



승인(협의)번호  
제 11309호

ISSN 1975-0242

정부간행물 번호  
11-1370000-000324-10

# 2011 광고산업통계



 문화체육관광부

 kobaco 한국방송광고공사



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.

# Contents

이용자를 위하여 .....	16
요약 .....	18
<b>I. 조사개요</b> .....	38
1. 2011 광고산업통계 조사 방향 .....	38
2. 법적근거 .....	39
3. 조사대상 및 규모 .....	39
4. 조사시기 .....	40
5. 조사내용 .....	40
6. 조사방법 .....	41
7. 조사항목 변경보완 .....	42
<b>II. 분석 방법</b> .....	43
1. 결측값 보정 방법 .....	43
2. 주요 구분변수 설명 .....	47
<b>III. 조사결과</b> .....	50
1. 사업체 현황 - 매출 .....	50
1.1. 전체 .....	50
1.2. 대형 광고업체 .....	74
1.3. 일반 .....	95
2. 사업체 현황 - 종사자 .....	120
2.1. 전체 .....	120
2.2. 대형 광고업체 .....	139
2.3. 일반 광고회사 .....	151

<b>3. 취급액과 종사자</b> .....	164
3.1. 사업체 정보 .....	164
3.2. 지역 .....	167
3.3. 대표자 정보 .....	170
3.4. 종사자 규모 및 취급액 규모 .....	173
3.5. 사업체 업종 분류 .....	175
3.6. 사업체 업종 재분류 .....	179
3.7. 가치사슬 분류 .....	181
3.8. 고용현황 정보 .....	183
3.9. 국내 및 외국계 광고주 .....	186
3.10. 고객유치실적 .....	190
3.11. 광고경기 체감도 .....	192
<b>4. 해외거래현황</b> .....	195
4.1. 외국인투자 광고회사 현황 .....	196
4.2. 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황 .....	197
4.3. 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황 .....	198
4.4. 주요 광고회사의 해외 광고 취급액 .....	200
4.5. 수출 및 수입 .....	201
<b>5. 국내 및 외국계 광고주</b> .....	203
5.1. 사업체 정보 .....	203
5.2. 지역 .....	204
5.3. 종사자 규모 및 취급액 규모 .....	205
5.4. 사업체 업종 분류 .....	206
5.5. 사업체 업종 재분류 .....	207
5.6. 가치사슬 분류 .....	208
5.7. 고용현황 정보 .....	209
5.8. 국내 및 외국계 광고주 .....	210
5.9. 고객유치실적 .....	211
5.10. 광고경기 체감도 .....	212
<b>6. 고객유치실적</b> .....	213
6.1. 사업체 정보 .....	213
6.2. 지역 .....	216
6.3. 종사자 규모 및 취급액 규모 .....	218
6.4. 사업체 업종 분류 .....	220
6.5. 사업체 업종 재분류 .....	221
6.6. 가치사슬 분류 .....	223
6.7. 고용현황 정보 .....	224
6.8. 국내 및 외국계 광고주 .....	226
6.9. 고객유치실적 .....	228
6.10. 광고경기 체감도 .....	230
<b>7. 광고경기 체감도</b> .....	232
7.1. 사업체 정보 .....	232
7.2. 지역 .....	236



7.3. 종사자 규모 및 취업액 규모 .....	239
7.4. 사업체 업종 분류 .....	241
7.5. 사업체 업종 재분류 .....	244
7.6. 가치사슬 분류 .....	246
7.7. 고용현황 정보 .....	247
7.8. 국내 및 외국계 광고주 .....	250
7.9. 고객유치실적 .....	254
7.10. 광고경기 체감도 .....	256
<b>8. 주요광고주 현황 .....</b>	<b>259</b>
8.1. 사업체 정보 .....	259
8.2. 업종별 광고주 현황 .....	261
8.3. 광고 집행 현황 .....	264
<b>9. 온라인 광고산업의 비중지수 .....</b>	<b>265</b>
9.1. 지수산출을 위한 투입변수의 구성 .....	265
9.2. 지수산출 모형 .....	266
<b>IV. 비교 분석 .....</b>	<b>267</b>
1. 2011 광고산업통계 .....	267
1.1. 취업액 .....	267
1.2. 종사자 .....	272
1.3. 가치사슬 분류 .....	275
1.4. 수출 및 수입 .....	276
1.5. 광고경기 체감도 .....	277
<b>V. 결론 .....</b>	<b>280</b>
1. 결과요약 .....	280
2. 광고연감과 비교 .....	282
3. 향후과제 .....	284
<b>별첨 : 용어해설 .....</b>	<b>285</b>
<b>별첨 : 광고업체용 설문지 .....</b>	<b>290</b>
<b>별첨 : 광고주용 설문지 .....</b>	<b>301</b>

## 〈표 목차〉

표 1-1 >> 광고업체용	40
표 1-2 >> 광고주용	41
표 1-1-1 >> 광고업종별 취급액	50
표 1-1-1-1 >> 광고업종별 취급액 (주력업종에 따른 분류)	51
표 1-1-2 >> 지역별 전체 업종 취급액	52
표 1-1-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액	53
표 1-1-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액	54
표 1-1-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액	54
표 1-1-6 >> 지역별 광고대행·매체대행 취급액	56
표 1-1-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액	57
표 1-1-8 >> 지역별 광고제작업 취급액	58
표 1-1-9 >> 광고제작 외주 및 원자재 구입 비용	58
표 1-1-10 >> 광고제작 편수	59
표 1-1-11 >> 서비스 세부업종별 취급액	59
표 1-1-12 >> 지역별 서비스업 취급액	61
표 1-1-13 >> 인쇄 세부업종별 취급액	62
표 1-1-14 >> 지역별 인쇄업 취급액	63
표 1-1-15 >> 온라인 업종별 취급액	64
표 1-1-15-1 >> 온라인 광고대행의 세부항목별 취급액	65
표 1-1-15-2 >> 온라인 매체대행의 세부항목별 취급액	65
표 1-1-16 >> 지역별 온라인업 취급액	66
표 1-1-17 >> 기타 세부업종별 취급액	67
표 1-1-18 >> 지역별 기타업 취급액	68
표 1-1-19 >> 사업체 유형별 자본규모	69
표 1-1-20 >> 업종별 자본규모	70
표 1-1-21 >> 사업체 유형별 사무실 규모	71
표 1-1-22 >> 업종별 사무실 규모	72
표 1-1-23 >> 소프트웨어 기술 보유율	73
표 1-2-1 >> 광고업종별 취급액(대형)	74
표 1-2-1-1 >> 광고업종별 취급액(대형, 주력업종에 따른 분류)	76
표 1-2-2 >> 지역별 광고업 취급액(대형)	76
표 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형)	77
표 1-2-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액(대형)	79
표 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)	79
표 1-2-6 >> 지역별 광고대행·매체대행업의 취급액(대형)	81
표 1-2-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형)	82
표 1-2-8 >> 지역별 광고제작 취급액(대형)	84
표 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형)	84

표 1-2-10 >> 지역별 서비스업 취급액(대형) .....	86
표 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(대형) .....	87
표 1-2-12 >> 지역별 인쇄업 취급액(대형) .....	88
표 1-2-13 >> 온라인 업종별 취급액(대형) .....	89
표 1-2-13-1 >> 온라인 광고대행의 세부항목별 취급액 .....	91
표 1-2-13-2 >> 온라인 매체대행의 세부항목별 취급액 .....	91
표 1-2-14 >> 지역별 온라인업 취급액(대형) .....	92
표 1-2-15 >> 기타 세부업종별 취급액(대형) .....	92
표 1-2-16 >> 지역별 기타업 취급액(대형) .....	94
표 1-3-1 >> 광고업종별 취급액(일반) .....	95
표 1-3-1-1 >> 광고업종별 취급액(일반, 주력업종에 따른 분류) .....	97
표 1-3-2 >> 지역별 광고업 취급액(일반) .....	97
표 1-3-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반) .....	98
표 1-3-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액(일반) .....	100
표 1-3-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(일반) .....	100
표 1-3-6 >> 지역별 광고대행·매체대행업의 취급액(일반) .....	102
표 1-3-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반) .....	104
표 1-3-8 >> 지역별 광고제작 취급액(일반) .....	106
표 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(일반) .....	107
표 1-3-10 >> 지역별 서비스업 취급액(일반) .....	109
표 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(일반) .....	110
표 1-3-12 >> 지역별 인쇄업 취급액(일반) .....	112
표 1-3-13 >> 온라인 업종별 취급액(일반) .....	113
표 1-3-13-1 >> 온라인 광고대행의 세부항목별 취급액(일반) .....	115
표 1-3-13-2 >> 온라인 매체대행의 세부항목별 취급액(일반) .....	115
표 1-3-14 >> 지역별 온라인업 취급액(일반) .....	116
표 1-3-15 >> 기타 세부업종별 취급액(일반) .....	117
표 1-3-16 >> 지역별 기타업 취급액(일반) .....	119
표 2-1-1 >> 전체 종사자 현황 .....	120
표 2-1-2 >> 고용형태별 종사자 현황 .....	120
표 2-1-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황 .....	121
표 2-1-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황 .....	122
표 2-1-5 >> 성별 종사자 현황 .....	123
표 2-1-6 >> 지역별 성별 종사자 현황 .....	124
표 2-1-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황 .....	125
표 2-1-8 >> 연령별 종사자 현황 .....	126
표 2-1-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황 .....	128
표 2-1-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황 .....	128
표 2-1-11 >> 학력별 종사자 현황 .....	129
표 2-1-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황 .....	131



표 2-1-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황 .....	132
표 2-1-13-1 >> 온라인/모바일 분야 성별 종사자 현황 .....	133
표 2-1-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황 .....	133
표 2-1-15 >> 교육 유형별 참여인원 .....	134
표 2-1-16 >> 2010년 채용 규모 .....	134
표 2-1-17 >> 2011년 상반기 채용 규모 .....	135
표 2-1-18 >> 향후 예상 채용 규모 .....	137
표 2-1-19 >> 선호 전공 계열 .....	138
표 2-2-1 >> 전체 종사자 현황(대형) .....	139
표 2-2-2 >> 고용형태별 종사자 현황(대형) .....	139
표 2-2-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황(대형) .....	140
표 2-2-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(대형) .....	141
표 2-2-5 >> 성별 종사자 현황(대형) .....	142
표 2-2-6 >> 지역별 성별 종사자 현황(대형) .....	143
표 2-2-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형) .....	143
표 2-2-8 >> 연령별 종사자 현황(대형) .....	144
표 2-2-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(대형) .....	145
표 2-2-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형) .....	146
표 2-2-11 >> 학력별 종사자 현황(대형) .....	147
표 2-2-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(대형) .....	148
표 2-2-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황(대형) .....	149
표 2-2-13-1 >> 온라인/모바일 분야 성별 종사자 현황(대형) .....	150
표 2-2-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(대형) .....	150
표 2-3-1 >> 전체 종사자 현황(일반) .....	151
표 2-3-2 >> 고용형태별 종사자 현황(일반) .....	151
표 2-3-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황(일반) .....	152
표 2-3-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(일반) .....	153
표 2-3-5 >> 성별 종사자 현황(일반) .....	154
표 2-3-6 >> 지역별 성별 종사자 현황(일반) .....	155
표 2-3-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반) .....	156
표 2-3-8 >> 연령별 종사자 현황(일반) .....	157
표 2-3-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(일반) .....	158
표 2-3-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반) .....	159
표 2-3-11 >> 학력별 종사자 현황(일반) .....	160
표 2-3-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(일반) .....	161
표 2-3-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황(일반) .....	162
표 2-3-13-1 >> 온라인/모바일 분야 성별 종사자 현황(일반) .....	163
표 2-3-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(일반) .....	163
표 3-1-1 >> 사업체정보별 취업액 .....	164
표 3-1-2 >> 사업체정보별 종사자 .....	165



표 3-2-1 >> 지역별 취급액 .....	167
표 3-2-2 >> 지역별 종사자 .....	168
표 3-3-1 >> 대표자정보별 취급액 .....	170
표 3-3-2 >> 대표자정보별 종사자 .....	171
표 3-4-1 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 취급액 .....	173
표 3-4-2 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 종사자 .....	173
표 3-5-1 >> 사업체 업종별 취급액 .....	175
표 3-5-2 >> 사업체 업종별 종사자 .....	177
표 3-6-1 >> 업종 재분류별 취급액 .....	179
표 3-6-2 >> 업종 재분류별 종사자 .....	179
표 3-7-1 >> 가치사슬별 취급액 .....	181
표 3-7-1-1 >> 가치사슬별 취급액(주력업종에 따른 분류) .....	181
표 3-7-2 >> 가치사슬별 종사자 .....	181
표 3-8-1 >> 고용현황 정보별 취급액 .....	183
표 3-8-2 >> 고용현황 정보별 종사자 .....	184
표 3-9-1 >> 국내 및 외국계 광고주별 취급액 .....	186
표 3-9-2 >> 국내 및 외국계 광고주별 종사자 .....	188
표 3-10-1 >> 고객유치실적별 취급액 .....	190
표 3-10-2 >> 고객유치실적별 종사자 .....	191
표 3-11-1 >> 광고경기 체감도별 취급액 .....	192
표 3-11-2 >> 광고경기 체감도별 종사자 .....	193
표 4-1 >> 광고업체 해외거래 현황 .....	195
표 4-1-1 >> 투자비율별 광고회사 현황 .....	196
표 4-1-2 >> 투자비율별 사업체 규모별 광고회사 현황 .....	196
표 4-2-1 >> 국가별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황 .....	197
표 4-2-2 >> 종사자규모별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황 .....	197
표 4-3-1 >> 국가별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황 .....	198
표 4-3-2 >> 설립연도별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황 .....	198
표 4-3-3 >> 종사자규모별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황 .....	199
표 4-3-4 >> 취급액규모별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황 .....	199
표 4-4-1 >> 설립연도별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액 .....	200
표 4-5-1 >> 국경기준 광고업 수출액 및 수입액 .....	201
표 4-5-2 >> 국적기준 광고업 수출액 및 수입액 .....	202
표 4-5-3 >> 국적기준 광고업 수출액 및 수입액 .....	202
표 5-1 >> 사업체 정보별 고객유치실적 현황 .....	203
표 5-2 >> 지역별 국내 및 외국계 광고주 .....	204
표 5-3 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 국내 및 외국계 광고주 .....	205
표 5-4 >> 사업체 업종 분류별 국내 및 외국계 광고주 .....	206
표 5-5 >> 사업체 업종 재분류별 국내 및 외국계 광고주 .....	207
표 5-6 >> 가치사슬별 국내 및 외국계 광고주 .....	208

표 5-7 >> 고용현황 정보별 국내 및 외국계 광고주 .....	209
표 5-8 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 국내 및 외국계 광고주 .....	210
표 5-9 >> 고객유치실적별 국내 및 외국계 광고주 .....	211
표 5-10 >> 광고경기 체감도별 국내 및 외국계 광고주 .....	212
표 6-1 >> 사업체 정보별 고객유치실적 현황 .....	213
표 6-2 >> 지역별 고객유치실적 현황 .....	216
표 6-3 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황 .....	218
표 6-4 >> 사업체 업종 분류별 고객유치실적 현황 .....	220
표 6-5 >> 사업체 업종 재분류별 고객유치실적 현황 .....	221
표 6-6 >> 가치사슬별 고객유치실적 현황 .....	223
표 6-7 >> 고용현황 정보별 고객유치실적 현황 .....	224
표 6-8 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황 .....	226
표 6-9 >> 고객유치실적별 고객유치실적 현황 .....	228
표 6-10 >> 광고경기 체감도별 고객유치실적 현황 .....	230
표 7-1-1 >> 사업체 정보별 광고경기 체감도 .....	232
표 7-1-2 >> 사업체 정보별 광고경기 체감 증감 .....	234
표 7-2-1 >> 지역별 광고경기 체감도 .....	236
표 7-2-2 >> 지역별 광고경기 체감 증감 .....	238
표 7-3-1 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도 .....	239
표 7-3-2 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감 .....	240
표 7-4-1 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감도 .....	241
표 7-4-2 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감 증감 .....	243
표 7-5-1 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도 .....	244
표 7-5-2 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감 증감 .....	245
표 7-6-1 >> 가치사슬별 광고경기 체감도 .....	246
표 7-6-2 >> 가치사슬별 광고경기 체감 증감 .....	247
표 7-7-1 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감도 .....	247
표 7-7-2 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감 증감 .....	249
표 7-8-1 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도 .....	250
표 7-8-2 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감 .....	252
표 7-9-1 >> 고객유치실적별 광고경기 체감도 .....	254
표 7-9-2 >> 고객유치실적별 광고경기 체감 증감 .....	255
표 7-10-1 >> 광고경기 체감도별 광고경기 체감도 .....	256
표 7-10-2 >> 광고경기 체감도별 광고경기 체감 증감 .....	257
표 8-1-1 >> 사업체정보별 광고주 광고관련 종사자수 및 평균 광고비 .....	259
표 8-1-2 >> 사업체정보별 광고주 광고경기 체감도 .....	260
표 8-1-3 >> 광고주와 광고회사의 광고경기 체감도 .....	260
표 8-2-1 >> 광고주 업종 분류 .....	261
표 8-2-2 >> 업종별 광고주 광고관련 종사자수 및 평균 광고비 .....	262
표 8-2-3 >> 업종별 광고주 광고경기체감도 .....	263



표 8-3-1 >> 매체별 광고 집행비(합계) .....	264
표 8-3-2 >> 향후 매체별 광고비 증감 예상 광고 투자 매체 .....	264
표 8-3-3 >> 마케팅 비용 지출 현황 .....	265
표 9-1-1 >> 지수산출을 위한 투입변수 .....	266
표 9-1-2 >> 2010 온·오프라인별 광고산업 현황 .....	266
표 IV-1-1 >> 광고업종별 취급액 비교 .....	267
표 IV-1-2 >> 세부업무별 취급액 .....	268
표 IV-1-3 >> 매체별 취급액 비교 .....	269
표 IV-1-4 >> 지역별 취급액 비교 .....	270
표 IV-1-5 >> 종사자규모별, 취급액 규모별 취급액 .....	271
표 IV-2-1 >> 성별 종사자수 비교 .....	272
표 IV-2-2 >> 연령별 종사자수 비교 .....	273
표 IV-2-3 >> 지역별 종사자수 .....	274
표 IV-3-1 >> 가치사슬 업종별 취급액 비교 .....	275
표 IV-3-2 >> 가치사슬 업종별 종사자 현황 .....	275
표 IV-4-1 >> 수출입 현황 .....	276
표 IV-4-2 >> 국적기준 수출수입 .....	276
표 IV-5-1 >> 광고경기체감도 및 광고경기 전망지수 .....	277
표 IV-5-2 >> 광고주 업종별 광고경기체감도 비교 .....	278
표 IV-5-3 >> 광고주와 광고회사의 광고경기체감도 비교 .....	279
표 V-1 >> 광고산업규모와 매체별 광고시장 규모 .....	283

## 〈그림 차례〉

그림 11-2 >> 광고산업의 서비스형태별 분류 .....	47
그림 1-1-1 >> 광고업종별 취급액 .....	51
그림 1-1-2 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 .....	53
그림 1-1-3 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액 .....	55
그림 1-1-4 >> 광고제작 업종별 취급액 .....	57
그림 1-1-5 >> 서비스 업종별 취급액 .....	60
그림 1-1-6 >> 인쇄 업종별 취급액 .....	62
그림 1-1-7 >> 온라인 업종별 취급액 .....	64
그림 1-1-8 >> 기타 업종별 취급액 .....	67
그림 1-2-1 >> 광고업종별 취급액(대형) .....	75
그림 1-2-2 >> 광고업종별 취급액 비교(대형) .....	75
그림 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형) .....	78
그림 1-2-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(대형) .....	78
그림 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형) .....	80
그림 1-2-6 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액 비교(대형) .....	81
그림 1-2-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형) .....	83
그림 1-2-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(대형) .....	83
그림 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형) .....	85
그림 1-2-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(대형) .....	86
그림 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(대형) .....	88
그림 1-2-12 >> 온라인 세부업종별 취급액(대형) .....	90
그림 1-2-13 >> 온라인 세부업종별 취급액 비교(대형) .....	90
그림 1-2-14 >> 기타 세부업종별 취급액(대형) .....	93
그림 1-2-15 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(대형) .....	94
그림 1-3-1 >> 광고 업종별 취급액(일반) .....	96
그림 1-3-2 >> 광고 업종별 취급액 비교(일반) .....	96
그림 1-3-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반) .....	99
그림 1-3-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(일반) .....	99
그림 1-3-5 >> 광고대행·매체대행 주요 매체별 취급액(일반) .....	101
그림 1-3-6 >> 광고대행·매체대행 세부업종별 취급액 비교(일반) .....	102
그림 1-3-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반) .....	105
그림 1-3-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(일반) .....	105
그림 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(일반) .....	108
그림 1-3-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(일반) .....	108
그림 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(일반) .....	111
그림 1-3-12 >> 인쇄 세부업종별 취급액 비교(일반) .....	111
그림 1-3-13 >> 온라인 세부업종별 취급액(일반) .....	114
그림 1-3-14 >> 온라인 세부업종별 취급액 비교(일반) .....	114

그림 1-3-15 >> 기타 세부업종별 취급액(일반)	118
그림 1-3-16 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(일반)	118
그림 2-1-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포	121
그림 2-1-2 >> 고용 형태별 성별 종사자 현황	122
그림 2-1-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포	124
그림 2-1-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황	125
그림 2-1-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 분포	127
그림 2-1-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황	129
그림 2-1-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황	130
그림 2-2-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(대형)	140
그림 2-2-2 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(대형)	141
그림 2-2-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(대형)	142
그림 2-2-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형)	144
그림 2-2-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(대형)	145
그림 2-2-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형)	146
그림 2-2-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(대형)	148
그림 2-3-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(일반)	152
그림 2-3-2 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(일반)	153
그림 2-3-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(일반)	154
그림 2-3-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반)	156
그림 2-3-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(일반)	158
그림 2-3-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반)	159
그림 2-3-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(일반)	161
그림 3-1-1 >> 기업형태별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	166
그림 3-1-2 >> 설립연도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	166
그림 3-2-1 >> 지역별 사업체수 구성비 및 종사자수 구성비	169
그림 3-2-2 >> 지역별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	169
그림 3-3-1 >> 대표자 최종학력별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	172
그림 3-3-2 >> 대표자 경영형태별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	172
그림 3-4-1 >> 취급액 규모별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	174
그림 3-4-2 >> 종사자 규모별 사업체당취급액 사업체수 구성비	174
그림 3-6-1 >> 업종 재분류별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	180
그림 3-6-2 >> 업종 재분류별 사업체당 취급액 및 사업체수 구성비	180
그림 3-7-1 >> 업종 재분류별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	182
그림 3-7-2 >> 가치사슬별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	182
그림 3-8-1 >> 직급수준별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	185
그림 3-8-2 >> 학력수준별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	185
그림 3-9-1 >> 전체 광고주 규모별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	189
그림 3-9-2 >> 전체 광고주 규모별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	189
그림 3-10-1 >> 신규 거래광고주별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	191

그림 3-10-2 >> 신규 거래광고주별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비 .....	192
그림 3-11-1 >> 2012년 예상체감도별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비 .....	194
그림 3-11-2 >> 2012년 예상체감도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비 .....	194
그림 5-1 >> 취급액 규모별 평균 고객수 및 고객당 취급액 .....	205
그림 5-2 >> 사업체 업종 재분류별 평균 고객수 및 고객당 취급액 .....	207
그림 5-3 >> 가치사슬별 평균 고객수 및 고객당 취급액 .....	208
그림 5-4 >> 광고경기 체감도별 평균 고객수 .....	212
그림 6-1-1 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 광고주 .....	214
그림 6-1-2 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 취급액 .....	215
그림 6-2-1 >> 지역별 신규 이탈 평균 광고주 .....	216
그림 6-2-2 >> 지역별 신규 이탈 평균 취급액 .....	217
그림 6-3-1 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 광고주 .....	219
그림 6-3-2 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 취급액 .....	219
그림 6-5 >> 업종 재분류별 신규 이탈 평균 취급액 .....	222
그림 6-6 >> 가치사슬별 신규 이탈 평균 취급액 .....	223
그림 6-7-1 >> 연령수준별 신규 이탈 평균 광고주 .....	225
그림 6-7-2 >> 연령수준별 신규 이탈 평균 취급액 .....	225
그림 6-8 >> 전체 취급액별 신규 이탈 평균 취급액 .....	227
그림 6-9-1 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 광고주 .....	229
그림 6-9-2 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 취급액 .....	229
그림 6-10-1 >> 2012년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 광고주 .....	231
그림 6-10-2 >> 2012년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 취급액 .....	231
그림 7-1-1 >> 설립연도별 광고경기 체감도 .....	233
그림 7-1-2 >> 설립연도별 경기체감격차지수 .....	235
그림 7-2 >> 지역별 광고경기 체감도 .....	237
그림 7-3 >> 종사자 규모별 광고경기 체감도 .....	239
그림 7-5 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도 .....	245
그림 7-6 >> 가치사슬 분류별 광고경기 체감도 .....	246
그림 7-7 >> 연령수준별 광고경기 체감도 .....	248
그림 7-8-1 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감도 .....	251
그림 7-8-2 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감격차지수 .....	253
그림 7-9 >> 신규거래 광고주 광고경기 체감도 .....	255
그림 7-10-1 >> 2012년 예상 체감 수준별 광고경기 체감도 .....	257
그림 7-10-2 >> 2011년 예상 체감 수준별 광고경기 체감격차지수 .....	258
그림 8-1 >> 광고주 업종별 광고경기 체감도 및 광고경기 전망지수 .....	263
그림 IV-1-1 >> 매체별 취급액 비교 .....	270
그림 IV-2-1 >> 고용형태별 종사자 분포 .....	272
그림 IV-2-2 >> 성별 종사자수 .....	273
그림 IV-2-3 >> 연령별 종사자 분포 .....	274
그림 IV-3 >> 광고주 업종별 광고경기전망지수 비교 .....	279



# 이용자를 위하여

---

1. 본 조사 결과는 2011년 6월 23일 ~ 2011년 9월 30일 기간 중에 실시된 광고산업통계조사(승인통계 제11309호)를 집계, 분석한 결과로 조사기준시점은 2010년 12월 31일 입니다.
2. 본 조사는 2010년 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 『2011 광고산업통계조사 문화체육관광부, 한국방송광고공사 ○○페이지에서 전제 또는 역제』라고 기재하여야 합니다.

9. 본 보고서에 실린 자료에 대한 문의 사항이 있을 때에는 문화체육관광부 방송영상광고과(02-3074-9660) 또는 한국방송광고공사 광고산업연구소(02-2144-0193)로 문의바랍니다. 조사결과 및 분석내용은 문화체육관광부 홈페이지 및 한국방송광고공사 광고연구소 자료실에서도 검색해 보실 수 있습니다.

# 요약

## □ 사업개요

- 사업명 : 광고산업통계조사, 일반통계(승인협약번호 제11309호)
- 조사목적 : 광고산업 내 사업체의 매출 산업규모를 파악하고 경제적 가치를 분석하여 광고관련 정책수립의 기초자료로 제공코자 함
- 기준시점 : 2010년 기준(1.1 ~ 12.31)
- 조사기간 : 2011년 6월 23일 ~ 2011년 9월 30일
- 조사대상 :
  - ① 광고업체 조사
    - 2010 광고산업통계조사 기준 광고업, 통계청 사업체기초통계조사 기준 광고업으로 분류된 사업체
  - ② 광고주 조사
    - 광고업체 조사에서 파악된 주요 광고주 표본 301개
- 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	2011년							
		5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
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						→	→	
	보고서 인쇄 및 CD제작							→	→
	통계청 공표 협의								→
	최종보고 및 공표								

○ 통계청 작성 승인

승인신청 목적 : 통계의 공신력과 신뢰성 확보

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

○ 실사(2011.6.23 ~ 2011.9.30)

본조사(6.23 ~ 9.9) : 5,011개 사업체 조사와 301개 광고주 조사 실시

보완조사(9.10 ~ 9.30) : 데이터 검증 후 확인사항 보완조사 및 광고주 조사 지속

○ 광고비추정 모형 연구(2011.9.1 ~ 2011.9.30)

광고시장 전체 규모 추정 작업 및 보정 모형 연구

광고업체, 광고주, 광고매체, 브랜드 기준 추정모형 연구

○ 보고서 작성(2011.10.4 ~ 2011.10.18)

조사개요, 통계표, 분석결과, 분석과정 작성

## □ 모집단 개요

- 모집단 : 2009년 전국사업체 조사 + 2010년 광고산업통계조사 + 상공회의소와 매경 광고업 등록업체 DB + 광고연감 DB
- 모집단 확정 : 두 가지 리스트를 비교하여 중복을 제거하고, 조사대상범위 이외인 간판집, 신문사광고부서, 전단지 배부업, 단순 인쇄업 등을 제외한 사업체 5,011개

자료출처	확보리스트	최종리스트
2010 광고산업통계	7,186	5,011
2009년 전국사업체 조사	6,320	
2011년 광고산업업체 (상공회의소, 매경 및 광고연감 자료)	2,148	
<b>총 계</b>	<b>15,654</b>	

## □ 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  
2011년 상/하반기, 2012년 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  
2011년 상/하반기, 2012년 예상 광고경기 체감도

## □ 결과분석 주요 구분변수

### ○ 사업체 관련

구분변수명	해당범위
기업형태별	1. 개인사업체 2. 회사법인 3. 회사외법인
본사유무별	1. 단독사업체 2. 공장·지사(점)·영업소 3. 본사·본점·본부
벤처기업지정여부	1. 대상 2. 비대상
설립연도별	1. 1979년 이전 2. 1980-1989년 3. 1990-1994년 4. 1995-1999년 5. 2000-2004년 6. 2005년 7. 2006년 8. 2007년 9. 2008년 10. 2009년 11. 2010년
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

- 2010년 광고산업통계조사의 결과를 활용하고 업체의 규모를 고려하여 추정
  - ① 광고산업의 특성상 업체의 규모에 따라 매출 비중이 다르므로 분류하여 추정
  - ② 2010년 광고산업통계조사의 자료와 2011년 자료가 있는 업체들로부터 전체 취급액과 종사자 수의 관계를 유도
  - ③ 유도된 관계식으로부터 2010년 자료가 있으나 2011년 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
결 번		1,121	-	1,121	
폐/휴업		154	-	154	
중 복		332	-	332	
광고업안함		642	-	642	
조사 진행	강한비협조	295	5	300	
	조사회피	312	14	326	
	비수신	171	9	180	
	조사완료	1,884	72	1,956	
	소 계(개)	2,662	100	2,762	
	회수율(%)	68.2	72.0	70.8	
전 체		4,911	100	5,011	

- 광고업체 조사 회수율 : 70.8%(일반업체와 대형업체 통합 회수율)
  - 일반업체 회수율 : 68.2%, 대형업체 회수율 : 72.0%
  
- 광고주조사 회수율 : 60.2% (광고업체 조사를 통해서 파악된 주요 광고주 500개 업체를 조사한 결과 301개 업체 조사 완료)



## □ 주요 조사결과

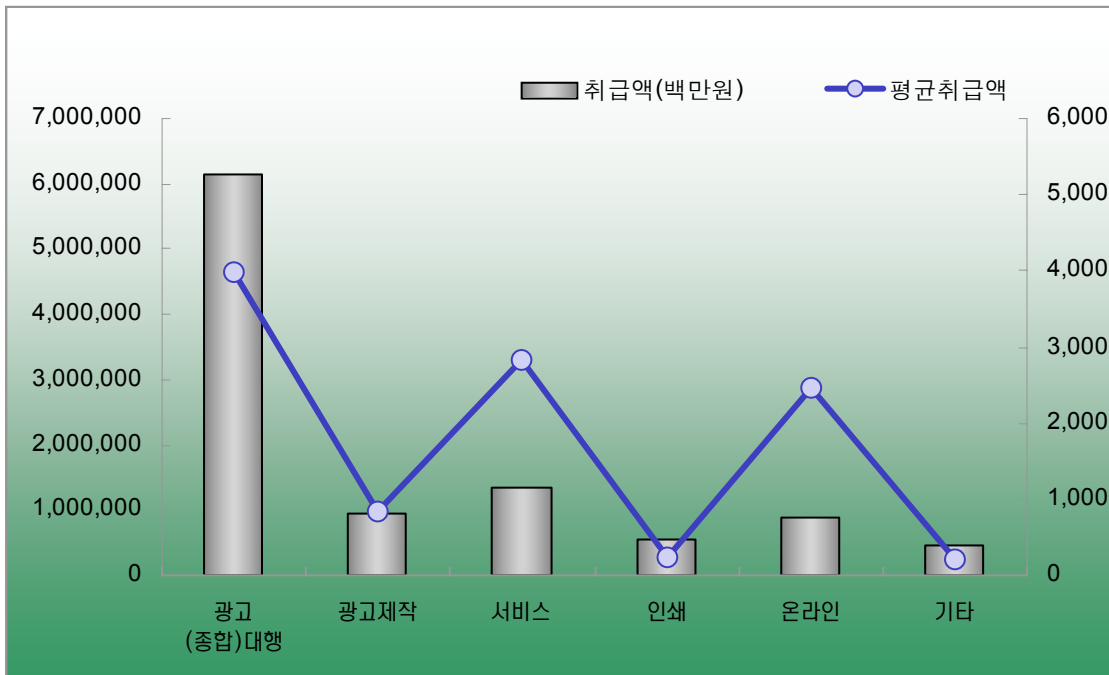
〈표 1〉 광고업종별 취급액

업종	사업체수 (개소) *	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	1,538	30.7	6,140,875	59.4	3,993
광고제작	1,127	22.5	945,362	9.2	839
서비스	471	9.4	1,337,063	13.0	2,839
인쇄	2,340	46.7	549,515	5.3	235
온라인	360	7.2	889,493	8.6	2,471
기타	2,153	43.0	460,864	4.5	214
전체	5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

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

2010년 광고산업 전체 5,011개 사업체의 취급액 기준 산업규모는 10조 3,232억원으로 나타났다. 취급액을 업종별로 구분해 보면 광고(종합)대행이 6조 1,409억원으로, 59.4%의 절대적인 비중을 차지하고 있으며, 그 외 광고제작업, 서비스업, 인쇄, 온라인업, 기타업종이 4조 1,823억원으로 40.6%를 차지하고 있다. 사업체수를 고려하여 비교하면 사업체당 평균취급액은 광고(종합)대행업이 39.9억원으로 가장 높고 서비스업이 28.4억원, 온라인업이 24.7억원 등의 순으로 높게 나타났다.

〈그림 1〉 광고업종별 취급액



〈표 1-2〉 광고업종별 취급액 (주력업종에 따른 분류)

업종	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	1,538	30.7	8,088,735	78.4	5,259
광고제작	649	13.0	257,507	2.5	397
서비스	166	3.3	429,014	4.2	2,584
인쇄	1,660	33.1	489,681	4.7	295
온라인	141	2.8	745,625	7.2	5,288
기타	855	17.1	312,610	3.0	366
<b>전체</b>	<b>5,011</b>	<b>100.0</b>	<b>10,323,172</b>	<b>100.0</b>	<b>2,060</b>

〈표 2〉 세부업무별 취급액

업무	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고대행·매체대행	1,538	100.0	6,132,714	99.9	3,987
광고기획·전략대행	91	5.9	8,162	0.1	90
<b>광고(종합)대행</b>	<b>1,538</b>	<b>100.0</b>	<b>6,140,876</b>	<b>100.0</b>	<b>3,993</b>
CM·영상·카피·그래픽 제작	743	65.9	901,744	95.4	1,214
온라인 제작	252	22.4	15,964	1.7	63
광고사진 스튜디오	239	21.2	5,168	0.5	22
CI	709	62.9	22,486	2.4	32
<b>광고 제작</b>	<b>1,127</b>	<b>100.0</b>	<b>945,362</b>	<b>100.0</b>	<b>839</b>
마케팅·리서치	196	41.6	51,738	3.9	264
PR	272	57.7	114,568	8.6	421
SP	185	39.3	883,871	66.0	4,778
이벤트	251	53.3	274,923	20.6	1,095
Space Design	142	30.1	11,963	0.9	84
<b>서비스</b>	<b>471</b>	<b>100.0</b>	<b>1,337,063</b>	<b>100.0</b>	<b>2,839</b>
인쇄	2,320	99.1	522,833	95.1	225
제판	332	14.2	26,682	4.9	80
<b>인쇄</b>	<b>2,340</b>	<b>100.0</b>	<b>549,515</b>	<b>100.0</b>	<b>235</b>
온라인-광고대행	300	83.3	721,825	81.2	2,406
온라인-매체대행	112	31.1	161,764	18.2	1,444
온라인-광고기획·전략대행	10	2.8	1,924	0.2	192
온라인-광고제작	86	23.9	3,980	0.4	46
<b>온라인</b>	<b>360</b>	<b>100.0</b>	<b>889,493</b>	<b>100.0</b>	<b>2,471</b>
광고물 기획·편집	2,114	98.2	424,251	92.1	201
기타(장비취급 등)	498	23.1	36,613	7.9	74
<b>기타</b>	<b>2,153</b>	<b>100.0</b>	<b>460,864</b>	<b>100.0</b>	<b>214</b>

광고업종을 세부업무별로 구분하면, 사업체수는 인쇄가 2,320개로 가장 많고, 광고물 기획·편집이 2,114개, 광고대행·매체대행이 1,538개 순으로 많이 나타났다.

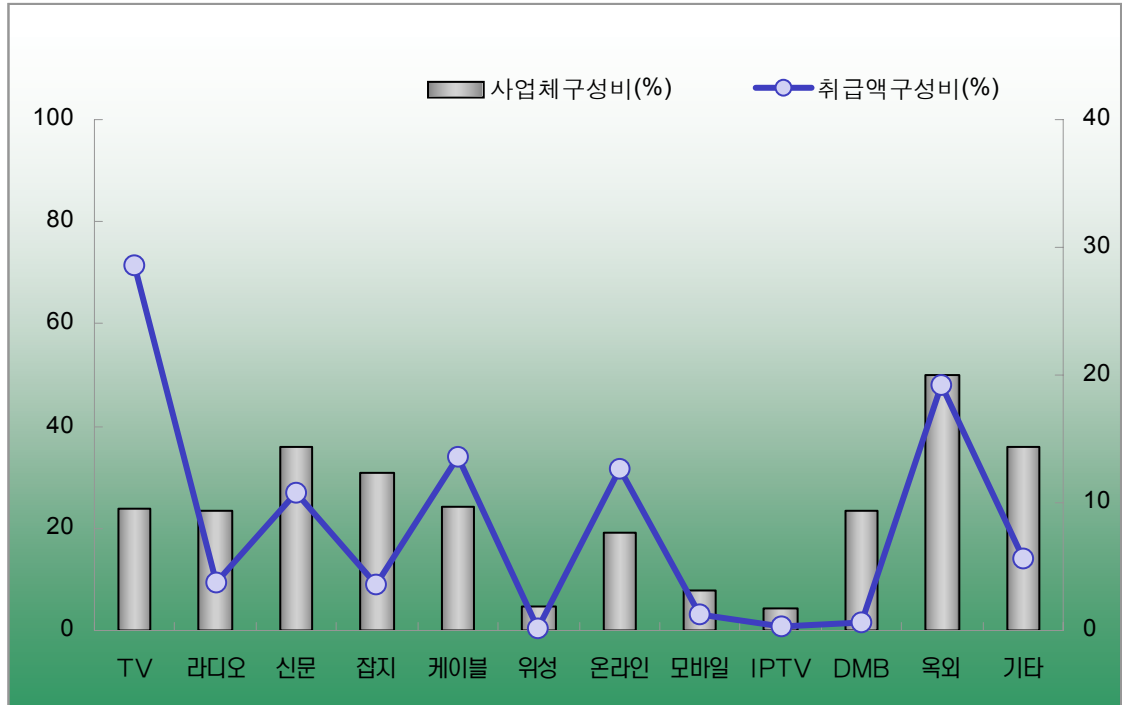
취급액은 광고대행·매체대행 업무에서 발행되는 취급액이 6조 1,327억원으로 가장 많으며, CM·영상·카피·그래픽 제작 업무 취급액이 9,017억원, SP 업무 취급액이 8,839억원 순으로 많이 나타났다.

〈표 3〉 매체별 취급액

매 체		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
4대매체	TV	403	23.8	2,004,138	28.6	4,973
	라디오	395	23.3	269,037	3.8	681
	신문	611	36.0	755,458	10.8	1,236
	잡지	520	30.7	249,200	3.6	479
뉴미디어	케이블	409	24.1	956,061	13.6	2,338
	위성	80	4.7	3,740	0.1	47
	온라인	324	19.1	883,589	12.6	2,727
	모바일	136	8.0	81,799	1.2	601
	IPTV	72	4.2	24,050	0.3	334
	DMB	397	23.4	44,389	0.6	112
옥외		847	50.0	1,350,052	19.2	1,594
기타		608	35.9	394,790	5.6	649
전체		1,695	100.0	7,016,303	100.0	4,139

2010년 광고산업의 매체별 취급액 규모는 7조 163억원으로 전체 광고시장의 68.0%를 차지한다. 이 중 4대매체(TV, 라디오, 신문, 잡지)의 금액은 3조 2,778억원으로 매체 전체의 46.7% 비중이며, 뉴미디어(케이블, 위성, 온라인, 모바일, IPTV, DMB)는 1조 9,936억원 28.4%, 옥외광고는 1조 3,500억원 19.2%의 구성비를 나타냈다. 사업체당 평균 취급액은 TV가 49.7억원으로 가장 높았고, 온라인 27.3억원, 케이블 23.4억원 순으로 높게 나타났다.

〈그림 2〉 매체별 구성비

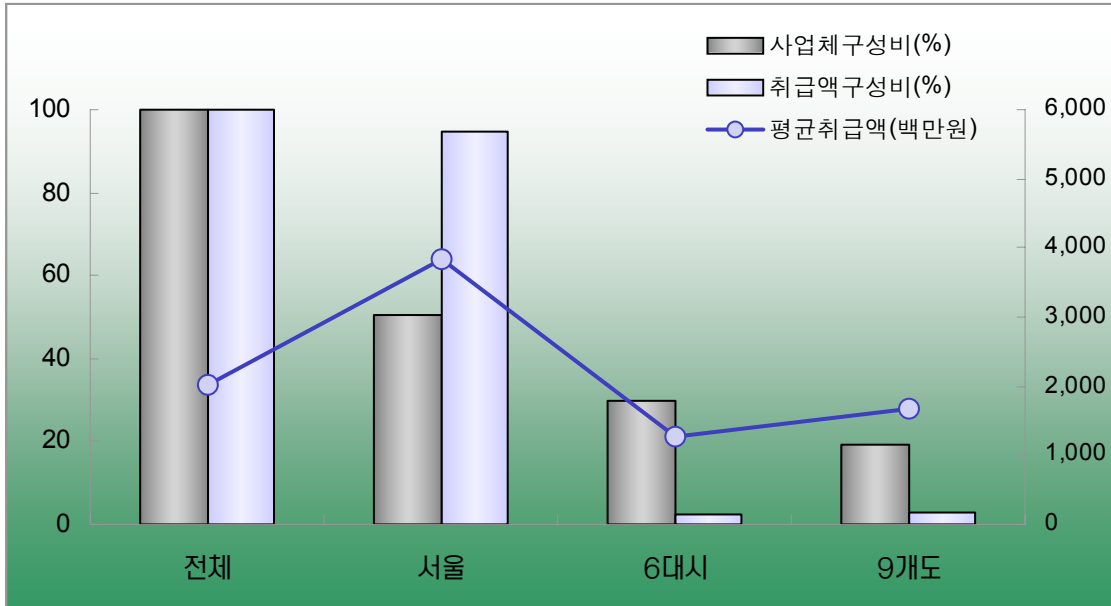


〈표 4〉 지역별 취급액

지 역	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
서울	2,541	50.7	9,749,302	94.6	3,837
6대시	1,496	29.9	267,730	2.6	1,273
9개도	974	19.4	306,140	2.8	1,677
<b>전체</b>	<b>5,011</b>	<b>100</b>	<b>10,323,172</b>	<b>100</b>	<b>2,060</b>

2010년 광고산업의 취급액 규모를 사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 사업체 중 2,541개, 50.7%가 서울에 소재하고 있으며, 전체 취급액 규모의 94.6%인 9조 7,493억원이 서울에서 생산되고 있다. 사업체당 평균 취급액은 서울이 38.4억원으로 6대시 12.7억원, 9개도 16.8억원보다 절대적으로 높은 것으로 나타났다.

〈그림 3〉 지역별 구성비



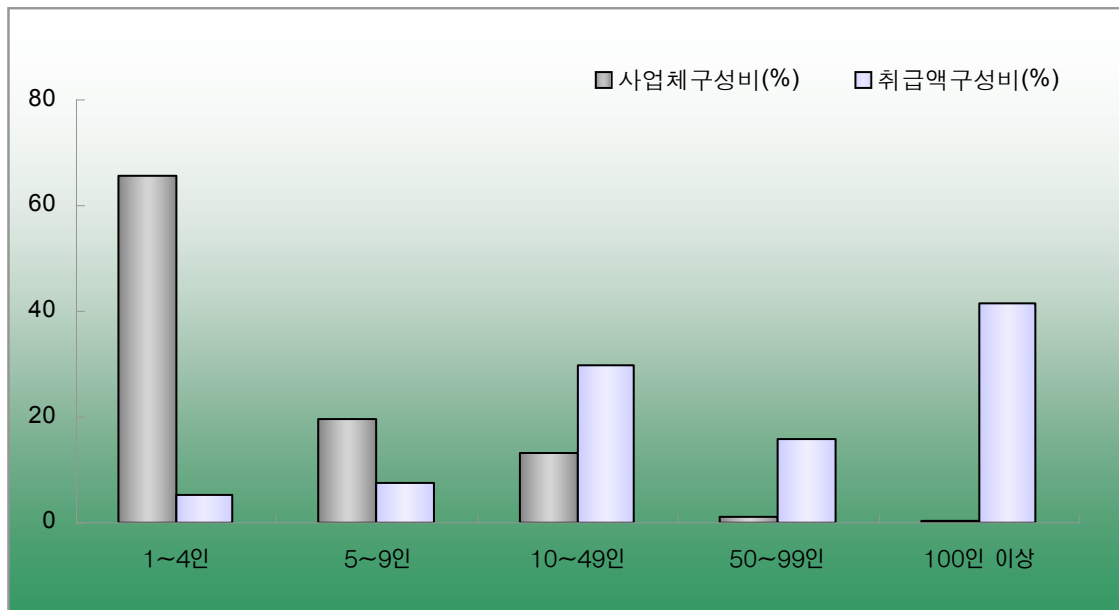
〈표 5〉 종사자 규모별, 취급액 규모별 취급액

구 모		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
종사자수	1 ~ 4인	3,286	65.6	558,278	5.4	170
	5 ~ 9인	985	19.7	780,858	7.6	793
	10 ~ 49인	661	13.2	3,068,721	29.7	4,643
	50 ~ 99인	52	1.0	1,632,717	15.8	31,398
	100인 이상	27	0.5	4,282,598	41.5	158,615
취급액	1억원미만	2,045	40.8	94,609	0.9	46
	1 ~ 10억원미만	2,055	41.0	671,220	6.5	327
	10 ~ 100억원미만	768	15.3	1,944,335	18.8	2,532
	100억원 이상	143	2.9	7,613,008	73.8	53,238
전체		5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

종사자규모별로 살펴보면, 사업체수는 1~4인이 3,286개 65.6%로 가장 많은 비중을 차지하고, 5~9인이 985개 19.7%, 10~49인이 661개 13.2%의 순서로 구성비가 나타났다. 취급액은 100인 이상이 4조 2,826억원 41.5%로 가장 많고, 10~49인 3조 687억원 29.7%, 50~99인 1조 6,327억원 15.8%, 5~9인 7,809억원 7.6%의 순서이다. 사업체당 평균 취급액은 100인 이상 1,586억원, 50~99인 314억원, 10~49인 46억원 순으로 전체 사업체당 취급액 21억원보다 매우 높게 나타났다.

취급액규모별로 살펴보면, 1~10억원 미만 사업체수 2,055개 41.0%로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 1억원 미만 2,045개 40.8%, 10~100억 미만 768개 15.3%의 순서이며, 취급액은 100억원 이상이 7조 6,130억원 73.8%로 가장 많고, 10~100억 미만 1조 9,443억원 18.8%, 1~10억원 미만 6,712억원 6.5%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	18,944	92.9	12,546	89.3	31,490	91.4
비정규직	1,451	7.1	1,497	10.7	2,948	8.6
전체	20,395	100.0	14,043	100.0	34,438	100.0

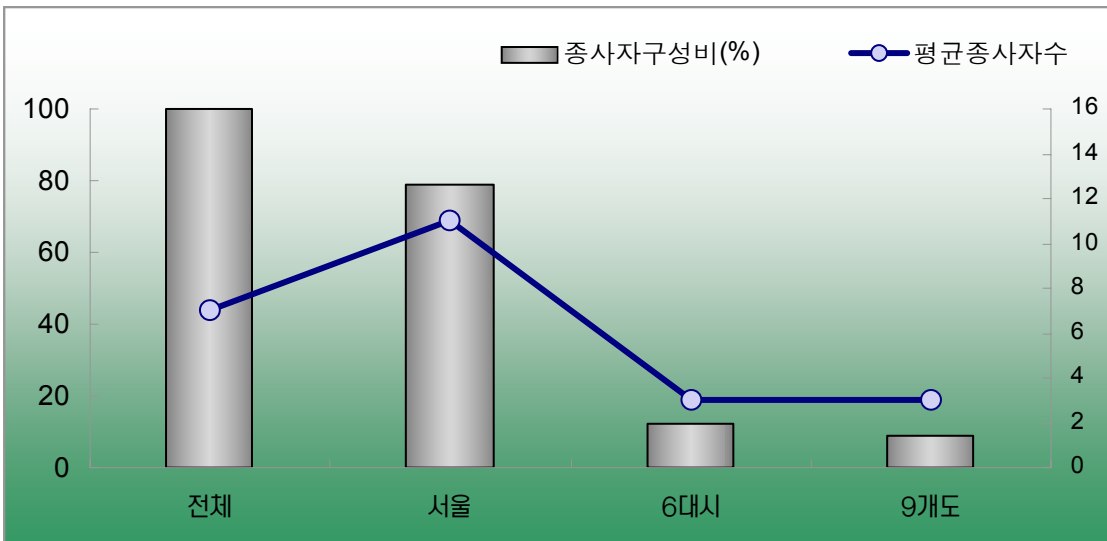
2010년 기준 광고산업 종사자 34,438명을 고용형태별로 살펴보면, 정규직이 31,490명 91.4%이고, 비정규직이 2,948명 8.6%를 차지한다. 성별로 보면 남자는 20,395명 59.2%, 여자는 14,043명 40.8%로 남자가 1.5배 더 많이 종사하고 있다.

〈표 7〉 지역별 종사자수

지 역	종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당	종사자당
			평균종사자수 (명)	평균취급액 (백만원)
서울	27,162	78.8	11	359
6대시	4,217	12.3	3	74
9개도	3,059	8.9	3	618
<b>전체</b>	<b>34,438</b>	<b>100.0</b>	<b>7</b>	<b>300</b>

사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 종사자의 78.8%인 2만 7,160명이 서울에 집중되어 있으며, 6대시에 4,217명 12.3%, 9개도에 3,059명 8.9%가 분포되어 있다. 사업체당 평균 종사자수는 서울이 11명, 6대시 18명, 9개도가 23명이었다. 종사자당 평균 취급액은 전체가 3.0억원, 서울은 3.6억원으로 나타났다.

〈그림 5〉 지역별 종사자구성비



〈표 7-1〉 종사자 규모별, 취급액 규모별 종사자수

구 모		종사자수 (명)	구성비 (%)
종사자수	1 ~ 4인	6,880	20.0
	5 ~ 9인	6,441	18.7
	10 ~ 49인	12,134	35.2
	50 ~ 99인	3,616	10.5
	100인이상	5,367	15.6
취급액	1억원미만	4,276	12.4
	1 ~ 10억원미만	9,351	27.2
	10 ~ 100억원미만	11,744	34.1
	100억원이상	9,067	26.3
전체		34,438	100.0

종사자 규모별로 살펴보면, 사업체수는 10~49인이 12,134명 35.2%로 가장 많았고, 1~4인이 6,880명 20.0%, 5~9인이 6,441명 18.7%의 순이었다.

취급액 규모별로는 10~100억원 미만이 11,744명 34.1%로 가장 많은 비중을 차지했다.

〈표 7-2〉 연령별 종사자수

지 역	24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	1,208	75.8	6,639	90.6	7,593	93.7	6,523	92.5	9,527	92.0	31,490	91.4
비정규직	385	24.2	692	9.4	507	6.3	532	7.5	832	8.0	2,948	8.6
합계	1,593	100.0	7,331	100.0	8,100	100.0	7,055	100.0	10,359	100.0	34,438	100.0

연령별로는 정규직 중 40세 이상 종사자가 9,527명으로 가장 많으며, 24세 이하가 1,208명으로 가장 적게 나타났다.



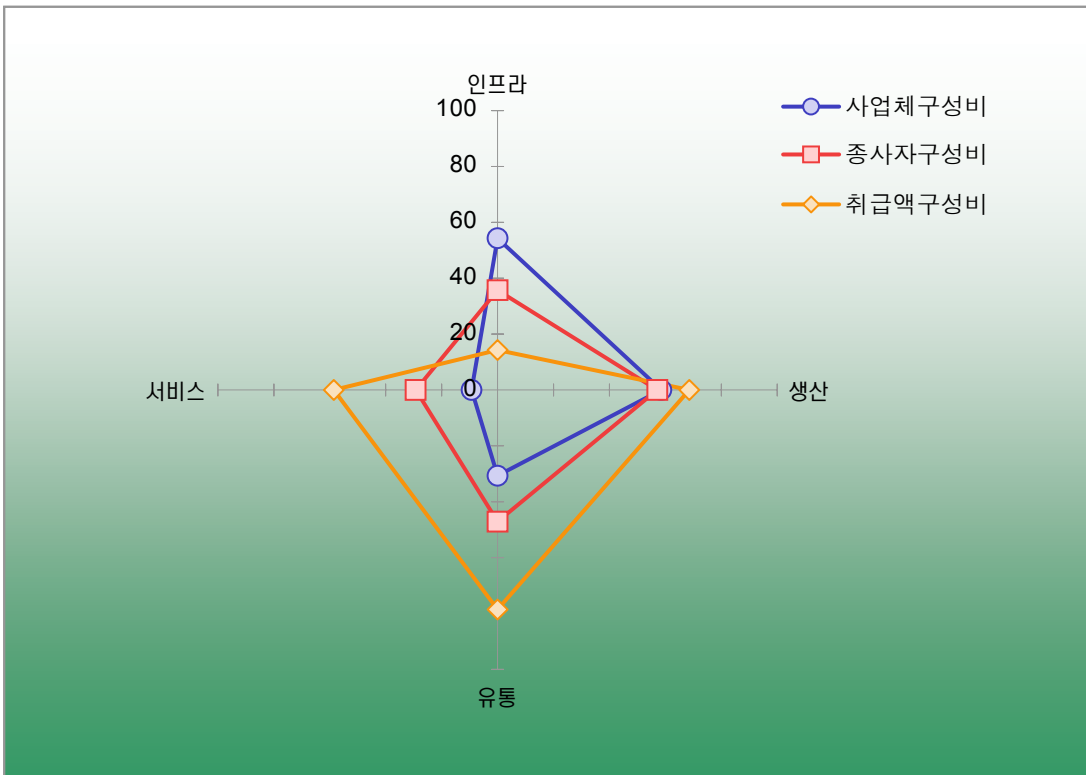
〈표 8〉 가치사슬별 광고업체 현황

가치사슬	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
인프라	2,727	54.4	1,473,218	14.3	540
생산	2,925	58.4	7,049,556	68.3	2,410
유통	1,546	30.9	8,093,372	78.4	5,235
서비스	471	9.4	6,078,589	58.9	12,906
전체	5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

\* 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 2,727개 54.4%를 차지하고 있으며, 생산산업(광고제작업, CM, 영상, 카피, 그래픽, 온라인 제작 등)으로 분류할 수 있는 사업체가 2,925개 58.4%, 유통산업(광고대행·매체대행, 광고기획·전략대행, 온라인 대행 등)을 하는 사업체는 1,546개 30.9%, 서비스산업(리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design 등)을 하는 사업체는 471개 9.4%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	2,361	47.1	1,546,324	15.0	655
생산	1,662	33.2	2,132,740	20.7	1,283
유통	794	15.8	4,454,088	43.1	5,610
서비스	194	3.9	2,190,020	21.2	11,289
전체	5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

〈표 9〉 가치사슬별 광고업체 종사자 현황

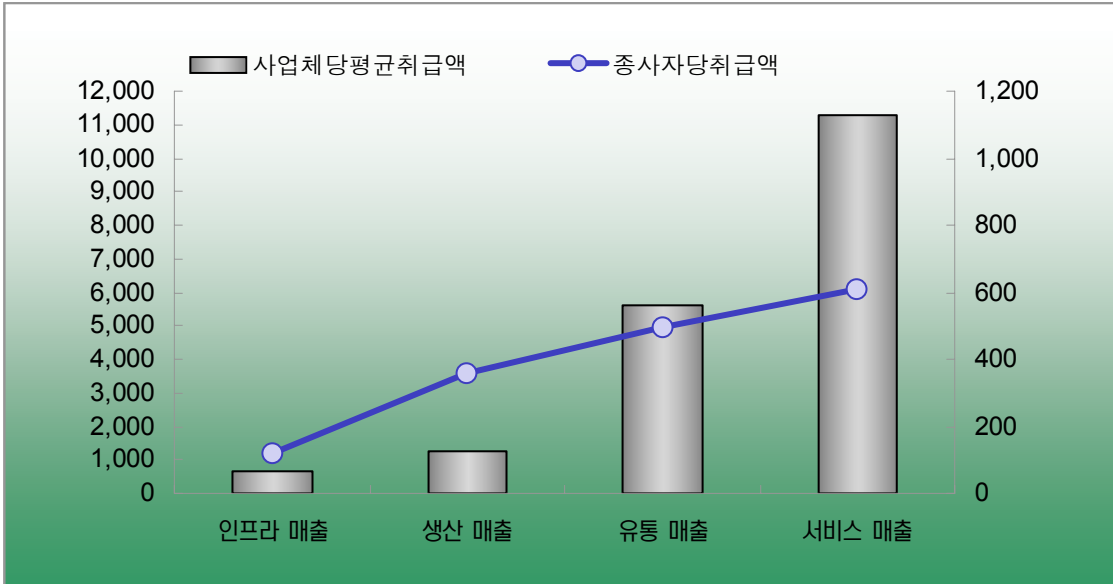
가치사슬	종사자수 (명)*	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
인프라	12,267	35.6	4	120	10
생산	19,557	56.8	7	360	9
유통	16,255	47.2	11	498	8
서비스	10,014	29.1	21	607	8
전체	34,438	100.0	7	300	9

※ 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 20.6억원, 사업체당 평균 종사자수는 7명이었다. 종사자당 평균 취급액 3.0억원을 기준으로 보면, 인프라를 제외한 나머지 가치사슬별 종사자당 취급액은 전체 평균 취급액 보다 높은 것으로 나타났다.

〈그림 7〉 가치사슬별 분포



○ 수출 및 수입

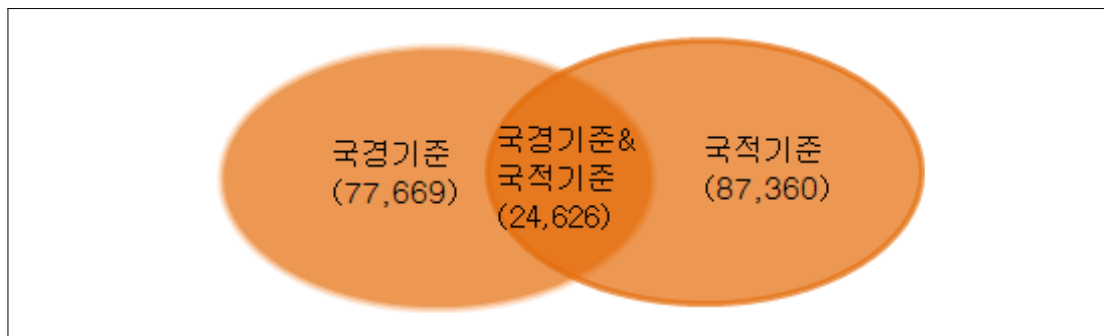
	수출 (백만원)		수입 (백만원)	
	국경기준	77,669		1,262
국적기준	직접수출	24,626	직접수입	8,876
	자회사수입(revenue)	62,734	자회사수입(revenue)	843,481
	전체	87,360	전체	852,357
	(기업내거래)	3,715,817	(기업내거래)	1,010,826

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 776.6억원이며, 수입액은 12.6억원 이상으로 집계된다.

- 국적기준 수출수입 : 광고회사의 소재지와 관계없이 광고회사의 국적이 한국인지 외국인지로 구분하여 집계하는 개념이다. 수출은 직접수출과 한국국적 자회사에 의한 해외 판매의 합계로 구성할 수 있으며, 수입은 직접수입과 외국국적 자회사의 국내 판매의 합계로 구성할 수 있다. 국적기준 광고업 수출액은 874억원이며, 수입액은 8,524억원이다.

광고산업 수출액



○ 광고경기체감도

		평균광고경기체감도			광고경기전망지수*
		2011년 상반기	2011년 하반기	2012년 예상	2012년
종사자수	1 ~ 4인	59	59	61	106.4
	5 ~ 9인	58	60	64	113.5
	10 ~ 49인	64	65	68	106.5
	50 ~ 99인	75	76	78	103.5
	100인이상	77	77	78	101.8
취급액	1억원미만	61	60	62	104.3
	1 ~ 10억원미만	56	58	61	110.7
	10 ~ 100억원미만	61	63	66	109.3
	100억원이상	73	72	73	102.3
전체		59	60	62	107.6

\* 2011년 상반기와 2011년 하반기를 취급액 기준으로 가중평균한 광고경기체감도 대비 2012년 예상광고경기체감도임. 100을 기준으로 그 이상은 광고경기가 좋아질 것으로 예상하고, 100미만은 광고경기가 나빠질 것으로 예상한다고 해석함.

광고경기체감도를 100점 만점의 점수로 평가한 결과, 2011년 상반기는 59점, 하반기는 60점으로 체감경기가 좋아질 것으로 나타났으며, 2012년 예상점수는 62점으로 2011년 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 2012년 경기전망을 낙관적으로 보고 있으며, 그 중 종사자수가

5~9인 기업과 취급액이 1~10억원 미만인 기업이 상대적으로 더욱 낙관적으로 보고 있는 것으로 나타났다.

취급액 규모별 예상 광고경기체감도(광고경기전망지수)



# I

## 조사개요

### 1. 2011 광고산업통계 조사 방향

2011 광고산업통계조사는 통계청 승인통계로서 2010년에 이어 7회째 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 2010년 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 실시관리를 통하여 조사오차를 최소화하였다. 철저한 조사원 교육을 통하여 조사자나

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

## □ 광고 산업 업종의 확장

광고산업은 매체의 발달과 함께 그 영역이 계속 확장되고 있어 기존의 표준산업분류 방식으로는 광고산업 통계량을 실제적으로 파악하기 어렵다. 2010년에 이어 2011년 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, 제7회 조사

## 3. 조사대상 및 규모

2011 광고산업통계조사는 전년도 조사와 동일하게 광고회사 전수조사를 실시하고, 주요 301개 광고주를 추가 조사하여 검증자료로 활용하였다.

자료출처	확보리스트	최종리스트
2010 광고산업통계	7,186	5,011
2009년 전국사업체 조사	6,320	
2011년 광고산업업체(상공회의소, 매경 및 광고연감 자료)	2,148	
<b>총 계</b>	<b>15,654</b>	

금년에는 광고업체에 대한 모집단을 정확하게 파악하기 위하여, 전년도 광고업체, 2009년 전국사업체 조사(통계청), 매경, 상공회의소 및 광고연감 등에 분류된 광고업체를 대상으로 사전 광고업체 정보확인 조사를 통해서, 비대상, 휴폐업, 중복 등을 제거하여 최종 5,011개 사업체를 조사대상 리스트로 확정하였다.

## 4. 조사시기

본조사 2011년 6월 23일 ~ 9월 9일

보완조사 2011년 9월 9일 ~ 9월 30일

## 5. 조사내용

광고업체 조사와 광고주조사로 구분

표 1-1 >> 광고업체용

구분		조사내용
일반적 현황	사업체정보	사업체명, 홈페이지, 전화번호, 팩스번호, 주소, 사업자등록번호, 설립일자, 법인등록번호, 벤처기업지정여부, 자본금, 기업형태, 본사유무
	응답자정보	부서명, 성명, 전화번호, 팩스번호, 이메일 주소
	대표자정보	대표자 성명, 출생년도, 최종학력, 경영형태
사업체 현황	해당업종구분	광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타 구분
	전체 취급액	광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타 구분
	사무실 규모	평형
	기술보유율	소프트웨어 부문, 촬영장비, 편집장비, 기타
고용현황	전체 종사자수	정규직/비정규직
	성별 종사자수	남자/여자, 정규직/비정규직
	연령별 종사자수	24세 이하/25-29세/30-34세/35-39세/40세 이상, 정규직/비정규직
	학력별 종사자수	고졸 이하/전문대졸/대졸/대학원졸 이상, 정규직/비정규직
	직급/직종별 종사자수	임원/국장/부장/실장/차장/과장/대리/사원 AE/디자이너/CW/PD/매체/SP/PR/마케팅조사/인터랙티브/전산/관리
	온라인 모바일분야 종사자수	남자/여자
	외국인 종사자수	AE/디자이너/CW/PD/매체/SP/PR/마케팅조사/인터랙티브/전산/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 1-2 &gt;&gt; 광고주용

구분		조사내용
일반적 현황	사업체정보	사업체명, 홈페이지, 전화번호, 팩스번호, 주소, 사업자등록번호 설립일자, 법인등록번호, 전체종사자수, 기업형태, 분사유무
	응답자정보	부서명, 성명, 전화번호, 팩스번호, 이메일 주소
사업체 현황	해당업종구분	기초재/ 식품/ 음료 및 기호식품/ 제약 및 의료/ 화장품 및 보건용품/ 출판/ 패션/ 산업기기/ 정밀기기 및 사무기기/ 가정용 전기전자/ 컴퓨터 및 정보통신/ 수송기기/ 가정용품/ 화학공업/ 건설·건축 및 부동산/ 유통/ 금융·보험 및 증권/ 서비스/ 관공서 및 단체/ 교육 및 복지후생
	광고집행비	광고대행사 거래/매체사 거래 TV/라디오/신문/잡지/케이블/DMB/온라인/모바일/옥외/기타
	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·건축 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 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. 문에서 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 2010년 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

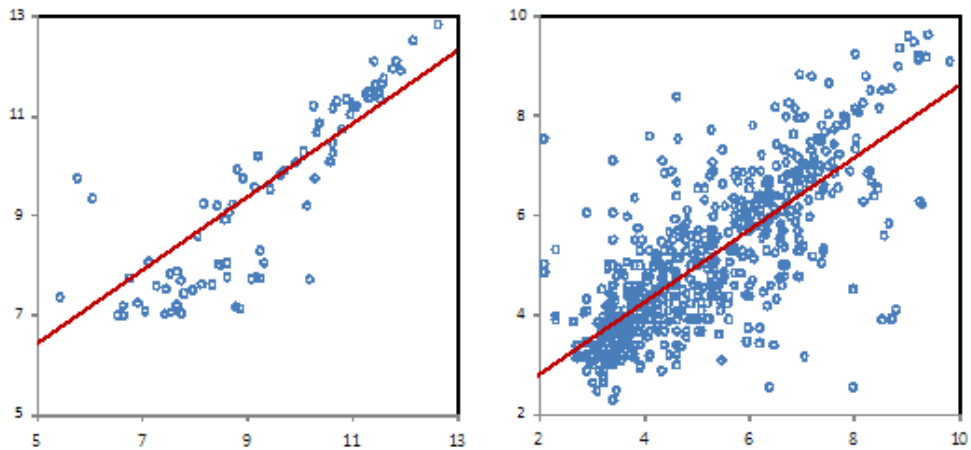
### (1) 전체 매출액

- 전년도 매출액이 있는 경우

전년도와 금년도의 전체 매출액 자료에 대한 관계식을 대형업체(88개)와 일반업체(659개)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 = 2.76676 + 0.73281 × 전년도 로그 매출액

일반업체 : 금년도 로그 매출액 = 1.36091 + 0.72332 × 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.

$$A \text{ 업종 매출액}_i = \text{전체 매출액}_i \times A \text{ 업종에 해당하는 업체들의 A 업종 매출액 비중}$$

### (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.

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

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.

$$\text{세부 매출액}_i = A \text{ 업종 매출액}_i \times A \text{ 업종에 해당하는 업체들의 세부 매출액 비중}$$

## 2) 종사자수

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

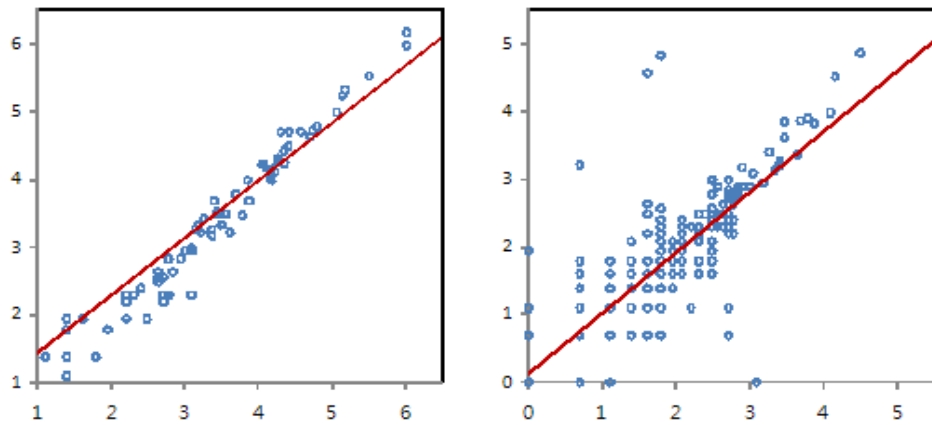
### (1) 전체 종사자수

- 전년도 종사자수가 있는 경우

전년도와 금년도의 전체 종사자수 자료에 대한 관계식을 대형업체(72개)와 일반업체(552개)로 구분하여 유도하였다. 전년도 종사자수의 로그(log)값을 설명변수로, 금년도 종사자수의 로그값을 반응변수로 설정한 회귀모형으로 관계식을 가정하며 추정된 회귀식은 다음과 같다.

$$\text{대형업체 : 금년도 로그 종사자수} = 0.59729 + 0.84311 \times \text{전년도 로그 종사자수}$$

$$\text{일반업체 : 금년도 로그 종사자수} = 0.12654 + 0.89180 \times \text{전년도 로그 종사자수}$$



(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 추정된 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.

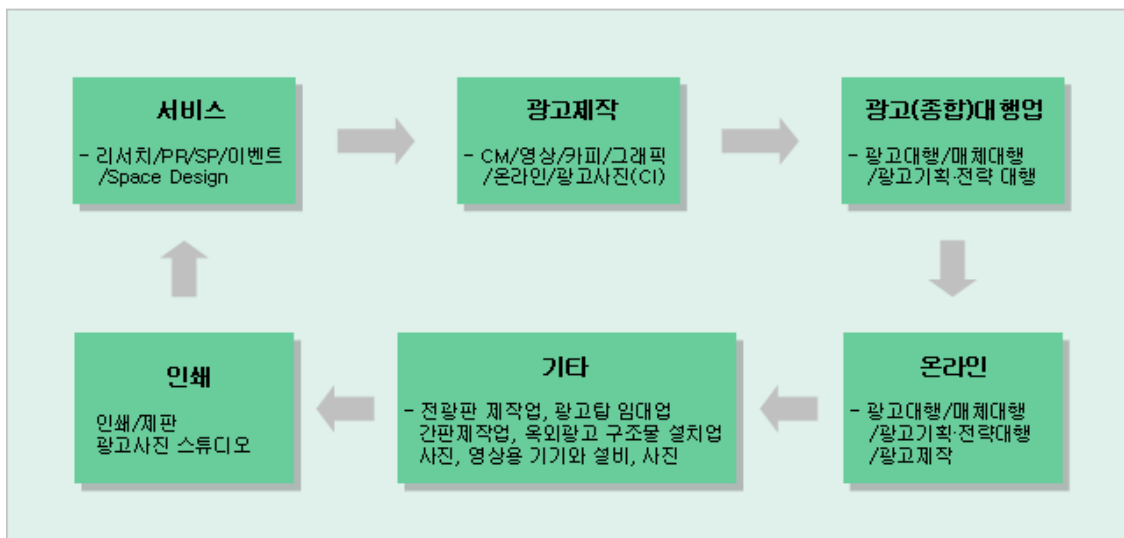


그림 11-2 >> 광고산업의 서비스형태별 분류

### ○ 취급액

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

### ○ 고용현황구분

· 형태별 구분 - 정규직 편중, 보통, 비정규직 편중.

정규직수를 전체종사자수로 나눈 비율의 평균과 표준편차를 구한 후

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

성별 - 남성편중, 보통, 여성편중

남성을 전체종사자수로 나눈 비율의 평균과 표준편차를 구한 후

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

연령별 - 젊은층 편중, 보통, 나이든층 편중

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

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

학력별 - 저학력 편중, 보통, 고학력 편중

$[(\text{고졸이하} + \text{전문대졸} \times 2 + \text{대졸} \times 3 + \text{대학원졸} \times 4)/\text{전체}]$ 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 =  $(\text{기존고객수} - \text{이탈광고주수})/\text{기존고객수} \times 100$



○ 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 : 2011년 상반기 대비 하반기 체감도 증가  
(또는 2011년 하반기 대비 2012년 예상 체감도 증가)
- 감소 : 2011년 상반기 대비 하반기 체감도 감소  
(또는 2011년 하반기 대비 2012년 예상 체감도 감소)

경기체감격차지수 = 증가사업체수/감소사업체수

○ 광고경기전망지수

취급액으로 가중 평균한 2011년 광고경기체감도 대비 2012년 예상 체감도

$$\text{광고경기전망지수} = \frac{\text{2012년 예상 체감도}}{\text{2011년 상반기 체감도} \times \left(\frac{3036}{6374}\right) + \text{2011년 하반기 체감도} \times \left(\frac{3338}{6374}\right)}$$

- 100초과 : 2012년 광고경기는 2011년 보다 좋아질 것이라 예상함
- 100 : 2012년 광고경기는 2011년과 같을 것이라 예상함
- 100미만 : 2012년 광고경기는 2011년 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	1,538	30.7	6,140,875	59.4	3,993
광고제작	1,127	22.5	945,362	9.2	839
서비스	471	9.4	1,337,063	13.0	2,839
인쇄	2,340	46.7	549,515	5.3	235
온라인	360	7.2	889,493	8.6	2,471
기타	2,153	43.0	460,864	4.5	214
전체	5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

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

2010년 광고산업 취급액 기준 전체규모는 10조 3,232억원으로 나타났다.

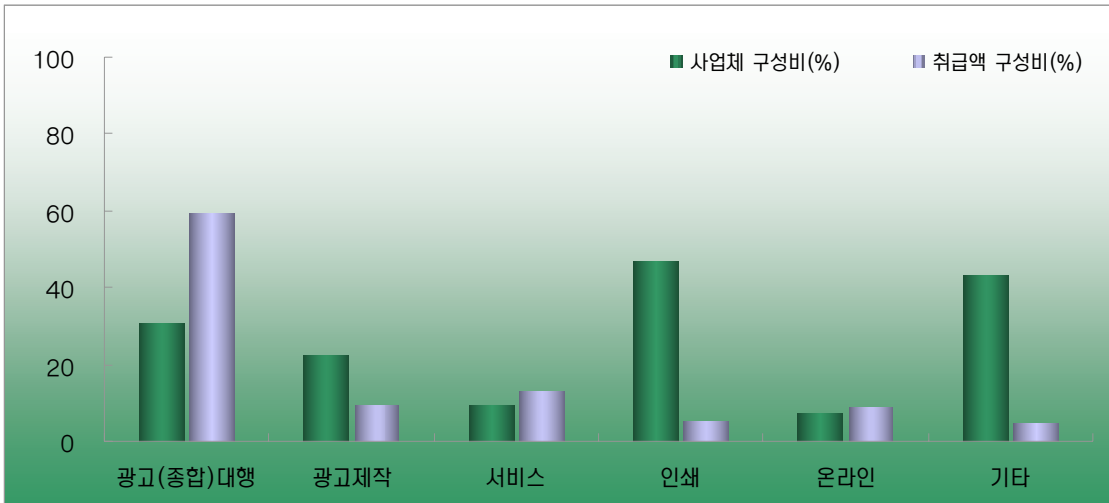
사업체수를 업종별로 구분하면 인쇄업종이 2,340개 46.7%로 가장 높게 나타났고, 기타 2,153개 43.0%, 광고(종합)대행 1,538개 30.7%, 광고제작 1,127개 22.5%, 서비스 471개 9.4%, 온라인 360개 7.2% 순으로 나타났다.

취급액을 업종별로 구분하면 광고(종합)대행이 6조 1,409억원 59.4%로 가장 높게 나타났고, 서비스 1조 3,371억원 13.0%, 광고제작 9,454억원 9.2%, 온라인 8,895억원 8.6%, 인쇄 5,495억원 5.3%, 기타 4,609억원 4.5%의 순으로 나타났다.

사업체수를 고려한 취급액 비교를 위해 사업체당 평균취급액을 살펴보면, 전체 사업체당 평균취급액은 20.6억 원이며, 업종별로 구분하면 광고(종합)대행업 서비스가 39.9억원으로 가장 높고, 서비스 28.4억원, 온라인 24.7억원, 광고제작 8.4억원, 인쇄 2.4억원, 기타 2.1억원의 순으로 나타났다.

사업체수 구성비와 취급액 구성비로 다시 설명하면, 광고(종합)대행을 하는 업체는 1,538개 30.7%이지만 취급액은 6조 1,409억원으로 59.4%를 차지하고, 인쇄는 2,340개 46.7%로 가장 많지만 취급액은 5,495억원 5.3% 밖에 되지 않는 것으로 나타났다.

그림 1-1-1 >> 광고업종별 취급액



광고(종합)대행은 사업체 1,538개 30.7%, 취급액 6조 1,409억원 59.4%, 광고제작은 사업체 1,127개 22.5%, 취급액 9,454억원 9.2%, 서비스는 사업체 471개 9.4%, 취급액 1조 3,371억원 13.0%, 인쇄는 사업체 2,340개 46.7%, 취급액 5,495억원 5.3%, 온라인은 사업체 360개 7.2%, 취급액 8,895억원 8.6%, 기타는 사업체 2,153개 43.0%, 취급액 4,609억원 4.5%로 나타났다.

표 1-1-1-1 >> 광고업종별 취급액(주력업종에 따른 분류)

업종	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	1,538	30.7	8,088,735	78.4	5,259
광고제작	649	13.0	257,507	2.5	397
서비스	166	3.3	429,014	4.2	2,584
인쇄	1,660	33.1	489,681	4.7	295
온라인	141	2.8	745,625	7.2	5,288
기타	855	17.1	312,610	3.0	366
전체	5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

표 1-1-2 >> 지역별 전체 업종 취업액

	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)	
지역	서울	2,541	50.7	9,749,302	94.6	3,837
	부산	205	4.1	74,230	0.7	362
	대구	317	6.3	64,612	0.6	204
	광주	491	9.8	38,915	0.4	79
	대전	311	6.2	49,942	0.5	161
	인천	104	2.1	23,980	0.2	231
	울산	68	1.4	16,051	0.2	236
	경기도	500	10.0	226,899	2.2	454
	강원도	87	1.7	11,980	0.1	138
	충청북도	30	0.6	1,317	0.0	44
	충청남도	32	0.6	10,553	0.1	330
	전라북도	123	2.5	31,629	0.3	257
	전라남도	11	0.2	1,216	0.0	111
	경상북도	45	0.9	3,302	0.0	73
	경상남도	115	2.3	14,873	0.1	129
	제주도	31	0.6	4,371	0.0	141
	전체	5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 2,541개 50.7%로 가장 높게 나타났고, 경기도 500개 10.0%, 광주 491개 9.8%, 대구 317개 6.3%, 대전 311개 6.2%, 부산 205개 4.1%, 전라북도 123개 2.5%, 경상남도 115개 2.3%의 순으로 나타났다.

지역별로 취업액은 서울이 9조 7,493억원 94.6%로 월등하게 높게 나타났고, 경기도 2,269억원 2.2%, 부산 742억원 0.7%, 대구 646억원 0.6%, 대전 499억원 0.5%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 38.4억원, 경기도 4.5억원, 부산 3.6억원, 충청남도 3.3억원, 전라북도 2.6억원, 울산 2.4억원의 순으로 높게 나타났다.

1.1.1. 광고(종합)대행

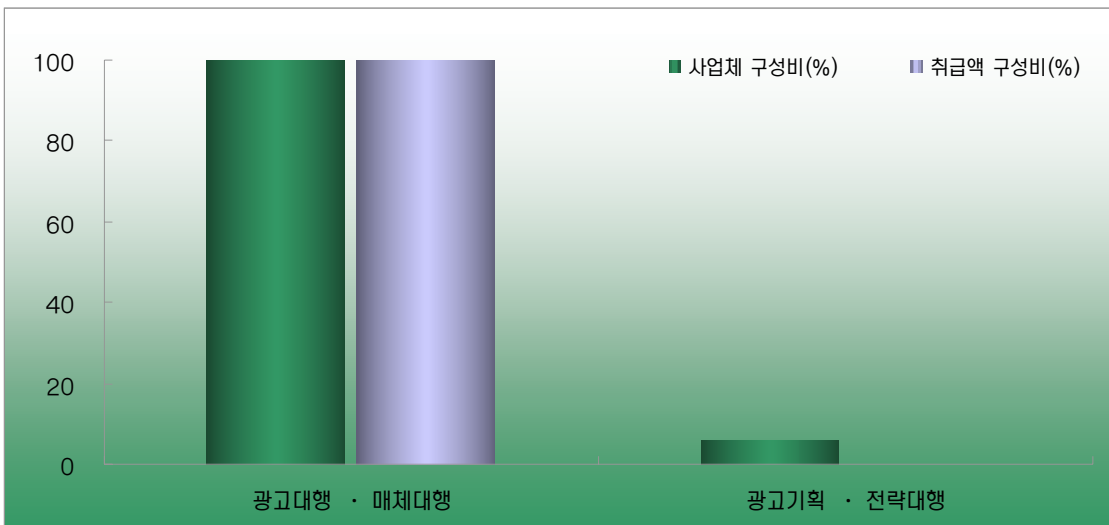
표 1-1-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액

세부업종	사업체수 (개소) *	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고대행 · 매체대행	1,538	100.0	6,132,714	99.9	3,987
광고기획 · 전략대행	91	5.9	8,162	0.1	90
전체	1,538	100.0	6,140,876	100.0	3,993

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

광고(종합)대행업을 하는 사업체수는 1,538개, 총 취급액은 6조 1,409억원, 평균취급액은 39.9억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 30.7%, 취급액 78.4%이며, 평균취급액은 전체평균보다 1.9배 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 1,538개 100.0%로 대부분을 차지하며, 광고기획·전략대행은 91개 5.9%를 차지한다. 취급액은 광고대행·매체대행이 6조 1,327억원 99.9%로 대부분을 차지하는 것으로 나타났고, 광고기획 · 전략대행은 81,6억원 0.1%로 나타났다. 사업체당 평균 취급액은, 광고대행 · 매체대행은 39.9억원으로 광고업 평균 보다는 약 1.9배 정도 높게 나타났으며, 광고기획 · 전략대행은 0.9억원으로 상대적으로 매우 작게 나타났다.

표 1-1-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	1,000	65.0	5,893,837	96.0	5,894
	부산	119	7.7	37,651	0.6	316
	대구	39	2.5	13,777	0.2	353
	광주	14	0.9	4,277	0.1	306
	대전	52	3.4	8,840	0.1	170
	인천	18	1.2	15,489	0.3	861
	울산	59	3.8	7,859	0.1	133
	경기도	122	8.0	132,627	2.2	1,078
	강원도	11	0.7	1,142	0.0	104
	충청북도	0	0.0	0	0.0	0
	충청남도	14	0.9	3,996	0.1	285
	전라북도	51	3.3	7,036	0.1	138
	전라남도	11	0.7	1,044	0.0	95
	경상북도	1	0.1	1,199	0.0	1,199
	경상남도	9	0.6	10,350	0.2	1,150
제주도	18	1.2	1,752	0.0	97	
전체		1,538	100.0	6,140,876	100.0	3,993

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,000개 65.0%로 가장 높게 나타났고, 경기도 122개 8.0%, 부산 119개 7.7%, 울산 59개 3.8%, 대전 52개 3.4%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 5조 8,938억원 96.0%로 월등하게 높게 나타났고, 경기도 1,326억원 2.2%, 부산 377억원 0.6%, 인천 155억원 0.3%, 대구 138억원 0.2%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 58.9억원, 경상북도 12.0억원, 경상남도 11.5억원, 경기도 10.8억원, 인천 8.6억원, 대구 3.5억원의 순으로 높게 나타났다.

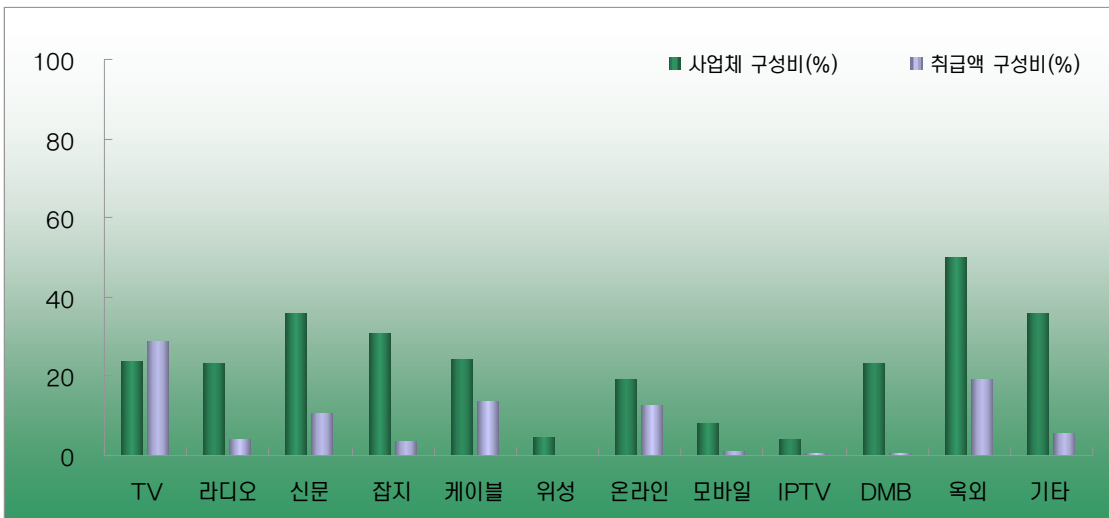
표 1-1-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액

		사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
4대매체	TV	403	23.8	2,004,138	28.6	4,973
	라디오	395	23.3	269,037	3.8	681
	신문	611	36.0	755,458	10.8	1,236
	잡지	520	30.7	249,200	3.6	479
뉴미디어	케이블	409	24.1	956,061	13.6	2,338
	위성	80	4.7	3,740	0.1	47
	온라인	324	19.1	883,589	12.6	2,727
	모바일	136	8.0	81,799	1.2	601
	IPTV	72	4.2	24,050	0.3	334
	DMB	397	23.4	44,389	0.6	112
옥외	847	50.0	1,350,052	19.2	1,594	
기타	608	35.9	394,790	5.6	649	
전체		1,695	100.0	7,016,303	100.0	4,139

\* 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 7조 163억원을 매체별로 구분하면, 사업체수는 옥외광고업을 하는 사업체가 847개 50.0%로 가장 많고, 신문 611개 36.0%, 기타 608개 35.9%의 순으로 나타났다. 취급액은 TV 대행 취급액이 2조 41억원 28.6%로 가장 높으며, 옥외광고업 1조 3,501억원 19.2%, 케이블 9,561억원 13.6% 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 2,778억원으로 전체의 46.7%를 차지하며, 뉴미디어(케이블, 위성, 온라인, 모바일, DMB) 취급액은 1조 9,936억원 28.4%, 옥외광고 1조 3,501억원 19.2%, 기타 3,948억원 5.6%로 나눌 수 있다. 4대 매체 중 TV는 사업체 403개 23.8%, 취급액 2조 41억원 28.6%, 라디오는 사업체 395개 23.3%, 취급액 2,690억원 3.8%, 신문은 사업체 611개 36.0%, 취급액 7,555억원 10.8%, 잡지는 사업체 520개 30.7%, 취급액 2,492억원 3.6%로 나타났다.

뉴미디어 중 케이블은 사업체 409개 24.1%, 취급액 9,561억원 13.6%, 위성은 사업체 80개 4.7%, 취급액 37억원, 온라인은 사업체 324개 19.1%, 취급액 8,836억원 12.6%, 모바일은 사업체 136개 8.0%, 취급액 818억원 1.2%, DMB는 사업체 397개 23.4%, 취급액 444억원으로 나타났고, 옥외는 사업체 847개 50.0%, 취급액 1조 3,501억원 19.2%, 기타는 사업체 608개 35.9%, 취급액 3,948억원 5.6%로 나타났다.

표 1-1-6 >> 지역별 광고대행·매체대행 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	1,137	67.1	6,761,590	96.5	5,947
	부산	131	7.7	39,238	0.6	300
	대구	39	2.3	14,865	0.2	381
	광주	14	0.8	4,309	0.1	308
	대전	52	3.1	10,498	0.1	202
	인천	21	1.2	15,981	0.2	761
	울산	59	3.5	7,873	0.1	133
	경기도	129	7.6	134,608	1.9	1,043
	강원도	11	0.6	1,141	0.0	104
	충청북도	0	0.0	0	0.0	0
	충청남도	14	0.8	3,996	0.1	285
	전라북도	51	3.0	7,365	0.1	144
	전라남도	11	0.6	1,055	0.0	96
	경상북도	1	0.1	1,681	0.0	1,681
	경상남도	9	0.5	10,351	0.1	1,150
	제주도	18	1.1	1,752	0.0	97
전체		1,695	100.0	7,016,303	100.0	4,139

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,137개 67.1%로 가장 높게 나타났고, 부산 131개 7.7%, 부산 131개 7.7%, 경기도 129개 7.6%, 울산 59개 3.5%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 6조 7,616억원 96.5%로 월등하게 높게 나타났고, 경기도 1,346억원 1.9%, 부산 392억원 0.6%, 인천 160억원 0.2%, 대구 149억원 0.2%, 대전 105억원 0.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 59.5억원, 경상북도 16.8억원, 경상남도 11.5억원, 경기도 10.4억원, 인천 7.6억원, 대구 3.8억원의 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	743	65.9	901,744	95.4	1,214
온라인제작	252	22.4	15,964	1.7	63
광고사진스튜디오	239	21.2	5,168	0.5	22
CI	709	62.9	22,486	2.4	32
전체	1,127	100.0	945,362	100.0	839

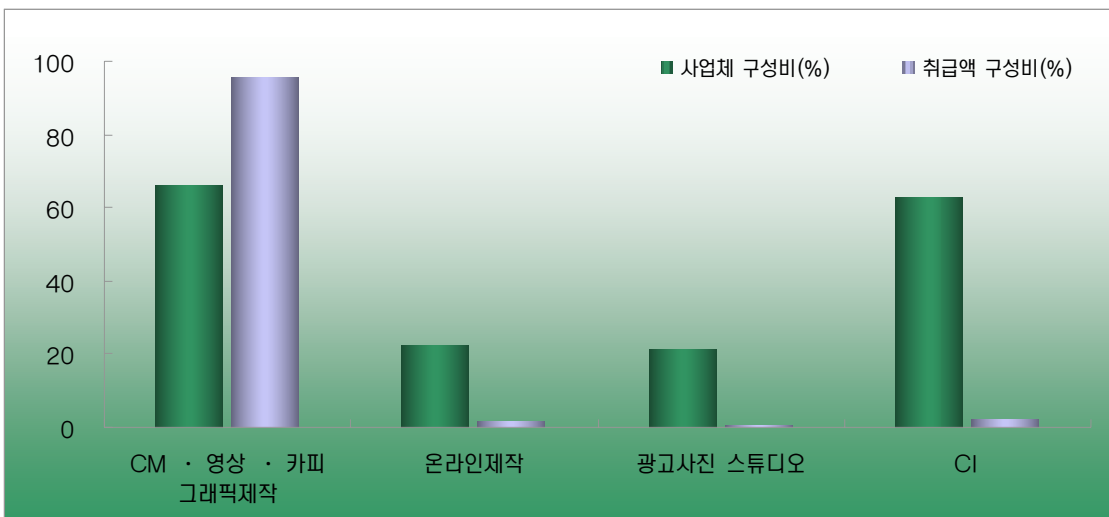
\* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

광고제작업을 하는 사업체수는 1,127개, 총 취급액은 9,454억원, 평균취급액은 8.4억원으로 나타났다.

광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 22.5%, 취급액 9.2%이며, 평균취급액은 전체평균 20.6억원보다 낮은 8.4억원 수준을 보이고 있다.

광고제작업을 4개 세부업종(CM·영상·카피·그래픽제작, 온라인제작, 광고사진 스튜디오, CI)으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 CM·영상·카피·그래픽제작을 하는 사업체가 743개 65.9%로 가장 많으며, 취급액을 기준으로 보면 CM·영상·카피·그래픽제작의 비중이 더욱 높아져 9,017억원 95.4%로 대부분을 차지한다. 사업체당 평균 취급액 역시 CM·영상·카피·그래픽제작 업종이 12.1억원으로 가장 높다.

그림 1-1-4 >> 광고제작 업종별 취급액



CM·영상·카피·그래픽제작은 사업체 743개 65.9%, 취급액 9,017억원 95.4%, 온라인제작은 사업체 252개 22.4%, 취급액 160억원 1.7%, 광고사진 스튜디오는 사업체 239개 21.2%, 취급액 52억원 0.5%, CI는 사업체 709개 62.9%, 취급액 225억원 2.4%로 나타났다.

표 1-1-8 >> 지역별 광고제작업 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	543	48.1	904,341	95.8	1,665
	부산	65	5.8	7,914	0.8	122
	대구	23	2.0	2,792	0.3	121
	광주	177	15.7	3,043	0.3	17
	대전	28	2.5	1,936	0.2	69
	인천	2	0.2	1,212	0.1	606
	울산	57	5.1	2,079	0.2	36
	경기도	74	6.6	19,204	2.0	260
	강원도	5	0.4	333	0.0	67
	충청북도	0	0.0	0	0.0	0
	충청남도	4	0.4	488	0.1	122
	전라북도	54	4.8	1,130	0.1	21
	전라남도	2	0.2	32	0.0	16
	경상북도	11	1.0	155	0.0	14
	경상남도	76	6.7	576	0.1	8
제주도	6	0.5	127	0.0	21	
전체	1,127	100.0	945,362	100.0	839	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 543개 48.1%로 가장 높게 나타났고, 광주 177개 15.7%, 경상남도 76개 6.7%, 경기도 74개 6.6%, 부산 65개 5.8%, 울산 57개 5.1%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 9,043억원 95.8%로 월등하게 높게 나타났고, 경기도 192억원 2.0%, 부산 79억원 0.8%, 광주 30억원 0.3%, 대구 28억 0.3%, 울산 21억원 0.2%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 16.7억원, 인천 6.1억원, 경기도 2.6억원, 부산, 대구, 충청남도 각 1.2억원, 대전, 강원도 각 0.7억원의 순으로 나타났다.

표 1-1-9 >> 광고제작 외주 및 원자재 구입 비용

세부업종	전체 (백만원)	대형업체 (백만원)	일반업체 (백만원)
CM·영상·카피·그래픽제작	38,909	17,760	21,149
온라인제작	4,810	0	4,810
광고사진 스튜디오	2,277	0	2,277
CI	18,046	546	17,500
전체	64,042	18,306	45,736

광고제작업의 외주 및 원자재 구입비용은 전체 640억원으로 집계 되었으며, 그 중 CM·영상·카피·그래픽제작 부분이 389억원 60.8%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 CI 부분이 180억원 28.2%로 나타났다.

외주 및 원자재 구입비용 중 183억원 28.6%는 대형업체에서 지출한 비용이며, 71.4%는 일반업체에서 지출된 것으로 나타났다.

표 1-1-10 >> 광고제작 편수

세부업종	전체 (개)	대형업체 (개)	일반업체 (개)
CM·영상·카피·그래픽제작	12,680	355	12,325
온라인제작	14,870	33	14,837
광고사진 스튜디오	2,731	0	2,731
CI	7,807	11	7,796
전체	38,088	399	37,689

광고제작 편수는 전체 38,088개로 집계되었으며, 온라인제작이 14,870개 39.0%, CM·영상·카피·그래픽제작이 12,680개 33.3%로 가장 많았으며, CI가 7,807개 20.5%, 광고사진 스튜디오가 2,790개 7.2%의 순으로 나타났다.

그중 대형업체의 제작편수는 399개 1.0%를 차지하고 있으며, 일반업체는 37,689개 99.0%의 비중을 차지하고 있다.

대형업체는 CM·영상·카피·그래픽제작이 355개 89.0%로 가장 높았으며, 다음으로 온라인제작 33개 8.3%로 나타났다. 일반업체는 온라인제작이 14,837개 39.4%로 가장 높게 나타났으며, CM·영상·카피·그래픽제작이 12,325개 32.7%, CI가 7,796개 20.7%, 광고사진 스튜디오가 2,730개 7.2% 순으로 높게 나타났다.

### 1.1.3. 서비스

표 1-1-11 >> 서비스 세부업종별 취급액

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
마케팅·리서치	196	41.6	51,738	3.9	264
PR	272	57.7	114,568	8.6	421
SP	185	39.3	883,871	66.0	4,778
이벤트	251	53.3	274,923	20.6	1,095
Space Design	142	30.1	11,963	0.9	84
전체	471	100.0	1,337,063	100.0	2,839

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

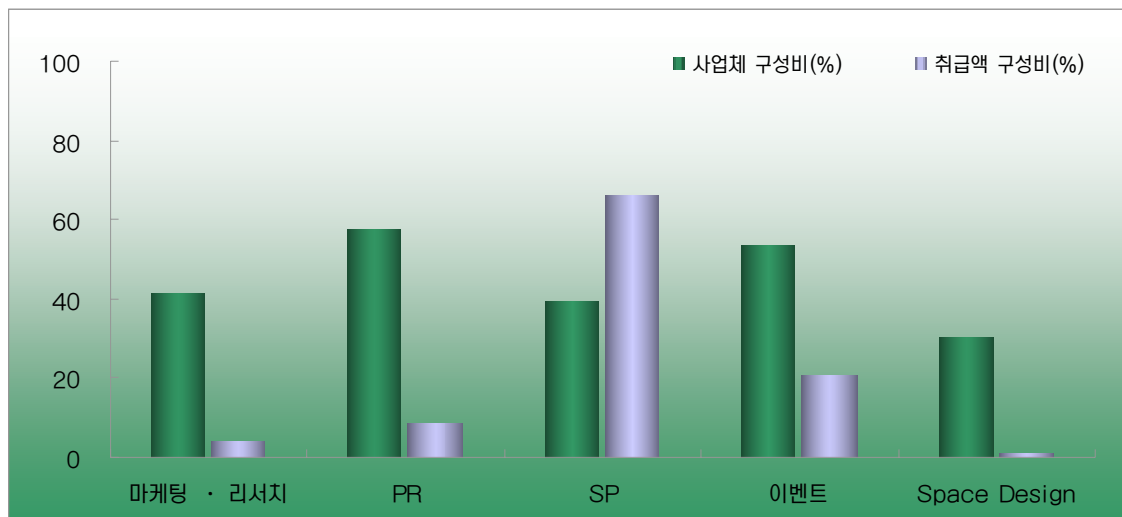
광고관련 서비스업을 하는 사업체수는 471개, 총 취급액은 1조 3,371억원, 평균취급액은 28.4억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 9.4%, 취급액 13.0%이며, 평균취급액 28.4억원으로 전체평균보

다 약 1.4배 높다.

서비스업을 5개(마케팅·리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design)의 세부업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체 수는 PR이 272개 57.7%로 가장 높게 나타났고, 이벤트업이 251개 53.3%, 마케팅·리서치 196개 41.6%, SP 185개 39.3%, Space Design 142개 30.1%의 순으로 나타났다.

취급액을 기준으로 보면, SP가 8,839억원 66.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 이벤트 2,749억원 20.6%, PR 1,146억원 8.6%, 마케팅·리서치 517억원 3.9%, Space Design 120억원 0.9%의 순으로 높게 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 SP가 47.8억원, 이벤트 11.0억원, PR 4.2억원, 마케팅·리서치 2.6억원, Space Design 0.8억원 순으로 높게 나타났다

그림 1-1-5 >> 서비스 업종별 취급액



마케팅·리서치는 사업체 196개 41.6%, 취급액 517억원 3.9%, PR은 사업체 272개 57.7%, 취급액 1,146억원 8.6%, SP는 사업체 185개 39.3%, 취급액 8,839억원 66.0%, 이벤트는 사업체 251개 53.3%, 취급액 2,749억원 20.6%, Space Design은 사업체 142개 30.1%, 취급액 120억원 0.9%로 나타났다.

표 1-1-12 >> 지역별 서비스업 취업액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	367	78.0	1,318,575	98.7	3,593
	부산	4	0.8	1,248	0.1	312
	대구	21	4.5	1,724	0.1	82
	광주	13	2.8	379	0.0	29
	대전	9	1.9	337	0.0	37
	인천	0	0.0	0	0.0	0
	울산	11	2.3	160	0.0	15
	경기도	25	5.3	10,169	0.8	407
	강원도	5	1.1	238	0.0	48
	충청북도	0	0.0	0	0.0	0
	충청남도	1	0.2	141	0.0	141
	전라북도	11	2.3	4,029	0.3	366
	전라남도	1	0.2	6	0.0	6
	경상북도	1	0.2	47	0.0	47
	경상남도	1	0.2	4	0.0	4
	제주도	1	0.2	6	0.0	6
	전체		471	100.0	1,337,063	100.0

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 367개 78.0%로 가장 높게 나타났고, 경기도 25개 5.3%, 대구 21개 4.5%, 광주 13개 2.8%, 전라북도 11개 2.3%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 1조 3,186억원 98.7%로 월등하게 높게 나타났고, 경기도 102억원 0.8%, 전라북도 40억원 0.3%, 대구 17억원 0.1%, 부산 12억원 0.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 35.9억원, 경기도 4.1억원, 전라북도 3.7억원, 부산 3.1억원, 충청남도 1.4억원의 순으로 나타났다.

### 1.1.4. 인쇄

표 1-1-13 >> 인쇄 세부업종별 취급액

세부업종	사업체수 (개소) *	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
인쇄	2,320	99.1	522,833	95.1	225
제판	332	14.2	26,682	4.9	80
전체	2,340	100.0	549,515	100.0	235

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

광고관련 인쇄업을 하는 사업체수는 2,340개, 총 취급액은 5,495억원, 평균취급액은 2.4억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 46.7%, 취급액 5.3%이며, 평균취급액은 전체평균의 약 10분의 1보다 조금 높은 수준이다.

인쇄업을 2개(인쇄, 제판)의 세부업종으로 구분하면, 사업체수는 인쇄업이 2,320개 99.1%, 제판업이 332개 14.2%이며, 취급액은 인쇄 5,228억원 95.1%, 제판 267억원 4.9%이며, 사업체당 평균 취급액은 인쇄 2.3억원, 제판 0.8억원으로 나타났다.

그림 1-1-6 >> 인쇄 업종별 취급액

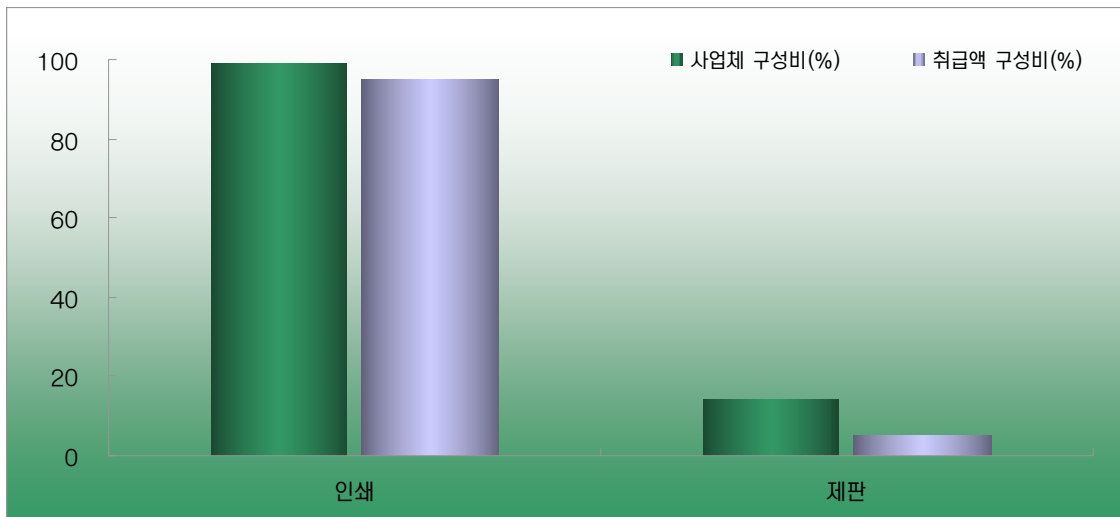


표 1-1-14 >> 지역별 인쇄업 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	950	40.5	392,571	71.3	413
	부산	79	3.4	17,510	3.2	222
	대구	226	9.7	39,863	7.3	176
	광주	340	14.5	21,673	3.9	64
	대전	258	11.0	27,889	5.1	108
	인천	37	1.6	1,073	0.2	29
	울산	33	1.4	3,780	0.7	115
	경기도	193	8.2	28,564	5.2	148
	강원도	22	1.0	1,257	0.2	57
	충청북도	13	0.6	353	0.1	27
	충청남도	25	1.1	3,118	0.6	125
	전라북도	69	2.9	8,377	1.5	121
	전라남도	3	0.1	57	0.0	19
	경상북도	20	0.9	414	0.1	21
	경상남도	56	2.4	1,495	0.3	27
	제주도	16	0.7	1,521	0.3	95
	전체		2,340	100.0	549,515	100.0

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 950개 40.5%로 가장 높게 나타났고, 광주 340개 14.5%, 대전 258개 11.0%, 대구 226개 9.7%, 경기도 193개 8.2%, 부산 79개 3.4%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 3,925억원 71.3%로 나타났고, 대구 399억원 7.3%, 경기도 286억원 5.2%, 광주 217억원 3.9%, 부산 175억원 3.2%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 4.1억원, 부산 2.2억원, 대구 1.8억원, 경기도 1.5억원, 충청남도 1.3억원, 전라북도 1.2억원의 순으로 나타났다.

### 1.1.5. 온라인

표 1-1-15 >> 온라인 업종별 취급액

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고대행	300	83.3	721,825	81.2	2,406
매체대행	112	31.1	161,764	18.2	1,444
광고기획·전략대행	10	2.8	1,924	0.2	192
광고제작	86	23.9	3,980	0.4	46
전체	360	100.0	889,493	100.0	2,471

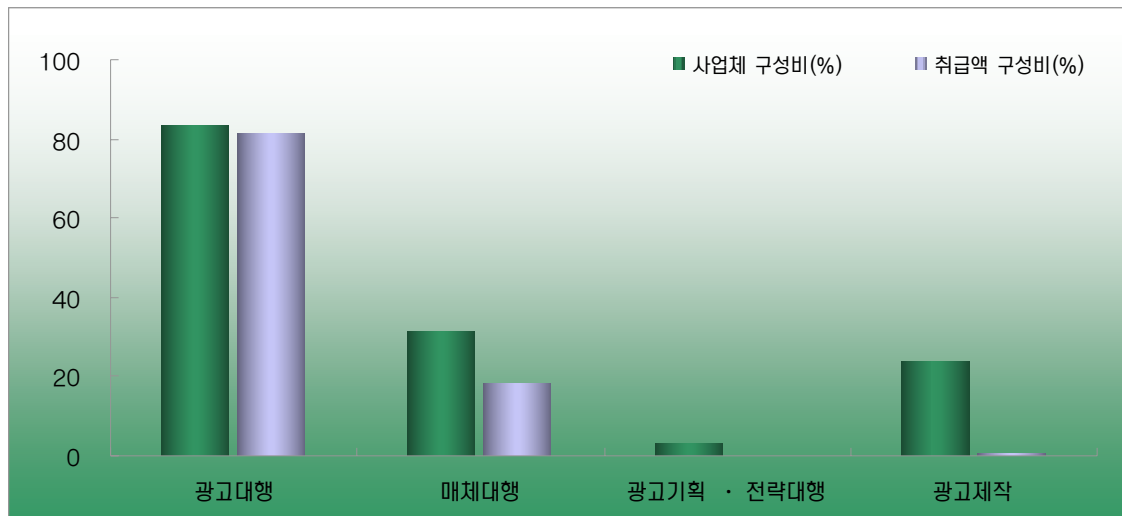
\* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

광고관련 온라인업종은 온라인 광고대행, 매체대행, 광고기획·전략대행, 광고제작 등의 업종이다. 이에 해당하는 사업체수는 360개, 총 취급액은 8,895억원, 평균취급액은 24.7억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 7.2%, 취급액 8.6%이며, 평균취급액은 전체평균 20.6억원 보다 높은 24.7억원 수준이다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고대행 300개 83.3%, 매체대행 112개 31.1%, 광고제작이 86개 23.9%, 광고기획·전략대행이 10개 2.8%로 나타났다. 취급액은 광고대행이 7,218억원 81.2%, 매체대행 1,618억원 18.2%, 광고제작 40억원 0.4%, 광고기획·전략대행 19억원 0.2%, 순으로 나타났다.

평균 취급액은 광고대행 24.1억원, 매체대행 14.4억원, 광고기획·전략대행 1.9억원, 광고제작 0.5억원 순으로 나타났다.

그림 1-1-7 >> 온라인 업종별 취급액





광고대행은 사업체 300개 83.3%, 취급액 7,218억원, 취급액 구성비 81.2%, 매체대행은 사업체 112개 31.1%, 취급액 1,618억원, 취급액 구성비 18.2%, 광고기획·전략대행은 사업체 10개 2.8%, 취급액 19억원 0.2%, 광고제작은 사업체 86개 23.9%, 취급액 40억원 0.4%로 나타났다.

표 1-1-15-1 >> 온라인 광고대행의 세부항목별 취급액

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
포털사이트	225	75.0	568,184	78.8	2,525
전문사이트	85	28.3	17,986	2.5	212
UCC사이트	71	23.7	9,418	1.3	133
언론/미디어사이트	146	48.7	60,221	8.3	412
기타	144	48.0	66,016	9.1	458
전체	300	100.0	721,825	100.0	2,406

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

온라인 광고대행업의 취급액 722억원을 매체별로 구분해 본 결과, 사업체 수는 포털사이트 대상으로 온라인광고를 취급하는 대행사가 225개로 가장 많았으며, 이어 기타 146개, 전문사이트 85개, 언론/미디어 사이트 71개 등의 순으로 나타났다.

취급액 역시 포털 대행 취급액이 5,682억원 78.8%로 가장 높으며, 이어 기타 대행 취급액이 602억원 8.3%, 전문사이트 180억원 2.5%의 순으로 나타났다.

표 1-1-15-2 >> 온라인 매체대행의 세부항목별 취급액

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
포털사이트	73	65.2	88,347	54.7	1,210
전문사이트	33	29.5	865	0.5	26
UCC사이트	0	0.0	0	0.0	0
언론/미디어사이트	73	65.2	2,619	1.6	36
기타	79	70.5	69,933	43.2	885
전체	112	100.0	161,764	100.0	1,444

\* 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 매체대행 취급액이 883억원으로 전체 온라인 매체대행 취급액의 절대 다수인 54.7%를 차지하고 있어, 온라인 매체대행은 포털 위주로 이루어지고 있음을 알 수 있다.

표 1-1-16 >> 지역별 온라인업 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	286	79.4	881,716	99.1	3,083
	부산	19	5.3	1,617	0.2	85
	대구	13	3.6	1,101	0.1	85
	광주	3	0.8	34	0.0	11
	대전	9	2.5	1,670	0.2	186
	인천	5	1.4	495	0.1	99
	울산	1	0.3	14	0.0	14
	경기도	11	3.1	2,008	0.2	183
	강원도	1	0.3	1	0.0	1
	충청북도	0	0.0	0	0.0	0
	충청남도	1	0.3	1	0.0	1
	전라북도	4	1.1	331	0.0	83
	전라남도	3	0.8	14	0.0	5
	경상북도	1	0.3	486	0.1	486
	경상남도	3	0.8	5	0.0	2
	제주도	0	0.0	0	0.0	0
	전체	360	100.0	889,493	100.0	2,471

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 286개 79.4%로 가장 높게 나타났고, 부산 19개 5.3%, 대구 13개 3.6%, 경기도 11개 3.1%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 8,817억원 99.1%로 월등히 높게 나타났고, 경기도 20억원 0.2%, 대전 17억원 0.2%, 부산 16억원 0.2%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 30.8억원, 경상북도 4.9억원, 대전 1.9억원, 인천 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	2,114	98.2	424,251	92.1	201
장비취급 등 기타	498	23.1	36,613	7.9	74
전체	2,153	100.0	460,864	100.0	214

\* 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 2,153개, 총 취급액은 4,609억원, 평균취급액은 2.1억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 43.0%, 취급액 4.5%이며, 평균취급액은 전체평균의 약 10분의 1 수준으로 나타났다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고물 기획·편집 2,114개 98.2%, 장비취급 등 기타 업종이 498개 23.1%로 나타났다. 취급액은 광고물 기획·편집업이 4,243억원 92.1%, 장비취급 등 기타 업종은 366억원 7.9%로 사업체수 비중보다 낮았다. 사업체당 평균 취급액은 광고물 기획·편집이 2.0억원, 장비취급 등 기타 업종이 0.7억원으로 나타났다.

그림 1-1-8 >> 기타 업종별 취급액

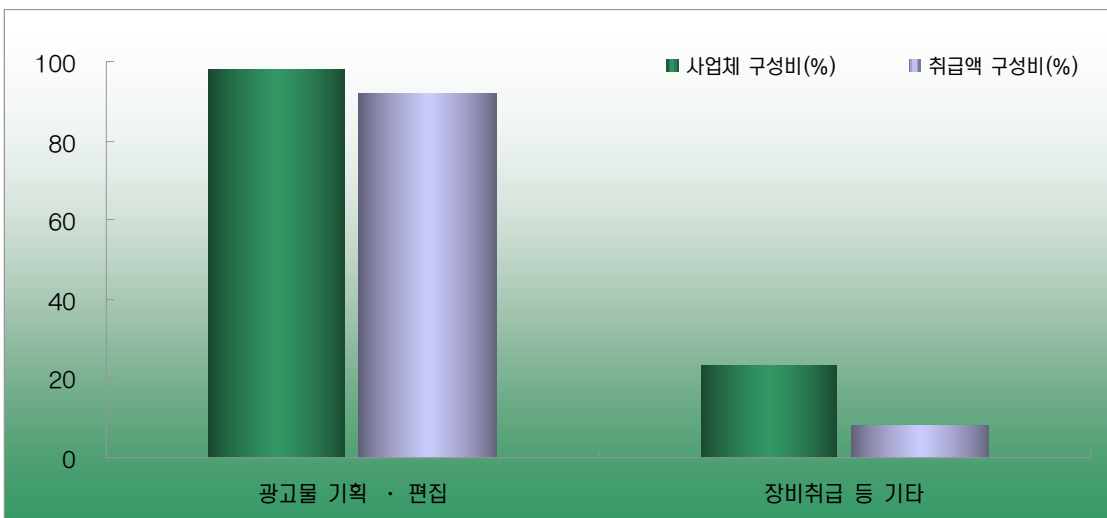


표 1-1-18 >> 지역별 기타업 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	802	37.3	358,262	77.8	447
	부산	58	2.7	8,289	1.8	143
	대구	93	4.3	5,354	1.2	58
	광주	154	7.2	9,508	2.1	62
	대전	301	14.0	9,271	2.0	31
	인천	77	3.6	5,711	1.2	74
	울산	63	2.9	2,160	0.5	34
	경기도	273	12.7	34,327	7.4	126
	강원도	73	3.4	9,009	2.0	123
	충청북도	30	1.4	964	0.2	32
	충청남도	25	1.1	2,809	0.6	112
	전라북도	95	4.4	10,726	2.3	113
	전라남도	4	0.2	65	0.0	16
	경상북도	27	1.2	1,002	0.2	37
	경상남도	65	3.0	2,443	0.5	38
	제주도	13	0.6	964	0.2	74
	전체	2,153	100.0	460,864	100.0	214

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 802개 37.3%로 가장 높게 나타났고, 대전 301개 14.0%, 경기도 273개 12.7%, 광주 154개 7.2%, 전라북도 95개 4.4%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 3,583억원 77.8%로 나타났고, 경기도 343억원 7.4%, 전라북도 107억원 2.3%, 광주 95억원 2.1%, 대전 93억원 2.0%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 4.5억원, 부산 1.4억원, 경기도 1.3억원, 강원도 1.2억원, 제주도 0.7억원의 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	3,250	62	30	62
	회사법인	1,503	305	1,984	237
	회사외법인	14	50	0	50
본사유무	단독사업체	4,625	123	1,494	107
	공장,지사,영업소	73	298	117	308
	본사,본점,본부	53	1,194	9,733	507
설립연도	1979년 이전	59	1,319	23,000	904
	1980-1989년	252	134	576	127
	1990-1994년	355	113	2,437	66
	1995-1999년	698	127	2,772	87
	2000-2004년	1,197	114	930	102
	2005년	229	75	175	74
	2006년	291	68	75	68
	2007년	298	147	50	147
	2008년	276	92	100	92
	2009년	257	97	2,275	77
	2010년	121	75	1,000	66
전체		5,011	135	1,812	113

광고업을 하고 있는 사업체들의 자본규모를 살펴보면, 전체 광고업체는 평균 1.4억원으로 나타났으며, 대형업체는 18.1억원, 일반업체는 1.1억원으로 나타났다.

기업형태별로 살펴보면, 회사법인이 3.1억원으로 가장 크게 나타났으며, 개인사업체가 0.6억원, 회사외법인이 0.5억원 으로 나타났다.

본사유무에 따라 살펴보면, 본사본점본부가 11.9억원으로 가장 크게 나타났으며, 공장·지사·영업소 3.0억원, 단독사업체 1.2억원의 순으로 나타났다.

설립연도에 따라서는 1979년 이전 설립 사업체가 13.2억원으로 나타났으며, 2007년 설립 사업체가 1.5억원, 1980~1989년 설립 사업체가 1.3억원, 1995~1999년 설립 사업체가 1.3억원, 2000~2004년 설립 사업체가 1.1억원, 1990~1994년 설립 사업체가 1.1억원, 2009년 설립 사업체가 1.0억원, 2008년 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	1,538	239	759	212
	광고제작	1,127	153	952	111
	서비스	471	359	1,262	247
	인쇄	2,340	86	911	80
	온라인	360	411	1,370	293
	기타	2,153	94	676	89
가치사슬	인프라	2,727	88	207	87
	생산	2,925	109	879	94
	유통	1,546	238	759	211
	서비스	471	359	1,294	247
전체		5,011	135	1,812	113

광고업종에 따라 살펴보면, 광고대행업 전체는 2.4억원, 대형 광고대행업은 7.6억원, 일반 광고대행업은 2.1억원으로 나타났으며, 광고제작업 전체는 1.5억원, 대형 광고제작업은 9.5억원, 일반 광고제작업은 1.1억원으로 나타났고, 서비스업 전체는 3.6억원, 대형 서비스업은 12.6억원, 일반 서비스업은 2.5억원으로 나타났고, 인쇄업 전체는 0.9억원이며, 대형 인쇄업은 9.1억원, 일반 인쇄업은 0.8억원으로 나타났고, 온라인업 전체는 4.1억원, 대형 온라인업은 13.7억원, 일반 온라인업은 2.9억원으로 나타났고, 기타업 전체는 0.9억원으로 나타났으며, 대형 기타업은 6.8억원, 일반 기타업은 0.9억원으로 나타났다.

가치사슬 업종에 따라 살펴보면, 서비스 산업이 3.6억원으로 가장 크게 나타났고, 다음으로 유통 산업이 2.4억원, 생산 산업이 1.1억원, 인프라 산업이 0.9억원 순으로 크게 나타났다. 대형 서비스 산업은 12.9억원, 일반 서비스 산업은 2.5억원으로 나타났고, 대형 생산 산업은 8.8억원, 일반 생산 산업은 0.9억원으로 나타났고, 대형 유통 산업은 7.6억원, 일반 유통 산업은 2.1억원으로 나타났고, 대형 인프라 산업은 2.1억원, 일반 인프라 산업은 0.9억원으로 나타났다.

1.1.8. 사무실 규모

표 1-1-21 >> 사업체 유형별 사무실 규모

구 분		사업체수 (개소)	전체 (㎡)	대형업체 (㎡)	일반업체 (㎡)
기업형태	개인	3,250	69	347	69
	회사법인	1,503	300	773	279
	회사외법인	14	106	0	106
본사유무	단독사업체	4,625	115	692	108
	공장,지사,영업소	73	1,774	3,072	1,732
	본사,본점,본부	53	287	495	274
설립연도	1979년 이전	59	226	0	226
	1980-1989년	252	608	2,757	573
	1990-1994년	355	115	1,296	88
	1995-1999년	698	122	752	113
	2000-2004년	1,197	103	352	100
	2005년	229	135	488	128
	2006년	291	106	206	105
	2007년	298	119	359	116
	2008년	276	116	107	116
	2009년	257	99	355	97
2010년	121	100	1,081	92	
전체		5,011	140	732	131

광고관련 사업체의 사무실 규모를 살펴보면, 평균 140㎡으로 나타났으며, 대형업체는 평균 732㎡으로 전체 평균의 5배 이상 큰 것으로 나타났다. 기업형태에 따라서는 개인사업체가 69㎡으로 가장 작고, 회사법인이 300㎡으로 가장 큰 것으로 나타났으며, 회사외법인은 106㎡으로 나타났다. 본사유무에 따라서는 공장·지사·영업소는 1,774㎡으로 가장 크며, 본사·본점·본부가 287㎡, 단독사업체는 115㎡으로 나타났다. 설립연도에 따라서는 1980~1989년이 608㎡으로 가장 큰 것으로 나타났으며, 1979년 이전이 226㎡, 2005년이 135㎡, 1995~1999년이 122㎡, 2007년이 119㎡, 2008년이 116㎡, 1990~1994년이 115㎡, 2006년이 106㎡, 2000~2004년이 103㎡, 2010년이 100㎡, 2009년이 99㎡ 순으로 크게 나타났다.

표 1-1-22 ≫ 업종별 사무실 규모

구 분		사업체수 (개소)	전체 (㎡)	대형업체 (㎡)	일반업체 (㎡)
업종	광고대행	1,538	244	1,812	161
	광고제작	1,127	182	2,325	77
	서비스	471	516	3,295	175
	인쇄	2,340	111	3,243	92
	온라인	360	575	2,897	315
	기타	2,153	80	2,624	57
가치사슬	인프라	2,727	103	2,495	92
	생산	2,925	103	2,079	66
	유통	1,546	243	1,812	160
	서비스	471	516	3,295	175
전체		5,011	140	732	131

광고업종별 사무실 규모를 살펴보면, 사무실 규모의 평균은 온라인업이 575㎡으로 가장 크며, 다음으로 서비스업이 516㎡으로 크게 나타났으며, 광고대행은 244㎡, 광고제작은 182㎡, 인쇄는 111㎡, 기타업종은 80㎡ 순으로 나타났다. 가치사슬 업종별로 살펴보면, 서비스업이 516㎡으로 가장 큰 것으로 나타났으며, 다음으로 유통이 243㎡, 생산, 인프라가 103㎡ 으로 나타났다.



### 1.1.9. 기술 보유율

표 1-1-23 >> 소프트웨어 기술 보유율

구 분		전체 (%)	대형업체 (%)	일반업체 (%)
사내 IT 인프라	인트라넷	9.8	9.7	9.8
	KMS	10.1	10.4	10.1
시청률 자료		10.1	9.4	10.1
KADD 광고량 데이터		10.1	9.9	10.1
베이스스네트		10.1	9.7	10.1
매체계획시스템		10.0	10.0	10.0
광고물 DB		9.7	9.9	9.7
마케팅 정보 DB		9.9	9.9	9.9
관련 논문 DB		10.1	10.6	10.1
기타		10.1	10.5	10.1
전체		100.0	100.0	100.0

광고업체의 소프트웨어 부문 기술 보유율을 살펴보면, 사내 IT인프라로 인트라넷을 이용하고 있는 사업체는 9.8%, KMS는 10.1%로 나타났고, 시청률 자료, KADD 광고량 데이터, 베이스스네트, 관련 논문 DB가 각 10.1%로 나타났고, 매체계획시스템이 10.0%로 나타났으며 마케팅 정보 DB가 9.9%로 나타났다.

대형업체는 관련 논문 DB가 10.6%로 가장 많았고, 그 다음으로 기타가 10.5%, KMS가 10.4%으로 나타났고, 일반업체는 KMS, 시청률 자료, KADD 광고량 데이터, 베이스스네트, 관련 논문 DB, 기타가 각 10.1%로 높게 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	4,401,105	72.3	44,011
광고제작	78	78.0	673,893	11.1	8,640
서비스	61	61.0	873,498	14.4	14,320
인쇄	19	19.0	13,496	0.2	710
온라인	49	49.0	114,152	1.9	2,330
기타	20	20.0	5,196	0.1	260
전체	100	100.0	6,081,340	100.0	60,813

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

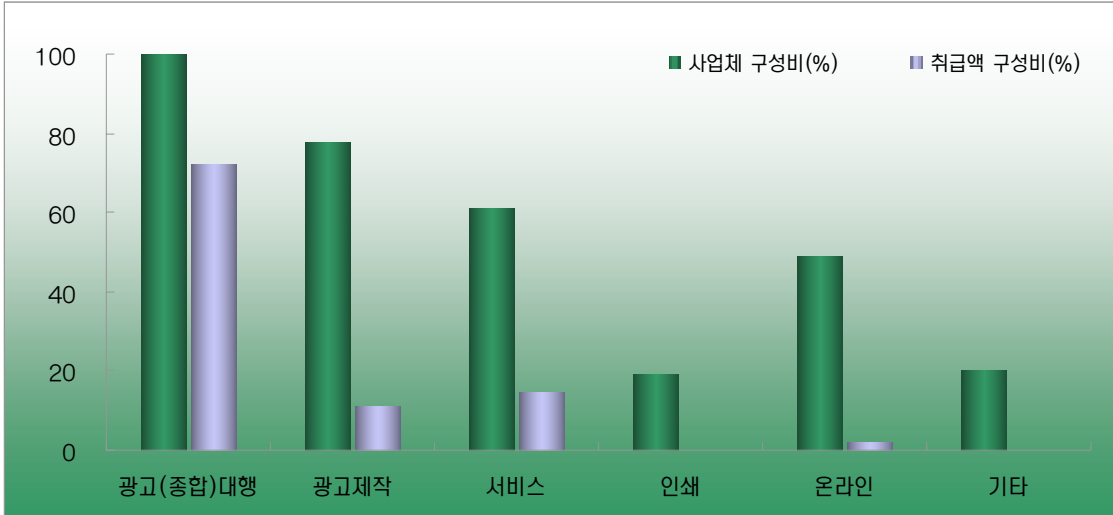
전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 따로 살펴보면, 사업체수는 100개로 전체의 2.0%, 취급액 기준 전체 규모는 6조 813억원으로 전체의 58.9%를 차지하고 있다.

사업체수를 업종별로 구분하면 광고(종합)대행 업종을 하는 사업체가 100개 100.0%로 가장 높게 나타났고, 광고제작 78개 78.0%, 서비스 61개 61.0%, 온라인 49개 49.0%, 기타 20개 20.0%, 인쇄 19개 19.0%로 나타났다. 전체와 비교하면 광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 온라인 업종의 비중이 각각 69.3(100-30.7)%p, 55.5%p, 51.6%p, 41.8%p 높고, 인쇄와 기타 업종의 비중이 각각 27.7%p, 23.0%p 낮게 나타났다.

취급액을 업종별로 구분하면, 광고(종합)대행업이 4조 4,011억원 72.3%로 가장 높게 나타났고, 서비스 8,735억원 14.4%, 광고제작 6,739억원 11.1%, 온라인 1,142억원 1.9%, 인쇄 135억원 0.2%, 기타 52억원 0.1%의 순으로 나타났다.

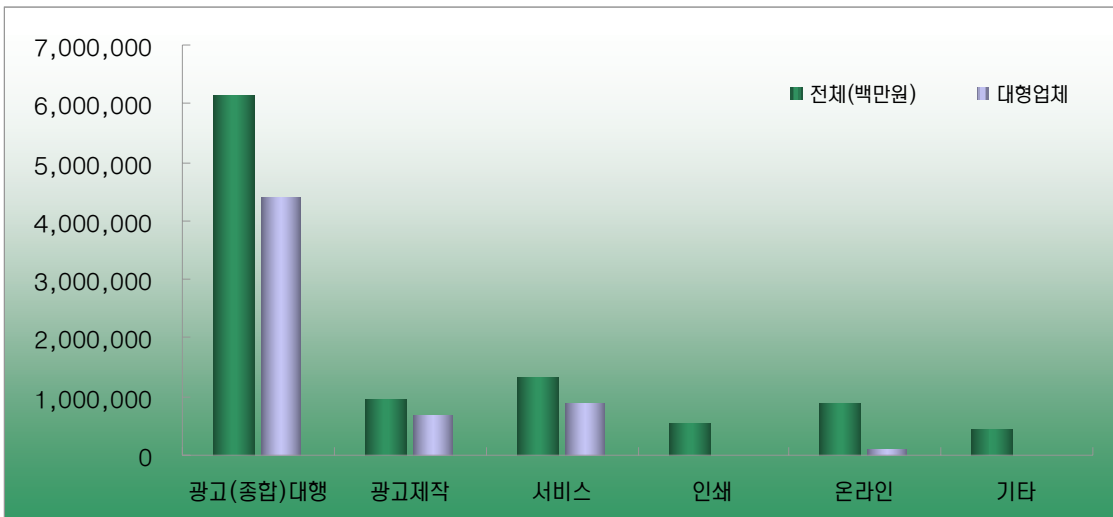
대형업체의 사업체당 평균취급액은 608.1억원으로 전체 평균의 약 29.5배이다. 업종별로 구분하면, 광고(종합)대행 440.1억원, 서비스 143.2억원, 광고제작 86.4억원, 온라인 23.3억원, 인쇄 7.1억원, 기타 2.6억원의 순으로 나타났다.

그림 1-2-1 >> 광고업종별 취급액(대형)



광고(종합)대행은 사업체 100개 100.0%, 취급액 4조 4,011억원 72.3%, 광고제작은 사업체 78개 78.0%, 취급액 6,739억원 11.1%, 서비스는 사업체 61개 61.0%, 취급액 8,735억원 14.4%, 인쇄는 사업체 19개 19.0%, 취급액 135억원 0.2%, 온라인은 사업체 49개 49.0%, 취급액 1,142억원 1.9%, 기타는 사업체 20개 20.0%, 취급액 52억원 0.1%로 나타났다.

그림 1-2-2 >> 광고업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고(종합)대행업은 전체 6조 1,409억원 중 대형업체에서 4조 4,011억원 71.7%를 차지하고, 광고제작은 전체 9,454억원 중 대형업체에서 6,739억원 71.3%를 차지하고, 서비스는 전체 1조 3,371억원 중 대형업체에서 8,735억원 65.3%를 차지하고, 인쇄는 전체 5,495억원 중 대형업체에서 135억원 2.5%를 차지하고, 온라인은 전체 8,895억원 중 대형업체에서 1,142억원 12.8%를 차지하

고, 기타는 전체 4,609억원 중 대형업체에서 52억원 1.1%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	6,081,340	100.0	60,813
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	6,081,340	100.0	60,813

표 1-2-2 >> 지역별 전체 업종 취급액(대형)

		사업체수(개소)	사업체구성비(%)	취급액(백만원)	취급액구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	91	91.0	6,049,920	99.5	66,483
	부산	2	2.0	6,301	0.1	3,151
	대구	1	1.0	3,855	0.1	3,855
	대전	3	3.0	9,962	0.2	3,321
	울산	1	1.0	1,965	0.0	1,965
	경상북도	1	1.0	1,836	0.0	1,836
	경상남도	1	1.0	7,501	0.1	7,501
전체		100	100.0	6,081,340	100.0	60813

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 91개 91.0%로 가장 높게 나타났고, 대전 3개 3.0%, 부산 2개 2.0%, 대구, 울산, 경상북도, 경상남도 1개 1.0%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 6조 499억원 99.5%로 월등하게 높게 나타났고, 대전 100억 0.2%, 경상남도 75억 0.1%, 부산 63억 0.1%, 대구 39억원 0.1%, 울산, 경상북도가 각 19억, 18억원 0.1%의 순으로 나타났다.

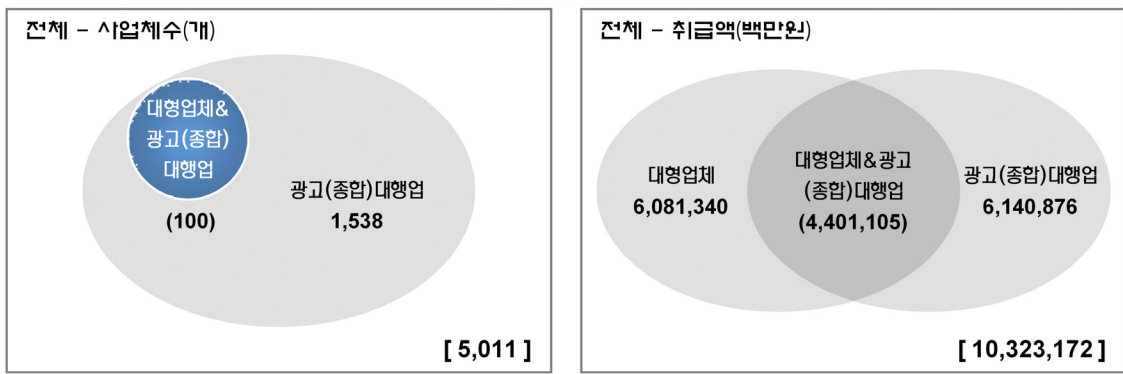
평균취급액은 서울 664.8억원, 경상남도 75.0억원, 대구 38.6억원, 대전 33.2억원, 부산 31.5억원의 순으로 나타났다.

1.2.1. 광고(종합)대행

표 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수 (개소)	사업체 구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고대행·매체대행	100	100.0	4,401,105	100.0	44,011
광고기획·전략대행	0	0.0	0	0.0	0
전체	100	100.0	4,401,105	100.0	44,011

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



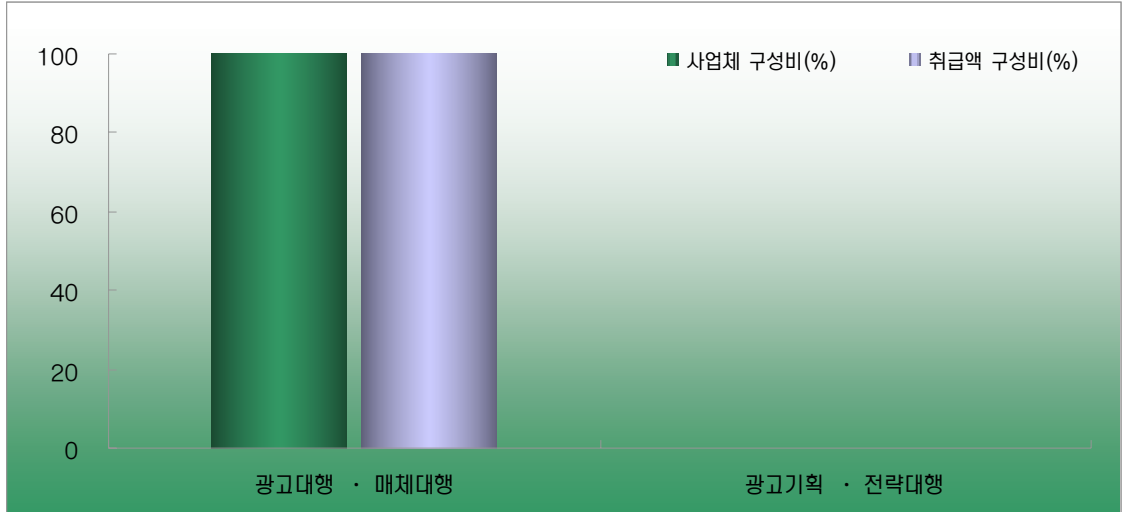
광고(종합)대행업은 3개 세부업종(광고대행, 매체대행, 광고기획·전략대행)으로 구분할 수 있는데, 이중 광고대행과 매체대행은 실제 조사에서 매체별 구분이 어려워 집계에서 합산처리 하였다.

세부업종으로 살펴보면, 사업체수는 광고대행·매체대행이 100개 100.0%로 전체를 차지한다. 취급액은 4조 4,011억원이며, 사업체당 평균취급액은 440.1억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,011개 중 대형업체 & 광고(종합)대행업은 100개 2.0%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 광고(종합)대행업은 100개 100.0%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 사업체 1,538개 중 대형업체는 100개 6.5%의 비중을 차지한다.

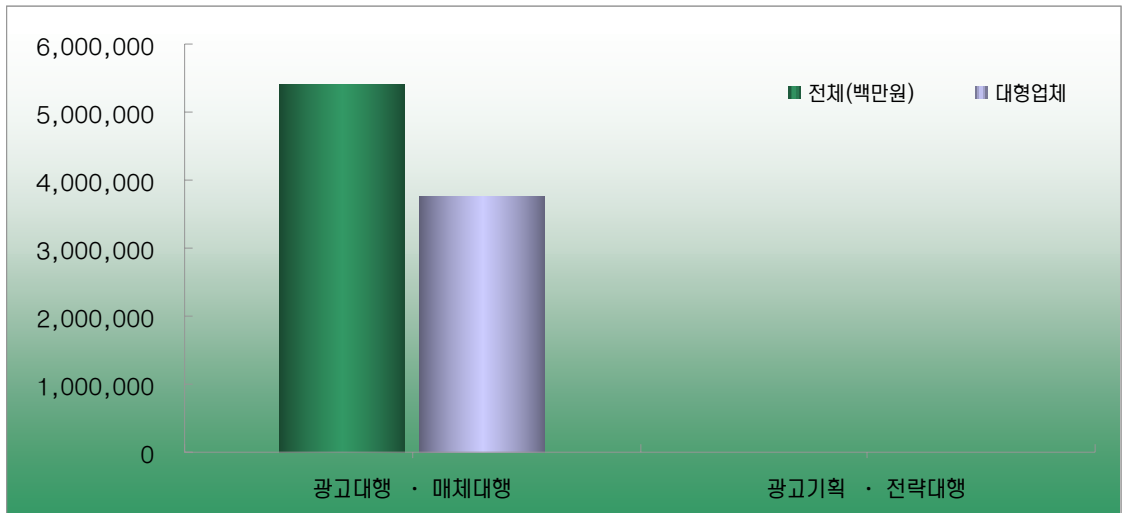
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 10조 3,232억원 중 대형업체 & 광고(종합)대행업은 4조 4,011억원 42.6%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 6조 813억원 중 광고(종합)대행업은 72.4%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 취급액 6조 1,409억원 중 대형업체는 71.7%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형)



광고대행 · 매체대행은 사업체 100개 100.0%, 취급액 4조 4,011억원 100.0%로 나타났다.

그림 1-2-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행 · 매체대행은 전체 6조 1,409억원 중 대형업체에서 4조 4,011억원 71.7%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액(대형)

	사업체수(개소)	사업체구성비(%)	취급액(백만원)	취급액구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	91	4,378,763	99.5	48,118
	부산	2	4,381	0.1	2,191
	대구	1	2,515	0.1	2,515
	대전	3	5,320	0.1	1,773
	울산	1	1,427	0.0	1,427
	경상북도	1	1,198	0.0	1,198
	경상남도	1	7,501	0.2	7,501
전체	100	100.0	4,401,105	100.0	44,011

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 91개 91.0%로 가장 높게 나타났고, 대전 3개 3.0%, 부산 2개 2.0%, 대구, 울산, 경상북도, 경상남도 1개 1.0%로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 4조 3,788억원 99.5%로 월등하게 높게 나타났고, 경상남도 75억원 0.2%, 대전 53억원 0.1%, 부산 44억원 0.1%, 대구 25억원 0.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 481.2억원, 경상남도 75.0억원, 대구 25.2억원, 부산 21.9억원, 대전 17.7억원의 순으로 나타났다.

표 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)

	사업체수(개소)	사업체구성비(%)	취급액(백만원)	취급액구성비(%)	평균취급액(백만원)
4대매체	TV	100	1,949,661	43.2	19,497
	라디오	99	233,147	5.2	2,355
	신문	51	553,431	12.3	10,852
	잡지	47	182,628	4.0	3,886
뉴미디어	케이블	54	771,465	17.1	14,286
	위성	9	1,503	0.0	167
	온라인	49	114,107	2.5	2,329
	모바일	9	3,872	0.1	430
	IPTV	10	6,448	0.1	645
	DMB	64	18,438	0.4	288
옥외	48	454,432	10.1	9,467	
기타	25	226,080	5.0	9,043	
전체	100	100.0	4,515,212	100.0	45,152

\* 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 4조 5,152억원을 매체별로 구분하면, 사업체수는 TV 광고업을 하는 사업체가 100개 100.0%로 가장 많고, 라디오 99개 99.0%, DMB 64개 64.0%, 케이블 54개

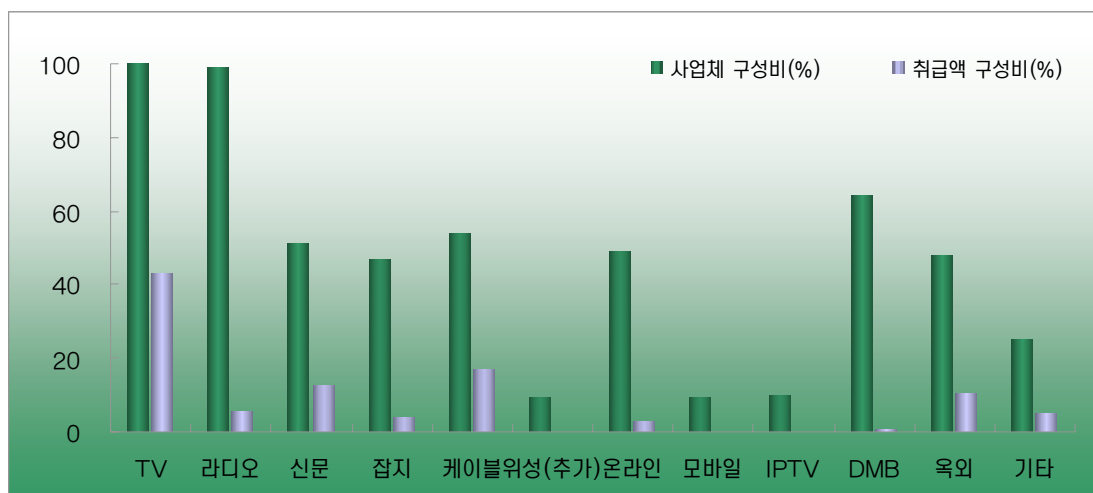
54.0%, 온라인 49개 49.0% 순으로 많이 나타났다. 취급액은 TV 대형 취급액이 1조 9,497억원 43.2%로 가장 높으며, 케이블 7,715억원 17.1%, 신문 5,534억원 12.3%, 옥외 4,544억원 10.1% 순으로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

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

대형업체 광고대행·매체대행업 광고비를 다시 크게 구분하면, 영향력이 큰 주요4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고대행 취급액은 2조 9,189억원으로 전체의 광고대행·매체대행 취급액의 64.6%를 차지하며, 뉴미디어(케이블, 위성, 온라인, 모바일, DMB) 취급액은 9,158억원 20.3%, 옥외광고 4,544억원 10.1%, 기타 2,261억원 5.0%로 나눌 수 있다. 일반업체를 포함한 전체와 비교하면, 주요4대 매체 비중이 46.7%에서 64.6%로 더욱 크게 나타났다.

사업체당 평균 취급액은 TV 195.0억원, 케이블 142.9억원, 신문 108.5억원의 순으로 나타났다. 일반업체를 포함한 전체의 평균 취급액 중 TV 49.7억원, 케이블 23.4억원, 온라인 27.3억원과 비교하면 이들 분야에서 대형업체의 평균광고비의 비중이 전체적으로 높은 것으로 나타났다.

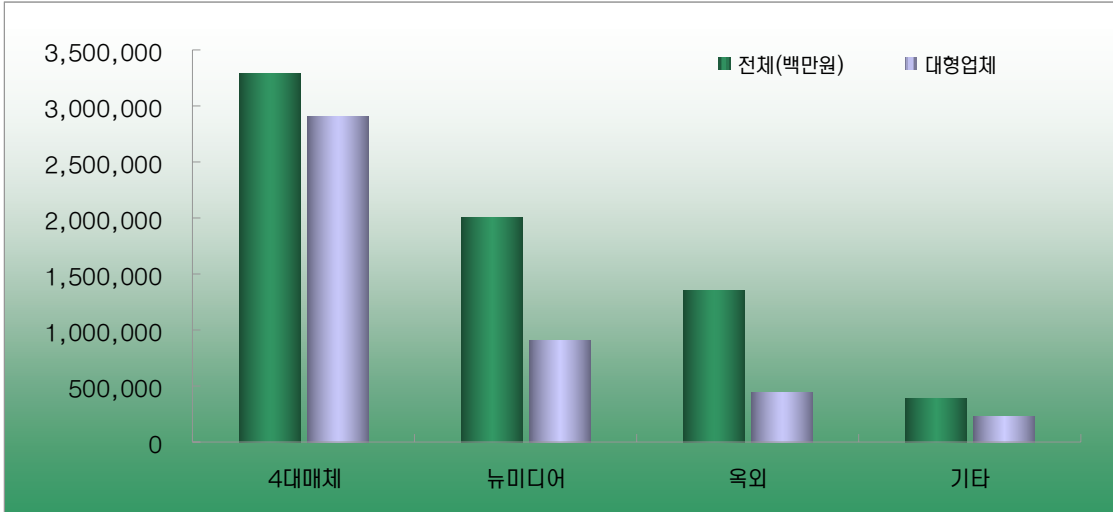
그림 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)



4대매체의 TV는 사업체 100개 100.0%, 취급액 1조 9,497억원 43.2%, 라디오는 사업체 99개 99.0%, 취급액 2,331억원 5.2%, 신문은 사업체 51개 51.0%, 취급액 5,534억원 12.3%, 잡지는 사업체 47개 47.0%, 취급액 1,826억원 4.0%로 나타났고, 뉴미디어의 케이블은 사업체 54개 54.0%, 취급액 7,715억원 17.1%, 위성은 사업체 9개 9.0%, 취급액 15억원 0.0%, 온라인은 사업체 49개 49.0%, 취급액 1,141억원 2.5%, 모바일은 사업체 9개 9.0%, 취급액 39억원, 0.1% IPTV는 사업체 10개 10.0%, 취급액 64억원 0.1%, DMB는 사업체 64개 64.0%, 취급액 184억원 0.4%, 옥외는 사업체 48개 48.0%, 취급액 4,544억원 10.1%, 기타는 사업체 25개 25.0%, 취급액 2,261억원 5.0%로 나타났다.



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



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 4대매체는 전체 3조 2,778억원 중 대형업체에서 2조 9,189억원 89.0%를 차지하고, 뉴미디어는 전체 1조 9,936억원 중 대형업체에서 9,158억원 45.9%를 차지하고, 옥외는 전체 1조 3,501억원 중 대형업체에서 4,544억원 33.7%를 차지하고, 기타는 전체 3,948억원 중 대형업체에서 2,261억원 57.3%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-6 >> 지역별 광고대행·매체대행업의 취급액(대형)

		사업체수 (개소)	사업체 구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	91	91.0	4,489,790	99.4	49,338
	부산	2	2.0	4,381	0.1	2,191
	대구	1	1.0	3,530	0.1	3,530
	대전	3	3.0	6,902	0.2	2,301
	울산	1	1.0	1,427	0.0	1,427
	경상북도	1	1.0	1,681	0.0	1,681
	경상남도	1	1.0	7,501	0.2	7,501
전체		100	100.0	4,515,212	100.0	45,152

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 91개 91.0%로 가장 높게 나타났고, 대전 3개 3.0%, 부산 2개 2.0%, 대구, 울산, 경상북도, 경상남도 각 1개 1.0%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 4조 4,898억원 99.4%로 월등하게 높게 나타났고, 경상남도 75억원 0.2%, 대전 69억원 0.2%, 부산 43억원 0.1%의 순으로 나타났다.

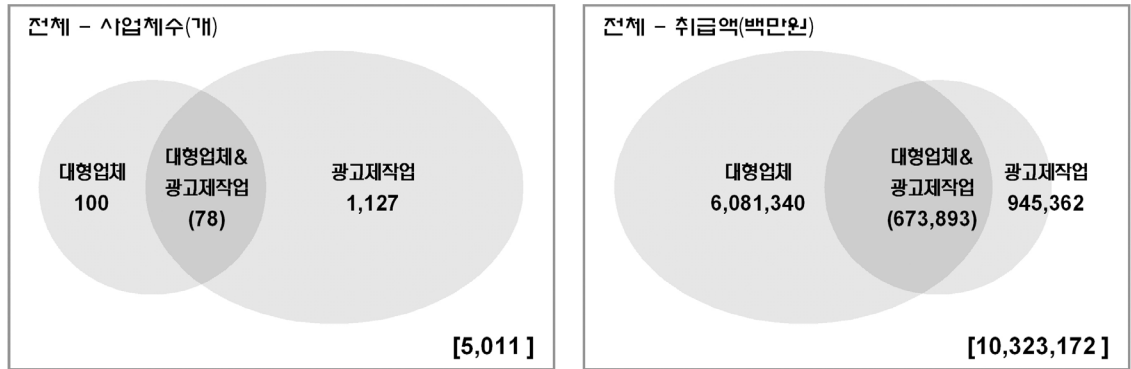
평균취급액은 서울 493.4억원, 경상남도 75.0억원, 대구 35.3억원, 대전 23.0억원, 부산 21.9억원의 순으로 나타났다.

## 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	78	100.0	672,327	99.8	8,620
온라인제작	6	7.7	955	0.1	159
광고사진스튜디오	13	16.7	29	0.0	2
CI	12	15.4	582	0.1	49
전체	78	100.0	673,893	100.0	8,640

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



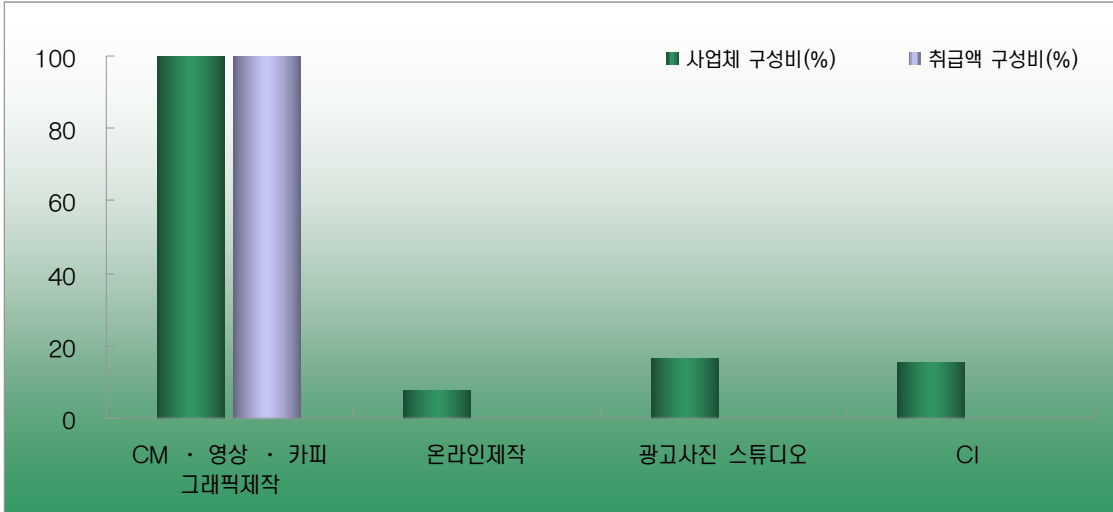
대형업체에서 광고제작업을 하는 사업체수는 78개, 총 취급액은 6,723억원, 평균취급액은 86.2억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 78.0%, 취급액 11.1% 이다.

광고제작업을 4개 세부업종(CM·영상·카피·그래픽제작, 온라인제작, 광고사진 스튜디오, CI)으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 CM·영상·카피·그래픽제작을 하는 사업체가 78개 100.0%로 가장 많으며, 취급액은 CM·영상·카피·그래픽제작 업종이 6,723억원 99.8%를 차지한다. 사업체당 평균 취급액도 CM·영상·카피·그래픽제작 업종이 86.2억원으로 가장 높다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,011개 중 대형업체 & 광고제작업은 78개 1.6%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 광고제작업은 78개 78.0%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 사업체 1,127개 중 대형업체는 6.9%의 비중을 차지한다.

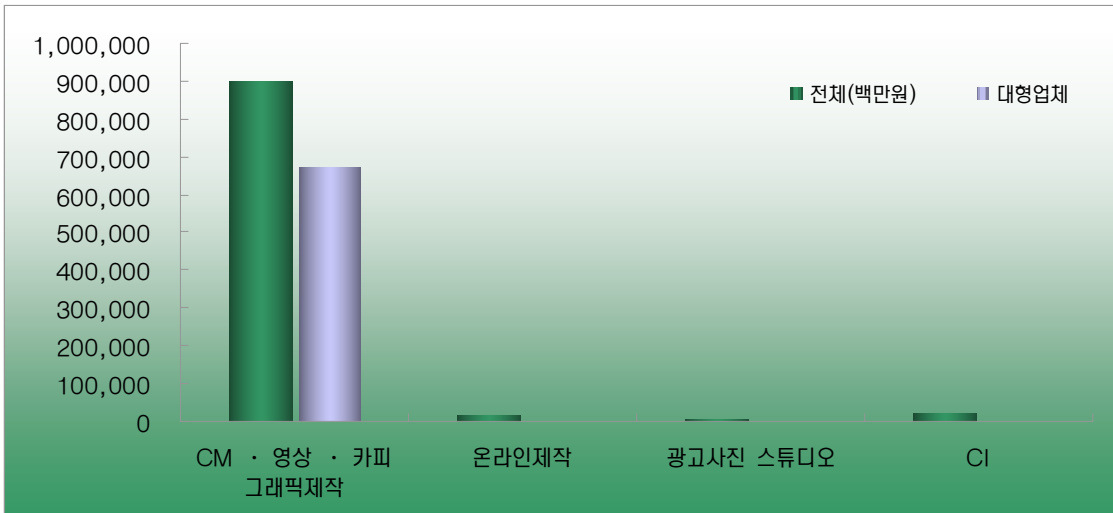
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 10조 3,232억원 중 대형업체 & 광고제작업은 6,739억원 6.5%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 6조 813억원 중 광고제작업은 11.1%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 취급액 9,454억원 중 대형업체는 71.3%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형)



CM·영상·카피·그래픽제작은 사업체 78개 100.0%, 취급액 6,723억원 99.8%, 온라인제작은 사업체 6개 7.7%, 취급액 10억원 0.1%, 광고사진 스튜디오는 사업체 13개 16.7%, 취급액 0.3억원 0.0%, CI는 사업체 12개 15.4%, 취급액 6억원 0.1%로 나타났다.

그림 1-2-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, CM·영상·카피·그래픽제작은 전체 9,017억원 중 대형업체에서 6,739억원 74.7%를 차지하고, 온라인제작은 전체 160억원 중 대형업체에서 10억원 6.3%를 차지하고, 광고사진 스튜디오는 전체 52억원 중 대형업체에서 0.3억원 0.0%를 차지하고, CI는 전체 225억원 중 대형업체에서 6억원 2.7%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-8 >> 지역별 광고제작 취급액(대형)

		사업체수 (개소)	사업체 구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	70	89.7	671,723	99.7	9,596
	부산	2	2.6	500	0.1	250
	대구	1	1.3	220	0.0	220
	대전	3	3.8	1,054	0.2	351
	울산	1	1.3	291	0.0	291
	경상북도	1	1.3	105	0.0	105
	경상남도	0	0.0	0	0.0	0
전체		78	100.0	673,893	100.0	8,640

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 70개 89.7%로 가장 높게 나타났고, 대전 3개 3.8%, 부산 2개 2.6%, 대구, 울산, 경상북도 1개 1.3%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 6,717억원 99.7%로 월등하게 높게 나타났고, 대전 11억원 0.2%, 부산 5억원 0.1%의 순으로 나타났다.

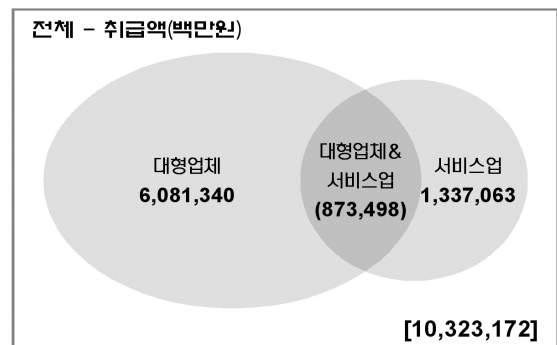
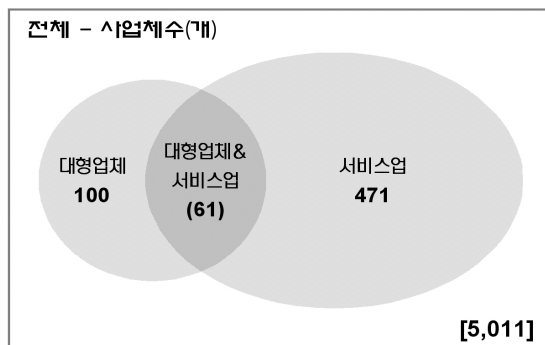
평균취급액은 서울 96.0억원, 대전 3.5억원, 울산 2.9억원, 부산 2.5억원, 대구 2.2억원, 경상북도 1.1억원, 경상남도 0억원의 순으로 나타났다.

### 1.2.3. 서비스

표 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형)

	사업체수 (개소)	사업체 구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
마케팅 · 리서치	36	59.0	24,674	2.8	685
PR	14	23.0	22,757	2.6	1,626
SP	58	95.1	823,947	94.4	14,206
이벤트	9	14.8	1,977	0.2	220
Space Design	4	6.6	143	0.0	36
전체	61	100.0	873,498	100.0	14,320

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



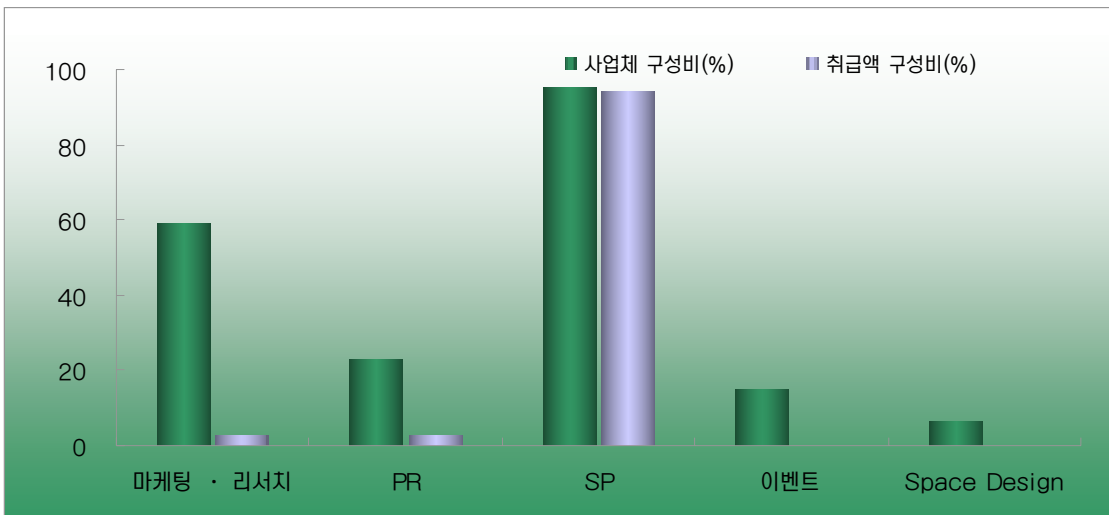
대형업체에서 서비스업을 하는 사업체수는 61개, 총 취급액은 8,735억원, 평균취급액은 143.2억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 61.0%, 취급액 14.4%이다.

서비스업을 5개(마케팅·리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design)의 세부업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 SP 58개 95.1%, 마케팅·리서치 36개 59.0%, PR 14개 23.0% 순으로 나타났고, 취급액은 SP 8,239억원 94.4%, 마케팅·리서치 247억원 2.8%, PR 228억원 2.6% 순으로 나타났다. 평균취급액은 SP 142.1억원, PR 16.3억원, 마케팅·리서치 6.9억원 순으로 높게 나타났다.

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

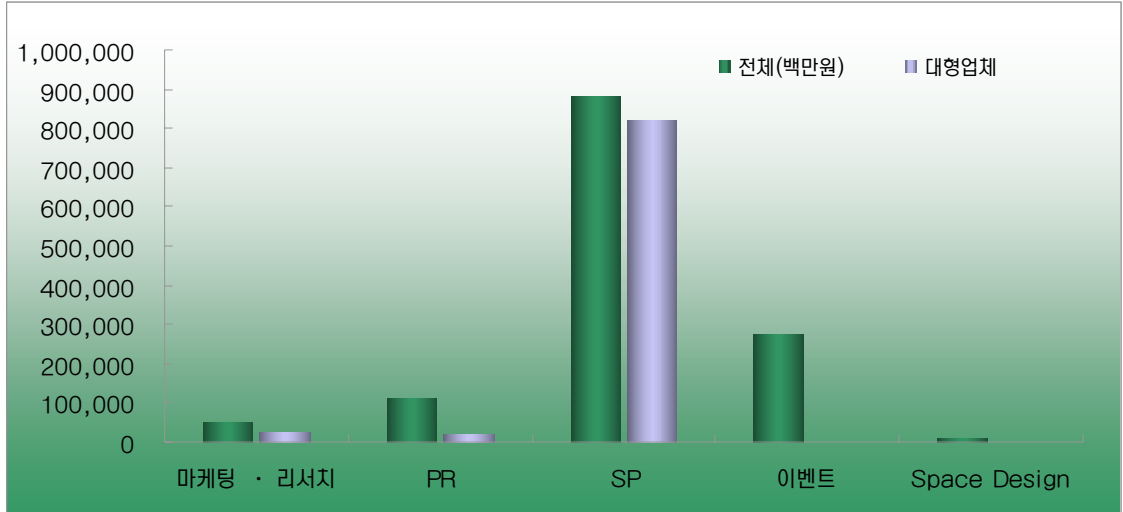
사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,011개 중 대형업체 & 서비스업은 61개 1.2%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 서비스업은 61.0%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 사업체 471개 중 대형업체는 13.0%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형)



마케팅·리서치는 사업체 36개 59.0%, 취급액 247억원 2.8%, PR은 사업체 14개 23.0%, 취급액 228억원 2.6%, SP는 사업체 58개 95.1%, 취급액 8,240억원 94.4%, 이벤트 사업체 9개 14.8%, 취급액 20억원 0.2%, Space Design 사업체 4개 6.6%, 취급액 14억원 0.0%로 나타났다.

그림 1-2-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 마케팅 · 리서치는 전체 517억원 중 대형업체에서 247억원 47.7%를 차지하고, PR은 전체 1,146억원 중 대형업체에서 228억원 20.0%를 차지하고, SP은 전체 8,839억원 중 대형업체에서 8,239억원 93.2%를 차지하고, 이벤트는 전체 2,749억원 중 대형업체에서 20억원 0.7%를 차지하고, Space Design은 전체 120억원 중 대형업체에서 1억원 1.2%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-10 >> 지역별 서비스업 취급액(대형)

		사업체수 (개소)	사업체 구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	55	90.3	871,981	99.8	15,854
	부산	1	1.6	1,220	0.2	1,220
	대구	1	1.6	98	0.0	98
	대전	2	3.3	97	0.0	49
	울산	1	1.6	55	0.0	55
	경상북도	1	1.6	47	0.0	47
	경상남도	0	0.0	0	0.0	0
전체		61	100.0	873,498	100.0	14,320

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 55개 90.3%로 가장 높게 나타났고, 대전이 2개 3.3%, 부산, 대구, 울산, 경상북도 각 1개 1.6%의 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

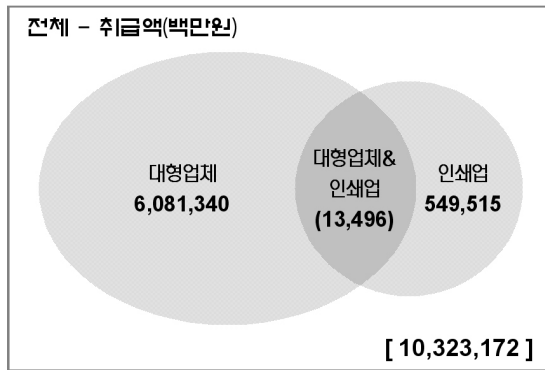
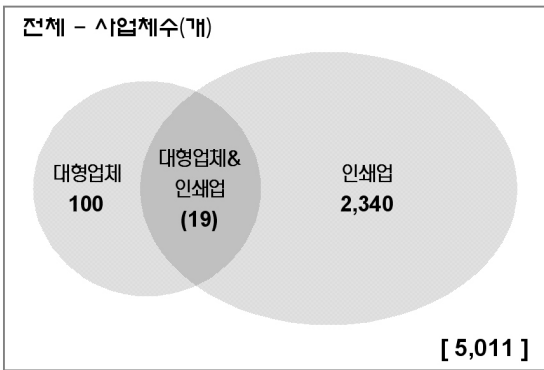
취급액은 서울이 8,720억원 99.8%로 대부분의 서비스업 활동이 서울지역에서 이루어지고 있는 것으로 나타났으며, 부산이 12억원 0.2%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울이 158.5억원으로 가장 높게 나타났다.

1.2.4. 인쇄

표 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수 (개소)	사업체 구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
인쇄	19	100.0	13,316	98.7	701
제판	12	63.2	180	1.3	15
전체	19	100.0	13,496	100.0	710



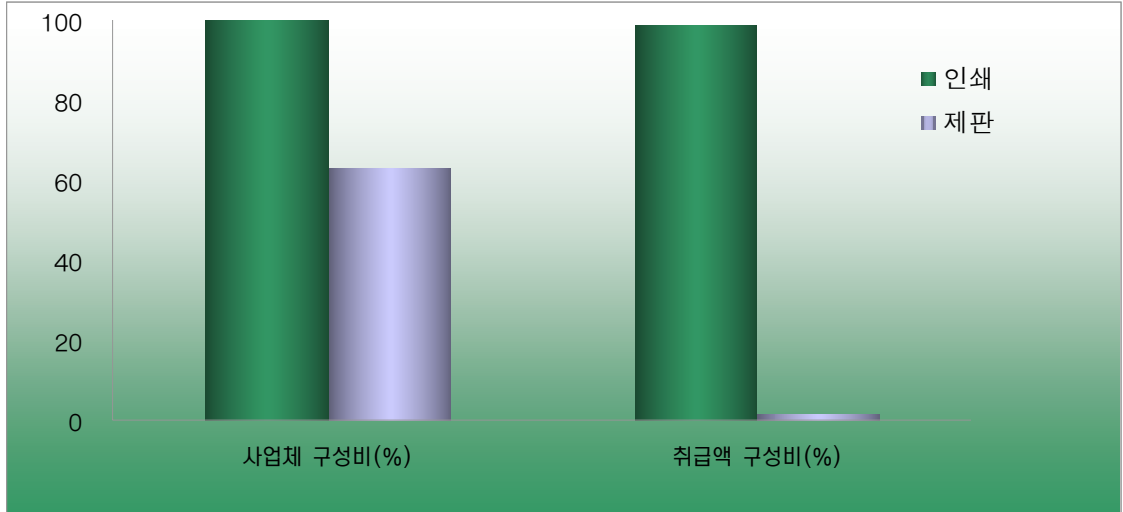
대형업체에서 인쇄업을 하는 사업체수는 19개, 총 취급액은 135억원, 평균취급액은 7.1억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 19.0%, 취급액 0.3%이다.

대형업체를 세부업종으로 구분하면, 인쇄업의 사업체는 19개 100.0%, 취급액은 133억원 98.7%, 제판의 사업체는 12개 63.2%, 취급액은 2억 1.3%, 사업체당 평균 취급액은 인쇄 7.0억원, 제판 0.2억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,011개 중 대형업체 & 인쇄업은 19개 0.4%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 인쇄업은 19.0%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 사업체 2,340개 중 대형업체는 0.8%에 지나지 않는 것으로 나타나, 대형업체에서 인쇄업 비중은 매우 낮은 것으로 나타났다.

취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 10조 3,232억원 중 대형업체 & 인쇄업은 135억원 0.1%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 6조 813억원 중 인쇄업은 0.2%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 취급액 5,495억원 중 대형업체는 2.5%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(대형)



인쇄는 사업체 19개 100.0%, 취급액 133억원 98.7%, 제판은 사업체 12개 63.2%, 취급액 2억 1.3%로 나타났다. 전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 인쇄는 전체 5,228억원 중 대형업체에서 133억원 2.5%를 차지하고 제판은 전체 267억원 중 대형업체 2억 0.7%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-12 >> 지역별 인쇄업 취급액(대형)

		사업체수 (개소)	사업체 구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	15	78.9	12,173	90.2	812
	부산	1	5.3	200	1.5	200
	대구	0	0.0	0	0.0	0
	대전	2	10.5	999	7.4	500
	울산	1	5.3	124	0.9	124
	경상북도	0	0.0	0	0.0	0
	경상남도	0	0.0	0	0.0	0
전체		19	100.0	13,496	100.0	710

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 15개 78.9%로 가장 높게 나타났고, 대전 2개 10.5%, 부산, 울산 각 1개 5.3%로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 122억원 90.2%로 나타났고, 대전 10억원 7.4%, 부산 2억원 1.5%, 울산 1억원 0.9%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 8.1억원, 대전 5.0억원, 부산 2.0억원, 울산 1.2억원의 순으로 나타났다.

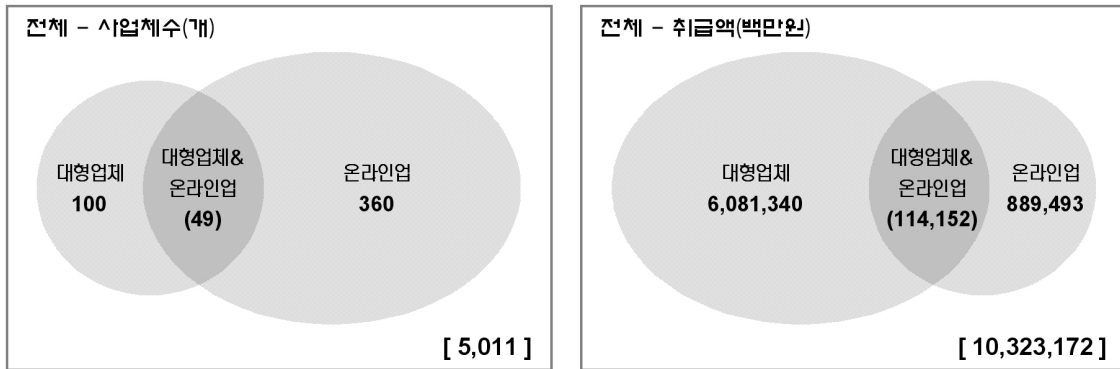


1.2.5. 온라인

표 1-2-13 >> 온라인 업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고대행	49	100.0	112,073	98.2	2,287
매체대행	9	18.4	2,034	1.8	226
광고기획·전략대행	0	0.0	0	0.0	0
광고제작	9	18.4	45	0.0	5
전체	49	100.0	114,152	100.0	2,330

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



대형업체에서 온라인업종을 하는 사업체수는 49개, 총 취급액은 1,142억원, 평균취급액은 23억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 49.0%, 취급액 1.9%이다.

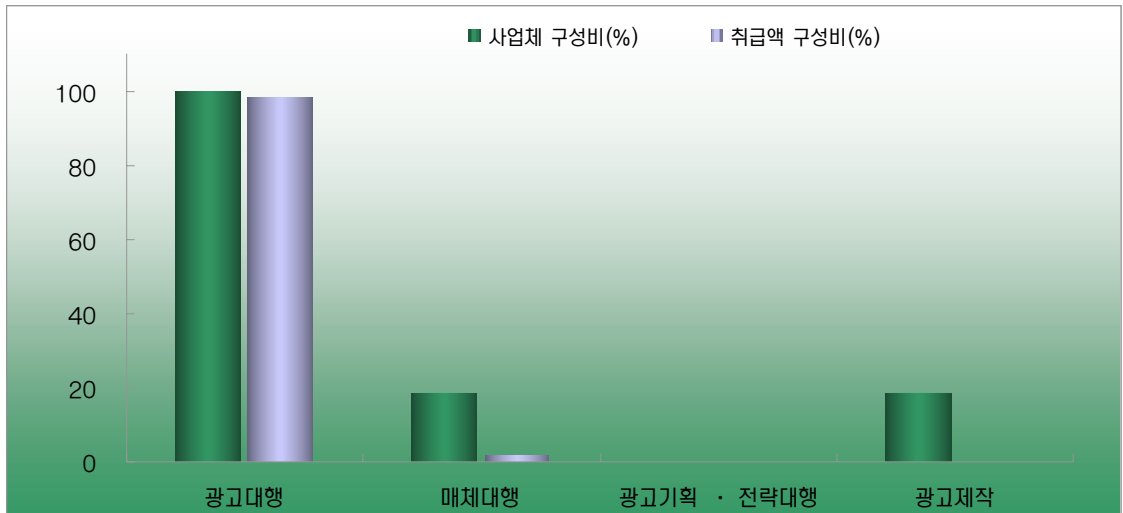
세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고대행 49개 100.0%, 매체대행, 광고제작이 각 9개 18.4%, 광고기획·전략대행 0개 0.0% 순으로 나타났고, 취급액도 광고대행 112.1억원 98.2%, 매체대행 2.034억원 1.8%, 광고제작 0.5억원 0.0% 순으로 나타났다.

일반업체를 포함한 전체 온라인업종과 비교하면, 사업체수는 전체 광고대행이 83.3%, 매체대행이 31.1%, 광고제작이 23.9%, 광고기획·전략대행이 2.8%였으나, 대형업체는 광고대행의 비중이 높아져 100.0%로 나타났다. 취급액은 광고대행이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 매체대행이 높게 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 광고대행 22.9억원, 매체대행 2.3억원, 광고제작 0.0억원, 광고기획·전략대행 0.0억원 순으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,011개 중 대형업체 & 온라인업은 49개 1.0%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 온라인업은 49.0%의 비중을 차지하고, 온라인업의 전체 사업체 360개 중 대형업체는 13.6%의 비중을 차지한다.

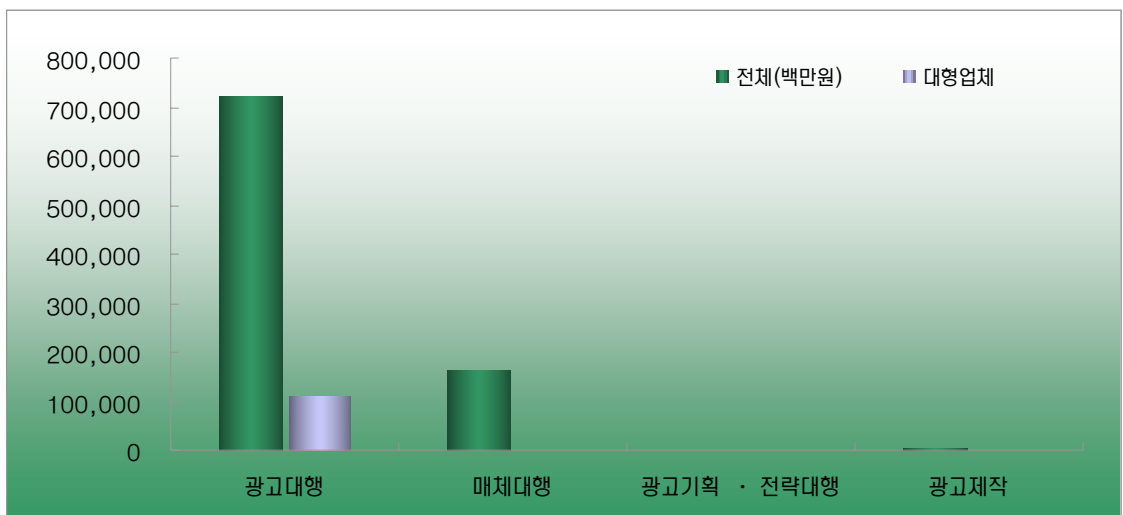
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 10조 3,232억원 중 대형업체 & 온라인업은 1,142억원 1.1%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 6조 813억원 중 온라인산업은 1.9%의 비중을 차지하고, 온라인업의 전체 취급액 8,895억원 중 대형업체는 12.8%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-12 >> 온라인 세부업종별 취급액(대형)



광고대행은 사업체 49개 100.0%, 취급액 1,121억원 98.2%, 매체대행은 사업체 9개 18.4%, 취급액 20억원 1.8%, 광고제작은 사업체 9개 18.4%, 취급액 0.5억원 0.0%, 광고기획·전략대행은 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 7,218억원 중 대형 업체에서 1,121억원 15.5%, 매체대행은 전체 1,618억원 중 대형 업체에서 20억원 1.2%, 광고기획·전략대행은 전체 1.9억원 중 대형 업체에서 0억원 0.0%, 광고제작은 전체 40.0억원 중 대형 업체에서 0.5억원 1.1%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-13-1 >> 온라인 광고대행의 세부항목별 취급액(대형)

	사업체수(개소)	사업체구성비(%)	취급액(백만원)	취급액구성비(%)	평균취급액(백만원)
포털사이트	40	81.6	96,638	86.2	2,416
전문사이트	47	95.9	2,533	2.3	54
UCC사이트	38	77.6	1,313	1.2	35
언론/미디어사이트	38	77.6	2,567	2.3	68
기타	38	77.6	9,022	8.1	237
전체	49	100.0	112,073	100.0	2,287

온라인 광고대행업의 취급액 1,121억원을 매체별로 구분해 본 결과, 사업체수는 전문사이트 47개 95.9%, 포털사이트 40개 81.6%, UCC, 언론/미디어사이트, 기타 38개 77.6%으로 나타났다. 취급액의 경우 포털사이트 대행 취급액이 966억원 86.2%, 기타 90억원 8.1%, 언론/미디어사이트 26억원 2.3%로 나타났다. 전문사이트 25억원 2.3%으로 나타났고, UCC사이트의 취급액은 13억원 1.2%으로 나타났다.

표 1-2-13-2 >> 온라인 매체대행의 세부항목별 취급액(대형)

	사업체수(개소)*	사업체구성비(%)	취급액(백만원)	취급액구성비(%)	평균취급액(백만원)
포털사이트	9	100.0	364	17.9	40
전문사이트	9	100.0	28	1.4	3
UCC사이트	0	0.0	0	0.0	0
언론/미디어사이트	9	100.0	49	2.4	5
기타	9	100.0	1,593	78.3	177
전체	9	100.0	2,034	100.0	226

온라인 매체대행업을 전문으로 하는 대형 사업체수는 많지 않은 것으로 나타났다. 취급액을 살펴보면, 기타 매체대행 분야의 취급액이 16억원으로 전체 78.3%를 차지하고 있었으며, 포털사이트 4억원 17.9%, 언론/미디어사이트 0.5억원 2.4%, UCC 대상 매체대행 취급액은 없는 것으로 나타났다.

표 1-2-14 >> 지역별 온라인업 취급액(대형)

		사업체수 (개소)	사업체 구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	45	91.9	111,052	97.3	2,468
	부산	0	0.0	0	0.0	0
	대구	1	2.0	1,022	0.9	1,022
	대전	2	4.1	1,592	1.4	796
	울산	0	0.0	0	0.0	0
	경상북도	1	2.0	486	0.4	486
	경상남도	0	0.0	0	0.0	0
전체		49	100	114,152	100	2,330

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 45개 91.9%로 가장 높게 나타났고, 대전이 2개 4.1%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 지역별 취급액은 서울이 1,111억원으로 97.3%를 차지, 점유율이 압도적으로 높게 나타난 가운데, 대전 16억원 1.4%로 나타났다.

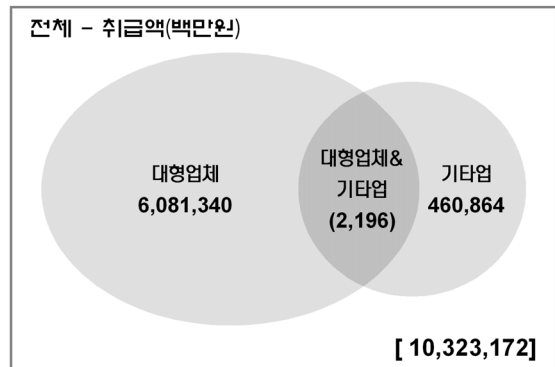
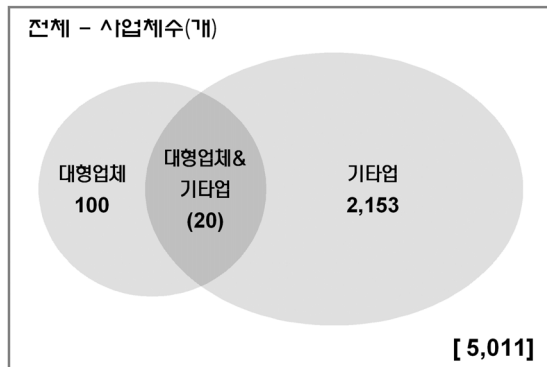
평균취급액은 서울 24.7억원, 대구 10.2억원의 순으로 나타났다.

## 1.2.6. 기타

표 1-2-15 >> 기타 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고물 기획·편집	20	100.0	4,881	93.9	244
장비취급 등 기타	5	25.0	315	6.1	63
전체	20	100.0	5,196	100.0	260

\* 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 사업체 수는 20개, 총 취급액은 52억원, 평균취급액은 2.6억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 20.0%, 취급액 0.0% 이다.

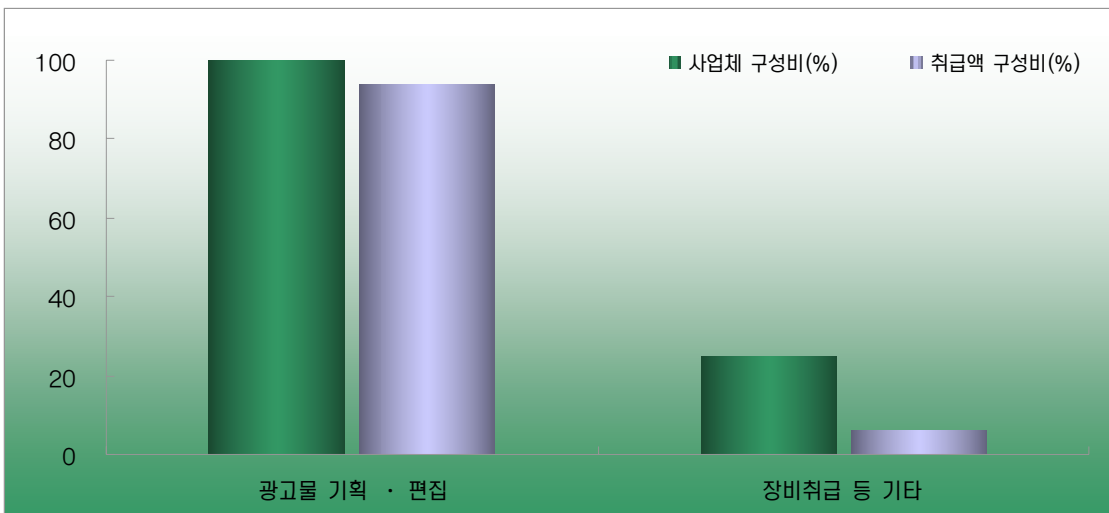
세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고물 기획·편집 20개 100.0%, 장비취급 등 기타 업종이 5개 25.0%로 나타났고, 취급액은 광고물 기획·편집 49억원 93.9%, 장비취급 등 기타 업종 3억원 6.1%로 장비취급 등 기타 부분이 광고물 기획·편집보다 비중이 더 높게 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 광고물 기획·편집 2.4억원, 장비취급 등 기타 업종이 0.6억원으로 나타났다.

일반업체를 포함한 전체 기타업종과 비교하면, 사업체수는 전체가 광고물 기획·편집이 98.2%, 장비취급 등 기타가 23.1%인데 반해, 대형업체는 광고물 기획·편집이 100.0%, 장비취급 등 기타가 25.0%로 장비취급 업종 사업체수의 비중이 비교적 작게 나타나고 있다. 취급액은 전체가 광고물 기획·편집 92.1%, 장비취급 등 기타 7.9%로 나타났으며, 대형업체는 광고물 기획·편집 93.9%, 장비취급 등 기타 6.1%로 나타났다. 사업체당 평균 취급액 역시 광고물 기획·편집이 2.4억원에 그친데 반해, 장비취급 등 기타 업종이 0.6억원으로 상대적으로 낮게 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,011개 중 대형업체 & 기타업은 20개 0.4%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 기타업은 20개 20.0%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 사업체 2,153개 중 대형업체는 20개 0.9%의 비중을 차지한다.

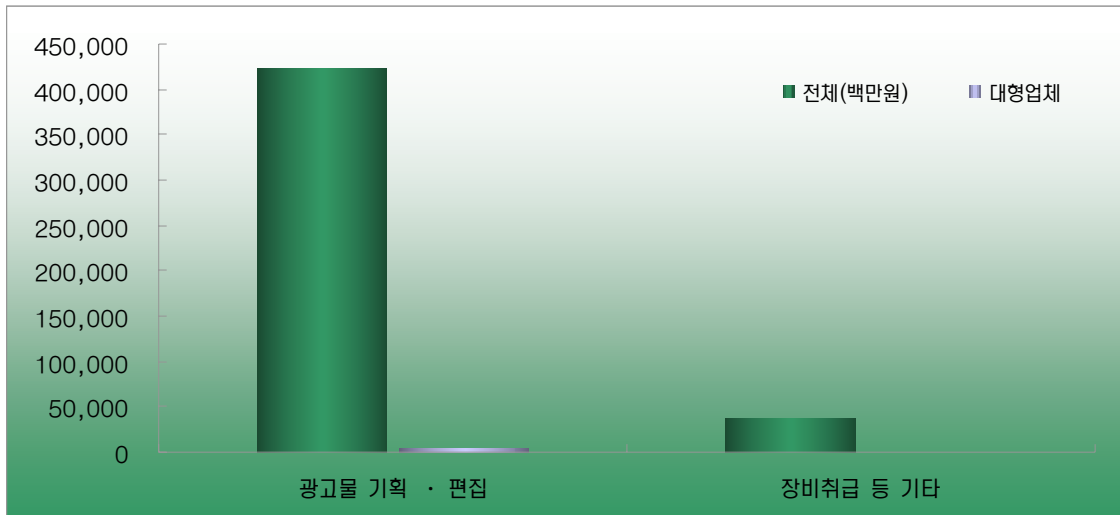
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 10조 3,232억원 중 대형업체 & 기타업은 52억원 0.1%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 6조 813억원 중 기타업은 0.1%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 취급액 4,609억원 중 대형업체는 1.1%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-14 >> 기타 세부업종별 취급액(대형)



광고물 기획편집은 사업체 20개 100.0%, 취급액 49억원 93.9%, 장비취급 등 기타는 사업체 5개 25.0%, 취급액 3억원 6.1%로 나타났다.

그림 1-2-15 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고물 기획편집은 전체 4,243억원 중 대형업체에서 49억원 1.2%를 차지하고, 장비취급 등 기타는 전체 366억원 중 대형업체에서 3억원 0.8%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-16 >> 지역별 기타업 취급액(대형)

		사업체수 (개소)	사업체 구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	17	85.0	4,228	81.4	249
	부산	0	0.0	0	0.0	0
	대구	0	0.0	0	0.0	0
	대전	2	10.0	900	17.3	450
	울산	1	5.0	68	1.3	68
	경상북도	0	0.0	0	0.0	0
	경상남도	0	0.0	0	0.0	0
전체		20	100.0	5,196	100.0	260

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 17개 85.0%로 가장 높게 나타났고, 대전 2개 10.0%, 울산 1개 5.0%의 순으로 나타났다. 지역별로 취급액은 서울이 42억원 81.4%, 대전 9억원 17.3%, 울산 1억원 1.3% 순으로 나타났다.

평균취급액은 대전 4.5억원, 서울 2.5억원, 울산 0.7억원의 순으로 나타났다.

### 1.3. 일반

표 1-3-1 >> 광고업종별 취급액(일반)

업종	사업체수 (개소) *	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	1,438	29.3	1,739,770	41.1	1,210
광고제작	1,049	21.4	271,469	6.4	259
서비스	410	8.3	463,565	10.9	1,131
인쇄	2,321	47.3	536,019	12.6	231
온라인	311	6.3	775,341	18.3	2,493
기타	2,133	43.4	455,668	10.7	214
전체	4,911	100.0	4,241,832	100.0	864

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

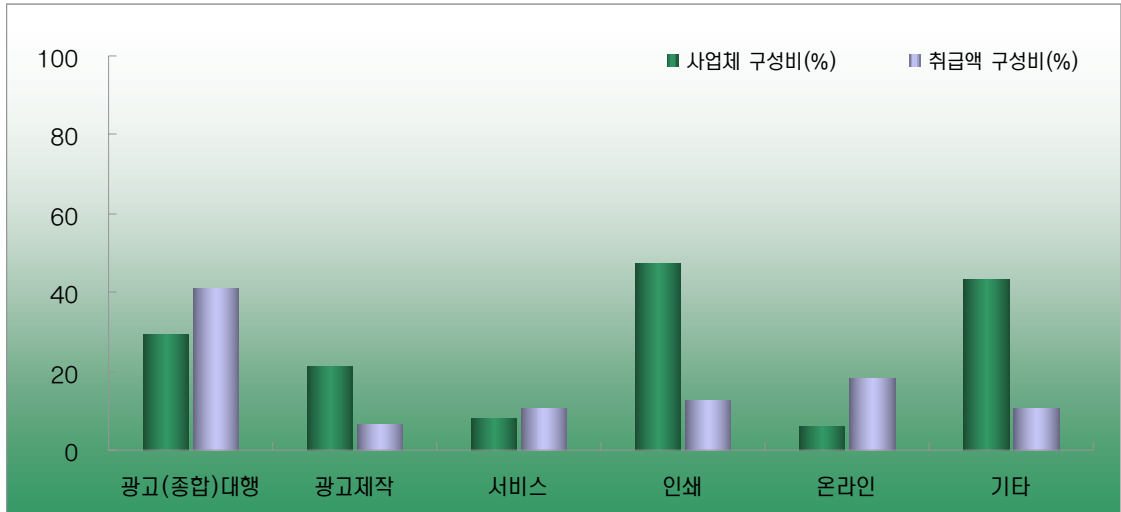
전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 업체를 구분하여 따로 살펴보면, 사업체수는 4,911개 98.0%, 취급액 기준 전체 규모는 4조 2,418억원으로 전체의 41.1%를 차지하고 있다.

사업체수를 업종별로 구분하면 인쇄 사업체가 2,321개 47.3%로 가장 높게 나타났고, 기타 2,133개 43.4%, 광고(종합)대행 1,438개 29.3%, 광고제작 1,049개 21.4%, 서비스 410개 8.3%, 온라인 311개 6.3%로 나타났다.

취급액을 업종별로 구분하면, 광고(종합)대행업이 1조 7,398억원 41.1%로 가장 높게 나타났고, 온라인 7,753억원 18.3%, 인쇄 5,360억원 12.6%, 서비스 4,636억원 10.9%, 기타 4,557억원 10.7%, 광고제작 2,715억원 6.4%의 순으로 나타났다.

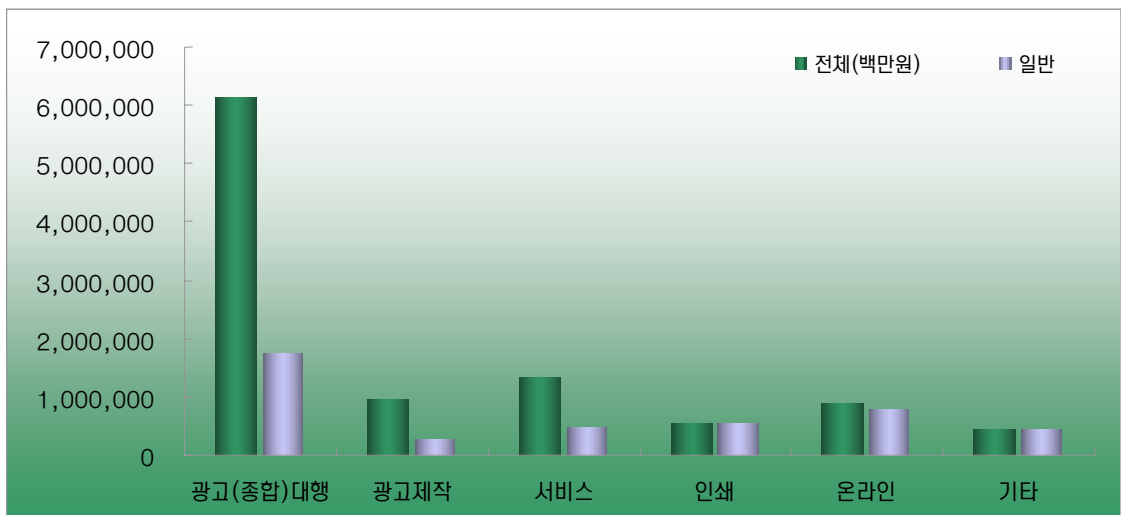
일반업체의 사업체당 평균취급액은 8.6억원이다. 업종별로 구분하면, 온라인 24.9억원, 광고(종합)대행 12.1억원, 서비스 11.3억원, 광고제작 2.6억원, 인쇄 2.3억원, 기타 2.1억원 순으로 나타났다.

그림 1-3-1 >> 광고 업종별 취급액(일반)



광고(종합)대행은 사업체 1,438개 29.3%, 취급액 1조 7,398억원 41.0%, 광고제작은 사업체 1,049개 21.4%, 취급액 2,715억원 6.4%, 서비스는 사업체 410개 8.3%, 취급액 4,636억원 10.9%, 인쇄는 사업체 2,321개 47.3%, 취급액 5,360억원 12.6%, 온라인은 사업체 311개 6.3%, 취급액 7,753억원 18.3%, 기타는 사업체 2,133개 43.4%, 취급액 4,557억원 10.7%로 나타났다.

그림 1-3-2 >> 광고 업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고(종합)대행업은 전체 6조 1,409억원 중 일반업체에서 1조 7,398억원 28.3%를 차지하고, 광고제작은 전체 9,454억원 중 일반업체에서 2,715억원 28.7%를 차지하고, 서비스는 전체 1조 3,371억원 중 일반업체에서 4,636억원 34.7%를 차지하고, 인쇄는 전체 5,495억원 중 일반업체에서 5,360억원 97.5%를 차지하고, 온라인은 전체 8,895억원 중 일반업체에서 7,753억원 87.2%를, 기타는 전체 4,609억원 중 일반업체에서 4,557억원 98.9%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	1,438	29.3	2,007,395	47.3	1,396
광고제작	649	13.2	257,507	6.1	397
서비스	166	3.4	429,014	10.1	2,584
인쇄	1,661	33.8	489,681	11.5	295
온라인	142	2.9	745,625	17.6	5,251
기타	855	17.4	312,610	7.4	366
전체	4,911	100.0	4,241,832	100.0	864

표 1-3-2 >> 지역별 광고업 취급액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	2,450	49.9	3,699,382	87.5	1,510
	부산	203	4.1	67,929	1.6	335
	대구	316	6.4	60,757	1.4	192
	광주	491	10.0	38,915	0.9	79
	대전	308	6.3	39,980	0.9	130
	인천	104	2.1	23,980	0.6	231
	울산	67	1.4	14,086	0.3	210
	경기도	500	10.2	226,899	5.3	454
	강원도	87	1.8	11,980	0.3	138
	충청북도	30	0.6	1,317	0.0	44
	충청남도	32	0.7	10,553	0.2	330
	전라북도	123	2.5	31,629	0.7	257
	전라남도	11	0.2	1,216	0.0	111
	경상북도	44	0.9	1,466	0.0	33
	경상남도	114	2.3	7,372	0.2	65
	제주도	31	0.6	4,371	0.1	141
전체	4,911	100.0	4,241,832	100.0	864	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 2,450개 49.9%로 가장 높게 나타났고, 경기도 500개 10.2%, 광주 491개 10.0%, 대구 316개 6.4%, 대전 308개 6.3%, 전라북도 123개 2.5%, 경상남도 114개 2.3%, 인천 104개 2.1%의 순으로 나타났다. 취급액은 서울이 3조 6,994억원 87.5%로 나타났고, 경기도 2,269억원 5.3%, 부산 679억원 1.6%, 대구 608억원 1.4%, 대전 400억원 0.9%의 순으로 나타났다.

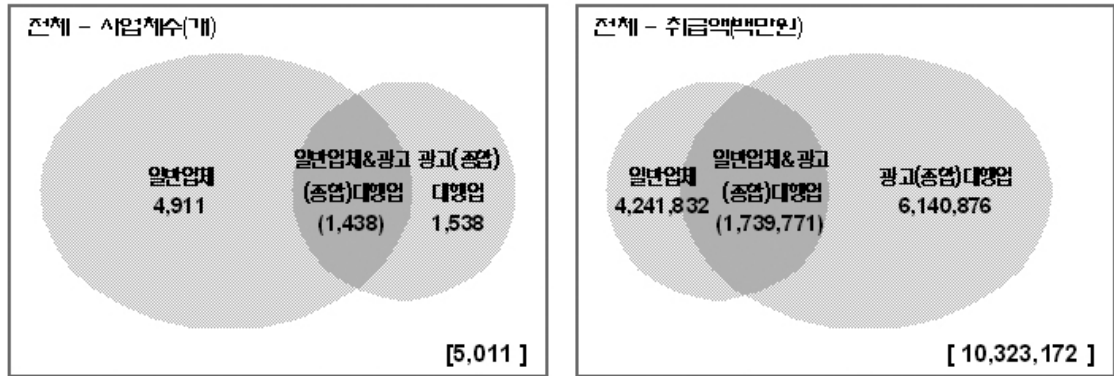
평균취급액은 서울 15.1억원, 경기도 4.5억원, 부산 3.4억원, 충청남도 3.3억원, 전라북도 2.6억원의 순으로 나타났다.

### 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	1,438	100.0	1,731,608	99.5	1,204
광고기획·전략대행	91	6.3	8,162	0.5	90
전체	1,438	100.0	1,739,770	100.0	1,210

\* 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, 이중 광고대행과 매체대행은 실제 조사에서 매체별 구분이 어려워 집계에서 합산처리 하였다.

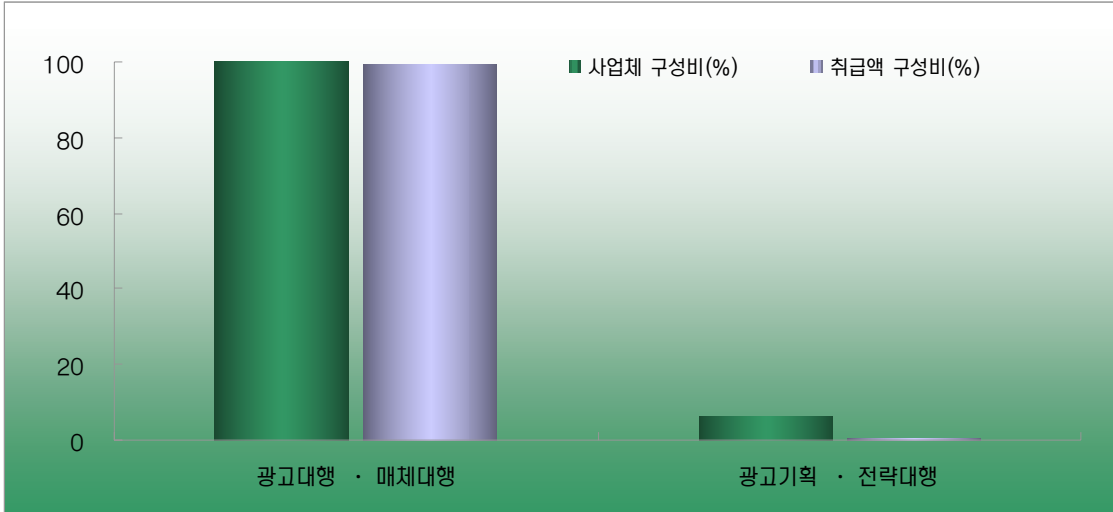
세부업종으로 살펴보면, 사업체수는 광고대행·매체대행이 1,438개 100.0%로 대부분을 차지하며, 광고기획·전략대행은 91개 6.3%를 차지한다. 취급액은 광고대행·매체대행이 1조 7,316억원 99.5%로 높게 나타났고, 광고기획·전략대행은 82억원 0.5%로 나타났다.

사업체당 평균 취급액은, 광고대행·매체대행은 12.0억원으로 나타났고, 광고기획·전략대행은 0.9억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,011개 중 일반업체&광고(종합)대행업은 1,438개 28.7%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,911개 중 광고(종합)대행업은 1,438개 29.3%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 사업체 1,538개 중 일반업체는 1,438개 93.5%의 비중을 차지한다.

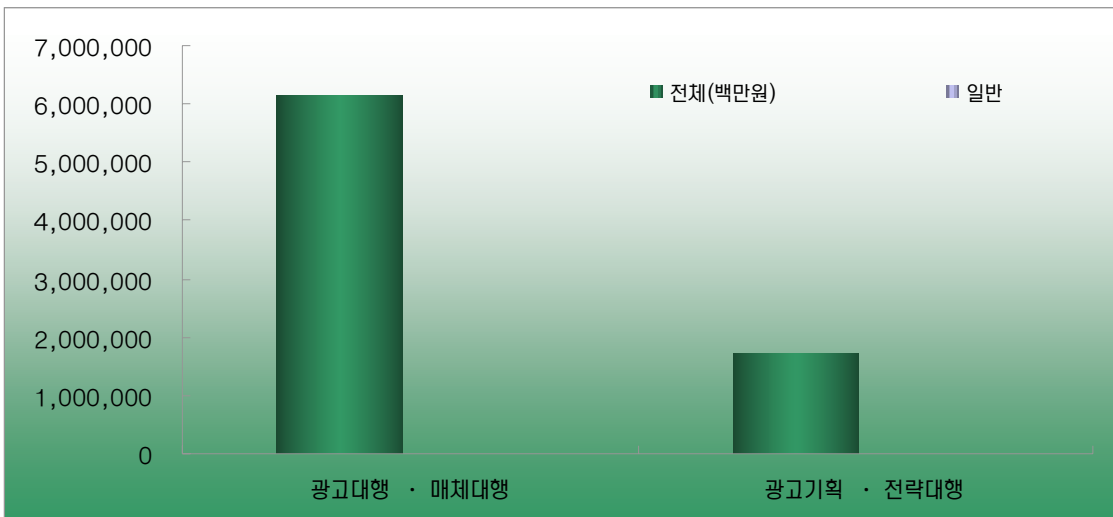
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 10조 3,232억원 중 일반업체 & 광고(종합)대행업은 1조 7,398억원 16.9%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 4조 2,418억원 중 광고(종합)대행업은 1조 7,398억원 41.0%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 취급액 6조 1,409억원 중 일반업체는 1조 7,398억원 28.3%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반)



광고대행매체대행은 사업체 1,438개 100.0%, 취급액 1조 7,316억원 99.5%, 광고기획·전략대행은 사업체 91개 6.3%, 취급액 82억원 0.5%로 나타났다.

그림 1-3-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행·매체대행은 전체 6조 1,327억원 중 일반업체에서 1조 7,316억원 28.2%를 차지하고, 광고기획·전략대행은 전체 82억원 중 일반업체에서 82억원 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	909	63.2	1,515,074	87.1	1,667
	부산	117	8.2	33,270	1.9	284
	대구	38	2.6	11,262	0.6	296
	광주	14	1.0	4,277	0.2	306
	대전	49	3.4	3,520	0.2	72
	인천	18	1.2	15,489	0.9	861
	울산	58	4.1	6,432	0.4	111
	경기도	123	8.6	132,627	7.6	1,078
	강원도	11	0.7	1,141	0.1	104
	충청북도	0	0.0	0	0.0	0
	충청남도	14	1.0	3,996	0.2	285
	전라북도	51	3.5	7,036	0.4	138
	전라남도	11	0.7	1,043	0.1	95
	경상북도	0	0.0	0	0.0	0
	경상남도	8	0.5	2,849	0.2	356
	제주도	18	1.3	1,752	0.1	97
전체		4,911	100.0	4,241,832	100.0	864

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 909개 63.2%로 가장 높게 나타났고, 경기도 123개 8.6%, 부산 117개 8.2%, 울산 58개 4.1%, 전라북도 51개 3.5%, 대전 49개 3.4%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 1조 5,151억원 87.1%로 나타났고, 경기도 1,326억원 7.6%, 부산 333억원 1.9%, 인천 155억원 0.9%, 대구 113억원 0.6%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 16.7억원, 경기도 10.8억원, 경상남도 3.6억원, 광주 3.1억원, 대구 3.0억원의 순으로 나타났다.

표 1-3-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(일반)

		사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
4대매체	TV	303	19.0	54,477	2.2	180
	라디오	296	18.6	35,890	1.4	121
	신문	560	35.1	202,027	8.1	361
	잡지	473	29.7	66,572	2.7	141
뉴미디어	케이블	355	22.3	184,596	7.4	520
	위성	71	4.5	2,237	0.1	32
	온라인	275	17.2	769,482	30.8	2,798
	모바일	127	8.0	77,927	3.1	614
	IPTV	62	3.9	17,602	0.7	284
	DMB	333	20.9	25,951	1.0	78
옥외		799	50.1	895,620	35.8	1,121
기타		583	36.6	168,710	6.7	289
전체		1,595	100.0	2,501,091	100.0	1,568

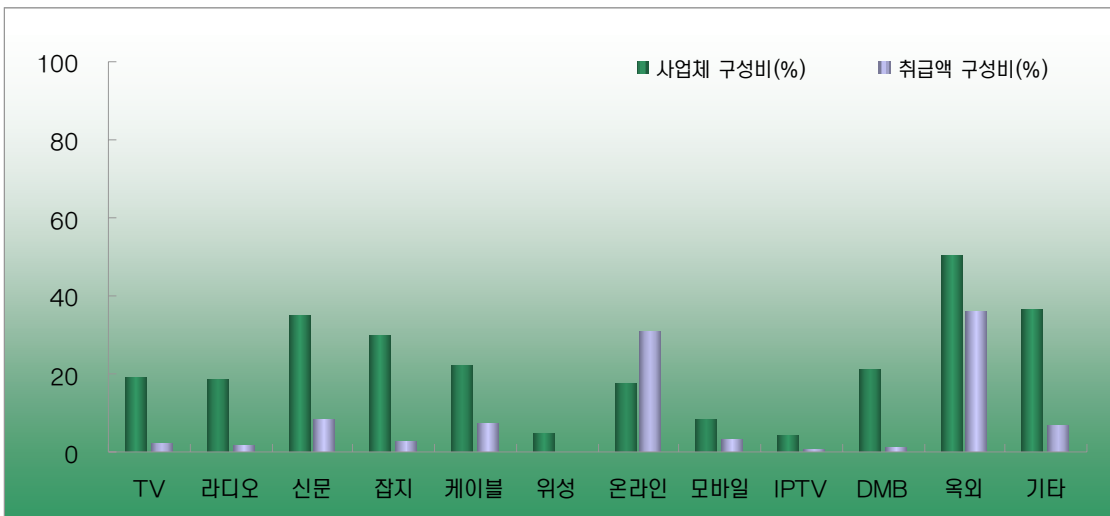
\* 사업체수가 여러 업종을 동시에 하는 경우 중복으로 처리함. 따라서 사업체수 및 사업체 구성비는 개별업종의 합이 전체보다 크게 나타남.

광고대행·매체대행의 취급액 2조 5,011억원을 매체별로 구분하면, 사업체수는 옥외 799개 50.1%로 가장 많고, 기타 583개 36.6%, 신문 560개 35.1%, 잡지 473개 29.7%, 케이블 355개 22.3%, DMB 333개 20.9%, TV 303개 19.0%, 라디오 296개 18.6%의 순으로 많이 나타났다. 취급액은 옥외 취급액이 8,956억원 35.8%로 가장 높으며, 온라인 7,695억원 30.8%, 신문 2,020억원 8.1%, 케이블 1,846억원 7.4%, 모바일 779억원 3.1% 순으로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

일반업체 광고대행·매체대행업 광고비를 다시 크게 구분하면, 영향력이 큰 주요4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고대행 취급액은 3,590억원으로 전체의 14.4%를 차지하며, 뉴미디어(케이블, 온라인, 모바일, DMB) 취급액은 1조 778억원 43.1%, 옥외광고 8,956억원 35.8%, 기타 1,687억원 6.7%로 나눌 수 있다.

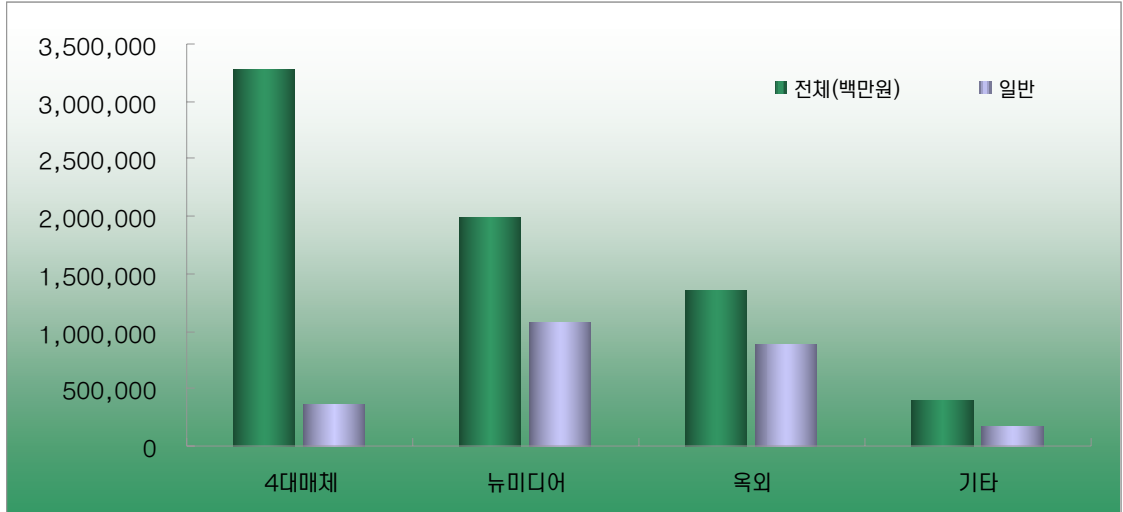
사업체당 평균 취급액은 온라인 28.0억원, 옥외 11.2억원, 모바일 6.1억원, 케이블 5.2억원, 신문 3.6억원 등의 순으로 나타났다.

그림 1-3-5 >> 광고대행·매체대행 주요 매체별 취급액(일반)



4대매체의 TV는 사업체 303개 19.0%, 취급액 545억원 2.2%, 라디오는 사업체 296개 18.6%, 취급액 359억원 1.4%, 신문은 사업체 560개 35.1%, 취급액 2,020억원 8.1%, 잡지는 사업체 473개 29.7%, 취급액 666억원 2.7%로 나타났고, 뉴미디어의 케이블은 사업체 355개 22.3%, 취급액 1,846억원 7.4%, 위성은 사업체 71개 4.5%, 취급액 22억원 0.1%, 온라인은 사업체 275개 17.2%, 취급액 7,695억원 30.8%, 모바일은 사업체 127개 8.0%, 779억원 3.1%, IPTV 사업체 62개 3.9%, 취급액 176억원 0.7%, DMB 사업체 333개 20.9%, 취급액 260억원 1.0%, 옥외는 사업체 799개 50.1%, 취급액 8,956억원 35.8%, 기타는 사업체 583개 36.6%, 취급액 1,687억원 6.7%로 나타났다.

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



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 4대매체는 전체 3조 278억원 중 일반업체에서 3,500억원 14.4%를 차지하고, 뉴미디어는 전체 1조 9,936억원 중 일반업체에서 1조 778억원 43.1%를 차지하고, 옥외는 전체 1조 3,501억원 중 일반업체에서 8,956억원 35.8%를 차지하고, 기타는 전체 3,948억원 중 일반업체에서 1,687억원 6.7%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-6 >> 지역별 광고대행·매체대행 취급액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	1,044	65.4	2,271,798	90.8	2,176
	부산	129	8.1	34,857	1.4	270
	대구	38	2.4	11,335	0.5	298
	광주	14	0.9	4,309	0.2	308
	대전	49	3.1	3,596	0.1	73
	인천	21	1.3	15,981	0.6	761
	울산	58	3.6	6,446	0.3	111
	경기도	129	8.1	134,608	5.4	1,043
	강원도	11	0.7	1,143	0.0	104
	충청북도	0	0.0	0	0.0	0
	충청남도	14	0.9	3,996	0.2	285
	전라북도	51	3.2	7,365	0.3	144
	전라남도	11	0.7	1,055	0.0	96
	경상북도	0	0.0	0	0.0	0
	경상남도	8	0.5	2,850	0.1	356
	제주도	18	1.2	1,752	0.1	97
전체	1,595	100.0	2,501,091	100.0	1,568	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,044개 65.4%로 가장 높게 나타났고, 경기도와 부산이 각 129개 8.1%, 울산 58개 3.6%, 전라북도 51개 3.2% 등의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 2조 2,718억원 90.8%로 나타났고, 경기도 1,346억원 5.4%, 부산 349억원 1.4%, 인천 160억원 0.6% 등의 순으로 나타났다.

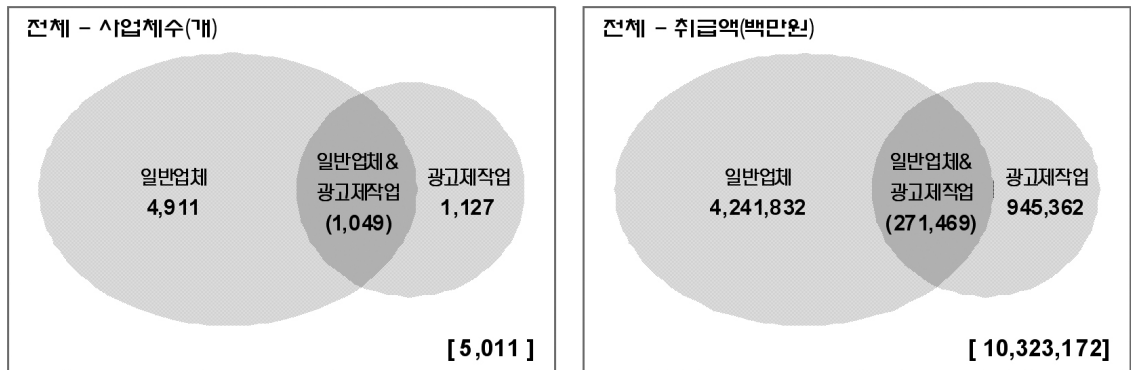
평균취급액은 서울 21.8억원, 경기도 10.4억원, 인천 7.6억원, 경상남도 3.6억원, 광주 3.1억원의 순으로 나타났다.

### 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	665	63.4	229,417	84.5	345
온라인제작	246	23.5	15,009	5.5	61
광고사진스튜디오	226	21.5	5,139	1.9	23
CI	697	66.4	21,904	8.1	31
전체	1,049	100.0	271,469	100.0	259

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



일반업체에서 광고제작업을 하는 사업체수는 1,049개, 총 취급액은 2,715억원, 평균취급액은 2.6억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 21.4%, 취급액 6.4%이다.

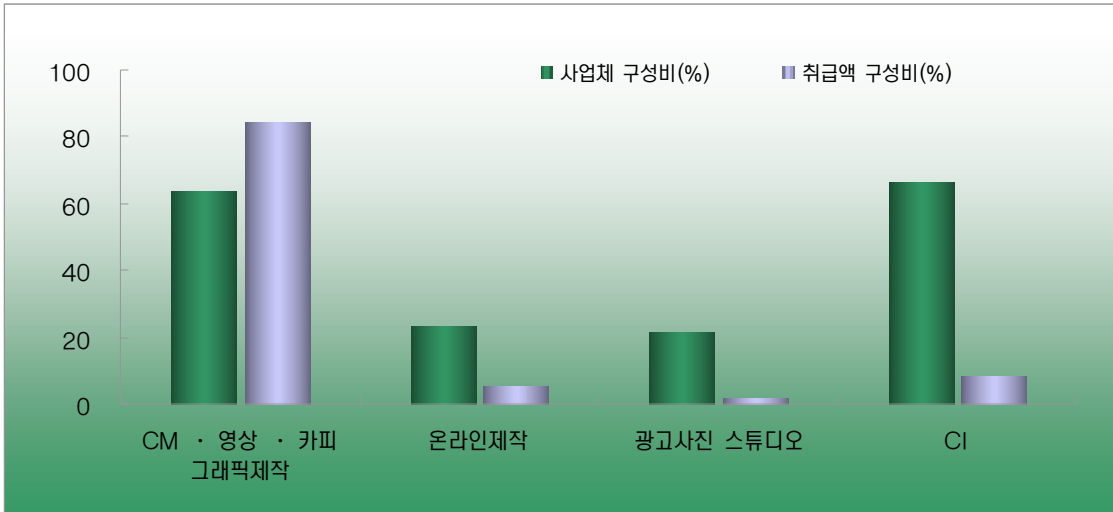
광고제작업을 4개 세부업종(CM·영상·카피·그래픽제작, 온라인제작, 광고사진 스튜디오, CI)으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 CI를 하는 사업체가 697개 66.4%로 가장 많으며, CM·영상·카피·그래픽제작 665개 63.4%, 온라인제작 246개 23.5%, 광고사진 스튜디오 226개 21.5%의 순으로 나타났다. CM·영상·카피·그래픽제작 취급액이 2,294억원 84.5%, CI 219억원 8.1%로 가장 높았고, 온라인제작 150억원 5.5%, 광고사진 스튜디오 51억원 1.9%의 순으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,011개 중 일반업체 & 광고제작업은 1,049개 20.9%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,911개 중 광고제작업은 1,049개 21.4%의 비중을 차지하며, 광고제작업의 전체 사업체 1,127개 중 일반업체는 1,049개 93.1%의 비중을 차지한다.

취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 10조 3,232억원 중 일반업체 & 광고제작업은 2,715억원 2.6%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 4조 2,418억원 중 광고제작업은 2,715억원 6.4%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 취급액 9,454억원 중 일반업체는 2,715억원 28.7%의 비중을 차지한다.

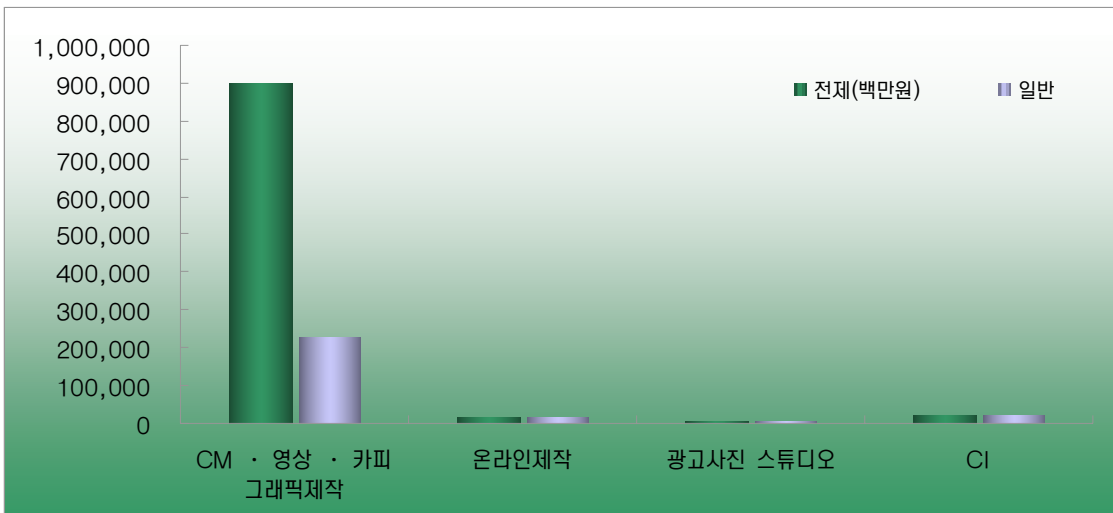


그림 1-3-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반)



CM·영상·카피·그래픽제작은 사업체 655개 63.4%, 취급액 2,294억원 84.5%, 온라인제작은 사업체 246개 23.5%, 취급액 150억원 5.5%, 광고사진 스튜디오는 사업체 226개 21.5%, 취급액 51억원 1.9%, CI는 사업체 697개 66.4%, 취급액 219억원 8.1%로 나타났다.

그림 1-3-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, CM영상카피그래픽제작은 전체 9,017억원 중 일반업체에서 2,294억원 25.4%를 차지하고, 온라인제작은 전체 160억원 중 일반업체에서 150억원 94.0%를 차지하고, 광고사진 스튜디오는 전체 52억원 중 일반업체에서 51억원 99.4%를 차지하고, CI는 전체 2,249억원 중 일반업체에서 2,190억원 97.4%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-8 >> 지역별 광고제작 취급액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	473	45.0	232,618	85.9	492
	부산	63	6.0	7,414	2.7	118
	대구	22	2.1	2,572	0.9	117
	광주	177	16.9	3,043	1.1	17
	대전	25	2.4	882	0.3	35
	인천	2	0.2	1,212	0.4	606
	울산	56	5.3	1,788	0.7	32
	경기도	74	7.1	19,204	7.1	260
	강원도	5	0.5	333	0.1	67
	충청북도	0	0.0	0	0.0	0
	충청남도	4	0.4	488	0.2	122
	전라북도	54	5.1	1,130	0.4	21
	전라남도	2	0.2	32	0.0	16
	경상북도	10	1.0	50	0.0	5
	경상남도	76	7.2	576	0.2	8
	제주도	6	0.6	127	0.0	21
	전체		1,049	100.0	271,469	100.0

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 473개 45.0%로 가장 높게 나타났고, 광주 177개 16.9%, 경상남도 76개 7.2%, 경기도 74개 7.1%, 부산 63개 6.0%, 울산 56개 5.3%의 순으로 나타났다.

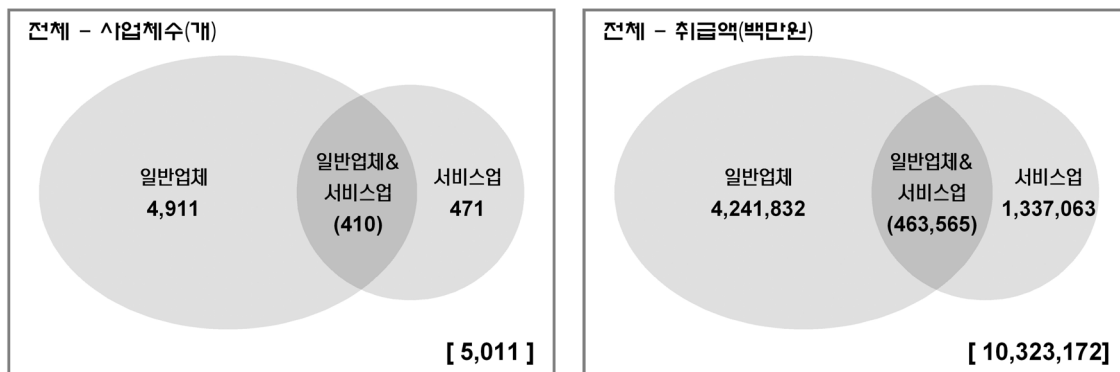
지역별로 취급액은 서울이 2,326억원 85.9%로 나타났고, 경기도 192억원 7.1%, 부산 74억원 2.7%, 대구 26억원 0.9%, 울산 18억원 0.7%, 인천 12억원 0.4%의 순으로 나타났다.

### 1.3.3. 서비스

표 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(일반)

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
마케팅·리서치	160	39.0	27,064	5.8	169
PR	258	62.9	91,811	19.8	356
SP	127	31.0	59,925	12.9	472
이벤트	242	59.0	272,945	59.0	1,128
Space Design	138	33.7	11,820	2.5	86
전체	410	100.0	463,565	100.0	1,131

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



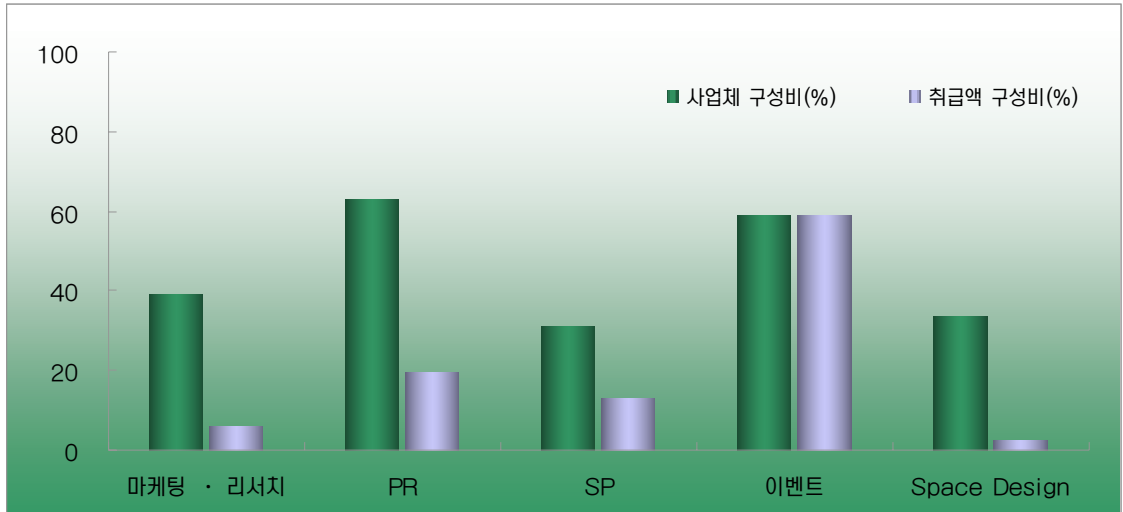
일반업체에서 서비스업을 하는 사업체수는 410개, 총 취급액은 4,636억원, 평균취급액은 11.3억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 8.3%, 취급액 10.9%이다.

서비스업을 5개(마케팅·리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design)의 세부업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 PR 258개 62.9%, 이벤트 242개 59.0%, 마케팅·리서치 160개 39.0%, Space Design 138개 33.7%, SP 127개 31.0% 순으로 나타나고, 취급액은 이벤트 2,729억원 59.0%, PR 918억원, 19.8%, SP 599억원 12.9%, 마케팅·리서치 271억원 5.8%, Space Design 118억원 2.5% 순으로 나타났다. 평균취급액은 이벤트 11.3억원, SP 4.7억원, PR 3.6억원, 마케팅·리서치 1.7억원, Space Design 0.9억원 순으로 높게 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,011개 중 일반업체 & 서비스업은 410개 8.2%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,911개 중 서비스업은 410개 8.3%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 사업체 471개 중 일반업체는 410개 87.0%의 비중을 차지한다.

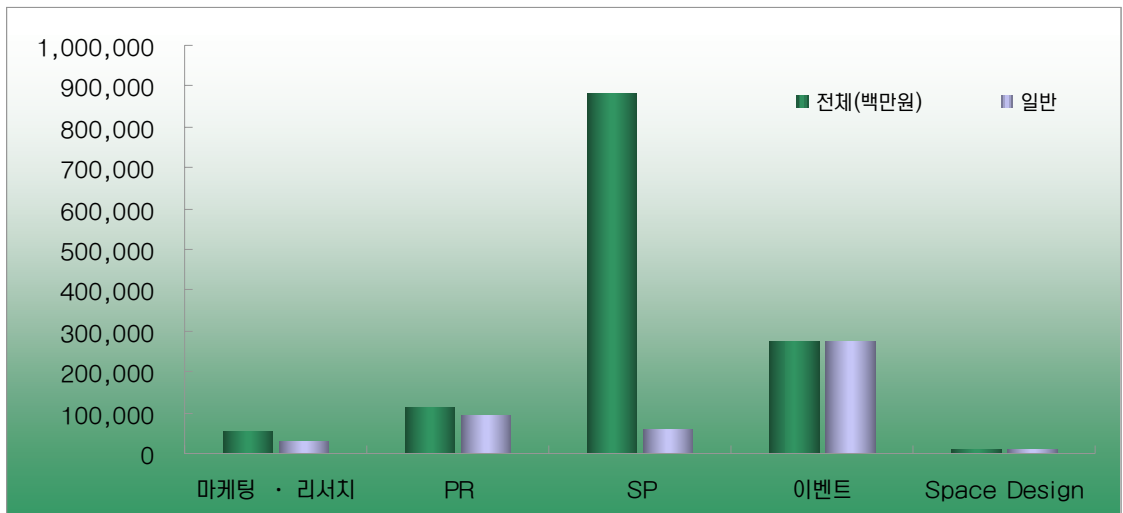
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 10조 3,232억원 중 일반업체 & 서비스업은 4,636억원 4.5%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 4조 2,418억원 중 서비스는 10.9%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 취급액 1조 3,371억원 중 일반업체는 34.7%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(일반)



마케팅 · 리서치는 사업체 160개 39.0%, 취급액 271억원 5.8%, PR은 사업체 258개 62.9%, 취급액 918억원 19.8%, SP는 사업체 127개 31.0%, 취급액 599억원 12.9%, 이벤트 사업체 242개 59.0%, 취급액 2,729억원 58.9%, Space Design 사업체 138개 33.7%, 취급액 118억원 2.5%로 나타났다.

그림 1-3-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 마케팅 · 리서치는 전체 517억원 중 일반업체에서 271억원 52.3%를 차지하고, PR은 전체 1,146억원 중 일반업체에서 918억원 80.1%를 차지하고, SP은 전체 8,839억원 중 일반업체에서 599억원 6.8%를 차지했다. 이벤트는 전체 2,749억원 중 일반업체에서 2,729억원 99.3%를, Space Design은 전체 120억원 중 일반업체에서 118억원 98.8%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-10 >> 지역별 서비스업 취업액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	312	76.2	446,594	96.2	1,431
	부산	3	0.7	28	0.0	9
	대구	20	4.9	1,626	0.4	81
	광주	13	3.2	379	0.1	29
	대전	7	1.7	240	0.1	34
	인천	0	0.0	0	0.0	0
	울산	10	2.4	105	0.0	11
	경기도	25	6.1	10,169	2.2	407
	강원도	5	1.3	238	0.1	48
	충청북도	0	0.0	0	0.0	0
	충청남도	1	0.2	141	0.0	141
	전라북도	11	2.7	4,029	0.9	366
	전라남도	1	0.2	6	0.0	6
	경상북도	0	0.0	0	0.0	0
	경상남도	1	0.2	4	0.0	4
	제주도	1	0.2	6	0.0	6
	전체		410	100.0	463,565	100.0

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 312개 76.2%로 가장 높게 나타났고, 경기도 25개 6.1%, 대구 20개 4.9%, 광주 13개 3.2%, 전라북도 11개 2.7% 등의 순으로 나타났다.

취급액은 서울이 4,466억원 96.2%로 나타났고, 경기도 102억원 2.2%, 전라북도 40억원 0.9%, 대구 16억원 0.4%의 순으로 나타났다.

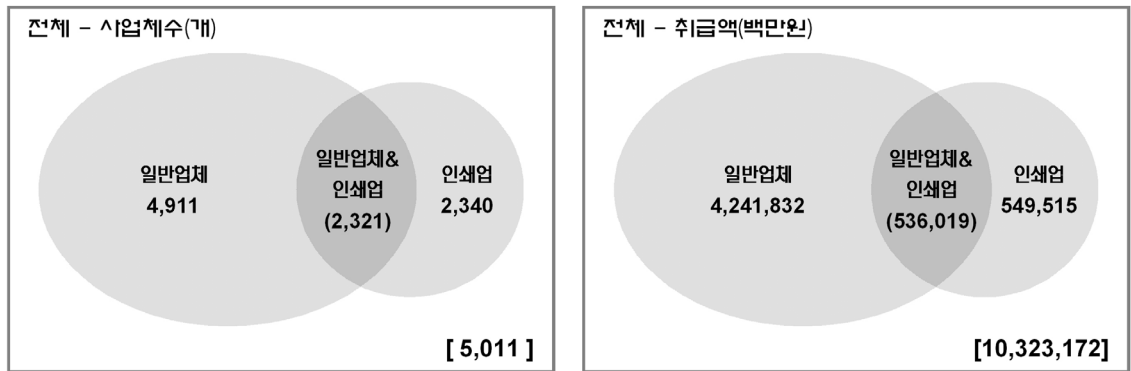
평균취급액은 서울 14.3억원, 경기도 4.1억원, 전라북도 3.7억원, 충청남도 1.4억원, 대구 0.8억원의 순으로 나타났다.

### 1.3.4. 인쇄

표 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
인쇄	2,301	99.1	509,517	95.1	221
제판	320	13.8	26,502	4.9	83
전체	2,321	100.0	536,019	100.0	231

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



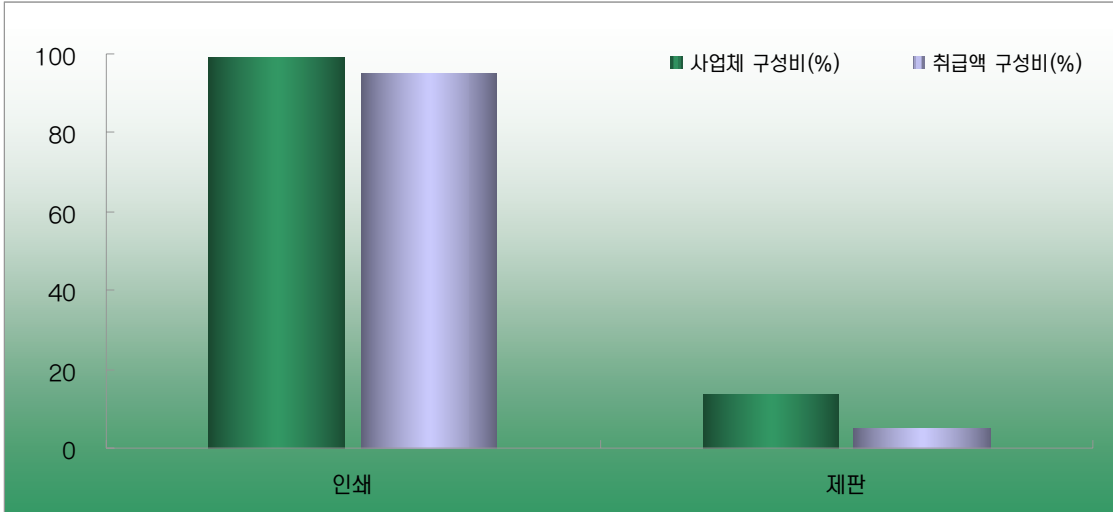
일반업체에서 인쇄업을 하는 사업체수는 2,321개, 총 취급액은 5,360억원, 평균취급액은 2.3억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 47.3%, 취급액 12.6%이다.

일반업체의 인쇄업을 2개(인쇄, 제판)의 세부업종으로 구분하면, 사업체수는 인쇄업이 2,301개 99.1%, 제판업이 320개 13.8%이며, 취급액은 인쇄 5,095억원 95.1%, 제판 265억원 4.9%이며, 사업체당 평균 취급액은 인쇄 2.2억원, 제판 0.8억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,011개 중 일반업체 & 인쇄업은 2,321개 46.3%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,911개 중 인쇄업은 2,321개 47.3%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 사업체 2,340개 중 일반업체는 2,321개 99.2%의 비중을 차지한다.

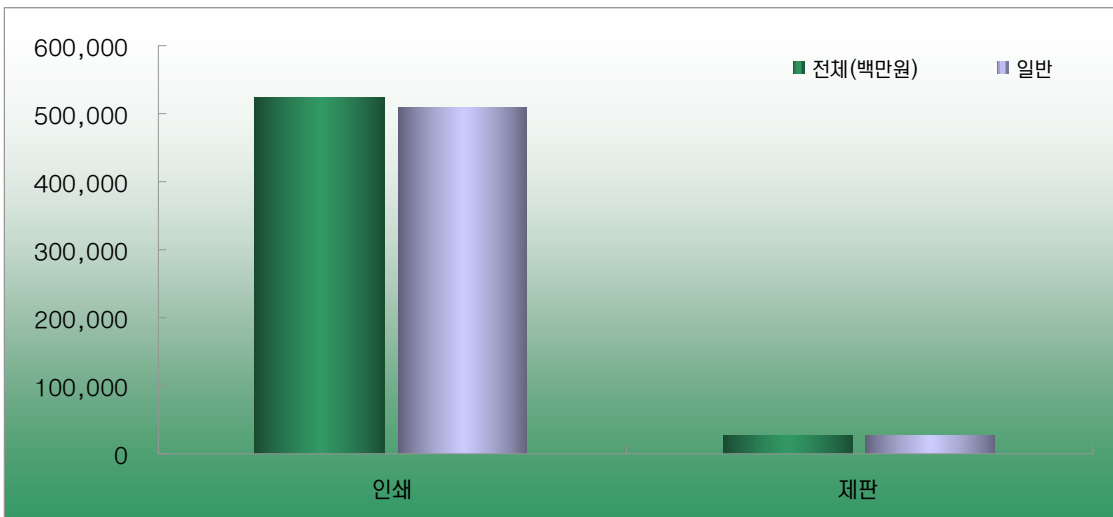
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 10조 3,232억원 중 일반업체 & 인쇄업은 5,360억원 5.2%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 4조 2,418억원 중 인쇄업은 5,360억원 12.6%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 취급액 5,495억원 중 일반업체는 5,360억원 97.5%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(일반)



인쇄는 사업체 2,301개 99.1%, 취급액 5,095억원 95.1%, 제판은 사업체 320개 13.8%, 취급액 265억원 4.9%로 나타났다.

그림 1-3-12 >> 인쇄 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 인쇄는 전체 5,228억원 중 일반업체에서 5,095억원 97.5%를 차지하고, 제판은 전체 267억원 중 일반업체에서 265억원 99.3%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-12 >> 지역별 인쇄업 취업액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	934	40.1	380,398	71.0	407
	부산	78	3.4	17,310	3.2	222
	대구	226	9.7	39,863	7.4	176
	광주	339	14.6	21,673	4.0	64
	대전	256	11.1	26,890	5.0	105
	인천	37	1.6	1,073	0.2	29
	울산	32	1.4	3,656	0.7	114
	경기도	193	8.3	28,564	5.3	148
	강원도	22	1.0	1,257	0.2	57
	충청북도	14	0.6	353	0.1	27
	충청남도	25	1.1	3,118	0.6	125
	전라북도	69	3.0	8,377	1.6	121
	전라남도	4	0.1	57	0.0	14
	경상북도	20	0.9	414	0.1	21
	경상남도	56	2.4	1,495	0.3	27
	제주도	16	0.7	1,521	0.3	95
	전체		2,321	100.0	536,019	100.0

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 934개 40.1%로 가장 높게 나타났고, 광주 339개 14.6%, 대전 256개 11.1%, 대구 226개 9.7%, 경기도 193개 8.3%, 부산 78개 3.4%, 전라북도 69개 3.0%, 경상남도 56개 2.4%의 순으로 나타났다.

지역별로 취업액은 서울이 3,804억원 71.0%로 나타났고, 대구 399억원 7.4%, 경기도 286억원 5.3%, 대전 269억원 5.0%, 광주 217억원 4.0%, 부산 173억원 3.2%, 전라북도 84억원 1.6%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 4.1억원, 부산 2.2억원, 대구 1.8억원, 충청남도 1.3억원, 전라북도 1.2억원의 순으로 나타났다.

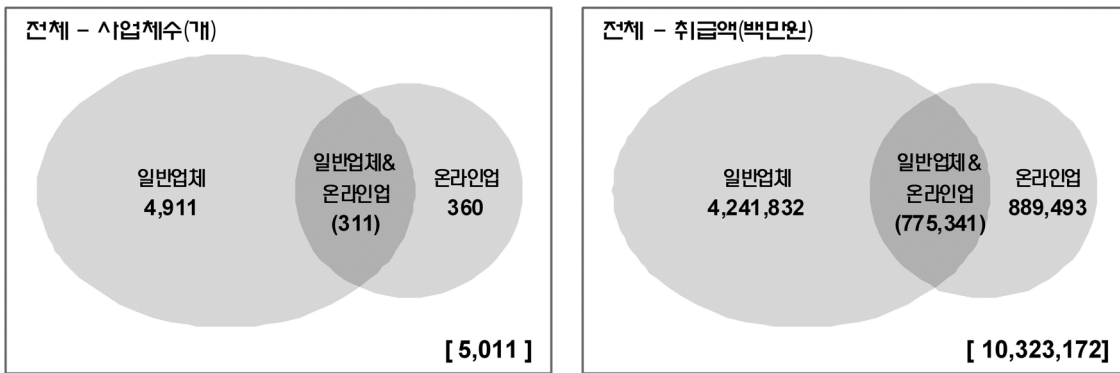


1.3.5. 온라인

표 1-3-13 >> 온라인 업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
광고대행	251	80.7	609,752	78.7	2,429
매체대행	103	33.1	159,730	20.6	1,551
광고기획·전략대행	10	3.2	1,924	0.2	192
광고제작	77	24.8	3,935	0.5	51
전체	311	100.0	775,341	100.0	2,493

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



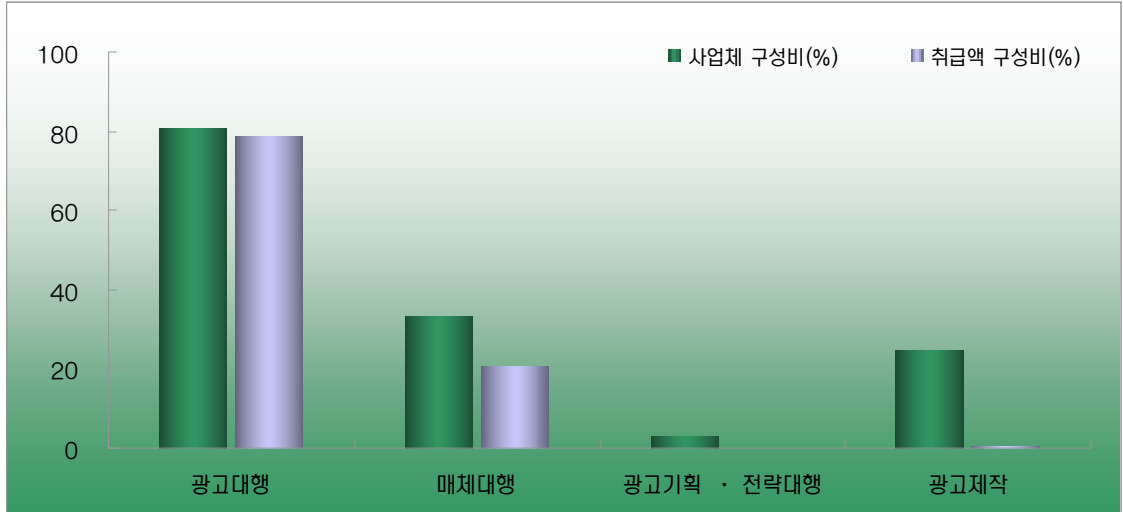
일반업체에서 온라인업종을 하는 사업체수는 311개, 총 취급액은 7,753억원, 평균취급액은 24.9억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 6.3%, 취급액 18.3% 이다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고대행 251개 80.7%, 매체대행 103개 33.1%, 광고제작 77개 24.8%, 광고기획·전략대행 10개 3.2%의 순으로 나타났고, 취급액은 광고대행 6,098억원 78.6%, 매체대행 1,597억원 20.6%, 광고제작 39억원 0.5%, 광고기획·전략대행 1.9억원 0.2%의 순으로 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 광고대행 24.3억원, 매체대행 15.5억원, 광고기획·전략대행 1.9억원, 광고제작 0.5억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,011개 중 일반업체 & 온라인업은 311개 6.2%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,911개 중 온라인업은 311개 6.3%의 비중을 차지하고, 온라인업의 전체 사업체 360개 중 일반업체는 311개 86.4%의 비중을 차지한다.

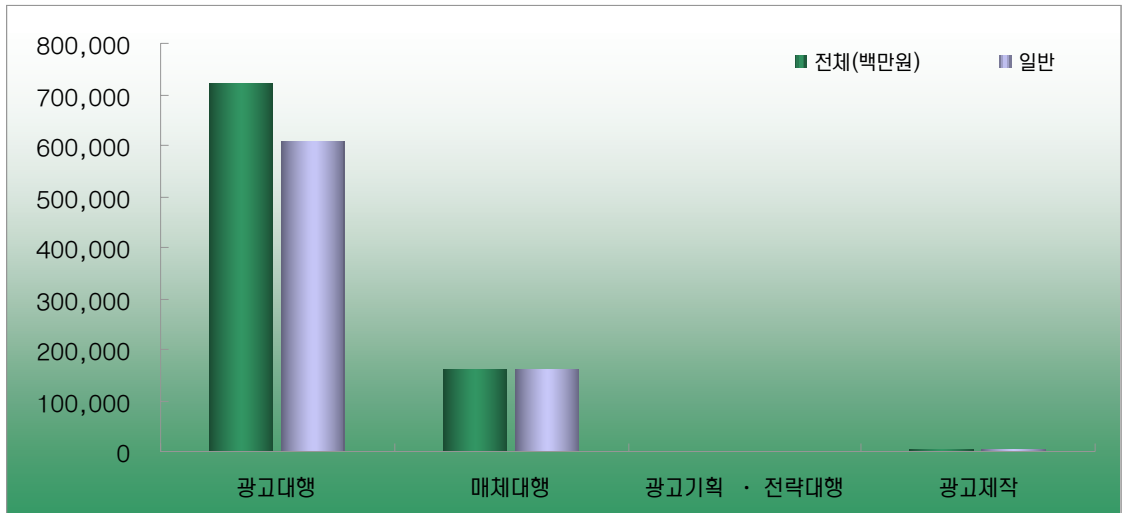
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 10조 3,232억원 중 일반업체 & 온라인업은 7,753억원 7.5%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 4조 2,418억원 중 온라인업은 18.3%의 비중을 차지하고, 온라인업의 전체 취급액 8,895억원 중 일반업체 & 온라인업은 87.2%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-13 >> 온라인 세부업종별 취급액(일반)



광고대행은 사업체 251개 80.7%, 취급액 6,098억원 78.7%, 매체대행은 사업체 103개 33.1%, 취급액 1,597억원 20.6%, 광고기획·전략대행은 사업체 10개 3.2%, 취급액 19억원 0.2%, 광고제작은 사업체 77개 24.8%, 취급액 39억원 0.5%로 나타났다.

그림 1-3-14 >> 온라인 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 온라인 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행은 전체 7,218억원 중 일반업체에서 6,098억원 84.5%를 차지하고, 매체대행은 전체 1,618억원에서 1,597억원 98.7%를 차지하고, 광고기획·전략대행은 전체 19억원에서 19억원 100.0%를 차지하고, 광고제작은 전체 40억원 중 일반업체에서 39억원 98.9%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-13-1 >> 온라인 광고대행의 세부항목별 취급액(일반)

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
포털사이트	185	73.7	471,546	77.4	2,549
전문사이트	38	15.1	15,453	2.5	407
UCC사이트	33	13.1	8,105	1.3	246
언론/미디어사이트	108	43.0	57,654	9.5	534
기타	106	42.2	56,994	9.3	538
전체	251	100.0	609,752	100.0	2,429

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

온라인 광고대행업 중 일반업체의 취급액 6,098억원을 매체별로 구분해 본 결과, 사업체 수는 포털사이트를 대상으로 한 광고대행사가 185개로, 73.7%를 차지로 가장 많았고, 기타가 108개 43.0%로 두 번째로 많았다. 한편, 기타는 106개 42.2%, 전문사이트 대상 대행사는 38개 15.1%로 나타났다. 취급액 역시 포털 광고대행 취급액이 4,715억원 77.4%로 가장 점유율이 높았으며, 이어 언론/미디어사이트 취급액이 577억원 9.5%로 두 번째로 많은 것으로 나타났다. 그 외 기타사이트 취급액 570억원 9.3%, 전문사이트 155억원 2.5%, UCC사이트 81억원 1.3% 비중으로 나타났다.

표 1-3-13-2 >> 온라인 매체대행의 세부항목별 취급액(일반)

	사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
포털사이트	64	62.1	87,983	55.1	1,375
전문사이트	24	23.3	837	0.5	35
UCC사이트	0	0.0	0	0.0	0
언론/미디어사이트	64	62.1	2,570	1.6	40
기타	70	68.0	68,340	42.8	976
전체	103	100.0	159,730	100.0	1,551

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

온라인 매체대행업의 경우 기타, 포털사이트, 언론/미디어사이트 등의 순으로 사업체수가 많았다. 취급액 역시 포털사이트 매체대행 분야의 취급액이 880억원으로 전체 55.1%를 차지하고 기타 분야의 취급액 683억원 42.8%, 있는 반면, 나머지 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	241	77.5	770,664	99.4	3,198
	부산	19	6.1	1,617	0.2	85
	대구	12	3.9	79	0.0	7
	광주	3	1.0	34	0.0	11
	대전	7	2.3	78	0.0	11
	인천	5	1.6	495	0.1	99
	울산	1	0.3	14	0.0	14
	경기도	11	3.4	2,008	0.3	183
	강원도	1	0.3	1	0.0	1
	충청북도	0	0.0	0	0.0	0
	충청남도	1	0.3	1	0.0	1
	전라북도	4	1.3	331	0.0	83
	전라남도	3	1.0	14	0.0	5
	경상북도	0	0.0	0	0.0	0
	경상남도	3	1.0	5	0.0	2
	제주도	0	0.0	0	0.0	0
	전체		311	100.0	775,341	100.0

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 241개 77.5%로 가장 높게 나타났고, 부산 19개 6.1%, 대구 12개 3.9%, 경기도 11개 3.4%의 순으로 나타났다.

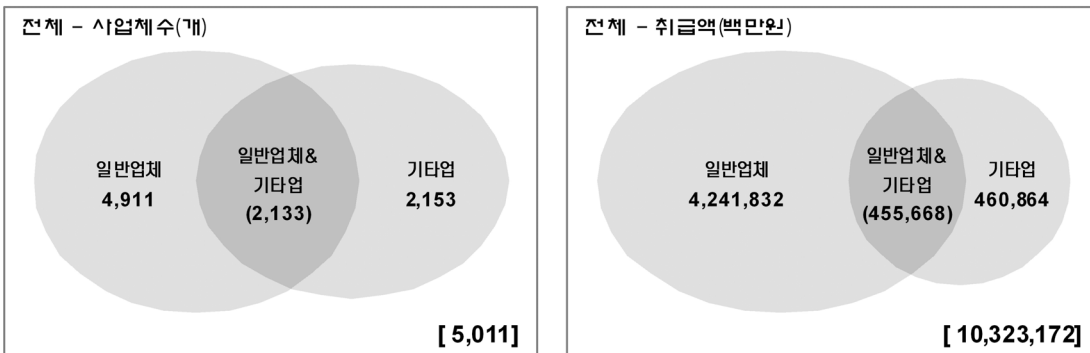
지역별로 취급액은 서울이 7,707억원 99.4%로 대부분을 차지하는 것으로 나타났고, 경기도 20억원 0.3%, 부산 16억원 0.2%, 인천 5억원 0.1%, 전라북도 3억원 0.0%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 32.0억원, 경기도 1.8억원, 인천 1.0억원, 부산 0.9억원, 전라북도 0.8억원의 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	2,094	98.2	419,370	92.0	200
장비취급 등 기타	493	23.1	36,298	8.0	74
전체	2,133	100.0	455,668	100.0	214



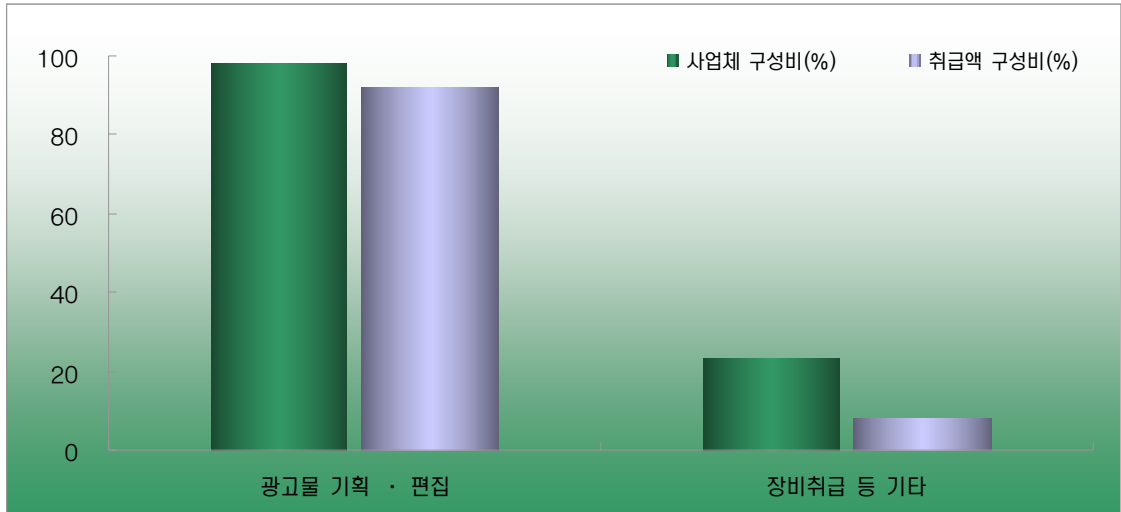
광고관련 기타업종은 광고물 기획·편집, 장비취급 등의 기타업종이다. 일반업체에서 기타업종을 하는 사업체 수는 2,133개, 총 취급액은 4,557억원, 평균취급액은 2.1억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 43.4%, 취급액 10.7%이다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고물 기획·편집 2,094개 98.2%, 장비취급 등 기타 업종이 492개 23.1%로 나타났고, 취급액은 광고물 기획·편집 업종 4,194억원 92.0%, 장비취급 등 기타 업종 363억원 8.0%로 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 광고물 기획·편집 2.0억원, 장비취급 등 기타 업종이 0.7억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,011개 중 일반업체 & 기타업은 2,133개 42.6%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,911개 중 기타업은 2,133개 43.4%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 사업체 2,153개 중 일반업체는 2,133개 99.1%의 비중을 차지한다.

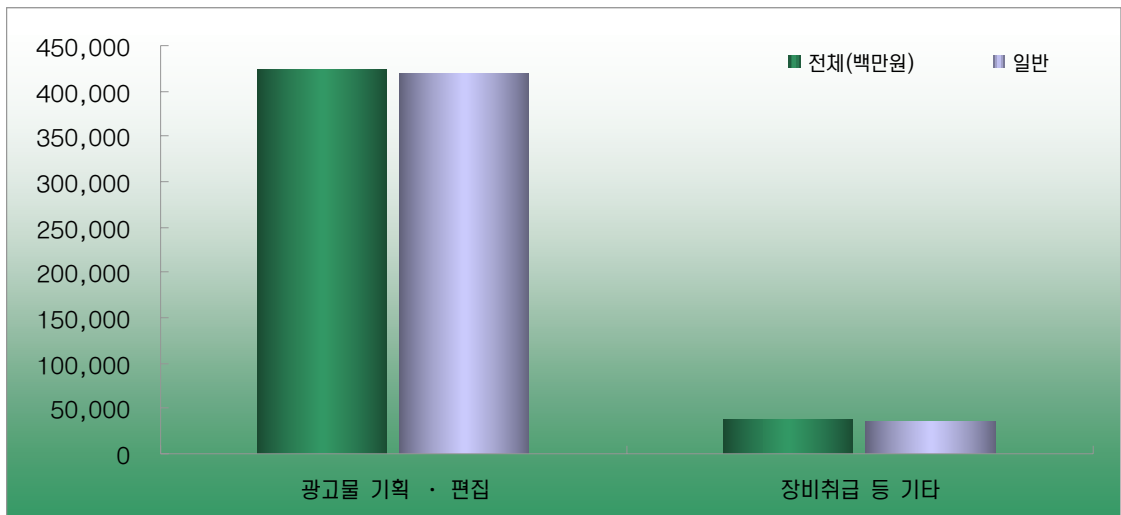
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 10조 3,232억원 중 일반업체 & 기타업은 4,577억원 4.4%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 4조 2,418억원 중 기타업은 4,557억원 10.7%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 취급액 4,609억원 중 일반업체는 4,557억원 98.9%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-15 >> 기타 세부업종별 취급액(일반)



광고물 기획·편집은 사업체 2,094개 98.2%, 취급액 4,194억원 92.0%, 장비취급 등 기타는 사업체 493개 23.1%, 취급액 363억원 8.0%로 나타났다.

그림 1-3-16 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고물 기획·편집은 전체 4,243억원 중 일반업체에서 4,194억원 98.8%를 차지하고, 광고기획 전략대행은 전체 366억원 중 일반업체에서 363억원 99.1%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-16 >> 지역별 기타업 취급액(일반)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	평균취급액 (백만원)
지역	서울	784	36.7	354,033	77.7	452
	부산	58	2.7	8,289	1.8	143
	대구	93	4.4	5,354	1.2	58
	광주	154	7.2	9,508	2.1	62
	대전	299	14.0	8,371	1.8	28
	인천	77	3.6	5,711	1.3	74
	울산	62	2.9	2,092	0.5	34
	경기도	273	12.8	34,327	7.5	126
	강원도	73	3.4	9,009	2.0	123
	충청북도	30	1.4	964	0.2	32
	충청남도	25	1.2	2,809	0.6	112
	전라북도	95	4.5	10,726	2.4	113
	전라남도	5	0.2	66	0.0	13
	경상북도	27	1.3	1,002	0.2	37
	경상남도	65	3.1	2,443	0.5	38
	제주도	13	0.6	964	0.2	74
	전체		2,133	100.0	455,668	100.0

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 784개 36.7%로 가장 높게 나타났고, 대전 299개 14.0%, 경기도 273개 12.8%, 광주 154개 7.2%, 전라북도 95개 4.5%, 대구 93개 4.4%, 인천 77개 3.6%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 3,540억원 77.7%로 나타났고, 경기도 343억원 7.5%, 전라북도 107억원 2.4%, 광주 95억원 2.1%, 강원도 90억원 2.0%, 대전 84억원 1.8%, 부산 83억원 1.8%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 4.5억원, 부산 1.4억원, 경기도 1.3억원, 강원도 1.2억원 전라북도 1.1억원의 순으로 나타났다.

## 2. 사업체 현황 - 종사자

### 2.1. 전체

표 2-1-1 >> 전체 종사자 현황

구 분	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	31,490	91.4
비정규직	2,948	8.6
합계	34,438	100.0

2011년 광고산업 전체 고용자는 34,438명, 정규직 31,490명 91.4%, 비정규직 2,948명 8.6%로 나타났다.

표 2-1-2 >> 고용형태별 종사자 현황

		정규직		비정규직		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	8,557	27.2	822	27.9	9,379	27.2
	회사법인	21,073	66.9	1,356	46.0	22,429	65.1
	회사 외 법인	65	0.2	5	0.2	70	0.2
업종재분류	광고(종합)대행+그외	7,081	22.5	639	21.7	7,721	22.4
	광고제작+그외	2,865	9.1	251	8.5	3,116	9.0
	광고(종합)대행+광고제작	7,421	23.6	1,075	36.5	8,496	24.7
	그 외	14,123	44.8	983	33.3	15,107	43.9
가치사슬*	인프라	11,232	35.7	1,035	35.1	12,267	35.6
	생산	17,606	55.9	1,951	66.2	19,557	56.8
	유통	14,540	46.2	1,715	58.2	16,255	47.2
	서비스	8,807	28.0	1,206	40.9	10,014	29.1
	전체	31,490	100.0	2,948	100.0	34,438	100.0

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

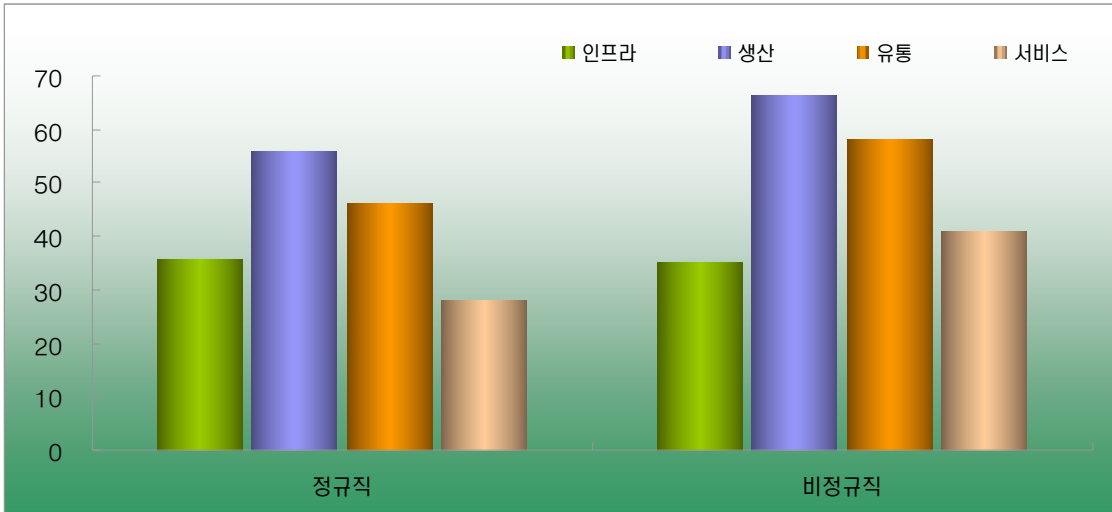
종사자를 기업 형태별로 살펴보면, 회사법인 22,429명 65.1%, 개인사업체 9,379명 27.2%, 회사 외 법인 70명 0.2%가 분포되어 있다.

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 15,107명 43.9%로 가장 많고, 광고(종합)대행+광고제작 업종 종사자가 8,496명 24.7%, 광고(종합)대행+그 외 업종 종사자가 7,721명 22.4%, 광고제작+그외 업종 종사자가 3,116명 9.0%순으로 많이 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 생산종사자가 19,557명 56.8%로 가장 높게 나타났으며, 유통 16,255명 47.2%, 인프라 12,267명 35.6%, 서비스 10,014명 29.1% 순으로 종사자가 많은 것으로 나타났다.



그림 2-1-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포



정규직은 생산 17,606명 55.9%, 유통 14,540명 46.2%, 인프라 11,232명 35.7%, 서비스 8,807명 28.0%의 순으로 많이 나타났고, 비정규직은 생산 1,951명 66.2%, 유통 1,715명 58.2%, 서비스 1,206명 40.9%, 인프라 1,035명 35.1%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	25,017	79.2	2,145	72.7	27,162	78.9
	부산	871	2.8	78	2.7	949	2.8
	대구	742	2.4	151	5.1	892	2.6
	인천	246	0.8	32	1.1	279	0.8
	광주	1,040	3.3	71	2.4	1,111	3.2
	대전	713	2.3	57	1.9	770	2.2
	울산	202	0.6	14	0.5	216	0.6
	경기도	1,606	5.1	198	6.7	1,804	5.2
	강원도	162	0.5	50	1.7	212	0.6
	충청북도	80	0.3	4	0.2	84	0.3
	충청남도	49	0.2	0	0.0	49	0.1
	전라북도	209	0.7	16	0.5	225	0.7
	전라남도	59	0.2	1	0.1	60	0.2
	경상북도	19	0.1	7	0.2	26	0.1
	경상남도	405	1.3	112	3.8	517	1.5
	제주도	70	0.2	12	0.4	82	0.2
전체	31,490	100.0	2,948	100.0	34,438	100.0	

종사자를 지역별로 살펴보면, 서울이 27,162명 78.9%로 가장 높게 나타났고, 경기도 1,804명 5.2%, 광주 1,111명 3.2%, 부산 949명 2.8%, 대구 892명 2.6%, 대전 770명 2.2%, 경상남도 517명 1.5%, 인천 279명 0.8%, 전라북도 225명 0.7%의 순으로 나타났다.

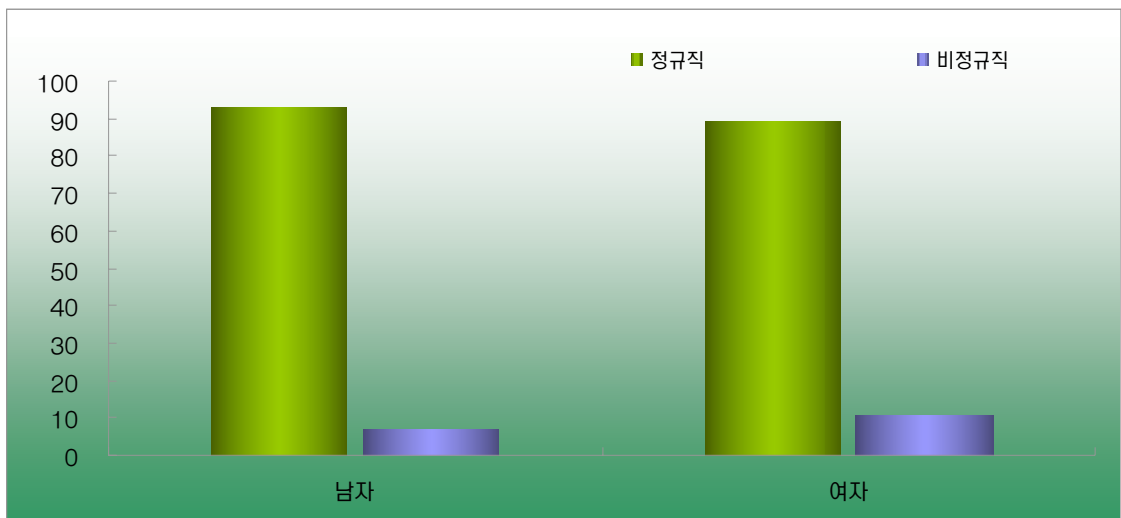
## 2.1.1. 성별 종사자 현황

표 2-1-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황

	남자		여자		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	18,944	92.9	12,546	89.3	31,490	91.4
비정규직	1,451	7.1	1,497	10.7	2,948	8.6
합계	20,395	100.0	14,043	100.0	34,438	100.0

광고업 종사자를 성별로 살펴보면, 남자는 20,395명 59.2%, 여자는 14,043명 40.8%로 남자가 여자보다 약 1.5배 가량 높게 나타났다. 종사자 형태로 나누어 성별 비율을 살펴보면, 정규직의 남자, 여자 비율은 60.2%, 39.8%이고, 비정규직의 남자, 여자 비율은 49.2%, 50.8%로 정규직의 비율은 남자의 비율이 높지만, 비정규직에서의 여자 비율이 높은 것으로 나타났다.

그림 2-1-2 >> 고용 형태별 성별 종사자 현황



기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 남자는 정규직 18,944명 92.9%, 비정규직 1,451명 7.1%이고, 여자는 정규직 12,546명 89.3%, 비정규직 1,497명 10.7%로 남자의 정규직 비율이 여자의 정규직 비율보다 3.6%정도 높은 것으로 나타났다.

표 2-1-5 >> 성별 종사자 현황

		남자		여자		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	5,705	28.0	3,674	26.2	9,379	27.2
	회사법인	13,085	64.2	9,344	66.5	22,429	65.1
	회사 외 법인	37	0.2	33	0.2	70	0.2
업종재분류	광고(종합)대행+그외	4,797	23.5	2,924	20.8	7,721	22.4
	광고제작+그외	1,763	8.6	1,352	9.6	3,114	9.0
	광고(종합)대행+광고제작	5,257	25.8	3,239	23.1	8,496	24.7
	그 외	8,578	42.1	6,529	46.5	15,107	43.9
가치사슬*	인프라	7,608	37.3	4,659	33.2	12,267	35.6
	생산	11,366	55.7	8,191	58.3	19,557	56.8
	유통	10,069	49.4	6,186	44.1	16,255	47.2
	서비스	5,736	28.1	4,278	30.5	10,014	29.1
전체		20,395	100.0	14,043	100.0	34,438	100.0

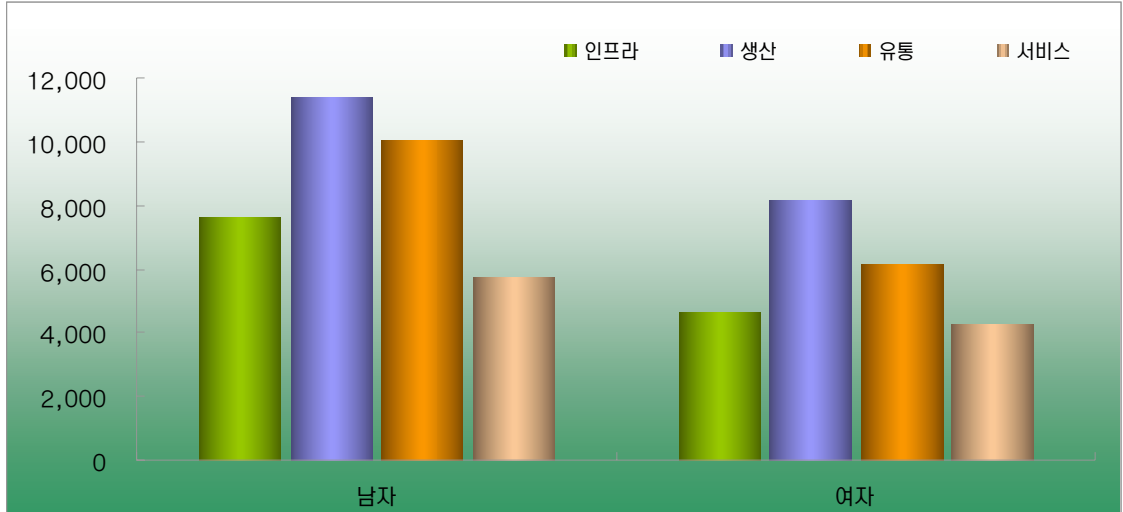
\* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

기업형태로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 회사법인은 남자 13,085명 58.3%, 여자 9,344명 41.7%, 개인사업체는 남자 5,705명 60.8%, 여자 3,674명 39.2%, 회사의 법인은 남자 37명 52.9%, 여자 33명 47.1%로 전체 남녀비율 59.2%, 40.8%와 비슷한 수준으로 나타났다.

업종재분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 남자 4,797명 62.1%, 여자 2,924명 37.9%, 광고제작+그외 업종은 남자 1,763명 56.6%, 여자 1,352명 43.4%, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 남자 5,258명 61.9%, 여자 3,239명 38.1%, 그 외 업종은 남자 8,578명 56.8%, 여자 6,529명 43.2%로 남자의 비율이 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 생산은 남자 11,366명 58.1%, 여자 8,191명 41.9%, 유통은 남자 10,069명 61.9%, 여자 6,186명 38.1%, 인프라는 남자 7,608명 62.0%, 여자 4,659명 38.0%, 서비스는 남자 5,736명 57.3%, 여자 4,278명 42.7%로 전체 남녀비율과 비슷한 수준으로 각각 나타났다.

그림 2-1-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포



성별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 남자는 생산 11,366명 55.7%, 유통 10,069명 49.4%, 인프라 7,608명 37.3%, 서비스 5,736명 28.1%의 순으로 많이 나타났고, 여자는 생산 8,191명 58.3%, 유통 6,186명 44.1%, 인프라 4,659명 33.2%, 서비스 4,278명 30.5%의 순으로 많이 나타났다.

표 2-1-6 >> 지역별 성별 종사자 현황

		남자		여자		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
지역	서울	15,868	77.7	11,292	80.5	27,160	78.8
	부산	539	2.6	410	2.9	949	2.8
	대구	636	3.1	257	1.8	893	2.6
	인천	190	0.9	340	2.4	530	1.5
	광주	772	3.8	305	2.2	1,077	3.2
	대전	465	2.3	89	0.6	554	1.6
	울산	103	0.5	114	0.8	217	0.6
	경기도	1,154	5.7	651	4.6	1,805	5.3
	강원도	121	0.6	91	0.7	212	0.6
	충청북도	40	0.3	16	0.1	56	0.2
	충청남도	33	0.2	43	0.3	76	0.2
	전라북도	129	0.6	283	2.0	412	1.2
	전라남도	42	0.2	7	0.1	49	0.1
	경상북도	18	0.1	18	0.1	36	0.1
	경상남도	233	1.1	96	0.7	329	1.0
	제주도	52	0.3	31	0.2	83	0.2
전체		20,395	100	14,043	100	34,438	100

전체 남자 구성비 59.2%보다 남자의 비율이 높은 지역은 전라남도 42명 85.7%, 대전 465명 83.9%, 광주 772명 71.7%, 충청북도 40명 71.4%, 대구 636명 71.2%, 경기도 1,154명 63.9%, 제주도 52명 62.7%의 순으로 나타났다.

### 2.1.2. 연령별 종사자 현황

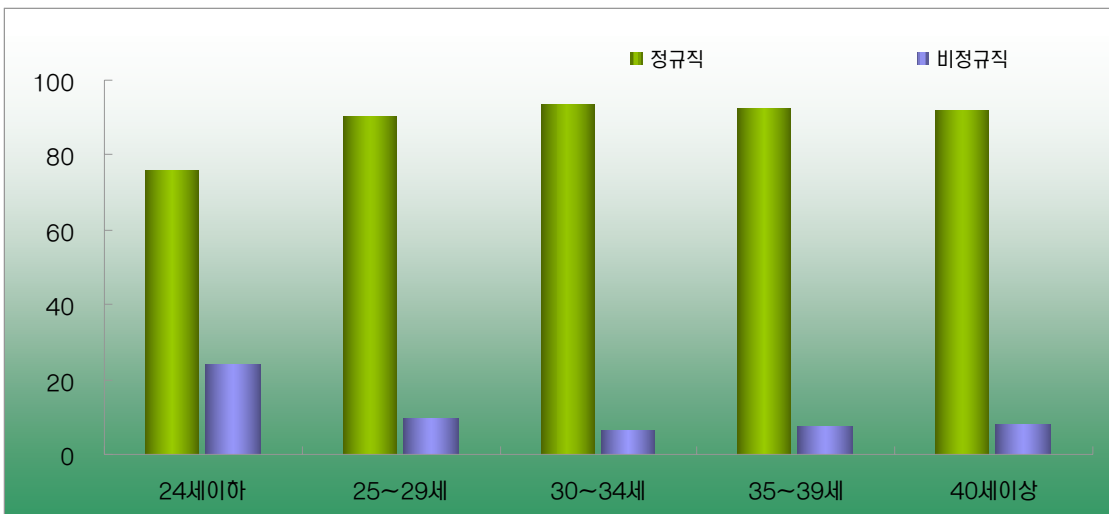
표 2-1-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황

	24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	1,208	75.8	6,639	90.6	7,593	93.7	6,523	92.5	9,527	92.0	31,490	91.4
비정규직	385	24.2	692	9.4	507	6.3	532	7.5	832	8.0	2,948	8.6
합계	1,593	100.0	7,331	100.0	8,100	100.0	7,055	100.0	10,359	100.0	34,438	100.0

광고업 종사자를 연령별로 살펴보면, 40세 이상 10,359명 30.1%, 30~34세 8,100명 23.5%, 25~29세 7,331명 21.3%, 35~39세 7,055명 20.5%, 24세 이하 1,593명 4.6%의 순으로 나타났다.

종사자를 고용형태로 나누어 연령별 비율을 살펴보면, 정규직은 40세 이상 9,527명 30.3%, 30~34세 7,593명 24.1%, 25~29세 6,639명 21.1%, 35~39세 6,523명 20.7%, 24세 이하 1,208명 3.8%, 비정규직은 40세 이상 832명 28.2%, 25~29세 692명 23.5%, 35~39세 532명 18.0%, 30~34세 507명 17.2%, 24세 이하 385명 13.1%의 순으로 나타났다.

그림 2-1-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황



기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 24세 이하는 정규직 1,208명 75.8%, 비정규직 385명 24.2%, 25~29세는 정규직 6,639명 90.6%, 비정규직 692명 9.4%, 30~34세는 정규직 7,593명 93.7%, 비정규직 507명 6.3%, 35~39세는 정규직 6,523명 92.5%, 비정규직 532명 7.5%, 40세 이상은 정규직 9,527명 92.0%, 비정규직 832명 8.0%로 나타났다. 연령이 어릴수록 비정규직 종사자의 비율이 높고, 정규직 종사자의 비율이 낮은 것으로 나타났다.

표 2-1-8 >> 연령별 종사자 현황

		24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	238	14.9	1,302	17.8	1,503	18.6	1,875	26.6	4,461	43.1	9,379	27.2
	회사법인	1,039	65.2	5,535	75.5	6,014	74.2	4,626	65.6	5,215	50.3	22,429	65.1
	회사 외 법인	0	0.0	8	0.1	29	0.4	16	0.2	17	0.2	70	0.2
업종재분류	광고(종합)대행+그외	266	16.6	1,364	18.6	1,953	24.1	1,545	21.9	2,593	25.0	7,721	22.4
	광고제작+그외	87	5.5	648	8.8	799	9.9	712	10.1	868	8.4	3,114	9.0
	광고(종합)대행+광고제작	653	41.0	1,901	25.9	2,151	26.6	1,727	24.5	2,064	19.9	8,496	24.7
	그 외	589	37.0	3,417	46.6	3,196	39.5	3,071	43.5	4,834	46.7	15,107	43.9
가치사슬*	인프라	518	32.5	1,969	26.9	2,408	29.7	2,473	35.1	4,899	47.3	12,267	35.6
	생산	971	60.9	3,994	54.5	4,606	56.9	4,204	59.6	5,782	55.8	19,557	56.8
	유통	918	57.6	3,274	44.7	4,116	50.8	3,279	46.5	4,668	45.1	16,255	47.2
	서비스	812	51.0	2,623	35.8	2,463	30.4	2,033	28.8	2,083	20.1	10,014	29.1
전체		1,593	100.0	7,331	100.0	8,100	100.0	7,055	100.0	10,359	100.0	34,438	100.0

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

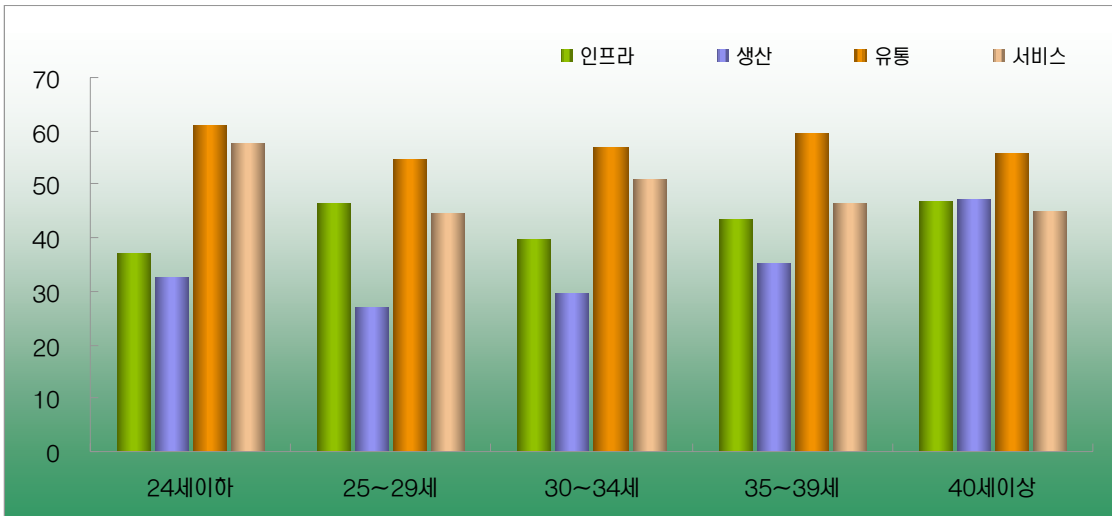
종사자를 기업형태별로 살펴보면, 개인사업체의 전체 종사자 9,379명 가운데 24세 이하 238명, 25~29세 1,302명, 30~34세 1,503명, 35~39세 1,875명, 40세 이상 4,461명 이었고 회사법인의 전체 종사자 22,429명 가운데 24세 이하 1,039명, 25~29세 5,535명, 30~34세 6,014명, 35~39세 4,626명, 40세 이상 5,215명 이었고, 회사 외 법인의 전체 종사자 70명 가운데 25~29세 8명 30~34세 29명, 35~39세 16, 40세 이상 17명인 것으로 조사되었다.

업종재분류로 구분하여 연령별 종사자를 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 전체 종사자 수 7,721명 가운데 24세 이하 266명, 25~29세 1,364명, 30~34세 1,953명, 35~39세 1,545명, 40세 이상 2,593명이었고, 광고제작+그외 업종은 전체 3,114명 가운데 24세 이하 87명, 25~29세 648명, 30~34세 799명, 35~39세 712명, 40세 이상 868명이었고, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 전체 종사자 수 8,496명 가운데 24세 이하 653명, 25~29세 1,901명, 30~34세 2,151명, 35~39세 1,727명, 40세 이상 2,064명이었고, 그 외 업종은 전체 종사자 수 15,107명 가운데 24세 이하 589명, 25~29세 3,417명, 30~34세 3,196명, 35~39세 3,071명, 40세 이상 4,834명인 것으로 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 연령별 종사자수를 살펴보면, 인프라는 전체 종사자 12,267명 가운데 24세 이하

518명, 25~29세 1,969명, 30~34세 2,408명, 35~39세 2,473명, 40세 이상 4,899명이었고, 생산은 전체 종사자 19,557명 가운데 24세 이하 971명, 25~29세 3,994명, 30~34세 4,606명, 35~39세 4,204명, 40세 이상 5,782명, 유통은 전체 종사자 16,255명 가운데 24세 이하 918명, 25~29세 3,274명, 30~34세 4,116명, 35~39세 3,279명, 40세 이상 4,668명, 서비스는 전체 종사자 10,014명 가운데 24세 이하 812명, 25~29세 2,623명, 30~34세 2,463명, 35~39세 2,033명, 40세 이상 2,083명으로 나타났다.

그림 2-1-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 분포



연령별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 24세 이하의 생산 971명 60.9%, 유통 918명 57.6%, 서비스 812명 51.0%, 인프라 518명 32.5%의 순으로 높게 나타났고, 25~29세는 생산 3,994명 54.5%, 유통 3,274명 44.7%, 서비스 2,623명 35.8%, 인프라 1,969명 26.9%의 순으로 높게 나타났고, 30~34세는 생산 4,606명 56.9%, 유통 4,116명 50.8%, 서비스 2,463명 30.4%, 인프라 2,408명 29.7%의 순으로 높게 나타났고, 35~39세는 생산 4,204명 59.6%, 유통 3,279명 46.5%, 인프라 2,473명 35.1%, 서비스 2,033명 28.8%의 순으로 높게 나타났고, 40세 이상은 생산 5,782명 55.8%, 인프라 4,899명 47.3%, 유통 4,668명 45.1%, 서비스 2,083명 20.1%의 순으로 높게 나타났다.

표 2-1-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황

		24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
지역	서울	1,351	84.7	6,382	87.1	6,968	86.0	5,585	79.1	6,872	66.3	27,162	78.9
	부산	35	2.2	219	3.0	205	2.5	216	3.1	275	2.7	949	2.8
	대구	49	3.1	123	1.7	115	1.4	156	2.2	450	4.3	892	2.6
	인천	3	0.2	18	0.2	41	0.5	59	0.8	157	1.5	279	0.8
	광주	19	1.2	78	1.1	145	1.8	222	3.1	647	6.2	1,111	3.2
	대전	17	1.1	91	1.2	85	1.1	142	2.0	435	4.2	770	2.2
	울산	4	0.3	46	0.6	54	0.7	37	0.5	76	0.7	216	0.6
	경기도	72	4.5	225	3.1	283	3.5	378	5.4	847	8.2	1,804	5.2
	강원도	20	1.2	28	0.4	30	0.4	42	0.6	93	0.9	212	0.6
	충청북도	1	0.1	7	0.1	10	0.1	23	0.4	43	0.6	84	0.3
	충청남도	0	0.0	0	0.0	9	0.1	3	0.0	37	0.4	49	0.1
	전라북도	7	0.4	24	0.3	29	0.4	47	0.7	118	1.1	225	0.7
	전라남도	0	0.0	4	0.1	1	0.0	14	0.2	41	0.4	60	0.2
	경상북도	2	0.1	4	0.0	4	0.0	4	0.1	12	0.1	26	0.1
	경상남도	9	0.6	73	1.0	100	1.2	113	1.6	222	2.1	517	1.5
	제주도	4	0.3	9	0.1	21	0.3	14	0.2	34	0.3	82	0.2
	전체	1,593	100.0	7,331	100.0	8,100	100.0	7,055	100.0	10,359	100.0	34,438	100.0

가장 많은 부분을 차지하는 40세 이상의 전체 구성비 23.5%보다 대부분의 지역에서 40세 이상의 비율이 높았으나, 부산 275명 21.6%, 대구 450명 12.9%, 대전 435명 11.0%, 전라남도 41명 1.7% 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 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	4,288	83.0	4,843	88.7	20,560	93.5	1,799	98.6	31,490	91.4
비정규직	879	17.0	617	11.3	1,427	6.5	25	1.4	2,948	8.6
합계	5,167	100.0	5,460	100.0	21,987	100.0	1,824	100.0	34,438	100.0

광고업 종사자를 학력별로 살펴보면, 대졸 21,987명 63.8%, 전문대졸 5,460명 15.9%, 고졸이하 5,167명 15.0%, 대학원졸 이상 1,824명 5.3%의 순으로 나타났다.

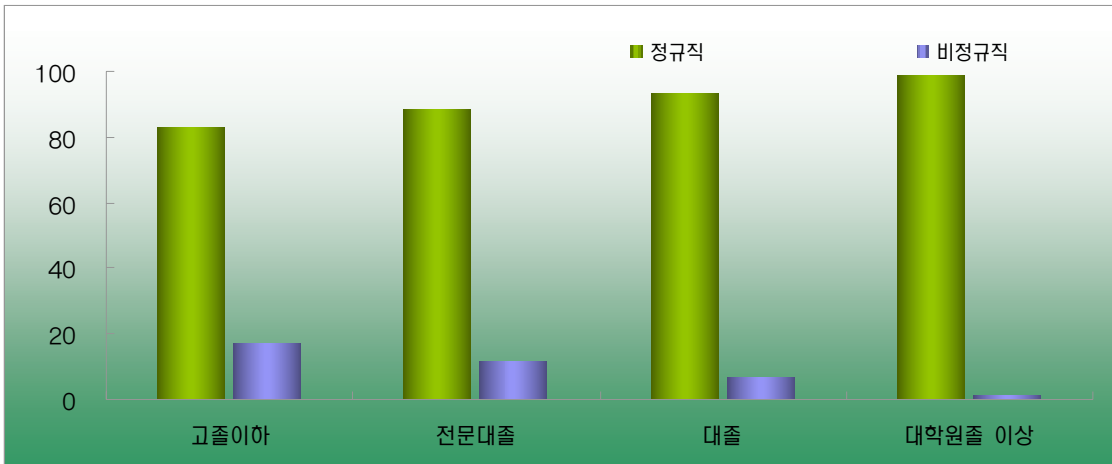
종사자 형태로 나누어 학력별 비율을 살펴보면, 정규직은 대졸 20,560명 65.3%, 전문대졸 4,843명 15.4%,



고졸이하 4,288명 13.6%, 대학원졸 이상 1,799명 5.7%, 비정규직은 대졸 1,427명 48.8%, 고졸이하 879명 29.8%, 전문대졸 617명 20.9%, 대학원졸 이상 25명 0.8%의 순으로 나타났다.

기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 고졸이하는 정규직 4,288명 83.0%, 비정규직 879명 17.0%, 전문대졸은 정규직 4,843명 88.7%, 비정규직 617명 11.3%, 대졸은 정규직 20,560명 93.5%, 비정규직 1,427명 6.5%, 대학원졸 이상은 정규직 1,799명 98.6%, 비정규직 25명 1.4%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 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	2,824	54.7	1,977	36.2	4,431	20.2	147	8.0	9,379	27.2
	회사법인	1,752	33.9	3,003	55.0	16,225	73.8	1,449	79.4	22,429	65.1
	회사 외 법인	8	0.2	9	0.2	48	0.2	5	0.3	70	0.2
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	972	18.8	1,096	20.1	5,294	24.1	358	19.6	7,721	22.4
	광고제작+그외	432	8.4	557	10.2	2,012	9.2	113	6.2	3,114	9.0
	광고(종합)대행+광고제작	867	16.8	815	14.9	6,002	27.3	812	44.5	8,496	24.7
	그 외	2,896	56.0	2,992	54.8	8,678	39.5	541	29.6	15,107	43.9
가치사슬*	인프라	2,865	55.4	2,270	41.6	6,711	30.5	421	23.0	12,267	35.6
	생산	2,904	56.2	3,066	56.2	12,470	56.7	1,117	61.3	19,557	56.8
	유통	1,839	35.6	1,916	35.1	11,330	51.5	1,170	64.2	16,255	47.2
	서비스	855	16.5	904	16.6	7,255	33.0	1,000	54.9	10,014	29.1
전체		5,167	100.0	5,460	100.0	21,987	100.0	1,824	100.0	34,438	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 9,379명 가운데 고졸이하는 2,824명 30.1%, 전문대졸 1,977명 21.1%, 대졸 4,431명 47.2%, 대학원졸이상 147명 1.6%로 나타났고 회사법인의 전체 종사자수 22,429명 가운데 고졸이하는 1,752명 7.8%, 전문대졸 3,003명 13.4%, 대졸 16,225명 72.3%, 대학원졸이상 1,448명 6.5%로 나타났으며, 회사 외 법인의 전체 종사자수 70명 가운데 고졸이하 8명 11.4%, 전문대졸 9명 12.9%, 대졸 48명 68.6%, 대학원졸이상 5명 7.1%로 나타났다.

업종재분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종의 전체 종사자 7,721명 가운데 고졸이하가 972명 12.6%, 전문대졸 1,096명 14.2%, 대졸 5,294명 68.6%, 대학원졸이상 358명 4.6%로 나타났고 광고제작+그외 업종의 전체 종사자가 3,114명 가운데 고졸이하가 432명 13.9%, 전문대졸 557명 17.9%, 대졸 2,012명 64.6%, 대학원졸이상 113명 3.6%로 나타났으며 광고(종합)대행+광고제작 업종의 전체 종사자 8,496명 가운데 고졸이하 867명 10.2%, 전문대졸 815명 9.6%, 대졸 6,002명 70.6%, 대학원졸이상 812명 9.6%로 나타났고 그 외 업종의 전체 종사자 15,107명 가운데 고졸이하 2,896명 19.2%, 전문대졸 2,992명 19.8%, 대졸 8,678명 57.4%, 대학원졸이상 541명 3.6%로 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 인프라는 전체 종사자 12,267명 가운데 고졸이하 2,865명 23.4%, 전문대졸 2,270명 18.5%, 대졸 6,711명 54.7%, 대학원졸이상 421명 3.4%이고 생산은 전체 종사자 19,557명 가운데 고졸이하 2,904명 14.8%, 전문대졸 3,066명 15.7%, 대졸 12,470명 63.8%, 대학원졸이상 1,117명 5.7%로 나타났고 유통은 전체 종사자 16,255명 가운데 고졸이하 1,839명 11.3%, 전문대졸 1,916명 11.8%, 대졸 11,330명 69.7%, 대학원졸이상 1,170명 7.2%로 나타났으며 서비스는 전체 종사자 10,014명 가운데 고졸이하 855명 8.5%, 전문대졸 904명 9.0%, 대졸 7,255명 72.4%, 대학원졸이상 1,000명 10.0%로 대졸의 비율이 높게 나타났다.

학력별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 고졸이하는 생산 2,904명 56.2%, 인프라 2,865명 55.4%, 유통 1,839명 35.6%, 서비스 855명 16.5%의 순으로 나타났고, 전문대졸은 생산 3,066명 56.2%, 인프라 2,270명 41.6%, 유통 1,916명 35.1%, 서비스 904명 16.6%, 대졸은 생산 12,470명 56.7%, 유통 11,330명 51.5%, 서비스 7,255명 33.0%, 인프라 6,711명 30.5%, 대학원졸이상은 유통 1,170명 64.2%, 생산 1,117명 61.3%, 서비스 1,000명 54.9%, 인프라 420명 23.0%의 순으로 나타났다.

그림 2-1-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황

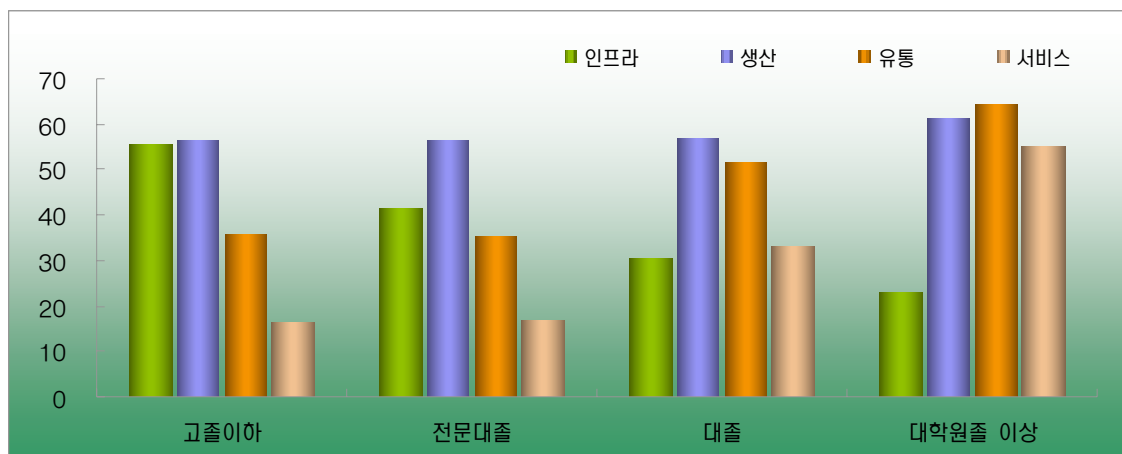


표 2-1-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황

		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
지역	서울	2,619	50.7	3,970	72.8	18,890	85.9	1,683	92.3	27,162	78.9
	부산	93	1.8	236	4.3	603	2.7	17	0.9	949	2.8
	대구	260	5.0	362	6.6	251	1.1	19	1.0	892	2.6
	인천	88	1.7	26	0.5	165	0.8	0	0.0	279	0.8
	광주	762	14.7	73	1.3	265	1.2	11	0.6	1,111	3.2
	대전	350	6.8	115	2.1	297	1.4	8	0.5	770	2.2
	울산	15	0.3	52	1.0	145	0.7	4	0.2	216	0.6
	경기도	515	10.0	431	7.9	806	3.7	53	2.8	1,804	5.2
	강원도	64	1.2	53	1.0	93	0.4	2	0.1	212	0.6
	충청북도	35	0.7	5	0.1	41	0.2	3	0.2	84	0.3
	충청남도	18	0.3	8	0.1	22	0.1	1	0.1	49	0.1
	전라북도	127	2.5	19	0.3	76	0.3	3	0.1	225	0.7
	전라남도	42	0.8	4	0.1	14	0.1	0	0.0	60	0.2
	경상북도	8	0.2	8	0.1	8	0.0	2	0.1	26	0.1
	경상남도	160	3.1	74	1.4	267	1.2	16	0.9	517	1.5
	제주도	11	0.2	24	0.4	43	0.2	4	0.2	82	0.2
	전체		5,167	100.0	5,460	100.0	21,986	100.0	1,825	100.0	34,438

가장 많은 부분을 차지하는 대졸의 전체비율 63.8%보다 대졸의 비율이 높은 지역은 서울 18,891명 69.5%, 울산 145명 67.1%로 나타났다. 대학원졸의 전체 비율 5.2%보다 대학원졸의 비율이 높은 지역은 서울 1,683명 6.2%, 경상북도 2명 7.7%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 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
AE	2,909	42.5	733	15.2	1,399	13.3	1,323	10.8	6,364	18.5
디자이너	693	10.1	1,041	21.6	2,831	26.8	3,119	25.5	7,684	22.3
CW	67	1.0	162	3.4	267	2.5	254	2.1	750	2.2
PD	126	1.8	261	5.4	234	2.2	274	2.2	895	2.6
매체	110	1.6	145	3.0	671	6.4	510	4.2	1,436	4.2
SP	60	0.9	156	3.2	265	2.5	448	3.7	929	2.7
PR	113	1.6	219	4.6	571	5.4	782	6.4	1,685	4.9
마케팅조사	114	1.7	235	4.9	548	5.2	530	4.3	1,427	4.1
인터랙티브	18	0.3	54	1.1	150	1.4	91	0.7	313	0.9
전산	22	0.3	105	2.2	244	2.3	222	1.8	593	1.7
관리	2,619	38.2	1,699	35.4	3,379	32.0	4,665	38.3	12,362	35.9
합계	6,851	100.0	4,810	100.0	10,558	100.0	12,218	100.0	34,438	100.0

광고업 종사자를 직종별로 살펴보면, 관리가 12,362명 35.9%로 가장 높게 나타났고, 디자이너 7,684명 22.3%, AE 6,364명 18.5%, PR 1,685명 4.9%, 매체 1,436명 4.2%, 마케팅조사 1,427명 4.1%, SP 929명 2.7%, PD 895명 2.6%, CW 750명 2.2%, 전산 593명 1.7%, 인터랙티브 313명 0.9% 순으로 나타났다. 직종별로 구체적으로 살펴보면, AE는 임원 2,909명, 국장/부장/실장 733명, 차장/과장/대리 1,399명, 사원 1,323명, 디자이너는 임원 693명, 국장/부장/실장 1,041명, 차장/과장/대리 2,831명, 사원 3,119명, CW는 임원 67명, 국장/부장/실장 162명, 차장/과장/대리 267명, 사원 254명, PD는 임원 126명, 국장/부장/실장 261명, 차장/과장/대리 234명, 사원 274명, 매체는 임원 110명, 국장/부장/실장 145명, 차장/과장/대리 671명, 사원 510명, SP는 임원 60명, 국장/부장/실장 156명, 차장/과장/대리 265명, 사원 448명, PR은 임원 113명, 국장/부장/실장 219명, 차장/과장/대리 571명, 사원 782명, 마케팅조사는 임원 114명, 국장/부장/실장 235명, 차장/과장/대리 548명, 사원 530명, 인터랙티브는 임원 18명, 국장/부장/실장 54명, 차장/과장/대리 150명, 사원 91명, 전산은 임원 22명 국장/부장/실장 105명, 차장/과장/대리 244명, 사원 222명, 관리는 임원 2,619명, 국장/부장/실장 1,699명, 차장/과장/대리 3,379명, 사원 4,665명으로 나타났다.

광고업 종사자를 직급별로 살펴보면, 사원이 12,218명으로 가장 많았고, 차장/과장/대리 10,558명, 임원 6,851명, 국장/부장/실장 4,810명의 순으로 나타났다. 직급별로 구체적으로 살펴보면, 임원은 AE 2,909명 42.5%, 관리 2,619명 38.2%, 디자이너 693명 10.1%의 순으로 나타났고, 국장/부장/실장은 관리 1,699명 35.4%, 디자이너 1,041명 21.6%, AE 733명 15.2% 순이고, 차장/과장/대리는 디자이너 2,831명 26.8%, AE 1,399명 13.3%, 매체 671명 6.4% 순이고, 사원은 관리 4,665명 38.3%, 디자이너 3,119명 25.5%, AE 1,323명 10.8%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	2,954	14.5	2,187	15.6	5,141	14.9
전체종사자	20,395	100.0	14,043	100.0	34,438	100.0

광고업 종사자중 온라인/모바일 분야 종사자 현황을 성별로 살펴보면, 전체 5,141명으로 전체 광고업체 종사자의 14.9% 정도를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

온라인 모바일 종사자 중 남자는 2,954명으로, 전체 남성 광고업체 종사자 중 14.5%를 차지하고 있으며, 여자는 2,187명으로 여성광고업 종사자의 15.6%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	14	0	14
디자이너	9	1	10
CW	2	2	4
PD	0	0	0
매체	2	0	2
SP	0	0	0
PR	19	0	19
마케팅조사	12	0	12
인터랙티브	0	0	0
전산	0	0	0
관리	18	0	18
합계	76	3	79

외국인 종사자를 형태별로 살펴보면 정규직은 76명이고 비정규직은 3명이다.

직종별로 살펴보면 AE 14명, 관리 18명, PR 19명, 디자이너 10명, CW 4명, 마케팅조사 12명, 매체 2명으로 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	8,629	3,750	76	571	1,292	221	1,172	1,402	101	11	33
대형	2,339	818	0	35	621	14	480	307	33	0	31
일반	6,290	2,932	76	536	671	207	692	1,095	68	11	2

광고업체의 교육 현황을 살펴보면, 연간 교육 참여인원은 전체 8,629명이며, 이중 대형업체 종사자 2,339명, 일반 업체가 6,290명인 것으로 나타났다.

외부교육 참여 인원이 4,734명으로 가장 많았고, 사내교육은 3,750명, 국외 교육은 145명으로 집계 되었다.

## 2.1.8. 채용 현황

표 2-1-16 >> 2010년 채용 규모

구 분	전체 (명)	신입			경력			
		전체 (명)	정규직 (명)	비정규직 (명)	전체 (명)	정규직 (명)	비정규직 (명)	
업체규모	대형	679	228	180	48	451	430	21
	일반	3,643	1,921	1,666	255	1,721	1,565	157
업종	광고(종합)대행	1,933	814	673	141	1,119	1,041	79
	광고제작	348	203	180	23	145	123	22
	서비스	439	276	183	93	163	149	14
	인쇄	530	276	264	12	254	221	33
	온라인	781	471	443	28	310	287	23
	기타	291	109	103	6	182	174	8
가치사슬	인프라	1,115	518	476	42	597	518	79
	생산	2,192	969	831	138	1,223	1,097	126
	유통	1,943	824	682	142	1,119	1,041	79
	서비스	1,313	603	432	171	710	639	70

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

2010년 채용인원은 전체 4,322명으로 집계되었으며, 그 중 신입은 2,149명 49.7%, 경력은 2,172명 50.3%로 나타났다. 신입 중 정규직은 1,846명 85.9%, 비정규직은 303명 14.1%로 나타났으며, 경력 중 정규직은 1,995명 91.8%, 비정규직은 178명 8.2%로 나타났다.

업체 규모에 따라 살펴보면, 대형업체는 신입 228명 33.6%, 경력 451명 66.4%로 나타났으며, 일반업체는 신입 1,921명 52.7%, 경력 1,721명 47.2%로 나타났다.

광고업종에 따라 살펴보면, 광고(종합)대행업은 신입 814명 42.1%, 경력 1,119명 57.9%로 나타났고, 광고제작업은 신입 203명 58.3%, 경력 145명 41.7%로 나타났고, 서비스업은 신입 276명 62.9%, 경력 163명 37.1%로 나타났고, 인쇄업은 신입 276명 52.1%, 경력 254명 47.9%로 나타났고, 온라인 업은 신입 471명 60.3%, 경력 310명 39.7%로 나타났고, 기타업은 신입 109명 37.5%, 경력 182명 62.5%로 나타났다.

가치사슬 산업에 따라 살펴보면, 인프라 산업은 신입 518명 46.5%, 경력 597명 53.5%로 나타났고, 생산 산업은 신입 969명 44.2%, 경력 1,223명 55.8%로 나타났고, 유통 산업은 신입 824명 42.4%, 경력 1,119명 57.6%로 나타났고, 서비스 산업은 신입 603명 45.9%, 경력 710명 54.1%로 나타났다.

고용형태에 따라 살펴보면, 신규 채용 인원 중 전체 정규직의 비율은 88.9%이며, 전체 비정규직 비율은 11.1%로 나타났으며, 대형업체는 정규직 89.8%, 비정규직 10.2%로 나타났고, 일반업체는 정규직 88.7%, 비정규직 11.3%로 일반업체와 대형업체의 정규직 비율에 약간 차이가 나타났다.

광고업종에 따른 고용형태별 2010년 신규 채용 현황을 살펴보면, 광고(종합)대행업은 정규직 88.7%, 비정규직 11.3%로 나타났고, 광고제작업은 정규직 87.1%, 비정규직 12.9%, 서비스업은 정규직 75.6%, 비정규직 24.4%, 인쇄업은 정규직 91.5%, 비정규직 8.5%, 온라인업은 정규직 93.5%, 비정규직 6.5%, 기타업은 정규직 95.2%, 비정규직 4.8%로 나타났다.

가치사슬 산업에 따른 고용형태별 신규 채용 인원 현황을 살펴보면, 정규직의 비율은 인프라 산업이 정규직 89.1%, 비정규직 10.9%로 나타났고, 생산 산업이 정규직 88.0%, 비정규직 12.0%, 유통 산업이 정규직 88.7%, 비정규직 11.3%, 서비스 산업이 정규직 81.6%, 비정규직 18.4%로 나타났다.

표 2-1-17 >> 2011년 상반기 채용 규모

구 분		전체 (명)	신입			경력		
			전체 (명)	정규직 (명)	비정규직 (명)	전체 (명)	정규직 (명)	비정규직 (명)
업체규모	대형	341	126	31	95	215	182	33
	일반	2,601	1,427	1,173	254	1,174	1,020	154
업종	광고(종합)대행	1,193	549	371	178	644	578	66
	광고제작	274	164	128	36	110	81	29
	서비스	343	245	136	109	98	95	3
	인쇄	334	140	140	-	194	141	53
	온라인	607	367	354	13	240	212	28
	기타	191	88	75	13	103	94	9
가치사슬*	인프라	673	300	271	29	373	293	80
	생산	1,434	660	475	185	774	633	141
	유통	1,200	553	375	178	646	580	67
	서비스	859	439	230	209	419	356	63

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

2011년 상반기 채용인원은 전체 2,942명으로 집계되었으며, 그 중 신입은 1,553명 52.8%, 경력은 1,389명 47.2%로 나타났다. 신입 중 정규직은 1,204명, 비정규직은 349명으로 나타났으며, 경력 중 정규직은 1,202명, 비정규직은 187명으로 나타났다.

업체 규모에 따라 살펴보면, 대형업체는 신입 126명 37.0%, 경력 215명 63.0%로 나타났으며, 일반업체는 신입 1,427명 54.9%, 경력 1,174명 45.1%로 나타났다.

광고업종에 따라 살펴보면, 광고(종합)대행업은 신입 549명 46.0%, 경력 644명 54.0%로 나타났고, 광고제작업은 신입 164명 59.9%, 경력 110명 40.1%로 나타났고, 서비스업은 신입 245명 71.4%, 경력 98명 28.6%로 나타났고, 인쇄업은 신입 140명 41.9%, 경력 194명 58.1%로 나타났고, 온라인업은 신입 367명 60.5%, 경력 240명 39.5%로 나타났고, 기타업은 신입 88명 46.1%, 경력 103명 53.9%로 나타났다.

가치사슬 산업에 따라 살펴보면, 인프라 산업은 신입 300명 44.6%, 경력 373명 55.4%로 나타났고, 생산 산업은 신입 660명 46.0%, 경력 774명 54.0%로 나타났고, 유통 산업은 신입 553명 46.1%, 경력 646명 53.9%로 나타났고, 서비스 산업은 신입 439명 51.1%, 경력 419명 48.8%로 나타났다.

고용형태에 따라 살펴보면, 2010년 상반기 신규 채용 인원 중 전체 정규직의 비율은 81.8%이며, 비정규직 비율은 18.2%로 나타났으며, 대형업체는 정규직 62.5%, 비정규직 37.5%로 나타났고, 일반업체는 정규직 84.3%, 비정규직 15.7%로 일반업체의 정규직 고용 비율이 더 높게 나타났다.

광고업종에 따른 고용형태별 신규 채용 현황을 살펴보면, 광고(종합)대행업은 정규직 79.5%, 비정규직 20.5%로 나타났고, 광고제작업은 정규직 76.3%, 비정규직 23.7%, 서비스업은 정규직 67.3%, 비정규직 32.7%, 인쇄업은 정규직 84.1%, 비정규직 15.9%, 온라인업은 정규직 93.2%, 비정규직 6.8%, 기타업은 정규직 88.5%, 비정규직 11.5%로 나타났다.

가치사슬 산업에 따른 신규 채용 인원 중 정규직의 비율은 인프라 산업이 정규직 83.8%, 비정규직 16.2%로 나타났고, 생산 산업이 정규직 77.3%, 비정규직 22.7%, 유통 산업이 정규직 79.6%, 비정규직 20.4%, 서비스 산업이 정규직 68.3%, 비정규직 31.7%로 나타났다.



표 2-1-18 >> 향후 예상 채용 규모

구 분		현재 인력수준에 대한 의견			2011년하반기			2012년예상		
		부족 (%)	보통 (%)	충분 (%)	전체 (명)	신입 (명)	경력 (명)	전체 (명)	신입 (명)	경력 (명)
업체규모	대형	0.3	1.2	0.6	96	30	66	181	52	129
	일반	15.9	73.7	8.4	1,774	811	963	1,277	724	553
업종	광고(종합)대행	5.2	19.8	5.7	711	274	437	567	252	316
	광고제작	2.4	10.2	0.4	186	83	103	119	82	37
	서비스	1.0	2.3	0.1	196	77	119	155	90	65
	인쇄	4.1	26.9	2.1	224	105	119	215	114	102
	온라인	0.8	2.1	0.0	354	202	152	294	162	132
	기타	2.7	13.6	0.8	199	101	98	108	76	31
가치사슬*	인프라	7.9	40.7	5.8	556	268	288	425	220	205
	생산	8.8	43.3	6.3	951	436	514	787	421	366
	유통	5.3	19.8	5.7	715	278	437	567	252	316
	서비스	1.7	4.1	3.6	401	145	256	363	159	204
전체		16.1	74.9	9.0	1,870	841	1,029	1,458	776	682

\* 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 74.9%로 가장 많았고, 16.1%는 부족하다고 생각하고 있으며, 충분하다는 의견은 9.0%에 불과했다.

업체 규모별로 살펴보면, 대형업체는 보통이다 0.3%, 부족하다 1.2%, 충분하다 0.6%로 나타났으며, 일반업체는 보통이다 73.7%, 부족하다 15.9%, 충분하다 8.4%로 나타났다.

광고업종별로 살펴보면, 부족하다는 의견이 광고(종합)대행 5.2%, 인쇄 4.1%, 기타 2.7%, 광고제작 2.4%, 서비스 1.0%, 온라인 0.8%의 순으로 높게 나타났고, 충분하다는 의견은 광고(종합)대행 5.7%, 인쇄 2.1%, 기타 0.8%의 순으로 높게 나타났다.

가치사슬 산업에 따라 살펴보면, 부족하다는 의견이 생산이 8.8%로 가장 높았고, 충분하다는 의견은 생산 6.3%, 인프라 5.8%, 유통 5.7%, 서비스 3.6%의 순으로 나타났다.

향후 예상 채용 규모는 2011년 하반기 1,870명, 2012년 1,458명으로 집계 되었으며, 2011년 하반기에는 신입이 841명 45.0%, 경력 1029명 55.0%, 2011년에는 신입이 776명 53.2%, 경력이 682명 46.8%로 예상하고 있는 것으로 나타났다.

표 2-1-19 >> 선호 전공 계열

		예체능계열 (%)	인문/사회계열 (%)	상경계열 (%)	공과계열 (%)	어문계열 (%)	자연계열 (%)	법학계열 (%)	기타 (%)
업체 규모	대형	0.7	0.5	0.3	0.0	0.1	0.1	0.0	0.8
	일반	44.1	10.7	11.0	5.7	4.0	3.2	0.7	38.7
업종	광고(종합)대행	11.0	4.8	3.4	1.5	1.7	0.6	0.2	10.1
	광고제작	6.6	1.2	0.6	0.9	0.2	0.1	0.1	5.9
	서비스	1.1	0.9	0.5	0.1	0.6	0.1	0.1	1.3
	인쇄	15.8	2.1	5.4	1.2	1.1	2.3	0.1	14.0
	온라인	1.1	0.8	0.9	0.5	0.3	0.1	0.1	0.9
	기타	9.2	1.4	0.5	1.5	0.2	0.1	0.1	7.3
가치사슬*	인프라	25.4	3.8	6.7	2.6	1.8	2.5	0.2	20.9
	생산	27.5	4.8	5.7	3.3	1.7	2.5	0.3	21.0
	유통	11.1	4.8	3.4	1.6	1.7	0.6	0.2	10.2
	서비스	2.5	1.8	1.3	0.4	1.0	0.2	0.1	2.0
전체		44.8	11.2	11.3	5.7	4.2	3.3	0.7	39.4

\* 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 44.8%로 가장 많았으며, 상경계열이 11.3%, 인문/사회계열이 11.2%, 공과계열이 5.7%, 어문계열이 4.2%, 자연계열이 3.3%, 법학계열이 0.7%의 순이었고 기타 전공은 39.4%였다.

광고업종별로 살펴보면, 광고(종합)대행업은 예체능 11.0%, 인문/사회 4.8%, 상경 3.4% 순으로 선호하는 것으로 나타났으며, 광고제작은 예체능 6.6%, 인문/사회 1.2%, 공과 0.9%순으로 나타났고, 서비스업은 예체능 1.1%, 인문/사회 0.9%, 어문 0.6%의 순으로 나타났고, 인쇄업은 예체능 15.8%, 상경 5.4%의 순으로 높게 나타났고, 온라인은 예체능 1.1%, 상경 0.9% 순으로 높게 나타났고, 기타는 예체능 9.2%, 공과 1.5% 순으로 선호하는 것으로 나타났다.

## 2.2. 대형 광고업체

### 2.2.1. 전체 고용현황

표 2-2-1 >> 전체 종사자 현황(대형)

구분	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	5,226	93.9
비정규직	341	6.1
합계	5,567	100.0

전체 광고업체 중에서 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 따로 살펴보면, 전체 고용자는 5,567명이 고, 정규직은 5,226명 93.9%, 비정규직은 341명 6.1%로 나타났다.

표 2-2-2 >> 고용형태별 종사자 현황(대형)

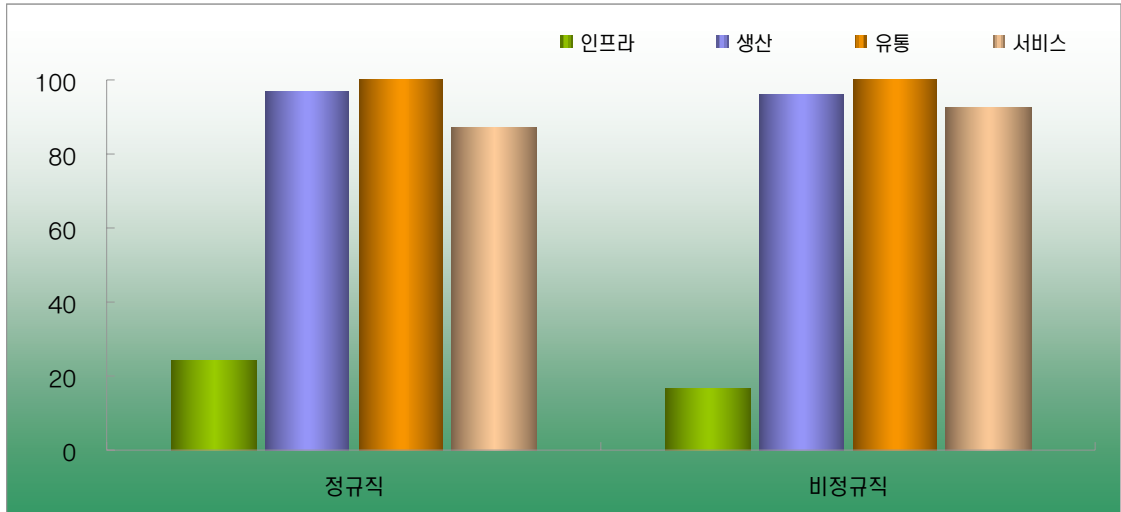
		정규직		비정규직		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	98	1.9	3	0.9	101	1.8
	회사법인	4,468	85.5	157	46.0	4,624	83.1
	회사 외 법인	0	0.0	0	0.0	0	0.0
업종재분류	광고(종합)대행+그외	269	5.1	15	4.4	283	5.1
	광고제작+그외	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고(종합)대행+광고제작	4,957	94.9	327	95.9	5,284	94.9
	그 외	0	0.0	0	0.0	0	0.0
가치사슬*	인프라	1,257	24.1	57	16.7	1,314	23.6
	생산	5,067	97.0	328	96.2	5,394	96.9
	유통	5,226	100.0	341	100.0	5,567	100.0
	서비스	4,557	87.2	315	92.4	4,872	87.5
전체		5,226	100.0	341	100.0	5,567	100.0

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

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 회사법인 4,624명 83.1%, 개인사업체 101명 1.8%가 분포되어 있다.

업종재분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종 종사자가 283명 5.1%, 광고(종합)대행+광고제작 업종 종사자가 5,284명 94.9%로 나타났다.

그림 2-2-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(대형)



가치사슬 분류로 살펴보면, 유통 종사자가 5,567명 100%로 가장 높게 나타났으며, 생산 5,394명 96.9%, 서비스 4,872명 87.5%, 인프라 1,314명 23.6% 순으로 종사자가 많은 것으로 나타났다.

표 2-2-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황(대형)

	지역	정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	5,118	97.9	320	93.8	5,438	97.6
	부산	52	1.0	0	0.0	52	0.9
	대구	11	0.2	4	1.2	15	0.3
	대전	35	0.7	16	4.7	51	0.9
	울산	4	0.1	0	0.0	4	0.1
	전라남도	4	0.1	0	0.0	4	0.1
	전라북도	2	0.0	1	0.3	3	0.1
전체		5,226	100.0	341	100.0	5,567	100.0

종사자를 지역별로 살펴보면, 서울이 5,118명 97.9%로 가장 높게 나타났고, 부산 52명 1.0%, 대전 35명 0.7%, 대구 11명 0.2%, 울산 4명 0.1%, 전라남도 4명 0.1%, 전라북도 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	3,323	94.6	1,903	92.6	5,226	93.9
비정규직	188	5.4	153	7.4	341	6.1
합계	3,511	100.0	2,056	100.0	5,567	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 성별로 살펴보면, 남자는 3,511명, 여자는 2,056명이었다. 종사자 형태로 나누어 살펴보면, 남자 종사자 중 3,323명, 94.6%가 정규직이었고, 188명 5.4%가 비정규직이었다. 여자는 1,903명 92.6%가 정규직, 153명 7.4%가 비정규직으로 남자에 비해 여자의 비정규직 비율 약간 더 높은 것으로 나타났다.

그림 2-2-2 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(대형)

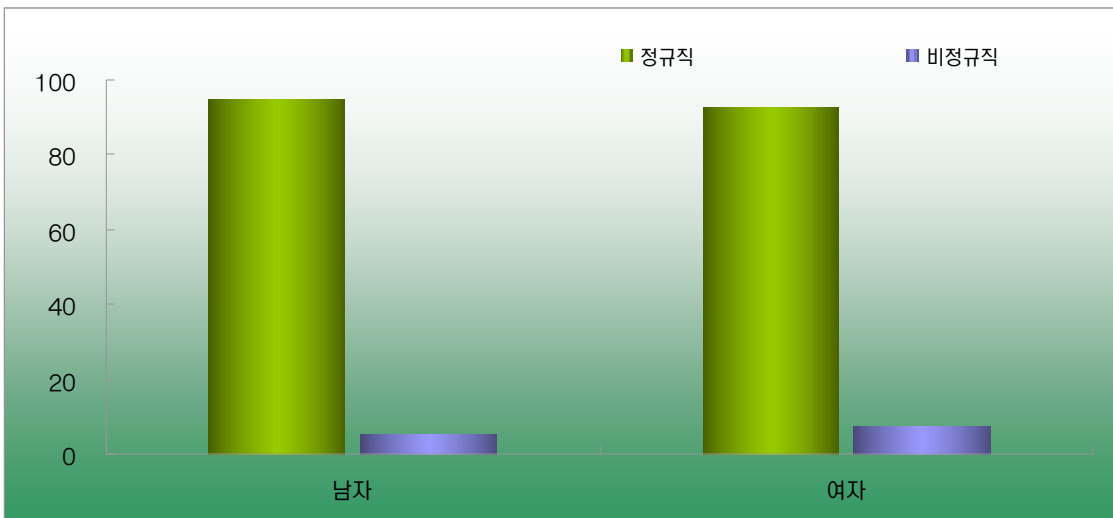


표 2-2-5 >> 성별 종사자 현황(대형)

		남자		여자		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	72	2.1	29	1.4	101	1.8
	회사법인	2,935	83.6	1,690	82.2	4,624	83.1
	회사 외 법인	0	0.0	0	0.0	0	0.0
업종재분류	광고(종합)대행+그외	173	4.9	110	5.4	283	5.1
	광고제작+그외	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고(종합)대행+광고제작	3,338	95.1	1,946	94.6	5,284	94.9
	그 외	0	0.0	0	0.0	0	0.0
가치사슬*	인프라	889	25.3	425	20.7	1,314	23.6
	생산	3,409	97.1	1,986	96.6	5,394	96.9
	유통	3,511	100.0	2,056	100.0	5,567	100.0
	서비스	3,063	87.2	1,809	88.0	4,872	87.5
전체		3,511	100.0	2,056	100.0	5,567	100.0

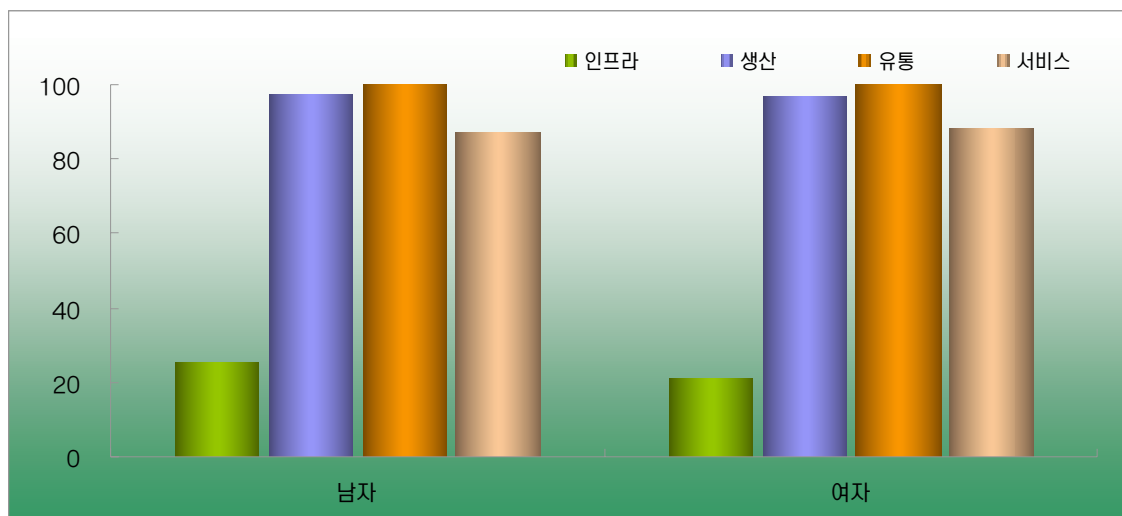
\* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

기업형태로 구분하여 성별 종사자를 살펴보면, 회사법인은 남자 2,935명, 여자 1,690명으로 나타났고, 개인사업체는 남자 72명, 여자 29명으로 나타났다.

업종재분류로 구분하여 성별 종사자를 살펴보면, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 남자 3,338명, 여자 1,946명, 광고(종합)대행 + 그외 업종은 남자 173명, 여자 110명으로 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 성별 종사자를 살펴보면, 유통은 남자 3,511명, 여자 2,056명, 생산은 남자 3,409명, 여자 1,986명, 서비스는 남자 3,063명, 여자 1,809명, 인프라는 남자 889명, 여자 425명으로 나타났다.

그림 2-2-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(대형)



성별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 남자는 유통 3,511명 100.0%, 생산 3,409명 97.1%, 서비스 3,063명 87.2%, 인프라 889명 25.3%의 순으로 나타났고, 여자는 유통 2,056명 100.0%, 생산 1,986명 96.6%, 서비스 1,809명 88.0%, 인프라 425명 20.7%의 순으로 나타났다.

표 2-2-6 >> 지역별 성별 종사자 현황(대형)

		남자		여자		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	3,430	97.7	2,008	97.8	5,438	97.6
	부산	33	1.0	19	0.9	52	0.9
	대구	9	0.3	6	0.3	15	0.3
	대전	32	0.9	19	0.9	51	0.9
	울산	2	0.0	2	0.1	4	0.1
	전라남도	3	0.1	1	0.0	4	0.1
	전라북도	2	0.0	1	0.0	3	0.1
전체		3,511	100.0	2,056	100.0	5,567	100.0

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

### 2.2.3. 연령별 종사자 현황

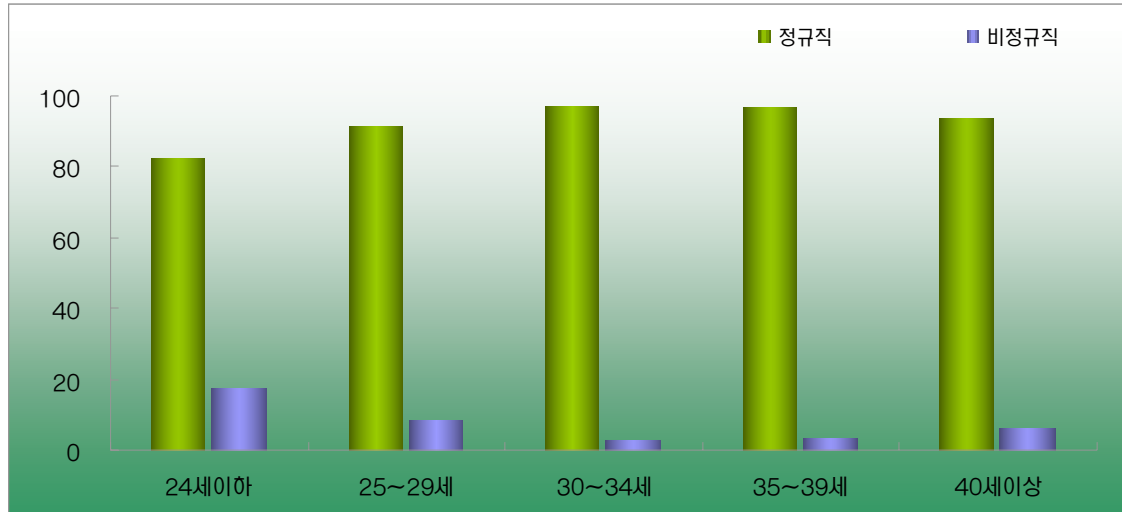
표 2-2-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형)

	24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	356	82.6	1,139	91.4	1,385	97.2	1,178	96.7	1,168	93.7	5,226	93.9
비정규직	75	17.4	107	8.6	40	2.8	40	3.3	79	6.3	341	6.1
합계	431	100.0	1,246	100.0	1,425	100.0	1,218	100.0	1,247	100.0	5,567	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 연령별로 살펴보면, 30~34세 1,425명, 40세 이상 1,247명, 25~29세 1,246명, 35~39세 1,218명, 24세 이하 431명의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 연령별 비율을 살펴보면, 정규직은 30~34세 1,385명, 35~39세 1,178명, 40세 이상 1,168명, 25~29세 1,139명, 24세 이하 356명, 비정규직은 25~29세 107명, 40세 이상 79명, 24세 이하 75명, 30~34세 40명, 35~39세 40명의 순으로 나타났다.

그림 2-2-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형)



연령 기준으로 살펴보면, 24세 이하는 정규직 356명 82.6%, 비정규직 75명 17.4%, 25~29세는 정규직 1,139명 91.4%, 비정규직 107명 8.6%, 30~34세는 정규직 1,385명 97.2%, 비정규직 40명 2.8%, 35~39세는 정규직 1,178명 96.7%, 비정규직 40명 3.3%, 40세 이상은 정규직 1,168명 93.7%, 비정규직 79명 6.3%로 나타났다.

표 2-2-8 >> 연령별 종사자 현황(대형)

		24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	1	0.2	9	0.7	14	1.0	18	1.5	59	4.7	101	1.8
	회사법인	332	77.0	1,066	85.6	1,216	85.3	1,030	84.6	979	78.5	4,624	83.1
	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	12	2.8	55	4.4	58	4.1	83	6.8	75	6.0	283	5.1
	광고제작+그외	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고(종합)대행+광고제작	419	97.2	1,191	95.6	1,367	95.9	1,135	93.2	1,172	94.0	5,284	94.9
	그 외	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
가치사슬*	인프라	110	25.5	288	23.1	339	23.8	284	23.3	293	23.5	1,314	23.6
	생산	421	97.7	1,209	97.0	1,390	97.5	1,177	96.6	1,197	96.0	5,394	96.9
	유통	431	100.0	1,246	100.0	1,425	100.0	1,218	100.0	1,247	100.0	5,567	100.0
	서비스	403	93.5	1,121	90.0	1,266	88.8	1,035	85.0	1,047	84.0	4,872	87.5
전체		431	100.0	1,246	100.0	1,425	100.0	1,218	100.0	1,247	100.0	5,567	100.0

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

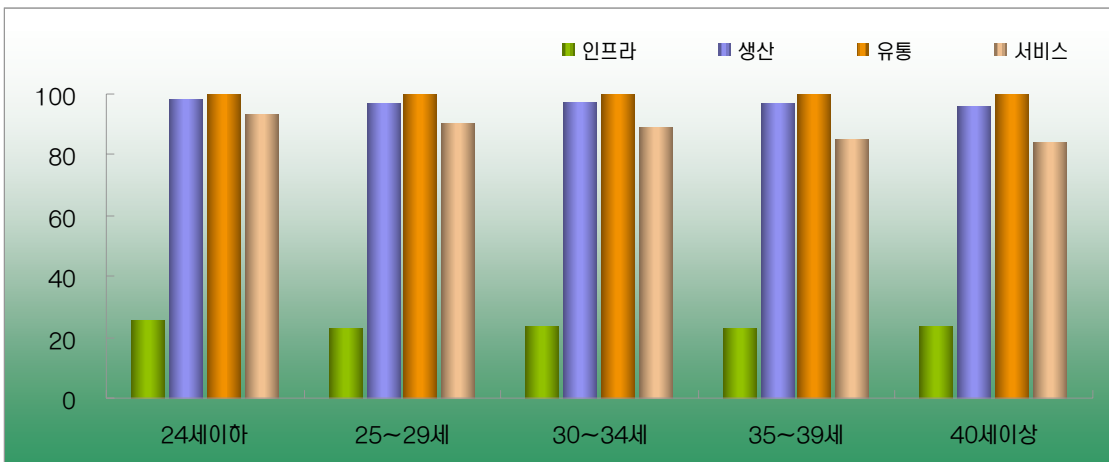
종사자를 기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 24세 이하 332명, 25~29세 1,066명, 30~34세 1,216명, 35~39세 1,030명, 40세 이상 979명으로 나타났고, 개인사업체 24세 이하 1명, 25~29세 9명, 30~34세 14명, 35~39세 18명, 40세 이상 59명으로 나타났다.



업종재분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 24세 이하 12명, 25~29세 55명, 30~34세 58명, 35~39세 83명, 40세 이상 75명으로 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 유통은 24세 이하 431명, 25~29세 1,246명, 30~34세 1,425명, 35~39세 1,218명, 40세 이상 1,247명, 서비스는 24세 이하 403명, 25~29세 1,121명, 30~34세 1,266명, 35~39세 1,035명, 40세 이상 1,047명으로 나타났다.

그림 2-2-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(대형)



연령별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 24세 이하는 유통 431명 100.0%, 생산 421명 97.7%, 서비스 403명 93.5%, 인프라 110명 25.5%의 순으로 나타났고, 25~29세는 유통 1,246명 100.0%, 생산 1,209명 97.0%, 서비스 1,121명 90.0%, 인프라 288명 23.1%의 순으로 나타났고, 30~34세는 유통 1,425명 100.0%, 생산 1,390명 97.5%, 서비스 1,266명 88.8%, 인프라 339명 23.8%의 순으로 나타났고, 35~39세는 유통 1,218명 100.0%, 생산 1,177명 96.6%, 서비스 1,035명 85.0%, 인프라 284명 23.3%의 순으로 나타났고, 40세 이상은 유통 1,247명 100.0%, 생산은 1,197명 96.0%, 서비스는 1,047명 84.0%, 인프라는 293명 23.5%의 순으로 나타났다.

표 2-2-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(대형)

	지역	24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
	서울	421	97.7	1,220	97.9	1,403	98.4	1,180	96.9	1,212	97.1	5,438	97.6
	부산	0	0	10	0.8	8	0.5	23	1.9	11	0.9	52	0.9
	대구	2	0.5	3	0.2	3	0.2	3	0.2	4	0.3	15	0.3
	대전	7	1.6	10	0.8	9	0.7	10	0.8	15	1.2	51	0.9
	울산	0	0.0	1	0.1	0	0.0	1	0.1	2	0.2	4	0.1
	전라남도	0	0.0	1	0.1	1	0.1	0	0.0	2	0.2	4	0.1
	전라북도	1	0.2	1	0.1	1	0.1	1	0.1	1	0.1	3	0.1
	전체	431	100.0	1,246	100.0	1,425	100.0	1,218	100.0	1,247	100.0	5,567	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 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	219	72.0	248	78.2	4,156	95.8	603	99.0	5,226	93.9
비정규직	85	28.0	69	21.8	181	4.2	6	1.0	341	6.1
합계	304	100.0	317	100.0	4,337	100.0	609	100.0	5,567	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 학력별로 살펴보면, 대졸 4,337명, 대학원졸 이상 609명, 전문대졸 317명, 고졸이하 304명의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 학력별 비율을 살펴보면, 정규직은 대졸 4,156명, 대학원졸이상 603명, 전문대졸 248명, 고졸이하 219명, 비정규직은 대졸 181명, 고졸이하 85명, 전문대졸 69명, 대학원졸이상 6명의 순으로 나타났다.

그림 2-2-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형)

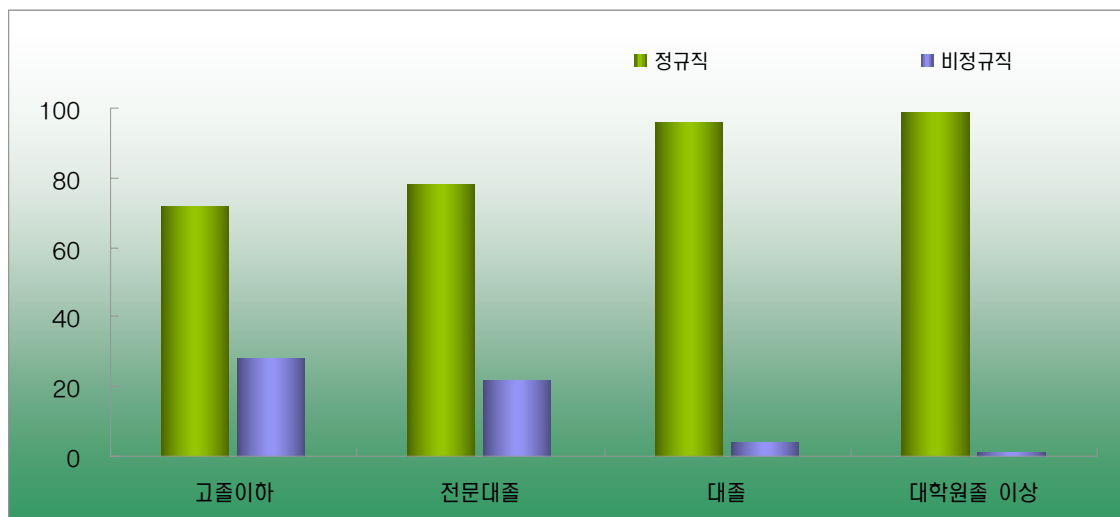


표 2-2-11 >> 학력별 종사자 현황(대형)

		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	35	11.5	6	1.9	54	1.2	5	0.8	101	1.8
	회사법인	125	41.1	196	61.8	3,779	87.1	525	86.2	4,624	83.1
	회사 외 법인	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
업종재분류	광고(종합)대행+그외	10	3.3	11	3.5	246	5.7	17	2.8	284	5.1
	광고제작+그외	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	광고(종합)대행+광고제작	294	96.7	306	96.5	4,091	94.3	592	97.2	5,283	94.9
	그 외	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
가치사슬*	인프라	100	32.9	108	34.1	963	22.2	143	23.5	1,314	23.6
	생산	294	96.7	309	97.5	4,191	96.6	600	98.5	5,394	96.9
	유통	304	100.0	317	100.0	4,338	100.0	609	100.0	5,567	100.0
	서비스	279	91.8	280	88.3	3,749	86.4	564	92.6	4,872	87.5
전체		304	100.0	317	100.0	4,337	100.0	609	100.0	5,567	100.0

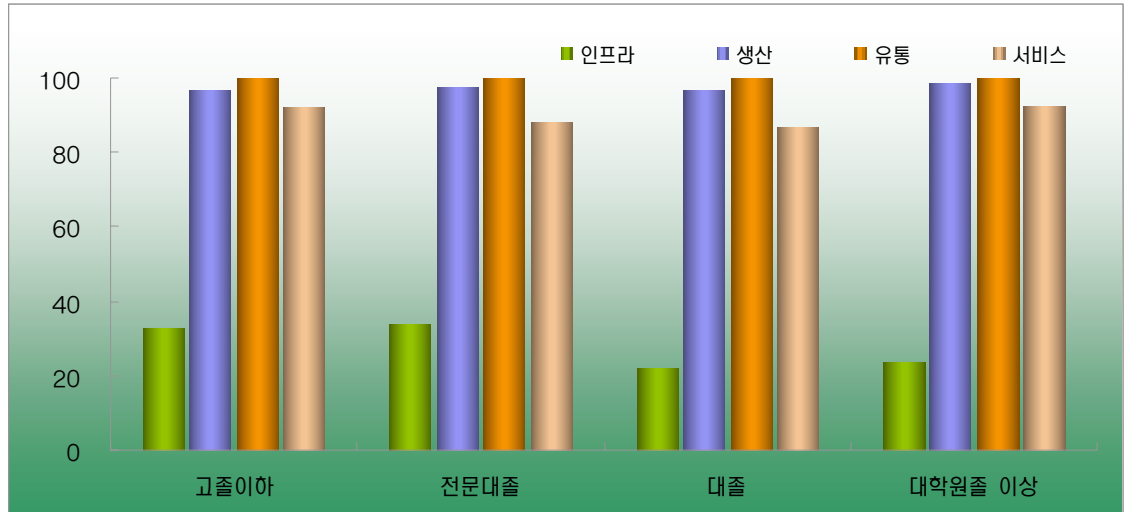
\* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 고졸이하 125명, 전문대졸 196명, 대졸 3,779명, 대학원졸이상 525명으로 나타났고, 개인사업체 고졸이하 35명, 전문대졸 6명, 대졸 54명, 대학원졸이상 5명 으로 나타났다.

업종재분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 고졸이하 294명, 전문대졸 306명, 대졸 4,091명, 대학원졸이상 592명, 광고(종합)대행 + 그외 업종은 고졸이하 10명, 전문대졸 11명, 대졸 246명, 대학원졸이상 17명으로 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 인프라는 고졸이하 100명, 전문대졸 108명, 대졸 963명, 대학원졸이상 143명, 생산은 고졸이하 294명, 전문대졸 309명, 대졸 4,191명, 대학원졸이상 600명, 유통은 고졸이하 304명, 전문대졸 317명, 대졸 4,338명, 대학원졸이상 609명, 서비스는 고졸이하 279명, 전문대졸 280명, 대졸 3,749명, 대학원졸 이상 564명으로 나타났다.

그림 2-2-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(대형)



학력별로 구분하여 종사자 업종을 보면, 고졸이하는 유통 304명 100.0%, 생산 294명 96.7%, 서비스 279명 91.8%, 인프라 100명 32.9%로 순으로 나타났고, 전문대졸은 유통 317명 100.0%, 생산 309명 97.5%, 서비스 280명 88.3%, 인프라 108명 34.1%로 순으로 나타났고, 대졸은 유통 4,338명 100.0%, 생산 4,191명 96.6%, 서비스 3,749명 86.4%, 인프라 963명 22.2%로 순으로 나타났고, 대학원졸 이상은 유통 609명 100.0%, 생산 600명 98.5%, 서비스 564명 92.6%, 인프라 143명 23.5%로 순으로 나타났다.

표 2-2-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(대형)

	지역	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
지역	서울	287	94.4	299	94.3	4,250	98.0	602	98.9	5,438	97.6
	부산	0	0.0	5	1.6	46	1.1	1	0.2	52	0.9
	대구	4	1.3	3	1.0	7	0.2	1	0.2	15	0.3
	대전	10	3.3	9	2.8	28	0.6	4	0.7	51	0.9
	울산	0	0.0	0	0.0	4	0.1	0	0.0	4	0.1
	전라남도	2	0.7	0	0.0	2	0.0	0	0.0	4	0.1
	전라북도	1	0.3	1	0.3	1	0.0	0	0.0	3	0.1
전체		304	100.0	317	100.0	4,338	100.0	608	100.0	5,567	100.0

부산과 울산 지역을 제외한 서울 지역의 대졸 종사자 비율이 타 지역에 비해 높은 것으로 나타났다.

대학원졸 이상의 전체 비율 10.9%보다 대학원졸 이상의 비율이 높은 지역은 서울 602명 11.1%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 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
AE	150	30.2	268	22.2	355	19.7	379	18.5	1,152	20.7
디자이너	46	9.3	193	16.0	311	17.2	303	14.7	853	15.3
CW	33	6.6	84	7.0	136	7.5	108	5.2	361	6.5
PD	19	3.8	128	10.6	55	3.0	153	7.4	355	6.4
매체	34	6.8	55	4.6	196	10.8	172	8.3	457	8.2
SP	17	3.4	88	7.3	116	6.4	182	8.9	403	7.2
PR	19	3.8	81	6.7	145	8.0	173	8.5	418	7.5
마케팅조사	24	4.8	64	5.3	106	5.9	150	7.3	344	6.2
인터랙티브	10	2.0	43	3.6	72	4.0	59	2.9	184	3.3
전산	13	2.6	7	0.6	6	0.3	12	0.6	38	0.7
관리	132	26.7	194	16.1	312	17.2	364	17.7	1,002	18.0
합계	497	100.0	1,205	100.0	1,811	100.0	2,054	100.0	5,567	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 직종별로 살펴보면, AE가 1,152명 20.7%로 가장 높게 나타났고, 관리 1,002명 18.0%, 디자이너 853명 15.3%의 순으로 나타났다.

직종별로 구체적으로 살펴보면, AE는 임원 150명, 국장/부장/실장 268명, 차장/과장/대리 355명, 사원 379명, 디자이너는 임원 46명, 국장/부장/실장 193명, 차장/과장/대리 311명, 사원 303명, CW는 임원 33명, 국장/부장/실장 84명, 차장/과장/대리 136명, 사원 108명, PD는 임원 19명, 국장/부장/실장 128명, 차장/과장/대리 55명, 사원 153명, 매체는 임원 34명, 국장/부장/실장 55명, 차장/과장/대리 196명, 사원 172명, SP는 임원 17명, 국장/부장/실장 88명, 차장/과장/대리 116명, 사원 182명, PR는 임원 19명, 국장/부장/실장 81명, 차장/과장/대리 145명, 사원 173명, 마케팅조사는 임원 24명, 국장/부장/실장 64명, 차장/과장/대리 106명, 사원 150명, 인터랙티브는 임원 10명, 국장/부장/실장 43명, 차장/과장/대리 72명, 사원 59명, 전산은 임원 13명, 국장/부장/실장 7명, 차장/과장/대리 6명, 사원 12명, 관리는 임원 132명, 국장/부장/실장 194명, 차장/과장/대리 312명, 사원 364명으로 나타났다.

직급별로 구체적으로 살펴보면, 임원은 AE 150명 30.2%, 관리 132명 26.7%, 디자이너 46명 9.3%의 순으로 나타났고, 국장/부장/실장은 AE 268명 22.2%, 관리 194명 16.1%, 디자이너 193명 16.0%의 순으로 나타났고, 차장/과장/대리는 AE 355명 19.7%, 관리 312명 17.2%, 디자이너 311명 17.2%의 순으로 나타났고, 사원은 AE 379명 18.5%, 관리 364명 17.7%, 디자이너 303명 14.7%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	380	10.8	216	10.5	596	10.7
종사자	3,511	100.0	2,056	100.0	5,567	100.0

대형업체 광고업 종사자 중 온라인/모바일 분야 종사자 현황을 성별로 살펴보면, 596명으로 전체 광고업체 종사자의 10.7% 정도를 점하고 있는 것으로 나타났다.

온라인 모바일 종사자 중 남자가 380명으로, 남성 대형광고업체 종사자 중 10.8%를 차지하고 있으며, 여자는 216명으로 여성 대형광고업 종사자의 10.5%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	8	0	8
디자이너	3	1	4
CW	2	2	4
PD	0	0	0
매체	2	0	2
SP	0	0	0
PR	2	0	2
마케팅조사	0	0	0
인터랙티브	0	0	0
전산	0	0	0
관리	3	0	3
합계	20	3	23

광고업의 외국인 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 형태별로 살펴보면 정규직은 20명이 고 비정규직은 3명이다. 직종별로 살펴보면 AE 8명, 디자이너 4명, CW 4명, 관리 3명, PR 2명, 매체 2명이었다.

## 2.3. 일반 광고회사

### 2.3.1. 전체 고용현황

표 2-3-1 >> 전체 종사자 현황(일반)

구분	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	26,265	91.0
비정규직	2,606	9.0
합계	28,871	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 살펴보면, 전체 고용자는 28,871명이고, 정규직은 26,265명 91.0%, 비정규직은 2,606명 9.0%로 나타났다.

표 2-3-2 >> 고용형태별 종사자 현황(일반)

		정규직		비정규직		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	8,459	32.2	819	31.4	9,278	32.1
	회사법인	16,605	63.2	1,199	46.0	17,804	61.7
	회사 외 법인	65	0.2	5	0.2	70	0.2
업종재분류	광고(종합)대행+그외	6,812	25.9	625	24.0	7,437	25.8
	광고제작+그외	2,865	10.9	250	9.6	3,115	10.8
	광고(종합)대행+광고제작	2,465	9.4	748	28.7	3,213	11.1
	그 외	14,123	53.8	983	37.7	15,106	52.3
가치사슬*	인프라	9,975	38.0	977	37.5	10,953	37.9
	생산	12,540	47.7	1,623	62.3	14,162	49.1
	유통	9,314	35.5	1,373	52.7	10,688	37.0
	서비스	4,250	16.2	892	34.2	5,142	17.8
전체		26,265	100.0	2,606	100.0	28,871	100.0

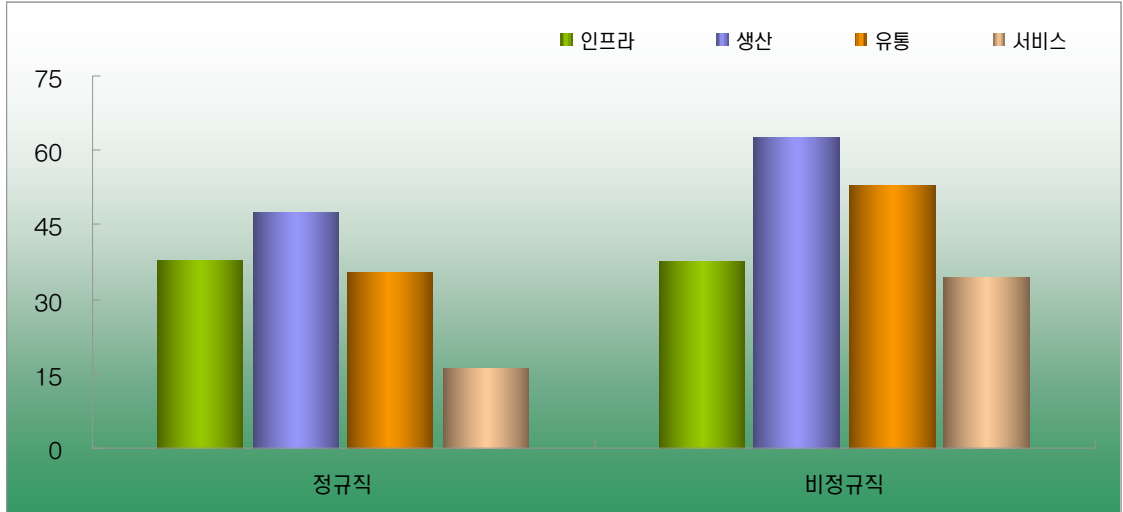
\* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 개인사업체 9,278명 32.1%, 회사법인 17,804명 61.7%, 회사 외 법인 70명 0.2%가 분포되어 있다.

업종재분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 7,437명 25.8%, 광고제작+그외 3,115명 10.8%, 광고(종합)대행+광고제작 3,213명 11.1%, 그 외 15,106명 52.3%로 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 생산 종사자가 14,162명 49.1%, 인프라 10,953명 37.9%, 유통 10,688명 37.0%, 서비스 5,142명 17.8%로 생산 종사자가 가장 많은 것으로 나타났다.

그림 2-3-1 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(일반)



정규직은 인프라 9,975명 38.0%, 생산 12,540명 47.7%, 유통 9,314명 35.5%, 서비스 4,250명 16.2%였고, 비정규직은 인프라 977명 37.5%, 생산 1,623명 62.3%, 유통 1,373명 52.7%, 서비스 892명 34.2%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	19,900	75.6	1,825	69.9	21,725	75.2
	부산	818	3.1	78	3.0	896	3.1
	대구	731	2.8	146	5.6	877	3.0
	인천	247	0.9	32	1.2	279	1.0
	광주	1,040	4.0	72	2.7	1,112	3.8
	대전	678	2.6	41	1.6	719	2.5
	울산	198	0.8	14	0.6	212	0.7
	경기도	1,606	6.1	198	7.6	1,804	6.2
	강원도	162	0.6	50	1.9	212	0.7
	충청북도	80	0.4	4	0.2	84	0.4
	충청남도	49	0.2	0	0.0	49	0.2
	전라북도	205	0.8	16	0.6	221	0.8
	전라남도	57	0.2	0	0.0	57	0.2
	경상북도	19	0.1	7	0.3	26	0.1
	경상남도	405	1.5	111	4.3	516	1.8
	제주도	70	0.3	12	0.5	82	0.3
전체		26,265	100.0	2,606	100.0	28,871	100.0

종사자를 지역별로 살펴보면, 서울이 21,725명 75.2%로 가장 높게 나타났고, 경기도 1,804명 6.2%, 광주 1,112명 3.8%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	15,621	92.5	10,644	88.8	26,265	91.0
비정규직	1,263	7.5	1,343	11.2	2,606	9.0
합계	16,884	100.0	11,987	100.0	28,871	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반 업체를 구분하여 따로 성별로 살펴보면, 남자는 16,884명이고, 여자는 11,987명으로 나타났다. 성별로 나누어 정규직과 비정규직의 비율을 살펴보면, 남자 종사자의 정규직은 15,621명 92.5%, 비정규직은 1,263명 7.5%, 여자 종사자의 정규직은 10,644명 88.8%, 비정규직은 1,343명 11.2%로 남자 종사자와 여자 종사자간의 정규직과 비정규직 비율이 비슷한 것으로 나타났다.

그림 2-3-2 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(일반)

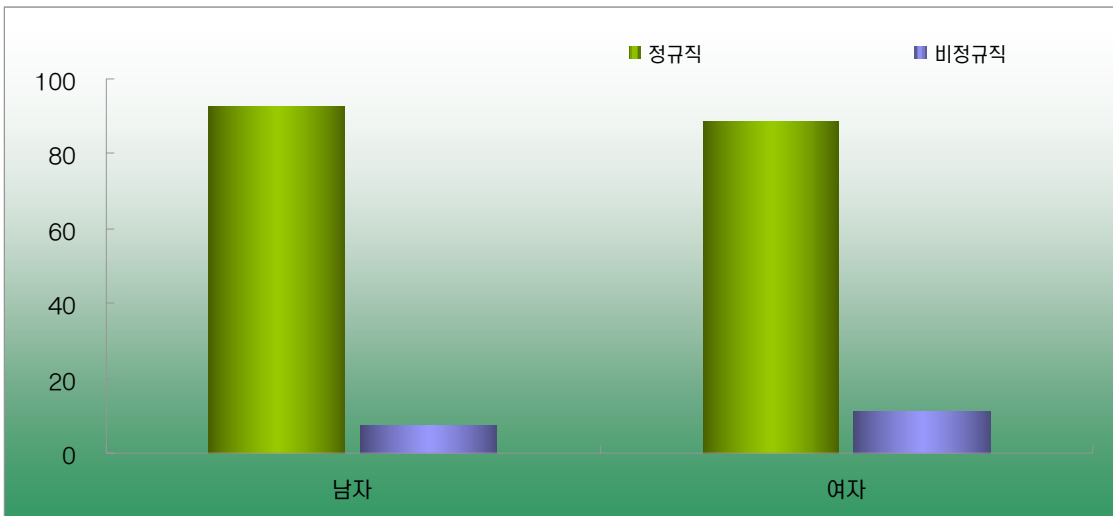


표 2-3-5 >> 성별 종사자 현황(일반)

		남자		여자		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	5,633	33.4	3,645	30.4	9,278	32.1
	회사법인	10,150	60.1	7,654	63.9	17,804	61.7
	회사 외 법인	37	0.2	33	0.3	70	0.2
업종재분류	광고(종합)대행+그외	4,624	27.4	2,813	23.5	7,437	25.8
	광고제작+그외	1,763	10.4	1,352	11.3	3,115	10.8
	광고(종합)대행+광고제작	1,919	11.4	1,293	10.8	3,212	11.1
	그 외	8,578	50.8	6,529	54.5	15,107	52.3
가치사슬*	인프라	6,718	39.8	4,234	35.3	10,953	37.9
	생산	7,957	47.1	6,205	51.8	14,162	49.1
	유통	6,557	38.8	4,130	34.5	10,688	37.0
	서비스	2,673	15.8	2,469	20.6	5,142	17.8
전체		16,884	100.0	11,987	100.0	28,871	100.0

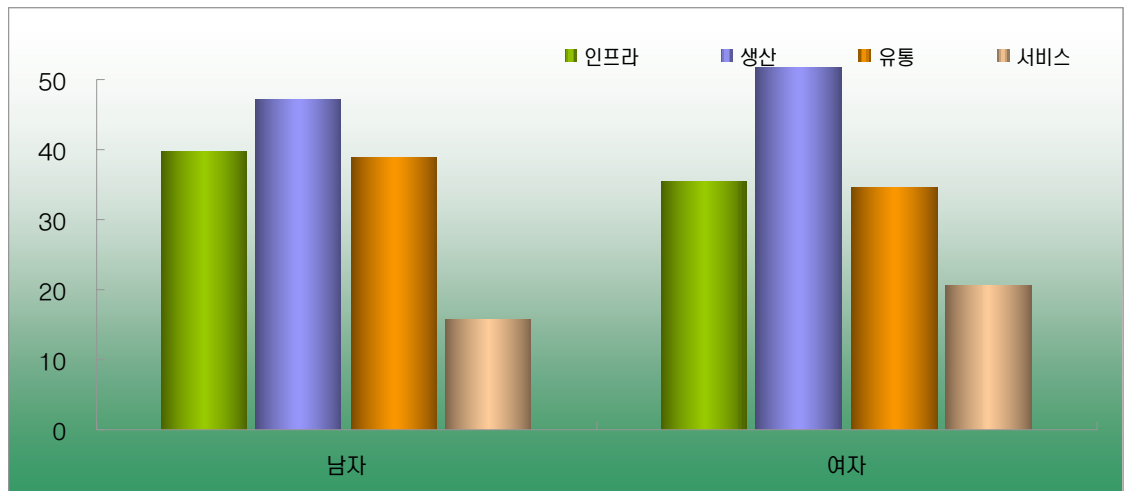
※ 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

기업형태로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 개인사업체는 남자 5,633명, 여자 3,645명, 회사법인은 남자 10,150명, 여자 7,654명, 회사 외 법인은 남자 37명, 여자 33명이었다.

업종재분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 남자 4,624명, 여자 2,813명, 광고제작 + 그외 업종은 남자 1,763명, 여자 1,352명, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 남자 1,919명, 여자 1,293명, 그 외 업종은 남자 8,578명, 여자 6,529명으로 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 인프라는 남자 6,718명, 여자 4,234명, 생산은 남자 7,957명, 여자 6,205명, 유통은 남자 6,557명, 여자 4,130명, 서비스는 남자 2,673명, 여자 2,469명으로 나타났다.

그림 2-3-3 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(일반)



성별로 구분하여 종사자 업종을 살펴보면, 남자는 생산 7,957명 47.1%, 인프라 6,718명 39.8%, 유통 6,557명 38.8%, 서비스 2,673명 15.8%의 순으로 나타났고, 여자는 생산 6,205명 51.8%, 인프라 4,234명 35.3%, 유통 4,130명 34.5%, 서비스 2,469명 20.6%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	12,438	73.7	9,287	77.4	21,725	75.2
	부산	506	3.0	390	3.3	896	3.1
	대구	626	3.7	251	2.1	877	3.0
	인천	190	1.1	89	0.7	279	1.0
	광주	772	4.6	339	2.8	1,111	3.8
	대전	434	2.6	285	2.4	719	2.5
	울산	101	0.6	111	0.9	212	0.7
	경기도	1,154	6.8	650	5.4	1,804	6.2
	강원도	121	0.7	91	0.8	212	0.7
	충청북도	40	0.3	44	0.4	84	0.4
	충청남도	33	0.2	16	0.1	49	0.2
	전라북도	126	0.7	95	0.8	221	0.8
	전라남도	40	0.2	17	0.1	57	0.2
	경상북도	18	0.1	8	0.1	26	0.1
	경상남도	233	1.4	284	2.4	517	1.8
	제주도	52	0.3	30	0.3	82	0.3
전체		16,884	100.0	11,987	100.0	28,871	100.0

서울의 남자 종사자는 12,438명, 전체의 57.3%, 여자 종사자수는 9,287명, 전체의 42.7%로 서울 남성 종사자의 비율이 훨씬 높았다.

### 2.3.3. 연령별 종사자 현황

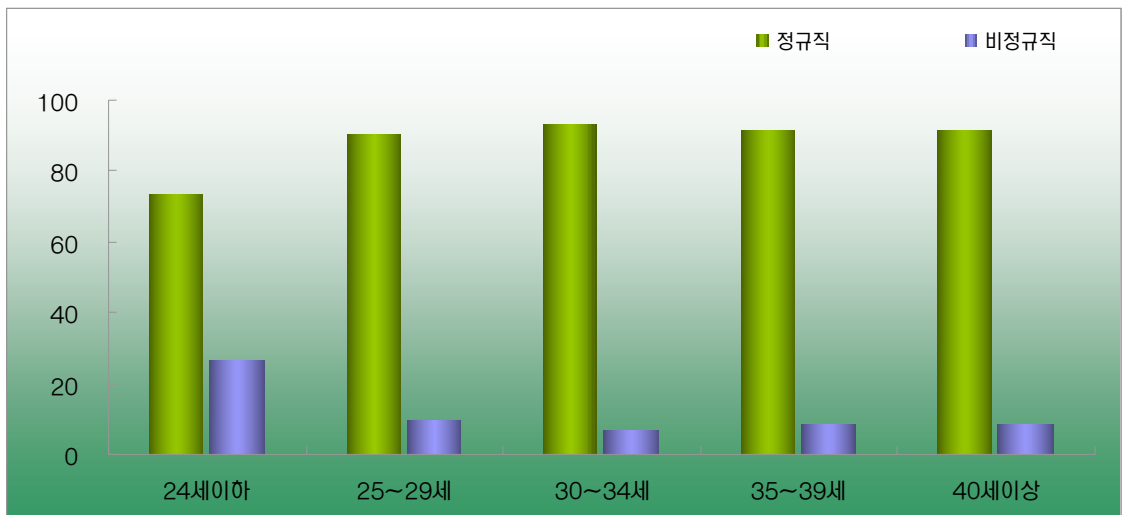
표 2-3-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반)

	24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	853	73.4	5,499	90.4	6,208	93.0	5,345	91.6	8,358	91.7	26,265	91.0
비정규직	309	26.6	585	9.6	467	7.0	492	8.4	755	8.3	2,606	9.0
합계	1,162	100.0	6,084	100.0	6,675	100.0	5,837	100.0	9,113	100.0	28,871	100.0

전체 광고업체 중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 연령별로 살펴보면, 40세 이상 9,113명, 30~34세 6,675명, 25~29세 6,084명, 35~39세 5,837명, 24세 이하 1,162명의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 연령별 비율을 살펴보면, 정규직은 40세 이상 8,358명, 30~34세 6,208명, 25~29세 5,499명, 35~39세 5,345명, 24세 이하 853명, 비정규직은 40세 이상 755명, 25~29세 585명, 35~39세 492명, 30~34세 467명, 24세 이하 309명의 순으로 나타났다.

그림 2-3-4 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반)



연령을 기준으로 하여 살펴보면, 24세 이하는 정규직이 853명 73.4%, 비정규직이 309명 26.6%, 25~29세는 정규직이 5,499명 90.4%, 비정규직이 585명 9.6%, 30~34세는 정규직이 6,208명 93.0%, 비정규직이 467명 7.0%, 35~39세는 정규직이 5,345명 91.6%, 비정규직이 492명 8.4%, 40세 이상은 정규직이 8,358명 91.7%, 비정규직이 755명 8.3%로 나타났다.

표 2-3-8 >> 연령별 종사자 현황(일반)

		24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	238	20.5	1,293	21.3	1,489	22.3	1,857	31.8	4,401	48.3	9,278	32.1
	회사법인	707	60.8	4,469	73.5	4,798	71.9	3,595	61.6	4,235	46.5	17,804	61.7
	회사 외 법인	0	0.0	8	0.1	29	0.4	16	0.3	17	0.2	70	0.2
업종재분류	광고(종합)대행+그외	252	21.7	1,309	21.4	1,895	28.4	1,463	25.1	2,518	27.6	7,437	25.8
	광고제작+그외	87	7.5	648	10.7	799	12.0	712	12.2	868	9.5	3,114	10.8
	광고(종합)대행+광고제작	235	20.1	710	11.7	785	11.7	591	10.1	893	9.8	3,213	11.1
	그 외	589	50.7	3,417	56.2	3,196	47.8	3,071	52.6	4,834	53.1	15,107	52.3
가치사슬*	인프라	407	35.0	1,681	27.6	2,069	31.0	2,189	37.5	4,607	50.6	10,953	37.9
	생산	550	47.3	2,785	45.8	3,215	48.2	3,027	51.9	4,585	50.3	14,162	49.1
	유통	487	41.9	2,027	33.3	2,691	40.3	2,061	35.3	3,422	37.6	10,688	37.0
	서비스	412	35.5	1,502	24.7	1,197	17.9	995	17.1	1,036	11.4	5,142	17.8
전체		1,163	100.0	6,084	100.0	6,675	100.0	5,837	100.0	9,112	100.0	28,871	100.0

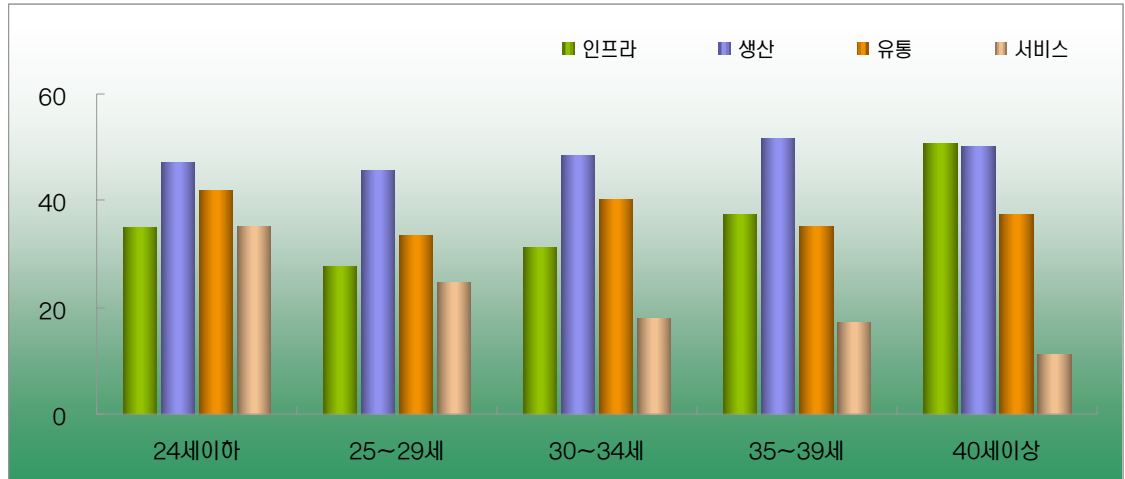
\* 사업체가 가치사슬 분류에 동시에 포함되는 경우 중복으로 처리함. 따라서 종사자수 및 종사자 구성비는 개별의 합이 전체보다 크게 나타남.

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 개인사업체는 24세이하 238명, 25~29세 1,293명, 30~34세 1,489명, 35~39세 1,857명, 40세이상 4,401명으로 나타났고, 회사법인은 24세이하 707명, 25~29세 4,469명, 30~34세 4,798명, 35~39세 3,595명, 40세이상 4,235명으로 나타났고, 회사 외 법인은 25~29세 8명, 30~34세 29명, 35~39세 16명, 40세이상 17명으로 나타났다.

업종재분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 24세이하 252명, 25~29세 1,309명, 30~34세 1,895명, 35~39세 1,463명, 40세이상 2,518명, 광고제작+그외 업종은 24세이하 87명, 25~29세 648명, 30~34세 799명, 35~39세 712명, 40세이상 868명, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 24세이하 235명, 25~29세 710명, 30~34세 785명, 35~39세 591명, 40세이상 893명, 그 외 업종은 24세이하 589명, 25~29세 3,417명, 30~34세 3,196명, 35~39세 3,071명, 40세이상 4,834명이었다.

가치사슬 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 인프라는 24세이하 407명, 25~29세 1,681명, 30~34세 2,069명, 35~39세 2,189명, 40세이상 4,607명, 생산은 24세이하 550명, 25~29세 2,785명, 30~34세 3,215명, 35~39세 3,027명, 40세이상 4,585명, 유통은 24세이하 487명, 25~29세 2,027명, 30~34세 2,691명, 35~39세 2,061명, 40세이상 3,422명, 서비스는 24세이하 412명, 25~29세 1,502명, 30~34세 1,197명, 35~39세 995명, 40세이상 1,036명으로 나타났다.

그림 2-3-5 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(일반)



연령별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 24세 이하는 생산 550명 47.3%, 유통 487명 41.9%, 서비스 412명 35.5%, 인프라 407명 35.0%의 순으로 나타났고, 25~29세는 생산 2,785명 45.8%, 유통 2,027명 33.3%, 인프라 1,681명 27.6%, 서비스 1,502명 24.7%의 순으로 높게 나타났고, 30~34세는 생산 3,215명 48.2%, 유통 2,691명 40.3%, 인프라 2,069명 31.0%, 서비스 1,197명 17.9%의 순으로 나타났고, 35~39세는 생산 3,027명 51.9%, 인프라 2,189명 37.5%, 유통 2,061명 35.3%, 서비스 995명 17.1%의 순으로 나타났고, 40세 이상은 인프라 4,607명 50.6%, 생산 4,585명 50.3%, 유통 3,422명 37.6%, 서비스 1,036명 11.4%의 순으로 높게 나타났다.

표 2-3-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(일반)

		24세이하		25 ~ 29세		30 ~ 34세		35 ~ 39세		40세이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
지역	서울	929	79.8	5,162	84.8	5,565	83.4	4,406	75.4	5,663	62.2	21,725	75.2
	부산	35	3.0	208	3.4	197	3.0	192	3.3	264	2.9	896	3.1
	대구	47	4.1	120	2.0	112	1.7	153	2.6	445	4.9	877	3.0
	인천	3	0.3	18	0.3	41	0.6	59	1.0	158	1.7	279	1.0
	광주	19	1.7	78	1.3	145	2.2	222	3.8	647	7.1	1,111	3.8
	대전	10	0.9	81	1.3	76	1.1	132	2.3	420	4.6	719	2.5
	울산	4	0.3	45	0.7	54	0.8	36	0.6	73	0.8	212	0.7
	경기도	72	6.2	225	3.7	283	4.2	378	6.5	846	9.3	1,804	6.2
	강원도	20	1.7	28	0.5	30	0.4	42	0.7	92	1.0	212	0.7
	충청북도	1	0.1	7	0.1	10	0.2	23	0.5	43	0.5	84	0.4
	충청남도	0	0.0	0	0.0	9	0.1	3	0.1	37	0.4	49	0.2
	전라북도	7	0.6	23	0.4	28	0.4	47	0.8	116	1.3	221	0.8
	전라남도	0	0.0	3	0.1	0	0.0	13	0.2	41	0.4	57	0.2
	경상북도	2	0.2	4	0.1	4	0.1	4	0.1	12	0.1	26	0.1
	경상남도	9	0.8	73	1.2	100	1.5	113	1.9	222	2.4	517	1.8
	제주도	4	0.3	9	0.1	21	0.3	14	0.2	34	0.4	82	0.3
	전체	1,162	100.0	6,084	100.0	6,675	100.0	5,837	100.0	9,113	100.0	28,871	100.0

가장 많은 부분을 차지하는 40세이상의 지역별 비율을 살펴보면, 40세이상은 서울 5,663명 62.2%, 경기도 846명 9.3%, 광주 647명 7.1%, 대구 445명 4.9% 대전 420명 4.6%의 순으로 나타났다.

### 2.3.4. 학력별 종사자 현황

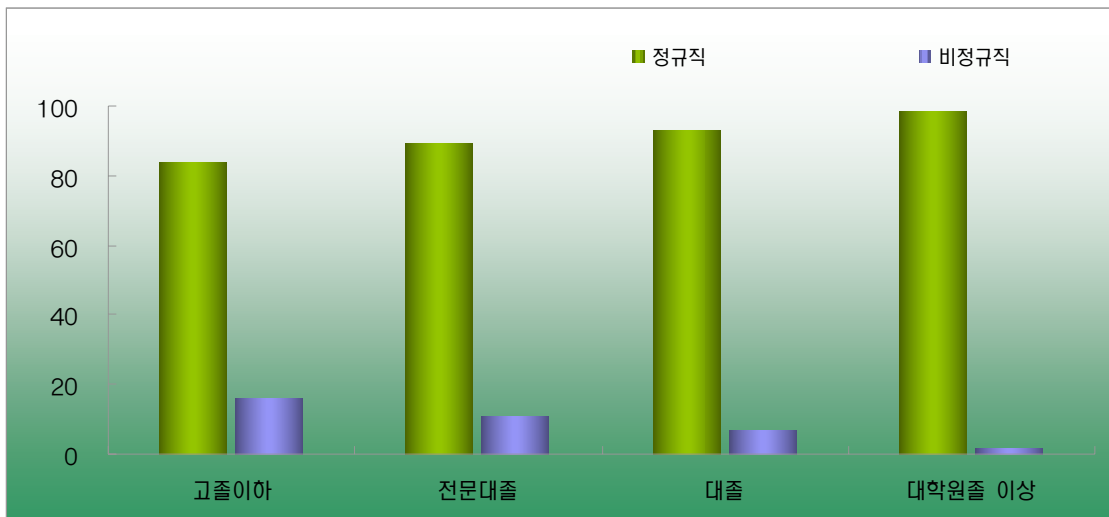
표 2-3-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반)

	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸 이상		합계	
	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
정규직	4,070	83.7	4,595	89.3	16,403	92.9	1,196	98.4	26,264	91.0
비정규직	794	16.3	548	10.7	1,246	7.1	19	1.6	2,606	9.0
합계	4,864	100.0	5,143	100.0	17,649	100.0	1,215	100.0	28,871	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 학력별로 살펴보면, 대졸은 17,649명, 전문대졸 5,143명, 고졸이하 4,864명, 대학원졸 이상 1,215명의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 학력별 비율을 살펴보면, 정규직은 대졸 16,403명, 대학원졸 이상 1,196명, 전문대졸 4,595명, 고졸이하 4,070명, 비정규직은 대졸 1,246명, 고졸이하 794명, 전문대졸 548명, 대학원졸 이상 19명의 순으로 나타났다.

그림 2-3-6 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반)



학력을 기준으로 하여 고용형태 비율을 살펴보면, 고졸이하는 정규직 4,070명 83.7%, 비정규직 794명 16.3%로 나타났고, 전문대졸은 정규직 4,595명 89.3%, 비정규직 548명 10.7%로 나타났고, 대졸은 정규직 16,403명 92.9%, 비정규직 1,246명 7.1%로 나타났고, 대학원졸이상은 정규직 1,196명 98.4%, 비정규직 19명 1.6%로 나타났다.

표 2-3-11 >> 학력별 종사자 현황(일반)

		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸 이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
기업형태	개인사업체	2,789	57.4	1,971	38.3	4,377	24.8	141	11.6	9,278	32.1
	회사법인	1,627	33.5	2,808	54.6	12,446	70.5	923	76.0	17,804	61.7
	회사 외 법인	8	0.2	9	0.2	48	0.3	5	0.4	70	0.2
업종재분류	광고(종합)대행+그외	962	19.7	1,086	21.1	5,047	28.6	342	28.1	7,437	25.8
	광고제작+그외	432	8.9	557	10.8	2,012	11.4	113	9.4	3,114	10.8
	광고(종합)대행+광고제작	573	11.8	509	9.9	1,910	10.8	220	18.1	3,212	11.1
	그 외	2,896	59.6	2,992	58.2	8,680	49.2	540	44.4	15,108	52.3
가치사슬*	인프라	2,765	56.9	2,162	42.0	5,748	32.6	278	22.9	10,953	37.9
	생산	2,610	53.7	2,756	53.6	8,279	46.9	517	42.6	14,162	49.1
	유통	1,535	31.6	1,599	31.1	6,992	39.6	562	46.3	10,688	37.0
	서비스	576	11.8	624	12.1	3,505	19.9	437	36.0	5,142	17.8
전체		4,863	100.0	5,144	100.0	17,649	100.0	1,215	100.0	28,871	100.0

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

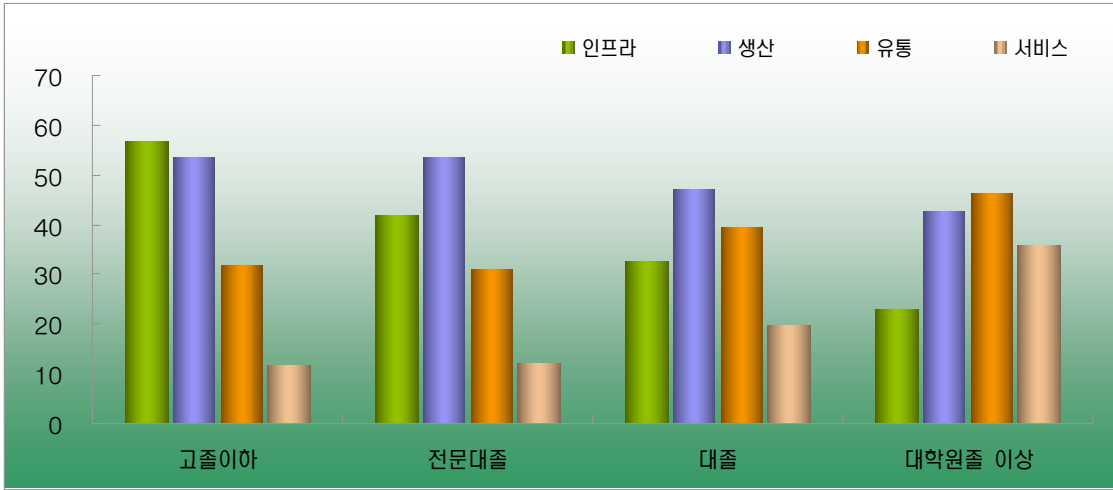
기업형태별로 살펴보면, 개인사업체는 고졸이하 2,789명, 전문대졸 1,971명, 대졸 4,377명, 대학원졸 이상 141명, 회사법인은 고졸이하 1,627명, 전문대졸 2,808명, 대졸 12,446명, 대학원졸 이상 923명, 회사 외 법인은 고졸이하 8명, 전문대졸 9명, 대졸 48명, 대학원졸 이상 5명으로 나타났다.

업종재분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 고졸이하 962명, 전문대졸 1,086명, 대졸 5,047명, 대학원졸 이상 342명, 광고제작+그외 업종은 고졸이하 432명, 전문대졸 557명, 대졸 2,012명, 대학원졸 이상 113명, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 고졸이하 573명, 전문대졸 509명, 대졸 1,910명, 대학원졸 이상 220명, 그 외 업종은 고졸이하 2,896명, 전문대졸 2,992명, 대졸 8,680명, 대학원졸 이상 540명으로 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 인프라는 고졸이하 2,765명, 전문대졸 2,162명, 대졸 5,748명, 대학원졸 이상 278명, 생산은 고졸이하 2,610명, 전문대졸 2,756명, 대졸 8,279명, 대학원졸 이상 517명, 유통은 고졸이하 1,535명, 전문대졸 1,599명, 대졸 6,992명, 대학원졸 이상 562명, 서비스는 고졸이하 576명, 전문대졸 624명, 대졸 3,505명, 대학원졸 이상 437명으로 나타났다.



그림 2-3-7 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(일반)



학력을 기준으로 하여 종사자 업종 분포를 보면, 고졸이하는 인프라 2,765명 56.9%, 생산 2,610명 53.7%, 유통 1,535명 31.6%, 서비스 576명 11.8%로 나타났고, 전문대졸은 인프라 2,162명 42.0%, 생산 2,756명 53.6%, 유통 1,599명 31.1%, 서비스 624명 12.1%로 나타났고, 대졸은 인프라 5,748명 32.6%, 생산 8,279명 46.9%, 유통 6,992명 39.6%, 서비스 3,505명 19.9%로 나타났고, 대학원졸 이상은 인프라 278명 22.9%, 생산 517명 42.6%, 유통 562명 46.3%, 서비스 437명 36.0%로 나타났습니다.

표 2-3-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(일반)

		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸 이상		합계	
		종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
지역	서울	2,333	47.9	3,670	71.3	14,642	83.0	1,080	88.9	21,725	75.2
	부산	93	1.9	232	4.5	556	3.2	15	1.2	896	3.1
	대구	256	5.3	359	7.0	244	1.4	18	1.5	877	3.0
	인천	88	1.8	26	0.5	165	0.9	0	0.0	279	1.0
	광주	762	15.7	73	1.4	265	1.5	11	0.9	1,111	3.8
	대전	340	7.0	106	2.1	269	1.5	4	0.4	719	2.5
	울산	15	0.3	52	1.0	141	0.8	4	0.3	212	0.7
	경기도	514	10.6	431	8.4	807	4.6	52	4.2	1,804	6.2
	강원도	64	1.3	53	1.0	93	0.5	2	0.2	212	0.7
	충청북도	36	0.7	5	0.1	40	0.3	3	0.3	84	0.4
	충청남도	18	0.4	8	0.2	22	0.1	1	0.1	49	0.2
	전라북도	127	2.6	19	0.4	74	0.4	3	0.2	221	0.8
	전라남도	39	0.8	3	0.1	13	0.1	0	0.0	57	0.2
	경상북도	8	0.2	8	0.1	8	0.0	2	0.1	26	0.1
	경상남도	160	3.3	74	1.4	267	1.5	16	1.3	517	1.8
	제주도	11	0.2	24	0.5	43	0.2	4	0.4	82	0.3
	전체		4,864	100.0	5,143	100.0	17,649	100.0	1,215	100.0	28,871

서울 지역의 대졸 14,642명 67.4%, 대학원졸 이상 1,080명 5.0%으로 고학력 종사자 비율이 고졸이하 2,333명 10.7%, 전문대졸 3,670명 16.9에 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 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)	종사자수 (명)	구성비 (%)
AE	2,760	43.4	464	12.9	1,044	11.9	945	9.3	5,212	18.1
디자이너	647	10.2	848	23.5	2,520	28.8	2,817	27.7	6,832	23.7
CW	34	0.5	78	2.2	131	1.5	147	1.4	389	1.3
PD	107	1.7	133	3.7	179	2.0	120	1.2	539	1.9
매체	75	1.2	90	2.5	474	5.4	339	3.3	979	3.4
SP	43	0.7	68	1.9	149	1.7	266	2.6	526	1.8
PR	94	1.5	139	3.9	426	4.9	608	6.0	1,267	4.4
마케팅조사	91	1.4	171	4.7	442	5.1	380	3.7	1,083	3.8
인터랙티브	8	0.1	11	0.3	78	0.9	32	0.3	129	0.4
전산	9	0.1	98	2.7	238	2.7	209	2.1	554	1.9
관리	2,487	39.2	1,506	41.7	3,066	35.1	4,300	42.4	11,361	39.3
합계	6,355	100.0	3,606	100.0	8,747	100.0	10,163	100.0	28,871	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행을 제외한 일반업체를 구분하여 직종별로 살펴보면, 관리가 11,361명 39.3%로 가장 높게 나타났고, 디자이너 6,832명 23.7%, AE 5,212명 18.1%, PR 1,267명 4.4%, 마케팅조사 1,083명 3.8%등의 순으로 나타났다.

직종별로 구체적으로 살펴보면, 관리의 임원 2,487명, 국장/부장/실장 1,506명, 차장/과장/대리 3,066명, 사원 4,300명이었고, 디자이너는 임원 647명, 국장/부장/실장 848명, 차장/과장/대리 2,520명, 사원 2,817명이었고, AE는 임원 2,760명, 국장/부장/실장 464명, 차장/과장/대리 1,044명, 사원 945명으로 나타났다.

전체 광고업체중에서 100대 광고대행을 제외한 일반업체를 구분하여 살펴보면, 사원이 10,163명으로 가장 높게 나타났고, 임원이 6,355명, 차장/과장/대리는 8,747명, 국장/부장/실장은 3,606명의 순으로 나타났다. 직급별로 구체적으로 살펴보면, 임원은 AE 2,760명 43.4%, 관리 2,487명 39.2%, 국장/부장/실장은 관리 1,506명 41.7%, 디자이너 848명 23.5%, AE 464명 12.9%, 차장/과장/대리는 관리 3,066명 35.1%, 디자이너 2,520명 28.8%, 사원은 관리 4,300명 42.4%, 디자이너 2,817명 27.7%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	2,574	15.2	1,971	16.4	4,545	15.7
종사자	16,884	100.0	11,987	100.0	28,871	100.0

광고업 종사자 중 온라인/모바일 분야 종사자 현황을 성별로 살펴보면, 전체 4,545명으로 일반 광고업체 종사자의 15.7% 정도를 점하고 있는 것으로 나타났다. 온라인 모바일 종사자 중 남자는 2,574명으로, 남성 일반광고업체 종사자 중 15.2%를 차지하고 있으며, 여자는 1,971명으로 여성광고업 종사자의 16.4%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	6	0	6
디자이너	6	0	6
CW	0	0	0
PD	0	0	0
매체	0	0	0
SP	0	0	0
PR	17	0	17
마케팅조사	12	0	12
인터랙티브	0	0	0
전산	0	0	0
관리	15	0	15
합계	56	0	56

광고업의 외국인 종사자를 100대 광고대행을 제외한 일반업체로 구분하여 형태별로 살펴보면 정규직은 56명이고 비정규직은 0명이다. 직종별로 살펴보면 PR 17명, 관리 15명, 마케팅조사 12명, 디자이너 6명, AE 6명의 순으로 나타났다.

### 3. 취급액과 종사자

#### 3.1. 사업체 정보

표 3-1-1 >> 사업체정보별 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
기업형태	개인사업체	3,250	64.9	835,568	8.1	257
	회사법인	1,503	30.0	8,684,783	84.1	5,778
	회사외 법인	14	0.3	5,574	0.1	398
본사유무	단독사업체	4,625	92.3	6,348,103	61.5	1,373
	공장, 지사, 영업소	73	1.5	1,045,710	10.1	14,325
	본사, 본점, 본부	53	1.1	2,128,286	20.6	40,156
벤처기업 지정여부	대상	151	3.0	308,452	3.0	2,043
	비대상	4,597	91.7	9,114,394	88.3	1,983
설립연도	1979년 이전	59	1.2	515,715	5.0	8,741
	1980 ~ 1989년	252	5.0	1,002,828	9.7	3,979
	1990 ~ 1994년	355	7.1	1,141,429	11.1	3,215
	1995 ~ 1999년	698	13.9	894,510	8.7	1,282
	2000 ~ 2004년	1,197	23.9	2,117,289	20.5	1,769
	2005년	229	4.6	1,527,015	14.8	6,668
	2006년	291	5.8	207,328	2.0	712
	2007년	298	5.9	347,827	3.4	1,167
	2008년	276	5.5	267,323	2.6	969
	2009년	257	5.1	344,192	3.3	1,339
2010년	121	2.4	59,345	0.6	490	
전체		5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

통계표 작성을 위한 구분변수로 기업형태(개인사업체, 회사법인, 회사 외 법인), 본사유무(단독사업체, 공장·지사·영업소, 본사·본점·본부), 벤처기업지정여부(대상, 비대상), 설립연도(1979년 이전, 1980~1989년, 1990~1994년, 1995~1999년, 2000~2004년, 2005년, 2006년, 2007년, 2008년, 2009년, 2010년)을 사용하였다.

기업형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 개인사업체가 3,250개 64.9%로 가장 많은 비중을 차지하고, 회사법인 1,503개 30.0%, 회사 외 법인 14개 0.3% 순서이며, 반면 종사자수는 회사법인이 22,429명 65.1%로 가장 많고, 개인사업체 9,379명 27.2%, 회사 외 법인 70명 0.2% 순서이다.

종사자수 구성비와 마찬가지로 취급액도 회사법인 8조 6,848억원 84.1%, 개인사업체 8,356억원 8.1%, 회사외 법인 56억원 0.1% 순서이다. 사업체당 취급액은 회사법인이 58억원으로 전체 사업체당 취급액 21억원보다 많고, 종사자당 취급액은 회사법인이 4억원으로 전체 종사자당 취급액 3억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 회사법인이 15명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

표 3-1-2 >> 사업체정보별 종사자

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
기업형태	개인사업체	9,379	27.2	3	89	10
	회사법인	22,429	65.1	15	387	8
	회사의 법인	70	0.2	5	80	7
본사유무	단독사업체	27,615	80.2	6	230	9
	공장, 지사, 영업소	1,329	3.9	18	787	9
	본사, 본점, 본부	2,889	8.4	55	737	8
벤처기업 지정여부	대상	2,232	6.5	15	138	6
	비대상	29,308	85.1	6	311	9
설립연도	1979년 이전	1,619	4.7	27	319	37
	1980 ~ 1989년	2,561	7.4	10	392	24
	1990 ~ 1994년	2,235	6.5	6	511	18
	1995 ~ 1999년	4,222	12.3	6	212	13
	2000 ~ 2004년	7,889	22.9	7	268	8
	2005년	2,251	6.5	10	678	5
	2006년	1,687	4.9	6	123	4
	2007년	1,567	4.6	5	222	3
	2008년	1,825	5.3	7	146	2
	2009년	1,238	3.6	5	278	1
	2010년	636	1.8	5	93	0
전체		34,438	100.0	7	300	9

설립연도별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 2000~2004년에 설립된 사업체가 1,197개 23.9%로 가장 많고, 1995~1999년 698개 13.9%, 1990~1994년 355개 7.1% 순으로, 대체로 1995~2004년인 사업체가 높은 비율을 차지했다.

종사자수는 2000~2004년 설립업체 종사자수가 7,889명 22.9%, 1995~1999년 설립업체 4,222명 12.3% 순으로 많이 나타났다.

취급액은 2000~2004년 설립 사업체가 2조 1,173억원 20.5%로 가장 많은 비중을 차지하고, 2005년 설립 사업체가 1조 5,270억원 14.8%의 순서로 나타났다. 그러나 사업체당 취급액은 1979년 이전 설립 사업체가 87억원으로 가장 많고, 2005년 설립 사업체 67억원 순으로 나타났고, 종사자당 취급액은 2005년 설립 사업체가 7억원으로 가장 많았고, 1990~1994년 설립 사업체가 5억원, 1980~1989년 설립 사업체가 4억원의 순이었다.

사업체당 종사자수는 1979년 이전 설립 사업체가 27명으로 가장 많았고, 1980~1989년 설립 사업체와 2005년 설립 사업체가 10명으로 전체 사업체당 평균 종사자수 7명 보다 높게 나타났다.

그림 3-1-1 >> 기업형태별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

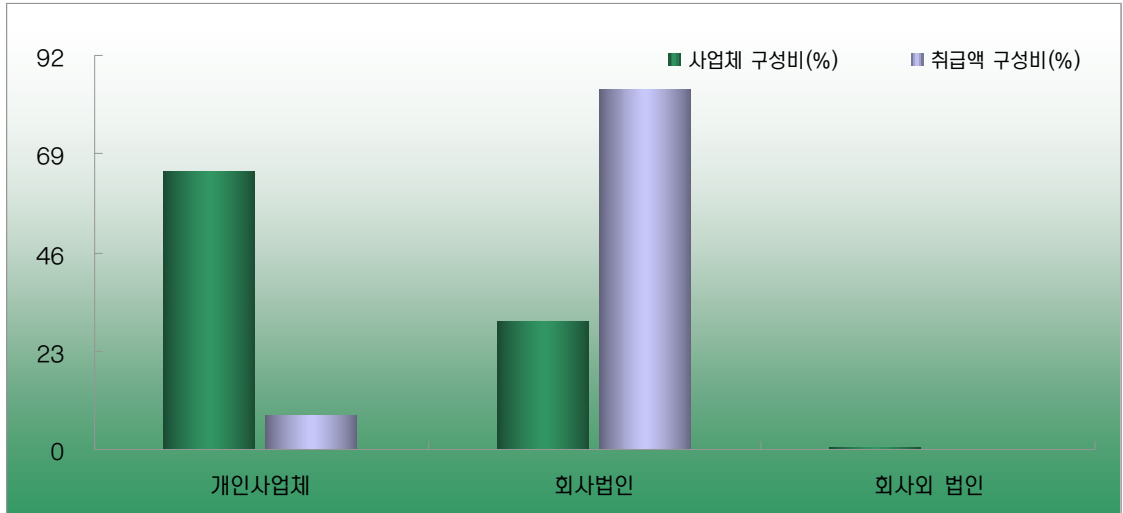
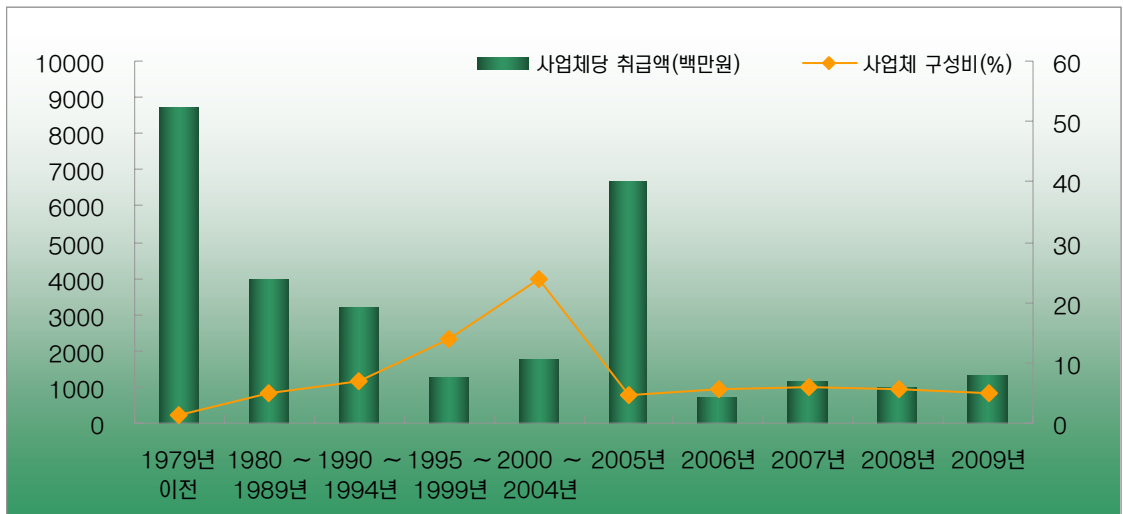


그림 3-1-2 >> 설립연도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.2. 지역

표 3-2-1 >> 지역별 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
지역	서울	2,541	50.7	9,749,302	94.6	3,837
	부산	205	4.1	74,230	0.7	362
	대구	317	6.3	64,612	0.6	204
	광주	491	9.8	38,915	0.4	79
	대전	311	6.2	49,942	0.5	161
	인천	104	2.1	23,980	0.2	231
	울산	68	1.4	16,051	0.2	236
	경기도	500	10.0	226,899	2.2	454
	강원도	87	1.7	11,980	0.1	138
	충청남도	30	0.6	1,317	0.0	44
	충청북도	32	0.6	10,553	0.1	330
	경상남도	123	2.5	31,629	0.3	257
	경상북도	11	0.2	1,216	0.0	111
	전라남도	45	0.9	3,302	0.0	73
	전라북도	115	2.3	14,873	0.1	129
	제주도	31	0.6	4,371	0.0	141
전체		5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

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 2,541개 50.7%로 가장 많은 비중을 차지하고, 경기도 500개 10.0%, 광주 491개 9.8%, 대구 317개 6.3%, 대전 311개 6.2%의 순서이며, 종사자수도 서울이 27,162명 79.0%로 가장 많고, 경기도 1,804명 5.2%, 광주 1,111명 3.2%, 부산 949명 2.8%, 대구 892명 2.6%의 순서이다.

취급액 역시 서울이 9조 7,493억원 94.6%로 가장 많고, 경기도 2,269억원 2.2%, 부산 742 억원 0.7% 순서이다.

표 3-2-2 >> 지역별 종사자

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
지역	서울	27,162	79.0	11	359	9
	부산	949	2.8	5	78	8
	대구	892	2.6	3	72	15
	광주	1,111	3.2	2	35	11
	대전	770	2.2	2	65	11
	인천	279	0.8	3	86	8
	울산	216	0.6	3	74	7
	경기도	1,804	5.2	4	126	8
	강원도	212	0.6	2	57	8
	충청남도	49	0.1	2	27	9
	충청북도	84	0.2	3	126	10
	경상남도	517	1.5	4	61	8
	경상북도	26	0.1	2	47	13
	전라남도	60	0.2	1	55	8
	전라북도	225	0.7	2	66	11
	제주도	82	0.2	3	53	8
전체		34,438	100.0	7	300	9

사업체당 취급액은 서울 지역이 38억원으로 전체 사업체당 취급액 21억원보다 많고, 경기도 5억원, 부산 4억원의 순으로 나타났고, 종사자당 취급액은 서울이 4억원으로 전체 종사자당 취급액 3억원보다 많고, 경기도와 충청북도가 1억원의 순서로 나타났다.

사업체당 종사자수는 서울이 11명으로 전체 사업체당 종사자수 7명 보다 높게 나타났고, 부산이 5명으로 나타났다.



그림 3-2-1 >> 지역별 사업체수 구성비 및 종사자수 구성비

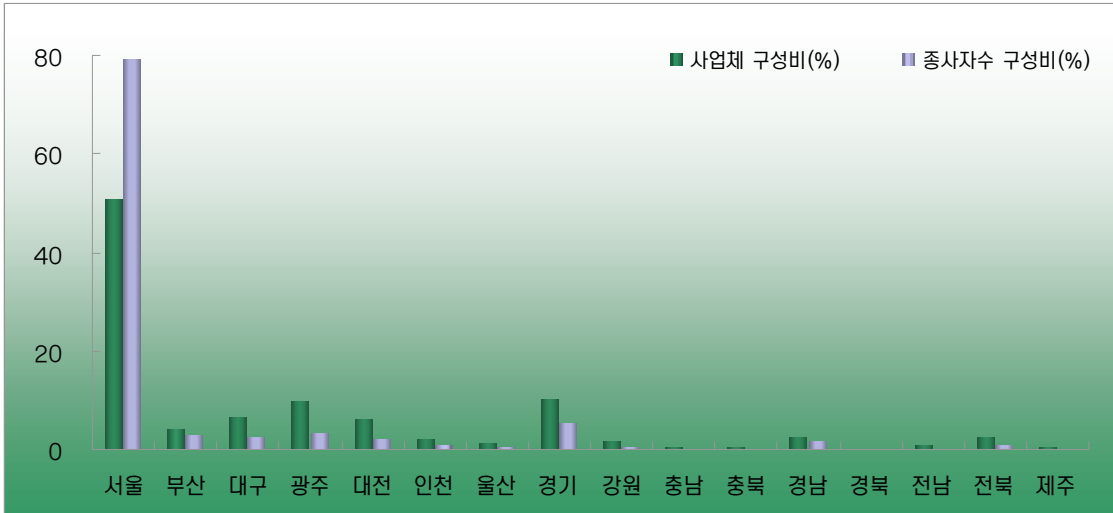
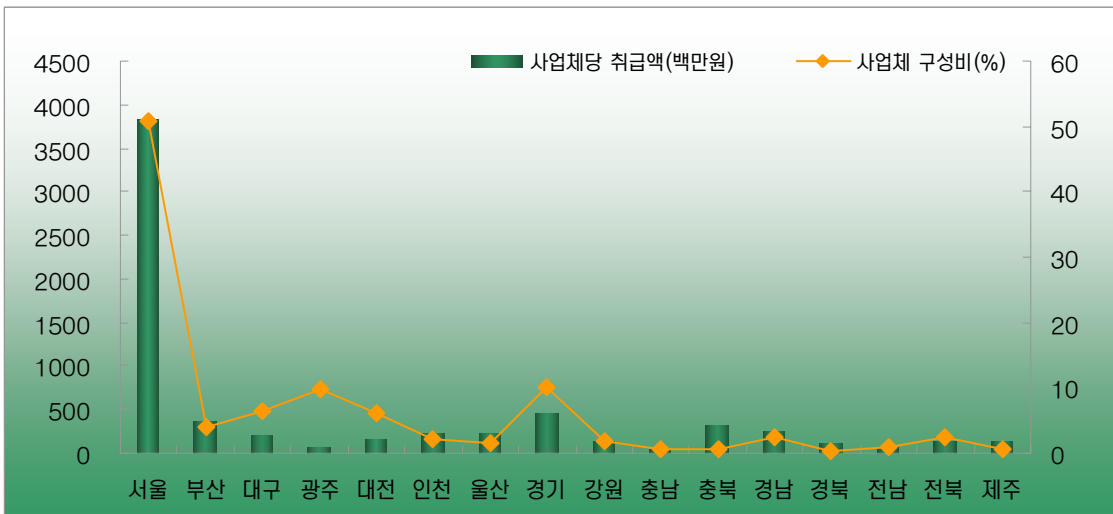


그림 3-2-2 >> 지역별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.3. 대표자 정보

표 3-3-1 >> 대표자정보별 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
대표자연령	20 ~ 29세	36	0.7	14,202	0.1	395
	30 ~ 39세	829	16.5	631,721	6.1	762
	40 ~ 49세	2,092	41.7	2,397,007	23.2	1,146
	50세이상	1,679	33.5	5,193,869	50.3	3,093
최종학력	고졸이하	1,289	25.7	308,022	3.0	239
	전문대졸	511	10.2	213,678	2.1	418
	대졸	2,541	50.7	5,844,025	56.6	2,300
	대학원졸이상	403	8.0	3,099,423	30.0	7,691
경영형태	창업	4,276	85.3	4,519,519	43.8	1,057
	동업	96	1.9	190,405	1.8	1,983
	가업계승	64	1.3	214,270	2.1	3,348
	기업인수	126	2.5	130,098	1.3	1,033
	전문경영인	95	1.9	4,350,718	42.1	45,797
전체		5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

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 2,092개 41.7%로 가장 많은 비중을 차지하고, 50세 이상 1,679개 33.5%, 30~39세 829개 16.5%의 순서이며, 종사자수는 50세 이상 13,167명 38.2%로 가장 많고, 40~49세가 12,316명 35.8%, 30~39세 4,229명 12.3% 순서이다. 취급액은 50세 이상이 5조 1,939억원 50.3%로 가장 많고, 40~49세 2조 3,970억원 23.2%, 30~39세 6,317억원 6.1%의 순서이다.

사업체당 취급액은 50세 이상이 31억원으로 전체 사업체당 취급액 21억원 보다 많고, 종사자당 취급액은 50세 이상이 4억원으로 전체 종사자당 취급액 3억원 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	180	0.5	5	79	3
	30 ~ 39세	4,229	12.3	5	149	5
	40 ~ 49세	12,316	35.8	6	195	8
	50세이상	13,167	38.2	8	394	13
최종학력	고졸이하	3,403	9.9	3	91	12
	전문대졸	1,729	5.0	3	124	9
	대졸	18,877	54.8	7	310	8
	대학원졸이상	7,691	22.3	19	403	9
경영형태	창업	22,444	65.2	5	201	9
	동업	1,178	3.4	12	162	7
	가업계승	801	2.3	13	268	15
	기업인수	1,160	3.4	9	112	8
	전문경영인	5,544	16.1	58	785	11
전체		34,438	100.0	7	300	9

대표자의 경영형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 창업이 4,276개 85.3%로 가장 많은 비중을 차지하고, 기업인수 126개 2.5%, 동업 96개 1.9%, 전문경영인 95개 1.9%, 가업계승 64개 1.3%의 순서이며, 종사자수는 창업이 22,444명 65.2%로 가장 많고, 전문경영인 5,544명 16.1%, 동업 1,178명 3.4%의 순서이다. 취급액은 창업이 4조 5,195억원 43.8%이고, 전문경영인이 4조 3,507억원 42.1%, 가업계승 2,143억원 2.1%, 동업 1,904억원 1.8%의 순서이다.

사업체당 취급액은 전문경영인 458억원, 가업계승 33억원으로 전체 사업체 취급액 21억원보다 많고, 종사자당 취급액은 전문경영인이 8억원으로 전체 종사자당 취급액 3억원보다 많다.

사업체당 종사자수 역시 전문경영인 58명, 가업계승 13명, 동업 12명, 기업인수 9명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

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

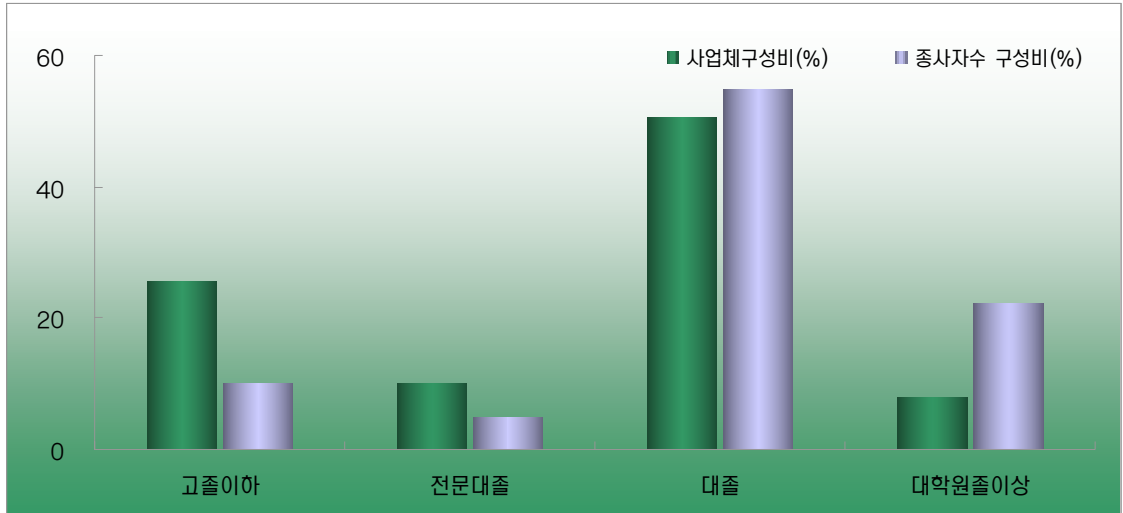
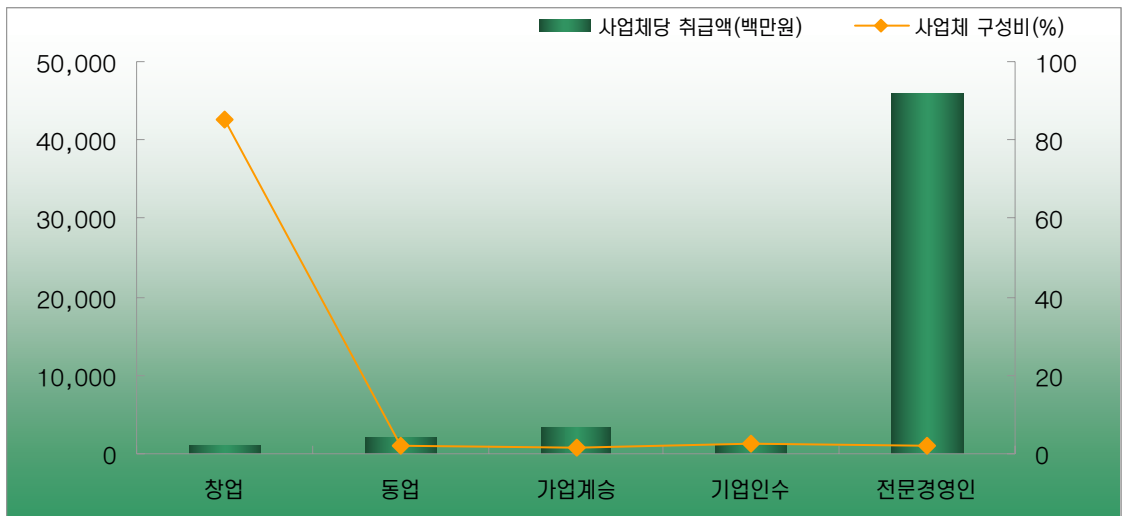


그림 3-3-2 >> 대표자 경영형태별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 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	3,286	65.6	558,278	5.4	170
	5 ~ 9인	985	19.7	780,858	7.6	793
	10 ~ 49인	661	13.2	3,068,721	29.7	4,643
	50 ~ 99인	52	1.0	1,632,717	15.8	31,398
	100인이상	27	0.5	4,282,598	41.5	158,615
취급액규모	1억원미만	2,045	40.8	94,609	0.9	46
	1 ~ 10억원미만	2,055	41.0	671,220	6.5	327
	10 ~ 100억원미만	768	15.3	1,944,335	18.8	2,532
	100억원이상	143	2.9	7,613,008	73.8	53,238
전체		5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

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

종사자규모별로 살펴보면, 사업체수는 1~4인이 3,286개 65.6%로 가장 많은 비중을 차지하고, 5~9인이 985개 19.7%, 10~49인이 661개 13.2%의 순서이며, 종사자수는 10~49인이 12,134명 35.2%로 가장 많고 1~4인 6,880명 20.0%, 5~9인 6,441명 18.7%, 100인 이상 5,367명 15.6%의 순서이다. 취업액은 100인 이상이 4조 2,826억원 41.5%로 가장 많고, 10~49인 3조 687억원 29.7%, 50~99인 1조 6,327억원 15.8%, 5~9인 7,809억원 7.6%의 순서이다.

사업체당 취업액은 100인 이상 1,586억원, 50~99인 314억원, 10~49인 46억원 으로 전체 사업체당 취업액 21억원 보다 많고, 종사자당 취업액도 100인 이상 8억원, 50~99인 5억원으로 전체 종사자당 취업액 3억원보다 많다.

사업체당 종사자수는 100인 이상 199명, 50~99인 70명, 10~49인 18명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

표 3-4-2 ≫ 종사자 규모 및 취업액 규모별 종사자

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
종사자규모	1 ~ 4인	6,880	20.0	2	81	10
	5 ~ 9인	6,441	18.7	7	121	8
	10 ~ 49인	12,134	35.2	18	253	9
	50 ~ 99인	3,616	10.5	70	452	12
	100인이상	5,367	15.6	199	798	15
취급액규모	1억원미만	4,276	12.4	2	22	10
	1 ~ 10억원미만	9,351	27.2	5	72	9
	10 ~ 100억원미만	11,744	34.1	15	166	8
	100억원이상	9,067	26.3	63	840	12
전체		34,438	100.0	7	300	9

취급액규모별 사업체수를 살펴보면, 1~10억원 미만인 2,055개 41.0%로 가장 많은 비중을 차지하고, 1억원 미만 2,045개 40.8%, 10~100억원 미만 768개 15.3%의 순서이며, 종사자수는 10~100억원 미만이 11,744명 34.1%로 가장 많고, 1~10억원 미만 9,351명 27.2%, 100억원이상 9,067명 26.3%의 순서이다. 취급액은 100억원 이상이 7조 6,130억원 73.8%로 가장 많고, 10~100억원 미만 1조 9,443억원 18.8%, 1~10억원 미만 6,712억원 6.5%의 순서이다.

사업체당 취급액은 100억원 이상 532억원, 10~100억원 미만 25억원으로 전체 사업체당 취급액 21억원 보다 많고, 종사자당 취급액도 100억원 이상이 8억원 으로 전체 종사자당 취급액 3억원 보다 많다.

사업체당 종사자수는 100억원 이상 63명, 10~100억원 미만 15명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

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

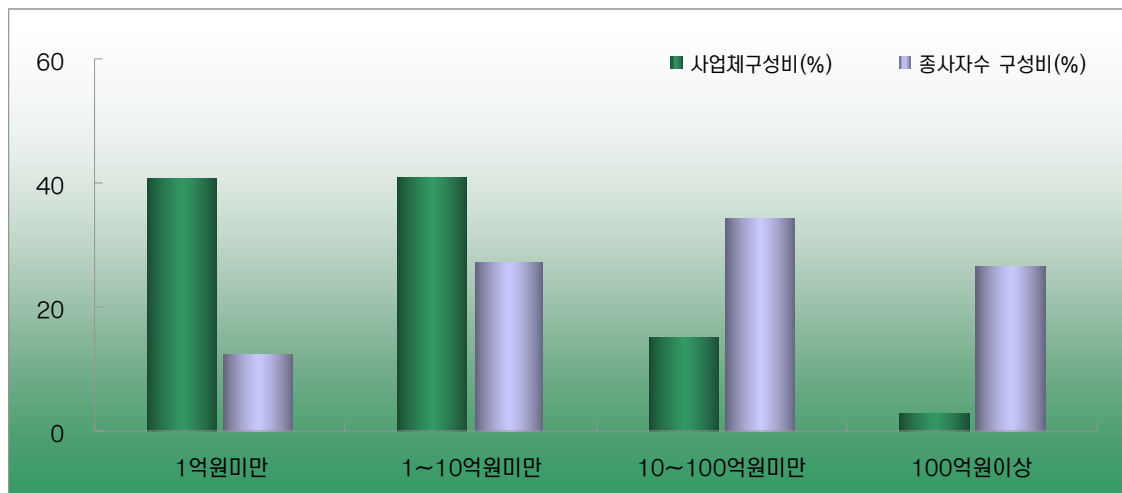
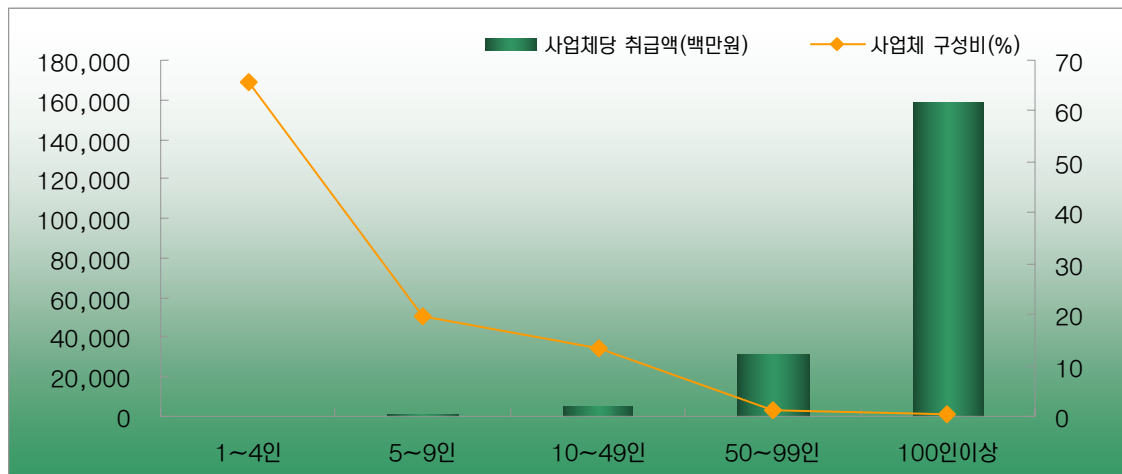


그림 3-4-2 >> 종사자 규모별 사업체당취급액 사업체수 구성비



### 3.5. 사업체 업종 분류

표 3-5-1 >> 사업체 업종별 취급액

업종	사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
광고대행	1,538	30.7	8,088,736	78.4	5,259
광고대행+기타	406	8.1	3,291,536	31.9	8,107
광고대행+온라인	208	4.2	5,954,162	57.7	28,626
광고대행+온라인+기타	388	7.7	3,503,223	33.9	9,029
광고대행+인쇄	370	7.4	1,881,653	18.2	5,086
광고대행+인쇄+기타	220	4.4	1,722,979	16.7	7,832
광고대행+인쇄+온라인	93	1.9	1,662,349	16.1	17,875
광고대행+인쇄+온라인+기타	328	6.5	5,769,105	55.9	17,589
광고대행+서비스	291	5.8	5,699,485	55.2	19,586
광고대행+서비스+기타	96	1.9	3,006,899	29.1	31,322
광고대행+서비스+온라인	484	9.7	6,139,746	59.5	12,685
광고대행+서비스+인쇄	197	3.9	3,280,043	31.8	16,650
광고대행+서비스+인쇄+기타	123	2.5	5,506,454	53.3	44,768
광고대행+서비스+인쇄+온라인	73	1.5	3,176,516	30.8	43,514
광고대행+광고제작	477	9.5	6,039,160	58.5	12,661
광고대행+광고제작+기타	181	3.6	2,977,800	28.8	16,452
광고대행+광고제작+온라인	120	2.4	5,502,894	53.3	45,857
광고대행+광고제작+온라인+기타	269	5.4	5,606,601	54.3	20,842
광고대행+광고제작+인쇄	185	3.7	3,320,130	32.2	17,947
광고대행+광고제작+인쇄+기타	167	3.3	5,322,330	51.6	31,870
광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타	71	1.4	2,937,117	28.5	41,368
광고대행+광고제작+서비스	257	5.1	5,544,504	53.7	21,574
광고대행+광고제작+서비스+기타	81	1.6	2,894,982	28.0	35,741
광고대행+광고제작+서비스+온라인	101	2.0	5,241,798	50.8	51,899
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	60	1.2	2,875,020	27.9	47,917
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	65	1.3	1,650,720	16.0	25,396
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	53	1.1	1,354,670	13.1	25,560
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인	52	1.0	1,590,509	15.4	30,587
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	50	1.0	1,351,110	13.1	27,022
광고제작	1,127	22.5	6,296,667	61.0	5,587
광고제작+기타	352	7.0	3,016,626	29.2	8,570
광고제작+온라인	128	2.6	5,509,578	53.4	43,044
광고제작+온라인+기타	71	1.4	2,937,117	28.5	41,368
광고제작+인쇄	472	9.4	1,842,802	17.9	3,904
광고제작+인쇄+온라인	66	1.3	1,654,676	16.0	25,071
광고제작+인쇄+기타	195	3.9	1,457,120	14.1	7,472
광고제작+인쇄+온라인+기타	62	1.2	1,413,206	13.7	22,794
광고제작+서비스	274	5.5	5,559,735	53.9	20,291
광고제작+서비스+온라인	104	2.1	5,246,731	50.8	50,449
광고제작+서비스+인쇄+기타	61	1.2	1,363,797	13.2	22,357
광고제작+서비스+인쇄+온라인	52	1.0	1,590,509	15.4	30,587
광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	50	1.0	1,351,110	13.1	27,022

표 3-5-1 >> 사업체 업종별 취급액(계속)

업종	사업체수 (개소)	사업체구성 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
서비스	474	9.5	6,143,730	59.5	12,961
서비스+기타	124	2.5	3,032,534	29.4	24,456
서비스+온라인	111	2.2	5,347,316	51.8	48,174
서비스+온라인+기타	63	1.3	2,956,829	28.6	46,934
서비스+인쇄	85	1.7	1,669,951	16.2	19,646
서비스+인쇄+기타	64	1.3	1,366,078	13.2	21,345
인쇄	2,353	47.0	2,438,229	23.6	1,036
인쇄+기타	1,019	20.3	1,645,690	15.9	1,615
인쇄+온라인	110	2.2	1,675,385	16.2	15,231
인쇄+온라인+기타	99	2.0	1,421,967	13.8	14,363
온라인	374	7.5	6,719,506	65.1	17,967
온라인+기타	118	2.4	3,043,537	29.5	25,793
기타	2,170	43.3	3,795,882	36.8	1,749
전체	5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060



표 3-5-2 >> 사업체 업종별 종사자

업종	종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
광고대행	16,217	47.1	11	499	8
광고대행+기타	5,537	16.1	14	594	8
광고대행+온라인	6,642	19.3	32	896	8
광고대행+온라인+기타	5,277	15.3	14	664	10
광고대행+인쇄	3,871	11.2	10	486	10
광고대행+인쇄+기타	3,068	8.9	14	562	9
광고대행+인쇄+온라인	2,496	7.2	27	666	9
광고대행+인쇄+온라인+기타	7,852	22.8	24	735	8
광고대행+서비스	7,582	22.0	26	752	9
광고대행+서비스+기타	3,671	10.7	38	819	8
광고대행+서비스+온라인	8,657	25.1	18	709	8
광고대행+서비스+인쇄	4,232	12.3	21	775	9
광고대행+서비스+인쇄+기타	5,743	16.7	47	959	11
광고대행+서비스+인쇄+온라인	3,567	10.4	49	891	11
광고대행+광고제작	8,496	24.7	18	711	8
광고대행+광고제작+기타	3,834	11.1	21	777	9
광고대행+광고제작+온라인	5,725	16.6	48	961	11
광고대행+광고제작+온라인+기타	7,185	20.9	27	780	9
광고대행+광고제작+인쇄	4,212	12.2	23	788	9
광고대행+광고제작+인쇄+기타	5,778	16.8	35	921	10
광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타	3,350	9.7	47	877	10
광고대행+광고제작+서비스	7,074	20.5	28	784	9
광고대행+광고제작+서비스+기타	3,380	9.8	42	857	9
광고대행+광고제작+서비스+온라인	5,431	15.8	54	965	12
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	3,239	9.4	54	888	12
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	2,349	6.8	36	703	10
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	1,996	5.8	37	679	10
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인	2,195	6.4	42	725	11
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	1,978	5.7	39	683	10
광고제작	11,611	33.7	10	542	9
광고제작+기타	4,383	12.7	12	688	9
광고제작+온라인	5,867	17.0	46	939	10
광고제작+온라인+기타	3,350	9.7	47	877	10
광고제작+인쇄	3,757	10.9	8	490	10
광고제작+인쇄+온라인	2,319	6.7	35	714	9
광고제작+인쇄+기타	2,607	7.6	13	559	9
광고제작+인쇄+온라인+기타	2,089	6.1	34	676	9
광고제작+서비스	7,298	21.2	27	762	9
광고제작+서비스+온라인	5,548	16.1	53	946	12
광고제작+서비스+인쇄+기타	2,079	6.0	34	656	10
광고제작+서비스+인쇄+온라인	2,195	6.4	42	725	11
광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	1,978	5.7	39	683	10
서비스	10,064	29.2	21	610	8
서비스+기타	3,843	11.2	31	789	7
서비스+온라인	5,709	16.6	52	937	11
서비스+온라인+기타	3,291	9.6	52	898	11
서비스+인쇄	2,521	7.3	30	662	9
서비스+인쇄+기타	2,091	6.1	33	653	9
인쇄	10,526	30.6	4	232	11
인쇄+기타	5,363	15.6	5	307	11
인쇄+온라인	2,573	7.5	23	651	10
인쇄+온라인+기타	2,282	6.6	23	623	10
온라인	10,843	31.5	29	620	6
온라인+기타	3,688	10.7	31	825	10
기타	11,603	33.7	5	327	10
전체	34,438	100.0	7	300	9

통계표 작성을 위한 구분변수로 업종을 사용하였는데 광고대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 온라인, 기타의 6가지 업종과 그 가능한 조합으로 구분하여 사용하였다.

업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 인쇄가 2,353개 47.0%로 가장 많은 비중을 차지하고, 광고대행 1,538개 30.7%, 광고제작 1,127개 22.5%, 인쇄+기타 1,019개 20.3%, 광고대행+서비스+온라인 484개 9.7%의 순서이며, 기타 업종은 2,170개 43.3%였다.

종사자수는 광고대행이 16,217명 47.1%로 가장 많고, 광고제작 11,611명 33.7%, 온라인 10,843명 31.5%, 인쇄 10,526명 30.6%, 서비스 10,064명 29.2%의 순서이며, 기타 업종은 11,603명 33.7%였다.

취급액은 광고대행이 8조 887억원 78.4%로 가장 많고, 온라인 6조 7,195억원 65.1%, 광고제작 6조 2,967억원 61.0%, 서비스 6조 1,437억원 59.5%의 순서이다.

사업체당 취급액은 광고대행+광고제작+서비스+온라인이 519억원으로 가장 많았고, 광고제작+서비스+온라인 504억원, 서비스+온라인 482억원, 광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타 479억원, 서비스+온라인+기타 469억원의 순으로 나타났다.

종사자당 취급액은 광고대행+광고제작+서비스+온라인, 광고대행+광고제작+온라인, 광고대행+서비스+인쇄+기타 10억원으로 가장 많았다.

사업체당 종사자수는 광고대행+광고제작+서비스+온라인, 광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타 54명으로 가장 많았고, 광고제작+서비스+온라인이 53명, 서비스+온라인, 서비스+온라인+기타 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	1,061	21.2	2,049,575	19.9	1,932
	광고제작+그외	649	13.0	257,507	2.5	397
	광고(종합)대행+광고제작	477	9.5	6,039,160	58.4	12,661
	그 외	2,824	56.3	1,976,930	19.2	700
전체		5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

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	7,721	22.4	7	265	8
	광고제작+그외	3,114	9.0	5	83	9
	광고(종합)대행+광고제작	8,496	24.7	18	711	8
	그 외	15,107	43.9	5	131	10
전체		34,438	100.0	7	300	9

업종(재분류)로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 그 외가 2,824개 56.3%로 가장 많은 비중을 차지하고, 광고(종합)대행+그외 1,061개 21.2%, 광고제작+그외 649개 13.0%의 순서이며, 종사자수는 그외가 15,107개로 43.9%로 가장 많은 비중을 차지하고, 광고(종합)대행+광고제작 8,496개 24.7%, 광고(종합)대행+그외 7,721개 22.4%의 순서이다.

취급액은 광고(종합)대행+광고제작 6조 392억원 58.4%로 가장 많고, 광고(종합)대행+그외 2조 496억원 19.9%, 그외 1조 9,769억원 19.2%의 순서이다.

사업체당 취급액은 광고(종합)대행+광고제작 127억원으로 전체 사업체당 취급액 21억원보다 많고, 종사자당 취급액도 광고(종합)대행+광고제작 7억원으로 전체 종사자당 취급액 3억원보다 많다.

사업체당 종사자수 역시 광고(종합)대행+광고제작 18명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

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

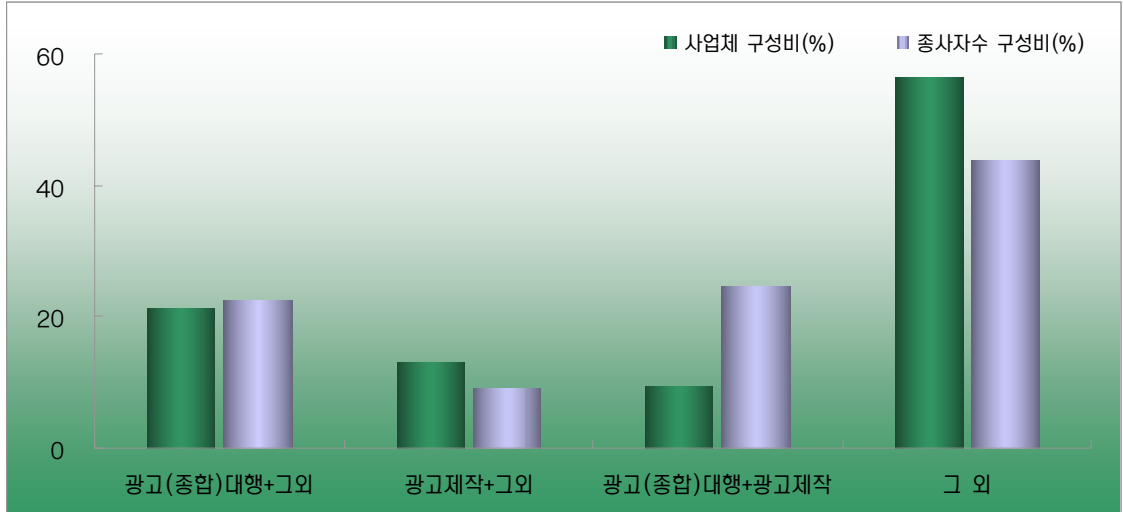
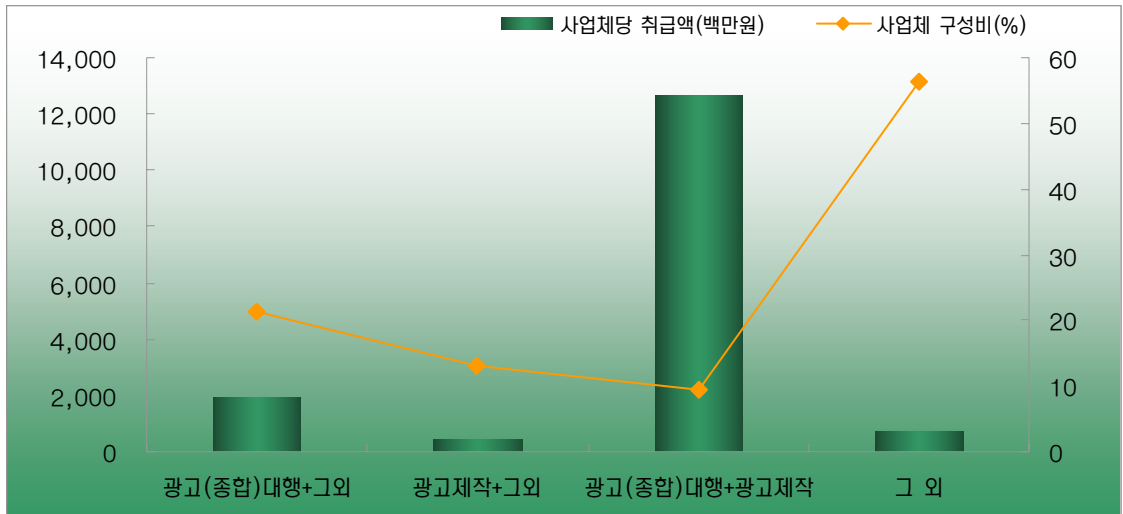


그림 3-6-2 >> 업종 재분류별 사업체당 취급액 및 사업체수 구성비



### 3.7. 가치사슬 분류

표 3-7-1 >> 가치사슬별 취급액

		사업체수 (개소)*	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
가치사슬	인프라	2,727	54.4	1,473,218	14.3	540
	생산	2,925	58.4	7,049,556	68.3	2,410
	유통	1,546	30.9	8,093,372	78.4	5,235
	서비스	471	9.4	6,078,589	58.9	12,906
전체		5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

\* 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 생산이 2,925개 58.4%로 가장 많은 비중을 차지하고, 인프라 2,727개 54.4%, 유통 1,546개 30.9%, 서비스 471개 9.4%의 순서이며, 종사자수는 생산이 19,557명 56.8%로 가장 많고, 유통 16,255명 47.2%, 인프라 12,267명 35.6%의 순서이다. 취급액은 유통이 8조 934억원 78.4%로 가장 많고, 생산 7조 496억원 68.3%, 서비스 6조 786억원 58.9%의 순서이다.

표 3-7-1-1 >> 가치사슬별 취급액(주력업종에 따른 분류)

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
가치사슬	인프라	2,361	47.1	1,546,324	15.0	655
	생산	1,662	33.2	2,132,740	20.7	1,283
	유통	794	15.8	4,454,088	43.1	5,610
	서비스	194	3.9	2,190,020	21.2	11,289
전체		5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

표 3-7-2 >> 가치사슬별 종사자

		종사자수 (명)*	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
가치사슬	인프라	12,267	35.6	4	120	10
	생산	19,557	56.8	7	360	9
	유통	16,255	47.2	11	498	8
	서비스	10,014	29.1	21	607	8
전체		34,438	100.0	7	300	9

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

사업체당 취급액은 서비스 129억원, 유통 52억원, 생산 24억원으로 전체 사업체당 취급액 21억원보다 많고, 종사자당 취급액도 서비스 6억원, 유통 5억원, 생산 4억원으로 전체 종사자당 취급액 3억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 서비스 21명, 유통 11명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

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

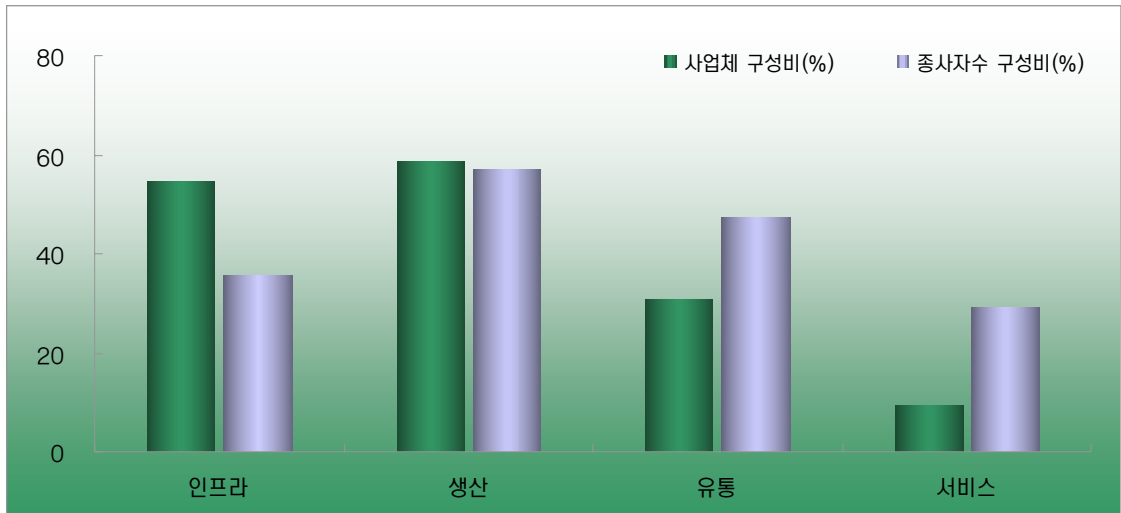
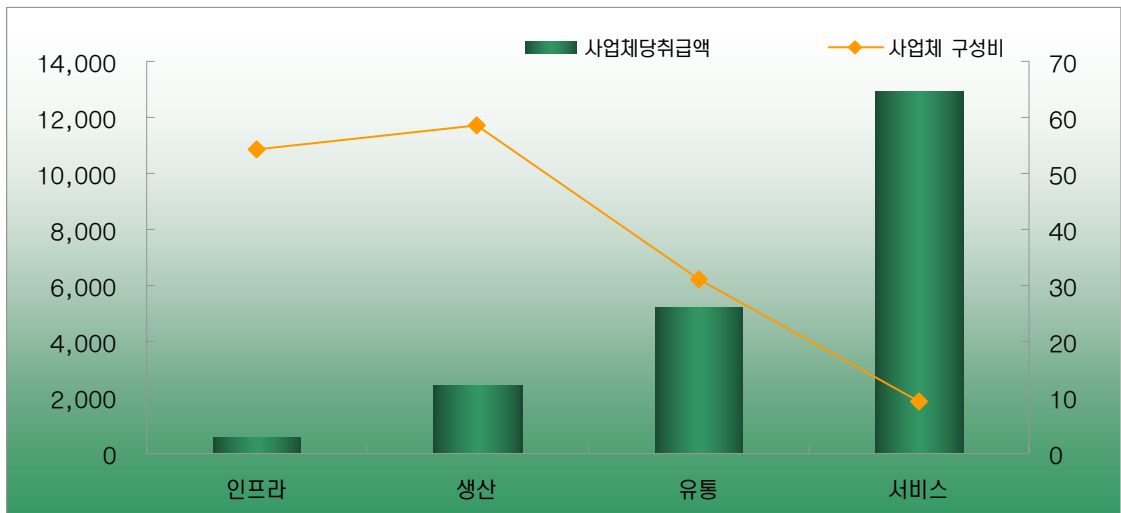


그림 3-7-2 >> 가치사슬별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.8. 고용현황 정보

표 3-8-1 >> 고용현황 정보별 취업액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
형태별	비정규직편중	663	13.2	401,557	3.9	606
	보통	4,348	86.8	9,921,615	96.1	2,282
성별	여성편중	973	19.4	1,270,766	12.3	1,306
	보통	2,577	51.4	8,799,817	85.3	3,415
	남성편중	1,461	29.2	252,589	2.4	173
연령별	젊은편중	4,612	92.1	5,235,091	50.7	1,135
	보통	368	7.3	4,276,352	41.4	11,621
	나이든편중	31	0.6	811,729	7.9	26,185
학력별	저학력편중	25	0.5	2,098,341	20.3	83,934
	보통	303	6.0	1,442,932	14.0	4,762
	고학력편중	4,683	93.5	6,781,899	65.7	1,448
직급별	저직급편중	98	2.0	122,708	1.2	1,252
	보통	1,046	20.9	7,225,682	70.0	6,908
	고직급편중	3,867	77.1	2,974,782	28.8	769
전체		5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

통계표 작성을 위한 구분변수로 형태별(비정규직편중, 보통), 성별(여성편중, 보통, 남성편중), 연령별(젊은편중, 보통, 나이든편중), 학력별(저학력편중, 보통, 고학력편중), 직급별(저직급편중, 보통, 고직급편중)을 사용하였다.

형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체는 보통 4,348개 86.8%, 비정규직 편중 663개 13.2%의 순서이며, 종사자 수도 보통 29,999명 87.1%, 비정규직편중 4,439명 12.9%, 취업액 역시 보통 9조 9,216억원 96.1%, 비정규직편중 4,016억원 3.9%순서이다.

사업체당 취업액은 보통이 23억원으로 전체 사업체당 취업액 21억원보다 많고, 종사자당 취업액은 보통이 3억원으로 전체 종사자당 취업액 3억원과 같다.

사업체당 종사자수는 보통이 7명으로 전체 사업체당 종사자수 7명과 같게 나타났다.

표 3-8-2 >> 고용현황 정보별 종사자

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
형태별	비정규직편중	4,439	12.9	7	90	8
	보통	29,999	87.1	7	331	9
성별	여성편중	6,448	18.7	7	197	7
	보통	25,427	73.9	10	346	9
	남성편중	2,563	7.4	2	99	10
연령별	젊은편중	23,852	69.3	5	219	9
	보통	9,578	27.8	26	446	10
	나이든편중	1,008	2.9	33	805	17
학력별	저학력편중	2,587	7.5	103	811	16
	보통	5,517	16.0	18	262	9
	고학력편중	26,334	76.5	6	258	9
직급별	저직급편중	644	1.9	7	191	9
	보통	17,863	51.8	17	405	9
	고직급편중	15,931	46.3	4	187	9
전체		34,438	100.0	7	300	9

성별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 2,577개 51.4%, 남성편중 1,461개 29.2%의 순서로 나타났다.

종사자수는 보통 25,427명 73.9%, 여성편중 6,448명 18.7%의 순서이며, 취급액은 보통 8조 7,998억원 85.3%, 여성편중 1조 2,708억원 12.3% 순서이다.

사업체당 취급액은 여성편중이 13억원으로 전체 사업체당 취급액 21억원보다 적고, 종사자당 취급액은 여성편중이 2억원으로 전체 종사자당 취급액 3억원보다 적고, 사업체당 종사자수도 여성편중이 7명으로 전체 사업체당 종사자수 7명과 같았다.

연령별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 젊은편중 4,612개 92.1%, 보통 368개 7.3%의 순서이며, 종사자수는 젊은편중 23,852명 69.3%, 보통 9,578명 27.8%의 순서로 나타났다. 그러나 취급액은 젊은편중 5조 2,351억원 50.7%, 보통 4조 2764억원 41.4% 순서로 나타났다.

사업체당 취급액은 나이든편중 262억원, 보통 116억원으로 전체 사업체당 취급액 21억원보다 많고, 종사자당 취급액도 나이든편중 8억원, 보통 4억원으로 전체 종사자당 취급액 3억원보다 많고, 사업체당 종사자수는 나이든편중 33명, 보통 26명으로 전체 사업체당 종사자수 7명 보다 높게 나타났다.

학력별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 고학력편중 4,683개 93.5%, 보통 303개 6.0% 순서이고, 종사자수는 고학력편중 26,334명 76.5%, 보통 5,517명 16.0%의 순서이며, 취급액은 고학력편중 6조 7,819억원 65.7%, 저학력편중 2조 983억원 20.3%의 순서이다.



사업체당 취급액은 저학력편중 839억원, 보통 48억원으로 전체 사업체당 취급액 21억원보다 많고, 종사자당 취급액도 저학력편중이 8억원으로 전체 종사자당 취급액 3억원보다 많고, 사업체당 종사자수는 저학력편중 103명, 보통 18명으로 전체 사업체당 종사자수 7명 보다 높게 나타났다.

직급별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 고직급편중 3,867개 77.1%, 보통 1,046개 20.9%의 순서이며, 종사자수는 보통 17,863명 51.8%, 고직급편중 15,931명 46.3%의 순서이며, 취급액은 보통 7조 2,257억원 70.0%, 고직급편중 2조 9,748억원 28.8%의 순서이다.

사업체당 취급액은 보통이 69억원으로 전체 사업체당 취급액 21억원보다 많고, 종사자당 취급액도 보통이 4억원으로 전체 종사자당 취급액 3억원보다 많고, 사업체당 종사자수도 보통 17명으로 전체 사업체당 종사자수 7명 보다 높게 나타났다.

그림 3-8-1 >> 직급수준별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

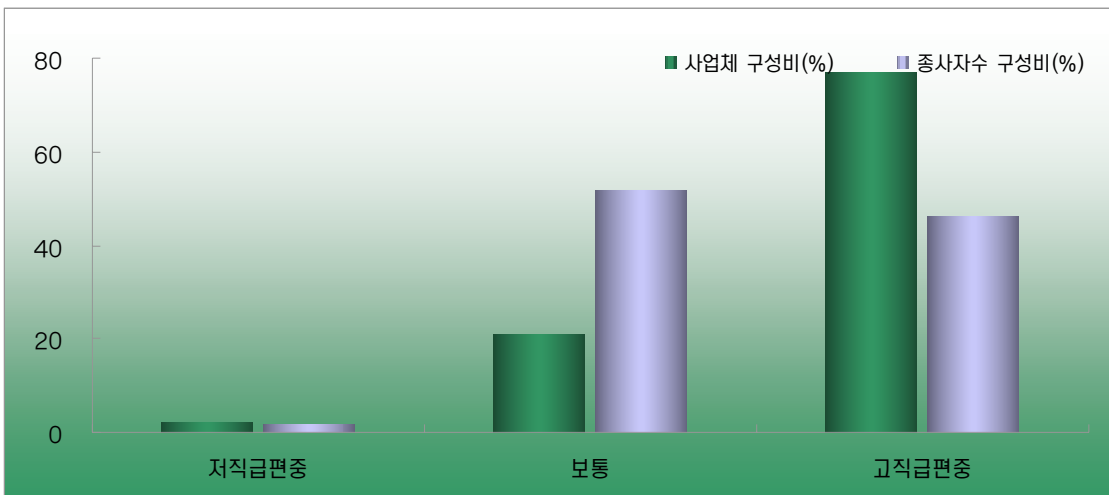
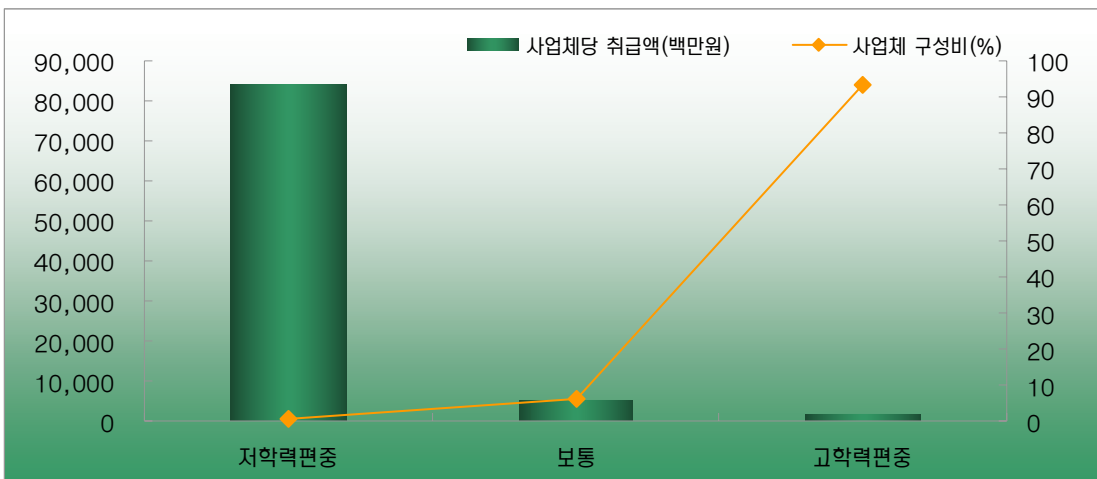


그림 3-8-2 >> 학력수준별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 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	3,940	78.7	4,686,869	45.3	1,190
	5 ~ 9개	274	5.5	287,966	2.8	1,051
	10 ~ 19개	342	6.8	924,781	9.0	2,704
	20 ~ 49개	273	5.4	2,525,679	24.5	9,252
	50 ~ 99개	102	2.0	708,642	6.9	6,947
	100개이상	80	1.6	1,189,235	11.5	14,865
국내광고주	5개미만	3,965	79.2	4,844,545	46.9	1,222
	5 ~ 9개	269	5.4	358,325	3.5	1,332
	10 ~ 19개	332	6.6	886,987	8.6	2,672
	20 ~ 49개	263	5.2	2,439,246	23.6	9,275
	50 ~ 99개	102	2.0	604,834	5.9	5,930
	100개이상	80	1.6	1,189,235	11.5	14,865
외국광고주	5개미만	5,007	99.7	10,221,352	99.0	2,041
	5 ~ 9개	0	0.0	0	0.0	0
	10 ~ 19개	2	0.1	346	0.0	173
	20 ~ 49개	1	0.0	78,874	0.8	78,874
	50 ~ 99개	0	0.1	0	0.0	0
	100개 이상	1	0.1	22,600	0.2	22,600
전체취급액	5000만원미만	3,878	77.4	6,091,134	59.1	1,571
	5000만원 ~ 3억원미만	383	7.6	85,387	0.8	223
	3억원 ~ 10억원미만	297	5.9	183,513	1.8	618
	10억원 ~ 50억원미만	310	6.2	644,381	6.2	2,079
	50억원이상	143	2.9	3,318,757	32.1	23,208
국내취급액	5000만원미만	3,879	77.5	6,525,502	63.2	1,682
	5000만원 ~ 3억원미만	383	7.6	86,212	0.8	225
	3억원 ~ 10억원미만	297	5.9	188,471	1.8	635
	10억원 ~ 50억원미만	307	6.1	637,514	6.2	2,077
	50억원이상	145	2.9	2,885,473	28.0	19,900
해외취급액	5000만원미만	4,988	99.6	10,042,669	97.3	2,013
	5000만원 ~ 3억원미만	12	0.2	34,078	0.3	2,840
	3억원 ~ 10억원미만	5	0.1	12,496	0.1	2,499
	10억원 ~ 50억원미만	6	0.1	233,929	2.3	38,988
	50억원이상	0	0.0	0	0.0	0
전체		5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

통계표 작성을 위한 구분변수로 광고대행 업종의 주요고객현황 정보 중 국내 및 외국계 광고주현황을 알기 위해 전체광고주(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), 전체취급액(5,000만원미만, 5,000만원~3억원미만, 3억원~10억원미만, 10억원~50억원미만, 50억원이상), 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 3,940개 78.7%로 가장 많고, 10~19개인 사업체는 342개 6.8%, 5~9개인 사업체는 274개 5.5%의 순서이며, 종사자수는 5개 미만인 사업체가 22,408명 65.0%로 가장 많고, 20~49개인 사업체 3,646명 10.6%, 10~19개인 사업체 2,704명 7.9%, 100개 이상인 사업체 2,584명 7.5%, 5~9개인 사업체 1,616명 4.7%의 순서이다.

취급액은 5개 미만인 사업체에서 4조 6,869억원 45.3%로 가장 많고, 20~49개인 사업체 2조 5,257억원 24.5%, 100개 이상인 사업체 1조 1,892억원 11.5%, 10~19개인 사업체 9,248억원 9.0%의 순서이다.

사업체당 취급액은 100개 이상인 사업체가 149억원, 20~49개인 사업체 93억원, 50~99개인 사업체 69억원, 10~19개인 사업체 27억원으로 전체 사업체당 취급액 21억원보다 높았고, 종사자당 취급액은 20~49개인 사업체가 7억원, 50~99개인 사업체, 100개 이상인 사업체가 5억원으로 전체 종사자당 취급액 3억원보다 높게 나타났다. 사업체당 종사자수는 100개 이상 사업체가 32명, 50~99개인 사업체 15명, 20~49개인 사업체가 13명, 10~19개인 사업체는 8명으로 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	22,408	65.0	6	209	10
	5 ~ 9개	1,616	4.7	6	178	7
	10 ~ 19개	2,704	7.9	8	342	8
	20 ~ 49개	3,646	10.6	13	693	8
	50 ~ 99개	1,480	4.3	15	479	12
	100개이상	2,584	7.5	32	460	6
국내광고주	5개미만	22,565	65.6	6	215	10
	5 ~ 9개	1,658	4.8	6	216	7
	10 ~ 19개	2,631	7.6	8	337	8
	20 ~ 49개	3,461	10.0	13	705	8
	50 ~ 99개	1,539	4.5	15	393	12
	100개이상	2,584	7.5	32	460	6
외국광고주	5개미만	33,962	98.6	7	301	9
	5 ~ 9개	0	0.0	0	0	0
	10 ~ 19개	30	0.1	15	12	4
	20 ~ 49개	111	0.3	111	711	19
	50 ~ 99개	0	0.0	0	0	0
	100개 이상	335	1.0	335	67	10
전체취급액	5000만원미만	21,784	63.2	6	280	10
	5000만원 ~ 3억원미만	1,402	4.1	4	61	8
	3억원 ~ 10억원미만	1,847	5.4	6	99	8
	10억원 ~ 50억원미만	3,424	9.9	11	188	8
	50억원이상	5,981	17.4	42	555	9
국내취급액	5000만원미만	21,920	63.6	6	298	10
	5000만원 ~ 3억원미만	1,411	4.1	4	61	7
	3억원 ~ 10억원미만	1,885	5.5	6	100	8
	10억원 ~ 50억원미만	3,364	9.8	11	190	8
	50억원이상	5,858	17.0	40	493	9
해외취급액	5000만원미만	33,094	96.1	7	303	9
	5000만원 ~ 3억원미만	682	2.0	57	50	6
	3억원 ~ 10억원미만	72	0.2	14	174	8
	10억원 ~ 50억원미만	590	1.7	98	396	6
	50억원이상	0	0.0	0	0	0
전체		34,438	100.0	7	300	9

전체취급액으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 5000만원 미만인 3,878개 77.4%, 5000만원~3억원 미만 383개 7.6%, 10억원~50억원 미만 310개 6.2%였고, 국내 취급액으로는 5000만원 미만인 3,879개 77.5%, 5000만원~3억원 미만 383개 7.6%, 10억원~50억원 미만 307개 6.1%, 해외 취급액으로는 5000만원 미만인 4,988개 99.6%, 5000만원~3억원 미만이 12개 0.2%, 10억원~50억원 미만이 6개 0.1%였다.

사업체당 취급액은 50억원이상이 232억원, 10억원~50억원미만이 21억원으로 높게 나타났다. 종사자당 취급액도 50억이상인 사업체가 6억원으로 전체 종사자당 취급액 3억원보다 높았고, 사업체당 종사자수는 50억원이상이 42명, 10억원~50억원미만이 11명으로 전체 사업체당 종사자수 7명보다 높게 나타났다.

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

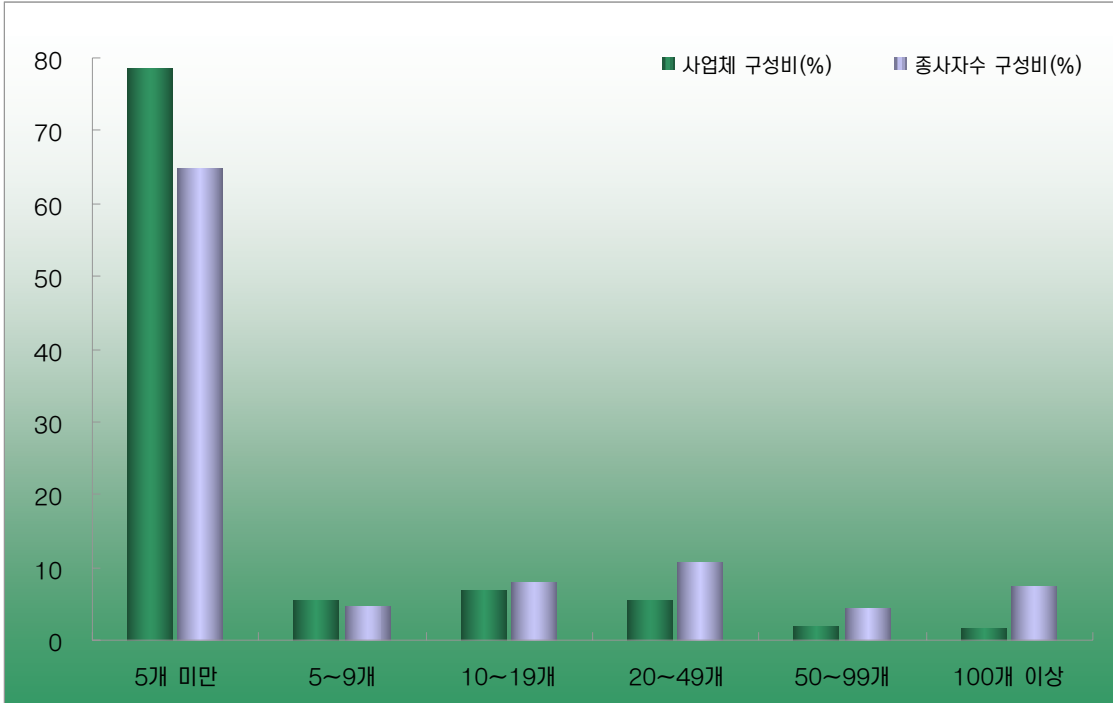
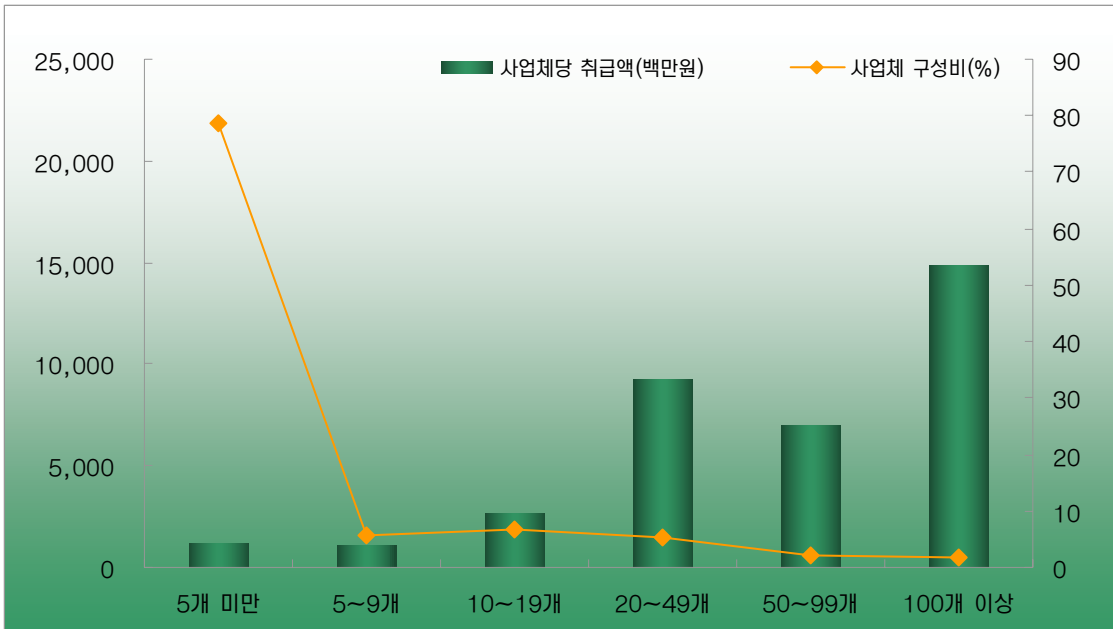


그림 3-9-2 >> 전체 광고주 규모별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 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	0
	1 ~ 5개	262	72.4	618,993	48.0	2,363
	6 ~ 20개	63	17.4	458,270	35.6	7,274
	21개이상	37	10.2	211,055	16.4	5,704
이탈거래광고주	0개	331	100.0	1,231,015	100.0	3,719
	1 ~ 5개	0	0.0	0	0.0	0
	6 ~ 20개	0	0.0	0	0.0	0
	21개이상	0	0.0	0	0.0	0
신규취급액	5000만원미만	5,002	99.8	9,805,400	95.0	1,960
	5000만원 ~ 3억원미만	8	0.2	369,444	3.6	46,181
	3억원이상	1	0.0	148,328	1.4	148,328
이탈취급액	5000만원미만	5,007	99.9	9,942,811	96.3	1,986
	5000만원 ~ 3억원미만	4	0.1	380,361	3.7	95,090
	3억원이상	0	0.0	0	0.0	0
전체		5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

통계표 작성을 위한 구분변수로 주요고객현황 정보 중 고객유치실적을 알기위한 변수로 신규 거래광고주(신규 없음, 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 이탈 취급액은 신규거래광고주와 이탈거래광고주가 0개인 사업체와 취급액을 무응답한 사업체를 제외하였다.

신규 거래광고주로 구분하여 살펴보면, 신규 거래가 없는 사업체가 0개 0.0%, 사업체수 1~5개인 사업체가 262개 72.4%, 6~20개인 사업체는 63개 17.4%, 21개 이상인 사업체가 37개 10.2%로 나타났다.

이탈 거래광고주로 구분하여 살펴보면, 이탈 거래가 없는 사업체가 331개 100.0%, 사업체수 1~5개인 사업체, 6~20개인 사업체, 21개 이상인 사업체가 0개 0.0%로 나타났다.

신규 취급액으로 구분하여 살펴보면, 5,000만원 미만 5,002개 99.8%, 5,000만원~3억원미만 8개 0.2%, 3억원 이상 1개 0.0%였고, 이탈 취급액으로 구분하여 살펴보면, 5,000만원미만 5,007개 99.9%, 5,000만원~3억원미만 4개 0.1%, 3억원이상 0개 0.0%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	1,738	61.3	7	356	8
	6~20개	676	23.8	11	678	8
	21개이상	422	14.9	11	500	12
이탈거래광고주	0개	2,926	100.0	9	421	8
	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	33,986	98.7	7	289	9
	5000만원~3억원미만	305	0.9	40	1,211	5
	3억원이상	147	0.4	147	1,009	27
이탈취급액	5000만원미만	34,128	99.1	7	291	9
	5000만원~3억원미만	310	0.9	78	1,227	13
	3억원이상	0	0.0	0	0	0
전체		34,438	100.0	7	300	9

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

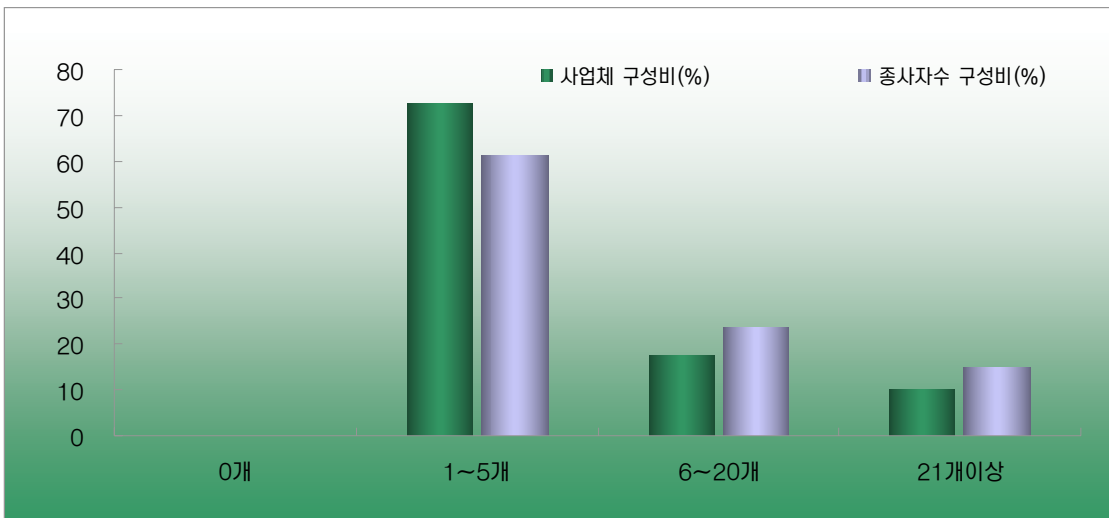
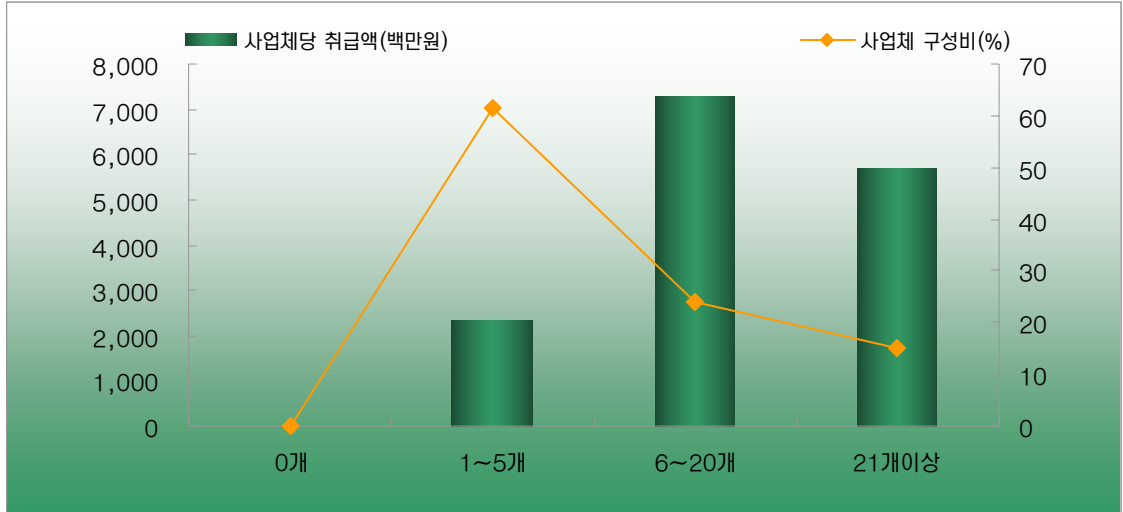


그림 3-10-2 >> 신규 거래광고주별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.11. 광고경기 체감도

표 3-11-1 >> 광고경기 체감도별 취급액

		사업체수 (개소)	사업체구성비 (%)	취급액 (백만원)	취급액구성비 (%)	사업체당취급액 (백만원)
2011년상반기	체감지수낮음	443	8.8	1,060,474	10.3	2,394
	보통	4,351	86.9	8,188,477	79.3	1,882
	체감지수높음	217	4.3	1,074,221	10.4	4,950
2011년하반기	체감지수낮음	439	8.8	1,057,289	10.2	2,408
	보통	4,323	86.2	8,155,725	79.0	1,887
	체감지수높음	249	5.0	1,110,158	10.8	4,458
2012년예상	체감지수낮음	495	9.9	1,088,169	10.5	2,198
	보통	4,516	90.1	9,235,003	89.5	2,045
	체감지수높음	0	0.0	0	0.0	0
전체		5,011	100.0	10,323,172	100.0	2,060

통계표 작성을 위하여 광고경기 체감도를 알기 위한 구분변수로 2011년 상반기(체감지수 낮음, 보통, 체감지수 높음), 2011년 하반기(체감지수 낮음, 보통, 체감지수 높음), 2012년 예상(체감지수 낮음, 보통, 체감지수 높음)을 사용하였다.

2011년 상반기로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 4,351개 86.9%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 낮음 443개 8.8%, 체감지수 높음 217개 4.3%의 순서였다.



취급액은 보통 8조 1,884.8억원 79.3%, 체감지수 높음 1조 742.2억원 10.4%, 체감지수 낮음 1조 605.7억원 10.3%의 순서이다. 사업체당 취급액은 보통 18.8억원, 종사자당 취급액도 보통 2.9억원으로 전체 평균보다 낮게 나타났다.

2011년 하반기로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 4,323개 86.2%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 낮음 439개 8.8%, 체감지수 높음 249개 5.0%의 순서였다.

취급액은 보통 8조 1,557억원 79.0%, 체감지수 높음 1조 1,101억원 10.8%, 체감지수 낮음 1조 572억원 10.2%의 순서이다. 사업체당 취급액은 체감지수 보통 18.9억원, 종사자당 취급액도 체감지수 보통 2.8억원으로 전체 평균보다 낮게 나타났다.

2012년 예상으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 4,516개 90.1%로 가장 많은 비중을 차지하고, 체감지수 낮음 495개 9.9%, 체감지수 높음 0개 0.0%의 순서였다.

표 3-11-2 >> 광고경기 체감도별 종사자

		종사자수 (명)	종사자구성비 (%)	사업체당종사자 (명)	종사자당취급액 (백만원)	평균사업년수 (년)
2011년상반기	체감지수낮음	3,638	10.6	8	291	8
	보통	28,755	83.5	7	285	9
	체감지수높음	2,045	5.9	9	525	11
2011년하반기	체감지수낮음	3,562	10.3	8	297	9
	보통	28,743	83.5	7	284	9
	체감지수높음	2,133	6.2	9	520	10
2012년예상	체감지수낮음	4,084	11.9	8	266	9
	보통	30,354	88.1	7	304	9
	체감지수높음	0	0.0	0	0	0
전체		34,438	100.0	7	300	9

취급액은 보통 9조 2,350억원 89.5%, 체감지수 낮음 1조 881억원 10.5%, 체감지수 높음 0원 0.0%의 순서이다. 사업체당 취급액은 체감지수 보통 20.4억원, 종사자당 취급액도 체감지수 보통 3.0억원으로 전체 평균과 비슷하게 나왔다.

그림 3-11-1 >> 2012년 예상체감도별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

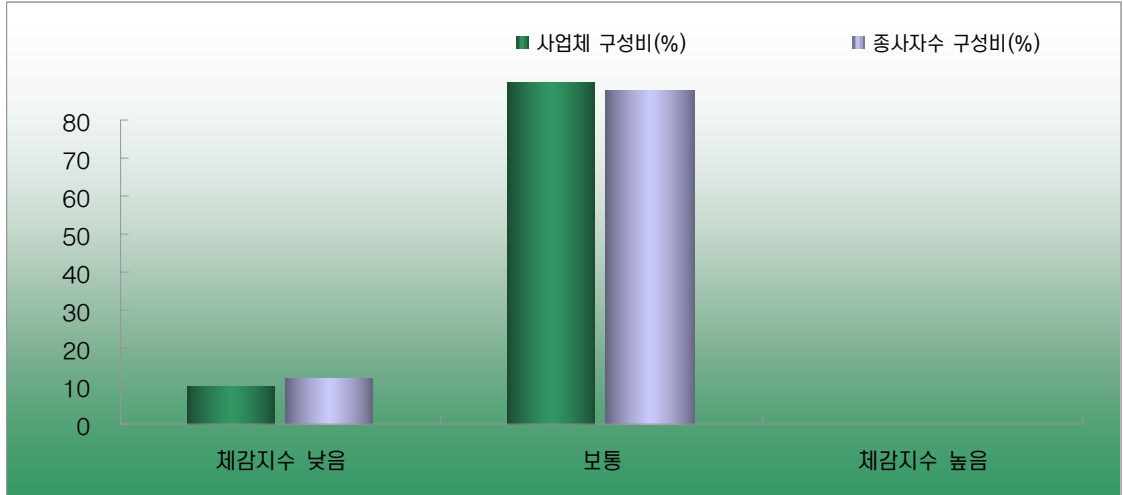
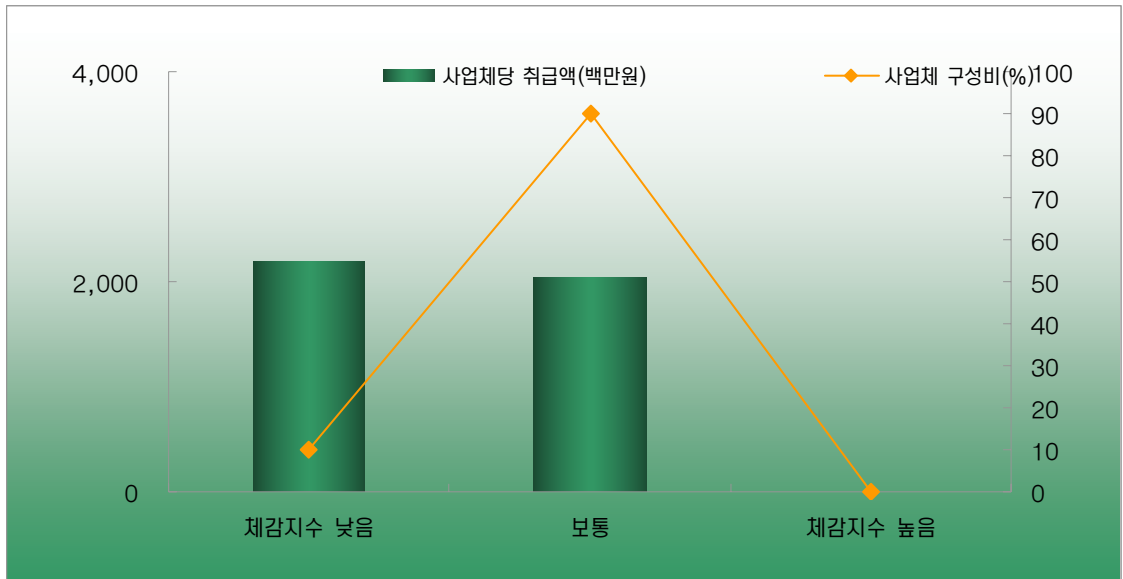


그림 3-11-2 >> 2012년 예상체감도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



## 4. 해외거래현황

광고회사의 해외진출 형태를 구별하면 합작투자 광고회사, 100%투자회사, 해외지사 및 사무소 설치, 해외광고 회사와의 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 것 과 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	20	12
100% 투자회사	12	10
해외지사(사무소)설치 회사	7	6
해외광고회사와의 업무 제휴를 하는 회사	5	5
해외광고취급액이 있는 회사	8	6

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	3	1999	무응답
100%	1	무응답	2008
	1	1973	무응답
	3	1987	무응답
	1	1991	1991
	1	1993	무응답
	3	1996	1996
	4	1998	2006
	2	2000	2010
	3	2001	2001
	3	2006	2007
	합계	25	

표 4-1-2 >> 투자비율별 사업체 규모별 광고회사 현황

투자비율	사업체수 (개소)	종사자규모	취급액규모
0%~50%미만	3	10~49인	10~100억미만
100%	1	100인이상	100억 이상
	1	100인이상	100억 이상
	3	10~49인	10~100억미만
	1	100인이상	100억 이상
	1	10~49인	100억 이상
	3	10~49인	10~100억미만
	1	100인이상	100억 이상
	3	10~49인	10~100억미만
	1	50~99인	100억 이상
	1	100인이상	100억 이상
	3	5~9인	1~10억 미만
	3	10~49인	10~100억미만
	합계	25	

## 4.2. 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황

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

국가	사업체수 (개소)	한국인 (명)	외국인 (명)	합계 (명)
독일	1	무응답	무응답	무응답
러시아	2	1	2	3
미국	6	14	1	15
북경 법인	1	무응답	무응답	무응답
아랍에미레이트	1	무응답	무응답	무응답
영국	1	무응답	무응답	무응답
인도	3	3	무응답	3
일본	2	4	50	54
중국	5	7	8	15
캐나다	1	무응답	무응답	무응답
터키	1	3	무응답	3
호주	1	무응답	무응답	무응답
합계	25	32	61	93

\*자본규모 무응답도 포함.

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

종사자규모	사업체수 (개소)	한국인 (명)	외국인 (명)	합계 (명)
5 ~ 9인	무응답	무응답	무응답	무응답
10 ~ 49인	2	3	3	6
50 ~ 99인	7	21	1	22
100인이상	16	8	57	65
합계*	25	32	61	93

\*자본규모 무응답도 포함.

### 4.3. 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황

표 4-3-1 >> 국가별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴 현황

국가	제휴시기 (년)	사업체수 (개소)	주요업무				
			광고대행 (개소)	광고제작 (개소)	서비스 (개소)	인쇄 (개소)	기타 (개소)
대만	2010	1	1	0	0	0	0
미국	2009	1	1	0	0	0	0
	2010	1	0	1	0	0	0
	2010	1	0	1	0	0	0
영국	2010	1	0	0	0	0	1
일본	2002	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
중국	무응답	1	1	0	0	0	0
합계		8	5	2	0	0	1

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

설립연도	제휴시기 (년)	사업체수 (개소)	주요업무				
			광고대행 (개소)	광고제작 (개소)	서비스 (개소)	인쇄 (개소)	기타 (개소)
1996	2002	1	1	0	0	0	0
1996	무응답	1	1	0	0	0	0
1996	무응답	1	1	0	0	0	0
2004	2010	1	1	0	0	0	0
2005	2009	1	1	0	0	0	0
2007	2010	1	0	0	0	0	1
2010	2010	1	0	1	0	0	0
무응답	2010	1	0	1	0	0	0
합계		8	5	2	0	0	1

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

종사자규모	제휴시기 (년)	사업체수 (개소)	주요업무				
			광고대행 (개소)	광고제작 (개소)	서비스 (개소)	인쇄 (개소)	기타 (개소)
1 ~ 4인	2010	1	0	0	0	0	1
	2010	1	0	1	0	0	0
	2010	1	1	0	0	0	0
10 ~ 49인	2010	1	0	1	0	0	0
	2009	1	1	0	0	0	0
50 ~ 99인	2002	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
합계		8	5	2	0	0	1

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

취급액규모	제휴시기 (년)	사업체수 (개소)	주요업무				
			광고대행 (개소)	광고제작 (개소)	서비스 (개소)	인쇄 (개소)	기타 (개소)
1억 미만	2010	1	1	0	0	0	0
1억 ~ 10억 미만	2010	1	0	0	0	0	1
	2010	1	0	1	0	0	0
10억 ~ 100억 미만	2010	1	0	1	0	0	0
100억 이상	2002	1	1	0	0	0	0
	2009	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
	무응답	1	1	0	0	0	0
합계		8	5	2	0	0	1

#### 4.4. 주요 광고회사의 해외 광고 취급액

표 4-4-1 >> 설립연도별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액

설립연도 (년)	사업체수 (개소)	종사자 규모	해외광고 취급액 (천달러)
1982	1	100인 이상	11,893
1983	1	100인 이상	22,098
1993	1	100인 이상	3,948
1997	1	100인 이상	6,436
2000	1	10~49인	180
2001	1	5~9인	30
2003	1	1~4인	20
2004	1	100인 이상	67,121
2010	1	1~4인	100
무응답	1	50~99인	850
무응답	1	50~99인	14,650
무응답	1	100인 이상	608
합계	12		127,934



## 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

수출 (백만원)	수입 (백만원)
77,669	1,262

국경기준 광고업 수출액은 777억원이며, 수입액은 13억원으로 집계되었다.

### 4.5.2. 광고회사의 국적을 기준으로 한 무역

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

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

수입 : 외국국적 광고회사가 한국인으로부터의 수입(revenue). 따라서 외국기업으로부터 한국인의 수입(=직접수입)과 외국 국적 한국 내 자회사에 의한 한국에서 판매 등이 포함된다. 한국 내 외국 자회사와 한국 기업의

거래는 자회사수입(revenue)이며, 한국 내 외국 자회사와 외국기업의 거래는 기업 내 거래로 분류된다.

표 4-5-2 >> 국적기준 광고업 수출액 및 수입액

수출 (백만원)		수입 (백만원)	
직접수출	24,626	직접수입	8,876
자회사수입 (revenue)	62,734	자회사수입 (revenue)	843,481
전체	87,360	전체	852,357
(기업내거래)	3,715,817	(기업내거래)	1,010,826

국적기준 광고업 수출액은 874억원이며, 수입액은 8,524억원으로 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

국내회사	해외광고취급액 (백만원)			고객거래 (백만원)		
	합계	수출-기업내거래	수출-자회사수입	합계	국내거래	수입-자회사수입
해외 지사분	합계	3,778,551		합계	192,921	국내거래
	한국광고주	3,715,817	수출-기업내거래	한국광고주	2,911,297	국내거래
	외국광고주	62,734	수출-자회사수입	외국광고주	85,265	국내거래
	무응답	0	기업내거래	무응답	49,317	국내거래
국내분	합계	35,899	국경수출	합계	2,802,207	국내거래
	한국광고주	35,800	국경수출	한국광고주	2,787,607	국내거래
	외국광고주	99	국경&직접수출	외국광고주	4,538	국내거래
	무응답	0	국경수출	무응답	874	국내거래

외국회사	해외광고취급액 (백만원)			고객거래 (백만원)		
	합계	국경수출	수입-자회사수입	합계	기업내거래	기업내거래
한국지사	합계	41,770	국경수출	합계	1,854,307	
	한국광고주	8,876	국경수출	한국광고주	843,481	수입-자회사수입
	외국광고주	7,232	국경수출	외국광고주	1,010,826	기업내거래
	무응답	25,662	국경수출	무응답	0	기업내거래

## 5. 국내 및 외국계 광고주

### 5.1. 사업체 정보

표 5-1 >> 사업체 정보별 고객유치실적 현황

		전체		국내		외국	
		평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)
기업형태	개인사업체	20	19	19	20	10	6
	회사법인	44	84	44	85	25	40
	회사외 법인	24	33	24	33	0	0
본사유무	단독사업체	28	81	28	82	5	200
	공장, 지사, 영업소	39	33	39	25	0	0
	본사, 본점, 본부	272	14	277	15	84	11
벤처기업 지정여부	대상	59	63	59	62	0	0
	비대상	33	66	33	67	23	39
설립연도	1979년 이전	33	17	33	17	0	0
	1980-1989년	29	183	29	180	0	0
	1990-1994년	28	210	27	186	37	0
	1995-1999년	28	51	28	64	1	1,189
	2000-2004년	43	50	42	52	60	9
	2005년	36	111	37	108	0	0
	2006년	22	51	22	49	5	224
	2007년	20	24	20	24	0	0
	2008년	29	66	28	67	0	0
	2009년	45	56	45	55	1	3,821
	2010년	19	26	18	26	1	100
전체		35	65	35	66	23	39

광고회사의 평균 고객수(광고주)는 35개이며 고객당 취급액은 0.65억원이다. 고객의 대부분이 국내 광고주이며, 외국 광고주는 극히 미미하다. 또한 고객당 취급액은 국내 고객당 취급액은 0.66억원, 외국 고객당 취급액은 0.39억원으로 국내고객이 1.7배 높게 나타났다.

설립연도로 살펴보면, 고객수는 2009년에 설립된 광고회사가 45개로 가장 많고, 2000-2004년에 설립된 회사가 43개로 그 뒤를 이었으며, 고객당 취급액은 1990~1994년 설립된 광고회사가 2.1억원, 1980-1989년 설립된 회사가 1.83억원 순으로 나타났다.

## 5.2. 지역

표 5-2 >> 지역별 국내 및 외국계 광고주

		전체		국내		외국	
		평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)
지역	서울	39	83	39	84	25	40
	부산	19	17	19	17	0	0
	대구	20	18	20	18	0	0
	광주	0	0	0	0	0	0
	대전	10	8	10	8	0	0
	인천	36	2	36	2	0	0
	울산	27	4	27	4	0	0
	경기도	38	9	37	10	10	6
	강원도	0	0	0	0	0	0
	충청남도	0	0	0	0	0	0
	충청북도	12	28	12	28	0	0
	경상남도	29	5	29	5	0	0
	경상북도	9	3	9	3	0	0
	전라남도	0	0	0	0	0	0
	전라북도	30	81	30	81	0	0
제주도	10	8	10	8	0	0	
전체		35	65	35	66	23	39

광고회사의 지역별로 고객(광고주)을 살펴보면, 평균 고객수는 서울이 39개로 가장 많고, 경기도 38개, 인천 36개, 전라북도 30개, 경상남도 29개, 울산 27개 순으로 많으며, 고객당 취급액은 서울이 0.83억원으로 가장 큰 것으로 나타났다.

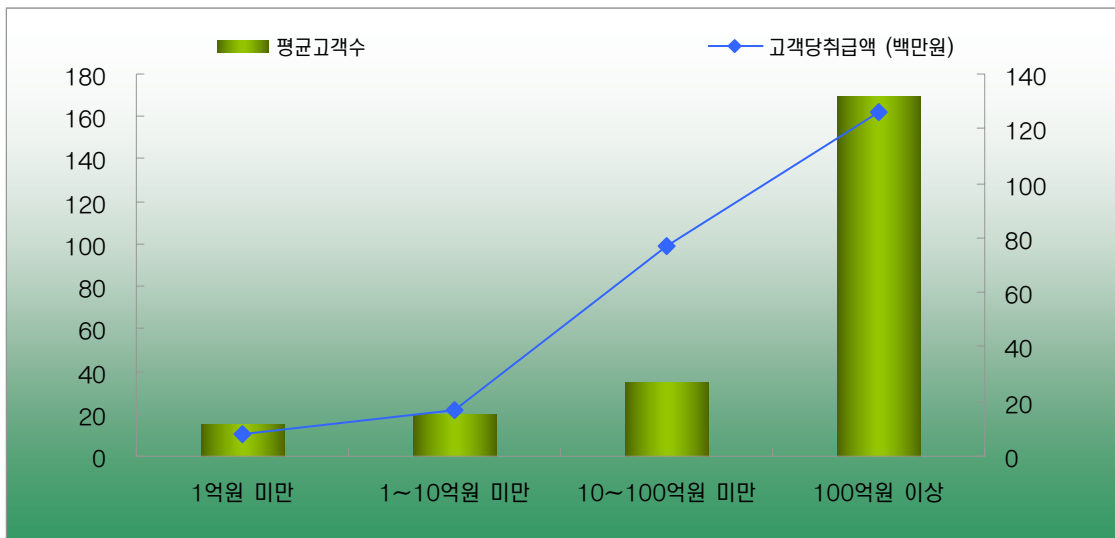
### 5.3. 종사자 규모 및 취급액 규모

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

		전체		국내		외국	
		평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)
종사자규모	1 ~ 4인	16	20	16	20	1	100
	5 ~ 9인	18	58	18	58	2	183
	10 ~ 49인	62	86	62	87	4	337
	50 ~ 99인	66	352	66	372	1	0
	100인 이상	608	31	567	28	68	15
취급액규모	1억원 미만	15	8	15	8	0	0
	1~10억원 미만	20	17	20	17	3	56
	10~100억원 미만	35	77	35	76	2	363
	100억원 이상	170	126	162	131	108	33
전체		35	65	35	66	23	39

광고회사의 종사자 규모별로 고객(광고주)을 살펴보면, 평균 고객수는 100인 이상인 광고회사가 608개로 가장 많으며, 50~99인 66개, 10~49인 62개, 5~9인 18개 순으로 많으며, 고객당 취급액은 50~99인이 3.52억원으로 가장 많고, 10~49인 0.86억원, 5~9인 0.58억원, 100인 이상 0.31억원 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

업종	전체		국내		외국	
	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)
광고대행	28	75	28	76	5	159
광고대행+기타	26	40	26	41	10	6
광고대행+온라인	27	421	25	444	13	294
광고대행+인쇄	23	38	23	39	2	100
광고대행+인쇄+기타	32	10	33	10	0	0
광고대행+인쇄+온라인	23	312	17	420	0	0
광고대행+인쇄+온라인+기타	16	101	13	124	0	0
광고대행+서비스	22	371	21	392	13	231
광고대행+서비스+기타	22	205	20	230	0	0
광고대행+서비스+인쇄+기타	22	80	20	91	0	0
광고대행+광고제작	19	201	18	210	8	147
광고대행+광고제작+기타	20	73	19	78	0	0
광고대행+광고제작+온라인	25	804	22	933	19	0
광고대행+광고제작+온라인+기타	21	558	19	603	0	0
광고대행+광고제작+인쇄	22	74	21	81	0	0
광고대행+광고제작+인쇄+기타	23	17	23	17	0	0
광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타	16	101	13	124	0	0
광고대행+광고제작+서비스	23	515	21	564	13	231
광고대행+광고제작+서비스+기타	21	291	18	347	0	0
광고대행+광고제작+서비스+온라인	28	854	26	927	19	0
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	24	616	22	665	0	0
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	24	255	22	271	0	0
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	22	80	20	91	0	0
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인	24	455	21	511	0	0
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	19	110	15	137	0	0
전체	35	65	35	66	23	39

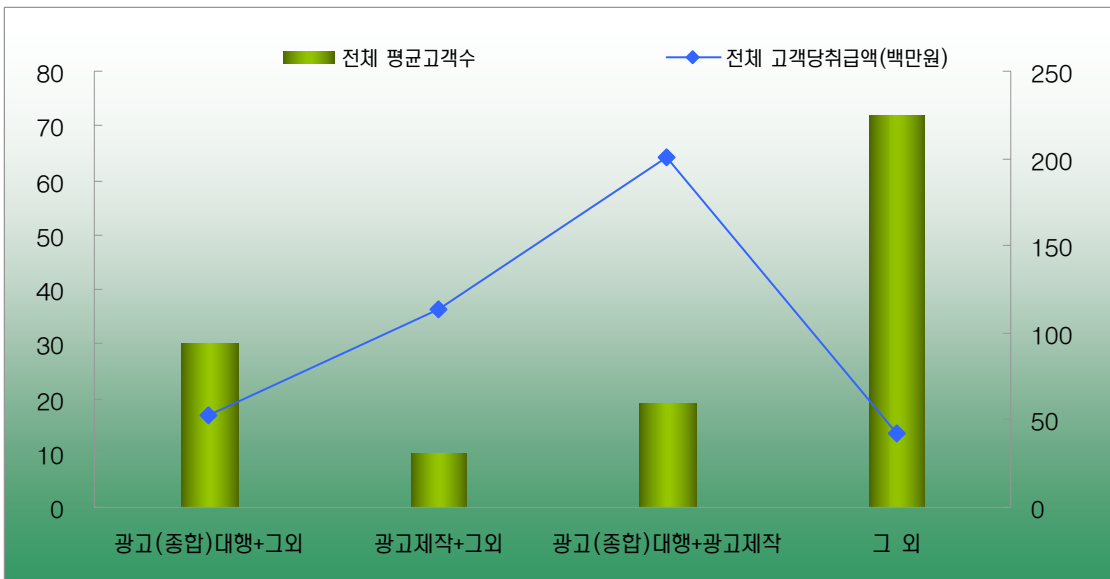
### 5.5. 사업체 업종 재분류

표 5-5 >> 사업체 업종 재분류별 국내 및 외국계 광고주

		전체		국내		외국	
		평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	30	53	30	54	4	194
	광고제작+그외	10	113	9	110	2	520
	광고(종합)대행+광고제작	19	201	18	210	8	147
	그 외	72	43	71	43	85	8
전체		35	65	35	66	23	39

광고회사를 업종조합으로 재분류하여 살펴보면, 평균 고객수는 그외를 하는 사업체가 72개로 비교적 많았으며, 고객당 취급액은 0.43억원으로 낮게 나타났다. 반대로, 광고(종합)대행+광고제작을 하는 사업체는 평균 고객수가 19개로 상대적으로 낮은 편이나 고객당 취급액은 2.01억원으로 높게 나타났다.

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



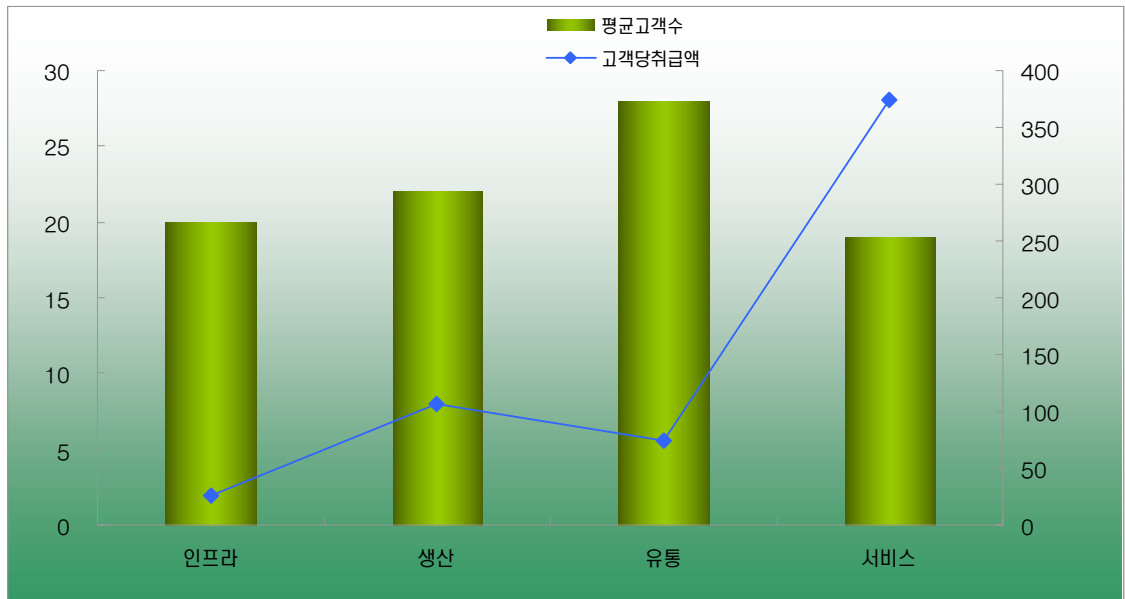
## 5.6. 가치사슬 분류

표 5-6 >> 가치사슬별 국내 및 외국계 광고주

가치사슬분류	구분	전체		국내		외국	
		평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)
가치사슬분류	인프라	20	26	20	26	2	183
	생산	22	106	22	108	5	148
	유통	28	75	28	76	5	159
	서비스	19	375	18	390	13	231
전체		35	65	35	66	23	39

가치사슬별로 광고회사를 분류하여 보면, 평균 고객수는 유통 산업이 28개로 가장 높고, 생산 22개, 인프라 20개, 서비스 19개 순으로 높았으며, 고객당 취급액은 서비스 산업이 3.75억원, 생산 1.06억원, 유통 0.75억원, 인프라 0.26억원의 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

		전체		국내		외국	
		평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)
형태별	비정규직편중	31	30	31	30	5	17
	보통	35	69	35	70	28	40
	정규직편중	0	0	0	0	0	0
성별	여성편중	27	56	28	56	3	460
	보통	43	75	42	76	33	27
	남성편중	14	23	14	23	1	100
연령별	젊은층편중	29	62	28	63	30	38
	보통	134	94	133	96	7	9
	나이든층편중	151	79	151	80	0	0
학력별	저학력편중	42	857	40	1,000	19	0
	보통	107	53	106	60	2	138
	고학력편중	32	62	32	62	35	36
직급별	저직급편중	10	174	10	162	3	460
	보통	49	122	49	121	5	184
	상위직급편중	30	33	30	35	61	11
전체		35	65	35	66	23	39

광고회사를 종사자 분포도에 따라 분류를 다시 하면, 성별을 기준으로 할 경우, 남성편중 회사의 평균 고객수는 14개로 여성편중 고객수 27개보다 적고, 고객당 취급액은 남성편중 회사가 0.23억원으로 여성편중 회사의 0.56억원 보다 낮게 나타났다.

연령을 기준으로 하면, 젊은층편중인 회사의 평균 고객수는 29개로 나이든층편중 회사의 평균고객수 151개보다 적고, 고객당 취급액은 젊은층편중인 회사가 0.62억으로 나이든층 편중 회사 0.79억원 보다 낮게 나왔다.

학력을 기준으로 하면, 저학력편중 회사의 평균 고객수는 42개로 고학력편중 회사의 평균 고객수 32개보다 높게 나타났으며, 고객당 취급액은 저학력편중 회사가 8.57억원으로 고학력편중 회사 0.62억원보다 높게 나타났다.

직급을 기준으로 하면, 상위직급 편중 회사의 평균 고객수가 30개로 저직급 편중 회사 평균 고객수 10개보다 약 3.0배 높고, 고객당 취급액은 저직급 편중 회사가 1.74억원으로 상위직급 편중 회사 0.33억원보다 약 5.3배 높게 나타났다.

## 5.8. 국내 및 외국계 광고주

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

		전체		국내		외국	
		평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)
전체광고주	5개미만	3	450	4	313	2	96
	5-9개	6	170	6	166	2	520
	10-19개	12	149	12	169	1	0
	20-49개	27	137	26	128	8	152
	50-99개	58	51	58	52	0	0
	100개이상	318	30	312	30	500	8
국내광고주	5개미만	5	282	3	466	2	282
	5-9개	6	209	6	166	37	0
	10-19개	12	142	12	161	1	0
	20-49개	27	128	26	129	4	319
	50-99개	59	50	60	57	0	0
	100개이상	318	30	312	30	500	8
외국광고주	5개미만	30	74	30	75	2	485
	10-19개	30	4	20	3	10	6
	20-49개	44	1,455	7	0	37	0
	100개이상	6,000	4	5,500	3	500	8
전체취급액	5000만원미만	21	31	21	31	3	221
	50000-3억원미만	180	67	179	67	73	14
	3억원-10억원미만	21	2,481	23	1,974	13	294
국내취급액	5000만원미만	21	31	21	31	3	221
	50000-3억원미만	180	67	176	68	73	14
	3억원-10억원미만	21	2,350	21	2,482	13	294
국외취급액	5000만원미만	35	64	34	64	24	38
	3억원-10억원미만	30	1,258	66	379	19	0
전체		35	65	35	66	23	39

### 5.9. 고객유치실적

표 5-9 >> 고객유치실적별 국내 및 외국계 광고주

		전체		국내		외국	
		평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)
신규 거래광고주	0개	0	0	0	0	0	0
	1~5개	22	56	21	57	0	0
	6~20개	36	107	34	141	6	220
	21개이상	156	47	156	47	0	0
이탈 거래광고주	0개	67	37	67	40	101	19
	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	34	61	34	61	25	31
	5000만원~3억원미만	135	218	154	215	1	3,821
	3억원이상	70	1,157	70	1,157	0	0
이탈 취급액	5000만원미만	35	61	34	62	24	32
	5000만원~3억원미만	38	1,404	46	1,132	1	3,821
	3억원이상	0	0	0	0	0	0
전체		35	65	35	66	23	39

고객유치실적별로 광고회사를 살펴보면, 신규광고주가 없는 회사의 평균고객수는 0개이고 고객당 취급액은 0원이며, 신규광고주가 21개이상인 회사의 평균고객수는 156개로 높게 나타났으나, 고객당 평균 취급액은 0.47 억원으로 비교적 낮게 나타났다.

이탈광고주가 없는 회사의 평균고객수는 67개이고 고객당 취급액은 0.37억원이었으며, 이탈광고주가 21개이상인 회사의 평균고객수는 0개로 나타났고, 고객당 취급액은 0원으로 나타났다.

신규취급액이 5,000만원~3억원미만인 회사의 평균고객수는 135개로 전체 평균보다 많고, 고객당 취급액은 2.18억원으로 비교적 낮게 나타났다. 한편, 이탈취급액이 5,000만원~3억원미만인 회사의 평균고객수는 38개로 나타났고, 고객당 취급액도 14.04억원으로 높게 나타났다.

## 5.10. 광고경기 체감도

표 5-10 >> 광고경기 체감도별 국내 및 외국계 광고주

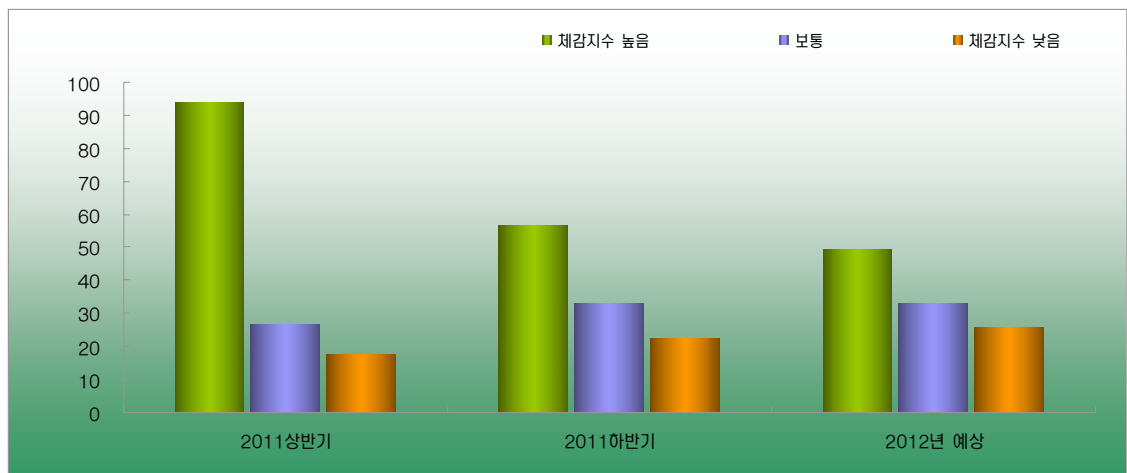
		전체		국내		외국	
		평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)	평균고객수 (개소)	고객당취급액 (백만원)
2011년 상반기	체감지수 높음	94	42	93	47	112	11
	보통	27	86	27	87	3	318
	체감지수 낮음	18	28	18	28	0	0
2011년 하반기	체감지수 높음	57	72	57	78	1	0
	보통	33	69	33	70	24	38
	체감지수 낮음	22	33	22	33	0	0
2012년 예상	체감지수 높음	49	71	49	77	2	33
	보통	33	69	33	71	30	38
	체감지수 낮음	26	48	26	47	0	0
전체		35	65	35	66	23	39

광고회사를 광고경기 체감도별로 구분하여 살펴보면, 2011년 상반기 체감지수가 낮았던 사업체는 평균고객수가 18개, 고객당 취급액은 0.28억원으로 가장 낮게 나타났다.

2011년 하반기 광고경기 체감지수가 낮았던 사업체는 평균고객수 22개로 나타났으며, 고객당 취급액은 0.33억원으로 나타났다. 반대로 광고경기 체감지수가 높았던 사업체는 평균고객수 57개로 나타났으며, 고객당 취급액은 0.72억원으로 나타났다.

2012년 예상 광고경기 체감지수가 낮았던 사업체의 평균고객수는 26개이고, 고객당 취급액은 0.48억원으로 나타났다. 반면 예상 체감지수가 높은 사업체의 평균고객수는 49개에 달했으며, 고객당 취급액은 0.71억원으로 나타났다.

그림 5-4 >> 광고경기 체감도별 평균 고객수



## 6. 고객유치실적

### 6.1. 사업체 정보

표 6-1 >> 사업체 정보별 고객유치실적 현황

		신규		이탈		평균기준 광고주 (개소)	고객유치비율 (%)
		평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)	평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)		
기업형태	개인사업체	8	75	6	48	28	78.5
	회사법인	10	1,237	48	515	54	73.7
	회사외 법인	2	200	0	0	0	0.0
본사유무	단독사업체	9	574	26	245	41	76.2
	공장,지사,영업소	40	0	15	3	0	0.0
	본사,본점,본부	3	1,200	57	896	23	69.4
벤처기업 지정여부	대상	5	632	3	128	21	87.6
	비대상	9	589	27	266	42	75.6
설립연도	1979년 이전	1	300	0	0	0	0.0
	1980-1989년	23	2,766	11	654	36	73.9
	1990-1994년	10	63	5	19	26	93.8
	1995-1999년	8	642	7	241	29	71.9
	2000-2004년	6	268	86	330	45	78.0
	2005년	32	143	28	288	214	76.5
	2006년	5	149	5	35	59	73.5
	2007년	6	183	5	167	16	65.7
	2008년	11	1,121	5	146	50	87.9
	2009년	11	516	6	259	26	73.2
2010년	4	77	9	12	18	88.9	
전체		9	583	27	262	41	76.1

광고회사의 신규 평균 고객수(광고주)는 9개이며 신규 평균 취급액은 5.8억원이다. 이탈 평균 고객수(광고주)는 27개이며 이탈 평균 취급액은 2.6억원이다. 평균 기준 고객수(광고주)는 41개이고 고객유치비율은 76.1%로 나타났다.

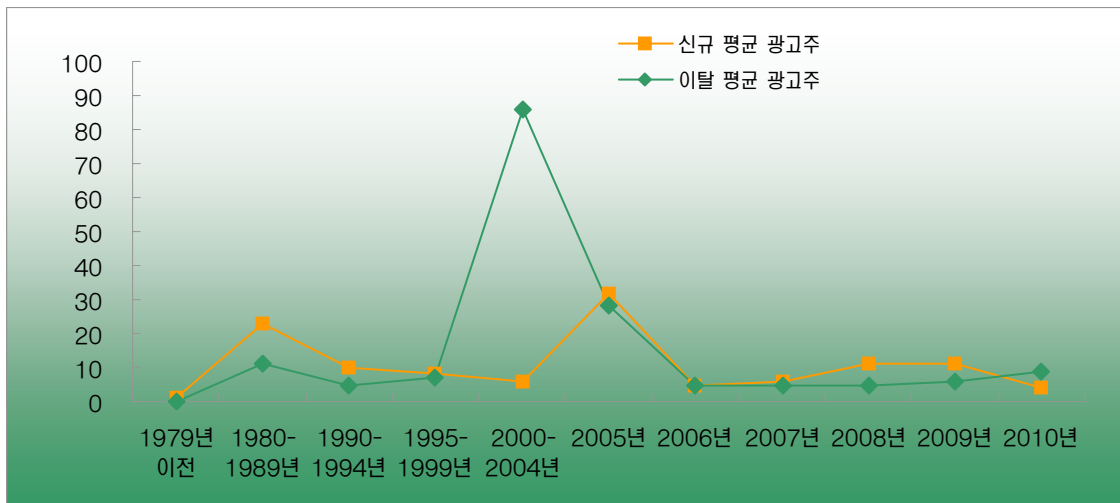
기업형태별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 회사법인 10개, 개인사업체 8개, 회사외 법인 2개의 순이며, 이탈 평균 고객수는 회사법인 48개, 개인사업체 6개, 회사외 법인 0개로 나타났고, 신규 평균 취급액은 회사법인 12.37억원, 회사외법인 2.00억원 개인사업체 0.75억원의 순이고, 이탈 평균 취급액은 회사법인 5.15억원, 개인사업체 0.48억원, 회사외법인 0.00억원의 순으로 나타났다. 평균 기준 고객수는 회사법인 54개, 개인사업체 28개, 회사

외 법인 0개였고, 고객유지비율은 회사법인 73.7%, 개인사업체가 78.5%, 회사외법인이 0.0%로 나타났다.

본사유무별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 본사, 본점, 본부 3개, 공장, 지사, 영업소 40개 단독사업체 9개이며, 신규 평균 취급액은 본사, 본점, 본부 12.00억원, 단독사업체 5.74억원의 순으로 나타났고, 이탈 평균 고객수는 본사, 본점, 본부 57개, 단독사업체 26개 공장, 지사, 영업소 15개의 순이며, 이탈 평균 취급액은 본사, 본점, 본부 8.96억원, 단독사업체 2.45억원, 개인사업체 0.03억원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 단독사업체 41개, 본사, 본점, 본부 23개 순이고, 고객유지비율은 단독사업체 76.2%, 본사, 본점, 본부 69.4%의 순으로 나타났다.

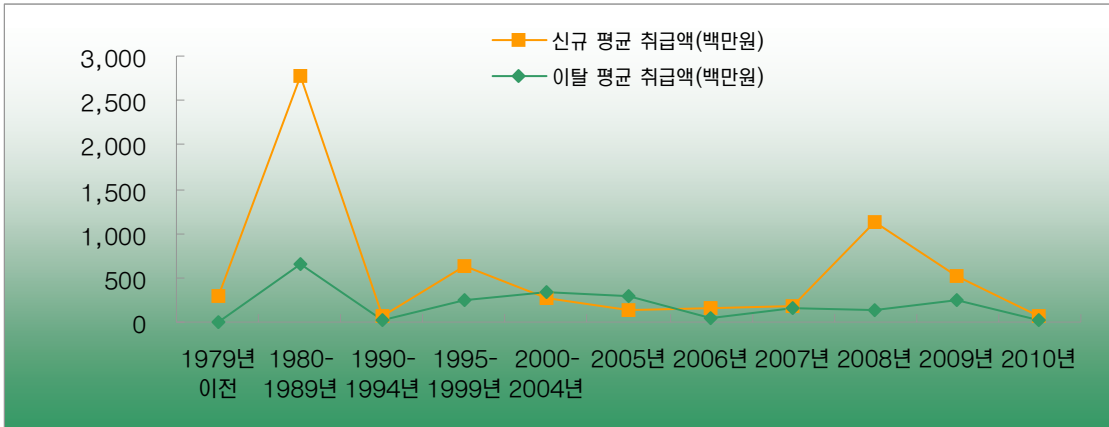
벤처기업 지정여부별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 비대상 9개, 대상 5개 순이고, 이탈 평균 고객수는 비대상 27개로, 대상 3개보다 많은 것으로 나타났다. 신규 평균 취급액은 대상 6.32억원, 비대상 5.89억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 비대상 2.66억원, 대상 1.28억원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 비대상 42개, 대상 21개 순이고, 고객유지비율은 대상 87.6%, 비대상 75.6%의 순으로 나타났다.

그림 6-1-1 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 광고주



설립연도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 2005년에 설립된 광고회사가 32개, 1980~1989년 23개, 2008년, 2009년이 각각 11개, 1990~1994년 10개, 1995~1999년 8개, 2000~2004년, 2007년이 각각 6개 2006년 5개, 2010년 4개, 1979년 이전 1개의 순이고, 이탈 평균 고객수는 2000~2004년 86개, 2005년 28개, 1980~1989년 11개, 2010년 7개, 1995~1999년 7개, 2009년 6개, 1990~1994년, 2006년, 2007년, 2008년 각각 5개의 순이다.

그림 6-1-2 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 1980~1989년 27.66억원, 2008년 11.21억원, 1995~1999년 6.42억원, 2009년 5.16억원, 1979년 이전 3.00억원, 2000~2004년 2.68억원, 2007년 1.83억원, 2006년 1.49억원, 2005년 1.43억원, 2010년 0.77억원, 1990~1994년 0.63억원 순으로 나타났고, 이탈 평균 취급액은 1980~1989년 6.54억원, 2000~2004년 3.30억원, 2005년 2.88억원, 2009년 2.59억원, 1995~1999년 2.41억원, 2007년 1.67억원, 2008년 1.46억원, 2006년 0.35억원, 1990~1994년 0.19억원, 2010년 0.12억원 순으로 나타났다.

평균 기준 고객수는 2005년 214개, 2006년 59개, 2008년 50개, 2000~2004년 45개, 1980~1989년 36개, 1995~1999년 29개, 2009년, 1990~1994년이 각각 26개, 2010년 18개, 2007년 16개 순이었고, 고객유지비율은 1990~1994년 93.8%, 2010년 88.9%, 2008년 87.9%, 2000~2004년 78.0%, 2005년 76.5%, 1980~1989년 73.9%, 2006년 73.5%, 2009년 73.2%, 1995~1999년 71.9%, 2007년 65.7% 순으로 나타났다.

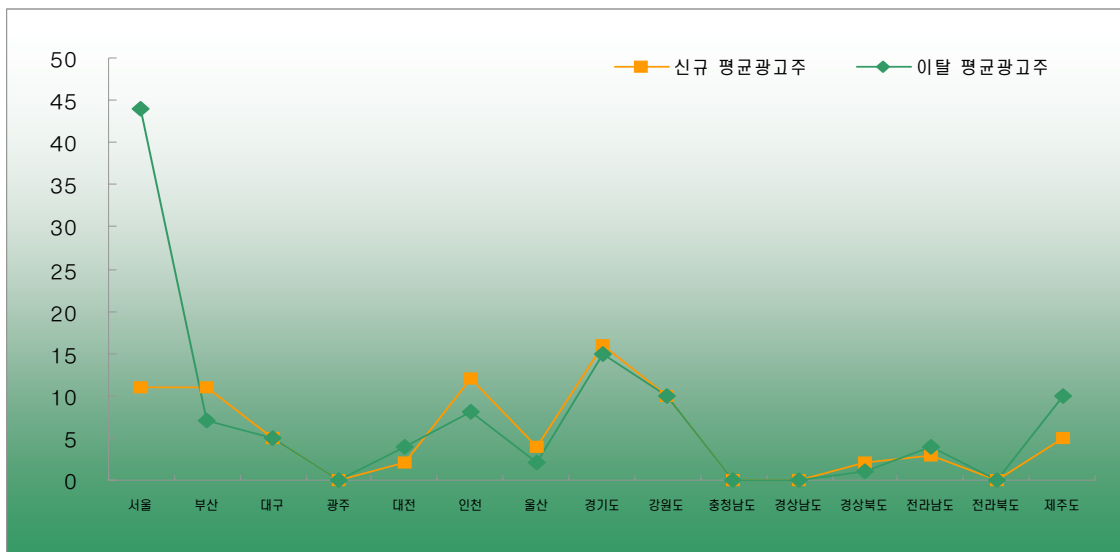
## 6.2. 지역

표 6-2 >> 지역별 고객유치실적 현황

		신규		이탈		평균기존 광고주 (개소)	고객유지비율 (%)
		평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)	평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)		
지역	서울	11	1,149	44	476	51	71.3
	부산	11	36	7	19	23	80.5
	대구	5	3	5	5	25	80.0
	광주	0	0	0	0	0	0.0
	대전	2	49	4	88	12	70.9
	인천	12	80	8	79	45	75.7
	울산	4	14	2	7	27	91.1
	경기도	16	382	15	243	44	67.4
	강원도	10	50	10	50	0	0.0
	충청남도	0	0	0	0	0	0.0
	경상남도	0	0	0	0	0	0.0
	경상북도	2	19	1	7	34	94.0
	전라남도	3	2	4	5	11	60.7
	전라북도	0	0	0	0	0	0.0
	제주도	5	20	10	80	35	71.4
전체		9	583	27	262	41	76.1

지역별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 경기도 16개, 인천 12개, 서울, 부산 11개, 강원도 10개의 순으로 나타났다. 이탈 평균 고객수는 서울 44개, 경기도 15개, 강원, 제주도 10개, 인천 8개의 순으로 나타났다.

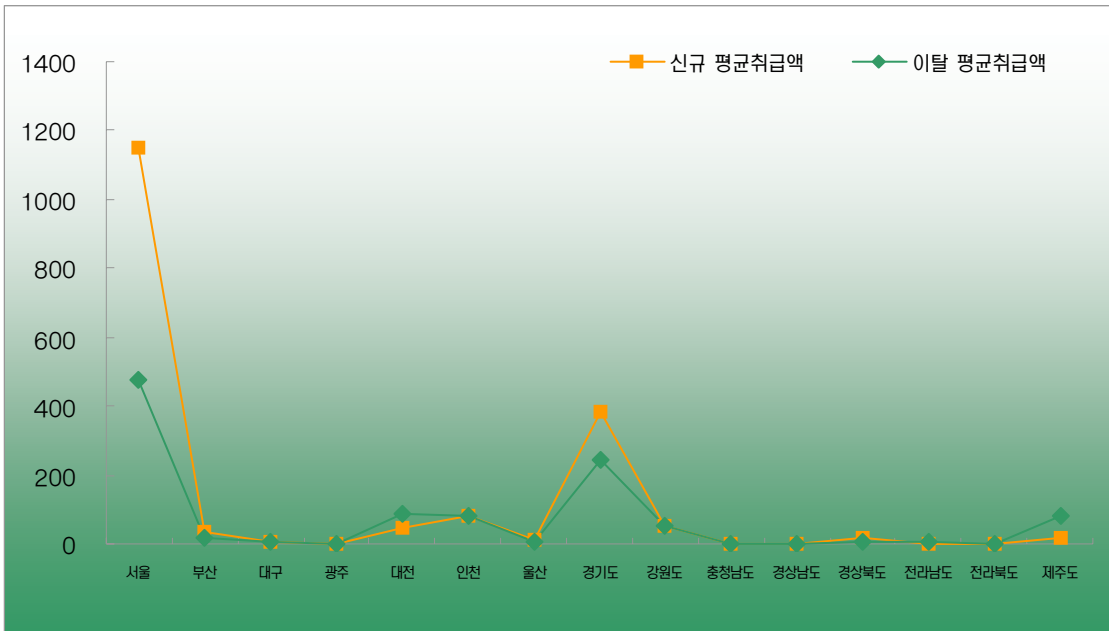
그림 6-2-1 >> 지역별 신규 이탈 평균 광고주





신규 평균 취급액은 서울 11.5억원, 경기도가 3.8억원, 인천 0.8억원, 대전, 강원도 0.5억원, 부산 0.4억원, 경상북도, 제주도가 0.2억원 순으로 나타났다. 이탈 평균 취급액은 서울 4.8억원, 경기도가 2.4억원, 대전이 0.9억원, 인천, 제주도가 0.8억원, 강원도 0.5억원, 부산이 0.2억원 순으로 나타났다.

그림 6-2-2 >> 지역별 신규 이탈 평균 취급액



평균 기존 고객수는 서울 51개, 인천 45개, 경기도 44개, 제주도 35개, 경상북도 34개, 울산 27개, 대구 25개, 부산 23개, 대전 12개, 전라남도 11개의 순이었고, 고객유지비율은 경상북도 94.0% 울산 91.1% 부산 80.5% 대구 80.0% 인천 75.7% 제주도 71.4% 서울 71.3% 대전 70.9% 경기도 67.4% 전라남도 60.7%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

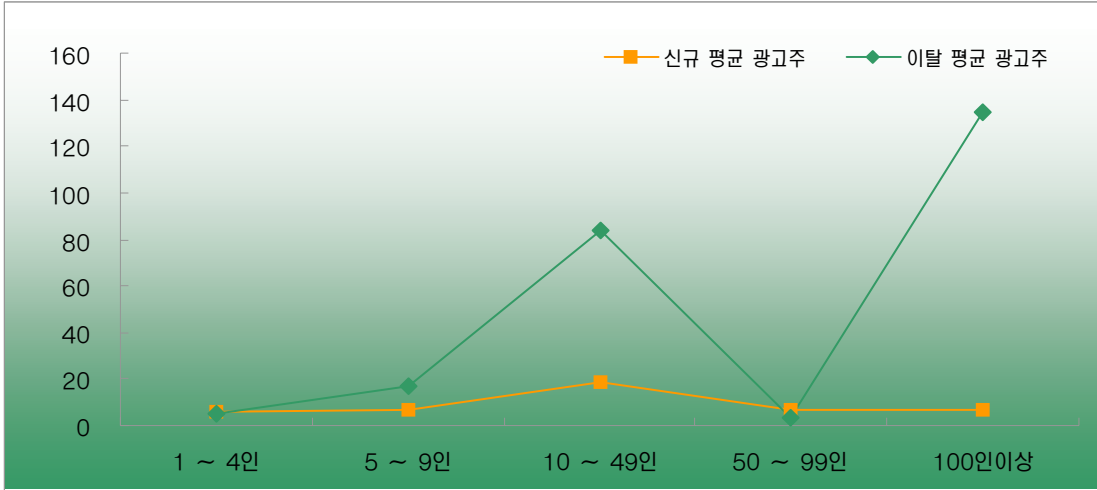
		신규		이탈		평균기준 광고주 (개소)	고객유지비율 (%)
		평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)	평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)		
종사자규모	1 ~ 4인	6	101	5	68	25	75.4
	5 ~ 9인	7	144	17	120	51	73.8
	10 ~ 49인	19	1,239	84	499	65	78.7
	50 ~ 99인	7	8,240	3	4,892	15	80.7
	100인이상	7	21,858	135	4,037	57	94.6
취급액규모	1억원미만	10	13	5	9	19	69.4
	1~10억원미만	5	78	6	103	36	80.9
	10~100억원미만	9	550	90	288	46	71.5
	100억원이상	34	4,967	32	1,792	104	83.9
전체		9	583	27	262	41	76.1

취급액 규모별로 구분하여 살펴보면, 신규 평균 고객수는 100억원 이상 34개, 1억원 미만 10개, 10~100억원 미만 9개, 1~10억원 미만 업체가 5개였고, 이탈 평균 고객수는 10~100억 미만은 90개, 100억원 이상은 32개, 1~10억원 미만 6개, 1억원 미만은 5개 순으로 나타났다.

신규 평균 취급액은 100억원 이상이 49.7억원, 10~100억 미만 5.5억원, 1~10억원 미만 0.8억원, 1억원 미만 0.1억원 순으로 나타났으며, 이탈 평균 취급액은 100억원 이상 17.9억원, 10~100억원 미만 2.9억원, 1~10억원 미만 1.0억원, 1억원 미만 0.09억원의 순으로 나타났다.

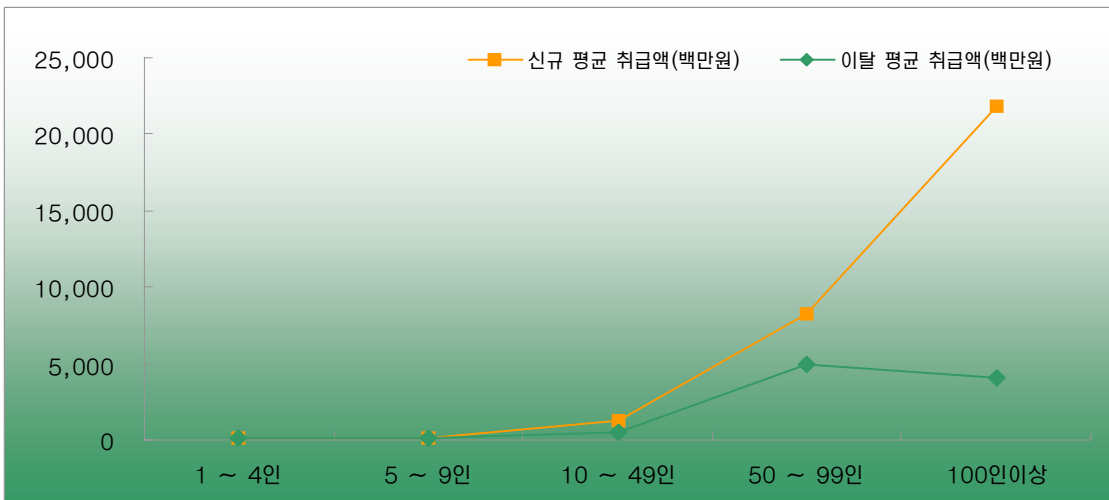
평균 기준 고객수는 100억원이상 104개, 10~100억원 미만 46개, 1~10억원 미만은 36개, 1억원 미만 19개였고, 고객유지비율은 100억원 이상 83.9%, 1~10억원 미만 80.9%, 10~100억원 미만 71.5%, 1억원 미만 69.4%의 순으로 나타났다. 취급액 규모 100억원 이상은 신규와 이탈 평균 취급액이 높게 나타났다.

그림 6-3-1 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 광고주



종사자 규모로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 10~49인 19개, 5~9인, 50~99인, 100인 이상 7개, 1~4인 6개의 순이고, 이탈 평균 고객수는 100인 이상 135개, 10~49인 84개, 5~9인 17개, 1~4인 5개, 50~99인 3개 순으로 나타났다. 신규에는 10~49인, 이탈 평균에는 100인 이상이 가장 높은 종사자 규모로 나타났다.

그림 6-3-2 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 100인 이상 218.6억원, 50~99인 82.4억원, 10~49인 12.4억원, 5~9인 1.4억원, 1~4인 1.0억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 50~99인 49.0억원, 100인 이상 40.4억원, 10~49인 5.0억원, 5~9인 1.2억원, 1~4인 0.7억원의 순으로 나타났다.

평균 기준 고객수는 10~49인 65개, 100인 이상 57개, 5~9인 51개, 1~4인 25개, 50~99인 15개의 순이었고, 고객유지비율은 100인 이상 94.6%, 50~99인 80.7%, 10~49인 78.7%, 1~4인 75.4%, 5~9인 73.8%의 순으로 나타났다.

## 6.4. 사업체 업종 분류

표 6-4 >> 사업체 업종 분류별 고객유치실적 현황

	신규		이탈		평균기준 광고주 (개소)	고객유지비율 (%)
	평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)	평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)		
광고대행	7	549	29	271	31	75.8
광고대행+기타	6	242	5	268	29	82.2
광고대행+온라인	7	3,342	6	2,435	33	74.3
광고대행+인쇄	7	837	5	312	31	86.7
광고대행+인쇄+기타	7	217	4	200	32	86.4
광고대행+인쇄+온라인	6	3,511	8	2,038	46	81.2
광고대행+인쇄+온라인+기타	3	436	3	3,044	49	93.9
광고대행+서비스	4	2,431	3	1,470	25	83.7
광고대행+서비스+기타	3	947	4	1,793	27	79.2
광고대행+서비스+인쇄+기타	3	477	4	1,697	35	84.4
광고대행+광고제작	4	841	3	431	26	87.3
광고대행+광고제작+기타	3	250	2	320	27	87.9
광고대행+광고제작+온라인	5	4,355	6	3,691	35	80.8
광고대행+광고제작+온라인+기타	3	1,386	3	7,442	33	87.6
광고대행+광고제작+인쇄	4	947	3	327	30	89.1
광고대행+광고제작+인쇄+기타	3	132	2	164	30	89.9
광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타	3	436	3	3,044	49	93.9
광고대행+광고제작+서비스	4	2,799	3	1,637	23	86.6
광고대행+광고제작+서비스+기타	4	1,091	5	2,399	36	83.4
광고대행+광고제작+서비스+온라인	4	6,413	3	4,920	29	84.7
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	3	1,832	3	7,442	33	87.6
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	3	2,965	3	1,583	29	87.6
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	3	477	4	1,697	35	84.4
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인	4	5,332	3	3,115	44	89.4
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	2	585	3	3,044	49	93.9
전체	9	583	27	262	41	76.1

업종 분류별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 광고대행, 광고대행+온라인, 광고대행+인쇄, 광고대행+인쇄+기타 7개, 광고대행+기타, 광고대행+인쇄+온라인 6개, 광고대행+광고제작+온라인 5개의 순으로 나타났다. 이 탈 평균 고객수는 광고대행 29개, 광고대행+인쇄+온라인 8개, 광고대행+온라인, 광고대행+광고제작+온라인 6개 순서로 나타났다.

신규 평균 취급액은 광고대행+광고제작+서비스+온라인 64.1억원, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인 53.3억원, 광고대행+광고제작+온라인 44.0억원, 광고대행+인쇄+온라인 35.0억원, 광고대행+온라인 33.4억원, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄 30.0억원, 광고대행+광고제작+서비스 28.0억원 순으로 높게 나타났고, 이 탈 평균 취급액은 광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타, 광고대행+광고제작+온라인+기타 74.4억원, 광고대행+광고제작+서비스+온라인 50.0억원, 광고대행+광고제작+온라인 37.0억원, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인 31.2억원, 광고대행+인쇄+온라인+기타, 광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타 30.0, 광고대행+온라인 24.4억원의 순으로 나타났다.

고객유지비율은 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타, 광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타, 광고대행+인쇄+온라인+기타 93.9%, 광고대행+광고제작+인쇄+기타 89.9%, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인 89.4%, 광고대행+광고제작+인쇄 89.1%, 광고대행+광고제작+기타 87.9% 광고대행+광고제작+온라인+기타, 광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄 87.6%, 광고대행+광고제작 87.3% 광고대행+인쇄 86.7%의 순으로 나타났다.

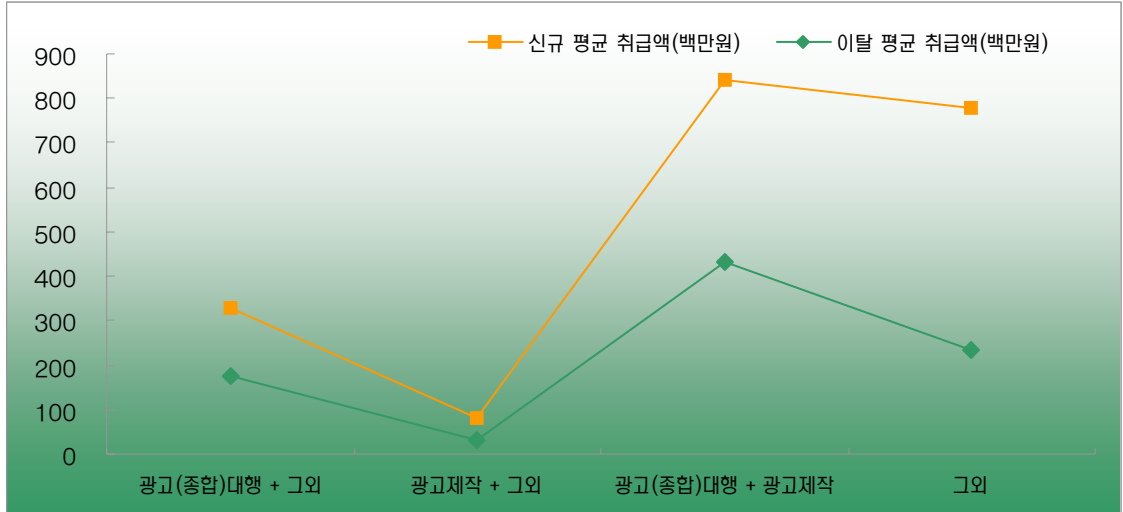
## 6.5. 사업체 업종 재분류

표 6-5 >> 사업체 업종 재분류별 고객유치실적 현황

		신규		이탈		평균기존 광고주 (개소)	고객유지비율 (%)
		평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)	평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)		
업종 재분류	광고(종합)대행 + 그외	9	327	42	176	34	68.2
	광고제작 + 그외	2	80	2	30	13	78.0
	광고(종합)대행 + 광고제작	4	841	3	431	26	87.3
	그외	20	778	17	232	98	77.9
전체		9	583	27	262	41	76.1

업종 재분류별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 그외 20개, 광고(종합)대행+그외 9개, 광고(종합)대행+광고제작 4개, 광고제작+그외 2개로 나타났고, 이 탈 평균 고객수는 광고(종합)대행+그외 42개, 그외 17개, 광고(종합)대행+광고제작 3개, 광고제작+그외 2개의 순으로 나타났다.

그림 6-5 >> 업종 재분류별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 광고(종합)대행+광고제작 8.4억원, 그외 7.8억원, 광고(종합)대행+그외 3.3억원, 광고제작+그외 0.8억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 광고(종합)대행+광고제작 4.3억원, 그 외 2.3억원, 광고(종합)대행+그외 1.8억원, 광고제작+그외 0.3억원 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 그 외 98개, 광고(종합)대행+그외가 34개, 광고(종합)대행+광고제작이 26개, 광고제작+그외 13개였고, 고객유지비율은 광고(종합)대행+광고제작 87.3%, 그 외 77.9%, 광고제작+그외 78.0%, 광고(종합)대행+그외 68.2%로 나타났다.

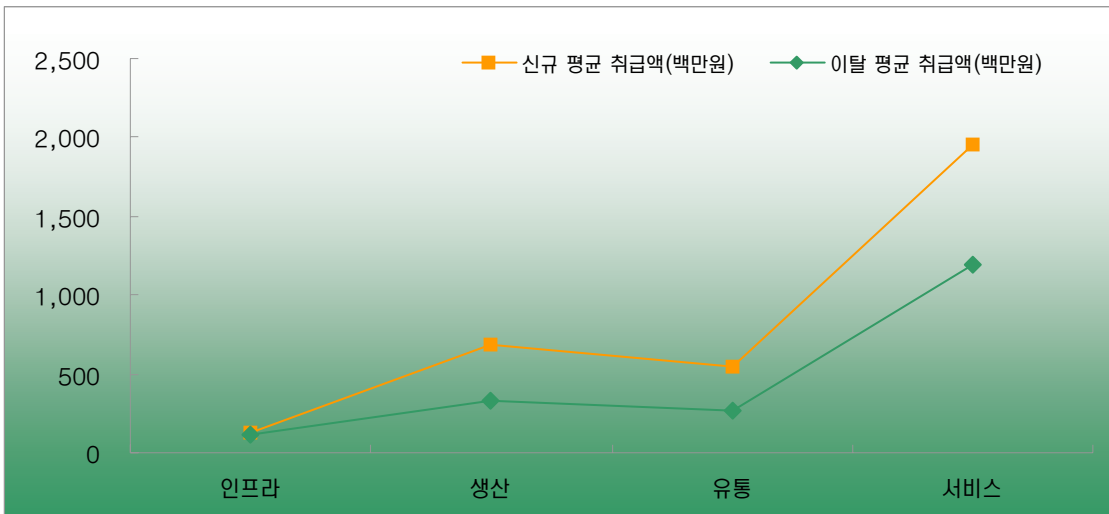
## 6.6. 가치사슬 분류

표 6-6 >> 가치사슬별 고객유치실적 현황

		신규		이탈		평균기존 광고주 (개소)	고객유지비율 (%)
		평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)	평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)		
가치사슬분류	인프라	7	123	5	115	29	83.8
	생산	6	679	5	327	32	83.2
	유통	7	549	29	271	31	75.8
	서비스	3	1,948	3	1,196	23	84.7
전체		9	583	27	262	41	76.1

가치사슬 분류별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 유통, 인프라 7개, 생산 6개, 서비스가 3개 순으로 나타났고, 이탈 평균 고객수는 유통 29개, 인프라와 생산이 5개, 서비스 3개 순으로 나타났다.

그림 6-6 >> 가치사슬별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 서비스 19.5억원, 생산 6.8억원, 유통 5.5억원, 인프라 1.2억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 서비스 12.1억원, 생산 3.3억원, 유통 2.7억원, 인프라 1.2억원 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 생산 32개, 유통 31개, 인프라 29개, 서비스 23개였고, 고객유지비율은 서비스 84.7%, 인프라 83.8%, 생산 83.2%, 유통 75.8%의 순으로 나타났다.

## 6.7. 고용현황 정보

표 6-7 >> 고용현황 정보별 고객유치실적 현황

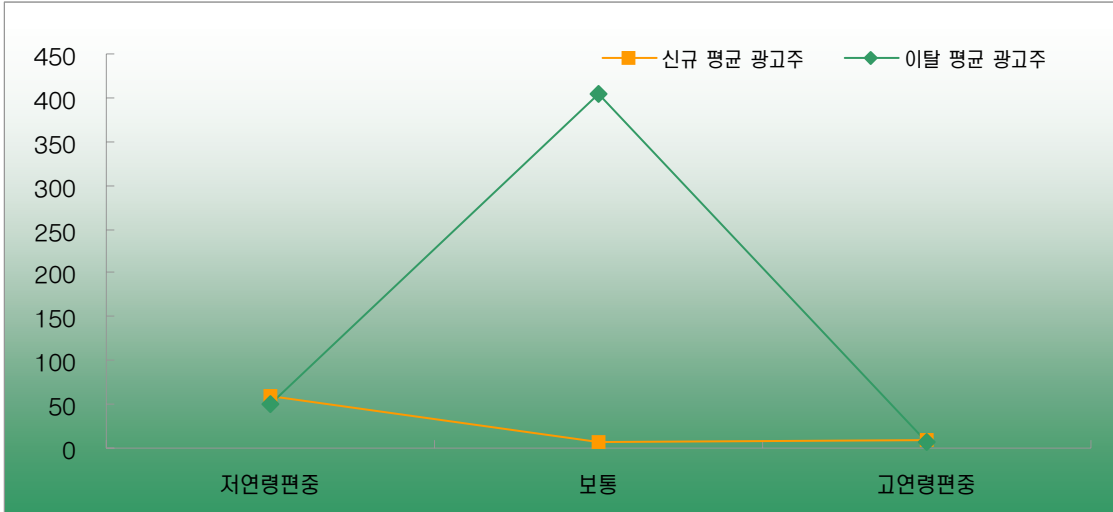
		신규		이탈		평균기존 광고주 (개소)	고객유지비율 (%)
		평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)	평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)		
형태별	비정규직편중	13	92	26	93	73	63.0
	보통	8	654	27	291	35	78.4
성별	여성편중	9	315	6	160	42	80.1
	보통	10	896	42	395	47	76.0
	남성편중	8	56	5	45	23	72.8
연령별	나이드층편중	8	396	7	234	34	76.5
	보통	6	5,541	404	857	99	66.0
	젊은층편중	59	300	50	50	300	83.3
학력별	저학력편중	7	10,033	3	2,591	34	87.5
	보통	4	560	1	280	16	93.0
	고학력편중	9	352	27	201	41	75.5
직급별	저직급편중	8	347	1	48	6	83.3
	보통	12	1,562	9	710	48	77.6
	고직급편중	8	263	34	124	38	75.4
전체		9	583	27	262	41	76.1

고용현황 직급별로 살펴보면, 보통 12개, 고직급편중, 저직급편중 8개 순이고, 이탈 평균 고객수는 고직급편중이 34개, 보통 9개, 저직급편중 1개로 나타났고, 신규 평균 취급액은 보통 15.6억원, 고직급편중 2.6억원, 저직급편중 3.5억원으로 나타났고, 이탈 평균 취급액은 보통 7.1억원, 고직급편중 1.2억원, 저직급편중 0.5억원 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 보통 48개, 고직급편중 38개, 저직급편중 6개 순이며, 고객유지비율은 저직급편중 83.3%, 보통 77.6%, 고직급편중 75.4%의 순으로 나타났다.

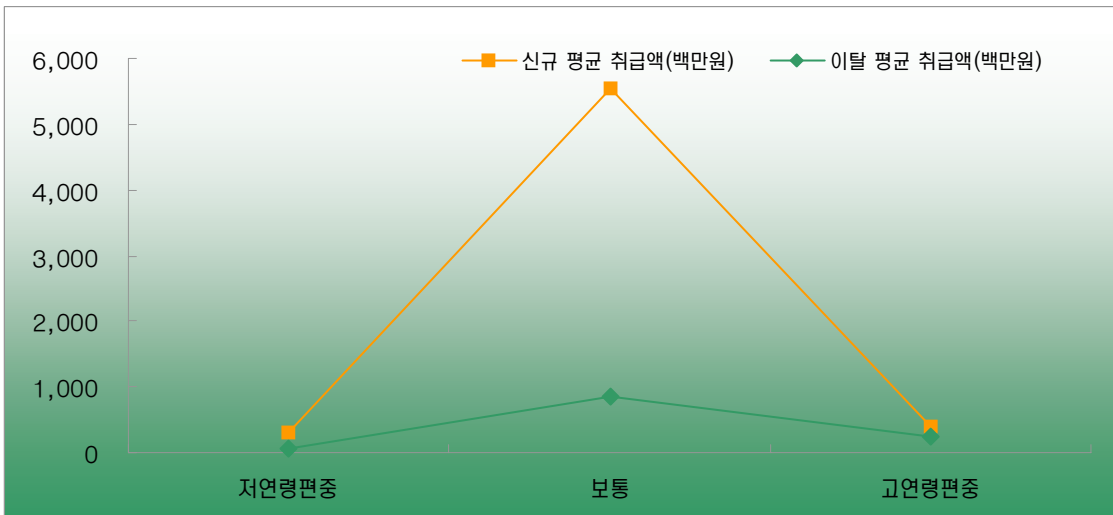


그림 6-7-1 » 연령수준별 신규 이탈 평균 광고주



고용현황 연령별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 젊은층편중 59개, 보통 6개, 나이든층편중 8개 순이고, 이탈 평균 고객수는 보통이 404개, 젊은층편중이 50개, 나이든층편중 7개 순으로 나타났다.

그림 6-7-2 » 연령수준별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 보통 55.4억원, 나이든층편중 4.0억원, 젊은층편중 3.0억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 보통 8.6억원, 나이든층편중 2.3억원, 젊은층편중 0.5억원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 젊은층편중 300개, 보통 99개, 나이든층편중 34개였고, 고객유지비율은 젊은층편중 83.3%, 나이든층편중 76.5%, 보통 66.0%의 순으로 나타났다.

## 6.8. 국내 및 외국계 광고주

표 6-8 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황

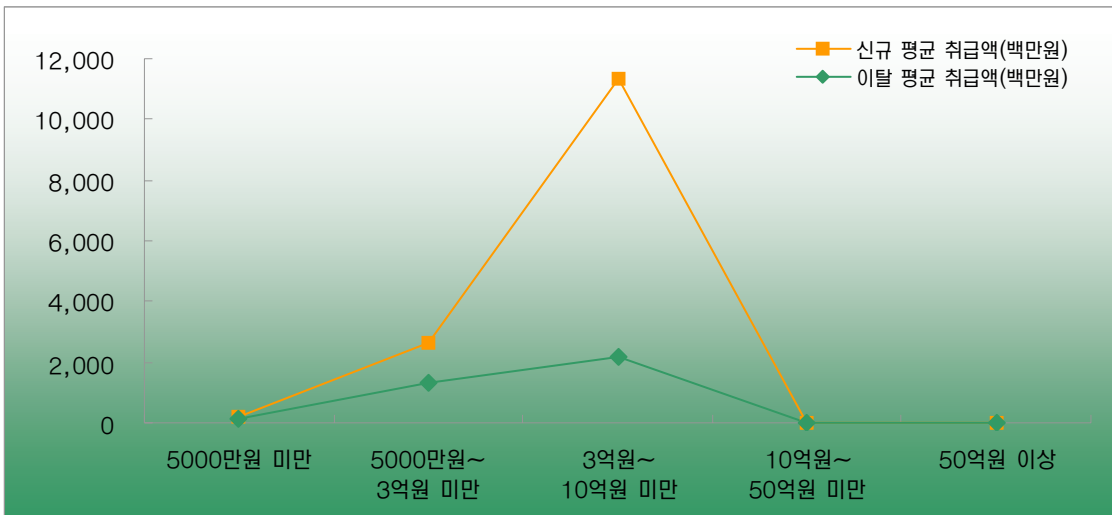
		신규		이탈		평균기존 광고주 (개소)	고객유지비율 (%)
		평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)	평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)		
전체광고주	5개미만	9	587	26	249	41	76.4
	5~9개	0	0	0	0	0	0.0
	10~19개	10	50	20	100	40	50
	20~49개	0	0	0	0	0	0.0
	50~99개	0	0	0	0	0	0.0
	100개이상	0	0	0	0	0	0.0
국내광고주	5개미만	6	466	6	292	16	71.7
	5~9개	2	259	2	152	6	55.8
	10~19개	3	384	3	141	12	79.3
	20~49개	6	348	13	328	34	76.8
	50~99개	19	1,503	13	369	51	77.8
	100개이상	45	1,522	169	282	185	86.2
외국광고주	5개 미만	9	587	26	249	41	76.4
	5~9개	0	0	0	0	0	0.0
	10~19개	10	50	20	100	40	50
	20~49개	0	0	0	0	0	0.0
전체취급액	5000만원미만	7	172	9	104	33	76.2
	5000만원~3억원미만	39	2,649	205	1,313	132	84.7
	3억원~10억원미만	4	11,333	5	2,196	17	66.9
	10억원~50억원미만	0	0	0	0	0	0.0
	50억원이상	0	0	0	0	0	0.0
국내취급액	5000만원미만	7	172	9	104	33	76.2
	5000만원~3억원미만	39	2,649	205	1,313	132	84.7
	3억원~10억원미만	4	11,333	5	2,196	17	66.9
	10억원~50억원미만	0	0	0	0	0	0.0
	50억원이상	0	0	0	0	0	0.0
해외취급액	5000만원미만	9	539	27	257	41	76.1
	5000만원~3억원미만	0	0	0	0	0	0.0
	3억원~10억원미만	6	13,283	2	1,536	11	81.8
	10억원이상~50억원미만	0	0	0	0	0	0.0
	50억원이상	0	0	0	0	0	0.0
전체		9	583	27	262	41	76.1

전체광고주 규모로 구분하여 살펴보면, 신규 평균 고객수는 광고주 10~19개인 10개, 5개 미만인 9개, 5~9개, 20~49개, 50~99개, 100개이상 0개 순으로 나타났고, 이탈 평균 고객수는 5개 미만 26개, 10~19개 20개, 5~9개, 20~49개, 50~99개 0개 순으로 나타났다.

신규 평균 취급액은 5개 미만 5.9억원, 10~19개 0.5억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 5개미만 2.5억원, 10~19개 1.0억원 순으로 나타났다.

평균 기준 고객수는 5개 미만 41개, 10~19개 40개였고, 고객유지비율은 5개 미만 76.4%, 10~19개 50.0%의 순으로 나타났다.

그림 6-8 >> 전체 취급액별 신규 이탈 평균 취급액



전체취급액별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 5000만원~3억원 미만 39개, 5000만원 미만 7개, 3억원~10억원 미만 4개 순이고, 이탈 평균 고객수는 5000만원~3억원 미만 205개, 5000만원 미만 9개, 3억원~10억원 미만 5개 순으로 나타났다.

신규 평균 취급액은 3억~10억원 미만 113.3억원, 5000만원~3억원 미만 26.5억원, 5000만원 미만 1.7억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 3억~10억원 미만 22.0억원, 5000만원~3억원 미만 13.1억원, 5000만원 미만 1.0억원 순으로 나타났다.

평균 기준 고객수는 5000만원~3억원 미만 132개, 5000만원 미만 33개, 3억원~10억원 미만 17개 순이었고, 고객유지비율은 5000만원~3억원 미만 84.7%, 5000만원 미만 76.2%, 3억원~10억원 미만 66.9%의 순으로 나타났다.

## 6.9. 고객유치실적

표 6-9 >> 고객유치실적별 고객유치실적 현황

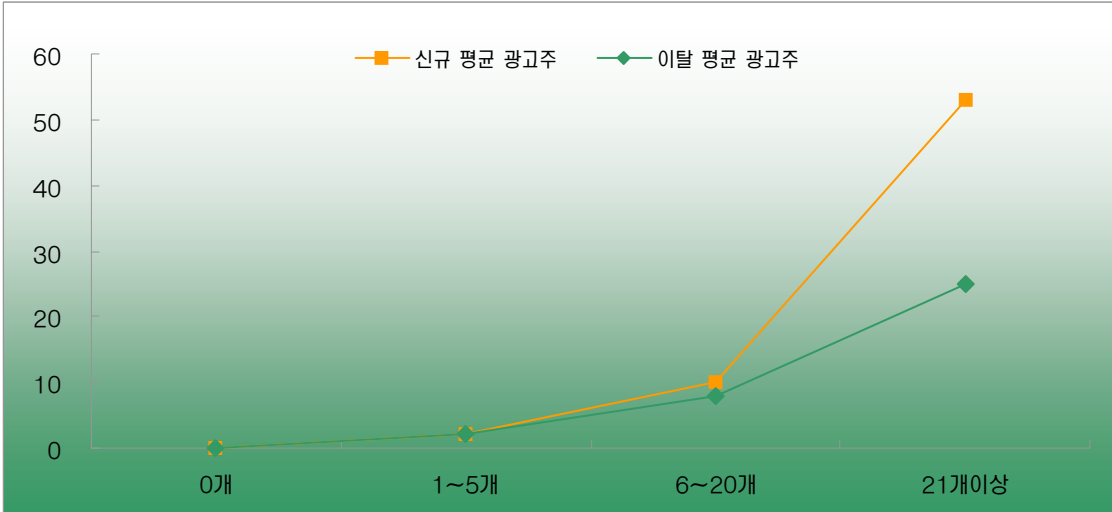
		신규		이탈		평균기준 광고주 (개소)	고객유치비율 (%)
		평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)	평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)		
신규 거래광고주	0개	0	0	0	0	0	0.0
	1~5개	2	192	2	146	23	79.3
	6~20개	10	2,133	8	782	31	71.6
	21개이상	53	1,349	25	235	150	72.6
이탈 거래광고주	0개	0	0	0	0	0	0.0
	1~5개	3	860	2	304	24	81.5
	6~20개	20	814	11	147	61	70.0
	21개이상	56	595	354	557	212	57.0
신규 취급액	5000만원미만	6	14	34	88	39	76.3
	5000만원~3억원미만	8	124	6	96	22	72.9
	3억원이상	21	2,434	12	1,055	66	78.8
이탈 취급액	5000만원미만	7	95	32	11	33	78.1
	5000만원~3억원미만	17	701	10	125	51	75.1
	3억원이상	15	2,892	39	1,436	56	69.3
전체		9	583	27	262	41	76.1

신규취급액별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 3억원 이상 21개, 5000만원~3억원 미만 8개, 5000만원 미만 6개 순이고, 이탈 평균 고객수는 5000만원 미만 34개, 3억원 이상 12개, 5000만원~3억원 미만 6개 순으로 나타났다.

신규 평균 취급액은 3억원 이상 24.3억원, 5000만원~3억원 미만 1.2억원, 5000만원 미만 0.1억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 3억원 이상 11.0억원, 5000만원~3억원 미만 1.0억원, 5000만원 미만 0.9억원 순으로 나타났다.

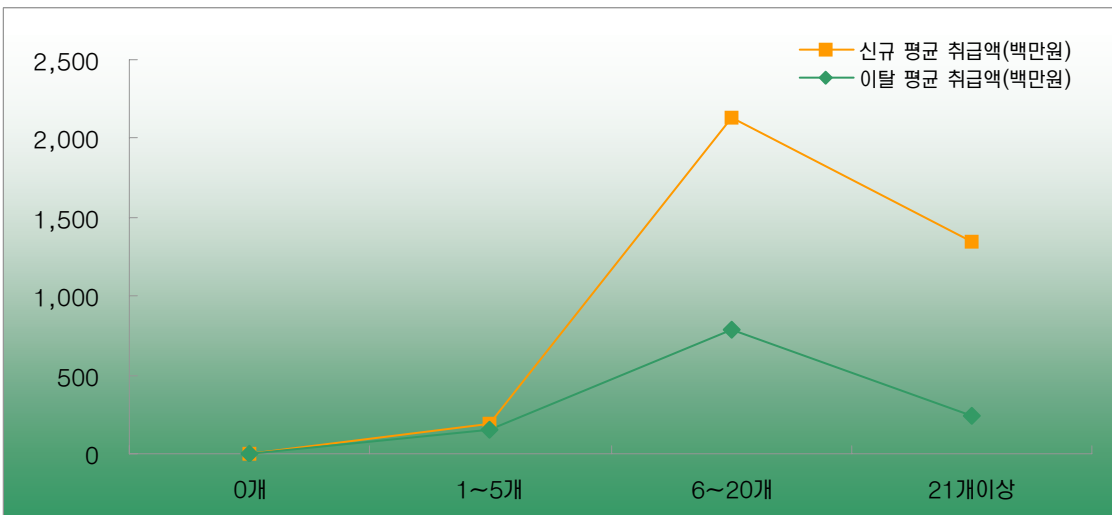
평균 기준 고객수는 3억원 이상 66개, 5000만원 미만 39개, 5000만원~3억원 미만 22개였고, 고객유치비율은 3억원 이상 78.8%, 5000만원 미만 76.3%, 5000만원~3억원 미만 72.9%의 순으로 나타났다.

그림 6-9-1 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 광고주



신규 거래광고주별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 21개 이상 53개, 6~20개 10개, 1~5개 2개로 나타났고, 이탈 평균 고객수는 21개 이상 25개, 6~20개 8개, 1~5개 2개로 나타났다.

그림 6-9-2 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 6~20개 21.3억원, 21개 이상 13.5억원, 1~5개 1.9억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 6~20개 7.8억원, 21개 이상 2.4억원, 1~5개 1.5억원 순으로 나타났고, 평균 기준 고객수는 21개 이상 150개, 6~20개 31개, 1~5개 23개 순으로 나타났다.

## 6.10. 광고경기 체감도

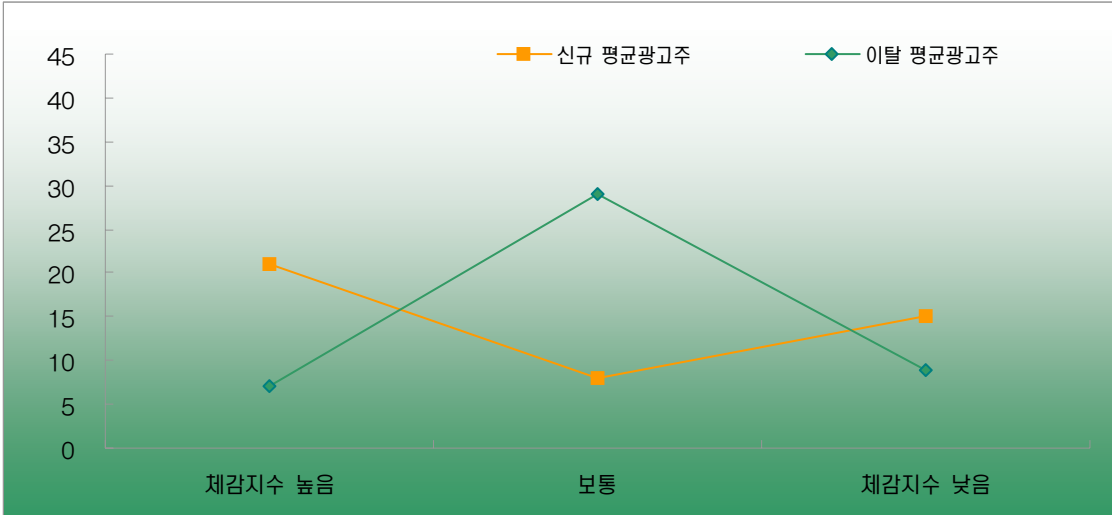
표 6-10 >> 광고경기 체감도별 고객유치실적 현황

		신규		이탈		평균기준 광고주 (개소)	고객유치비율 (%)
		평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)	평균광고주 (개소)	평균취급액 (백만원)		
2011년상반기	체감지수 높음	2	30	2	10	12	72.4
	보통	9	562	30	287	40	73.9
	체감지수 낮음	4	138	3	111	28	89.6
2011년하반기	체감지수 높음	34	4,463	9	117	91	80.2
	보통	9	603	31	297	40	73.1
	체감지수 낮음	4	98	3	89	30	90.4
2012년 예상	체감지수 높음	21	43	7	13	17	59.2
	보통	8	644	29	283	38	75.8
	체감지수 낮음	15	231	9	151	62	84.8
전체		9	583	27	262	41	76.1

2011년 상반기 체감도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 보통 9개, 체감지수 낮음 4개, 체감지수 높음 2개, 이탈 평균 고객수는 보통 30개, 체감지수 낮음 3개, 체감지수 높음 2개로 나타났고, 신규 평균 취급액은 보통이 5.6억원, 체감지수 낮음 1.4억원, 체감지수 높음 0.3억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 보통 2.9억원, 체감지수 낮음 1.1억원, 체감지수 높음 0.1억원 순으로 나타났다. 평균 기준 고객수는 보통 40개, 체감지수 낮음 28개, 체감지수 높음 12개였고, 고객유치비율은 체감지수 낮음 89.6%, 보통 73.9%, 체감지수 높음 72.4%의 순으로 나타났다.

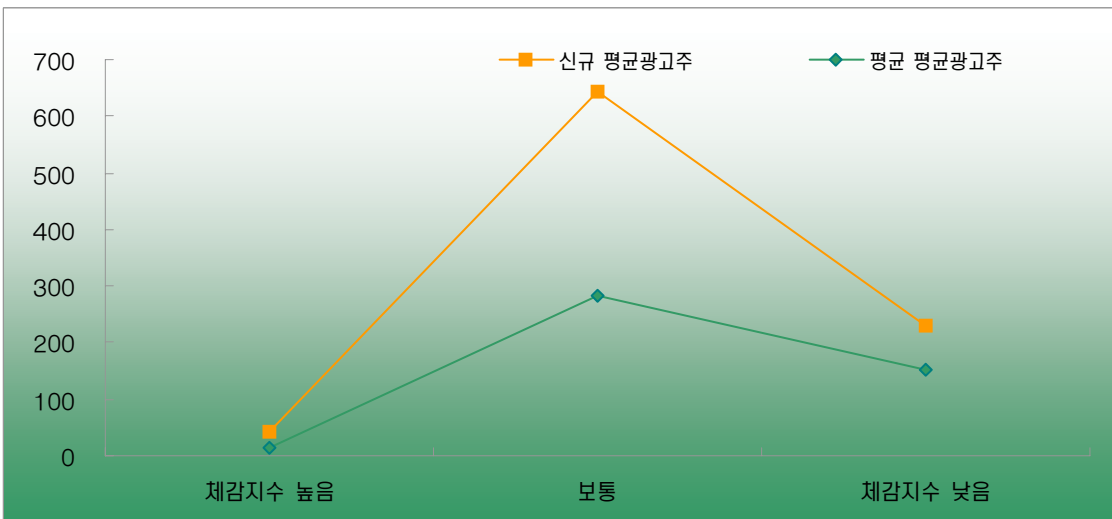
2011년 하반기 체감도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 체감지수 높음 34개, 보통 9개, 체감지수 낮음 4개, 이탈 평균 고객수는 보통 31개, 체감지수 높음 9개, 체감지수 낮음 3개로 나타났고, 신규 평균 취급액은 체감지수 높음 44.6억원, 보통 6.0억원, 체감지수 낮음 1.0억원 순이고, 이탈 평균 취급액도 보통 3.0억원, 체감지수 높음 1.2억원, 체감지수 낮음 0.9억원 순으로 나타났다. 평균 기준 고객수는 체감지수 높음 91개, 보통 40개, 체감지수 낮음 30개였고, 고객유치비율은 체감지수 낮음 90.4%, 체감지수 높음 80.2%, 보통 73.1%의 순으로 나타났다.

그림 6-10-1 >> 2012년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 광고주



2011년 예상 체감도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 체감지수 높음 21개, 체감지수 낮음 15개, 보통 8개 순이었고, 이탈 평균 고객수는 보통 29개, 체감지수 낮음이 9개, 체감지수 높음 7개 순으로 나타났다.

그림 6-10-2 >> 2012년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 보통 6.4억원, 체감지수 낮음 2.3억원, 체감지수 높음 0.4억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 보통 2.8억원, 체감지수 낮음 1.5억원, 체감지수 높음 0.1억원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 체감지수 낮음 62개, 보통 38개, 체감지수 높음 17개였고, 고객유지비율은 체감지수 낮음 84.8%, 보통 75.8%, 체감지수 높음 59.2%의 순으로 나타났다.

## 7. 광고경기 체감도

### 7.1. 사업체 정보

표 7-1-1 >> 사업체 정보별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도*			광고경기 전망지수**
		2011년 상반기	2011년 하반기	2012년 예상	
기업형태	개인사업체	60	60	62	106.5
	회사법인	59	61	64	110.0
	회사의 법인	55	51	57	108.6
본사유무	단독사업체	59	60	62	107.7
	공장, 지사, 영업소	56	59	61	104.5
	본사, 본점, 본부	65	68	71	108.0
벤처기업 지정여부	대상	62	66	70	110.1
	비대상	59	60	62	107.5
설립연도	1979년 이전	62	61	65	107.0
	1980-1989년	57	61	62	106.8
	1990-1994년	65	64	66	102.7
	1995-1999년	61	60	63	106.1
	2000-2004년	61	61	64	107.4
	2005년	56	55	57	105.7
	2006년	60	62	66	111.5
	2007년	55	59	63	116.4
	2008년	61	60	63	104.8
	2009년	54	56	60	110.8
2010년	51	52	52	106.9	
전체		59	60	62	107.6

\* 광고경기체감도는 100점을 만점으로 평가한 지수로 절대기준임.

\*\* 광고경기전망지수는 2011년 광고경기체감도의 취급액가중 평균치를 기준으로 한 2012년 예상 광고경기체감도로 100 초과이면 경기가 좋을 것으로 전망하고, 100 미만이면 경기가 나쁠 것으로 전망하고, 100이면 변함없을 것으로 전망한다는 것을 의미함.

광고회사 전체를 살펴보면, 광고경기체감도는 2011년 상반기 59점, 2011년 하반기 60점, 2012년 예상은 62점으로 나타났고, 광고경기 전망지수는 107.6으로 나타났다.

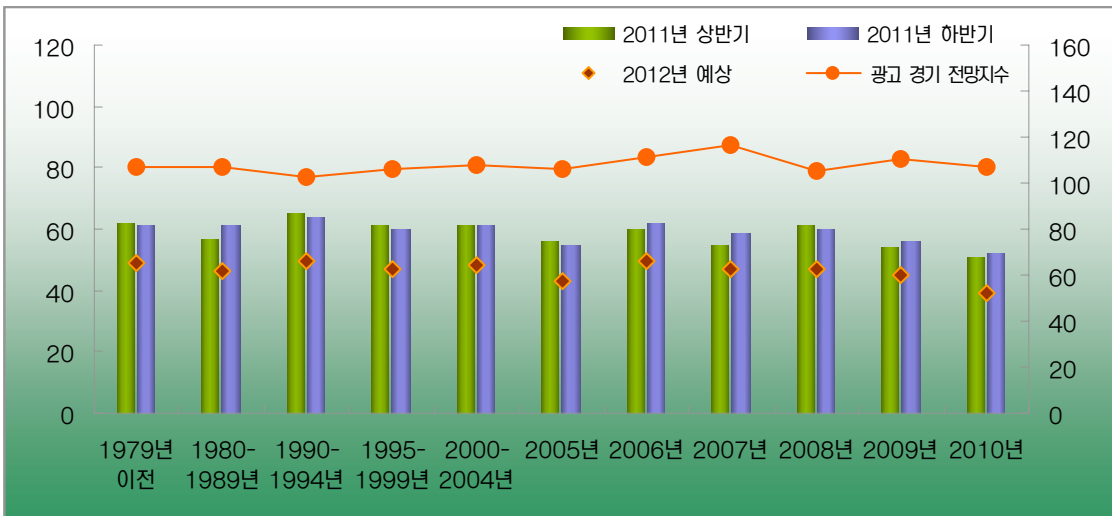
광고경기체감도를 살펴보면, 기업형태의 회사법인은 2011년 상반기 59점, 2011년 하반기 61점, 2012년 예상 64점으로 나타났다. 본사유무의 본사, 본점, 본부는 2011년 상반기 65점, 2011년 하반기 68점, 2012년 예상 71점, 공장, 지사, 영업소는 2011년 상반기 56점, 2011년 하반기 59점, 2012년 예상 61점으로 나타났다. 벤처기업 지정여부의 경우 벤처 대상은 2011년 상반기 62점, 2011년 하반기는 66점이었고 2012년 예상은 70점으로 나타났다.



설립연도의 경우 2009년은 2011년 상반기는 54점, 2011년 하반기는 56점, 2012년 예상 60점으로 나타났다.

광고경기 전망지수는 기업형태의 경우 회사법인 110.0, 회사의 법인 108.6으로 나타났고, 본사유무의 경우 본사, 본점, 본부 108.0, 벤처기업 대상은 110.1이었으며, 설립연도의 경우 2009년 110.8, 2006년 111.5, 2007년 116.4로 전체 평균보다 높았다.

그림 7-1-1 >> 설립연도별 광고경기 체감도



설립연도별로 구체적으로 살펴보면, 2011년 상반기의 경우 1990~1994년 65점으로 주로 일찍 설립된 회사에서 2011년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2011년 하반기의 경우에도 1990~1994년 이전에 설립된 회사에서 64점으로 높게 평가하는 반면, 2005년 설립 회사는 55점, 2010년 설립회사는 52점으로 체감도가 낮게 나타났다.

2012년 예상의 경우에는 1990~1994년, 2006년이 각각 66점, 2000~2004년 설립회사 64점으로 나타난 것에 비해, 2005년 57점, 2010년 설립회사는 52점으로 나타났다.

표 7-1-2 >> 사업체 정보별 광고경기 체감 증감

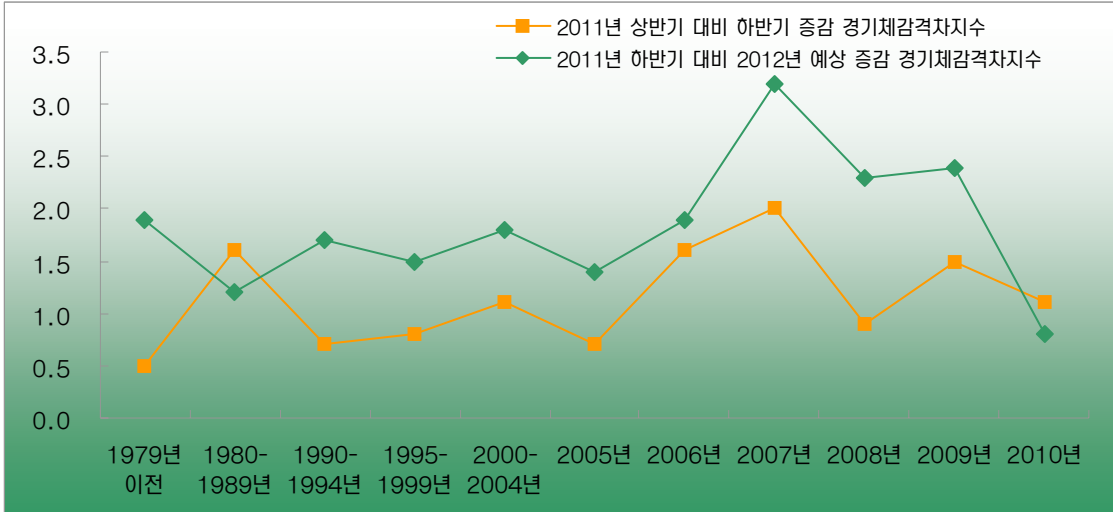
		2011년 상반기 대비 하반기 증감				2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감			
		감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수	감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수
기업형태	개인사업체	786	1,756	707	0.9	594	1,778	877	1.5
	회사법인	279	862	362	1.3	227	809	468	2.1
	회사외 법인	3	11	0	0.0	3	0	11	4
본사유무	단독사업체	1,039	2,549	1,037	1.0	791	2,521	1,313	1.7
	공장,지사,영업소	7	51	14	1.9	11	37	25	2.3
	본사,본점,본부	15	22	16	1.1	16	22	15	0.9
벤처기업 지정여부	대상	27	64	60	2.2	26	73	52	2.0
	비대상	1,040	2,553	1,004	1.0	798	2,499	1,301	1.6
설립연도	1979년 이전	21	26	11	0.5	11	28	20	1.9
	1980-1989년	43	139	70	1.6	49	144	59	1.2
	1990-1994년	95	198	62	0.7	61	190	104	1.7
	1995-1999년	177	385	137	0.8	136	360	202	1.5
	2000-2004년	257	653	286	1.1	180	687	329	1.8
	2005년	57	130	42	0.7	51	105	73	1.4
	2006년	48	166	77	1.6	45	160	85	1.9
	2007년	50	149	99	2.0	36	146	116	3.2
	2008년	57	167	51	0.9	37	155	85	2.3
	2009년	53	124	80	1.5	37	130	89	2.4
2010년	27	64	30	1.1	37	54	30	0.8	
전체		1,067	2,874	1,070	1.0	824	2,831	1,356	1.6

광고회사 전체를 살펴보면, 2011년 상반기 대비 2011년 하반기 증감의 경기체감 격차지수는 1.0이고, 2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감 격차지수는 1.6으로 나타났다.

2011년 상반기 대비 2011년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 벤처기업지정여부에서 대상이 2.2, 설립연도의 경우 2007년 2.0, 1980~1989년, 2006년 1.6, 2009년 1.5 2000~2004년, 2010년 1.1로 나타나 광고 회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 기업형태에서 회사외 법인 4.0, 회사 법인 2.1, 설립연도의 경우 2007년 3.2, 2009년 2.4, 2008년 2.3, 1979년 이전, 2006년 1.9, 2000~2004년 1.8, 1990~1994년 1.7 로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-1-2 >> 설립연도별 경기체감 격차지수



설립연도별로 구체적으로 살펴보면, 2011년 상반기 대비 2011년 하반기 증감의 경기체감 격차지수는 2007년 2.0, 1980~1989년 1.6, 2009년 1.5, 2000~2004년, 2010년 1.1, 2008년 0.9, 1995~1999년 0.8, 1990~1994년, 2005년 0.7 1979년 이전 0.5,로 2007년 설립회사의 경기체감 격차지수가 가장 높게 나타났다. 2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감 격차지수는 2007년 3.2, 2009년 2.4, 2008년 2.3, 1979년 이전, 2006년 1.9, 2000~2004년 1.8, 1990~1994년 1.7, 1995~1999년 1.5, 2005년 1.4로 2007년 설립 회사의 경기체감 격차 지수가 가장 높게 나타났다.

## 7.2. 지역

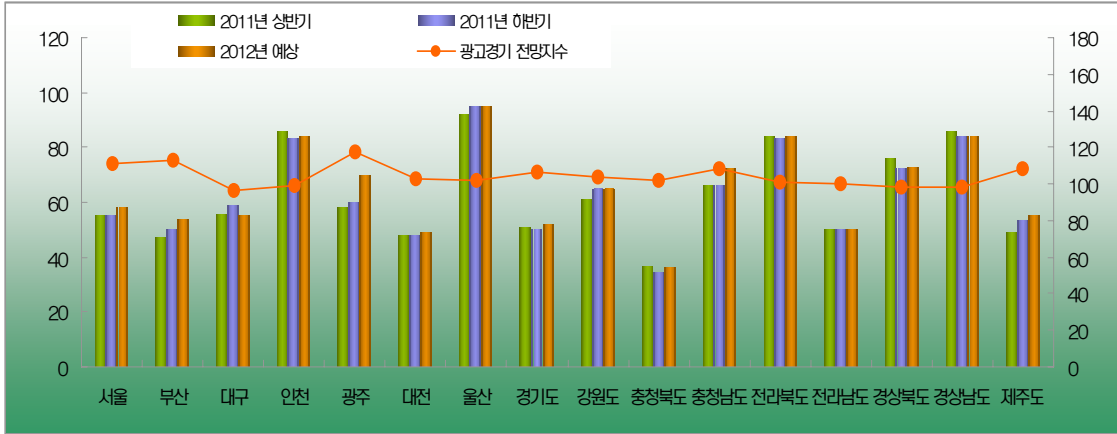
표 7-2-1 >> 지역별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2011년 상반기	2011년 하반기	2012년 예상	
지역	서울	55	55	58	110.8
	부산	47	50	54	113.1
	대구	56	59	55	96.3
	인천	86	83	84	99.4
	광주	58	60	70	117.3
	대전	48	48	49	103.3
	울산	92	95	95	102.3
	경기도	51	50	52	106.4
	강원도	61	65	65	104.0
	충청북도	37	34	36	101.6
	충청남도	66	66	72	108.8
	전라북도	84	83	84	100.7
	전라남도	50	50	50	100.0
	경상북도	76	72	73	98.7
	경상남도	86	84	84	98.6
	제주도	49	53	55	108.1
전체		59	60	62	107.6

광고경기 체감도를 살펴보면, 울산은 2011년 상반기 92점, 2011년 하반기 95점, 2012년 예상 95점, 경상남도는 2011년 상반기 86점, 2011년 하반기 84점, 2012년 예상 84점, 인천은 2011년 상반기 86점, 2011년 하반기 83점, 2012년 예상 84점, 전라북도는 2011년 상반기 84점, 2011년 하반기 83점, 2012년 예상 84점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기 체감도 보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 광주 117.3, 부산 113.1, 서울 110.8, 충청남도 108.8, 제주도 108.1로 광고회사 전체 평균 광고경기 전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-2 >> 지역별 광고경기 체감도



지역별로 구체적으로 살펴보면, 2011년 상반기의 경우, 울산 92점, 인천, 경상남도 86점, 전라북도 84점, 경상북도 76점, 충청남도 66점, 강원도 61점, 광주 58점, 대구 56점으로 울산지역의 회사가 2011년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2011년 하반기의 경우, 울산 95점, 경상남도 84점, 인천, 전라북도 83점, 경상북도 72점, 충청남도 66점, 강원도 65점, 광주 60점, 대구 59점, 서울 55점, 제주도 53점으로 울산 지역의 회사가 2011년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2012년 예상의 경우, 울산 95점, 인천, 전라북도, 경상남도 84점, 경상북도 73점, 충청남도 72점, 광주 70점, 강원도 65점, 서울 58점, 대구, 제주도 55점으로 울산 지역의 회사가 2012년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

표 7-2-2 >> 지역별 광고경기 체감 증감

		2011년 상반기 대비 하반기 증감				2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감			
		감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수	감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수
지역	서울	492	1,521	528	1.1	452	1,364	726	1.6
	부산	38	104	63	1.7	30	93	82	2.7
	대구	41	163	113	2.8	107	185	25	0.2
	인천	169	306	16	0.1	57	355	79	1.4
	광주	55	138	118	2.2	26	110	175	6.8
	대전	18	65	21	1.1	10	72	22	2.2
	울산	5	29	34	6.2	0	59	9	0.0
	경기도	108	317	76	0.7	73	289	138	1.9
	강원도	22	33	32	1.4	27	35	26	1.0
	충청북도	9	20	0	0.0	0	23	7	0.0
	충청남도	8	9	15	1.9	3	11	17	6.3
	전라북도	44	46	33	0.7	8	105	10	1.2
	전라남도	0	11	0	0.0	0	11	0	0.0
	경상북도	24	14	7	0.3	3	35	7	2.0
	경상남도	30	78	7	0.2	25	66	24	0.9
	제주도	4	20	7	1.8	3	18	9	2.7
전체		1,067	2,874	1,070	1.0	824	2,831	1,356	1.6

2011년 상반기 대비 2011년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 울산 6.2, 대구 2.8, 광주 2.2, 충청남도 1.9, 제주도 1.8, 부산 1.7, 강원도 1.4, 서울, 대전 1.1로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 광주 6.8, 충청남도 6.3, 부산, 제주도 2.7, 대전 2.2, 경상북도 2.0, 경기도 1.9로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

### 7.3. 종사자 규모 및 취급액 규모

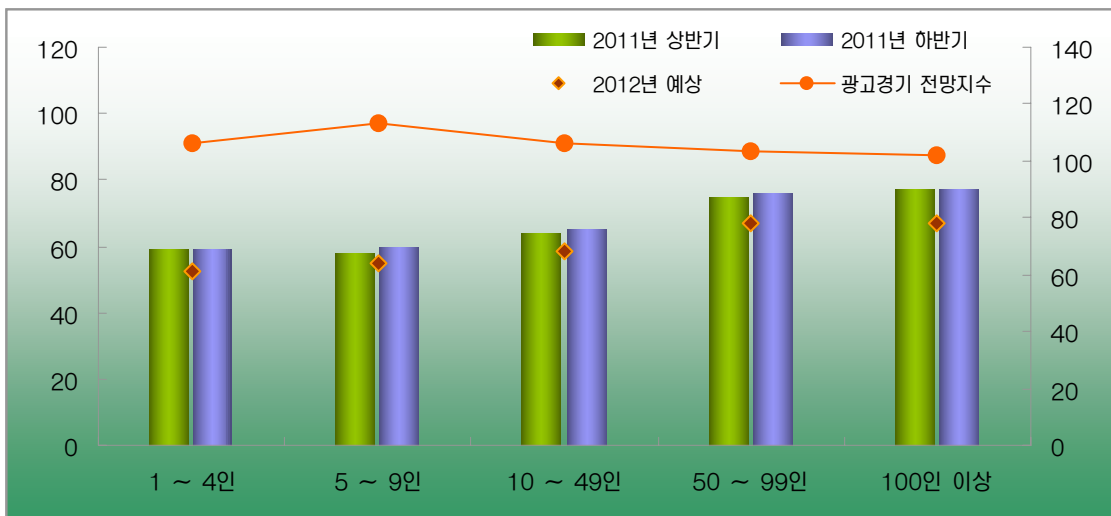
표 7-3-1 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2011년 상반기	2011년 하반기	2012년 예상	
종사자규모	1 ~ 4인	59	59	61	106.4
	5 ~ 9인	58	60	64	113.5
	10 ~ 49인	64	65	68	106.5
	50 ~ 99인	75	76	78	103.5
	100인 이상	77	77	78	101.8
취급액 규모	1억원미만	61	60	62	104.3
	1~10억원미만	56	58	61	110.7
	10~100억원미만	61	63	66	109.3
	100억원이상	73	72	73	102.3
전체		59	60	62	107.6

광고경기체감도를 살펴보면, 종사자규모는 10~49인이 2011년 상반기 64점, 2011년 하반기 65점, 2012년 예상 68점, 50~99인이 2011년 상반기 75점, 2011년 하반기 76점, 2012년 예상 78점, 100인 이상 2011년 상반기 77점, 2011년 하반기 77점, 2012년 예상 78점, 취급액규모는 10~100억원 미만이 2011년 상반기 61점, 2011년 하반기 63점, 2012년 예상 66점, 100억원 이상이 2011년 상반기 73점, 2011년 하반기 72점, 2012년 예상 73점으로 나타나 광고회사 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 종사자규모는 5~9인 113.5, 취급액규모는 1~10억원미만 110.7, 10~100억원 미만 109.3으로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-3 >> 종사자 규모별 광고경기 체감도



종사자규모별로 구체적으로 살펴보면, 2011년 상반기의 경우, 1~4인 59점, 10~49인 64점, 50~99인 75점, 100인이상 77점으로 100인이상 종사자 규모인 회사가 2011년 상반기 광고경기체감도를 가장 높게 평가하였다.

2011년 하반기의 경우, 10~49인 65점, 50~99인 76점, 100인이상 77점으로 100인이상 종사자 규모인 회사가 2011년 하반기 광고경기체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2012년 예상의 경우에는, 5~9인 64점, 10~49인 68점, 50~99인 78점, 100인이상, 78점으로 50~99인과 100인이상의 종사자 규모인 회사가 2012년 예상 광고경기체감도를 가장 높게 평가 하였다.

표 7-3-2 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감

		2011년 상반기 대비 하반기 증감				2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감			
		감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수	감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수
종사자규모	1 ~ 4인	756	1880	649	0.9	577	1813	896	1.6
	5 ~ 9인	167	563	255	1.5	133	582	270	2.0
	10 ~ 49인	133	375	152	1.1	98	393	170	1.7
	50 ~ 99인	8	34	10	1.3	8	34	10	1.3
	100인이상	3	22	4	1.0	8	9	10	1.2
취급액 규모	1억원미만	506	1167	372	0.7	364	1166	515	1.4
	1~10억원미만	390	1176	489	1.3	328	1144	582	1.8
	10~100억원미만	148	441	179	1.2	107	437	224	2.1
	100억원이상	23	90	30	1.3	25	84	35	1.5
전체		1067	2874	1070	1.0	824	2831	1356	1.6

2011년 상반기 대비 2011년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 종사자규모는 5~9인 1.5, 50~99인 1.3, 10~49인 1.1이고, 취급액 규모는 1~10억원 미만, 100억 이상 1.3, 10~100억원 미만 1.2로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 종사자규모는 5~9인 2.0, 10~49인 1.7이고, 취급액 규모는 10~100억원 미만 2.1, 1~10억원 미만 1.8로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.



## 7.4. 사업체 업종 분류

표 7-4-1 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감도

	평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
	2011년 상반기	2011년 하반기	2012년 예상	
광고대행	58	59	63	109.9
광고대행+기타	64	66	69	109.1
광고대행+온라인	65	66	71	112.3
광고대행+인쇄	59	61	65	114.4
광고대행+인쇄+기타	64	66	69	112.9
광고대행+인쇄+온라인	61	64	69	114.8
광고대행+인쇄+온라인+기타	63	63	68	114.1
광고대행+서비스	68	69	70	104.2
광고대행+서비스+기타	70	71	73	104.9
광고대행+서비스+인쇄+기타	71	72	75	107.3
광고대행+광고제작	66	68	73	110.8
광고대행+광고제작+기타	70	72	75	110.9
광고대행+광고제작+온라인	71	72	73	105.5
광고대행+광고제작+온라인+기타	71	71	74	109.2
광고대행+광고제작+인쇄	65	66	71	114.1
광고대행+광고제작+인쇄+기타	67	68	72	113.9
광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타	63	63	68	114.1
광고대행+광고제작+서비스	70	71	74	105.7
광고대행+광고제작+서비스+온라인	74	75	76	103.5
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	77	76	76	101.3
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	73	73	77	105.2
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	68	68	72	107.6
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인	70	70	73	105.8
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	69	69	71	105.2
광고제작	68	68	71	109.7
광고제작+기타	75	74	76	106.1
광고제작+온라인+기타	71	71	74	109.2
광고제작+인쇄	71	70	74	110.1
광고제작+인쇄+온라인	62	64	68	113.1
광고제작+인쇄+기타	72	69	72	107.1
광고제작+인쇄+온라인+기타	63	63	68	114.1
광고제작+서비스+인쇄+기타	71	64	68	108.9
광고제작+서비스+인쇄+온라인	69	69	71	105.2
서비스	64	65	68	107.1
서비스+기타	66	66	69	110.1
서비스+온라인	72	71	72	100.8
서비스+온라인+기타	73	73	74	101.0
서비스+인쇄	65	62	66	107.6
서비스+인쇄+기타	67	64	67	110.1
인쇄	60	61	63	108.4
인쇄+기타	59	59	63	108.5
온라인	63	65	68	108.8
온라인+기타	59	59	63	109.5
기타	59	60	62	106.2
전체	59	60	62	107.6

광고경기 체감도를 살펴보면, 광고대행은 2011년 상반기 58점, 2011년 하반기 59점, 2012년 예상 63점, 광고대행+인쇄는 2011년 상반기 59점, 2011년 하반기 61점, 2012년 예상 65점, 기타는 2011년 상반기 59점, 2011년 하반기 60점, 2012년 예상 62점, 온라인+기타, 인쇄+기타는 2011년 상반기 59점, 2011년 하반기 59점, 2012년 예상 63점, 인쇄는 2011년 상반기 60점, 2011년 하반기 61점, 2012년 예상 63점, 광고대행+인쇄+온라인은 2011년 상반기 61점, 2011년 하반기 64점, 2012년 예상 69점, 광고제작+인쇄+온라인은 2011년 상반기 62점, 2011년 하반기 64점, 2012년 예상 68점, 온라인은 2011년 상반기 63점, 2011년 하반기 65점, 2012년 예상 68점, 광고제작+인쇄+온라인+기타 2011년 상반기 63점, 2011년 하반기 63점, 2012년 예상 68점, 광고대행+기타 2011년 상반기 64점, 2011년 하반기 66점, 2012년 예상 69점, 광고대행+인쇄+온라인 2011년 상반기 64점, 2011년 하반기 66점, 2012년 예상 69점, 광고대행+광고제작+인쇄 2011년 상반기 65점, 2011년 하반기 66점, 2012년 예상 71점, 서비스+인쇄 2011년 상반기 65점, 2011년 하반기 62점, 2012년 예상 66점, 광고대행+광고제작 2011년 상반기 66점, 2011년 하반기 68점, 2012년 예상 73점, 서비스+기타 2011년 상반기 66점, 2011년 하반기 66점, 2012년 예상 69점, 광고대행+광고제작+인쇄+기타 2011년 상반기 67점, 2011년 하반기 68점, 2012년 예상 72점, 서비스+인쇄+기타 2011년 상반기 67점, 2011년 하반기 64점, 2012년 예상 67점, 광고대행+서비스 2011년 상반기 68점, 2011년 하반기 69점, 2012년 예상 70점, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타 2011년 상반기 68점, 2011년 하반기 68점, 2012년 예상 72점, 광고제작 2011년 상반기 68점, 2011년 하반기 68점, 2012년 예상 71점, 광고제작+서비스+인쇄+온라인 2011년 상반기 69점, 2011년 하반기 69점, 2012년 예상 71점, 광고대행+광고제작+기타 2011년 상반기 70점, 2011년 하반기 72점, 2012년 예상 75점, 광고대행+광고제작+서비스 2011년 상반기 70점, 2011년 하반기 71점, 2012년 예상 74점, 광고대행+서비스+기타 2011년 상반기 70점, 2011년 하반기 71점, 2012년 예상 73점, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인 2011년 상반기 70점, 2011년 하반기 70점, 2012년 예상 73점, 광고대행+서비스+인쇄+기타 2011년 상반기 71점, 2011년 하반기 72점, 2012년 예상 75점, 광고대행+광고제작+온라인 2011년 상반기 71점, 2011년 하반기 72점, 2012년 예상 73점, 광고대행+광고제작+온라인+기타, 광고제작+온라인+기타 2011년 상반기 71점, 2011년 하반기 71점, 2012년 예상 74점, 광고제작+인쇄 2011년 상반기 71점, 2011년 하반기 70점, 2012년 예상 74점, 광고제작+서비스+인쇄+기타 2011년 상반기 71점, 2011년 하반기 64점, 2012년 예상 68점, 서비스+온라인 2011년 상반기 72점, 2011년 하반기 71점, 2012년 예상 72점, 광고제작+인쇄+기타 2011년 상반기 72점, 2011년 하반기 69점, 2012년 예상 72점, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄 2011년 상반기 73점, 2011년 하반기 73점, 2012년 예상 77점, 서비스+온라인+기타 2011년 상반기 73점, 2011년 하반기 73점, 2012년 예상 74점, 광고대행+광고제작+서비스+온라인 2011년 상반기 74점, 2011년 하반기 75점, 2012년 예상 76점, 광고제작+기타 2011년 상반기 75점, 2011년 하반기 74점, 2012년 예상 76점, 광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타 2011년 상반기 77점, 2011년 하반기 76점, 2012년 예상 76점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기체감보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 광고대행+인쇄+온라인 114.8, 광고대행+인쇄 114.4, 광고대행+인쇄+온라인+기타, 광고대행+광고제작+인쇄, 광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타, 광고제작+인쇄+온라인+기타 114.1, 광고대행+광고제작+인쇄+기타 113.9, 광고제작+인쇄+온라인 113.1, 광고대행+인쇄+기타 112.9, 광고대행+온라인 112.3, 광고대행+광고제작+기타 110.9, 광고대행+광고제작 110.8, 광고제작+인쇄, 서비스+기타, 서비스+인쇄+기타 110.1, 광고대행 109.9, 광고제작 109.7, 온라인+기타 109.5, 광고대행+광고제작+온라인+기타 109.2 로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기 전망지수보다 높게 나타났다.

표 7-4-2 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감 증감

업종	2011년 상반기 대비 하반기 증감				2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감			
	감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수	감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수
광고대행	210	1,018	310	1.5	184	981	374	2.0
광고대행+기타	39	276	90	2.3	41	259	105	2.6
광고대행+온라인	22	161	25	1.1	11	157	39	3.5
광고대행+인쇄	34	258	77	2.3	44	248	77	1.8
광고대행+인쇄+기타	4	174	37	9.3	17	164	34	2.0
광고대행+인쇄+온라인	3	84	6	2.0	0	84	9	0.0
광고대행+인쇄+온라인+기타	2	83	3	1.5	0	80	7	0.0
광고대행+서비스	25	237	28	1.1	18	250	23	1.3
광고대행+서비스+기타	7	74	15	2.1	2	82	11	5.5
광고대행+서비스+인쇄+기타	1	48	4	4.0	0	48	5	0.0
광고대행+광고제작	41	357	80	2.0	32	357	89	2.8
광고대행+광고제작+기타	6	133	43	7.2	8	136	38	4.8
광고대행+광고제작+온라인	11	101	8	0.7	9	99	12	1.3
광고대행+광고제작+온라인+기타	3	65	3	1.0	2	62	7	3.5
광고대행+광고제작+인쇄	14	121	23	1.6	6	114	37	6.2
광고대행+광고제작+인쇄+기타	2	100	14	7.0	3	93	20	6.7
광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타	2	57	3	1.5	0	54	7	0.0
광고대행+광고제작+서비스	17	220	20	1.2	12	227	18	1.5
광고대행+광고제작+서비스+온라인	9	98	16	1.8	8	103	12	1.5
광고대행+광고제작+서비스+온라인+기타	9	87	6	0.7	8	85	9	1.1
광고대행+광고제작+서비스+인쇄	7	64	4	0.6	5	63	7	1.4
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	6	55	4	0.7	3	55	7	2.3
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인	2	49	4	2.0	0	49	6	0.0
광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타	2	47	3	1.5	0	47	5	0.0
광고제작	227	702	197	0.9	118	715	294	2.5
광고제작+기타	60	226	66	1.1	23	245	83	3.6
광고제작+온라인+기타	3	65	3	1.0	2	62	7	3.5
광고제작+인쇄	111	293	69	0.6	56	293	123	2.2
광고제작+인쇄+온라인	3	58	5	1.7	0	58	8	0.0
광고제작+인쇄+기타	31	138	25	0.8	15	143	37	2.5
광고제작+인쇄+온라인+기타	2	57	3	1.5	0	54	7	0.0
광고제작+서비스+인쇄+기타	4	48	9	2.3	0	54	7	0.0
광고제작+서비스+인쇄+온라인	2	47	3	1.5	0	47	5	0.0
서비스	60	317	97	1.6	37	357	79	2.1
서비스+기타	12	83	29	2.4	5	95	25	5.0
서비스+온라인	12	93	6	0.5	8	93	10	1.3
서비스+온라인+기타	4	56	3	0.8	2	57	4	2.0
서비스+인쇄	14	56	14	1.0	6	69	9	1.5
서비스+인쇄+기타	4	48	12	3.0	3	54	7	2.3
인쇄	529	1,344	480	0.9	427	1,292	633	1.5
인쇄+기타	165	644	210	1.3	157	551	310	2.0
온라인	58	244	72	1.2	47	226	101	2.1
온라인+기타	5	107	5	1.0	2	102	13	6.5
기타	444	1,265	461	1.0	355	1,191	623	1.8
전체	1,067	2,874	1,070	1.0	824	2,831	1,356	1.6

2011년 상반기 대비 2011년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 광고대행+인쇄+기타 9.3, 광고대행+광고제작+기타 7.2, 광고대행+광고제작+인쇄+기타 7.0, 광고대행+서비스+인쇄+기타 4.0, 서비스+인쇄+기타 3.0, 서비스+기타 2.4, 광고대행+기타, 광고대행+인쇄 2.3, 광고대행+서비스+기타 2.1, 광고대행+인쇄+온라인, 광고대행+광고제작, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인 2.0, 광고대행+광고제작+서비스+온라인 1.8, 광고제작+인쇄+온라인 1.7, 광고대행+광고제작+인쇄 1.6, 광고대행, 광고대행+인쇄+온라인+기타, 광고대행+광고제작+인쇄+온라인+기타, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+온라인+기타, 광고제작+서비스+인쇄+온라인 1.5로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 광고대행+광고제작+인쇄+기타 6.7, 온라인+기타 6.5, 광고대행+광고제작+인쇄 6.2, 광고대행+서비스+기타 5.5, 서비스+기타 5.0, 광고대행+광고제작+기타 4.8, 광고제작+기타 3.6, 광고대행+온라인, 광고대행+광고제작+온라인+기타, 광고제작+온라인+기타 3.5, 광고대행+광고제작 2.8, 광고대행+기타 2.6, 광고제작, 광고제작+인쇄+기타 2.5, 광고대행+광고제작+서비스+인쇄+기타, 서비스+인쇄+기타 2.3로 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

## 7.5. 사업체 업종 재분류

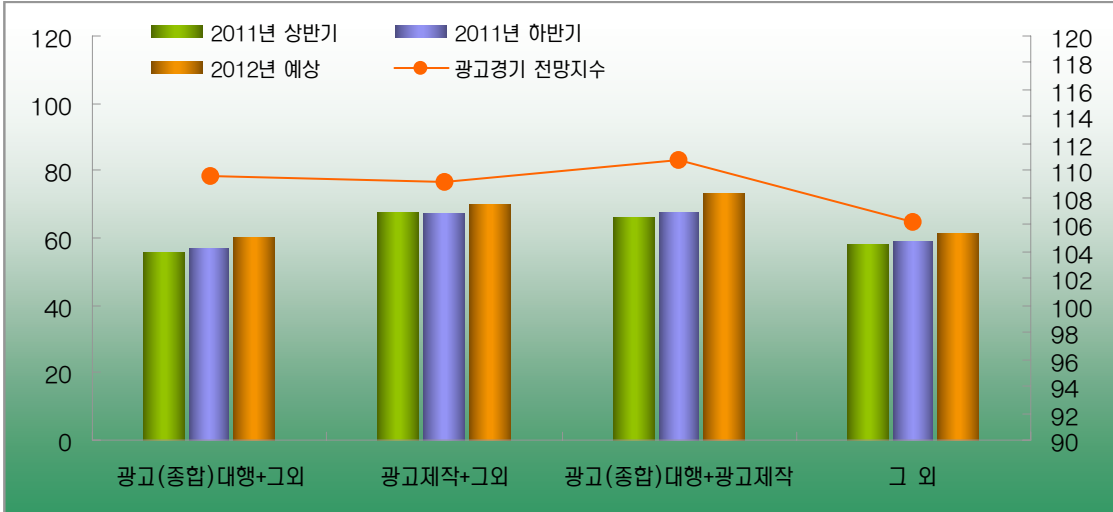
표 7-5-1 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2011년 상반기	2011년 하반기	2012년 예상	
업종 재분류	광고종합대행 + 그외	56	57	60	109.6
	광고제작 + 그외	68	67	70	109.2
	광고종합대행 + 광고제작	66	68	73	110.8
	그외	58	59	61	106.2
전체		59	60	62	107.6

광고경기 체감도를 살펴보면, 광고제작+그외는 2011년 상반기 68점, 2011년 하반기 67점, 2012년 예상 70점, 광고(종합)대행+광고제작은 2011년 상반기 66점, 2011년 하반기 68점, 2012년 예상 73점으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 광고(종합)대행+광고제작 110.8, 광고(종합)대행+그외 109.6, 광고제작+그외 109.2로 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-5 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도



업종 재분류별로 구체적으로 살펴보면, 2011년 상반기의 경우 그외 58점, 광고(종합)대행+그외 56점, 광고(종합)대행+광고제작 66점, 광고제작+그외 68점으로 광고제작+그외 업종의 회사가 2011년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2011년 하반기의 경우, 광고(종합)대행+그외 57점, 그외 59점, 광고제작+그외 67점, 광고(종합)대행+광고제작 68점으로 광고(종합)대행+광고제작 업종의 회사가 2011년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2012년 예상의 경우, 광고(종합)대행+그외 60점, 그외 61점, 광고제작+그외 70점, 광고(종합)대행+광고제작 73점으로 광고(종합)대행+광고제작 업종의 회사가 2012년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

표 7-5-2 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감 증감

업종 재분류	구분	2011년 상반기 대비 하반기 증감				2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감			
		감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수	감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	169	662	230	1.4	153	624	285	1.9
	광고제작+그외	187	346	117	0.6	86	358	206	2.4
	광고(종합)대행+광고제작	41	357	81	2.0	32	357	89	2.8
	그 외	670	1,509	642	1.0	553	1,492	776	1.4
전체		1,067	2,874	1,070	1.0	824	2,831	1,356	1.6

2011년 상반기 대비 2011년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 광고(종합)대행+광고제작 2.0, 광고(종합)대행+그외 1.4로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 광고(종합)대행+광고제작 2.8, 광고제작+그외 2.4, 광고(종합)대행+그외 1.9, 그 외 1.4로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

## 7.6. 가치사슬 분류

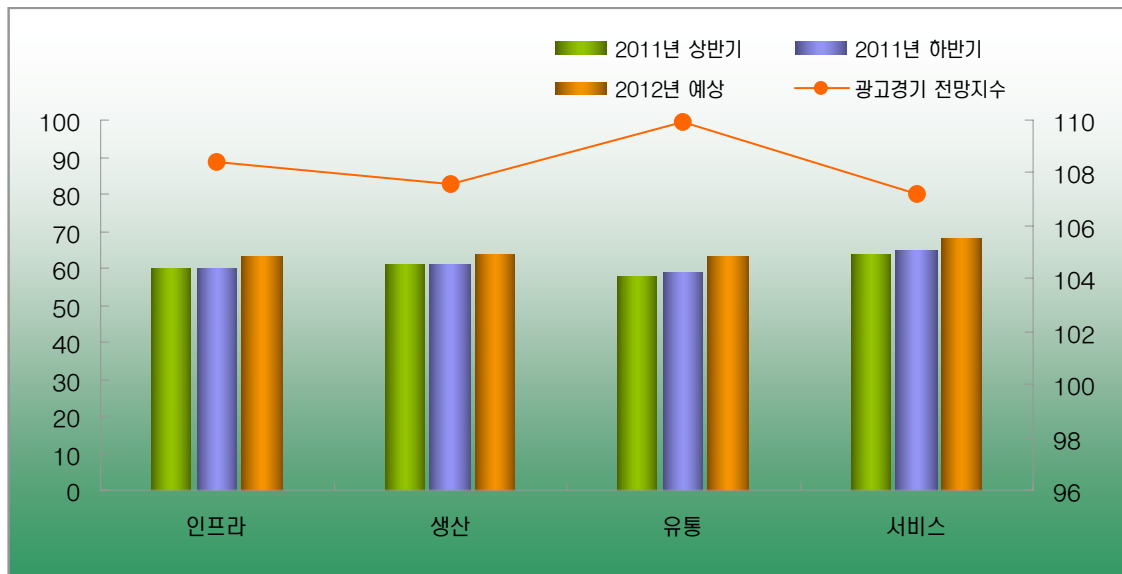
표 7-6-1 >> 가치사슬별 광고경기 체감도

		평균광고경기 체감도			광고경기 전망지수
		2011년 상반기	2011년 하반기	2012년 예상	
가치사슬분류	인프라	60	60	63	108.4
	생산	61	61	64	107.6
	유통	58	59	63	109.9
	서비스	64	65	68	107.2
전체		59	60	62	107.6

광고경기 체감도를 살펴보면, 서비스는 2011년 상반기 64점, 2011년 하반기 65점, 2012년 예상 68점, 생산은 2011년 상반기 61, 2011년 하반기 61, 2012년 예상 64로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 유통 109.9, 인프라 108.4로 광고회사 전체 평균 광고경기 전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-6 >> 가치사슬 분류별 광고경기 체감도



업종 재분류별로 구체적으로 살펴보면, 2011년 상반기의 경우 유통 58점, 인프라 60점, 생산 61점, 서비스 64점으로 서비스 업종의 회사가 2011년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2011년 하반기는 유통 59점, 인프라 60점, 생산 61점, 서비스 65점으로 서비스 업종의 회사가 2011년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2012년 예상도, 인프라, 유통 63점, 생산 64점, 서비스 68점으로 서비스 업종의 회사가 2011년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

표 7-6-2 >> 가치사슬별 광고경기 체감 증감

		2011년 상반기 대비 하반기 증감				2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감			
		감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수	감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수
가치사슬분류	인프라	566	1,606	555	1.0	489	1,535	702	1.4
	생산	604	1,735	587	1.0	442	1,645	838	1.9
	유통	210	1,023	313	1.5	187	983	376	2.0
	서비스	60	314	97	1.6	37	354	79	2.1
전체		1,067	2,874	1,070	1.0	824	2,831	1,356	1.6

2011년 상반기 대비 2011년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 서비스 1.6, 유통 1.5로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다. 2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 생산 1.9, 유통 2.0, 서비스 2.1로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

## 7.7. 고용현황 정보

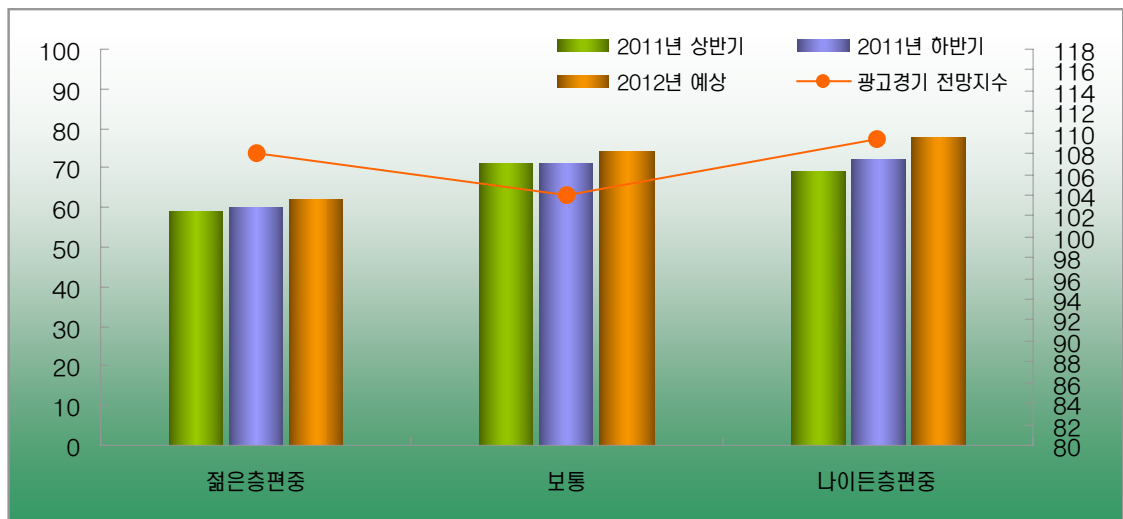
표 7-7-1 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2011년 상반기	2011년 하반기	2012년 예상	
형태별	비정규직편중	54	54	58	111.4
	보통	60	61	63	107.6
성별	여성편중	60	61	64	106.6
	보통	61	61	64	107.9
	남성편중	57	57	60	109.2
연령별	젊은편중	59	60	62	108.1
	보통	71	71	74	103.9
	나이든편중	69	72	78	109.4
학력별	저학력편중	75	72	72	96.3
	보통	63	63	66	106.9
	고학력편중	59	60	63	108.1
직급별	저직급편중	58	58	60	107.7
	보통	64	65	68	111.3
	상위직급편중	59	59	62	107.1
전체		59	60	62	107.6

광고경기 체감도를 살펴보면, 형태별은 보통이 2011년 상반기 60점, 2011년 하반기 61점, 2012년 예상 63점, 성별은 보통이 2011년 상반기 61점, 2011년 하반기 61점, 2012년 예상 64점 연령별은 보통이 2011년 상반기 71점, 2011년 하반기 71점, 2012년 예상 75점, 학력별은 저학력편중이 2011년 상반기 75점, 2011년 하반기 72점, 2012년 예상 72점, 직급별은 보통이 2011년 상반기 64점, 2011년 하반기 65점, 2012년 예상이 68점으로 나타나 광고 회사 전체 평균 광고체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 형태별 비정규직편중이 111.4, 성별 남성편중이 109.2, 연령별 나이든편중이 109.4, 학력별 고학력편중이 108.1, 직급별 보통이 111.3으로 광고경기전망지수 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-7 >> 연령수준별 광고경기 체감도



학력별로 구체적으로 살펴보면, 2011년 상반기의 경우 저학력편중 75점, 보통 63점으로 저학력편중 회사가 2011년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2011년 하반기의 경우도 저학력편중 72점, 보통 63점, 고학력편중 60점으로 저학력편중 회사가 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2012년 예상의 경우에도 저학력편중 72점, 보통 66점, 고학력편중 63점으로 저학력편중 회사가 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.



표 7-7-2 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감 증감

		2011년 상반기 대비 하반기 증감				2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감			
		감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수	감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수
형태별	비정규직편중	99	273	93	0.9	55	275	135	2.4
	보통	968	2601	977	1.0	768	2556	1221	1.6
성별	보통	116	194	112	1.0	79	237	107	1.4
	여성편중	952	2680	958	1.0	745	2595	1249	1.7
연령별	보통	1050	2500	1041	1.0	784	2501	1306	1.7
	젊은층편중	18	374	28	1.6	40	330	50	1.2
학력별	보통	20	318	31	1.5	19	305	45	2.4
	고학력편중	1047	2556	1039	1.0	805	2526	1311	1.6
직급별	보통	180	819	234	1.3	161	783	289	1.8
	상위직급편중	887	2055	835	0.9	663	2048	1067	1.6
전체		1067	2874	1070	1.0	824	2831	1356	1.6

2011년 상반기 대비 2011년 하반기 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 연령별 젊은층편중이 1.6, 학력별 보통이 1.5, 직급별 보통이 1.3으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감격차지수를 살펴보면, 형태별 비정규직편중이 2.4, 성별 여성편중이 1.7, 연령별 보통이 1.7, 학력별 보통이 2.4, 직급별 보통이 1.8로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

## 7.8. 국내 및 외국계 광고주

표 7-8-1 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도

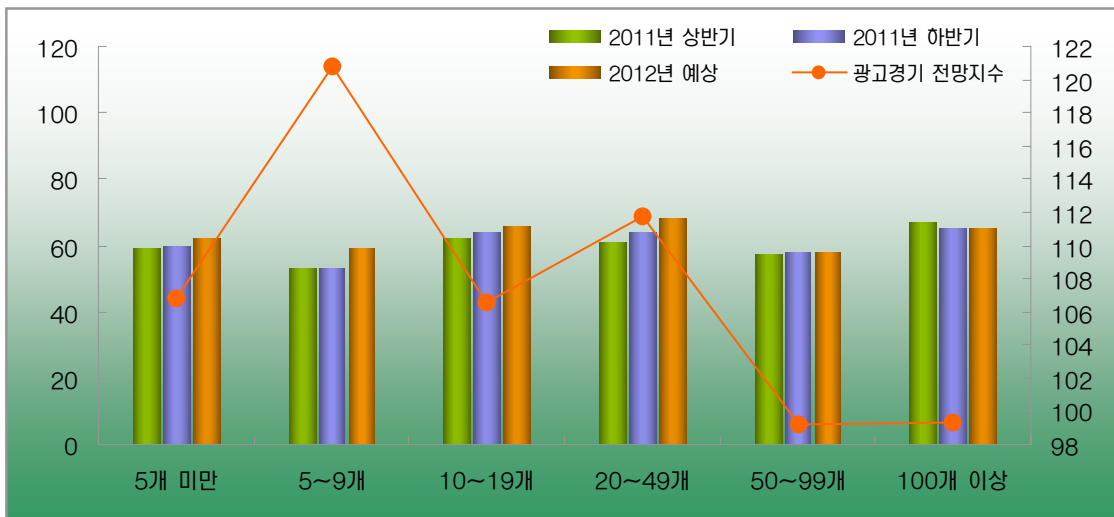
		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2011년 상반기	2011년 하반기	2012년 예상	
전체 광고주	5개미만	59	60	62	106.8
	5~9개	53	53	59	120.8
	10~19개	62	64	66	106.6
	20~49개	61	64	68	111.8
	50~99개	57	58	58	99.2
	100개이상	67	65	65	99.3
국내 광고주	5개미만	59	60	62	106.9
	5~9개	53	53	59	120.8
	10~19개	62	64	66	106.6
	20~49개	61	64	68	111.8
	50~99개	58	59	58	98.7
	100개이상	67	65	65	99.3
외국 광고주	5개 미만	59	60	62	107.6
	5~9개	0	0	0	0.0
	10~19개	60	50	50	91.3
	20~49개	0	0	0	0.0
전체 취급액	5000만원미만	60	61	62	105.3
	5000만원~3억원미만	54	54	59	120.1
	3억원~10억원미만	54	56	60	111.8
	10억원~50억원미만	59	60	63	111.3
	50억원이상	63	63	67	108.9
국내 취급액	5000만원미만	60	61	62	105.3
	5000만원~3억원미만	53	54	58	119.9
	3억원~10억원미만	54	56	60	111.8
	10억원~50억원미만	59	60	63	111.4
	50억원이상	63	63	67	108.9
해외 취급액	5000만원미만	59	60	62	107.6
	5000만원~3억원미만	72	67	75	109.4
	3억원~10억원미만	65	75	75	107.1
	10억원이상~50억원미만	62	60	59	96.8
	50억원이상	73	71	70	99.3
전체		59	60	62	107.6

광고경기 체감도를 살펴보면, 전체 광고주의 경우 5~9개는 2011년 상반기 53점, 2011년 하반기 53점, 2012년 예상 59점, 20~49개는 2011년 상반기 61점, 2011년 하반기 64점, 2012년 예상 68점, 100개 이상은 2011년 상반기 67점, 2011년 하반기 65점, 2012년 예상 65점 국내 광고주의 경우 10~19개는 2011년 상반기 62점, 2011년 하반기 64점, 2012년 예상 66점, 20~49개는 2011년 상반기 61점, 2011년 하반기 64점, 2012년 예상 68점, 100개 이상은

2011년 상반기 67점, 2011년 하반기 65점, 2012년 예상 65점, 전체 취급액의 50억원이상은 2011년 상반기 63점, 2011년 하반기 63점, 2012년 예상 67점, 해외 취급액의 경우 50억원 이상은 2011년 상반기 73점, 2011년 하반기 71점, 2012년 예상 70점, 5000만원~3억원 미만 2011년 상반기 72점, 2011년 하반기 67점, 2012년 예상 75점으로 광고회사 전체 평균 광고경기체감도 보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 전체 광고주의 경우 5~9개 120.8, 20~49개 111.8, 국내 광고주의 경우 5~9개 120.8, 20~49개 111.8, 전체 취급액의 경우 5,000만원~3억원 미만 120.1, 3억원~10억원 미만 111.8, 10억원~50억원 미만 111.3, 50억원이상 108.9, 국내 취급액의 경우 5,000만원~3억원 미만 119.9, 3억원~10억원 미만 111.8, 10억원~50억원 미만 111.4, 50억원이상 108.9, 해외 취급액의 경우 5000만원~3억원미만 109.4로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-8-1 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감도



전체광고주별로 구체적으로 살펴보면, 2011년 상반기의 경우 100개이상 67점, 10~19개 62점, 20~49개 61점, 5개 미만 59점, 50~99개 57점, 5~9개 53점으로 전체광고주가 100개 이상 회사가 2011년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2011년 하반기는 100개이상 65점, 10~19개, 20~49개 64점, 5개 미만 60점, 50~99개 58점, 5~9개 53점으로 전체광고주가 100개이상인 회사가 2011년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2012년 예상은 20~49개 68점, 10~19개 66점, 100개 이상 65점, 5개 미만 62점, 5~9개 59점, 50~99개 58점으로 전체광고주가 20~49개 이상인 회사가 2012년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

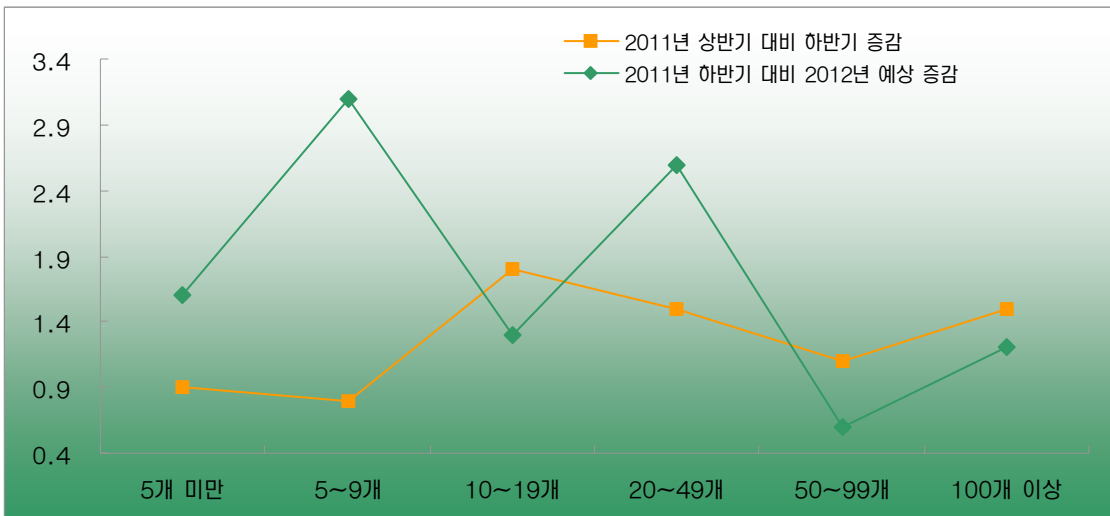
표 7-8-2 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감

		2011년 상반기 대비 하반기 증감				2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감			
		감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수	감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수
전체 광고주	5개미만	878	2,282	803	0.9	658	2,260	1,045	1.6
	5~9개	45	186	39	0.8	35	127	108	3.1
	10~19개	57	172	104	1.8	54	207	71	1.3
	20~49개	54	129	81	1.5	34	139	91	2.6
	50~99개	19	57	22	1.1	19	69	13	0.6
	100개이상	14	48	21	1.5	24	29	28	1.2
국내광고주	5개미만	878	2,284	803	0.9	654	2,263	1,048	1.6
	5~9개	45	182	39	0.8	35	125	106	3.0
	10~19개	57	172	104	1.8	54	207	71	1.3
	20~49개	54	128	81	1.5	34	138	91	2.6
	50~99개	19	61	22	1.1	23	69	12	0.5
	100개이상	14	47	21	1.5	24	29	28	1.2
외국광고주	5개 미만	1064	2,873	1,070	1.0	824	2,828	1,356	1.6
	5~9개	0	0	0	0.0	0	0	0	0.0
	10~19개	3	0	0	0.0	0	2	0	0.0
	20~49개	0	1	0	0.0	0	1	0	0.0
전체 취급액	5000만원미만	783	2,054	742	0.9	598	2,093	886	1.5
	5000만원~3억원미만	88	197	98	1.1	54	188	142	2.6
	3억원~10억원미만	64	151	81	1.3	58	132	107	1.9
	10억원~50억원미만	65	173	73	1.1	47	178	86	1.8
	50억원이상	67	299	76	1.1	67	240	135	2.0
국내취급액	5000만원미만	785	2,054	742	0.9	598	2,097	886	1.5
	5000만원~3억원미만	86	197	101	1.2	57	185	142	2.5
	3억원~10억원미만	64	154	79	1.2	55	134	107	1.9
	10억원~50억원미만	65	170	72	1.1	47	175	86	1.8
	50억원이상	67	299	76	1.1	67	240	135	2.0
해외취급액	5000만원미만	1,057	2,852	1,066	1.0	813	2,821	1,341	1.6
	5000만원~3억원미만	5	8	0	0.0	3	2	8	3.1
	3억원~10억원미만	0	3	3	0.0	3	0	3	1.1
	10억원미만~50억원미만	2	4	0	0.0	1	4	1	1.0
	50억원이상	3	7	1	0.3	4	4	3	0.8
전체		1,067	2,874	1,070	1.0	824	2,831	1,356	1.6

2011년 상반기 대비 2011년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 전체광고주 10~19개 1.8, 20~49개, 100개 이상 1.5, 50~99개 1.1, 국내광고주 10~19개 1.8, 20~49개, 100개 이상 1.5, 50~99개 1.1, 전체 취급액 3억원~10억원 미만 1.3, 5000만원~3억원 미만, 10억원~50억원 미만, 50억원 이상 1.1, 국내취급액 5000만원~3억원미만, 3억원~10억원 미만 1.2, 10억원~50억원 미만, 50억원이상 1.1으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 전체광고주 5~9개 3.1, 20~49개 2.6, 국내광고주 5~9개 3.0, 20~49개 2.6, 전체취급액 5000만원~3억원 미만 2.6, 50억원 이상 2.0, 3억원~10억원 미만 1.9, 10억원~50억원 미만 1.8, 국내취급액 5,000만원~3억원 미만 2.5, 50억원 이상 2.0, 3억원~10억원 미만 1.9, 10억원~50억원 미만 1.8, 해외취급액 5000만원~3억원 미만 3.1로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-8-2 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감격차지수



전체광고주별로 구체적으로 살펴보면, 2011년 상반기 대비 2011년 하반기 증감의 경기체감 격차지수는 10~19개 1.8, 20~49개, 100개이상 1.5, 50~99개 1.1로 10~19개 회사가 경기체감 격차지수가 가장 높게 나타났다.

2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감 격차지수는 5~9개 3.1, 20~49개 2.6으로 5~9개 사업체의 경기체감 격차지수가 가장 높게 나타났다.

## 7.9. 고객유치실적

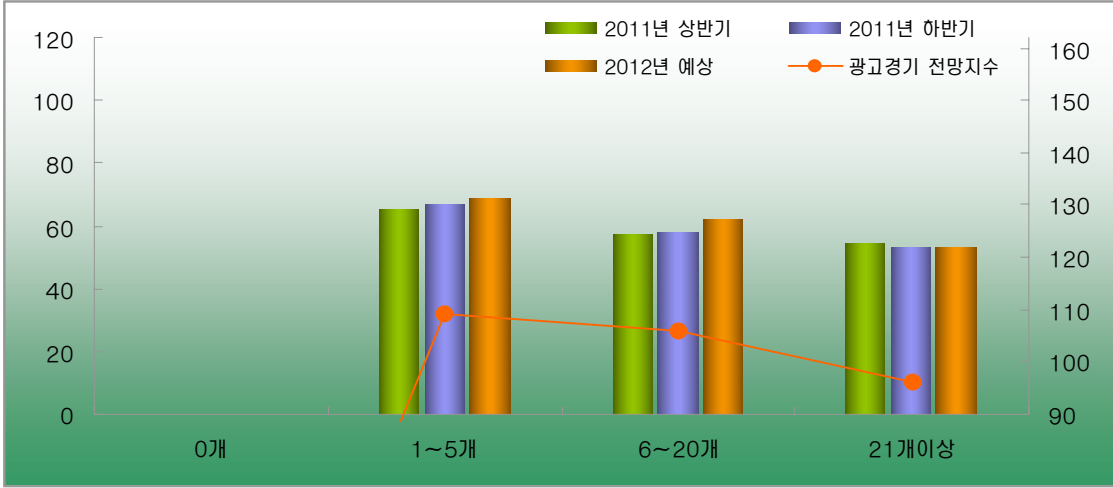
표 7-9-1 >> 고객유치실적별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2011년 상반기	2011년 하반기	2012년 예상	
신규 거래광고주	0개	0	0	0	0.0
	1~5개	65	67	69	109.1
	6~20개	57	58	62	105.8
	21개 이상	54	53	53	96.0
이탈 거래광고주	0개	0	0	0	0.0
	1~5개	66	67	71	110.3
	6~20개	55	55	57	102.5
	21개 이상	73	82	77	98.1
신규 취급액	5000만원미만	59	60	62	107.7
	5000만원~3억원미만	57	56	58	101.7
	3억원 이상	63	62	65	108.3
이탈 취급액	5000만원미만	60	60	63	107.7
	5000만원~3억원미만	54	56	58	105.5
	3억원 이상	64	67	68	103.9
전체		59	60	62	107.6

광고경기 체감도를 살펴보면, 신규 거래광고주의 경우 0개 2011년 상반기 0점, 2011년 하반기 0점, 2012년 예상 0점, 1~5개 2011년 상반기 65점, 2011년 하반기 67점, 2012년 예상 69점, 이탈 거래광고주의 경우 1~5개 2011년 상반기 66점, 2011년 하반기 67점, 2012년 예상 71점, 21개 이상 2011년 상반기 73점, 2011년 하반기 82점, 2012년 예상 77점, 신규취급액의 경우 3억원 이상 2011년 상반기 63점, 2011년 하반기 62점, 2012년 예상 65점, 이탈취급액의 경우 3억원 이상 2011년 상반기 64점, 2011년 하반기 67점, 2012년 예상 68점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기 체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 신규 거래광고주의 경우, 1~5개 109.1, 이탈거래광고주의 경우, 1~5개 110.3, 신규취급액 5,000만원미만 107.7, 5000만원~3억원 미만 108.3, 이탈 취급액 5,000만원 미만 107.7로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-9 >> 신규거래 광고주별 광고경기 체감도



신규 거래광고주별로 구체적으로 살펴보면, 2011년 상반기의 경우 0개 0점, 1~5개 65점, 6~20개 57점, 21개 이상 54점으로 평가하여 신규 거래광고주가 1~5개 이상인 회사가 2011년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2011년 하반기는 0개 0점, 1~5개 67점, 6~20개 58점, 21개이상 53점으로 평가하여 신규 거래광고주가 1~5개 이상인 회사가 2011년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2012년 예상은 0개 0점, 1~5개 69점, 6~20개 62점, 21개이상 53점으로 평가하여 신규 거래광고주가 1~5개인 회사가 2012년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

표 7-9-2 >> 고객유치실적별 광고경기 체감 증감

		2011년 상반기 대비 하반기 증감				2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감			
		감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수	감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수
신규 거래광고주	0개	0	0	0	0.0	0	0	0	0.0
	1~5개	44	111	61	1.4	22	133	61	2.8
	6~20개	11	34	12	1.1	5	36	16	3.0
	21개이상	6	16	15	2.6	9	15	13	1.5
이탈 거래광고주	0개	0	0	0	0.0	0	0	0	0.0
	1~5개	36	93	53	1.5	13	112	57	4.5
	6~20개	9	42	24	2.5	11	45	19	1.6
	21개이상	4	10	12	3.2	8	12	6	0.8
신규 취급액	5000만원미만	1,028	2,821	1,036	1.0	804	2,765	1,316	1.6
	5000만원~3억원미만	24	24	13	0.5	11	36	15	1.4
	3억원이상	15	28	21	1.4	8	31	25	2.9
이탈 취급액	5000만원미만	1,041	2,814	1,025	1.0	805	2,760	1,315	1.6
	5000만원~3억원미만	19	38	33	1.7	15	46	29	2.0
	3억원이상	8	22	11	1.5	4	25	12	3.1
전체		1,067	2,874	1,070	1.0	824	2,831	1,356	1.6

2011년 상반기 대비 2011년 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 신규 거래광고주는 6~20개 1.1, 1~5개 1.4, 21개 이상 2.6, 이탈거래광고주는 이탈거래 광고주가 21개이상인 사업체가 3.2, 6~20개 2.5, 1~5개 1.5, 신규취급액 3억원 이상 1.4, 이탈 취급액 5,000만원~3억원 미만 1.7, 3억원 이상 1.5로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 신규거래광고주는 1~5개 2.8, 6~20개 3.0, 이탈거래광고주는 1~5개 4.5, 신규취급액 3억원 이상 2.9, 이탈취급액 5,000만원~3억원 미만 2.0, 3억원 이상 3.1으로 나타났다.

## 7.10. 광고경기체감도

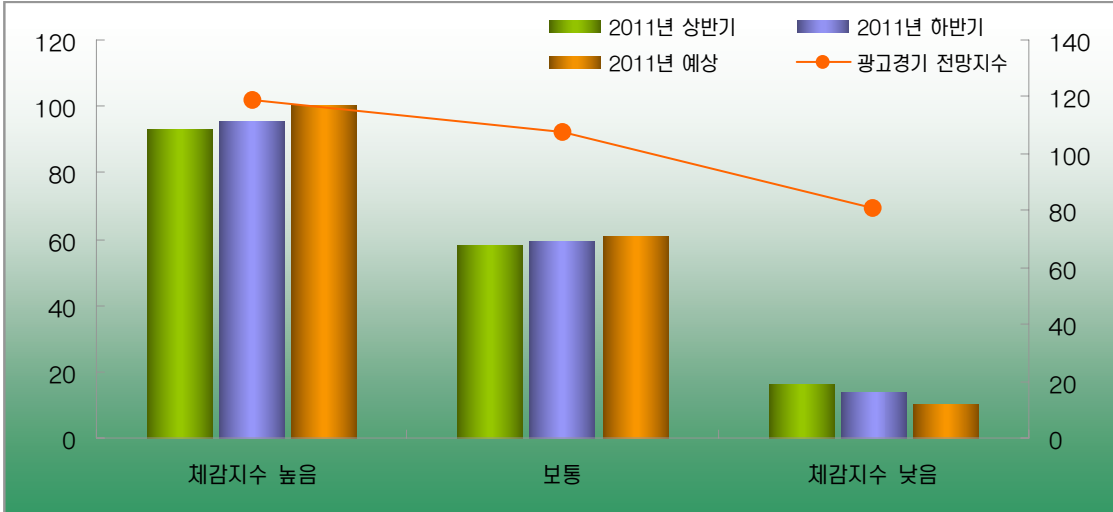
표 7-10-1 >> 광고경기 체감도별 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2011년 상반기	2011년 하반기	2012년 예상	
2011년 상반기	체감지수 높음	98	98	97	99.4
	보통	58	58	61	106.2
	체감지수 낮음	10	17	25	180.0
2011년 하반기	체감지수 높음	97	99	98	100.6
	보통	58	58	61	107.1
	체감지수 낮음	14	10	17	152.1
2012년 예상	체감지수 높음	93	95	100	119.0
	보통	58	59	61	107.4
	체감지수 낮음	16	14	10	80.7
전체		59	60	62	107.6

광고경기 체감도를 살펴보면, 2011년 상반기 체감지수 높음은 2011년 상반기 98점, 2011년 하반기 98점, 2012년 예상 97점, 2011년 하반기 체감지수 높음은 2011년 상반기 97점, 2011년 하반기 99점, 2012년 예상 98점, 2012년 예상 체감지수 높음은 2011년 상반기 93점, 2011년 하반기 95점, 2012년 예상 100점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기 체감도보다 높게 나타났다.



그림 7-10-1 >> 2011년 예상 체감 수준별 광고경기 체감도



광고경기전망지수는 2011년 상반기는 체감지수 낮음이 180.0, 2011 하반기는 체감지수 낮음 152.1, 2012년 예상은 체감지수 높음 119.0로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

2011년 예상체감도별로 구체적으로 살펴보면 2011년 상반기의 경우 체감지수 높음 98점, 보통 58점, 체감지수 낮음 10점으로 체감지수가 높음 회사가 2011년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2011년 하반기의 경우 체감지수 높음 99점, 보통 58점, 체감지수 낮음 10점으로 체감지수가 높음 회사가 2011년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

2012년 예상 역시, 체감지수 높음 100점, 보통 61점, 체감지수 낮음 10점으로 체감지수가 높음 회사가 2012년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가하였다.

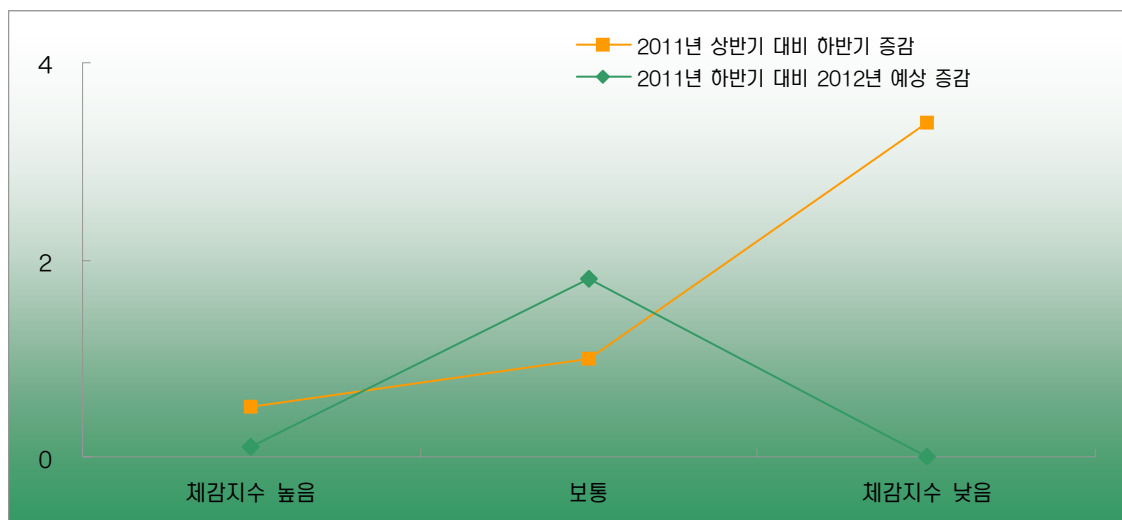
표 7-10-2 >> 광고경기 체감도별 광고경기 체감 증감

		2011년 상반기 대비 하반기 증감				2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감			
		감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수	감소 (개소)	변화없음 (개소)	증가 (개소)	경기체감 격차지수
2011년 상반기	체감지수 높음	7	73	36	4.9	16	66	35	2.1
	보통	993	2,262	1,004	1.0	791	2,174	1,294	1.6
	체감지수 낮음	67	227	20	0.3	17	287	11	0.7
2011년 하반기	체감지수 높음	31	76	9	0.3	9	71	36	4.1
	보통	1,019	2,260	980	1.0	788	2,166	1,305	1.7
	체감지수 낮음	5	227	80	16.9	27	282	4	0.1
2012년 예상	체감지수 높음	26	64	14	0.5	30	71	3	0.1
	보통	1,004	2,250	989	1.0	727	2,215	1,301	1.8
	체감지수 낮음	17	212	57	3.4	0	233	53	0.0
전체		1,067	2,874	1,070	1.0	824	2,831	1,356	1.6

2011년 상반기 대비 하반기 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 2011년 상반기 체감지수 높음 4.9, 2011년 하반기 체감지수 낮음 16.9, 2012년 예상 체감지수 낮음 3.4으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감 격차지수를 살펴보면, 2011년 상반기 체감지수 높음 2.1, 2011년 하반기 체감지수 높음이 4.1, 2012년 예상 체감지수 보통이 1.8로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-10-2 >> 2011년 예상 체감 수준별 광고경기 체감격차지수



예상체감도별로 구체적으로 살펴보면, 2011년 상반기 대비 하반기 증감 경기체감 격차지수는 체감지수 높음 4.9, 보통 1.0, 체감지수 낮음 0.3로 체감지수가 높음 회사가 경기체감 격차지수가 높게 나타났다.

2011년 하반기 대비 2012년 예상 증감의 경기체감 격차지수는 체감지수 높음 2.1, 보통 1.6, 체감지수 낮음 0.7으로 체감지수가 높음이 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	8	2.6	2	120
	회사법인	251	82.0	5	6,064
	회사 외 법인	47	15.4	5	536
본사유무	단독사업체	69	22.5	4	905
	공장, 지사, 영업소	45	14.7	4	5,687
	본사, 본점, 본부	192	62.8	5	6,230
설립연도	1979년 이전	107	35.0	5	8,840
	1980 ~ 1989년	37	12.1	4	4,539
	1990 ~ 1994년	25	8.2	4	1,033
	1995 ~ 2000년	32	10.5	4	1,768
	2000년 이후	90	29.4	4	2,337
전체		306	100.0	4	3,355

사업체 전체로 보면, 평균 종사자는 4명이고 평균광고비는 33.6억원으로 나타났다.

기업형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 회사 법인이 251개 82.0%로 가장 많은 비중을 차지하고, 회사 외 법인 47개 15.4%, 개인사업체 8개 2.6% 순서이며, 평균종사자수는 개인사업체 2명, 회사법인 5명, 회사외법인 5명으로 나타났다. 평균광고비는 회사법인 60.6억원, 회사외법인 5.4억원, 개인사업체 1.2억원 순서로 많게 나타났다.

설립연도별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 1979년 이전이 107개 35.0%로 가장 많은 비중을 차지하고, 2000년 이후가 90개 29.4%, 1980~1989년이 37개 12.1%, 1995~2000년 32개 10.5%, 1990~1994년의 설립 회사가 25개 8.2%로 나타났다. 평균종사자수는 1979년 이전이 5명으로 가장 많았으며, 1980~1989년, 1990~1994년, 1995~2000년, 2000년 이후 설립회사의 경우 4명인 것으로 조사되었다. 평균광고비는 1979년 이전이 88.4억원으로 가장 많았다.

표 8-1-2 >> 사업체정보별 광고주 광고경기 체감도

		평균광고경기체감도			광고경기전망지수
		2011년상반기	2011년하반기	2012년(예상)	
기업형태	개인사업체	79	76	73	94.7
	회사법인	75	74	74	100.7
	회사 외 법인	73	73	73	99.0
본사유무	단독사업체	74	73	73	99.0
	공장, 지사, 영업소	73	72	73	100.9
	본사, 본점, 본부	75	74	75	100.5
설립연도	1979년이전	76	76	77	101.0
	1980 ~ 1989년	71	71	71	100.6
	1990 ~ 1994년	71	73	71	99.5
	1995 ~ 2000년	74	74	72	98.1
	2000년이후	74	71	72	100.6
전체		75	74	74	100.2

광고주의 광고경기체감도를 100점을 기준으로 살펴보면, 2011년 상반기와 하반기는 각각 75점, 74점으로 평가하였고, 2012년 예상 광고경기는 74점으로 평가하여 2011년 보다는 조금 낮아질 것으로 예상하고 있다.

광고경기전망지수(2011년을 100으로 기준하고 2012년을 예상)는 100.2로 2012년 광고경기를 2011년보다 0.2% 정도 높게 예상하고 있는 것으로 나타났다.

표 8-1-3 >> 광고주와 광고회사의 광고경기 체감도

	평균광고경기체감도			광고경기전망지수
	2011년상반기	2011년하반기	2012년(예상)	
광고회사	59	60	62	107.6
광고주	75	74	74	100.2

광고회사와 광고주의 광고경기체감도를 비교하면, 절대평가 기준인 광고경기체감도는 전반적으로 광고회사가 광고주보다 낮으며, 상대적인 광고경기전망지수는 광고회사가 107.6으로 광고주보다 다소 높아, 2011년 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 선풍류, 유아동용 화장 및 제지, 화장도구, 화장품 및 보건용품 기타
출판	신문, 출판 기타, 초등학교용 교재, 중학교용 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	1	0.3	1	-
식품	38	12.4	4	4,429
음료 및 기호식품	7	2.3	3	1,724
제약 및 의료	19	6.2	4	3,974
화장품 및 보건용품	16	5.2	4	426
출판	15	4.9	5	3,114
패션	14	4.6	4	1,152
산업기기	4	1.3	5	1,972
정밀기기 및 사무기기	3	1.0	2	3,564
가정용 전기전자	9	2.9	4	2,292
컴퓨터 및 정보통신	6	2.0	7	2,177
수송기기	2	0.7	2	120
가정용품	12	3.9	4	5,309
화학공업	7	2.3	3	5,363
건설, 건재 및 부동산	19	6.2	3	7,476
유통	23	7.5	5	6,650
금융, 보험 및 증권	29	9.5	4	1,434
서비스	40	13.1	6	6,777
관공서 및 단체	29	9.5	4	11,373
교육 및 복지후생	13	4.2	6	4,337
전체	306	100.0	4	3,669

광고주 업종별로 광고경기체감도는 2011년 상반기는 화학공업, 제약 및 의료, 서비스, 정밀기기 및 사무기기, 건설, 건재 및 부동산, 음료 및 기호식품, 출판, 가정용품이 77점 이상으로 높았으며, 특히 화학공업이 93점으로 가장 높게 나타났다. 2011년 하반기에는 제약 및 의료, 화학공업, 출판, 서비스, 음료 및 기호식품, 가정용품에서 77점 이상으로 높았고, 2012년 예상 광고경기체감도는 출판, 제약 및 의료, 화학공업, 정밀기기 및 사무기기, 서비스에서 79점 이상으로 높게 나타났다.

전체 평균을 기준으로 평균보다 높은 업종과 낮은 업종으로 구분하여 보면, 광고경기체감도가 2011년 상반기, 2011년 하반기, 2012년 예상 모두 각각의 전체 평균보다 높은 업종은 음료 및 기호식품, 제약 및 의료, 출판, 패션, 정밀기기 및 사무기기, 가정용품, 화학공업, 서비스로 나타났다.

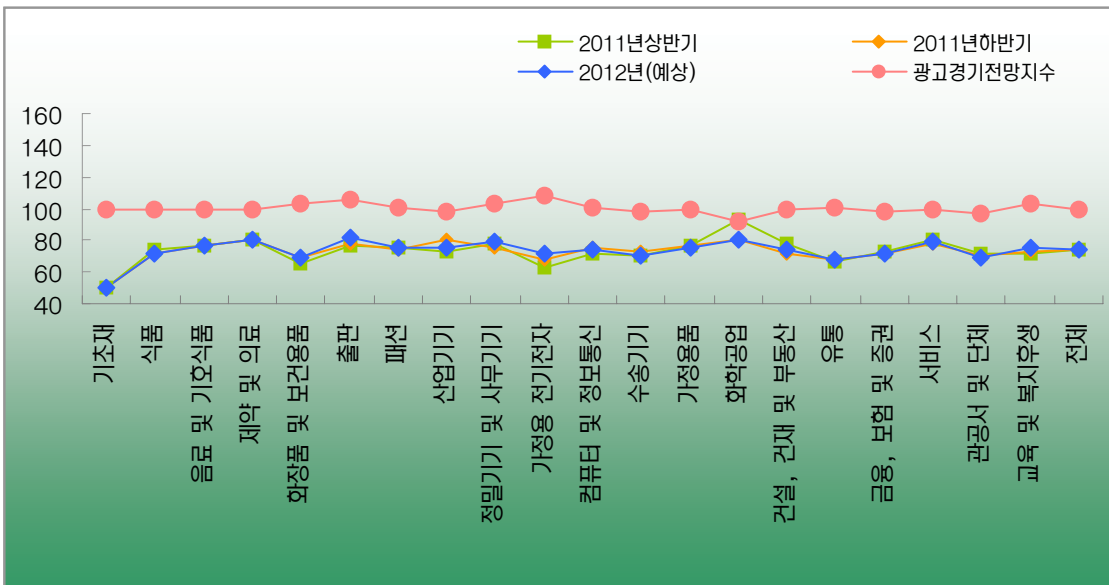
광고경기체감도가 2011년 상반기, 2011년 하반기, 2012년 예상 모두 각각의 전체 평균보다 낮은 업종은 제약 및 보건용품, 출판, 산업기기, 정밀기기 및 사무기기, 관공서 및 단체, 교육 및 복지후생인 것으로 나타났다.

한편, 광고경기전망지수를 업종별로 보면, 가정용 전기전자가 108.3로 가장 높고, 출판 105.3, 정밀기기 및 사무기기, 교육 및 복지후생 103.4의 순으로 높게 나타났다.

표 8-2-3 >> 업종별 광고주 광고경기체감도

	평균광고경기체감도			광고경기전망지수
	2011년상반기	2011년하반기	2012년(예상)	
기초재	50	50	50	100.0
식품	74	71	72	99.1
음료 및 기호식품	77	77	77	100.0
제약 및 의료	81	81	81	100.0
화장품 및 보건용품	65	69	69	102.8
출판	77	78	82	105.3
패션	75	74	75	100.3
산업기기	73	80	75	98.1
정밀기기 및 사무기기	78	75	79	103.4
가정용 전기전자	63	68	71	108.3
컴퓨터 및 정보통신	71	75	74	100.4
수송기기	70	73	70	97.6
가정용품	77	77	76	98.9
화학공업	93	81	80	92.1
건설, 건재 및 부동산	78	71	74	99.9
유통	67	68	68	100.1
금융, 보험 및 증권	73	72	71	97.5
서비스	80	78	79	99.5
관공서 및 단체	72	70	69	97.1
교육 및 복지후생	71	73	75	103.4
전체	74	74	74	99.9

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)	매체사와의 직접 거래 (백만원)	전체 광고 집행비 (백만원)	직거래 비율 (%)
TV	421,114	13,011	434,125	3.0
라디오	23,205	1,148	24,353	4.7
신문	129,809	6,004	135,813	4.4
잡지	26,119	964	27,083	3.6
케이블	66,224	2,302	68,526	3.4
DMB	2,223	-	2,223	-
위성TV	14,618	2,809	17,427	16.1
온라인	346	200	546	36.6
IPTV	-	-	872	-
모바일	586	52	638	8.2
옥외	19,338	4,334	23,672	18.3
기타	18,289	2,389	20,678	11.6
전체	722,743	33,213	755,956	4.4

광고주의 전체 광고 집행비는 7,559억원으로 집계되었으며, 이 중 광고대행사를 통한 광고 집행비는 7,227억원 이고, 매체사와의 직접 거래는 332억원으로 집계되었다.

전체 광고 직거래 비율은 4.4%이며, 매체별로는 온라인 광고가 36.6%로 가장 높았고, 옥외 18.3%, 위성TV 16.1%, 기타 11.6%, 모바일 8.2%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	13.1	-0.1	-1.9	-5.3	9.6	6.6	-0.2	22.2	21.8	4.6	5.9

향후 광고비가 증가할 것으로 예상하는 매체는 온라인 22.2%, IPTV 21.8%, TV 13.1, 케이블 9.6%, DMB 6.6%, 옥외 5.9%, 모바일 4.6% 이었고, 감소할 것으로 예상하는 매체는 잡지 5.3%, 신문 1.9%, 위성TV 0.2%, 라디오 0.1% 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)	84,111	8,810	20,194	19,761	25,556	4,426	5,364
비율(%)	100.0	10.5	24.0	23.5	30.4	5.2	6.4

매체를 통한 광고 외에 지출하는 마케팅 비용은 전체 841억원이며, 이 중 제작(광고물, 팸플릿 등) 256억원 30.4%, PR 202억원 24.0%, SP(판매촉진, 이벤트)가 198억원 23.5%, 마케팅·리서치가 88억원 10.5%, 기타 54억원 6.4%, CI 44억원 5.2%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	2010년 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	$N$	$P$	$E$	$M$	$R$

$$\text{index(on)} = \frac{1}{5} \left[ \frac{n_1}{N} + \frac{p_1}{P} + \frac{e_1}{E} + \frac{m_1}{M} + \frac{r_1}{R} \right] \times 100 (\%)$$

$$\text{index(off)} = \frac{1}{5} \left[ \frac{n_2}{N} + \frac{p_2}{P} + \frac{e_2}{E} + \frac{m_2}{M} + \frac{r_2}{R} \right] \times 100 (\%)$$

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 오프라인 광고산업의 비중지수인 index(off)의 합은 100이다.

온라인 광고산업과 오프라인 광고산업의 각 활용변수별 현황을 정리하면 아래와 같다.

표 9-1-2 >> 2010 온·오프라인별 광고산업 현황

	사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	종사자수 (명)	제작편수 (개수)	2010년채용규모
온라인	360	889,493	3,981	14,870	781
오프라인	4,651	9,433,679	30,457	23,218	3,541
합계	5,011	10,323,172	34,438	38,088	4,322

상기와 같은 2011년 광고산업통계조사 결과치로 산출된 수치를 바탕으로 지수를 산출한 결과 온라인 광고산업의 비중지수 index(on)은 16.9%로 산출되었다. 즉, 전체 광고산업의 비중을 100으로 가정할 경우, 2011년 온라인 광고산업은 16.9의 비중을 차지하고 있다는 의미로 해석할 수 있다.

# Ⅳ

## 비교 분석

### 1. 2011 광고산업통계

광고산업통계는 2005년부터 2010년에 이어 7회째 실시한 조사로서 2009년 기준 2010 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

	2009년			2010년		
	사업체수 (개소)*	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)	사업체수 (개소)*	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)
광고(종합)대행	1,501	5,414,852	3,607	1,538	6,140,875	3,993
광고제작	684	749,895	1,096	1,127	945,362	839
서비스	335	1,208,074	3,606	471	1,337,063	2,839
인쇄	2,001	482,796	241	2,340	549,515	235
온라인	331	878,088	2,653	360	889,493	2,471
기타	2,199	453,173	206	2,153	460,864	214
전체	4,532	9,186,878	2,027	5,011	10,323,172	2,060

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

2010년 광고산업 전체 5,011개 사업체의 취급액 기준 산업규모는 10조 3,232억원이다. 취급액을 업종별로 구분해 보면 광고(종합)대행이 6조 1,409억원으로 절대적인 비중을 차지하고 있으며, 그 외 광고제작업, 서비스

업, 인쇄, 온라인업, 기타업종의 취급액이 4조 1,823억원이었다. 사업체수를 고려하여 비교하면 사업체당 평균취급액은 광고(종합)대행업 39.9억원으로 가장 높고 서비스업이 28.4억원, 온라인업 24.7억원, 광고제작업이 8.4억원 등의 순으로 높게 나타났다.

## 1.1.2. 세부업무별 취급액

표 IV-1-2 >> 세부업무별 취급액

	2009년			2010년		
	사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)	사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)
광고대행·매체대행	1,501	5,409,389	3,604	1,538	6,132,714	3,987
광고기획·전략대행	119	5,463	46	91	8,162	90
<b>광고(종합)대행</b>	<b>1,501</b>	<b>5,414,852</b>	<b>3,607</b>	<b>1,538</b>	<b>6,140,876</b>	<b>3,993</b>
CM·영상·카피·그래픽 제작	193	560,316	2,903	743	901,744	1,214
온라인제작	143	75,093	525	252	15,964	63
광고사진스튜디오	229	7,122	31	239	5,167	22
CI	506	107,364	212	709	22,486	32
<b>광고제작</b>	<b>684</b>	<b>749,895</b>	<b>1,096</b>	<b>1,127</b>	<b>945,362</b>	<b>839</b>
마케팅·리서치	143	80,854	565	196	51,738	264
PR	107	79,614	744	272	114,568	421
SP	121	666,356	5,507	185	883,872	4,778
이벤트	148	336,504	2,274	251	274,923	1,095
Space Design	89	44,746	503	142	11,963	84
<b>서비스</b>	<b>335</b>	<b>1,208,074</b>	<b>3,606</b>	<b>471</b>	<b>1,337,063</b>	<b>2,839</b>
인쇄	1,988	451,410	227	2,320	522,833	225
제판	310	31,386	101	332	26,681	80
<b>인쇄</b>	<b>2,001</b>	<b>482,796</b>	<b>241</b>	<b>2,340</b>	<b>549,515</b>	<b>235</b>
온라인-광고대행	305	673,778	2,209	300	721,825	2,406
온라인-매체대행	93	201,880	2,171	112	161,764	1,444
온라인-광고기획·전략대행	27	168	6	10	1,924	192
온라인-광고제작	32	2,262	71	86	3,980	46
<b>온라인</b>	<b>331</b>	<b>878,088</b>	<b>2,653</b>	<b>360</b>	<b>889,493</b>	<b>2,471</b>
광고물기획·편집	2,153	419,709	195	2,114	424,251	201
기타(장비취급등)	553	33,464	61	498	36,612	74
<b>기타</b>	<b>2,199</b>	<b>453,173</b>	<b>206</b>	<b>2,153</b>	<b>460,864</b>	<b>214</b>

광고업종을 세부업무별로 구분하면, 사업체수는 인쇄가 2,320개로 가장 많고, 광고물기획·편집이 2,114개, 광고대행·매체대행이 1,538개 순으로 많이 나타났다.

취급액은 광고대행·매체대행 업무에서 발행되는 취급액이 6조 1,327억원으로 가장 많으며, CM·영상·카피·그래픽 제작의 취급액이 9,017억원, SP 서비스의 취급액 8,839억원 순으로 많이 나타났다.

### 1.1.3. 매체별 취급액

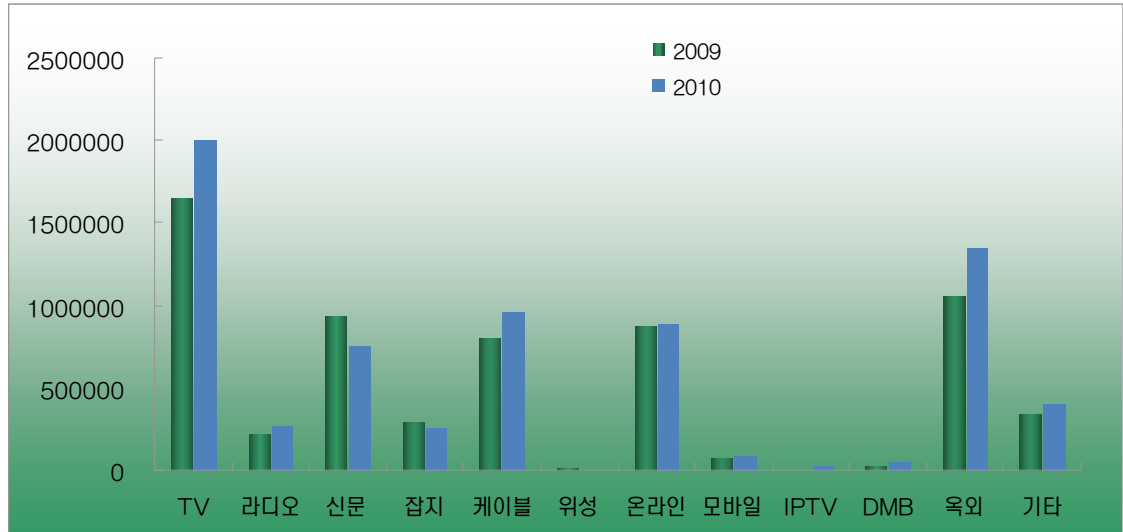
표 IV-1-3 >> 매체별 취급액 비교

		2009년			2010년		
		사업체수 (개소)*	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)	사업체수 (개소)*	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)
4대매체	TV	483	1,650,345	3,417	403	2,004,138	4,973
	라디오	476	218,727	460	395	269,037	681
	신문	792	932,843	1,178	611	755,458	1,236
	잡지	684	294,182	430	520	249,200	479
뉴미디어	케이블	575	803,614	1,398	409	956,061	2,338
	위성	46	15,326	333	80	3,740	47
	온라인	320	875,657	2,736	324	883,589	2,727
	모바일	161	70,689	439	136	81,799	601
	IPTV	19	861	45	72	24,050	334
	DMB	519	28,849	56	397	44,389	112
옥외	927	1,051,666	1,134	847	1,350,052	1,594	
기타	653	342,289	524	608	394,790	649	
전체	1,655	6,285,048	3,798	1,695	7,016,303	4,139	

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

2010년 광고산업의 매체별 취급액 규모는 7조 163억원으로 전년 조사 6조 2,850억원보다 1.1% 증가하였다. 4대 매체 중 TV, 라디오는 증가하였고, 신문과 잡지의 취급액은 감소한 것으로 나타났다. 뉴미디어 가운데 위성의 취급액은 감소하였고, 케이블, 온라인, 모바일, DMB, IPTV의 취급액은 증가한 것으로 나타났다. 이 외 옥외광고와 기타광고의 취급액이 전년대비 취급액 수준이 증가한 것으로 나타났다.

그림 IV-1-1 >> 매체별 취급액 비교



#### 1.1.4. 지역별 취급액

표 IV-1-4 >> 지역별 취급액 비교

	2009년			2010년		
	사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)	사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)
서울	2,025	8,613,806	4,254	2,541	9,749,302	3,837
6대시	1,586	342,690	1,497	1,496	267,730	1,273
9개도	921	230,382	2,307	974	306,140	1,677
전체	4,532	9,186,878	2,027	5,011	10,323,172	2,060

2010년 서울소재 광고업체의 취급액 규모는 9조 7,493억원으로 2008년 8조 6,138억원 보다 1.1% 증가하였으며, 평균 취급액은 42.5억원에서 38.4억원으로 감소하였다.

6대시의 취급액 규모는 2009년 3,427억원에서 2010년 2,677억원으로 증가하였으며 평균취급액도 15억원에서 13억원으로 감소하였고, 9개도의 취급액 규모는 2009년 2,304억원에서 3,061억원으로 증가하였으며 평균취급액은 23.1억원에서 16.8억원으로 감소하였다.

전반적으로 서울지역의 취급액이 증가하고, 또한 시의 광고 취급액이 감소하고 있으며, 도의 광고 취급액은 증가하였으며, 서울의 광고 취급액의 비중은 93.8%에서 94.4%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

		2009년			2010년		
		사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)	사업체수 (개소)	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)
종사자수	1 ~ 4인	2,864	470,307	164	3,286	558,278	170
	5 ~ 9인	883	813,769	922	985	780,858	793
	10 ~ 49인	700	2,884,262	4,120	661	3,068,721	4,643
	50 ~ 99인	67	1,729,465	25,813	52	1,632,717	31,398
	100인 이상	18	3,289,075	182,726	27	4,282,598	158,615
취급액	1억원미만	1,849	82,234	45	2,045	94,609	46
	1 ~ 10억원미만	1,737	568,343	327	2,055	671,220	327
	10 ~ 100억원미만	792	1,970,603	2,488	768	1,944,335	2,532
	100억원 이상	154	6,565,698	42,634	143	7,613,008	53,238
	전체	4,532	9,186,878	2,027	5,011	10,323,172	2,060

종사자 규모에 따른 취급액 규모를 살펴보면, 1~4인 사업체의 취급액은 4,703억원에서 5,583억원으로 증가하였으며, 평균 취급액은 1.6억원에서 1.7억원으로 증가하였고, 5~9인 사업체의 취급액은 8,138억원에서 7,809억원으로 감소하였으며, 평균취급액도 9.2억원에서 7.9억원으로 감소하였다. 10~49인 사업체의 취급액은 2조 8,843억원에서 3조 687억원으로 증가하였고, 평균취급액은 41.2억원에서 46.4억원으로 증가하였고, 50~99인 사업체의 취급액은 1조 7,295억원에서 1조 6,327억원으로 감소하였으나, 평균취급액은 258억원에서 314억원으로 증가하였다. 100인 이상 사업체의 취급액은 3조 2,891억원에서 4조 2,826억원으로 증가하였고, 역시 사업체 수의 증가에 따라 평균취급액이 1,827억원에서 1,586억원으로 감소하였다.

취급액 규모에 따른 취급액의 변화를 살펴보면, 1억원 미만 사업체의 취급액은 822억원에서 946억원으로 증가하였고, 평균 취급액은 4천 5백만원에서 4천 6백만원으로 증가하였다. 1~10억원 미만 사업체의 취급액은 5,683억원에서 6,712억원으로 증가하였고, 평균 취급액은 3억 2천 7백만원으로 변화가 없었다. 10~100억원 미만 사업체의 취급액 역시 1조 9,706억원에서 1조 9,443억원으로 감소했으며, 평균취급액도 25억원으로 변화가 없었다. 또한, 100억원 이상 사업체의 취급액은 6조 5,657억원에서 7조 6,130억원으로 증가하였고, 평균취급액 역시 426억원에서 532억원으로 증가하였다.

## 1.2. 종사자

### 1.2.1. 성별, 연령별 종사자수

표 IV-2-1 >> 성별 종사자수 비교

	2009년			2010년		
	전체 (명)	남자 (명)	여자 (명)	전체 (명)	남자 (명)	여자 (명)
정규직	29,903	18,316	11,587	31,490	18,944	12,546
비정규직	3,606	2,097	1,509	2,948	1,451	1,497
합계	33,509	20,413	13,096	34,438	20,395	14,043

2010년 광고산업의 종사자수를 살펴보면 전체 종사자수는 33,509명에서 34,438명으로 증가하였으며, 그중 정규직 종사자는 29,903명에서 31,490명으로 증가하였고, 비정규직 종사자는 3,606명에서 2,948명으로 감소하였다.

그림 IV-2-1 >> 고용형태별 종사자 분포

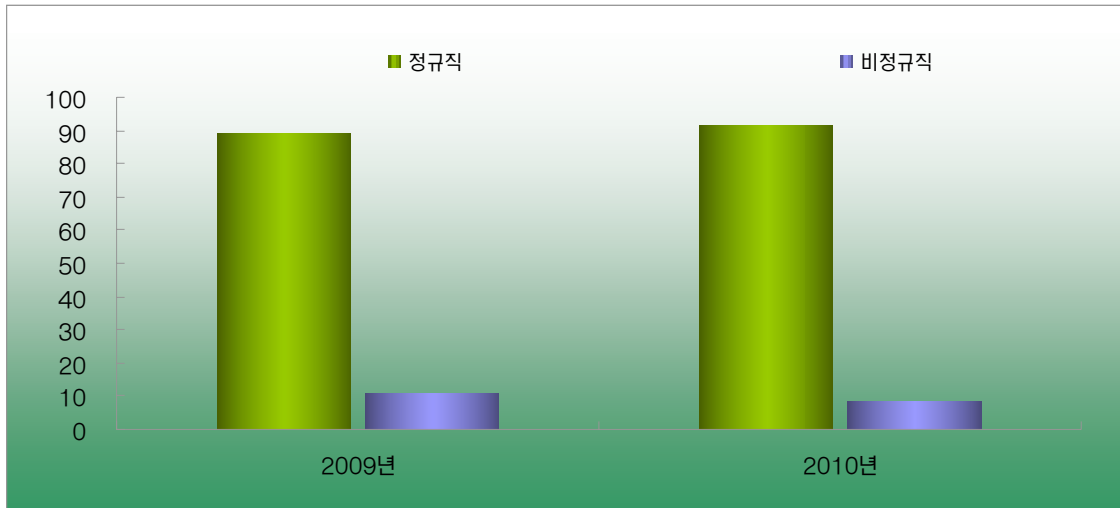
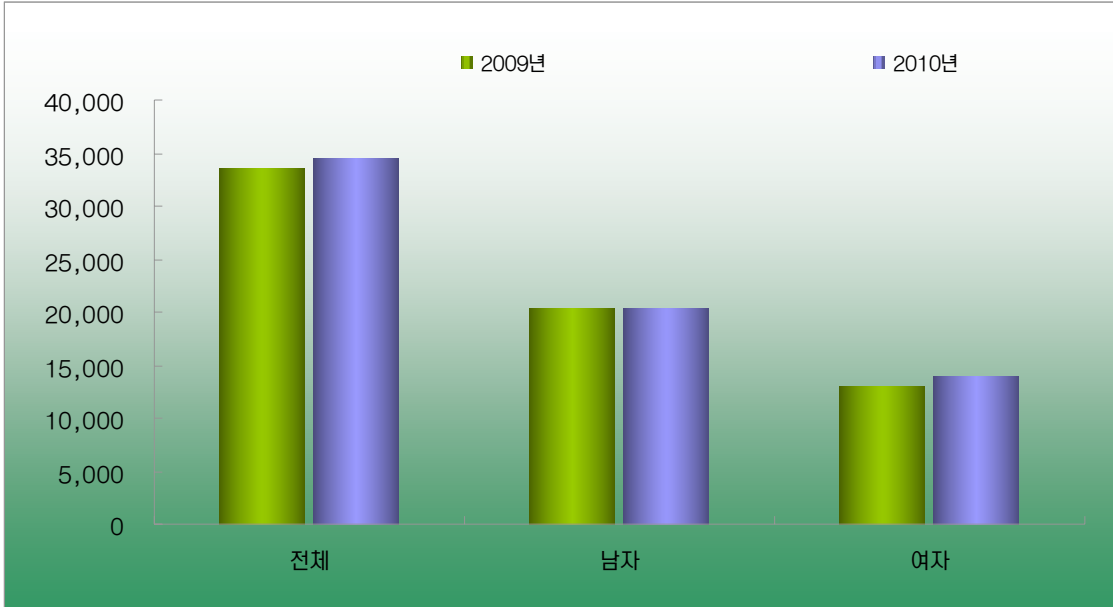




그림 IV-2-2 >> 성별 종사자수



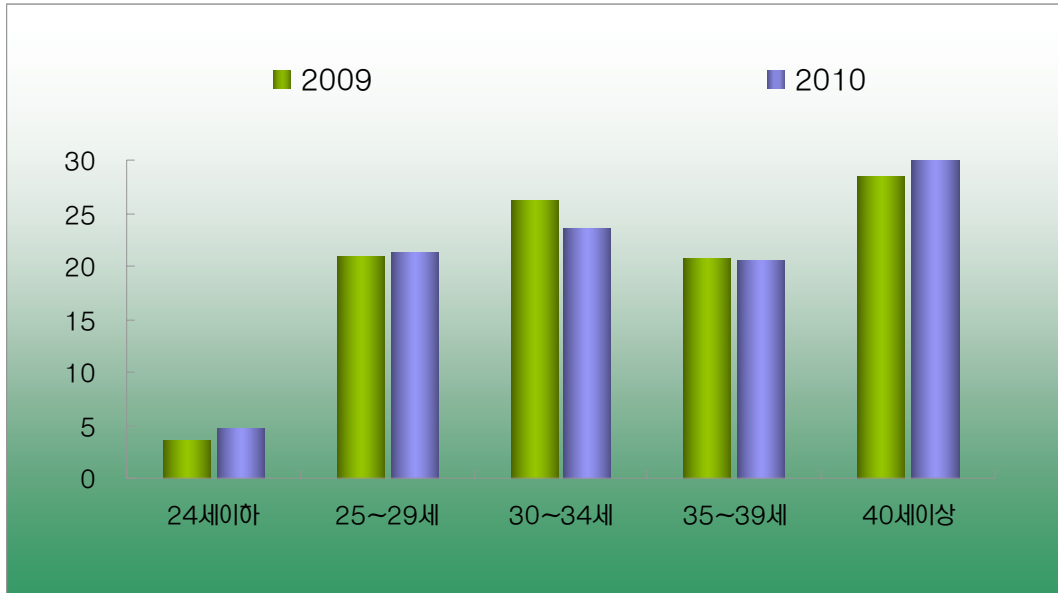
성별에 따른 종사자수를 살펴보면, 남자는 20,413명에서 20,395명으로 증가하였고, 여자는 13,096명에서 14,043명으로 증가한 것으로 나타났다.

표 IV-2-2 >> 연령별 종사자수 비교

	2009년						2010년					
	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	29,903	950	6,103	7,538	6,473	8,839	31,490	1,208	6,639	7,593	6,523	9,527
비정규직	3,606	267	895	1,249	478	717	2,948	385	692	507	532	832
합계	33,509	1,217	6,998	8,787	6,951	9,556	34,438	1,593	7,331	8,100	7,055	10,359

광고산업의 연령별 종사자수를 살펴보면, 24세 이하는 1,217명에서 1,593명으로, 25~29세에서도 6,998명에서 7,331명으로, 35~39세 또한 6,951명에서 7,055명으로 증가하였고, 40세 이상도 9,556명에서 10,359명으로 증가하였다. 30~34세에서는 8,787명에서 8,100명으로 감소한 것으로 나타났다.

그림 IV-2-3 >> 연령별 종사자 분포



연령별 비중을 살펴보면, 24세 이하는 3.6%에서 4.6%로 증가하였고, 25~29세는 20.9%에서 21.3%로 증가하였다. 30~34세는 2009년 26.2%에서 2010년에는 23.5%로 감소하였고, 35~39세에서도 20.7%에서 20.5%로 감소하였으며, 40세 이상은 28.5%에서 30.1%로 증가한 것으로 나타났다.

## 1.2.2. 지역별 종사자수

표 IV-2-3 >> 지역별 종사자수

	2009년			2010년		
	종사자수 (명)	사업체당종사자수 (명)	종사자당취급액 (백만원)	종사자수 (명)	사업체당종사자수 (백만원)	종사자당취급액 (백만원)
서울	25,916	13	332	27,162	11	359
6대시	4,681	3	73	4,217	3	74
9개도	2,912	3	79	3,059	3	69
전체	33,509	7	274	34,438	7	300

지역별 종사자수를 살펴보면, 서울이 25,916명에서 27,162명으로 증가하였고, 종사자당 취급액은 3.3억원에서 3.6억원으로 증가하였다. 6대시(부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산)의 종사자수는 4,681명에서 4,217명으로 감소하였고, 종사자당 취급액은 73백만원에서 74백만원으로 증가한 것으로 나타났다. 9개도(경기, 강원, 충청북도, 충청남도, 전라북도, 전라남도, 경상북도, 경상남도, 제주)의 종사자수는 2,912명에서 3,059명으로 증가하였으나, 종사자당 취급액은 79백만원에서 69백만원으로 감소한 것으로 나타났다.

### 1.3. 가치사슬 분류

표 IV-3-1 >> 가치사슬 업종별 취급액 비교

	2009년			2010년		
	사업체수 (개소)*	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)	사업체수 (개소)*	취급액 (백만원)	평균취급액 (백만원)
인프라	2,435	1,182,626	486	2,727	1,473,218	540
생산	2,582	6,461,548	2,503	2,925	7,049,556	2,410
유통	1,504	7,161,580	4,762	1,546	8,093,372	5,235
서비스	335	5,299,608	15,820	471	6,078,589	12,906
전체	4,532	9,186,878	2,027	5,011	10,323,172	2,060

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

가치사슬 업종에 따른 규모를 살펴보면, 인프라는 2,435개 1조 1,826억원에서 2,727개 1조 4,732억원으로 사업체수, 취급액 모두 증가하였으며, 생산은 2,582개, 6조 4,615억원에서 2,925개, 7조 496억원으로 사업체수 는와 취급액 모두 증가한다. 유통은 1,504개 7조 1,616억원에서 1,546개 8조 934억원으로 사업체수, 취급액이 증가한 것으로 나타났고, 서비스는 335개 5조 2,996억원에서 471개 6조 786억원으로 사업체수와 취급액 모두 증가 하였다.

표 IV-3-2 >> 가치사슬 업종별 종사자 현황

	2009년			2010년		
	종사자수* (명)	사업체당종사자수 (명)	종사자당취급액 (백만원)	종사자수 (명)	사업체당종사자수 (명)	종사자당취급액 (백만원)
인프라	11,222	5	105	12,267	4	120
생산	17,958	7	360	19,557	7	360
유통	17,289	11	414	16,255	11	498
서비스	8,330	25	636	10,014	21	607
전체	33,509	7	274	34,438	7	300

\* 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 11,222명에서 12,267명으로 증가 하였으며, 종사자당 취급액은 1.1억원에서 1.2억원으로 증가하였고, 생산산업의 종사자수는 17,958명에서 19,557명으로 증가하였으며, 종사자당 취급액은 3.6억원으로 변화가 없고, 유통산업의 종사자수는 17,289명에서 16,255명으로 종사자수는 감소하였으나, 종사자당 취급액은 4.1억원에서 5.0억원으로 증가한 것으로 나타났고, 서비스산업은 종사자수는 8,330명에서 10,014명으로 증가하였고, 종사자당 평균 취급액은 6.4억원에서 6.1억 원으로 감소한 것으로 나타났다.

## 1.4. 수출 및 수입

표 IV-4-1 >> 수출입 현황

	수출		수입	
	2009년 (백만원)	2010년 (백만원)	2009년 (백만원)	2010년 (백만원)
국경기준	81,587	77,669	1,500	1,262
국적기준	118,862	87,360	778,713	852,357

국경기준 수출액은 2009년 816억원에서 2010년 777억원으로 크게 감소하였으며, 수입액은 15억원에서 13억 원으로 감소한 것으로 나타났다.

국적기준 수출액은 2009년 1,189억원에서 2010년 874억원으로 크게 감소하였으며, 수입액에서는 2009년 7,787억원에서 8,524억원으로 증가한 것으로 나타났다.

표 IV-4-2 >> 국적기준 수출수입

구분	수출		구분	수입	
	2009년 (백만원)	2010년 (백만원)		2009년 (백만원)	2010년 (백만원)
직접수출	70,018	24,626	직접수입	13,461	8,876
자회사수입 (revenue)	48,844	62,734	자회사수입 (revenue)	765,252	843,481
합계	118,862	87,360	합계	778,713	852,357
(기업내거래)	2,723,616	3,715,817	(기업내거래)	883,769	1,010,826

### 1.5. 광고경기체감도

표 IV-5-1 >> 광고경기체감도 및 광고경기전망지수

		평균광고경기체감도			광고경기전망지수*		
		2011년예상	2011년상반기	2011년하반기	2011년	2012년	증감
종사자수	1 ~ 4인	58	59	59	106.6	106.4	-0.2
	5 ~ 9인	62	58	60	108.0	113.5	5.5
	10 ~ 49인	68	64	65	107.6	106.5	-1.1
	50 ~ 99인	80	75	76	102.6	103.5	0.9
	100인이상	81	77	77	99.4	101.8	2.4
취급액	1억원미만	59	61	60	106.3	104.3	-2.0
	1 ~ 10억원미만	59	56	58	107.0	110.7	3.7
	10 ~ 100억원미만	65	61	63	109.1	109.3	0.2
	100억원이상	82	73	72	104.4	102.3	-2.1
전체		61	59	60	106.9	107.6	0.7

\* 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, 2010년에 예상한 2011년 광고경기체감 점수는 61점이었으나, 2011년 상반기, 하반기 59점, 60점으로 전년도 예상 점수 대비 조금 낮은 수준에 머물러 있는 것으로 나타났다.

광고경기전망지수를 살펴보면, 2011년 예상 2012년 광고경기전망지수는 전체 107.6점으로 2010년 예상 2011년 광고경기전망지수 106.9점 보다 크다.

종사자 규모에 따른 광고경기전망지수 변화를 살펴보면, 5~9인 사업체에서는 5.5점 증가 하였고 100인 이상 사업체에서는 2.4점 증가하였으며, 50~99인 사업체는 0.9점, 10~49인 사업체와 51~4인 사업체는 감소한 것으로 나타났다.

취급액 규모별로는 1~10억원 미만 사업체는 3.7점 10~100억원 미만 사업체는 0.2 증가하였으며 100억원 이상 사업체, 1억원 미만 사업체는 감소가 나타났다.

표 IV-5-2 >> 광고주 업종별 광고경기체감도 비교

	평균광고경기체감도			광고경기전망지수*		
	2011년예상	2011년상반기	2011년하반기	2011년	2012년	증감
기초재	87	50	50	113.6	100.0	-13.6
식품	80	74	71	110.2	99.1	-11.1
음료 및 기호식품	82	77	77	114.4	100.0	-14.4
제약 및 의료	79	81	81	118.3	100.0	-18.3
화장품 및 보건용품	82	65	69	108.1	102.8	-5.3
출판	66	77	78	104.4	105.3	0.9
패션	79	75	74	107.5	100.3	-7.2
산업기기	71	73	80	102.9	98.1	-4.8
정밀기기 및 사무기기	73	78	75	118.2	103.4	-14.8
가정용 전기전자	84	63	68	110.7	108.3	-2.4
컴퓨터 및 정보통신	84	71	75	110.2	100.4	-9.8
수송기기	83	70	73	102.0	97.6	-4.4
가정용품	79	77	77	106.5	98.9	-7.6
화학공업	82	93	81	103.3	92.1	-11.2
건설·건재 및 부동산	99	78	71	151.7	99.9	-51.8
유통	78	67	68	108.0	100.1	-7.9
금융·보험 및 증권	84	73	72	110.3	97.5	-12.8
서비스	76	80	78	108.0	99.5	-8.5
관공서 및 단체	74	72	70	107.0	97.1	-9.9
교육 및 복지후생	74	71	73	108.3	103.4	-4.9
전체	77	74	74	109.9	99.9	-10.0

\* 전년도 분기별 취급액 기준으로 가중평균한 광고경기체감도 대비 내년도 예상 광고경기체감도임.  
100을 기준으로 그 이상은 광고경기가 좋아질 것으로 예상하고, 100미만은 광고경기가 나빠질 것으로 예상한다고 해석함.

한편, 광고주의 경우 광고경기체감도를 100점 만점의 점수로 평가한 결과, 2010년에 예상한 2011년 광고경기체감 점수는 77이었으나, 2011년 상반기, 하반기 모두 74점으로 전년도 예상 점수 보다 낮게 나타났다.

광고경기전망지수를 살펴보면, 2011년 예상 2012년 광고경기전망지수는 전체 99.9점으로 2010년 예상 2011년 광고경기전망지수 109.9점 보다 10.0점 낮은 것으로 나타났다.

광고주 업종에 따른 광고경기전망지수 변화를 살펴보면 출판에서 0.9점으로 유일하게 전망지수가 전년대비 증가하였다. 그러나 건설·건재 및 부동산 51.8점, 제약 및 의료 18.3점, 정밀기기 및 사무기기 14.8점, 음료 및 기호식품 14.4점, 기초재 13.6점, 금융·보험 및 증권 12.8점, 화학공업 11.2점, 식품 11.1점, 관공서 및 단체 9.9점, 컴퓨터 및 정보통신 9.8점, 서비스 8.5점, 유통 7.9점, 가정용품 7.6점, 패션 7.2점 화장품 및 보건 용품 5.3점, 교육 및 복지후생 4.9점, 산업기기 4.8점, 수송기기 4.4점, 가정용 저기전자 2.4점으로 하락세를 보였다.

그림 IV-3 >> 광고주 업종별 광고경기전망지수 비교

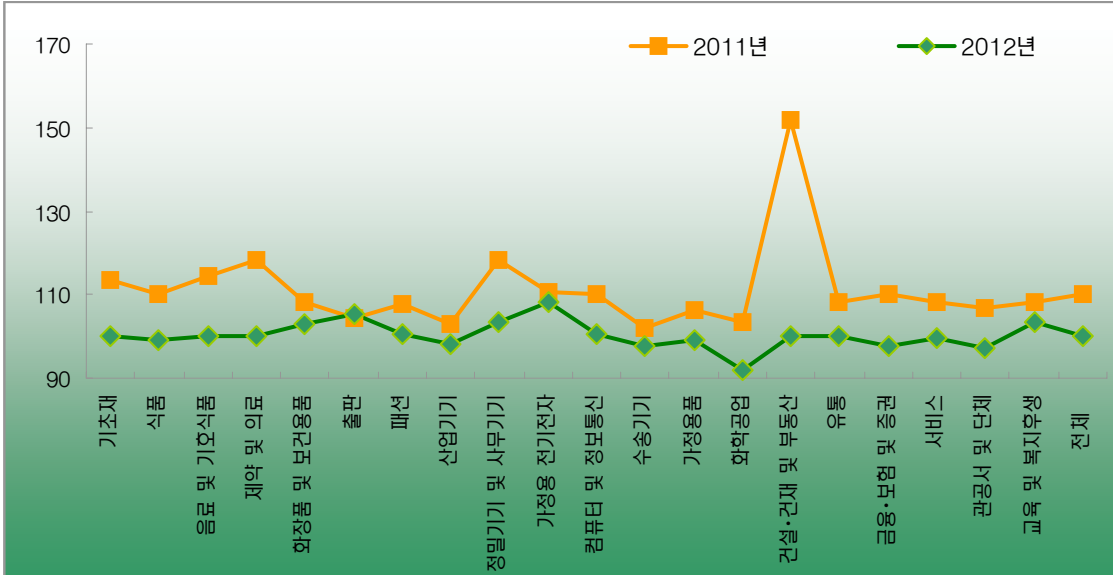


표 IV-5-3 >> 광고주와 광고회사의 광고경기체감도 비교

	광고경기체감도		광고경기전망지수	
	2011년예상	2012년예상	2011년예상	2012년예상
광고회사	61	62	106.9	107.6
광고주	77	74	109.9	99.9

# V

## 결론

### 1. 결과요약

2010년 광고산업 전체 5,011개 사업체의 취급액 기준 산업규모는 10조 3,232억원이다. 취급액을 업종별로 구분해 보면 광고(종합)대행이 6조 1,409억원으로 절대적인 비중을 차지하고 있으며, 그 외 광고제작업, 서비스업, 인쇄, 온라인업, 기타업종의 취급액이 4조 1,823억원이었다. 사업체수를 고려하여 비교하면 사업체당 평균취급액은 광고(종합)대행업 39.9억원으로 가장 높고 서비스업이 28.4억원, 온라인업이 24.7억원, 광고제작업이 8.4억원 등의 순으로 높게 나타났다.

광고업종을 세부업무별로 구분하면, 사업체수는 인쇄가 2,320개로 가장 많고, 광고물기획·편집이 2,114개, 광고대행·매체대행이 1,538개 순으로 많이 나타났다. 취급액은 광고대행·매체대행 업무에서 발행되는 취급액이 6조 1,327억원으로 가장 많으며, CM·영상·카피·그래픽 제작의 취급액이 9,017억원, SP 서비스의 취급액 8,839억원 순으로 많이 나타났다.

2010년 광고산업의 매체별 취급액 규모는 7조 163억원으로 전체 광고시장의 68.0%를 차지한다. 이중 4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지)의 금액은 3조 2,778억원으로 매체 전체의 31.8% 비중이며, 뉴미디어(케이블, 온라인, 위성, 모바일, IPTV, DMB)는 1조 9,936억원 19.3%, 옥외광고는 1조 517억원 13.1%의 구성비를 나타냈다. 사업체당 평균 취급액은 TV가 50억원으로 매우 높았고, 온라인 27.3억원, 케이블 23.4억원 순으로 높게 나타났다.

2010년 광고산업의 취급액 규모를 사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 사업체 중 2,541개, 50.7%가 서울에 소재하고 있으며, 전체 취급액 규모의 94.6%인 9조 7,493억원이 서울에서 생산되고 있다. 사업체당 평균 취급액은 서울이 38.3억원으로 6대시 12.8억원, 9개도 16.8억원으로 나타났다.



종사자규모별로 살펴보면, 사업체수는 1~4인이 3,286개 65.6%로 가장 많은 비중을 차지하고, 5~9인이 985개 19.7%, 10~49인이 661개 13.2%의 순서로 구성비가 나타났다. 취급액은 100인 이상이 4조 2,826억원 41.5%로 가장 많고, 10~49인 3조 687억원 29.7%, 50~99인 1조 6,327억원 15.8%, 5~9인 7,809억원 7.6%의 순서이다. 사업체당 평균 취급액은 100인 이상 1,586억원, 50~99인 이상 314억원, 10~49인 이상 46억원으로 전체 사업체당 취급액 20억원 보다 매우 높게 나타났다.

취급액규모별로 살펴보면, 1~10억원 미만 2,055개 41.0%로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며 1억원 미만인 사업체수 2,045개 40.8%, 10~100억 미만 768개 15.3%의 순서이며, 취급액은 100억원 이상이 7조 6,130억원 73.8%로 가장 많고, 10~100억 미만 1조 9,443억원 18.8%, 1~10억원 미만 6,712억원 6.5%의 순서로 높게 나타났다.

2010년 기준 광고산업 종사자 34,438명을 고용형태별로 살펴보면, 정규직이 31,490명 91.4%이고, 비정규직이 2,948명 8.6%를 차지한다. 성별로 보면 남자는 20,395명 59.2%, 여자는 14,043명 40.8%로 남자가 1.5배 더 많이 종사하고 있다. 남자는 정규직 92.9%, 비정규직이 7.1%이고, 여자는 정규직 89.3%, 비정규직 10.7%로 남자와 여자의 정규직 비율이 비슷하게 나타났다. 연령별로는 40세 이상 종사자가 10,359명으로 가장 많으며, 24세 이하가 1,593명으로 가장 적게 나타났다.

2010년 광고산업의 종사자를 사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 종사자의 78.9%인 2만 7,162명이 서울에 집중되어 있으며, 6대시에 4,217명 12.3%, 9개도에 3,059명 8.9%가 분포되어 있다. 사업체당 평균 종사자수는 서울이 11명, 6대시 3명, 9개도가 3명으로 분포되어 있다. 종사자당 평균 취급액은 전체가 3.0억원, 서울은 3.6억원으로 나타났다.

광고업체를 가치사슬 기준으로 분류하면, 인프라산업(인쇄, 제판, 광고사진 스튜디오 등)으로 분류되는 사업체가 2,727개 54.4%를 차지하고 있으며, 생산산업(광고제작업, CM, 영상, 카피, 그래픽, 온라인 제작 등)으로 분류할 수 있는 사업체가 2,925개 58.4%, 유통산업(광고대행·매체대행, 광고기획·전략 대행, 온라인 대행 등)을 하는 사업체는 1,546개 30.9%, 서비스산업(리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design 등)을 하는 사업체는 471개 9.4%가 존재하는 것으로 나타났다.

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

사업체당 평균취급액은 20.6억원, 사업체당 평균 종사자수는 7명이었다. 종사자당 평균 취급액 300억원을 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

국정기준 광고업 수출액은 776.6억원이며, 수입액은 12.6억원 이상으로 집계된다.

광고회사의 국적에 따른 한국국적 광고회사의 해외 판매의 합계인 국정기준 광고업 수출액은 874억원이며, 국정기준 수입액은 8,524억원이다.

광고경기체감도를 100점 만점의 점수로 평가한 결과, 2010년 상반기는 59점, 하반기는 60점으로 그 차이가 거의 없는 것으로 나타났으며, 2012년 예상점수는 62점으로 2011년 수준보다 상승할 것으로 예상된다. 종사자 규모, 취급액 규모별로 광고경기체감도를 보면, 종사자 규모가 클수록, 취급액 규모가 클수록 광고경기 체감도는 높아지는 것으로 나타났다.

광고경기전망지수를 살펴보면, 전 영역에서 2011년 경기전망을 종사자수 1~4인, 10~49, 취급액 1억원 미만, 100억원 이상에서 비관적으로 보고 있으며, 그 중 취급액 1억원 미만과 100억원 이상인 이상인 기업과 100인 이상인 기업이 상대적으로 더욱 비관적으로 보고 있는 것으로 나타났다.

광고주 업종별로 광고경기체감도는 2011년 상반기, 하반기 모두 화학공업이 각각 93.81점으로 가장 높은 수치였으며, 2011년 예상 광고경기체감도는 건설, 건재 및 부동산 업종에서 99점으로 가장 높게 나타났다.

광고경기전망지수를 업종별로 보면 가정용전기전자가 108.3점으로 가장 높고, 다음으로 출판 105.3점, 정밀기기 및 사무기기, 교육 및 복지후생이 103.4점 등의 순으로 높게 나타났다.

## 2. 광고연감과 비교

광고산업은 광고주, 광고업체, 매체사로 구성되어 있다. 광고산업통계는 광고업체를 조사대상으로 하여 광고산업규모를 파악하는 조사이고, 제일기획의 광고연감 자료는 매체사를 조사대상으로 하여 광고시장규모를 파악하는 것이 기본적인 차이점이라 할 수 있다. 광고분야의 산업규모와 시장규모를 비교하면 다음과 같다.

### ○ 광고연감 집계방식

TV, 라디오 : 한국방송광고공사 방송사별 신탁액 기준

신문 : 중앙지, 경제지, 스포츠지, 지방지 외 무가지, 특수일간지, 대학지 등 신문 실 광고시장 조사

잡지 : 여성지, 주간지, 남성지, 멤버십지, 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 미디어웹사 조사, 위성방송(스카이라이프), DMB(지상파, 위성) 광고비 집계

전파제작 : 2010년 광고제작물 심의건수 및 업계 제작건수 중심 추정

인쇄제작 : 2010년 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	20,041	19,307
		라디오	2,690	2,565
		신문	7,555	16,438
		잡지	2,492	4,889
		4대매체 계	32,778	43,199
	4대매체 광고제작*		9,454	8,061
	옥외, SP, 기타		13,501	7,494
	뉴미디어	케이블TV	9,561	9,649
		온라인	8,836	15,470
		위성TV	37	153
		모바일	818	-
		IPTV	241	205
		DMB	444	271
		뉴미디어 계	19,937	25,748
합계		75,670	84,501	
광고기획·전략대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 기타		27,562	-	
전체		103,232	84,501	

\* 광고산업통계는 4대매체 이외의 광고제작 취급액 포함

### 3. 향후과제

광고산업통계조사의 7회째 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 한국신용평가정보로부터 10년도 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 7회째가 되었으나 아직은 조사대상자들의 조사에 대한 인지도가 낮으며, 조사대상 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 못했다. 결과적으로, 산업 규모 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 TV와 라디오를 제외한 매체들에 대해서만 내용을 파악하여 시간과 경비를 절감하고 조사오차도 줄이도록 한다. 또한, 신문과 잡지에 대한 인쇄매체 통계는 모니터링 집계자료가 제공되고 있다. TV와 라디오 통계에 비하여 정확도는 떨어지지만 광고주별로 브랜드 마다 구분되어 방대한 양의 자료가 제공되므로 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)

적절한 광고메시지를 적절한 매체를 통해 적정 청중들에게 전달하기 위한 광고활동을 계획하거나, 카피, 매체 등 종합적인 광고캠페인의 기본방향을 수립하고 광고기획의 평가, 광고목표의 수립, 광고예산의 설정, 광고메시지의 고안, 광고매체 계획, 통합적 마케팅 커뮤니케이션 등의 업무 수행.

#### ② 광고제작

##### CM·영상·카피·그래픽 제작

- CM(Commercial message): 민간 TV, 라디오 방송 중에서 행해지는 광고의 총칭. 모든 광고 메시지를 통틀어서 가리킨다. 인쇄 매체나 영상 매체 포함.
- 카피(Copy): 광고물의 언어로 된 부분으로 표제, 부제, 본문, 슬로건 등을 포함한 광고 원고. 넓은 의미로는 광고물 자체를 지칭하기도 함.
- 컴퓨터그래픽스(Computer Graphics): 광고의 시각효과를 위하여 컴퓨터를 이용한 그래픽.
- 그래픽(Graphics): 판화나 그림 등과 같이 광고에 사용되는 시각적 요소.

## 온라인 제작

배너(Banner), 이벤트페이지, 웹 사이트 등 각종 온라인 광고물을 제작.

## 광고사진 스튜디오

광고를 목적으로 제작된 사진 촬영. 신문, 잡지, 포스터 광고 촬영 및 카탈로그 촬영.

## CI(Corporate identity : 기업정체성)

특정 기업을 인지시키는 것. 기업은 소비자로부터 신뢰와 호감을 얻기 위하여 항상 일관되고 통일된 이미지를 깊게 심어야 한다. CI를 확립하기 위해, 상징, 마크, 로고타이프, 기업 컬러 등에 의해 시각적인 표지를 통일시키는 방법이 사용되고 있다. 또한 최근에는 기업 활동의 여러 가지 산출물, 즉 제품이나 기업건물, 운반차량, 종업원의 복장, 봉투 등 여러 가지 광고에 통일된 기업 이념을 반영하는 것으로 기업이 대중으로부터 인정받게 하는 방법을 쓰고 있다.

## ③ 서비스

### 마케팅 · 리서치(Marketing · Research)

- 마케팅 계획(Marketing Plan) : 기업의 경쟁적 우위를 확보하기 위하여 시장세분화, 표적시장 선정, 위상정립, 마케팅 믹스 등의 활동을 종합적으로 계획.
- 마케팅 조사(Marketing Research) : 마케팅 상의 문제점과 기회 발견, 또는 마케팅 활동의 기획, 수정 및 평가를 위해 내부 및 외부 정보를 체계적으로 수립, 분석하는 활동.
- 마케팅 커뮤니케이션(Marketing Communication) : 교환을 촉진하기 위해 행하는 커뮤니케이션활동으로서 대인판매, 판매촉진, PR, 직접 판매 등의 활동.
- 마케팅 믹스(Marketing Mix) : 표적 시장에서 기업이 기대하는 마케팅 목표를 달성하기 위하여 통제가능한 마케팅 요소들을 배합하는 업무. 가장 일반적인 요소로는 가격(Price), 제품(Product), 촉진(Promotion), 유통(Place)이 있음.

### PR(Public Relations Agency)

조직이나 개인이 자신이나 그들의 제품 또는 서비스에 대한 공중의 이해와 호감을 얻고자 행하는 여러가지 활동의 업무를 전문으로 행하는 대행사. 홍보, PR, 행사 기획, 홍보물 제작 등.

### SP(Sales Promotion)

판매촉진 서비스를 제공하는 판매회사. 신문 잡지 광고나 TV, 라디오의 경우처럼 매스컴 매체에 하는 광고가 아니라 판매에 직결한 광고의 총칭. DM 광고, 프리미엄, 견본배포, 노벨티, 콘테스트, 판매경로에 대한 딜(deal), 카탈로그, 팸플릿, 쇼, 소비자의 그룹화, 소비자교육, 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, 리플렛 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 탤런트 발굴에 주력하고 있고, 사회적 지위나 대우도 예전에 비하면 월등히 높아지고 있다. 이러한 상황에서 디자이너 지망 인구도 눈에 띄게 증가하여 양성기관도 붐을 이루고 있다.

### CM(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 힘의 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, 전자, 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 사실구명을 통해 이루어지는 마케팅 조사는 특정한 문제에 따라 달리 진행되며, 개별 사안에 대하여 프로젝트별로 진행되는 경우가 많다.

### 인터랙티브 (Interactive)

인터랙티브 기능(Interactive function)이란 직역하면 상호작용 기능으로 쌍방향 통신을 뜻한다. 뉴미디어 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 베끼는 인쇄법, 또는 평판 인쇄, 그라비아 인쇄, 동판 인쇄 등에서 제판과정의 한 기법을 가리키기도 한다.

### 관리(Management)

일정한 목적을 효과적으로 실현하기 위하여 인적·물적 여러 요소를 적절히 결합하여 그 운영을 지도·조정하는 기능 또는 그 작용.

# 별첨 : 광고업체용 설문지

〈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 2010년 결산 기준이며 조사기간은 7월 ~ 8월까지입니다. 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.

2011. 7. ~ 8.

주관 : 문화체육관광부 · 한국방송광고공사

### 1. 일반 현황(2010년 12. 31. 현재)

#### 1. 사업체 정보

사업체 명(국문)		홈페이지 URL	http://
전화번호	( ) -	팩스번호	( ) -
주소	□□□-□□□		
사업자등록번호	- -	설립일자	__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 기업계승 ④ 기업인수 ⑤ 전문경영인 ⑥ 기타	

## II. 사업체 현황 (2010년 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/이벤트/S pace 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 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	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	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원	___억 ___천 ___백만원
매체대행	전체(B)	TV	라디오	신문	잡지	케이블	위성	모바일	IPTV	옥외	DMB	기타	
	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	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	___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)						
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 잘모름 0원	해당없음 잘모름 0원	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	___억 ___천 ___백만원
매체대행	전체(B)	야립/빌보드	지하철	고속철	극장	버스	기타	
	해당없음 잘모름 0원	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	
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)
	매 출 액				외주 및 원자재구입 비용**				CF , CM 등
CM·영상·카피·그래픽 제작	해당 없음	잘 모름	0원	___억 ___천 ___백만원	해당 없음	잘 모름	0원	___억 ___천 ___백만원	편
온라인 제작	해당 없음	잘 모름	0원	___억 ___천 ___백만원	해당 없음	잘 모름	0원	___억 ___천 ___백만원	편
광고사진 스튜디오	해당 없음	잘 모름	0원	___억 ___천 ___백만원	해당 없음	잘 모름	0원	___억 ___천 ___백만원	편
CI	해당 없음	잘 모름	0원	___억 ___천 ___백만원	해당 없음	잘 모름	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)
제 판	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 잘모름 0원 __억 __천 __백만원	해당없음 잘모름 0원 __억 __천 __백만원	해당없음 잘모름 0원 __억 __천 __백만원	해당없음 잘모름 0원 __억 __천 __백만원	해당없음 잘모름 0원 __억 __천 __백만원	해당없음 잘모름 0원 __억 __천 __백만원
매체대행	전체(B)	포탈사이트	엔터테인먼트사이트 (음악/게임)	UCC 사이트	언론/미디어	기타
	해당없음 잘모름 0원 __억 __천 __백만원	해당없음 잘모름 0원 __억 __천 __백만원	해당없음 잘모름 0원 __억 __천 __백만원	해당없음 잘모름 0원 __억 __천 __백만원	해당없음 잘모름 0원 __억 __천 __백만원	해당없음 잘모름 0원 __억 __천 __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) + 광고 기획·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 규모 (단위: 제곱미터(m <sup>2</sup> ))	_____ m <sup>2</sup>
------------------------------------	----------------------

3. 기술보유율 - 소프트웨어 부문

3-1 소프트웨어 부문	사내 IT 인프라		시청률 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

\* 기타 일 경우 세부 내용도 적어 주세요.

3-1. 기술보유율 - 제작/편집 장비 (유: O, 무: X)

(항목점검)	촬영 장비			편집 장비				기타
	촬영용 카메라	조명 장비	촬영용 특수 장비	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

\* 기타 일 경우 세부 내용도 적어 주세요.

III. 고용 현황 (2010년 평균 종사자수)

1. 성별 종사자수 (외국인 포함, 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 (외국인 포함, 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 (외국인 포함, 단위 : 명)

구 분	고졸 이하	전문대졸 (3년제 포함)	대졸	대학원졸 이상	총계
① 정 규 직					
② 비정규직					
합 계					

4. 직급별/직종별 종사자수 (외국인 포함, 단위 : 명)

구 분	AE	디자 이너	CW	PD	매체	SP	PR	마케팅 조사	인터 랙티브	전산	관리 및 기타	총계
임 원												
국장/부장/실장												
차장/과장/대리												
사 원												
총 계												

5. 온라인 / 모바일 분야 종사자수 (외국인 포함, 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	인터 랙티브	전산	관리	합계
정규직												
비정규직												
합 계												

7. 직원 교육 현황 (외국인 포함, 단위 : 명)

구분	교육인원 : 2010년 전체 인원 총계(A+B)	국 내(A)							국 외(B)		
		사 내	외 부						세미나 /컨퍼 런스	대학기관	기 타 업 체 (연 수)
			대학기관	광고공사	시설교육 전문기관	공공기관	온라인 교 육	세미나			
참 여 인 원											

8. 2010년/2011년 상반기 채용규모 (외국인 포함, 단위 : 명)

	신입사원		경력사원		계
	정규직	비정규직	정규직	비정규직	
2010년 전체 채용 규모					
2011년 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

	경력사원	신입사원	총 계
2011년 하반기			
2012년			

8-3. 향후 인력 채용시 신입 사원 채용의 경우 선호 전공계열에 'O' 표시 해주시기 바랍니다.(중복가능).

① 인문사회 계열	② 상경계열	③ 어문계열	④ 법학계열	⑤ 공과계열	⑥ 자연계열	⑦ 예체능 계열	⑧ 기타계열



#### IV. 해외 거래 현황

※ 기입란이 부족할 경우 동일 조사표를 복사하여 첨부해 주시기 바랍니다

1. 귀사의 투정한 외국인(외국기업) 투자 비율에 따라 투자회사명, 등록일, 투자비율 등을 기입해 주시기 바랍니다.

구분	해당여부 표시	세부 내용 (해당될 경우)		
		100% 투자회사 (인수 및 합병 포함)		투자 회사명
	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 √ 표시기입				
		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 √ 표시기입				
			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	거래 광고주 현황		취급액(천 달러)	주요업무(중복가능) 해당 업무에 √ 표시기입				
				광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
①	국내회사		__만__천 달러					
	외국회사		__만__천 달러					
②	국내회사		__만__천 달러					
	외국회사		__만__천 달러					
③	국내회사		__만__천 달러					
	외국회사		__만__천 달러					
④	국내회사		__만__천 달러					
	외국회사		__만__천 달러					
⑤	국내회사		__만__천 달러					
	외국회사		__만__천 달러					
⑥	국내회사		__만__천 달러					
	외국회사		__만__천 달러					
총 계	국내회사	개	총 : __만__천 달러					
	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 총액	광고 관련 수입액 (광고제작물, CF 등)	기타 업무관련 수입액 (기자재, 원자재 등)

V. 주요고객 현황(2010년 12. 30. 결산 기준)

1. 국내 및 외국계 광고주

구분	전체	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 : 백만 원)

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	이탈
거래 광고주(개)		
매출액 (백만 원)	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원

※ 2010년도 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.

2011년 상반기	점	2011년 하반기(예상)	점	2012년(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					
방문일시 및 결 과	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. 휴·폐업 | 6. 기타   |

## 별첨 : 광고주용 설문지

〈광고주용〉



# 광고산업통계조사

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 2010년 결산 기준이며 조사기간은 8월 ~ 9월 초까지입니다. 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.

2011. 8. ~ 9.

주관 : 문화체육관광부 · 한국방송광고공사

### 1. 일반 현황(2010년 12. 31. 현재)

#### 1. 사업체 정보

사업체 명(국문)		홈페이지 URL	http://
전화번호	( ) -	팩스번호	( ) -
주소	□□□-□□□		
사업자등록번호	- -	설립일자	___년 ___월 ___일
법인등록번호	-	전체종사자(정규직·비정규직)	
자본금	_____억 _____천 _____백만원		
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 (2010년 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·건축 및 부동산	
(6) 출판		(16) 유통	
(7) 패션		(17) 금융·보험 및 증권	
(8) 산업기기		(18) 서비스	
(9) 정밀기기 및 사무기기		(19) 관공서 및 단체	
(10) 가정용 전기전자		(20) 교육 및 복지후생	

2. 귀사의 매체별 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	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 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원

구분	전체(B)	TV	라디오	신문	잡지	케이블	DMB	온라인	위성TV	모바일	IPTV	옥외	기타
매체사와 직접거래	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 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__억 __천 __백만원	__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)
C I	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 (2010년 기준)	_____ 천달러
---------------------	-----------

4. 광고관련 부서 현황 (2010년 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 2010년/2011년 상반기 채용규모(단위: 명)

구 분	신입사원	경력사원	총 계
2010년 전체 채용규모			
2011년 상반기 채용규모			

4-5. 현재 기사에서 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

2011년 하반기	총 ( )명	2012년	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(2010년 하반기~2011년 상반기) 집행한 광고 중 가장 많은 광고비를 집행한 브랜드(품목)의 광고에 대해 여쭙겠습니다.

1-1. 그 브랜드(품목)를 아래 구분에서 선택하여 √ 표 해주시기 바랍니다.

(1) 기초재		(11) 컴퓨터 및 정보통신	
(2) 식품		(12) 수송기기	
(3) 음료 및 기호식품		(13) 가정용품	
(4) 제약 및 의료		(14) 화학공업	
(5) 화장품 및 보건용품		(15) 건설·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	억 원
----------------	-----



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 효과적일 것이라고 생각되십니까?

단위	아침	오전	오후	프라임타임	심야	총 계
(%)						100%

2-5. 최근의 매체환경변화와 수용자들의 매체 접촉상태를 고려할 때, 차기년도 각 매체의 광고 물량에 어떤 변화가 생길 것 같습니까? 해당 매체의 최근 광고 물량을 100으로 할 때, 차기 년도에 얼마나 늘거나 또는 줄 것으로 생각하십니까? 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
(%)											

2-6. 귀사에서는 광고매체에 광고집행을 할 때 실제 해당매체에서 책정한 광고요금에 비해 얼마나 할인된 가격으로 집행하게 되었다고 생각하십니까? 최초 정해진 광고요금을 100 이라고 놓고, 실제 얼마의 수준에서 지불되었다고 생각하십니까? (단기할인, 대량구매할인, 업프린트할인, 보너스집행, 판촉할인 등을 모두 감안해서 응답해 주십시오)

☞ 응답사례 : 정해진 광고요금의 90%를 할인받아 광고비를 지불하였을 경우 100으로 응답하시면 됩니다.

단위	TV	라디오	신문	잡지	케이블		DMB	위성TV	온라인	모바일 /SNS	IPTV	옥외
					기존	종편						
(원)												

#### IV. 매체가치기준

1. 아래에 제시된 각 광고 형태에 대해 광고가 갖는 주요 특성을 해당 광고 형태가 얼마나 충족시킨다고 생각하십니까 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.

2011년 상반기	점	2011년 하반기(예상)	점	2012년(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					
방문일시 및 결 과	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. 휴·폐업 | 6. 기타   |

## 별첨 : 조사응답업체 소재 지역·광고업종 리스트

No	사업체명	주소	광고 (종합대행)	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1	(주)제일기획	서울특별시 용산구	0	0	0	0	0	0
2	이노션월드와이드	서울특별시 강남구	0	0	0		0	0
3	(주)에이치에스애드	서울특별시 마포구	0	0	0		0	
4	SK마케팅앤컴퍼니(주)	서울특별시 중구	0	0	0		0	
5	대홍기획	서울특별시 중구	0	0	0		0	
6	티비더블에이코리아(주)	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
7	제이더블유티에드벤처(주)	서울특별시 강남구	0	0				0
8	한국언론진흥재단	서울특별시 중구	0	0	0		0	
9	(주)오리콤	서울특별시 강남구	0	0	0	0		0
10	그레이트 커뮤니케이션즈	서울특별시 중구	0	0	0	0		
11	(주)코마코	서울특별시 중구	0	0				
12	(주)웰콤	서울특별시 중구	0	0	0		0	
13	(주)농심기획	서울특별시 동작구	0	0	0			
14	희닉스커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0	0				
15	금강오길비그룹	서울특별시 서초구	0					
16	(주)덴츠미디어코리아	서울특별시 강남구	0					
17	(주)비비디오코리아	서울특별시 강남구	0	0	0		0	
18	(주)엘베스트	서울특별시 강남구	0			0		0
19	(주)덴츠코리아	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
20	한컴	서울특별시 중구	0	0	0	0	0	
21	(주)상암커뮤니케이션즈	서울특별시 중구	0	0	0		0	0
22	유니버설맥켄코리아	서울특별시 강남구	0					0
23	(주)엠펙	서울특별시 강남구	0		0	0		0
24	(주)커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					0
25	(주)알카미디어	서울특별시 서초구	0					
26	(주)메이트커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					
27	(주)에드리치	서울특별시 강남구	0					
28	(주)피플웍스커뮤니케이션	서울특별시 중구	0			0		0
29	주)서울 광고	서울특별시 노원구	0			0		
30	(주)김앤에이엔	서울특별시 강남구	0	0				
31	(주)유니기획	서울특별시 서초구	0	0			0	
32	(주)메디커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0					
33	레오버넷 주식회사	서울특별시 종로구	0	0	0			
34	(주)아이에스엠지코리아	서울특별시 강남구	0	0		0		0
35	(주)하쿠호도제일	서울특별시 마포구	0	0	0		0	
36	(주)엠제이씨	서울특별시 영등포구	0					
37	(주)디디비코리아	서울특별시 강남구	0					
38	(주)캐러트코리아	서울특별시 강남구	0					0
39	웹미디어(주)	서울특별시 영등포구	0					
40	퍼블리시스다이얼로그(주)	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
41	뉴데이즈	서울특별시 강남구	0	0		0		0
42	(주)대보기획	서울특별시 강남구	0					
43	(주)MBC애드컴	서울특별시 마포구	0	0	0		0	
44	(주)중앙유엠에스	서울특별시 종로구	0	0	0	0	0	0
45	그레이월드와이드코리아(주)	서울특별시 강남구	0	0	0		0	0
46	(주)인터콤어소시에이션	서울특별시 강남구	0	0				
47	(주)케이이씨씨	서울특별시 서초구	0	0	0			
48	(주)윙터미디어코리아	서울특별시 강남구	0					

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
49	(주)필애드	전라북도 전주시	0					
50	(주)프롬투컴	서울특별시 강남구	0	0				
51	(주)포레카	서울특별시 강남구	0	0	0			
52	(주)미디어베이직	서울특별시 중구	0					
53	애드바이저	서울특별시 양천구	0					
54	(주)애드스프링	서울특별시 용산구	0	0	0	0	0	0
55	준콤	서울특별시 동작구	0	0	0	0	0	0
56	(주)대방기획	서울특별시 서초구	0	0	0		0	
57	(주)컴온21	서울특별시 강남구	0	0				
58	(주)애드라인	서울특별시 강남구	0		0			
59	소망 커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
60	(주)창강온앤오프	서울특별시 중구	0					
61	(주)코래드	서울특별시 강남구	0	0	0		0	
62	(주)유로넥스트	서울특별시 종로구	0	0			0	0
63	(주)애드메이저	대구광역시 동구	0	0	0		0	
64	싱크플래닛(주)	서울특별시 마포구	0	0				
65	(주)엠비애드	서울특별시 영등포구	0	0	0	0		
66	(주)애르씨케어	서울특별시 강남구	0	0				
67	(주)버튼컴	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
68	베컴(주)	서울특별시 용산구	0	0	0		0	
69	(주)애드맥스	부산광역시 남구	0	0	0	0		
70	데이브컴퍼니	서울특별시 강남구	0					0
71	(주)인터크레존	대전광역시 서구	0	0		0	0	0
72	제스타드커뮤니케이션주식회사	서울특별시 강남구	0	0	0		0	
73	(주)비알캠페인	서울특별시 영등포구	0	0				
74	(주)정남프로덕션	대전광역시 서구	0	0	0		0	
75	(주)성지광고기획	서울특별시 용산구	0	0	0	0	0	0
76	한발커뮤니케이션	서울특별시 중구	0	0				
77	(주)케이에스	서울특별시 강남구	0	0				
78	(주)서울디지털애드	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
79	파인애드컴	서울특별시 서초구	0	0				
80	디오프크레이티브(주)	서울특별시 강남구	0	0	0			
81	(주)부산프로덕션	부산광역시 해운대구	0	0				
82	이지컴	부산광역시 강서구	0					0
83	커뮤니케이션 웨어	서울특별시 강남구	0			0		0
84	(주)우진커뮤니케이션즈	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
85	(주)미디어터미널	서울특별시 마포구	0					0
86	(주)사인커뮤니케이션	서울특별시 특별시	0	0	0	0	0	0
87	(주)모닝커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0					0
88	(주)애드월드	대전광역시 서구	0	0	0	0		0
89	(주)희승에이전시	서울특별시 서초구	0		0	0		
90	(주)팝콘커뮤니케이션	울산광역시 남구	0	0	0	0		0
91	(주)나라미디어	전라남도 목포시	0	0	0		0	
92	(주)토탈커뮤니케이션그룹영컴	서울특별시 광진구	0	0	0		0	
93	(주)유케이	서울특별시 강남구	0	0	0	0		
94	씨오엠애드(주)	서울특별시 강남구	0	0	0		0	
95	(주)솔트커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					0
96	(주)유엔애드	서울특별시 강남구	0					
97	(주)광릉	서울특별시 서초구	0					

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
98	도어커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0			0		0
99	(주)올컴	서울특별시 중구	0					
100	(주)애드파워	서울특별시 강남구	0	0	0		0	
101	(주)커뮤니케이션창	부산광역시 수영구	0					
102	(주)팩시아커뮤니케이션	서울특별시 영등포구	0					
103	(주)비앤비커뮤니케이션	대구광역시 동구	0	0	0		0	
104	(주)씨앤마켓팅서비스	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
105	(주)아시아애드	광주광역시 서구	0	0	0		0	
106	(주)에캡즈	서울특별시 중구	0	0	0		0	
107	(주)아이엠애드	서울특별시 영등포구	0	0	0		0	
108	(주)씨엔에이플러스	전라북도 전주시	0	0	0	0	0	0
109	(주)우일기획	광주광역시 서구	0	0	0	0	0	0
110	(주)제이앤에스이룸커뮤니케이션즈	서울특별시 영등포구	0	0	0		0	
111	(주)마리미디어	서울특별시 중구	0				0	
112	(주)애드영상	서울특별시	0	0	0			
113	(주)동천미디어	광주광역시 동구	0	0	0	0	0	0
114	(경남미디어주)	경상남도 마산시	0					0
115	(주)애드앤피알스미스	대구광역시 중구	0	0	0			
116	(주)키위커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0			
117	(주)노블애드	서울특별시 강동구	0	0	0			
118	(주)나우리애드	대전광역시 서구	0	0	0			
119	(주)아이에스제이커뮤니케이션	대구광역시 남구	0	0	0	0	0	0
120	(주)서해광고	전라북도 전주시	0	0	0	0	0	0
121	(주)타이밍	충청북도 청주시	0	0	0			
122	(주)매일애드	대구광역시 중구	0	0	0		0	
123	(주)퀵프로젝트	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
124	(주)디자인커서	서울특별시 중구	0					
125	(주)한국디지털방송	경상남도 창원시	0	0				
126	(주)비티엘컴	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
127	(주)클리오	경상남도 창원시	0				0	
128	(주)엠에이피에스	서울특별시 성동구	0	0	0			
129	(주)스마트그룹	서울특별시 서초구	0	0	0			
130	(주)케이지엔	부산광역시 금정구	0	0	0	0	0	0
131	테이큰	서울특별시 중구	0		0		0	
132	(주)타임스퀘어	서울특별시 영등포구	0	0				
133	(주)애드뱅크	대구광역시 동구	0	0	0			
134	(주)유퍼스트커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
135	(주)이에스에스프로덕션	서울특별시 영등포구	0	0				0
136	(주)엔커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0	0	0			
137	(주)코아커뮤니케이션	서울특별시 영등포구	0	0	0	0		
138	드림아이커뮤니케이션즈(주)	서울특별시 금천구	0	0	0			
139	(주)스카이닷컴	서울특별시 영등포구	0	0	0			
140	(주)테지움커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0		0		
141	(주)세븐스타커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0				
142	(주)해든에이디	서울특별시 강남구	0	0	0			
143	(주)범호기획	부산광역시 중구	0					
144	(주)애드콤홀딩스	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
145	(주)강원미디어	강원도 춘천시	0	0	0	0	0	0
146	(주)다은기획	부산광역시 수영구	0	0	0	0	0	0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
147	(주)화이트플러스	경상남도 창원시	0	0	0			
148	산영커뮤니케이션	부산광역시 해운대구	0	0	0	0	0	0
149	(주)워드커뮤니케이션	대전광역시 서구	0	0	0	0	0	0
150	(주)브랜드에이드	서울특별시 영등포구	0	0	0			
151	엠커뮤니케이션즈(주)	서울특별시 서초구	0	0	0		0	
152	네오커뮤니케이션즈(주)	경상북도 포항시	0	0	0	0	0	0
153	(주)옛나우	서울특별시 강남구	0	0	0			
154	매스원(주)	서울특별시	0	0	0			
155	(주)토마토킵	울산광역시 남구	0	0				0
156	(주)뉴월애드	서울특별시 강남구	0	0	0			
157	(주)엑스콤	울산광역시 남구	0	0				0
158	동신기획	울산광역시 남구	0	0				0
159	(주)애드우드커뮤니케이션즈	대구광역시 중구	0	0	0	0	0	0
160	(주)애드프로덕션	제주특별자치도 제주시	0	0				0
161	(주)컴인투	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
162	(주)헤드컴	부산광역시 서구	0					
163	(주)저스트인타임	서울특별시 중구	0	0	0			
164	(주)에이치씨엔터테인먼트	서울특별시 강남구	0	0	0			
165	(주)인터막스애드컴	서울특별시 서초구	0	0	0		0	
166	(주)제이애드콤	광주광역시 남구	0	0	0			
167	(주)디자인모닝	대구광역시 동구	0	0	0			
168	(주)채널디	충청북도 청원군	0	0	0	0	0	0
169	(주)락애드컴	서울특별시 강남구	0	0	0			
170	(주)크리에이티브더씨드	서울특별시 강남구	0	0	0			
171	(주)유프레임	경상남도 창원시	0	0	0	0	0	0
172	(주)메이킹닷컴	서울특별시 영등포구	0	0	0			
173	(주)금강미디어	경상북도 포항시	0	0	0	0	0	0
174	주식회사핑크클래넷	서울특별시 강남구	0					
175	(주)터그보트	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
176	스타커뮤니케이션즈(주)	대구광역시 달서구	0					
177	(주)미디어닥터	서울특별시 서초구	0				0	
178	(주)참콤	부산광역시 수영구	0					
179	(주)한국방송미디어	전라북도 전주시	0	0	0	0	0	0
180	(주)이현커뮤니케이션	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
181	(주)지유지유애드	서울특별시 영등포구	0	0	0			
182	(주)봄커뮤니케이션즈	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0
183	(주)다송애드	대구광역시 수성구	0	0	0			
184	(주)상떼아이컴	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
185	(주)와이즈디자인앤컨설팅	서울특별시 강남구	0	0	0			
186	(주)에이치비스타	서울특별시 강남구	0	0	0			
187	(주)세계속의 한국	서울특별시 영등포구	0	0	0			
188	(주)크리에이티브에이전시	서울특별시 강남구	0					
189	(주)벨커뮤니케이션즈	서울특별시 서대문구	0					
190	(주)유웨이중앙교육	서울특별시 서초구	0	0	0		0	
191	(주)미디어맥스	전라북도 전주시	0	0	0	0	0	0
192	(주)오렌지나인	대전광역시 중구	0	0	0			
193	(주)디앤와이컴	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
194	(주)안테나와나	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
195	(주)동서기획	대전광역시 서구	0	0	0	0	0	0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
196	(주)네오코래콤	서울특별시 영등포구	0	0	0	0	0	0
197	(주)애드앤디	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0
198	(주)피앤브로	서울특별시 강남구	0	0	0			
199	(주)언약엔터프라이즈	서울특별시 송파구	0				0	
200	(주)피비시프로덕션	경상북도 포항시	0	0				0
201	(주)애드솔루션	대구광역시 중구	0	0	0	0	0	0
202	(주)비플러스	서울특별시 강남구	0	0	0			
203	(주)인커뮤니케이션	서울특별시 중구	0					
204	(주)엔미디어프로덕션	경상남도 마산시	0	0	0	0	0	0
205	웰메이드커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0					
206	클루프로덕션	부산광역시 해운대구	0	0				
207	(주)엠에스미디어	광주광역시 광산구	0	0	0			
208	다미애드	서울특별시 영등포구				0		0
209	(주)엠피씨이십일	서울특별시 중구	0	0	0			
210	(주)청운기획	대구광역시 중구	0	0	0		0	
211	주식회사리커뮤니케이션	부산광역시 금정구	0	0	0	0	0	0
212	(주)웰메이드크리에이티브	대구광역시 중구	0	0	0			
213	(주)로즈커뮤니케이션	서울특별시 중구	0	0	0	0	0	0
214	(주)나이스커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
215	(주)토크세븐	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
216	케이지티에드컴(주)	서울특별시 강서구	0	0	0	0	0	0
217	(주)루시드프로모커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0	0	0			
218	(주)히늘아래푸른정원커뮤니케이션	광주광역시 서구	0	0	0			
219	(주)케이피애드	서울특별시 마포구	0	0	0			
220	(주)길앤씨	서울특별시 금천구	0	0	0			
221	(주)아트콤	서울특별시 영등포구	0					
222	(주)에스엠커뮤니케이션즈	대구광역시 달서구	0	0	0			
223	(주)엘커뮤니케이션	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0
224	(주)레인보우미디어스타	서울특별시 영등포구	0	0	0			
225	브레인포스(주)	서울특별시 서초구	0					0
226	엘크로(주)	서울특별시 영등포구	0					
227	(주)대한에이앤씨	서울특별시 중구	0	0	0			
228	(주)우진기획	대구광역시 동구	0	0	0			
229	(주)손자커뮤니케이션	부산광역시 남구	0	0	0			
230	(주)여백커뮤니케이션	서울특별시 종로구	0	0	0			
231	(주)플러스컴	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0
232	(주)아이앤샵	서울특별시 중구	0	0	0			
233	(주)케이엘커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0			
234	(주)스마티케이션	서울특별시 강남구	0	0	0			
235	애드노바	서울특별시 중구	0			0	0	
236	주)미스터피알	서울특별시 서초구	0	0				
237	(주)세토기획	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
238	손바닥 미디어	서울특별시 양천구	0					0
239	(주)엠엔에스마케팅	서울특별시 영등포구	0	0	0			
240	(주)미르포스	서울특별시 마포구	0	0	0			
241	(주)한울애드	울산광역시 남구	0	0	0	0	0	0
242	(주)디비씨홀딩스	서울특별시 강남구	0	0	0			
243	(주)엘케이씨 커뮤니케이션즈	서울특별시 용산구	0	0	0	0	0	0
244	(주)나우커뮤니케이션즈	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0



No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
245	(주)에스앤에이커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0			
246	(주)리앤파트너스	광주광역시 서구	0	0	0		0	
247	(주)진학사	서울특별시 종로구	0	0	0	0	0	0
248	(주)비앤씨커뮤니케이션	서울특별시 중구	0	0	0			
249	(주)비엘커뮤니케이션즈	대구광역시 중구	0	0	0	0	0	0
250	(주)웨이미디어	서울특별시 강남구	0	0	0			
251	(주)프리머	서울특별시 강남구	0	0	0			
252	(주)제이앤씨	서울특별시 마포구	0					
253	(주)에이플러스애드컴	서울특별시 용산구	0	0	0			
254	(주)제이앤드케이커뮤니케이션	경상북도 포항시	0	0	0	0	0	0
255	(주)씬미디어	제주특별자치도 제주시	0	0	0			
256	(주)애드엑스포코리아	서울특별시 송파구	0	0	0			
257	(주)로그인애드	경기도 고양시	0	0	0			
258	(주)인컴헤드	서울특별시 영등포구	0	0	0			
259	(주)엠에스씨	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0
260	(주)서번트컴	서울특별시 서초구	0					
261	(주)시프커뮤니케이션즈	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
262	(주)팝콘앤파트너스	서울특별시 중구	0					
263	(주)에이엠에스미디어	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
264	(주)팬엔터테인먼트	서울특별시 서초구	0	0	0			
265	(주)비엠엔터플랜	서울특별시 영등포구	0	0	0			
266	말이나그림	서울특별시 용산구	0					
267	(주)애드아저	서울특별시 강남구	0	0	0			
268	유미커뮤니케이션(주)	서울특별시 강남구	0	0	0			
269	(주)엑스원프로덕션	부산광역시 연제구	0	0				
270	(주)서울스포츠키획	서울특별시 마포구	0	0	0			
271	(주)나래컴	대구광역시 수성구	0	0	0	0	0	0
272	(주)서방	대구광역시 동구	0	0	0	0	0	0
273	(주)스카이컴퍼니	대구광역시 북구	0	0	0			
274	(주)애드벨리인디자인	대구광역시 북구	0	0	0			
275	(주)그남자의광고이야기	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
276	(주)피플앤프렌드	서울특별시 서초구	0					
277	(주)에코마케팅	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
278	(주)제주방송광고	제주특별자치도 제주시	0	0				
279	(주)참아이엠씨	부산광역시 남구	0	0	0	0	0	0
280	(주)쿨콤	서울특별시 영등포구	0					0
281	애드엔피플	전라북도 전주시	0	0	0			
282	(주)봄커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0			
283	주식회사 캠페이너스	서울특별시 중구	0	0				
284	(주)미디어씨엔엠	서울특별시 영등포구	0		0			0
285	광고사랑	서울특별시 중구	0			0		
286	(주)애드넷	부산광역시 수영구	0	0	0	0	0	0
287	(주)제이커뮤니케이션	대구광역시 수성구	0	0	0			
288	이다커뮤니케이션즈(주)	서울특별시 마포구	0	0	0			
289	(주)정원애드	광주광역시 서구	0	0	0			
290	(주)브레이크스커뮤니케이션스	서울특별시 강남구	0	0	0			
291	(주)조인트크리에이티브	서울특별시 강남구	0	0		0		0
292	(주)스타일미디어	경기도 성남시	0	0	0			
293	(주)퍼플코어	대구광역시 수성구	0	0	0			

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
294	(주)라이브로	광주광역시 북구	0	0	0			
295	(주)도도컴	대구광역시 남구	0	0	0			
296	(주)씨앤피전략그룹	서울특별시 서초구	0	0	0			
297	(주)티앤엠아이엔씨	서울특별시 서초구	0	0	0	0	0	0
298	(주)어썬커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0	0	0			
299	(주)사운드타워	강원도 춘천시	0	0	0			
300	엠아이앤컴퍼니 주식회사	서울특별시 강남구	0	0	0			
301	(주)문화버전	대전광역시 중구	0	0	0	0	0	0
302	한양기획(주)	서울특별시 강남구	0					
303	(주)클애드	서울특별시 영등포구	0					
304	(주)디에스컴	대전광역시 서구	0	0	0	0	0	0
305	(주)이노애드	부산광역시 해운대구	0					
306	(주)사랑방애드	광주광역시 북구	0	0	0			
307	(주)씨니커뮤니케이션즈	광주광역시 서구	0	0	0			
308	(주)키노아이	경상남도 창원시	0	0	0	0	0	0
309	(주)이엠넷	서울특별시 구로구	0	0	0			
310	(주)시노드	서울특별시 강남구	0	0	0			
311	케이아트만(주)	서울특별시 강남구	0	0	0		0	
312	(주)컴투게더	서울특별시 강남구	0	0				
313	달커뮤니케이션(주)	서울특별시 강남구	0					
314	(주)프리즘나인	서울특별시 강남구	0	0	0			
315	(주)에이비에스애드컨설팅	서울특별시 강남구	0	0	0			
316	(주)커뮤니케이션더크루	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
317	(주)배너피아	경기도 성남시	0	0	0			
318	(주)디지털오션	서울특별시 강남구	0	0	0			
319	(주)토이미디어	서울특별시 영등포구	0	0	0			
320	(주)세연미디어	서울특별시 서초구	0	0	0			
321	(주)서울미디어	강원도 원주시	0	0	0			
322	(주)트윈맥스	광주광역시 서구	0	0	0			
323	(주)리앤쿠기획	서울특별시 마포구	0	0	0			
324	(주)커런트코리아미디어에이전시	서울특별시 중구	0	0	0	0	0	0
325	(주)칼럼마케팅	서울특별시 강남구	0	0	0			
326	주식회사스타미디어	광주광역시 서구	0	0	0	0	0	0
327	주식회사모션박스	부산광역시 진구	0	0	0	0	0	0
328	(주)썬애드	대전광역시 중구	0	0		0		0
329	케이티하이텔(주)	서울특별시 동작구	0	0	0	0	0	0
330	파이온커뮤니케이션	부산광역시 수영구	0					
331	(주)비원애드컴퍼니	대전광역시 유성구	0	0	0			
332	아트젠커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
333	(주)이고	서울특별시 마포구					0	
334	(주)마케팅큐브	서울특별시 마포구	0	0	0			
335	우진앤플래닛(주)	서울특별시 중구				0		
336	601비상	서울특별시 마포구						0
337	(주)가람커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0			0		
338	가시커뮤니케이션(주)	서울특별시 중구	0					
339	갈	서울특별시 마포구						0
340	지에이엠	서울특별시 중구				0		
341	(주)감마을	서울특별시 서초구	0					
342	거성비앤비	서울특별시 중구						0

No	사업체명	주소	광고 (종합대행)	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
343	거인기획	서울특별시 마포구				0		0
344	경일문화인쇄사	서울특별시 중구				0		
345	(주)고려CCC	서울특별시 종로구	0					
346	골드오션	서울특별시 서초구		0	0		0	
347	광고랜드	서울특별시 중구				0		
348	광고산방	서울특별시 중구	0	0				
349	광고시대	서울특별시 강남구		0				
350	광고특별시	서울특별시 강남구	0			0		0
351	광명인쇄사	서울특별시 중구				0		0
352	광성	서울특별시 중구				0		
353	광인에스피	서울특별시 강남구	0	0		0		
354	광전사인컴	서울특별시 마포구	0					
355	(주)국민일보 에스피넷	서울특별시 송파구	0					
356	(주)국방매트	서울특별시 용산구	0					
357	(주)국전	서울특별시 서초구	0					
358	국제 기업	서울특별시 동대문구				0		
359	국제피알	서울특별시 중구				0		
360	그나라	서울특별시 중구						0
361	인커뮤니케이션	서울특별시 중구	0			0		
362	그리심	서울특별시 중구				0		
363	(주)글로벌선코리아	서울특별시 강남구	0					
364	(주)글로벌코리아	서울특별시 중구	0			0		
365	(주)기프트서울	서울특별시 강북구	0					
366	기 플러스 발	서울특별시 중구	0			0		0
367	주)나노기획	서울특별시 원효로	0	0		0		0
368	(주)나눔과 동행	서울특별시 강남구		0				
369	나비프린덤	서울특별시 중구						0
370	나인후르츠미디어	서울특별시 강남구					0	
371	남양플랜(주)	서울특별시 강남구	0					
372	(주)내일을 일하는 사람들	서울특별시 서초구					0	
373	네오 미디어	서울특별시 중구						0
374	네오애드컴	서울특별시 중구				0		
375	네오콤	서울특별시 강남구						0
376	(주)네오팝콘	서울특별시 강서구	0				0	
377	(주)노마드월드와이드	서울특별시 강남구			0	0		
378	(주)노아애드컴	서울특별시 금천구	0					
379	누리컴	서울특별시 영등포구		0		0		
380	뉴스커뮤니케이션스	서울특별시 서대문구			0			
381	뉴턴그룹	서울특별시 강남구					0	
382	주)뉴 플러스 컴	서울특별시 마포구	0					
383	느낌기획	서울특별시 중구				0		0
384	니다컴	서울특별시 중구				0		
385	(주)니드커뮤니케이션	서울특별시 금천구	0					
386	니드커뮤니케이션	서울특별시 중구				0		0
387	다나기획	서울특별시 중구				0		
388	다다앤브라이트	서울특별시 마포구						0
389	(주)다담커뮤니케이션	서울특별시 강남구				0		
390	(주)다리홍업	서울특별시 강남구	0					
391	(주)다솔애드	서울특별시 중구				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
392	홍보대행사 다우(주)	서울특별시 강남구						0
393	다윈엠피엘	서울특별시 종로구	0					
394	다이브디자인	서울특별시 서초구				0		0
395	다인	서울특별시 동대문구						0
396	다인 어소시에이트	서울특별시 광진구	0					
397	(주)다츠	서울특별시 강남구	0	0	0			
398	(주)단암커뮤니케이션	서울특별시 노원구				0		
399	대림씨앤피	서울특별시 중구				0		
400	대명기업	서울특별시 마포구	0					
401	대명기획	서울특별시 중구				0		
402	대명문화사	서울특별시 중구				0		
403	대성애드컴	서울특별시 종로구						0
404	대용사	서울특별시 중구				0		0
405	(주)대통기획	서울특별시 중구						0
406	대한기획	서울특별시 양천구				0	0	0
407	대흥에이앤씨	서울특별시 중구				0		
408	대흥프린코(주)	서울특별시 중구				0		
409	(주)더디	서울특별시 마포구						0
410	더레드	서울특별시 용산구				0		0
411	(주)더베리디자인	서울특별시 서초구	0	0				
412	더블업	서울특별시 강남구					0	
413	더블와이그룹	서울특별시 강남구	0					
414	(주)더셀	서울특별시 중구				0		0
415	(주)더씨앤에이컴퍼니	서울특별시 강남구	0	0				
416	더원	서울특별시 강남구		0				
417	주)데스틸 커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구				0		0
418	(주)제이애드	서울특별시 종로구	0					
419	(주)텐탈포커스	서울특별시 금천구	0					
420	(주)델타콤	서울특별시 마포구						0
421	도두커뮤니케이션	서울특별시 마초구						0
422	(주)도브투래빗	서울특별시 강남구		0				
423	독립문문화사	서울특별시 중구				0		
424	디앤디 데크	서울특별시 중구	0			0		
425	동부 동아 디지털	서울특별시 용산구	0			0		
426	(주)미디어동아기획	서울특별시 중구	0					
427	주)동아닷컴	서울특별시 서대문구					0	
428	동아 애드	서울특별시 노원구	0					0
429	(주)동아애드넷	서울특별시 서대문구	0					
430	동아월드(주)	서울특별시 중구				0		0
431	(주)동영아이텍	서울특별시 강남구	0					
432	동일애드컴	서울특별시 서초구						0
433	(주)두보	서울특별시 마포구						0
434	두메(서울홍보팀)	서울특별시 영등포구				0		
435	두합인쇄	서울특별시 중구				0		0
436	(주)듀얼미디어	서울특별시 마포구	0					
437	듀엣	서울특별시 중구		0		0		
438	(주)드림큐브	서울특별시 강남구		0				
439	디딤커뮤니케이션	서울특별시 구로구			0			
440	디마앤아이퍼지	서울특별시 중구			0			

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
441	(주)디비에스미디어	서울특별시 강남구	0					
442	(주)표준플랜	서울특별시 마포구						0
443	디센스	서울특별시 광진구		0				
444	디스타미디어	서울특별시 강남구					0	
445	디엔에이서비스(주)	서울특별시 강남구					0	
446	주식회사 디엔피포인트	서울특별시 중구				0		
447	디오디자인	서울특별시 구로구				0		
448	(주)디오씨씨	서울특별시 서초구	0					0
449	디자인공간	서울특별시 성동구		0				
450	에이앤에프커뮤니케이션(주)	서울특별시 중구				0		0
451	니드 커뮤니케이션즈	서울특별시 영등포구				0		
452	(주)디자인디퍼런트	서울특별시 서초구				0		0
453	디자인디포	서울특별시 강남구				0		
454	디자인 메카	서울특별시 중구				0		0
455	디자인뱅크플러스	서울특별시 중구				0		0
456	디자인 빌리지	서울특별시 중구				0		
457	디자인사랑	서울특별시 중구				0		0
458	디자인 생기	서울특별시 마포구				0		0
459	디자인수인	서울특별시 중구				0		0
460	디자인시대	서울특별시 성동구		0				
461	디자인 신맥	서울특별시 도봉구				0		0
462	(주)디자인신영커뮤니케이션즈	서울특별시 마포구						0
463	디자인쌌머	서울특별시 중구				0		0
464	(주)디자인애드	서울특별시 강남구		0				
465	디자인애드	서울특별시 중구				0		
466	디자인에이디	경기도 부천시				0		
467	디자인 오빌	서울특별시 금천구		0		0		0
468	디자인 웰	서울특별시 마포구						0
469	디자인 인더스	서울특별시 마포구		0	0			
470	디자인주영	서울특별시 종로구				0		
471	디자인채움	서울특별시 중구						0
472	디자인컨설팅연구소	서울특별시 중구						0
473	디자인큐베스트	서울특별시 강남구						0
474	디자인크레파스	서울특별시 중구				0		0
475	디자인 투데이	서울특별시 중구		0				
476	디자인팜	서울특별시 중구				0		
477	디자인팜	서울특별시 마포구						0
478	디자인페이지	서울특별시 중구						0
479	디자인퓨처	서울특별시 영등포구				0		
480	포커슨	서울특별시 구로구						0
481	(주)디자인 피버	서울특별시 마포구	0					0
482	디자인홍스	서울특별시 마포구						0
483	디자인화인	서울특별시 중구				0		
484	디자인aPP	서울특별시 중구		0				
485	(주)디자인온	서울특별시 강남구		0				
486	디 코드	서울특별시 강남구		0		0		0
487	주)디트라이브	서울특별시 송파구	0	0	0	0	0	0
488	디플러스 싸인	서울특별시 종로구						0
489	(주)라스기획	경기도 고양시			0			

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
490	라인기획	서울특별시 중구						0
491	(주)라파크	서울특별시 강남구	0					
492	(주)란스콤	서울특별시 중구	0			0		
493	(주)레블루션커뮤니케이션즈	서울특별시 마포구					0	
494	(주)로직투매직	서울특별시 강남구	0	0	0			
495	루트디자인	서울특별시 마포구				0		0
496	(주)루트2003	서울특별시 강남구			0			
497	리빙커뮤니케이션	서울특별시 노원구						0
498	(주)리앤다이렉트	서울특별시 마포구						0
499	(주) 리얼기획	서울특별시 영등포구				0		0
500	리얼리치	서울특별시 강남구				0		0
501	리젠시	서울특별시 구로구						0
502	리테일미디어솔루션(주)	서울특별시 중구	0					
503	림스	서울특별시 마포구						0
504	링크 프린	경기도 김포시				0		
505	마라톤 타임즈	서울특별시 중구			0			
506	(주)마이마스	서울특별시 강남구						0
507	마이미디어 DS	서울특별시 구로구					0	
508	마이제이제이	서울특별시 중구				0		
509	마크	서울특별시 중구				0		
510	마티나샷	서울특별시 강남구	0					
511	마포 교차로(주)	서울특별시 용산구	0					
512	메뉴얼뱅크	서울특별시 서초구				0		
513	(주)매듭	서울특별시 중구						0
514	매직랜턴	서울특별시 마포구	0					
515	맥디자인	서울특별시 중구				0		
516	맥스 커뮤니케이션	서울특별시 중구		0		0		
517	맥스컴	서울특별시 강남구						0
518	(주)맥크커뮤니케이션즈	서울특별시 마포구	0					
519	메가커뮤니케이션	서울특별시 마포구						0
520	(주)메디허쉬	서울특별시 강남구		0			0	
521	메디칼업저버(유)	서울특별시 강남구	0				0	
522	(주)메조미디어	서울특별시 강남구					0	
523	멘토	서울특별시 중구				0		
524	명보애드넷	서울특별시 중구	0				0	
525	명성인쇄사	서울특별시 중구				0		0
526	(주)명진기획	서울특별시 종로구						0
527	명진 칼라	서울특별시 서초구				0		
528	(주)모노크롬	서울특별시 종로구	0				0	
529	애드모리아	서울특별시 중구	0	0	0			0
530	모맥스	서울특별시 서대문구	0					
531	모모새비지니스	서울특별시 중구						0
532	모브	서울특별시 서초구			0			
533	모비딕와이드(주)	서울특별시 강남구		0				
534	오커커뮤니케이션	서울특별시 송파구			0			
535	모터샵닷컴	서울특별시 성동구		0		0		
536	문디자인	서울특별시 강남구						0
537	문앤션	서울특별시 강남구	0					
538	(주)문화마케팅연구소	서울특별시 서초구	0	0	0		0	

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
539	문화미디어랩	서울특별시 중구	0					
540	(주)미디어엠비에이	서울특별시 영등포구	0					
541	미디어컴	서울특별시 영등포구	0					
542	미디어스	서울특별시 서초구	0					
543	주)나모에디트	서울특별시 마포구				0		
544	미스터탐커뮤니케이션즈	서울특별시 금천구					0	
545	(주)미웰커뮤니케이션	서울특별시 종로구	0	0				0
546	빅스 미디어	서울특별시 마포구		0				
547	민트 디자인	서울특별시 성북구				0		0
548	바른생각	서울특별시 서초구	0					
549	바움커뮤니케이션(주)	서울특별시 종로구			0			
550	반도 P.P	서울특별시 중구				0		0
551	(주)발초	서울특별시 마포구				0		0
552	배원 문화사	서울특별시 중구				0		0
553	백산광고사	서울특별시 중구				0		
554	백승프린팅	서울특별시 중구				0		
555	(주)백류웨어	서울특별시 강남구				0		0
556	뱅크라인	서울특별시 중구		0		0		
557	뱅크라인기획	서울특별시 중구				0		
558	범아인쇄	서울특별시 중구				0		0
559	(주)버네이스	서울특별시 마포구	0				0	
560	(주)베리타스미디어	서울특별시 강남구					0	
561	(주)베이스커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					
562	벤엘기획	서울특별시 중구				0		
563	(주)벽성플랜	서울특별시 서초구	0					
564	보라커뮤니케이션(주)	서울특별시 마포구						0
565	보람기획	서울특별시 중구				0		
566	보명프로	서울특별시 서대문구						0
567	보보스디스플레이어	서울특별시 중구				0		
568	보임디자인	서울특별시 마포구						0
569	(주)복스앤콕스	서울특별시 강남구			0			
570	(주)봄바람	서울특별시 마포구	0		0	0		
571	부광아트	서울특별시 중구				0		
572	부성커뮤니케이션	서울특별시 중구				0		0
573	복미디어컴	서울특별시 중구				0		
574	(주)뷰콘마케팅커뮤니케이션솔루션스	서울특별시 강남구			0			
575	주)브라이트 스푼	서울특별시 중구						0
576	(주)아크애편컴	서울특별시 강남구	0					
577	브랜드웍스	서울특별시 강남구						0
578	블루게일	서울특별시 서초구			0	0		
579	블루애드	서울특별시 강남구					0	
580	블루애드	서울특별시 중구				0		0
581	블룸	서울특별시 마포구						0
582	비아트커뮤니케이션	서울특별시 용산구	0					
583	(주)비앤씨 기획	서울특별시 중구				0		0
584	비앤지컴퍼니	서울특별시 강동구	0				0	
585	비앤드에이치디자인	서울특별시 중구				0		
586	비앤비디자인	서울특별시 강남구	0					
587	비엠그룹	서울특별시 중구				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
588	(주)비주얼에디션	서울특별시 강남구						0
589	비주얼 북	서울특별시 중구				0		0
590	(주)그루비즈	서울특별시 중구	0			0		0
591	(주)비즈싱크 커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
592	빈센트커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					0
593	사람과사람	서울특별시 중구				0		
594	(주)사운드믹스	서울특별시 강남구		0				
595	(주)삼광문화	서울특별시 중구				0		0
596	주)삼림인쇄	서울특별시 성동구				0		
597	삼성애드컴	서울특별시 중구				0		
598	삼성인쇄	서울특별시 중구				0		0
599	(주)삼우기획	서울특별시 영등포구	0					
600	삼우아트	서울특별시 마포구	0					
601	삼우커뮤니케이션	서울특별시 마포구						0
602	삼원	서울특별시 중구				0		0
603	삼원기획인쇄	서울특별시 중구				0		
604	삼익인쇄기획	서울특별시 중구				0		
605	삼익문화사	서울특별시 중구				0		
606	삼일커뮤니케이션즈	서울특별시 중구				0		0
607	삼정기획	서울특별시 중구				0		
608	삼정문화인쇄사	서울특별시 중구				0		0
609	(주)삼정프린아트	서울특별시 중구				0		0
610	삼정프린에드	서울특별시				0		
611	삼지앤미디어커뮤니케이션	서울특별시 송파구	0					
612	주식회사 삼진애드컴	서울특별시 강동구	0					
613	삼화사	서울특별시 중구				0		
614	삼화인쇄	서울특별시 구로구				0		
615	(주)상상미디어	서울특별시 마포구		0				
616	(주)상상크리에이티브	서울특별시 마포구		0				
617	상일기획	서울특별시 중구				0		
618	사평인쇄	서울특별시 중구				0		
619	(주)상현원색	서울특별시 성동구				0		0
620	새로미광고	서울특별시 금천구	0					
621	새롬피앤피	서울특별시 중구						0
622	새암광고	서울특별시 송파구						0
623	새한기획	서울특별시 중구				0		0
624	(주)삼페인	서울특별시 마포구	0					
625	(주)서광싸인알앤디	서울특별시 마포구	0					
626	서도기획	서울특별시 중구				0		
627	서드페이지	서울특별시 마포구						0
628	서울기획케이루	서울특별시 서초구				0		0
629	서울종합기획	서울특별시				0		0
630	서전기획	서울특별시 중구				0		0
631	선경스크린	서울특별시 중구				0		
632	(주)선애드	서울특별시 마포구	0					
633	선인미디어	서울특별시 중구		0	0	0		0
634	(주)설미	서울특별시 서초구	0					
635	(주)설송광고	서울특별시 금천구	0					
636	성문기획	서울특별시 중구				0		0



No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
637	성우인쇄	서울특별시 중구				0		
638	성진기획	서울특별시 중구	0			0		
639	성진디앤피	서울특별시 영등포구				0		0
640	세광문화사	서울특별시 중구				0		
641	세누리커뮤니케이션	서울특별시 마포구	0					
642	(주)세라커뮤니케이션	서울특별시 중구				0		
643	세미사	서울특별시 금천구				0		
644	세망 디자인	서울특별시 구로구		0				
645	(주)세신플러스	서울특별시 중구				0		
646	세아미디어	서울특별시 마포구						0
647	(주)세요미디어	서울특별시 서초구	0					
648	세원 기업	서울특별시 성북구	0					
649	세정기획 인쇄	서울특별시 중구				0		0
650	세종광고센타	서울특별시 마포구	0					
651	세종기획	서울특별시 중구				0		
652	(주)세준애드	서울특별시 금천구	0					
653	센스	서울특별시 중구				0		0
654	셀리라인	서울특별시 중구				0		0
655	소리소문	서울특별시 강서구			0			
656	(주)솔로몬의생각	서울특별시 종로구		0				
657	(주)솔트앤슈커뮤니케이션즈	서울특별시 종로구		0				
658	솜씨방	서울특별시 중구						0
659	(주)송산기획	서울특별시 광진구	0					
660	(주) 송암기획	서울특별시 영등포구	0					
661	디엠디라인(주)	서울특별시 서초구	0	0		0		0
662	순기획	서울특별시 중구						0
663	(주)스마트옵텍	서울특별시 중랑구	0					
664	(주)스마트인터랙티브	서울특별시 강남구					0	
665	스카이맥	서울특별시 중구				0		
666	스카이 엠케이	서울특별시 영등포구		0		0		
667	주식회사 스카이픽처스	서울특별시 영등포구						0
668	(주)스텝지피	서울특별시 중구						0
669	스페이스	서울특별시 중구				0		
670	(주)스페이스몽키디자인	서울특별시 강남구		0				
671	주)시너지 힐맨노트	서울특별시 종로구			0			
672	(주)시대광고	서울특별시 구로구	0					
673	(주)시룩스	서울특별시 마포구						0
674	시향	서울특별시 동산구						0
675	신한인쇄	서울특별시 중구				0		
676	신광아트콤	서울특별시 중구				0		
677	(주)신명애드	서울특별시 마포구	0					
678	신영커뮤니케이션	서울특별시 종로구	0					
679	신우	서울특별시 중구				0		
680	신우기획 도서출판	서울특별시 중구	0			0		0
681	신우기획인쇄	서울특별시 중구	0			0		0
682	신우기획인쇄	서울특별시 중구				0		
683	신우문화사	서울특별시 중구				0		0
684	신우커뮤니케이션	서울특별시 중구		0		0		
685	(주)신일광고	서울특별시 서초구	0					

No	사업체명	주소	광고 (종합대행)	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
686	신즈코디	서울특별시 종로구	0			0		0
687	신한기업	서울특별시 동대문구		0		0		
688	신한기획	서울특별시 중구				0		
689	(주)씨치엠	서울특별시 강남구	0					0
690	션애드	서울특별시 종로구	0					
691	쌔븐 커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0					
692	(주)쏘크리에이티브	서울특별시 강남구				0		
693	솔토커뮤니케이션	서울특별시 강남구						0
694	스리제이	서울특별시 마포구	0					
695	씨마스커뮤니케이션(주)	서울특별시 중구				0		0
696	(주)씨엠기획	서울특별시 강남구	0					
697	(주)씨엠이엔티	서울특별시 강남구		0				
698	씨에스디자인	서울특별시 중구				0		
699	씨엠파크	서울특별시 강남구	0					
700	주식회사씨제이무터	서울특별시 강남구					0	
701	(주)씨투씨엠	서울특별시 구로구			0			
702	(주)씨투엠	서울특별시 마포구						0
703	씨티스튜디오	서울특별시 중구		0				
704	(주)아나기획	서울특별시 강남구	0					
705	아노커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
706	(주)아름선	서울특별시 서초구	0					
707	아름애드	서울특별시 중구				0		
708	아리랑 기획	서울특별시 양천구				0		
709	미디어플래닝	서울특별시 영등포구					0	
710	(주) 아우라아우라	서울특별시 강남구		0				
711	주아이나라	서울특별시 중구				0		0
712	아이디어키	서울특별시 강남구					0	
713	아이디프로세스	서울특별시 중구				0		
714	홍진 디자인 그룹	서울특별시 구로구	0					
715	아이피데코(주)	서울특별시 서초구	0					
716	(주)아주미디어	서울특별시 강남구		0				
717	아트뷰	서울특별시 마포구						0
718	안스컴	서울특별시 중구		0				
719	(주)안테나서비스	서울특별시 강남구	0					
720	알지커뮤니케이션	서울특별시 서초구		0			0	
721	(주)알투빅크리에이션	서울특별시 마포구	0	0				
722	애드넷씨에스	서울특별시 중구	0			0		
723	애드맥스	서울특별시 영등포구				0		0
724	(주)애드메리트	서울특별시 종로구	0					
725	(주) 애드 에이스	서울특별시 중구	0					
726	애드원	서울특별시 마포구	0					
727	애드원	서울특별시 중구						0
728	(주)애드원커뮤니케이션즈	서울특별시 중구	0					
729	(주)애드웨이	서울특별시 강남구			0	0		0
730	애드웨이이전시	서울특별시 강남구					0	
731	(주)애드윈스커뮤니케이션	서울특별시 마포구	0	0		0		0
732	주)애드이노베이션	서울특별시 강남구	0					
733	(주)애드지프	서울특별시 강남구	0	0				
734	(주)애드컴커뮤니케이션	서울특별시 종로구	0					

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
735	(주)에드케이	서울특별시 마포구	0					
736	(주)에드게이트	서울특별시 강남구					0	
737	유아이씨	서울특별시 금천구				0		0
738	에드탑플러스	서울특별시 금천구						0
739	에드파트너	서울특별시 서초구				0		
740	(주)에드퍼펙트	서울특별시 강남구	0					
741	에드포커뮤니케이션	서울특별시 금천구	0					
742	(주)에드포커스이십일	서울특별시 서초구	0	0				
743	(주) 에드필 커뮤니케이션	서울특별시 은평구	0					
744	(주)에플트리 마케팅서비스	서울특별시 마포구			0			
745	(주)엔툼에드	서울특별시 강남구					0	
746	양지 문화사	서울특별시 중구				0		0
747	언니네 홍보사	서울특별시 강남구			0			
748	(주)업큐브	서울특별시 강남구	0		0		0	0
749	주)메게드커뮤니케이션	서울특별시 마포구	0					
750	에드원테크(주)	서울특별시 노원구		0				0
751	에드커넥션	서울특별시 금천구					0	
752	(주)에드 코리아	서울특별시 강남구	0					
753	에드콤	서울특별시 종로구	0					
754	에드킬처	서울특별시 종로구	0					
755	출판기획에디터	서울특별시 중구				0		
756	(주)에스아이기획	서울특별시 강남구	0					
757	에스아이씨	서울특별시 강남구	0					
758	에스앤 아이 포스트	서울특별시 강남구						0
759	에스이공간환경디자인	서울특별시 마포구						0
760	(주)에스프로커뮤니케이션즈	서울특별시 마포구			0			0
761	에스피알	서울특별시 중구						0
762	에스피앤씨	서울특별시 강남구			0			
763	(주)에어커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구			0			
764	에이디앤스타일	서울특별시 강남구					0	
765	(주)엔에스프로덕션	서울특별시 양천구	0	0				
766	에이알티에스(주)	서울특별시 서초구	0					
767	에이원	서울특별시 중구				0		0
768	(주)에이팩스에드	서울특별시 강남구	0					
769	에이프로커뮤니케이션	서울특별시 중구	0	0	0	0	0	0
770	(주)에에치엔에이	서울특별시 중구	0					
771	나루터 출판 (에프비에프)	서울특별시 중구						0
772	게스커뮤니케이션즈	서울특별시 중구				0		
773	이음	서울특별시 강남구		0				0
774	엔버아이제트	서울특별시 강남구					0	
775	(주)엔엠이 디아 이에이	서울특별시 용산구	0				0	0
776	에젤 기획	서울특별시 노원구				0		0
777	엘디자인	서울특별시 중구				0		0
778	엘림기획	서울특별시 중구		0		0		
779	(주)엘버스프로덕션	서울특별시 강남		0				
780	엠엔씨스퀘어	서울특별시 구로구	0					
781	(주)엠디아이	서울특별시 중구				0		0
782	엠씨기획	서울특별시 중구				0		0
783	(주) 엠엔비 네트워크	서울특별시 서초구			0			0

No	사업체명	주소	광고 (종합대행)	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
784	엠엔씨	서울특별시 강남구	0					
785	(주)유니온에프엔	서울특별시 강남구	0					
786	주식회사 엠앤커 월드와이드	서울특별시 강남구			0			
787	(주)엠오디커뮤니케이션	서울특별시 강남구			0			
788	엠일레븐커뮤니케이션(주)	서울특별시 서초구			0			
789	(주)엠케이그룹	서울특별시 강남구					0	
790	(주)엠큐브커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구			0			
791	여명인쇄	서울특별시 중구				0		0
792	연분기획	서울특별시 중구				0		
793	연화커뮤니케이션	서울특별시 중구				0		
794	연훈 커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
795	열린기획	서울특별시 중구				0		
796	열린세상커뮤니케이션	서울특별시 마포구	0			0		
797	열린아트	서울특별시 중구						0
798	(주)엘림씨앤피	서울특별시 중구				0		
799	열셋까지세다	서울특별시 강남구		0				
800	(주)영미디어	서울특별시 중구	0				0	
801	영은기획	서울특별시 중구				0		
802	영일토탈프린팅	서울특별시 중구				0		
803	영일사	서울특별시 중구				0		
804	(주)연하나로기획	서울특별시 마포구			0			
805	예림프로세스	서울특별시 중구				0		0
806	(주)엑스컴크리에이티브	서울특별시 중구				0		
807	에음커뮤니케이션	서울특별시 중구		0		0		
808	에인아트	서울특별시 종로구						0
809	예작	서울특별시 마포구				0		0
810	오감인터랙티브	서울특별시 마포구					0	
811	오공일미디어(주)	서울특별시 강서구	0					
812	오라클커뮤니케이션	서울특별시 양천구	0					
813	주)오렌지 가드	서울특별시 서대문구	0					0
814	오렌지 아트	서울특별시 구로구				0		
815	(주)오렌지오션	서울특별시 마포구			0			
816	오릭스컴	서울특별시 마포구	0					
817	오영일그래픽디자인연구소	서울특별시 마포구				0		0
818	오케이애드오션	서울특별시 서초구	0					
819	(주)오케이 애드컴	서울특별시 강남구	0					
820	(주)오피스커뮤니케이션	서울특별시 강남구					0	
821	오픈시스템	서울특별시 중구						0
822	(주)오후커뮤니케이션	서울특별시 성동구		0				
823	올인원커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0			0		
824	(주)올제	서울특별시 강남구					0	
825	(주)올포원월드와이드	서울특별시 강남구	0				0	
826	옵티캠	서울특별시 중구						0
827	(주)와우엠미디어	서울특별시 마포구					0	
828	와우커뮤니케이션 (주)	서울특별시 금천구			0			
829	(주)와이젠크스	서울특별시 강남구	0			0		
830	우리그래픽	서울특별시 중구				0		
831	우리기획	서울특별시 동대문구	0					0
832	우미환경디자인	서울특별시 강남구						0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
833	우선 안내 총량	서울특별시 중랑구	0					
834	우진기획	서울특별시 중구				0		
835	(주)옥일기획	서울특별시 금천구	0					0
836	올트라맨픽처스	서울특별시 강남구		0				
837	워크샵	서울특별시 종로구		0				0
838	원더맨인터내셔널(주)	서울특별시 강남구		0				
839	(주)원더엔터프라이즈	서울특별시 강남구						0
840	원디자인	서울특별시 중구				0		
841	원트기획	서울특별시 중구		0		0		
842	월드기획	서울특별시 중구				0		0
843	월드뷰	서울특별시 중구				0		0
844	월드디자인	서울특별시 강남구						0
845	(주)윙링투	서울특별시 강남구	0					
846	웹애드	서울특별시 성북구					0	
847	(주)위닝메이트	서울특별시 강남구	0	0				
848	(주)위터스컴	서울특별시 강남구			0			
849	위캔두윳	서울특별시 종로구		0		0		
850	(주)위트커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
851	주)유끼커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0		0			0
852	유니워크	서울특별시 중구				0		
853	유니커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					
854	(주)유니코드	서울특별시 광진구	0		0			
855	(주)캠퍼스라이프코리아	서울특별시 금천구	0				0	
856	(주)유니크 플러스	서울특별시 송파구				0		
857	유니피알	서울특별시 동작구				0	0	
858	유림	서울특별시 중구				0		
859	유림기획	서울특별시 중구	0	0		0		0
860	유비컴	서울특별시 중구				0		
861	유성사	서울특별시 금천구				0		0
862	유엔에프 커뮤니케이션	서울특별시 마포구			0			
863	유엠 크리에이티브	서울특별시 강남구		0				
864	유엠피	서울특별시 강남구	0					
865	유창애드	서울특별시 용산구	0					
866	(주)유티엘코리아	서울특별시 서초구	0				0	
867	원광문화인쇄	서울특별시 중구				0		
868	윤기획	서울특별시 영등포구						0
869	주)이프컴	서울특별시 마포구						0
870	(주)은진기획	서울특별시 강남구	0					
871	이그니션	서울특별시 강남구					0	
872	이클미디어	서울특별시 구로구	0					
873	주)이너스커뮤니티	서울특별시 강남구	0		0		0	
874	주)아담트리	서울특별시 강남구			0			
875	이돌기획	서울특별시 마포구				0		0
876	이레디자인	서울특별시 중구				0		0
877	(주)이레메디커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0			0
878	이레아트	서울특별시 중구				0		
879	북아뜨리에	서울특별시 중구						0
880	이미지워크샵	서울특별시 중구		0				
881	(주)이미지월드	서울특별시 강남구	0					

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
882	(주)이미지창작밴드비어	서울특별시 강남구		0				
883	이백스플러스	서울특별시 송파구			0			0
884	(주)이스터커뮤니케이션	서울특별시 강남구				0	0	
885	이스트커뮤니케이션	서울특별시 중구				0		0
886	(주)이엠넷	서울특별시 구로구					0	
887	주식회사 이유미디어	서울특별시 종로구	0					
888	(주)이중앙닷컴	서울특별시 마포구					0	
889	디자인 헤드	서울특별시 관악구		0		0		
890	이호스튜디오	서울특별시 종로구		0				
891	계남인쇄사	서울특별시 중구				0		
892	인디자인	서울특별시 중구				0		0
893	(주)인디커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0		0			0
894	인디코어	서울특별시 서초구		0				
895	인성기획인쇄	서울특별시 중구				0		
896	인쇄하는 친구	서울특별시 양천구				0		0
897	주)인우애드	서울특별시 용산구	0					0
898	(주)인웅	서울특별시 송파구	0					
899	(주)인커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0		0	
900	(주)인컴어소시에이츠	서울특별시 강남구		0		0		
901	(주)인터그램그래픽스	서울특별시 강남구		0				
902	인터내셔널 매니지먼트 그룹	서울특별시 강남구			0			
903	인터넷 애드드림	서울특별시 강남구					0	
904	(주)인터섹션	서울특별시 서초구		0				
905	(주)인터오리진	서울특별시 영등포구	0	0	0			0
906	(주)인터웍스미디어	서울특별시 강남구					0	
907	(주)인투크리에이티브그룹	서울특별시 강남구	0					
908	(주)인플랜컴	서울특별시 노원구	0					
909	인피니	서울특별시 마포구						0
910	(주)인피니트그룹	서울특별시 종로구		0				
911	자연기획	서울특별시 중구	0			0		
912	자유기획인쇄	서울특별시 중구				0		
913	(주)자이언트스텝	서울특별시 강남구		0				
914	잘해드림	서울특별시 중구				0		
915	재산커뮤니케이션즈	서울특별시 강남구	0					
916	재영아트	서울특별시 중구				0		
917	잼스커뮤니케이션(주)	서울특별시 중구				0		0
918	전진기획	서울특별시 중구						0
919	(주)정우디피씨	서울특별시 중구				0		
920	(주)제내드	서울특별시 구로구						0
921	제스타드 커뮤니케이션(주)	서울특별시 강남구	0					
922	제아디큐브릭	서울특별시 강남구	0					
923	(주)제이미디어닷컴	서울특별시 강남구	0					
924	제이슨 마케팅 그룹	서울특별시 금천구					0	
925	(주)제이쓰리엠앤씨	서울특별시 강남구					0	
926	(주)제이씨애드	서울특별시 도봉구	0	0	0			0
927	(주)제이엔제이인터렉티브	서울특별시 강남구	0					
928	제이웍스	서울특별시 강남구						0
929	주)제이 케이 에스투	서울특별시 서초구					0	
930	(주)제이피컴	서울특별시 서초구	0					

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
931	제일에드버타이징	서울특별시 서초구	0					
932	제일인쇄사	서울특별시 중구				0		
933	조광출판인쇄(주)	서울특별시 금천구				0		
934	조양비즈니스사	서울특별시 중구				0		0
935	조이플 커뮤니케이션	서울특별시 서초구				0		
936	(주)조인스엠	서울특별시 강남구	0				0	0
937	(주)조인컴	서울특별시 강남구			0			
938	중로사jongrosa.co.kr	서울특별시 종로구						0
939	좋은광고	서울특별시 마포구		0				
940	좋은터	서울특별시 강남구	0					
941	좋은 하루	서울특별시 중구				0		0
942	(주)로보트필름	서울특별시 강남구		0				
943	에스포트(주)	서울특별시 강남구			0			0
944	(주)크로스앤컨버런스	서울특별시 강남구						0
945	(주)헬로우보보스	서울특별시 강남구		0				
946	주식회사 에딧	서울특별시 강남구		0				
947	(주)여우애드	서울특별시 마포구	0					
948	(주)지나애드	서울특별시 마포구						0
949	커밍이십일	서울특별시 강남구	0	0				0
950	주식회사 펌토스	서울특별시 금천구					0	
951	주식회사 퓨어컴퍼니	서울특별시 강남구			0			
952	(주)주신기획	서울특별시 중구				0		
953	(주)준경기획	서울특별시 강동구	0					
954	준애드	서울특별시 중구	0			0		
955	엔크	서울특별시 중구				0		
956	중앙공사	서울특별시 중랑구	0			0		0
957	중앙데코이소기획	서울특별시 중구						0
958	(주)중앙직영광고	서울특별시 중구	0					
959	프리모케이엔에스	서울특별시 강남구			0			
960	(주)지성애드	서울특별시 서초구	0					
961	지애드 솔루션	서울특별시 영등포구					0	
962	(주)지에스이엠코퍼레이션	서울특별시 마포구	0		0			
963	(주)지엠컴	서울특별시 강남구			0			
964	지오커뮤니케이션즈	서울특별시 서초구			0			
965	지우실업	서울특별시 송파구			0			
966	지지광고기획	서울특별시 중구	0					
967	지지컴퍼니	서울특별시 강남구			0			
968	진 광고 기획실	서울특별시 노원구	0	0				
969	진솔루션	서울특별시 영등포구		0		0		0
970	진 애드	서울특별시 양천구				0		0
971	진영기획	서울특별시 동대문구	0					0
972	(주)진원애드	서울특별시 서초구	0					
973	창조하는 사람들	서울특별시 용산구	0			0		0
974	(주) 천광애드컴	서울특별시 성북구	0					
975	천일애드(주)	서울특별시 중구		0				
976	청강기획	서울특별시 중구						0
977	청솔	서울특별시 동대문구	0					0
978	청운기획	서울특별시 중구	0			0		
979	(주)청화선	서울특별시 강남구		0				

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
980	최카피연구실	서울특별시 노원구		0				
981	초이스광고(주)	서울특별시 중구	0					
982	초이스디자인	서울특별시 중구						0
983	추성(주)	서울특별시 종로구	0					
984	수타리온	서울특별시 중랑구				0		
985	칼라믹스	서울특별시 강남구		0				
986	칼라포인트	서울특별시 중구		0		0		
987	커마트	서울특별시 중구						0
988	(주)커뮤니케이션 애드게이트	서울특별시 마포구		0				
989	주)커뮤니케이션 이에스피	서울특별시 서대문구	0					
990	커뮤니케이션웨이브	서울특별시 종로구			0			
991	(주)커뮤니케이션즈포인트애플	서울특별시 영등포구	0					
992	(주)커스텀메시지	서울특별시 강남구		0				
993	컴스퀘어	서울특별시 중구				0		
994	컴애드	서울특별시 중구				0		
995	컴앤드	서울특별시 중구				0		
996	(주)컴원컴프로	서울특별시 강남구		0		0		0
997	(주)컴프리즈	서울특별시 중구				0		
998	케이말미디어	서울특별시 서초구	0					
999	케이에스피스	서울특별시 서초구	0					
1000	(주)케이티엠하우스	서울특별시 강남구	0					
1001	(주)케이피알앤드어소시에이츠	서울특별시 중구			0			
1002	(주)코팅기획	서울특별시 강남구			0			
1003	주식회사 코드제이	서울특별시 성동구	0					
1004	(주)코린코	서울특별시 서초구						0
1005	코사인(주)	대구광역시 북구	0					0
1006	코어	서울특별시 강남구	0					
1007	크로바기획	서울특별시 중구	0			0		0
1008	크로바원색분해연구소	서울특별시 중구				0		
1009	(주)크로스미디어	서울특별시 강남구					0	
1010	크로스 커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0					
1011	크로스포인트	서울특별시 마포구						0
1012	(주)크리에이티브 나무	서울특별시 마포구		0		0		
1013	크리에이티브아이콘(주)	서울특별시 종로구	0			0		
1014	크리에이티브안	서울특별시 서초구	0					
1015	(주)크리에이티브어헤드	서울특별시 강남구	0			0		
1016	(주)크리에이티브에어	서울특별시 강남구	0					
1017	(주)크리에이티브엠티지	서울특별시 서초구	0				0	0
1018	크리에이티브 원	서울특별시 용산구		0				
1019	(주)에이크리에이티브그룹	서울특별시 마포구	0					0
1020	(주)크리에이티브춘이	서울특별시 강남구	0					
1021	(주)크리퍼트	서울특별시 구로구				0		0
1022	(주)디에이치크리에이트	서울특별시 서초구			0	0		
1023	(주)크림어드버타이즈먼트	서울특별시 서초구	0			0		0
1024	(주)클리어레드	서울특별시 서초구				0		
1025	클릭	서울특별시 중구						0
1026	클릭컴	서울특별시 중구				0		
1027	다다인터랙티브	서울특별시 마포구					0	
1028	탐피오피	서울특별시 강서구		0				



No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1029	태광종합기획	서울특별시 중구				0		
1030	티멘애드	서울특별시 중구				0		0
1031	태성디피에이	서울특별시 중구				0		0
1032	(주)시엔알애드	서울특별시 마포구	0					
1033	태일기업	서울특별시 중구				0		
1034	태창종합광고	서울특별시 송파구	0					0
1035	토이인터랙티브	서울특별시 중구					0	
1036	통키디자인	서울특별시 중구				0		0
1037	(주)투비애드	서울특별시 마포구	0					
1038	(주)투어테인먼트	서울특별시 강남구	0	0	0			
1039	디자인틀	서울특별시 중구						0
1040	틀박스	서울특별시 마포구						0
1041	주)트래프트에프씨비	서울특별시 강남구	0					
1042	(주)트라이드	서울특별시 강남구	0					
1043	(주)티씨앤	서울특별시 중구				0		
1044	티아이씨인터랙티브	서울특별시 강남구						0
1045	티앤씨코리아	서울특별시 중구	0				0	0
1046	(주)티지크리에이티브	서울특별시 강남구	0			0		
1047	티프로모션	서울특별시 마포구	0		0			
1048	(주)파나엠엔아이	서울특별시 강남구	0					
1049	파스텔	서울특별시 중구						0
1050	(주)파슬미디어	서울특별시 중구				0		
1051	파워애드	서울특별시 영등포구	0			0		
1052	(주)파트원 커뮤니케이션	서울특별시 마포구			0			
1053	팩스엠엘씨	서울특별시 마포구	0					
1054	주식회사 판테라 픽처스	서울특별시 마포구		0				
1055	주)판도TV	서울특별시 양천구		0				
1056	팬다콤프로세스	서울특별시 중구				0		
1057	펜텀플러스	서울특별시 강남구						0
1058	퍼슨스	서울특별시 중구						0
1059	(주)퍼플프렌즈	서울특별시					0	
1060	(주)포스트비주얼	서울특별시 마포구					0	
1061	포인	서울특별시 동구				0		
1062	폭스힐	서울특별시 서초구	0					
1063	(주)프로모션와이드	서울특별시 광진구			0			
1064	(주)프리즘네트워크	서울특별시 강남구	0	0				
1065	주)플래너 코리아	서울특별시 마포구			0			
1066	플랜즈어헤드	서울특별시 강남구			0			
1067	(주)플러스21그램	서울특별시 강남구	0	0			0	
1068	플러스 비 엠애드	서울특별시 강남구	0				0	
1069	플러스 앤디 바이드	서울특별시 강남구				0		0
1070	(주)피씨저커뮤니케이션즈	서울특별시 서초구			0			
1071	(주)피플컴	경기도 성남시	0			0		
1072	피오피아이	서울특별시 중구						0
1073	픽스넷	서울특별시 강남구		0		0		
1074	하나디자인	서울특별시 중구				0		
1075	(주)하나인터페이스	서울특별시 마포구						0
1076	허니커뮤니케이션즈	서울특별시 마포구		0				
1077	(주)하루애드	서울특별시 강남구		0		0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합대행)	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1078	(주)하루앤디	서울특별시 마포구						0
1079	하영기획	서울특별시 중구				0		
1080	하이에드윈	서울특별시 금천구					0	
1081	하이큐	서울특별시 중구	0			0		
1082	하임애드광고	경기도 포천시	0			0		
1083	한강 씨앤씨	서울특별시 영등포구	0					
1084	한국기업홍보원	서울특별시 중구				0		
1085	금강오길비그룹	서울특별시 서초구			0			
1086	한국이동방송	서울특별시 중구	0					
1087	(주)한국해외홍보	서울특별시 강남구	0	0				
1088	(주)한국헤드콤	서울특별시 종로구	0					
1089	한기획	서울특별시 중구				0		
1090	(주)한길	서울특별시 중구	0	0	0			
1091	한누리 기획	서울특별시 은평구				0		
1092	한라광고기획	서울특별시 종로구						0
1093	한빛기획	서울특별시 서초구		0				
1094	한성기획	서울특별시 중구				0		0
1095	한솔기획	서울특별시 중구				0		
1096	한스정보시스템(주)	서울특별시 중구				0		0
1097	(주)한스컴	서울특별시 마포구	0					
1098	(주)한웅비전	서울특별시 영등포구	0					
1099	한웍스	서울특별시 마포구						0
1100	한일광고	서울특별시 강남구	0					
1101	한규기획	서울특별시 서초구	0					0
1102	(주)해든기획	서울특별시 강남구	0					
1103	해튼커뮤니케이션	서울특별시 서초구	0					
1104	해바라기 흥업	서울특별시 강남구	0					
1105	주)해민기획	서울특별시 중구				0		
1106	해피에드넷	서울특별시 서초구				0		
1107	한우기획	서울특별시 중구				0		0
1108	헤딩	서울특별시 중구	0			0		
1109	헤이프레스토	서울특별시 강남구	0					0
1110	현대기획	서울특별시 중구				0		
1111	현대기획	서울특별시 서초구		0				
1112	(주)현대애드컴	서울특별시 중구				0		
1113	해성광고기획	서울특별시 중구				0		0
1114	해성기획	서울특별시 중구				0		0
1115	(주)해성기획	서울특별시 마포구	0					
1116	흥미 광고	서울특별시 서대문구						0
1117	흥성택디자인	서울특별시 강남구				0		
1118	(주)흥주코리아	서울특별시 금천구				0		
1119	(주)화성커뮤니케이션	서울특별시 영등포구		0				
1120	환영애드	서울특별시 양천구						0
1121	(주)활로컴	서울특별시 마포구	0	0	0	0		
1122	효원기획	경기도 수원시	0		0			0
1123	A & A	서울특별시 중구	0	0		0		0
1124	ANNDESIGN 엔드	서울특별시 마포구				0		0
1125	AWESOME	서울특별시 강남구	0				0	
1126	(주)B.C 커뮤니케이션	서울특별시 중구	0	0				

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1127	비케이애드	서울특별시 강남구						0
1128	비츠페이스	서울특별시 구로구		0				
1129	BMB디자인	서울특별시 중구				0		0
1130	비앤씨기획	서울특별시 중구						0
1131	켓커뮤니케이션즈	서울특별시 중구				0		
1132	CTS 미디어	서울특별시 중구		0		0		
1133	대산기획	서울특별시 중구				0		
1134	디자인프롬(주)	서울특별시 강남구		0		0		0
1135	이온디엔피	서울특별시 중구				0		
1136	퍼스트	서울특별시 중구				0		
1137	(주)에프엠커뮤니케이션즈	서울특별시 서초구	0	0	0		0	0
1138	FX코리아	서울특별시 마포구	0					
1139	지엠커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0		0		
1140	HEEMANG	서울특별시 중구				0		0
1141	아이씨에스	서울특별시 중구						0
1142	ffour	서울특별시 중구	0	0				
1143	INDIGO	서울특별시 마포구				0		
1144	JPLUS AD	서울특별시 마포구		0				
1145	케이피엠	서울특별시 마포구		0				
1146	k 기획	서울특별시 중구				0		
1147	램프	서울특별시 중구				0		
1148	로템	서울특별시 중구				0		0
1149	m20studio	서울특별시 용산구		0				
1150	(주)아이프랜	서울특별시 종로구	0					
1151	엠앤씨	서울특별시 중구				0		0
1152	오투	서울특별시 중구				0		
1153	피오피아이	서울특별시 마포구						0
1154	로템커뮤니케이션	서울특별시 중구						0
1155	쉴트컴	서울특별시 강남구			0			
1156	(주)에스피랩	서울특별시 강남구			0			
1157	에맥코리아	서울특별시 중구				0		
1158	거북인쇄공사	부산광역시 부산진구	0			0		
1159	경인 종합 인쇄	부산광역시 부산진구		0		0		
1160	웨이브 디자인	부산광역시 수영구						0
1161	(주)디앤에이팩토리	부산광역시 연제구	0	0		0	0	0
1162	가구애드	부산광역시 중구	0					
1163	권디자인	부산광역시 중구						0
1164	(주)가이더스	부산광역시 연제구	0					
1165	디자인 글꼴	부산광역시 진구		0		0		
1166	(주)금강오길비	부산광역시 동구	0					
1167	금오기획	부산광역시 동구	0					
1168	(주)나노디자인그룹	부산광역시 부산진구	0	0				
1169	나눔0212	부산광역시 중구	0			0		
1170	나눔기획	부산광역시 사상구				0	0	0
1171	(주)노바미디어	부산광역시 남구					0	
1172	녹색광고연합	부산광역시 중구				0		0
1173	늘푸른건설팀	부산광역시 사상구	0	0				
1174	다솔	부산광역시 연제구		0				
1175	다봄	부산광역시 중구		0		0		

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1176	(주)다음커뮤니케이션부산경남센터	부산광역시 해운대구					0	
1177	대광커뮤니케이션	부산광역시 해운대구		0		0		
1178	(주)대주애드	부산광역시 사상구				0		
1179	대현인쇄기획	부산광역시 부산진구	0					
1180	더블비전	부산광역시 연제구				0		0
1181	(주)더 프리즘	부산광역시 해운대구	0					
1182	동남환경디자인	부산광역시 해운대구		0				
1183	(주)두리커뮤니케이션	부산광역시 동래구	0					
1184	디자인세상	부산광역시 중구	0	0		0		
1185	디자인웍스	부산광역시 중구						0
1186	룩스필름	부산광역시 해운대구	0					
1187	광고회사 머스트	부산광역시 중구	0					
1188	모아기획	부산광역시 중구	0	0		0		
1189	모이소	부산광역시 남구						0
1190	무브온	부산광역시 해운대구		0				
1191	무한기획	부산광역시 연제구	0					
1192	미디어즘	부산광역시 수영구	0					
1193	백광애드	부산광역시 남구	0					
1194	베스트 피알	부산광역시 수영구	0					
1195	보교기획	부산광역시 동구	0			0		
1196	부산광고	부산광역시 남구	0					
1197	빛누리기획	부산광역시 중구	0			0		
1198	재영애드콤	부산광역시 해운대구				0		0
1199	색동컴아트	부산광역시 금정구		0				
1200	서림애드콤	부산광역시 중구						0
1201	세동광고기획	부산광역시 동래구						0
1202	씨티피아	부산광역시 중구				0		0
1203	세종애드	부산광역시 금정구				0	0	0
1204	수아트에쁜글씨	부산광역시 사하구		0				
1205	사인나라	부산광역시 금정구	0	0				
1206	(주)씨디엠커뮤니케이션	부산광역시 동구	0					
1207	아인	부산광역시 사상구	0					
1208	애드윈	부산광역시 동구	0					0
1209	엠앤피 인쇄	부산광역시 중구		0		0		
1210	유한애드	부산광역시 연제구	0					
1211	이미지광고기획	부산광역시 중구	0			0		
1212	인쇄박사	부산광역시 동구	0					
1213	(주)인출연	부산광역시 해운대구	0					
1214	준디자인	부산광역시 중구		0		0		
1215	지성디앤씨	부산광역시 중구		0		0		
1216	코디커뮤니케이션	부산광역시 중구	0	0		0		
1217	(주)타스컴	부산광역시 해운대구	0					
1218	(주)파비즌	부산광역시 사상구	0					
1219	한길원색	부산광역시 중구		0		0		0
1220	엑시스 씨엠씨	부산광역시 해운대구	0					
1221	CNM커뮤니케이션스	부산광역시 중구						0
1222	D.N.A	부산광역시 중구				0		0
1223	가야광고	대구광역시 북구						0
1224	경북기획	대구광역시 중구						0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1225	경북기획인쇄	대구광역시 중구				0		0
1226	고려기획인쇄	대구광역시 중구				0		0
1227	공단문구	대구광역시 북구						0
1228	광덕씨링인쇄사	대구광역시 중구				0		
1229	광명문화사	대구광역시 중구				0		
1230	그린조합인쇄	대구광역시 중구				0		
1231	금풍인쇄	대구광역시 중구				0		
1232	남경정밀인쇄	대구광역시 중구				0		
1233	남문인쇄사	대구광역시 중구				0		
1234	남신문화사	대구광역시 중구				0		
1235	다나와	대구광역시 중구				0		
1236	다운기획인쇄	대구광역시 중구				0		
1237	대건인쇄기획	대구광역시 중구				0		
1238	대경기획	대구광역시 중구						0
1239	대광애드컴	대구광역시 중구						0
1240	대구양행	대구광역시 중구				0		
1241	대맥문화	대구광역시 중구				0		
1242	대부사	대구광역시 북구				0		
1243	대성사	대구광역시 남구				0		
1244	대우인쇄	대구광역시 중구				0		
1245	대원당인쇄소	대구광역시 중구				0		
1246	대화기획	대구광역시 중구						0
1247	도도디자인	대구광역시 중구				0		
1248	돌기획	대구광역시 중구						0
1249	동송기획	대구광역시 중구						0
1250	동신당	대구광역시 중구				0		
1251	동양인쇄	대구광역시 중구				0		
1252	동원인쇄	대구광역시 중구				0		
1253	동신인쇄	대구광역시 중구				0		
1254	동해씨링종합인쇄	대구광역시 중구				0		0
1255	디자인가민	대구광역시 중구						0
1256	(주)디지털디오	대구광역시 중구				0		
1257	미래기획	대구광역시 중구				0		
1258	미진금박	대구광역시 중구				0		
1259	미진 인쇄	대구광역시 남구				0		
1260	민 애드컴	대구광역시 중구				0		
1261	보성문화사	대구광역시 중구				0		
1262	봉인인쇄사	대구광역시 중구				0		
1263	봉진 인쇄소	대구광역시 중구				0		
1264	산야인쇄	대구광역시 중구				0		
1265	삼보그래픽스	대구광역시 중구				0		
1266	새고려 인쇄소	대구광역시 중구				0		
1267	서한인쇄사	대구광역시 중구				0		
1268	선경씨링	대구광역시 중구				0		
1269	성광기획	대구광역시 중구						0
1270	성광사	대구광역시 북구				0		
1271	성진인쇄소	대구광역시 북구				0		
1272	세화광고사	대구광역시 북구				0		0
1273	세화누끼	대구광역시 중구				0		

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1274	셀기획	대구광역시 중구						0
1275	송월판촉	대구광역시 북구				0		
1276	신성인쇄	대구광역시 중구				0		
1277	신세계 광고	대구광역시 북구						0
1278	신밀 문화사	대구광역시 중구				0		
1279	신평종합인쇄소	대구광역시 중구				0		
1280	아세나광고	대구광역시 북구						0
1281	애드포커스	대구광역시 달서구	0					
1282	주식회사 에스앤디	대구광역시 남구	0	0	0			
1283	에이스씨림	대구광역시 중구				0		
1284	영진인쇄사	대구광역시 중구				0		
1285	영진당	대구광역시 중구				0		
1286	영진인쇄	대구광역시 중구				0		
1287	오종인쇄	대구광역시 북구				0		
1288	우리문화사	대구광역시 북구				0		
1289	나그네(월성출판인쇄사)	대구광역시 중구				0		
1290	유진 기획 인쇄	대구광역시 중구				0		0
1291	일성테크	대구광역시 중구				0		
1292	자연기획	대구광역시 중구						0
1293	정동광고	대구광역시 중구						0
1294	정동문화사	대구광역시 중구						0
1295	조은인쇄	대구광역시 중구				0		
1296	종이연필	대구광역시 북구				0		
1297	진성기획	대구광역시 중구						0
1298	진성인쇄	대구광역시 중구				0		
1299	창신평수금박	대구광역시 중구				0		
1300	청대정밀인쇄	대구광역시 중구				0		
1301	청운인쇄	대구광역시 중구				0		
1302	크로바기획	대구광역시 중구						0
1303	태양인쇄	대구광역시 중구				0		
1304	더존사인	대구광역시 수성구	0					
1305	팔공기획	대구광역시 달서구						0
1306	픽셀	대구광역시 중구				0		
1307	하나문화사	대구광역시 북구				0		
1308	하양정밀인쇄	대구광역시 중구				0		
1309	한샘문화사	대구광역시 중구				0		
1310	한신기획	대구광역시 중구						0
1311	해동원색	대구광역시 중구				0		
1312	현대기획	대구광역시 중구				0		
1313	현대제책사	대구광역시 중구				0		
1314	흥진정밀인쇄	대구광역시 중구				0		
1315	우진광고기획	광주광역시 북구		0		0		
1316	114광고기업	광주광역시 북구						0
1317	가든광고	광주광역시 광산구						0
1318	개미사	광주광역시 동구				0		
1319	고려기획	광주광역시 동구		0		0		
1320	(유)공간	광주광역시 북구		0				0
1321	광고갤러리	광주광역시 광산구		0		0		0
1322	광고마을	광주광역시 동구		0		0		

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1323	광고일번지	광주광역시 남구						0
1324	종합광고인쇄(광성실크)	광주광역시 남구				0		
1325	광주상사	광주광역시 동구				0		0
1326	국제사	광주광역시 동구				0		
1327	그린출판사	광주광역시 동구		0		0		
1328	그린칼라(그린종합기획)	광주광역시 서구						0
1329	글터문화사	광주광역시 동구		0		0		
1330	금호카렌다	광주광역시 동구				0		
1331	나라문화사	광주광역시 동구		0		0		
1332	나우기획	광주광역시 동구		0		0		
1333	나우칼라	광주광역시 동구		0		0		
1334	남도스티카인쇄사	광주광역시 동구				0		
1335	남도인쇄	광주광역시 동구				0		
1336	(주)네임월드	광주광역시 서구				0		
1337	대건문화사	광주광역시 동구				0		
1338	(주)대명광고	광주광역시 서구		0				0
1339	대산인쇄사	광주광역시 동구				0		
1340	대신인쇄	광주광역시 동구				0		
1341	대영기획	광주광역시 광산구						0
1342	대일종합광고	광주광역시 북구		0		0		
1343	덕신인쇄	광주광역시 동구				0		
1344	덕인페이퍼	광주광역시 동구				0		
1345	도서출판 사람들	광주광역시 동구				0		
1346	도심광고기획	광주광역시 광산구						0
1347	동성기획	광주광역시 동구		0		0		
1348	동원광고	광주광역시 북구		0				0
1349	동은문화사	광주광역시 동구				0		
1350	두손광고	광주광역시 북구						0
1351	드림기획인쇄	광주광역시 동구				0		
1352	디자인광장	광주광역시 남구		0				0
1353	디자인박스	광주광역시 북구		0		0		
1354	연지기획	광주광역시 광산구						0
1355	디자인조아	광주광역시 북구		0		0		
1356	디자인아트	광주광역시 동구				0		
1357	만복광고기획	광주광역시 광산구						0
1358	맥스타	광주광역시 동구				0		
1359	멀티예술광고	광주광역시 북구				0		0
1360	명도문화사	광주광역시 동구				0		
1361	명인상사	광주광역시 동구				0		
1362	명함&인쇄나라	광주광역시 동구				0		
1363	무등문화사	광주광역시 동구				0		
1364	문화인쇄카렌다	광주광역시 동구		0		0		
1365	문화당종합인쇄	광주광역시 동구				0		
1366	문화디자인	광주광역시 북구		0		0		
1367	민음기획	광주광역시 광산구				0		0
1368	바른손인쇄기획	광주광역시 동구		0		0		
1369	백월광고	광주광역시 서구						0
1370	도서출판 범촌 인쇄광고	광주광역시 동구				0		
1371	보광광고	광주광역시 서구		0				0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1372	보문인쇄	광주광역시 동구				0		
1373	복음 문화사	광주광역시 동구				0		
1374	비스컴(주)	광주광역시 동구	0	0	0			
1375	박칼라출력	광주광역시 북구		0		0		0
1376	삼성특수코팅	광주광역시 동구				0		
1377	삼원인쇄광고사	광주광역시 동구		0		0		
1378	삼일인쇄	광주광역시 동구				0		
1379	상무그래픽	광주광역시 북구						0
1380	종합기획상무	광주광역시 서구						0
1381	새롬문화사	광주광역시 동구		0		0		
1382	도서출판 샘물	광주광역시 동구		0		0		
1383	사인헤드	광주광역시 북구						0
1384	서광기획실사	광주광역시 남구		0				0
1385	서연기획	광주광역시 북구						0
1386	서진레이저	광주광역시 북구						0
1387	선일문화사	광주광역시 동구				0		
1388	성보인쇄	광주광역시 동구				0		
1389	성우인쇄	광주광역시 동구				0		
1390	성은문화사	광주광역시 동구		0		0		
1391	세영인쇄	광주광역시 동구				0		
1392	세화광고기획	광주광역시 동구				0		0
1393	소망제책사	광주광역시 동구				0		
1394	소문 인쇄사	광주광역시 동구				0		
1395	수성광고	광주광역시 북구						0
1396	유한회사 수현	광주광역시 북구		0				0
1397	신광봉투사	광주광역시 동구				0		
1398	신광인쇄	광주광역시 동구				0		
1399	신앙인쇄소	광주광역시 동구				0		
1400	신창인쇄	광주광역시 동구				0		
1401	신화문화사	광주광역시 동구				0		
1402	아주인쇄	광주광역시 동구				0		
1403	애반애드	광주광역시 북구						0
1404	양지인쇄기획	광주광역시 동구				0		
1405	(주)인맥스디자인	광주광역시 동구		0		0		
1406	영은사	광주광역시 동구		0		0		
1407	영창인쇄사	광주광역시 동구		0		0		
1408	예술공방	광주광역시 북구						0
1409	도우미 종합광고	광주광역시 광산구						0
1410	우리 출력 인쇄	광주광역시 동구				0		
1411	중앙기획	광주광역시 북구						0
1412	유명광고자재	광주광역시 북구						0
1413	유진명함	광주광역시 동구				0		
1414	이노디자인	광주광역시 동구		0				
1415	이조광고기획	광주광역시 서구						0
1416	인쇄할인마트	광주광역시 북구		0		0		
1417	재승문화광고	광주광역시 동구				0		0
1418	잭콩 커뮤니케이션	광주광역시 북구		0		0		
1419	정도기획	광주광역시 서구						0
1420	정미문화	광주광역시 동구				0		



No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1421	정선인쇄	광주광역시 동구				0		
1422	정우제책	광주광역시 동구				0		
1423	정음문화사	광주광역시 동구				0		
1424	정밀재단	광주광역시 동구				0		
1425	정진 포장 산업	광주광역시 동구				0		
1426	제일봉투사	광주광역시 동구				0		
1427	(주)제일 싸인 기획	광주광역시 동구						0
1428	조은인쇄기획	광주광역시 동구		0		0		
1429	종로	광주광역시 동구		0		0		
1430	지구인쇄출판사	광주광역시 동구		0		0		
1431	창성인쇄	광주광역시 동구				0		
1432	창우인쇄	광주광역시 동구				0		
1433	창조사	광주광역시 동구				0		
1434	천재광고디자인	광주광역시 북구		0		0		
1435	천지인쇄기획	광주광역시 동구		0		0		
1436	청명문화사	광주광역시 동구		0		0		
1437	대신타수인쇄사	광주광역시 동구				0		
1438	태성칼라	광주광역시 동구				0		
1439	태평양실사	광주광역시 북구						0
1440	엔칼라스	광주광역시 동구		0		0		
1441	평양기획	광주광역시 북구		0				0
1442	푸른문화사	광주광역시 동구				0		
1443	풍산아트	광주광역시 서구						0
1444	프리디자인	광주광역시 서구		0				0
1445	하나디자인	광주광역시 동구		0				
1446	하나디자인공사	광주광역시 광산구						0
1447	하나실사	광주광역시 북구						0
1448	하나인디고 C.T.P	광주광역시 동구				0		
1449	한강스티커	광주광역시 동구				0		
1450	한길광고	광주광역시 광산구		0				0
1451	한벗인쇄	광주광역시 동구				0		
1452	한신기획	광주광역시 북구		0		0		
1453	한일원색	광주광역시 동구				0		
1454	해동종합기획	광주광역시 동구				0		
1455	해성기획	광주광역시 동구				0		
1456	해태사	광주광역시 북구		0		0		
1457	현대기획	광주광역시 동구				0		
1458	현디자인	광주광역시 동구		0		0		
1459	형제인쇄출판	광주광역시 동구				0		
1460	호성인쇄	광주광역시 동구				0		
1461	훈기획	광주광역시 남구						0
1462	히트라인	광주광역시 서구						0
1463	IC그래픽	광주광역시 동구		0				
1464	소망광고산업	대전광역시 동구	0	0		0		0
1465	가람그래픽스	대전광역시 동구				0		0
1466	미화기획	대전광역시 동구	0			0		0
1467	광고기획지오	대전광역시 동구	0					0
1468	광고마을	대전광역시 동구	0					0
1469	광명옵셋인쇄사	대전광역시 동구				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1470	굿모닝디지털프린텍	대전광역시 동구				0		0
1471	그린기획	대전광역시 동구				0		0
1472	그린스티커인쇄	대전광역시 동구				0		0
1473	극동옵셋인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1474	근화인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1475	금강스티커인쇄	대전광역시 동구				0		0
1476	금강종합인쇄	대전광역시 동구				0		0
1477	남일광고	대전광역시 동구				0		0
1478	노벨문화사	대전광역시 동구				0		0
1479	누리기획인쇄	대전광역시 동구				0		0
1480	다다문화인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1481	다이얼정보	대전광역시 동구						0
1482	대신실크산업	대전광역시 동구				0		0
1483	대전출력	대전광역시				0		
1484	대진실크사	대전광역시 동구				0		0
1485	대현스티카	대전광역시 동구				0		0
1486	대흥사	대전광역시 동구				0		0
1487	대흥인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1488	동무기획	대전광역시 서구	0	0				0
1489	동부문화사	대전광역시 동구				0		0
1490	동성포장	대전광역시 동구				0		0
1491	동진인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1492	디디컴	대전광역시 서구	0					0
1493	디자인 국제	대전광역시 동구				0		0
1494	디자인이슈	대전광역시 동구				0		0
1495	디자인 쟁이	대전광역시 동구				0		0
1496	디자인 품	대전광역시 서구				0		0
1497	디자인 피쉬	대전광역시 동구				0		0
1498	레드컴	대전광역시 동구				0		0
1499	메인애드	대전광역시 동구				0		0
1500	명인인쇄문화사	대전광역시 동구				0		0
1501	명일인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1502	무지개그래픽	대전광역시 동구				0		0
1503	미들디자인기획	대전광역시 동구				0		0
1504	미디어	대전광역시 동구				0		0
1505	미디어인쇄	대전광역시 동구				0		0
1506	미진산업	대전광역시 동구				0		0
1507	민우 종합 인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1508	바른인쇄	대전광역시 동구				0		0
1509	배원특수인쇄	대전광역시 동구				0		0
1510	백두기획인쇄	대구광역시 동구				0		0
1511	번영문화사	대전광역시 동구				0		0
1512	보문당인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1513	보혜사	대전광역시 동구				0		0
1514	삼영비날가공사	대전광역시 동구				0		0
1515	삼정실크	대전광역시 동구				0		0
1516	삼진인쇄상사	대전광역시 동구				0		0
1517	살롬기획인쇄	대전광역시 동구				0		0
1518	서진 마스타	대전광역시 동구				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1519	선진 커뮤니케이션	대전광역시 동구	0					0
1520	섬광기획	대전광역시 동구				0		0
1521	성광기획(주)	대전광역시 동구				0		0
1522	성천인쇄	대전광역시				0		0
1523	세기인쇄출판	대전광역시 동구				0		
1524	스텝 디자인	대전광역시 동구						0
1525	신애제책사	대전광역시 동구				0		0
1526	신성금박인쇄	대전광역시 동구				0		0
1527	애드모아	대전광역시 동구				0		0
1528	양지문화사	대전광역시 동구				0		0
1529	애드라인	대전광역시 동구						0
1530	에이그래픽스	대전광역시 동구				0		0
1531	에이플러스 광고	대전광역시 동구				0		0
1532	오월문화사	대전광역시 동구				0		0
1533	월드기획전광	대전광역시 동구	0	0				0
1534	은성인쇄사	대전광역시 동구	0	0		0		0
1535	이매지네이션	대전광역시 동구				0		0
1536	이문인쇄	대전광역시 동구				0		0
1537	일성기획인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1538	자명디자인(주)	대전광역시 동구	0	0	0	0	0	0
1539	장미기획	대전광역시 동구				0		0
1540	제삼기획	대전광역시 동구				0		0
1541	준디자인	대전광역시 동구	0					0
1542	진성기획	대전광역시 동구	0			0		0
1543	창문인쇄	대전광역시 동구				0		0
1544	청구사	대전광역시 동구				0		0
1545	청맥문화사	대전광역시 동구				0		0
1546	충청종합인쇄	대전광역시 동구				0		0
1547	크리스탈21	대전광역시 서구				0		0
1548	투모로우	대전광역시 서구	0	0				
1549	팝콘디자인	대전광역시 동구						0
1550	필성인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1551	하늘 Book	대전광역시 동구						0
1552	하우디자인	대전광역시 서구				0		0
1553	한길인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1554	한샘디자인	대전광역시 동구						0
1555	한일네무	대전광역시 동구				0		0
1556	현대광고기획	대전광역시 동구						0
1557	현대사	대전광역시 동구				0		0
1558	효성인쇄사	대전광역시 동구				0		0
1559	(주)경도애드	인천광역시 연수구	0					
1560	광고나라	인천광역시 부평구						0
1561	나눔디자인	인천광역시 부평구						0
1562	드림기획	인천광역시 남구						0
1563	디자인 창조	인천광역시 부평구						0
1564	마당기획	인천광역시 남구						0
1565	미래기획	인천광역시 서구						0
1566	삼도광고기획	인천광역시 부평구						0
1567	삼일광고기획	인천광역시 남동구				0		0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1568	선목광고	인천광역시 서구						0
1569	세계공사	인천광역시 부평구						0
1570	송산기획	인천광역시 남구	0					
1571	아이디어 광고사	인천광역시 남구				0		0
1572	아이디어 기획	인천광역시 계양구				0		0
1573	아트플러스	인천광역시 부평구				0		0
1574	애드솔루션지원센터	인천광역시 부평구	0				0	
1575	애드포커스	인천광역시 남구						0
1576	야호기획	인천광역시 부평구						0
1577	에드365	인천광역시 부평구				0		
1578	(주) 엑스커뮤니케이션	인천광역시 부평구		0				0
1579	웅솔기획	인천광역시 남구	0					
1580	용기획	인천광역시 남동구				0		0
1581	유진애드	인천광역시 남동구	0					
1582	인성기획	인천광역시 서구				0		
1583	정환기획	인천광역시 남동구				0		0
1584	제일기획	인천광역시 남구				0		0
1585	진영인쇄기획	인천광역시 남구				0		0
1586	천일기획	인천광역시 중구	0					0
1587	청송인쇄광고	인천광역시 남동구						0
1588	판촉랜드	인천광역시 동구					0	
1589	한솔인쇄	인천광역시 부평구				0		
1590	한양광고	서울특별시 중구	0					
1591	필 광고인쇄	인천광역시 계양구						0
1592	SD기획	인천광역시 부평구						0
1593	매직애드	울산광역시 남구	0	0				0
1594	교차로114	울산광역시 남구		0				0
1595	금호인쇄기획	울산광역시 남구	0	0				0
1596	대성AD산업	울산광역시 남구	0	0				0
1597	디자인가온	울산광역시 남구	0					0
1598	디자인리더	울산광역시 남구	0	0	0			0
1599	디자인 수	울산광역시 중구		0		0		0
1600	해성코프레이션=레이저크리스탈	울산광역시 남구	0	0				
1601	메트로	울산광역시 남구		0		0		0
1602	블루기획	울산광역시 남구	0					0
1603	선과색	울산광역시 남구	0	0		0		0
1604	씽크디자인	울산광역시 남구	0	0		0		0
1605	아트애드	울산광역시 남구	0	0				0
1606	오름기획	울산광역시 남구	0	0	0	0		
1607	이드기획	울산광역시 남구	0	0		0		0
1608	인쇄박사	울산광역시 남구	0			0		0
1609	재솜	울산광역시 남구	0	0		0		0
1610	울산기획인쇄	울산광역시 남구	0	0		0		0
1611	칸 디자인	울산광역시 남구	0	0		0		0
1612	테이크업	울산광역시 남구	0	0				0
1613	오성프로세스	울산광역시 남구	0			0		0
1614	디올필름	울산광역시 남구	0	0	0			0
1615	거산기획	경기도 고양시						0
1616	경기저널	경기도 안산시						0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1617	경기전단	경기도 수원시				0		0
1618	고려커뮤니케이션즈(주)	경기도 수원시	0					0
1619	공간 광고	경기도 김포시						0
1620	광고나라	경기도 의정부시				0		
1621	광고마을	경기도 용인시						0
1622	광고 특별시	서울특별시 강남구	0	0				
1623	굿모닝광고	경기도 부천시	0					
1624	그린기획	경기도 군포시				0		
1625	금천디자인기획	경기도 안산시						0
1626	주)기즈모	경기도 남양주						0
1627	라이프21세기	경기도 수원시				0		
1628	포맷이인쇄	경기도 수원시						0
1629	나리콤광고기획	경기도 안산시						0
1630	라인커뮤니케이션	경기도 고양시		0				
1631	뉴에이디플러스	경기도 성남시				0		0
1632	니치비전	경기도 성남시	0				0	
1633	다솔기획	경기도 구리시				0		0
1634	대성 광고	경기도 남양주	0					
1635	대성휘장북	경기도 수원시				0		0
1636	대신POP	경기도 고양시						0
1637	대일기획	경기도 수원시				0		0
1638	대흥광고백화점	경기도 시흥시	0					0
1639	주)더메이드 종합기획	경기도 고양시						0
1640	동성에이앤피	경기도 과천시	0					
1641	동심원	경기도 의정부시						0
1642	동양광고	경기도 부천시						0
1643	동양기획	경기도 부천시	0					
1644	주)디온 커뮤니케이션	경기도 과천시		0				
1645	주)디와이 씨앤에스	경기도 성남시	0			0		
1646	디자인 나온	경기도 고양시		0				
1647	안디자인	경기도 수원시						0
1648	디자인솔	경기도 안산시				0		0
1649	디자인시티	경기도 수원시						0
1650	디자인위뷰	경기도 시흥시				0		0
1651	유니애드	경기도 수원시						0
1652	디자인잡	경기도 안산시						0
1653	디자인풍경	경기도 수원시				0		0
1654	디자인플러스	경기도 용인시				0		
1655	디자인플러스	경기도 용인시						0
1656	디자인필감	경기도 안산시						0
1657	디자인 아이아트	경기도 안산시						0
1658	맥스기획	경기도 광명시						0
1659	모던아이앤씨	경기도 군포시				0		
1660	모던피아	경기도 고양시		0		0		0
1661	모두기획	경기도 고양시						0
1662	미래광고	경기도 안산시						0
1663	미래광고기획	경기도 과천시	0			0		
1664	미래차량광고	경기도 김포시	0	0				
1665	(주)미소참	서울특별시 금천구					0	

No	사업체명	주소	광고 (종합대행)	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1666	(주)미주광고	경기도 평택시						0
1667	간솔디자인	경기도 시흥시	0					
1668	부동산114	경기도 고양시			0			
1669	(주)블랙박스	경기도 부천시						0
1670	(주)빅애플커뮤니케이션즈	경기도 안산시						0
1671	(주)사람과사람들	경기도 화성시		0				
1672	삶기획	경기도 광명시	0		0			
1673	삼성광고 기획사	경기도 김포시		0				0
1674	삼신광고기획	경기도 부천시				0		
1675	새롬	경기도 안양시		0				
1676	샘물기획	경기도 의정부시						0
1677	서울광고	경기도 군포시				0		
1678	선명티엔티	경기도 수원시				0		
1679	선진광고 기획	경기도 의정부시						0
1680	설이기획	경기도 고양시						0
1681	성우광고기획	경기도 성남시				0		
1682	세신광고	경기도 부천시						0
1683	세영포토 스튜디오	경기도 고양시		0				
1684	(주)세종기획	경기도 광명시	0					
1685	세종기획	경기도 양평군				0		
1686	숫대피엔에이	경기도 고양시	0					
1687	수도사	서울특별시 마포구				0		
1688	(주)신도기획	경기도 성남시		0				
1689	신세기실사현수막	경기도 군포시	0			0		
1690	실로암	경기도 구리시				0		0
1691	싸인정보산업	경기도 하남시		0				
1692	(주)씨에스웍스 컴퍼니	경기도 성남시		0				0
1693	아리기획	경기도 시흥시						0
1694	일신테크	경기도 부천시						0
1695	아이애드 114기획	경기도 수원시					0	
1696	아이엠	경기도 안산시						0
1697	아침기획	경기도 안양시				0		
1698	애드가인쇄	경기도 안산시	0			0		0
1699	에스비엔프로덕션	경기도 수원시		0				
1700	(주)도안	경기도 수원시				0		
1701	엔씨아트	경기도 성남시				0		
1702	영삼기획	경기도 양평군				0		
1703	영진광고기획	경기도 광명시						0
1704	(주)레인뱅크	서울특별시 영등포구	0					
1705	에인	경기도 수원시						0
1706	오렌지광고기획사	경기도 안산시						0
1707	(주)오렌지광고연구소	서울특별시 서초구		0				
1708	한국옥외광고협회오산지점	경기도 오산시	0			0		
1709	온누리	경기도 남양주시	0			0		0
1710	온누리기획	경기도 수원시				0		0
1711	온누리종합광고	경기도 수원시	0					
1712	운동장광고기획	경기도 수원시						0
1713	(주)원경	경기도 수원시	0			0		0
1714	원 기획	경기도 고양시						0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1715	(주) 원알렘	경기도 김포시	0					
1716	원 애드	경기도 고양시						0
1717	(주)유엔아이티	경기도 고양시	0					
1718	윤기획	경기도 안산시				0		0
1719	이영훈디자인공작소	경기도 군포시		0		0		
1720	이원디자인	경기도 수원시				0		0
1721	인쇄나라	경기도 고양시				0		0
1722	인영문화사	경기도 수원시				0		
1723	디자인	경기도 화성시						0
1724	(주)인피니티미디어	경기도 용인시		0				
1725	주)일신애드컴	경기도 고양시	0					
1726	정화종합기획	경기도 용인시	0					
1727	제이엠 미디어	경기도 고양시				0		
1728	(주)제일광고기획	경기도 안양시		0				
1729	제황실업	경기도 남양주		0		0		0
1730	조은기획	경기도 군포시				0		0
1731	중로광고	경기도 수원시						0
1732	준기획	경기도 군포시				0		
1733	즐거찾기	경기도 안산시				0		0
1734	지지엠플러스	경기도 부천시	0					
1735	진성인쇄사	경기도 화성시						0
1736	진스프린팅	경기도 용인시						0
1737	집현전인쇄	경기도 오산시				0		
1738	(주)창작닷컴	경기도 광주시	0					
1739	365디자인마켓	경기도 수원시						0
1740	캔디자인	서울특별시 마포구				0		
1741	(주)커뮤니케이션 하심	경기도 용인시			0			
1742	(주)큐브메트	경기도 과천시			0			0
1743	큐피트광고기획	경기도 가평군	0					
1744	클렉스 커뮤니케이션	서울특별시 구로구					0	
1745	태성디자인	경기도 안산시				0		0
1746	태형시스템	경기도 시흥시	0					
1747	터전문화사	경기도 부천시	0					
1748	터전전화부	경기도 평택시						0
1749	티디프린텍	경기도 성남시		0		0		
1750	편집회사사람들	경기도 수원시		0		0		
1751	평내종합광고	경기도 남양주시	0			0		0
1752	포토맥디자인	경기도 남양주시		0		0		0
1753	푸른기획	경기도 안양시				0		0
1754	(주)퓨처디스플레이	경기도 고양시		0				
1755	프리맥	경기도 수원시						0
1756	프린스 상패 기획	경기도 평택시						0
1757	프린트 나라	경기도 성남시				0		0
1758	프린트 하우스	경기도 성남시				0		
1759	피알프로모션	경기도 성남시			0			
1760	필기획	경기도 군포시				0		
1761	하우스트 커뮤니케이션	경기도 부천시	0					
1762	한국옥외광고협회 안산시지회	경기도 안산시	0					
1763	한국교통광고	경기도 평택시						0

No	사업체명	주소	광고 (종합대행)	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1764	한라애드플러스	경기도 수원시		0	0	0		0
1765	한솔디자인	경기도 부천시						0
1766	한스컴	경기도 수원시	0	0		0	0	
1767	한울기획	경기도 성남시				0		
1768	한원그래픽스	서울특별시 영등포구				0		0
1769	주)한일디스플레이	경기도 김포시	0					
1770	함께하는 세상	경기도 구리시	0			0		
1771	현기획	경기도 군포시				0		
1772	현대광고사	경기도 수원시						0
1773	현대인쇄	경기도 부천시				0		0
1774	누리기업	경기도 화성시	0					
1775	효기획 굿디자인	경기도 화성시	0			0		0
1776	이앤지디자인	경기도 수원시				0	0	0
1777	e뉴기획	경기도 안양시				0		
1778	필현수막광고	경기도 안산시						0
1779	GNC구리남양주연합	경기도 남양주시	0					
1780	(주)경기첨단인쇄디자인센터	경기도 수원시				0		0
1781	J,R광고	경기도 구리시	0	0				
1782	JOY디자인	경기도 고양시						0
1783	KTL토탈시스템	경기도 안산시						0
1784	네오커뮤니케이션	경기도 의정부시		0		0		0
1785	P,R포인트	경기도 부천시						0
1786	PR메니지먼트	경기도 부천시	0					
1787	열린나라	경기도 시흥시						0
1788	거산이코리아	강원도 홍천읍				0		0
1789	경포광고	강원도 강릉시						0
1790	공익광고	강원도 춘천시						0
1791	광고매거진	강원도 강릉시	0					0
1792	교성산업	강원도 춘천시						0
1793	신일문화사	강원도 강릉시				0		
1794	네오뮤즈	강원도 춘천시						0
1795	강원애드컴	강원도 강릉시	0	0		0		
1796	명함천국	강원도 강릉시						0
1797	백우기획	강원도 춘천시						0
1798	베스트기획 인쇄	강원도 춘천시						0
1799	블록디자인	강원도 강릉시				0		
1800	삼천리 광고기획	강원도 동해시						0
1801	성우그래픽스	강원도 춘천시						0
1802	스마일광고	강원도 홍천읍				0		0
1803	아투우디자인	강원도 춘천시	0					0
1804	에이원광고	강원도 춘천시						0
1805	영일광고	강원도 춘천시						0
1806	옥흥사	강원도 강릉시						0
1807	동부광고	강원도 원주시				0		0
1808	월드광고	강원도 양양군						0
1809	이레기획	강원도 춘천시						0
1810	종합광고패션	강원도 춘천시						0
1811	중부광고	강원도 원주시				0		0
1812	춘천현수막	강원도 춘천시						0



No	사업체명	주소	광고 (종합대행)	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1813	사)강원도 옥외 광고협회	강원도 춘천시						0
1814	한마음	강원도 춘천시						0
1815	한일사	강원도 강릉시			0			
1816	극동광고기획	충청남도 공주시						0
1817	대한 에드 컴	충청남도 천안시						0
1818	동원종합광고사	충청남도 예산군						0
1819	매일인쇄사	충청남도 아산시				0		0
1820	맥다자인	충청남도 아산시				0		0
1821	모던아트연구소	충청남도 천안시						0
1822	미래디자인 기획	충청남도 천안시				0		0
1823	살롬광고기획	충청남도 천안시						0
1824	신우광고기획	충청남도 천안시				0		0
1825	동현기획인쇄	충청북도 청주시		0		0		0
1826	디아니올림	충청북도 청주시				0		0
1827	모아디자인	충청북도 청주시	0			0		0
1828	빅기획	충청북도 청주시				0		0
1829	세계광고기획	충청북도 청주시				0		0
1830	씨프로세스	충청북도 청주시				0		0
1831	주)이길	충청북도 청주시	0					0
1832	청주애드컴	충청북도 청주시	0			0		
1833	초롱피오피에쁜글씨	충청북도 청주시	0					
1834	프로월드광고인쇄	충청북도 청주시				0		0
1835	동서기획	경상남도 김해시						0
1836	거성인쇄	경상남도 창원시	0	0		0		
1837	거인기획	경상남도 창원시				0		0
1838	(주)경남광고기획	경상남도 창원시	0			0		0
1839	광개토	경상남도 창원시	0			0		0
1840	광고기획중앙	경상남도 창원시	0	0		0		0
1841	굿디자인	경상남도 창원시				0		0
1842	굿애드	경상남도 창원시						0
1843	기림기획	경상남도 창원시		0		0		0
1844	나래광고	경상남도 김해시	0					0
1845	디자인갤러리 나온	경상남도 창원시		0	0			0
1846	다원	경상남도 김해시						0
1847	다인커뮤니케이션	경상남도 창원시		0		0		0
1848	대영광고기획	경상남도 김해시	0			0		
1849	동아광고사	경상남도 창원시	0	0				
1850	동우정판인쇄	경상남도 창원시				0		0
1851	디딤기획	경상남도 창원시						0
1852	디스	경상남도 창원시	0		0			0
1853	디엔피솔루션	경상남도 창원시		0		0		
1854	디자인디오	경상남도 창원시	0	0		0		0
1855	디자인오투	경상남도 창원시		0	0	0		0
1856	디자인점프	경상남도 창원시		0				0
1857	디자인파랑	경상남도 창원시	0	0		0		0
1858	디자인 지드	경상남도 창원시		0		0		0
1859	라운문화사	경상남도 창원시				0		0
1860	라이프기획	경상남도 창원시				0		0
1861	크리에이티브 마루	경상남도 창원시						0

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1862	마음디자인	경상남도 마산시	0	0				0
1863	명성특수인쇄	경상남도 창원시				0		0
1864	미남광고공사	경상남도 김해시	0					
1865	백마산업	경상남도 마산시	0	0				
1866	삼흥기획	경상남도 창원시						0
1867	선우기획	경상남도 마산시	0			0		
1868	세종인쇄	경상남도 창원시		0		0		0
1869	스케치	경상남도 마산시	0	0		0		
1870	스타기획	경상남도 창원시						0
1871	아샘기획	경상남도 창원시				0		0
1872	양면기획인쇄	경상남도 창원시				0		0
1873	이노디자인	경상남도 김해시						0
1874	탭스커뮤니케이션(주)	경상남도 창원시		0				0
1875	우익광고사	경상북도 구미시	0					
1876	천일광고기획	경상북도 구미시	0					
1877	동신기획	전라남도 나주시		0		0		
1878	광고시장	전라남도 여주시				0		0
1879	광양인쇄활인	전라남도 광양시				0		
1880	대동광고기업	전라남도 광양시						0
1881	(주)대동산업	전라남도 광양시						0
1882	대우인쇄광고	전라남도 여주시				0		
1883	드림인쇄기획	전라남도 순천시		0				0
1884	미공사 광고기획	전라남도 구례군						0
1885	미조광고산업	전라남도 광양시						0
1886	삼성광고	전라남도 여주시						0
1887	시대광고	전라남도 여주시						0
1888	인쇄프라자	전라남도 순천시				0		
1889	일신기획 플러스	전라남도 순천시		0		0		
1890	광고자재(고명)	전라북도 익산시						0
1891	금호기획	전라북도 전주시		0		0		0
1892	대광광고	전라북도 전주시						0
1893	동아기획	전라북도 익산시		0				0
1894	동영기획	전라북도 전주시						0
1895	드림라이크	전라북도 정읍시	0					
1896	디자인 블루	전라북도 전주시		0				
1897	디자인 플러스	전라북도 익산시		0				0
1898	디지털 아트	전라북도 전주시		0				0
1899	리준기획광고백화점	전라북도 정읍시		0		0		
1900	주)모닝글로리 청첩장	전라북도 전주시		0		0		
1901	모던칼라기획정판	전라북도 전주시		0				0
1902	미령기획	전라북도 익산시		0				0
1903	믿음광고기획	전라북도 전주시		0				0
1904	뿌리기획	전라북도 김제시		0		0		
1905	새롬광고기획	전라북도 익산시		0		0		
1906	새롬광고기획	전라북도 전주시		0		0		0
1907	서진광고산업	전라북도 전주시						0
1908	성도기획	전라북도 전주시		0		0		
1909	세일기획	전라북도 군산시						0
1910	소원인쇄기획	전라북도 군산시		0		0		

No	사업체명	주소	광고 (종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	온라인	기타
1911	심훈종합광고기획	전라북도 전주시		0		0		0
1912	에이엘디광고인쇄	전라북도 전주시		0		0		
1913	영암공사	전라북도 김제시						0
1914	에림인쇄	전라북도 군산시				0		
1915	인쇄할인마트	전라북도 전주시		0		0		
1916	조일 광고기획	전라북도 전주시		0		0		
1917	청첩장 백화점	전라북도 전주시				0		
1918	콤프로덕션	전라북도 전주시		0		0		
1919	푸른솔광고기획	전라북도 전주시						0
1920	풍남기획	전라북도 전주시		0				0
1921	(유)플러스기획	전라북도 전주시		0		0		0
1922	현수막	전라북도 전주시						0
1923	늘푸른 디자인 인쇄사	제주도특별자치도 제주시				0		
1924	디자인 오투 출판 인쇄	제주도특별자치도 제주시				0		
1925	(주)디자인유스	제주도특별자치도 제주시	0					0
1926	보림광고휘장산업	제주도특별자치도 제주시	0			0		
1927	아이앤씨기획	제주도특별자치도 제주시				0		0
1928	에드랜더	제주도특별자치도 제주시						0
1929	(주)에드하임 제주지사	제주도특별자치도 제주시	0					
1930	제물광고산업	제주도특별자치도 제주시	0			0		
1931	뉴아트 디자인서포터	제주도특별자치도 제주시	0	0				0
1932	(주)씨엔씨엠에스	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1933	(주)에스에이치컴즈	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1934	주식회사테지움커뮤니케이션	서울특별시 강남구	0	0	0	0	0	0
1935	(주)게임동아	서울특별시 구로구	0	0	0			
1936	(주)드림퓨터스	서울특별시	0	0	0			
1937	(주)바라본	서울특별시	0	0	0			
1938	(주)선인장	서울특별시	0	0	0			
1939	(주)아리울드림컴퍼니주식회사	서울특별시 중구	0	0	0			
1940	(주)어지니스	서울특별시	0	0	0			
1941	(주)얼반웍스미디어	서울특별시 양천구	0	0	0			
1942	(주)엠케이트라움	서울특별시 마포구	0	0	0			
1943	(주)유웨어플라이	서울특별시 서초구	0	0	0			
1944	(주)이지컴다이렉트	서울특별시 강남구	0	0	0			
1945	(주)케이앤씨	경상남도 창원시	0	0	0			
1946	(주)케이티기획	서울특별시	0	0	0			
1947	(주)코두웰	서울특별시 영등포구	0	0	0			
1948	(주)해오름미디어	서울특별시 중구	0	0	0			
1949	제이앤피커뮤니케이션(주)	서울특별시 강남구	0	0	0			
1950	주식회사 엘크로	서울특별시 영등포구	0	0	0			
1951	케이피커뮤니케이션 주식회사	서울특별시 마포구	0	0	0			



## 편집위원진

---

편집위원장	심 장섭	문화체육관광부 미디어정책국장
	이 재건	한국방송광고공사 공익사업본부장
편집위원	강 정원	문화체육관광부 방송영상광고과장
	이 성호	한국방송광고공사 광고진흥국장
	김 나나	문화체육관광부 방송영상광고과 사무관

## 연구진

---

연구위원	오 세성	한국방송광고공사 광고산업연구소	
	허 현무	한국방송광고공사 광고산업연구소	
통계연구원	최 진영	한국방송광고공사 광고산업연구소	
	정 우영	한국방송광고공사 광고산업연구소	
연구보조원	오 윤석	한국방송광고공사 광고산업연구소	
	한 상태	호서대학교 정보통계학과 교수	
자문위원	손 영석	한림대학교 광고홍보학과 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	
	정 병철	서울시립대학교 통계학과 교수	
	관리실무	강 규태	한국방송광고공사 광고진흥팀장
		김 현중	한국방송광고공사 광고진흥팀 차장
		송 남진	한국방송광고공사 광고진흥팀 과장



## 2011 광고산업통계

2011년 11월 25일 인쇄

2011년 11월 25일 발행

<b>발행인</b>	최광식
<b>발행처</b>	문화체육관광부 <a href="http://www.mcst.go.kr">http://www.mcst.go.kr</a> 한국방송광고공사 <a href="http://www.kobaco.co.kr">http://www.kobaco.co.kr</a>
<b>통계DB</b>	<a href="http://adstat.kobaco.co.kr">http://adstat.kobaco.co.kr</a>
<b>인쇄처</b>	서원디지털프린팅(2266-0056)
<b>표지디자인</b>	메인기획 (2268-9126)

ISBN 978-89-6350-172-7-93310

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.

