

[광고산업조사 조사항목(계속)]

구 분		조사항목
영업 현황 (8)	2023년 취급액(매출액) 및 영업비용	연간 총 취급액(매출액), 총 영업비용(매출원가, 판매비와 관리비), 영업이익
	분야별 취급액(매출액) 비중	6개 업종 대분류, 16개 세부업종별 취급액(매출액) 대비 비중
	세부 업무 분야별 취급액(매출액) 비중	광고대행업, 온라인광고대행업, 옥외광고대행업, PPL 취급액(매출액)
	분야별 평균 수수료 비중	광고대행업, 온라인광고대행업, 옥외광고대행업, 평균 수수료 비중
	광고주(거래처) 현황	6개 업종 대분류, 16개 세부업종별 광고주(거래처) 현황
	해외 거래 현황	거래유형별 거래국가, 거래건수, 취급액(매출액)
	취급액(매출액) 변동	취급액 변동, 증가/감소율
	광고경기 체감도	광고경기 체감도

I. 조사 개요

II. 주요 조사 결과

08 모집단 분석 및 표본설계

1) 모집단 정의

- ❖ 목표모집단 : 2023년 1월 1일 ~ 2023년 12월 31일 동안 문체부에서 정의하고 있는 6개 광고산업 중 한 가지 이상의 광고관련 사업을 영위하는 사업체
- ❖ 조사모집단(표본추출틀)
 - ◆ 「2022년 기준 기업통계등록부」(통계청)에서 파악된 광고사업체
 - 보완자료로 제일기획 「광고연감」 활용
 - 2020년 기준 조사 이전은 「전국사업체조사」(통계청)를 표본추출틀로 활용하였으나, 2021년 기준 조사부터는 「기업통계등록부」(통계청)를 표본추출틀로 활용함

부록1. 분석표

부록2. 조사표

2) 조사모집단 분석

❖ 광고산업 정의

- ◆ 문체부에서 정의하고 있는 광고산업은 4개 산업(업종) 및 17개 세부 산업으로 구성
 - 2019년 기준 조사까지는 광고산업의 경우 5개 산업(업종) 및 23개 세부산업으로 구성되어 있었으나, 2020년 기준 조사부터 광고산업 관련성 재분석을 통해 목적에 맞는 업종을 재선별
 - ※ 관련성 부족 제외 업종 : 경영컨설팅업(M71531), 매니저업(M73901), 컴퓨터 프로그래밍 서비스업(J62010), 호스팅 및 관련 서비스업(J63112), 포털 및 기타 인터넷 정보 매개 서비스업(J63120), 공연기획업(R90191)
- ◆ 문체부의 광고산업분류는 한국표준산업분류(10차 개정 코드, 통계청)에서 목적에 맞는 업종을 추출하여 재분류함
 - 1차적으로 수집된 사업체 명부에 대한 사전 광고업종 영위 여부 전화 확인 과정을 통해 업종이 광고산업 정의에 부합한 사업체를 파악한 후, 그 결과를 활용하여 최종 조사 사업체 수를 추정하여 확정
- ◆ 조사모집단(표본추출틀)은 「기업통계등록부」(통계청) 명부를 활용하며, 이 명부에서 문체부에서 정의한 광고산업에 포함되는 사업체를 파악하여 구성하도록 함

[광고산업 모집단 업종코드(통계청 표준산업분류 10차 개정 코드 기준)]

분류코드	세세분류 명	분류코드	세세분류 명
C18111	경 인쇄업	M71399	그 외 기타 광고 관련 서비스업
C18112	스크린 인쇄업	M71400	시장조사 및 여론조사업
C18113	오프셋 인쇄업	M71532	공공관계 서비스업
C18119	기타 인쇄업	M73302	상업용 사진 촬영업
C18121	제판 및 조판업	M73303	사진 처리업
M71310	광고 대행업	N75992	전시, 컨벤션 및 행사 대행업
M71391	옥외 및 전시 광고업	J59113	광고 영화 및 비디오물 제작업
M71392	광고매체 판매업	J59201	음악 및 기타 오디오물 출판업
M71393	광고물 문안, 도안, 설계 등 작성업		

[광고산업 업종 정의]

구 분		업종 정의
(1) 광고대행업	① 종합광고대행	광고물을 광고매체에 광고하는 업무를 총괄대행하는 사업체로 광고주와의 포괄적인 계약으로 광고 대행업무를 수행하며 이에 관련된 특정업무를 자체인력이나 다른 업체에 의뢰하여 수행
	② 광고매체대행	광고주나 광고대행사를 대신하여 광고지면이나 광고시간을 구입해주는 업무를 하는 사업체
(2) 광고제작업	① 인쇄광고제작업	신문, 잡지 등 각종 인쇄광고물을 제작하는 사업체
	② 영상광고제작업	방송, 영화, 동영상 클립 등 영상광고물을 제작하는 사업체
	③ 광고사진스튜디오	광고를 목적으로 제작된 사진 촬영, 신문, 잡지, 포스터 광고 촬영 및 카탈로그 촬영을 하는 사업체
(3) 광고전문 서비스업	① 브랜드컨설팅	CI, BI, 패키지를 포함하는 기업이나 브랜드의 상징 등을 제작하는 사업체
	② 마케팅조사	마케팅 활동의 기획·수정 및 평가를 위해 내부 및 외부 정보를 수집하여 분석하는 사업체
	③ PR (Public Relations)	조직이나 개인이 그들의 제품 또는 서비스에 대한 공중의 이해와 호감을 얻고자 행하는 여러 가지 활동의 업무(홍보, PR, 행사 기획, 홍보물 제작 등)를 전문으로 행하는 사업체
	④ SP (Sales Promotion)	판매를 촉진하는 직접적인 광고를 대행하는 사업체 (매체에 하는 광고가 아님)
	⑤ 전시 및 행사대행업	각종 전시회 및 행사를 기획·조직하는 산업활동 전시장 행사와 관련된 전반적인 책임을 맡아 종합적으로 구성·연출하는 사업체도 포함
(4) 인쇄업	① 인쇄	각종 광고용 인쇄물을 인쇄하는 사업체(광고물 인쇄업)
(5) 온라인 광고대행업	① 온라인 종합광고대행	광고주를 대신해서 온라인 광고물을 기획하고 제작하며, 제작된 광고물을 전달하기 위해 매체와 접촉하여 집행하는 것을 전문으로 하는 사업체. 온라인 광고는 노출형, 검색형 등이 있음
	② 온라인 광고제작대행	각종 온라인 광고물을 제작하는 사업체
	③ 온라인 광고매체대행	광고주나 광고대행사를 대신하여 온라인 광고지면을 구입해주는 업무를 하는 회사
(6) 옥외 광고대행업	① 옥외종합광고대행	인쇄, 그림 또는 전자적 방식 등의 전시광고물을 기획·제작하여 옥내외 간판 또는 차량, 상점 등 전시공간에 전시구조물을 게시하는 사업체
	② 옥외광고제작대행	인쇄, 그림 또는 전자적방식 등의 전시광고물을 기획·제작하는 사업체

I. 조사 개요

II. 주요 조사 결과

부록1. 분석표

부록2. 조사표

❖ 조사모집단 분석

- ◆ 2022년 기준 통계청 「기업통계등록부」(연간, 사업체 단위, 전국사업체조사 품목연계 자료) 명부 중 광고산업 관련 업종코드(세세분류 코드 기준 17개)에 해당하는 사업체 수는 총 68,749개사임
- ◆ 광고산업 관련 업종으로 구축된 1차 사업체(n=68,749) 명부 중 알려진 정보(전화번호 등)를 활용하여 광고산업조사의 모집단 정의에 맞는 사업체를 파악하는 모집단 명부 정비조사 실시
 - 한국표준산업분류 코드(17개)를 광고산업 정의 업종(16개) 분류와 매칭하고, 업종별 전수층(50인 이상)과 표본층(50인 미만)으로 구분하여 사업체를 분류하여 모집단 명부 정비조사를 실시하고, 모집단 명부 정비조사 결과를 바탕으로 조사모집단을 추정하였음
- ◆ 광고산업 모집단 명부 정비조사 결과 2024 광고산업조사 최종 모수추정을 위한 조사 모집단은 6,639개사로 파악됨

조사모집단 추정 과정	
1단계	: 광고산업 관련 한국표준산업분류 명부, 제일기획 광고연감 명부 분석 → 2단계 : 과년도 응답사업체 연계 및 모집단 명부 정비조사 → 3단계 : 모집단 명부 정비조사를 반영한 모집단 추정 → 4단계 : 모집단 확정

〈 업종별 - 종사자 수별 조사모집단 분포 〉

(단위 : 개)

종사자 수(사업체)						
업종	1인~4인	5인~9인	10인~29인	30인~49인	50인 이상	합계
광고대행업	590	324	302	55	49	1,320
광고제작업	915	220	165	28	34	1,362
광고전문서비스업	478	306	325	46	66	1,221
인쇄업	770	134	53	11	13	981
온라인광고대행업	472	204	307	69	84	1,136
옥외광고대행업	428	122	53	7	9	619
전 체	3,653	1,310	1,205	216	255	6,639

3) 표본 배분 및 표본추출

❖ 표본추출틀

- ◆ 종사자 수 규모에 따라 모집단 분포가 편중되는 것을 방지하기 위해 업종과 종사자 수를 기준으로 광고업종은 6개 대분류 내 16개 세부업종, 종사자 규모는 5개 규모로 구분하고 제곱근 비례배분 방식으로 표본 배분 실시
- ◆ 종사자 수별 추정치의 안정성을 위해 전수층과 표본층으로 구분하여 진행하고, 표본층은 제곱근(\sqrt{N}) 비례배분으로 진행하였으므로 업종별·종사자 수별 표본의 분포가 목표모집단의 구성비와 일치하지 않을 수 있음. 추출률의 역수를 가중치로 하여 표본가중평균으로 모평균을 추정하여 추정치의 편향을 보정함
 - 전수층 : 종사자 수 50인 이상 사업체
 - 표본층 : 종사자 수 50인 미만 사업체로 “1인~4인”, “5인~9인”, “10인~29인”, “30인~49인” 4개의 층으로 나누어 배분
- ◆ 모집단 구축과정에서 수집한 정보는 사업체의 광고산업 업종과 종사자 수이므로 이를 바탕으로 표본추출을 진행
 - 표본추출은 사업체를 추출단위로 하고, 업종별 종사자 수 규모 층별로 임의추출방법을 적용함. 또한 표본추출 시 지역을 잠재적 층화변수로 활용하여 지역별로 편중되지 않도록 배분

❖ 표본규모

- ◆ 전체 표본규모의 결정은 광고산업조사 모집단, 목표표본오차 등을 고려하여 적용

〈 업종별-종사자 수별 표본 배분 〉

(단위 : 개)

구분	세부업종	1인~4인	5인~9인	10인~29인	30인~49인	50인 이상	합계
광고 대행업	종합광고대행업	59	46	46	21	39	211
	광고매체대행업	40	27	23	9	10	109
	소 계	99	73	69	30	49	320
광고 제작업	인쇄광고제작업	79	37	28	5	9	158
	영상광고제작업	45	26	29	15	23	138
	광고사진스튜디오	43	19	8	2	2	74
	소 계	167	82	65	22	34	370

구분	세부업종	1인~4인	5인~9인	10인~29인	30인~49인	50인 이상	합계
광고전문 서비스업	브랜드컨설팅	21	18	18	2	2	61
	마케팅조사	16	17	20	9	23	85
	PR	30	20	23	7	12	92
	SP	14	10	13	11	6	54
	전시 및 행사대행업	50	40	38	13	23	164
	소 계	131	105	112	42	66	456
인쇄업	인쇄업	96	40	25	11	13	185
	소 계	96	40	25	11	13	185
온라인 광고 대행업	온라인종합광고대행	48	35	46	22	62	213
	온라인광고제작대행	34	18	17	11	14	94
	온라인광고매체대행	25	15	15	3	8	66
	소 계	107	68	78	36	84	373
옥외광고 대행업	옥외종합광고대행	57	33	21	4	6	121
	옥외광고제작대행	37	18	14	3	3	75
	소 계	94	51	35	7	9	196
전 체		694	419	384	148	255	1,900

09 실사 설계

- ❖ 본 조사 방식은 조사원에 의한 대면조사를 원칙으로 하였으며, 이메일, 팩스 조사를 병행함. 진행 프로세스 및 조사 일정은 다음과 같음

〈 실사 진행 프로세스 〉

구분	내용	일정
모집단 구축을 위한 분석	조사모집단 구축을 위한 「기업통계등록부」(통계청) 사업체 명부 분석	8.19 ~ 8.23
모집단 확인 전화조사	조사모집단 구축을 위한 광고업종 판별 전화조사 실시	8.26 ~ 9.2
실사 및 전산 연구원 교육	조사원 교육에 앞서 실사연구원(Supervisor)과 자료처리에 대한 전산연구원에 대한 교육 실시	8.26 ~ 8.30
조사원 선발	소속 조사원 중 사업체 조사 경험자 선발	8.26 ~ 8.30
조사원 교육	조사방법과 조사내용 및 업종특성 집체교육 실시, 조사방법과 질문지 내용을 숙지하게 하고 문제점을 미리 발견, 개선함으로써 실사과정을 표준화하여 비표본오차를 최소화하고, 조사 중 발생할 수 있는 모든 우발상황에 대한 대처법을 포괄적으로 교육	9.9 ~ 9.10, 10.7
본조사 진행/실사관리	조사 진행 시 검증원이 표본 중 30% 이상을 무작위 추출, 검증하여 응답의 오류가 발견되는 경우 오류수정 및 해당 조사원 재교육을 실시하는 통제시스템(Quality Control System)으로 실사를 통제, 관리함으로써 조사원에 의한 오차를 최소화하였음	9.12~10.31