가 많아서, 조사 대상을 확정하는 데에 어려움이 있었다.

### ○ 응답률 제고

본 조사는 2회째 조사로 아직은 조사대상자들의 조사에 대한 인지도가 낮으며, 조사대상 업체들의 통계 자체에 대한 불신, 사업체의 비밀유지, 광고산업에 대한 인식부족, 정부기관 업무에 대한 비협조, 유사조사 중복에 따른 응답자 부담 증가, 업무 바쁨 등으로 조사가 모두 이루어지지 않는 못했다. 결과적으로, 산업규모 산출시에는 응답을 얻지 못한 부분에 대하여 활용가능한 정보들을 이용한 통계적 추정작업으로 보완을 하였으나, 전수조사의 목적인 광고업체 전체에 대한 기본 현황 파악은 제대로 이루어지지 못했다. 향후 전수조사의 목적을 이루어 비용대비 효율성을 높이기 위해서는 통계에 대한 신뢰도 확보와 유관기관과의 협조를 통해 응답률을 제고해야 한다.

### ○ 조사표 업그레이드

광고산업통계조사를 진행하면서 나타난 조사표상의 문제점은 다음과 같다.

첫째, 광고산업을 분류하는데 있어서 온라인업을 구분하여 조사하였으나, 온라인전문업체와 기존 광고회사의 온라인 사업부 여부에 대해 조사대상자들이 구분하여 인식하지 않고 있었으며, 조사 항목에 있어서도, 광고제작 취급액 부분에 온라인 제작 취급액 부분이 포함되어 있어 온라인업의 광고제작 취급과 혼동하는 경우가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 광고대행/매체대행의 옥외 광고와 서비스업의 SP의 취급액을 구분하여 집계하였으나, 광고(종합)대행업의 옥외 부분 취급액이 SP의 취급액으로 집계된 것으로 나타났다. 따라서, 향후 조사표에서는 광고(종합)대행업의 옥외 부분을 따로 분리하여 집계할 수 있도록 조사표의 구성 보완이 필요하다.

### ○ 기존자료 활용방안 연구

TV와 라디오에 대한 방송광고는 이미 실제값이 광고대행사별로 집계되고 있다. 그러므로 모집단 관리 시 TV와 라디오 광고를 대행하는 업체의 리스트는 분리해서 별도로 관리하고 이들 광고업체는 통계조사 시 TV와 라디오를 제외한 매체들에 대해서만 내용을 파악하여 시간과 경비를 절감하고 조사오차도 줄이도록 한다. 또한, 신문과 잡지에 대한 인쇄매체 통계는 모니터링 집계자료가 제공되고 있다. TV와 라디오 통계에 비하여 정확도는 떨어지지만 광고주별로 브랜드 마다 구분되어 방대한 양의 자료가 제공되므로 이를 적극적으로 활용할 수 있는 방법을 모색해야 할 것이다.

## 별첨 : 용어해설

### ※ 광고업종 구분

#### 종합광고회사(Full Service Agency)

광고에 관하여 풀 서비스를 제공하는 광고회사. 즉, 광고기획·제작·매체서비스·판매촉진·이벤트·시장조사 등 광고관련 서비스를 전반적으로 제공하는 광고 대행사.

#### ① 광고(종합)대행

##### 광고대행(Advertising Agency)

광고주를 대신하여서 효과적인 광고물을 기획하고 이에 따라 효과적인 광고물을 제작하며, 제작된 광고물을 전달할 적절한 매체와 접촉하여 매체집행을 하는 것을 전문으로 하는 기업조직체.

##### 매체대행(Media Agency)

광고주나 광고대행사를 대신하여 광고지면이나 광고시간을 구입해 주는 업무를 하는 회사.

##### 광고 기획·전략(Advertising Plan/Strategy)

적정한 광고메시지를 적절한 매체를 통해 적정 청중들에게 전달하기 위한 광고활동을 계획하거나, 카피, 매체 등 종합적인 광고캠페인의 기본방향을 수립하고 광고기획의 평가, 광고목표의 수립, 광고예산의 설정, 광고메시지의 고안, 광고매체 계획, 통합적 마케팅 커뮤니케이션 등의 업무 수행.

#### ② 광고제작

##### CM·영상·카피·그래픽 제작

- CM(Commercial message): 민간 TV, 라디오 방송 중에서 행해지는 광고의 총칭. 모든 광고 메시지를 통틀어서 가리킨다. 인쇄 매체나 영상 매체 포함.
- 카피(Copy): 광고물의 언어로 된 부분으로 표제, 부제, 본문, 슬로건 등을 포함한 광고 원고. 넓은 의미로는 광고물 자체를 지칭하기도 함.
- 컴퓨터그래픽스(Computer Graphics): 광고의 시각효과를 위하여 컴퓨터를 이용한 그래픽.
- 그래픽(Graphics): 판화나 그림 등과 같이 광고에 사용되는 시각적 요소.

## 온라인 제작

배너(Banner), 이벤트페이지, 웹 사이트 등 각종 온라인 광고물을 제작.

## 광고사진 스튜디오

광고를 목적으로 제작된 사진 촬영. 신문, 잡지, 포스터 광고 촬영 및 카탈로그 촬영.

## CI(corporate identity : 기업정체성)

특정 기업을 인지시키는 것. 기업은 소비자로부터 신뢰와 호감을 얻기 위하여 항상 일관되고 통일된 이미지를 깊게 심어야 한다. CI를 확립하기 위해, 상징, 마크, 로고타이프, 기업 컬러 등에 의해 시각적인 표지를 통일 시키는 방법이 사용되고 있다. 또한 최근에는 기업 활동의 여러 가지 산출물, 즉 제품이나 기업건물, 운반차량, 종업원의 복장, 봉투 등 여러 가지 광고에 통일된 기업 이념을 반영하는 것으로 기업이 대중으로부터 인정받게 하는 방법을 쓰고 있다.

## ③ 서비스

### 마케팅 · 리서치(Marketing · Research)

- 마케팅 계획(Marketing Plan) : 기업의 경쟁적 우위를 확보하기 위하여 시장세분화, 표적시장 선정, 위상정립, 마케팅 믹스 등의 활동을 종합적으로 계획.
- 마케팅 조사(Marketing Research) : 마케팅 상의 문제점과 기회 발견, 또는 마케팅 활동의 기획, 수정 및 평가를 위해 내부 및 외부 정보를 체계적으로 수립, 분석하는 활동.
- 마케팅 커뮤니케이션(Marketing Communication) : 교환을 촉진하기 위해 행하는 커뮤니케이션활동으로서 대인판매, 판매촉진, PR, 직접 판매 등의 활동.
- 마케팅 믹스(Marketing Mix) : 표적 시장에서 기업이 기대하는 마케팅 목표를 달성하기 위하여 통제가능한 마케팅 요소들을 배합하는 업무. 가장 일반적인 요소로는 가격(Price), 제품(Product), 촉진(Promotion), 유통(Place)이 있음.

### PR(Public Relations Agency)

조직이나 개인이 자신이나 그들의 제품 또는 서비스에 대한 공중의 이해와 호감을 얻고자 행하는 여러가지 활동의 업무를 전문으로 행하는 대행사. 홍보, PR, 행사 기획, 홍보물 제작 등.

### SP(Sales Promotion)

판매촉진 서비스를 제공하는 판매회사. 신문 잡지 광고나 TV, 라디오의 경우처럼 매스컴 매체에 하는 광고가 아니라 판매에 직결한 광고의 총칭. DM 광고, 프리미엄, 견본배포, 노벨티, 콘테스트, 판매경로에 대한 딜(deal), 카탈로그, 팜플렛, 쇼, 소비자의 그룹화, 소비자교육, 판매접계열화, 판매점지도, 이 밖에 유사한 분야의 것을 담당. 지역이 한정된 옥외 광고(고속철, 지하철, 버스 등), 영화 광고, 소매

점의 점두에서 하는 POP 광고 취급.

### 이벤트(Event)

판매 촉진을 위한 행사 기획·연출·제작·설계

### 스페이스 디자인(Space Design)

전시 기획 및 제작, 전시 설치물 제작·관리, 인테리어 설계 및 시공.

## ④ 인쇄

### 인쇄(Printing)

브로슈어, 카탈로그, 리프렛 전단 및 원색 인쇄물, 책자, 포장물과 사보 제작·편집

### 제판(Engraving)

제판, 출력, 사진제판, 필름출력·제작 등의 사진, 인쇄, 제판 관련 서비스.

## ⑤ 온라인

### 광고대행(Advertising Agency)

광고주를 대신하여서 효과적인 광고물을 기획하고 이에 따라 효과적인 광고물을 제작하며, 제작된 광고물을 전달하기 위해 매체와 접촉하여 집행하는 것을 전문으로 하는 기업조직체.

### 매체대행(Media Agency)

광고주나 광고대행사를 대신하여 온라인 광고 지면을 구입해 주는 업무를 하는 회사.

### 광고 기획·전략(Advertising Plan/Strategy)

광고메시지를 온라인을 통해 적정 청중들에게 전달하기 위한 광고활동을 계획하거나, 종합적인 광고캠페인의 기본방향을 수립하고 광고기획의 평가, 광고목표의 수립, 광고예산의 설정, 광고메시지의 고안, 통합적 마케팅 커뮤니케이션 등의 업무 수행.

### 광고 제작

배너(Banner), 이벤트페이지, 웹 사이트 등 각종 온라인 광고물을 제작.

## ⑥ 기타

### 광고물 기획·편집(Editing)

영상 또는 인쇄 광고물 편집

### 기타

전산장비 유지 보수, 편집 장비 취급, 슬라이드 대여 등의 장비 취급 업무.

## ※ 종사자 직종 구분

### AE (Account Executive)

어카운트 레프리젠티티브, 어카운트 서비스-레프리젠티티브, 콘택트 맨 등으로 불리기도 하며, 광고주에 대한 광고 회사 측의 대표자를 의미하는 데, 광고회사의 실질적인 업무의 핵심이다. 따라서 광고주 기업 및 그 기업이 속해있는 산업, 상품에 대해 정통해야 하는 것은 물론, 광고회사 내부에서 계획을 작성, 실시하기 위해서는 마케팅이나 광고에 대한 지식도 충분히 갖추고 있어야 한다. 또 광고회사내의 각 분야의 전문 스텝을 잘 다루고 활용할 수 있는 능력도 갖추고 있어야 한다.

### 디자이너(Designer)

디자인을 직업으로 삼는 사람, 또는 디자인 전문가를 뜻함. 직능에 따라 그래픽 디자이너, 프로덕트 디자이너, 패션 디자이너 등이 있다. 광고의 크리에이티비티는 본래 그래픽 디자이너의 일에 속하는데 광고의 시각 효과, 매력, 캐릭터 등은 뛰어난 디자이너의 재능에 관계된다. 그러므로 각 기업, 광고회사, 프로덕션, 매체사에서도 이 분야의 토탈트 발굴에 주력하고 있고, 사회적 지위나 대우도 예전에 비하면 월등히 높아지고 있다. 이러한 상황에서 디자이너 지망 인구도 눈에 띄게 증가하여 양성기관도 붐을 이루고 있다.

### CW(Copy-writer)

광고 카피를 쓰는 사람, 아트디렉터, 디자이너, 일러스트레이터 등과 협력하여 광고를 만드는 문장 담당의 전문가이다. 카피라이터는 단순히 광고 문안만을 작성하는 것이 아니라 아트디렉터, 디자이너, 일러스트레이터 등과 협력하여 광고 아이디어를 내고 표현전략까지도 고안해야 하므로 디자인 감각과 마케팅 감각을 모두 갖추어야 한다. 광고문은 크게 인쇄광고와 전파광고로 나누어지는 데 협의의 카피라이터란 인쇄광고의 문안을 만드는 사람이다. 그리고 전파광고의 문안을 작성하는 사람을 CM라이터 혹은 커머셜 라이터라 한다. 그러나 광의로는 양자를 모두 합하여 카피라이터라고 한다.

### PD(Producer)

영화, 연극, 라디오, TV 등의 프로그램을 기획, 입안에서부터 완성까지의 책임을 맡은 사람을 말한다. 프로듀서의 임무는 기획을 하고 스크립터와 연출가를 결정하는 일이다. 그 뒤에 연출가와 협의하여 배우, 작곡가, 미술, 디자이너 등 작품 제작에 필요한 스태프나 출연자를 선정하고 그 뒤 제작 스케줄을 결정하고제작 예산을 수립한다. 이러한 임무 중에서 가장 중요한 것은 작품의 질을 높이는 것이다. 엄밀히 말하면영화, 연극, 방송 분야의 프로듀서의 역할은 차이가 있지만 작품전체의 책임을 갖는 점은 모두 같다.

### 매체(Media)

- ① 메시지를 담아서 수용자들에게 보내는 용기. 예를 들어 신문, 잡지, 서적, 라디오, TV,
- ② 용기의 운반체인 음파, 전차, 광파
- ③ 메시지의 유통 통로나 네트워크
- ④ 신문사, 방송구 등의 언론기관을 말한다.

그러나 일반적으로는 메시지의 용기인 신문, 잡지, 라디오, TV 등을 의미한다. 광고대행사에서 매체를관리하는 사람은 광고매체를 보다 효과적으로 활용하기 위해 계획, 실시, 조사하는 사람을 의미함.

### SP(Sales Promotion)

기업 마케팅 활동의 일환으로 전개하는 갖가지 판매촉진의 수단과 행위를 의미하며, SP미디어란 SP활동의 구체적 수단으로서 불특정 다수의 공중을 대상으로 옥내외의 특정한 장소에서 일정기간 계속해서 시각적 자극을 주는 광고물을 총칭한다. 현실적으로, 기업체의 마케팅부서나 광고대행사에서는 4대매체(TV, 라디오, 신문, 잡지)를 제외한 모든 여타 매체를 SP미디어로 분류하고 있으며, 그 중에서도 주로 옥외광고를 주요 대상으로 삼고 있다.

### PR(Promotion)

넓은 의미로는 광고, PR, 판매원에 의한 판매 등의 판촉 방법을 포함한 일련의 활동을 말한다. 프로모션은 그 대상에 따라 ① 판매업자에게 하는 딜러 프로모션과 ②소비자에게 작용하는 컨슈머 프로모션이 있다.

### 마케팅조사(Marketing Research)

상품이나 서비스의 판매 촉진을 위해 사용될 자료를 체계적으로 수집하여 분석하는 것. 체계적인 사실구명을 통해 이루어지는 마케팅 조사는 특정한 문제에 따라 달리 진행되며, 개별 사안에 대하여 프로젝트별로 진행되는 경우가 많다.

### 인터랙티브 (Interactive)

인터랙티브 기능(Interactive function)이란 직역하면 상호작용 기능으로 쌍방향 통신을 뜻한다. 뉴미디어



---

디어 분야에서는 정보미디어와 대화를 하면서 이용할 수 있는 기능을 말한다. 쌍방향 TV나 방송응답 서비스가 이에 해당된다. 이러한 인터랙티브(Interactive)' 기능을 기반으로 하는 인터넷 광고를 의미한다. 인터넷광고는 기존의 인쇄광고나 전파광고와는 달리 얼마나 많은 사람이 광고를 보았는지 알 수 있으며, 고객의프로파일을 파악할 수 있으므로 고객과의 다각적인 접촉이 가능하다.


### 전사(Transferring)

도자기, 유리그릇, 금속제품, 목공제품, 포지 등의 면에 문양이나 상표 등을 인쇄하기 위해 미리 전사지에 인쇄해서 기물에 베기는 인쇄법, 또는 평판 인쇄, 그라비아 인쇄, 동판 인쇄 등에서 제판과정의 한 기법을 가리키기도 한다.

### 관리(Management)

일정한 목적을 효과적으로 실현하기 위하여 인적·물적 여러 요소를 적절히 결합하여 그 운영을 지도·조정하는 기능 또는 그 작용.

## 별첨 : 광고업체용 설문지

 승인번호 제11309호	2005년 기준 <h1 style="margin: 0;">광고산업통계조사</h1>
---	--

본 조사는 광고산업의 전체 시장규모와 경제적 가치를 분석하고 광고관련 통계정보들을 체계적으로 관리하여 향후 광고산업의 정책수립과 관련사업체 지원에 필요한 기초자료를 제공함으로써 광고산업의 발전과 경쟁력강화에 기여하고자 실시하는 조사입니다.

조사표 작성 기준은 2005년 결산 기준이며 조사기간은 8월 11일 ~ 9월 11일입니다. 금번 조사결과는 12월에 공표될 예정이므로 참고하시어 향후 귀사에 유용한 업무정보로 활용하시기 바랍니다. 귀사에서 **응답하신 내용은 통계법 제13조 '비밀보호 원칙'에 따라 통계처리에만 사용되며 임의로 공개되지 않음을 약속드립니다.** 본 조사에 협조해 주셔서 감사합니다.

2006. 8.

주관 : 문화관광부, 한국방송광고공사

### 1. 일반적인 현황 (2005년 말 기준)

#### 1. 사업체 정보

사업체 명(국문)		홈페이지 URL	http://
전화번호	( ) -	팩스번호	( ) -
주소	□□□-□□□		
사업자등록번호	- -	설립일자	
법인등록번호	-	벤처기업 지정 여부	① 대상 ② 비대상
자본금	백만 원		
기업형태	① 개인사업체 ② 회사법인(주식, 유한, 합자, 합명회사) ③ 회사의 법인		
본사유무	① 단독사업체 ② 공장, 지사(점), 영업소 ③ 본사, 본점, 본부		

#### 2. 응답자 정보

부서명		성명	
전화번호/팩스번호	/	이메일 주소	

#### 3. 대표자 정보

대표자 성명		출생년도	
최종학력	① 고졸이하 ② 전문대졸(2·3년제) ③ 대졸 ④ 대학원졸 이상	경영형태	① 창업 ② 동업 ③ 기업계승 ④ 기업인수 ⑤ 전문경영인 ⑥ 기타

조사원 성명		조사일자	
--------	--	------	--

☎ 조사표 관련 문의: 서울특별시 강남구 역삼동 718-31 동천빌딩 서울마케팅리서치

천주은 과장, 김봉숙 대리 전화: 02-564-1210 팩스: 02-562-5969 / 02-555-0830

## II. 사업체 현황 (2005년 말 기준)

1. 사업체의 해당 업종에 '○ 또는 √' 표시 해주시기 바랍니다.(중복가능)

① 광고대행 (광고대행/매체대행/ 광고기획·전략 대행)	② 광고제작 (CM/영상/카피/그래픽/ 광고사진/CI)	③ 서비스 (리서치/PR/SP/이벤트/ Space Design)	④ 인쇄 (인쇄/제판)	⑤ 온라인※ (온라인 광고대행/매체대행/ 광고기획·전략 행/제작대행)		⑥ 기타 (광고물 기획·편집/ 장비취급 등)
				온라인전문업체	온라인사업부	

※ ⑤ 온라인 전문 업체이거나 온라인 사업부를 별도로 운영하는 기업의 경우 기입

1-1. 위에서 ①광고대행 업종에 표시한 경우 해당하는 세부 업무의 매출액을 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

① 광고대행(단위 : 백만 원)										
광고대행	전체	TV	라디오	신문	잡지	케이블	모바일	옥외	DMB	기타
매체대행	전체	TV	라디오	신문	잡지	케이블	모바일	옥외	DMB	기타
광고 기획· 전략 대행										

1-2. 위에서 ②광고제작 업종에 표시한 경우 해당하는 세부 업무의 매출액 또는 제작편수를 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

	② 광고제작(단위: 백만 원)		광고제작 (단위: 제작편수)
	매 출 액	외주 및 원자재구입 비용**	CF , CM 등
CM·영상·카피·그래픽 제작			
온라인 제작			
광고사진 스튜디오			
CI			

\*\* 정확한 비용대신 매출액 대비 수익성(%)으로 표시가능

1-3. 위에서 ③서비스 업종에 표시한 경우 해당하는 세부 업무의 매출액을 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

③ 서비스(단위 : 백만 원)						
마케팅·리서치						
PR						
SP						
이벤트						
Space Design						

1-4. 위에서 ④인쇄 업종에 표시한 경우 해당하는 세부 업무의 매출액을 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

④ 인쇄 (단위 : 백만 원)	
인쇄	
제판	

1-5. 위에서 ⑤온라인 업종에 표시한 경우 해당하는 세부 업무의 매출액을 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

(※ 온라인 전문 업체이거나 온라인 사업부를 별도로 운영하는 기업의 경우 기입)

⑤ 온라인 업종 (단위 : 백만 원)	
광고대행	
매체대행	
광고기획 전략대행	
광고제작	
기타	

1-6. 위에서 ⑥기타 업종에 표시한 경우 해당하는 세부 업무의 매출액을 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

⑥ 기타(단위: 백만 원)	
광고물 기획·편집	
기타(장비취급 등)	

※ 전체 매출액(①+②+③+④+⑤+⑥)	백만 원
-----------------------	------

2. 귀사에서 사용하고 있는 사무실의 규모를 기입해 주시기 바랍니다.

사무실 규모 (단위: 평)	평
----------------	---

3. 기술보유율 -소프트웨어 부문 (유: ○, 무: ×)

(항목점검)	사내 IT 인프라		시청률 자료	KADD 광고량 데이터	베이스스 넷	매체계획 시스템	광고물 DB	마케팅 정보 DB	관련 논문 DB	기타
	인트라넷	KMS								
유 무 (유:○, 무:×)										

\* 기타 일 경우 세부 내용도 적어 주세요.

3-1. 기술보유율 - 제작 /편집 장비 (유: ○, 무: ×)

(항목점검)	촬영 장비			편집 장비				기타
	촬영용 카메라	조명 장비	촬영용 특수 장비	편집기	2D 장비	3D 장비	녹음실 장비	
유 무 (유:○, 무:×)								

\* 기타 일 경우 세부 내용도 적어 주세요.

Ⅲ. 고용 현황 (2005년 말 기준)

1. 전체 종사자수(외국인포함, 단위 : 명)

① 정규직 (1년 이상 고용되어 계속 정규직으로 일하는 종사자, 자영업자·무급가족종사자도 포함)	명
② 비정규직 (1년 미만 계약된 근로자, 파견직, 일용직, 파트타임, 훈련생 등)	명
합계(①+②) = 전체 종사자수	명

2. 성별 종사자수 (단위 : 명)

구 분	남 자	여 자	합 계
① 정 규 직			
② 비정규직			
합 계			

3. 연령별 종사자수 (단위: 명)

구 분	24세 이하	25-29세	30-34세	35-39세	40세 이상	합계
① 정 규 직						
② 비정규직						
합 계						

4. 학력별 종사자수 (단위: 명)

구 분	고졸 이하	전문대졸 (3년제 포함)	대졸	대학원졸 이상	합계
① 정 규 직					
② 비정규직					
합 계					

5. 직급별/직종별 종사자수 (단위: 명)

구 분	AE	디자 이너	CW	PD	매체	SP	PR	마케팅 조사	인터 랙티브	전사	관리	합계
임 원												
국장/부장												
차장/대리												
사 원												
합 계												

6. 외국인 종사자수 (단위: 명)

※ 전체 종사자 중 외국인에 대해서만 다시 구분 기입해 주십시오.

구 분	AE	디자 이너	CW	PD	매체	SP	PR	마케팅 조사	인터 랙티브	전사	관리	합계
정규직												
비정규직												
합 계												

7. 직원 교육 현황

구 분	교육인원 (1년 기준)	국 내						국 외		
		사 내	외 부					세미나 /컨퍼 런스	대학기관	기 타 업 체 (연 수)
			대학기관	광고공사	시설교육 전문기관	공공기관	온라인 교 육			
참 여 인 원 (명)										

8. 2005년/2006년 상반기 채용규모 (단위: 명)

	신입사원		경력사원		계
	정규직	비정규직	정규직	비정규직	
2005년 말 기준, 전체 채용 규모					
2006년 상반기 채용 규모					

8-1. 현재 인력수준에 대한 의견은? (해당 번호에 ○ 또는, √표 해주시기 바랍니다.)

① 매우 부족하다	② 부족하다	③ 보통이다	④ 많다	⑤ 충분히 많다

8-2. 향후 인력 예상 채용 규모

2006년 하반기	총 (        명)	신입 (        명)	경력 (        명)
2007년	총 (        명)	신입 (        명)	경력 (        명)

8-3. 향후 인력 채용시 신입 사원 채용의 경우 선호 전공계열에 ‘○’ 표시 해주시기 바랍니다(중복가능).

① 인문사회 계열	② 상경계열	③ 어문계열	④ 법학계열	⑤ 공과계열	⑥ 자연계열	⑦ 예체능 계열	⑧ 기타계열

#### IV. 해 외 거 래 현 황 (2005년 말 기준)

※ 기입란이 부족할 경우 동일 조사표를 복사하여 첨부해 주시기 바랍니다

1. 귀사의 외국인 투자 비율에 따라 투자회사명, 등록일, 투자비율 등을 기입해 주시기 바랍니다.

구분	해당여부 표시	세부 내용 (해당될 경우)		
		투자 회사명		등록 년 월 일
100% 투자회사				
합작회사		투자 회사명	등록 년 월 일	투자 비율(%)

2. 귀사의 해외지사 및 사무소를 모두 기입하여 주시기 바랍니다.

현지법인 및 지사명	국가	인 원 (명)		자본규모 (천 달러)	주요업무(중복가능)				
		한국인	외국인		광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
전체	개	명	명	천 달러	공란				

3. 해외 광고 회사와의 업무제휴 내용을 모두 기입하여 주시기 바랍니다.

제휴 회사명	국 가	시 기 (년 월)	주요업무(중복가능)				
			광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
전체	개		공란				



4. 해외 광고 취급 현황을 모두 기입하여 주시기 바랍니다.

거래 국가	거래 광고주 현황		취급액(천 달러)	주요업무(중복가능)				
				광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
	국내회사							
	외국회사							
	국내회사							
	외국회사							
	국내회사							
	외국회사							
	국내회사							
	외국회사							
	국내회사							
	외국회사							
전체	국내회사	개	총 천 달러	공란				
	외국회사	개						

5. 귀사에서 광고관련 사업을 수행하면서 물품 수입을 비롯하여 광고서비스/제작에 관련되어 해외에서 지불한 금액이 1년에 총 얼마나 되는지 기입하여 주시기 바랍니다(2005년 말 기준).

총 수입 금액	광고 관련 해외 지불금액			
	해외촬영	광고제작물, CF	기자재, 원자재	기타 서비스

## V. 주 요 고 객 현 황 (2005년 말 기준)

### 1. 국내 및 외국계 광고주

구분	전체	구분	
		국내 광고주	외국 광고주
거래 광고주(개)			
매출액(백만 원)			

2. 귀사의 주요 고객(광고주)을 광고 매출액 기준으로 5순위까지 구분한 후, 해당 광고주의 광고매출액을 기입하여 주시기 바랍니다.(단위 : 백만 원)

순위	광고주명 (기업명)	브랜드	전체 매출	거래 지속 기간(개월)
1				
2				
3				
4				
5				

### 3. 고객유치 실적


구분	신규	이탈
거래 광고주(개)		
매출액 (백만 원)		

## VI. 광 고 경 기 체 감 도

※ 귀하가 생각하시는 광고경기에 대하여 100점 만점의 점수로 평가해 주시기 바랍니다.

2006년 상반기	점	2006년 하반기(예상)	점	2007년(예상)	점
-----------	---	---------------	---	-----------	---

## 별첨 : 광고주용 설문지

 <p style="text-align: center;">승인번호 제11309호</p>	<p>2005년 기준</p> <h1 style="margin: 0;">광고 산업 통계 조사</h1>
---	---

본 조사는 광고산업의 전체 시장규모와 경제적 가치를 분석하고 광고관련 통계정보들을 체계적으로 관리하여 향후 광고산업의 정책수립과 관련사업체 지원에 필요한 기초자료를 제공함으로써 광고산업의 발전과 경쟁력강화에 기여하고자 실시하는 조사입니다.

조사표 작성 기준은 2005년 결산 기준이며 조사기간은 8월 11일 ~ 9월 11일입니다. 금번 조사결과는 12월에 공표될 예정이므로 참고하시어 향후 귀사에 유용한 업무정보로 활용하시기 바랍니다. 귀사에서 **응답하신 내용은 통계법 제13조 '비밀보호 원칙'에 따라 통계처리에만 사용**되며 임의로 공개되지 않음을 약속드립니다. 본 조사에 협조해 주셔서 감사합니다.

2006. 8.

주관 : 문화관광부, 한국방송광고공사

### 1. 일 반 적 현 황 (2005년 말 기준)

#### 1. 사업체 정보

사업체 명(국문)		홈페이지 URL	http://
전 화 번 호	( ) -	팩 스 번 호	( ) -
주 소	□□□-□□□		
사업자등록번호	- -	설 립 일 자	
법인등록번호	-	전체 종사자수(정규+비정규)	
기 업 형 태	① 개인사업체    ② 회사법인(주식, 유한, 합자, 합명회사)    ③ 회사 외 법인		
본 사 유 무	① 단독사업체    ② 공장, 지사(점), 영업소    ③ 본사, 본점, 본부		

#### 2. 응답자 정보

부서명		성 명	
전화번호/팩스번호	/	이메일 주소	

조사원 성명		조사일자	
--------	--	------	--

☎ 조사표 관련 문의: 서울특별시 강남구 역삼동 718-31 동천빌딩 서울마케팅리서치  
 천주은 과장, 김봉숙 대리 전화: 02-564-1210 팩스: 02-562-5969 / 02-555-0830

## II. 사업체 현황 (2005년 말 기준)

1. 귀사의 업종을 아래 구분에서 선택하여 '○' 표 해주시기 바랍니다.

(1) 기초재		(11) 컴퓨터 및 정보통신	
(2) 식품		(12) 수송기기	
(3) 음료 및 기호식품		(13) 가정용품	
(4) 제약 및 의료		(14) 화학공업	
(5) 화장품 및 보건용품		(15) 건설·건축 및 부동산	
(6) 출판		(16) 유통	
(7) 패션		(17) 금융·보험 및 증권	
(8) 산업기기		(18) 서비스	
(9) 정밀기기 및 사무기기		(19) 관공서 및 단체	
(10) 가정용 전기전자		(20) 교육 및 복지후생	

2. 귀사의 매체별 광고 집행비를 모두 기입하여 주시기 바랍니다.(단위 : 백만원)

※ 광고 집행 금액은 반드시 실제 집행한 금액을 기입하여야 합니다.

구분	광고 집행비	TV	라디오	신문	잡지	케이블	DMB	온라인	모바일	옥외	기타
광고대행사를 통해 거래											
매체사와 직접거래											
전체											

2-1. 다음 매체 중 향후 광고비를 더 투자할 것으로 생각되는 매체는 무엇입니까?

(○표 또는 √하세요, 중복가능)

TV	라디오	신문	잡지	케이블	DMB	온라인	모바일	옥외	기타

2-2. 위에서 제시한 매체를 통한 광고 외에 지출하는 마케팅 비용을 기입하여 주시기 바랍니다.

비용 (단위 : 백만 원)	
마케팅·리서치	
PR(홍보)	
SP(판매촉진, 이벤트)	
제작(광고물, 팸플릿 등)	
CI	
기 타	

3. 귀사가 해외에서 집행한 광고비를 기입해 주시기 바랍니다.

총 광고 집행비 (2005년 말 기준)	천 달러
-----------------------	------

4. 광고관련 부서 현황(2005년 말 기준)

4-1. 광고관련 부서의 성별 종사자 수 (단위: 명)

구 분	남 자	여 자	합 계
종사자 수			

4-2 광고관련 부서의 연령별 종사자수 (단위: 명)

구 분	24세 이하	25-29세	30-34세	35-39세	40세 이상	합계
종사자 수						

4-3. 광고관련 부서의 학력별 종사자수 (단위: 명)

구 분	고졸 이하	전문대졸 (3년제 포함)	대졸	대학원졸 이상	합계
종사자 수					

4-4. 광고관련 부서의 2005년/2006년 상반기 채용규모 (단위: 명)

	신입사원	경력사원	계
2005년 말 기준, 전체 채용 규모			
2006년 상반기 채용 규모			

4-5. 현재 인력수준에 대한 의견은? (해당 번호에 ○ 또는, √표 해주시기 바랍니다.)

① 매우 부족하다	② 부족하다	③ 보통이다	④ 많다	⑤ 충분히 많다

4-6. 광고관련 부서의 향후 예상 채용 규모

2006년 하반기	총 (        명)	2007년	총 (        명)

4-7. 광고관련 부서의 신입사원 채용의 경우 선호 전공계열에 '○' 표시 해주시기 바랍니다.(중복가능).

① 인문사회계열	② 상경계열	③ 어문계열	④ 법학계열	⑤ 공과계열	⑥ 자연계열	⑦ 예체능계열	⑧ 기타계열

VI. 광고경기체감도

※ 귀하가 생각하시는 광고경기에 대하여 100점 만점의 점수로 평가해 주시기 바랍니다.

2006년 상반기	점	2006년 하반기(예상)	점	2007년(예상)	점

## 별첨 : 조사응답업체 소재 지역·광고업종 리스트

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1	(RMI)리치미디어인터랙티브	서울 강남구					○	
2	그래픽이룸	서울 강남구		○				
3	그레이월드와이드코리아(주)	서울 강남구	○	○	○			○
4	대보기획(주)	서울 강남구	○	○				
5	더브레인	서울 강남구						○
6	더씨앤에이컴퍼니(주)	서울 강남구	○			○		
7	덱앤드림터치	서울 강남구				○		
8	도트커뮤니케이션	서울 강남구		○		○	○	○
9	듀이컴	서울 강남구	○					
10	디노커뮤니케이션즈(주)	서울 강남구					○	
11	디비엠코리아	서울 강남구					○	
12	디엠씨미디어	서울 강남구					○	
13	디자인메카	서울 강남구						○
14	디자인수목원	서울 강남구			○			
15	디자인플라자	서울 강남구				○		
16	디지털디엔에이(주)	서울 강남구						○
17	레몬커뮤니케이션	서울 강남구	○	○	○	○		○
18	렛츠커뮤니케이션	서울 강남구				○		
19	루블테크놀로지(주)	서울 강남구					○	
20	마인드웨이브	서울 강남구						○
21	맥켄에릭슨	서울 강남구	○	○	○		○	
22	미디어플러스 케이투엘	서울 강남구	○				○	
23	민 커뮤니케이션	서울 강남구				○		
24	바우디장인	서울 강남구		○				
25	벨커뮤니케이션	서울 강남구		○		○		○
26	브레이커스	서울 강남구			○			
27	브레인애드	서울 강남구	○					
28	브이콤	서울 강남구			○			
29	블루애드	서울 강남구		○		○		
30	비전아이앤씨(주)	서울 강남구			○			
31	비주얼에이드	서울 강남구	○					
32	새움기획	서울 강남구		○				
33	샘파트너스	서울 강남구	○	○		○		
34	서울비전	서울 강남구						○
35	세이	서울 강남구		○				
36	솔트컴	서울 강남구			○			
37	스튜디오 룩스	서울 강남구		○				
38	실미디어	서울 강남구					○	
39	쓰리이	서울 강남구						○
40	씨오엠애드(주)	서울 강남구	○					

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
41	씨지아이링크	서울 강남구		○				
42	아이맥	서울 강남구	○					
43	아이엠이앤이주식회사	서울 강남구	○		○			
44	아이피알커뮤니케이션	서울 강남구			○			
45	아트하우스	서울 강남구		○				
46	에드기획	서울 강남구		○				
47	에드리아	서울 강남구	○					
48	에드프레스컴(주)	서울 강남구				○		
49	앤츠커뮤니케이션	서울 강남구	○	○	○	○		
50	에드코러스	서울 강남구	○					
51	에스앤씨(주)	서울 강남구			○	○		
52	에이블기획(주)	서울 강남구	○					
53	에이원그래픽	서울 강남구	○					
54	에스디디지털스튜디오	서울 강남구		○		○		
55	에지솔루션	서울 강남구					○	
56	우미광고	서울 강남구						○
57	울트라픽처스	서울 강남구		○				
58	웰던에드	서울 강남구				○		
59	위드유	서울 강남구		○				
60	유스커뮤니케이션	서울 강남구	○					
61	이그니션	서울 강남구					○	
62	이오그래픽이온디지털스튜디오	서울 강남구		○				
63	이타웍스	서울 강남구		○				
64	제이더블유티 애드벤처(주)	서울 강남구	○	○				
65	제이콥스컴퍼니	서울 강남구					○	
66	제일기획	서울 강남구			○			
67	조앤리디자인컴퍼니	서울 강남구			○	○		○
68	좋은느낌	서울 강남구		○	○	○		
69	(주) 리모커뮤니케이션즈	서울 강남구			○			
70	(주)광고뜸	서울 강남구	○	○				
71	(주)김앤백	서울 강남구	○					
72	(주)넷시컴	서울 강남구	○	○	○	○		
73	(주)다솔커뮤니케이션	서울 강남구	○					
74	(주)닥터민커뮤니케이션즈	서울 강남구	○					
75	(주)덴초이노백	서울 강남구	○					
76	(주)도어커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○	○			
77	(주)디엔에이소프트	서울 강남구					○	
78	(주)디지털이미지테크	서울 강남구	○					
79	(주)라이프다임	서울 강남구					○	
80	(주)루돌프 필름	서울 강남구			○			
81	(주)리앤디디비	서울 강남구	○	○	○		○	○
82	(주)매직커뮤니케이션즈	서울 강남구	○					
83	(주)맥스커뮤니케이션	서울 강남구		○				
84	(주)문화아트	서울 강남구	○		○			○
85	(주)바다와미래	서울 강남구		○		○		○
86	(주)바젤커뮤니케이션	서울 강남구	○					



NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
87	(주)버튼컴	서울 강남구	○	○				
88	(주)베이스커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○				○
89	(주)브라보커뮤니케이션	서울 강남구	○	○	○			
90	(주)비비디오코리아	서울 강남구	○					
91	(주)빙고크리에이티브	서울 강남구		○				
92	(주)사사연	서울 강남구						○
93	(주)세광기획	서울 강남구	○					
94	(주)세인에이엔티	서울 강남구						○
95	(주)세인커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○		○		○
96	(주)세일그래픽스	서울 강남구				○		
97	(주)시스컴	서울 강남구	○		○			
98	주식회사 애드코	서울 강남구	○					
99	주식회사티컴퍼니	서울 강남구	○					
100	(주)씨앤씨애드컴	서울 강남구	○	○				
101	(주)씨투컴	서울 강남구				○		
102	(주)아이시스미디어	서울 강남구			○		○	
103	(주)아이앤케이인터내셔널	서울 강남구			○			
104	(주)아트젠커뮤니케이션	서울 강남구	○	○				
105	(주)알앤지애드컴	서울 강남구	○			○		
106	(주)애니매니아	서울 강남구	○					
107	(주)애드샷	서울 강남구					○	
108	(주)애드씨케이	서울 강남구	○					
109	(주)애드우드커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○				
110	(주)에이블리	서울 강남구	○	○	○			
111	(주)에이엠젯코리아	서울 강남구						○
112	(주)엠티애드	서울 강남구	○					
113	(주)엠피알비전	서울 강남구	○					
114	(주)엠허브	서울 강남구	○					
115	(주)영애드컴	서울 강남구	○					
116	(주)오리콤	서울 강남구	○	○				
117	(주)오월커뮤니케이션	서울 강남구	○	○				
118	(주)올에프	서울 강남구	○					
119	(주)옵티멈미디어코리아	서울 강남구	○					
120	(주)와이커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○				
121	(주)유비마케팅	서울 강남구					○	
122	(주)은진기획	서울 강남구	○					
123	(주)이노커뮤니케이션	서울 강남구	○			○		○
124	(주)인디커뮤니케이션	서울 강남구			○			
125	(주)인터넷마케팅센터	서울 강남구					○	
126	(주)인터콤어소시에이션	서울 강남구	○	○				
127	(주)잉카필름앤드커뮤니케이션	서울 강남구		○				
128	(주)제이비에스커뮤니케이션	서울 강남구	○					
129	(주)제이피아이피	서울 강남구	○	○				
130	(주)제일다이렉트	서울 강남구	○		○			
131	(주)캐러트코리아	서울 강남구	○					
132	(주)컨버전스미디어	서울 강남구						○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
133	(주)컴원컴프로	서울 강남구		○		○		○
134	(주)케이티에프 엠하우스	서울 강남구	○					
135	(주)코래드	서울 강남구	○	○	○			
136	(주)코인스	서울 강남구	○					
137	(주)크로스커뮤니케이션즈	서울 강남구	○					
138	(주)타임앤타이드	서울 강남구		○				
139	(주)타잔필름	서울 강남구		○				
140	(주)태성앤이씨	서울 강남구						○
141	(주)텔파	서울 강남구				○		
142	(주)트리어드	서울 강남구	○					
143	(주)파스텔플래닝	서울 강남구	○					
144	(주)퍼니톨즈	서울 강남구					○	
145	(주)포래드컴	서울 강남구	○					
146	(주)프리즘네트워크	서울 강남구	○	○		○		
147	(주)피디에스미디어	서울 강남구	○		○			
148	(주)피케이커뮤니케이션즈	서울 강남구	○		○	○		
149	(주)하이이지컴	서울 강남구	○	○				○
150	(주)한영에스피	서울 강남구	○		○			
151	(주)해튼기획	서울 강남구	○			○		○
152	(주)휘닉스커뮤니케이션	서울 강남구	○	○				
153	(주)Dave company	서울 강남구	○					
154	캐치아이디자인	서울 강남구				○		
155	코마스인터랙티브	서울 강남구					○	
156	크레드	서울 강남구		○	○			○
157	크레모아커뮤니케이션즈(주)	서울 강남구	○	○				
158	크리스마스	서울 강남구		○				
159	큰함인터랙티브(주)	서울 강남구					○	
160	태일광고(주)	서울 강남구			○			
161	터치커뮤니케이션즈(주)	서울 강남구	○			○		
162	풀하우스	서울 강남구		○				
163	프로덕션오투	서울 강남구		○				
164	플러스앤디바이드(주)	서울 강남구			○			
165	필	서울 강남구		○				
166	한국오길비앤매더(주)	서울 강남구	○		○			
167	현대아트	서울 강남구						○
168	BTC	서울 강남구			○			
169	CCM광고	서울 강남구		○				
170	EASTMARKETINGGRO	서울 강남구	○					
171	POT	서울 강남구			○			
172	Saltspeppaer	서울 강남구					○	○
173	TBWA KOREA(주)	서울 강남구	○	○	○		○	
174	노블애드	서울 강동구				○		
175	우림기획	서울 강동구						○
176	전단지닷컴	서울 강동구			○	○		
177	제스미디어	서울 강동구	○					
178	다인디자인	서울 강북구						○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
179	㈜포굿디자인	서울 강북구						○
180	씨피인인터릿문화재방송	서울 강서구					○	
181	이 미디어 앤 리서치㈜	서울 강서구				○		○
182	앤앤엘영상㈜	서울 관악구	○					
183	㈜오감기획	서울 관악구	○	○	○	○	○	○
184	대원셀크인쇄	서울 광진구				○		
185	디센스	서울 광진구						○
186	별엘에드컴	서울 광진구				○		
187	애드엠	서울 광진구		○				
188	대림종합기획	서울 구로구			○	○		
189	디지털스	서울 구로구				○		○
190	미래컴퍼니	서울 구로구						○
191	애드탑	서울 구로구				○		○
192	제내드	서울 구로구	○	○		○		○
193	㈜디컴스	서울 구로구					○	
194	가로수닷컴	서울 금천구	○			○		
195	두리스크린	서울 금천구				○		
196	버스광고지원단㈜	서울 금천구	○	○				
197	씨디컴	서울 금천구						○
198	아이뱅크	서울 금천구					○	
199	㈜가우리커뮤니케이션	서울 금천구					○	
200	㈜대지	서울 금천구	○					
201	㈜이에앤씨기획	서울 금천구	○					
202	DM114	서울 금천구	○					
203	국도광고기획	서울 노원구						○
204	무한비행	서울 노원구				○		
205	서울종합광고	서울 노원구	○					
206	세진광고	서울 노원구			○	○		
207	실사출력	서울 노원구						○
208	미디어피플	서울 도봉구						○
209	에어원간판	서울 도봉구			○	○		○
210	대명인쇄	서울 동대문구				○		
211	신한기업	서울 동대문구	○					
212	우리기획	서울 동대문구	○					
213	일오삼기획	서울 동대문구						○
214	한사랑기획사	서울 동대문구			○			
215	씨케이	서울 동작구	○			○		
216	아트인쇄	서울 동작구			○			
217	㈜우리새움	서울 동작구	○	○		○		○
218	㈜준콤	서울 동작구	○	○				
219	커뮤니케이션 버전	서울 동작구			○			
220	그래프	서울 마포구				○		
221	다다디자인	서울 마포구		○				
222	더씨앤컴	서울 마포구		○				
223	상상공작소	서울 마포구				○		
224	씨알파트너스	서울 마포구		○		○		○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
225	아이엠디자인	서울 마포구	○	○	○		○	○
226	전파기술정보사	서울 마포구						○
227	(주)디지털골드	서울 마포구	○					
228	(주)미르포스	서울 마포구	○	○		○		
229	주식회사 여우애드	서울 마포구	○					
230	(주)씨엔아이	서울 마포구	○				○	
231	(주)아이디컴	서울 마포구			○			
232	(주)에드마크커뮤니케이션즈	서울 마포구	○	○	○	○		○
233	(주)엘지애드	서울 마포구	○	○	○		○	
234	(주)엠피아커뮤니케이션	서울 마포구					○	
235	(주)울림커뮤니케이션즈	서울 마포구	○	○			○	○
236	(주)제이에스컴	서울 마포구	○					
237	(주)크리퍼스	서울 마포구	○					
238	(주)파란기획	서울 마포구	○	○		○	○	
239	(주)한미애드	서울 마포구			○			
240	(주)현대피엔엠	서울 마포구						○
241	(주)dn애드	서울 마포구					○	
242	(주)MBC애드컴	서울 마포구	○	○	○			
243	지엠포유	서울 마포구						○
244	지자인박스	서울 마포구		○				
245	청운홍보기업	서울 마포구						○
246	하나애드	서울 마포구				○		
247	할로커뮤니케이션즈(주)	서울 마포구	○			○		○
248	ALLsWell	서울 마포구				○		
249	da da DESIGN	서울 마포구				○		
250	E-메카(주)	서울 마포구						○
251	두룡기획	서울 서대문구	○					
252	(주)벨커뮤니케이션즈	서울 서대문구	○	○				
253	INCOMMUNICATION	서울 서대문구	○			○		
254	매뉴얼뱅크	서울 서초구		○				
255	블루게일(주)	서울 서초구	○	○	○	○		○
256	서울교통광고(주)	서울 서초구	○					
257	수리콤	서울 서초구						○
258	씨엠제이커뮤니케이션즈(주)	서울 서초구						○
259	아이에스엠	서울 서초구	○					
260	알카(주)	서울 서초구	○					
261	오감컴(주)	서울 서초구				○		
262	이미지마케팅연구소	서울 서초구			○			
263	(주)금강오길비	서울 서초구	○	○	○		○	○
264	(주)나이스커뮤니케이션즈	서울 서초구	○	○				
265	(주)더블유투커뮤니케이션	서울 서초구					○	○
266	(주)더화이팅콕스컴	서울 서초구	○	○				
267	(주)동일애드컴	서울 서초구	○					
268	(주)라첼	서울 서초구						○
269	(주)미디어위빙	서울 서초구	○					
270	(주)바이러스필름	서울 서초구					○	

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
271	(주)성지광고기획	서울 서초구	○					
272	(주)신콤커뮤니케이션	서울 서초구	○	○	○	○	○	○
273	(주)아우토반디자인하우스	서울 서초구				○		
274	(주)에스피벨리	서울 서초구	○		○			
275	(주)엔미디어스타	서울 서초구	○					
276	(주)오아이커뮤니케이션	서울 서초구			○			
277	(주)은투게더	서울 서초구		○			○	
278	(주)유니기획	서울 서초구	○	○				
279	(주)이중컴앤컴	서울 서초구		○				
280	(주)제이보트커뮤니케이션	서울 서초구	○	○				
281	(주)제일애드버타이징	서울 서초구	○			○		
282	(주)컴버전스	서울 서초구					○	
283	(주)케이이씨씨	서울 서초구	○	○				
284	(주)J미디어솔루션	서울 서초구					○	
285	타이거 코리아	서울 서초구	○	○				
286	플란하우스	서울 서초구	○					
287	허상범	서울 서초구				○		
288	DIC	서울 서초구						○
289	디자인도와	서울 성동구		○				
290	세종씨앤피(주)	서울 성동구				○		
291	(주)메탈애드컴	서울 성동구						○
292	지제이디자인	서울 성동구	○					
293	효성종합기획	서울 성동구				○		
294	액슨액컴퍼니	서울 성북구					○	
295	꽃글기획	서울 송파구				○		
296	디자인루트	서울 송파구				○		○
297	오렌지디자인	서울 송파구		○				
298	(주)바터코리아	서울 송파구					○	
299	(주)에드게이트	서울 송파구					○	
300	대한기획	서울 양천구				○		
301	두리기획	서울 양천구		○				
302	양천사이버시티	서울 양천구					○	
303	인쇄하는친구	서울 양천구				○		
304	(주)팬시티	서울 양천구					○	
305	굿미디어(주)	서울 영등포구	○	○		○		○
306	나노씨앤씨(주)	서울 영등포구	○					
307	대림기획	서울 영등포구				○		
308	애도필커뮤니케이션	서울 영등포구						○
309	에스피미디어	서울 영등포구	○					
310	엘케이커뮤니케이션	서울 영등포구			○			
311	이레기획	서울 영등포구						○
312	인컴이즈	서울 영등포구	○					
313	(주)서창기획	서울 영등포구	○					
314	(주)코래콤	서울 영등포구	○	○				
315	코마커뮤니케이션(주)	서울 영등포구	○					
316	파워에드	서울 영등포구	○					

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
317	한솔기획	서울 영등포구						○
318	베컴㈜	서울 용산구	○	○				
319	세인기업㈜	서울 용산구		○				
320	㈜노바콤	서울 용산구	○					
321	㈜애드스프링	서울 용산구	○	○				
322	㈜제일기획	서울 용산구	○		○			
323	㈜코레알애드컴	서울 용산구	○					
324	서주광고	서울 은평구	○					
325	㈜태멘기획	서울 은평구						○
326	1.2.3웹프로모션	서울 종로구					○	
327	디자인파크커뮤니케이션즈	서울 종로구		○				
328	디자인DDD	서울 종로구		○				
329	레오버넷㈜	서울 종로구	○	○	○			
330	브랜드업㈜	서울 종로구		○		○		
331	비즈컴	서울 종로구	○					
332	세운기획	서울 종로구		○				○
333	씨스컴	서울 종로구		○		○		○
334	제이와이비전코리아	서울 종로구	○					
335	㈜다원엠피알	서울 종로구	○					○
336	㈜두레드	서울 종로구	○					
337	㈜비앤씨디자인	서울 종로구	○					
338	㈜서울광고	서울 종로구	○	○				
339	㈜성신이십일	서울 종로구			○			
340	㈜애드젠	서울 종로구	○					○
341	㈜엑스콤21	서울 종로구					○	
342	㈜원남양행	서울 종로구	○					
343	㈜토가디자인	서울 종로구				○		
344	㈜프레인닷컴	서울 종로구			○			
345	㈜한국헤드콤	서울 종로구	○					
346	㈜화인존	서울 종로구	○				○	○
347	㈜웹스트미디어	서울 종로구	○					
348	케이투애드	서울 종로구					○	○
349	필기획	서울 종로구				○		
350	한국 안경 신문	서울 종로구						○
351	MG프로덕션	서울 종로구						○
352	거성비엔디	서울 중구				○		
353	광고퀵	서울 중구	○					
354	광명인쇄사	서울 중구						○
355	광일기획	서울 중구						○
356	굿월디자인	서울 중구			○			
357	그나라	서울 중구				○		○
358	글그림	서울 중구		○				
359	네오애드컴	서울 중구				○		○
360	네이처	서울 중구				○		
361	노이저커뮤니케이션	서울 중구				○		
362	뉴스커뮤니케이션	서울 중구				○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
363	대유기획	서울 중구				○		
364	대흥그라픽스	서울 중구				○		○
365	도서출판 원단	서울 중구				○		
366	동아월드(주)	서울 중구				○		○
367	동양기획	서울 중구	○	○				○
368	동진인쇄사	서울 중구				○		
369	두합인쇄	서울 중구				○		○
370	디렉터즈	서울 중구		○		○		
371	디앤비애드(주)	서울 중구				○		
372	디자인 썬머	서울 중구				○		
373	디자인엔터	서울 중구				○		○
374	디자인인터랙티브(주)	서울 중구	○	○	○		○	
375	디자인카리스마	서울 중구		○				
376	디자인코크	서울 중구		○				
377	디자인필드	서울 중구						○
378	또모	서울 중구			○			
379	명문프리컴	서울 중구				○		
380	미래미디어	서울 중구			○	○		○
381	백동기획	서울 중구				○		
382	삼보기업	서울 중구		○				
383	삼아기획	서울 중구	○	○		○		○
384	상원디자인	서울 중구				○		
385	서울기획	서울 중구						○
386	서원애드	서울 중구				○		
387	서전기획	서울 중구				○		
388	석문사	서울 중구				○		
389	성광그래픽(광고백화점)	서울 중구						○
390	세연크리드	서울 중구				○	○	○
391	세원인쇄	서울 중구				○		
392	세종기획	서울 중구				○		
393	세종인쇄	서울 중구				○		
394	쌍용애드킴	서울 중구				○		
395	씨씨코리아	서울 중구		○				
396	아성기획	서울 중구		○				
397	안스컴	서울 중구		○				
398	애듀커뮤니케이션	서울 중구				○	○	
399	애드씨티	서울 중구	○					
400	애드컴	서울 중구				○		
401	애드테크	서울 중구				○		
402	엘앤씨	서울 중구				○		
403	열린애드테크	서울 중구				○		○
404	열림출력센터	서울 중구			○			
405	영아트	서울 중구				○		
406	영은기획	서울 중구				○		○
407	예지디자인	서울 중구				○		
408	오뚜기광고산업	서울 중구	○					

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
409	오렌지	서울 중구						○
410	옵티칼캡	서울 중구						○
411	우진P엔P	서울 중구				○		
412	원광기획	서울 중구				○		
413	유로넥스트	서울 중구	○					
414	유한회사 국제피알	서울 중구				○		
415	이레아트	서울 중구				○		
416	이지컴	서울 중구				○		○
417	이호문화사	서울 중구				○		
418	인투디자인	서울 중구	○		○	○		
419	일진종합기획	서울 중구				○		
420	전단인쇄	서울 중구				○		
421	전진기획	서울 중구				○		○
422	정우기획	서울 중구				○		
423	제이컴	서울 중구	○					
424	조아애드	서울 중구				○		
425	(주)감커뮤니케이션	서울 중구				○	○	○
426	(주)그린P.O.P	서울 중구				○		○
427	(주)대흥기획	서울 중구	○	○	○		○	
428	(주)베이직거손	서울 중구	○					
429	(주)선연	서울 중구	○		○			
430	(주)심우기획	서울 중구			○			
431	(주)심플커뮤니케이션	서울 중구	○			○		
432	(주)알티엠	서울 중구		○		○		○
433	(주)웹컴퍼블리시스월드와이드	서울 중구	○	○	○			
434	(주)위캔두잇커뮤니케이션즈	서울 중구	○					
435	(주)유앤에스커뮤니케이션즈	서울 중구						○
436	(주)이코르컴	서울 중구				○		○
437	(주)제우씨엔에스	서울 중구						○
438	(주)코마코	서울 중구	○	○	○	○		
439	(주)한양광고	서울 중구	○					
440	(주)한컴	서울 중구	○	○	○			
441	중앙대코이소기획	서울 중구						○
442	지민기획	서울 중구				○		
443	진명인쇄사	서울 중구				○		
444	찬그래픽	서울 중구				○		○
445	창미디어	서울 중구						○
446	청양문화사	서울 중구				○		
447	컴스퀘어	서울 중구			○	○		○
448	코리아DND	서울 중구		○				
449	코컴즈	서울 중구		○		○		○
450	코컴퓨터노벨리(주)	서울 중구			○			
451	크리디자인	서울 중구						○
452	클릭	서울 중구				○		○
453	태경인쇄사	서울 중구				○		
454	태산기획	서울 중구				○		



NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
455	태일기업	서울 중구				○		
456	테크피아	서울 중구				○		
457	투엘피알에스	서울 중구				○		
458	투케이디자인	서울 중구				○		
459	티앤씨	서울 중구						○
460	퍼스스	서울 중구						○
461	필커뮤니케이션	서울 중구	○	○		○		○
462	하나	서울 중구						○
463	하나디자인	서울 중구						○
464	하나호기획	서울 중구				○		
465	한국언론재단	서울 중구	○			○		
466	한솔기획	서울 중구						○
467	한스정보시스템	서울 중구				○		○
468	한조기획	서울 중구		○				
469	한진인쇄	서울 중구				○		
470	한진인쇄	서울 중구				○		○
471	합솜피앤디	서울 중구				○		
472	현진기획인쇄	서울 중구				○		
473	BB프린팅	서울 중구				○		
474	CUBECOMMUNIACTION	서울 중구				○		○
475	G&B	서울 중구				○		
476	in Ad	서울 중구				○		○
477	Pd	서울 중구				○		○
478	모드모아	서울 중구				○		
479	I Will	서울 중구				○		
480	두손간판자재총판	서울 중랑구						○
481	(주)리inker커뮤니케이션	서울 중랑구					○	
482	광고특별시	서울시 강남구	○	○	○			
483	나스미디어	서울시 강남구					○	
484	나오커뮤니케이션(주)	서울시 강남구	○					
485	다츠	서울시 강남구	○	○		○		
486	대하오에이시(주)	서울시 강남구	○					
487	동영아이텍	서울시 강남구	○					
488	디스커뮤니케이션스	서울시 강남구				○		
489	디자인멀티	서울시 강남구				○		
490	디자인이즈	서울시 강남구				○		
491	디자인익스	서울시 강남구				○		
492	디자인플러스	서울시 강남구				○		
493	디자인피터	서울시 강남구	○	○				
494	림스튜디오	서울시 강남구		○				
495	마우스닷컴	서울시 강남구					○	
496	마후커뮤니케이션	서울시 강남구		○				
497	미미크라이	서울시 강남구		○				
498	믹스미디어	서울시 강남구		○				
499	붐컴	서울시 강남구				○		
500	사운드믹스	서울시 강남구		○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
501	새찬그래픽스	서울시 강남구				○		
502	스페이스몽키	서울시 강남구		○				
503	씨디스씨지아이	서울시 강남구		○				
504	씨앤에이애드넷㈜	서울시 강남구	○	○				
505	씨애파크	서울시 강남구		○				
506	에이프릴 커뮤니케이션	서울시 강남구				○		
507	에프씨비코리아㈜	서울시 강남구	○	○	○			
508	원앤원아이앤씨㈜	서울시 강남구	○					
509	이네스트 커뮤니케이션	서울시 강남구					○	
510	이현디자인	서울시 강남구						○
511	제일피앤디㈜	서울시 강남구				○	○	○
512	조광미디어인하우스	서울시 강남구	○			○		
513	㈜베리타스미디어	서울시 강남구					○	
514	㈜넥스트브랜드	서울시 강남구		○				
515	㈜뉴데이즈	서울시 강남구	○	○			○	○
516	㈜뉴월애드	서울시 강남구	○					
517	㈜델타아이엠씨	서울시 강남구	○	○	○			
518	㈜디씨타크리에이터	서울시 강남구			○			
519	㈜마켓팅플러스	서울시 강남구		○	○	○		○
520	㈜메이트커뮤니케이션즈	서울시 강남구	○	○	○			
521	㈜복스앤쿠스	서울시 강남구		○	○			
522	㈜삼크리에이티브	서울시 강남구				○		
523	㈜씨앤마켓팅서비스	서울시 강남구	○		○			
524	㈜애나기획	서울시 강남구	○	○			○	
525	㈜아시아컴	서울시 강남구	○					
526	㈜아우라이우라필름	서울시 강남구		○				
527	㈜애드라인	서울시 강남구	○	○				
528	㈜애드클릭	서울시 강남구	○					
529	㈜애드씨케이	서울시 강남구	○	○			○	○
530	㈜에이디앤스타일	서울시 강남구	○					
531	㈜영상이삽입세이프로드션	서울시 강남구			○			
532	㈜웰컴디자인	서울시 강남구				○		
533	㈜웰컴애드	서울시 강남구					○	
534	㈜위너스컴	서울시 강남구	○					
535	㈜이노션	서울시 강남구	○	○	○		○	○
536	㈜임팩트미디어	서울시 강남구	○		○			
537	㈜제드플랜	서울시 강남구	○					
538	㈜지비두리	서울시 강남구	○					
539	㈜커뮤니케이션월	서울시 강남구	○	○				
540	㈜컴온21	서울시 강남구	○	○				
541	㈜크로스미디어	서울시 강남구					○	
542	㈜키스에프엠	서울시 강남구		○				
543	㈜티워존기획	서울시 강남구	○					
544	㈜하우스 컴	서울시 강남구	○					○
545	지오스커뮤니케이션즈	서울시 강남구				○	○	○
546	커뮤니케이션즈 코리아	서울시 강남구			○			

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
547	커뮤니케이션즈옥토	서울시 강남구		○				
548	케이투프로덕션(주)	서울시 강남구		○				
549	코리아트	서울시 강남구		○				
550	포맨디자인	서울시 강남구						○
551	스카이다컴	서울시 강동구					○	
552	생활정보지이모저모	서울시 강서구	○					
553	메가존	서울시 관악구					○	
554	이정애드(주)	서울시 관악구						○
555	(주)남아애드	서울시 관악구	○					
556	마이모델매니지먼트	서울시 광진구	○					
557	엠아이티커뮤니케이션(주)	서울시 광진구			○			
558	(주)토탈커뮤니케이션그룹영컴	서울시 광진구	○	○	○			
559	(주)호암애드컴	서울시 광진구	○					
560	한국종합디자인	서울시 광진구						○
561	We K Com(주)	서울시 광진구			○			
562	고려종합기획	서울시 구로구		○				
563	에이엔에스산업(주)	서울시 구로구	○					
564	정보아이엔에스	서울시 구로구	○					○
565	(주)어퍼럴뉴스사	서울시 구로구				○		
566	(주)이엠넷	서울시 구로구					○	
567	(주)커버디자인	서울시 구로구						○
568	(주)케이디뱅크	서울시 구로구				○		
569	니드 커뮤니케이션(주)	서울시 금천구			○			
570	세미사	서울시 금천구				○		
571	리빙커뮤니케이션	서울시 노원구						○
572	씨엔나이스(주)	서울시 노원구			○			
573	열린정보	서울시 노원구				○		○
574	인쇄닷컴	서울시 노원구				○	○	○
575	(주)에드윈테크	서울시 노원구					○	○
576	상가정보114	서울시 도봉구	○					
577	정스포토	서울시 도봉구			○			
578	샐러드컴	서울시 동대문구					○	
579	시공ID(주)	서울시 동대문구			○			○
580	(주)문화정보미디어	서울시 동대문구	○					
581	(주)싸인매니아	서울시 동대문구					○	○
582	인정보시스템	서울시 동작구				○		
583	(주)농심기획	서울시 동작구	○					
584	하늘아이통신	서울시 동작구	○					
585	광전사인컴	서울시 마포구			○			
586	동화애드(주)	서울시 마포구	○					
587	디비컴	서울시 마포구		○				
588	디자인니드	서울시 마포구	○	○				
589	디자인웰	서울시 마포구				○		○
590	멀티엔뱅크라인	서울시 마포구	○					
591	메카커뮤니케이션	서울시 마포구				○		
592	모모제인	서울시 마포구		○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
593	성림광고	서울시 마포구				○		○
594	애드박스	서울시 마포구				○	○	○
595	애플트리	서울시 마포구	○				○	
596	(주) 시룩스	서울시 마포구	○		○			
597	(주)디.엔.시	서울시 마포구		○				
598	(주)디자인피플	서울시 마포구		○				
599	(주)슈가큐브	서울시 마포구					○	
600	(주)써페스	서울시 마포구					○	
601	(주)퍼프	서울시 마포구			○			
602	투씨엘(2cr)	서울시 마포구					○	○
603	트인글터	서울시 마포구				○		
604	환경과 그래픽	서울시 마포구			○			
605	zeein디자인사무소	서울시 마포구	○					
606	가람기획	서울시 서대문구				○		
607	나라애드(주)	서울시 서대문구		○	○	○		
608	동광애드(주)	서울시 서대문구	○					
609	디자인테마	서울시 서대문구		○		○		
610	미디컴	서울시 서대문구			○			
611	(주)인마인드커뮤니케이션	서울시 서대문구			○	○		○
612	지킴이기획	서울시 서대문구				○	○	○
613	강남미디어	서울시 서초구	○					
614	경험테크	서울시 서초구			○			
615	대성애드컴	서울시 서초구	○					
616	동인포럼	서울시 서초구						○
617	두리컴	서울시 서초구				○	○	○
618	디자인아이	서울시 서초구						○
619	메디드케어	서울시 서초구	○					
620	미래공감	서울시 서초구				○		
621	비앤피	서울시 서초구				○		
622	스마트그룹	서울시 서초구	○					
623	씨엔비	서울시 서초구				○		○
624	아이듀오	서울시 서초구				○		
625	아이엠이디(주)	서울시 서초구	○					
626	아이피테크(주)	서울시 서초구	○					
627	아임필	서울시 서초구				○		
628	아트뱅크	서울시 서초구				○		
629	애드웨이	서울시 서초구	○					○
630	애드해피(주)	서울시 서초구					○	
631	액티브인터내셔널코리아(주)	서울시 서초구			○	○		
632	엔드커뮤니케이션	서울시 서초구		○				
633	위버트리	서울시 서초구	○				○	
634	위컴애드	서울시 서초구			○			○
635	유엔아이	서울시 서초구			○			
636	인디아.INDIA	서울시 서초구	○	○				
637	정문애드컴(주)	서울시 서초구				○		
638	(주) 강남 동아 연합	서울시 서초구	○					

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
639	(주) 튜브애드컴	서울시 서초구	○					
640	(주)네스커뮤니케이션	서울시 서초구				○		
641	(주)디다임	서울시 서초구		○				
642	주-브라이언커뮤니케이션즈	서울시 서초구			○			
643	(주)비조웹	서울시 서초구					○	
644	(주)서울기획케이투	서울시 서초구				○		○
645	(주)시공테크	서울시 서초구						○
646	(주)써스포	서울시 서초구	○	○	○		○	
647	(주)애드포커뮤니케이션	서울시 서초구	○			○		
648	(주)에스라인테크	서울시 서초구	○	○				
649	(주)에이치앤에이	서울시 서초구	○	○				
650	(주)에가커뮤니케이션	서울시 서초구	○		○			
651	(주)올인원커뮤니케이션	서울시 서초구	○					
652	(주)위버트리	서울시 서초구	○					
653	(주)이미지웍스플러스	서울시 서초구						○
654	(주)익스포트메디아	서울시 서초구	○				○	
655	(주)창마케팅커뮤니케이션그룹	서울시 서초구			○			
656	(주)크리파워커뮤니케이션	서울시 서초구			○			
657	(주)해튼커뮤니케이션	서울시 서초구	○					
658	(주)희승에이전스	서울시 서초구	○	○				
659	지드코아(주)	서울시 서초구		○				
660	케이애드	서울시 서초구						○
661	포트폴리오(주)	서울시 서초구					○	○
662	피알코리아	서울시 서초구			○	○	○	○
663	한성디자인	서울시 서초구		○				○
664	가나에드블론	서울시 성동구		○				
665	디자인시대	서울시 성동구		○		○		
666	미리내커뮤니케이션	서울시 성동구						○
667	성문데칼	서울시 성동구				○		
668	아이비전	서울시 성동구						○
669	인포웹	서울시 성동구					○	
670	(주) 에이앤에이컴퍼니	서울시 성동구			○			
671	(주)대화광고	서울시 성동구	○					
672	(주)엠.에이.피.에스	서울시 성동구	○	○	○			
673	(주)제이앤에스에스엠씨	서울시 성북구				○		○
674	(주)천광애드컴	서울시 성북구			○	○		
675	디자인애드	서울시 송파구		○				
676	모어댄골프(주)	서울시 송파구	○					
677	엠에스앤씨	서울시 송파구				○	○	○
678	(주)코젝트	서울시 송파구				○		○
679	(주)토브컴	서울시 송파구			○			
680	(주)티모아	서울시 송파구		○				
681	(주)한얼광고기획	서울시 송파구	○					
682	초롱테크	서울시 송파구				○		
683	토토광고디자인	서울시 송파구	○					○
684	한솔기획	서울시 송파구	○			○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
685	서울기획	서울시 양천구	○					
686	손바닥미디어(주)	서울시 양천구	○					
687	아리랑기획	서울시 양천구					○	○
688	(주) 씨네에스 광고 사업단	서울시 양천구	○					
689	(주)애드앤디	서울시 양천구	○	○	○			
690	하늘채(인트로엔터)	서울시 양천구		○				
691	한우리 기획	서울시 양천구					○	○
692	가아미디어(주)	서울시 영등포구	○	○		○		
693	다미애드	서울시 영등포구	○					
694	삼보애드피아	서울시 영등포구	○					
695	와우커뮤니케이션(주)	서울시 영등포구			○			
696	존벨커뮤니케이션즈	서울시 영등포구		○		○		
697	(주)더머스커뮤니케이션	서울시 영등포구			○			
698	(주)맥스피마케팅	서울시 영등포구					○	
699	(주)엠비애드	서울시 영등포구	○					
700	(주)엠제이씨	서울시 영등포구	○					
701	(주)플런티어타임스	서울시 영등포구					○	
702	(주)한애드	서울시 영등포구			○			
703	지에이커뮤니케이션즈(주)	서울시 영등포구			○			
704	플랜메카에드케이션(주)	서울시 영등포구	○					
705	한강애드컴	서울시 영등포구						○
706	디지털다임	서울시 용산구					○	
707	주도상사(주)	서울시 용산구	○					
708	(주)실버블렛	서울시 용산구	○	○			○	
709	(주)프로모션그룹대기	서울시 용산구	○					
710	창조하는사람들	서울시 용산구	○	○				
711	한국광양사	서울시 용산구				○		
712	BCG Korea	서울시 용산구		○				
713	KGT커뮤니케이션(주)	서울시 용산구	○					
714	MEEJANSEN	서울시 용산구		○				
715	리준기획광고백화점	서울시 종로구				○		
716	새롬기획	서울시 종로구		○				
717	안보문제연구원	서울시 종로구						○
718	엠프레닛(주)	서울시 종로구	○					
719	(주)스카이콤	서울시 종로구			○			
720	(주)애드캡슐소프트	서울시 종로구					○	
721	(주)에이플컴	서울시 종로구	○					
722	(주)오픈애드	서울시 종로구	○				○	
723	(주)종로문화사	서울시 종로구	○					
724	(주)컴시너지	서울시 종로구	○					
725	트레이(주)	서울시 종로구	○					
726	4U인쇄	서울시 중구				○		○
727	광고산방	서울시 중구	○	○				
728	광명문화사	서울시 중구				○		
729	광명인쇄	서울시 중구						○
730	굳윌디자인	서울시 중구				○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
731	그린기획	서울시 중구				○		
732	글로벌코리아	서울시 중구		○				
733	나노커뮤니케이션	서울시 중구					○	○
734	뉴익스애드	서울시 중구				○		○
735	다산실업	서울시 중구			○			
736	다임기획	서울시 중구				○		○
737	대명인쇄	서울시 중구				○		
738	대원당인쇄소	서울시 중구				○		
739	대통기획	서울시 중구	○					
740	도우기획	서울시 중구				○	○	○
741	두커뮤니케이션	서울시 중구				○	○	○
742	드림기획	서울시 중구	○					
743	드림C.S.C	서울시 중구				○		○
744	디자인레드	서울시 중구	○					
745	디자인모닝	서울시 중구						○
746	디자인아이	서울시 중구		○				
747	디자인캠프	서울시 중구						○
748	디자인프리즘	서울시 중구				○		
749	디자인프리즘	서울시 중구				○		○
750	디자인홀릭	서울시 중구	○			○	○	○
751	라인기획	서울시 중구				○		
752	루가디자인	서울시 중구			○			
753	마라톤타임즈	서울시 중구			○	○		
754	마크	서울시 중구				○		
755	매디칼애드(주)	서울시 중구	○					
756	맥디자인	서울시 중구		○				
757	메이드바이	서울시 중구		○				
758	명성기획	서울시 중구				○		○
759	보람기획	서울시 중구						○
760	빈야드	서울시 중구			○			
761	삼원	서울시 중구		○				
762	삼일기획인쇄	서울시 중구				○		
763	새김	서울시 중구				○		○
764	서울기획	서울시 중구				○		○
765	서울기획	서울시 중구						○
766	성창커뮤니케이션	서울시 중구				○		○
767	세손기획	서울시 중구				○		
768	솔빛엔터테인먼트	서울시 중구	○					
769	시티인쇄	서울시 중구				○		
770	신영기획	서울시 중구				○		○
771	신일문화사	서울시 중구				○		
772	씨마스커뮤니케이션(주)	서울시 중구				○		○
773	아산기획	서울시 중구	○					
774	아이디파크(주)	서울시 중구	○					
775	아트포럼	서울시 중구				○		
776	애드비컴	서울시 중구	○			○		○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
777	에디아	서울시 중구				○		○
778	에스피알	서울시 중구	○					
779	에프비에프	서울시 중구						○
780	엑그라픽스	서울시 중구	○					
781	엔소넷	서울시 중구					○	
782	영글기획	서울시 중구				○		○
783	예번기획	서울시 중구				○		
784	오리지날 스튜디오	서울시 중구		○				
785	온라인에이전시(주)	서울시 중구	○					
786	와우컴	서울시 중구				○		
787	웃는얼굴	서울시 중구						○
788	월	서울시 중구		○				
789	이루미디어	서울시 중구					○	
790	인성기획인쇄	서울시 중구				○		
791	제일기획	서울시 중구	○					
792	제일엔터프라이즈	서울시 중구			○			
793	(주)헥터커뮤니케이션	서울시 중구		○	○	○		
794	(주)그레이프커뮤니케이션즈	서울시 중구	○	○				
795	(주)디자인매인	서울시 중구		○				
796	(주)디자인포마케팅	서울시 중구	○					
797	(주)미디어베이직	서울시 중구	○					
798	(주)베리컴코리아	서울시 중구	○					
799	(주)비앤씨커뮤니케이션	서울시 중구	○					
800	(주)상암커뮤니케이션즈	서울시 중구	○	○	○			
801	(주)신진애드컴	서울시 중구	○					
802	(주)아트포인	서울시 중구				○		○
803	(주)제일커뮤니케이션아이	서울시 중구	○					
804	(주)캠페이너오리진	서울시 중구	○	○				
805	(주)케이피알앤드어소시에이스	서울시 중구			○			
806	(주)하쿠호도제일	서울시 중구	○					
807	(주)한발커뮤니케이션	서울시 중구	○	○				
808	진애드	서울시 중구				○		
809	총무로윤디자인	서울시 중구				○		
810	코아디자인	서울시 중구		○				
811	태광종합기획(주)	서울시 중구				○		
812	태맨애드	서울시 중구						○
813	태현칼라	서울시 중구						○
814	트래블애드컴(주)	서울시 중구	○					
815	프라이머스애드	서울시 중구				○		
816	플랜디자인	서울시 중구			○			
817	필기획(주)	서울시 중구				○		
818	하나미디어	서울시 중구		○				
819	한기획	서울시 중구				○		
820	한솔기획	서울시 중구	○					
821	한울기획	서울시 중구					○	
822	현기획	서울시 중구						○



NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
823	현대기획	서울시 중구					○	
824	화인기획	서울시 중구				○		
825	k2	서울시 중구				○		
826	Lee & Lee	서울시 중구				○		
827	SP.COM	서울시 중구		○				
828	이앤에스커뮤니케이션	서울시 중랑구			○			
829	디자인미담	부산시 금정구						○
830	색동컴아트	부산시 금정구				○		○
831	서진OA	부산시 금정구						○
832	싸인나라	부산시 금정구						○
833	영광사	부산시 금정구				○		
834	지구촌인쇄활인마트	부산시 금정구				○		
835	태안종합인쇄	부산시 금정구				○		
836	태양인쇄	부산시 금정구				○		
837	한진인쇄	부산시 금정구				○		○
838	솔로몬광고	부산시 기장군				○		○
839	인쇄활인마트	부산시 기장군						○
840	다성기획	부산시 남구						○
841	㈜애드맥스	부산시 남구	○	○	○	○		
842	진솔문화사	부산시 남구				○		○
843	하늘디자인기획	부산시 남구						○
844	갈매기광고기획	부산시 동구				○		
845	노야기획	부산시 동구						○
846	마을문화	부산시 동구				○		
847	애드믹스	부산시 동구						○
848	애드비전	부산시 동구						○
849	㈜동방기획	부산시 동구	○					○
850	동부	부산시 동래구			○			
851	오케이인쇄	부산시 동래구				○		○
852	원그래픽	부산시 동래구		○		○		
853	탑텐디자인	부산시 동래구	○	○				○
854	토마코	부산시 동래구	○					
855	하나기획	부산시 동래구				○		○
856	한국산업정보	부산시 동래구				○		○
857	거북골	부산시 부산진구				○		○
858	건디디자인	부산시 부산진구				○		○
859	경인종합인쇄	부산시 부산진구				○		○
860	계림인쇄	부산시 부산진구				○		○
861	고려문화사	부산시 부산진구				○		○
862	국제신문광고사	부산시 부산진구				○		
863	남도문화사	부산시 부산진구				○		○
864	누리기획	부산시 부산진구						○
865	다솔디자인	부산시 부산진구	○			○		
866	대산애드	부산시 부산진구		○				○
867	대원인쇄사	부산시 부산진구				○		
868	대현인쇄	부산시 부산진구				○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
869	대호종합인쇄사	부산시 부산진구				○		
870	대훈기획	부산시 부산진구				○		
871	도장/명함백화점	부산시 부산진구				○		
872	동네라이프	부산시 부산진구	○					
873	동아기획	부산시 부산진구				○		○
874	동아출력	부산시 부산진구				○		○
875	동영인쇄	부산시 부산진구				○		
876	드림로또	부산시 부산진구				○		
877	로템나무	부산시 부산진구		○				
878	로얄종합인쇄사	부산시 부산진구				○		
879	로타리인쇄	부산시 부산진구				○		
880	롯데인쇄사	부산시 부산진구				○		
881	모던디자인	부산시 부산진구						○
882	모던컴	부산시 부산진구				○		
883	미르기획	부산시 부산진구						○
884	미화기획	부산시 부산진구				○		
885	보람특수인쇄	부산시 부산진구				○		
886	부광인쇄소	부산시 부산진구				○		
887	부산환경장애인협회	부산시 부산진구				○		○
888	부성에드	부산시 부산진구				○		○
889	삼성당합인쇄사	부산시 부산진구				○		
890	삼실스크린	부산시 부산진구				○		○
891	서면인재사	부산시 부산진구				○		
892	서문사	부산시 부산진구				○		○
893	서문씨경산업	부산시 부산진구				○		○
894	서울인쇄	부산시 부산진구				○		
895	성공시대	부산시 부산진구						○
896	성림카렌다사	부산시 부산진구				○		○
897	성창인쇄기획	부산시 부산진구				○		○
898	세진디자인	부산시 부산진구				○		○
899	세화시스템	부산시 부산진구						○
900	세화프리프레스	부산시 부산진구		○				○
901	셀기획	부산시 부산진구						○
902	송원아트컴	부산시 부산진구						○
903	수정명판사	부산시 부산진구				○		○
904	신동애드㈜	부산시 부산진구						○
905	신성종합인쇄	부산시 부산진구				○		
906	신세계	부산시 부산진구				○		○
907	신세계마스타	부산시 부산진구						○
908	신진특수인쇄	부산시 부산진구				○		
909	신창종합인쇄	부산시 부산진구				○		
910	씨와이애드	부산시 부산진구						○
911	아이디어기획사	부산시 부산진구						○
912	아이디콤	부산시 부산진구						○
913	아주광고	부산시 부산진구		○				○
914	알리오넷	부산시 부산진구						○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
915	양지인쇄사	부산시 부산진구				○		
916	어울림기획	부산시 부산진구						○
917	에이원광고	부산시 부산진구						○
918	영광사	부산시 부산진구		○		○		
919	에일디자인	부산시 부산진구						○
920	온누리기획	부산시 부산진구						○
921	우리들판촉	부산시 부산진구						○
922	우정인쇄사	부산시 부산진구				○		
923	유한회사기술정보	부산시 부산진구	○			○		○
924	육일인쇄소	부산시 부산진구				○		○
925	울산종합인쇄사	부산시 부산진구				○		○
926	인쇄의모든것	부산시 부산진구				○		
927	인쇄활인마트	부산시 부산진구						○
928	인쇄활인마트	부산시 부산진구						○
929	인쇄활인점	부산시 부산진구	○					○
930	인터콤	부산시 부산진구						○
931	인티마	부산시 부산진구						○
932	일지광고	부산시 부산진구						○
933	조일제책	부산시 부산진구						○
934	좋은이웃	부산시 부산진구						○
935	(주)부산프로덕션	부산시 부산진구	○	○				
936	(주)손사	부산시 부산진구	○			○		○
937	중동	부산시 부산진구						○
938	진흥문화사	부산시 부산진구				○		
939	천광애드	부산시 부산진구						○
940	카애드	부산시 부산진구		○				
941	태일스크린	부산시 부산진구				○		○
942	토라기획	부산시 부산진구				○		○
943	파노라마	부산시 부산진구						○
944	포유	부산시 부산진구						○
945	프로컴	부산시 부산진구						○
946	한강기획	부산시 부산진구				○		○
947	한빛문화	부산시 부산진구						○
948	한샘기획	부산시 부산진구				○		○
949	한영사	부산시 부산진구				○		
950	한일인쇄	부산시 부산진구				○		
951	한진인쇄사	부산시 부산진구				○		
952	함께가는사람들	부산시 부산진구		○				
953	향도기획	부산시 부산진구				○	○	○
954	해강기획	부산시 부산진구						○
955	현님인쇄사	부산시 부산진구	○			○		
956	현대기획	부산시 부산진구						○
957	화성광고	부산시 부산진구				○		○
958	효성출판사	부산시 부산진구				○		
959	K2인쇄	부산시 부산진구				○		○
960	K앤Y	부산시 부산진구				○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
961	ok현수막	부산시 부산진구						○
962	P.R.프로그램	부산시 부산진구						○
963	P엔P	부산시 부산진구				○		○
964	센스114	부산시 북구						○
965	인쇄활인마트	부산시 북구				○		○
966	효성기획	부산시 북구						○
967	미림광고	부산시 사상구						○
968	미림디자인	부산시 사상구						○
969	송원특수인쇄	부산시 사상구				○		
970	정보문화사	부산시 사상구						○
971	(주)에스비	부산시 사상구				○		
972	고려광고사	부산시 사하구						○
973	광명인쇄	부산시 사하구				○		
974	두레기획	부산시 사하구						○
975	부산정보	부산시 사하구						○
976	시그마광고기획	부산시 사하구						○
977	아이디어기획	부산시 사하구						○
978	액피엔피	부산시 사하구				○		○
979	유창인쇄월드	부산시 사하구				○		
980	이노애드	부산시 사하구						○
981	인쇄활인마트	부산시 사하구				○		
982	인쇄활인마트	부산시 사하구				○		
983	경남인쇄사	부산시 서구				○		
984	공명기획	부산시 서구		○		○		○
985	문성당인쇄소	부산시 서구				○		
986	엠코리아(주)	부산시 서구	○			○		
987	유창인쇄	부산시 서구				○		
988	인쇄마트	부산시 서구				○		
989	인플랜	부산시 서구				○		
990	전진	부산시 서구				○		
991	정문사	부산시 서구				○		
992	창일스크린	부산시 서구				○		
993	철문사인쇄소	부산시 서구				○		
994	코아컴	부산시 서구						○
995	글씨나라	부산시 수영구				○		
996	달란트디자인	부산시 수영구				○		
997	애드빛(주)	부산시 수영구						○
998	(주)다은기획	부산시 수영구	○	○				
999	(주)레이커뮤니케이션	부산시 수영구	○					○
1000	(주)브릿지커뮤니케이션	부산시 수영구	○	○	○			○
1001	(주)애드빛	부산시 수영구	○					
1002	현대후렘	부산시 수영구	○					○
1003	DMC	부산시 수영구				○		
1004	남경기획	부산시 연제구				○		○
1005	세일사	부산시 연제구				○		○
1006	세현사	부산시 연제구				○		○

NO	사업제명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1007	아람기획	부산시 연제구				○		○
1008	인쇄광고기획	부산시 연제구				○		○
1009	인쇄활인	부산시 연제구			○	○		○
1010	인쇄활인마트	부산시 연제구				○		○
1011	㈜문화	부산시 연제구	○			○		
1012	티엔시인터넷내셔널㈜	부산시 연제구	○					○
1013	한성광고기획	부산시 연제구				○		○
1014	DOBIS㈜	부산시 연제구				○		○
1015	가나디자인	부산시 중구						○
1016	거산디자인	부산시 중구						○
1017	광고기획굿디자인	부산시 중구						○
1018	광고디자인대성	부산시 중구						○
1019	국민기획	부산시 중구						○
1020	국화인쇄사	부산시 중구				○		
1021	나래기획	부산시 중구						○
1022	녹색광고연합	부산시 중구						○
1023	대경기획	부산시 중구						○
1024	대경문화	부산시 중구						○
1025	대원아크릴	부산시 중구						○
1026	대원애드콤	부산시 중구						○
1027	더존에이스	부산시 중구				○		
1028	동일사	부산시 중구				○		○
1029	동주사	부산시 중구						○
1030	디자인세상	부산시 중구		○		○	○	
1031	디자인웍스	부산시 중구						○
1032	디자인트리	부산시 중구						○
1033	매일상사	부산시 중구				○		
1034	머스트	부산시 중구				○		
1035	모야기획	부산시 중구	○					○
1036	보문디자인	부산시 중구						○
1037	사계	부산시 중구				○		○
1038	서림사	부산시 중구						○
1039	세영애드	부산시 중구				○		○
1040	세이브	부산시 중구				○		
1041	소호디자인	부산시 중구						○
1042	신일인쇄	부산시 중구				○		
1043	아름인쇄	부산시 중구						○
1044	아트비전	부산시 중구				○		○
1045	애드앤포엠	부산시 중구						○
1046	엑센트	부산시 중구				○		
1047	우진기획	부산시 중구						○
1048	유진퍼스컴	부산시 중구				○		
1049	육일문화사	부산시 중구				○		
1050	이미지	부산시 중구						○
1051	㈜대도기획	부산시 중구				○		
1052	청호	부산시 중구				○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1053	태광기획	부산시 중구				○		
1054	토탈에이	부산시 중구						○
1055	플러스	부산시 중구						○
1056	피알컴	부산시 중구				○		
1057	한맥	부산시 중구						○
1058	한양스크린인쇄사	부산시 중구				○		
1059	한일인쇄사	부산시 중구				○		
1060	합동카렌다사	부산시 중구				○		
1061	해암그래픽스	부산시 중구						○
1062	해양문화사	부산시 중구						○
1063	해양인쇄문화	부산시 중구				○		○
1064	헤럴드디자인	부산시 중구				○		
1065	현디자인	부산시 중구				○		
1066	화신기획	부산시 중구						○
1067	e-조은인쇄	부산시 중구				○		
1068	제일인쇄사	부산시 진구				○		
1069	그린기획	부산시 해운대구						○
1070	애드선	부산시 해운대구						○
1071	애드존	부산시 해운대구						○
1072	예담기획	부산시 해운대구						○
1073	인쇄할인마트	부산시 해운대구				○		
1074	지성광고계획	부산시 해운대구				○		
1075	마케팅믹스	대구시 남구					○	
1076	예성기획	대구시 남구				○		
1077	주영기획	대구시 남구				○		○
1078	AMP	대구시 남구					○	○
1079	네임칼라뱅크	대구시 달서구				○		○
1080	경북	대구시 동구				○		
1081	기원	대구시 동구				○		
1082	서록기획	대구시 동구		○				
1083	제일기획	대구시 동구		○				
1084	(주)비앤비커뮤니케이션	대구시 동구	○					
1085	(주)씨아이에이	대구시 동구	○	○				
1086	(주)에드메이저	대구시 동구	○	○	○	○		
1087	(주)진컴	대구시 동구	○	○		○		
1088	한성종합광고	대구시 동구	○	○	○	○		○
1089	가야광고사	대구시 북구				○		
1090	공단문구인쇄사	대구시 북구				○		○
1091	광고세상	대구시 북구				○		
1092	대부사	대구시 북구	○	○	○			
1093	대우 종합인쇄	대구시 북구				○		
1094	대원인쇄	대구시 북구				○		
1095	동우문화기획	대구시 북구	○			○		○
1096	동진사	대구시 북구				○		
1097	반도사	대구시 북구	○	○				
1098	보은인쇄소	대구시 북구				○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1099	살롬기획인쇄	대구시 북구				○		○
1100	성광사	대구시 북구				○		
1101	성진인쇄소	대구시 북구				○		
1102	세화광고사	대구시 북구	○					
1103	신세계광고	대구시 북구				○		
1104	아세아광고사	대구시 북구						○
1105	오종인쇄	대구시 북구				○		
1106	우리문화사	대구시 북구				○		
1107	종이와연필	대구시 북구	○	○	○			○
1108	(주)봉명기획	대구시 북구				○		
1109	(주)코싸인	대구시 북구						○
1110	하나로프린텍	대구시 북구				○		○
1111	하나문화사	대구시 북구				○		
1112	화진인쇄산업	대구시 북구				○		
1113	경산당인쇄	대구시 서구				○		
1114	고려프린텍	대구시 서구				○		○
1115	대동광고	대구시 서구				○		
1116	대명인쇄	대구시 서구				○		
1117	프렌즈	대구시 서구				○		
1118	대보커뮤니케이션(주)	대구시 수성구	○					○
1119	애드웹	대구시 수성구					○	
1120	이든타운미디어	대구시 수성구	○	○		○		○
1121	인쇄마을	대구시 수성구		○				
1122	제콤	대구시 수성구	○	○				
1123	좋은아침광고(주)	대구시 수성구						○
1124	좋은영상	대구시 수성구		○				
1125	(주)대원아트	대구시 수성구				○		○
1126	(주)더아이엠씨	대구시 수성구				○		
1127	(주)디아이컴	대구시 수성구				○		
1128	(주)미광	대구시 수성구		○				
1129	(주)플러스컴	대구시 수성구	○	○				
1130	판사인디자인	대구시 수성구				○		
1131	화성이엔에이(주)	대구시 수성구				○		○
1132	강남씨링인쇄사	대구시 중구				○		
1133	경북기획	대구시 중구	○			○		○
1134	경북기획인쇄	대구시 중구	○	○		○		○
1135	경일인쇄	대구시 중구				○		○
1136	고려기획인쇄소	대구시 중구				○		
1137	고려인쇄	대구시 중구				○		
1138	고려정판사	대구시 중구				○		
1139	광덕씨링	대구시 중구				○		
1140	교육사	대구시 중구	○					
1141	구일문화인쇄사	대구시 중구				○		
1142	그린종합인쇄소	대구시 중구				○		○
1143	금성종합인쇄사	대구시 중구				○		○
1144	금풍인쇄	대구시 중구		○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1145	기성정밀인쇄	대구시 중구				○		
1146	꺼리광고기획	대구시 중구				○	○	○
1147	나라인쇄	대구시 중구				○		
1148	남경씨링인쇄사	대구시 중구				○		
1149	남경정밀인쇄	대구시 중구				○		○
1150	남문인쇄사	대구시 중구				○		
1151	남신문화사	대구시 중구				○		
1152	남일씨링인쇄	대구시 중구				○		
1153	노념	대구시 중구				○		
1154	다다맥디자인	대구시 중구				○		○
1155	다은인쇄기획	대구시 중구				○		
1156	다음기획인쇄	대구시 중구						○
1157	대경기획인쇄사	대구시 중구				○		○
1158	대광광고	대구시 중구				○		
1159	대광애드컴	대구시 중구				○		○
1160	대구양행	대구시 중구				○		
1161	대동	대구시 중구				○		○
1162	대맥문화	대구시 중구		○		○		
1163	대성사 인쇄사	대구시 중구		○				
1164	대신	대구시 중구				○		
1165	대아인쇄	대구시 중구				○		
1166	대영종합인쇄	대구시 중구				○		
1167	대영출판인쇄사	대구시 중구				○		
1168	대우인쇄소	대구시 중구				○		○
1169	대원당인쇄소	대구시 중구				○		
1170	대진씨링	대구시 중구				○		
1171	대한문화사	대구시 중구	○	○				
1172	대한종합인쇄	대구시 중구				○		
1173	동남기획	대구시 중구				○		
1174	동송기획	대구시 중구				○		○
1175	동양인쇄	대구시 중구				○		○
1176	동원인쇄소	대구시 중구				○		
1177	동인인쇄사	대구시 중구				○		
1178	동해인쇄	대구시 중구						○
1179	디자인가인	대구시 중구				○		○
1180	디자인세이	대구시 중구				○		
1181	디지털디오㈜	대구시 중구			○	○		○
1182	마산미디어	대구시 중구				○		
1183	매일기획	대구시 중구						○
1184	매일기획	대구시 중구				○		
1185	맥인쇄기획	대구시 중구				○		○
1186	명승광고기획	대구시 중구				○		○
1187	명심인쇄사	대구시 중구						○
1188	명인인쇄사	대구시 중구				○		
1189	모성인쇄	대구시 중구				○		
1190	문창기획	대구시 중구				○		



NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1191	미래기획	대구시 중구	○			○		○
1192	미래기획	대구시 중구				○		○
1193	미진금박인쇄사	대구시 중구				○		○
1194	미진종합인쇄사	대구시 중구				○		
1195	민기획	대구시 중구				○		○
1196	민애드컴	대구시 중구				○		○
1197	백천문화인쇄사	대구시 중구	○					
1198	벽산인쇄	대구시 중구				○		○
1199	보람정밀인쇄	대구시 중구						○
1200	보성문화사	대구시 중구				○		
1201	보성인쇄사	대구시 중구				○		
1202	봉진인쇄소	대구시 중구				○		
1203	부광기획	대구시 중구	○					
1204	부광봉투	대구시 중구				○		
1205	뷰디자인	대구시 중구				○		○
1206	비전기획	대구시 중구				○		
1207	비주애드컴㈜	대구시 중구	○		○	○		
1208	산야인쇄소	대구시 중구				○		
1209	삼광인쇄소	대구시 중구				○		○
1210	삼보그래픽스	대구시 중구				○		
1211	삼보정밀인쇄	대구시 중구				○		
1212	삼성아크랜드	대구시 중구				○		○
1213	삼영인쇄소	대구시 중구				○		
1214	삼인기획	대구시 중구				○		○
1215	삼일인쇄기획	대구시 중구	○					
1216	삼진인쇄사	대구시 중구				○		○
1217	상아정밀기획	대구시 중구						○
1218	새고려인쇄소	대구시 중구				○		
1219	새한정밀인쇄사	대구시 중구				○		
1220	색다른디자인	대구시 중구				○		○
1221	서한인쇄사	대구시 중구				○		○
1222	선우씨림인쇄	대구시 중구						○
1223	성광기획	대구시 중구	○			○		○
1224	성광유통	대구시 중구		○				
1225	세명기획	대구시 중구				○		
1226	세종애드	대구시 중구				○		○
1227	세진기획	대구시 중구				○		○
1228	세향기획인쇄	대구시 중구				○		○
1229	세화누끼사	대구시 중구				○		
1230	세화인쇄소	대구시 중구						○
1231	송정기획인쇄사	대구시 중구				○		
1232	송정인쇄	대구시 중구				○		
1233	수복인쇄사	대구시 중구						○
1234	신성인쇄	대구시 중구				○		○
1235	신신종합인쇄	대구시 중구				○		
1236	신일문화사	대구시 중구				○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1237	신평종합인쇄소	대구시 중구				○		
1238	신화인쇄	대구시 중구				○		
1239	싸인아트	대구시 중구		○				○
1240	썩세스토리	대구시 중구						○
1241	아울렛	대구시 중구				○		
1242	아이에이시기획	대구시 중구				○		
1243	애드번커뮤니케이션	대구시 중구				○		
1244	애드아츠	대구시 중구				○		
1245	애드원	대구시 중구		○				
1246	에이스씨링	대구시 중구				○		
1247	영신평수금박	대구시 중구				○		
1248	영진아이텍	대구시 중구				○		
1249	영진인쇄	대구시 중구				○		
1250	예감	대구시 중구				○		○
1251	예림인쇄	대구시 중구				○		
1252	예맥기획	대구시 중구				○		
1253	우드산업	대구시 중구				○		
1254	우진문화사	대구시 중구						○
1255	원진기획	대구시 중구				○		○
1256	월성출판인쇄사	대구시 중구				○		
1257	유진기획인쇄사	대구시 중구						○
1258	유한광고회사	대구시 중구						○
1259	인크루트주식회사	대구시 중구				○		
1260	인터자인	대구시 중구				○		
1261	일동기획&인쇄	대구시 중구				○		
1262	일선기획	대구시 중구	○	○	○	○		
1263	일성테크	대구시 중구				○		
1264	일심스크린	대구시 중구				○		
1265	일직인쇄	대구시 중구				○		
1266	일터기획사	대구시 중구				○		
1267	자연문화인쇄	대구시 중구				○		○
1268	자연기획	대구시 중구		○				○
1269	정동21	대구시 중구						○
1270	제일기획	대구시 중구				○		○
1271	제일인쇄소	대구시 중구	○					
1272	제일제책사	대구시 중구				○		
1273	조은애드	대구시 중구		○				○
1274	조은인쇄	대구시 중구	○			○		
1275	(주)대웅지류	대구시 중구				○		
1276	(주)매일애드	대구시 중구	○	○	○			○
1277	(주)에스커뮤니케이션	대구시 중구		○				
1278	(주)에지디자인	대구시 중구	○					
1279	중앙스크린	대구시 중구				○		
1280	지도그래픽	대구시 중구		○				
1281	지선종합인쇄	대구시 중구				○		○
1282	진성기획	대구시 중구				○		

NO	사업제명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1283	진영정일인쇄	대구시 중구				○		
1284	창신인쇄	대구시 중구				○		
1285	창신평수금박	대구시 중구				○		
1286	청대정일인쇄	대구시 중구				○		
1287	청림문화사	대구시 중구	○			○		
1288	청운인쇄기획	대구시 중구				○		
1289	칼라원	대구시 중구				○		
1290	컴엔시	대구시 중구				○		
1291	코리아에드컴	대구시 중구				○		○
1292	크로바기획	대구시 중구						○
1293	태양인쇄	대구시 중구				○		
1294	태평특수인쇄	대구시 중구				○		
1295	플러스기획	대구시 중구				○		
1296	픽셀	대구시 중구				○		
1297	하늘기획인쇄	대구시 중구				○		
1298	하암정밀인쇄	대구시 중구				○		
1299	한글기획인쇄	대구시 중구				○		
1300	한글P&C	대구시 중구				○		
1301	한길기획	대구시 중구				○		○
1302	한길인쇄	대구시 중구				○		
1303	한맥기획인쇄	대구시 중구						○
1304	한벗인쇄	대구시 중구				○		
1305	한빛기획인쇄시스템	대구시 중구	○					○
1306	한샘문화사	대구시 중구				○		
1307	한솔기획	대구시 중구				○		
1308	한신기획	대구시 중구				○		○
1309	한아름인쇄	대구시 중구				○		
1310	한울기획	대구시 중구				○		
1311	해동원색기획	대구시 중구		○				
1312	해디자인	대구시 중구						○
1313	현대기획	대구시 중구				○		○
1314	현대제본	대구시 중구				○		
1315	현대특수인쇄	대구시 중구				○		
1316	효성인쇄사	대구시 중구				○		
1317	흥진정밀인쇄	대구시 중구				○		
1318	CM광고기획	대구시 중구				○		
1319	DB디자인뱅크	대구시 중구				○		
1320	엠에스피	인천시 계양구				○		
1321	Y광고기획	인천시 계양구	○					
1322	마당기획	인천시 남구				○		
1323	에어텍 디자인	인천시 남구				○		
1324	신화광고기획	인천시 남동구						○
1325	지앤에프테크비전(주)	인천시 남동구	○					
1326	청송광고기획	인천시 남동구				○		
1327	쥬니디자인	인천시 동구						○
1328	은지스카시	인천시 부평구						○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1329	㈜엑스커뮤니케이션	인천시 부평구	○			○		
1330	대한광고	인천시 서구				○		
1331	동인제록스	인천시 서구				○		
1332	이모션기획	인천시 연수구						○
1333	가자광고	광주시 남구	○			○		
1334	공간연출	광주시 남구				○		
1335	광고일번지	광주시 남구	○	○		○		
1336	광명기업	광주시 남구	○	○		○		
1337	광성실크	광주시 남구				○		
1338	나눔종합기획	광주시 남구	○			○		
1339	늘푸른광고	광주시 남구	○					○
1340	동원기획	광주시 남구	○	○		○		
1341	두리광고	광주시 남구	○			○		○
1342	모노에드컴	광주시 남구	○	○		○		
1343	미공사	광주시 남구	○			○		○
1344	미도네온	광주시 남구	○			○		
1345	비전기획	광주시 남구	○	○		○		
1346	삼양네온	광주시 남구	○			○		○
1347	서림애드	광주시 남구	○					
1348	서울후렘	광주시 남구	○			○		
1349	세인AND	광주시 남구				○	○	○
1350	소리광고기획	광주시 남구	○	○				
1351	에능기획	광주시 남구	○			○		○
1352	오케이싸인아트	광주시 남구	○					
1353	유경사	광주시 남구	○			○		○
1354	㈜사람과나무	광주시 남구	○	○		○		
1355	㈜지피텍	광주시 남구				○		
1356	해냄광고	광주시 남구	○			○		
1357	훈광고사	광주시 남구	○	○		○		
1358	가나에드컴	광주시 동구						○
1359	갑자기확인쇄	광주시 동구				○		
1360	광주상사	광주시 동구				○		
1361	금호기획인쇄사	광주시 동구				○		
1362	나라문화사	광주시 동구				○		○
1363	나온커뮤니케이션	광주시 동구						○
1364	나우기획	광주시 동구				○		
1365	남도인쇄	광주시 동구				○		
1366	대건문화사	광주시 동구				○		○
1367	대림문화사	광주시 동구				○		
1368	대산기획인쇄	광주시 동구				○		
1369	대신인쇄	광주시 동구				○		
1370	대한기획	광주시 동구						○
1371	덕신인쇄	광주시 동구				○		
1372	덕인페이퍼	광주시 동구				○		○
1373	도서출판사람들	광주시 동구				○		
1374	동성기획	광주시 동구				○		○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1375	드림기획인쇄	광주시 동구						○
1376	명도문화사	광주시 동구				○		
1377	명함&인쇄나라	광주시 동구				○		
1378	무등문화사	광주시 동구				○		
1379	문화당종합인쇄	광주시 동구				○		
1380	범촌인쇄광고	광주시 동구				○		
1381	비엠케이	광주시 동구				○		
1382	빛고을기획(플러스컴퓨터)	광주시 동구				○		
1383	삼원인쇄광고사	광주시 동구						○
1384	새롬문화사	광주시 동구				○		○
1385	선명인쇄	광주시 동구				○		○
1386	선일문화사	광주시 동구				○		
1387	성보씨림인쇄	광주시 동구				○		○
1388	성우임대	광주시 동구				○		
1389	세영인쇄	광주시 동구				○		
1390	세화광고기획	광주시 동구						○
1391	소망제작사	광주시 동구			○	○		○
1392	소문인쇄사	광주시 동구				○		
1393	신광문화사	광주시 동구				○		
1394	신광봉투사	광주시 동구				○		
1395	신광제작사	광주시 동구				○		
1396	신창인쇄	광주시 동구				○		○
1397	아주인쇄	광주시 동구				○		
1398	애드윈	광주시 동구	○					
1399	양지인쇄기획	광주시 동구				○		○
1400	여성문화사	광주시 동구				○		○
1401	유림문화 카렌다	광주시 동구				○		○
1402	이노디자인	광주시 동구				○		○
1403	정음문화사	광주시 동구				○		○
1404	정일재단	광주시 동구				○		
1405	제일봉투사	광주시 동구				○		○
1406	제일싸인기획	광주시 동구				○		○
1407	(주)동천미디어	광주시 동구	○	○				
1408	(주)백송기획	광주시 동구	○	○			○	○
1409	(주)해동종합기획	광주시 동구						○
1410	지구인쇄출판사	광주시 동구				○		
1411	지성지앤비	광주시 동구		○		○		○
1412	지오디자인	광주시 동구						○
1413	크로바기획	광주시 동구				○		○
1414	큰세상	광주시 동구				○		○
1415	태성칼라	광주시 동구				○		
1416	테크오디자인그룹	광주시 동구				○		○
1417	푸른문화사	광주시 동구				○		
1418	한남상사	광주시 동구				○		○
1419	한백디자인	광주시 동구				○		
1420	한빛인쇄	광주시 동구						○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1421	해강인쇄사	광주시 동구				○		○
1422	호남씨링스티커	광주시 동구				○		
1423	GKSIGN	광주시 동구				○		○
1424	고려기획	광주시 동구				○		
1425	고시인쇄사	광주시 동구						○
1426	국제사	광주시 동구				○		○
1427	글터문화사	광주시 동구				○		
1428	남도스티커인쇄사	광주시 동구				○		
1429	다미기획	광주시 동구						○
1430	대산인쇄사	광주시 동구				○		
1431	복음문화사	광주시 동구				○		○
1432	샘디자인	광주시 동구				○		○
1433	샘물	광주시 동구				○		
1434	성은문화사	광주시 동구				○		
1435	영은사	광주시 동구				○		
1436	영창인쇄사	광주시 동구				○		○
1437	우리출력인쇄	광주시 동구				○		○
1438	정선인쇄	광주시 동구				○		○
1439	정진인쇄	광주시 동구				○		○
1440	조은인쇄기획	광주시 동구				○		○
1441	종로인쇄	광주시 동구				○		○
1442	창우인쇄기획	광주시 동구				○		
1443	창조사	광주시 동구				○		○
1444	천지인쇄기획	광주시 동구						○
1445	한빛인쇄사	광주시 동구				○		○
1446	한일원색	광주시 동구				○		
1447	형제인쇄	광주시 동구				○		○
1448	혜원문화사	광주시 동구				○		○
1449	IC그래픽	광주시 동구						○
1450	(유)공간	광주시 북구				○		○
1451	남도	광주시 북구						○
1452	대일종합광고	광주시 북구						○
1453	동원광고	광주시 북구		○				
1454	디자인박스	광주시 북구				○		
1455	디자인조아	광주시 북구						○
1456	서연기획	광주시 북구						○
1457	선산광고	광주시 북구		○				
1458	성원광고	광주시 북구		○				
1459	수성기업	광주시 북구						○
1460	애반애드	광주시 북구						○
1461	예술공방	광주시 북구		○				
1462	월드기획	광주시 북구						○
1463	유명싸인컴	광주시 북구	○					
1464	이지간판	광주시 북구		○				
1465	태평양나염	광주시 북구						○
1466	터보기획	광주시 북구				○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1467	평양나염기획	광주시 북구						○
1468	하나실사	광주시 북구						○
1469	한길디자인	광주시 북구				○		
1470	한신기획	광주시 북구				○		
1471	해태사	광주시 북구						○
1472	현수막114	광주시 북구		○				
1473	대명광고	광주시 서구		○				○
1474	대명광고	광주시 서구	○					
1475	루트기획	광주시 서구	○	○		○		
1476	백월광고	광주시 서구						○
1477	보광광고	광주시 서구	○	○		○		
1478	이조광고	광주시 서구	○	○		○		
1479	정도기획	광주시 서구	○			○		○
1480	제일광고기획	광주시 서구		○				
1481	(주)보광코린트	광주시 서구		○				
1482	풍산아트	광주시 서구	○	○		○		
1483	프리디자인	광주시 서구	○			○		○
1484	핸드종합기획	광주시 서구	○	○		○		
1485	히트라인	광주시 서구	○	○				
1486	(자)대광기획	대전시 대덕구	○					
1487	한발넷	대전시 대덕구					○	
1488	강석문화사	대전시 동구				○		
1489	광고기획 미화	대전시 동구	○					
1490	광명인쇄사	대전시 동구				○		
1491	극동옵셋인쇄사	대전시 동구				○		
1492	근화인쇄사	대전시 동구				○		
1493	금강스티카인쇄	대전시 동구				○		
1494	금성당인쇄	대전시 동구				○		
1495	남일광고	대전시 동구				○		
1496	노벨문화사	대전시 동구				○		
1497	누리인쇄	대전시 동구				○		
1498	대경인쇄사	대전시 동구				○		
1499	대광금박	대전시 동구				○		
1500	대성기공사	대전시 동구				○		
1501	대신실크산업	대전시 동구						○
1502	대우인쇄	대전시 동구				○		
1503	대원인쇄소	대전시 동구				○		
1504	대일사	대전시 동구				○		
1505	대진실크사	대전시 동구				○		
1506	대현스티카	대전시 동구				○		
1507	도서출판이화	대전시 동구				○		
1508	동명문화사	대전시 동구				○		
1509	동부문화사	대전시 동구				○		○
1510	동성포장	대전시 동구				○		
1511	드림기획	대전시 동구						○
1512	디자인이드	대전시 동구				○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1513	디자인친구	대전시 동구						○
1514	디자인issue	대전시 동구		○				○
1515	란기획	대전시 동구				○		
1516	명일인쇄사	대전시 동구				○		○
1517	문마스터	대전시 동구				○		
1518	미디어	대전시 동구				○		
1519	미진산업	대전시 동구				○		
1520	미화출판사	대전시 동구				○		
1521	밀알기획	대전시 동구						○
1522	배원특수인쇄	대전시 동구				○		
1523	베스트광고타운	대전시 동구		○				
1524	보문당인쇄사	대전시 동구				○		
1525	삼성문화사	대전시 동구				○		
1526	삼영사	대전시 동구				○		
1527	삼정기획인쇄사	대전시 동구				○		
1528	상인인쇄	대전시 동구				○		
1529	새기인쇄	대전시 동구				○		
1530	서진인쇄	대전시 동구				○		
1531	선우인쇄	대전시 동구						○
1532	신도기획	대전시 동구						○
1533	신성금박인쇄	대전시 동구				○		
1534	신성인쇄	대전시 동구				○		
1535	양지문화사	대전시 동구				○		
1536	에이스	대전시 동구						○
1537	엠아이광고기획	대전시 동구	○					
1538	열린문화사	대전시 동구				○		
1539	오성문화사	대전시 동구				○		
1540	우송문화사	대전시 동구				○		
1541	우오인쇄사	대전시 동구				○		
1542	은성인쇄사	대전시 동구				○		
1543	이문인쇄	대전시 동구	○			○		
1544	일러스트	대전시 동구				○		
1545	장미기획	대전시 동구		○				
1546	재민인쇄	대전시 동구				○		
1547	제일인쇄	대전시 동구				○		
1548	(주)에원테크	대전시 동구						○
1549	(주)웹스트리트	대전시 동구					○	
1550	(주)유니엠	대전시 동구	○	○				○
1551	중앙기획	대전시 동구				○		
1552	지성문화사	대전시 동구	○			○	○	
1553	진보페키지	대전시 동구				○		
1554	진성기획	대전시 동구		○				
1555	진양인쇄기획	대전시 동구			○			
1556	창문	대전시 동구				○		
1557	청구사	대전시 동구				○		
1558	청맥	대전시 동구			○			



NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1559	충청종합인쇄	대전시 동구				○		○
1560	피카소광고기획	대전시 동구				○		
1561	필성인쇄소	대전시 동구				○		
1562	한길인쇄사	대전시 동구				○		
1563	한밭울선인쇄	대전시 동구				○		
1564	한성디자인	대전시 동구	○					
1565	한일네우	대전시 동구				○		
1566	현대광고기획	대전시 동구				○		
1567	현대사	대전시 동구				○		○
1568	협신인쇄	대전시 동구				○		
1569	형제문화사	대전시 동구				○		
1570	홍문카본인쇄사	대전시 동구				○		
1571	화랑미술인쇄	대전시 동구				○		
1572	흥진산업	대전시 동구	○					
1573	KC기획인쇄	대전시 동구				○		
1574	인선당	대전시 서구				○		○
1575	(주)나우리아드	대전시 서구	○					
1576	(주)사이버어드	대전시 서구						○
1577	(주)에드월드	대전시 서구	○					
1578	(주)위드커뮤니케이션	대전시 서구	○	○				
1579	(주)인터크레존	대전시 서구	○	○				
1580	(주)정남프로덕션	대전시 서구	○	○	○			
1581	하나로광고	대전시 서구		○				○
1582	C&P	대전시 서구				○		
1583	성문사	대전시 유성구				○		
1584	오름	대전시 유성구	○	○		○		
1585	유선유일사	대전시 유성구				○		
1586	인터넷114안내	대전시 유성구					○	
1587	해오름	대전시 유성구				○		○
1588	협신사	대전시 유성구				○		
1589	해천문화사	대전시 유성구				○		
1590	TS기획	대전시 유성구				○		
1591	에드텍	대전시 중구					○	
1592	영기획	대전시 중구						○
1593	용현문화사	대전시 중구				○		
1594	조선일보대전광고지사	대전시 중구	○					
1595	(주)씨케이	대전시 중구	○					
1596	(주)지피커뮤니케이션즈	대전시 중구						○
1597	금호인쇄기획	울산시 남구						○
1598	대성AD산업	울산시 남구		○				
1599	뷰디자인	울산시 남구		○				
1600	아트에드	울산시 남구		○		○		○
1601	이드기획	울산시 남구		○		○		
1602	(주)동신기획	울산시 남구	○					
1603	(주)동아에드넷(울산연합전단)	울산시 남구	○					
1604	(주)디자인허브	울산시 남구						○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1605	(주)팝콘커뮤니케이션	울산시 남구	○	○	○	○		○
1606	(주)플러스	울산시 남구				○		
1607	칸디자인	울산시 남구				○		○
1608	토마토컴	울산시 남구	○		○			
1609	합명)한지	울산시 남구	○			○		○
1610	INC디자인	울산시 남구		○				
1611	미래디자인	울산시 동구	○			○		
1612	시티프랜드	울산시 동구					○	
1613	심플광고기획	울산시 동구	○					○
1614	한빛광고산업	울산시 울주군						○
1615	보경광고백화점	울산시 중구				○		
1616	(주)노맛닷컴	울산시 중구					○	
1617	프리앤	울산시 중구					○	
1618	큐피트광고기획	경기도 가평군	○					
1619	광고세상	경기도 고양시				○		
1620	극동마케팅	경기도 고양시	○					
1621	금강문화사	경기도 고양시		○				
1622	삼일공사	경기도 고양시				○		
1623	신우기획	경기도 고양시						○
1624	에스프로모션	경기도 고양시			○			
1625	에이투젯	경기도 고양시	○	○		○		
1626	엠플	경기도 고양시		○				
1627	영창기획인쇄	경기도 고양시				○		
1628	예원광고	경기도 고양시	○					
1629	제이엠미디어(빌리지리)	경기도 고양시						○
1630	(주)매일너스클럽	경기도 고양시				○		
1631	(주)보광기획	경기도 고양시						○
1632	(주)빛글	경기도 고양시						○
1633	(주)설이티에스	경기도 고양시						○
1634	(주)코아정보미디어시스템	경기도 고양시						○
1635	피서디기획	경기도 고양시						○
1636	한영애드컴	경기도 고양시				○		
1637	(주)이명애드컴	경기도 과천시	○					
1638	맥스기획	경기도 광명시				○		
1639	살기획	경기도 광명시						○
1640	iB TO B	경기도 광명시				○		
1641	광주뉴스	경기도 광주시					○	
1642	(주)사이노디스	경기도 광주시						○
1643	(주)이언에프	경기도 광주시			○			○
1644	(주)한국싸인	경기도 광주시		○				
1645	FORDESIGN	경기도 광주시					○	○
1646	가가기획	경기도 구리시		○				
1647	광고마을	경기도 구리시	○					
1648	광고Box	경기도 구리시				○		
1649	광염서각인쇄	경기도 구리시				○		
1650	남도종합인테리어	경기도 구리시	○					

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1651	우리기획	경기도 구리시	○					
1652	광고나라산본점	경기도 군포시						○
1653	프린토피아	경기도 군포시						○
1654	유일기업	경기도 김포시				○		
1655	한솔광고	경기도 김포시	○					
1656	대성광고	경기도 남양주시						○
1657	디벨리㈜	경기도 남양주시	○					
1658	옥성광고	경기도 남양주시				○		
1659	제일판촉물광고기획	경기도 남양주시						○
1660	평내종합광고	경기도 남양주시	○					
1661	평산광고	경기도 남양주시	○					
1662	광고스케치	경기도 동두천시						○
1663	삼성애드랜드	경기도 동두천시				○		○
1664	수성기획	경기도 동두천시	○					
1665	우성광고	경기도 동두천시			○	○		
1666	디자인클럽	경기도 부천시	○		○	○		○
1667	명성광고	경기도 부천시		○				
1668	바로에드컴	경기도 부천시	○					
1669	비전21세기	경기도 부천시	○					○
1670	세신광고	경기도 부천시						○
1671	스마일상사(판촉물)	경기도 부천시	○					
1672	아세아광고	경기도 부천시	○					
1673	㈜천성애드컴	경기도 부천시	○					
1674	㈜한솔비전	경기도 부천시		○				
1675	천성애드컴	경기도 부천시						○
1676	현진사	경기도 부천시						○
1677	dear design	경기도 부천시		○		○		
1678	드림플러스시기획	경기도 성남시						○
1679	명진기획	경기도 성남시	○					
1680	성공기획	경기도 성남시						○
1681	성남중고차COM	경기도 성남시					○	
1682	온라인애드	경기도 성남시					○	
1683	전진기획	경기도 성남시				○	○	○
1684	제이아트	경기도 성남시						○
1685	㈜오렌지 광고 연구소	경기도 성남시		○				
1686	㈜로직앤매직	경기도 성남시	○			○		
1687	㈜부광기업	경기도 성남시	○					
1688	㈜에프아이애드	경기도 성남시	○					
1689	㈜영화기획	경기도 성남시	○					
1690	중앙기획	경기도 성남시	○					
1691	티디프린텍	경기도 성남시					○	
1692	프린트하우스	경기도 성남시				○		○
1693	하남연합전단	경기도 성남시				○	○	○
1694	TMD	경기도 성남시						○
1695	거미	경기도 수원시						○
1696	경기디자인	경기도 수원시	○	○				○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1697	광동광고기획	경기도 수원시	○					
1698	그린기획	경기도 수원시						○
1699	다모광고기획	경기도 수원시				○		
1700	다원	경기도 수원시	○	○				
1701	디자인뱅크	경기도 수원시	○					
1702	디자인뱅크	경기도 수원시	○					
1703	명가사	경기도 수원시						○
1704	버스컴	경기도 수원시	○	○				
1705	수도사	경기도 수원시						○
1706	아이디어사	경기도 수원시	○					
1707	아이존현수막	경기도 수원시	○					
1708	아이필립	경기도 수원시				○		○
1709	아트뱅크컴퓨터그래픽	경기도 수원시		○				
1710	에이전시터	경기도 수원시				○		
1711	영상기획	경기도 수원시				○		
1712	예명종합광고사	경기도 수원시	○					
1713	에인	경기도 수원시				○	○	○
1714	온누리종합광고	경기도 수원시	○					
1715	운동장광고기획	경기도 수원시		○				
1716	인쇄마트승리기획	경기도 수원시				○	○	○
1717	제이컴	경기도 수원시	○					
1718	조은	경기도 수원시						○
1719	종로광고	경기도 수원시			○			
1720	(주)경기동일애드컴	경기도 수원시	○					
1721	(주)데이콤콜투게더수원	경기도 수원시	○					
1722	(주)원경	경기도 수원시			○	○		
1723	진용애드컴	경기도 수원시			○			
1724	청송애드(주)	경기도 수원시	○					
1725	테마기획	경기도 수원시						○
1726	토탈기획	경기도 수원시				○		
1727	편집회사사람들	경기도 수원시				○		
1728	현대광고사	경기도 수원시	○					○
1729	Photorang	경기도 수원시				○	○	○
1730	시화넷	경기도 시흥시				○		○
1731	애드썬	경기도 시흥시			○			
1732	영광 광고 기획	경기도 시흥시				○		○
1733	영디자인기획	경기도 시흥시						○
1734	커팅아트	경기도 시흥시						○
1735	광고기획	경기도 안산시						○
1736	길광고기획	경기도 안산시						○
1737	나라콤 광고기획	경기도 안산시	○					
1738	돈오스피드기획	경기도 안산시				○		
1739	디자인나라	경기도 안산시						○
1740	레오기획	경기도 안산시	○					
1741	미래광고기획	경기도 안산시						○
1742	배달점넷	경기도 안산시				○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1743	벤엘상사	경기도 안산시						○
1744	성호에드컴	경기도 안산시	○					
1745	소망문화인쇄주식회사	경기도 안산시				○		○
1746	에드피아인쇄	경기도 안산시				○		
1747	왕디자인	경기도 안산시				○		
1748	이미지만들기	경기도 안산시						○
1749	(주)에드비전	경기도 안산시		○				
1750	중앙리플렛(주)	경기도 안산시	○					
1751	특별한기획	경기도 안산시						○
1752	한국광고사업협회	경기도 안산시	○					
1753	한마음인쇄광고	경기도 안산시				○		
1754	희망디자인기획	경기도 안산시			○	○		○
1755	광고나라	경기도 안성시					○	○
1756	미스타프레카드	경기도 안성시						○
1757	광고특별시	경기도 안양시				○		
1758	미성광고	경기도 안양시						○
1759	썬광고	경기도 안양시						○
1760	에드윈	경기도 안양시	○					
1761	우림기획	경기도 안양시				○		○
1762	이박사 명함 인쇄	경기도 안양시				○		○
1763	제일 차량광고	경기도 안양시		○				
1764	(주)정미디어텍	경기도 안양시						○
1765	(주)평송가로수	경기도 안양시	○					
1766	준기획	경기도 안양시						○
1767	중앙리플렛(주)	경기도 안양시	○					
1768	중앙전단	경기도 안양시		○				
1769	한라광고	경기도 안양시			○			
1770	이삭광고	경기도 연천군	○					
1771	예은광고	경기도 오산시	○					
1772	광고마을	경기도 용인시				○		
1773	디자인월드	경기도 용인시	○			○		
1774	세상물정	경기도 용인시				○		
1775	스케치	경기도 용인시	○					
1776	제일광고	경기도 용인시						○
1777	(주)에드앤라인	경기도 용인시	○				○	
1778	(주)태산기획	경기도 용인시	○					
1779	형일기업(예일광고)	경기도 용인시	○					
1780	KMSA	경기도 용인시			○			
1781	광고나라	경기도 의정부시						○
1782	금상광고	경기도 의정부시				○		○
1783	넷컴디자인	경기도 의정부시						○
1784	다모아기획	경기도 의정부시	○					
1785	선진광고기획	경기도 의정부시				○		
1786	세종디자인	경기도 의정부시						○
1787	씨엔피	경기도 의정부시				○		
1788	육육종합광고	경기도 의정부시						○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1789	㈜행사날	경기도 의정부시						○
1790	중앙마케팅선즈	경기도 의정부시	○					
1791	태성애드㈜	경기도 의정부시		○				
1792	하늘디자인	경기도 의정부시				○		
1793	대화광고	경기도 이천시						○
1794	평화광고	경기도 이천시			○			
1795	PR시대	경기도 이천시				○		
1796	21세기동보기업	경기도 파주시	○					
1797	거산기획	경기도 파주시	○					
1798	남부연합전단	경기도 평택시	○					
1799	디자인꿈	경기도 평택시						○
1800	디자인뱅크	경기도 평택시	○			○		
1801	디지털테크	경기도 평택시		○				
1802	부광기획㈜	경기도 평택시			○			
1803	에원기획	경기도 평택시						○
1804	유명광고	경기도 평택시				○		
1805	유일한기획	경기도 평택시	○	○				
1806	정보종합광고사	경기도 평택시			○			
1807	프린스상패기획	경기도 평택시	○					
1808	학사광고	경기도 평택시	○					
1809	송우광고	경기도 포천시	○					
1810	나이팅 뉴스	경기도 하남시		○				
1811	싸인정보산업㈜	경기도 하남시						○
1812	아트센터	경기도 하남시	○					
1813	㈜애드라이트	경기도 하남시			○			
1814	준디자인	경기도 하남시	○					
1815	대창기획	강원도 강릉시						○
1816	드림애드	강원도 강릉시				○		○
1817	디자인 하우스	강원도 강릉시				○		
1818	미도광고사연찬공장	강원도 강릉시	○					
1819	블루디자인	강원도 강릉시		○				
1820	상가로영동지사	강원도 강릉시				○		
1821	이레광고	강원도 강릉시						○
1822	이멜애드	강원도 강릉시						○
1823	제일종합기획	강원도 강릉시						○
1824	㈜ 상흥사	강원도 강릉시	○					
1825	대덕공사	강원도 동해시		○				
1826	대류공사	강원도 동해시		○				
1827	미예창조사	강원도 동해시						○
1828	애드컵	강원도 동해시	○	○				○
1829	PR 광고유통	강원도 동해시				○		○
1830	나래디자인기획	강원도 삼척시						○
1831	명기획	강원도 삼척시				○		
1832	한국기프트	강원도 삼척시	○		○			
1833	강원에드컴	강원도 속초시	○					
1834	국제안전종합광고	강원도 속초시	○	○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1835	금강기획에이피㈜	강원도 속초시	○					
1836	기억테크	강원도 속초시						○
1837	누리광고기획	강원도 속초시	○					
1838	대우광고재료상사	강원도 속초시						○
1839	서울광고	강원도 속초시						○
1840	이십이세기기획	강원도 속초시		○				
1841	조은기획	강원도 속초시				○		
1842	프린트미디어	강원도 속초시			○			
1843	대명광고	강원도 양구군						○
1844	씨앤티디자인	강원도 양구군					○	○
1845	강원종합기획	강원도 원주시				○		○
1846	광고시장	강원도 원주시						○
1847	대한전화번호부	강원도 원주시	○					
1848	삼성종합광고	강원도 원주시				○		○
1849	영서상가로	강원도 원주시	○					
1850	웹디자인기획	강원도 원주시				○		
1851	태양광고	강원도 원주시	○	○		○		
1852	은혜광고	강원도 인제군	○					
1853	사북광고인쇄기획	강원도 정선군						○
1854	셋별디자인	강원도 철원군						○
1855	강원전단 광고 공사	강원도 춘천시				○		○
1856	경문사	강원도 춘천시				○		○
1857	광고인국	강원도 춘천시				○		○
1858	교성산업공사	강원도 춘천시		○				
1859	다솜 광고기획	강원도 춘천시				○		○
1860	대한매일사업본부춘천지사	강원도 춘천시	○					
1861	도서출판한결	강원도 춘천시				○		○
1862	마루	강원도 춘천시			○	○		○
1863	백우기획	강원도 춘천시						○
1864	베스트기획인쇄	강원도 춘천시				○		○
1865	보성출판사	강원도 춘천시						○
1866	삼일기획	강원도 춘천시	○			○		
1867	시우람광고	강원도 춘천시						○
1868	을지공예광고	강원도 춘천시	○					
1869	(주)강원미디어	강원도 춘천시	○					
1870	(주)네오컴	강원도 춘천시	○	○				
1871	준디자인	강원도 춘천시	○					
1872	중앙광고	강원도 춘천시		○				
1873	프레스파크인쇄	강원도 춘천시						○
1874	하늘인쇄	강원도 춘천시						○
1875	한국광고사업협회	강원도 춘천시						○
1876	한국광고사업협회춘천시지회	강원도 춘천시					○	○
1877	AND종합광고기획	강원도 춘천시	○					
1878	한국광고사업협회태백지회	강원도 태백시						○
1879	한얼광고기획	강원도 태백시						○
1880	대관령종합광고	강원도 평창군	○					

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1881	대광광고	강원도 평창군	○					
1882	동서광고	강원도 평창군						○
1883	산들기획시스템	강원도 평창군				○		○
1884	가이드광고	강원도 홍천군				○		○
1885	거산애드	강원도 홍천군		○				
1886	미진광고	강원도 홍천군						○
1887	하나애드	강원도 홍천군	○	○				
1888	무지개광고	강원도 회천군						○
1889	광흥당	강원도 횡성군						○
1890	김준우	충청북도 청주시		○				
1891	동현기획인쇄	충청북도 청주시	○					
1892	색연필	충청북도 청주시						○
1893	(주)이상커뮤니티	충청북도 청주시						○
1894	청주마크	충청북도 청주시						○
1895	충북광고공사	충청북도 청주시						○
1896	충청텔레카	충청북도 청주시			○			○
1897	칠이공사	충청북도 청주시	○					
1898	클럽디자인	충청북도 청주시	○					
1899	프로디자인	충청북도 청주시	○					
1900	현대아트	충청북도 청주시	○					○
1901	BOBSYS	충청북도 청주시				○		
1902	포시즌	충청남도 공주시				○	○	○
1903	기쁨광고	충청남도 논산시						○
1904	디자인시티	충청남도 논산시						○
1905	새한광고간판	충청남도 논산시						○
1906	디덤돌	충청남도 당진군						○
1907	중앙광고기획	충청남도 당진군						○
1908	현대종합광고	충청남도 당진군						○
1909	성지광고	충청남도 보령시				○		○
1910	신한광고	충청남도 보령시						○
1911	애드원	충청남도 보령시						○
1912	예술광고	충청남도 보령시						○
1913	태조기획	충청남도 보령시				○		
1914	대화상사	충청남도 아산시						○
1915	맥디자인	충청남도 아산시						○
1916	애플기획	충청남도 아산시				○		
1917	에이스광고	충청남도 홍성군						○
1918	나래기획	전라북도 군산시	○			○		○
1919	바로기획	전라북도 군산시				○		
1920	세일기획	전라북도 군산시	○					
1921	소원인쇄기획	전라북도 군산시				○		
1922	아이엠이벤트기획	전라북도 군산시	○					○
1923	예림인쇄	전라북도 군산시				○		
1924	하나종합광고기획	전라북도 군산시						○
1925	한진문화사	전라북도 군산시	○		○			
1926	행운종합광고	전라북도 군산시						○



NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1927	광고자재(고명)	전라북도 익산시		○				
1928	동아기획	전라북도 익산시	○	○				○
1929	디자인플러스	전라북도 익산시	○			○		
1930	미령기획	전라북도 익산시						○
1931	(주)애드티비	전라북도 익산시				○		○
1932	하나광고	전라북도 익산시		○				
1933	(유)플러스기획	전라북도 전주시						○
1934	닛시	전라북도 전주시						○
1935	대광광고	전라북도 전주시						○
1936	동영기획	전라북도 전주시	○					○
1937	디자인블루	전라북도 전주시						○
1938	디지털아트	전라북도 전주시	○	○	○	○		○
1939	마크원광고	전라북도 전주시		○		○		○
1940	미래광고	전라북도 전주시				○		○
1941	샬	전라북도 전주시		○		○		○
1942	서진광고산업	전라북도 전주시						○
1943	성도기획	전라북도 전주시						○
1944	성신사	전라북도 전주시	○	○				○
1945	심훈종합광고기획	전라북도 전주시						○
1946	싸인월드	전라북도 전주시						○
1947	에이엘디광고인쇄	전라북도 전주시				○		
1948	엑스포간판	전라북도 전주시						○
1949	에일광고기획	전라북도 전주시						○
1950	인쇄활인마트	전라북도 전주시				○		
1951	조일광고기획	전라북도 전주시						○
1952	(주)모닝글로리청첩장	전라북도 전주시				○		
1953	(주)서해광고	전라북도 전주시	○					
1954	주오	전라북도 전주시				○		○
1955	청첩장백화점	전라북도 전주시				○		
1956	컴프로덕션	전라북도 전주시		○				
1957	필애드	전라북도 전주시	○	○				
1958	드림라이크	전라북도 정읍시	○	○		○		○
1959	모던디자인기획	전라북도 정읍시						○
1960	광양에드컴	전라남도 광양시		○		○		
1961	광양인쇄활인	전라남도 광양시				○		
1962	대동광고기업	전라남도 광양시						○
1963	대성산업	전라남도 광양시		○				
1964	대한스크린인쇄	전라남도 광양시				○		○
1965	미조광고산업	전라남도 광양시				○		
1966	천우광고기획	전라남도 광양시		○				
1967	흥익광고산업	전라남도 광양시				○		○
1968	미래광고	전라남도 광양시				○		○
1969	동신기획	전라남도 나주시	○			○		
1970	번개광고기획	전라남도 나주시	○			○		
1971	광고사호남기획	전라남도 목포시	○					○
1972	대신광고	전라남도 목포시	○			○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1973	신성광고	전라남도 목포시		○				
1974	씨엔피디자인	전라남도 목포시	○	○				
1975	드림인쇄기획	전라남도 순천시	○			○		○
1976	삼원광고	전라남도 순천시				○		○
1977	성실종합광고	전라남도 순천시	○		○	○		○
1978	에이스기획	전라남도 순천시				○		○
1979	인쇄프라자	전라남도 순천시				○		○
1980	인쇄프라자	전라남도 순천시				○		
1981	일신기획플러스	전라남도 순천시				○		○
1982	제일디자인	전라남도 순천시						○
1983	주원종합기획	전라남도 순천시	○	○		○		○
1984	천산기획→열린기획	전라남도 순천시				○		○
1985	칼라이미지광고	전라남도 순천시				○		○
1986	현기획	전라남도 순천시	○			○		○
1987	광고시장	전라남도 여주시				○		
1988	대우인쇄광고	전라남도 여주시		○				
1989	삼성광고	전라남도 여주시	○			○		
1990	소리기획	전라남도 여주시			○			
1991	시대광고	전라남도 여주시		○				○
1992	여수광고(신양사)	전라남도 여주시						○
1993	민기획	경상북도 경산시				○		
1994	부경기획	경상북도 경산시		○				
1995	선진광고자재	경상북도 경산시				○		
1996	예화광고기획	경상북도 경산시		○				
1997	경주인쇄광고사	경상북도 경주시				○		○
1998	대현인쇄	경상북도 구미시				○		
1999	덕인광고	경상북도 구미시				○		
2000	동양상사	경상북도 구미시		○				
2001	동양인쇄기획	경상북도 구미시		○				
2002	모든디자인통상	경상북도 구미시				○		
2003	우익광고사	경상북도 구미시						○
2004	좋은느낌	경상북도 구미시				○		
2005	지엠프린텍	경상북도 구미시		○				
2006	한솔디자인	경상북도 구미시						○
2007	경북인쇄	경상북도 김천시				○		
2008	금릉인쇄사	경상북도 김천시				○		
2009	동아인쇄소	경상북도 김천시		○				
2010	매일원색인쇄	경상북도 김천시		○		○		
2011	명성인쇄사	경상북도 김천시		○				
2012	명화당인쇄소	경상북도 김천시				○		
2013	신라광고사	경상북도 김천시				○		
2014	워핑전문센터	경상북도 김천시				○		
2015	한남기획	경상북도 김천시				○		
2016	한신인쇄사	경상북도 김천시		○				
2017	현대인쇄	경상북도 김천시				○		
2018	동문광고기획	경상북도 문경시						○

NO	사업제명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
2019	가미디자인	경상북도 상주시				○		
2020	삼백광고기획	경상북도 상주시						○
2021	세종기획	경상북도 상주시				○		
2022	아트인쇄광고기획	경상북도 상주시				○		
2023	연합광고	경상북도 상주시				○		○
2024	참출디자인	경상북도 상주시						○
2025	한빛광고기획	경상북도 상주시				○		
2026	동이사람들	경상북도 안동시			○	○		
2027	디자인플러스	경상북도 안동시	○					○
2028	생활타임즈	경상북도 안동시				○		○
2029	세진기획	경상북도 안동시				○		○
2030	온누리인쇄기획	경상북도 안동시						○
2031	란기획	경상북도 영주시				○		
2032	아자미기획	경상북도 영주시				○		
2033	일영기획	경상북도 영주시				○		○
2034	경북종합광고	경상북도 예천군				○		
2035	꽃광고기획	경상북도 포항시				○		
2036	두인광고기획	경상북도 포항시				○		○
2037	세명인쇄	경상북도 포항시						○
2038	애드 필광고	경상북도 포항시	○					○
2039	양우당인쇄	경상북도 포항시		○	○		○	
2040	인쇄나라	경상북도 포항시						○
2041	인터넷폰114	경상북도 포항시					○	
2042	토탈인쇄광고	경상북도 포항시				○		
2043	통인기획	경상북도 포항시				○		○
2044	21세기기획인쇄	경상남도 마산시				○		
2045	간판개척사	경상남도 마산시						○
2046	거성인쇄	경상남도 마산시				○		
2047	국제산업광고	경상남도 마산시				○		
2048	나눔상패	경상남도 마산시						○
2049	나온디자인	경상남도 마산시				○		○
2050	대경인쇄	경상남도 마산시				○		
2051	대동기획	경상남도 마산시						○
2052	대동인쇄(광고)	경상남도 마산시				○		
2053	대일인쇄	경상남도 마산시				○		
2054	대진인쇄	경상남도 마산시				○		
2055	대호정판	경상남도 마산시				○		
2056	동서종합인쇄	경상남도 마산시				○		
2057	동신기획	경상남도 마산시						○
2058	동아광고사	경상남도 마산시						○
2059	동아인쇄	경상남도 마산시				○		
2060	동인기획	경상남도 마산시				○		
2061	마산광고사	경상남도 마산시						○
2062	백마광고	경상남도 마산시						○
2063	부평종합인쇄	경상남도 마산시				○		
2064	삼원상패	경상남도 마산시						○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
2065	새모든광고	경상남도 마산시						○
2066	성현인쇄사	경상남도 마산시				○		
2067	세일광고사	경상남도 마산시						○
2068	세종인쇄	경상남도 마산시				○		
2069	솔라기획	경상남도 마산시				○		○
2070	솔라에드	경상남도 마산시				○		
2071	수정인쇄사	경상남도 마산시				○		
2072	수채화	경상남도 마산시				○		
2073	애드플러스	경상남도 마산시						○
2074	영현기획	경상남도 마산시						○
2075	예성디자인	경상남도 마산시						○
2076	예일광고	경상남도 마산시						○
2077	원일인쇄	경상남도 마산시				○		
2078	원출력센터	경상남도 마산시				○		
2079	원프로세스	경상남도 마산시				○		○
2080	유신상패	경상남도 마산시						○
2081	중앙인쇄	경상남도 마산시				○		
2082	칠광아크릴	경상남도 마산시						○
2083	탑광고	경상남도 마산시						○
2084	한손종합인쇄	경상남도 마산시						○
2085	헤라	경상남도 마산시				○		
2086	ledstar	경상남도 마산시						○
2087	가람기획	경상남도 창원시						○
2088	가야에드컴	경상남도 창원시						○
2089	가야월드	경상남도 창원시				○		
2090	가인인쇄	경상남도 창원시				○		
2091	거인기획	경상남도 창원시						○
2092	공사기획	경상남도 창원시						○
2093	광고공사한길	경상남도 창원시						○
2094	굿디자인	경상남도 창원시						○
2095	남양종합인쇄	경상남도 창원시				○		
2096	대림기획	경상남도 창원시						○
2097	대림특수인쇄	경상남도 창원시				○		
2098	대한기획	경상남도 창원시				○		
2099	대한종합인쇄	경상남도 창원시				○		
2100	도암인쇄	경상남도 창원시				○		
2101	동우정판	경상남도 창원시				○		
2102	디딤기획	경상남도 창원시						○
2103	디자인디노	경상남도 창원시						○
2104	라운문화사	경상남도 창원시						○
2105	라이프기획	경상남도 창원시				○		○
2106	마당광고	경상남도 창원시						○
2107	만강기획	경상남도 창원시						○
2108	명성특수인쇄	경상남도 창원시				○		
2109	명인기획인쇄사	경상남도 창원시				○		○
2110	미소테크	경상남도 창원시						○

NO	사업제명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
2111	백두광고	경상남도 창원시						○
2112	삼광광고기획	경상남도 창원시				○		
2113	삼원테크	경상남도 창원시						○
2114	삼인종합광고	경상남도 창원시						○
2115	상업광고기획	경상남도 창원시		○				○
2116	서림인쇄사	경상남도 창원시				○		
2117	선우디자인	경상남도 창원시				○		○
2118	성산기획	경상남도 창원시				○		○
2119	성산기획	경상남도 창원시				○		
2120	성진종합인쇄	경상남도 창원시				○		
2121	세원광고기획	경상남도 창원시						○
2122	숨씨	경상남도 창원시						○
2123	신명인쇄사	경상남도 창원시				○		
2124	신성인쇄사	경상남도 창원시				○		
2125	싸인매니아	경상남도 창원시						○
2126	애드넷	경상남도 창원시						○
2127	애드콤	경상남도 창원시				○		
2128	양면기획	경상남도 창원시				○		
2129	에스디	경상남도 창원시				○		
2130	영생광고	경상남도 창원시						○
2131	우신광고	경상남도 창원시						○
2132	유니온워드	경상남도 창원시						○
2133	유성종합인쇄	경상남도 창원시				○		
2134	제일인쇄(기획)	경상남도 창원시				○		○
2135	(주)클리오	경상남도 창원시	○	○				
2136	(주)한샘기획	경상남도 창원시						○
2137	준재간판	경상남도 창원시						○
2138	참솔기획	경상남도 창원시				○		
2139	춘향인쇄	경상남도 창원시						○
2140	푸른기획	경상남도 창원시				○		
2141	피플종합광고	경상남도 창원시						○
2142	한글기획	경상남도 창원시						○
2143	한사랑광고	경상남도 창원시				○		
2144	한솔특수인쇄사	경상남도 창원시				○		
2145	현대인쇄광고	경상남도 창원시				○		○
2146	혜미리광고기획	경상남도 창원시						○
2147	희망광고기획	경상남도 창원시						○
2148	ok기획	경상남도 창원시						○
2149	극동광고기획	제주도 서귀포시						○
2150	대광광고마트	제주도 서귀포시						○
2151	아인광고기획공사	제주도 서귀포시						○
2152	아카데미광고기획	제주도 서귀포시						○
2153	온누리광고기획	제주도 서귀포시						○
2154	광고마트	제주도 제주시				○		
2155	신선광고	제주도 제주시						○
2156	싸인제주	제주도 제주시						○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
2157	아이필	제주도 제주시				○		
2158	아트21	제주도 제주시				○		
2159	엑스엘디자인	제주도 제주시		○		○		
2160	엠씨디자인연구센터	제주도 제주시		○				
2161	연동디자인광고	제주도 제주시		○				
2162	웅덕포장공사	제주도 제주시				○		
2163	제롤광고기획	제주도 제주시		○				
2164	제이앤씨그래픽	제주도 제주시	○			○		
2165	창조광고기획	제주도 제주시				○		
2166	포인트광고기획	제주도 제주시				○		
2167	해동광고사	제주도 제주시						○
2168	행운애드컴	제주도 제주시		○				
2169	현대광고스포츠	제주도 제주시						○



## 편집위원진

---

편집위원장	송 수근 민 영철	문화관광부 문화미디어국장 한국방송광고공사 공익사업본부장
편 집 위 원	우 상일 장 사성 오 의상	문화관광부 방송광고과장 문화관광부 방송광고과 사무관 한국방송광고공사 광고진흥국장

## 연구진

---

연구위원	오 세성	한국방송광고공사 광고연구소
통계연구원	신 호석	한국방송광고공사 광고연구소
	이 정애	한국방송광고공사 광고연구소
연구보조원	이 희선	한국방송광고공사 광고연구소
자문위원	여 인권	숙명여자대학교 통계학과 교수
	한 상태	호서대학교 통계학과 교수
	오 창우	계명대학교 신문방송학과 교수
	김 신근	광운대학교 경영정보학과 교수
	염 성원	평택대학교 광고홍보학과 교수
	박 정래	제일기획 미디어전략연구소 소장
	정 병철	서울시립대학교 통계학과 교수
관리실무	김 영무	한국방송광고공사 광고진흥팀장
	김 명룡	한국방송광고공사 광고진흥팀 부장
	문 의주	한국방송광고공사 광고진흥팀 과장





## 2006 광고산업통계

2007년 2월 16일 인쇄

2007년 2월 16일 발행

<b>발행인</b>	김명곤
<b>발행처</b>	문화관광부 <a href="http://www.mct.go.kr">http://www.mct.go.kr</a> 한국방송광고공사 <a href="http://www.kobaco.co.kr">http://www.kobaco.co.kr</a>
<b>통계DB</b>	<a href="http://adstat.kobaco.co.kr">http://adstat.kobaco.co.kr</a>
<b>인쇄처</b>	서원프린팅 (02)2265-5660
<b>표지디자인</b>	메인기획 (02)2691-9125

ISBN 978-89-91803-47-3-93310

