



# 광고경기 전망지수 조사 (2025년 1월 현황 및 2월 전망)

통계법 제33조(비밀의 보호 등)

- ① 통계작성과정에서 알려진 사항으로서 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계작성을 위하여 수집된 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 기초자료는 통계작성의 목적 외에 사용하여서는 아니 된다.

## 인사 말씀

안녕하십니까?

귀사(기관)의 무궁한 발전을 기원합니다.

한국방송광고진흥공사에서는 우리나라 주요 광고주들을 대상으로 광고매체 집행 증감 현황을 주기적으로 조사하여 국내 광고산업 경기를 진단함을 목적으로 「광고경기 전망지수 조사」를 실시하고 있습니다.

귀사가 응답해 주신 내용은 향후 광고경기 관련 국가 정책 자료로 활용되오니 바쁘시더라도 잠시 시간을 내어 조사원의 질문에 답변해 주시면 감사하겠습니다.

조사주관	한국방송광고진흥공사 광고산업진흥국	(담당: 정문수 대리)
조사후원	한국광고주협회	(담당: 광혁 사무총장)
실사기관	(주)메트릭스	(담당: 한현경 과장, ☎ 02-6244-0761)

## 응답 안내

- ♠ 이 조사표에 기재된 내용은 통계법 제33조에 따라 비밀이 보장되며 통계작성 이외의 목적으로는 절대 사용하지 않습니다.
- ♠ 한국방송광고진흥공사는 아래 법령에 의거하여 본 조사를 수행합니다.  
방송광고판매대행 등에 관한 법률 제29조(한국방송광고진흥공사사업) 3. 방송광고 제작산업 육성, 광고표준화, 광고효과 측정, 광고유통기반 구축/운영, 광고관련 조사/연구, 교육 공익광고 등 방송통신 광고산업 진흥관련 사업
- ♠ 본 조사의 대상 기간 **(현황)** 2024년 12월 대비 2025년 1월 현황  
**(전망)** 2025년 1월 대비 2025년 2월 전망
- ♠ 질문 내용 중 특별한 안내문이 없는 한 모든 문항에 답해 주십시오.
- ♠ 각 문항마다 설명과 작성 안내문을 참고하여 작성해 주시기 바랍니다.

## I. 응답자 선정 질문

SQ1. 귀하는 “(Programming: 응답자 소속회사명 제시)”에 현재 근무하고 계십니까?

1. 예
2. 아니오 (→ 조사 중단)

SQ2. 귀하께서는 현재 귀사의 **매체 별 광고집행 여부, 광고비를 매달 파악**하고 계신가요?

정확하게 파악하고 있다고 생각하실수록 5점에 가깝게 응답해 주시면 됩니다.(1,2번 응답 시 중지)

전혀 파악하지 못하고 있다	잘 파악하지 못하는 편이다	가끔씩 파악하고 있다	잘 파악하고 있는 편이다	정확하게 파악하고 있다
1	2	3	4	5

### 광고경기전망지수(KAI) 산출 방법

광고경기전망지수는 광고주의 익월 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 응답 업체수와 광고비 감소 응답업체수가 같음을 의미하며, 100초과인 경우에는 광고비 증가 응답 업체수가 광고비 감소 응답 업체 수보다 많음을, 100 미만인 경우에는 그 반대임을 나타냄

### 설문지 작성 방법

//지시문: 12월 귀사의 매체별 광고비 집행이 아래와 같을 경우의 작성 예시를 보여드립니다.  
예시를 참고하여 이후에 드리는 질문에 답변해주시기 바랍니다.

#### <12월 광고비>

- 지상파TV : 2024년 12월 광고비 1억원 → 2025년 1월 광고비 1.2억원 (0.2억원 증가)
- 케이블TV : 2024년 12월 광고비 1.5억원 → 2025년 1월 광고비 1억원 (0.5억원 감소)
- 종합편성TV : 2024년 12월과 2025년 1월 모두 광고비 없음
- 라디오 : 2024년 12월과 2025년 1월 모두 광고비 없음
- 신문 : 2024년 12월과 2025년 1월 모두 광고비 없음
- 온라인-모바일 : 2024년 12월 광고비 1억원 → 2025년 1월 광고 1.5억원 (0.5억원 증가)
- 6개 매체 종합 : 2024년 12월 종합 광고비 3.5억원 → 2025년 1월 종합 광고비 3.7억원 (0.2억원 증가)

A. 2024년 12월 대비 2025년 1월 귀사의 매체별 광고비 집행 동향은 어떻다고 보십니까?  
(만약 2024년 12월과 2025년 1월 모두 광고 집행이 없다면 다음 매체로 이동해주시기 바랍니다.)

매체	광고집행여부	증가	비슷	감소
1) 지상파 TV	예 <input checked="" type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	V		
2) 케이블 TV	예 <input checked="" type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>			V
3) 종합편성 TV	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input checked="" type="checkbox"/>			
4) 라디오	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input checked="" type="checkbox"/>			
5) 신문	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input checked="" type="checkbox"/>			
6) 온라인-모바일	예 <input checked="" type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	V		
7) 6개 매체 종합		V		

#### 7-1) 증가 또는 감소할 경우 광고비 증가/감소 비율

① 2% 미만 V 2~4% 미만 ③ 4~6% 미만 ④ 6~8% 미만 ⑤ 8~10% 미만 ⑥ 10% 이상

## II. 월별 광고경기 전망지수

### 1. 2024년 12월 대비 2025년 1월 광고비 집행 동향 (작년 12월 대비 금년 1월 동향)

A0. 2024년 11월 대비 12월 귀사의 매체별 광고비 집행 동향은 전월에 응답하신 12월 집행 전망과 동일합니까?

매체	전월 집행 전망 응답 (아래 예시 자동구현)	전월 집행 전망 응답 일치 여부
1) 지상파 TV	(증가)	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/> → '예' 응답할 경우 A문항에 전월 B문항 응답 자동판칭
2) 케이블 TV	(비슷)	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/> → '예' 응답할 경우 A문항에 전월 B문항 응답 자동판칭
3) 종합편성 TV	(증가)	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/> → '예' 응답할 경우 A문항에 전월 B문항 응답 자동판칭
4) 라디오	(감소)	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/> → '예' 응답할 경우 A문항에 전월 B문항 응답 자동판칭
5) 신문	(증가)	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/> → '예' 응답할 경우 A문항에 전월 B문항 응답 자동판칭
6) 온라인-모바일	(감소)	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/> → '예' 응답할 경우 A문항에 전월 B문항 응답 자동판칭
7) 6개 매체 종합	(증가)	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/> → '예' 응답할 경우 A문항에 전월 B문항 응답 자동판칭

A. 2024년 12월 대비 2025년 1월 귀사의 매체별 광고비 집행 동향은 어떻다고 보십니까?

(만약 2024년 12월과 2025년 1월 둘 다 광고 집행이 없다면 '아니오'를 선택 후 다음 매체로 이동해주시기 바랍니다.)

매체	광고집행여부	증가	비슷	감소
1) 지상파 TV	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
2) 케이블 TV	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
3) 종합편성 TV	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
4) 라디오	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
5) 신문	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
6) 온라인-모바일	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
7) 6개 매체 종합		1	2	3

7-1) 증가 또는 감소할 경우 광고비 증가/감소 비율

① 2% 미만 ② 2~4% 미만 ③ 4~6% 미만 ④ 6~8% 미만 ⑤ 8~10% 미만 ⑥ 10% 이상

A-1. 6개 매체 종합의 증감 사유를 구체적으로 기재해주시기 바랍니다.

(예, 신규 캠페인 시작(구체적인 캠페인 명 또는 소재 기재))

### 2. 2025년 1월 대비 2월 광고비 집행 전망 (1월 대비 2월 전망)

B. 2025년 1월 대비 2월 귀사의 매체별 광고비 집행 전망은 어떻다고 보십니까?

(만약 2025년 1월, 2월 둘 다 광고 집행이 없다면 '아니오'를 선택 후 다음 매체로 이동해주시기 바랍니다.)

매체	광고집행전망	증가	비슷	감소
1) 지상파 TV	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
2) 케이블 TV	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
3) 종합편성 TV	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
4) 라디오	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
5) 신문	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
6) 온라인-모바일	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
7) 6개 매체 종합		1	2	3

7-1) 증가 또는 감소할 경우 광고비 증가/감소 비율  
 ① 2% 미만 ② 2~4% 미만 ③ 4~6% 미만 ④ 6~8% 미만 ⑤ 8~10% 미만 ⑥ 10% 이상

B-1. 6개 매체 종합의 증감 사유를 구체적으로 기재해주시기 바랍니다.  
 (예, 신규 캠페인 시작(구체적인 캠페인 명 또는 소재 기재))

3. 2024년 2월 대비 2025년 2월 광고비 집행 전망 (작년 2월 대비 올해 2월 전망)

C. 2024년 2월 대비 2025년 2월 귀사의 매체별 광고비 집행 전망은 어떻다고 보십니까?  
 (만약 2024년 2월, 2025년 2월 둘 다 광고 집행이 없다면 ‘아니오’를 선택 후 다음 매체로 이동해주시기 바랍니다.)

매체	광고집행여부	증가	비슷	감소
1) 지상파 TV	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
2) 케이블 TV	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
3) 종합편성 TV	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
4) 라디오	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
5) 신문	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
6) 온라인-모바일	예 <input type="checkbox"/> 아니오 <input type="checkbox"/>	1	2	3
7) 6개 매체 종합		1	2	3

7-1) 증가 또는 감소할 경우 광고비 증가/감소 비율  
 ① 2% 미만 ② 2~4% 미만 ③ 4~6% 미만 ④ 6~8% 미만 ⑤ 8~10% 미만 ⑥ 10% 이상

C-1. 6개 매체 종합의 증감 사유를 구체적으로 기재해주시기 바랍니다.  
 (예, 신규 캠페인 시작(구체적인 캠페인 명 또는 소재 기재))

D. 귀 사의 대표 품목(상품)을 구체적으로 기재해주시기 바랍니다.(예, 침대, 종합감기약, 에어매트 등)

E. 본 조사를 통하여 얻고자 하는 것이나, 알고 싶은 사항이 있으시다면 구체적인 의견을 기재해주시기 바랍니다.

※ 응답자 정보 입력

LIST ID		회사명	
부서		전화번호	
		이메일주소	
성명/직급		휴대전화	
		팩스	

※ 끝까지 응답해주셔서 대단히 감사합니다.