

보도자료

2010년 11월 23일(화) 배포 시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 방송통신융합정책실 방송광고정책팀 김광동 팀장(☎750-2150)
방송광고정책팀 권은태 사무관 (☎750-2324) etgwon@kcc.go.kr

방통위, 방송광고산업 육성전략 수립 추진

- 향후 의견수렴 등을 거쳐 내년초 종합계획 수립 -

방송통신위원회는 오는 24일(수) 잠실 롯데월드호텔에서 개최되는 한국광고대회(광고단체연합회 주관)에서 “스마트시대 광고산업 육성 전략” 수립을 위해 수행한 검토결과를 발표할 예정이다.

국내 광고시장은 1997년 외환위기 이전까지 경제성장을 상회한 고성장을 이루었으나, 외환위기로 인한 경기변동에 따라 급격한 변화를 거쳐 2003년 이후에는 경제성장을 하회하는 정체기로 접어들었다.

< GDP, 광고비, 광고 선전비 연평균 성장률 비교 >

구 분	고 성장기 ('91~'96)	급변기 ('97~'02)	정체기 ('03~'07)
GDP	15.8%	7.7%	6.2%
광고비	18.8%	3.4%	3.1%

※ GDP, 광고선전비 : 한국은행 국민계정 기업경영분석자료, 광고비 : 제일기획

※ 급변기 광고 증감율 : '97 2.2%, '98 -39.3%, '99 32.6%, '00 26.7%, '01 -12.7%, '02 33.9%

이에 방통위는 광고산업 전반을 분석하고 향후 미디어·광고시장에 근본적 변화를 가져다 줄 스마트 시대에 대응한 광고산업 육성전략 수립을 추진하게 되었다.

금번 행사에서는 국내 광고산업의 생태계를 구성하고 있는 광고공급시장(미디어·매체영역), 광고수요시장(경제·산업·업종 영역) 및 이를 매개하는 광고대행시장 등의 영역별 특징과 문제점을 발표한다.

이러한 분석을 바탕으로 향후 광고시장에 미칠 대내·외 환경변화를 짚어보고 주요 정책과제를 제시할 예정이다. 주요 과제로는 광고공급 시장의 효율성 제고, 광고대행시장의 경쟁촉진, 스마트 광고 기반 조성, 미디어 다양성 지원 및 수평적 광고제도 정립 등이 검토된다.

방통위는 금번 연구결과를 토대로 위원회 논의와 외부 의견수렴을 거쳐 방송광고 활성화 계획을 수립할 예정이다.

이에 따라 기 발표한 인터넷광고활성화 종합계획과 함께 스마트 시대를 대비하는 새로운 광고 생태계 조성에 관한 디지털 광고산업 육성 종합계획이 내년초에 나올 것으로 기대한다.

< 분야별 정책 과제 예시 >

분 야	주요 정책 과제
광고공급시장의 효율성 제고	▶ 중장기 방송광고제도 개편방안 ▶ 방송광고 규제개선 방안(편성, 금지, 자원제도 정비 등)
광고대행시장 경쟁 촉진 및 전문성 강화	▶ 판매시장 경쟁도입 및 시장 효율성 제고 ▶ 구매·제작시장 전문성 및 경쟁력 강화
스마트 광고 기반조성을 통한 광고시장 성장 촉진	▶ 디지털 광고 제작 인프라 구축 ▶ 메타데이터 표준화 및 광고플랫폼 기술 개발 ▶ 광고효과측정체계 구축
미디어 다양성 지원 및 디지털 광고제도 수립	▶ 중소방송 지원방안 수립 ▶ 디지털 미디어 광고 기본법 제정 등

끝.