




승인번호 제 11309호

# 2005 광고산업통계

ISSN 1975-0242

정부간행물 번호  
11-1370000-000324-10

 문화관광부

 한국방송광고공사

## 편집위원진

---

발행인	정 동채	문화관광부 장관
편집위원장 (공동)	백 익 홍 지일	문화관광부 문화미디어국장 한국방송광고공사 마케팅이사
편집위원	심 동섭 장 사성 김 경호	문화관광부 방송광고과장 문화관광부 방송광고과 사무관 한국방송광고공사 광고연구소장



# Contents

<b>이용자를 위하여</b> .....	14
<b>요 약</b> .....	16
<b>I. 조사개요</b> .....	37
1. 광고산업의 이해 .....	37
2. 조사배경 .....	38
3. 조사방향 .....	38
4. 법적근거 .....	39
5. 조사대상 및 규모 .....	39
6. 조사시기 .....	39
7. 조사내용 .....	40
8. 조사방법 .....	41
9. 기대효과 .....	41
<b>II. 분석방법</b> .....	42
1. 결측값 보정 방법 .....	42
2. 주요 구분변수 설명 .....	44
<b>III. 조사결과</b> .....	48
1. 사업체 현황-매출 .....	48
1.1. 전체 .....	48
1.1.1. 광고(종합)대행 .....	50
1.1.2. 광고제작 .....	54
1.1.3. 서비스 .....	56
1.1.4. 인쇄 .....	58
1.1.5. 기타 .....	59
1.2. 대형 광고업체 .....	61
1.2.1. 광고(종합)대행 .....	63
1.2.2. 광고제작 .....	68
1.2.3. 서비스 .....	71
1.2.4. 인쇄 .....	74
1.2.5. 기타 .....	76
1.3. 일반 광고업체 .....	78
1.3.1. 광고(종합)대행 .....	81
1.3.2. 광고제작 .....	87
1.3.3. 서비스 .....	90
1.3.4. 인쇄 .....	93
1.3.5. 기타 .....	96
2. 사업체 현황-종사자 .....	99
2.1. 전체 .....	99
2.1.1. 성별 종사자 현황 .....	101
2.1.2. 연령별 종사자 현황 .....	104
2.1.3. 학력별 종사자 현황 .....	107

2.1.4. 직급별 종사자 현황	111
2.1.5. 외국인 종사자 현황	112
2.2. 대형 광고업체	112
2.2.1. 전체 고용현황	112
2.2.2. 성별 종사자 현황	115
2.2.3. 연령별 종사자 현황	117
2.2.4. 학력별 종사자 현황	120
2.2.5. 직급별 종사자 현황	123
2.2.6. 외국인 종사자 현황	124
2.3. 일반 광고회사	124
2.3.1. 전체 고용현황	124
2.3.2. 성별 종사자 현황	127
2.3.3. 연령별 종사자 현황	129
2.3.4. 학력별 종사자 현황	132
2.3.5. 직급별 종사자 현황	136
2.3.6. 외국인 종사자 현황	137
3. 취급액과 종사자	138
3.1. 사업체 정보	138
3.2. 지역	141
3.3. 대표자 정보	143
3.4. 종사자 규모 및 취급액 규모	146
3.5. 사업체 업종 분류	148
3.6. 사업체 업종 재분류	150
3.7. 가치사슬 분류	152
3.8. 고용현황 정보	153
3.9. 국내 및 외국계 광고주	156
3.10. 고객유치실적	160
3.11. 광고경기 체감도	163
4. 해외거래현황	164
4.1. 외국인투자 광고회사 현황	166
4.2. 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황	168
4.3. 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황	169
4.4. 주요 광고회사의 해외 광고 취급액	173
4.5. 수출 및 수입	175
4.5.1. 국경을 기준으로 한 무역	175
4.5.2. 광고회사의 국적을 기준으로 한 무역	175
4.5.3. 수출수입 세부내역	176
5. 국내 및 외국계 광고주	177
5.1. 사업체 정보	177
5.2. 지역	178
5.3. 종사자 규모 및 취급액 규모	178
5.4. 사업체 업종 분류	180
5.5. 사업체 업종 재분류	181
5.6. 가치사슬 분류	181

5.7. 고용현황 정보	182
5.8. 국내 및 외국계 광고주	183
5.9. 고객유치실적	184
5.10. 광고경기 체감도	185
6. 고객유치실적	186
6.1. 사업체 정보	186
6.2. 지역	189
6.3. 종사자 규모 및 취업액 규모	191
6.4. 사업체 업종 분류	193
6.5. 사업체 업종 재분류	194
6.6. 가치사슬 분류	195
6.7. 고용현황 정보	196
6.8. 국내 및 외국계 광고주	198
6.9. 고객유치실적	200
6.10. 광고경기 체감도	202
7. 광고경기 체감도	204
7.1. 사업체 정보	204
7.2. 지역	207
7.3. 종사자 규모 및 취업액 규모	209
7.4. 사업체 업종 분류	212
7.5. 사업체 업종 재분류	215
7.6. 가치사슬 분류	216
7.7. 고용현황 정보	218
7.8. 국내 및 외국계 광고주	220
7.9. 고객유치실적	223
7.10. 광고경기 체감도	226
8. 주요 광고주 현황	228
8.1. 사업체 정보	229
8.2. 업종별 광고주 현황	231
<b>IV. 결론</b>	234
1. 결과요약	234
2. 제일연감과 비교	236
3. 향후과제	237
<b>별첨 : 용어해설</b>	240
<b>별첨 : 광고업체용 설문지</b>	245
<b>별첨 : 조사 응답업체 소재 지역, 광고업종 리스트</b>	251

# 표목차

〈표 1-1〉 광고업체용	40
〈표 1-2〉 광고주용	40
〈표 2-1〉 대형업체 대체방법에 따른 MSE (취급액 기준)	43
〈표 2-2〉 대형업체 대체방법에 따른 MSE (종업원수 기준)	43
〈표 1-1-1〉 광고업종별 취급액	48
〈표 1-1-2〉 지역별 전체 업종 취급액	49
〈표 1-1-3〉 광고(종합)대행 세부업종별 취급액	50
〈표 1-1-4〉 지역별 광고(종합)대행업 취급액	51
〈표 1-1-5〉 광고대행·매체대행 매체별 취급액	52
〈표 1-1-6〉 지역별 광고대행·매체대행 취급액	53
〈표 1-1-7〉 광고제작 세부업종별 취급액	54
〈표 1-1-8〉 지역별 광고제작업 취급액	55
〈표 1-1-9〉 서비스 세부업종별 취급액	56
〈표 1-1-10〉 지역별 서비스업 취급액	57
〈표 1-1-11〉 인쇄 세부업종별 취급액	58
〈표 1-1-12〉 지역별 인쇄업 취급액	59
〈표 1-1-13〉 기타 세부업종별 취급액	59
〈표 1-1-14〉 지역별 기타업 취급액	60
〈표 1-2-1〉 광고업종별 취급액(대형)	61
〈표 1-2-2〉 지역별 광고업 취급액(대형)	63
〈표 1-2-3〉 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형)	63
〈표 1-2-4〉 지역별 광고(종합)대행업 취급액(대형)	65
〈표 1-2-5〉 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)	66
〈표 1-2-6〉 지역별 광고대행·매체대행업의 취급액(대형)	68
〈표 1-2-7〉 광고제작 세부업종별 취급액(대형)	68
〈표 1-2-8〉 지역별 광고제작업 취급액(대형)	70
〈표 1-2-9〉 서비스 세부업종별 취급액(대형)	71
〈표 1-2-10〉 지역별 서비스업 취급액(대형)	73
〈표 1-2-11〉 인쇄 세부업종별 취급액(대형)	74
〈표 1-2-12〉 지역별 인쇄업 취급액(대형)	75
〈표 1-2-13〉 기타 세부업종별 취급액(대형)	76
〈표 1-2-14〉 지역별 기타업 취급액(대형)	78
〈표 1-3-1〉 광고업종별 취급액(일반)	78
〈표 1-3-2〉 지역별 광고업 취급액(일반)	80
〈표 1-3-3〉 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반)	81
〈표 1-3-4〉 지역별 광고(종합)대행업 취급액(일반)	83
〈표 1-3-5〉 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(일반)	84
〈표 1-3-6〉 지역별 광고대행·매체대행업의 취급액(일반)	86
〈표 1-3-7〉 광고제작 세부업종별 취급액(일반)	87
〈표 1-3-8〉 지역별 광고제작업 취급액(일반)	89
〈표 1-3-9〉 서비스 세부업종별 취급액(일반)	90
〈표 1-3-10〉 지역별 서비스업 취급액(일반)	92
〈표 1-3-11〉 인쇄 세부업종별 취급액(일반)	93
〈표 1-3-12〉 지역별 인쇄업 취급액(일반)	95

〈표 1-3-13〉 기타 세부업종별 취급액(일반) . . . . .	96
〈표 1-3-14〉 지역별 기타업 취급액(일반) . . . . .	98
〈표 2-1-1〉 전체 종사자 현황 . . . . .	99
〈표 2-1-2〉 고용형태별 종사자 현황 . . . . .	99
〈표 2-1-3〉 지역별 고용형태별 종사자 현황 . . . . .	101
〈표 2-1-4〉 고용형태별 성별 종사자 현황 . . . . .	101
〈표 2-1-5〉 성별 종사자 현황 . . . . .	102
〈표 2-1-6〉 지역별 성별 종사자 현황 . . . . .	104
〈표 2-1-7〉 고용형태별 연령별 종사자 현황 . . . . .	104
〈표 2-1-8〉 연령별 종사자 현황 . . . . .	105
〈표 2-1-9〉 지역별 연령별 종사자 현황 . . . . .	107
〈표 2-1-10〉 고용형태별 학력별 종사자 현황 . . . . .	107
〈표 2-1-11〉 학력별 종사자 현황 . . . . .	108
〈표 2-1-12〉 지역별 학력별 종사자 현황 . . . . .	110
〈표 2-1-13〉 직종별 직급별 종사자 현황 . . . . .	111
〈표 2-1-14〉 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황 . . . . .	112
〈표 2-2-1〉 전체 종사자 현황(대형) . . . . .	112
〈표 2-2-2〉 고용형태별 종사자 현황(대형) . . . . .	113
〈표 2-2-3〉 지역별 고용형태별 종사자 현황(대형) . . . . .	114
〈표 2-2-4〉 고용형태별 성별 종사자 현황(대형) . . . . .	115
〈표 2-2-5〉 성별 종사자 현황(대형) . . . . .	115
〈표 2-2-6〉 지역별 성별 종사자 현황(대형) . . . . .	116
〈표 2-2-7〉 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형) . . . . .	117
〈표 2-2-8〉 연령별 종사자 현황(대형) . . . . .	118
〈표 2-2-9〉 지역별 연령별 종사자 현황(대형) . . . . .	119
〈표 2-2-10〉 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형) . . . . .	120
〈표 2-2-11〉 학력별 종사자 현황(대형) . . . . .	121
〈표 2-2-12〉 지역별 학력별 종사자 현황(대형) . . . . .	122
〈표 2-2-13〉 직종별 직급별 종사자 현황(대형) . . . . .	123
〈표 2-2-14〉 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(대형) . . . . .	124
〈표 2-3-1〉 전체 종사자 현황(일반) . . . . .	124
〈표 2-3-2〉 고용형태별 종사자 현황(일반) . . . . .	125
〈표 2-3-3〉 지역별 고용형태별 종사자 현황(일반) . . . . .	126
〈표 2-3-4〉 고용형태별 성별 종사자 현황(일반) . . . . .	127
〈표 2-3-5〉 성별 종사자 현황(일반) . . . . .	128
〈표 2-3-6〉 지역별 성별 종사자 현황(일반) . . . . .	129
〈표 2-3-7〉 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반) . . . . .	129
〈표 2-3-8〉 연령별 종사자 현황(일반) . . . . .	130
〈표 2-3-9〉 지역별 연령별 종사자 현황(일반) . . . . .	132
〈표 2-3-10〉 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반) . . . . .	132
〈표 2-3-11〉 학력별 종사자 현황(일반) . . . . .	134
〈표 2-3-12〉 지역별 학력별 종사자 현황(일반) . . . . .	135
〈표 2-3-13〉 직종별 직급별 종사자 현황(일반) . . . . .	136
〈표 2-3-14〉 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(일반) . . . . .	137



〈표 3-1-1〉 사업체정보별 취급액	138
〈표 3-1-2〉 사업체정보별 종사자	139
〈표 3-2-1〉 지역별 취급액	141
〈표 3-2-2〉 지역별 종사자	142
〈표 3-3-1〉 대표자정보별 취급액	143
〈표 3-3-2〉 대표자정보별 종사자	144
〈표 3-4-1〉 종사자 규모 및 취급액 규모별 취급액	146
〈표 3-4-2〉 종사자 규모 및 취급액 규모별 종사자	146
〈표 3-5-1〉 사업체 업종별 취급액	148
〈표 3-5-2〉 사업체 업종별 종사자	148
〈표 3-6-1〉 업종 재분류별 취급액	150
〈표 3-6-2〉 업종 재분류별 종사자	150
〈표 3-7-1〉 가치사슬별 취급액	152
〈표 3-7-2〉 가치사슬별 종사자	152
〈표 3-8-1〉 고용현황 정보별 취급액	153
〈표 3-8-2〉 고용현황 정보별 종사자	154
〈표 3-9-1〉 국내 및 외국계 광고주별 취급액	156
〈표 3-9-2〉 국내 및 외국계 광고주별 종사자	158
〈표 3-10-1〉 고객유치실적별 취급액	160
〈표 3-10-2〉 고객유치실적별 종사자	161
〈표 3-11-1〉 광고경기 체감도별 취급액	163
〈표 3-11-2〉 광고경기 체감도별 종사자	163
〈표 4-1〉 광고업체 해외거래 현황	165
〈표 4-1-1〉 투자비율별 광고회사 현황	166
〈표 4-1-2〉 투자비율별 종사자규모별 광고회사 현황	167
〈표 4-1-3〉 투자비율별 취급액규모별 광고회사 현황	167
〈표 4-2-1〉 국가별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황	168
〈표 4-2-2〉 설립일자별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황	168
〈표 4-2-3〉 종사자규모별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황	168
〈표 4-2-4〉 취급액규모별 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황	169
〈표 4-3-1〉 국가별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황	169
〈표 4-3-2〉 설립일자별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황	170
〈표 4-3-3〉 종사자규모별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황	171
〈표 4-3-4〉 취급액규모별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황	172
〈표 4-4-1〉 국가별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액	173
〈표 4-4-2〉 설립일자별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액	174
〈표 4-4-3〉 종사자규모별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액	174
〈표 4-4-4〉 취급액규모별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액	174
〈표 4-5-1〉 국경기준 광고업 수출액 및 수입액	175
〈표 4-5-2〉 국적기준 광고업 수출액 및 수입액	176
〈표 4-5-3〉 광고업 수출액 및 수입액 세부내역	176
〈표 5-1〉 사업체 정보별 국내 및 외국계 광고주	177
〈표 5-2〉 지역별 국내 및 외국계 광고주	178
〈표 5-3〉 종사자 규모 및 취급액 규모별 국내 및 외국계 광고주	178

〈표 5-4〉 사업체 업종 분류별 국내 및 외국계 광고주	180
〈표 5-5〉 사업체 업종 재분류별 국내 및 외국계 광고주	181
〈표 5-6〉 가치사슬별 국내 및 외국계 광고주	181
〈표 5-7〉 고용현황 정보별 국내 및 외국계 광고주	182
〈표 5-8〉 광고주 규모 및 취급액 규모별 국내 및 외국계 광고주	183
〈표 5-9〉 고객유치실적별 국내 및 외국계 광고주	184
〈표 5-10〉 광고경기 체감도별 국내 및 외국계 광고주	185
〈표 6-1〉 사업체 정보별 고객유치실적 현황	186
〈표 6-2〉 지역별 고객유치실적 현황	189
〈표 6-3〉 종사자 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황	191
〈표 6-4〉 사업체 업종 분류별 고객유치실적 현황	193
〈표 6-5〉 사업체 업종 재분류별 고객유치실적 현황	194
〈표 6-6〉 가치사슬 분류별 고객유치실적 현황	195
〈표 6-7〉 고용현황 정보별 고객유치실적 현황	196
〈표 6-8〉 광고주 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황	198
〈표 6-9〉 고객유치 실적별 고객유치실적 현황	200
〈표 6-10〉 광고경기 체감도별 고객유치실적 현황	202
〈표 7-1-1〉 사업체 정보별 광고경기 체감도	204
〈표 7-1-2〉 사업체 정보별 광고경기 체감 증감	206
〈표 7-2-1〉 지역별 광고경기 체감도	207
〈표 7-2-2〉 지역별 광고경기 체감 증감	209
〈표 7-3-1〉 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도	209
〈표 7-3-2〉 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감	211
〈표 7-4-1〉 사업체 업종 분류별 광고경기 체감도	212
〈표 7-4-2〉 사업체 업종 분류별 광고경기 체감 증감	214
〈표 7-5-1〉 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도	215
〈표 7-5-2〉 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감 증감	216
〈표 7-6-1〉 가치사슬 분류별 광고경기 체감도	216
〈표 7-6-2〉 가치사슬 분류별 광고경기 체감 증감	217
〈표 7-7-1〉 고용현황 정보별 광고경기 체감도	218
〈표 7-7-2〉 고용현황 정보별 광고경기 체감 증감	219
〈표 7-8-1〉 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도	220
〈표 7-8-2〉 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감	222
〈표 7-9-1〉 고객유치 실적별 광고경기 체감도	223
〈표 7-9-2〉 고객유치 실적별 광고경기 체감 증감	225
〈표 7-10-1〉 광고경기 체감 수준별 광고경기 체감도	226
〈표 7-10-2〉 광고경기 체감 수준별 광고경기 체감 증감	227
〈표 8-1-1〉 사업체정보별 광고주 평균 종사자수 및 평균 광고비	229
〈표 8-1-2〉 사업체정보별 광고주 광고경기체감도	230
〈표 8-1-3〉 광고주와 광고회사의 광고경기체감도	230
〈표 8-2-1〉 광고주 업종 분류	231
〈표 8-2-2〉 업종별 광고주 평균 종사자수 및 평균 광고비	232
〈표 8-2-3〉 업종별 광고주 광고경기체감도	232

# 그림목차

<그림 1> 광고산업의 서비스형태별 분류	45
<그림 2> 광고산업의 가치사슬 분류	45
<그림 1-1-1> 광고업종별 취급액	49
<그림 1-1-2> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액	51
<그림 1-1-3> 광고대행·매체대행 매체별 취급액	52
<그림 1-1-4> 광고제작 업종별 취급액	54
<그림 1-1-5> 서비스 업종별 취급액	57
<그림 1-1-6> 인쇄 업종별 취급액	58
<그림 1-1-7> 기타 업종별 취급액	60
<그림 1-2-1> 광고업종별 취급액(대형)	62
<그림 1-2-2> 광고업종별 취급액 비교(대형)	62
<그림 1-2-3> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형)	64
<그림 1-2-4> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(대형)	65
<그림 1-2-5> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)	67
<그림 1-2-6> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액 비교(대형)	67
<그림 1-2-7> 광고제작 세부업종별 취급액(대형)	69
<그림 1-2-8> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(대형)	70
<그림 1-2-9> 서비스 세부업종별 취급액(대형)	72
<그림 1-2-10> 서비스 세부업종별 취급액 비교(대형)	73
<그림 1-2-11> 인쇄 세부업종별 취급액(대형)	75
<그림 1-2-12> 인쇄 세부업종별 취급액 비교(대형)	75
<그림 1-2-13> 기타 세부업종별 취급액(대형)	77
<그림 1-2-14> 기타 세부업종별 취급액 비교(대형)	77
<그림 1-3-1> 광고업종별 취급액(일반)	79
<그림 1-3-2> 광고업종별 취급액 비교(일반)	80
<그림 1-3-3> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반)	82
<그림 1-3-4> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(일반)	83
<그림 1-3-5> 광고대행·매체대행 주요 매체별 취급액(일반)	85
<그림 1-3-6> 광고대행·매체대행 세부업종별 취급액 비교(일반)	85
<그림 1-3-7> 광고제작 세부업종별 취급액(일반)	88
<그림 1-3-8> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(일반)	88
<그림 1-3-9> 서비스 세부업종별 취급액(일반)	91
<그림 1-3-10> 서비스 세부업종별 취급액 비교(일반)	91
<그림 1-3-11> 인쇄 세부업종별 취급액(일반)	94
<그림 1-3-12> 인쇄 세부업종별 취급액 비교(일반)	94
<그림 1-3-13> 기타 세부업종별 취급액(일반)	97
<그림 1-3-14> 기타 세부업종별 취급액 비교(일반)	97
<그림 2-1-1> 전체 종사자 현황	99
<그림 2-1-2> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포	100
<그림 2-1-3> 고용형태별 성별 종사자 현황	102
<그림 2-1-4> 성별 가치사슬별 종사자 분포	103
<그림 2-1-5> 고용형태별 연령별 종사자 현황	105
<그림 2-1-6> 연령별 가치사슬별 종사자 현황	106

<그림 2-1-7> 고용형태별 학력별 종사자 현황	108
<그림 2-1-8> 학력별 가치사슬별 종사자 현황	109
<그림 2-2-1> 전체 종사자 현황(대형)	113
<그림 2-2-2> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(대형)	114
<그림 2-2-3> 고용형태별 성별 종사자 현황(대형)	115
<그림 2-2-4> 성별 가치사슬별 종사자 분포(대형)	116
<그림 2-2-5> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형)	117
<그림 2-2-6> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(대형)	119
<그림 2-2-7> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형)	120
<그림 2-2-8> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(대형)	122
<그림 2-3-1> 전체 종사자 현황(일반)	125
<그림 2-3-2> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(일반)	126
<그림 2-3-3> 고용형태별 성별 종사자 현황(일반)	127
<그림 2-3-4> 성별 가치사슬별 종사자 분포(일반)	128
<그림 2-3-5> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반)	130
<그림 2-3-6> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(일반)	131
<그림 2-3-7> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반)	133
<그림 2-3-8> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(일반)	135
<그림 3-1> 기업형태별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	140
<그림 3-2> 설립연도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	140
<그림 3-3> 지역별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	142
<그림 3-4> 지역별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	143
<그림 3-5> 대표자 최종학력별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	145
<그림 3-6> 대표자 경영형태별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	145
<그림 3-7> 취급액 규모별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	147
<그림 3-8> 종사자 규모별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	147
<그림 3-9> 업종 재분류별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	151
<그림 3-10> 업종 재분류별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	151
<그림 3-11> 가치사슬별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	152
<그림 3-12> 가치사슬별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	153
<그림 3-13> 직급수준별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	155
<그림 3-14> 학력수준별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	155
<그림 3-15> 전체 광고주 규모별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	159
<그림 3-16> 전체 광고주 규모별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	159
<그림 3-17> 신규 거래광고주별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	162
<그림 3-18> 신규 거래광고주별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	162
<그림 3-19> 2006년 예상체감도별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비	162
<그림 3-20> 2006년 예상체감도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비	164
<그림 5-1> 취급액 규모별 평균 고객수 및 고객당 취급액	179
<그림 5-2> 사업체 업종 재분류별 평균 고객수 및 고객당 취급액	181

〈그림 5-3〉 가치사슬별 평균 고객수 및 고객당 취급액	182
〈그림 5-4〉 광고경기 체감도별 평균 고객수	185
〈그림 6-1〉 설립연도별 신규 이탈 평균 광고주	187
〈그림 6-2〉 설립연도별 신규 이탈 평균 취급액	188
〈그림 6-3〉 지역별 신규 이탈 평균 광고주	189
〈그림 6-4〉 지역별 신규 이탈 평균 취급액	190
〈그림 6-5〉 종사자 규모별 신규 이탈 평균 광고주	191
〈그림 6-6〉 종사자 규모별 신규 이탈 평균 취급액	192
〈그림 6-7〉 업종 재분류별 신규 이탈 평균 취급액	195
〈그림 6-8〉 가치사슬별 신규 이탈 평균 취급액	196
〈그림 6-9〉 연령수준별 신규 이탈 평균 광고주	197
〈그림 6-10〉 연령수준별 신규 이탈 평균 취급액	197
〈그림 6-11〉 전체 취급액별 신규 이탈 평균 취급액	199
〈그림 6-12〉 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 광고주	201
〈그림 6-13〉 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 취급액	201
〈그림 6-14〉 2006년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 광고주	203
〈그림 6-15〉 2006년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 취급액	203
〈그림 7-1〉 설립연도별 광고경기 체감도	205
〈그림 7-2〉 설립연도별 경기체감격차지수	207
〈그림 7-3〉 지역별 광고경기 체감도	208
〈그림 7-4〉 종사자 규모별 광고경기 체감도	210
〈그림 7-5〉 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도	215
〈그림 7-6〉 가치사슬 분류별 광고경기 체감도	217
〈그림 7-7〉 연령수준별 광고경기 체감도	219
〈그림 7-8〉 전체 광고주 규모별 광고경기 체감도	221
〈그림 7-9〉 전체 광고주 규모별 광고경기 체감격차지수	223
〈그림 7-10〉 신규 거래광고주 광고경기 체감도	224
〈그림 7-11〉 2006년 예상 체감수준별 광고경기 체감도	226
〈그림 7-12〉 2006년 예상 체감수준별 광고경기 체감격차지수	228
〈그림 8〉 광고주 업종별 광고경기체감도 및 광고경기전망지수	233

## 이용자를 위하여

1. 본 조사결과는 2005년 8월 25일 ~ 2005년 9월 30일 기간 중에 실시된 광고산업통계조사(승인통계 제11309호)를 집계, 분석한 결과로 조사기준시점은 2004년 12월 31일 입니다.
2. 본 조사는 통계청 사업체기초통계조사 명부의 한국표준산업분류상 광고업으로 분류되는 사업체와 한국 신용정보 사업체명부의 광고업 분류 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 있을 수 있습니다.
4. 본 조사는 매출액 개념으로 취급액을 조사하였습니다. 취급액이란 광고회사가 유치한 광고주의 해당 매체별로 집행한 광고비를 뜻하며, 전체 매체별 취급액의 합계는 개별 광고회사 규모를 가늠하는 지표로 사용됩니다.
5. 결과자료중 취급액, 사업체수, 종사자수는 조사자료를 바탕으로 추정된 수치이며, 그 외는 추정되지 않고 조사자료 그대로를 집계한 수치입니다.
6. 모든 수치는 합계와 세부항목이 각각 반올림 되었으므로 이러한 과정으로 인해 세부항목의 수치와 합계에 차이가 있을 수 있습니다. 또한, 무응답이 있는 항목은 세부항목의 수치와 전체에 차이가 있을 수 있습니다.

---

7. 결과분석에 사용된 주요 구분변수에 대한 자세한 설명은 『2. 주요 구분변수 설명(20페이지)』에 있으므로 이용 시 참고하시기 바랍니다.

8. 해당 자료가 없거나 미상일 경우는 [-]을 표시하였습니다.

9. 이 보고서의 내용을 인용할 때에는 『2005 광고산업통계조사 - 문화관광부, 한국방송광고공사 ○페이지에서 전재 또는 역재』라고 기재하여야 합니다.

10. 본 보고서에 실린 자료에 대한 문의 사항이 있을 때에는 문화관광부 방송광고과(02-3074-9658) 또는 한국방송광고공사 광고연구소(02-731-7335)로 문의바랍니다. 조사결과 및 분석내용은 문화관광부 홈페이지 및 한국방송광고공사 광고연구소 자료실에서도 검색해 보실 수 있습니다.

# 요 약

## □ 사업개요

- 사업명 : 광고산업통계조사, 일반통계(승인번호 제11309호)
- 조사목적 : 광고산업내 사업체의 매출 산업규모를 파악하고 경제적 가치를 분석하여 광고관련 정책수립의 기초자료로 제공코자 함
- 기준시점 : 2004년 기준(1.1~12.31)
- 조사기간 : 2005년 8월 ~ 2005년 9월
- 조사대상 :
  - ① 광고업체 조사
    - 통계청 사업체기초통계조사 기준 광고업과 한국신용정보 사업체 명부기준 광고업으로 분류된 사업체 5,091개
  - ② 광고주 조사
    - 광고업체 조사에서 파악된 광고주 전체에서 표본 400개
- 조사내용 :
  - ① 광고업체 조사
    - 일반적 현황(3개), 사업체 현황(2개), 고용현황(6개), 해외거래현황(4개), 주요고객현황(4개), 광고경기체감도(1개)
  - ② 광고주 조사
    - 일반적 현황(2개), 사업체 현황(2개), 광고경기체감도(1개)



## □ 조사일정표

구분	세부구분	2005년						2006년
		7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월
조사설계	사업기획 협의	→						
	조사표 개발	→						
	모집단 리스트 확보	→						
	표본설계		→					
	통계청 작성승인		→					
실사	면접원 선발		→					
	면접원 교육		→					
	실사			→	→	→	→	
	검증/데이터 클리닝					→	→	
조사분석 및 연구	데이터 분석					→	→	
	광고비추정 모형 연구						→	
	보고서 작성						→	
	통계청 공표 협의							→
	최종 보고							→

○ 통계청 작성 승인 (8.3~8.19)

승인신청 목적 : 통계의 공신력과 신뢰성 확보

승인번호 : 제11309호, 통계종류 : 일반 · 조사통계, 조사주기 : 1년

○ 실사 (8.25~11.30)

본조사 (8.25~9.30) : 5,091개 사업체 조사와 500개 광고주 조사 실시

보완조사 (10.1~11.30) : 데이터 검증 후 확인사항 보완조사, 불응업체 재조사

○ 광고비추정 모형 연구 (12.1~12.31)

광고시장 전체 규모 추정 작업 및 보정 모형 연구

광고업체, 광고주, 광고매체, 브랜드 기준 추정모형 연구

○ 보고서 작성 (12.1~12.31)

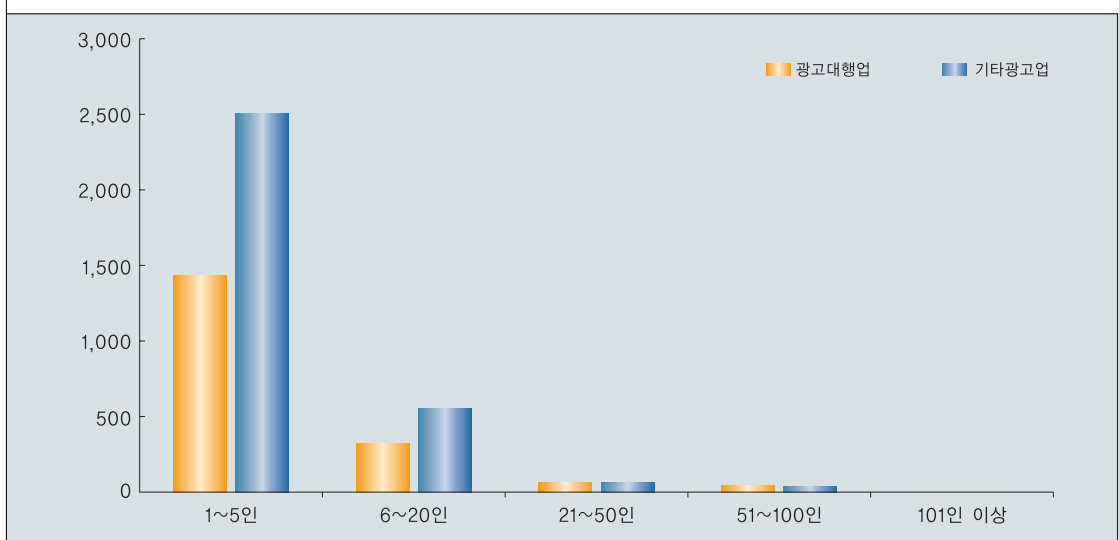
조사개요, 통계표, 분석결과, 분석과정 작성

## □ 모집단 개요

- 모집단 : 2004년 기준 통계청 사업체기초통계조사 + 한신정 분류기준 광고업
- 모집단 확정 : 두 리스트를 비교하여 중복을 제거하고, 조사대상범위 이외인 간판집, 신문사광고부서, 전단지 배부업 등을 제외한 사업체 5,091개
- 광고업 세부분류 분포(개소, %)

표준산업분류코드	구분	1~5인	6~20인	21~50인	51~100인	101인 이상	전체
74510	광고 대행업	1,436	302	46	13	7	1,804
74590	기타 광고업(옥외, 매체판매, 광고물작성, 기타)	2,677	545	48	11	6	3,287
전체(구성비)		4,113(80.8)	847(16.6)	94(1.8)	24(0.5)	13(0.3)	5,091(100.0)

모집단 분포(개소)



## □ 조사항목

### ○ 광고업체

#### ① 일반적현황

사업체정보, 응답자정보, 대표자정보

#### ② 사업체현황

해당업종 구분, 전체 취급액

#### ③ 고용현황

전체 종사자수, 성별 종사자수, 연령별 종사자수, 학력별 종사자수  
직급별/직종별 종사자수, 외국인 종사자수

#### ④ 해외거래현황

외국인투자비율, 해외지사(사무소)현황, 해외광고회사와의 업무제휴  
해외광고 취급현황

#### ⑤ 주요고객현황

국내 및 외국계 광고주 현황, 광고주 취급액, 브랜드 취급액, 고객유치 실적

#### ⑥ 광고경기 체감도

하반기 및 2006년 광고경기 체감도

### ○ 광고주

#### ① 일반적현황

사업체정보, 응답자정보

#### ② 사업체현황

해당업종 구분, 광고 집행비

#### ③ 광고경기 체감도

하반기 및 2006년 광고경기 체감도

## □ 결과분석 주요 구분변수

### ○ 사업체 관련

구분변수명	해당범위
기업형태별	1.개인사업체 2.회사법인 3.회사외법인
본사유무별	1.단독사업체 2.공장·지사·영업소 3.본사·본점·본부
벤처기업지정여부	1.대상 2.비대상
설립연도별	1.1979년이전 2.1980-1989 3.1990-1994 4.1995-1999 5.2000년이후
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.기타
가치사슬별	1.인프라 2.생산 3.서비스 4.유통
취급액규모별	1.1억원미만 2.1-10억미만 3.10억-100억미만 4.100억원이상
매체별	1.TV 2.Radio 3.신문 4.잡지 5.케이블 6.온라인 7.모바일 8.옥외 9.기타
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 5.100인이상
	1.대형업체 2.일반업체
고용형태별	1.정규직 2.비정규직
	1.비정규직지향 2.보통
성별	1.남자 2.여자
	1.남성편중 2.보통 3.여성편중
연령별	1.24세이하 2.25-29세 3.30-34세 4.35-39세 5.40세이상
	1.젊은층편중 2.보통 3.나이든층편중
학력별	1.고졸이하 2.전문대졸 3.대졸 4.대학원졸이상
	1.저학력편중 2.보통 3.고학력편중

## □ 취급액, 종사자 규모 추정방법

- 광고산업의 특성상 대형업체가 전체에서 차지하는 매출비중이 크므로 업체의 규모를 고려하여 추정
  - 분류기준
    - ① 대형업체 : 한국방송광고공사 자료 TV · RADIO 매출 기준 상위 100개 사업체
    - ② 일반업체 : 광고업 전체에서 대형업체를 제외한 모든 사업체
  - 대형업체
    - ① 전체 취급액, 전체 종업원수 추정 : 아래 3가지 대체 방법을 적용한 후 선택
      - 방법 1 : 기업순위 순으로 정렬한 후 위아래 각각 5개 자료의 평균
      - 방법 2 : 기업순위 순으로 정렬한 후 위아래 각각 5개 자료 중 최소값과 최대값을 제외한 나머지 자료를 이용하여 절사평균
      - 방법 3 : 기업순위를 설명(독립)변수로,  $\log(\text{취급액})$ 을 반응(종속)변수로 설정한 후 단순회귀분석하여 추정
        - ※ 평균제곱오차(MSE)를 기준으로 비교한 결과 방법 2 선택
    - ② 세부항목 결측값 추정 : 해당업종(광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 기타) 및 그 조합을 기준으로 층을 구분한 후 층 내 응답사업체의 항목간 구성 비율을 무응답 사업체의 전체 매출에 적용하여 세부항목 결측값 추정
  - 일반업체
    - ① 층화기준 : 종사자규모 5개층(1~5인, 6~20인, 21~50인, 51~100인, 101인 이상)과 해당업종(광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 기타) 및 그 조합
    - ② 전체 취급액, 전체 종업원수 추정 : 층화기준으로 층을 세분화하여 층내에는 동질적인 사업체들이 구성되도록 한 후 층내의 평균을 이용하여 전체 취급액 및 종업원수 추정
    - ③ 세부항목 결측값 추정 : 종사자 규모층을 기준으로 사후층화하여 가중치를 산출하고 조사업체에 적용하여 세부항목 결측값 추정
  - 취급액, 종사자수 추정
    - 대형업체 추정 + 일반업체 추정

## □ 조사 회수율

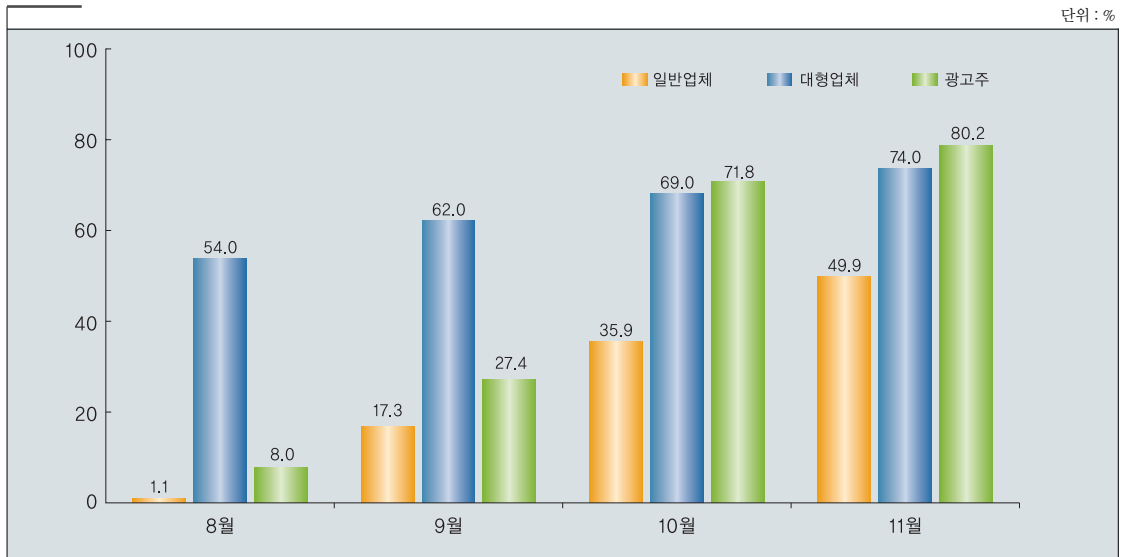
구분		일반업체	대형업체	전 체	비 고
폐/휴업		818	0	818	
중 복		83	0	83	
광고업안함		1,020	0	1,020	
조 사 진 행	약한비협조	170	2	172	
	강한비협조	1,040	21	1,061	
	조사회피	327	3	330	
	조사완료	1,533	74	1,607	
	소 계(개)	3,070	100	3,170	
	회 수 율(%)	49.9	74.0	64.7	매출규모 가중
	매출비중(%)	38.4	61.6	100.0	
전 체	4,991	100	5,091		

○ 광고업체조사 회수율 : 64.7% (일반업체와 대형업체 매출규모 가중 회수율)

· 일반업체 회수율 : 49.9%, 대형업체 회수율 : 74.0%

○ 광고주조사 회수율 : 80.2% (광고업체 조사를 통해서 파악된 주요 500대 광고주를 조사한 결과 401개 업체 조사완료)

### 조사진도



## □ 주요 조사결과

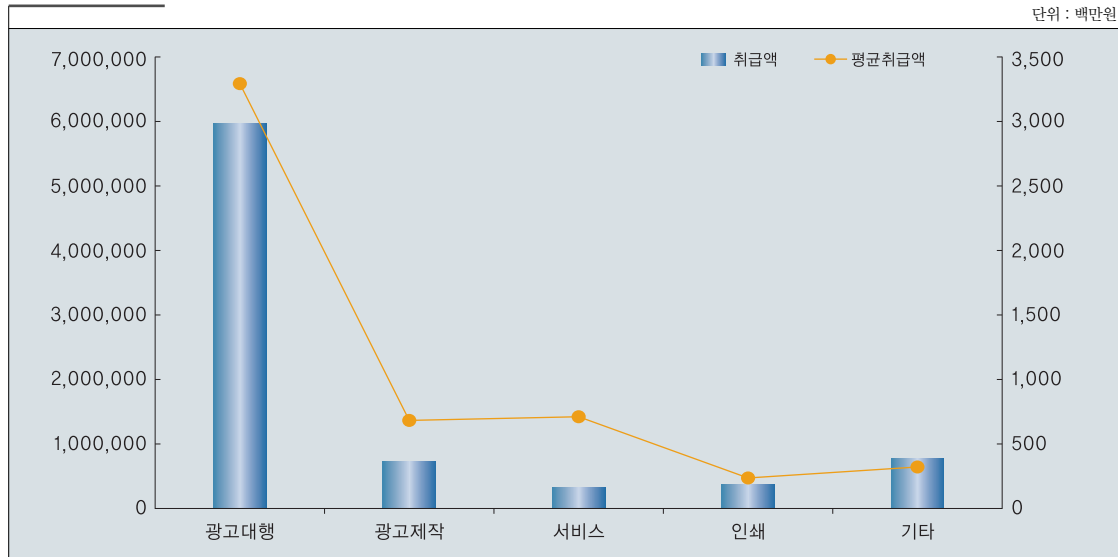
### ○ 광고업종별 취급액

	사업체수(개소) *	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)
광고(종합)대행	1,768	34.7	5,974,388	74.4	3,379
광고제작	1,037	20.4	710,198	8.8	685
서비스	426	8.4	306,793	3.8	721
인쇄	1,656	32.5	337,068	4.2	204
기타	2,268	44.5	697,593	8.7	308
전체	1,693	100.0	8,026,040	100.0	1,577

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

2004년 광고산업 전체 5,091개 사업체의 취급액 기준 산업규모는 8조 260억원이다. 취급액을 업종별로 구분해보면 광고(종합)대행업이 5조 9,743억원 74.4%로 절대적인 비중을 차지하고 있으며, 그 외 광고제작업, 서비스업, 인쇄, 기타 업종이 2조 516억원으로 25.6%를 차지하고 있다. 사업체수를 고려하여 비교하면, 사업체당 평균취급액은 광고(종합)대행업이 33.7억원으로 가장 높고 서비스업 7.2억원, 광고제작업이 6.8억원 순으로 높게 나타났다.

광고업종별 취급액



○ 세부업무별 취급액

	사업체	사업체 구성비(%)	취급액	취급액 구성비(%)	평균 취급액
광고대행·매체대행	1,693	95.8	5,860,984	98.1	3,463
광고기획·전략대행	414	23.4	113,405	1.9	274
<b>광고(종합)대행</b>	<b>1,768</b>	<b>100</b>	<b>5,974,388</b>	<b>100</b>	<b>3,379</b>
CM·영상·카피·그래픽제작	808	77.9	633,032	89.1	783
온라인제작	250	24.1	23,975	3.4	96
광고사진 스튜디오	251	24.2	17,237	2.4	69
CI	440	42.4	35,955	5.1	82
<b>광고제작</b>	<b>1,037</b>	<b>100</b>	<b>710,198</b>	<b>100</b>	<b>685</b>
마케팅·리서치	108	25.4	15,056	4.9	139
PR	162	38.0	63,808	20.8	394
SP	186	43.7	56,243	18.3	302
이벤트	243	57.0	153,288	50.0	630
Space Design	133	31.2	18,399	6.0	138
<b>서비스</b>	<b>426</b>	<b>100</b>	<b>306,793</b>	<b>100</b>	<b>721</b>
인쇄	1,632	98.6	314,429	93.3	193
제판	439	26.5	22,638	6.7	52
<b>인쇄</b>	<b>1,656</b>	<b>100</b>	<b>337,068</b>	<b>100</b>	<b>204</b>
광고물 기획편집	2,156	95.1	423,254	60.7	196
장비취급등 기타	540	23.8	274,339	39.3	508
<b>기타</b>	<b>2,268</b>	<b>100</b>	<b>697,593</b>	<b>100</b>	<b>308</b>

광고업종을 세부업무별로 구분하면, 사업체수는 광고물 기획편집 업무를 하는 업체가 2,156개로 가장 많고, 광고대행·매체대행을 하는 업체가 1,693개, 인쇄업무를 하는 업체가 1,632개 순으로 많이 나타났다.

취급액은 광고대행·매체대행업무에서 발생하는 취급액이 5조 8,609억원으로 가장 많으며 CM·영상·카피·그래픽제작 업무 취급액이 6,330억원, 광고물 기획편집 업무 취급액이 4,232억원 순으로 많이 나타났다.

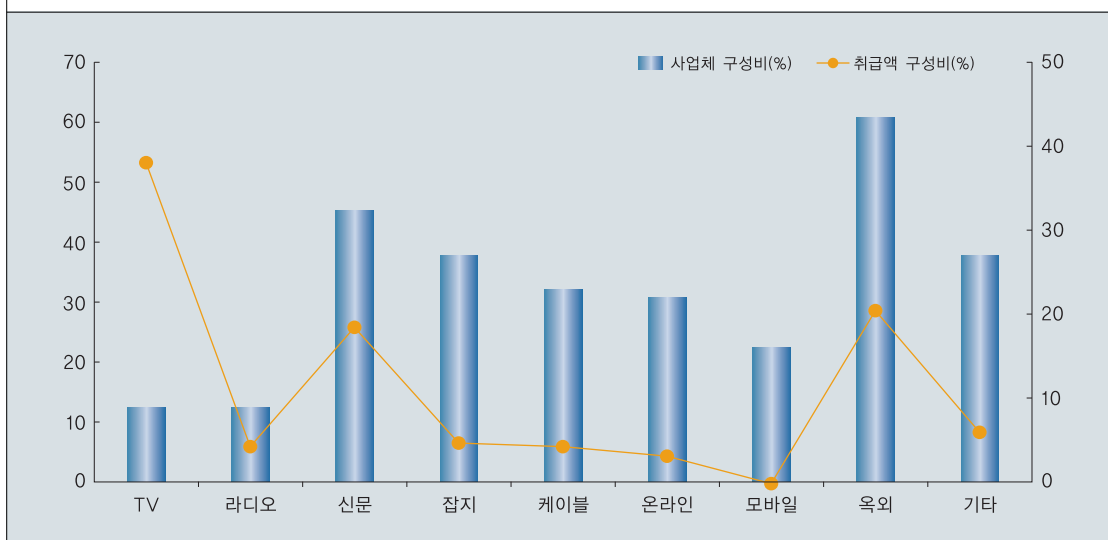


○ 매체별 취급액

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
4대매체	TV	217	12.8	2,231,088	38.1	10,282
	라디오	220	13.0	261,462	4.5	1,188
	신문	772	45.6	1,068,775	18.2	1,385
	잡지	654	38.6	290,132	5.0	443
뉴미디어	케이블	556	32.8	243,845	4.2	438
	온라인	534	31.5	190,286	3.2	356
	모바일	389	23.0	13,740	0.2	35
옥외		1,040	61.4	1,174,260	20.0	1,129
기타		657	38.8	387,397	6.6	590
전체		5,091	100.0	5,860,984	100.0	3,463

2004년 광고산업의 매체별 취급액 규모는 5조 8,609억원으로 전체 광고시장의 73.0%를 차지한다. 이 중 4대매체(TV, 라디오, 신문, 잡지)의 금액은 3조 8,514억원으로 매체 전체의 65.8% 비중이며, 뉴미디어(케이블, 온라인, 모바일)는 4,478억원 7.6%, 옥외광고는 1조 1,742억원 20.0%의 구성비를 나타냈다. 사업체당 평균 취급액은 TV가 102.8억원으로 월등히 높고, 신문 13.8억원, 라디오 11.8억원 순으로 높게 나타났다.

매체별 구성비



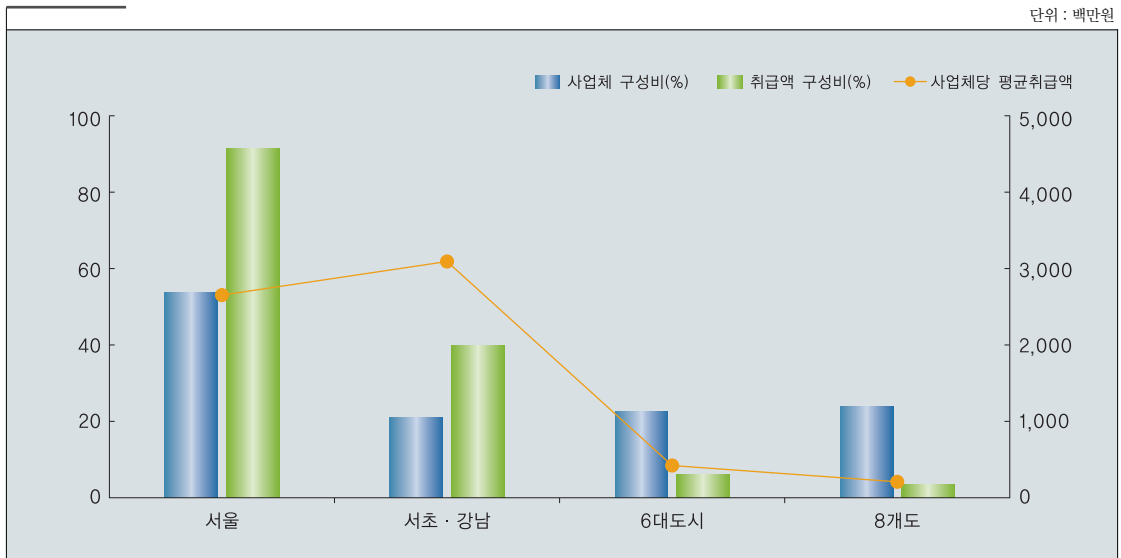
○ 지역별 취급액

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	사업체당 평균취급액
서울		2,728	53.6	7,324,679	91.3	2,685
	서초·강남	1,045	20.5	3,239,955	40.4	3,100
대도시(6개시)		1,131	22.3	460,918	5.9	408
그 외(8개도)		1,232	24.2	240,445	3.1	195
전체		5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

2004년 광고산업의 취급액 규모를 사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 사업체수 절반이상인 2,728개 53.6%가 서울에 소재하고 있으며, 전체 취급액 규모의 대부분인 7조 3,246억원 91.3%가 서울에서 생산되고 있다. 사업체당 평균취급액은 서울이 26.8억원으로 6개 대도시 4.0억의 6.7배, 그 외 8개도 1.9억원의 14.1배로 절대적 격차를 보여주고 있다.

대부분의 생산이 집중되어 있는 서울을 다시 강남권(서초구, 강남구)과 그 이외 지역으로 나눠보면, 강남에 1,045개 사업체가 위치하여 서울의 38.3% 전국의 20.5%를 차지하며, 취급액 기준으로 보면 강남권 취급액은 3조 2,399억원으로 서울의 44.2%, 전국의 40.4%를 차지하는 것으로 나타났다. 사업체당 평균취급액은 강남권이 31.0억원으로 전국 평균취급액의 약 2배, 서울 평균의 1.2배 높게 나타났다.

지역별 취급액

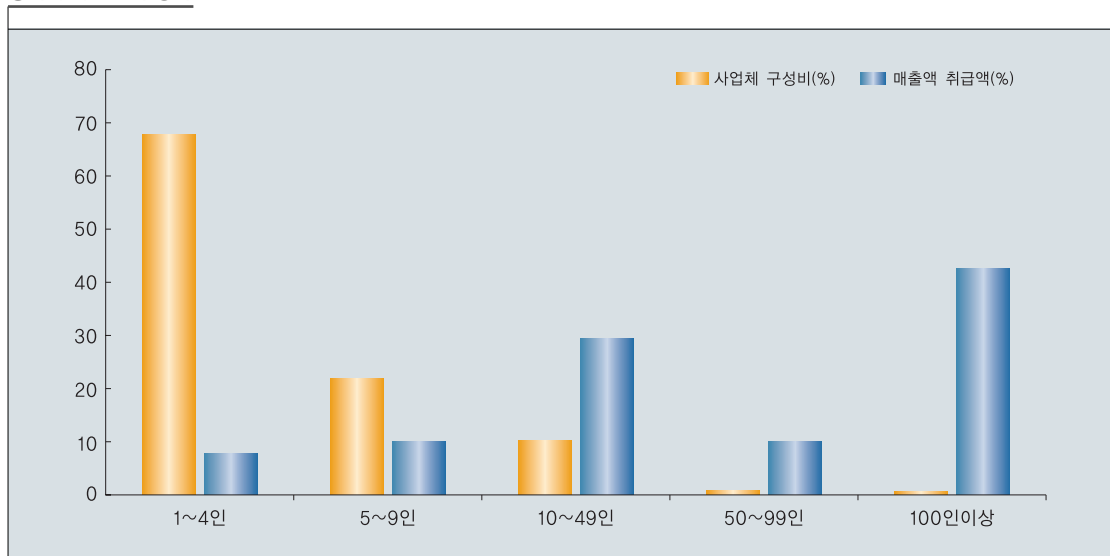


○ 종사자 규모별, 취급액 규모별 취급액

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	사업체당 평균취급액(백만원)
종사자수	1 ~ 4인	3,443	67.6	635,242	7.9	185
	5 ~ 9인	1,089	21.4	779,013	9.7	715
	10 ~ 49인	515	10.1	2,358,253	29.4	4,577
	50 ~ 99인	26	0.5	806,899	10.1	31,067
	100인이상	18	0.4	3,446,634	42.9	191,480
취급액	1억원미만	1,849	36.3	74,351	0.9	40
	1~10억원미만	2,532	49.7	857,186	10.7	339
	10~100억원미만	630	12.4	1,489,505	18.6	2,363
	100억원이상	80	1.6	5,604,999	69.8	70,270
전체		5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

종사자 규모별로 사업체수를 살펴보면, 1~4인 규모 사업체가 3,443개 67.6%로 가장 많으며, 5~9인 사업체 1,089개 21.4%, 10~49인 사업체 515개 10.1% 순서로 구성비가 나타났다. 반면 대형업체인 100인 이상 사업체 18개가 산출한 취급액은 3조 4,466억원으로 전체의 42.9%를 차지하고 50~99인 사업체 26개의 취급액은 8,068억원 10.1%로, 합계해보면 50인이상 사업체 44개가 전체의 절반이상의 매출을 올리고 있다. 취급액 규모별로 사업체수를 살펴보면, 1~10억원미만 사업체가 2,532개 49.7%로 전체의 가장 많은 비중을 보이며, 그 다음으로 1억원미만의 사업체가 1,849개 36.3%의 구성비를 보인다. 반대로 취급액 구성비는 100억원이상 사업체 80개가 발생하는 취급액이 5조 6,049억원으로 전체의 69.8%를 차지한다.

종사자 규모별 구성비



○ 성별, 연령별 종사자수

단위 : 명, %

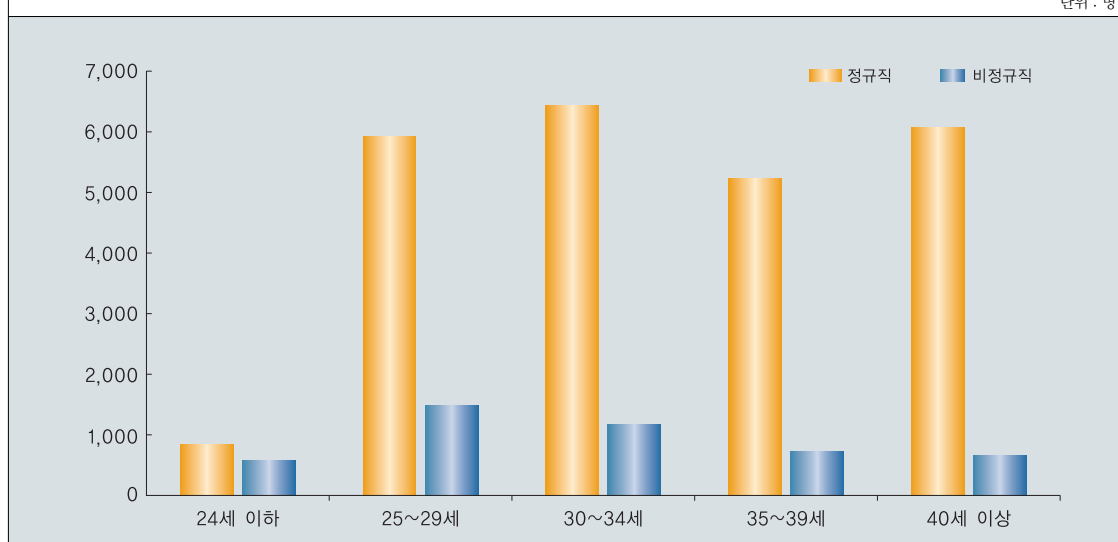
	남자		여자		합계	
	종사자수	구성비	종사자수	구성비	종사자수	구성비
정규직	15,831	91.3	8,587	74.6	24,418	84.6
비정규직	1,509	8.7	2,927	25.4	4,436	15.4
합계	17,340	100.0	11,514	100.0	28,854	100.0

	24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
	종사자수	구성비	종사자수	구성비	종사자수	구성비	종사자수	구성비	종사자수	구성비	종사자수	구성비
정규직	776	59.0	5,909	80.0	6,447	85.0	5,232	88.7	6,053	90.7	24,418	84.6
비정규직	539	41.0	1,478	20.0	1,133	15.0	667	11.3	619	9.3	4,436	15.4
합계	1,316	100.0	7,387	100.0	7,580	100.0	5,899	100.0	6,672	100.0	28,854	100.0

2004년 기준 광고산업 종사자 28,854명을 고용형태별로 살펴보면, 정규직이 24,418명 84.6% 이고, 비정규직이 4,436명 15.4%를 차지한다. 성별로 보면 남자는 17,340명 60.1%, 여자는 11,514명 39.9%로 남자가 1.5배 더 많이 종사하고 있다. 남자는 정규직 91.3%, 비정규직 8.7% 이고, 여자는 정규직 74.6%, 비정규직 25.4%로 상대적으로 여자의 비정규직 비율이 더높게 나타났다. 연령별로는 30~34세 종사자가 7,580명 26.3%로 가장 많으며, 25~29세 종사자가 7,387명 25.6%로 대체적으로 종사자의 연령층이 젊게 나타났다.

연령별 종사자

단위 : 명



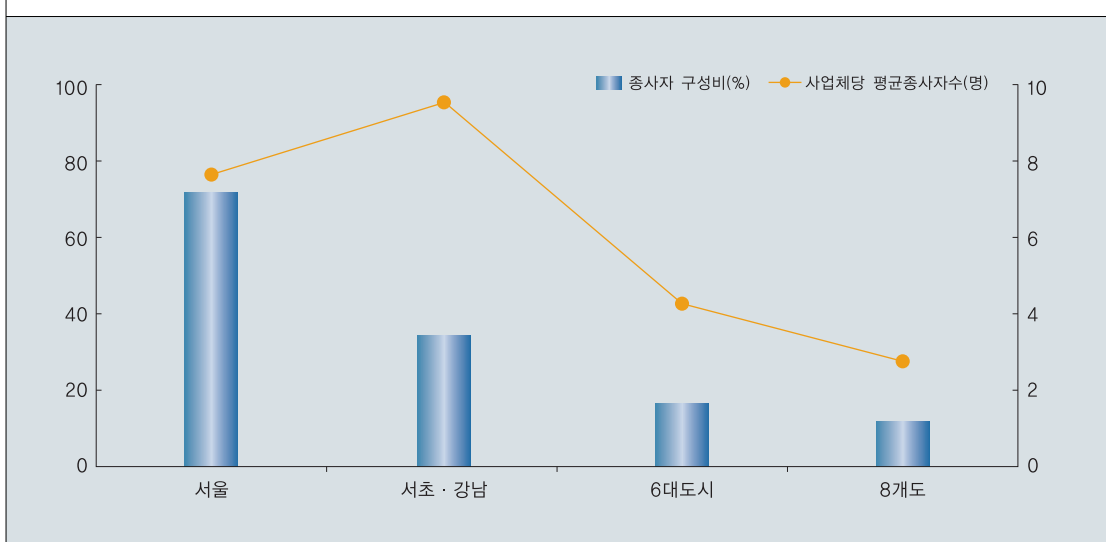
○ 지역별 종사자수

	종사자수(명)	종사자구성비(%)	사업체당 평균종사자수(명)	종사자당 평균취급액(백만원)
서울	20,612	71.4	7.6	355.4
서초·강남	9,957	34.5	9.5	325.4
대도시(6개시)	4,883	16.9	4.3	94.4
그 외(8개도)	3,359	11.6	2.7	71.6
전체	28,854	100.0	5.7	278.2

2004년 광고산업의 종사자를 사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 종사자의 71.4%인 2만 612명이 서울에 집중되어 있으며, 6대도시에 4,883명 16.9%, 8개도에 3,359명 11.6%가 분포되어 있다. 사업체당 평균 종사자수는 5.7명이며 지역별로 구분하면, 서울이 7.6명, 6개 대도시가 4.3명, 그 외 8개도가 2.7명으로 서울에 규모가 큰 사업체가 집중되어 있다. 종사자당 평균 취급액은 2.7억원이며 지역별로 구분하여 보면 서울이 3.5억원으로 가장 높고, 6개 대도시 0.9억, 그 외 8개도가 0.7억원으로 지역 간의 격차를 보여주고 있다.

서울을 다시 강남권(서초구, 강남구)과 그 이외 지역으로 나뉘보면, 강남 지역 종사자수는 9,957명으로 서울의 48.3%, 전체의 34.5% 종사자가 모여 있으며, 사업체당 종사자수는 9.5명으로 전체 평균 5.7명 보다 1.7배 높고, 서울 평균 7.6명 보다 1.3배 높게 나타났다.

지역별 종사자



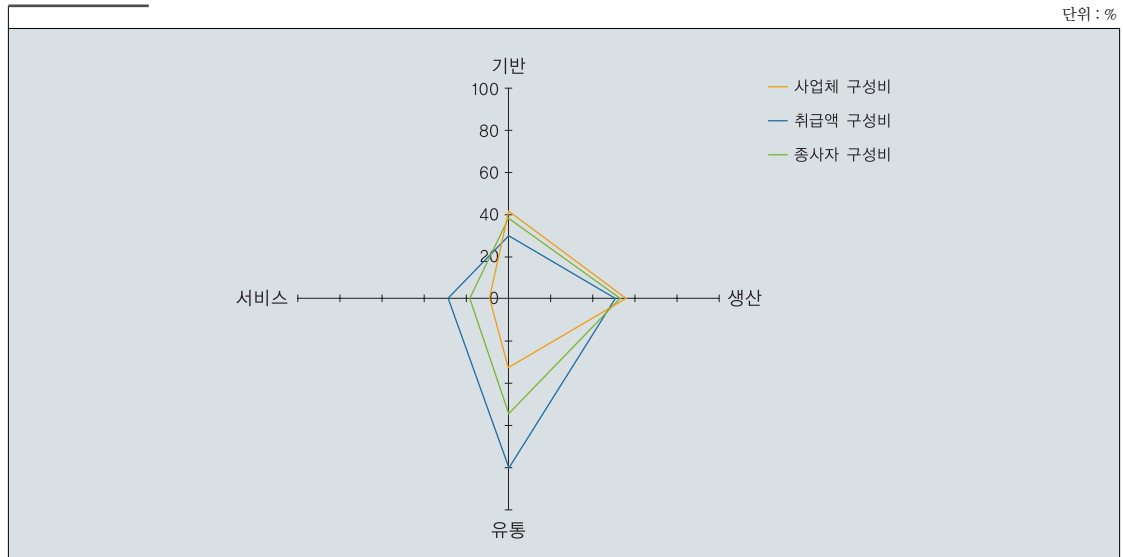
○ 가치사슬별 광고업체 현황

	사업체수*		취급액**		사업체당 평균취급액
	개소(개)	구성비(%)	금액(백만원)	구성비(%)	
인프라	2,172	42.7	2,397,726	29.9	1,104
생산	2,833	55.6	4,084,547	50.9	1,442
유통	1,742	34.2	6,748,319	84.1	3,873
서비스	426	8.4	2,258,136	28.1	5,306
전체	5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

\* 사업체가 여러 종류의 일을 할 경우 중복응답한 결과임  
 \*\* 사업체수와 마찬가지로 중복응답한 결과임

광고업체를 가치사슬 기준으로 분류하면, 생산산업(광고제작업, CM, 영상, 카피, 그래픽 등)으로 분류할 수 있는 사업체가 2,833개로 전체의 절반이상인 55.6%를 차지하고 있으며, 인프라산업(인쇄, 제판, 광고사진스튜디오 등)으로 분류되는 사업체가 2,172개 42.7%, 유통산업(광고대행·매체대행, 광고기획·전략대행 등)을 하는 사업체는 1,742개 34.2%, 서비스산업(리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design 등)을 하는 사업체는 426개 8.4%가 존재한다.

가치사슬별 분포

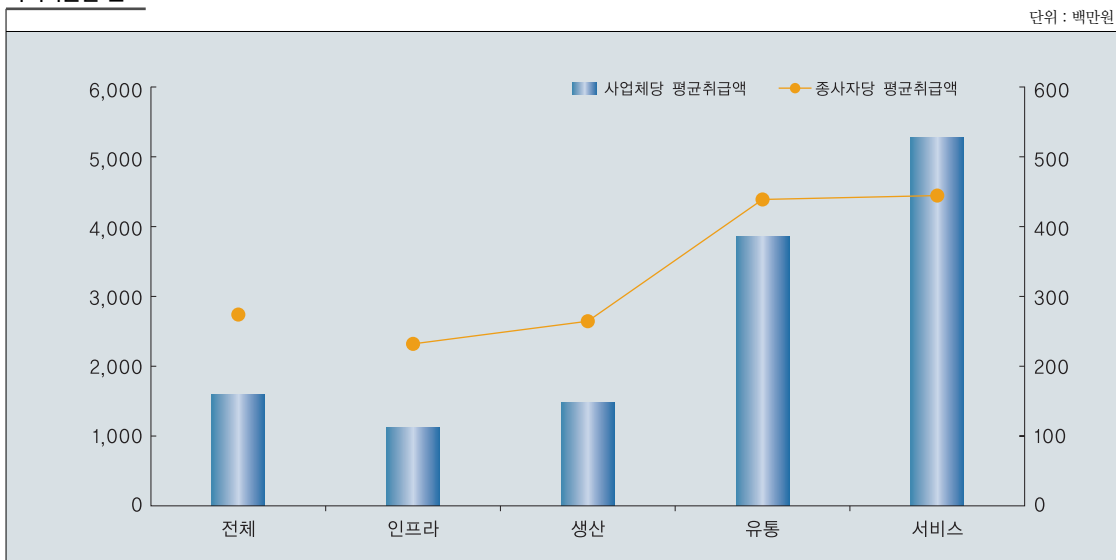


	종사자		사업체당 평균종사자수(명)	종사자당 평균취급액(백만원)	평균사업년수(년)
	종사자수(명)	구성비(%)			
인프라	10,365	35.9	5	231	8
생산	15,372	53.3	5	266	7
유통	15,297	53.0	9	441	8
서비스	5,038	17.5	12	448	7
전체	28,854	100.0	6	278	7

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

그러나 사업체당 평균취급액, 사업체당 평균종사자수, 종사자당 평균취급액으로 환산하면, 가치사슬 단계인 인프라, 생산, 유통, 서비스 순서로 모두 증가되는 것으로 나타났다. 따라서 사업체당 평균취급액은 15.7억원, 사업체당 종사자수 6명, 종사자당 평균취급액 2.7억원을 기준으로 보면, 유통과 서비스 산업은 평균위의 수준이고, 인프라와 생산 산업은 평균 아래쪽에 위치해 있다.

가치사슬별 분포



○ 수출 및 수입

단위 : 백만원

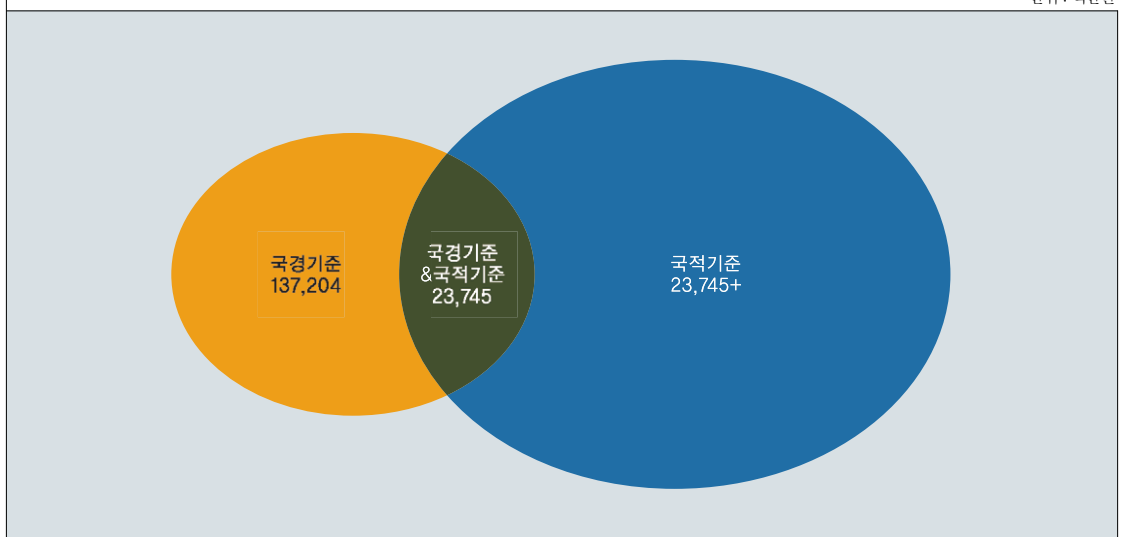
	수출		수입	
국경기준	137,204		(11,100+)	
국적기준	직접수출	23,745	직접수입	-
	자회사수입(revenue)	-	자회사수입(revenue)	1,050,710
	합계	23,745+	합계	1,050,710
	(기업내거래)	847,837	(기업내거래)	394,600

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 1,372억원이며, 수입액은 외국에 있는 광고회사를 조사하지 못하였으므로 해당금액을 알 수 없다.
- 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 237.45억원이며, 수입액은 1조 507억원이다.

광고산업 수출액

단위 : 백만원





○ 광고경기체감도

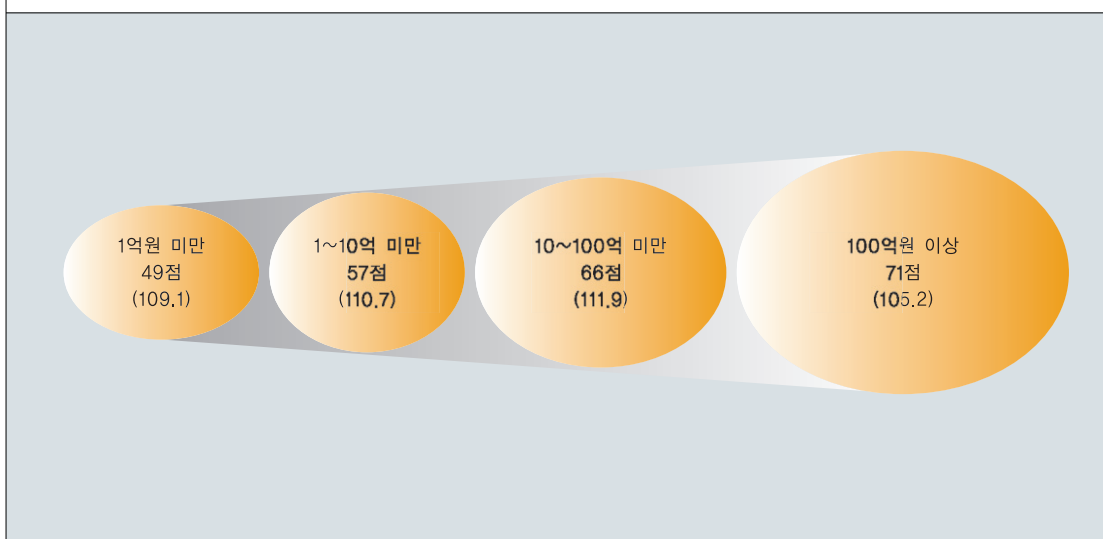
		평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수*
		2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상	
종사자수	1 ~ 4인	49	48	52	109.0
	5 ~ 9인	53	55	59	114.2
	10 ~ 49인	59	61	65	109.6
	50 ~ 99인	70	71	75	106.4
	100인이상	67	70	73	108.2
취급액	1억원미만	45	46	49	109.1
	1~10억원미만	52	52	57	110.7
	10~100억원미만	59	61	66	111.9
	100억원이상	68	68	71	105.2
전체		51	51	55	110.2

\* 2005년 상반기와 2005년 하반기를 취급액 기준으로 가중 평균한 광고경기체감도 대비 2006년 예상 광고경기체감도임. 100을 기준으로 그 이상은 광고경기가 좋아질 것으로 예상하고, 100미만은 광고경기가 나빠질 것으로 예상한다고 해석함.

광고경기체감도를 100점 만점의 점수로 평가한 결과, 2005년 상반기와 하반기는 51점으로 같은 수준으로 낮게 나타났으나, 2006년 예상점수는 55점으로 2005년보다는 나을 것으로 평가했다. 종사자 규모별, 취급액 규모별로 광고경기체감도를 보면, 일반적으로 예상되듯이 대체적으로 종사자규모가 클수록, 취급액 규모가 클수록 광고경기체감도 점수가 높아지는 것으로 나타났다.

광고경기전망지수로 나타내면, 광고회사 전체는 110.2점으로 2005년 대비 2006년에는 10.2% 정도 좋아질 것으로 예상했다. 종사자 규모별로는 5~9인 광고회사가 114.2로 가장 높았으며, 취급액 규모별로는 10~100억원 미만 사업체가 111.9로 가장 높게 나타났다.

취급액 규모별 2006년 예상 광고경기체감도(광고경기전망지수)

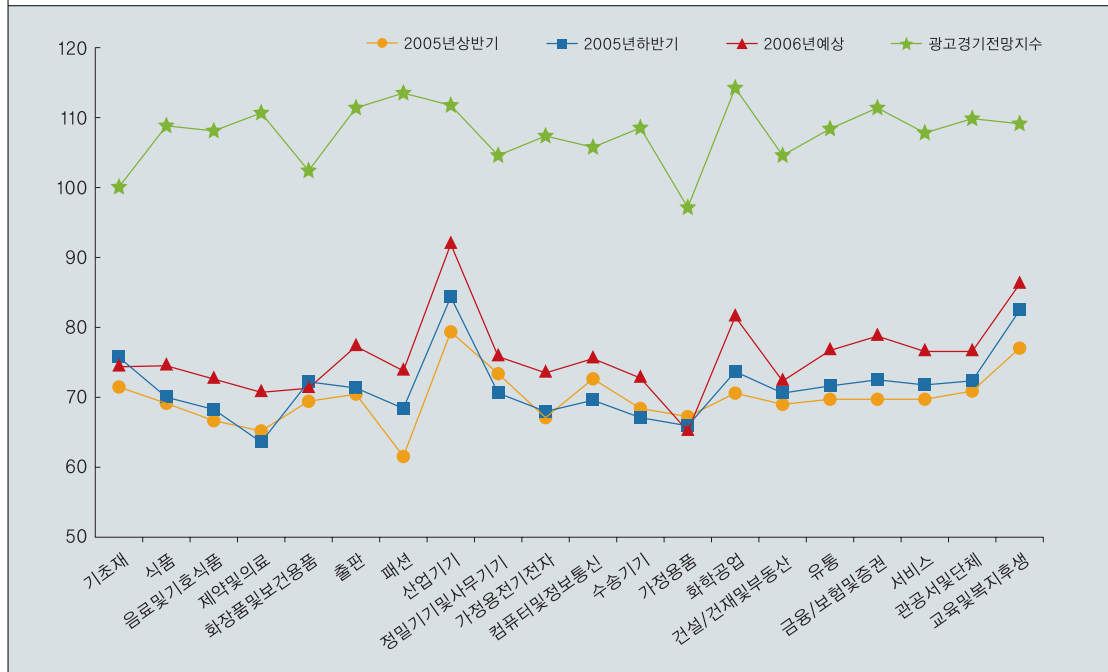


○ 광고주의 업종별 광고경기체감도

	광고경기체감도			광고경기 전망지수
	2005년상반기	2005년하반기	2006년예상	
기초재	72	76	75	100.8
식품	69	70	75	109.3
음료및기호식품	67	68	73	108.5
제약및의료	65	64	71	111.1
확장품및보건용품	69	72	72	102.7
출판	71	71	78	111.4
패션	62	68	74	113.4
산업기기	80	85	93	112.3
정밀기기 및 사무기기	74	71	76	104.8
가정용전기전자	67	67	74	107.9
컴퓨터및정보통신	73	70	76	106.2
수송기기	68	67	73	108.8
가정용품	67	66	66	97.9
화학공업	71	74	82	114.8
건설/건재및부동산	69	71	73	105.0
유통	70	72	77	108.6
금융/보험및증권	70	73	79	111.4
서비스	70	72	77	108.5
관공서및단체	71	73	77	110.4
교육및복지후생	77	83	87	109.6
전체	69	70	75	108.5

광고주 업종별로 광고경기체감도는 2005년, 2006년 모두 산업기기업이 가장 높게 나타났다. 그 다음으로는 교육 및 후생복지업과 화학 공업이 전반적으로 광고경기체감도가 높게 나타났다. 한편, 광고경기전망 지수를 업종별로 보면, 화학공업의 전망치가 114.8로 가장 높고, 패션업 전망치 113.4, 산업기기업 전망치 112.3 순으로 나타났다.

광고주 업종별 광고경기체감도 및 광고경기전망 지수

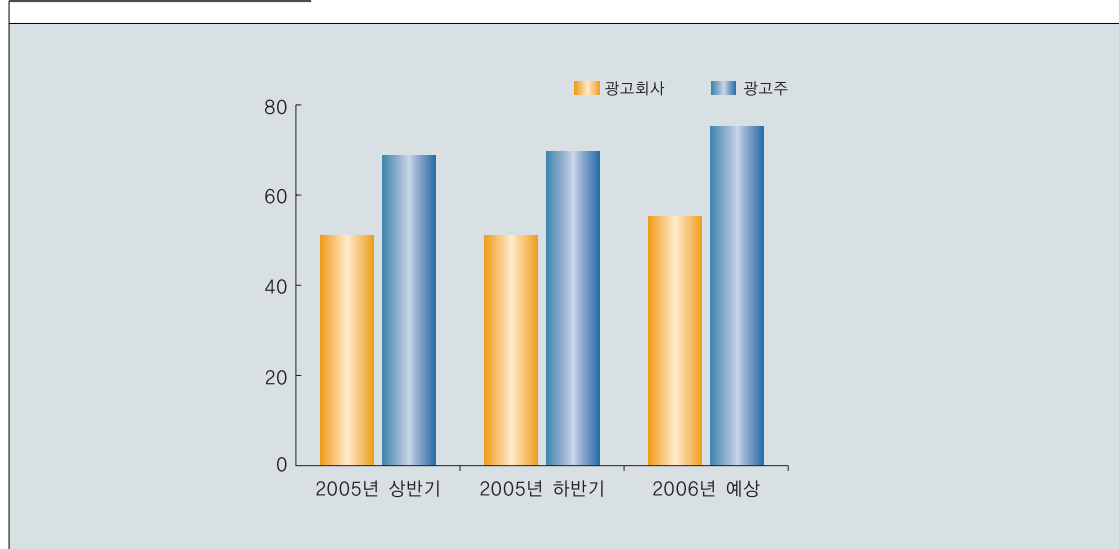


○ 광고주와 광고회사의 광고경기체감도

	광고경기체감도			광고경기전망지수
	2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상	
광고회사	51	51	55	110.2
광고주	69	70	75	108.5

광고회사와 광고주의 광고경기체감도를 비교하면, 절대평가 기준인 광고경기체감도는 전반적으로 광고회사가 광고주 보다 약 30%정도 낮으나, 상대적 개념인 광고경기전망지수는 광고회사가 110.2로 광고주 108.5보다 높게 나타났다.

광고주 & 광고회사 광고경기체감도



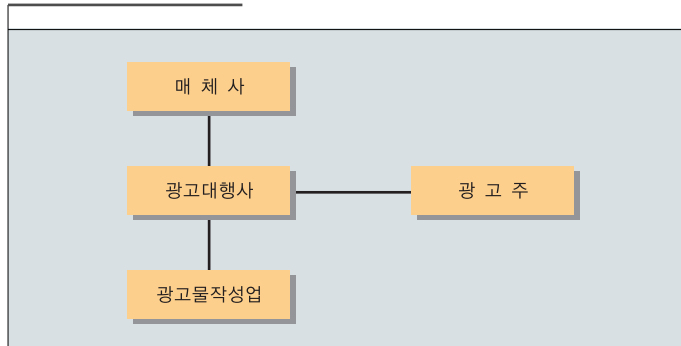
# I

## 조사개요

### 1. 광고산업의 이해

광고 산업의 구조적 특성을 이해하기 위해서는 먼저 산업의 범위 및 분류방법 등을 살펴보는 것이 바람직할 것이다. 시장이나 산업의 범위를 현실적으로 구분할 수 있는 논리적 기준을 설정하는 것은 매우 어렵다. 광고산업 혹은 광고시장의 개념 및 범위를 설정하는데 있어서도 마찬가지이다. 광고를 생산하고 분배하는 광고산업은 여타의 산업과는 달리 복잡한 특성을 보이고 있다. 광고를 생산, 분배, 소비하는 과정을 중심으로 본다면 광고산업은 크게 광고주, 광고회사, 매체사 그리고 광고회사와 수직적 거래관계를 갖고 있는 광고물 제작업체들로 구성되는 복합적인 시장을 형성한다. 성격을 달리하는 이들은 긴밀히 연결된 유통구조 하에서 광고라는 재화를 생산 분배 소비하는 역할을 반복 한다. 그렇지만 실질적으로 광고산업은 광고주, 광고회사, 매체사로 이루어진다고 할 수 있다. 우선 광고주는 제품이나 서비스 판매에서 이익을 남길 목적으로 광고활동을 수행하는 실질적인 광고의 주체라 할 수 있다. 광고주는 광고활동에 소요되는 모든 비용을 부담하게 되는데, 일반적으로 기업, 개인, 사회단체, 정부기관 등이 이에 속한다. 광고란 기본적으로 광고주와 수용자 사이의 정보교통으로 광고주가 중추적인 위치에 있지만, 광고주의 광고활동 대부분은 광고회사를 통해 이루어진다. 광고회사는 광고주의 입장에 서서 광고주의 광고활동을 대행해 주는 전문조직체이다. 광고회사는 광고주의 광고를 기획 제작함과 동시에 광고를 잠재고객들에게 전달할 매체를 선택하고

그림 1-1 >> 광고산업 구조



구매하는 역할도 담당한다. 한편, 매체사는 완성된 광고물을 잠재고객들에게 전달하는 고리역할을 한다. 이처럼 광고산업은 서로 다른 성격의 광고주-광고회사-매체사가 서로 연결고리를 형성해 광고를 생산하고 분배하는 역할을 담당함으로써 이루어지는 독특한 구조적 특성을 지닌다고 하겠다.

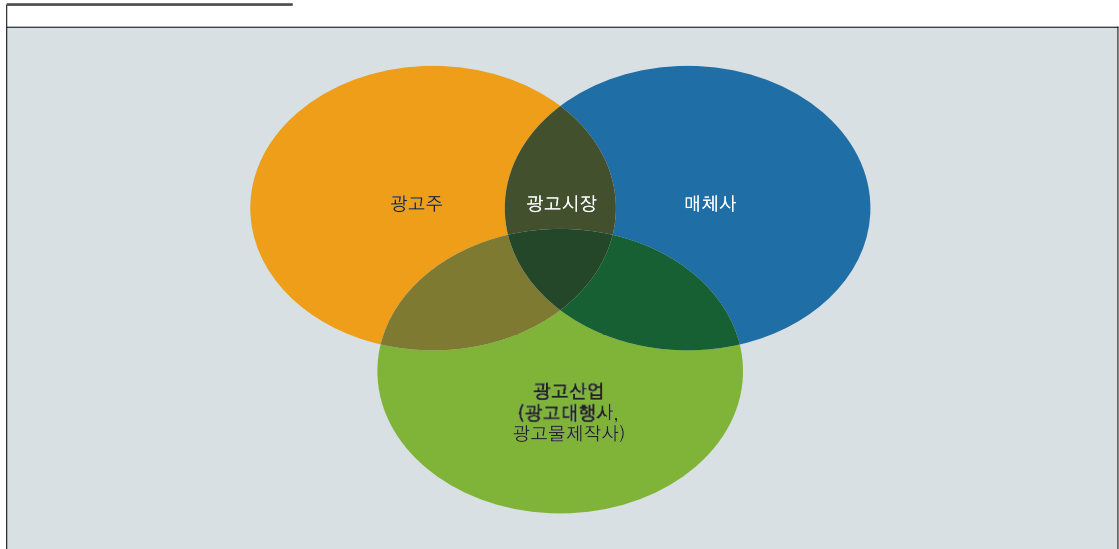
## 2. 조사배경

광고산업은 문화산업통계를 기준으로 볼 때 문화산업의 15%이상을 차지하고 있는 비중있는 분야이다. 그럼에도 불구하고 기존에 사용된 통계들은 대형 광고대행사가 자체 조사한 자료에 근거하여 집계된 결과이거나 광고단체연합회와 같은 광고 관련 기관에서 작성된 자료들로, 통계조사 이론측면에서 과학적이고 체계적인 조사가 이루어졌는지에 대한 검증 없이 임의적으로 작성된 통계들을 정책수립의 근간이 되는 정부통계에 인용하여 활용하고 있는 상태이다. 또한, 민간기관의 통계들은 주요 광고주, 주요 매체, 주요 광고대행사 위주의 자료들만을 제공하거나, 기관간의 분류기준이 달라 비교분석을 위한 연계가 불가능하고, 집계위주의 보고서 형태로 제공되어 2차분석이나 원자료 가공에 한계가 있는 등 기존 자료들이 체계적으로 정비되어 있지 않다. 이에 따라 공익적 차원에서 광고산업통계를 체계적으로 정비하고 관리할 필요성이 제기되어, 광고업 전체에 대한 현황파악과 산업규모산출을 주목표로하고, 4대매체 이외에 자료가 충분치 않은 케이블·온라인광고·옥외광고 등의 통계 생산, 국가기관통계와의 연계가 가능한 광고 표준 통계 작성, 시계열자료 확보 및 추가 분석을 위한 체계적인 자료구축 등 활용가치가 높으면서 신뢰성 검증이 이루어진 통계작성을 위하여 광고산업통계조사를 실시하게 되었다.

## 3. 조사방향

광고는 광고주가 광고회사에 광고제작을 의뢰하고, 광고회사는 광고주의 의도에 맞게 광고물을 제작하여, TV, 라디오, 신문, 잡지, 온라인 등의 광고매체를 통해 소비자에게 전달한다. 따라서 광고산업통계를 산출하기 위한 조사모집단으로는 광고주, 광고회사, 광고매체를 고려할 수 있으며, 가장 이상적인 조사는 광고주를 모집단으로 하는 통계조사, 광고회사를 모집단으로 하는 통계조사, 광고매체를 모집단으로 하는

그림 1-2 >> 광고시장과 광고산업



통계조사를 각각 실시하고 이를 서로 교차 검증하는 작업을 통해 광고산업전체를 체계적으로 파악하는 것이 바람직하다. 그러나 이중 광고주를 대상으로 한 조사의 경우 조사대상 모집단이 너무 방대하여 현실적 조사가 어려울 것으로 판단되며, 광고회사와 광고매체 조사는 전수조사 또는 표본조사 모두 실현 가능한데 이는 비용대비 효율성 검토를 통해서 결정될 수 있다. 2005 광고산업통계조사는 모집단 범위가 상대적으로 명확한 광고회사 전수조사를 우선적으로 실시하고, 광고회사 조사를 통해 파악된 주요 400대 광고주를 추가 조사하여 검증자료로 활용하였다. 본 조사는 광고회사 전수조사를 통하여 광고업 전체에 대한 기본현황 파악과 산업규모추정 작업을 1차목표로 하고, 광고주와 광고회사와의 상호연계성을 이용하여 추정된 산업규모를 검증하는 작업을 2차목표로 하여 광고산업을 여러 방면에서 좀 더 정확하게 파악하고자 설계된 통계조사이다. 그러나 광고를 생산하고 분배하는 광고산업은 광고시장과는 개념의 차이가 있다. 광고회사를 조사대상으로 할 경우는 산업분류를 기준으로 조사대상 사업체를 선정하여 이들 사업체가 다루는 취급액으로 광고산업규모를 파악함으로써 광고주나 매체사를 통해 집계되는 시장규모와는 차이가 발생하게 된다.

## 4. 법적근거

통계청 승인 일반·조사통계 제11309호, 제1회 조사

## 5. 조사대상 및 규모

2004년 기준 통계청 사업체기초통계조사의 광고업과 한국신용정보의 사업체 명부기준 광고업을 모집단으로 하여 조사대상범위 이외인 간판집, 신문사광고부, 전단지 배부업 등을 제외한 광고업체 5,091개 전수조사

## 6. 조사시기

본조사 2005년 8월 25일 ~ 9월

보완조사 2005년 10월~11월

## 7. 조사내용

광고업체 조사와 광고주조사로 구분

표 1-1 >> 광고업체용

구분		조사내용
일반적현황	사업체정보	사업체명, 홈페이지, 전화번호, 팩스번호, 주소, 사업자등록번호, 설립일자, 법인등록번호, 벤처기업여부, 기업형태, 본사유무
	응답자정보	부서명, 성명, 전화번호, 팩스번호, 이메일주소
	대표자정보	대표자성명, 출생년도, 최종학력, 경영형태
사업체현황	해당업종 구분	광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 기타 구분
	전체 취급액	광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 기타 부문별 매출
고용현황	전체 종사자수	정규직/비정규직
	성별 종사자수	남자/여자, 정규직/비정규직
	연령별 종사자수	24세이하/25-29세/30-34세/35-39세/40세이상, 정규직/비정규직
	학력별 종사자수	고졸이하/전문대졸/대졸/대학원졸이상, 정규직/비정규직
	직급별/직종별 종사자수	임원/국장/부장/차장/대리/사원 AE/디자이너/CW/PD/매체/SP/PR/마케팅조사/인터랙티브/전사/관리
	외국인 종사자수	AE/디자이너/CW/PD/매체/SP/PR/마케팅조사/인터랙티브/전사/관리, 정규직/비정규직
해외거래현황	외국인투자비율	투자회사명, 등록일, 투자비율
	해외지사(사무소) 현황	국가, 인원, 자본규모, 주요업무
	해외광고회사와의 업무제휴	국가, 시기, 주요업무
	해외광고 취급현황	국가, 취급액, 주요업무
주요고객 현황	국내 및 외국계 광고주 현황	거래광고주/취급액, 국내광고주/외국광고주
	광고주 취급액	매체별 취급액
	브랜드 취급액	매체별 취급액
	고객유치실적	거래광고주/취급액, 신규/이탈
광고경기 체감도	광고 경기체감도	2005년 상반기, 하반기, 2006년

표 1-2 >> 광고주용

구분		조사내용
일반적현황	사업체정보	사업체명, 홈페이지, 전화번호, 팩스번호, 주소, 사업자등록번호, 설립일자, 법인등록번호, 전체종사자수, 기업형태, 본사유무
	응답자정보	부서명, 성명, 전화번호, 팩스번호, 이메일주소
사업체현황	해당업종 구분	기초재/식품/음료및기호식품/ 제약및의료/ 화장품및보건용품/ 출판/ 패션/ 산업기기/ 정밀기기및사무기기/ 가정용전기전자/ 컴퓨터및정보통신/ 수송기기/ 가정용품/ 화학공업/ 건설건재및부동산/유통/ 금융보험및증권/ 서비스/ 관공서및단체/ 교육및복지후생/ 그룹및기업광고
	광고 집행비	브랜드별, 광고대행사별, 매체별 광고집행비
광고경기체감도	광고경기체감도	2005년 상반기, 하반기, 2006년



## 8. 조사방법

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

## 9. 기대효과

### ○ 공신력있는 통계정보 제공

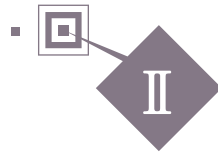
2005 광고산업통계는 승인통계로서 기획에서 조사, 분석까지 전문가에게 타당성을 검증하는 프로세스를 거쳐 생산된 통계이다. 기존의 충분한 검증절차 없이 제공되던 자료들과는 달리 광고업 관련 통계 중 공신력 있는 유일한 통계정보로서 광고산업전체가 공유 할 수 있는 기본 자료를 제공하는데 의의가 있으며 향후 통계DB구축 작업이 완료되면 광고산업 정책수립이나 연구 활동의 기초 자료로서 그 활용가치가 크게 증대될 것이다.

### ○ 주요매체 이외의 매체에 대한 광고통계 산출

주요매체 중 TV와 라디오에 대한 통계는 정확하게 집계되는 자료이면서도 매월 주기적으로 제공되는 정보이나, 신문과 잡지에 대한 통계는 모니터링 집계로 작성되며 인쇄매체의 경우 할인율이 적용되어 정확성이 부족한 통계가 제공되고 있다. 또한 기존의 광고회사 현황조사를 통하여 파악되는 결과는 광고가 집행된 매체를 조사하면서 응답업체들의 결과만을 집계한 통계로 무응답에 대한 오차를 포함하고 있다. 즉, TV와 라디오를 제외하고는 매체통계가 제대로 제공되지 못하고 있었으나, 본 조사를 통하여 신문, 잡지를 포함하여 그 영역이 확대되고 있는 케이블광고, 옥외광고 등에 대한 통계도 산출 할 수 있게 되었다.

### ○ 광고관련산업 통계의 기준 역할

조사대상 모집단으로 통계청의 사업체기초통계를 사용하고, 작성기준을 정부승인통계들과 맞춰줌으로써 국가기관통계들과의 연계성을 통한 활용도를 증대시키고 타당성 검증을 용이하게 할 수 있다. 즉, 문화산업통계를 비롯한 국가산업통계와의 비교가능성 확보, 타 조사의 모집단으로 활용, 중복투자 방지 등 광고관련산업의 통계작성 및 이용의 기준이 될 수 있다.



# 분석방법

## 1. 결측값 보정 방법

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

### ○ 규모별, 업종별 세분화

광고업체는 규모에 있어서 상당한 차이가 있어 전체에 일률적인 방법을 적용하지 않고 규모별, 업종별로 세분화하여 조사대상을 구분한 후, 적절한 방법으로 해당 규모 내에서 보정하는 방법을 적용하였다.

### ○ 규모별 분류기준

- 대형업체 : 한국방송광고공사 자료 TV · RADIO 매출 기준 상위 100개 사업체
  - 한국방송광고공사 취급액 기준 15대 업체 비중 : 70.0%
  - 제일연감 취급액 기준 15대 업체 비중 : 67.3%즉, 전체산업규모는 상위 100개 업체만으로도 충분한 대표성이 있음
- 일반업체 : 대형업체를 제외한 모든 사업체로 이를 다시 5개 층으로 구분
  - 1~5인, 6~20인, 21인~50인, 51인~99인, 100인 이상

### ○ 업종별 분류기준

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

### ○ 대형업체 취급액과 종사자수에 대한 결측값 대체

100개 대형업체 중 조사를 거부한 26개에 대하여 결측값 대체를 하였다. 이들 중 주요 8개 광고업체에 대해서는 외부자료를 사용하여 결측값을 대체하였고 나머지 18개 광고업체에 대한 결측값은 다음과 같은 3가지 결측값 대체방법을 검토하여 가장 효율적인 것으로 판단되는 방법을 활용하여 관측값을 대체하였다.

- [방법 1] : 광고순위 순서에 따라 정렬한 후 위아래 각각 5개 자료의 평균 사용
- [방법 2] : 광고순위 순서에 따라 정렬한 후 위아래 각각 5개 자료 중 최소값과 최대값을 제외한 나머지 자료를 이용한 절사평균(trimmed mean) 대체
- [방법 3] : 광고순위를 설명변수로, log(취급액)을 반응변수로 설정한 단순 회귀분석을 활용한 대체

표 2-1 >> 대형업체 대체방법에 따른 MSE (취급액 기준)

대체방법	MSE	sqrt(MSE)	비고
[방법 1]	1,440,749,653	37957.21	평균대체
[방법 2]	992,666,862	31506.62	절사평균 대체
[방법 3]	1,158,838,657	34041.72	회귀모형 대체

※ [방법 3] 회귀 추정식 :  $\exp(11.678374 - 0.04394 * \text{기업순위})$

표 2-2 >> 대형업체 대체방법에 따른 MSE (종업원수 기준)

대체방법	MSE	sqrt(MSE)	비고
[방법 1]	445.8987	21.1163	평균대체
[방법 2]	430.9109	20.7584	절사평균 대체
[방법 3]	654.9076	25.5912	회귀모형 대체

※ [방법 3] 회귀 추정식 :  $\exp(4.666204 - 0.02741 * \text{기업순위})$

이중 평균제곱오차가 가장 작은 방법2를 사용하여 전체취급액과 전체 종사자수 결측값을 대체하였다. 그 다음 매체별, 업종별 세부 항목 결측값 처리를 위해서 해당업종 조합별로 분류 후 각 분류에 속하는 광고업체 중 조사가 완료된 자료만을 사용하여 세부항목별 구성 비율을 추정하고, 이를 토대로 전체 취급액을 세부항목으로 배분하는 방식으로 취급액 관련 세부 항목 결측값을 보정하였다.

### ○ 일반업체 취급액과 종사자수에 대한 결측값 대체

전체 일반업체와 관련해서 확보가 가능한 정보는 모집단으로 사용한 통계청 사업체 기초통계조사를 통해 얻어진 각 광고업체의 산업분류와 종사자수 규모 변수이다. 우선 관심 변수인 광고업체 취급액 또는 종사자수를 설명해 줄 수 있는 관련성이 높은 변수를 찾아서 이 변수를 활용해 동일 층 내의 업체들이 동질적이 되도록 대체층을 구성하는 것이 필요하다. CART와 CHAID 방법을 이용한 나무모형 분석결과 사업체 기초통계조사에서 얻은 산업분류는 나무모형 결정에 있어서 중요한 역할을 하지 못하는 것으로 보이지만, 종사자 수는 중요한 분류변수로 사용될 수 있다는 사실을 확인 할 수 있었다. 그러나 종사자규모는 조사시

점의 차이로 인해 일부에서 모집단의 종사자규모와 실제 조사에서 파악된 종사자규모가 다른 경우가 있어 최신자료를 반영한다는 원칙으로 조사된 종사자규모를 기준으로 하여 층을 구분하였다. 층 내에서는 다시 해당업종을 고려하여 층을 나누고 각 층 내에서는 해당층의 평균으로 전체 취업액과 전체 종사자수의 결측값을 대체하였다. 그 다음 매체별, 업종별 세부 항목 결측값 처리를 위해서 해당업종 조합별로 분류 후 각 분류에 속하는 광고업체 중 조사가 완료된 자료만을 사용하여 세부항목별 구성 비율을 추정하고, 이를 토대로 전체 취업액을 세부항목으로 배분하는 방식으로 취업액 관련 세부 항목 결측값을 보정하였다.

### ○ 일반업체 모집단 총계 추정을 위한 사후층화 및 가중치 산출

조사에 불응한 사업체에 대해서는 사후층화를 통한 가중치를 적용하여 전체 모집단에 대한 총계를 추정하였다. 본 조사의 경우 불응한 광고업체에 대해서는 모집단인 통계청 사업체 기초통계 조사에서 얻어진 산업분류 및 종사자 수 규모 변수만이 사후층화 변수로 활용 가능한데 앞서 설명한 바와 같이 산업분류는 광고업체 취업액을 설명하는 데 있어서 통계적으로 유의한 의미를 갖고 있지 않고 있기 때문에 종사자 수 규모 변수만을 기준으로 사후층을 구성하고, 사후층화 방식에 따른 가중치를 산출하여 모집단 총계를 추정하였다.

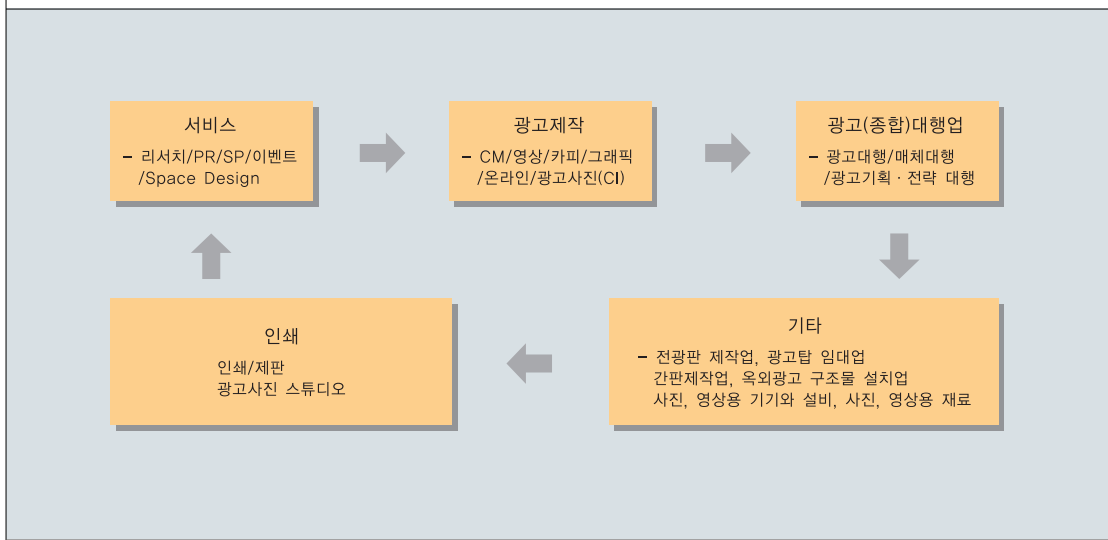
## 2. 주요 구분변수 설명

### ○ 광고업분류

문화산업이 그렇듯이 광고업 역시 그 범위와 개념이 명확하지 않다. 따라서 분류기준을 정할 때 통계청이 발표하는 표준산업분류기준을 우선순위로 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.

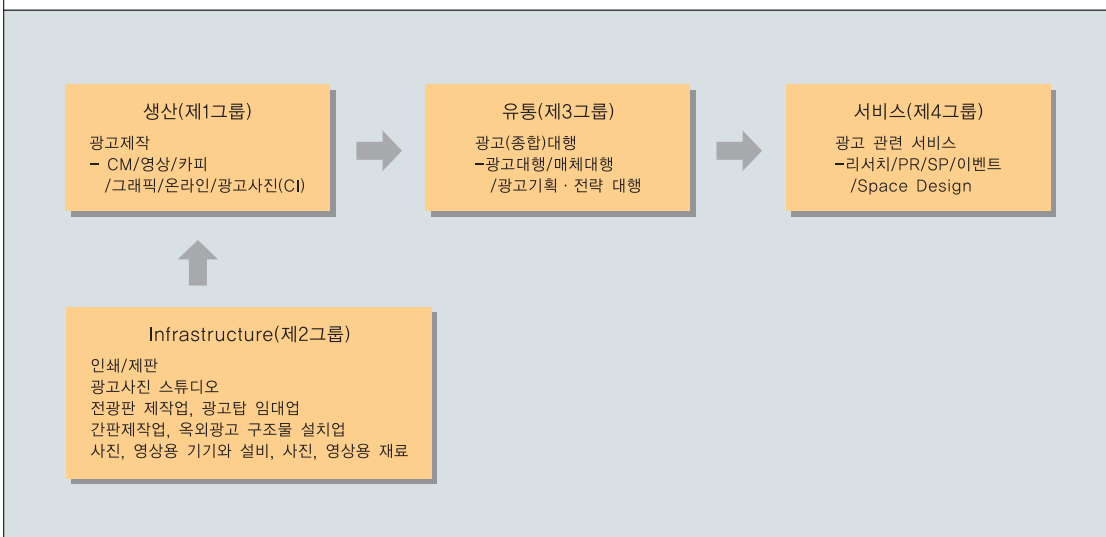
방법 1: 서비스형태별 기준 구분

그림 1 >> 광고산업의 서비스형태별 분류



방법 2: 가치사슬 기준 구분

그림 2 >> 광고산업의 가치사슬 분류



위와 같이 가치사슬 측면에서 광고업을 분류하면 생산, 유통, 서비스만을 광고산업의 범위로 규정할 수도 있고, 범위를 확대하여 인프라산업까지 포함하여 광고업을 정의할 수도 있다. 또한, 그룹 내의 세분류는 어디까지 구분하여 포함할지와 세분류 통계는 어디까지 가능한지, 그리고, 모두 조사를 할지 이중에서 기존자료를 통하여 파악 할 수 있는 통계는 무엇인지도 파악해볼 필요가 있다. 본 조사에서는 인프라, 생

산, 서비스, 유통을 모두 포함한 광고업을 조사범위로 하고 가능한 한 세분류도 구분하도록 하였으며, 가치 사슬 분류에 따른 분석결과도 작성한다

## ○ 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

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

- 저직급 편중 : 비율이 비율평균+비율표준편차 보다 큰 사업체
- 상위직급 편중 : 비율이 비율평균-비율표준편차 보다 작거나 같은 사업체
- 보통 : 비율이 비율평균-비율표준편차 보다 크고 비율평균+비율표준편차 보다 작거나 같은 사업체

### ○고객유지비율

기존고객수 = 거래 광고주수 - 신규광고주수 + 이탈광고주수

고객유지비율 = (기존고객수 - 이탈광고주수) / 기존고객수 × 100

### ○광고경기체감도

광고경기체감도의 평균과 표준편차를 구한 후

- 체감지수 높음 : 평균+표준편차 보다 큰 사업체
- 체감지수 낮음 : 평균-표준편차 보다 작거나 같은 사업체
- 보통 : 평균-표준편차보다 크고 평균+표준편차 보다 작거나 같은 사업체

### ○경기체감격차지수

- 증가 : 2005년 상반기 대비 하반기 체감도 증가  
(또는 2005년 하반기 대비 2006년 예상 체감도 증가)
- 감소 : 2005년 상반기 대비 하반기 체감도 감소  
(또는 2005년 하반기 대비 2006년 예상 체감도 감소)

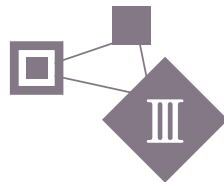
경기체감격차지수 = 증가사업체수 / 감소사업체수

### ○광고경기전망지수

광고경기전망지수 = 
$$\frac{2006\text{년 예상 체감도}}{2005\text{년 상반기 체감도} \times \left(\frac{3169}{6069}\right) + 2005\text{년 하반기 체감도} \times \left(\frac{2900}{6069}\right)}$$

취급액으로 가중 평균한 2005년 광고경기체감도 대비 2006년 예상 체감도

- 100초과 : 2006년 광고경기는 2005년 보다 좋아질 것이라 예상함
- 100 : 2006년 광고경기는 2005년과 같을 것이라 예상함
- 100미만 : 2006년 광고경기는 2005년 보다 나빠질 것이라 예상함



# 조사결과

## 1. 사업체 현황-매출

### 1.1. 전체

표 1-1-1 >> 광고업종별 취급액

업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비 (%)	취급액(백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)
광고(종합)대행	1,768	34.7	5,974,388	74.4	3,379
광고제작	1,037	20.4	710,198	8.8	685
서비스	426	8.4	306,793	3.8	721
인쇄	1,656	32.5	337,068	4.2	204
기타	2,268	44.5	697,593	8.7	308
전체	5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

2004년 광고산업 취급액 기준 전체규모는 8조 260억원으로 나타났다.

사업체수를 업종별로 구분하면 광고물작성 등의 기타업종이 2,268개 44.5%로 가장 높게 나타났고, 광고(종합)대행 1,768개 34.7%, 인쇄 1,656개 32.5%, 광고제작 1,037개 20.4%, 서비스 426개 8.4%의 순으로 나타났다.

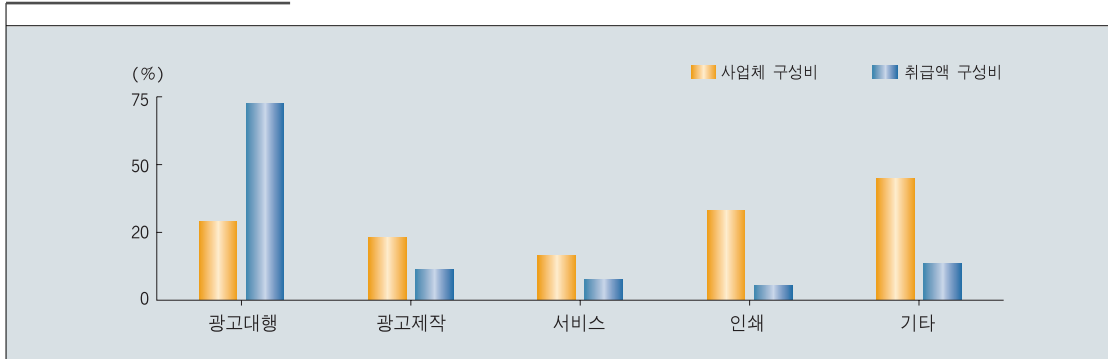
취급액을 업종별로 구분하면 광고(종합)대행 5조 9,743억원 74.4%로 가장 높게 나타났고, 광고제작 7,101억원 8.8%, 기타 6,975억원 8.7%, 인쇄 3,370억원 4.2%, 서비스 3,067억원 3.8%의 순으로 나타났다.

사업체수를 고려한 취급액 비교를 위해 사업체당 평균취급액을 살펴보면, 전체 사업체당 평균취급액은 15.7억이며, 업종별로 구분하면 광고(종합)대행업이 33.7억원으로 월등히 높고, 서비스 7.2억원, 광고제작 6.8억원, 기타 3.0억원, 인쇄 2.0억원의 순으로 나타났다.



사업체수 구성비와 취급액 구성비로 다시 설명하면, 광고(종합)대행을 하는 업체는 1,768개 34.7%이지만 취급액은 5조 9,743억원으로 74.4%를 차지하고, 기타 업종은 2,268개 44.5%로 가장 많지만 취급액은 6,975억원 8.7% 밖에 되지 않는 것으로 나타났다.

그림 1-1-1 >> 광고업종별 취급액



광고(종합)대행은 사업체 1,768개 34.7%, 취급액 5조 9,743억원 74.4%, 광고제작은 사업체 1,037개 20.4%, 취급액 7,101억원 8.8%, 서비스는 사업체 426개 8.4%, 취급액 3,067억원 3.8%, 인쇄는 사업체 1,656개 32.5%, 취급액 3,370억원 4.2%, 기타는 사업체 2,268개 44.5%, 취급액 6,975억원 8.7%로 나타났다.

표 1-1-2 >> 지역별 전체 업종 취급액

지역	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
서울	2,728	53.6	7,324,679	91.3	2,685
부산	385	7.6	142,487	1.8	370
대구	350	6.9	158,588	2.0	454
인천	63	1.2	13,063	0.2	207
광주	208	4.1	86,158	1.1	415
대전	96	1.9	48,390	0.6	502
울산	29	0.6	12,232	0.2	423
경기도	430	8.4	111,937	1.4	260
강원도	120	2.4	21,839	0.3	181
충청북도	93	1.8	12,082	0.2	129
충청남도	80	1.6	4,565	0.1	57
전라북도	106	2.1	16,473	0.2	156
전라남도	99	1.9	9,801	0.1	99
경상북도	103	2.0	12,125	0.2	118
경상남도	166	3.3	43,848	0.5	263
제주도	35	0.7	7,775	0.1	223
전체	5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 2,728개 53.6%로 가장 높게 나타났고, 경기도 430개 8.4%, 부

산 385개 7.6%, 대구 350개 6.9%, 광주 208개 4.1%, 경상남도 166개 3.3%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 7조 3,246억원 91.3%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 1,585억원 2.0%, 부산 1,424억원 1.8%, 경기도 1,119억원 1.4%, 광주 861억원 1.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 26.8억원, 대전 5.0억원, 대구 4.5억원, 울산 4.2억원, 광주 4.1억원, 부산 3.7억원의 순으로 나타났다.

### 1.1.1. 광고(종합)대행

표 1-1-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액

세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비 (%)	취급액(백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)
광고대행, 매체대행	1,693	95.8	5,860,984	98.1	3,463
광고기획, 전략대행	414	23.4	113,405	1.9	274
전체	1,768	100.0	5,974,388	100.0	3,379

\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

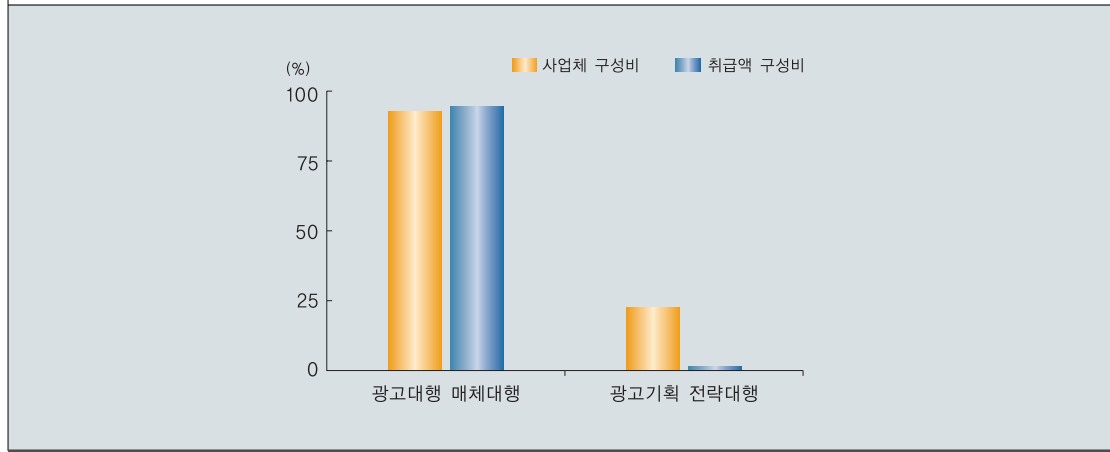
광고(종합)대행업을 하는 사업체수는 1,768개, 총 취급액은 5조 9,743억원, 평균취급액은 33.7억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 34.7%, 취급액 74.4%이며, 평균취급액은 전체평균보다 2.1배 높다.

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 1,693개 95.8%로 대부분을 차지하며, 광고기획·전략대행은 414개 23.4%를 차지한다. 취급액은 광고대행·매체대행 5조 8,609억원 98.1%로 사업체수 비중보다 더욱 높게 나타났고, 광고기획·전략대행은 1,134억원 1.9%로 나타났다.

사업체당 평균 취급액은, 광고대행·매체대행은 34.6억원으로 광고업 평균 보다는 2.1배 높게 나타났으며, 광고기획·전략대행은 2.7억원으로 상대적으로 매우 작게 나타났다.

그림 1-1-2 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액



광고대행·매체대행은 사업체 1,693개 95.8%, 취급액 5조 8,609억원 98.1%, 광고기획·전략대행은 사업체 414개 23.4%, 취급액 1,134억원 1.9%로 나타났다.

표 1-1-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액

지역	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
서울	1,104	62.4	5,678,800	95.1	5,146
부산	69	3.9	63,611	1.1	921
대구	121	6.8	79,562	1.3	658
인천	7	0.4	4,424	0.1	635
광주	63	3.6	32,958	0.6	524
대전	35	2.0	18,760	0.3	531
울산	19	1.1	7,357	0.1	394
경기도	124	7.0	34,903	0.6	281
강원도	30	1.7	8,763	0.1	295
충청북도	31	1.7	3,292	0.1	107
충청남도	14	0.8	1,809	0.0	125
전라북도	28	1.6	9,285	0.2	327
전라남도	22	1.3	3,399	0.1	153
경상북도	33	1.9	1,871	0.0	56
경상남도	62	3.5	25,082	0.4	404
제주도	6	0.3	514	0.0	86
전체	1,768	100.0	5,974,388	100.0	3,379

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,104개 62.4%로 가장 높게 나타났고, 경기도 124개 7.0%, 대구 121개 6.8%, 부산 69개 3.9% 광주 63개 3.6%, 경상남도 62개 3.5%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 5조 6,788억원 95.1%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 795억원 1.3%, 부산 636억원 1.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 51.4억원, 부산 9.2억원, 대구 6.5억원, 인천 6.3억원, 대전 5.3억원, 광주 5.2억원의 순으로 나타났다.

표 1-1-5 >> 광고대행·매체대행 매체별 취급액

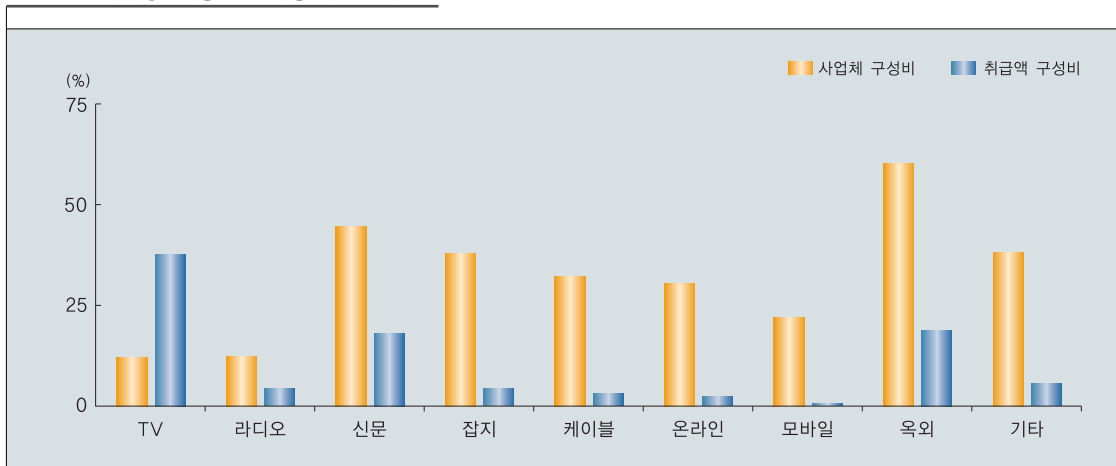
매체	사업체수*(개소)	사업체 구성비 (%)	취급액(백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)	
4대매체	TV	217	12.8	2,231,088	38.1	10,282
	라디오	220	13.0	261,462	4.5	1,188
	신문	772	45.6	1,068,775	18.2	1,385
	잡지	654	38.6	290,132	5.0	443
뉴미디어	케이블	556	32.8	243,845	4.2	438
	온라인	534	31.5	190,286	3.2	356
	모바일	389	23.0	13,740	0.2	35
옥외	1,040	61.4	1,174,260	20.0	1,129	
기타	657	38.8	387,397	6.6	590	
전체	1,693	100.0	5,860,984	100.0	3,463	

\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다

광고(종합)대행업 중 광고대행·매체대행의 취급액 5조 8,609억원을 매체별로 구분하면, 사업체수는 옥외광고업을 하는 사업체가 1,040개 61.4%로 가장 많고, 신문 772개 45.6%, 잡지 654개 38.6%의 순으로 나타났다. 취급액은 TV 대행 취급액이 2조 2,310억원 38.1%로 가장 높으며, 옥외광고 1조 1,742억원 20.0%, 신문 1조 687억원 18.2%순으로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

이를 다시 크게 구분하면, 영향력이 큰 주요4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고대행 취급액은 3조 8,514억원으로 전체의 65.8%를 차지하며, 뉴미디어(케이블, 온라인, 모바일) 취급액은 4,478억원 7.6%, 옥외광고 1조 1,742억원 20.0%, 기타 3,873억원 6.6%로 나눌 수 있다.

그림 1-1-3 >> 광고대행·매체대행 매체별 취급액



4대매체 중 TV는 사업체 217개 12.8%, 취급액 2조 2,310억원 38.1%, 라디오는 사업체 220개 13.0%, 취급액 2,614억원 4.5%, 신문은 사업체 772개 45.6%, 취급액 1조 687억원 18.2%, 잡지는 사업체 654개

38.6%, 취급액 2,901억원 5.0%로 나타났다.

뉴미디어 중 케이블은 사업체 556개 32.8%, 취급액 2,438억원 4.2%, 온라인은 사업체 534개 31.5%, 취급액 1,902억원 3.2%, 모바일 389개 23.0%, 취급액 137억원 0.2%로 나타났고, 옥외는 사업체 1,040개 61.4% 취급액 20.0%, 기타는 사업체 657개 38.8%, 취급액 3,873억원 6.6%로 나타났다.

표 1-1-6 >> 지역별 광고대행·매체대행 매체별 취급액

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	1,064	62.9	5,576,464	95.1	5,241
	부산	69	4.1	63,086	1.1	913
	대구	117	6.9	77,102	1.3	661
	인천	7	0.4	4,380	0.1	628
	광주	59	3.5	31,397	0.5	528
	대전	34	2.0	15,301	0.3	455
	울산	19	1.1	7,357	0.1	394
	경기도	120	7.1	34,210	0.6	285
	강원도	30	1.8	8,473	0.1	285
	충청북도	31	1.8	2,987	0.1	98
	충청남도	14	0.9	1,805	0.0	125
	전라북도	24	1.4	8,997	0.2	373
	전라남도	22	1.3	3,387	0.1	153
	경상북도	29	1.7	1,787	0.0	62
	경상남도	54	3.2	24,252	0.4	446
전체		1,693	100.0	5,860,984	100.0	3,463

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,064개 62.9%로 가장 높게 나타났고, 경기도 120개 7.1%, 대구 117개 6.9%, 부산 69개 4.1% 광주 59개 3.5%, 경상남도 54개 3.2%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 5조 5,764억원 95.1%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 771억원 1.3%, 부산 630억원 1.1%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 52.4억원, 부산 9.1억원, 대구 6.6억원, 인천 6.2억원, 광주 5.2억원, 대전 4.5억원의 순으로 나타났다.

## 1.1.2. 광고제작

표 1-1-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액

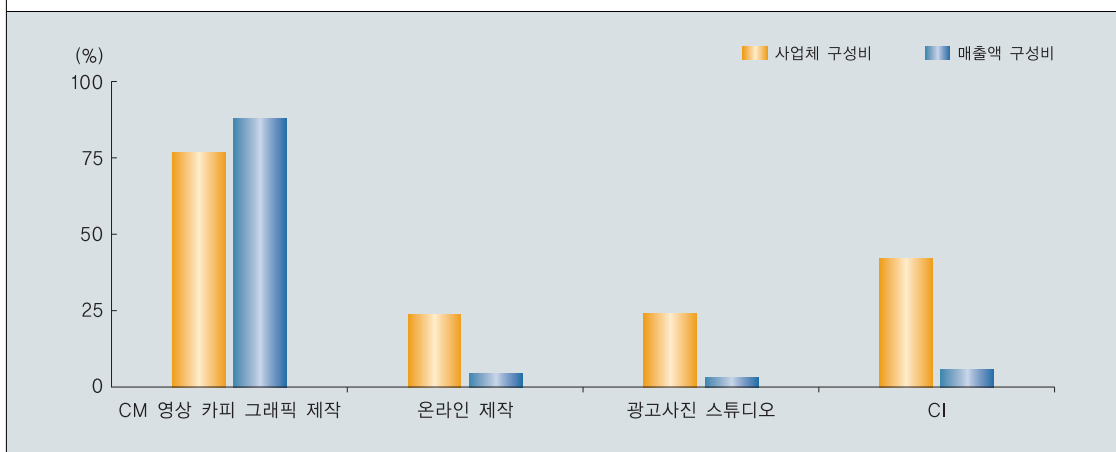
세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비 (%)	취급액(백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)
CM·영상·카피·그래픽제작	808	77.9	633,032	89.1	783
온라인제작	250	24.1	23,975	3.4	96
광고사진 스튜디오	251	24.2	17,237	2.4	69
CI	440	42.4	35,955	5.1	82
전체	1,037	100.0	710,198	100.0	685

\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

광고제작업을 하는 사업체수는 1,037개, 총 취급액은 7,101억원, 평균취급액은 6.8억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 20.4%, 취급액 8.8%이며, 평균취급액은 전체평균의 약 5분의 2 수준이다.

광고제작업을 4개 세부업종(CM·영상·카피·그래픽제작, 온라인제작, 광고사진 스튜디오, CI)으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 CM·영상·카피·그래픽제작을 하는 사업체가 808개 77.9%로 가장 많으며, 취급액을 기준으로 보면 그 비중이 더욱 높아져 6,330억원 89.1%로 대부분을 차지한다. 따라서 사업체당 평균 취급액은, CM·영상·카피·그래픽제작 업종이 7.8억원으로 가장 높으며 광고제작업 평균 6.8억원보다 높다.

그림 1-1-4 >> 광고제작 업종별 취급액



CM·영상·카피·그래픽제작은 사업체 808개 77.9%, 취급액 6,330억원 89.1%, 온라인제작은 사업체 250개 24.1%, 취급액 239억원 3.4%, 광고사진 스튜디오는 사업체 251개 24.2%, 취급액 172억원 2.4%, CI는 사업체 440개 42.4%, 취급액 359억원 5.1%로 나타났다.

표 1-1-8 &gt;&gt; 지역별 광고제작업 취급액

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	647	62.4	635,200	89.4	982
	부산	71	6.9	10,350	1.5	145
	대구	43	4.1	18,533	2.6	431
	인천	7	0.7	2,025	0.3	292
	광주	57	5.5	5,719	0.8	100
	대전	21	2.0	10,977	1.5	531
	울산	17	1.6	1,145	0.2	68
	경기도	47	4.5	12,191	1.7	259
	강원도	25	2.5	4,146	0.6	163
	충청북도	14	1.4	327	0.0	23
	충청남도	13	1.2	202	0.0	16
	전라북도	15	1.4	1,422	0.2	97
	전라남도	1	0.1	200	0.0	200
	경상북도	10	1.0	703	0.1	69
	경상남도	39	3.8	4,793	0.7	123
	제주도	9	0.9	2,266	0.3	240
	전체		1,037	100.0	710,198	100.0

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 647개 62.4%로 가장 높게 나타났고, 부산 71개 6.9% 광주 57개 5.5%, 경기도 47개 4.5%, 대구 43개 4.1%, 경상남도 39개 3.8%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 6,352억원 89.4%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 185억원 2.6%, 경기도 121억원 1.7%, 대전 109억원 1.5%, 부산 103억원 1.5%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 9.8억원, 대전 5.3억원, 대구 4.3억원, 인천 2.9억원, 경기도 2.5억원, 제주도 2.4억원, 전라남도 2.0억원의 순으로 나타났다.

### 1.1.3. 서비스

표 1-1-9 >> 서비스 세부업종별 취급액

세부업종		사업체수*(개소)	사업체 구성비 (%)	취급액(백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)
마케팅·리서치		108	25.4	15,056	4.9	139
PR		162	38.0	63,808	20.8	394
SP	버스	107	25.1	5,027	1.6	47
	지하철	110	25.8	26,752	8.7	243
	고속철	81	19.0	190	0.1	2
	극장	84	19.7	722	0.2	9
	기타	152	35.7	23,551	7.7	155
전체		186	43.7	56,243	18.3	302
이벤트		243	57.0	153,288	50.0	630
Space Design		133	31.2	18,399	6.0	138
전체		426	100.0	306,793	100.0	721

\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

광고관련 서비스업을 하는 사업체수는 426개, 총 취급액은 3,067억원, 평균취급액은 7.2억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 8.4%, 취급액 3.8%이며, 평균취급액은 전체평균의 약 2분의 1 수준이다.

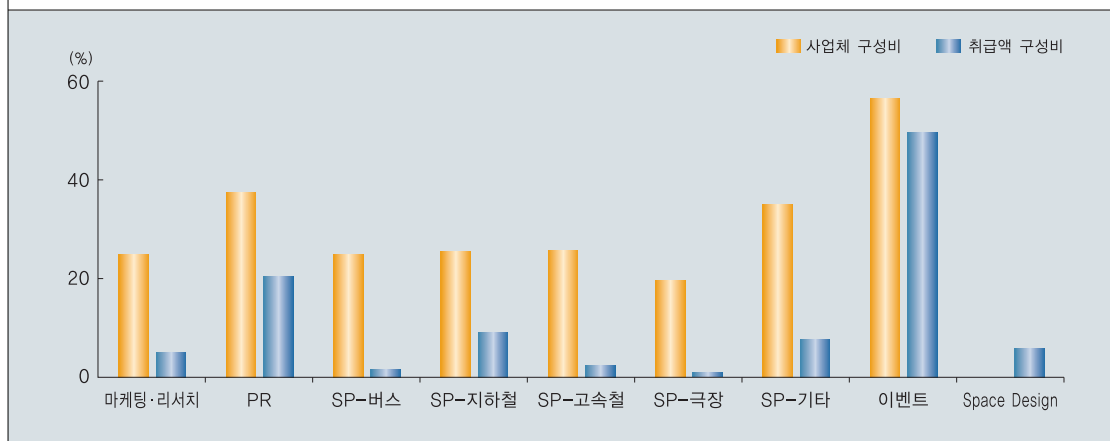
서비스업을 5개(마케팅·리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design)의 세부업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 이벤트업이 243개 57.0%로 가장 높게 나타났고, SP 186개 43.7%, PR 162개 38.0%, Space Design 133개 31.2%, 마케팅·리서치 108개 25.4%의 순으로 나타났다.

취급액을 기준으로 보면 이벤트업이 1,532억원 50.0%로 가장 높고, PR 6,380억원 20.8%, SP 562억원 18.3% 순으로 높게 나타났다. 마찬가지로 사업체당 평균 취급액도 이벤트 6.3억원, PR 3.9억원, SP 3.0억원 순으로 높게 나타났다.

SP 업종을 세분하면, 지하철 광고업이 110개 267억원, 버스 광고업이 107개 50억원으로 많이 나타났다.



그림 1-1-5 >> 서비스 업종별 취급액



마케팅·리서치는 사업체 108개 25.4%, 취급액 150억원 4.9%, PR은 사업체 162개 38.0%, 취급액 638억원 20.8%로 나타났다.

SP 전체는 사업체 186개 43.7%, 취급액 562억원 18.3%의 비중을 차지하며, SP의 세부업종으로 버스는 사업체 107개 25.1%, 취급액 50억원 1.6%, 지하철은 사업체 110개 25.8%, 취급액 267억원 8.7%, 고속철은 사업체 81개 19.0%, 취급액 1.9억원 0.1%, 극장 사업체 84개 19.7%, 취급액 7억원 0.2%, 기타는 사업체 152개 35.7%, 취급액 235억원 7.7%로 나타났다.

이벤트는 사업체 243개 57.0%, 취급액 1,532억원 50.0%, Space Design은 사업체 133개 31.2%, 취급액 183억원으로 나타났다.

표 1-1-10 >> 지역별 서비스업 취급액

지역	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
서울	314	73.8	274,904	89.6	876
부산	14	3.3	3,543	1.2	256
대구	15	3.5	4,604	1.5	308
인천	4	1.0	127	0.0	30
광주	19	4.4	2,020	0.7	108
대전	7	1.6	3,046	1.0	437
울산	4	1.0	636	0.2	150
경기도	20	4.6	14,156	4.6	721
강원도	4	1.0	170	0.1	40
충청북도	2	0.4	254	0.1	147
충청남도	2	0.4	692	0.2	400
전라북도	9	2.2	2,044	0.7	217
전라남도	4	1.0	152	0.0	36
경상북도	6	1.4	358	0.1	60
제주도	2	0.4	86	0.0	50
전체	426	100.0	306,793	100.0	721

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 314개 73.8%로 가장 높게 나타났고, 경기도 20개 4.6%, 광주 19개 4.4%, 대구 15개 3.5%, 부산 14개 3.3%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 2,749억원 89.6%로 월등하게 높게 나타났고, 경기도 141억원 4.6%, 대구 46억원 1.5%, 부산 35억원 1.2%, 대전 30억원 1.0%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 8.7억원, 경기도 7.2억원, 대전 4.3억원, 충청남도 4.0억원, 대구 3.0억원의 순으로 나타났다.

#### 1.1.4. 인쇄

표 1-1-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액

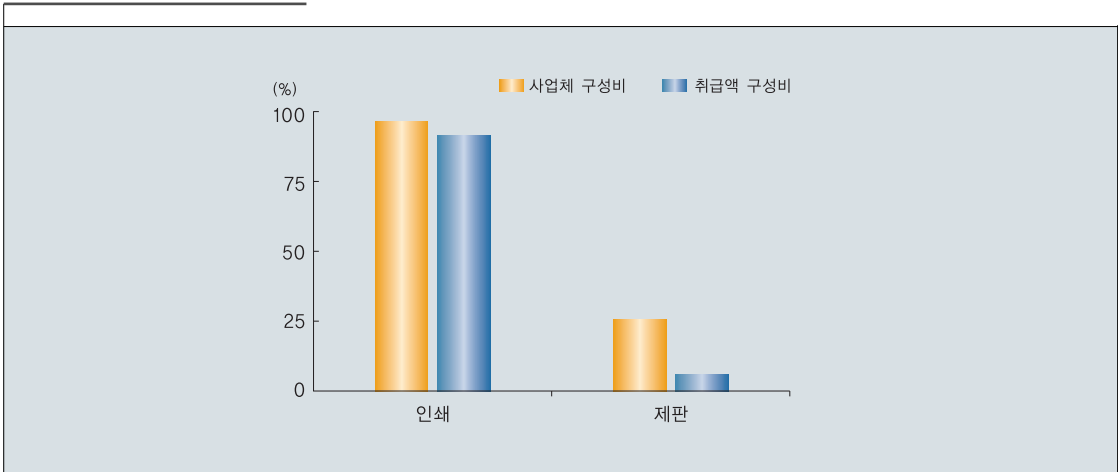
세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비 (%)	취급액(백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)
인쇄	1,632	98.6	314,429	93.3	193
제판	439	26.5	22,638	6.7	52
전체	1,656	100.0	337,068	100.0	204

\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

광고관련 인쇄업을 하는 사업체수는 1,656개, 총 취급액은 3,370억원, 평균취급액은 2.0억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 32.5%, 취급액 4.2%이며, 평균취급액은 전체평균의 약 10분의 1 수준이다.

인쇄업을 2개(인쇄, 제판)의 세부업종으로 구분하면, 사업체수는 인쇄업이 1,632개 98.6%, 제판업이 439개 26.5%이며, 취급액은 인쇄 3,144억원 93.3%, 제판 226억원 6.7%이며, 사업체당 평균 취급액은 인쇄 1.9억원, 제판 5천만원으로 나타났다.

그림 1-1-6 >> 인쇄 업종별 취급액



인쇄는 사업체 1,632개 98.6%, 취급액 3,144억원 93.3%, 제판은 사업체 439개 26.5%, 취급액 226억원 6.7%로 나타났다.

표 1-1-12 >> 지역별 인쇄업 취급액

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	883	53.4	234,865	69.7	266
	부산	146	8.8	27,670	8.2	190
	대구	113	6.8	24,335	7.2	216
	인천	10	0.6	1,132	0.3	111
	광주	72	4.3	4,631	1.4	65
	대전	15	0.9	4,531	1.3	308
	울산	13	0.8	848	0.3	67
	경기도	161	9.7	18,770	5.6	117
	강원도	34	2.0	1,556	0.5	46
	충청북도	39	2.4	3,448	1.0	88
	충청남도	21	1.3	452	0.1	21
	전라북도	19	1.1	768	0.2	41
	전라남도	38	2.3	2,271	0.7	60
	경상북도	27	1.6	4,660	1.4	171
	경상남도	51	3.1	5,568	1.7	109
	제주도	14	0.9	1,563	0.5	108
전체		1,656	100.0	337,068	100.0	204

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 883개 53.4%로 가장 높게 나타났고, 경기도 161개 9.7%, 부산 146개 8.8%, 대구 113개 6.8%, 광주 72개 4.3%, 경상남도 51개 3.1%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 2,348억원 69.7%로 나타났고, 부산 276억원 8.2%, 대구 243억원 7.2%, 경기도 187억원 5.6%, 경상남도 55억원 1.7%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 대전 3.0억원, 서울 2.6억원, 대구 2.1억원, 부산 1.9억원의 순으로 나타났다.

### 1.1.5. 기타

표 1-1-13 >> 기타 세부업종별 취급액

세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비 (%)	취급액(백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)
광고물 기획편집	2,156	95.1	423,254	60.7	196
장비취급 등 기타	540	23.8	274,339	39.3	508
전체	2,268	100.0	697,593	100.0	308

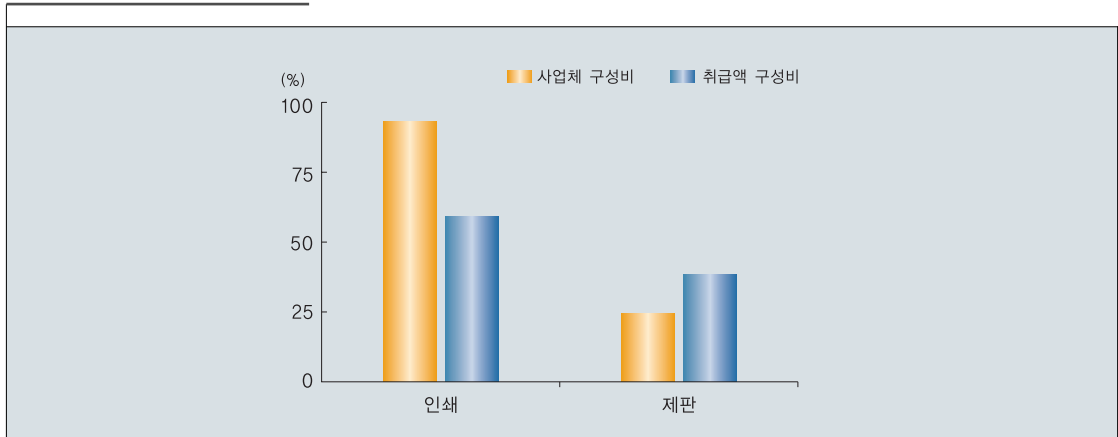
\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

광고관련 기타업종은 광고물 기획·편집, 장비취급 등의 업종이다. 이에 해당하는 사업체수는 2,268개, 총 취급액은 6,975억원, 평균취급액은 3.0억원으로 나타났다. 광고업 전체에서 차지하는 비중은 사업체수

44.5%, 취급액 8.7%이며, 평균취급액은 전체평균의 약 5분의 1 수준으로 사업체 규모가 영세하여 사업체 수에 비하여 발생하는 매출이 극히 작은 것으로 나타났다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고물 기획·편집 2,156개 95.1%, 장비취급 등 기타 업종이 540개 23.8%로 나타났다. 취급액은 광고물 기획·편집업이 4,232억원 60.7%로 사업체수 비중보다 낮아지고, 장비취급 등 기타 업종은 2,743억원 39.3%로 사업체수 비중보다 높아졌다. 따라서 사업체당 평균 취급액은 광고물 기획·편집 1.9억원 보다 장비취급 등 기타 업종이 5.0억원으로 높게 나타났다.

그림 1-1-7 >> 기타 업종별 취급액



광고물 기획편집은 사업체 2,156개 95.1%, 취급액 4,232억원 60.7%, 장비취급등 기타는 사업체 540개 23.8%, 취급액 2,743억원 39.3%로 나타났다.

표 1-1-14 >> 지역별 기타업 취급액

지역	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
서울	1,023	45.1	500,909	71.8	490
부산	193	8.5	37,314	5.3	193
대구	174	7.7	31,554	4.5	181
인천	44	1.9	5,355	0.8	121
광주	144	6.4	40,829	5.9	283
대전	68	3.0	11,075	1.6	163
울산	14	0.6	2,247	0.3	155
경기도	160	7.0	31,917	4.6	200
강원도	44	1.9	7,204	1.0	163
충청북도	52	2.3	4,761	0.7	92
충청남도	51	2.2	1,411	0.2	28
전라북도	63	2.8	2,954	0.4	47
전라남도	72	3.2	3,779	0.5	52
경상북도	57	2.5	4,533	0.6	80
경상남도	82	3.6	8,405	1.2	103
제주도	27	1.2	3,345	0.5	123
전체	2,268	100.0	697,593	100.0	308

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,023개 45.1%로 가장 높게 나타났고, 부산 193개 8.5%, 대구 174개 7.7%, 경기도 160개 7.0% 광주 144개 6.4%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 5,009억원 71.8%로 나타났고, 광주 408억원 5.9%, 부산 373억원 5.3%, 경기도 319억원 4.6%, 대구 315억원 4.5%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 4.9억원, 광주 2.8억원, 경기도 2.0억원, 부산 1.9억원, 대구 1.8억원의 순으로 나타났다.

## 1.2. 대형 광고업체

표 1-2-1 >> 광고업종별 취급액(대형)

업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비 (%)	취급액(백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)
광고(종합)대행	100	100.0	4,569,303	87.6	45,693
광고제작	54	54.0	401,912	7.7	7,443
서비스	28	28.0	73,159	1.4	2,613
인쇄	11	11.0	28,401	0.5	2,582
기타	17	17.0	144,202	2.8	8,482
전체	100	100.0	5,216,977	100.0	52,170

\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타남.

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 따로 살펴보면, 사업체수는 100개로 전체의 2.0%, 취급액 기준 전체 규모는 5조 2,169억원으로 전체의 65.0%를 차지하고 있다.

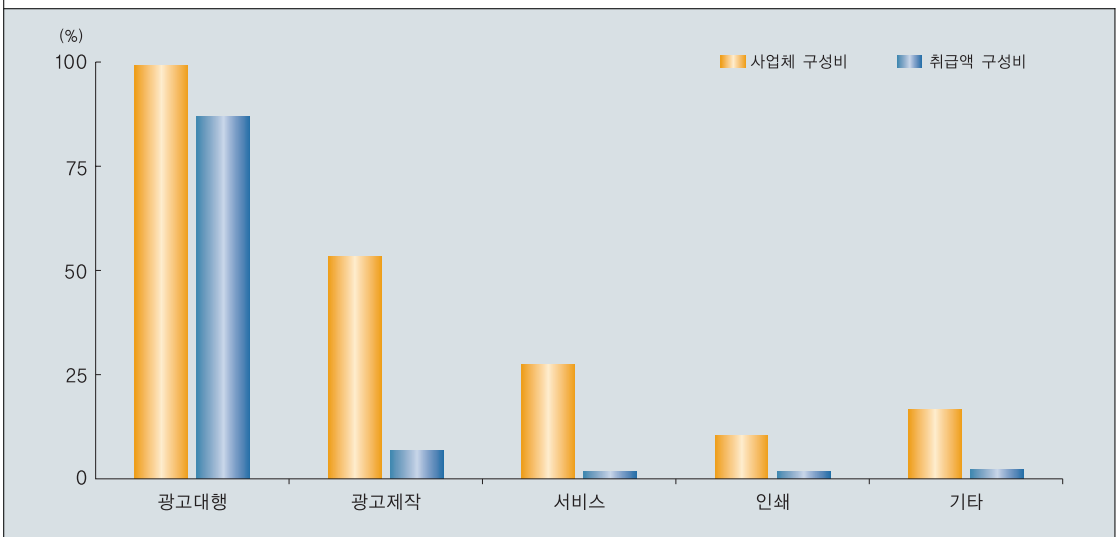
사업체수를 업종별로 구분하면 광고(종합)대행 업종을 하는 사업체가 100개 100.0%로 가장 높게 나타났고, 광고제작 54개 54.0%, 서비스 28개 28.0%, 인쇄 11개 11.0%, 기타 17개 17.0% 으로 나타났다. 전체와 비교하면 광고(종합)대행, 광고제작, 서비스 업종의 비중이 각각 65.3%p, 33.6%p, 19.6%p 높고, 인쇄와 기타 업종의 비중이 각각 21.5%p, 27.5%p 낮게 나타났다.

취급액을 업종별로 구분하면, 광고(종합)대행업이 4조 5,693억원 87.6%로 가장 높게 나타났고, 광고제작 4,019억원 7.7%, 기타 1,442억원 2.8%, 서비스 731억원 1.4% 인쇄 284억원 0.5%의 순으로 나타났다. 전체와 비교하면 광고(종합)대행 비중이 13.2%p 높고, 광고제작, 서비스, 인쇄, 기타 업종은 각각 1.1%p, 2.4%p, 3.7%p, 5.9%p 낮게 나타났다.

대형업체의 사업체당 평균취급액은 521.7억원으로 전체 평균의 약 33배이다. 업종별로 구분하면, 광고(종합)대행 456.9억원, 기타 84.8억원, 광고제작 74.4억원, 서비스 26.1억원, 인쇄 25.8억원 순으로 나타났다. 전체와 비교하면 광고(종합)대행, 광고제작, 인쇄, 기타업종이 각각 13.5배, 10.8배, 12.6배, 27.5배

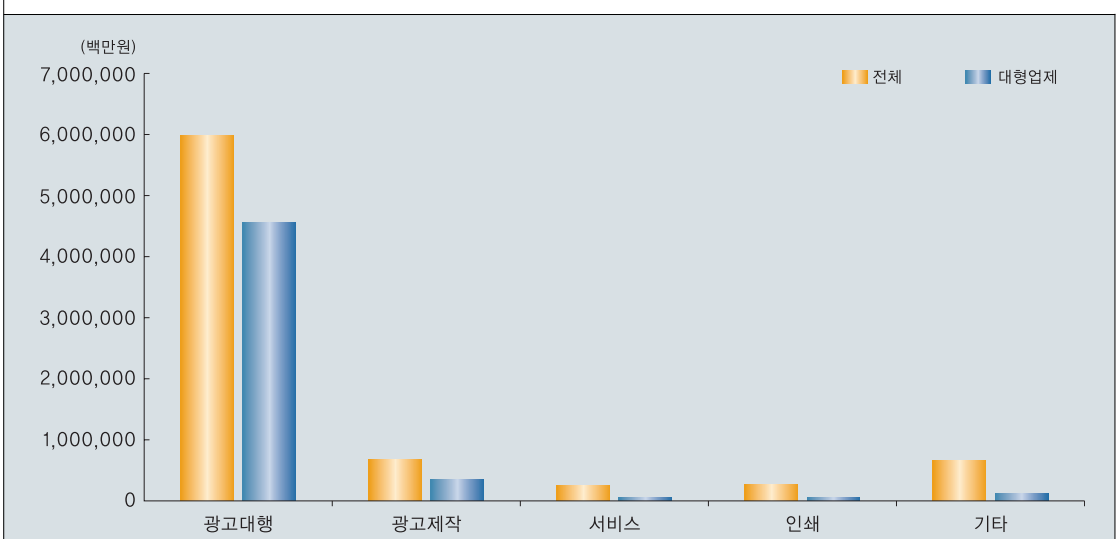
매우 높게 나타났으며, 서비스 업종만이 상대적으로 낮아 3.6배 높게 나타났다.

그림 1-2-1 >> 광고업종별 취급액(대형)



광고(종합)대행은 사업체 100개 100.0%, 취급액 4조 5,693억원 87.6%, 광고제작은 사업체 54개 54.0%, 취급액 4,019억원 7.7%, 서비스는 사업체 28개 28.0%, 취급액 731억원 1.4%, 인쇄는 사업체 11개 11.0%, 취급액 284억원 0.5%, 기타는 사업체 17개 17.0%, 취급액 1,442억원 2.8%로 나타났다.

그림 1-2-2 >> 광고업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고(종합)대행업은 전체 5조 9,743억원 중 대형업체에서 4조 5,693억원 76.5%를 차지하고, 광고제작은 전체 7,101억원 중 대형업체에서 4,019억원 56.6%를 차지하고, 서비스는 전체 3,067억원 중 대형업체에서 731억원 23.8%를 차지하고, 인쇄는 전체 3,370억원 중 대형업체에서 284억원 8.4%를 차지하고, 기타는 전체 6,975억원 중 대형업체에서 1,442억

원 20.7%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-2 >> 지역별 광고업 취업액(대형)

지역	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
지역	서울	82	82.0	5,123,058	98.2	62,476
	부산	4	4.0	31,150	0.6	7,788
	대구	5	5.0	35,163	0.7	7,033
	인천	1	1.0	3,568	0.1	3,568
	광주	3	3.0	11,974	0.2	3,991
	대전	2	2.0	7,045	0.1	3,522
	전라북도	2	2.0	3,487	0.1	1,743
	전라남도	1	1.0	1,531	0.0	1,531
전체	100	100.0	5,216,976	100.0	52,170	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 82개 82.0%로 가장 높게 나타났고, 대구 5개 5.0%, 부산 4개 4.0%, 광주 3개 3.0%의 순으로 나타났다.

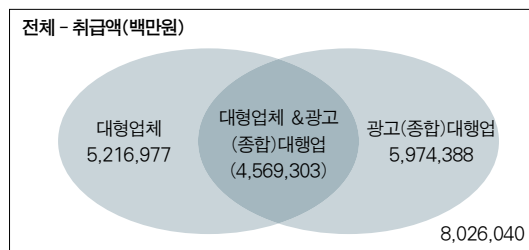
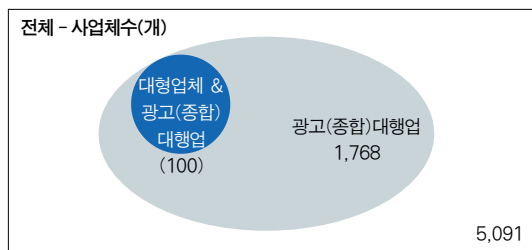
지역별로 취업액은 서울이 5조 1,230억원 98.2%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 351억원 0.7%, 부산 311억원 0.6%, 광주 119억원 0.2%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 624.7억원, 부산 77.8억원, 대구 70.3억원, 광주 39.9억원, 인천 35.6억원, 대전 35.2억원의 순으로 나타났다.

### 1.2.1 광고(종합)대행

표 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취업액(대형)

세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비 (%)	취급액(백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)
광고대행, 매체대행	100	100.0	4,567,752	100.0	45,678
광고기획, 전략대행	22	22.0	1,551	0.0	70
전체	100	100.0	4,569,303	100.0	45,693



\* 사업체수는 중복 응답된 결과로, 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

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

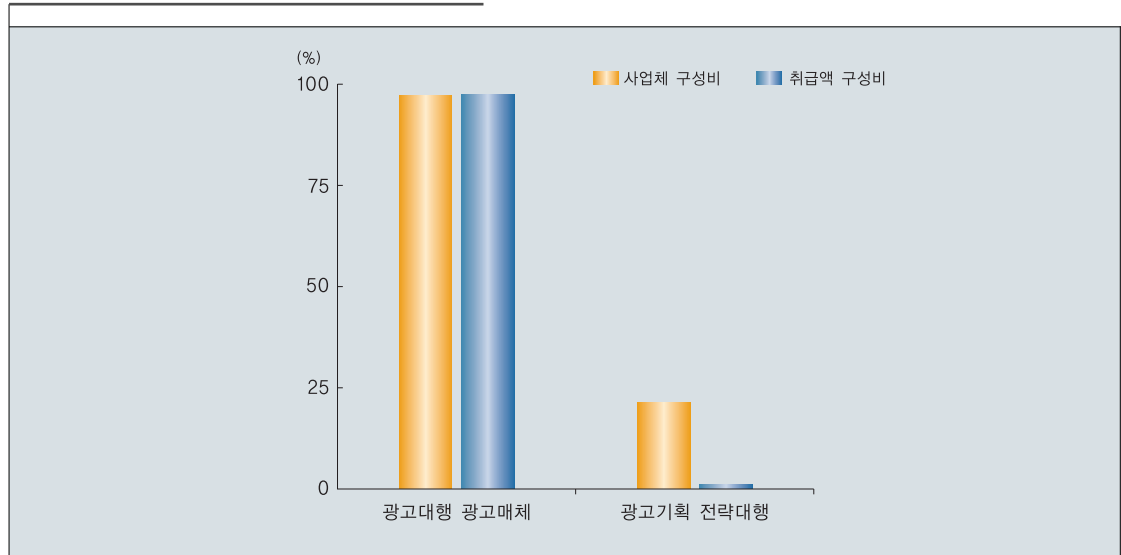
세부업종으로 살펴보면, 사업체수는 광고대행·매체대행이 100개 100.0%로 대부분을 차지하며, 광고기획·전략대행은 22개 22.0%를 차지한다. 취급액은 광고대행·매체대행이 4조 5,677억원 100.0%로 거의 모두를 차지하며, 사업체수 비중보다 높게 나타났고, 광고기획·전략대행은 15억원 0.0%로 나타났다.

사업체당 평균 취급액은, 광고대행·매체대행은 456.7억원으로 나타났고, 광고기획·전략대행은 0.7천만원으로 상대적으로 매우 작게 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,091개 중 대형업체 & 광고(종합)대행업은 100개 2.0%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 광고(종합)대행업은 100개 100%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 사업체 1,768개 중 대형업체는 100개 5.7%의 비중을 차지한다.

취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 260억원 중 대형업체 & 광고(종합)대행업은 4조 5,693억원 56.9%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 2,169억원 중 광고(종합)대행업은 4조 5,693억원 87.6%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 취급액 5조 9,743억원 중 대형업체는 4조 5,693억원 76.5%의 비중을 차지한다.

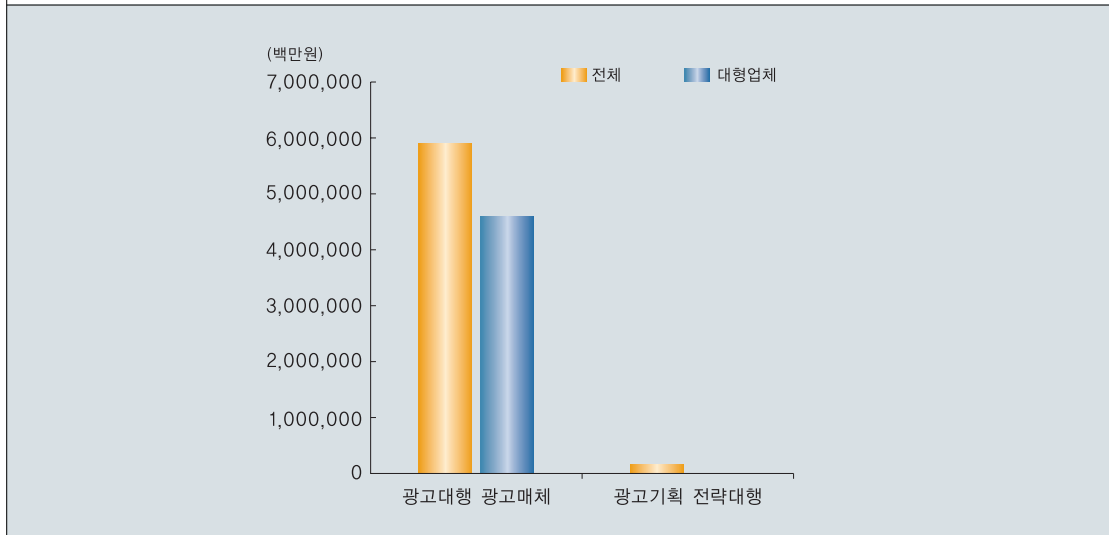
그림 1-2-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(대형)



광고대행·매체대행은 사업체 100개 100.0%, 취급액 4조 5,677억원 100.0%, 광고기획·전략대행은 사업체 22개 22.0%, 취급액 15억원 0.0%로 나타났다.



그림 1-2-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행·매체대행은 전체 5조 8,609억원 중 대형업체에서 4조 5,677억원 77.9%를 차지하고, 광고기획·전략대행은 전체 1,134억원 중 대형업체에서 150억원 1.4%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액(대형)

지역	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
지역	서울	82	82.0	4,493,123	98.3	54,794
	부산	4	4.0	30,147	0.7	7,537
	대구	5	5.0	22,384	0.5	4,477
	인천	1	1.0	3,568	0.1	3,568
	광주	3	3.0	10,048	0.2	3,349
	대전	2	2.0	5,427	0.1	2,713
	전라북도	2	2.0	3,275	0.1	1,637
	전라남도	1	1.0	1,331	0.0	1,331
전체	100	100.0	4,569,303	100.0	45,693	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 82개 82.0%로 가장 높게 나타났고, 대구 5개 5.0%, 부산 4개 4.0%, 광주 3개 3.0%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 4조 4,931억원 98.3%로 월등하게 높게 나타났고, 부산 301억원 0.7%, 대구 223억원 0.5%, 광주 100억원 0.2%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 547.9억원, 부산 75.3억원, 대구 44.7억원, 인천 35.6억원, 광주 33.4억원의 순으로 나타났다.

표 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)

		사업체수*	사업체 구성비(%)	광고비(백만원)	광고비 구성비(%)	평균광고비(백만원)
4대매체	TV	100	100.0	2,208,898	48.4	22,089
	라디오	99	99.0	235,523	5.2	2,379
	신문	86	86.0	784,884	17.2	9,127
	잡지	78	78.0	209,001	4.6	2,679
뉴미디어	케이블	87	87.0	214,443	4.7	2,465
	온라인	53	53.0	38,349	0.8	724
	모바일	22	22.0	-	-	-
옥외		70	70.0	630,754	13.8	9,011
기타		58	58.0	245,900	5.4	4,240
전체		100	100.0	4,567,752	100.0	6,995

\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

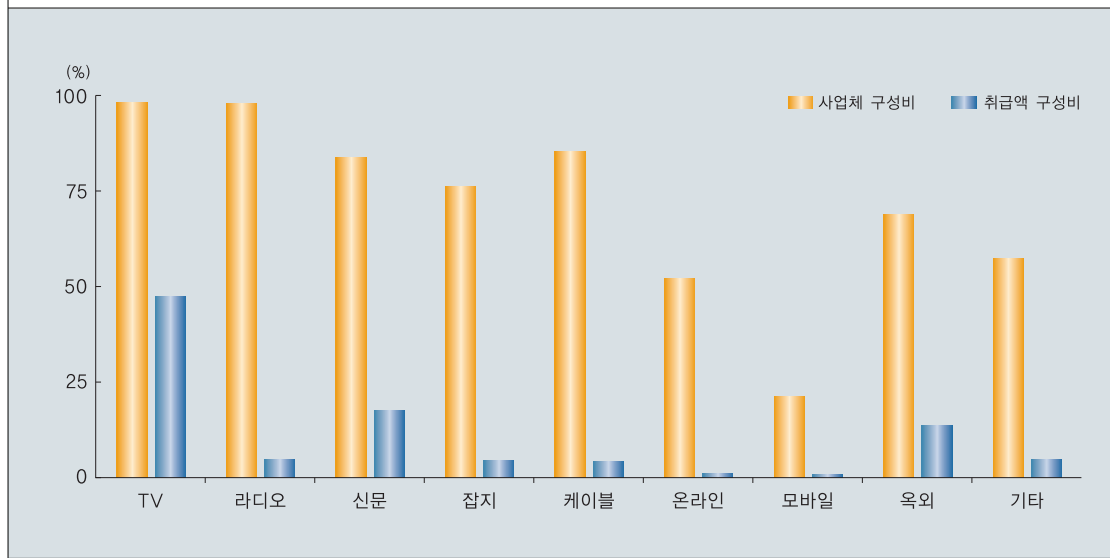
대형업체 광고(종합)대행업 중 광고대행·매체대행의 취급액 4조 5,677억원을 매체별로 구분하면, 사업체수는 TV광고업을 하는 사업체가 100개 100.0%로 가장 많고, 라디오 99개 99.0%, 케이블 87개 87.0%의 순으로 많게 나타났다. 취급액은 TV 대행 취급액이 2조 2,088억원 48.4%로 가장 높으며, 신문 7,848억원 17.2%, 옥외 6,307억원 13.8% 순으로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

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

대형업체 광고대행·매체대행업 광고비를 다시 크게 구분하면, 영향력이 큰 주요4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고대행 취급액은 3조 4,383억원으로 전체의 75.3%를 차지하며, 뉴미디어(케이블, 온라인, 모바일) 취급액은 2,527억원 5.5%, 옥외광고 6,307억원 13.8%, 기타 2,459억원 5.4%로 나눌 수 있다. 일반업체를 포함한 전체와 비교하면, 주요4대 매체 비중이 65.8%에서 75.3%로 더욱 크게 나타났다.

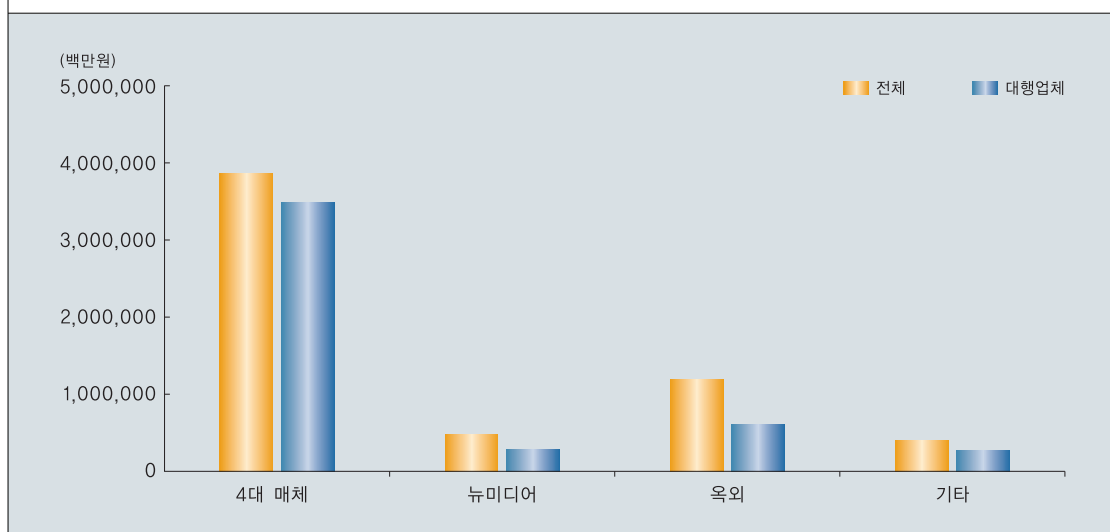
사업체당 평균 취급액은 TV 220.8억원, 신문 91.2억원, 옥외 90.1억원의 순으로 나타났다. 일반업체를 포함한 전체의 평균 취급액 TV 102.8억원, 신문 13.8억원, 옥외 11.2억원과 비교하면 대형업체는 평균광고비의 비중이 전체적으로 높은 것으로 나타났다.

그림 1-2-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(대형)



4대매체의 TV는 사업체 100개 100.0%, 취급액 2조 2,088억원 48.4%, 라디오는 사업체 99개 99.0%, 취급액 2,355억원 5.2%, 신문은 사업체 86개 86.0%, 취급액 7,848억원 17.2%, 잡지는 사업체 78개 78.0%, 취급액 2,090억원 4.6%로 나타났고, 뉴미디어의 케이블은 사업체 87개 87.0%, 취급액 2,144억원 4.7%, 온라인은 사업체 53개 53.0%, 취급액 383억원 0.8%, 옥외는 사업체 70개 70.0%, 취급액 6,307억원 13.8%, 기타는 사업체 58개 58.0%, 취급액 2,459억원 5.4%로 나타났다.

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



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 4대매체는 전체 3조 8,514억원 중 대형업체에서 3조 4,383억원 89.3%를 차지하고, 뉴미디어는 전체 4,478억원 중 대형업체에서 2,527억원 56.4%를 차지하고, 옥외는 전체 1조 1,742억원 중 대형업체에서 6,307억원 53.7%를 차지하고, 기타는 전체 3,873

억원 중 대형업체에서 2,459억원 63.5%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	82	82.0	4,491,692	98.3	54,777
	부산	4	4.0	30,067	0.7	7,517
	대구	5	5.0	22,361	0.5	4,472
	인천	1	1.0	3,556	0.1	3,556
	광주	3	3.0	10,043	0.2	3,348
	대전	2	2.0	5,427	0.1	2,713
	전라북도	2	2.0	3,275	0.1	1,637
	전라남도	1	1.0	1,331	0.0	1,331
전체		100	100.0	4,567,752	100.0	45,678

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 82개 82.0%로 가장 높게 나타났고, 대구 5개 5.0%, 부산 4개 4.0%, 광주 3개 3.0%의 순으로 나타났다.

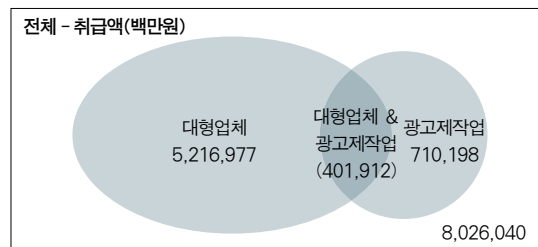
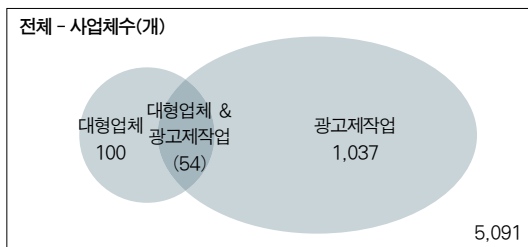
지역별로 취급액은 서울이 4조 4,916억원 98.3%로 월등하게 높게 나타났고, 부산 300억원 0.7%, 대구 223억원 0.5%, 광주 100억원 0.2%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 547.7억원, 부산 75.1억원, 대구 44.7억원, 인천 35.5억원, 광주 33.4억원의 순으로 나타났다.

## 1.2.2. 광고제작

표 1-2-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비(%)	취급액 (백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)
CM/영상/카피/그래픽제작	54	100.0	395,688	98.5	7,328
온라인제작	9	16.7	5,313	1.3	590
광고사진 스튜디오	7	13.0	798	0.2	114
CI	7	13.0	114	0.0	16
전체	54	100.0	401,912	100.0	7,443



\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타남다.

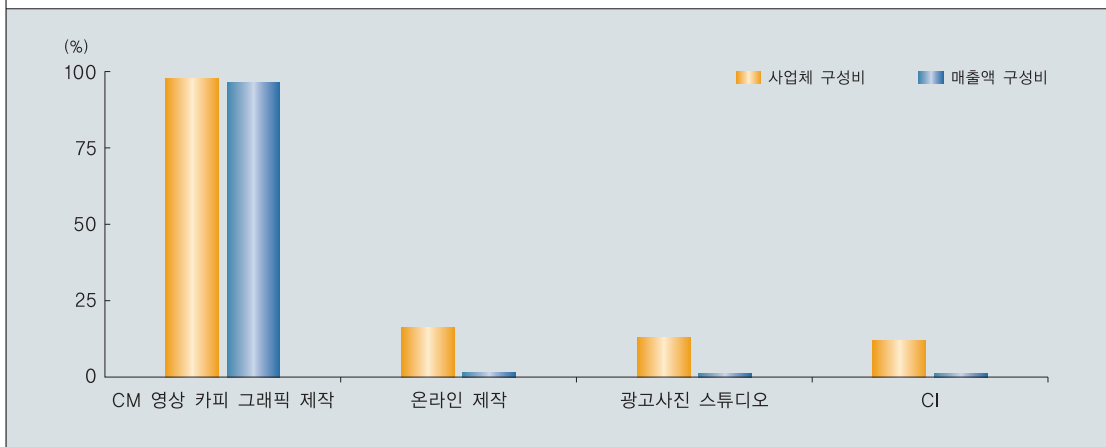
대형업체에서 광고제작업을 하는 사업체수는 54개, 총 취급액은 4,019억원, 평균취급액은 74.4억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 54.0%, 취급액 7.7% 이다.

광고제작업을 4개 세부업종(CM·영상·카피·그래픽제작, 온라인제작, 광고사진 스튜디오, CI)으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 CM·영상·카피·그래픽제작을 하는 사업체가 54개 100.0%로 가장 많으며, 취급액을 기준으로 보면 그 비중이 더욱 높아져 3,956억원 98.5%로 대부분을 차지한다. 사업체당 평균 취급액도 CM·영상·카피·그래픽제작 업종이 73.2억원으로 가장 높다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,091개 중 대형업체 & 광고제작업은 54개 1.1%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 광고제작업은 54개 54.0%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 사업체 1,037개 중 대형업체는 54개 5.2%의 비중을 차지한다.

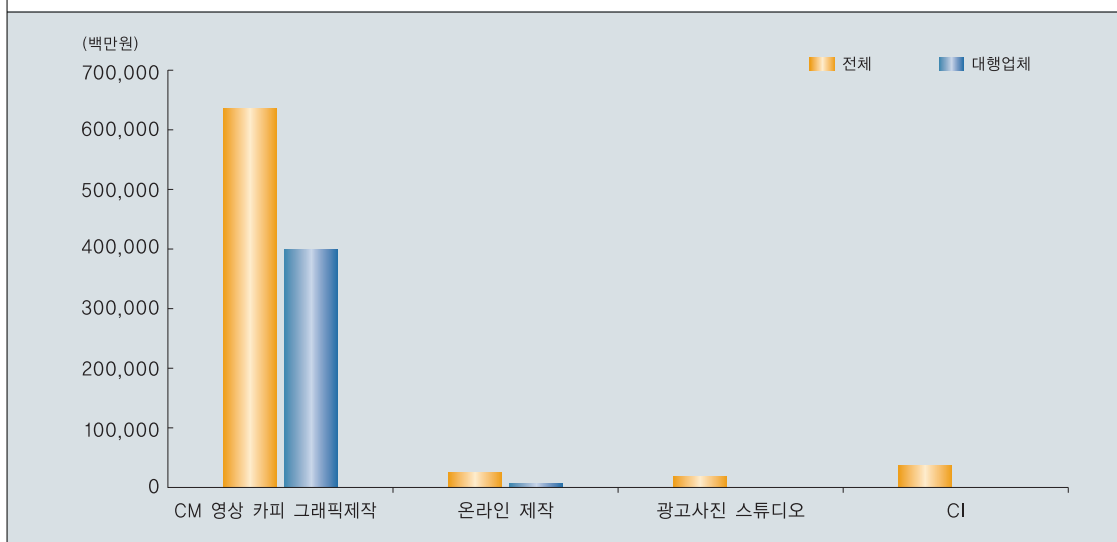
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 260억원 중 대형업체 & 광고제작업은 4,019억원 5.0%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 2,169억원 중 광고제작업은 4,019억원 7.7%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 취급액 7,101억원 중 대형업체는 4,019억원 56.6%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(대형)



CM·영상·카피·그래픽제작은 사업체 54개 100.0%, 취급액 3,956억원 98.5%, 온라인제작은 사업체 9개 16.7%, 취급액 53억원 1.3%, 광고사진스튜디오는 사업체 7개 13.0%, 취급액 7억원 0.2%, CI는 사업체 7개 13.0%, 취급액 1억원 0.0%로 나타났다.

그림 1-2-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, CM·영상·카피·그래픽제작은 전체 6,330억 원 중 대형업체에서 3,956억 원 62.5%를 차지하고, 온라인제작은 전체 239억 원 중 대형업체에서 53억 원 22.2%를 차지하고, 광고사진 스튜디오는 전체 172억 원 중 대형업체에서 7억 원 4.6%를 차지하고, CI는 전체 359억 원 중 대형업체에서 1억 원 0.3%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-8 >> 지역별 광고제작업 취급액(대형)

지역	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	44	392,855	97.7	8,929
	부산	2	703	0.2	352
	대구	2	5,572	1.4	2,786
	광주	2	1,226	0.3	613
	대전	2	1,144	0.3	572
	전라북도	1	212	0.1	212
	전라남도	1	200	0.0	200
전체	54	100.0	401,912	100.0	7,443

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 44개 81.5%로 가장 높게 나타났고, 부산, 대구, 광주, 대전이 2개 3.7%의 순으로 나타났다.

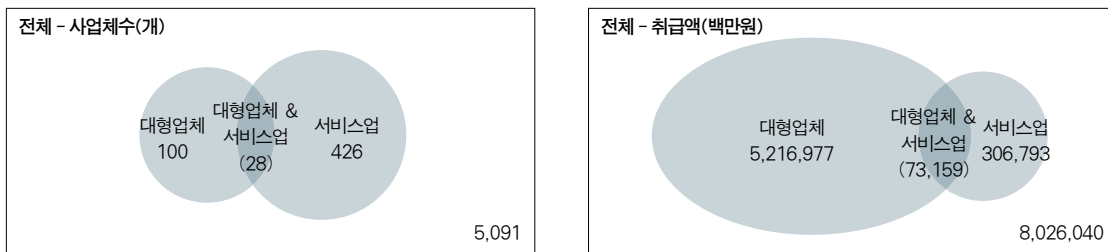
지역별로 취급액은 서울이 3,928억 원 97.7%로 월등하게 높게 나타났고, 대구 55억 원 1.4%, 광주 12억 원 0.3%, 대전 11억 원 0.3%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 89.2억 원, 대구 27.8억 원, 광주 6.1억 원의 순으로 나타났다.

### 1.2.3. 서비스

표 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
마케팅·리서치	16	57.1	8,723	11.9	545	
PR	12	42.9	10,721	14.7	893	
SP	버스	10	35.7	1,399	1.9	140
	지하철	11	39.3	3,661	5.0	333
	고속철	8	28.6	139	0.2	17
	극장	8	28.6	253	0.3	32
	기타	7	25.0	-	-	0
	전체	11	39.3	5,452	7.5	496
이벤트	18	64.3	47,198	64.5	2,622	
Space Design	7	25.0	1,066	1.5	152	
합계	28	100.0	73,159	100.0	2,613	



\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타남다.

대형업체에서 서비스업을 하는 사업체수는 28개, 총 취급액은 731억원, 평균취급액은 26.1억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 28.0%, 취급액 1.4% 이다.

서비스업을 5개(마케팅·리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design)의 세부업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 이벤트 18개 64.3%, 마케팅·리서치 16개 57.1%, PR 12개 42.9%순으로 나타나고, 취급액은 이벤트 471억원 64.5%, PR 107억원 14.7%, 마케팅·리서치 87억원 11.9% 순으로 나타났다. 평균취급액은 이벤트 26.2억원, PR 8.9억원, 마케팅·리서치 5.4억원 순으로 높게 나타났다.

일반업체를 포함한 서비스업 전체와 비교하면, 사업체수는 전체가 이벤트, SP, PR 순으로 높았으나 대형업체는 이벤트, 마케팅·리서치, PR 순으로 높고, 취급액은 전체가 이벤트, PR, SP 순으로 높았으나 대형업체는 이벤트, PR, 마케팅·리서치 순으로 높게 나타나는 차이를 보였다.

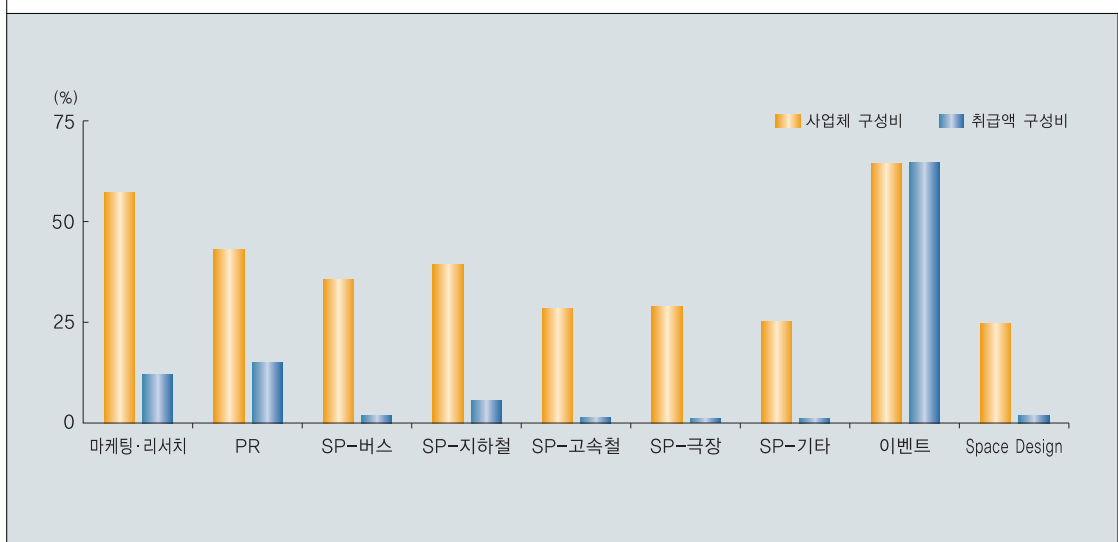
SP 업종을 세분하면, 지하철 광고업이 11개 36억원으로, 버스 광고업이 10개 13억원으로 SP 업종의 대부분을 차지한다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,091개 중 대형업체 & 서비스업은 28개 0.5%

의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 서비스업은 28개 28.0%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 사업체 426개 중 대형업체는 28개 6.6%의 비중을 차지한다.

취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 260억원 중 대형업체 & 서비스업은 731억원 0.9%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 2,169억원 중 서비스는 731억원 1.4%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 취급액 3,067억원 중 대형업체는 731억원 23.8%의 비중을 차지한다.

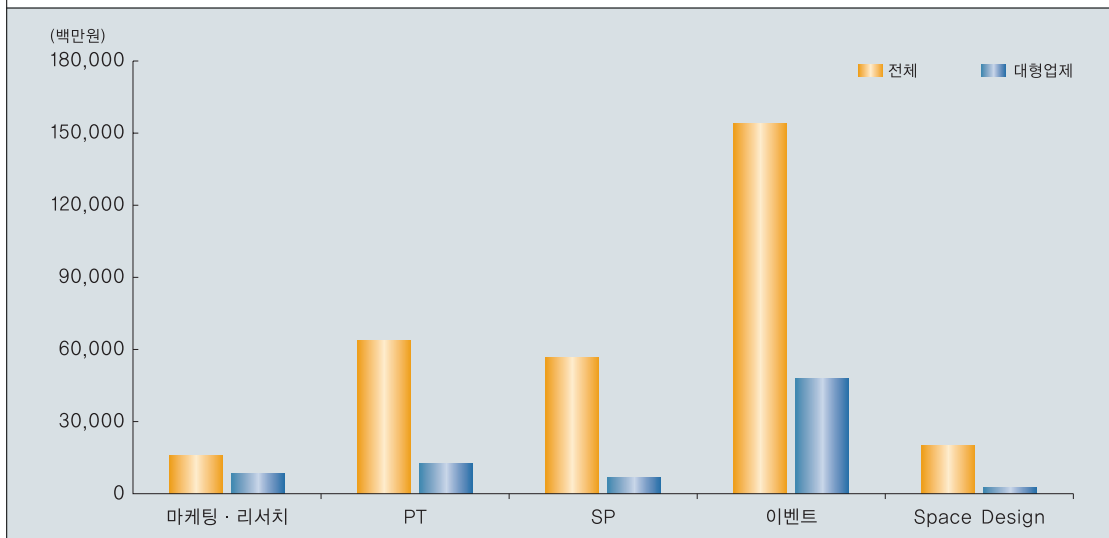
그림 1-2-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(대형)



마케팅·리서치는 사업체 16개 57.1%, 취급액 87억원 11.9%, PR은 사업체 12개 42.9%, 취급액 107억원 14.7%, SP는 사업체 11개 39.3%, 취급액 54억원 7.5%, 이벤트 사업체 18개 64.3%, 취급액 471억원 64.5%, Space Design 사업체 7개 25.0%, 취급액 10억원 1.5%로 나타났다. SP의 세부업종을 살펴보면, 버스는 사업체 10개 35.7%, 취급액 13억원 1.9%, 지하철은 사업체 11개 39.3%, 취급액 36억원 5.0%, 고속철은 사업체 8개 28.6%, 취급액 1억원 0.2%, 극장은 사업체 8개 28.6%, 취급액 2억원 0.3%로 나타났다.



그림 1-2-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 마케팅 · 리서치는 전체 150억원 중 대형업체에서 87억원 57.9%를 차지하고, PR은 전체 638억원 중 대형업체에서 107억원 16.8%를 차지하고, SP은 전체 562억원 중 대형업체에서 54억원 9.7%를 차지하고, 이벤트는 전체 1,532억원 중 대형업체에서 471억원 30.8%를 차지하고, Space Design은 전체 183억원 중 대형업체에서 10억원 5.8%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-10 >> 지역별 서비스업 취급액(대형)

지역	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	24	70,623	96.5	2,943
	대구	3	2,162	3.0	721
	대전	1	374	0.5	374
전체	28	100.0	73,159	100.0	2,613

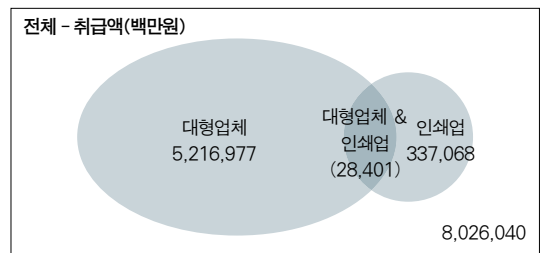
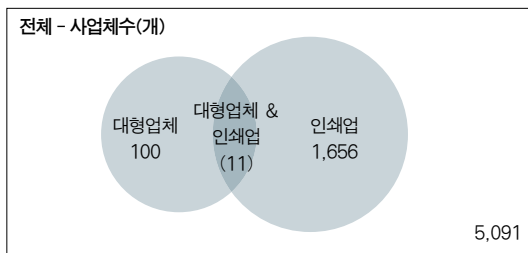
지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 24개 85.7%로 가장 높게 나타났고, 대구 3개 10.7%, 대전 1개 3.6%의 순으로 나타났고, 취급액은 서울이 706억원 96.5%로 가장 높게 나타났고, 대구 21억원 3.0%, 대전 3억원 0.5%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 29.4억원, 대구 7.2억원, 대전 3.7억원의 순으로 나타났다.

## 1.2.4. 인쇄

표 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
인쇄	11	100.0	28,309	99.7	2,574
제판	4	36.4	92	0.3	23
합계	11	100.0	28,401	100.0	2,582



\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타남다.

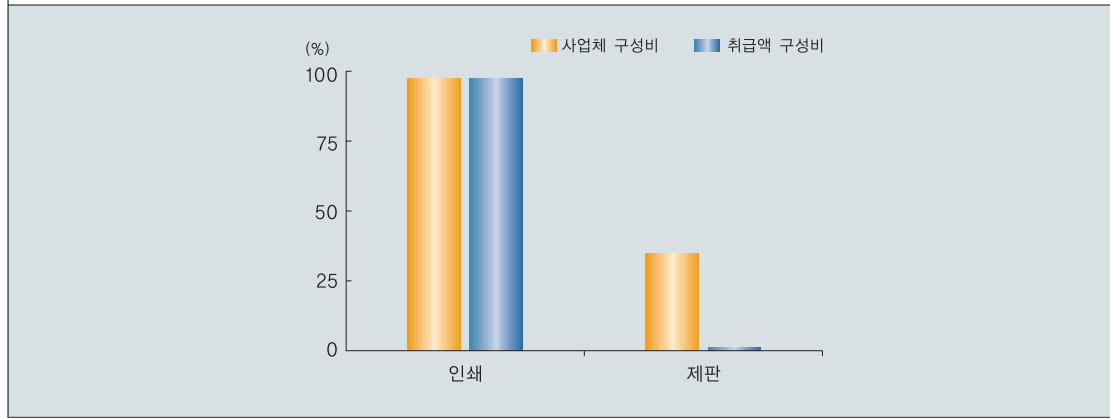
대형업체에서 인쇄업을 하는 사업체수는 11개, 총 취급액은 284억원, 평균취급액은 25.8억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 11.0%, 취급액 0.5% 이다.

대형업체의 인쇄업을 2개(인쇄, 제판)의 세부업종으로 구분하면, 사업체수는 인쇄업이 11개 100.0%, 제판업이 4개 36.4%이며, 취급액은 인쇄 283억원 99.7%, 제판 9천만원 0.3%이며, 사업체당 평균 취급액은 인쇄 25.7억원, 제판 0.2억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,091개 중 대형업체 & 인쇄업은 11개 0.2%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 인쇄업은 11개 11.0%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 사업체 1,656개 중 대형업체는 11개 0.7%의 비중을 차지한다.

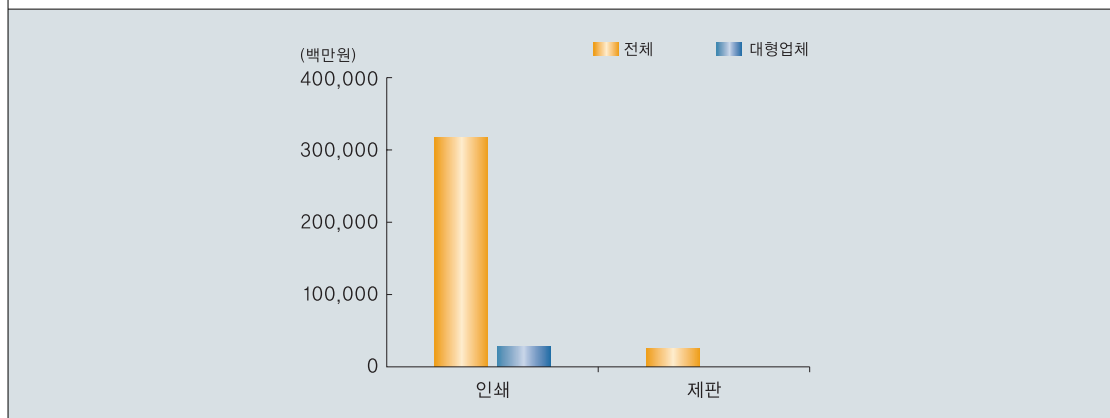
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 260억원 중 대형업체 & 인쇄업은 284억원 0.4%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 2,169억원 중 인쇄업은 284억원 0.5%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 취급액 3,370억원 중 대형업체는 284억원 8.4%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(대형)



인쇄는 사업체 11개 100.0%, 취급액 283억원 99.7%, 제판은 사업체 4개 36.4%, 취급액 9천만원 0.3%로 나타났다.

그림 1-2-12 >> 인쇄 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 인쇄는 전체 3,144억원 중 대형업체에서 283억원 9.0%를 차지하고, 제판은 전체 226억원 중 대형업체에서 9천만원 0.4%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-12 >> 지역별 인쇄업 취급액(대형)

지역	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)	
지역	서울	6	54.5	23,302	82.0	3,884
	부산	1	9.1	300	1.1	300
	대구	2	18.2	4,249	15.0	2,125
	광주	1	9.1	500	1.8	500
	대전	1	9.1	50	0.2	50
전체	11	100.0	28,401	100.0	2,582	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 6개 54.5%로 가장 높게 나타났고, 대구 2개 18.2%, 부산, 광주, 대전은 1개 9.1%의 순으로 나타났다.

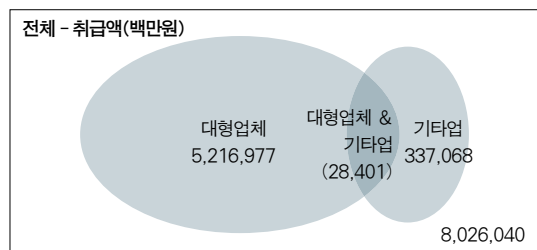
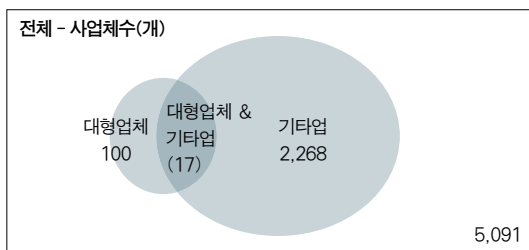
지역별로 취급액은 서울이 233억원 82.0%로 나타났고, 대구 42억원 15.0%, 광주 5억원 1.8%, 부산 3억원 1.1%, 대전 5천만원 0.2%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 38.8억원, 대구 21.2억원, 광주 5억원, 부산 3억원, 대전 0.5억원의 순으로 나타났다.

## 1.2.5. 기타

표 1-2-13 >> 기타 세부업종별 취급액(대형)

세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고물 기획편집	10	58.8	34,447	23.9	3,445
장비취급 등 기타	10	58.8	109,755	76.1	10,975
합계	17	100.0	144,202	100.0	8,482



\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

광고관련 기타업종은 광고물 기획·편집, 장비취급 등의 업종이다. 대형업체에서 기타업종을 하는 사업체수는 17개, 총 취급액은 1,442억원, 평균취급액은 84.8억원으로 나타났다. 대형업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 17.0%, 취급액 2.8% 이다.

세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고물 기획·편집 10개 58.8%, 장비취급 등 기타 업종이 10개 58.8%로 같게 나타났고, 취급액은 광고물 기획·편집업 344억원 23.9%, 장비취급 등 기타 업종 1,097억원 76.1%로 광고물 기획·편집보다 장비취급 등 기타 부문의 비중이 더 높게 나타났다. 따라서, 사업체당 평균 취급액은 광고물 기획·편집 34.4억원 보다 장비취급 등 기타 업종이 109.7억원으로 약 3배 높게 나타났다.

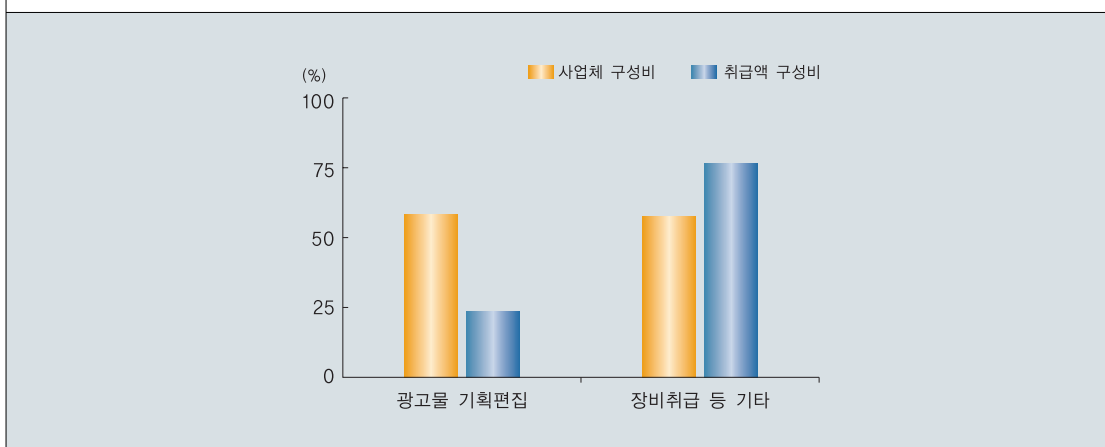
일반업체를 포함한 전체 기타업종과 비교하면, 사업체수는 전체가 광고물 기획·편집 95.1%, 장비취급 등 기타 23.8% 이었으나 대형업체는 광고물 기획·편집 비중이 낮아져 58.8%로 장비취급 등 기타업과 같게 나타났고, 취급액은 전체가 광고물 기획·편집 60.7%, 장비취급 등 기타 39.3%의 비중이었으나 대형업체는 반대로 광고물 기획·편집 비중 23.9% 보다 장비취급 등 기타 비중 76.1% 이 높게 나타났다. 따라

서 사업체당 평균 취급액은 광고물 기획·편집 1.9억원 보다 장비취급 등 기타 업종이 5.0억원으로 높게 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,091개 중 대형업체 & 기타업은 17개 0.3%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 사업체 100개 중 기타업은 17개 17.0%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 사업체 2,268개 중 대형업체는 17개 0.7%의 비중을 차지한다.

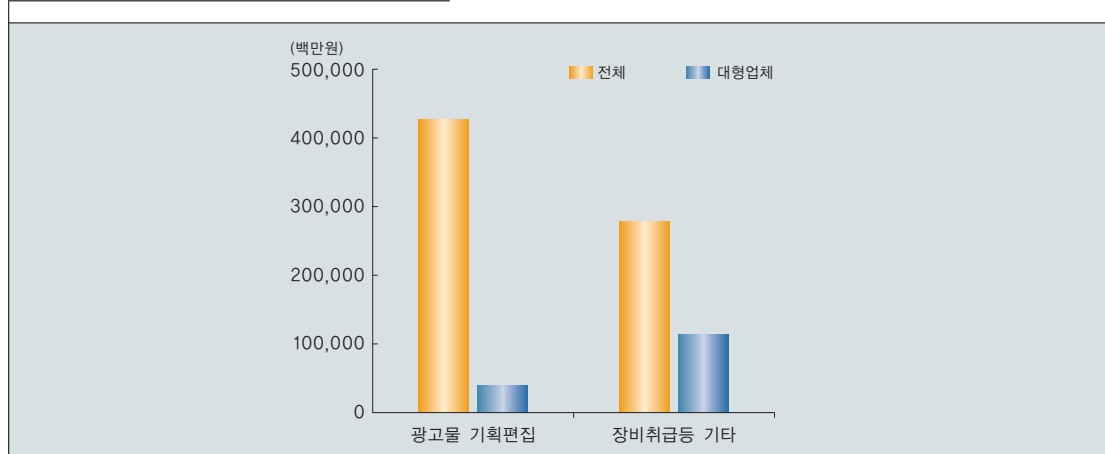
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 260억원 중 대형업체 & 기타업은 1,442억원 1.8%의 비중을 차지하고, 대형업체의 전체 취급액 5조 2,169억원 중 기타업은 1,442억원 2.8%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 취급액 6,975억원 중 대형업체는 1,442억원 20.7%의 비중을 차지한다.

그림 1-2-13 >> 기타 세부업종별 취급액(대형)



광고물 기획편집은 사업체 10개 58.8%, 취급액 344억원 23.9%, 장비취급 등 기타는 사업체 10개 58.8%, 취급액 1,097억원 76.1%로 나타났다.

그림 1-2-14 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(대형)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고물 기획편집은 전체 4,232억원 중 대형업체에서 344억원 8.1%를 차지하고, 광고기획 전략대행은 전체 2,743억원 중 대형업체에서 1,097억원 40.0%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-2-14 >> 지역별 기타업 취급액(대형)

지역		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	12	70.6	143,156	99.3	11,930
	대구	3	17.6	795	0.6	265
	광주	1	5.9	200	0.1	200
	대전	1	5.9	50	0.0	50
전체		17	100.0	144,202	100.0	8,482

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 12개 70.6%로 가장 높게 나타났고, 대구 3개 17.6%, 광주와 대전은 1개 5.9%의 순으로 나타났다. 지역별로 취급액은 서울이 1,431억원 99.3%로 나타났고, 대구 7억원 0.6%, 광주 2억원 0.1%, 대전 0.5억원 0.0%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 119.3억원, 대구 2.6억원, 광주 2.0억원, 대전 0.5억원의 순으로 나타났다.

### 1.3. 일반

표 1-3-1 >> 광고업종별 취급액(일반)

업종	사업체수* (개소)	사업체 구성비 (%)	취급액(백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)
광고(종합)대행	1,668	33.4	1,405,086	50.0	842
광고제작	983	19.7	308,286	11.0	314
서비스	398	8.0	233,634	8.3	588
인쇄	1,645	33.0	308,667	11.0	188
기타	2,251	45.1	553,392	19.7	246
합계	4,991	100.0	2,809,065	100.0	563

\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 업체를 구분하여 따로 살펴보면, 사업체수는 4,991개 98.0%, 취급액 기준 전체 규모는 2조 8,090억원으로 전체의 35.0%를 차지하고 있다.

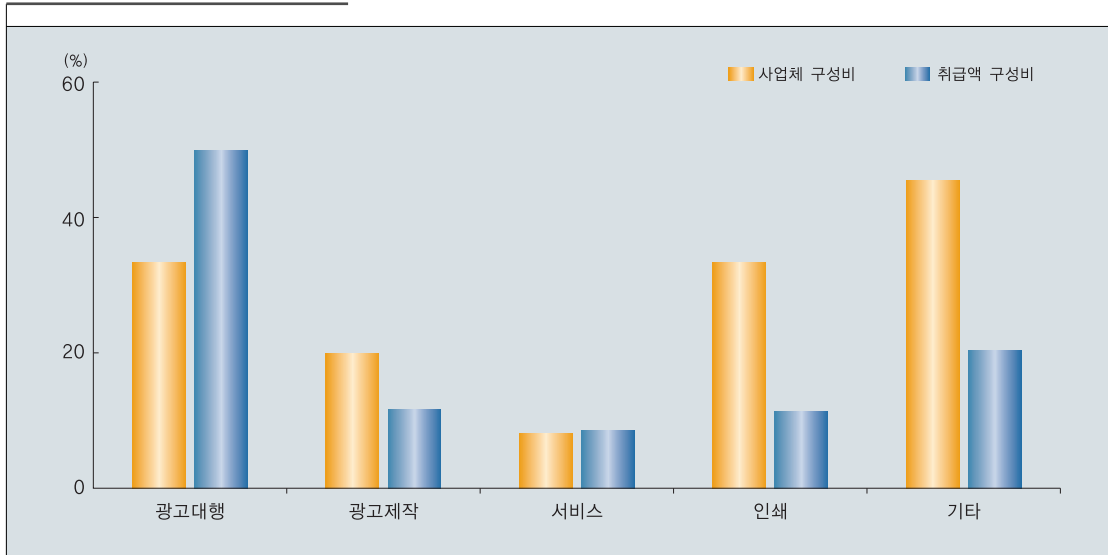
사업체수를 업종별로 구분하면 기타를 하는 사업체가 2,251개 45.1%로 가장 높게 나타났고, 광고(종합)대행 1,668개 33.4%, 인쇄 1,645개 33.0%, 광고제작 983개 19.7%, 서비스 398개 8.0%로 나타났다. 전체와 비교하면 인쇄와 기타 업종의 비중이 각각 0.5%p, 0.6%p 높고, 광고(종합)대행, 광고제작, 서비스 업종의 비중이 각각 1.3%p, 0.7%p, 0.4%p 낮게 나타났다.

취급액을 업종별로 구분하면, 광고(종합)대행업이 1조 4,050억원 50.0%로 가장 높게 나타났고, 기타

5,533억원 19.7%, 인쇄 3,086억원 11.0%, 광고제작 3,082억원 11.0%, 서비스 2,336억원 8.3%의 순으로 나타났다. 전체와 비교하면 광고제작, 서비스, 인쇄, 기타 업종은 각각 2.2%p, 4.5%p, 6.8%p, 11.0%p 높고, 광고(종합)대행 업종은 24.4%p 낮게 나타났다.

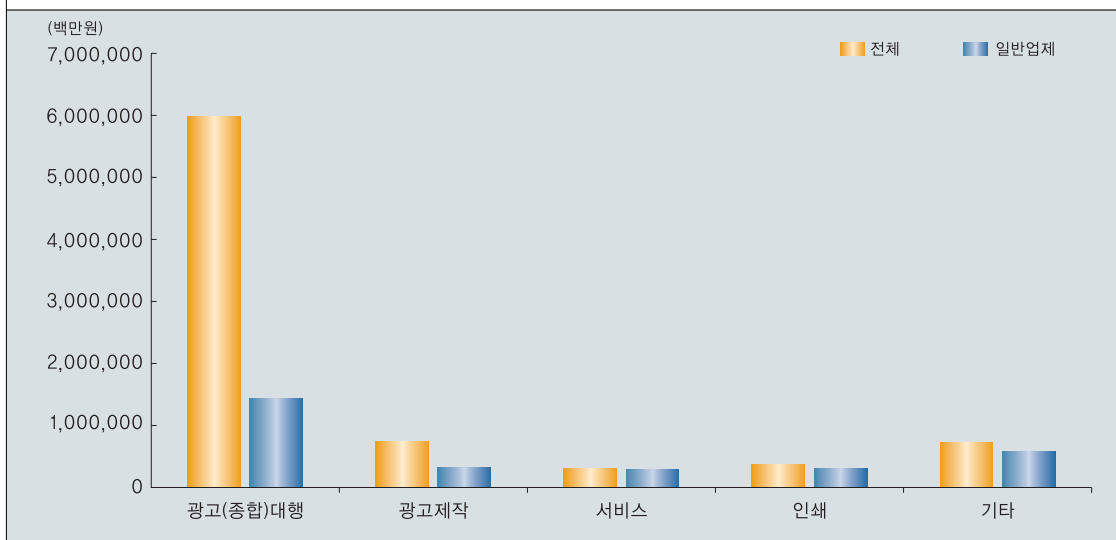
일반업체의 사업체당 평균취급액은 5.6억원이다. 업종별로 구분하면, 광고(종합)대행 8.4억원, 서비스 5.8억원, 광고제작 3.1억원, 기타 2.4억원, 인쇄 1.8억원 순으로 나타났다.

그림 1-3-1 >> 광고업종별 취급액(일반)



광고(종합)대행은 사업체 1,668개 33.4%, 취급액 1조 4,050억원 50.0%, 광고제작은 사업체 983개 19.7%, 취급액 3,082억원 11.0%, 서비스는 사업체 398개 8.0%, 취급액 2,336억원 8.3%, 인쇄는 사업체 1,645개 33.0%, 취급액 3,086억원 11.0%, 기타는 사업체 2,251개 45.1%, 취급액 5,533억원 19.7%로 나타났다.

그림 1-3-2 >> 광고업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행업은 전체 5조 9,743억원 중 일반업체에서 1조 4,050억원 23.5%를 차지하고, 광고제작은 전체 7,101억원 중 일반업체에서 3,082억원 43.4%를 차지하고, 서비스는 전체 3,067억원 중 일반업체에서 2,336억원 76.2%를 차지하고, 인쇄는 전체 3,370억원 중 일반업체에서 3,086억원 91.6%를 차지하고, 기타는 전체 6,975억원 중 일반업체에서 5,533억원 79.3%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-2 >> 지역별 광고업 취급액(일반)

지역	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
서울	2,646	53.0	2,201,620	78.4	832
부산	381	7.6	111,336	4.0	292
대구	345	6.9	123,425	4.4	358
인천	62	1.2	9,495	0.3	153
광주	205	4.1	74,183	2.6	363
대전	94	1.9	41,346	1.5	438
울산	29	0.6	12,232	0.4	423
경기도	430	8.6	111,937	4.0	260
강원도	120	2.4	21,839	0.8	181
충청북도	93	1.9	12,082	0.4	129
충청남도	80	1.6	4,565	0.2	57
전라북도	104	2.1	12,986	0.5	125
전라남도	98	2.0	8,270	0.3	85
경상북도	103	2.1	12,125	0.4	118
경상남도	166	3.3	43,848	1.6	263
제주도	35	0.7	7,775	0.3	223
전체	4,991	100.0	2,809,064	100.0	563



지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 2,646개 53.0%로 가장 높게 나타났고, 경기도 430개 8.6%, 부산 381개 7.6%, 대구 345개 6.9%, 광주 205개 4.1%, 경상남도 166개 3.3%, 강원도 120개 2.4%의 순으로 나타났다.

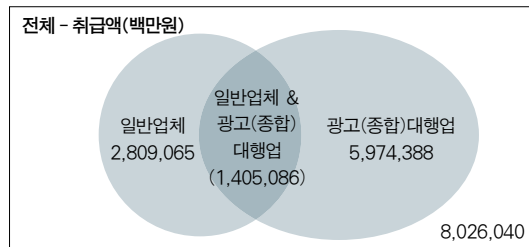
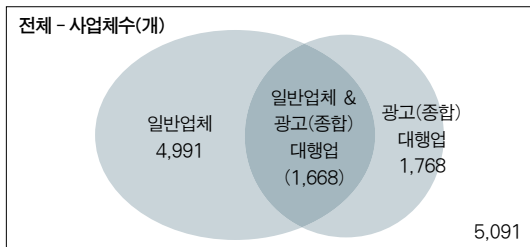
지역별로 취급액은 서울이 2조 2,016억원 78.4%로 나타났고, 대구 1,234억원 4.4%, 경기도 1,119억원 4.0%, 부산 1,113억원 4.0%, 광주 741억원 2.6%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 8.3억원, 대전 4.3억원, 울산 4.2억원, 광주 3.6억원, 대구 3.5억원, 부산 2.9억원, 경상남도 2.6억원, 제주도 2.2억원의 순으로 나타났다.

### 1.3.1 광고(종합)대행

표 1-3-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비 (%)	취급액(백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)
광고대행, 매체대행	1,593	95.5	1,293,232	92.0	812
광고기획, 전략대행	392	23.5	111,854	8.0	285
합계	1,668	100.0	1,405,086	100.0	842



\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

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 1,593개 95.5%으로 대부분을 차지하며, 광고기획·전략대행은 392개 23.5%을 차지한다. 취급액은 광고대행·매체대행이 1조 2,932억원 92.0%로 높게 나타났고, 광고기획·전략대행은 1,118억원 8.0%로 나타났다.

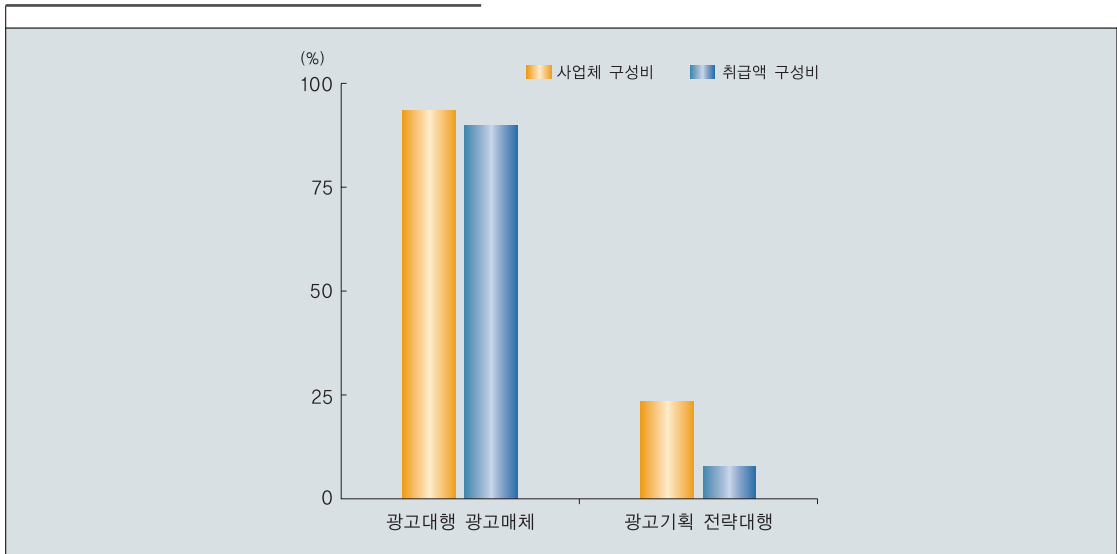
사업체당 평균 취급액은, 광고대행·매체대행은 8.1억원으로 나타났고, 광고기획·전략대행은 2.8억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,091개 중 일반업체 & 광고(종합)대행업은

1,668개 32.8%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,991개 중 광고(종합)대행업은 1,668개 33.4%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 사업체 1,768개 중 일반업체는 1,668개 94.3%의 비중을 차지한다.

취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 260억원 중 일반업체 & 광고(종합)대행업은 1조 4,050억원 17.5%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 2조 8,090억원 중 광고(종합)대행업은 1조 4,050억원 50.0%의 비중을 차지하고, 광고(종합)대행업의 전체 취급액 5조 9,743억원 중 대형업체는 1조 4,050억원 23.5%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-3 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액(일반)



광고대행은 사업체 1,593개 95.5%, 취급액 1조 2,932억원 92.0%, 광고기획 전략대행은 사업체 392개 23.5%, 취급액 1,118억원 8.0%로 나타났다.

그림 1-3-4 >> 광고(종합)대행 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 대형업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고대행·매체대행은 전체 5조 8,609억원 중 일반업체에서 1조 2,932억원 22.1%를 차지하고, 광고기획·전략대행은 전체 1,134억원 중 일반업체에서 1,118억원 98.6%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-4 >> 지역별 광고(종합)대행업 취급액(일반)

지역	사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
서울	1,022	61.2	1,185,677	84.4	1,161
부산	65	3.9	33,463	2.4	514
대구	116	7.0	57,178	4.1	493
인천	6	0.4	856	0.1	143
광주	60	3.6	22,910	1.6	383
대전	33	2.0	13,333	0.9	400
울산	19	1.1	7,357	0.5	394
경기도	124	7.4	34,903	2.5	281
강원도	30	1.8	8,763	0.6	295
충청북도	31	1.8	3,292	0.2	107
충청남도	14	0.9	1,809	0.1	125
전라북도	26	1.6	6,010	0.4	228
전라남도	21	1.3	2,069	0.1	98
경상북도	33	2.0	1,871	0.1	56
경상남도	62	3.7	25,082	1.8	404
제주도	6	0.4	514	0.0	86
전체	1,668	100.0	1,405,086	100.0	842

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,022개 61.2%로 가장 높게 나타났고, 경기도 124개 7.4%, 대구 116개 7.0%, 부산 65개 3.9%, 경상남도 62개 3.7%, 광주 60개 3.6%, 대전과 경상북도는 33개 2.0%의 순

으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 1조 1,856억원 84.4%로 나타났고, 대구 571억원 4.1%, 경기도 349억원 2.5%, 부산 334억원 2.4%, 경상남도 250억원 1.8%, 광주 229억원 1.6%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 11.6억원, 부산 5.1억원, 대구 4.9억원, 경상남도 4.0억원, 대전 4.0억원, 광주 3.8억원, 강원도 2.9억원, 경기도 2.8억원의 순으로 나타났다.

표 1-3-5 >> 광고대행·매체대행의 세부항목별 취급액(일반)

		사업체수*	사업체 구성비(%)	광고비(백만원)	광고비 구성비(%)	평균광고비(백만원)
4대매체	TV	127	8.0	22,190	1.7	174
	라디오	127	8.0	25,939	2.0	203
	신문	686	43.1	283,891	22.0	414
	잡지	576	36.2	81,131	6.3	141
뉴미디어	케이블	469	29.4	29,401	2.3	63
	온라인	481	30.2	151,937	11.7	316
	모바일	367	23.0	13,740	1.1	37
옥외		970	60.9	543,507	42.0	560
기타		599	37.6	141,496	10.9	236
전체		1,593	100.0	1,293,232	100.0	812

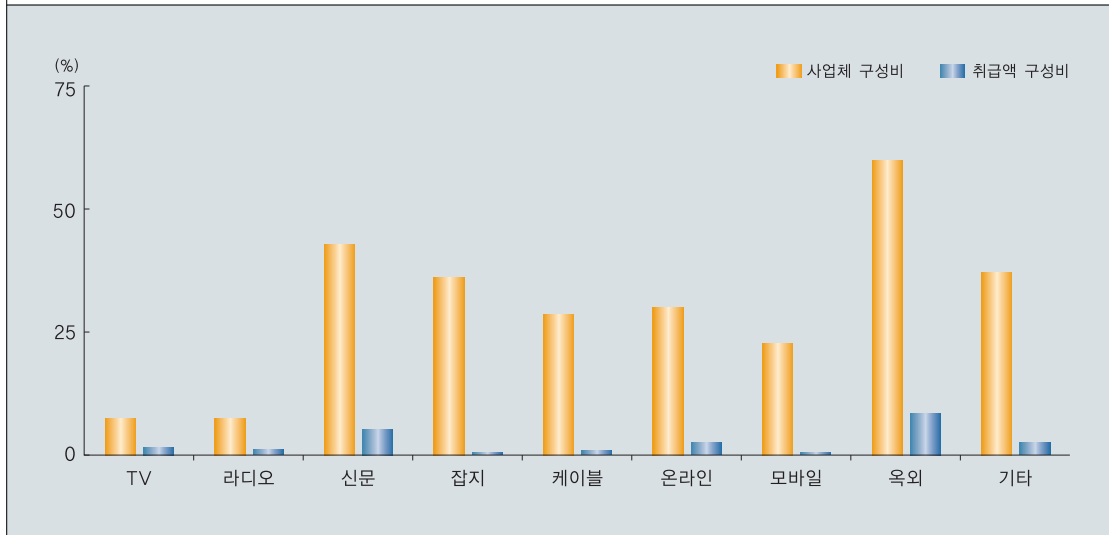
\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

일반업체 광고(종합)대행업종 광고대행·매체대행의 취급액 1조 2,932억원을 매체별로 구분하면, 사업체수는 옥외 970개 60.9%로 가장 많고, 신문 686개 43.1%, 잡지 576개 36.2%, 온라인 481개 30.2%, 케이블 469개 29.4%의 순으로 많게 나타났다. 취급액은 옥외 취급액이 5,435억원 42.0%로 가장 높으며, 신문 2,838억원 22.0%, 온라인 1,519억원 11.7%, 기타 1,414억원 10.9%, 잡지 811억원 6.3% 순으로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

일반업체 광고대행·매체대행업 광고비를 다시 크게 구분하면, 영향력이 큰 주요4대 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지) 광고대행 취급액은 4,131억원으로 전체의 31.9%를 차지하며, 뉴미디어(케이블, 온라인, 모바일) 취급액은 1,950억원 15.1%, 옥외광고 5,435억원 42.0%, 기타 1,414억원 10.9%로 나눌 수 있다.

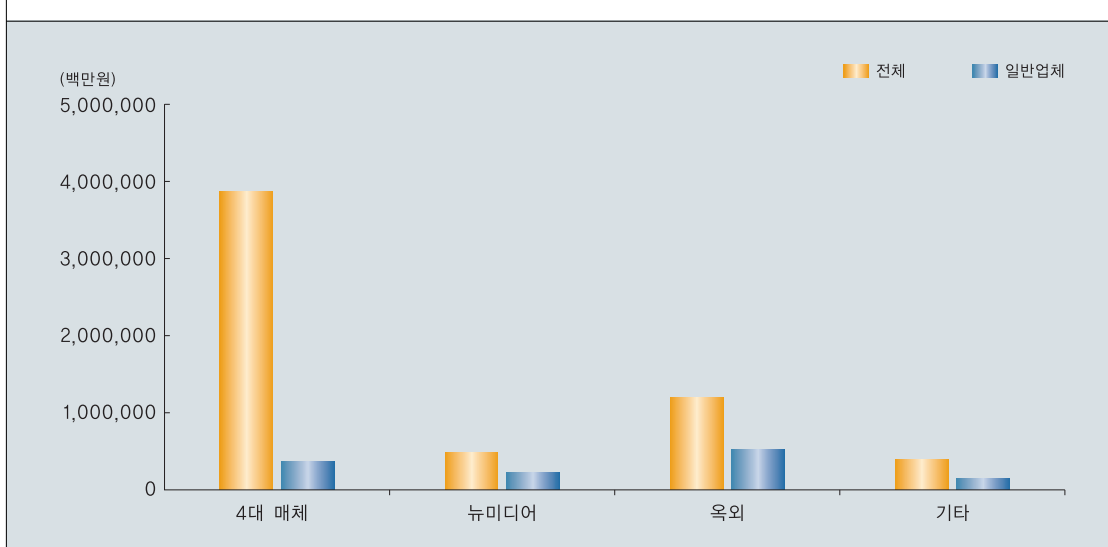
사업체당 평균 취급액은 옥외 5.6억원, 신문 4.1억원, 온라인 3.1억원, 기타 2.3억원, 라디오 2.0억원의 순으로 나타났다.

그림 1-3-5 >> 광고대행·매체대행 주요 매체별 취급액(일반)



4대매체의 TV는 사업체 127개 8.0%, 취급액 221억원 1.7%, 라디오는 사업체 127개 8.0%, 취급액 259억원 2.0%, 신문은 사업체 686개 43.1%, 취급액 2,838억원 22.0%, 잡지는 사업체 576개 36.2%, 취급액 811억원 6.3%로 나타났고, 뉴미디어의 케이블은 사업체 469개 29.4%, 취급액 294억원 2.3%, 온라인은 사업체 481개 30.2%, 취급액 1,519억원 11.7%, 모바일은 367개 23.0%, 취급액 137억원 1.1%, 옥외는 사업체 970개 60.9%, 취급액 5,435억원 42.0%, 기타는 사업체 599개 37.6%, 취급액 1,414억원 10.9%로 나타났다.

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



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 4대매체는 전체 3조 8,514억원 중 일반업체에

서 4,131억원 10.7%를 차지하고, 뉴미디어는 전체 4,478억원 중 일반업체에서 1,950억원 43.6%를 차지하고, 옥외는 전체 1조 1,742억원 중 일반업체에서 5,435억원 46.3%를 차지하고, 기타는 전체 3,873억원 중 일반업체에서 1,414억원 36.5%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-6 >> 지역별 광고대행·매체대행업의 취급액(일반)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	982	61.7	1,084,772	83.9	1,105
	부산	65	4.1	33,018	2.6	507
	대구	112	7.0	54,741	4.2	490
	인천	6	0.4	824	0.1	138
	광주	56	3.5	21,353	1.7	378
	대전	32	2.0	9,874	0.8	312
	울산	19	1.2	7,357	0.6	394
	경기도	120	7.5	34,210	2.6	285
	강원도	30	1.9	8,473	0.7	285
	충청북도	31	1.9	2,987	0.2	98
	충청남도	14	0.9	1,805	0.1	125
	전라북도	22	1.4	5,722	0.4	258
	전라남도	21	1.3	2,057	0.2	97
	경상북도	29	1.8	1,787	0.1	62
	경상남도	54	3.4	24,252	1.9	446
전체	1,593	100.0	1,293,232	100.0	812	

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 982개 61.7%로 가장 높게 나타났고, 경기도 120개 7.5%, 대구 112개 7.0%, 부산 65개 4.1%, 광주 56개 3.5%, 경상남도 54개 3.4%의 순으로 나타났다.

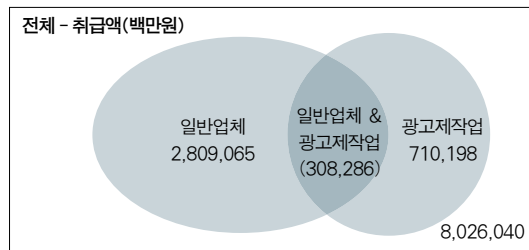
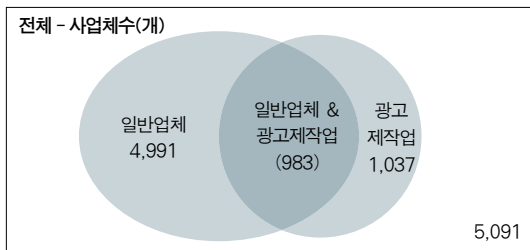
지역별로 취급액은 서울이 1조 847억원 83.9%로 나타났고, 대구 547억원 4.2%, 경기도 342억원 2.6%, 부산 330억원 2.6%, 경상남도 242억원 1.9%, 광주 213억원 1.7%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 11.0억원, 부산 5.0억원, 대구 4.9억원, 경상남도 4.4억원, 울산 3.9억원, 광주 3.7억원, 대전 3.1억원의 순으로 나타났다.

### 1.3.2. 광고제작

표 1-3-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비(%)	취급액 (백만원)	취급액 구성비 (%)	평균취급액(백만원)
CM/영상/카피/그래픽제작	754	76.7	237,344	77.0	315
온라인제작	241	24.5	18,662	6.1	78
광고사진 스튜디오	244	24.8	16,439	5.3	67
CI	433	44.0	35,842	11.6	83
합계	983	100.0	308,286	100.0	314



\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

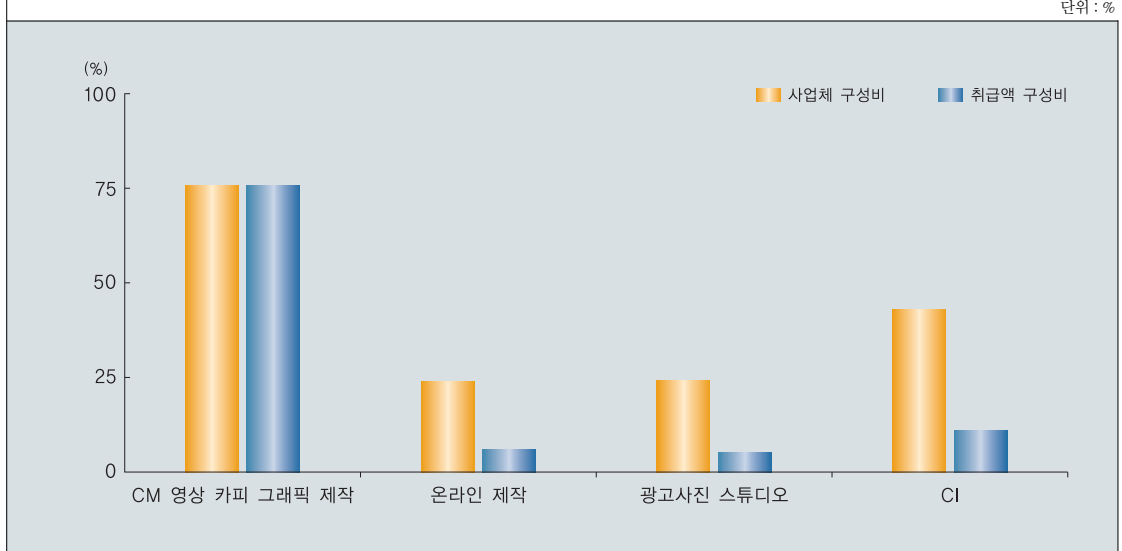
일반업체에서 광고제작업을 하는 사업체수는 983개, 총 취급액은 3,082억원, 평균취급액은 3.1억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 19.7%, 취급액 11.0% 이다.

광고제작업을 4개 세부업종(CM·영상·카피·그래픽제작, 온라인제작, 광고사진 스튜디오, CI)으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 CM·영상·카피·그래픽제작을 하는 사업체가 754개 76.7%로 가장 많으며 CI 433개 44.0%, 광고사진 스튜디오 244개 24.8%의 순으로 나타났고, CM·영상·카피·그래픽제작 취급액이 2,373억원 77.0%로 가장 높고, CI 358억원, 온라인제작 186억원 6.1%의 순으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,091개 중 일반업체 & 광고제작업은 983개 19.3%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,991개 중 광고제작업은 983개 19.7%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 사업체 1,037개 중 일반업체는 983개 94.8%의 비중을 차지한다.

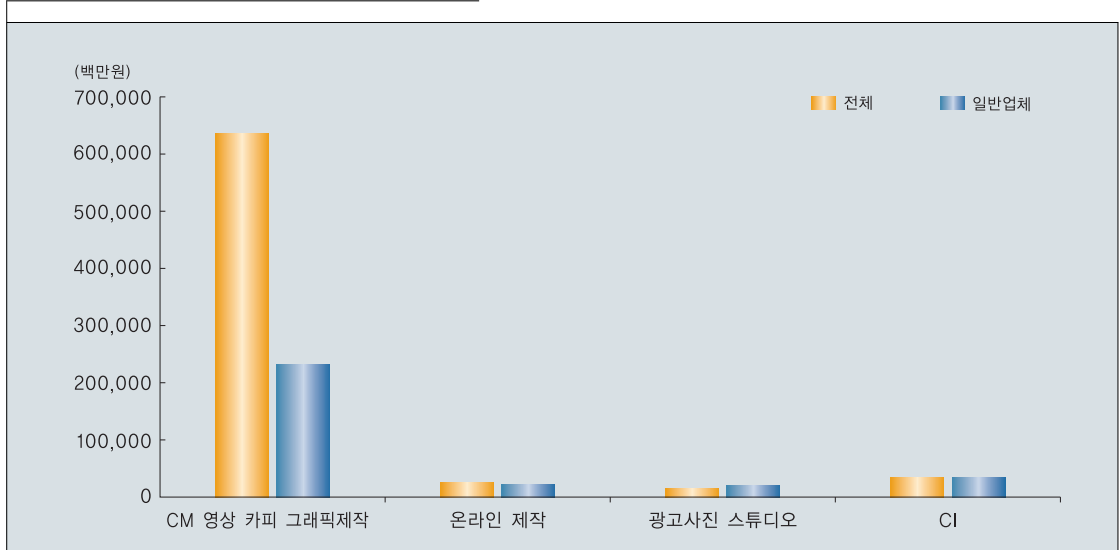
취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 260억원 중 일반업체 & 광고제작업은 3,082억원 3.8%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 2조 8,090억원 중 광고제작업은 3,082억원 11.0%의 비중을 차지하고, 광고제작업의 전체 취급액 7,101억원 중 일반업체는 3,082억원 43.4%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-7 >> 광고제작 세부업종별 취급액(일반)



CM·영상·카피·그래픽제작은 사업체 754개 76.7%, 취급액 2,373억원 77.0%, 온라인제작은 사업체 241개 24.5%, 취급액 186억원 6.1%, 광고사진스튜디오는 사업체 244개 24.8%, 취급액 164억원 5.3%, CI는 사업체 433개 44.0%, 취급액 358억원 11.6%로 나타났다.

그림 1-3-8 >> 광고제작 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, CM·영상·카피·그래픽제작은 전체 6,330억원 중 일반업체에서 2,373억원 37.5%를 차지하고, 온라인제작은 전체 239억원 중 일반업체에서 186억원 77.8%를 차지하고, 광고사진 스튜디오는 전체 172억원 중 일반업체에서 164억원 95.4%를 차지하고, CI는 전체 359억원 중 일반업체에서 358억원 99.7%를 차지하는 것으로 나타났다.



표 1-3-8 &gt;&gt; 지역별 광고제작업 취급액(일반)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	603	61.3	242,346	78.6	402
	부산	69	7.0	9,647	3.1	139
	대구	41	4.2	12,961	4.2	316
	인천	7	0.7	2,025	0.7	292
	광주	55	5.6	4,493	1.5	81
	대전	19	1.9	9,833	3.2	526
	울산	17	1.7	1,145	0.4	68
	경기도	47	4.8	12,191	4.0	259
	강원도	25	2.6	4,146	1.3	163
	충청북도	14	1.5	327	0.1	23
	충청남도	13	1.3	202	0.1	16
	전라북도	14	1.4	1,210	0.4	89
	경상북도	10	1.0	703	0.2	69
	경상남도	39	4.0	4,793	1.6	123
	제주도	9	1.0	2,266	0.7	240
전체	983	100.0	308,286	100.0	314	

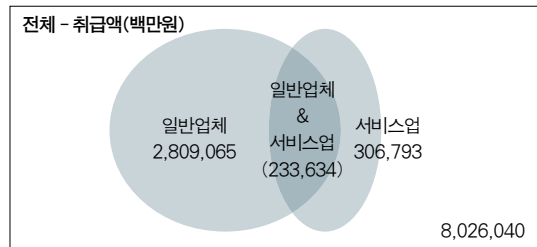
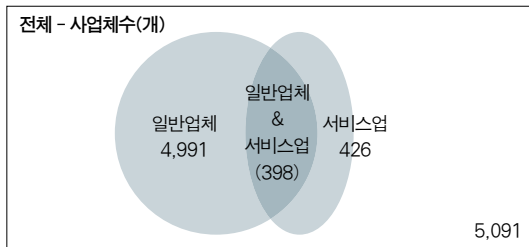
지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 603개 61.3%로 가장 높게 나타났고, 부산 69개 7.0%, 광주 55개 5.6%, 경기도 47개 4.8%, 대구 41개 4.2%, 경상남도 39개 4.0%, 강원도 25개 2.6%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 2,423억원 78.6%로 나타났고, 대구 129억원 4.2%, 경기도 121억원 4.0%, 대전 98억원 3.2%, 부산 96억원 3.1%, 경상남도 47억원 1.6%, 광주 44억원 1.5%의 순으로 나타났다. 평균 취급액은 대전 5.2억원, 서울 4.0억원, 대구 3.1억원, 인천 2.9억원의 순으로 나타났다.

### 1.3.3. 서비스

표 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
마케팅/리서치	92	23.1	6,333	2.7	69
PR	150	37.7	53,087	22.7	354
SP	버스	97	3,628	1.6	37
	지하철	99	23,091	9.9	233
	고속철	73	52	0.0	1
	극장	76	469	0.2	6
	기타	145	23,551	10.1	163
	전체	175	44.0	50,791	21.7
이벤트	225	56.5	106,090	45.4	471
Space Design	126	31.7	17,332	7.4	137
합계	398	100.0	233,634	100.0	588



\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

일반업체에서 서비스업을 하는 사업체수는 398개, 총 취급액은 2,336억원, 평균취급액은 5.8억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 8.0%, 취급액 8.3% 이다.

서비스업을 5개(마케팅·리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design)의 세부업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 이벤트 225개 56.5%, SP 175개 44.0%, PR 150개 37.7%, Space Design 126개 31.7%순으로 나타나고, 취급액은 이벤트 1,060억원 45.4%, PR 530억원 22.7%, SP 507억원 21.7% 순으로 나타났다. 평균취급액은 이벤트 4.7억원, PR 3.5억원, SP 2.9억원 순으로 높게 나타났다.

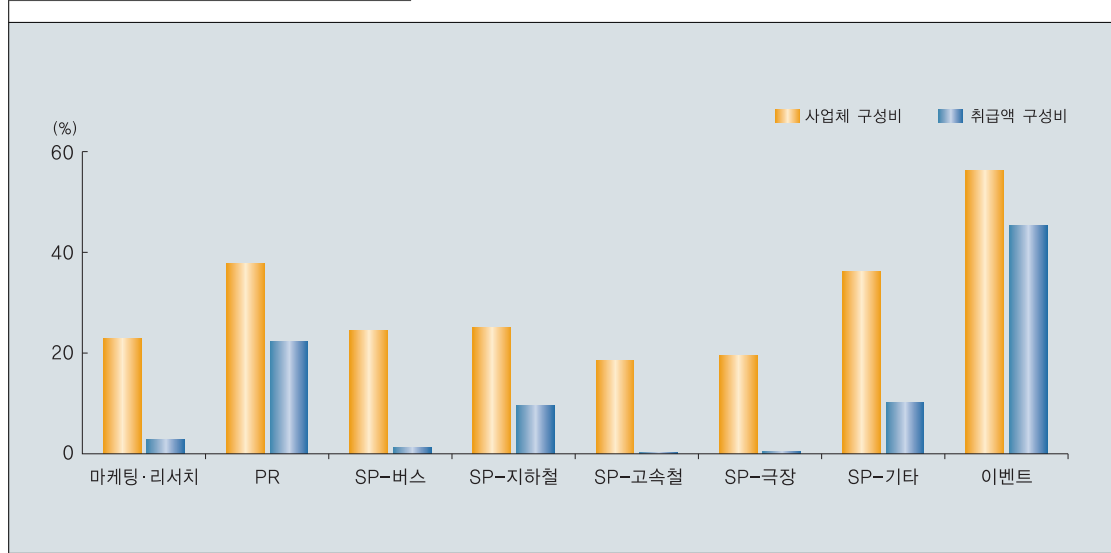
SP 업종을 세분하면, 기타 145개 235억원, 지하철 광고업이 99개 230억원으로 SP 업종의 대부분을 차지한다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,091개 중 일반업체 & 서비스업은 398개 7.8%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,991개 중 서비스업은 398개 8.0%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 사업체 426개 중 일반업체는 398개 93.4%의 비중을 차지한다.

취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 260억원 중 일반업체 & 서비스업은 2,336억

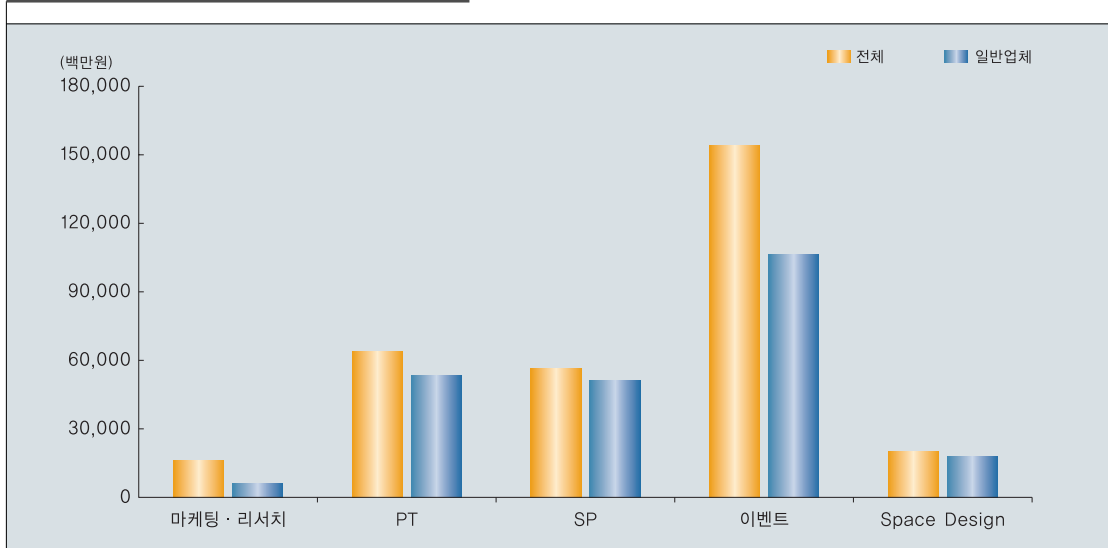
원 2.9%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 2조 8,090억원 중 서비스는 2,336억원 8.3%의 비중을 차지하고, 서비스업의 전체 취급액 3,067억원 중 일반업체는 2,336억원 76.2%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-9 >> 서비스 세부업종별 취급액(일반)



마케팅·리서치는 사업체 92개 23.1%, 취급액 63억원 2.7%, PR은 사업체 150개 37.7%, 취급액 530억원 22.7%, SP는 사업체 175개 44.0%, 취급액 507억원 21.7%, 이벤트 사업체 225개 56.5%, 취급액 1,060억원 45.4%, Space Design 사업체 126개 31.7%, 취급액 173억원 7.4%로 나타났다. SP의 세부업종을 살펴보면, 버스는 사업체 97개 24.4%, 취급액 36억원 1.6%, 지하철은 사업체 99개 24.9%, 취급액 230억원 9.9%, 고속철은 사업체 73개 18.3%, 취급액 5천만원 0.0%, 극장은 사업체 76개 19.1%, 취급액 4억원 0.2%, 기타는 사업체 145개 36.4%, 취급액 235억원 10.1%로 나타났다.

그림 1-3-10 >> 서비스 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 마케팅·리서치는 전체 150억원 중 일반업체에서 63억원 42.1%를 차지하고, PR은 전체 638억원 중 일반업체에서 530억원 83.2%를 차지하고, SP은 전체 562억원 중 일반업체에서 507억원 90.3%를 차지하고, 이벤트는 전체 1,532억원 중 일반업체에서 1,060억원 69.2%를 차지하고, Space Design은 전체 183억원 중 일반업체에서 173억원 94.2%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-10 >> 지역별 서비스업 취급액(일반)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	290	72.9	204,282	87.4	705
	부산	14	3.5	3,543	1.5	256
	대구	12	3.0	2,442	1.0	204
	인천	4	1.1	127	0.1	30
	광주	19	4.7	2,020	0.9	108
	대전	6	1.5	2,672	1.1	448
	울산	4	1.1	636	0.3	150
	경기도	20	4.9	14,156	6.1	721
	강원도	4	1.1	170	0.1	40
	충청북도	2	0.4	254	0.1	147
	충청남도	2	0.4	692	0.3	400
	전라북도	9	2.4	2,044	0.9	217
	전라남도	4	1.1	152	0.1	36
	경상북도	6	1.5	358	0.2	60
	제주도	2	0.4	86	0.0	50
	전체	398	100.0	233,634	100.0	588

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 290개 72.9%로 가장 높게 나타났고, 경기도 20개 4.9%, 광주 19개 4.7%, 부산 14개 3.5%, 대구 12개 3.0%, 전라북도 9개 2.4%의 순으로 나타났다.

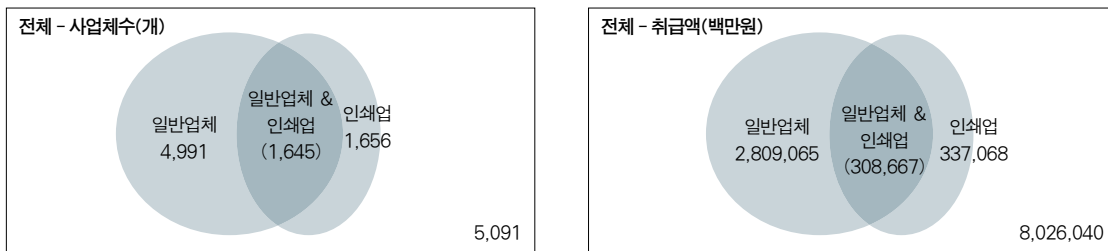
취급액은 서울이 2,042억원 87.4%로 나타났고, 경기도 141억원 6.1%, 부산 35억원 1.5%, 대전 26억원 1.1%, 대구 24억원 1.0%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 경기도 7.2억원, 서울 7.0억원, 부산 2.5억원, 전라북도 2.1억원, 대구 2.0억원의 순으로 나타났다.

### 1.3.4. 인쇄

표 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
인쇄	1,621	98.5	286,120	92.7	176
제판	435	26.4	22,546	7.3	52
합계	1,645	100.0	308,667	100.0	188



\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

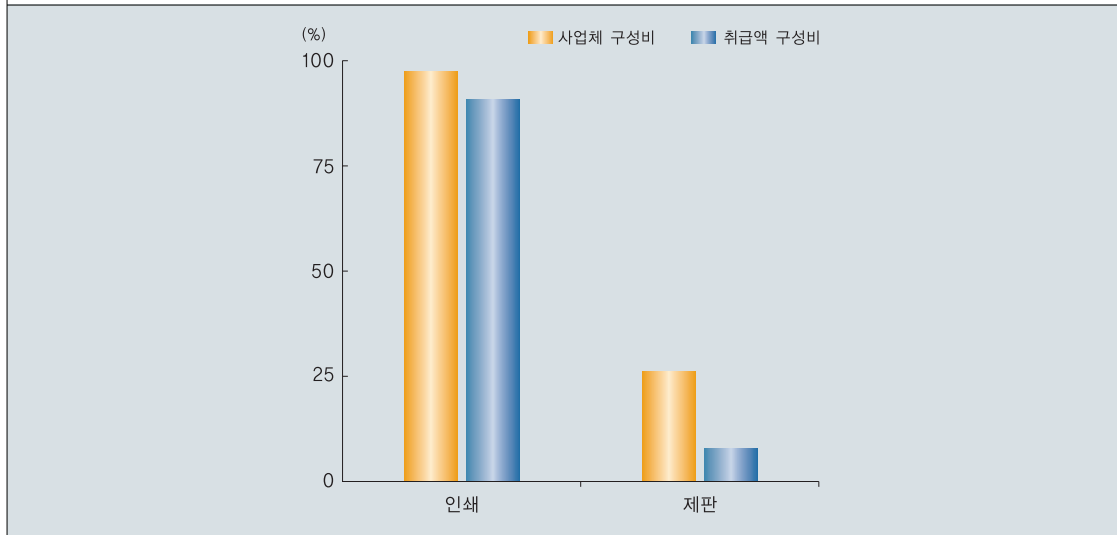
일반업체에서 인쇄업을 하는 사업체수는 1,645개, 총 취급액은 3,086억원, 평균취급액은 1.8억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 33.0%, 취급액 11.0% 이다.

일반업체의 인쇄업을 2개(인쇄, 제판)의 세부업종으로 구분하면, 사업체수는 인쇄업이 1,621개 98.5%, 제판업이 435개 26.4%이며, 취급액은 인쇄 2,861억원 92.7%, 제판 225억원 7.3%이며, 사업체당 평균 취급액은 인쇄 1.7억원, 제판 0.5억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,091개 중 일반업체 & 인쇄업은 1,645개 32.3%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,991개 중 인쇄업은 1,645개 33.0%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 사업체 1,656개 중 일반업체는 1,645개 99.3%의 비중을 차지한다.

취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 260억원 중 일반업체 & 인쇄업은 3,086억원 3.8%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 2조 8,090억원 중 인쇄업은 3,086억원 11.0%의 비중을 차지하고, 인쇄업의 전체 취급액 3,370억원 중 일반업체는 3,086억원 91.6%의 비중을 차지한다.

그림 1-3-11 >> 인쇄 세부업종별 취급액(일반)



인쇄는 사업체 1,621개 98.5%, 취급액 2,861억원 92.7%, 제판은 사업체 435개 26.4%, 취급액 225억원 7.3%로 나타났다.

그림 1-3-12 >> 인쇄 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 인쇄는 전체 3,144억원 중 일반업체에서 2,861억원 91.0%를 차지하고, 제판은 전체 226억원 중 일반업체에서 225억원 99.6%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-12 &gt;&gt; 지역별 인쇄업 취급액(일반)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	878	53.4	211,563	68.5	241
	부산	145	8.8	27,370	8.9	189
	대구	111	6.7	20,086	6.5	181
	인천	10	0.6	1,132	0.4	111
	광주	71	4.3	4,131	1.3	59
	대전	14	0.8	4,481	1.5	327
	울산	13	0.8	848	0.3	67
	경기도	161	9.8	18,770	6.1	117
	강원도	34	2.1	1,556	0.5	46
	충청북도	39	2.4	3,448	1.1	88
	충청남도	21	1.3	452	0.1	21
	전라북도	19	1.1	768	0.2	41
	전라남도	38	2.3	2,271	0.7	60
	경상북도	27	1.7	4,660	1.5	171
	경상남도	51	3.1	5,568	1.8	109
	제주도	14	0.9	1,563	0.5	108
전체		1,645	100.0	308,667	100.0	188

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 878개 53.4%로 가장 높게 나타났고, 경기도 161개 9.8%, 부산 145개 8.8%, 대구 111개 6.7%, 광주 71개 4.3%, 경상남도 51개 3.1%의 순으로 나타났다.

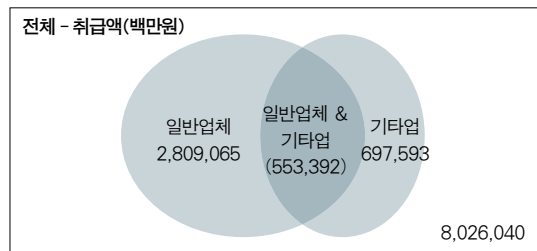
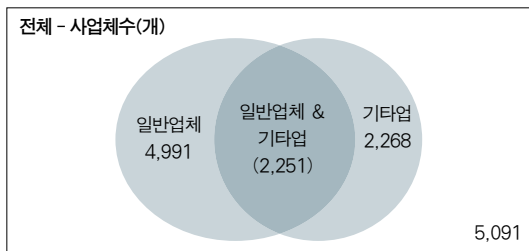
지역별로 취급액은 서울이 2,115억원 68.5%로 나타났고, 부산 273억원 8.9%, 대구 200억원 6.5%, 경기도 187억원 6.1%, 경상남도 55억원 1.8%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 대전 3.2억원, 서울 2.4억원, 부산 1.89억원, 대구 1.81억원, 경상북도 1.7억원의 순으로 나타났다.

### 1.3.5. 기타

표 1-3-13 >> 기타 세부업종별 취급액(일반)

세부업종	사업체수*(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
광고물 기획편집	2,146	95.3	388,807	70.3	181
장비취급 등 기타	530	23.5	164,585	29.7	310
합계	2,251	100.0	553,392	100.0	246



\* 사업체수와 사업체 구성비는 중복 응답된 결과로 세부업종의 합계는 전체보다 크게 나타난다.

광고관련 기타업종은 광고물 기획·편집, 장비취급 등의 업종이다. 일반업체에서 기타업종을 하는 사업체수는 2,251개, 총 취급액은 5,533억원, 평균취급액은 2.4억원으로 나타났다. 일반업체 전체에서 차지하는 비중은 사업체수 45.1%, 취급액 19.7% 이다.

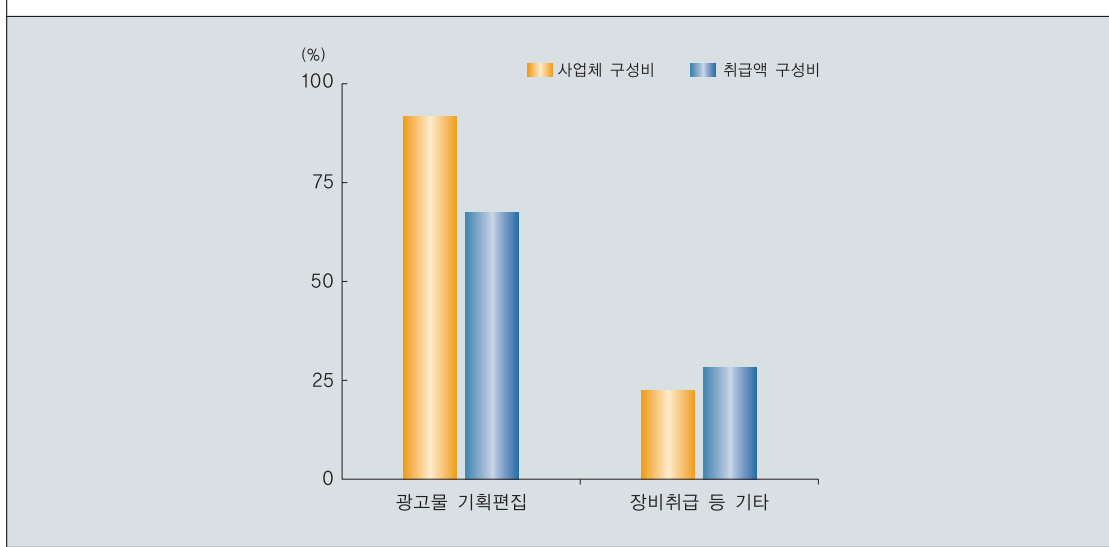
세부업종별로 살펴보면, 사업체수는 광고물 기획·편집 2,146개 95.3%, 장비취급 등 기타 업종이 530개 23.5%으로 나타났고, 취급액은 광고물 기획·편집업 3,888억원 70.3%, 장비취급 등 기타 업종 1,645억원 29.7%로 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 광고물 기획·편집 1.8억원, 장비취급 등 기타 업종이 3.1억원으로 나타났다.

사업체수를 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 사업체 5,091개 중 일반업체 & 기타업은 2,251개 44.2%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 사업체 4,991개 중 기타업은 2,251개 45.1%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 사업체 2,268개 중 일반업체는 2,251개 99.3%의 비중을 차지한다.

취급액을 전체규모와 비교해서 살펴보면, 전체 취급액 8조 260억원 중 일반업체 & 기타업은 5,533억원 6.9%의 비중을 차지하고, 일반업체의 전체 취급액 2조 8,090억원 중 기타업은 5,533억원 19.7%의 비중을 차지하고, 기타업의 전체 취급액 6,975억원 중 일반업체는 5,533억원 79.3%의 비중을 차지한다.

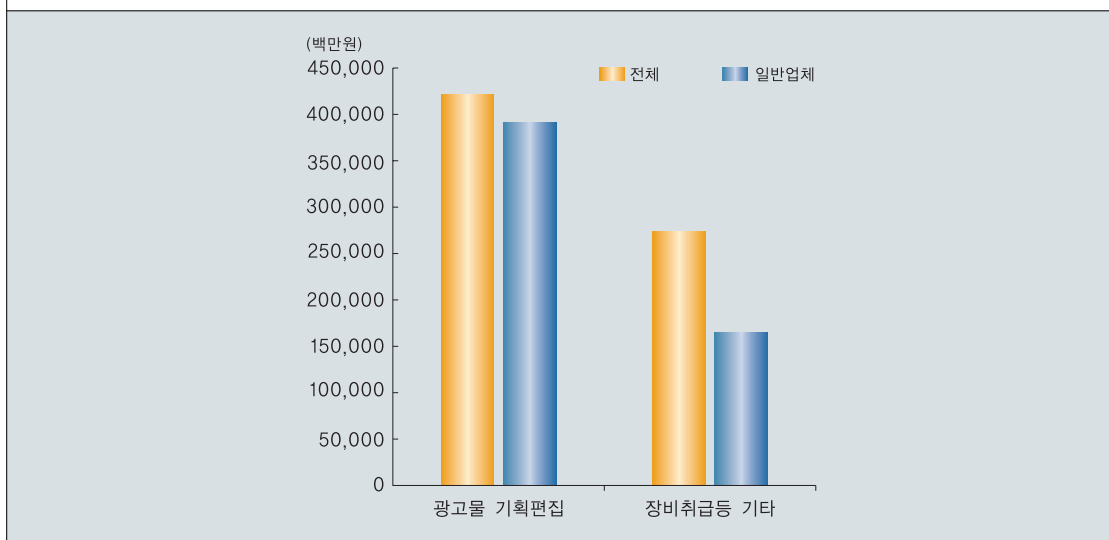


그림 1-3-13 >> 기타 세부업종별 취급액(일반)



광고물 기획편집은 사업체 2,146개 95.3%, 취급액 3,888억원 70.3%, 장비취급 등 기타는 사업체 530개 23.5%, 취급액 1,645억원 29.7%로 나타났다.

그림 1-3-14 >> 기타 세부업종별 취급액 비교(일반)



전체업체와 일반업체의 취급액을 업종별로 비교해보면, 광고물 기획편집은 전체 4,232억원 중 일반업체에서 3,888억원 91.9%를 차지하고, 광고기획 전략대행은 전체 2,743억원 중 일반업체에서 1,645억원 60.0%를 차지하는 것으로 나타났다.

표 1-3-14 >> 지역별 기타업 취급액(일반)

		사업체수(개소)	사업체 구성비(%)	취급액(백만원)	취급액 구성비(%)	평균취급액(백만원)
지역	서울	1,011	44.9	357,753	64.6	354
	부산	193	8.6	37,314	6.7	193
	대구	171	7.6	30,759	5.6	180
	인천	44	2.0	5,355	1.0	121
	광주	143	6.4	40,629	7.3	284
	대전	67	3.0	11,025	2.0	164
	울산	14	0.6	2,247	0.4	155
	경기도	160	7.1	31,917	5.8	200
	강원도	44	2.0	7,204	1.3	163
	충청북도	52	2.3	4,761	0.9	92
	충청남도	51	2.3	1,411	0.3	28
	전라북도	63	2.8	2,954	0.5	47
	전라남도	72	3.2	3,779	0.7	52
	경상북도	57	2.5	4,533	0.8	80
	경상남도	82	3.6	8,405	1.5	103
	제주도	27	1.2	3,345	0.6	123
전체		2,251	100.0	553,392	100.0	246

지역별로 사업체수를 살펴보면, 서울이 1,011개 44.9%로 가장 높게 나타났고, 부산 193개 8.6%, 대구 171개 7.6%, 경기도 160개 7.1%, 광주 143개 6.4%의 순으로 나타났다.

지역별로 취급액은 서울이 3,577억원 64.6%로 나타났고, 광주 406억원 7.3%, 부산 373억원, 6.7%, 경기도 319억원 5.8%, 대구 307억원 5.6%, 대전 110억원 2.0%의 순으로 나타났다.

평균취급액은 서울 3.5억원, 광주 2.8억원, 경기도 2.0억원, 부산 1.9억원, 대구 1.8억원, 대전 1.6억원의 순으로 나타났다.

## 2. 사업체 현황-종사자

### 2.1. 전체

표 2-1-1 >> 전체 종사자 현황

구분	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	24,418	84.6
비정규직	4,436	15.4
합계	28,854	100.0

2004년 광고산업 전체 고용자는 28,854명, 정규직 24,418명 84.6%, 비정규직 4,436명 15.4%로 나타났다.

그림 2-1-1 >> 전체 종사자 현황

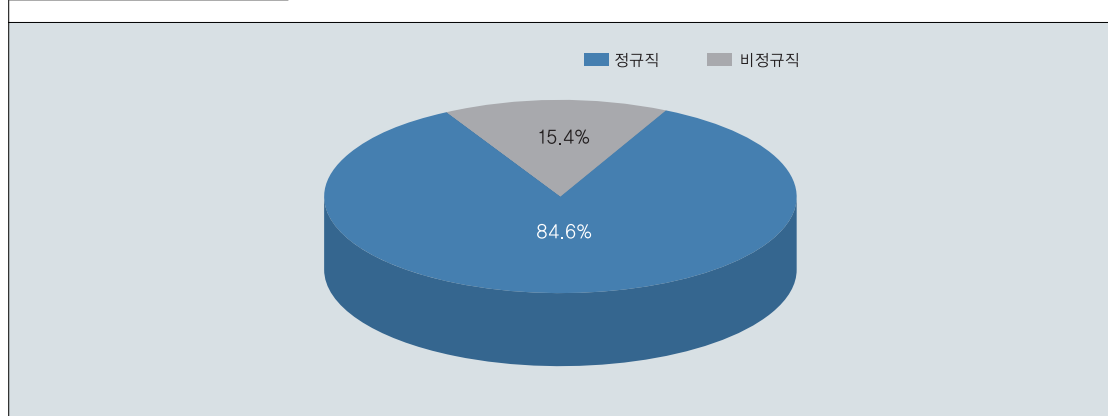


표 2-1-2 >> 고용형태별 종사자 현황

		정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업형태	개인사업체	7,798	31.9	1,892	42.6	9,690	33.6
	회사법인	16,335	66.9	2,457	55.4	18,792	65.1
	회사의 법인	267	1.1	59	1.3	326	1.1
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	8,348	34.2	1,410	31.8	9,758	33.8
	광고제작+그외	2,287	9.4	535	12.1	2,822	9.8
	광고(종합)대행+광고제작	5,320	21.8	665	15.0	5,985	20.7
	그 외	8,462	34.7	1,826	41.2	10,289	35.7
가치사슬 분류*	인프라	8,737	35.8	1,628	36.7	10,365	35.9
	생산	12,881	52.8	2,491	56.2	15,372	53.3
	유통	13,236	54.2	2,061	46.5	15,297	53.0
	서비스	4,426	18.1	612	13.8	5,038	17.5
전체		24,418	100.0	4,436	100.0	28,854	100.0

\* 한 사업체가 인프라, 생산, 유통, 서비스 등에 중복되어 분류될 수 있으므로 합계는 전체보다 크게 나타난다.

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 회사법인 18,792명 65.1%, 개인사업체 9,690명 33.6%, 회사의 법인 326명 1.1%가 분포되어 있다. 회사법인의 정규직과 비정규직의 비율은 86.9%, 13.1%로 전체 비율보다 정규직의 비중이 더 높게 나타났다.

업종별 분류를 크게 4개 형태(광고(종합)대행+그외, 광고제작+그외, 광고(종합)대행+광고제작, 그외)로 다시 구분하여 살펴보면, 그 외(광고(종합)대행과 광고제작 모두를 하지 않는 업체) 업종 종사자가 10,289명 35.7%로 가장 많고, 광고(종합)대행+그외 업종 종사자가 9,758명 33.8%, 광고(종합)대행+광고제작 업종 종사자 5,985명, 20.7%, 광고제작+그외 2,822명 9.8% 순으로 많게 나타났다. 이중 대형업체가 많은 광고(종합)대행+광고제작 업종은 정규직, 비정규직 비율이 88.9%, 11.1%로 전체 비율보다 정규직의 비중이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 생산 종사자가 15,372명 53.3%로 가장 높게 나타났으며 유통 15,297명 53.0%, 인프라 10,365명 35.9%, 서비스 5,038명 17.5% 순으로 종사자가 많은 것으로 나타났다. 이중 서비스업(리서치/PR/SP/이벤트/Space Design)의 정규직, 비정규직 비율이 87.9%, 12.1%로 전체 비율보다 정규직의 비중이 더 높게 나타났다.

그림 2-1-2 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포



정규직은 유통 13,236명 54.2%, 생산 12,881명 52.8%, 인프라 8,737명 35.8%, 서비스 4,426명 18.1%의 순으로 많게 나타났고, 비정규직은 생산 2,491명 56.2%, 유통 2,061명 46.5%, 인프라 1,628명 36.7%, 서비스 612명 13.8%의 순서로 높게 나타나 정규직과 비정규직 간의 다소 차이를 보였다.

표 2-1-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황

지역		정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	17,738	72.6	2,873	64.8	20,612	71.4
	부산	1,228	5.0	265	6.0	1,493	5.2
	대구	1,311	5.4	232	5.2	1,543	5.3
	인천	145	0.6	51	1.1	196	0.7
	광주	745	3.1	332	7.5	1,077	3.7
	대전	373	1.5	75	1.7	448	1.6
	울산	101	0.4	25	0.6	126	0.4
	경기도	1,163	4.8	263	5.9	1,426	4.9
	강원도	239	1.0	38	0.9	278	1.0
	충청북도	239	1.0	8	0.2	247	0.9
	충청남도	156	0.6	14	0.3	170	0.6
	전라북도	206	0.8	54	1.2	260	0.9
	전라남도	155	0.6	52	1.2	207	0.7
	경상북도	187	0.8	22	0.5	209	0.7
	경상남도	330	1.4	110	2.5	440	1.5
	제주도	101	0.4	20	0.5	122	0.4
전체		24,418	100.0	4,436	100.0	28,854	100.0

종사자를 지역별로 살펴보면, 서울이 20,612명 71.4%로 가장 높게 나타났고, 대구 1,543명 5.3%, 부산 1,493명 5.2%, 경기도 1,426명 4.9%, 광주 1,077명 3.7%, 대전 448명 1.6%, 경상남도 440명 1.5%, 강원도 278명 1.0%의 순으로 나타났다. 전체 정규직의 비율인 84.6%보다 정규직의 비율이 높은 지역은 서울 17,738명 86.1%, 대구 1,311명 85.0%, 강원도 239명 86.3%, 충청북도 239명 96.8%, 충청남도 156명 91.8%, 경상북도 187명 89.5%로 나타났다.

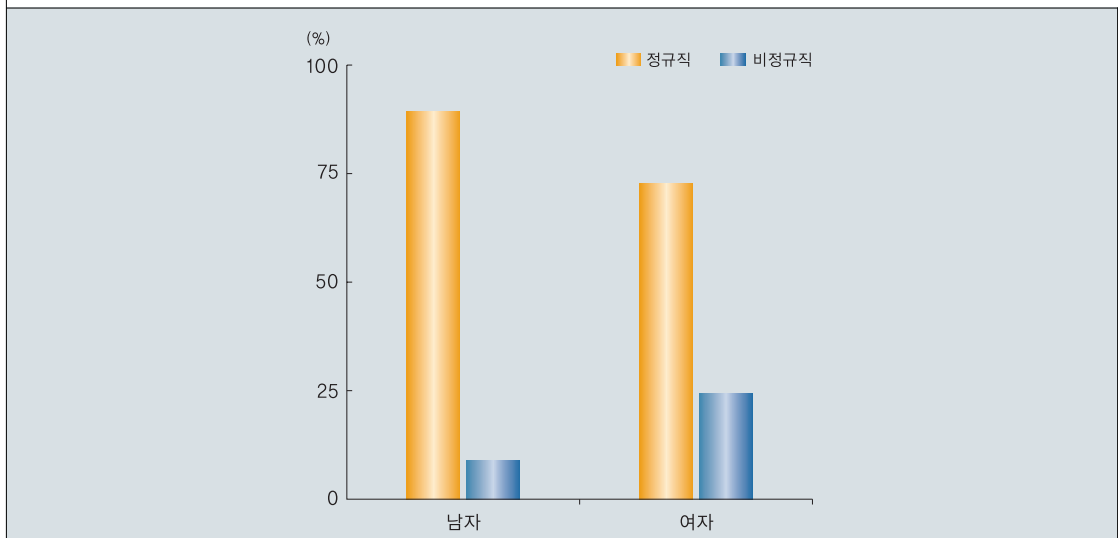
### 2.1.1. 성별 종사자 현황

표 2-1-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황

	남자		여자		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	15,831	91.3	8,587	74.6	24,418	84.6
비정규직	1,509	8.7	2,927	25.4	4,436	15.4
합계	17,340	100.0	11,514	100.0	28,854	100.0

광고업 종사자를 성별로 살펴보면, 남자는 17,340명 60.1%, 여자는 11,514명 39.9%로 남자가 여자보다 1.5배 높게 나타났다. 종사자 형태로 나누어 성별 비율을 살펴보면, 정규직의 남자, 여자 비율은 64.8%, 35.2% 이고, 비정규직의 남자, 여자 비율은 34.0%, 66.0%로 정규직은 남자의 비율이 높고, 비정규직은 여자의 비율이 높은 것으로 나타났다.

그림 2-1-3 >> 고용 형태별 성별 종사자 현황



기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 남자는 정규직 15,831명 91.3%, 비정규직 1,509명 8.7%이고, 여자는 정규직 8,587명 74.6%, 비정규직 2,927명 25.4%로 남자의 정규직 비율이 여자의 정규직 비율보다 높게 나타났다.

표 2-1-5 >> 성별 종사자 현황

		남자		여자		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업형태	개인사업체	5,309	30.6	4,381	38.1	9,690	33.6
	회사법인	11,781	67.9	7,011	60.9	18,792	65.1
	회사의 법인	226	1.3	100	0.9	326	1.1
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	6,139	35.4	3,619	31.4	9,758	33.8
	광고제작+그외	1,612	9.3	1,210	10.5	2,822	9.8
	광고(종합)대행+광고제작	3,748	21.6	2,237	19.4	5,985	20.7
	그 외	5,840	33.7	4,449	38.6	10,289	35.7
가치사슬 분류	인프라	6,015	34.7	4,350	37.8	10,365	35.9
	생산	8,968	51.7	6,405	55.6	15,372	53.3
	유통	9,613	55.4	5,684	49.4	15,297	53.0
	서비스	3,170	18.3	1,868	16.2	5,038	17.5
전체		17,340	100.0	11,514	100.0	28,854	100.0

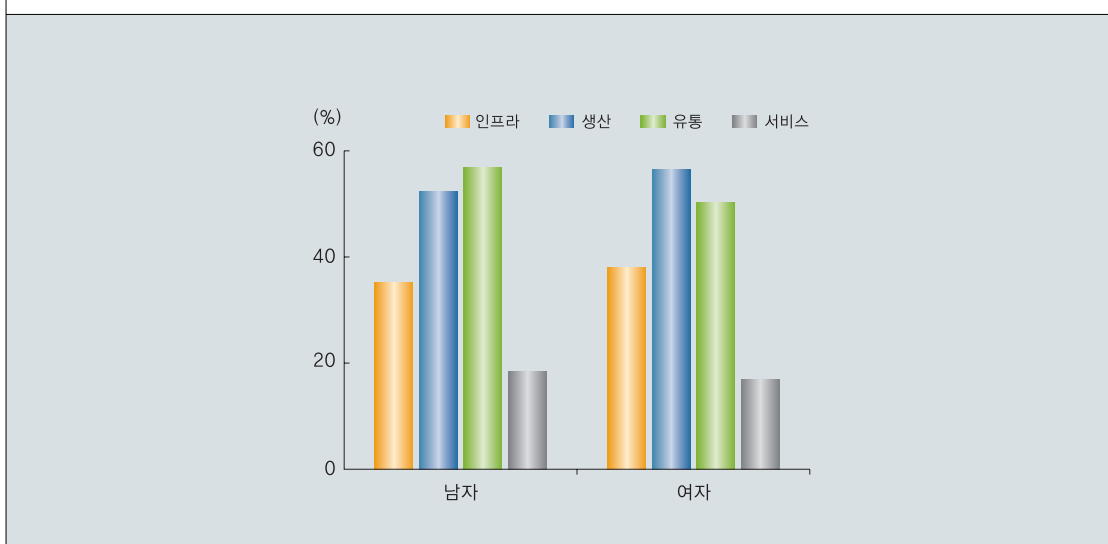
기업형태로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 회사법인은 남자 11,781명 62.7%, 여자 7,011명 37.3%, 회사의 법인은 남자 226명 69.3%, 여자 100명 30.7%로 전체 남녀 비율 60.1%, 39.9%보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 남자 6,139명 62.9% 여자

3,619명 37.1%, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 남자 3,748명 62.6%, 여자 2,237명 37.4%로 전체 남녀 비율보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 유통은 남자 9,613명 62.8%, 여자 5,684명 37.2%, 서비스는 남자 3,170명 62.9%, 여자 1,868명 37.1%로 전체 남녀 비율보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-1-4 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포



성별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 남자는 유통 9,613명 55.4%, 생산 8,968명 51.7%, 인프라 6,015명 34.7%, 서비스 3,170명 18.3%의 순으로 많이 나타났고, 여자는 생산 6,405명 55.6%, 유통 5,684명 49.4%, 인프라 4,350명 37.8%, 서비스 1,868명 16.2%의 순으로 많이 나타났다.

표 2-1-6 >> 지역별 성별 종사자 현황

지역	구분	남자		여자		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	12,578	72.5	8,034	69.8	20,612	71.4
	부산	873	5.0	620	5.4	1,493	5.2
	대구	910	5.2	633	5.5	1,543	5.3
	인천	124	0.7	72	0.6	196	0.7
	광주	507	2.9	570	5.0	1,077	3.7
	대전	272	1.6	176	1.5	448	1.6
	울산	73	0.4	53	0.5	126	0.4
	경기도	867	5.0	559	4.9	1,426	4.9
	강원도	170	1.0	108	0.9	278	1.0
	충청북도	135	0.8	111	1.0	247	0.9
	충청남도	107	0.6	63	0.5	170	0.6
	전라북도	146	0.8	113	1.0	260	0.9
	전라남도	114	0.7	93	0.8	207	0.7
	경상북도	130	0.7	80	0.7	209	0.7
	경상남도	269	1.6	171	1.5	440	1.5
	제주도	65	0.4	57	0.5	122	0.4
	전체		17,340	100.0	11,514	100.0	28,854

전체 남자의 구성비 60.1%보다 남자의 비율이 높은 지역은 서울 12,578명 61.0%, 인천 124명 63.3%, 대전 272명 60.7%, 경기도 867명 60.8%, 강원도 170명 61.2%, 충청남도 107명 62.9%, 경상북도 130명 61.9%, 경상남도 269명 61.1%로 나타났다.

## 2.1.2. 연령별 종사자 현황

표 2-1-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황

고용형태	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	776	59.0	5,909	80.0	6,447	85.0	5,232	88.7	6,053	90.7	24,418	84.6
비정규직	539	41.0	1,478	20.0	1,133	15.0	667	11.3	619	9.3	4,436	15.4
합계	1,316	100.0	7,387	100.0	7,580	100.0	5,899	100.0	6,672	100.0	28,854	100.0

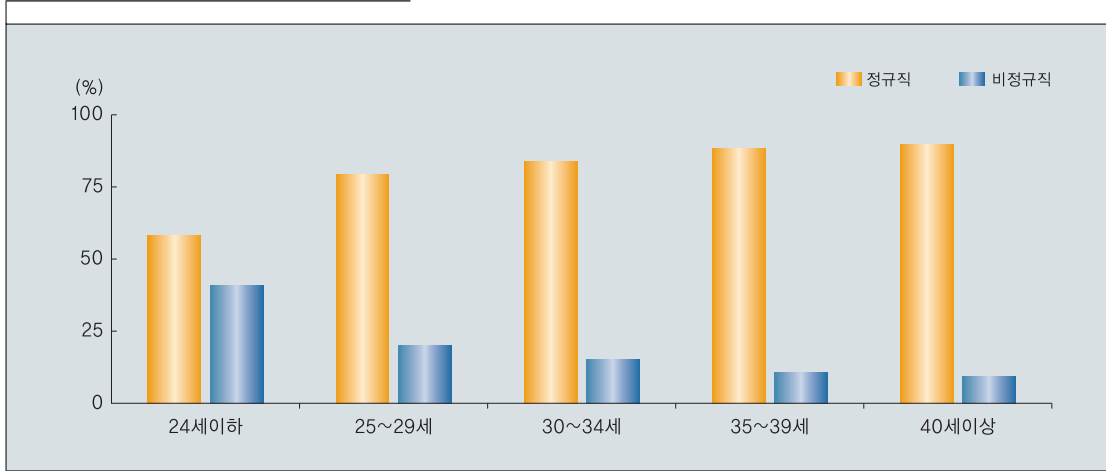
광고업 종사자를 연령별로 살펴보면, 30~34세 7,580명 26.3%, 25~29세 7,387명 25.6%, 40세이상 6,672명 23.1%, 35~39세 5,899명 20.4%, 24세이하 1,316명 4.6%의 순으로 나타났다.

종사자를 고용형태로 나누어 연령별 비율을 살펴보면, 정규직은 30~34세 6,447명 26.4%, 40세이상 6,053명 24.8%, 25~29세 5,909명 24.2%, 35~39세 5,232명 21.4%, 24세이하 776명 3.2%, 비정규직은 25~29세 1,478명 33.3%, 30~34세 1,133명 25.5%, 35~39세 667명 15.0%, 40세이상 619명 14.0%, 24



세이하 539명 12.2%의 순으로 나타났다.

그림 2-1-5 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황



기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 24세이하는 정규직 776명 59.0%, 비정규직 539명 41.0%, 25~29세는 정규직 5,909명 80.0%, 비정규직 1,478명 20.0%, 30~34세 정규직 6,447명 85.0%, 비정규직 1,133명 15.0%, 35~39세는 정규직 5,232명 88.7%, 비정규직 667명 11.3%, 40세이상은 정규직 6,053명 90.7%, 비정규직 619명 9.3%로 나타났다. 연령이 어릴수록 비정규직 종사자의 비율이 높고, 정규직 종사자의 비율이 낮은것으로 나타났다.

표 2-1-8 >> 연령별 종사자 현황

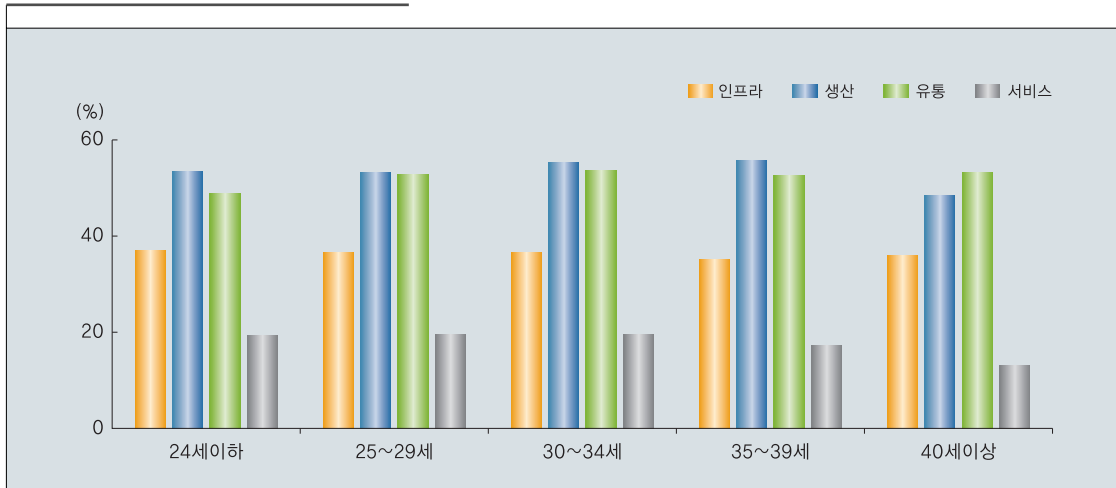
		24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업 형태	개인사업체	427	32.5	2,244	30.4	2,287	30.2	2,034	34.5	2,698	40.4	9,690	33.6
	회사법인	876	66.6	5,028	68.1	5,184	68.4	3,823	64.8	3,881	58.2	18,792	65.1
	회사외 법인	12	0.9	95	1.3	90	1.2	39	0.7	90	1.3	326	1.1
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	415	31.5	2,388	32.3	2,494	32.9	1,952	33.1	2,510	37.6	9,758	33.8
	광고제작+그외	147	11.2	819	11.1	751	9.9	526	8.9	579	8.7	2,822	9.8
	광고(종합)대행+광고제작	243	18.5	1,607	21.8	1,743	23.0	1,297	22.0	1,094	16.4	5,985	20.7
	그 외	511	38.8	2,573	34.8	2,591	34.2	2,124	36.0	2,489	37.3	10,289	35.7
가치사슬 분류	인프라	482	36.6	2,691	36.4	2,744	36.2	2,050	34.8	2,398	35.9	10,365	35.9
	생산	704	53.5	3,932	53.2	4,202	55.4	3,286	55.7	3,248	48.7	15,372	53.3
	유통	646	49.1	3,919	53.0	4,078	53.8	3,113	52.8	3,542	53.1	15,297	53.0
	서비스	247	18.8	1,422	19.2	1,484	19.6	995	16.9	891	13.3	5,038	17.5
전체		1,316	100.0	7,387	100.0	7,580	100.0	5,899	100.0	6,672	100.0	28,854	100

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 24세이하 876명 4.7%, 25~29세 5,028명 26.8%, 30~34세 5,184명 27.6%, 35~39세 3,823명 20.3%, 40세이상 3,881명 20.7%, 회사외 법인은 24세이하 12명 3.7%, 25~29세 95명 29.1%, 30~34세 90명 27.6%, 35~39세 39명 12.0%, 40세이상 90명 27.6%로 전

체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 30~34세의 비율인 26.3%보다 30~34세의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 광고제작+그외 업종은 24세이하 147명 5.2%, 25~29세 819명 29.0%, 30~34세 751명 26.6%, 35~39세 526명 18.6%, 40세이상 579명 20.5%, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 24세이하 243명 4.1%, 25~29세 1,607명 26.9%, 30~34세 1,743명 29.1%, 35~39세 1,297명 21.7%, 40세이상 1,094명 18.3%로 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 30~34세의 비율보다 30~34세의 비율이 더 높게 나타났다. 가치사슬 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 인프라는 24세이하 482명 4.7%, 25~29세 2,691명 26.0%, 30~34세 2,744명 26.5%, 35~39세 2,050명 19.8%, 40세이상 2,398명 23.1%, 생산은 24세이하 704명 4.6%, 25~29세 3,932명 25.6%, 30~34세 4,202명 27.3%, 35~39세 3,286명 21.4%, 40세이상 3,248명 21.1%, 유통은 24세이하 646명 4.2%, 25~29세 3,919명 25.6%, 30~34세 4,078명 26.7%, 35~39세 3,113명 20.3%, 40세이상 3,542명 23.2%, 서비스는 24세이하 247명 4.9%, 25~29세 1,422명 28.2%, 30~34세 1,484명 29.5%, 35~39세 995명 19.7%, 40세이상 891명 17.7%로 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 30~34세의 비율보다 30~34세의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-1-6 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황



연령별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 24세이하는 생산 704명 53.5%, 유통 646명 49.1%, 인프라 482명 36.6%, 서비스 247명 18.8%의 순으로 높게 나타났고, 25~29세는 생산 3,932명 53.2%, 유통 3,919명 53.0%, 인프라 2,691명 36.4%, 서비스 1,422명 19.2%의 순으로 높게 나타났고, 30~34세는 생산 4,202명 55.4%, 유통 4,078명 53.8%, 인프라 2,744명 36.2%, 서비스 1,484명 19.6%의 순으로 높게 나타났고, 35~39세는 생산 3,286명 55.7%, 유통 3,113명 52.8%, 인프라 2,050명 34.8%, 서비스 995명 16.9%의 순으로 높게 나타났고, 40세이상 유통 3,542명 53.1%, 생산 3,248명 48.7%, 인프라 2,398명

35.9%, 서비스 891명 13.3%의 순으로 높게 나타났다.

표 2-1-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황

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(%)
지역	서울	926	70.4	5,537	75.0	5,475	72.2	4,075	69.1	4,599	68.9	20,612	71.4
	부산	65	4.9	371	5.0	415	5.5	311	5.3	331	5.0	1,493	5.2
	대구	88	6.7	383	5.2	374	4.9	299	5.1	400	6.0	1,543	5.3
	인천	9	0.7	24	0.3	53	0.7	53	0.9	58	0.9	196	0.7
	광주	47	3.6	303	4.1	275	3.6	213	3.6	239	3.6	1,077	3.7
	대전	19	1.5	123	1.7	100	1.3	93	1.6	113	1.7	448	1.6
	울산	14	1.1	37	0.5	24	0.3	20	0.3	30	0.4	126	0.4
	경기도	58	4.4	268	3.6	329	4.3	337	5.7	435	6.5	1,426	4.9
	강원도	8	0.6	21	0.3	92	1.2	102	1.7	54	0.8	278	1.0
	충청북도	18	1.4	62	0.8	50	0.7	74	1.3	42	0.6	247	0.9
	충청남도	14	1.1	3	0.0	53	0.7	51	0.9	48	0.7	170	0.6
	전라북도	8	0.6	53	0.7	86	1.1	45	0.8	68	1.0	260	0.9
	전라남도	4	0.3	39	0.5	64	0.8	44	0.8	55	0.8	207	0.7
	경상북도	13	1.0	32	0.4	42	0.5	63	1.1	60	0.9	209	0.7
	경상남도	12	0.9	100	1.4	107	1.4	108	1.8	113	1.7	440	1.5
	제주도	13	1.0	29	0.4	42	0.5	11	0.2	28	0.4	122	0.4
	전체		1,316	100.0	7,387	100.0	7,580	100.0	5,899	100.0	6,672	100.0	28,854

가장 많은 부분을 차지하는 30~34세의 전체 구성비 26.3%보다 30~34세의 비율이 높은 지역은 서울 5,475명 26.6%, 부산 415명 27.8%, 인천 53명 27.0%, 강원도 92명 33.1%, 충청남도 53명 31.2%, 전라북도 86명 33.1%, 전라남도 64명 30.9%, 제주도 42명 34.4% 로 나타났다.

25~29세의 전체 구성비 25.6%보다 25~29세의 비율이 높은 지역은 서울 5,537명 26.9%, 광주 303명 28.1%, 대전 123명 27.5%, 울산 37명 29.4% 로 나타났다.

### 2.1.3. 학력별 종사자 현황

표 2-1-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황

	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	3,534	75.3	4,891	76.4	14,694	89.6	1,299	95.6	24,418	84.6
비정규직	1,159	24.7	1,509	23.6	1,708	10.4	60	4.4	4,436	15.4
합계	4,692	100.0	6,401	100.0	16,403	100.0	1,358	100.0	28,854	100.0

광고업 종사자를 학력별로 살펴보면, 대졸 16,403명 56.8%, 전문대졸 6,401명 22.2%, 고졸이하 4,692명 16.3%, 대학원졸이상 1,358명 4.7%의 순으로 나타났다.

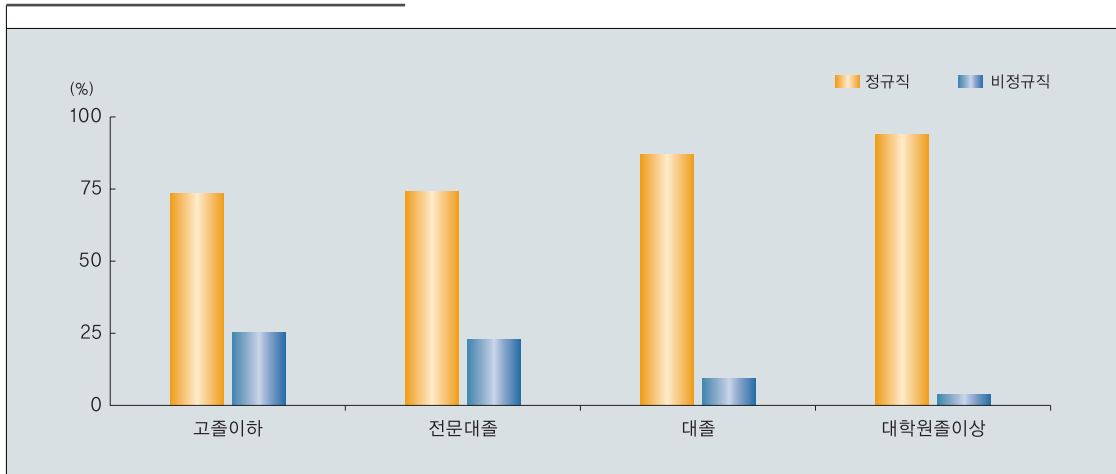
종사자 형태로 나누어 학력별 비율을 살펴보면, 정규직은 대졸 14,694명 60.2%, 전문대졸 4,891명

20.0%, 고졸이하 3,534명 14.5%, 대학원졸이상 1,299명 5.3%, 비정규직은 대졸 1,708명 38.5%, 전문대졸 1,509명 34.0%, 고졸이하 1,159명 26.1%, 대학원졸이상 60명 1.4%의 순으로 나타났다.

기준을 바꾸어 다시 살펴보면 고졸이하의 정규직 3,534명 75.3%, 비정규직 1,159명 24.7%, 전문대졸은 정규직 4,891명 76.4%, 비정규직 1,509명 23.6%, 대졸은 정규직 14,694명 89.6%, 비정규직 1,708명 10.4%, 대학원졸이상은 정규직 1,299명 95.6%, 비정규직 60명 4.4%로 나타났다.

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

그림 2-1-7 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황



기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 고졸이하의 2,371명 12.6%, 전문대졸 3,615명 19.2%, 대졸 11,706명 62.3%, 대학원졸이상 1,100명 5.9%, 회사외법인은 고졸이하의 52명 16.0%, 전문대졸 60명 18.4%, 대졸 198명 60.7%, 대학원졸이상 16명 4.9%로, 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율 56.8%보다 대졸의 비율이 더 높게 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(%)
기업 형태	개인사업체	2,266	48.3	2,718	42.5	4,464	27.2	242	17.8	9,690	33.6
	회사법인	2,371	50.5	3,615	56.5	11,706	71.4	1,100	81.0	18,792	65.1
	회사외 법인	52	1.1	60	0.9	198	1.2	16	1.2	326	1.1
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	1,642	35.0	2,057	32.1	5,642	34.4	417	30.7	9,758	33.8
	광고제작+그외	328	7.0	729	11.4	1,630	9.9	136	10.0	2,822	9.8
	광고(종합)대행+광고제작	367	7.8	830	13.0	4,281	26.1	507	37.3	5,985	20.7
	그 외	2,356	50.2	2,784	43.5	4,849	29.6	299	22.0	10,289	35.7
가치사슬 분류	인프라	1,740	37.1	2,565	40.1	5,619	34.3	440	32.4	10,365	35.9
	생산	2,048	43.7	3,530	55.2	8,953	54.6	841	61.9	15,372	53.3
	유통	1,961	41.8	2,794	43.6	9,637	58.8	905	66.6	15,297	53.0
	서비스	479	10.2	684	10.7	3,444	21.0	431	31.7	5,038	17.5
전체		4,692	100.0	6,401	100.0	16,403	100.0	1,358	100.0	28,854	100.0

업종별 분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 고졸이하는 1,642명 16.8%, 전문대졸 2,057명 21.1%, 대졸 5,642명 57.8%, 대학원졸이상 417명 4.3%, 광고제작+그외 업종은 고졸이하는 328명 11.6%, 전문대졸 729명 25.8%, 대졸 1,630명 57.7%, 대학원졸이상 136명 4.8%, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 고졸이하는 367명 6.1%, 전문대졸 830명 13.9%, 대졸 4,281명 71.5%, 대학원졸이상 507명 8.5%로, 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 생산은 고졸이하는 2,048명 13.3%, 전문대졸 3,530명 23.0%, 대졸 8,953명 58.2%, 대학원졸이상 841명 5.5%, 유통은 고졸이하는 1,961명 12.8%, 전문대졸 2,794명 18.3%, 대졸 9,637명 63.0%, 대학원졸이상 905명 5.9%, 서비스는 고졸이하는 479명 9.5%, 전문대졸 684명 13.6%, 대졸 3,444명 68.4%, 대학원졸이상 431명 8.6%로, 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

학력별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 고졸이하는 생산 2,048명 43.7%, 유통 1,961명 41.8%, 인프라 1,740명 37.1%, 서비스 479명 10.2%의 순으로 나타났고, 전문대졸은 생산 3,530명 55.2%, 유통 2,794명 43.6%, 인프라 2,565명 40.1%, 서비스 684명 10.7%의 순으로 나타났고, 대졸은 유통 9,637명 58.8%, 생산 8,953명 54.6%, 인프라 5,619명 34.3%, 서비스 3,444명 21.0%의 순으로 나타났고, 대학원졸 이상은 유통 905명 66.6%, 생산 841명 61.9%, 인프라 440명 32.4%, 서비스 431명 31.7%의 순으로 나타났다.

그림 2-1-8 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황

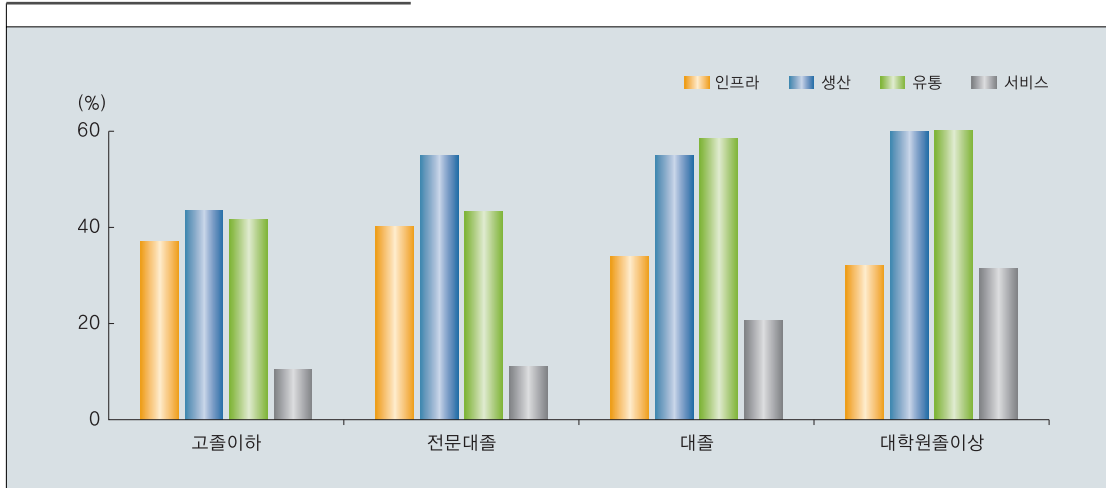


표 2-1-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황

지역		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	2,682	57.1	4,296	67.1	12,498	76.2	1,136	83.7	20,612	71.4
	부산	251	5.4	429	6.7	767	4.7	46	3.4	1,493	5.2
	대구	216	4.6	488	7.6	780	4.8	60	4.4	1,543	5.3
	인천	85	1.8	35	0.6	71	0.4	5	0.3	196	0.7
	광주	243	5.2	260	4.1	535	3.3	40	2.9	1,077	3.7
	대전	101	2.2	58	0.9	269	1.6	20	1.5	448	1.6
	울산	16	0.3	25	0.4	84	0.5	0	0.0	126	0.4
	경기도	488	10.4	355	5.5	576	3.5	7	0.5	1,426	4.9
	강원도	75	1.6	47	0.7	148	0.9	8	0.6	278	1.0
	충청북도	63	1.3	68	1.1	116	0.7	0	0.0	247	0.9
	충청남도	105	2.2	31	0.5	32	0.2	2	0.1	170	0.6
	전라북도	78	1.7	57	0.9	110	0.7	14	1.0	260	0.9
	전라남도	59	1.3	72	1.1	75	0.5	0	0.0	207	0.7
	경상북도	69	1.5	54	0.8	82	0.5	5	0.4	209	0.7
	경상남도	135	2.9	87	1.4	209	1.3	10	0.7	440	1.5
	제주도	27	0.6	39	0.6	51	0.3	4	0.3	122	0.4
전체		4,692	100.0	6,401	100.0	16,403	100.0	1,358	100.0	28,854	100.0

가장 많은 부분을 차지하는 대졸의 전체 비율 56.8%보다 대졸의 비율이 높은 지역은 서울 12,498명 60.6%, 대전 269명 60.0%, 울산 84명 66.7% 로 나타났다.

전문대졸의 전체 비율 22.2%보다 전문대졸의 비율이 높은 지역은 부산 429명 28.7%, 대구 488명 31.6%, 광주 260명 24.1%, 경기도 355명 24.9%, 충청북도 68명 27.5%, 전라남도 72명 34.8%, 경상북도 54명 25.8%, 제주도 39명 32.0% 로 나타났다.

### 2.1.4. 직급별 종사자 현황

표 2-1-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황

	임원		국장/부장		차장/대리		사원		전체	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
AE	3,250	46.3	716	23.3	1,270	15.3	1,137	10.9	6,373	22.1
디자이너	759	10.8	653	21.2	2,983	35.9	3,233	30.9	7,628	26.4
CW	74	1.1	139	4.5	344	4.1	212	2.0	768	2.7
PD	45	0.6	101	3.3	216	2.6	85	0.8	447	1.5
매체	96	1.4	180	5.9	422	5.1	284	2.7	983	3.4
SP	153	2.2	175	5.7	581	7.0	772	7.4	1,680	5.8
PR	62	0.9	107	3.5	354	4.3	322	3.1	845	2.9
마케팅조사	41	0.6	114	3.7	244	2.9	291	2.8	691	2.4
인터랙티브	6	0.1	19	0.6	63	0.8	43	0.4	131	0.5
전사	87	1.2	31	1.0	154	1.9	209	2.0	481	1.7
관리	2,443	34.8	839	27.3	1,683	20.2	3,861	36.9	8,826	30.6
합계	7,014	100.0	3,075	100.0	8,315	100.0	10,449	100.0	28,854	100.0

광고업 종사자를 직종별로 살펴보면, 관리가 8,826명 30.6%로 가장 높게 나타났고 디자이너 7,628명 26.4%, AE 6,373명 22.1%, SP 1,680명 5.8%, 매체 983명 3.4%, PR 845명 2.9%, CW 768명 2.7%, 마케팅조사 691명 2.4%, 전사 481명 1.7%, PD 447명 1.5%, 인터랙티브 131명 0.5%의 순으로 나타났다. 직종별로 구체적으로 살펴보면, AE는 임원 3,250명 51.0%, 차장/대리 1,270명 19.9%, 디자이너는 사원 3,233명 42.4%, 차장/대리 2,983명 39.1%, CW는 차장/대리 344명 44.8%, 사원 212명 27.6%, PD는 차장/대리 216명 48.3%, 국장/부장 101명 22.6%, 매체는 차장/대리 422명 42.9%, 사원 284명 28.9%, SP는 사원 772명 46.0%, 차장/대리 581명 34.6%, PR은 차장/대리 354명 41.9%, 사원 322명 38.1%, 마케팅 조사는 사원 291명 42.1%, 차장/대리 244명 35.3%, 인터랙티브 차장/대리 63명 48.1%, 사원 43명 32.8%, 전사는 사원 209명 43.5%, 차장/대리 154명 32.0%, 관리는 사원 3,861명 43.7%, 임원 2,443명 27.7%로 나타났다.

광고업 종사자를 직급별로 살펴보면, 사원이 10,449명 36.2%로 가장 높게 나타났고 차장/대리 8,315명 28.8%, 임원 7,014명 24.3%, 국장/부장 3,075명 10.7%의 순으로 나타났다. 직급별로 구체적으로 살펴보면, 임원은 AE 3,250명 46.3%, 관리 2,443명 34.8%, 디자이너 759명 10.8%의 순으로 나타났고, 국장/부장은 관리 839명 27.3%, AE 716명 23.3%, 디자이너 653명 21.2%의 순으로 나타났고, 차장/대리는 디자이너 2,983명 35.9%, 관리 1,683명 20.2%, AE 1,270명 15.3%의 순으로 나타났고, 사원은 관리 3,861명 36.9%, 디자이너 3,233명 30.9%, AE 1,137명 10.9%의 순으로 나타났다.

## 2.1.5. 외국인 종사자 현황

표 2-1-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황

	정규직(명)	비정규직(명)	합계
AE	7	2	9
디자이너	5	2	7
CW	1	0	1
PD	0	0	0
매체	1	0	1
SP	0	0	0
PR	4	0	4
마케팅조사	0	0	0
인터랙티브	0	3	3
전사	0	0	0
관리	6	0	6
합계	24	7	31

외국인 종사자를 형태별로 살펴보면 정규직은 24명이고 비정규직은 7명이다.

직종별로 살펴보면 AE 9명, 디자이너 7명, 관리 6명, PR 4명, 인터랙티브 3명, CW와 매체는 1명의 순으로 나타났다.

## 2.2. 대형 광고업체

### 2.2.1. 전체 고용현황

표 2-2-1 >> 전체 종사자 현황(대형)

구분	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	4,628	92.5
비정규직	376	7.5
합계	5,004	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 따로 살펴보면, 전체 고용자는 5,004명이고, 정규직은 4,628명 92.5%, 비정규직은 376명 7.5%로 나타났다.



그림 2-2-1 >> 전체 종사자 현황(대형)

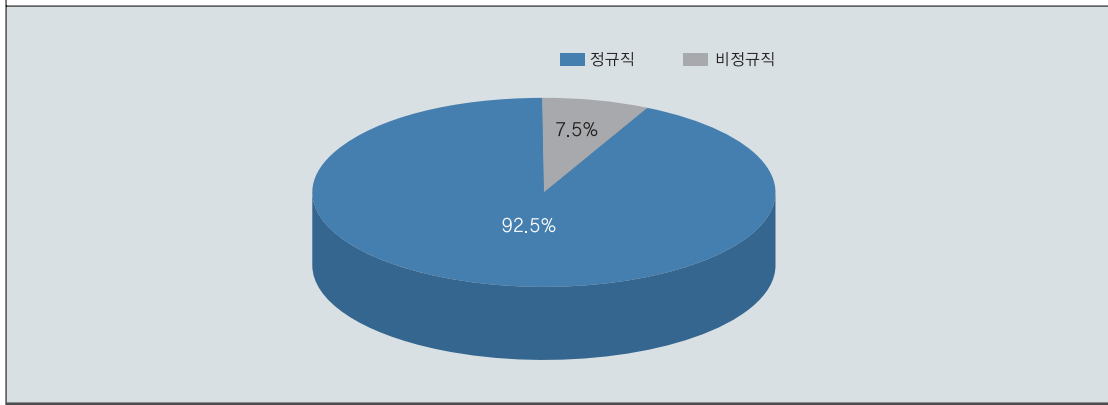


표 2-2-2 >> 고용형태별 종사자 현황(대형)

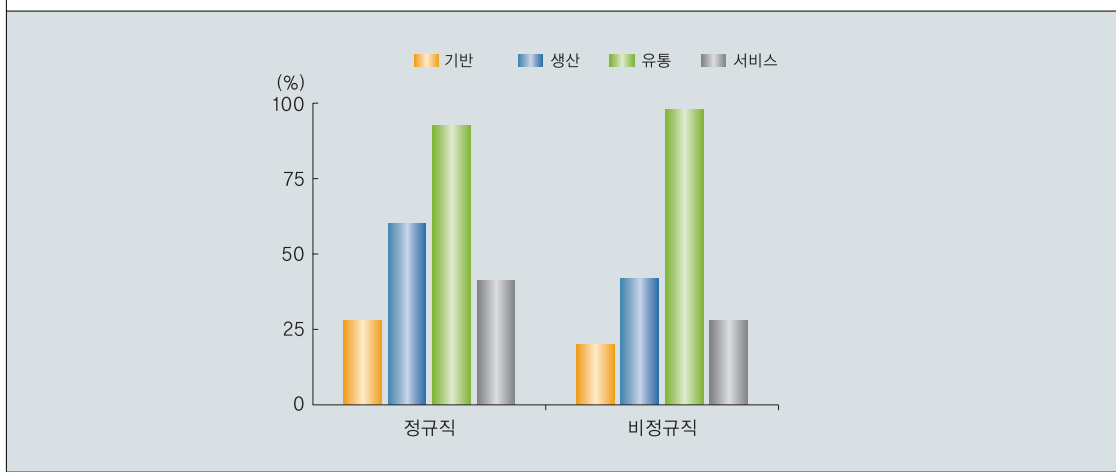
		정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업형태	회사법인	4,588	99.1	376	100.0	4,964	99.2
	회사의 법인	40	0.9	0	0.0	40	0.8
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	1,864	40.3	217	57.7	2,081	41.6
	광고(종합)대행+광고제작	2,764	59.7	159	42.3	2,924	58.4
가치사슬 분류	인프라	1,322	28.6	79	21.0	1,402	28.0
	생산	2,828	61.1	164	43.6	2,993	59.8
	유통	4,323	93.4	374	99.5	4,697	93.9
	서비스	1,928	41.6	110	29.3	2,038	40.7
전체		4,628	100.0	376	100.0	5,004	100.0

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 회사법인 4,964명 99.2%, 회사의 법인 40명 0.8%가 분포되어 있다. 회사의 법인의 정규직과 비정규직의 비율은 100.0%, 0%로 전체 비율보다 정규직의 비중이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종 종사자가 2,081명 41.6%, 광고(종합)대행+광고제작 업종 종사자 2,924명 58.4%로 나타났다. 광고(종합)대행+광고제작 업종은 정규직, 비정규직 비율이 94.6%, 5.4%로 전체 비율보다 정규직의 비중이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 유통 종사자가 4,697명 93.9%로 가장 높게 나타났으며 생산 2,993명 59.8%, 서비스 2,038명 40.7%, 인프라 1,402명 28.0% 순으로 종사자가 많은 것으로 나타났다. 정규직의 비율이 인프라 94.4%, 생산 94.5%, 서비스 94.6%로 전체 정규직 비율인 92.5%보다 더 높게 나타났다.

그림 2-2-2 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(대형)



정규직은 유통 4,323명 93.4%, 생산 2,828명 61.1%, 서비스 1,928명 41.6%, 인프라 1,322명 28.6%의 순으로 높게 나타났고, 비정규직은 유통 374명 99.5%, 생산 164명 43.6%, 서비스 110명 29.3%, 인프라 79명 21.0%의 순서로 높게 나타나 정규직과 비정규직 간의 다소 차이를 보였다.

표 2-2-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황(대형)

지역	종사자수(명)	정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
서울	4,348	4,348	94.0	352.8	93.7	4,701	93.9
부산	69	69	1.5	8.0	2.1	77	1.5
대구	121	121	2.6	9.8	2.6	131	2.6
인천	10	10	0.2	2	0.5	12	0.2
광주	41	41	0.9	2	0.5	43	0.9
대전	29	29	0.6	0	0.0	29	0.6
전라북도	7	7	0.2	1	0.3	8	0.2
전라남도	2	2	0.0	1	0.3	3	0.1
전체	4,628	4,628	100.0	376	100.0	5,004	100.0

종사자를 지역별로 살펴보면, 서울이 4,701명 93.9%로 가장 높게 나타났고, 대구 131명 2.6%, 부산 77명 1.5%, 광주 43명 0.9%, 대전 29명 0.6%의 순으로 나타났다. 전체 정규직의 비율인 92.5%보다 정규직의 비율이 높은 지역은 서울 92.5%, 광주 95.3%, 대전 100.0%로 나타났다.

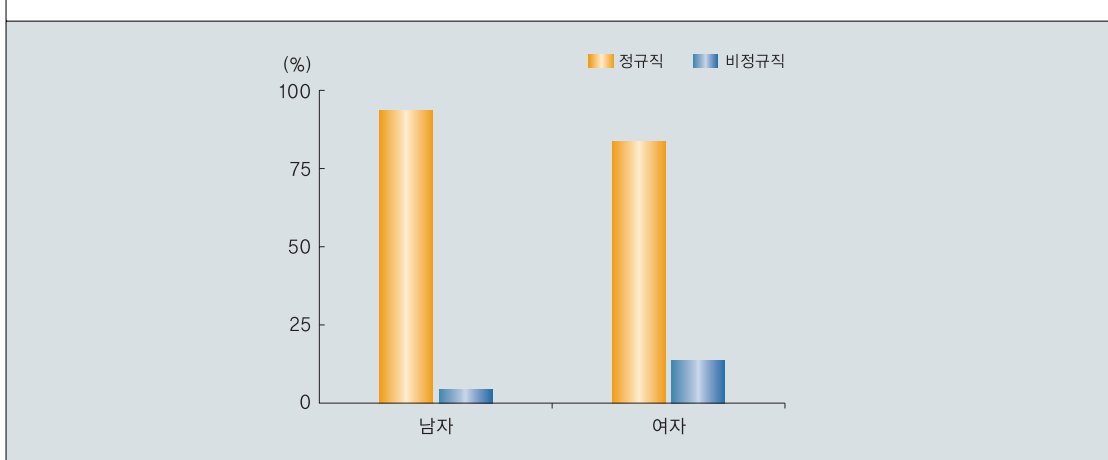
## 2.2.2. 성별 종사자 현황

표 2-2-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(대형)

	남자		여자		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	3,174	96.0	1,454	85.6	4,628	92.5
비정규직	132	4.0	245	14.4	376	7.5
합계	3,306	100.0	1,698	100.0	5,004	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 성별로 살펴보면, 남자는 3,306명 66.1%이고 여자는 1,698명 33.9%로 나타났다. 종사자 형태로 나누어 성별 비율을 살펴보면, 정규직의 남자, 여자 비율은 68.6%, 31.4%이고, 비정규직의 남자, 여자 비율은 35.0%, 65.0%로 정규직은 남자의 비율이 높고, 비정규직은 여자의 비율이 높은 것으로 나타났다.

그림 2-2-3 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(대형)



기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 남자는 정규직 3,174명 96.0%, 비정규직 132명 4.0%이고, 여자는 정규직 1,454명 85.6%, 비정규직 245명 14.4%로 남자의 정규직 비율이 여자의 정규직 비율보다 높게 나타났다.

표 2-2-5 >> 성별 종사자 현황(대형)

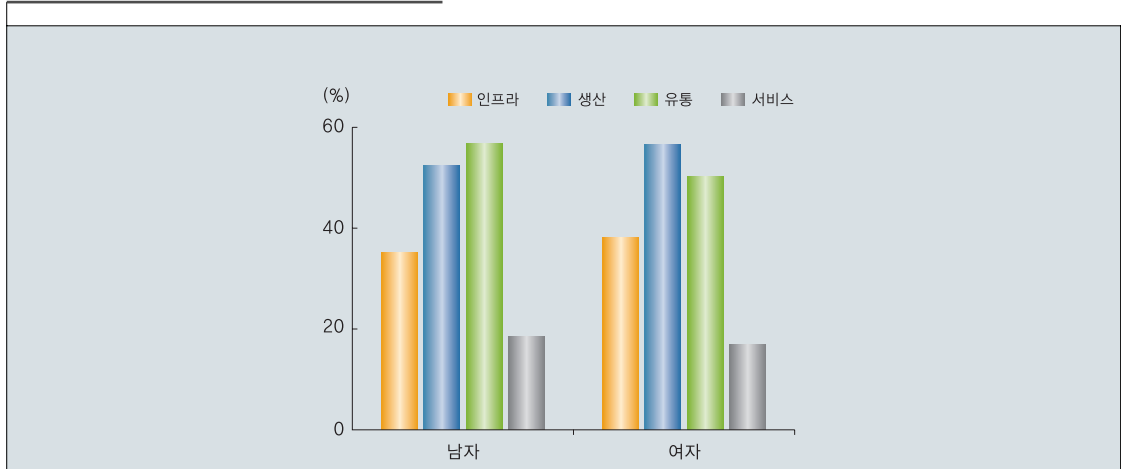
		남자		여자		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업형태	회사법인	3,275	99.1	1,689	99.5	4,964	99.2
	회사외 법인	31	0.9	9	0.5	40	0.8
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	1,303	39.4	778	45.8	2,081	41.6
	광고(종합)대행+광고제작	2,003	60.6	920	54.2	2,924	58.4
가치사슬 분류	인프라	986	29.8	416	24.5	1,402	28.0
	생산	2,053	62.1	940	55.4	2,993	59.8
	유통	3,100	93.8	1,597	94.0	4,697	93.9
	서비스	1,447	43.8	591	34.8	2,038	40.7
전체		3,306	100.0	1,698	100.0	5,004	100.0

기업형태로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 회사의 법인은 남자 31명 77.5%, 여자 9명 22.5%로 전체 남녀 비율 66.1%, 33.9%보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 남자 2,003명 68.5%, 여자 920명 31.5%로 전체 남녀 비율보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 생산은 남자 2,053명 68.6%, 여자 940명 31.4%, 서비스는 남자 1,447명 71.0%, 여자 591명 29.0%로 전체 남녀 비율보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-2-4 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(대형)



성별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 남자는 유통 3,100명 93.8%, 생산 2,053명 62.1%, 서비스 1,447명 43.8%, 인프라 986명 29.8%의 순으로 나타났고, 여자는 유통 1,597명 94.0%, 생산 940명 55.4%, 서비스 591명 34.8%, 인프라 416명 24.5%의 순으로 나타났다.

표 2-2-6 >> 지역별 성별 종사자 현황(대형)

지역	구분	남자		여자		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	3,110	94.1	1,591	93.7	4,701	93.9
	부산	48	1.5	29	1.7	77	1.5
	대구	89	2.7	43	2.5	131	2.6
	인천	8	0.2	5	0.3	12	0.2
	광주	22	0.7	21	1.2	43	0.9
	대전	22	0.7	7	0.4	29	0.6
	전라북도	6	0.2	2	0.1	8	0.2
	전라남도	2	0.1	1	0.1	3	0.1
전체	3,306	100.0	1,698	100.0	5,004	100.0	

전체 남자의 비율인 66.1%보다 남자의 비율이 높은 지역은 서울 3,110명 66.2%, 대구 89명 67.9%, 인천 8명 66.7%, 광주와 대전 22명 75.9%, 전라북도 6명 75.0%, 전라남도 2명 66.7%로 나타났다.

### 2.2.3. 연령별 종사자 현황

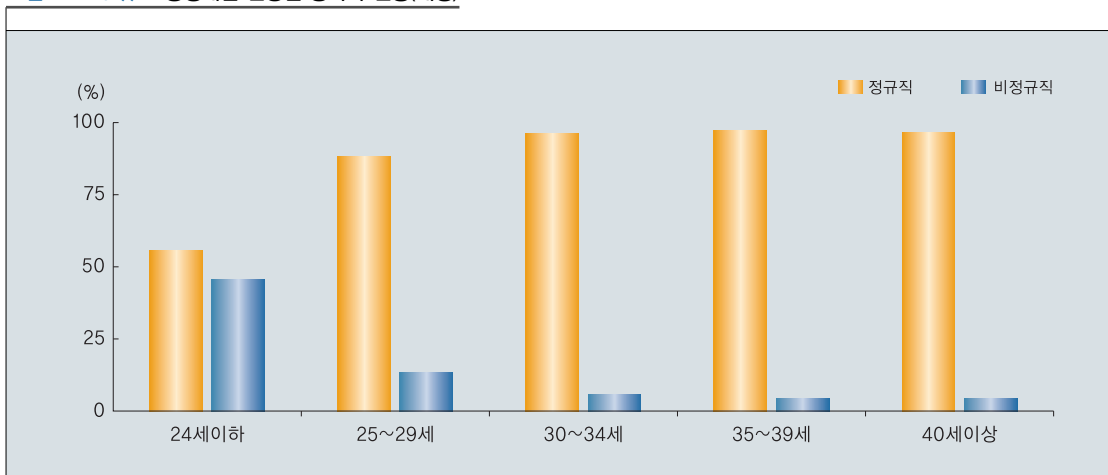
표 2-2-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형)

	24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	92	55.1	924	87.3	1,390	94.7	1,214	96.3	1,009	95.9	4,628	92.5
비 정규직	75	44.9	134	12.7	78	5.3	46	3.7	44	4.1	376	7.5
합계	167	100.0	1,057	100.0	1,468	100.0	1,260	100.0	1,052	100.0	5,004	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 연령별로 살펴보면, 30~34세 1,468명 29.3%, 35~39세 1,260명 25.2%, 25~29세 1,057명 21.1%, 40세이상 1,052명 21.0%, 24세이하 167명 3.3%의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 연령별 비율을 살펴보면, 정규직은 30~34세 1,390명 30.0%, 35~39세 1,214명 26.2%, 40세이상 1,009명 21.8%, 25~29세 924명 20.0%, 24세이하 92명 2.0%, 비정규직은 25~29세 134명 35.5%, 30~34세 78명 20.7%, 24세이하 75명 19.9%, 35~39세 46명 12.2%, 40세이상 44명 11.7%의 순으로 나타났다.

그림 2-2-5 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(대형)



기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 24세이하는 정규직 92명 55.1%, 비정규직 75명 44.9%, 25~29세는 정규직 924명 87.3%, 비정규직 134명 12.7%, 30~34세 정규직 1,390명 94.7%, 비정규직 78명 5.3%, 35~39세는 정규직 1,214명 96.3%, 비정규직 46명 3.7%, 40세이상은 정규직 1,009명 95.9%, 비정규직 44명

4.1%로 나타났다.

표 2-2-8 >> 연령별 종사자 현황(대형)

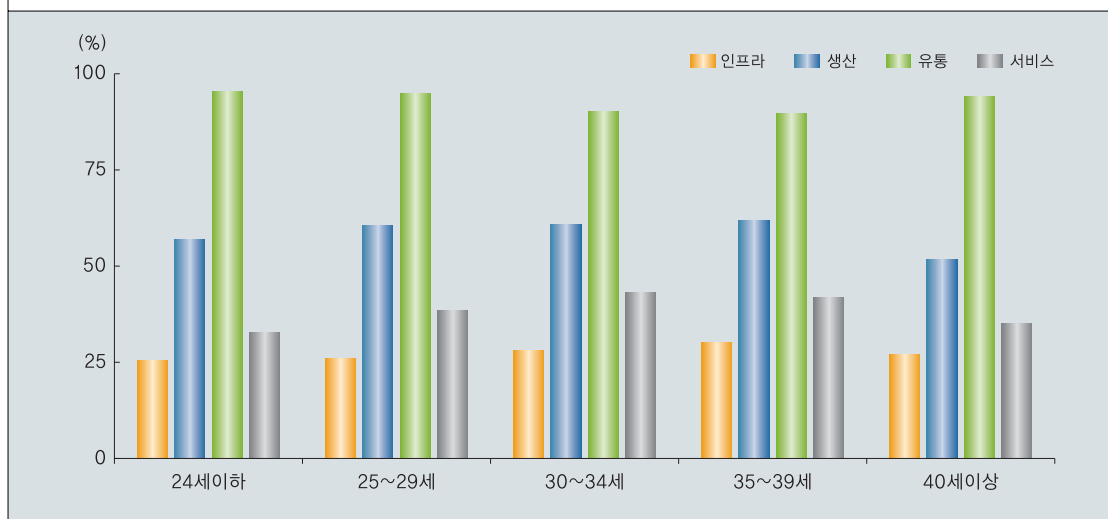
		24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업 형태	회사법인	165	98.8	1,053	99.6	1,459	99.4	1,248	99.0	1,039	98.8	4,964	99.2
	회사외 법인	2	1.2	4	0.4	9	0.6	12	1.0	13	1.2	40	0.8
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	75	44.8	421	39.9	587	40.0	479	38.0	519	49.3	2,081	41.6
	광고(종합)대행+광고제작	92	55.2	636	60.1	881	60.0	781	62.0	534	50.7	2,924	58.4
가치사슬 분류	인프라	43	25.8	279	26.4	418	28.4	380	30.2	282	26.8	1,402	28.0
	생산	96	57.7	649	61.4	904	61.5	792	62.9	552	52.5	2,993	59.8
	유통	161	96.4	1,017	96.2	1,353	92.2	1,156	91.7	1,010	96.0	4,697	93.9
	서비스	55	33.3	414	39.1	653	44.4	533	42.3	383	36.4	2,038	40.7
전체		167	100.0	1,057	100.0	1,468	100.0	1,260	100.0	1,052	100.0	5,004	100.0

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 24세이하 165명 3.3%, 25~29세 1,053명 21.2%, 30~34세 1,459명 29.4%, 35~39세 1,248명 25.1%, 40세이상 1,039명 20.9%로 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 30~34세의 비율인 29.3%보다 30~34세의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 24세이하 93명 3.1%, 25~29세 636명 21.8%, 30~34세 881명 30.1%, 35~39세 781명 26.7%, 40세이상 534명 18.3%로 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 30~34세의 비율보다 30~34세의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 인프라는 24세이하 43명 3.1%, 25~29세 279명 19.9%, 30~34세 418명 29.8%, 35~39세 380명 27.1%, 40세이상 282명 20.1%, 생산은 24세이하 96명 3.2%, 25~29세 649명 21.7%, 30~34세 904명 30.2%, 35~39세 792명 26.5%, 40세이상 552명 18.4%, 서비스는 24세이하 55명 2.7%, 25~29세 414명 20.3%, 30~34세 653명 32.0%, 35~39세 533명 26.2%, 40세이상 383명 18.8%로 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 30~34세의 비율보다 30~34세의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-2-6 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(대형)



연령별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 24세이하는 유통 161명 96.4%, 생산 96명 57.7%, 서비스 55명 33.3%, 인프라 43명 25.8%의 순으로 나타났고, 25~29세는 유통 1,017명 96.2%, 생산 649명 61.4%, 서비스 414명 39.1%, 인프라 279명 26.4%의 순으로 나타났고, 30~34세는 유통 1,353명 92.2%, 생산 904명 61.5%, 서비스 653명 44.4%, 인프라 418명 28.4%의 순으로 나타났고, 35~39세는 유통 1,156명 91.7%, 생산 792명 62.9%, 서비스 533명 42.3%, 인프라 380명 30.2%의 순으로 나타났고, 40세 이상 유통 1,010명 96.0%, 생산 552명 52.5%, 서비스 383명 36.4%, 인프라 282명 26.8%의 순으로 나타났다.

표 2-2-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(대형)

지역	구분	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	149	89.4	976	92.3	1,390	94.7	1,201	95.3	986	93.7	4,701	93.9
	부산	7	4.1	24	2.3	19	1.3	12	1.0	15	1.5	77	1.5
	대구	6	3.4	28	2.7	40	2.8	27	2.2	30	2.8	131	2.6
	인천	1	0.3	3	0.3	3	0.2	3	0.2	3	0.3	12	0.2
	광주	3	1.5	18	1.7	9	0.6	8	0.6	6	0.5	43	0.9
	대전	2	1.2	6	0.6	6	0.4	7	0.6	8	0.8	29	0.6
	전라북도	0	0.0	2	0.2	1	0.1	1	0.1	4	0.4	8	0.2
	전라남도	0	0.0	1	0.1	0	0.0	2	0.2	0	0.0	3	0.1
전체	167	100.0	1,057	100.0	1,468	100.0	1,260	100.0	1,052	100.0	5,004	100	

가장 많은 부분을 차지하는 30~34세의 전체 비율 29.3%보다 30~34세의 비율이 높은 지역은 서울 1,390명 29.6%, 대구 40명 30.5%로 나타났다. 35~39세의 전체 비율 25.2%보다 35~39세의 비율이 높은 지역은 서울 1,201명 25.5%, 전라남도 2명 66.7%로 나타났다.

## 2.2.4. 학력별 종사자 현황

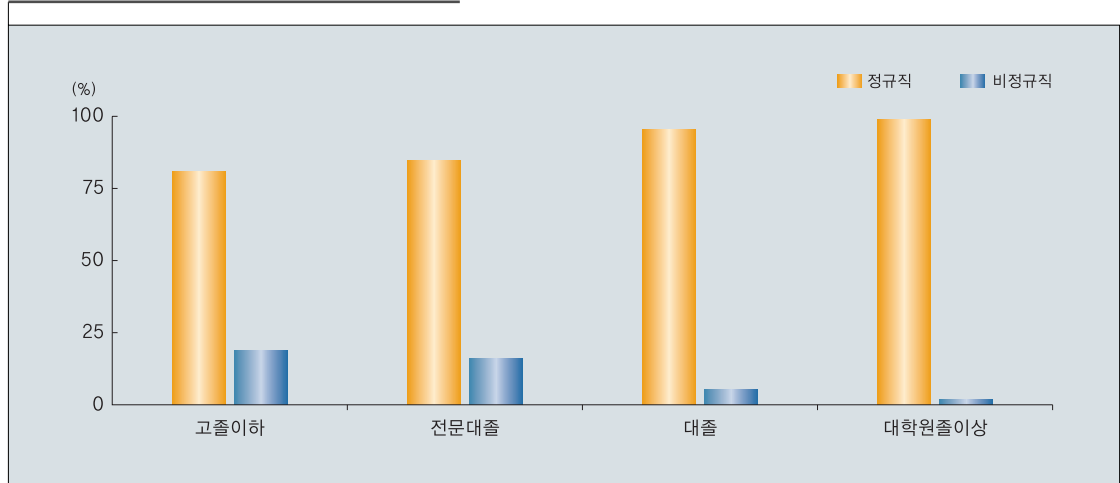
표 2-2-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형)

	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	393	80.8	483	83.5	3,312	94.9	440	98.3	4,628	92.5
비정규직	93	19.2	96	16.5	180	5.1	8	1.7	376	7.5
합계	486	100.0	578	100.0	3,492	100.0	448	100.0	5,004	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 학력별로 살펴보면, 대졸 3,492명 69.8%, 전문대졸 578명 11.6%, 고졸이하 486명 9.7%, 대학원졸이상 448명 9.0%의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 학력별 비율을 살펴보면, 정규직은 대졸 3,312명 71.6%, 전문대졸 483명 10.4%, 대학원졸이상 440명 9.5%, 고졸이하 393명 8.5%, 비정규직은 대졸 180명 47.7%, 전문대졸 96명 25.5%, 고졸이하 93명 24.7%, 대학원졸이상 8명 2.1%의 순으로 나타났다.

그림 2-2-7 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(대형)



기준을 바꾸어 다시 살펴보면 고졸이하는 정규직 393명 80.8%, 비정규직 93명 19.2%, 전문대졸은 정규직 483명 83.5%, 비정규직 96명 16.5%, 대졸은 정규직 3,312명 94.9%, 비정규직 180명 5.1%, 대학원졸이상은 정규직 440명 98.3%, 비정규직 8명 1.7%로 나타났다.



표 2-2-11 >> 학력별 증사자 현황(대형)

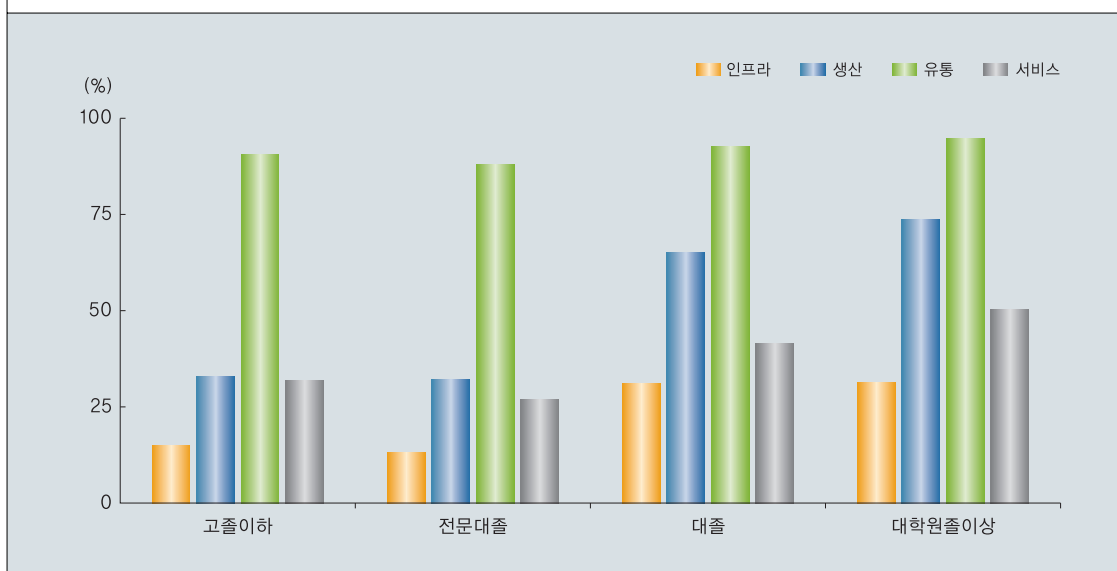
		고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		증사자수(명)	구성비(%)	증사자수(명)	구성비(%)	증사자수(명)	구성비(%)	증사자수(명)	구성비(%)	증사자수(명)	구성비(%)
기업	회사법인	480	98.8	568	98.3	3,474	99.5	442	98.7	4,964	99.2
형태	회사의 법인	6	1.2	10	1.7	18	0.5	6	1.3	40	0.8
업종	광고(종합)대행+그외	327	67.3	403	69.8	1,238	35.5	112	24.9	2,081	41.6
재분류	광고(종합)대행+광고제작	159	32.7	175	30.2	2,254	64.5	336	75.1	2,924	58.4
가치사슬	인프라	78	16.0	80	13.8	1,101	31.5	143	32.0	1,402	28.0
분류	생산	166	34.1	186	32.1	2,300	65.9	341	76.2	2,993	59.8
	유통	449	92.4	519	89.7	3,294	94.3	436	97.3	4,697	93.9
	서비스	161	33.1	160	27.7	1,483	42.5	234	52.2	2,038	40.7
전체		486	100.0	578	100.0	3,492	100.0	448	100.0	5,004	100.0

기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 고졸이하는 480명 9.7%, 전문대졸 568명 11.4%, 대졸 3,474명 70.0%, 대학원졸이상 442명 8.9%로 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율인 56.8%보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 고졸이하는 159명 5.4%, 전문대졸 175명 6.0%, 대졸 2,254명 77.1%, 대학원졸이상 336명 11.5%로 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 인프라는 고졸이하 78명 5.6%, 전문대졸 80명 5.7%, 대졸 1,101명 78.5%, 대학원졸이상 143명 10.2%, 생산은 고졸이하 166명 5.5%, 전문대졸 186명 6.2%, 대졸 2,300명 76.8%, 대학원졸이상 341명 11.4%, 유통은 고졸이하 449명 9.6%, 전문대졸 519명 11.0%, 대졸 3,294명 70.1%, 대학원졸이상 436명 9.3%, 서비스는 고졸이하 161명 7.9%, 전문대졸 160명 7.9%, 대졸 1,483명 72.8%, 대학원졸이상 234명 11.5%로 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-2-8 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(대형)



학력별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 고졸이하는 유통 449명 92.4%, 생산 166명 34.1%, 서비스 161명 33.1%, 인프라 78명 16.0%의 순으로 나타났고, 전문대졸은 유통 519명 89.7%, 생산 186명 32.1%, 서비스 160명 27.7%, 인프라 80명 13.8%의 순으로 나타났고, 대졸은 유통 3,294명 94.3%, 생산 2,300명 65.9%, 서비스 1,483명 42.5%, 인프라 1,101명 31.5%의 순으로 나타났고, 대학원졸 이상은 유통 436명 97.3%, 생산 341명 76.2%, 서비스 234명 52.2%, 인프라 143명 32.0%의 순으로 나타났다.

표 2-2-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(대형)

지역	구분	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	451	92.7	523	90.4	3,302	94.6	425	94.9	4,701	93.9
	부산	8	1.6	18	3.2	47	1.3	5	1.0	77	1.5
	대구	18	3.7	29	5.0	76	2.2	8	1.8	131	2.6
	인천	2	0.5	3	0.5	7	0.2	0	0.1	12	0.2
	광주	3	0.7	3	0.5	35	1.0	1	0.3	43	0.9
	대전	4	0.8	1	0.2	20	0.6	4	0.9	29	0.6
	전라북도	0	0.0	1	0.2	3	0.1	4	0.9	8	0.2
	전라남도	0	0.0	0	0.0	3	0.1	0	0.0	3	0.1
전체	486	100.0	578	100.0	3,492	100.0	448	100.0	5,004	100.0	

가장 많은 부분을 차지하는 대졸의 전체 비율 69.8%보다 대졸의 비율이 높은 지역은 서울 3,302명 70.2%, 광주 35명 81.4%로 나타났다.

전문대졸의 전체 비율 11.6%보다 전문대졸의 비율이 높은 지역은 부산 18명 23.4%, 대구 29명 22.1%, 인천 3명 25.0%로 나타났다.

## 2.2.5. 직급별 종사자 현황

표 2-2-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황(대형)

	임원		국장/부장		차장/대리		사원		전체	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
AE	401	45.5	286	29.9	433	24.8	300	21.2	1,420	28.4
디자이너	80	9.1	138	14.4	401	22.9	327	23.0	946	18.9
CW	15	1.6	83	8.6	141	8.1	59	4.2	297	5.9
PD	7	0.8	28	2.9	76	4.4	18	1.2	128	2.6
매체	20	2.2	99	10.3	162	9.3	96	6.8	377	7.5
SP	11	1.3	66	6.9	112	6.4	77	5.5	267	5.3
PR	10	1.2	26	2.7	61	3.5	42	2.9	139	2.8
마케팅조사	6	0.6	40	4.2	76	4.3	31	2.2	152	3.0
인터랙티브	0	0.1	4	0.4	22	1.3	6	0.4	33	0.6
전사	37	4.2	7	0.8	19	1.1	48	3.4	111	2.2
관리	295	33.5	181	18.9	245	14.0	414	29.2	1,135	22.7
합계	881	100.0	958	100.0	1,747	100.0	1,418	100.0	5,004	100.0

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 직종별로 살펴보면, AE가 1,420명 28.4%로 가장 높게 나타났고 관리 1,135명 22.7%, 디자이너 946명 18.9%, 매체 377명 7.5%, CW 297명 5.9%, SP 267명 5.3%, 마케팅조사 152명 3.0%, PR 139명 2.8%, PD 128명 2.6%, 전사 111명 2.2%, 인터랙티브 33명 0.6%의 순으로 나타났다. 직종별로 구체적으로 살펴보면, AE는 차장/대리 433명 30.5%, 임원 401명 28.2%, 디자이너는 차장/대리 401명 42.4%, 사원 327명 34.6%, CW는 차장/대리 141명 47.5%, 국장/부장 83명 27.9%, PD는 차장/대리 76명 59.4%, 국장/부장 28명 21.9%, 매체는 차장/대리 162명 43.0%, 국장/부장 99명 26.3%, SP는 차장/대리 112명 41.9%, 사원 77명 28.8%, PR은 차장/대리 61명 43.9%, 사원 42명 30.2%, 마케팅조사는 차장/대리 76명 50.0%, 국장/부장 40명 26.3% 인터랙티브 차장/대리 22명 66.7%, 사원 6명 18.2%, 전사는 사원 48명 43.2%, 임원 37명 33.3%, 관리는 사원 414명 36.5%, 임원 295명 26.0%로 나타났다.

광고업 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 직급별로 살펴보면, 차장/대리가 1,747명 34.9%로 가장 높게 나타났고 사원 1,418명 28.3%, 국장/부장 958명 19.1%, 임원 881명 17.6%의 순으로 나타났다. 직급별로 구체적으로 살펴보면, 임원은 AE 401명 45.5%, 관리 295명 33.5%, 디자이너 80명 9.1%의 순으로 나타났고, 국장/부장은 AE 286명 29.9%, 관리 181명 18.9% 디자이너 138명 14.4%의 순으로 나타났고, 차장/대리는 AE 433명 24.8%, 디자이너 401명 22.9%, 관리 245명 14.0%의 순으로 나타났고, 사원은 관리 414명 29.2%, 디자이너 327명 23.0%, AE 300명 21.2%의 순으로 나타났다.

## 2.2.6. 외국인 종사자 현황

표 2-2-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(대형)

	정규직(명)	비정규직(명)	합계
AE	6	1	7
디자이너	2	0	2
CW	1	0	1
PD	0	0	0
매체	1	0	1
SP	0	0	0
PR	0	0	0
마케팅조사	0	0	0
인터랙티브	0	0	0
전사	0	0	0
관리	3	0	3
합계	13	1	14

광고업의 외국인 종사자를 100대 광고대행업체만을 대형업체로 구분하여 형태별로 살펴보면 정규직은 13명이고 비정규직은 1명이다.

직종별로 살펴보면 AE 7명, 관리 3명, 디자이너 2명, CW와 매체는 1명의 순으로 나타났다.

## 2.3. 일반 광고회사

### 2.3.1. 전체 고용현황

표 2-3-1 >> 전체 종사자 현황(일반)

구분	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	19,790	83.0
비정규직	4,060	17.0
합계	23,849	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 살펴보면, 전체 고용자는 23,849명이고, 정규직은 19,790명 83.0%, 비정규직은 4,060명 17.0%로 나타났다.

그림 2-3-1 >> 전체 종사자 현황(일반)

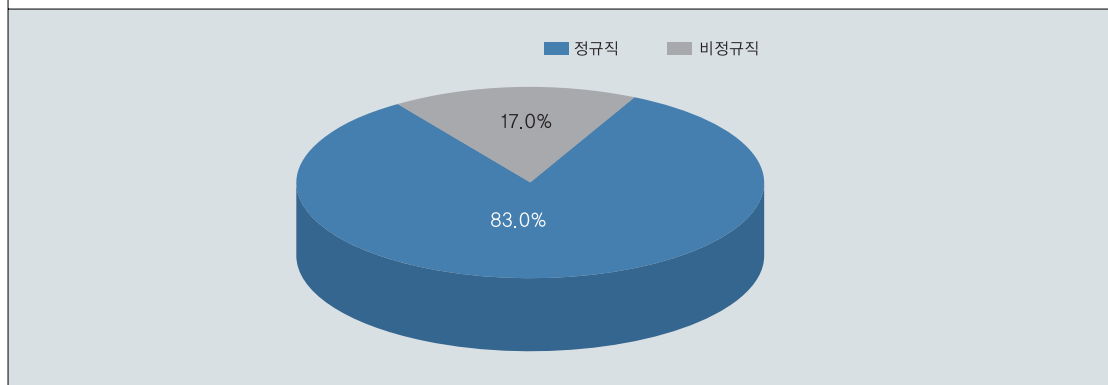


표 2-3-2 >> 고용형태별 종사자 현황(일반)

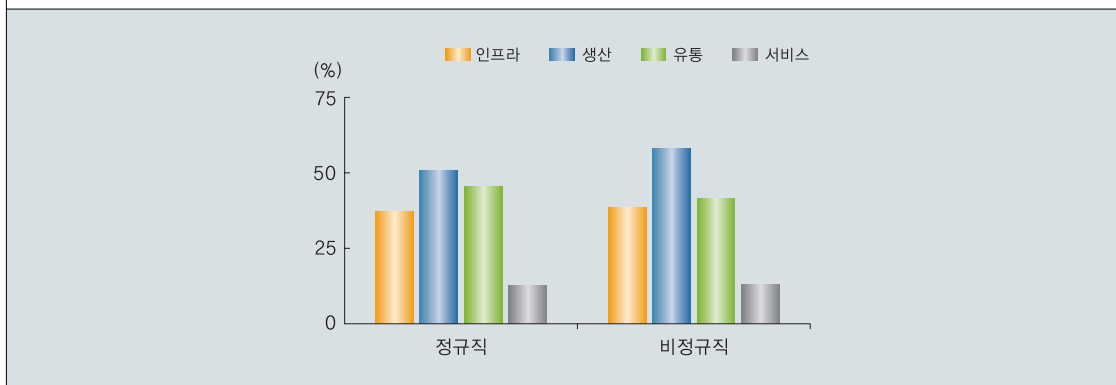
기업형태	구분	정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업형태	개인사업체	7,798	39.4	1,892	46.6	9,690	40.6
	회사법인	11,747	59.4	2,081	51.3	13,828	58.0
	회사의 법인	227	1.1	59	1.5	286	1.2
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	6,485	32.8	1,193	29.4	7,678	32.2
	광고제작+그외	2,287	11.6	535	13.2	2,822	11.8
	광고(종합)대행+광고제작	2,556	12.9	506	12.5	3,061	12.8
	그외	8,462	42.8	1,826	45.0	10,289	43.1
가치사슬 분류	인프라	7,414	37.5	1,548	38.1	8,963	37.6
	생산	10,052	50.8	2,327	57.3	12,379	51.9
	유통	8,913	45.0	1,687	41.5	10,600	44.4
	서비스	2,498	12.6	502	12.4	3,000	12.6
전체		19,790	100.0	4,060	100.0	23,849	100.0

종사자를 기업형태별로 살펴보면, 개인사업체 9,690명 40.6%, 회사법인 13,828명 58.0%, 회사의 법인 286명 1.2%가 분포되어 있다. 회사법인의 정규직과 비정규직의 비율은 85.0%, 15.0%로 전체 비율보다 정규직의 비중이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 7,678명 32.2%, 광고제작+그외 2,822명 11.8%, 광고(종합)대행+광고제작 3,061명 12.8%, 그 외 10,289명 43.1%로 나타났다. 광고(종합)대행+그외 업종은 정규직, 비정규직 비율이 84.5% 15.5%, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 83.5%, 16.5%로 전체 비율보다 정규직의 비중이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 생산 종사자가 12,379명 51.9%로 가장 높게 나타났으며 유통 10,600명 44.4%, 인프라 8,963명 37.6%, 서비스 3,000명 12.6% 순으로 종사자가 많은 것으로 나타났다. 정규직의 비율이 유통 84.1%, 서비스 83.3%로 전체 정규직 비율인 83.0%보다 더 높게 나타났다.

그림 2-3-2 >> 고용형태별 가치사슬별 종사자 분포(일반)



정규직은 생산 10,052명 50.8%, 유통 8,913명 45.0%, 인프라 7,414명 37.5%, 서비스 2,498명 12.6%의 순으로 높게 나타났고, 비정규직은 생산 2,327명 57.3%, 유통 1,687명 41.5%, 인프라 1,548명 38.1%, 서비스 502명 12.4%의 순서로 높게 나타나 정규직과 비정규직 간의 다소 차이를 보였다.

표 2-3-3 >> 지역별 고용형태별 종사자 현황(일반)

지역	종사자수(명)	정규직		비정규직		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
서울	13,390	13,390	67.7	2,521	62.1	15,911	66.7
부산	1,159	1,159	5.9	257	6.3	1,416	5.9
대구	1,190	1,190	6.0	222	5.5	1,412	5.9
인천	135	135	0.7	49	1.2	184	0.8
광주	704	704	3.6	330	8.1	1,035	4.3
대전	344	344	1.7	75	1.8	419	1.8
울산	101	101	0.5	25	0.6	126	0.5
경기도	1,163	1,163	5.9	263	6.5	1,426	6.0
강원도	239	239	1.2	38	0.9	278	1.2
충청북도	239	239	1.2	8	0.2	247	1.0
충청남도	156	156	0.8	14	0.3	170	0.7
전라북도	199	199	1.0	53	1.3	252	1.1
전라남도	153	153	0.8	51	1.3	204	0.9
경상북도	187	187	0.9	22	0.5	209	0.9
경상남도	330	330	1.7	110	2.7	440	1.8
제주도	101	101	0.5	20	0.5	122	0.5
전체	19,790	19,790	100.0	4,060	100.0	23,849	100.0

종사자를 지역별로 살펴보면, 서울이 15,911명 66.7%로 가장 높게 나타났고, 경기도 1,426명 6.0%, 부산 1,416명 5.9%, 대구 1,412명 5.9%, 광주 1,035명 4.3%, 경상남도 440명 1.8%, 대전 419명 1.8%의 순으로 나타났다. 전체 정규직의 비율인 83.0%보다 정규직의 비율이 높은 지역은 서울 13,390명 84.2%, 대구 1,190명 84.3%, 강원도 239명 86.0%, 충청북도 239명 96.8%, 충청남도 156명 91.8%, 경상북도 187명 89.5%로 나타났다.

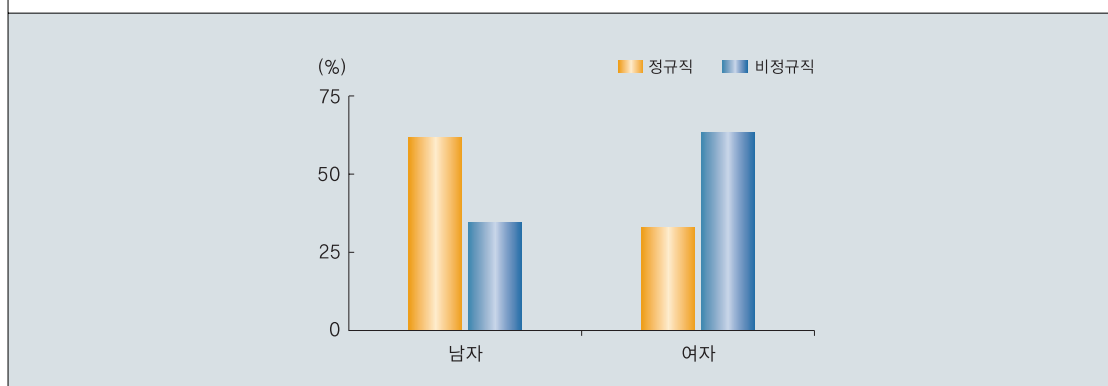
### 2.3.2. 성별 종사자 현황

표 2-3-4 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(일반)

	남자		여자		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	12,657	64.0	1,377	33.9	14,034	58.8
비정규직	7,133	36.0	2,683	66.1	9,816	41.2
합계	19,790	100.0	4,060	100.0	23,849	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 성별로 살펴보면, 남자는 19,790명 83.0%이고 여자는 4,060명 17.0%로 나타났다. 종사자 형태로 나누어 성별 비율을 살펴보면, 정규직의 남자, 여자 비율은 90.2%, 9.8%이고, 비정규직의 남자, 여자 비율은 72.7%, 27.3%로 정규직은 남자의 비율이 높고, 비정규직은 상대적으로 여자의 비율이 높은 것으로 나타났다.

그림 2-3-3 >> 고용형태별 성별 종사자 현황(일반)



기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 남자는 정규직 12,657명 64.0%, 비정규직 7,133명 36.0%이고, 여자는 정규직 1,377명 33.9%, 비정규직 2,683명 66.1%로 남자의 정규직 비율이 여자의 정규직 비율보다 높게 나타났다.

표 2-3-5 >> 성별 종사자 현황(일반)

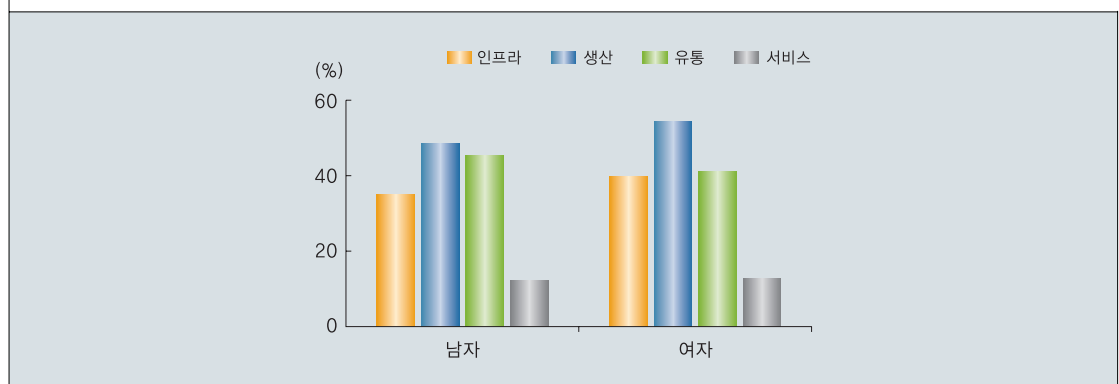
		남자		여자		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
기업형태	개인사업체	5,309	37.8	4,381	44.6	9,690	40.6
	회사법인	8,506	60.6	5,322	54.2	13,828	58.0
	회사의 법인	195	1.4	91	0.9	286	1.2
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	4,836	34.5	2,841	28.9	7,678	32.2
	광고제작+그외	1,612	11.5	1,210	12.3	2,822	11.8
	광고(종합)대행+광고제작	1,745	12.4	1,316	13.4	3,061	12.8
	그외	5,840	41.6	4,449	45.3	10,289	43.1
가치사슬 분류	인프라	5,029	35.8	3,934	40.1	8,963	37.6
	생산	6,915	49.3	5,464	55.7	12,379	51.9
	유통	6,512	46.4	4,087	41.6	10,600	44.4
	서비스	1,723	12.3	1,277	13.0	3,000	12.6
전체		14,034	100.0	9,816	100.0	23,849	100.0

기업형태로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 회사법인은 남자 8,506명 61.5%, 여자 5,322명 38.5%, 회사의 법인은 남자 195명 68.2%, 여자 91명 31.8%로 전체 남녀 비율 58.8%, 41.2%보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 남자 4,836명 63.0%, 여자 2,841명 37.0%로 전체 남녀 비율보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 성별 비율을 살펴보면, 유통은 남자 6,512명 61.4%, 여자 4,087명 38.6%로 전체 남녀 비율보다 남자의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-3-4 >> 성별 가치사슬별 종사자 분포(일반)



성별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 남자는 생산 6,915명 49.3%, 유통 6,512명 46.4%, 인프라 5,029명 35.8%, 서비스 1,723명 12.3%의 순으로 나타났고, 여자는 생산 5,464명 55.7%, 유통 4,087명



41.6%, 인프라 3,934명 40.1%, 서비스 1,277명 13.0%의 순으로 나타났다.

표 2-3-6 >> 지역별 성별 종사자 현황(일반)

지역		남자		여자		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
지역	서울	9,468	67.5	6,443	65.6	15,911	66.7
	부산	825	5.9	591	6.0	1,416	5.9
	대구	822	5.9	590	6.0	1,412	5.9
	인천	116	0.8	68	0.7	184	0.8
	광주	485	3.5	549	5.6	1,035	4.3
	대전	250	1.8	169	1.7	419	1.8
	울산	73	0.5	53	0.5	126	0.5
	경기도	867	6.2	559	5.7	1,426	6.0
	강원도	170	1.2	108	1.1	278	1.2
	충청북도	135	1.0	111	1.1	247	1.0
	충청남도	107	0.8	63	0.6	170	0.7
	전라북도	140	1.0	111	1.1	252	1.1
	전라남도	112	0.8	92	0.9	204	0.9
	경상북도	130	0.9	80	0.8	209	0.9
	경상남도	269	1.9	171	1.7	440	1.8
	제주도	65	0.5	57	0.6	122	0.5
전체		14,034	100.0	9,816	100.0	23,849	100.0

전체 남자의 비율인 58.8%보다 남자의 비율이 높은 지역은 서울 9,468명 59.5%, 인천 116명 63.0%, 대전 250명 59.7%, 경기도 867명 60.8%, 강원도 170명 61.2%, 충청남도 107명 62.9%, 경상북도 130명 62.2%, 경상남도 269명 61.1% 로 나타났다.

### 2.3.3. 연령별 종사자 현황

표 2-3-7 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반)

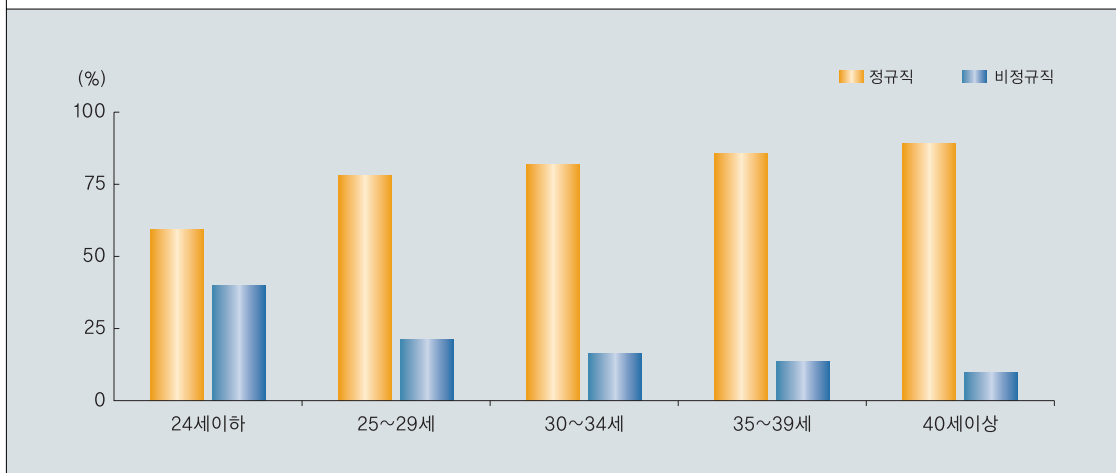
	24세이하		25~29세		30~34세		35~39세		40세이상		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	685	59.6	4,985	78.8	5,057	82.7	4,018	86.6	5,045	89.8	19,790	83.0
비정규직	465	40.4	1,344	21.2	1,055	17.3	620	13.4	576	10.2	4,060	17.0
합계	1,149	100.0	6,329	100.0	6,112	100.0	4,638	100.0	5,620	100.0	23,849	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 연령별로 살펴보면, 25~29세 6,329명 26.5%, 30~34세 6,112명 25.6%, 40세이상 5,620명 23.6%, 35~39세 4,638명 19.4%, 24세이하 1,149명 4.8%의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 연령별 비율을 살펴보면, 정규직은 30~34세 5,057명 25.6%, 40세이상 5,045명 25.5%, 25~29세 4,985명 25.2%, 35~39세 4,018명 20.3%, 24세이하 685명 3.5%, 비정규직은 25~29

세 1,344명 33.1%, 30~34세 1,055명 26.0%, 35~39세 620명 15.3%, 40세이상 576명 14.2%, 24세이하 465명 11.5%의 순으로 나타났다.

그림 2-3-5 >> 고용형태별 연령별 종사자 현황(일반)



기준을 바꾸어 다시 살펴보면, 24세이하는 정규직 685명 59.6%, 비정규직 465명 40.4%, 25~29세는 정규직 4,985명 78.8%, 비정규직 1,344명 21.2%, 30~34세는 정규직 5,057명 82.7%, 비정규직 1,055명 17.3%, 35~39세는 정규직 4,018명 86.6%, 비정규직 620명 13.4%, 40세이상은 정규직 5,045명 89.8%, 비정규직 576명 10.2%로 나타났다. 연령이 어릴수록 정규직과 비정규직간에 차이가 적은 것을 알 수 있다.

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	427	37.2	2,244	35.5	2,287	37.4	2,034	43.8	2,698	48.0	9,690	40.6
	회사법인	712	61.9	3,974	62.8	3,725	60.9	2,575	55.5	2,842	50.6	13,828	58.0
	회사외 법인	10	0.9	91	1.4	81	1.3	27	0.6	77	1.4	286	1.2
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	340	29.6	1,966	31.1	1,908	31.2	1,472	31.7	1,991	35.4	7,678	32.2
	광고제작+그외	147	12.8	819	12.9	751	12.3	526	11.3	579	10.3	2,822	11.8
	광고(종합)대행+광고제작	151	13.2	971	15.3	862	14.1	516	11.1	561	10.0	3,061	12.8
	그외	511	44.5	2,573	40.7	2,591	42.4	2,124	45.8	2,489	44.3	10,289	43.1
가치사슬 분류	인프라	439	38.2	2,412	38.1	2,326	38.1	1,670	36.0	2,116	37.6	8,963	37.6
	생산	608	52.9	3,283	51.9	3,298	54.0	2,493	53.8	2,696	48.0	12,379	51.9
	유통	485	42.2	2,901	45.8	2,725	44.6	1,957	42.2	2,531	45.0	10,600	44.4
	서비스	192	16.7	1,008	15.9	831	13.6	462	10.0	507	9.0	3,000	12.6
전체		1,149	100.0	6,329	100.0	6,112	100.0	4,638	100.0	5,620	100.0	23,849	100

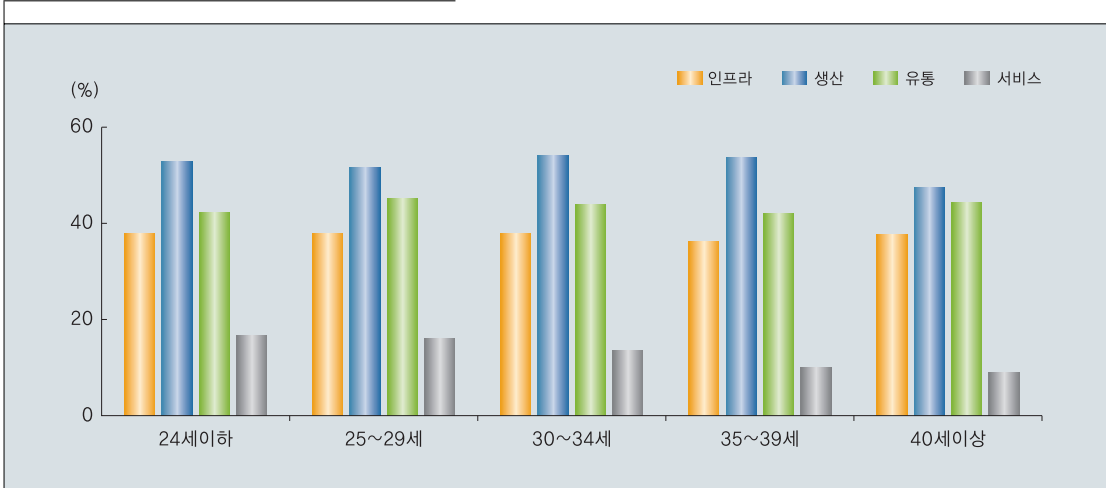
종사자를 기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 24세이하 712명 5.1%, 25~29세 3,974명 28.7%, 30~34세 3,725명 26.9%, 35~39세 2,575명 18.6%, 40세이상 2,842명 20.6%, 회사외 법인은 24세이하 10명 3.5%, 25~29세 91명 31.8%, 30~34세 81명 28.3%, 35~39세 27명 9.4%, 40세이상 77명 26.9%로 전체

연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 25~29세의 비율인 26.5%보다 25~29세의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 광고제작+그외 업종은 24세이하 147명 5.2%, 25~29세 819명 29.0%, 30~34세 751명 26.6%, 35~39세 526명 18.6%, 40세이상 579명 20.5%, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 24세이하 151명 4.9%, 25~29세 971명 31.7%, 30~34세 862명 28.2%, 35~39세 516명 16.9%, 40세이상 561명 18.3%로 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 25~29세의 비율보다 25~29세의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 구분하여 연령별 비율을 살펴보면, 인프라는 24세이하 439명 4.9%, 25~29세 2,412명 26.9%, 30~34세 2,326명 26.0%, 35~39세 1,670명 18.6%, 40세이상 2,116명 23.6%, 생산은 24세이하 608명 4.9%, 25~29세 3,283명 26.5%, 30~34세 3,298명 26.6%, 35~39세 2,493명 20.1%, 40세이상 2,696명 21.8%, 유통은 24세이하 485명 4.6%, 25~29세 2,901명 27.4%, 30~34세 2,725명 25.7%, 35~39세 18.5%, 40세이상 2,531명 23.9%, 서비스는 24세이하 192명 6.4%, 25~29세 1,008명 33.6%, 30~34세 831명 27.7%, 35~39세 462명 15.4%, 40세이상 507명 16.9%로 전체 연령별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 25~29세의 비율보다 25~29세의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-3-6 >> 연령별 가치사슬별 종사자 현황(일반)



연령별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 24세이하는 생산 608명 52.9%, 유통 485명 42.2%, 인프라 439명 38.2%, 서비스 192명 16.7%의 순으로 나타났고, 25~29세는 생산 3,283명 51.9%, 유통 2,901명 45.8%, 인프라 2,412명 38.1%, 서비스 1,008명 15.9%의 순으로 나타났고, 30~34세는 생산 3,298명 4.0%, 유통 2,725명 44.6%, 인프라 2,326명 38.1%, 서비스 831명 13.6%의 순으로 나타났고, 35~39세는 생산 2,493명 53.8%, 유통 1,957명 42.2%, 인프라 1,670명 36.0%, 서비스 462명 10.0%의 순으로 나타났고, 40세이상 생산 2,696명 48.0%, 유통 2,531명 45.0%, 인프라 2,116명 37.6%, 서비스 507명 9.0%의

순으로 나타났다.

표 2-3-9 >> 지역별 연령별 종사자 현황(일반)

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(%)
지역	서울	777	67.6	4,561	72.1	4,085	66.8	2,874	62.0	3,613	64.3	15,911	66.7
	부산	58	5.1	347	5.5	396	6.5	299	6.4	316	5.6	1,416	5.9
	대구	82	7.1	355	5.6	334	5.5	271	5.9	370	6.6	1,412	5.9
	인천	8	0.7	21	0.3	50	0.8	50	1.1	54	1.0	184	0.8
	광주	45	3.9	285	4.5	266	4.4	206	4.4	233	4.1	1,035	4.3
	대전	17	1.5	117	1.8	94	1.5	86	1.9	105	1.9	419	1.8
	울산	14	1.3	37	0.6	24	0.4	20	0.4	30	0.5	126	0.5
	경기도	58	5.0	268	4.2	329	5.4	337	7.3	435	7.7	1,426	6.0
	강원도	8	0.7	21	0.3	92	1.5	102	2.2	54	1.0	278	1.2
	충청북도	18	1.6	62	1.0	50	0.8	74	1.6	42	0.7	247	1.0
	충청남도	14	1.2	3	0.1	53	0.9	51	1.1	48	0.9	170	0.7
	전라북도	8	0.7	51	0.8	85	1.4	44	0.9	64	1.1	252	1.1
	전라남도	4	0.4	38	0.6	64	1.0	42	0.9	55	1.0	204	0.9
	경상북도	13	1.1	32	0.5	42	0.7	63	1.4	60	1.1	209	0.9
	경상남도	12	1.0	100	1.6	107	1.8	108	2.3	113	2.0	440	1.8
	제주도	13	1.1	29	0.5	42	0.7	11	0.2	28	0.5	122	0.5
	전체		1,149	100.0	6,329	100.0	6,112	100.0	4,638	100.0	5,620	100.0	23,849

가장 많은 부분을 차지하는 25~29세의 전체 비율 26.5%보다 25~29세의 비율이 높은 지역은 서울 4,561명 28.7%, 광주 285명 27.5%, 대전 117명 27.9%, 울산 37명 29.4% 로 나타났다. 30~34세의 전체 비율 25.6%보다 30~34세의 비율이 높은 지역은 서울 4,085명 25.7%, 부산 396명 28.0%, 인천 50명 27.2%, 광주 266명 25.7%, 강원도 92명 33.1%, 충청남도 53명 31.2%, 전라북도 85명 33.7%, 전라남도 64명 31.4%, 제주도 42명 34.4%로 나타났다.

### 2.3.4. 학력별 종사자 현황

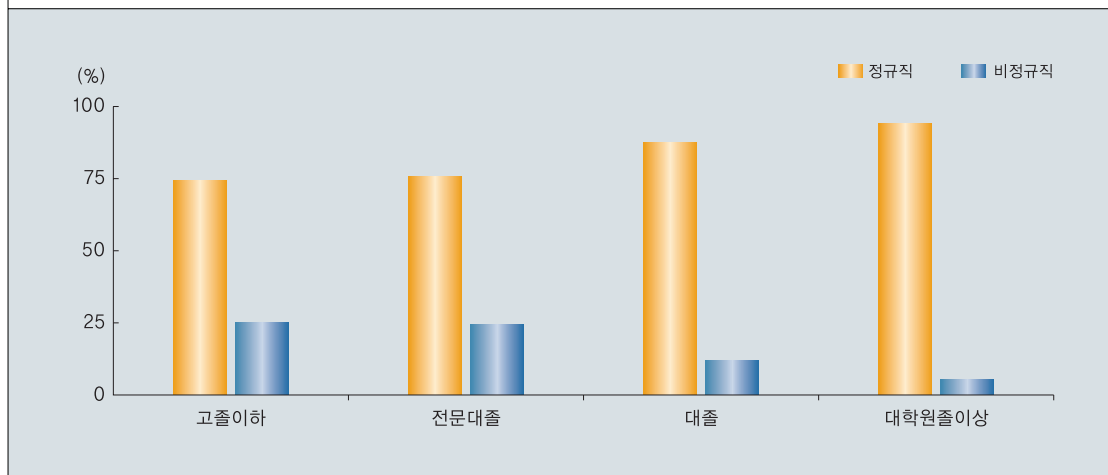
표 2-3-10 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반)

	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
정규직	3,141	74.7	4,409	75.7	11,382	88.2	858	94.3	19,790	83.0
비정규직	1,065	25.3	1,414	24.3	1,529	11.8	52	5.7	4,060	17.0
합계	4,206	100.0	5,822	100.0	12,910	100.0	910	100.0	23,849	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행업체를 제외한 일반업체를 구분하여 따로 학력별로 살펴보면, 대졸 12,910명 54.1%, 전문대졸 5,822명 24.4%, 고졸이하 4,206명 17.6%, 대학원졸이상 910명 3.8%의 순으로 나타났다.

종사자 형태로 나누어 학력별 비율을 살펴보면, 정규직은 대졸 11,382명 57.5%, 전문대졸 4,409명 22.3%, 고졸이하 3,141명 15.9%, 대학원졸이상 858명 4.3%, 비정규직은 대졸 1,529명 37.7%, 전문대졸 1,414명 34.8%, 고졸이하 1,065명 26.2%, 대학원졸이상 52명 1.3%의 순으로 나타났다.

그림 2-3-7 >> 고용형태별 학력별 종사자 현황(일반)



기준을 바꾸어 다시 살펴보면 고졸이하의 정규직 3,141명 74.7%, 비정규직 1,065명 25.3%, 전문대졸은 정규직 4,409명 75.7%, 비정규직 1,414명 24.3%, 대졸은 정규직 11,382명 88.2%, 1,529명 11.8%, 대학원졸이상은 정규직 858명 94.3%, 비정규직 52명 5.7%로 나타났다.

표 2-3-11 >> 학력별 종사자 현황(일반)

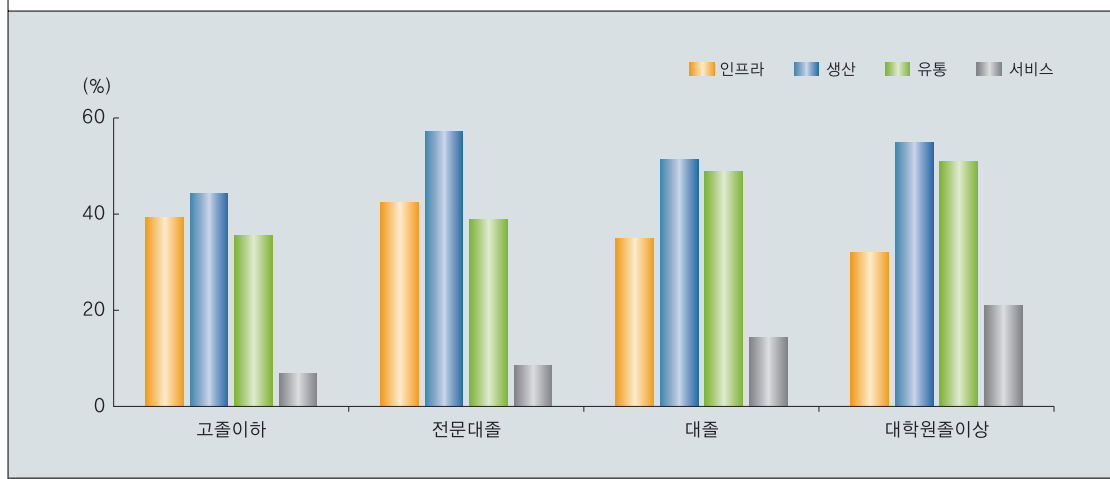
기업형태	종사자수(명)	구성비(%)	전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계		
			종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	
기업형태	개인사업체	2,266	53.9	2,718	46.7	4,464	34.6	242	26.5	9,690	40.6
	회사법인	1,891	45.0	3,047	52.3	8,232	63.8	658	72.3	13,828	58.0
	회사의 법인	46	1.1	50	0.9	180	1.4	10	1.1	286	1.2
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	1,315	31.3	1,654	28.4	4,404	34.1	305	33.5	7,678	32.2
	광고제작+그외	328	7.8	729	12.5	1,630	12.6	136	14.9	2,822	11.8
	광고(종합)대행+광고제작	208	4.9	656	11.3	2,028	15.7	170	18.7	3,061	12.8
	그외	2,356	56.0	2,784	47.8	4,849	37.6	299	32.9	10,289	43.1
가치사슬 분류	인프라	1,663	39.5	2,485	42.7	4,518	35.0	297	32.6	8,963	37.6
	생산	1,883	44.8	3,344	57.4	6,653	51.5	499	54.8	12,379	51.9
	유통	1,512	35.9	2,275	39.1	6,344	49.1	469	51.5	10,600	44.4
	서비스	318	7.6	524	9.0	1,961	15.2	197	21.6	3,000	12.6
전체	4,206	100.0	5,822	100.0	12,910	100.0	910	100.0	23,849	100.0	

기업형태별로 살펴보면, 회사법인은 고졸이하 1,891명 13.7%, 전문대졸 3,047명 22.0%, 대졸 8,232명 59.5%, 대학원졸이상 658명 4.8%, 회사의 법인은 고졸이하 46명 13.7%, 전문대졸 50명 17.5%, 대졸 180명 62.9%, 대학원졸이상 10명 3.5%로 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율인 56.8%보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

업종별 분류로 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 업종은 고졸이하 1,315명 17.1%, 전문대졸 1,654명 21.5%, 대졸 4,404명 57.4%, 대학원졸이상 305명 4.0%, 광고제작+그외 업종은 고졸이하 328명 11.6%, 전문대졸 729명 25.8%, 대졸 1,630명 57.8%, 대학원졸이상 136명 4.8%, 광고(종합)대행+광고제작 업종은 고졸이하 208명 6.8%, 전문대졸 656명 21.4%, 대졸 2,028명 66.2%, 대학원졸이상 170명 5.6%로 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

가치사슬 분류로 살펴보면, 유통은 고졸이하 1,512명 14.3%, 전문대졸 2,275명 21.5%, 대졸 6,344명 59.8%, 대학원졸이상 469명 4.4%, 서비스는 고졸이하 318명 10.6%, 전문대졸 524명 17.5%, 대졸 1,961명 65.4%, 대학원졸이상 197명 6.6%로 전체 학력별 비율에서 가장 높은 비중을 차지하는 대졸의 비율보다 대졸의 비율이 더 높게 나타났다.

그림 2-3-8 >> 학력별 가치사슬별 종사자 현황(일반)



학력별로 구분하여 종사자 업종 분포를 보면, 고졸이하의 생산 1,883명 44.8%, 인프라 1,663명 56.0%, 유통 1,512명 35.9%의 순으로 나타났고, 전문대졸은 생산 3,344명 57.4%, 인프라 2,485명 42.7%, 유통 2,275명 39.1%의 순으로 나타났고, 대졸은 생산 6,653명 51.5%, 유통 6,344명 49.1%, 인프라 4,518명 35.0%, 서비스 1,961명 15.2%의 순으로 나타났고, 대학원졸 이상은 생산 499명 54.8%, 유통 469명 51.5%, 인프라 297명 32.6%, 서비스 21.6%의 순으로 나타났다.

표 2-3-12 >> 지역별 학력별 종사자 현황(일반)

지역	종사자수(명)	고졸이하		전문대졸		대졸		대학원졸이상		합계	
		종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
서울	2,231	2,231	53.0	3,773	64.8	9,196	71.2	711	78.1	15,911	66.7
부산	244	244	5.8	410	7.0	721	5.6	41	4.5	1,416	5.9
대구	197	197	4.7	459	7.9	704	5.5	52	5.7	1,412	5.9
인천	83	83	2.0	32	0.6	64	0.5	4	0.5	184	0.8
광주	239	239	5.7	257	4.4	500	3.9	38	4.2	1,035	4.3
대전	97	97	2.3	57	1.0	249	1.9	16	1.8	419	1.8
울산	16	16	0.4	25	0.4	84	0.7	0	0.0	126	0.5
경기도	488	488	11.6	355	6.1	576	4.5	7	0.8	1,426	6.0
강원도	75	75	1.8	47	0.8	148	1.1	8	0.9	278	1.2
충청북도	63	63	1.5	68	1.2	116	0.9	0	0.0	247	1.0
충청남도	105	105	2.5	31	0.5	32	0.3	2	0.2	170	0.7
전라북도	78	78	1.8	56	1.0	107	0.8	10	1.1	252	1.1
전라남도	59	59	1.4	72	1.2	72	0.6	0	0.0	204	0.9
경상북도	69	69	1.6	54	0.9	82	0.6	5	0.6	209	0.9
경상남도	135	135	3.2	87	1.5	209	1.6	10	1.1	440	1.8
제주도	27	27	0.6	39	0.7	51	0.4	4	0.5	122	0.5
전체	4,206	4,206	100.0	5,822	100.0	12,910	100.0	910	100.0	23,849	100.0

가장 많은 부분을 차지하는 대졸의 전체 비율 54.1%보다 대졸의 비율이 높은 지역은 서울 9,196명 57.8%, 대전 249명 59.4%, 울산 84명 66.7%로 나타났다.

전문대졸의 전체 비율 24.4%보다 전문대졸의 비율이 높은 지역은 부산 410명 29.0%, 대구 459명 32.5%, 광주 257명 24.8%, 경기도 355명 24.9%, 충청북도 68명 27.5%, 전라남도 72명 35.3%, 경상북도 54명 25.8%, 제주도 39명 32.0% 로 나타났다.

### 2.3.5. 직급별 종사자 현황

표 2-3-13 >> 직종별 직급별 종사자 현황(일반)

	임원		국장/부장		차장/대리		사원		전체	
	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)	종사자수(명)	구성비(%)
AE	2,849	46.5	429	20.3	837	12.7	837	9.3	4,953	20.8
디자이너	679	11.1	515	24.3	2,582	39.3	2,906	32.2	6,683	28.0
CW	59	1.0	56	2.7	203	3.1	153	1.7	472	2.0
PD	38	0.6	74	3.5	140	2.1	67	0.7	319	1.3
매체	76	1.2	82	3.9	260	4.0	188	2.1	606	2.5
SP	141	2.3	108	5.1	469	7.1	695	7.7	1,413	5.9
PR	51	0.8	81	3.8	294	4.5	281	3.1	706	3.0
마케팅조사	36	0.6	74	3.5	169	2.6	260	2.9	539	2.3
인터랙티브	6	0.1	16	0.7	41	0.6	37	0.4	99	0.4
전사	50	0.8	24	1.1	135	2.1	161	1.8	370	1.6
관리	2,148	35.0	658	31.1	1,438	21.9	3,446	38.2	7,691	32.2
합계	6,134	100.0	2,117	100.0	6,568	100.0	9,031	100.0	23,849	100.0

전체 광고업체중에서 100대 광고대행을 제외한 일반업체를 구분하여 직종별로 살펴보면, 관리가 7,691명 32.2%로 가장 높게 나타났고, 디자이너 6,683명 28.0%, AE 4,953명 20.8%, SP 1,413명 5.9%, PR 706명 3.0%, 매체 606명 2.5%, 마케팅조사 539명 2.3%, CW 472명 2.0%, 전사 370명 1.6%, PD 319명 1.3%의 순으로 나타났다. 직종별로 구체적으로 살펴보면, AE는 임원 2,849명 57.5%, 차장/대리와 사원 837명 16.9%, 디자이너는 사원 2,906명 43.5%, 차장/대리 2,582명 38.6%, CW는 차장/대리 203명 43.0%, 사원 153명 32.4%, PD는 차장/대리 140명 43.9%, 국장/부장 74명 23.2%, 매체는 차장/대리 260명 42.9%, 사원 188명 31.0%, SP는 사원 695명 49.2%, 차장/대리 469명 33.2%, PR은 차장/대리 294명 41.6%, 사원 281명 39.8%, 마케팅조사는 사원 260명 48.2%, 차장/대리 169명 31.4%, 인터랙티브 차장/대리 41명 41.4%, 사원 37명 37.4%, 전사는 사원 161명 43.5%, 차장/대리 135명 36.5%, 관리는 사원 3,446명 44.8%, 임원 2,148명 27.9%로 나타났다.

전체 광고업체중에서 100대 광고대행을 제외한 일반업체를 구분하여 살펴보면, 사원이 9,031명 37.9%로 가장 높게 나타났고 차장/대리 6,568명 27.5%, 임원 6,134명 25.7%, 국장/부장 2,117명 8.9%의 순으로 나타났다. 직급별로 구체적으로 살펴보면, 임원은 AE 2,849명 46.5%, 관리 2,148명 35.0%, 디자이너 679명 11.1%의 순으로 나타났고, 국장/부장은 사원 658명 31.1%, 디자이너 515명 24.3%, AE 429명 20.3%, SP 108명 5.1%의 순으로 나타났고, 차장/대리는 디자이너 2,582명 39.3%, 관리 1,438명 21.9%,



AE 837명 12.7%, SP 469명 7.1%의 순으로 나타났고, 사원은 관리 3,446명 38.2%, 디자이너 2,906명 32.2%, AE 837명 9.3%, SP 695명 7.7%, PR 281명 3.1%의 순으로 나타났다.

### 2.3.6. 외국인 종사자 현황

표 2-3-14 >> 직종별 고용형태별 외국인 종사자 현황(일반)

	정규직(명)	비정규직(명)	합계
AE	1	1	2
디자이너	3	2	5
CW	0	0	0
PD	0	0	0
매체	0	0	0
SP	0	0	0
PR	4	0	4
마케팅조사	0	0	0
인터랙티브	0	3	3
전사	0	0	0
관리	3	0	3
합계	11	6	17

광고업의 외국인 종사자를 100대 광고대행사를 제외한 일반업체를 구분하여 형태별로 살펴보면 정규직은 11명이고 비정규직은 6명이다.

직종별로 살펴보면 디자이너 5명, PR 4명, 인터랙티브와 관리는 3명, AE는 2명의 순으로 나타났다.

### 3. 취급액과 종사자

#### 3.1. 사업체 정보

표 3-1-1 >> 사업체정보별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 취급액
기업형태	개인사업체	3,258	64.0	706,394	8.8	217
	회사법인	1,780	35.0	7,078,000	88.2	3,977
	회사의 법인	47	0.9	239,393	3.0	5,120
본사유무	단독사업체	4,800	94.3	5,428,133	67.6	1,131
	공장,지사,영업소	110	2.2	479,439	6.0	4,340
	본사,본점,본부	144	2.8	1,633,365	20.4	11,374
벤처기업 지정여부	대상	47	0.9	54,570	0.7	1,154
	비대상	5,044	99.1	7,971,470	99.3	1,580
설립연도	1979년이전	48	0.9	1,616,989	20.1	33,614
	1980 ~ 1989년	272	5.3	1,089,392	13.6	4,000
	1990 ~ 1994년	523	10.3	839,357	10.5	1,604
	1995 ~ 2000년	2,021	39.7	2,526,041	31.5	1,250
	2000년이후	2,123	41.7	1,736,993	21.6	818
전체		5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

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

기업형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 개인사업체가 3,258개 64.0%로 가장 많은 비중을 차지하고, 회사법인 1,780개 35.0%, 회사외법인 47개 0.9% 순서이며, 반면 종사자수는 회사법인이 18,792명 65.1%로 가장 많고, 개인사업체 9,690명 33.6%, 회사외법인 326명 1.1% 순서이다. 종사자수 구성비와 마찬가지로 취급액도 회사법인 7조 780억원 88.2%, 개인사업체 7,063억원 8.8%, 회사외법인 2,393억원 3.0% 순서이다. 사업체당 취급액은 회사외법인이 51.2억원, 회사법인 39.7억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액은 회사외법인 7.3억원, 회사법인 3.7억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 회사법인이 11명으로 가장 많고 회사외법인 7명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

표 3-1-2 >> 사업체정보별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당종사자수	종사자당취급액	평균사업년수
기업형태	개인사업체	9,690	33.6	3	73	8
	회사법인	18,792	65.1	11	377	7
	회사의 법인	326	1.1	7	734	8
본사유무	단독사업체	24,737	85.7	5	219	7
	공장,지사,영업소	1,071	3.7	10	448	10
	본사,본점,본부	2,280	7.9	16	716	8
벤처기업	대상	547	1.9	12	100	8
	비대상	28,307	98.1	6	282	7
설립연도	1979년이전	1,601	5.5	33	1,010	31
	1980 ~ 1989년	2,450	8.5	9	445	20
	1990 ~ 1994년	3,282	11.4	6	256	14
	1995 ~ 2000년	10,561	36.6	5	239	8
	2000년이후	10,328	35.8	5	168	4
전체		28,854	100.0	6	278	7

설립연도별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 2000년이후 설립된 사업체가 2,123개 41.7%로 가장 많고, 1995~2000년 2,021개 39.7%, 1990~1994년 523개 10.3% 순으로, 대체로 젊은 사업체가 높은 비율을 차지했다. 종사자수는 1995~2000년 설립업체 종사자수가 10,561명 36.6%, 2000년이후 설립업체 10,328명 35.8%, 1990~1994년 설립업체 3,282명 11.4% 순으로 많이 나타났다. 취급액은 1995~2000년 설립사업체가 2조 5,260억원 31.5%로 가장 많은 비중을 차지하고, 2000년이후 설립 사업체가 1조 7,369억원 21.6%, 1979년이전 설립 사업체 1조 6,169억원 20.1% 순서로 나타났다. 전반적으로 최근일수록 사업체수, 종사자수, 취급액도 많은 것으로 나타났다. 사업체당 취급액은 1979년 이전 설립 사업체가 336.1억원으로 가장 많고, 1980~1989년 설립 사업체 40.0억원, 1990~1994년 16.0억원 순으로, 전체 사업체당 취급액 15.7억보다 많고, 회사가 오래될수록 사업체당 취급액도 높은 것으로 나타났다. 종사자당 취급액도 마찬가지로 1979년 이전 사업체가 10.1억원으로 가장 많고, 1980~1989년 설립 사업체가 4.4억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억보다 높게 나타났다. 사업체당 종사자수도 1979년 이전 설립 사업체가 33명, 1980~1989년 설립 사업체 9명으로 전체 사업체당 종사자 6명 보다 높게 나타났다.

그림 3-1 >> 기업형태별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

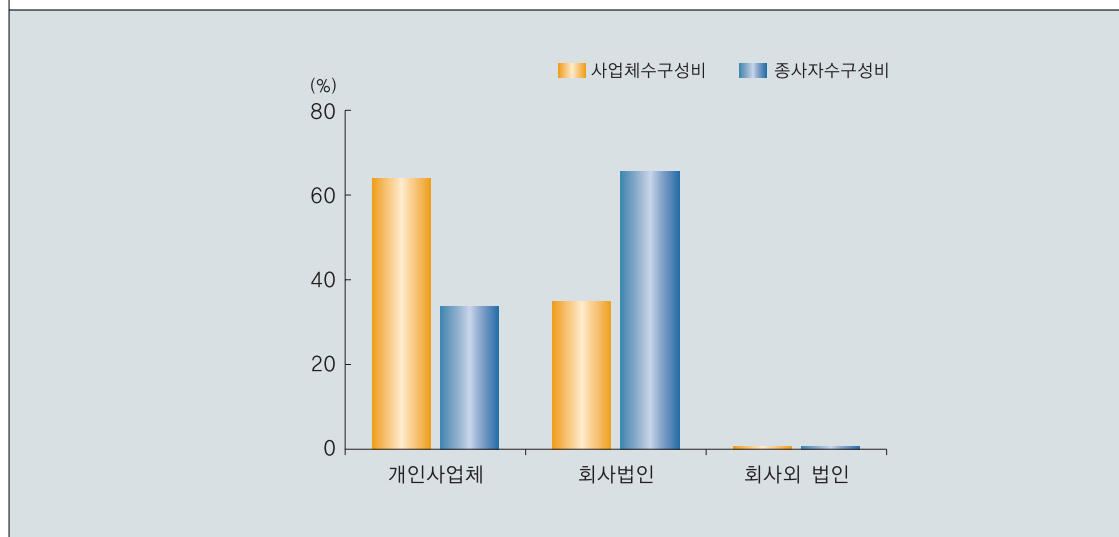
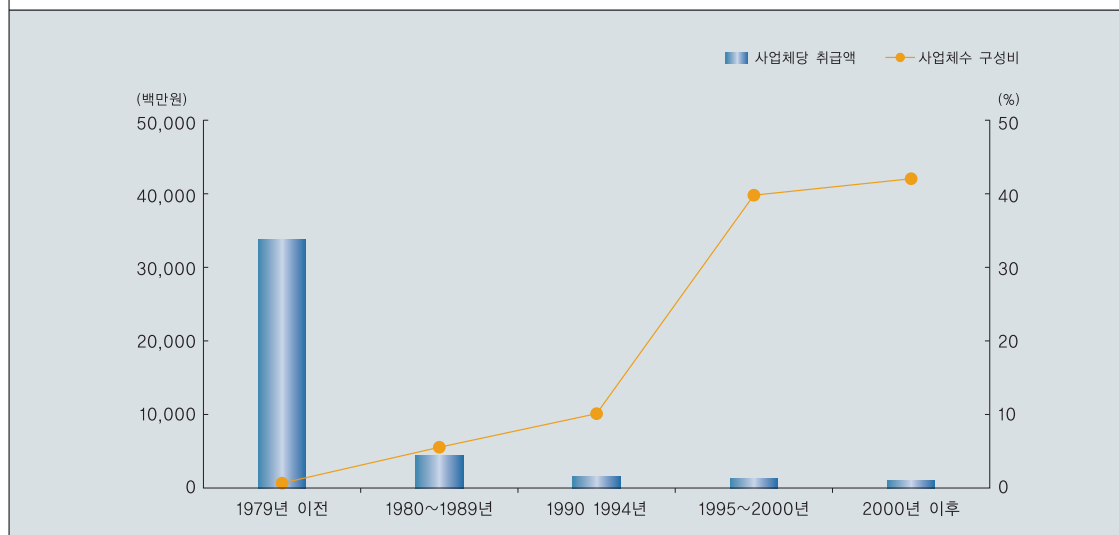


그림 3-2 >> 설립연도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.2. 지역

표 3-2-1 >> 지역별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

지역	사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 평균취급액
서울	2,728	53.6	7,324,679	91.3	2,685
부산	385	7.6	142,487	1.8	370
대구	350	6.9	158,588	2.0	454
인천	63	1.2	13,063	0.2	207
광주	208	4.1	86,158	1.1	415
대전	96	1.9	48,390	0.6	502
울산	29	0.6	12,232	0.2	423
경기도	430	8.4	111,937	1.4	260
강원도	120	2.4	21,839	0.3	181
충청북도	93	1.8	12,082	0.2	129
충청남도	80	1.6	4,565	0.1	57
전라북도	106	2.1	16,473	0.2	156
전라남도	99	1.9	9,801	0.1	99
경상북도	103	2.0	12,125	0.2	118
경상남도	166	3.3	43,848	0.5	263
제주도	35	0.7	7,775	0.1	223
전체	5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

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

지역별로 살펴보면, 사업체수는 서울이 2,728개 53.6%로 가장 많은 비중을 차지하고, 경기도 430명 8.4%, 부산 385명 7.6%, 대구 350명 6.9%, 광주 208명 4.1%, 경상남도 166명 3.3%, 강원도 120명 2.4%의 순서이며, 종사자수도 서울이 20,612명 71.4%로 가장 많고, 대구 1,543명 5.3%, 부산 1,493명 5.2%, 경기도 1,426명 4.9%, 광주 1,077명 3.7%, 대전 448명 1.6%, 경상남도 440명 1.5%의 순서이다. 취급액 역시 서울이 7조 3,246억원 91.3%로 가장 많고, 대구 1,585억원 2.0%, 부산 1,424억원 1.8%, 경기도 1,119억원 1.4%, 광주 861억원 1.1%, 대전 483억원 0.6%, 경상남도 438억원 0.5% 순서이다.

표 3-2-2 >> 지역별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

지역	종사자수	종사자구성비	사업체당평균종사자수	종사자당취급액	평균사업년수
서울	20,612	71.4	8	355	8
부산	1,493	5.2	4	95	8
대구	1,543	5.3	4	103	8
인천	196	0.7	3	67	6
광주	1,077	3.7	5	80	8
대전	448	1.6	5	108	7
울산	126	0.4	4	97	8
경기도	1,426	4.9	3	78	6
강원도	278	1.0	2	79	5
충청북도	247	0.9	3	49	7
충청남도	170	0.6	2	27	8
전라북도	260	0.9	2	63	5
전라남도	207	0.7	2	47	6
경상북도	209	0.7	2	58	8
경상남도	440	1.5	3	100	8
제주도	122	0.4	3	64	8
전체	28,854	100.0	6	278	7

사업체당 취급액은 서울 지역만 26.8억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 대전 5.0억원, 대구 4.5억원, 울산 4.2억원, 광주 4.1억원, 부산 3.7억원의 순으로 나타났고, 종사자당 취급액은 서울 지역만 3.5억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많고, 대전 1.08억원, 대구 1.03억원, 경상남도 1.00억원, 부산 9천만원의 순서로 나타났다. 사업체당 종사자수는 서울이 8명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났고, 광주, 대전은 5명, 부산, 대구, 울산은 4명 순으로 나타났다.

그림 3-3 >> 지역별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

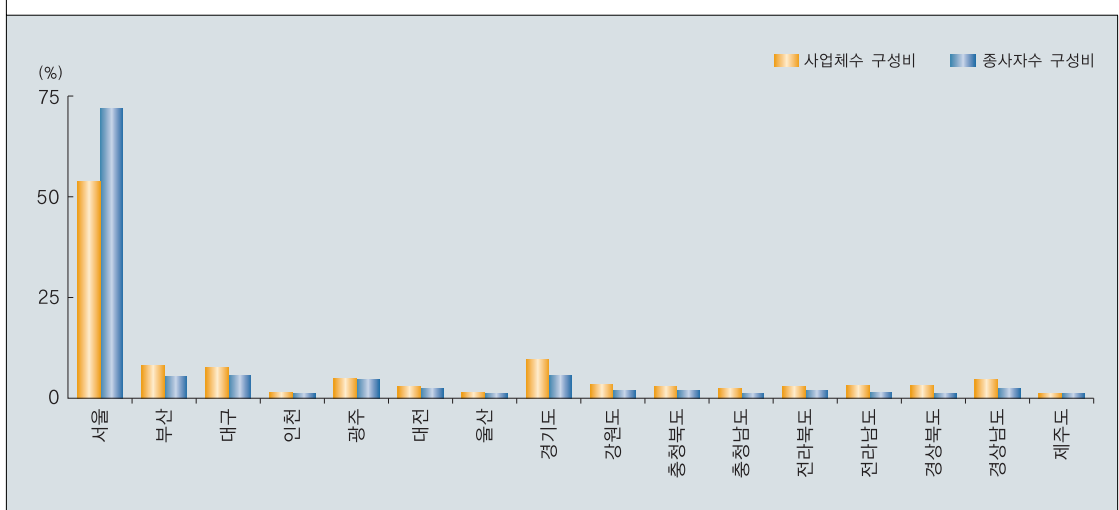
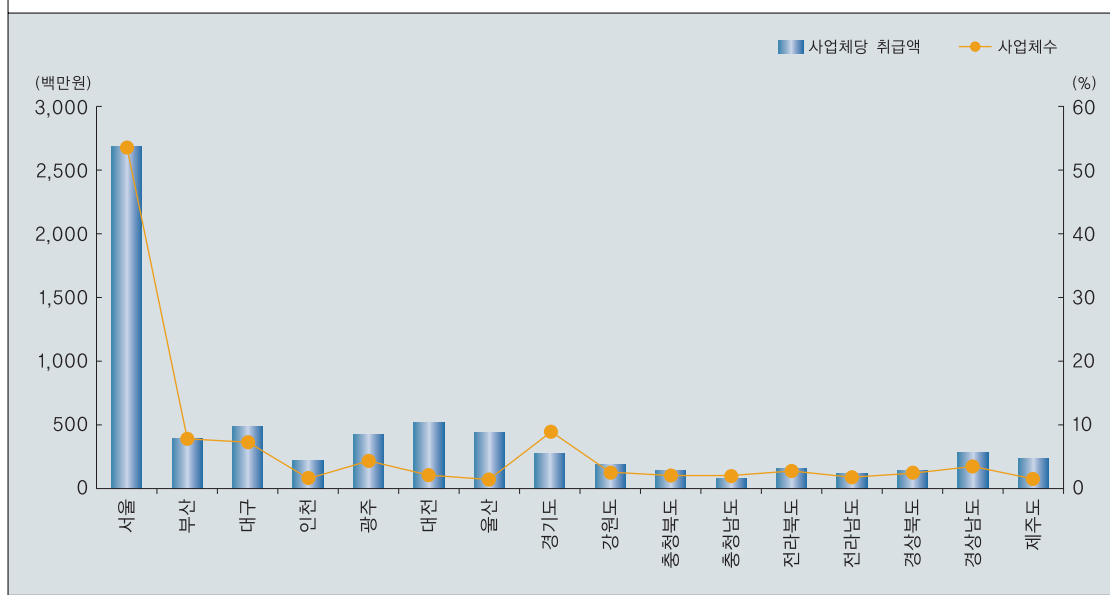


그림 3-4 >> 지역별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.3. 대표자 정보

표 3-3-1 >> 대표자정보별 취급액

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 평균취급액
대표자 연령	20 ~ 29세	51	1.0	57,325	0.7	1,123
	30 ~ 39세	1,800	35.4	786,987	9.8	437
	40 ~ 49세	2,031	39.9	2,294,789	28.6	1,130
	50세이상	961	18.9	3,077,301	38.3	3,201
최종학력	고졸이하	982	19.3	271,002	3.4	276
	전문대졸	635	12.5	175,365	2.2	276
	대졸	2,868	56.3	4,290,812	53.5	1,496
	대학원졸 이상	548	10.8	1,670,860	20.8	3,046
경영형태	창업	4,385	86.1	2,774,731	34.6	633
	동업	171	3.4	232,050	2.9	1,354
	가업계승	76	1.5	110,390	1.4	1,448
	기업인수	174	3.4	125,815	1.6	721
	전문경영인	129	2.5	2,730,660	34.0	21,088
	기타	110	2.2	425,662	5.3	3,875
전체		5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

통계표 작성을 위한 구분변수로 대표자연령(20~29세, 30~39세, 40~49세, 50세이상), 최종학력(고졸 이하, 전문대졸, 대졸, 대학원졸이상), 경영형태(창업, 동업, 가업계승, 기업인수, 전문경영인, 기타)를 사용하였다.

대표자 연령별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 40~49세가 2,031개 39.9%로 가장 많은 비중을 차지

하고, 30~39세 1,800개 35.4%, 50세이상 961개 18.9%의 순서이며, 종사자수도 40~49세가 10,898명 37.8%로 가장 많고, 30~39세 7,099명 24.6%, 50세이상 8,060명 27.9% 순서이다. 취급액은 50세이상이 3조 773억원 38.3%로 가장 많고, 40~49세 2조 2,947억원 28.6%, 30~39세 7,869억원 9.8%의 순서이다. 사업체당 취급액은 50세이상이 32.0억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액은 20~29세 3.2억원, 50세이상 3.8억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 50세이상이 8명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

대표자의 최종학력별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 대졸이 2,868개 56.3%로 가장 많은 비중을 차지하고, 고졸이하 982개 19.3%, 전문대졸 635개 12.5%의 순서이며, 종사자수는 대졸이 16,725명 58.0%로 가장 많고, 대학원졸이상 5,602명 19.4%, 고졸이하 2,771명 9.6%의 순서이다. 취급액은 대졸이 4조 2,908억원 53.5%로 가장 많고, 대학원졸이상 1조 6,708억원 20.8%, 고졸이하 2,710억원 3.4%의 순서이다. 사업체당 취급액은 대학원졸 이상이 30.4억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 대학원졸 이상이 2.9억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수 역시 대학원졸 이상이 10명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

표 3-3-2 >> 대표자정보별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당평균종사자수	종사자당취급액	평균사업년수
대표자 연령	20 ~ 29세	179	0.6	4	321	5
	30 ~ 39세	7,099	24.6	4	111	5
	40 ~ 49세	10,898	37.8	5	211	8
	50세이상	8,060	27.9	8	382	11
최종학력	고졸이하	2,771	9.6	3	98	8
	전문대졸	2,207	7.6	3	79	7
	대졸	16,725	58.0	6	257	7
	대학원졸 이상	5,602	19.4	10	298	8
경영형태	창업	20,054	69.5	5	138	7
	동업	1,110	3.8	6	209	6
	기업계승	441	1.5	6	251	12
	기업인수	1,090	3.8	6	115	8
	전문경영인	3,531	12.2	27	773	9
	기타	1,072	3.7	10	397	9
전체		28,854	100.0	6	278	7

대표자의 경영형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 창업이 4,385개 86.1%로 가장 많은 비중을 차지하고, 기업인수 174개 3.4%, 동업 171개 3.4%, 전문경영인 129개 2.5%의 순서이며, 종사자수는 창업이 20,054명 69.5%로 가장 많고, 전문경영인 3,531명 12.2%, 동업 1,110명 3.8%, 기업인수 1,090명 3.8%의 순서이다. 취급액은 창업이 2조 7,747억원 34.6%로 가장 많고, 전문경영인 2조 7,306억원 34.0%, 기타 4,256억원 5.3%, 동업 2,320억원 2.9%의 순서이다. 사업체당 취급액은 전문경영인 210.8억원, 기타 38.7억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 전문경영인이 7.7억원, 기타가 3.9



억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수 역시 전문경영인 27명, 기타 10명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-5 >> 대표자 최종학력별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

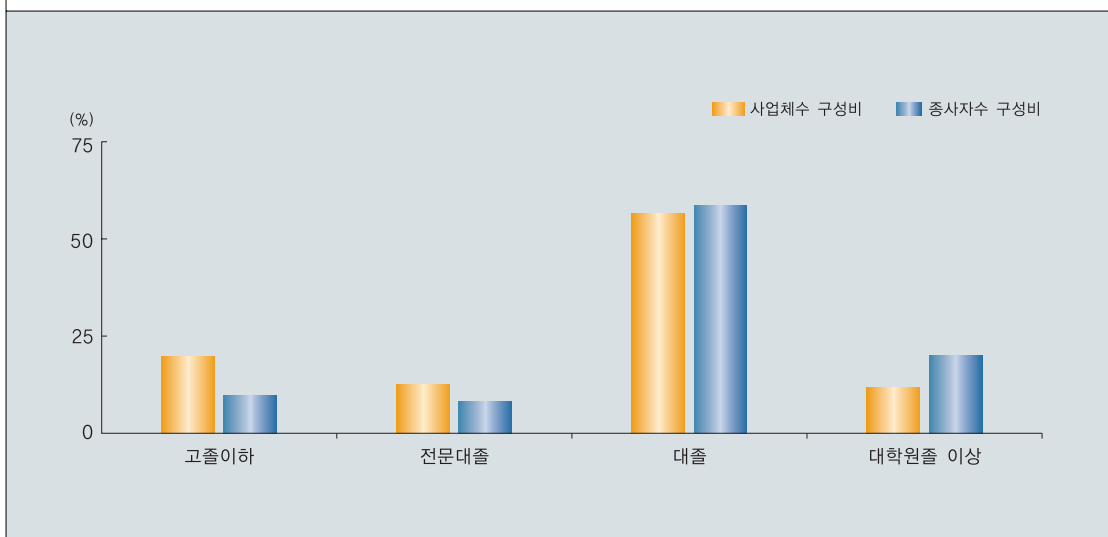
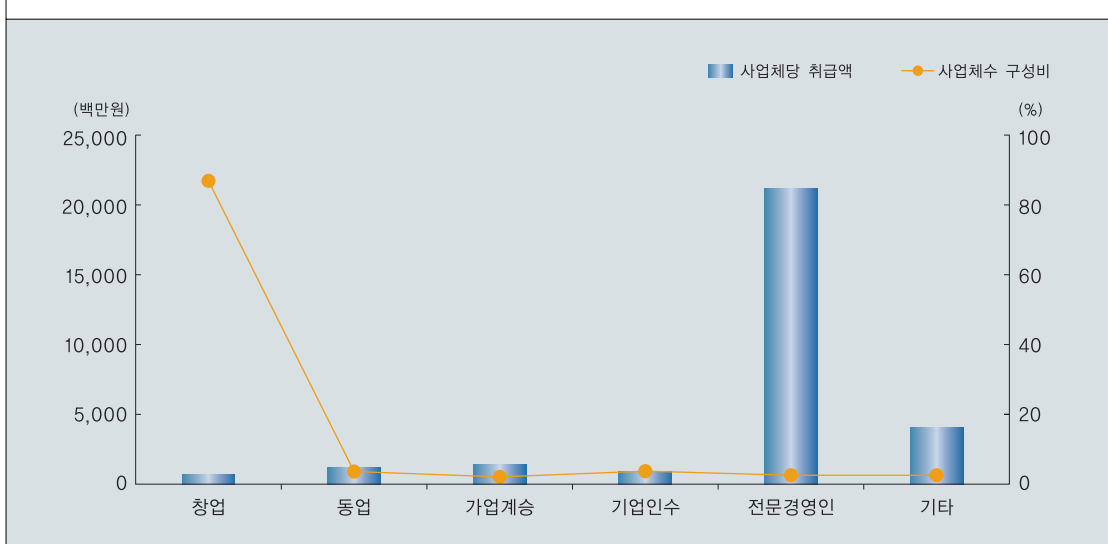


그림 3-6 >> 대표자 경영형태별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.4. 종사자 규모 및 취업액 규모

표 3-4-1 >> 종사자 규모 및 취업액 규모별 취업액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 평균취급액
종사자규모	1 ~ 4인	3,443	67.6	635,242	7.9	185
	5 ~ 9인	1,089	21.4	779,013	9.7	715
	10 ~ 49인	515	10.1	2,358,253	29.4	4,577
	50 ~ 99인	26	0.5	806,899	10.1	31,067
	100인이상	18	0.4	3,446,634	42.9	191,480
취급액 규모	1억원미만	1,849	36.3	74,351	0.9	40
	1~10억원미만	2,532	49.7	857,186	10.7	339
	10~100억원미만	630	12.4	1,489,505	18.6	2,363
	100억원이상	80	1.6	5,604,999	69.8	70,270
전체		5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

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

종사자규모별로 살펴보면, 사업체수는 1~4인이 3,443개 67.6%로 가장 많은 비중을 차지하고, 5~9인 1,089개 21.4%, 10~49인 515개 10.1%의 순서이며, 종사자수는 10~49인이 8,727명 30.2%로 가장 많고, 1~4인 8,586명 29.8%, 5~9인 6,472명 22.4%, 100인이상 3,479명 12.1%의 순서이다. 취업액은 100인 이상이 3조 4,466억원 42.9%로 가장 많고, 10~49인 2조 3,582억원 29.4%, 50~99인 8,068억원 10.1%, 5~9인 7,790억원 9.7%의 순서이다. 사업체당 취업액은 50~99인 310.6억원, 100인이상 1,914억원으로 전체 사업체당 취업액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취업액도 50~99인 5.0억원, 100인이상 9.9억원으로 전체 종사자당 취업액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 10~49인 17명, 50~99인 61명, 100인이상 193명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

표 3-4-2 >> 종사자 규모 및 취업액 규모별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당평균종사자수	종사자당취급액	평균사업년수
종사자규모	1 ~ 4인	8,586	29.8	2	74	7
	5 ~ 9인	6,472	22.4	6	120	7
	10 ~ 49인	8,727	30.2	17	270	8
	50 ~ 99인	1,590	5.5	61	507	17
	100인이상	3,479	12.1	193	991	15
취급액 규모	1억원미만	4,076	14.1	2	18	7
	1~10억원미만	11,365	39.4	4	75	7
	10~100억원미만	7,897	27.4	13	189	8
	100억원이상	5,516	19.1	69	1,016	13
전체		28,854	100.0	6	278	7

취급액규모별로 살펴보면, 사업체수는 1~10억원미만이 2,532개 49.7%로 가장 많은 비중을 차지하고, 1억원미만 1,849개 36.3%, 10~100억원미만 630개 12.4%의 순서이며, 종사자수는 1~10억원미만이 11,365명 39.4%로 가장 많고, 10~100억원미만 7,897명 27.4%, 100억원이상 5,516명 19.1%의 순서이다. 취급액은 100억원이상이 5조 6,049억원 69.8%로 가장 많고, 10~100억원미만 1조 4,895억원 18.6%, 1~10억원미만 8,571억원 10.7%의 순서이다. 사업체당 취급액은 10~100억원미만 23.6억원, 100억원이상 702.7억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 100억원이상이 10.1억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 10~100억원미만 13명, 100억원이상 69명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-7 >> 취급액 규모별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

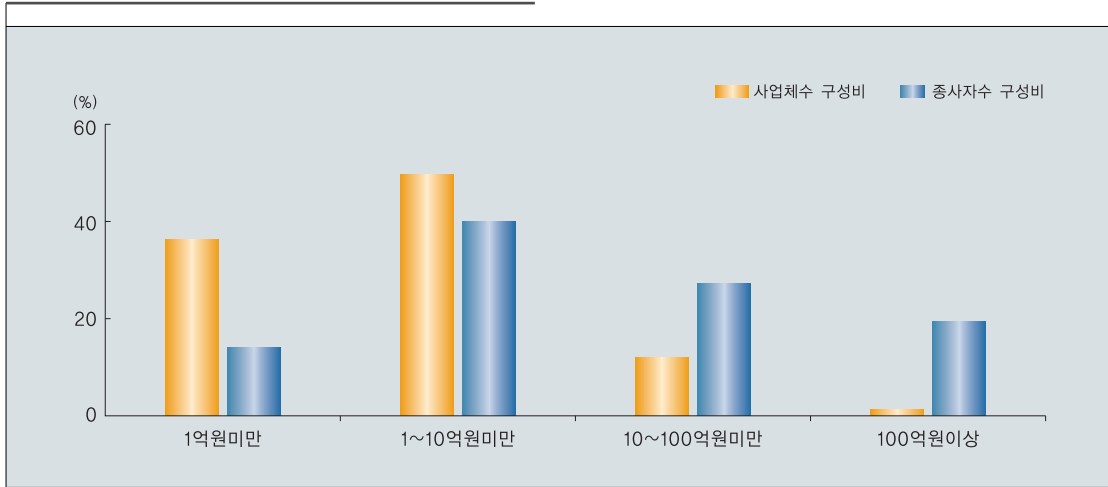
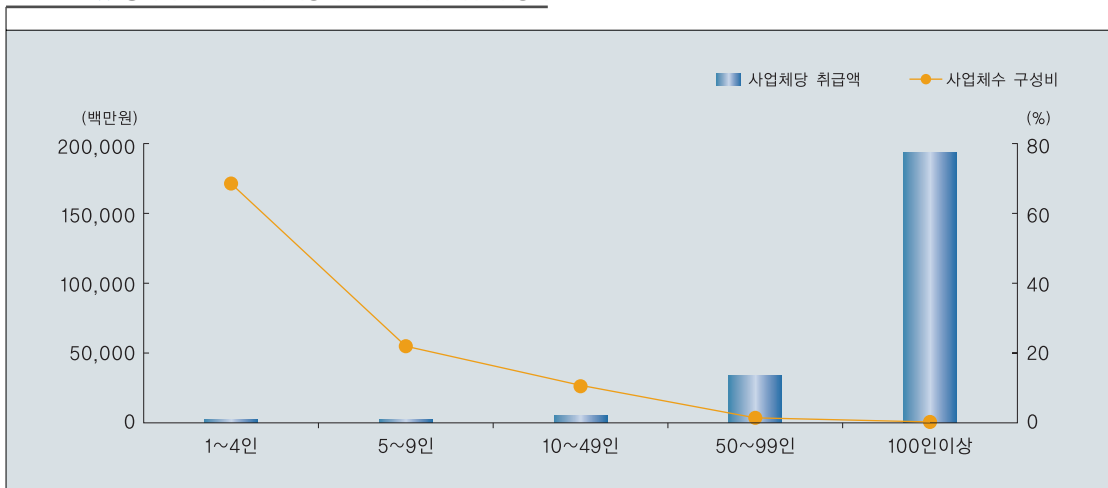


그림 3-8 >> 종사자 규모별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.5. 사업체 업종 분류

표 3-5-1 >> 사업체 업종별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 평균취급액
업종	광고(종합)대행	1,091	21.4	3,182,845	39.7	2,918
	광고(종합)대행+기타	65	1.3	78,366	1.0	1,211
	광고(종합)대행+인쇄	64	1.3	53,863	0.7	840
	광고(종합)대행+인쇄+기타	35	0.7	15,867	0.2	453
	광고(종합)대행+서비스	24	0.5	185,419	2.3	7,772
	광고(종합)대행+서비스+기타	8	0.2	9,165	0.1	1,190
	광고(종합)대행+서비스+인쇄	12	0.2	17,089	0.2	1,431
	광고(종합)대행+서비스+인쇄+기타	9	0.2	8,511	0.1	978
	광고(종합)대행+광고제작	194	3.8	936,023	11.7	4,831
	광고(종합)대행+광고제작+기타	52	1.0	506,199	6.3	9,795
	광고(종합)대행+광고제작+인쇄	34	0.7	65,913	0.8	1,960
	광고(종합)대행+광고제작+인쇄+기타	58	1.1	36,153	0.5	627
	광고(종합)대행+광고제작+서비스	38	0.7	367,665	4.6	9,720
	광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타	21	0.4	951,019	11.8	45,589
	광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄	14	0.3	436,614	5.4	30,897
	광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	57	1.1	60,808	0.8	1,072
	광고제작	318	6.3	127,992	1.6	402
	광고제작+기타	73	1.4	34,735	0.4	474
	광고제작+인쇄	58	1.1	15,570	0.2	269
	광고제작+인쇄+기타	80	1.6	29,595	0.4	369
	광고제작+서비스	16	0.3	11,748	0.1	718
	광고제작+서비스+기타	9	0.2	6,152	0.1	711
	광고제작+서비스+인쇄	6	0.1	5,529	0.1	926
	광고제작+서비스+인쇄+기타	15	0.3	10,698	0.1	731
	기타	1,337	26.3	400,897	5.0	300
	인쇄	779	15.3	170,998	2.1	219
	인쇄+기타	424	8.3	112,888	1.4	267
	서비스	159	3.1	164,468	2.0	1,035
	서비스+기타	26	0.5	8,656	0.1	328
	서비스+인쇄	12	0.2	9,385	0.1	786
서비스+인쇄+기타	5	0.1	5,209	0.1	1,004	
전체		5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

통계표 작성을 위한 구분변수로 업종 사용하였는데 광고(종합)대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 기타의 5가지 업종과 그 가능한 조합으로 구분하여 사용하였다.

표 3-5-2 >> 사업체 업종별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자 구성비	사업체당평균 종사자수	종사자당 취급액	평균사업년수
업종	광고(종합)대행	8,087	28.0	7	394	8
	광고(종합)대행+기타	503	1.7	8	156	8
	광고(종합)대행+인쇄	381	1.3	6	142	6
	광고(종합)대행+인쇄+기타	187	0.6	5	85	7
	광고(종합)대행+서비스	397	1.4	17	467	8
	광고(종합)대행+서비스+기타	61	0.2	8	150	6
	광고(종합)대행+서비스+인쇄	74	0.3	6	229	6
	광고(종합)대행+서비스+인쇄+기타	67	0.2	8	127	9
	광고(종합)대행+광고제작	2,245	7.8	12	417	8
	광고(종합)대행+광고제작+기타	579	2.0	11	874	6
	광고(종합)대행+광고제작+인쇄	210	0.7	6	313	7
	광고(종합)대행+광고제작+인쇄+기타	389	1.3	7	93	6
	광고(종합)대행+광고제작+서비스	776	2.7	21	474	7
	광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타	887	3.1	43	1,072	10
	광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄	553	1.9	39	789	6
	광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	346	1.2	6	176	8
	광고제작	1,542	5.3	5	83	7
	광고제작+기타	296	1.0	4	117	6
	광고제작+인쇄	232	0.8	4	67	7
	광고제작+인쇄+기타	401	1.4	5	74	7
	광고제작+서비스	115	0.4	7	102	6
	광고제작+서비스+기타	74	0.3	9	83	5
	광고제작+서비스+인쇄	32	0.1	5	175	20
	광고제작+서비스+인쇄+기타	130	0.5	9	82	4
	기타	4,892	17.0	4	82	7
	인쇄	2,346	8.1	3	73	8
	인쇄+기타	1,512	5.2	4	75	8
	서비스	1,275	4.4	8	129	7
서비스+기타	141	0.5	5	61	3	
서비스+인쇄	72	0.2	6	130	4	
서비스+인쇄+기타	50	0.2	10	104	5	
전체		28,854	100.0	6	278	7

업종으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 기타가 1,337개 26.3%로 가장 많은 비중을 차지하고, 광고(종합)대행 1,091개 21.4%, 인쇄 779개 15.3%, 인쇄+기타 424개 8.3%, 광고(종합)대행+광고제작 194개 3.8%, 서비스 159개 3.1%의 순서이며, 종사자수는 광고(종합)대행이 8,087명 28.0%로 가장 많고, 기타 4,892명 17.0%, 인쇄 2,346명 8.1%, 광고(종합)대행+광고제작 2,245명 7.8%, 광고제작 1,542명 5.3%, 인쇄+기타 1,512명 5.2%, 서비스 1,275명 4.4%의 순서이다. 취급액은 광고(종합)대행이 3조 1,828억원 39.7%로 가장 많고, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 9,510억원 11.8%, 광고(종합)대행+광고제작 9,360억원 11.7%, 광고(종합)대행+광고제작+기타 5,061억원 6.3%, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄 4,366억원 5.4%, 기타 4,008억원 5.0%, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 3,676억원 4.6%, 인쇄 1,709

억원 2.1%, 서비스 1,644억원 2.0%, 광고제작 1,279억원 1.6%, 인쇄+기타 1,128억원 1.4%의 순서이다. 사업체당 취급액은 광고(종합)대행 29.1억원, 광고(종합)대행+서비스 77.7억원, 광고(종합)대행+광고제작 48.3억원, 광고(종합)대행+광고제작+기타 97.9억원, 광고(종합)대행+광고제작+인쇄 19.6억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 97.2억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 455.8억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄 308.9억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액은 광고(종합)대행 3.9억원, 광고(종합)대행+서비스 4.6억원, 광고(종합)대행+광고제작 4.1억원, 광고(종합)대행+광고제작+기타 8.7억원, 광고(종합)대행+광고제작+인쇄 3.1억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 4.7억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 10.7억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄 7.8억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 광고(종합)대행 7명, 광고(종합)대행+기타 8명, 광고(종합)대행+서비스 17명, 광고(종합)대행+서비스+기타 8명, 광고(종합)대행+서비스+인쇄+기타 8명, 광고(종합)대행+광고제작 12명, 광고(종합)대행+광고제작+기타 11명, 광고(종합)대행+광고제작+인쇄+기타 7명, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 21명, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 43명, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄 39명, 광고제작+서비스 7명, 광고제작+서비스+기타 9명, 광고제작+서비스+인쇄+기타 9명, 서비스 8명, 서비스+인쇄+기타 10명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

### 3.6. 사업체 업종 재분류

표 3-6-1 >> 업종 재분류별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당평균취급액
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	1,307	25.7	3,551,124	44.2	2,717
	광고제작+그외	575	11.3	242,020	3.0	421
	광고(종합)대행+광고제작	466	9.2	3,360,394	41.9	7,207
	그 외	2,743	53.9	872,502	10.9	318
전체		5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

위의 경우에 업종이 31가지로 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 4가지형태로 재분류하였다.

표 3-6-2 >> 업종 재분류별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당평균종사자수	종사자당취급액	평균사업년수
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	9,758	33.8	7	364	8
	광고제작+그외	2,822	9.8	5	86	7
	광고(종합)대행+광고제작	5,985	20.7	13	561	7
	그 외	10,289	35.7	4	85	7
전체		28,854	100.0	6	278	7

업종(재분류)로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 그외가 2,743개 53.9%로 가장 많은 비중을 차지하고, 광고(종합)대행+그외 1,307개 25.7%, 광고제작+그외 575개 11.3%의 순서이며, 종사자수는 그외가 10,289명 35.7%로 가장 많고, 광고(종합)대행+그외 9,758명 33.8%, 광고(종합)대행+광고제작 5,985명 20.7%의 순서이다. 취급액은 광고(종합)대행+그외가 3조 5,511억원 44.2%로 가장 많고, 광고(종합)대행+광고제작 3조 3,603억원 41.9%, 그 외 8,725억원 10.9%의 순서이다. 사업체당 취급액은 광고(종합)대행+그외 27.1억원, 광고(종합)대행+광고제작 72.0억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 광고(종합)대행+그외 3.6억원, 광고(종합)대행+광고제작 5.6억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수 역시 광고(종합)대행+그외 7명, 광고(종합)대행+광고제작 13명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-9 >> 업종 재분류별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

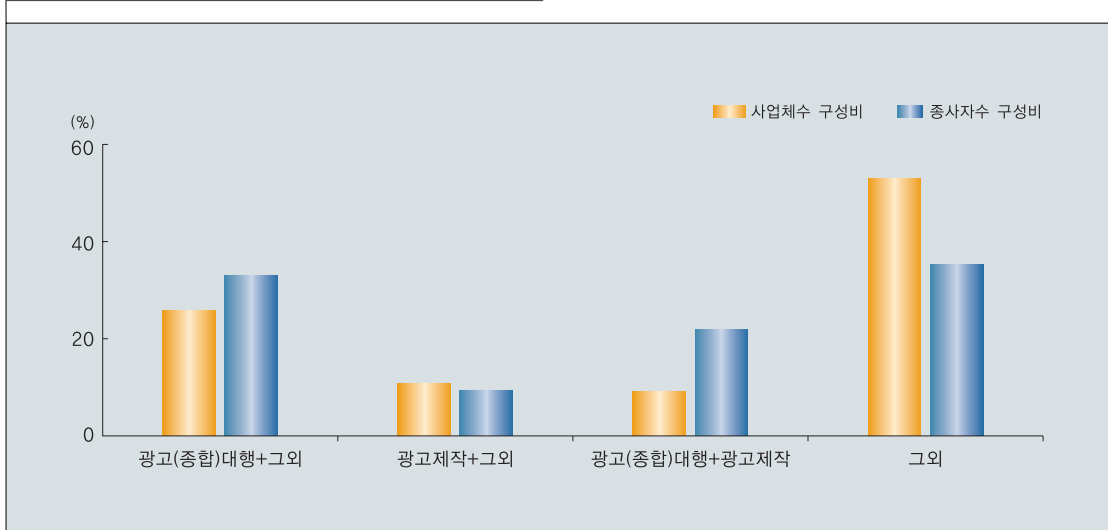
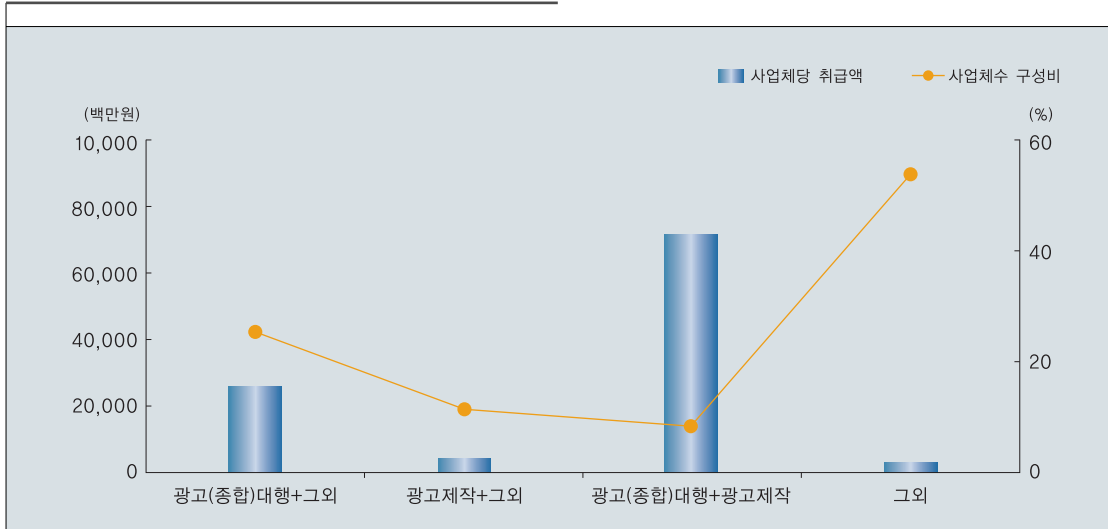


그림 3-10 >> 업종 재분류별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.7. 가치사슬 분류

표 3-7-1 >> 가치사슬별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 평균취급액
가치사슬 분류	인프라	2,172	42.7	2,397,726	29.9	1,104
	생산	2,833	55.6	4,084,547	50.9	1,442
	유통	1,742	34.2	6,748,319	84.1	3,873
	서비스	426	8.4	2,258,136	28.1	5,306
전체		5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

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

가치사슬 분류로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 생산이 2,833개 55.6%로 가장 많은 비중을 차지하고, 인프라 2,172개 42.7%, 유통 1,742개 34.2%의 순서이며, 종사자수는 생산이 15,372명 53.3%로 가장 많고, 유통 15,297명 53.0%, 인프라 10,365명 35.9%의 순서이다. 취급액은 유통이 6조 7,483억원 84.1%로 가장 많고, 생산 4조 845억원 50.9%, 인프라 2조 3,977억원 29.9%의 순서이다.

표 3-7-2 >> 가치사슬별 종사자

단위 : 개소, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당평균종사자수	종사자당취급액	평균사업년수
가치사슬 분류	인프라	10,365	35.9	5	231	8
	생산	15,372	53.3	5	266	7
	유통	15,297	53.0	9	441	8
	서비스	5,038	17.5	12	448	7
전체		28,854	100.0	6	278	7

사업체당 취급액은 유통 38.7억원, 서비스 53.0억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 유통 4.41억원, 서비스 4.48억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수 역시 유통 9명, 서비스 12명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-11 >> 업종 재분류별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

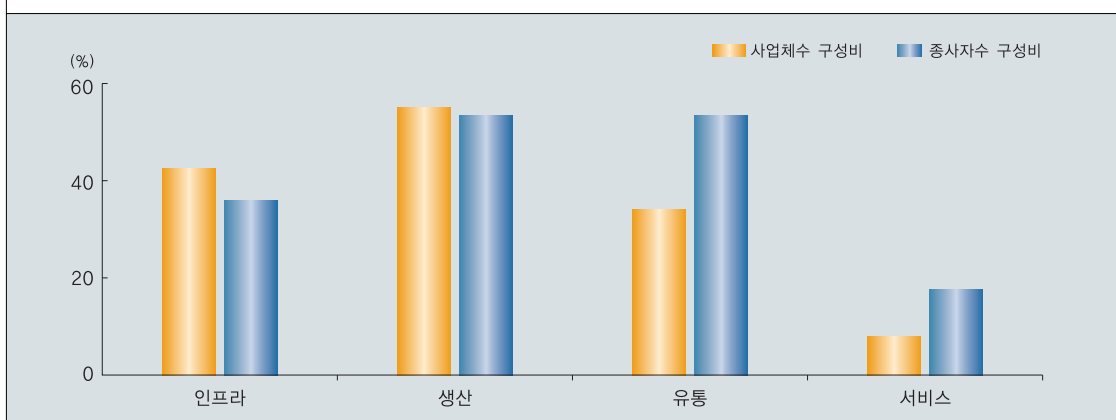
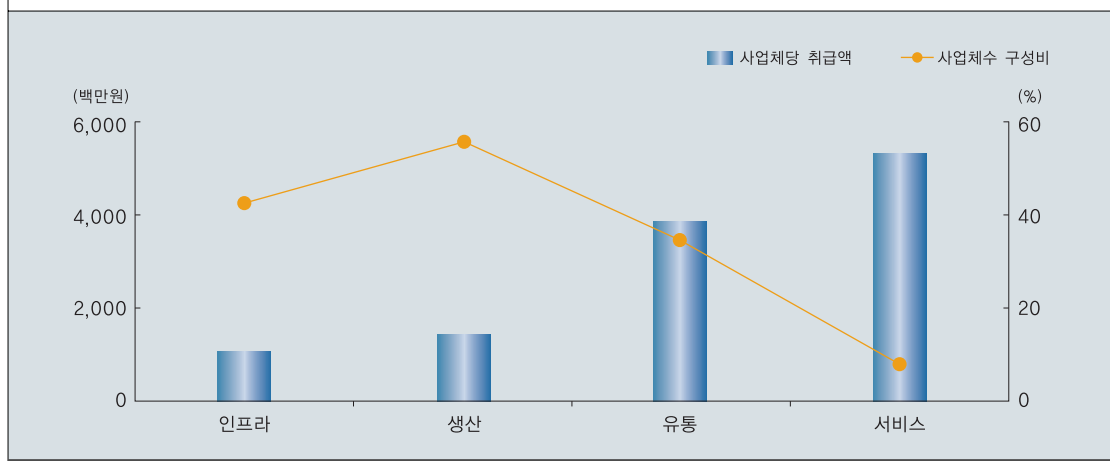




그림 3-12 >> 가치사슬별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.8. 고용현황 정보

표 3-8-1 >> 고용현황 정보별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 평균취급액
형태별	비정규직 편중	1,030	20.2	345,512	4.3	335
	보통	4,061	79.8	7,680,529	95.7	1,891
성별	여성 편중	574	11.3	273,051	3.4	475
	보통	3,509	68.9	7,492,867	93.4	2,135
	남성 편중	1,007	19.8	260,123	3.2	258
연령별	젊은층 편중	789	15.5	546,752	6.8	693
	보통	3,422	67.2	7,331,116	91.3	2,142
	나이든층 편중	880	17.3	148,172	1.8	168
학력별	저학력편중	845	16.6	242,051	3.0	287
	보통	4,004	78.6	6,812,044	84.9	1,701
	고학력편중	243	4.8	971,946	12.1	4,005
직급별	저직급편중	598	11.8	885,727	11.0	1,480
	보통	3,545	69.6	7,041,119	87.7	1,986
	상위직급편중	947	18.6	99,194	1.2	105
전체		5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

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

형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 4,061개 79.8%, 비정규직편중 1,030개 20.2%의 순서이며, 종사자수도 보통 23,829명 82.6%, 비정규직편중 5,025명 17.4%, 취급액 역시 보통 7조 6,805억원 95.7%, 비정규직편중 3,455억원 4.3%순서이다. 사업체당 취급액은 보통이 18.9억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 보통이 3.2억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많

다. 사업체당 종사자수는 보통이 6명으로 전체 사업체당 종사자수 6명과 같게 나타났다.

표 3-8-2 >> 고용현황 정보별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당평균종사자수	종사자당취급액	평균사업년수
형태별	비정규직 편중	5,025	17.4	5	69	7
	보통	23,829	82.6	6	322	8
성별	여성 편중	2,221	7.7	4	123	7
	보통	24,270	84.1	7	309	8
	남성 편중	2,363	8.2	2	110	8
연령별	젊은층 편중	4,818	16.7	6	113	6
	보통	22,031	76.4	6	333	7
	나이든층 편중	2,004	6.9	2	74	9
학력별	저학력편중	2,379	8.2	3	102	8
	보통	24,266	84.1	6	281	7
	고학력편중	2,209	7.7	9	440	8
직급별	저직급편중	6,240	21.6	10	142	8
	보통	21,325	73.9	6	330	7
	상위직급편중	1,288	4.5	1	77	8
전체		28,854	100.0	6	278	7

성별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 3,509개 68.9%, 남성 편중 1,007개 19.8%, 여성편중 574개 11.3%의 순서이며, 종사자수도 보통 24,270명 84.1%, 남성편중 2,363명 8.2%, 여성편중 2,221명 7.7%의 순서이며, 취급액 역시 보통 7조 4,928억원 93.4%, 여성편중 2,730억원 3.4%, 남성편중 2,601억원 3.2% 순서이다. 사업체당 취급액은 보통이 21.3억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 보통이 3.0억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 보통이 7명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

연령별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 3,422개 67.2%, 나이든층 편중 880개 17.3%, 젊은층 편중 789개 15.5%의 순서이며, 종사자수도 보통 22,031명 76.4%, 젊은층 편중 4,818명 16.7%, 나이든층 편중 2,004명 6.9%의 순서이며, 취급액 역시 보통 7조 3,311억원 91.3%, 젊은층편중 5,467억원 6.8%, 나이든층 편중 1,481억원 1.8% 순서이다. 사업체당 취급액은 보통이 21.4억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 보통이 3.3억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 젊은층 편중과 보통이 6명으로 전체 사업체당 종사자수 6명과 같게 나타났다.

학력별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 4,004개 78.6%, 저학력편중 845개 16.6%, 고학력편중 243개 4.8%의 순서이며, 종사자수도 보통 24,266명 84.1%, 저학력편중 2,379명 8.2%, 고학력편중 2,209명 7.7%의 순서이며, 취급액 역시 보통 6조 8,120억원 84.9%, 고학력편중 9,719억원 12.1%, 저학력편중 2,420억원 3.0% 순서이다. 사업체당 취급액은 보통이 17.0억원, 고학력편중 40.0억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 보통이 2.8억원, 고학력편중 4.4억원으로 전체 종사자당 취

급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 고학력편중이 9명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

직급별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 3,545개 69.6%, 상위직급편중 947개 18.6%, 저직급편중 598개 11.8%의 순서이며, 종사자수도 보통 21,325명 73.9%, 저직급편중 6,240명 21.6%, 상위직급편중 1,288명 4.5%의 순서이며, 취업액 역시 보통 7조 411억원 87.7%, 저직급편중 8,857억원 11.0%, 상위직급편중 991억원 1.2% 순서이다. 사업체당 취업액은 보통이 19.8억원으로 전체 사업체당 취업액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취업액도 보통이 3.3억원으로 전체 종사자당 취업액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 저직급편중이 10명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-13 >> 직급수준별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

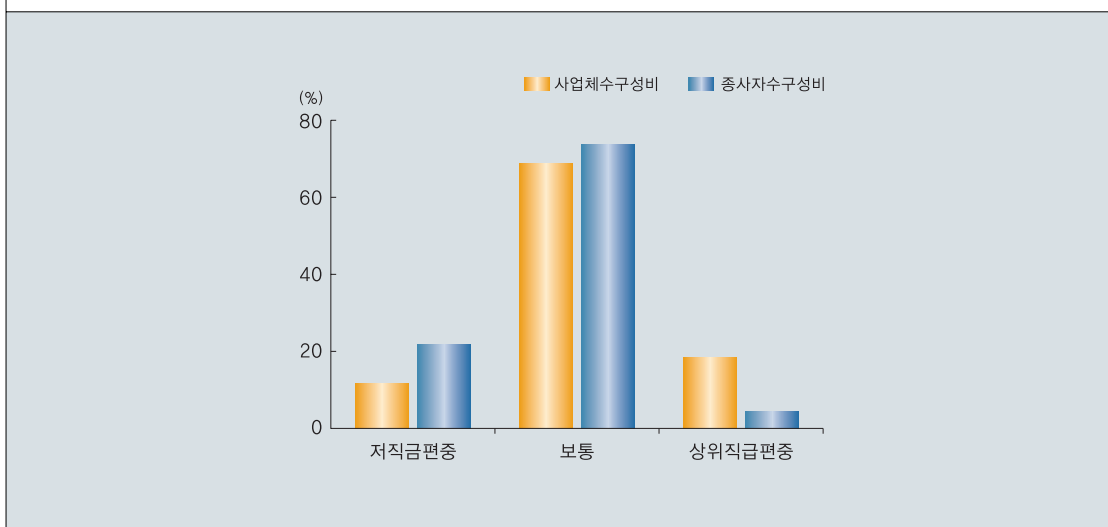
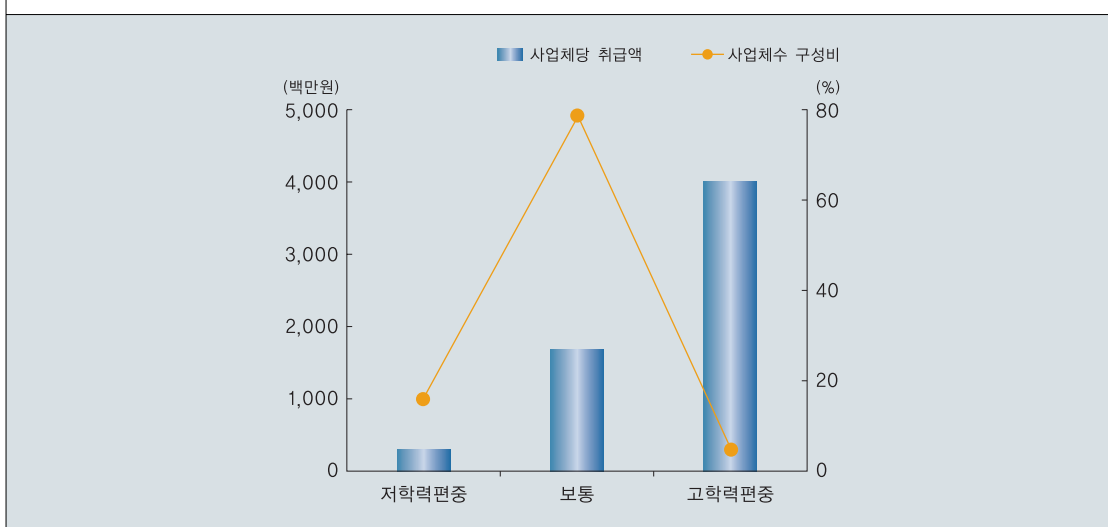


그림 3-14 >> 학력수준별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.9. 국내 및 외국계 광고주

표 3-9-1 >> 국내 및 외국계 광고주별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 평균취급액
전체 광고주	5개미만	834	16.4	380,179	4.7	456
	5~9개	691	13.6	394,913	4.9	571
	10~19개	928	18.2	952,317	11.9	1,027
	20~49개	848	16.7	1,449,175	18.1	1,709
	50~99개	342	6.7	1,596,431	19.9	4,667
	100개이상	478	9.4	632,006	7.9	1,323
국내 광고주	5개미만	838	16.5	380,815	4.7	454
	5~9개	697	13.7	398,139	5.0	571
	10~19개	917	18.0	948,455	11.8	1,034
	20~49개	849	16.7	1,573,544	19.6	1,854
	50~99개	341	6.7	1,472,062	18.3	4,316
	100개이상	478	9.4	632,006	7.9	1,323
외국 광고주	5개미만	30	0.6	48,468	0.6	1,599
	5개이상	6	0.1	145,428	1.8	26,269
전체 취급액	5000만원미만	1,047	20.6	23,979	0.3	23
	5000만원~3억원미만	1,654	32.5	219,837	2.7	133
	3억원~10억원미만	1,000	19.7	514,688	6.4	514
	10억원~50억원미만	515	10.1	1,004,111	12.5	1,950
	50억원이상	119	2.3	4,353,018	54.2	36,678
국내 취급액	5000만원미만	971	19.1	23,979	0.3	25
	5000만원~3억원미만	1,662	32.6	222,382	2.8	134
	3억원~10억원미만	992	19.5	512,144	6.4	516
	10억원~50억원미만	513	10.1	998,923	12.4	1,947
	50억원이상	116	2.3	3,611,748	45.0	31,222
해외 취급액	5억원미만	21	0.4	17,981	0.2	839
	5억원이상	8	0.2	42,974	0.5	5,216
전체		5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

통계표 작성을 위한 구분변수로 주요고객현황 정보 중 국내 및 외국계 광고주현황을 알기위해 거래광고주(5개이하, 6~10개, 11~20개, 20~50개, 51~100개, 101개이상), 국내광고주(5개이하, 6~10개, 11~20개, 20~50개, 51~100개, 101개이상), 외국광고주(5개이하, 6개이상), 전체취급액(5000만원이하, 5000만원~3억원, 3억원~10억원, 10억원~50억원, 50억원이상), 국내취급액(5000만원이하, 5000만원~3억원, 3억원~10억원, 10억원~50억원, 50억원이상), 해외취급액(5억원미만, 5억원이상)을 사용하였다.

전체광고주로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 10~19개인 사업체는 928개 18.2%로 가장 많은 비중을 차지하고, 20~49개인 사업체는 848개 16.7%, 5개미만인 사업체는 834개 16.4%, 5~9개인 사업체는 691개 13.6%, 100개이상인 사업체는 478개 9.4%의 순서이며, 종사자수는 10~19개인 사업체는 5,041명 17.5%로 가장 많고, 20~49개인 사업체는 5,029명, 17.4%, 5개미만인 사업체는 3,409명 11.8%, 5~9개인 사업

체는 3,315명 11.5%, 50~99개인 사업체는 2,983명 10.3%의 순서이다. 취급액은 50~99개인 사업체는 1조 5,964억원 19.9%로 가장 많고, 20~49개인 사업체는 1조 4,491억원 18.1%, 10~19개인 사업체는 9,523억원 11.9%, 100개이상인 사업체는 6,320억원 7.9%, 5~9개인 사업체는 3,949억원 4.9%의 순서이다. 사업체당 취급액은 20~49개인 사업체는 17.0억원, 50~99개인 사업체는 46.6억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 20~49개인 사업체는 2.8억원, 50~99개인 사업체는 5.3억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 50~99개인 사업체는 9명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

국내광고주로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 10~19개인 사업체는 917개 18.0%로 가장 많은 비중을 차지하고, 20~49개인 사업체는 849개 16.7%, 5개미만인 사업체는 838개 16.5%, 5~9개인 사업체는 697개 13.7%, 100개이상인 사업체는 478개 9.4%의 순서이며, 종사자수는 20~49개인 사업체는 5,229명 18.1%로 가장 많고, 10~19개인 사업체는 5,004명 17.3%, 5개미만인 사업체는 3,426명 11.9%, 5~9개인 사업체는 3,335명 11.6%, 100개이상인 사업체는 2,808명 9.7%의 순서이다. 취급액은 20~49개인 사업체는 1조 5,735억원 19.6%로 가장 많고, 50~99개인 사업체는 1조 4,720억원 18.3%, 10~19개인 사업체는 9,484억원 11.8%, 100개이상인 사업체는 6,320억원 7.9%, 5~9개인 사업체는 3,981억원 5.0%의 순서이다. 사업체당 취급액은 20~49개인 사업체는 18.5억원, 50~99개인 사업체는 43.1억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 20~49개인 사업체는 3.0억원, 50~99개인 사업체는 5.2억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 50~99개인 사업체는 8명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

표 3-9-2 >> 국내 및 외국계 광고주별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당평균종사자수	종사자당취급액	평균사업년수
전체 광고주	5개미만	3,409	11.8	4	112	8
	5~9개	3,315	11.5	5	119	7
	10~19개	5,041	17.5	5	189	8
	20~49개	5,029	17.4	6	288	7
	50~99개	2,983	10.3	9	535	8
	100개이상	2,808	9.7	6	225	7
국내 광고주	5개미만	3,426	11.9	4	111	8
	5~9개	3,335	11.6	5	119	7
	10~19개	5,004	17.3	5	190	8
	20~49개	5,229	18.1	6	301	7
	50~99개	2,783	9.6	8	529	8
	100개이상	2,808	9.7	6	225	7
외국 광고주	5개미만	266	0.9	9	182	6
	5개이상	309	1.1	56	471	9
전체 취급액	5000만원미만	1,978	6.9	2	12	7
	5000만원~3억원미만	5,357	18.6	3	41	8
	3억원~10억원미만	5,502	19.1	5	94	7
	10억원~50억원미만	5,570	19.3	11	180	8
	50억원이상	5,797	20.1	49	751	11
국내 취급액	5000만원미만	1,726	6.0	2	14	7
	5000만원~3억원미만	5,387	18.7	3	41	8
	3억원~10억원미만	5,473	19.0	6	94	7
	10억원~50억원미만	5,535	19.2	11	180	8
	50억원이상	4,968	17.2	43	727	11
해외 취급액	5억원미만	129	0.4	6	139	6
	5억원이상	175	0.6	21	246	9
전체		28,854	100.0	6	278	7

전체취급액으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 5,000만원~3억원미만이 1,654개 32.5%로 가장 많은 비중을 차지하고, 5,000만원미만 1,047개 20.6%, 3억원~10억원미만 1,000개 19.7%, 10억원~50억원미만 515개 10.1%의 순서이며, 종사자수는 50억원이상이 5,797명 20.1%로 가장 많고, 10억원~50억원미만 5,570명 19.3%, 3억원~10억원미만 5,502명 19.1%, 5,000만원~3억원미만 5,357명 18.6%의 순서이다. 취급액은 50억원이상이 4조 3,530억원 54.2%로 가장 많고, 10억원~50억원미만 1조 41억원 12.5%, 3억원~10억원미만 5,146억원 6.4%, 5,000만원~3억원미만 2,198억원 2.7%의 순서이다. 사업체당 취급액은 10억원~50억원미만 1.9억원, 50억원이상 366.7억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액은 50억원이상 7.5억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 10억원~50억원미만 11명, 50억원이상 49명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

국내취급액으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 5,000만원~3억원미만이 1,662개 32.6%로 가장 많은 비중을 차지하고, 3억원~10억원미만 992개 19.5%, 5,000만원미만 971개 19.1%, 10억원~50억원미만

513개 10.1%의 순서이며, 종사자수는 10억원~50억원미만이 5,535명 19.2%로 가장 많고, 3억원~10억원 미만 5,473명 19.0%, 5,000만원~3억원미만 5,387명 18.7%, 50억원이상 4,968명 17.2%의 순서이다. 취급액은 50억원이상이 3조 6,117억원 45.0%로 가장 많고, 10억원~50억원미만 9,989억원 12.4%, 3억원~10억원미만 5,121억원 6.4%, 5,000만원~3억원미만 2,223억원 2.8%의 순서이다. 사업체당 취급액은 10억원~50억원미만 1.9억원, 50억원이상 312.2억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액은 50억원이상 7.2억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 10억원~50억원미만 11명, 50억원이상 43명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-15 >> 전체 광고주 규모별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

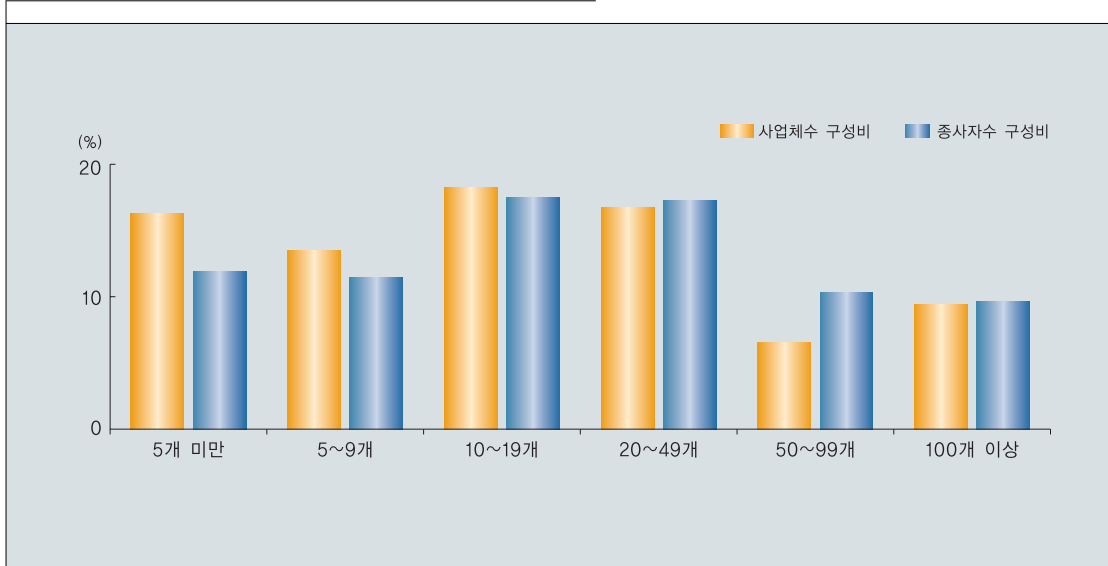
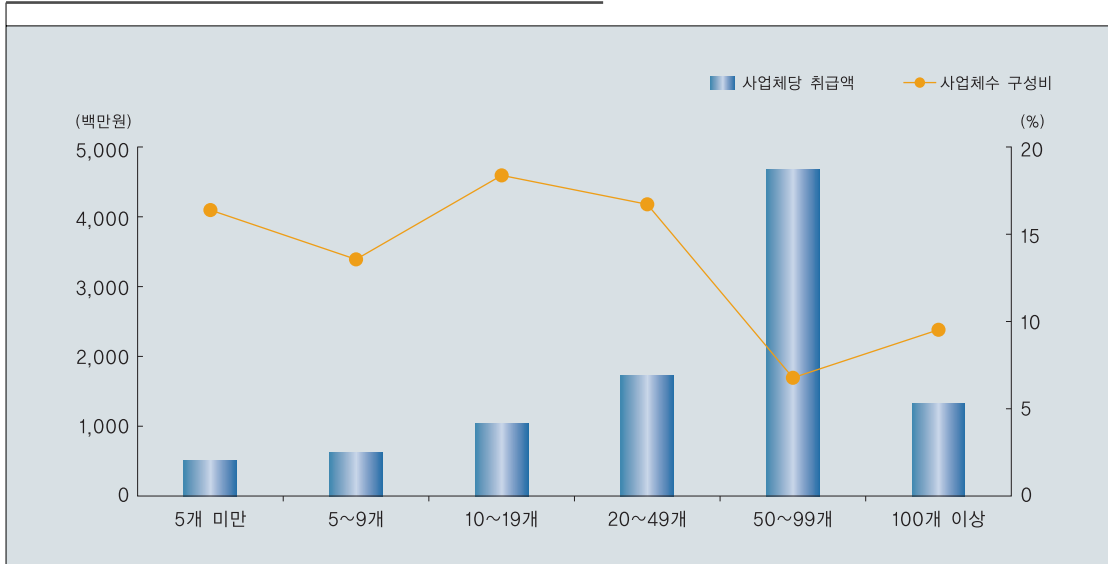


그림 3-16 >> 전체 광고주 규모별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.10. 고객유치실적

표 3-10-1 >> 고객유치실적별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 평균취급액
신규 거래 광고주	0개	2,378	46.7	1,967,529	24.5	827
	1~5개	708	13.9	1,011,894	12.6	1,429
	6~20개	428	8.4	984,587	12.3	2,298
	21개이상	432	8.5	387,310	4.8	897
이탈 거래 광고주	0개	2,564	50.4	2,430,406	30.3	948
	1~5개	621	12.2	968,981	12.1	1,561
	6~20개	347	6.8	692,388	8.6	1,993
	21개이상	404	7.9	247,035	3.1	611
신규 취급액	5000만원미만	512	10.0	77,418	1.0	151
	5000만원~3억원미만	420	8.2	191,405	2.4	456
	3억원이상	277	5.4	1,775,059	22.1	6,407
이탈 취급액	5000만원미만	493	9.7	57,541	0.7	117
	5000만원~3억원미만	323	6.3	340,384	4.2	1,055
	3억원이상	131	2.6	1,144,621	14.3	8,743
전체		5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

통계표 작성을 위한 구분변수로 주요고객현황 정보 중 고객유치실적을 알기위한 변수로 신규 거래광고주(신규없음, 1~5개, 6~20개, 21개이상), 이탈 거래광고주(이탈없음, 1~5개, 6~20개, 21개이상), 신규 취급액(5000만원미만, 5000만원~3억원미만, 3억원이상), 이탈 취급액(5000만원미만, 5000만원~3억원미만, 3억원이상)을 사용하였다. 신규 취급액과 이탈 취급액은 신규거래광고주와 이탈거래광고주가 0개인 사업체와 취급액을 무응답 한 사업체를 제외하였기 때문에 사업체 수가 5,091개와는 차이가 나타난다.

신규 거래광고주로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 신규 거래가 없는 사업체가 2,378개 46.7%로 가장 많은 비중을 차지하고, 1~5개인 사업체는 708개 13.9%, 21개이상인 사업체는 432개 8.5%, 6~20개인 사업체는 428개 8.4%의 순서이며, 종사자수는 신규 거래가 없는 사업체가 11,703명 40.6%로 가장 많고, 1~5개인 사업체는 4,185명 14.5%, 6~20개인 사업체는 3,056명 10.6%, 21개이상인 사업체는 2,167명 7.5%의 순서이다. 취급액도 신규 거래가 없는 사업체가 1조 9,675억원 24.5%로 가장 많고, 1~5개인 사업체는 1조 118억원 12.6%, 6~20개인 사업체는 9,845억원 12.3%의 순서이다. 사업체당 취급액은 6~20개인 사업체가 22.9억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 6~20개인 사업체가 3.2억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수 역시 6~20개인 사업체가 7명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.



표 3-10-2 >> 고객유치실적별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당평균종사자수	종사자당취급액	평균사업년수
신규 거래 광고주	0개	11,703	40.6	5	168	8
	1~5개	4,185	14.5	6	242	7
	6~20개	3,056	10.6	7	322	7
	21개이상	2,167	7.5	5	179	7
이탈 거래 광고주	0개	13,781	47.8	5	176	7
	1~5개	3,564	12.4	6	272	8
	6~20개	2,007	7.0	6	345	9
	21개이상	1,721	6.0	4	144	7
신규 취급액	5000만원미만	1,533	5.3	3	50	8
	5000만원~3억원미만	2,183	7.6	5	88	7
	3억원이상	3,778	13.1	14	470	7
이탈 취급액	5000만원미만	1,308	4.5	3	44	8
	5000만원~3억원미만	1,942	6.7	6	175	8
	3억원이상	1,959	6.8	15	584	9
전체		28,854	100.0	6	278	7

이탈 거래광고주로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 이탈이 없는 사업체가 2,564개 50.4%로 가장 많은 비중을 차지하고, 1~5개인 사업체는 621개 12.2%, 21개이상인 사업체는 404개 7.9%, 6~20개인 사업체는 347개 6.8%의 순서이며, 종사자수는 이탈이 없는 사업체가 13,781명 47.8%로 가장 많고, 1~5개인 사업체는 3,564명 12.4%, 6~20개인 사업체는 2,007명 7.0%, 21개이상인 사업체는 1,721명 6.0%의 순서이다. 취급액도 이탈이 없는 사업체가 2조 4,304억원 30.3%로 가장 많고, 1~5개인 사업체는 9,689억원 12.1%, 6~20개인 사업체는 6,923억원 8.6%의 순서이다. 사업체당 취급액은 6~20개인 사업체가 19.9억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 6~20개인 사업체가 3.4억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수는 1~5개와 6~20개인 사업체에서 6명으로 전체 사업체당 종사자수 6명과 같게 나타났다.

신규 취급액으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 5,000만원미만 512개 10.0%, 5,000만원~3억원미만 420개 8.2%, 3억원이상 277개 5.4%의 순서이며, 종사자수는 3억원이상 3,778명 13.1%, 5,000만원~3억원미만 2,183명 7.6%, 5,000만원미만 1,533명 5.3%의 순서이다. 취급액도 3억원이상 1조 7,750억원 22.1%, 5,000만원~3억원미만 1,914억원 2.4%, 5,000만원미만 774억원 1.0%의 순서이다. 사업체당 취급액은 3억원이상 64.0억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 3억원이상이 4.7억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수 역시 3억원이상이 14명으로 전체 사업체당 종사자수 6명과 높게 나타났다.

이탈 취급액으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 5,000만원미만 493개 9.7%, 5,000만원~3억원미만 323개 6.3%, 3억원이상 131개 2.6%의 순서이며, 종사자수는 3억원이상 1,959명 6.8%, 5,000만원~3억원미만 1,942명 6.7%, 5,000만원미만 1,308명 4.5%의 순서이다. 취급액도 3억원이상 1조 1,446억원

14.3%, 5,000만원~3억원미만 3,403억원 4.2%, 5,000만원미만 575억원 0.7%의 순서이다. 사업체당 취급액은 3억원이상 87.4억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 3억원이상이 5.8억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수 역시 3억원이상이 15명으로 전체 사업체당 종사자수 6명과 높게 나타났다.

그림 3-17 >> 신규 거래광고주별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

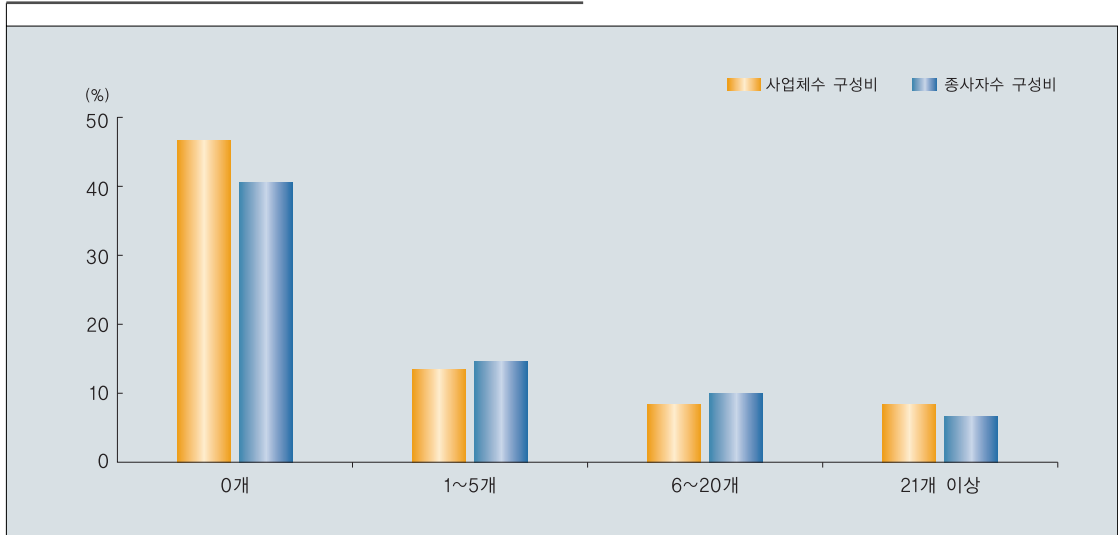
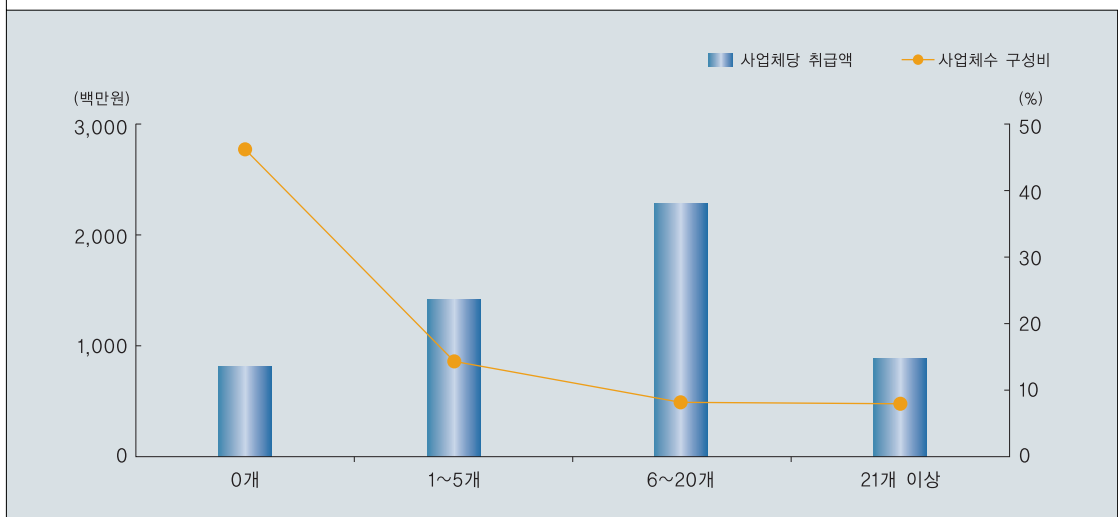


그림 3-18 >> 신규 거래광고주별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



### 3.11. 광고경기 체감도

표 3-11-1 >> 광고경기 체감도별 취급액

단위 : 개소, %, 백만원

		사업체수	사업체 구성비	취급액	취급액 구성비	사업체당 평균취급액
2005년 상반기	체감지수 낮음	962	18.9	263,329	3.3	274
	보통	2,914	57.2	2,925,886	36.5	1,004
	체감지수 높음	1,033	20.3	2,946,683	36.7	2,852
2005년 하반기	체감지수 낮음	1,041	20.5	294,927	3.7	283
	보통	3,278	64.4	3,699,334	46.1	1,129
	체감지수 높음	600	11.8	2,152,544	26.8	3,588
2006년 (예상)	체감지수 낮음	783	15.4	245,793	3.1	314
	보통	3,135	61.6	3,283,358	40.9	1,047
	체감지수 높음	822	16.1	2,564,479	32.0	3,119
전체		5,091	100.0	8,026,040	100.0	1,577

통계표 작성을 위하여 광고경기 체감도를 알기위한 구분 변수로 2005년 상반기(체감지수 낮음, 보통, 체감지수 높음), 2005년 하반기(체감지수 낮음, 보통, 체감지수 높음), 2006년 예상(체감지수 낮음, 보통, 체감지수 높음)을 사용하였다.

2005년 상반기로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 2,914개 57.2%, 체감지수 높음 1,033개 20.3%, 체감지수 낮음 962개 18.9%의 순서이며, 종사자수는 보통 15,223명 52.8%, 체감지수 높음 8,289명 28.7%, 체감지수 낮음 3,131명 10.8%의 순서이다. 취급액은 체감지수 높음이 2조 9,466억원으로 높게 나타났다, 보통이 2조 9,258억원 36.5%, 체감지수 낮음 2,633억원 3.3%의 순서이다. 사업체당 취급액은 체감지수 높음이 28.5억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 체감지수 높음이 3.5억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수 역시 체감지수 높음이 8명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

표 3-11-2 >> 광고경기 체감도별 종사자

단위 : 명, %, 백만원, 년

		종사자수	종사자구성비	사업체당평균종사자수	종사자당취급액	평균사업년수
2005년 상반기	체감지수 낮음	3,131	10.8	3	84	7
	보통	15,223	52.8	5	192	8
	체감지수 높음	8,289	28.7	8	356	7
2005년 하반기	체감지수 낮음	3,304	11.5	3	89	7
	보통	18,306	63.4	6	202	7
	체감지수 높음	5,103	17.7	9	422	7
2006년 (예상)	체감지수 낮음	2,586	9.0	3	95	7
	보통	16,755	58.1	5	196	8
	체감지수 높음	6,679	23.1	8	384	7
전체		28,854	100.0	6	278	7

2005년 하반기로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 3,278개 64.4%, 체감지수 낮음 1,041개 20.5%, 체감지수 높음 600개 11.8%의 순서이며, 종사자수는 보통 18,306명 63.4%, 체감지수 높음 5,103명

17.7%, 체감지수 낮음 3,304명 11.5%의 순서이다. 취급액은 보통 3조 6,993억원 46.1%, 체감지수 높음이 2조 1,525억원 26.8%의 순서이다. 사업체당 취급액은 체감지수 높음이 35.8억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 체감지수 높음이 4.2억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수 역시 체감지수 높음이 9명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

2006년 예상으로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 보통 3,135개 61.6%, 체감지수 높음 822개 16.1%, 체감지수 낮음 783개 15.4%의 순서이며, 종사자수는 보통 16,755명 58.1%, 체감지수 높음 6,679명 23.1%, 체감지수 낮음 2,586명 9.0%의 순서이다. 취급액은 보통 3조 2,833억원 40.9%, 체감지수 높음 2조 5,644억원 32.0%, 체감지수 낮음 2,457억원 3.1%의 순서이다. 사업체당 취급액은 체감지수 높음이 31.1억원으로 전체 사업체당 취급액 15.7억원보다 많고, 종사자당 취급액도 체감지수 높음이 3.8억원으로 전체 종사자당 취급액 2.7억원보다 많다. 사업체당 종사자수 역시 체감지수 높음이 8명으로 전체 사업체당 종사자수 6명보다 높게 나타났다.

그림 3-19 >> 2006년 예상체감도별 사업체 구성비 및 종사자수 구성비

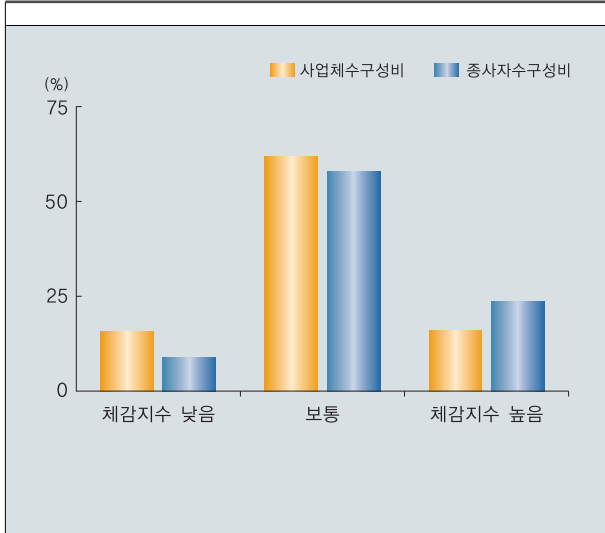
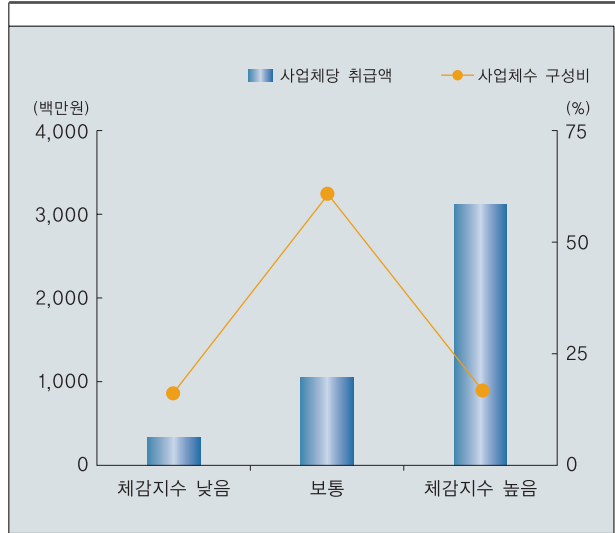


그림 3-20 >> 2006년 예상체감도별 사업체당취급액 및 사업체수 구성비



## 4. 해외거래현황

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

### - 합작투자 광고회사

광고시장을 제한적으로 개방하고 있는 국가에 진출할 때 주로 선택되는 유형으로 광고산업에 대한 외국

인의 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 나중 에 이 지사를 독립법인체 형식으로 발전시켜 나아가게 된다.

- 해외광고회사와의 업무제휴

재산적 가치가 있는 상업적 또는 공업적 기술을 제공하거나 제공받는 것으로 무상의 것과 유상의 것이 있다. 대개 업무제휴는 기술 혹은 업무가 현격한 차이가 나는 경우에 이루어지는데 광고회사의 경우도 이러한 제휴를 통한 해외진출이 많이 이루어지고 있다. 물론 이 경우 제휴사는 공식적인 권리를 갖지는 않지만 장차 직접 투자를 위한 시장 조사나 여건을 조성하는데 제휴관계를 유용하게 활용할 수 있다

광고산업통계조사에서는 국내 광고산업의 외국인 진출 현황과 국내 광고회사의 해외진출 현황을 파악하기 위하여 투자비율별 외국인투자 광고회사, 해외지사 및 사무소 설치 현황, 해외광고회사와의 업무제휴 현황과 해외광고 취급액을 조사하였다. 또한, 이를 통해 지금까지 개념 정립이 이루어 지지 않아 산출되지 못했던 광고산업의 수출입 통계도 작성하였다.

광고업체의 해외거래 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.

표 4-1 >> 광고업체 해외거래 현황

구분	사업체수(중복포함)	사업체수(중복제외)
합작투자 광고회사	27	22
100% 투자회사	6	6
해외지사(사무소)설치 회사	27	14
해외광고회사와의 업무 제휴를 하는 회사	36	23
해외광고취급액이 있는 회사	81	50

## 4.1. 외국인투자 광고회사 현황

표 4-1-1 >> 투자비율별 광고회사 현황

단위: 년, 개소

투자비율	사업체수	설립일자	등록일
30%미만	1	1981	2004
	1	2000	2004
	1	2001	2001
	1	2004	2002
	1	2004	2004
30%~50%미만	1	1981	1999
	1	1981	2003
	1	1989	1989
	1	1996	1996
	2	1997	1999
	1	2000	2002
50%~100%미만	1	1989	1989
	1	1989	2000
	1	1990	1990
	1	1991	1989
	1	1993	2001
	1	1994	1997
	1	1997	1999
	1	1997	2001
	1	1999	2001
	1	1999	2003
	1	2002	2004
	1	2003	2004
100%	1	1983	2004
	1	1991	1999
	1	1998	1998
	1	1999	1999
	1	2000	2000
	1	2004	2004
거절	1	1999	2001
	2	2001	2001
합계	33		

표 4-1-2 >> 투자비율별 종사자규모별 광고회사 현황

단위 : 개소

투자비율	사업체수	종사자규모
30%미만	3	10 ~ 49인
	2	100인이상
30~50%미만	3	10 ~ 49인
	1	50 ~ 99인
	3	100인이상
50~100%미만	4	10 ~ 49인
	5	50 ~ 99인
	3	100인이상
100%	4	10 ~ 49인
	1	50 ~ 99인
	1	100인이상
거절	3	10 ~ 49인
합계	33	

표 4-1-3 >> 투자비율별 취급액규모별 광고회사 현황

단위 : 개소

투자비율	사업체수	취급액규모
30%미만	1	1 ~ 10억원미만
	1	10 ~ 100억원미만
	3	100억원이상
30~50%미만	7	100억원이상
50~100%미만	2	10 ~ 100억원미만
	10	100억원이상
100%	1	10 ~ 100억원미만
	5	100억원이상
거절	3	10 ~ 100억원미만
합계	33	

## 4.2. 광고회사의 해외 지사 및 사무소 설치 현황

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

단위 : 개소, 명, 백만원

국가	사업체수	한국인	외국인	합계	자본규모	주요업무(중복가능)				
						광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
독일	1	2	1	3	0	1	0	0	0	0
러시아	1	18	18	36	0	1	0	0	0	0
멕시코	2	12	11	23	0	2	0	0	0	0
미국	4	37	42	79	300	3	1	0	0	1
브라질	1	3	3	6	0	1	0	0	0	0
아랍에미리트	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0
인도	1	9	9	18	0	1	0	0	0	0
일본	2	1	2	3	110	2	1	1	1	0
중국	12	62	67	129	505	9	4	7	5	2
파나마	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0
폴란드	1	2	1	3	0	1	0	0	0	0
합계*	27	148	154	302	915	23	6	8	6	3

\* 자본규모 무응답도 포함.

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

단위 : 년, 개소, 명, 백만원

설립일자	사업체수	한국인	외국인	합계	자본규모	주요업무(중복가능)				
						광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1973	1	110	109	219	0	6	0	0	0	0
1975	1	1	2	3	0	1	1	1	1	1
1983	1	5	8	13	0	3	0	0	0	0
1989	1	6	3	9	0	1	0	0	0	0
1991	1	5	0	5	210	2	2	2	2	0
1993	2	2	10	12	520	3	3	2	2	0
1996	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1
1999	1	4	4	8	85	1	0	1	1	0
2000	1	2	3	5	100	0	0	1	0	0
2001	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0
2002	2	3	0	3	0	0	0	1	0	1
2004	1	9	14	23	0	5	0	0	0	0
합계*	14	148	154	302	915	23	6	8	6	3

\* 자본규모 무응답도 포함.

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

단위 : 개소, 명, 백만원

종사자규모	사업체수	한국인	외국인	합계	자본규모	주요업무(중복가능)				
						광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
5 ~ 9인	3	3	3	6	220	3	2	3	2	0
10 ~ 49인	4	8	15	23	485	2	1	2	1	1
50 ~ 99인	2	11	3	14	210	3	2	2	2	0
100인이상	5	126	133	259	0	15	1	1	1	2
합계*	14	148	154	302	915	23	6	8	6	3

\* 자본규모 무응답도 포함.



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

단위 : 개소, 명, 백만원

취업액규모	사업체수	한국인	외국인	합계	자본규모	주요업무(중복가능)				
						광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
10~100억원미만	5	9	10	19	405	4	2	5	3	0
100억원이상	9	139	144	283	510	19	4	3	3	3
합계*	14	148	154	302	915	23	6	8	6	3

\* 자본규모 무응답도 포함.

### 4.3. 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황

표 4-3-1 >> 국가별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황

단위 : 년, 개소

국가	제휴시기	사업체수	주요업무(중복가능)				
			광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
덴마크	2004	1	0	0	1	0	0
멕시코	2002	1	1	0	0	0	0
미국	1989	1	1	0	0	0	0
	1996	1	1	0	0	0	0
	2002	1	1	1	1	1	1
	2004	2	0	1	1	0	1
영국	1998	1	0	0	1	0	0
	2001	1	0	0	0	0	1
	2002	1	0	0	0	0	1
	2004	1	1	0	1	0	0
일본	1980	1	1	0	0	0	0
	1983	1	1	0	1	0	0
	1999	1	0	0	0	1	0
	2000	1	1	0	0	0	0
	2002	2	1	0	0	0	1
	2003	2	1	1	1	0	0
	2004	5	3	2	1	0	1
	무응답	1	0	0	0	0	1
중국	1991	1	1	0	0	0	0
	1999	1	1	1	1	0	0
	2000	1	0	0	1	0	0
	2002	2	2	0	0	0	0
	2003	1	1	0	0	0	0
	2004	3	2	0	0	0	1
프랑스	2004	2	0	1	0	0	0
합계		36	20	7	10	2	8

표 4-3-2 >> 설립일자별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황

단위 : 년, 개소

설립일자	제휴시기	사업체수	주요업무(중복가능)				
			광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1974	1980	1	1	0	0	0	0
	1983	1	1	0	1	0	0
1982	1989	1	1	0	0	0	0
	1991	1	1	0	0	0	0
	2000	1	1	0	0	0	0
1983	무응답	1	0	0	0	0	1
1991	2002	2	2	0	0	0	0
	2003	1	1	0	0	0	0
	2004	1	1	0	0	0	0
1993	2000	1	0	0	1	0	0
	2004	1	1	0	0	0	0
1995	1998	1	0	0	1	0	0
	2004	2	0	2	0	0	0
1996	2002	2	1	0	0	0	1
	2004	1	0	0	0	0	0
1998	1999	1	0	0	0	1	0
1999	2001	1	0	0	0	0	1
	2002	1	1	1	1	1	1
2000	2002	1	0	0	0	0	1
	2003	1	0	1	0	0	0
	2004	1	0	1	0	0	0
2001	2003	1	1	0	1	0	0
	2004	4	2	1	3	0	0
2002	1999	1	1	1	1	0	0
	2004	2	1	0	0	0	1
2004	1996	1	1	0	0	0	0
	2002	1	1	0	0	0	0
	2004	2	1	0	1	0	2
합계		36	20	7	10	2	8

표 4-3-3 >> 종사자규모별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황

단위 : 년, 개소

종사자규모	제휴시기	사업체수	주요업무(중복가능)				
			광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1 ~ 4인	1999	1	0	0	0	1	0
	2004	2	0	2	0	0	0
5 ~ 9인	1999	1	1	1	1	0	0
	2000	1	0	0	1	0	0
	2003	1	1	0	1	0	0
	2004	3	2	1	1	0	0
10 ~ 49인	1998	1	0	0	1	0	0
	2001	1	0	0	0	0	1
	2002	2	1	1	1	1	2
	2003	1	0	1	0	0	0
	2004	7	3	1	3	0	3
50 ~ 99인	1980	1	1	0	0	0	0
	1983	1	1	0	1	0	0
	2002	3	3	0	0	0	0
	2003	1	1	0	0	0	0
	2004	1	1	0	0	0	0
100인이상	1989	1	1	0	0	0	0
	1991	1	1	0	0	0	0
	1996	1	1	0	0	0	0
	2000	1	1	0	0	0	0
	2002	2	1	0	0	0	1
	2004	1	-	-	-	-	-
	무응답	1	0	0	0	0	1
합계		36	20	7	10	2	8

표 4-3-4 >> 취급액규모별 해외 광고관련 회사와의 업무 제휴현황

단위 : 년, 개소

취급액규모	제휴시기	사업체수	주요업무(중복가능)				
			광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1 ~ 10억원미만	1999	1	0	0	0	1	0
	2004	8	2	3	3	0	3
10 ~ 100억원미만	1998	1	0	0	1	0	0
	1999	1	1	1	1	0	0
	2000	1	0	0	1	0	0
	2001	1	0	0	0	0	1
	2002	1	1	1	1	1	1
	2003	2	1	1	1	0	0
	2004	4	3	1	1	0	0
100억원이상	1980	1	1	0	0	0	0
	1983	1	1	0	1	0	0
	1989	1	1	0	0	0	0
	1991	1	1	0	0	0	0
	1996	1	1	0	0	0	0
	2000	1	1	0	0	0	0
	2002	6	4	0	0	0	2
	2003	1	1	0	0	0	0
	2004	2	1	0	0	0	0
	무응답	1	0	0	0	0	1
합계		36	20	7	10	2	8

## 4.4. 주요 광고회사의 해외 광고 취급액

표 4-4-1 >> 국가별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액

단위: 개소, 백만원

국가	사업체수	해외광고 취급액	주요업무(중복가능)				
			광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
남미	1	1,215	1	0	0	0	0
뉴질랜드	1	1,031	1	0	0	0	0
덴마크	1	120	0	0	1	0	0
동남아	1	257	1	0	0	0	0
멕시코	1	34,337	1	0	0	0	0
미국	4	42,896	4	0	0	1	0
브라질	1	5,865	1	0	1	0	0
상해	1	5,865	1	0	1	0	0
싱가포르	2	13,009	2	0	0	0	0
이란	1	34,337	1	0	0	0	0
영국	2	31,593	1	0	1	0	0
유럽	1	2,100	1	0	0	0	0
이탈리아	3	90	3	0	0	0	0
인도네시아	1	284	0	1	0	0	0
일본	9	4,535	3	0	1	3	2
중국	12	421,763	11	1	0	0	0
파나마	1	34,337	1	0	0	0	0
폴란드	1	31,414	-	-	-	-	-
프랑스	1	20	1	0	0	0	0
호주	1	2,100	1	0	0	0	0
홍콩	2	834	2	0	0	0	0
무응답	33	316,165	2	0	0	0	0
합계	81	984,167	39	2	5	4	2

표 4-4-2 >> 설립일자별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액

단위 : 개소, 백만원

설립일자	사업체수	취급액	주요업무(중복가능)				
			광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1973	1	221,834	-	-	-	-	-
1974	1	11,730	0	0	1	0	0
1975	1	4,012	-	-	-	-	-
1980	1	55	-	-	-	-	-
1981	1	4,656	-	-	-	-	-
1982	1	3,318	3	0	0	3	0
1983	1	94,242	-	-	-	-	-
1989	4	18,534	2	0	0	0	0
1990	2	13,607	6	0	0	0	0
1991	2	377,838	2	0	0	0	0
1992	3	3,919	-	-	-	-	-
1993	1	52	-	-	-	-	-
1994	1	1,030	-	-	-	-	-
1995	1	-	1	0	0	0	0
1996	3	3,207	1	0	0	0	0
1997	5	6,574	6	4	0	0	0
1998	6	3,016	1	0	0	1	1
1999	2	868	2	0	0	0	0
2000	5	17,407	0	1	1	0	0
2001	3	317	1	1	2	0	1
2002	2	2,263	7	1	0	0	1
2003	2	106	0	0	1	0	0
2004	2	195,580	5	0	0	0	0
합계	50	984,167	37	7	5	4	3

표 4-4-3 >> 종사자규모별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액

단위 : 개소, 백만원

종사자규모	사업체수	해외부분 취급액	주요업무(중복가능)				
			광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1 ~ 4인	2	13	1	0	0	1	1
5 ~ 9인	3	2,703	6	2	2	0	0
10 ~ 49인	25	52,362	13	5	2	0	2
50 ~ 99인	9	392,098	9	0	1	0	0
100인이상	11	536,992	8	0	0	3	0
합계	50	984,167	37	7	5	4	3

표 4-4-4 >> 취급액규모별 주요 광고회사의 해외 광고 취급액

단위 : 개소, 백만원

취급액규모	사업체수	해외부분 취급액	주요업무(중복가능)				
			광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1 ~ 10억원미만	5	20,412	4	1	4	1	2
10 ~ 100억원미만	11	5,280	20	5	0	0	1
100억원이상	34	958,475	13	1	1	3	0
합계	50	984,167	37	7	5	4	3

## 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. 국경 기준의 수출은 국가경제 및 국내 광고 산업에 미치는 영향 분석 등에 유용하다.

수출 : 한국 내 입지해 있는 모든 기업들의 수출액. 따라서 한국 내에 있는 외국적 자회사의 수출도 포함  
 수입 : 타 국가에 있는 모든 기업들이 한국인에게 판매. 따라서 한국 내에 있는 외국적 자회사의 수입도 포함

표 4-5-1 >> 국경기준 광고업 수출액 및 수입액

단위 : 백만원	
수출	수입
137,204	(11,100+ *)

\* 광고 CF제작물 수입편수 기준(111편X100백만원)

국경기준 광고업 수출액은 1,370억원이며, 수입액은 외국에 있는 광고회사를 조사하지 못하였으므로 해당금액을 파악할 수 없었으나, 국내 광고 산업에서 수입한 CF제작편수를 기준으로 추정 시 최소 111억으로 집계 가능하다.

### 4.5.2. 광고회사의 국적을 기준으로 한 무역

광고회사의 국적을 기준으로 한 무역은 광고회사의 소재지와 관계없이, 광고회사가 어느 나라에 있든 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. 국적을 기준으로 한 직접수출은 국경을 기준으로 한 수출에 포함되며, 국적기준 수출은 한국 광고산업의 국제 활동을 측정하는 지표로 유용하다.

수출 : 한국국적 광고회사의 수입(revenue). 따라서 한국기업의 한국으로부터 타국에의 수출(=직접수출)과 한국 국적 해외자회사에 의한 해외에서 판매 등이 포함된다. 해외에 있는 한국자회사와 외국기업의 거

래는 자회사수입(revenue)이며, 해외에 있는 한국자회사와 한국기업간의 거래는 기업내거래로 분류된다.

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

표 4-5-2 >> 국적기준 광고업 수출액 및 수입액

단위 : 백만원

수출		수입	
직접수출	23,745	직접수입	-
자회사수입(revenue)	-	자회사수입(revenue)	1,050,710
전체	23,745 +	전체	1,050,710
(기업내거래)	847,837	(기업내거래)	394,600

국경기준 광고업 수출액은 자회사수입이 파악되지 않았으므로 최소 237.45억원이며, 수입액 1조 507억원으로 추정된다.

한편 국적기준 광고업의 무역거래에서 이루어지는 교역량의 많은 부분들이 기업 내 거래로 분류되어 공식적인 수출액으로 집계되기는 어려운 것으로 나타났다.

### 4.5.3. 수출수입 세부내역

표 4-5-3 >> 광고업 수출액 및 수입액 세부내역

국내회사	해외광고취급액			고객거래		
해외 지사분	합계	847,837		합계	700,291	국내거래
	한국광고주	527,697	수출-기업내거래	한국광고주	327,788	국내거래
	외국광고주	-	수출-자회사수입	외국광고주	-	국내거래
	무응답	320,140	기업내거래	무응답	372,503	국내거래
국내분	합계	71,537	국경수출	합계	1,125,637	국내거래
	한국광고주	16,390	국경수출	한국광고주	1,120,591	국내거래
	외국광고주	23,745	국경수출 & 직접수출	외국광고주	5,046	국내거래
	무응답	31,402	국경수출	무응답		국내거래
외국회사	해외광고취급액			고객거래		
한국지사	합계	65,487	국경수출	합계	1,445,310	
	한국광고주	5,928	국경수출	한국광고주	1,050,710	수입-자회사수입
	외국광고주	-	국경수출	외국광고주	394,600*	기업내거래
	무응답	59,559	국경수출	무응답	56,369**	기업내거래

\* 외국광고회사의 외국광고주 취급액은 방송광고비 취급액을 기준으로 추정된 수치임.

(방송광고비 1,910억이 광고주들의 전체광고비에서 차지하는 비중이 48.4%임을 적용함)

\*\* 무응답 거래액은 외국광고주에 대한 취급액 추정치에 포함되었다고 간주하여 중복합산을 하지 않음.



## 5. 국내 및 외국계 광고주

### 5.1. 사업체 정보

표 5-1 >> 사업체 정보별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

		전체		국내		외국	
		평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액
기업형태	개인사업체	47	5	47	5	0.007	9
	회사법인	69	48	69	44	0.053	87
	회사의 법인	50	116	50	116	0.000	-
본사유무	단독사업체	53	24	53	23	0.017	61
	공장,지사,영업소	92	47	92	28	0.057	242
	본사,본점,본부	89	29	89	25	0.209	63
벤처기업	대상	53	29	52	29	0.404	50
	비대상	55	26	55	24	0.020	77
설립연도	1979년이전	63	176	63	176	0.000	-
	1980 ~ 1989년	30	141	30	116	0.000	-
	1990 ~ 1994년	127	13	127	13	0.025	125
	1995 ~ 2000년	42	32	42	31	0.034	90
	2000년 이후	53	16	53	13	0.018	20
전체		55	26	55	24	0.024	72

광고회사의 평균 고객수(광고주)는 55개이며 고객당 취급액은 2천6백만원이다. 고객의 대부분이 국내 광고주이며, 외국 광고주는 극히 미미하다. 그러나 고객당 취급은 국내 고객당 취급액은 2천4백만원, 외국 고객당 취급액은 7천2백만원으로 외국고객이 3배 높게 나타났다.

설립연도별로 살펴보면, 고객수는 1990~1994년 설립된 광고회사가 127개로 가장 많고, 1979년 이전 63개, 2000년 이후 53개 순으로 많으나, 고객당 취급액은 1979년 이전 설립회사가 1.7억원, 1980~1989년 1.4억원, 1995~2000년 3천만원 순으로, 비교적 설립연도가 오래될수록 고객당 취급액이 많은 것으로 나타났다.

## 5.2. 지역

표 5-2 >> 지역별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

지역		전체		국내		외국	
		평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액
지역	서울	37	65	37	59	0.045	72
	부산	62	5	62	5	0.000	-
	대구	32	13	32	13	0.000	-
	인천	61	3	61	3	0.000	-
	광주	216	2	216	2	0.000	-
	대전	65	8	65	8	0.000	-
	울산	78	4	78	4	0.000	-
	경기도	75	4	75	4	0.000	-
	강원도	85	1	85	1	0.000	-
	충청북도	41	3	41	3	0.000	-
	충청남도	67	1	67	1	0.000	-
	전라북도	98	2	98	2	0.000	-
	전라남도	35	3	35	3	0.000	-
	경상북도	93	2	93	2	0.000	-
	경상남도	36	7	36	7	0.000	-
	제주도	92	2	92	2	0.000	-
전체		55	26	55	24	0.024	72

광고회사의 지역별로 고객(광고주)을 살펴보면, 평균 고객수는 광주광역시가 216개로 가장 많고, 전라북도 98개, 경상북도 93개 순으로 많으며, 고객당 취급액은 서울이 6천만원으로 가장 많고, 대구 1천만원, 대전 8백만원 순으로 높게 나타났다.

## 5.3. 종사자 규모 및 취급액 규모

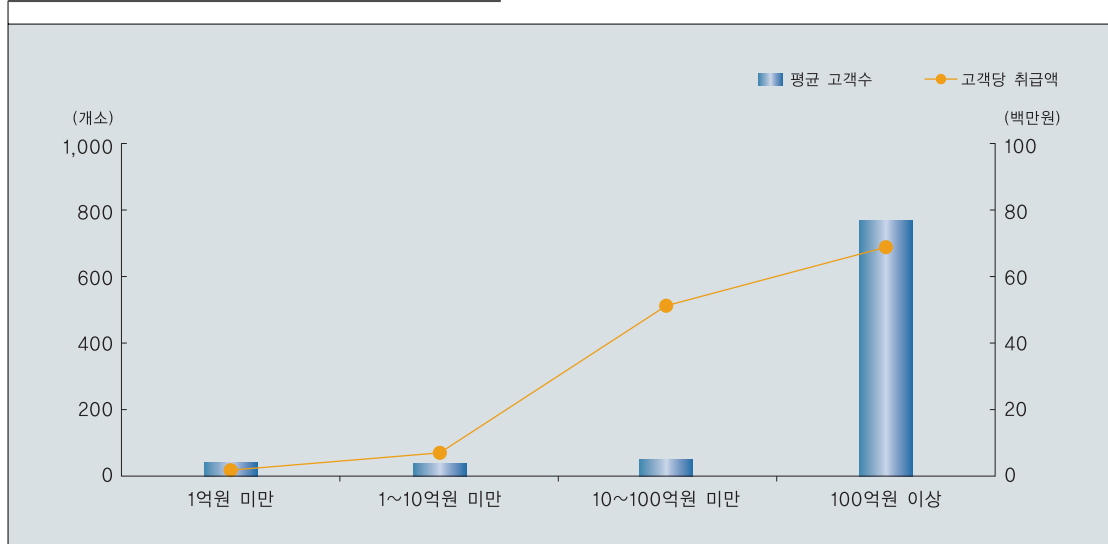
표 5-3 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

종사자규모		전체		국내		외국	
		평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액
종사자규모	1 ~ 4인	43	5	43	5	0.006	10
	5 ~ 9인	27	27	27	27	0.006	71
	10 ~ 49인	101	43	101	43	0.119	99
	50 ~ 99인	126	324	125	325	0.615	125
	100인 이상	2,567	51	2,566	40	0.867	-
취급액규모	1억원 미만	44	2	44	2	0.000	-
	1~10억원 미만	44	8	44	8	0.021	15
	10~100억원 미만	47	53	47	53	0.073	158
	100억원 이상	769	77	769	68	0.231	15
전체		55	26	55	24	0.024	72

광고회사의 종사자 규모별로 고객(광고주)을 살펴보면, 평균 고객수는 종사자 100인 이상 광고회사가 2,567개로 가장 많으며, 50~99인 126개, 10~49인 101개 순으로 많으며, 고객당 취급액은 50~99인 광고회사가 3.2억원, 100인 이상 5천만원, 10~49인 4천만원 순으로 높게 나타났다. 비교적 광고회사의 규모가 클수록, 즉 종사자와 취급액 규모가 클수록, 평균 고객수와 고객당 취급액도 큰 것으로 나타났다.

그림 5-1 >> 취급액 규모별 평균 고객수 및 고객당 취급액



## 5.4. 사업체 업종 분류

표 5-4 >> 사업체 업종 분류별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

업종	전체		국내		외국	
	평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액
광고(종합)대행	51	33	51	33	0.043	67
광고(종합)대행+기타	60	16	60	16	0.000	-
광고(종합)대행+인쇄	19	52	19	52	0.000	-
광고(종합)대행+인쇄+기타	17	24	17	24	0.000	-
광고(종합)대행+서비스	22	215	21	45	0.870	-
광고(종합)대행+서비스+기타	7	234	7	234	0.000	-
광고(종합)대행+서비스+인쇄	16	67	16	67	0.000	-
광고(종합)대행+서비스+인쇄+기타	121	7	121	7	0.000	-
광고(종합)대행+광고제작	31	182	31	148	0.073	132
광고(종합)대행+광고제작+기타	24	531	24	534	0.119	20
광고(종합)대행+광고제작+인쇄	15	132	15	132	0.000	-
광고(종합)대행+광고제작+인쇄+기타	25	34	25	34	0.000	-
광고(종합)대행+광고제작+서비스	22	387	22	388	0.131	100
광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타	32	1,492	32	1,492	0.000	-
광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄	22	771	22	78	0.000	-
광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	15	63	15	63	0.091	131
광고제작	23	19	23	19	0.051	7
광고제작+기타	22	22	22	22	0.000	-
광고제작+인쇄	17	15	17	15	0.000	-
광고제작+인쇄+기타	37	11	37	11	0.000	-
광고제작+서비스	55	19	55	19	0.000	-
광고제작+서비스+기타	16	45	16	45	0.000	-
광고제작+서비스+인쇄	1	1,304	1	1,304	0.000	-
광고제작+서비스+인쇄+기타	11	34	11	34	0.000	-
기타	78	5	78	5	0.002	43
인쇄	91	2	91	2	0.000	-
인쇄+기타	30	9	30	9	0.005	500
서비스	23	49	23	47	0.041	149
서비스+기타	26	22	26	22	0.000	-
서비스+인쇄	15	48	15	48	0.000	-
서비스+인쇄+기타	16	64	16	64	0.000	-
전체	55	26	55	24	0.024	72

## 5.5. 사업체 업종 재분류

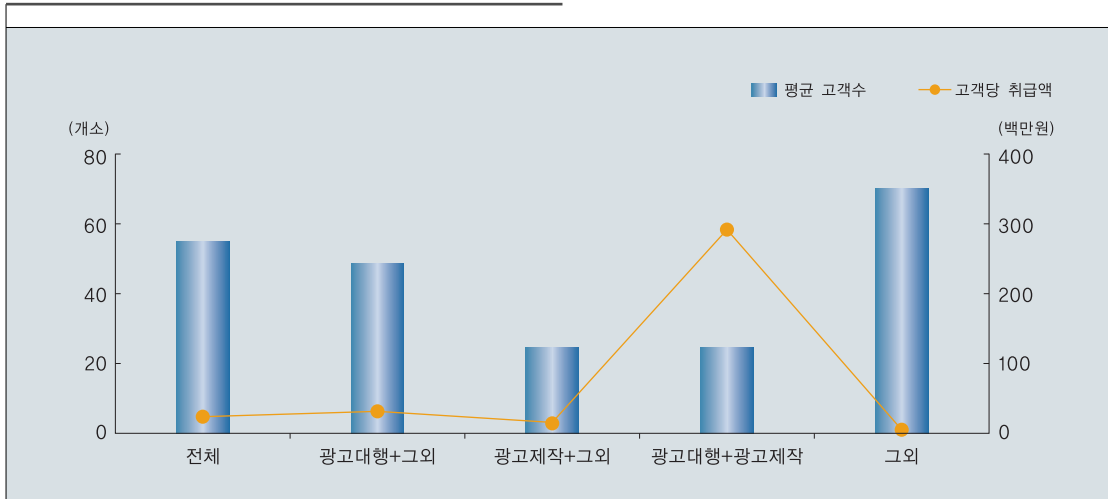
표 5-5 >> 사업체 업종 재분류별 국내 및 외국계 광고주

단위: 개소, 백만원

업종 재분류		전체		국내		외국	
		평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	49	34	49	32	0.048	51
	광고제작+그외	25	18	25	18	0.028	7
	광고(종합)대행+광고제작	26	306	25	269	0.063	107
	그 외	70	5	70	5	0.004	197
전체		55	26	55	24	0.024	72

광고회사를 업종조합으로 재분류 하여 살펴보면, 평균 고객수는 그 외(광고(종합)대행이나 광고제작을 하지 않고 서비스, 인쇄, 기타 업종만을 하는 사업체)가 70개로 가장 많으나 고객당 취급액은 5백만원으로 가장 낮게 나타났다. 반대로, 광고(종합)대행과 광고제작업을 모두 하는 사업체는 평균 고객수는 26개로 상대적으로 낮으나 고객당 취급액은 3.0억원으로 높게 나타났다.

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



## 5.6. 가치사슬 분류

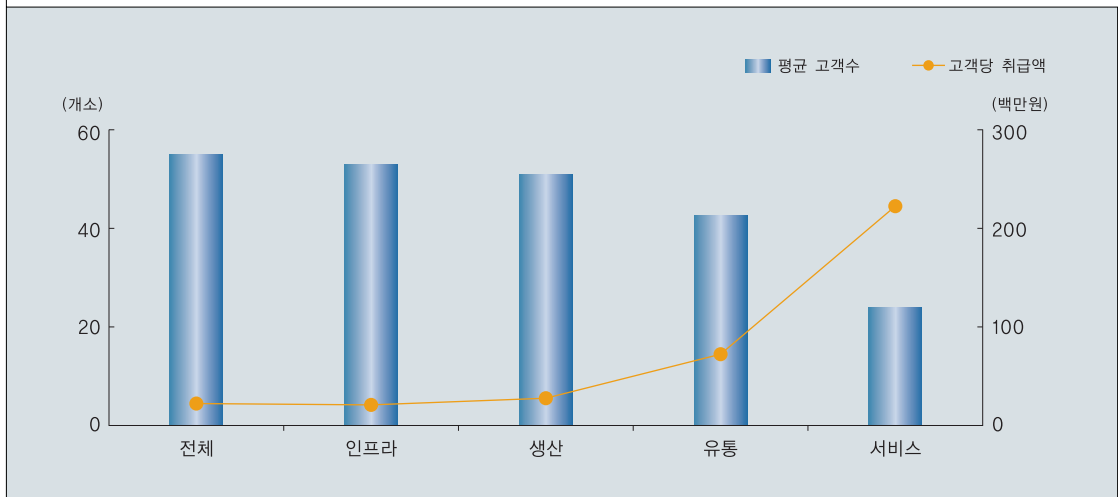
표 5-6 >> 가치사슬별 국내 및 외국계 광고주

단위: 개소, 백만원

가치사슬분류		전체		국내		외국	
		평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액
가치사슬분류	인프라	53	22	53	20	0.009	108
	생산	51	31	51	28	0.014	112
	유통	43	75	43	69	0.044	82
	서비스	24	214	24	184	0.075	66
전체		55	26	55	24	0.024	72

가치사슬별로 광고회사를 분류하여 보면, 평균 고객수는 인프라 사업체가 53개로 가장 높고, 생산 51개, 유통 43개, 서비스 24개 순으로 높으나, 반대로 고객당 취급액은 서비스 사업체가 2.1억원, 유통 7천만원, 생산 3천만원, 인프라 2천만원 순으로 나타났다.

그림 5-3 >> 가치사슬별 평균 고객수 및 고객당 취급액



## 5.7. 고용현황 정보

표 5-7 >> 고용현황 정보별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

형태별	비정규직 편중	전체		국내		외국	
		평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액
형태별	비정규직 편중	84	4	84	4	0.010	15
	보통	48	35	48	32	0.027	77
성별	여성 편중	61	9	61	9	0.025	125
	보통	55	34	55	31	0.031	65
	남성 편중	51	6	51	6	0.000	-
연령별	젊은층 편중	70	12	70	12	0.037	156
	보통	53	35	53	32	0.027	48
	나이든층 편중	50	4	50	4	0.000	-
학력별	저학력편중	60	5	60	5	0.000	-
	보통	56	26	56	23	0.028	78
	고학력편중	23	200	23	200	0.039	5
직급별	저직급편중	91	20	91	20	0.076	63
	보통	51	32	51	29	0.021	77
	상위직급편중	46	3	46	3	0.000	-
전체		55	26	55	24	0.024	72

광고회사를 종사자 분포도에 따라 분류를 다시 하면, 성별을 기준으로 할 경우, 여성편중 회사의 평균 고객수는 61개로 남성편중 회사의 평균 고객수 51개 보다 1.2배 많고, 고객당 취급액도 여성편중 회사가 9백만원으로 남성편중 회사 6백만원보다 1.5배 높게 나타났다. 연령을 기준으로 하면, 젊은층이 많은 회사의 평균 고객수는 70개로 나이든층이 많은 회사의 평균 고객수는 50개보다 1.4배 많고, 고객당 취급액도 젊은층 편중 회사가 1천만원으로 나이든층 편중 회사 4백만원 보다 3배 높게 나타났다. 학력을 기준으로 하면, 저학력 편중 회사의 평균 고객수는 60개로 고학력 편중 회사의 평균 고객수 23개보다 2.6배 높으나, 고객당 취급액은 고학력편중회사가 2억원으로 저학력편중 회사 5백만원보다 40배 높게 나타났다. 직급을 기준으로 하면, 저직급편중 회사의 평균 고객수가 91개로 상위직급편중 회사 평균 고객수 46개보다 2배 높고, 고객당 취급액도 저직급 편중 회사가 2천만원으로 상위직급편중 회사 3백만원 보다 약 6.6배 높게 나타났다.

### 5.8. 국내 및 외국계 광고주

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

단위 : 개수, 백만원

		전체		국내		외국	
		평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액
전체광고주	5개미만	3	163	3	163	0.005	100
	5~9개	6	92	6	92	0.015	11
	10~19개	12	85	11	85	0.018	51
	20~49개	27	59	27	59	0.021	171
	50~99개	63	71	62	68	0.139	18
	100개이상	346	4	346	4	0.004	1031
국내광고주	5개미만	3	161	3	162	0.015	37
	5~9개	6	90	6	90	0.017	17
	10~19개	12	86	12	85	0.007	109
	20~49개	27	62	27	59	0.036	99
	50~99개	63	68	62	68	0.101	25
	100개이상	346	4	346	4	0.004	1031
외국광고주	5개미만	19	71	18	58	1.328	121
	5개이상	66	206	56	56	10.542	38
전체취급액	5000만원미만	50	1	50	1	0.000	-
	5000만원~3억원미만	40	4	40	4	0.010	14
	3억원~10억원미만	48	12	48	12	0.013	42
	10억원~50억원미만	46	46	45	46	0.018	189
	50억원이상	454	82	453	74	0.415	107
국내취급액	5000만원미만	50	1	50	1	0.000	-
	5000만원~3억원미만	40	4	40	4	0.016	29
	3억원~10억원미만	49	12	49	12	0.004	10
	10억원~50억원미만	46	46	46	46	0.014	237
	50억원이상	458	74	457	74	0.297	151
해외취급액	5억원미만	11	41	10	43	1.279	33
	5억원이상	60	93	56	88	4.548	165
전체		55	26	55	24	0.024	72

## 5.9. 고객유치실적

표 5-9 >> 고객유치실적별 국내 및 외국계 광고주

단위 : 개소, 백만원

		전체		국내		외국	
		평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액
신규 거래광고주	0개	42	20	42	19	0.018	90
	1~5개	15	91	15	86	0.052	66
	6~20개	32	67	32	67	0.047	57
	21개이상	207	4	207	4	0.008	10
이탈 거래광고주	0개	40	24	40	24	0.022	110
	1~5개	15	89	15	83	0.070	23
	6~20개	44	45	44	45	0.008	103
	21개이상	215	3	215	3	0.000	-
신규 취급액	5000만원미만	67	2	67	2	0.034	10
	5000만원~3억원미만	68	7	68	7	0.008	537
	3억원이상	43	149	43	149	0.096	59
이탈 취급액	5000만원미만	70	2	70	2	0.027	10
	5000만원~3억원미만	84	11	84	11	0.000	-
	3억원이상	46	194	46	195	0.141	59
전체		55	26	55	24	0.024	72

고객유치실적별로 광고회사를 구분하여 살펴보면, 신규광고주가 없는 회사의 평균고객수는 42개이고 고객당 취급액은 2천만원이다. 이탈광고주가 없는 회사의 평균고객수는 40개이고 고객당 취급액은 2천만원이다. 신규광고주가 21개이상인 회사의 평균고객수는 207개로 높으나 고객당 취급액은 4백만원으로 낮게 나타났다. 신규취급액이 5000만원 미만인 회사는 평균 고객수가 67개로 많이 나타났으나, 고객당 취급액은 2백만원으로 낮다. 신규취급액이 3억원이상인 회사의 평균 고객수는 43개로 전체 평균보다 낮으나 고객당 취급액은 1.4억원으로 높게 나타났다. 마찬가지로 이탈취급액이 5000만원 미만인 회사의 평균고객수는 70개로 높으나 고객당 취급액은 2백만원이고, 이탈취급액이 3억원이상인 회사의 평균고객수는 46개이나 고객당 취급액은 1.9억원으로 높게 나타났다.



## 5.10. 광고경기 체감도

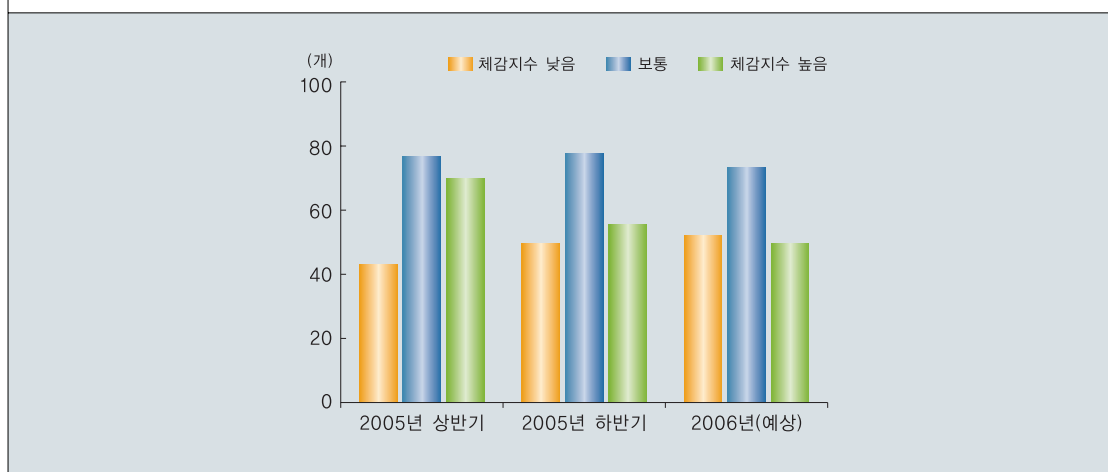
표 5-10 >> 광고경기 체감도별 국내 및 외국계 광고주

단위: 개수, 백만원

		전체		국내		외국	
		평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액	평균 고객수	고객당 취급액
2005년 상반기	체감지수 낮음	35	8	35	8	0.000	-
	보통	61	18	61	17	0.020	100
	체감지수 높음	56	54	56	49	0.057	45
2005년 하반기	체감지수 낮음	39	8	39	8	0.010	5
	보통	62	19	62	17	0.024	80
	체감지수 높음	45	88	45	88	0.048	73
2006년 (예상)	체감지수 낮음	42	8	42	8	0.000	-
	보통	60	18	60	16	0.023	88
	체감지수 높음	40	88	40	86	0.056	48
전체		55	26	55	24	0.024	72

광고회사를 광고경기 체감도별로 구분하여 살펴보면, 2005년 상반기 광고경기 체감지수가 낮았던 사업체는 평균고객수도 35개로 낮았고, 고객당 취급액도 8백만원으로 낮게 나타났다. 2005년 상반기 광고경기 체감지수가 높았던 사업체는 평균고객수도 56개로 높고, 고객당 취급액도 5천만원으로 높게 나타났다. 2006년 예상 광고경기 체감지수가 낮았던 사업체의 평균고객수는 42개이고, 고객당 취급액은 8백만원으로 낮게 나타났다. 2006년 예상 광고경기 체감지수가 높았던 사업체의 평균고객수는 40개이고, 고객당 취급액은 8천만원으로 높게 나타났다.

그림 5-4 >> 광고경기 체감도별 평균 고객수



## 6. 고객유치실적

### 6.1. 사업체 정보

표 6-1 >> 사업체 정보별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

기업형태	신규	이탈		평균 기존 광고주	고객 유지 비율		
		평균 광고주	평균 취급액			평균 광고주	평균 취급액
기업형태	개인사업체	16	68	16	70	47	80.8
	회사법인	9	901	6	655	66	86.5
	회사의 법인	4	600	3	320	47	81.0
본사유무	단독사업체	13	443	13	295	52	82.6
	공장, 지사, 영업소	11	205	6	108	87	89.9
	본사, 본점, 본부	16	845	6	464	76	84.3
벤처기업	대상	8	501	5	258	25	76.6
지정여부	비대상	13	451	12	296	54	82.9
설립연도	1979년이전	6	371	8	452	44	73.8
	1980 ~ 1989년	5	1,955	5	1,273	31	82.3
	1990 ~ 1994년	16	205	18	139	135	82.4
	1995 ~ 2000년	12	416	12	252	41	83.8
	2000년 이후	15	389	12	183	49	82.1
전체		13	452	12	296	54	82.8

광고회사의 신규 평균 고객수(광고주)는 13개이며 신규 평균 취급액은 4.5억원이다. 이탈 평균 고객수(광고주)는 12개이며 이탈 평균 취급액은 2.9억원이다. 평균 기존 고객수(광고주)는 54개이고 고객유지비율은 82.8%로 나타났다.

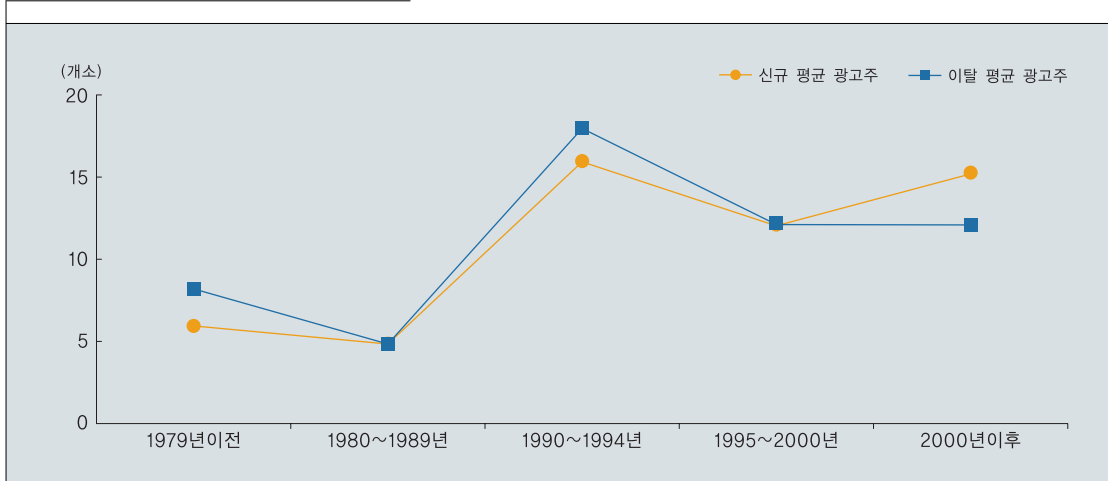
기업형태별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 개인사업체 16개, 회사법인 9개, 회사의법인 4개, 이탈 평균 고객수도 개인사업체 16개, 회사법인 6개, 회사의법인 3개로 순위가 같았고, 신규 평균 취급액은 회사법인 9.0억원, 회사의법인 6.0억원, 개인사업체 6천만원의 순이고, 이탈 평균 취급액도 회사법인 6.5억원, 회사의법인 3.2억원, 개인사업체 7천만원의 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 회사법인 66개, 개인사업체와 회사의법인은 47개였고, 고객유지비율도 회사법인이 86.5%로 앞서고 회사의법인 81.0%, 개인사업체 80.8%의 순으로 나타났다. 회사법인이 기존 고객수와 고객유지비율이 높고 한 고객당 취급액도 높게 나타났다.

본사유무별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 본사, 본점, 본부 16개, 단독사업체 13개, 공장, 지사, 영업소 11개, 신규 평균 취급액도 본사, 본점, 본부 8.4억원, 단독사업체 4.4억원, 공장, 지사, 영업소 2.0억원으로 순위가 같게 나타났고, 이탈 평균 고객수는 단독사업체 13개, 공장, 지사, 영업소와 본사, 본점, 본부는 6개의 순이지만 이탈 평균 취급액은 본사, 본점, 본부 4.6억원, 단독사업체 2.9억원, 공장, 지사, 영업소 1.0억원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 공장, 지사, 영업소 87개, 본사, 본점, 본부 76개, 단독사업

체 52개였고 고객유지비율도 공장, 지사, 영업소 89.9%, 본사, 본점, 본부 84.3%, 단독사업체 82.6%의 순으로 나타났다. 공장, 지사, 영업소의 경우 평균 기존 고객수와 고객유지비율도 가장 높지만 신규와 이탈 취급액은 가장 낮게 나타났다.

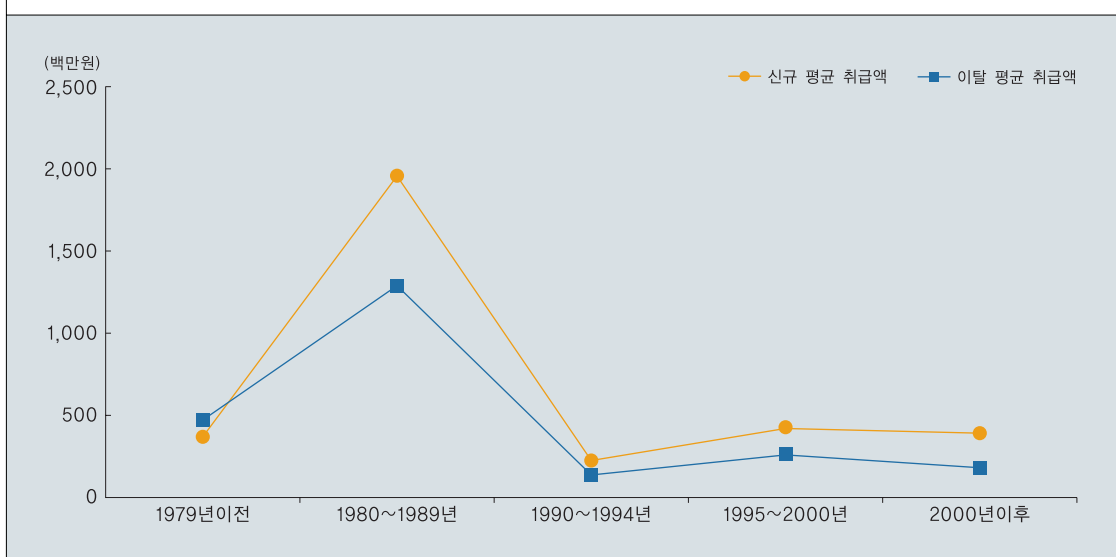
벤처기업 지정여부별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 비대상 13개, 대상 8개, 이탈 평균 고객수도 비대상 12개 대상 5개로 순위가 같았고, 신규 평균 취급액은 대상 5.0억원, 비대상 4.5억원의 순이고, 이탈 평균 취급액은 비대상 2.9억원, 대상 2.5억원의 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 비대상 54개, 대상 25개였고, 고객유지비율도 비대상 82.9%, 대상 76.6%순으로 나타났다.

그림 6-1 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 광고주



설립연도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 1990~1994년 설립된 광고회사가 16개, 2000년 이후 15개, 1995~2000년 12개, 1979년 이전 6개, 1980~1989년 5개의 순이고, 이탈 평균 고객수도 1990~1994년 18개, 1995~2000년과 2000년 이후는 12개, 1979년 8개, 1980~1989년 5개로 신규와 이탈 평균 고객수의 순위는 같게 나타났다.

그림 6-2 >> 설립연도별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 1980~1989년 19.5억원, 1995~2000년 4.1억원, 2000년 이후 3.8억원, 1979년이전 3.7억원, 1990~1994년 2.0억원의 순이고, 이탈 평균 취급액은 1980~1989년 12.7억원, 1979년이전 4.5억원, 1995~2000년 2.5억원, 2000년 이후 1.8억원, 1990~1994년 1.3억원의 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 1990~1994년 135개, 2000년 이후 49개, 1979년이전 44개, 1995~2000년 41개, 1980~1989년 31개의 순이었고, 고객유지비율은 1995~2000년 83.8%, 1990~1994년 82.4%, 1980~1989년 82.3%, 2000년 이후 82.1%, 1979년이전 73.8%의 순으로 나타났다.

## 6.2. 지역

표 6-2 >> 지역별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

지역	신규 평균 광고주	신규 평균 취급액	이탈		평균 기존 광고주	고객 유지 비율
			평균 광고주	평균 취급액		
서울	10	740	10	490	34	86.8
부산	8	120	9	92	66	79.3
대구	6	208	5	127	31	85.7
인천	3	500	9	484	65	83.4
광주	3	189	3	77	229	88.0
대전	5	109	2	1,017	64	89.6
울산	1	30	1	40	79	87.8
경기도	25	138	25	77	73	73.9
강원도	41	27	40	148	83	60.6
충청북도	21	40	22	29	44	82.1
충청남도	38	19	38	16	66	54.0
전라북도	48	27	44	28	101	59.1
전라남도	11	48	4	18	17	76.8
경상북도	42	46	41	51	92	63.0
경상남도	12	55	10	35	33	81.7
제주도	-	500	11	20	125	95.0
전체	13	452	12	296	54	82.8

지역별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 전라북도 48개, 경상북도 42개, 강원도 41개, 충청남도 38개, 경기도 25개, 충청북도 21개, 전라남도 11개, 서울 10개, 부산 8개의 순이고, 이탈 평균 고객수는 전라북도 44개, 경상북도 41개, 강원도 40개, 충청남도 38개, 경기도 25개, 충청북도 22개, 제주도 11개, 서울과 경상남도 10개, 부산과 인천은 9개의 순으로 나타났다.

그림 6-3 >> 지역별 신규 이탈 평균 광고주

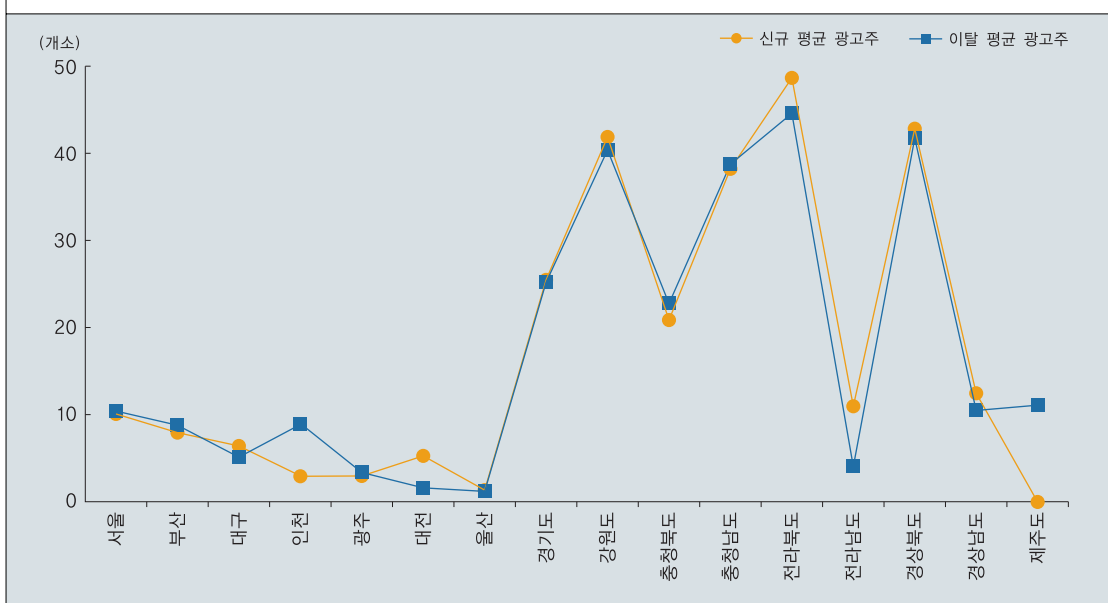
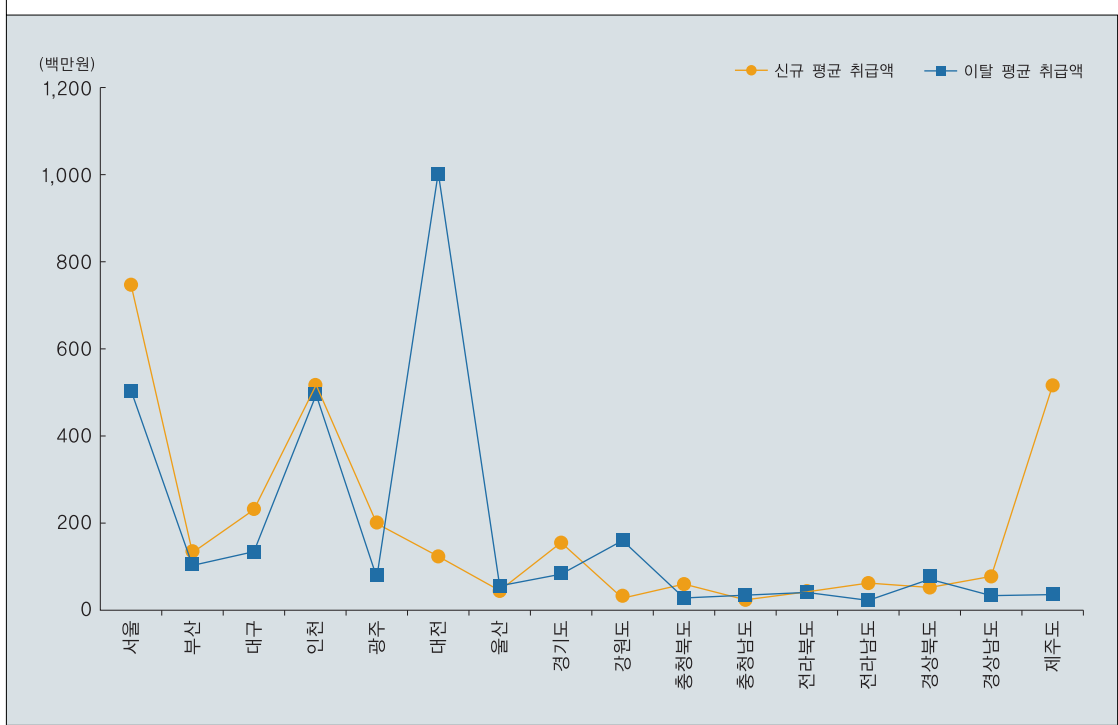


그림 6-4 >> 지역별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 서울 7.4억원, 인천과 제주도는 5.0억원, 대구 2.0억원, 광주 1.8억원, 경기도 1.3억원, 부산 1.2억원, 대전 1.0억원의 순으로 나타났다. 이탈 평균 취급액은 대전 10.1억원, 서울 4.9억원, 인천 4.8억원, 강원도 1.4억원, 대구 1.2억원, 부산 9천만원, 광주와 경기도는 7천만원, 경상북도 5천만원, 울산 4천만원, 경상남도 3천만원의 순으로 나타났다. 대전과 제주도의 경우는 조사된 업체수가 10개미만으로 지역간 비교의 의미가 없다.

평균 기존 고객수는 광주 229개, 제주도 125개, 전라북도 101개, 경상북도 92개, 강원도 83개, 울산 79개, 경기도 73개, 부산과 충청남도 66개, 인천 65개, 대전 64개, 충청북도 44개, 서울 34개, 경상남도 33개, 대구 31개의 순이었고, 고객유지비율은 제주도 95.0%, 대전 89.6%, 광주 88.0%, 울산 87.8%, 서울 86.8%, 대구 85.7%, 인천 83.4%, 충청북도 82.1%, 경상남도 81.7%, 부산 79.3%의 순으로 나타났다. 서울의 경우 신규와 이탈 평균 취급액이 높게 나타났다.

### 6.3. 종사자 규모 및 취업액 규모

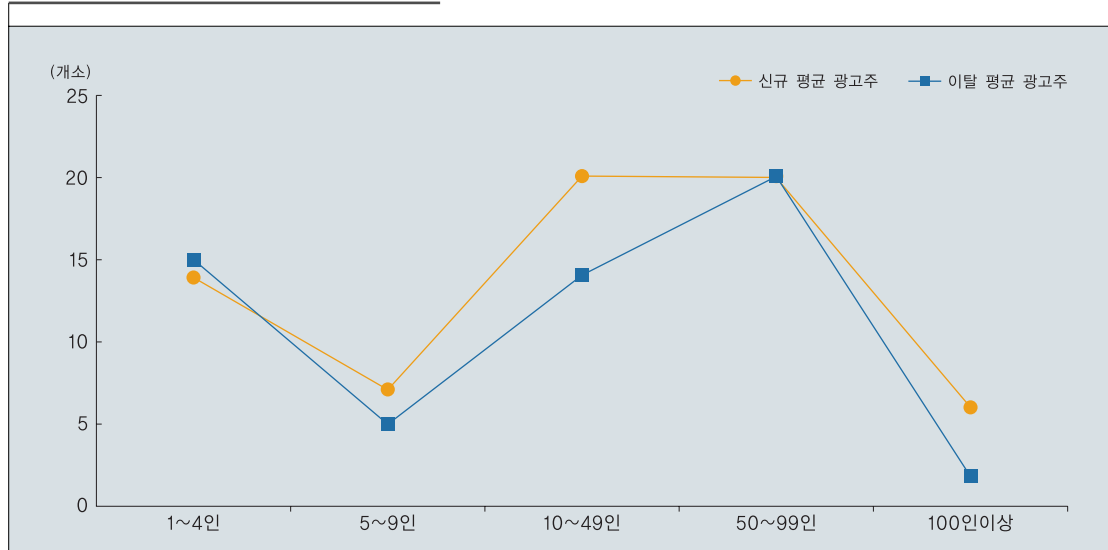
표 6-3 >> 종사자 규모 및 취업액 규모별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

종사자규모	신규	이탈		평균 기존 광고주	고객 유지 비율		
		평균 광고주	평균 취업액			평균 광고주	평균 취업액
종사자규모	1 ~ 4인	14	94	15	103	43	80.2
	5 ~ 9인	7	245	5	177	24	88.5
	10 ~ 49인	20	1,474	14	787	94	86.9
	50 ~ 99인	20	6,587	20	2,001	132	88.3
	100인이상	6	22,869	2	38,856	3,632	96.8
취급액 규모	1억원미만	15	35	16	51	43	75.1
	1~10억원미만	12	182	11	150	43	86.7
	10~100억원미만	11	990	8	460	41	87.1
	100억원이상	12	9,363	9	6,465	846	87.3
전체	13	452	12	296	54	82.8	

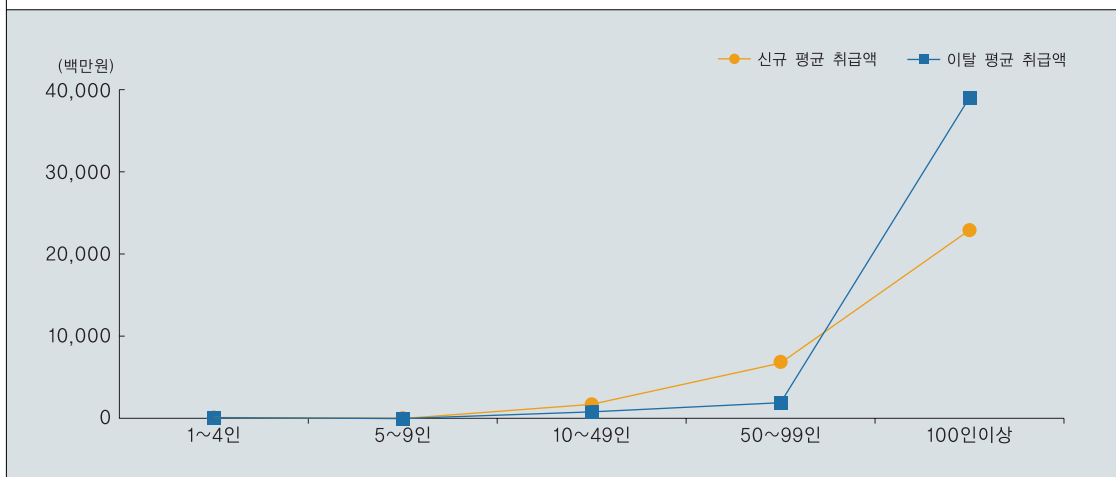
취급액 규모별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 1억원 미만 15개, 1~10억원 미만과 100억원이상은 12개, 10~100억원미만은 11개, 이탈 평균 고객수도 1억원 미만 16개, 1~10억원미만 11개 100억원이상 9개, 10~100억원미만 8개 순으로 같게 나타났다. 신규 평균 취업액은 100억원이상 93.6억원, 10~100억원미만 9.9억원, 1~10억원미만 1.8억원 1억원 미만은 3천만원 순이고, 이탈 평균 취업액도 100억원이상 64.6억원, 10~100억원미만 4.6억원, 1~10억원미만 1.5억원, 1억원미만은 5천만원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 100억원이상 846개, 1억원미만과 1~10억원미만은 43개, 10~100억원미만은 41개였고, 고객유지비율은 100억원이상 87.3%, 10~100억원미만 87.1%, 1~10억원미만 86.7%, 1억원미만은 75.1%의 순으로 나타났다. 취업액의 규모가 가장 큰 100억원이상의 경우, 기존 고객수와 고객 유지비율도 높게 나타났고 신규와 이탈 평균 취업액 역시 높게 나타났다.

그림 6-5 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 광고주



종사자 규모로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 10~49인과 50~99인 20개, 1~4인 14개, 5~9인 7개, 100인 이상 6개의 순이고, 이탈 평균 고객수는 50~99인 20개, 1~4인 15개, 10~49인 14개, 5~9인 5개, 100인 이상 2개의 순으로 나타났다.

그림 6-6 >> 종사자 규모별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 100인 이상 228.6억원, 50~99인 65.8억원, 10~49인 14.7억원, 5~9인 2.4억원, 1~4인 9천만원의 순이고, 이탈 평균 취급액은 100인 이상 388.5억원, 50~99인 20.0억원, 10~49인 7.8억원, 5~9인 1.7억원, 1~4인 1.0억원의 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 100인 이상 3,632개, 50~99인 132개, 10~49인 94개, 1~4인 43개, 5~9인 24개의 순이었고, 고객유지비율은 100인 이상 96.8%, 5~9인 88.5%, 50~99인 88.3%, 10~49인 86.9%, 1~4인 80.2%의 순으로 나타났다. 종사자 규모가 가장 큰 100인 이상인 경우, 기존 고객수와 고객 유지비율도 높게 나타났고, 신규와 이탈 평균 취급액 역시 높게 나타났다.



## 6.4. 사업체 업종 분류

표 6-4 >> 사업체 업종 분류별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

업종	구분	신규		이탈		평균 기존 광고주	고객 유지 비율
		평균 광고주	평균 취급액	평균 광고주	평균 취급액		
광고(종합)대행		13	745	10	383	46	83.6
광고(종합)대행+기타		24	235	14	141	38	79.7
광고(종합)대행+인쇄		7	375	6	173	16	87.9
광고(종합)대행+인쇄+기타		6	500	6	250	17	76.8
광고(종합)대행+서비스		8	352	3	121	16	85.5
광고(종합)대행+서비스+기타		1	71	0	-	5	100.0
광고(종합)대행+서비스+인쇄		1	600	0	-	15	100.0
광고(종합)대행+서비스+인쇄+기타		5	110	28	480	69	80.6
광고(종합)대행+광고제작		9	832	8	284	30	80.9
광고(종합)대행+광고제작+기타		5	523	4	461	12	73.9
광고(종합)대행+광고제작+인쇄		2	129	2	129	15	80.0
광고(종합)대행+광고제작+인쇄+기타		10	264	3	28	16	89.8
광고(종합)대행+광고제작+서비스		11	1,155	2	450	13	75.8
광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타		9	13,435	8	9,217	30	86.9
광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄		4	961	1	50	20	88.4
광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄+기타		3	101	3	256	13	79.0
광고제작		6	177	6	181	24	77.3
광고제작+기타		9	126	8	148	24	77.1
광고제작+인쇄		3	30	3	40	19	76.0
광고제작+인쇄+기타		12	113	8	296	34	92.5
광고제작+서비스		2	690	0	300	54	98.2
광고제작+서비스+기타		7	126	6	46	15	80.0
광고제작+서비스+인쇄		0	500	1	100	2	50.0
광고제작+서비스+인쇄+기타		2	245	0	36	10	97.7
기타		16	69	15	103	81	80.7
인쇄		26	103	28	107	94	84.6
인쇄+기타		5	67	5	42	29	87.3
서비스		3	396	4	669	21	87.0
서비스+기타		14	213	8	115	21	80.9
서비스+인쇄		6	300	5	-	14	69.3
서비스+인쇄+기타		0	-	1	6	9	96.4
전체		13	452	12	296	54	82.8

업종 분류별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 인쇄 26개, 광고(종합)대행+기타 24개, 기타 16개, 서비스+기타 14개, 광고(종합)대행 13개, 광고제작+인쇄+기타 12개, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 11개, 광고(종합)대행+광고제작+인쇄+기타 10개, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 9개, 광고(종합)대행+서비스 8개, 광고(종합)대행+인쇄와 광고제작+서비스+기타 7개, 광고(종합)대행+인쇄+기타, 광고제작, 서비스+인쇄는 6개 순이고, 이탈 평균 고객수는 광고(종합)대행+서비스+인쇄+기타와 인쇄가 28개, 기타 15개, 광고(종합)대행+기타 14개, 광고(종합)대행 10개, 광고(종합)대행+광고제작, 광고(종합)대행+광고제작

+서비스+기타, 광고제작+기타, 광고제작+인쇄+기타, 서비스+기타는 8개, 광고(종합)대행+인쇄, 광고(종합)대행+인쇄+기타, 광고제작, 광고제작+서비스+기타 6개 순으로 나타났다.

신규 평균 취급액은 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 134.3억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 11.5억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄 9.6억원, 광고(종합)대행+광고제작 8.3억원, 광고(종합)대행 7.4억원, 광고제작+서비스 6.9억원, 광고(종합)대행+서비스+인쇄 6.0억원, 광고(종합)대행+광고제작+기타 5.2억원, 광고(종합)대행+인쇄+기타와 광고제작+서비스+인쇄 5.0억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 92.1억원, 서비스 6.6억원, 광고(종합)대행+서비스+인쇄+기타 4.8억원, 광고(종합)대행+광고제작+기타 4.6억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 4.5억원, 광고(종합)대행 3.8억원, 광고제작+서비스 3.0억원, 광고제작+인쇄+기타 2.9억원, 광고(종합)대행+광고제작 2.8억원, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄+기타 2.56억원, 광고(종합)대행+인쇄+기타 2.50억원 순으로 나타났다.

평균 기존 고객수는 인쇄 94개, 기타 81개, 광고(종합)대행+서비스+인쇄+기타 69개, 광고제작+서비스 54개, 광고(종합)대행 46개, 광고(종합)대행+기타 38개, 광고제작+인쇄+기타 34개, 광고(종합)대행+광고제작과 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 30개, 인쇄+기타 29개, 광고제작과 광고제작+기타 24개, 서비스와 서비스+기타 21개였고, 고객유지비율은 광고(종합)대행+서비스+기타와 광고(종합)대행+서비스+인쇄는 100.0%, 광고제작+서비스 98.2%, 광고제작+서비스+인쇄+기타 97.7%, 서비스+인쇄+기타 96.4%, 광고제작+인쇄+기타 92.5%, 광고(종합)대행+광고제작+인쇄+기타 89.8%, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄 88.4%, 광고(종합)대행+인쇄 87.9%, 인쇄+기타 87.3%, 서비스 87.0%의 순으로 나타났다.

## 6.5. 사업체 업종 재분류

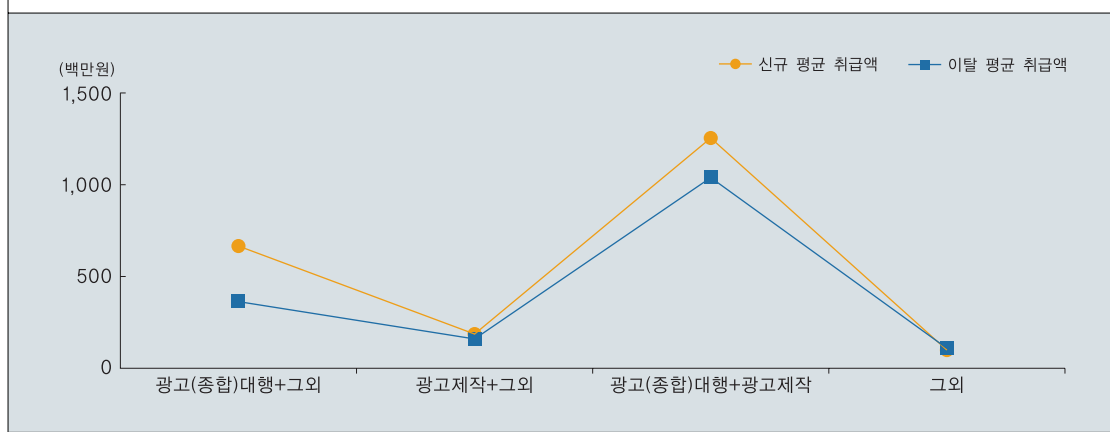
표 6-5 >> 사업체 업종 재분류별 고객유치실적 현황

		신규		이탈		평균 기존 광고주	고객 유지 비율
		평균 광고주	평균 취급액	평균 광고주	평균 취급액		
업종 재분류	광고(종합)대행+그외	12	672	10	353	43	83.8
	광고제작+그외	7	179	6	169	25	80.4
	광고(종합)대행+광고제작	7	1,256	5	1,038	22	81.0
	그 외	16	93	16	116	71	83.2
전체		13	452	12	296	54	82.8

단위 : 개수, 백만원, %

업종 재분류별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 그 외 16개, 광고(종합)대행+그외 12개, 광고제작+그외와 광고(종합)대행+광고제작 7개, 이탈 평균 고객수도 그 외 16개, 광고(종합)대행+그외 10개, 광고제작+그외 6개, 광고(종합)대행+광고제작 5개 순으로 같게 나타났다.

그림 6-7 >> 업종 재분류별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 광고(종합)대행+광고제작 12.5억원, 광고(종합)대행+그외 6.7억원, 광고제작+그외 1.7억원, 그 외 9천만원순이고, 이탈 평균 취급액도 광고(종합)대행+광고제작 10.3억원, 광고(종합)대행+그외 3.5억원, 광고제작+그외 1.6억원 그 외 1.1억원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 그 외 71개, 광고(종합)대행+그외 43개, 광고제작+그외 25개, 광고(종합)대행+광고제작 22개였고, 고객유지비율은 광고(종합)대행+그외 83.8%, 그 외 83.2%, 광고(종합)대행+광고제작 81.0%, 광고제작+그외 80.4%의 순으로 나타났다.

## 6.6. 가치사슬 분류

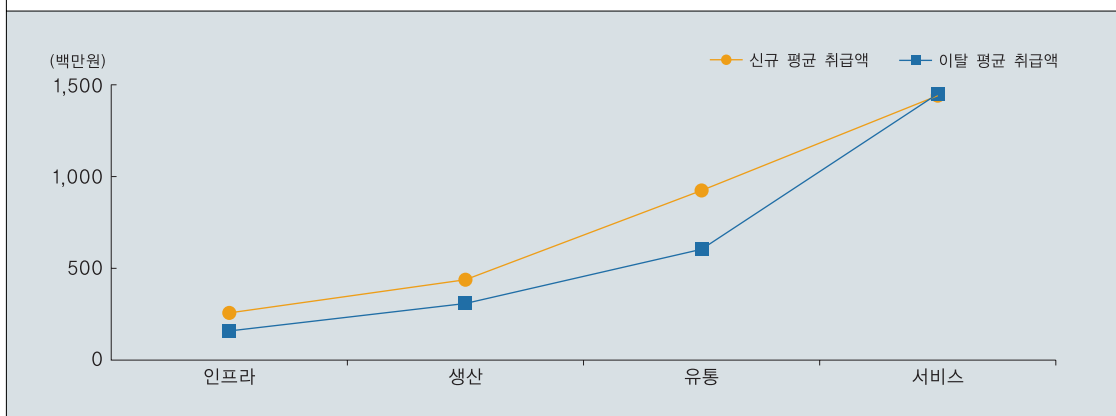
표 6-6 >> 가치사슬 분류별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

가치사슬 분류	신규	이탈		평균 기존 광고주	고객 유지 비율	
		평균 광고주	평균 취급액			평균 광고주
인프라	15	253	14	139	52	84.2
생산	11	407	10	302	51	81.7
유통	11	908	9	596	37	83.0
서비스	5	1,437	4	1,442	20	85.0
전체	13	452	12	296	54	82.8

가치사슬 분류별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 인프라 15개, 생산과 유통 11개, 서비스 5개, 이탈 평균 고객수는 인프라 14개, 생산 10개, 유통 9개, 서비스 4개 순으로 나타났다.

그림 6-8 >> 가치사슬별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 서비스 14.3억원, 유통 9.0억원, 생산 4.0억원, 인프라 2.5억원순이고, 이탈 평균 취급액도 서비스 14.4억원, 유통 5.9억원, 생산 3.0억원, 인프라 1.3억원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 인프라 52개, 생산 51개, 유통 37개, 서비스 20개였고, 고객유지비율은 서비스 85.0%, 인프라 84.2%, 유통 83.0%, 생산 81.7%의 순으로 나타났다.

## 6.7. 고용현황 정보

표 6-7 >> 고용현황 정보별 고객유치실적 현황

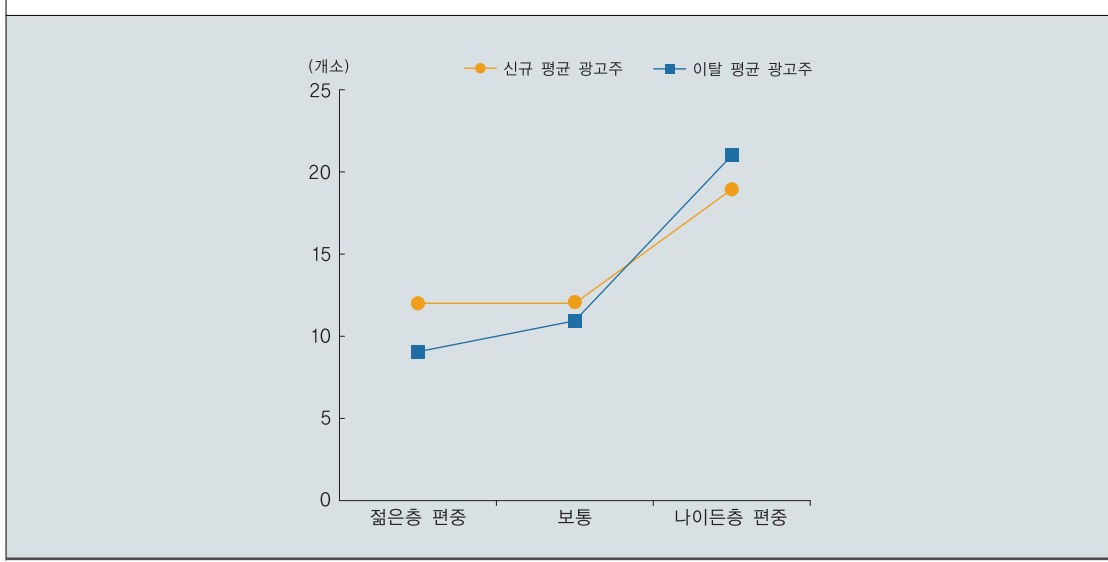
단위 : 개수, 백만원, %

형태별	비정규직 편중	신규		이탈		평균 기존 광고주	고객 유지 비율
		평균 광고주	평균 취급액	평균 광고주	평균 취급액		
형태별	비정규직 편중	11	146	10	178	86	80.5
	보통	14	540	13	330	46	83.4
성별	여성 편중	13	362	13	230	63	86.0
	보통	13	557	12	373	55	84.2
	남성 편중	14	80	15	75	46	76.4
연령별	젊은층 편중	12	363	9	263	68	87.2
	보통	12	561	11	362	52	84.3
	나이든층 편중	19	88	21	98	51	73.7
학력별	저학력편중	18	65	17	123	56	77.8
	보통	13	479	12	331	56	83.8
	고학력편중	4	1,199	3	433	17	86.0
직급별	저직급편중	17	520	14	345	88	86.3
	보통	12	536	11	352	51	83.9
	상위직급편중	15	32	15	67	45	76.9
전체		13	452	12	296	54	82.8

고용현황 직급별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 저직급편중 17개, 상위직급편중 15개, 보통 12개, 이탈 평균 고객수는 상위직급편중 15개, 저직급편중 14개, 보통 11개 순으로 나타났고, 신규 평균 취급액은 보통 5.3억원, 저직급편중 5.2억원, 상위직급편중 3천만원 순이고, 이탈 평균 취급액은 보통 3.5억원, 저직급편

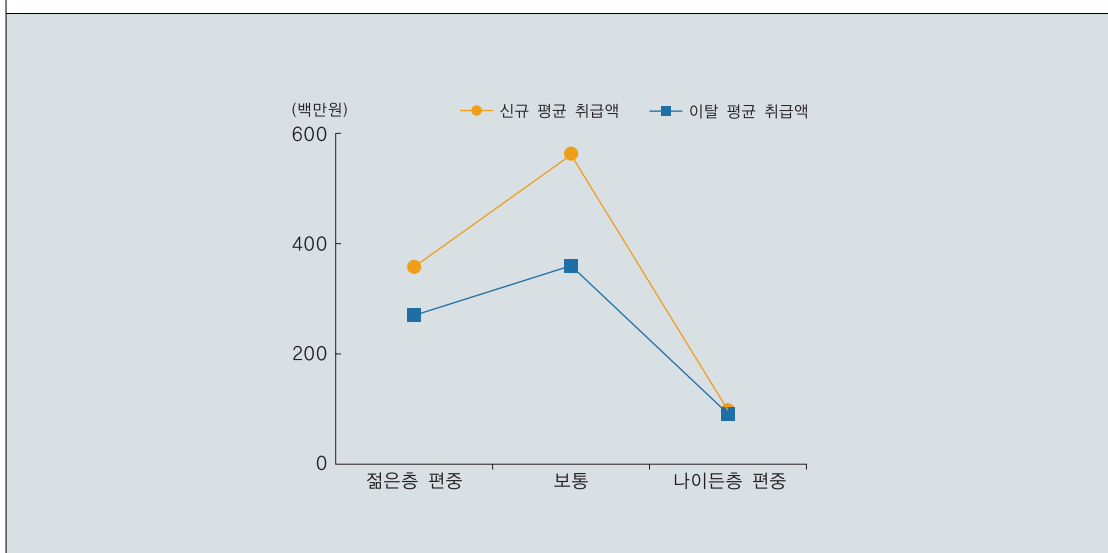
중 3.4억원, 상위지급편중 6천만원 순으로 나타났다. 평균 기준 고객수는 저지급편중 88개, 보통 51개, 상위지급편중 45개였고, 고객유지비율은 저지급편중 86.3%, 보통 83.9%, 상위지급편중 76.9%의 순으로 나타났다.

그림 6-9 >> 연령수준별 신규 이탈 평균 광고주



고용현황 연령별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 나이든층 편중 19개, 젊은층 편중과 보통은 12개 이탈 평균 고객수는 나이든층 편중 21개, 보통 11개, 젊은층 편중 9개 순으로 나타났다.

그림 6-10 >> 연령수준별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 보통 5.6억원, 젊은층 편중 3.6억원, 나이든층 편중 8천만원 순이고, 이탈 평균 취급액도 보통 3.6억원, 젊은층 편중 2.6억원, 나이든층 편중 9천만원 순으로 나타났다. 평균 기준 고객수는 젊은층 편중 68개, 보통 52개, 나이든층 편중 51개였고, 고객유지비율은 젊은층 편중 87.2%, 보통 84.3%, 나

이든층 편중 73.7%의 순으로 나타났다.

## 6.8. 국내 및 외국계 광고주

표 6-8 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 고객유치실적 현황

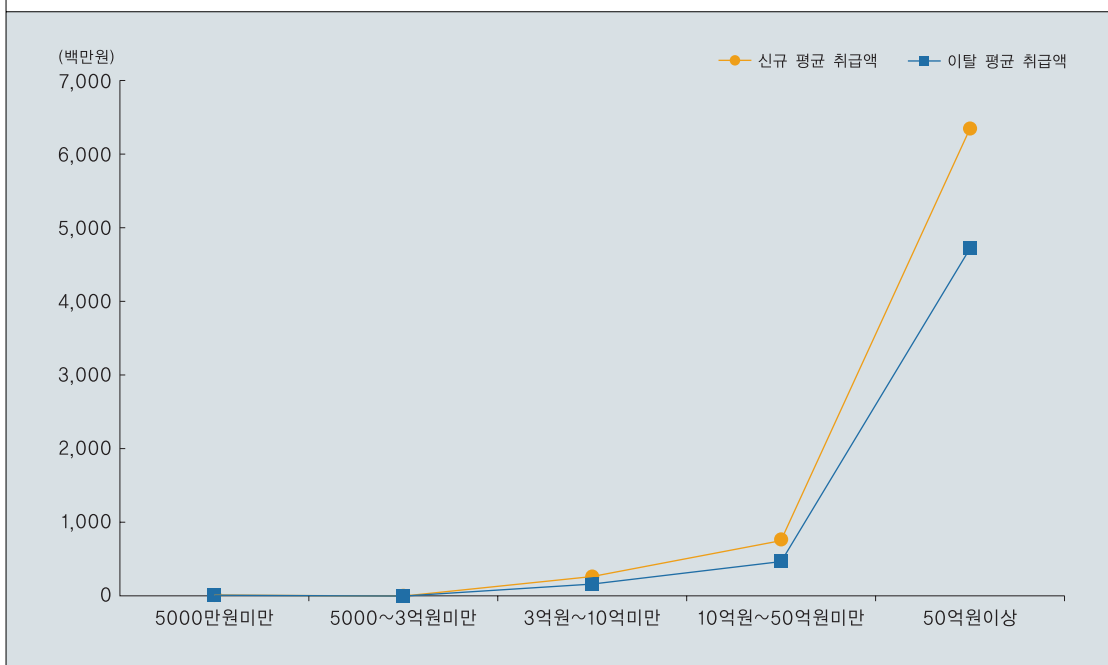
단위 : 개소, 백만원, %

		신규		이탈		평균 기존 광고주	고객 유지 비율
		평균 광고주	평균 취급액	평균 광고주	평균 취급액		
전체광고주	5개미만	0	229	0	102	3	90.0
	5~9개	1	460	1	195	6	88.1
	10~19개	2	426	2	261	11	87.6
	20~49개	6	481	5	270	26	81.3
	50~99개	19	889	16	835	60	70.3
	100개이상	98	265	97	172	389	62.7
국내광고주	5개미만	0	222	0	98	3	89.9
	5~9개	1	451	1	195	6	88.3
	10~19개	2	438	2	266	11	87.5
	20~49개	6	481	5	270	26	81.3
	50~99개	19	889	17	835	60	70.3
	100개이상	98	265	97	172	389	62.7
외국광고주	5개미만	5	234	1	96	16	84.7
	5개이상	4	2,000	2	700	64	97.5
전체취급액	5000만원미만	20	22	20	42	49	71.8
	5000만원~3억원미만	13	64	14	104	40	84.0
	3억원~10억원미만	11	243	8	162	45	86.9
	10억원~50억원미만	9	743	8	424	40	88.2
	50억원이상	11	6,348	8	4,696	473	90.4
국내취급액	5000만원미만	20	22	20	42	49	71.8
	5000만원~3억원미만	13	66	14	104	40	84.1
	3억원~10억원미만	11	245	8	162	46	86.8
	10억원~50억원미만	9	743	8	424	40	88.1
	50억원이상	11	6,348	8	4,696	478	90.3
해외취급액	5억원미만	6	232	1	96	6	75.8
	5억원이상	3	1,130	1	700	58	98.6
전체		13	452	12	296	54	82.8

전체광고주별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 100개이상인 사업체는 98개, 50~99개인 사업체는 19개, 20~49개인 사업체는 6개, 10~19개인 사업체는 2개, 5~9개인 사업체는 1개, 5개미만인 사업체는 0개, 이탈 평균 고객수는 100개이상인 사업체는 97개, 50~99개인 사업체는 16개, 20~49개인 사업체는 5개, 10~19개인 사업체는 2개, 5~9개인 사업체는 1개, 5개미만인 사업체는 0개 순으로 나타났고, 신규 평균 취급액은 50~99개인 사업체는 8.8억원, 20~49개인 사업체는 4.8억원, 5~9개인 사업체는 4.6억원, 10~19개인 사업체는 4.2억원, 100개이상인 사업체는 2.6억원, 5개미만인 사업체는 2.2억원 순이고, 이탈 평균 취급액도 50~99개인 사업체는 8.3억원, 20~49개인 사업체는 2.7억원, 10~19개인 사업체는 2.6억원, 5~9개인 사업체는 1.9억원, 100개이상인 사업체는 1.7억원, 5개미만인 사업체는 1.0억원 순으로 같게 나

타났다. 평균 기존 고객수는 100개이상인 사업체는 389개, 50~99개인 사업체는 60개, 20~49개인 사업체는 26개, 10~19개인 사업체는 11개, 5~9개인 사업체는 6개, 5개미만인 사업체는 3개였고, 고객유지비율은 5개미만 90.0%, 5~9개 88.1%, 10~19개 87.6%, 20~49개 81.3%, 50~99개 70.3%, 100개이상 62.7% 순으로 나타났다.

그림 6-11 >> 전체 취급액별 신규 이탈 평균 취급액



전체취급액별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 5000만원미만인 사업체는 20개, 5000만원~3억원미만인 사업체는 13개, 3억원~10억원미만과 50억원이상인 사업체는 11개, 10억원~50억원미만인 사업체는 9개, 이탈 평균 고객수는 500만원미만인 사업체는 20개, 5000만원~3억원미만인 사업체는 14개, 3억원~10억원미만, 10억원~50억원미만, 50억원이상인 사업체는 8개 순으로 나타났다. 신규 평균 취급액은 50억원이상인 사업체는 63.4억원, 10억원~50억원미만인 사업체는 7.4억원, 3억원~10억원미만인 사업체는 2.4억원, 5000만원~3억원미만인 사업체는 6천만원, 5000만원미만인 사업체는 2천만원순이고, 이탈 평균 취급액은 50억원이상인 사업체는 46.9억원, 10억원~50억원미만인 사업체는 4.2억원, 3억원~10억원미만인 사업체는 1.6억원, 5000만원~3억원미만인 사업체는 1.0억원, 5000만원미만인 사업체는 4천만원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 50억원이상인 사업체는 473개, 5000만원미만인 사업체는 49개, 3억원~10억원미만인 사업체는 45개, 5000만원~3억원미만과 10억원~50억원미만인 사업체는 40개였고, 고객유지비율은 50억원이상 90.4%, 10억원~50억원미만 88.2%, 3억원~10억원미만 86.9%, 5000만원~3억원미만 84.0%, 5000만원미만 71.8%의 순으로 나타났다.

## 6.9. 고객유치실적

표 6-9 >> 고객유치 실적별 고객유치실적 현황

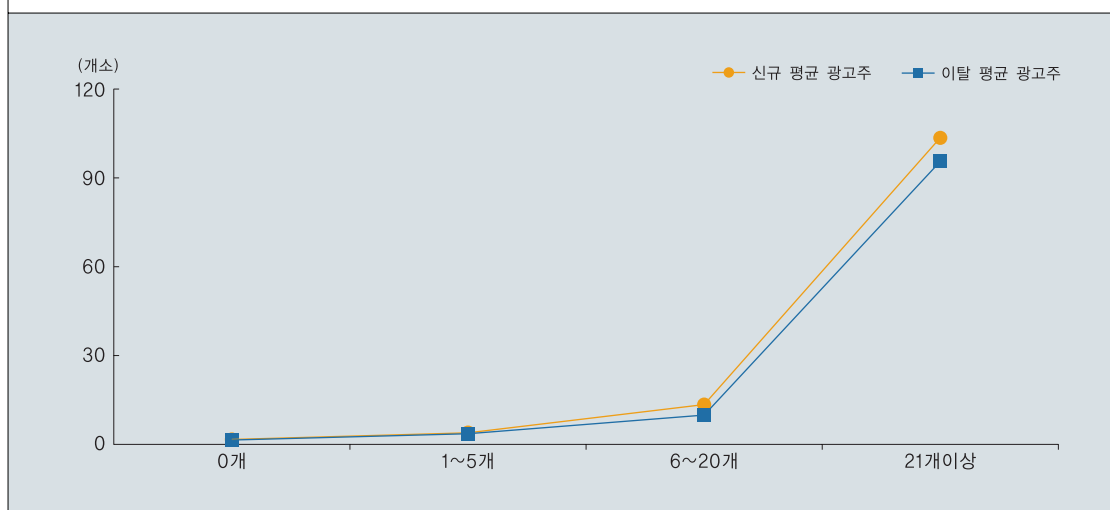
단위 : 개소, 백만원, %

		신규		이탈		평균 기존 광고주	고객 유지 비율
		평균 광고주	평균 취급액	평균 광고주	평균 취급액		
신규 거래 광고주	0개	0	-	1	253	43	97.1
	1~5개	3	306	3	148	16	75.8
	6~20개	12	805	9	721	29	56.4
	21개이상	103	370	95	176	200	37.5
이탈 거래 광고주	0개	2	507	0	-	37	100.0
	1~5개	3	334	3	188	15	66.8
	6~20개	11	834	12	661	45	52.6
	21개이상	101	197	106	203	220	36.8
신규 취급액	5000만원미만	27	16	26	19	67	56.9
	5000만원~3억원미만	41	121	39	116	67	60.3
	3억원이상	23	1,760	10	1,370	30	66.3
이탈 취급액	5000만원미만	27	33	28	18	71	51.0
	5000만원~3억원미만	49	204	51	119	86	50.2
	3억원이상	18	2,461	20	1,776	47	60.0
전체		13	452	12	296	54	82.8

신규취급액별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 5000만원~3억원미만인 사업체는 41개, 5000만원미만인 사업체는 27개, 3억원이상인 사업체는 23개, 이탈 평균 고객수는 5000만원~3억원미만인 사업체는 39개, 5000만원미만인 사업체는 26개, 3억원이상인 사업체는 10개 순으로 나타났고, 신규 평균 취급액은 3억원이상인 사업체는 17.6억원, 5000만원~3억원미만인 사업체는 1.2억원, 5000만원미만인 사업체는 1천만원순이고, 이탈 평균 취급액 3억원이상인 사업체는 13.7억원, 5000만원~3억원미만인 사업체는 1.1억원, 5000만원미만인 사업체는 1천만원순으로 같게 나타났다. 평균 기존 고객수는 5000만원미만과 5000만원~3억원미만인 사업체는 67개, 3억원이상인 사업체는 30개였고, 고객유지비율은 3억원이상 66.3%, 5000만원~3억원미만 60.3%, 5000만원미만 56.9%순으로 나타났다.

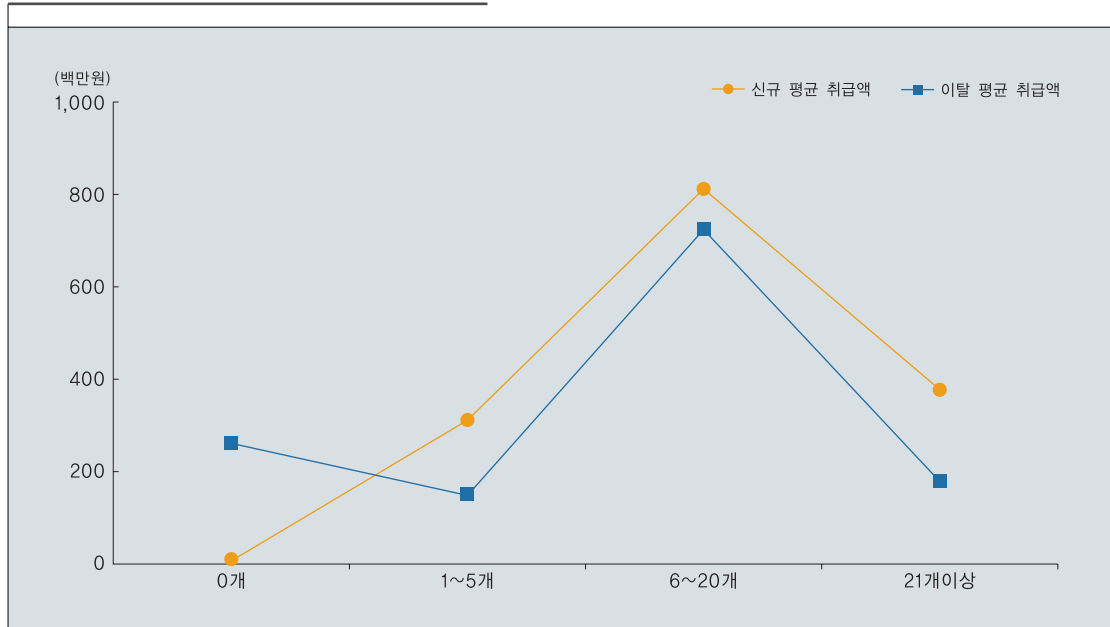


그림 6-12 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 광고주



신규 거래광고주별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 21개이상인 사업체는 103개, 6~20개인 사업체는 12개, 1~5개인 사업체는 3개, 신규 거래가 없는 사업체가 0개, 이탈 평균 고객수는 21개이상인 사업체는 95개, 6~20개인 사업체는 9개, 1~5개인 사업체는 3개, 신규 거래가 없는 사업체가 1개 순으로 나타났다.

그림 6-13 >> 신규 거래광고주별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 6~20개인 사업체는 8.0억원, 21개이상인 사업체는 3.7억원, 1~5개인 사업체는 3.0억원 순이고, 이탈 평균 취급액 6~20개인 사업체는 7.2억원, 신규 거래가 없는 사업체가 2.5억원, 21개이상인 사업체는 1.7억원, 1~5개인 사업체는 1.4억원 순으로 같게 나타났다. 평균 기존 고객수는 21개이상 200개, 0개 43개, 6~2개 29개, 1~5개 16개였고, 고객유지비율은 0개 97.1%, 1~5개 75.8%, 6~20개

56.4%, 21개이상 37.5%순으로 나타났다.

## 6.10. 광고경기 체감도

표 6-10 >> 광고경기 체감도별 고객유치실적 현황

단위 : 개소, 백만원, %

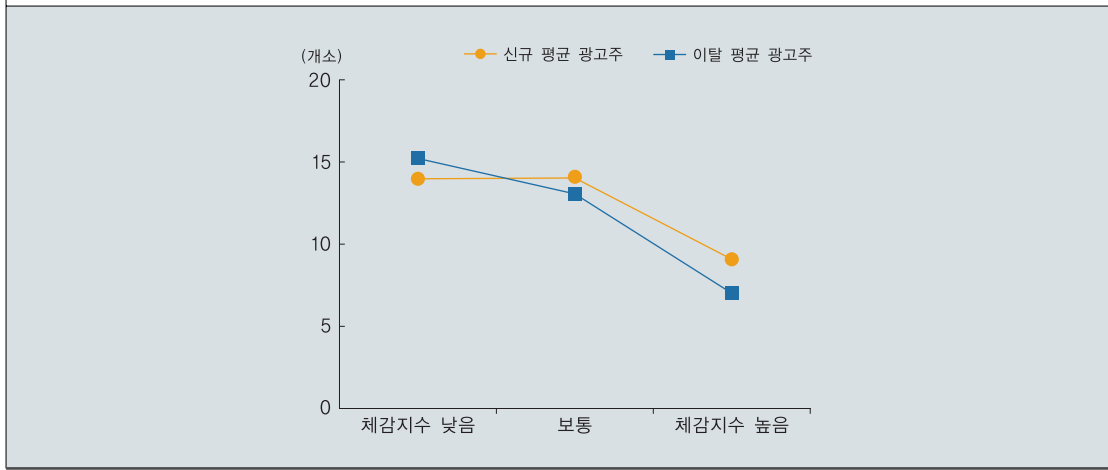
		신규		이탈		평균 기존 광고주	고객 유지 비율
		평균 광고주	평균 취급액	평균 광고주	평균 취급액		
2005년 상반기	체감지수 낮음	8	130	9	91	34	80.3
	보통	16	433	14	383	60	82.1
	체감지수 높음	11	762	10	275	54	87.1
2005년 하반기	체감지수 낮음	12	139	12	94	38	78.4
	보통	14	343	13	232	61	83.4
	체감지수 높음	10	1,354	8	952	43	86.6
2006년 (예상)	체감지수 낮음	14	107	15	145	43	78.5
	보통	14	381	13	230	59	83.6
	체감지수 높음	9	887	7	702	39	85.7
전체		13	452	12	296	54	82.8

2005년 상반기 체감도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 보통 16개, 체감지수 높음 11개, 체감지수 낮음 8개, 이탈 평균 고객수도 보통 14개, 체감지수 높음 10개, 체감지수 낮음 9개 순으로 같게 나타났고, 신규 평균 취급액은 체감지수 높음 7.6억원, 보통 4.3억원, 체감지수 낮음 1.3억원 순이고, 이탈 평균 취급액은 보통 3.8억원, 체감지수 높음 2.7억원, 체감지수 낮음 9천만원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 보통 60개, 체감지수 높음 54개, 체감지수 낮음 34개였고, 고객유지비율은 체감지수 높음 87.1%, 보통 82.1%, 체감지수 낮음 80.3%의 순으로 나타났다.

2005년 하반기 체감도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 보통 14개, 체감지수 낮음 12개, 체감지수 높음 10개, 이탈 평균 고객수도 보통 13개, 체감지수 낮음 12개, 체감지수 높음 8개 순으로 같게 나타났고, 신규 평균 취급액은 체감지수 높음 13.5억원, 보통 3.4억원, 체감지수 낮음 1.3억원 순이고, 이탈 평균 취급액도 체감지수 높음 9.5억원, 보통 2.3억원, 체감지수 낮음 9천만원 순으로 나타났다. 평균 기존 고객수는 보통 61개, 체감지수 높음 43개, 체감지수 낮음 38개였고, 고객유지비율은 체감지수 높음 86.6%, 보통 83.4%, 체감지수 낮음 78.4%의 순으로 나타났다.

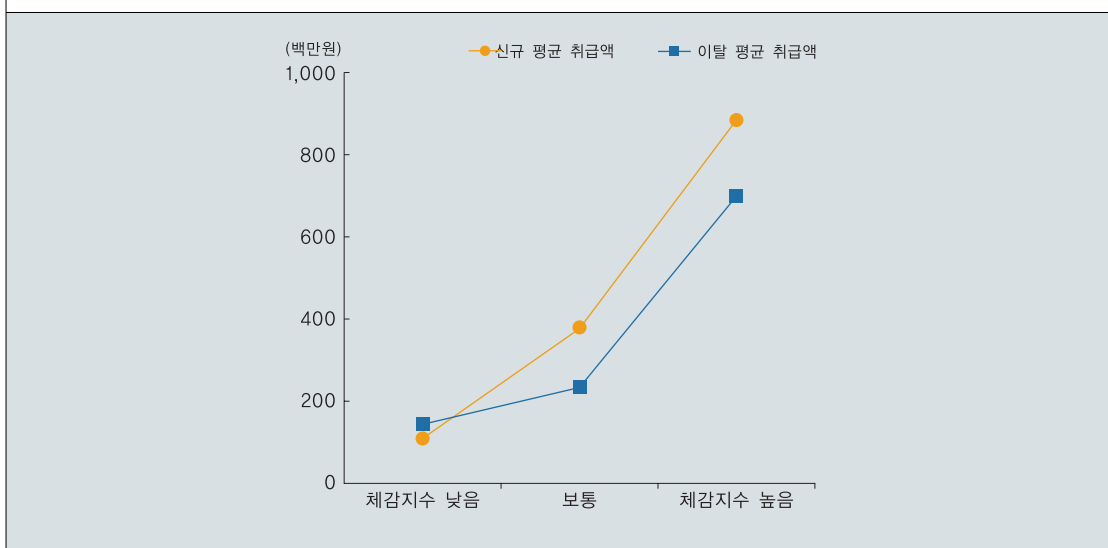
2005년 상반기, 2005년 하반기, 2006년 예상의 체감지수 높음의 경우 체감지수 낮음과 보통에 비해 상대적으로 고객 유지 비율이 높은 것으로 나타났다.

그림 6-14 >> 2006년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 광고주



2006년 예상 체감도별로 살펴보면, 신규 평균 고객수는 체감지수 낮음과 보통 14개, 체감지수 높음 9개, 이탈 평균 고객수는 체감지수 낮음 15개, 보통 13개, 체감지수 높음 7개 순으로 나타났다.

그림 6-15 >> 2006년 예상 광고경기 체감도별 신규 이탈 평균 취급액



신규 평균 취급액은 체감지수 높음 8.8억원, 보통 3.8억원, 체감지수 낮음 1.0억원 순이고, 이탈 평균 취급액도 체감지수 높음 7.0억원, 보통 2.3억원, 체감지수 낮음 1.4억원 순으로 나타났다. 평균 기준 고객수는 보통 59개, 체감지수 높음 43개, 체감지수 낮음 39개였고, 고객유지비율은 체감지수 높음 85.7%, 보통 83.6%, 체감지수 낮음 78.5%의 순으로 나타났다.

## 7. 광고경기 체감도

### 7.1. 사업체 정보

표 7-1-1 >> 사업체 정보별 광고경기 체감도

		평균 광고경기체감도*			광고경기** 전망지수
		2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상	
기업형태	개인사업체	49	49	52	107.1
	회사법인	54	56	61	115.4
	회사의 법인	47	47	50	126.0
본사유무	단독사업체	50	51	55	110.2
	공장,지사,영업소	59	57	64	112.5
	본사,본점,본부	57	57	59	106.7
벤처기업 지정여부	대상	53	60	63	111.2
	비대상	51	51	55	110.2
설립연도	1979년 이전	54	57	62	115.5
	1980 ~ 1989년	51	51	56	109.4
	1990 ~ 1994년	50	50	54	107.6
	1995 ~ 2000년	51	51	54	107.9
	2000년 이후	51	51	56	113.0
전체		51	51	55	110.2

\* 광고경기체감도는 100점을 만점으로 평가한 지수로 절대기준임.

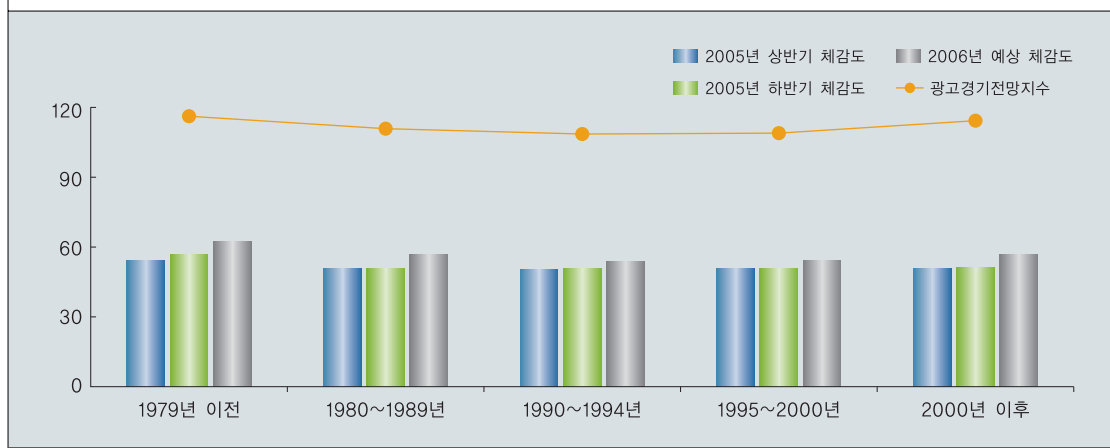
\*\* 광고경기전망지수는 2005년 광고경기체감도의 취급액가중평균치를 기준으로 한 2006년 예상 광고경기체감도로, 100 초과이면 경기가 좋을 것으로 전망하고, 100 미만이면 경기가 나쁠 것으로 전망하고, 100이면 변함없을 것으로 전망한다는 것을 의미함.

광고회사 전체를 살펴보면, 광고경기체감도는 2005년 상반기는 51점, 2005년 하반기는 51점, 2006년 예상은 55점으로 나타났고, 광고경기 전망지수는 110.2로 나타났다.

광고경기체감도를 살펴보면, 기업형태의 회사법인은 2005년 상반기 54점, 2005년 하반기 56점, 2006년 예상 61점으로 나타났다. 본사유무의 공장, 지사, 영업소는 2005년 상반기 59점, 2005년 하반기 57점, 2006년 예상 64점, 본사, 본점, 본부는 2005년 상반기 57점, 2005년 하반기 57점, 2006년 예상 59점으로 나타났다. 벤처기업 지정여부의 경우 벤처 대상은 2005년 상반기 53점, 2005년 하반기 60점, 2006년 예상 63점으로 나타났다. 설립연도의 경우 1979년이전은 2005년 상반기 54점, 2005년 하반기 57점, 2006년 예상 62점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 기업형태의 경우 회사법인 115.4, 회사의 법인 126.0, 본사유무의 경우 공장, 지사, 영업소 112.5, 벤처기업 대상은 111.2, 설립연도의 경우 1979년이전 115.5, 2000년 이후 113.0으로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-1 >> 설립연도별 광고경기 체감도



설립연도별로 구체적으로 살펴보면, 2005년 상반기의 경우 1979년 이전 54점, 1980~1989년 51점, 1990~1994년 50점, 1995~2000년 51점, 2000년 이후 51점으로 1979년 이전에 설립된 회사에서 2005년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2005년 하반기의 경우에도 1979년 이전 57점, 1980~1989년 51점, 1990~1994년 50점, 1995~2000년 51점, 2000년 이후 51점으로 1979년 이전에 설립된 회사에서 2005년 하반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2006년 예상의 경우에는 1979년 이전 62점, 1980~1989년 56점, 1990~1994년 54점, 1995~2000년 54점, 2000년 이후 56점으로 1979년 이전에 설립된 회사에서 2006년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였고, 1980~1989년과 2000년 이후 설립된 회사들은 2005년에 겪은 광고경기 체감도보다 2006년 예상 광고경기 체감도를 높게 평가하여 광고경기 전망을 낙관적으로 평가한 것을 알 수 있다.

표 7-1-2 >> 사업체 정보별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

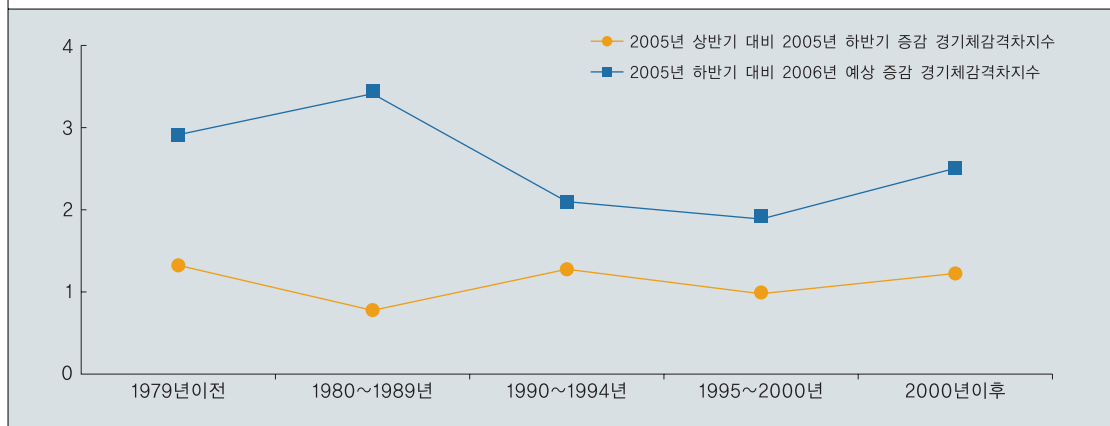
		2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감				2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감				합계
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	
		기업형태	개인사업체	837	1,591	751	0.9	647	1,215	
	회사법인	409	665	608	1.5	255	593	806	3.2	1,780
	회사의 법인	7	14	23	3.3	5	19	20	3.8	47
본사유무	단독사업체	1,182	2,162	1,308	1.1	863	1,742	1,881	2.2	4,800
	공장,지사,영업소	29	51	25	0.9	15	34	56	3.8	110
	본사,본점,본부	42	55	45	1.1	29	51	55	1.9	144
벤처기업	대상	5	8	34	6.2	8	22	18	2.2	47
지정여부	비대상	1,248	2,262	1,350	1.1	899	1,807	1,981	2.2	5,044
설립연도	1979년 이전	10	22	13	1.3	8	7	23	2.9	48
	1980 ~ 1989년	54	169	42	0.8	34	104	117	3.4	272
	1990 ~ 1994년	109	256	139	1.3	82	238	171	2.1	523
	1995 ~ 2000년	516	954	501	1.0	405	747	761	1.9	2,021
	2000년 이후	542	833	672	1.2	365	699	898	2.5	2,123
	전체	1,253	2,270	1,384	1.1	907	1,829	1,998	2.2	5,091

광고회사 전체를 살펴보면, 2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감의 경기체감격차지수는 1.1이고, 2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감의 경기체감격차지수는 2.2로 나타났다.

2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 기업형태의 회사법인 1.5, 회사의 법인 3.3으로 나타났고, 벤처 대상은 6.2, 설립연도의 경우 1979년이전 1.3, 1990~1994년 1.3, 2000년 이후 1.2로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 기업형태의 회사법인 3.2, 회사의 법인 3.8로 나타났고, 공장, 지사, 영업소는 3.8, 설립연도의 경우 1979년이전 2.9, 1980~1989년 3.4, 2000년 이후 2.5로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-2 >> 설립연도별 경기체감격차지수



설립연도별로 구체적으로 살펴보면, 2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감 경기체감격차지수는 1979년 이전 1.3, 1980~1989년 0.8, 1990~1994년 1.3, 1995~2000년 1.0, 2000년 이후 1.2로 1979년 이전과 1990~1994년에 경기체감격차지수가 가장 높게 나타났다. 2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감 경기체감격차지수는 1979년 이전 2.9, 1980~1989년 3.4, 1990~1994년 2.1, 1995~2000년 1.9, 2000년 이후 2.5로 1980~1989년 경기체감격차지수가 가장 높게 나타났다.

## 7.2. 지역

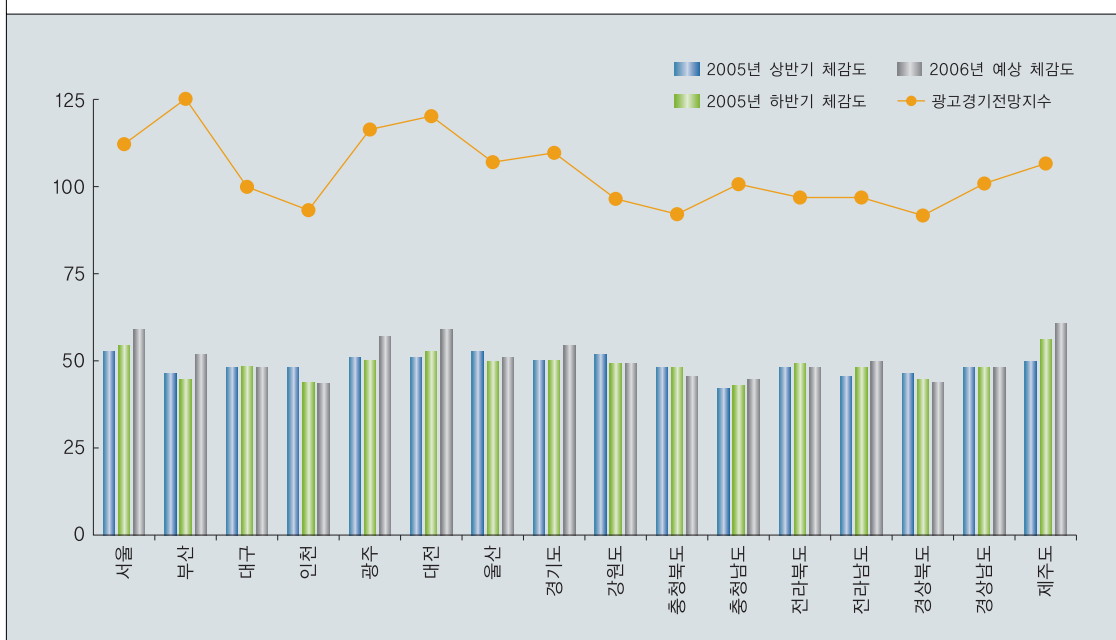
표 7-2-1 >> 지역별 광고경기 체감도

지역	지역명	평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상	
지역	서울	53	54	59	112.6
	부산	46	44	52	124.6
	대구	48	48	48	100.4
	인천	48	43	43	93.5
	광주	51	50	57	117.9
	대전	51	53	59	120.7
	울산	53	50	51	106.6
	경기도	49	49	54	109.8
	강원도	52	49	49	97.4
	충청북도	47	47	45	93.5
	충청남도	41	42	44	100.5
	전라북도	48	49	48	97.3
	전라남도	45	47	50	96.3
	경상북도	46	44	43	93.3
	경상남도	47	47	47	100.4
	제주도	50	56	60	107.1
	전체		51	51	55

광고경기체감도를 살펴보면, 서울은 2005년 상반기 53점, 2005년 하반기 54점, 2006년 예상 59점, 대전은 2005년 상반기 51점, 2005년 하반기 53점, 2006년 예상 59점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 서울 112.6, 부산 124.6, 광주 117.9, 대전 120.7로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-3 >> 지역별 광고경기 체감도



지역별로 구체적으로 살펴보면, 2005년 상반기의 경우 서울과 울산이 53점, 강원도 52점, 광주와 대전 51점, 제주도 50점, 경기도 49점, 대구, 인천, 전라북도는 48점, 충청북도와 경상남도는 47점으로 서울지역의 회사가 2005년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2005년 하반기는 제주도 56점, 서울 54점, 대전 53점, 광주와 울산 50점, 경기도, 강원도, 전라북도 49점, 대구 48점, 충청북도, 전라남도, 경상남도 47점으로 서울지역의 회사에서 2005년 하반기 광고경기 체감도를 높게 평가 하였고, 제주도의 경우는 조사된 업체수가 10개미만으로 지역간 비교의 의미가 없다.

2006년 예상의 경우에는 제주도 60점, 서울과 대전 59점, 광주 57점, 경기도 54점, 부산 52점, 울산 51점, 전라남도 50점, 강원도 49점, 대구와 전라북도 48점으로 서울지역의 회사에서 2006년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.



표 7-2-2 >> 지역별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

지역		2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감				2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감				합계
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	
		서울	644	1,148	828	1.3	382	990	1,196	
부산	124	162	73	0.6	48	142	154	3.2	385	
대구	73	183	81	1.1	105	122	102	1.0	350	
인천	34	10	14	0.4	25	18	14	0.6	63	
광주	62	84	56	0.9	27	59	110	4.0	208	
대전	21	32	38	1.8	22	24	44	2.0	96	
울산	8	12	8	1.0	4	13	10	2.4	29	
경기도	97	221	108	1.1	61	163	164	2.7	430	
강원도	48	51	17	0.4	30	51	31	1.1	120	
충청북도	19	54	19	1.0	31	37	21	0.7	93	
충청남도	17	40	23	1.4	25	27	23	0.9	80	
전라북도	15	65	25	1.6	37	24	27	0.7	106	
전라남도	17	56	21	1.3	25	34	22	0.9	99	
경상북도	30	50	23	0.8	36	37	21	0.6	103	
경상남도	40	89	36	0.9	37	81	42	1.1	166	
제주도	4	12	14	3.4	10	6	14	1.4	35	
전체		1,253	2,270	1,384	1.1	907	1,829	1,998	2.2	5,091

2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 제주도 3.4, 대전 1.8, 전라북도 1.6, 충청남도 1.4, 서울과 전라남도는 1.3으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 광주 4.0, 부산 3.2, 서울 3.1, 경기도 2.7, 울산 2.4로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

### 7.3. 종사자 규모 및 취급액 규모

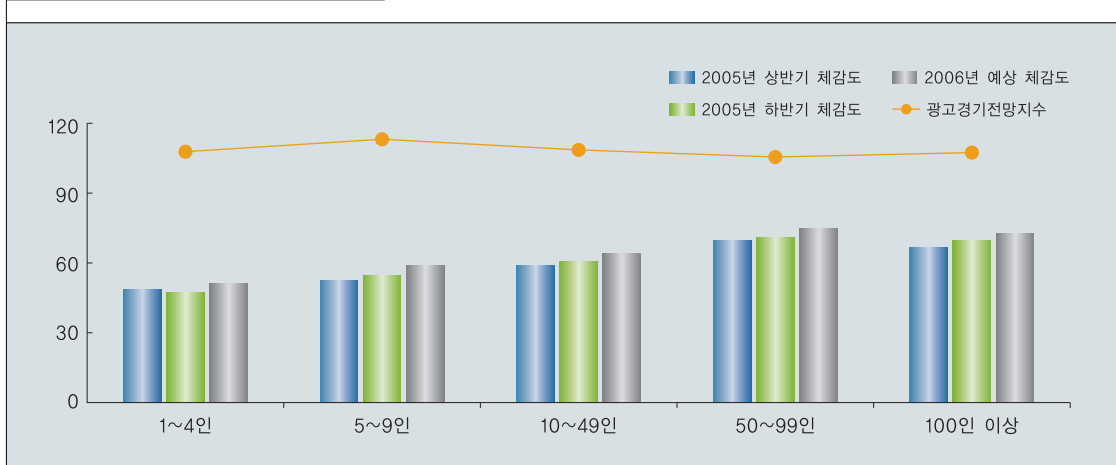
표 7-3-1 >> 종사자 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도

종사자 규모		평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상	
종사자 규모	1 ~ 4인	49	48	52	109.0
	5 ~ 9인	53	55	59	114.2
	10 ~ 49인	59	61	65	109.6
	50 ~ 99인	70	71	75	106.4
	100인 이상	67	70	73	108.2
취급액 규모	1억원미만	45	46	49	109.1
	1~10억원미만	52	52	57	110.7
	10~100억원미만	59	61	66	111.9
	100억원 이상	68	68	71	105.2
전체		51	51	55	110.2

광고경기체감도를 살펴보면, 종사자규모는 5~9인 2005년 상반기 53점, 2005년 하반기 55점, 2006년 예상 59점, 10~49인 2005년 상반기 59점, 2005년 하반기 61점, 2006년 예상 65점, 50~99인 2005년 상반기 70점, 2005년 하반기 71점, 2006년 예상 75점, 100인 이상 2005년 상반기 67점, 2005년 하반기 70점, 2006년 예상 73점이고, 취급액규모는 1~10억원미만 2005년 상반기 52점, 2005년 하반기 52점, 2006년 예상 57점, 10~100억원미만 2005년 상반기 59점, 2005년 하반기 61점, 2006년 예상 66점, 100억원 이상 2005년 상반기 68점, 2005년 하반기 68점, 2006년 예상 71점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 종사자규모는 5~9인 114.2, 취급액규모는 1~10억원미만 110.7, 10~100억원미만 111.9로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-4 >> 종사자 규모별 광고경기 체감도



종사자규모별로 구체적으로 살펴보면, 2005년 상반기의 경우 50~99인 70점, 100인 이상 67점, 10~49인 59점, 5~9인 53점, 1~4인 49점으로 50~99인의 종사자 규모인 회사가 2005년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2005년 하반기도 50~99인 71점, 100인 이상 70점, 10~49인 61점, 5~9인 55점, 1~4인 48점으로 50~99인의 종사자 규모인 회사가 2005년 하반기 광고경기 체감도를 높게 평가 하였다.

2006년 예상의 경우에도 역시 50~99인 75점, 100인 이상 73점, 10~49인 65점, 5~9인 59점, 1~4인 52점으로 50~99인의 종사자 규모인 회사가 2006년 예상 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

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

단위 : 개소

		2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감				2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감				합계
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	
종사자 규모	1 ~ 4인	835	1,684	826	1.0	645	1,277	1,287	2.0	3,443
	5 ~ 9인	275	416	351	1.3	169	372	475	2.8	1,089
	10 ~ 49인	133	155	191	1.4	87	164	217	2.5	515
	50 ~ 99인	6	9	9	1.5	3	8	12	3.9	26
	100인 이상	3	7	7	2.3	3	7	7	2.3	18
취급액 규모	1억원미만	435	900	447	1.0	371	668	642	1.7	1,849
	1~10억원미만	653	1,138	678	1.0	426	937	1,050	2.5	2,532
	10~100억원미만	146	211	236	1.6	95	208	275	2.9	630
	100억원이상	20	21	22	1.1	15	16	32	2.1	80
전체		1,253	2,270	1,384	1.1	907	1,829	1,998	2.2	5,091

2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 종사자 규모는 100인이상 2.3, 50~99인 1.5, 10~49인 1.4, 5~9인 1.3이고, 취급액 규모는 10~100억미만 1.6으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 종사자 규모는 50~99인 3.9, 5~9인 2.8, 10~49인 2.5, 100인이상 2.3, 취급액 규모는 10~100억원미만 2.9, 1~10억원미만 2.5로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

## 7.4. 사업체 업종 분류

표 7-4-1 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감도

업종	광고(종합)대행	평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상	
	광고(종합)대행+기타	49	47	49	102.4
	광고(종합)대행+인쇄	43	45	52	121.7
	광고(종합)대행+인쇄+기타	64	63	56	89.1
	광고(종합)대행+서비스	52	52	63	116.3
	광고(종합)대행+서비스+기타	47	61	71	131.6
	광고(종합)대행+서비스+인쇄	39	45	58	175.3
	광고(종합)대행+서비스+인쇄+기타	53	59	61	111.2
	광고(종합)대행+광고제작	57	57	63	111.3
	광고(종합)대행+광고제작+기타	53	48	57	115.3
	광고(종합)대행+광고제작+인쇄	62	62	69	110.0
	광고(종합)대행+광고제작+인쇄+기타	46	51	54	119.2
	광고(종합)대행+광고제작+서비스	60	65	70	111.1
	광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타	56	55	66	142.4
	광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄	68	74	73	102.1
	광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	56	57	67	121.2
	광고제작	52	51	55	107.7
	광고제작+기타	53	49	53	112.4
	광고제작+인쇄	52	53	56	106.1
	광고제작+인쇄+기타	54	54	62	122.7
	광고제작+서비스	57	60	65	109.4
	광고제작+서비스+기타	62	61	67	108.0
	광고제작+서비스+인쇄	76	83	77	98.5
	광고제작+서비스+인쇄+기타	42	46	48	114.8
	기타	49	48	52	109.1
	인쇄	48	49	52	108.2
	인쇄+기타	51	51	53	103.4
	서비스	53	57	61	112.5
	서비스+기타	54	60	61	110.3
	서비스+인쇄	50	49	56	109.8
	서비스+인쇄+기타	70	73	63	89.3
	전체	51	51	55	110.2

광고경기체감도를 살펴보면, 광고(종합)대행은 2005년 상반기 52점, 2005년 하반기 53점, 2006년 예상 57점, 광고(종합)대행+인쇄+기타는 2005년 상반기 64점, 2005년 하반기 63점, 2006년 예상 56점, 광고(종합)대행+서비스는 2005년 상반기 52점, 2005년 하반기 52점, 2006년 예상 63점, 광고(종합)대행+서비스+인쇄+기타는 2005년 상반기 53점, 2005년 하반기 59점, 2006년 예상 61점, 광고(종합)대행+광고제작은 2005년 상반기 57점, 2005년 하반기 57점, 2006년 예상 63점, 광고(종합)대행+광고제작+인쇄는 2005년 상반기 62점, 2005년 하반기 62점, 2006년 예상 69점, 광고(종합)대행+광고제작+서비스는 2005

년 상반기 60점, 2005년 하반기 65점, 2006년 예상 70점, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타는 2005년 상반기 56점, 2005년 하반기 55점, 2006년 예상 66점, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄는 2005년 상반기 68점, 2005년 하반기 74점, 2006년 예상 73점, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄+기타는 2005년 상반기 56점, 2005년 하반기 57점, 2006년 예상 67점, 광고제작+인쇄는 2005년 상반기 52점, 2005년 하반기 53점, 2006년 예상 56점, 광고제작+인쇄+기타는 2005년 상반기 54점, 2005년 하반기 54점, 2006년 예상 62점, 광고제작+서비스는 2005년 상반기 57점, 2005년 하반기 60점, 2006년 예상 65점, 광고제작+서비스+기타는 2005년 상반기 62점, 2005년 하반기 61점, 2006년 예상 67점, 광고제작+서비스+인쇄는 2005년 상반기 76점, 2005년 하반기 83점, 2006년 예상 77점, 서비스는 2005년 상반기 53점, 2005년 하반기 57점, 2006년 예상 61점, 서비스+기타는 2005년 상반기 54점, 2005년 하반기 60점, 2006년 예상 61점, 서비스+인쇄+기타는 2005년 상반기 70점, 2005년 하반기 73점, 2006년 예상 63점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 광고(종합)대행 112.8, 광고(종합)대행+인쇄 121.7, 광고(종합)대행+서비스 116.3, 광고(종합)대행+서비스+기타 131.6, 광고(종합)대행+서비스+인쇄 175.3, 광고(종합)대행+서비스+인쇄+기타 111.2, 광고(종합)대행+광고제작 111.3, 광고(종합)대행+광고제작+기타 115.3, 광고(종합)대행+광고제작+인쇄+기타 119.2, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 111.1, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 142.4, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄+기타 121.2, 광고제작+기타 112.4, 광고제작+인쇄+기타 122.7, 광고제작+서비스+인쇄+기타 114.8점, 서비스 112.5, 서비스+기타 110.3으로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

표 7-4-2 >> 사업체 업종 분류별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

		2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감				2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감				합계
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	
업종	광고(종합)대행	232	512	303	1.3	162	370	476	2.9	1,091
	광고(종합)대행+기타	22	21	16	0.8	23	7	24	1.0	65
	광고(종합)대행+인쇄	13	32	13	1.0	8	21	26	3.0	64
	광고(종합)대행+인쇄+기타	16	4	15	0.9	20	15	0	-	35
	광고(종합)대행+서비스	9	6	4	0.5	0	6	10	-	24
	광고(종합)대행+서비스+기타	0	2	4	-	0	0	6	-	8
	광고(종합)대행+서비스+인쇄	2	4	6	3.5	2	2	8	4.9	12
	광고(종합)대행+서비스+인쇄+기타	1	4	3	3.5	3	0	6	2.2	9
	광고(종합)대행+광고제작	44	76	62	1.4	10	81	89	8.9	194
	광고(종합)대행+광고제작+기타	25	11	11	0.5	4	15	28	7.7	52
	광고(종합)대행+광고제작+인쇄	7	7	19	2.7	4	14	13	3.1	34
	광고(종합)대행+광고제작+인쇄+기타	5	31	20	3.8	16	17	23	1.5	58
	광고(종합)대행+광고제작+서비스	7	7	20	2.7	4	12	18	4.3	38
	광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타	10	4	7	0.7	1	5	15	14.6	21
	광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄	3	1	10	2.8	6	6	2	0.3	14
	광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄+기타	12	16	17	1.4	9	4	33	3.7	57
	광고제작	108	136	67	0.6	52	126	124	2.4	318
	광고제작+기타	27	28	18	0.7	14	25	30	2.2	73
	광고제작+인쇄	27	14	17	0.6	9	27	21	2.2	58
	광고제작+인쇄+기타	26	23	32	1.2	4	26	49	11.7	80
	광고제작+서비스	0	11	5	-	0	10	6	-	16
	광고제작+서비스+기타	2	5	2	1.0	2	0	7	4.0	9
	광고제작+서비스+인쇄	0	2	4	-	2	4	0	-	6
	광고제작+서비스+인쇄+기타	2	6	7	4.0	3	4	7	2.0	15
	기타	314	646	325	1.0	285	486	460	1.6	1,337
	인쇄	174	429	156	0.9	156	295	274	1.7	779
	인쇄+기타	130	160	132	1.0	60	194	153	2.6	424
	서비스	26	57	71	2.7	38	39	72	1.9	159
서비스+기타	2	12	13	7.4	8	6	12	1.4	26	
서비스+인쇄	6	2	4	0.7	0	4	8	-	12	
서비스+인쇄+기타	2	0	3	2.0	2	3	0	-	5	
전체		1,253	2,270	1,384	1.1	907	1,829	1,998	2.2	5,091

2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 광고(종합)대행 1.3, 광고(종합)대행+서비스+인쇄 3.5, 광고(종합)대행+서비스+인쇄+기타 3.5, 광고(종합)대행+광고제작 1.4, 광고(종합)대행+광고제작+인쇄 2.7, 광고(종합)대행+광고제작+인쇄+기타 3.8, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 2.7, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄 2.8, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄+기타 1.4, 광고제작+인쇄+기타 1.2, 광고제작+서비스+인쇄+기타 4.0, 서비스 2.7, 서비스+기타 7.4, 서비스+인쇄+기타 2.0으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 광고(종합)대행 2.9, 광고(종합)대행+인쇄 3.0, 광고(종합)대행+서비스+인쇄 4.9, 광고(종합)대행+광고제작 8.9, 광고(종합)대행+광고제작+기타 7.7, 광고(종합)대행+광고제작+인쇄 3.1, 광고(종합)대행+광고제작+서비스 4.3, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+기타 14.6, 광고(종합)대행+광고제작+서비스+인쇄+기타 3.7, 광고제작 2.4, 광고제작+인쇄+기타 11.7, 광고제작+서비스+인쇄 4.0, 인쇄+기타 2.6으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

### 7.5. 사업체 업종 재분류

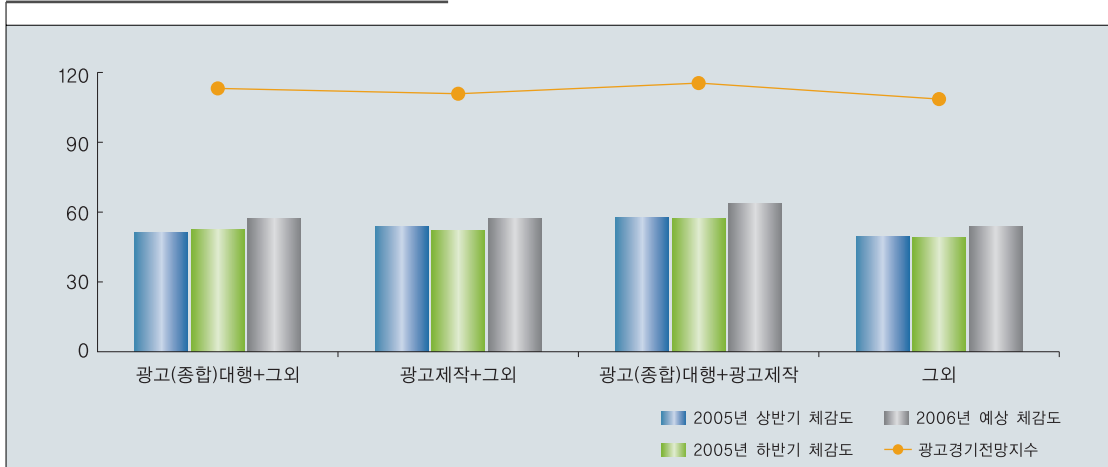
표 7-5-1 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도

업종 재분류	평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수
	2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상	
광고(종합)대행+그외	51	52	57	112.8
광고제작+그외	53	52	56	110.4
광고(종합)대행+광고제작	56	57	63	114.9
그 외	49	49	53	108.1
전체	51	51	55	110.2

광고경기체감도를 살펴보면, 광고(종합)대행+그외는 2005년 상반기 51점, 2005년 하반기 52점, 2006년 예상 57점, 광고제작+그외는 2005년 상반기 53점, 2005년 하반기 52점, 2006년 예상 56점, 광고(종합)대행+광고제작은 2005년 상반기 56점, 2005년 하반기 57점, 2006년 예상 63점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 광고(종합)대행+그외 112.8, 광고제작+그외 110.4, 광고(종합)대행+광고제작 114.9로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-5 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도



업종 재분류별로 구체적으로 살펴보면, 2005년 상반기의 경우 광고(종합)대행+광고제작 56점, 광고제작+그외 53점, 광고(종합)대행+그외 51점, 그 외 49점으로 광고(종합)대행+광고제작 업종의 회사가 2005년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2005년 하반기도 광고(종합)대행+광고제작 57점, 광고(종합)대행+그외와 광고제작+그외 52점, 그 외 49점으로 광고(종합)대행+광고제작 업종의 회사가 2005년 하반기 광고경기 체감도를 높게 평가 하였다.

2006년 예상의 경우에는 광고(종합)대행+광고제작 63점, 광고(종합)대행+그외 57점, 광고제작+그외 56점, 그 외 53점으로 광고(종합)대행+광고제작 업종의 회사가 2006년 예상 광고경기 체감도를 높게 평가 하였다.

표 7-5-2 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

업종 재분류	2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감	2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감				합계			
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수				
							감소	변화없음	증가
광고(종합)대행+그외	295	586	365	1.2	218	422	555	2.5	1,307
광고제작+그외	192	224	151	0.8	86	224	244	2.8	575
광고(종합)대행+광고제작	114	154	165	1.4	53	155	220	4.1	466
그 외	653	1,306	704	1.1	549	1,027	978	1.8	2,743
전체	1,253	2,270	1,384	1.1	907	1,829	1,998	2.2	5,091

2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 1.2, 광고(종합)대행+광고제작 1.4로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 광고(종합)대행+그외 2.5, 광고제작+그외 2.8, 광고(종합)대행+광고제작 4.1로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

## 7.6. 가치사슬 분류

표 7-6-1 >> 사업체 업종 재분류별 광고경기 체감도

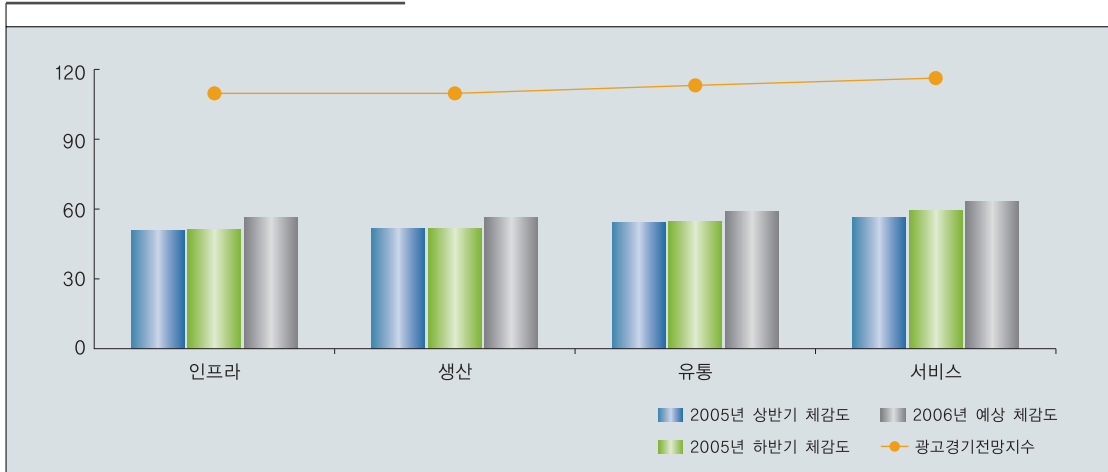
가치사슬분류	평균 광고경기체감도	광고경기 전망지수		
		2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상
인프라	50	51	55	109.6
생산	51	51	55	109.0
유통	53	54	58	113.4
서비스	55	58	63	116.0
전체	51	51	55	110.2



광고경기체감도를 살펴보면, 유통은 2005년 상반기 53점, 2005년 하반기 54점, 2006년 예상 58점, 서비스는 2005년 상반기 55점, 2005년 하반기 58점, 2006년 예상 63점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 유통 113.4, 서비스는 116.0으로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-6 >> 가치사슬 분류별 광고경기 체감도



업종 재분류별로 구체적으로 살펴보면, 2005년 상반기의 경우 서비스 55점, 유통 53점, 생산 51점, 인프라 50점으로 서비스 업종의 회사가 2005년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2005년 하반기는 서비스 58점, 유통 54점, 인프라와 생산은 51점으로 서비스 업종의 회사가 2005년 하반기 광고경기 체감도를 높게 평가 하였다.

2006년 예상도 서비스 63점, 유통 58점, 인프라와 생산 55점으로 서비스 업종의 회사가 2006년 예상 광고경기 체감도를 높게 평가 하였다.

표 7-6-2 >> 가치사슬 분류별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

가치사슬분류		2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감				2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감				합계
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	
가치사슬분류	인프라	524	1,011	570	1.1	393	823	825	2.1	2,172
	생산	758	1,193	784	1.0	503	1,060	1,082	2.2	2,833
	유통	399	735	519	1.3	270	570	762	2.8	1,742
	서비스	84	140	181	2.2	80	107	209	2.6	426
전체		1,253	2,270	1,384	1.1	907	1,829	1,998	2.2	5,091

2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 유통 1.3, 서비스 2.2로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 유통 2.8, 서비스 2.6으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

## 7.7. 고용현황 정보

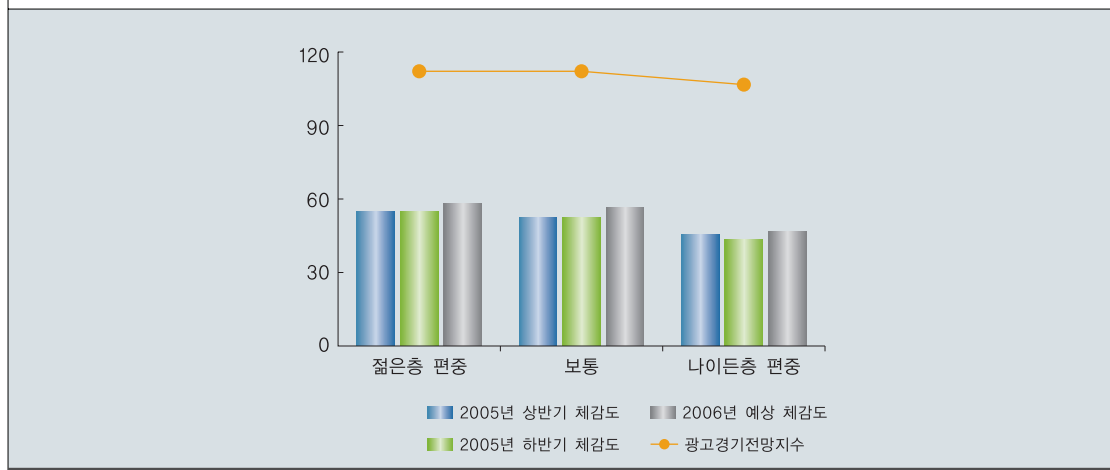
표 7-7-1 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감도

		평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상	
형태별	비정규직 편중	49	49	53	112.6
	보통	51	52	56	109.6
성별	여성 편중	50	51	56	110.7
	보통	53	53	57	111.1
	남성 편중	45	45	48	106.7
연령별	젊은층 편중	54	54	58	111.1
	보통	52	52	56	110.9
	나이든층 편중	45	43	47	106.1
학력별	저학력 편중	45	45	48	104.5
	보통	52	52	57	111.4
	고학력 편중	55	54	59	109.8
직급별	저직급 편중	55	57	62	113.3
	보통	52	52	56	110.9
	상위직급 편중	45	44	47	105.1
전체		51	51	55	110.2

광고경기체감도를 살펴보면, 성별은 보통 2005년 상반기 53점, 2005년 하반기 53점, 2006년 예상 57점, 연령별은 젊은층 편중이 2005년 상반기 54점, 2005년 하반기 54점, 2006년 예상 58점, 보통이 2005년 상반기 52점, 2005년 하반기 52점, 2006년 예상 56점, 학력별은 보통이 2005년 상반기 52점, 2005년 하반기 52점, 2006년 예상 57점이고, 고학력편중이 2005년 상반기 55점, 2005년 하반기 54점, 2006년 예상 59점, 직급별은 저직급편중이 2005년 상반기 55점, 2005년 하반기 57점, 2006년 예상 62점, 보통이 2005년 상반기 52점, 2005년 하반기 52점, 2006년 예상 56점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기 체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 형태별 비정규직 편중이 112.6, 성별 여성 편중이 110.7, 보통이 111.1, 연령별 젊은층 편중이 111.1, 보통이 110.9, 학력별 보통이 111.4, 직급별 저직급편중이 113.3, 보통이 110.9로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-7 >> 연령수준별 광고경기 체감도



연령별로 구체적으로 살펴보면, 2005년 상반기의 경우 젊은층 편중 54점, 보통 52점, 나이든층 편중 45점으로 젊은층 편중의 회사가 2005년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2005년 하반기도 젊은층 편중 54점, 보통 52점, 나이든층 편중 43점으로 젊은층 편중의 회사가 2005년 하반기 광고경기 체감도를 높게 평가 하였다.

2006년 예상 역시 젊은층 편중 58점, 보통 56점, 나이든층 편중 47점으로 젊은층 편중의 회사가 2006년 예상 광고경기 체감도를 높게 평가 하였다.

표 7-7-2 >> 고용현황 정보별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

형태별	비정규직 편중 보통	2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감				2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감				합계
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	
형태별	비정규직 편중	270	448	291	1.1	201	355	420	2.1	1,030
	보통	983	1,822	1,093	1.1	706	1,474	1,579	2.2	4,061
성별	여성 편중	133	286	133	1.0	85	218	211	2.5	574
	보통	874	1,500	1,005	1.1	620	1,251	1,440	2.3	3,509
	남성 편중	246	484	246	1.0	202	360	348	1.7	1,007
연령별	젊은층 편중	207	285	274	1.3	136	295	308	2.3	789
	보통	835	1,527	931	1.1	627	1,173	1,414	2.3	3,422
	나이든층 편중	211	458	179	0.9	143	361	276	1.9	880
학력별	저학력편중	232	429	167	0.7	195	319	266	1.4	845
	보통	942	1,767	1,133	1.2	665	1,435	1,623	2.4	4,004
	고학력편중	80	74	84	1.1	47	75	110	2.3	243
직급별	저직급편중	137	231	223	1.6	99	230	240	2.4	598
	보통	853	1,598	943	1.1	622	1,266	1,436	2.3	3,545
	상위직급편중	263	441	218	0.8	187	332	322	1.7	947
전체		1,253	2,270	1,384	1.1	907	1,829	1,998	2.2	5,091

2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 연령별 젊은층 편중이 1.3, 학력별 보통이 1.2, 직급별 저직급편중이 1.6으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 성별 여성 편중이 2.5, 보통이 2.3, 연령별 젊은층 편중이 2.3, 보통이 2.3, 학력별 보통이 2.4, 고학력편중이 2.3, 직급별 저직급편중이 2.4, 보통이 2.3으로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

## 7.8. 국내 및 외국계 광고주

표 7-8-1 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감도

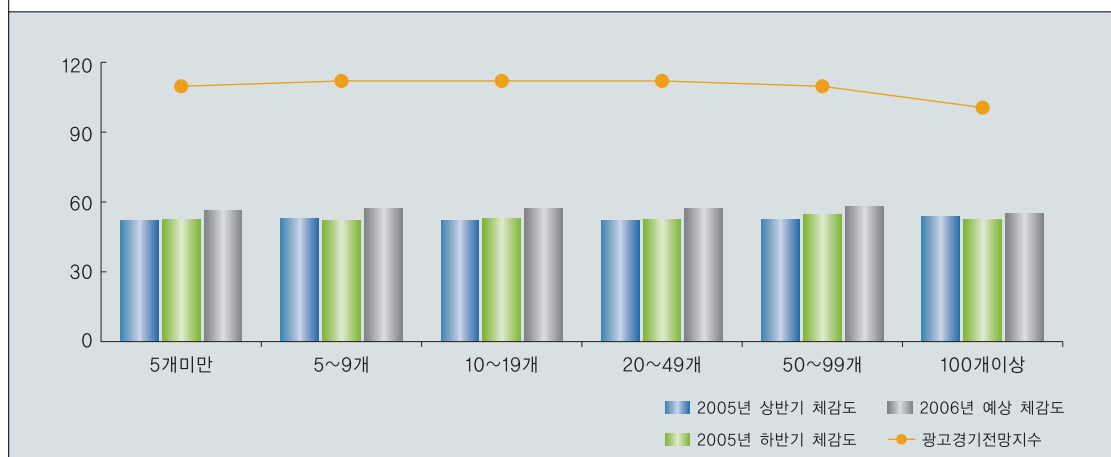
		평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상	
전체광고주	5개미만	51	51	55	109.1
	5~9개	52	51	56	112.3
	10~19개	51	52	56	110.6
	20~49개	51	52	56	111.1
	50~99개	52	54	57	109.4
	100개이상	53	52	54	100.1
국내광고주	5개미만	51	51	55	109.5
	5~9개	52	52	56	112.1
	10~19개	51	52	56	110.4
	20~49개	51	52	56	111.1
	50~99개	52	54	57	109.3
	100개이상	53	52	54	100.1
외국광고주	5개미만	59	59	71	123.6
	5개이상	68	71	75	107.7
전체취급액	5000만원미만	43	44	47	110.5
	5000만원~3억원미만	50	50	53	108.3
	3억원~10억원미만	55	55	59	110.6
	10억원~50억원미만	59	61	66	113.0
	50억원이상	65	67	70	106.0
국내취급액	5000만원미만	44	44	47	108.0
	5000만원~3억원미만	50	50	54	108.4
	3억원~10억원미만	55	55	59	110.5
	10억원~50억원미만	59	61	66	112.9
	50억원이상	65	67	70	105.7
해외취급액	5억원미만	58	56	72	130.1
	5억원이상	62	63	65	104.0
전체		51	51	55	110.2

광고경기체감도를 살펴보면, 전체 광고주의 경우 50~99개는 2005년 상반기 52점, 2005년 하반기 54점, 2006년 예상 57점, 100개 이상은 2005년 상반기 53점, 2005년 하반기 52점, 2006년 예상 54점, 국내 광고주의 경우 5~9개는 2005년 상반기 52점, 2005년 하반기 52점, 2006년 예상 56점, 50~99개는 2005

년 상반기 52점, 2005년 하반기 54점, 2006년 예상 57점, 외국 광고주의 경우 5개미만은 2005년 상반기 59점, 2005년 하반기 59점, 2006년 예상 71점, 5개이상은 2005년 상반기 68점, 2005년 하반기 71점, 2006년 예상 75점, 전체 취급액의 경우 3억원~10억원미만은 2005년 상반기 55점, 2005년 하반기 55점, 2006년 예상 59점, 10억원~50억원미만은 2005년 상반기 59점, 2005년 하반기 61점, 2006년 예상 66점, 50억원이상은 2005년 상반기 65점, 2005년 하반기 67점, 2006년 예상 70점, 국내 취급액의 경우 3억원~10억원미만은 2005년 상반기 55점, 2005년 하반기 55점, 2006년 예상 59점, 10억원~50억원미만은 2005년 상반기 59점, 2005년 하반기 61점, 2006년 예상 66점, 50억원이상은 2005년 상반기 65점, 2005년 하반기 67점, 2006년 예상 70점, 외국 취급액의 경우 5억원미만은 2005년 상반기 58점, 2005년 하반기 56점, 2006년 예상 72점, 5억원이상은 2005년 상반기 62점, 2005년 하반기 63점, 2006년 예상 65점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 전체 광고주의 경우 5~9개 112.3, 10~19개 110.6, 20~49개 111.1, 국내 광고주의 경우 5~9개 112.1, 10~19개 110.4, 20~49개 111.1, 외국광고주 5개미만은 123.6, 전체 취급액 5000만원 미만 110.5, 3억원~10억원미만 110.6, 10억원~50억원미만 113.0, 국내 취급액 3억원~10억원미만 110.5, 10억원~50억원미만 112.9, 해외취급액 5억원미만 130.1로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-8 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감도



전체 광고주별로 구체적으로 살펴보면, 2005년 상반기의 경우 100개이상 53점, 5~9개, 50~99개 52점, 5개미만, 10~19개, 20~49개 51점으로 전체광고주가 100개이상인 회사가 2005년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2005년 하반기는 50~99개 54점, 10~19개, 20~49개, 100개이상 52점, 5개미만, 5~9개 51점으로 전체 광고주가 50~99개인 회사가 2005년 하반기 광고경기 체감도를 높게 평가 하였다.

2006년 예상은 50~99개 57점, 5~9개, 10~19개, 20~49개 56점, 5개미만 55점, 100개이상 54점으로

전체 광고주가 50~99개인 회사가 2006년 예상 광고경기 체감도를 높게 평가 하였다.

표 7-8-2 >> 광고주 규모 및 취급액 규모별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

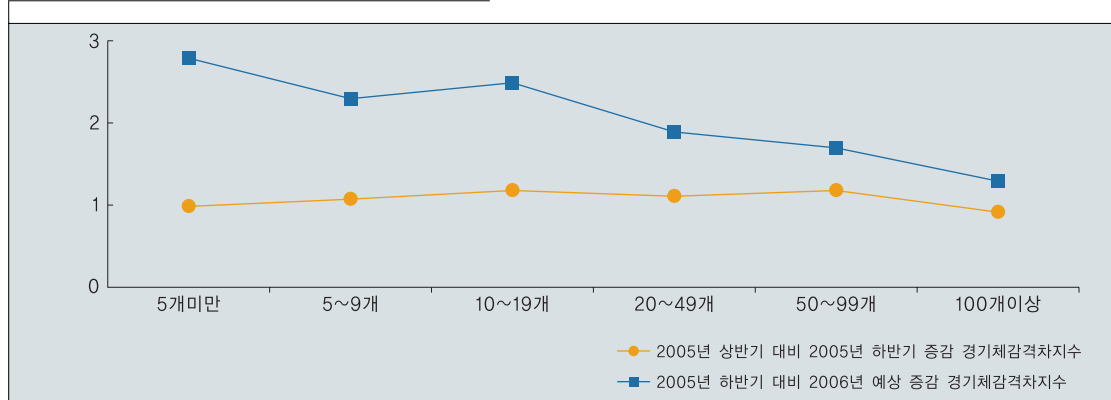
		2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감				2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감				합계
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	
전체 광고주	5개미만	222	383	212	1.0	121	343	333	2.8	834
	5~9개	177	313	195	1.1	134	236	310	2.3	691
	10~19개	249	364	295	1.2	171	312	421	2.5	928
	20~49개	228	358	254	1.1	171	329	317	1.9	848
	50~99개	93	136	112	1.2	79	110	132	1.7	342
	100개이상	111	253	104	0.9	113	173	145	1.3	478
국내 광고주	5개미만	226	383	212	0.9	121	343	337	2.8	838
	5~9개	177	315	199	1.1	134	238	315	2.3	697
	10~19개	244	362	291	1.2	171	310	413	2.4	917
	20~49개	228	359	254	1.1	171	329	318	1.9	849
	50~99개	93	135	112	1.2	79	110	131	1.6	341
	100개이상	111	253	104	0.9	113	173	145	1.3	478
외국 광고주	5개미만	10	12	8	0.7	0	8	22	-	30
	5개이상	0	4	2	-	1	2	3	2.5	6
전체 취급액	5000만원미만	240	503	254	1.1	210	358	362	1.7	1,047
	5000만원~3억원미만	462	734	431	0.9	316	632	636	2.0	1,654
	3억원~10억원미만	286	384	315	1.1	159	376	433	2.7	1,000
	10억원~50억원미만	121	177	205	1.7	75	185	235	3.1	515
	50억원이상	30	34	51	1.7	28	33	53	1.9	119
국내 취급액	5000만원미만	236	476	237	1.0	205	349	334	1.6	971
	5000만원~3억원미만	462	738	435	0.9	316	632	644	2.0	1,662
	3억원~10억원미만	286	380	311	1.1	159	376	425	2.7	992
	10억원~50억원미만	121	177	203	1.7	75	185	233	3.1	513
	50억원이상	30	31	51	1.7	28	32	51	1.8	116
해외 취급액	5억원미만	8	9	4	0.5	0	3	19	-	21
	5억원이상	2	5	2	0.9	1	3	4	3.4	8
전체		1,253	2,270	1,384	1.1	907	1,829	1,998	2.2	5,091

2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 전체 광고주 10~19개 1.2, 50~99개 1.2, 국내 광고주 10~19개 1.2, 50~99개 1.2, 전체취급액 10억원~50억원미만 1.7, 50억원이상 1.7, 국내취급액 10억원~50억원미만 1.7, 50억원이상 1.7로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 전체 광고주 5개미만 2.8, 5~9개 2.3, 10~19개 2.5, 국내 광고주 5개미만 2.8, 5~9개 2.3, 10~19개 2.4, 외국 광고주 5개이상 2.5, 전체취급액 3억원~10억원미만 2.7, 10억원~50억원미만 3.1, 50억원이상 1.7, 국내취급액 3억원~10억원미만

2.7, 10억원~50억원미만 3.1, 해외취급액 5억원이상 3.4로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-9 >> 전체 광고주 규모별 광고경기 체감격차지수



전체 광고주별로 구체적으로 살펴보면, 2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감 경기체감격차지수는 5개미만 1.0, 5~9개 1.1, 10~19개 1.2, 20~49개 1.1, 50~99개 1.2, 100개이상의 회사가 경기체감격차지수가 가장 높게 나타났다.

2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감 경기체감격차지수는 5개미만 2.8, 5~9개 2.3, 10~19개 2.5, 20~49개 1.9, 50~99개 1.7, 100개이상이 경기체감격차지수가 가장 높게 나타났다.

## 7.9. 고객유치실적

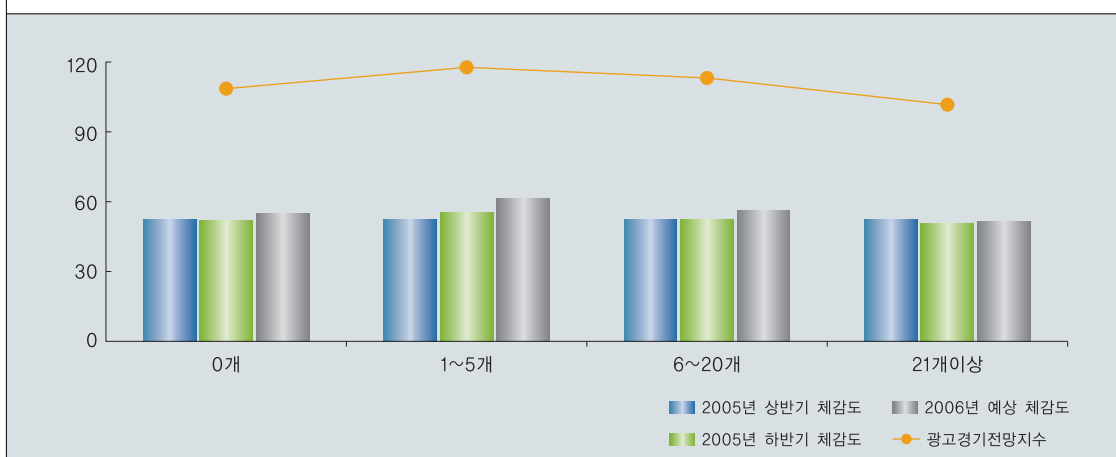
표 7-9-1 >> 고객유치 실적별 광고경기 체감도

		평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상	
신규 거래광고주	0개	52	51	54	107.1
	1~5개	52	55	61	116.4
	6~20개	52	52	56	112.3
	21개이상	52	50	51	101.4
이탈 거래광고주	0개	52	52	56	108.5
	1~5개	52	54	59	113.2
	6~20개	48	48	52	110.2
	21개이상	52	50	51	102.0
신규 취급액	5000만원미만	48	48	52	109.9
	5000만원~3억원미만	53	55	59	113.5
	3억원이상	56	57	64	120.1
이탈 취급액	5000만원미만	47	46	51	112.2
	5000만원~3억원미만	55	55	60	111.7
	3억원이상	56	56	62	115.4
전체		51	51	55	110.2

광고경기체감도를 살펴보면, 신규 거래광고주의 경우 1~5개는 2005년 상반기 52점, 2005년 하반기 55점, 2006년 예상 61점, 6~20개는 2005년 상반기 52점, 2005년 하반기 52점, 2006년 예상 56점, 이탈 거래광고주의 경우 이탈이 없는 사업체는 2005년 상반기 52점, 2005년 하반기 52점, 2006년 예상 56점, 1~5개는 2005년 상반기 52점, 2005년 하반기 54점, 2006년 예상 59점, 신규 취급액의 경우 5000만원~3억원미만은 2005년 상반기 53점, 2005년 하반기 55점, 2006년 예상 59점, 3억원이상은 2005년 상반기 56점, 2005년 하반기 57점, 2006년 예상 64점, 이탈 취급액의 경우 5000만원~3억원미만은 2005년 상반기 55점, 2005년 하반기 55점, 2006년 예상 60점, 3억원이상은 2005년 상반기 56점, 2005년 하반기 56점, 2006년 예상 62점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 신규 거래광고주의 경우 1~5개 116.4, 6~20개 112.3, 이탈 거래광고주의 경우 1~5개 113.2, 신규 취급액 5000만원~3억원미만 113.5, 3억원이상 120.1, 이탈 취급액 5000만원미만 112.2, 5000만원~3억원미만 111.7, 3억원이상 115.4로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-10 >> 신규 거래광고주 광고경기 체감도



신규 거래광고주별로 구체적으로 살펴보면, 2005년 상반기의 경우 신규거래가 없는 사업체, 1~5개, 6~20개, 21개이상 모두 52점으로 평가 하였다.

2005년 하반기는 1~5개 55점, 6~20개 52점, 신규거래가 없는 사업체 51점, 21개이상 50점으로 신규 거래광고주가 1~5개인 사업체가 2005년 하반기 광고경기 체감도를 높게 평가 하였다.

2006년 예상은 1~5개 61점, 6~20개 56점, 신규거래가 없는 사업체 54점, 21개이상 51점으로 신규 거래광고주가 1~5개인 사업체가 2006년 예상 광고경기 체감도를 높게 평가 하였다.



표 7-9-2 >> 고객유치 실적별 광고경기 체감 증감

단위 : 개소

		2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감				2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감				합계
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	
신규 거래광고주	0개	651	1,119	567	0.9	493	863	930	1.9	2,378
	1~5개	175	231	298	1.7	106	232	347	3.3	708
	6~20개	119	171	138	1.2	84	154	184	2.2	428
	21개이상	133	215	84	0.6	85	182	143	1.7	432
이탈 거래광고주	0개	687	1,135	714	1.0	507	932	1,066	2.1	2,564
	1~5개	161	238	210	1.3	98	212	278	2.8	621
	6~20개	99	154	90	0.9	81	102	135	1.7	347
	21개이상	131	199	74	0.6	82	184	115	1.4	404
신규 취급액	5000만원미만	153	206	152	1.0	91	195	200	2.2	512
	5000만원~3억원미만	117	137	166	1.4	79	147	191	2.4	420
	3억원이상	71	93	108	1.5	34	70	169	4.9	277
이탈 취급액	5000만원미만	139	214	127	0.9	86	169	196	2.3	493
	5000만원~3억원미만	95	130	97	1.0	58	115	143	2.5	323
	3억원이상	45	34	49	1.1	22	40	69	3.1	131
전체		1,253	2,270	1,384	1.1	907	1,829	1,998	2.2	5,091

2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 신규 거래광고주 1~5개 1.7, 6~20개 1.2, 이탈 거래광고주 1~5개 1.3, 신규취급액 5000만원~3억원미만 1.4, 3억원이상 1.5로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 신규 거래광고주 1~5개 3.3, 이탈 거래광고주 1~5개 2.8, 신규취급액 5000만원~3억원미만 2.4, 3억원이상 4.9, 이탈취급액 5000만원미만 2.3, 5000만원~3억원미만 2.5, 3억원이상 3.1로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

## 7.10. 광고경기 체감도

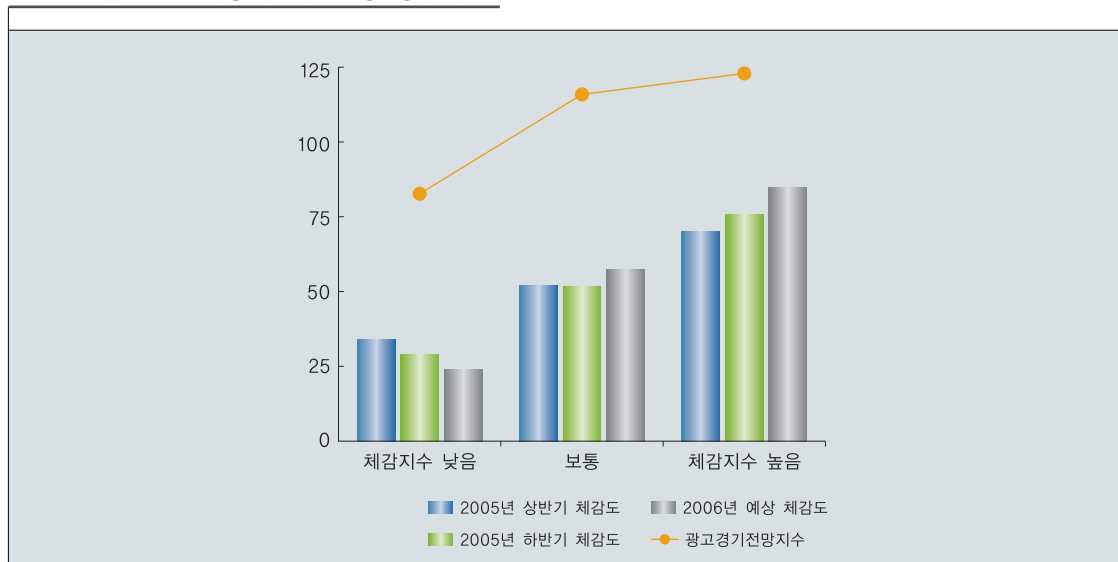
표 7-10-1 >> 광고경기 체감 수준별 광고경기 체감도

		평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상	
2005년 상반기	체감지수 낮음	25	29	35	133.0
	보통	51	51	54	106.6
	체감지수 높음	76	72	75	100.5
2005년 하반기	체감지수 낮음	31	25	32	118.8
	보통	53	54	57	108.6
	체감지수 높음	75	83	82	104.6
2006년(예상)	체감지수 낮음	33	28	23	81.8
	보통	51	51	56	114.2
	체감지수 높음	69	75	84	122.1
전체		51	51	55	110.2

광고경기체감도를 살펴보면, 2005년 상반기 체감지수 높음은 2005년 상반기 76점, 2005년 하반기 72점, 2006년 예상 75점, 2005년 하반기 체감지수 높음은 2005년 상반기 75점, 2005년 하반기 83점, 2006년 예상 82점, 2006년 예상은 보통이 2005년 상반기 51점, 2005년 하반기 51점, 2006년 예상 56점, 체감지수 높음은 2005년 상반기 69점, 2005년 하반기 75점, 2006년 예상 84점으로 나타나 광고회사 전체 평균 광고경기체감도보다 높게 나타났다.

광고경기 전망지수는 2005년 상반기 체감지수 낮음 133.0, 2005년 하반기 118.8, 2006년 예상 보통이 114.2, 체감지수 높음이 122.1로 광고회사 전체 평균 광고경기전망지수보다 높게 나타났다.

그림 7-11 >> 2006년 예상 체감 수준별 광고경기 체감도



2006년 예상체감도별로 구체적으로 살펴보면, 2005년 상반기의 경우 체감지수 높음 69점, 보통 51점, 체감지수 낮음 33점으로 체감지수가 높은 회사가 2005년 상반기 광고경기 체감도를 가장 높게 평가 하였다.

2005년 하반기도 체감지수 높음 75점, 보통 51점, 체감지수 낮음 28점으로 체감지수가 높은 회사가 2005년 하반기 광고경기 체감도를 높게 평가 하였다.

2006년 예상도 역시 체감지수 높음 84점, 보통 56점, 체감지수 낮음 23점으로 체감지수가 높은 회사가 2006년 예상 광고경기 체감도를 높게 평가 하였다.

표 7-10-2 >> 광고경기 체감 수준별 광고경기 체감 증감

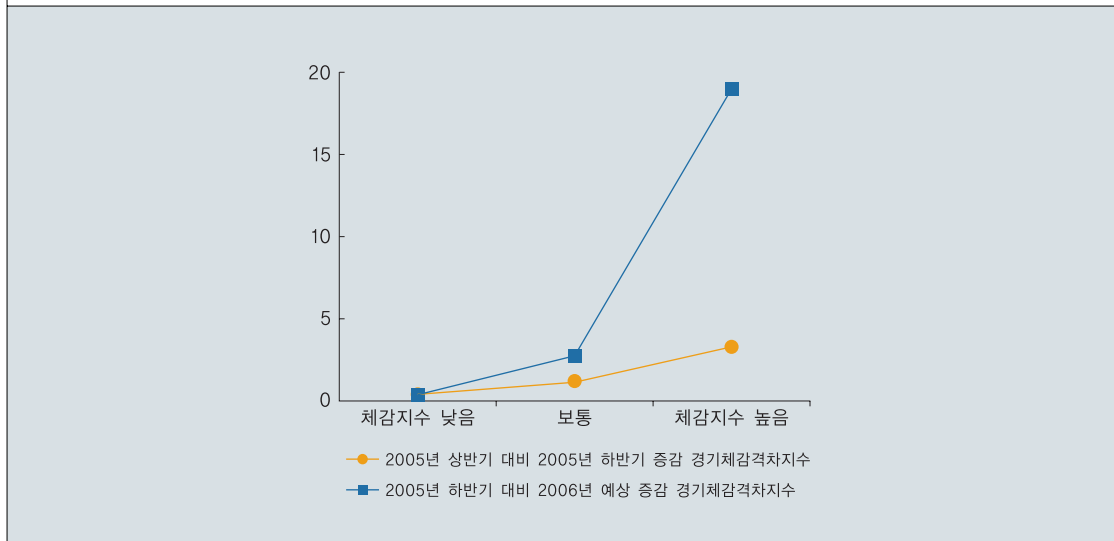
단위 : 개소

		2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감				2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감				합계
		감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	감소	변화없음	증가	경기체감 격차지수	
2005년 상반기	체감지수 낮음	123	526	312	2.5	157	325	397	2.5	962
	보통	721	1,396	796	1.1	537	1,124	1,170	2.2	2,914
	체감지수 높음	408	348	275	0.7	213	370	430	2.0	1,033
2005년 하반기	체감지수 낮음	430	526	85	0.2	181	351	426	2.4	1,041
	보통	757	1,594	916	1.2	576	1,253	1,354	2.3	3,278
	체감지수 높음	65	150	383	5.9	149	225	218	1.5	600
2006년 (예상)	체감지수 낮음	328	393	61	0.2	366	351	65	0.2	783
	보통	752	1,533	842	1.1	511	1,259	1,365	2.7	3,135
	체감지수 높음	141	235	439	3.1	30	219	569	18.9	822
전체		1,253	2,270	1,384	1.1	907	1,829	1,998	2.2	5,091

2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 2005년 상반기 체감지수 낮음 2.5, 2005년 하반기 체감지수 높음 5.9, 2006년 예상 체감지수 높음 3.1로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감 경기체감격차지수를 살펴보면, 2005년 상반기 체감지수 낮음 2.5, 2005년 하반기 체감지수 낮음 2.4, 보통 2.3, 2006년 예상 보통 2.7, 체감지수 높음 18.9로 나타나 광고회사 전체 평균보다 높게 나타났다.

그림 7-12 >> 2006년 예상 체감 수준별 광고경기 체감격차지수



2006년 예상체감도별로 구체적으로 살펴보면, 2005년 상반기 대비 2005년 하반기 증감 경기체감격차지수는 체감지수 낮음 0.2, 보통 1.1, 체감지수 높음 3.1로 체감지수 높음이 경기체감격차지수가 가장 높게 나타났다.

2005년 하반기 대비 2006년 예상 증감 경기체감격차지수는 체감지수 낮음 0.2, 보통 2.7, 체감지수 높음 18.9로 체감지수 높음이 경기체감격차지수가 가장 높게 나타났다.

## 8. 주요 광고주 현황

광고주 현황은 광고회사 조사로부터 거래 광고주를 파악한 후 취급액기준 주요 400대 광고주를 조사하여 집계한 결과이다.

구체적으로 광고회사의 규모별로 광고주수를 달리하여 조사하였다. TV, 라디오 취급액을 기준으로 광고회사의 순위를 부여한 후 상위의 광고회사일수록 거래 광고주를 많이 조사하도록 하여 주요 광고주의 누락을 방지하였다.

- 1~20위 광고회사 : 광고주 상위 30개 조사
- 21~50위 광고회사 : 광고주 상위 15개 조사
- 51~100위 광고회사 : 광고주 상위 10개 조사
- 101위 이하 광고회사 : 광고주 상위 5개 조사

위와 같이 광고회사를 조사한 후, 파악된 광고주들을 취급액 기준으로 정렬하고 상위로부터 주요 400대 광고주를 대상으로 영위업종, 종사자수, 매체별 광고집행액, 광고경기체감도 등을 조사하였다.

## 8.1. 사업체 정보

표 8-1-1 >> 사업체정보별 광고주 평균 종사자수 및 평균 광고비

단위 : 개소, %, 명, 백만원

		사업체수	구성비	평균종사자수	평균광고비
기업형태	개인사업체	1	0.2	20	1,000
	회사법인	375	93.5	2,452	6,423
	회사의 법인	23	5.7	2,655	3,835
	관공서	2	0.5	1,442	6,230
본사유무	단독사업체	33	8.2	709	3,987
	공장,지사,영업소	140	34.9	2,367	6,782
	본사,본점,본부	228	56.9	2,757	6,453
설립연도	1979년 이전	184	45.9	3,066	7,936
	1980 ~ 1989년	82	20.4	2,036	5,664
	1990 ~ 1994년	31	7.7	1,312	3,416
	1995 ~ 2000년	62	15.5	1,351	3,011
	2000년 이후	40	10.0	2,698	6,617
전체		401	100.0	2,452	6,238

사업체 전체로 보면, 평균종사자는 2,452명이고 평균광고비는 62.3억원으로 나타났다.

기업형태별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 회사법인이 375개 93.1%로 가장 많은 비중을 차지하고, 회사의 법인 23개 5.7%, 관공서 2개 0.5% 순서이며, 평균종사자수는 회사의법인이 2,655명으로 가장 많고, 회사법인 2,452명, 관공서 1,442명 순서이다. 평균광고비는 회사법인 64.2억원, 관공서 62.3억원, 회사의법인 38.3억원 순서이다.

설립연도별로 구분하여 살펴보면, 사업체수는 1979년이전인 184개 45.9%로 가장 많은 비중을 차지하고, 1980~1989년 82개 20.4%, 1995~2000년 62개 15.5%, 2000년 이후 40개 10.0%, 1990~1994년 7.7% 순서이며, 평균종사자수는 1979년 이전이 3,066명으로 가장 많고, 2000년 이후 2,698명, 1980~1989년 2,036명, 1995~2000년 1,351명, 1990~1994년 1,312명 순서이다. 평균광고비는 1979년 이전 79.3억원 2000년 이후 66.1억원, 1980~1989년 56.6억원, 1990~1994년 34.1억원, 1995~2000년 30.1억원 순서이다.

표 8-1-2 >> 사업체정보별 광고주 광고경기체감도

		평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수
		2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상	
기업형태	개인사업체	80	87	87	104.4
	회사법인	69	70	75	108.3
	회사의 법인	68	72	75	109.0
	관공서	70	70	90	128.6
본사유무	단독사업체	67	70	76	110.1
	공장,지사,영업소	68	70	75	108.5
	본사,본점,본부	69	70	75	108.2
설립연도	1979년이전	69	70	75	108.3
	1980 ~ 1989년	70	71	75	107.3
	1990 ~ 1994년	68	68	75	111.5
	1995 ~ 2000년	67	70	75	110.0
	2000년 이후	67	68	73	107.4
전체		69	70	75	108.5

광고주의 광고경기체감도를 100점을 기준으로 살펴보면, 2005년 상반기와 하반기는 각각 69점, 70점으로 평가하였고, 2006년 예상 광고경기는 75점으로 평가하여 2005년 보다는 조금이나마 나은 2006년을 예상하고 있다. 광고경기전망지수(2005년을 100으로 기준하고 2006년을 예상)도 108.5로 2006년 광고경기는 2005년 보다 8.5% 정도 좋게 예상하고 있는 것으로 나타났다.

표 8-1-3 >> 광고주와 광고회사의 광고경기체감도

	평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수
	2005년 상반기	2005년 하반기	2006년 예상	
광고회사	51	51	55	110.2
광고주	69	70	75	108.5

광고회사와 광고주의 광고경기체감도를 비교하면, 절대평가 기준인 광고경기체감도는 전반적으로 광고회사가 광고주 보다 약 30%정도 낮으나 상대적 개념인 광고경기전망지수는 광고회사가 110.2로 광고주 108.5보다 높게 나타났다.

## 8.2. 업종별 광고주 현황

광고주의 업종분류 기준은 기존 집계결과 자료와의 비교를 위해 방송광고 표준코드를 사용하여 조사하였다.

표 8-2-1 >> 광고주 업종 분류

분류	종류
기초재	농축수산 기초재, 목재 및 제지, 금속, 비금속, 석탄, 석유 및 가스, 전력 및 열, 기초재 기타
식품	제과, 제빵, 아이스크림, 면류, 대용식품, 농산물, 수산물, 축산물, 유제품, 건강식품 등
음료 및 기호식품	기호식품, 비알콜음료, 알콜음료, 음료 및 기호식품, 기타
제약 및 의료	감기약, 근육 및 신경통제, 대사성약, 두피 및 피부용제, 백신, 구충 및 살충제, 순환기관용제, 안과용제, 의료 및 보건기관, 의료기기, 의료용품, 진통제 및 안정제 등
화장품 및 보건용품	가정용 화장품, 구강용품, 남성 화장품, 여성화장품, 모발 및 목욕용품, 방향 화장품, 세제류, 여성 선텐류, 유아동용 화장 및 제지, 화장도구, 화장품 및 보건용품 기타
출판	신문, 출판 기타, 초등학교용 교재, 중고생용 교재, 잡지, 일반용 교재, 유아용 교재, 여가용 S/W, 서적
패션	원사 및 원단, 패션 신변용품, 패션 기타, 캐주얼의류, 정장의류, 유아 및 아동복, 신발류, 스포츠, 전문복, 내의류, 가방류
산업기기	농림축수산물용 기기, 화학기계, 전기관련 기계, 원동기 및 유체기계, 운반기기, 상업 및 공업용 산업기기, 기계부품 및 공구, 금속 가공기계, 건설 및 광산용 기기
정밀기기 및 사무기기	계량기 및 계측기, 정밀기기 및 사무기기, 이광학기기, 시계, 사무기기, 보안기기, 문구류
가정용 전기전자	영상기기, 주방용 전기전자, 음향기기, 가사용 전기전자, 냉방 및 공기청정기, 조명 및 전기소품, 가정용 전기전자, 기타
컴퓨터 및 정보통신	컴퓨터, 컴퓨터 통신장치, 컴퓨터 카드류, 컴퓨터 저장장치, 컴퓨터 전원장치, 통신정보서비스, 통신기기, 컴퓨터 S/W, 컴퓨터 솔루션, 컴퓨터 및 정보통신 기타
수송기기	승용자동차, 해상수송기기, 항공수송기기, 특수자동차, 트랙, 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 평균 종사자수 및 평균 광고비

단위 : 개소, %, 명, 백만원

	사업체수	구성비	평균종사자수	평균광고비
기초재	5	1.2	3,044	11,760
식품	43	10.7	1,918	8,205
음료및기호식품	26	6.5	1,644	11,429
제약및의료	36	9.0	1,209	7,667
화장품및보건용품	24	6.0	2,090	3,237
출판	7	1.7	5,972	4,557
패션	21	5.2	1,063	2,975
산업기기	2	0.5	4,250	0
정밀기기 및 사무기기	7	1.7	1,592	3,332
가정용전기전자	18	4.5	4,043	6,814
컴퓨터및정보통신	26	6.5	5,289	6,723
수송기기	8	2.0	16,290	10,682
가정용품	21	5.2	884	4,645
화학공업	9	2.2	3,232	12,349
건설/건재및부동산	46	11.5	974	5,715
유통	28	7.0	2,759	5,291
금융/보험및증권	49	12.2	3,562	7,770
서비스	49	12.2	3,541	3,703
관공서및단체	11	2.7	3,250	3,534
교육및복지후생	6	1.5	5,155	2,702
전체	401	100.0	2,452	6,238

표 8-2-3 >> 업종별 광고주 광고경기체감도

	평균 광고경기체감도			광고경기 전망지수
	2005년상반기	2005년하반기	2006년예상	
기초재	72	76	75	100.8
식품	69	70	75	109.3
음료및기호식품	67	68	73	108.5
제약및의료	65	64	71	111.1
화장품및보건용품	69	72	72	102.7
출판	71	71	78	111.4
패션	62	68	74	113.4
산업기기	80	85	93	112.3
정밀기기 및 사무기기	74	71	76	104.8
가정용전기전자	67	67	74	107.9
컴퓨터및정보통신	73	70	76	106.2
수송기기	68	67	73	108.8
가정용품	67	66	66	97.9
화학공업	71	74	82	114.8
건설/건재및부동산	69	71	73	105.0
유통	70	72	77	108.6
금융/보험및증권	70	73	79	111.4
서비스	70	72	77	108.5
관공서및단체	71	73	77	110.4
교육및복지후생	77	83	87	109.6
전체	69	70	75	108.5



광고주 업종별로 광고경기체감도는 2005년, 2006년 모두 산업기기업이 가장 높게 나타났다. 그 다음으로는 교육 및 후생복지업과 화학 공업이 전반적으로 광고경기체감도가 높게 나타났다.

전체 평균을 기준으로 위에 속하는 업종과 아래에 속하는 업종을 구분하면,

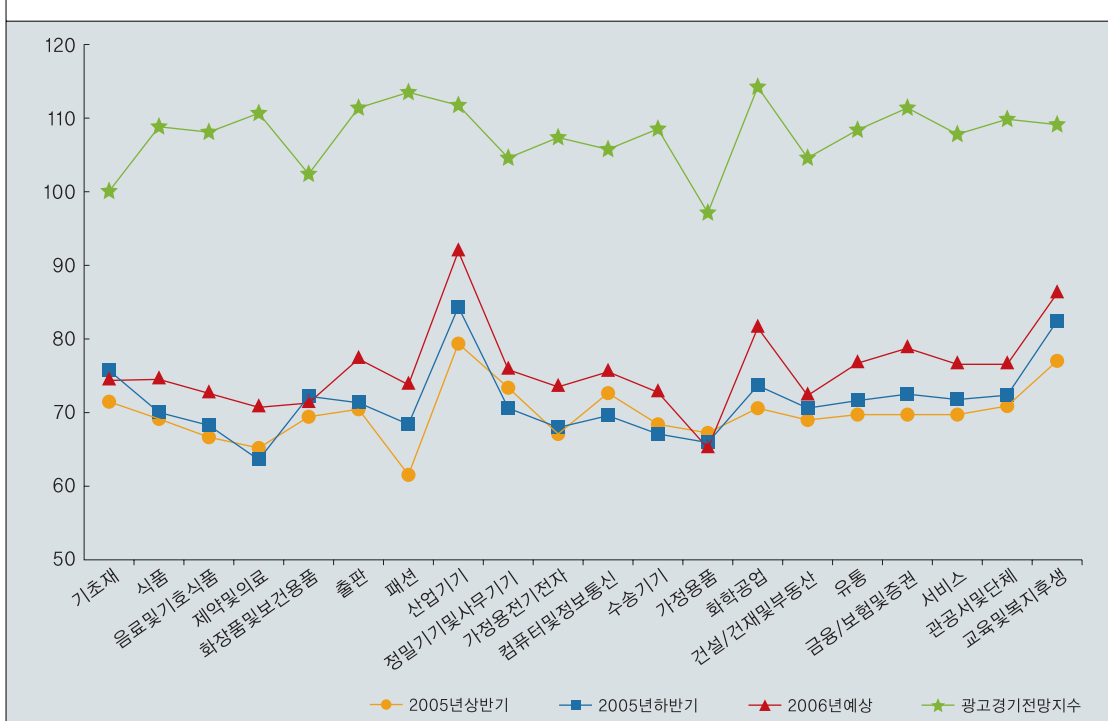
광고경기 체감도가 2005년 상반기, 하반기, 2006년 예상 모두 각각의 전체 평균 보다 높은 업종은, 기초재, 식품, 출판, 산업기기, 정밀기기 및 사무기기, 컴퓨터 및 정보통신, 화학공업, 유통, 금융/보험및증권, 서비스, 관공서및단체, 교육및복지후생업

광고경기 체감도가 2005년 상반기와 하반기는 각각의 전체 평균보다 높았으나 2006년 예상은 전체 평균 보다 낮은 업종은, 화장품 및 보건용품, 건설/건재 및 부동산

광고경기 체감도가 2005년 상반기, 하반기, 2006년 예상 모두 각각의 전체 평균보다 낮은 업종은, 음료 및기호식품, 제약및의료, 패션, 가정용전기전자, 수송기기, 가정용품으로 나타났다.

한편, 광고경기전망지수로 업종별로 보면, 화학공업의 전망치가 114.8로 가장 높고, 패션업 전망치 113.4, 산업기기업 전망치 112.3 순으로 나타났다.

그림 8 >> 광고주 업종별 광고경기체감도 및 광고경기전망지수





# IV 결론

## 1. 결과요약

2004년 광고산업 전체 5,091개 사업체의 취급액 기준 산업규모는 8조 260억 원이다. 취급액을 업종별로 구분해보면 광고(종합)대행업이 5조 9,743억원 74.4%로 절대적인 비중을 차지하고 있으며, 그 외 광고제작업, 서비스업, 인쇄, 기타 업종이 2조 516억원으로 25.6%를 차지하고 있다. 사업체수를 고려하여 비교하면, 사업체당 평균취급액은 광고(종합)대행업이 33.7억원으로 가장 높고 서비스업 7.2억원, 광고제작업이 6.8억원 순으로 높게 나타났다.

2004년 광고산업의 매체별 취급액 규모는 5조 8,609억원으로 전체 광고시장의 73.0%를 차지한다. 이중 4대매체(TV, 라디오, 신문, 잡지)의 금액은 3조 8,514억원으로 매체 전체의 65.8% 비중이며, 뉴미디어(케이블, 온라인, 모바일)는 4,478억원 7.6%, 옥외광고는 1조 1,742억원 20.0%의 구성비를 나타냈다. 사업체당 평균 취급액은 TV가 102.8억원으로 월등히 높고, 신문 13.8억원, 라디오 11.8억원 순으로 높게 나타났다.

2004년 광고산업의 취급액규모를 사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 사업체수 절반이상인 2,728개 53.6%가 서울에 소재하고 있으며, 전체 취급액규모의 대부분인 7조 3,246억원 91.3%가 서울에서 생산되고 있다. 사업체당 평균취급액은 서울이 26.8억원으로 6개 대도시 4.0억의 6.7배, 그 외 8개도 1.9억원의 14.1배로 절대적 격차를 보여주고 있다.

대부분의 생산이 집중되어 있는 서울을 다시 강남권(서초구, 강남구)과 그 이외 지역으로 나뉘보면, 강남에 1,045개 사업체가 위치하여 서울의 38.3% 전국의 20.5%를 차지하며, 취급액 기준으로 보면 강남권 매출은 3조 2,399억원으로 서울의 44.2%, 전국의 40.4%를 차지하는 것으로 나타났다. 사업체당 평균 취급액은 강남권이 31.0억원으로 전국 평균취급액의 약 2배, 서울 평균의 1.2배 높게 나타났다.

종사자 규모별로 사업체수를 살펴보면, 1~4인 규모 사업체가 3,443개 67.6%로 가장 많으며, 5~9인 사업체 1,089개 21.4%, 10~49인 사업체 515개 10.1% 순서로 구성비가 나타났다. 반면 대형업체인 100인 이상 사업체 18개가 산출한 취급액은 3조 4,466억원으로 전체의 42.9%를 차지하고 50~99인 사업체 26개의 취급액은 8,068억원 10.1%로, 합계해보면 50인 이상 사업체 44개가 절반이상의 매출을 올리고 있다. 취급액 규모별로 사업체수를 살펴보면, 1~10억원미만 사업체가 2,532개 49.7%로 전체의 가장 많은 비중을 보이며, 그 다음으로 1억원미만의 사업체가 1,849개 36.3%의 구성비를 보인다. 반대로 취급액 구성비는 100억원 이상 사업체 80개가 발생하는 취급액이 5조 6,049억원으로 전체의 69.8%를 차지한다.

2004년 기준 광고산업 종사자 28,854명을 고용형태별로 살펴보면, 정규직이 24,418명 84.6% 이고, 비정규직이 4,436명 15.4%를 차지한다. 성별로 보면 남자는 17,340명 60.1%, 여자는 11,514명 39.9%로 남자가 1.5배 더 많이 종사하고 있다. 남자는 정규직 91.3%, 비정규직 8.7% 이고, 여자는 정규직 74.6%, 비정규직 25.4%로 상대적으로 여자의 비정규직 비율이 높게 나타났다. 연령별로는 30~34세 종사자가 7,580명 26.3%로 가장 많으며, 25~29세 종사자가 7,387명 25.6%로 대체적으로 종사자의 연령층이 젊게 나타났다.

2004년 광고산업의 종사자를 사업체의 소재 지역별로 살펴보면, 전체 종사자의 71.4%인 2만 612명이 서울에 집중되어 있으며, 6대도시에 4,883명 16.9%, 8개도에 3,359명 11.6%가 분포되어 있다. 사업체당 평균 종사자수는 5.7명이며 지역별로 구분하면, 서울이 7.6명, 6개 대도시가 4.3명, 그 외 8개도가 2.7명으로 서울에 규모가 큰 사업체가 집중되어 있다. 종사자당 평균 취급액은 2.7억이며 지역별로 구분하여 보면 서울이 3.6억원으로 가장 높고, 6개 대도시 0.9억, 그 외 8개도가 0.7억원으로 지역간의 격차를 보여주고 있다.

서울을 다시 강남권(서초구, 강남구)과 그 이외 지역으로 나눠보면, 강남 지역 종사자수는 9,957명으로 서울의 48.3%, 전체의 34.5% 종사자가 모여 있으며, 사업체당 종사자수는 9.5명으로 전체 평균 5.7명 보다 1.7배 높고, 서울 평균 7.6명 보다 1.3배 더 높게 나타났다.

광고업체를 가치사슬 기준으로 분류하면, 생산산업(광고제작업, CM, 영상, 카피, 그래픽 등)으로 분류할 수 있는 사업체가 2,833개로 전체의 절반이상인 55.6%를 차지하고 있으며, 인프라산업(인쇄, 제판, 광고사진스튜디오 등)으로 분류되는 사업체가 2,172개 42.7%, 유통산업(광고대행?매체대행, 광고기획?전략 대행 등)을 하는 사업체는 1,742개 34.2%, 서비스산업(리서치, PR, SP, 이벤트, Space Design 등)을 하는 사업체는 426개 8.4%가 존재한다.

광고업에서의 수출액, 수입액은 2가지 개념으로 구분할 수 있는데, 국경을 기준으로 한 무역과 광고회사의 국적을 기준으로 한 무역으로 나뉜다. 국경기준 광고업 수출액은 1,372억원이며, 수입액은 외국에 있는

광고회사를 조사하지 못하였으므로 해당금액을 알 수 없다. 국적기준 광고업 수출액은 237.45억 원이며, 수입액은 1조 507억 원이다.

광고경기체감도를 100점 만점의 점수로 평가한 결과, 2005년 상반기와 하반기는 51점으로 같은 수준으로 낮게 나타났으나, 2006년 예상점수는 55점으로 2005년보다는 나아 것으로 평가했다. 종사자 규모별, 취급액 규모별로 광고경기체감도를 보면, 일반적으로 예상되듯이 대체적으로 종사자규모가 클수록, 취급액 규모가 클수록 광고경기체감도 점수가 높아지는 것으로 나타났다.

광고경기전망지수로 나타내면, 광고회사 전체는 110.2점으로 2005년 대비 2006년에는 10.2% 정도 좋아질 것으로 예상했다. 종사자 규모별로는 5~9인 광고회사가 114.2로 가장 높았으며, 취급액 규모별로는 10~100억 원 미만 사업체가 111.9점으로 가장 높게 나타났다.

광고주의 광고경기체감도를 100점을 기준으로 살펴보면, 2005년 상반기와 하반기는 각각 69점, 70점으로 평가하였고, 2006년 예상 광고경기는 75점으로 평가하여 2005년 보다는 조금이나마 나은 2006년을 예상하고 있다. 광고경기전망지수(2005년을 100으로 기준하고 2006년을 예상)도 108.5로 2006년 광고경기는 2005년 보다 8.5% 정도 좋게 예상하고 있는 것으로 나타났다. 업종별로 보면, 화학공업의 전망치가 114.8로 가장 높고, 패션업 전망치 113.4, 산업기기업 전망치 112.3 순으로 나타났다.

광고회사와 광고주의 광고경기체감도를 비교하면, 절대평가 기준인 광고경기체감도는 전반적으로 광고회사가 광고주 보다 약 30%정도 낮으나 상대적 개념인 광고경기전망지수는 광고회사가 110.2로 광고주 108.5보다 높게 나타났다.

## 2. 제일연감과 비교

광고산업은 광고주, 광고업체, 매체사로 구성되어 있다. 광고산업통계조사는 광고업체를 조사대상으로 하여 광고산업규모를 파악하는 조사이고, 제일기획의 제일연감 자료는 매체사를 조사대상으로 하여 광고시장규모를 파악하는 것이 기본적인 차이점이라 할 수 있다. 광고분야의 산업규모와 시장규모를 비교하면 아래와 같다.

### ○ 제일연감 집계방식

TV, 라디오 : 한국방송광고공사 방송사별 신탁액 기준

신문 : 중앙지, 경제지, 스포츠지, 지방지등 110 종 외 무가지, 특수일간지, 대학지 등 신문실 광고시장 조사

잡지 : 여성지, 남성지, 주간지, 학생지, 컴퓨터지, 레저지, 시사지 등 2,240개 잡지 실 광고시장 조사

전파제작 : 2004년 광고심의건수 및 업계 제작건수 중심 추정

인쇄제작 : 2004년 업계제작물량 근거 추정

옥외, SP : 옥외, 교통, 스포츠, 영상, SPACE DESIGN, DM 부문 광고비 추정

뉴미디어 : 케이블TV 45개 PP사 조사, 온라인 37개 중 포털 및 미디어랩사 조사

표 >> 광고산업규모와 매체별 광고시장규모

단위 : 백만원

부문		광고산업 통계	제일기획 집계 자료	
매체별	4대매체	TV	2,231,088	2,235,010
		라디오	261,462	265,271
		신문	1,068,775	1,743,600
		잡지	290,132	425,573
		4대매체계	3,851,457	4,669,454
	4대매체 광고제작*		710,198	275,750
	옥외, SP, 기타		1,561,657	923,779
	뉴미디어	케이블TV	243,845	399,900
		온라인	190,286	392,700
		스카이라이프	-	3,100
		모바일	13,740	-
	합계		6,571,182	6,664,683
	광고기획·전략대행, 광고제작, 서비스, 인쇄, 기타		1,454,858	-
	전체		8,026,040	6,664,683

\* 광고산업통계는 4대매체 이외의 광고제작 취급액 포함

### 3. 향후과제

첫해 광고산업통계조사 사업을 마무리하며, 조사기획, 조사실시, 결과분석, 보고서 작성의 단계를 거치며 나타난 미비점들과 향후 조사 시 개선 방안을 정리하였다.

#### ○ 모집단 관리

기존의 광고산업에 관한 리스트로 활용 가능한 것에는 통계청 사업체기초통계조사, 신용평가회사 자료, 광고연합회 자료 등이 있다. 그러나 분류체계와 범위가 각기 달라 이용자의 목적과 기준에 따라 리스트를 다시 정리하여 사용하여야 한다. 본조사의 조사대상 범위는 광고주의 의뢰 하에 광고업무를 대행하는 광고 회사와 이와 수직적 거래관계에 있는 광고물 작성업체이다. 그리고 이들의 업종분류는 서비스형태에 따라 크게 5개 광고(종합)대행업, 광고제작업, 서비스, 인쇄, 기타로 분류한다. 그러나 활용 가능한 리스트 중 사업체기초통계조사의 광고업 리스트는 우리나라를 대표하는 통계이나 분류체계가 광고업계의 일반적 분류 체계와는 다소 차이가 있어, 광고업분류를 광고대행업과 매체대행업, 옥외광고업, 광고물작성업, 기타로 구분한다. 한편, 한신정 자료는 광고업, 광고대행업, 기타광고업으로 구분되어 있으나 구분기준이 엄격하지

않고, 본 조사의 조사대상 이외인 매체사가 포함되어 있으며, 규모면에서 금융거래자료를 기본으로 하였기 때문에 영세규모 사업체들이 미포함 되어 대표성이 떨어지는 등의 문제점들이 있다. 무엇보다도 자료의 업데이트 시기가 일정치 않아 리스트 작성 기준 시점이 없고 휴폐업된 업체들이 제대로 정리되어 있지 않아 모집단으로서의 활용가치가 떨어지는 문제점들이 있다. 따라서 두 리스트를 기본으로 하여 본 조사의 목적에 맞는 모집단을 선정하는 작업은 많은 시간과 노력을 요했다. 향후 조사에서는 본조사의 리스트를 기본으로 하여 추가되는 리스트를 별도로 관리한다면 리스트 확정 소요시간 절약, 대상범위 명확화, 광고업체의 생멸추이 파악, 타조사활용 등이 보다 용이할 것이다.

### ○ 응답률 제고

본 조사는 첫해 조사로 많은 노력을 기울였음에도 불구하고 조사대상자로부터 목표대로 많은 응답을 얻지는 못했다. 조사대상 업체들의 통계자체에 대한 불신, 사업체의 비밀유지, 광고산업에 대한 인식부족, 정부기관 업무에 대한 비협조, 유사조사 중복에 따른 응답자 부담 증가, 업무 바쁨 등으로 조사가 모두 이루어 지지는 못했다. 결과적으로, 산업규모 산출시에는 응답을 얻지 못한 부분에 대하여 활용가능한 정보들을 이용한 통계적 추정작업으로 보완을 하였으나, 전수조사의 목적인 광고업체 전체에 대한 기본 현황 파악은 제대로 이루어지지 못했다. 향후 전수조사의 목적을 이루어 비용대비 효율성을 높이기 위해서는 통계에 대한 신뢰도 확보와 유관기관과의 협조를 통해 응답률을 제고해야 한다.

### ○ 조사표 업그레이드

광고산업통계조사를 진행하면서 나타난 조사표상의 문제점은 다음과 같다. 첫째, 조사표에는 광고업체에게 거래하는 주요 광고주와 주요 브랜드를 묻는 항목이 별도로 구성되어 있어, 광고주와 브랜드간의 연계가 이루어지지 않아 정확성이 떨어지고, 활용도가 낮아지는 결과를 낳았다. 또한, 응답자 입장에서는 광고주와 브랜드의 개념이 구분되지 않는 경우 같은 내용을 두 번 물어보는 질문이 되어 응답자의 부담을 가중시켰다. 향후 조사에서는 광고주와 브랜드를 한 개의 항목으로 합쳐 연관된 광고주와 브랜드는 동시에 파악하는 것이 응답자나 조사자 모두에게 유익할 것으로 판단된다. 둘째, 조사실시전에 미리 파악 가능한 광고주와 브랜드 목록을 작성하고 규칙 있는 코드를 부여하여 조사 시 활용하는 것이 필요하다. 조사준비단계의 시간이 더 들겠지만 그 이상으로 조사 후 코딩작업에 소요되는 시간을 절약할 수 있고, 동시에 광고주와 브랜드를 혼동하는 이해부족으로 발생하는 오차를 줄여 보완조사 소요시간도 절약할 수 있다. 셋째, 기존 조사항목 이외에 광고산업관련 기술이나 IT 활용도 등을 파악할 수 있는 항목추가가 필요하고, 수출입 정의에 입각한 체계적 집계를 위하여 조사표의 구성보완이 필요하다.

### ○ 기존자료 활용방안 연구

TV와 라디오에 대한 방송광고는 이미 실제값이 광고대행사별로 집계되고 있다. 그러므로 모집단 관리시 TV와 라디오 광고를 대행하는 업체의 리스트는 분리해서 별도로 관리하고 이들 광고업체는 통계조사시 TV와 라디오를 제외한 매체들에 대해서만 내용을 파악하여 시간과 경비를 절감하고 조사오차도 줄이도록

한다. 또한, 신문과 잡지에 대한 인쇄매체 통계는 모니터링 집계자료가 제공되고 있다. TV와 라디오 통계에 비하여 정확도는 떨어지지만 광고주별로 브랜드 마다 구분되어 방대한 양의 자료가 제공되므로 이를 적극적으로 활용할 수 있는 방법을 모색해야 할 것이다.

### ○ 다양한 지표 개발

광고산업통계조사 결과에서는 사업체수, 종사자수, 취급액, 고객수 등의 절대치 뿐만아니라 객관적 비교가 가능한 환산지표로 사업체당 취급액, 사업체당 종사자수, 종사자당 취급액, 사업체당 고객수 등을 작성하였다. 또한, 비교분석을 위한 분류층도 절대치 개념으로 취급액 규모별, 종사자수 규모별, 고객수 규모별 등으로도 나누었지만, 각 변수의 평균을 중심으로 편차를 범위로 사용하여 중심층과 중심이외의 상하층으로도 구분하여 비교분석을 하였고, 단순평균뿐만 아니라 가중평균으로도 분석하는 등 다양한 방법을 활용하고자 하였다. 향후에는 축적되는 자료의 연속성을 검토하고, 이를 바탕으로 예측과 분류가 가능한 지표들을 개발하여 활용해야 할 것이다.

### ○ 광고통계 데이터베이스 통합 구축

광고산업통계 자료가 연차적으로 축적됨에 따라 통계의 관리와 활용도를 높이기 위해서는 관련 자료들과 함께 데이터베이스로 통합 구축 되어야 한다. 통계자료가 DB로 통합 구축되면 수시 업그레이드로 자료의 시의성이 높아지고, 광고관련 자료들의 정보창구로서 이용자들이 쉽게 자료에 접근하여 관심 있는 정보들을 얻을 수도 있다. 또한, 통계자료는 수치뿐 아니라 그래프, 통계량 등의 분석도구를 제공하여 이용자의 편의를 도모할 수도 있고, 이용자들이 능동적으로 자료를 다운로드하여 목적에 따라 자료를 가공하는 등 연구 활동이나 정책수립을 위한 자료 산출이 용이하므로 업무효율화를 꾀할 수 있다. 이외에, 시계열자료가 축적됨으로써 자료의 연속성 유지를 통해 통계의 신뢰도가 확보되고 수치의 비교, 예측, 상호관련성 등 다양한 분석이 가능해질 것이다.

## 별첨 : 용어해설

### ※ 광고업종 구분

#### 종합광고회사(Full Service Agency)

광고에 관하여 풀 서비스를 제공하는 광고회사. 즉, 광고기획·제작·매체서비스·판매촉진·이벤트·시장조사 등 광고관련 서비스를 전반적으로 제공하는 광고 대행사.

#### ① 광고(종합)대행

##### 광고대행(Advertising Agency)

광고주를 대신하여서 효과적인 광고물을 기획하고 이에 따라 효과적인 광고물을 제작하며, 제작된 광고물을 전달할 적절한 매체와 접촉하여 매체집행을 하는 것을 전문으로 하는 기업조직체.

##### 매체대행(Media Agency)

광고주나 광고대행사를 대신하여 광고지면이나 광고시간을 구입해 주는 업무를 하는 회사.

##### 광고 기획·전략(Advertising Plan/Strategy)

적정한 광고메시지를 적정한 매체를 통해 적정 청중들에게 전달하기 위한 광고활동을 계획하거나, 카피, 매체 등 종합적인 광고캠페인의 기본방향을 수립하고 광고기획의 평가, 광고목표의 수립, 광고예산의 설정, 광고메시지의 고안, 광고매체 계획, 통합적 마케팅 커뮤니케이션 등의 업무 수행.

#### ② 광고제작

##### CM·영상·카피·그래픽 제작

- CM(Commercial message) : 민간 TV, 라디오 방송 중에서 행해지는 광고의 총칭. 모든 광고 메시지를 통틀어서 가리킨다. 인쇄 매체나 영상 매체 포함.
- 카피(Copy) : 광고물의 언어로 된 부분으로 표제, 부제, 본문, 슬로건 등을 포함한 광고 원고. 넓은 의미로는 광고물 자체를 지칭하기도 함.
- 컴퓨터그래픽스(Computer Graphics) : 광고의 시각효과를 위하여 컴퓨터를 이용한 그래픽.
- 그래픽(Graphics) : 판화나 그림 등과 같이 광고에 사용되는 시각적 요소.



## 온라인 제작

배너(Banner), 이벤트페이지, 웹 사이트 등 각종 온라인 광고물을 제작.

## 광고사진 스튜디오

광고를 목적으로 제작된 사진 촬영. 신문, 잡지, 포스터 광고 촬영 및 카탈로그 촬영.

## CI(corporate identity : 기업정체성)

특정 기업을 인지시키는 것. 기업은 소비자로부터 신뢰와 호감을 얻기 위하여 항상 일관되고 통일된 이미지를 갖게 심어야 한다. CI를 확립하기 위해, 상징, 마크, 로고타이프, 기업 컬러 등에 의해 시각적인 표지를 통일 시키는 방법이 사용되고 있다. 또한 최근에는 기업 활동의 여러 가지 산출물, 즉 제품이나 기업 건물, 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 통제 가능한 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 여러 가지 활동의 업무를 전문으로 행하는 대행사. 홍보, PR, 행사 기획, 홍보물 제작 등.

### SP(Sales Promotion)

판매촉진 서비스를 제공하는 판매회사. 신문 잡지 광고나 TV, 라디오의 경우처럼 매스컴 매체에 하는 광고가 아니라 판매에 직결한 광고의 총칭. DM 광고, 프리미엄, 견본배포, 노벨티, 콘테스트, 판매경로에 대한 딜(deal), 카탈로그, 팜플렛, 쇼, 소비자의 그룹화, 소비자교육, 판매접계열화, 판매점지도, 이 밖에 유사

---

한 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 기타

### 광고물 기획·편집(Editing)

영상 또는 인쇄 광고물 편집

### 기타

전산장비 유지 보수, 편집 장비 취급, 슬라이드 대여 등의 장비 취급 업무.

## ※ 종사자 직종 구분

### AE (Account Executive)

어카운트 레프리젠티브, 어카운트 서비스-레프리젠티브, 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, 매체사에서 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.

## CW(Copy-writer)

광고 카피를 쓰는 사람, 아트디렉터, 디자이너, 일러스트레이터 등과 협력하여 광고를 만드는 문장 담당의 전문가이다. 카피라이트는 단순히 광고 문안만을 작성하는 것이 아니라 아트디렉터, 디자이너, 일러스트레이터 등과 협력하여 광고 아이디어를 내고 표현전략까지도 고안해야 하므로 디자인 감각과 마케팅 감각을 모두 갖추어야 한다. 광고문은 크게 인쇄광고와 전파광고로 나누어지는 데 협의의 카피라이터란 인쇄광고의 문안을 만드는 사람이다. 그리고 전파광고의 문안을 작성하는 사람을 CM라이터 혹은 커머셜 라이터라 한다. 그러나 광의로는 양자를 모두 합하여 카피라이터라고 한다.

## PD(Producer)

영화, 연극, 라디오, TV 등의 프로그램을 기획, 입안에서부터 완성까지의 책임을 맡은 사람을 말한다. 프로듀서의 임무는 기획을 하고 스크립터와 연출가를 결정하는 일이다. 그 뒤에 연출가와 협의하여 배우, 작곡가, 미술, 디자이너 등 작품 제작에 필요한 스태프나 출연자를 선정하고 그 뒤 제작 스케줄을 결정하고 제작 예산을 수립한다. 이러한 임무 중에서 가장 중요한 것은 작품의 질을 높이는 것이다. 엄밀히 말하면 영화, 연극, 방송 분야의 프로듀서의 역할은 차이가 있지만 작품전체의 책임을 갖는다는 점은 모두 같다.

## 매체(Media)

- ① 메시지를 담아서 수용자들에게 보내는 용기. 예를 들어 신문, 잡지, 서적, 라디오, TV,
- ② 용기의 운반체인 음파, 전차, 광파
- ③ 메시지의 유통 통로나 네트워크
- ④ 신문사, 방송구 등의 언론기관을 말한다.

그러나 일반적으로는 메시지의 용기인 신문, 잡지, 라디오, TV 등을 의미한다. 광고대행사에서 매체를 관리하는 사람은 광고매체를 보다 효과적으로 활용하기 위해 계획, 실시, 조사하는 사람을 의미함.

## SP (Sales Promotion)

기업 마케팅 활동의 일환으로 전개하는 갖가지 판매촉진의 수단과 행위를 의미하며, SP미디어란 SP활동의 구체적 수단으로서 불특정 다수의 공중을 대상으로 옥내외의 특정한 장소에서 일정기간 계속해서 시각적 자극을 주는 광고물을 총칭한다. 현실적으로, 기업체의 마케팅부서나 광고대행사에서는 4대매체(TV,

---

라디오, 신문, 잡지)를 제외한 모든 여타 매체를 SP미디어로 분류하고 있으며, 그 중에서도 주로 옥외광고를 주요 대상으로 삼고 있다.

### PR(Promotion)

넓은 의미로는 광고, PR, 판매원에 의한 판매 등의 판촉 방법을 포함한 일련의 활동을 말한다. 프로모션은 그 대상에 따라 ① 판매업자에게 하는 딜러 프로모션과 ②소비자에게 작용하는 컨슈머 프로모션이 있다.

### 마케팅조사(Marketing Research)

상품이나 서비스의 판매 촉진을 위해 사용될 자료를 체계적으로 수집하여 분석하는 것. 체계적인 사실 규명을 통해 이루어지는 마케팅 조사는 특정한 문제에 따라 달리 진행되며, 개별 사안에 대하여 프로젝트 별로 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. 인터넷 광고는 기존의 인쇄광고나 전파광고와는 달리 얼마나 많은 사람이 광고를 보았는지 알 수 있으며, 고객의 프로파일을 파악할 수 있으므로 고객과의 다각적인 접촉이 가능하다.

### 전사(Transferring)

도자기, 유리그릇, 금속제품, 목공제품, 포지 등의 면에 문양이나 상표 등을 인쇄하기 위해 미리 전사지에 인쇄해서 기물에 베기는 인쇄법, 또는 평판 인쇄, 그라비아 인쇄, 동판 인쇄 등에서 제판과정의 한 기법을 가리키기도 한다.

### 관리(Management)

일정한 목적을 효과적으로 실현하기 위하여 인적·물적 여러 요소를 적절히 결합하여 그 운영을 지도·조정하는 기능 또는 그 작용.

## 별첨 : 광고업체용 설문지



승인번호 제11309호

2004년 기준

# 광고산업통계조사

본 조사는 광고산업의 전체 산업규모와 경제적 가치를 분석하고 광고관련 통계정보들을 체계적으로 관리하여 향후 광고 산업의 정책수립과 관련사업체 지원에 필요한 기초자료를 제공함으로써 광고산업의 발전과 경쟁력강화에 기여하고자 실시 하는 조사입니다.

조사표 작성 기준은 2004년 결산 기준이며 조사기간은 8월 22일~9월 16일입니다. 금번 조사결과는 12월에 공표될 예정이므로 참고하시어 향후 귀사에 유용한 업무정보로 활용하시기 바랍니다. 귀사에서 **응답하신 내용은 통계법 제13조 '비밀보호 원칙'에 따라 통계처리에만 사용되며 임의로 공개되지 않음을 약속드립니다.** 본 조사에 협조해 주셔서 감사합니다.

2005. 8.

주관 : 문화관광부, 한국방송광고공사

### 1. 일 반 적 현 황(2005년 현재)

#### 1. 사업체 정보

사업체명(국문)		홈페이지 URL	http://
전 화 번 호	( ) -	팩 스 번 호	( ) -
주 소	□□□-□□□		
사업자등록번호	- -	설 립 일 자	
법인등록번호	-	벤처기업 지정 여부	① 대상 ② 비대상
기 업 형 태	① 개인사업체 ② 회사법인(주식, 유한, 합자, 합명회사) ③ 회사외 법인		
본 사 유 무	① 단독사업체 ② 공장, 지사(점), 영업소 ③ 본사, 본점, 본부		

#### 2. 응답자 정보

부서명		성 명	
전화번호/팩스번호	/	이메일 주소	

#### 3. 대표자 정보

대표자 성명		출생년도	
최종학력	① 고졸이하 ② 전문대졸(2·3년제) ③ 대졸 ④ 대학원졸 이상	경영형태	① 창업 ② 동업 ③ 가업계승 ④ 기업인수 ⑤ 전문경영인 ⑥ 기타

조사원 성명		조사일자	
--------	--	------	--

☎ 조사표 관련 문의 : 서울특별시 서초구 서초동 1337-20 대동서초타워 17층 메트릭스코퍼레이션  
박유신 실장, 정선아 과장 전화 : 02-6287-2546 팩스 : 02-6242-0700

## II. 사 업 체 현 황(2004년 결산기준, 단위 : 백만원)

1. 사업체의 해당 업종에 '○' 표시 해주시기 바랍니다.(중복가능)

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

1-1. 위에서 ①광고(종합)대행 업종에 표시한 경우 해당하는 세부 업무의 취급액을 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

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

1-2. 위에서 ②광고제작 업종에 표시한 경우 해당하는 세부 업무의 취급액을 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

② 광고제작(단위 : 백만원)	
CM·영상·카피·그래픽 제작	
온라인 제작	
광고사진 스튜디오	
CI	

1-3. 위에서 ③서비스 업종에 표시한 경우 해당하는 세부 업무의 취급액을 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

③ 서비스(단위 : 백만원)						
마케팅·리서치						
PR						
SP	전체	버스	지하철	고속철	극장	기타
이벤트						
Space Design						

1-4. 위에서 ④인쇄 업종에 표시한 경우 해당하는 세부 업무의 취급액을 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

④ 인쇄(단위 : 백만원)	
인쇄	
제판	

1-5. 위에서 ⑤기타 업종에 표시한 경우 해당하는 세부 업무의 취급액을 구분하여 기입해 주시기 바랍니다.

⑤ 기타(단위 : 백만원)	
광고물 기획·편집	
기타(장비취급 등)	

※전체 취급액(①+②+③+④+⑤)	백만원
--------------------	-----

### III. 고 용 현 황(2004년 평균 종사자수, 단위 : 명)

#### 1. 전체 종사자수(외국인포함)

① 정규직(1년 이상 고용되어 계속 정규직으로 일하는 종사자, 자영업자·무급가족종사자도 포함)	
② 비정규직(1년 미만 계약된 근로자, 파견직, 일용직, 파트타임, 훈련생 등)	
합계(①+②) = 전체 종사자수	

#### 2. 성별 종사자수

구분	남 자	여 자	합계
① 정 규 직			=①정 규 직
② 비정규직			=②비정규직
합계			= 1.전체종사자수

#### 3. 연령별 종사자수

구분	24세 이하	25-29세	30-34세	35-39세	40세 이상	합계
① 정 규 직						=①정 규 직
② 비정규직						=②비정규직
합계						= 1.전체종사자수

4. 학력별 종사자수

구분	고졸 이하	전문대졸(3년제 포함)	대졸	대학원졸 이상	합계
① 정 규 직					=①정 규 직
② 비정규직					=②비정규직
합계					= 1.전체종사자수

5. 직급별/직종별 종사자수

구분	AE	디자이너	CW	PD	매체	SP	PR	마케팅 조사	인터랙티브	전사	관리	합계
임원												
국장/부장												
차장/대리												
사원												
합계												

6. 외국인 종사자수

※ 전체 종사자 중 외국인에 대해서만 다시 구분 기입해 주십시오.

구분	AE	디자이너	CW	PD	매체	SP	PR	마케팅 조사	인터랙티브	전사	관리	합계
정규직												
비정규직												
합계												

IV. 해 외 거 래 현 황

※ 기입란이 부족할 경우 동일 조사표를 복사하여 첨부해 주시기 바랍니다.

1. 귀사의 외국인 투자 비율에 따라 투자회사명, 등록일, 투자비율 등을 기입해 주시기 바랍니다.

구분	해당여부 표시	세부 내용 (해당될 경우)		
		투자 회사명	등록 년월일	투자 비율(%)
100% 투자회사				
합작회사		투자 회사명	등록 년월일	투자 비율(%)
		①		
		②		
		③		



2. 귀사의 해외지사 및 사무소를 모두 기입하여 주시기 바랍니다.

현지법인 및 지사명	국가	인원(명)		자본규모 (천달러)	주요업무(중복가능)				
		한국인	외국인		광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
①									
②									
③									
④									
⑤									
⑥									
전체	개	명	명	천달러	공란				

3. 해외 광고 회사와의 업무제휴 내용을 모두 기입하여 주시기 바랍니다.

제휴 회사명	국가	시기(년월)	주요업무(중복가능)				
			광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
①							
②							
③							
④							
⑤							
⑥							
전체	개		공란				

4. 해외 광고 취급 현황을 모두 기입하여 주시기 바랍니다.

광고주	국가	취급액(천달러)	주요업무(중복가능)				
			광고(종합)대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
①							
②							
③							
④							
⑤							
⑥							
전체	개		공란				

## V. 주요고객 현황(2004년 결산 기준)

### 1. 국내 및 외국계 광고주

구분	전체	국내 광고주	외국 광고주
거래 광고주(개)			
취급액(백만원)			

2. 귀사의 주요 고객(광고주)을 취급액 기준으로 5순위까지 구분한 후, 해당 광고주의 취급액을 매체별로 구분 기입하여 주시기 바랍니다.(단위 : 백만원)

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

3. 귀사가 취급하는 브랜드를 취급액 기준으로 5순위까지 구분한 후, 해당 브랜드의 취급액을 매체별로 구분 기입하여 주시기 바랍니다.(단위 : 백만원)

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

### 4. 고객유치 실적


구분	신규	이탈
거래 광고주(개)		
취급액(백만원)		

## VI. 광고경기 체감도

※ 귀하가 생각하시는 광고경기에 대하여 100점 만점의 점수로 평가해 주시기 바랍니다.

2005년 상반기	점	2005년 하반기(예상)	점	2006년(예상)	점
-----------	---	---------------	---	-----------	---

## 별첨 : 광고주용 설문지



2004년 기준

# 광 고 산 업 통 계 조 사

승인번호 제11309호

조사는 광고산업의 전체 산업규모와 경제적 가치를 분석하고 광고관련 통계정보들을 체계적으로 관리하여 향후 광고산업의 정책수립과 관련사업체 지원에 필요한 기초자료를 제공함으로써 광고산업의 발전과 경쟁력강화에 기여하고자 실시하는 조사입니다.

조사표 작성 기준은 2004년 결산 기준이며 조사기간은 8월 22일~9월 16일입니다. 금번 조사결과는 12월에 공표될 예정이므로 참고하시어 향후 귀사에 유용한 업무정보로 활용하시기 바랍니다. 귀사에서 응답하신 내용은 통계법 제13조 '비밀보호 원칙'에 따라 통계처리에만 사용되며 임의로 공개되지 않음을 약속드립니다. 본 조사에 협조해 주셔서 감사합니다.

2005. 8.

주관 : 문화관광부, 한국방송광고공사

### 1. 일 반 적 현 황(2005년 현재)

#### 1. 사업체 정보

사업체명(국문)		홈페이지 URL	http://
전 화 번 호	( ) -	팩 스 번 호	( ) -
주 소	□□□-□□□		
사업자등록번호	- -	설 립 일 자	
법인등록번호	-	전체 종사자수 (정규+비정규)	
기 업 형 태	① 개인사업체      ② 회사법인(주식, 유한, 합자, 합명회사)      ③ 회사의 법인		
본 사 유 무	① 단독사업체      ② 공장, 지사(점), 영업소      ③ 본사, 본점, 본부		

#### 2. 응답자 정보

부서명		성 명	
전화번호/팩스번호	/	이메일 주소	

조사원 성명		조사일자	
--------	--	------	--

☎ 조사표 관련 문의 : 서울특별시 서초구 서초동 1337-20 대릉서초타워 17층 메트릭스코퍼레이션  
 박유신 실장, 정선아 과장 전화 : 02-6287-2546 팩스 : 02-6242-0700

## II. 사 업 체 현 황(2004년 결산 기준)

1. 귀사의 업종을 아래 구분에서 선택하여 'O' 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	

2. 귀사의 브랜드별, 광고대행사별, 매체별 광고 집행비를 모두 기입하여 주시기 바랍니다.(단위 : 백만원)

※ 광고집행 금액은 반드시 실제 집행한 금액을 기입하여야 합니다.

브랜드명	광고대행사명	광고집행비	TV	라디오	신문	잡지	케이블	온라인	모바일	옥외	기타
①											
②											
③											
④											
⑤											
⑥											
⑦											
⑧											
⑨											
⑩											
전체											

### 3. 광고경기 체감도

※ 귀하가 생각하시는 광고경기에 대하여 100점 만점의 점수로 평가해 주시기 바랍니다.

2005년 상반기	점	2005년 하반기(예상)	점	2006년(예상)	점
-----------	---	---------------	---	-----------	---

## 별첨 : 조사 응답업체 소재 지역 · 광고업종 리스트

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1	가람커뮤니케이션	서울 강남구	○	○	○	○	○
2	광고대행사핀	서울 강남구	○	○		○	○
3	광고뜸	서울 강남구	○	○			
4	광고특별시	서울 강남구		○			
5	광고플러스	서울 강남구	○				
6	국일영상	서울 강남구					○
7	국제와이드아트	서울 강남구				○	
8	굿앤파트너즈	서울 강남구	○	○			○
9	그래픽이름7547	서울 강남구					○
10	그레이월드와이드코리아	서울 강남구	○	○	○		○
11	김앤백	서울 강남구	○	○			
12	나라기획	서울 강남구					○
13	나무바다	서울 강남구		○			
14	나인커뮤니케이션	서울 강남구		○	○		
15	너른터	서울 강남구					○
16	넓은별동쪽	서울 강남구		○			
17	네오애드	서울 강남구	○		○		
18	네오포커스	서울 강남구				○	○
19	넥스트브랜드	서울 강남구		○			
20	노블레스애드	서울 강남구	○	○			
21	뉴데이즈	서울 강남구	○	○			
22	뉴월애드	서울 강남구	○				
23	뉴팅컴퍼니	서울 강남구	○	○			
24	넷시컴	서울 강남구	○	○	○	○	
25	다니기획	서울 강남구		○		○	○
26	다성플로어	서울 강남구	○				
27	다솔커뮤니케이션	서울 강남구	○				○
28	다워존기획	서울 강남구	○	○	○	○	○
29	다인에이앤씨	서울 강남구	○	○			
30	닥터민커뮤니케이션즈	서울 강남구	○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
31	대보기획	서울 강남구	○	○			
32	대유미디어	서울 강남구		○			
33	대하OAC	서울 강남구	○				
34	대화광고	서울 강남구	○				
35	더씨앤에이컴퍼니	서울 강남구	○			○	
36	더이컴즈	서울 강남구		○			
37	더펍	서울 강남구			○		
38	데스텔	서울 강남구					○
39	데이브컴퍼니	서울 강남구	○		○		
40	데이터스	서울 강남구	○	○			
41	덴츠이노백	서울 강남구	○	○			
42	델타아이엠씨	서울 강남구	○	○	○		○
43	델타컴	서울 강남구				○	
44	도어커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○	○		
45	도원기획	서울 강남구				○	○
46	도프앤컴퍼니	서울 강남구		○			
47	동영아이텍	서울 강남구	○				
48	두영애드컴	서울 강남구	○				
49	디노커뮤니케이션즈	서울 강남구	○				
50	디다이씨오팔오	서울 강남구				○	○
51	디비엠코리아	서울 강남구	○				
52	디아컴	서울 강남구	○				
53	디엠씨어쏘시에이츠	서울 강남구	○				
54	디인터미디어	서울 강남구	○				
55	디자인러시	서울 강남구		○			
56	디자인밸런스	서울 강남구			○		
57	디자인삼손	서울 강남구	○	○			
58	디자인트루	서울 강남구		○			
59	디지털디엔에이	서울 강남구					○
60	라이프다임	서울 강남구	○		○		
61	레몬커뮤니케이션	서울 강남구	○				
62	렛츠커뮤니케이션	서울 강남구				○	
63	롯데커뮤니케이션즈	서울 강남구				○	○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
64	리앤디디비	서울 강남구	○	○			
65	리엠커뮤니케이션	서울 강남구	○	○			
66	림스튜디오	서울 강남구		○			
67	마켓라인	서울 강남구			○		
68	매경바이어스가이드	서울 강남구	○				○
69	매직커뮤니케이션즈	서울 강남구			○		
70	맥스커뮤니케이션스	서울 강남구	○	○			
71	메이트커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○	○		
72	메조미디어	서울 강남구	○				
73	메타커뮤니케이션즈	서울 강남구			○		
74	모노컴	서울 강남구	○	○	○	○	○
75	모모디자인스튜디오	서울 강남구					○
76	모모콤	서울 강남구	○	○	○		
77	문미디어	서울 강남구		○	○	○	○
78	문화아트	서울 강남구		○	○	○	
79	미광기획	서울 강남구	○				
80	미디어파츠	서울 강남구		○			
81	미디어퍼알컨설팅	서울 강남구			○		
82	미래홀딩스	서울 강남구	○				
83	민커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○			
84	바다와미래	서울 강남구		○			
85	바이환	서울 강남구		○		○	
86	바젤커뮤니케이션	서울 강남구	○				
87	버튼컴	서울 강남구	○				
88	베리타스미디어	서울 강남구	○	○			
89	베이스커뮤니케이션	서울 강남구					○
90	벨커뮤니케이션	서울 강남구		○		○	
91	부라보컴	서울 강남구	○	○	○		
92	브레이크스	서울 강남구	○	○			
93	브레인애드	서울 강남구	○				
94	브이콤	서울 강남구			○		
95	블리츠애드	서울 강남구	○	○			
96	비엠비커뮤니케이션	서울 강남구					○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
97	비온더리미츠커뮤니케이션	서울 강남구	○		○		○
98	비온드	서울 강남구	○				
99	비이십구픽처스	서울 강남구		○			
100	비케이애드	서울 강남구		○		○	○
101	비티씨미디어	서울 강남구		○	○		
102	비플랜	서울 강남구				○	○
103	빙고크리에이티브	서울 강남구	○				
104	사사연	서울 강남구					○
105	사운드미스	서울 강남구	○				
106	상상과전략	서울 강남구		○			○
107	새로운디자인	서울 강남구		○			
108	새순기획	서울 강남구	○			○	○
109	새움기획	서울 강남구					○
110	서울비전	서울 강남구	○				
111	서울에스피	서울 강남구				○	
112	선광커뮤니케이션스	서울 강남구	○				
113	세이	서울 강남구					○
114	세인에이엔티	서울 강남구					○
115	세인커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○		○	○
116	세일그래픽스	서울 강남구				○	
117	셀파커뮤니케이션즈	서울 강남구			○		
118	솔그래픽	서울 강남구				○	○
119	슈팅갤러리	서울 강남구		○			
120	스튜디오룩스	서울 강남구		○			
121	스페이스밸런스	서울 강남구	○			○	
122	승보광고	서울 강남구	○				
123	시너지21	서울 강남구			○		
124	시대의시선	서울 강남구		○			
125	시스컴	서울 강남구	○				○
126	신사필	서울 강남구		○			
127	씨디스씨지아이	서울 강남구		○			
128	씨씨엠기획	서울 강남구	○				○
129	씨앤마케팅서비스	서울 강남구	○	○			



NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
130	씨앤씨컴	서울 강남구	○	○		○	○
131	씨엔씨애드컴	서울 강남구	○	○	○	○	○
132	씨엔에이애드넷	서울 강남구	○	○			
133	씨엠에스	서울 강남구	○				
134	씨지아이	서울 강남구		○			
135	씨투컴	서울 강남구				○	○
136	싱크앤크리에이트	서울 강남구	○	○	○		
137	아나기획	서울 강남구	○				
138	아노커뮤니케이션	서울 강남구	○				
139	아텍스그래믹스	서울 강남구		○			
140	아시아컴	서울 강남구	○				
141	아우라이우라필름	서울 강남구		○			
142	아이뷰미디어	서울 강남구	○				
143	아이앤아이	서울 강남구	○				
144	아이엔케이인터네셔널	서울 강남구			○		○
145	아이엠피알	서울 강남구	○				
146	아이피알커뮤니케이션	서울 강남구	○		○		
147	아트광장	서울 강남구					○
148	아트젠	서울 강남구	○	○			
149	알앤비광고기획	서울 강남구					○
150	알앤지애드컴	서울 강남구	○			○	
151	애니매니아	서울 강남구	○				
152	애드가아이앤씨	서울 강남구	○	○		○	○
153	애드넥스	서울 강남구					○
154	애드라인	서울 강남구	○				
155	애드러쉬	서울 강남구	○				
156	애드링크	서울 강남구	○				
157	애드마커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○	○	○	
158	애드버킨스컴퍼니	서울 강남구	○				
159	애드비전	서울 강남구					○
160	애드씨씨	서울 강남구	○				○
161	애드씨케이	서울 강남구	○				
162	애드일렉컴	서울 강남구	○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
163	애드케인	서울 강남구	○	○	○		
164	애드코	서울 강남구	○				
165	애드코러스	서울 강남구	○				
166	애드클릭	서울 강남구	○		○		
167	애드포크	서울 강남구	○				○
168	애드프레스컴	서울 강남구				○	
169	애드플랜트	서울 강남구	○	○			
170	애플기획	서울 강남구	○	○	○	○	○
171	앤츠커뮤니케이션	서울 강남구	○	○	○	○	
172	애프	서울 강남구					○
173	에드라인	서울 강남구	○	○	○	○	○
174	에스피엔씨	서울 강남구		○	○	○	○
175	에이디앤스타일	서울 강남구		○			
176	에이블기획	서울 강남구	○			○	○
177	에이블리	서울 강남구	○	○	○		
178	에이앤비커뮤니케이션	서울 강남구			○		
179	에이엔디자인	서울 강남구			○		○
180	에이엠젯코리아	서울 강남구					○
181	에이원그래픽	서울 강남구			○		
182	에이원커뮤니케이션즈	서울 강남구					○
183	에이팩토리	서울 강남구	○				
184	에이팩스애드	서울 강남구	○	○	○		
185	에이포럼	서울 강남구	○	○			○
186	에이피그래픽	서울 강남구		○			
187	에프비씨코리아	서울 강남구	○	○			
188	에프프로덕션	서울 강남구		○			
189	엑세스커뮤니케이션앤드컨설팅	서울 강남구			○		
190	엔포	서울 강남구	○	○			
191	엠알에스커뮤니케이션	서울 강남구	○				
192	엠엔비케이	서울 강남구	○				
193	엠오디커뮤니케이션	서울 강남구			○		
194	엠티애드	서울 강남구	○				
195	엠피알비전	서울 강남구			○	○	

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
196	엠펙엑스	서울 강남구	○				
197	엠허브	서울 강남구	○				
198	역삼광고특별시	서울 강남구	○	○			
199	영애드컴	서울 강남구	○				
200	예지솔루션	서울 강남구	○				
201	오리콤	서울 강남구	○	○	○		○
202	오월커뮤니케이션	서울 강남구	○				
203	오케이씨앤씨	서울 강남구	○	○			
204	오픈마인드	서울 강남구		○			
205	온앤오프커뮤니케이션	서울 강남구	○	○			
206	올에프	서울 강남구	○				
207	올인커뮤니케이션	서울 강남구		○			
208	옵티멈미디어코리아	서울 강남구	○				
209	와우파워디자인	서울 강남구		○			
210	와이디자인컴퍼니	서울 강남구		○		○	○
211	와이커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○			
212	우드스탁	서울 강남구		○			
213	우미광고	서울 강남구	○				
214	우정광고	서울 강남구	○				
215	울림크리에이티브	서울 강남구					○
216	울트라픽처스	서울 강남구		○			
217	워터하우스커뮤니케이션	서울 강남구	○	○	○		
218	원더엔터프라이즈	서울 강남구				○	
219	웨이브애드버라이징	서울 강남구	○	○		○	○
220	웰컴디자인	서울 강남구				○	
221	위너스컴	서울 강남구	○	○	○	○	
222	원원커뮤니케이션	서울 강남구	○				
223	유끼커뮤니케이션	서울 강남구			○		
224	유니버설맥켄코리아	서울 강남구	○				
225	유니커뮤니케이션즈	서울 강남구	○				
226	유달리	서울 강남구	○	○			
227	유비마케팅	서울 강남구	○				
228	유스커뮤니케이션	서울 강남구	○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
229	유퍼스트커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○			
230	육일칠	서울 강남구	○	○			
231	윤컴	서울 강남구			○		
232	은진기획	서울 강남구	○				
233	이공일꼬래	서울 강남구			○		○
234	이그니션	서울 강남구		○			
235	이노커뮤니케이션스	서울 강남구	○				
236	이노파크	서울 강남구					○
237	이스트마케팅그룹	서울 강남구			○		
238	인디커뮤니케이션	서울 강남구			○		
239	인컴브로더	서울 강남구	○	○	○		
240	인컴허브	서울 강남구			○		
241	인터넷애드드림	서울 강남구	○				
242	인터메츠	서울 강남구		○			
243	인터애드	서울 강남구	○	○			
244	인터콥어소시에이션	서울 강남구	○	○			
245	인트넷	서울 강남구			○		
246	인플러스미디어	서울 강남구		○			
247	임팩트미디어	서울 강남구	○				
248	잉카커뮤니케이션즈	서울 강남구		○			○
249	재원애드	서울 강남구		○	○		○
250	제이미디어솔루션	서울 강남구	○				
251	제이비에스커뮤니케이션	서울 강남구	○				
252	제이피아이피	서울 강남구	○				
253	제일기획	서울 강남구	○				
254	제일다이렉트	서울 강남구	○		○		
255	제일애드커타이징	서울 강남구	○				
256	조선아이에스	서울 강남구	○				
257	주식회사대보기획	서울 강남구	○				
258	주식회사베이스커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○			
259	줌애드	서울 강남구	○	○			
260	지베로주식회사	서울 강남구			○		
261	지비두리	서울 강남구	○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
262	지엔에프	서울 강남구				○	○
263	지즈커뮤니케이션	서울 강남구	○	○			
264	진학기획	서울 강남구					○
265	징글벨커뮤니케이션	서울 강남구	○				
266	창우애드컴	서울 강남구	○				
267	청조광고	서울 강남구	○				
268	캐러트코리아	서울 강남구	○				
269	캔스톤	서울 강남구	○				
270	캔커뮤니케이션	서울 강남구	○				
271	커뮤니케이션스옥토	서울 강남구	○				○
272	커뮤니케이션웍스	서울 강남구			○		○
273	커뮤니케이션월	서울 강남구	○	○			
274	커뮤니케이션즈코리아	서울 강남구			○		
275	커버전스미디어	서울 강남구	○				
276	컴온21	서울 강남구	○	○			
277	컴포스트	서울 강남구	○		○	○	
278	케이티에프엠하우스	서울 강남구	○				○
279	코드앤어소시에이츠	서울 강남구	○	○			○
280	코래드	서울 강남구	○	○	○		
281	코스피	서울 강남구		○			
282	코인스	서울 강남구	○				
283	쿠낙사	서울 강남구		○			
284	쿠비필름앤커뮤니케이션	서울 강남구		○			
285	크라콤	서울 강남구				○	○
286	크래드	서울 강남구			○	○	
287	크레모아커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○	○	○	○
288	크로스미디어	서울 강남구	○				
289	크로스커뮤니케이션즈	서울 강남구	○				
290	키스에프엠	서울 강남구					○
291	타임엔타이드	서울 강남구		○			
292	타잔필름	서울 강남구		○			
293	태영엔이씨	서울 강남구	○				
294	태일광고	서울 강남구	○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
295	터치커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○			
296	테리테일	서울 강남구	○	○	○	○	○
297	토탈커뮤니케이션그룹영컴	서울 강남구	○	○	○		○
298	트라이애드컴	서울 강남구					○
299	트리아드	서울 강남구	○				
300	파나엠엔아이	서울 강남구	○				
301	파인애드컴	서울 강남구	○	○			
302	패스커뮤니케이션	서울 강남구		○		○	○
303	포래드컴	서울 강남구	○	○			
304	포럼커뮤니케이션	서울 강남구	○	○	○		○
305	포마토	서울 강남구		○			
306	푸코	서울 강남구					○
307	프라즘네트워크	서울 강남구	○	○		○	
308	프로덕션오투	서울 강남구		○			
309	프리뷰프린아트	서울 강남구					○
310	프리이엠애드	서울 강남구	○				
311	플래닛컴	서울 강남구	○				
312	플랜디자인	서울 강남구				○	○
313	플러스나인	서울 강남구	○				
314	플러스커뮤니케이션스	서울 강남구	○	○	○	○	○
315	피디에스미디어	서울 강남구	○				
316	피오피인더스	서울 강남구		○	○	○	○
317	피케이커뮤니케이션즈	서울 강남구	○			○	
318	필커뮤니케이션	서울 강남구	○	○			
319	하우스에이지	서울 강남구	○				
320	하우즈컴	서울 강남구					○
321	하이이지컴	서울 강남구	○	○			
322	하트기획	서울 강남구					○
323	한국오길비앤매더	서울 강남구	○		○		
324	한국해외홍보	서울 강남구		○		○	○
325	한서울기획	서울 강남구				○	
326	한영에스피	서울 강남구	○				
327	해든기획	서울 강남구	○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
328	해브	서울 강남구	○	○			○
329	현닷컴	서울 강남구	○				
330	현대아트	서울 강남구		○			○
331	현대중앙기획	서울 강남구	○				
332	화이트커뮤니케이션	서울 강남구	○				
333	휘닉스커뮤니케이션즈	서울 강남구	○	○	○		
334	휴먼피아	서울 강남구	○				
335	BBDO코리아	서울 강남구	○	○	○		○
336	CCM광고	서울 강남구					○
337	D,A,C	서울 강남구	○			○	○
338	G&C기획	서울 강남구				○	
339	JDI컨설팅	서울 강남구	○				
340	TBWA코리아	서울 강남구	○	○			○
341	V100	서울 강남구	○	○			
342	X-파일	서울 강남구		○			
343	대연기획	서울 강동구				○	○
344	씨엔나이스	서울 강동구			○	○	○
345	코리콤	서울 강동구	○				
346	예권아트	서울 강북구	○		○		
347	다우기획	서울 강서구				○	
348	애드포비디자인	서울 강서구				○	
349	정양애드콤	서울 강서구					○
350	광고세상	서울 관악구					○
351	비전애드	서울 관악구	○				
352	애드크리에이션	서울 관악구	○	○	○		
353	오감기획	서울 관악구	○				
354	태성기획	서울 관악구					○
355	한양기업	서울 관악구		○			○
356	디센스	서울 광진구					○
357	벨엘애드콤	서울 광진구					○
358	씨엔씨	서울 광진구	○				
359	이터라인컴	서울 광진구			○		
360	디킴스커뮤니케이션즈	서울 구로구	○	○			

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
361	어패럴뉴스사	서울 구로구					○
362	에이엔에스산업	서울 구로구	○				
363	엠앤알	서울 구로구		○	○		○
364	유엠디글로벌	서울 구로구				○	○
365	전기닷컴	서울 구로구	○				
366	제내드	서울 구로구	○	○			
367	한강애드	서울 구로구	○				
368	니드커뮤니케이션	서울 금천구	○				
369	대지	서울 금천구	○				
370	씨디컴	서울 금천구					○
371	에이앤씨기획	서울 금천구	○				
372	지오피아	서울 금천구					○
373	도서출판홍소평	서울 노원구					○
374	리빙커뮤니케이션	서울 노원구		○			
375	열린정보	서울 노원구					○
376	태광데칼	서울 도봉구	○	○			
377	샐러드컴	서울 동대문구	○				
378	시공ID	서울 동대문구	○				
379	싸인매니아	서울 동대문구	○				
380	원혜밀리	서울 동대문구					○
381	진영기획	서울 동대문구	○				
382	칼라포인트	서울 동대문구				○	○
383	케이애드넷	서울 동대문구					○
384	농심기획	서울 동작구	○				
385	아트인쇄	서울 동작구				○	
386	애드마인	서울 동작구		○			
387	우리새움	서울 동작구	○	○		○	○
388	준콤	서울 동작구	○	○	○		
389	채널미디어	서울 동작구	○				
390	채널커뮤니케이션	서울 동작구	○	○	○		○
391	캠코리아광고	서울 동작구					○
392	가하커뮤니케이션	서울 마포구					○
393	광전사인컴	서울 마포구			○		○



NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
394	구산기획	서울 마포구	○				
395	국민일보광고기획부	서울 마포구	○				
396	나우앤씨	서울 마포구	○				
397	남일기획	서울 마포구	○				
398	다다디자인	서울 마포구					○
399	더리스کم	서울 마포구			○		
400	동화애드	서울 마포구	○				
401	디씨앤컴	서울 마포구		○		○	○
402	디자인박스	서울 마포구		○			○
403	디자인수목원	서울 마포구					○
404	디자인애드	서울 마포구	○		○	○	○
405	디지털골드	서울 마포구	○				
406	마크패치에프앤비	서울 마포구					○
407	멀티앤뱅크라인	서울 마포구	○				
408	메가커뮤니케이션	서울 마포구			○		
409	모드리스플레이	서울 마포구			○		
410	미디어차이나	서울 마포구	○	○			
411	미르포스	서울 마포구	○	○		○	
412	반커뮤니케이션	서울 마포구					○
413	보임디자인	서울 마포구		○		○	○
414	비전코랜드	서울 마포구	○				
415	삼우이십일	서울 마포구	○				
416	서울스포츠키획	서울 마포구	○				
417	서흥커뮤니케이션	서울 마포구				○	○
418	슈기큐브	서울 마포구		○			
419	씨알파트너스	서울 마포구				○	○
420	씨앤아이이십일세기	서울 마포구	○	○		○	○
421	씨앤에프매니지먼트	서울 마포구	○				
422	아이디컴	서울 마포구			○		
423	아이엠편디자인	서울 마포구	○	○			
424	아이커뮤니케이션	서울 마포구					○
425	애드포커뮤니케이션	서울 마포구	○	○	○		
426	엠펜커뮤니케이션	서울 마포구	○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
427	여우애드	서울 마포구	○			○	
428	연하나로기획	서울 마포구	○				
429	올림커뮤니케이션	서울 마포구	○	○		○	○
430	인사이드컬처스	서울 마포구			○		
431	인풍	서울 마포구	○	○			
432	장리기획	서울 마포구	○				
433	전파기술정보사	서울 마포구				○	
434	지아미디어	서울 마포구	○	○			○
435	창커뮤니케이션	서울 마포구				○	○
436	청호기획	서울 마포구	○				
437	텔레션	서울 마포구	○			○	○
438	툼커뮤니케이션즈	서울 마포구	○			○	
439	파란기획	서울 마포구	○	○	○		
440	핍프킨	서울 마포구	○				
441	하나애드	서울 마포구					○
442	하니커뮤니케이션	서울 마포구		○		○	○
443	한강기획	서울 마포구				○	
444	한미애드	서울 마포구					○
445	한스컴	서울 마포구	○				
446	현대애드플러스	서울 마포구				○	○
447	할로커뮤니케이션즈	서울 마포구	○				○
448	MBC애드컴	서울 마포구	○	○	○		○
449	SMC엔터프라이즈	서울 마포구	○		○		
450	THESQUARE	서울 마포구		○	○		
451	가람기획	서울 서대문구				○	
452	나라애드	서울 서대문구			○		
453	다모아기프트	서울 서대문구					○
454	동광애드	서울 서대문구	○				
455	디자인캣츠	서울 서대문구				○	○
456	벨커뮤니케이션즈	서울 서대문구	○	○			
457	연합미디어	서울 서대문구	○				
458	인커뮤니케이션	서울 서대문구	○				
459	일환광고	서울 서대문구				○	

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
460	홍미애드	서울 서대문구		○			
461	KTF애드텔	서울 서대문구	○				○
462	가나애드컴	서울 서초구	○				
463	강남명함나라	서울 서초구				○	
464	강남미디어	서울 서초구	○				
465	강남사인테크	서울 서초구	○			○	
466	경협테크	서울 서초구	○	○			○
467	광인기업	서울 서초구	○				
468	국잔	서울 서초구			○		
469	금강기획	서울 서초구	○	○			
470	나이스커뮤니케이션즈	서울 서초구	○	○	○	○	○
471	대방기획	서울 서초구	○	○			
472	대안애드	서울 서초구	○				
473	동아전단	서울 서초구					○
474	동인포럼	서울 서초구			○		
475	동일애드컴	서울 서초구	○			○	
476	디렉터즈	서울 서초구		○		○	
477	디사인커뮤니케이션	서울 서초구					○
478	디스페이스	서울 서초구		○			
479	디앤에이	서울 서초구					○
480	디엔에이컴	서울 서초구	○	○		○	○
481	디자인메카	서울 서초구				○	○
482	디자인신화	서울 서초구	○			○	○
483	라첼	서울 서초구			○		
484	레드존	서울 서초구	○	○		○	○
485	매뉴얼뱅크	서울 서초구				○	○
486	매인아트	서울 서초구		○			
487	미디어위빙	서울 서초구	○				
488	미래공감	서울 서초구					○
489	배드라인	서울 서초구				○	○
490	버스티브이	서울 서초구		○			
491	베리커뮤니케이션스	서울 서초구		○			
492	벽성플랜	서울 서초구	○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
493	비바알컴	서울 서초구	○	○			
494	비앤피	서울 서초구				○	
495	서울기획케이투	서울 서초구				○	○
496	스마트그룹	서울 서초구	○		○		
497	스크린애드	서울 서초구	○				
498	시너지애드컴	서울 서초구		○		○	○
499	시프커뮤니케이션즈	서울 서초구	○	○	○	○	○
500	신콤커뮤니케이션	서울 서초구	○				
501	씨스포	서울 서초구		○	○		
502	씨엔비	서울 서초구	○				
503	씨엠피커뮤니케이션즈	서울 서초구		○		○	○
504	아우토반디자인하우스	서울 서초구					○
505	아이엠이디	서울 서초구	○			○	
506	아이피데코	서울 서초구	○				
507	아임필	서울 서초구	○				
508	아트뱅크	서울 서초구		○			
509	애드나이스	서울 서초구	○	○			○
510	애드레이	서울 서초구	○	○		○	○
511	애드미션	서울 서초구	○				
512	애드스카이코리아	서울 서초구	○				
513	애드젠	서울 서초구	○				
514	액티브인터내셔널코리아	서울 서초구	○				
515	에스피밸리	서울 서초구	○	○			
516	에스피하우스	서울 서초구	○	○		○	
517	에이치앤에이	서울 서초구	○				
518	엔드커뮤니케이션	서울 서초구		○			
519	엔미디어스타	서울 서초구	○				
520	엔이티이십오	서울 서초구				○	
521	연우기획	서울 서초구	○				
522	예가커뮤니케이션	서울 서초구			○		
523	오감컴	서울 서초구					○
524	오아이커뮤니케이션	서울 서초구			○		
525	오이넷	서울 서초구	○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
526	올인원커뮤니케이션	서울 서초구		○		○	○
527	우림광고기획	서울 서초구				○	
528	원앤원아이앤씨	서울 서초구			○		
529	위컴애드	서울 서초구		○	○		○
530	유니기획	서울 서초구	○	○			
531	유립기획	서울 서초구	○				
532	유앤에스커뮤니케이션	서울 서초구	○				
533	이데디자인	서울 서초구			○		○
534	이미지마케팅연구소	서울 서초구					○
535	이미지웍스플러스	서울 서초구			○		
536	이타웍스	서울 서초구		○			
537	익스포트메디아	서울 서초구	○				
538	인디아	서울 서초구		○			○
539	인터막스애드컴	서울 서초구	○	○	○		
540	인테크코리아	서울 서초구	○				
541	전홍	서울 서초구	○				
542	제이보트커뮤니케이션	서울 서초구	○				
543	제이제이커뮤니케이션	서울 서초구	○				
544	제일커뮤니케이션아이	서울 서초구	○				
545	주네스커뮤니케이션	서울 서초구				○	
546	중앙리플렛	서울 서초구	○				
547	지드코아	서울 서초구	○	○			
548	지아이지오커뮤니케이션즈	서울 서초구			○	○	
549	지컴	서울 서초구			○		
550	컴버전스	서울 서초구	○	○			
551	케이썸미디어	서울 서초구	○	○			
552	케이이씨씨	서울 서초구	○	○			
553	크리파워커뮤니케이션	서울 서초구			○		
554	클리어레드	서울 서초구		○		○	
555	타이거코리아	서울 서초구	○	○			
556	튜브애드컴	서울 서초구	○				
557	포커뮤니케이션즈	서울 서초구		○		○	
558	포트폴리오	서울 서초구	○	○			

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
559	플랜하우스	서울 서초구	○		○	○	
560	플리닛커뮤니케이션즈	서울 서초구			○		
561	한국교통광고	서울 서초구	○				
562	한류기획	서울 서초구					○
563	한성디자인	서울 서초구					○
564	해든커뮤니케이션	서울 서초구	○			○	
565	화인뱅크	서울 서초구		○		○	○
566	희승에이전시	서울 서초구	○				○
567	fineapple	서울 서초구				○	○
568	ism디자인스튜디오	서울 서초구					○
569	가나애드바룬	서울 성동구		○			○
570	매탈애드컴	서울 성동구					○
571	세종씨애플	서울 성동구				○	
572	아이비전	서울 성동구		○			
573	에이앤에이컴퍼니	서울 성동구			○		
574	엠.에이.피.에스	서울 성동구	○	○			
575	유봉실업	서울 성동구				○	
576	조은기획	서울 성동구				○	
577	청풍라이어스	서울 성동구		○			
578	광고마을	서울 성북구					○
579	미디어피플	서울 성북구			○		○
580	민트디자인	서울 성북구				○	
581	에스애플커뮤니케이션	서울 성북구			○		
582	에이스광고기획	서울 성북구	○				
583	제이앤에스에스엠씨	서울 성북구			○		
584	천광애드컴	서울 성북구	○				
585	티모아	서울 성파구	○	○	○	○	
586	대동랩스	서울 송파구	○	○			○
587	디자인애드	서울 송파구					○
588	마이엠미디어	서울 송파구			○		
589	비육일이	서울 송파구			○		
590	삼중지앤티	서울 송파구				○	
591	세종광고	서울 송파구			○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
592	오렌지디자인	서울 송파구	○	○			
593	철도방송	서울 송파구	○				
594	청룡애드	서울 송파구	○				○
595	커뮤니케이션즈트루	서울 송파구	○				
596	코젝트	서울 송파구	○				
597	크래드컴	서울 송파구	○				
598	토브콤	서울 송파구	○	○			
599	토토광고디자인	서울 송파구				○	○
600	휴먼산업디자인	서울 송파구	○				
601	디자인픽스	서울 양천구	○				
602	알파애드	서울 양천구	○	○	○	○	○
603	인쇄하는친구	서울 양천구					○
604	제일커뮤니케이션	서울 양천구				○	
605	국제기획	서울 영등포구	○				
606	굿미디어	서울 영등포구	○	○			
607	대도커뮤니케이션	서울 영등포구	○				
608	더디자인	서울 영등포구		○			
609	더머스커뮤니케이션	서울 영등포구	○		○		
610	동이커뮤니케이션	서울 영등포구	○	○			○
611	디자인퓨처	서울 영등포구					○
612	린엔제이미디어	서울 영등포구	○				
613	맥스피마케팅	서울 영등포구	○				
614	미디어애드	서울 영등포구	○				
615	미래기획	서울 영등포구					○
616	민성기획	서울 영등포구	○				
617	비주얼아트센터	서울 영등포구					○
618	삼보애드피아	서울 영등포구					○
619	삼진종합기획	서울 영등포구	○	○			
620	서창기획	서울 영등포구	○				
621	송암기획	서울 영등포구	○				
622	아지기획	서울 영등포구	○				
623	엔비씨디테일	서울 영등포구	○				
624	엘지애드	서울 영등포구	○	○	○	○	

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
625	엠비애드	서울 영등포구	○	○	○		
626	엠제이씨	서울 영등포구	○				
627	엠허브	서울 영등포구	○				
628	와우커뮤니케이션	서울 영등포구			○		
629	원커뮤니케이션	서울 영등포구					○
630	이정애드	서울 영등포구				○	
631	이프커뮤니케이션	서울 영등포구			○	○	○
632	인터오리진	서울 영등포구	○		○		
633	자유지유애드	서울 영등포구	○				○
634	제이에스컴	서울 영등포구	○	○			
635	지에이씨	서울 영등포구	○				
636	지에이커뮤니케이션스	서울 영등포구			○		
637	코래콤	서울 영등포구	○	○	○		○
638	코마커뮤니케이션	서울 영등포구	○				
639	파워애드	서울 영등포구	○				
640	한비콤	서울 영등포구	○				
641	한솔기획	서울 영등포구	○				
642	한애드	서울 영등포구	○				
643	OBF커뮤니케이션	서울 영등포구				○	
644	디자인밸리	서울 용산구		○	○		
645	미디커뮤니케이션	서울 용산구			○		
646	베컴	서울 용산구	○				
647	비씨지코리아	서울 용산구					○
648	삼화매트텍	서울 용산구					○
649	성지광고기획	서울 용산구	○				
650	실버볼렛	서울 용산구	○	○			
651	애드스프링	서울 용산구	○	○		○	
652	엔케이씨커뮤니케이션즈	서울 용산구	○				
653	원앤리커뮤니케이션즈	서울 용산구	○				
654	월드기획인쇄	서울 용산구				○	○
655	유창애드	서울 용산구	○				
656	제일기획	서울 용산구	○				
657	주도상사	서울 용산구	○				



NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
658	창조하는사람들	서울 용산구	○	○			
659	철도광고	서울 용산구	○				
660	크리에이티브아이엔	서울 용산구	○	○		○	○
661	한강에스피	서울 용산구	○				
662	한국광양사	서울 용산구				○	○
663	태먼기획	서울 은평구	○				
664	다원엠피알	서울 종로구	○	○	○	○	○
665	두레드	서울 종로구	○				
666	디자인디디디	서울 종로구	○				
667	디자인파크커뮤니케이션즈	서울 종로구		○			
668	레오버넷	서울 종로구	○				
669	모모재인	서울 종로구		○			
670	비앤씨디자인	서울 종로구	○	○			
671	비전크리에이티브	서울 종로구					○
672	비즈컴	서울 종로구	○				
673	새롬기획	서울 종로구					○
674	서울광고	서울 종로구	○				
675	성공기획	서울 종로구					○
676	성신이십일	서울 종로구	○				
677	세원기획	서울 종로구		○			○
678	소호물산	서울 종로구	○				
679	스카이콤	서울 종로구	○				
680	시너지힐앤놀튼	서울 종로구			○		
681	시선	서울 종로구				○	
682	신보기획	서울 종로구					○
683	심원기획	서울 종로구	○				
684	씨스컴	서울 종로구		○			
685	씨엔엠에드	서울 종로구	○				
686	씨엔에스	서울 종로구					○
687	애드디자인	서울 종로구					○
688	애드타운	서울 종로구	○				
689	애드플랜	서울 종로구	○				
690	에이플컴	서울 종로구	○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
691	엠플래넷	서울 종로구	○		○		○
692	오픈애드	서울 종로구	○				
693	원남양행	서울 종로구	○				
694	제이더블유티애드벤처	서울 종로구	○	○			○
695	제이와이비전코리아	서울 종로구	○				
696	조이컴	서울 종로구				○	
697	커뮤니케이션그룹.오렌지	서울 종로구	○			○	
698	컴시너지	서울 종로구	○				
699	케이투애드	서울 종로구	○				
700	큐브커뮤니케이션	서울 종로구				○	○
701	필기획	서울 종로구				○	
702	한국헤드콤	서울 종로구	○				
703	홍디자인	서울 종로구				○	○
704	화인존	서울 종로구	○				
705	휘스트미디어	서울 종로구	○				
706	관수필기획	서울 중구					○
707	광고기획한길	서울 중구	○			○	
708	광고랜드	서울 중구	○				
709	광고백화점	서울 중구					○
710	광고산방	서울 중구	○	○			○
711	광명인쇄사	서울 중구					○
712	광일광고	서울 중구					○
713	국제PR	서울 중구				○	
714	굿월커뮤니케이션즈	서울 중구	○		○		
715	그나라	서울 중구				○	
716	그래픽밸리	서울 중구				○	
717	그레이프커뮤니케이션즈	서울 중구	○				
718	그린기획	서울 중구					○
719	극동애드	서울 중구	○				
720	금성기획	서울 중구				○	○
721	나루터출판	서울 중구				○	
722	나스커뮤니케이션스	서울 중구					○
723	네오애드컴	서울 중구				○	

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
724	네오컴	서울 중구				○	○
725	네이처	서울 중구					○
726	뉴스애드	서울 중구					○
727	뉴익스21	서울 중구	○				
728	뉴익스애드	서울 중구				○	
729	다라니21	서울 중구					○
730	다인기획	서울 중구				○	
731	대관인쇄표장공업사	서울 중구				○	
732	대광프로세스	서울 중구				○	
733	대명인쇄	서울 중구				○	
734	대성실업	서울 중구				○	
735	대진기획	서울 중구					○
736	대통기획	서울 중구				○	○
737	대흥기획	서울 중구	○	○	○		○
738	데미기획	서울 중구					○
739	델타애드	서울 중구					○
740	도노디자인	서울 중구		○		○	
741	돌기획	서울 중구					○
742	동그라미커뮤니케이션즈	서울 중구		○		○	○
743	동산매일기획	서울 중구					○
744	동양기획	서울 중구				○	
745	두인컴	서울 중구				○	
746	두합인쇄	서울 중구				○	○
747	드림기획	서울 중구					○
748	드림엔터	서울 중구				○	○
749	드림프랜드	서울 중구	○	○			○
750	드림피아	서울 중구				○	
751	디자인0206	서울 중구				○	
752	디자인2.1.6	서울 중구				○	○
753	디자인라이프	서울 중구					○
754	디자인레드	서울 중구				○	○
755	디자인모닝	서울 중구				○	○
756	디자인뱅크	서울 중구				○	○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
757	디자인생기	서울 중구					○
758	디자인쌤머	서울 중구					○
759	디자인엔터	서울 중구				○	
760	디자인인터랙티브	서울 중구	○	○	○		○
761	디자인코크	서울 중구				○	
762	디자인포마케팅	서울 중구					○
763	디자인필드	서울 중구					○
764	디자인app	서울 중구			○		
765	디자인아이	서울 중구				○	
766	라인기획	서울 중구		○		○	○
767	로템아트	서울 중구					○
768	리앤리웍샵	서울 중구				○	
769	마레디자인	서울 중구				○	○
770	마루커뮤니케이션	서울 중구					○
771	매일기획	서울 중구				○	
772	맥디자인	서울 중구				○	
773	메이드바이	서울 중구				○	
774	명보기획	서울 중구				○	○
775	문화행동	서울 중구	○				
776	미디어베이직	서울 중구	○				
777	미디어오늘아이	서울 중구	○				
778	미래미디어	서울 중구		○	○	○	○
779	배원문화사	서울 중구				○	
780	백송기획	서울 중구				○	○
781	백영기획	서울 중구				○	
782	범신기획	서울 중구	○				
783	베델사	서울 중구	○	○		○	○
784	베리컴코리아	서울 중구	○				
785	베이직거슨	서울 중구	○	○			
786	보리기획	서울 중구					○
787	보성광고	서울 중구	○				○
788	부성기획	서울 중구					○
789	블루애드	서울 중구					○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
790	비앤씨커뮤니케이션	서울 중구	○	○			
791	빈야드	서울 중구				○	
792	산스크뮤니케이션	서울 중구	○	○	○	○	○
793	산호애드컴	서울 중구	○				
794	삼광문화	서울 중구				○	○
795	삼우아트인쇄	서울 중구				○	○
796	삼육기획	서울 중구	○				
797	삼인문화사	서울 중구					○
798	삼화칼라스페이스	서울 중구				○	○
799	상암커뮤니케이션즈	서울 중구	○	○	○		
800	새김	서울 중구				○	○
801	새암기획	서울 중구				○	
802	새일기획	서울 중구					○
803	서울기획	서울 중구					○
804	서울이데아	서울 중구	○				
805	서전기획	서울 중구				○	
806	서흥기업	서울 중구	○				
807	선연	서울 중구	○				
808	성광사	서울 중구				○	
809	성창커뮤니케이션	서울 중구				○	○
810	성환기획	서울 중구				○	
811	세일문화인쇄	서울 중구				○	○
812	세종기획	서울 중구				○	
813	스텝지피	서울 중구					○
814	슬담원색	서울 중구				○	○
815	신영기획	서울 중구				○	
816	신우기획.도서출판신우	서울 중구	○	○	○	○	○
817	신진애드컴	서울 중구	○				
818	심우기획	서울 중구	○				
819	심플커뮤니케이션	서울 중구	○			○	
820	씨마스커뮤니케이션	서울 중구				○	○
821	아산기획	서울 중구	○				
822	아성기획인쇄	서울 중구				○	○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
823	아웃탑	서울 중구					○
824	아이리스디자인	서울 중구					○
825	아이씨씨커뮤니케이션	서울 중구				○	
826	아이월	서울 중구	○			○	○
827	아트포인	서울 중구	○	○	○	○	○
828	안스컴	서울 중구		○		○	
829	알티엠	서울 중구		○			
830	애드기획	서울 중구				○	○
831	애드비전텍	서울 중구				○	○
832	애드비컴그룹	서울 중구	○	○	○	○	○
833	애드씨티	서울 중구	○				
834	애드컴	서울 중구				○	○
835	애드테크	서울 중구					○
836	애드텍	서울 중구		○			
837	애드퍼펙트	서울 중구	○				
838	애드포럼	서울 중구	○			○	
839	애플기획	서울 중구				○	
840	앤컴	서울 중구		○			
841	엠애드컴	서울 중구	○				
842	에드에이스	서울 중구	○				
843	에드코리아디자인	서울 중구					○
844	에드테크	서울 중구				○	○
845	에드펠	서울 중구	○				
846	에디아	서울 중구				○	
847	엑시즘디자인	서울 중구				○	
848	엔소넷	서울 중구		○			○
849	엔플러스커뮤니케이션	서울 중구	○				
850	엘투	서울 중구		○			○
851	열림	서울 중구					○
852	영아트	서울 중구				○	○
853	영은	서울 중구				○	
854	예림기획	서울 중구				○	○
855	예진미술	서울 중구				○	

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
856	예찬아트콤	서울 중구					○
857	오렌지	서울 중구				○	
858	오리지널스튜디오	서울 중구		○			
859	오엠애드	서울 중구	○				
860	와우커뮤니케이션	서울 중구				○	○
861	우노디자인	서울 중구					○
862	우진피앤피	서울 중구				○	
863	원광기획	서울 중구					○
864	월드와이드칼라	서울 중구			○		
865	월드컴퓨터그래픽	서울 중구					○
866	웰컴퍼블리시스월드와이드	서울 중구	○	○			
867	위즈	서울 중구				○	
868	위캔두잇커뮤니케이션	서울 중구	○	○	○		
869	월	서울 중구	○	○		○	○
870	유니버설	서울 중구				○	
871	유니온프로세스	서울 중구				○	
872	유로넥스트	서울 중구	○				
873	이레디자인	서울 중구					○
874	이루미디어	서울 중구		○		○	○
875	이룸디자인	서울 중구					○
876	이미지라인	서울 중구				○	
877	이지컴	서울 중구				○	
878	인성기획인쇄	서울 중구					○
879	인투디자인	서울 중구					○
880	인현세종기획	서울 중구				○	
881	인현한솔기획	서울 중구					○
882	일진종합기획	서울 중구				○	○
883	전진기획	서울 중구				○	
884	정'스포토	서울 중구		○			
885	제우미디어	서울 중구					○
886	제이피컴	서울 중구	○				
887	제일기획	서울 중구	○				
888	제일아트	서울 중구					○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
889	조양광고기획	서울 중구					○
890	조은기획	서울 중구				○	
891	종합상사아성	서울 중구				○	
892	주광멀티컴	서울 중구			○		
893	주신기획	서울 중구				○	
894	중앙애드컴	서울 중구	○	○		○	
895	중앙에이전시	서울 중구	○			○	○
896	지식과사람들	서울 중구					○
897	진성종합광고	서울 중구				○	
898	총무동양기획	서울 중구				○	○
899	총무로서울기획	서울 중구				○	○
900	총무로윤디자인	서울 중구					○
901	총무오렌지	서울 중구				○	
902	캠페이너스	서울 중구	○				
903	컴스퀘어	서울 중구		○		○	
904	커뮤니케이션봄	서울 중구	○	○	○	○	○
905	케이투	서울 중구					○
906	케이피알앤드어소시에이스	서울 중구			○		
907	코마	서울 중구		○			○
908	코마코	서울 중구	○	○	○		
909	코어디자인	서울 중구					○
910	코컴퓨터노벨리	서울 중구			○		
911	크리디자인	서울 중구				○	
912	키스	서울 중구	○				
913	태경인쇄사	서울 중구				○	
914	태멘애드	서울 중구				○	○
915	태산기획	서울 중구				○	
916	태일기업	서울 중구					○
917	태창애드컴	서울 중구					○
918	태현칼라	서울 중구				○	
919	토드미디어	서울 중구				○	
920	통키디자인	서울 중구					○
921	툭박스기획	서울 중구					○



NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
922	트래블애드컴	서울 중구	○				
923	티앤씨	서울 중구					○
924	파서블	서울 중구	○				
925	퍼슨스	서울 중구					○
926	평강기획인쇄	서울 중구				○	○
927	포맨디자인	서울 중구					○
928	포스트	서울 중구					○
929	포잇	서울 중구	○				
930	프라이머스애드	서울 중구				○	
931	플러스디자인	서울 중구	○	○	○	○	○
932	피알프린테크	서울 중구				○	○
933	피오피인	서울 중구					○
934	필기획	서울 중구	○				
935	필커뮤니케이션	서울 중구				○	
936	하나디자인	서울 중구				○	
937	하쿠호도제일	서울 중구	○	○			
938	학림기획인쇄	서울 중구				○	
939	한국경제신문서울센터	서울 중구	○				
940	한국그래픽스	서울 중구				○	
941	한국언론재단	서울 중구	○				
942	한국에스디아이	서울 중구	○	○			
943	한기획	서울 중구				○	
944	한발커뮤니케이션	서울 중구	○	○			
945	한솔기획	서울 중구					○
946	한솔커뮤니케이션	서울 중구					○
947	한스정보시스템	서울 중구				○	
948	한승인터내셔널	서울 중구					○
949	한양광고	서울 중구	○				
950	한우기획	서울 중구					○
951	한조기획	서울 중구				○	○
952	한진기획인쇄	서울 중구				○	
953	한진아트센타	서울 중구				○	○
954	한진인쇄	서울 중구				○	

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
955	한컴	서울 중구	○	○	○		
956	렉터커뮤니케이션	서울 중구		○		○	
957	현기획	서울 중구	○				
958	현대기획	서울 중구					○
959	현세대	서울 중구				○	○
960	현진기획인쇄	서울 중구				○	
961	화인기획	서울 중구				○	
962	활문당	서울 중구				○	○
963	휴먼아이	서울 중구					○
964	BB프린팅	서울 중구				○	○
965	EO42	서울 중구		○		○	○
966	G&B	서울 중구					○
967	K.C디자인	서울 중구				○	
968	미래광고기획	서울 중랑구				○	
969	삼성디엔	서울 중랑구			○		○
970	일월종합광고	서울 중랑구				○	
971	중앙공사	서울 중랑구					○
972	고려이벤테크	서울 중로구				○	
973	두손기획	부산 금정구	○	○			
974	디자인미감	부산 금정구				○	
975	색동컴아트	부산 금정구				○	
976	서진A&D	부산 금정구	○				
977	이공이공	부산 금정구					○
978	인쇄할인마트	부산 기장군					○
979	하원	부산 기장군					○
980	광고시대	부산 남구	○				
981	세경기획	부산 남구				○	
982	애드맥스	부산 남구	○	○	○	○	○
983	우성에이엔씨	부산 남구	○				○
984	포애드	부산 남구	○	○		○	
985	한길애드	부산 남구					○
986	INC디자인	부산 남구					○
987	노아기획	부산 동구	○	○	○	○	○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
988	동방기획	부산 동구	○	○	○		
989	동양애드	부산 동구					○
990	애드비전	부산 동구		○			
991	코비드	부산 동구					○
992	동부	부산 동래구	○				
993	오케이인쇄	부산 동래구				○	
994	토마코	부산 동래구	○				
995	가인애드디자인	부산 사상구					○
996	도시와광고	부산 사상구	○				
997	싸일렉스엘이디	부산 사상구		○			
998	에스비디	부산 사상구					○
999	정보문화사	부산 사상구				○	○
1000	카아트	부산 사상구				○	
1001	해금광고	부산 사상구					○
1002	두레기획	부산 사하구					○
1003	맥피앤피	부산 사하구	○				
1004	시그마광고기획	부산 사하구				○	
1005	아이콘아이디자인	부산 사하구					○
1006	이노애드	부산 사하구	○			○	○
1007	인쇄활인마트	부산 사하구					○
1008	반도헤드컴	부산 서구	○	○	○	○	○
1009	에버컴	부산 서구				○	
1010	인쇄골	부산 서구				○	
1011	정문사	부산 서구				○	
1012	다운기획	부산 수영구	○	○			
1013	레이커뮤니케이션	부산 수영구	○				
1014	브릿지커뮤니케이션	부산 수영구	○	○	○		○
1015	세종기획	부산 수영구					○
1016	이즈커뮤니케이션	부산 수영구			○		
1017	현대후렝	부산 수영구	○				
1018	H.K	부산 수영구	○				
1019	다솔	부산 연제구		○		○	○
1020	두비스	부산 연제구					○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1021	부산기획	부산 연제구				○	
1022	소리샘	부산 연제구					○
1023	티티마기획통상	부산 연제구				○	○
1024	하늘문화사	부산 연제구					○
1025	흥기획	부산 연제구					○
1026	광고기획신라	부산 중구				○	
1027	광고디자인대성	부산 중구					○
1028	나눔0212	부산 중구				○	○
1029	다솔디자인	부산 중구					○
1030	대원사	부산 중구				○	
1031	더존에이스	부산 중구				○	○
1032	데오컴	부산 중구		○			
1033	동방기획	부산 중구					○
1034	디자인트리	부산 중구		○			
1035	매일프로세스	부산 중구				○	
1036	보가디자인	부산 중구					○
1037	사계	부산 중구				○	
1038	성문문화사	부산 중구				○	
1039	세명기획	부산 중구				○	
1040	신일인쇄	부산 중구				○	
1041	쓰리씨커뮤니케이션	부산 중구		○			
1042	아름기획	부산 중구					○
1043	아인디자인	부산 중구				○	
1044	애드엔포엠	부산 중구					○
1045	액센트	부산 중구				○	
1046	엠엔피	부산 중구					○
1047	영신디자인	부산 중구		○			
1048	영주신일인쇄	부산 중구				○	
1049	유아트비전	부산 중구		○			
1050	전망기획	부산 중구					○
1051	정우커뮤니케이션	부산 중구					○
1052	파오스	부산 중구		○		○	○
1053	푸른기획	부산 중구				○	○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1054	풍경	부산 중구			○		
1055	현대복스	부산 중구					○
1056	홍성기획	부산 중구					○
1057	C.M.C	부산 중구				○	
1058	KBC	부산 중구				○	
1059	국제신문주안광고지사	부산 진구	○				
1060	모던콤	부산 진구				○	
1061	미르기획	부산 진구				○	
1062	부산프로덕션	부산 진구	○	○		○	
1063	부성애드	부산 진구	○	○			○
1064	선우TS	부산 진구	○				
1065	손자커뮤니케이션즈	부산 진구	○	○		○	○
1066	신동애드	부산 진구		○			
1067	씨와이애드	부산 진구					○
1068	연합기획	부산 진구					○
1069	유신광고인쇄	부산 진구					○
1070	유창인쇄월드	부산 진구				○	○
1071	인터콥어소시에이션	부산 진구	○				
1072	청운기업	부산 진구	○				
1073	토라기획	부산 진구					○
1074	프로컴	부산 진구		○			○
1075	한샘기획금영출판사	부산 진구				○	
1076	함께가는사람들	부산 진구				○	
1077	힐인쇄광고	부산 진구					○
1078	대일애드컴	부산 해운대구	○				
1079	룩스필름	부산 해운대구		○			
1080	상가춘추	부산 해운대구					○
1081	예담기획	부산 해운대구				○	
1082	오프-컴	부산 해운대구					○
1083	원커뮤니케이션	부산 해운대구	○	○	○		
1084	채널씨엔에이	부산 해운대구		○			○
1085	코아컴	부산 해운대구		○			
1086	포디그리즈	부산 해운대구	○	○	○		○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1087	프리즈맥스사인	부산 해운대구	○				
1088	강산애드	대구 남구				○	
1089	나우컴	대구 남구	○				
1090	대은영상	대구 남구	○				
1091	아유애드	대구 남구	○				
1092	에스앤디	대구 남구	○	○		○	○
1093	코리콤	대구 남구	○				○
1094	코스모애드	대구 남구	○				○
1095	포엔포	대구 남구	○	○			○
1096	하나기획	대구 남구					○
1097	번개통신	대구 달성군				○	
1098	에스피코리아	대구 달성군	○				
1099	체인지	대구 달성군				○	
1100	파스텔	대구 달성군					○
1101	흥신광고	대구 달성군	○				
1102	대선	대구 동구	○				
1103	모닝스타	대구 동구	○				
1104	비앤비커뮤니케이션즈	대구 동구	○				
1105	씨아이에이	대구 동구	○		○	○	○
1106	애드메이저	대구 동구	○	○	○	○	○
1107	애드뱅크	대구 동구	○			○	
1108	우진기획	대구 동구	○	○		○	
1109	진컴	대구 동구	○				
1110	가야광고사	대구 북구	○				
1111	메카	대구 북구	○				
1112	베이스볼기획	대구 북구	○				
1113	비타민	대구 북구				○	
1114	세계	대구 북구	○				
1115	송월판촉	대구 북구					○
1116	애드피아	대구 북구					○
1117	코싸인	대구 북구	○				
1118	월드산업	대구 서구					○
1119	지역저널	대구 서구					○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1120	공명	대구 수성구		○			○
1121	나남커뮤니케이션즈	대구 수성구		○		○	
1122	대보커뮤니케이션	대구 수성구	○			○	
1123	대원아트	대구 수성구					○
1124	디아이컴	대구 수성구	○	○			
1125	미광	대구 수성구	○				
1126	씨프로덕션	대구 수성구		○			
1127	애드앤디	대구 수성구	○	○	○		
1128	애드파크	대구 수성구					○
1129	에드윈	대구 수성구				○	
1130	예은기획	대구 수성구					○
1131	제콤	대구 수성구	○				
1132	좋은아침광고	대구 수성구	○				
1133	좋은영상	대구 수성구		○			
1134	큐앤씨	대구 수성구				○	
1135	플러스컴	대구 수성구	○				○
1136	화성이엔에이	대구 수성구	○				
1137	경북사진식자인쇄사	대구 중구				○	○
1138	광고회사거인	대구 중구					○
1139	느낌디자인	대구 중구					○
1140	다산미디어	대구 중구					○
1141	다송애드	대구 중구	○	○		○	
1142	대경기획	대구 중구	○			○	
1143	대교산업	대구 중구					○
1144	도도디자인	대구 중구					○
1145	동송기획	대구 중구					○
1146	디엔씨파크	대구 중구				○	
1147	디자인그린	대구 중구					○
1148	디자인메시지	대구 중구				○	
1149	디자인케어	대구 중구					○
1150	디지털디오	대구 중구				○	
1151	매일기획	대구 중구					○
1152	매일애드	대구 중구	○		○	○	○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1153	미르광고기획	대구 중구			○		○
1154	보라원색	대구 중구				○	○
1155	비전기획	대구 중구	○				
1156	비쥬애드컴	대구 중구	○				
1157	삼인기획	대구 중구					○
1158	삼희기획	대구 중구					○
1159	상원애드컴	대구 중구				○	○
1160	새한정말인쇄사	대구 중구				○	○
1161	서광애드컴	대구 중구					○
1162	신진기획	대구 중구					○
1163	씩세스토리	대구 중구	○				
1164	썬스광고기획	대구 중구	○			○	○
1165	아시아	대구 중구			○		
1166	아이컴	대구 중구					○
1167	애드밸리인디자인	대구 중구	○			○	○
1168	애드브레인	대구 중구				○	
1169	애드애포알스미스	대구 중구	○	○	○		○
1170	애드원	대구 중구					○
1171	애드파워	대구 중구	○				○
1172	에드번커뮤니케이션	대구 중구				○	
1173	예동행	대구 중구				○	
1174	에스커뮤니케이션	대구 중구	○				
1175	예인인쇄소	대구 중구		○			
1176	예진디자인	대구 중구	○				
1177	원진기획	대구 중구				○	
1178	유니컴	대구 중구	○	○		○	○
1179	일성애드컴	대구 중구					○
1180	제이비씨애드컴	대구 중구	○	○			
1181	제일기획	대구 중구				○	○
1182	제일기획인쇄사	대구 중구				○	○
1183	첨운기획	대구 중구	○	○	○	○	○
1184	청하출판기획	대구 중구				○	
1185	컴앤씨	대구 중구				○	○



NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1186	코리아애드컴	대구 중구					○
1187	한진기획	대구 중구					○
1188	홍익포럼	대구 중구					○
1189	MAD디자인	대구 중구					○
1190	M.S.P	인천 계양구		○			
1191	Y광고기획	인천 계양구			○		
1192	굿모닝디자인기획사	인천 남구				○	
1193	마당기획	인천 남구					○
1194	영일사	인천 남구		○			○
1195	신화광고	인천 남동구					○
1196	지앤에프테크비전	인천 남동구					○
1197	청송광고기획	인천 남동구					○
1198	쥬니디자인	인천 동구					○
1199	성광그래픽	인천 부평구					○
1200	필애드컴	인천 부평구					○
1201	경도애드	인천 연수구	○				
1202	엑스커뮤니케이션	인천 연수구	○	○		○	○
1203	이모션기획	인천 연수구				○	
1204	한국산업디자인공사	인천 연수구					○
1205	광운기획	광주 광산구	○				
1206	신한광고	광주 광산구	○				
1207	광성실크	광주 남구				○	○
1208	나눔종합상사	광주 남구	○				
1209	도이애드컴	광주 남구	○				
1210	사람과나무	광주 남구		○			
1211	애드콤	광주 남구	○	○			
1212	애드파워	광주 남구	○				
1213	고은광고기업	광주 동구	○				
1214	공작종합광고	광주 동구				○	○
1215	굿디커뮤니케이션스	광주 동구		○		○	○
1216	그린출판기획	광주 동구				○	○
1217	나온커뮤니케이션	광주 동구	○	○	○	○	○
1218	다보기획	광주 동구				○	○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1219	다지리	광주 동구	○			○	
1220	동광싸인	광주 동구					○
1221	동천미디어	광주 동구	○	○			
1222	드림메이드	광주 동구	○	○		○	○
1223	디자인그룹미	광주 동구	○	○		○	
1224	디자인뱅크	광주 동구					○
1225	백송기획	광주 동구	○	○		○	○
1226	백제소프트	광주 동구					○
1227	빛고을광고기업	광주 동구	○				
1228	빛고을기획	광주 동구	○	○			○
1229	솔기획	광주 동구					○
1230	실사클럽	광주 동구	○				○
1231	아트컴	광주 동구		○		○	
1232	애드윈	광주 동구					○
1233	애드하임	광주 동구	○				
1234	엔터디자인	광주 동구					○
1235	영민문화사	광주 동구				○	○
1236	영은사	광주 동구				○	○
1237	오투디자인그룹	광주 동구					○
1238	우기획	광주 동구					○
1239	우리실사	광주 동구		○		○	○
1240	월드기획사	광주 동구	○	○	○	○	○
1241	은하기획	광주 동구				○	○
1242	이미지뱅크	광주 동구				○	○
1243	제일싸인기획	광주 동구					○
1244	조앤리디자인컴퍼니	광주 동구		○			
1245	좋은디자인	광주 동구					○
1246	준디자인	광주 동구					○
1247	지누커뮤니티	광주 동구					○
1248	지성문화사	광주 동구				○	○
1249	참좋은광고	광주 동구	○	○	○	○	○
1250	쿨디자인	광주 동구					○
1251	파노이앤디	광주 동구					○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1252	허브커뮤니케이션즈	광주 동구		○			
1253	뉴애드	광주 북구					○
1254	대우광고기획	광주 북구	○	○			
1255	문화디자인	광주 북구		○			○
1256	사랑방신문사	광주 북구					○
1257	서진	광주 북구	○				
1258	스타애드	광주 북구	○				
1259	에드월드	광주 북구	○				
1260	인컴	광주 북구	○				
1261	지피텍	광주 북구		○	○	○	○
1262	광고뱅크	광주 서구					○
1263	두리광고공사	광주 서구					○
1264	삼성디자인	광주 서구					○
1265	하나애드컴	광주 서구	○				○
1266	해동기획	광주 서구			○		
1267	대광기획	대전 대덕구	○				
1268	동우플래텍	대전 대덕구					○
1269	한얼광고기획	대전 대덕구					○
1270	다이얼정보	대전 동구				○	
1271	대신기획	대전 동구		○		○	○
1272	드림기획	대전 동구					○
1273	디자인이슈	대전 동구	○				○
1274	애플디자인	대전 동구					○
1275	에이스	대전 동구					○
1276	예원테크	대전 동구					○
1277	국제광고기획	대전 서구					○
1278	나우리애드	대전 서구	○				
1279	대운애드빌	대전 서구	○	○			
1280	사이버애드	대전 서구					○
1281	애드아이엔지	대전 서구	○	○	○		
1282	애드월드	대전 서구	○	○		○	○
1283	영심이디자인	대전 서구					○
1284	월평	대전 서구					○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1285	워드커뮤니케이션	대전 서구	○				
1286	인터크레존	대전 서구	○			○	
1287	정남프로덕션	대전 서구	○	○	○		
1288	청맥기획	대전 서구				○	○
1289	대전충남광고제작공협동조합	대전 중구		○			○
1290	미디어파크	대전 중구	○	○			○
1291	씨케이	대전 중구	○				
1292	조선일보대전광고지사	대전 중구	○				
1293	지피컴	대전 중구	○				
1294	푸른사인이넥스	대전 중구					○
1295	하나토피아	대전 중구	○		○		○
1296	다모아비전	울산 남구	○	○	○	○	
1297	동아애드넷	울산 남구	○				
1298	디자인허브	울산 남구		○			○
1299	뷰디자인	울산 남구	○				
1300	아트애드	울산 남구		○		○	○
1301	토마토컴	울산 남구	○			○	
1302	플러스	울산 남구					○
1303	한울애드	울산 남구	○	○			○
1304	국제광고	경기도 기평군	○				
1305	21세기동보기업	경기도 고양시				○	
1306	경기점	경기도 고양시	○				
1307	근강문화사	경기도 고양시					○
1308	밀리언정보통신	경기도 고양시	○				
1309	빛글	경기도 고양시					○
1310	설이기획	경기도 고양시	○				
1311	씨엠씨디자인	경기도 고양시		○		○	
1312	아킴기획	경기도 고양시	○				
1313	우노디자인	경기도 고양시		○			
1314	원기획	경기도 고양시				○	
1315	일산디자인	경기도 고양시					○
1316	좋은광고기획	경기도 고양시					○
1317	카이드	경기도 고양시			○		

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1318	카이로스미디어	경기도 고양시	○				
1319	한국거래정보	경기도 고양시	○				
1320	이명애드컴	경기도 과천시	○				
1321	삶기획	경기도 광명시				○	
1322	iBtoB	경기도 광명시	○				
1323	시공데코	경기도 광주시		○		○	
1324	이언에프	경기도 광주시		○	○		○
1325	광고마을	경기도 구리시					○
1326	광고BOX	경기도 구리시					○
1327	광명서각인쇄	경기도 구리시				○	
1328	교문인쇄소	경기도 구리시				○	
1329	남도종합인테리어	경기도 구리시		○			
1330	디자인플러스	경기도 군포시				○	○
1331	모던디자인	경기도 군포시				○	
1332	아이엔기획	경기도 군포시				○	
1333	준애드	경기도 군포시					○
1334	프린토피아	경기도 군포시					○
1335	한솔광고기획	경기도 김포시	○				
1336	한일디스플레이	경기도 김포시					○
1337	우성광고	경기도 동두천시				○	
1338	정우기획	경기도 동안구					○
1339	종합광고대행화양	경기도 동안구			○		
1340	국제이니컴	경기도 부천시				○	
1341	대영광고사	경기도 부천시	○				
1342	디자인클럽	경기도 부천시				○	
1343	비전21c	경기도 부천시					○
1344	삼원애드컴	경기도 부천시	○			○	
1345	세신광고기획	경기도 부천시				○	
1346	시티젠	경기도 부천시	○				
1347	애드넷	경기도 부천시	○				
1348	돈오스피스기획	경기도 상록구				○	
1349	분당-D커뮤니케이션	경기도 성남시	○	○			
1350	성공기획	경기도 성남시				○	

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1351	에스피에드	경기도 성남시				○	
1352	에프아이에드	경기도 성남시	○	○			
1353	영화기획	경기도 성남시	○				
1354	예술테크	경기도 성남시		○			
1355	오렌지광고연구소	경기도 성남시			○		
1356	제이아트	경기도 성남시				○	○
1357	피플컴	경기도 성남시	○		○	○	
1358	경기디자인	경기도 수원시		○	○	○	○
1359	대일기획	경기도 수원시				○	
1360	도와도	경기도 수원시	○				
1361	디자인티키	경기도 수원시		○			○
1362	성지애드	경기도 수원시	○				
1363	스카이밸리	경기도 수원시					○
1364	아이앤애드	경기도 수원시	○				
1365	운동장광고기획	경기도 수원시					○
1366	원경	경기도 수원시	○				
1367	청송애드	경기도 수원시	○				○
1368	테마기획	경기도 수원시				○	○
1369	편집회사사람들	경기도 수원시				○	
1370	시화넷	경기도 시흥시				○	○
1371	애드션	경기도 시흥시				○	○
1372	영광광고기획	경기도 시흥시				○	○
1373	원원이십일	경기도 시흥시	○				
1374	컷팅아트	경기도 시흥시		○			
1375	광고기획	경기도 안산시					○
1376	금천디자인	경기도 안산시					○
1377	나리콤광고기획	경기도 안산시				○	
1378	디자인나라	경기도 안산시					○
1379	명암스티커특별한기획	경기도 안산시	○				
1380	비바컴	경기도 안산시				○	
1381	엔젤광고기획	경기도 안산시				○	
1382	이미지만들기	경기도 안산시				○	
1383	한마음인쇄광고	경기도 안산시				○	

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1384	셀광고	경기도 안양시					○
1385	애드월드	경기도 안양시	○				
1386	애드윈	경기도 안양시		○			
1387	우림기획	경기도 안양시		○		○	○
1388	인쇄박사	경기도 안양시				○	
1389	정미디어텍	경기도 안양시	○				
1390	조선일보연합전단	경기도 안양시					○
1391	준기획	경기도 안양시				○	○
1392	동화광고산업	경기도 양주시	○				
1393	광고마을	경기도 용인시					○
1394	디자인월드	경기도 용인시			○		
1395	세광기획	경기도 용인시					○
1396	스케치	경기도 용인시					○
1397	애드앤라인	경기도 용인시	○				
1398	KMSA	경기도 용인시	○				
1399	스마일상사	경기도 원미구					○
1400	광고나라	경기도 의정부시					○
1401	넷컴코리아	경기도 의정부시					○
1402	상가정보114	경기도 의정부시	○				
1403	선진광고기획	경기도 의정부시	○				
1404	세종디자인	경기도 의정부시				○	
1405	씨엔피	경기도 의정부시					○
1406	평화광고	경기도 이천시	○				
1407	삼일공사	경기도 일산시				○	
1408	에이투젯	경기도 일산시				○	
1409	지호컴	경기도 일산시				○	
1410	PCD기획	경기도 일산시					○
1411	보람기획	경기도 파주시					○
1412	싸인포커스	경기도 파주시					○
1413	디자인꿈	경기도 평택시		○		○	○
1414	디지털테크	경기도 평택시				○	
1415	부강기획	경기도 평택시	○				
1416	누리아트	경기도 포천시	○				

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1417	싸인정보산업	경기도 하남시		○			
1418	애드라이트	경기도 하남시					○
1419	드림기획	경기도 화성시					○
1420	굿디자인	강원도 강릉시					○
1421	금강기획	강원도 강릉시	○				
1422	디자인플러스	강원도 강릉시				○	
1423	삼흥사	강원도 강릉시					○
1424	상가로영동지사	강원도 강릉시				○	
1425	조은기획	강원도 속초시				○	
1426	씨앤티기획	강원도 양구군				○	
1427	강원에이젯	강원도 원주시		○			
1428	강원종합기획	강원도 원주시					○
1429	대한전화번호부	강원도 원주시		○			
1430	삼성종합광고	강원도 원주시					○
1431	에드윈	강원도 원주시					○
1432	영서상가로	강원도 원주시	○				
1433	웹디자인기획	강원도 원주시		○			
1434	제일광고기획	강원도 원주시	○				○
1435	조은날	강원도 원주시					○
1436	제일인업사	강원도 인제군				○	
1437	강원미디어	강원도 춘천시	○	○			
1438	경문사	강원도 춘천시				○	
1439	광고민국	강원도 춘천시					○
1440	네오컴	강원도 춘천시	○	○			
1441	대명광고	강원도 춘천시		○			
1442	사과나무	강원도 춘천시					○
1443	위즈	강원도 춘천시					○
1444	춘천지역정보	강원도 춘천시	○				○
1445	프레스파크인쇄	강원도 춘천시				○	
1446	한국옥외광고협회춘천지사회	강원도 춘천시	○				
1447	AND종합광고기획	강원도 춘천시				○	
1448	미진광고	강원도 홍천읍			○		
1449	라인기획	충청북도 보은군				○	○



NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1450	동현기획인쇄	충청북도 상당구				○	○
1451	플러스디자인	충청북도 상당구	○				
1452	옥천광고기획	충청북도 옥천군					○
1453	동양광고	충청북도 음성군	○				
1454	민종합기획광고	충청북도 음성군	○				
1455	제일기획	충청북도 제천시					○
1456	휴먼플러스	충청북도 제천시	○	○		○	○
1457	디자인헤드	충청북도 증평군					○
1458	중부기획	충청북도 진천군					○
1459	채널디	충청북도 청원군	○	○			○
1460	뉴선진종합상사	충청북도 청주시	○			○	
1461	다산애드컴	충청북도 청주시	○				
1462	다솔기획	충청북도 청주시				○	○
1463	애드밸리	충청북도 청주시				○	
1464	애드포커스	충청북도 청주시					○
1465	예람	충청북도 청주시				○	○
1466	이상커뮤니티	충청북도 청주시			○	○	○
1467	정수기획	충청북도 청주시	○				
1468	청주마크	충청북도 청주시				○	
1469	태산기획	충청북도 청주시					○
1470	BOBSYS	충청북도 청주시				○	○
1471	VIOLET	충청북도 청주시				○	
1472	대한광고기획	충청북도 충주시	○	○			
1473	충청테레카	충청북도 흥덕구		○			
1474	극동광고기획	충청남도 공주시				○	
1475	디딤돌	충청남도 당진군					○
1476	중앙광고기획	충청남도 당진군					○
1477	신한광고	충청남도 보령시		○			
1478	예술광고	충청남도 보령시	○				
1479	예일종합광고	충청남도 부여군					○
1480	가람디자인	충청남도 서산시	○				
1481	명함천국	충청남도 서산시					○
1482	맥디자인	충청남도 아산시				○	○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1483	애플광고기획	충청남도 아산시		○			
1484	대화상사	충청남도 아산시					○
1485	백송종합광고할인점	충청남도 예산군					○
1486	제일광고기획	충청남도 예산군					○
1487	토탈광고기획	충청남도 예산군					○
1488	나래광고뱅크	충청남도 천안시	○			○	○
1489	디자인플러스	충청남도 천안시				○	○
1490	사람과디자인	충청남도 천안시		○			○
1491	위너커뮤니케이션즈	충청남도 천안시			○		
1492	파랑새신문	충청남도 천안시	○				
1493	홀림기획	충청남도 천안시				○	
1494	엔터기획	전라북도 고창군					○
1495	미래2000	전라북도 군산시	○				
1496	삼심기획	전라북도 군산시		○		○	○
1497	아이엠기획	전라북도 군산시			○		
1498	나무기획	전라북도 김제시	○				
1499	영암공사	전라북도 김제시					○
1500	광고자재전문점	전라북도 익산시					○
1501	디자인플러스	전라북도 익산시					○
1502	애드티비	전라북도 익산시		○	○		○
1503	하나광고기획	전라북도 익산시				○	
1504	(유전북연합전단	전라북도 전주시	○				
1505	(유플러스기획	전라북도 전주시				○	○
1506	고조선&평화광고디자인	전라북도 전주시				○	○
1507	금호기획	전라북도 전주시	○				
1508	동부광고기획	전라북도 전주시					○
1509	동영기획	전라북도 전주시		○			
1510	미래광고기획	전라북도 전주시	○				
1511	미준닷컴-관측물다나와	전라북도 전주시					○
1512	샤프	전라북도 전주시					○
1513	서해광고	전라북도 전주시	○				
1514	성도기획	전라북도 전주시	○				
1515	아사히출판	전라북도 전주시					○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1516	아우디	전라북도 전주시					○
1517	조일기업	전라북도 전주시					○
1518	풍남기획	전라북도 전주시	○		○	○	
1519	필애드	전라북도 전주시	○	○			
1520	한국방송미디어	전라북도 전주시	○	○			
1521	현수막	전라북도 전주시					○
1522	드림라이크	전라북도 정읍시		○	○		
1523	모던디자인기획	전라북도 정읍시					○
1524	대동광고기업	전라남도 광양시					○
1525	평양애드컴	전라남도 광양시	○		○	○	○
1526	타보기획	전라남도 광주시					○
1527	미공사광고기획	전라남도 구례군	○			○	○
1528	동신기획	전라남도 나주시	○				○
1529	알파종합상사	전라남도 나주시					○
1530	나라미디어	전라남도 목포시	○	○			
1531	대신광고	전라남도 목포시					○
1532	디자인나라	전라남도 목포시				○	
1533	싼타광고마을	전라남도 목포시					○
1534	아이본디자인인쇄	전라남도 목포시				○	○
1535	새한광고기획	전라남도 순천시					○
1536	성실나염	전라남도 순천시	○				○
1537	에이스기획	전라남도 순천시					○
1538	인쇄프리자	전라남도 순천시				○	○
1539	일신기획	전라남도 순천시				○	
1540	주원광고기획	전라남도 순천시					○
1541	현기획	전라남도 순천시				○	
1542	화량사	전라남도 순천시	○				
1543	광고시장	전라남도 여수시				○	
1544	시웬기획	전라남도 여수시				○	
1545	해인기업광고	전라남도 완도군					○
1546	디자인블루	전라남도 전주시					○
1547	호남종합상사	전라남도 함평군					○
1548	클릭	경상북도 경산시					○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1549	대원광고	경상북도 경주시					○
1550	스폰기획	경상북도 경주시	○				
1551	정일산업	경상북도 경주시				○	
1552	백두광고기획	경상북도 구미시					○
1553	세진디자인	경상북도 구미시				○	
1554	좋은느낌	경상북도 구미시					○
1555	동문광고기획	경상북도 문경시	○				
1556	신성광고사	경상북도 문경시	○				
1557	세종기획	경상북도 상주시	○	○			○
1558	동이수중산업	경상북도 안동시	○				
1559	디자인플러스	경상북도 안동시					○
1560	미소기획	경상북도 안동시					○
1561	온누리인쇄기획	경상북도 안동시					○
1562	ZOOM	경상북도 안동시		○			
1563	경북종합광고	경상북도 예천군					○
1564	영상광고기획	경상북도 예천군	○				
1565	해송광고	경상북도 울진군					○
1566	거인기획	경상북도 창원시			○	○	
1567	성운기획	경상북도 청송군	○			○	○
1568	금강미디어	경상북도 포항시	○	○	○	○	
1569	미디어포커스	경상북도 포항시	○				
1570	애드인	경상북도 포항시					○
1571	에이엔씨	경상북도 포항시					○
1572	예원기획	경상북도 포항시				○	
1573	하나로기획	경상북도 포항시				○	○
1574	명인미디어	경상남도 거제시					○
1575	칠공사	경상남도 거제시					○
1576	동서기획	경상남도 김해시					○
1577	반석광고	경상남도 김해시					○
1578	이룸디자인전문회사	경상남도 김해시				○	○
1579	자이안트광고	경상남도 김해시	○				
1580	칼라인쇄가격파괴	경상남도 김해시				○	
1581	하안종이	경상남도 김해시				○	

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1582	경남광고기획	경상남도 마산시	○				
1583	경남전산	경상남도 마산시	○				
1584	대경인쇄사	경상남도 마산시				○	
1585	메가메스	경상남도 마산시	○	○			
1586	백마광고	경상남도 마산시	○				
1587	상용기획	경상남도 마산시	○				
1588	새모든광고	경상남도 마산시					○
1589	선우디자인	경상남도 마산시		○		○	
1590	세영인쇄	경상남도 마산시				○	
1591	솔라애드	경상남도 마산시				○	○
1592	인포컴	경상남도 마산시	○	○		○	○
1593	제일애드컴	경상남도 마산시	○	○			
1594	지앤컴	경상남도 마산시	○				
1595	칠광아크릴사	경상남도 마산시		○			
1596	한신애드컴	경상남도 마산시				○	
1597	미공사	경상남도 밀양시	○				
1598	스타광고사	경상남도 아산시					○
1599	유진광고선물	경상남도 양산시	○	○		○	
1600	칸디자인	경상남도 울산시		○			
1601	팝콘커뮤니케이션	경상남도 울산시	○				
1602	굿디자인	경상남도 진주시		○			○
1603	베스트디자인	경상남도 진주시	○				○
1604	싼타마을	경상남도 진주시	○			○	
1605	에프원	경상남도 진주시		○			
1606	이래광고기획	경상남도 진해시					○
1607	광개토	경상남도 창원시				○	○
1608	그린광고기획	경상남도 창원시					○
1609	기획회사한가람	경상남도 창원시				○	○
1610	디딤기획	경상남도 창원시					○
1611	디엔씨웹프로덕션	경상남도 창원시	○	○		○	○
1612	명인기획인쇄사	경상남도 창원시				○	○
1613	숨씨	경상남도 창원시					○
1614	신화광고	경상남도 창원시					○

NO	사업체명	주소	광고대행	광고제작	서비스	인쇄	기타
1615	싸론ccTV	경상남도 창원시	○				
1616	플리오	경상남도 창원시	○	○			
1617	e-하동	경상남도 하동군					○
1618	아름광고	제주도 서귀포시					○
1619	디자인하우스	제주도 제주시		○			
1620	아름기획	제주도 제주시					○
1621	엑스엘디자인	제주도 제주시	○	○		○	
1622	엠씨디자인연구센터	제주도 제주시		○	○	○	
1623	연동디자인광고	제주도 제주시					○
1624	용덕포장광고사	제주도 제주시				○	○
1625	제롤광고기획	제주도 제주시				○	○
1626	제이엔씨그래픽	제주도 제주시	○	○			○
1627	행운애드컴	제주도 제주시					○

## 연구진

---

연구위원	오 세성	한국방송광고공사 광고연구소
통계연구원	한 해은	한국방송광고공사 광고연구소
	이 수정	한국방송광고공사 광고연구소
연구보조원	이 정은	한국방송광고공사 광고연구소
자문위원	김 영원	숙명여자대학교 통계학과 교수
	황 선영	숙명여자대학교 통계학과 교수
	문 권순	통계청 서비스통계과장
	최 종일	한국관광정책연구원 연구위원
	강 창완	동원대학교 수석통계학부 교수
	박 정래	제일기획 미디어전략연구소장
	여 송필	한국방송광고공사 광고연구소 연구위원
	염 성원	한국방송광고공사 광고연구소 연구위원
	박 노성	한국방송광고공사 광고연구소 연구위원
	정 두남	한국방송광고공사 광고연구소 연구위원
	박 은아	한국방송광고공사 광고연구소 연구위원
	조 홍래	한국방송광고공사 광고연구소 연구위원
	박 원기	한국방송광고공사 광고연구소 연구위원
	관리실무	최 신영
남 수호		한국방송광고공사 연구자료부차장
문 의주		한국방송광고공사 연구자료부과장
조사실무	조 광현	메트릭스코퍼레이션 책임연구원
	정 선아	메트릭스코퍼레이션 연구원
	김 지연	메트릭스코퍼레이션 연구원
	박 지원	메트릭스코퍼레이션 연구원
	엄 윤희	메트릭스코퍼레이션 연구원

# 2005 광고산업통계

2006년 2월 28일 인쇄

2006년 2월 28일 발행

**발행인** 정동채  
**발행처** 문화관광부 <http://www.mct.go.kr>  
한국방송광고공사 <http://www.kobaco.co.kr>

**인쇄처** (주)고려텍미디어 (02)3665-9100  
**표지디자인** 메인기획 (02)2691-9125

ISBN 89-91803-04-0-93310

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