



승인(협의)번호
제 11308호

2010 광고산업통계

ISSN 1975-0242

정부간행물 번호
11-1370000-000324-10

문화체육관광부

kobaco 한국방송광고공사

Contents

이용자를 위하여	16
요약	17
I. 조사개요	38
1. 2010 광고산업통계 조사 방향	38
2. 법적근거	39
3. 조사대상 및 규모	39
4. 조사시기	39
5. 조사내용	40
6. 조사방법	41
7. 조사항목 변경보완	42
II. 분석 방법	43
1. 결측값 보정 방법	43
2. 주요 구분변수 설명	48
III. 조사결과	51
1. 사업체 현황 - 매출	51
1.1. 전체	51
1.2. 대형 광고업체	76
1.3. 일반	97
2. 사업체 현황 - 종사자	122
2.1. 전체	122
2.2. 대형 광고업체	145
2.3. 일반 광고회사	159
3. 취업액과 종사자	175
3.1. 사업체 정보	175
3.2. 지역	178
3.3. 대표자 정보	181

3.4. 종사자 규모 및 취급액 규모	184
3.5. 사업체 업종 분류	187
3.6. 사업체 업종 재분류	191
3.7. 가치사슬 분류	193
3.8. 고용현황 정보	195
3.9. 국내 및 외국계 광고주	198
3.10. 고객유치실적	202
3.11. 광고경기 체감도	205
4. 해외거래현황	208
4.1. 외국인투자 광고회사 현황	209
4.2. 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황	210
4.3. 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황	211
4.4. 주요 광고회사의 해외 광고 취급액	213
4.5. 수출 및 수입	214
5. 국내 및 외국계 광고주	217
5.1. 사업체 정보	217
5.2. 지역	218
5.3. 종사자 규모 및 취급액 규모	219
5.4. 사업체 업종 분류	220
5.5. 사업체 업종 재분류	221
5.6. 가치사슬 분류	222
5.7. 고용현황 정보	223
5.8. 국내 및 외국계 광고주	224
5.9. 고객유치실적	225
5.10. 광고경기 체감도	226
6. 고객유치실적	228
6.1. 사업체 정보	228
6.2. 지역	231
6.3. 종사자 규모 및 취급액 규모	233
6.4. 사업체 업종 분류	236
6.5. 사업체 업종 재분류	237
6.6. 가치사슬 분류	238
6.7. 고용현황 정보	239
6.8. 국내 및 외국계 광고주	241
6.9. 고객유치실적	243
6.10. 광고경기 체감도	245
7. 광고경기 체감도	247
7.1. 사업체 정보	247
7.2. 지역	251
7.3. 종사자 규모 및 취급액 규모	254
7.4. 사업체 업종 분류	256

7.5. 사업체 업종 재분류	261
7.6. 가치사슬 분류	263
7.7. 고용현황 정보	265
7.8. 국내 및 외국계 광고주	268
7.9. 고객유치실적	273
7.10. 광고경기 체감도	276
8. 주요광고주 현황	279
8.1. 사업체 정보	279
8.2. 업종별 광고주 현황	282
8.3. 광고 집행 현황	284
9. 온라인 광고산업의 비중지수	286
9.1. 지수산출을 위한 투입변수의 구성	286
9.2. 지수산출 모형	286

IV. 비교 분석 288

1. 2010 광고산업통계	288
1.1. 취급액	288
1.2. 종사자	293
1.3. 가치사슬 분류	297
1.4. 수출 및 수입	298
1.5. 광고경기 체감도	299

V. 결 론 302

1. 결과요약	302
2. 광고연감과 비교	304
3. 향후과제	306

별첨 : 용어해설 307

별첨 : 광고업체용 설문지 314

별첨 : 광고주용 설문지 325

【표 목차】

표 I-1 >> 광고업체용	40
표 I-2 >> 광고주용	41
표 1-1-1 >> 광고업종별 취급액	51
표 1-1-1-1 >> 광고업종별 취급액 (주력업종에 따른 분류)	52
표 1-1-2 >> 지역별 전체 업종 취급액	53
표 1-1-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액	54
표 1-1-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액	55
표 1-1-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액	56
표 1-1-6 >> 지역별 광고대행·매체대행 취급액	57
표 1-1-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액	58
표 1-1-8 >> 지역별 광고제작업 취급액	59
표 1-1-9 >> 광고제작 외주 및 원자재 구입 비용	60
표 1-1-10 >> 광고제작 편수	60
표 1-1-11 >> 서비스 세부업종별 취급액	61
표 1-1-12 >> 지역별 서비스업 취급액	62
표 1-1-13 >> 인쇄 세부업종별 취급액	64
표 1-1-14 >> 지역별 인쇄업 취급액	65
표 1-1-15 >> 온라인 업종별 취급액	66
표 1-1-15-1 >> 온라인 광고대행의 세부항목별 취급액	67
표 1-1-15-2 >> 온라인 매체대행의 세부항목별 취급액	67
표 1-1-16 >> 지역별 온라인업 취급액	68
표 1-1-17 >> 기타 세부업종별 취급액	69
표 1-1-18 >> 지역별 기타업 취급액	70
표 1-1-19 >> 사업체 유형별 자본규모	71
표 1-1-20 >> 업종별 자본규모	72
표 1-1-21 >> 사업체 유형별 사무실 규모	73
표 1-1-22 >> 업종별 사무실 규모	74
표 1-1-23 >> 소프트웨어 기술 보유율	75
표 1-2-1 >> 광고업종별 취급액(대형)	76
표 1-2-1-1 >> 광고업종별 취급액(대형, 주력업종에 따른 분류)	78
표 1-2-2 >> 지역별 광고업 취급액(대형)	78
표 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형)	79
표 1-2-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액(대형)	81
표 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)	81
표 1-2-6 >> 지역별 광고대행·매체대행업의 취급액(대형)	83
표 1-2-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형)	84
표 1-2-8 >> 지역별 광고제작 취급액(대형)	86
표 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형)	86

표 1-2-10 >> 지역별 서비스업 취업액(대형)	88
표 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취업액(대형)	89
표 1-2-12 >> 지역별 인쇄업 취업액(대형)	90
표 1-2-13 >> 온라인 업종별 취업액(대형)	91
표 1-2-13-1 >> 온라인 광고대행의 세부항목별 취업액	93
표 1-2-13-2 >> 온라인 매체대행의 세부항목별 취업액	93
표 1-2-14 >> 지역별 온라인업 취업액(대형)	94
표 1-2-15 >> 기타 세부업종별 취업액(대형)	94
표 1-2-16 >> 지역별 기타업 취업액(대형)	96
표 1-3-1 >> 광고업종별 취업액(일반)	97
표 1-3-1-1 >> 광고업종별 취업액(일반, 주력업종에 따른 분류)	99
표 1-3-2 >> 지역별 광고업 취업액(일반)	99
표 1-3-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취업액(일반)	100
표 1-3-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취업액(일반)	102
표 1-3-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취업액(일반)	103
표 1-3-6 >> 지역별 광고대행·매체대행업의 취업액(일반)	105
표 1-3-7 >> 광고제작 세부업종별 취업액(일반)	106
표 1-3-8 >> 지역별 광고제작 취업액(일반)	108
표 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취업액(일반)	109
표 1-3-10 >> 지역별 서비스업 취업액(일반)	111
표 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취업액(일반)	112
표 1-3-12 >> 지역별 인쇄업 취업액(일반)	113
표 1-3-13 >> 온라인 업종별 취업액(일반)	115
표 1-3-13-1 >> 온라인 광고대행의 세부항목별 취업액(일반)	117
표 1-3-13-2 >> 온라인 매체대행의 세부항목별 취업액(일반)	117
표 1-3-14 >> 지역별 온라인업 취업액(일반)	118
표 1-3-15 >> 기타 세부업종별 취업액(일반)	119
표 1-3-16 >> 지역별 기타업 취업액(일반)	121
표 2-1-1 >> 전체 종사자 현황	122
표 2-1-2 >> 고용형태별 종사자 현황	122
표 2-1-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황	123
표 2-1-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황	125
표 2-1-5 >> 성별 종사자 현황	126
표 2-1-6 >> 지역별 성별 종사자 현황	127
표 2-1-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황	129
표 2-1-8 >> 연령별 종사자 현황	130
표 2-1-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황	132
표 2-1-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황	133
표 2-1-11 >> 학력별 종사자 현황	134
표 2-1-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황	136
표 2-1-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황	137

표 2-1-13-1 >> 온라인/모바일 분야 성별 종사자 현황	138
표 2-1-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황	139
표 2-1-15 >> 교육 유형별 참여인원	140
표 2-1-16 >> 2009년 채용 규모	141
표 2-1-17 >> 2010년 상반기 채용 규모	142
표 2-1-18 >> 향후 예상 채용 규모	143
표 2-1-19 >> 선호 전공 계열	144
표 2-2-1 >> 전체 종사자 현황(대형)	145
표 2-2-2 >> 고용형태별 종사자 현황(대형)	145
표 2-2-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황(대형)	146
표 2-2-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(대형)	147
표 2-2-5 >> 성별 종사자 현황(대형)	148
표 2-2-6 >> 지역별 성별 종사자 현황(대형)	149
표 2-2-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형)	150
표 2-2-8 >> 연령별 종사자 현황(대형)	151
표 2-2-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(대형)	152
표 2-2-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형)	153
표 2-2-11 >> 학력별 종사자 현황(대형)	154
표 2-2-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(대형)	155
표 2-2-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황(대형)	156
표 2-2-13-1 >> 온라인/모바일 분야 성별 종사자 현황(대형)	157
표 2-2-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(대형)	158
표 2-3-1 >> 전체 종사자 현황(일반)	159
표 2-3-2 >> 고용형태별 종사자 현황(일반)	159
표 2-3-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황(일반)	160
표 2-3-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(일반)	161
표 2-3-5 >> 성별 종사자 현황(일반)	162
표 2-3-6 >> 지역별 성별 종사자 현황(일반)	163
표 2-3-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반)	164
표 2-3-8 >> 연령별 종사자 현황(일반)	165
표 2-3-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(일반)	166
표 2-3-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반)	168
표 2-3-11 >> 학력별 종사자 현황(일반)	169
표 2-3-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(일반)	171
표 2-3-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황(일반)	172
표 2-3-13-1 >> 온라인/모바일 분야 성별 종사자 현황(일반)	173
표 2-3-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(일반)	174
표 3-1-1 >> 사업체정보별 취급액	175
표 3-1-2 >> 사업체정보별 종사자	176
표 3-2-1 >> 지역별 취급액	178
표 3-2-2 >> 지역별 종사자	178

표 3-3-1 >> 대표자정보별 취급액	181
표 3-3-2 >> 대표자정보별 종사자	182
표 3-4-1 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 취급액	184
표 3-4-2 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 종사자	185
표 3-5-1 >> 사업체 업종별 취급액	187
표 3-5-2 >> 사업체 업종별 종사자	189
표 3-6-1 >> 업종 재분류별 취급액	191
표 3-6-2 >> 업종 재분류별 종사자	192
표 3-7-1 >> 가치사슬별 취급액	193
표 3-7-1-1 >> 가치사슬별 취급액(주력업종에 따른 분류)	193
표 3-7-2 >> 가치사슬별 종사자	193
표 3-8-1 >> 고용현황 정보별 취급액	195
표 3-8-2 >> 고용현황 정보별 종사자	196
표 3-9-1 >> 국내 및 외국계 광고주별 취급액	198
표 3-9-2 >> 국내 및 외국계 광고주별 종사자	200
표 3-10-1 >> 고객유치실적별 취급액	202
표 3-10-2 >> 고객유치실적별 종사자	203
표 3-11-1 >> 광고경기 체감도별 취급액	205
표 3-11-2 >> 광고경기 체감도별 종사자	206
표 4-1 >> 광고업체 해외거래 현황	208
표 4-1-1 >> 투자비율별 광고회사 현황	209
표 4-1-2 >> 투자비율별 사업체 규모별 광고회사 현황	209
표 4-2-1 >> 국가별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황	210
표 4-2-2 >> 종사자규모별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황	210
표 4-3-1 >> 국가별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황	211
표 4-3-2 >> 설립연도별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황	211
표 4-3-3 >> 종사자규모별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황	212
표 4-3-4 >> 취급액규모별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황	212
표 4-4-1 >> 설립연도별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액	213
표 4-5-1 >> 국경기준 광고업 수출액 및 수입액	214
표 4-5-2 >> 국적기준 광고업 수출액 및 수입액	215
표 4-5-3 >> 국적기준 광고업 수출액 및 수입액	216
표 5-1 >> 사업체 정보별 고객유치실적 현황	217
표 5-2 >> 지역별 국내 및 외국계 광고주	218
표 5-3 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 국내 및 외국계 광고주	219
표 5-4 >> 사업체 업종 분류별 국내 및 외국계 광고주	220
표 5-5 >> 사업체 업종 재분류별 국내 및 외국계 광고주	221
표 5-6 >> 가치사슬별 국내 및 외국계 광고주	222
표 5-7 >> 고용현황 정보별 국내 및 외국계 광고주	223
표 5-8 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 국내 및 외국계 광고주	224
표 5-9 >> 고객유치실적별 국내 및 외국계 광고주	225

표 5-10 >> 광고경기 체감도별 국내 및 외국계 광고주	226
표 6-1 >> 사업체 정보별 고객유치실적 현황	228
표 6-2 >> 지역별 고객유치실적 현황	231
표 6-3 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황	233
표 6-4 >> 사업체 업종 분류별 고객유치실적 현황	236
표 6-5 >> 사업체 업종 재분류별 고객유치실적 현황	237
표 6-6 >> 가치사슬별 고객유치실적 현황	238
표 6-7 >> 고용현황 정보별 고객유치실적 현황	239
표 6-8 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황	241
표 6-9 >> 고객유치실적별 고객유치실적 현황	243
표 6-10 >> 광고경기 체감도별 고객유치실적 현황	245
표 7-1-1 >> 사업체 정보별 광고경기 체감도	247
표 7-1-2 >> 사업체 정보별 광고경기 체감 증감	249
표 7-2-1 >> 지역별 광고경기 체감도	251
표 7-2-2 >> 지역별 광고경기 체감 증감	253
표 7-3-1 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도	254
표 7-3-2 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감	255
표 7-4-1 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감도	256
표 7-4-2 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감 증감	259
표 7-5-1 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도	261
표 7-5-2 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감 증감	262
표 7-6-1 >> 가치사슬별 광고경기 체감도	263
표 7-6-2 >> 가치사슬별 광고경기 체감 증감	264
표 7-7-1 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감도	265
표 7-7-2 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감 증감	267
표 7-8-1 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도	268
표 7-8-2 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감	271
표 7-9-1 >> 고객유치실적별 광고경기 체감도	273
표 7-9-2 >> 고객유치실적별 광고경기 체감 증감	275
표 7-10-1 >> 광고경기 체감도별 광고경기 체감도	276
표 7-10-2 >> 광고경기 체감도별 광고경기 체감 증감	277
표 8-1-1 >> 사업체정보별 광고주 광고관련 종사자수 및 평균 광고비	279
표 8-1-2 >> 사업체정보별 광고주 광고경기 체감도	280
표 8-1-3 >> 광고주와 광고회사의 광고경기 체감도	280
표 8-2-1 >> 광고주 업종 분류	281
표 8-2-2 >> 업종별 광고주 광고관련 종사자수 및 평균 광고비	282
표 8-2-3 >> 업종별 광고주 광고경기체감도	283
표 8-3-1 >> 매체별 광고 집행비(합계)	284
표 8-3-2 >> 향후 매체별 광고비 증감 예상 광고 투자 매체	284
표 8-3-3 >> 마케팅 비용 지출 현황	285
표 9-1-1 >> 지수산출을 위한 투입변수	286

표 9-1-2 >> 2009 온·오프라인별 광고산업 현황	287
표 IV-1-1 >> 광고업종별 취급액 비교	288
표 IV-1-2 >> 세부업무별 취급액	289
표 IV-1-3 >> 매체별 취급액 비교	290
표 IV-1-4 >> 지역별 취급액 비교	291
표 IV-1-5 >> 종사자규모별, 취급액 규모별 취급액	292
표 IV-2-1 >> 성별 종사자수 비교	293
표 IV-2-2 >> 연령별 종사자수 비교	294
표 IV-2-3 >> 지역별 종사자수	296
표 IV-3-1 >> 가치사슬 업종별 취급액 비교	297
표 IV-3-2 >> 가치사슬 업종별 종사자 현황	297
표 IV-4-1 >> 수출입 현황	298
표 IV-4-2 >> 국적기준 수출수입	298
표 IV-5-1 >> 광고경기체감도 및 광고경기 전망지수	299
표 IV-5-2 >> 광고주 업종별 광고경기체감도 비교	300
표 IV-5-3 >> 광고주와 광고회사의 광고경기체감도 비교	301

【그림 목차】

그림 II-2 >> 광고산업의 서비스형태별 분류	48
그림 1-1-1 >> 광고업종별 취급액	52
그림 1-1-2 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액	54
그림 1-1-3 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액	56
그림 1-1-4 >> 광고제작 업종별 취급액	58
그림 1-1-5 >> 서비스 업종별 취급액	62
그림 1-1-6 >> 인쇄 업종별 취급액	64
그림 1-1-7 >> 온라인 업종별 취급액	66
그림 1-1-8 >> 기타 업종별 취급액	69
그림 1-2-1 >> 광고업종별 취급액(대형)	77
그림 1-2-2 >> 광고업종별 취급액 비교(대형)	77
그림 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형)	80
그림 1-2-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(대형)	80
그림 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)	82
그림 1-2-6 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액 비교(대형)	83
그림 1-2-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형)	85
그림 1-2-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(대형)	85
그림 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형)	87
그림 1-2-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(대형)	88
그림 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(대형)	90
그림 1-2-12 >> 온라인 세부업종별 취급액(대형)	92
그림 1-2-13 >> 온라인 세부업종별 취급액 비교(대형)	92
그림 1-2-14 >> 기타 세부업종별 취급액(대형)	95
그림 1-2-15 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(대형)	96
그림 1-3-1 >> 광고 업종별 취급액(일반)	98
그림 1-3-2 >> 광고 업종별 취급액 비교(일반)	98
그림 1-3-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반)	101
그림 1-3-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(일반)	101
그림 1-3-5 >> 광고대행·매체대행 주요 매체별 취급액(일반)	104
그림 1-3-6 >> 광고대행·매체대행 세부업종별 취급액 비교(일반)	104
그림 1-3-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반)	107
그림 1-3-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(일반)	107
그림 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(일반)	110
그림 1-3-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(일반)	110
그림 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(일반)	113
그림 1-3-12 >> 인쇄 세부업종별 취급액 비교(일반)	114
그림 1-3-13 >> 온라인 세부업종별 취급액(일반)	116
그림 1-3-14 >> 온라인 세부업종별 취급액 비교(일반)	116

그림 1-3-15 >> 기타 세부업종별 취급액(일반)	120
그림 1-3-16 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(일반)	120
그림 2-1-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포	123
그림 2-1-2 >> 고용 형태별 성별 종사자 현황	125
그림 2-1-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포	127
그림 2-1-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황	129
그림 2-1-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 분포	131
그림 2-1-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황	133
그림 2-1-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황	135
그림 2-2-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(대형)	146
그림 2-2-2 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(대형)	147
그림 2-2-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(대형)	148
그림 2-2-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형)	150
그림 2-2-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(대형)	152
그림 2-2-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형)	153
그림 2-2-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(대형)	155
그림 2-3-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(일반)	160
그림 2-3-2 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(일반)	162
그림 2-3-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(일반)	162
그림 2-3-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반)	164
그림 2-3-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(일반)	166
그림 2-3-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반)	168
그림 2-3-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(일반)	170
그림 3-1-1 >> 기업형태별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	178
그림 3-1-2 >> 설립연도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	178
그림 3-2-1 >> 지역별 사업체수 구성비 및 종사자수 구성비	180
그림 3-2-2 >> 지역별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	180
그림 3-3-1 >> 대표자 최종학력별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	183
그림 3-3-2 >> 대표자 경영형태별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	183
그림 3-4-1 >> 취급액 규모별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	186
그림 3-4-2 >> 종사자 규모별 사업체당취급액 사업체수 구성비	186
그림 3-6-1 >> 업종 재분류별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	192
그림 3-6-2 >> 업종 재분류별 사업체당 취급액 및 사업체수 구성비	192
그림 3-7-1 >> 업종 재분류별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	193
그림 3-7-2 >> 가치사슬별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	193
그림 3-8-1 >> 직급수준별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	197
그림 3-8-2 >> 학력수준별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	197
그림 3-9-1 >> 전체 광고주 규모별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	201
그림 3-9-2 >> 전체 광고주 규모별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	201
그림 3-10-1 >> 신규 거래광고주별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	203
그림 3-10-2 >> 신규 거래광고주별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	204

그림 3-11-1 >> 2011년 예상체감도별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	207
그림 3-11-2 >> 2011년 예상체감도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	207
그림 5-1 >> 취급액 규모별 평균 고객수 및 고객당 취급액	219
그림 5-2 >> 사업체 업종 재분류별 평균 고객수 및 고객당 취급액	221
그림 5-3 >> 가치사슬별 평균 고객수 및 고객당 취급액	222
그림 5-4 >> 광고경기 체감도별 평균 고객수	227
그림 6-1-1 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 광고주	229
그림 6-1-2 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 취급액	230
그림 6-2-1 >> 지역별 신규 이탈 평균 광고주	231
그림 6-2-2 >> 지역별 신규 이탈 평균 취급액	232
그림 6-3-1 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 광고주	234
그림 6-3-2 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 취급액	234
그림 6-5 >> 업종 재분류별 신규 이탈 평균 취급액	237
그림 6-6 >> 가치사슬별 신규 이탈 평균 취급액	238
그림 6-7-1 >> 연령수준별 신규 이탈 평균 광고주	239
그림 6-7-2 >> 연령수준별 신규 이탈 평균 취급액	240
그림 6-8 >> 전체 취급액별 신규 이탈 평균 취급액	241
그림 6-9-1 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 광고주	244
그림 6-9-2 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 취급액	244
그림 6-10-1 >> 2011년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 광고주	246
그림 6-10-2 >> 2011년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 취급액	246
그림 7-1-1 >> 설립연도별 광고경기 체감도	248
그림 7-1-2 >> 설립연도별 경기체감격차지수	250
그림 7-2 >> 지역별 광고경기 체감도	252
그림 7-3 >> 종사자 규모별 광고경기 체감도	254
그림 7-5 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도	261
그림 7-6 >> 가치사슬 분류별 광고경기 체감도	263
그림 7-7 >> 연령수준별 광고경기 체감도	266
그림 7-8-1 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감도	270
그림 7-8-2 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감격차지수	272
그림 7-9 >> 신규거래 광고주 광고경기 체감도	274
그림 7-10-1 >> 2011년 예상 체감 수준별 광고경기 체감도	276
그림 7-10-2 >> 2010년 예상 체감 수준별 광고경기 체감격차지수	278
그림 8-1 >> 광고주 업종별 광고경기 체감도 및 광고경기 전망지수	283
그림 IV-1-1 >> 매체별 취급액 비교	290
그림 IV-2-1 >> 고용형태별 종사자 분포	293
그림 IV-2-2 >> 성별 종사자수	294
그림 IV-2-3 >> 연령별 종사자 분포	295
그림 IV-3 >> 광고주 업종별 광고경기전망지수 비교	301

이용자를 위하여

1. 본 조사 결과는 2010년 9월 2일 ~ 2010년 11월 30일 기간 중에 실시된 광고산업통계조사(승인통계 제11309호)를 집계, 분석한 결과로 조사기준시점은 2009년 12월 31일 입니다.
2. 본 조사는 2009년 광고산업통계조사 결과 광고업으로 분류된 사업체의 명부와 통계청 사업체기초통계조사 명부의 한국표준산업분류상 광고업으로 분류되는 사업체를 모집단으로 하여 조사대상을 선정하였습니다.
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 가늠하는 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 『2010 광고산업통계조사 문화체육관광부, 한국방송광고공사 ○○페이지에서 전재 또는 역재』라고 기재하여야 합니다.
9. 본 보고서에 실린 자료에 대한 문의 사항이 있을 때에는 문화체육관광부 방송영상광고과(02-3074-9661) 또는 한국방송광고공사 광고연구소(02-2144-0193)로 문의바랍니다. 조사 결과 및 분석내용은 문화체육관광부 홈페이지 및 한국방송광고공사 광고연구소 자료실에 서도 검색해 보실 수 있습니다.

요 약

□ 사업개요

- 사업명 : 광고산업통계조사, 일반통계(승인협약번호 제11309호)
- 조사목적 : 광고산업 내 사업체의 매출 산업규모를 파악하고 경제적 가치를 분석하여 광고관련 정책수립의 기초자료로 제공코자 함
- 기준시점 : 2009년 기준(1.1 ~ 12.31)
- 조사기간 : 2010년 9월 2일 ~ 2010년 11월 30일
- 조사대상 :
 - ① 광고업체 조사
 - 2009 광고산업통계조사 기준 광고업과 통계청 사업체기초통계조사 기준 광고업으로 분류된 사업체
 - ② 광고주 조사
 - 광고업체 조사에서 파악된 주요 광고주 표본 425개
- 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), 매체집행패턴(2개), 매체가치기준(1개),
광고경기체감도(1개)

□ 조사일정표

구분	세부구분	2010년						2011년	
		7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
조사설계	사업기획 협의		→						
	조사표 개발		→						
	모집단 리스트 확보		→						
	표본설계		→						
	통계청 작성 승인		→						
실사	면접원 선발			→					
	면접원 교육			→					
	실사					→			
	검증/데이터 클리닝						→		
조사분석 및 연구	광고비추정 모형 연구					→			
	데이터 분석						→		
	보고서 작성							→	
	통계청 공표 협의								→
	최종 보고								→

○ 통계청 작성 승인

승인신청 목적 : 통계의 공신력과 신뢰성 확보

승인협의번호 : 제11309호, 통계종류 : 일반조사통계, 조사주기: 1년

○ 실사(2010.9.2 ~ 2010.11.30)

본조사(9.2 ~ 10.31) : 4,532개 사업체 조사와 425개 광고주 조사 실시

보완조사(11.01 ~ 11.30) : 데이터 검증 후 확인사항 보완조사 및 광고주 조사 지속

○ 광고비추정 모형 연구(10.20 ~ 11.30)

광고시장 전체 규모 추정 작업 및 보정 모형 연구

광고업체, 광고주, 광고매체, 브랜드 기준 추정모형 연구

○ 보고서 작성(2010.12.01 ~ 2011.2.28)

조사개요, 통계표, 분석결과, 분석과정 작성

□ 모집단 개요

- 모집단 : 2009년 광고산업통계조사 + 상공회의소와 매경 10년 광고업 등록업체 DB
- 모집단 확정 : 두 가지 리스트를 비교하여 중복을 제거하고, 조사대상범위 이외인 간판집, 신문사광고부서, 전단지 배부업, 단순 인쇄업 등을 제외한 사업체 4,532개

자료출처	확보리스트	최종리스트
2009 광고산업통계	6,006	4,430
2010년 신규광고산업업체(상공회의소와 매경 자료)	710	102
합계	6,716	4,532

□ 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, 온라인/모바일 분야 종사자 수, 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

2010년 상/하반기, 2011년 예상 광고경기 체감도

○ 광고주

① 일반적 현황

사업체정보, 응답자정보

② 사업체 현황

해당업종 구분, 광고 집행비, 광고관련 부서현황

③ 매체집행 패턴

광고비집행 브랜드 광고, 광고매체별 집행 광고예산

④ 매체가치기준

광고집행 특성별 광고 집행 방식 종류

⑤ 광고경기 체감도

2010년 상/하반기, 2011년 예상 광고경기 체감도

□ 결과분석 주요 구분변수

○ 사업체 관련

구분변수명	해당범위
기업형태별	1. 개인사업체 2. 회사법인 3. 회사의법인
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 7. 2006년 8. 2007년 9. 2008년
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. 위성 7. 모바일 8. 온라인 9. DMB 10. 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. 정규직 편중 2. 보통 3. 비정규직 편중
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

- 2009년 광고산업통계조사의 결과를 활용하고 업체의 규모를 고려하여 추정
 - ① 광고산업의 특성상 업체의 규모에 따라 매출 비중이 다르므로 분류하여 추정
 - ② 2009년 광고산업통계조사의 자료와 2010년 자료가 있는 업체들로부터 전체 취급액과 종사자 수의 관계를 유도
 - ③ 유도된 관계식으로부터 2009년 자료가 있으나 2010년 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 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

구분		일반업체	대형업체	전체	비고
결번		1,051	13	1,064	
폐/휴업		143	1	144	
중 복		311	0	311	
광고업안함		571	1	572	
조사 진행	강한비협조	198	12	210	
	조사회피	255	17	272	
	비수신	250	0	250	
	조사완료	1,646	63	1,709	
	소 계(개)	2,349	92	2,441	
	회수율(%)	70.1	68.5	70.0	
전 체		4,425	107	4,532	

○ 광고업체 조사 회수율 : 70.0%(일반업체와 대형업체 통합 회수율)

- 일반업체 회수율 : 70.1%, 대형업체 회수율 : 68.5%

○ 광고주조사 회수율 : 85.0% (광고업체 조사를 통해서 파악된 주요 광고주 500개 업체를 조사한 결과 425개 업체 조사 완료)

▣ 주요 조사결과

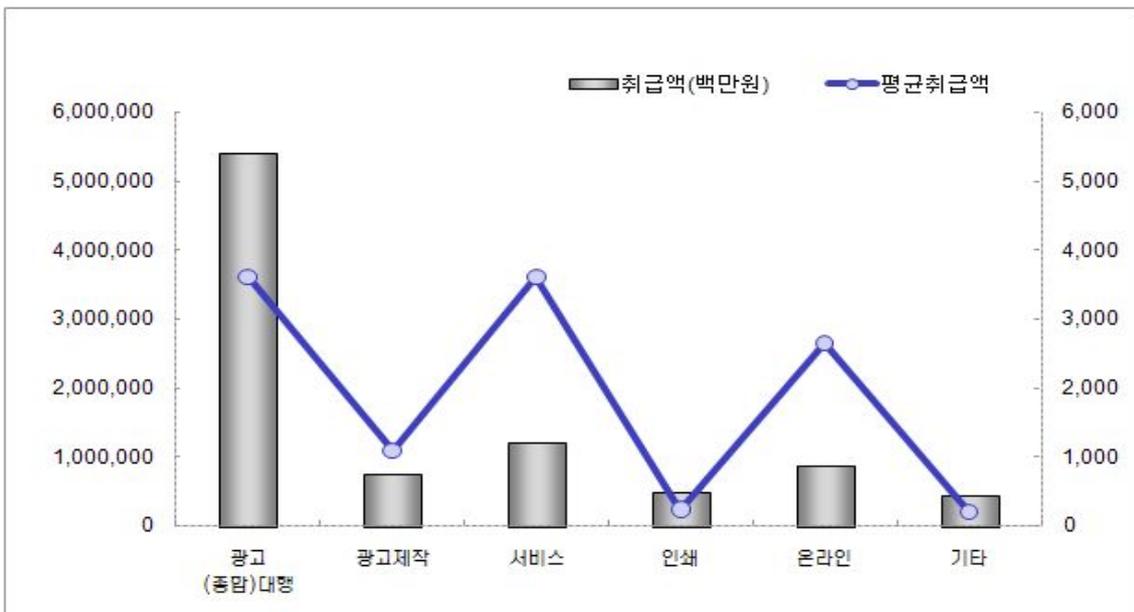
<표 1> 광고업종별 취급액

업종	사업체수 (개소) *	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	1,501	33.1	5,414,852	58.9	3,607
광고제작	684	15.1	749,895	8.2	1,096
서비스	335	7.4	1,208,074	13.1	3,606
인쇄	2,001	44.2	482,796	5.3	241
온라인	331	7.3	878,088	9.6	2,653
기타	2,199	48.5	453,173	4.9	206
전체	4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

2009년 광고산업 전체 4,532개 사업체의 취급액 기준 산업규모는 9조 1,869억원으로 나타났다. 취급액을 업종별로 구분해 보면 광고(종합)대행이 5조 4,149억원으로, 58.9%의 절대적인 비중을 차지하고 있으며, 그 외 광고제작업, 서비스업, 인쇄, 온라인업, 기타업종이 3조 7,720억원으로 41.1%를 차지하고 있다. 사업체수를 고려하여 비교하면 사업체당 평균취급액은 광고(종합)대행업이 36.1억원으로 가장 높고 서비스업이 36.1억원, 온라인업이 26.5억원 등의 순으로 높게 나타났다.

<그림 1> 광고업종별 취급액



<표 1-1> 광고업종별 취급액(주력업종에 따른 분류)

업종	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	1,501	33.1	7,161,458	78.0	4,771
광고제작	376	8.3	230,665	2.5	613
서비스	154	3.4	437,476	4.8	2,841
인쇄	1,553	34.2	486,030	5.3	313
온라인	145	3.2	631,848	6.9	4,358
기타	805	17.8	239,401	2.6	297
전체	4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

<표 2> 세부업무별 취급액

업무	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고대행·매체대행	1,501	100.0	5,409,389	99.9	3,604
광고기획·전략대행	119	7.9	5,463	0.1	46
광고(종합)대행	1,501	100.0	5,414,852	100.0	3,607
CM·영상·카피·그래픽 제작	193	28.2	560,316	74.7	2,903
온라인 제작	143	20.9	75,093	10.1	525
광고사진 스튜디오	229	33.5	7,122	0.9	31
CI	506	74.0	107,364	14.3	212
광고 제작	684	100.0	749,895	100.0	1,096
마케팅·리서치	143	42.7	80,854	6.7	565
PR	107	31.9	79,614	6.6	744
SP	121	36.1	666,356	55.2	5,507
이벤트	148	44.2	336,504	27.9	2,274
Space Design	89	26.6	44,746	3.7	503
서비스	335	100.0	1,208,074	100.0	3,606
인쇄	1,988	99.4	451,410	93.5	227
제판	310	15.5	31,386	6.5	101
인쇄	2,001	100.0	482,796	100.0	241
온라인-광고대행	305	92.1	673,778	76.7	2,209
온라인-매체대행	93	28.1	201,880	23.0	2,171
온라인-광고기획·전략대행	27	8.2	168	0.0	6
온라인-광고제작	32	9.7	2,262	0.3	71
온라인	331	100.0	878,088	100.0	2,653
광고물 기획·편집	2,153	97.9	419,709	92.6	195
기타(장비취급 등)	553	25.1	33,464	7.4	61
기타	2,199	100.0	453,173	100.0	206

광고업종을 세부업무별로 구분하면, 사업체수는 광고물 기획·편집이 2,153개로 가장 많고, 인쇄가 1,988개, 광고대행·매체대행이 1,501개 순으로 많이 나타났다.

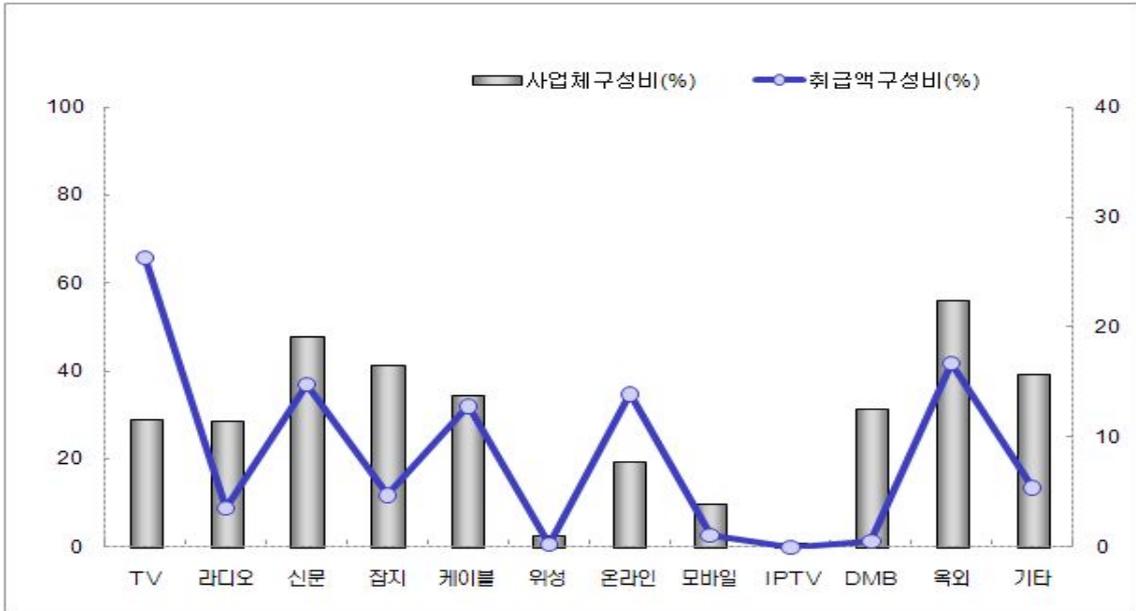
취급액은 광고대행·매체대행 업무에서 발행되는 취급액이 5조 4,094억원으로 가장 많으며, 온라인-광고대행 업무 취급액이 6,738억원, SP 업무 취급액이 6,664억원 순으로 많이 나타났다.

<표 3> 매체별 취급액

매 체		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
4대매체	TV	483	29.2	1,650,342	26.3	3,417
	라디오	476	28.8	218,727	3.5	460
	신문	792	47.9	932,843	14.8	1,178
	잡지	684	41.3	294,182	4.7	430
뉴미디어	케이블	575	34.7	803,614	12.8	1,398
	위성	46	2.8	15,326	0.2	333
	온라인	320	19.3	875,658	13.9	2,736
	모바일	161	9.7	70,689	1.1	439
	IPTV	19	1.1	861	0.0	45
	DMB	519	31.4	28,849	0.5	56
옥외		927	56.0	1,051,666	16.7	1,134
기타		653	39.5	342,289	5.4	524
전체		1,655	100.0	6,285,046	100.0	3,798

2009년 광고산업의 매체별 취급액 규모는 6조 2,850억원으로 전체 광고시장의 68.4%를 차지한다. 이중 4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지)의 금액은 3조 961억원으로 매체 전체의 49.3% 비중이며, 뉴미디어(케이블, 위성, 온라인, 모바일, IPTV, DMB)는 1조 7,950억원 28.6%, 옥외광고는 1조 517억원 16.7%의 구성비를 나타냈다. 사업체당 평균 취급액은 TV가 34.2억원으로 가장 높았고, 온라인 27.4억원, 케이블 14.0억원 순으로 높게 나타났다.

<그림 2> 매체별 구성비

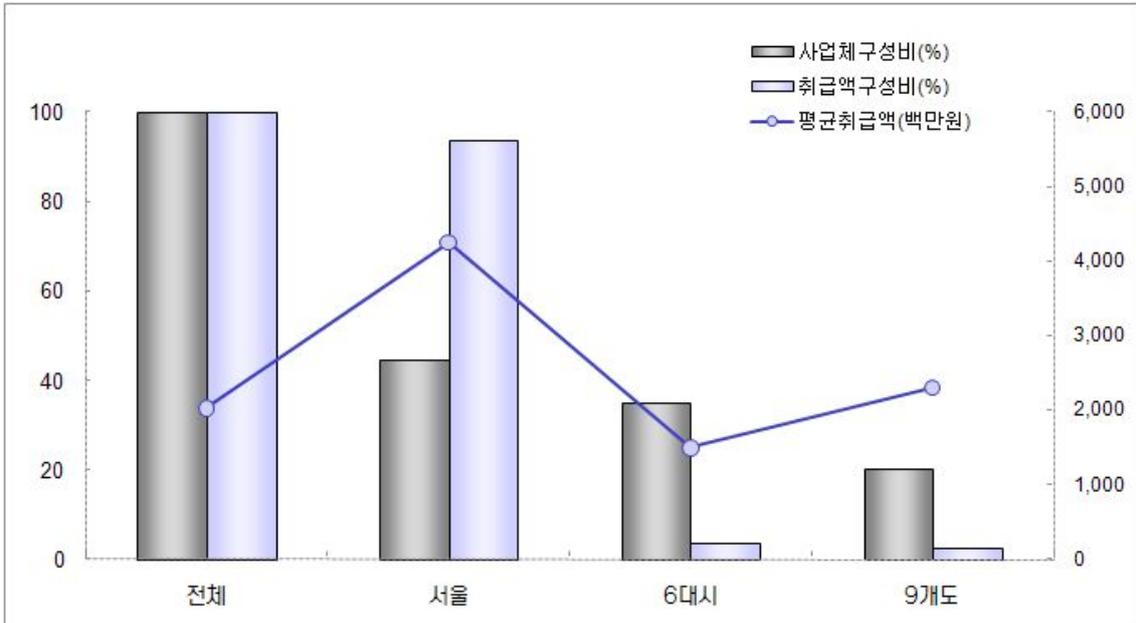


<표 4> 지역별 취급액

지 역	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
서울	2,025	44.7	8,613,806	93.7	4,254
6대시	1,586	35.0	342,690	3.7	1,497
9개도	921	20.3	230,382	2.6	2,307
전체	4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

2009년 광고산업의 취급액 규모를 사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 사업체 중 2,025개, 44.7%가 서울에 소재하고 있으며, 전체 취급액 규모의 93.8%인 8조 6,138억원이 서울에서 생산되고 있다. 사업체당 평균 취급액은 서울이 42.5억원으로 6대시 15.0억원, 9개도 23.1억원보다 절대적으로 높은 것으로 나타났다.

<그림 3> 지역별 구성비



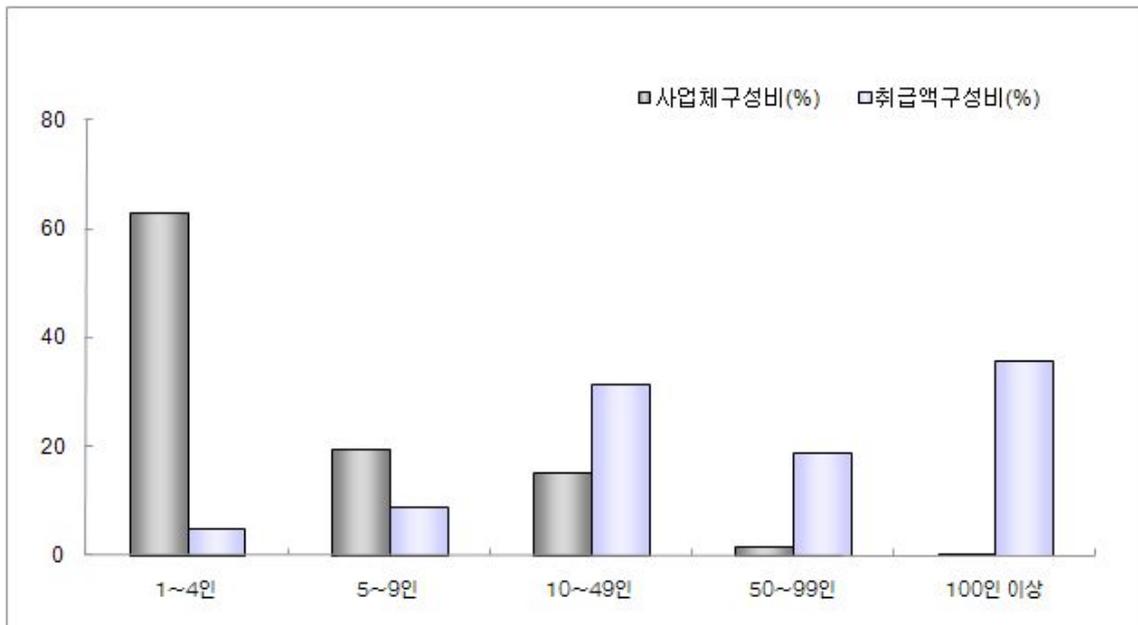
<표 5> 종사자 규모별, 취급액 규모별 취급액

구 모		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
종사자수	1 ~ 4인	2,864	63.2	470,307	5.1	164
	5 ~ 9인	883	19.5	813,769	8.9	922
	10 ~ 49인	700	15.4	2,884,262	31.4	4,120
	50 ~ 99인	67	1.5	1,729,465	18.8	25,813
	100인이상	18	0.4	3,289,075	35.8	182,726
취급액	1억원미만	1,849	40.8	82,234	0.9	45
	1 ~ 10억원미만	1,737	38.3	568,343	6.2	327
	10 ~ 100억원미만	792	17.5	1,970,603	21.5	2,488
	100억원이상	154	3.4	6,565,698	71.4	42,634
전체		4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

종사자규모별로 살펴보면, 사업체수는 1~4인이 2,864개 63.2%로 가장 많은 비중을 차지하고, 5~9인이 883개 19.5%, 10~49인이 700개 15.4%의 순서로 구성비가 나타났다. 취급액은 100인 이상이 3조 2,891억원 35.8%로 가장 많고, 10~49인 2조 8,843억원 31.4%, 50~99인 1조 7,295억원 18.8%, 5~9인 8,138억원 8.9%의 순서이다. 사업체당 평균 취급액은 100인 이상 1,827억원, 50~99인 이상 258억원, 10~49인 이상 41억원 순으로 전체 사업체당 취급액 20억원 보다 매우 높게 나타났다.

취급액규모별로 살펴보면, 1억원 미만이 사업체수 1,849개 40.8%로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 1~10억원 미만 1,737개 38.3%, 10~100억 미만 792개 17.5%의 순서이며, 취급액은 100억원 이상이 6조 5,657억원 71.4%로 가장 많고, 10~100억 미만 1조 9,706억원 21.5%, 1~10억원 미만 5,683억원 6.2%의 순서로 높게 나타났다.

<그림 4> 종사자 규모별 구성비



<표 6> 성별 종사자수

구 분	남자		여자		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	18,316	89.7	11,587	88.5	29,903	89.2
비정규직	2,097	10.3	1,509	11.5	3,606	10.8
전체	20,413	100.0	13,096	100.0	33,509	100.0

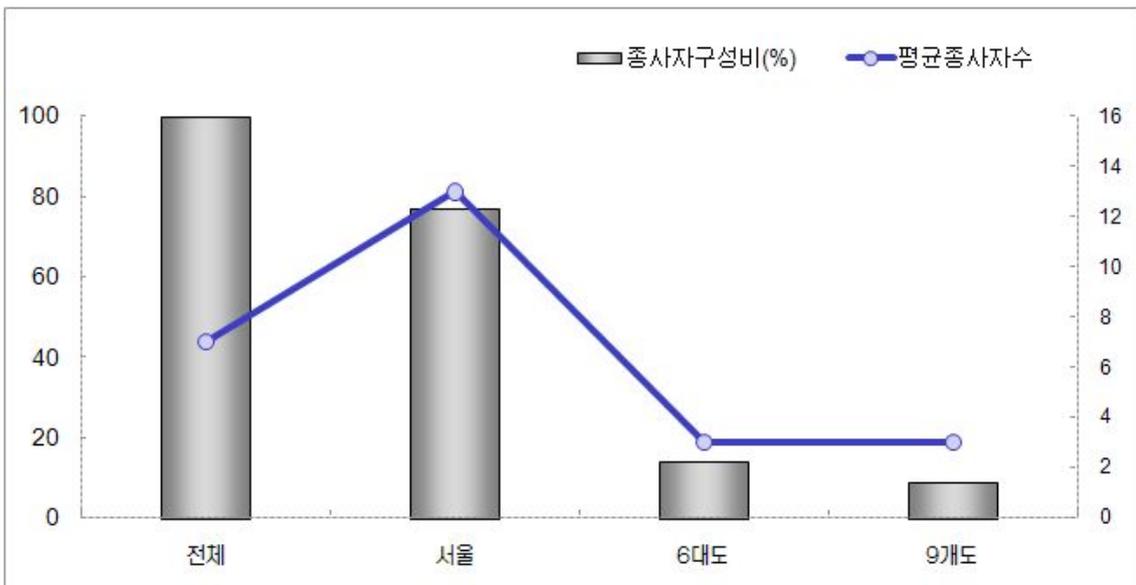
2009년 기준 광고산업 종사자 33,509명을 고용형태별로 살펴보면, 정규직이 29,903명 89.2%이고, 비정규직이 3,606명 10.8%를 차지한다. 성별로 보면 남자는 20,413명 60.9%, 여자는 13,096명 39.1%로 남자가 1.6배 더 많이 종사하고 있다.

<표 7> 지역별 종사자수

지 역	종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당	종사자당
			평균종사자수 (명)	평균취급액 (백만원)
서울	25,916	77.3	13	332
6대시	4,681	14.0	3	73
9개도	2,912	8.7	3	79
전체	33,509	100	7	274

사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 종사자의 77.3%인 2만 5,916명이 서울에 집중되어 있으며, 6대시에 4,681명 14.0%, 9개도에 2,912명 8.7%가 분포되어 있다. 사업체당 평균 종사자수는 서울이 13명, 6대시 3명, 9개도가 3명이었다. 종사자당 평균 취급액은 전체가 2.7억원, 서울은 3.3억원으로 나타났다.

<그림 5> 지역별 종사자구성비



<표 7-1> 종사자 규모별, 취급액 규모별 종사자수

규 모		종사자수 (명)	구성비 (%)
종사자수	1 ~ 4인	5,947	17.7
	5 ~ 9인	5,563	16.6
	10 ~ 49인	13,155	39.3
	50 ~ 99인	5,001	14.9
	100인이상	3,843	11.5
취급액	1억원미만	3,930	11.7
	1 ~ 10억원미만	8,658	25.8
	10 ~ 100억원미만	11,156	33.3
	100억원이상	9,765	29.1
전체		33,509	100.0

종사자 규모별로 살펴보면, 사업체수는 10~49인이 13,155명 39.3%로 가장 많았고, 1~4인이 5,947명 17.7%, 5~9인이 5,563명 16.6%의 순이었다.

취급액 규모별로는 10~100억원 미만이 11,156명 33.3%로 가장 많은 비중을 차지했다 .

<표 7-2> 연령별 종사자수

지 역	24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)										
정규직	950	78.1	6,103	87.2	7,538	85.8	6,473	93.1	8,838	92.5	29,903	89.2
비정규직	267	21.9	895	12.8	1,249	14.2	478	6.9	717	7.5	3,606	10.8
합계	1,217	100.0	6,998	100.0	8,787	100.0	6,951	100.0	9,555	100.0	33,509	100.0

연령별로는 정규직 중 40세 이상 종사자가 8,838명으로 가장 많으며, 24세 이하가 950명으로 가장 적게 나타났다.

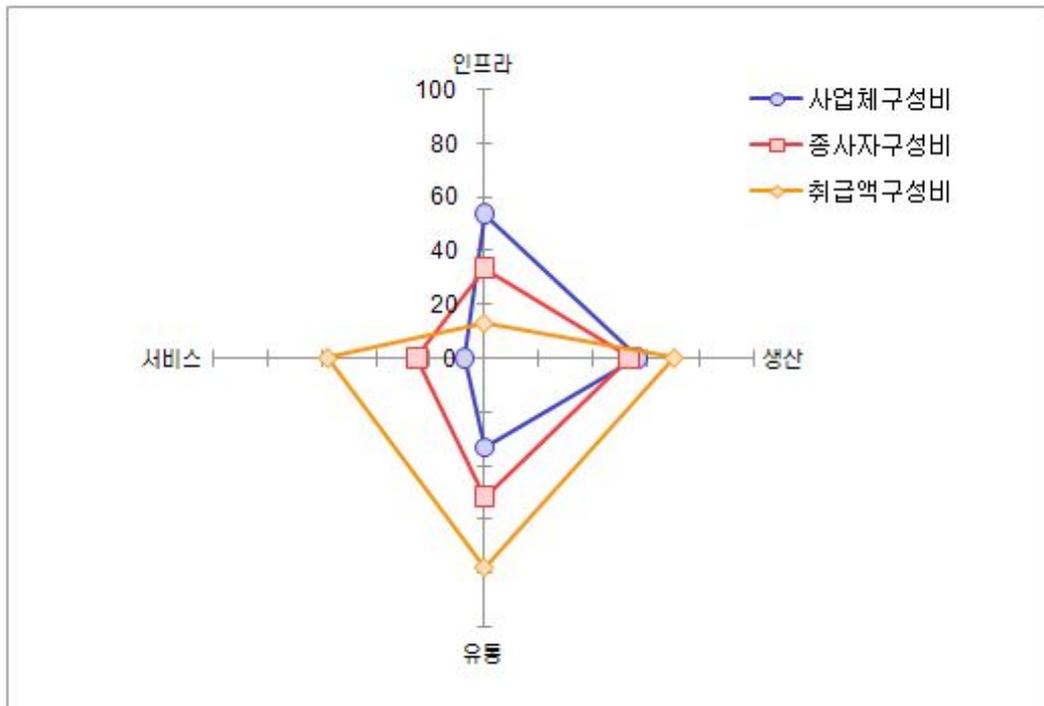
<표 8> 가치사슬별 광고업체 현황

가치사슬	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
인프라	2,435	53.7	1,182,626	12.9	486
생산	2,582	57.0	6,461,548	70.3	2,503
유통	1,504	33.2	7,161,580	78.0	4,762
서비스	335	7.4	5,299,608	57.8	15,820
전체	4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

광고업체를 가치사슬 기준으로 분류하면, 인프라산업(인쇄, 제판, 광고사진 스튜디오 등)으로 분류되는 사업체가 2,435개 53.7%를 차지하고 있으며, 생산산업(광고제작업, CM, 영상, 카피, 그래픽, 온라인 제작 등)으로 분류할 수 있는 사업체가 2,582개 57.0%, 유통산업(광고대행·매체대행, 광고기획·전략 대행, 온라인 대행 등)을 하는 사업체는 1,504개 33.2%, 서비스산업(리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design 등)을 하는 사업체는 335개 7.4%가 존재하는 것으로 나타났다.

<그림 6> 가치사슬별 분포



<표 8-1> 가치사슬별 광고업체 현황(주력업종에 따른 분류)

가치사슬	사업체수 (명)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
인프라	2,072	45.7	1,138,443	12.4	549
생산	1,345	29.7	1,566,561	17.1	1,165
유통	914	20.2	4,269,077	46.4	4,671
서비스	201	4.4	2,212,797	24.1	11,009
전체	4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

<표 9> 가치사슬별 광고업체 종사자 현황

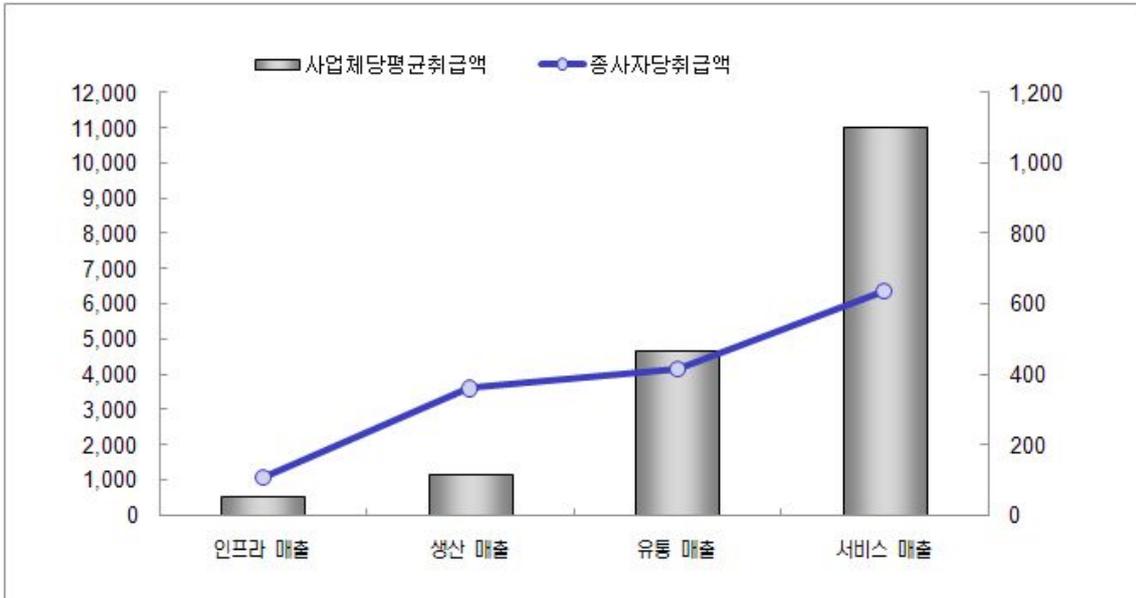
가치사슬	종사자수 (명)*	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
인프라	11,222	33.5	5	105	11
생산	17,958	53.6	7	360	10
유통	17,289	51.6	11	414	9
서비스	8,330	24.9	25	636	10
전체	33,509	100	7	274	10

* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

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

사업체당 평균취급액은 20.3억원, 사업체당 평균 종사자수는 7명이었다. 종사자당 평균취급액 2.7억원을 기준으로 보면, 인프라를 제외한 나머지 가치사슬별 종사자당 취급액은 전체 평균 취급액 보다 높은 것으로 나타났다.

<그림 7> 가치사슬별 분포



○ 수출 및 수입

	수출 (백만원)		수입 (백만원)	
	국경기준	81,587		1,500
국적기준	직접수출	70,018	직접수입	13,461
	자회사수입(revenue)	48,844	자회사수입(revenue)	765,252
	전체	118,862	전체	778,713
	(기업내거래)	2,723,616	(기업내거래)	883,769

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 광고주로부터의 취급액은 수출로 집계하고, 외국에 소재하고 있는 광고회사가 한국인 광고주로부터의 취급액은 수입액으로 집계한다. 국경기준 광고업 수출액은 815.9 억원이며, 수입액은 15.0억 원 이상으로 집계된다.

- 국적기준 수출수입 : 광고회사의 소재지와 관계없이 광고회사의 국적이 한국인지 외국인으로 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 1,189억원이며, 수입액은 7,787억원이다.

광고산업 수출액



○ 광고경기체감도

		평균광고경기체감도			광고경기전망지수*
		2010년상반기	2010년하반기	2011년예상	2011년
종사자수	1 ~ 4인	56	56	58	106.6
	5 ~ 9인	58	58	62	108.0
	10 ~ 49인	64	65	68	107.6
	50 ~ 99인	79	79	80	102.6
	100인이상	80	82	81	99.4
취급액	1억원미만	57	57	59	106.3
	1 ~ 10억원미만	56	56	59	107.0
	10 ~ 100억원미만	61	62	65	109.1
	100억원이상	79	79	82	104.4
전체		58	58	61	106.9

* 2010년 상반기와 2010년 하반기를 취급액 기준으로 가중평균한 광고경기체감도 대비 2011년 예상광고경기체감도임. 100을 기준으로 그 이상은 광고경기가 좋아질 것으로 예상하고, 100미만은 광고경기가 나빠질 것으로 예상한다고 해석함.

광고경기체감도를 100점 만점의 점수로 평가한 결과, 2010년 상반기는 58점, 하반기는 58점으로 그 차이는 없어 체감경기가 동일한것으로 나타났으며, 2011년 예상점수는 61점으로 2010년 수준보다 상승할 것으로 예상됐다. 종사자 규모, 취급액 규모별로 광고경기체감도를 보면, 종사자 규모가 클수록, 취급액 규모가 클수록 광고경기 체감도는 높아지는 것으로 나타났다.

광고경기전망지수를 살펴보면, 전 영역에서 2011년 경기전망을 낙관적으로 보고 있으며, 그 중 종사자수가 5~9인이상인 기업과 취급액이 10~100억원 미만인 기업이 상대적으로 더욱 낙관적으로 보고 있는 것으로 나타났다.

취급액 규모별 예상 광고경기체감도(광고경기전망지수)



I. 조사개요

1. 2010 광고산업통계 조사 방향

2010 광고산업통계조사는 통계청 승인통계로서 2009년에 이어 6회째 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, 위성, 모바일, 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 2009년 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 조사자나 응답자의 이해부족에서 발생할 수 있는 오류를 방지하였고, 자료 처리 단계에서는 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. 2009년에 이어 2010년 조사에서도 온라인 관련 광고업을 하나의 업종으로 구분하여 조사하였다.

□ 광고산업의 질적 규모 파악을 위한 조사

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

2. 법적근거

통계청 승인 일반 조사통계 제11309호, 제6회 조사

3. 조사대상 및 규모

2010광고산업통계조사는 전년도 조사와 동일하게 광고회사 전수조사를 실시하고, 주요 425개 광고주를 추가 조사하여 검증자료로 활용하였다.

자료출처	확보리스트	최종리스트
2009 광고산업통계	6,006	4,430
2010년 신규광고산업업체(상공회의소와 매경 자료)	710	102
합계	6,716	4,532

전년 리스트에서 비대상, 휴폐업, 중복 등을 제거하여 4,430개 리스트를 확정하였으며, 상공회의소와 매경 10년 광고업 등록 업체 710개 중 전년 리스트와 비교하여 신규 등록업체 102개를 모집단 리스트에 추가하여, 최종적으로 4,532개 사업체를 조사대상 리스트로 확정하였다.

4. 조사시기

본조사 2010년 9월 2일 ~ 10월 31일

보완조사 2010년 11월 1일 ~ 11월 30일

5. 조사내용

광고업체 조사와 광고주조사로 구분

표 I-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/실장/차장/과장/대리/사원 AE/디자이너/CW/PD/매체/SP/PR/마케팅조사/인터넷티브/전사/관리
	온라인 모바일분야 종사자수	남자/여자
	외국인 종사자수	AE/디자이너/CW/PD/매체/SP/PR/마케팅조사/인터넷티브/전사/관리 정규직/비정규직
	직원교육현황	국내(사내/외부), 국외
	채용규모	신입/경력, 정규직/비정규직
	향후 예상 채용 규모	신입/경력, 2010년 하반기/2011년
	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	2010년 상반기, 하반기, 2011년

표 I-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/ 건설건재 및 부동산/ 유통/ 금융보험 및 증권/ 서비스/ 관공서 및 단체/ 교육 및 복지후생
	광고집행비	광고대행사 거래/매체사 거래 TV/라디오/신문/잡지/케이블/DMB/온라인/모바일/옥외/기타
	광고관련 부서 현황	성별종사자수, 연령별종사자수, 학력별 종사자수 2009년/2010년 상반기 채용규모, 신입/경력 채용규모, 현재 인력 수준 2010년 하반기/2011년 향후 예상 채용 규모, 채용 선호 전공 계열
매체집행패턴	1년동안 집행한 광고 중 가장 많이 집행한 브랜드 및 광고	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
		향후 3개월동안 집행할 광고예산 분야별 최적 광고비
매체가치기준	광고집행 특성별 광고 집행 방식 종류	광고 집행 특성별 광고 집행 방식 종류
광고경기체감도	광고경기 체감도	2010년 상반기, 하반기, 2011년

6. 조사방법

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

7. 조사항목 변경보완

세부통계 산출 목적에 필요한 조사항목은 추가보완하고 결과 활용도가 낮은 문항은 단순화하는 방향으로 조사표를 수정하여 조사의 효율성을 높였다. 2007년도 설문문항에서 추가된 문항은 다음과 같다.

□ 온라인 광고 매출액 세분화

온라인 광고의 매출액을 구분하여 조사하기 위해 광고대행, 매체대행으로 나눈 후 각 항목별 매출액을 포털, 전문사이트, UCC사이트, 언론/미디어 등으로 세분화하여 보다 자세한 매출구조를 파악하고자 하였다.

1-5.문1에서 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	전체(A)	포털사이트	엔터테인먼트사이트 (음악/게임)	UCC 사이트	언론/미디어 사이트	기타
	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원
___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원
매체대행	전체(B)	포털사이트	엔터테인먼트사이트 (음악/게임)	UCC 사이트	언론/미디어	기타
	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원
___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원
광고 기획· 전략 대행	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원 (C)		
제작	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원 (D)		
총 계	광고대행 매출액(A) + 매체대행 매출액(B) + 광고기획·전략대행 매출액(C) + 제작(D)					___억 ___천 ___백만원

□ 온라인·모바일 분야 종사자 현황

한편, 온라인, 모바일 등 온라인 기반 뉴미디어 광고의 고용규모를 알아보기 위해 온라인, 모바일 분야 종사자 현황을 묻는 질문을 삽입하였다.

5. 온라인 / 모바일 분야 종사자수(단위: 명)

종사자수	남()명 + 여()명 = 계()명
------	-----------------------

II. 분석 방법

1. 결측값 보정 방법

조사에서 발생한 결측값을 보정하기 위한 주요 단계를 정리하면 다음과 같다.

- ① TV, 라디오, DMB 취급액 등 KOBACO에 실제 자료가 집계되어 있는 경우 이 자료들을 대응되는 조사자료에 대체한다.
- ② 조사된 자료에서 해당 업종과 업종별 매출액에 대한 조사결과에 논리적인 문제가 발생하는 경우를 탐색하여 보정하고, 아울러 세부 항목별 매출액의 합계가 조사된 전체 매출액과 일치하지 않는 경우에 이를 보정한다.
- ③ 전체 매출액이 결측값인 경우, 전년도 자료가 있는 경우와 없는 경우로 구분하여 전체 매출액을 추정한다.
- ④ 광고대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타 각 세부 업종에 대하여, A 업종에 해당한다고 응답하였으나 A 업종의 세부 매출액이 결측값인 경우, 전체 매출액 규모와 업종 유형을 고려하여 세부 매출액을 추정한다.
- ⑤ 전체 종사자수가 결측값인 경우, 전년도 자료가 있는 경우와 없는 경우로 구분하여 전체 종사자수를 추정한다.
- ⑥ 성별, 연령별, 정규직/비정규직별, 직급/직종별 종사자수가 결측인 경우 전체 매출액 규모와 주력업종의 유형을 고려하여 세부 종사자수를 추정한다.

광고업체 중 2009년 KOBACO 매출액 기준 100대 광고업체인 대형업체와 일반업체는 그 규모에 있어서 상당한 차이가 있고, 특히 대형업체의 경우 1개 사업체의 결측값이 적절하게 대체되지 않는 경우 최종 추정결과에 미치는 영향이 크기 때문에 본 연구에서는 전체 광고업체를 대형업체와 일반업체로 분리하여 분석한다.

1) 매출액

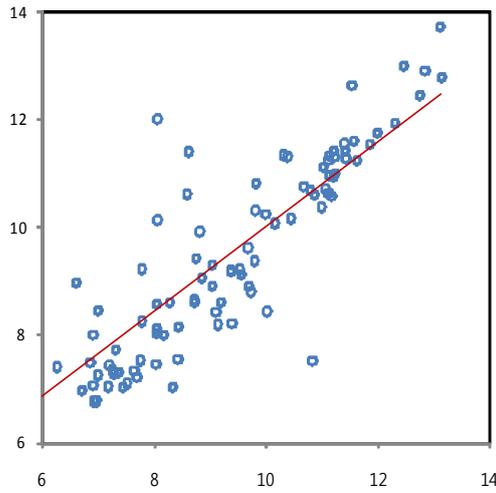
(1) 전체 매출액

◦ 전년도 매출액이 있는 경우

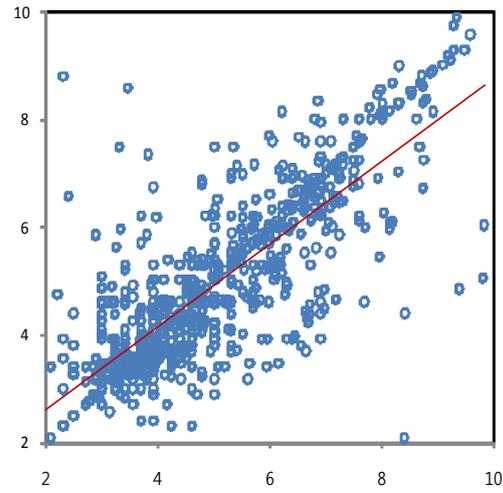
전년도와 금년도의 전체 매출액 자료에 대한 관계식을 대형업체(97개)와 일반업체(883개)로 구분하여 유도하였다. 전년도 매출액의 로그(log)값을 설명변수로, 금년도 매출액의 로그값을 반응변수로 설정한 회귀모형으로 관계식을 가정하며 추정된 회귀식은 다음과 같다.

대형업체 : 금년도 로그 매출액 = 2.15136 + 0.78462 × 전년도 로그 매출액

일반업체 : 금년도 로그 매출액 = 1.07573 + 0.76692 × 전년도 로그 매출액



(a) 대형업체



(b) 일반업체

<그림> 금년도 로그 매출액 vs 전년도 로그 매출액

위에서 추정된 모형식을 이용하여, 전년도 매출액이 있고 금년도 매출액이 결측값인 업체에 대하여 금년도 로그 매출액을 추정하고 지수(exp) 변환하여 대체하였다.

◦ 전년도 매출액이 없는 경우

광고대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타 등 각 업종에 해당하는지의 여부와 종사자수 규모(5개 분류: 1~4인, 5~9인, 10~49인, 50~99인, 100인 이상)를 고려하여 층(320개)을 분류하고 각 층별 평균 매출액을 파악하였다. 금년도 매출액이 결측인 업체에 대하여 동일한 층의 평균 매출액으로 대체하였다.

(2) 업종 부문별 매출액

광고대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타 등 각 업종에 해당하는지의 여부와 전체 매출액 규모(4개 분류: 1억 미만, 1억~10억, 10억~100억, 100억 이상)를 고려하여 층(256개)을 분류하고 각 층별로 전체 매출액과 업종 부문별 매출액 합계 및 비중을 파악하였다. A 업종에 해당한다고 응답하였으나 A 업종의 매출액이 결측값인 경우 다음과 같이 업종 부문별 매출액을 추정하였다.

$$A \text{ 업종 매출액}_i = \text{전체 매출액}_i \times \text{동일한 층의 A 업종 매출액 비중}$$

동일한 층에 A 업종의 매출액이 결측값이 아닌 업체가 존재하지 않는 경우 A 업종에 해당하는 업체들의 전체 매출액 합계와 A 업종 매출액 합계를 이용하여 다음과 같이 업종 부문별 매출액을 추정하였다.

A 업종 매출액_i = 전체 매출액_i × A 업종에 해당하는 업체들의 A 업종 매출액 비중

(3) 세부 매출액

광고대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타 등 각 업종에 해당하는지의 여부와 전체 매출액 규모를 고려하여 층을 분류하고 각 층별로 각 업종 부문별 매출액 합계와 업종 내 세부 매출액의 합계 및 비중을 파악하였다. A 업종에 해당한다고 응답하였으나 A 업종의 세부 매출액이 모두 결측값인 경우 다음과 같이 업종 내 세부 매출액을 추정하였다.

세부 매출액_i = A 업종 매출액_i × 동일한 층의 세부 매출액 비중

동일한 층에 A 업종의 매출액이 결측값이 아닌 업체가 존재하지 않는 경우 A 업종에 해당하는 업체들의 A 업종 매출액 합계와 세부 매출액 합계를 이용하여 다음과 같이 세부 매출액을 추정하였다.

세부 매출액_i = A 업종 매출액_i × A 업종에 해당하는 업체들의 세부 매출액 비중

2) 종사자수

향후 분석 및 종사자수의 대체를 위해, 각 업종 부문별 매출액을 이용하여 업체들의 주력 업종을 분류하는 변수를 생성하였다. 즉, 가장 큰 업종 매출액을 업종을 그 업체의 주력업종으로 간주하였다(주력업종: 광고대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타).

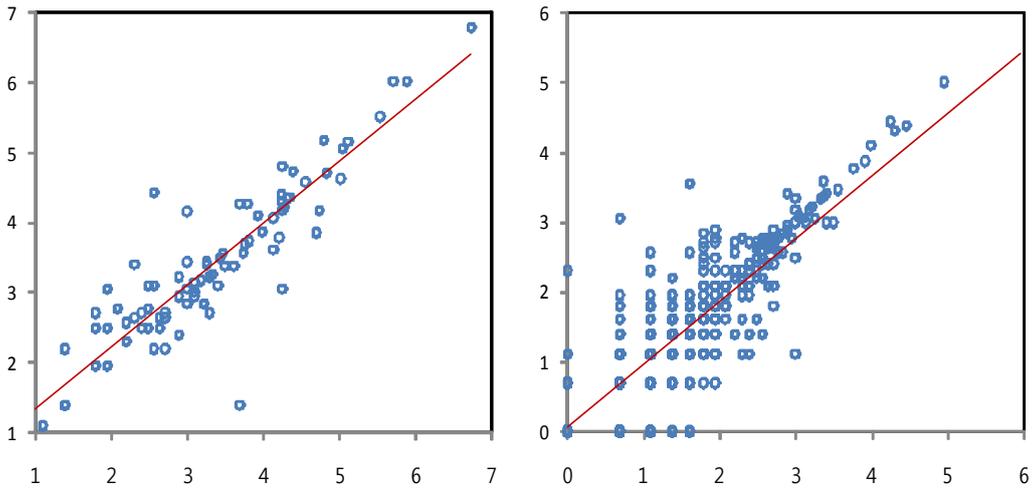
(1) 전체 종사자수

◦ 전년도 종사자수가 있는 경우

전년도와 금년도의 전체 종사자수 자료에 대한 관계식을 대형업체(85개)와 일반업체(867개)로 구분하여 유도하였다. 전년도 종사자수의 로그(log)값을 설명변수로, 금년도 종사자수의 로그값을 반응변수로 설정한 회귀모형으로 관계식을 가정하며 추정된 회귀식은 다음과 같다.

대형업체 : 금년도 로그 종사자수 = 0.43801 + 0.88479 × 전년도 로그 종사자수

일반업체 : 금년도 로그 종사자수 = 0.06026 + 0.89778 × 전년도 로그 종사자수



(a) 대형업체

(b) 일반업체

<그림> 금년도 로그 종사자수 vs 전년도 로그 종사자수

위에서 추정된 모형식을 이용하여, 전년도 종사자수가 있고 금년도 종사자수가 결측값인 업체에 대하여 금년도 로그 종사자수를 추정하고 지수(exp) 변환하여 대체하였다.

◦ 전년도 종사자수가 없는 경우

광고대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타 등 각 업종에 해당하는지의 여부와 매출액 규모를 고려하여 층을 분류하고 각 층별 평균 종사자수를 파악하였다. 금년도 종사자수가 결측값인 업체에 대하여 동일한 층의 평균 종사자수로 대체하였다.

(2) 성별 종사자수

◦ 성별 종사자수에 대한 응답이 있는 경우

성별 종사자수에 대한 응답이 있으나 그 합계가 전체 종사자수와 일치하지 않는 경우 다음과 같이 보정하였다.

$$\text{남성(여성) 종사자수}_i = \text{전체 종사자수}_i \times \text{응답된 남성(여성) 종사자수의 비율}_i$$

◦ 성별 종사자수에 대한 응답이 없는 경우

주력업종 분류(6개)와 전체 매출액 규모(4개)를 고려하여 층(24개)을 분류하고 각 층별로 전체 종사자수 합계와 성별 종사자수 합계 및 비중을 파악하였다. 다음과 같이 성별 종사자수를 추정하였다.

$$\text{남성(여성) 종사자수}_i = \text{전체 종사자수}_i \times \text{동일한 층의 남성(여성) 종사자수 비중}$$

(3) 정규직/비정규직별, 연령별, 학력별, 직급별/직종별 종사자수

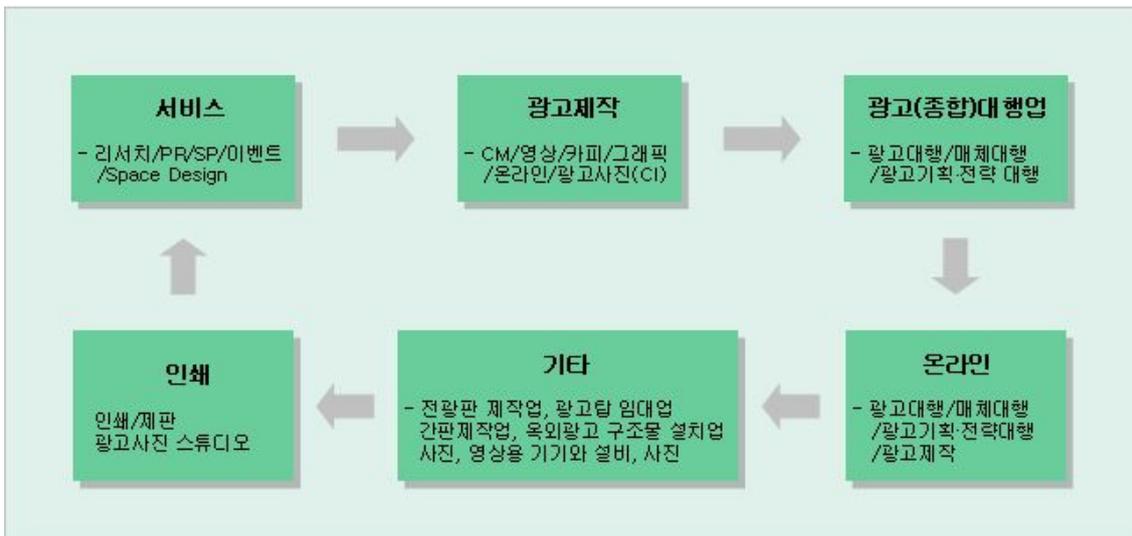
성별 추정의 경우와 유사하게 주력업종 분류와 전체 매출액 규모를 고려하여 층을 분류하고 각 층별로 세부 구분별 합계 및 비중을 파악하였다. 동일한 층의 세부 구분별 종사자수 비중을 반영하여 세부 종사자수를 추정하였다.

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 II-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

$[(\text{고졸이하} + \text{전문대졸} \times 2 + \text{대졸} \times 3 + \text{대학원졸} \times 4) / \text{전체}]$ 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

$[(\text{사원} + \text{차장} \cdot \text{대리} \times 2 + \text{국장} \cdot \text{부장} \times 3 + \text{임원} \times 4) / \text{전체}]$ 를 계산하여 비율의 평균과 표준편차를 구한 후

- 저직급편중 : 비율이 비율평균 + 비율표준편차 보다 큰 사업체
- 상위직급편중 : 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 : 2010년 상반기 대비 하반기 체감도 증가
(또는 2010년 하반기 대비 2011년 예상 체감도 증가)
- 감소 : 2010년 상반기 대비 하반기 체감도 감소
(또는 2010년 하반기 대비 2011년 예상 체감도 감소)

경기체감격차지수 = 증가사업체수/감소사업체수

○ 광고경기전망지수

취급액으로 가중 평균한 2010년 광고경기체감도 대비 2011년 예상 체감도

광고경기전망지수 =

$$\frac{2011년\ 예상\ 체감도}{2010년\ 상반기\ 체감도 \times \left(\frac{2257}{5241}\right) + 2010년\ 하반기\ 체감도 \times \left(\frac{2984}{5241}\right)}$$

- 100초과 : 2011년 광고경기는 2010년 보다 좋아질 것이라 예상함
- 100 : 2011년 광고경기는 2010년과 같을 것이라 예상함
- 100미만 : 2011년 광고경기는 2010년 보다 나빠질 것이라 예상함

III. 조사결과

1. 사업체 현황 - 매출

1.1. 전체

표 1-1-1 >> 광고업종별 취급액

업종	사업체수 (개소) *	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	1,501	33.1	5,414,852	58.9	3,607
광고제작	684	15.1	749,895	8.2	1,096
서비스	335	7.4	1,208,074	13.1	3,606
인쇄	2,001	44.2	482,796	5.3	241
온라인	331	7.3	878,088	9.6	2,653
기타	2,199	48.5	453,173	4.9	206
전체	4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

※ 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

2009년 광고산업 취급액 기준 전체규모는 9조 1,869억원으로 나타났다.

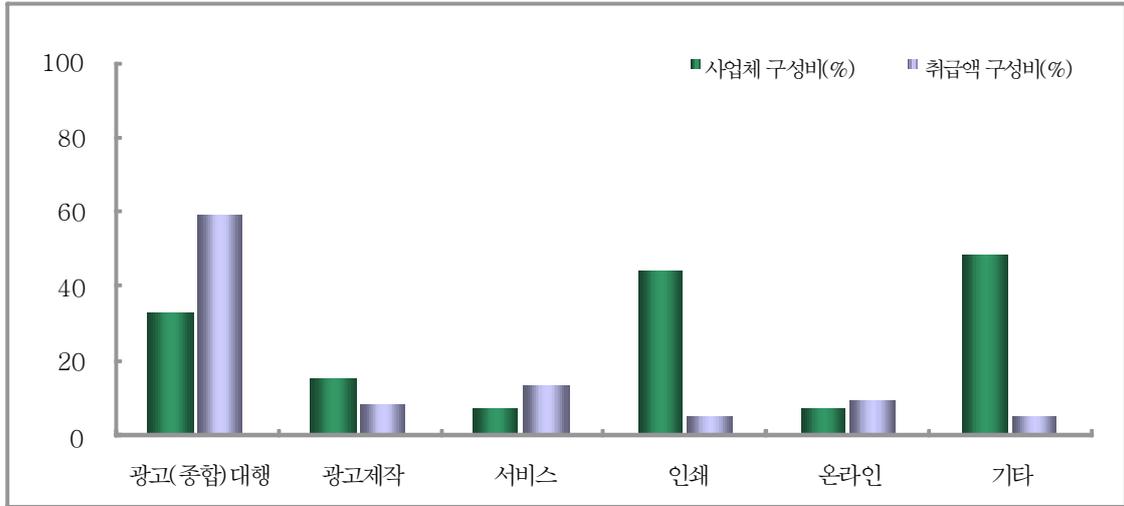
사업체수를 업종별로 구분하면 기타업종이 2,199개 48.5%로 가장 높게 나타났고, 인쇄 2,001개 44.2%, 광고(종합)대행 1,501개 33.1%, 광고제작 684개 15.1%, 서비스 335개 7.4%, 온라인 331개 7.3% 순으로 나타났다.

취급액을 업종별로 구분하면 광고(종합)대행이 5조 4,149억원 58.9%로 가장 높게 나타났고, 서비스 1조 2,081억원 13.1%, 온라인 8,781억원 9.6%, 광고제작 7,499억원 8.2%, 인쇄 4,828억원 5.3%, 기타 4,532억원 4.9%의 순으로 나타났다.

사업체수를 고려한 취급액 비교를 위해 사업체당 평균취급액을 살펴보면, 전체 사업체당 평균취급액은 20.3억원이며, 업종별로 구분하면 광고(종합)대행업 서비스가 36.1억원으로 가장 높고, 온라인 26.5억원, 광고제작 11.0억원, 인쇄 2.4억원, 기타 2.1억원의 순으로 나타났다.

사업체수 구성비와 취급액 구성비로 다시 설명하면, 광고(종합)대행을 하는 업체는 1,501개 33.1%이지만 취급액은 5조 4,149억원으로 58.9%를 차지하고, 기타업종은 2,199개 48.5%로 가장 많지만 취급액은 4,532억원 4.9% 밖에 되지 않는 것으로 나타났다.

그림 1-1-1 >> 광고업종별 취급액



광고(종합)대행은 사업체 1,501개 33.1%, 취급액 5조 4,149억원 58.9%, 광고제작은 사업체 684개 15.1%, 취급액 7,499억원 8.2%, 서비스는 사업체 335개 7.4%, 취급액 1조 2,081억원 13.1%, 인쇄는 사업체 2,001개 44.2%, 취급액 4,828억원 5.3%, 온라인은 사업체 331개 7.3%, 취급액 8,781억원 9.6%, 기타는 사업체 2,199개 48.5%, 취급액 4,532억원 4.9%로 나타났다.

표 1-1-1-1 >> 광고업종별 취급액 (주력업종에 따른 분류)

업종	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	1,499	33.1	7,161,458	77.9	4,777
광고제작	376	8.3	230,665	2.5	613
서비스	154	3.4	437,476	4.8	2,841
인쇄	1,553	34.2	486,030	5.3	313
온라인	145	3.2	631,848	6.9	4,358
기타	805	17.8	239,401	2.6	297
전체	4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

표 1-1-2 >> 지역별 전체 업종 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	2,025	44.7	8,613,806	93.8	4,254
	부산	286	6.3	89,277	1.0	312
	대구	451	9.9	161,322	1.8	358
	광주	398	8.8	21,346	0.2	54
	대전	379	8.4	52,895	0.6	140
	인천	65	1.4	15,038	0.2	231
	울산	7	0.2	2,812	0.0	402
	경기도	362	8.0	144,667	1.6	400
	강원도	178	3.9	23,159	0.3	130
	충청북도	7	0.2	4,964	0.1	709
	충청남도	36	0.8	8,607	0.1	239
	전라북도	64	1.4	16,231	0.2	254
	전라남도	47	1.0	6,361	0.1	135
	경상북도	128	2.8	7,305	0.1	57
	경상남도	51	1.1	11,681	0.1	229
	제주도	48	1.1	7,407	0.1	154
	전체	4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 2,025개 44.7%로 가장 높게 나타났고, 대구 451개 9.9%, 광주 398개 8.8%, 대전 379개 8.4%, 경기도 362개 8.0%, 부산 286개 6.3%, 강원도 178개 3.9%, 경상북도 128개 2.8%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 8조 6,138억원 93.8%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 1,613억원 1.8%, 경기도 1,447억원 1.6%, 부산 893억원 1.0%, 대전 529억원 0.6%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 42.5억원, 충청북도 7.1억원, 울산 4.0억원, 경기도 4.0억원, 대구 3.6억원, 부산 3.1억원의 순으로 높게 나타났다.

1.1.1. 광고(종합)대행

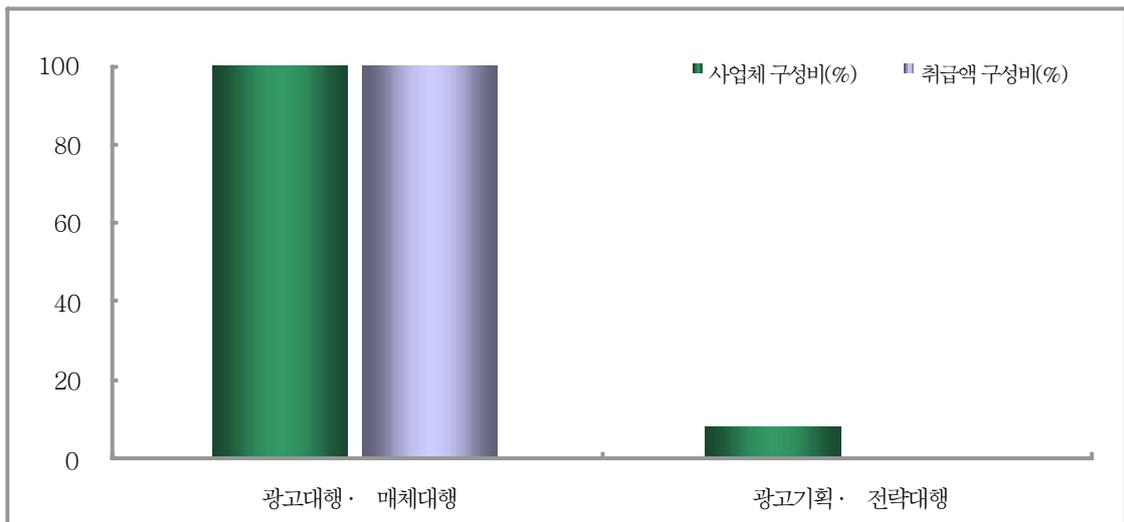
표 1-1-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고대행·매체대행	1,501	100.0	5,409,389	99.9	3,604
광고기획·전략대행	119	7.9	5,463	0.1	46
전체	1,501	100.0	5,414,852	100.0	3,607

* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

광고(종합)대행업을 하는 사업체수는 1,501개, 총 취급액은 5조 4,149억원, 평균취급액은 36.1억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 33.1%, 취급액 58.9%이며, 평균취급액은 전체평균보다 1.8배 높다.

그림 1-1-2 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액



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

세부업종으로 살펴보면, 사업체수는 광고대행·매체대행이 1,501개 100.0%로 대부분을 차지하며, 광고기획·전략대행은 119개 7.9%를 차지한다. 취급액은 광고대행·매체대행이 5조 4,094억원 99.9%로 대부분을 차지하는 것으로 나타났고, 광고기획·전략대행은 54.6억원 0.1%로 나타났다. 사업체당 평균 취급액은, 광고대행·매체대행은 36.0억원으로 광고업 평균 보다는 약 1.8배 정도 높게 나타났으며, 광고기획·전략대행은 0.5억원으로 상대적으로 매우 작게 나타났다.

표 1-1-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	1,064	70.8	5,253,442	97.2	4,937
	부산	110	7.3	34,864	0.6	317
	대구	48	3.2	22,555	0.4	470
	광주	13	0.9	4,164	0.1	320
	대전	17	1.2	11,181	0.2	658
	인천	20	1.3	7,923	0.1	396
	울산	4	0.3	2,082	0.0	521
	경기도	120	7.9	50,083	0.9	417
	강원도	15	1.0	4,105	0.1	274
	충청북도	3	0.2	241	0.0	80
	충청남도	15	1.0	4,048	0.1	270
	전라북도	37	2.5	9,621	0.2	260
	전라남도	3	0.2	436	0.0	145
	경상북도	1	0.1	1,098	0.0	1,098
	경상남도	6	0.4	6,594	0.1	1,099
	제주도	25	1.7	2,415	0.0	97
전체		1,501	100.0	5,414,852	100.0	3,607

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,064개 70.8%로 가장 높게 나타났고, 경기도 120개 7.9%, 부산 110개 7.3%, 대구 48개 3.2%, 전라북도 37개 2.5%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 5조 2,534억원 97.2%로 월등하게 높게 나타났고, 경기도 501억원 0.9%, 부산 349억원 0.6%, 대구 226억원 0.4%, 대전 112억원 0.2%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 49.3억원, 경상북도와 경상남도 11.0억원, 대전 6.6억원, 울산 5.2억원, 대구 4.7억원의 순으로 높게 나타났다.

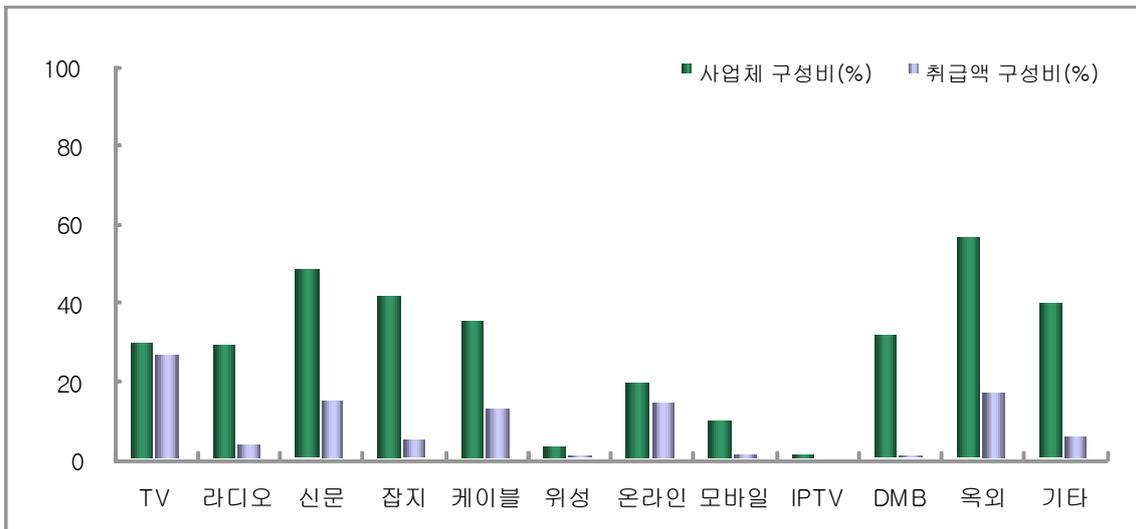
표 1-1-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액

		사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
4대매체	TV	483	29.2	1,650,342	26.4	3,417
	라디오	476	28.8	218,727	3.5	460
	신문	792	47.9	932,843	14.8	1,178
	잡지	684	41.3	294,182	4.7	430
뉴미디어	케이블	575	34.7	803,614	12.8	1,398
	위성	46	2.8	15,326	0.2	333
	온라인	320	19.3	875,658	13.9	2,736
	모바일	161	9.7	70,689	1.1	439
	IPTV	19	1.1	861	0.0	45
	DMB	519	31.4	28,849	0.5	56
	옥외	927	56.0	1,051,666	16.7	1,134
기타	653	39.5	342,289	5.4	524	
전체	1,655	100.0	6,285,046	100.0	3,798	

* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

광고(종합)대행업 중 광고대행·매체대행의 취급액 6조 2,850억원을 매체별로 구분하면, 사업체수는 옥외광고업을 하는 사업체가 927개 56.0%로 가장 많고, 신문 792개 47.9%, 잡지 684개 41.3%의 순으로 나타났다. 취급액은 TV 대행 취급액이 1조 6,503억원 26.4%로 가장 높으며, 옥외광고업 1조 517억원 16.7%, 신문 9,328억원 14.8% 순으로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

그림 1-1-3 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액



매체별 취급액을 크게 구분하면, 영향력이 큰 주요4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고대행 취급액은 3조 961억원으로 전체의 49.3%를 차지하며, 뉴미디어(케이블, 위성, 온라인, 모바일, DMB) 취급액은 1조 7,950억원 28.6%, 옥외광고 1조 517억원 16.7%, 기타 3,423억원 5.4%로 나눌 수 있다. 4대 매체 중 TV는 사업체 483개 29.2%, 취급액 1조 6,503억원 26.4%, 라디오는 사업체 476개 28.8%, 취급액 2,187억원 3.5%, 신문은 사업체 792개 47.9%, 취급액 9,328억원 14.8%, 잡지는 사업체 684개 41.3%, 취급액 2,942억원 4.7%로 나타났다.

뉴미디어 중 케이블은 사업체 575개 34.7%, 취급액 8,036억원 12.8%, 위성은 사업체 46개 2.8%, 취급액 15억원, 온라인은 사업체 320개 19.3%, 취급액 8,757억원 13.9%, 모바일은 사업체 161개 9.7%, 취급액 707억원 1.1%, DMB는 사업체 519개 31.4%, 취급액 29억원으로 나타났다고, 옥외는 사업체 927개 56.0%, 취급액 1조 517억원 16.7%, 기타는 사업체 653개 39.5%, 취급액 3,423억원 5.4%로 나타났다.

표 1-1-6 >> 지역별 광고대행·매체대행 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	1,197	72.3	6,100,216	97.1	5,096
	부산	110	6.7	35,571	0.6	323
	대구	48	2.9	22,609	0.4	471
	광주	13	0.8	4,164	0.1	320
	대전	20	1.2	13,584	0.2	679
	인천	20	1.2	7,923	0.1	396
	울산	4	0.2	2,082	0.0	521
	경기도	135	8.1	68,901	1.1	510
	강원도	18	1.1	5,701	0.1	317
	충청북도	3	0.2	241	0.0	80
	충청남도	15	0.9	4,348	0.1	290
	전라북도	37	2.2	9,161	0.1	248
	전라남도	3	0.2	437	0.0	146
	경상북도	1	0.1	1,098	0.0	1,098
	경상남도	6	0.4	6,595	0.1	1,099
	제주도	25	1.5	2,415	0.0	97
전체		1,655	100.0	6,285,046	100.0	3,798

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,197개 72.3%로 가장 높게 나타났고, 경기도 135개 8.1%, 부산 110개 6.7%, 대구 48개 2.9%, 전라북도 37개 2.2%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 6조 1,002억원 97.1%로 월등하게 높게 나타났고, 경기도 689억원 1.1%, 부산 356억원 0.6%, 대구 226억원 0.4%, 대전 136억원 0.2%, 전라북도 92억원 0.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 50.1억원, 경상남도와 경상북도 11.0억원, 대전 6.8억원, 울산 5.2억원, 경기도 5.1억원의 순으로 나타났다.

1.1.2. 광고제작

표 1-1-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
CM·영상·카피 그래픽제작	193	28.2	560,316	74.8	2,903
온라인제작	143	20.9	75,093	10.0	525
광고사진스튜디오	229	33.5	7,122	0.9	31
CI	506	74.0	107,364	14.3	212
전체	684	100.0	749,895	100.0	1,096

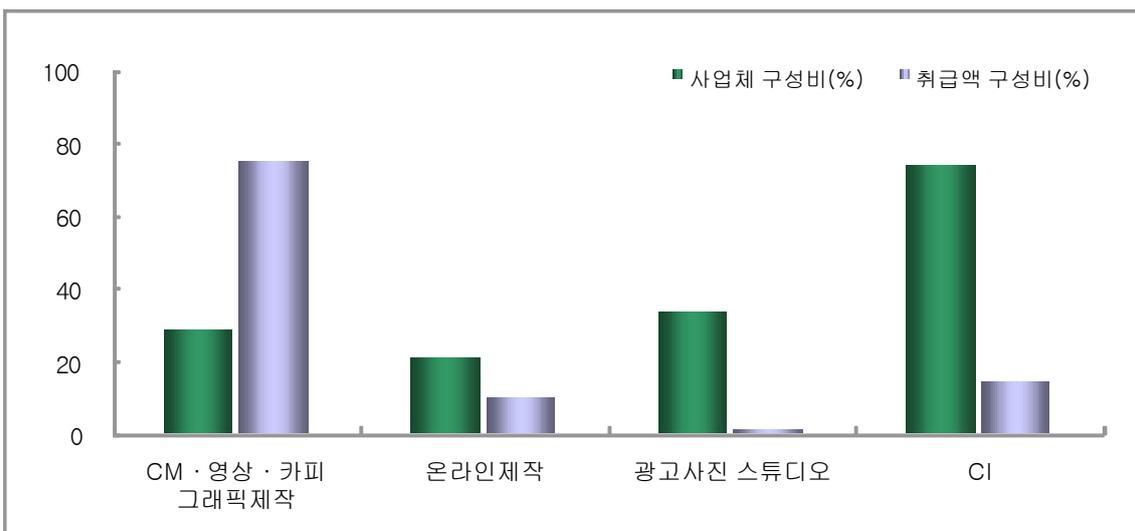
* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

광고제작업을 하는 사업체수는 684개, 총 취급액은 7,499억원, 평균취급액은 11.0억원으로 나타났다.

광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 15.1%, 취급액 8.2%이며, 평균취급액은 전체 평균 20.3억원보다 낮은 11.0억원 수준을 보이고 있다.

광고제작업을 4개 세부업종(CM·영상·카피·그래픽제작, 온라인제작, 광고사진 스튜디오, CI)으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 CI를 하는 사업체가 506개 74.0%로 가장 많으며, 취급액을 기준으로 보면 CM·영상·카피·그래픽제작의 비중이 더욱 높아져 5,603억원 74.8%로 대부분을 차지한다. 사업체당 평균 취급액 역시 CM·영상·카피·그래픽제작 업종이 29.0억원으로 가장 높다.

그림 1-1-4 >> 광고제작 업종별 취급액



CM·영상·카피·그래픽제작은 사업체 193개 28.2%, 취급액 5,603억원 74.8%, 온라인제작

은 사업체 143개 20.9%, 취급액 751억원 10.0%, 광고사진 스튜디오는 사업체 229개 33.5%, 취급액 71억원 0.9%, CI는 사업체 506개 74.0%, 취급액 1,074억원 14.3%로 나타났다.

표 1-1-8 >> 지역별 광고제작업 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	352	51.4	713,477	95.0	2,027
	부산	63	9.2	10,198	1.4	162
	대구	17	2.6	1,993	0.3	117
	광주	84	12.2	838	0.1	10
	대전	8	1.2	847	0.1	106
	인천	5	0.8	2,732	0.4	546
	울산	0	0.0	0	0.0	0
	경기도	37	5.4	10,123	1.3	274
	강원도	9	1.3	680	0.1	76
	충청북도	4	0.6	4,333	0.6	1,083
	충청남도	7	1.0	433	0.1	62
	전라북도	33	4.8	1,418	0.2	43
	전라남도	8	1.2	1,536	0.2	192
	경상북도	36	5.3	456	0.1	13
	경상남도	20	2.9	794	0.1	40
	제주도	1	0.1	37	0.0	37
전체		684	100.0	749,895	100.0	1,096

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 352개 51.4%로 가장 높게 나타났고, 광주 84개 12.2%, 부산 63개 9.2%, 경기도 37개 5.4%, 경상북도 36개 5.3%, 전라북도 33개 4.8%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 7,135억원 95.0%로 월등하게 높게 나타났고, 부산 102억원 1.4%, 경기도 101억원 1.3%, 충청북도 43억원 0.6%, 인천 27억원 0.4%, 대구 20억원 0.3%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 20.3억원, 충청북도 10.8억원, 인천 5.5억원, 경기도 2.7억원, 전라남도 1.9억원, 부산 1.6억원, 대구 1.2억원, 대전 1.1억원의 순으로 나타났다.

표 1-1-9 >> 광고제작 외주 및 원자재 구입 비용

세부업종	전체 (백만원)	대형업체 (백만원)	일반업체 (백만원)
CM·영상·카피·그래픽제작	54,421	17,934	36,487
온라인제작	13,985	430	13,555
광고사진 스튜디오	711	40	671
CI	20,401	65	20,336
전체	89,518	18,469	71,049

광고제작업의 외주 및 원자재 구입비용은 전체 895억원으로 집계 되었으며, 그 중 CM·영상·카피·그래픽제작 부분이 544억원 60.8%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 CI 부분이 204억원 22.8%로 나타났다.

외주 및 원자재 구입비용 중 185억원 20.6%는 대형업체에서 지출한 비용이며, 79.4%는 일반업체에서 지출된 것으로 나타났다.

표 1-1-10 >> 광고제작 편수

세부업종	전체 (개)	대형업체 (개)	일반업체 (개)
CM·영상·카피·그래픽제작	9,915	355	9,560
온라인제작	2,778	126	2,652
광고사진 스튜디오	2,074	40	2,034
CI	3,524	1	3,523
전체	18,291	522	17,769

광고제작 편수는 전체 18,291개로 집계되었으며, CM·영상·카피·그래픽제작이 9,915개 54.2%로 가장 많았으며, CI가 3,524개 19.3%, 온라인제작이 2,778개, 15.2% 광고사진 스튜디오가 2,074개, 11.3%의 순으로 나타났다.

그중 대형업체의 제작편수는 522개 2.9%를 차지하고 있으며, 일반업체는 17,769개 97.1%의 비중을 차지하고 있다.

대형업체는 CM·영상·카피·그래픽제작이 355개 68.0%로 가장 높았으며, 다음으로 온라인제작 126개 24.1%로 나타났다. 일반업체는 CM·영상·카피·그래픽제작이 9,560개 53.8%로 가장 높게 나타났으며, CI 3,523개 19.8%, 온라인제작이 2,652개 14.9%, 광고사진 스튜디오가 2,034개 11.4% 순으로 높게 나타났다.

1.1.3. 서비스

표 1-1-11 >> 서비스 세부업종별 취급액

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
마케팅·리서치	143	42.7	80,854	6.7	565
PR	107	31.9	79,614	6.6	744
SP	121	36.1	666,356	55.1	5,507
이벤트	148	44.2	336,504	27.9	2,274
Space Design	89	26.6	44,746	3.7	503
전체	335	100.0	1,208,074	100.0	3,606

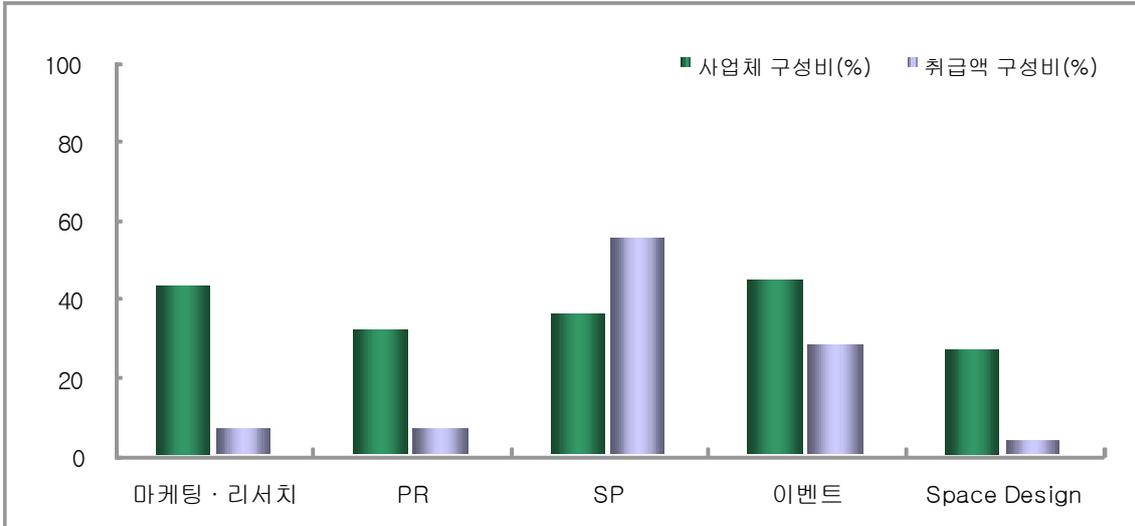
* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

광고관련 서비스업을 하는 사업체수는 335개, 총 취급액은 1조 2,081억원, 평균취급액은 36.1억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 7.4%, 취급액 13.1%이며, 평균취급액 36.1억원으로 전체평균보다 약 1.8배 높다.

서비스업을 5개(마케팅·리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design)의 세부업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 이벤트업이 148개 44.2%로 가장 높게 나타났고, 마케팅·리서치 143개 42.7%, SP 121개 36.1%, PR 107개 31.9%, Space Design 89개 26.6%의 순으로 나타났다.

취급액을 기준으로 보면, SP가 6,664억원 55.1%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 이벤트 3,365억원 27.9%, 마케팅·리서치 809억원 6.7%, PR 796억원 6.6%, Space Design 447억원 3.7%의 순으로 높게 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 SP가 55.1억원, 이벤트 22.7억원, PR 7.4억원, 마케팅·리서치 5.7억원, Space Design 5.0억원 순으로 높게 나타났다.

그림 1-1-5 >> 서비스 업종별 취급액



마케팅 · 리서치는 사업체 143개 42.7%, 취급액 809억원 6.7%, PR은 사업체 107개 31.9%, 취급액 796억원 6.6%, SP는 사업체 121개 36.1%, 취급액 6,664억원 55.1%, 이벤트는 사업체 148개 44.2%, 취급액 3,365억원 27.9%, Space Design은 사업체 89개 26.6%, 취급액 447억원 3.7%로 나타났다.

표 1-1-12 >> 지역별 서비스업 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	263	78.3	1,193,937	98.9	4,540
	부산	25	7.6	1,405	0.1	56
	대구	11	3.3	2,444	0.2	222
	광주	2	0.6	2	0.0	1
	대전	5	1.5	3,393	0.3	679
	인천	0	0.0	0	0.0	0
	울산	1	0.3	1	0.0	1
	경기도	12	3.6	6,154	0.5	513
	강원도	0	0.0	0	0.0	0
	충청북도	0	0.0	0	0.0	0
	충청남도	1	0.3	1	0.0	1
	전라북도	10	3.0	408	0.0	41
	전라남도	1	0.3	1	0.0	1
	경상북도	0	0.0	0	0.0	0
	경상남도	4	1.2	328	0.0	82
	제주도	0	0.0	0	0.0	0
전체	335	100.0	1,208,074	100.0	3,606	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 263개 78.3%로 가장 높게 나타났고, 부산 25개 7.6%, 경기도 12개 3.6%, 대구 11개 3.3%, 전라북도 10개 3.0%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 1조 1,939억원 98.9%로 월등하게 높게 나타났고, 경기도 62억원 0.5%, 대전 34억원 0.3%, 대구 24억원 0.2%, 부산 14억원 0.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 45.4억원, 대전 6.8억원, 경기도 5.1억원, 대구 2.2억원, 경상남도 0.8억원의 순으로 나타났다.

1.1.4. 인쇄

표 1-1-13 >> 인쇄 세부업종별 취급액

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
인쇄	1,988	99.4	451,410	93.5	227
제판	310	15.5	31,386	6.5	101
전체	2,001	100.0	482,796	100.0	241

* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

광고관련 인쇄업을 하는 사업체수는 2,001개, 총 취급액은 4,828억원, 평균취급액은 2.4억 원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 44.2%, 취급액 5.3%이며, 평균취급액은 전체평균의 약 10분의 1보다 조금 높은 수준이다.

인쇄업을 2개(인쇄, 제판)의 세부업종으로 구분하면, 사업체수는 인쇄업이 1,988개 99.4%, 제판업이 310개 15.5%이며, 취급액은 인쇄 4,514억원 93.5%, 제판 314억원 6.5%이며, 사업체당 평균 취급액은 인쇄 2.3억원, 제판 1.0억원으로 나타났다.

그림 1-1-6 >> 인쇄 업종별 취급액

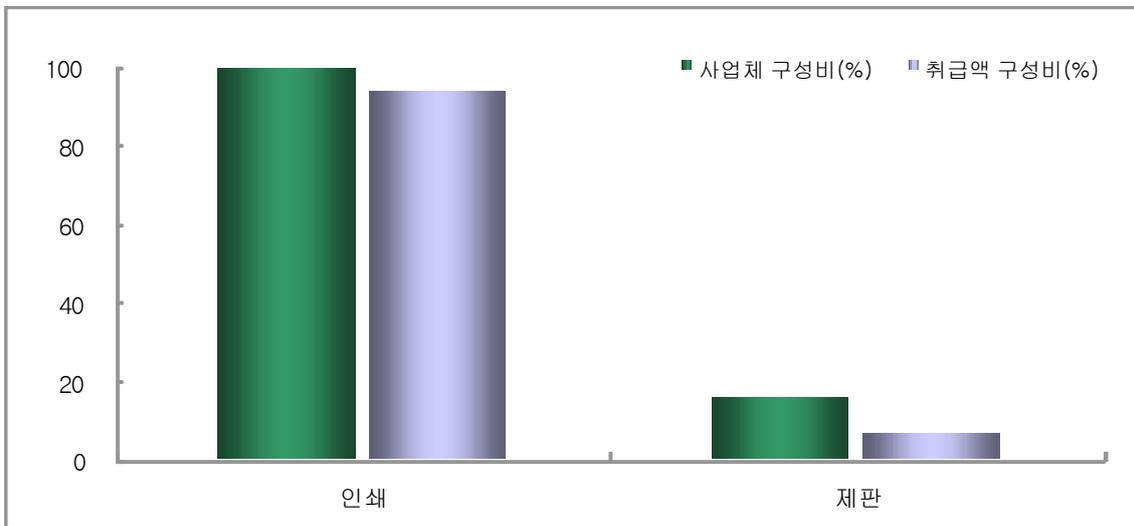


표 1-1-14 >> 지역별 인쇄업 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	487	24.4	346,092	71.6	711
	부산	173	8.6	23,215	4.8	134
	대구	314	15.7	45,376	9.4	145
	광주	282	14.1	9,617	2.0	34
	대전	339	16.9	23,912	5.0	71
	인천	19	0.9	2,179	0.5	115
	울산	6	0.3	404	0.1	67
	경기도	106	5.3	13,690	2.8	129
	강원도	71	3.5	4,213	0.9	59
	충청북도	4	0.2	173	0.0	43
	충청남도	23	1.2	1,987	0.4	86
	전라북도	21	1.0	1,515	0.3	72
	전라남도	25	1.3	3,708	0.8	148
	경상북도	88	4.4	3,462	0.7	39
	경상남도	20	1.0	1,945	0.4	97
제주도	23	1.2	1,308	0.3	57	
전체		2,001	100.0	482,796	100.0	241

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 487개 24.4%로 가장 높게 나타났고, 대전 339개 16.9%, 대구 314개 15.7%, 광주 282개 14.1%, 부산 173개 8.6%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 3,461억원 71.6%로 나타났고, 대구 454억원 9.4%, 대전 239억원 5.0%, 부산 232억원 4.8%, 경기도 137억원 2.8%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 7.1억원, 전라남도, 대구 각 1.5억원, 부산, 경기도 각 1.3억원의 순으로 나타났다.

1.1.5. 온라인

표 1-1-15 >> 온라인 업종별 취급액

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고대행	305	92.1	673,778	76.7	2,209
매체대행	93	28.1	201,880	23.0	2,171
광고기획·전략대행	27	8.2	168	0.0	6
광고제작	32	9.7	2,262	0.3	71
전체	331	100.0	878,088	100.0	2,653

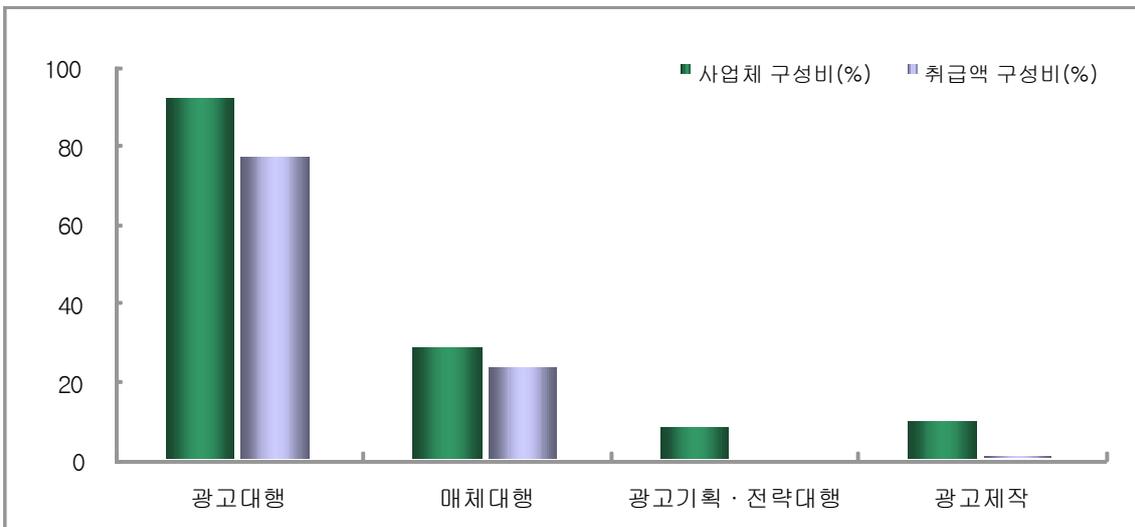
* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

광고관련 온라인업종은 온라인 광고대행, 매체대행, 광고기획·전략대행, 광고제작 등의 업종이다. 이에 해당하는 사업체수는 331개, 총 취급액은 8,781억원, 평균취급액은 26.5억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 7.3%, 취급액 9.6%이며, 평균취급액은 전체평균 20.3억원 보다 높은 26.5억원 수준이다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고대행 305개 92.1%, 매체대행 93개 28.1%, 광고기획·전략대행이 27개 8.2%, 광고제작이 32개 9.7%로 나타났다. 취급액은 광고대행이 6,738억원 76.7%, 매체대행 2,019억원 23.0%, 광고제작 23억원 0.3%, 광고기획·전략대행 2억원 0.0%, 순으로 나타났다.

평균 취급액은 광고대행 22.1억원, 매체대행 21.7억원, 광고제작 0.7억원, 광고기획·전략대행 0.1억원 순으로 나타났다.

그림 1-1-7 >> 온라인 업종별 취급액



광고대행은 사업체 305개 92.1%, 취급액 6,738억원, 취급액 구성비 76.7%, 매체대행은 사업체 93개 28.1%, 취급액 2,019억원, 취급액 구성비 23.0%, 광고기획·전략대행은 사업체 27개 8.2%, 취급액 2억원 0.0%, 광고제작은 사업체 32개 9.7%, 취급액 23억원 0.3%로 나타났다.

표 1-1-15-1 >> 온라인 광고대행의 세부항목별 취급액

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
포털사이트	221	72.5	388,494	57.6	1,758
전문사이트	89	29.2	556	0.1	6
언론/미디어사 이트	169	55.4	37,784	5.6	224
기타	175	57.4	246,943	36.7	1,411
전체	305	100.0	673,777	100.0	2,209

※ 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

온라인 광고대행업의 취급액 6,738억원을 매체별로 구분해 본 결과, 사업체 수는 포털사이트 대상으로 온라인광고를 취급하는 대행사가 221개로 가장 많았으며, 이어 기타 175개, 언론/미디어 사이트 169개, 전문사이트 89개 등의 순으로 나타났다.

취급액 역시 포털 대행 취급액이 3,885억원 57.6%로 가장 높으며, 이어 기타 대행 취급액이 2,469억원 36.7%, 언론/미디어사이트 378억원 5.6%의 순으로 나타났다.

표 1-1-15-2 >> 온라인 매체대행의 세부항목별 취급액

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
포털사이트	76	81.7	149,381	73.9	1,966
전문사이트	23	24.7	5,444	2.7	237
UCC사이트	8	8.6	386	0.2	48
언론/미디어사 이트	29	31.2	16,469	8.2	568
기타	44	47.3	30,200	15.0	686
전체	93	100.0	201,880	100.0	2,171

※ 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

온라인 매체대행업 역시 사업체 수는 역시 포털사이트 취급 업체가 가장 많은 가운데, 전문사이트, 언론/미디어 사이트, UCC사이트 등 대행 매체별로 큰 격차를 보이지는 않았다. 그러나 취급액의 경우 포털사이트 매체 대행 취급액이 1,494억원으로 전체 온라인 매체대행 취급액의 절대 다수인 73.9%를 차지하고 있어, 온라인 매체 대행은 포털 위주로 이루어지고 있음을 알 수 있다.

표 1-1-16 >> 지역별 온라인업 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	267	80.7	853,143	97.2	3,195
	부산	20	5.9	1,013	0.1	51
	대구	4	1.2	57	0.0	14
	광주	0	0.0	0	0.0	0
	대전	5	1.5	2,404	0.3	481
	인천	0	0.0	0	0.0	0
	울산	0	0.0	0	0.0	0
	경기도	18	5.5	19,011	2.2	1,056
	강원도	8	2.3	1,867	0.2	233
	충청북도	0	0.0	0	0.0	0
	충청남도	3	0.9	300	0.0	100
	전라북도	4	1.4	289	0.0	72
	전라남도	1	0.3	2	0.0	2
	경상북도	0	0.0	0	0.0	0
	경상남도	1	0.3	2	0.0	2
	제주도	0	0.0	0	0.0	0
전체		331	100.0	878,088	100.0	2,653

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 267개 80.7%로 가장 높게 나타났고, 부산 20개 5.9%, 경기도 18개 5.5%, 강원도 8개 2.3%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 8,531억원 97.2%로 월등히 높게 나타났고, 경기도 190억원 2.2%, 대전 24억원 0.3%, 강원도 19억원 0.2%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 32.0억원, 경기도 10.6억원, 대전 4.8억원, 강원도 2.3억원, 충청남도 1.0억원의 순으로 나타났다.

1.1.6. 기타

표 1-1-17 >> 기타 세부업종별 취급액

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고물 기획·편집	2,153	97.9	419,709	92.6	195
장비취급 등 기타	553	25.1	33,464	7.4	61
전체	2,199	100.0	453,173	100.0	206

* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

광고관련 기타업종은 광고물 기획·편집, 장비취급 등의 기타업종이다. 이에 해당하는 사업체수는 2,199개, 총 취급액은 4,532억원, 평균취급액은 2.1억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 48.5%, 취급액 4.9%이며, 평균취급액은 전체평균의 약 10분의 1 수준으로 나타났다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고물 기획·편집 2,153개 97.9%, 장비취급 등 기타업종이 553개 25.1%로 나타났다. 취급액은 광고물 기획·편집업이 4,197억원 92.6%, 장비취급 등 기타 업종은 335억원 7.4%로 사업체수 비중보다 낮았다. 사업체당 평균 취급액은 광고물 기획·편집이 2.0억원, 장비취급 등 기타 업종이 0.6억원으로 나타났다.

그림 1-1-8 >> 기타 업종별 취급액

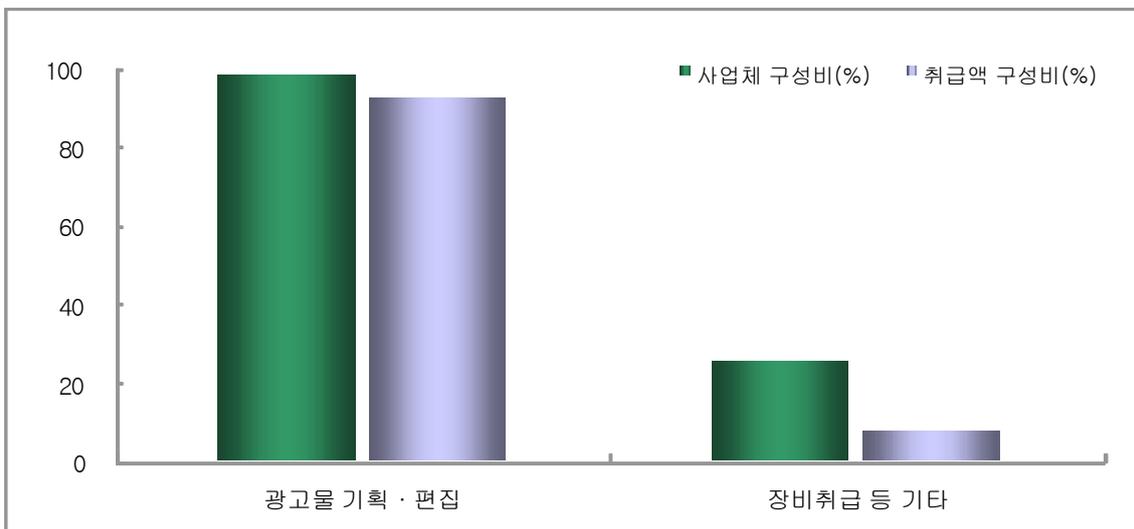


표 1-1-18 >> 지역별 기타업 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	749	34.1	253,719	56.0	339
	부산	132	6.0	18,581	4.1	141
	대구	157	7.1	88,897	19.6	566
	광주	195	8.9	6,724	1.5	34
	대전	336	15.3	11,158	2.5	33
	인천	41	1.8	2,204	0.5	54
	울산	6	0.3	325	0.1	54
	경기도	194	8.8	45,605	10.1	235
	강원도	144	6.5	12,293	2.7	85
	충청북도	4	0.2	217	0.0	54
	충청남도	26	1.2	1,837	0.4	71
	전라북도	53	2.4	2,980	0.7	56
	전라남도	21	1.0	678	0.1	32
	경상북도	62	2.8	2,289	0.5	37
	경상남도	38	1.7	2,018	0.4	53
	제주도	41	1.9	3,648	0.8	89
전체		2,199	100.0	453,173	100.0	206

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 749개 34.1%로 가장 높게 나타났고, 대전 336개 15.3%, 경기도 194개 8.8%, 대구 157개 7.1%, 강원도 144개 6.5%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 2,537억원 56.0%로 나타났고, 대구 889억원 19.6%, 경기도 456억원 10.1%, 부산 186억원 4.1%, 강원도 123억원 2.7%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 대구 5.7억원, 서울 3.4억원, 경기도 2.4억원, 부산 1.4억원, 제주도 0.9억원의 순으로 나타났다.

1.1.7. 자본규모

표 1-1-19 >> 사업체 유형별 자본규모

구 분		사업체수 (개소)	전체 (백만원)	대형업체 (백만원)	일반업체 (백만원)
기업형태	개인	2,864	66	436	65
	회사법인	1,516	332	2,461	242
	회사외법인	2	235	0	235
본사유무	단독사업체	4,251	121	1,777	99
	공장,지사,영업소	57	1,204	0	1,204
	본사,본점,본부	62	725	7,032	202
설립연도	1979년 이전	86	399	23,008	79
	1980-1989년	362	199	6,086	93
	1990-1994년	508	232	435	229
	1995-1999년	867	148	2,119	116
	2000-2004년	1,463	116	745	109
	2005년	270	87	150	86
	2006년	160	105	100	105
	2007년	186	87	25	87
	2008년	157	42	100	42
	2009년	121	70	50	70
전체		4,532	147	1,940	117

광고업을 하고 있는 사업체들의 자본규모를 살펴보면, 전체 광고업체는 평균 1.5억원으로 나타났으며, 대형업체는 19.4억원, 일반업체는 1.2억원으로 나타났다.

기업형태별로 살펴보면, 회사법인이 3.3억원으로 가장 크게 나타났으며, 회사외법인이 2.4억원, 개인사업체가 0.6억원으로 나타났다.

본사유무에 따라 살펴보면, 공장·지사·영업소 12억원으로 가장 크게 나타났으며, 본사·본점·본부가 7.3억원, 단독사업체 1.2억원의 순으로 나타났다.

설립연도에 따라서는 1979년 이전 설립 사업체가 4억원으로 나타났으며, 1990~1994년 설립 사업체가 2.3억원, 1980~1989년 설립 사업체가 2억원, 1995~1999년 설립 사업체가 1.5억원, 2000~2004년 설립 사업체가 1.2억원, 2006년 설립 사업체가 1.1억원, 2005년 설립 사업체와 2007년 설립 사업체가 0.9억원 순으로 높게 나타났다.

표 1-1-20 >> 업종별 자본규모

구 분		사업체수 (개소)	전체 (백만원)	대형업체 (백만원)	일반업체 (백만원)
업종	광고대행	1,501	351	1,940	242
	광고제작	684	304	2,484	122
	서비스	335	577	2,931	175
	인쇄	2,001	70	953	63
	온라인	331	924	2,755	499
	기타	2,199	74	1,110	67
가치사슬	인프라	2,435	67	135	67
	생산	2,582	127	2,420	78
	유통	1,504	351	1,940	242
	서비스	335	577	2,931	175
전체		4,532	147	1,940	117

광고업종에 따라 살펴보면, 광고대행업 전체는 3.5억원, 대형 광고대행업은 19.4억원, 일반 광고대행업은 2.4억원으로 나타났으며, 광고제작업 전체는 3.0억원, 대형 광고제작업은 24.8억원, 일반 광고제작업은 1.2억원으로 나타났고, 서비스업 전체는 5.8억원, 대형 서비스업은 29.3억원, 일반 서비스업은 1.8억원으로 나타났고, 인쇄업 전체는 0.7억원이며, 대형 인쇄업은 9.5억원, 일반 인쇄업은 0.6억원으로 나타났고, 온라인업 전체는 9.2억원, 대형 온라인업은 27.6억원, 일반 온라인업은 5.0억원으로 나타났고, 기타업 전체는 0.7억원으로 나타났으며, 대형 기타업은 11.1억원, 일반 기타업은 0.7억원으로 나타났다.

가치사슬 업종에 따라 살펴보면, 서비스 산업이 5.8억원으로 가장 크게 나타났고, 다음으로 유통 산업이 3.5억원, 생산 산업이 1.3억원, 인프라 산업이 0.7억원 순으로 크게 나타났다. 대형 서비스 산업은 29.3억원, 일반 서비스 산업은 1.8억원으로 나타났고, 대형 유통 산업은 19.4억원, 일반 유통 산업은 2.4억원으로 나타났고, 대형 생산 산업은 24.2억원, 일반 생산 산업은 0.8억원으로 나타났고, 대형 인프라 산업은 1.4억원, 일반 인프라 산업은 0.7억원으로 나타났다.

1.1.8. 사무실 규모

표 1-1-21 >> 사업체 유형별 사무실 규모

구 분		사업체수 (개소)	전체 (㎡)	대형업체 (㎡)	일반업체 (㎡)
기업형태	개인	2,864	75	162	75
	회사법인	1,516	238	1,274	199
	회사외법인	2	145	0	145
본사유무	단독사업체	4,251	120	683	113
	공장,지사,영업소	57	219	825	208
	본사,본점,본부	62	678	9,443	175
설립연도	1979년 이전	86	408	12,788	114
	1980-1989년	362	117	1,441	89
	1990-1994년	508	173	832	163
	1995-1999년	867	125	1,175	112
	2000-2004년	1,463	112	379	108
	2005년	270	88	373	84
	2006년	160	150	198	150
	2007년	186	148	39	149
	2008년	157	72	190	70
	2009년	121	108	205	106
전체		4,532	129	1,100	114

광고관련 사업체의 사무실 규모를 살펴보면, 평균 129㎡으로 나타났으며, 대형업체는 평균 1,100㎡으로 전체 평균의 8.5배 이상 큰 것으로 나타났다. 기업형태에 따라서는 개인사업체가 75㎡으로 가장 작고, 회사법인이 238㎡으로 가장 큰 것으로 나타났으며, 회사외법인은 145㎡으로 나타났다. 본사유무에 따라서는 본사·본점·본부가 678㎡으로 가장 크며, 공장·지사·영업소는 219㎡, 단독사업체는 120㎡으로 나타났다. 설립연도에 따라서는 1979년 이전이 408㎡으로 가장 큰 것으로 나타났으며, 1990~1994년이 173㎡, 2006년이 150㎡, 2007년이 148㎡, 1995~1999년이 125㎡, 1980~1989년이 117㎡, 2000~2004년이 112㎡, 2005년이 88㎡, 2008년이 72㎡ 순으로 크게 나타났다.

표 1-1-22 >> 업종별 사무실 규모

구 분		사업체수 (개소)	전체 (㎡)	대형업체 (㎡)	일반업체 (㎡)
업종	광고대행	1,501	194	1,153	148
	광고제작	684	235	1,716	142
	서비스	335	420	2,022	226
	인쇄	2,001	91	517	89
	온라인	331	436	1,835	218
	기타	2,199	108	639	106
가치사슬	인프라	2,435	96	224	96
	생산	2,582	133	1,631	110
	유통	1,504	194	1,153	148
	서비스	335	420	2,022	226
전체		4,532	129	1,100	114

광고업종별 사무실 규모를 살펴보면, 사무실 규모의 평균은 온라인업이 436㎡으로 가장 크며, 다음으로 서비스업이 420㎡으로 크게 나타났으며, 광고제작은 235㎡, 광고대행은 194㎡, 기타업종은 108㎡, 인쇄는 91㎡ 순으로 나타났다. 가치사슬 업종별로 살펴보면, 서비스업이 420㎡으로 가장 큰 것으로 나타났으며, 다음으로 유통이 194㎡, 생산이 133㎡, 인프라가 96㎡으로 나타났다.

1.1.9. 기술 보유율

표 1-1-23 >> 소프트웨어 기술 보유율

구 분		전체 (%)	대형업체 (%)	일반업체 (%)
사내 IT 인프라	인트라넷	9.9	9.8	9.9
	KMS	10.1	10.0	10.1
시청률 자료		10.0	9.9	10.0
KADD 광고량 데이터		10.0	9.7	10.0
베이스스네트		10.0	9.6	10.1
매체계획시스템		10.0	10.0	10.0
광고물 DB		9.9	9.7	9.9
마케팅 정보 DB		10.0	10.3	10.0
관련 논문 DB		10.0	10.4	10.0
기타		10.0	10.7	10.0
전체		100.0	100.0	100.0

광고업체의 소프트웨어 부문 기술 보유율을 살펴보면, 사내 IT인프라로 인트라넷을 이용하고 있는 사업체는 9.9%, KMS는 10.1%로 나타났고, 시청률 자료, KADD 광고량 데이터, 베이스스네트, 매체계획시스템, 마케팅 정보 DB, 관련 논문 DB가 각 10.0%로 나타났으며 광고물 DB가 9.9%로 나타났다.

대형업체는 기타가 10.7%로 가장 많았고, 그 다음으로 관련 논문 DB가 10.4%, 마케팅 정보 DB 10.3%으로 나타났고, 일반업체는 KMS, 베이스스네트가 10.1%로 가장 높게 나타났다. 대부분 10.0% 이내로 나타났다.

1.2. 대형 광고업체

표 1-2-1 >> 광고업종별 취급액(대형)

업종	사업체수 (개소) *	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	100	100.0	3,756,243	72.7	37,562
광고제작	66	66.0	467,449	9.0	7,083
서비스	54	54.0	713,230	13.8	13,208
인쇄	18	18.0	12,514	0.2	695
온라인	62	62.0	217,409	4.2	3,507
기타	17	17.0	2,878	0.1	169
전체	100	100.0	5,169,723	100.0	51,697

※ 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

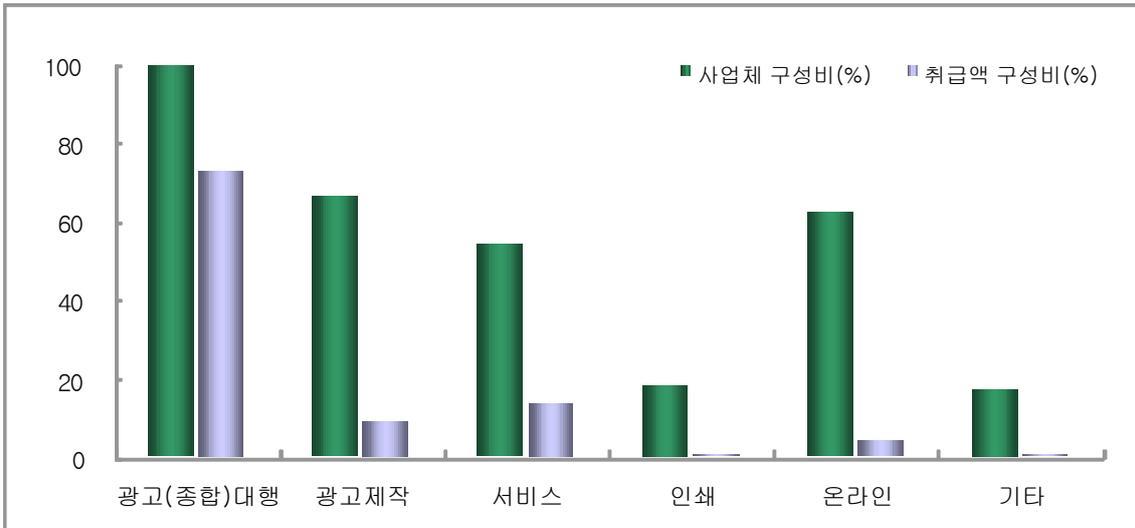
전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 따로 살펴보면, 사업체수는 100개로 전체의 2.2%, 취급액 기준 전체 규모는 5조 1,697억원으로 전체의 56.3%를 차지하고 있다.

사업체수를 업종별로 구분하면 광고(종합)대행 업종을 하는 사업체가 100개 100.0%로 가장 높게 나타났고, 광고제작 66개 66.0%, 온라인 62개 62.0%, 서비스 54개 54.0%, 인쇄 18개 18.0%, 기타 17개 17.0%로 나타났다. 전체와 비교하면 광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 온라인 업종의 비중이 각각 66.9(100-33.1)%p, 50.9%p, 46.6%p, 54.72%p 높고, 인쇄와 기타 업종의 비중이 각각 26.2%p, 31.5%p 낮게 나타났다.

취급액을 업종별로 구분하면, 광고(종합)대행업이 3조 7,562억원 72.7%로 가장 높게 나타났고, 서비스 7,132억원 13.2%, 광고제작 4,675억원 9.0%, 온라인 2,174억원 4.2%, 인쇄 125억원 0.2%, 기타 29억원 0.1%의 순으로 나타났다.

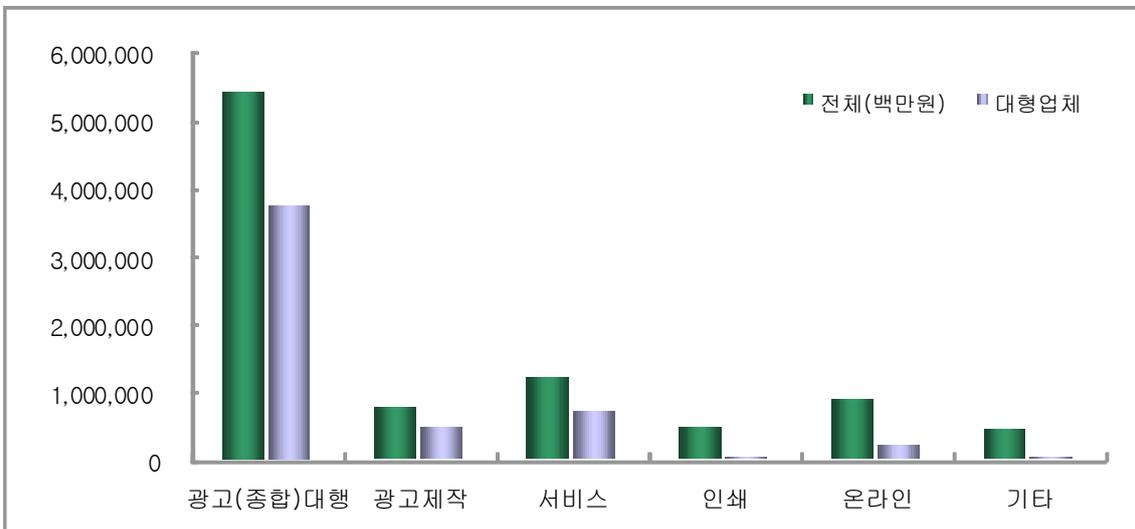
대형업체의 사업체당 평균취급액은 517.0억원으로 전체 평균의 약 25.5배이다. 업종별로 구분하면, 광고(종합)대행 375.6억원, 서비스 132.1억원, 광고제작 70.8억원, 온라인 35.1억원, 인쇄 7.1억원, 기타 1.7억원의 순으로 나타났다.

그림 1-2-1 >> 광고업종별 취급액(대형)



광고(종합)대행은 사업체 100개 100.0%, 취급액 3조 7,562억원 72.7%, 광고제작은 사업체 66개 66.0%, 취급액 4,675억원 9.0%, 서비스는 사업체 54개 54.0%, 취급액 7,132억원 13.8%, 인쇄는 사업체 18개 18.0%, 취급액 125억원 0.2%, 온라인은 사업체 62개 62.0%, 취급액 2,174억원 4.2%, 기타는 사업체 17개 17.0%, 취급액 29억원 0.1%로 나타났다.

그림 1-2-2 >> 광고업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고(종합)대행업은 전체 5조 4,149억원 중 대형업체에서 3조 7,562억원 69.4%를 차지하고, 광고제작은 전체 7,499억원 중 대형업체에서 4,675억원 62.3%를 차지하고, 서비스는 전체 1조 2,081억원 중 대형업체에서 7,132억원 59.0%를 차지하고, 인쇄는 전체 4,828억원 중 대형업체에서 125억원 2.6%를 차지하고, 온라인은 전체 8,781억원 중 대형업체에서 2,174억원 24.8%를 차지하고, 기타는 전체 4,532억원 중 대형업체에서 29억원 0.6%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-1-1 >> 광고업종별 취급액 (대형, 주력업종에 따른 분류)

업종	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	100	100.0	5,169,723	100.0	51,697
광고제작	0	0.0	0	0.0	0
서비스	0	0.0	0	0.0	0
인쇄	0	0.0	0	0.0	0
온라인	0	0.0	0	0.0	0
기타	0	0.0	0	0.0	0
전체	100	100.0	5,169,723	100.0	51,697

표 1-2-2 >> 지역별 전체 업종 취급액(대형)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	82	82.0	5,127,879	99.2	62,535
	부산	2	2.0	8,146	0.2	4,073
	대구	5	5.0	9,330	0.2	1,866
	광주	1	1.0	1,464	0.0	1,464
	대전	3	3.0	9,355	0.2	3,118
	울산	1	1.0	1,414	0.0	1,414
	전라북도	3	3.0	4,086	0.1	1,362
	경상북도	1	1.0	1,147	0.0	1,147
	경상남도	2	2.0	6,902	0.1	3,451
전체	100	100.0	5,169,723	100.0	51,697	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 82개 82.0%로 가장 높게 나타났고, 대구 5개 5.0%, 대전 전라북도 3개 3.0%, 부산 경상남도 2개 2.0%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 5조 1,279억원 99.2%로 월등하게 높게 나타났고, 대전 94억 0.2%, 대구 93억 0.2%, 부산 81억원 0.2%의 순으로 나타났다.

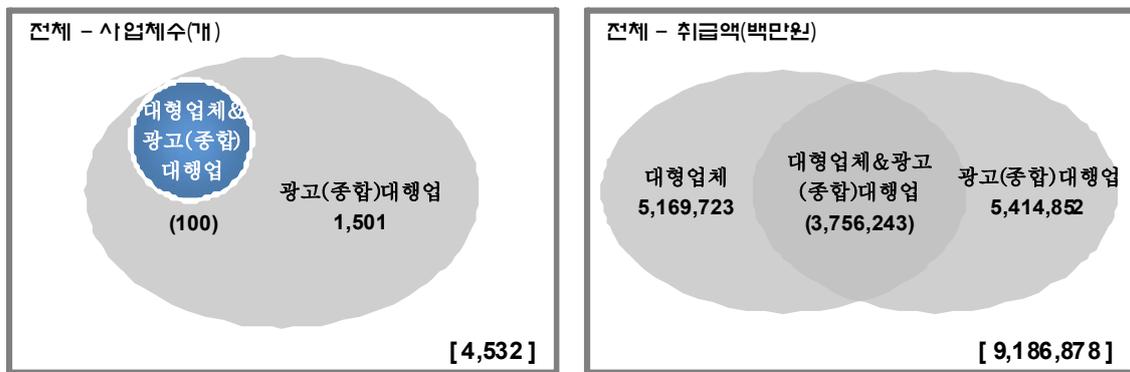
평균취급액은 서울 625.5억원, 부산 40.7억원, 경상남도 34.5억원, 대전 31.2억원, 대구 18.7억원의 순으로 나타났다.

1.2.1. 광고(종합)대행

표 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고대행·매체대행	100	100.0	3,756,243	100.0	37,562
광고기획·전략대행	0	0.0	0	0.0	0
전체	100	100.0	3,756,243	100.0	37,562

※ 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.



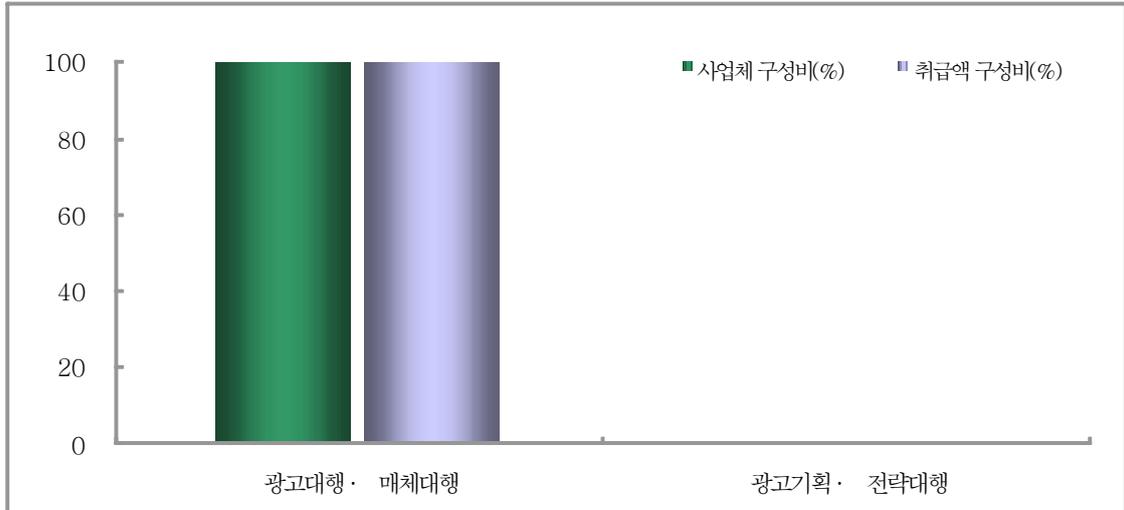
광고(종합)대행업은 3개 세부업종(광고대행, 매체대행, 광고기획·전략대행)으로 구분할 수 있는데, 이 중 광고대행과 매체대행은 실제 조사에서 매체별 구분이 어려워 집계에서 합산처리 하였다.

세부업종으로 살펴보면, 사업체수는 광고대행·매체대행이 100개 100.0%로 전체를 차지한다. 취급액은 3조 7,562억원이며, 사업체당 평균취급액은 375.6억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,532개 중 대형업체 & 광고(종합)대행업은 100개 2.2%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 광고(종합)대행업은 100개 100.0%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 사업체 1,501개 중 대형업체는 100개 6.7%의 비중을 차지한다.

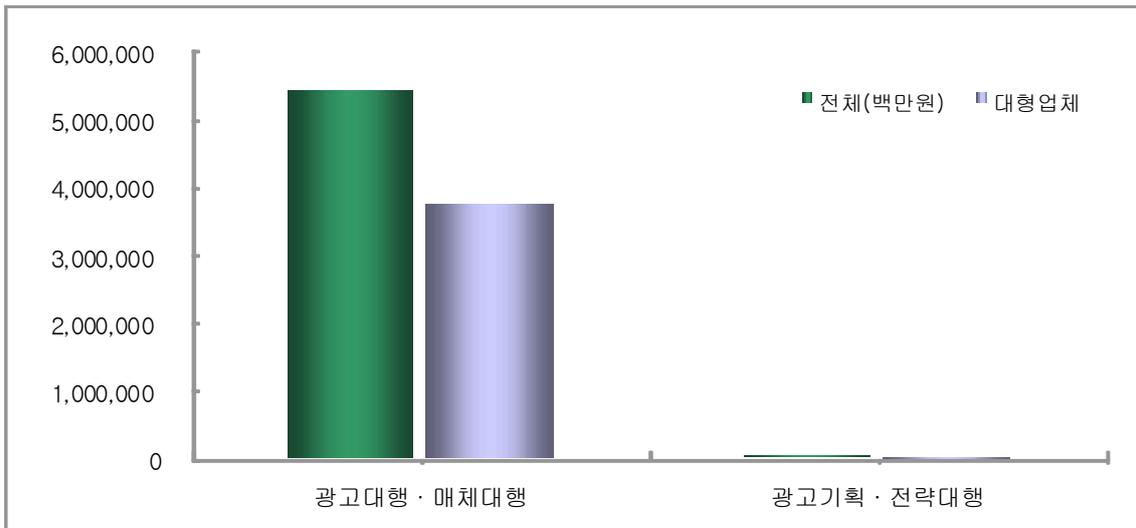
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 9조 1,869억원 중 대형업체 & 광고(종합)대행업은 3조 7,562억원 40.9%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 1,697억원 중 광고(종합)대행업은 72.7%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 취급액 5조 4,149억원 중 대형업체는 69.4%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형)



광고대행·매체대행은 사업체 100개 100.0%, 취급액 3조 7,562억원 100.0%로 나타났다.

그림 1-2-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행·매체대행은 전체 5조 4,094억원 중 대형업체에서 3조 7,562억원 69.4%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액(대형)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	82	82.0	3,722,600	99.2	45,398
	부산	2	2.0	6,046	0.2	3,023
	대구	5	5.0	7,769	0.2	1,554
	광주	1	1.0	1,336	0.0	1,336
	대전	3	3.0	8,001	0.2	2,667
	울산	1	1.0	1,414	0.0	1,414
	전라북도	3	3.0	2,770	0.1	923
	경상북도	1	1.0	1,098	0.0	1,098
	경상남도	2	2.0	5,209	0.1	2,605
전체		100	100.0	3,756,243	100.0	37,562

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 82개 82.0%로 가장 높게 나타났고, 대구 5개 5.0%, 대전 전라북도 3개 3.0%, 부산 경상남도 2개 2.0%로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 3조 7,226억원 99.2%로 월등하게 높게 나타났고, 대전 80억원 0.2%, 대구 78억원 0.2%, 부산 60억원 0.2%, 경상남도 52억원 0.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 454.0억원, 부산 30.2억원, 대전 26.7억원, 경상남도 26.1억원, 대구 15.5억원의 순으로 나타났다.

표 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)

		사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
4대매체	TV	100	100.0	1,619,956	40.7	16,200
	라디오	95	95.0	191,317	4.8	2,014
	신문	59	59.0	605,374	15.2	10,261
	잡지	53	53.0	165,218	4.2	3,117
뉴미디어	케이블	64	64.0	563,878	14.2	8,811
	위성	6	6.0	866	0.0	144
	온라인	62	62.0	217,409	5.5	3,507
	모바일	4	4.0	2,961	0.1	740
	IPTV	8	8.0	480	0.0	60
	DMB	61	61.0	9,125	0.2	150
옥외		58	58.0	427,492	10.8	7,371
기타		27	27.0	169,576	4.3	6,281
전체		100	100.0	3,973,652	100.0	39,737

* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

대형업체 광고(종합)대행업 중 광고대행·매체대행의 취급액 3조 9,737억원을 매체별로 구분하면, 사업체수는 TV 광고업을 하는 사업체가 100개 100.0%로 가장 많고, 라디오 95개

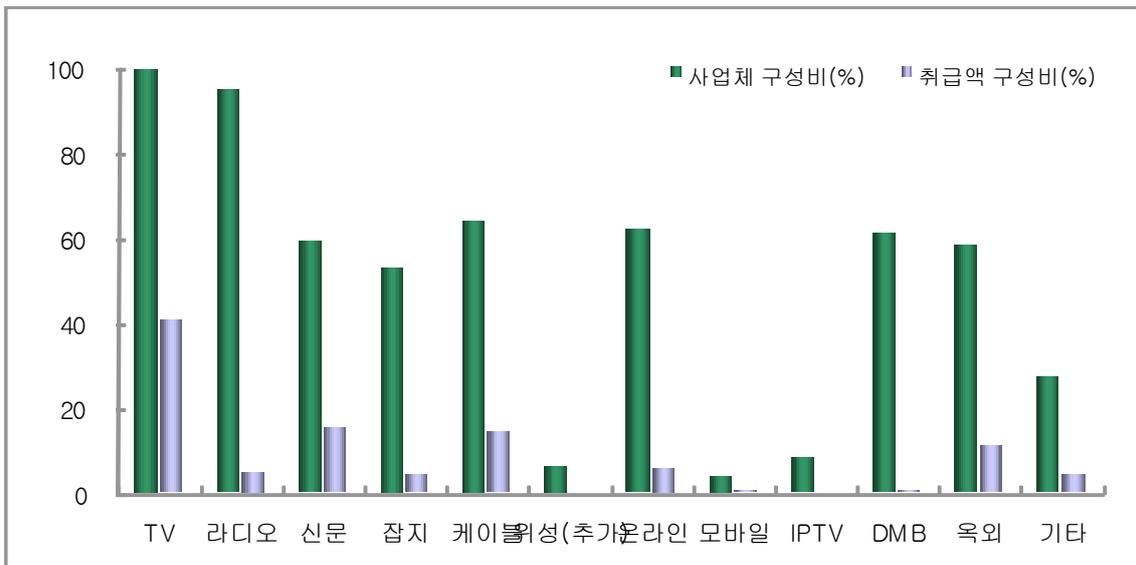
95.0%, 케이블 64개 64.0%, 온라인 62개 62.0% 순으로 많이 나타났다. 취급액은 TV 대형 취급액이 1조 6,120억원 40.7%로 가장 높으며, 신문 6,054억원 15.2%, 케이블 5,639억원 14.2%, 옥외 4,275억원 10.8% 순으로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

일반업체를 포함한 전체와 비교하면, 전체는 사업체수가 옥외광고업, 신문, 기타 순으로 많은 반면, 대형업체는 TV, 라디오, 케이블 순으로 많았고, 취급액은 전체는 TV, 신문, 케이블, 옥외 순으로 많이 나타났고 반면 대형업체는 TV, 신문 순으로 많이 나타났습니다.

대형업체 광고대행·매체대행업 광고비를 다시 크게 구분하면, 영향력이 큰 주요4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고대행 취급액은 2조 5,819억원으로 전체의 광고대행·매체대행 취급액의 65.0%를 차지하며, 뉴미디어(케이블, 위성, 온라인, 모바일, DMB) 취급액은 7,947억원 20.0%, 옥외광고 4,275억원 10.8%, 기타 1,696억원 4.3%로 나눌 수 있다. 일반업체를 포함한 전체와 비교하면, 주요4대 매체 비중이 49.3%에서 65.0%로 더욱 크게 나타났다.

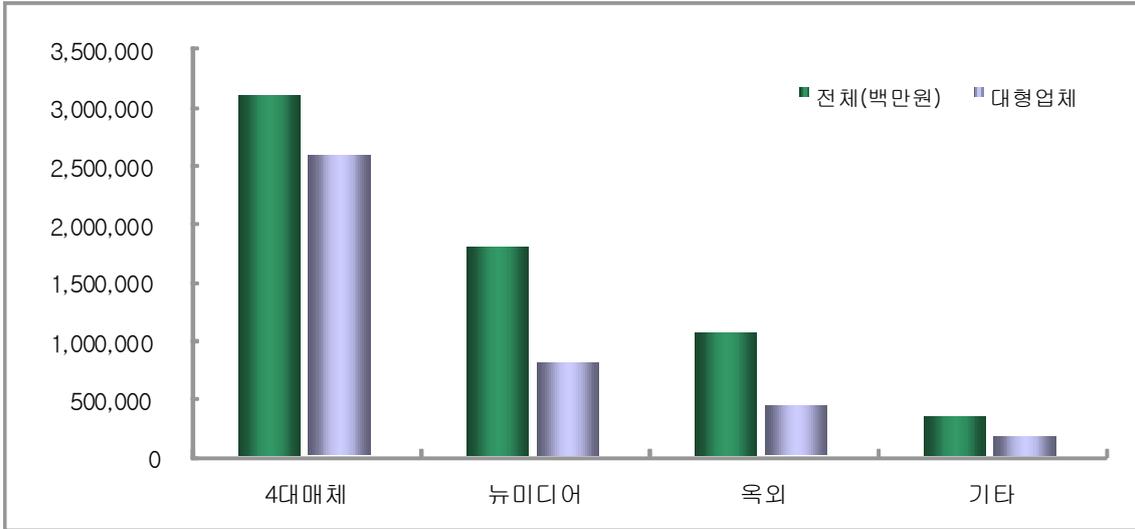
사업체당 평균 취급액은 TV 162.0억원, 신문 102.6억원, 케이블 88.1억원의 순으로 나타났다. 일반업체를 포함한 전체의 평균 취급액 중 TV 34.2억원, 온라인 27.4억원, 케이블 14.0억원, 신문 11.8억원과 비교하면 이들 분야에서 대형업체의 평균광고비의 비중이 전체적으로 높은 것으로 나타났다.

그림 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)



4대매체의 TV는 사업체 100개 100.0%, 취급액 1조 6,200억원 40.7%, 라디오는 사업체 95개 95.0%, 취급액 1,913원 4.8%, 신문은 사업체 59개 59.0%, 취급액 6,054억원 15.2%, 잡지는 사업체 53개 53.0%, 취급액 1,652억원 4.2%로 나타났고, 뉴미디어의 케이블은 사업체 64개 64.0%, 취급액 5,639억원 14.2%, 위성은 사업체 6개 6.0%, 취급액 9억원 0.0%, 온라인은 사업체 62개 62.0%, 취급액 2,174억원 5.5%, 모바일은 사업체 4개 4.0%, 취급액 30억원, 0.1% IPTV는 사업체 8개 8.0%, 취급액 5억원 0.0%, DMB는 사업체 61개 61.0%, 취급액 91억원 0.2%, 옥외는 사업체 58개 58.0%, 취급액 4,275억원 10.8%, 기타는 사업체 27개 27.0%, 취급액 1,696억원 4.3%로 나타났다.

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



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 4대매체는 전체 3조 961억원 중 대형업체에서 2조 5,819억원 83.4%를 차지하고, 뉴미디어는 전체 1조 7,950억원 중 대형업체에서 7,947억원 44.3%를 차지하고, 옥외는 전체 1조 517억원 중 대형업체에서 4,275억원 40.6%를 차지하고, 기타는 전체 3,423억원 중 대형업체에서 1,696억원 49.5%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-6 >> 지역별 광고대행·매체대행업의 취급액(대형)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	82	82.0	3,939,791	99.2	48,046
	부산	2	2.0	6,051	0.2	3,026
	대구	5	5.0	7,819	0.2	1,564
	광주	1	1.0	1,336	0.0	1,336
	대전	3	3.0	8,001	0.2	2,667
	울산	1	1.0	1,414	0.0	1,414
	전라북도	3	3.0	2,933	0.1	978
	경상북도	1	1.0	1,098	0.0	1,098
	경상남도	2	2.0	5,209	0.1	2,605
전체	100	100.0	3,973,652	100.0	39,737	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 82개 82.0%로 가장 높게 나타났고, 대구 5개 5.0%, 대전, 전라북도 각 3개 3.0%, 부산, 경상남도 각 2개 2.0%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 3조 9,398억원 99.2%로 월등하게 높게 나타났고, 대전 80억원 0.2%, 대구 78억원 0.2%, 부산 61억원 0.2%의 순으로 나타났다.

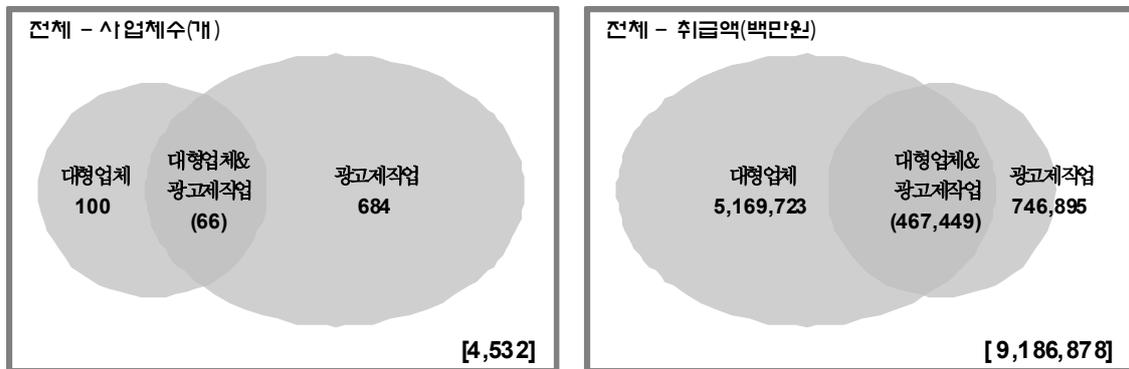
평균취급액은 서울 480.5억원, 부산 30.3억원, 대전 26.7억원, 경상남도 26.1억원, 대구 15.6억원의 순으로 나타났다.

1.2.2. 광고제작

표 1-2-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
CM·영상·카피 그래픽제작	66	100.0	467,449	100.0	7,083
온라인제작	0	0.0	0	0.0	0
광고사진스튜디오	0	0.0	0	0.0	0
CI	0	0.0	0	0.0	0
전체	66	100.0	467,449	100.0	7,083

※ 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.



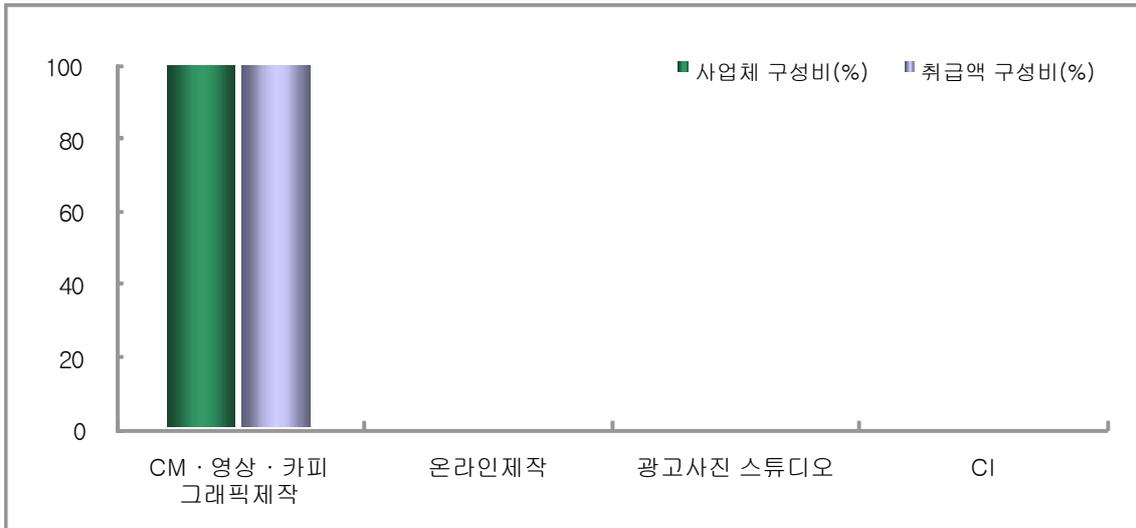
대형업체에서 광고제작업을 하는 사업체수는 66개, 총 취급액은 4,674억원, 평균취급액은 70.8억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 66.0%, 취급액 9.0%이다.

광고제작업을 4개 세부업종(CM·영상·카피·그래픽제작, 온라인제작, 광고사진 스튜디오, CI)으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 CM·영상·카피·그래픽제작을 하는 사업체가 66개 100.0%로 가장 많으며, 취급액은 CM·영상·카피·그래픽제작 업종이 4,674억원 100.0%로 전체를 차지한다. 사업체당 평균 취급액도 CM·영상·카피·그래픽제작 업종이 70.8억원으로 가장 높다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,532개 중 대형업체 & 광고제작업은 66개 1.5%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 광고제작업은 66개 66.0%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 사업체 684개 중 대형업체는 9.6%의 비중을 차지한다.

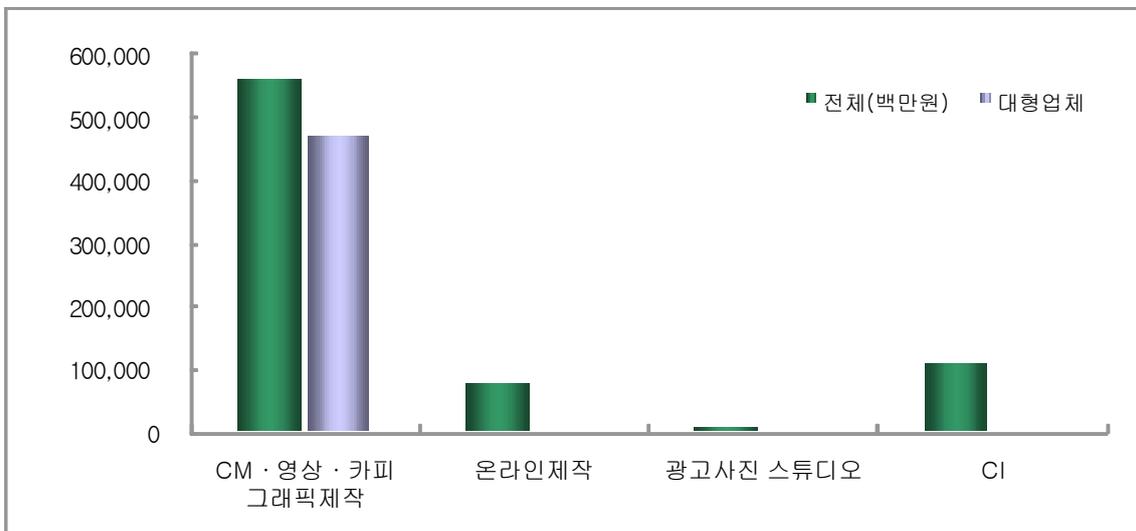
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 9조 1,869억원 중 대형업체 & 광고제작업은 4,674억원 5.1%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 1,697억원 중 광고제작업은 9.0%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 취급액 7,469억원 중 대형업체는 62.3%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형)



CM·영상·카피·그래픽제작은 사업체 66개 100.0%, 취급액 4,674억원 100.0%, 온라인제작은 사업체 0개 0.0%, 취급액 0억원 0.0%, 광고사진 스튜디오는 사업체 0개 0.0%, 취급액 0억원 0.0%, CI는 사업체 0개 0.0%, 취급액 0억원 0.0%로 나타났다.

그림 1-2-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, CM·영상·카피·그래픽제작은 전체 5,603억원 중 대형업체에서 4,674억원 83.4%를 차지하고, 온라인제작은 전체 751억원 중 대형업체에서 0억원 0.0%를 차지하고, 광고사진 스튜디오는 전체 72억원 중 대형업체에서 0억원 0.0%를 차지하고, CI는 전체 1,074억원 중 대형업체에서 0억원 0.0%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-8 >> 지역별 전체 업종 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	59	89.5	463,465	99.2	7,855
	부산	2	3.0	1,590	0.3	795
	대구	2	3.0	1,221	0.3	611
	대전	1	1.5	500	0.1	500
	전라북도	1	1.5	72	0.0	72
	경상남도	1	1.5	601	0.1	601
전체		66	100.0	467,449	100.0	7,083

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 59개 89.5%로 가장 높게 나타났고, 부산, 대구 각 2개 3.0%, 대전 전라북도 경상남도 각 1개 1.5%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 4,635억원 99.2%로 월등하게 높게 나타났고, 부산 16억원 0.3%, 대구 12억원 0.3%, 경상남도 6억원 0.1%의 순으로 나타났다.

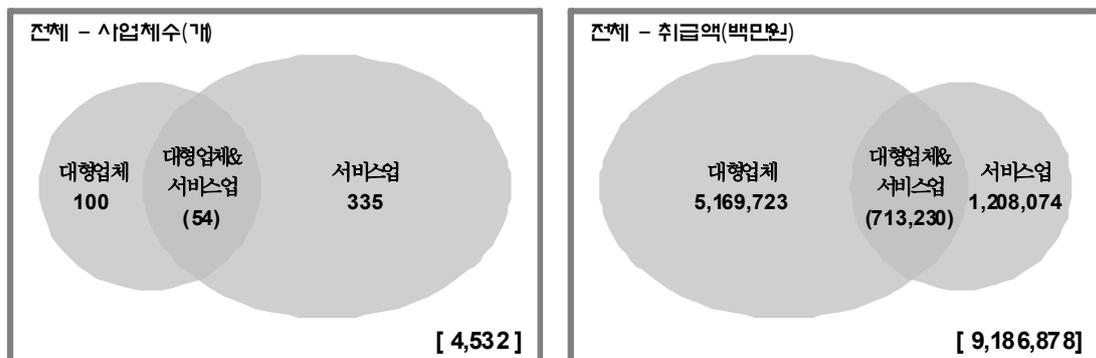
평균취급액은 서울 78.6억원, 부산 8.0억원, 대구 6.1억원, 경상남도 6.0억원, 대전 5.0억원, 전라북도 0.7억원의 순으로 나타났다.

1.2.3. 서비스

표 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형)

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
마케팅·리서치	22	40.7	31,872	4.5	1,449
PR	8	14.8	26,055	3.7	3,257
SP	52	96.3	655,303	91.8	12,602
이벤트	0	0.0	0	0.0	0
Space Design	0	0.0	0	0.0	0
전체	54	100.0	713,230	100.0	13,208

* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.



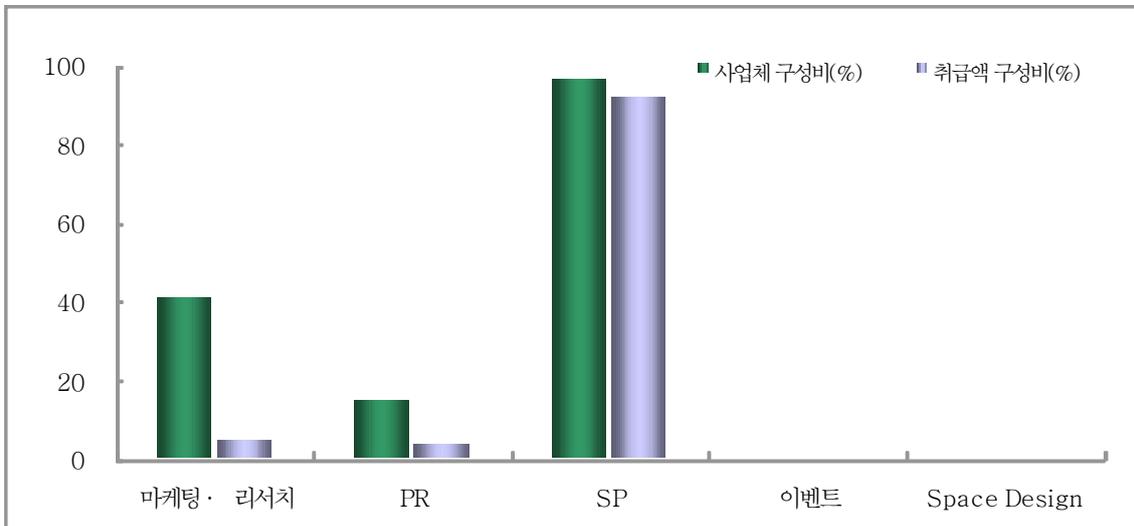
대형업체에서 서비스업을 하는 사업체수는 54개, 총 취급액은 7,132억원, 평균취급액은 132.1억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 54.0%, 취급액 13.8%이다.

서비스업을 5개(마케팅·리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design)의 세부업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 SP 52개 96.3%, 마케팅·리서치 22개 40.7%, PR 8개 14.8% 순으로 나타났고, 취급액은 SP 6,553억원 91.8%, 마케팅·리서치 319억원 4.5%, PR 261억원 3.7% 순으로 나타났다. 평균취급액은 SP 126.0억원, PR 32.6억원, 마케팅·리서치 14.5억원 순으로 높게 나타났다.

일반업체를 포함한 서비스업 전체와 비교하면, 사업체수는 전체에서 이벤트, 마케팅·리서치, SP, PR, Space Design 순으로 높았으나 대형업체는 SP, 마케팅·리서치, PR 순으로 높게 나타나는 차이를 보이고 있다. 취급액은 전체에서 SP, 이벤트, 마케팅·리서치, PR, Space Design 순으로 높았으나 대형업체는 SP, 마케팅·리서치, PR 순으로 높게 나타났다.

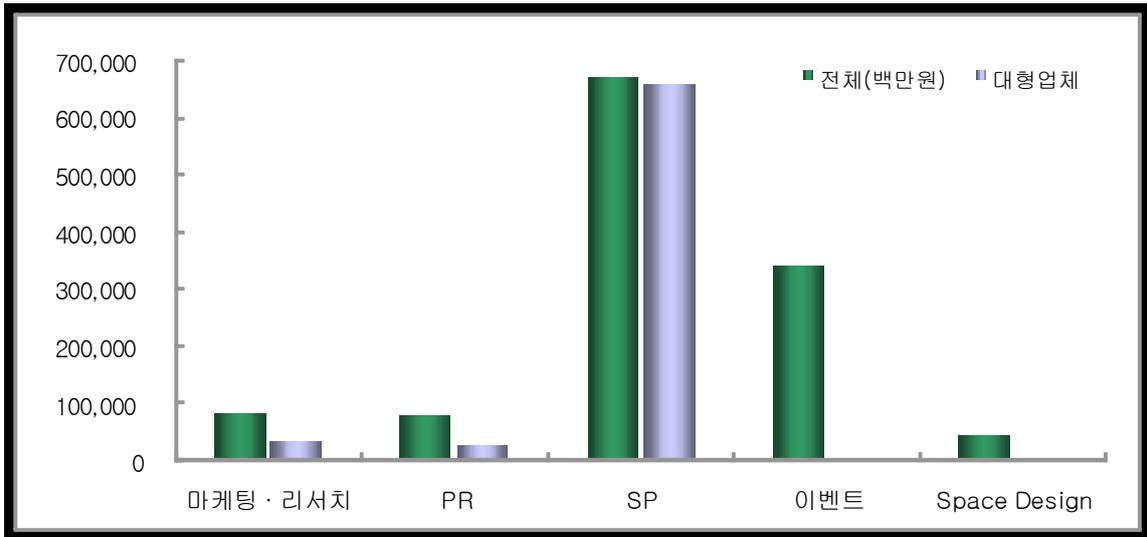
사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,532개 중 대형업체 & 서비스업은 54개 1.2%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 서비스업은 54.0%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 사업체 335개 중 대형업체는 16.1%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형)



마케팅·리서치는 사업체 22개 40.7%, 취급액 319억원 4.5%, PR은 사업체 8개 14.8%, 취급액 261억원 3.7%, SP는 사업체 52개 96.3%, 취급액 6,553억원 91.8%, 이벤트 사업체 0개 0.0%, 취급액 0억원 0.0%, Space Design 사업체 0개 0.0%, 취급액 0억원 0.0%로 나타났다.

그림 1-2-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 마케팅·리서치는 전체 809억원 중 대형업체에서 319억원 39.4%를 차지하고, PR은 전체 796억원 중 대형업체에서 261억원 32.7%를 차지하고, SP은 전체 6,664억원 중 대형업체에서 6,553억원 98.3%를 차지하고, 이벤트는 전체 3,365억원 중 대형업체에서 0억원 0.0%를 차지하고, Space Design은 전체 447억원 중 대형업체에서 0억원 0.0%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-10 >> 지역별 서비스업 취급액(대형)

		사업체수(개소)	사업체구성비(%)	취급액(백만원)	취급액구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	45	83.3	711,992	99.9	15,822
	부산	1	1.9	505	0.1	505
	대구	2	3.7	290	0.0	145
	대전	2	3.7	102	0.0	51
	전라북도	2	3.7	16	0.0	8
	경상남도	2	3.7	325	0.0	163
전체		54	100.0	713,230	100.0	13,208

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 45개 83.3%로 가장 높게 나타났고, 대구 대전 전라북도 경상남도 각 2개 3.7%의 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

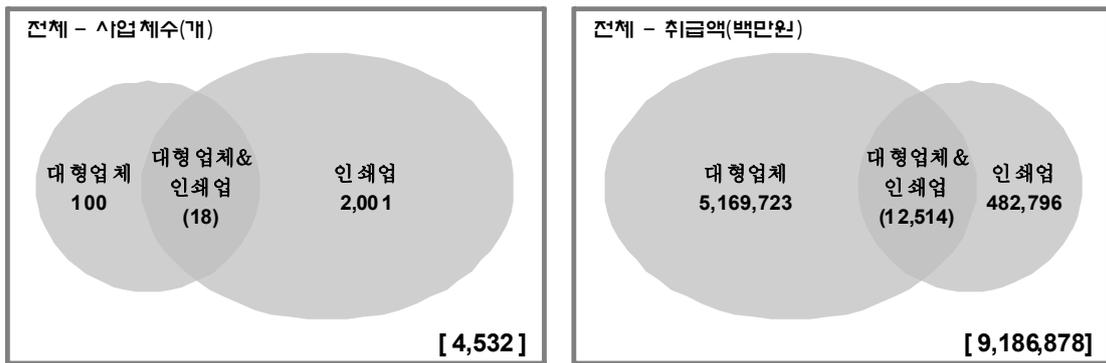
취급액은 서울이 7,120억원 99.9%로 대부분의 서비스업 활동이 서울지역에서 이루어지고 있는 것으로 나타났으며, 부산이 5.1억원 0.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울이 158.2억원으로 가장 높게 나타났다.

1.2.4. 인쇄

표 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
인쇄	18	100.0	11,898	95.1	661
제판	15	83.3	616	4.9	41
전체	18	100.0	12,514	100.0	695



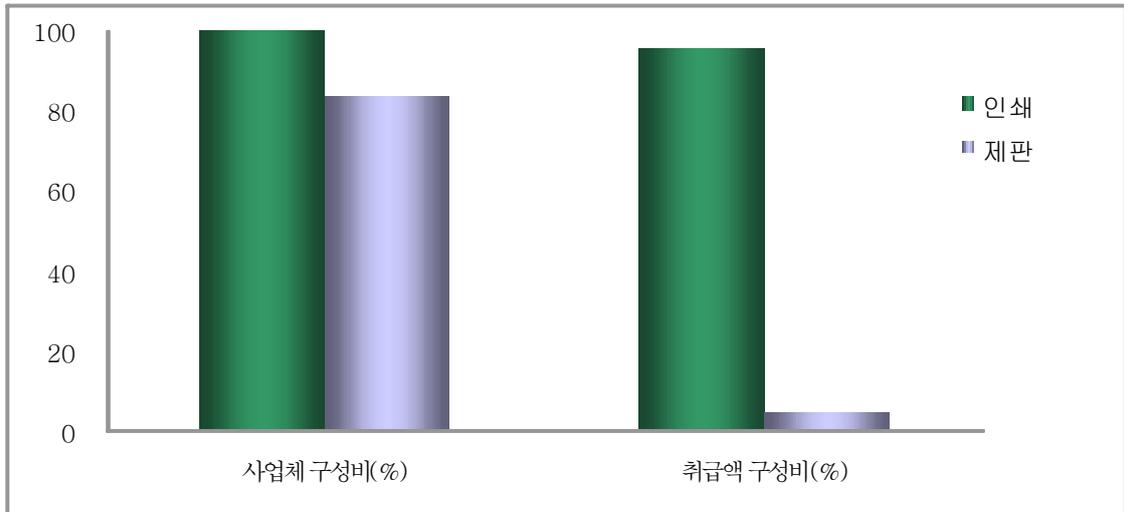
대형업체에서 인쇄업을 하는 사업체수는 18개, 총 취급액은 125억원, 평균취급액은 7.0억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 18.0%, 취급액 0.2%이다.

대형업체를 세부업종으로 구분하면, 인쇄업의 사업체는 18개 100.0%, 취급액은 119억원 95.1%, 제판의 사업체는 15개 83.3%, 취급액은 6억 4.9%, 사업체당 평균 취급액은 인쇄 6.6억원, 제판 0.4억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,532개 중 대형업체 & 인쇄업은 18개 0.4%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 인쇄업은 18.0%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 사업체 2,001개 중 대형업체는 0.9%에 지나지 않는 것으로 나타나, 대형업체에서 인쇄업 비중은 매우 낮은 것으로 나타났다.

취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 9조 1,869억원 중 대형업체 & 인쇄업은 125억원 0.1%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 1,697억원 중 인쇄업은 0.2%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 취급액 4,828억원 중 대형업체는 2.6%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(대형)



인쇄는 사업체 18개 100.0%, 취급액 119억원 95.1%, 제판은 사업체 15개 83.3%, 취급액 6억 4.9%로 나타났다. 전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 인쇄는 전체 4,828억원 중 대형업체에서 125억원 2.6%를 차지하고 제판은 전체 314억원 중 대형업체 6억 2.0%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-12 >> 지역별 인쇄업 취급액(대형)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	12	66.5	10,841	86.6	903
	광주	1	5.6	128	1.0	128
	대전	1	5.6	408	3.3	408
	전라북도	2	11.1	695	5.6	348
	경상북도	1	5.6	26	0.2	26
	경상남도	1	5.6	416	3.3	416
전체		18	100.0	12,514	100.0	695

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 12개 66.5%로 가장 높게 나타났고, 전라북도 2개 11.1%, 광주, 대전, 경상북도, 경상남도 각 1개사로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 108억원 86.6%로 나타났고, 전라북도 7억원 5.6%, 경상남도, 대전 4억원 3.3%의 순으로 나타났다.

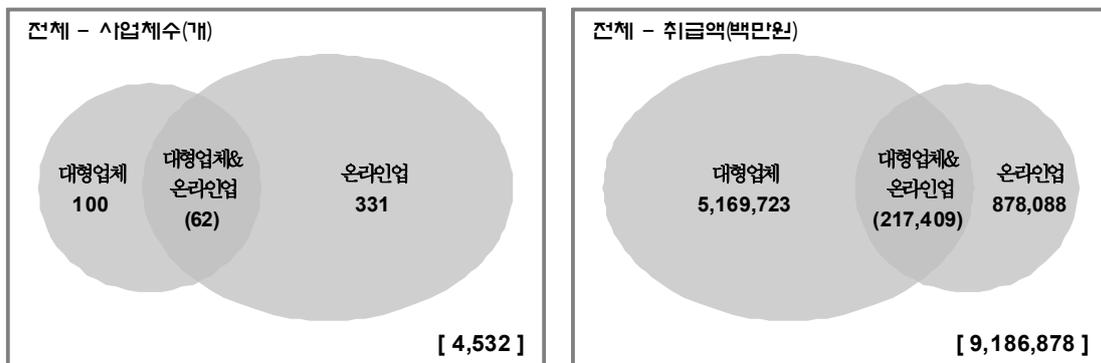
평균취급액은 서울 9.0억원, 경상남도 4.2억원, 대전 4.1억원, 전라북도 3.5억원, 광주 11.3억원의 순으로 나타났다.

1.2.5. 온라인

표 1-2-13 >> 온라인 업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고대행	61	98.4	217,255	99.9	3,562
매체대행	2	3.2	154	0.1	77
광고기획·전략대행	0	0.0	0	0.0	0
광고제작	0	0.0	0	0.0	0
전체	62	100.0	217,409	100.0	3,507

※ 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.



대형업체에서 온라인업종을 하는 사업체수는 62개, 총 취급액은 2,174억원, 평균취급액은 35억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 62.0%, 취급액 4.2%이다.

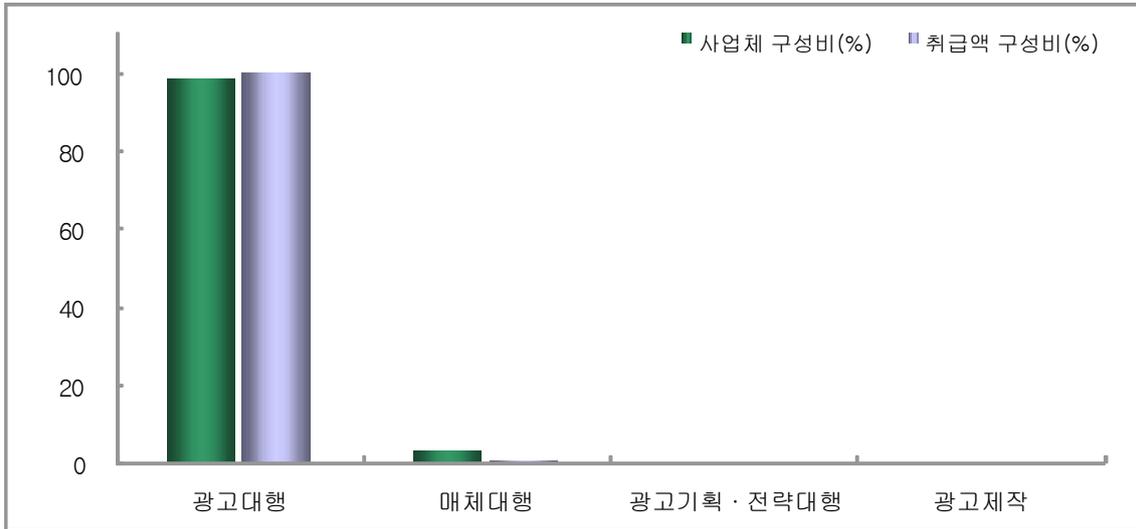
세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고대행 61개 98.4%, 매체대행 2개 3.2%, 광고기획·전략대행 0개 0.0%, 광고제작 0개 0.0% 순으로 나타났고, 취급액도 광고대행 2,172억원 99.9%, 매체대행 2억원 0.1%, 광고기획·전략대행 0억원 0.0%, 광고제작 0억원 0.0% 순으로 나타났다.

일반업체를 포함한 전체 온라인업종과 비교하면, 사업체수는 전체 광고대행이 92.1%, 매체대행이 28.1%, 광고제작이 9.7%, 광고기획·전략대행이 8.2%였으나, 대형업체는 광고대행의 비중이 높아져 98.4%로 나타났다. 취급액은 광고대행이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 매체대행이 높게 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 광고대행 35.6억원, 매체대행 0.8억원, 광고기획·전략대행 0.0억원, 광고제작 0.0억원 순으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,532개 중 대형업체 & 온라인업은 62개 1.4%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 온라인업은 62.0%의 비중을 차지하고, 온라인업의 전체 사업체 331개 중 대형업체는 18.7%의 비중을 차지한다.

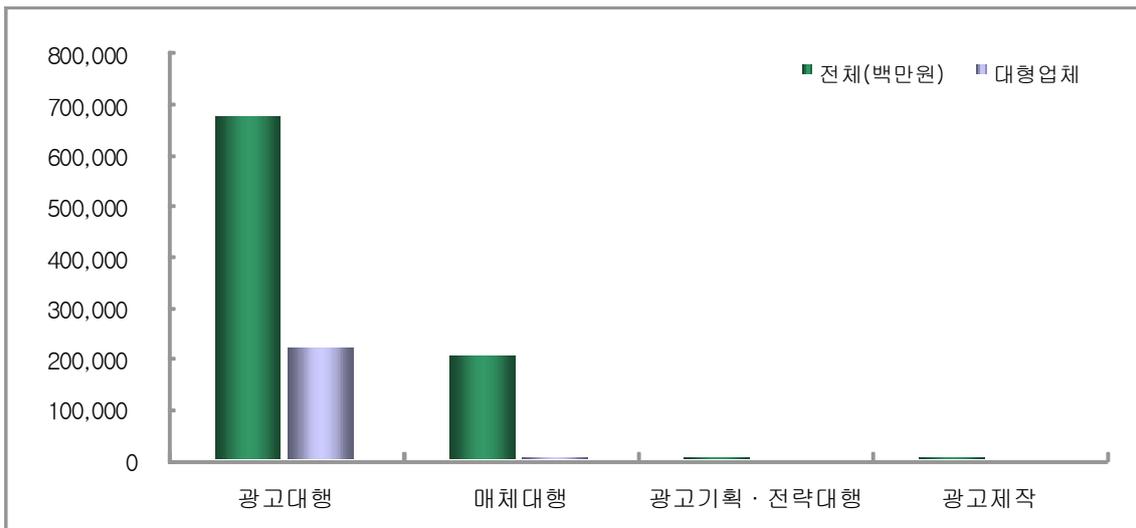
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 9조 1,869억원 중 대형업체 & 온라인업은 2,174억원 2.4%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 1,697억원 중 온라인산업은 4.2%의 비중을 차지하고, 온라인업의 전체 취급액 8,781억원 중 대형업체는 24.8%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-12 >> 온라인 세부업종별 취급액(대형)



광고대행은 사업체 61개 98.4%, 취급액 2,173억원 99.9%, 매체대행은 사업체 2개 3.2%, 취급액 2억원 0.1%, 광고기획·전략대행은 사업체 0개 0.0%, 취급액 0억원 0.0%, 광고제작은 사업체 0개 0.0%, 취급액 0억원 0.0%로 나타났다.

그림 1-2-13 >> 온라인 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행은 전체 6,738억원 중 대

형 업체에서 2,173억원 32.2%, 매체대행은 전체 2,019억원 중 대형 업체에서 2억원 0.1%, 광고기획·전략대행은 전체 2억원 중 대형 업체에서 0억원 0.0%, 광고제작은 전체 23억원 중 대형 업체에서 0억원 0.0%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-13-1 >> 온라인 광고대행의 세부항목별 취급액(대형)

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
포털사이트	60	98.4	97,549	44.9	1,626
전문사이트	16	26.2	254	0.1	16
UCC사이트	0	0.0	0	0.0	0
언론/미디어사 이트	60	98.4	6,004	2.8	100
기타	47	77.0	113,448	52.2	2,414
전체	61	100.0	217,255	100.0	3,562

* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

온라인 광고대행업의 취급액 2,173억원을 매체별로 구분해 본 결과, 사업체수는 포털사이트 언론/미디어사이트 60개 98.4%, 기타 46개 77.0%, 전문사이트 16개 26.2%로 나타났다. 반면, UCC사이트 대상 대행사는 0개에 불과한 것으로 나타났다. 취급액의 경우 기타 대행 취급액이 1,134억원 52.2%, 포털사이트 975억원 44.9%, 언론/미디어사이트 60억원 2.8%로 나타났다. 전문사이트의 취급액 비중은 아직은 미미한 것으로 나타났고, UCC사이트의 취급액은 없는 것으로 나타났다.

표 1-2-13-2 >> 온라인 매체대행의 세부항목별 취급액(대형)

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
포털사이트	2	100.0	154	100.0	77
전문사이트	0	0.0	0	0.0	0
UCC사이트	0	0.0	0	0.0	0
언론/미디어사 이트	0	0.0	0	0.0	0
기타	0	0.0	0	0.0	0
전체	2	100.0	154	100.0	77

온라인 매체대행업을 전문으로 하는 대형 사업체수는 많지 않은 것으로 나타났다. 취급액을 살펴보면, 그 중 포털사이트 매체대행 분야의 취급액이 2억원으로 전체 100.0%를 차지하고 있었으며, 전문사이트, UCC사이트, 언론/미디어사이트 대상 매체대행 취급액은 없는 것으로 나타났다.

표 1-2-14 >> 지역별 온라인업 취급액(대형)

		사업체수(개소)	사업체구성비(%)	취급액(백만원)	취급액구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	59	95.2	217,191	99.9	3,681
	부산	1	1.6	5	0.0	5
	대구	1	1.6	50	0.0	50
	전라북도	1	1.6	163	0.1	163
전체		62	100.0	217,409	100.0	3,507

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 59개 95.2%로 가장 높게 나타났고, 부산, 대구, 전라북도가 각 1개 1.6%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 지역별 취급액은 서울이 2,172 억원으로 99.9%를 차지, 점유율이 압도적으로 높게 나타난 가운데, 전라북도 2억원 0.1%로 나타났다.

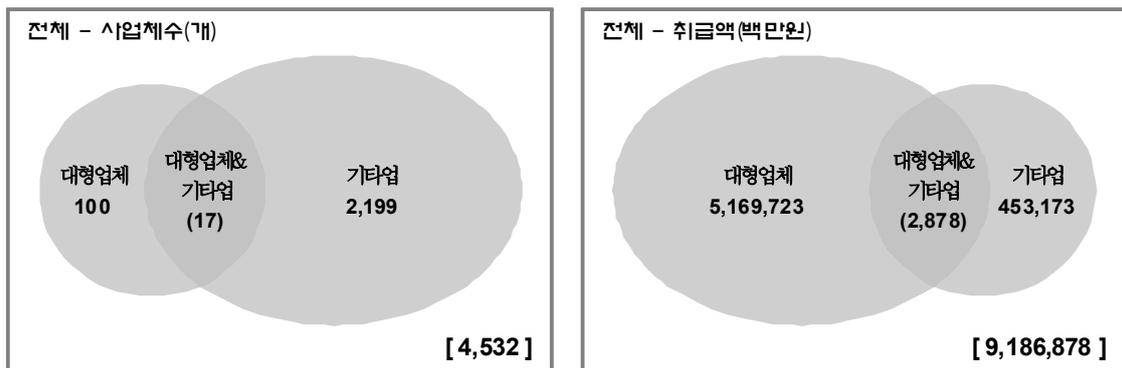
평균취급액은 서울 36.8억원, 전라북도 1.6억원의 순으로 나타났다.

1.2.6. 기타

표 1-2-15 >> 기타 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수(개소)*	사업체구성비(%)	취급액(백만원)	취급액구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고물 기획·편집	17	100.0	2,808	97.6	165
장비취급 등 기타	3	17.6	70	2.4	23
전체	17	100.0	2,878	100.0	169

* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.



광고관련 기타업종은 광고물 기획·편집, 장비취급 등의 기타업종이다. 대형업체에서 기타업종을 하는 사업체수는 17개, 총 취급액은 29억원, 평균취급액은 1.7억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 17.0%, 취급액 0.1% 이다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고물 기획·편집 17개 100.0%, 장비취급 등 기타 업

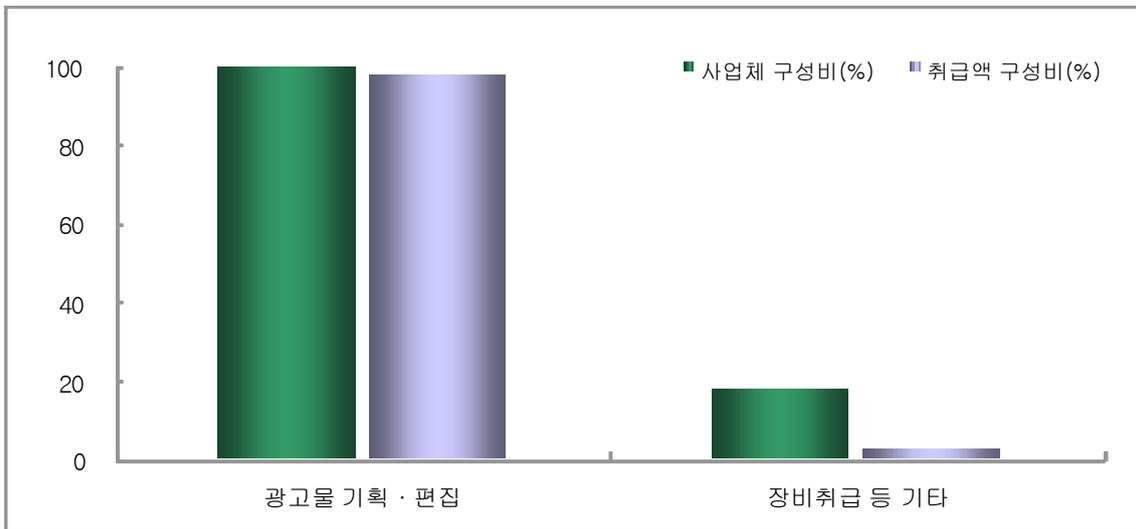
종이 3개 17.6%로 나타났고, 취급액은 광고물 기획·편집 28억원 97.6%, 장비취급 등 기타 업종 0.7억원 2.4%로 장비취급 등 기타 부문이 광고물 기획·편집보다 비중이 더 높게 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 장비취급 등 기타 업종이 0.2억원으로 광고물 기획·편집의 1.7억원보다 약 0.12배 낮게 나타났다.

일반업체를 포함한 전체 기타업종과 비교하면, 사업체수는 전체가 광고물 기획·편집이 97.9%, 장비취급 등 기타가 2.1%인데 반해, 대형업체는 광고물 기획·편집이 100.0%, 장비취급 등 기타가 0.0%로 장비취급 업종 사업체수의 비중이 비교적 작게 나타나고 있다. 취급액은 전체가 광고물 기획·편집 92.6%, 장비취급 등 기타 7.4%로 나타났으며, 대형업체는 광고물 기획·편집 97.6%, 장비취급 등 기타 2.4%로 나타났다. 사업체당 평균 취급액 역시 광고물 기획·편집이 2.0억원에 그친데 반해, 장비취급 등 기타 업종이 0.2억원으로 상대적으로 낮게 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,532개 중 대형업체 & 기타업은 17개 0.4%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 기타업은 17개 17.0%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 사업체 2,199개 중 대형업체는 17개 0.8%의 비중을 차지한다.

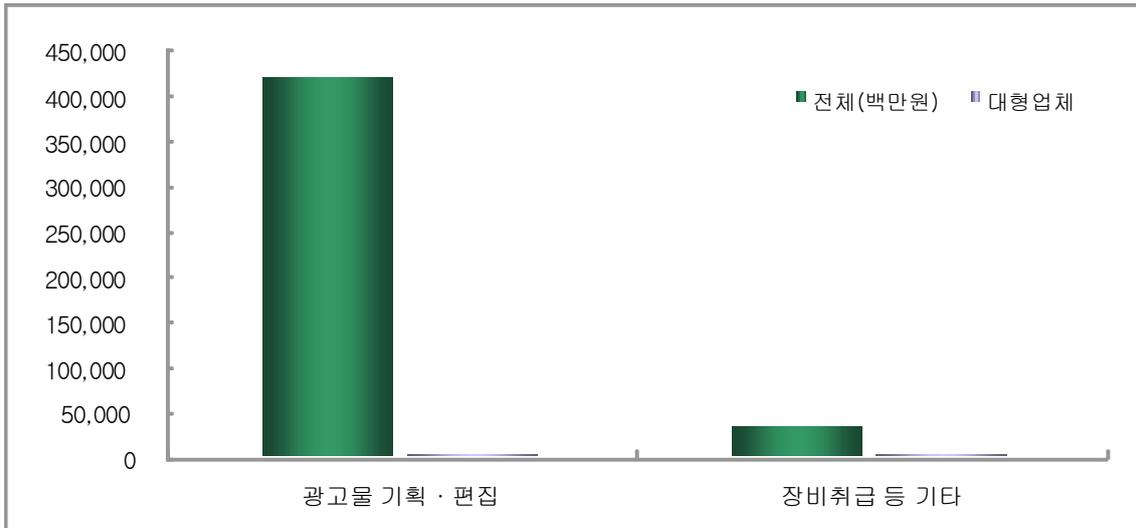
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 9조 1,869억원 중 대형업체 & 기타업은 29억원 0.0%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 1,697억원 중 기타업은 0.1%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 취급액 4,532억원 중 대형업체는 0.6%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-14 >> 기타 세부업종별 취급액(대형)



광고물 기획·편집은 사업체 17개 17.0%, 취급액 28억원 97.6%, 장비취급 등 기타는 사업체 3개 17.6%, 취급액 1억원 2.4%로 나타났다.

그림 1-2-15 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고물 기획·편집은 전체 4,197억 원 중 대형업체에서 4,169억원 99.3%를 차지하고, 장비취급 등 기타는 전체 335억원 중 대형업체에서 334억원 99.8%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-16 >> 지역별 기타업 취급액(대형)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	12	70.5	1,790	62.1	149
	대전	1	5.9	344	12.0	344
	전라북도	2	11.8	370	12.9	185
	경상북도	1	5.9	23	0.8	23
	경상남도	1	5.9	351	12.2	351
전체		17	100.0	2,878	100.0	169

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 12개 70.5%로 가장 높게 나타났고, 전라북도 2개 11.8%, 대전 전라남도 경상북도 경상남도 각 1개 5.9%의 순으로 나타났다. 지역별로 취급액은 서울이 18억원 62.1%, 전라북도 4억원 12.9%, 경상남도 4억원 12.2%, 대전 3억원 12.0%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 경상남도 3.5억원, 대전 3.4억원, 전라북도 1.9억원 서울 1.5억원의 순으로 나타났다.

1.3. 일반

표 1-3-1 >> 광고업종별 취급액(일반)

업종	사업체수 (개소) *	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	1,401	31.6	1,658,609	41.4	1,184
광고제작	618	13.9	282,446	7.0	457
서비스	281	6.3	494,844	12.3	1,761
인쇄	1,983	44.7	470,282	11.7	237
온라인	269	6.1	660,679	16.4	2,456
기타	2,182	49.2	450,295	11.2	206
전체	4,432	100.0	4,017,155	100.0	906

※ 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

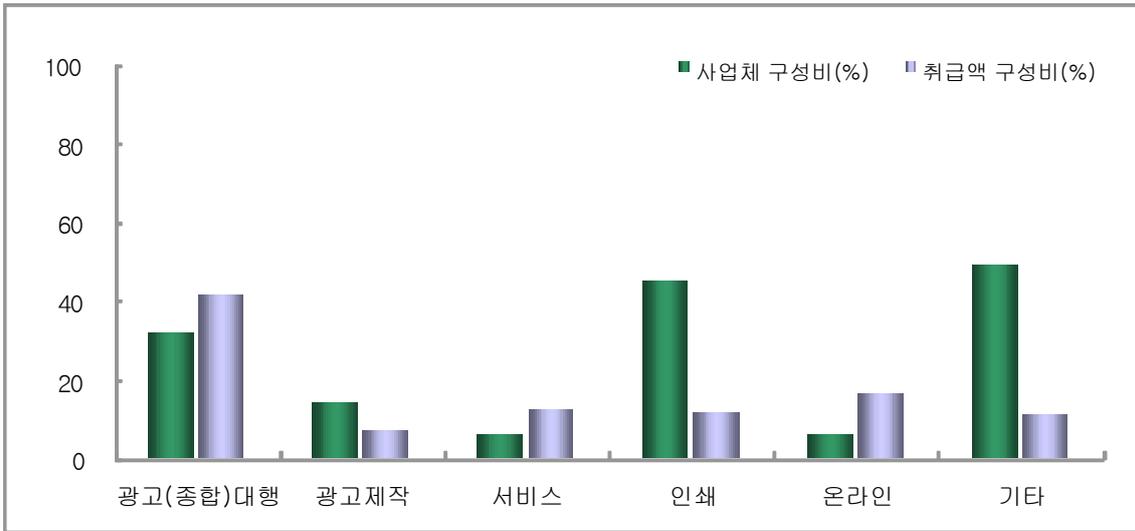
전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 업체를 구분하여 따로 살펴보면, 사업체수는 4,432개 97.8%, 취급액 기준 전체 규모는 4조 172억원으로 전체의 43.7%를 차지하고 있다.

사업체수를 업종별로 구분하면 기타 사업체가 2,182개 49.2%로 가장 높게 나타났고, 인쇄 1,983개 44.7%, 광고(종합)대행 1,401개 31.6%, 광고제작 618개 13.9%, 서비스 281개 6.3%, 온라인 269개 6.1%로 나타났다.

취급액을 업종별로 구분하면, 광고(종합)대행업이 1조 6,586억원 41.4%로 가장 높게 나타났고, 온라인 6,607억원 16.4%, 서비스 4,948억원 12.3%, 인쇄 4,703억원 11.7%, 기타 4,503억원 11.2%, 광고제작 2,824억원 7.0%의 순으로 나타났다.

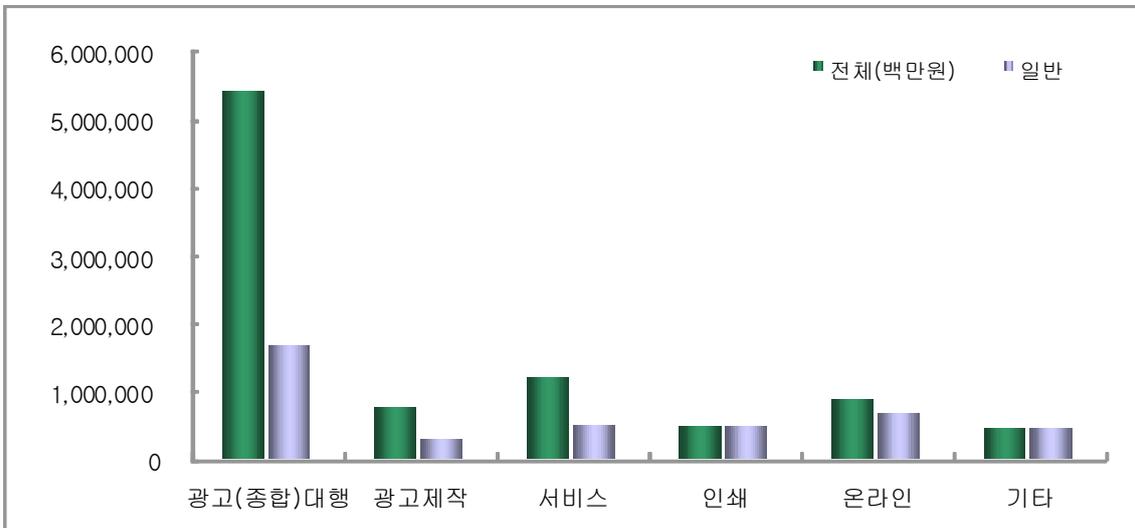
일반업체의 사업체당 평균취급액은 9.1억원이다. 업종별로 구분하면, 온라인 24.6억원, 서비스 17.6억원, 광고(종합)대행 11.8억원, 광고제작 4.6억원, 인쇄 2.4억원, 기타 2.1억원 순으로 나타났다.

그림 1-3-1 >> 광고 업종별 취급액(일반)



광고(종합)대행은 사업체 1,399개 31.6%, 취급액 1조 6,586억원 41.4%, 광고제작은 사업체 618개 13.9%, 취급액 2,824억원 7.0%, 서비스는 사업체 281개 6.3%, 취급액 4,948억원 12.3%, 인쇄는 사업체 1,983개 44.7%, 취급액 4,703억원 11.7%, 온라인은 사업체 269개 6.1%, 취급액 6,607억원 16.4%, 기타는 사업체 2,182개 49.2%, 취급액 4,503억원 11.2%로 나타났다.

그림 1-3-2 >> 광고 업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고(종합)대행업은 전체 5조 4,148억원 중 일반업체에서 1조 6,586억원 30.6%를 차지하고, 광고제작은 전체 7,499억원 중 일반업체에서 2,824억원 37.7%를 차지하고, 서비스는 전체 1조 2,081억원 중 일반업체에서 4,948억원 41.0%를 차지하고, 인쇄는 전체 4,828억원 중 일반업체에서 4,703억원 97.4%를 차지하고, 온라인은 전체 8,781억원 중 일반업체에서 6,607억원 75.2%를, 기타는 전체 4,532억원 중 일반업체에서 4,503억원 99.4%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-1-1 >> 광고업종별 취급액 (일반, 주력업종에 따른 분류)

업종	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	1,399	31.5	1,991,735	49.6	1,423
광고제작	376	8.5	230,665	5.7	613
서비스	154	3.5	437,476	10.9	2,841
인쇄	1,553	35.0	486,030	12.1	313
온라인	145	3.3	631,848	15.7	4,358
기타	805	18.2	239,401	6.0	297
전체	4,432	100.0	4,017,155	100.0	906

표 1-3-2 >> 지역별 광고업 취급액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	1,943	43.6	3,485,927	86.7	1,794
	부산	284	6.4	81,131	2.0	286
	대구	446	10.1	151,992	3.8	341
	광주	397	9.0	19,882	0.5	50
	대전	376	8.5	43,540	1.1	116
	인천	65	1.5	15,038	0.4	231
	울산	6	0.1	1,398	0.0	233
	경기도	362	8.2	144,667	3.6	400
	강원도	178	4.0	23,159	0.6	130
	충청북도	7	0.2	4,964	0.1	709
	충청남도	36	0.8	8,607	0.2	239
	전라북도	61	1.4	12,145	0.3	199
	전라남도	47	1.1	6,361	0.2	135
	경상북도	127	2.9	6,158	0.2	48
	경상남도	49	1.1	4,779	0.1	98
	제주도	48	1.1	7,407	0.2	154
전체	4,432	100.0	4,017,155	100.0	906	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,943개 43.6%로 가장 높게 나타났고, 대구 446개 10.1%, 광주 397개 9.0%, 대전 376개 8.5%, 경기도 362개 8.2%, 부산 284개 6.4%, 강원도 178개 4.0%, 경상북도 127개 2.9%의 순으로 나타났다. 취급액은 서울이 3조 4,859억원 86.7%로 나타났고, 대구 1,520억원 3.8%, 경기도 1,447억원 3.6%, 부산 811억원 2.0%, 대전 430억원 1.1%의 순으로 나타났다.

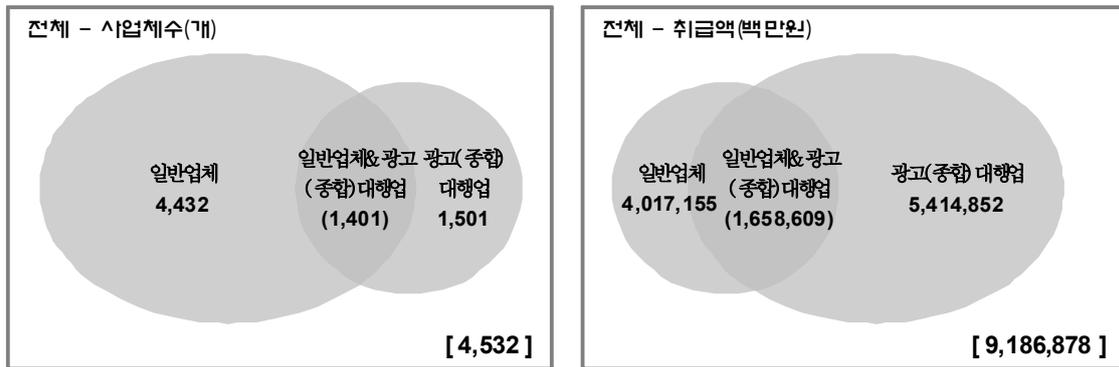
평균취급액은 서울 17.9억원, 충청북도 7.1억원, 경기도 4.0억원, 대구 3.4억원, 부산 2.9억원의 순으로 나타났다.

1.3.1. 광고(종합)대행

표 1-3-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고대행·매체대행	1,401	100.0	1,653,146	99.7	1,180
광고기획·전략대행	119	8.5	5,463	0.3	46
전체	1,401	100.0	1,658,609	100.0	1,184

※ 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.



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.

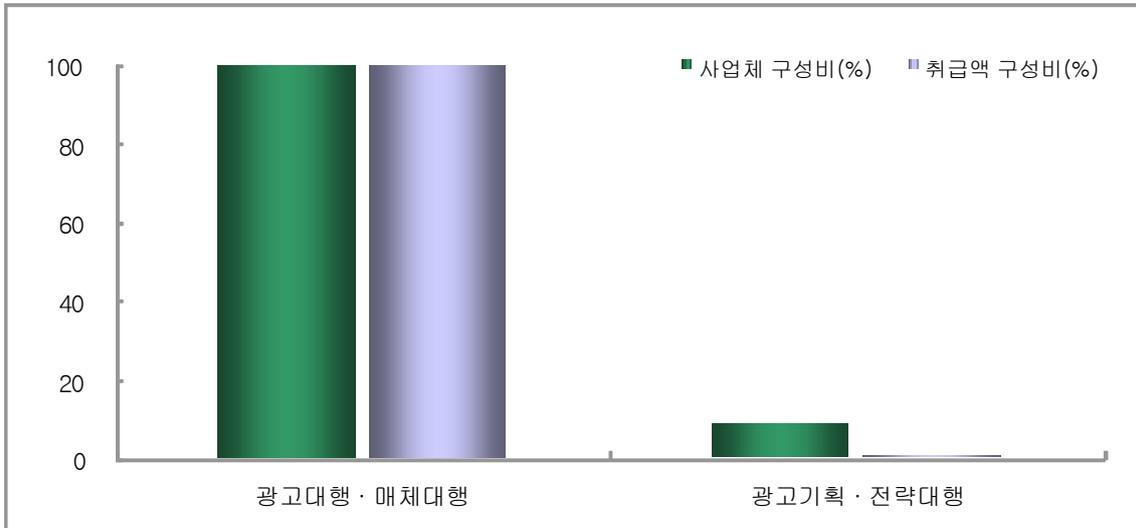
세부업종으로 살펴보면, 사업체수는 광고대행·매체대행이 1,401개 100.0%로 대부분을 차지하며, 광고기획·전략대행은 119개 8.5%를 차지한다. 취급액은 광고대행·매체대행이 1조 6,531억원 99.7%로 높게 나타났고, 광고기획·전략대행은 55억원 0.3%로 나타났다.

사업체당 평균 취급액은, 광고대행·매체대행은 11.8억원으로 나타났고, 광고기획·전략대행은 0.5억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,532개 중 일반업체&광고(종합)대행업은 1,401개 30.9%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,432개 중 광고(종합)대행업은 1,401개 31.6%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 사업체 1,501개 중 일반업체는 1,401개 93.3%의 비중을 차지한다.

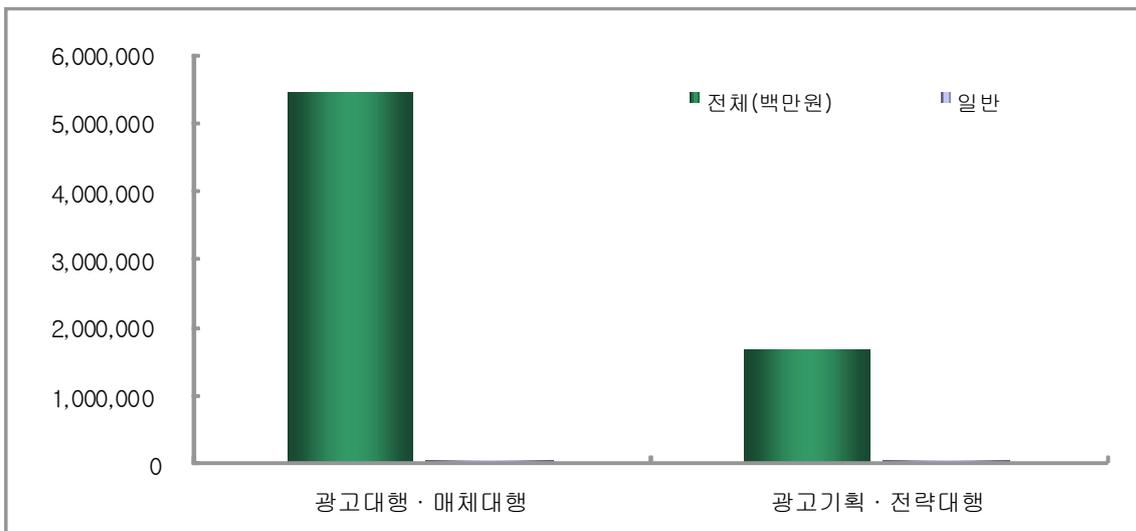
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 9조 1,869억원 중 일반업체 & 광고(종합)대행업은 1조 6,586억원 18.1%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 4조 172억원 중 광고(종합)대행업은 1조 6,586억원 41.3%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 취급액 5조 4,149억원 중 일반업체는 1조 6,586억원 30.6%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반)



광고대행·매체대행은 사업체 1,401개 100.0%, 취급액 1조 6,531억원 99.7%, 광고기획·전략대행은 사업체 119개 8.5%, 취급액 55억원 0.3%로 나타났다.

그림 1-3-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행·매체대행은 전체 5조 4,094억원 중 일반업체에서 1조 6,531억원 30.6%를 차지하고, 광고기획·전략대행은 전체 55억원 중 일반업체에서 55억원 100.0%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	982	70.2	1,530,842	92.5	1,559
	부산	108	7.7	28,818	1.7	267
	대구	43	3.1	14,786	0.9	344
	광주	12	0.9	2,828	0.2	236
	대전	14	1.0	3,180	0.2	227
	인천	20	1.4	7,923	0.5	396
	울산	3	0.2	668	0.0	223
	경기도	120	8.5	50,083	3.0	417
	강원도	15	1.1	4,105	0.2	274
	충청북도	3	0.2	241	0.0	80
	충청남도	15	1.0	4,048	0.2	270
	전라북도	34	2.4	6,851	0.4	202
	전라남도	3	0.2	436	0.0	145
	경상남도	4	0.3	1,385	0.1	346
	제주도	25	1.8	2,415	0.1	97
	전체	1,401	100.0	1,658,609	100.0	1,184

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 982개 70.2%로 가장 높게 나타났고, 경기도 120개 8.5%, 부산 108개 7.7%, 대구 43개 3.1%, 전라북도 34개 2.4%, 제주도 25개 1.8%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 1조 5,308억원 92.5%로 나타났고, 경기도 501억원 3.0%, 부산 288억원 1.7%, 대구 148억원 0.9%, 인천 79억원 0.5%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 15.6억원, 경기도 4.2억원, 인천 4.0억원, 경상남도 3.5억원, 대구 3.4억원의 순으로 나타났다.

표 1-3-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(일반)

		사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
4대매체	TV	383	24.6	30,389	1.3	79
	라디오	381	24.5	27,410	1.2	72
	신문	733	47.1	327,469	14.2	447
	잡지	631	40.6	128,964	5.6	204
뉴미디어	케이블	511	32.9	239,736	10.4	469
	위성	40	2.6	14,460	0.6	362
	온라인	258	16.6	658,246	28.4	2,551
	모바일	157	10.1	67,728	2.9	431
	IPTV	11	0.7	381	0.0	35
	DMB	458	29.5	19,724	0.9	43
옥외		869	55.9	624,174	27.0	718
기타		626	40.3	172,713	7.5	276
전체		1,555	100.0	2,311,394	100.0	1,486

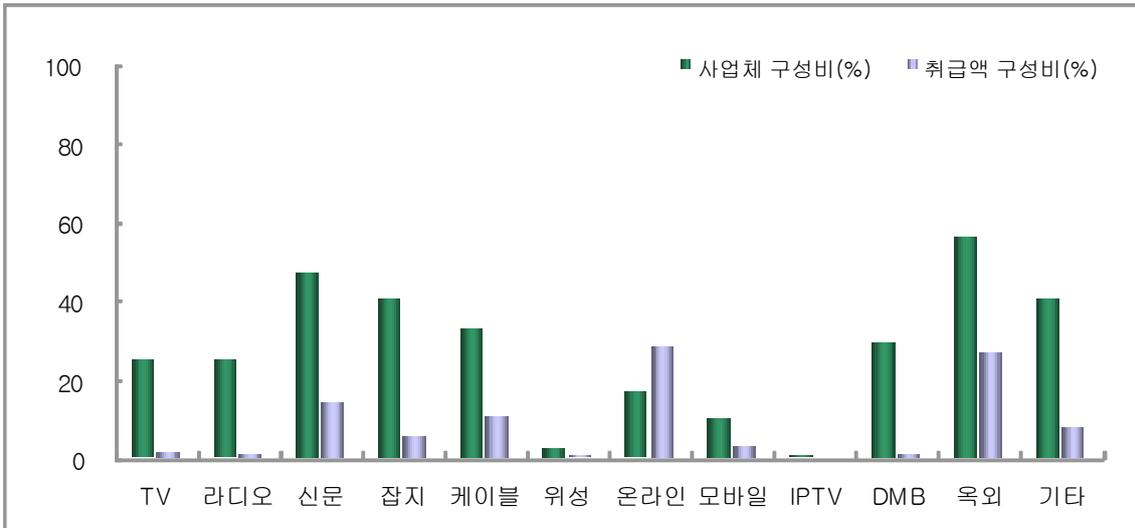
* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

광고대행·매체대행의 취급액 2조 3,114억원을 매체별로 구분하면, 사업체수는 옥외 869개 55.9%로 가장 많고, 신문 733개 47.1%, 잡지 631개 40.6%, 기타 626개 40.3%, 케이블 511개 32.9%, DMB 458개 29.5%, TV 383개 24.6%, 라디오 381개 24.5%의 순으로 많이 나타났다. 취급액은 온라인 취급액이 6,582억원 28.4%로 가장 높으며, 옥외 6,242억원 27.0%, 신문 3,275억원 14.2%, 케이블 2,397억원 10.4%, 기타 1,727억원 7.5% 순으로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

일반업체 광고대행·매체대행업 광고비를 다시 크게 구분하면, 영향력이 큰 주요4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고대행 취급액은 5,142억원으로 전체의 16.6%를 차지하며, 뉴미디어(케이블, 온라인, 모바일, DMB) 취급액은 1조 3억원 55.7%, 옥외광고 6,242억원 59.4%, 기타 1,727억원 50.5%로 나눌 수 있다.

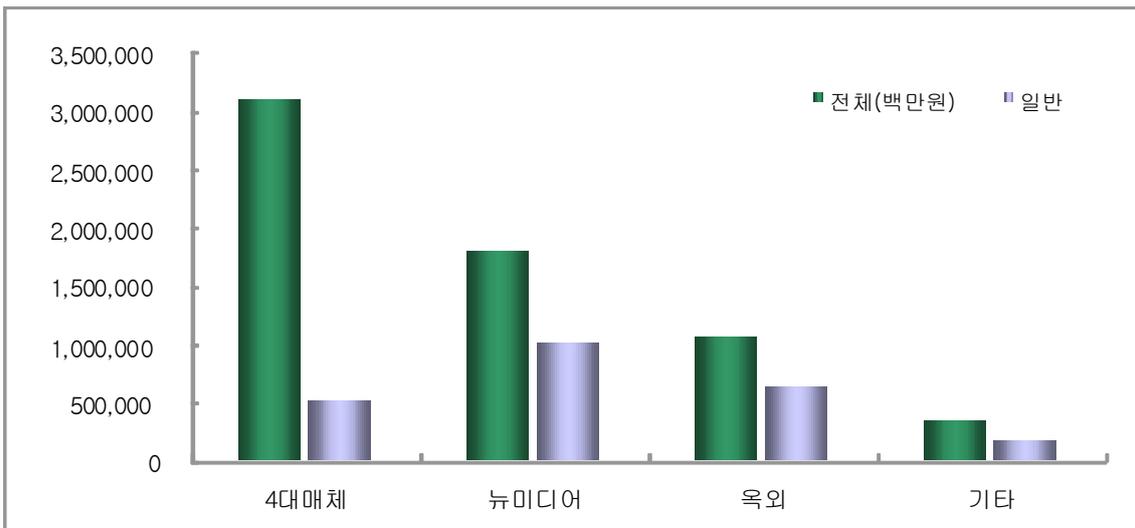
사업체당 평균 취급액은 온라인 25.5억원, 옥외 7.2억원, 케이블 4.7억원, 신문 4.5억원, 모바일 4.3억원 등의 순으로 나타났다.

그림 1-3-5 >> 광고대행·매체대행 주요 매체별 취급액(일반)



4대매체의 TV는 사업체 383개 24.6%, 취급액 304억원 1.3%, 라디오는 사업체 381개 24.5%, 취급액 274억원 1.2%, 신문은 사업체 733개 47.1%, 취급액 3,275억원 14.2%, 잡지는 사업체 631개 40.6%, 취급액 1,290억원 5.6%로 나타났고, 뉴미디어의 케이블은 사업체 511개 32.9%, 취급액 2,397억원 10.4%, 위성은 사업체 40개 2.6%, 취급액 145억원 0.6%, 온라인은 사업체 258개 16.6%, 취급액 6,582억원 28.4%, 모바일은 사업체 157개 10.1%, 677억원 2.9%, IPTV 사업체 11개 0.7%, 취급액 4억원 0.0%, DMB 사업체 458개 29.5%, 취급액 197억원 0.9%, 옥외는 사업체 869개 55.9%, 취급액 6,242억원 27.0%, 기타는 사업체 626개 40.3%, 취급액 1,727억원 7.5%로 나타났다.

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



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 4대매체는 전체 3조 961억원 중

일반업체에서 5,142억원 16.6%를 차지하고, 뉴미디어는 전체 1조 7,950억원 중 일반업체에서 1조 3억원 55.7%를 차지하고, 옥외는 전체 1조 517억원 중 일반업체에서 6,242억원 59.4%를 차지하고, 기타는 전체 3,423억원 중 일반업체에서 1,727억원 50.5%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-6 >> 지역별 광고대행·매체대행 취급액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	1,115	71.5	2,160,425	93.6	1,938
	부산	108	7.0	29,520	1.3	273
	대구	43	2.8	14,790	0.6	344
	광주	12	0.8	2,828	0.1	236
	대전	17	1.1	5,583	0.2	328
	인천	20	1.3	7,923	0.3	396
	울산	3	0.2	668	0.0	223
	경기도	135	8.7	68,901	3.0	510
	강원도	18	1.2	5,701	0.2	317
	충청북도	3	0.2	241	0.0	80
	충청남도	15	0.9	4,348	0.2	290
	전라북도	34	2.2	6,228	0.3	183
	전라남도	3	0.2	437	0.0	146
	경상남도	4	0.3	1,386	0.1	347
	제주도	25	1.6	2,415	0.1	97
	전체	1,555	100.0	2,311,394	100.0	1,486

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,115개 71.5%로 가장 높게 나타났고, 경기도 135개 8.7%, 부산 108개 7.0%, 대구 43개 2.8%, 전라북도 34개 2.2% 등의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 2조 1,604억원 93.6%로 나타났고, 경기도 689억원 3.0%, 부산 295억원 3.0%, 대구 148억원 0.6% 등의 순으로 나타났다.

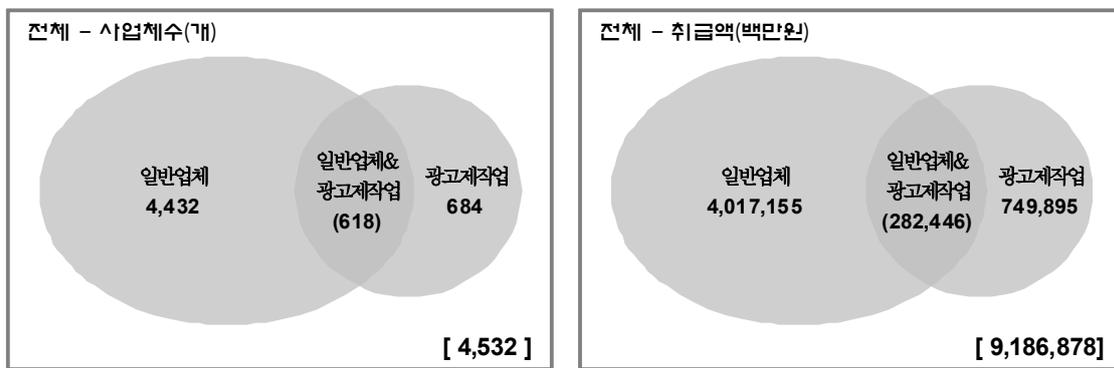
평균취급액은 서울 19.4억원, 경기도 5.1억원, 인천 4.0억원, 경상남도 3.5억원, 대구 3.4억원의 순으로 나타났다.

1.3.2. 광고제작

표 1-3-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
CM·영상·카피 그래픽제작	127	20.6	92,867	32.9	731
온라인제작	143	23.1	75,093	26.6	525
광고사진스튜디오	229	37.1	7,122	2.5	31
CI	506	81.9	107,364	38.0	212
전체	618	100.0	282,446	100.0	457

※ 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.



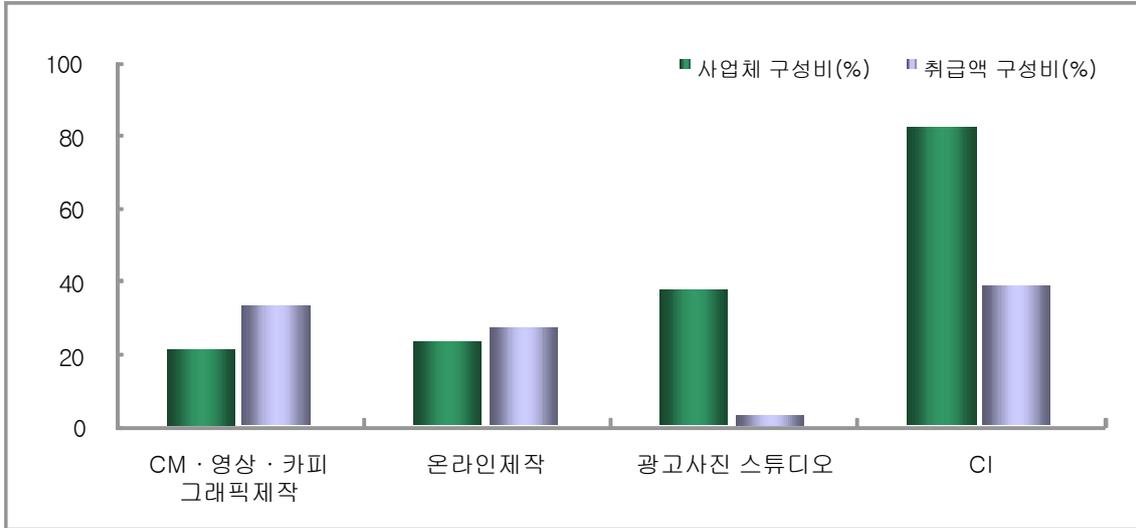
일반업체에서 광고제작업을 하는 사업체수는 618개, 총 취급액은 2,824억원, 평균취급액은 4.6억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 13.9%, 취급액 7.0% 이다.

광고제작업을 4개 세부업종(CM·영상·카피·그래픽제작, 온라인제작, 광고사진 스튜디오, CI)으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 CI를 하는 사업체가 506개 81.9%로 가장 많으며, 광고사진 스튜디오 229개 37.1%, 온라인제작 143개 23.1%, CM·영상·카피·그래픽제작 127개 20.6%의 순으로 나타났다. CI 취급액이 1,074억원 38.0%로 가장 높았고, CM·영상·카피·그래픽제작 929억원 32.9%, 온라인제작 751억원 26.6%, 광고사진 스튜디오 71억원 2.5%의 순으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,532개 중 일반업체 & 광고제작업은 618개 13.6%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,432개 중 광고제작업은 618개 13.9%의 비중을 차지하며, 광고제작업의 전체 사업체 684개 중 일반업체는 618개 90.4%의 비중을 차지한다.

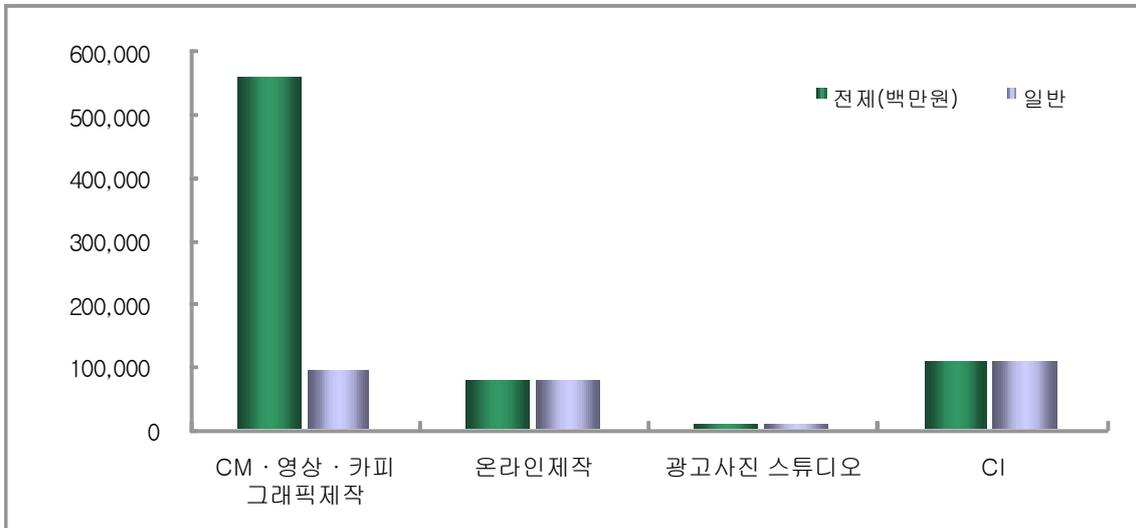
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 9조 1,869억원 중 일반업체 & 광고제작업은 2,824억원 3.1%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 4조 172억원 중 광고제작업은 2,824억원 7.0%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 취급액 7,499억원 중 일반업체는 2,824억원 37.7%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반)



CM·영상·카피·그래픽제작은 사업체 127개 20.6%, 취급액 929억원 32.9%, 온라인제작은 사업체 143개 23.1%, 취급액 751억원 26.6%, 광고사진 스튜디오는 사업체 229개 37.1%, 취급액 72억원 2.5%, CI는 사업체 506개 81.9%, 취급액 1,074억원 38.0%로 나타났다.

그림 1-3-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, CM·영상·카피·그래픽제작은 전체 5,603억원 중 일반업체에서 929억원 16.6%를 차지하고, 온라인제작은 전체 751억원 중 일반업체에서 751억원 100.0%를 차지하고, 광고사진 스튜디오는 전체 71억원 중 일반업체에서 71억원 100.0%를 차지하고, CI는 전체 1,074억원 중 일반업체에서 1,074억원 100.0%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-8 >> 지역별 광고제작 취급액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	293	47.6	250,012	88.5	853
	부산	61	9.8	8,608	3.0	141
	대구	15	2.5	772	0.3	51
	광주	84	13.5	838	0.3	10
	대전	7	1.1	347	0.1	50
	인천	5	0.9	2,732	1.0	546
	경기도	37	6.0	10,123	3.6	274
	강원도	9	1.4	680	0.2	76
	충청북도	4	0.7	4,333	1.5	1,083
	충청남도	7	1.1	433	0.2	62
	전라북도	32	5.1	1,346	0.5	42
	전라남도	8	1.3	1,536	0.5	192
	경상북도	36	5.8	456	0.2	13
	경상남도	19	3.0	193	0.1	10
	제주도	1	0.2	37	0.0	37
전체		618	100.0	282,446	100.0	457

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 293개 47.6%로 가장 높게 나타났고, 광주 84개 13.5%, 부산 61개 9.8%, 경기도 37개 6.0%, 경상북도 36개 5.8%, 전라북도 32개 5.1%의 순으로 나타났다.

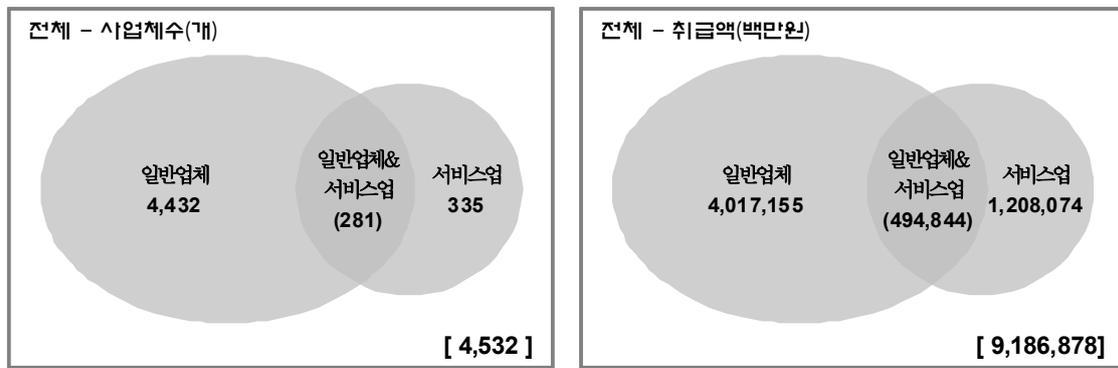
지역별로 취급액은 서울이 2,500억원 88.5%로 나타났고, 경기도 101억원 3.6%, 부산 86억원 3.0%, 충청북도 43억원 1.5%, 인천 27억원 1.0%, 전라남도 15억원 0.5%의 순으로 나타났다.

1.3.3. 서비스

표 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(일반)

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
마케팅·리서치	121	43.1	48,982	9.9	405
PR	99	35.2	53,559	10.8	541
SP	69	24.6	11,053	2.2	160
이벤트	148	52.7	336,504	68.1	2,274
Space Design	89	31.7	44,746	9.0	503
전체	281	100.0	494,844	100.0	1761

※ 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.



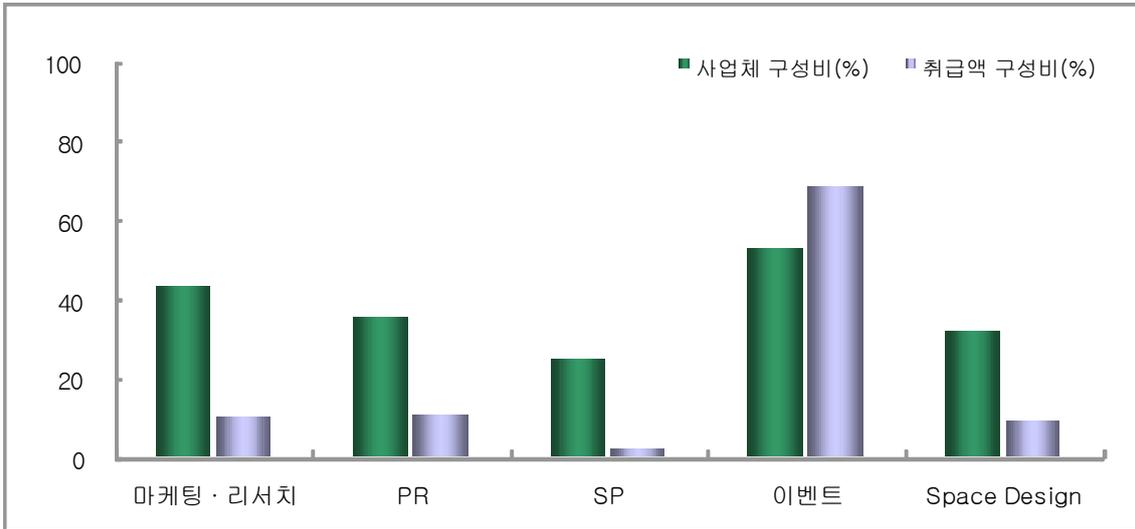
일반업체에서 서비스업을 하는 사업체수는 281개, 총 취급액은 4,978억원, 평균취급액은 17.6억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 6.3%, 취급액 12.3%이다.

서비스업을 5개(마케팅·리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design)의 세부업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 이벤트 148개 52.7%, 마케팅·리서치 121개 43.1%, PR 99개 35.2%, Space Design 89개 31.7%, SP 69개 24.6% 순으로 나타나고, 취급액은 이벤트 3,365억원 68.1%, PR 536억원, 10.8%, 마케팅·리서치 490억원 9.9%, Space Design 447억원 9.0%, Sp 111억원 2.2%순으로 나타났다. 평균취급액은 이벤트 22.7억원, PR 5.4억원, Space Design 5.0억원, 마케팅·리서치 4.1억원, SP 1.6억원 순으로 높게 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,532개 중 일반업체 & 서비스업은 281개 6.2%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,432개 중 서비스업은 281개 6.3%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 사업체 335개 중 일반업체는 281개 83.9%의 비중을 차지한다.

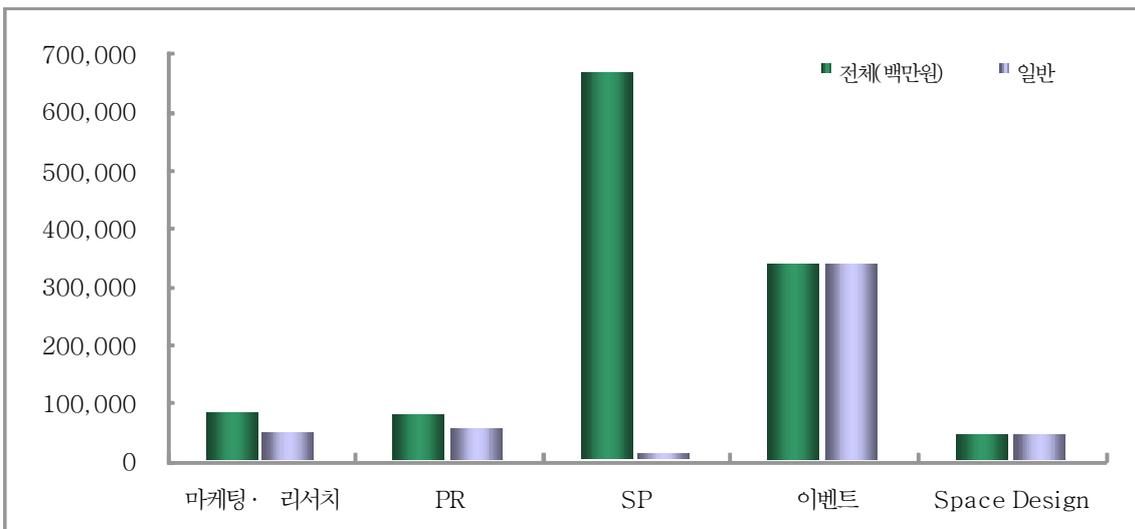
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 9조 1,869억원 중 일반업체 & 서비스업은 4,948억원 5.4%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 4조 172억원 중 서비스는 12.3%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 취급액 1조 2,081억원 중 일반업체는 41.0%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(일반)



마케팅·리서치는 사업체 121개 43.01%, 취급액 490억원 9.9%, PR은 사업체 99개 35.2%, 취급액 536억원 10.8%, SP는 사업체 69개 24.6%, 취급액 111억원 2.2%, 이벤트 사업체 148개 52.7%, 취급액 3,365억원 68.1%, Space Design 사업체 89개 31.7%, 취급액 447억원 9.0%로 나타났다.

그림 1-3-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 마케팅·리서치는 전체 809억원

중 일반업체에서 490억원 60.6%를 차지하고, PR은 전체 796억원 중 일반업체에서 536억원 67.3%를 차지하고, SP은 전체 6,664억원 중 일반업체에서 111억원 1.7%를 차지했다. 이벤트는 전체 3,365억원 중 일반업체에서 3,365억원 100.0%를, Space Design은 전체 447억원 중 일반업체에서 447억원 100.0%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-10 >> 지역별 서비스업 취급액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	218	77.4	481,945	97.4	2,211
	부산	24	8.6	900	0.2	38
	대구	9	3.2	2,154	0.4	239
	광주	2	0.7	2	0	1
	대전	3	1.1	3,291	0.7	1,097
	울산	1	0.4	1	0	1
	경기도	12	4.3	6,154	1.2	513
	충청남도	1	0.4	1	0	1
	전라북도	8	2.8	392	0.1	49
	전라남도	1	0.4	1	0	1
	경상남도	2	0.7	3	0	2
전체		281	100	494,844	100	1,761

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 218개 77.4%로 가장 높게 나타났고, 부산 24개 8.6%, 경기도 12개 4.3%, 대구 9개 3.2%, 전라북도 8개 2.8% 등의 순으로 나타났다.

취급액은 서울이 4,819억원 97.4%로 나타났고, 경기도 62억원 1.2%, 대전 33억원 0.7%, 대구 22억원 0.4%의 순으로 나타났다.

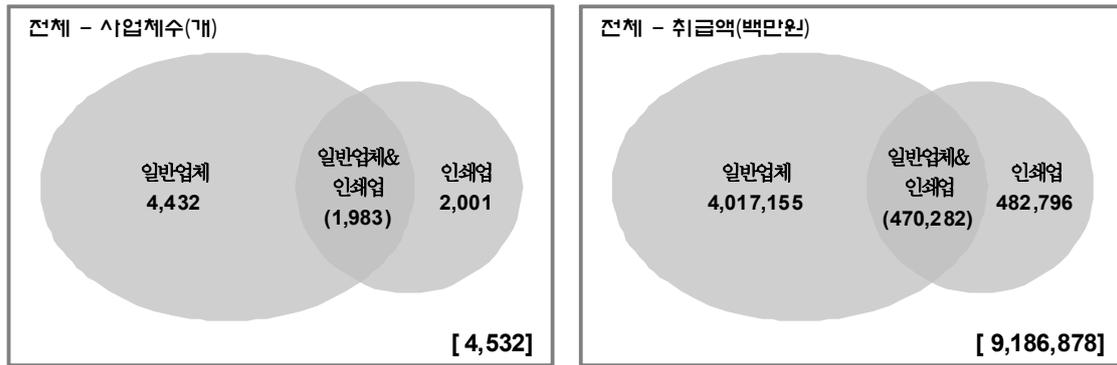
평균취급액은 서울 22.1억원, 대전 11.0억원, 경기도 5.1억원, 대구 2.4억원, 전라북도 0.5억원의 순으로 나타났다.

1.3.4. 인쇄

표 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
인쇄	1,970	99.3	439,512	93.5	223
제판	295	14.9	30,770	6.5	104
전체	1,983	100.0	470,282	100.0	237

※ 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.



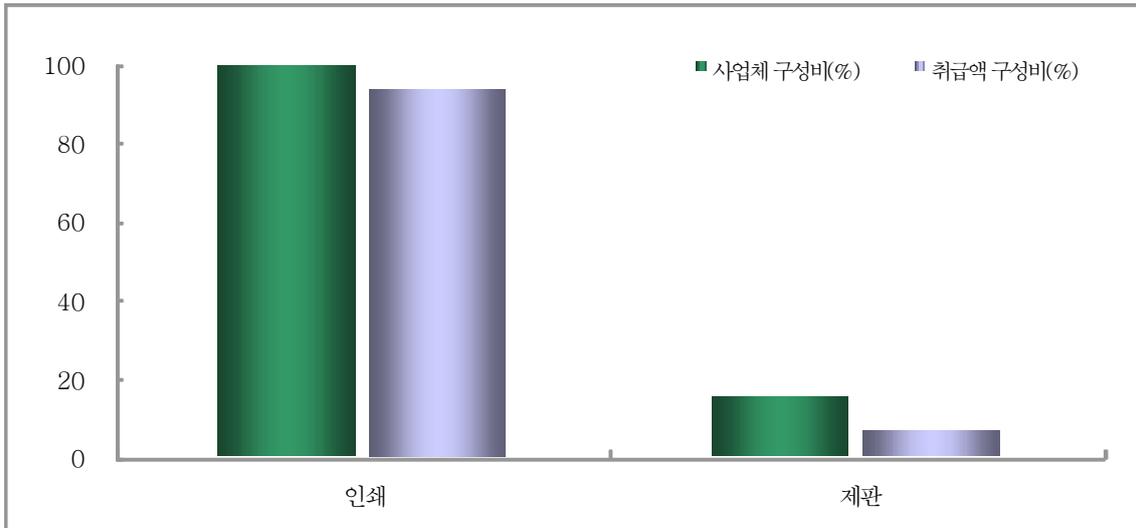
일반업체에서 인쇄업을 하는 사업체수는 1,983개, 총 취급액은 4,703억원, 평균취급액은 2.4억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 44.7%, 취급액 11.7%이다.

일반업체의 인쇄업을 2개(인쇄, 제판)의 세부업종으로 구분하면, 사업체수는 인쇄업이 1,970개 99.3%, 제판업이 295개 14.9%이며, 취급액은 인쇄 4,395억원 93.5%, 제판 308억원 6.5%이며, 사업체당 평균 취급액은 인쇄 2.2억원, 제판 1.0억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,532개 중 일반업체 & 인쇄업은 1,983개 43.8%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,432개 중 인쇄업은 1,983개 44.7%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 사업체 2,001개 중 일반업체는 1,983개 99.1%의 비중을 차지한다.

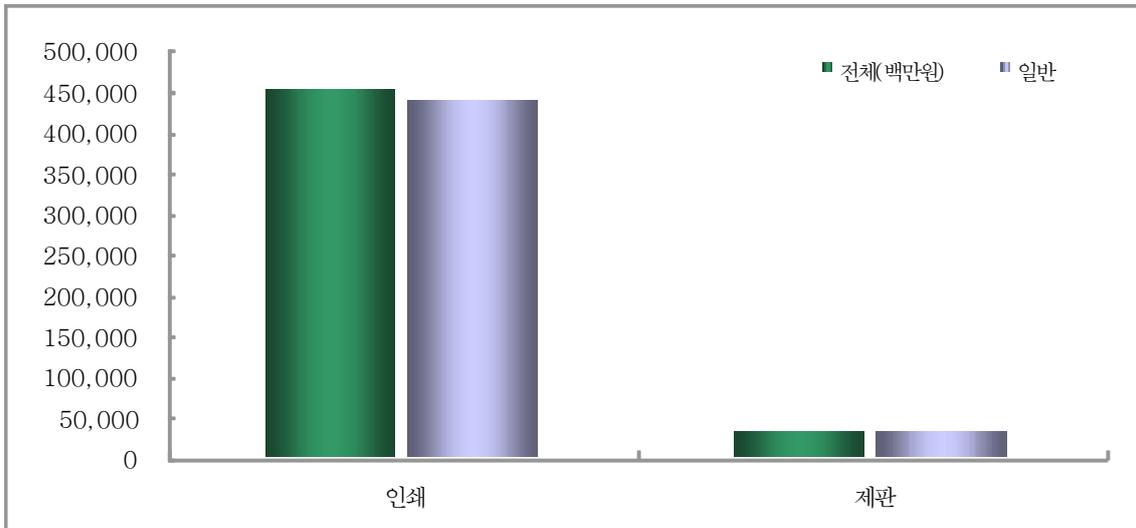
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 9조 1,869억원 중 일반업체 & 인쇄업은 4,703억원 5.1%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 4조 172억원 중 인쇄업은 4,703억원 11.7%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 취급액 4,828억원 중 일반업체는 4,703억원 97.4%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(일반)



인쇄는 사업체 1,970개 99.3%, 취급액 4,395억원 93.5%, 제판은 사업체 295개 14.9%, 취급액 308억원 6.5%로 나타났다.

그림 1-3-12 >> 인쇄 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 인쇄는 전체 4,514억원 중 일반업체에서 4,395억원 97.4%를 차지하고, 제판은 전체 314억원 중 일반업체에서 308억원 98.0%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-12 >> 지역별 인쇄업 취업액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	475	23.9	335,251	71.4	706
	부산	173	8.7	23,215	4.9	134
	대구	314	15.8	45,376	9.6	145
	광주	281	14.2	9,489	2.0	34
	대전	338	17.0	23,504	5.0	70
	인천	19	0.9	2,179	0.5	115
	울산	6	0.3	404	0.1	67
	경기도	106	5.4	13,690	2.9	129
	강원도	71	3.6	4,213	0.9	59
	충청북도	4	0.2	173	0.0	43
	충청남도	23	1.2	1,987	0.4	86
	전라북도	19	0.9	820	0.2	43
	전라남도	25	1.3	3,708	0.8	148
	경상북도	87	4.4	3,436	0.7	39
	경상남도	19	1.0	1,529	0.3	80
제주도	23	1.2	1,308	0.3	57	
전체		1,983	100.0	470,282	100.0	237

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 475개 23.9%로 가장 높게 나타났고, 대전 338개 17.0%, 대구 314개 15.8%, 광주 281개 14.2%, 부산 173개 8.7%, 경기도 106개 5.4%, 경상북도 87개 4.4%, 강원도 71개 3.6%의 순으로 나타났다.

지역별로 취업액은 서울이 3,353억원 71.4%로 나타났고, 대구 454억원 9.6%, 대전 235억원 5.0%, 부산 232억원 4.9%, 경기도 137억원 2.9%, 광주 95억원 2.0%, 강원도 42억원 0.9%의 순으로 나타났다.

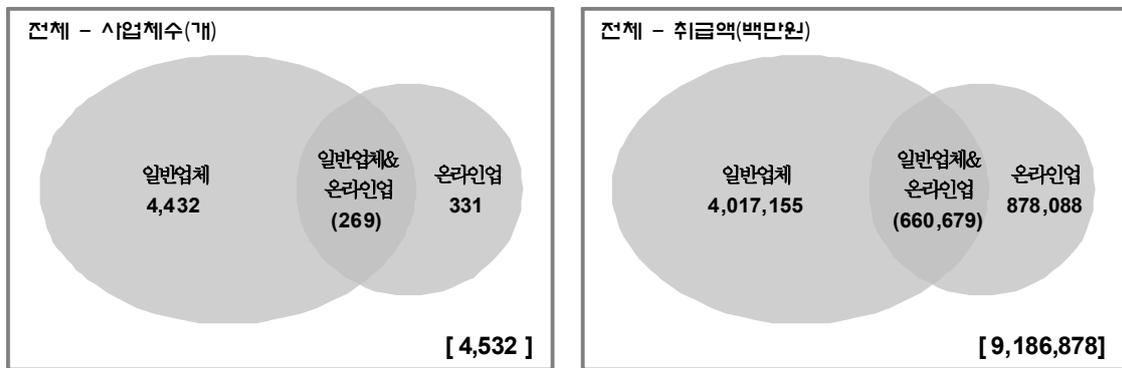
평균취급액은 서울 7.1억원, 전라남도 대구 1.5억원, 부산 경기도 1.3억원, 인천 1.2억원의 순으로 나타났다.

1.3.5. 온라인

표 1-3-13 >> 온라인 업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고대행	244	90.7	456,523	69.2	1,871
매체대행	91	33.8	201,726	30.5	2,217
광고기획·전략대행	27	10.0	168	0.0	6
광고제작	32	11.9	2,262	0.3	71
전체	269	100.0	660,679	100.0	2,456

* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.



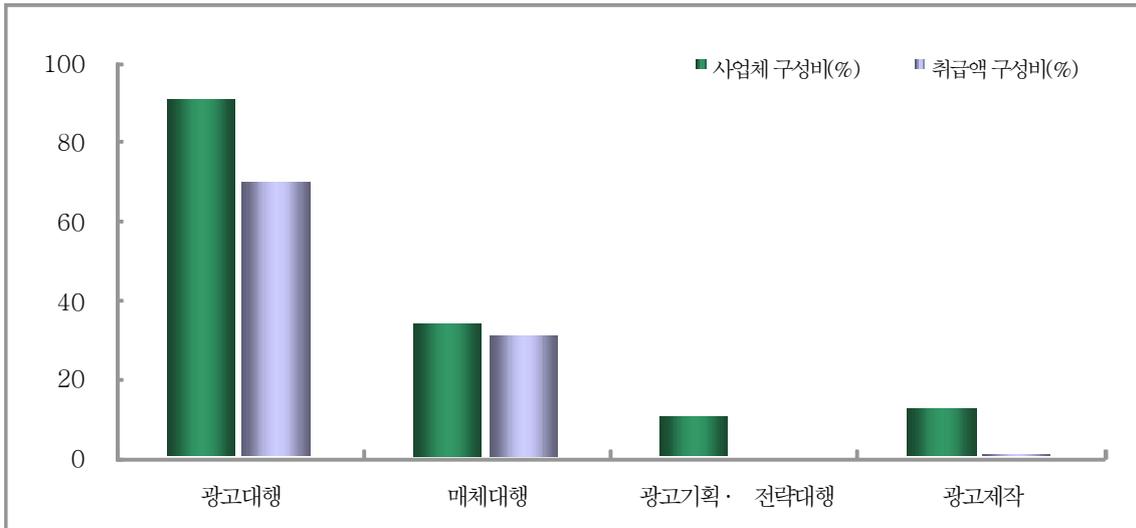
일반업체에서 온라인업종을 하는 사업체수는 269개, 총 취급액은 6,607억원, 평균취급액은 24.6억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 6.1%, 취급액 16.4% 이다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고대행 244개 90.7%, 매체대행 91개 33.8%, 광고제작 32개 11.9%, 광고기획·전략대행 27개 10.0%의 순으로 나타났고, 취급액은 광고대행 4,565억원 69.2%, 매체대행 2,017억원 30.5%, 광고제작 23억원 0.3%, 광고기획·전략대행 1.7억원 0.0%의 순으로 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 매체대행 22.2억원, 광고대행 18.7억원, 광고제작 0.7억원 기획·전략대행 0.1억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,532개 중 일반업체 & 온라인업은 269개 5.9%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,432개 중 온라인업은 269개 6.1%의 비중을 차지하고, 온라인업의 전체 사업체 331개 중 일반업체는 269개 81.3%의 비중을 차지한다.

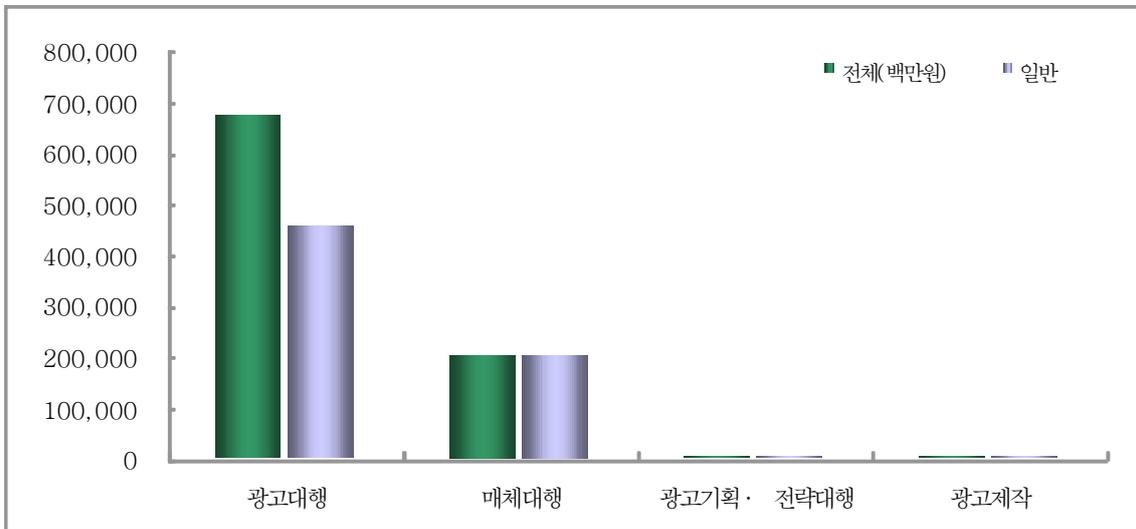
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 9조 1,869억원 중 일반업체 & 온라인업은 6,607억원 7.2%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 4조 172억원 중 온라인업은 16.4%의 비중을 차지하고, 온라인업의 전체 취급액 8,781억원 중 일반업체&온라인업은 75.2%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-13 >> 온라인 세부업종별 취급액(일반)



광고대행은 사업체 244개 90.7%, 취급액 4,565억원 69.2%, 매체대행은 사업체 91개 33.8%, 취급액 2,017억원 30.5%, 광고기획·전략대행은 사업체 27개 10.0%, 취급액 2억원 0.0%, 광고제작은 사업체 32개 11.9%, 취급액 23억원 0.3%로 나타났다.

그림 1-3-14 >> 온라인 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 온라인 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행은 전체 6,738억 원 중 일반업체에서 4,565억원 67.8%를 차지하고, 매체대행은 전체 2,019억원에서 2,018억 원 99.9%를 차지하고, 광고기획·전략대행은 전체 2억원에서 2억원 100.0%를 차지하고, 광고 제작은 전체 23억원 중 일반업체에서 23억원 100.0%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-13-1 >> 온라인 광고대행의 세부항목별 취급액(일반)

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
포털사이트	161	66.0	290,945	63.7	1,807
전문사이트	73	29.9	302	0.1	4
UCC사이트	0	0.0	0	0.0	0
언론/미디어사 이트	109	44.7	31,780	7.0	292
기타	128	52.5	133,495	29.2	1,043
전체	244	100.0	456,522	100.0	1,871

* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

온라인 광고대행업 중 일반업체의 취급액 4,565억원을 매체별로 구분해 본 결과, 사업체수는 포털사이트를 대상으로 한 광고대행사가 161개로, 66.0%를 차지로 가장 많았고, 기타가 128개 52.5%로 두 번째로 많았다. 한편, 언론/미디어사이트는 109개 44.7%, 전문사이트 대상 대행사는 73개 29.9%로 나타났다. 취급액 역시 포털 광고대행 취급액이 2,909억원 63.7%로 가장 점유율이 높았으며, 이어 기타의 대행 취급액이 1,335억원 29.2%로 두 번째로 많은 것으로 나타났다. 그 외 전문사이트나 UCC사이트의 비중은 1%미만에 머무르고 있었다.

표 1-3-13-2 >> 온라인 매체대행의 세부항목별 취급액(일반)

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
포털사이트	74	81.3	149,227	73.9	2,017
전문사이트	23	25.3	5,444	2.7	237
UCC사이트	8	8.8	386	0.2	48
언론/미디어사 이트	29	31.9	16,469	8.2	568
기타	44	48.4	30,200	15.0	686
전체	91	100.0	201,726	100.0	2,217

* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

온라인 매체대행업의 경우 포털사이트, 기타, 언론/미디어사이트 등의 순으로 사업체수가 많았다. 취급액 역시 포털사이트 매체대행 분야의 취급액이 1,492억원으로 전체 73.9%를 차지하고 있는 반면, 나머지 전문사이트, UCC사이트, 언론/미디어사이트 매체대행 취급액은 대체로 10%미만에 머무르고 있어, 온라인 매체대행 활동은 주로 포털을 중심으로 활발히 이루어지고 있는 것으로 나타났다.

표 1-3-14 >> 지역별 온라인업 취급액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	208	77.3	635,952	96.2	3,057
	부산	19	6.9	1,008	0.2	53
	대구	3	1.1	7	0.0	2
	대전	5	1.9	2,404	0.4	481
	경기도	18	6.7	19,011	2.9	1,056
	강원도	8	2.9	1,867	0.3	233
	충청남도	3	1.1	300	0.0	100
	전라북도	3	1.3	126	0.0	42
	전라남도	1	0.4	2	0.0	2
	경상남도	1	0.4	2	0.0	2
전체		269	100.0	660,679	100.0	2,456

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 208개 77.3%로 가장 높게 나타났고, 부산 19개 6.9%, 경기도 18개 6.7%, 대전 5개 1.9%의 순으로 나타났다.

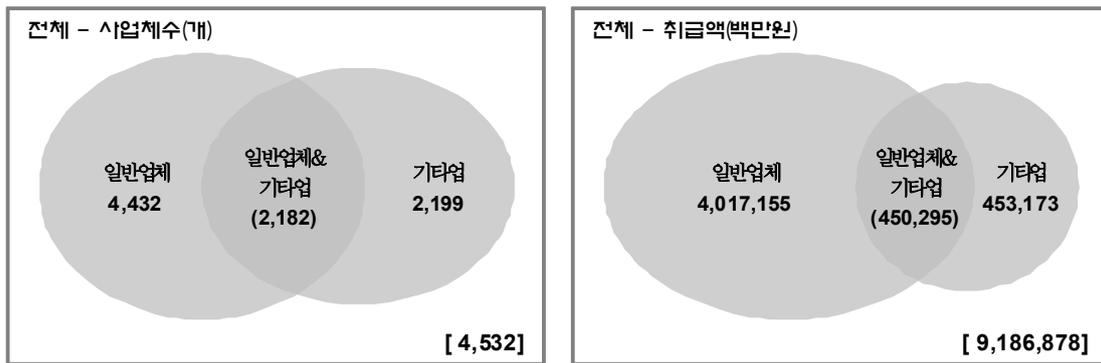
지역별로 취급액은 서울이 6,360억원 96.2%로 대부분을 차지하는 것으로 나타났고, 경기도 190억원 2.9%, 대전 24억원 0.4%, 강원도 19억원 0.3%, 부산 10억원 0.2%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 30.6억원, 경기도 10.6억원, 대전 4.8억원, 강원도 2.3억원, 충청남도 1.0억원의 순으로 나타났다.

1.3.6. 기타

표 1-3-15 >> 기타 세부업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고물 기획·편집	2,136	97.9	416,901	92.6	195
장비취급 등 기타	550	25.2	33,394	7.4	61
전체	2,182	100.0	450,295	100.0	206



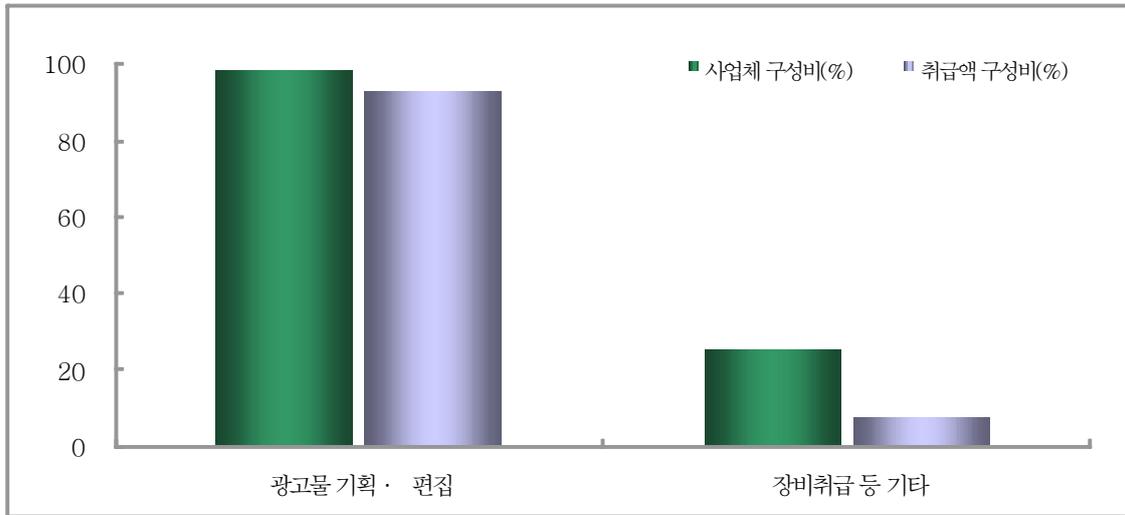
광고관련 기타업종은 광고물 기획·편집, 장비취급 등의 기타업종이다. 일반업체에서 기타업종을 하는 사업체수는 2,182개, 총 취급액은 4,503억원, 평균취급액은 2.1억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 49.2%, 취급액 11.2%이다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고물 기획·편집 2,136개 97.9%, 장비취급 등 기타업종이 550개 25.2%로 나타났고, 취급액은 광고물 기획·편집 업종 4,169억원 92.6%, 장비취급 등 기타 업종 334억원 7.4%로 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 광고물 기획·편집 2.0억원, 장비취급 등 기타 업종이 0.6억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 4,532개 중 일반업체 & 기타업종은 2,182개 48.1%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,432개 중 기타업종은 2,182개 49.2%의 비중을 차지하고, 기타업종의 전체 사업체 2,199개 중 일반업체는 2,182개 99.2%의 비중을 차지한다.

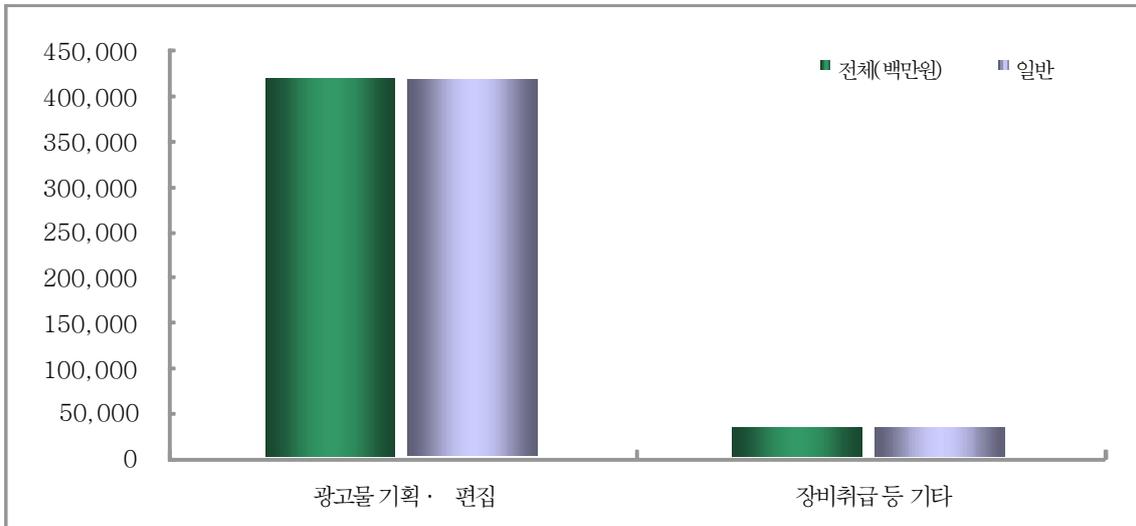
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 9조 1,869억원 중 일반업체 & 기타업종은 4,503억원 4.9%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 4조 172억원 중 기타업종은 4,503억원 11.2%의 비중을 차지하고, 기타업종의 전체 취급액 4,532억원 중 일반업체는 4,503억원 99.4%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-15 >> 기타 세부업종별 취급액(일반)



광고물 기획·편집은 사업체 2,136개 97.6%, 취급액 4,169억원 92.6%, 장비취급 등 기타는 사업체 550개 25.2%, 취급액 334억원 7.4%로 나타났다.

그림 1-3-16 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고물 기획·편집은 전체 4,197억 원 중 일반업체에서 4,169억원 99.3%를 차지하고, 광고기획 전략대행은 전체 335억원 중 일반업체에서 334억원 99.8%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-16 >> 지역별 기타업 취급액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	737	33.6	251,929	60.0	342
	부산	132	6.1	18,581	4.1	141
	대구	157	7.2	88,897	19.7	566
	광주	195	8.9	6,724	1.5	34
	대전	335	15.3	10,814	2.4	32
	인천	41	1.9	2,204	0.5	54
	울산	6	0.3	325	0.1	54
	경기도	194	8.9	45,605	10.1	235
	강원도	144	6.6	12,293	2.7	85
	충청북도	4	0.2	217	0.0	54
	충청남도	26	1.2	1,837	0.4	71
	전라북도	51	2.4	2,610	0.6	51
	전라남도	21	1.0	678	0.2	32
	경상북도	61	2.8	2,266	0.5	37
	경상남도	37	1.7	1,667	0.4	45
	제주도	41	1.9	3,648	0.8	89
전체		2,182	100.0	450,295	100.0	206

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 737개 33.6%로 가장 높게 나타났고, 대전 335개 15.3%, 광주 195개 8.9%, 경기도 194개 8.9%, 대구 157개 7.2%, 강원도 144개 6.6%, 부산 132개 6.1%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 2,519억원 60.0%로 나타났고, 대구 889억원 19.7%, 경기도 456억원 10.1%, 부산 186억원 4.1%, 강원도 123억원 2.7%, 대전 108억원 2.4%, 광주 67억원 1.5%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 대구 5.7억원, 서울 3.4억원, 경기도 2.4억원, 부산 1.4억원 제주도 0.8억원의 순으로 나타났다.

2. 사업체 현황 - 종사자

2.1. 전체

표 2-1-1 >> 전체 종사자 현황

구 분	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	29,903	89.2
비정규직	3,606	10.8
합계	33,509	100.0

2010년 광고산업 전체 고용자는 33,509명, 정규직 29,903명 89.2%, 비정규직 3,606명 10.8%로 나타났다.

표 2-1-2 >> 고용형태별 종사자 현황

		정규직		비정규직		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	7,043	23.6	999	27.7	8,042	24.0
	회사법인	21,715	72.6	2,111	58.5	23,826	71.1
	회사 외 법인	17	0.1	5	0.1	22	0.1
업종재분류	광고(종합)대행+그외	8,853	29.6	1,109	30.8	9,963	29.7
	광고제작+그외	1,411	4.7	814	22.6	2,225	6.6
	광고(종합)대행+광고제작	6,750	22.6	574	15.9	7,323	21.9
	그 외	12,889	43.1	1,109	30.8	13,998	41.8
가치사슬*	인프라	10,005	33.5	1,217	33.7	11,222	33.5
	생산	15,701	52.5	2,257	62.6	17,958	53.6
	유통	15,606	52.2	1,683	46.7	17,289	51.6
	서비스	7,530	25.2	800	22.2	8,330	24.9
전체		29,903	100.0	3,606	100.0	33,509	100.0

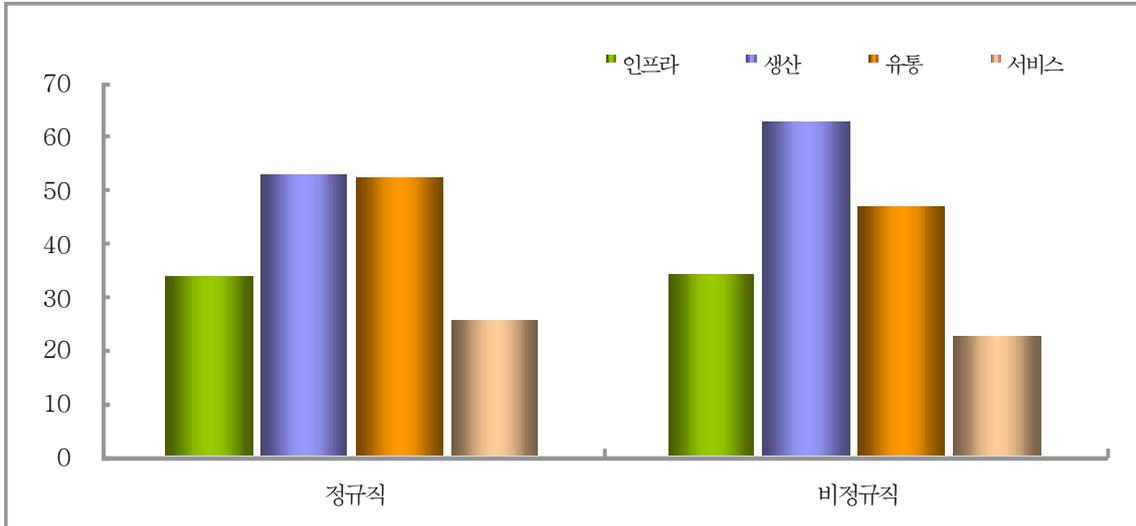
* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

종사자를 기업 형태별로 살펴보면, 회사법인 23,826명 71.1%, 개인사업체 8,042명 24.0%, 회사 외 법인 22명 0.1%가 분포되어 있다.

업종재분류를 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 13,998명 41.8%로 가장 많고, 광고(종합)대행+그외 업종 종사자가 9,963명 29.7%, 광고(종합)대행+광고제작 업종 종사자가 7,323명 21.9%, 광고제작+그외 업종 종사자가 2,225명 6.6%순으로 많이 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 생산종사자가 17,958명 53.6%로 가장 높게 나타났으며, 유통 11,289명 51.6%, 인프라 11,222명 33.5%, 서비스 8,330명 24.9% 순으로 종사자가 많은 것으로 나타났다.

그림 2-1-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포



정규직은 생산 15,701명 52.5%, 유통 15,606명 52.2%, 인프라 10,005명 33.5%, 서비스 7,530명 25.2%의 순으로 많이 나타났고, 비정규직은 생산 2,257명 62.6%, 유통 1,683명 46.7%, 인프라 1,217명 33.7%, 서비스 800명 22.2%의 순서로 높게 나타나 정규직과 비정규직 간의 가치사슬별 인원 비중은 비슷한 것으로 나타났다.

표 2-1-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황

		정규직		비정규직		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
지역	서울	23,243	77.7	2,671	74.1	25,916	77.3
	부산	1,015	3.4	192	5.3	1,207	3.6
	대구	1,148	3.8	189	5.2	1,337	4.0
	인천	177	0.6	59	1.6	236	0.7
	광주	834	2.8	70	1.9	904	2.7
	대전	912	3.0	66	1.8	977	2.9
	울산	14	0.0	6	0.2	20	0.1
	경기도	1,309	4.4	182	5.1	1,491	4.4
	강원도	353	1.2	51	1.4	404	1.2
	충청북도	93	0.3	7	0.2	100	0.3
	충청남도	15	0.0	0	0.0	15	0.0
	전라북도	119	0.4	39	1.1	158	0.5
	전라남도	275	0.9	7	0.2	281	0.8
	경상북도	99	0.3	21	0.6	120	0.4
	경상남도	141	0.5	43	1.2	184	0.5
	제주도	156	0.5	3	0.1	159	0.5
전체		29,903	100.0	3,606	100.0	33,509	100.0

종사자를 지역별로 살펴보면, 서울이 25,916명 77.3%로 가장 높게 나타났고, 경기도 1,491명 4.4%, 대구 1,337명 4.0%, 부산 1,207명 3.6%, 대전 977명 2.9%, 광주 904명 2.7%, 강원도 404명 1.2%, 전라남도 281명 0.8%, 인천 236명 0.7%의 순으로 나타났다.

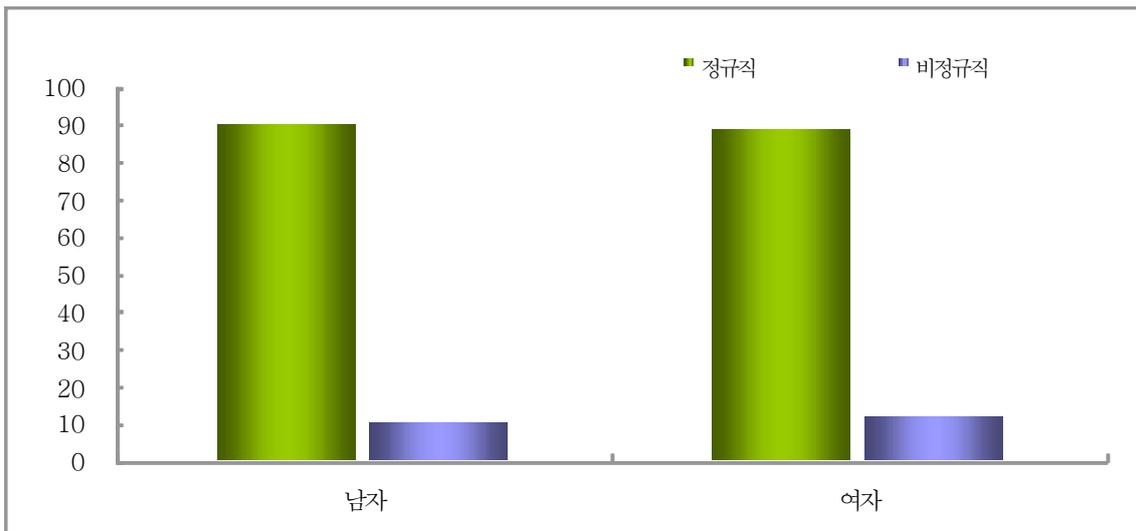
2.1.1. 성별 종사자 현황

표 2-1-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황

	남자		여자		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	18,316	89.7	11,587	88.5	29,903	89.2
비정규직	2,097	10.3	1,509	11.5	3,606	10.8
합계	20,413	100.0	13,096	100.0	33,509	100.0

광고업 종사자를 성별로 살펴보면, 남자는 20,413명 60.9%, 여자는 13,096명 39.1%로 남자가 여자보다 약 1.6배 가량 높게 나타났다. 종사자 형태로 나누어 성별 비율을 살펴보면, 정규직의 남자, 여자 비율은 61.3%, 38.7%이고, 비정규직의 남자, 여자 비율은 58.1%, 41.9%로 정규직과 비정규직 모두 남자의 비율이 높지만, 상대적으로 비정규직에서의 여자 비율이 정규직보다는 조금 높은 것으로 나타났다.

그림 2-1-2 >> 고용 형태별 성별 종사자 현황



기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 남자는 정규직 18,316명 89.7%, 비정규직 2,097명 10.3%이고, 여자는 정규직 11,587명 88.5%, 비정규직 1,509명 11.5%로 남자의 정규직 비율이 여자의 정규직 비율과 거의 차이가 없게 나타났다.

표 2-1-5 >> 성별 종사자 현황

		남자		여자		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	4,782	23.4	3,260	24.9	8,042	24.0
	회사법인	14,639	71.7	9,188	70.2	23,826	71.1
	회사 외 법인	5	0.0	17	0.1	22	0.1
업종재분류	광고(종합)대행+그외	6,008	29.4	3,955	30.2	9,963	29.7
	광고제작+그외	1,489	7.3	736	5.6	2,225	6.6
	광고(종합)대행+광고제작	4,740	23.2	2,583	19.7	7,323	21.9
	그 외	8,176	40.1	5,822	44.5	13,998	41.8
가치사슬*	인프라	6,835	33.5	4,387	33.5	11,222	33.5
	생산	11,279	55.3	6,679	51.0	17,958	53.6
	유통	10,751	52.7	6,538	49.9	17,289	51.6
	서비스	4,922	24.1	3,408	26.0	8,330	24.9
전체		20,413	100.0	13,096	100.0	33,509	100.0

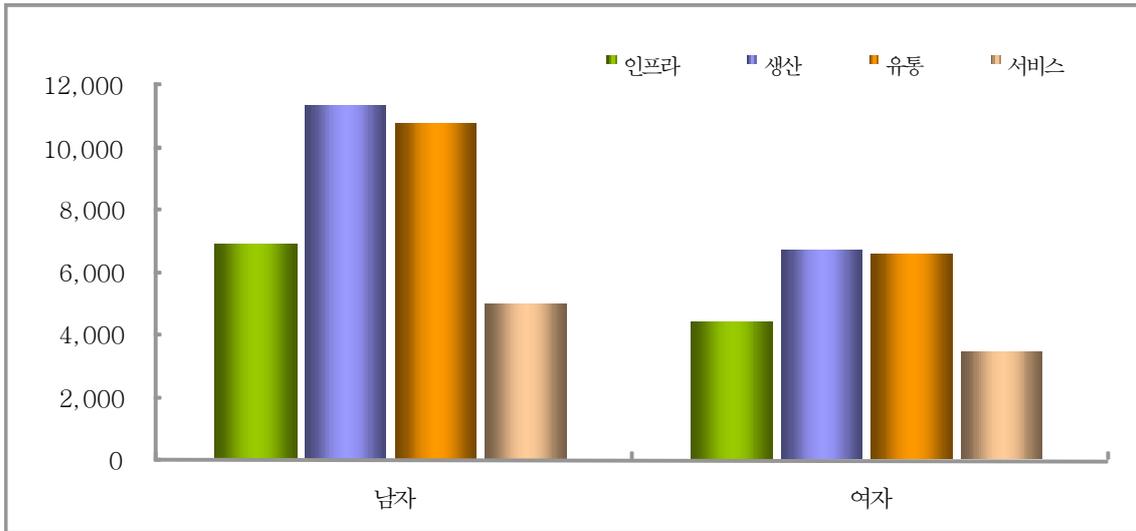
* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

기업형태로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 회사법인은 남자 14,639명 61.4%, 여자 9,188명 38.6%, 개인사업체는 남자 4,782명 59.5%, 여자 3,260명 40.5%로 전체 남녀비율 60.9%, 39.1%와 비슷한 수준으로 나타났다. 그러나 회사의 법인은 남자 5명 22.7%, 여자 17명 77.3%로 여자 비율이 높게 나타났다.

업종재분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 남자 6,008명 60.3%, 여자 3,955명 39.7%, 광고제작+그외 업종은 남자 1,489명 66.9%, 여자 736명 33.1%, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 남자 4,740명 64.7%, 여자 2,583명 35.3%, 그 외 업종은 남자 8,176명 58.4%, 여자 5,822명 41.6%로 남자의 비율이 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 생산은 남자 11,279명 62.8%, 여자 6,679명 37.2%, 유통은 남자 10,751명 62.2%, 여자 6,538명 37.8%, 인프라는 남자 6,835명 60.9%, 여자 4,387명 39.1%, 서비스는 남자 4,922명 59.1%, 여자 3,408명 40.9%로 전체 남녀비율과 비슷한 수준으로 각각 나타났다.

그림 2-1-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포



성별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 남자는 생산 11,279명 55.3%, 유통 10,751명 52.7%, 인프라 6,835명 33.5%, 서비스 4,922명 24.1%의 순으로 많이 나타났고, 여자는 유통 6,538명 49.9%, 생산 6,679명 51.0%, 인프라 4,387명 33.5%, 서비스 3,408명 26.0%의 순으로 많이 나타났다.

표 2-1-6 >> 지역별 성별 종사자 현황

	지역	남자		여자		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
	서울	15,466	75.9	10,450	79.6	25,916	77.4
	부산	712	3.5	495	3.8	1,207	3.6
	대구	905	4.4	432	3.3	1,337	4.0
	인천	171	0.8	65	0.5	236	0.7
	광주	601	2.9	303	2.3	904	2.7
	대전	617	3.0	361	2.8	977	2.9
	울산	13	0.1	8	0.1	20	0.1
	경기도	1,039	5.1	452	3.5	1,491	4.4
	강원도	275	1.3	128	1.0	404	1.2
	충청북도	63	0.3	37	0.3	100	0.3
	충청남도	10	0.1	4	0.0	15	0.0
	전라북도	103	0.5	55	0.4	158	0.5
	전라남도	168	0.8	113	0.9	281	0.8
	경상북도	81	0.4	39	0.3	120	0.4
	경상남도	85	0.4	99	0.8	184	0.5
	제주도	104	0.5	55	0.4	159	0.5
	전체	20,413	100.0	13,096	100.0	33,509	100.0

전체 남자 구성비 60.9%보다 남자의 비율이 높은 지역은 인천 171명 72.5%, 충청남도 10명 69.6%, 경기도 1,039명 68.1%, 강원도 275명 67.7%, 대구 905명 67.7%, 경상북도 81명 67.5%, 광주 601명 66.5%, 전라북도 103명 65.4%, 제주도 104명 65.2%, 울산 13명 62.5%, 대전 617명 63.2%, 충청북도 63명 63.0%의 순으로 나타났다 .

2.1.2. 연령별 종사자 현황

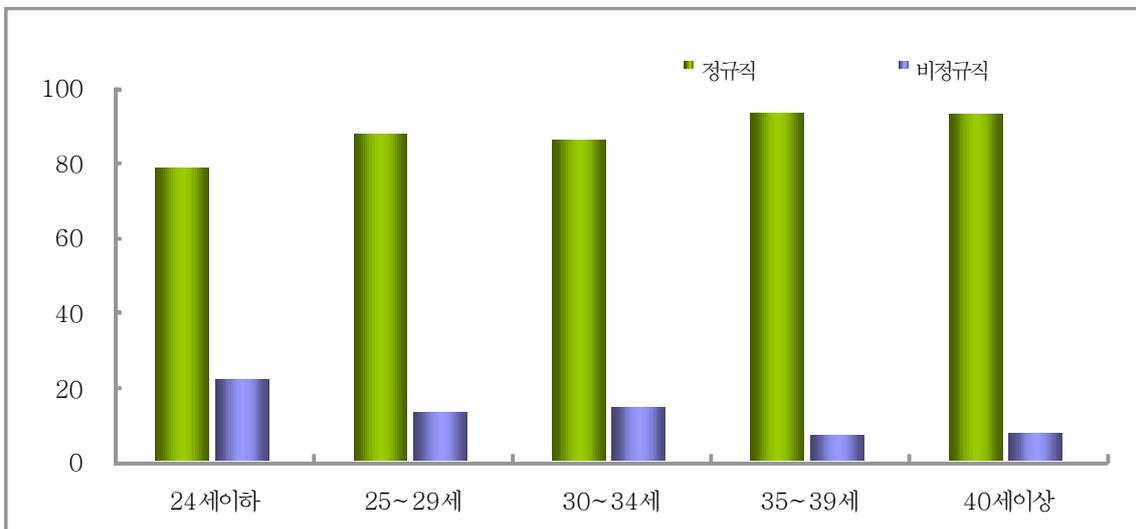
표 2-1-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황

	24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)										
정규직	950	78.1	6,103	87.2	7,538	85.8	6,473	93.1	8,839	92.5	29,903	89.2
비정규직	267	21.9	895	12.8	1,249	14.2	478	6.9	717	7.5	3,606	10.8
합계	1,217	100.0	6,998	100.0	8,787	100.0	6,951	100.0	9,556	100.0	33,509	100.0

광고업 종사자를 연령별로 살펴보면, 40세 이상 9,556명 28.5%, 30~34세 8,787명 26.2%, 25~29세 6,998명 20.9%, 35~39세 6,951명 20.7%, 24세 이하 1,217명 3.6%의 순으로 나타났다.

종사자를 고용형태로 나누어 연령별 비율을 살펴보면, 정규직은 40세 이상 8,839명 29.6%, 30~34세 7,538명 25.2%, 35~39세 6,473명 21.6%, 25~29세 6,103명 20.4%, 24세 이하 950명 3.2%, 비정규직은 30~34세 1,249명 34.6%, 25~29세 895명 24.8%, 40세이상 717명 19.9%, 35~39세 478명 13.3%, 24세 이하 267명 7.4%의 순으로 나타났다.

그림 2-1-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황



기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 24세 이하는 정규직 950명 78.1%, 비정규직 267명 21.9%, 25~29세는 정규직 6,103명 87.2%, 비정규직 895명 12.8%, 30~34세는 정규직 7,538명 85.8%, 비정규직 1,249명 14.2%, 35~39세는 정규직 6,473명 93.1%, 비정규직 478명 7.1%, 40세 이상은 정규직 8,839명 92.5%, 비정규직 717명 7.5%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	
		종사자 수(명)	구성비 (%)										
기업형태	개인사업체	170	14.0	1,162	16.6	1,524	17.3	1,461	21.0	3,726	39.0	8,042	24.0
	회사법인	871	71.6	5,511	78.8	6,876	78.3	5,139	73.9	5,429	56.8	23,826	71.1
	회사 외 법인	0	0.0	7	0.1	7	0.1	8	0.1	0	0.0	22	0.1
업종재분류	광고(종합)대행+그외	397	32.6	2,063	29.5	2,450	27.9	2,182	31.4	2,871	30.0	9,963	29.7
	광고제작+그외	39	3.2	330	4.7	962	10.9	315	4.5	579	6.1	2,225	6.6
	광고(종합)대행+광고제작	343	28.2	1,417	20.2	1,923	21.9	1,727	24.8	1,913	20.0	7,323	21.9
	그 외	439	36.1	3,188	45.6	3,452	39.3	2,727	39.2	4,191	43.9	13,998	41.8
가치사슬*	인프라	301	24.7	2,157	30.8	2,661	30.3	2,228	32.1	3,875	40.6	11,222	33.5
	생산	612	50.3	3,382	48.3	4,847	55.2	3,816	54.9	5,302	55.5	17,958	53.6
	유통	740	60.8	3,480	49.7	4,373	49.8	3,909	56.2	4,787	50.1	17,289	51.6
	서비스	402	33.0	1,788	25.6	2,243	25.5	2,066	29.7	1,831	19.2	8,330	24.9
전체		1,217	100.0	6,998	100.0	8,787	100.0	6,951	100.0	9,556	100.0	33,509	100.0

* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

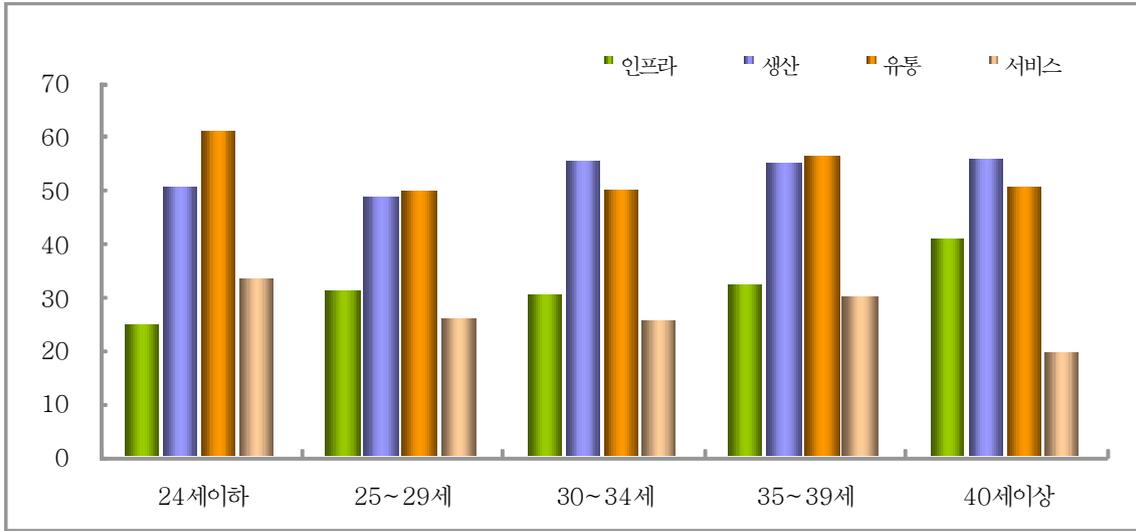
종사자를 기업형태별로 살펴보면, 개인사업체의 전체 종사자 8,042명 가운데 24세 이하 170명, 25~29세 1,162명, 30~34세 1,524명, 35~39세 1,461명, 40세 이상 3,726명 이었고 회사법인의 전체 종사자 23,826명 가운데 24세 이하 871명, 25~29세 5,511명, 30~34세 6,876명, 35~39세 5,139명, 40세 이상 5,429명 이었고, 회사 외 법인의 전체 종사자 22명 가운데 25~29세 7명 30~34세 7명, 35~39세 8명인 것으로 조사되었다.

업종재분류로 구분하여 연령별 종사자를 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 전체 종사자 수 9,963명 가운데 24세 이하 397명, 25~29세 2,063명, 30~34세 2,450명, 35~39세 2,182명, 40세 이상 2,871명이었고, 광고제작+그외 업종은 전체 2,225명 가운데 24세 이하 39명, 25~29세 330명, 30~34세 962명, 35~39세 315명, 40세 이상 579명이었고, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 전체 종사자 수 7,323명 가운데 24세 이하 343명, 25~29세 1,417명, 30~34세 1,923명, 35~39세 1,727명, 40세 이상 1,913명이었고, 그 외 업종은 전체 종사자 수 13,998명 가운데 24세 이하 439명, 25~29세 3,188명, 30~34세 3,452명, 35~39세 2,727명, 40세 이상 4,191명인 것으로 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 연령별 종사자수를 살펴보면, 인프라는 전체 종사자 11,222명 가운데 24세 이하 301명, 25~29세 2,157명, 30~34세 2,661명, 35~39세 2,228명, 40세 이상 3,875명이었고, 생산은 전체 종사자 17,958명 가운데 24세 이하 612명, 25~29세 3,382명, 30~34세 4,847명, 35~39세 3,816명, 40세 이상 5,302명, 유통은 전체 종사자 17,289명 가운데 24세 이하 740명, 25~29세 3,480명, 30~34세 4,373명, 35~39세 3,909명, 40세 이상 4,787명, 서비스는 전체 종사자 8,330명 가운데 24세 이하 402명, 25~29세 1,788명, 30~34

세 2,243명, 35~39세 2,066명, 40세 이상 1,831명으로 나타났다.

그림 2-1-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 분포



연령별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 24세 이하의 유통 740명 60.8%, 생산 612명 50.3%, 서비스 402명 33.0%, 인프라 301명 24.7%의 순으로 높게 나타났고, 25~29세는 유통 3,480명 49.7%, 생산 3,382명 48.3%, 인프라 2,157명 30.8%, 서비스 1,788명 25.6%의 순으로 높게 나타났고, 30~34세는 생산 4,847명 55.2%, 유통 4,373명 49.8%, 인프라 2,661명 30.3%, 서비스 2,243명 25.5%의 순으로 높게 나타났고, 35~39세는 유통 3,909명 56.2%, 생산 3,816명 54.9%, 인프라 2,228명 32.1%, 서비스 2,066명 29.7%의 순으로 높게 나타났고, 40세 이상은 생산 5,302명 55.5%, 유통 4,787명 50.1%, 인프라 3,875명 40.6%, 서비스 1,831명 19.2%의 순으로 높게 나타났다.

표 2-1-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황

		24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
		종사자 수(명)	구성비 (%)										
지역	서울	1,014	83.3	5,944	85.0	7,299	83.1	5,442	78.3	6,220	65.1	25,916	77.3
	부산	15	1.2	209	3.0	360	4.1	274	3.9	349	3.7	1,207	3.6
	대구	59	4.9	196	2.8	275	3.1	261	3.8	546	5.7	1,337	4.0
	인천	7	0.6	28	0.4	26	0.3	22	0.3	152	1.6	236	0.7
	광주	18	1.5	131	1.9	138	1.6	137	2.0	479	5.0	904	2.7
	대전	21	1.7	93	1.3	111	1.3	214	3.1	538	5.6	977	2.9
	울산	2	0.2	3	0.0	4	0.0	4	0.1	6	0.1	20	0.1
	경기도	25	2.1	180	2.6	306	3.5	337	4.8	643	6.7	1,491	4.4
	강원도	14	1.1	63	0.9	66	0.8	74	1.1	187	2.0	404	1.2
	충청북도	5	0.4	10	0.1	10	0.1	27	0.4	48	0.5	100	0.3
	충청남도	0	0.0	0	0.0	12	0.1	0	0.0	3	0.0	15	0.0
	전라북도	12	1.0	27	0.4	46	0.5	29	0.4	45	0.5	158	0.5
	전라남도	6	0.5	38	0.5	44	0.5	23	0.3	170	1.8	281	0.8
	경상북도	5	0.4	13	0.2	6	0.1	31	0.5	64	0.7	120	0.4
	경상남도	13	1.0	31	0.4	50	0.6	24	0.4	65	0.7	184	0.5
	제주도	1	0.1	32	0.5	34	0.4	52	0.7	41	0.4	159	0.5
전체		1,217	100.0	6,998	100.0	8,787	100.0	6,951	100.0	9,556	100.0	33,509	100.0

가장 많은 부분을 차지하는 40세 이상의 전체 구성비 28.5%보다 대부분의 지역에서 40세 이상의 비율이 높았으나, 경상북도 64명 25.8%, 서울 6,220명 24.0%, 제주도 41명 20.0%에서는 40세 이상의 비율이 낮게 나타났다.

2.1.3. 학력별 종사자 현황

표 2-1-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황

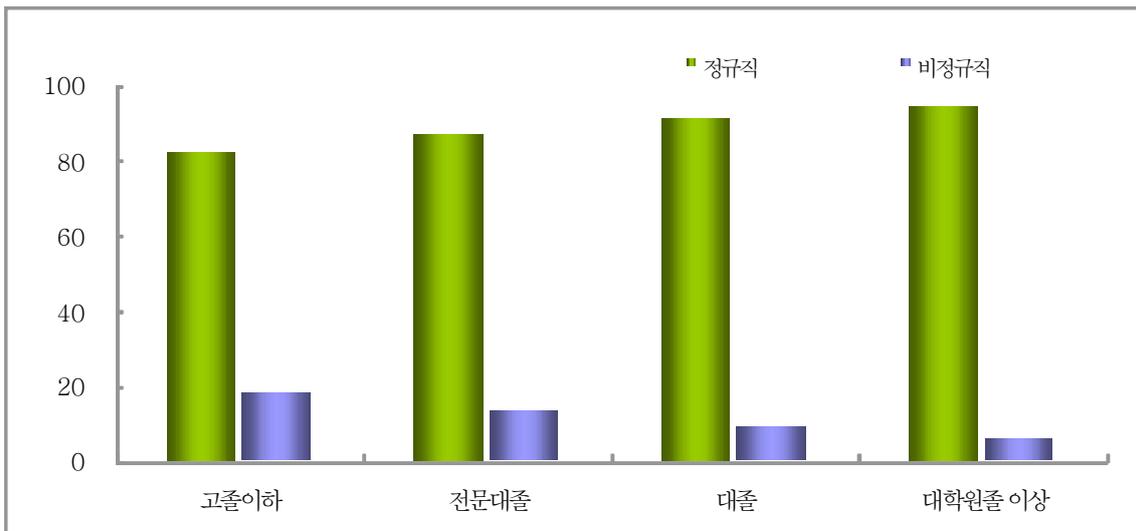
	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸 이상		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)								
정규직	3,909	82.2	4,833	86.7	19,768	91.1	1,393	94.4	29,903	89.2
비정규직	844	17.8	740	13.3	1,940	8.9	82	5.6	3,606	10.8
합계	4,753	100.0	5,573	100.0	21,708	100.0	1,475	100.0	33,509	100.0

광고업 종사자를 학력별로 살펴보면, 대졸 21,708명 64.8%, 전문대졸 5,573명 16.6%, 고졸이하 4,753명 14.2%, 대학원졸 이상 1,475명 4.4%의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 학력별 비율을 살펴보면, 정규직은 대졸 19,768명 66.1%, 전문대졸 4,833명 16.2%, 고졸이하 3,909명 13.1%, 대학원졸 이상 1,393명 4.7%, 비정규직은 대졸 1,939명 53.8%, 전문대졸 740명 20.5%, 고졸이하 844명 23.4%, 대학원졸 이상 82명 2.3%의 순으로 나타났다.

기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 고졸이하의 정규직 3,909명 82.2%, 비정규직 844명 17.8%, 전문대졸은 정규직 4,832명 86.7%, 비정규직 740명 13.3%, 대졸은 정규직 19,768명 91.1%, 비정규직 1,940명 8.9%, 대학원졸 이상은 정규직 1,393명 94.4%, 비정규직 82명 5.6%로 나타났다. 대학원졸 이상의 비정규직의 비율이 낮아짐을 알 수 있다.

그림 2-1-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황



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

표 2-1-11 >> 학력별 종사자 현황

		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)								
기업형태	개인사업체	2,813	59.2	1,661	29.8	3,406	15.7	162	11.0	8,042	24.0
	회사법인	1,550	32.6	3,635	65.2	17,492	80.6	1,149	77.9	23,826	71.1
	회사 외 법인	0	0.0	2	0.0	7	0.0	13	0.8	22	0.1
업종재분류	광고(종합)대행+그외	1,116	23.5	1,208	21.7	7,136	32.9	503	34.1	9,963	29.7
	광고제작+그외	326	6.9	287	5.1	1,560	7.2	52	3.5	2,225	6.6
	광고(종합)대행+광고제작	411	8.6	659	11.8	5,687	26.2	566	38.4	7,323	21.9
	그 외	2,900	61.0	3,418	61.3	7,325	33.7	355	24.1	13,998	41.8
가치사슬*	인프라	2,614	55.0	2,776	49.8	5,515	25.4	317	21.5	11,222	33.5
	생산	2,719	57.2	3,210	57.6	11,207	51.6	822	55.7	17,958	53.6
	유통	1,530	32.2	1,867	33.5	12,823	59.1	1,069	72.5	17,289	51.6
	서비스	501	10.5	773	13.9	6,409	29.5	648	43.9	8,330	24.9
전체		4,753	100.0	5,573	100.0	21,708	100.0	1,475	100.0	33,509	100.0

※ 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

기업형태별로 살펴보면, 개인사업체의 전체 종사자수 8,042명 가운데 고졸이하는 2,813명 35.0%, 전문대졸 1,661명 20.7%, 대졸 3,406명 42.4%, 대학원졸이상 162명 2.0%로 나타났고 회사법인의 전체 종사자수 23,826명 가운데 고졸이하는 1,550명 6.5%, 전문대졸 3,635명 15.3%, 대졸 17,492명 73.4%, 대학원졸이상 1,149명 4.8%로 나타났으며, 회사 외 법인의 전체 종사자수 22명 가운데 전문대졸 2명 9.1%, 대졸 7명 31.8%, 대학원졸이상 13명 59.1%로 나타났다.

업종재분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종의 전체 종사자 9,963명 가운데 고졸이하가 1,116명 11.2%, 전문대졸 1,208명 12.1%, 대졸 7,136명 71.6%, 대학원졸이상 503명 5.0%로 나타났고 광고제작+그외 업종의 전체 종사자가 2,225명 가운데 고졸이하가 326명 14.7%, 전문대졸 287명 12.9%, 대졸 1,560명 70.1%, 대학원졸이상 52명 2.3%로 나타났으며 광고(종합)대행+광고제작 업종의 전체 종사자 7,323명 가운데 고졸이하 411명 5.6%, 전문대졸 659명 9.0%, 대졸 5,687명 77.7%, 대학원졸이상 566명 7.7%로 나타났고 그 외 업종의 전체 종사자 13,998명 가운데 고졸이하 2,900명 20.7%, 전문대졸 3,418명 24.4%, 대졸 7,325명 52.3%, 대학원졸이상 355명 2.5%로 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 인프라는 전체 종사자 11,222명 가운데 고졸이하 2,614명 23.3%, 전문대졸 2,776명 24.7%, 대졸 5,515명 49.1%, 대학원졸이상 317명 2.8%이고 생산은 전체 종사자 17,958명 가운데 고졸이하 2,719명 15.1%, 전문대졸 3,210명 17.9%, 대졸 11,207명 62.4%, 대학원졸이상 822명 4.6%로 나타났고 유통은 전체 종사자 17,289명 가운데 고졸이하 1,530명 8.8%, 전문대졸 1,867명 10.8%, 대졸 12,823명 74.2%, 대학원졸이상 1,069명 6.2%로 나타났으며 서비스는 전체 종사자 8,330명 가운데 고졸이하 501명 6.0%, 전문대졸 773명 9.3%, 대졸 6,409명 76.9%, 대학원졸이상 648명 7.8%로 대졸의 비율이 높게 나타났다.

학력별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 고졸이하는 생산 2,719명 57.2%, 인프라 2,614명 55.0%, 유통 1,530명 32.2%, 서비스 501명 10.5%의 순으로 나타났고, 전문대졸은 생산 3,210명 57.6%, 인프라 2,776명 49.8%, 유통 1,867명 33.5%, 서비스 773명 13.9%, 대졸은 유통 12,823명 59.1%, 생산 11,207명 51.6%, 서비스 6,409명 29.5%, 인프라 5,515명 25.4%, 대학원졸이상은 유통 1,069명 72.5%, 생산 822명 55.7%, 서비스 648명 43.9%, 인프라 317명 21.5%의 순으로 나타났다.

그림 2-1-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황

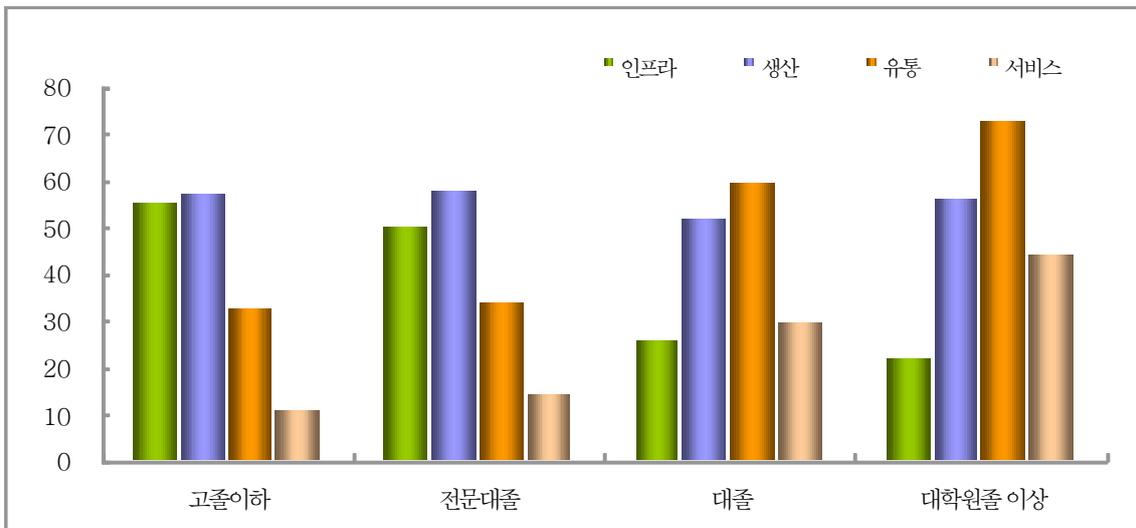


표 2-1-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황

	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계		
	종사자수 (명)	구성비 (%)									
지역	서울	1,955	41.1	3,960	71.0	18,681	86.1	1,322	89.7	25,916	77.3
	부산	254	5.4	294	5.3	637	2.9	21	1.4	1,207	3.6
	대구	333	7.0	587	10.5	387	1.8	31	2.1	1,337	4.0
	인천	93	2.0	29	0.5	110	0.5	3	0.2	236	0.7
	광주	534	11.2	67	1.2	288	1.3	15	1.0	904	2.7
	대전	525	11.0	126	2.3	307	1.4	20	1.3	977	2.9
	울산	4	0.1	3	0.1	11	0.1	1	0.1	20	0.1
	경기도	454	9.6	214	3.8	787	3.6	35	2.4	1,491	4.4
	강원도	157	3.3	106	1.9	129	0.6	11	0.8	404	1.2
	충청북도	17	0.4	8	0.1	70	0.3	5	0.3	100	0.3
	충청남도	3	0.1	0	0.0	12	0.1	0	0.0	15	0.0
	전라북도	90	1.9	25	0.4	40	0.2	4	0.3	158	0.5
	전라남도	195	4.1	41	0.7	45	0.2	0	0.0	281	0.8
	경상북도	56	1.2	31	0.5	32	0.1	1	0.1	120	0.4
	경상남도	65	1.4	63	1.1	51	0.2	5	0.3	184	0.5
	제주도	18	0.4	19	0.3	121	0.6	1	0.0	159	0.5
	전체	4,753	100.0	5,573	100.0	21,708	100.0	1,475	100.0	33,509	100.0

가장 많은 부분을 차지하는 대졸의 전체비율 64.8%보다 대졸의 비율이 높은 지역은 충청남도 12명 80.0%, 제주도도 121명 76.1%, 서울 18,681명 72.1%, 충청북도 70명 70.0%로 나타났다. 대학원졸의 전체 비율 4.4%보다 대학원졸의 비율이 높은 지역은 서울 1,322명 5.1%, 울산 1명 5.0%, 충청북도 5명 5.0%였다.

2.1.4. 직급별 종사자 현황

표 2-1-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황

	임원		국장/부장/실장		차장/과장/대리		사원		전체	
	종사자수 (명)	구성비 (%)								
AE	2,537	39.7	607	10.0	881	12.3	769	5.6	4,793	14.3
디자이너	487	7.6	1,046	17.2	2,440	33.8	2,722	19.7	6,695	20.0
CW	92	1.4	186	3.0	317	4.4	183	1.3	779	2.3
PD	114	1.8	263	4.3	349	4.9	321	2.3	1,046	3.1
매체	120	1.9	175	2.9	754	10.5	539	3.9	1,589	4.7
SP	147	2.3	244	4.0	344	4.8	284	2.1	1,020	3.0
PR	80	1.2	381	6.2	874	12.2	987	7.1	2,321	6.9
마케팅조사	91	1.4	312	5.1	406	5.7	467	3.4	1,275	3.8
인터랙티브	25	0.4	63	1.0	346	4.8	138	1.0	572	1.7
전사	112	1.7	429	7.0	472	6.6	194	1.4	1,207	3.6
관리	2,599	40.6	2,393	39.3	0	0.0	7,220	52.2	12,212	36.6
합계	6,404	100.0	6,099	100.0	7,183	100.0	13,824	100.0	33,509	100.0

광고업 종사자를 직종별로 살펴보면, 관리가 12,212명 36.6%로 가장 높게 나타났고, 디자이너 6,695명 20.0%, AE 4,793명 14.3%, PR 2,321명 6.9%, 매체 1,589명 4.7%, 마케팅조사 1,275명 3.8%, 전사 1,207명 3.6%, PD 1,046명 3.1%, SP 1,020명 3.0%, CW 779명 2.3%, 인터랙티브 572명 1.7%, 순으로 나타났다. 직종별로 구체적으로 살펴보면, AE는 임원 2,537명, 국장/부장/실장 607명, 차장/과장/대리 881명, 사원 769명, 디자이너는 임원 487명, 국장/부장/실장 1,046명, 차장/과장/대리 2,440명, 사원 2,722명, CW는 임원 92명, 국장/부장/실장 186명, 차장/과장/대리 317명, 사원 183명, PD는 임원 114명, 국장/부장/실장 263명, 차장/과장/대리 349명, 사원 321명, 매체는 임원 120명, 국장/부장/실장 175명, 차장/과장/대리 754명, 사원 539명, SP는 임원 147명, 국장/부장/실장 244명, 차장/과장/대리 344명, 사원 284명, PR은 임원 80명, 국장/부장/실장 381명, 차장/과장/대리 874명, 사원 987명, 마케팅조사는 임원 91명, 국장/부장/실장 312명, 차장/과장/대리 406명, 사원 467명, 인터랙티브는 임원 25명, 국장/부장/실장 63명, 차장/과장/대리 346명, 사원 138명, 전사는 임원 112명 국장/부장/실장 429명, 차장/과장/대리 472명, 사원 194명, 관리는 임원 2,599명, 국장/부장/실장 2,392명, 사원 7,221명으로 나타났다.

광고업 종사자를 직급별로 살펴보면, 사원이 13,824명으로 가장 많았고, 차장/과장/대리 7,183명, 임원 6,404명, 국장/부장/실장 6,099명의 순으로 나타났다. 직급별로 구체적으로 살펴보면, 임원은 관리 2,599명 40.6%, AE 2,537명 39.7%, 디자이너 487명 7.6%의 순으로 나타났고, 국장/부장/실장은 관리 2,393명 39.3%, 디자이너 1,046명 17.2%, AE 607명 10.0% 순이고, 차장/과장/대리는 디자이너 2,440명 33.8%, AE 881명 12.3%, PR 874명 12.2% 순이고, 사원은 관리 7,220명 52.2%, 디자이너 2,722명 19.7%, AE 769명 5.6%의 순으로 나타났다.

2.1.5. 온라인/모바일 분야 종사자 현황

표 2-1-13-1 >> 온라인/모바일 분야 성별 종사자 현황

	남자		여자		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
온라인 모바일 전체종사자	1,817	8.9	1,006	7.7	2,853	8.5
전체종사자	20,413	100.0	13,096	100.0	33,509	100.0

광고업 종사자중 온라인/모바일 분야 종사자 현황을 성별로 살펴보면, 전체 2,853명으로 전체 광고업체 종사자의 8.5% 정도를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

온라인 모바일 종사자 중 남자는 1,817명으로, 전체 남성 광고업체 종사자 중 8.9%를 차지하고 있으며, 여자는 1,006명으로 여성광고업 종사자의 7.7%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

2.1.6. 외국인 종사자 현황

표 2-1-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황

	정규직 (명)	비정규직 (명)	합계 (명)
AE	19	0	19
디자이너	23	3	26
CW	3	2	5
PD	0	0	0
매체	4	0	4
SP	0	0	0
PR	16	0	16
마케팅조사	4	0	4
인터랙티브	6	0	6
전사	1	0	1
관리	46	18	64
합계	122	23	145

외국인 종사자를 형태별로 살펴보면 정규직은 122명이고 비정규직은 23명이다.
 직종별로 살펴보면 관리 64명, 디자이너 26명, AE 19명, PR 16명, 인터랙티브 6명, CW 5명,
 매체 4명, 마케팅조사 4명, 전사 1명으로 나타났다.

2.1.7. 직원 교육 현황

표 2-1-15 >> 교육 유형별 참여인원

구 분	교육인원 (1년 기준) (명)	사내 (명)	국내						국외		
			외부						세미나/ 컨퍼런스 (명)	대학기관 (명)	기타업체 (연수) (명)
대학기관 (명)	광고공사 (명)	시설교육 전문기관 (명)	공공기관 (명)	온라인 교육 (명)	세미나 (명)						
전체	10,624	4,882	48	286	2,126	243	2,270	587	131	0	52
대형	3,113	1,259	5	46	774	19	891	65	48	0	6
일반	7,511	3,623	43	240	1,352	224	1,379	522	83	0	46

광고업체의 교육 현황을 살펴보면, 연간 교육 참여인원은 전체 10,624명이며, 이중 대형 업체 종사자 3,113명, 일반업체가 7,511명인 것으로 나타났다.

외부교육 참여 인원이 5,560명으로 가장 많았고, 사내교육은 4,882명, 국외 교육은 183명으로 집계 되었다.

2.1.8. 채용 현황

표 2-1-16 >> 2009 채용 규모

구 분		전체 (명)	신입			경력		
			전체 (명)	정규직 (명)	비정규직 (명)	전체 (명)	정규직 (명)	비정규직 (명)
업체규모	대형	477	120	100	20	357	319	38
	일반	3,794	2,045	1,596	449	1,750	1,647	103
업종	광고(종합)대행	2,072	792	529	263	1,280	1,201	80
	광고제작	271	77	58	20	194	179	14
	서비스	296	187	163	23	110	104	6
	인쇄	546	438	358	80	108	99	9
	온라인	852	514	502	12	338	312	27
	기타	233	157	86	71	77	71	6
가치사슬	인프라	1,320	803	638	165	517	494	23
	생산	2,109	1,056	835	221	1,053	973	80
	유통	2,072	792	529	263	1,280	1,201	80
	서비스	923	384	294	89	539	487	52

※ 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

2009년 채용인원은 전체 4,271명으로 집계되었으며, 그 중 신입은 2,165명 50.7%, 경력은 2,107명 49.3%로 나타났다. 신입 중 정규직은 1,696명 78.3%, 비정규직은 469명 21.7%로 나타났다으며, 경력 중 정규직은 1,966명 93.3%, 비정규직은 141명 6.7%로 나타났다.

업체 규모에 따라 살펴보면, 대형업체는 신입 120명 25.2%, 경력 357명 74.8%로 나타났으며, 일반업체는 신입 2,045명 53.9%, 경력 1,750명 46.1%로 나타났다.

광고업종에 따라 살펴보면, 광고(종합)대행업은 신입 792명 38.2%, 경력 1,280명 61.8%로 나타났고, 광고제작업은 신입 77명 28.4%, 경력 194명 71.6%로 나타났고, 서비스업은 신입 187명 63.2%, 경력 110명 37.2%로 나타났고, 인쇄업은 신입 438명 80.2%, 경력 108명 19.8%로 나타났고, 온라인 업은 신입 514명 60.3%, 경력 338명 39.7%로 나타났고, 기타업은 신입 157명 67.1%, 경력 77명 32.9%로 나타났다.

가치사슬 산업에 따라 살펴보면, 인프라 산업은 신입 803명 60.8%, 경력 517명 39.2%로 나타났고, 생산 산업은 신입 1,056명 50.1%, 경력 1,053명 49.9%로 나타났고, 유통 산업은 신입 792명 38.2%, 경력 1,280명 61.8%로 나타났고, 서비스 산업은 신입 384명 41.6%, 경력 539명 58.4%로 나타났다.

고용형태에 따라 살펴보면, 신규 채용 인원 중 전체 정규직의 비율은 85.8%이며, 전체 비정규직 비율은 14.3%로 나타났으며, 대형업체는 정규직 87.8%, 비정규직 12.2%로 나타났고, 일반업체는 정규직 85.5%, 비정규직 14.5%로 일반업체와 대형업체의 정규직 비율에 약간 차이가 나타났다.

광고업종에 따른 고용형태별 2009년 신규 채용 현황을 살펴보면, 광고(종합)대행업은 정규직 83.5%, 비정규직 16.5%로 나타났고, 광고제작업은 정규직 87.5%, 비정규직 12.5%, 서비스업은 정규직 90.2%, 비정규직 9.8%, 인쇄업은 정규직 83.7%, 비정규직 16.3%, 온라인업은 정규직 95.5, 비정규직 4.5, 기타업은 정규직 67.4, 비정규직 33.0%로 나타났다.

가치사슬 산업에 따른 고용형태별 신규 채용 인원 현황을 살펴보면, 정규직의 비율은 인프라 산업이 정규직 85.8%, 비정규직 14.2%로 나타났고, 생산 산업이 정규직 85.7%, 비정규직 14.3%, 유통 산업이 정규직 83.5%, 비정규직 16.6%, 서비스 산업이 정규직 84.6%, 비정규직 15.3%로 나타났다.

표 2-1-17 >> 2010년 상반기 채용 규모

구 분		전체 (명)	신입			경력		
			전체 (명)	정규직 (명)	비정규직 (명)	전체 (명)	정규직 (명)	비정규직 (명)
업체규모	대형	491	106	93	13	385	326	59
	일반	2,437	1,280	1,082	198	1,157	1,085	72
업종	광고(종합)대행	1,436	492	396	97	944	873	71
	광고제작	247	101	75	26	146	129	17
	서비스	223	125	110	15	98	86	12
	인쇄	335	194	162	33	141	132	9
	온라인	500	369	364	5	131	112	18
	기타	186	104	69	35	82	79	3
가치사슬*	인프라	820	419	339	80	401	380	20
	생산	1,515	576	458	118	939	850	89
	유통	1,436	492	396	97	944	873	71
	서비스	778	244	207	37	534	455	79

* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

2010년 상반기 채용인원은 전체 2,928명으로 집계되었으며, 그 중 신입은 1,386명 47.3%, 경력은 1,542명 52.7%로 나타났다. 신입 중 정규직은 1,175명, 비정규직은 211명으로 나타났으며, 경력 중 정규직은 1,411명, 비정규직은 131명으로 나타났다.

업체 규모에 따라 살펴보면, 대형업체는 신입 106명 21.6%, 경력 385명 78.4%로 나타났으며, 일반업체는 신입 1,280명 52.5%, 경력 1,157명 47.5%로 나타났다.

광고업종에 따라 살펴보면, 광고(종합)대행업은 신입 492명 34.3%, 경력 944명 65.7%로 나타났고, 광고제작업은 신입 101명 40.9%, 경력 146명 59.1%로 나타났고, 서비스업은 신입 125명 56.1%, 경력 98명 43.9%로 나타났고, 인쇄업은 신입 194명 57.9%, 경력 141명 42.1%로 나타났고, 온라인업은 신입 369명 73.9%, 경력 131명 26.1%로 나타났고, 기타업은 신입 104명 55.8%, 경력 82명 44.2%로 나타났다.

가치사슬 산업에 따라 살펴보면, 인프라 산업은 신입 419명 51.1%, 경력 401명 48.9%로 나타났고, 생산 산업은 신입 576명 38.0%, 경력 939명 62.0%로 나타났고, 유통 산업은 신입 492명 34.3%, 경력 944명 65.7%로 나타났고, 서비스 산업은 신입 244명 31.4%, 경력 534명 68.6%로 나타났다.

고용형태에 따라 살펴보면, 2010년 상반기 신규 채용 인원 중 전체 정규직의 비율은 88.3%이며, 비정규직 비율은 11.7%로 나타났으며, 대형업체는 정규직 85.3%, 비정규직 14.7%로 나타났고, 일반업체는 정규직 88.9%, 비정규직 11.1%로 대형업체의 정규직 고용 비율이 더 높게 나타났다.

광고업종에 따른 고용형태별 신규 채용 현황을 살펴보면, 광고(종합)대행업은 정규직 88.3%, 비정규직 11.7%로 나타났고, 광고제작업은 정규직 82.6%, 비정규직 17.4%, 서비스업은 정규직 87.9%, 비정규직 12.1%, 인쇄업은 정규직 87.8%, 비정규직 12.5%, 온라인업은 정규직 95.2%, 비정규직 4.8%, 기타업은 정규직 79.6%, 비정규직 30.4%로 나타났다.

가치사슬 산업에 따른 신규 채용 인원 중 정규직의 비율은 인프라 산업이 정규직 87.7%, 비정규직 12.3%로 나타났고, 생산 산업이 정규직 86.3%, 비정규직 13.7%, 유통 산업이 정규직 88.4%, 비정규직 11.6%, 서비스 산업이 정규직 85.1%, 비정규직 14.9%로 나타났다.

표 2-1-18 >> 향후 예상 채용 규모

구 분		현재 인력수준에 대한 의견			2010년하반기			2011년예상		
		부족 (%)	보통 (%)	충분 (%)	전체 (명)	신입 (명)	경력 (명)	전체 (명)	신입 (명)	경력 (명)
업체규모	대형	0.8	1.3	0.1	174	26	148	292	57	235
	일반	19.8	75.0	3.0	1,702	927	775	1,943	1,004	940
업종	광고(종합)대행	9.9	22.6	0.6	741	257	484	1,051	368	683
	광고제작	2.2	5.8	0.3	437	220	217	194	131	62
	서비스	0.8	2.5	0.1	77	45	33	214	104	110
	인쇄	4.5	28.4	1.4	116	50	66	164	62	103
	온라인	0.7	2.5	0.0	450	346	104	510	353	158
	기타	2.6	14.5	0.6	55	35	20	102	42	60
가치사슬*	인프라	10.9	40.9	1.9	289	116	173	525	218	307
	생산	13.4	42.0	1.6	893	370	523	1,020	387	633
	유통	9.9	22.7	0.6	741	257	484	1,051	368	683
	서비스	2.8	4.4	0.2	276	89	187	607	200	407
전체		20.6	76.3	3.1	1,876	953	923	2,235	1,061	1,175

※ 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

현재 인력 수준에 대한 의견을 살펴보면, 보통이라는 의견이 76.3%로 가장 많았고, 20.6%는 부족하다고 생각하고 있으며, 충분하다는 의견은 3.1%에 불과했다.

업체 규모별로 살펴보면, 대형업체는 보통이다 1.3%, 부족하다 0.8%, 충분하다 0.1%로 나

타났으며, 일반업체는 보통이다 75.0%, 부족하다 19.8%, 충분하다 3.0%로 나타났다.

광고업종별로 살펴보면, 부족하다는 의견이 광고(종합)대행 9.9%, 인쇄 4.5%, 기타 2.6%, 광고제작 2.2%, 서비스 0.8%, 온라인 0.7%의 순으로 높게 나타났고, 충분하다는 의견은 인쇄 1.4%, 광고(조합)대행 0.6%, 기타 0.6%의 순으로 높게 나타났다.

가치사슬 산업에 따라 살펴보면, 부족하다는 의견이 생산이 13.4%로 가장 높았고, 충분하다는 의견은 인프라 1.9%, 생산 1.6%, 유통 0.6%, 서비스 0.2%의 순으로 나타났다.

향후 예상 채용 규모는 2010년 하반기 1,876명, 2011년 2,235명으로 집계 되었으며, 2010년 하반기에는 신입이 953명 51.8%, 경력 923명 49.2%, 2011년에는 신입이 1,061명 47.5%, 경력이 1,175명 53.5%로 예상하고 있는 것으로 나타났다.

표 2-1-19 >> 선호 전공 계열

		예체능 계열 (%)	인문/사회 계열 (%)	상경계열 (%)	공과계열 (%)	어문계열 (%)	자연계열 (%)	법학계열 (%)	기타 (%)
업체규모	대형	0.5	0.5	0.4	0.0	0.3	0.0	0.0	0.9
	일반	37.5	10.4	7.7	12.0	2.8	1.6	0.5	37.0
업종	광고(종합)대행	10.2	4.8	3.3	1.4	1.3	0.4	0.2	13.4
	광고제작	4.8	0.6	0.5	2.7	0.3	0.1	0.0	2.2
	서비스	1.0	1.2	0.9	0.2	0.4	0.0	0.0	1.1
	인쇄	14.6	2.6	2.9	4.5	0.7	0.5	0.1	11.1
	온라인	1.1	0.8	0.3	0.7	0.2	0.0	0.1	1.7
	기타	6.3	1.0	0.3	2.6	0.2	0.6	0.1	8.4
가치사슬*	인프라	22.6	4.1	4.0	7.8	1.3	0.6	0.3	17.5
	생산	26.3	4.1	3.7	7.6	1.2	1.0	0.1	19.1
	유통	10.2	4.8	3.3	1.4	1.3	0.4	0.2	13.4
	서비스	2.0	2.0	1.1	0.5	0.8	0.0	0.1	2.0
전체		38.0	11.0	8.1	12.0	3.0	1.6	0.5	37.9

* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

인력 채용 시 선호하는 전공계열은 예체능 계열이 38.0%로 가장 많았으며, 공과계열이 12.0%, 인문/사회계열이 11.0%, 상공계열이 8.1%, 어문계열이 3.0%, 자연계열이 1.6%, 법학계열이 0.5%의 순이었고 기타 전공은 37.9%였다.

광고업종별로 살펴보면, 광고(종합)대행업은 예체능 10.2%, 인문/사회 4.8%, 상경 3.3% 순으로 선호하는 것으로 나타났으며, 광고제작은 예체능 4.8%, 공과 2.7%, 인문/사회 0.6% 순으로 나타났고, 서비스업은 인문/사회 1.2%, 예체능 1.0%, 상경 0.9%의 순으로 나타났고, 인쇄업은 예체능 14.6%, 공과 4.5%의 순으로 높게 나타났고, 온라인은 예체능 1.1%, 인문/사회 0.8% 순으로 높게 나타났고, 기타는 예체능 6.3%, 공과 2.6% 순으로 선호하는 것으로 나타났다.

2.2. 대형 광고업체

2.2.1. 전체 고용현황

표 2-2-1 >> 전체 종사자 현황(대형)

구 분	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	4,940	93.4
비정규직	351	6.6
합계	5,291	100.0

전체 광고업체 중에서 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 따로 살펴보면, 전체 고용자는 5,291명이고, 정규직은 4,940명 93.4%, 비정규직은 351명 6.6%로 나타났다.

표 2-2-2 >> 고용형태별 종사자 현황(대형)

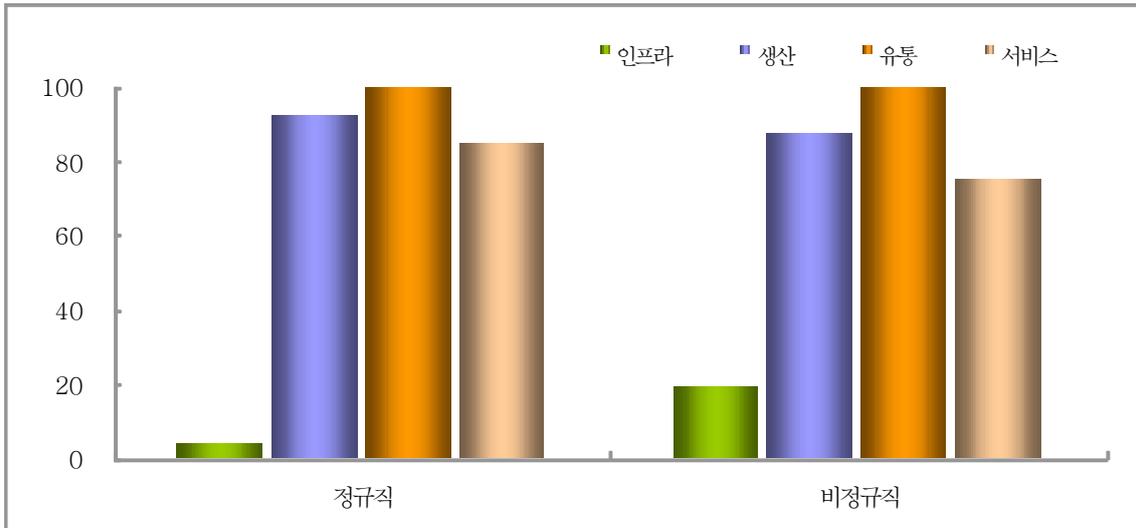
		정규직		비정규직		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	169	3.4	30	8.5	199	3.8
	회사법인	4,359	88.2	195	55.6	4,554	86.1
	회사 외 법인	0	0.0	0	0.0	0	0.0
업종재분류	광고(종합)대행+그외	444	9.0	57	16.2	501	9.5
	광고제작+그외	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고(종합)대행+광고제작	4,496	91.0	294	83.8	4,790	90.5
	그 외	0	0.0	0	0.0	0	0.0
가치사슬*	인프라	188	3.8	68	19.4	256	4.8
	생산	4,537	91.8	305	86.9	4,842	91.5
	유통	4,940	100.0	351	100.0	5,291	100.0
	서비스	4,172	84.5	262	74.6	4,434	83.8
전체		4,940	100.0	351	100.0	5,291	100.0

* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 회사법인 4,554명 86.1%, 개인사업체 199명 3.8%가 분포되어 있다.

업종재분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종 종사자가 501명 9.5%, 광고(종합)대행+광고제작 업종 종사자가 4,790명 90.5%로 나타났다.

그림 2-2-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(대형)



가치사슬 분류로 살펴보면, 유통 종사자가 5,291명 100%로 가장 높게 나타났으며, 생산 4,842명 91.5%, 서비스 4,434명 83.8%, 인프라 256명 4.8% 순으로 종사자가 많은 것으로 나타났다.

표 2-2-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황(대형)

		정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	4,799	97.1	306	87.1	5,105	96.5
	부산	28	0.6	0	0.0	28	0.5
	대구	41	0.8	18	5.1	59	1.1
	광주	21	0.4	9	2.5	30	0.6
	대전	24	0.5	9	2.6	33	0.6
	울산	3	0.1	0	0.0	3	0.1
	경상남도	15	0.3	7	2.0	22	0.4
	전라남도	2	0.0	0	0.1	2	0.0
	전라북도	7	0.1	2	0.6	9	0.2
전체	4,940	100.0	351	100.0	5,291	100.0	

종사자를 지역별로 살펴보면, 서울이 4,799명 97.1%로 가장 높게 나타났고, 대구 41명 0.8%, 대전 24명 0.5%, 광주 21명 0.4%, 경상남도 15명 0.3%, 전라북도 7명 0.1%, 울산 3명 0.1%, 전라남도 2명 0.0%의 순으로 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	3,178	94.8	1,762	90.9	4,940	93.4
비정규직	174	5.2	177	9.1	351	6.6
합계	3,352	100.0	1,939	100.0	5,291	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 성별로 살펴보면, 남자는 3,352명, 여자는 1,939명이었다. 종사자 형태로 나누어 살펴보면, 남자 종사자 중 3,178명, 94.8%가 정규직이었고, 174명 5.2%가 비정규직이었다. 여자는 1,762명 90.9%가 정규직, 177명 9.1%가 비정규직으로 남자에 비해 여자의 비정규직 비율 약간 더 높은 것으로 나타났다.

그림 2-2-2 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(대형)

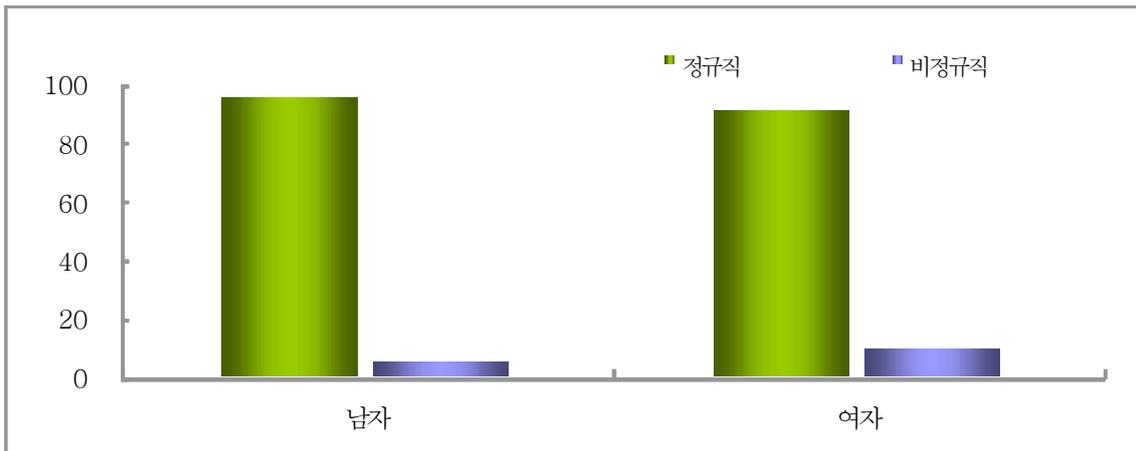


표 2-2-5 >> 성별 종사자 현황(대형)

		남자		여자		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	126	3.8	73	3.8	199	3.8
	회사법인	2,922	87.2	1,632	84.2	4,554	86.1
	회사 외 법인	0	0.0	0	0.0	0	0.0
업종재분류	광고(종합)대행+그외	277	8.3	224	11.6	501	9.5
	광고제작+그외	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고(종합)대행+광고제작	3,075	91.7	1,715	88.4	4,790	90.5
	그 외	0	0.0	0	0.0	0	0.0
가치사슬*	인프라	147	4.4	109	5.6	256	4.8
	생산	3,105	92.6	1,737	89.6	4,842	91.5
	유통	3,352	100.0	1,939	100.0	5,291	100.0
	서비스	2,827	84.3	1,607	82.9	4,434	83.8
전체		3,352	100.0	1,939	100.0	5,291	100.0

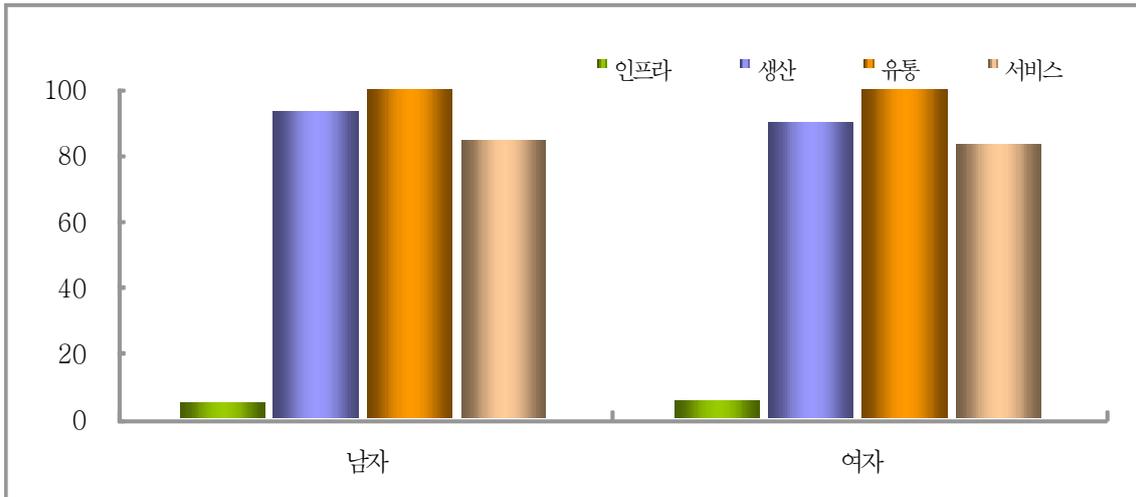
* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

기업형태로 구분하여 성별 종사자를 살펴보면, 회사법인은 남자 2,922명, 여자 1,632명으로 나타났고, 개인사업체는 남자 126명, 여자 73명으로 나타났다.

업종재분류로 구분하여 성별 종사자를 살펴보면, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 남자 3,075명, 여자 1,715명, 광고(종합)대행 + 그외 업종은 남자 277명, 여자 224명으로 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 성별 종사자를 살펴보면, 유통은 남자 3,352명, 여자 1,939명, 생산은 남자 3,105명, 여자 1,737명, 서비스는 남자 2,827명, 여자 1,607명, 인프라는 남자 147명, 여자 109명으로 나타났다.

그림 2-2-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(대형)



성별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 남자는 유통 3,352명 100.0%, 생산 3,105명 92.6%, 서비스 2,827명 84.3%, 인프라 147명 4.4%의 순으로 나타났고, 여자는 유통 1,939명 100.0%, 생산 1,737명 89.6%, 서비스 1,607명 82.9%, 인프라 109명 5.6%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	3,237	96.6	1,868	96.3	5,105	96.5
	부산	20	0.6	8	0.4	28	0.5
	대구	35	1.0	24	1.2	59	1.1
	인천	18	0.5	12	0.6	30	0.6
	광주	20	0.6	13	0.7	33	0.6
	대전	2	0.0	2	0.1	3	0.1
	울산	13	0.4	9	0.5	22	0.4
	경기도	1	0.0	1	0.1	2	0.0
	강원도	6	0.2	3	0.2	9	0.2
전체		3,352	100.0	1,939	100.0	5,291	100.0

남녀 모두 서울 지역의 종사자수가 95% 이상을 차지하는 것으로 나타났다.

2.2.3. 연령별 종사자 현황

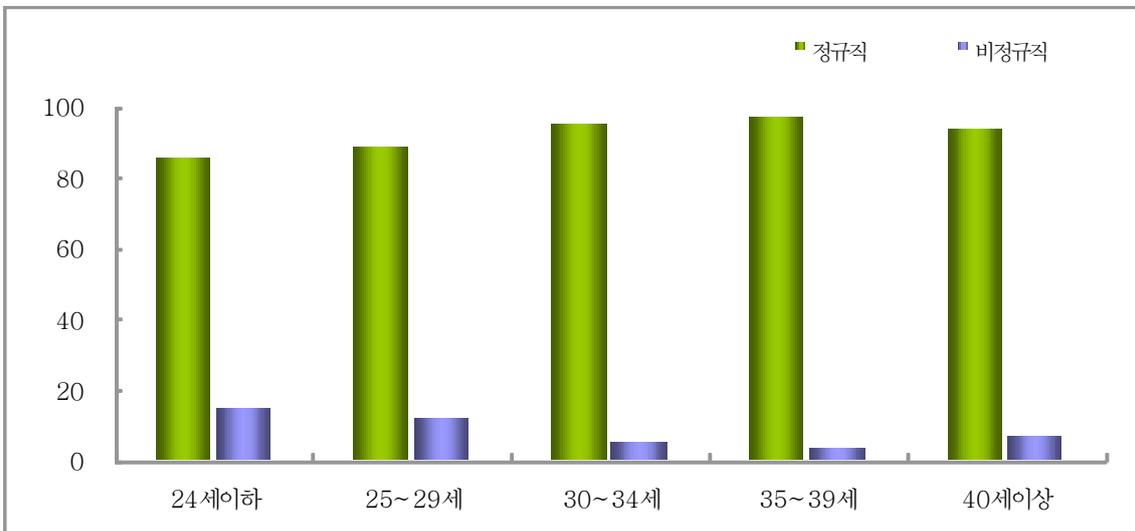
표 2-2-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형)

	24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
	종사자 수(명)	구성비 (%)										
정규직	211	85.4	873	88.1	1,301	95.2	1,304	96.9	1,251	93.4	4,940	93.4
비정규직	36	14.6	118	11.9	66	4.8	42	3.1	89	6.6	351	6.6
합계	247	100.0	991	100.0	1,367	100.0	1,346	100.0	1,340	100.0	5,291	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 연령별로 살펴보면, 30~34세 1,367명, 35~39세 1,346명, 40세 이상 1,340명, 25~29세 991명, 24세 이하 247명의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 연령별 비율을 살펴보면, 정규직은 35~39세 1,304명, 30~34세 1,301명, 40세 이상 1,251명, 25~29세 873명, 24세 이하 211명, 비정규직은 25~29세 118명, 40세 이상 89명, 30~34세 66명, 35~39세 42명, 24세 이하 36명의 순으로 나타났다.

그림 2-2-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형)



연령 기준으로 살펴보면, 24세 이하는 정규직 211명 85.4%, 비정규직 36명 14.6%, 25~29세는 정규직 873명 88.1%, 비정규직 118명 11.9%, 30~34세는 정규직 1,301명 95.2%, 비정규직 66명 4.8%, 35~39세는 정규직 1,304명 96.9%, 비정규직 42명 3.1%, 40세 이상은 정규직 1,251명 93.4%, 비정규직 89명 6.6%로 나타났다.

표 2-2-8 >> 연령별 종사자 현황(대형)

		24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
		종사자 수(명)	구성비 (%)										
기업형태	개인사업체	11	4.5	34	3.4	43	3.1	39	2.9	72	5.4	199	3.8
	회사법인	190	76.9	847	85.5	1,193	87.3	1,189	88.3	1,135	84.7	4,554	86.1
	회사 외 법인	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
업종재분류	광고(종합)대행+그외	27	10.9	86	8.7	151	11.0	116	8.6	121	9.0	501	9.5
	광고제작+그외	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고(종합)대행+광고제작	220	89.1	904	91.2	1,216	89.0	1,230	91.4	1,219	91.0	4,790	90.5
	그 외	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
가치사슬*	인프라	20	8.1	61	6.2	60	4.4	54	4.0	61	4.6	256	4.8
	생산	223	90.3	912	92.0	1,235	90.3	1,240	92.1	1,232	91.9	4,842	91.5
	유통	247	100.0	991	100.0	1,367	100.0	1,346	100.0	1,340	100.0	5,291	100.0
	서비스	204	82.6	837	84.5	1,123	82.2	1,142	84.8	1,128	84.2	4,434	83.8
전체		247	100.0	991	100.0	1,367	100.0	1,346	100.0	1,340	100.0	5,291	100.0

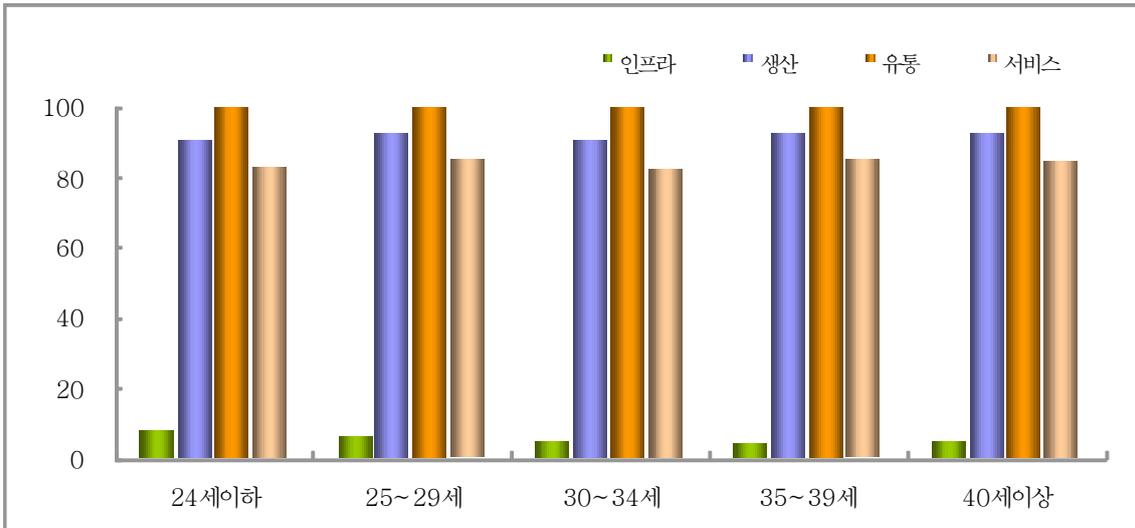
※ 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 24세 이하 190명, 25~29세 847명, 30~34세 1,193명, 35~39세 1,189명, 40세 이상 1,135명으로 나타났고, 개인사업체 24세 이하 11명, 25~29세 34명, 30~34세 43명, 35~39세 39명, 40세 이상 72명으로 나타났다.

업종재분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 24세 이하 27명, 25~29세 86명, 30~34세 151명, 35~39세 116명, 40세 이상 121명으로 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 유통은 24세 이하 247명, 25~29세 991명, 30~34세 1,367명, 35~39세 1,346명, 40세 이상 1,340명, 서비스는 24세 이하 204명, 25~29세 837명, 30~34세 1,123명, 35~39세 1,142명, 40세 이상 1,128명으로 나타났다.

그림 2-2-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(대형)



연령별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 24세 이하는 유통 247명 100.0%, 생산 223명 90.3%, 서비스 204명 82.6%, 인프라 20명 8.1%의 순으로 나타났고, 25~29세는 유통 991명 100.0%, 생산 912명 92.0%, 서비스 837명 84.5%, 인프라 61명 6.2%의 순으로 나타났고, 30~34세는 유통 1,367명 100.0%, 생산 1,235명 90.3%, 서비스 1,123명 82.2%, 인프라 60명 4.4%의 순으로 나타났고, 35~39세는 유통 1,346명 100.0%, 생산 1,240명 92.1%, 서비스 1,142명 84.8%, 인프라 54명 4.0%의 순으로 나타났고, 40세 이상은 유통 1,340명 100.0%, 생산은 1,232명 91.9%, 서비스는 1,128명 84.2%, 인프라는 61명 4.6%의 순으로 나타났다.

표 2-2-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(대형)

		24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
		종사자 수(명)	구성비 (%)										
지역	서울	232	94.0	950	95.8	1,326	97.0	1,312	97.4	1,286	96.0	5,105	96.5
	부산	0	0.0	9	0.9	2	0.2	3	0.2	13	1.0	28	0.5
	대구	6	2.4	12	1.2	14	1.0	12	0.9	15	1.1	59	1.1
	광주	3	1.1	6	0.6	7	0.5	6	0.4	8	0.6	30	0.6
	대전	3	1.2	7	0.8	8	0.6	6	0.5	9	0.7	33	0.6
	울산	0	0.0	1	0.1	1	0.1	1	0.1	0	0.0	3	0.1
	경상남도	2	0.9	4	0.4	6	0.4	4	0.3	5	0.4	22	0.4
	전라남도	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.1	2	0.0
	전라북도	1	0.3	2	0.2	3	0.2	2	0.1	2	0.1	9	0.2
전체	247	100.0	991	100.0	1,367	100.0	1,346	100.0	1,340	100.0	5,291	100.0	

서울 지역의 30~34세 종사자 비율이 타 연령층에 비해 다소 높은 것으로 나타났다.

2.2.4. 학력별 종사자 현황

표 2-2-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형)

	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)								
정규직	174	67.7	262	78.7	4,073	95.8	432	95.8	4,940	93.4
비정규직	83	32.3	71	21.3	177	4.2	19	4.2	351	6.6
합계	257	100.0	333	100.0	4,250	100.0	451	100.0	5,291	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 학력별로 살펴보면, 대졸 4,250명, 대학원졸이상 451명, 전문대졸 333명, 고졸이하 257명의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 학력별 비율을 살펴보면, 정규직은 대졸 4,073명, 대학원졸이상 432명, 전문대졸 262명, 고졸이하 174명, 비정규직은 대졸 177명, 고졸이하 83명, 전문대졸 71명, 대학원졸이상 19명의 순으로 나타났다.

그림 2-2-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형)

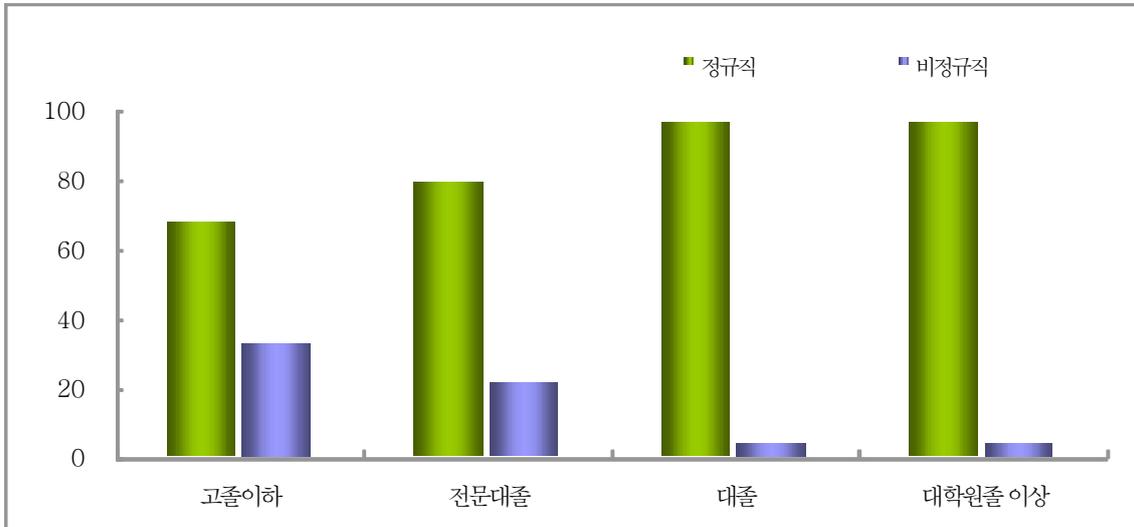


표 2-2-11 >> 학력별 종사자 현황(대형)

		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)								
기업형태	개인사업체	43	16.7	17	5.1	120	2.8	18	4.0	199	3.8
	회사법인	122	47.5	247	74.2	3,807	89.6	378	83.8	4,554	86.1
	회사 외 법인	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
업종재분류	광고(종합)대행+그외	66	25.7	54	16.2	347	8.2	34	7.5	501	9.5
	광고제작+그외	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고(종합)대행+광고제작	192	74.7	279	83.8	3,902	91.8	417	92.5	4,790	90.5
	그 외	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
가치사슬*	인프라	54	21.0	35	10.5	146	3.4	20	4.4	256	4.8
	생산	202	78.6	284	85.3	3,935	92.6	421	93.3	4,842	91.5
	유통	257	100.0	333	100.0	4,250	100.0	451	100.0	5,291	100.0
	서비스	157	61.1	255	76.6	3,631	85.4	391	86.7	4,434	83.8
전체		257	100.0	333	100.0	4,250	100.0	451	100.0	5,291	100.0

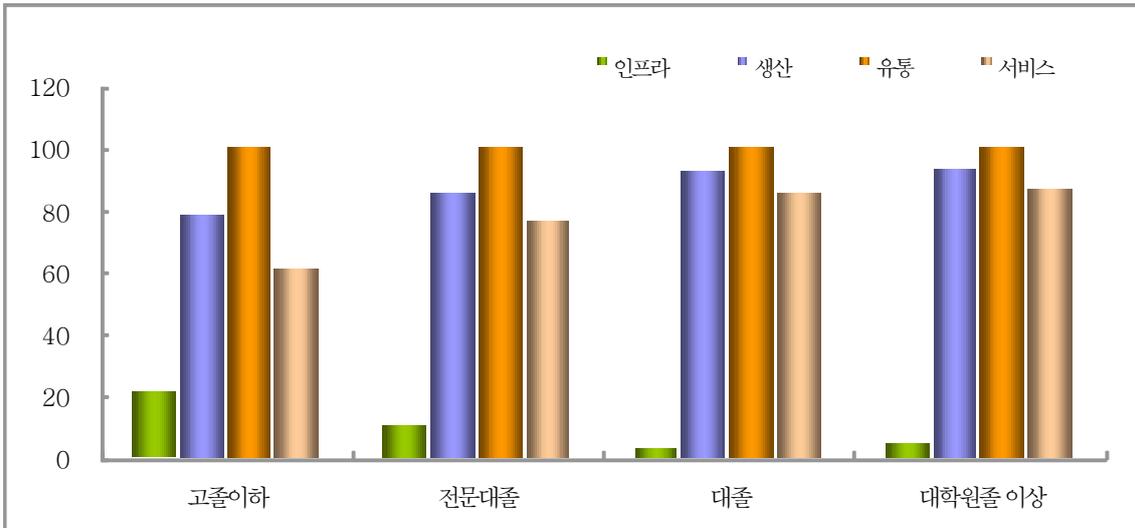
* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 고졸이하 122명, 전문대졸 247명, 대졸 3,807명, 대학원졸이상 378명으로 나타났고, 개인사업체 고졸이하 43명, 전문대졸 17명, 대졸 120명, 대학원졸이상 18명 으로 나타났다.

업종재분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 고졸이하 192명, 전문대졸 279명, 대졸 3,902명, 대학원졸이상 417명, 광고(종합)대행 + 그외 업종은 고졸이하 66명, 전문대졸 54명, 대졸 347명, 대학원졸이상 34명으로 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 인프라는 고졸이하 54명, 전문대졸 35명, 대졸 146명, 대학원졸이상 20명, 생산은 고졸이하 202명, 전문대졸 284명, 대졸 3,935명, 대학원졸이상 421명, 유통은 고졸이하 257명, 전문대졸 333명, 대졸 4,250명, 대학원졸이상 451명, 서비스는 고졸이하 157명, 전문대졸 255명, 대졸 3,631명, 대학원졸이상 391명으로 나타났다.

그림 2-2-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(대형)



학력별로 구분하여 종사자 업종을 보면, 고졸이하는 유통 257명 100.0%, 생산 202명 78.6%, 서비스 157명 61.1%, 인프라 54명 21.0%로 순으로 나타났고, 전문대졸은 유통 333명 100.0%, 생산 284명 85.3%, 서비스 255명 76.6%, 인프라 35명 10.5%로 순으로 나타났고, 대졸은 유통 4,250명 100.0%, 생산 3,935명 92.6%, 서비스 3,631명 85.4%, 인프라 146명 3.4%로 순으로 나타났고, 대학원졸 이상은 유통 451명 100.0%, 생산 421명 93.3%, 서비스 391명 86.7%, 인프라 20명 4.4%로 순으로 나타났다.

표 2-2-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(대형)

	지역	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸 이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)								
	서울	208	80.7	311	93.2	4,152	97.7	436	96.4	5,105	96.5
	부산	7	2.9	1	0.4	18	0.4	1	0.2	28	0.5
	대구	15	5.9	8	2.5	29	0.7	6	1.4	59	1.1
	인천	8	3.0	4	1.2	15	0.4	3	0.7	30	0.6
	광주	10	3.9	4	1.2	16	0.4	3	0.7	33	0.6
	대전	0	0.0	0	0.0	3	0.1	0	0.0	3	0.1
	울산	6	2.2	4	1.1	11	0.2	2	0.5	22	0.4
	경기도	1	0.4	0	0.0	1	0.0	0	0.0	2	0.0
	강원도	2	0.9	1	0.4	5	0.1	0	0.1	9	0.2
	전체	257	100.0	333	100.0	4,250	100.0	451	100.0	5,291	100.0

대전 지역을 제외한 서울 지역의 대졸 종사자 비율이 타 지역에 비해 약간 높은 것으로 나타났다.

대학원졸 이상의 전체 비율 8.5%보다 대학원졸 이상의 비율이 높은 지역은 대구 6명 10.2%, 인천 3명 10.0%, 광주 3명 9.1%, 울산 2명 9.1%로 나타났다.

2.2.5. 직급별 종사자 현황

표 2-2-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황(대형)

	임원		국장/부장/실장		차장/과장/대리		사원		전체	
	종사자수 (명)	구성비 (%)								
AE	161	34.6	263	18.5	388	20.8	200	13.0	1,014	19.1
디자이너	24	5.2	71	5.0	207	11.1	150	9.7	451	8.5
CW	21	4.5	94	6.6	100	5.4	62	4.0	277	5.2
PD	17	3.7	104	7.3	131	7.0	81	5.3	332	6.3
매체	23	4.9	50	3.5	149	8.0	104	6.7	326	6.2
SP	17	3.7	41	2.9	53	2.8	20	1.3	132	2.5
PR	8	1.7	138	9.7	249	13.4	219	14.2	614	11.6
마케팅조사	17	3.7	57	4.0	98	5.3	77	5.0	248	4.7
인터랙티브	7	1.5	51	3.6	185	9.9	83	5.4	327	6.2
전사	21	4.5	312	22.1	304	16.3	94	6.1	729	13.8
관리	149	32.0	239	16.8	0	0.0	451	29.3	841	15.9
합계	465	100.0	1,420	100.0	1,864	100.0	1,541	100.0	5,291	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 직종별로 살펴보면, AE가 1,014명 19.1%로 가장 높게 나타났고, 관리 841명 15.9%, 전사 729명 13.8%의 순으로 나타났다.

직종별로 구체적으로 살펴보면, AE는 임원 161명, 국장/부장/실장 263명, 차장/과장/대리 388명, 사원 200명, 디자이너는 임원 24명, 국장/부장/실장 71명, 차장/과장/대리 207명, 사원 150명, CW는 임원 21명, 국장/부장/실장 94명, 차장/과장/대리 100명, 사원 62명, PD는 임원 17명, 국장/부장/실장 104명, 차장/과장/대리 131명, 사원 81명, 매체는 임원 23명, 국장/부장/실장 50명, 차장/과장/대리 149명, 사원 104명, SP는 임원 17명, 국장/부장/실장 41명, 차장/과장/대리 53명, 사원 20명, PR는 임원 8명, 국장/부장/실장 138명, 차장/과장/대리 249명, 사원 219명, 마케팅조사는 임원 17명, 국장/부장/실장 57명, 차장/과장/대리 98명, 사원 77명, 인터랙티브는 임원 7명, 국장/부장/실장 51명, 차장/과장/대리 185명, 사원 83명, 전사는 임원 21명, 국장/부장/실장 312명, 차장/과장/대리 304명, 사원 94명, 관리는 임원 149명, 국장/부장/실장 239명, 사원 451명으로 나타났다.

직급별로 구체적으로 살펴보면, 임원은 AE 161명 34.6%, 관리 149명 32.0%, 디자이너 24명 5.2%의 순으로 나타났고, 국장/부장/실장은 전사 312명 22.1%, AE 263명 18.5%, 관리 239명 16.8%의 순으로 나타났고, 차장/과장/대리는 AE 388명 20.8%, 전사 304명 16.3%, PR 249명 13.4%의 순으로 나타났고, 사원은 관리 451명 29.3%, PR 219명 14.2%, AE 200명 13.0%의 순으로 나타났다.

2.2.6. 온라인/모바일 분야 종사자 현황

표 2-2-13-1 >> 온라인/모바일 분야 성별 종사자 현황(대형)

	남자		여자		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
온라인 모바일 종사자	63	1.9	46	2.4	109	2.1
종사자	3,352	100.0	1,939	100.0	5,291	100.0

대형업체 광고업 종사자 중 온라인/모바일 분야 종사자 현황을 성별로 살펴보면, 109명으로 전체 광고업체 종사자의 2.1% 정도를 점하고 있는 것으로 나타났다.

온라인 모바일 종사자 중 남자가 63명으로, 남성 대형광고업체 종사자 중 1.9%를 차지하고 있으며, 여자는 46명으로 여성 대형광고업 종사자의 2.4%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

2.2.7. 외국인 종사자 현황

표 2-2-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(대형)

	정규직 (명)	비정규직 (명)	합계 (명)
AE	14	0	14
디자이너	5	1	6
CW	3	1	4
PD	0	0	0
매체	2	0	2
SP	0	0	0
PR	3	0	3
마케팅조사	1	0	1
인터랙티브	5	0	5
전사	1	0	1
관리	4	0	4
합계	38	2	40

광고업의 외국인 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 형태별로 살펴보면 정규직은 38명이고 비정규직은 2명이다. 직종별로 살펴보면 AE 14명, 디자이너 6명, 인터랙티브 5명, CW 4명, 관리 4명, PR 3명, 매체 2명, 마케팅조사 1명, 전사 1명이었다.

2.3. 일반 광고회사

2.3.1. 전체 고용현황

표 2-3-1 >> 전체 종사자 현황(일반)

구 분	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	24,963	88.5
비정규직	3,255	11.5
합계	28,218	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 살펴보면, 전체 고용자는 28,218명이고, 정규직은 24,963명 88.5%, 비정규직은 3,255명 11.5%로 나타났다.

표 2-3-2 >> 고용형태별 종사자 현황(일반)

		정규직		비정규직		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	6,874	27.5	970	29.8	7,843	27.8
	회사법인	17,356	69.5	1,916	58.9	19,272	68.3
	회사 외 법인	17	0.1	5	0.2	22	0.1
업종재분류	광고(종합)대행+그외	8,409	33.7	1,053	32.4	9,462	33.5
	광고제작+그외	1,411	5.7	814	25.0	2,225	7.9
	광고(종합)대행+광고제작	2,254	9.0	279	8.6	2,533	9.0
	그 외	12,889	51.6	1,109	34.1	13,998	49.6
가치사슬*	인프라	9,817	39.3	1,149	35.3	10,966	38.9
	생산	11,164	44.7	1,952	60.0	13,116	46.5
	유통	10,666	42.7	1,332	40.9	11,998	42.5
	서비스	3,358	13.5	538	16.5	3,896	13.8
전체		24,963	100.0	3,255	100.0	28,218	100.0

※ 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

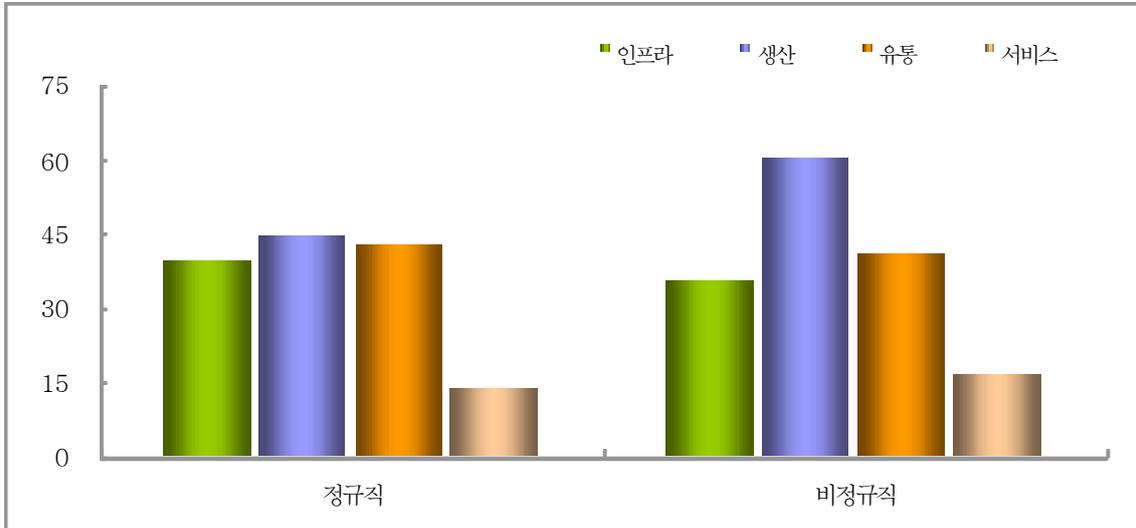
종사자를 기업형태별로 살펴보면, 개인사업체 7,843명 27.8%, 회사법인 19,272명 68.3%, 회사 외 법인 22명 0.1%가 분포되어 있다.

업종재분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 9,462명 33.5%, 광고제작+그외 2,225명 7.9%, 광고(종합)대행+광고제작 2,533명 9.0%, 그 외 13,998명 49.6%로 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 생산 종사자가 13,116명 46.5%, 유통 11,998명 42.5%, 인프라

10,966명 38.9%, 서비스 3,896명 13.8%로 생산 종사자가 가장 많은 것으로 나타났다.

그림 2-3-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(일반)



정규직은 인프라 9,817명 39.3%, 생산 11,164명 44.7%, 유통 10,666명 42.7%, 서비스 3,358명 13.5%였고, 비정규직은 인프라 1,149명 35.3%, 생산 1,952명 60.0%, 유통 1,332명 40.9%, 서비스 538명 16.5%로 나타났다.

표 2-3-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황(일반)

		정규직		비정규직		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
지역	서울	18,444	73.9	2,366	72.7	20,811	73.8
	부산	987	4.0	192	5.9	1,179	4.2
	대구	1,107	4.4	171	5.3	1,278	4.5
	인천	177	0.7	59	1.8	236	0.8
	광주	813	3.3	61	1.9	874	3.1
	대전	888	3.6	57	1.7	944	3.3
	울산	11	0.0	6	0.2	17	0.1
	경기도	1,309	5.2	182	5.6	1,491	5.3
	강원도	353	1.4	51	1.6	404	1.4
	충청북도	93	0.4	7	0.2	100	0.4
	충청남도	15	0.1	0	0.0	15	0.1
	전라북도	112	0.4	37	1.1	149	0.5
	전라남도	273	1.1	6	0.2	279	1.0
	경상북도	99	0.4	21	0.6	120	0.4
	경상남도	126	0.5	36	1.1	162	0.6
	제주도	156	0.6	3	0.1	159	0.6
	전체		24,963	100.0	3,255	100.0	28,218

종사자를 지역별로 살펴보면, 서울이 18,444명 73.9%로 가장 높게 나타났고, 경기도 1,309명 5.2%, 대구 1,107명 4.4%의 순으로 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	15,138	88.7	9,825	88.1	24,963	88.5
비정규직	1,923	11.3	1,332	11.9	3,255	11.5
합계	17,061	100.0	11,157	100.0	28,218	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 성별로 살펴보면, 남자는 17,061명이고, 여자는 11,157명으로 나타났다. 성별로 나누어 정규직과 비정규직의 비율을 살펴보면, 남자 종사자의 정규직은 15,138명 88.7%, 비정규직은 1,923명 11.3%, 여자 종사자의 정규직은 9,825명 88.1%, 비정규직은 1,332명 11.9%로 남자 종사자와 여자 종사자간의 정규직과 비정규직 비율이 비슷한 것으로 나타났다.

그림 2-3-2 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(일반)

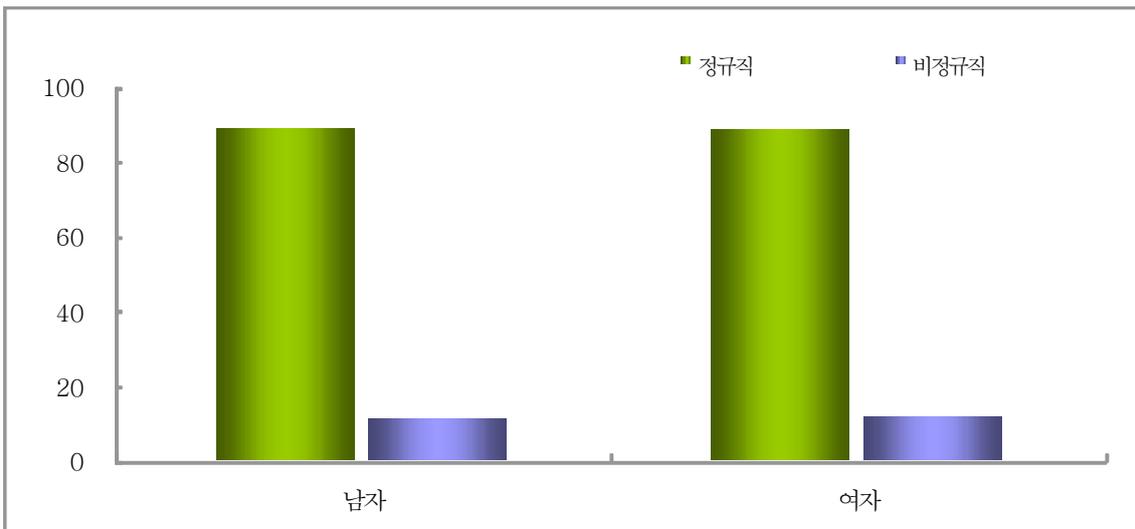


표 2-3-5 >> 성별 종사자 현황(일반)

		남자		여자		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	4,656	27.3	3,187	28.6	7,843	27.8
	회사법인	11,717	68.7	7,555	67.7	19,272	68.3
	회사 외 법인	5	0.0	17	0.2	22	0.1
업종재분류	광고(종합)대행+그외	5,731	33.6	3,731	33.4	9,462	33.5
	광고제작+그외	1,489	8.7	736	6.6	2,225	7.9
	광고(종합)대행+광고제작	1,665	9.8	868	7.8	2,533	9.0
	그 외	8,176	47.9	5,822	52.2	13,998	49.6
가치사슬*	인프라	6,688	39.2	4,279	38.4	10,966	38.9
	생산	8,174	47.9	4,941	44.3	13,116	46.5
	유통	7,399	43.4	4,599	41.2	11,998	42.5
	서비스	2,095	12.3	1,801	16.1	3,896	13.8
전체		17,061	100.0	11,157	100.0	28,218	100.0

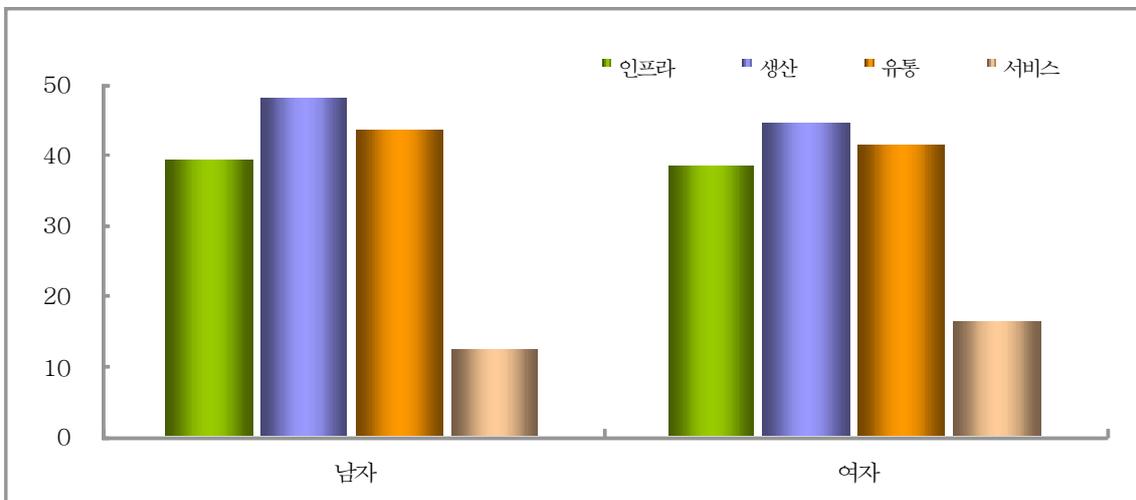
* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

기업형태로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 개인사업체는 남자 4,656명, 여자 3,187명, 회사법인은 남자 11,717명, 여자 7,555명, 회사 외 법인은 남자 5명, 여자 17명이었다.

업종재분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 남자 5,731명, 여자 3,731명, 광고제작 + 그외 업종은 남자 1,489명, 여자 736명, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 남자 1,665명, 여자 868명, 그 외 업종은 남자 8,176명, 여자 5,822명으로 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 인프라는 남자 6,688명, 여자 4,279명, 생산은 남자 8,174명, 여자 4,941명, 유통은 남자 7,399명, 여자 4,599명, 서비스는 남자 2,095명, 여자 1,801명으로 나타났다.

그림 2-3-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(일반)



성별로 구분하여 종사자 업종을 살펴보면, 남자는 생산 8,174명 47.9%, 유통 7,399명 43.4%, 인프라 6,688명 39.2%, 서비스 2,095명 12.3%의 순으로 나타났고, 여자는 생산 4,941명 44.3%, 유통 4,599명 41.2%, 인프라 4,279명 38.4%, 서비스 1,801명 16.1%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	18,444	73.9	2,366	72.7	20,811	73.8
	부산	987	4.0	192	5.9	1,179	4.2
	대구	1,107	4.4	171	5.3	1,278	4.5
	인천	177	0.7	59	1.8	236	0.8
	광주	813	3.3	61	1.9	874	3.1
	대전	888	3.6	57	1.7	944	3.3
	울산	11	0.0	6	0.2	17	0.1
	경기도	1,309	5.2	182	5.6	1,491	5.3
	강원도	353	1.4	51	1.6	404	1.4
	충청북도	93	0.4	7	0.2	100	0.4
	충청남도	15	0.1	0	0.0	15	0.1
	전라북도	112	0.4	37	1.1	149	0.5
	전라남도	273	1.1	6	0.2	279	1.0
	경상북도	99	0.4	21	0.6	120	0.4
	경상남도	126	0.5	36	1.1	162	0.6
	제주도	156	0.6	3	0.1	159	0.6
	전체		24,963	100.0	3,255	100.0	28,218

서울의 남자 종사자는 18,444명, 전체의 88.6%, 여자 종사자수는 2,366명, 전체의 11.4%로 서울 남성 종사자의 비율이 훨씬 높았다.

2.3.3. 연령별 종사자 현황

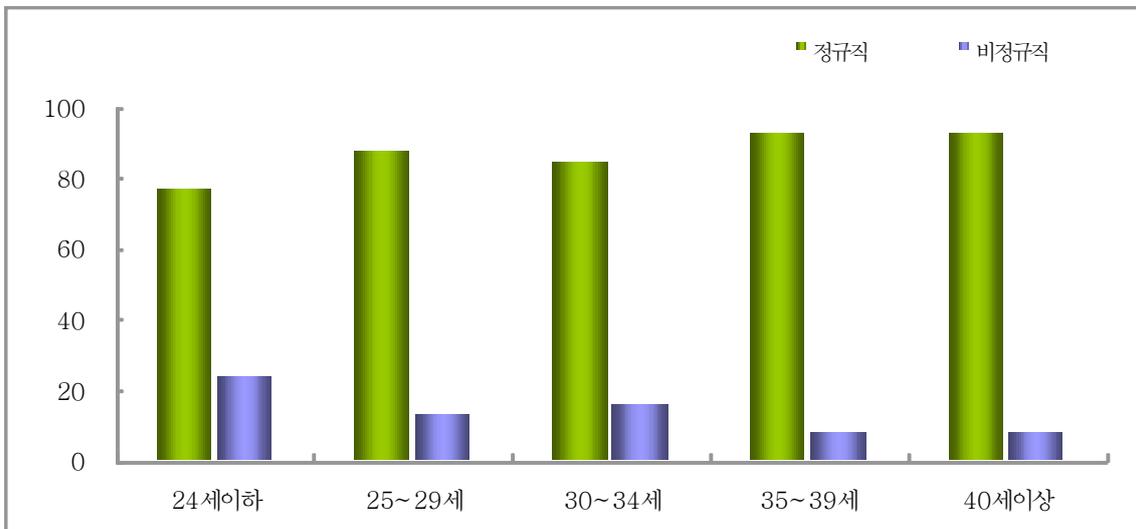
표 2-3-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반)

	24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)										
정규직	740	76.3	5,231	87.1	6,236	84.0	5,169	92.2	7,587	92.4	24,963	88.5
비정규직	230	23.7	777	12.9	1,184	16.0	436	7.8	628	7.6	3,255	11.5
합계	970	100.0	6,008	100.0	7,420	100.0	5,605	100.0	8,215	100.0	28,218	100.0

전체 광고업체 중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 연령별로 살펴보면, 40세이상 8,215명, 30~34세 7,420명, 25~29세 6,008명, 35~39세 5,605명, 24세이하 970명의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 연령별 비율을 살펴보면, 정규직은 40세이상 7,587명, 30~34세 6,236명, 25~29세 5,231명, 35~39세 5,169명, 24세이하 740명, 비정규직은 30~34세 1,184명, 25~29세 777명, 40세이상 628명, 35~39세 436명, 24세이하 230명의 순으로 나타났다.

그림 2-3-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반)



연령을 기준으로 하여 살펴보면, 24세 이하는 정규직이 740명 76.3%, 비정규직이 230명 23.7%, 25~29세는 정규직이 5,231명 87.1%, 비정규직이 777명 12.9%, 30~34세는 정규직이 6,236명 84.0%, 비정규직이 1,184명 16.0%, 35~39세는 정규직이 5,169명 92.2%, 비정규직이 436명 7.8%, 40세 이상은 정규직이 7,587명 92.4%, 비정규직이 628명 7.6%로 나타났다.

표 2-3-8 >> 연령별 종사자 현황(일반)

		24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
		종사자 수(명)	구성비 (%)										
기업형태	개인사업체	159	16.4	1,128	18.8	1,481	20.0	1,422	25.4	3,654	44.5	7,843	27.8
	회사법인	681	70.2	4,664	77.6	5,683	76.6	3,950	70.5	4,294	52.3	19,272	68.3
	회사 외 법인	0	0.0	7	0.1	7	0.1	8	0.1	0	0.0	22	0.1
업종재분 류	광고(종합)대행+그외	370	38.1	1,976	32.9	2,299	31.0	2,066	36.9	2,751	33.5	9,462	33.5
	광고제작+그외	39	4.0	330	5.5	962	13.0	315	5.6	579	7.0	2,225	7.9
	광고(종합)대행+광고 제작	123	12.7	513	8.5	707	9.5	497	8.9	694	8.4	2,533	9.0
	그 외	439	45.3	3,188	53.1	3,452	46.5	2,727	48.7	4,191	51.0	13,998	49.6
가치사슬*	인프라	281	29.0	2,097	34.9	2,601	35.1	2,174	38.8	3,814	46.4	10,966	38.9
	생산	388	40.0	2,471	41.1	3,612	48.7	2,575	45.9	4,070	49.5	13,116	46.5
	유통	493	50.8	2,489	41.4	3,006	40.5	2,563	45.7	3,447	42.0	11,998	42.5
	서비스	198	20.4	951	15.8	1,120	15.1	924	16.5	703	8.6	3,896	13.8
전체		970	100.0	6,008	100.0	7,420	100.0	5,605	100.0	8,215	100.0	28,218	100.0

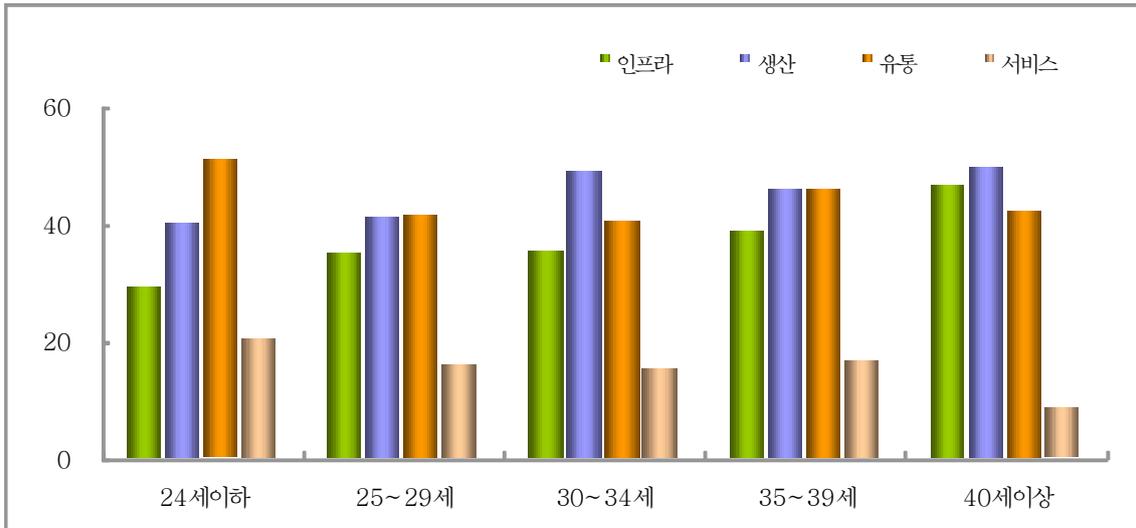
※ 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 개인사업체는 24세이하 159명, 25~29세 1,128명, 30~34세 1,481명, 35~39세 1,422명, 40세이상 3,654명으로 나타났고, 회사법인은 24세이하 681명, 25~29세 4,664명, 30~34세 5,683명, 35~39세 3,950명, 40세이상 4,294명으로 나타났고, 회사 외 법인은 25~29세 7명, 30~34세 7명, 35~39세 8명으로 나타났다.

업종재분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 24세이하 370명, 25~29세 1,976명, 30~34세 2,299명, 35~39세 2,066명, 40세이상 2,751명, 광고제작+그외 업종은 24세이하 39명, 25~29세 330명, 30~34세 962명, 35~39세 315명, 40세이상 579명, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 24세이하 123명, 25~29세 513명, 30~34세 707명, 35~39세 497명, 40세이상 694명, 그 외 업종은 24세이하 439명, 25~29세 3,188명, 30~34세 3,452명, 35~39세 2,727명, 40세이상 4,191명이었다.

가치사슬 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 인프라는 24세이하 281명, 25~29세 2,097명, 30~34세 2,601명, 35~39세 2,174명, 40세이상 3,814명, 생산은 24세이하 388명, 25~29세 2,471명, 30~34세 3,612명, 35~39세 2,575명, 40세이상 4,070명, 유통은 24세이하 493명, 25~29세 2,489명, 30~34세 3,006명, 35~39세 2,563명, 40세이상 3,447명, 서비스는 24세이하 198명, 25~29세 951명, 30~34세 1,120명, 35~39세 924명, 40세이상 703명으로 나타났다.

그림 2-3-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(일반)



연령별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 24세 이하는 유통 493명 50.8%, 생산 388명 40.0%, 인프라 281명 29.0%, 서비스 198명 20.4%의 순으로 나타났고, 25~29세는 유통 2,489명 41.4%, 생산 2,471명 41.1%, 인프라 2,097명 34.9%, 서비스 951명 15.8%의 순으로 높게 나타났고, 30~34세는 생산 3,612명 48.7%, 유통 3,006명 40.5%, 인프라 2,601명 35.1%, 서비스 1,120명 15.1%의 순으로 나타났고, 35~39세는 생산 2,575명 45.9%, 유통 2,563명 45.7%, 인프라 2,174명 38.8%, 서비스 924명 16.5%의 순으로 나타났고, 40세 이상은 생산 4,070명 49.5%, 인프라 3,814명 46.4%, 유통 3,447명 42.0%, 서비스 703명 8.6%의 순으로 높게 나타났다.

표 2-3-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(일반)

		24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
		종사자 수(명)	구성비 (%)										
지역	서울	782	80.6	4,995	83.1	5,972	80.5	4,131	73.7	4,932	60.0	20,811	73.8
	부산	15	1.5	200	3.3	358	4.8	270	4.8	336	4.1	1,179	4.2
	대구	53	5.5	184	3.1	261	3.5	249	4.4	531	6.5	1,278	4.5
	인천	7	0.8	28	0.5	26	0.4	22	0.4	152	1.9	236	0.8
	광주	16	1.6	125	2.1	131	1.8	131	2.3	472	5.7	874	3.1
	대전	18	1.8	86	1.4	104	1.4	208	3.7	529	6.4	944	3.3
	울산	2	0.2	2	0.0	3	0.0	3	0.1	6	0.1	17	0.1
	경기도	25	2.6	180	3.0	306	4.1	337	6.0	643	7.8	1,491	5.3
	강원도	14	1.4	63	1.0	66	0.9	74	1.3	187	2.3	404	1.4
	충청북도	5	0.5	10	0.2	10	0.2	27	0.5	48	0.6	100	0.4
	충청남도	0	0.0	0	0.0	12	0.2	0	0.0	3	0.0	15	0.1
	전라북도	11	1.2	25	0.4	43	0.6	27	0.5	43	0.5	149	0.5
	전라남도	6	0.6	38	0.6	44	0.6	23	0.4	168	2.0	279	1.0
	경상북도	5	0.5	13	0.2	6	0.1	31	0.6	64	0.8	120	0.4
	경상남도	10	1.1	27	0.5	44	0.6	20	0.4	60	0.7	162	0.6
	제주도	1	0.1	32	0.5	34	0.5	52	0.9	41	0.5	159	0.6
전체		970	100.0	6,008	100.0	7,420	100.0	5,605	100.0	8,215	100.0	28,218	100.0

가장 많은 부분을 차지하는 40세이상의 지역별 비율을 살펴보면, 40세이상은 서울 4,932명 60.0%, 경기도 643명 7.8%, 대구 531명 6.5%, 대전 529명 6.4% 부산 336명 4.1%의 순으로 나타났다.

2.3.4. 학력별 종사자 현황

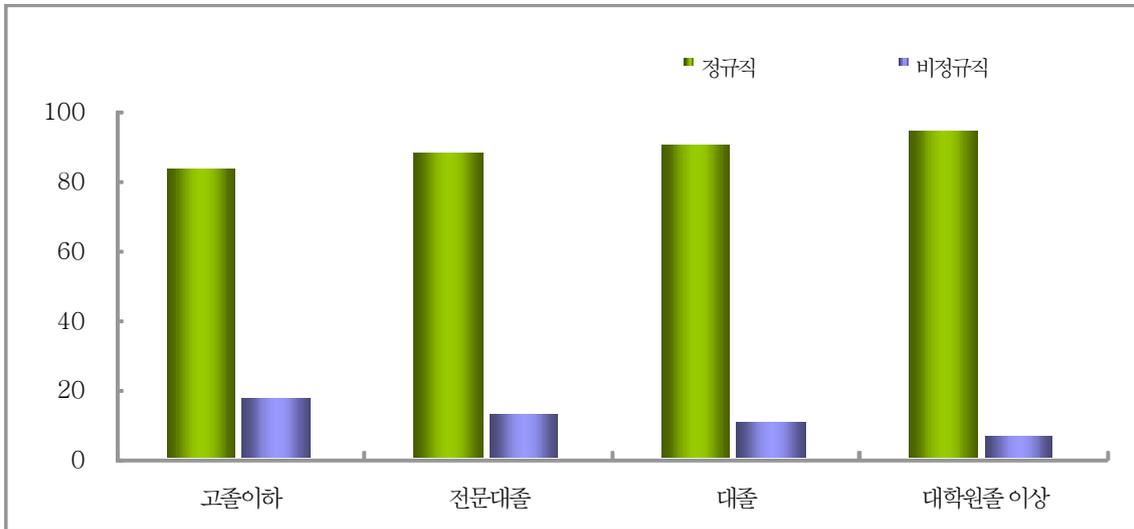
표 2-3-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반)

	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸 이상		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)								
정규직	3,735	83.1	4,570	87.2	15,696	89.9	961	93.8	24,963	88.5
비정규직	760	16.9	669	12.8	1,762	10.1	63	6.2	3,255	11.5
합계	4,495	100.0	5,239	100.0	17,458	100.0	1,024	100.0	28,218	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 학력별로 살펴보면, 대졸은 17,458명, 전문대졸 5,239명, 고졸이하 4,495명, 대학원졸 이상 1024명의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 학력별 비율을 살펴보면, 정규직은 대졸 17,458명, 대학원졸 이상 1,024명, 전문대졸 5,239명, 고졸이하 4,495명, 비정규직은 대졸 1,762명, 고졸이하 760명, 전문대졸 669명, 대학원졸 이상 63명의 순으로 나타났다.

그림 2-3-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반)



학력을 기준으로 하여 고용형태 비율을 살펴보면, 고졸이하는 정규직 3,735명 83.1%, 비정규직 760명 16.9%로 나타났고, 전문대졸은 정규직 4,570명 87.2%, 비정규직 669명 12.8%로 나타났고, 대졸은 정규직 15,696명 89.9%, 비정규직 1,762명 10.1%로 나타났고, 대학원졸 이상은 정규직 961명 93.8%, 비정규직 63명 6.2%로 나타났다.

표 2-3-11 >> 학력별 종사자 현황(일반)

		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸 이상		합계	
		종사자 수(명)	구성비 (%)								
기업형태	개인사업체	2,769	61.6	1,644	31.4	3,286	18.8	144	14.1	7,843	27.8
	회사법인	1,428	31.8	3,389	64.7	13,685	78.4	771	75.3	19,272	68.3
	회사 외 법인	0	0.0	2	0.0	7	0.0	13	1.2	22	0.1
업종재분류	광고(종합)대행+그외	1,050	23.4	1,154	22.0	6,788	38.9	469	45.8	9,462	33.5
	광고제작+그외	326	7.3	287	5.5	1,560	8.9	52	5.1	2,225	7.9
	광고(종합)대행+광고제작	220	4.9	380	7.3	1,785	10.2	149	14.6	2,533	9.0
	그 외	2,900	64.5	3,418	65.2	7,325	42.0	355	34.7	13,998	49.6
가치사슬*	인프라	2,559	56.9	2,741	52.3	5,369	30.8	296	28.9	10,966	38.9
	생산	2,517	56.0	2,925	55.8	7,272	41.7	401	39.2	13,116	46.5
	유통	1,273	28.3	1,534	29.3	8,573	49.1	618	60.4	11,998	42.5
	서비스	344	7.7	519	9.9	2,778	15.9	256	25.0	3,896	13.8
전체		4,495	100.0	5,239	100.0	17,458	100.0	1,024	100.0	28,218	100.0

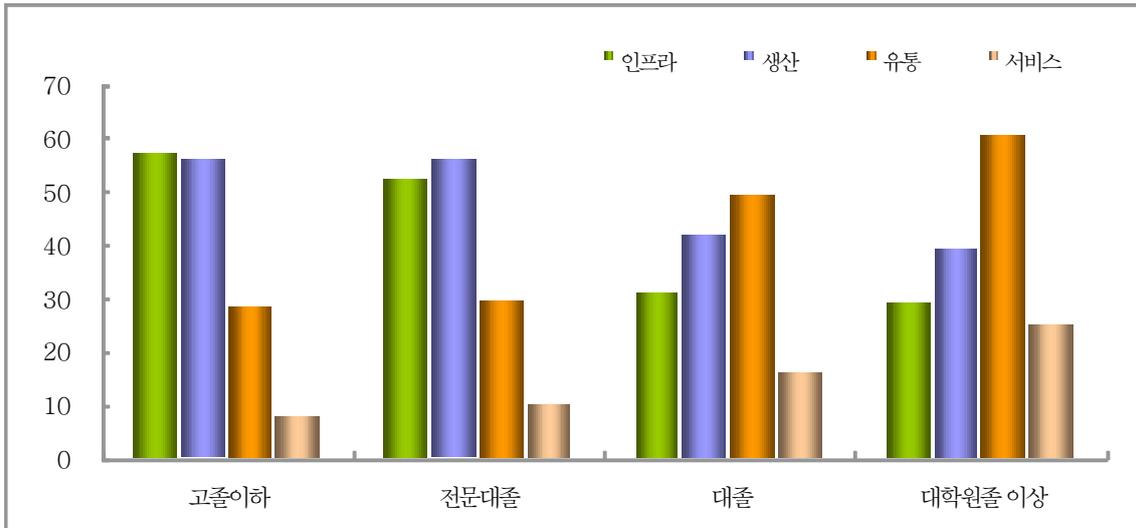
※ 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

기업형태별로 살펴보면, 개인사업체는 고졸이하 2,769명, 전문대졸 1,644명, 대졸 3,286명, 대학원졸 이상 144명, 회사법인은 고졸이하 1,428명, 전문대졸 3,389명, 대졸 13,685명, 대학원졸 이상 771명, 회사 외 법인은 전문대졸 2명, 대졸 7명, 대학원졸 이상 13명으로 나타났다.

업종재분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 고졸이하 1,050명, 전문대졸 1,154명, 대졸 6,788명, 대학원졸 이상 469명, 광고제작+그외 업종은 고졸이하 326명, 전문대졸 287명, 대졸 1,560명, 대학원졸 이상 52명, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 고졸이하 220명, 전문대졸 380명, 대졸 1,785명, 대학원졸 이상 149명, 그 외 업종은 고졸이하 2,900명, 전문대졸 3,418명, 대졸 7,325명, 대학원졸 이상 355명으로 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 인프라는 고졸이하 2,559명, 전문대졸 2,741명, 대졸 5,369명, 대학원졸 이상 296명, 생산은 고졸이하 2,517명, 전문대졸 2,925명, 대졸 7,272명, 대학원졸 이상 401명, 유통은 고졸이하 1,273명, 전문대졸 1,534명, 대졸 8,573명, 대학원졸 이상 618명, 서비스는 고졸이하 344명, 전문대졸 519명, 대졸 2,778명, 대학원졸 이상 256명으로 나타났다.

그림 2-3-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(일반)



학력을 기준으로 하여 종사자 업종 분포를 보면, 고졸이하의 인프라 2,559명 56.9%, 생산 2,517명 56.0%, 유통 1,273명 28.3%, 서비스 344명 7.7%로 나타났고, 전문대졸은 인프라 2,741명 52.3%, 생산 2,925명 55.8%, 유통 1,534명 29.3%, 서비스 519명 9.9%로 나타났고, 대졸은 인프라 5,369명 30.8%, 생산 7,272명 41.7%, 유통 8,573명 49.1%, 서비스 2,778명 15.9%로 나타났고, 대학원졸 이상은 인프라 296명 28.9%, 생산 401명 39.2%, 유통 618명 60.4%, 서비스 256명 25.0%로 나타났다.

표 2-3-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(일반)

	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸 이상		합계		
	종사자수 (명)	구성비 (%)									
지역	서울	1,746	38.9	3,649	69.6	14,528	83.2	889	86.7	20,811	73.8
	부산	247	5.5	293	5.6	619	3.5	20	2.0	1,179	4.2
	대구	318	7.1	578	11.0	358	2.1	24	2.3	1,278	4.5
	인천	93	2.1	29	0.6	110	0.6	3	0.3	236	0.8
	광주	526	11.7	63	1.2	273	1.6	12	1.1	874	3.1
	대전	515	11.4	122	2.3	291	1.7	16	1.6	944	3.3
	울산	4	0.1	3	0.1	8	0.0	1	0.1	17	0.1
	경기도	454	10.1	214	4.1	787	4.5	35	3.5	1,491	5.3
	강원도	157	3.5	106	2.0	129	0.7	11	1.1	404	1.4
	충청북도	17	0.4	8	0.2	70	0.4	5	0.4	100	0.4
	충청남도	3	0.1	0	0.0	12	0.1	0	0.0	15	0.1
	전라북도	88	1.9	24	0.5	35	0.2	3	0.3	149	0.5
	전라남도	194	4.3	40	0.8	45	0.3	0	0.0	279	1.0
	경상북도	56	1.2	31	0.6	32	0.2	1	0.1	120	0.4
	경상남도	59	1.3	60	1.1	40	0.2	3	0.3	162	0.6
	제주도	18	0.4	19	0.4	121	0.7	1	0.1	159	0.6
	전체	4,495	100.0	5,239	100.0	17,458	100.0	1,024	100.0	28,218	100.0

서울 지역의 대졸 14,528명 69.8%, 대학원졸 이상 889명 4.3%으로 고학력 종사자 비율이 고졸이하 1,746명 8.4%, 전문대졸 3,649명 17.5%에 비해 더 높게 나타났다.

2.3.5. 직급별 종사자 현황

표 2-3-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황(일반)

	임원		국장/부장/실장		차장/과장/대리		사원		전체	
	종사자수 (명)	구성비 (%)								
AE	2,375	40.0	344	7.4	493	9.3	568	4.6	3,780	13.4
디자이너	464	7.8	975	20.8	2,232	41.8	2,573	20.9	6,244	22.1
CW	71	1.2	92	2.0	217	4.1	121	1.0	501	1.8
PD	97	1.6	159	3.4	218	4.1	240	2.0	714	2.5
매체	97	1.6	125	2.7	606	11.4	435	3.5	1,262	4.5
SP	130	2.2	203	4.3	291	5.5	264	2.1	888	3.1
PR	72	1.2	243	5.2	625	11.8	768	6.3	1,707	6.0
마케팅조사	73	1.2	255	5.4	308	5.8	390	3.2	1,027	3.6
인터랙티브	18	0.3	12	0.3	161	3.0	55	0.4	245	0.9
전사	92	1.5	118	2.5	168	3.2	99	0.8	477	1.7
관리	2,449	41.4	2,153	46.0	0	0.0	6,769	55.2	11,373	40.4
합계	5,938	100.0	4,679	100.0	5,318	100.0	12,282	100.0	28,218	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행을 제외한 일반업체를 구분하여 직종별로 살펴보면, 관리가 11,371명 40.4%로 가장 높게 나타났고, 디자이너 6,244명 22.1%, AE 3,780명 13.4%, PR 1,707명 6.0%, 매체 1,262명 4.5%등의 순으로 나타났다.

직종별로 구체적으로 살펴보면, 관리는 임원 2,449명, 국장/부장/실장 2,153명, 사원 6,769명이었고, 디자이너는 임원 464명, 국장/부장/실장 975명, 차장/과장/대리 2,232명, 사원 2,573명이었고, AE는 임원 2,375명, 국장/부장/실장 344명, 차장/과장/대리 493명, 사원 568명으로 나타났다.

전체 광고업체중에서 100대 광고대행을 제외한 일반업체를 구분하여 살펴보면, 사원이 12,282명으로 가장 높게 나타났고, 임원이 5,938명, 차장/과장/대리는 5,318명, 국장/부장/실장은 4,679명의 순으로 나타났다. 직급별로 구체적으로 살펴보면, 임원은 관리 2,449명 41.4%, AE 2,375명 40.0%, 국장/부장/실장은 관리 2,153명 46.0%, 디자이너 975명 20.8%, AE 344명 7.4%, 차장/과장/대리는 디자이너 2,232명 41.8%, PR 625명 11.8%, 사원은 관리 6,769명 55.2%, 디자이너 2,573명 20.9%의 순으로 나타났다.

2.3.6. 온라인/모바일 분야 종사자 현황(일반)

표 2-3-13-1 >> 온라인/모바일 분야 성별 종사자 현황(일반)

	남자		여자		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
온라인 모바일 종사자	1,754	10.3	960	8.6	2,744	9.7
종사자	17,061	100	11,157	100	28,218	100

광고업 종사자 중 온라인/모바일 분야 종사자 현황을 성별로 살펴보면, 전체 2,744명으로 일반 광고업체 종사자의 9.7% 정도를 점하고 있는 것으로 나타났다. 온라인 모바일 종사자 중 남자는 1,754명으로, 남성 일반광고업체 종사자 중 10.3%를 차지하고 있으며, 여자는 960명으로 여성광고업 종사자의 8.6%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

2.3.7. 외국인 종사자 현황

표 2-3-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(일반)

	정규직 (명)	비정규직 (명)	합계 (명)
AE	5	0	5
디자이너	18	2	20
CW	0	1	1
PD	0	0	0
매체	2	0	2
SP	0	0	0
PR	13	0	13
마케팅조사	3	0	3
인터랙티브	1	0	1
전사	0	0	0
관리	42	18	60
합계	84	21	105

광고업의 외국인 종사자를 100대 광고대행을 제외한 일반업체로 구분하여 형태별로 살펴보면 정규직은 84명이고 비정규직은 21명이다. 직종별로 살펴보면 관리 60명, 디자이너 20명, PR 13명, AE 5명, 마케팅조사 3명, 매체 2명, CW 1명, 인터랙티브 1명의 순으로 나타났다.

3. 취급액과 종사자

3.1. 사업체 정보

표 3-1-1 >> 사업체정보별 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급 액 (백만원)
기업형태	개인사업체	2,864	63.2	684,322	7.4	239
	회사법인	1,516	33.5	7,945,115	86.5	5,241
	회사의 법인	2	0.0	1,045	0.0	523
본사유무	단독사업체	4,251	93.8	6,660,579	72.5	1,567
	공장, 지사, 영업소	57	1.3	79,787	0.9	1,400
	본사, 본점, 본부	62	1.4	1,579,940	17.2	25,483
벤처기업 지정여부	대상	142	3.1	189,756	2.1	1,336
	비대상	4,162	91.8	8,240,104	89.7	1,980
설립연도	1979년 이전	86	1.9	1,020,644	11.1	11,868
	1980 ~ 1989년	362	8.0	892,809	9.7	2,466
	1990 ~ 1994년	508	11.2	997,757	10.9	1,964
	1995 ~ 1999년	867	19.1	1,338,967	14.6	1,544
	2000 ~ 2004년	1,463	32.3	2,233,481	24.3	1,527
	2005년	270	6.0	696,921	7.6	2,581
	2006년	160	3.5	112,899	1.2	706
	2007년	186	4.1	213,309	2.3	1,147
	2008년	157	3.5	85,063	0.9	542
	2009년	121	2.7	34,113	0.4	282
전체		4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

통계표 작성을 위한 구분변수로 기업형태(개인사업체, 회사법인, 회사 외 법인), 본사유무(단독사업체, 공장·지사·영업소, 본사·본점·본부), 벤처지정여부(대상, 비대상), 설립연도(1979년 이전, 1980~1989년, 1990~1994년, 1995~1999년, 2000~2004년, 2005년, 2006년, 2007년, 2008년, 2009년)을 사용하였다.

기업형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 개인사업체가 2,864개 63.2%로 가장 많은 비중을 차지하고, 회사법인 1,516개 33.5%, 회사 외 법인 2개 0.0% 순서이며, 반면 종사자수는 회사법인이 23,826명 71.1%로 가장 많고, 개인사업체 8,042명 24.0%, 회사 외 법인 22명 0.1% 순서이다.

종사자수 구성비와 마찬가지로 취급액도 회사법인 7조 9,451억원 86.5%, 개인사업체 6,843억원 7.4%, 회사의법인 10억원 0.0% 순서이다. 사업체당 취급액은 회사법인이 52.4억원으로 전체 사업체당 취급액 20.3억원보다 많고, 종사자당 취급액은 회사법인이 3.3억으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 회사법인이 16명으로 가장 많고, 회사 외 법인이 11명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

표 3-1-2 >> 사업체정보별 종사자

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
기업형태	개인사업체	8,042	24.0	3	85	11
	회사법인	23,826	71.1	16	333	9
	회사의 법인	22	0.1	11	48	10
본사유무	단독사업체	28,599	85.3	7	233	10
	공장, 지사, 영업소	783	2.3	14	102	10
	본사, 본점, 본부	2,266	6.8	37	697	8
벤처기업 지정여부	대상	1,072	3.2	8	177	11
	비대상	30,098	89.8	7	274	10
설립연도	1979년 이전	1,505	4.5	18	678	38
	1980 ~ 1989년	2,846	8.5	8	314	24
	1990 ~ 1994년	3,720	11.1	7	268	17
	1995 ~ 1999년	5,600	16.7	6	239	12
	2000 ~ 2004년	11,218	33.5	8	199	7
	2005년	1,770	5.3	7	394	4
	2006년	838	2.5	5	135	3
	2007년	1,306	3.9	7	163	2
	2008년	745	2.2	5	114	1
	2009년	602	1.8	5	57	0
전체		33,509	100.0	7	274	10

설립연도별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 2000~2004년에 설립된 사업체가 1,463개 32.3%로 가장 많고, 1995~1999년 867개 19.1%, 1990~1994년 508개 11.2% 순으로, 대체로 1995~2004년인 사업체가 높은 비율을 차지했다.

종사자수는 2000~2004년 설립업체 종사자수가 11,218명 33.5%, 1995~1999년 설립업체 5,600명 16.7% 순으로 많이 나타났다.

취급액은 2000~2004년 설립 사업체가 2조 2,335억원 24.3%로 가장 많은 비중을 차지하고, 1995~1999년 설립 사업체가 1조 3,390억원 14.6%의 순서로 나타났다. 그러나 사업체당 취급액은 1979년 이전 설립 사업체가 118.7억원으로 가장 많고, 2005년 설립 사업체 25.8억원 순으로 나타났고, 종사자당 취급액은 1979년 이전 설립 사업체가 6.8억원으로 가장 많았고, 2005년 설립 사업체가 3.9억원, 1980~1989년 설립 사업체가 3.1억원의 순이었다.

사업체당 종사자수는 1979년 이전 설립 사업체가 18명으로 가장 많았고, 1980~1989년 설립 사업체와 2000~2004년 설립 사업체가 8명으로 전체 사업체당 평균 종사자수보다 높게 나타났다.

그림 3-1-1 >> 기업형태별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

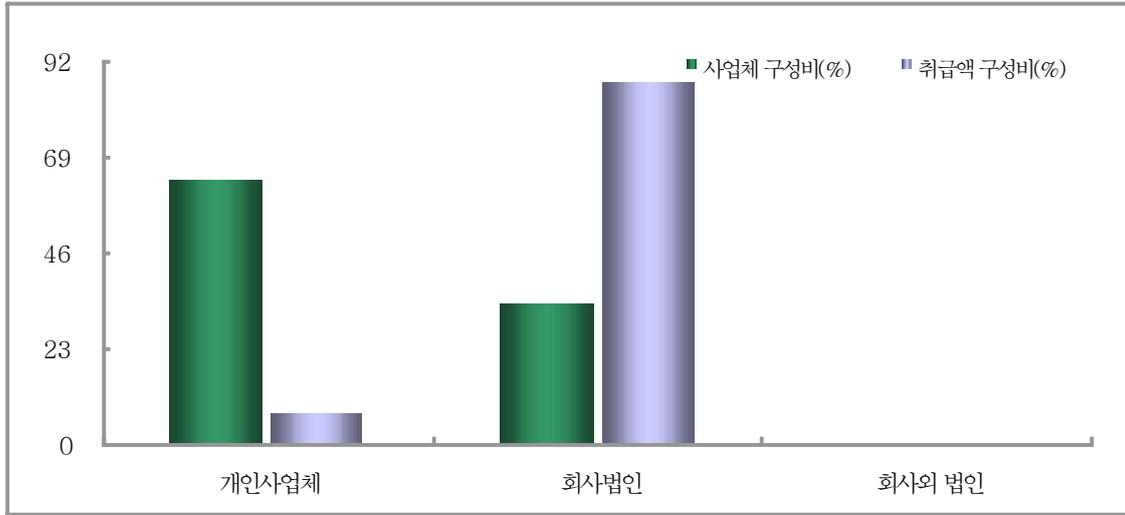
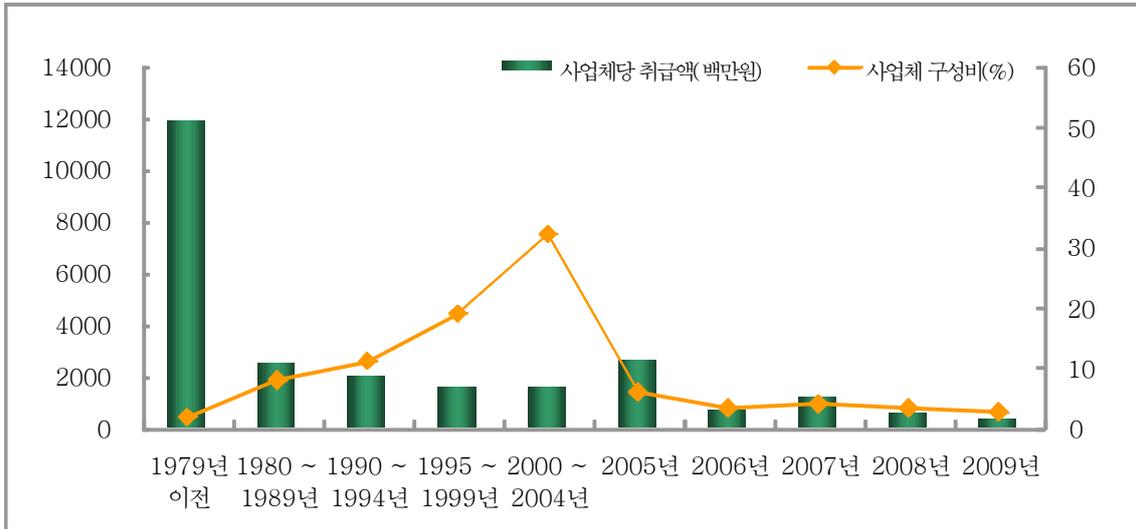


그림 3-1-2 >> 설립연도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



3.2. 지역

표 3-2-1 >> 지역별 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
지역	서울	2,025	44.6	8,613,806	93.5	4,254
	부산	286	6.3	89,277	1.0	312
	대구	451	10.0	161,322	1.8	358
	광주	398	8.8	21,346	0.2	54
	대전	379	8.4	52,895	0.6	140
	인천	65	1.4	15,038	0.2	231
	울산	7	0.2	2,812	0.0	402
	경기도	362	8.0	144,667	1.6	400
	강원도	178	3.9	23,159	0.3	130
	충청남도	7	0.2	4,964	0.1	709
	충청북도	36	0.8	8,607	0.1	239
	경상남도	64	1.4	16,231	0.2	254
	경상북도	47	1.0	6,361	0.1	135
	전라남도	128	2.8	7,305	0.1	57
	전라북도	51	1.1	11,681	0.1	229
	제주도	48	1.1	7,407	0.1	154
전체		4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

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

지역별로 살펴보면, 사업체수는 서울이 2,025개 44.6%로 가장 많은 비중을 차지하고, 대구 451개 10.0%, 광주 398개 8.8%, 대전 379개 8.4%, 경기도 362개 8.0%의 순서이며, 종사자수도 서울이 25,917명 77.4%로 가장 많고, 경기도 1,491명 4.4%, 대구 1,337명 4.0%, 부산 1,207명 3.6%, 대전 977명 2.9%의 순서이다.

취급액 역시 서울이 8조 6,138억원 93.5%로 가장 많고, 대구 1,613억원 1.8%, 경기도 1,447억 원 1.6% 순서이다.

표 3-2-2 >> 지역별 종사자

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
지역	서울	25,916	77.4	13	332	10
	부산	1,207	3.6	4	74	10
	대구	1,337	4.0	3	121	13
	광주	904	2.7	2	24	10
	대전	977	2.9	3	54	12
	인천	236	0.7	4	64	9
	울산	20	0.1	3	141	4
	경기도	1,491	4.4	4	97	10
	강원도	404	1.2	2	57	9
	충청남도	15	0.0	2	331	5
	충청북도	100	0.3	3	86	8
	경상남도	184	0.5	3	88	9
	경상북도	120	0.4	3	53	11
	전라남도	281	0.8	2	26	12
	전라북도	158	0.5	3	74	9
	제주도	159	0.5	3	47	10
	전체	33,509	100.0	7	274	10

사업체당 취급액은 서울 지역이 42.5억원으로 전체 사업체당 취급액 20.3억원보다 많고, 충청남도 7.1억원, 울산, 경기도가 4억원의 순으로 나타났고, 종사자당 취급액은 서울, 충청남도가 3.3억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많고, 울산 1.4억원, 대구 1.2억원, 경기도 1억원의 순서로 나타났다.

사업체당 종사자수는 서울이 13명으로 전체 사업체당 종사자수 7명 보다 높게 나타났고, 부산, 인천, 경기도가 4명으로 나타났다.

그림 3-2-1 >> 지역별 사업체수 구성비 및 종사자수 구성비

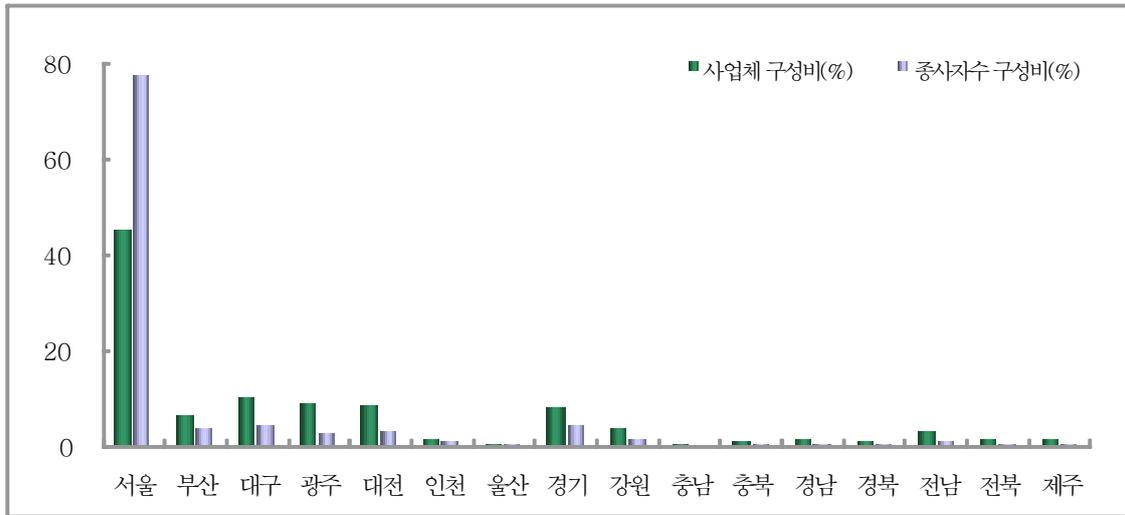
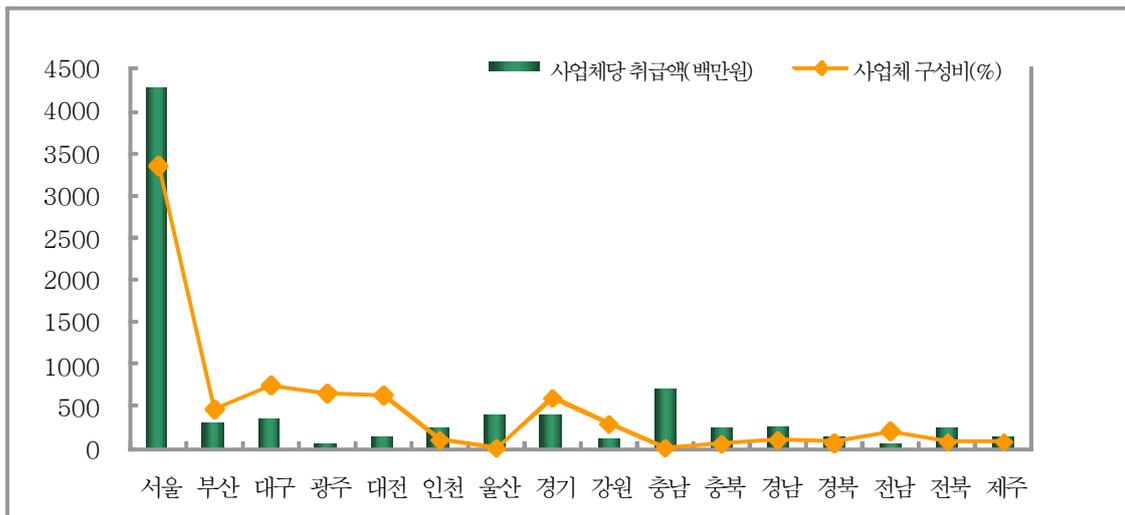


그림 3-2-2 >> 지역별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



3.3. 대표자 정보

표 3-3-1 >> 대표자정보별 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
대표자연령	20 ~ 29세	33	0.7	8,364	0.1	254
	30 ~ 39세	646	14.3	562,187	6.1	870
	40 ~ 49세	1,793	39.6	1,877,876	20.4	1,047
	50세이상	1,475	32.5	3,926,304	42.7	2,662
최종학력	고졸이하	1,498	33.1	273,728	3.0	183
	전문대졸	378	8.3	167,692	1.8	444
	대졸	2,165	47.8	5,659,561	61.6	2,614
	대학원졸이상	268	5.9	2,247,118	24.5	8,385
경영형태	창업	3,949	87.1	4,877,034	53.1	1,235
	동업	57	1.3	91,213	1.0	1,600
	가업계승	48	1.1	222,213	2.4	4,629
	기업인수	118	2.6	307,136	3.3	2,603
	전문경영인	89	2.0	2,791,687	30.4	31,367
전체		4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

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

대표자 연령별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 40~49세가 1,793개 39.6%로 가장 많은 비중을 차지하고, 50세 이상 1,475개 32.5%, 30~39세 646개 14.3%의 순서이며, 종사자수는 50세 이상 11,475명 34.2%로 가장 많고, 40~49세가 11,342명 33.8%, 30~39세 3,937명 11.7% 순서이다. 취급액은 50세 이상이 3조 9,263억원 42.7%로 가장 많고, 40~49세 1조 8,779억원 20.4%, 30~39세 5,622억원 6.1%의 순서이다.

사업체당 취급액은 50세 이상이 26.6억원 으로 전체 사업체당 취급액 20.3억원 보다 많고, 종사자당 취급액은 50세 이상이 3.4억원 으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원 보다 많은 것으로 나타났다.

사업체당 종사자수는 50세 이상이 8명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

표 3-3-2 >> 대표자정보별 종사자

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
대표자연령	20 ~ 29세	137	0.4	4	61	6
	30 ~ 39세	3,937	11.7	6	143	5
	40 ~ 49세	11,342	33.8	6	165	9
	50세이상	11,475	34.2	8	337	14
최종학력	고졸이하	3,734	11.1	2	73	12
	전문대졸	1,226	3.7	3	137	10
	대졸	22,391	66.8	10	253	9
	대학원졸이상	3,744	11.2	14	600	10
경영형태	창업	24,642	73.5	6	198	10
	동업	530	1.6	9	172	7
	가업계승	1,122	3.3	23	198	17
	기업인수	1,116	3.3	9	275	9
	전문경영인	3,514	10.5	39	794	11
전체		33,509	100.0	7	274	10

대표자의 경영형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 창업이 3,949개 87.1%로 가장 많은 비중을 차지하고, 기업인수 118개 2.6%, 전문경영인 89개 2.0%, 동업 57개 1.3%의 순서이며, 종사자수는 창업이 24,642명 73.5%로 가장 많고, 전문경영인 3,514명 10.5%, 가업계승 1,122명 3.3%의 순서이다. 취급액은 창업이 4조 8,770억원 53.1%이고, 전문경영인이 2조 7,917억원 30.4%, 기업인수 3,071억원 3.3%, 가업계승 2,222억원 2.4%의 순서이다.

사업체당 취급액은 전문경영인 313.7억원, 가업계승 46.3억원, 기업인수 26억원으로 전체 사업체당 취급액 20.3억원보다 많고, 종사자당 취급액도 전문경영인 7.9억원, 기업인수 2.8억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다.

사업체당 종사자수 역시 전문경영인 39명, 가업계승 23명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

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

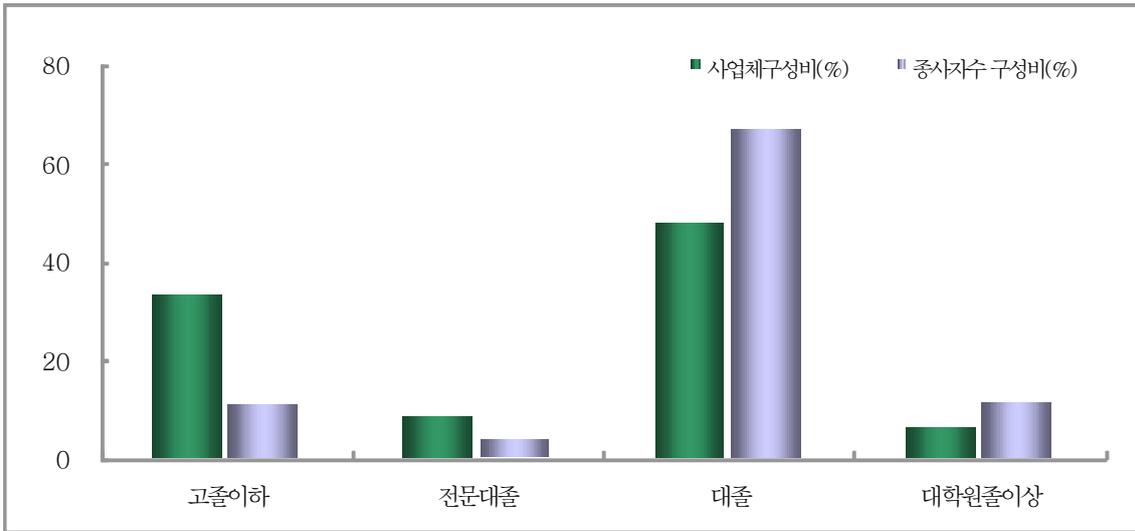
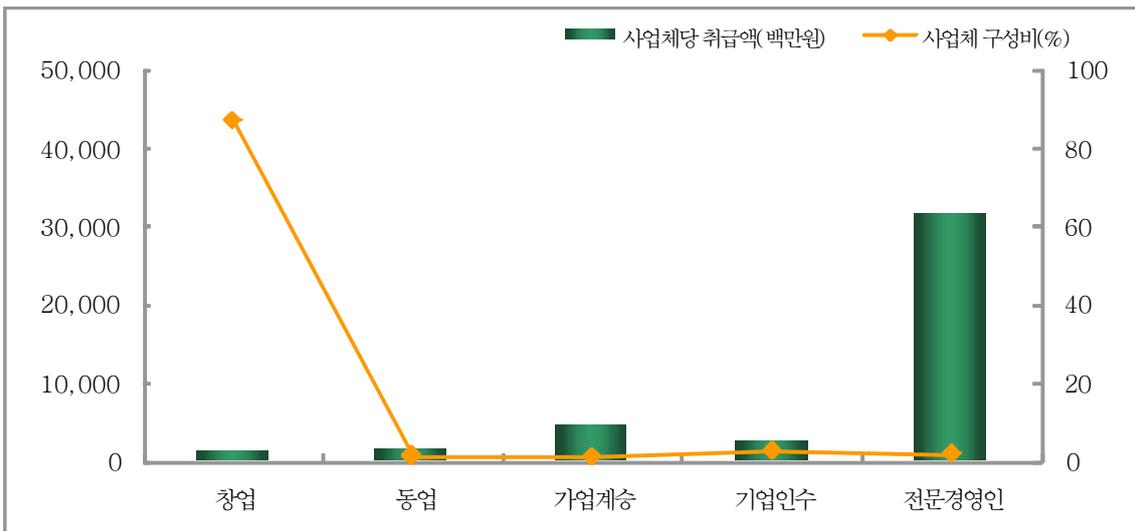


그림 3-3-2 >> 대표자 경영형태별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



3.4. 종사자 규모 및 취업액 규모

표 3-4-1 >> 종사자 규모 및 취업액 규모별 취업액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
종사자규모	1 ~ 4인	2,864	63.2	470,307	5.1	164
	5 ~ 9인	883	19.5	813,769	8.9	922
	10 ~ 49인	700	15.4	2,884,262	31.4	4,120
	50 ~ 99인	67	1.5	1,729,465	18.8	25,813
	100인이상	18	0.4	3,289,075	35.8	182,726
취급액규모	1억원미만	1,849	40.8	82,234	0.9	45
	1 ~ 10억원미만	1,737	38.3	568,343	6.2	327
	10 ~ 100억원미만	792	17.5	1,970,603	21.5	2,488
	100억원이상	154	3.4	6,565,698	71.4	42,634
전체		4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

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

종사자규모별로 살펴보면, 사업체수는 1~4인이 2,864개 63.2%로 가장 많은 비중을 차지하고, 5~9인이 883개 19.5%, 10~49인이 700개 15.4%의 순서이며, 종사자수는 10~49인이 13,155명 39.3%로 가장 많고 1~4인 5,947명 17.7%, 5~9인 5,563명 16.6%, 50~99인 5,001명 14.9%의 순서이다. 취업액은 100인 이상이 3조 2,891억원 35.8%로 가장 많고, 10~49인 2조 8,843억원 31.4%, 50~99인 1조 7,295억원 18.8%, 5~9인 8,138억원 8.9%의 순서이다.

사업체당 취업액은 100인 이상 1,827억원, 50~99인 258억원, 10~49인 41억원 으로 전체 사업체당 취업액 20억원 보다 많고, 종사자당 취업액도 100인 이상 8.6억원, 50~99인 3.5억원 으로 전체 종사자당 취업액 2.7억원보다 많다.

사업체당 종사자수는 100인 이상 214명, 50~99인 75명, 10~49인 19명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

표 3-4-2 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 종사자

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
종사자규모	1 ~ 4인	5,947	17.7	2	79	11
	5 ~ 9인	5,563	16.6	6	146	9
	10 ~ 49인	13,155	39.3	19	219	9
	50 ~ 99인	5,001	14.9	75	346	14
	100인이상	3,843	11.5	214	856	16
취급액규모	1억원미만	3,930	11.7	2	21	11
	1 ~ 10억원미만	8,658	25.8	5	66	10
	10 ~ 100억원미만	11,156	33.3	14	177	10
	100억원이상	9,765	29.1	63	672	11
전체		33,509	100.0	7	274	10

취급액규모별 사업체수를 살펴보면, 1억원 미만인 1,849개 40.8%로 가장 많은 비중을 차지하고, 1~10억원 미만 1,737개 38.3%, 10~100억원 미만 792개 17.5%의 순서이며, 종사자수는 10~100억원 미만이 11,156명 33.3%로 가장 많고, 100억원 이상 9,765명 29.1%, 1~10억원 미만 8,658명 25.8%의 순서이다. 취급액은 100억원 이상이 6조 5,657억원 71.4%로 가장 많고, 10~100억원 미만 1조 9,706억원 21.5%, 1~10억원 미만 5,683억원 6.2%의 순서이다.

사업체당 취급액은 100억원 이상 426.3억원, 10~100억원 미만 24.9억원 으로 전체 사업체당 취급액 20.3억원 보다 많고, 종사자당 취급액도 100억원 이상이 6.7억원 으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원 보다 많다.

사업체당 종사자수는 100억원 이상 63명, 10~100억원 미만 14명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

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

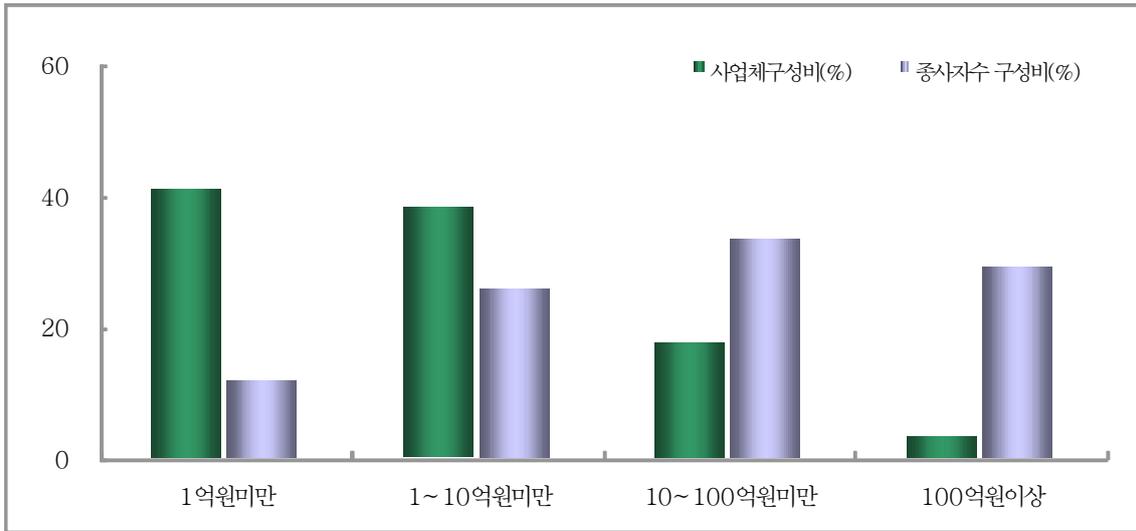
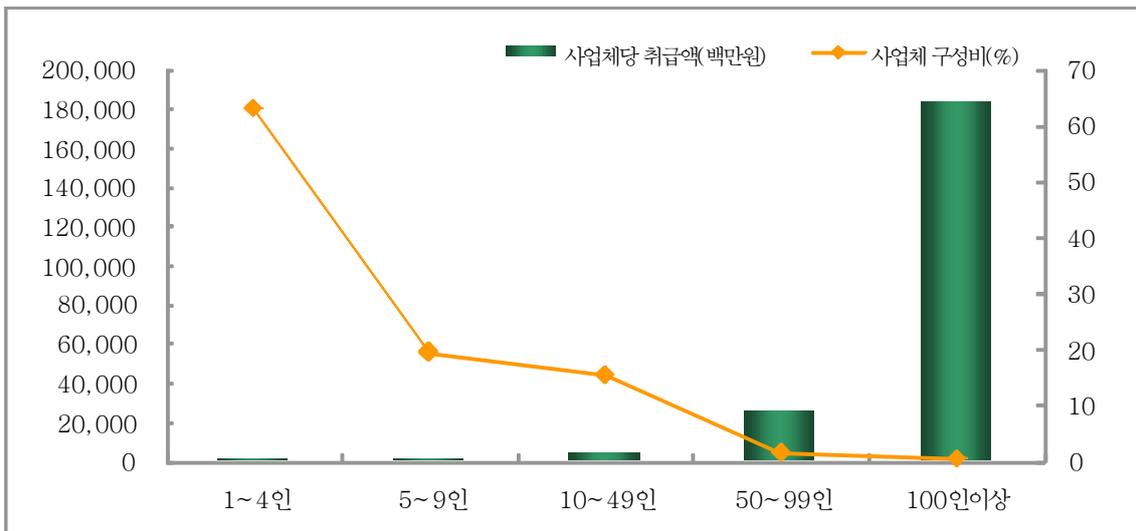


그림 3-4-2 >> 종사자 규모별 사업체당 취급액 사업체수 구성비



3.5. 사업체 업종 분류

표 3-5-1 >> 사업체 업종별 취급액

업종	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
광고대행	1,501	33.1	7,161,458	78.0	4,771
광고대행+기타	433	9.6	939,209	10.2	2,169
광고대행+온라인	175	3.9	5,156,329	56.1	29,465
광고대행+온라인+기타	338	7.5	873,362	9.5	2,584
광고대행+인쇄	312	6.9	844,103	9.2	2,706
광고대행+인쇄+기타	225	5.0	733,655	8.0	3,261
광고대행+인쇄+온라인	74	1.6	625,663	6.8	8,455
광고대행+인쇄+온라인+기타	210	4.6	4,955,321	53.9	23,597
광고대행+서비스	180	4.0	4,947,821	53.9	27,488
광고대행+서비스+기타	98	2.2	682,314	7.4	6,962
광고대행+서비스+온라인	310	6.8	5,394,188	58.7	17,401
광고대행+서비스+인쇄	203	4.5	770,119	8.4	3,794
광고대행+서비스+인쇄+기타	182	4.0	5,073,834	55.2	27,878
광고대행+서비스+인쇄+온라인	88	1.9	646,732	7.0	7,349
광고대행+광고제작	310	6.8	5,394,188	58.7	17,401
광고대행+광고제작+기타	150	3.3	701,593	7.6	4,677
광고대행+광고제작+온라인	138	3.0	5,036,211	54.8	36,494
광고대행+광고제작+온라인+기타	135	3.0	4,821,045	52.5	35,711
광고대행+광고제작+인쇄	138	3.0	713,488	7.8	5,170
광고대행+광고제작+인쇄+기타	141	3.1	4,786,524	52.1	33,947
광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타	80	1.8	643,051	7.0	8,038
광고대행+광고제작+서비스	96	2.1	4,809,863	52.4	50,103
광고대행+광고제작+서비스+기타	54	1.2	642,062	7.0	11,890
광고대행+광고제작+서비스+온라인	82	1.8	4,740,956	51.6	57,817
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	50	1.1	635,550	6.9	12,711
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	52	1.1	621,713	6.8	11,956
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	47	1.0	619,483	6.7	13,181
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인	44	1.0	618,163	6.7	14,049
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	44	1.0	618,163	6.7	14,049
광고제작	685	15.1	5,624,853	61.2	8,212
광고제작+기타	297	6.6	776,382	8.5	2,614
광고제작+온라인	144	3.2	5,060,297	55.1	35,141
광고제작+온라인+기타	91	2.0	668,118	7.3	7,342
광고제작+인쇄	281	6.2	716,988	7.8	2,552
광고제작+인쇄+온라인	74	1.6	625,663	6.8	8,455
광고제작+인쇄+기타	176	3.9	682,840	7.4	3,880
광고제작+인쇄+온라인+기타	74	1.6	625,663	6.8	8,455
광고제작+서비스	104	2.3	4,814,236	52.4	46,291
광고제작+서비스+온라인	82	1.8	4,740,956	51.6	57,817
광고제작+서비스+인쇄+기타	50	1.1	620,803	6.8	12,416
광고제작+서비스+인쇄+온라인	44	1.0	618,163	6.7	14,049
광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	44	1.0	618,163	6.7	14,049

표 3-5-1 >> 사업체 업종별 취급액(계속)

업종	사업체수 (개소)	사업체구성 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
서비스	342	7.5	5,389,670	58.7	15,759
서비스+기타	106	2.3	686,437	7.5	6,476
서비스+온라인	85	1.9	4,741,109	51.6	55,778
서비스+온라인+기타	50	1.1	635,550	6.9	12,711
서비스+인쇄	112	2.5	691,173	7.5	6,171
서비스+인쇄+기타	91	2.0	657,106	7.2	7,221
인쇄	2,023	44.6	1,358,056	14.8	671
인쇄+기타	1,118	24.7	1,126,604	12.3	1,008
인쇄+온라인	80	1.8	630,672	6.9	7,883
인쇄+온라인+기타	80	1.8	630,672	6.9	7,883
온라인	334	7.4	5,817,424	63.3	17,417
온라인+기타	124	2.7	706,972	7.7	5,701
기타	2,222	49.0	1,653,643	18.0	744
전체	4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

표 3-5-2 >> 사업체 업종별 종사자

업종	종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
광고대행	17,286	51.6	12	414	9
광고대행+기타	3,888	11.6	9	242	9
광고대행+온라인	5,976	17.8	34	863	9
광고대행+온라인+기타	3,134	9.4	9	279	9
광고대행+인쇄	2,886	8.6	9	292	9
광고대행+인쇄+기타	2,291	6.8	10	320	8
광고대행+인쇄+온라인	1,163	3.5	16	538	6
광고대행+인쇄+온라인+기타	6,072	18.1	29	816	10
광고대행+서비스	5,887	17.6	33	840	10
광고대행+서비스+기타	1,382	4.1	14	494	5
광고대행+서비스+온라인	7,323	21.9	24	737	9
광고대행+서비스+인쇄	2,004	6.0	10	384	8
광고대행+서비스+인쇄+기타	5,742	17.1	32	884	9
광고대행+서비스+인쇄+온라인	1,246	3.7	14	519	8
광고대행+광고제작	7,323	21.9	24	737	9
광고대행+광고제작+기타	1,592	4.8	11	441	7
광고대행+광고제작+온라인	5,437	16.2	39	926	10
광고대행+광고제작+온라인+기타	5,198	15.5	39	927	11
광고대행+광고제작+인쇄	1,649	4.9	12	433	8
광고대행+광고제작+인쇄+기타	5,278	15.8	37	907	10
광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타	1,210	3.6	15	531	6
광고대행+광고제작+서비스	4,978	14.9	52	966	10
광고대행+광고제작+서비스+기타	1,048	3.1	19	613	5
광고대행+광고제작+서비스+온라인	4,866	14.5	59	974	11
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	1,025	3.1	21	620	5
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	1,017	3.0	20	611	7
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	990	3.0	21	626	5
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인	978	2.9	22	632	5
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	978	2.9	22	632	5
광고제작	9,548	28.5	14	589	9
광고제작+기타	2,332	7.0	8	333	9
광고제작+온라인	5,672	16.9	39	892	10
광고제작+온라인+기타	1,469	4.4	16	455	8
광고제작+인쇄	2,021	6.0	7	355	10
광고제작+인쇄+온라인	1,163	3.5	16	538	6
광고제작+인쇄+기타	1,619	4.8	9	422	10
광고제작+인쇄+온라인+기타	1,163	3.5	16	538	6
광고제작+서비스	5,044	15.1	49	954	11
광고제작+서비스+온라인	4,866	14.5	59	974	11
광고제작+서비스+인쇄+기타	999	3.0	20	621	8
광고제작+서비스+인쇄+온라인	978	2.9	22	632	5
광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	978	2.9	22	632	5
서비스	8,459	25.2	25	637	10
서비스+기타	1,449	4.3	14	474	7
서비스+온라인	4,872	14.5	57	973	10
서비스+온라인+기타	1,025	3.1	21	620	5
서비스+인쇄	1,455	4.3	13	475	9
서비스+인쇄+기타	1,292	3.9	14	509	7
인쇄	8,708	26.0	4	156	12
인쇄+기타	6,088	18.2	5	185	11
인쇄+온라인	1,210	3.6	15	521	6
인쇄+온라인+기타	1,210	3.6	15	521	6
온라인	9,735	29.1	29	598	7
온라인+기타	1,917	5.7	15	369	8
기타	11,120	33.2	5	149	11
전체	33,509	100.0	7	274	10

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

업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 인쇄가 2,023개 44.6%로 가장 많은 비중을 차지하고, 광고대행 1,501개 33.1%, 인쇄+기타 1,118개 24.7%, 광고제작 685개 15.1%, 광고대행+기타 433개 9.6%의 순서이며, 기타 업종은 2,222개 49.0%였다.

종사자수는 광고대행이 17,286명 51.6%로 가장 많고, 온라인 9,735명 29.1%, 광고제작 9,548명 28.5%, 인쇄 8,708명 26.0%, 서비스 8,459명 25.2%의 순서이며, 기타 업종은 11,120명 33.2%였다.

취급액은 광고대행이 7조 1,615억원 78.0%로 가장 많고, 온라인 5조 8,174억원 63.3%, 광고제작 5조 6,249억원 61.2%, 광고대행+서비스+온라인, 광고대행+광고제작이 5조 3,942억원 58.7%의 순서이다.

사업체당 취급액은 광고대행+광고제작+서비스+온라인, 광고제작+서비스+온라인이 578.2억원으로 가장 많았고, 서비스+온라인 557.8억원, 광고대행+광고제작+서비스 501.0억원, 광고제작+서비스 462.9억원, 광고대행+광고제작+온라인 364.9억원의 순으로 나타났다.

종사자당 취급액은 광고대행+광고제작+서비스+온라인, 광고제작+서비스+온라인, 서비스+온라인, 광고대행+광고제작+서비스가 9.7억원으로 가장 많았고, 광고제작+서비스 9.5억원의 순으로 나타났다.

사업체당 종사자수는 광고대행+광고제작+서비스+온라인, 광고제작+서비스+온라인이 59명으로 가장 많았고, 서비스+온라인이 57명, 광고대행+광고제작+서비스가 52명의 순으로 나타났다.

3.6. 사업체 업종 재분류

표 3-6-1 >> 업종 재분류별 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
업종재분류	광고(종합)대행+그외	1,191	26.3	1,767,270	19.2	1,484
	광고제작+그외	376	8.3	230,665	2.5	614
	광고(종합)대행+광고제작	310	6.8	5,394,188	58.8	17,401
	그 외	2,655	58.6	1,794,755	19.5	676
전체		4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

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

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
업종재분류	광고(종합)대행+그외	9,963	29.7	8	177	9
	광고제작+그외	2,225	6.6	6	104	9
	광고(종합)대행+광고제작	7,323	21.9	24	737	9
	그 외	13,998	41.8	5	128	11
전체		33,509	100.0	7	274	10

업종(재분류)로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 그 외가 2,656개 58.6%로 가장 많은 비중을 차지하고, 광고(종합)대행+그외 1,191개 26.3%, 광고제작+그외 376개 8.3%의 순서이며, 종사자수는 그외가 13,998개로 41.8%로 가장 많은 비중을 차지하고, 광고(종합)대행+그외 9,963개 29.7%, 광고(종합)대행+광고제작 7,323개 21.9%의 순서이다.

취급액은 광고(종합)대행+광고제작 5조 3,942억원 58.8%로 가장 많고, 그외 1조 7,948억원 19.5%, 광고(종합)대행+그외 1조 7,673억원 19.2%의 순서이다.

사업체당 취급액은 광고(종합)대행+광고제작 174억원으로 전체 사업체당 취급액 20.3억원보다 많고, 종사자당 취급액도 광고(종합)대행+광고제작 7.4억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다.

사업체당 종사자수 역시 광고(종합)대행+광고제작 24명, 광고(종합)대행+그외 8명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

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

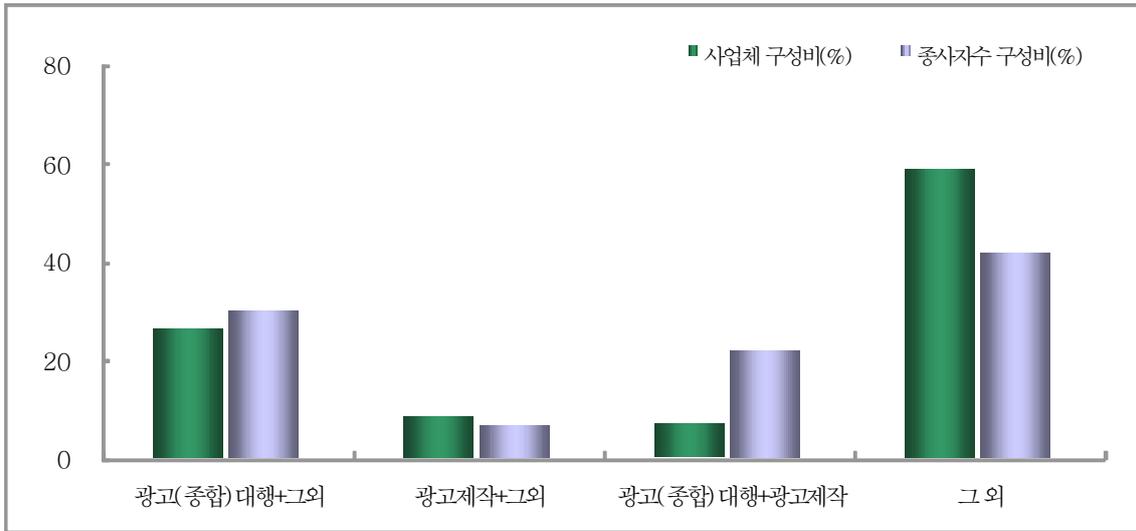
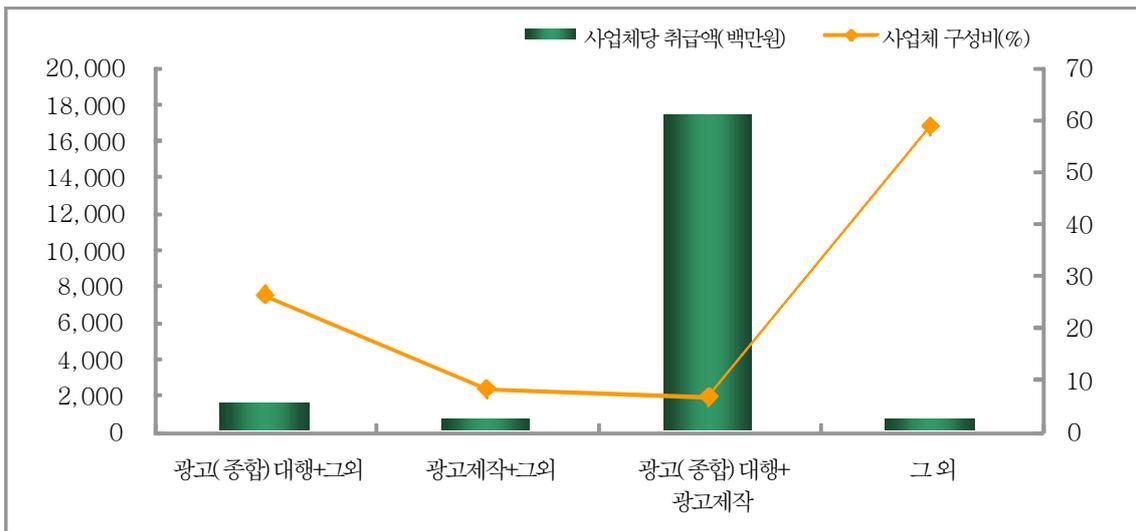


그림 3-6-2 >> 업종 재분류별 사업체당 취급액 및 사업체수 구성비



3.7. 가치사슬 분류

표 3-7-1 >> 가치사슬별 취급액

		사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
가치사슬	인프라	2,435	53.7	1,182,626	12.9	486
	생산	2,582	57.0	6,461,548	70.3	2,503
	유통	1,504	33.2	7,161,580	78.0	4,762
	서비스	335	7.4	5,299,608	57.7	15,820
전체		4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

※ 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

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

가치사슬 분류로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 인프라가 2,435개 53.7%로 가장 많은 비중을 차지하고, 생산 2,582개 57.0%, 유통 1,504개 33.2%, 서비스 335개 7.4%의 순서이며, 종사자수는 생산이 17,958명 53.6%로 가장 많고, 유통 17,289명 51.6%, 인프라 11,222명 33.5%의 순서이다. 취급액은 유통이 7조 1,616억원 78.0%로 가장 많고, 생산 6조 4,615억원 70.3%, 서비스 5조 2,996억원 57.7%의 순서이다.

표 3-7-1-1 >> 가치사슬별 취급액(주력업종에 따른 분류)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
가치사슬	인프라	2,072	45.7	1,138,443	12.4	549
	생산	1,345	29.7	1,566,561	17.1	1,165
	유통	914	20.2	4,269,077	46.4	4,671
	서비스	201	4.4	2,212,797	24.1	11,009
전체		4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

표 3-7-2 >> 가치사슬별 종사자

		종사자수 (명)*	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
가치사슬	인프라	11,222	33.5	5	105	11
	생산	17,958	53.6	7	360	10
	유통	17,289	51.6	11	414	9
	서비스	8,330	24.9	25	636	10
전체		33,509	100.0	7	274	10

※ 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

사업체당 취급액은 서비스 158.2억원, 유통 47.6억원, 생산 25.0억원으로 전체 사업체당 취급액 20.3억원보다 많고, 종사자당 취급액도 서비스 6.4억원, 유통 4.1억원, 생산 3.6억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 서비스 25명, 유통 11명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났고, 생산은 7명으로 전체 사업체당 종사자수 7명과 같게 나타났다.

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

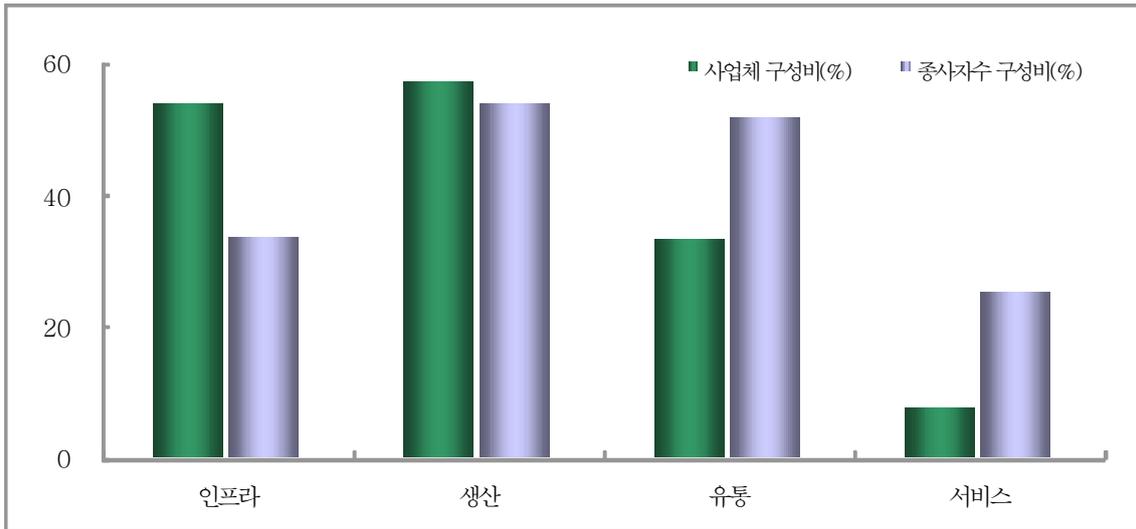
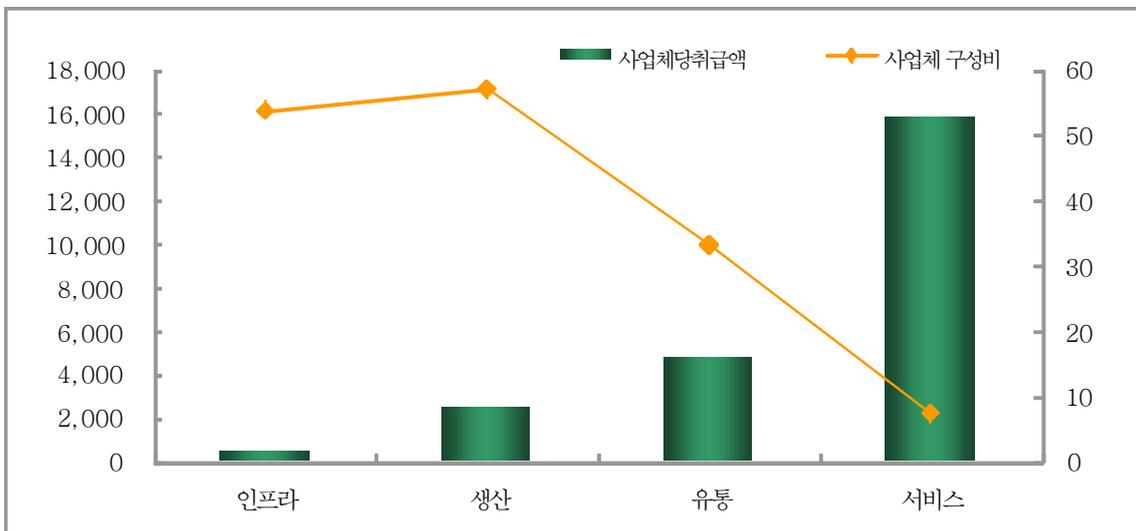


그림 3-7-2 >> 가치사슬별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



3.8. 고용현황 정보

표 3-8-1 >> 고용현황 정보별 취업액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
형태별	비정규직편중	484	10.7	306,198	3.3	633
	보통	4,048	89.3	8,880,680	96.7	2,194
성별	보통	297	6.6	68,158	0.7	230
	여성편중	4,235	93.4	9,118,720	99.3	2,153
연령별	보통	4,151	91.6	4,035,248	43.9	972
	젊은층편중	381	8.4	5,151,630	56.1	13,521
학력별	보통	357	7.9	3,999,279	43.5	11,203
	고학력편중	4,175	92.1	5,187,599	56.5	1,243
직급별	보통	1,114	24.6	6,860,785	74.7	6,159
	고직급편중	3,418	75.4	2,326,093	25.3	681
전체		4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

통계표 작성을 위한 구분변수로 형태별(비정규직 편중, 보통), 성별(보통, 여성편중), 연령별(보통, 젊은층편중), 학력별(보통, 고학력편중), 직급별(보통, 고직급편중)을 사용하였다.

형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체는 보통 4,048개 89.3%, 비정규직 편중 484개 10.7%의 순서이며, 종사자수도 보통 29,991명 89.5%, 비정규직편중 3,518명 10.5%, 취업액 역시 보통 8조 8,807억원 96.7%, 비정규직편중 3,062억원 3.3%순서이다.

사업체당 취업액은 보통이 21.9억원으로 전체 사업체당 취업액 20.3억원보다 많고, 종사자당 취업액도 보통이 3.0억원으로 전체 종사자당 취업액 2.7억원보다 많다.

사업체당 종사자수는 보통, 비정규직 편중 모두 7명으로 조사되었다.

표 3-8-2 >> 고용현황 정보별 종사자

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
형태별	비정규직편중	3,518	10.5	7	87	9
	보통	29,991	89.5	7	296	10
성별	보통	1,093	3.3	4	62	8
	여성편중	32,416	96.7	8	281	11
연령별	보통	23,587	70.4	6	171	10
	젊은층편중	9,922	29.6	26	519	10
학력별	보통	7,596	22.7	21	526	10
	고학력편중	25,913	77.3	6	200	10
직급별	보통	19,368	57.8	17	354	10
	고직급편중	14,141	42.2	4	164	10
전체		33,509	100.0	7	274	10

성별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 여성편중 4,235개 93.4%, 보통 297개 6.6%의 순서로 나타났다.

종사자수는 여성편중 32,416명 96.7%, 보통 1,093명 3.3%의 순서이며, 취급액은 여성편중 9조 1,187억원 99.3%, 보통 682억원 0.7% 순서이다.

사업체당 취급액은 여성편중이 21.5억원으로 전체 사업체당 취급액 20.3억원보다 많고, 종사자당 취급액도 여성편중이 2.8억원으로 전체 사업체당 취급액 2.7억원보다 많고, 사업체당 종사자수는 여성편중이 8명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높았다.

연령별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 4,151개 91.6%, 젊은층 편중 381개 8.4%의 순서이며, 종사자수는 보통 23,587명 70.4%, 젊은층 편중 9,922명 29.6%의 순서로 나타났다. 그러나 취급액은 젊은층 편중 5조 1,516억원 56.1%, 보통 4조 352억원 43.9% 순서로 나타났다.

사업체당 취급액은 젊은층 편중이 135억원, 사업체당 종사자수는 젊은층 편중이 26명으로 전체 사업체당 평균 종사자수보다 높게 나타났다.

학력별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 고학력편중 4,175개 92.1%, 보통 357개 7.9%의 순서이고, 종사자수는 고학력편중 25,913명 77.3%, 보통 7,596명 22.7%의 순서이며, 취급액은 고학력편중 5조 1,876억원 56.5%, 보통 3조 9,993억원 43.5%의 순서이다.

사업체당 취급액은 보통 112억원, 종사자당 취급액은 보통 5.3억원, 사업체당 종사자수는 보통 21명으로 전체 사업체당 평균보다 높게 나타났다.

직급별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 고직급편중 3,418개 75.4%, 보통 1,114개 24.6%의 순서이며, 종사자수는 보통 19,368명 57.8%, 고직급편중 14,141명 42.2%의 순서이며, 취급액은 보통 6조 8,608억원 74.7%, 고직급편중 2조 3,261억원 25.3%의 순서이다. 사업체당 취급액은 보통이 61.6억원, 종사자당 취급액도 보통이 3.5억원, 사업체당 종사자수도 보통 17명으로 전체 사업체당 평균보다 높게 나타났다.

그림 3-8-1 >> 직급수준별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

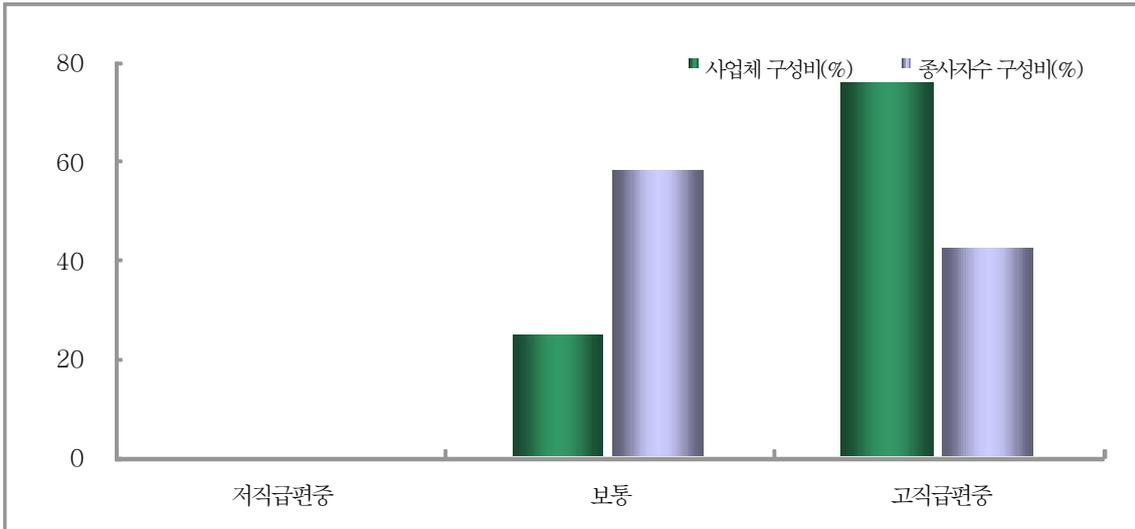
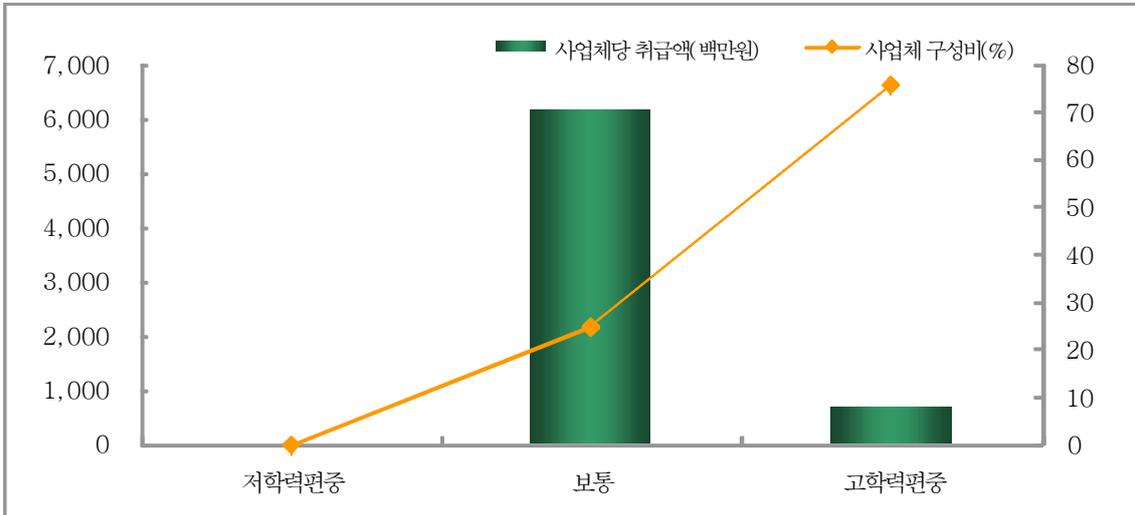


그림 3-8-2 >> 학력수준별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



3.9. 국내 및 외국계 광고주

표 3-9-1 >> 국내 및 외국계 광고주별 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
전체광고주	5개미만	1,407	31.0	2,878,680	31.3	2,046
	5 ~ 9개	398	8.8	377,353	4.1	948
	10 ~ 19개	786	17.3	976,193	10.6	1,242
	20 ~ 49개	1,232	27.2	1,501,925	16.3	1,219
	50 ~ 99개	352	7.8	1,228,904	13.4	3,491
	100개이상	357	7.9	2,223,823	24.2	6,229
국내광고주	5개미만	1,425	31.4	3,785,710	41.2	2,659
	5 ~ 9개	399	8.8	456,526	5.0	1,144
	10 ~ 19개	783	17.3	1,112,075	12.1	1,420
	20 ~ 49개	1,223	27.0	1,282,772	14.0	1,049
	50 ~ 99개	349	7.7	1,228,721	13.4	3,521
	100개이상	353	7.8	1,321,074	14.4	3,742
외국광고주	5개미만	4,519	99.7	8,738,323	95.1	1,934
	5 ~ 9개	4	0.1	105,053	1.1	26,263
	10 ~ 19개	3	0.1	293,407	3.2	97,802
	20 ~ 49개	3	0.1	41,674	0.5	13,891
	50 ~ 99개	0	0.0	0	0.0	0
	100개 이상	3	0.1	8,421	0.1	2,807
전체취급액	5000만원미만	2,010	44.4	3,444,468	37.5	1,714
	5000만원 ~ 3억원미만	1,252	27.6	172,799	1.9	138
	3억원 ~ 10억원미만	524	11.6	271,100	3.0	517
	10억원 ~ 50억원미만	548	12.1	1,033,047	11.2	1,885
	50억원이상	198	4.4	4,265,464	46.4	21,543
국내취급액	5000만원미만	4,403	97.2	6,321,556	68.8	1,436
	5000만원 ~ 3억원미만	12	0.3	11,758	0.1	980
	3억원 ~ 10억원미만	21	0.5	21,916	0.2	1,044
	10억원 ~ 50억원미만	46	1.0	158,143	1.7	3,438
	50억원이상	50	1.1	2,673,505	29.1	53,470
해외취급액	5000만원미만	4,507	99.4	7,482,408	81.4	1,660
	5000만원 ~ 3억원미만	1	0.0	3,796	0.0	3,796
	3억원 ~ 10억원미만	3	0.1	66,600	0.7	22,200
	10억원 ~ 50억원미만	2	0.0	127,733	1.4	63,867
	50억원이상	19	0.4	1,506,341	16.4	79,281
전체		4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

통계표 작성을 위한 구분변수로 광고대행 업종의 주요고객현황 정보 중 국내 및 외국계 광고주현황을 알기위해 거래광고주(5개 미만, 5~9개, 10~19개, 20~49개, 50~99개, 100개 이상), 국내광고주(5개 미만, 5~9개, 10~19개, 20~49개, 50~99개, 100개 이상), 외국광고주(5개 미만, 5~9개, 10~19개, 20~49개, 50~99개, 100개 이상), 국내취급액(5,000만원미만, 5,000만원~3억원미만, 3억원~10억원미만, 10억원~50억원미만, 50억원이상), 해외취급액(5,000만원미만, 5,000만원~3억원미만, 3억원~10억원미만, 10억원~50억원미만, 50억원이상)

을 사용하였다.

전체광고주로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 광고주 5개 미만인 사업체가 1,407개 31.0%로 가장 많고, 20~49개인 사업체는 1,232개 27.2%, 10~19개인 사업체는 786개 17.3%의 순서이며, 종사자수는 5개 미만인 사업체가 9,801명 29.3%로 가장 많고, 100개이상인 사업체 6,259명 18.7%, 20~49개인 사업체 6,235명 18.6%, 10~19개인 사업체 4,557명 13.6%, 50~99개인 사업체 4,237명 12.6%의 순서이다.

취급액은 5개 미만인 사업체에서 2조 8,787억원 31.3%로 가장 많고, 100개 이상인 사업체 2조 2,238억원 24.2%, 20~49개인 사업체 1조 5,019억원 16.3%, 50~99개인 사업체 1조 2,289억원 13.4%의 순서이다.

사업체당 취급액은 100개 이상인 사업체가 62.3억원, 50~99개인 사업체 34.9억원, 5개 미만인 사업체 20.5억원으로 전체 사업체당 취급액 20.3억원보다 높았고, 종사자당 취급액은 100개 이상인 사업체가 3.6억원, 5개 미만인 사업체, 50~99개인 사업체가 2.9억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 높게 나타났다. 사업체당 종사자수는 100개 이상 사업체가 18명, 50~99개인 사업체는 12명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

표 3-9-2 >> 국내 및 외국계 광고주별 종사자

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
전체광고주	5개미만	9,801	29.3	7	294	11
	5 ~ 9개	2,420	7.2	6	156	9
	10 ~ 19개	4,557	13.6	6	214	10
	20 ~ 49개	6,235	18.6	5	241	10
	50 ~ 99개	4,237	12.6	12	290	12
	100개이상	6,259	18.7	18	355	10
국내광고주	5개미만	10,756	32.2	8	352	11
	5 ~ 9개	2,494	7.4	6	183	9
	10 ~ 19개	4,594	13.7	6	242	10
	20 ~ 49개	6,061	18.1	5	212	10
	50 ~ 99개	4,231	12.6	12	290	12
	100개이상	5,373	16.0	15	246	10
외국광고주	5개미만	33,063	98.7	7	264	10
	5 ~ 9개	83	0.2	21	1,266	11
	10 ~ 19개	300	0.9	100	978	18
	20 ~ 49개	34	0.1	11	1,226	14
	50 ~ 99개	0	0.0	0	0	0
	100개 이상	29	0.1	10	290	10
전체취급액	5000만원미만	10,997	32.8	5	313	10
	5000만원 ~ 3억원미만	3,907	11.7	3	44	11
	3억원 ~ 10억원미만	3,071	9.2	6	88	10
	10억원 ~ 50억원미만	6,392	19.1	12	162	10
	50억원이상	9,142	27.3	46	467	12
국내취급액	5000만원미만	29,969	89.5	7	211	10
	5000만원 ~ 3억원미만	75	0.2	6	157	6
	3억원 ~ 10억원미만	172	0.5	8	127	7
	10억원 ~ 50억원미만	573	1.7	12	276	7
	50억원이상	2,720	8.1	54	983	12
해외취급액	5000만원미만	31,923	95.3	7	234	10
	5000만원 ~ 3억원미만	12	0.0	12	316	5
	3억원 ~ 10억원미만	95	0.3	32	701	8
	10억원 ~ 50억원미만	170	0.5	85	751	11
	50억원이상	1,309	3.9	69	1,151	16
전체		33,509	100.0	7	274	10

전체취급액으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 50억원 이상이 198개, 10억원~50억원 미만이 548개, 3억원~10억원 미만이 524개였고, 국내 취급액으로는 50억원 이상이 50개, 10억원~50억원 미만이 46개, 3억원~10억원 미만이 21개, 해외 취급액으로는 50억원 이상이 19개, 10억원~50억원 미만이 2개, 3억원~10억원 미만이 3개였다.

사업체당 취급액은 50억원이상이 215억원, 10억원~50억원미만이 18.9억원으로 높게 나타났다. 종사자당 취급액도 50억이상인 사업체가 4.7억원, 5,000만원 미만인 사업체가 3.1억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 높았고, 사업체당 종사자수는 50억원이상이 46

명, 10억원~50억원미만이 12명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

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

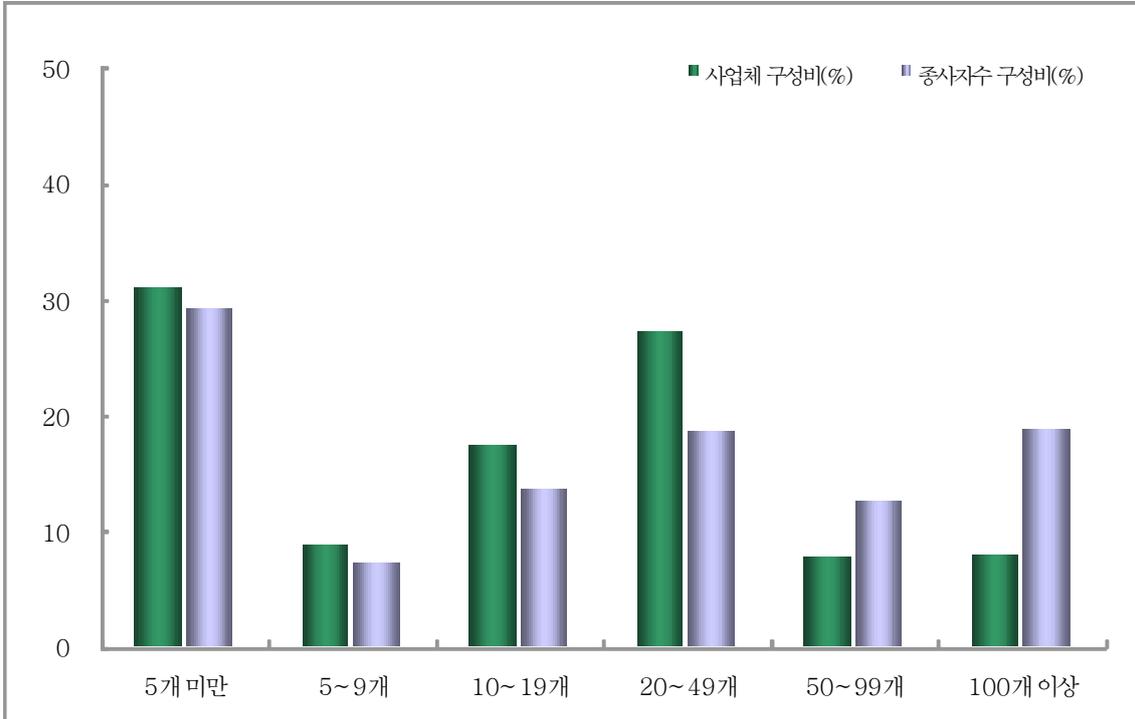
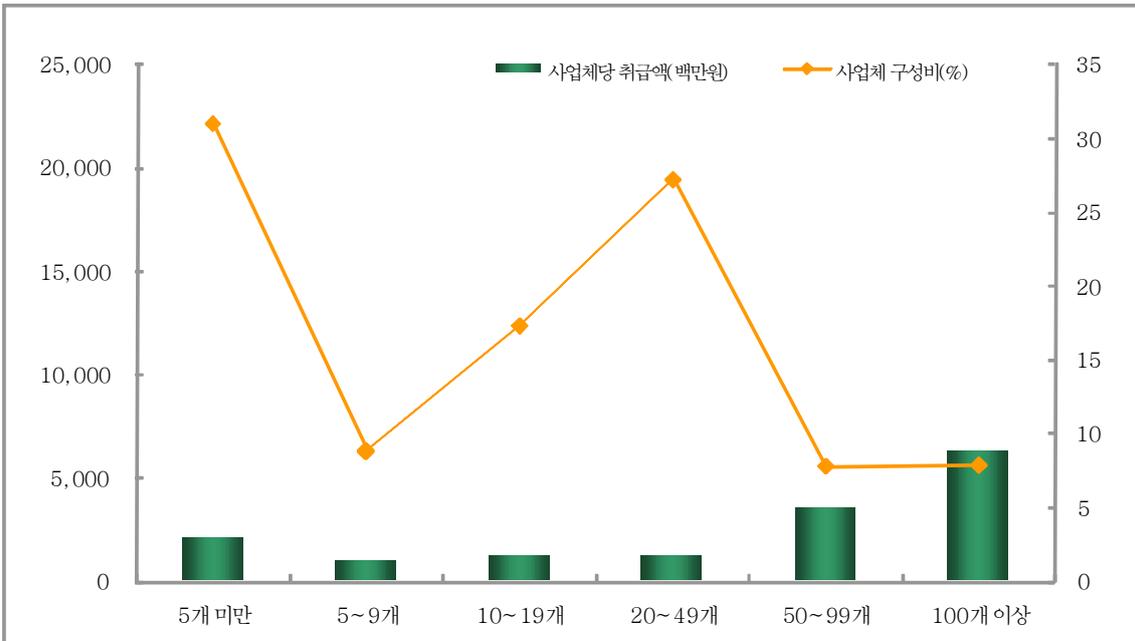


그림 3-9-2 >> 전체 광고주 규모별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



3.10. 고객유치실적

표 3-10-1 >> 고객유치실적별 취급액

	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
신규거래광고주	0개	0	0.0	0	0.0
	1 ~ 5개	825	57.2	1,430,667	35.9
	6 ~ 20개	441	30.6	2,049,894	51.4
	21개이상	175	12.2	507,839	12.7
이탈거래광고주	0개	1,530	100.0	3,848,115	100
	1 ~ 5개	0	0.0	0	0.0
	6 ~ 20개	0	0.0	0	0.0
	21개이상	0	0.0	0	0.0
신규취급액	5000만원미만	4,510	99.6	7,207,841	78.4
	5000만원 ~ 3억원미만	20	0.4	722,389	7.9
	3억원이상	2	0.0	1,256,648	13.7
이탈취급액	5000만원미만	4,513	99.6	7,445,166	81.0
	5000만원 ~ 3억원미만	0	0.0	0	0.0
	3억원이상	19	0.4	1,741,712	19.0
전체	4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

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(5,000만원미만, 5,000만원~3억원미만, 3억원이상), 이탈취급액(5,000만원미만, 5,000만원~3억원미만, 3억원이상)을 사용하였다. 신규 취급액과 이탈취급액은 신규거래광고주와 이탈거래광고주가 0개인 사업체와 취급액을 무응답 한 사업체를 제외하였다.

신규 거래광고주로 구분하여 살펴보면, 신규 거래가 없는 사업체가 0개 0.0%, 사업체수 1~5개인 사업체가 825개 57.2%, 6~20개인 사업체는 441개 30.6%, 21개 이상인 사업체가 175개 12.2%로 나타났다.

이탈 거래광고주로 구분하여 살펴보면, 이탈 거래가 없는 사업체가 1,530개 100.0%, 사업체수 1~5개인 사업체, 6~20개인 사업체, 21개 이상인 사업체가 0개 0.0%로 나타났다.

신규 취급액으로 구분하여 살펴보면, 5,000만원 미만 4,510개 99.6%, 5,000만원~3억원미만 20개 0.4%, 3억원 이상 2개 0.0%였고, 이탈 취급액으로 구분하여 살펴보면, 5,000만원미만 4,513개 99.6%, 5,000만원~3억원미만 0개 0.0%, 3억원이상 19개 0.4%로 나타났다.

표 3-10-2 >> 고객유치실적별 종사자

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
신규거래광고주	0개	0	0.0	0	0	0
	1 ~ 5개	5,434	16.2	7	263	9
	6 ~ 20개	4,903	14.6	11	418	10
	21개이상	2,861	8.5	16	178	8
이탈거래광고주	0개	12,775	38.1	8	301	10
	1 ~ 5개	0	0.0	0	0	0
	6 ~ 20개	0	0.0	0	0	0
	21개이상	0	0.0	0	0	0
신규취급액	5000만원미만	31,260	93.2	7	231	10
	5000만원 ~ 3억원미만	957	2.9	47	755	10
	3억원이상	1,292	3.9	646	973	21
이탈취급액	5000만원미만	31,605	94.3	7	236	10
	5000만원 ~ 3억원미만	1,904	5.7	99	0	11
	3억원이상	0	0.0	0	0	0
전체		33,509	100.0	7	274	10

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

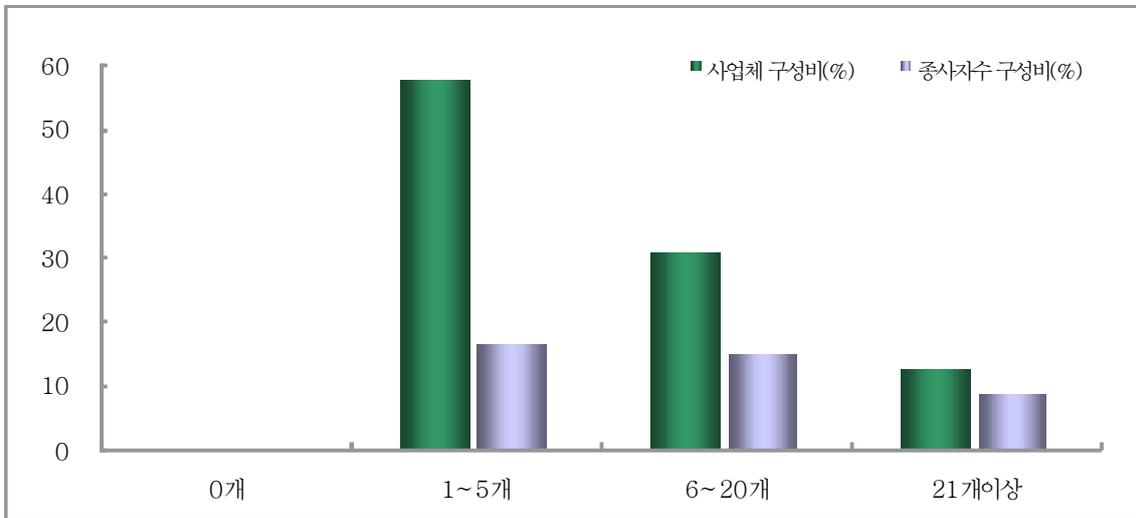
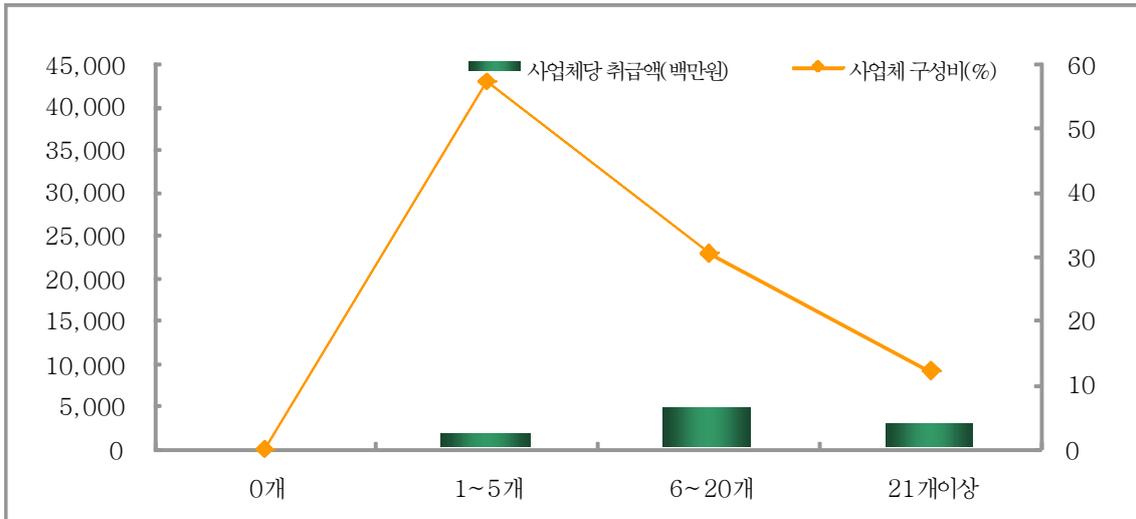


그림 3-10-2 >> 신규 거래광고주별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



3.11. 광고경기 체감도

표 3-11-1 >> 광고경기 체감도별 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
2010년상반기	체감지수낮음	382	8.4	1,356,564	14.8	3,551
	보통	3,936	86.9	5,028,893	54.7	1,278
	체감지수높음	214	4.7	2,801,421	30.5	13,091
2010년하반기	체감지수낮음	373	8.2	1,355,884	14.8	3,635
	보통	3,953	87.3	4,798,977	52.2	1,214
	체감지수높음	206	4.5	3,032,017	33.0	14,719
2011년예상	체감지수낮음	516	11.4	1,453,736	15.8	2,817
	보통	3,800	83.8	5,696,180	62.0	1,499
	체감지수높음	216	4.8	2,036,962	22.2	9,430
전체		4,532	100.0	9,186,878	100.0	2,027

통계표 작성을 위하여 광고경기 체감도를 알기 위한 구분변수로 2010년 상반기(체감지수 낮음, 보통, 체감지수 높음), 2010년 하반기(체감지수 낮음, 보통, 체감지수 높음), 2011년 예상(체감지수 낮음, 보통, 체감지수 높음)을 사용하였다.

2010년 상반기로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 3,936개 86.9%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 낮음 382개 8.4%, 체감지수 높음 214개 4.7%의 순서였다.

취급액은 보통 5조 289억원 54.7%, 체감지수 높음 2조 8,014억원 30.5%, 체감지수 낮음 1조 3,566억원 14.8%의 순서이다. 사업체당 취급액은 보통 12.8억원, 종사자당 취급액도 보통 1.9억원으로 전체 평균보다 낮게 나타났다.

2010년 하반기로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 3,953개 87.3%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 낮음 373개 8.2%, 체감지수 높음 206개 4.5%의 순서였다.

취급액은 보통 4조 7,990억원 52.2%, 체감지수 높음 3조 320억원 33.0%, 체감지수 낮음 1조 3,559억원 14.8%의 순서이다. 사업체당 취급액은 체감지수 낮음 36.4억원, 종사자당 취급액도 체감지수 낮음 4.1억원으로 전체 평균보다 높게 나타났다.

2011년 예상으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 3,800개 83.8%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 낮음 516개 11.4%, 체감지수 높음 216개 4.8%의 순서였다.

표 3-11-2 >> 광고경기 체감도별 종사자

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
2010년상반기	체감지수낮음	3,337	10.0	9	407	10
	보통	26,063	77.8	7	193	10
	체감지수높음	4,109	12.3	19	682	11
2010년하반기	체감지수낮음	3,300	9.8	9	411	10
	보통	25,487	76.1	6	188	10
	체감지수높음	4,722	14.1	23	642	11
2011년예상	체감지수낮음	4,194	12.5	8	347	10
	보통	25,684	76.6	7	222	10
	체감지수높음	3,631	10.8	17	561	10
전체		33,509	100.0	7	274	10

취급액은 보통 5조 6,962억원 62.0%, 체감지수 높음 2조 370억원 22.2%, 체감지수 낮음 1조 4,537억원 15.8%의 순서이다. 사업체당 취급액은 체감지수 낮음 28.2억원, 종사자당 취급액도 체감지수 낮음 3.5억원으로 전체 평균보다 다소 높게 나타났다.

그림 3-11-1 >> 2011년 예상체감도별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

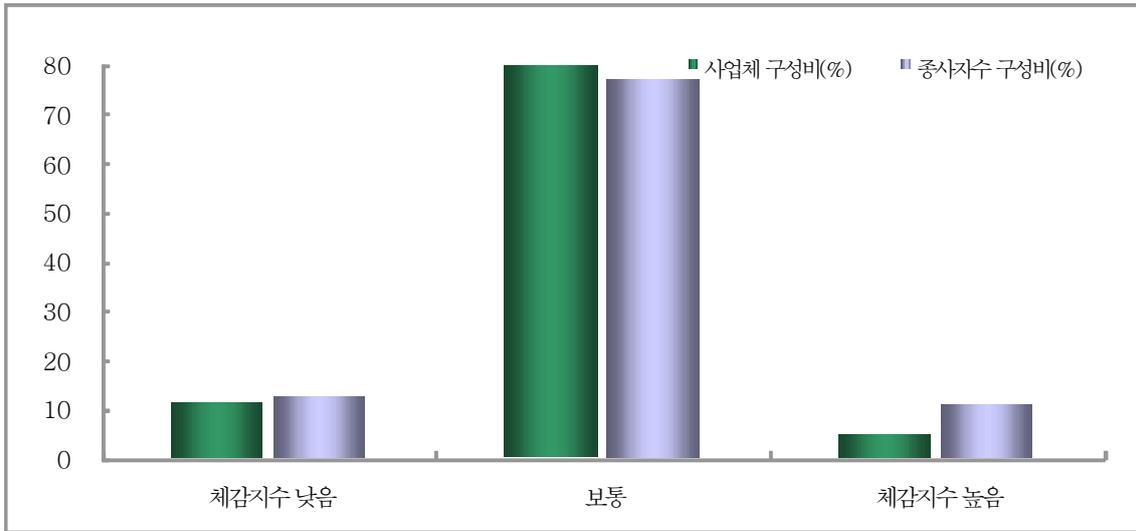
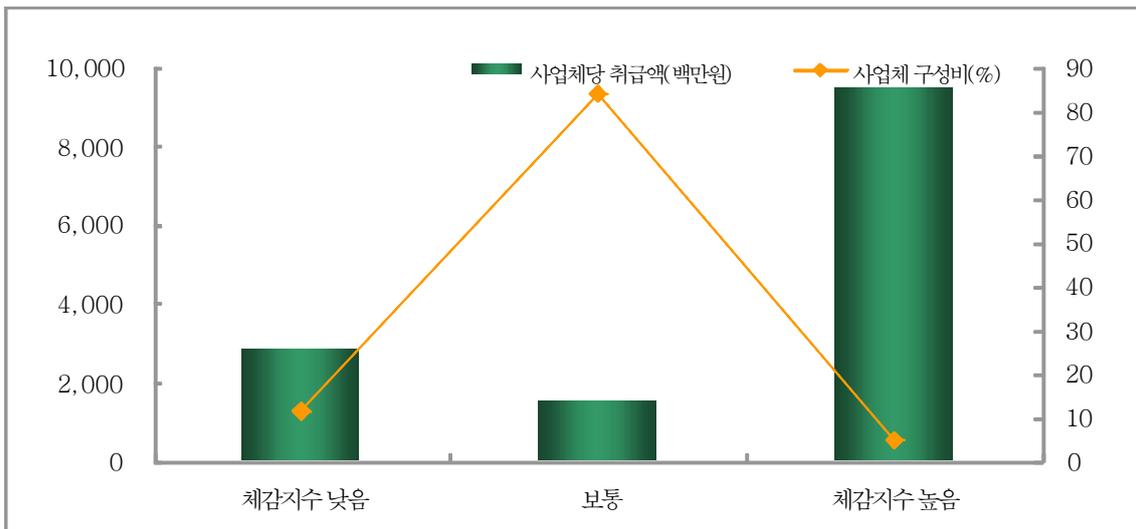


그림 3-11-2 >> 2011년 예상체감도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



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

구 분	사업체수 (중복포함)	사업체수 (중복제외)
합작투자 광고회사	7	1
100% 투자회사	7	3
해외지사(사무소)설치 회사	11	0
해외광고회사와의 업무 제휴를 하는 회사	0	0
해외광고취급액이 있는 회사	7	1

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

투자비율	사업체수 (개소)	설립연도	등록일
0% ~ 50%미만	1	2000	2002
	1	2004	무응답
	1	1997	2008
50% ~ 100%미만	1	1990	1999
	1	1997	2008
100%	1	1982	무응답
	1	1983	2003
	1	1993	1997
	1	2000	무응답
	1	2001	2001
	1	2005	2009
	1	2005	2009
합계	12		

표 4-1-2 >> 투자비율별 사업체 규모별 광고회사 현황

단위 : 개소

투자비율	사업체수	종사자규모	취급액규모
0%~50%미만	1	10 ~ 49인	10 ~ 100억미만
	1	100인이상	100억원이상
	1	50 ~ 99인	100억원이상
50%~100%미만	1	10 ~ 49인	100억원이상
	1	50 ~ 99인	100억원이상
100%	1	100인이상	100억원이상
	1	100인이상	100억원이상
	1	50 ~ 99인	100억원이상
	1	50 ~ 99인	100억원이상
	1	10 ~ 49인	100억원이상
	1	5 ~ 9인	1 ~ 10억미만
	1	5 ~ 9인	1 ~ 10억미만
합계	12	50 ~ 99인	100억원이상

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
일본	3	2	1	3
미국	4	8	80	88
중국	5	12	185	197
러시아	2	5	45	50
인도	2	6	88	94
영국	2	4	47	51
브라질	1	1	무응답	1
홍콩	2	무응답	무응답	무응답
캄보디아	1	3	무응답	3
호주	1	무응답	무응답	무응답
프랑스	1	무응답	무응답	무응답
20개국	1	28	324	352
합계	25	69	770	839

*자본규모 무응답도 포함.

<20개 국가는 남아프리카공화국, 스페인, 프랑스, 네덜란드, 독일, 오스트리아, 이탈리아, 폴란드, 우크라이나, 아랍에미리트, 태국, 베트남, 싱가포르, 대만, 필리핀, 일본, 호주, 브라질, 멕시코, 캐나다>

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

단위 : 개소, 명, 천달러

종사자규모	사업체수	한국인	외국인	합계
5 ~ 9인	2	3	무응답	3
10 ~ 49인	6	무응답	무응답	무응답
50 ~ 99인	4	4	13	17
100인이상	13	62	757	819
합계*	25	69	770	839

*자본규모 무응답도 포함.

4.3. 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황

표 4-3-1 >> 국가별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황

국가	제휴시기	사업체수	주요업무				
			광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
미국	1985	1	0	0	0	0	0
	1997	1	1	0	0	0	0
	2005	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
일본	1973	1	1	1	0	0	0
	1985	1	0	0	0	0	0
	2002	1	1	0	0	0	0
	2002	1	1	1	1	0	0
	2005	1	1	0	0	0	0
	2009	1	1	0	0	0	0
중국	2006	1	1	0	0	0	0
	2009	1	0	1	0	0	0
	2009	1	1	0	0	0	0
영국	무응답	1	1	0	0	0	0
말레이시아	무응답	1	1	0	0	0	0
홍콩	2009	1	0	1	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
프랑스	2007	1	1	1	0	0	0
남아공	2007	1	1	1	0	0	0
독일	무응답	1	1	0	0	0	0
합계		20	16	6	1	0	0

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

단위 : 년, 개소

설립연도	제휴시기	사업체수	주요업무				
			광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1973	1973	1	1	1	0	0	0
	2007	1	1	1	0	0	0
	2007	1	1	1	0	0	0
1974	1985	1	0	0	0	0	0
	1985	1	0	0	0	0	0
1993	1997	1	1	0	0	0	0
1996	2002	1	1	0	0	0	0
	2009	1	1	0	0	0	0
	2009	1	1	0	0	0	0
1998	2005	1	1	0	0	0	0
	2005	1	1	0	0	0	0
	2006	1	1	0	0	0	0
1999	무응답	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
2000	2002	1	1	1	1	0	0
2004	2009	1	0	1	0	0	0
2006	2009	1	0	1	0	0	0
합계		20	16	6	1	0	0

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

단위 : 년, 개소

종사자규모	제휴시기	사업체수	주요업무				
			광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1 ~ 4인	2005	1	1	0	0	0	0
	2006	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
10 ~ 49인	1985	1	0	0	0	0	0
	1985	1	0	0	0	0	0
	2002	1	1	1	1	0	0
	2009	1	0	1	0	0	0
	2009	1	0	1	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
50 ~ 99인	1997	1	1	0	0	0	0
	2002	1	1	0	0	0	0
	2009	1	1	0	0	0	0
	2009	1	1	0	0	0	0
100인 이상	1973	1	1	1	0	0	0
	2007	1	1	1	0	0	0
	2007	1	1	1	0	0	0
합계		20	16	6	1	0	0

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	2005	1	0	0	0	0	
	2005	1	0	0	0	0	
	2006	1	0	0	0	0	
	2009	0	1	0	0	0	
10억 ~ 100억 미만	2002	1	1	1	0	0	
	2009	0	1	0	0	0	
	무응답	1	0	0	0	0	
	무응답	1	0	0	0	0	
	무응답	1	0	0	0	0	
	무응답	1	0	0	0	0	
100억 이상	1973	1	1	0	0	0	
	1985	0	0	0	0	0	
	1985	0	0	0	0	0	
	1997	1	0	0	0	0	
	2002	1	0	0	0	0	
	2007	1	1	0	0	0	
	2007	1	1	0	0	0	
	2009	1	0	0	0	0	
2009	1	0	0	0	0		
합계		20	16	6	1	0	0

4.4. 주요 광고회사의 해외 광고 취급액

표 4-4-1 >> 설립연도별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액

단위 : 년, 개소, 천달러

설립연도	사업체수	종사자 규모	해외광고 취급액
1973	1	100이상	1,299,400
1982	1	100이상	15,484
1983	1	100이상	1,929
1990	1	10 ~ 49인	5,304
1993	1	50 ~ 99인	6,394
1994	1	50 ~ 99인	14,844
1996	1	50 ~ 99인	4,040
1999	1	50 ~ 99인	2,207
2000	1	10 ~ 49인	180
	1	50 ~ 99인	3,067
2004	1	10 ~ 49인	100
	1	10 ~ 49인	6,550
	1	100이상	156,567
2005	1	100이상	1,288,413
2007	1	50 ~ 99인	11,576
무응답	1	10 ~ 49인	19
	1	10 ~ 49인	2,162
	1	10 ~ 49인	8,900
	1	50 ~ 99인	259
	1	100이상	4,431
합계	20		2,831,826

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
81,587	1,500

국경기준 광고업 수출액은 815.9억원이며, 수입액은 15.0억원으로 집계되었다.

4.5.2. 광고회사의 국적을 기준으로 한 무역

광고회사의 국적을 기준으로 한 무역은 광고회사의 소재지와 관계없이, 광고회사가 어느 나라에 있는 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 한국 자회사와 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	70,018	직접수입	13,461
자회사수입(revenue)	48,844	자회사수입(revenue)	765,252
전체	118,862	전체	778,713
(기업내거래)	2,723,616	(기업내거래)	883,769

국적기준 광고업 수출액은 1,188.6억원이며, 수입액은 7,787.1억원으로 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		
해외지사분	합계	2,772,460		합계	2,234,414	국내거래
	한국광고주	2,723,616	수출-기업내거래	한국광고주	2,168,395	국내거래
	외국광고주	48,844	수출-자회사수입	외국광고주	66,019	국내거래
	무응답	0	기업내거래	무응답	0	국내거래
국내분	합계	31,476	국경수출	합계	1,324,531	국내거래
	한국광고주	31,365	국경수출	한국광고주	1,320,643	국내거래
	외국광고주	111	국경&직접수출	외국광고주	3,888	국내거래
	무응답	0	국경수출	무응답	0	국내거래
외국회사		해외광고취급액		고객거래		
한국지사	합계	50,111	국경수출	합계	1,649,021	
	한국광고주	13,461	국경수출	한국광고주	765,252	수입-자회사수입
	외국광고주	14,149	국경수출	외국광고주	883,769	기업내거래
	무응답	22,501	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	50	4	50	14	0	0
	회사법인	74	80	193	109	43	574
	회사의 법인	5	84	5	0	0	0
본사유무	단독사업체	51	26	95	174	50	511
	공장,지사,영업소	226	6	226	90	0	0
	본사,본점,본부	383	126	407	177	6	3,299
벤처기업 지정여부	대상	29	58	29	602	0	0
	비대상	60	36	105	191	43	569
설립연도	1979년 이전	46	815	44	787	0	0
	1980-1989년	40	28	40	1,851	11	4,370
	1990-1994년	98	19	98	171	24	770
	1995-1999년	40	31	39	431	95	202
	2000-2004년	65	29	191	99	7	4,375
	2005년	72	13	72	154	0	0
	2006년	28	33	28	121	2	150
	2007년	51	10	51	8	4	0
	2008년	45	12	45	30	0	0
2009년	78	5	78	31	0	0	
전체		59	36	102	193	43	719

광고회사의 평균 고객수(광고주)는 59개이며 고객당 취급액은 0.4억원이다. 고객의 대부분이 국내 광고주이며, 외국 광고주는 극히 미미하다. 그러나 고객당 취급액은 국내 고객당 취급액은 1.9억원, 외국 고객당 취급액은 7.2억원으로 외국고객이 3.7배 높게 나타났다.

설립연도로 살펴보면, 고객수는 1990~1994년간 설립된 광고회사가 98개로 가장 많고, 2009년 설립된 회사가 78개로 그 뒤를 이었으며, 고객당 취급액은 1979년 이전 설립된 광고회사가 8.2억원, 1995~1999년, 2006년, 1980~1989년, 2000~2004년간 설립된 회사가 0.3억원 순으로 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	78	61	175	139	43	719
	부산	53	6	53	21	0	0
	대구	29	12	28	51	0	0
	광주	21	2	21	12	0	0
	대전	32	4	32	5	0	0
	인천	75	4	75	0	0	0
	울산	20	14	20	50	0	0
	경기도	97	5	97	9	0	0
	강원도	48	3	47	10	0	0
	충청남도	36	19	36	0	0	0
	충청북도	50	11	50	20	0	0
	경상남도	30	6	30	21	0	0
	경상북도	22	6	22	0	0	0
	전라남도	24	2	24	2	0	0
	전라북도	23	2	23	8	0	0
	제주도	45	2	48	4	0	0
	전체		59	36	102	193	43

광고회사의 지역별로 고객(광고주)을 살펴보면, 평균 고객수는 경기도가 97개로 가장 많고, 서울 78개, 인천 75개, 부산 53개, 충청북도 50개, 강원도 48개 순으로 많으며, 고객당 취급액은 서울이 0.6억원으로 가장 큰 것으로 나타났다.

5.3. 종사자 규모 및 취급액 규모

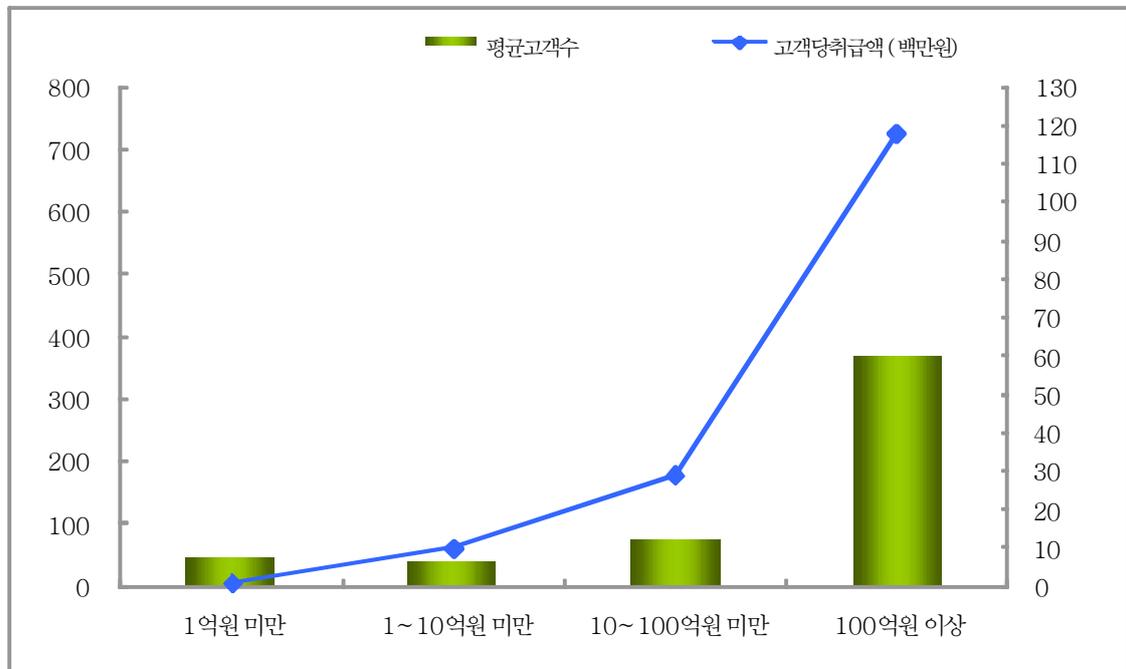
표 5-3 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

		전체		국내		외국	
		평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
종사자규모	1 ~ 4인	42	4	42	18	5	0
	5 ~ 9인	55	21	55	41	30	0
	10 ~ 49인	132	33	410	30	73	468
	50 ~ 99인	56	338	55	803	6	4,748
	100인 이상	143	2,350	140	1,368	11	2,556
취급액규모	1억원 미만	46	1	46	13	0	0
	1~10억원 미만	38	11	38	69	13	171
	10~100억원 미만	74	32	310	8	86	16
	100억원 이상	367	114	368	133	11	3,321
전체		59	36	102	193	43	719

광고회사의 종사자 규모별로 고객(광고주)을 살펴보면, 평균 고객수는 100인 이상인 광고회사가 143개로 가장 많으며, 10~49인 132개, 50~99인 56개, 5~9인 55개 순으로 많으며, 고객당 취급액은 100인 이상이 23.1억원으로 가장 많고, 50~99인 3.4억원, 10~49인 0.3억원, 5~9인 0.2억원 순으로 높게 나타났다.

그림 5-1 >> 취급액 규모별 평균 고객수 및 고객당 취급액



5.4. 사업체 업종 분류

표 5-4 >> 사업체 업종분류별 국내 및 외국계 광고주

단위:개소, 백만원

업종	전체		국내		외국	
	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
광고대행	67	78	203	97	44	703
광고대행+기타	91	15	92	44	0	0
광고대행+온라인	158	272	156	299	7	3,772
광고대행+인쇄	71	16	984	4	0	0
광고대행+인쇄+기타	94	15	97	53	0	0
광고대행+인쇄+온라인	116	23	116	51	0	0
광고대행+인쇄+온라인+기타	116	23	116	51	0	0
광고대행+서비스	29	1,449	28	1,697	7	3,772
광고대행+서비스+기타	20	96	20	316	0	0
광고대행+서비스+인쇄+기타	24	84	24	263	0	0
광고대행+광고제작	46	438	794	44	5	5,281
광고대행+광고제작+기타	66	21	66	74	0	0
광고대행+광고제작+온라인	80	772	78	641	7	3,772
광고대행+광고제작+온라인+기타	131	16	131	45	0	0
광고대행+광고제작+인쇄	52	30	2,521	2	0	0
광고대행+광고제작+인쇄+기타	71	29	71	77	0	0
광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타	116	23	116	51	0	0
광고대행+광고제작+서비스	27	2,829	24	2,086	7	3,772
광고대행+광고제작+서비스+기타	11	242	11	575	0	0
광고대행+광고제작+서비스+온라인	30	3,300	26	2,032	7	3,772
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	13	238	13	486	0	0
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	15	141	15	422	0	0
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	12	226	12	527	0	0
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인	13	250	13	486	0	0
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	13	250	13	486	0	0
전체	59	36	102	193	43	719

5.5. 사업체 업종 재분류

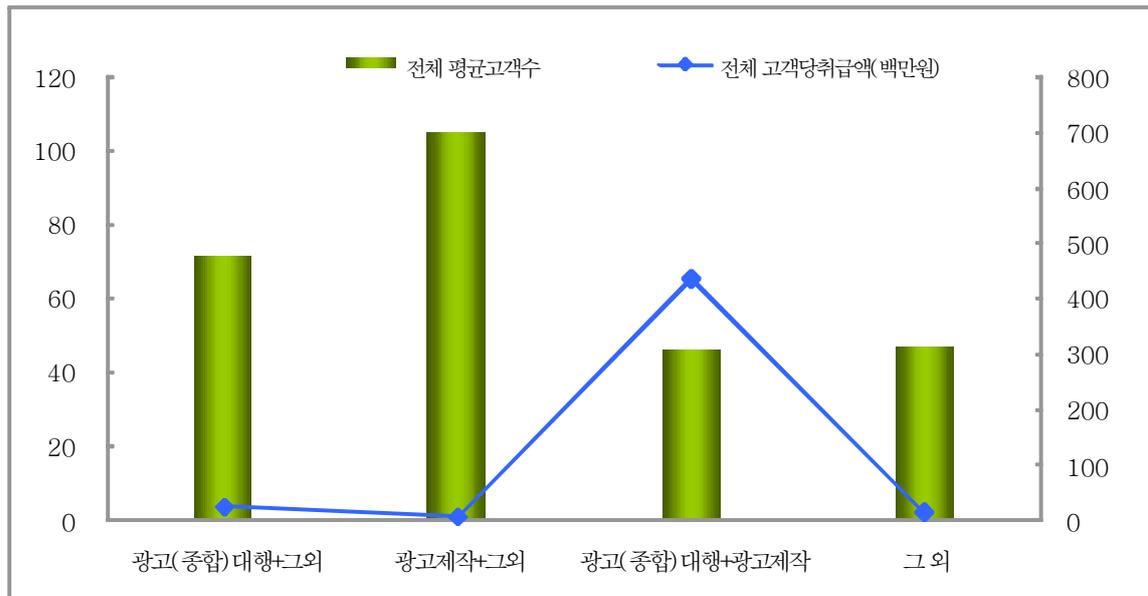
표 5-5 >> 사업체 업종 재분류별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

업종 재분류	구분	전체		국내		외국	
		평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	71	25	71	104	96	405
	광고제작+그외	105	7	105	0	0	0
	광고(종합)대행+광고제작	46	438	794	44	5	5281
	그 외	47	16	47	0	30	0
전체		59	36	102	193	43	719

광고회사를 업종조합으로 재분류하여 살펴보면, 평균 고객수는 광고제작과 그외를 모두 하는 사업체가 105개로 비교적 많았으며, 고객당 취급액은 0.1억원으로 낮게 나타났다. 반대로, 광고(종합)대행과 광고제작업을 모두 하는 사업체는 평균 고객수가 46개로 상대적으로 낮은 편이나 고객당 취급액은 4.4억원으로 높게 나타났다.

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



5.6. 가치사슬 분류

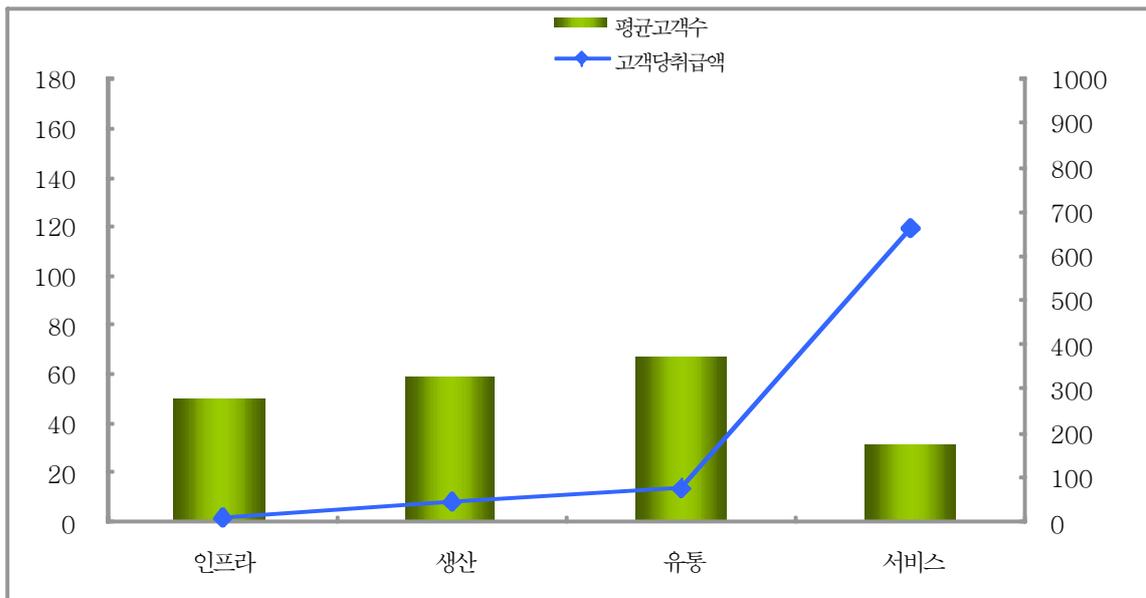
표 5-6 >> 가치사슬별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

가치사슬분류	인프라	전체		국내		외국	
		평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
	인프라	50	11	136	15	3	0
	생산	59	47	143	224	5	5,281
	유통	67	78	202	97	44	703
	서비스	31	633	31	1,564	14	2,007
전체		59	36	102	193	43	719

가치사슬별로 광고회사를 분류하여 보면, 평균 고객수는 유통 산업이 67개로 가장 높고, 생산 59개, 인프라 50개, 서비스 31개 순으로 높았으며, 고객당 취급액은 서비스 산업이 6.3억원, 유통 0.8억원, 생산 0.5억원, 인프라 0.1억원의 순으로 높게 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	비정규직편중	64	11	64	15	0	0
	보통	58	40	106	195	43	719
	정규직편중	0	0	0	0	0	0
성별	여성편중	48	4	48	0	0	0
	보통	59	38	105	187	43	719
	남성편중	0	0	0	0	0	0
연령별	젊은층편중	226	8	226	5	0	0
	보통	51	42	96	209	43	719
	나이든층편중	20	12	20	0	0	0
학력별	저학력편중	15	24	15	0	0	0
	보통	59	36	102	193	43	719
	고학력편중	15	1	15	0	0	0
직급별	저직급편중	54	7	54	0	0	0
	보통	59	37	104	192	43	719
	상위직급편중	52	30	52	28	0	0
전체		59	36	102	193	43	719

광고회사를 종사자 분포도에 따라 분류를 다시 하면, 성별을 기준으로 할 경우, 여성편중 회사의 평균 고객수는 48개로 남성 편중 고객수 0개보다 훨씬 많고, 고객당 취급액은 여성 편중 회사가 0.04억원으로 남성편중 회사의 0원보다 높게 나타났다.

연령을 기준으로 하면, 젊은층이 많은 회사의 평균 고객수는 226개로 나이든 층이 많은 회사의 평균고객수 10개보다 많고, 고객당 취급액은 나이든 층 편중 회사가 0.12억원으로 젊은층 편중 회사 0.08억원보다 1.5배 높게 나타났다.

학력을 기준으로 하면, 고학력 편중 회사의 평균 고객수는 15개로 저학력 편중 회사의 평균 고객수 15개보다 동일하게 나타났으며, 고객당 취급액은 저학력 편중 회사가 0.2억원으로 고학력 편중 회사 0.01억원보다 높게 나타났다.

직급을 기준으로 하면, 상위직급 편중 회사의 평균 고객수가 52개로 저직급 편중 회사 평균 고객수 54개보다 약 0.9배 낮고, 고객당 취급액은 저직급 편중 회사가 0.07억원으로 상위직급 편중 회사 0.30억원보다 약 4배 낮게 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	353	3	5,049	0	0
	5~9개	6	254	398	29	4	25
	10~19개	12	68	12	739	3	5,221
	20~49개	26	42	26	628	11	2,298
	50~99개	57	37	57	810	0	0
	100개이상	407	27	408	225	165	0
국내광고주	5개미만	4	1,253	3	5,263	5	8,638
	5~9개	6	292	6	1,955	5	7,037
	10~19개	12	84	12	929	5	3,138
	20~49개	27	33	26	534	142	141
	50~99개	58	36	58	796	0	0
	100개이상	408	10	847	108	30	0
외국광고주	5개미만	58	35	102	187	2	14,858
	5~9개	10	2,649	15	5,911	6	2,632
	10~19개	29	2,397	18	1,125	11	4,477
전체취급액	5000만원미만	80	471	74	297	27	581
	5000만원~3억원미만	300	0	20	0	280	0
	3억원~10억원미만	48	10	93	108	69	512
	10억원~50억원미만	301	34	301	45	2	12,770
	50억원이상	58	909	55	841	11	2,398
국내취급액	5000만원미만	93	2,952	89	2,996	9	1,754
	5000만원~3억원미만	140	15,730	.	0	0	0
	3억원~10억원미만	59	27	102	17	57	4
	10억원~50억원미만	37	470	35	406	11	3,554
	50억원이상	22	2,440	21	2,364	7	4,084
해외취급액	5000만원미만	79	3,296	78	3,533	0	0
	5000만원~3억원미만	59	33	102	140	51	31
	3억원~10억원미만	26	2,444	18	2,601	13	1,360
	50억원이상	38	1,654	33	1,635	12	4,425
전체		59	36	102	193	43	719

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	0	0	0	0	0	0
	1~5개	22	72	22	605	11	2,724
	6~20개	47	168	47	1,052	2	4,910
	21개이상	510	6	505	3	280	0
이탈 거래광고주	0개	80	44	80	345	99	282
	1~5개	0	0	0	0	0	0
	6~20개	0	0	0	0	0	0
	21개이상	0	0	0	0	0	0
신규 취급액	5000만원미만	53	22	96	154	49	604
	5000만원~3억원미만	1,102	30	1,100	41	13	2,796
	3억원이상	151	8,765	162	2,745	0	0
이탈 취급액	5000만원미만	59	20	102	135	45	731
	5000만원~3억원미만	60	2,930	55	1,513	1	8,034
	3억원이상	0	0	0	0	0	0
전체		59	36	102	193	43	719

고객유치실적별로 광고회사를 살펴보면, 신규광고주가 없는 회사의 평균고객수는 0개이고 고객당 취급액은 0원이며, 신규광고주가 21개이상인 회사의 평균고객수는 510개로 높게 나타났으나, 고객당 평균 취급액은 0.06억원으로 비교적 낮게 나타났다.

이탈광고주가 없는 회사의 평균고객수는 80개이고 고객당 취급액은 0.44억원이었으며, 이탈광고주가 21개이상인 회사의 평균고객수는 0개로 나타났고, 고객당 취급액은 0원으로 나타났다.

신규취급액이 5,000만원~3억원미만인 회사의 평균고객수는 1,102개로 전체 평균보다 많고, 고객당 취급액은 0.30억원으로 비교적 낮게 나타났다. 한편, 이탈취급액이 5,000만원~3억원미만인 회사의 평균고객수는 60개로 나타났고, 고객당 취급액도 29.3억원으로 높게 나타났다.

5.10. 광고경기 체감도

표 5-10 >> 광고경기 체감도별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

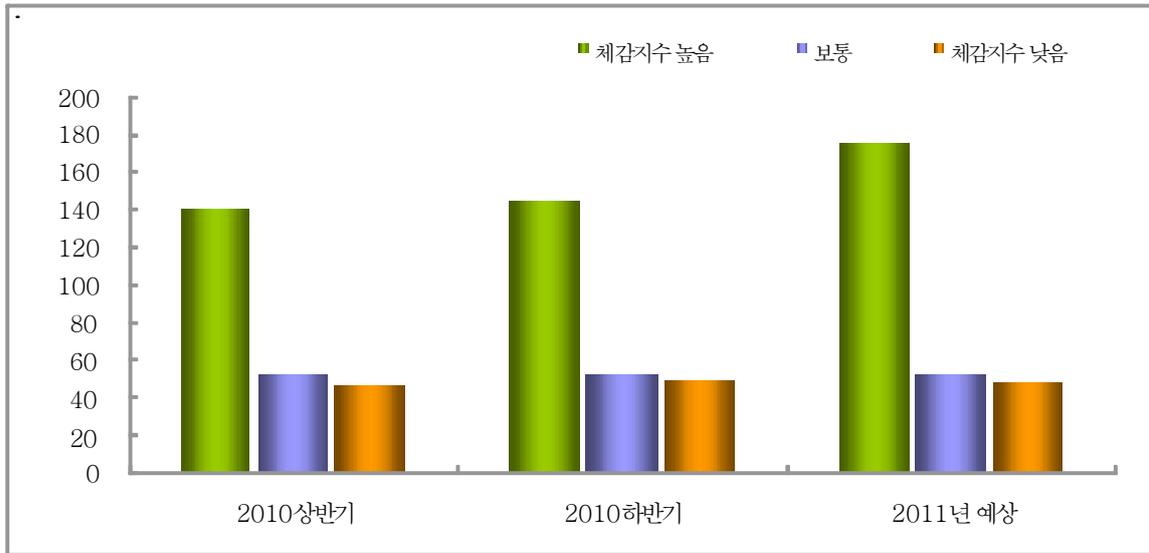
		전체		국내		외국	
		평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액	평균고객수	고객당취급액
2010상반기	체감지수 높음	140	110	140	531	0	0
	보통	53	25	101	121	43	533
	체감지수 낮음	46	5	46	0	0	0
2010하반기	체감지수 높음	144	120	144	554	0	0
	보통	53	23	100	118	43	533
	체감지수 낮음	49	5	49	0	0	0
2011년 예상	체감지수 높음	175	18	175	605	0	0
	보통	52	38	101	119	43	533
	체감지수 낮음	48	4	48	24	0	0
전체		59	36	102	193	43	719

광고회사를 광고경기 체감도별로 구분하여 살펴보면, 2010년 상반기 체감지수가 높았던 사업체는 평균고객수가 140개로, 고객당 취급액은 1.10억원으로 가장 높게 나타났다.

2010년 하반기 광고경기 체감지수가 낮았던 사업체는 평균고객수 49개로 나타났으며, 고객당 취급액은 0.50억원으로 나타났다. 반대로 광고경기 체감지수가 높았던 사업체는 평균고객수 144개로 나타났으며, 고객당 취급액도 1.20억원으로 높았다.

2011년 예상 광고경기 체감지수가 낮았던 사업체의 평균고객수는 48개이고, 고객당 취급액은 0.04억원으로 나타났다. 반면 예상 체감지수가 높은 사업체의 평균고객수는 175개에 달했으며, 고객당 취급액은 0.18억원으로 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	11	2	10	2	81	67.3
	회사법인	43	36	27	40	116	68.8
	회사의 법인	3	76	2	95	4	50.0
본사유무	단독사업체	15	15	11	19	79	67.8
	공장,지사,영업소	29	16	22	6	109	70.9
	본사,본점,본부	447	34	282	13	810	68.4
벤처기업 지정여부	대상	5	63	5	13	29	73.8
	비대상	23	20	15	17	94	67.9
설립연도	1979년 이전	8	1,786	7	272	63	85.3
	1980-1989년	9	12	9	7	61	74.6
	1990-1994년	12	4	11	3	185	67.9
	1995-1999년	13	29	11	23	54	71.4
	2000-2004년	41	12	25	16	100	65.7
	2005년	15	11	13	5	95	63.8
	2006년	12	18	11	5	42	68.0
	2007년	8	13	7	9	28	67.2
	2008년	10	30	4	7	18	65.3
2009년	31	6	15	8	324	38.9	
전체		23	454	15	246	93	67.8

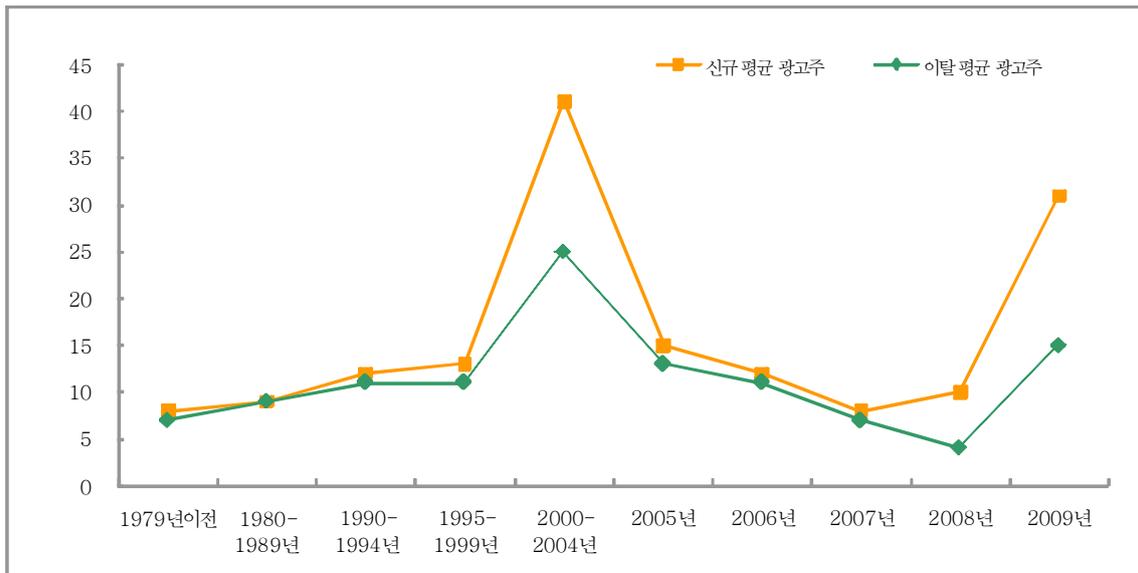
광고회사의 신규 평균 고객수(광고주)는 23개이며 신규 평균 취급액은 4.5억원이다. 이탈 평균 고객수(광고주)는 15개이며 이탈 평균 취급액은 2.5억원이다. 평균 기준 고객수(광고주)는 93개이고 고객유지비율은 67.8%로 나타났다.

기업형태별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 회사법인 43개, 개인사업체 11개, 회사의 법인 3개의 순이며, 이탈 평균 고객수는 회사법인 27개, 개인사업체 10개, 회사의 법인 2개로 나타났고, 신규 평균 취급액은 회사의법인 0.76억원, 회사법인 0.34억원 개인사업체 0.02억원의 순이고, 이탈 평균 취급액은 회사의법인 0.95억원, 회사법인 0.40억원, 개인사업체 0.02억원의 순으로 나타났다. 평균 기준 고객수는 회사법인 116개, 개인사업체 81개, 회사의 법인 4개였고, 고객유지비율은 회사법인 68.8%, 개인사업체가 67.3%, 회사의법인이 50.0%로 나타났다.

본사유무별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 본사, 본점, 본부 447개, 공장, 지사, 영업소 29개의 순이며, 신규 평균 취급액은 본사, 본점, 본부 0.34억원, 공장, 지사, 영업소 0.16억원의 순으로 나타났고, 이탈 평균 고객수는 본사, 본점, 본부 282개, 공장, 지사, 영업소 22개의 순이며, 이탈 평균 취급액은 단독사업체 0.19억원, 본사, 본점, 본부 0.13억원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 본사, 본점, 본부 810개, 공장, 지사, 영업소 109개 순이고, 고객유지비율은 공장, 지사, 영업소 70.9%, 본사, 본점, 본부 68.4%의 순으로 나타났다.

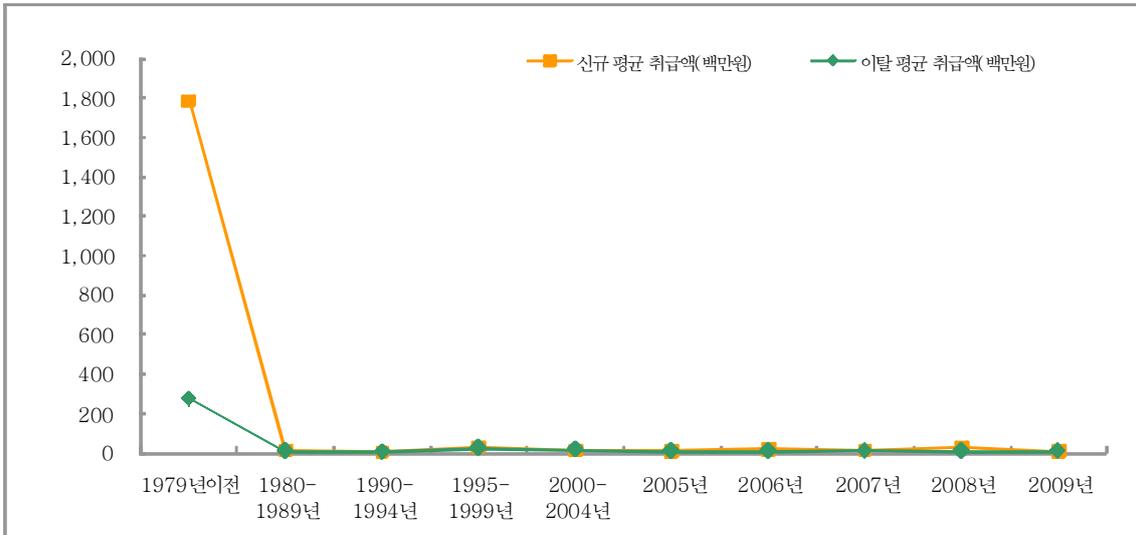
벤처기업 지정여부별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 비대상 23개, 대상 5개 순이고, 이탈 평균 고객수는 비대상 15개로, 대상 5개보다 많은 것으로 나타났다. 신규 평균 취급액은 대상 0.63억원, 비대상 0.20억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 비대상 0.17억원, 대상 0.13억원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 비대상 94개, 대상 29개 순이고, 고객유지비율은 대상 73.8%, 비대상 67.9%의 순으로 나타났다.

그림 6-1-1 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 광고주



설립연도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 2000~2004년 설립된 광고회사가 41개, 2009년 31개, 2005년 15개 1995~1999년 13개 1990~1994년, 2006년 각각 12개, 2008년 10개 1980~1989년 9개, 1979년 이전, 2007년 각 8개 순이고, 이탈 평균 고객수는 2000~2004년 25개, 2009년 15개, 2005년 13개, 1990~1994년, 1995~1999년, 2006년 각각 11개, 1980~1989년 9개, 1979년 이전, 2007년 각 7개, 2008년 4개의 순으로 나타났다.

그림 6-1-2 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 1979년 이전 17.86억원, 2008년 0.30억원, 1995~1999년 0.29억원, 2006년 0.18억원, 2007년 0.13억원, 1980~1989년, 2000~2004년 각각 0.12억원, 2005년 0.11억원, 2009년 0.06억원, 1990~1994년 0.04억원 순으로 나타났고, 이탈 평균 취급액은 1979년 이전 2.72억원, 1995~1999년 0.23억원, 2000~2004년 0.16억원, 2007년 0.09억원, 2009년 0.08억원, 1980~1989년, 2008년 각각 0.07억원, 2005년, 2006년 0.05억원, 1990~1994년 0.03억원 순으로 나타났다.

평균 기준 고객수는 2009년 324개, 1990~1994년 185개, 2000~2004년 100개, 2005년 95개, 1979년 이전 63개, 1980~1989년 61개, 1995~1999년 54개, 2006년 42개, 2007년 28개, 2008년 18개 순이었고, 고객유지비율은 1979년 이전 85.3%, 1980~1989년 74.6%, 1995~1999년 71.4%, 2006년 68.0%, 1990~1994년 67.9%, 2007년 67.2%, 2000~2004년 65.7%, 2008년 65.3%, 2005년 63.8%, 2009년 38.9%의 순으로 나타났다.

6.2. 지역

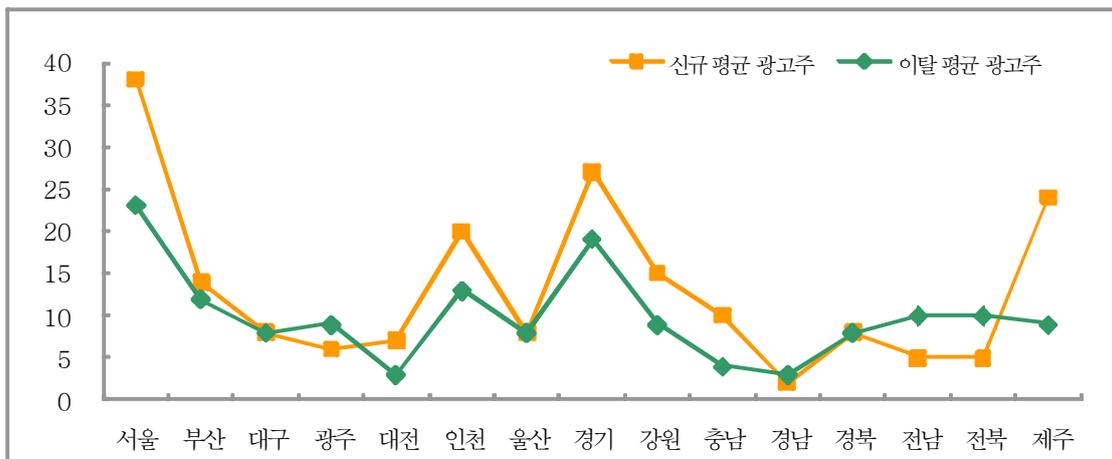
표 6-2 >> 지역별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

		신규		이탈		평균기준 광고주	고객유지비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
지역	서울	38	1,463	23	934	158	69.7
	부산	14	37	12	29	74	69.2
	대구	8	33	8	20	44	73.0
	광주	6	9	9	14	27	61.0
	대전	7	70	3	24	11	57.0
	인천	20	30	13	13	75	58.9
	울산	8	50	8	50	50	84.0
	경기도	27	202	19	160	86	69.9
	강원도	15	15	9	10	30	61.9
	충청남도	10	15	4	14	30	74.0
	경상남도	2	37	3	11	44	87.4
	경상북도	8	25	8	63	20	50.0
	전라남도	5	7	10	13	32	63.4
	전라북도	5	8	10	16	31	65.3
	제주도	24	27	9	40	56	85.6
		전체	23	454	15	246	93

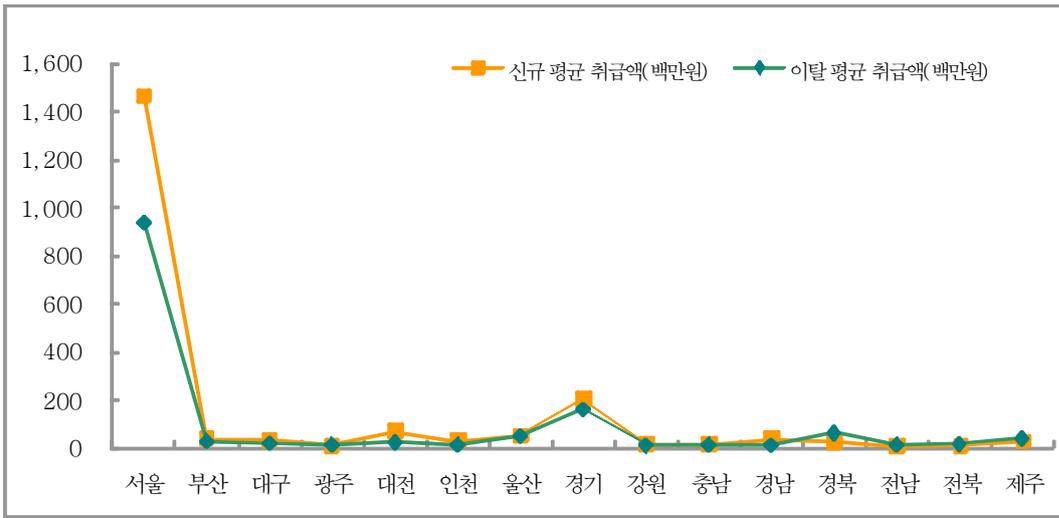
지역별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 서울 38개, 경기도 27개, 제주도 24개, 인천 20개, 강원도 15개의 순으로 나타났다. 이탈 평균 고객수는 서울 23개, 경기도 19개, 인천 13개, 부산 12개, 전라남도와 전라북도는 10개의 순으로 나타났다.

그림 6-2-1 >> 지역별 신규 이탈 평균 광고주



신규 평균 취급액은 서울 14.6억원, 경기도가 2억원, 대전 0.7억원, 울산 0.5억원, 부산과 경상남도 0.4억원, 대구, 인천, 제주도가 0.3억원 순으로 나타났다. 이탈 평균 취급액은 서울 9.3억원, 경기도가 1.6억원, 경상북도가 0.6억원, 울산이 0.5억원, 제주도 0.4억원, 부산이 0.3억원, 대전, 대구, 전라북도 0.2억원, 광주와 충청남도 0.1억원 순으로 나타났다.

그림 6-2-2 >> 지역별 신규 이탈 평균 취급액



평균 기준 고객수는 서울 158개, 경기도 86개, 인천 75개, 부산 74개, 제주도 56개, 울산 50개, 대구와 경상남도 44개, 전라남도 32개, 전라북도 31개, 강원도와 충청남도 30개, 광주 27개, 경상북도 20개의 순이었으며, 고객유지비율은 경상남도 87.4%, 제주도 85.6%, 울산 84.0%, 충청남도 74.0%, 대구 73.0%, 경기도 69.9%, 서울 69.7%, 부산 69.2%의 순으로 나타났다. 서울의 경우 신규평균 취급액과, 이탈 평균 취급액이 타 지역 대비 상대적으로 높게 나타났다.

6.3. 종사자 규모 및 취급액 규모

표 6-3 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

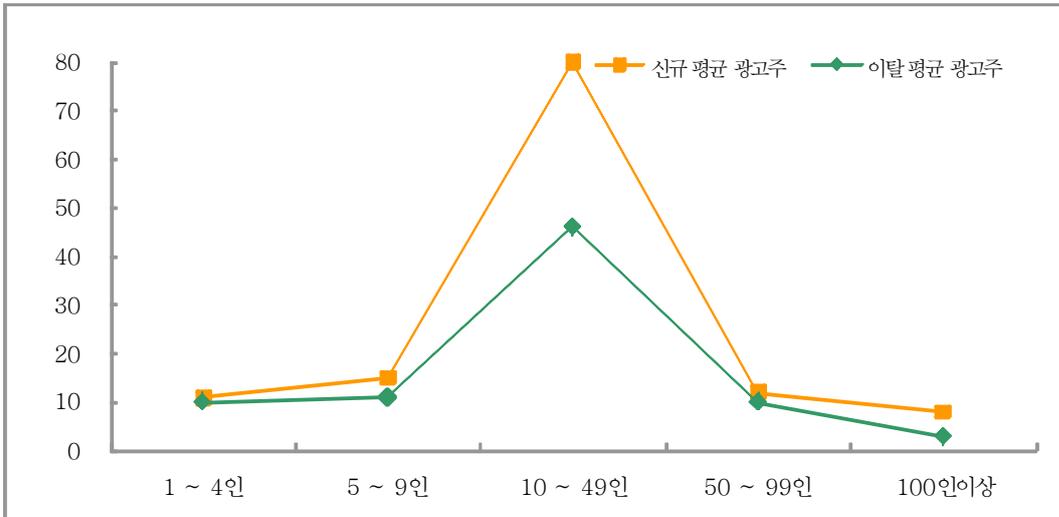
		신규		이탈		평균기존 광고주	고객유지비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
종사자규모	1 ~ 4인	11	25	10	23	68	64.9
	5 ~ 9인	15	269	11	190	106	70.7
	10 ~ 49인	80	1,305	46	1,489	181	73.1
	50 ~ 99인	12	4,807	10	3,089	58	79.6
	100인이상	8	68,233	3	12,284	80	94.6
취급액규모	1억원미만	9	14	9	12	70	59.5
	1~10억원미만	14	81	11	63	62	70.9
	10~100억원미만	17	566	16	388	100	76.2
	100억원이상	225	13,451	103	7,078	467	77.2
전체		23	454	15	246	93	67.8

취급액 규모별로 구분하여 살펴보면, 신규 평균 고객수는 100억원 이상 225개, 10~100억원 미만 17개, 1~10억원 미만 업체가 14개, 1억원 미만 9개였고, 이탈 평균 고객수는 100억원 이상은 103개, 10~100억 미만은 16개, 1~10억원 미만 11개, 1억원 미만은 9개순으로 나타났다.

신규 평균 취급액은 100억원 이상이 134.5억원, 10~100억 미만 5.7억원, 1~10억원 미만 0.8억원, 1억원 미만 0.1억원 순으로 나타났으며, 이탈 평균 취급액은 100억원 이상 70.8억원, 10~100억원 미만 3.9억원, 1~10억원 미만 0.6억원, 1억원 미만 0.1억원의 순으로 나타났다.

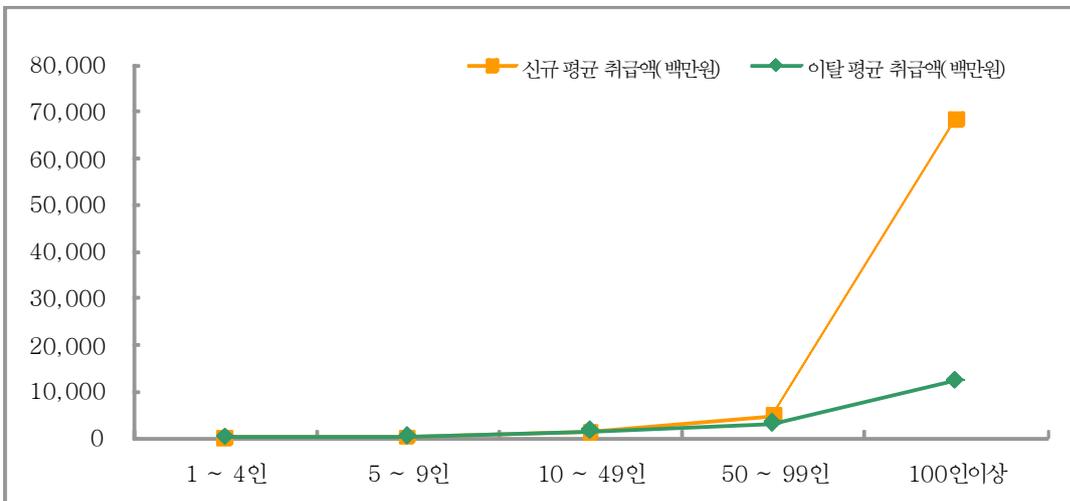
평균 기존 고객수는 100억원이상 467개, 10~100억원 미만 100개, 1억원 미만 70개, 1~10억원 미만은 62개였고, 고객유지비율은 100억원 이상 77.2%, 10~100억원 미만 76.2%, 1~10억원 미만 70.9%, 1억원 미만 59.5%의 순으로 나타났다. 취급액 규모 10~100억원미만, 100억원 이상은 신규와 이탈 평균 취급액이 높게 나타났다.

그림 6-3-1 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 광고주



종사자 규모로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 10~49인 80개, 5~9인 15개, 50~99인 12개, 1~4인 11개, 100인 이상 8개의 순이고, 이탈 평균 고객수는 10~49인 46개, 5~9인 11개, 1~4인 10개, 50~99인 10개, 100인 이상 3개 순으로 나타났다. 신규와 이탈 평균 고객수가 가장 높은 종사자 규모는 10~49인으로 나타났다.

그림 6-3-2 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 100인 이상 682.3억원, 50~99인 48.1억원, 10~49인 13.1억원, 5~9인 2.7억원, 1~4인 0.3억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 100인 이상 122.8억원, 50~99인 30.9억원, 10~49인 14.9억원, 5~9인 1.9억원, 1~4인 0.2억원의 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 10~49인 181개, 5~9인 106개, 100인 이상 80개, 1~4인 68개, 50~99인 58개의 순이었고, 고객유지비율은 100인 이상 94.6%, 50~99인 79.6%, 10~49인 73.1%, 5~9인 70.7%, 1~4인 64.9%의 순으로 나타났다.

6.4. 사업체 업종 분류

표 6-4 >> 사업체 업종 분류별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

	신규		이탈		평균기준 광고주	고객유치비 율
	평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
광고대행	20	1,352	12	988	89	70.5
광고대행+기타	20	189	14	156	133	73.2
광고대행+온라인	7	7,604	4	3,290	66	85.8
광고대행+인쇄	21	257	15	233	75	75.5
광고대행+인쇄+기타	28	339	20	523	70	69.7
광고대행+인쇄+온라인	11	1,251	3	5,000	19	86.8
광고대행+인쇄+온라인+기타	11	1,251	3	5,000	19	86.8
광고대행+서비스	14	9,811	4	3,709	43	78.9
광고대행+서비스+기타	47	713	3	5,000	19	86.8
광고대행+서비스+인쇄+기타	47	713	3	5,000	19	86.8
광고대행+광고제작	10	3,165	9	1,607	55	80.2
광고대행+광고제작+기타	7	219	4	391	66	77.8
광고대행+광고제작+온라인	7	9,541	5	4,290	70	83.1
광고대행+광고제작+온라인+기타	9	446	2	770	131	94.6
광고대행+광고제작+인쇄	7	291	4	414	30	80.7
광고대행+광고제작+인쇄+기타	7	602	4	2,505	16	68.5
광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타	11	1,251	3	5,000	19	86.8
광고대행+광고제작+서비스	8	15,421	5	7,209	42	83.3
광고대행+광고제작+서비스+기타	11	1,251	3	5,000	19	86.8
광고대행+광고제작+서비스+온라인	7	19,243	6	9,989	48	83.9
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	11	1,251	3	5,000	19	86.8
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	13	811	3	1,479	18	84.9
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	11	1,251	3	5,000	19	86.8
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인	11	1,251	3	5,000	19	86.8
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	11	1,251	3	5,000	19	86.8
전체	23	454	15	246	93	67.8

업종 분류별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 광고대행+서비스+기타, 광고대행+서비스+인쇄+기타 47개, 광고대행+인쇄+기타 28개, 광고대행+인쇄 21개, 광고대행, 광고대행+기타 20개의 순으로 나타났다. 이탈 평균 고객수는 광고대행+인쇄+기타 20개, 광고대행+인쇄 15개, 광고대행+기타 14개 순서로 나타났다.

신규 평균 취급액은 광고대행+광고제작+서비스+온라인 192.4억원, 광고대행+광고제작+서비스 154.2억원, 광고대행+서비스 98.1억원, 광고대행+광고제작+온라인 95.4억원, 광고대행+온라인 76억원, 광고대행+광고제작 31.7억원, 광고대행 13.5억원 순으로 높게 나타났고, 이탈 평균 취급액은 광고대행+광고제작+서비스+온라인 99.9억원, 광고대행+광고제작+서비스 72.1억원, 광고대행+인쇄+온라인, 광고대행+인쇄+온라인+기타, 광고대행+서비스+기타, 광고대행+서비스+인쇄+기타, 광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타, 광고대행+광고제작+서비스+기타, 광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타 50억원의 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 광고대행+기타 133개, 광고대행+광고제작+온라인+기타 131개, 광고대행 89개, 광고대행+인쇄 75개, 광고대행+인쇄+기타, 광고대행+광고제작+온라인이 70개, 광고대행+온라인, 광고대행+광고제작+기타 66개, 광고대행+광고제작 55개, 광고대행+광고제작+서비스+온라인 48개였고, 고객유지비율은 광고대행+광고제작+온라인+기타 94.6%, 광고대행+인쇄+온라인, 광고대행+인쇄+온라인+기타, 광고대행+서비스+기타, 광고대행+서비스+인쇄+기타, 광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타, 광고대행+광고제작+서비스+기타, 광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타 86.8%의 순으로 나타났다.

6.5. 사업체 업종 재분류

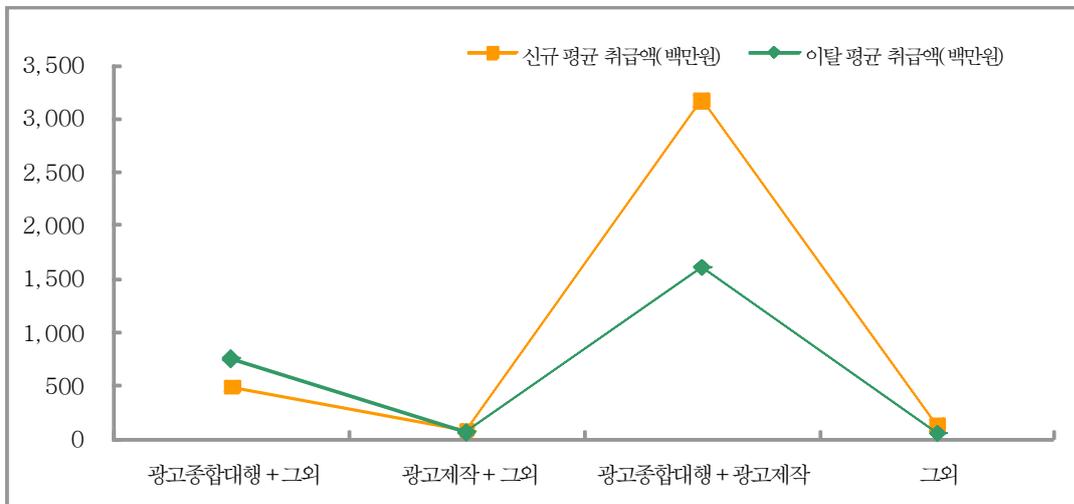
표 6-5 >> 사업체 업종 재분류별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

		신규		이탈		평균기존 광고주	고객유지비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
업종 재분류	광고(종합)대행 + 그외	23	486	13	755	99	67.6
	광고제작 + 그외	19	79	18	63	226	68.9
	광고(종합)대행 + 광고제작	10	3,165	9	1,607	55	80.2
	그외	26	121	16	50	72	66.1
전체		23	454	15	246	93	67.8

업종 재분류별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 그외 26개, 광고(종합)대행+그외 23개, 광고제작+그외 19개, 광고(종합)대행+광고제작 10개로 나타났고, 이탈 평균 고객수는 광고제작+그외 18개, 그외 16개, 광고(종합)대행+그외 13개, 광고(종합)대행+광고제작 9개의 순으로 나타났다.

그림 6-5 >> 업종 재분류별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 광고(종합)대행+광고제작 31.7억원, 광고(종합)대행+그외 4.9억원, 그외 1.2억원, 광고제작+그외 0.8억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 광고(종합)대행+광고제작 16.1원, 광고(종합)대행+그외 7.6억원, 광고제작+그외 0.6억원, 그 외 0.5억원 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 광고제작+그외 226개, 광고(종합)대행+그외가 99개, 그 외 72개, 광고(종합)대행+광고제작이 55개였고, 고객유지비율은 광고(종합)대행+광고제작 80.2%, 광고제작+그외 68.9%, 광고(종합)대행+그외 67.6%, 그 외 66.1%로 나타났다.

6.6. 가치사슬 분류

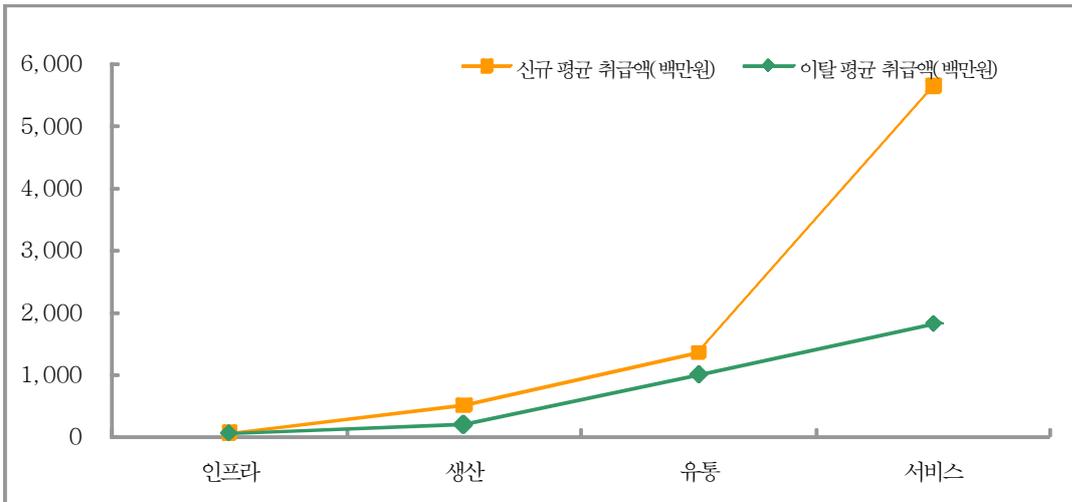
표 6-6 >> 가치사슬별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

가치사슬분류		신규		이탈		평균기존 광고주	고객유지비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
가치사슬분류	인프라	13	58	10	41	85	69.7
	생산	14	497	12	189	92	68.3
	유통	20	1,352	12	988	89	70.5
	서비스	14	5,630	6	1,808	37	66.6
전체		23	454	15	246	93	67.8

가치사슬 분류별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 유통 20개, 생산과 서비스가 각 14개, 인프라가 13개 순으로 나타났고, 이탈 평균 고객수는 생산과 유통이 12개, 인프라 10개, 서비스 6개 순으로 나타났다.

그림 6-6 >> 가치사슬별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 서비스 56.3억원, 유통 13.5억원, 생산 5억원, 인프라 0.6억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 서비스 18.1억원, 유통 9.9억원, 생산 1.9억원, 인프라 0.4억원 순으로 나타났다.

평균 기준 고객수는 생산 92개, 유통 89개, 인프라 85개, 서비스 37개였고, 고객유지비율은 유통 70.5%, 인프라 69.7%, 생산 68.3%, 서비스 66.6%의 순으로 나타났다.

6.7. 고용현황 정보

표 6-7 >> 고용현황 정보별 고객유치실적 현황

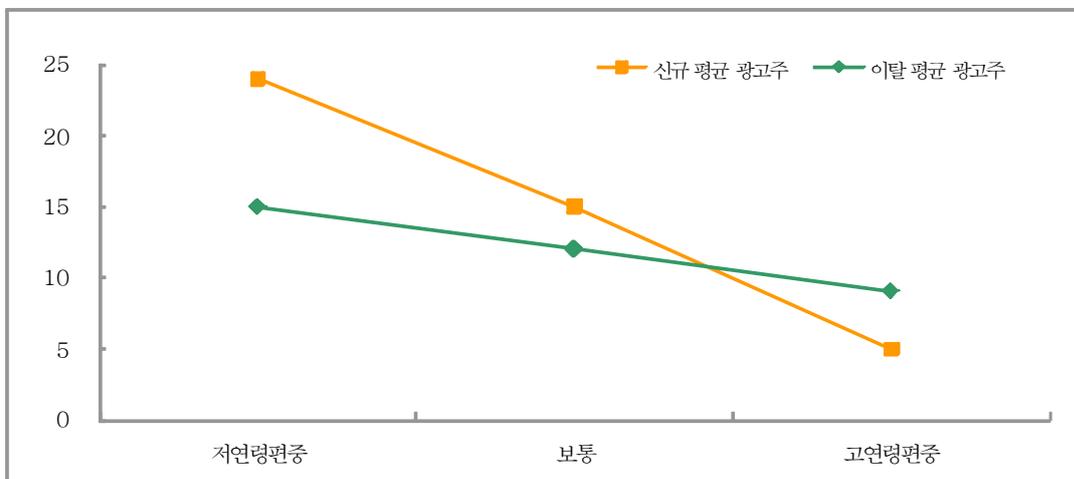
단위 : 개소, 백만원, %

		신규		이탈		평균기존 광고주	고객유지비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
형태별	비정규직편중	39	116	17	105	112	67.2
	보통	21	497	15	264	90	67.9
성별	보통	24	489	16	263	91	67.5
	여성편중	10	72	9	28	119	71.7
연령별	나이든층편중	5	20	9	12	47	82.1
	보통	15	4,368	12	1,775	66	78.7
	젊은층편중	24	166	15	155	95	67.0
학력별	저학력편중	5	9,130	2	1,732	17	88.2
	보통	51	5,325	17	1,859	131	80.2
	고학력편중	22	204	15	173	91	67.1
직급별	저직급편중	23	179	10	34	21	50.3
	보통	14	2,365	13	965	114	72.9
	고직급편중	26	162	16	156	87	66.5
전체		23	454	15	246	93	67.8

고용현황 직급별로 살펴보면, 고직급편중 26개, 저직급편중 23개, 보통 14개 순이고, 이탈 평균 고객수는 고직급편중이 16개, 보통 13개, 저직급편중 10개로 나타났고, 신규 평균 취급액은 보통 23.7억원, 저직급편중 1.8억원, 고직급편중 1.6억원으로 나타났고, 이탈 평균 취급액은 보통 9.7억원, 고직급편중 1.6억원, 저직급편중 0.3억원 순으로 나타났다.

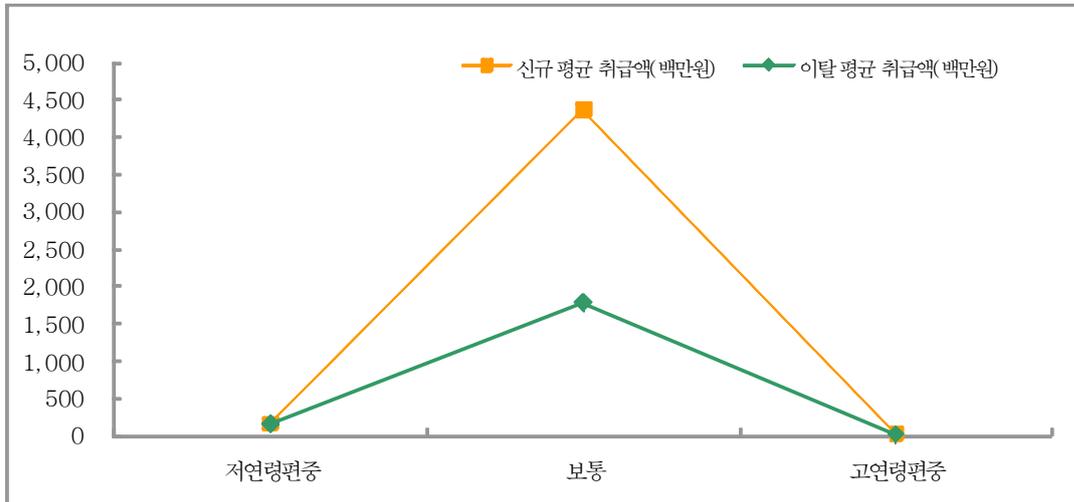
평균 기존 고객수는 보통 114개, 고직급편중 87개, 저직급편중 21개 순이며, 고객유지비율은 보통 72.9%, 고직급편중 66.5%, 저직급편중 50.3%의 순으로 나타났다.

그림 6-7-1 >> 연령수준별 신규 이탈 평균 광고주



고용현황 연령별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 젊은층편중 24개, 보통 15개, 나이든층 편중 5개 순이고, 이탈 평균 고객수는 젊은층편중이 15개, 보통이 12개, 나이든층편중 9개 순으로 나타났다.

그림 6-7-2 >> 연령수준별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 보통 43.7억원, 젊은층편중 1.7억원, 나이든층편중 0.2억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 보통 17.8억원, 젊은층편중 1.6억원, 나이든층편중 0.1억원순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 젊은층편중 95개, 보통 66개, 나이든층편중 47개였고, 고객유지 비율은 나이든층편중 82.1%, 보통 78.7%, 젊은층편중 67.0%의 순으로 나타났다.

6.8. 국내 및 외국계 광고주

표 6-8 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

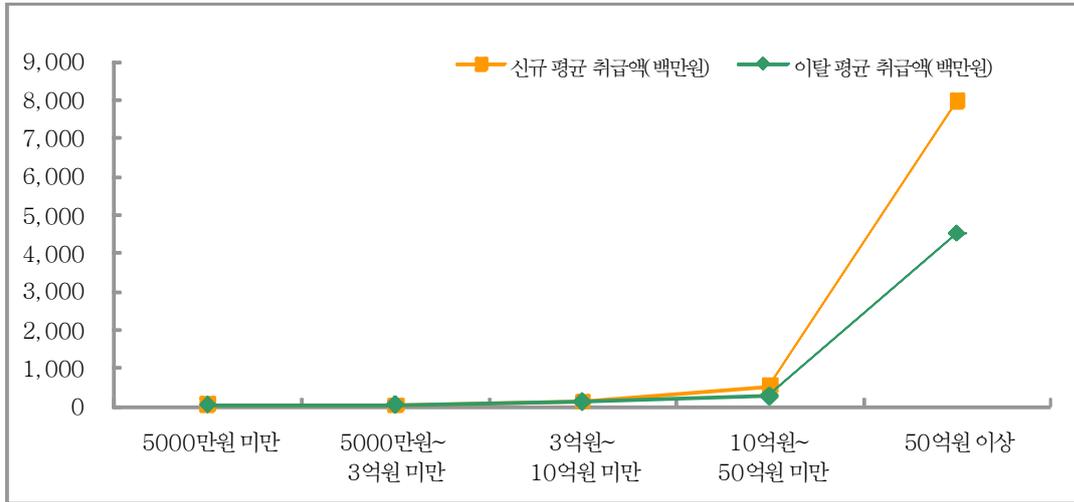
		신규		이탈		평균기준 광고주	고객유지비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
전체광고주	5개미만	5	216	3	90	3	7.4
	5~9개	4	94	3	1,150	5	59.0
	10~19개	5	164	6	96	14	61.7
	20~49개	7	214	8	97	27	70.3
	50~99개	10	129	9	230	57	84.6
	100개이상	130	2,949	82	1,162	470	73.9
국내광고주	5개미만	5	1,668	3	311	7	17.4
	5~9개	4	209	3	1,159	5	59.3
	10~19개	5	266	6	115	14	61.7
	20~49개	7	146	8	88	29	70.2
	50~99개	10	129	9	230	57	84.6
	100개이상	131	1,536	83	923	475	73.6
외국광고주	5개 미만	23	422	15	238	92	67.7
	5~9개	0	0	0	0	0	0.0
	10~19개	4	7,065	2	2,592	27	91.9
	20~49개	2	10,000	1	1,000	29	96.6
전체취급액	5000만원미만	9	47	9	28	73	62.1
	5000만원~3억원미만	11	28	8	26	40	66.6
	3억원~10억원미만	17	126	13	111	68	71.0
	10억원~50억원미만	17	535	16	264	142	74.5
	50억원이상	169	7,962	82	4,513	354	78.1
국내취급액	5000만원미만	24	318	15	123	95	67.5
	5000만원~3억원미만	7	72	5	32	23	68.6
	3억원~10억원미만	5	157	5	128	19	74.8
	10억원~50억원미만	8	791	4	237	41	75.8
	50억원이상	6	10,119	5	8,351	41	80.8
해외취급액	5000만원미만	23	395	15	216	93	67.7
	5000만원~3억원미만	0	0	0	0	0	0.0
	3억원~10억원미만	2	1,536	3	7,199	14	78.6
	10억원이상~50억원미만	6	0	0	0	0	0.0
	50억원이상	5	12,232	4	5,616	28	88.5
	전체	23	454	15	246	93	67.8

전체광고주로 구분하여 살펴보면, 신규 평균 고객수는 광고주 100개 이상인 사업체에서 130개, 50~99개인 사업체 10개, 20~49개인 사업체 7개, 5개미만과 10~19개인 사업체 5개, 5~9개인 사업체 4개 순으로 나타났고, 이탈 평균 고객수는 100개 이상인 사업체는 82개, 50~99개인 사업체 9개, 20~49개인 사업체 8개, 10~19개인 사업체 6개, 5개인 미만과 5~9개인 사업체 3개 순으로 나타났다.

신규 평균 취급액은 100개 이상인 사업체 29.5억원, 5개미만 2.2억원, 20~49개 2.1억원, 10~19개 1.6억원, 50~99개 1.3억원, 5~9개 0.9억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 100개 이상 11.6억원, 5~9개 11.5억원, 50~99개 2.3억원, 20~49개, 10~19개 1억원, 5개 미만 0.9억원 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 100개 이상인 사업체 470개, 50~99개인 사업체 57개, 20~49개인 사업체 27개, 10~19개인 사업체 14개, 5~9개인 사업체 5개, 5개 미만인 사업체가 3개였고, 고객 유지비율은 50~99개 84.6%, 100개 이상 73.9%, 20~49개 70.3%, 10~19개 61.7%, 5~9개 59.0%, 5개 미만 7.4%의 순으로 나타났다.

그림 6-8 >> 전체 취급액별 신규 이탈 평균 취급액



전체 취급액별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 50억원 이상 169개, 3억원~10억원미만과 10억원~50억원 미만 17개, 5,000만원~3억원 미만 11개, 5,000만원 미만 9개 순이고, 이탈 평균 고객수는 50억원 이상 82개, 10억원~50억원미만 16개, 3억원~10억원미만 13개, 5,000만원 미만 9개, 5,000만원~3억원미만 8개 순으로 나타났다.

신규 평균 취급액은 50억원이상 79.6억원, 10억원~50억원 미만 5.4억원, 3억원~10억원 미만 1.3억원, 5,000만원미만 0.5억원, 5,000만원~3억원미만 0.3억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 50억원이상 45.1억원, 10억원~50억원 미만 2.6억원, 3억원~10억원 미만 1.1억원, 5,000만원미만, 5천만원~3억원미만 0.3억원 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 50억원 이상 354개, 10억원~50억원미만 142개, 5,000만원 미만 73개, 3억원~10억원미만 68개, 5,000만원~3억원미만 40개 순이었고, 고객유지비율은 50억원 이상 78.1%, 10억원~50억원미만 74.5%, 3억원~10억원미만 71.0%, 5,000만원~3억원미만 66.6%, 5,000만원미만 62.1%의 순으로 나타났다.

6.9. 고객유치실적

표 6-9 >> 고객유치실적별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

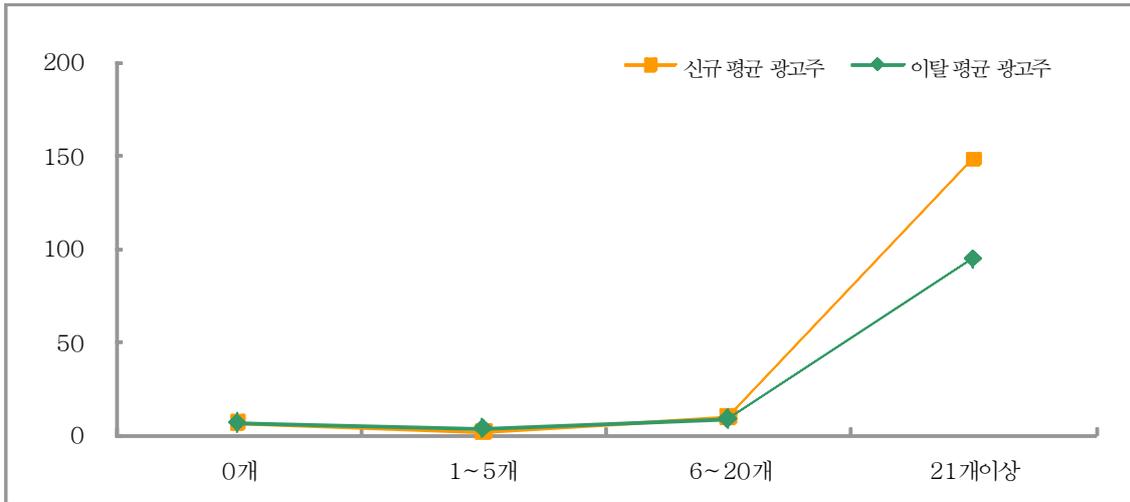
		신규		이탈		평균기존 광고주	고객유지비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
신규 거래광고주	0개	7	119	7	156	30	62.8
	1~5개	2	161	4	132	23	70.2
	6~20개	10	936	9	393	43	70.3
	21개이상	148	1,142	94	1,023	498	66.4
이탈 거래광고주	0개	10	288	7	112	42	67.5
	1~5개	4	739	2	326	24	76.1
	6~20개	9	147	10	86	35	60.9
	21개이상	165	1,698	98	1,422	515	66.0
신규 취급액	5000만원미만	14	13	11	96	82	67.5
	5000만원~3억원미만	19	104	12	98	62	68.4
	3억원이상	113	3,442	76	1,894	243	71.0
이탈 취급액	5000만원미만	14	67	11	13	81	67.1
	5000만원~3억원미만	18	162	11	105	68	72.3
	3억원이상	156	4,394	77	2,592	265	70.5
전체		23	454	15	246	93	67.8

신규취급액별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 3억원 이상이 113개, 5,000만원~3억원 미만 19개, 5,000만원 미만 14개 순이고, 이탈 평균 고객수는 3억원 이상 76개, 5,000만원~3억원 미만 12개, 5,000만원 미만 11개 순으로 나타났다.

신규 평균 취급액은 3억원 이상 34.4억원, 5,000만원~3억원 미만 1.0억원, 5,000만원 미만 0.1억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 3억원 이상 18.9억원, 5,000만원~3억원 미만, 5,000만원 미만 1.0억원 순으로 나타났다.

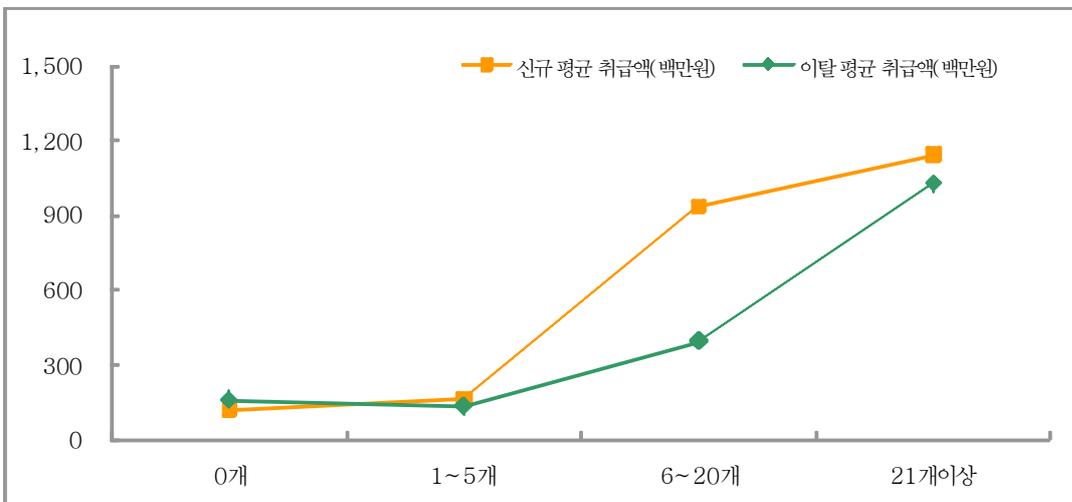
평균 기존 고객수는 3억원 이상 243개, 5,000만원 미만 82개, 5,000만원~3억원 미만 62개였고, 고객유지비율은 3억원 이상 71.0%, 5,000만원~3억원 미만 68.4%, 5,000만원 미만 67.5%의 순으로 나타났다.

그림 6-9-1 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 광고주



신규 거래광고주별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 21개 이상이 148개, 6~20개는 10개, 신규거래가 없는 사업체는 7개로 나타났고, 이탈 평균 고객수는 21개 이상인 사업체는 94개, 6~20개인 사업체 9개, 신규거래가 없는 사업체는 7개로 나타났다.

그림 6-9-2 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 21개 이상인 사업체 11.4억원, 6~20개인 사업체 9.4억원, 1~5개인 사업체 1.6억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 21개 이상 10.2억원, 6~20개 3.9억원, 신규 거래가 없는 사업체가 1.6억원 순으로 나타났고, 평균 기존 고객수는 21개이상 498개, 6~20개 43개, 신규거래가 없는 사업체 30개, 1~5개 23개로 나타났다.

6.10. 광고경기 체감도

표 6-10 >> 광고경기 체감도별 고객유치실적 현황

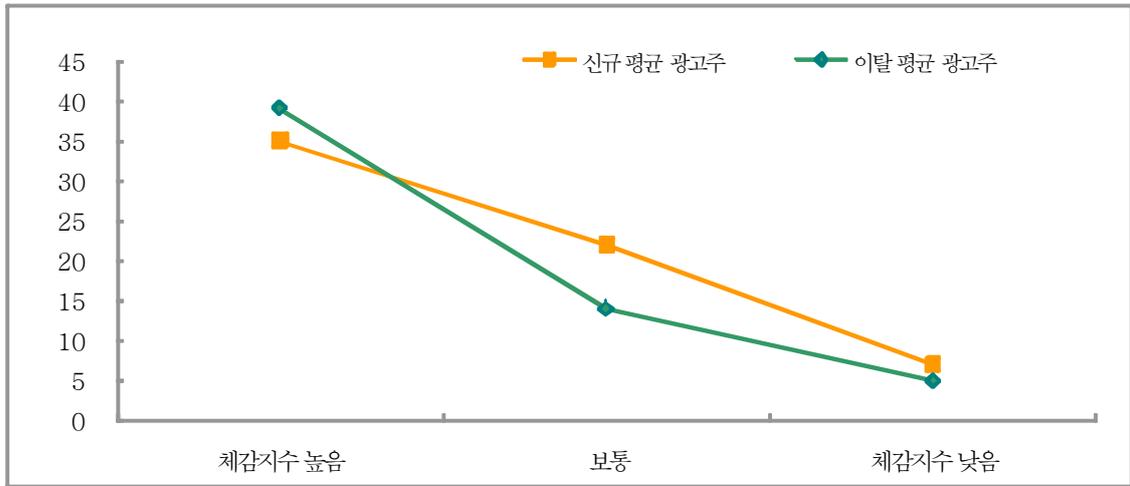
단위 : 개소, 백만원, %

		신규		이탈		평균기존 광고주	고객유치비율
		평균광고주	평균취급액	평균광고주	평균취급액		
2010년상반기	체감지수 높음	19	5,691	21	1,845	715	82.1
	보통	24	258	15	220	75	67.3
	체감지수 낮음	5	167	4	44	17	75.5
2010년하반기	체감지수 높음	21	8,306	26	4,008	1,004	77.7
	보통	23	259	15	219	75	67.5
	체감지수 낮음	6	246	5	102	24	72.5
2011년 예상	체감지수 높음	35	201	39	95	570	78.0
	보통	22	402	14	226	68	67.0
	체감지수 낮음	7	39	5	75	27	78.1
전체		23	454	15	246	93	67.8

2010년 상반기 체감도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 보통 24개, 체감지수 높음 19개, 체감지수 낮음 5개, 이탈 평균 고객수는 체감지수 높음 21개, 보통 15개, 체감지수 낮음 4개로 나타났고, 신규 평균 취급액은 체감지수 높음 56.9억원, 보통 2.6억원, 체감지수 낮음 1.7억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 체감지수 높음 18.5억원, 보통 2.2억원, 체감지수 낮음 0.4억원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 체감지수 높음 715개, 보통 75개, 체감지수 낮음 17개였고, 고객유치비율은 체감지수 높음 82.1%, 체감지수 낮음 75.5%, 보통 67.3%의 순으로 나타났다.

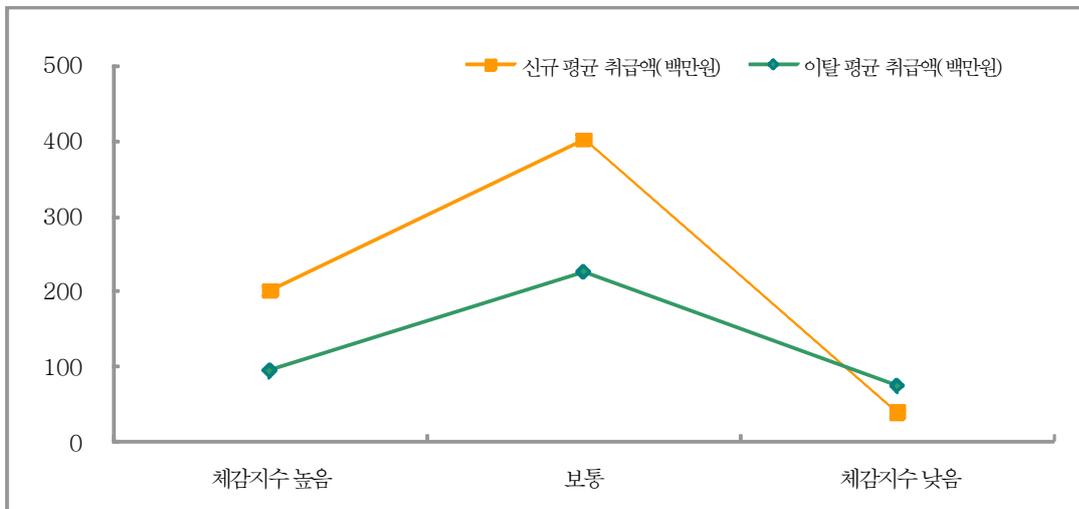
2010년 하반기 체감도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 보통 23개, 체감지수 높음 21개, 체감지수 낮음 6개, 이탈 평균 고객수는 체감지수 높음이 26개, 보통 15개, 체감지수 낮음이 5개로 나타났고, 신규 평균 취급액은 체감지수 높음 83.1억원, 보통 2.6억원, 체감지수 낮음 2.5억원 순이고, 이탈 평균 취급액도 체감지수 높음 40.1억원, 보통 2.2억원, 체감지수 낮음 1.0억원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 체감지수 높음 1,004개, 보통 75개, 체감지수 낮음 24개였고, 고객유치비율은 체감지수 높음 77.7%, 체감지수 낮음 72.5%, 보통 67.5%의 순으로 나타났다.

그림 6-10-1 >> 2011년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 광고주



2011년 예상 체감도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 체감지수 높음 35개, 보통 22개, 체감지수 낮음 7개 순이었고, 이탈 평균 고객수는 체감지수 높음 39개, 보통 14개, 낮음이 각 5개 순으로 나타났다.

그림 6-10-2 >> 2011년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 보통 4억원, 체감지수 높음 2억원, 체감지수 낮음 0.4억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 보통 2.3억원, 체감지수 높음 1억원, 체감지수 낮음 0.8억원 순으로 나타났다. 평균 기준 고객수는 체감지수 높음 570개, 보통 68개, 체감지수 낮음 27개였고, 고객유지비율은 체감지수 낮음 78.1%, 체감지수 높음 78.0%, 보통 67.0%의 순으로 나타났다.

7. 광고경기 체감도

7.1. 사업체 정보

표 7-1-1 >> 사업체 정보별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도*			광고경기 전망지수**
		2010년 상반기	2010년 하반기	2011년 예상	
기업형태	개인사업체	57	57	59	105.0
	회사법인	60	60	64	110.6
	회사의 법인	50	70	70	114.0
본사유무	단독사업체	58	58	60	106.9
	공장, 지사, 영업소	64	64	67	106.0
	본사, 본점, 본부	66	67	72	108.5
벤처기업 지정여부	대상	54	57	60	108.1
	비대상	58	58	61	106.8
설립연도	1979년 이전	65	64	65	99.9
	1980-1989년	55	55	56	103.0
	1990-1994년	59	60	61	101.9
	1995-1999년	57	57	60	107.6
	2000-2004년	58	58	61	107.3
	2005년	59	58	60	103.3
	2006년	60	61	64	105.7
	2007년	60	61	62	109.8
	2008년	58	58	63	109.9
2009년	52	53	59	140.1	
전체		58	58	61	106.9

* 광고경기체감도는 100점을 만점으로 평가한 지수로 절대기준임.

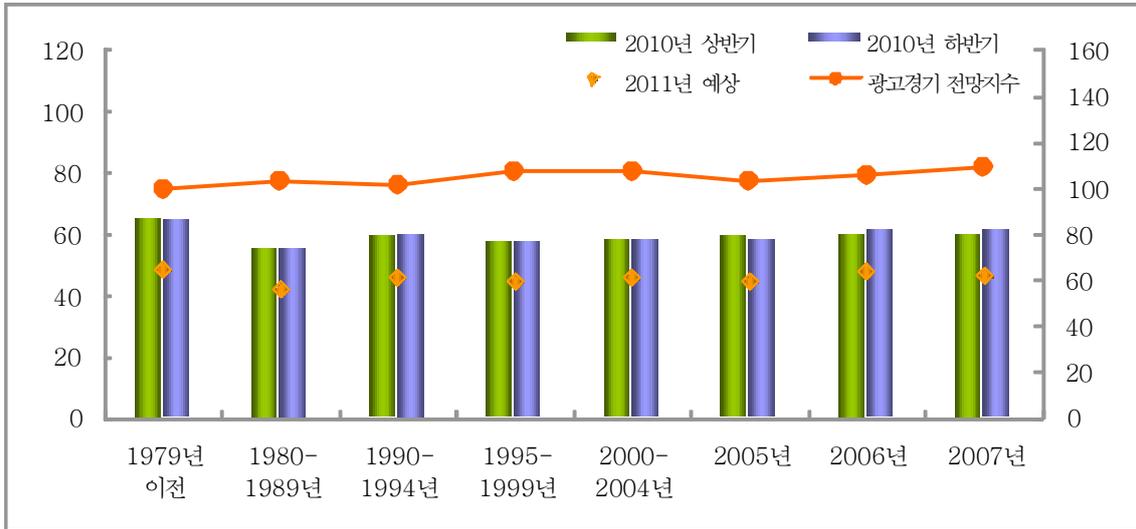
** 광고경기전망지수는 2010년 광고경기체감도의 취급액가중 평균치를 기준으로 한 2011년 예상 광고경기체감도로 100 초과이면 경기가 좋을 것으로 전망하고, 100 미만이면 경기가 나쁠 것으로 전망하고, 100이면 변함없을 것으로 전망한다는 것을 의미함.

광고회사 전체를 살펴보면, 광고경기체감도는 2010년 상반기 58점, 2010년 하반기 58점, 2011년 예상은 61점으로 나타났고, 광고경기 전망지수는 106.9으로 나타났다.

광고경기체감도를 살펴보면, 기업형태의 회사법인은 2010년 상반기 60점, 2010년 하반기 60점, 2011년 예상 64점으로 나타났다. 본사유무의 본사, 본점, 본부는 2010년 상반기 66점, 2010년 하반기 67점, 2011년 예상 72점, 공장, 지사, 영업소는 2010년 상반기 64점, 2010년 하반기 64점, 2011년 예상 67점으로 나타났다. 벤처기업 지정여부의 경우 벤처 대상은 2010년 상반기 54점, 2010년 하반기는 57점이었고 2011년 예상은 60점으로 나타났다. 설립연도의 경우 2000~2004년은 2010년 상반기는 58점, 2010년 하반기는 58점, 2011년 예상 61점으로 나타났다.

광고경기 전망지수는 기업형태의 경우 회사의법인 114.0, 회사법인 110.6 으로 나타났고, 본사유무의 경우 본사, 본점, 본부 108.5, 벤처기업 대상은 108.1이었으며, 설립연도의 경우 1995~1999년 107.6, 2000~2004년 107.3, 2007년 109.8, 2008년 109.9, 2009년 140.1로 전체 평균보다 높았다.

그림 7-1-1 >> 설립연도별 광고경기 체감도



설립연도별로 구체적으로 살펴보면, 2010년 상반기의 경우 1979년 이전 65점으로 주로 일찍 설립된 회사에서 2010년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2010년 하반기의 경우에도 2008년, 1979년 이전에 설립된 회사에서 64점으로 높게 평가하는 반면, 1980~1989년 설립회사는 55점, 2009년 설립회사는 53점으로 체감도가 낮게 나타났다.

2011년 예상의 경우에는 1979년 이전 65점, 2006년 설립회사 64점으로 나타난 것에 비해, 2009년 59점, 1980~1989년 설립회사는 56점으로 나타났다.

표 7-1-2 >> 사업체 정보별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

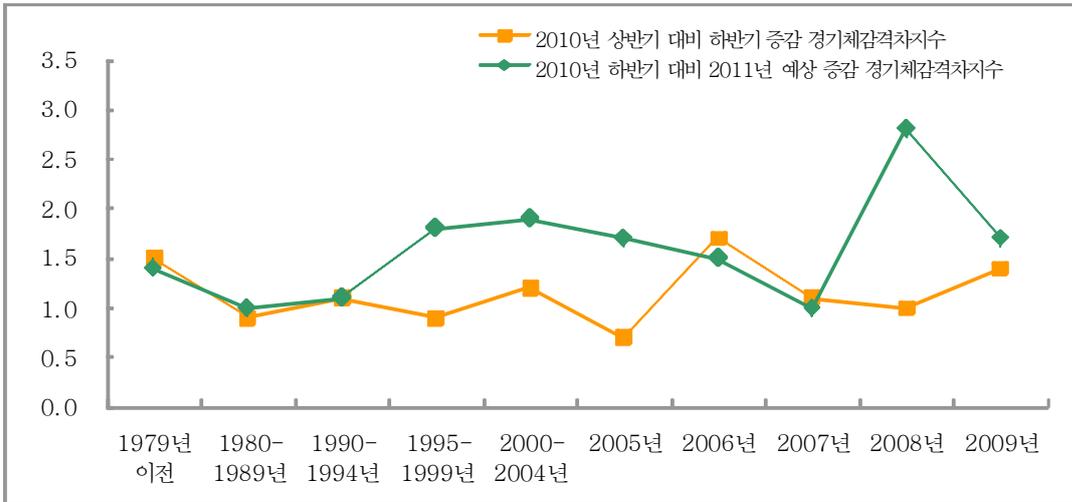
		2010년 상반기 대비 하반기 증감				2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
기업형태	개인사업체	573	1,681	610	1.1	596	1,429	840	1.4
	회사법인	250	980	286	1.1	268	788	460	1.7
	회사의 법인	0	0	2	0.0	0	2	0	0.0
본사유무	단독사업체	796	2,582	873	1.1	831	2,177	1243	1.5
	공장,지사,영업소	16	25	17	1.1	11	22	24	2.2
	본사,본점,본부	12	39	11	1.0	19	18	25	1.4
벤처기업 지정여부	대상	17	82	44	2.6	40	52	51	1.3
	비대상	800	2,515	846	1.1	816	2,114	1,232	1.5
설립연도	1979년 이전	12	55	19	1.5	15	49	22	1.4
	1980-1989년	62	243	57	0.9	89	182	92	1.0
	1990-1994년	110	274	125	1.1	119	264	126	1.1
	1995-1999년	165	547	155	0.9	155	438	274	1.8
	2000-2004년	275	865	322	1.2	251	742	471	1.9
	2005년	70	148	52	0.7	52	129	89	1.7
	2006년	26	92	43	1.7	29	88	44	1.5
	2007년	39	103	43	1.1	52	81	53	1.0
	2008년	38	82	37	1.0	20	80	57	2.8
	2009년	17	80	24	1.4	24	56	41	1.7
전체		823	2,811	896	1.1	863	2,369	1,298	1.5

광고회사 전체를 살펴보면, 2010년 상반기 대비 2010년 하반기 증감의 경기체감 격차지수는 1.1이고, 2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감 격차지수는 1.5으로 나타났다.

2010년 상반기 대비 2010년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 벤처기업지정 여부에서 대상이 2.6, 설립연도의 경우 1979년 이전 1.5, 2009년 1.4, 2000~2004년 1.2로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 기업형태에서 회사법인 1.7, 본사유무 중 공장, 지사, 영업소 2.2, 설립연도의 경우 2008년 2.8, 2000~2004년 1.9, 1995~1999년 1.8, 2005년, 2009년 1.7로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-1-2 >> 설립연도별 경기체감 격차지수



설립연도별로 구체적으로 살펴보면, 2010년 상반기 대비 2010년 하반기 증감의 경기체감 격차지수는 2006년 1.7, 1979년 이전 1.5, 2009년 1.4, 2000~2004년 1.2, 1990~1994년, 2007년 1.1, 2008년 1.0, 1980~1989년, 1995~1999년 0.9, 2005년 0.7로 2006년 설립회사의 경기체감 격차지수가 가장 높게 나타났다. 2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감 격차지수는 2008년 2.8, 2000~2004년 1.9, 1995~1999년 1.8, 2005년, 2009년 1.7, 2006년 1.5, 1979년 이전 1.4, 1990~1994년 1.1, 1980~1989년, 2007년 1.0으로 2008년 설립 회사의 경기체감 격차지수가 가장 높게 나타났다.

7.2. 지역

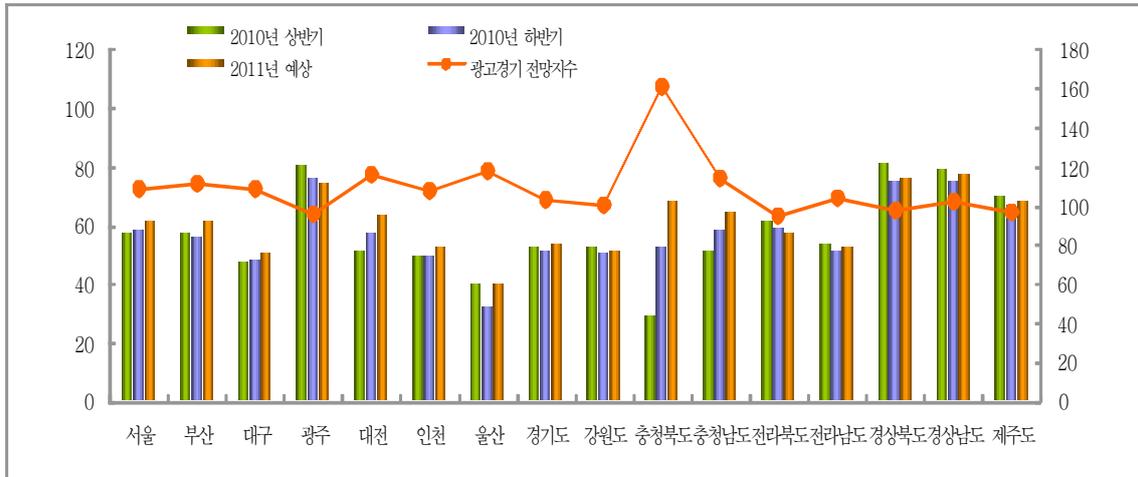
표 7-2-1 >> 지역별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2010년 상반기	2010년 하반기	2011년 예상	
지역	서울	57	58	61	108.6
	부산	57	56	61	111.9
	대구	47	48	50	109.0
	광주	80	76	74	95.7
	대전	51	57	63	115.9
	인천	49	49	52	107.8
	울산	40	32	40	117.6
	경기도	52	51	53	103.7
	강원도	52	50	51	100.3
	충청북도	29	52	68	161.2
	충청남도	51	58	64	114.3
	전라북도	61	59	57	95.3
	전라남도	53	51	52	104.3
	경상북도	81	75	76	97.7
	경상남도	79	75	77	102.6
	제주도	70	67	68	96.6
전체		58	58	61	106.9

광고경기 체감도를 살펴보면, 경상북도는 2010년 상반기 81점, 2010년 하반기 75점, 2011년 예상 76점, 광주는 2010년 상반기 80점, 2010년 하반기 76점, 2011년 예상 74점, 경상남도는 2010년 상반기 79점, 2010년 하반기 75점, 2011년 예상 77점, 제주도는 2010년 상반기 70점, 2010년 하반기 67점, 2011년 예상 68점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기 체감도 보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 충청북도 161.2, 울산 117.6, 대전 115.9, 충청남도 114.3, 부산 111.9, 대구 109.0, 서울 108.6, 인천 107.8로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-2 >> 지역별 광고경기 체감도



지역별로 구체적으로 살펴보면, 2010년 상반기의 경우, 경상북도 81점, 광주 80점, 경상남도 79점, 제주도 70점, 전라북도 61점, 서울, 부산 57점, 전라남도 53점, 경기도, 강원도 52점으로 경상북도지역의 회사가 2010년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2010년 하반기의 경우, 광주 76점, 경상북도, 경상남도 75점, 제주도 67점, 전라북도 59점, 서울, 충청남도 58점, 대전 57점, 부산 56점, 충청북도 52점, 경기도 51점으로 광주 지역의 회사가 2010년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2011년 예상의 경우, 경상남도 77점, 경상북도 76점, 광주 74점, 충청북도, 제주도 68점, 충청남도 64점, 대전 63점, 서울, 부산 61점, 전라북도 57점으로 경상남도 지역의 회사가 2011년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

표 7-2-2 >> 지역별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

		2010년 상반기 대비 하반기 증감				2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
지역	서울	293	1,358	374	1.3	396	1,097	533	1.3
	부산	45	184	56	1.2	54	97	135	2.5
	대구	57	320	73	1.3	88	221	142	1.6
	광주	173	200	25	0.1	97	259	43	0.4
	대전	33	105	241	7.3	19	139	220	11.5
	인천	9	50	6	0.7	18	30	17	0.9
	울산	3	4	0	0.0	0	4	3	0.0
	경기도	54	250	57	1.1	73	209	80	1.1
	강원도	42	114	22	0.5	42	99	37	0.9
	충청북도	0	0	7	0.0	0	0	7	0.0
	충청남도	0	12	24	0.0	1	19	16	16.1
	전라북도	12	45	8	0.7	18	37	9	0.5
	전라남도	15	30	3	0.2	15	18	15	1.0
	경상북도	66	58	3	0.0	27	73	27	1.0
	경상남도	15	36	0	0.0	7	35	9	1.3
	제주도	9	39	0	0.0	9	33	5	0.6
전체		823	2,811	896	1.1	863	2,369	1,298	1.5

2010년 상반기 대비 2010년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 대전 7.3, 서울, 대구 1.3, 부산 1.2로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 충청남도 16.1, 대전 11.5, 부산 2.5, 대구 1.6으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

7.3. 종사자 규모 및 취급액 규모

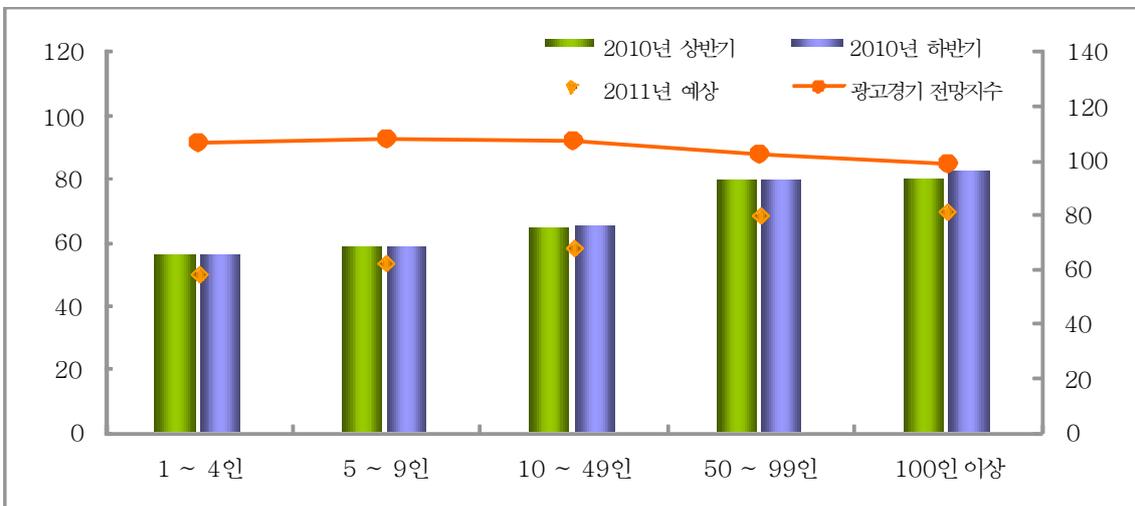
표 7-3-1 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2010년 상반기	2010년 하반기	2011년 예상	
종사자규모	1 ~ 4인	56	56	58	106.6
	5 ~ 9인	58	58	62	108.0
	10 ~ 49인	64	65	68	107.6
	50 ~ 99인	79	79	80	102.6
	100인이상	80	82	81	99.4
취급액규모	1억원미만	57	57	59	106.3
	1~10억원미만	56	56	59	107.0
	10~100억원미만	61	62	65	109.1
	100억원이상	79	79	82	104.4
전체		58	58	61	106.9

광고경기체감도를 살펴보면, 종사자규모는 5~9인이 2010년 상반기 58점, 2010년 하반기 58점, 2011년 예상 62점, 10~49인이 2010년 상반기 64점, 2010년 하반기 65점, 2011년 예상 68점, 50~99인이 2010년 상반기 79점, 2010년 하반기 79점, 2011년 예상 80점, 100인이상이 2010년 상반기 80점, 2010년 하반기 82점, 2011년 예상 81점이고, 취급액규모는 10~100억원미만이 2010년 상반기 61점, 2010년 하반기 62점, 2011년 예상 65점, 100억원이상이 2010년 상반기 79점, 2010년 하반기 79점, 2011년 예상 82점으로 나타나 광고회사 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 종사자규모는 5~9인 108.0, 10~49인 107.6, 취급액규모는 10~100억원미만 109.1, 1~10억원미만 107.0 으로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-3 >> 종사자 규모별 광고경기 체감도



종사자규모별로 구체적으로 살펴보면, 2010년 상반기의 경우, 1~4인 56점, 5~9인 58점, 10~49인 64점, 50~99인 79점, 100인 이상 80점으로 100인 이상 종사자 규모인 회사가 2010년 상반기 광고경기체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2010년 하반기의 경우, 1~4인 56점, 5~9인 58점, 10~49인 65점, 50~99인 79점, 100인 이상 82점으로 100인 이상 종사자 규모인 회사가 2010년 하반기 광고경기체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2011년 예상의 경우에는, 1~4인 58점, 5~9인 62점, 10~49인 68점, 50~99인 80점, 100인 이상 81점으로 100인 이상의 종사자 규모인 회사가 2011년 예상 광고경기체감도를 가장 높게 평가 하였다.

표 7-3-2 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

		2010년 상반기 대비 하반기 증감				2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
종사자규모	1 ~ 4인	588	1,661	599	1.0	567	1,453	840	1.5
	5 ~ 9인	121	626	136	1.1	155	494	234	1.5
	10 ~ 49인	108	447	145	1.3	125	371	205	1.6
	50 ~ 99인	3	53	11	4.0	11	40	17	1.5
	100인 이상	3	10	5	1.7	5	11	2	0.4
취급액규모	1억원미만	413	1,049	380	0.9	371	965	510	1.4
	1~10억원미만	284	1,113	334	1.2	348	889	500	1.4
	10~100억원미만	102	537	152	1.5	125	431	236	1.9
	100억원 이상	24	100	30	1.2	19	84	52	2.7
전체		823	2,811	896	1.1	863	2,369	1,298	1.5

2010년 상반기 대비 2010년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 종사자규모는 50 ~ 99인 4.0, 100인 이상 1.7, 10 ~ 49인 1.3이고, 취급액 규모는 10~100억원 미만 1.5, 1~10억원 미만과 100억원 이상 1.2로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 종사자규모는 10 ~ 49인 1.6이고, 취급액 규모는 100억원 이상 2.7, 10~100억원 미만 1.9로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

7.4. 사업체 업종 분류

표 7-4-1 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감도

	평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
	2010년 상반기	2010년 하반기	2011년 예상	
광고대행	57	58	61	108.4
광고대행+기타	59	61	64	106.3
광고대행+온라인	66	69	70	109.3
광고대행+인쇄	59	60	61	103.1
광고대행+인쇄+기타	62	63	64	102.0
광고대행+인쇄+온라인	70	71	74	101.5
광고대행+인쇄+온라인+기타	70	71	74	101.5
광고대행+서비스	65	68	69	103.6
광고대행+서비스+기타	64	70	72	107.4
광고대행+서비스+인쇄+기타	67	69	71	101.9
광고대행+광고제작	60	62	66	114.8
광고대행+광고제작+기타	59	60	65	113.3
광고대행+광고제작+온라인	68	70	73	105.7
광고대행+광고제작+온라인+기타	66	71	77	110.4
광고대행+광고제작+인쇄	60	60	62	103.7
광고대행+광고제작+인쇄+기타	67	66	68	102.5
광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타	70	71	74	101.5
광고대행+광고제작+서비스	68	71	72	102.9
광고대행+광고제작+서비스+온라인	68	71	72	102.9
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	69	73	74	102.9
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	61	65	67	106.5
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	66	66	69	102.3
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인	66	68	71	101.6
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	70	72	75	101.9
광고제작	65	64	68	113.3
광고제작+기타	65	66	70	110.8
광고제작+온라인+기타	65	69	75	111.3
광고제작+인쇄	70	68	72	106.1
광고제작+인쇄+온라인	70	71	74	101.5
광고제작+인쇄+기타	68	69	72	109.0
광고제작+인쇄+온라인+기타	70	71	74	101.5
광고제작+서비스+인쇄+기타	63	64	66	101.3
광고제작+서비스+인쇄+온라인	70	72	75	101.9
서비스	61	62	66	107.2
서비스+기타	59	63	66	110.0
서비스+온라인	70	73	75	103.8
서비스+온라인+기타	62	68	71	108.2
서비스+인쇄	61	61	66	106.4
서비스+인쇄+기타	64	66	68	101.7
인쇄	58	59	61	106.1
인쇄+기타	57	59	62	107.6
온라인	66	68	72	109.4
온라인+기타	66	69	73	107.6
기타	57	58	60	105.6
전체	58	58	61	106.9

광고경기 체감도를 살펴보면, 광고대행+기타는 2010년 상반기 59점, 2010년 하반기 61점, 2011년 예상 64점, 광고대행+온라인은 2010년 상반기 66점, 2010년 하반기 69점, 2011년 예상 70점, 광고제작+인쇄+기타는 2010년 상반기 68점, 2010년 하반기 69점, 2011년 예상 72점, 광고제작+인쇄+온라인+기타는 2010년 상반기 70점, 2010년 하반기 71점, 2011년 예상 74점, 광고대행+서비스는 2010년 상반기 65점, 2010년 하반기 68점, 2011년 예상 69점, 광고대행+서비스+기타는 2010년 상반기 64점, 2010년 하반기 70점, 2011년 예상 72점, 광고대행+서비스+인쇄+기타는 2010년 상반기 67점, 2010년 하반기 69점, 2011년 예상 71점, 광고대행+광고제작 2010년 상반기 60점, 2010년 하반기 62점, 2011년 예상 66점, 광고대행+광고제작+기타 2010년 상반기 59점, 2010년 하반기 60점, 2011년 예상 65점, 광고대행+광고제작+온라인 2010년 상반기 68점, 2010년 하반기 70점, 2011년 예상 73점, 광고대행+광고제작+온라인+기타 2010년 상반기 66점, 2010년 하반기 71점, 2011년 예상 77점, 광고대행+광고제작+인쇄 2010년 상반기 60점, 2010년 하반기 60점, 2011년 예상 62점, 광고대행+광고제작+인쇄+기타 2010년 상반기 67점, 2010년 하반기 66점, 2011년 예상 68점, 광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타 2010년 상반기 70점, 2010년 하반기 71점, 2011년 예상 74점, 광고대행+광고제작+서비스 2010년 상반기 68점, 2010년 하반기 71점, 2011년 예상 72점, 광고대행+광고제작+서비스+온라인 2010년 상반기 68점, 2010년 하반기 71점, 2011년 예상 72점, 광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타 2010년 상반기 69점, 2010년 하반기 73점, 2011년 예상 74점, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄 2010년 상반기 61점, 2010년 하반기 65점, 2011년 예상 67점, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타 2010년 상반기 66점, 2010년 하반기 66점, 2011년 예상 69점, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인 2010년 상반기 66점, 2010년 하반기 68점, 2011년 예상 71점, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타 2010년 상반기 70점, 2010년 하반기 72점, 2011년 예상 75점, 광고제작 2010년 상반기 65점, 2010년 하반기 64점, 2011년 예상 68점, 광고제작+기타 2010년 상반기 65점, 2010년 하반기 66점, 2011년 예상 70점, 광고제작+온라인+기타 2010년 상반기 65점, 2010년 하반기 69점, 2011년 예상 75점, 광고제작+인쇄 2010년 상반기 70점, 2010년 하반기 68점, 2011년 예상 72점, 광고제작+인쇄+온라인 2010년 상반기 70점, 2010년 하반기 71점, 2011년 예상 74점, 광고제작+인쇄+기타 2010년 상반기 68점, 2010년 하반기 69점, 2011년 예상 72점, 광고제작+인쇄+온라인+기타 2010년 상반기 70점, 2010년 하반기 71점, 2011년 예상 74점, 광고제작+서비스+인쇄+기타 2010년 상반기 63점, 2010년 하반기 64점, 2011년 예상 66점, 광고제작+서비스+인쇄+온라인 2010년 상반기 70점, 2010년 하반기 72점, 2011년 예상 75점, 서비스 2010년 상반기 61점, 2010년 하반기 62점, 2011년 예상 66점, 서비스+기타 2010년 상반기 59점, 2010년 하반기 63점, 2011년 예상 66점, 서비스+온라인 2010년 상반기 70점, 2010년 하반기 73점, 2011년 예상 75점, 서비스+온라인+기타 2010년 상반기 62점, 2010년 하반기 68점, 2011년 예상 71점, 서비스+인쇄 2010년 상반기 61점, 2010년 하반기 61점, 2011년 예상 66점, 서비스+인쇄+기타 2010년 상반기 64점, 2010년 하반기 66점, 2011년 예상 68점, 온라인 2010년 상반기 66점, 2010년 하반기 68점, 2011년 예상 72점, 온라인+기타 2010년 상반기 66점, 2010년 하반기 69점, 2011년 예상 73점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기체감보다

높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 광고대행+광고제작 114.8, 광고대행+광고제작+기타 , 광고제작, 광고제작+온라인+기타 113.3, 광고제작+기타 110.8, 광고대행+서비스+온라인+기타 110.4, 서비스+기타 110.0, 온라인 109.4, 광고대행+온라인 109.3, 광고제작+인쇄+기타 109.0, 광고대행 108.4, 서비스+온라인+기타 108.2, 인쇄+기타, 온라인+기타 107.6, 광고대행+서비스+기타 107.4, 서비스 107.2 로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기 전망지수보다 높게 나타났다.

표 7-4-2 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

업종	2010년 상반기 대비 하반기 증감				2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감			
	감소	변화없음	증가	경기체감 경차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 경차지수
광고대행	197	1,064	251	1.3	252	872	388	1.5
광고대행+기타	29	368	67	2.3	47	319	97	2.1
광고대행+온라인	13	189	26	2.0	10	190	29	2.9
광고대행+인쇄	32	242	42	1.3	33	231	52	1.6
광고대행+인쇄+기타	18	186	19	1.1	17	181	25	1.5
광고대행+인쇄+온라인	0	122	3	0.0	0	124	1	0.0
광고대행+인쇄+온라인+기타	0	121	3	0.0	0	124	0	0.0
광고대행+서비스	10	113	40	4.0	16	115	33	2.1
광고대행+서비스+기타	1	64	18	18.0	1	72	10	10.0
광고대행+서비스+인쇄+기타	0	42	8	0.0	0	48	1	0.0
광고대행+광고제작	35	259	70	2.0	23	265	77	3.3
광고대행+광고제작+기타	6	203	17	2.8	6	188	31	5.2
광고대행+광고제작+온라인	4	156	24	6.0	4	161	19	4.8
광고대행+광고제작+온라인+기타	0	145	12	0.0	2	141	14	7.0
광고대행+광고제작+인쇄	11	167	13	1.2	6	175	11	1.8
광고대행+광고제작+인쇄+기타	3	151	3	1.0	3	150	4	1.3
광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타	0	121	3	0.0	0	124	0	0.0
광고대행+광고제작+서비스	6	69	20	3.3	4	75	16	4.0
광고대행+광고제작+서비스+온라인	0	66	17	0.0	2	72	9	4.5
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	0	60	16	0.0	2	67	7	3.5
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	3	56	13	4.3	2	61	9	4.5
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	3	39	7	2.3	1	44	4	4.0
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인	0	39	3	0.0	0	41	1	0.0
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	0	34	3	0.0	0	37	0	0.0
광고제작	136	481	124	0.9	83	453	205	2.5
광고제작+기타	35	297	42	1.2	29	263	82	2.8
광고제작+온라인+기타	0	149	12	0.0	2	141	18	9.0
광고제작+인쇄	67	240	36	0.5	20	262	59	3.0
광고제작+인쇄+온라인	0	122	3	0.0	0	124	1	0.0
광고제작+인쇄+기타	17	194	20	1.2	14	190	26	1.9
광고제작+인쇄+온라인+기타	0	121	3	0.0	0	124	0	0.0
광고제작+서비스+인쇄+기타	0	42	3	0.0	0	44	1	0.0
광고제작+서비스+인쇄+온라인	0	34	3	0.0	0	37	0	0.0
서비스	35	221	68	1.9	32	196	96	3.0
서비스+기타	4	70	18	4.5	1	78	12	12.0
서비스+온라인	1	61	19	19.0	2	69	10	5.0
서비스+온라인+기타	1	51	9	9.0	1	55	5	5.0
서비스+인쇄	6	54	14	2.3	4	61	10	2.5
서비스+인쇄+기타	0	45	8	0.0	0	51	1	0.0
인쇄	373	1,143	508	1.4	350	1,061	613	1.8
인쇄+기타	158	576	377	2.4	174	586	352	2.0
온라인	38	292	59	1.6	25	268	95	3.8
온라인+기타	2	175	17	8.5	6	163	26	4.3
기타	380	1,334	530	1.4	435	1,189	620	1.4
전체	823	2,811	896	1.1	863	2,369	1,298	1.5

2010년 상반기 대비 2010년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 서비스+온라인 19.0, 광고대행+서비스+기타 18.0, 서비스+온라인+기타 9.0, 온라인+기타 8.5, 광고대행+광고제작+온라인 6.0, 서비스+기타 4.5, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄 4.3, 광고대행+서비스 4.0, 광고대행+광고제작+서비스 3.3, 광고대행+광고제작+기타 2.8, 인쇄+기타 2.4, 광고대행+기타, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타, 서비스+인쇄 2.3, 광고대행+ 온라인, 광고대행+광고제작 2.0, 서비스 1.9, 온라인 1.6, 인쇄, 기타 1.4, 광고대행, 광고대행+인쇄 1.3, 광고대행+광고제작+인쇄, 광고제작+기타, 광고제작+인쇄+기타 1.2로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 서비스+기타 12.0, 광고대행+서비스+기타 10.0, 광고제작+온라인+기타 9.0, 광고대행+광고제작+온라인+기타 7.0, 광고대행+광고제작+기타 5.2, 서비스+온라인, 서비스+온라인+기타 5.0, 광고대행+광고제작+온라인 4.8, 광고대행+광고제작+서비스+온라인, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄 4.5, 온라인+기타 4.3, 광고대행+광고제작+서비스, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타 4.0, 온라인 3.8, 광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타 3.5, 광고대행+광고제작 3.3, 광고제작+인쇄, 서비스 3.0, 광고대행+온라인 2.9, 광고제작+기타 2.8, 광고제작, 서비스+인쇄 2.5, 광고대행+기타, 광고대행+서비스 2.1, 인쇄+기타 2.0, 광고제작+인쇄+기타 1.9, 광고대행+광고제작+인쇄, 인쇄 1.8로 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

7.5. 사업체 업종 재분류

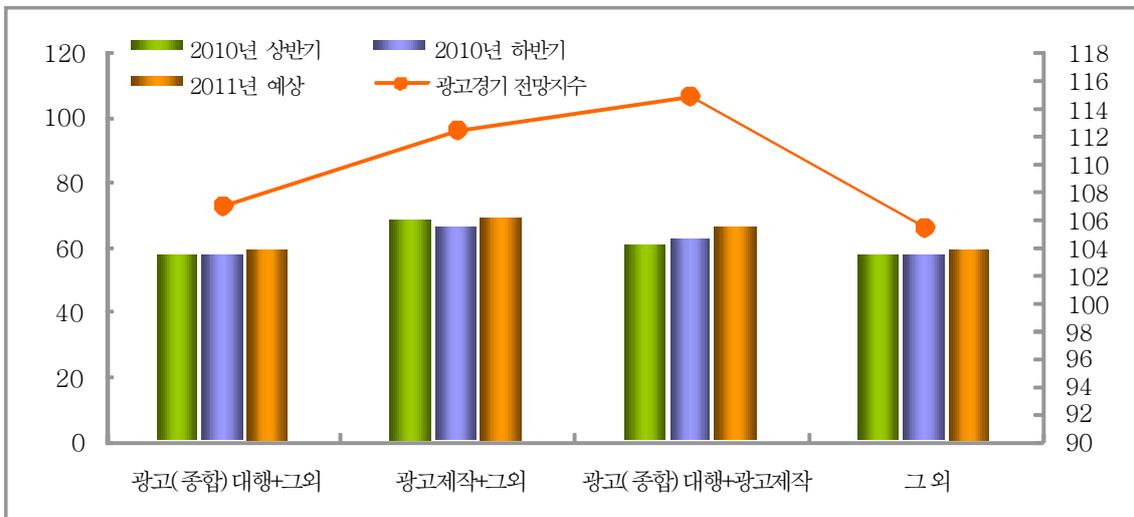
표 7-5-1 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2010년 상반기	2010년 하반기	2011년 예상	
업종 재분류	광고종합대행 + 그외	57	57	59	107.0
	광고제작 + 그외	68	66	69	112.4
	광고종합대행 + 광고제작	60	62	66	114.8
	그외	57	57	59	105.4
전체		58	58	61	106.9

광고경기 체감도를 살펴보면, 광고제작+그외는 2010년 상반기 68점, 2010년 하반기 66점, 2011년 예상 69점, 광고(종합)대행+광고제작은 2010년 상반기 60점, 2010년 하반기 62점, 2011년 예상 66점으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 광고(종합)대행+그외 107.0, 광고제작+그외 112.4, 광고(종합)대행+광고제작 114.8로 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-5 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도



업종 재분류별로 구체적으로 살펴보면, 2010년 상반기의 경우 광고(종합)대행+그외 57점, 광고제작+그외 68점, 광고(종합)대행+광고제작 60점, 그 외 57점으로 광고제작+그외 업종의 회사가 2010년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2010년 하반기의 경우, 광고(종합)대행+그외 57점, 광고제작+그외 66점, 광고(종합)대행+광고제작 62점, 그 외 57점으로 광고제작+그외 업종의 회사가 2010년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2011년 예상의 경우, 광고(종합)대행+그외 59점, 광고제작+그외 69점, 광고(종합)대행+광고제작 66점, 그 외 59점으로 광고제작+그외 업종의 회사가 2011년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

표 7-5-2 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

		2010년 상반기 대비 하반기 증감				2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	161	845	186	1.2	227	658	307	1.4
	광고제작+그외	101	221	54	0.5	60	187	128	2.1
	광고(종합)대행+광고제작	37	207	65	1.8	21	206	82	3.8
	그 외	527	1,532	596	1.1	555	1,318	783	1.4
전체		823	2,811	896	1.1	863	2,369	1,298	1.5

2010년 상반기 대비 2010년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 광고(종합)대행+광고제작 1.8, 광고(종합)대행+그외 1.2로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 광고(종합)대행+광고제작 3.8, 광고제작+그외 2.1로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

7.6. 가치사슬 분류

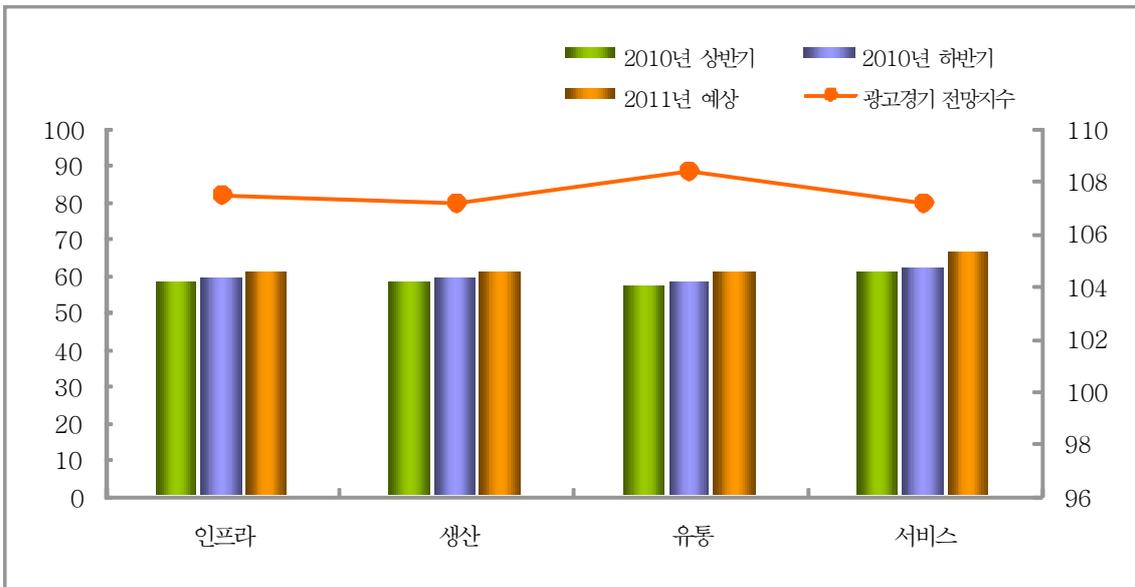
표 7-6-1 >> 가치사슬별 광고경기 체감도

		평균광고경기 체감도			광고경기 전망지수
		2010년 상반기	2010년 하반기	2011년 예상	
가치사슬분류	인프라	58	59	61	107.5
	생산	58	59	61	107.2
	유통	57	58	61	108.4
	서비스	61	62	66	107.2
전체		58	58	61	106.9

광고경기 체감도를 살펴보면, 서비스는 2010년 상반기 61점, 2010년 하반기 62점, 2011년 예상 66점으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 유통 108.4, 인프라 107.5, 서비스, 생산 107.2로 광고회사 전체 평균 광고경기 전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-6 >> 가치사슬 분류별 광고경기 체감도



업종 재분류별로 구체적으로 살펴보면, 2010년 상반기의 경우 인프라 58점, 생산 58점, 유통 57점, 서비스 61점으로 서비스 업종의 회사가 2010년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2010년 하반기는 인프라 59점, 생산 59점, 유통 58점, 서비스 62점으로 서비스 업종의 회사가 2010년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2011년 예상도, 인프라 61점, 생산 61점, 유통 61점, 서비스 66점으로 서비스 업종의 회사가 2011년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

표 7-6-2 >> 가치사슬별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

		2010년 상반기 대비 하반기 증감				2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
가치사슬분류	인프라	423	1,437	575	1.4	439	1,286	711	1.6
	생산	471	1,511	601	1.3	475	1,372	734	1.5
	유통	198	1,055	251	1.3	248	867	389	1.6
	서비스	39	227	69	1.8	42	203	91	2.2
전체		823	2,811	896	1.1	863	2,369	1,298	1.5

2010년 상반기 대비 2010년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 서비스 1.8, 인프라 1.4, 생산과 유통은 1.3으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다. 2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 서비스 2.2, 인프라와 유통이 1.6으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

7.7. 고용현황 정보

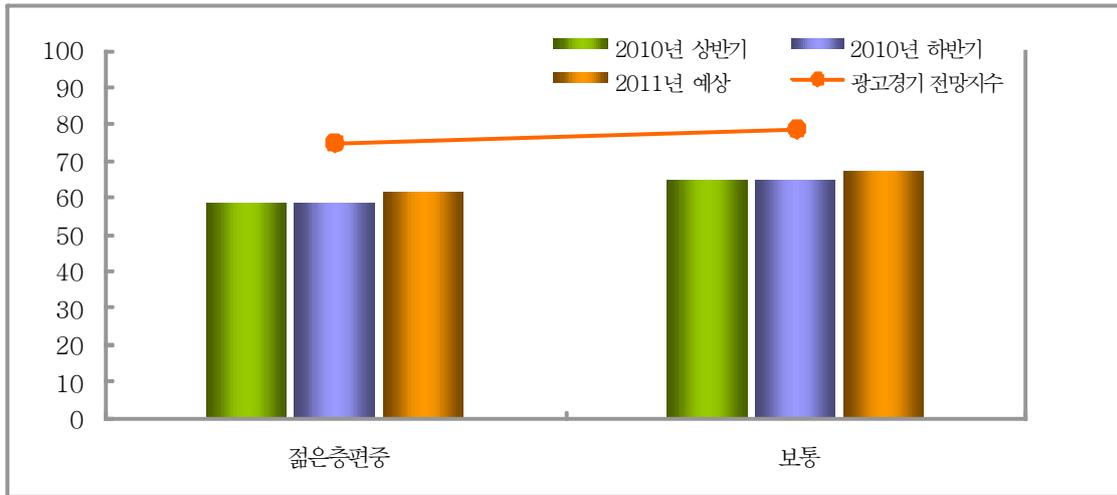
표 7-7-1 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2010년 상반기	2010년 하반기	2011년 예상	
형태별	비정규직편중	55	55	60	111.9
	보통	59	59	61	106.5
성별	보통	58	58	61	107.0
	여성편중	58	59	61	108.5
연령별	보통	64	64	67	108.2
	젊은층편중	58	58	61	107.0
학력별	보통	59	61	66	114.0
	고학력편중	58	58	61	106.7
직급별	보통	61	62	65	107.2
	고직급편중	57	57	60	107.0
전체		58	58	61	106.9

광고경기 체감도를 살펴보면, 형태별은 보통이 2010년 상반기 59점, 2010년 하반기 59점, 2011년 예상 61점, 성별은 여성편중이 2010년 상반기 58점, 2010년 하반기 59점, 2011년 예상 61점 연령별은 보통이 2010년 상반기 64점, 2010년 하반기 64점, 2011년 예상 67점, 학력별은 보통이 2010년 상반기 59점, 2010년 하반기 61점, 2011년 예상 66점, 직급별은 보통이 2010년 상반기 61점, 2010년 하반기 62점, 2011년예상이 65점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 형태별 비정규직편중이 111.9, 연령별 보통이 108.2, 학력별 보통이 114.0, 직급별 보통이 107.2으로 광고경기전망지수 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-7 >> 연령수준별 광고경기 체감도



연령별로 구체적으로 살펴보면, 2010년 상반기의 경우 보통 64점, 젊은층편중 58점으로 보통이 회사가 2010년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2010년 하반기의 경우도 보통 64점, 젊은층편중 58점으로 보통이 회사가 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2011년 예상의 경우에도 보통 67점, 젊은층편중 61점으로 보통이 회사가 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

표 7-7-2 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

		2010년 상반기 대비 하반기 증감				2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
형태별	비정규직편중	71	286	127	1.8	69	248	168	2.4
	보통	756	2,519	774	1.0	795	2,121	1,132	1.4
성별	보통	781	2,619	835	1.1	809	2,224	1,202	1.5
	여성편중	45	186	66	1.5	54	145	98	1.8
연령별	보통	42	295	44	1.1	43	261	76	1.8
	젊은층편중	785	2,510	857	1.1	820	2,108	1,224	1.5
학력별	보통	26	263	68	2.6	34	246	77	2.3
	고학력편중	800	2,542	833	1.0	829	2,123	1,222	1.5
직급별	보통	123	826	165	1.3	173	685	257	1.5
	고직급편중	704	1,979	736	1.0	691	1,684	1,043	1.5
전체		823	2,811	896	1.1	863	2,369	1,298	1.5

2010년 상반기 대비 2010년 하반기 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 형태별 비정규직편중이 1.8, 성별 여성편중이 1.5, 학력별 보통이 2.6, 직급별 보통이 1.3으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 형태별 비정규직편중이 2.4, 성별 여성편중이 1.8, 연령별 보통이 1.8, 학력별 보통이 2.3으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

7.8. 국내 및 외국계 광고주

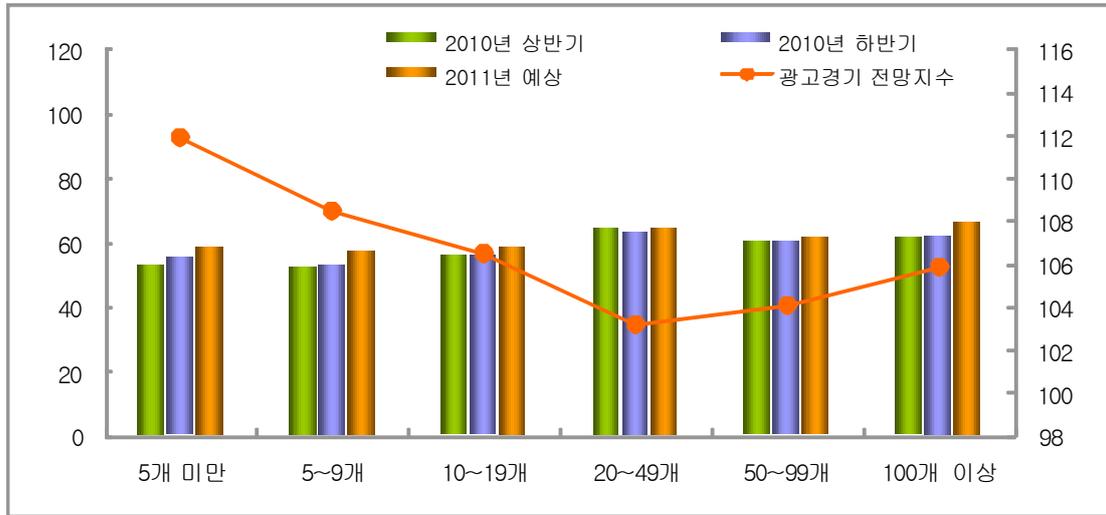
표 7-8-1 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2010년 상반기	2010년 하반기	2011년 예상	
전체 광고주	5개미만	53	55	58	111.9
	5~9개	52	53	57	108.5
	10~19개	56	56	58	106.5
	20~49개	64	63	64	103.2
	50~99개	60	60	61	104.1
	100개이상	61	62	66	105.9
국내 광고주	5개미만	53	55	59	111.9
	5~9개	52	54	57	108.5
	10~19개	56	56	58	106.5
	20~49개	64	63	64	103.2
	50~99개	60	60	62	104.1
	100개이상	61	62	65	105.4
외국 광고주	5개 미만	58	58	61	106.9
	5~9개	50	50	50	100.0
	10~19개	60	67	57	89.2
	20~49개	53	59	61	107.5
전체 취급액	5000만원미만	59	59	61	104.8
	5000만원~3억원미만	54	54	56	108.0
	3억원~10억원미만	57	56	60	110.5
	10억원~50억원미만	59	60	64	108.5
	50억원이상	73	75	77	104.8
국내 취급액	5000만원미만	58	58	60	106.9
	5000만원~3억원미만	49	53	60	133.3
	3억원~10억원미만	63	67	69	106.3
	10억원~50억원미만	68	67	70	102.2
	50억원이상	70	73	75	106.1
해외 취급액	5000만원미만	58	58	61	106.9
	5000만원~3억원미만	70	60	70	108.9
	3억원~10억원미만	80	78	78	98.5
	10억원이상~50억원미만	85	80	80	96.7
	50억원이상	66	70	69	100.7
전체		58	58	61	106.9

광고경기 체감도를 살펴보면, 전체 광고주의 경우 20~49개는 2010년 상반기 64점, 2010년 하반기 63점, 2011년 예상 64점, 50~99개는 2010년 상반기 60점, 2010년 하반기 60점, 2011년 예상 61점, 국내 광고주의 경우 20~49개는 2010년 상반기 64점, 2010년 하반기 63점, 2011년 예상 64점, 50~99개는 2010년 상반기 60점, 2010년 하반기 60점, 2011년 예상 62점, 전체 취급액의 경우 10억원~50억원 미만은 2010년 상반기 59점, 2010년 하반기 60점, 2011년 예상 64점, 50억원 이상은 2010년 상반기 73점, 2010년 하반기 75점, 2011년 예상 77점, 국내 취급액의 경우 3억원~10억원 미만은 2010년 상반기 63점, 2010년 하반기 67점, 2011년 예상 69점, 10억원~50억원 미만은 2010년 상반기 68점, 2010년 하반기 67점, 2011년 예상 70점, 50억원 이상은 2010년 상반기 70점, 2010년 하반기 73점, 2011년 예상 75점, 해외 취급액의 경우 5,000만원~3억원 미만은 2010년 상반기 70점, 2010년 하반기 60점, 2011년 예상 70점, 3억원~10억원 미만 2010년 상반기 80점, 2010년 하반기 78점, 2011년 예상 78점, 10억원 이상~50억원 미만 2010년 상반기 85점, 2010년 하반기 80점, 2011년 예상 80점, 50억원 이상으로 2010년 상반기 66점, 2010년 하반기 70점, 2011년 예상 69점으로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 전체 광고주의 경우 5개 미만 111.9, 5~9개 108.5, 국내 광고주의 경우 5개 미만 111.9, 5~9개 108.5, 외국 광고주의 경우 20~49개 107.5, 전체 취급액의 경우 5,000만원~3억원 미만 108.0, 3억원~10억원 미만 110.5, 10억원~50억원 미만 108.5, 국내 취급액의 경우 5,000만원~3억원 미만 133.3, 해외 취급액의 경우 5000만원~3억원미만 108.9로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-8-1 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감도



전체광고주별로 구체적으로 살펴보면, 2010년 상반기의 경우 5개미만 53점, 5~9개 52점, 10~19개 56점, 20~49개 64점, 50~99개 60점, 100개 이상 61점으로 전체광고주가 20~49개인 회사가 2010년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2010년 하반기는 5개미만 55점, 5~9개 53점, 10~19개 56점, 20~49개 63점, 50~99개 60점, 100개 이상 62점으로 전체광고주가 20~49개인 회사가 2010년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2011년 예상은 5개미만 58점, 5~9개 57점, 10~19개 58점, 20~49개 64점, 50~99개 61점, 100개 이상 66점으로 전체광고주가 100개 이상인 회사가 2011년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

표 7-8-2 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감

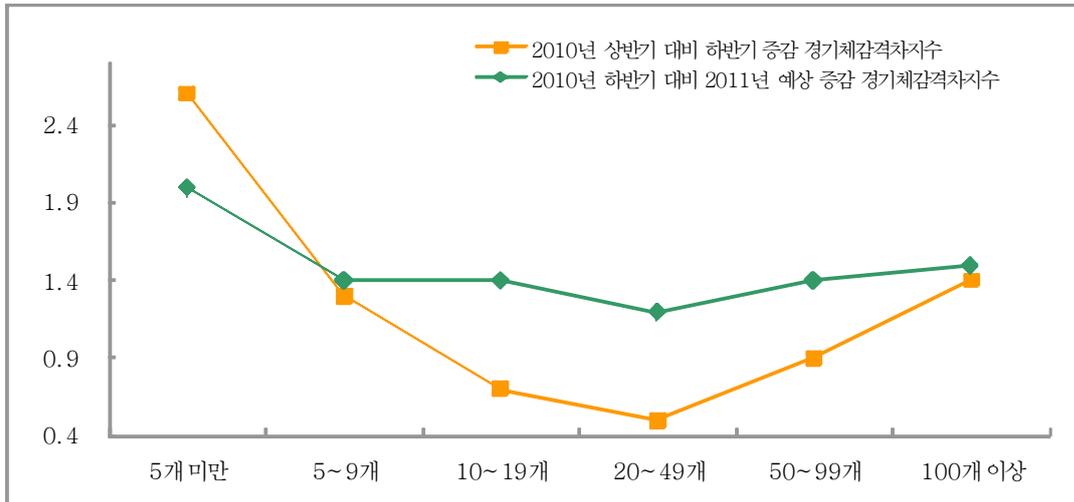
단위 : 개소

		2010년 상반기 대비 하반기 증감				2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
전체광고주	5개미만	145	881	381	2.6	214	763	429	2.0
	5~9개	73	228	94	1.3	92	172	132	1.4
	10~19개	159	514	114	0.7	143	437	207	1.4
	20~49개	328	735	169	0.5	265	652	315	1.2
	50~99개	69	220	64	0.9	76	170	107	1.4
	100개이상	54	227	76	1.4	74	172	111	1.5
국내광고주	5개미만	148	896	380	2.6	214	773	436	2.0
	5~9개	73	228	95	1.3	92	173	132	1.4
	10~19개	159	509	116	0.7	143	434	207	1.4
	20~49개	328	728	167	0.5	265	645	313	1.2
	50~99개	69	217	64	0.9	76	167	107	1.4
	100개이상	50	227	76	1.5	74	174	105	1.4
외국광고주	5개 미만	822	2,799	898	1.1	862	2,362	1,295	1.5
	5~9개	0	3	0	0.0	0	3	0	0.0
	10~19개	1	0	2	2.0	2	1	0	0.0
	20~49개	0	2	1	0.0	0	2	1	0.0
전체취급액	5000만원미만	342	1,266	402	1.2	375	1,146	489	1.3
	5000만원~3억원미만	252	772	228	0.9	246	627	379	1.5
	3억원~10억원미만	113	311	101	0.9	111	231	183	1.7
	10억원~50억원미만	91	334	122	1.3	98	273	177	1.8
	50억원이상	28	122	48	1.7	34	93	71	2.1
국내취급액	5000만원미만	812	2,720	871	1.1	843	2,299	1,261	1.5
	5000만원~3억원미만	0	9	3	0.0	2	4	6	3.0
	3억원~10억원미만	1	11	9	9.0	4	11	6	1.5
	10억원~50억원미만	6	32	8	1.3	12	22	12	1.0
	50억원이상	7	33	10	1.4	3	32	15	5.0
해외취급액	5000만원미만	822	2,788	897	1.1	861	2,351	1,296	1.5
	5000만원~3억원미만	1	0	0	0.0	0	0	1	0.0
	3억원~10억원미만	1	1	1	1.0	1	1	1	1.0
	10억원미만~50억원미만	1	1	0	0.0	0	2	0	0.0
	50억원이상	1	15	3	3.0	2	15	2	1.0
전체		823	2,811	896	1.1	863	2,369	1,298	1.5

2010년 상반기 대비 2010년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 전체광고주 5개미만 2.6, 5~9개 1.3, 100개 이상 1.4, 국내광고주 5개미만 2.6, 5~9개 1.3, 100개이상 1.5, 외국광고주 10~19개 2.0, 전체취급액 5,000만원미만 1.2, 10억원~50억원 미만 1.3, 50억원 이상 1.7, 국내취급액 3억원~10억원 미만 9.0, 10억원~50억원 미만 1.3, 50억원 이상 1.4, 해외취급액 50억원 이상 3.0으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 전체광고주 5개 미만 2.0, 국내광고주 5개미만 2.0, 전체취급액 3억원~10억원 미만 1.7, 10억원~50억원 미만 1.8, 50억원 이상 2.1, 국내취급액 5,000만원~3억원 미만 3.0, 50억원 이상 5.0로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-8-2 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감격차지수



전체광고주별로 구체적으로 살펴보면, 2010년 상반기 대비 2010년 하반기 증감의 경기체감 격차지수는 5개 미만 2.6, 5~9개 1.3, 100개 이상 1.4로 5개 미만이 회사가 경기체감 격차지수가 가장 높게 나타났다.

2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감 격차지수는 5개미만 2.0으로 5개미만이 사업체의 경기체감 격차지수가 가장 높게 나타났다.

7.9. 고객유치실적

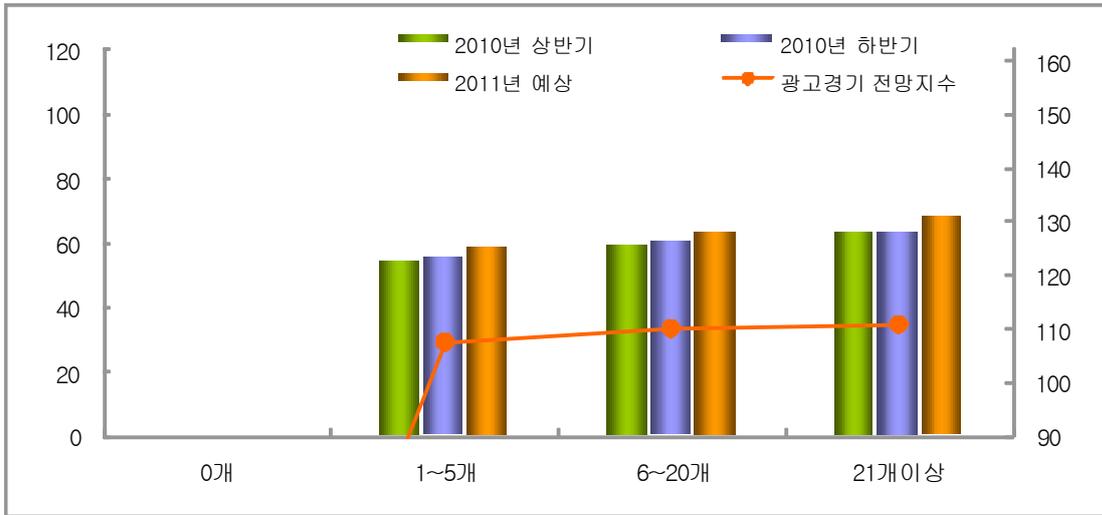
표 7-9-1 >> 고객유치실적별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2010년 상반기	2010년 하반기	2011년 예상	
신규 거래광고주	0개	0	0	0	0
	1~5개	54	55	58	107.6
	6~20개	59	60	63	109.9
	21개이상	63	63	68	110.7
이탈 거래광고주	0개	0	0	0	0
	1~5개	54	56	59	106.7
	6~20개	64	60	62	101.4
	21개이상	64	64	70	111.4
신규 취급액	5000만원미만	58	58	60	106.2
	5000만원~3억원미만	54	57	61	112.3
	3억원이상	65	64	72	121.1
이탈 취급액	5000만원미만	58	58	60	106.5
	5000만원~3억원미만	53	55	61	116.4
	3억원이상	69	69	74	109.6
전체		58	58	61	106.9

광고경기 체감도를 살펴보면, 신규 거래광고주의 경우 6~20개 2010년 상반기 59점, 2010년 하반기 60점, 2011년 예상 63점, 21개 이상 2010년 상반기 63점, 2010년 하반기 63점, 2011년 예상 68점, 이탈 거래광고주의 경우 6~20개 2010년 상반기 64점, 2010년 하반기 60점, 2011년 예상 62점, 신규취급액의 경우 3억원 이상 2010년 상반기 65점, 2010년 하반기 64점, 2011년 예상 72점, 이탈취급액의 경우 3억원 이상 2010년 상반기 69점, 2010년 하반기 69점, 2011년 예상 74점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기 체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 신규 거래광고주의 경우, 1~5개 107.6, 6~20개 109.9, 21개 이상 110.7, 이탈거래광고주의 경우, 21개 이상 111.4, 신규취급액 5,000만원~3억원미만 112.3, 3억원 이상 121.1, 이탈 취급액 5,000만원~3억원 미만 116.4, 3억원 이상 109.6로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-9 >> 신규거래 광고주별 광고경기 체감도



신규 거래광고주별로 구체적으로 살펴보면, 2010년 상반기의 경우 신규거래가 없는 사업체 0점, 1~5개 54점, 6~20개 59점, 21개 이상 63점으로 평가하여 신규 거래광고주가 21개 이상인 회사가 2010년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2010년 하반기는 신규거래가 없는 사업체 0점, 1~5개 55점, 6~20개 60점, 21개 이상 63점으로 평가하여 신규 거래광고주가 21개 이상인 회사가 2010년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2011년 예상은 신규거래가 없는 사업체 0점, 1~5개 58점, 6~20개 63점, 21개 이상 68점으로 평가하여 신규 거래광고주가 21개 이상인 회사가 2011년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

표 7-9-2 >> 고객유치실적별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

		2010년 상반기 대비 하반기 증감				2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
신규 거래광고주	0개	0	0	0	0.0	0	0	0	0.0
	1~5개	129	256	133	1.0	109	215	194	1.8
	6~20개	81	216	93	1.1	58	195	137	2.4
	21개이상	36	98	41	1.1	35	70	69	1.9
이탈 거래광고주	0개	0	0	0	0.0	0	0	0	0.0
	1~5개	98	309	140	1.4	109	258	180	1.7
	6~20개	250	247	77	0.3	120	285	168	1.4
	21개이상	32	79	31	1.0	23	60	60	2.6
신규 취급액	5000만원미만	754	2,663	805	1.1	817	2,256	1,148	1.4
	5000만원~3억원미만	25	96	63	2.5	26	76	82	3.1
	3억원이상	48	46	33	0.7	20	37	70	3.5
이탈 취급액	5000만원미만	757	2,695	822	1.1	821	2,263	1,189	1.4
	5000만원~3억원미만	34	74	52	1.5	29	61	70	2.4
	3억원이상	35	37	27	0.8	13	44	41	3.0
전체		823	2,811	896	1.1	863	2,369	1,298	1.5

2010년 상반기 대비 2010년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 이탈거래광고주는 이탈거래 광고주가 1~5개인 사업체가 1.4, 신규취급액 5,000만원~3억원 미만 2.5 이탈취급액 5,000만원~3억원 미만 1.5로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 신규거래광고주는 1~5개 1.8, 6~20개 2.4, 21개 이상 1.9, 이탈거래광고주는 1~5개 1.7, 21개 이상 2.6, 신규취급액 5,000만원~3억원 미만 3.1, 3억원 이상 3.5, 이탈취급액 5,000만원~3억원 미만 2.4, 3억원 이상 3.0으로 나타났다.

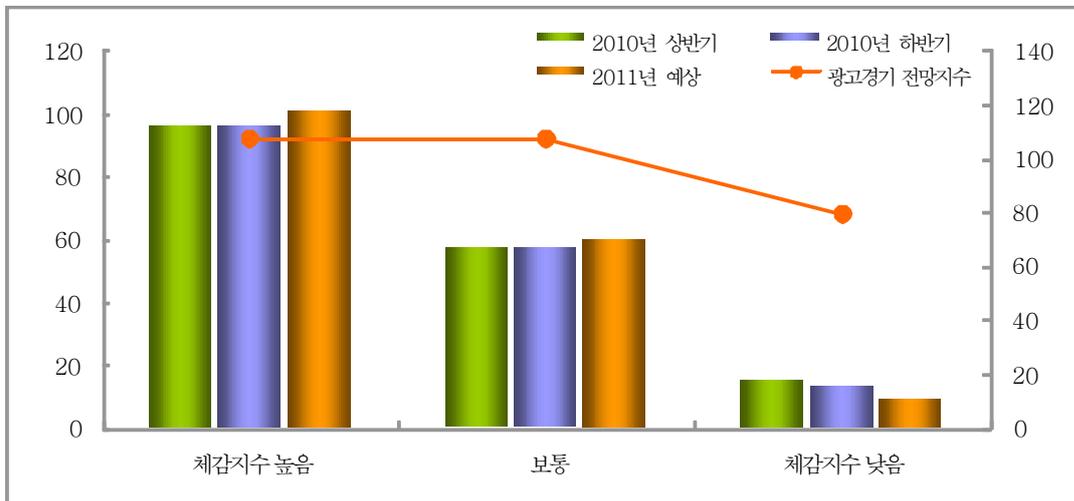
7.10. 광고경기체감도

표 7-10-1 >> 광고경기 체감도별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2010년 상반기	2010년 하반기	2011년 예상	
2010 상반기	체감지수 높음	100	98	97	98.0
	보통	57	57	60	
	체감지수 낮음	10	11	18	
2010 하반기	체감지수 높음	99	100	98	98.7
	보통	57	57	60	
	체감지수 낮음	12	10	17	
2011년 예상	체감지수 높음	96	96	101	107.6
	보통	57	57	60	
	체감지수 낮음	15	13	9	
전체		58	58	61	106.9

광고경기 체감도를 살펴보면, 2010년 상반기 체감지수 높음은 2010년 상반기 100점, 2010년 하반기 98점, 2011년 예상 97점, 2010년 하반기 체감지수 높음은 2010년 상반기 99점, 2010년 하반기 100점, 2011년 예상 98점, 2011년 예상 체감지수 높음은 2010년 상반기 96점, 2010년 하반기 96점, 2011년 예상 101점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기 체감도보다 높게 나타났다.

그림 7-10-1 >> 2011년 예상 체감 수준별 광고경기 체감도



광고경기전망지수는 2010년 상반기는 체감지수 낮음 169.6, 2010 하반기는 체감지수 낮음 162.6, 2011년 예상은 체감지수 높음 107.6, 보통 107.5로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

2011년 예상체감도별로 구체적으로 살펴보면 2010년 상반기의 경우 체감지수 높음 96점, 보통 57점, 체감지수 낮음 15점으로 체감지수가 높은 회사가 2010년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2010년 하반기의 경우 체감지수 높음 96점, 보통 57점, 체감지수 낮음 13점으로 체감지수가 높은 회사가 2010년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2011년 예상 역시, 체감지수 높음 101점, 보통 60점, 체감지수 낮음 9점으로 체감지수가 높은 회사가 2011년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

표 7-10-2 >> 광고경기 체감도별 광고경기 체감 증감

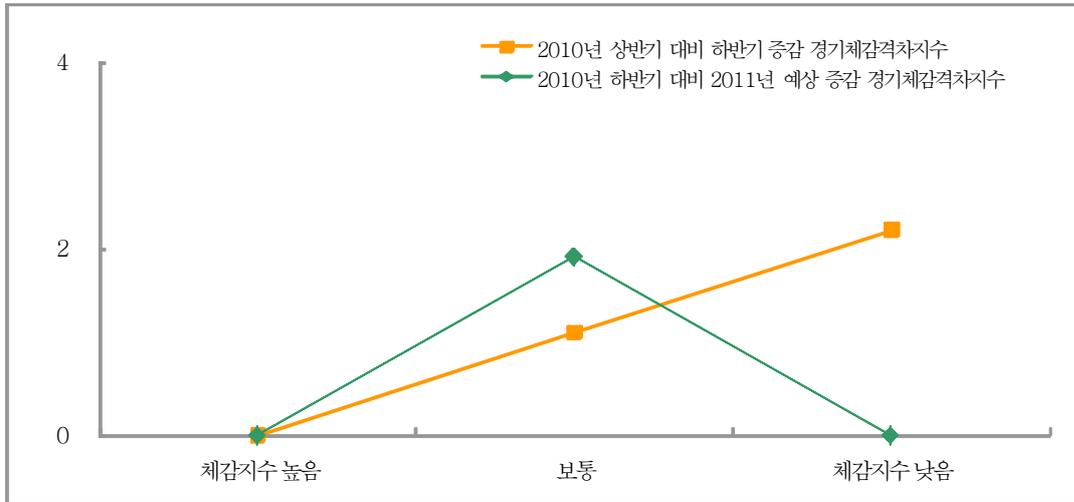
단위 : 개소

		2010년 상반기 대비 하반기 증감				2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수
2010년 상반기	체감지수 높음	9	76	19	2.2	14	65	25	1.7
	보통	792	2,265	882	1.1	830	1,848	1,261	1.5
	체감지수 낮음	26	188	0	0.0	19	187	8	0.4
2010년 하반기	체감지수 높음	15	76	4	0.3	17	59	19	1.1
	보통	805	2,265	883	1.1	823	1,858	1,272	1.5
	체감지수 낮음	4	188	14	3.5	23	182	1	0.0
2011년 예상	체감지수 높음	16	71	0	0.0	27	59	0	0.0
	보통	792	2,131	876	1.1	676	1,859	1,265	1.9
	체감지수 낮음	7	194	15	2.2	0	181	35	0.0
전체		823	2,811	896	1.1	863	2,369	1,298	1.5

2010년 상반기 대비 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 2010년 상반기 체감지수 높음 2.2, 2010년 하반기 체감지수 낮음 3.5, 2011년 예상 체감지수 낮음 2.2으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 2010년 상반기 체감지수 높음 1.7, 2011년 예상 체감지수 보통이 1.9로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-10-2 >> 2010년 예상 체감 수준별 광고경기 체감격차지수



예상체감도별로 구체적으로 살펴보면, 2010년 상반기 대비 하반기 증감 경기체감 격차지수는 체감지수 높음 0.0, 보통 1.1, 체감지수 낮음 2.2로 체감지수가 낮은 회사가 경기체감 격차지수가 높게 나타났다.

2010년 하반기 대비 2011년 예상 증감의 경기체감 격차지수는 체감지수 높음 0.0, 보통 1.9, 체감지수 낮음 0.0으로 체감지수가 보통이 회사가 경기체감 격차지수가 가장 높게 나타났다.

8. 주요광고주 현황

광고주 현황은 한국방송광고공사의 방송광고 집행비 기준 주요 광고주와 광고회사로부터 거래 광고주를 파악한 후 취급액기준 주요 425개 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

		사업체수 (개소)	구성비 (%)	평균종사자수 (명)	평균광고비 (백만원)
기업형태	개인사업체	9	2.0	2	290
	회사법인	334	78.5	5	5,918
	회사 외 법인	75	17.5	4	982
본사유무	단독사업체	99	23.3	4	1,340
	공장, 지사, 영업소	54	12.7	5	6,463
	본사, 본점, 본부	255	60.0	5	5,956
설립연도	1979년이전	131	30.9	6	6,396
	1980 ~ 1989년	51	12.0	5	4,460
	1990 ~ 1994년	32	7.5	3	2,741
	1995 ~ 2000년	53	12.5	5	4,867
	2000년이후	111	26.1	4	3,364
전체		425	100.0	5	2,283

사업체 전체로 보면, 평균 종사자는 5명이고 평균광고비는 22.8억원으로 나타났다.

기업형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 회사법인이 334개 78.5%로 가장 많은 비중을 차지하고, 회사의 법인 75개 17.5%, 개인사업체 9개 2.0% 순서이며, 평균종사자수는 개인사업체 2명, 회사법인 5명, 회사외법인 4명으로 나타났다. 평균광고비는 회사법인 59.2억원, 회사외법인 9.8억원, 개인사업체 2.9억원 순서로 많이 나타났다.

설립연도별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 1979년 이전이 131개 30.9%로 가장 많은 비중을 차지하고, 2000년 이후가 111개 26.1%, 1995~2000년 53개 12.5%, 1980~1989년이 51개 12.0%, 1990~1994년의 설립 회사가 32개 7.5%로 나타났다. 평균종사자수는 1979년 이전이 6명으로 가장 많았으며, 1980~1989년, 1995~2000년이 설립회사의 경우 5명인 것으로 조사되었다. 평균광고비는 1979년 이전이 64.0억원으로 가장 많았다.

표 8-1-2 >> 사업체정보별 광고주 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기전망지수
		2010년상반기	2010년하반기	2011년(예상)	
기업형태	개인사업체	63	62	60	93.7
	회사법인	71	73	79	111.1
	회사 외 법인	68	72	74	106.1
본사유무	단독사업체	68	70	75	109.7
	공장, 지사, 영업소	70	70	73	103.7
	본사, 본점, 본부	72	75	79	110.4
설립연도	1979년이전	71	74	79	113.5
	1980 ~ 1989년	72	74	78	109.1
	1990 ~ 1994년	73	74	76	104.6
	1995 ~ 2000년	72	75	79	109.4
	2000년이후	67	68	73	107.4
전체		71	73	77	109.9

광고주의 광고경기체감도를 100점을 기준으로 살펴보면, 2010년 상반기와 하반기는 각각 71점, 73점으로 평가하였고, 2011년 예상 광고경기는 77점으로 평가하여 2010년 보다는 다소 나아질 것으로 예상하고 있다.

광고경기전망지수(2010년을 100으로 기준하고 2011년을 예상)도 109.9으로 2011년 광고경기를 2010년보다 9.9% 정도 높게 예상하고 있는 것으로 나타났다.

표 8-1-3 >> 광고주와 광고회사의 광고경기 체감도

	평균광고경기체감도			광고경기전망지수
	2010년상반기	2010년하반기	2011년(예상)	
광고회사	58	58	61	106.9
광고주	71	73	77	109.9

광고회사와 광고주의 광고경기체감도를 비교하면, 절대평가 기준인 광고경기체감도는 전반적으로 광고회사가 광고주보다 낮으며, 상대적인 광고경기전망지수 역시 광고회사가 106.9로 광고주보다 다소 낮아, 2010년 광고경기에 대해 광고회사가 광고주 보다 덜 낙관적으로 바라보고 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, 대사성의약, 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 선풍기, 유아동용 화장 및 제지, 화장도구, 화장품 및 보건용품 기타
출판	신문, 출판 기타, 초등학교용 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

	사업체수 (개소)	구성비 (%)	평균종사자수 (명)	평균광고비 (백만원)
기초재	4	0.9	3	550
식품	39	9.2	4	4,547
음료 및 기호식품	13	3.1	9	12,007
제약 및 의료	19	4.5	4	3,605
화장품 및 보건용품	14	3.3	6	11,823
출판	17	4.0	3	803
패션	19	4.5	5	3,199
산업기기	6	1.4	4	1,140
정밀기기 및 사무기기	7	1.6	8	2,938
가정용 전기전자	18	4.2	7	6,586
컴퓨터 및 정보통신	13	3.1	6	3,843
수송기기	6	1.4	7	3,439
가정용품	11	2.6	10	15,551
화학공업	8	1.9	4	1,898
건설, 건재 및 부동산	46	10.8	3	5,616
유통	36	8.5	4	4,019
금융, 보험 및 증권	51	12.0	6	7,829
서비스	66	15.5	5	2,532
관공서 및 단체	40	9.4	7	1,130
교육 및 복지후생	33	7.8	4	1,102
전체	425	100.0	5	2,184

광고주 업종별로 광고경기체감도는 2010년 상반기는 수송기기, 화학공업, 기초재, 가정용 전기전자, 금융·보험 및 증권, 패션, 컴퓨터 및 정보통신 및 가정용품이 74점 이상으로 높았으며, 특히 수송기기와 화학공업이 80점으로 가장 높게 나타났다. 2010년 하반기에는 수송기기, 화장품 및 보건용품, 화학공업, 컴퓨터 및 정보통신, 금융·보험 및 증권에서 79점 이상으로 높았고, 2011년 예상 광고경기체감도는 건설·건재 및 부동산, 기초재가정용 전기전자, 컴퓨터 및 정보통신, 금융·보험 및 증권에서 84점 이상으로 높게 나타났다.

전체 평균을 기준으로 평균보다 높은 업종과 낮은 업종으로 구분하여 보면, 광고경기체감도가 2010년 상반기, 2010년 하반기, 2011년 예상 모두 각각의 전체 평균보다 높은 업종은 기초재, 식품, 음료 및 기호식품, 화장품 및 보건용품, 가정용 전기전자, 컴퓨터 및 정보통신, 수송기기, 화학공업, 금융·보험 및 증권으로 나타났다.

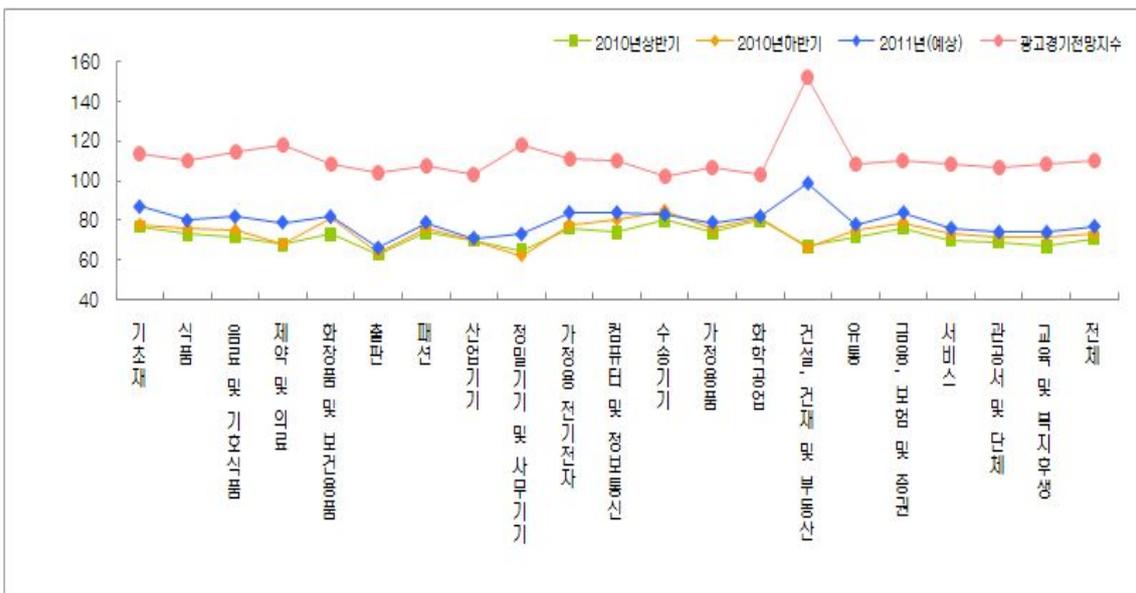
광고경기체감도가 2010년 상반기, 2010년 하반기, 2011년 예상 모두 각각의 전체 평균보다 낮은 업종은 제약 및 보건용품, 출판, 산업기기, 정밀기기 및 사무기기, 관공서 및 단체, 교육 및 복지후생인 것으로 나타났다.

한편, 광고경기전망지수를 업종별로 보면, 건설·건재 및 부동산의 전망치가 149.1로 가장 높고, 제약 및 의료 116.3, 정밀기기 및 사무기기 115.4의 순으로 높게 나타났다.

표 8-2-3 >> 업종별 광고주 광고경기체감도

	평균광고경기체감도			광고경기전망지수
	2010년상반기	2010년하반기	2011년(예상)	
기초재	77	78	87	113.6
식품	73	76	80	110.2
음료 및 기호식품	72	75	82	114.4
제약 및 의료	68	68	79	118.3
화장품 및 보건용품	73	81	82	108.1
출판	63	64	66	104.4
패션	74	76	79	107.5
산업기기	70	70	71	102.9
정밀기기 및 사무기기	65	62	73	118.2
가정용 전기전자	76	78	84	110.7
컴퓨터 및 정보통신	74	80	84	110.2
수송기기	80	85	83	102.0
가정용품	74	76	79	106.5
화학공업	80	81	82	103.3
건설, 건재 및 부동산	67	66	99	151.7
유통	72	75	78	108.0
금융, 보험 및 증권	76	79	84	110.3
서비스	70	73	76	108.0
관공서 및 단체	69	72	74	107.0
교육 및 복지후생	67	72	74	108.3
전체	71	73	77	109.9

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)

매 체	광고대행사를 통한 거래 (백만원)	매체사와 직접 거래 (백만원)	전체 광고 집행비 (백만원)	직거래 비율 (%)
TV	589,401	3,239	592,640	0.5
라디오	85,606	962	86,568	1.1
신문	182,162	12,574	194,736	6.5
잡지	33,554	2,468	36,022	6.9
케이블	143,572	13,805	157,377	8.8
DMB	5,460	74	5,534	1.3
위성TV	36,505	4,507	41,012	11.0
온라인	480	50	530	9.4
IPTV	545	20	565	3.5
모바일	864	2,900	3,764	77.0
옥외	145,838	12,895	158,733	8.1
기타	94,346	5,579	99,925	5.6
전체	1,318,333	59,073	1,377,406	3.7

광고주의 전체 광고 집행비는 1조 3,774억원으로 집계되었으며, 이 중 광고대행사를 통한 광고 집행비는 1조 3,183억원이고, 매체사와의 직접 거래는 591억원으로 집계되었다.

전체 광고 직거래 비율은 3.7%이며, 매체별로는 모바일 광고가 77.0%로 가장 높았고, 위성TV 11.0%, 온라인 9.4%, 케이블 8.8%, 옥외 8.1%의 순으로 높게 나타났다.

표 8-3-2 >> 향후 매체별 광고비 증감 예상 광고 투자 매체

	TV (%)	라디오 (%)	신문 (%)	잡지 (%)	케이블 (%)	DMB (%)	위성TV (%)	온라인 (%)	IPTV (%)	모바일 (%)	옥외 (%)
전체	11.2	-0.7	-5.0	-7.2	6.8	3.8	4.5	17.1	14.1	1.4	0.3

향후 광고비가 증가할 것으로 예상하는 매체는 온라인 17.1%, IPTV 14.1%, TV 11.2%, 케이블 6.8%, 위성TV 4.5%, DMB 3.8%, 옥외 0.3% 이었고, 감소할 것으로 예상하는 매체는 잡지 7.2%, 신문 5.0%, 라디오 0.7% 순으로 나타났다.

표 8-3-3 >> 마케팅 비용 지출 현황

	마케팅비용	마케팅·리서치	PR(홍보)	SP(판매촉진, 이벤트)	제작(광고물, 팸플릿 등)	CI	기타
전체(백만원)	277,977	15,919	28,680	136,401	88,934	4,798	3,245
비율(%)	100.0	5.7	10.3	49.1	32.0	1.7	1.2

매체를 통한 광고 외에 지출하는 마케팅 비용은 전체 2,780억원이며, 이 중 SP(판매촉진, 이벤트)가 1,364억원 49.1%, 제작(광고물, 팸플릿 등) 889억원 32.0%, PR 287억원 10.3%, 마케팅·리서치 159억원 5.7%, CI 48억원 1.7%, 기타 32억원 1.2%를 차지하는 것으로 나타났다.

9. 온라인 광고산업의 비중지수

뉴미디어와 인터넷 환경의 발달은 광고산업에도 큰 변화를 불러일으키고 있는 바, 온라인 광고산업 비중의 비약적 증가는 이와 같은 변화의 한 단면이라고 할 수 있다.

온라인 광고산업의 유형으로는 배너, 플로팅 광고 같은 노출형 광고(디스플레이 광고)와, 검색광고(키워드광고)로 양분된다. 이에 웹 2.0기반의 서비스가 본격 도입되면서, 인터넷의 기술적 발전에 따라, 다양한 유형의 동영상 광고가 시도되고 있다.

금년도 조사에서는 본 조사결과를 바탕으로 하여 온라인 광고시장의 성장추이를 지속적으로 확인하는 지표를 구성해보기 위해, 온라인 광고산업 비중지수를 산출하였다. 해당 지표는 광고산업에서 온라인 광고산업이 전체 광고산업에서 얼마만큼의 비중을 차지하는지를 표현한다.

9.1. 지수산출을 위한 투입변수의 구성

지수를 작성하기 위한 선행작업으로 우선 본 조사의 결과에서 온라인 광고산업의 비중 측정을 위해 활용가능한 변수들을 선정했다.

통상 특정 산업의 점유율은 매출액으로 측정하는 것이 보통이나, 다양한 측면에서 온라인 광고산업의 비중 측정을 시도하기 위해 가급적 본 조사에서 여러 가지 변수를 활용하고자 하였다. 해당 변수는 사업체수, 매출액, 종사자수, 광고제작편수, 2009년 채용규모 등으로 구성하였다.

우선 얼마나 비즈니스 시장이 형성되어 있는지 알아보기 위한 변수로 사업체 수, 종사자수를 활용하였고, 인터넷 광고시장의 실제 성과물이 얼마나 산출되고 있는지를 알아보기 위해 광고제작 편수를 채택하였다. 아울러, 이머징 마켓이라는 온라인 광고산업의 특징상, 인적 투자경향을 반영하기 위해, 해당년도 채용규모를 구성 지수로 도입하여 다음과 같은 간단한 인터넷 광고 산업 비중지수를 산출해 보았다.

9.2. 지수산출모형

투입변수의 정의와 산식은 아래와 같다

표 9-1-1 >> 지수산출을 위한 투입변수

	사업체수	취급액	종사자수	제작편수	2009년 채용규모
온라인 광고산업	n_1	p_1	e_1	m_1	r_1
오프라인 광고산업	n_2	p_2	e_2	m_2	r_2
전체 광고산업	N	P	E	M	R

$$\begin{aligned} \text{index(on)} &= \frac{1}{5} \left[\frac{n_1}{N} + \frac{p_1}{P} + \frac{e_1}{E} + \frac{m_1}{M} + \frac{r_1}{R} \right] \times 100(\%) \\ \text{index(off)} &= \frac{1}{5} \left[\frac{n_2}{N} + \frac{p_2}{P} + \frac{e_2}{E} + \frac{m_2}{M} + \frac{r_2}{R} \right] \times 100(\%) \end{aligned}$$

온라인 광고산업 비중지수는 전체 광고산업에서 온라인광고산업의 구성 변수별 비중을 의미한다. 오프라인의 비중지수도 동일한 맥락에서 정의된다.

전체 광고산업에서 해당 온라인광고산업의 지수를 구성하는 변수별 비중을 구하고, 전체 광고산업에서의 오프라인 광고산업의 각 변수별 비중을 구해 그 값을 비교한다. 온라인 광고산업의 비중지수인 index(on)과 오프라인광고산업의 비중지수인 index(off)의 합은 100이다.

온라인 광고산업과 오프라인 광고산업의 각 활용변수별 현황을 정리하면 아래와 같다.

표 9-1-2 >> 2009 온·오프라인별 광고산업 현황

	사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	종사자수 (명)	제작편수 (개수)	2009년채용규모
온라인	331	878,088	3,471	2,778	852
오프라인	4,201	8,308,790	30,038	15,513	3,418
합계	4,532	9,186,878	33,509	18,291	4,270

상기와 같은 2010년 광고산업통계조사 결과치로 산출된 수치를 바탕으로 지수를 산출한 결과 온라인 광고산업의 비중지수 index(on)은 12.5%로 산출되었다. 즉, 전체 광고산업의 비중을 100으로 가정할 경우, 2009년 온라인광고산업은 12.5의 비중을 차지하고 있다는 의미로 해석할 수 있다.

IV. 비교 분석

1. 2010 광고산업통계

광고산업통계는 2005년부터 2009년에 이어 6회째 실시한 조사로써 2008년 기준 2009 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

	2008년			2009년		
	사업체수 (개소)*	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)	사업체수 (개소)*	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	830	4,941,827	5,954	1,501	5,414,852	3,607
광고제작	570	1,241,492	2,178	684	749,895	1,096
서비스	291	787,431	2,706	335	1,208,074	3,606
인쇄	2,302	324,220	141	2,001	482,796	241
온라인	280	1,248,097	4,457	331	878,088	2,653
기타	2,189	768,568	351	2,199	453,173	206
전체	4,767	9,311,635	1,953	4,532	9,186,878	2,027

※ 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

2009년 광고산업 전체 4,532개 사업체의 취급액 기준 산업규모는 9조 1,869억원이다. 취급액을 업종별로 구분해 보면 광고(종합)대행이 5조 4,149억원으로 절대적인 비중을 차지하고 있으며, 그 외 광고제작업, 서비스업, 인쇄, 온라인업, 기타업종의 취급액이 3조 7,720억원이었다. 사업체수를 고려하여 비교하면 사업체당 평균취급액은 광고(종합)대행업과 서비스업이 36.1억원으로 가장 높고 온라인업이 26.5억원, 광고제작업이 11억원 등의 순으로 높게 나타났다.

1.1.2. 세부업무별 취급액

표 IV-1-2 >> 세부업무별 취급액

	2008년			2009년		
	사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)	사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)
광고대행·매체대행	808	4,934,715	6,107	1,501	5,409,389	3,604
광고기획·전략대행	53	7,113	134	119	5,463	46
광고(종합)대행	830	4,941,828	5,954	1,501	5,414,852	3,607
CM·영상·카피·그래픽 제작	439	1,180,655	2,691	193	560,316	2,903
온라인제작	77	27,163	353	143	75,093	525
광고사진스튜디오	33	7,501	227	229	7,122	31
CI	143	26,173	183	506	107,364	212
광고제작	570	1,241,492	2,179	684	749,895	1,096
마케팅·리서치	230	22,536	98	143	80,854	565
PR	222	72,943	329	107	79,614	744
SP	280	538,787	1,924	121	666,356	5,507
이벤트	164	105,014	640	148	336,504	2,274
Space Design	164	48,151	294	89	44,746	503
서비스	291	787,431	2,707	335	1,208,074	3,606
인쇄	2,270	312,452	138	1,988	451,410	227
제판	110	11,768	107	310	31,386	101
인쇄	2,302	324,220	141	2,001	482,796	241
온라인-광고대행	230	459,814	1,997	305	673,778	2,209
온라인-매체대행	187	756,068	4,043	93	201,880	2,171
온라인-광고기획·전략대행	91	10,684	117	27	168	6
온라인-광고제작	146	21,531	147	32	2,262	71
온라인	280	1,248,097	4,453	331	878,088	2,653
광고물기획·편집	1,988	544,079	274	2,153	419,709	195
기타(장비취급등)	274	224,489	819	553	33,464	61
기타	2,189	768,568	351	2,199	453,173	206

광고업종을 세부업무별로 구분하면, 사업체수는 광고물기획·편집이 2,153개로 가장 많고, 인쇄가 1,988개, 광고대행·매체대행이 1,501개 순으로 많이 나타났다.

취급액은 광고대행·매체대행 업무에서 발행되는 취급액이 5조 4,094억원으로 가장 많으며, 온라인-광고대행의 취급액이 6,738억원, 이어 SP 서비스의 취급액 6,664억원 순으로 많이 나타났다.

1.1.3. 매체별 취급액

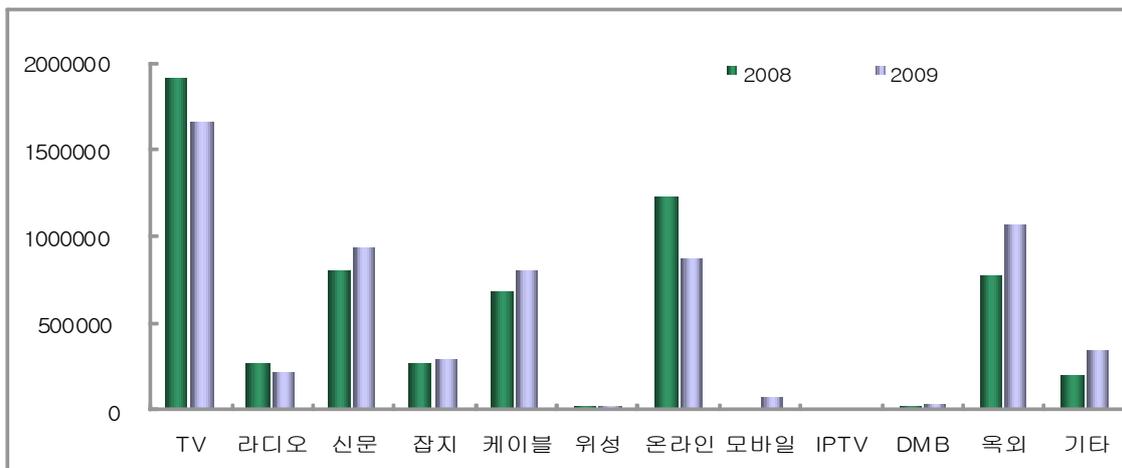
표 IV-1-3 >> 매체별 취급액 비교

		2008년			2009년		
		사업체수 (개소)*	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)	사업체수 (개소)*	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)
4대매체	TV	241	1,898,853	7,879	483	1,650,345	3,417
	라디오	264	273,877	1,037	476	218,727	460
	신문	308	799,572	2,596	792	932,843	1,178
	잡지	261	271,186	1,039	684	294,182	430
뉴미디어	케이블	210	679,198	3,234	575	803,614	1,398
	위성	18	14,690	816	46	15,326	333
	온라인	253	1,215,882	4,806	320	875,657	2,736
	모바일	7	3,109	444	161	70,689	439
	IPTV	0	0	0	19	861	45
	DMB	92	13,548	147	519	28,849	56
옥외		356	777,707	2,185	927	1,051,666	1,134
기타		139	202,975	1,460	653	342,289	524
전체		888	6,150,597	6,924	1,655	6,285,048	3,798

* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

2009년 광고산업의 매체별 취급액 규모는 6조 2,850억원으로 전년 조사 6조 1,506억원보다 2.2% 증가하였다. 4대 매체 중 TV, 라디오는 감소하였고, 신문과 잡지의 취급액은 증가한 것으로 나타났다. 뉴미디어 가운데 온라인의 취급액은 감소하였고, 케이블, 위성, 모바일, DMB의 취급액은 증가한 것으로 나타났다. 또한 IPTV가 추가되었다. 이 외 옥외광고와 기타광고의 취급액이 전년 대비 취급액 수준이 증가한 것으로 나타났다.

그림 IV-1-1 >> 매체별 취급액 비교



1.1.4. 지역별 취급액

표 IV-1-4 >> 지역별 취급액 비교

	2008년			2009년		
	사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)	사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)
서울	1,616	8,171,838	5,057	2,025	8,613,806	4,254
6대시	1,995	272,614	137	1,586	342,690	1,497
9개도	1,156	867,183	750	921	230,382	2,307
전체	4,767	9,311,635	1,953	4,532	9,186,878	2,027

2009년 서울소재 광고업체의 취급액 규모는 8조 6,138억원으로 2008년 8조 1,718억원 보다 5.4% 증가하였으며, 평균 취급액은 50.6억원에서 42.5억원으로 감소하였다.

6대시의 취급액 규모는 2008년 2,726억원에서 2009년 3,427억원으로 증가하였으며 평균취급액도 1.4억원에서 15억원으로 증가하였고, 9개도의 취급액 규모는 2008년 8,672억원에서 2,304억원으로 감소하였으며 평균취급액은 7.5억원에서 23.1억원으로 증가하였다.

전반적으로 서울지역의 취급액이 증가하고, 또한 시의 광고 취급액이 증가하고 있으며, 도의 광고 취급액은 감소하였으며, 서울의 광고 취급액의 비중은 87.8%에서 93.8%로 증가한 것으로 나타나 광고산업활동이 서울에 집중되는 경향이 나타나고 있다.

1.1.5. 종사자 규모별, 취급액 규모별 취급액

표 IV-1-5 >> 종사자규모별, 취급액 규모별 취급액

		2008년			2009년		
		사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)	사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)
종사자수	1 ~ 4인	3,338	418,580	125	2,864	470,307	164
	5 ~ 9인	725	544,801	751	883	813,769	922
	10 ~ 49인	629	2,833,496	4,505	700	2,884,262	4,120
	50 ~ 99인	47	1,864,707	39,675	67	1,729,465	25,813
	100인이상	28	3,650,051	130,359	18	3,289,075	182,726
취급액	1억원미만	2,321	96,508	42	1,849	82,234	45
	1 ~ 10억원미만	1,643	503,385	306	1,737	568,343	327
	10 ~ 100억원미만	680	1,837,374	2,702	792	1,970,603	2,488
	100억원이상	123	6,874,368	55,889	154	6,565,698	42,634
전체		4,767	9,311,635	1,953	4,532	9,186,878	2,027

종사자 규모에 따른 취급액 규모를 살펴보면, 1~4인 사업체의 취급액은 4,186억원에서 4,703억원으로 증가하였으며, 평균 취급액은 1.3억원에서 1.6억원으로 증가하였고, 5~9인 사업체의 취급액은 5,448억원에서 8,138억원으로 증가하였으며, 평균취급액도 7.5억원에서 9.2억원으로 증가하였다. 10~49인 사업체의 취급액은 2조 8,335억원에서 2조 8,843억원으로 증가하였고, 평균취급액은 45.1억원에서 41.2억원으로 감소하였고, 50~99인 사업체의 취급액은 1조 8,647억원에서 1조 7,295억원으로 감소하였으나, 평균취급액은 397억원에서 258억원으로 감소하였다. 100인 이상 사업체의 취급액은 3조 6,501억원에서 3조 2,891억원으로 감소하였고, 역시 사업체 수의 증가에 따라 평균취급액이 1,304억원에서 1,827억원으로 증가하였다.

취급액 규모에 따른 취급액의 변화를 살펴보면, 1억원 미만 사업체의 취급액은 965억원에서 822억원으로 감소하였고, 평균 취급액은 4천 2백만원에서 4천 5백만원으로 증가하였다. 1~10억원 미만 사업체의 취급액은 5,034억원에서 5,683억원으로 증가하였고, 평균 취급액은 3억 6백만원에서 3억 2천 7백만원으로 증가한 것으로 나타났다. 10~100억원 미만 사업체의 취급액 역시 1조 8,374억원에서 1조 9,706억원으로 증가했으며, 평균취급액도 27억원에서 25억원으로 감소된 것으로 나타났다. 또한, 100억원 이상 사업체의 취급액은 6조 8,744억원에서 6조 5,657억원으로 감소하였고, 평균취급액 역시 559억원에서 426억원으로 감소하였다.

1.2. 종사자

1.2.1. 성별, 연령별 종사자수

표 IV-2-1 >> 성별 종사자수 비교

	2008년			2009년		
	전체 (명)	남자 (명)	여자 (명)	전체 (명)	남자 (명)	여자 (명)
정규직	28,148	18,209	9,939	29,903	18,316	11,587
비정규직	2,552	1,573	979	3,606	2,097	1,509
합계	30,700	19,782	10,918	33,509	20,413	13,096

2009년 광고산업의 종사자수를 살펴보면 전체 종사자수는 30,700명에서 33,509명으로 증가하였으며, 그중 정규직 종사자는 28,148명에서 29,903명으로 증가하였고, 비정규직 종사자는 2,552명에서 3,605명으로 증가하였다.

그림 IV-2-1 >> 고용형태별 종사자 분포

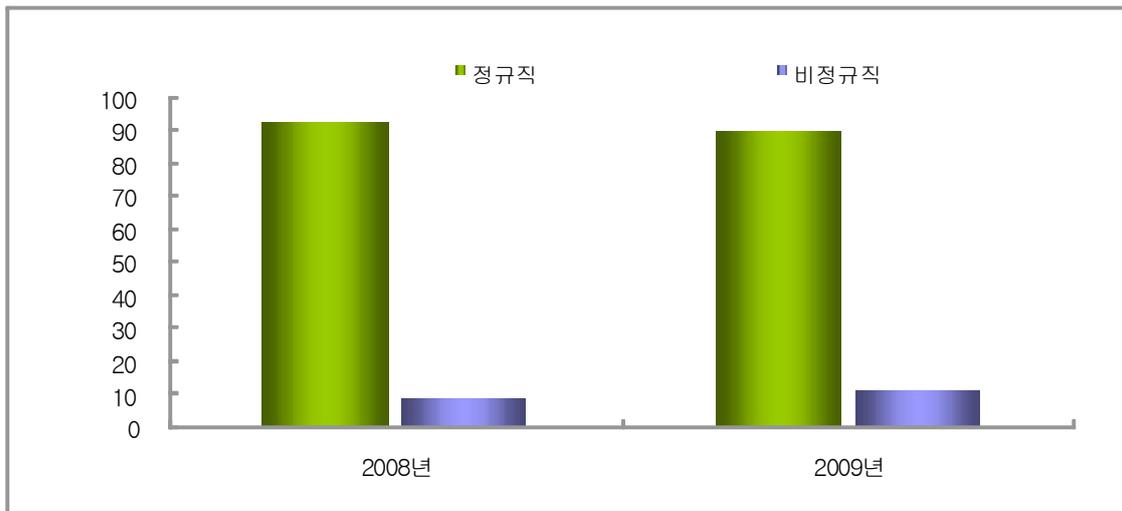
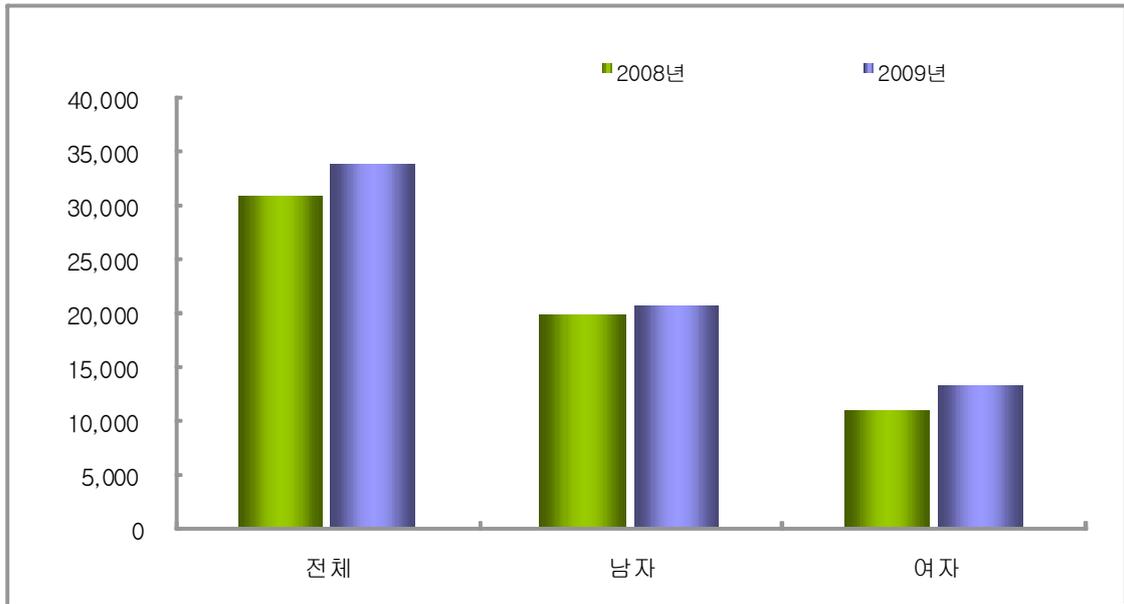


그림 IV-2-2 >> 성별 종사자수



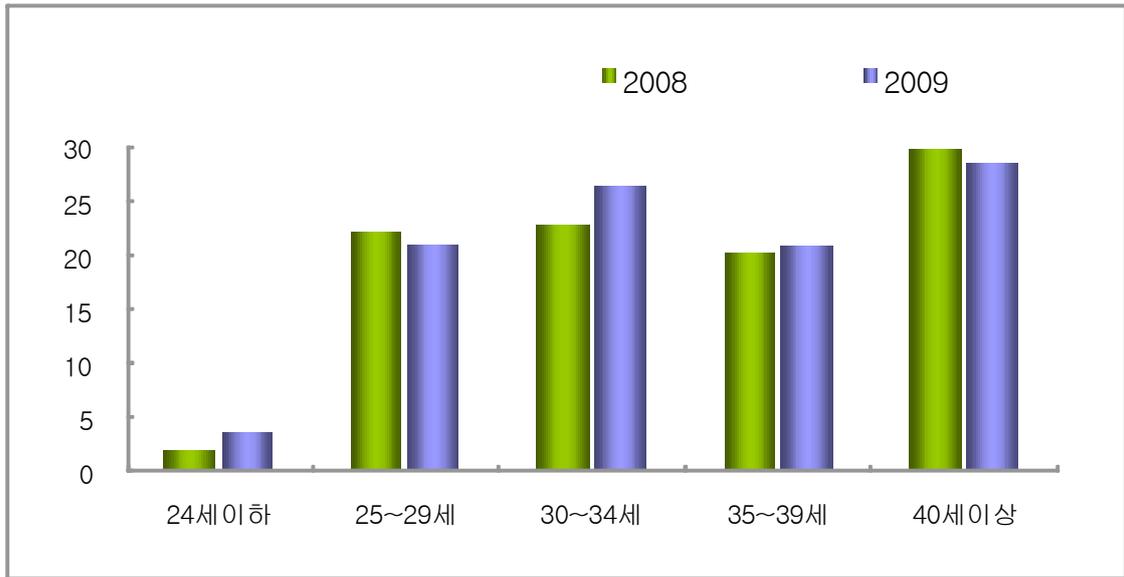
성별에 따른 종사자수를 살펴보면, 남자는 19,782명에서 20,413명으로 증가하였고, 여자는 10,918명에서 13,096명으로 증가한 것으로 나타났다.

표 IV-2-2 >> 연령별 종사자수 비교

	2008년						2009년					
	전체 (명)	24세이하 (명)	25~29세 (명)	30~34세 (명)	35~39세 (명)	40세이상 (명)	전체 (명)	24세이하 (명)	25~29세 (명)	30~34세 (명)	35~39세 (명)	40세이상 (명)
정규직	28,148	458	5,946	6,485	5,759	9,499	29,903	950	6,103	7,538	6,473	8,839
비정규직	2,552	168	811	513	438	622	3,606	267	895	1,249	478	717
합계	30,700	626	6,757	6,998	6,197	10,121	33,509	1,217	6,998	8,787	6,951	9,556

광고산업의 연령별 종사자수를 살펴보면, 24세 이하는 626명에서 1,217명으로, 25~29세에서도 6,757명에서 6,998명으로, 30~34세에서도 6,998명에서 8,787명으로, 35~39세 또한 6,197명에서 6,951명으로 증가하였고, 40세 이상은 10,121명에서 9,556명으로 감소한 것으로 나타났다.

그림 IV-2-3 >> 연령별 종사자 분포



연령별 비중을 살펴보면, 24세 이하는 2.0%에서 3.6%로 증가하였고, 25~29세는 22.0%에서 20.9%로 감소하였다, 30~34세는 2008년 22.8%에서 2009년에는 26.2%로 증가하였고, 35~39세에서도 20.2%에서 20.7%로 증가하였으며, 40세 이상은 33.0%에서 28.5%로 감소한 것으로 나타났다.

1.2.2. 지역별 종사자수

표 IV-2-3 >> 지역별 종사자수

	2008년			2009년		
	종사자수 (명)	사업체당종사자수 (명)	종사자당취급액 (백만원)	종사자수 (명)	사업체당종사자수 (명)	종사자당취급액 (백만원)
서울	21,147	13	386	25,916	13	332
6대시	5,248	3	52	4,681	19	478
9개도	4,305	4	201	2,912	25	859
전체	30,700	6	303	33,509	7	274

지역별 종사자수를 살펴보면, 서울이 21,147명에서 25,916명으로 증가하였고, 종사자당 취급액은 3.9억원에서 3.3억원으로 감소하였다. 6대시(부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산)의 종사자수는 5,248명에서 4,681명으로 감소하였고, 종사자당 취급액은 0.5억원에서 4.9억원으로 증가한 것으로 나타났다. 9개도(경기, 강원, 충청북도, 충청남도, 전라북도, 전라남도, 경상북도, 경상남도, 제주)의 종사자수는 4,305명에서 2,912명으로 감소하였으며, 종사자당 취급액도 2.0억원에서 8.6억원으로 증가한 것으로 나타났다.

1.3. 가치사슬 분류

표 IV-3-1 >> 가치사슬 업종별 취급액 비교

	2008년			2009년		
	사업체수 (개소)*	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)	사업체수 (개소)*	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)
인프라	2,551	5,261,698	2,063	2,435	1,182,626	486
생산	2,434	7,065,558	2,903	2,582	6,461,548	2,503
유통	920	7,924,139	8,613	1,504	7,161,580	4,762
서비스	291	5,961,672	20,487	335	5,299,608	15,820
전체	4,767	9,311,635	1,953	4,532	9,186,878	2,027

※ 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별 업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

가치사슬 업종에 따른 규모를 살펴보면, 인프라는 2,551개 5조 2,617억원에서 2,435개 1조 1,826억원으로 사업체수, 취급액 모두 감소하였으며, 생산은 2,434개, 7조 656억원에서 2,582개, 6조 4,615억원으로 사업체수는 증가한 반면 취급액은 감소하였다. 유통은 920개 7조 9,241억원에서 1,504개 7조 1,616억원으로 사업체수는 증가한 반면 취급액이 감소한 것으로 나타났고, 서비스는 291개 5조 9,617억원에서 335개 5조 2,996억원으로 사업체수는 증가한 반면 취급액이 감소한 것으로 나타났다.

표 IV-3-2 >> 가치사슬 업종별 종사자 현황

	2008년			2009년		
	종사자수* (명)	사업체당종사자수 (명)	종사자당취급액 (백만원)	종사자수 (명)	사업체당종사자수 (명)	종사자당취급액 (백만원)
인프라	13,161	5	400	11,222	5	105
생산	17,555	7	402	17,958	7	360
유통	16,728	18	474	17,289	11	414
서비스	7,972	27	748	8,330	25	636
전체	30,700	6	303	33,509	7	274

※ 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

가치사슬 업종에 따른 종사자수 규모를 살펴보면, 인프라산업의 종사자수는 13,161명에서 11,222명으로 감소하였으며, 종사자당 취급액은 4억원에서 1.1억원으로 감소하였고, 생산산업의 종사자수는 17,555명에서 17,958명으로 증가하였으며, 종사자당 취급액은 4억원에서 3.6억원으로 감소하였고, 유통산업의 종사자수는 16,728명에서 17,289명으로 종사자수는 증가하였으나, 종사자당 취급액은 4.7억원에서 4.1억원으로 다소 감소한 것으로 나타났고, 서비스산업은 종사자수는 7,972명에서 8,330명으로 증가하였고, 종사자당 평균 취급액은 7.5억원에서 6.4억원으로 감소한 것으로 나타났다.

1.4. 수출 및 수입

표 IV-4-1 >> 수출입 현황

	수출		수입	
	2008년 (백만원)	2009년 (백만원)	2008년 (백만원)	2009년 (백만원)
국경기준	59,986	81,587	5,216	1,500
국적기준	15,670	118,862	860,788	778,713

국경기준 수출액은 2008년 600억원에서 2009년 816억원으로 크게 증가하였으며, 수입액은 52억원에서 15억원으로 감소한 것으로 나타났다.

국적기준 수출액은 2008년 157억원에서 2009년 1,189억원으로 크게 증가하였으며, 수입액에서도 2008년 8,608억원에서 7,787원으로 감소한 것으로 나타났다.

표 IV-4-2 >> 국적기준 수출수입

구분	수출		구분	수입	
	2008년 (백만원)	2009년 (백만원)		2008년 (백만원)	2009년 (백만원)
직접수출	3,664	70,018	직접수입	5,351	13,461
자회사수입 (revenue)	12,026	48,844	자회사수입 (revenue)	855,437	765,252
합계	15,670	118,862	합계	860,788	778,713
(기업내거래)	2,528,998	2,723,616	(기업내거래)	707,188	883,769

1.5. 광고경기체감도

표 IV-5-1 >> 광고경기체감도 및 광고경기전망지수

		평균광고경기체감도			광고경기전망지수*		
		2010년예상	2010년상반기	2010년하반기	2010년	2011년	증감
종사자수	1 ~ 4인	51	56	56	106.2	106.6	0.4
	5 ~ 9인	59	58	58	114.7	108.0	-6.7
	10 ~ 49인	63	64	65	117.6	107.6	-10.0
	50 ~ 99인	67	79	79	117.5	102.6	-14.9
	100인이상	69	80	82	123.8	99.4	-24.4
취급액	1억원미만	49	57	57	104.8	106.3	1.5
	1 ~ 10억원미만	55	56	56	110.4	107.0	-3.4
	10 ~ 100억원미만	63	61	62	119.0	109.1	-9.9
	100억원이상	67	79	79	115.0	104.4	-10.6
전체		54	58	58	106.9	106.9	0.0

* 전년도 분기별 취급액 기준으로 가중평균한 광고경기체감도 대비 내년도 예상 광고경기체감도임.
100을 기준으로 그 이상은 광고경기가 좋아질 것으로 예상하고, 100미만은 광고경기가 나빠질 것으로 예상한다고 해석함.

광고산업체의 광고경기체감도를 100점 만점의 점수로 평가한 결과, 2009년에 예상한 2010년 광고경기체감 점수는 54점이었으나, 2010년 상반기, 하반기 모두 58점으로 전년도 예상 점수 대비 높은 수준에 머물러 있는 것으로 나타났다.

광고경기전망지수를 살펴보면, 2010년 예상 2011년 광고경기전망지수는 전체 106.9점으로 2009년 예상 2010년 광고경기전망지수 106.9점과 같다.

종사자 규모에 따른 광고경기전망지수 변화를 살펴보면, 100인 이상 사업체에서는 24.4점 감소하였으며, 50~99인 사업체는 14.9점, 10~49인 사업체는 10.0점, 5~9인 사업체는 6.7점 감소한 것으로 나타났고, 1~4인 사업체는 0.4점 증가한 것으로 나타났다.

취급액 규모별로는 100억원 이상 사업체가 10.6점 감소했으며, 10~100억원 미만 사업체는 9.9점 감소, 1~10억원 미만 사업체는 3.4점 감소, 1억원 미만 사업체는 1.5점 증가한 것으로 나타났다.

표 IV-5-2 >> 광고주 업종별 광고경기체감도 비교

	평균광고경기체감도			광고경기전망지수*		
	2010년예상	2010년상반기	2010년하반기	2010년	2011년	증감
기초재	80	77	78	107.0	113.6	6.6
식품	76	73	76	116.4	110.2	-6.2
음료 및 기호식품	79	72	75	112.3	114.4	2.1
제약 및 의료	76	68	68	112.8	118.3	5.5
화장품 및 보건용품	78	73	81	130.1	108.1	-22.0
출판	69	63	64	105.8	104.4	-1.4
패션	74	74	76	118.7	107.5	-11.2
산업기기	80	70	70	115.6	102.9	-12.7
정밀기기 및 사무기기	76	65	62	128.7	118.2	-10.5
가정용 전기전자	79	76	78	114.3	110.7	-3.6
컴퓨터 및 정보통신	71	74	80	110.8	110.2	-0.6
수송기기	100	80	85	105.5	102.0	-3.5
가정용품	86	74	76	111.5	106.5	-5.0
화학공업	71	80	81	96.9	103.3	6.4
건설·건재 및 부동산	74	67	66	113.2	151.7	38.5
유통	79	72	75	120.8	108.0	-12.8
금융·보험 및 증권	85	76	79	121.7	110.3	-11.4
서비스	74	70	73	116.4	108.0	-8.4
관광서 및 단체	77	69	72	112.1	107.0	-5.1
교육 및 복지후생	73	67	72	108.2	108.3	0.1
전체	77	71	73	113.4	109.9	-3.5

* 전년도 분기별 취급액 기준으로 가중평균한 광고경기체감도 대비 내년도 예상 광고경기체감도임.
100을 기준으로 그 이상은 광고경기가 좋아질 것으로 예상하고, 100미만은 광고경기가 나빠질 것으로 예상한다고 해석함.

한편, 광고주의 경우 광고경기체감도를 100점 만점의 점수로 평가한 결과, 2009년에 예상한 2010년 광고경기체감 점수는 77이었으나, 2010년 상반기는 71점, 하반기는 73점으로 전년도 예상 점수 보다 낮게 나타났다.

광고경기전망지수를 살펴보면, 2010년 예상 2011년 광고경기전망지수는 전체 109.9점으로 2009년 예상 2010년 광고경기전망지수 113.4점 보다 3.5점 낮은 것으로 나타났다.

광고주 업종에 따른 광고경기전망지수 변화를 살펴보면, 건설·건재 및 부동산 38.5점, 기초재 6.6점, 화학공업 6.4점, 제약 및 보건용품 5.5점, 음료 및 기호식품 2.1점으로 전망 지수가 전년대비 증가하였다. 그러나 화장품 및 보건용품 22.0점, 유통 12.8점, 산업기기 12.7점, 금융·보험 및 증권이 11.4점, 패션 11.2점, 정밀기기 및 사무기기 10.5점, 서비스 8.4점, 식품 6.2점, 관공서 및 단체 5.1점, 가정용품 5.0점, 가정용 전기전자 3.6점, 수송기기 3.5점, 출판 1.4점, 컴퓨터 및 정보통신 0.6점, 교육 및 복지후생 0.9점으로 하락세를 보였다.

그림 IV-3 >> 광고주 업종별 광고경기전망지수 비교

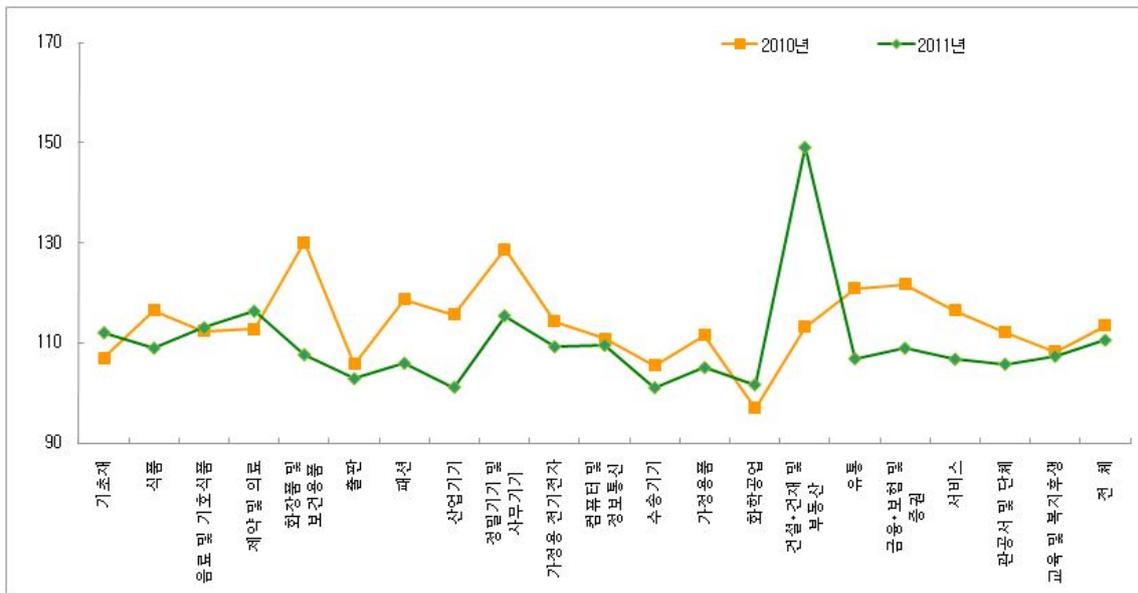


표 IV-5-3 >> 광고주와 광고회사의 광고경기체감도 비교

	광고경기체감도		광고경기전망지수	
	2010년예상	2011년예상	2010년예상	2011년예상
광고회사	54	61	106.9	106.9
광고주	77	77	113.4	109.9

V. 결 론

1. 결과요약

2009년 광고산업 전체 4,532개 사업체의 취급액 기준 산업규모는 9조 1,869억원으로 나타났다. 취급액을 업종별로 구분해 보면 광고(종합)대행이 5조 4,149억원으로, 58.9%의 절대적인 비중을 차지하고 있으며, 그 외 광고제작업, 서비스업, 인쇄, 온라인업, 기타업종이 3조 7,720억원으로 41.1%를 차지하고 있다. 사업체수를 고려하여 비교하면 사업체당 평균취급액은 광고(종합)대행업과 서비스업이 36.1억원으로 가장 높고 온라인 26.5억원, 광고제작이 11억원 등의 순으로 높게 나타났다.

광고업종을 세부업무별로 구분하면, 사업체수는 광고물기획·편집이 2,153개로 가장 많고, 인쇄가 1,988개, 광고대행·매체대행이 1,501개 순으로 많이 나타났다. 취급액은 광고대행·매체대행 업무에서 발행되는 취급액이 5조 4,094억원으로 가장 많으며, 온라인-광고대행의 취급액이 6,738억원, 이어 SP 서비스의 취급액 6,664억원 순으로 많이 나타났다.

2009년 광고산업의 매체별 취급액 규모는 6조 2,850억원으로 전체 광고시장의 68.4%를 차지한다. 이중 4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지)의 금액은 3조 961억원으로 매체 전체의 49.3% 비중이며, 뉴미디어(케이블, 온라인, 위성, 모바일, IPTV, DMB)는 1조 7,950억원 28.6%, 옥외광고는 1조 517억원 16.7%의 구성비를 나타냈다. 사업체당 평균 취급액은 TV가 34.2억원으로 매우 높았고, 온라인 27.4억원, 케이블 14.0억원 순으로 높게 나타났다.

2009년 광고산업의 취급액 규모를 사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 사업체 중 2,025개, 44.7%가 서울에 소재하고 있으며, 전체 취급액 규모의 93.8%인 8조 6,138억원이 서울에서 생산되고 있다. 사업체당 평균 취급액은 서울이 42.5억원으로 6대시 15억원, 9개도 23.1억원으로 나타났다.

종사자규모별로 살펴보면, 사업체수는 1~4인이 2,863개 63.2%로 가장 많은 비중을 차지하고, 5~9인이 883개 19.5%, 10~49인이 700개 15.4%의 순서로 구성비가 나타났다. 취급액은 100인 이상이 3조 2,891억원 35.8%로 가장 많고, 10~49인 2조 8,843억원 31.4%, 50~99인 1조 7,295억원 18.8%, 5~9인 8,138억원 8.9%의 순서이다. 사업체당 평균 취급액은 100인 이상 1,827억원, 50~99인 이상 258억원, 10~49인 이상 41억원으로 전체 사업체당 취급액 20억원보다 매우 높게 나타났다.

취급액규모별로 살펴보면, 1억원 미만이 사업체수 1,848개 40.8%로 가장 많은 비중을 차

지하고 있으며, 1~10억원 미만 1,737개 38.3%, 10~100억 미만 792개 17.5%의 순서이며, 취급액은 100억원 이상이 6조 5,657억원 71.4%로 가장 많고, 10~100억 미만 1조 9,706억원 21.5%, 1~10억원 미만 5,683억원 6.2%의 순서로 높게 나타났다.

2009년 기준 광고산업 종사자 33,509명을 고용형태별로 살펴보면, 정규직이 29,903명 89.2%이고, 비정규직이 3,606명 10.8%를 차지한다. 성별로 보면 남자는 20,413명 60.9%, 여자는 13,096명 39.1%로 남자가 1.6배 더 많이 종사하고 있다. 남자는 정규직 89.7%, 비정규직이 10.3%이고, 여자는 정규직 88.5%, 비정규직 11.5%로 남자와 여자의 정규직 비율이 비슷하게 나타났다. 연령별로는 40세 이상 종사자가 8,839명으로 가장 많으며, 24세 이하가 950명으로 가장 적게 나타났다.

2009년 광고산업의 종사자를 사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 종사자의 77.3%인 2만 5,917명이 서울에 집중되어 있으며, 6대시에 4,681명 14.0%, 9개도에 2,912명 8.7%가 분포되어 있다. 사업체당 평균 종사자수는 서울이 13명, 6대시 3명, 9개도가 3명으로 분포되어 있다. 종사자당 평균 취급액은 전체가 2.7억원, 서울은 3.3억원으로 나타났다.

광고업체를 가치사슬 기준으로 분류하면, 인프라산업(인쇄, 제판, 광고사진 스튜디오 등)으로 분류되는 사업체가 2,435개 53.7%를 차지하고 있으며, 생산산업(광고제작업, CM, 영상, 카피, 그래픽, 온라인 제작 등)으로 분류할 수 있는 사업체가 2,582개 57.0%, 유통산업(광고대행·매체대행, 광고기획·전략 대행, 온라인 대행 등)을 하는 사업체는 1,504개 33.2%, 서비스산업(리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design 등)을 하는 사업체는 335개 7.4%가 존재하는 것으로 나타났다.

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

사업체당 평균취급액은 20.3억원, 사업체당 평균 종사자수는 7명이었다. 종사자당 평균 취급액 2.7억원을 기준으로 보면, 모든 가치사슬별 종사자당 취급액은 전체 평균 취급액 보다 높은 것으로 나타났다.

광고업에서의 수출액, 수입액은 2가지 개념으로 구분할 수 있는데, 국경을 기준으로 한 무역과 광고회사의 국적을 기준으로 한 무역으로 나뉜다. 한국에 소재하고 있는 광고회사가 외국인 광고주로부터 벌어들인 취급액인 국경기준 광고업 수출액은 815.9억원이며, 수입액은 15.0억원 이상으로 집계된다.

광고회사의 국적에 따른 한국국적 광고회사의 해외 판매의 합계인 국적기준 광고업 수출액은 1,189억원이며, 국적기준 수입액은 7,787억원이다.

광고경기체감도를 100점 만점의 점수로 평가한 결과, 2010년 상반기는 58점, 하반기는 58점으로 그 차이가 없는 것으로 나타났으며, 2011년 예상점수는 61점으로 2010년 수준보다 상승할 것으로 예상됐다. 종사자 규모, 취급액 규모별로 광고경기체감도를 보면, 종사자 규모가 클수록, 취급액 규모가 클수록 광고경기 체감도는 높아지는 것으로 나타났다.

광고경기전망지수를 살펴보면, 전 영역에서 2011년 경기전망을 비관적으로 보고 있으며, 그 중 종사자수가 50~99인 이상인 기업과 100인 이상인 기업, 취급액이 100억원 이상인 기업이 상대적으로 더욱 비관적으로 보고 있는 것으로 나타났다.

광고주 업종별로 광고경기체감도는 2010년 상반기, 하반기 모두 수송기기가 각각 80점, 85점으로 가장 높은 수치였으며, 2010년 예상 광고경기체감도는 수송기기 업종에서 100점으로 가장 높게 나타났다.

광고경기전망지수를 업종별로 보면, 건설·건재 및 부동산 업종의 전망치가 151.7점으로 가장 높고, 다음으로 제약 및 의료 118.3점, 정밀기기 및 사무가 118.2, 음료 및 기호식품 114.4점 등의 순으로 높게 나타났다.

2. 광고연감과 비교

광고산업은 광고주, 광고업체, 매체사로 구성되어 있다. 광고산업통계는 광고업체를 조사 대상으로 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 외 무가지, 특수일간지, 대학지 등 신문 신탁고시장 조사

잡지 : 여성지, 주간지, 남성지, 멤버쉽지, 학생지, 컴퓨터지, 골프지, 자동차지, 취미·

레저지, 교양-시사지, 기타지 등 2000여개 잡지 실 광고시장 조사
 옥외광고 : 빌보드, 교통, 엔터테인먼트, 제작·기타 업계 광고비 추정
 뉴미디어 : 케이블 TV, IPTV, 57개 PP사 조사, 온라인 41개 주요 포털 및 10개 미디어웹
 사 조사, 위성방송(스카이라이프), DMB(지상파, 위성) 광고비 집계
 전파제작 : 2009년 광고제작물 심의건수 및 업계 제작건수 중심 추정
 인쇄제작 : 2009년 업계 제작물량 근거 추정
 기타 : 전화번호부, DM, 유통·전시 추정 집계

표 V-1 >> 광고산업규모와 매체별 광고시장 규모

단위 : 억원

부문		광고산업통계	광고연감 집계 자료	
매체별	4대매체	TV	16,503	16,709
		라디오	2,187	2,231
		신문	9,328	15,007
		잡지	2,942	4,388
		4대매체계	30,960	38,335
	4대매체 광고제작*		7,499	7,368
	옥외, SP, 기타		10,517	6,248
	뉴미디어	케이블TV	8,036	7,794
		온라인	8,757	12,430
		위성TV	153	95
		모바일	707	-
		IPTV	9	114
		DMB	288	176
	합계		66,926	72,560
광고기획·전략대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 기타		24,943	-	
전체		91,869	72,560	

* 광고산업통계는 4대매체 이외의 광고제작 취급액 포함

3. 향후과제

광고산업통계조사의 6회째 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 한국신용평가 정보로부터 09년도 신규 진입 광고사업체 명단을 구해 추가하고, 추가로 온라인 광고회사에 대해서는 주요 포털인 다음과 네이버의 웹디렉토리 검색을 통하여 해당 사업체의 리스트를 확보하였다. 그러나 일반사업체의 경우 업체명이나 대표자, 업종 변경 등 많은 기업외적 변화가 있었으며, 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 6회째가 되었으나 아직은 조사대상자들의 조사에 대한 인지도가 낮으며, 조사 대상 업체들의 통계자체에 대한 불신, 사업체 영업기밀유지에 대한 의구심, 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 하며, 면접조사에 따르는 비표본오차를 줄이기 위해서는 조사 문항에 대한 실사기관의 철저한 사전 숙지 및 이해가 선행되어야 한다고 판단된다.

○ 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 TV 와 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 이의 적극적인 활용 등, 조사된 통계치가 가질 수 있는 오류를 보정하기 위한 다양한 노력들이 모색될 필요가 있다.

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 적정한 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, 표적 시장 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, 소비

자교육, 판매점계열화, 판매점지도, 이 밖에 유사한 분야의 것을 담당. 지역이 한정된 옥외 광고(고속철, 지하철, 버스 등), 영화 광고, 소매점의 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(Editoring)

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 스태프를 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 속하는 데 광고의 시각 효과, 매력, 캐릭터 등은 뛰어난 디자이너의 재능에 관계된다. 그러므로 각 기업, 광고회사, 프로덕션, 매체사에서도 이 분야의 텔런트 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 결정하고 제작 예산을 수립한다. 이러한 임무 중에서 가장 중요한 것은 작품의 질을 높이는 것이다. 엄밀히 말하면 영화, 연극, 방송 분야의 프로듀서의 역할은 차이가 있지만 작품전체의 책임을 갖는다는 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 매체를 관리하는 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 사실규명을 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 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 재판과정의 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.

<광고업체용>



광고 산업 통계 조사

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 2009년 결산 기준이며 조사기간은 9월 1일 ~ 10월 8일입니다. 금번 조사결과는 12월에 공표될 예정이므로 참고하시어 향후 귀사에 유용한 업무정보로 활용하시기 바랍니다. 귀사에서 응답하신 내용은 통계법 제33조 '비밀보호 원칙'에 따라 통계처리에만 사용되며 임의로 공개되지 않음을 약속드립니다. 본 조사에 협조해 주셔서 감사합니다.

2010. 9. ~ 10.

주관 : 문화체육관광부 • 한국방송광고공사

I. 일반 현황(2009년 12. 31. 현재)

1. 사업체 정보

사업체 명(국문)		홈페이지 URL	http://
전화 번호	() -	팩스 번호	() -
주소	□□□-□□□		
사업자등록번호	- -	설립 일자	___년 ___월 ___일
법인등록번호	-	벤처기업 지정 여부	① 대상 ② 비대상
자본금	___억___천___백만원		
기업 형태	① 개인사업체 ② 회사법인 - 주식회사 ③ 회사법인 - 유한 회사 ④ 회사법인 - 합자 회사 ⑤ 회사법인 - 합명 회사 ⑥ 회사외 법인		
사업체 구분	① 단독사업체 ② 공장, 지사(점), 영업소 → 본사위치 : _____ ③ 본사, 본점, 본부		

2. 응답자 정보

부서명		성명	
전화번호/팩스번호	/	이메일 주소	

3. 대표자 정보

대표자 성명		출생년도		성 별	① 남 ② 여
최종학력	① 고졸이하 ② 전문대졸(2·3년제) ③ 대졸 ④ 대학원졸 이상	경영형태	① 창업 ② 동업 ③ 가업계승 ④ 기업인수 ⑤ 전문경영인 ⑥ 기타		

II. 사업체 현황 (2009년 12. 30. 결산기준)

1. 사업체의 해당 업종에 'V'표시 해주시기 바랍니다.(중복가능)

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

※ ⑤ 온라인 전문 기업이거나 온라인 사업부를 별도로 운영하는 기업의 경우 기입

1-1. 위에서 ①광고대행 업종에 표시한 경우, 해당하는 세부 업무의 매출액(전체 취급액 기준)을 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

① 광고대행(단위 : 백만 원)													
광고대행	전체(A)	TV	라디오	신문	잡지	케이블	위성	모바일	IPTV	옥외	DMB	기타	
	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음
	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름
	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원
	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억
	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천
___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	
매체대행	전체(B)	TV	라디오	신문	잡지	케이블	위성	모바일	IPTV	옥외	DMB	기타	
	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	
	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	
	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	
	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	
	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	
___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원		
광고 기획· 전략 대행	해당없음		잘모름			0원		___억 ___천 ___백만원(C)					
총 계	광고대행 매출액(A) + 매체대행 매출액(B) + 광고기획·전략대행 매출액(C)								___억 ___천 ___백만원				

1-1-1. [옥외 광고 매출액이 있는 업체만] 옥외 광고 대행의 경우, 세부 분야별로 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

① 옥외광고대행(단위 : 백만 원)								
광고대행	전체(A)	야립/빌보드	지하철	고속철	극장	버스	기타	
	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음
	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	
	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	
	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	
	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	
___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원		
매체대행	전체(B)	야립/빌보드	지하철	고속철	극장	버스	기타	
	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	
	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	
	0원	0원	0원	0원	0원	0원	0원	
	___억	___억	___억	___억	___억	___억	___억	
	___천	___천	___천	___천	___천	___천	___천	
___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원		
총 계	광고대행 매출액(A) + 매체대행 매출액(B)				___억 ___천 ___백만원			

1-2. 위에서 ②광고제작 업종에 표시한 경우, 해당하는 세부 업무의 매출액과 제작편수를 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

	② 광고제작 (단위 : 백만 원)								광고제작(단위: 제작편수)
	매출액(A)				외주 및 원자재구입 비용(B)**				CF, CM 등
CM·영상·카피·그래픽 제작	해당 없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원	해당 없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원	편
온라인 제작	해당 없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원	해당 없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원	편
광고사진 스튜디오	해당 없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원	해당 없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원	편
CI	해당 없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원	해당 없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원	편
소 계	___억 ___천 ___백만원				___억 ___천 ___백만원				편
총 계	매출액(A) + 외주/원자재구입비용(B)				___억 ___천 ___백만원				

** 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	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원 (A)
PR	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원 (B)
SP	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원 (C)
이벤트	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원 (D)
Space Design	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원 (E)
총 계	마케팅·리서치(A) + PR(B) + SP(C) + 이벤트(D) + Space Design(E)			___억 ___천 ___백만원

1-4. 위에서 ④인쇄 업종에 표시한 경우 해당하는 세부 업무의 매출액을 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

④ 인쇄 (단위 : 백만 원)				
인쇄	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원 (A)
제판	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원 (B)
총 계	인쇄(A) + 제판(B)			___억 ___천 ___백만원

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	전체(A)	포탈사이트	엔터테인먼트사이트 (음악/게임)	UCC 사이트	언론/미디어 사이트	기타
	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음
	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름
	0원	0원	0원	0원	0원	0원
	___억	___억	___억	___억	___억	___억
	___천	___천	___천	___천	___천	___천
	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원
매체대행	전체(B)	포탈사이트	엔터테인먼트사이트 (음악/게임)	UCC 사이트	언론/미디어	기타
	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음	해당없음
	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름	잘모름
	0원	0원	0원	0원	0원	0원
	___억	___억	___억	___억	___억	___억
	___천	___천	___천	___천	___천	___천
	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원	___백만원
광고 기획· 전략 대행	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원(C)		
제 작	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원(D)		
총 계	광고대행 매출액(A) + 매체대행 매출액(B) + 광고기획·전략대행 매출액(C) + 제작(D)				___억 ___천 ___백만원	

1-6. 위에서 ⑥기타 업종에 표시한 경우 해당하는 세부 업무의 매출액을 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

⑥ 기타(단위: 백만 원)				
광고물 기획·편집	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원 (A)
기타(장비취급 등)	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원 (B)
총 계	광고물 기획·편집(A) + 기타(B)			___억 ___천 ___백만원

1-7. 지금까지 응답해 주신 총 업무의 매출액 합산분을 기입해 주시기 바랍니다.

※ 전체 매출액(① 총계 + ② 총계 + ③ 총계 + ④ 총계 + ⑤ 총계 + ⑥ 총계)	___억 ___천 ___백만원
--	------------------

2. 귀사에서 사용하고 있는 사무실의 규모를 기입해 주시기 바랍니다.

사업장 면적 (단위: 제곱미터(m ²))	_____ m ²
------------------------------------	----------------------

3. 기술보유여부- 소프트웨어 부문

3-1 소프트웨어부문	사내 IT 인프라		시청을 자료	KADD 광고량 데이터	베이스스 네트	매체계획 시스템	광고물 DB	마케팅 정보 DB	관련 논문 DB	기타
	인트라넷	KMS								
보유기술 있음	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
보유기술 없음	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

* 기타일 경우 세부 내용도 적어 주세요.

3-1. 기술보유여부 - 제작 / 편집 장비

(항목점검)	촬영 장비			편집 장비				기타
	촬영용카메라	조명 장비	촬영용특수장비	편집기	2D 장비	3D 장비	녹음실 장비	
보유기술 있음	1	1	1	1	1	1	1	1
보유기술 없음	2	2	2	2	2	2	2	2

* 기타일 경우 세부 내용도 적어 주세요.

III. 고용 현황 (2009년 평균 종사자수)

1. 성별 종사자수(외국인포함, 단위 : 명)

구 분	남 자	여 자	총 계
① 정 규 직 ※ 1년 이상 고용되어 계속 정규직으로 일하는 종사자, 자영업자 ·무급가족종사자도 포함			
② 비정규직 ※ 1년 미만 계약된 근로자, 파견직, 일용직, 파트타임, 훈련생 등			
총 계			

2. 연령별 종사자수(외국인포함, 단위: 명)

구 분	24세 이하	25-29세	30-34세	35-39세	40세 이상	총 계
① 정 규 직						
② 비정규직						
총 계						

3. 학력별 종사자수(외국인포함, 단위: 명)

구 분	고졸 이하	전문대졸 (3년제 포함)	대졸	대학원졸 이상	총 계
① 정 규 직					
② 비정규직					
총 계					

4. 직급별/직종별 종사자수(외국인포함, 단위: 명)

구 분	AE	디자 이너	CW	PD	매체	SP	PR	마케팅 조사	인터랙 티브	전사	관리 및 기타	총 계
임 원												
국장/부장 /실장												
차장/과장 /대리												
사 원												
총 계												

5. 온라인 / 모바일 분야 종사자수(외국인포함, 단위: 명)

종사자수	남 자	여 자	총 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	인터랙 티브	전사	관리	합계
정규직												
비정규직												
총 계												

7. 직원 교육 현황(외국인포함, 단위: 명)

구 분	교육인원 : 2009년 국내외 전체 인원 총계(A+B)	국 내(A)								국 외(B)		
		사 내	외 부						세미나 /컨퍼 런스	대학기관	기 타 체 수 (연)	
			대 학 기 관	광 고 공 사	사 설 교 전 문 기 관	공 기 공 관	온 라 인 교육	세 미 나				
참 여 인 원												

8. 2009년/2010년 상반기 채용규모(외국인포함, 단위: 명)

	신입사원		경력사원		총 계
	정규직	비정규직	정규직	비정규직	
2009년 전체 채용 규모					
2010년 상반기 채용 규모					

8-1. 현재 인력수준에 대한 의견은? (해당 번호에 √표 해주시기 바랍니다.)

① 매우 부족하다	② 부족하다	③ 보통이다	④ 많다	⑤ 매우 많다

8-2. 향후 인력 예상 채용 규모 (단위: 명)

	신입사원	경력사원	총 계
2010년 하반기			
2011년			

8-3. 향후 인력 채용시 신입 사원 채용의 경우 선호 전공계열에 '○'표시 해주시기 바랍니다(중복가능).

① 인문·사회 계열	② 상경 계열	③ 어문 계열	④ 법학 계열	⑤ 공과 계열	⑥ 자연 계열	⑦ 예체능 계열	⑧ 기타 계열

IV. 해외 거래 현황

※ 기입란이 부족할 경우 동일 조사표를 복사하여 첨부해 주시기 바랍니다.

1. 귀사에 투자한 외국인(외국기업)투자비율에 따라 투자회사명, 등록일, 투자비율 등을 기입해 주시기 바랍니다.

구분	해당여부	세부 내용 (해당될 경우)		
		투자 회사명	등록 년 월 일	
100% 투자회사 (인수 및 합병 포함)	① 해 당			
	② 비해당			
합작회사	① 해 당 ② 비해당	투자 회사명	등록 년 월 일	투자 비율(%)
		①	____년 ____월 ____일	
		②	____년 ____월 ____일	
		③	____년 ____월 ____일	

2. 귀사의 해외지사 및 사무소를 모두 기입하여 주시기 바랍니다.

현지법인 및 지사명	국가	인 원(명)		자본규모 (천 달러)	주요업무(중복가능) 해당업무에 √ 표시 기입				
		한국인	외국인		광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
①				____만 ____천달러					
②				____만 ____천달러					
③				____만 ____천달러					
④				____만 ____천달러					
⑤				____만 ____천달러					
⑥				____만 ____천달러					
총 계	개	명	명	총 ____만 ____천달러					

3. 해외 광고 회사와의 업무제휴 내용을 모두 기입하여 주시기 바랍니다.

제휴 회사명	국 가	시 기 (년 월)	주요업무(중복가능) 해당 업무에 √ 표시 기입				
			광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
①							
②							
③							
④							
⑤							
⑥							
총 계	개						

4. 해외 광고 취급 현황을 모두 기입하여 주시기 바랍니다.

거래 국가 (광고 집행 국가)	거래 광고주 현황		취급액(천 달러)	주요업무(중복가능) 해당 업무에 √ 표시 기입				
				광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
①	국내회사		___만___천달러					
	외국회사		___만___천달러					
②	국내회사		___만___천달러					
	외국회사		___만___천달러					
③	국내회사		___만___천달러					
	외국회사		___만___천달러					
④	국내회사		___만___천달러					
	외국회사		___만___천달러					
⑤	국내회사		___만___천달러					
	외국회사		___만___천달러					
⑥	국내회사		___만___천달러					
	외국회사		___만___천달러					
총 계	국내회사	개	___만___천달러					
	외국회사	개						

※ 외국에서 발생한 광고활동 기준임. 국내의 외국계 기업에서 수주한 광고는 제외함.

5. 귀사에서 광고관련 사업을 수행하며 해외에서 수입하는 물건이나 서비스 제작에 관련된 금액이 1년에 총 얼마나 되는지 기입하여 주시기 바랍니다.

수입 금액 총계	광고 관련 수입액 (광고제작물,CF등)	기타 업무관련 수입액 (기자재, 원자재 등)

V. 주요고객 현황(2009년 12. 30. 결산 기준)

1. 국내 및 외국계 광고주 및 매출액

구분	총 계	국내 광고주	외국 광고주
		거래 안함	거래 안함
거래 광고주(개)	_____개	_____개	_____개
매출액(백만 원)	___억___천___백만원	___억___천___백만원	___억___천___백만원

2. 귀사의 주요 고객(광고주)을 광고 매출액 기준으로 5순위까지 구분한 후, 해당 광고주의 광고매출액을 기입하여 주시기 바랍니다.(단위 : 백만원)

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

※ 거래지속기간은 2009년 말 기준으로 중단 없이 계속 거래한 기간을 기록.

3. 고객유치 실적

구분	신규 고객	이탈 고객
거래 광고주(개)		
매출액 (백만 원)	___억___천___백만원	___억___천___백만원

※ 2009년도 이탈고객을 기준으로 함. 이탈고객의 매출액은 해당 광고주에 대한 통상(예년 평균) 매출액임.

VI. 광고경기 체감도

※ 귀하가 생각하시는 광고경기에 대하여 100점 만점의 점수로 평가해 주시기 바랍니다.

2010년 상반기	점	2010년 하반기(예상)	점	2011년(예상)	점
-----------	---	---------------	---	-----------	---

◎ 지금까지 장시간에 걸쳐 설문을 작성해 주셔서 감사드립니다. 귀사에서 제공한 정보의 보안 및 철저한 관리를 약속드리며, 광고진흥 정책 수립의 귀중한 자료로 활용될 수 있도록 노력하겠습니다.

면 접 후 기 록 사 항

회 사 명					
주 소					
응답자 성명					
소 속					
전 화 번 호					
방문 일시 및 방문 결과	1차	일시		결과	
	2차	일시		결과	
	3차	일시		결과	
조 사 일 시	_____ 월 _____ 일 _____ 시 _____ 분부터 ()분간				
특 이 사 항					
면접원 성명				ID	
에 디 터			검 증 원		

◆ **결과 기입번호**

- | | | |
|-----------|--------|---------|
| 1. 조사완료 | 2. 부재중 | 3. 응답거부 |
| 4. 사업체 이전 | 5. 휴폐업 | 6. 기타 |

<광고주용>



광고 산업 통계 조사

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 2009년 결산 기준이며 조사기간은 9월 1일 ~ 10월 8일입니다. 금번 조사결과는 12월에 공표될 예정이므로 참고하시어 향후 귀사에 유용한 업무정보로 활용하시기 바랍니다. 귀사에서 응답하신 내용은 통계법 제33조 '비밀보호 원칙'에 따라 통계처리에만 사용되며 임의로 공개되지 않음을 약속드립니다. 본 조사에 협조해 주셔서 감사합니다.

2010. 9. ~ 10.

주관 : 문화체육관광부 • 한국방송광고공사

I. 일반 현황(2009년 12. 31 현재)

1. 사업체 정보

사업체 명(국문)		홈페이지 URL	http://
전화번호	() -	팩스번호	() -
주소	□□□-□□□		
사업자등록번호	- -	설립일자	___년 ___월 ___일
법인등록번호	-	전체 종사자수(정규직+비정규직)	
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	
조사원 성명		조사일자	

II. 사업체 현황 (2009년 12. 31. 결산 기준)

1. 귀사의 업종을 아래 구분에서 선택하여 '√'표시 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·건재 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 광고집행비를 모두 기입하여 주시기 바랍니다.(단위 백만원)

※ 광고집행 금액은 반드시 실제 집행한 금액을 기입하여야 합니다.

구분	전체(A)	TV	라디오	신문	잡지	케이블	DMB	온라인	위성TV	모바일	IPTV	옥외	기타
광고대행사 통해 거래	해당없음												
	잘모름												
	0원												
	___억												
	___천												
	___백만원												

구분	전체(B)	TV	라디오	신문	잡지	케이블	DMB	온라인	위성TV	모바일	IPTV	옥외	기타
매체사와 직접거래	해당없음												
	잘모름												
	0원												
	___억												
	___천												
	___백만원												

총 계	광고대행사 통한 광고집행비(A) + 매체사를 통한 광고집행비(B)											___억 ___천 ___백만원
-----	--------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------------------

2-1. 위에서 제시한 “매체를 통한 광고” 외에 지출하는 마케팅 비용을 기입해 주시기 바랍니다.

비용 (단위 : 백만 원)				
마케팅리서치·컨설팅	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원(A)
PR(홍보)	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원(B)
SP(판매촉진, 이벤트)	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원(C)
제작(광고물, 팸플릿 등)	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원(D)
CI	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원(E)
기타	해당없음	잘모름	0원	___억 ___천 ___백만원(F)
총 계	마케팅리서치·컨설팅(A) + PR(B) + SP(C) + 제작(D) + CI(E) + 기타(F)			___억 ___천 ___백만원

3. 귀사가 해외에서 집행한 광고비 총액을 기입해 주시기 바랍니다.

총 광고 집행비 (2009년 기준)	_____ 천달러
---------------------	-----------

4. 광고관련 부서 현황 (2009년 12. 31. 결산 기준)

4-1. 광고관련 부서의 성별 종사자 수(단위: 명)

구 분	남자	여자	총 계
종사자 수(명)			

4-2. 광고관련 부서의 연령별 종사자 수(단위: 명)

구 분	24세이하	25~29세	30~34세	35~39세	40세 이상	총 계
종사자 수(명)						

4-3. 광고관련 부서의 학력별 종사자 수(단위: 명)

구 분	고졸	전문대졸 (3년제 포함)	대졸	대학원졸 이상	총 계
종사자 수(명)					

4-4. 광고관련 부서의 2009년/2010년 상반기 채용규모(단위: 명)

구 분	신입사원	경력사원	총 계
2009년 전체 채용규모			
2010년 상반기 채용규모			

4-5. 현재 귀사에서 활용중인 인력규모에 대해 어떻게 생각하십니까?

(해당 번호에 √표 해주시기 바랍니다)

① 매우부족하다	② 부족하다	③ 보통이다	④ 많다	⑤ 충분히 많다

4-6. 광고관련 부서의 향후 예상 채용 규모

2010년 하반기	총 ()명	2011년	총 ()명
-----------	--------	-------	--------

4-7. 광고관련 부서의 신입사원 채용의 경우 선호하시는 전공계열은 무엇입니까?(중복 가능)

① 인문사회 계열	② 상경 계열	③ 어문 계열	④ 법학 계열	⑤ 공과 계열	⑥ 자연 계열	⑦ 예체능 계열	⑧ 기타 계열

Ⅲ. 매체집행패턴

1. 귀하께서 지난 1년 동안(2009년 하반기~2010년 상반기) 집행한 광고 중 가장 많은 광고비를 집행한 브랜드(품목)의 광고에 대해 여쭙겠습니다.

1-1. 그 브랜드(품목)를 아래 구분에서 선택하여 'V'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·건재 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	

1-1. 가장 많은 광고비를 집행한 해당 브랜드(품목)의 최근 1년 광고비에 대해서 기입해 주시기 바랍니다.

모든 매체에 집행한 광고비	억원
----------------	----

2. 만일 귀하에게 앞에서 언급한 브랜드(품목)의 향후 3개월(1분기)동안 집행할 광고예산이 다음과 같이 주어져 있다면, 각 광고매체에 얼마씩 집행하는 것이 최적이라고 생각하십니까?

2-1. 월 광고예산 1억

단위	TV	라디오	신문	잡지	케이블	DMB	위성TV	온라인	모바일	IPTV	옥외
천만원											

2-2. 월 광고예산 5억

단위	TV	라디오	신문	잡지	케이블	DMB	위성TV	온라인	모바일	IPTV	옥외
천만원											

2-3. 월 광고예산 10억

단위	TV	라디오	신문	잡지	케이블	DMB	위성TV	온라인	모바일	IPTV	옥외
천만원											

2-4. 앞에서 언급한 브랜드(품목)을 위한 광고예산을 방송매체에 집행하는 경우, 다음 각 시간대 별로 어떻게 배분하는 것이 효과적인 것이라고 생각되십니까?

단위	아침	오전	오후	프라임타임	심야	총 계
(%)						100%

2-5. 최근의 매체환경변화와 수용자들의 매체 접촉실태를 고려할 때, 차기 년도 각 매체의 광고 물량에 어떤 변화가 생길 것 같습니까? 해당 매체의 최근 광고 물량을 100으로 할 때, 차기 년도에 얼마나 늘거나 또는 줄 것으로 생각하시는지 말씀해 주십시오.

☞응답사례 : 최근 3년을 100으로 평가하였을 경우, 차기년도 1.5배 성장 예상시 150%로 응답하시면 됩니다.

단위	TV	라디오	신문	잡지	케이블	DMB	위성TV	온라인	모바일	IPTV	옥외
(%)											

IV. 매체가치기준

1. 아래에 제시된 각 광고 형태에 대해 광고가 갖는 주요 특성을 해당 광고 형태가 얼마나 충족시킨다고 생각하시는지 10점 만점 기준으로 평가해 주십시오.

전혀 충족시키지 못한다	중간	매우 충족시킨다
1... ..2... ..3... ..4... ..5... ..6... ..7... ..8... ..9... ..10		

광고집행 시 특성	광고 집행 방식의 종류										
	중간 광고	전CM END	후CM TOP	가상 광고	간접 광고	화면 분할 광고	인터넷 동영상 광고	인터넷 검색 광고	DMB 광고	디지털 양방향 HD광고	MMS 채널 멀티광고
1) 타겟 도달률이 높다											
2) 광고 노출달성이 용이하다											
3) 메시지 전달력이 강하다											
4) 수용자의 관여수준이 높다											
5) 광고의 주목률이 높다											
6) 광고요금 부담이 적절하다											
7) 매출 유발효과가 높다											
위에서 모든 항목의 평가를 마친 후 응답해 주십시오											
향후 많이 선호될 광고방식 이라고 생각되는 순위는? (※ 5개를 정해 1위부터 5위까지 순위를 적어 주십시오)											

VI. 광고경기 체감도

※ 귀하가 생각하시는 광고경기에 대하여 100점 만점의 점수로 평가해 주시기 바랍니다.

2010년 상반기	점	2010년 하반기(예상)	점	2011년(예상)	점
-----------	---	---------------	---	-----------	---

◎ 지금까지 장시간에 걸쳐 설문을 작성해 주셔서 감사드립니다. 귀사에서 제공한 정보의 보안 및 철저한 관리를 약속드리며, 광고진흥 정책 수립의 귀중한 자료로 활용될 수 있도록 노력하겠습니다.

면 접 후 기 록 사 항

회 사 명					
주 소					
응답자 성명					
소 속					
전 화 번 호					
방문 일시 및 방문 결과	1차	일시		결과	
	2차	일시		결과	
	3차	일시		결과	
조 사 일 시	_____ 월 _____ 일 _____ 시 _____ 분부터 ()분간				
특 이 사 항					
면접원 성명				ID	
에 디 터			검 증 원		

◆ **결과 기입번호**

- | | | |
|-----------|--------|---------|
| 1. 조사완료 | 2. 부재중 | 3. 응답거부 |
| 4. 사업체 이전 | 5. 휴폐업 | 6. 기타 |

별첨 : 조사응답업체 소재 지역·광고업종 리스트

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1	세종씨앤피	서울특별시 성동구				0		0
2	한국옥외광고공사	서울특별시 서초구	0					
3	유라이트	서울특별시 강남구	0	0				
4	본애드컴	서울특별시 강남구	0		0			0
5	전파기술정보사	서울특별시 중구				0		0
6	(주)에컴즈	서울특별시 중구	0	0	0			
7	달리 파트너스	서울특별시 서초구	0					
8	에스아이(SI)	서울특별시 강남구				0		
9	아이디어키	서울특별시 강남구	0					
10	제이피컴	서울특별시 서초구	0					
11	메디컬업저버	서울특별시 강남구	0					
12	에어텍 디자인	인천광역시 남구				0		
13	오렌지디자인	서울특별시 송파구						0
14	세진광고	경기도 안산시	0					
15	에드가엑스터	서울특별시 강남구				0		
16	디자인애드	서울특별시 강남구		0				
17	큐엑스애드	서울특별시 송파구	0					
18	캣치아이디자인	서울특별시 광진구	0					
19	와이즈드림	서울특별시 송파구						0
20	크리에이티브에이	서울특별시 강남구	0	0				0
21	초롱테크	서울특별시 송파구		0				
22	영은그래픽스	서울특별시 중구				0		
23	씨마스커뮤니케이션	서울특별시 중구				0		0
24	열림씨앤피	서울특별시 중구				0		0
25	삼광문화	서울특별시 중구						0
26	티앤씨	서울특별시 중구						0
27	팍스튜디오	서울특별시 중구		0	0	0		0
28	이레아트	서울특별시 중구				0		0
29	세원문화사	서울특별시 중구				0		0
30	신우기획	서울특별시 중구				0		
31	(주)메카커뮤니케이션	서울특별시 마포구	0					
32	큐피트광고기획	경기도 가평군	0			0		0
33	비씨지코리아	서울특별시 용산구	0					0
34	평내광고	경기도 남양주시						0
35	버따	서울특별시 서대문구	0					0
36	(주)제이앤씨	서울특별시 마포구	0			0		
37	씽크플래닛(주)	서울특별시 마포구	0				0	0
38	주식회사 엘크로	서울특별시 마포구	0	0				0
39	리앤에이치커뮤니케이션즈	서울특별시 중구			0			
40	애프알미디어	서울특별시 마포구		0				
41	에이팩스애드	서울특별시 강남구	0					
42	원더맨인터내셔널(주)	서울특별시 강남구	0					
43	컨텐츠앤비주얼	서울특별시 강남구	0					
44	나루터출판	서울특별시 중구						0
45	진학기획	서울특별시 마포구		0		0		
46	태성디자인	경기도 안산시	0					
47	보코애드컴	서울특별시 중구	0					
48	다다앤이스트	서울특별시 마포구		0	0			

No	사업체명	주소	광고 (종합)가액	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
49	아트포럼	서울특별시 중구				0		0
50	믹스미디어	서울특별시 마포구		0				
51	해성기획	서울특별시 마포구	0					
52	엠투커뮤니티	서울특별시 강남구			0			
53	소망문화인쇄	경기도 안산시				0		
54	디자인웰	서울특별시 마포구						0
55	표준플랜	서울특별시 마포 서		0				
56	창커뮤니케이션	서울특별시 중구	0					0
57	레오기획	경기도 안산시	0					
58	삼성기획	서울특별시 중구				0		
59	상상크리에이티브	서울특별시 마포구						0
60	한국종합디자인	서울특별시 광진구		0				
61	신라인터랙티브	서울특별시 마포구	0	0				0
62	디자인수목원	서울특별시 마포구						0
63	디지털테크	경기도 평택시				0		0
64	화성기획	경기도 화성시	0					
65	창경기획	서울특별시 서초구	0					
66	진원애드	서울특별시 서초구	0					
67	다리홍업	서울특별시 강남구	0					
68	제스타드(주)	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
69	아이엔인터랙티브	서울특별시 강남구	0		0			
70	KMSA	경기도 용인시			0			
71	위닝네이트	서울특별시 강남구	0					
72	쿨애드	서울특별시 영등포구	0					
73	환크리에이티브컴퍼니	서울특별시 종로구	0	0		0		
74	(주)코마커뮤니케이션	서울특별시 영등포구	0	0				
75	(주)준컴	서울특별시 동작구	0				0	
76	이정애드	서울특별시 영등포구						0
77	대도커뮤니케이션	서울특별시 영등포구	0					
78	하이애드윈	서울특별시 구로구	0				0	
79	다미애드	서울특별시 영등포구	0			0		
80	영미광고	서울특별시 영등포구	0					
81	(주)브랜드애이드	서울특별시 영등포구	0					
82	(주)엠엔에스마케팅	서울특별시 영등포구	0	0		0		
83	디자인 피알아이	서울특별시 영등포구				0		0
84	한애드	서울특별시 영등포구	0					
85	신원애드컴	서울특별시 영등포구	0			0		
86	DM114	서울특별시 금천구	0			0		0
87	미래컴퍼니	서울특별시 구로구		0		0		
88	브랜드무브	서울특별시 영등포구	0	0				
89	트리플 하이엠	서울특별시 금천구					0	
90	그로모	서울특별시 금천구	0					0
91	가나애드	서울특별시 동작구	0		0	0		0
92	(주)애드리치	서울특별시 강남구	0	0	0		0	
93	이모션기획	인천광역시 연수구						0
94	희망디자인기획	경기도 안산시			0			
95	선광커뮤니케이션스	서울특별시 강남구	0					
96	공안애드컴	인천광역시 남동구	0					
97	원애드	경기도 고양시				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합)가액	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
98	경도애드	경기도 인천광역시	0					
99	광고플러스	서울특별시 강남구	0					
100	(주)해튼에이디	서울특별시 강남구	0	0				
101	에스피미디어	서울특별시 영등포구	0					
102	대림광고	인천광역시 부평구	0					
103	옥성광고	경기도 남양주	0					
104	아성기획	서울특별시 중구				0		0
105	씨투컴	경기도 김포시				0		
106	커뮤니케이션즈포인트앤 포커스	서울특별시 영등포구	0					
107	(주)로그인애드	경기도 고양시	0					
108	대한기획	서울특별시 양천구				0		0
109	청구커뮤니케이션	서울특별시 강남구						0
110	세이	서울특별시 강남구						0
111	디자인아이	서울특별시 중구				0		0
112	굿모닝애드닷컴	서울특별시 중구	0					
113	디자인컨설팅연구소	서울특별시 중구						0
114	하나디자인	서울특별시 중구		0		0		0
115	퍼슨스	서울특별시 중구						0
116	란스콤	서울특별시 중구		0		0		
117	에스피알	서울특별시 중구				0		0
118	(주)디자인커서	서울특별시 중구	0					0
119	에츠닷컴	서울특별시 중구	0	0	0	0	0	0
120	FEEL 현수막	경기도 안산시	0					
121	영은	서울특별시 중구	0					
122	(주)인커뮤니케이션	서울특별시 강남구						0
123	글리콤코리아	서울특별시 중구	0					
124	파워애드	서울특별시 영등포구	0					
125	유피피코리아	서울특별시 강동구	0		0			
126	디자인엔터	서울특별시 중구						0
127	에스 아이디엠	서울특별시 영등포구			0			
128	매뉴얼뱅크	서울특별시 서초구		0				
129	나라콤 광고기획	경기도 안산시				0		
130	신세기	경기도 군포시						0
131	조은기획인쇄	경기도 안양시				0		
132	실로암광고	경기도 부천시						0
133	LEE&LEE	서울특별시 중구				0		0
134	제일엔터프라이즈	서울특별시 중구		0				0
135	세울	경기도 인천광역시				0		0
136	큰힘인터랙티브	서울특별시 서초구					0	
137	복스앤콕스	서울특별시 강남구			0			
138	광고랜드	서울특별시 중구	0					
139	애드씨티	서울특별시 중구	0					
140	이지컴	서울특별시 중구				0		0
141	카모드	서울특별시 서초구	0					
142	위트커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
143	위즈컴	서울특별시 강남구	0		0	0		
144	와이젠웍스	서울특별시 강남구			0			
145	승보광고	서울특별시 강남구	0					
146	(주)퀀텀프로젝트	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
147	캔커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
148	(주)뉴월애드	서울특별시 강남구	0					
149	일월종합광고	서울특별시 중랑구						0
150	(주)디디비코리아	서울특별시 강남구	0					
151	GM LUMI TEC	경기도 안산시	0	0		0		
152	빛글	경기도 고양시		0				
153	엘엔씨스퀘어	서울특별시 구로구	0					
154	(주)아트콤	서울특별시 영등포구	0					
155	제이더블유티 애드벤처(주)	서울특별시 강남구	0	0	0			
156	금강오길비	서울특별시 서초구	0					
157	(주)노블애드	서울특별시 마포구	0					
158	클리어애드	서울특별시 서초구						0
159	(주)농심기획	서울특별시 동작구	0	0	0			
160	(주)벨커뮤니케이션즈	서울특별시 서대문구	0	0				
161	씨제이무터	서울특별시 강남구					0	0
162	동영아이텍	서울특별시 강남구	0					
163	조광출판인쇄	서울특별시 금천구				0		
164	(주)광룡	서울특별시 서초구	0					
165	씨티코어	서울특별시 서초구		0				
166	스폰커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
167	한일광고	서울특별시 강남구	0					0
168	(주)애드씨케이	서울특별시 강남구	0	0	0			
169	뉴팅컴퍼니	서울특별시 강남구	0	0				
170	유니커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					
171	한신애드	서울특별시 영등포구	0					
172	실마리	서울특별시 강남구	0					0
173	심크리에이티브	서울특별시 강남구				0		0
174	경기저널	경기도 안산시	0					
175	씨엔나이스	서울특별시 강동구	0			0		0
176	삼진애드컴	서울특별시 강동구	0					
177	디자인메카	서울특별시 강남구				0		0
178	에스아이기획	서울특별시 강남구	0					
179	(주)캐러트코리아	서울특별시 강남구	0				0	
180	서번트컴	서울특별시 서초구	0					
181	아이피테크	서울특별시 서초구	0					
182	화인종합기획	서울특별시 서초구		0				
183	동양애드	서울특별시 서초구	0					
184	(주)MBC애드컴	서울특별시 중구	0	0	0			0
185	극동마케팅	경기도 고양시	0					
186	지오코리아모델	서울특별시 강남구			0			
187	디지털 조선애드	서울특별시 중구	0					
188	명문프리컴	서울특별시 중구				0		
189	금호기획	인천광역시 부평구	0					
190	블루펄	서울특별시 강남구	0					
191	씨엠파크	서울특별시 강남구		0				
192	더브레인컴퍼니	서울특별시 강남구			0			
193	크리에이티브	서울특별시 강남구		0				
194	우미광고	서울특별시 강남구		0				
195	커뮤니케이션신화	서울특별시 마포구			0			

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
196	판테라픽처스	서울특별시 마포구	0	0				
197	애드텔	서울특별시 은평구	0					
198	에이포럼	서울특별시 서초구				0		
199	미래광고	경기도 안산시				0		
200	코드커뮤니케이션즈	대구광역시 달서구			0			
201	보임디자인	서울특별시 마포구						0
202	시앤알애드	서울특별시 마포구	0					
203	유엠애드	서울특별시 강남구	0	0		0		
204	한진아트센터	서울특별시 중구				0		
205	디인터미디언	서울특별시 강남구	0					
206	디자인루트	서울특별시 영등포구	0			0		
207	한일원색	광주광역시 동구		0		0		
208	성보씨림인쇄	광주광역시 동구				0		
209	종로인쇄	광주광역시 동구				0		
210	삼원인쇄광고사	광주광역시 동구				0		
211	한길광고	광주광역시 광산구						0
212	현디자인	광주광역시 동구		0		0		
213	디자인연지	광주광역시 광산구		0				0
214	백월광고	광주광역시 서구						0
215	상무기획	광주광역시 서구						0
216	세화광고기획	광주광역시 동구				0		0
217	문창인쇄소	광주광역시 동구		0		0		
218	복음문화사	광주광역시 동구		0		0		0
219	덕신인쇄	광주광역시 동구				0		
220	삼성코팅	광주광역시 동구				0		
221	나우인쇄출판	광주광역시 동구				0		
222	한빛인쇄광고	광주광역시 동구		0		0		0
223	하나CTP	광주광역시 동구				0		
224	창조사	광주광역시 동구		0		0		
225	정선인쇄	광주광역시 동구		0		0		
226	정음문화사	광주광역시 동구				0		
227	천지인쇄기획	광주광역시 동구		0		0		
228	제일싸인기획	광주광역시 동구						0
229	영창인쇄사	광주광역시 동구				0		
230	세영인쇄	광주광역시 동구				0		
231	성은문화사	광주광역시 동구		0		0		
232	명인상사	광주광역시 동구				0		
233	광주상사	광주광역시 동구				0		0
234	고려기획	광주광역시 동구		0		0		
235	그린칼라	광주광역시 서구						0
236	정일재단	광주광역시 동구				0		
237	이지팝	서울특별시 마포구				0		0
238	샤인엠앤피	서울특별시 송파구	0					
239	잉카커뮤니케이션즈	서울특별시 서초구		0				0
240	광고기획삼원	서울특별시 송파구						0
241	우리미디어	경기도 고양시	0					
242	디자인114	경기도 화성시				0		
243	철도방송	서울특별시 송파구	0					
244	웹던컴	서울특별시 관악구					0	

No	사업체명	주소	광고 (종합)가형	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
245	씨엔피	경기도 의정부시		0				
246	디자인퓨처	서울특별시 영등포구						0
247	(주)유케이	서울특별시 강남구	0					0
248	모노시티	서울특별시 영등포구					0	
249	엠펙아커뮤니케이션	서울특별시 마초구					0	
250	지엔에프테크비전	인천광역시 남구	0					
251	싸인매니아	서울특별시 동대문구	0					
252	미래기획	인천광역시 서구						0
253	메카커뮤니케이션	서울특별시 마포구	0	0				0
254	(주)캠페이너스	서울특별시 중구		0				
255	게임와이드	서울특별시 성동구						0
256	일성샤인	경기도 구리시						0
257	나이팅뉴스	경기도 하남시		0				
258	(주)엘케이씨커뮤니케이션즈	서울특별시 용산구	0					
259	프린스 상패기획	경기도 평택시						0
260	버슨마스텔러코리아	서울특별시 중구			0			
261	성원플러스	서울특별시 강남구	0	0				
262	피담	서울특별시 마포구						0
263	창작디자인	경기도 광주시						0
264	(주)사인커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
265	이엔에프	경기도 광주시						0
266	청사기업	서울특별시 종로구	0					
267	미래광고	경기도 안산시	0					
268	온라인이이전시	서울특별시 중구	0					
269	광고마을	경기도 용인시				0		0
270	나스기획	서울특별시 마포구	0					
271	삼화기획	인천광역시 연수구	0					
272	(주)트리아트	서울특별시 강남구	0					
273	(주)엘플러스네트웍	서울특별시 중구	0					
274	신영기획	서울특별시 중구		0		0		
275	이이씽크 디자인	서울특별시 중구				0		0
276	(주)성환인쇄	서울특별시 중구				0		
277	한진기획인쇄	서울특별시 중구		0		0		0
278	충청미디어	충청북도 청주시	0					
279	크리스마스	서울특별시 강남구		0		0		0
280	(주)오렌지미디어	서울특별시 송파구	0	0		0		
281	미래광고	경기도 광명시	0	0				
282	(주)인디커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구			0			
283	디자인토브	경기도 안양시						0
284	(주)에스지엔지(가로수닷컴)	서울특별시 금천시	0				0	
285	(주)서창기획	서울특별시 영등포구	0					
286	(주)바이콤광고	서울특별시 영등포구	0					0
287	씨엔에스인비테이션(주)	서울특별시 영등포구					0	
288	새로미광고기획	서울특별시 금천구	0					
289	(주)익사이팅월드커뮤니케이션	서울특별시 금천구	0		0			
290	CK	서울특별시 동작구				0		0
291	태광종합기획	서울특별시 중구						0
292	에드밀	서울특별시 강남구	0					
293	시흥알림방	경기도 시흥시	0					

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
294	에드션	경기도 시흥시			0			
295	우리새움	서울특별시 중구				0		0
296	한솔기획	서울특별시 중구						0
297	해오름	서울특별시 영등포구	0					
298	신화광고	인천광역시 남동구				0		
299	동양광고기획	경기도 부천시						0
300	꽃글종합기획	서울특별시 송파구						0
301	아크젠커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0				
302	터전문화사	경기도 부천시	0					
303	비전21세기	경기도 부천시	0					
304	크리에이티브에어	서울특별시 강남구	0					
305	백승프린팅	서울특별시 중구	0			0		
306	드림기획	서울특별시 중구	0					
307	에드라이트	경기도 하남시		0				
308	강마을	서울특별시 서초구						0
309	부광기획	경기도 평택시	0	0				
310	이명애드컴	경기도 과천시	0					
311	에드퍼팩트	서울특별시 중구	0					
312	애니컴	인천광역시 남동구						0
313	삼신광고기획	경기도 부천시				0		0
314	이미지월드	서울특별시 강남구			0			
315	크리디자인	서울특별시 중구	0					0
316	드림엔터	서울특별시 중구						0
317	삼인문화사	서울특별시 중구				0		0
318	재인엔터테인먼트	서울특별시 마포구	0					
319	조은닷컴	서울특별시 동작구	0					
320	크리퍼스	서울특별시 마포구	0					0
321	아산기획	서울특별시 중구	0					
322	영아트	서울특별시 중구				0		0
323	아썸케이코리아	서울특별시 중구		0				
324	옵티칼캠	서울특별시 중구						0
325	한스정보시스템	서울특별시 중구				0		0
326	보성광고	서울특별시 중구	0					
327	더썸컴퍼니	서울특별시 서초구					0	0
328	(주)마리미디어	서울특별시 중구	0					
329	감커뮤니케이션	서울특별시 중구				0		0
330	에스컴크리에이티브	서울특별시 중구		0		0		0
331	비엠에스컴	서울특별시 중구	0					
332	신한기획인쇄	서울특별시 중구				0		0
333	아이엔기획	경기도 여주군				0		0
334	광고나라	인천광역시 부평구						0
335	에스피밸리	서울특별시 서초구	0					
336	삼도광고기획	인천광역시 부평구						0
337	제내드	서울특별시 구로구				0		0
338	피알유	서울특별시 마포구					0	
339	(주)제일기획	서울특별시 용산구	0		0		0	0
340	한양기업	서울특별시 관악구						0
341	(주)유니기획	서울특별시 종로구		0				
342	케이아트만(주)	서울특별시 강남구	0	0		0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합다행)	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
343	사운드 믹스	서울특별시 강남구		0				
344	애드기획	서울특별시 서초구	0			0		0
345	(주)인터막스애드컴	서울특별시 서초구	0					
346	(주)엠허브	서울특별시 강남구	0					
347	대청마스터스	경기도 김포시	0					
348	한솔광고기획	경기도 김포시						0
349	우리기획	경기도 구리시						0
350	대성브레일	서울특별시 서대문구	0					
351	월드피아 커뮤니케이션	서울특별시 마포구			0			
352	에이엠세븐광고	서울특별시 중구	0					
353	디자인 생기	서울특별시 마포구						0
354	에이엑스비	서울특별시 중구					0	
355	원경	경기도 수원시	0			0		
356	제스미디어	서울특별시 강동구			0			
357	싸인정보산업	경기도 하남시		0				
358	동화광고산업	경기도 양주시	0					
359	최카피 연구실	서울특별시 강남구		0				
360	디자인투데이	서울특별시 중구	0			0		
361	그래피아	서울특별시 중구						0
362	삼정기획	서울특별시 중구				0		0
363	윤광문화인쇄사	서울특별시 중구				0		0
364	현진간판	경기도 부천시						0
365	대광광고네온사	서울특별시 금천구						0
366	선진광고기획	경기도 구리시						0
367	광고마을	경기도 구리시						0
368	삼성애드랜드	경기도 동두천시						0
369	창조하는사람들	서울특별시 용산구	0					
370	광고하자	서울특별시 강북구	0			0		0
371	대통기획	서울특별시 중구				0		0
372	송암기획	서울특별시 영등포구	0					
373	모던디자인	경기도 군포시				0		0
374	신한인쇄	인천광역시 남동구				0		0
375	이미지포럼	서울특별시 마포구	0			0		
376	한미애드	서울특별시 마포구						0
377	(주)활로컴	서울특별시 마포구	0			0		
378	티씨알커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
379	중앙데코이소기획	서울특별시 중구						0
380	우리엔에이디앤씨	인천광역시 남구		0				
381	카피애드	서울특별시 종로구	0					
382	지아이지오커뮤니케이션즈	서울특별시 중구					0	
383	M.A.P.S	서울특별시 성동구	0		0		0	
384	애드메리트	서울특별시 종로구	0					
385	명보코리아	서울특별시 종로구	0					
386	백산광고사	서울특별시 중구				0		
387	기프트서울	서울특별시 강북구						0
388	새롬기획	서울특별시 종로구						0
389	(주)웰컴퍼블리시스월드와이드	서울특별시 중구	0	0			0	
390	한국경제신문결산공고지사	서울특별시 종로구	0					
391	다인기획	서울특별시 중구				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
392	광고산방	서울특별시 중구	0					
393	채널진	서울특별시 종로구						0
394	휘스트미디어	서울특별시 종로구	0					
395	하스커뮤니케이션	서울특별시 도봉구	0					
396	유끼커뮤니케이션	서울특별시 강남구			0			
397	유니반	서울특별시 종로구	0				0	
398	비앤씨디자인	서울특별시 종로구	0	0				
399	바우디자인	서울특별시 강남구						0
400	(주)프롬투컴	서울특별시 강남구	0	0				
401	(주)프리즘나인	서울특별시 강남구	0	0		0		
402	그레이월드와이드코리아(주)	서울특별시 강남구	0	0	0		0	0
403	(주)지유지유애드	서울특별시 영등포구	0					
404	세븐스타커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0				
405	티아이엠웍스	서울특별시 서초구		0				0
406	비앤피	서울특별시 서초구	0					
407	(주)서울스포츠키획	서울특별시 마포구	0				0	0
408	(주)케이이씨씨	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
409	컴스퀘어	서울특별시 중구						0
410	엘그래픽스	서울특별시 중구						0
411	서도기획	서울특별시 중구						0
412	인디자인	서울특별시 중구						0
413	화인존	서울특별시 종로구	0					
414	한라공고기획	서울특별시 종로구						0
415	한국헤드콤	서울특별시 종로구	0					
416	다원엠피알	서울특별시 종로구	0					
417	프로비전	서울특별시 종로구						0
418	종로문화사	서울특별시 종로구	0					
419	블루오션애드	서울특별시 종로구	0					
420	창비광고	경기도 안산시				0		0
421	엠오디 커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0		0			
422	쏘크리 에이티브	서울특별시 강남구				0		0
423	(주)애드영상	서울특별시 관악구	0					
424	아이듀오	서울특별시 강남구	0					0
425	에이엠디자인	서울특별시 관악구		0				
426	에이피아이 커뮤니케이션	서울특별시 강남구				0		0
427	(주)비앤씨커뮤니케이션	서울특별시 중구	0	0				
428	디어디자인	경기도 부천시		0		0		0
429	(주)유엔애드	서울특별시 강남구	0	0		0		0
430	(주)테이큰	서울특별시 중구	0	0		0		0
431	국제 이니컴	경기도 부천시				0		0
432	아세아광고	경기도 부천시						0
433	트레이	서울특별시 종로구					0	
434	(주)한컴	서울특별시 중구	0	0	0			
435	대맥문화	대구광역시 중구				0		0
436	종이와연필	대구광역시 북구				0		
437	세화광고사	대구광역시 북구						0
438	아세아광고	대구광역시 북구						0
439	오종인쇄	대구광역시 북구				0		
440	송월기획	대구광역시 북구						0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
441	성진사	대구광역시 북구				0		
442	성광사	대구광역시 북구				0		
443	남신문화사	대구광역시 중구				0		
444	태평특수인쇄	대구광역시 중구				0		
445	다다맥	대구광역시 중구						0
446	보성문화사	대구광역시 중구				0		
447	대웅지류	대구광역시 중구						0
448	하암인쇄	대구광역시 중구				0		
449	현대제본	대구광역시 중구				0		
450	조은인쇄	대구광역시 중구				0		
451	세화누끼	대구광역시 중구				0		
452	금풍인쇄	대구광역시 중구				0		
453	일성테크	대구광역시 중구				0		
454	미진인쇄	대구광역시 중구				0		
455	청대인쇄	대구광역시 중구				0		
456	대부사	대구광역시 북구				0		
457	우리문화사	대구광역시 북구				0		
458	하나문화사	대구광역시 북구				0		
459	컴엔시	대구광역시 중구				0		
460	두레드	서울특별시 종로구		0				0
461	애드루코	서울특별시 강남구	0					
462	엑세스 커뮤니케이션엔드컨설	서울특별시 강남구	0					
463	블루애드	서울특별시 강남구	0					
464	(주)대 한에이앤씨	서울특별시 중구	0			0		0
465	네오포커스	서울특별시 강남구				0		0
466	기베스트	서울특별시 강남구	0					
467	평산광고	경기도 남양주시				0		0
468	다솔기획	경기도 구리시						0
469	CCM광고	서울특별시 강남구						0
470	(주)미르포스	서울특별시 마포구	0					
471	동일애드컴	서울특별시 서초구	0					
472	창우인쇄기획	광주광역시 동구				0		
473	대산기획인쇄	광주광역시 동구				0		0
474	이노디자인	광주광역시 동구		0		0		
475	명도문화사	광주광역시 동구				0		
476	좋은디자인	광주광역시 동구		0				0
477	디자인 블루	전라북도 전주시		0				0
478	실사출력광고기획	전라북도 전주시						0
479	(주)필애드	전라북도 전주시	0	0				0
480	동영기획	전라북도 전주시						0
481	심훈종합광고기획	전라북도 전주시						0
482	서진광고산업	전라북도 전주시						0
483	풍남기획	전라북도 전주시		0		0		0
484	한신기획인쇄	광주광역시 북구		0		0		
485	애반애드	광주광역시 북구						0
486	해태사	광주광역시 북구				0		
487	예술공방	광주광역시 북구				0		0
488	서연기획	광주광역시 북구						0
489	신화문화사	광주광역시 동구				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합기획)	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
490	맥스타	광주광역시 동구				0		
491	유진명함	광주광역시 동구				0		
492	보람출판	광주광역시 동구		0		0		
493	우진광고기획	광주광역시 북구		0				0
494	명함&인쇄나라	광주광역시 동구				0		
495	삼일인쇄	광주광역시 동구				0		
496	대광인쇄광고사	광주광역시 북구				0		0
497	하나실사	광주광역시 북구						0
498	범촌인쇄광고	광주광역시 동구		0		0		
499	디자인조아	광주광역시 북구						0
500	디자인박스	광주광역시 북구		0		0		0
501	(주)덕인페이퍼	광주광역시 동구						0
502	대일종합광고	광주광역시 북구				0		0
503	동은문화사	광주광역시 동구				0		
504	동성기획	광주광역시 동구		0		0		0
505	훈기획	광주광역시 남구						0
506	제일봉투사	광주광역시 동구				0		
507	(유)수현	광주광역시 북구						0
508	대신인쇄	광주광역시 동구				0		
509	해동종합기획	광주광역시 동구		0		0		
510	유명광고자재	광주광역시 북구						0
511	평양기획	광주광역시 북구		0		0		0
512	문화디자인	광주광역시 북구		0		0		0
513	소망제책사	광주광역시 동구				0		
514	한강스티커	광주광역시 동구				0		
515	글터문화	광주광역시 동구		0		0		
516	(주)서진레이저	광주광역시 북구		0				0
517	신양인쇄소	광주광역시 동구				0		0
518	푸른문화사	광주광역시 동구				0		0
519	선일문화사	광주광역시 동구				0		
520	청명문화사	광주광역시 동구				0		0
521	정진포장산업	광주광역시 동구				0		
522	신광제책사	광주광역시 동구				0		
523	핸드종합기획	광주광역시 서구						0
524	미도네온	광주광역시 남구						0
525	도서출판 사람들	광주광역시 동구				0		0
526	한남상사	광주광역시 동구				0		
527	스타애드	광주광역시 북구						0
528	믿음기획	광주광역시 광산구				0		0
529	고려광고기획	광주광역시 서구						0
530	보문인쇄	광주광역시 동구				0		
531	대산인쇄	광주광역시 동구				0		
532	미공사	광주광역시 남구						0
533	상무그래픽	광주광역시 북구				0		0
534	두손광고	광주광역시 북구				0		0
535	형제인쇄	광주광역시 동구				0		
536	국제사	광주광역시 동구				0		
537	정우제책사	광주광역시 동구				0		
538	현기획	전라남도 순천시				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
539	만복광고기획	광주광역시 광산구						0
540	풍산아트	광주광역시 서구						0
541	ic그래픽	광주광역시 동구		0				0
542	수성광고	광주광역시 북구						0
543	가든광고	광주광역시 광산구						0
544	신성광고기획	광주광역시 광산구						0
545	문화당종합인쇄	광주광역시 동구				0		
546	터보기획	광주광역시 북구						0
547	유림문화카렌다	광주광역시 동구				0		
548	서광기획실사	광주광역시 동구				0		0
549	(유) 공간	광주광역시 북구		0				0
550	빅칼라프린트	광주광역시 북구		0		0		0
551	태평양실사	광주광역시 북구						0
552	(주) 114광고기업	광주광역시 북구	0	0		0		0
553	동원광고	광주광역시 북구						0
554	나라문화사	광주광역시 동구		0		0		0
555	지구인쇄출판사	광주광역시 동구		0		0		
556	잭콩커뮤니케이션	광주광역시 서구						0
557	한백디자인	광주광역시 동구		0		0		
558	조은인쇄기획	광주광역시 동구				0		
559	우리출력인쇄	광주광역시 동구				0		
560	재승문화광고	광주광역시 동구				0		
561	아주인쇄	광주광역시 동구				0		
562	대영기획	광주광역시 광산구		0		0		
563	무등문화사	광주광역시 동구				0		
564	나우기획	광주광역시 동구				0		0
565	대건문화사	광주광역시 동구				0		
566	해원문화사	광주광역시 동구				0		
567	천우인쇄	광주광역시 동구				0		
568	해강인쇄사	광주광역시 동구				0		
569	프리디자인	광주광역시 서구				0		0
570	통디자인	광주광역시 동구		0		0		
571	소문인쇄사	광주광역시 동구		0		0		
572	태성칼라	광주광역시 동구		0		0		
573	에이스기획	광주광역시 동구				0		
574	(주)나라미디어	전라남도 목포시				0		0
575	금호카렌다	광주광역시 동구				0		
576	열린기획	전라남도 순천시				0		
577	신광문화사	광주광역시 동구				0		
578	이미지마을	광주광역시 남구						0
579	샘물	광주광역시 동구				0		
580	보광광고	광주광역시 서구						0
581	양지인쇄기획	광주광역시 동구				0		
582	광양인쇄활인	전라남도 광양시				0		
583	미조광고산업	전라남도 광양시						0
584	칼라이미지광고	전라남도 순천시						0
585	AD&TRAND 삼원광고	전라남도 순천시						0
586	성실종합광고	전라남도 순천시		0		0		0
587	주원	전라남도 순천시				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
588	(주) 대동산업	전라남도 광양시						0
589	드림광고산업	전라남도 광양시						0
590	대신기획광고	전라남도 목포시						0
591	(유)고명	전라북도 익산시		0				0
592	(유) 플러스기획	전라북도 전주시		0				0
593	금호기획	전라북도 전주시		0				0
594	영암광고기획공사	전라북도 김제시		0				0
595	대동광고기업	전라남도 광양시						0
596	드림기획인쇄	광주광역시 동구				0		
597	정진인쇄	광주광역시 동구				0		
598	정미문화	광주광역시 동구				0		0
599	희망문화사	광주광역시 동구				0		0
600	창성인쇄	광주광역시 동구				0		
601	지성지앤비	광주광역시 동구		0		0		0
602	멀티예술광고	광주광역시 북구				0		
603	대림문화사	광주광역시 동구				0		
604	남도스티커인쇄사	광주광역시 동구				0		
605	이지간판	광주광역시 북구						0
606	신광봉투사	광주광역시 동구				0		
607	여성문화사	광주광역시 동구				0		
608	신창인쇄	광주광역시 동구				0		
609	정도기획	광주광역시 서구						0
610	크로바기획	광주광역시 동구				0		
611	스탠스커뮤니케이션	서울특별시 강남구			0			
612	(주)솔트컴에드	서울특별시 서초구	0					
613	삼우아트	서울특별시 마포구						0
614	식스커뮤니케이션	서울특별시 강남구			0			
615	드래프트에크씨비코리아	서울특별시 강남구	0					
616	피플컴	경기도 성남시	0			0		0
617	에드린테크	서울특별시 중구				0		0
618	피호피아이	서울특별시 중구						0
619	이모션	서울특별시 중구				0		0
620	메조미디어	서울특별시 강남구					0	
621	아트피아광고	인천광역시 남동구						0
622	피알게이트	서울특별시 용산구	0					0
623	제이엠미디어	경기도 고양시	0					
624	무역광고기획	서울특별시 영등포구						0
625	홍익기획	서울특별시 중구	0					
626	대해문화사	경기도 일산 동				0		0
627	제일커뮤니케이션	서울특별시 양천구				0		0
628	푸른기획	경기도 안양시				0		0
629	에드젠앤파트너스	서울특별시 강남구	0	0				
630	벨엘상사	경기도 안산시				0		0
631	디자인뱅크	경기도 권선구				0		
632	아이디 얼팩토리	서울특별시 강서구					0	
633	하남연합전단	경기도 하남시	0					
634	(주)유웨이중앙교육	서울특별시 서초구	0	0			0	0
635	세종광고	경기도 광명시		0				
636	(주)그레이프커뮤니케이션즈	서울특별시 영등포구	0	0	0		0	0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
637	(주)컴온21	서울특별시 강남구	0	0	0		0	
638	세신	경기도 부천시	0					
639	육일철	서울특별시 강남구		0				
640	스마일광고	경기도 부천시						0
641	제일광고	경기도 광명시		0				
642	(주)에이치에스애드	서울특별시 마포구	0	0	0		0	
643	피플앤프랜드	서울특별시 서초구	0					
644	굿모닝광고	경기도 부천시	0					
645	(주)엔약엔터프라이즈	서울특별시 송파구	0	0		0	0	
646	돔코리아	서울특별시 강남구		0				
647	은진기획	서울특별시 강남구	0					
648	팩시아 커뮤니케이션	서울특별시 영등포구	0					
649	가린 커뮤니케이션	경기도 군포시					0	
650	에은 광고	경기도 오산시	0					
651	문화미디어랩	서울특별시 중구	0					
652	길광고기획	경기도 안산시	0					
653	스마트 옵텍	서울특별시 중랑구						0
654	민트 디자인	서울특별시 동작구						0
655	협신기획	경상북도 경산시						0
656	필립애드	서울특별시 중구					0	0
657	징글벨커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
658	브이콤	서울특별시 강남구	0					
659	애드반스	서울특별시 강남구	0		0			
660	더블유 브랜드 커넥션	서울특별시 강남구	0					
661	해밀커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
662	(주)스페이스몽키디자인	서울특별시 강남구		0				
663	아텍스 그래픽스	서울특별시 강남구	0					
664	비입십구 픽처스	서울특별시 강남구		0				
665	(주)컴투게더	서울특별시 강남구	0	0				
666	(주)아우라아우라	서울특별시 강남구		0				
667	제내드	서울특별시 구로구	0					
668	KDM	경기도 고양시						0
669	유림기획	서울특별시 은평구				0		0
670	대흥잔널스카시	서울특별시 도봉구	0					
671	(주)영하나로기획	서울특별시 마포구			0			
672	정상기획	서울특별시 양천구						0
673	국제 PR	서울특별시 중구				0		0
674	정인기획	서울특별시 중구	0					0
675	(주)에이플러스애드컴	서울특별시 용산구	0					0
676	에담디자인	서울특별시 강남구					0	0
677	노아애드컴	서울특별시 금천구	0					0
678	다오넷	서울특별시 용산구					0	
679	대성광고	경기도 남양주						0
680	유니콥	서울특별시 금천구	0				0	0
681	삼보애드피아	서울특별시 영등포구	0					
682	미디어 플러스 케이투엘	서울특별시 강남구					0	
683	(주)파인애드컴	서울특별시 서초구	0	0				
684	국제신문 광고지사	부산광역시 진구	0					
685	신라광고	부산광역시 중구		0		0		

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
686	한일인쇄사	부산광역시 진구				0		0
687	멤피스	부산광역시 중구						0
688	다솔	부산광역시 연제구				0		0
689	쓰리씨커뮤니케이션	부산광역시 서구		0				0
690	수아트 예쁜글씨	부산광역시 사하구			0			
691	서문사	부산광역시 진구				0		0
692	색동컴아트	부산광역시 금정구						0
693	부원종합인쇄사	부산광역시 중구				0		0
694	그리드	부산광역시 서구						0
695	(주)가람디자인	부산광역시 남구		0				0
696	두손컴	부산광역시 진구	0	0	0	0		
697	동남환경디자인	부산광역시 해운대구	0			0		
698	중앙간판	부산광역시 중구	0	0			0	0
699	이미지	부산광역시 중구	0			0		
700	ITFORYOU	부산광역시 진구	0	0			0	
701	(주)함께가는 사람들	부산광역시 진구	0					0
702	광고회사머스트	부산광역시 중구	0					0
703	디자인세상	부산광역시 중구	0	0				
704	정우	부산광역시 서구	0	0			0	0
705	파오스	부산광역시 중구		0				0
706	보문	부산광역시 중구	0			0		0
707	(주)가이던스	부산광역시 연제구	0					
708	(주)커뮤니케이션창	부산광역시 수영구	0	0				
709	남경기획	부산광역시 동래구	0					
710	유한애드	부산광역시 연제구	0					
711	주식회사클루엔터테인먼트	부산광역시 해운대구	0	0				
712	에프 프로덕션	서울특별시 강남구		0				
713	한국방송플러스	서울특별시 마포구	0					
714	동부 동아디지털	서울특별시 용산구	0					0
715	바이럴플랜	서울특별시 강남구					0	
716	나인후르츠미디어	서울특별시 강남구					0	
717	애드프레스컴	서울특별시 강남구	0					0
718	애드에임	서울특별시 영등포구	0					
719	(주)크리에이티브더씨드	서울특별시 강남구	0					
720	와우커뮤니케이션	서울특별시 금천구					0	0
721	(주)여우애드	서울특별시 마포구	0					
722	에이피피	서울특별시 동대문구				0		0
723	에드케이트	서울특별시 강남구		0				
724	한국교통광고	서울특별시 서초구	0					
725	제이 앤드 엠미디어	서울특별시 강남구	0					
726	네오다임 마케팅	서울특별시 서초구			0			
727	태공간판기획	서울특별시 영등포구	0					
728	참솔 인쇄기획	인천광역시 남구				0		0
729	JMP그래픽	인천광역시 남구	0			0		0
730	한강 씨앤시	서울특별시 영등포구	0					
731	월드넷 커뮤니케이션	서울특별시 강남구			0			
732	(주)한발커뮤니케이션	서울특별시 중구	0	0				
733	(주)두보 이노텍	서울특별시 마포구						0
734	KWANGJUN SIGNCOM	서울특별시 마포구	0					

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
735	대신애드	서울특별시 중구						0
736	이레디자인	서울특별시 중구						0
737	(주)아이닷컴	서울특별시 마포구	0	0				
738	(주)세아미디어	서울특별시 마포구						0
739	웹미디어(주)	서울특별시 영등포구	0					
740	티티마기획	부산광역시 연제구				0		0
741	(주)범호기획	부산광역시 수영구	0					
742	서림애드콤	부산광역시 중구						0
743	(주)백두대간	서울특별시 마포구	0		0			
744	거북인쇄공사	부산광역시 진구	0			0		
745	웨이브	부산광역시 수영구		0		0		
746	디자인동인	서울특별시 마포구				0		0
747	대학내일	서울특별시 종로구			0			
748	(주)광고사랑	서울특별시 마포구	0	0				
749	(주)엠제이씨	서울특별시 영등포구	0					
750	수인터렉티브	서울특별시 금천구	0				0	0
751	(주)코비드	부산광역시 중구	0	0				
752	엠엠피 인쇄	부산광역시 중구		0		0		0
753	디자인팝콘	경상남도 양산시						0
754	유진종합광고인쇄	경상남도 양산시	0	0		0		
755	영성기획인쇄	부산광역시 진구				0		0
756	(주)월메이드크리에이티브	대구광역시 중구	0					
757	(주)에이치비스타	서울특별시 강남구				0	0	
758	가우리	서울특별시 금천구	0					
759	디자인니드	서울특별시 마포구	0					
760	니드커뮤니케이션	서울특별시 금천구	0					
761	디티에스아이	서울특별시 강남구	0				0	
762	하늘 디자인	경기도 의정부시				0		0
763	현기획	서울특별시 중구						0
764	(주)울컴	서울특별시 중구	0					
765	패스 커뮤니케이션	서울특별시 강남구						0
766	동하기획	경기도 성남시	0					
767	가나안 기획	경기도 안산	0			0		0
768	김앤홍솔루션에드컴	서울특별시 상동구	0					
769	시공테크	서울특별시 서초구				0		
770	(주)제이앤에스이룸커뮤니케이션즈	서울특별시 영등포구	0					
771	월드기획인쇄	서울특별시 용산구				0		0
772	윤애드	서울특별시 중구	0					
773	에이트컴 커뮤니케이션	서울특별시 중구				0		0
774	상품시장	서울특별시 금천구	0					0
775	노블레스애드	서울특별시 강남구	0					
776	인터넷애드드림	경기도 분당구					0	
777	(주)저스트인타임	서울특별시 중구	0					
778	(주)타임스퀘어	서울특별시 영등포구	0					
779	유미커뮤니케이션(주)	서울특별시 강남구	0					
780	준초이	서울특별시 강남구		0				
781	가이아앤씨	서울특별시 영등포구	0					0
782	이앤몸구강튼튼네트워크	서울특별시 서초구					0	
783	인컴이즈	서울특별시 영등포구	0					

No	사업체명	주소	광고 (종합)가형	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
784	와이즈벨	서울특별시 마포구	0					
785	(주)대방기획	서울특별시 서초구	0	0		0		0
786	한그루커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					
787	해브	서울특별시 강남구	0			0		0
788	스카시 네온	경기도 안산시	0	0				
789	베리타스미디어	서울특별시 강남구					0	
790	선우기획	서울특별시 동대문구	0					
791	이호문화사	서울특별시 중구				0		0
792	통키디자인	서울특별시 중구						0
793	선진광고기획	경기도 의정부				0		0
794	한양광고	서울특별시 중구	0					
795	티비더블유에이코리아(주)	서울특별시 강남구	0					
796	스캇이스트 필름	서울특별시 강남구	0					
797	(주)스카이닷컴	서울특별시 강서구	0					
798	(주)핑크플레닛	서울특별시 강남구	0					
799	판암커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0					
800	다트미디어	서울특별시 영등포구					0	
801	디마 앤 아이피지	서울특별시 중구			0			
802	고감도 기획	경기도 안산시				0		0
803	해딩	서울특별시 중구		0				
804	한국디엠에이엘	서울특별시 중구	0					0
805	크리파워 커뮤니케이션	서울특별시 서초구						0
806	효원	서울특별시 중구				0		0
807	울트라 픽처스	서울특별시 영등포구		0				
808	디노 커뮤니케이션즈	서울특별시 송파구	0					
809	(주)에스이공간환경디자인그룹	서울특별시 금천구	0					
810	(주)후르츠 커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
811	편집회사나무	서울특별시 마포구						0
812	코싸인	대구광역시 북구 금	0					
813	멘토 커뮤니케이션	서울특별시 용산구	0			0		0
814	에원기획	서울특별시 강남구				0		0
815	베이스 커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
816	디자인 재성	경기도 안산시				0		0
817	(주)태성디피에이	서울특별시 중구				0		
818	와우커뮤니케이션	서울특별시 중구				0		0
819	동아월드(주)	서울특별시 중구				0		
820	네오애드컴	서울특별시 중구				0		
821	모드모아	서울특별시 중구				0		
822	오리지날 스튜디오	서울특별시 중구		0				
823	안스컴	서울특별시 중구		0				
824	보람기획	서울특별시 중구				0		0
825	플러스디자인	서울특별시 중구				0		
826	해성기획	서울특별시 중구				0		
827	에이원	서울특별시 도봉구				0		
828	(주)서울광고	서울특별시 노원구						0
829	리빙커뮤니케이션	서울특별시 노원구				0		
830	(주)피디에스미디어	서울특별시 강남구	0					
831	이노파크	서울특별시 강남구		0				
832	인터애드 웹 프로모션	서울특별시 강남구					0	

No	사업체명	주소	광고 (종합)가형	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
833	(주)천광애드컴	서울특별시 성북구	0			0		0
834	(주)매경 엠씨에스	서울특별시 강동구	0					
835	굿월디자인	서울특별시 강남구				0		0
836	더원애드	서울특별시 서초구	0					
837	애드원	서울특별시 강남구					0	
838	재원애드	서울특별시 강남구	0					
839	(주)엠비애드	서울특별시 영등포구	0					
840	코라트	서울특별시 강남구	0					
841	손바닥미디어	서울특별시 양천구	0					
842	소원인쇄기획	전라북도 군산시				0		
843	아름다운세상	광주광역시 동구				0		
844	이조광고	광주광역시 서구						0
845	애드원	광주광역시 남구						0
846	호성인쇄	광주광역시 동구				0		
847	광성실크	광주광역시 남구				0		
848	(주)모닝글로리 청첩장	전라북도 전주시				0		
849	광고일번지	광주광역시 남구				0		0
850	아사히출판	전라북도 전주시				0		
851	광고뱅크	광주광역시 서구		0		0		
852	디지털아트	전라북도 전주시						0
853	영은사	광주광역시 동구				0		
854	세계광고기획	충청북도 청주시				0		0
855	명일인쇄사	대전광역시 동구				0		0
856	대경인쇄사	대전광역시 동구				0		0
857	천안인쇄사	대전광역시 동구				0		0
858	동성포장동성카렌다	대전광역시 동구				0		0
859	팝콘디자인	대전광역시 동구				0		0
860	삼정기획인쇄	대전광역시 동구				0		0
861	(주)마이블미디어	대전광역시 서구		0			0	
862	광고기획 푸른솔	대전광역시 서구				0		0
863	일러스트	대전광역시 동구				0		0
864	미진산업	대전광역시 동구				0		0
865	씨프로세스	충청북도 청주시				0		0
866	동현기획인쇄	충청북도 청주시				0		0
867	광고사랑	대전광역시 유성구				0		0
868	중앙기획	대전광역시 동구				0		0
869	란기획	대전광역시 동구				0		0
870	플러스디자인	충청북도 청주시		0		0		0
871	(주)애드밸리인디자인	충청북도 청주시				0		0
872	정수기획	충청북도 청주시				0		0
873	(주)청주고속터미널	충청북도 청주시	0					
874	태산기획	충청북도 청주시				0		0
875	현대사	대전광역시 동구				0		0
876	태극출판인쇄사	대전광역시 동구				0		0
877	중앙인쇄소	대전광역시 동구				0		0
878	누리인쇄소	대전광역시 동구				0		0
879	신성금박인쇄	대전광역시 동구				0		0
880	화랑미술인쇄	대전광역시 동구				0		0
881	청구사	대전광역시 동구				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
882	노벨문화사	대전광역시 동구				0		0
883	근화인쇄사	대전광역시 동구				0		0
884	그린스티커인쇄	대전광역시 동구				0		0
885	동서문화사	대전광역시 동구				0		0
886	침묵문화사	대전광역시 동구				0		0
887	애드모아	대전광역시 동구				0		0
888	(주)태양커뮤니케이션	충청북도 청주시	0	0			0	
889	아성인쇄광고	충청북도 청주시				0		0
890	남 미	충청북도 청주시	0					0
891	(주)포커스.컴	대전광역시 동구				0		0
892	서진인쇄	대전광역시 동구				0		0
893	효성인쇄사	대전광역시 동구				0		0
894	한일인쇄출판사	대전광역시 동구				0		0
895	대진실크	대전광역시 동구				0		0
896	필성인쇄사	대전광역시 동구				0		0
897	배원특수인쇄	대전광역시 동구				0		0
898	미디어	대전광역시 동구				0		0
899	서진마스타	대전광역시 동구				0		0
900	한길인쇄사	대전광역시 동구				0		0
901	새고려인쇄	대구광역시 중구				0		
902	일터인쇄광	대구광역시 중구				0		
903	동송기획	대구광역시 중구						0
904	덕영인쇄사	대구광역시 중구				0		
905	(주)칼라원	대구광역시 중구						0
906	크로바기획	대구광역시 중구				0		
907	미진금박인쇄사	대구광역시 중구				0		
908	창신특수금박인쇄	대구광역시 중구				0		
909	남경정밀인쇄	대구광역시 중구				0		
910	선경씨림	대구광역시 중구				0		
911	남경씨림(신화프린텍)	대구광역시 중구				0		
912	에이스씨림	대구광역시 중구				0		
913	정동12인쇄	대구광역시 중구				0		
914	진영정밀인쇄사	대구광역시 중구				0		
915	봉일인쇄사	대구광역시 중구				0		
916	재연기획	대구광역시 중구						0
917	봉진인쇄소	대구광역시 중구				0		
918	부광봉투	대구광역시 중구				0		0
919	성광기획	대구광역시 중구						0
920	유진기획인쇄사	대구광역시 중구				0		
921	픽셀	대구광역시 중구				0		
922	정동광고	대구광역시 중구						0
923	흥진정밀	대구광역시 중구				0		
924	한길인쇄소	대구광역시 중구				0		
925	대영출판사	대구광역시 중구				0		
926	경북기획	대구광역시 중구						0
927	한샘문화사	대구광역시 중구				0		
928	한신기획	대구광역시 중구						0
929	다은기획인쇄	대구광역시 중구				0		
930	동양인쇄	대구광역시 중구				0		

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
931	신성인쇄	대구광역시 중구				0		
932	광덕씨림	대구광역시 중구				0		
933	현대복사인쇄	대구광역시 북구				0		
934	(주)클리오	경상남도 창원시	0					
935	고려광고	부산광역시 사하구						0
936	백두광고	경상남도 창원시		0				
937	한사랑광고	경상남도 창원시			0			
938	참솔기획	경상남도 창원시				0		0
939	P.R프로	부산광역시 진구			0		0	
940	태성인쇄사	부산광역시 중구				0		0
941	한라인쇄	부산광역시 중구				0		0
942	한길원색	부산광역시 중구				0		0
943	효성문화사	부산광역시 중구				0		0
944	효성점판	부산광역시 중구				0		0
945	한글그라픽	부산광역시 진구				0		0
946	인티마	부산광역시 진구			0	0		
947	화성광고	부산광역시 진구			0			
948	세동광고	부산광역시 동래구						0
949	영생광고	경상남도 창원시						0
950	(주)손자커뮤니케이션	부산광역시 남구	0	0		0	0	0
951	광고세상	경기도 안산시						0
952	디씨애드버타이징	서울특별시 용산구	0					
953	도림기획	인천광역시 남구						0
954	한솔기획인쇄	서울특별시 중구				0		0
955	새한기획	서울특별시 중구				0	0	
956	우성디자인	인천광역시 계양구						0
957	한우리기획	서울특별시 중구				0		0
958	에스엠지마케팅	서울특별시 종로구			0			
959	더리스کم	서울특별시 마포구			0			0
960	윤기획	서울특별시 영등포구				0		0
961	비엠컴	서울특별시 중구				0		0
962	애드넷 씨에스	서울특별시 중구	0					
963	엔툼 애드	서울특별시 강남구			0			
964	애플기획	경기도 수원시				0		0
965	금양인쇄사	서울특별시 중구				0		0
966	유컴스제타 커뮤니케이션	서울특별시 서초구			0			
967	아이디커뮤니케이션	서울특별시 서초구		0				
968	엠플래닛	서울특별시 영등포구	0					
969	(주)월메이커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0			0		
970	위고넷 시스넷	서울특별시 구로구					0	
971	상암커뮤니케이션즈	서울특별시 중구	0					
972	(주)오리콤	서울특별시 강남구	0					0
973	JP에드컴	서울특별시 서초구	0					
974	하니커뮤니케이션즈	서울특별시 마포구		0	0			0
975	동이커뮤니케이션	서울특별시 영등포구	0					
976	맥디자인	서울특별시 중구						0
977	(주)애드라인	서울특별시 강남구	0					
978	(주)솔트커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
979	애드크리에이션	서울특별시 구로구	0					

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
980	베컴(주)	서울특별시 용산구	0					
981	콤파스	서울특별시 강남구	0					0
982	디자인레드	서울특별시 중구				0		0
983	부성	서울특별시 중구						0
984	배원문화사	서울특별시 중구				0		0
985	영진기획	서울특별시 강남구				0		0
986	매일기획	서울특별시 중구				0		0
987	피알클릭	대전광역시 중구	0					
988	에드포럼	서울특별시 강남구				0		0
989	후이즈마케팅센터	서울특별시 강남구					0	
990	홍콩무역 발전국 한국지사	서울특별시 강남구			0			
991	ISM	서울특별시 강남구	0					
992	한서울기획	서울특별시 강남구				0		
993	(주)김앤에이엘	서울특별시 강남구	0			0		0
994	서울신문사	서울특별시 중구				0		0
995	유로넥스트(주)	서울특별시 종로구	0				0	
996	프리뷰 프린아트	서울특별시 강남구				0		0
997	청강기획	서울특별시 중구	0					
998	(주)대홍기획	서울특별시 중구	0	0	0		0	
999	노카커뮤니케이션	서울특별시 마포구	0					
1000	(주)인터콤 어소시에이션	서울특별시 강남구	0					
1001	에드파트너	서울특별시 서초구	0					0
1002	씨앤비	서울특별시 서초구	0					
1003	으뜸기획	서울특별시 서초구						0
1004	(주)모닝커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0	0				0
1005	(주)메디커뮤니케이션	서울특별시 서초구						
1006	(주)미디어베이지	서울특별시 중구	0					
1007	(주)대보기획	서울특별시 강남구	0					0
1008	(주)이노션	서울특별시 강남구	0					
1009	티디프린텍	경기도 성남시				0	0	0
1010	(주)에드에이스	서울특별시 중구	0					
1011	한솔기획	강원도 춘천시						0
1012	(주)아시아애드	광주광역시 서구	0			0		
1013	한양기획(주)	서울특별시 강남구	0					
1014	(주)더머스커뮤니케이션	서울특별시 영등포구			0			
1015	(주)토탈커뮤니케이션그룹 영컴	서울특별시 광진구	0	0	0		0	0
1016	(주)리앤파트너스	광주광역시 서구		0				
1017	(주)비앤비커뮤니케이션	대구광역시 동구	0	0	0		0	0
1018	(주)에드뱅크	대구광역시 동구	0					
1019	피시디기획	경기도 고양시				0		
1020	두합인쇄	서울특별시 중구				0		
1021	광인에스피	서울특별시 강남구		0				
1022	고려기획인쇄소	대구광역시 중구				0		
1023	고려종합기획	서울특별시 구로구						0
1024	(주)다송애드	대구광역시 중구	0	0	0		0	0
1025	다라니인쇄사	강원도 강릉시				0		
1026	넥서스이십일	서울특별시 강남구	0					
1027	나눔0212	부산광역시 중구				0		0
1028	금릉인쇄사	경상북도 김천시				0		

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1029	국민기획	부산광역시 중구				0		
1030	광고권	서울특별시 중구	0					
1031	광고시장	강원도 원주시						0
1032	(주)라첼	서울특별시 서초구						0
1033	디젤커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0		0	0
1034	(주)디자인모닝	대구광역시 수성구	0					
1035	(주)두원기획	대전광역시 서구				0		
1036	동아인쇄소	경상북도 김천시				0		
1037	두인광고기획	경상북도 포항시				0		
1038	더씨앤컴	서울특별시 마포구						0
1039	대신실크산업	대전광역시 동구				0		
1040	대보커뮤니케이션(주)	대구광역시 수성구	0	0	0	0		0
1041	아임필	서울특별시 서초구				0		0
1042	(주)시룩스	서울특별시 마포구			0			
1043	스카이밸리	경기도 수원시				0		
1044	수성기획	경기도 동두천시						0
1045	선진광고자재	경상북도 경산시						0
1046	서한인쇄사	대구광역시 중구				0		
1047	상상공작소	서울특별시 마포구						0
1048	(주)삼우이십일	서울특별시 마포구	0					
1049	삼보기업	서울특별시 중구				0		
1050	삼백광고기획	경상북도 상주시						0
1051	비즈컴	서울특별시 종로구	0					
1052	비쥬애드컴(주)	대구광역시 중구	0					
1053	블루게일	서울특별시 서초구	0					
1054	베스트광고타운	대전광역시 동구						0
1055	문화기획	대전광역시 서구						0
1056	명성기획	경기도 광명시						0
1057	로얄종합인쇄사	부산광역시 진구				0		
1058	아이디커뮤니케이션	경기도 성남시	0					0
1059	(주)씨앤피전략그룹	서울특별시 서초구	0					
1060	싸인아트	대구광역시 중구						0
1061	신평종합인쇄소	대구광역시 중구				0		
1062	신신종합인쇄	대구광역시 중구				0		
1063	(주)락애드컴	서울특별시 강남구	0	0	0			0
1064	(주)애드퀵레이터	경기도 성남시						0
1065	토토광고디자인	서울특별시 송파구				0		
1066	(주)코래콤	서울특별시 영등포구	0	0	0		0	0
1067	코네코	대구광역시 중구						0
1068	캡디자인	부산광역시 중구				0		
1069	(주)스카이컴퍼니	대구광역시 북구	0					
1070	(주)참커뮤니케이션	광주광역시 서구	0					
1071	(주)키위커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
1072	티에스기획	대전광역시 유성구				0		0
1073	한솔인쇄	강원도 춘천시				0		
1074	(주)부산프로덕션	부산광역시 진구	0	0				
1075	(주)타이밍	충청북도 청주시	0	0	0		0	0
1076	(주)보광기획	경기도 고양시	0					0
1077	티시앤에이컴퍼니	서울특별시 강남구	0	0		0		

No	사업체명	주소	광고 (종합다행)	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1078	(주)나우리에드	대전광역시 서구	0	0				
1079	광흥당	강원도 횡성군						0
1080	공익광고	강원도 춘천시						0
1081	고려광고	강원도 양양군				0		0
1082	유니컴	대구광역시 중구	0	0				0
1083	항도기획	부산광역시 진구				0		
1084	토라기획	부산광역시 진구						0
1085	인터넷인컴	서울특별시 광진구			0			
1086	광고사	강원도 양양군				0		0
1087	광고발전소	강원도 춘천시				0		0
1088	(주)에드피닉스	서울특별시 서초구	0					
1089	칠성광고	강원도 원주시						0
1090	(주)신컴커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0	0				0
1091	(주)엑스커뮤니케이션	인천광역시 부평구		0		0		
1092	쌍용인쇄	강원도 강릉시				0		
1093	세기광고	강원도 양양군				0		0
1094	보성출판사	강원도 춘천시				0		
1095	북원종합광고	강원도 원주시						0
1096	세종광고	서울특별시 송파구						0
1097	라인광고	강원도 양양군				0		0
1098	미진광고	강원도 홍천군						0
1099	간사이케이	경기도 일산구	0					
1100	광고특별시	서울특별시 역삼동	0	0	0		0	0
1101	백두광고기획	경상북도 구미시						0
1102	셀리라인	서울특별시 중구				0		0
1103	홍문카본인쇄	대전광역시 동구				0		
1104	디비에스 아이엔비	서울특별시 강남구					0	
1105	부량아트	서울특별시 중구				0		
1106	진 광고기획	서울특별시 노원구						0
1107	(주)액티브글로벌스탠다드	서울특별시 서초구				0		
1108	(주)타임엔타이드	서울특별시 강남구		0				
1109	(주)브레이커스커뮤니케이션스	서울특별시 마포구	0	0				
1110	생활정보지 이모저모	서울특별시 강서구				0		0
1111	조은기획	서울특별시 중구				0		0
1112	바른생각	서울특별시 서초구	0					
1113	필 기획	서울특별시 종로구						0
1114	엠아이 커뮤니케이션	서울특별시 서초구				0		0
1115	(주)히닉스커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					
1116	(주)메이트커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					
1117	에스케이마케팅앤컴퍼니(주)	서울특별시 중구	0					
1118	(주)전홍	서울특별시 서초구	0					0
1119	디자인티키	경기도 수원시					0	0
1120	현우피앤피	서울특별시 서초구	0					0
1121	강남동아연합	경기도 과천시	0					0
1122	화인링크	서울특별시 서초구	0					
1123	온누리종합광고	경기도 수원시				0		0
1124	종로광고	경기도 수원시						0
1125	매기획	경기도 수원시						0
1126	경기디자인	경기도 수원시						0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1127	브레인포스	서울특별시 서초구	0					0
1128	엠커뮤니케이션즈(주)	서울특별시 서초구	0					
1129	청송애드	경기도 수원시					0	
1130	(주)창강애드	서울특별시 중구	0					
1131	올인원 커뮤니케이션	서울특별시 서초구		0		0		0
1132	삼국인쇄 정보산업	서울특별시 중구				0		0
1133	아이에스엠	서울특별시 서초구				0		0
1134	에이아이피 마케팅코리아	서울특별시 서초구			0			
1135	달커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
1136	을지기획편집실	서울특별시 중구						0
1137	맥커뮤니케이션	서울특별시 서초구			0			
1138	숨씨인쇄	서울특별시 중구				0		0
1139	재영C&P	서울특별시 중구				0		0
1140	인터넷 마케팅센터IMC	서울특별시 강남구					0	
1141	윤일문화인쇄	서울특별시 중구				0		0
1142	신한인쇄	서울특별시 중구				0		0
1143	케이에스앤파트너스	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1144	(주)애드바이저	서울특별시 양천구	0					
1145	(주)하쿠호도제일	서울특별시 마포구	0					
1146	(주)알키미디어	서울특별시 서초구	0					
1147	(주)엘베스트	서울특별시 강남구	0					
1148	바이자드	서울특별시 영등포구	0					
1149	K.T.L.토탈시스템	경기도 안산시						0
1150	(주)비비디오코리아	서울특별시 강남구	0					0
1151	플랜디	서울특별시 강남구	0					0
1152	올림픽인쇄타운	대전광역시 동구				0		0
1153	무지개그래픽	대전광역시 동구				0		0
1154	성광기획	대전광역시 동구				0		0
1155	성광기획(주)	대전광역시 동구				0		0
1156	일성기획인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1157	성천인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1158	금성기획문화사	대전광역시 동구				0		0
1159	협신인쇄	대전광역시 동구				0		0
1160	세기출판	대전광역시 동구				0		0
1161	대흥인쇄소	대전광역시 동구				0		0
1162	금강종합인쇄	대전광역시 동구				0		0
1163	삼영사	대전광역시 동구				0		0
1164	대흥사	대전광역시 동구				0		0
1165	강문인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1166	강석문화사	대전광역시 동구				0		0
1167	양지문화사	대전광역시 동구				0		0
1168	(주)소망커뮤니케이션	대전광역시 동구				0		0
1169	이문인쇄	대전광역시 동구				0		0
1170	대광금박	대전광역시 동구				0		0
1171	경일인쇄	대전광역시 동구				0		0
1172	청솔아크릴	대전광역시 동구				0		0
1173	미화기획	대전광역시 동구				0		0
1174	우승사	대전광역시 동구				0		0
1175	청명광고	대전광역시 동구				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1176	장미기획	대전광역시 동구				0		0
1177	우오인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1178	하나출판제책사	대전광역시 동구				0		0
1179	백두기획인쇄	대전광역시 중구				0		0
1180	대현스티카	대전광역시 동구				0		0
1181	클리프커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					0
1182	지역저널	대구광역시 서구				0		0
1183	다하이커뮤니케이션	서울특별시 종로구	0					
1184	동양기획	대전광역시 서구				0		
1185	삼영인쇄소	대구광역시 중구				0		
1186	신한기업	서울특별시 동대문구				0		
1187	전망기획	부산광역시 중구				0		
1188	조선일보 대구광고지사	대구광역시 중구	0					
1189	(주)메타커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					
1190	남정문화사	부산광역시 진구				0		
1191	데오컴	부산광역시 중구				0		
1192	(주)미디어엠	대구광역시 달서구						0
1193	(주)이디엄커뮤니케이션즈	서울특별시 종로구	0	0			0	
1194	(주)포럼커뮤니케이션	서울특별시 강남구						0
1195	승재기획	대구광역시 중구						0
1196	(주)비엠씨이노텍	부산광역시 영동구		0				
1197	OZ광고회사	대구광역시 중구	0	0				0
1198	고려피알	충청남도 천안시	0					
1199	피알프로모션	경기도 분당구	0					
1200	프로덕션오투	서울특별시 강남구		0				
1201	(주)미디어차이나	서울특별시 마포구	0					
1202	하나광고	경기도 일산시				0		
1203	제롤광고기획	제주특별자치도 제주시				0		0
1204	(주)디사인커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
1205	(주)피알존	대전광역시 서구						0
1206	(주)팝콘커뮤니케이션	울산광역시 남구	0					
1207	현대중앙기획(주)	서울특별시 강남구	0		0			
1208	(주)헬로타운	서울특별시 마포구					0	
1209	현대인쇄문화사	대전광역시 동구				0		
1210	현대특수패키지	부산광역시 중구				0		
1211	홍성기획	부산광역시 중구						0
1212	홍익포럼	대구광역시 중구						0
1213	가미디자인	경상북도 상주시		0				
1214	중앙광고	강원도 춘천시						0
1215	가포퍼스널	대전광역시 동구						0
1216	교육사	대구광역시 중구				0		
1217	대신	대구광역시 중구				0		
1218	디자인창조	인천광역시 부평구						0
1219	모던광고	강원도 춘천시						0
1220	버스컴	경기도 수원시	0	0			0	
1221	아트 21	제주특별자치도 제주시				0		0
1222	(주)에이비케이미디어	광주광역시 서구						0
1223	영상광고기획	경상북도 예천군						0
1224	울산 종합인쇄사	부산광역시 진구				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1225	원기획	경기도 고양시	0					
1226	유명광고	경기도 평택시						0
1227	으뜸칼라	광주광역시 남구				0		
1228	전진기획	서울특별시 중구				0		
1229	제일상사	대전광역시 동구				0		
1230	(주)오렌지나인	대전광역시 중구				0		
1231	(주)파노이앤디	광주광역시 서구		0				0
1232	지엠프린텍	경상북도 구미시				0		
1233	초이스에셋	서울특별시 강남구	0					
1234	(주)포이시스	서울특별시 금천구					0	
1235	한글피엔씨	대구광역시 중구				0		
1236	한일프린팅	대전광역시 동구						0
1237	화진인쇄산업	대구광역시 북구				0		
1238	미래기획	대구광역시 중구				0		0
1239	(주)비전기획	대구광역시 중구						0
1240	에드윈	대구광역시 수성구						0
1241	하나기획	대구광역시 남구						0
1242	디자인플러스	경상북도 안동시				0		
1243	필 기획(주)	서울특별시 중구				0		0
1244	진성기획	대전광역시 동구				0		
1245	정일사	대전광역시 중구				0		0
1246	이즈광고기획	제주특별자치도 제주시	0					0
1247	육육종합광고	경기도 의정부시						0
1248	웹두레	서울특별시 서초구			0		0	
1249	에인	경기도 수원시						0
1250	아이필	제주특별자치도 제주시				0		0
1251	(주)피플웍스커뮤니케이션	서울특별시 용산구	0	0	0	0	0	0
1252	신세계마스타	부산광역시 진구				0		
1253	시클리어	인천광역시 남동구						0
1254	스피드문화사	대구광역시 동구				0		
1255	보문당인쇄사	대전광역시 동구				0		
1256	미전광고	강원도 원주시						0
1257	미림디자인	부산광역시 사상구				0		
1258	미래안전광고	강원도 양양군				0		0
1259	미 광	대구광역시 중구				0		
1260	영진기획	전라북도 전주				0		
1261	명인인쇄사	대구광역시 중구				0		
1262	(주)매일애드	대구광역시 중구	0	0	0		0	0
1263	디자인에스	충청남도 천안시		0		0		0
1264	동아출력	부산광역시 진구				0		
1265	동남기획	대구광역시 중구				0		
1266	대영종합인쇄	대구광역시 중구				0		
1267	누리기획	부산광역시 진구				0		
1268	(주)길드커뮤니케이션	서울특별시 서대문구	0					
1269	기원복사	대구광역시 동구				0		
1270	기가디자인	강원도 춘천시						0
1271	경북기획인쇄	대구광역시 중구						0
1272	강남씨링 인쇄사	대구광역시 중구				0		
1273	특별한기획	경기도 안산시						0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1274	광명문화사	대구광역시 중구				0		
1275	수도사	서울특별시 마포구				0		
1276	컴디자인	강원도 원주시				0		
1277	좋은아침광고(주)	대구광역시 수성구						0
1278	e-조은인쇄	부산광역시 중구				0		0
1279	아트컴기획	서울특별시 서초구		0				
1280	문창기획	대구광역시 중구						0
1281	(주)파나엠엔아이	서울특별시 강남구	0					
1282	문마스터	대전광역시 동구				0		0
1283	올유원	대전광역시 동구				0		0
1284	신성당인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1285	디자인폼	대전광역시 동구				0		0
1286	극동인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1287	번영문화사	대전광역시 동구				0		0
1288	삼진인쇄상사	대전광역시 동구				0		0
1289	삼정실크	대전광역시 동구				0		0
1290	충청종합인쇄	대전광역시 동구				0		0
1291	대전출력	대전광역시 동구				0		0
1292	금강스티커인쇄	대전광역시 동구				0		0
1293	디자인친구	대전광역시 동구				0		0
1294	은성인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1295	현대광고기획	대전광역시 동구				0		0
1296	금성인쇄소	대전광역시 동구				0		0
1297	동진인쇄소	대전광역시 동구				0		0
1298	창문인쇄	대전광역시 동구				0		0
1299	민우인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1300	광고마을	대전광역시 동구				0		0
1301	타이거코리아(주)	서울특별시 서초구	0					
1302	(주)할로커뮤니케이션즈	서울특별시 마포구	0					
1303	(주)청운기획	대구광역시 수성구	0					
1304	(주)미디어터미널	서울특별시 마포구	0					
1305	(주)뿔커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					
1306	(주)윈커뮤니케이션	부산광역시 동래구	0					
1307	오렌지웨이브커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					
1308	이노애드	부산광역시 사상구	0					
1309	(주)애드앤피알스미스	대구광역시 중구	0	0	0		0	0
1310	성창인쇄기획	부산광역시 진구				0		
1311	(주)다츠커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
1312	(주)덴츠코리아	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1313	(주)정남프로덕션	대전광역시 서구	0					
1314	(주)뿔커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
1315	(주)해금광고	부산광역시 사상구	0					
1316	(주)코마코	서울특별시 중구	0	0	0		0	0
1317	서울 광고기획	서울특별시 종로구	0	0	0		0	0
1318	(주)루돌프필름	서울특별시 강남구	0					
1319	(주)코래드	서울특별시 강남구	0					
1320	판사이드	대구광역시 수성구				0		
1321	현대투수인쇄사	대구광역시 중구				0		
1322	디자인세이	대구광역시 중구				0		

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1323	금성종합인쇄사	대구광역시 중구				0		
1324	한일인쇄	대구광역시 중구				0		
1325	대동인쇄	대구광역시 중구				0		
1326	세화인쇄사	대구광역시 중구				0		
1327	일직인쇄소	대구광역시 중구				0		
1328	자연문화인쇄	대구광역시 중구				0		
1329	세명기획	대구광역시 중구				0		
1330	영신인쇄사	대구광역시 중구				0		
1331	한솔기획	대구광역시 중구				0		
1332	한도기획인쇄	대구광역시 중구				0		0
1333	영진애드컴	대구광역시 중구				0		0
1334	동원인쇄	대구광역시 중구				0		
1335	매일기획	대구광역시 중구						0
1336	대경기획	대구광역시 중구				0		0
1337	창신재단소	대구광역시 중구						0
1338	산야인쇄소	대구광역시 중구				0		
1339	민애드컴	대구광역시 중구						0
1340	송 정	대구광역시 중구						0
1341	그린종합인쇄	대구광역시 중구				0		
1342	현대기획	대구광역시 중구						0
1343	대구양행	대구광역시 중구				0		
1344	삼보그래픽스	대구광역시 중구		0		0		0
1345	한빛기획	대구광역시 중구						0
1346	창운인쇄	대구광역시 중구				0		
1347	신일문화사	대구광역시 중구				0		
1348	해동원색	대구광역시 중구						0
1349	태양인쇄	대구광역시 중구				0		0
1350	대성사	대구광역시 중구				0		
1351	공단문구인쇄	대구광역시 북구				0		
1352	대원인쇄	대구광역시 북구				0		
1353	(주)커뮤니케이션월	서울특별시 강남구	0					
1354	(주)퍼플코어	대구광역시 수성구	0					
1355	(주)아나기획	서울특별시 강남구	0					
1356	지아이오엠	서울특별시 구로구					0	
1357	진성인쇄사	경기도 화성시						0
1358	청림문화사	대구광역시 중구				0		
1359	(주)프리즘 네트워크	서울특별시 강남구	0	0				
1360	한국언론진흥재단	서울특별시 중구						0
1361	한남기획	대전광역시 대덕구				0		0
1362	한신인쇄사	경상북도 김천시				0		
1363	한진인쇄	부산광역시 금정구				0		
1364	한진인쇄사	부산광역시 진구				0		
1365	현님인쇄사	부산광역시 진구				0		
1366	흥진산업	대전광역시 동구						0
1367	경인종합인쇄	부산광역시 진구	0	0		0		
1368	대명광고	광주광역시 서구						0
1369	덕인광고	경상북도 구미		0				
1370	도시출판한결	강원도 춘천시						0
1371	봄	울산광역시 중구				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1372	서울기획케이투	서울특별시 서초구						0
1373	성운기획	경상북도 청송군				0		0
1374	(주)아트하우스	서울특별시 마포구			0			0
1375	아트현	대전광역시 동구						0
1376	유창인쇄월드	부산광역시 진구				0		0
1377	재민그래픽스	대전광역시 동구				0		0
1378	(주)시너지21	서울특별시 강남구	0		0			
1379	창성문화사	대전광역시 동구				0		
1380	청맥기획	대전광역시 서구				0		
1381	카피21	강원도 강릉시				0		
1382	(주)커뮤니케이션즈코리아	서울특별시 강남구	0		0			
1383	한조기획	서울특별시 중구						0
1384	맥디자인	강원도 춘천시						0
1385	둔산종합광고	대전광역시 서구						0
1386	디자인캠프	서울특별시 중구		0		0		0
1387	매스원(주)	서울특별시 강남구	0			0		
1388	미디어뱅크	대전광역시 중구						0
1389	미예애드	부산광역시 수영구		0				0
1390	미예창조사	강원도 동해시						0
1391	에가커뮤니케이션	서울특별시 서초구			0			
1392	(주)애드파워	대구광역시 중구	0	0	0		0	0
1393	제이컴스컴퍼니	서울특별시 강남구					0	
1394	일오삼기획	서울특별시 동대문구						0
1395	은혜광고	강원도 인제군						0
1396	유니온 광고기획	대전광역시 유성구						0
1397	월드기획	광주광역시 북구						0
1398	오름	대전광역시 유성구				0		0
1399	영신평수금박	대구광역시 중구				0		
1400	양우당인쇄	경상북도 포항시				0		
1401	(주)애드메이저	대구광역시 동구	0	0	0		0	0
1402	(주)알티엠	서울특별시 중구						0
1403	(주)인컴헤드	서울특별시 영등포구	0					
1404	에디아	서울특별시 마포구	0	0				
1405	(주)에스커뮤니케이션	대구광역시 중구				0		
1406	(주)비플러스	서울특별시 강남구	0					
1407	(주)데이브컴퍼니	서울특별시 용산구	0					
1408	(주)와이즈디자인앤컨설팅	서울특별시 강남구	0					0
1409	제일애드컴	경상남도 창원시	0	0				0
1410	주식회사 나스미디어	서울특별시 강남구					0	
1411	진영기획	서울특별시 구로구						0
1412	옛나무	서울특별시 강남구	0				0	
1413	코마스인터랙티브	서울특별시 강남구	0					
1414	이오그래픽이온디지털스튜디오	서울특별시 강남구	0					0
1415	(주)크리에이티브에이전시봄	서울특별시 강남구	0					
1416	흥성기획	서울특별시 금천구	0					
1417	제일애드버타이징	서울특별시 서초구	0					
1418	극동광고기획	제주특별자치도 제주시						0
1419	피앤피기획	제주특별자치도 제주시	0					0
1420	(주)아이에스엠지코리아	서울특별시 강남구	0					

No	사업체명	주소	광고 (종합)가액	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1421	이미디언 리서치	서울특별시 강서구	0					0
1422	웹스프레드	서울특별시 강남구					0	
1423	커뮤니케이션 엑셀런스지오	서울특별시 강남구	0					
1424	포래드컴	서울특별시 강남구	0					
1425	솔토커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					0
1426	드림캐처	서울특별시 강남구					0	
1427	스튜디오룩스	서울특별시 서초구		0				
1428	에드노바	서울특별시 강남구	0			0		0
1429	광고마트	제주특별자치도 제주시				0		0
1430	대산비 아이디	경기도 안양시			0			
1431	앤씨씨애드	서울특별시 강남구	0	0		0		0
1432	행운애드컴	제주특별자치도 제주시	0					0
1433	한솔기획	서울특별시 영등포구	0			0		0
1434	(주)브라이먼 커뮤니케이션즈	서울특별시 서초구	0					
1435	서울 비전	서울특별시 강남구	0	0				
1436	아이디아	서울특별시 마포구	0		0	0		0
1437	에드젠	서울특별시 강남구	0					
1438	미래광고기획	제주특별자치도 제주시	0					0
1439	엑스엘디자인	제주특별자치도 제주시	0					
1440	제주방송광고(주)	제주특별자치도 제주시	0					
1441	아카데미광고기획	제주특별자치도 제주시						0
1442	에이디티비제주	제주특별자치도 제주시	0					
1443	태창종합광고	서울특별시 송파구						0
1444	(주)스마트그룹	서울특별시 서초구	0					
1445	에드웨이	서울특별시 서초구	0					
1446	창조광고기획	제주특별자치도 제주시	0			0		0
1447	아이앤씨기획	제주특별자치도 제주시				0		0
1448	디자인유스	제주특별자치도 제주시				0		0
1449	일월컴	서울특별시 강남구	0					0
1450	큐브커뮤니케이션	서울특별시 서초구					0	
1451	씨씨엠기획	서울특별시 강남구	0					0
1452	인투크리에이티브	서울특별시 강남구	0					0
1453	(주)커뮤니케이션소리	서울특별시 강남구	0					
1454	연훈커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
1455	아이디어사	경기도 수원시						0
1456	커뮤니케이션스 옥토	서울특별시 강남구	0	0		0		0
1457	케이알미디어	서울특별시 서초구	0					
1458	코인스	서울특별시 강남구	0					
1459	지메쎬커뮤니케이션	서울특별시 강남구			0			
1460	커뮤니케이션웍스	서울특별시 강남구			0			
1461	아이버스커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0		0			
1462	대광 광고 마트	제주특별자치도 제주시	0			0		0
1463	디자인 거산	경상남도 창원시	0	0				0
1464	(주)케이엠씨이싱이세기	경상남도 창원시	0	0		0		0
1465	세명기획	부산광역시 해운대구		0				
1466	(주)경남광고기획	경상남도 창원시	0	0	0	0		
1467	(주)애드맥스	부산광역시 남구	0	0		0		
1468	세화프리프레스	부산광역시 진구				0		0
1469	에일광고	경상남도 창원시	0					0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1470	(주)우진기획	대구광역시 동구						0
1471	멀티애드	대구광역시 동구						0
1472	광고세상	대구광역시 북구						0
1473	신세계광고	대구광역시 북구						0
1474	에스지인사이드	서울특별시 강남구	0					0
1475	인사이드컬처스	서울특별시 마포구			0			
1476	인선당	대전광역시 서구				0		
1477	(주)인터크레존	대전광역시 서구	0	0	0		0	0
1478	정보문화사	부산광역시 사상구				0		
1479	(주)하늘아래푸른정원커뮤니케이션	광주광역시 서구				0		
1480	온라인애드	경기도 성남시					0	
1481	(주)유비마케팅	서울특별시 강남구					0	
1482	(주)포토폴리오	서울특별시 서초구		0			0	0
1483	렛츠커뮤니케이션	서울특별시 강남구		0				
1484	씨디컴	서울특별시 금천구				0		
1485	(주)아시아컴	서울특별시 강남구	0		0			
1486	아이필립	경기도 수원시						0
1487	(주)애드브레인	대구광역시 중구				0		
1488	영일광고	강원도 춘천시						0
1489	백우기획	강원도 춘천시						0
1490	천일디자인	강원도 춘천시						0
1491	제일광고기획	강원도 원주시						0
1492	한국광고	원주시 학성동						0
1493	중앙애드	원주시 권설동						0
1494	그래픽과 창작	강원도 원주시						0
1495	마당광고기획	강원도 원주시				0		0
1496	디자인 파크	강원도 원주시						0
1497	강원종합기획	강원도 원주시						0
1498	홍익디자인	강원도 원주시						0
1499	창조기획	강원도 원주시						0
1500	한창	원주시 단구동						0
1501	(주)영서방송	강원도 원주시	0	0			0	
1502	동부광고	강원도 원주시						0
1503	지오그래픽	강원도 원주시						0
1504	경호광고	강원도 강릉시		0				
1505	동우사	강원도 강릉시				0		
1506	드림애드	강원도 강릉시	0	0		0	0	0
1507	옥흥사	강원도 강릉시	0					
1508	애플디자인	강원도 강릉시				0		0
1509	디자인스튜디오 마루	강원도 춘천시				0		0
1510	(주)시우람	강원도 동면	0			0		0
1511	고려광고	강원도 춘천시						0
1512	준디자인	강원도 춘천시						0
1513	AND종합광고기획	강원도 춘천시				0		0
1514	하늘인쇄	강원도 춘천시				0		
1515	프레스파크인쇄	강원도 춘천시				0		
1516	에이원광고	강원도 춘천시						0
1517	(주)사운드타워	강원도 춘천시	0	0				
1518	주식회사소프트하우스	강원도 춘천시				0	0	0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1519	대신광고	강원도 춘천시	0					0
1520	을지로 광고 인쇄	강원도 춘천시				0		0
1521	신성인쇄	대전광역시 동구				0		0
1522	명인쇄문화사	대전광역시 동구				0		0
1523	대우인쇄	대전광역시 동구				0		0
1524	다이얼정보	대전광역시 동구				0		0
1525	신애제책사	대전광역시 동구				0		0
1526	영광사	대전광역시 동구				0		0
1527	삼양옵셋씨링인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1528	상인인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1529	바른인쇄	대전광역시 동구				0		0
1530	우송문화사	대전광역시 동구				0		0
1531	(주)자명	대전광역시 동구	0			0		0
1532	경북복사	대전광역시 동구				0		
1533	나라인쇄	대전광역시 중구				0		
1534	플러스기획	대전광역시 중구				0		0
1535	대원당 인쇄소	대전광역시 중구						0
1536	미래기획	대전광역시 중구						0
1537	서록기획	대구광역시 동구				0		
1538	(주)씨디엠커뮤니케이션즈	부산광역시 동구	0			0		
1539	흥진기획	부산광역시 중구	0			0		
1540	세종 인쇄사	부산광역시 금정구	0	0	0	0		
1541	금왕 인쇄	부산광역시 중구	0			0		
1542	(주)헤드컴	부산광역시 서구	0			0		
1543	서진커뮤니케이션	부산광역시 중구	0	0				0
1544	싸인나라	부산광역시 금정구	0				0	0
1545	(주)포유커뮤니케이션즈	부산광역시 동래구	0					
1546	크리에이티브춘이	서울특별시 강남구	0			0		0
1547	케이투프로덕션	서울특별시 강남구	0				0	
1548	엠씨디자인 연구 센터	제주특별자치도 제주시	0					0
1549	동아닷컴	서울특별시 서대문구					0	
1550	엔비아이제트	서울특별시 강남구	0					0
1551	디자인웍스	부산광역시 중구				0		0
1552	엔소넷	서울특별시 중구					0	
1553	(주)엘케이커뮤니케이션	서울특별시 영등포구			0			
1554	예림 인쇄	대구광역시 중구				0		
1555	우진문화사	대구광역시 중구				0		0
1556	효성기획	부산광역시 북구	0			0		
1557	한강광고기획	부산광역시 진구	0				0	
1558	휠인쇄광고	부산광역시 진구			0	0		
1559	재영애드콤	부산광역시 해운대구	0			0		
1560	주식회사뉴페이스컴	부산광역시 해운대구			0			
1561	토마코	부산광역시 동래구	0					
1562	흥기획	부산광역시 연제구				0		
1563	현대후렘	부산광역시 수영구	0					
1564	성공애드콤	부산광역시 진구			0	0		
1565	(주)경남미디어	경상남도 창원시	0	0				
1566	(주)태스크커뮤니케이션	경상남도 창원시		0				0
1567	정암아트	경상남도 김해시	0					0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1568	동아광고사	경상남도 창원시		0				0
1569	애플 인쇄광고기획	경상남도 김해시	0					0
1570	백마광고	경상남도 창원시		0				0
1571	(주)애드 이십일	부산광역시 동구	0					
1572	선우기획	경상남도 창원시				0		0
1573	마산광고사	경상남도 창원시	0	0				0
1574	(주)성원에이디	경상남도 창원시	0				0	0
1575	(주)희승에젠헌시	서울특별시 서초구	0		0	0		
1576	(주)에이엔에이컴퍼니	서울특별시 성동구			0			
1577	(주)당신의 파트너	서울특별시 성수동						0
1578	디자인시대	서울특별시 성동구				0		0
1579	(주)유봉실업	서울특별시 성동구				0		
1580	(주)엔커뮤니케이션	경상남도 창원시	0	0	0	0	0	0
1581	레오버넷코리아	서울특별시 종로구	0	0	0	0	0	0
1582	(주)에스에이치컴즈	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1583	(주)강원미디어	강원도 춘천시	0	0	0	0	0	0
1584	(주)그남자의광고이야기	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
1585	(주)금강미디어	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1586	(주)나래컴	대구광역시 동구	0	0	0	0	0	0
1587	(주)나우커뮤니케이션즈	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0
1588	(주)나이스커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
1589	네오커뮤니케이션즈(주)	경상북도 포항시	0	0	0	0	0	0
1590	(주)네오코래콤	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
1591	(주)뉴데이즈	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1592	(주)다은기획	부산광역시 해운대구	0	0	0	0	0	0
1593	(주)더블유에이와이커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1594	(주)도어커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1595	(주)동서기획	대전광역시 서구	0	0	0	0	0	0
1596	(주)동신기획	울산광역시 남구	0	0	0	0	0	0
1597	동아애드주식회사	대구광역시 중구	0	0	0	0	0	0
1598	(주)동천미디어	광주광역시 동구	0	0	0	0	0	0
1599	(주)드림퓨처스	서울특별시 광진구	0	0	0	0	0	0
1600	(주)디앤와이컴	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1601	(주)디에스컴	대전광역시 서구	0	0	0	0	0	0
1602	디오픈크리에이티브주식회사	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1603	(주)디지털조선애드	서울특별시 중구	0	0	0	0	0	0
1604	(주)로즈커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
1605	주식회사리커뮤니케이션	부산광역시 금정구	0	0	0	0	0	0
1606	(주)말이나그림언미디어	인천광역시 남구	0	0	0	0	0	0
1607	(주)멘토르커뮤니케이션	서울특별시 종로구	0	0	0	0	0	0
1608	주식회사모션박스	부산광역시 진구	0	0	0	0	0	0
1609	(주)문화비전	대전광역시 서구	0	0	0	0	0	0
1610	(주)문화커뮤니케이션	부산광역시 연제구	0	0	0	0	0	0
1611	(주)미디어맥스	전라북도 전주시	0	0	0	0	0	0
1612	(주)버튼컴	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1613	(주)봄커뮤니케이션즈	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0
1614	비스컴주식회사	광주광역시 동구	0	0	0	0	0	0
1615	(주)비알캠페인	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
1616	(주)비엘커뮤니케이션즈	대구광역시 중구	0	0	0	0	0	0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1617	(주)비주얼라인	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1618	(주)비티엘컴	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
1619	산영커뮤니케이션	부산광역시 해운대구	0	0	0	0	0	0
1620	(주)상때아이컴	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1621	삼페인	서울특별시 마포구	0	0	0	0	0	0
1622	(주)서방	대구광역시 동구	0	0	0	0	0	0
1623	(주)서올디지털에드	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
1624	(주)서해광고	전라북도 전주시	0	0	0	0	0	0
1625	(주)성지광고기획	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
1626	(주)세영애드기획	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0
1627	(주)세토기획	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1628	주식회사스타미디어	광주광역시 서구	0	0	0	0	0	0
1629	스타커뮤니케이션즈(주)	대구광역시 중구	0					
1630	(주)시프커뮤니케이션즈	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
1631	(주)씨앤마켓팅서비스	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1632	(주)씨앤씨엠에스	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1633	(주)씨앤에이플러스	전라북도 전주시	0	0	0	0	0	0
1634	(주)아시아리퍼블릭	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1635	(주)아이에스제이커뮤니케이션	대구광역시 남구 이	0	0	0	0	0	0
1636	아키즈코리아	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1637	(주)아트젠커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1638	(주)안테나와나	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1639	(주)애드리더스	대구광역시 남구	0	0	0	0	0	0
1640	(주)애드빛	부산광역시 수영구	0	0	0	0	0	0
1641	(주)애드솔루션	대구광역시 중구	0	0	0	0	0	0
1642	(주)애드스프링	서울특별시 용산구	0	0	0	0	0	0
1643	(주)애드앤디	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0
1644	(주)애드우드커뮤니케이션즈	대구광역시 중구	0	0	0	0	0	0
1645	(주)애드월드	대전광역시 서구	0	0	0	0	0	0
1646	(주)애드콤홀딩스	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1647	(주)애드클릭	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1648	(주)애드프로덕션	제주특별자치도 제주시	0	0				0
1649	주식회사 에스앤디	대구광역시 남구	0	0	0	0	0	0
1650	(주)에코마켓팅	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1651	(주)엑스콤	울산광역시 남구	0	0	0	0	0	0
1652	(주)엔미디어프로덕션	경상남도 창원시	0	0	0	0	0	0
1653	(주)엘커뮤니케이션	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0
1654	(주)엠에스씨	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0
1655	(주)엣나우	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1656	(주)오월커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1657	(주)옴니네트웍스	서울특별시 광진구	0	0	0	0	0	0
1658	(주)옴티미디어코리아	서울특별시 강남구	0					
1659	(주)와이커뮤니케이션즈	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
1660	(주)우일기획	광주광역시 서구	0	0	0	0	0	0
1661	(주)우진커뮤니케이션즈	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
1662	웰메이드크리에이티브	대구광역시 중구	0	0	0	0	0	0
1663	(주)위드커뮤니케이션	대전광역시 서구	0	0	0	0	0	0
1664	(주)월원커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1665	(주)유니버설맥켄코리아	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0

No	사업체명	주소	광고 (종합)개행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1666	(주)유퍼스트커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1667	(주)유프레임	경상남도 창원시	0	0	0	0	0	0
1668	(주)이에스에스프로덕션	서울특별시 영등포구	0	0				0
1669	(주)이현커뮤니케이션	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
1670	(주)인터콘미디어	서울특별시 중구	0	0	0	0	0	0
1671	(주)제이비에스커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1672	(주)제이앤드케이크커뮤니케이션	경상북도 포항시	0	0	0	0	0	0
1673	(주)조인트크리에이티브	서울특별시 강남구	0	0		0		0
1674	줍애드	대전광역시 동구	0	0	0	0	0	0
1675	중앙유엠에스	서울특별시 종로구	0	0	0	0	0	0
1676	(주)진커뮤니케이션	전라북도 전주시	0	0	0	0	0	0
1677	(주)진학사	서울특별시 종로구	0	0	0	0	0	0
1678	(주)참.아이엠씨	부산광역시 수영구	0	0	0	0	0	0
1679	(주)채널디	충청북도 청원군	0	0	0	0	0	0
1680	(주)커런트코리아미디어에이전시	서울특별시 중구	0	0	0	0	0	0
1681	(주)커뮤니케이션더크루	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1682	(주)컴인투	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1683	(주)케이스컴	부산광역시 남구	0	0	0	0	0	0
1684	(주)케이지엔	부산광역시 금정구	0	0	0	0	0	0
1685	케이지티애드컴(주)	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
1686	케이티하이텔(주)	서울특별시 동작구	0	0	0	0	0	0
1687	케이피커뮤니케이션 주식회사	서울특별시 마포구	0	0	0	0	0	0
1688	주식회사키노아이	경상남도 창원시	0	0	0	0	0	0
1689	(주)터그보트	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1690	주식회사테지웜커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1691	(주)토마토컴	서울특별시 양천구	0	0	0	0	0	0
1692	(주)토크세븐	서울특별시 관악구	0	0	0	0	0	0
1693	(주)티앤엠아이앤씨	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1694	(주)티티컴	광주광역시 동구	0	0	0	0	0	0
1695	(주)파이온커뮤니케이션	부산광역시 수영구	0	0	0	0	0	0
1696	퍼블리시스다이얼로그(주)	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1697	(주)표미디어	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
1698	(주)플러스컴	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0
1699	(주)피비시프로덕션	경상북도 포항시	0	0				0
1700	(주)한국디지털방송	경상남도 창원시	0	0	0	0	0	0
1701	(주)한국방송미디어	전라북도 전주시	0	0	0	0	0	0
1702	(주)한빛디자인	대전광역시 서구	0	0	0	0	0	0
1703	(주)한울애드	울산광역시 남구	0	0	0	0	0	0
1704	(주)화이트플러스	경상남도 창원시	0	0	0	0	0	0
1705	ADCK	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1706	(주)에이엠에스미디어	서울특별시 양천구	0	0	0	0	0	0
1707	(주)케이에스	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1708	한국오길비엔매더(주)	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
1709	덴츠미디어코리아	서울특별시 강남구	0					

편집위원진

편집위원장	김 갑수	문화체육관광부 미디어정책국장
	이 재건	한국방송광고공사 공익사업본부장
편집위원	강 정원	문화체육관광부 방송영상광고과장
	이 종선	한국방송광고공사 광고진흥국장
	이 관표	문화체육관광부 방송영상광고과 사무관

연구진

연구위원	오 세성	한국방송광고공사 광고산업연구소
통계연구원	허 현무	한국방송광고공사 광고산업연구소
	오 승수	한국방송광고공사 광고산업연구소
연구보조원	양 진주	한국방송광고공사 광고산업연구소
자문위원	한 상태	호서대학교 정보통계학과 교수
	박 민규	고려대학교 통계학과 교수
	오 창우	계명대학교 신문방송학과 교수
	나 관식	서원대학교 경영정보학과 교수
	염 성원	평택대학교 광고홍보학과 교수
	정 용찬	정보통신정책연구원 연구위원
	강 현철	호서대학교 정보통계학과 교수
관리실무	정 병철	서울시립대대학교 통계학과 교수
	서 현성	한국방송광고공사 광고진흥팀장
	김 현중	한국방송광고공사 광고진흥팀 차장

2010 광고산업통계

2011년 3월 04일 인쇄

2011년 3월 04일 발행

발행인 정병국

발행처 문화체육관광부 <http://www.mcst.go.kr>

한국방송광고공사 <http://www.kobaco.co.kr>

통계DB <http://adstat.kobaco.co.kr>

인쇄처 서원프린팅

표지디자인 메인기획(2268-9126)

ISBN 978-89-6350-153-6-93310

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

