국민과 함께 미디어와 함께
스마트광고허브 kobaco

승인번호
제 423002 호

KAI

KOREA ADVERTISING INDEX

광고경기 전망지수 조사보고서

2019년 4분기 광고경기 전망

kobaco
한국방송광고진흥공사

1. 조사 개요

1.1 조사 목적
1.2 조사 방법
1.3 조사 내용
1.4 조사패널 사업체 규모 구분
1.5 조사패널 업종 구분
1.6 월간 트렌드 조사 개요

1. 조사 개요

1.1 조사 목적

방송광고비를 포함한 국내 주요 광고매체의 경기변동을 주기적으로 조사하여 국내 광고산업 경기를 진단함.

1.2 조사 방법

- **조사대상** : 전국 주요 광고주
- **조사기간** : 2019년 8월 28일(수) ~ 2019년 9월 16일(월)
- **조사방법** : 온라인조사 및 전화조사
- **유효 표본 수** : 451개
- **표본 오차** : 95% 신뢰수준 ±4.6% point
- **광고경기 전망지수 KAI(Korea Advertising Index) 개념 및 산출식**
  - 광고경기 전망지수는 광고주의 4분기 광고비 전망에 대한 설문을 통해 광고경기동향을 파악할 수 있는 지표로 산출식은 다음과 같음

$$KAI = \frac{(\text{광고비 증가 응답 업체수} - \text{광고비 감소 응답 업체수})}{\text{전체 응답 업체수}} \times 100 + 100$$

  - KAI가 기준치인 100인 경우 광고비 증가 응답업체수와 광고비 감소 응답업체수가 같음을 의미하며, 100초과인 경우에는 광고비 증가 응답 업체수가 광고비 감소 응답 업체 수보다 많음을, 100미만인 경우에는 그 반대임을 나타냄

1.3 조사 내용

광고비 집행 2019년 4분기 전망

- 지상파TV광고, 케이블TV광고, 종합편성TV광고, 라디오광고, 신문광고, 온라인-모바일 광고

1.4 조사패널 사업체 규모 구분

- 2019년지상파 TV, 케이블TV, 종합편성TV, 라디오 ,신문, 인터넷-모바일 6대 매체 광고비 합계 기준 상위 300위 사업체 및 주요 광고업체 표본 700개
- 7대 매체 광고비 누적 기준 상위 33%는 상위, 중위 33%는 중위, 하위 33%는 하위로 분류
- 2019년 4분기 조사 참여업체 사업체 규모별 분포

항 목	업체 수	2017년 6대 매체 광고비 (천원)	비율 (%)
상위	177	3,453,922,323	97.9
중위	141	71,874,287	2.0
하위	135	3,273,257	0.1
합계	**453**	**3,529,069,867**	**100.0**

1.5 조사패널 업종 구분

코드	업종	업체 수
1	가정용품 및 가사서비스	37
2	교육 및 사회복지서비스	48
3	금융 및 보험서비스	35
4	기타상품 및 서비스	44
5	문화오락용품 및 관련서비스	36
6	미용용품 및 미용서비스	13
7	비영리단체 및 공공기관	60
8	식료품 및 비주류음료	41
9	신문서적 및 문구류	18
10	운송장비	12
11	음식 및 숙박운수서비스	14
12	의료용품 및 장비의료서비스	20
13	의류 및 신발	19
14	정보처리장비	10
15	주류 및 담배	12
16	주택수도 전기연료	30
17	통신	2
	합계	451

※ '통신' 업종은 사례수가 적어 해석에 유의 필요

2. 종합결과 분석

2.1 3분기 대비 4분기 광고경기 전망

2.2 전년 동기 대비 4분기 광고경기 전망

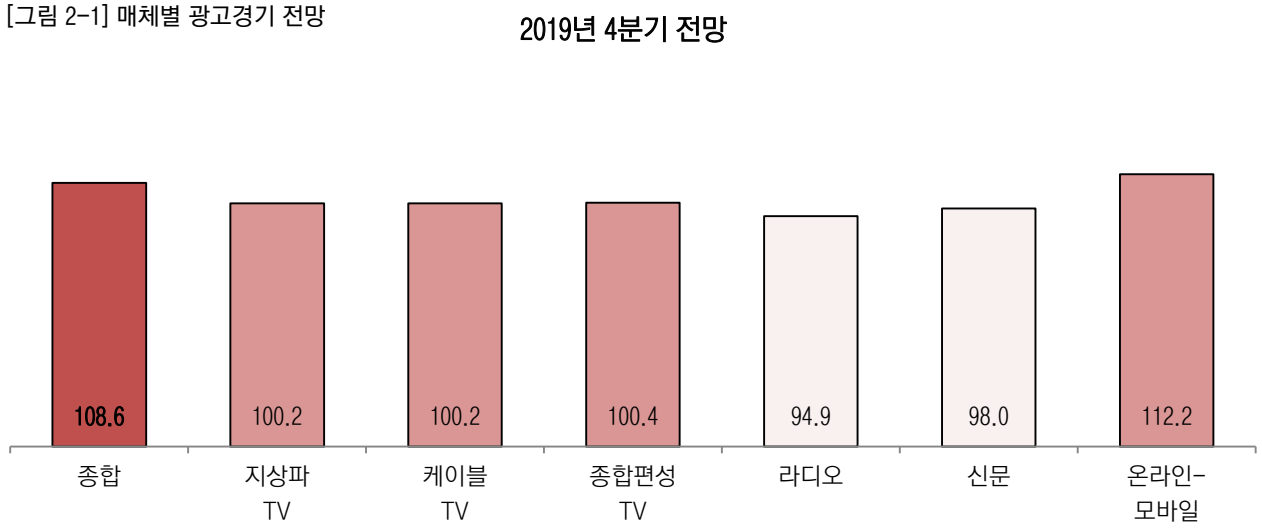
2. 종합결과 분석

2.1 3분기 대비 4분기 광고경기 전망

1) 매체별 3분기 대비 4분기 광고경기 전망

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 108.6으로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(100.2), 케이블TV(100.2), 종합편성TV(100.4), 온라인-모바일(112.2)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 2-1] 매체별 광고경기 전망



■ 3분기 대비 4분기 매체별 광고경기 전망

1. **지상파 TV**
   4분기 광고경기 전망지수는 100.2로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망되며,
   특히 의류 및 신발(121.1)의 광고비 전망 지수가 높게 나타남.
2. **케이블TV**
   4분기 광고경기 전망지수는 100.2로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망되며,
   특히 의류 및 신발(126.3)의 광고비 전망 지수가 높게 나타남.
3. **종합편성TV**
   4분기 광고경기 전망지수는 100.4로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망되며,
   특히 의류 및 신발(126.3)의 광고비 전망 지수가 높게 나타남.
4. **라디오**
   4분기 광고경기 전망지수는 94.9로 3분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망되며,
   특히 주류 및 담배(66.7)의 광고비 전망 지수가 낮게 나타남.
5. **신문**
   4분기 광고경기 전망지수는 98.0으로 3분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망되며,
   특히 주류 및 담배(66.7)의 광고비 전망 지수가 낮게 나타남.
6. **온라인-모바일**
   4분기 광고경기 전망지수는 112.2로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망되며,
   특히 의류 및 신발(152.6)의 광고비 전망 지수가 높게 나타남.

*'통신' 업종의 경우 사례 수(2건)가 작아 언급하지 않음.

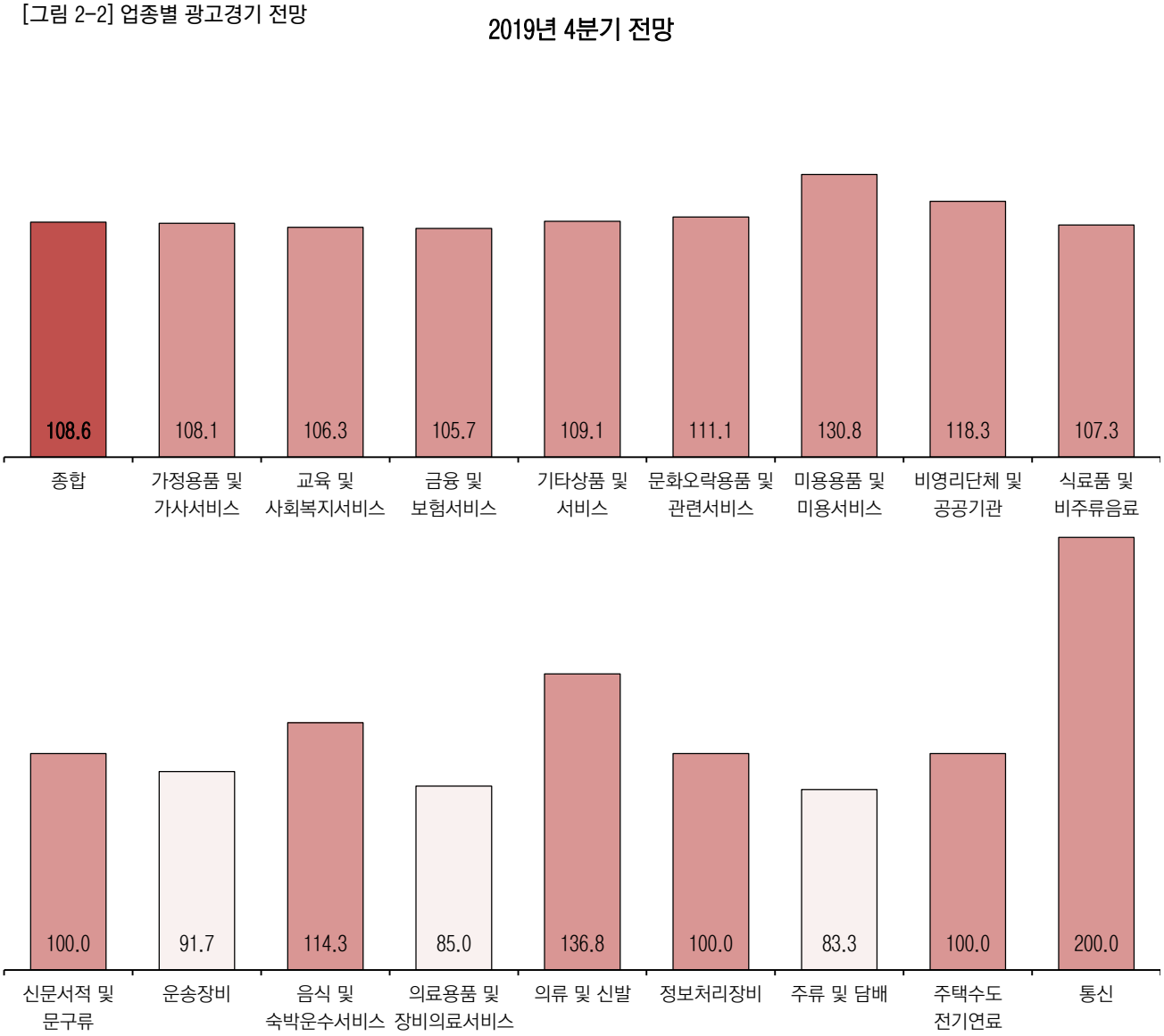
*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

2. 종합결과 분석

2) 업종별 3분기 대비 4분기 광고경기 전망

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 108.6으로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 업종별로 가정용품 및 가사서비스(108.1), 교육 및 사회복지서비스(106.3), 금융 및 보험서비스(105.7), 기타상품 및 서비스(109.1), 문화오락용품 및 관련서비스(111.1), 미용용품 및 미용서비스(130.8), 비영리단체 및 공공기관(118.3), 식료품 및 비주류음료(107.3), 음식 및 숙박운수서비스(114.3), 의류 및 신발(136.8), 통신(200.0)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 2-2] 업종별 광고경기 전망



*'통신' 업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

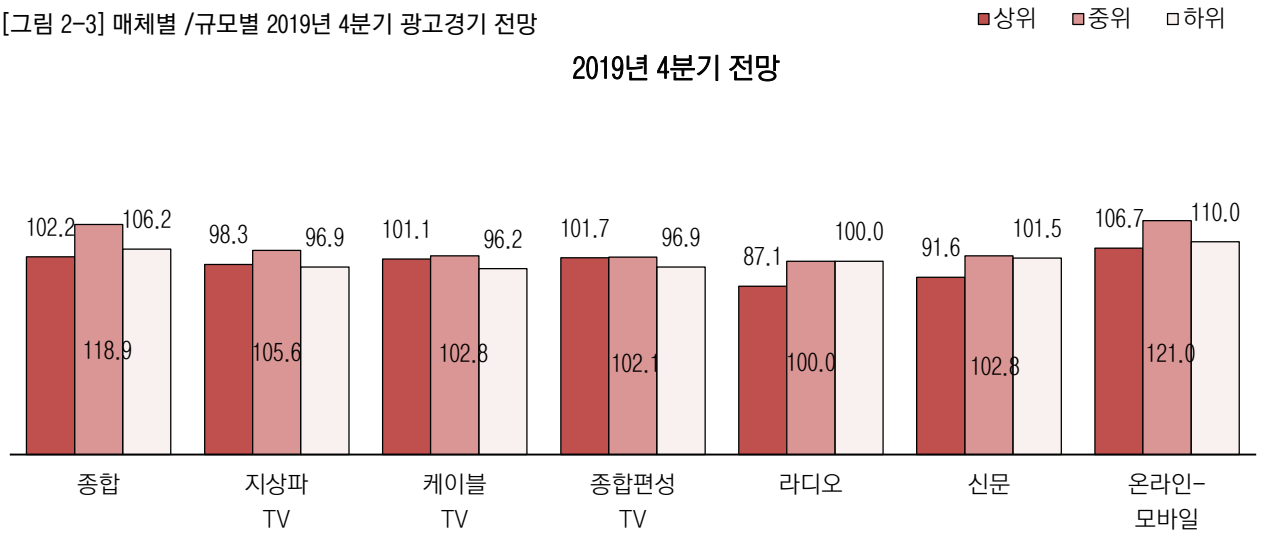
*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

2. 종합결과 분석

3) 사업체 규모별 3분기 대비 4분기 광고경기 전망

- 상위 광고주(102.2)는 케이블TV(101.1), 종합편성TV(101.7), 온라인-모바일(106.7)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 중위 광고주(118.9)는 라디오(100.0)를 제외한 모든 매체의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 하위 광고주(106.2)는 신문(101.5), 온라인-모바일(110.0)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 2-3] 매체별 /규모별 2019년 4분기 광고경기 전망



*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

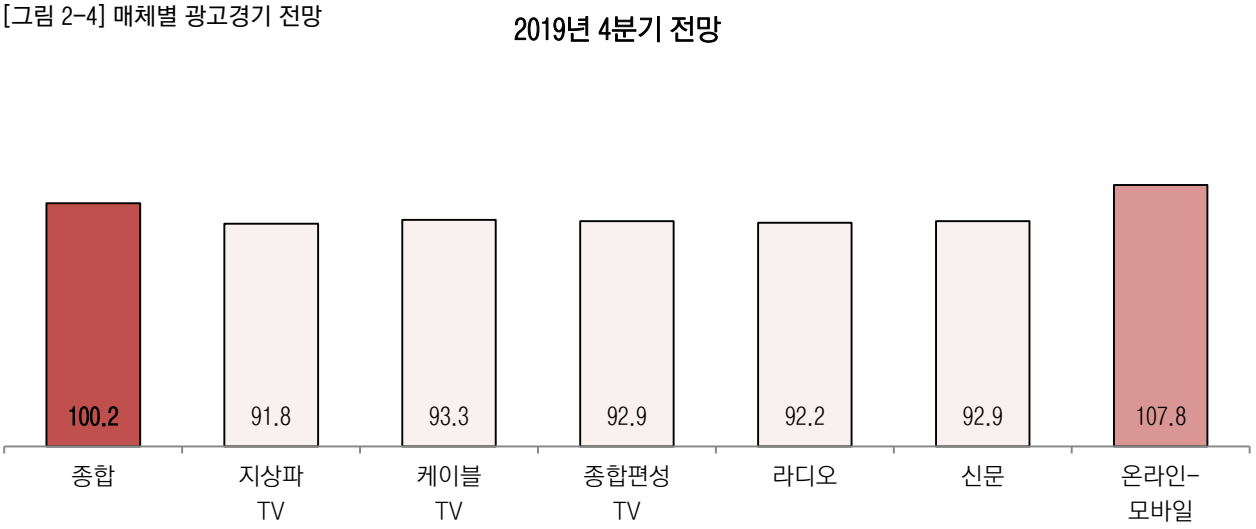
2. 종합결과 분석

2.2 전년 동기 대비 4분기 광고경기 전망

1) 매체별 전년 동기 대비 4분기 광고경기 전망

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 100.2로 전년 4분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 온라인-모바일(107.8)을 제외한 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

[그림 2-4] 매체별 광고경기 전망



■ 전년 동기 대비 2019년 4분기 매체별 광고경기 전망

1. **지상파 TV**
   4분기 광고경기 전망지수는 91.8로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망되며,
   특히 의류 및 신발(73.7)의 광고비 전망 지수가 낮게 나타남.
2. **케이블TV**
   4분기 광고경기 전망지수는 93.3으로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망되며,
   특히 음식 및 숙박운수서비스(64.3)의 광고비 전망 지수가 낮게 나타남.
3. **종합편성TV**
   4분기 광고경기 전망지수는 92.9로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망되며,
   특히 음식 및 숙박운수서비스(64.3)의 광고비 전망 지수가 낮게 나타남.
4. **라디오**
   4분기 광고경기 전망지수는 92.2로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망되며,
   특히 주류 및 담배(58.3)의 광고비 전망 지수가 낮게 나타남.
5. **신문**
   4분기 광고경기 전망지수는 92.9로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망되며,
   특히 주류 및 담배(58.3)의 광고비 전망 지수가 낮게 나타남.
6. **온라인-모바일**
   4분기 광고경기 전망지수는 107.8로 전년 4분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망되며,
   특히 의류 및 신발(136.8)의 광고비 전망 지수가 높게 나타남.

*'통신'업종의 경우 사례 수가 작아 언급하지 않음.

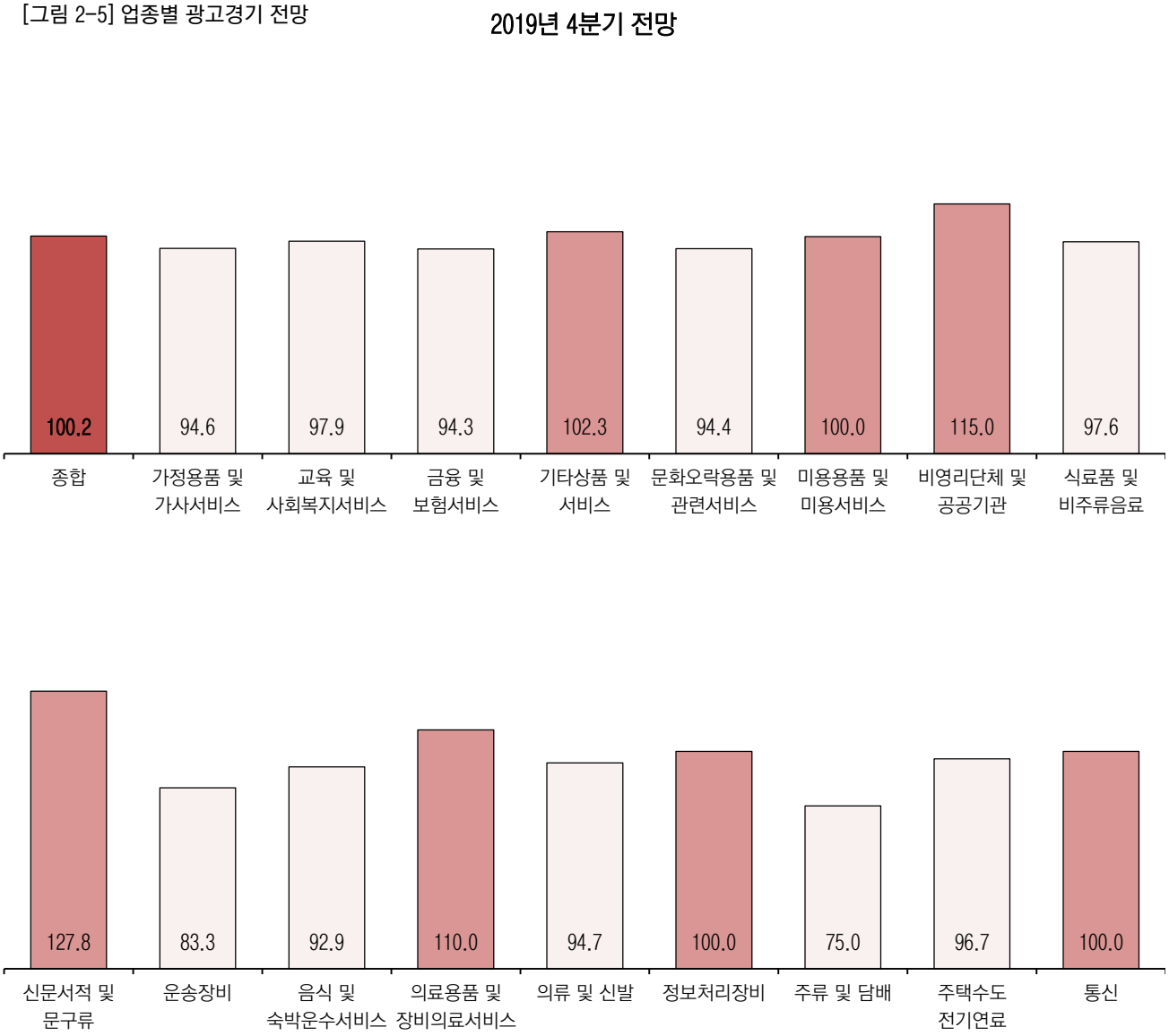
*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

2. 종합결과 분석

2) 업종별 전년 동기 대비 4분기 광고경기 전망

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 100.2로 전년 4분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 업종별로 기타상품 및 서비스(102.3), 비영리단체 및 공공기관(115.0), 신문서적 및 문구류(127.8), 의료용품 및 장비의료서비스(110.0)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 2-5] 업종별 광고경기 전망



*'통신'업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

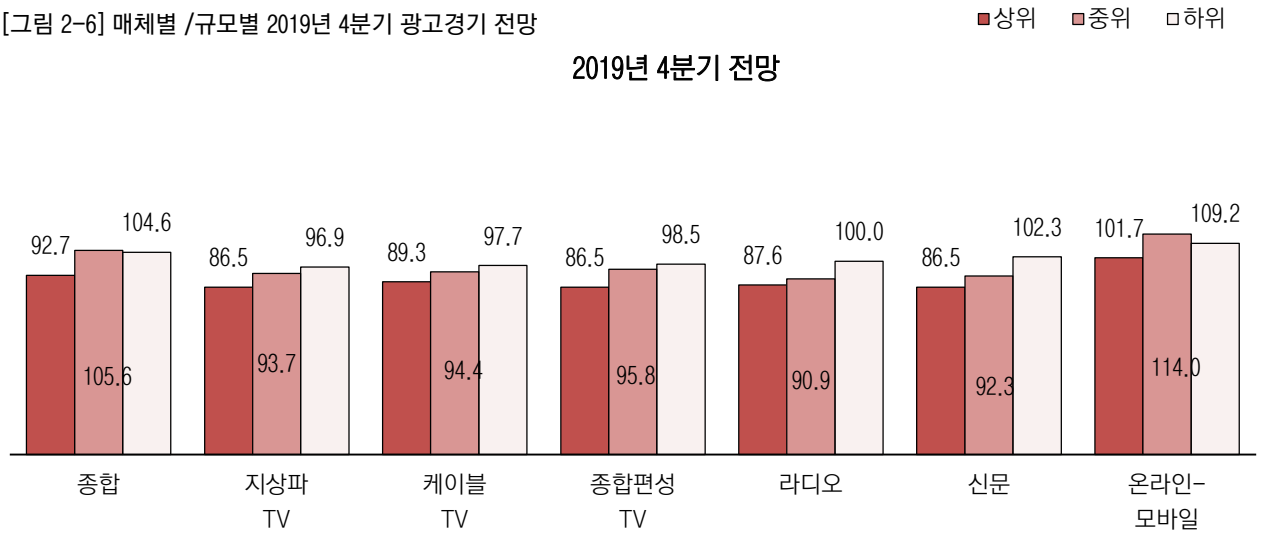
*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

2. 종합결과 분석

3) 사업체 규모별 전년 동기 대비 4분기 광고경기 전망

- 상위 광고주(92.7)는 온라인-모바일(101.7)을 제외한 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 중위 광고주(105.6)는 온라인-모바일(114.0)을 제외한 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 하위 광고주(104.6)는 신문(102.3), 온라인-모바일(109.2)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 2-6] 매체별 /규모별 2019년 4분기 광고경기 전망



*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

3. 3분기 대비 4분기 조사결과 분석

3.1 매체별 3분기 대비 4분기 광고경기 전망

1) 지상파TV
2) 케이블TV
3) 종합편성TV
4) 라디오
5) 신문
6) 온라인-모바일

3.2 업종별 3분기 대비 4분기 광고경기 전망

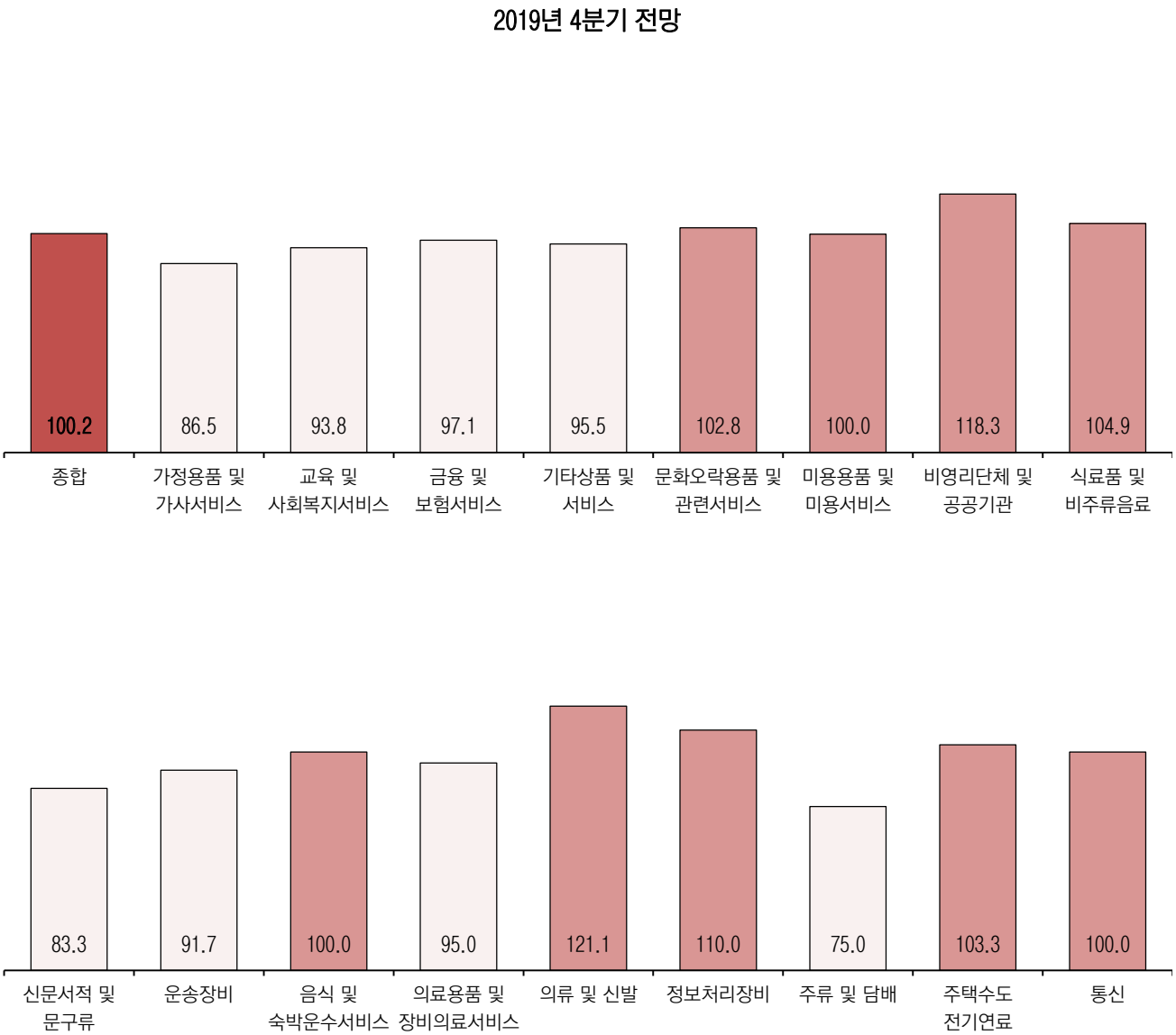
1) 가정용품 및 가사서비스
2) 교육 및 사회복지서비스
3) 금융 및 보험서비스
4) 기타상품 및 서비스
5) 문화오락용품 및 관련서비스
6) 미용용품 및 미용서비스
7) 비영리단체 및 공공기관
8) 식료품 및 비주류음료
9) 신문서적 및 문구류
10) 운송장비
11) 음식 및 숙박운수서비스
12) 의료용품 및 장비의료서비스
13) 의류 및 신발
14) 정보처리장비
15) 주류 및 담배
16) 주택수도 전기연료
17) 통신

3.1 매체별 3분기 대비 2019년 4분기 광고경기 전망

1) 지상파TV 광고

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 100.2로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 업종별로 문화오락용품 및 관련서비스(102.8), 비영리단체 및 공공기관(118.3), 식료품 및 비주류음료(104.9), 의류 및 신발(121.1), 정보처리장비(110.0), 주택수도전기연료(103.3)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 3-1] 지상파TV 광고경기 전망



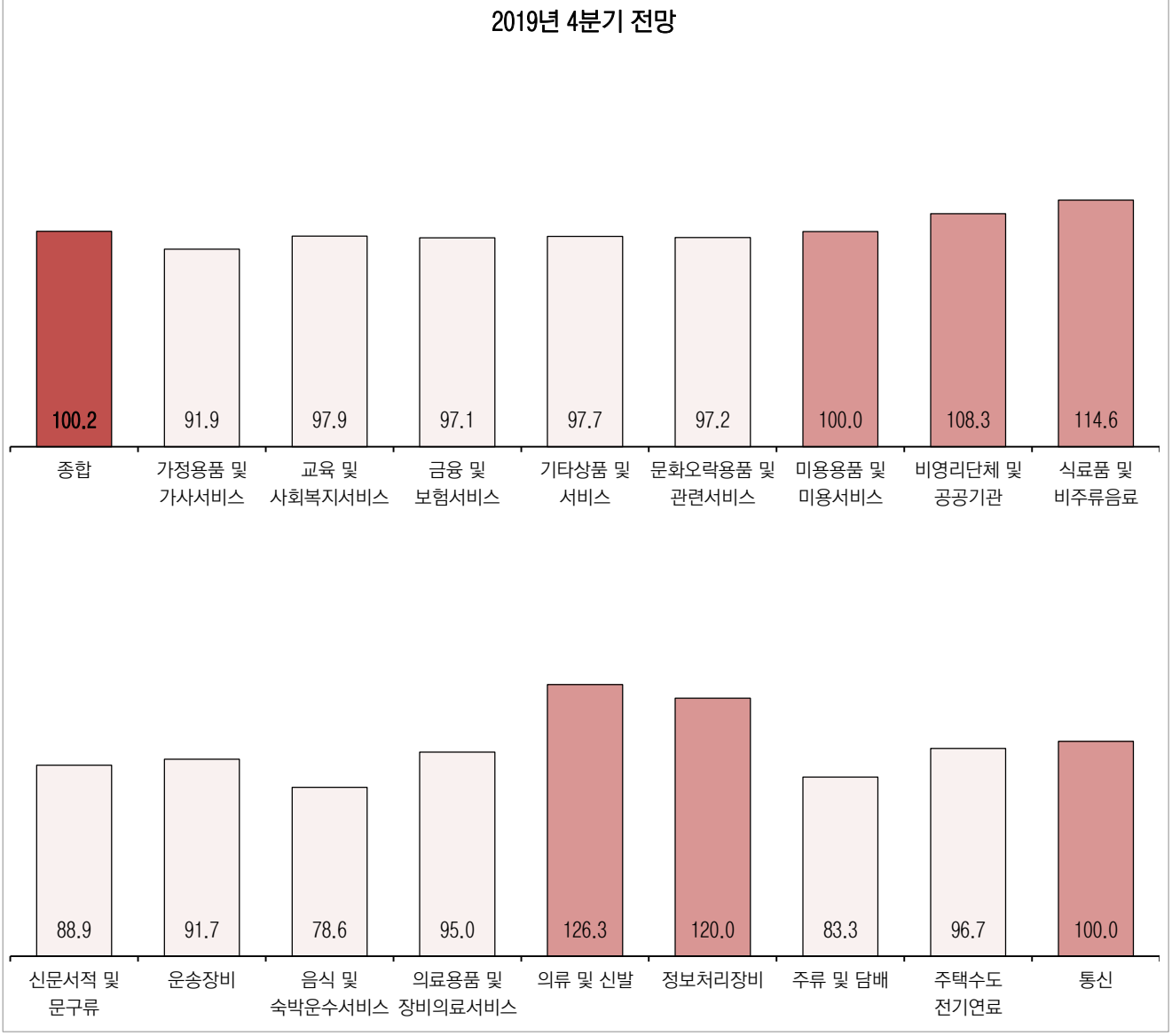
*통신업종의 경우 사례 수가 작아 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

2) 케이블TV 광고

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 100.2로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 업종별로 비영리단체 및 공공기관(108.3), 식료품 및 비주류음료(114.6), 의류 및 신발(126.3), 정보처리 장비(120.00의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 3-2] 케이블TV 광고경기 전망



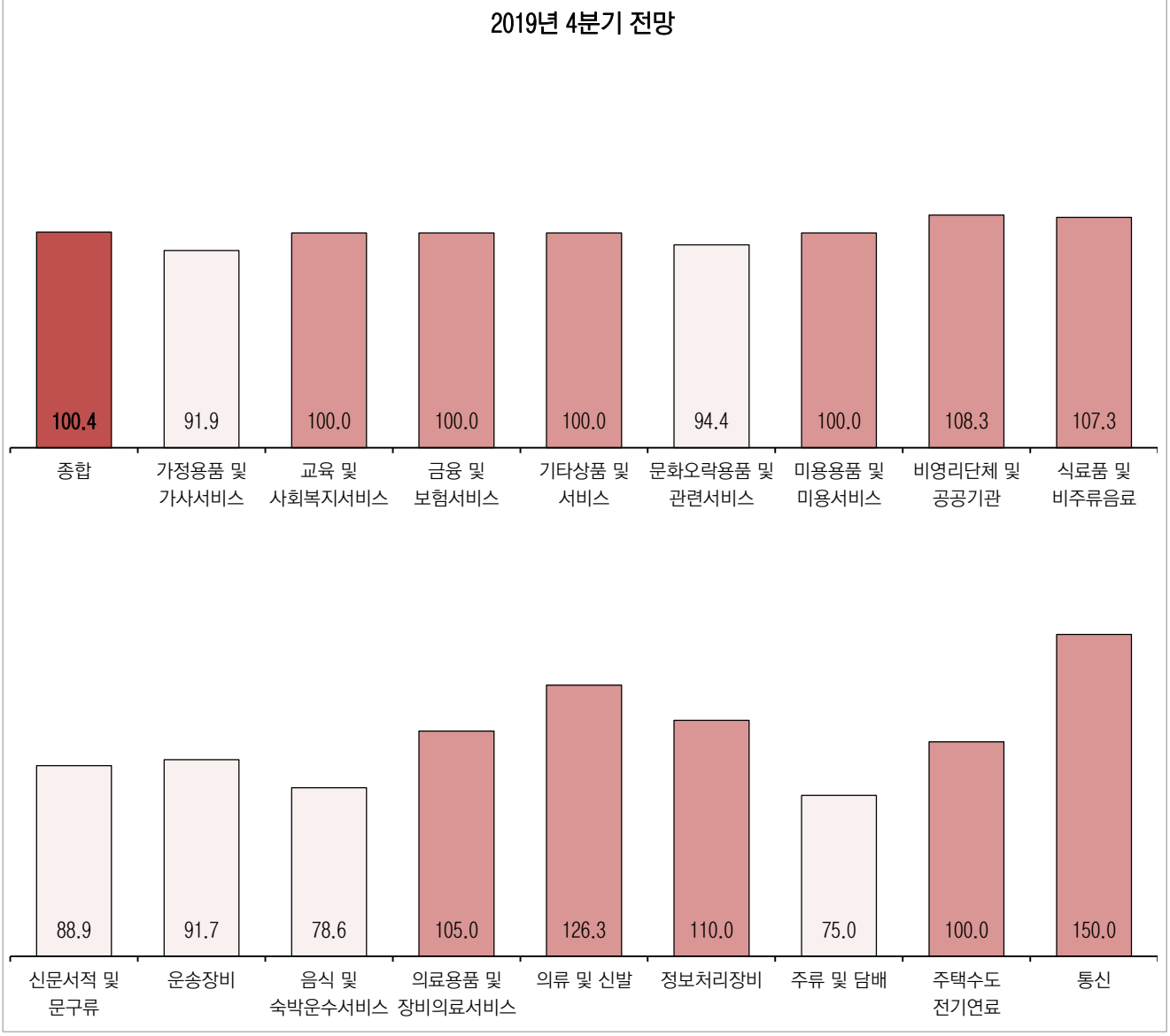
*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

3) 종합편성TV 광고

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 100.4로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 업종별로 비영리단체 및 공공기관(108.3), 식료품 및 비주류음료(107.3), 의료용품 및 장비의료서비스(105.0), 의류 및 신발(126.3), 정보처리장비(110.0), 통신(150.0)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 3-3] 종합편성TV 광고경기 전망



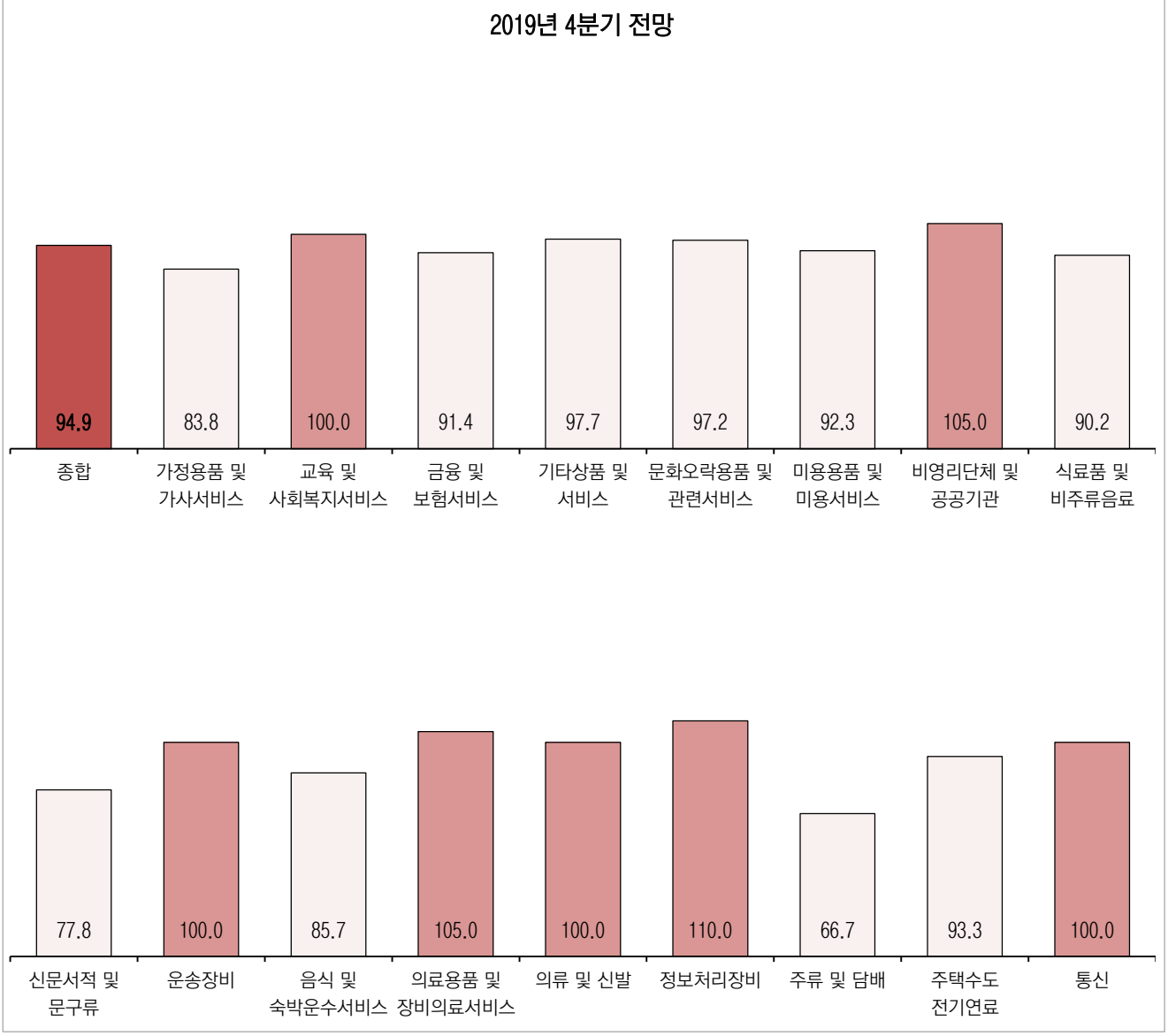
*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

4) 라디오 광고

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 94.9로 3분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 업종별로 가정용품 및 가사서비스(83.8), 금융 및 보험서비스(91.4), 기타상품 및 서비스(97.7), 문화오락용품 및 관련서비스(97.2), 미용용품 및 미용서비스(92.3), 식료품 및 비주류음료(90.2), 신문서적 및 문구류(77.8), 음식 및 숙박운수서비스(85.7), 주류 및 담배(66.7), 주택수도 전기연료(93.3)의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

[그림 3-4] 라디오 광고경기 전망



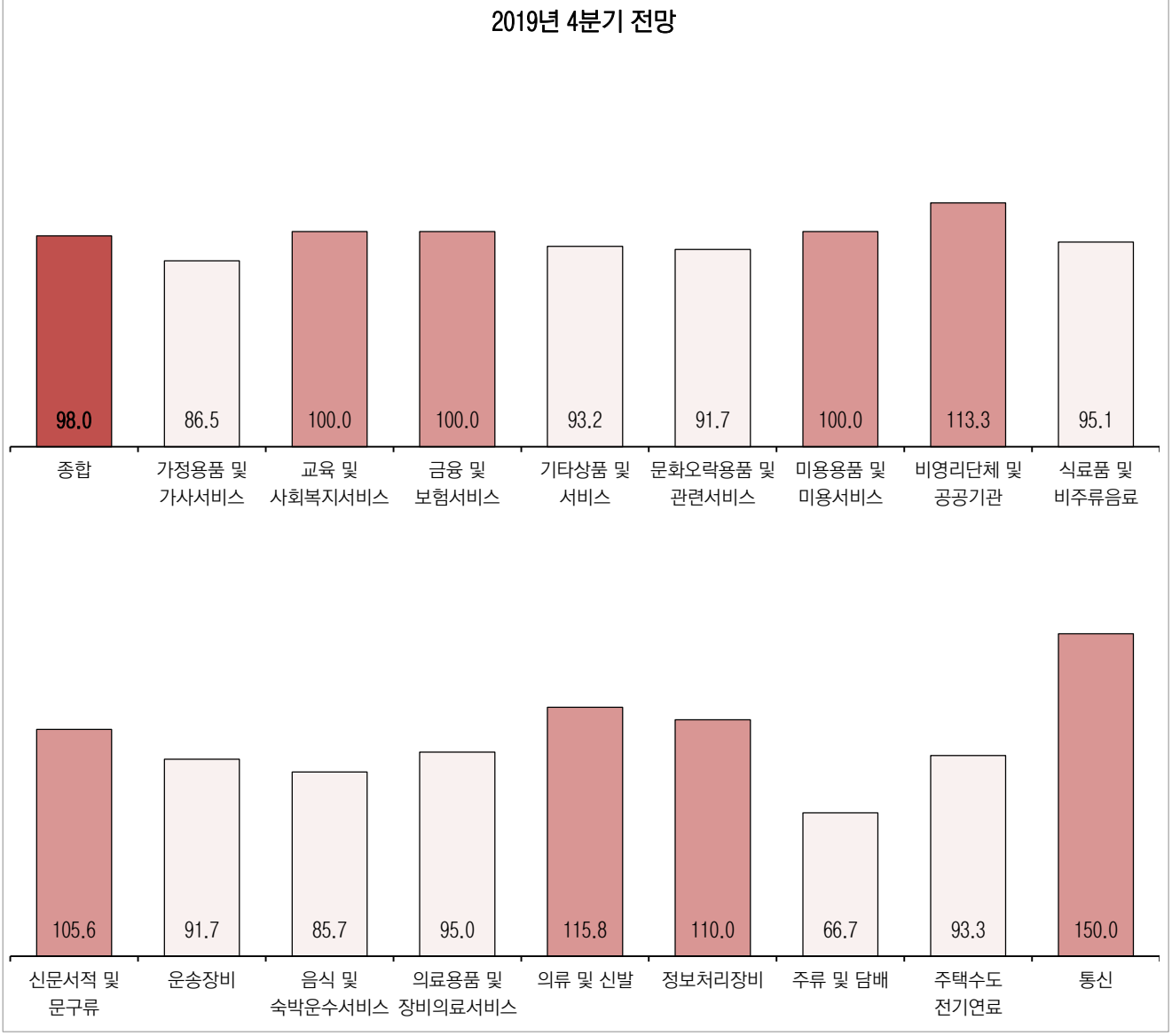
*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

5) 신문 광고

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 98.0으로 3분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 업종별로 가정용품 및 가사서비스(86.5), 기타상품 및 서비스(93.2), 문화오락용품 및 관련서비스(91.7), 식료품 및 비주류음료(95.1), 운송장비(91.7), 음식 및 숙박운수서비스(85.7), 의료용품 및 장비의료서비스(95.0), 주류 및 담배(66.7), 주택수도 전기연료(93.3)의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

[그림 3-5] 신문 광고경기 전망



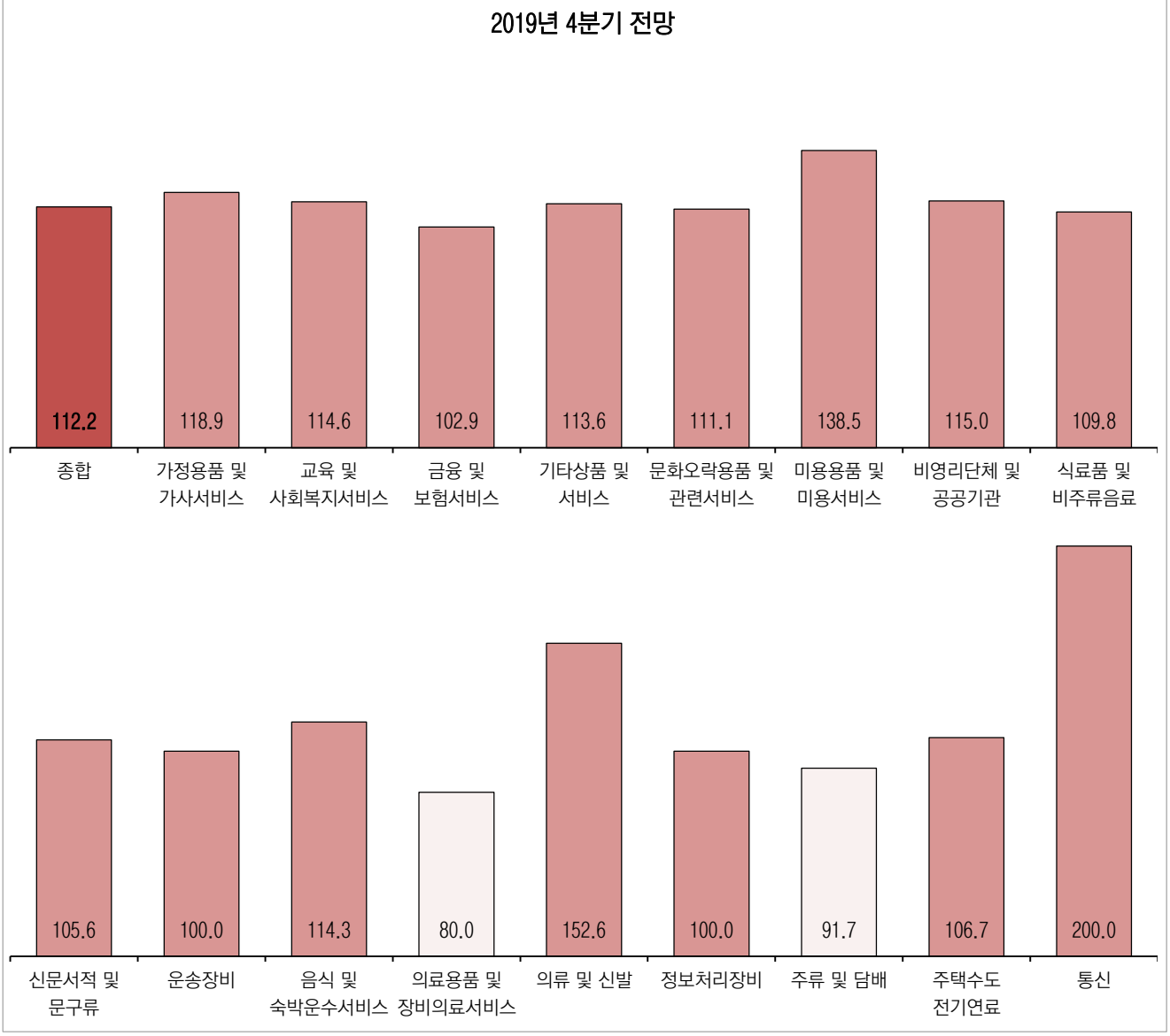
*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

6) 온라인-모바일 광고

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 112.2로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 업종별로 운송장비(100.0), 의료용품 및 장비의료서비스(80.0), 정보처리장비(100.0), 주류 및 담배(91.7)를 제외한 모든 업종의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 3-6] 온라인-모바일 광고경기 전망



*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

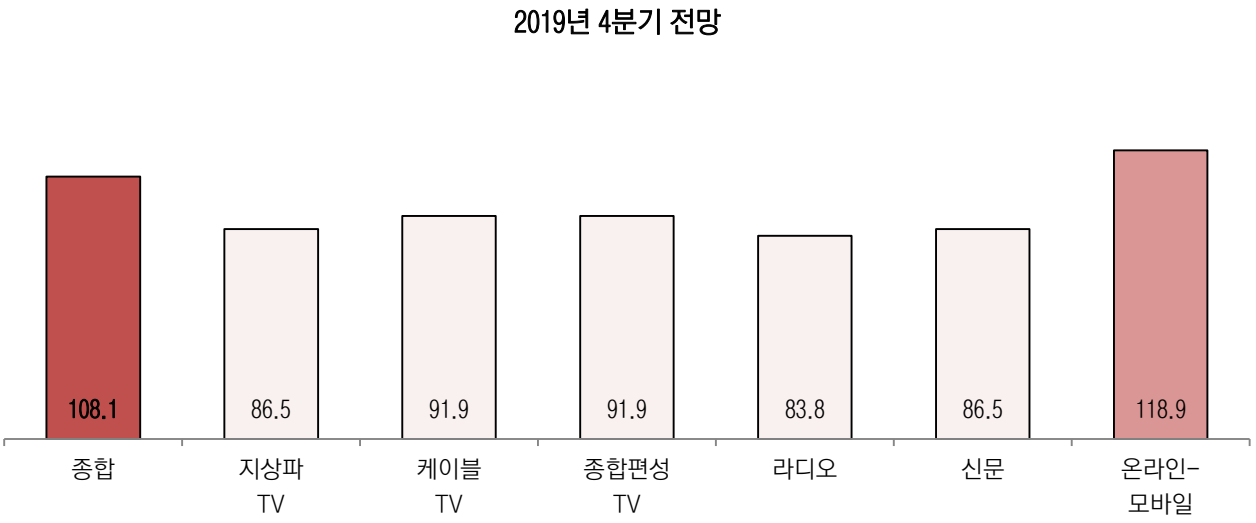
*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

3.2 업종별 3분기 대비 2019년 4분기 광고경기 전망

1) 가정용품 및 가사서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 108.1로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 온라인-모바일(118.9)을 제외한 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

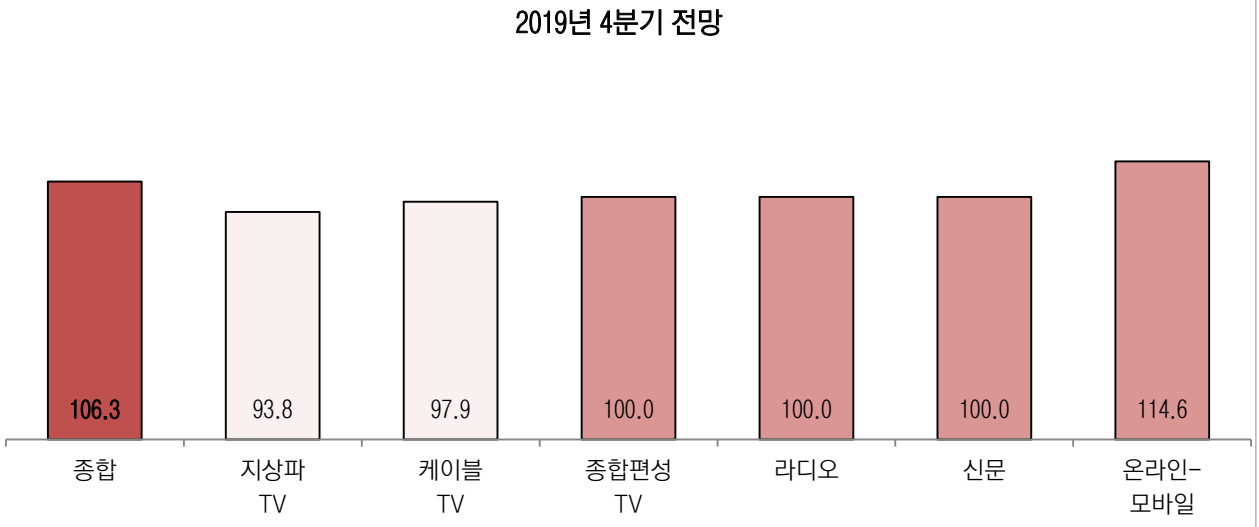
[그림 3-7] 가정용품 및 가사서비스 광고경기 전망



2) 교육 및 사회복지서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 106.3으로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(93.8), 케이블TV(97.9)는 감소, 종합편성TV(100.0), 라디오(100.0), 신문(100.0)은 보합, 온라인-모바일(114.6)의 광고비는 증가할 것으로 전망됨.

[그림 3-8] 교육 및 사회복지서비스 광고경기 전망

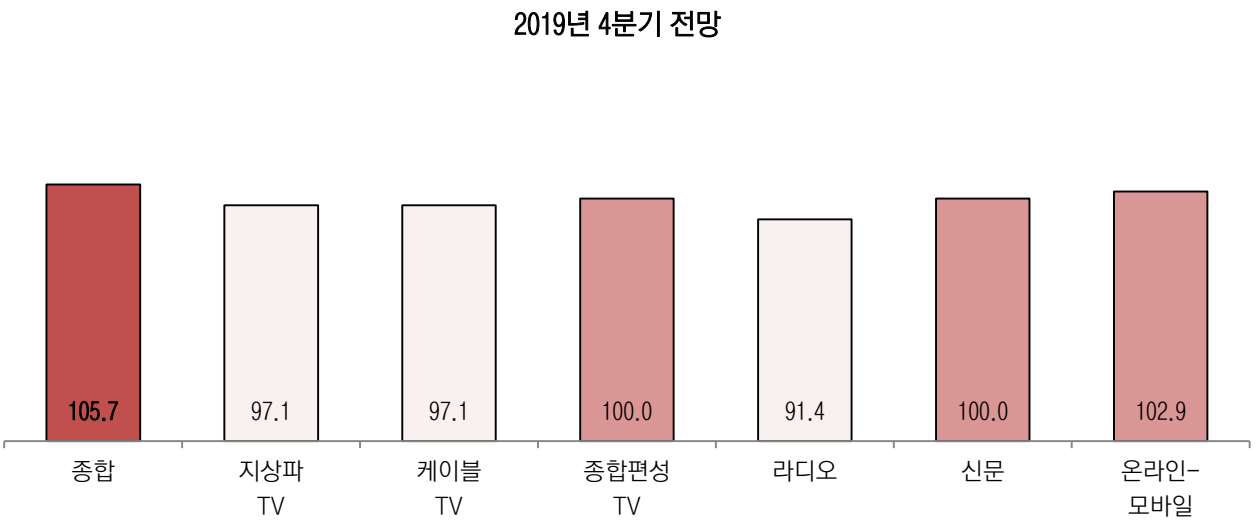


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

3) 금융 및 보험서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 105.7로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(97.1), 케이블TV(97.1), 라디오(91.4)는 감소, 종합편성TV(100.0), 신문(100.0)은 보합, 온라인-모바일(102.9)의 광고비는 증가할 것으로 전망됨.

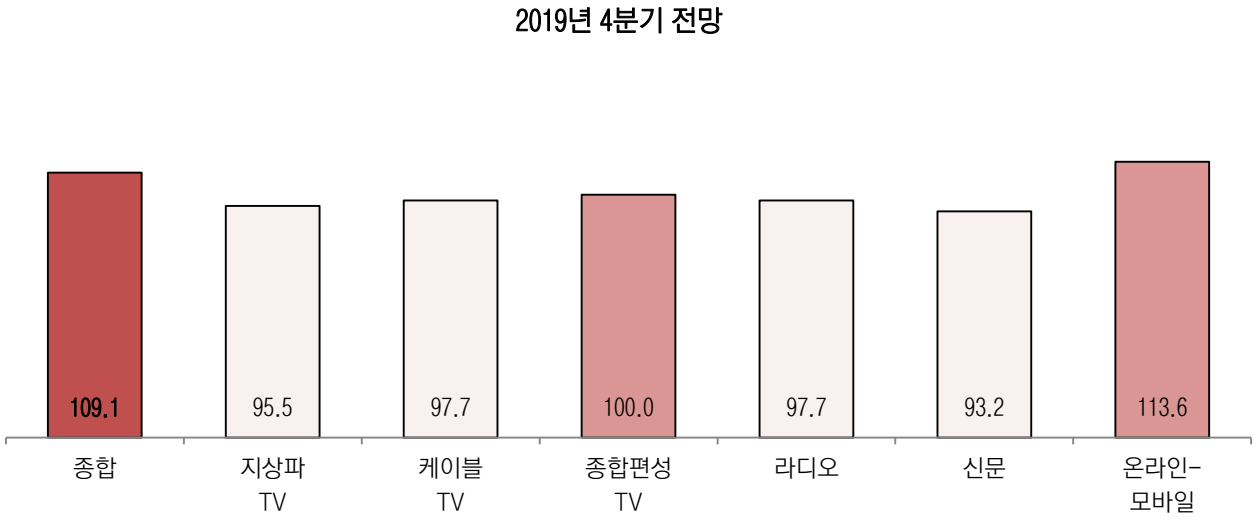
[그림 3-9] 금융 및 보험서비스 광고경기 전망



4) 기타상품 및 서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 109.1로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(95.5), 케이블TV(97.7), 라디오(97.7), 신문(93.2)은 감소, 종합편성TV(100.0)는 보합, 온라인-모바일(113.6)의 광고비는 증가할 것으로 전망됨.

[그림 3-10] 기타상품 및 서비스 광고경기 전망

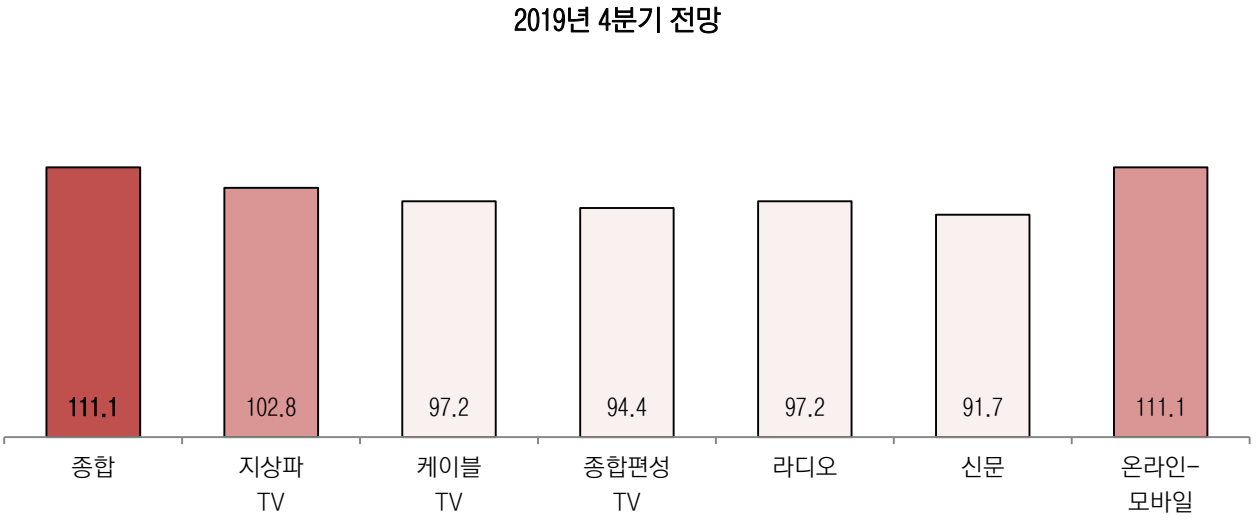


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

5) 문화오락용품 및 관련서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 111.1로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(102.8), 온라인-모바일(111.1)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

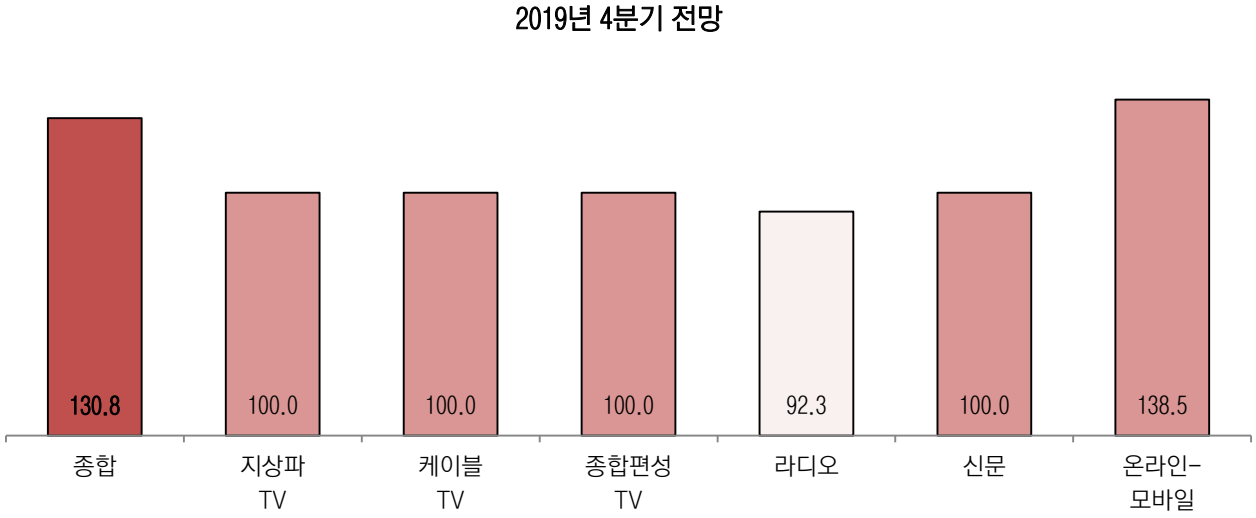
[그림 3-11] 문화오락용품 및 관련서비스 광고경기 전망



6) 미용용품 및 미용서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 130.8로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(100.0), 케이블TV(100.0), 종합편성TV(100.0), 신문(100.0)은 보합, 라디오(92.3)은 감소, 온라인-모바일(138.5)의 광고비는 증가할 것으로 전망됨.

[그림 3-12] 미용용품 및 미용서비스 광고경기 전망

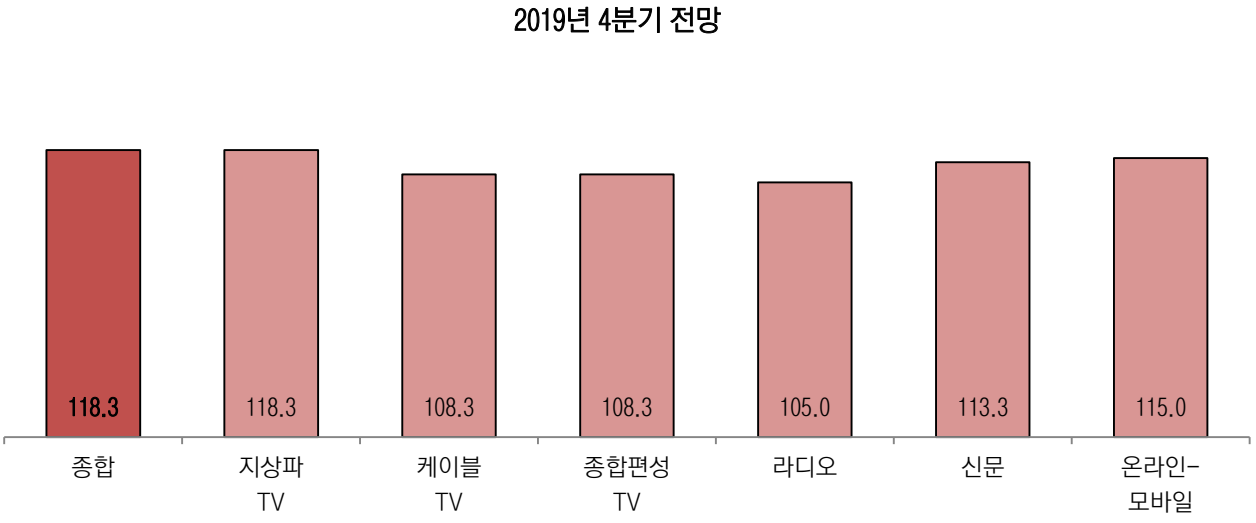


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

7) 비영리단체 및 공공기관

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 118.3으로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 모든 매체의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

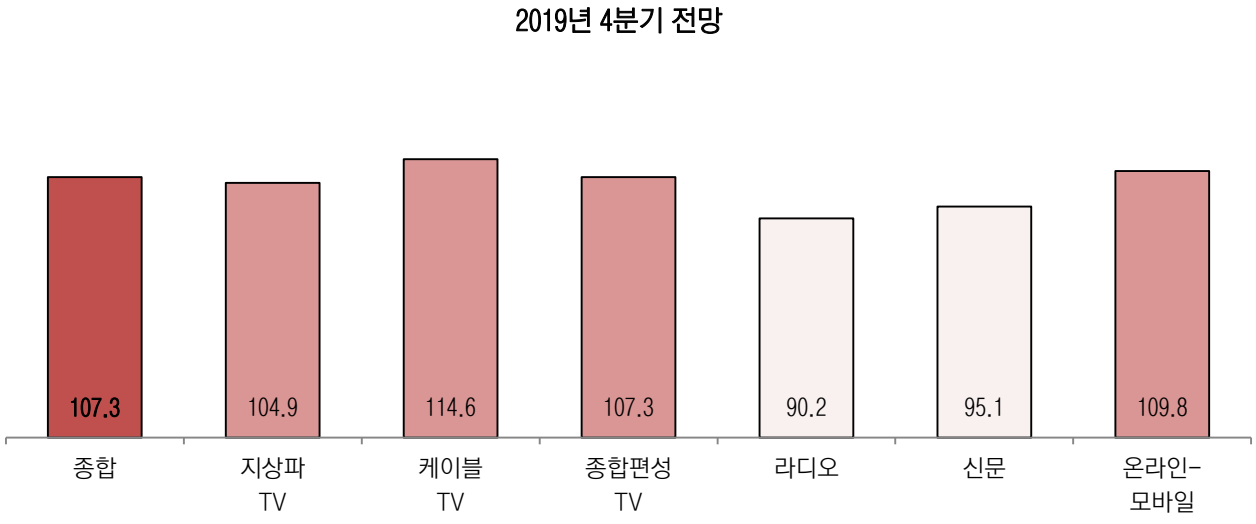
[그림 3-13] 비영리단체 및 공공기관 광고경기 전망



8) 식료품 및 비주류음료

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 107.3으로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(104.9), 케이블TV(114.6), 종합편성TV(107.3), 온라인-모바일(109.8)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 3-14] 식료품 및 비주류음료 광고경기 전망

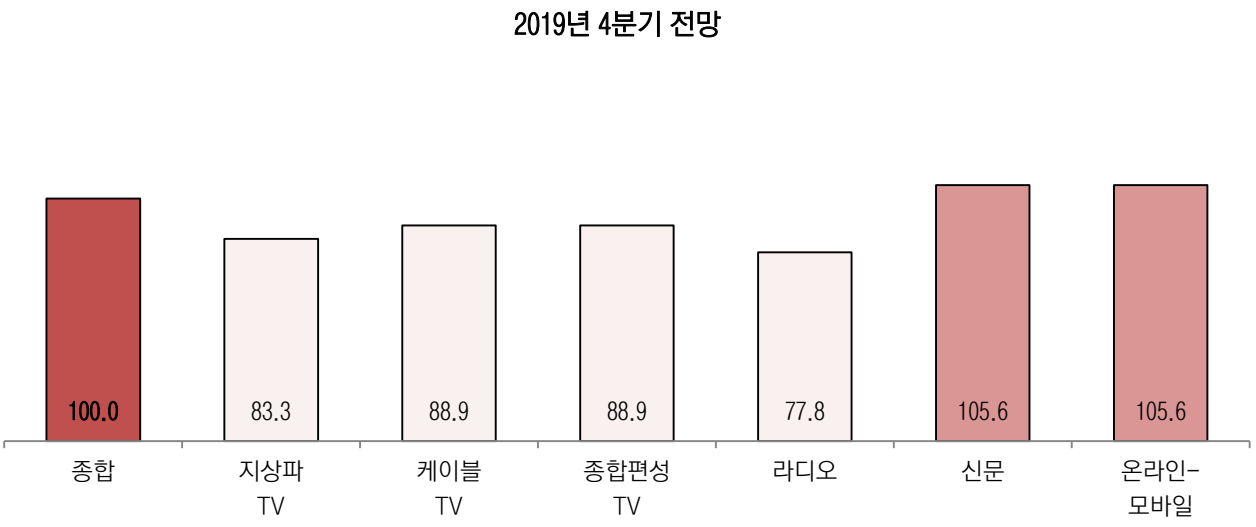


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

9) 신문서적 및 문구류

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 100.0으로 3분기 광고비와 보합세를 보일 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(83.3), 케이블TV(88.9), 종합편성TV(88.9), 라디오(77.8)는 감소, 신문(105.6), 온라인-모바일(105.6)의 광고비는 증가할 것으로 전망됨.

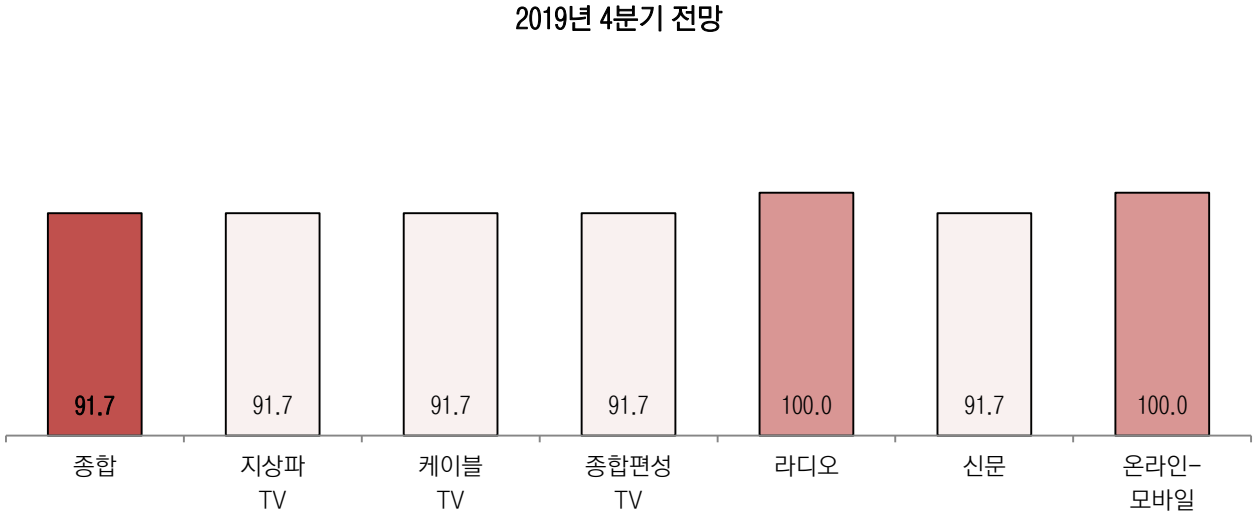
[그림 3-15] 신문서적 및 문구류 광고경기 전망



10) 운송장비

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 91.7로 3분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(91.7), 케이블TV(91.7), 종합편성TV(91.7), 신문(91.7)의 광고비는 감소할 것으로 전망됨.

[그림 3-16] 운송장비 광고경기 전망

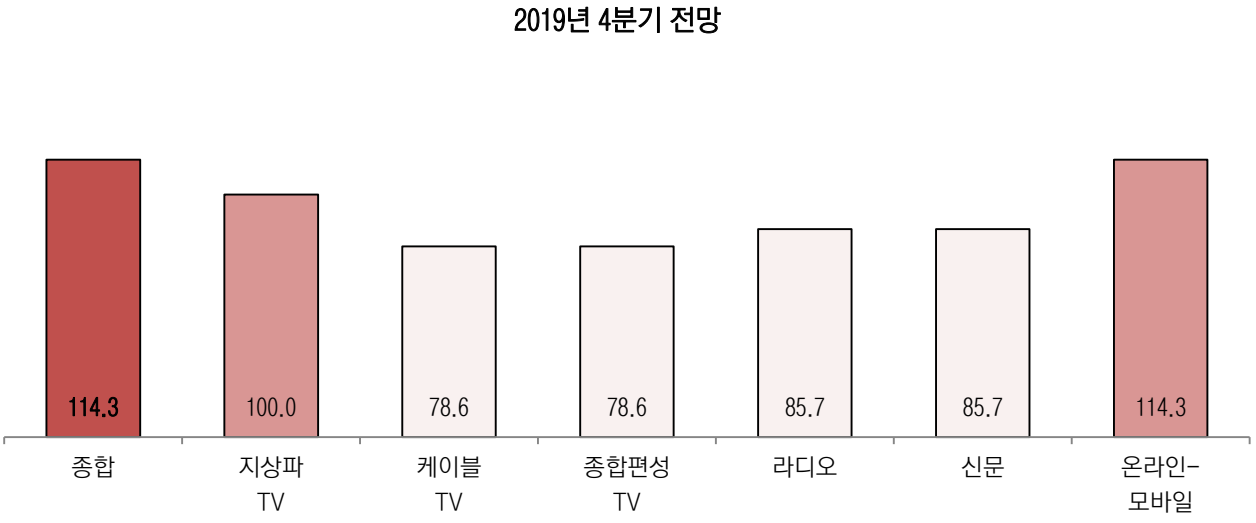


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

11) 음식 및 숙박운수서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 114.3으로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(100.0), 온라인-모바일(114.3)을 제외한 모든 매체의 광고비는 감소할 것으로 전망됨.

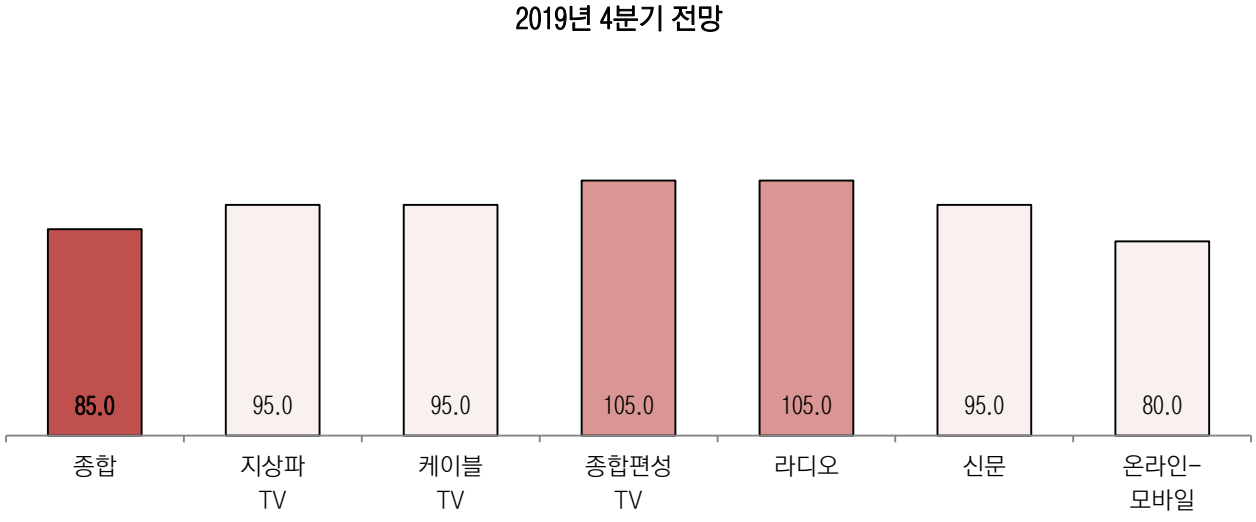
[그림 3-17] 음식 및 숙박운수서비스 광고경기 전망



12) 의료용품 및 장비의료서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 85.0으로 3분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(95.0), 케이블TV(95.0), 신문(95.0), 온라인-모바일(80.0)의 광고비는 감소할 것으로 전망됨.

[그림 3-18] 의료용품 및 장비의료서비스 광고경기 전망

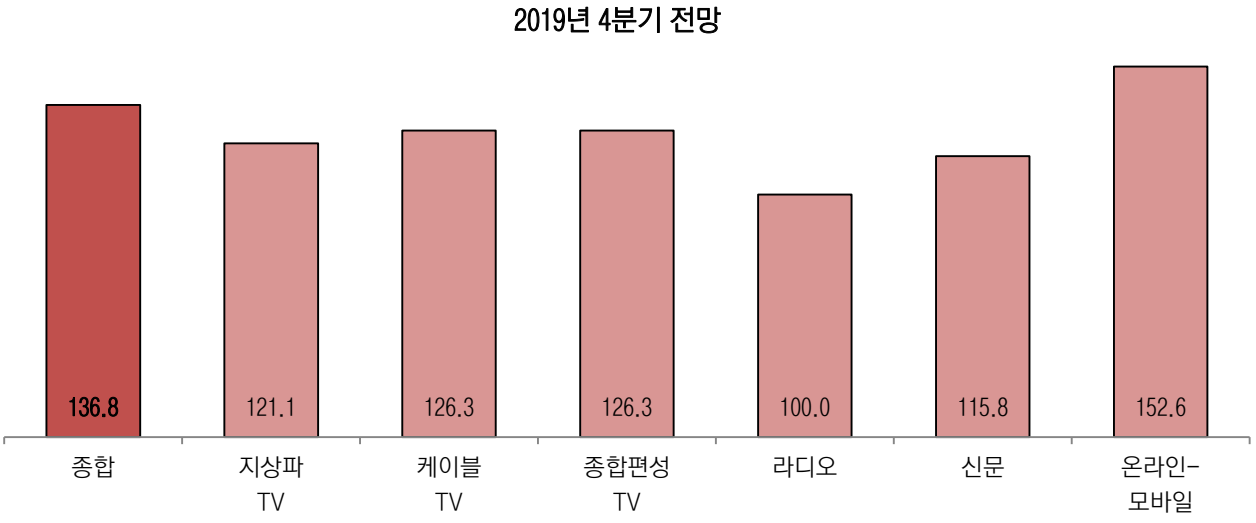


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

13) 의류 및 신발

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 136.8로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 라디오(100.0)를 제외한 모든 매체의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

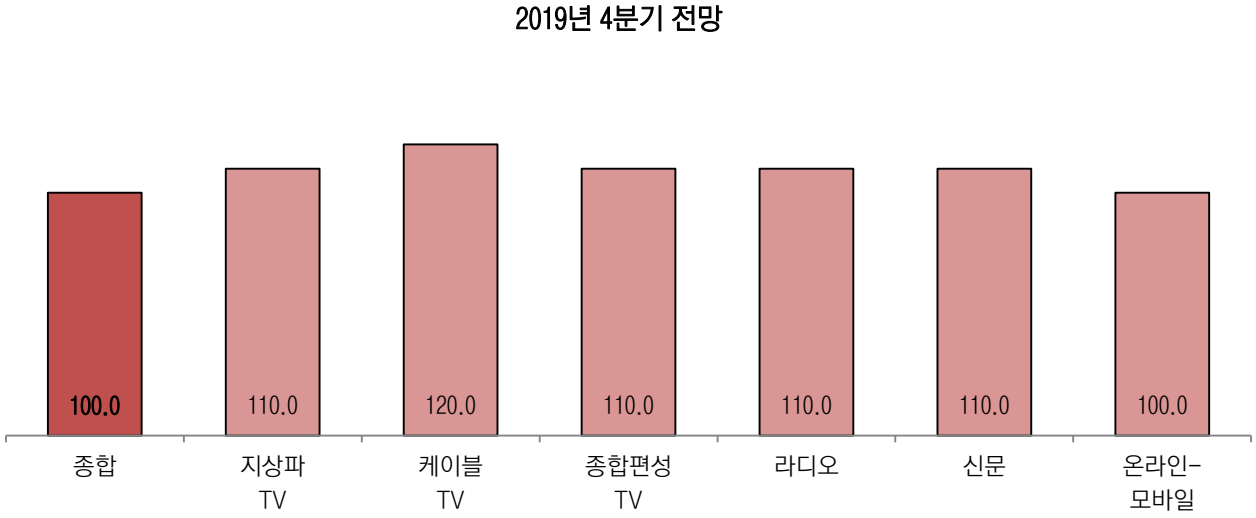
[그림 3-19] 의류 및 신발 광고경기 전망



14) 정보처리장비

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 100.0으로 3분기 광고비와 보합세를 보일 것으로 전망됨.
- 매체별로 온라인-모바일(100.0)을 제외한 모든 매체의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 3-20] 정보처리장비 광고경기 전망

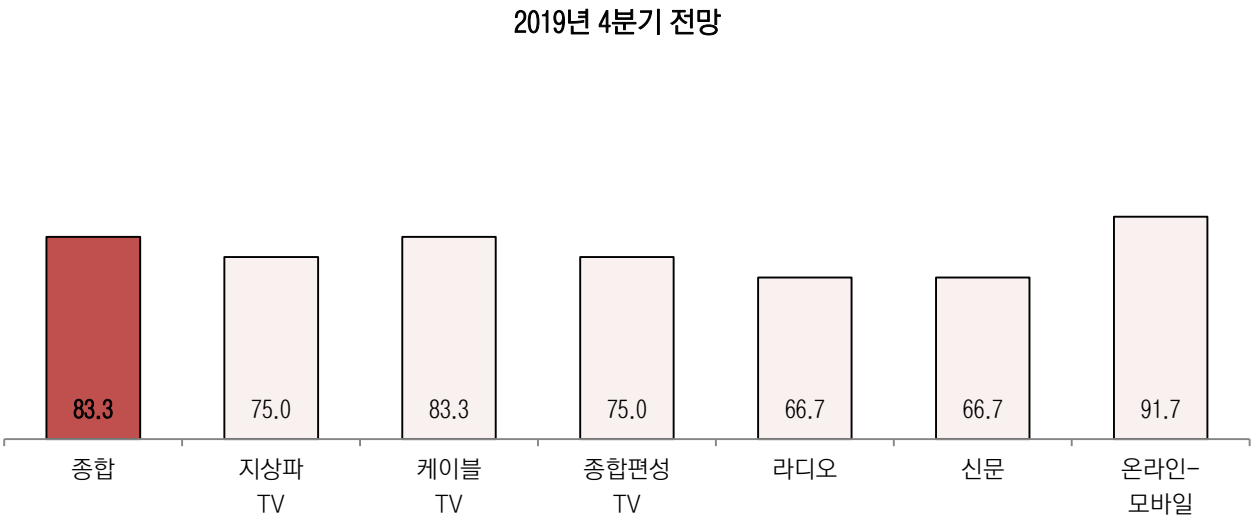


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

15) 주류 및 담배

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 83.3으로 3분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

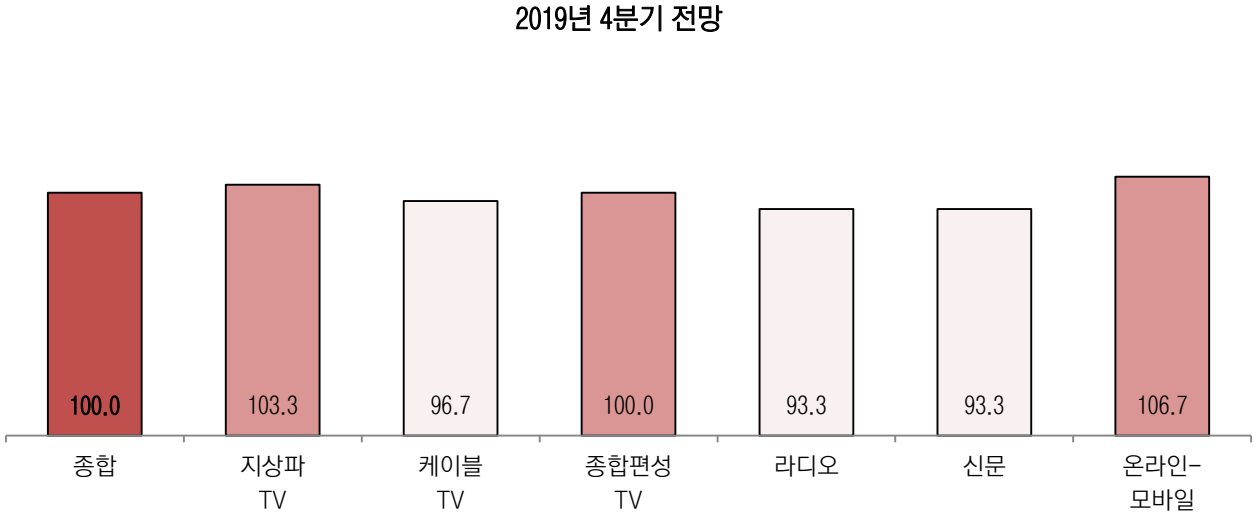
[그림 3-21] 주류 및 담배 광고경기 전망



16) 주택수도전기연료

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 100.0으로 3분기 대비 광고비가 보합세를 보일 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(103.3), 온라인-모바일(106.7)은 증가, 케이블TV(96.7), 라디오(93.3), 신문(93.3)은 감소, 종합편성TV(100.0)의 광고비는 보합세를 보일 것으로 전망됨.

[그림 3-22] 주택수도전기연료 광고경기 전망

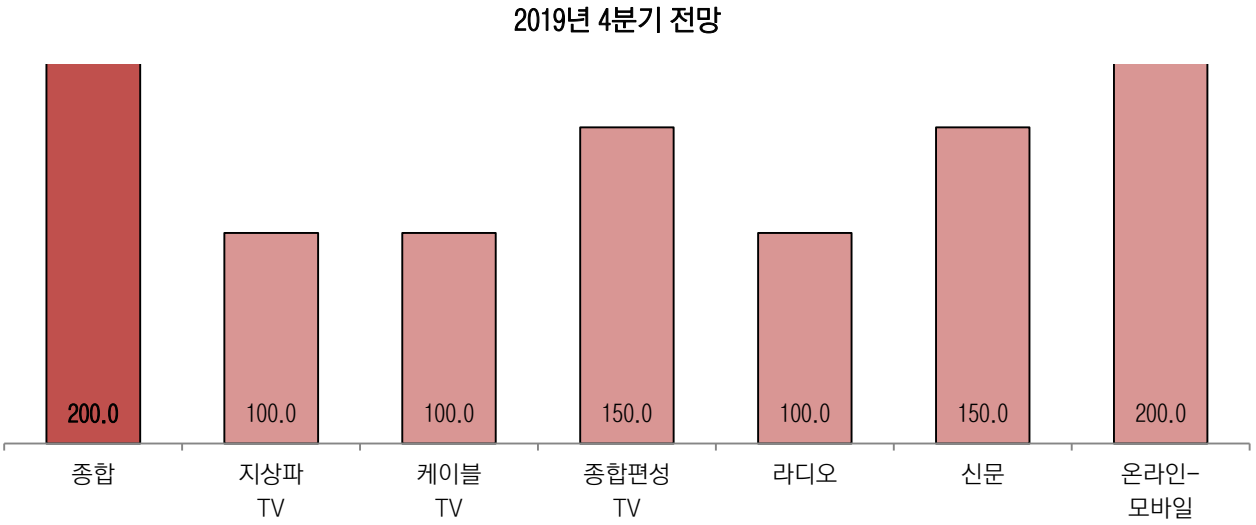


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

17) 통신

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 200.0으로 3분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 종합편성TV(150.0), 신문(150.0), 온라인-모바일(200.0)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 3-23] 통신 광고경기 전망



*통신업종의 경우 사례 수가 적아 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

4. 전년 동기 대비 4분기 조사결과 분석

4.1 매체별 전년 동기 대비 4분기 광고경기 전망

1) 지상파TV
2) 케이블TV
3) 종합편성TV
4) 라디오
5) 신문
6) 온라인-모바일

4.2 업종별 전년 동기 대비 4분기 광고경기 전망

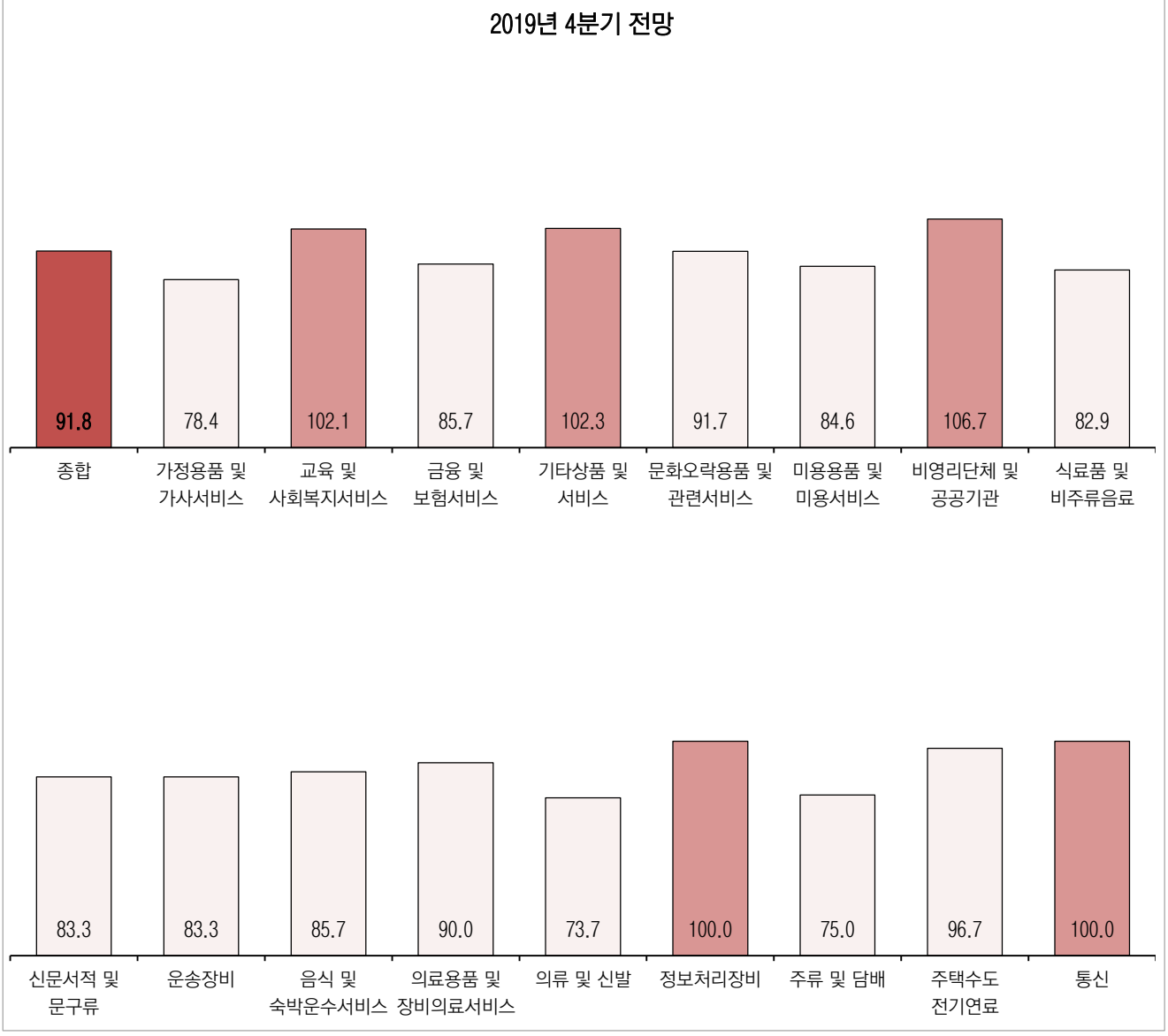
1) 가정용품 및 가사서비스
2) 교육 및 사회복지서비스
3) 금융 및 보험서비스
4) 기타상품 및 서비스
5) 문화오락용품 및 관련서비스
6) 미용용품 및 미용서비스
7) 비영리단체 및 공공기관
8) 식료품 및 비주류음료
9) 신문서적 및 문구류
10) 운송장비
11) 음식 및 숙박운수서비스
12) 의료용품 및 장비의료서비스
13) 의류 및 신발
14) 정보처리장비
15) 주류 및 담배
16) 주택수도 전기연료
17) 통신

4.1 매체별 전년 동기 대비 2019년 4분기 광고경기 전망

1) 지상파TV 광고

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 91.8로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 업종별로 교육 및 사회복지서비스(102.1), 기타상품 및 서비스(102.3), 비영리단체 및 공공기관(106.7), 정보처리장비(100.0), 통신(100.0)을 제외한 모든 업종의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

[그림 4-1] 지상파TV 광고경기 전망



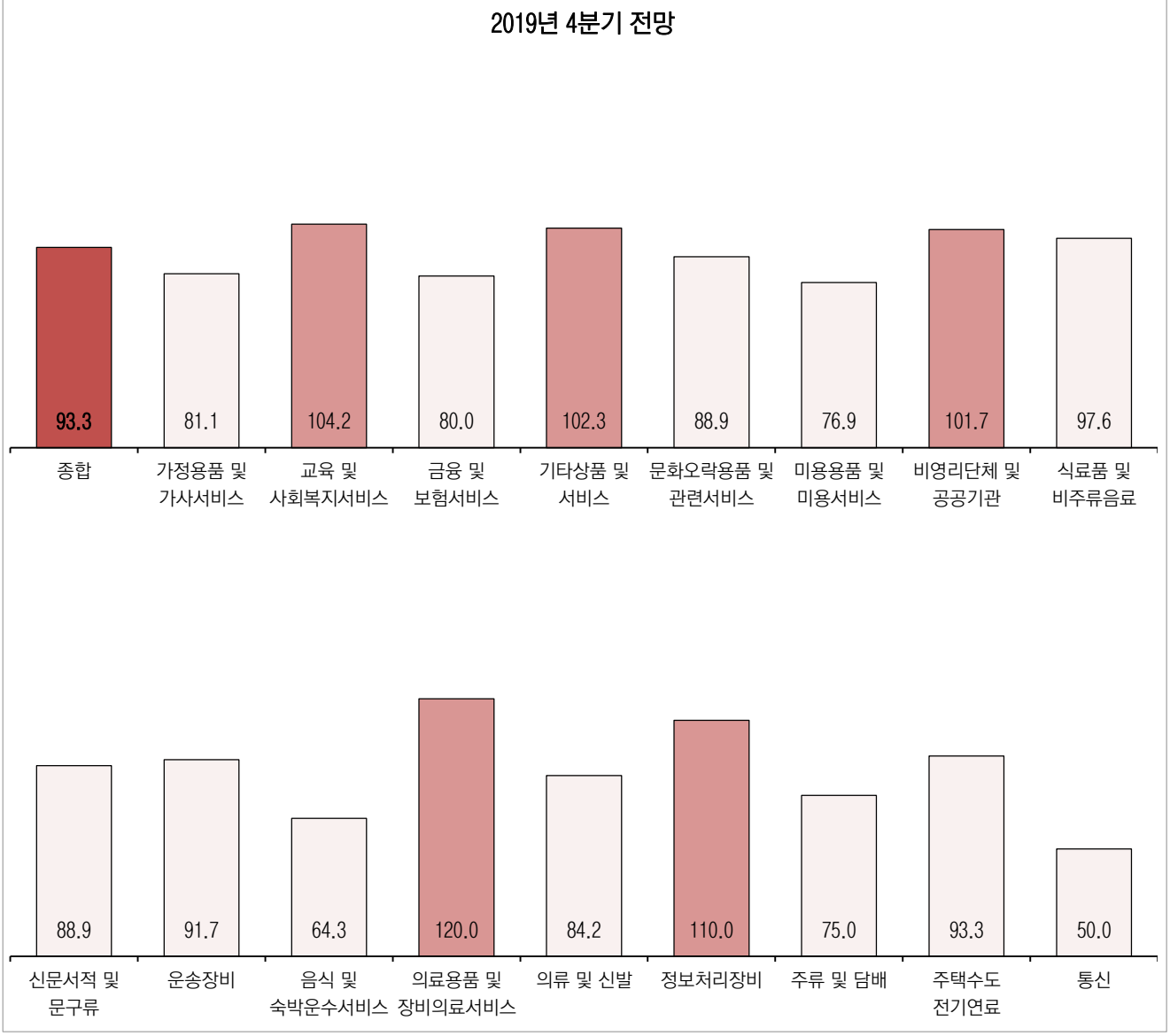
*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

2) 케이블TV 광고

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 93.3으로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 업종별로 교육 및 사회복지서비스(104.2), 기타상품 및 서비스(102.3), 비영리단체 및 공공기관(101.7), 의료용품 및 장비의료서비스(120.0), 정보처리장비(110.0)를 제외한 모든 업의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

[그림 4-2] 케이블TV 광고경기 전망



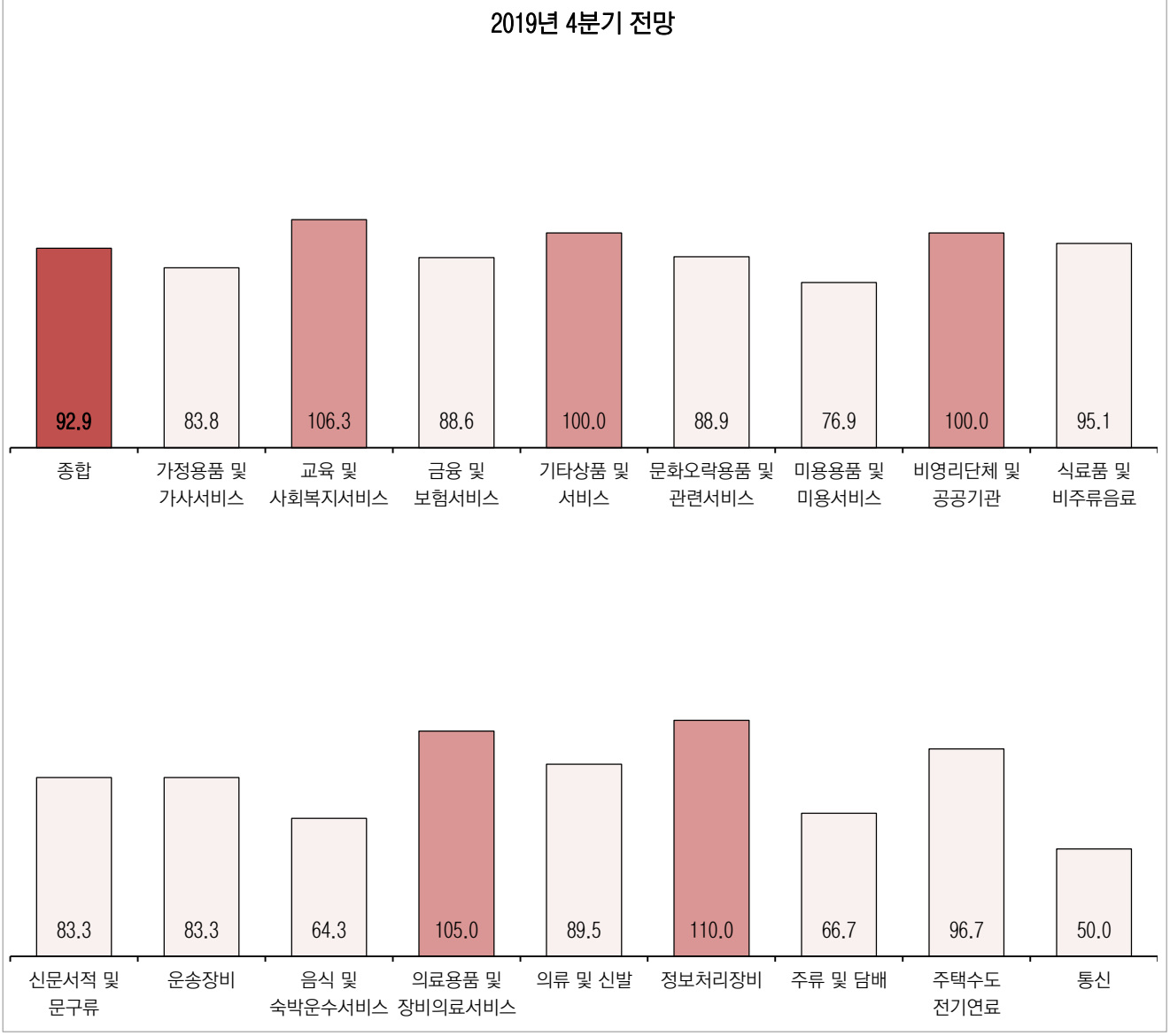
*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

3) 종합편성TV 광고

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 92.9로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 업종별로 교육 및 사회복지서비스(106.3), 기타상품 및 서비스(100.0), 비영리단체 및 공공기관(100.0), 의료용품 및 장비의료서비스(105.0), 정보처리장비(110.0)를 제외한 모든 업종의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

[그림 4-3] 종합편성TV 광고경기 전망



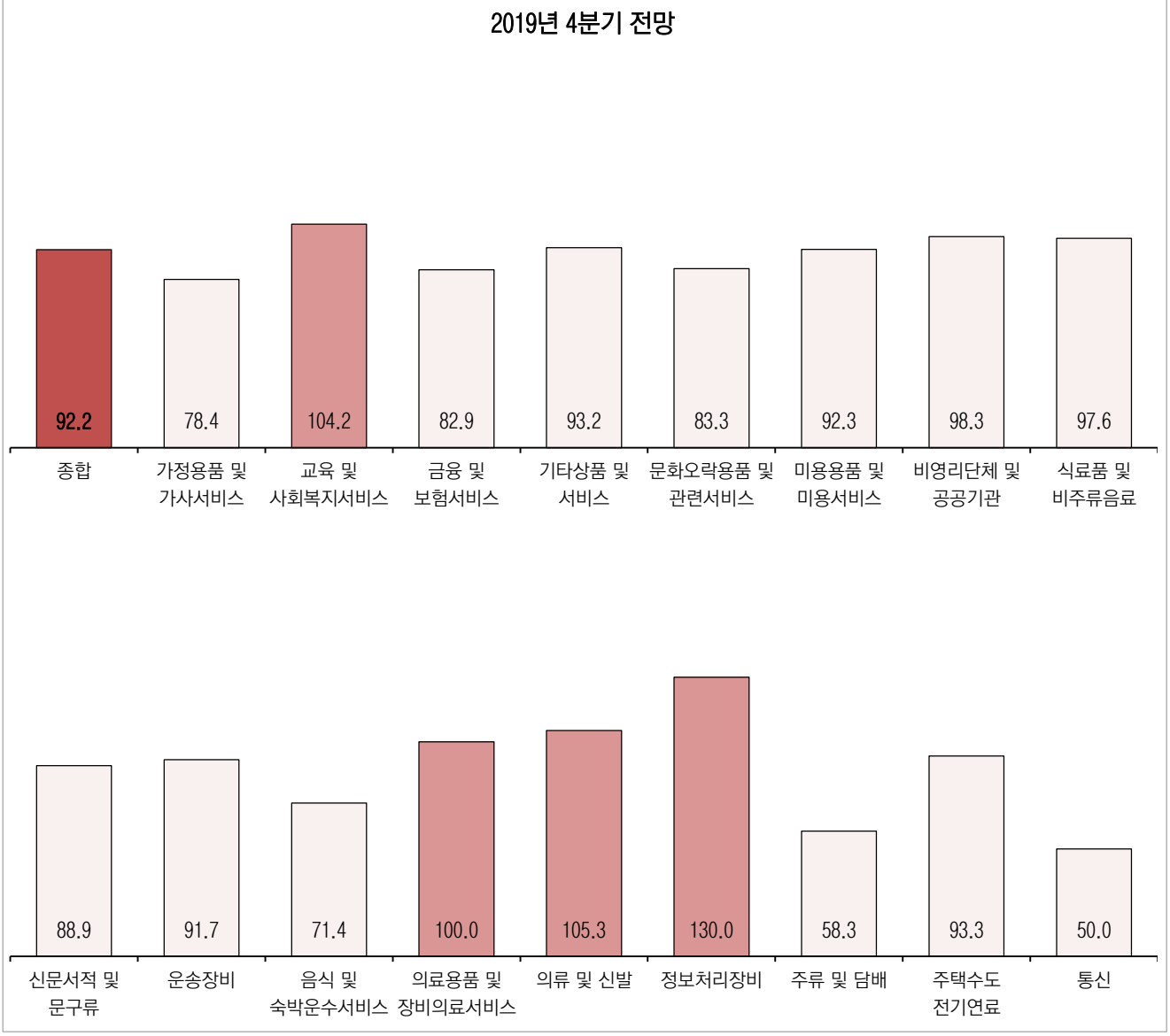
*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

4) 라디오 광고

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 92.2로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 업종별로 교육 및 사회복지서비스(104.2), 의료용품 및 장비의료서비스(100.0), 의류 및 신발(105.3), 정보처리장비(130.0)를 제외한 모든 업종의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

[그림 4-4] 라디오 광고경기 전망



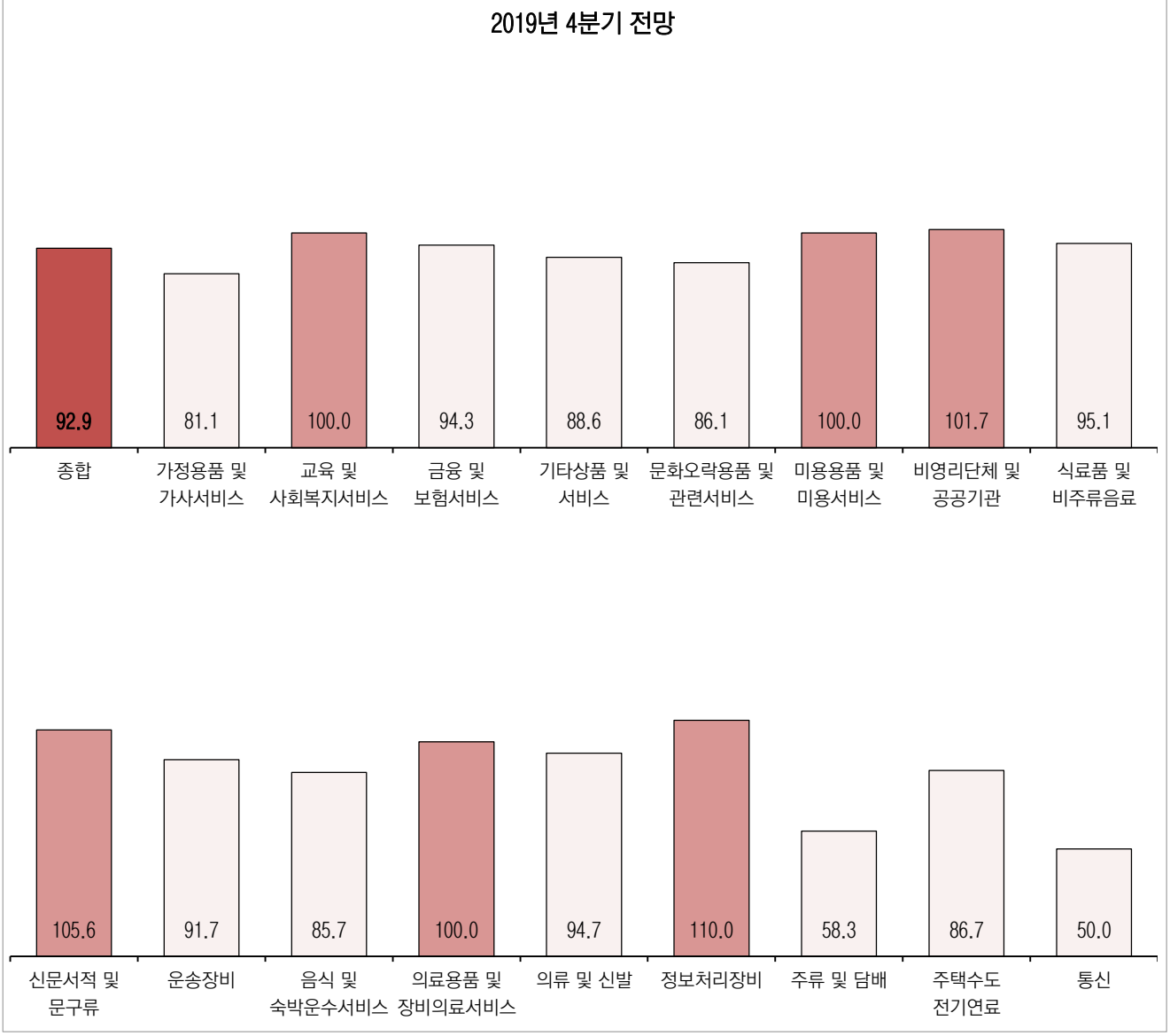
*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

5) 신문 광고

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 92.9로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 업종별로 가정용품 및 가사서비스(81.1), 금융 및 보험서비스(94.3), 기타상품 및 서비스(88.6), 문화오락용품 및 관련서비스(86.1), 식료품 및 비주류음료(95.1), 운송장비(91.7), 음식 및 숙박운수서비스(85.7), 의류 및 신발(94.7), 주류 및 담배(58.3), 주택수도전기연료(86.7), 통신(50.0)의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

[그림 4-5] 신문 광고경기 전망



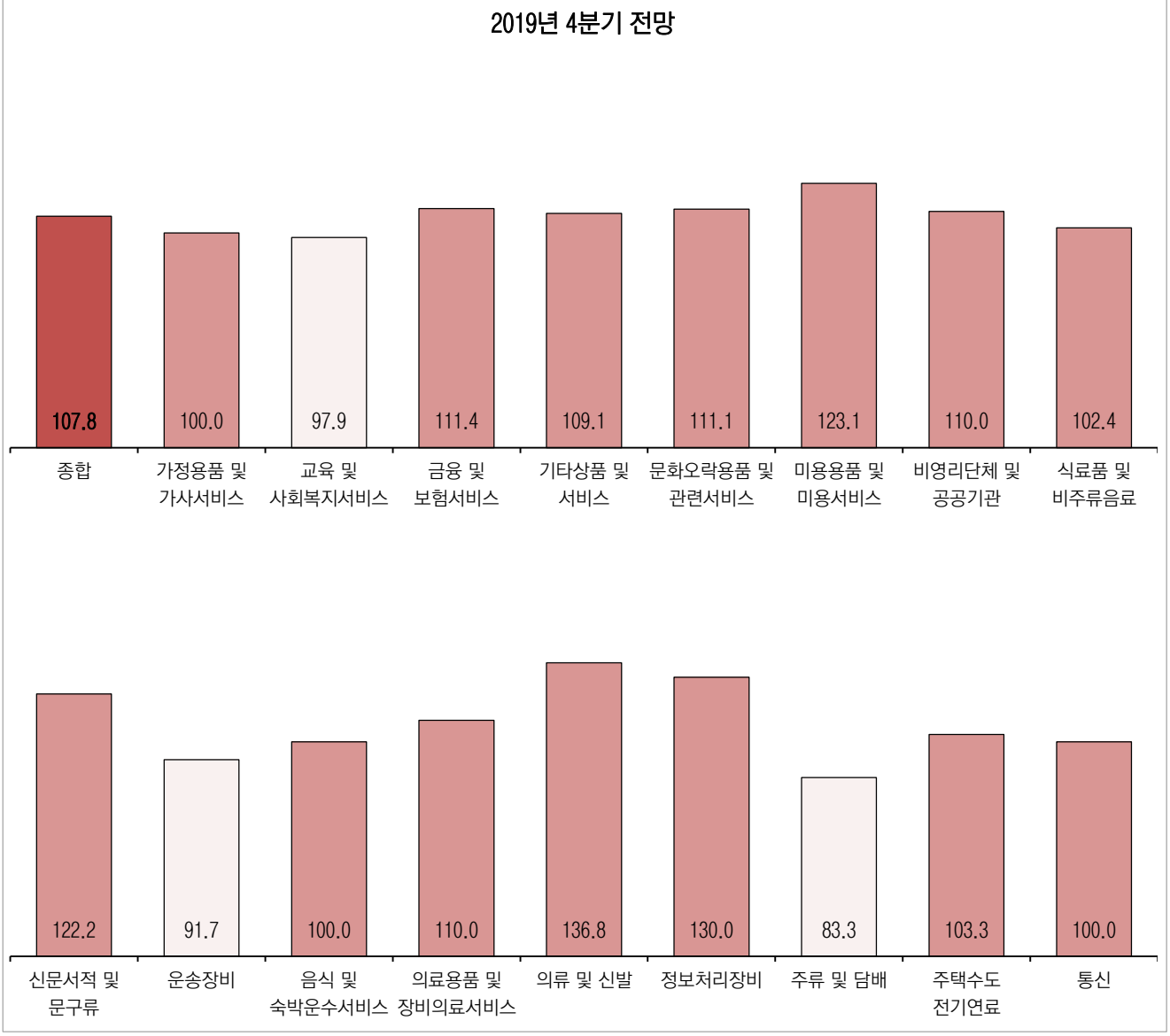
*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

6) 온라인-모바일 광고

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 107.8로 전년 4분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 업종별로 금융 및 보험서비스(111.4), 기타상품 및 서비스(109.1), 문화오락용품 및 관련서비스(111.1), 미용용품 및 미용서비스(123.1), 비영리단체 및 공공기관(110.0), 식료품 및 비주류음료(102.4), 신문서적 및 문구류(122.2), 의료용품 및 장비의료서비스(110.0), 의류 및 신발(136.8), 정보처리장비(130.0), 주택수도 전기연료(103.3)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 4-6] 온라인-모바일 광고경기 전망



*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

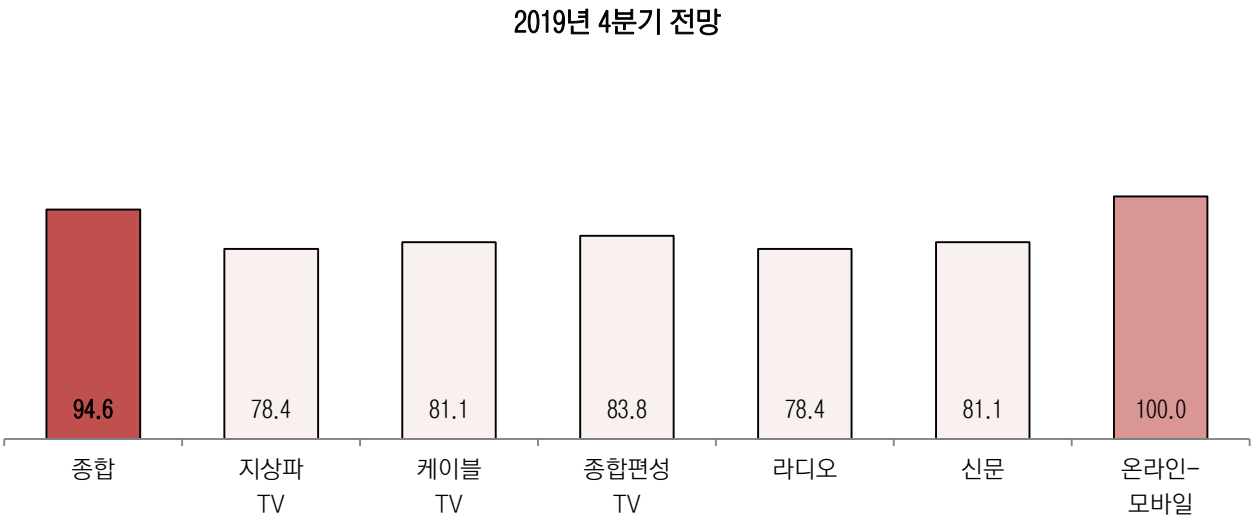
*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

4.2 업종별 전년 동기 대비 2019년 4분기 광고경기 전망

1) 가정용품 및 가사서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 94.6으로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 매체별로 온라인-모바일(100.0)을 제외한 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

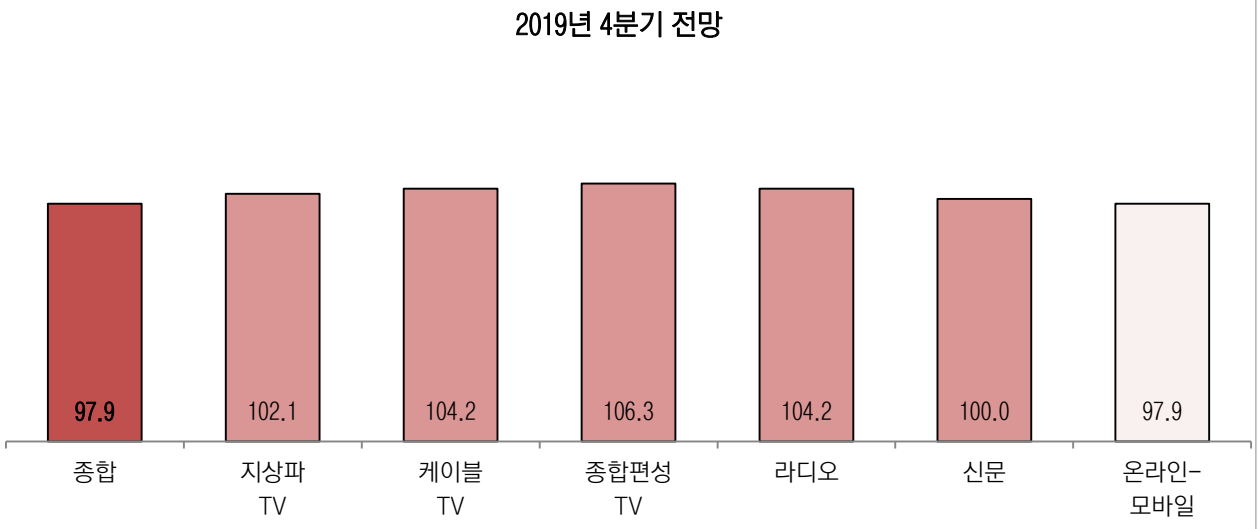
[그림 4-7] 가정용품 및 가사서비스 광고경기 전망



2) 교육 및 사회복지서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 97.9로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(102.1), 케이블TV(104.2), 종합편성TV(106.3), 라디오(104.2)는 증가, 신문(100.0)은 보합, 온라인-모바일(97.9)의 광고비는 감소할 것으로 전망됨.

[그림 4-8] 교육 및 사회복지서비스 광고경기 전망

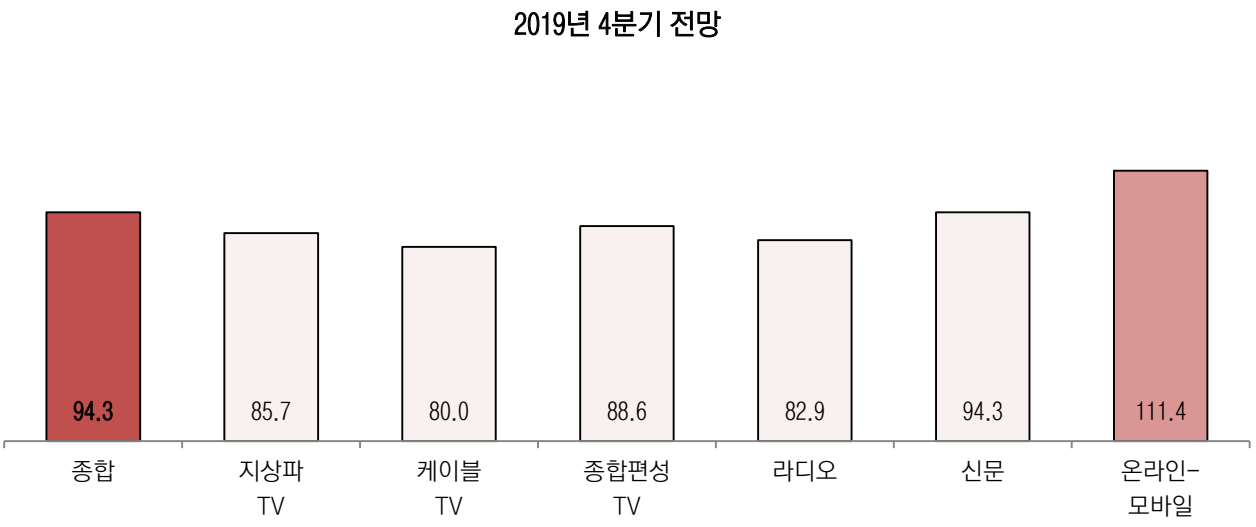


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

3) 금융 및 보험서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 94.3으로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 매체별로 온라인-모바일(111.4)을 제외한 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

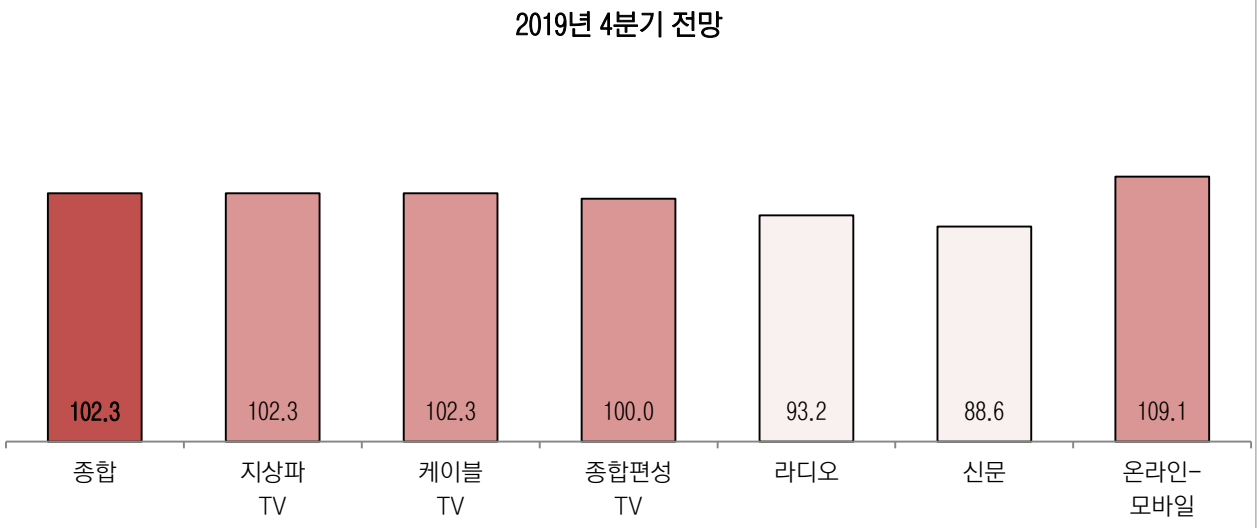
[그림 4-9] 금융 및 보험서비스 광고경기 전망



4) 기타상품 및 서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 102.3으로 전년 4분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(102.3), 케이블TV(102.3), 온라인-모바일(109.1)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 4-10] 기타상품 및 서비스 광고경기 전망

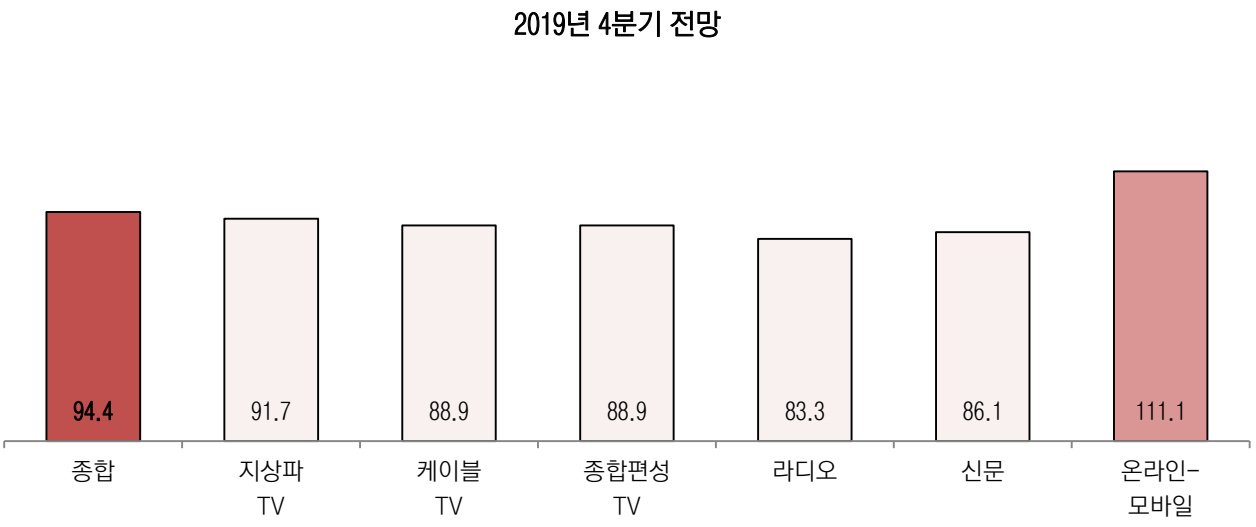


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

5) 문화오락용품 및 관련서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 94.4로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 매체별로 온라인-모바일(111.1)을 제외한 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

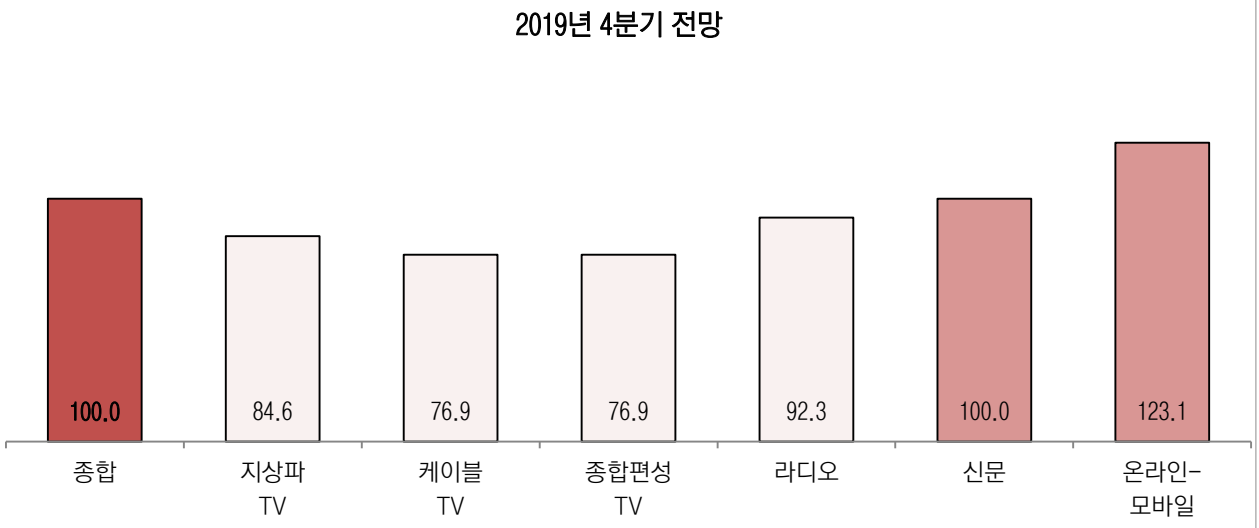
[그림 4-11] 문화오락용품 및 관련서비스 광고경기 전망



6) 미용용품 및 미용서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 100.0으로 전년 4분기 광고비와 보합세를 보일 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(84.6), 케이블TV(76.9), 종합편성TV(76.9), 라디오(92.3)는 감소, 신문(100.0)은 보합, 온라인-모바일(123.1)의 광고비는 증가할 것으로 전망됨.

[그림 4-12] 미용용품 및 미용서비스 광고경기 전망

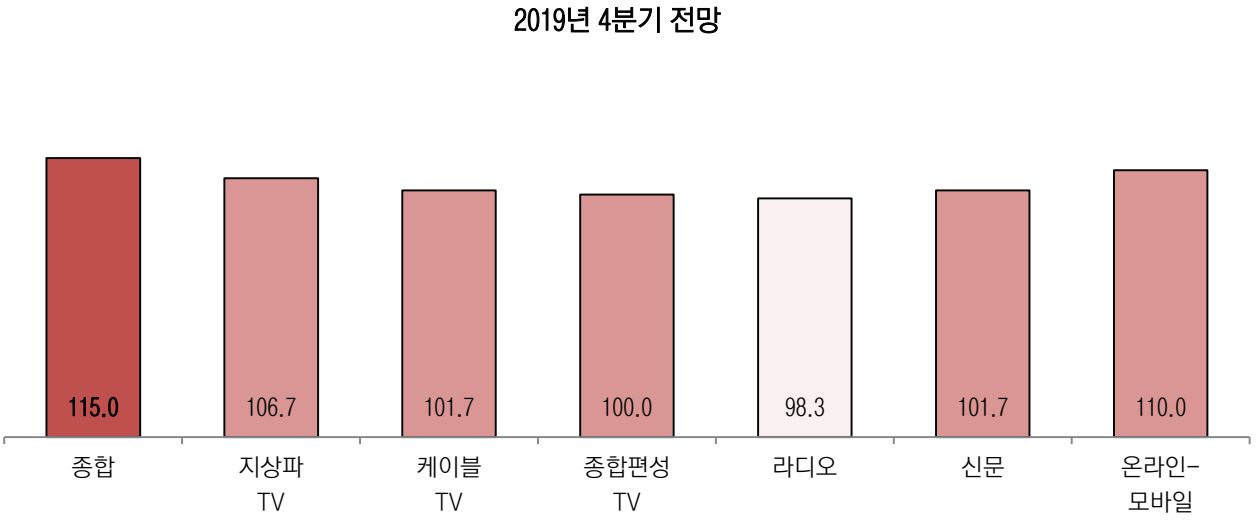


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

7) 비영리단체 및 공공기관

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 115.0으로 전년 4분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(106.7), 케이블TV(101.7), 신문(101.7), 온라인-모바일(110.0)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

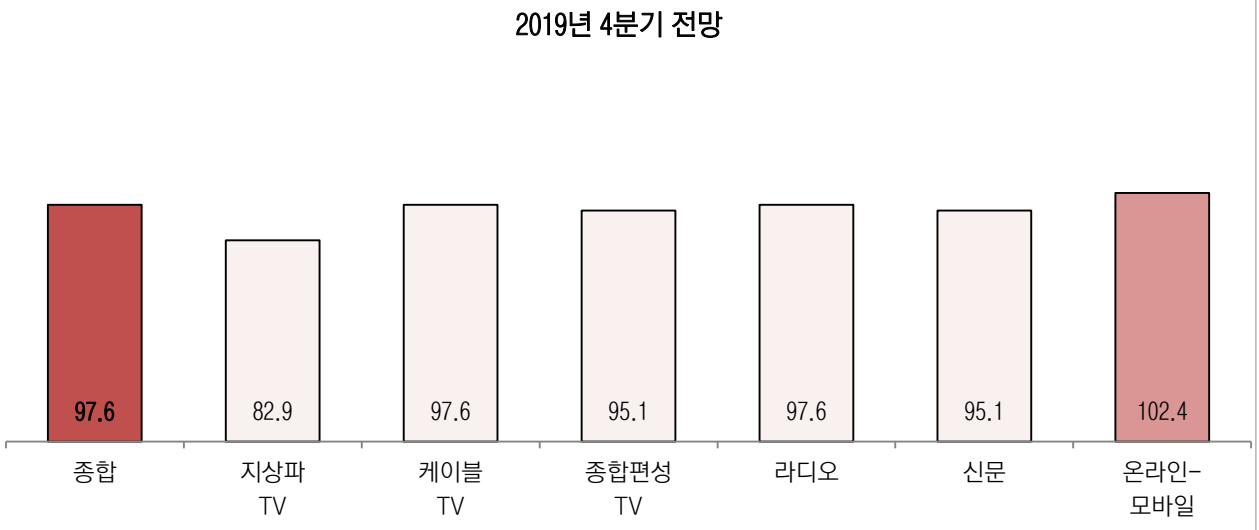
[그림 4-13] 비영리단체 및 공공기관 광고경기 전망



8) 식료품 및 비주류음료

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 97.6으로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 매체별로 온라인-모바일(102.4)을 제외한 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

[그림 4-14] 식료품 및 비주류음료 광고경기 전망

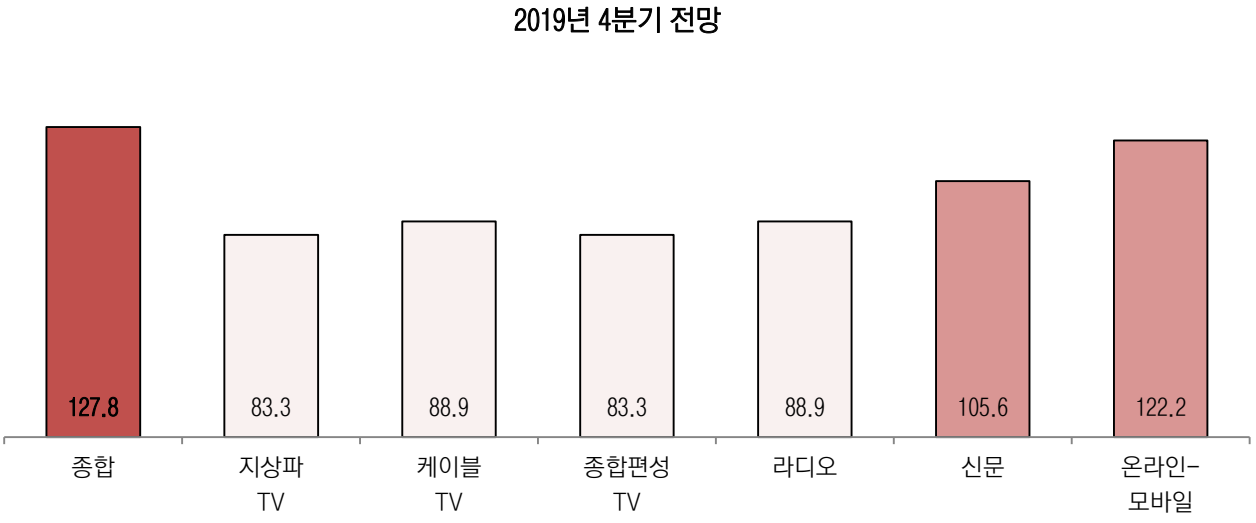


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

9) 신문서적 및 문구류

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 127.8로 전년 4분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 신문(105.6), 온라인-모바일(122.2)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

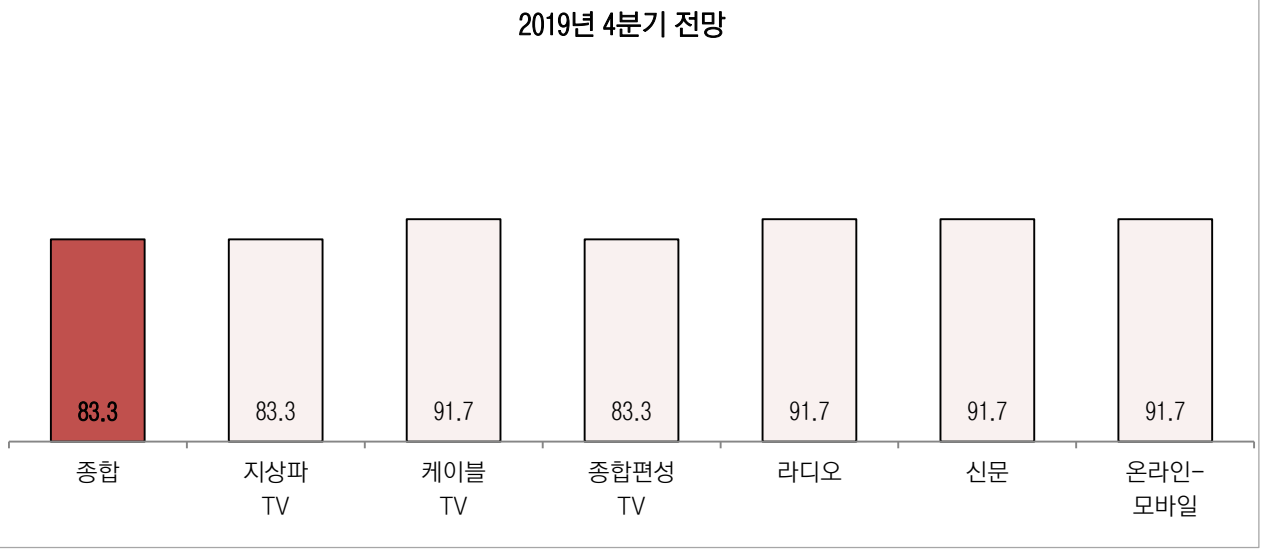
[그림 4-15] 신문서적 및 문구류 광고경기 전망



10) 운송장비

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 83.3으로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

[그림 4-16] 운송장비 광고경기 전망

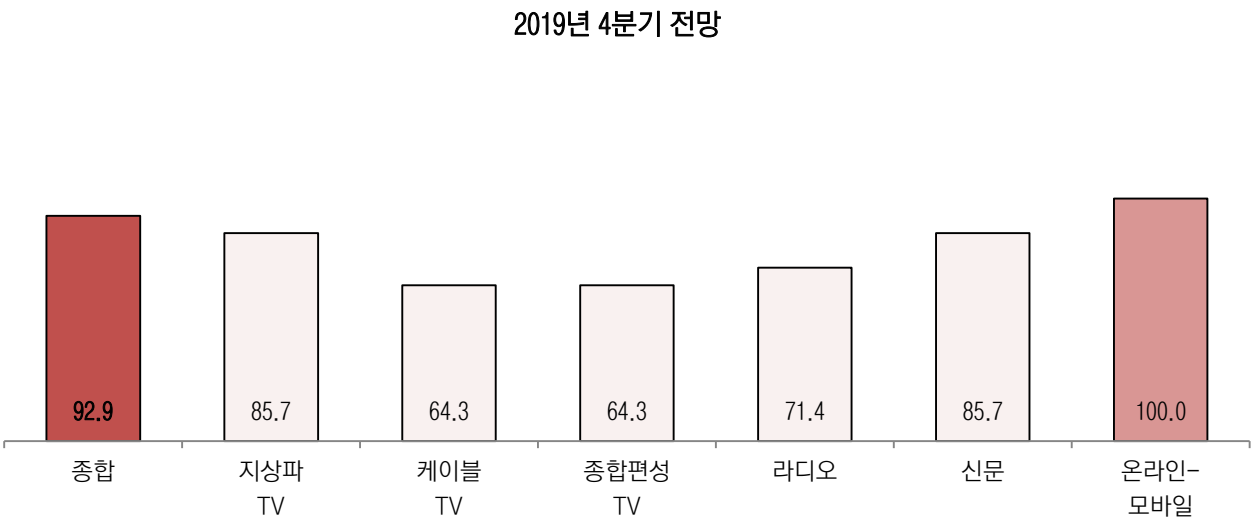


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

11) 음식 및 숙박운수서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 92.9로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 매체별로 온라인-모바일(100.0)을 제외한 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

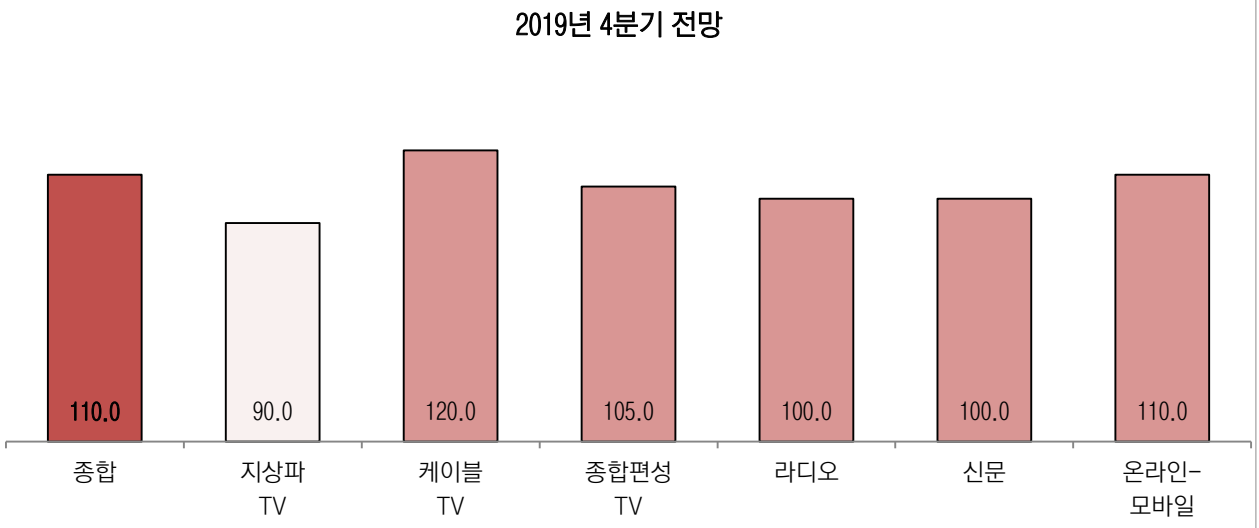
[그림 4-17] 음식 및 숙박운수서비스 광고경기 전망



12) 의료용품 및 장비의료서비스

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 110.0으로 전년 4분기 대비 광고비가 증가할 것으로 전망됨.
- 매체별로 케이블TV(120.0), 종합편성TV(105.0), 온라인-모바일(110.0)의 광고비가 증가할 것으로 전망됨.

[그림 4-18] 의료용품 및 장비의료서비스 광고경기 전망

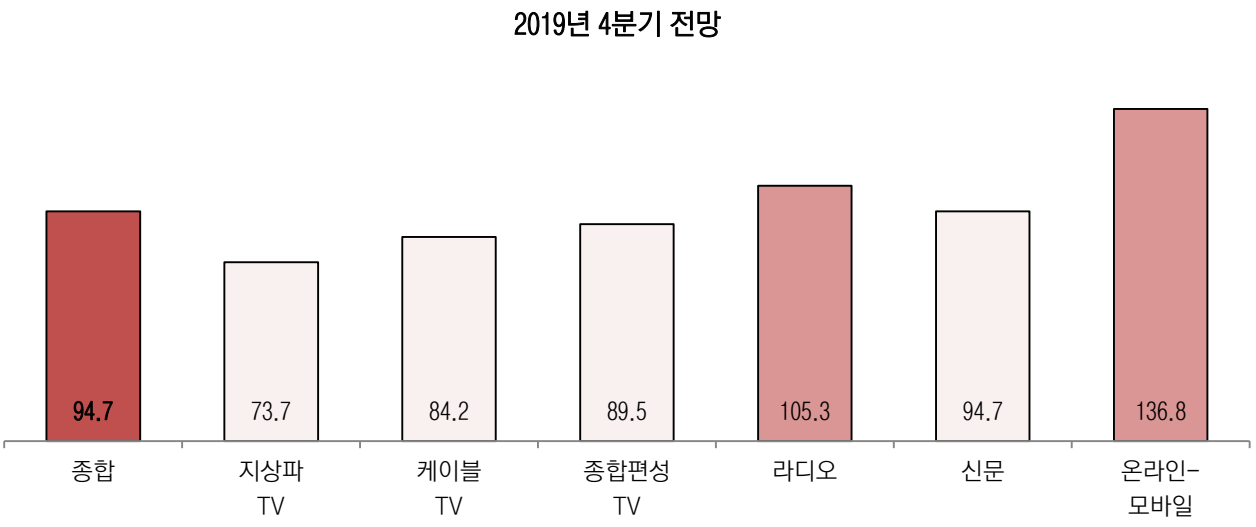


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

13) 의류 및 신발

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 94.7로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 매체별로 라디오(105.3), 온라인-모바일(136.8)을 제외한 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

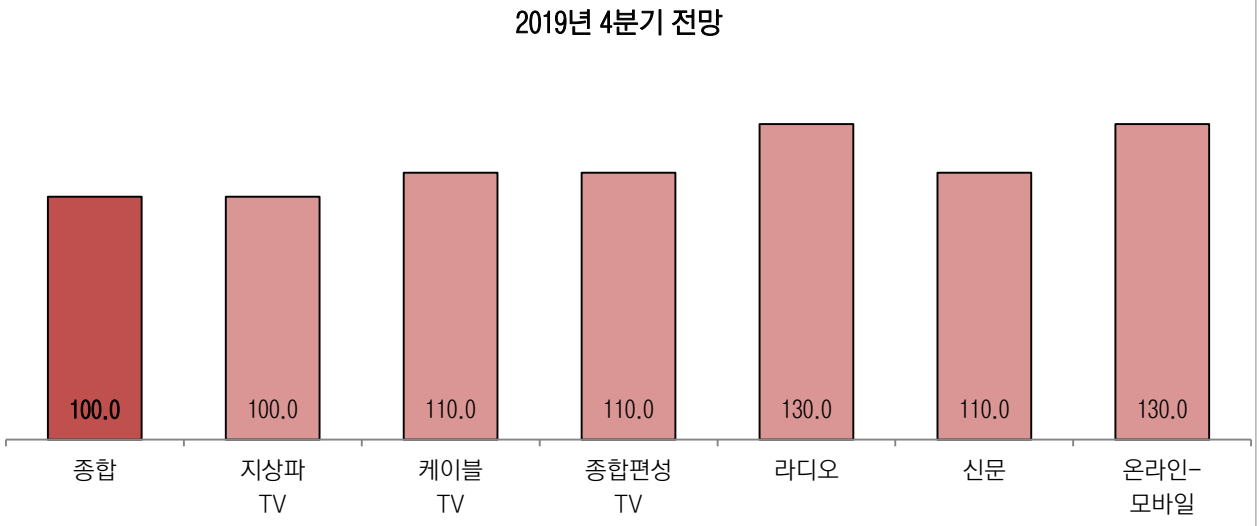
[그림 4-19] 의류 및 신발 광고경기 전망



14) 정보처리장비

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 100.0으로 전년 4분기 광고비와 보합세를 보일 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(100.0)는 보합, 케이블TV(110.0), 종합편성TV(110.0), 라디오(130.0), 신문(110.0), 온라인-모바일(130.0)의 광고비는 증가할 것으로 전망됨.

[그림 4-20] 정보처리장비 광고경기 전망

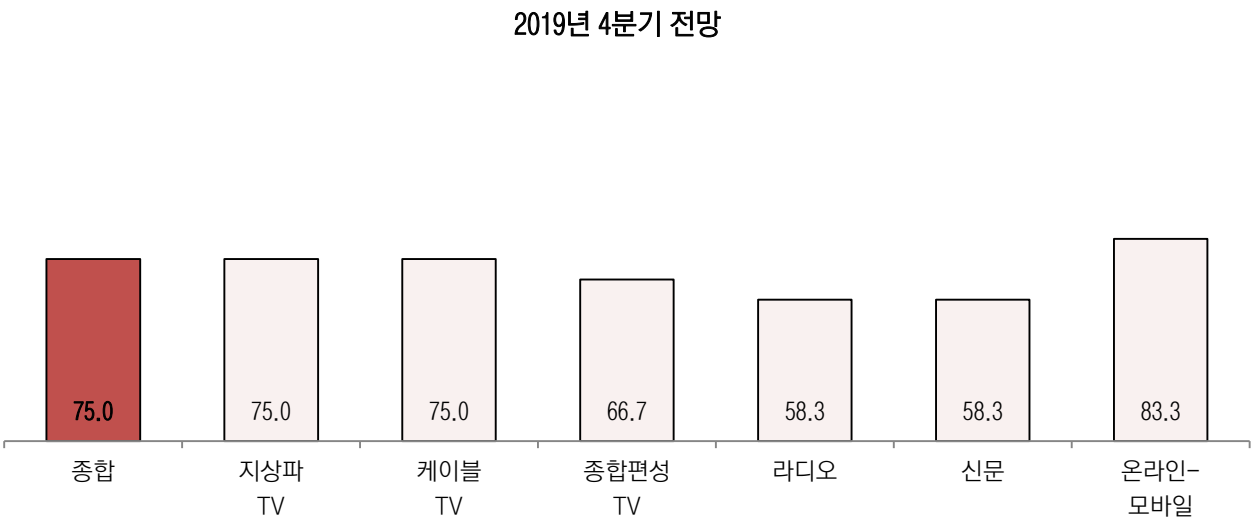


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

15) 주류 및 담배

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 75.0으로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

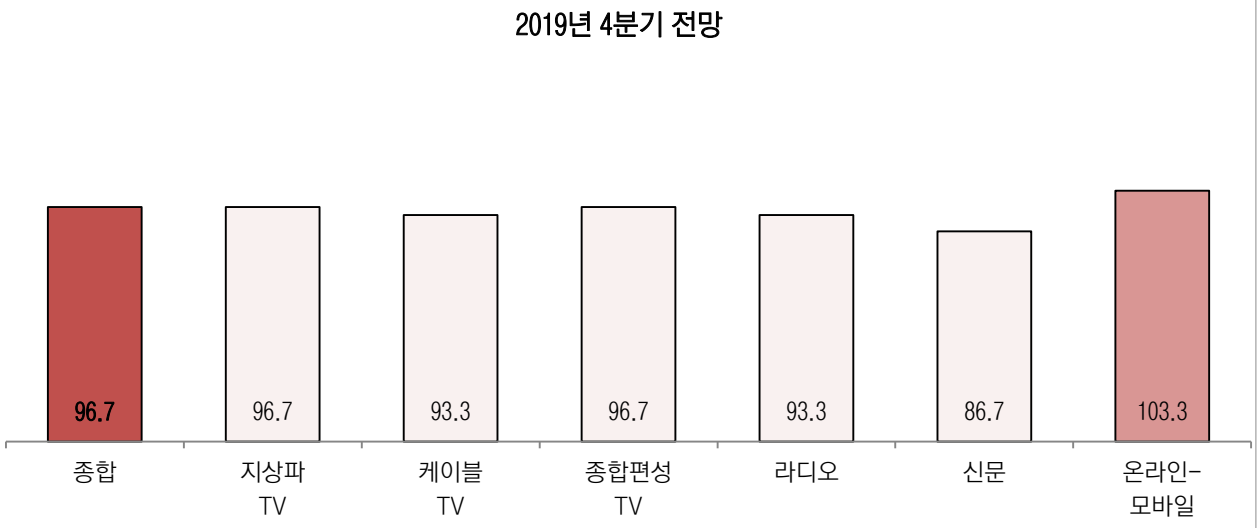
[그림 4-21] 주류 및 담배 광고경기 전망



16) 주택수도전기연료

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 96.7로 전년 4분기 대비 광고비가 감소할 것으로 전망됨.
- 매체별로 온라인-모바일(103.3)을 제외한 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

[그림 4-22] 주택수도전기연료 광고경기 전망

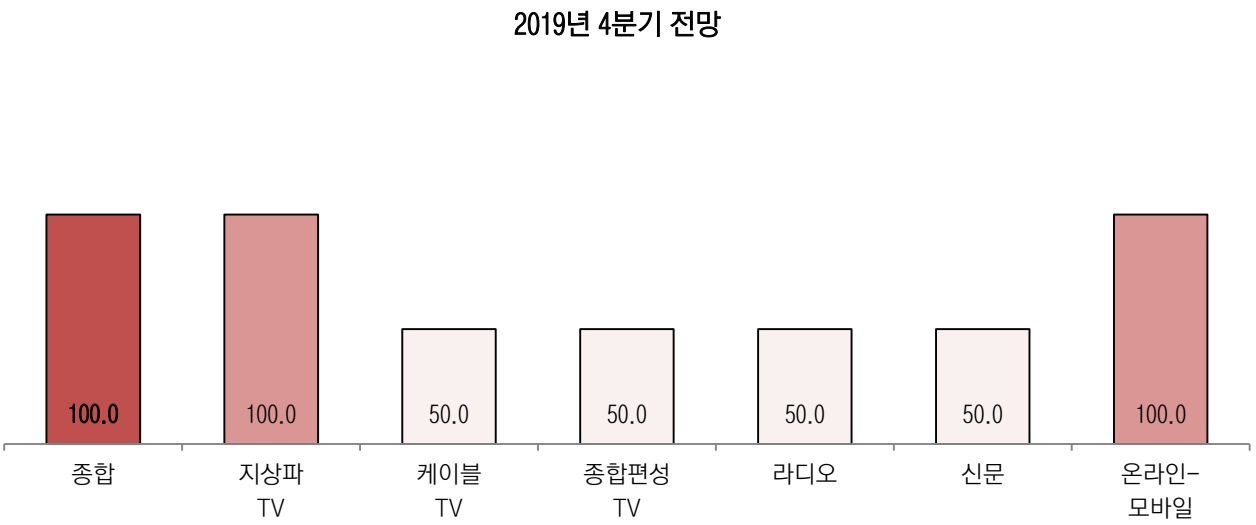


*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

17) 통신

- 2019년 4분기 광고경기 전망지수는 100.0으로 전년 4분기 광고비와 보합세를 보일 것으로 전망됨.
- 매체별로 지상파TV(100.0), 온라인-모바일(100.0)을 제외한 모든 매체의 광고비가 감소할 것으로 전망됨.

[그림 4-23] 통신 광고경기 전망



*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

5. Appendix

5.1 종합 광고경기 전망지수

5.2 매체별 광고경기 전망지수

5.3 업종별 광고경기 전망지수

5.1 종합 광고경기 전망 지수

1) 매체별 종합 광고경기 전망지수

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	108.6	100.2
지상파TV	100.2	91.8
케이블TV	100.2	93.3
종합편성TV	100.4	92.9
라디오	94.9	92.2
신문	98.0	92.9
온라인-모바일	112.2	107.8

2) 업종별 종합 광고경기 전망지수

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	108.6	100.2
가정용품 및 가사서비스	108.1	94.6
교육 및 사회복지서비스	106.3	97.9
금융 및 보험서비스	105.7	94.3
기타상품 및 서비스	109.1	102.3
문화오락용품 및 관련서비스	111.1	94.4
미용용품 및 미용서비스	130.8	100.0
비영리단체 및 공공기관	118.3	115.0
식료품 및 비주류음료	107.3	97.6
신문서적 및 문구류	100.0	127.8
운송장비	91.7	83.3
음식 및 숙박운수서비스	114.3	92.9
의료용품 및 장비의료서비스	85.0	110.0
의류 및 신발	136.8	94.7
정보처리장비	100.0	100.0
주류 및 담배	83.3	75.0
주택수도 전기연료	100.0	96.7
통신	200.0	100.0

*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로 광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

5.2 매체별 광고경기 전망지수

1) 지상파TV

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	100.2	91.8
가정용품 및 가사서비스	86.5	78.4
교육 및 사회복지서비스	93.8	102.1
금융 및 보험서비스	97.1	85.7
기타상품 및 서비스	95.5	102.3
문화오락용품 및 관련서비스	102.8	91.7
미용용품 및 미용서비스	100.0	84.6
비영리단체 및 공공기관	118.3	106.7
식료품 및 비주류음료	104.9	82.9
신문서적 및 문구류	83.3	83.3
운송장비	91.7	83.3
음식 및 숙박운수서비스	100.0	85.7
의료용품 및 장비의료서비스	95.0	90.0
의류 및 신발	121.1	73.7
정보처리장비	110.0	100.0
주류 및 담배	75.0	75.0
주택수도 전기연료	103.3	96.7
통신	100.0	100.0

*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

2) 케이블TV

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	100.2	93.3
가정용품 및 가사서비스	91.9	81.1
교육 및 사회복지서비스	97.9	104.2
금융 및 보험서비스	97.1	80.0
기타상품 및 서비스	97.7	102.3
문화오락용품 및 관련서비스	97.2	88.9
미용용품 및 미용서비스	100.0	76.9
비영리단체 및 공공기관	108.3	101.7
식료품 및 비주류음료	114.6	97.6
신문서적 및 문구류	88.9	88.9
운송장비	91.7	91.7
음식 및 숙박운수서비스	78.6	64.3
의료용품 및 장비의료서비스	95.0	120.0
의류 및 신발	126.3	84.2
정보처리장비	120.0	110.0
주류 및 담배	83.3	75.0
주택수도 전기연료	96.7	93.3
통신	100.0	50.0

*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

3) 종합편성TV

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	100.4	92.9
가정용품 및 가사서비스	91.9	83.8
교육 및 사회복지서비스	100.0	106.3
금융 및 보험서비스	100.0	88.6
기타상품 및 서비스	100.0	100.0
문화오락용품 및 관련서비스	94.4	88.9
미용용품 및 미용서비스	100.0	76.9
비영리단체 및 공공기관	108.3	100.0
식료품 및 비주류음료	107.3	95.1
신문서적 및 문구류	88.9	83.3
운송장비	91.7	83.3
음식 및 숙박운수서비스	78.6	64.3
의료용품 및 장비의료서비스	105.0	105.0
의류 및 신발	126.3	89.5
정보처리장비	110.0	110.0
주류 및 담배	75.0	66.7
주택수도 전기연료	100.0	96.7
통신	150.0	50.0

*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

4) 라디오

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	94.9	92.2
가정용품 및 가사서비스	83.8	78.4
교육 및 사회복지서비스	100.0	104.2
금융 및 보험서비스	91.4	82.9
기타상품 및 서비스	97.7	93.2
문화오락용품 및 관련서비스	97.2	83.3
미용용품 및 미용서비스	92.3	92.3
비영리단체 및 공공기관	105.0	98.3
식료품 및 비주류음료	90.2	97.6
신문서적 및 문구류	77.8	88.9
운송장비	100.0	91.7
음식 및 숙박운수서비스	85.7	71.4
의료용품 및 장비의료서비스	105.0	100.0
의류 및 신발	100.0	105.3
정보처리장비	110.0	130.0
주류 및 담배	66.7	58.3
주택수도 전기연료	93.3	93.3
통신	100.0	50.0

*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

5) 신문

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	98.0	92.9
가정용품 및 가사서비스	86.5	81.1
교육 및 사회복지서비스	100.0	100.0
금융 및 보험서비스	100.0	94.3
기타상품 및 서비스	93.2	88.6
문화오락용품 및 관련서비스	91.7	86.1
미용용품 및 미용서비스	100.0	100.0
비영리단체 및 공공기관	113.3	101.7
식료품 및 비주류음료	95.1	95.1
신문서적 및 문구류	105.6	105.6
운송장비	91.7	91.7
음식 및 숙박운수서비스	85.7	85.7
의료용품 및 장비의료서비스	95.0	100.0
의류 및 신발	115.8	94.7
정보처리장비	110.0	110.0
주류 및 담배	66.7	58.3
주택수도 전기연료	93.3	86.7
통신	150.0	50.0

*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

6) 온라인-모바일

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	112.2	107.8
가정용품 및 가사서비스	118.9	100.0
교육 및 사회복지서비스	114.6	97.9
금융 및 보험서비스	102.9	111.4
기타상품 및 서비스	113.6	109.1
문화오락용품 및 관련서비스	111.1	111.1
미용용품 및 미용서비스	138.5	123.1
비영리단체 및 공공기관	115.0	110.0
식료품 및 비주류음료	109.8	102.4
신문서적 및 문구류	105.6	122.2
운송장비	100.0	91.7
음식 및 숙박운수서비스	114.3	100.0
의료용품 및 장비의료서비스	80.0	110.0
의류 및 신발	152.6	136.8
정보처리장비	100.0	130.0
주류 및 담배	91.7	83.3
주택수도 전기연료	106.7	103.3
통신	200.0	100.0

*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

5.3 업종별 광고경기 전망지수

1) 가정용품 및 가사서비스

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	108.1	94.6
지상파TV	86.5	78.4
케이블TV	91.9	81.1
종합편성TV	91.9	83.8
라디오	83.8	78.4
신문	86.5	81.1
온라인-모바일	118.9	100.0

2) 교육 및 사회복지서비스

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	106.3	97.9
지상파TV	93.8	102.1
케이블TV	97.9	104.2
종합편성TV	100.0	106.3
라디오	100.0	104.2
신문	100.0	100.0
온라인-모바일	114.6	97.9

3) 금융 및 보험서비스

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	105.7	94.3
지상파TV	97.1	85.7
케이블TV	97.1	80.0
종합편성TV	100.0	88.6
라디오	91.4	82.9
신문	100.0	94.3
온라인-모바일	102.9	111.4

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

4) 기타상품 및 서비스

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	109.1	102.3
지상파TV	95.5	102.3
케이블TV	97.7	102.3
종합편성TV	100.0	100.0
라디오	97.7	93.2
신문	93.2	88.6
온라인-모바일	113.6	109.1

5) 문화오락용품 및 관련서비스

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	111.1	94.4
지상파TV	102.8	91.7
케이블TV	97.2	88.9
종합편성TV	94.4	88.9
라디오	97.2	83.3
신문	91.7	86.1
온라인-모바일	111.1	111.1

6) 미용용품 및 미용서비스

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	130.8	100.0
지상파TV	100.0	84.6
케이블TV	100.0	76.9
종합편성TV	100.0	76.9
라디오	92.3	92.3
신문	100.0	100.0
온라인-모바일	138.5	123.1

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

7) 비영리단체 및 공공기관

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	118.3	115.0
지상파TV	118.3	106.7
케이블TV	108.3	101.7
종합편성TV	108.3	100.0
라디오	105.0	98.3
신문	113.3	101.7
온라인-모바일	115.0	110.0

8) 식료품 및 비주류음료

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	107.3	97.6
지상파TV	104.9	82.9
케이블TV	114.6	97.6
종합편성TV	107.3	95.1
라디오	90.2	97.6
신문	95.1	95.1
온라인-모바일	109.8	102.4

9) 신문서적 및 문구류

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	100.0	127.8
지상파TV	83.3	83.3
케이블TV	88.9	88.9
종합편성TV	88.9	83.3
라디오	77.8	88.9
신문	105.6	105.6
온라인-모바일	105.6	122.2

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

10) 운송장비

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	91.7	83.3
지상파TV	91.7	83.3
케이블TV	91.7	91.7
종합편성TV	91.7	83.3
라디오	100.0	91.7
신문	91.7	91.7
온라인-모바일	100.0	91.7

11) 음식 및 숙박운수서비스

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	114.3	92.9
지상파TV	100.0	85.7
케이블TV	78.6	64.3
종합편성TV	78.6	64.3
라디오	85.7	71.4
신문	85.7	85.7
온라인-모바일	114.3	100.0

12) 의료용품 및 장비의료서비스

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	85.0	110.0
지상파TV	95.0	90.0
케이블TV	95.0	120.0
종합편성TV	105.0	105.0
라디오	105.0	100.0
신문	95.0	100.0
온라인-모바일	80.0	110.0

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

13) 의류 및 신발

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	136.8	94.7
지상파TV	121.1	73.7
케이블TV	126.3	84.2
종합편성TV	126.3	89.5
라디오	100.0	105.3
신문	115.8	94.7
온라인-모바일	152.6	136.8

14) 정보처리장비

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	100.0	100.0
지상파TV	110.0	100.0
케이블TV	120.0	110.0
종합편성TV	110.0	110.0
라디오	110.0	130.0
신문	110.0	110.0
온라인-모바일	100.0	130.0

15) 주류 및 담배

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	83.3	75.0
지상파TV	75.0	75.0
케이블TV	83.3	75.0
종합편성TV	75.0	66.7
라디오	66.7	58.3
신문	66.7	58.3
온라인-모바일	91.7	83.3

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

16) 주택수도전기연료

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	100.0	96.7
지상파TV	103.3	96.7
케이블TV	96.7	93.3
종합편성TV	100.0	96.7
라디오	93.3	93.3
신문	93.3	86.7
온라인-모바일	106.7	103.3

17) 통신

항목	3분기 대비 4분기	전년 동기 대비 4분기
종합	200.0	100.0
지상파TV	100.0	100.0
케이블TV	100.0	50.0
종합편성TV	150.0	50.0
라디오	100.0	50.0
신문	150.0	50.0
온라인-모바일	200.0	100.0

*통신업종의 경우 사례 수가 적어 해석에 유의할 필요가 있음.

*주의: KAI는 광고비의 증가, 유지, 감소 여부를 선택하는 광고주 설문 결과를 바탕으로
광고주별 가중치를 적용하여 산출한 값이므로, 광고비 증감의 규모를 나타내고 있지는 않음.

과학기술정보통신부 Ministry of Science and ICT
kobaco 한국방송광고진흥공사 Korea Broadcast Advertising Corp.
www.smartad.or.kr

창작공간애드는 고품질 광고제작을 위한 4K 무료작업 공간입니다.

광고 창작을 위한 자유공간

Smart AD
Creative Lab

창작공간애드

QR코드를 스캔해보세요!
자세한 내용은 창작공간
홈페이지에서 확인 가능합니다.

서울시 송파구 올림픽로35길 137 한국광고문화회관 5층 (잠실역 7번출구에서 도보 5분거리)
T. 02-2144-0320 F. 02-2144-0323

창작공간 AD Smart AD Creative Lab

2019년 4분기 광고경기전망지수 조사보고서

• 발 행 : 2019년 9월

• 발행처 : 한국방송광고진흥공사

• 편 집 : 한국방송광고진흥공사 신성장사업국 데이터사업팀(02-731-7347)

KAI KOREA ADVERTISING INDEX

광고경기 전망지수 조사보고서

조사주관: KOBACO 신성장사업국 [최지웅 사원 Tel.02)731-7347]

조사후원: 한국광고주협회

9 772586 475008 01

ISSN 2586-4750