



승인(협의)번호
제429001호

2017

옥외광고통계

2016년 기준



2017 옥외광고통계 이용자를 위하여

- 본 조사 결과는 2017년 하반기 중에 실시된 「2017 옥외광고통계」 조사를 집계 분석한 결과로 조사기준 시점은 2016년입니다.
- 본 자료는 크게 산업통계 부문과 행정통계 부문으로 구분되며, 각 부문별 조사의 대상 및 문항이 다르므로 이용에 유의하여 주시기 바랍니다.
- 본 보고서에 제시된 내용을 인용할 때에는 「2017 옥외광고통계」 OO페이지에서 전재 또는 일부 게재라고 기재하여야 하며, 본 보고서 관련 문의사항은 한국지방재정공제회 한국옥외광고센터(02-3274-2822)로 문의하시기 바랍니다.

1. 산업통계 이용 시 유의사항

- 옥외광고산업은 크게 광고주, 광고회사, 매체사, 제작사로 구성되어 있으며, 본 조사에서는 매체사 및 제작사를 조사대상으로 하여 시장규모를 산출하였으므로 광고주 또는 광고대행사 등을 조사대상으로 한 조사결과와는 차이가 있습니다.
- 본 조사는 옥외광고 법률에 따른 옥외광고 등록 사업자*를 대상으로 광고매출액을 조사하였습니다. 광고매출액이란 사업체가 제작 및 운용하고 있는 각 매체별 매출액을 의미합니다.
* 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업의 진흥에 관한 법률」제11조에 의거, 자치단체에 옥외광고업을 등록한 사업자
- 결과 자료 중 광고 매출액, 광고 업무 종사자 수는 조사자료를 바탕으로 추정된 수치이며, 그 외는 추정되지 않고 조사자료 그대로를 집계한 수치입니다.
- 보고서 내의 % 및 매출액, 종사자 수는 추정된 자료로 소수점에서 반올림이 적용된 값이므로, 단순 사례수를 계산하여 산출된 합계와는 차이가 있을 수 있습니다.



- 2017년의 매출액은 예상 매출입니다.
- 통계표에 사용된 부호는 다음과 같습니다.
- : 단위 미만 또는 해당 숫자 없음

2. 행정통계 이용 시 유의사항

- 본 자료는 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 발전에 관한 진흥에 관한 법률」에 따라 지방자치단체가 옥외광고 업무와 관련해 보유한 데이터를 기초하여 작성되었습니다.
- 광고물 분류의 명칭 및 행정상의 용어는 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업의 진흥에 관한 법률」 및 동법 시행령에 따른 명칭 및 용어에 근거해 사용했습니다.
- 2016년 기준으로 전국 246개 기초 및 광역자치단체를 대상으로
 - ① 허가 · 신고 옥외광고물 현황(누적/신규/연장), ② 허가 · 신고 수수료 현황, ③ 옥외광고 등록업체 수, ④ 안전점검 대상 및 실시 옥외광고물 현황, ⑤ 불법 옥외광고물(고정/유동) 정비 및 행정처분 현황, ⑥ 불법광고물 행정처분(이행강제금/과태료)의 부과금액 현황, ⑦ 옥외광고발전기금 재원 및 집행 현황, ⑧ 옥외광고업 등록 사업자 현황, ⑨ 옥외광고 담당공무원 수 등에 대하여 조사하였습니다.
- 소수점 수치는 소수점 두 번째 자리에서 반올림 되었으므로 각 항목의 단순 합계가 총계와 일치하지 않을 수 있습니다.

목차



제 1장.

조사 개요

1. 조사 배경 및 목적	8
2. 옥외광고 산업통계의 주요 특징	9
3. 조사 내용 및 광고 유형 분류	10
4. 조사 방법	15
5. 산업통계 조사 현황	17
6. 분석 방법 및 통계량 추정 방법	18

제 2장.

주요 결과

1. 산업통계 주요 결과	22
2. 행정통계 주요 결과	43
3. 유사통계 결과 비교	53

제 3장.

현황과 분석

1. 광고 유형별 이슈리포트	58
1) 건물부착 광고	58
2) 교통시설 광고	61
3) 교통수단 광고	64
4) 여가시설 광고	68
5) 쇼핑시설 광고	70
2. 해외 옥외광고 현황	74
1) 미국 옥외광고 현황	74
2) 독일 옥외광고 현황	76
3) 일본 옥외광고 현황	80
4) 중국 옥외광고 현황	83

제 4장.

세부 결과표

1. 광고유형별 산업통계 결과표	86
2. 시 · 도별 행정통계 결과표	118

부록1. 옥외광고물 유형 설명

부록2. 조사 설문지



제 1 장

조사 개요

제 1장 조사 개요



1. 조사 배경 및 목적

기존의 옥외광고 산업에 대한 통계는 매체대행업만을 대상으로 조사를 진행하는 것이 대부분이었으며, 옥외광고 산업에서 비중이 높은 제작/설치업에 대한 업종은 배제되어 왔다. 따라서, “옥외광고” 관련 실태 조사의 자료가 타 공공기관과 민간 기관에서 진행되었으나, 그 규모가 적으며 옥외광고 산업 전반을 대표하기에는 무리가 있었다. 이에, 한국지방재정공제회 한국옥외광고센터는 옥외광고 세부 분류에 대한 산업형황 및 규모 등의 국가산업통계 자료의 부재를 보완하기 위해 지난 2015년부터 옥외광고 산업통계를 시범적으로 진행하였다. 더불어, 2012년부터 별도로 작성했던 행정통계인 “옥외광고 관리현황 자료”를 통합하여 산업데이터와 행정데이터를 한 눈에 볼 수 있는 「옥외광고통계」로 재탄생했다.

이번 조사는 옥외광고 전문 통계로는 국내 최초로 통계청으로부터 국가승인통계로 지정받아 신뢰성을 확보했다. 옥외광고산업의 규모를 파악하고 경제적 가치를 평가 분석하여 국내 옥외광고 산업진흥과 경쟁력 강화를 위한 정책수립의 근거자료로 활용도를 높이고자 한다. 앞서 언급한 바와 같이, 옥외광고산업에 포함되는 매체사 및 제작/설치사 뿐 아니라 기타 업종(언론사, 건설사 등)까지 모든 옥외광고산업 구성원들을 대상으로 조사를 진행하였으며, 자치단체의 옥외광고 관련 데이터를 함께 포함하고 있으므로 우리나라 옥외광고산업과 행정에 대한 전반적인 현황을 파악할 수 있게 되었다.

그림 1-1. 옥외광고통계의 목적



2. 옥외광고통계의 주요 특징

올해부터 국가승인통계로 작성되는 「옥외광고통계」는 기존의 산업통계에서 조사된 내용과 구별되는 세 가지 특징이 있다.

첫째, 옥외광고 산업통계와 옥외광고 관리현황 자료의 통합이다. 앞서 한국지방재정공회에서 진행했던 「옥외광고 산업통계」와 「옥외광고 관리현황 자료」를 통합하여 「옥외광고통계」라는 이름으로 새롭게 개편하였다. 이는 기존의 사업체 조사(옥외광고 산업통계) 외 자치단체 조사(옥외관리 관리현황 조사)를 추가한 것이다. 자치단체 옥외광고 관리현황은 전국 246개 기초·광역자치단체를 대상으로 옥외광고 인·허가 현황, 등록업체 현황, 불법광고 물 정비 및 안전점검 등에 대한 행정 통계를 포함하고 있다. 이는 옥외광고 산업의 전반적인 규모와 함께, 현재 진행/관리되고 있는 옥외광고 시장의 현황을 함께 살펴볼 수 있도록 했다는 점에서 의의가 있다.

둘째, 「옥외광고통계」는 통계법 제18조 및 동법 시행령 제26조에 따라 국가승인통계로 지정된 국내 최초, 국내 유일의 옥외광고 전문 통계이다. 지난 2015년 처음으로 「옥외광고 산업통계」라는 이름으로 조사를 실시한지 3년 차에 「옥외광고통계」가 국가승인통계로 지정(승인번호: 429001)되었다.

셋째, 산업통계 부문 조사 표본의 확대이다. 국가승인통계 올해 최종 조사 완료된 유효 표본의 수는 1,324개 사업체로 전년도(1,001개) 대비 유효 표본의 수가 300개 이상 증가되었다. 유효 표본의 수가 증가함으로써 보다 정확한 업종별 모수 추정 데이터를 제공하게 되었다.

3. 조사 내용 및 광고 유형 분류

1) 조사 내용

본 조사는 사업체조사와 자치단체 조사 2가지 조사로 구분하여 진행하였으며, 각 조사별 내용 구성은 아래와 같다.

표 1-1. 산업통계 부문 조사 내용

구 분	조사 내용
광고 운용 매체	<ul style="list-style-type: none">- 주력사업(제작/설치, 매체운용, 매체대행, 광고물 실사출력 등)- 업체에서 운용하고 있는 광고 매체 종류 (간판류, 교통수단, 교통시설, 공공시설, 여가시설, 기타 등)
광고 매출 현황	<ul style="list-style-type: none">- 광고 유형별 현황 (2016년)- 2017년도 광고매출액 예상 증감율
광고인력 현황	<ul style="list-style-type: none">- 전체 인력 및 성별, 연령별, 직급별, 업무 직군별 인력현황- 채용 규모- 현재 인력 수준- 향후 인력 수준 전망

표 1-2. 행정통계 부문 조사 내용

구 분	조사 내용
광고물 허가 · 신고	<ul style="list-style-type: none">- 누적 광고물 허가 · 신고 현황- 2016년도(1년간) 광고 유형별 허가 · 신고 현황
광고물 안전점검	<ul style="list-style-type: none">- 광고 유형별 안전점검 대상 광고물 수량 및 안전점검 건수
불법광고물 정비	<ul style="list-style-type: none">- 광고 유형별 불법 광고물 행정처분 건수- 광고 유형별 불법 광고물 행정처분 부과금액
옥외광고발전기금 현황	<ul style="list-style-type: none">- 옥외광고발전기금 재원- 2016년 옥외광고발전기금 집행 금액
사업자 및 공무원 현황	<ul style="list-style-type: none">- 옥외광고업 등록 사업자 현황- 자치단체 옥외광고 담당공무원 현황

2) 옥외광고 유형 분류

본 조사에서 옥외광고 유형은 크게 11가지 대분류, 54개의 소분류, 169개의 세부 광고 유형으로 분류하였다. 이러한 옥외광고 유형 분류를 기준으로 세부 광고유형별 2016년 매출액을 응답받았으며, 추후 조사 응답 여부 등을 통해 분석 단위에서는 대분류 및 소분류 등을 통합하여 중분류 단위로 산출하였다.

표 1-3. 산업통계 부문 광고물 유형분류표(조사표 기준)

대분류	소분류	세부 광고 유형	수
건물부착 광고	벽면 이용 간판	일반조명, 네온, 디지털, 돌출간판, 기타	5
	공연간판	일반조명, 디지털	2
	옥상간판	일반조명, 네온, 디지털, 기타	4
	창문 이용 광고물	일반 부착형, 디지털	2
교통시설 광고	철도역	철도역 광장 광고, 외부 일반조명, 외부 디지털, 내부 인쇄형, 내부 라이트박스, 내부 디지털, 기타	7
	지하철역	외부 일반조명, 외부 디지털, 내부 인쇄형, 내부 라이트박스, 내부 디지털, 스크린도어 인쇄형, 스크린도어 디지털, 기타	8
	지하도	외부 일반조명, 외부 디지털, 내부 인쇄형, 내부 라이트박스, 내부 디지털, 기타	6
	공항	공항 광장 광고, 외부 일반조명, 외부 디지털, 내부 인쇄형, 내부 라이트박스, 내부 디지털, 기타	7
	버스터미널	버스터미널 광장 광고, 외부 일반조명, 외부 디지털, 내부 인쇄형, 내부 라이트박스, 내부 디지털, 기타	7
	항만	항만 광장 광고, 외부 일반조명, 외부 디지털, 내부 인쇄형, 내부 라이트박스, 내부 디지털, 기타	7
	고속도로 휴게소	휴게소 광장 광고, 외부 일반조명, 외부 디지털, 내부 인쇄형, 내부 라이트박스, 내부 디지털, 기타	7
교통수단 광고	철도차량	외부, 내부 인쇄형, 내부 디지털, 기타	4
	지하철 차량	외부, 내부 인쇄형, 내부 디지털, 기타	4
	버스차량(대중교통)	외부, 내부 인쇄형, 내부 디지털, 기타	4
	버스차량(일반차량)	외부, 내부 인쇄형, 내부 디지털, 기타	4
	자동차(택시)	외부, 내부 인쇄형, 내부 디지털, 기타	4
	자동차(일반차량)	외부, 내부 인쇄형, 내부 디지털, 기타	4
	기타 교통수단(비행기, 선박 등)	외부, 내부 인쇄형, 내부 디지털, 기타	4

대분류	소분류	세부 광고 유형	수
공공 시설물 광고	버스승강장(버스쉘터)	인쇄형, 디지털	2
	택시승강장(택시쉘터)	인쇄형, 디지털	2
	노선버스 안내 표지판	인쇄형, 디지털	2
	지정벽보판	인쇄형, 디지털	2
	현수막지정게시대	인쇄형, 디지털	2
	육교현판	인쇄형, 디지털	2
	지상변압기함	인쇄형, 디지털	2
	전자게시대	세부 유형 없음	1
	가로등현수기	세부 유형 없음	1
지면설치 광고	기타 공공시설(미디어풀, 휴지통, 벤치 자전거보관대 등)	인쇄형, 디지털	2
	지주이용간판	일반조명, 디지털, 가림간판	3
	기금조성광고	세부 유형 없음	1
	선전탑	세부 유형 없음	1
	아치광고물	세부 유형 없음	1
공공장소 광고	애드벌룬	세부 유형 없음	1
	병원(개인병원, 종합병원, 대학병원 등)	인쇄형, 디지털, 기타	3
	학교(초, 중, 고, 대학교 등)	인쇄형, 디지털, 기타	3
	관공서(시청, 구청, 민원센터 등)	인쇄형, 디지털, 기타	3
	기타 공공장소(교회, 장례식장, 회장장 등)	인쇄형, 디지털, 기타	3
여가시설 광고	극장(영화관, 연극, 뮤지컬씨어터 등)	로비 인쇄형, 로비 디지털, 상영관 내 스크린 광고, 기타	4
	전시장(컨베션, 미술관 등)	인쇄형, 디지털, 기타	3
	놀이시설(놀이공원, 워터파크, 카지노 등)	인쇄형, 디지털, 기타	3
	숙박시설(호텔, 콘도, 리조트 등)	인쇄형, 디지털, 기타	3
	야구장	인쇄형, 디지털, 기타	3
	축구장	인쇄형, 디지털, 기타	3
	농구장	인쇄형, 디지털, 기타	3
	배구장	인쇄형, 디지털, 기타	3
	스키장	인쇄형, 디지털, 기타	3
	골프장	인쇄형, 디지털, 기타	3
쇼핑시설 광고	대형매장(백화점, 할인마트 등)	인쇄형, 디지털, 기타	3
	소매점(커피숍, 편의점, 서비스업소 등)	인쇄형, 디지털, 기타	3
유동광고	입간판	세부 유형 없음	1
	현수막	세부 유형 없음	1
	벽보	세부 유형 없음	1
	전단	세부 유형 없음	1
광고물 실사출력		세부 유형 없음	1
소분류 광고유형 합계			169

3) 세부 광고 유형별 정의

54개의 소분류별 광고물의 정의는 아래와 같다. 옥외광고법 상의 분류 정의를 원칙으로 해당 유형을 정의하였으며, 옥외광고법 상에 정의가 되어 있지 않는 유형은 산업계에서 통상적으로 유통되는 정의를 차용하여 사용하였다.

실제 조사 시에는 개별 면접원에게 해당 유형에 대한 교육을 실시하여, 광고 유형의 오류로 발생하는 매출액 누락을 사전에 방지하였다. 또한, 보기카드를 활용하여 세부 유형별에 대한 사진과 함께 각 유형에 대한 교육을 철저하게 진행하였다.

표 1-4. 소분류에 따른 옥외광고물 정의

소분류	정의
1) 벽면 이용 간판	건물 벽면에 가로/세로/돌출형태로 부착하는 광고물
2) 공연간판	공연장 벽면에 부착하는 형태의 광고물
3) 옥상간판	건물 옥상에 설치하는 형태의 광고물
4) 창문 이용 광고물	창문 또는 출입문에 직접 붙이는 형태의 광고물
5) 철도역	철도역사 내·외부에 설치된 광고물
6) 지하철역	지하철 역사 내·외부에 설치된 광고물
7) 지하도	지하도 내·외부에 설치된 광고물
8) 공항	공항 내·외부에 설치된 광고물
9) 버스터미널	버스터미널 내·외부에 설치된 광고물
10) 항만	항만(항구여객터미널) 내·외부에 설치된 광고물
11) 고속도로 휴게소	고속도로 휴게소에 설치된 공공시설을 이용한 광고물
12) 철도 차량	KTX, 무궁화호, 새마을호 등 기차의 광고물
13) 지하철 차량	도심 내 지하철의 광고물
14) 버스차량(대중교통)	시내/시외버스 등 대중교통을 이용한 광고물
15) 버스차량(일반차량)	관광, 광고전용 버스 등을 이용한 광고물
16) 자동차(택시)	택시를 이용한 광고물
17) 자동차(일반차량)	탑차, 트럭, 자가용 등을 이용한 광고물
18) 기타교통수단(비행기,선박등)	비행기, 선박 등 기타교통수단을 이용한 광고물
19) 버스승강장	버스승차대, 버스쉘터 등을 이용한 광고물
20) 택시승강장	택시승차대, 택시쉘터 등을 이용한 광고물
21) 노선버스 안내 표지판	버스 노선 및 도착시간 등을 알려주는 표지판을 이용한 광고물
22) 지정벽보판	벽보를 합법적으로 붙이는 광고시설물의 운영대행

소분류	정의
23) 현수막지정게시대	현수막을 합법적으로 설치하는 게시대의 운영대행
24) 육교현판	육교의 도로면에 설치하는 광고
25) 지상변압기함	도로 위의 변압기함을 이용한 광고물
26) 전자게시대	디지털 게시대를 이용한 광고물
27) 가로등현수기	가로등에 설치된 접이식 봉에 매달아 노출하는 배너형태의 광고물
28) 기타공공시설물	시도조례로 지정된 공공시설물을 이용한 광고물
29) 지주이용간판	건물이 아닌 별도의 지주를 설치하여 부착하는 형태의 광고물
30) 기금조성광고	고속도로 및 일반국도 등에 설치하는 광고물
31) 선전탑	도로 등 일정한 장소에 설치된 탑형 광고물
32) 아치광고물	문틀 형태 또는 반원 형태 등의 광고물
33) 애드벌룬	풍선처럼 공중에 매달거나 띄우는 형태의 광고물
34) 병원	병원 내·외부에 설치된 광고물
35) 학교	학교 내·외부에 설치된 광고물
36) 관공서	관공서 내·외부에 설치된 광고물
37) 기타공공장소 (교회,장례식장,화장장등)	기타공공장소 내·외부에 설치된 광고물
38) 극장	극장 로비에 설치되거나 또는 영화상영관(스크린)으로 노출되는 광고
39) 전시장	전시장 내부에 설치된 광고물
40) 놀이시설	에버랜드, 서울랜드, 워터파크, 수영장, 호텔, 콘도, 리조트 등에 설치된 광고물
41) 숙박시설	호텔, 콘도, 리조트 등 숙박시설 내·외부에 설치된 광고물
42) 야구장	야구 경기장 내·외부에 설치된 광고물
43) 축구장	축구 경기장 내·외부에 설치된 광고물
44) 농구장	농구 경기장 내·외부에 설치된 광고물
45) 배구장	배구 경기장 내·외부에 설치된 광고물
46) 스키장	스키장에 설치된 광고물
47) 골프장	골프장 내·외부에 설치된 광고물
48) 대형매장	대형 쇼핑몰(백화점, 대형마트 등) 내부에 설치된 광고물
49) 소매점	소형매장(커피숍, 편의점, 서비스업소등)내부에 설치된
50) 입간판	긴물 벽에 기대거나 지면에 세워두는 형태의 광고물
51) 현수막	건물 벽면, 지주, 게시시설 등에 매달아 표시하는 광고물
52) 벽보	벽에 붙이는 형태의 광고물
53) 전단	길거리에서 배부하는 광고물
54) 광고물 실사출력	광고물의 실사 출력

4. 조사 방법

1) 산업통계 조사 설계 및 진행 절차

산업통계 조사는 크게 2단계로 구분하여 조사를 진행하였다.

- 1단계(사전조사)

1차적으로는 지방자치단체의 옥외광고 등록사업체 대장에 등록되어 있는 옥외광고 사업체 전수를 선택하여 사업 운영 여부 및 결번 등을 확인한 후 본 조사를 위한 유효 모집단을 확정하였다.

- 2단계(본 조사)

유효 모집단 사업체를 대상으로 매체사는 전수조사, 제작사는 지역 및 규모(종사자 수)에 따른 비례할당 추출로 샘플링하여 조사를 진행하였다

① 사전조사(유효 모집단 파악 조사)

표 1-5. 조사 설계_사전조사(유효 모집단 파악조사)

구 분	주요 내용
모집단	전국 자치단체에 옥외광고업을 등록한 16,328개 사업체
표본추출	매체사업체 및 제작사업체 전수 조사를 진행함
조사도구	구조화된 질문지(Structured Questionnaire)
조사내용	운영 여부, 본조사 진행방법 및 본조사 일정 확인
조사방법	전화 조사
조사기간	2017년 11월 10일 ~ 2017년 11월 20일
실사대행	(주)한국리서치

② 본 조사

표 1-6. 조사 설계_본 조사

구 분	주요 내용
모집단	사전 조사를 통해 확정된 12,485개 사업체
표본추출	매체사 : 전수조사 제작사 : 지역 및 규모(종사자수)에 따른 비례할당 추출
응답 표본	총 1,324개사 (매체사 : 259사 / 제작사 : 1,065사)
조사도구	구조화된 질문지(Structured Questionnaire)
조사방법	조사원의 직접 방문, 이메일 및 전화조사
조사기간	2017년 12월 4일 ~ 2018년 1월 31일
실사대행	(주)한국리서치

본 조사의 조사 진행 절차는 다음의 진행 절차를 통해 진행되었다. 조사 진행 전 업계 및 학계로 구성된 자문단을 통해, 설문지의 타당성, 광고 유형 등을 검토 받아 진행을 하였으며, 조사 결과 도출 후에는 각 유형별 매출액에 대한 적정성을 검토하였다.

그림 1-2. 조사 진행 절차



2) 행정통계 조사 설계 및 진행 절차

자치단체 조사는 전국 256개 자치단체 전수를 웹(web)설문 조사로 진행하였다.

표 1-7. 행정통계 조사 설계

구 분	주요 내용
모집단	전국 254개 광역(시·도) 및 기초(시·군·구) 자치단체
표본추출	전수 조사를 진행함
조사도구	구조화된 질문지(Structured Questionnaire)
조사내용	광고물 허가·신고, 광고물 안전점검, 불법광고물 정비 및 옥외광고발전기금 현황, 기타 문항 등
조사방법	웹(Web) 설문 조사
조사기간	2016년 8월 22일 ~ 2016년 10월 2일
실사대행	(주)한국리서치



5. 산업통계 조사 현황

매체사의 경우에는 전수 조사로 진행하였으며, 제작사는 리스트 기준으로 지역 및 규모별 비례할당을 통해, 다음과 같은 유효 모집단에서 샘플링 하여 조사를 진행하였다.

최종 조사 완료된 유효 표본의 수는 1,324개 사업체이며, 이들의 지역별 현황은 다음과 같다.

표 1-8. 응답 사업체 현황

지 역	유효 모집단			조사 표본		
	제작/설치사	매체사	계	제작/설치사	매체사	계
서 울 특 별 시	2,150	209	2,359	163	93	256
부 산 광 역 시	747	66	813	78	37	115
대 구 광 역 시	553	36	589	45	15	60
인 천 광 역 시	499	36	535	49	11	60
광 주 광 역 시	452	17	469	42	7	49
대 전 광 역 시	351	16	367	41	2	43
울 산 광 역 시	267	8	275	25	4	29
경 기 도	30	1	31	5	1	6
강 원 도	2,270	127	2,397	172	33	205
충 청 북 도	631	29	660	59	5	64
충 청 남 도	465	26	491	44	4	48
세종특별자치시	513	29	542	55	4	59
전 라 북 도	470	20	490	29	8	37
전 라 남 도	595	33	628	69	9	78
경 상 북 도	758	29	787	76	7	83
경 상 남 도	791	47	838	91	18	109
제주특별자치도	207	7	214	22	1	23
총합계	11,749	736	12,485	1,065	259	1,324

6. 분석 방법 및 통계량 추정 방법

1) 조사 유형의 통합

조사 진행과정에서는 옥외광고 유형을 세부적으로 구분하여 조사를 진행하였으나, 각 유형별 미응답과 산업계에서 통용되는 구분 등을 참조하여, 10가지 대분류 및 44개의 소분류로 재구분하여 최종 매출액 등을 추정하였다.

유형의 통합은 아래와 같다

- 지하철역/지하도 : 지하철역 + 지하도
- 버스터미널/항만 : 버스터미널 + 항만
- 버스 차량 : 버스차량(대중교통) + 버스차량(일반차량)
- 자동차 : 자동차(택시) + 자동차(일반차량)
- 승강장(버스/택시) : 버스 승강장(버스쉘터) + 택시 승강장(택시쉘터)
- 스포츠시설 : 야구장 + 축구장 + 농구장 + 배구장 + 스키장 + 골프장

2) 무응답 대체

① 2차 자료 및 전문가 자문을 통한 보완

조사 과정에서 광고 유형별 단위 무응답이 발생한 경우에는 공표되어 있는 2차 자료 또는 관련 전문가의 의견 등을 수렴하여 무응답을 보정하였다.

② 광고 유형별 항목 무응답 보정

- 무응답은 개체무응답(unit nonresponse)과 항목무응답(item nonresponse)으로 구분된다. 개체무응답은 응답거절 등으로 인하여 해당 표본 사업체가 조사 참여를 거부한 경우이고, 항목무응답은 전체 조사항목 중 특정 항목에 응답하지 않은 것을 의미한다. 일반적으로 개체무응답이 발생하는 경우는 가중치 조정방법을 사용하고, 항목무응답인 경우 무응답 대체(imputation)방법이 사용된다.

본 조사의 주요 변수인 매출액은 사업체별 편차가 매우 크게 나타나며, 표본 사업체에서 높은 응답률을 달성했다 하더라도 매출액 비중이 큰 일부 업체가 응답을 거부한다면 최종 추정 결과에 큰 영향을 줄 수 있다.

표본 사업체에서 매출액(2016년도) 항목에 대해서 무응답한 경우(192건 발생)는 무응답 대체기법을 적용하여 대체함. 매출액에 대해 무응답한 종사자 15인 이상 규모의 결측 사업체(7개소)에 대해서는 최근방 대체법을 적용하여 대체함. 나머지 185개 사업체에 대한 결측 매출액은 종사자 수, 운영 매체 수, 주 사업 영역(제작/설치, 매체운용사, 매체대행사, 광고물 실사출력, 기타) 등을 설명변수로 하는 선형회귀모형을 적용하여 무응답을 대체함

본 조사에서 항목무응답은 광고의 세부 유형별 매출액 정보이다. 표본 사업체에서는 기본적으로 상시근로자 수와 매출액 정보는 응답하였으며, 부분적으로 광고 세부 유형별 매출액을 알 수 없어 응답하지 못하는 경우가 있었다. 세부 항목별 광고비 매출액은 평균대체법을 적용하여 무응답을 대체하였다.

평균대체법은 무응답 대체를 위한 대체층을 생성하고 대체층 내의 응답된 정보를 이용하여 항목 무응답을 대체함. 대체층은 광고 유형(54) × 운영매체수(1종, 2~3종, 4종 이상)로 형성하였다. 광고 세부 유형 구분에서 발생한 무응답은 대체층 내 응답 사업체의 세부 유형별 광고 매출액 비중의 평균값을 구하여 무응답 항목을 대체하였다.

$$y_{hk}^{(i)} = y_{hk}^t \times prop_h^{(i)}$$

- y_{hk}^t : h 번째 층의 k 번째 사업체의 해당 광고 유형에 대한 총 매출액
- $y_{hk}^{(i)}$: h 번째 층의 k 번째 사업체의 i 번째 광고 세부 유형에 대한 매출액 대체값
- $prop_h^{(i)}$: h 번째 층의 k 번째 광고 세부 유형에 대한 매출액 비율(proportion)

3) 통계 추정량 산출

① 가중치 산출

본 조사의 가중치는 설계가중치, 무응답 조정, 사후총화 보정의 과정을 거쳐 산출하였다. 설계가중치는 표본사업체에 대해서 부여되며 해당 표본 사업체의 표본추출률의 역수로 계산하였다. 표본 사업체 중 발생하는 응답 거부 등의 개체무응답을 보정하기 위하여 무응답 보정을 실시하였다. 무응답 보정된 가중치는 표본추출률의 역수와 응답률의 역수를 곱하여 계산하였다. 조사완료 후 층별 사업체 수에 대한 모집단 정보를 이용하여 벤치마킹 보정계수를 산출하고 이를 가중치에 보정함으로써 추정치의 정도(精度)를 높였다.

위에서 설명한 가중치 계산 내용을 수식으로 표현하면 아래와 같다.

$$W_{ijkl} = \frac{N_{ijkl}}{n_{ijkl}} \cdot \frac{1}{R_{ijkl}} \cdot BF_{ijk}$$

여기서, i 는 시도, j 는 사업체 유형(매체사, 제작사), k 는 사업체 규모, l 은 총 내 표본사업체 구분 첨자, N_{ijk} 와 n_{ijk} 는 각각 i 시도, j 사업체 유형, k 는 사업체 규모의 조사모집단 크기와 표본크기를 나타내고, R_{ijk} 는 응답률을 나타내며, BF_{ijk} 는 벤치마킹 보정계수를 의미한다.

② 모수 추정

총화계통추출법에서 모총계는 아래 식으로 추정하였다.

$$\hat{Y} = \sum_{h=1}^L \frac{N_h}{n_h} \sum_{k=1}^{n_h} y_{hk}$$

여기서 L 은 총수이고, N_h 와 n_h 는 총 h 의 모집단 크기와 표본크기를 나타낸다.

모총계 추정량의 분산은 아래 식¹⁾으로 계산할 수 있다.

$$\begin{aligned} \widehat{Var}(\hat{Y}) &= \sum_{h=1}^L \widehat{Var}(\hat{Y}_h) \\ &= \sum_{h=1}^L \frac{N_h(N_h - n_h)}{n_h(n_h - 1)} \sum_{k=1}^{n_h} (y_{hk} - \bar{y}_h)^2 \end{aligned}$$

여기서 y_{hk} 는 총 h 내의의 k 번째 표본 사업체의 광고 매출액 조사값, \bar{y}_h 는 총 h 에서 표본 사업체들의 광고 매출액 조사값 평균을 나타낸다.

매출액 총액 추정량의 상대표준오차(relative standard error)는 다음 같이 계산하였다.

$$RSE(\hat{Y}) = \frac{\sqrt{\widehat{Var}(\hat{Y})}}{\hat{Y}} \times 100(%)$$

2016년도와 2017년도 전체 총 매출액 추정에 대한 상대표준오차는 10.0%로 나타나 대체로 통계적 정도(精度, precision)는 높은 수준으로 볼 수 있다.

1) 실제 표본 사업체는 계통추출법을 적용하여 선정했으나 랜덤모집단을 가정할 수 있기 때문에 단순임의추출법에서 사용되는 추정량의 분산식을 이용한 것임



제 2 장

주요 결과

제 2장 주요 결과



1. 산업통계 주요 결과

1) 광고 유형별 매출액

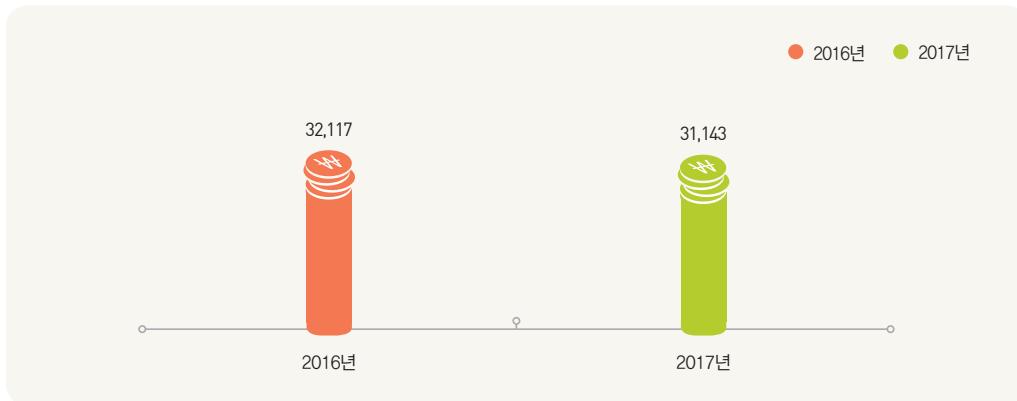
(1) 옥외광고 매출액

2016년 옥외광고 산업통계 결과를 살펴보면, 2016년 옥외광고 전체 매출액은 3조 2,117억원으로 조사되었으며, 2017년 전체 매출액은 2016년 대비 3.0% 감소한 3조 1,143억원으로 예상하였다.

표 2-1. 전체 옥외광고 산업 규모

구 분	매출액(억원)		구성비(%)	
	2016년	2017년(F)	2016년	2017년
전체	32,117	31,143	100.0	100.0
» 주력 사업				
매체사	9,693	9,644	30.2	31.0
제작/설치(설치출력 포함)	21,153	20,282	65.9	65.1
기타	1,272	1,217	4.0	3.9
» 매출 규모				
10억원 미만	12,370	12,128	38.5	38.9
10억원 이상 ~ 50억원 미만	10,934	10,361	34.0	33.3
50억원 이상	8,813	8,654	27.5	27.8
» 권 역				
서울	8,212	7,517	25.6	24.1
6대 광역시	9,815	9,870	30.6	31.7
도지역	14,090	13,756	43.8	44.2
» 종사자 수				
1인	10,108	9,278	31.5	29.8
2~10인	10,004	9,894	31.1	31.8
11인 이상	12,005	11,970	37.4	38.4

그림 2-1. 전체 옥외광고 산업 규모 (단위 : 억원)



세부 유형별로 살펴보면, 건물부착 광고의 매출액이 2016년 1조 2,449억원으로 가장 많았으며, 이는 전체 옥외광고 시장의 38.8%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 교통시설 광고의 경우에는 2016년 3,360억원으로 전체 옥외광고 시장의 10.5%였으며, 교통수단 광고는 2,736억원으로 전체 옥외광고 시장의 8.5%를 차지하였다. 공공시설물 광고, 지면설치 광고 및 공공장소 광고는 2016년 전체 옥외광고 시장에서 차지하는 비중이 각각 3.6%, 4.6%, 2.5%로 나타났다. 또한, 여가시설 광고의 경우에는 2016년 4,200억원으로 전체의 13.1%를 차지하고 있으며, 쇼핑시설 광고와 유동 광고는 각각 전체의 3.2%와 5.5%를 차지하고 있다. 광고물 실사출력은 3,158억원으로 전체 매출의 9.8%로 나타났다.

전체 시장에서 각 유형별 2016년 대비 2017년 비중 변화는 크지 않았으며, 공공시설물 광고 매출을 제외한 나머지 광고의 매출은 감소할 것으로 예상되었다.

그림 2-2. 대분류별 매출액 (단위 : 억원)



표 2-2. 광고 유형별 매출액

대분류	매출액(억원)		증감률(%)	비중(%)	
	2016년	2017년(F)		2016년	2017년
전체	32,117	31,143	-3.0	100.0	100.0
건물부착 광고	12,449	12,179	-2.2	38.8	39.1
교통시설 광고	3,360	3,149	-6.3	10.5	10.1
교통수단 광고	2,736	2,706	-1.1	8.5	8.7
공공시설물 광고	1,149	1,152	0.3	3.6	3.7
지면설치 광고	1,485	1,346	-9.4	4.6	4.3
공공장소 광고	801	740	-7.6	2.5	2.4
여가시설 광고	4,200	4,156	-1.0	13.1	13.3
쇼핑시설 광고	1,031	1,003	-2.7	3.2	3.2
유동 광고	1,748	1,672	-4.3	5.4	5.4
광고물 실사출력	3,158	3,039	-3.8	9.8	9.8

표 2-3. 전체 옥외광고 세부 유형별 매출액 및 비중

대분류	소분류	매출액(백만원)		증감률(%)	비중(%)	
		2016년	2017년(F)		2016년	2017년
전체		3,211,727	3,114,285	-3.0	100.0	100.0
건물부착 광고	벽면 이용 간판	989,658	968,432	-2.1	30.8	31.1
	공연간판	47,090	46,835	-0.5	1.5	1.5
	옥상간판	173,700	168,372	-3.1	5.4	5.4
	창문이용광고물	34,404	34,277	-0.4	1.1	1.1
교통시설 광고	철도역	20,818	20,781	-0.2	0.6	0.7
	지하철역/지하도	180,357	159,464	-11.6	5.6	5.1
	공항	53,705	54,009	0.6	1.7	1.7
	버스터미널/항만	68,373	67,774	-0.9	2.1	2.2
	고속도로 휴게소	12,748	12,893	1.1	0.4	0.4
교통수단 광고	철도 차량	10,714	10,714	0.0	0.3	0.3
	지하철 차량	84,533	85,908	1.6	2.6	2.8
	버스차량	121,558	121,644	0.1	3.8	3.9
	자동차	51,189	46,421	-9.3	1.6	1.5
	비행기/선박	5,570	5,918	6.2	0.2	0.2

대분류	소분류	매출액(백만원)		증감률(%)	비중(%)	
		2016년	2017년(F)		2016년	2017년
공공시설물 광고	승강장(버스/택시)	51,759	51,776	0.0	1.6	1.7
	노선버스 안내 표지판	11,634	11,851	1.9	0.4	0.4
	지정벽보판	4,029	4,016	-0.3	0.1	0.1
	현수막지정게시대	27,918	27,953	0.1	0.9	0.9
	육교현판	853	856	0.4	0.0	0.0
	지상변압기함	4,702	4,799	2.1	0.1	0.2
	전자게시대	1,869	1,943	4.0	0.1	0.1
	가로등현수기	5,237	5,133	-2.0	0.2	0.2
지면설치 광고	기타 공공시설	6,928	6,865	-0.9	0.2	0.2
	지주이용간판	84,136	71,015	-15.6	2.6	2.3
	기금조성광고	52,023	52,088	0.1	1.6	1.7
	선전탑	5,838	5,436	-6.9	0.2	0.2
	아치광고물	3,218	3,182	-1.1	0.1	0.1
공공장소 광고	애드벌룬	3,328	2,916	-12.4	0.1	0.1
	병원	27,609	21,879	-20.8	0.9	0.7
	학교	12,525	11,847	-5.4	0.4	0.4
	관공서	34,009	34,366	1.0	1.1	1.1
여가시설 광고	기타 공공장소	5,958	5,953	-0.1	0.2	0.2
	극장	254,055	249,952	-1.6	7.9	8.0
	전시장	15,068	15,377	2.1	0.5	0.5
	놀이시설	5,133	5,183	1.0	0.2	0.2
	숙박시설	36,280	37,678	3.9	1.1	1.2
	스포츠시설 광고	109,468	107,423	-1.9	3.4	3.4
쇼핑시설 광고	대형매장	29,127	28,903	-0.8	0.9	0.9
	소매점	73,982	71,398	-3.5	2.3	2.3
유동 광고	입간판	46,821	42,578	-9.1	1.5	1.4
	현수막	112,063	109,343	-2.4	3.5	3.5
	벽보	2,471	2,040	-17.4	0.1	0.1
	전단	13,420	13,198	-1.7	0.4	0.4
	광고물 실사출력	315,847	303,894	-3.8	9.8	9.8

(2) 건물부착 광고 매출액

건물부착 광고의 매출액은 2016년 1조 2,449억원으로 조사되었다. 매출액이 10억원 미만인 소규모 업체의 매출액 비중이 47.6%로 상대적으로 높으며, 제작/설치 업체의 매출 비중이 90.7%로 높게 나타났다. 2017년 예상 매출액은 1조 2,179억원으로 2016년 대비 2.1% 감소할 것으로 예상된다.

그림 2-3. 건물부착 광고 매출액 (단위 : 억원)

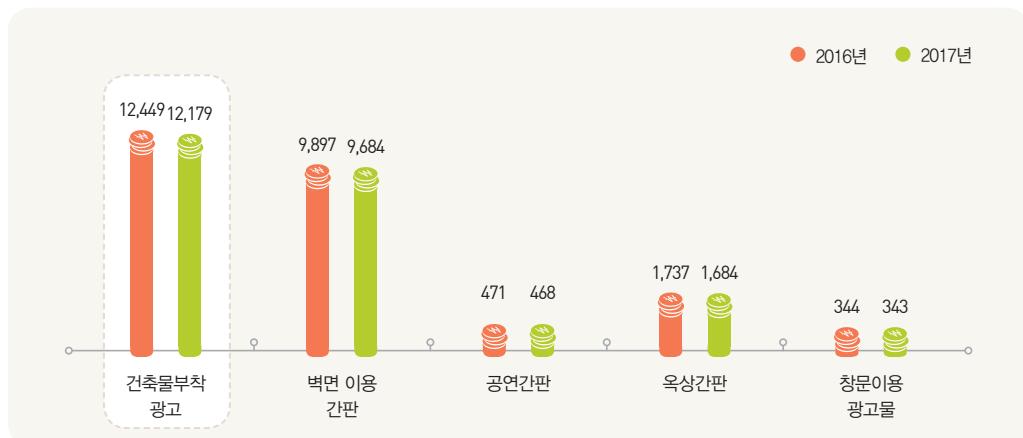


표 2-4. 건물부착 광고 매출액 및 구성비

구 분	매출액(백만원)		구성비(%)	
	2016년	2017년(F)	2016년	2017년
전체	1,244,852	1,217,916	100.0	100.0
» 주력 사업				
매체사	104,102	98,812	8.4	7.9
제작/설치(실사출력 포함)	1,128,580	1,107,709	90.7	89.0
기타	12,169	11,395	1.0	0.9
» 매출 규모				
10억원 미만	593,098	584,734	47.6	47.0
10억원 이상 ~ 50억원 미만	473,064	459,631	38.0	36.9
50억원 이상	178,689	173,552	14.4	13.9
» 권 역				
서울	269,295	262,003	21.6	21.0
6대 광역시	348,782	344,227	28.0	27.7
도지역	626,775	611,686	50.3	49.1
» 종사자 수				
1인	560,759	541,748	45.0	43.5
2~10인	399,452	395,666	32.1	31.8
11인 이상	284,640	280,502	22.9	22.5

(3) 교통시설 광고 매출액

교통시설 광고의 매출액은 2016년 3,360억원으로 집계되었다. 권역별로는 서울지역의 매출 비중이 50% 이상 수준을 보였으며, 주력 사업별로는 매체사의 매출비중이 58.2%로 높게 나타났다. 2017년 예상 매출액은 3,149억원으로 2016년 대비 6.3% 감소된 수치를 보이고 있다.

그림 2-4. 교통시설 광고 매출액 (단위 : 억원)

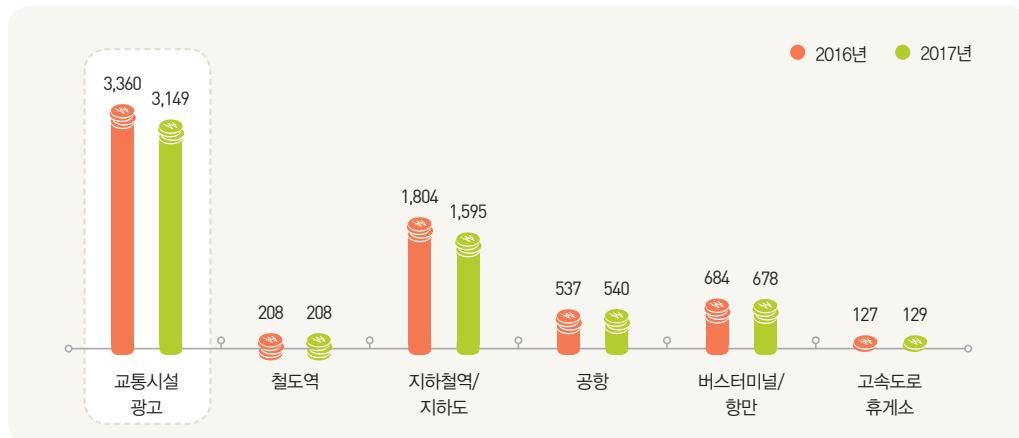


표 2-5. 교통시설 광고 매출액 및 구성비

구 분	매출액(백만원)		구성비(%)	
	2016년	2017년(F)	2016년	2017년
전체	336,001	314,922	100.0	100.0
» 주력 사업				
매체사	195,469	199,534	58.2	63.4
제작/설치(실사출력 포함)	107,280	82,136	31.9	26.1
기타	33,252	33,252	9.9	10.6
» 매출 규모				
10억원 미만	141,049	138,125	42.0	43.9
10억원 이상 ~ 50억원 미만	120,463	101,623	35.9	32.3
50억원 이상	74,489	75,175	22.2	23.9
» 권 역				
서울	176,200	151,644	52.4	48.2
6대 광역시	90,479	94,002	26.9	29.8
도지역	69,322	69,277	20.6	22.0
» 종사자 수				
1인	54,670	27,405	16.3	8.7
2~10인	111,094	116,481	33.1	37.0
11인 이상	170,238	171,036	50.7	54.3

(4) 교통수단 광고 매출액

교통수단 광고의 매출액은 2016년 2,736억원으로 조사되었으며, 매체사 업체의 매출비중이 78%를 상회하며 높게 나타났다. 2017년 매출규모는 2,706억원으로 2016년 대비 1.1% 감소할 것으로 예상되었다.

그림 2-5. 교통수단 광고 매출액 (단위 : 억원)

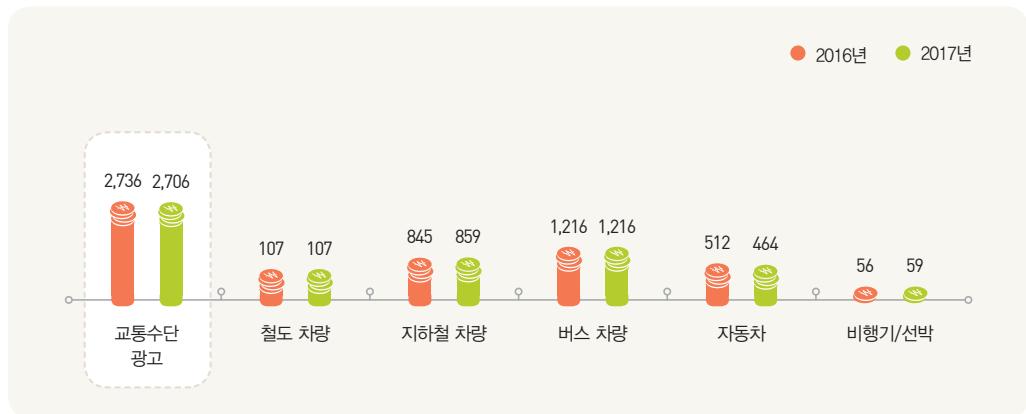


표 2-6. 교통수단 광고 매출액 및 구성비

구 분	매출액(백만원)		구성비(%)	
	2016년	2017년(F)	2016년	2017년
전체	273,564	270,606	100.0	100.0
» 주력 사업				
매체사	213,673	212,150	78.1	78.4
제작/설치(실사출력 포함)	49,069	47,634	17.9	17.6
기타	10,822	10,822	4.0	4.0
» 매출 규모				
10억원 미만	36,344	34,305	13.3	12.7
10억원 이상 ~ 50억원 미만	93,272	90,721	34.1	33.5
50억원 이상	143,948	145,581	52.6	53.8
» 권 역				
서울	91,882	91,066	33.6	33.7
6대 광역시	111,139	111,124	40.6	41.1
도지역	70,543	68,416	25.8	25.3
» 종사자 수				
1인	25,379	19,728	9.3	7.3
2~10인	67,782	66,308	24.8	24.5
11인 이상	180,403	184,570	65.9	68.2

(5) 공공시설물 광고 매출액

공공시설물 광고의 매출액은 2016년 1,149억원 규모로 조사되었다. 권역별로 살펴보면 도 지역의 매출 비중이 62.7%를 차지하고 있고, 주력사업별로는 제작/설치 업체가 57.5%로 높게 나타났다. 2017년 예상 매출액은 1,152억원으로 2016년 대비 0.3% 증가할 것으로 예상된다.

그림 2-6. 공공시설물 광고 매출액 (단위 : 억원)

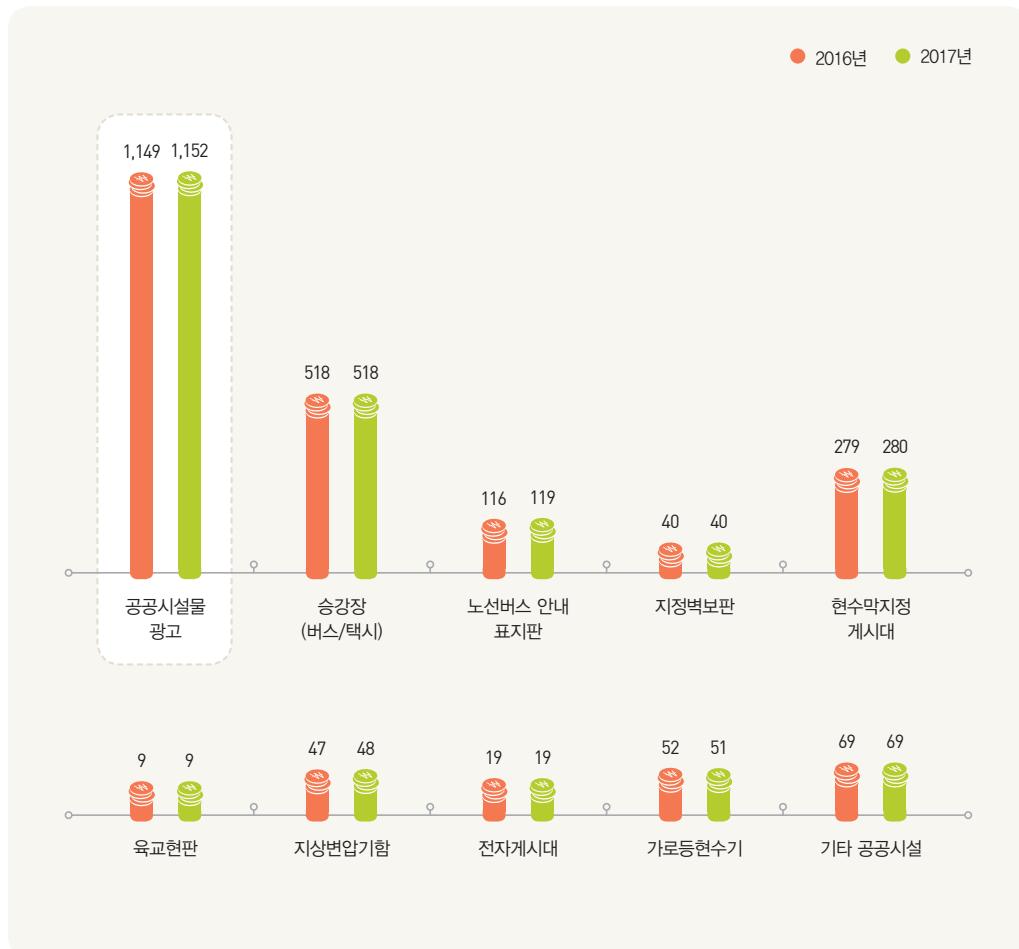


표 2-7. 공공시설물 광고 매출액 및 구성비

구 분	매출액(백만원)		구성비(%)	
	2016년	2017년(F)	2016년	2017년
전체	114,928	115,193	100.0	100.0
» 주력 사업				
매체사	42,764	42,725	37.2	37.1
제작/설치(실사출력 포함)	66,074	66,368	57.5	57.6
기타	6,090	6,100	5.3	5.3
» 매출 규모				
10억원 미만	66,717	66,893	58.1	58.1
10억원 이상 ~ 50억원 미만	36,970	36,999	32.2	32.1
50억원 이상	11,242	11,300	9.8	9.8
» 권 역				
서울	12,764	12,874	11.1	11.2
6대 광역시	30,118	30,278	26.2	26.3
도지역	72,047	72,040	62.7	62.5
» 종사자 수				
1인	15,787	16,074	13.7	14.0
2~10인	55,848	55,776	48.6	48.4
11인 이상	43,294	43,342	37.7	37.6

(6) 지면설치 광고 매출액

지면설치 광고 매출액은 2016년 1,485억원으로 조사되었다. 권역별로 살펴보면 도지역의 매출 비중이 70.8%를 차지하고 있고, 주력 사업별로는 제작/설치 업체가 69.4%로 높게 나타났다. 2017년 예상 매출액은 1,346억원으로 2016년 대비 9.4% 감소할 것으로 예상된다.

그림 2-7. 지면설치 광고 매출액 (단위 : 억원)

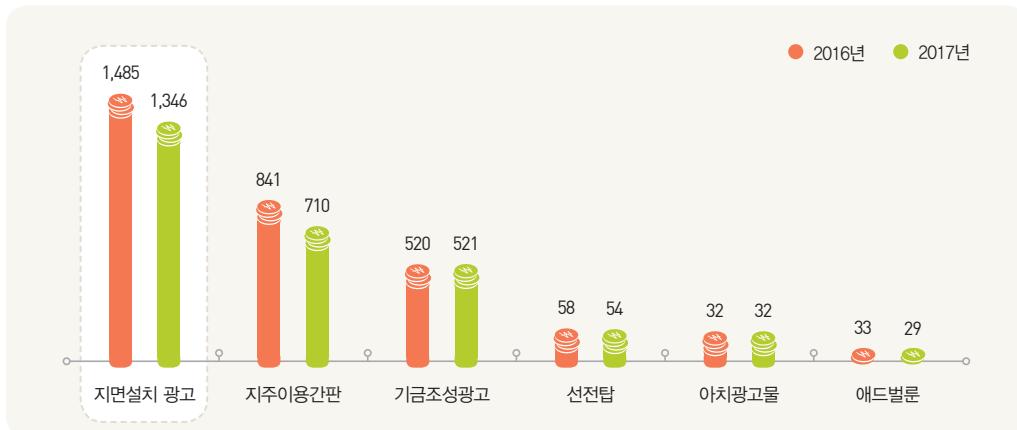


표 2-8. 지면설치 광고 매출액 및 구성비

구 분	매출액(백만원)		구성비(%)	
	2016년	2017년(F)	2016년	2017년
전체	148,543	134,635	100.0	100.0
» 주력 사업				
매체사	40,966	40,450	27.6	30.0
제작/설치(실사출력 포함)	103,078	91,810	69.4	68.2
기타	4,500	2,375	3.0	1.8
» 매출 규모				
10억원 미만	54,718	53,861	36.8	40.0
10억원 이상 ~ 50억원 미만	77,545	64,518	52.2	47.9
50억원 이상	16,280	16,257	11.0	12.1
» 권 역				
서울	24,770	16,499	16.7	12.3
6대 광역시	18,541	18,022	12.5	13.4
도지역	105,232	100,115	70.8	74.4
» 종사자 수				
1인	50,452	38,343	34.0	28.5
2~10인	66,220	64,924	44.6	48.2
11인 이상	31,871	31,369	21.5	23.3

(7) 공공장소 광고 매출액

공공장소 광고 매출액은 2016년 801억원으로 조사되었다. 권역별로 살펴보면 도지역의 매출 비중이 57.9%를 차지하고 있고, 주력 사업별로는 제작/설치 업체가 96.2%로 대부분을 차지하는 것으로 나타났다. 2017년 예상 매출액은 740억원으로 2016년 대비 7.6% 감소할 것으로 예상된다.

그림 2-8. 공공장소 광고 매출액 (단위 : 억원)

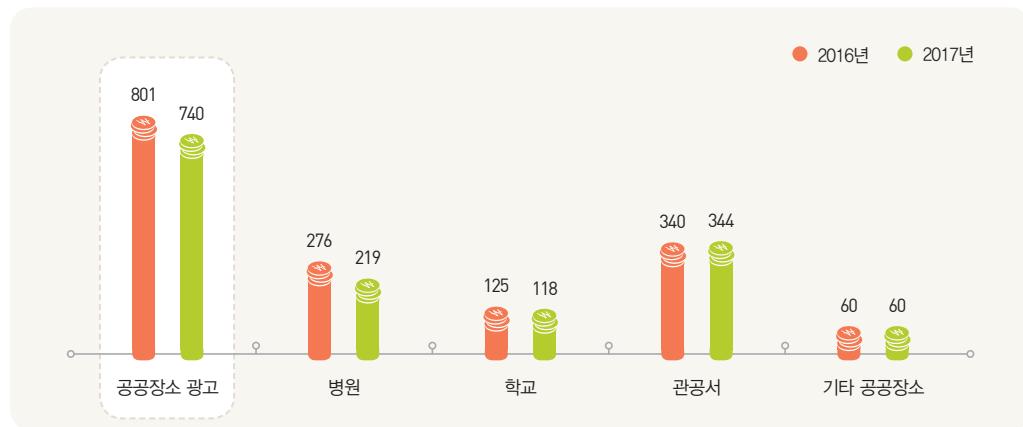


표 2-9. 공공장소 광고 매출액 및 구성비

구 분	매출액(백만원)		구성비(%)	
	2016년	2017년(F)	2016년	2017년
전체	80,101	74,046	100.0	100.0
» 주력 사업				
제작사	1,402	1,283	1.8	1.7
제작/설치(실사출력 포함)	77,090	71,595	96.2	96.7
기타	1,609	1,168	2.0	1.6
» 매출 규모				
10억원 미만	24,343	23,913	30.4	32.3
10억원 이상 ~ 50억원 미만	41,273	35,647	51.5	48.1
50억원 이상	14,486	14,486	18.1	19.6
» 권 역				
서울	26,671	21,009	33.3	28.4
6대 광역시	7,087	6,509	8.8	8.8
도지역	46,343	46,527	57.9	62.8
» 종사자 수				
1인	35,741	30,214	44.6	40.8
2~10인	32,518	32,099	40.6	43.4
11인 이상	11,842	11,732	14.8	15.8

(8) 여가시설 광고 매출액

여가시설 광고의 매출액은 2016년 4,200억원으로 조사되었다. 매출 규모 50억원 이상 업체와 종사자 수 11인 이상 업체의 매출 비중이 70.0% 이상으로 높게 나타났다. 2017년 예상 매출액은 4,156억원으로 2016년 대비 1.0% 감소할 것으로 예상된다.

그림 2-9. 여가시설 광고 매출액 (단위 : 억원)

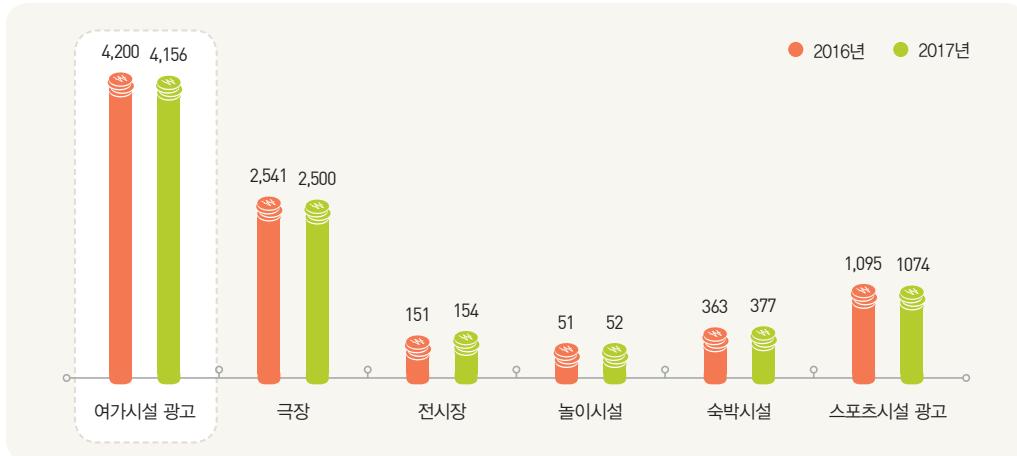


표 2-10. 여가시설 광고 매출액 및 구성비

구 분	매출액(백만원)		구성비(%)	
	2016년	2017년(F)	2016년	2017년
전체	420,005	415,613	100.0	100.0
» 주력 사업				
매체사	334,022	333,204	79.5	80.2
제작/설치(실사출력 포함)	67,700	64,125	16.1	15.4
기타	18,283	18,284	4.4	4.4
» 매출 규모				
10억원 미만	65,709	66,049	15.6	15.9
10억원 이상 ~ 50억원 미만	51,888	49,515	12.4	11.9
50억원 이상	302,408	300,049	72.0	72.2
» 권 역				
서울	112,885	97,808	26.9	23.5
6대 광역시	232,287	240,324	55.3	57.8
도지역	74,832	77,481	17.8	18.6
» 종사자 수				
1인	33,157	35,774	7.9	8.6
2~10인	60,285	57,059	14.4	13.7
11인 이상	326,563	322,780	77.8	77.7

(9) 쇼핑시설 광고 매출액

쇼핑시설 광고 매출액은 2016년 1,031억원으로 나타났다. 매출 규모별로는 10억원 미만 업체가 50.5%로 상대적으로 높은 비중을 차지하고 있으며, 권역별로는 서울 지역 업체가 51.7%로 높은 편으로 나타났다. 2017년 예상 매출액은 1,003억원으로 2016년 대비 2.7% 감소할 것으로 예상된다.

그림 2-10. 쇼핑시설 광고 매출액 (단위 : 억원)

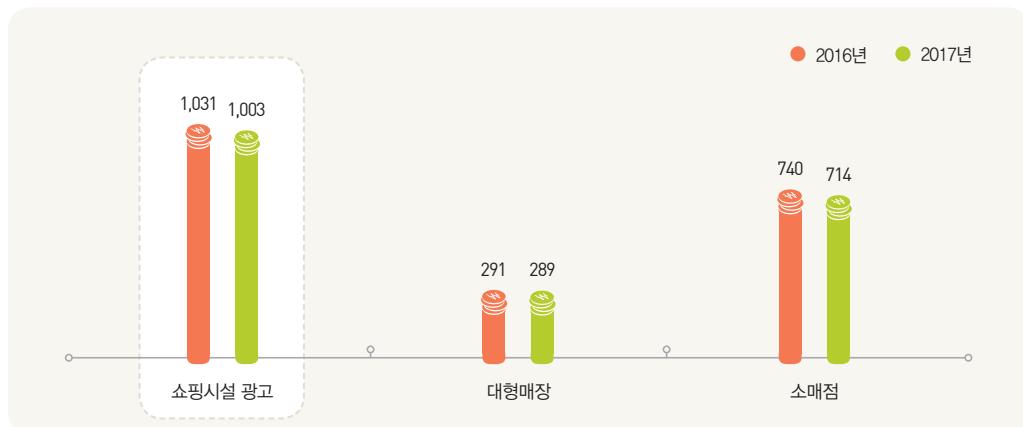


표 2-11. 쇼핑시설 광고 매출액 및 구성비

구 분	매출액(백만원)		구성비(%)	
	2016년	2017년(F)	2016년	2017년
전체	103,109	100,301	100.0	100.0
» 주력 사업				
매체사	24,647	24,166	23.9	24.1
제작/설치(실사출력 포함)	49,661	47,334	48.2	47.2
기타	28,801	28,801	27.9	28.7
» 매출 규모				
10억원 미만	52,080	52,548	50.5	52.4
10억원 이상 ~ 50억원 미만	35,943	34,752	34.9	34.6
50억원 이상	15,086	13,000	14.6	13.0
» 권 역				
서울	53,265	51,843	51.7	51.7
6대 광역시	13,498	13,484	13.1	13.4
도지역	36,346	34,973	35.3	34.9
» 종사자 수				
1인	11,218	11,228	10.9	11.2
2~10인	24,185	21,771	23.5	21.7
11인 이상	67,706	67,301	65.7	67.1

(10) 유동 광고 매출액

유동 광고 매출액은 2016년 1,748억원으로 나타났다. 주력사업별로는 제작/설치 업체가 94.6%로 대부분의 매출 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 2017년 유동 광고물 매출액은 1,672억원으로 2016년 대비 4.4% 감소할 것으로 예상된다.

그림 2-11. 유동 광고 매출액 (단위 : 억원)

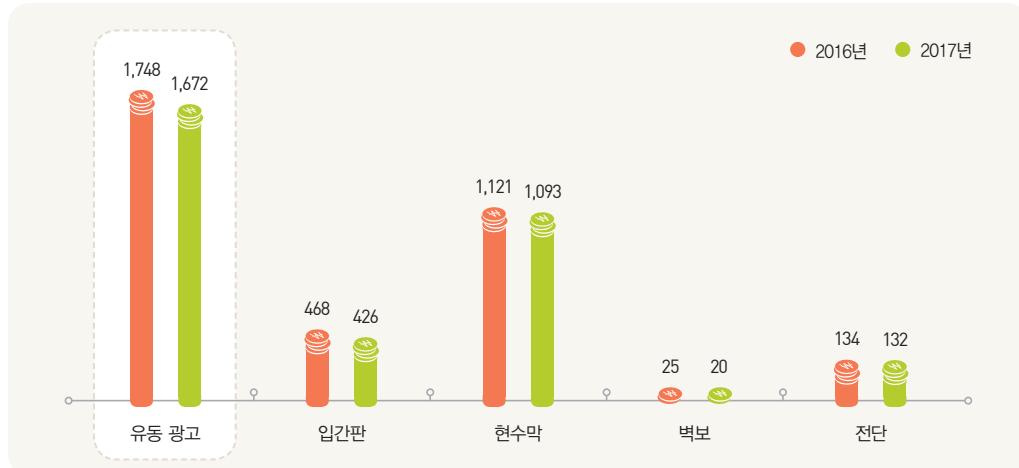


표 2-12. 유동 광고 매출액 및 구성비

구 분	매출액(백만원)		구성비(%)	
	2016년	2017년(F)	2016년	2017년
전체	174,775	167,160	100.0	100.0
» 주력 사업				
매체사	4,296	4,166	2.5	2.5
제작/설치(실사출력 포함)	165,320	159,504	94.6	95.4
기타	5,159	3,490	3.0	2.1
» 매출 규모				
10억원 미만	81,956	77,212	46.9	46.2
10억원 이상 ~ 50억원 미만	63,777	61,607	36.5	36.9
50억원 이상	29,042	28,340	16.6	17.0
» 권 역				
서울	20,307	18,524	11.6	11.1
6대 광역시	36,218	34,533	20.7	20.7
도지역	118,250	114,103	67.7	68.3
» 종사자 수				
1인	91,723	84,609	52.5	50.6
2~10인	58,603	57,547	33.5	34.4
11인 이상	24,448	25,004	14.0	15.0

(11) 광고물 실사출력 매출액

광고물 실사출력 매출액은 2016년 3,158억원으로 조사되었다. 권역별로는 도지역이 59.9%로 서울과 6대 광역시에 비해 높게 나타났다. 2017년 매출액은 3,039억원으로 2016년 대비 3.8% 감소할 것으로 예상된다.

그림 2-12. 광고물 실사출력 매출액 (단위 : 억원)



표 2-13. 광고물 실사출력 매출액 및 구성비

구 분	매출액(백만원)		구성비(%)	
	2016년	2017년(F)	2016년	2017년
전체	315,848	303,894	100.0	100.0
» 주력 사업				
매체사	7,912	7,870	2.5	2.6
제작/설치(실사출력 포함)	301,428	289,996	95.4	95.4
기타	6,508	6,028	2.1	2.0
» 매출 규모				
10억원 미만	120,951	115,144	38.3	37.9
10억원 이상 ~ 50억원 미만	99,230	101,130	31.4	33.3
50억원 이상	95,666	87,620	30.3	28.8
» 권 역				
서울	33,176	28,406	10.5	9.3
6대 광역시	93,387	94,524	29.6	31.1
도지역	189,284	180,964	59.9	59.5
» 종사자 수				
1인	131,953	122,670	41.8	40.4
2~10인	124,446	121,812	39.4	40.1
11인 이상	59,448	59,411	18.8	19.5

2) 옥외광고 인력 수준 평가

(1) 옥외광고 종사자 수 - 성별

옥외광고 종사자 수는 2016년 말 기준으로 4만 3,525명으로, 남자의 비중이 70.3%, 여자의 비중이 29.7%였다.

그림 2-13. 종사자 수 – 성별 (단위 : 명)



정규직은 3만 7,344명이며 남자의 비중은 70.9%였으며, 여자의 비중은 29.1%였다. 비정규직 중 남자의 비중은 66.4%로 정규직에서의 남자 비중(70.9%)이 더 큰 것으로 나타났다.

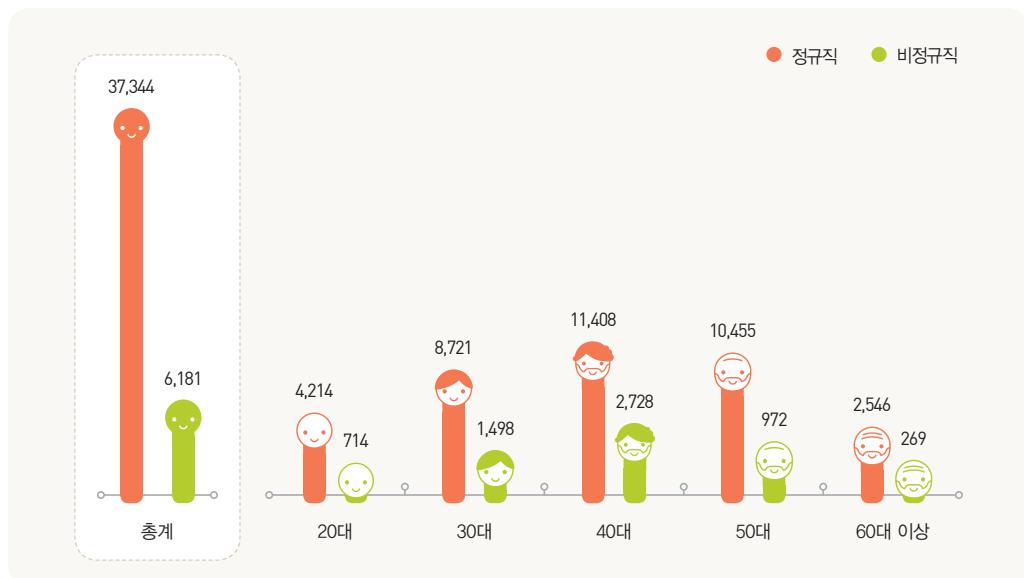
표 2-14. 종사자 수 – 성별

구분	총계(명)			구성비(%)		
	정규직	비정규직	총계	정규직	비정규직	총계
전체	37,344	6,181	43,525	100.0	100.0	100.0
남자	26,485	4,106	30,591	70.9	66.4	70.3
여자	10,859	2,075	12,934	29.1	33.6	29.7

(2) 옥외광고 종사자 수 - 연령대별

옥외광고 종사자 연령대별로는 40대의 비중이 전체의 32.5%로 가장 높았으며, 다음으로는 50대(26.3%), 30대(23.5%)순으로 높았다.

그림 2-14. 종사자 수 - 연령대별 (단위 : 명)



정규직 중에서는 40대와 50대의 비중이 타 연령대 대비 높은 편이었으며, 비정규직에서는 40대의 비중이 전체 대비 높은 편이었다.

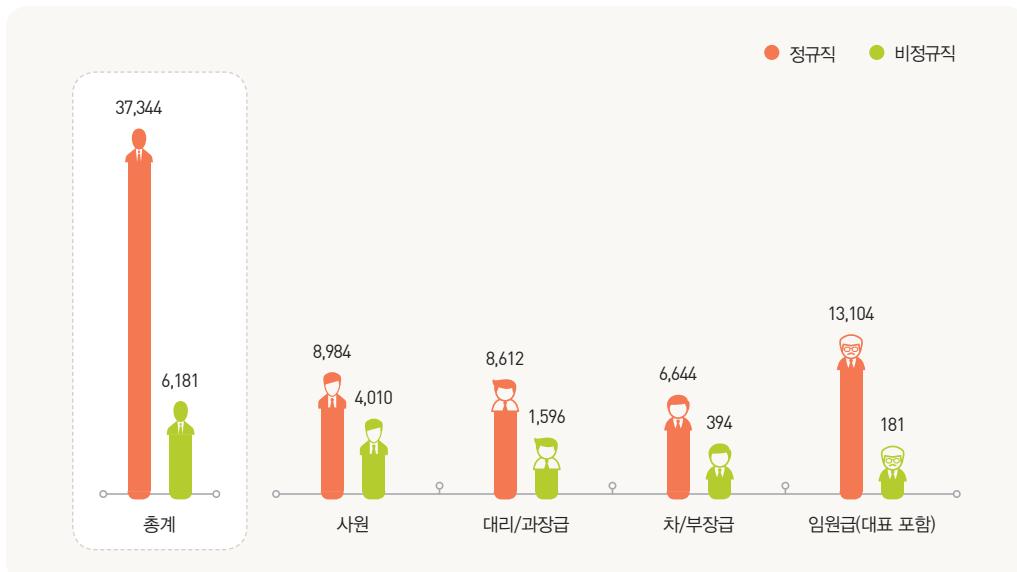
표 2-15. 종사자 수 - 연령별

구 분	총계(명)			구성비(%)		
	정규직	비정규직	총계	정규직	비정규직	총계
전체	37,344	6,181	43,525	100.0	100.0	100.0
20대	4,214	714	4,928	11.3	11.6	11.2
30대	8,721	1,498	10,219	23.4	24.2	23.5
40대	11,408	2,728	14,136	30.5	44.1	32.5
50대	10,455	972	11,427	28.0	15.7	26.3
60대 이상	2,546	269	2,815	6.8	4.4	6.5

(3) 옥외광고 종사자 수 - 직급별

옥외광고 종사자 직급별로는 임원급이 30.5%로 가장 높은 비중을 차지했으며, 이어서 사원(29.9%), 대리/과장급(23.4%), 차/부장급(16.2%) 순으로 나타났다.

그림 2-15. 종사자 수 – 직급별 (단위 : 명)



정규직 중에서는 임원급의 비중이 전체 대비 높은 편이었으며, 비정규직에서는 사원의 비중이 64.9%로 가장 높게 나타났다.

표 2-16. 종사자 수 – 직급별

구 분	총계(명)			구성비(%)		
	정규직	비정규직	총계	정규직	비정규직	총계
전체	37,344	6,181	43,525	100.0	100.0	100.0
사원	8,984	4,010	12,994	24.0	64.9	29.9
대리/과장급	8,612	1,596	10,208	23.1	25.8	23.4
차/부장급	6,644	394	7,038	17.8	6.4	16.2
임원급(대표 포함)	13,104	181	13,285	35.1	2.9	30.5

(4) 옥외광고 종사자 수 - 업무 직군별

옥외광고 종사자 업무 직군별로는 광고물(시설) 분야가 46.9%로 가장 높았으며, 이어서 기획 분야(20.5%), 경영지원 분야(15.0%), 영업 분야(10.4%), 기타 분야(7.2%) 순으로 나타났다.

그림 2-16. 종사자 수 – 업무 직군별 (단위 : 명)



1인 기업의 경우는 광고물(시설) 분야의 업무 비중이 76.8%로 가장 높게 나타났으며, 기획 분야(6.4%), 영업 분야(6.4%), 경영지원 분야(6.2%), 기타 분야(4.2%) 순으로 나타났다.

표 2-17. 종사자 수 – 업무 직군별

구 분	총계(명)			구성비(%)		
	정규직	비정규직	총계	정규직	비정규직	총계
총계	30,066	6,036	36,102	100.0	100.0	100.0
광고물(시설) 분야	13,209	3,720	16,929	43.9	61.7	46.9
경영지원 분야	5,104	309	5,413	17.0	5.1	15.0
기획 분야	6,276	1,142	7,418	20.9	18.9	20.5
영업 분야	3,314	441	3,755	11.0	7.3	10.4
기타 분야	2,163	424	2,587	7.2	7.0	7.2

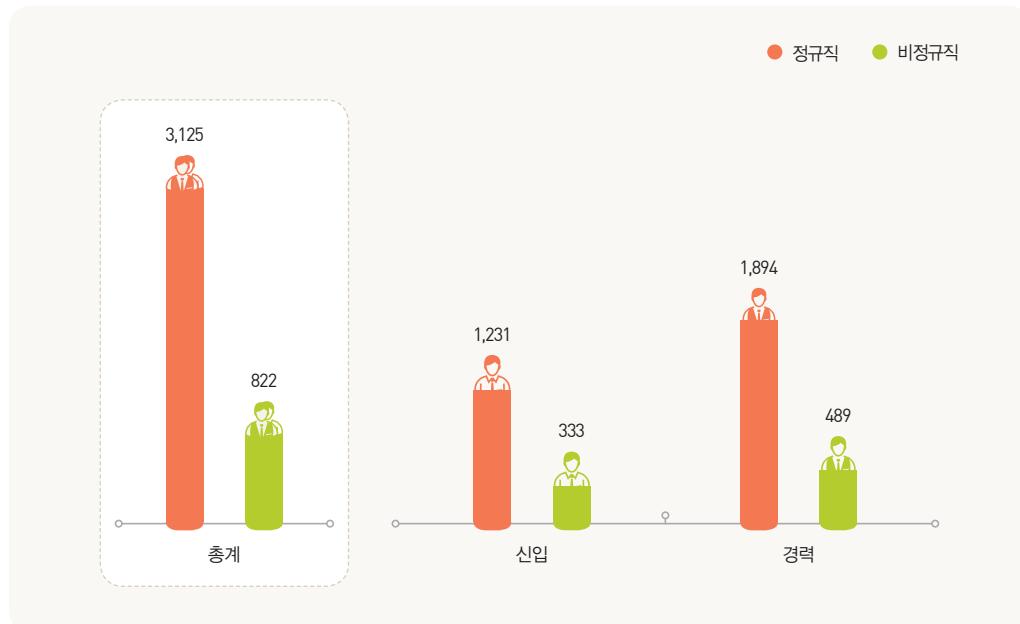
표 2-18. 1인 기업 담당 업무 비중

구 분	광고물 (시설)분야	경영지원 분야	기획 분야	영업 분야	기타 분야	총계
비 중	76.8	6.2	6.4	6.4	4.2	100.0

(5) 2016년 광고 인력 채용규모

2016년 신규 채용한 광고 인력은 총 3,947명이었으며, 신입사원은 1,564명, 경력사원은 2,383명으로 경력사원이 더 많았다.

그림 2-17. 2016년 광고 인력 채용규모 (단위 : 명)



비정규직으로 채용한 경력사원의 비중은 59.5%로, 정규직으로 채용한 경력사원의 비중(60.6%) 대비 낮은 편이었다.

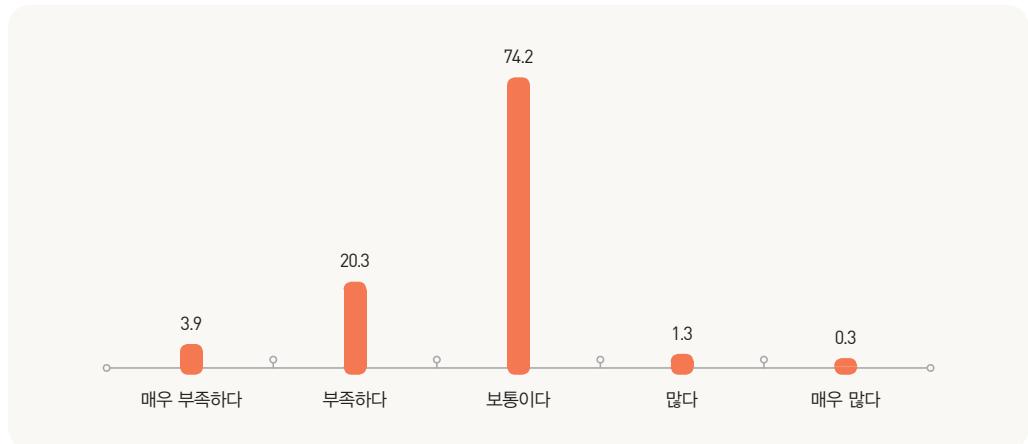
표 2-19. 2016년 광고 인력 채용규모

구분	총계(명)			구성비(%)		
	정규직	비정규직	총계	정규직	비정규직	총계
전체	3,125	822	3,947	100.0	100.0	100.0
신입사원	1,231	333	1,564	39.4	40.5	39.6
경력사원	1,894	489	2,383	60.6	59.5	60.4

(6) 옥외광고 인력 수준 평가

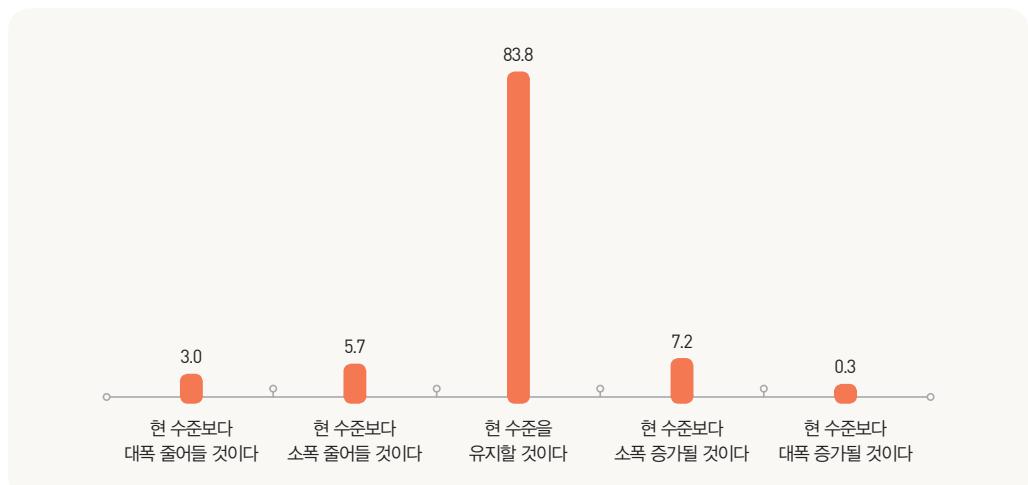
현재 종사자 수에 대해서는 응답자의 74.2%가 ‘보통이다’라고 응답하여, 사업체 내 인력 수준은 대체적으로 적정한 것으로 나타났다. 반면, 부족하다는 의견은 20.3%, 매우 부족하다는 의견은 3.9%였다.

그림 2-18. 2017년 현재 인력 수준 평가 (단위 : %)



내년도 인력 수준의 변화에 대해서는 83.8%가 현 수준을 유지할 것이라고 응답하여, 새로운 인력 고용은 그리 크지 않을 것으로 예상된다.

그림 2-19. 2018년 인력 수준 변화 예상 (단위 : %)



2. 행정통계 주요 결과

1) 전국 옥외광고물 허가 · 신고 현황

2016년 말 기준으로, 현존하는 허가받거나 신고한 옥외광고물은 전국에 약 114만 5천여 건으로 집계되었다. 세부적으로 허가받은 광고물은 약 37만 9천여 건, 신고한 광고물은 약 76만 5천여 건²⁾으로 허가받은 광고물보다 신고한 광고물이 약 2배정도 많은 것으로 나타났다. 전체적으로 유동광고물에 속하는 현수막이 37.4%로 가장 높은 비중을 보였으며, 다음으로 벽면이용 간판이 30.3%, 돌출간판이 18.5%로 나타났다.

허가받은 광고물의 경우 돌출간판의 비중이 43.3%로 가장 높았으며, 벽면 이용 간판(35.1%), 지주 이용 간판(13.3%) 순으로 나타났다. 신고한 광고물의 경우 현수막의 신고 건수가 약 42만 7천여 건으로 전체 신고한 광고물의 55.9%를 차지했으며, 다음으로 벽면 이용 간판(27.4%), 돌출간판(6.3%)로 나타났다.

표 2-20. 옥외광고물 허가 · 신고 현황 (단위 : 건)

광고물 분류	허가	신고	합계
합계	379,247	765,809	1,145,056
벽면 이용 간판	133,284	209,871	343,155
돌출간판	164,298	48,079	212,377
공연간판	193	373	566
옥상간판	9,073	497	9,570
지주 이용 간판	50,417	10,552	60,969
공공시설물 이용 광고물	11,817	33,807	45,624
교통시설 이용 광고물	133	78	211
교통수단 이용 광고물	7,281	1,482	8,763
선전탑	210	20	230
아치광고물	25	1	26
창문 이용 광고물	44	154	198
애드벌룬	223	16	239
입간판	0	87	87
벽보	0	21,018	21,018
전단	0	9,551	9,551
현수막	0	427,806	427,806
현수막 게시틀	1,406	1,464	2,870
기타	843	953	1,796

2) 이 수치는 옥외광고물의 경우 표시기간이 규정되어 있으므로 2016년 말 기준으로 존재하는 건을 말하며, 이미 표시기간이 만료된 후 연장을 하지 않은 경우 이 수치에서 제외된다.

2) 신규 및 연장 옥외광고물 허가 · 신고 현황

2016년 한 해 동안, 신규로 설치된 광고물은 약 95만 3천여 건이며, 허가받은 광고물은 약 16만 7천여 건, 신고한 광고물은 약 78만 5천여 건으로 집계되었다. 허가받은 광고물의 경우 돌출간판이 43.6%로 가장 높은 비중을 보였으며, 다음으로 벽면 이용 간판(36.2%), 지주 이용 간판(12.2%) 순으로 나타났다. 신고한 광고물의 경우 현수막이 78.7%로 가장 높은 비중을 보였으며, 다음으로 벽면 이용 간판(9.7%), 벽보(4.2%)로 나타났다.

기존 광고물을 연장한 광고물의 경우는 약 97만 7천여 건으로 집계되었으며, 허가받은 광고물이 약 5만 6천여 건, 신고한 광고물이 약 4만여 건으로 나타났다. 연장한 광고물의 경우는 신규 설치 광고물과 달리 유동광고물의 비중이 적은 반면 벽면 이용 간판(69.6%)이나 돌출간판(16.8%) 등과 같은 고정광고물의 비중이 높게 나타났다.

표 2-21. 2016년도(1년간) 신규 및 연장 광고물 허가 · 신고 현황 (단위 : 건)

광고물 분류	신규			연장		
	허가	신고	합계	허가	신고	합계
합계	167,149	785,984	953,133	56,882	40,859	97,741
벽면 이용 간판	60,581	76,500	137,081	19,254	28,439	47,693
돌출간판	72,824	16,571	89,395	25,145	6,844	31,989
공연간판	81	137	218	634	33	667
옥상간판	2,893	86	2,979	1,813	80	1,893
지주 이용 간판	20,359	3,856	24,215	8,887	1,842	10,729
공공시설물 이용 광고물	4,140	22,549	26,689	475	32	507
교통시설 이용 광고물	122	37	159	4	1	5
교통수단 이용 광고물	4,745	495	5,240	262	28	290
선전탑	280	79	359	6	0	6
아치광고물	14	8	22	1	0	1
창문 이용 광고물	10	42	52	7	5	12
애드벌룬	366	42	408	11	0	11
입간판	0	74	74	0	0	0
벽보	0	33,005	33,005	0	1	1
전단	0	10,839	10,839	0	1	1
현수막	0	618,463	618,463	0	3,388	3,388
현수막 게시틀	567	1,196	1,763	361	77	438
기타	167	2,005	2,172	22	88	110

3) 신규 및 연장 옥외광고물 허가 · 신고 수수료 현황

2016년 신규 옥외광고물의 허가 · 신고 수수료는 총 191억 7천여만 원이며, 허가는 약 34억 4천여만 원, 신고는 157억 2천여만 원의 수수료가 부과된 것으로 집계되었다. 연장 수수료는 허가 광고물에서 19억 8천여만 원, 신고 광고물에서 4억 2천여만 원으로 총 24억여 원의 수수료가 부과되었다.

표 2-22. 2016년도(1년간) 연장 광고물 허가 · 신고 수수료 현황 (단위 : 천원)

광고물 분류	신규			연장		
	허가	신고	합계	허가	신고	합계
합계	3,446,395	15,723,949	19,170,344	1,983,700	420,517	2,404,217
벽면 이용 간판	702,106	489,159	1,191,265	337,008	208,177	545,185
돌출간판	1,184,268	181,216	1,365,484	551,803	100,256	652,059
공연간판	1,747	548	2,295	13,520	628	14,148
옥상간판	900,350	25,750	926,099	847,064	42,975	890,039
지주 이용 간판	342,877	51,801	394,678	181,382	29,005	210,387
공공시설물 이용 광고물	125,432	439,396	564,828	3,326	146	3,472
교통시설 이용 광고물	8,123	963	9,085	171	2	173
교통수단 이용 광고물	82,773	7,664	90,438	3,665	79	3,744
선전탑	1,041	277	1,318	8	0	8
아치광고물	34	28	62	8	0	8
창문 이용 광고물	50	304	354	31	47	78
애드벌룬	4,190	692	4,882	155	0	155
입간판	0	295	295	0	0	0
벽보	0	190,402	190,402	0	2	2
전단	0	72,463	72,463	0	3	3
현수막	0	14,208,491	14,208,491	0	32,537	32,537
현수막 게시틀	77,671	24,483	102,154	43,015	6,218	49,233
기타	15,733	30,018	45,751	2,544	443	2,987

4) 옥외광고물 안전점검 현황

2016년 안전점검 대상 광고물은 전국에 11만 1천여 기로 집계되었다. 이중에서 돌출간판이 61,302기(54.8%)로 가장 많았으며, 다음으로 벽면 이용 간판(20.8%), 지주 이용 간판(16.7%) 순으로 나타났다. 안전점검 대상 광고물 중에서 안전점검을 시행한 횟수는 76,796 건³⁾이며 이중에서 99.74%는 합격, 0.3%는 불합격한 것으로 나타났다.

표 2-23. 2016년도(1년간)의 광고물 안전점검 현황

광고물 분류	안전점검 대상 광고물(기)	안전점검(건)		
		실시	합격	불합격
합계	111,917	76,796	76,556	240
벽면 이용 간판	23,321	16,888	16,847	41
돌출간판	61,302	41,034	40,931	103
공연간판	19	17	17	0
옥상간판	3,674	2,730	2,677	53
지주 이용 간판	18,651	11,835	11,792	43
공공시설물 이용 광고물	528	34	34	0
교통시설 이용 광고물	2	1	1	0
교통수단 이용 광고물	1	0	0	0
선전탑	2	15	15	0
아치광고물	2	3	3	0
애드벌룬	15	13	13	0
현수막 지정게시대	410	265	265	0
현수막 게시틀	3,910	3,880	3,880	0
기타	80	81	81	0

3) 옥외광고물의 안전점검은 법령에서 정한 광고물의 최초 설치, 변경, 연장 및 시장등이 정하는 경우에 실시하므로 안전점검 대상광고물과 안전점검 실시 횟수와는 무관함

5) 불법 고정광고물 행정처분 현황

2016년 한 해, 불법적으로 설치된 고정광고물에 대한 행정처분으로 83,968건이 철거되었으며, 18,206건에 대해서 계고 처분되었다. 이행강제금은 1,896건 부과되었으며, 고발 18건, 영업정지 및 폐쇄가 2건으로 조사되었다. 전체적으로 총 104,099건의 행정처분이 내려졌다.

표 2-24. 불법 고정광고물 행정처분 현황 (단위 : 건)

광고물 분류	철거	계고	이행 강제금 부과	고발	영업 정지 및 폐쇄	기타	합계
합계	83,968	18,206	1,896	18	2	9	104,099
벽면 이용 간판	25,726	8,030	1,011	1	2	0	34,770
돌출간판	15,393	5,506	263	0	0	4	21,166
공연간판	213	3	2	0	0	0	218
옥상간판	473	335	52	0	0	0	860
지주 이용 간판	9,360	2,368	142	0	0	5	11,875
공공시설물 이용 광고물	145	12	0	0	0	0	157
교통시설 이용 광고물	4	1	0	0	0	0	5
교통수단 이용 광고물	250	133	4	16	0	0	403
선전탑	19	9	0	0	0	0	28
아치광고물	1	1	0	0	0	0	2
창문 이용 광고물	31,492	1,284	120	0	0	0	32,896
애드벌룬	69	20	0	0	0	0	89
기타	823	504	302	1	0	0	1,630

6) 불법 고정광고물 행정처분에 따른 이행강제금 부과액 현황

불법 고정광고물에 대한 행정처분 중 이행강제금 부과에 따른 부과액은 약 19억 8천여만 원이며 수납액은 약 14억 6천여만 원으로 집계되었다. 전체적인 징수율은 73.9%인 것으로 나타났다.

표 2-25. 불법 고정광고물 행정처분(이행강제금) 부과금액 현황 (단위 : 천원)

광고물 분류	부과액	수납액	징수율
전체	1,983,136	1,465,685	73.9%
벽면 이용 간판	1,096,837	844,358	77.0%
돌출간판	156,888	80,335	51.2%
공연간판	6,790	6,790	100.0%
옥상간판	166,695	127,535	76.5%
지주 이용 간판	163,646	102,109	62.4%
교통수단 이용 광고물	9,548	9,548	100.0%
창문 이용 광고물	140,721	107,123	76.1%
기타	242,011	187,886	77.6%

* 불법 고정광고물 중 이행강제금이 부과되지 않은 광고물의 부과금액은 “0원”이므로 제외

7) 불법 유동광고물 행정처분 현황

2016년 한 해, 불법적으로 설치된 유동광고물에 대한 행정처분으로 약 1억 5천만여 건이 제거되었으며, 약 1백만여 건에 대해서 계고 처분되었다. 과태료는 191,905건 부과되었으며, 고발 1,678건, 영업정지 및 폐쇄가 3건으로 조사되었다. 전체적으로 총 1억 5천만여 건의 행정처분이 내려졌다.

표 2-26. 불법 유동광고물 행정처분 현황 (단위 : 건)

광고물 분류	제거	계고	과태료 부과	고발	영업 정지 및 폐쇄	기타	합계
전체	149,200,437	1,038,302	191,905	1,678	3	9	150,432,334
입간판	76,835	19,992	628	0	0	0	97,455
에어라이트	98,556	19,206	259	1	0	0	118,022
현수막	10,411,275	280,622	168,353	938	3	3	10,861,194
벽보	28,380,600	301,454	19,237	7	0	0	28,701,298
전단	92,102,884	416,501	2,641	730	0	6	92,522,762
기타	18,130,287	527	787	2	0	0	18,131,603

8) 불법 유동광고물 행정처분에 따른 과태료 부과액 현황

불법 유동광고물에 대한 행정처분 중 과태료 부과에 따른 부과액은 약 729억여 원이며 수납액은 약 465억 8천여만 원으로 집계되었다. 전체적인 징수율은 63.9%를 기록했다.

표 2-27. 불법 유동광고물 행정처분(과태료) 부과금액 현황 (단위 : 천원)

광고물 분류	부과액	수납액	징수율
합계	72,907,381	46,587,094	63.9%
입간판	45,986	37,684	81.9%
에어라이트	136,633	124,438	91.1%
현수막	70,291,426	44,837,039	63.8%
벽보	1,842,859	1,171,207	63.6%
전단	494,993	332,116	67.1%
기타	95,484	84,609	88.6%

9) 옥외광고발전기금 재원 현황

2016년 한 해 동안 각종 수수료, 과태료, 이행강제금 등으로 인해 조성된 옥외광고발전기금은 총 358억 6천여만 원으로 집계되었다. 재원 항목 중 과태료로 인해 조성된 비율이 45.5%로 가장 많았으며, 일반회계 또는 다른 기금 전입금(19.2%), 각종 수수료(14.4%) 순으로 나타났다. 한해 조성된 기금 이외에 전년도(2015년도) 이월금은 약 527억 8천여만 원으로 총 누적액은 약 886억 5천여만 원으로 조사되었다.

표 2-28. 옥외광고발전기금 재원 현황 (단위 : 천원)

재원 항목	신규 조성액	항목별 비율	전년도 이월금	누적액
합계	35,861,510	100.0%	52,784,876	88,646,387
허가 · 신고/안전점검/사업등록 등 수수료	5,171,350	14.4%		
과태료	16,319,613	45.5%		
이행강제금	1,597,321	4.5%		
기금조성용 옥외광고사업 수익 배분금	2,396,674	6.7%		
일반회계 또는 다른 기금 전입금	6,901,625	19.2%		
국가 또는 시 · 도 보조금	546,000	1.5%		
기타	2,928,927	8.2%		

10) 옥외광고발전기금 집행 현황

조성된 옥외광고발전기금의 집행 현황을 살펴보면, 총 집행액은 약 185억 4천여만 원이며, 이 중 광고물(간판 등)의 개선사업에 약 44.5%를 집행해 가장 많은 비율을 보였다. 다음으로 불법광고물 정비에 24.5%, 옥외광고산업의 진흥에 5.2%를 집행한 것으로 조사되었다. 옥외광고발전기금의 집행 이후 701억여 원이 2016년 연말 기준으로 잔액은 남은 것으로 나타났다.

표 2-29. 옥외광고발전기금의 집행 현황 (단위 : 천원)

집행 항목	집행액	항목별 비율	연말 기준 잔액
합계	18,544,798	100.0%	
옥외광고산업의 진흥	963,280	5.2%	
불법광고물 정비	4,538,243	24.5%	
광고물(간판 등) 개선사업	8,245,051	44.5%	70,101,588
옥외광고사업자 등에 대한 교육 및 지원	221,256	1.2%	
광고물등의 안전관리에 관한 사항	598,972	3.2%	
기타	3,977,997	21.5%	

11) 옥외광고업 등록 사업자 현황

전국적으로 옥외광고업을 등록한 사업자 중 정상적으로 사업을 영위하는 사업체는 2016년 말 기준으로 15,504개 사로 집계되었으며, 휴업은 325개 사, 폐업은 23,968개 사로 나타났다. 2016년 한 해 동안 신규로 옥외광고업을 등록한 사업체는 1,331개 사이며 폐업한 사업체는 283개 사로 조사되었다.

표 2-30. 옥외광고업 등록 사업자 현황 (단위 : 사)

기준일(2016.12.31.) 현재			2016년도(1년간)	
정상	휴업	폐업	신규 등록	폐업
15,504	325	23,968	1,331	283

12) 자치단체 옥외광고 담당공무원 현황

전국 자치단체에서 옥외광고를 담당하는 공무원의 현황은 총 1,389명으로 조사되었다. 이 중에서 옥외광고 업무를 담당한지 2년 이상의 공무원은 242명으로 17.4%, 1년 이상 2년 미만인 공무원은 423명으로 30.5%, 1년 미만의 공무원은 724명으로 52.1%인 것으로 집계되었다.

표 2-31. 자치단체 옥외광고 담당공무원 현황 (단위 : 명)

급수	1년 미만	1년 이상~ 2년 미만	2년 이상	소계
합계	724	423	242	1,389
5급 이상	115	69	31	215
6급	195	117	52	364
7급 이하	414	237	159	810

3. 유사통계 결과 비교

매년 연초에는 다양한 기관에서 광고산업의 시장규모를 집계한 통계자료를 내놓는다. 올해도 어김없이 여러 기관에서 광고산업 관련 통계자료를 발표했는데, 이를 통해서 옥외광고 시장의 규모를 짐작해 보고자 한다.

각 기관별 결과를 비교하기에 앞서 국내 발표되고 있는 광고산업 관련 통계에 대해서 잠깐 설명하자면, 국내에서 발표되는 광고관련 통계는 크게 국가승인통계⁴⁾와 민간통계로 분류해 볼 수 있다. 국가승인통계에 해당하는 것으로는 한국방송광고진흥공사가 발표하는 「방송통신광고비 조사」, 문화체육관광부가 발표하는 「광고산업통계」 그리고 한국지방재정공제회 한국옥외광고센터가 발표하는 「옥외광고통계」가 존재한다. 이들은 매년 연단위로 집계된 광고매체별 매출액을 발표하고 있다. 민간통계로는 제일기획에서 발표하는 「광고연감」이 있는데, 광고계에서는 가장 오래된 시계열 자료이며 산업계 전반에 걸쳐 실무적으로 널리 사용되고 있다.

각 통계자료들은 그 작성 목적과 특성에 따라, 연간 매출액에 있어서 다소 상이한 차이점을 가진다. 통계 사용자의 입장에서 동일한 산업에 대한 매출액에 차이가 발생하는 것에 대해서 의문을 가질 수 있는데, 해당 작성기관에서 매출액을 조사할 때 조사하는 대상과 기준이 다소 차이가 있기 때문이다. 그 차이를 살펴보면, 다음과 같다.

옥외광고 분야의 결과에 있어서, 「광고연감」은 광고대행사 및 미디어렙사 중심의 표본조사로 매출액을 집계하고 있으며, 「방송통신광고비 조사」와 「광고산업통계」는 미디어사 및 미디어렙사를 중심의 표본조사로 전체 산업의 모집단을 추정하는 방식이다. 다만, 「광고산업통계」는 광고대행 뿐만 아니라 간판을 제외한 일부 광고제작 매출액이 포함되어 있다는 점에서 차이를 가진다. 마지막으로 「옥외광고통계」는 옥외광고에 전문화된 통계로 옥외광고 분야의 미디어사 및 미디어렙사는 물론 옥외광고 미디어의 광고제작 매출액(간판 포함)을 모두 포함하고 있다. 다시 말해, 옥외광고산업에 있어서 통계조사의 대상이 되는 산업범위를 기준으로 본다면 「옥외광고통계」가 가장 큰 규모를 가지며 다음으로 「광고산업통계」, 「방송광고통계 조사」, 「광고연감」의 순으로 볼 수 있다. 통계마다 이러한 다소 상이한 기준을 가지는 이유는 통계를 작성하는 기관의 특성과 사용 목적에 따른 관점이 다르기 때문이므로 사용자는 해당 통계의 특성을 인지하고 사용할 필요가 있다.

이러한 관점을 인지한 상태로 국내 옥외광고 시장의 규모를 살펴보면, 「옥외광고통계」기준으로 2016년 옥외광고 시장의 규모는 3조 2,117억 원으로 나타났으며, 2017년에는 3조 1,143억 원으로 다소 감소할 것으로 예상되었다. 이 중에서 2016년 매체대행 매출 규모는 1조 965억 원으로 나타났는데, 조사형태가 유사한 「방송통신광고비 조사」의 2016년 매출액

4) 국가에서 공식적으로 지정한 기관(통계법 제15조)에서 작성하는 국가가 승인한 통계(통계법 제18조)

이 1조 885억 원임을 비교하면 공감할 수 있는 수준의 매출 규모를 산출한 것으로 판단된다. 2017년 예상 매출액 역시 다소 감소한다는 점에서도 유사한 패턴을 보인다. 다만, 「광고연감」의 경우 전체 모집단 통계 추정방식이 아닌 표본조사 집계 방식이라는 점에서 몇 백억 정도 적은 수치를 보이는 것을 알 수 있다. 반면 「광고산업통계」의 경우 2016년 기준 1조 7,939억 원으로 다른 통계 매출액 대비 상당히 큰 규모를 보이는데, 이는 앞서 설명한 바와 같이 일부 광고제작 매출액을 포함하기 때문이다. 이러한 수치들을 종합해 본 결과, 옥외광고 시장에서 매체대행 중심의 매출액은 약 1조 9백억 원 내외의 수준으로 보는 것이 합당할 것이다.

한편, 옥외광고 제작 분야의 매출액은 「2017 옥외광고통계」에 발표된 제작 분야 매출액 2조 1,152억 원이 국내 유일한 통계치인데, 이론적으로 보자면 「광고산업통계」의 1조 7,933억 원 중 매체 분야의 매출액인 약 1조 9백억 원 정도를 뺀 나머지 약 7천억 원을 일반적인 간판을 제외한 옥외광고 매체대행의 제작 분야 매출액으로 볼 경우 약 1조 4천억 원이 일반적인 간판 등의 제작 매출액으로 볼 수 있다. 실제로 「2017 옥외광고통계」의 로우데이터(raw data)로 계산해 본 결과 이러한 산출값이 합당한 수준인 것으로 나타났다.

표 2-32. 옥외광고 분야 통계별 매출액 비교(2017년 발표 기준)

통계명	옥외광고통계	광고산업통계	방송통신광고비 조사	광고연감
수행 기관	한국지방재정공제회 한국옥외광고센터	문화체육관광부	한국방송광고진흥공사	제일기획
모집단 정의	- 전국 자치단체 옥외광고 사업 등록 사업 (옥외광고물법령 근거)	- 옥외 및 전시광고업 (한국표준산업분류 기준)	- 옥외 및 전시광고업 (한국표준산업분류 기준) - 전광판 방송사업자 (과기정통부 등록 기준)	광고대행사
세부 분야	- 매체소유 및 대행 - 광고제작 및 실사출력	- 광고 및 매체대행 - 광고제작(간판 제외)	- 광고 및 매체대행	광고대행
2016 매출액	3조 2,117억 원 - 매체대행 : 1조 965억 원 - 광고제작 : 2조 1,152억 원	1조 7,933억 원	1조 885억 원	1조 91억 원
2017 매출액 (예상)	3조 1,143억 원 - 매체대행 : 1조 861억 원 - 광고제작 : 2조 282억 원	미집계	1조 632억 원	1조 268억 원

※ 매출액은 공식적으로 발표된 통계치의 천만원 단위에서 반올림함

※ “매체대행”은 「2017 옥외광고통계」 주력사업 구분 중 “매체사”와 “기타(언론사 등)”를 합한 구분임

정리하자면 다음과 같은데, 옥외광고 시장의 규모를 크게 매체대행과 광고제작의 분야로 구분할 경우 매체대행 분야의 시장 규모는 약 1조 9백억 원 규모로 볼 수 있으며, 광고제작 분야의 시장 규모는 약 2조 1천 억원 규모로 볼 수 있다. 그 중에서 광고제작 분야를 둘로 나눠 보자면, 매체대행에서의 광고제작 분야의 시장 규모는 약 7천억 원, 일반적인 간판제작의 시장 규모는 약 1조 4천억 원 정도로 추정해 볼 수 있겠다.

이러한 결과는 광고산업의 통계치를 처음 접하는 독자들에게는 다소 생소할 수도 있겠지만, 산업계가 좀 더 정확한 통계치를 활용할 것을 권장한다는 측면에서 현존하는 옥외광고 시장을 파악해 볼 수 있는 통계자료를 바탕으로 단순한 로직에 의해서 살펴본 바이다.



제 3 장

현황과 분석

제 3장 현황과 분석



1. 광고 유형별 이슈리포트

1) 건물부착 광고의 현황과 분석

인천가톨릭대학교 신일기 교수

건물부착 광고물의 매출은 2016년 1조 2,449억원으로 조사되었다. 매출액이 10억원 미만인 소규모 업체의 매출액 비중이 47.6%를 차지하고 있었으며, 제작/설치 업체의 매출 비중이 91% 높게 나타났다. 2017년 예상 매출액은 1조 2,179억원으로 2016년 대비 2.1% 감소할 것으로 예상된다. 이러한 감소추세는 전반적인 감소세 중에서 매체사 5.1% 감소와 기타(언론사 등) 6.4%의 대폭 감소세가 주 원인으로 예상된다.

표 3-1. 건물부착 광고물 매출액 (단위:백만원)

대분류	소분류	매출액(백만원)		증감률(%)	비중(%)	
		2016년	2017년(F)		2016년	2017년(F)
	전체	1,244,852	1,217,916	-2.2	100.0	100.0
건물부착 광고물	벽면 이용 간판	989,658	968,432	-2.1	30.8	31.1
	공연간판	47,090	46,835	-0.5	1.5	1.5
	옥상간판	173,700	168,372	-3.1	5.4	5.4
	창문이용광고물	34,404	34,277	-0.4	1.1	1.1

표 3-2. 건물부착 광고물 매출액 (단위:백만원)

구 분	2016년	2017년(F)	증감률(%)
전체	1,244,852	1,217,916	-2.2
주력사업	매체사	104,102	98,812
	제작/설치(실사출력 포함)	1,128,580	1,107,709
	기타(언론사 등)	12,169	11,395
매출액 규모	10억원 미만	593,098	584,734
	10억원 이상 ~ 50억원 미만	473,064	459,631
	50억원 이상	178,689	173,552
권역	서울	269,295	262,003
	6대 광역시	348,782	344,227
	도지역	626,775	611,686
인원	1인	560,759	541,748
	2~10인	399,452	395,666
	11인 이상	284,640	280,502

2016년 신규허가 및 신고 광고물은 229,725건(허가136,389 / 신고93,336) 으로 나타났으며 연장 허가 및 신고광고물은 82,254건(허가 46,853 / 신고 35,401)으로 나타나 신규, 연장 모두 돌출간판과 벽면이용간판의 비중이 높은 것으로 나타났다.

표 3-3. 2016년도(1년간) 신규 및 연장 광고물 허가 · 신고 현황 (단위 : 건)

광고물 분류	신규			연장		
	허가	신고	합계	허가	신고	합계
합계	136,389	93,336	229,725	46,853	35,401	82,254
벽면 이용 간판	60,581	76,500	137,081	19,254	28,439	47,693
돌출간판	72,824	16,571	89,395	25,145	6,844	31,989
공연간판	81	137	218	634	33	667
옥상간판	2,893	86	2,979	1,813	80	1,893
창문 이용 광고물	10	42	52	7	5	12

이러한 광고물 허가 신고 현황에 따라 광고물 허가 신고 수수료는 신규 약 34억8천만원, 연장은 21억원으로 나타났다. 약 55억원의 광고물 수수료가 발생하는 것으로 나타났다.

표 3-4. 2016년도(1년간) 연장 광고물 허가 · 신고 수수료 현황 (단위 : 천원)

광고물 분류	신규			연장		
	허가	신고	합계	허가	신고	합계
합계	2,788,521	696,977	3,485,497	1,749,426	352,083	2,101,509
벽면 이용 간판	702,106	489,159	1,191,265	337,008	208,177	545,185
돌출간판	1,184,268	181,216	1,365,484	551,803	100,256	652,059
공연간판	1,747	548	2,295	13,520	628	14,148
옥상간판	900,350	25,750	926,099	847,064	42,975	890,039
창문 이용 광고물	50	304	354	31	47	78

현행 건물부착광고물에 대한 시장감소에 반해 옥외광고 발전기금은 집행은 주로 광고물(간판 등) 개선사업 44.5%와 불법광고물 정비 24.5%에 집중되는 것으로 나타났으며, 옥외광고산업 진흥에 투여되는 기금은 5.2%에 그치는 것으로 나타났다.

표 3-5. 옥외광고발전기금 집행 현황 (단위 : 천원)

집행 항목	구분	집행액	항목별 비율	연말 기준 잔액
합계		18,544,798	100.0%	
옥외광고산업의 진흥		963,280	5.2%	
불법광고물 정비		4,538,243	24.5%	
광고물(간판 등) 개선사업		8,245,051	44.5%	70,101,588
옥외광고사업자 등에 대한 교육 및 지원		221,256	1.2%	
광고물등의 안전관리에 관한 사항		598,972	3.2%	
기타		3,977,997	21.5%	

감소세가 두드러지고 있는 건물부착광고물의 감소세는 2017년에도 두드러질 것으로 예상되며, 평창올림픽등의 호재에도 불구하고 침체국면을 벗어나지 못할 것으로 예상된다. 이를 개선하기 위한 옥외광고물전기금의 산업지원 및 활성화 시책이 필요할 것으로 예상된다.

2) 교통시설 광고의 현황과 분석

한국디지털사이니지연구소 박 현 소장

2016년 교통시설 이용광고는 3,360억 수준으로 전년과 크게 다르지 않는 수준이었다. 교통시설의 옥외광고 시장은 일반적으로 시설의 확충 또는 이용객의 증감과 미디어 선호도에 따라 변화한다. 2016년 교통시설 광고 시장은 KTX 철도역사의 신설, 철도 이용객의 증가와 버스터미널 시장의 증가가 주요 상승요인으로 작용했으며 지하철광고의 부진에 따른 매체 감축과 사업구도 변화가 주된 하락 요인이다.

교통시설 광고는 크게 철도역, 지하철역, 지하도, 공항, 버스터미널, 항만터미널, 고속도로 휴게소로 구분된다. 이 중 가장 큰 규모를 차지하는 부분은 시장 규모 1,727억의 지하철역(전체의 51%)이고 버스터미널, 공항, 철도역 순으로 이 4가지의 교통시설이 전체의 약 93%를 차지한다. 그 밖에 지하도, 항만터미널과 고속도로 휴게소는 약 7%로 다소 미미한 수준이다.

각 교통 시설별 2016년 시장 동향을 구체적으로 살펴보면 먼저 지하철 광고의 경우 역사와 이용객수의 변화는 크지 않았지만 지하철 이용객의 행태가 스마트폰에 집중되면서 기존 차내, 역사내 광고의 인기가 낮아져 판매율이 하락하였고 그 결과 전체적인 시장 규모가 축소되었다. 특히 모바일게임 및 모바일 앱 서비스 광고주들의 광고 집행이 전년 대비 줄어들고 젊은층 대상의 통신, 이커머스 등의 대기업 광고주 지하철 캠페인이 축소되면서 일반역사 및 차량 내 광고가 전년 보다 더 악화된 상황이 이어졌다.

하지만 이러한 위기 상황을 극복하고자 하는 노력 속에 지하철 광고의 디지털화와 매체 수량 축소 및 사업자 재 선정이라는 새로운 패러다임이 나타나게 되었다. 즉, 2016년은 지하철 광고 시장 규모는 비록 축소되었지만 새로운 도약을 위해 체질 변화를 꾀한 시도들이 이어졌다. 기존 강남역 게이트비전과 삼성역 디지털미디어터널(DMT), 브랜드 시어터, 승강장 안전문 광고 등의 디지털 매체가 성공하면서 디지털 광고의 확산이 일어났고 디지털 포스터가 개발되어 홍대입구, 강남역, 신촌역 등 우수 역사의 출입구를 중심으로 설치되기 시작하였다. 또한 1~4호선 구간은 매체 수량을 줄여 서울메트로 직영 체제를 매체사별 운영 체제로 다시 전환하였고, 5~8호선 구간 역시 매체를 정비하여 단일 사업자가 통합 운영하는 체제로 전환하면서 사업자를 재 선정하였다.

2016년 버스터미널 광고 시장의 경우 2014년 시작된 서울고속버스터미널(센트럴시티) 광고사업을 중심으로 활성화되기 시작하여 2016년에는 서울 및 지방 주요 버스터미널의 광고가 예전의 판매 부진 상황을 벗어나기 시작했다. 이러한 변화의 중심에는 기존 라이트박스 매체의 고급화와 멀티비전과 같은 디지털 매체의 확대가 있었고 지자체, 대학 등의 광고주가 장기적으로 꾸준하게 참여한 점이 크게 영향을 준 것으로 보인다. 특히 2016년 12월 개장한 동대구 복합환승센터와 같이 기존 버스터미널의 리뉴얼과 새로운 터미널의 개장 등이 향후 버스터미널 광고시장을 조금 더 성장시킬 것으로 예상된다.

공항광고는 2016년 중국 여행객의 폭발적인 증가에도 불구하고 시장규모는 크게 늘지 않았다. 특히 국내 핵심 공항인 인천공항과 제주공항은 여행객의 지속적인 증가로 인해 기존 실적을 유지 또는 다소 상회하기는 하였으나 김포공항이 청사 리뉴얼로 인해 매체 활성화가 이루어지지 않았고 김해공항 등 지방공항 역시 KTX 활성화 등의 영향으로 저조한 판매 실적을 보였다. 하지만 공항광고는 글로벌 광고주의 지속적인 참여와 대기업 광고주, 지자체 광고주가 장기적으로 운영하고 있는 장소인 만큼 큰 폭의 변동은 일어나지 않았으며 이용객이 많은 공항을 중심으로 디지털화 또는 양방향 엔터테인먼트 미디어들이 속속 들어서고 있어 향후 성장 가능성을 높이고 있다. 특히 김포공항이 안정적인 운영을 시작하고 인천공항 제2터미널이 개항하는 2018년부터 높은 성장세가 예상되며 대형 디지털 미디어파사드 광고물 등 옥외광고를 리딩하는 새로운 미디어의 출현이 가능할 것으로 보인다.

철도광고는 2016년 KTX 이용의 증가로 인해 소폭 상승하였다. 특히 2016년 12월 SRT의 개통으로 수서역이 새롭게 오픈하면서 강남권 KTX 시대를 열었다. 철도역 광고는 예전에 KTX가 운행하는 일부 역사만 사업자 입찰이 이루어지는 등 다소 위축된 사업 성과를 보였으나 2015년 호남 고속선이 개통하면서 철도 이용객이 꾸준히 증가하고 여러 주요 역사의

시설 개선이 이루어지면서 광고사업도 조

금씩 성장하는 추세를 보였다. 특히

서울역 광고매체 개선의 결과로

대기업 광고주, 외국계 광고

주들이 다시 돌아왔고 여

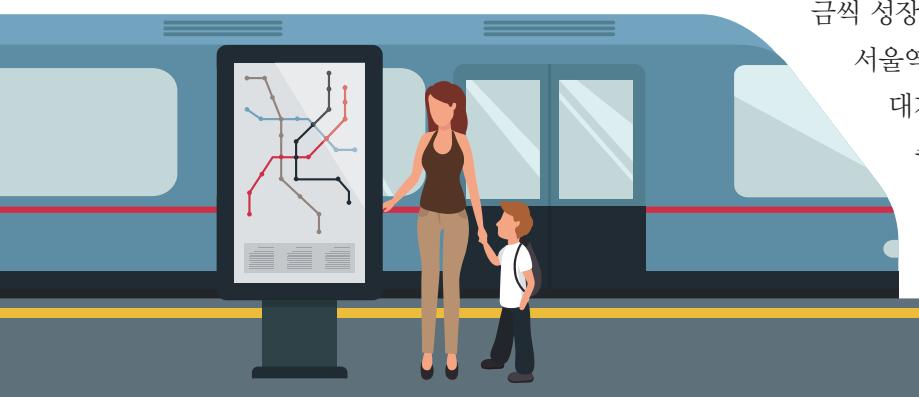
러 매체를 동시에 참여하

는 브랜드 캠페인 광고

도 집행되었다. 또한

서울역에 이어 부산역

도 광고매체의 리뉴얼



이후 안정적인 사업이 진행되고 수서역 이전 이후 광고사업의 위축이 예상되었던 용산역도 예전의 상황을 이어가고 있다. 앞으로도 소요시간 단축과 편리성 증진으로 KTX 이용객은 더 증가할 것으로 예상되며 철도광고는 이러한 추세에 맞추어 디지털 매체로의 리뉴얼이 가속화되고 신개념의 뉴미디어도 보다 더 활발하게 도입될 것으로 예상된다.

지하도 광고는 주로 해당 도시의 시설관리공단이 관리하는 공간으로서 서울의 핵심적인 장소 외에는 크게 인기를 얻지 못하고 있는 실정이다. 하지만 강남역지하상가, 명동지하상가 등은 어느 쇼핑몰 못지 않게 많은 유동인구와 관광객 등으로 인해 중요한 광고사업지로 부각되고 있다. 이러한 핵심 지하도 광고의 경우 2016년에는 광고물의 디지털화가 이루어지면서 매출 규모가 크게 증가하였고 중국인 관광객의 증가로 라이트박스, 래핑광고 등의 기존 광고매체도 활성화 되었다. 하지만 항만터미널과 고속도로 휴게소의 광고사업은 예전과 마찬가지로 크게 성장하거나 변화가 일어나지 않고 있다.

이상과 같이 교통시설 이용 광고시장은 각 장소별 변화 이슈가 시장 규모의 성장과 하락에 영향을 미치나 무엇보다도 이용객 수의 증감 또는 이용객 행태의 변화가 가장 중요하게 작용한다. 스마트폰의 활성화가 교통시설을 이용하는 소비자에게 광고 노출의 기회를 빼앗아 가고 있는 상황에서 교통시설 이용 광고의 위기론까지 나오고 있는 실정이나 광고물의 디자인 개선, 고급화, 디지털 신기술 적용 등을 통해 소비자의 관심을 얻을 수 있는 새로운 미디어들이 지속적으로 개발된다면 이러한 스마트폰 위기론은 쉽게 극복될 수 있을 것이다. 또한 교통시설 이용 공간은 소비자가 가장 자연스럽고 쉽게, 자주 접근하고 머무를 수 있는 공간인 만큼 1:1 맞춤광고와 같이 미래형 디지털 옥외광고의 적용 및 확산이 가장 먼저 일어날 수 있는 장소이다. 따라서 교통시설을 이용하는 소비자의 성향, 행태, 선호도 등을 감안하여 거부감 없이 자연스럽게 접촉할 수 있는 옥외 미디어의 개발이 이 시장에서의 가장 큰 과제로서 이러한 미디어의 성공을 통해 교통시설 광고 시장의 규모는 지속적으로 늘어날 수 있을 것으로 예상된다.

3) 교통수단 광고의 현황과 분석

인풍 함창식 이사

2016년 한 해 동안 집행된 교통수단 이용광고물 매출액은 2,736억원으로 집계되었다. 매체사에 의한 매출이 2,137억원, 언론사 등 기타 업체에 의한 매출이 108억원, 제작 및 설치업체의 매출이 490억원으로 매체사가 시장을 견인하고 있다. 상세 매체 내역을 살펴보면 전체 매체 중 버스와 지하철 차량을 활용한 광고가 각각 전체 매출액의 44.4%, 31%를 차지하며 높은 비중을 보였고, 2017년에도 이러한 매체 집행 흐름이 이어질 전망이다.

아울러 큰 이변 없이 최고가 입찰 방식을 통해 철도차량, 도시철도차량, 자동차 등 다수의 광고대행 사업자가 선정되었다. 광고매체사 및 언론사 등은 신규 매체의 매출 안정화에 힘쓰는 한편 개정된 '옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령'을 근거로 디지털 광고매체 개발 적용을 검토 및 착수하고 있다. 점차 디지털 매체가 증가함에 따라 광고물 실사출력 및 설치 비용 또한 소폭 감소할 것으로 예상되며, 2017년 전체 매출액은 이러한 매체 변화가 반영되어 2,706억원으로 예상되고 있다.

철도 차량의 매출액은 2016년 107억원으로 조사되었다. 주로 인쇄물 형태로 제작되는 철도 차량 광고의 경우, 타 매체에 비해 매우 낮은 제작, 설치 비용을 기록하며 2017년에도 동일한 규모의 매출을 기록할 것으로 예상된다.

지하철 차량의 매출액은 2016년 845억원으로 조사되었다. 2017년 예상 매출액은 860억 원으로 올해 대비 1.6% 상승할 것으로 보여진다.

서울지하철의 경우, 2017년 상반기에 서울메트로 1~4호선 전동차 및 역구내 광고대행 신규사업자가 확정되었다. 1, 2호선은 유진메트로컴, 3호선은 인풍, 4호선은 오케이 애드컴이 선정되었으며, 2022년 상반기까지 광고대행 사업을 이어간다. 광고주 수요는 해당 호선의 특성에 따라 차이를 보인다. 관공서와 인접한 1호선의 경우 지자체 및 공공기관 광고주의 집행 비율이 높고, 젊은 층이 주로 이용하는 2호선은 교육, 압구정역과 신사역을 중심으로 병원이 밀집된 3호선은 성형외과병원, 서울시 주요 관광지와 연결된 4호선은 서비스 업종 광고주의 매체 집행이 두드러지고 있으며, 사회적 이슈등으로 인해 성형외과 병원 광고의 경우 이와 같은 공공재 광고매체 집행이 점차 어려워 질것으로 예상되고 있다.



서울도시철도 5~8호선 광고대행은 2016년부터 2021년까지 나스미디어가 담당한다. 나스미디어는 인터넷, 모바일, 디지털 방송(IPTV) 광고를 중심으로 자리매김한 KT그룹의 미디어렙으로 디지털 매체와 옥외 매체에 광고를 동시 집행하며 상호보완적인 미디어 플래닝 전략을 선보인다. 디지털 미디어의 주된 광고주인 게임, 애플리케이션 업계의 지하철 광고가 증가할 것으로 기대되며, 2016년 5~8호선은 1~4호선 대비 IT 업종 광고주의 연간 광고 집행 비율이 최대 6배 높았다.

국내 경전철 광고사업 중 공항철도의 경우, 2016년 1월 1일부터 전동차 및 역구내 광고대행 공동사업자로 선정된 연합뉴스와 인풍이 안정적인 매출을 기록하고 있다. 이는 공항철도 이용객 증가에 영향을 받은 것으로 보이며, 2016년 기준 공항철도는 하루 평균 약 21만명이 이용했고 인천공항 제2여객터미널역, 마곡역 등의 추가 개통을 앞두고 있어 다양한 광고주군의 집행으로 성장이 지속될 전망이다.

또한, 부산 김해 경전철은 하루 평균 5만명 이상이 이용하는 수준으로 운행 실적이 꾸준히 성장했다. 이에 힘입어 광고 매출도 개선되는 추세로서 특히 김해국제공항, 김해시 관광지, 부산 시가지 등을 중심으로 열차를 이용하는 이용객이 증가하여 소비재 및 지자체 광고주의 광고 집행이 증가했다. 부산김해경전철의 수익 개선은 2017년 개통 예정인 서울 우이신설경전철, 2018년 개통 예정인 김포도시철도의 운영 예측에 청신호로 받아들여지는 중이나. 새로운 경전철의 경우 원활한 광고사업을 기대하기 어렵다는 업계의 시각이 지배적인 상황이다.

그 외, 부산지하철 1호선의 전동차내 액자, 모서리, 노선도 측면 스티커의 광고대행 사업자가 애드21로 정해졌으며 1호선 달대형 및 역구내 광고매체 일부는 JK미디어 등과 같은 지

역 매체사들이 사업자로 이름을 올리며 운영하고 있다. 대구도시철도 1호선 및 인천도시철도 1호선, 2호선의 전동차 광고사업자는 각각 금강엘이디제작소, 소원미디어, 지우로 선정되는 등 기존 사업자와 새로운 사업자의 등장으로 광고사업의 외형은 지속적으로 커지고 있는 형국이다.

버스 차량의 매출액은 2016년 1,215억 5,800만원으로 교통수단 이용광고물 중 가장 높은 금액을 기록했다. 2017년 예상 매출액은 1216억 4,400만원으로 올해 대비 0.1% 상승하며 시장 변화가 크지 않을 것으로 판단된다.

2017년 12월 대규모 입찰을 예정하고 있는 서울시내버스 외부광고의 경우, 기존의 측면 광고와 2015년 사업자가 선정된 후면 광고를 통합으로 판매하는 영업 방침이 확고히 자리잡았다. 식음료, 화장품 등의 유통업 광고주와 연예인 팬클럽 광고주의 집행이 증가하였으며 영화 광고주의 수요도 꾸준하며, 부산 시내버스 광고의 경우도 지역제한 등의 사업자 규제임에도 불구하고 많은 광고사업자가 기다리고 있는 상황이다. 한편 신규 매체로 업계의 주목을 모았던 서울시내버스 돌출형 번호판 광고의 경우 애초 기대치보다 수요가 밀도는 모양새며, 사업자 선정 또한 쉽지 않은 상황으로 전개되고 있다.

2016년 1월 1일부터 개신된 대전시내버스 외부광고의 경우, 높은 낙찰금액으로 연초 업계의 관심을 모았다. 대전 지역의 보잉, 유니비전, 에드엠 등의 회사가 입찰에 적극 참여한 가운데 대한광고연합은 지난 사업에 이어 재차 광고대행권을 획득하는데 성공하였다. 하지만 2012년 12월 낙찰금액 44억 4,000만원에 비해 약 125% 상승한 100억 100만원을 낙찰금액으로 지불하며 한때 사업권 반납에 대한 우려를 낳기도 했다.

자동차 광고의 매출액은 2016년 512억원으로 상승세를 이어갔다. 다만 2017년에는 조기 대선과 정권 초기에 변화가 많은 부동산 시장의 영향을 받아 9.3% 감소한 464억원의 매출액을 기록할 것으로 예상된다.

일반 차량 광고의 경우, 광고주 수요가 급격히 증가하며 옥외광고 업계의 이목을 사로잡고 있다. 건설, 분양 시장이 활기를 띠며 단기간 여러 장소에서 집중적으로 메시지를 띠울 수 있는 차량 광고가 덩달아 주목 받는다. 규격, 화면 사양, 송출 방식 등을 다양하게 변형한 이동 광고 특수차량이 증가하였으며 특히 LED전광판을 탑재한 차량이 늘어나 이목을 모으고 있으며, 보다 다양한 광고물 형태가 쏟아지고 있으나. 여전히 법률에서 협용 하지 않는 매체로서의 입지는 변하지 않아 사실상 음지에서 운영하는 매체이기도 하다.

서울 법인 택시 외부광고는 안정적으로 매출을 올리고 있다. 2015년 4월부터 광인, 엔씨씨 애드 컨소시엄이 운영하는 법인택시 외부광고와 2016년 4월부터 한승공영, 클레어폭스 컨소시엄이 운영하는 개인택시 외부광고 모두 이번 없이 운영되고 있다. 특히 결혼정보회사, 부동산 및 구직 관련 어플리케이션, 금융권 등 국소 지역으로 영업이 한정되지 않은 광고주에 의한 지역통합적 광고 집행이 두드러진다.

아울러 사업용 자동차와 사업용 화물자동차에만 허용됐던 타사광고가 타 매체에도 확대 적용될 전망이다. 2014년 합법화된 이후 해마다 꾸준히 사업자가 증가하고 있는 자동차음식 판매업(통칭 ‘푸드트럭’)을 대상으로 이들의 영업 한계를 보완하는 차원에서 타사 광고를 허용하는 개정안이 국무회의에서 통과되었다.

한편 교통수단에 설치된 옥외광고물 자체를 디지털화하려는 시도가 돋보인다. 2016년 7월 개정된 ‘옥외광고물 등의 관리와 옥외 광고산업진흥에 관한 법률 시행령’은 디지털 광고 매체를 옥외광고물로 이용할 수 있는 법적 기반이 되었다. 이에 발전하는 IT 기술과 접목한 새로운 매체 개발이 활성화될 것으로 전망된다. 실제 디지털 광고매체 분야의 특허출원 역시 2011년 이후 평균 600여 건 이상으로 2000년 이전과 비교해 12배가량 급증했다.

예를 들어, 행정자치부는 2016년 11월 택시표시등 광고물 표시방법을 변경 고시하여 일반 및 개인택시운송사업자가 시범적으로 택시표시등에 전광 광고물을 운영할 수 있도록 하였다. 택시표시등 광고는 미국의 뉴욕과 라스베거스, 영국의 런던, 중국의 상하이, 홍콩 등에서 운영되는 사업으로 국내에서는 대전 지역에서 택시 차량 200대에 시범 운영을 거친 뒤, 사업 분석을 통해 전국 규모로의 확대 여부를 결정할 예정이다.

비행기, 선박 광고의 매출액은 2016년 56억원으로 미비한 수준을 보였다. 2017년 예상 매출액 역시 60억 수준으로 광고매체사를 중심으로 신규 매체 개발 시도는 이어지고 있지만 광고 수요가 적고, 일부 항공사의 경우는 판매대행사 선정 등으로 항공기 내, 외부 광고를 유치하려는 노력을 하고는 있으나 사실상 미미하고 눈여겨볼 사례는 발생하지 않았다.

4) 여가시설 광고의 현황과 분석

CJ파워캐스트 마케팅기획국 이해승 국장

정부 주도하에 디지털광고물 활성화 및 옥외광고 관련 규제들이 완화되면서 공공시설 이용 광고물의 경우도 다양한 디지털 매체로의 전환이 이루어졌다. 극장과 공연장, 전시장을 비롯하여 놀이시설 등의 여가시설 광고물도 이에 발맞추어 빠른 디지털 매체로의 전환과 다매체 믹스가 가능한 광고 판매 방식이 접목되어 답보 상태의 옥외 시장에 새로운 변화를 가지고 왔다.

옥외 광고에서 단일 플랫폼 매체로서 가장 큰 규모를 유지하고 있는 극장 광고는 2016년에도 전년에 이어 지속적인 상승세를 이어갔다. 사실상 총 관람객수는 4년 연속 2억명 이상을 기록하였고 1인당 영화관람 회수는 4.1회로 세계적 수준에 이르렀으나 2016년 극장 관람객은 2억 1702만 6182명으로 전년 2억 1729만 9523명 대비 소폭 감소하여 조심스럽게 그 성장 폭의 한계를 보였다. 또한 영화 컨텐츠의 흥행여부가 크게 작용하는 극장 시장은 2016년은 1분기에는 검사외전, 캡틴 아메리카, 엑스맨 등으로 출발은 다소 호조를 보이는 듯 했으나 성수기 시즌에 천만을 넘는 작품이 부산행 하나에 그치는 등 기대에 못 미쳤고 이후 흥행작의 부재로 관람객 지속 증가에 마이너스 요인이 되었다.

그럼에도 불구하고 극장 광고 시장의 주축을 이루고 있는 멀티플렉스 3사는 문화 중심의 컬처플렉스를 표방하며 극장의 양적인 확대 못지 않게 스크린X, 3D와 4D, IMAX 등 고부가 가치 상영관을 통한 관람 문화 자체의 질적 업그레이드로 관객당 광고 단가와 가치를 상승시켰다. 또한 장초수와 단초수 광고를 포함한 유연한 광고 상품과 판매 방식의 다변화를 통해 많은 캠페인 사례를 만들었다. 또한 극장 로비에 다양한 디지털 신규 매체를 대폭 확대하여 극장 공간 자체를 상품화하고 이를 적절히 활용하여 최적의 기업 마케팅 플랫폼으로 제공하려는 노력으로 지속적 매출 상승을 견인한 것으로 보인다.

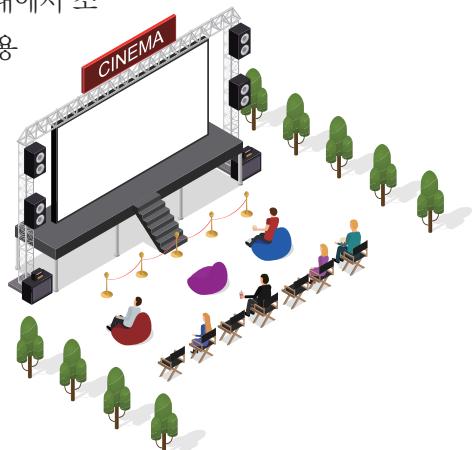
전시장과 공연장의 경우 시장이 크지는 않지만 각기 디지털 환경 변화에 발맞추어 신규 매체 개선을 시도하고 있으며 주로 네이밍과 스폰서쉽 광고를 중심으로 전시와 공연 컨텐츠에 해당하는 타겟팅 광고에 주력하고 있다.

스포츠 시설 광고는 경기장의 매체 개선과 관중수의 증가에 힘입어 매해 시장규모가 지속적으로 증가하고 있다. 2016년 프로야구 구장의 경우 고척 스카이돔, 대구 삼성 라이온

즈 파크, 기아 챔피언스 필드 리뉴얼 등 대규모 신축 구장 개장이 잇따르면서 기존 구장 대비 현격하게 개선된 경기 관람 환경을 제공하게 되었으며 광고 매체에 있어서도 이전과 차별화된 주목도 높은 디지털 매체와 광고 상품으로 시장 성장에 기여하였다. 한편 2016년 말 광고 매체 입찰에서 가장 큰 주목을 받은 잠실야구장은 한국경제신문에서 연간 143.7억의 임대료로 기존 사업자보다 30% 높은 수준으로 3년간 사업권을 따내었으며 이에 따라 이미 800만 관중 시대를 맞이한 야구장은 향후 스포츠 광고 시장 확대에 더욱 기대를 가지게 한다. 야구에 비하여 광고 시장이 크지 않은 축구, 농구, 배구의 경우도 중계 방송, 디지털 광고 매체와의 연계 등 매체의 강점을 살려 꾸준하게 시장 확대를 위한 노력이 지속되고 있으며 골프와 스키장 역시 제휴와 연계를 통한 광고 유치와 더불어 다양한 아이디어의 신규 매체들이 속속 진입하고 있다.

최근 직장에서의 일과 개인 생활의 밸런스를 중시하고 휴가 및 여가 시간 활용이 보편적이고 다양해짐에 따라 시즌성이 중요시되는 숙박시설, 놀이시설의 경우도 광고 매체에 대한 시각이 많이 변화되고 있다. 전국적 체인을 가지고 있는 콘도, 리조트 등 대규모 숙박 시설들은 사람들이 밀집하는 로비 및 외부 주요 공간을 중심으로 정보 제공, 시각화 컨텐츠들과 함께 디지털 매체를 개발하고 이를 광고 사업으로 연계하여 화장하는 시도들이 이루어지고 있다. 놀이시설의 경우도 연간 150만명 정도의 입장객을 유치하는 워터파크를 중심으로 디지털 사이니지를 설치하여 내부 시설물 이용 정보나 오락 기능 제공 등의 고객 서비스를 확대하고 있고 원마운트, 대명 비발디파크 오션월드는 사람들이 모여드는 이벤트 공간에 대형 디지털 LED를 설치하여 시즌성 캠페인을 중시하는 광고주에게 매체 진행과 프로모션 이벤트를 함께 믹스하여 효율적인 광고 효과를 제공하고 있다.

옥외광고 시장에서 점차 디지털 매체들이 확대되고 다양한 디지털 기술들이 탑재되면서 만들어지는 테크와 컨텐츠의 만남은 해당 옥외 공간 내에서 소비자의 인지와 참여가 극대화 될 수 있는 기능적 내용적 요소들의 중요성을 더욱 강조해 준다. 특정 캠페인 공간에서 디지털 매체의 인터랙션 등 여러 가지 테크를 연동하여 소비자의 참여를 이끌어내고 소위 브랜디드 컨텐츠까지 활용하는 보다 풍성한 광고 마케팅 Tool을 제공하는 방향으로 향후 옥외광고의 발전을 기대해 본다.



5) 쇼핑시설 광고의 현황과 분석

이노션월드와이드 김상현 국장

2016년 3월부터 방영된 힙합 서바이벌 ‘쇼미더머니’의 한 출연자가 쓴아내던 랩에 나왔던 ‘연남동’. 처음에는 ‘연남동이 어디야?’하며 포털사이트에 찾아봐야 하는 사람들이 있었지만 얼마 지나지 않아, 우리는 연남동과 같은 신흥상권에 친숙해졌고 주변에 쇼핑 공간들이 생겨나기 시작했다. 상권은 시대가 변함에 따라 다양한 형태로 진화되고 변화되고 있으며, 그 상권에 새로운 쇼핑 공간들이 생겨나기 때문에 신흥상권을 살펴보면 몰의 문화와 확산되는 디지털 사이니지를 알 수 있다. 최근 트렌디한 상권을 보면 첫째 원조상권에서 가지치기를 통해 성장한 상권이다. 상권이 커지고 입 소문을 타며 쇼핑몰, 대형 프랜차이즈, 음식점이 줄줄이 생겨난다. 기존 원조 상권에서 확대되어 성장한 신흥상권은 대형 미디어 설치가 제한되는 넓지 않은 이동 동선 지역에 형성되는 경우가 많다. 둘째 새로운 아파트 단지나 접근성이 좋은 위치에 대형 쇼핑몰들이 만들어 지고 있다. 하남에 건축중인 스타필드나 김포, 송도 등에도 프리미엄 아울렛들이 생겨나고 있다. 첨단 시설에 맞춰 다양한 디지털 매체들이 만들어지고 있다. 셋째 기존에 있던 이마트, 롯데마트, 홈플러스와 같은 대형마트나 올리브영, 편의점, 카페베네 등 중소 매장의 대규모 프랜차이즈 매장들이 유동인구가 많은 도심 곳곳에 자리 잡고 있다. 따라서 주요 상권을 중심으로 Malling 문화라는 개념이 생겨났고 그에 따른 옥외매체도 점점 늘어나고 다양해지고 있다. 그리고 SNS, Facebook 등 소셜네트워크이 발달하면서 쇼핑 공간은 문화 생활의 공간으로 변모하고 있다.

가) 몰링(Malling) 문화 확산과 디지털사이니지

몰링 문화의 확산으로 복합 쇼핑몰이 늘고 원스탑 몰링 시대가 본격화되고 있다. 강남의 코엑스를 시작으로 나타나기 시작한 쇼핑몰 내의 디지털 트렌드는 이제는 국내 몰링 문화에서 빼 놓을 수 없는 콘텐츠로 자리 잡았다. 쇼핑몰들은 옥외광고의 상징성을 통해 쇼핑몰의 특징을 표현하고 있는데, 코엑스몰의 채널코엑스, 롯데월드몰의 미디어상들리에, 파미에스 테이션의 디지털 시계전광판, IFC몰의 중강현실 전광판, 스타필드내 70m 대형 옥외광고판 등이 대표적이다.



표 3-6. 주요 쇼핑몰 광고매체 및 매출 현황 (단위:천원)

지역	위치	매체명	단가	연 매출
삼성역	코엑스몰	디지털아트갤러리	10,000	480,000
		채널코엑스	20,000	720,000
		언더월드파노라마	25,000	1,200,000
	파르나스몰	파르나스몰 DID	20,000	960,000
고속터미널	센트럴시티	파미에스테이션	9,000	540,000
		홀수번호 매체	5,000	240,000
		짝수번호 매체	5,000	300,000
		디지털매체	2,000	144,000
잠실	롯데월드타워	롯데월드몰 내 와이드칼라	6,000	432,000
		롯데월드몰 내 스텐딩패널(40기)	20,000	960,000
		롯데월드몰 내 전광판(HD애드)	20,000	1,200,000
		롯데월드몰 내 전광판(무빙애드)	50,000	3,000,000
	롯데월드몰	롯데월드몰스퀘어광장(13기 사각기둥)	130,000	6,240,000
		와이드칼라 2기	6,000	288,000
		디지털월 1기	3,000	144,000
여의도	IFC몰	CGV전광판	8,000	480,000
		노스아트리움 투명 LED	14,000	672,000
		사우스 전광판	4,000	192,000
		사우스 누드엘리베이터래핑	30,000	1,080,000
		지하철연결통로 와이드칼라(턴기)	30,000	1,080,000
		지하철연결통로 와이드칼라(하프)	15,000	540,000
용산역	아이파크몰	면세점 정문 멀티비전	6,000	360,000
		주차장 상단 라이트패널	8,000	480,000
영등포	타임스퀘어	아트리움방향 전광판	7,000	420,000
		신세계방향 전광판	3,000	180,000
		와이드칼라(58기를 5가지 패키지 구성)	10,000	600,000
		아트리움 래핑	30,000	360,000
건대	건대스타시티	건대 SSL	6,000	432,000
		와이드칼라	1,800	129,600
합계				23,853,600

▶ 판매구좌, 판매율등을 조사하여 연 매출 산출

나) 이마트, 롯데마트, 홈플러스 할인 마트

2000년초 대형마트가 하나씩 생겨나면서 현재는 전국에 400여개의 대형마트가 있다. 초기에는 카트광고와 와이드칼라 등 아날로그 매체를 제작 설치 및 광고 판매를 진행했다. 그러나 2010년부터 디지털사이니지라는 개념이 도입되면서 매대 상단 및 포스에 매체를 설치해 운영하고 있다.

표 3-7. 주요 할인 마트 광고매체 및 매출 현황 (단위:천원)

매체구분	구분	매체명	수량	단가	연 매출
대형마트	이마트	외벽현수막	180	3,000	1,944,000
		이마트라이브	-	20,000	480,000
		무빙워크래핑	800	2,000	480,000
		쇼핑카트	100,000	30	10,800,000
		주차장 와이드칼라	520	1,500	156,000
		음성광고	-	15,000	270,000
		포스와이드		1,200	72,000
		매대동영상/스마트쉐프/패키지	20	2,000	192,000
대형마트	롯데마트	쇼핑카트광고	70,000	15	2,520,000
		무빙워크래핑광고	476	3,500	499,800
		와이드컬러	40	1,500	30,000
		엘리베이터래핑광고	476	1,500	1,713,600
		주차장배너	-	5,000	60,000
		음성광고	-		-
		매대모니터	-		-
		주차장출입문래핑광고	-	600	7,200
홈플러스	홈플러스	무빙워크상단 모니터 광고(80개 지점)	20	16,000	576,000
		쇼핑카트광고	90,000	15	3,240,000
		무빙워크래핑광고	572	3,500	200,200
		와이드컬러	120	1,500	-
합계					23,240,800

할인점 마트의 경우 최근 코스트코, 이마트트레이더스, 빅마켓 등 대형 마트가 생겨나고, 쇼핑몰에서 식음료를 판매 하기 시작하면서 마트의 유동인구가 줄어 들고 있으며 그 영향으로 광고판매율도 수년간 떨어지고 있다.

다) 편의점, 드럭스토어 등 소매점

세븐일레븐, GS25 편의점에 디지털사이니지가 설치되고 커피숍, 제과점도 간판 및 매장을 리뉴얼하면서 디자인적 개념의 영상패널을 설치하기 시작했다. 특히 최근 드럭스토어가 유통의 트렌드로 매장 수를 확대하면서 디지털사이니지 수요도 꾸준히 증가하고 있다.

표 3-8. 주요 소매점 광고매체 및 매출 현황 (단위:천원)

매체구분	구분	매체명	수량	단가	연 매출
편의점	CU	DS(디지털사이니지) 일100회 (1700점)	10구좌	30,000	1,080,000
		POS광고	10구좌	15,000	540,000
	GS25	GS TV(서울 650대)	10구좌	15,000	720,000
		GS TV(서울경기인천 1600대)	10구좌	30,000	1,440,000
	세븐일레븐	TV CVS(2000대)	10구좌	30,000	1,080,000
드럭스토어	롭스	롭스미디어	10구좌	5,000	180,000
	올리브영	올리브영라이브(960개 매장 1700개)	10구좌	10,000	360,000
커피숍, 빵집	카페베네	PDP	10구좌	8,000	288,000
	파리바게트	PDP	10구좌	8,000	288,000
합계					5,976,000

마무리 하며 미래의 쇼핑 공간에 대해 생각해 보자. 최근 쇼핑 시설 내 어린이 놀이 테마파크, 수영장, AR증강현실 체험관, 자동차 판매 대리점 등 기존과는 다른 새로운 문화 시설들을 계획하고 있다. 특히 신규 공간에는 스마트사이니지 무조건적으로 설치 되면서 그 수요도 점점 증대되고 있다. 그리고 보다 먼 미래를 보면 스마트시티가 생겨나고 그 속에서 모든 쇼핑몰들이 IOT, 5G, VR, 인공지능이 적용 되면서 지금 우리가 상상하는 것 이상으로 우리 삶 속에 많은 혁신을 가져다 줄 것이다.

2. 해외 옥외광고 현황

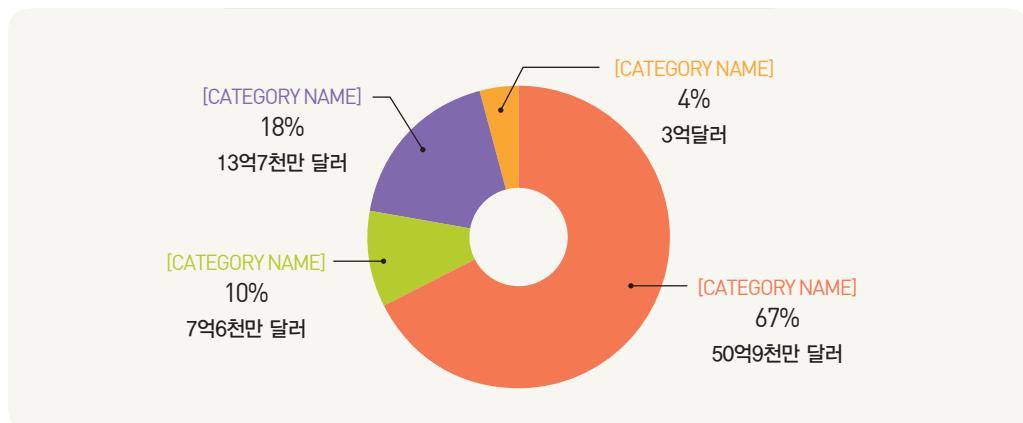
1) 미국 옥외광고 현황

미국 해외통신원 강인영

미국 옥외광고협회(Outdoor Advertising Association of American, OAAA)가 발표한 자료에 따르면 2016년 미국 전체 옥외광고 수입은 약 76 억 달러(\$7.6billion)를 기록하며 이전 년도에 비해 3.1 % 증가한 것으로 나타났다. 경기 침체 이후 사상 최대 옥외광고 매출을 나타낸 것으로 27 분기 연속 성장률을 기록하고 있다.

2016년 미국 전체 옥외광고 수입을 매체별로 나타내면 다음 그림 3-1과 같다.

그림 3-1. 2016년 미국 전체 옥외광고 수익 매체 별 조사



미국 옥외광고협회 자료 재구성

<http://www.rab.com/whyradio/mfprofile.cfm?catId=125§ion=pr>

2016년 미국 옥외광고 수익형태를 매체별로 살펴보면 야립광고(Billboard)가 약67%, 50억 9천여 달러로 가장 큰 수익을 차지했고, 다음으로 공항이나 버스, 지하철 등에 설치되는 교통시설물 옥외광고(Transit)가 약18%로 13억7천여만 달러, 경기장 및 영화관, 쇼핑몰 등 의 장소 기반 옥외광고(Place-Based)가 약10%로 7억6천 여만 달러, 버스 정류소나 신문 가판 광고물과 같은 거리 시설물(Street Furniture) 광고가 약 4%, 3억 여달러를 차지한 것으로 나타났다. 각 옥외광고 분류는 각 매체의 디지털 옥외광고를 포함하고 있다.

OAAA의 자료에 따르면 2015년 미국 옥외광고 수익형태는 73억 달러 전체 수익 가운데 빌보드는 약 47억5천만 달러(65%), 교통수단 옥외광고는 약 13억 달러 (18%), 장소기반 옥외광고는 약 8억7천9백만 달러(12%), 거리시설물 광고는 약 3억8천8백만 달러(5%)를 차지했다. 이를 바탕으로 살펴보면 2016년 미국 옥외광고 매체 별 수익형태는 빌보드에서의 수익 약진이 이뤄졌으며, 나머지 옥외광고물 매체의 경우 수익이 소폭 상승 또는 하락하는 양태를 보였음을 알 수 있다.

Magna Globe는 2016년 미국 옥외광고 시장이 전년도에 비해 3.1% 성장률을 보인 것과 관련해 영화관 및 전통적인 옥외광고 판매는 변동이 없었지만, 디지털 옥외광고 매출은 14%의 성장률을 보이면서 미국 옥외광고 시장의 성장을 주도했다고 평가하고 있으며. 정치 이벤트와 올림픽 등의 행사도 옥외광고 수익 증가에 영향을 미친 것으로 보고했다.

참고자료

- <https://oaaa.org/StayConnected/PressReleases/tabid/327/id/4841/Default.aspx>
- <http://www.rab.com/whyradio/mfprofile.cfm?catId=125§ion=pr>
- <https://magnaglobal.com/wp-content/uploads/2017/03/MAGNA–March–US–Forecast–Press–Release.pdf>
- <https://oaaa.org/Portals/0/Public%20PDFs/OOH%20Advertising%20Today%202016.pdf>

2) 독일 옥외광고 현황

독일 해외통신원 장성준

2016년 기준 독일 옥외광고 시장의 총매출은 18억 4,823만 유로로 텔레비전과 신문, 온라인/모바일에 이어 네 번째로 큰 광고시장을 형성하고 있다. 라디오의 경우 2014년~15년까지 옥외광고 시장보다 소폭 큰 시장을 형성하고 있었으나, 이제는 그 상황이 역전되어 옥외광고가 4대 광고매체로 자리매김하는 추세로 보인다. 독일의 옥외광고 시장이 성장하고 있는 배경엔 ‘옥외광고’(Außenwerbung)으로 분류되는 광고물들의 유형이 다양하기 때문이며, 전통 옥외광고와 신유형 옥외광고 판매가 조화를 이루면서 광고주의 목적과 예산에 적합한 광고 운영이 가능하다는 장점이 있다. 이런 특성은 독일 옥외광고 시장의 총매출과 순수익의 변화 양상을 살펴보면 쉽게 발견된다.

독일 옥외광고 시장의 매체별 총수익은 널슨에서 집계한 자료에서 발견된다. 널슨의 자료에선 실외에서 집행되는 대부분의 광고를 옥외광고로 정의하고, 각 방식에 따라 매출을 측정한다는 장점이 있는 반면, 디지털과 전통(아날로그) 유형의 옥외광고를 구분하지 않고 총합을 제시한다는 점에서 단점이 있다. 널슨 자료에 따르면 2015년 기준 독일 옥외광고 시장의 총매출은 17억 1,251만 유로였고, 2016년은 약 18억 유로로 약 7.9%의 성장을 보였는데 이는 전년대비 성장률이 가장 높았던 라디오의 8.9%에 이어 두 번째로 높은 성장이다. 옥외광고 유형 중 플래카드로 분류되는 벽보/벽면부착/야립형 등의 2015년 총매출은 13억 4,959만 유로로 전체 매출의 78.80%였고, 2016년은 약 8.5%의 매출증가를 기록하여 14억 6,411만 유로, 매출의 79.21%로 나타났다. 플래카드 중에서 제일 많은 매출고를 올리는 매체는 단연 도시조명포스터(인쇄규격 119 cm × 175cm)로서 2015년은 5억 4,617만 유로, 2016년 5억 8,372만 유로의 매출을 보여 플래카드 매출의 40.46%와 39.86%를 차지한다. 다음으로 매출이 높은 플래카드 유형은 대형 평면광고(356cm x 252cm)와 슈퍼포스터(372cm × 526cm)로 2016년 기준 4억 7,232만 유로(32.26%)의 매출을 기록했으며, 도시조명보드(252cm × 356cm)와 메가조명보드(354cm x 247cm)가 2억 9,868만 유로(20.40%)로 기록되었다. 플래카드에서 2015년과 대비하여 2016년 총매출이 감소한 사례는 전면기둥광고가 유일하다.

표 3-9. 옥외광고 유형에 따른 연간 총매출(2015년/2016년)

대분류	소분류	2016년	2015년	성장률
		단위: 천유로		단위: %
옥외광고총계		1,848,238	1,712,517	7.9
플래카드총계	일반+디지털합계	1,464,112	1,349,599	8.5
도시조명포스터	도시조명포스터	583,725	546,172	6.9
	대형평면광고/슈퍼포스터	472,329	465,343	2.2
	도시조명보드/메가조명보드	298,680	234,470	27.4
	전면기둥광고	48,083	48,884	-1.6
	대형벽면광고	54,137	51,075	6.0
	광고타워	7,157	6,655	7.5
교통광고총계	일반+디지털합계	220,052	205,436	7.1
	교통시설광고	161,996	144,598	12.0
	대중교통광고	58,056	60,838	-4.6
소매점광고총계	일반+디지털합계	112,948	105,203	7.4
	아울렛	102,436	95,030	7.8
	주유소	10,512	10,173	3.3
주변미디어	일반+디지털합계	51,126	52,279	-2.2

출처: Nielsen, 2017.

독일옥외광고시장에서 두 번째로 높은 총매출을 보이는 유형은 대중교통/화물차량, 대중교통정류소 등을 이용하여 집행하는 교통광고가 있다. 차량을 이용하는 경우는 차량외부(부분/전면 래핑 등)와 내부(내부포스터/창문 등), 인포스크린 유형으로 운영되는 교통승객TV(Fahrgast TV)가 해당하며, 대중교통정류소는 버스나 트램, S-Bahn/U-Bahn 등의 정류소(Station)의 외벽 또는 구조물을 이용한 사례다. 대중교통광고의 총매출은 2015년 2억 534만 유로, 2016년 2억 2,005만 유로로 옥외광고시장에서 각각 11.99%와 15.02%의 비중을 차지한다. 대중교통광고 중 교통시설광고는 2015년 대비 2016년 12%의 성장을 기록한 반면, 대중교통광고는 4.6%의 역성장을 기록했다. 이는 최근 몇 년 동안 독일 내에서 대중교통정류소 정비사업과 디지털장비설치작업으로 광고운영의 효율성이 증대한 결과로 해석 가능하다. 한편, 전자매장이나 슈퍼마켓/백화점, 아울렛 등에서 운영되고 있는 소매점광고의 판매도 꾸준히 증가하여 2015년 대비 2016년 7.4%의 성장을 기록했다. 닐슨의 옥외광고시장 매출자료에서 제시된 11개의 하부항목 중 2015년 대비 2016년 역성장을 보인 유형은 전면기둥광고와 대중교통광고, 주변미디어광고 등 세 가지로 나타나며, 옥외광고판매에서 높은 비중을 차지하고 있는 항목들의 경우 지속적인 판매호조가 감지된다.

닐슨이 발표한 자료 외에 독일옥외광고시장 순매출을 측정한 자료로는 독일옥외광고협회(FAW)와 독일광고산업중앙협회(ZAW)의 자료도 존재한다. 다만 닐슨과 FAW/ZAW의 자료는 옥외광고의 범주 및 조사 시기를 다르게 적용하고 있기 때문에 두 자료를 직접비교하는 것은 몇 가지 고려할 부분이 있다. 그럼에도 불구하고 FAW/ZAW의 자료는 독일옥외광고시장의 실제규모를 가늠하고, 유형별 수익률을 맥락적으로나마 도출 가능하기 때문에 이를 참고하는 것은 필요하다.

표 3-10. 옥외광고 유형에 따른 연간 순매출(2015년/2016년)

옥외광고유형	2016년	2015년	성장률	비율
	단위: 천유로		단위: %	
전통(아날로그)옥외광고총계	1,033,000	1,005,400	2.7	100.0
도시조명포스터	257,200	261,900	-1.8	24.9
대형평면광고(슈퍼포스터포함)	242,800	236,300	2.7	23.5
도시조명보드/메가조명보드	107,900	99,800	8.2	10.4
전면기둥광고	27,500	29,600	-6.9	2.7
일반부착옥외광고	26,800	25,000	7.4	2.6
플래카드 총합	662,200	652,600	8.7	64.1
디지털옥외광고	96,200	84,300	14.2	9.3
공항옥외광고(디지털옥외광고 포함)	90,000	90,000	0.0	8.7
주변미디어/특별옥외광고/소형옥외광고	84,200	80,100	5.1	8.2
교통미디어	64,000	61,600	3.9	6.2
대형포스터	36,400	36,900	-1.3	3.5

출처: FAW/ZAW, 2017.

먼저 독일옥외광고시장의 순매출은 2016년 10억 3,300만 유로로 2015년 10억 540만 유로와 비교하여 2.7%의 성장을 보였다.⁵⁾ 순매출을 기준으로 도시조명포스터는 2016년 2억 5,720만 유로로 나타나 전년도와 비교하여 1.8%의 역성장을 보였음에도 가장 높은 비중을 차지했다. 뒤이어 대형평면광고(슈퍼포스터 포함)가 2억 4,280만 유로였고, 도시조명보드/메가조명보드는 1억 790만 유로로 나타난다. 이 세 가지 유형을 총매출 대비 비율로 계산했을 때 대형평면광고와 슈퍼포스터가 51.40%의 수익률로 계산되며, 도시조명포스터는 매출

5) 포함되는 옥외광고 유형에 차이가 있기 때문에 총매출 대비 순매출 계산은 어려움.

중 44.06%, 도시조명보드/메가조명보드는 36.12%가 된다. 즉 맥락적인 결과에 따라 총매출 대비 수익률이 가장 높은 유형은 도시조명보드와 메가조명보드로 해석 가능하다. 한편, 2016년 기준 옥외광고 매출의 순수익 중 플래카드는 6억 6,220만 유로로 전체의 64.10%를 차지하고 있었는데, 이는 2015년의 64.90%와 비교하여 큰 차이가 없는 수준이다. 반면 디지털 옥외광고는 2015년 8.38%의 순수익규모에서 2016년 9.31%로 증가한 것으로 계산된다. 순수익을 기준으로 2015년 대비 2016년 매출 감소가 측정된 유형은 도시조명포스터, 전면기둥광고 및 대형포스터 등 세 가지이며, 높은 성장을 보인 유형들로는 디지털옥외광고와 도시조명보드, 일반부착옥외광고 등이 있다.

2016년 자료를 기준으로 봤을 때 독일옥외광고시장에선 디지털옥외광고의 매출증가는 총매출에서는 규모가 산정되진 않지만, 순매출을 기준으로는 10%에 못 미치는 시장규모를 형성하고 있기 때문에 시장확대에 영향을 미치지만 높은 성장의 저변을 제공하고 있다고 분석하기 어렵다. 반대로 전통(아날로그)옥외광고에 해당하는 도시조명포스터, 도시조명보드 및 대형평면광고 등의 판매가 꾸준히 이뤄짐에 따라서 현재의 시장이 유지되고 있으며, 나아가 라디오를 제치고 4대 광고매체로서 기능할 수 있는 기반을 마련했다는 분석이 가능하다.

참고자료

- FAW/ZAW(2017). Nettoumsätze der OOH-Medien 2016 / 2015. [Online] Retrieved from https://www.faw-ev.de/wp-content/uploads/2017/07/ZAW_Nettoums%C3%A4tze-der-OOH-Medien-2016.pdf
- Nielsen(2017). Bruttoumsätze der OOH-Medien. [Online] Retrieved from https://www.faw-ev.de/wp-content/uploads/2017/04/Nielsen_Bruttoums%C3%A4tze-OOH-Medien-2016.pdf

3) 일본 옥외광고 현황

일본 해외통신원 박미경

2017년 2월 23일 ‘2016년 일본의 광고비’가 발표된 내용을 근거로 각 광고 시장의 최신 동향에 대하여 ‘덴츠(dents) 종합 연구소의 키타하라 토시유키(北原利行)가 해설한 내용을 활용하여 정리한다.

표 3-11. 매체별 ‘일본의 광고비’(2014–2016)

광고비 매체	광고비(억엔)			전년대비(%)		구성비(%)		
총광고비	61522	61710	62880	100.3	101.9	100.0	100.0	100.0
4대언론매체	29393	28699	28596	97.6	99.6	47.8	46.5	45.5
신문	6057	5679	5431	93.8	95.6	9.8	9.2	8.6
잡지	2500	2443	2223	97.7	91.0	4.1	4.0	3.5
라디오	1272	1254	1285	98.6	102.5	2.1	2.0	2.1
텔레비전	19564	19323	19657	98.8	101.7	31.8	31.3	31.3
지상파 텔레비전	18347	18088	18374	98.6	101.6	29.8	29.3	29.2
위성 미디어 관련	1217	1235	1283	101.5	103.9	2.0	2.0	2.1
인터넷 광고비	10519	11594	13100	110.2	113.0	17.1	18.8	20.8
매체비	8245	9194	10378	111.5	112.9	13.4	14.9	16.5
광고제작비	2274	2400	2722	105.5	113.4	3.7	3.9	4.3
프로모션 미디어 광고비	21610	21417	21184	99.1	98.9	35.1	34.7	33.7
옥외광고	3171	3188	3194	100.5	100.2	5.1	5.2	5.1
교통	2054	2044	2003	99.5	98.0	3.3	3.3	3.2
전단지	4920	4687	4450	95.3	94.9	8.0	7.6	7.1
DM	3923	3829	3804	97.6	99.3	6.4	6.2	6.0
무료잡지 · 신문	2316	2303	2267	99.4	98.4	3.8	3.7	3.6
POP	1965	1970	1951	100.3	99.0	3.2	3.2	3.1
전화부	417	334	320	80.1	95.8	0.7	0.5	0.5
전시 영상 외	2844	3062	3195	107.7	104.3	4.6	5.0	5.1

주) 2014년부터 텔레비전 미디어 광고비는 ‘지상파 텔레비전+ 위성 미디어 관련’으로 2014년에 소급하여 집계하였다.

출처: 덴츠(<https://dentsu-ho.com/articles/4923>)

일본의 프로모션 미디어 광고비는 2조 1,184억 엔이며, 그 중 옥외광고는 3,194억 엔(100.2%)이다. 광고판 등은 경기의 호조세에 따라 전체적으로 보합세를 보이고 있다. 업종 영향은 수년 째 고정화되어 있는데 정보통신, 음료, 수입차, 음악, 프로그램 광고, 영화 광고 등에 집중되어 있다. 또한 통신 기기 광고도 두드러졌다. 옥외광고비의 추정 범위에는 광고판, 네온사인, LED, 옥외비전 등 옥외광고 제작비와 게시비용이 포함되어 있다.

- 네온 · LED : 최근 옥외광고는 네온에서 LED로의 전환이 주로 이루어지고 있다. LED는 전년부터 계속 증가하는 추세에 있으며, 간판관리 · 보수작업등도 증가하였다.
- 옥외비전 : 일반적인 광고주인 음악과 의류 브랜드의 상승세가 눈에 띈다. 또한 스마트폰 어플리케이션과 엔터테인먼트 계열 스폰서도 동일하게 상승하고 있다.
- 경기장 간판 : 연간 계약 광고주들의 지속 계약이 계속 이루어지고 있지만 전년부터 계속 동일한 양상을 보이고 있다.
- 상업시설 간판 : 각 상업 시설에서는 연중 개최되는 각종 이벤트나 행사에서의 협찬과 콜라보레이션이 증가하면서 활황을 보여주고 있다.

교통광고는 2,003억엔(98.0%)이다. 차내 · 역 구내의 디지털 사이니지는 관서 · 중부 지역에서 신규 설치가 이루어지고 있는 등 전년에 비하여 꾸준히 성장하고 있는 추세이다. 차내에 비전 등을 탑재하는 차량 수도 증가하고 있다. 한편, 전차 · 버스 등의 중앙 통로 천장에 거는 광고(일본에서는 나카즈리(中づり), 창문 위나 출입문 옆, 예 설치되었던 종이 매체를 통한 광고는 감소하였다. 공항에 설치하는 광고 등은 최근 몇 년 동안 인바운드 관광객 등의 증가로 인한 상승세를 유지하였으나 게시 범위가 한정되면서 증가 수준은 미미한 수준에 그쳤다. 업종별로는 음료, 주류가 전년 대비 호조가 반동되면서 감소하였으나 가전, 인재계는 증가하였다.

전시 · 영상 기타 등의 광고비는 3,195억 엔(104.3%)이다. 관광 입국 증가를 위한 대처 방안, 방일 관광객의 증가, 인프라 정비에 의한 각종 시설의 리노베이션 등으로 경기가 좋아진 영향을 받은 것으로 보인다. 또한 ‘홋카이도 신칸센’ 개통, ‘2020년 도쿄 올림픽 · 패럴림픽의 엠블럼 결정’, ‘이세시마 정상회담’ 등의 개최, 선거권 연령이 18세 이상이 된 첫 국정 선거(참의원 선거), ‘리우데자네이루 올림픽 · 패럴림픽’ 등 굵직한 행사 등의 영향으로 증가한 것으로 보인다.

역과 직결하는 버스터미널 오픈, 공항시설 등 인프라 증가, 수입브랜드 샵의 환경 연출과 주요 도시의 역 터미널 주변 등 재개발에 따른 대형 복합 상업 시설 리모델링, 호텔이나 놀

이시설의 리노베이션, 역사박물관, 기업의 프라이빗 쇼나 쇼룸에의 판촉 투자 수요 등 디스플레이 관련 사업은 계속해서 증가하는 추이를 보이고 있다. 영상 관련 광고비는 지방 브랜드 전략 관점에서 동영상이나 영상을 통하여 지역의 매력을 전달하는 관광 홍보 분야가 증가하였다.

지역별로는 나고야 지역에서 자동차뿐만 아니라 IT 관련 광고비가 증가하였다. 또한, 리니어 중앙 신칸센 개통으로 인하여 JR나고야역 주변이 재개발됨으로써 새로운 상업 시설 정비되고 공간 연출 등이 이루어지면서 좋은 분위기가 형성되고 있는 것으로 보인다. 특히 히로시마에서는 오바마 대통령의 방문과 25년 만에 히로시마 커프의 리그 우승에 따른 퍼레이드 실시, 후쿠오카에서는 인바운드 수요가 높은 아시아를 중심으로 하는 관광과 MICE(Meeting, Incentive tour, Convention/Conference, Exhibition) 산업이 고조되고 있다. 큰 지진이 발생하였던 쿠마모토에서도 매장 디스플레이 산업이 급증하였다.

업종별로는 ‘관공서 · 단체’에서 진행하는 공공사업이 증가하는 경향을 보이고 있다. 지방의 유명한 성 등 지역 자산과 연동한 캐릭터 이벤트, 마라톤 대회와 아트 이벤트 등이 계속적으로 실시함으로써 증가 상태를 유지하고 있다.

〈시네 광고〉의 연간 영화의 기대작품(『스타워즈/포스의 각성』, 『요괴워치』(2015년 말 개봉), 『너의 이름은』의 역사적 히트, 『신 고지라』, 『명탐정 코난』등의 관객 동원 수도 42년 만에 1억 8,000만 명을 돌파하면서 시네 광고 등이 급증하였다. 이러한 현상에서 광고주들이 콘텐츠와의 연동을 요구하고 있는 등 시네마 광고를 중심으로 하는 시네마 프로모션의 증가가 경기가 활성화된 요인으로 꼽힌다. 업종별로는 음료나 자동차를 비롯한 통신기기, 통신사업도 증가하는 추세를 보이고 있다. 또한 시네마 콤플렉스(복합 영화관)에서의 가족용 광고도 증가하였다. 4DX, IMAX 등 2차원 이상의 효과를 보여주는 스크린이 증가하면서 앞으로는 이를 활용하는 광고 물량이 기대된다.

참고자료

- <http://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2016/media4.html>
- <<https://dentsu-ho.com/articles/4923>>

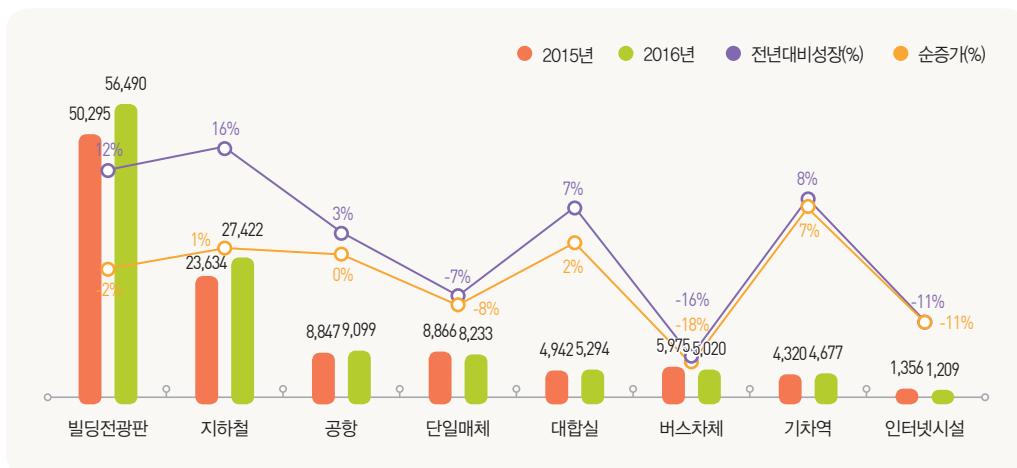
4) 중국 옥외광고 현황

중국 해외통신원 이지행

(1) 영상물광고, 지하철, 대합실 옥외광고 투자

2016년 중국 전체 광고시장 중 옥외광고가 차지하는 비중은 6.71%로 조사되었다(중상산업연구원, www.askci.com) 2016년 중국 옥외광고시장의 가장 큰 특징은 전년대비 지하철 역, 각종대합실, 휴게소, 기차역에 옥외광고의 투자가 다시 상승세를 보였다는 점이다. 대중들이 많이 이용하는 교통수단에 LED광고판, 대형전광판, 선전포스터 등의 옥외광고물을 설치하여 대중에게 상품 및 서비스를 광고하고 있는 것으로 조사되었다. 아울러 택시에 설치되는 LED광고의 투자비율이 2015년 대비 성장했으며 공항에 설치되는 옥외광고 시설은 이미 업계에서는 안정적인 옥외광고 투자로 자리매김 하였다.

그림 3-2. 2016년 전년대비 옥외광고 투자현황



출처: CODC <http://www.codc.com.cn/index.php>

〈그림 3-2〉에서 보는 바와 같이 지하철 옥외광고의 투자가 전년대비 16% 증가로 가장 큰 폭의 증가율을 보였으며 도심지 대형빌딩의 전광판 옥외광고가 전년대비 12%, 기차역 8%, 대합실이 7%의 투자 상승을 기록하였다. 하지만 단일매체 옥외광고, 버스차체 광고는 2015년에 비해 큰 폭으로 하락하였으며 공항에 설치되는 옥외광고 투자비율은 전년과 비슷한 것으로 나타났다.

(2) 2016년 중국 산업별 옥외광고 투자현황

2016년 산업별 옥외광고 투자를 살펴보면 인터넷쇼핑몰, 외식업, 전자산업, 부동산업계에서 옥외광고에 큰 투자를 한 것으로 조사되었다. 상기 언급한 4가지 산업분야 이외의 업체광고는 전년과 비슷한 금액의 투자를 한 것으로 조사되었다.

표 3-12. 2016년 중국 옥외광고 브랜드별 투자액 순위

순위	브랜드	투자액(단위:백만위안)
1	京东(인터넷 쇼핑몰)	3,150
2	天猫网(인터넷 쇼핑몰)	1,987
3	KFC(외식업)	1,877
4	农夫山泉(생수회사)	1,478
5	瓜子二手车只卖网(인터넷 중고차 판매)	1,259
6	搜房(부동산업)	1,258
7	苏宁电器(전자산업)	1,229
8	步步高(전자산업)	1,085
9	简一(인테리어)	1,062
10	饿了吗(배달APP)	952

출처: 중국광고협회 <http://www.china-caa.org/>

2016년 중국 인터넷쇼핑몰 시장은 약12조 위안으로 중국 전체 인터넷 교역의 54.9%를 차지했다. 과거 타오바오(淘宝)가 인터넷 쇼핑의 독보적인 존재였다면 최근 JD(京东)이 중국 최대의 인터넷 쇼핑몰로 급부상 하고 있다. 아울러 중국에서 지속적으로 인기를 끌고 있는 KFC, 전통적으로 옥외광고시장에서 주목받고 있는 전자상품, 핸드폰 산업은 옥외광고에 지속적으로 큰 투자를 하고 있는 것으로 나타났다(표 3-12). 최근 중국도 우리와 같이 배달업이 큰 각광을 받고 있다. 이는 중국의 물류산업 선진화와 운송업의 동반 성장을 가져왔을 뿐만 아니라 중국 전체 산업의 시장구조에 큰 변화를 예고하고 있다. 따라서 배달전문APP(饿了吗)가 브랜드별 옥외광고 투자 전체 순위 10위를 기록하고 있다.

(3) 결론

2016년 중국 옥외광고의 특징을 살펴보면 첫째, 외식산업과 음료산업 및 전자산업의 지속적인 옥외광고 투자증가, 둘째, 중국 물류산업 발전에 따른 배달업의 옥외광고 투자증가, 셋째, 과거 중국 대중교통의 중추적인 역할을 해왔던 버스차체 옥외광고의 투자하락 및 지하철역, 기차역에 투자되는 옥외광고가 큰 폭의 상승세를 기록하였다는 것을 알 수 있다.

참고문헌

- 중국 국무원 <http://www.gov.cn/>
- CODC <http://www.codc.com.cn/index.php>
- 중상산업연구원 www.askci.com
- 중국광고협회 <http://www.china-caa.org/>



제 4 장

세부 결과표

제 4장 세부 결과표



1. 광고 유형별 산업통계 결과표

1) 벽면 이용 간판 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	989,658	968,432
» 주력 사업		
매체사	28,416	28,181
제작/설치(실사출력 포함)	956,059	935,844
기타	5,182	4,408
» 매출 규모		
10억원 미만	472,500	464,327
10억원 이상 ~ 50억원 미만	345,231	337,315
50억원 이상	171,928	166,790
» 권 역		
서울	201,999	195,016
6대 광역시	283,094	279,301
도지역	504,564	494,115
» 인 원		
1인	477,775	458,870
2~10인	312,595	310,233
11인 이상	199,288	199,329

2) 공연 간판 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	47,090	46,835
» 주력 사업		
매체사	5,682	4,932
제작/설치(실사출력 포함)	40,962	41,458
기타	445	445
» 매출 규모		
10억원 미만	33,094	33,590
10억원 이상 ~ 50억원 미만	13,996	13,246
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	13,768	14,274
6대 광역시	1,910	1,898
도지역	31,411	30,664
» 인 원		
1인	11,042	11,042
2~10인	13,101	13,091
11인 이상	22,946	22,702

3) 옥상 간판 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	173,700	168,372
» 주력 사업		
매체사	69,660	65,360
제작/설치(실사출력 포함)	98,905	97,876
기타	5,135	5,135
» 매출 규모		
10억원 미만	60,334	59,747
10억원 이상 ~ 50억원 미만	108,134	103,392
50억원 이상	5,232	5,232
» 권 역		
서울	48,836	48,044
6대 광역시	53,472	52,766
도지역	71,392	67,561
» 인 원		
1인	52,441	52,362
2~10인	61,463	60,148
11인 이상	59,796	55,861

4) 창문 이용 광고물 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	34,404	34,277
» 주력 사업		
매체사	343	339
제작/설치(실사출력 포함)	32,654	32,532
기타	1,406	1,406
» 매출 규모		
10억원 미만	27,171	27,070
10억원 이상 ~ 50억원 미만	5,704	5,678
50억원 이상	1,530	1,530
» 권 역		
서울	4,692	4,669
6대 광역시	10,305	10,262
도지역	19,407	19,347
» 인 원		
1인	19,501	19,474
2~10인	12,293	12,194
11인 이상	2,609	2,610

5) 철도역 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	20,818	20,781
» 주력 사업		
매체사	10,801	10,576
제작/설치(실사출력 포함)	8,308	8,497
기타	1,709	1,709
» 매출 규모		
10억원 미만	6,156	6,120
10억원 이상 ~ 50억원 미만	7,206	7,206
50억원 이상	7,456	7,456
» 권 역		
서울	9,190	8,965
6대 광역시	6,992	6,992
도지역	4,636	4,824
» 인 원		
1인	-	-
2~10인	9,322	9,286
11인 이상	11,496	11,496

6) 지하철역 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	172,735	151,841
» 주력 사업		
매체사	104,262	108,031
제작/설치(실사출력 포함)	65,734	41,070
기타	2,740	2,740
» 매출 규모		
10억원 미만	63,333	60,547
10억원 이상 ~ 50억원 미만	85,329	67,006
50억원 이상	24,073	24,288
» 권 역		
서울	89,118	64,873
6대 광역시	46,835	49,866
도지역	36,782	37,102
» 인 원		
1인	45,615	18,350
2~10인	55,802	61,958
11인 이상	71,318	71,533

7) 지하도 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	7,622	7,623
» 주력 사업		
매체사	3,716	3,712
제작/설치(실사출력 포함)	603	608
기타	3,303	3,303
» 매출 규모		
10억원 미만	6,194	6,195
10억원 이상 ~ 50억원 미만	1,324	1,324
50억원 이상	104	104
» 권 역		
서울	4,671	4,671
6대 광역시	1,143	1,139
도지역	1,808	1,813
» 인 원		
1인	425	425
2~10인	2,193	2,194
11인 이상	5,004	5,004

8) 공항 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	53,705	54,009
» 주력 사업		
매체사	42,763	43,067
제작/설치(실사출력 포함)	10,943	10,943
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	16,649	16,483
10억원 이상 ~ 50억원 미만	-	-
50억원 이상	37,056	37,527
» 권 역		
서울	27,780	27,589
6대 광역시	23,407	23,902
도지역	2,518	2,518
» 인 원		
1인	-	-
2~10인	14,933	14,766
11인 이상	38,772	39,243

9) 버스 터미널 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	66,540	65,938
» 주력 사업		
매체사	33,201	33,277
제작/설치(실사출력 포함)	7,838	7,160
기타	25,500	25,500
» 매출 규모		
10억원 미만	37,244	37,303
10억원 이상 ~ 50억원 미만	23,496	22,835
50억원 이상	5,800	5,800
» 권 역		
서울	34,731	34,731
6대 광역시	8,710	8,710
도지역	23,099	22,497
» 인 원		
1인	8,630	8,630
2~10인	17,237	16,633
11인 이상	40,673	40,674

10) 항만 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	1,834	1,836
» 주력 사업		
매체사	-	-
제작/설치(실사출력 포함)	1,834	1,836
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	1,834	1,836
10억원 이상 ~ 50억원 미만	-	-
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	-	-
6대 광역시	1,746	1,746
도지역	87	90
» 인 원		
1인	-	-
2~10인	1,746	1,746
11인 이상	87	90

11) 고속도로 휴게소 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	12,748	12,893
» 주력 사업		
매체사	727	871
제작/설치(실사출력 포함)	12,021	12,022
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	9,639	9,640
10억원 이상 ~ 50억원 미만	3,109	3,253
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	10,709	10,815
6대 광역시	1,646	1,646
도지역	392	433
» 인 원		
1인	-	-
2~10인	9,860	9,898
11인 이상	2,888	2,995

12) 철도 차량 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	10,714	10,714
» 주력 사업		
매체사	-	-
제작/설치(실사출력 포함)	62	62
기타	10,652	10,652
» 매출 규모		
10억원 미만	-	-
10억원 이상 ~ 50억원 미만	10,714	10,714
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	10,652	10,652
6대 광역시	62	62
도지역	-	-
» 인 원		
1인	-	-
2~10인	-	-
11인 이상	10,714	10,714

13) 지하철 차량 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	84,533	85,908
» 주력 사업		
매체사	70,394	71,769
제작/설치(실사출력 포함)	14,043	14,043
기타	96	96
» 매출 규모		
10억원 미만	10,811	9,097
10억원 이상 ~ 50억원 미만	25,663	27,476
50억원 이상	48,059	49,335
» 권 역		
서울	56,145	57,421
6대 광역시	14,065	13,485
도지역	14,324	15,002
» 인 원		
1인	2,143	429
2~10인	20,239	22,052
11인 이상	62,151	63,427

14) 버스 차량(대중교통) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	118,441	118,235
» 주력 사업		
매체사	98,723	98,517
제작/설치(실사출력 포함)	19,718	19,718
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	8,895	8,896
10억원 이상 ~ 50억원 미만	31,639	27,737
50억원 이상	77,906	81,603
» 권 역		
서울	12,942	11,654
6대 광역시	75,191	78,333
도지역	30,308	28,248
» 인 원		
1인	2,210	2,210
2~10인	24,862	20,958
11인 이상	91,369	95,067

15) 버스 차량(일반차량) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	3,117	3,409
» 주력 사업		
매체사	1,067	1,287
제작/설치(실사출력 포함)	1,976	2,048
기타	74	74
» 매출 규모		
10억원 미만	988	966
10억원 이상 ~ 50억원 미만	2,129	2,443
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	92	92
6대 광역시	425	411
도지역	2,600	2,906
» 인 원		
1인	-	-
2~10인	3,092	3,383
11인 이상	25	26

16) 자동차(택시) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	23,179	22,976
» 주력 사업		
매체사	20,532	20,542
제작/설치(실사출력 포함)	2,647	2,434
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	10,653	10,484
10억원 이상 ~ 50억원 미만	12,526	12,492
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	6,681	6,681
6대 광역시	5,942	5,952
도지역	10,556	10,343
» 인 원		
1인	1,198	1,194
2~10인	15,297	15,098
11인 이상	6,685	6,685

17) 자동차(일반차량) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	28,010	23,445
» 주력 사업		
매체사	18,838	15,548
제작/설치(실사출력 포함)	9,172	7,897
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	3,777	3,663
10억원 이상 ~ 50억원 미만	6,250	5,140
50억원 이상	17,983	14,643
» 권 역		
서울	5,370	4,566
6대 광역시	14,265	11,692
도지역	8,375	7,188
» 인 원		
1인	19,808	15,896
2~10인	2,730	2,885
11인 이상	5,472	4,664

18) 기타 교통수단(비행기, 선박 등) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	5,570	5,918
» 주력 사업		
매체사	4,119	4,487
제작/설치(실사출력 포함)	1,452	1,431
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	1,220	1,199
10억원 이상 ~ 50억원 미만	4,350	4,719
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	-	-
6대 광역시	1,189	1,189
도지역	4,381	4,729
» 인 원		
1인	21	-
2~10인	1,563	1,932
11인 이상	3,987	3,987

19) 버스승강장(버스쉘터) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	49,350	49,357
» 주력 사업		
매체사	28,396	28,360
제작/설치(실사출력 포함)	19,004	19,048
기타	1,950	1,950
» 매출 규모		
10억원 미만	31,738	31,744
10억원 이상 ~ 50억원 미만	16,712	16,712
50억원 이상	900	900
» 권 역		
서울	1,564	1,564
6대 광역시	13,340	13,303
도지역	34,446	34,489
» 인 원		
1인	1,731	1,731
2~10인	31,578	31,585
11인 이상	16,040	16,040

20) 택시승강장(택시쉘터) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	2,410	2,420
» 주력 사업		
매체사	946	946
제작/설치(실사출력 포함)	1,385	1,395
기타	78	78
» 매출 규모		
10억원 미만	1,578	1,589
10억원 이상 ~ 50억원 미만	831	831
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	55	55
6대 광역시	1,430	1,441
도지역	924	924
» 인 원		
1인	704	718
2~10인	866	862
11인 이상	839	839

21) 노선버스 안내 표지판 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	11,634	11,851
» 주력 사업		
매체사	146	146
제작/설치(실사출력 포함)	9,533	9,749
기타	1,955	1,955
» 매출 규모		
10억원 미만	9,174	9,391
10억원 이상 ~ 50억원 미만	2,460	2,460
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	5,064	5,064
6대 광역시	947	1,162
도지역	5,624	5,625
» 인 원		
1인	514	729
2~10인	1,844	1,844
11인 이상	9,276	9,278

22) 지정벽보판 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	4,029	4,016
» 주력 사업		
매체사	3,662	3,662
제작/설치(실사출력 포함)	364	352
기타	2	2
» 매출 규모		
10억원 미만	1,771	1,766
10억원 이상 ~ 50억원 미만	37	29
50억원 이상	2,220	2,220
» 권 역		
서울	23	23
6대 광역시	3,733	3,724
도지역	273	269
» 인 원		
1인	62	62
2~10인	1,714	1,701
11인 이상	2,253	2,253

23) 현수막지정게시대 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	27,918	27,953
» 주력 사업		
매체사	4,184	4,169
제작/설치(설사출력 포함)	23,298	23,339
기타	436	446
» 매출 규모		
10억원 미만	10,287	10,187
10억원 이상 ~ 50억원 미만	11,025	11,161
50억원 이상	6,606	6,606
» 권 역		
서울	1,042	1,041
6대 광역시	8,435	8,409
도지역	18,441	18,503
» 인 원		
1인	9,701	9,715
2~10인	12,971	13,005
11인 이상	5,245	5,234

24) 육교현판 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	853	856
» 주력 사업		
매체사	-	-
제작/설치(설사출력 포함)	853	856
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	436	439
10억원 이상 ~ 50억원 미만	418	418
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	75	75
6대 광역시	107	107
도지역	671	674
» 인 원		
1인	449	449
2~10인	229	232
11인 이상	174	174

25) 지상변압기함 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	4,702	4,799
» 주력 사업		
매체사	2,332	2,332
제작/설치(실사출력 포함)	976	1,074
기타	1,393	1,393
» 매출 규모		
10억원 미만	4,702	4,799
10억원 이상 ~ 50억원 미만	-	-
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	1,558	1,656
6대 광역시	277	277
도지역	2,866	2,866
» 인 원		
1인	976	1,074
2~10인	2,093	2,093
11인 이상	1,632	1,632

26) 전자게시대 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	1,869	1,943
» 주력 사업		
매체사	1,658	1,734
제작/설치(실사출력 포함)	211	209
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	224	221
10억원 이상 ~ 50억원 미만	315	315
50억원 이상	1,330	1,407
» 권 역		
서울	509	585
6대 광역시	964	964
도지역	395	393
» 인 원		
1인	19	19
2~10인	200	198
11인 이상	1,649	1,726

27) 가로등현수기 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	5,237	5,133
» 주력 사업		
매체사	4	4
제작/설치(실사출력 포함)	5,174	5,070
기타	59	59
» 매출 규모		
10억원 미만	2,570	2,565
10억원 이상 ~ 50억원 미만	2,667	2,569
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	283	283
6대 광역시	813	819
도지역	4,141	4,031
» 인 원		
1인	1,146	1,138
2~10인	2,895	2,800
11인 이상	1,196	1,196

28) 기타공공시설물 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	6,928	6,865
» 주력 사업		
매체사	1,435	1,372
제작/설치(실사출력 포함)	5,276	5,276
기타	217	217
» 매출 규모		
10억원 미만	4,237	4,193
10억원 이상 ~ 50억원 미만	2,505	2,505
50억원 이상	186	167
» 권 역		
서울	2,591	2,527
6대 광역시	72	72
도지역	4,265	4,265
» 인 원		
1인	484	440
2~10인	1,456	1,456
11인 이상	4,987	4,969

29) 지주이용간판 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	84,136	71,015
» 주력 사업		
매체사	3,751	3,115
제작/설치(실사출력 포함)	77,327	66,967
기타	3,058	933
» 매출 규모		
10억원 미만	19,051	18,470
10억원 이상 ~ 50억원 미만	61,647	49,270
50억원 이상	3,438	3,275
» 권 역		
서울	12,342	3,930
6대 광역시	4,944	4,433
도지역	66,850	62,652
» 인 원		
1인	36,797	24,836
2~10인	35,071	34,548
11인 이상	12,268	11,631

30) 기금조성광고 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	52,023	52,088
» 주력 사업		
매체사	37,066	37,187
제작/설치(실사출력 포함)	13,535	13,479
기타	1,422	1,422
» 매출 규모		
10억원 미만	30,436	30,411
10억원 이상 ~ 50억원 미만	8,744	8,694
50억원 이상	12,842	12,982
» 권 역		
서울	11,997	12,137
6대 광역시	11,441	11,441
도지역	28,585	28,510
» 인 원		
1인	10,044	10,044
2~10인	26,163	26,088
11인 이상	15,816	15,956

31) 선전탑 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	5,838	5,436
» 주력 사업		
매체사	10	11
제작/설치(실사출력 포함)	5,828	5,425
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	1,865	1,708
10억원 이상 ~ 50억원 미만	3,973	3,728
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	115	115
6대 광역시	631	623
도지역	5,092	4,698
» 인 원		
1인	2,176	2,094
2~10인	2,335	2,022
11인 이상	1,327	1,320

32) 아치광고물 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	3,218	3,182
» 주력 사업		
매체사	2	2
제작/설치(실사출력 포함)	3,216	3,180
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	1,025	988
10억원 이상 ~ 50억원 미만	2,194	2,194
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	61	63
6대 광역시	380	380
도지역	2,777	2,739
» 인 원		
1인	144	127
2~10인	1,300	1,278
11인 이상	1,775	1,776

33) 애드벌룬 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	3,328	2,916
» 주력 사업		
매체사	136	136
제작/설치(실사출력 포함)	3,172	2,760
기타	20	20
» 매출 규모		
10억원 미만	2,342	2,283
10억원 이상 ~ 50억원 미만	986	632
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	254	254
6대 광역시	1,145	1,145
도지역	1,928	1,516
» 인 원		
1인	1,291	1,242
2~10인	1,351	988
11인 이상	686	686

34) 병원(개인병원, 종합병원, 대학병원 등) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	27,609	21,879
» 주력 사업		
매체사	627	501
제작/설치(실사출력 포함)	26,827	21,223
기타	155	155
» 매출 규모		
10억원 미만	4,870	4,928
10억원 이상 ~ 50억원 미만	12,713	6,925
50억원 이상	10,027	10,027
» 권 역		
서울	17,016	11,557
6대 광역시	1,307	1,263
도지역	9,286	9,059
» 인 원		
1인	9,320	3,809
2~10인	15,211	15,115
11인 이상	3,079	2,955

35) 학교(초, 중, 고, 대학교 등) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	12,525	11,847
» 주력 사업		
매체사	391	398
제작/설치(실사출력 포함)	12,043	11,375
기타	90	74
» 매출 규모		
10억원 미만	9,008	8,371
10억원 이상 ~ 50억원 미만	3,517	3,476
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	1,166	962
6대 광역시	2,468	2,012
도지역	8,890	8,873
» 인 원		
1인	6,476	5,986
2~10인	4,592	4,393
11인 이상	1,457	1,468

36) 관공서(시청, 구청, 민원센터 등) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	34,009	34,366
» 주력 사업		
매체사	161	161
제작/설치(실사출력 포함)	32,522	33,304
기타	1,326	901
» 매출 규모		
10억원 미만	8,188	8,343
10억원 이상 ~ 50억원 미만	23,320	23,522
50억원 이상	2,501	2,501
» 권 역		
서울	6,675	6,677
6대 광역시	2,726	2,650
도지역	24,607	25,039
» 인 원		
1인	19,266	19,739
2~10인	9,770	9,651
11인 이상	4,973	4,975

37) 기타공공장소(교회, 장례식장, 화장장 등) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	5,958	5,953
» 주력 사업		
매체사	224	223
제작/설치(실사출력 포함)	5,697	5,692
기타	38	38
» 매출 규모		
10억원 미만	2,277	2,271
10억원 이상 ~ 50억원 미만	1,724	1,724
50억원 이상	1,958	1,958
» 권 역		
서울	1,813	1,812
6대 광역시	586	584
도지역	3,559	3,556
» 인 원		
1인	680	679
2~10인	2,945	2,940
11인 이상	2,334	2,334

38) 극장(영화관, 뮤지컬씨어터 등) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	254,055	249,952
» 주력 사업		
매체사	241,660	237,576
제작/설치(실사출력 포함)	8,752	8,734
기타	3,642	3,642
» 매출 규모		
10억원 미만	11,569	11,546
10억원 이상 ~ 50억원 미만	18,086	18,086
50억원 이상	224,400	220,320
» 권 역		
서울	24,081	9,801
6대 광역시	209,130	219,303
도지역	20,844	20,848
» 인 원		
1인	9,212	9,212
2~10인	3,517	3,494
11인 이상	241,326	237,246

39) 전시장(컨벤션, 미술관 등) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	15,068	15,377
» 주력 사업		
매체사	436	429
제작/설치(실사출력 포함)	11,530	11,844
기타	3,103	3,104
» 매출 규모		
10억원 미만	11,998	12,315
10억원 이상 ~ 50억원 미만	2,909	2,909
50억원 이상	160	152
» 권 역		
서울	10,950	10,942
6대 광역시	971	1,284
도지역	3,147	3,150
» 인 원		
1인	295	294
2~10인	2,013	2,331
11인 이상	12,760	12,752

40) 놀이시설(놀이공원, 워터파크, 카지노 등) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	5,133	5,183
» 주력 사업		
매체사	3,463	3,512
제작/설치(실사출력 포함)	962	963
기타	708	708
» 매출 규모		
10억원 미만	2,484	2,485
10억원 이상 ~ 50억원 미만	481	531
50억원 이상	2,168	2,168
» 권 역		
서울	3,950	3,948
6대 광역시	42	41
도지역	1,141	1,194
» 인 원		
1인	1,227	1,227
2~10인	1,199	1,243
11인 이상	2,707	2,713

41) 숙박시설(호텔, 콘도, 리조트 등) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	36,280	37,678
» 주력 사업		
매체사	18,379	21,029
제작/설치(실사출력 포함)	17,543	16,290
기타	359	359
» 매출 규모		
10억원 미만	7,206	7,166
10억원 이상 ~ 50억원 미만	1,474	1,474
50억원 이상	27,600	29,038
» 권 역		
서울	9,716	8,501
6대 광역시	3,604	3,588
도지역	22,961	25,588
» 인 원		
1인	18,434	21,053
2~10인	16,278	15,053
11인 이상	1,569	1,572

42) 야구장 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	65,324	63,758
» 주력 사업		
매체사	50,455	51,406
제작/설치(실사출력 포함)	14,869	12,353
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	7,760	7,843
10억원 이상 ~ 50억원 미만	15,785	13,404
50억원 이상	41,780	42,511
» 권 역		
서울	45,315	46,182
6대 광역시	15,268	12,835
도지역	4,742	4,742
» 인 원		
1인	2,116	2,116
2~10인	12,851	10,554
11인 이상	50,357	51,088

43) 축구장 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	12,662	12,662
» 주력 사업		
매체사	7,891	7,891
제작/설치(실사출력 포함)	3,420	3,420
기타	1,351	1,351
» 매출 규모		
10억원 미만	8,018	8,018
10억원 이상 ~ 50억원 미만	4,244	4,244
50억원 이상	400	400
» 권 역		
서울	2,340	2,340
6대 광역시	592	592
도지역	9,729	9,729
» 인 원		
1인	1,845	1,845
2~10인	8,143	8,143
11인 이상	2,674	2,674

44) 농구장 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	2,331	2,331
» 주력 사업		
매체사	2,331	2,331
제작/설치(실사출력 포함)	-	-
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	1,881	1,881
10억원 이상 ~ 50억원 미만	450	450
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	407	407
6대 광역시	-	-
도지역	1,924	1,924
» 인 원		
1인	-	-
2~10인	1,924	1,924
11인 이상	407	407

45) 배구장 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	2,894	2,894
» 주력 사업		
매체사	970	970
제작/설치(실사출력 포함)	444	444
기타	1,480	1,480
» 매출 규모		
10억원 미만	1,480	1,480
10억원 이상 ~ 50억원 미만	1,414	1,414
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	759	759
6대 광역시	444	444
도지역	1,691	1,691
» 인 원		
1인	-	-
2~10인	1,924	1,924
11인 이상	970	970

46) 스키장 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	16,812	16,372
» 주력 사업		
매체사	7,998	7,558
제작/설치(실사출력 포함)	2,517	2,517
기타	6,297	6,297
» 매출 규모		
10억원 미만	10,042	10,042
10억원 이상 ~ 50억원 미만	970	970
50억원 이상	5,800	5,360
» 권 역		
서울	9,119	8,679
6대 광역시	1,480	1,480
도지역	6,213	6,213
» 인 원		
1인	-	-
2~10인	7,992	7,992
11인 이상	8,820	8,380

47) 골프장 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	9,445	9,406
» 주력 사업		
매체사	438	503
제작/설치(실사출력 포함)	7,664	7,560
기타	1,343	1,343
» 매출 규모		
10억원 이상 ~ 50억원 미만	6,075	6,032
50억원 이상	100	100
» 권 역		
서울	6,249	6,249
6대 광역시	756	756
도지역	2,440	2,401
» 인 원		
1인	27	27
2~10인	4,444	4,401
11인 이상	4,974	4,978

48) 대형매장(백화점 및 할인마트 등) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	29,127	28,903
» 주력 사업		
매체사	9,461	8,999
제작/설치(실사출력 포함)	16,636	16,874
기타	3,030	3,030
» 매출 규모		
10억원 미만	8,294	8,242
10억원 이상 ~ 50억원 미만	12,939	12,767
50억원 이상	7,894	7,894
» 권 역		
서울	22,516	22,469
6대 광역시	2,529	2,640
도지역	4,082	3,794
» 인 원		
1인	942	942
2~10인	5,606	5,841
11인 이상	22,579	22,119

49) 소매점(커피숍, 편의점, 서비스업소 등) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	73,982	71,398
» 주력 사업		
매체사	15,186	15,167
제작/설치(실사출력 포함)	33,025	30,459
기타	25,771	25,771
» 매출 규모		
10억원 미만	43,786	44,306
10억원 이상 ~ 50억원 미만	23,004	21,985
50억원 이상	7,193	5,107
» 권 역		
서울	30,749	29,374
6대 광역시	10,970	10,844
도지역	32,264	31,179
» 인 원		
1인	10,276	10,286
2~10인	18,580	15,930
11인 이상	45,127	45,182

50) 입간판 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	46,821	42,578
» 주력 사업		
매체사	1,343	1,260
제작/설치(실사출력 포함)	42,975	40,143
기타	2,503	1,175
» 매출 규모		
10억원 미만	18,271	15,634
10억원 이상 ~ 50억원 미만	22,036	20,828
50억원 이상	6,514	6,116
» 권 역		
서울	8,008	6,854
6대 광역시	5,914	4,666
도지역	32,899	31,058
» 인 원		
1인	22,624	19,101
2~10인	14,034	13,321
11인 이상	10,164	10,156

51) 현수막 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	112,063	109,343
» 주력 사업		
매체사	2,571	2,529
제작/설치(실사출력 포함)	106,836	104,500
기타	2,656	2,314
» 매출 규모		
10억원 미만	53,734	52,727
10억원 이상 ~ 50억원 미만	35,801	34,392
50억원 이상	22,528	22,225
» 권 역		
서울	12,131	11,530
6대 광역시	22,630	22,228
도지역	77,301	75,586
» 인 원		
1인	62,987	60,500
2~10인	36,478	35,794
11인 이상	12,597	13,049

52) 벽보 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	2,471	2,040
» 주력 사업		
매체사	74	75
제작/설치(실사출력 포함)	2,397	1,965
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	2,432	2,001
10억원 이상 ~ 50억원 미만	39	39
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	19	19
6대 광역시	474	436
도지역	1,978	1,585
» 인 원		
1인	1,497	1,128
2~10인	893	830
11인 이상	81	81

53) 전단 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	13,420	13,198
» 주력 사업		
매체사	307	302
제작/설치(실사출력 포함)	13,112	12,896
기타	-	-
» 매출 규모		
10억원 미만	7,519	6,850
10억원 이상 ~ 50억원 미만	5,901	6,348
50억원 이상	-	-
» 권 역		
서울	149	120
6대 광역시	7,200	7,203
도지역	6,071	5,874
» 인 원		
1인	4,616	3,879
2~10인	7,199	7,602
11인 이상	1,606	1,717

54) 광고물 출력(실사출력) 매출 (단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년
전체	315,847	303,894
» 주력 사업		
매체사	7,912	7,870
제작/설치(실사출력 포함)	301,428	289,996
기타	6,508	6,028
» 매출 규모		
10억원 미만	120,951	115,144
10억원 이상 ~ 50억원 미만	99,230	101,130
50억원 이상	95,666	87,620
» 권 역		
서울	33,176	28,406
6대 광역시	93,387	94,524
도지역	189,284	180,964
» 인 원		
1인	131,953	122,670
2~10인	124,446	121,812
11인 이상	59,448	59,411

55) 옥외광고 사업체 종사자 현황 (단위 : 명)

구 분	종사자수(명)	비중(%)
전체	43,525	100.0
» 주력 사업		
매체사	6,137	14.1
제작/설치(설사출력 포함)	34,632	79.6
기타	2,755	6.3
» 매출 규모		
10억원 미만	34,531	79.3
10억원 이상 ~ 50억원 미만	7,401	17.0
50억원 이상	1,593	3.7
» 권 역		
서울	13,573	31.2
6대 광역시	9,278	21.3
도지역	20,674	47.5
» 인 원		
1인	7,422	17.0
2~10인	17,479	40.2
11인 이상	18,624	42.8

56) 고용형태별 종사자 현황 (단위 : 명)

구 분	정규직	비정규직
전체	37,344	6,181
» 주력 사업		
매체사	5,506	631
제작/설치(설사출력 포함)	29,612	5,020
기타	2,225	529
» 매출 규모		
10억원 미만	30,007	4,523
10억원 이상 ~ 50억원 미만	5,939	1,462
50억원 이상	1,397	196
» 권 역		
서울	11,900	1,673
6대 광역시	7,980	1,299
도지역	17,464	3,209
» 인 원		
1인	7,277	145
2~10인	14,233	3,246
11인 이상	15,833	2,791

57) 성별 종사자 현황 (단위 : 명)

구 분	남자	여자
전체	30,591	12,934
» 주력 사업		
매체사	3,869	2,268
제작/설치(실사출력 포함)	24,956	9,676
기타	1,765	990
» 매출 규모		
10억원 미만	23,936	10,595
10억원 이상 ~ 50억원 미만	5,406	1,995
50억원 이상	1,249	344
» 권 역		
서울	9,705	3,867
6대 광역시	6,363	2,915
도지역	14,522	6,151
» 인 원		
1인	6,766	657
2~10인	11,108	6,371
11인 이상	12,717	5,906

58) 연령대별 종사자 현황 (단위 : 명)

구 분	20대	30대	40대	50대	60대 이상
전체	4,928	10,219	14,136	11,427	2,815
» 주력 사업					
매체사	813	1,910	1,860	1,238	317
제작/설치(실사출력 포함)	3,782	7,521	11,542	9,572	2,216
기타	333	788	735	617	282
» 매출 규모					
10억원 미만	3,601	7,597	11,138	9,876	2,319
10억원 이상 ~ 50억원 미만	1,132	2,200	2,416	1,262	390
50억원 이상	194	422	583	289	105
» 권 역					
서울	1,867	3,466	4,340	3,014	887
6대 광역시	804	2,154	2,513	2,881	926
도지역	2,256	4,599	7,284	5,532	1,002
» 인 원					
1인	389	588	1,838	3,150	1,457
2~10인	938	4,164	6,375	5,446	557
11인 이상	3,601	5,468	5,923	2,830	801

59) 직급별 종사자 현황 (단위 : 명)

구 분	사원	대리/과장급	차/부장급	임원급 (대표포함)
전체	12,993	10,208	7,039	13,285
» 주력 사업				
매체사	2,265	1,822	1,177	873
제작/설치(실사출력 포함)	9,698	7,597	5,365	11,973
기타	1,030	789	497	439
» 매출 규모				
10억원 미만	9,345	7,542	5,577	12,067
10억원 이상 ~ 50억원 미만	3,089	2,154	1,190	969
50억원 이상	560	512	272	248
» 권 역				
서울	4,359	3,632	2,695	2,887
6대 광역시	2,756	1,987	1,344	3,190
도지역	5,878	4,589	2,999	7,207
» 인 원				
1인	620	126	40	6,636
2~10인	4,744	4,305	3,329	5,102
11인 이상	7,630	5,777	3,670	1,547

60) 업무 직군별 종사자 현황 (단위 : 명)

구 분	광고물 (시설)분야	경영지원 분야	기획분야	영업분야	기타분야
전체	16,929	5,413	7,418	3,755	2,587
» 주력 사업					
매체사	1,815	975	1,754	929	462
제작/설치(실사출력 포함)	13,674	4,153	5,322	2,556	1,858
기타	1,440	285	342	270	267
» 매출 규모					
10억원 미만	13,380	4,089	5,529	2,683	1,809
10억원 이상 ~ 50억원 미만	2,999	1,069	1,503	886	671
50억원 이상	550	255	386	186	107
» 권 역					
서울	5,126	1,902	2,982	1,328	1,073
6대 광역시	3,984	1,102	1,331	676	330
도지역	7,819	2,409	3,105	1,751	1,184
» 인 원					
1인	-	-	-	-	-
2~10인	8,828	2,944	3,508	1,729	470
11인 이상	8,101	2,469	3,910	2,026	2,117

61) 1인 기업 담당 업무 비중 (단위 : %)

구 분	광고물 (시설)분야	경영지원 분야	기획분야	영업분야	기타분야
전체	76.8	6.2	6.4	6.4	4.2
» 주력 사업					
매체사	41.0	9.0	24.0	25.0	1.0
제작/설치(실사출력 포함)	79.0	6.0	5.0	6.0	4.0
기타	61.0	3.0	36.0	-	-
» 매출 규모					
10억원 미만	77.0	6.0	6.0	7.0	4.0
10억원 이상 ~ 50억원 미만	73.0	6.0	11.0	7.0	3.0
50억원 이상	92.0	2.0	4.0	1.0	1.0
» 권 역					
서울	76.0	7.0	9.0	8.0	-
6대 광역시	80.0	5.0	6.0	6.0	3.0
도지역	76.0	6.0	6.0	6.0	6.0

62) 2016년도 인력 채용규모 (단위 : 명)

구 분	신입사원		경력사원	
	정규직	비정규직	정규직	비정규직
전체	1,231	333	1,894	489
» 주력 사업				
매체사	98	6	138	22
제작/설치(실사출력 포함)	1,008	323	1,644	458
기타	125	4	112	9
» 매출 규모				
10억원 미만	970	134	1,628	291
10억원 이상 ~ 50억원 미만	204	199	237	24
50억원 이상	57	-	29	174
» 권 역				
서울	216	23	850	138
6대 광역시	368	44	346	22
도지역	647	266	698	329
» 인 원				
1인	202	21	448	-
2~10인	558	128	818	296
11인 이상	471	184	628	193

63) 현재 인력 수준 (단위: %, 점)

구 분	매우 부족	부족	보통	많다	매우 많다	Top2	Botto m2	평균
전체	3.9	20.3	74.2	1.3	0.3	1.6	24.2	2.74
» 주력 사업								
매체사	1.8	21.9	71.2	2.7	2.4	5.1	23.7	2.82
제작/설치(실사출력 포함)	3.8	20.2	74.5	1.3	0.2	1.5	24	2.74
기타	13.5	21	65.2	0.3	-	0.3	34.5	2.52
» 매출 규모								
10억원 미만	3.8	20.5	74.2	1.3	0.2	1.5	24.3	2.74
10억원 이상 ~ 50억원 미만	6.6	15.2	74.8	1.6	1.8	3.4	21.8	2.77
50억원 이상	-	29.7	69.2	-	1.1	1.1	29.7	2.73
» 권 역								
서울	6.5	20.2	70.8	1.9	0.6	2.5	26.7	2.70
6대 광역시	1.5	21.4	75.6	1.3	0.2	1.5	22.9	2.77
도지역	4.1	19.8	74.7	1.2	0.2	1.4	23.9	2.74
» 인 원								
1인	4	20.9	74.5	0.6	-	0.6	24.9	2.72
2~10인	3.4	19.8	73.8	2.6	0.4	3	23.2	2.77
11인 이상	6	17.9	71.9	2.2	2	2.4	23.9	2.76

64) 내년도 인력 채용 수준 (단위: %, 점)

구 분	매우 부족	부족	보통	많다	매우 많다	Top2	Botto m2	평균
전체	3.0	5.7	83.8	7.2	0.3	7.5	8.7	2.96
» 주력 사업								
매체사	3.5	6.9	83.2	5.6	0.8	6.4	10.4	2.93
제작/설치(실사출력 포함)	3.1	5.5	84.2	7.0	0.2	7.2	8.6	2.96
기타	-	11.1	72.1	16.8	-	16.8	11.1	3.06
» 매출 규모								
10억원 미만	3.1	5.5	84.0	7.2	0.2	7.4	8.6	2.96
10억원 이상 ~ 50억원 미만	2.7	9.5	81.9	5.2	0.7	5.9	12.2	2.92
50억원 이상	-	5.1	82.3	12.6	-	12.6	5.1	3.07
» 권 역								
서울	4.1	10.3	78.8	5.8	1.0	6.8	14.4	2.89
6대 광역시	2.8	4.4	84.8	7.8	0.2	8.0	7.2	2.98
도지역	2.7	4.8	85.0	7.4	0.1	7.5	7.5	2.97
» 인 원								
1인	3.5	5.5	85.4	5.6	-	5.6	9.0	2.93
2~10인	2.5	5.4	82.2	9.2	0.7	9.9	7.9	3.00
11인 이상	1.2	9.7	78.0	10.9	0.2	11.1	10.9	2.99

2. 시·도별 행정통계 결과표

1) 시·도별 옥외광고물 허가·신고 현황 (단위: 건)

지자단체명	합계	벽면 이용 간판	돌출 간판	공연 옥상 간판	지주 이용 간판	공공 시설을 이용 광고물	교통 수단 이용 광고물	교통 수단 이용 광고물			이치 광고물	첨문 이용 광고물	애드 벌룬	입간판	벽보	전단	현수막 기사틀			
								교통	수단 이용 광고물	선전탑										
전 국	1,145,056	343,155	212,377	566	9,570	60,969	45,624	211	8,763	230	26	198	239	87	21,018	9,551	427,806	2,870	1,796	
서울특별시	129,244	72,793	24,780	46	692	1,715	3,443	31	3,261	1	0	4	1	65	9,908	2,184	9,350	423	547	
부산광역시	109,429	30,326	30,574	5	704	3,572	4,085	65	596	0	0	0	0	3	0	4,088	299	34,873	228	11
대구광역시	30,953	14,828	12,525	2	360	1,744	356	2	906	0	0	3	0	1	7	29	50	114	26	
인천광역시	48,616	22,089	16,073	2	469	1,804	6,240	2	300	0	0	0	1	4	170	2	1,371	82	7	
광주광역시	51,372	13,803	10,506	0	445	1,683	3,284	2	413	0	0	1	8	1	5	883	20,024	44	270	
대전광역시	15,343	6,840	6,520	2	220	1,241	84	0	70	0	0	1	0	1	2	7	311	41	3	
울산광역시	23,333	11,150	8,584	0	356	2,303	101	3	21	0	0	2	0	1	0	0	0	407	350	
세종특별자치시	6,687	774	149	0	5	88	5,610	3	4	0	0	0	0	0	0	0	45	8	1	
경기도	196,509	65,246	33,677	8	1,685	12,035	5,606	19	1,303	0	2	7	77	2	2,569	5,654	67,743	647	229	
강원도	36,725	11,152	9,312	3	659	5,051	9,857	4	122	2	1	0	0	0	3	2	468	69	20	
충청북도	53,666	6,304	3,882	1	350	2,861	12	3	164	6	1	3	2	0	224	15	39,714	122	2	
충청남도	53,798	8,665	4,116	1	289	4,145	496	9	141	3	1	3	22	2	66	9	35,708	95	27	
전라북도	38,485	15,829	9,741	3	779	3,642	108	24	453	108	0	2	82	1	135	3	7,354	215	6	
전라남도	40,014	13,294	8,770	480	712	4,296	49	32	382	17	3	120	1	2	0	0	11,405	394	57	
경상북도	108,389	8,087	3,850	6	224	2,470	5,388	5	208	3	0	1	9	3	22	2	87,985	107	19	
경상남도	126,352	21,957	20,361	7	1,076	8,026	905	6	349	52	0	3	31	4	3,377	150	69,899	96	53	
제주특별자치도	76,141	20,018	8,957	0	545	4,293	0	1	70	38	18	48	2	0	442	312	41,099	130	168	

2) 연간(2016년도) 신규 광고물 허가 · 신고 현황 (단위 : 건)

지자체명	합계	벽면 이용 간판	돌출 간판	공연 옥상 간판	지주 이용 간판	공공 시설물 이용 광고물	교통 수단 이용 광고물	교통 시설 이용 광고물	교통 수단 이용 광고물	이자 광고물	창문 이용 광고물	애드 벌룬	입간판	벽보	전단	현수막 기기들		기타			
																현수막 기기들					
전 국	933,133	137,081	89,395	218	2,979	24,215	26,689	159	5,240	359	22	52	408	74	33,005	10,839	618,463	1,763	2,172		
서울특별시	58,689	26,444	9,817	34	169	1,128	997	47	1,716	6	0	0	0	65	3,465	1,803	11,642	34	1,322		
부산광역시	64,340	9,444	8,881	2	219	961	3,207	5	443	0	0	0	3	0	3,556	2,283	35,231	102	3		
대구광역시	6,513	1,333	1,051	0	19	108	178	0	435	1	1	3	1	1	163	536	2,659	12	12		
인천광역시	64,819	12,541	8,773	3	195	1,571	13,648	9	179	1	1	0	73	0	5,124	110	22,551	28	12		
광주광역시	16,607	2,496	1,632	0	66	228	193	0	426	0	0	0	1	0	251	28	11,285	0	1		
대전광역시	8,553	640	2,110	1	18	52	58	0	29	1	0	0	0	1	8	132	5,501	2	0		
울산광역시	8,700	1,607	1,158	0	11	125	81	0	16	0	0	0	1	0	0	0	9	5,230	10	452	
세종특별자치시	1,409	208	27	0	0	17	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1,142	7	1
경기도	255,094	33,181	18,399	112	560	6,341	5,739	21	793	10	4	5	183	3	12,556	5,490	171,281	305	111		
강원도	52,584	7,850	9,136	2	348	3,618	1,955	4	101	4	1	12	0	1,813	22	27,580	66	71			
충청북도	56,395	1,785	1,419	2	49	627	9	1	175	16	3	0	17	0	243	15	51,980	48	6		
충청남도	31,663	3,941	1,679	0	94	1,217	6	4	85	22	3	6	22	0	761	29	23,723	67	4		
전라북도	103,713	20,424	16,950	57	754	4,295	214	43	506	202	4	2	75	2	4,285	115	55,399	350	36		
전라남도	49,081	2,852	1,023	3	78	791	292	13	172	35	0	2	9	1	335	2	43,078	374	21		
경상북도	99,196	2,644	1,898	1	98	1,201	84	4	49	16	0	21	6	1	17	8	92,766	310	72		
경상남도	36,362	4,022	3,589	1	220	1,417	28	7	72	26	0	5	5	0	164	253	26,487	20	46		
제주특별자치도	39,415	5,669	1,853	0	81	518	0	1	40	19	5	7	0	0	264	0	30,928	28	2		

3) 연간(2016년도) 연장광고물허가·신고 현황(단위: 건)

4) 연간(2016년도) 신규 광고물 허가 · 신고 수수료 현황(단위 : 천원)

지자단체명	합계	벽면 이용 간판	돌출 간판	공연 옥상 간판	지주 이용 간판	공공 시설물 이용 광고물	교통 수단 이용 광고물	교통 수단 이용 광고물	이치 선전법 광고물	창문 이용 광고물	애드 벌룬	입간판	벽보	전단	현수막 기시틀		기타	
															현수막 기시틀	현수막 기시틀		
전 국	19,170,344	1,191,265	1,365,484	2,295	926,099	394,678	564,828	9,055	90,438	1,318	62	354	4,882	295	190,402	72,463	14,208,491	102,154 45,751
서울특별시	1,216,089	216,141	278,925	1,314	224,371	28,202	6,937	5,592	21,989	0	0	0	0	260	19,582	8,053	392,880	3,882 7,961
부산광역시	903,882	85,142	141,725	28	96,505	15,111	25,931	29	4,654	0	0	0	0	20	0	19,321	19,718	477,941 17,742 16
대구광역시	168,457	11,328	16,802	0	8,663	2,112	4,125	0	9,274	0	5	25	0	4	693	7,511	104,066	1,780 2,070
인천광역시	1,057,232	104,306	100,711	179	29,534	20,543	195,681	693	8,064	0	0	0	0	270	0	27,147	610	563,295 4,180 2,018
광주광역시	296,871	27,768	33,356	0	12,854	5,461	63,912	0	2,138	0	0	0	0	20	0	800	262	150,297 0 5
대전광역시	283,082	10,219	41,922	4	6,531	1,209	1,623	0	1,850	0	0	0	0	4	40	1,907	216,999	775 0
울산광역시	208,445	21,592	13,942	0	1,567	2,636	455	0	184	0	0	0	0	10	0	0	70	167,296 309 385
세종특별자치시	25,430	1,356	285	0	0	266	0	0	276	0	0	0	0	0	0	0	0	12 23,185 45 6
경기도	7,749,167	303,118	240,389	342	215,705	100,975	60,518	339	14,988	39	10	97	2,138	18	70,024	30,781	6,650,371	54,964 4,352
강원도	863,359	61,021	120,061	24	64,255	58,199	55,502	96	3,041	20	5	4	173	0	7,613	111	489,992	2,827 416
충청북도	504,031	10,075	21,735	30	8,861	7,208	9	0	688	15	6	0	222	0	2,231	111	452,648	188 6
충청남도	1,578,173	42,169	18,973	0	15,661	24,928	354	30	3,868	0	4	32	332	0	5,135	369	1,449,551	4,794 11,976
전라북도	2,148,092	195,602	219,320	360	183,050	58,155	3,828	2,128	13,609	781	12	24	1,345	6	33,123	645	1,431,526	4,310 268
전라남도	392,621	16,658	10,027	9	13,155	10,190	50,373	93	861	105	0	3	157	3	1,327	9	288,200	1,338 115
경상북도	656,972	22,898	23,929	0	11,760	18,585	95,489	30	1,297	73	0	96	85	0	166	47	479,431	1,935 1,102
경상남도	932,995	41,923	57,909	6	29,722	33,536	90	42	2,484	211	0	47	110	0	2,409	2249	744,468	2,739 15,062
제주특별자치도	185,496	19,950	25,476	0	3,988	7,363	0	15	1,175	74	20	26	0	0	792	0	126,346	346 4

5) 연간(2016년도) 연장 광고물 허가·신고 수수료 현황(단위 : 천원)

자치단체명	합계	벽면 이용 간판	돌출 간판	공연 간판	옥상 간판	지주 이용 간판	공공 시설을 이용 광고물	교통 수단 이용 광고물	선전용 광고물	이치 광고를 광고물	창문 이용 광고물	애드 벌룬	임간판	벽보	전단	현수막 제시틀	현수막 제시틀	기타		
전 국	2,404,217	545,185	652,059	14,148	890,039	210,387	3,472	173	3,744	8	78	155	0	2	3	32,537	4,9233	2,987		
서울특별시	490,697	87,974	139,974	1,412	234,103	11,619	2,084	2	1,119	0	20	0	0	0	0	0	3,502	7,679	1,209	
부산광역시	256,953	58,104	109,677	20	62,441	17,932	1,124	4	92	0	0	0	0	0	0	0	2,328	5,184	48	
대구광역시	149,919	32,837	40,554	25	60,870	7,227	0	0	138	0	0	0	0	0	0	0	1,492	6,601	176	
인천광역시	116,064	24,596	30,470	4	47,246	7,620	36	147	20	0	0	0	0	0	0	0	696	5,228	0	
광주광역시	91,214	15,135	15,941	0	51,807	6,133	116	0	18	0	0	0	0	0	0	0	0	1,953	112	
대전광역시	70,438	22,285	17,844	0	22,180	6,467	0	0	14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,647	0
울산광역시	71,599	24,839	18,177	0	20,253	6,896	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,424	0
세종특별자치시	487	203	105	0	145	34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
경기도	382,220	107,116	115,541	1,421	113,936	32,765	50	2	231	0	0	3	145	0	2	0	972	8,739	1,297	
강원도	153,517	29,702	40,554	10,665	41,469	28,555	50	0	1,098	0	0	0	0	0	0	0	483	933	8	
충청북도	61,745	9,329	5,327	119	17,276	7,629	0	0	16	0	0	0	0	0	0	0	21,670	379	0	
충청남도	76,143	21,049	8,179	0	33,635	11,492	6	0	2	0	0	0	10	0	0	0	0	1,770	0	
전라북도	164,747	37,890	35,331	78	74,681	14,938	3	0	53	0	0	0	0	0	0	0	368	1,405	0	
전라남도	77,315	15,212	13,984	6	36,412	9,654	0	0	429	0	8	0	0	0	0	0	69	1,460	81	
경상북도	52,237	14,074	11,848	42	13,073	11,136	0	0	326	8	0	0	0	0	0	0	865	857	8	
경상남도	156,224	35,976	37,888	357	53,093	24,878	3	18	118	0	0	16	0	0	0	0	93	3,757	47	
제주특별자치도	32,696	8,865	10,685	0	7,417	5,411	0	0	60	0	0	39	0	0	0	3	0	217	0	

6) 안전점검 대상 옥외광고물 현황 (단위 : 건)

지침단체명	합계	벽면 이용 간판	돌출 간판	공연 간판	옥상 간판	지주 이용 간판	공공 시설 이용 광고물	교통 수단 이용 광고물	선전판	이자 광고물	애드 벌룬	현수막	현수막 게시판	기타	
전 국	111,917	23,321	61,302	19	3,674	18,651	528	2	1	2	15	410	3,910	80	
서울특별시	7,166	1,166	5,135	11	298	383	8	0	0	0	0	53	108	4	
부산광역시	9,024	1,653	6,269	1	169	877	2	1	1	0	0	1	50	0	
대구광역시	3,471	956	2,035	0	104	339	0	0	0	1	0	0	2	34	0
인천광역시	5,543	1,255	3,542	0	157	559	0	0	1	0	0	0	0	29	0
광주광역시	3,214	760	1,919	0	127	389	1	0	0	0	0	2	0	15	1
대전광역시	2,830	551	1,931	0	50	288	0	0	0	0	0	0	0	10	0
울산광역시	8,454	2,570	4,266	0	253	1,134	6	0	0	0	0	0	200	25	0
세종특별자치시	60	27	16	0	1	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0
경기도	32,688	6,620	19,573	4	1,012	5,336	21	0	0	0	0	5	9	94	14
강원도	11,881	2,570	5,880	0	523	2,763	0	0	0	0	0	0	129	15	1
충청북도	1,226	282	479	1	54	395	1	0	0	2	2	1	7	2	
충청남도	2,246	696	745	0	70	676	0	0	0	0	1	1	57	0	
전라북도	11,087	1,626	3,693	1	313	1,970	15	0	0	0	0	7	3,408	54	
전라남도	1,526	322	639	0	115	400	0	0	0	0	0	0	47	3	
경상북도	1,688	511	549	0	58	559	1	0	0	0	3	1	6	0	
경상남도	8,391	1,559	3,690	1	312	2,342	473	1	0	0	2	6	4	1	
제주특별자치도	1,422	197	941	0	58	225	0	0	0	0	0	0	1	0	

7) 옥외광고를 안전점검 실시 현황 (단위 : 건 / %)

지자체별 대상광고물	안전점검			인전점검		
	실시	합격	불합격	합격률		
전 국	111,917	76,796	76,556	240	99.7%	
서울특별시	7,166	6,772	6,679	93	98.6%	
부산광역시	9,024	8,964	8,957	7	99.9%	
대구광역시	3,471	3,384	3,384	0	100.0%	
인천광역시	5,543	5,608	5,564	44	99.2%	
광주광역시	3,214	3,214	3,212	2	99.9%	
대전광역시	2,830	2,806	2,803	3	99.9%	
울산광역시	8,454	3,488	3,484	4	99.9%	
세종특별자치시	60	60	60	0	100.0%	
경기도	32,688	12,641	12,629	12	99.9%	
강원도	11,881	6,196	6,195	1	100.0%	
충청북도	1,226	840	840	0	100.0%	
충청남도	2,246	2,401	2,390	11	99.5%	
전라북도	11,087	8,400	8,398	2	100.0%	
전라남도	1,526	2,351	2,343	8	99.7%	
경상북도	1,688	2,121	2,120	1	100.0%	
경상남도	8,391	6,128	6,076	52	99.2%	
제주특별자치도	1,422	1,422	1,422	0	100.0%	

8) 불법 고정광고물 행정처분 현황 (단위 : 건 / 천원)

지자체명	철거	계고	부과건	이행강제금			고발	영업정지 및 폐쇄	기타
				부과액	수납액	징수율			
전 국	83,968	18,206	1,896	1,983,136	1,465,685	73.9%	18	2	9
서 울 특 별 시	8,337	4,575	1,631	1,510,176	1,102,821	73.0%	1	0	0
부 산 광 역 시	4,799	1,264	96	103,609	67,096	64.8%	1	0	0
대 구 광 역 시	751	446	4	19,000	9,000	47.4%	0	0	0
인 천 광 역 시	2,652	531	46	66,025	48,565	73.6%	0	0	0
광 주 광 역 시	80	226	6	16,925	15,000	88.6%	0	0	0
대 전 광 역 시	520	446	23	22,623	16,425	72.6%	0	0	0
울 산 광 역 시	39	218	2	9,000	9,000	100.0%	0	0	0
세종특별자치시	252	1	1	1,600	1,600	100.0%	0	0	0
경 기 도	3,218	2,432	53	84,739	58,289	68.8%	2	0	0
강 원 도	287	1,569	3	1,500	800	53.3%	0	0	9
충 청 북 도	386	51	1	3,400	3,400	100.0%	0	0	0
충 청 남 도	370	652	5	17,458	17,258	98.9%	14	0	0
전 라 북 도	34	334	3	11,700	6,700	57.3%	0	0	0
전 라 남 도	618	1,431	0	0	0		0	0	0
경 상 북 도	1,398	28	3	5,650	5,650	100.0%	0	0	0
경 상 남 도	57,464	913	14	106,140	100,490	94.7%	0	2	0
제주특별자치도	2,763	3,089	5	3,590	3,590	100.0%	0	0	0

9) 불법 유동광고물 행정처분 현황 (단위 : 건 / 천원)

지침단체명	처지	계고	과태료			고발	영업정지 및 폐쇄	기타
			부과건	부과액	수납액			
전 국 국	149,200,437	1,038,302	191,905	72,907,381	46,587,094	63.9%	1,678	3 9
서 울 특 별 시	24,202,065	421,232	96,370	17,550,878	8,566,502	48.8%	64	0 0
부 산 광 역 시	11,714,737	375,320	2,236	7,735,399	3,456,648	44.7%	28	0 0
대 구 광 역 시	15,382,692	1,259	1,061	2,720,505	2,278,450	83.8%	2	0 0
인 천 광 역 시	9,281,048	4,380	4,236	3,228,431	2,627,986	81.4%	258	0 0
광 주 광 역 시	1,145,169	7,529	50,287	12,391,393	5,929,809	47.9%	5	0 5
대 전 광 역 시	1,415,455	1,353	1,099	574,906	457,185	79.5%	2	0 0
울 산 광 역 시	2,573,412	185	565	940,611	807,211	85.8%	6	0 0
세종특별자치시	77,985	255	4	11,900	11,900	100.0%	0	0 0
경 기 도	19,967,037	14,038	21,353	17,892,377	15,327,331	85.7%	1,008	3 3
강 원 도	608,797	76,323	197	910,795	657,961	72.2%	1	0 0
충 청 북 도	40,554,656	164	144	349,298	349,298	100.0%	2	0 0
충 청 남 도	1,049,808	1,298	697	2,904,901	2,257,058	77.7%	87	0 0
전 라 북 도	629,963	204	12,392	949,989	721,197	75.9%	0	0 0
전 라 남 도	877,305	4,919	149	274,846	239,152	87.0%	2	0 0
경 상 북 도	17,621,523	124,715	479	816,222	409,762	50.2%	1	0 0
경 상 남 도	1,897,300	4,220	495	3,536,566	2,371,277	67.1%	188	0 1
제주특별자치도	201,485	908	141	118,368	118,368	100.0%	24	0 0

10) 옥외광고발전기금 재원 항목별 조성액 현황 (단위 : 천원)

지자단체명	합계	행정처리 수수료	과태료	이행강제금	기금광고사업 수익 배분금	일반회계 또는 티기금 전입금	국가 또는 시·도 보조금	기타
전 국 국	35,861,510	5,171,350	16,319,613	1,597,321	2,396,674	6,901,625	546,000	2,928,927
서 울 특 별 시	12,805,112	1,570,405	7,328,542	1,349,995	461,368	1,115,403	200,000	779,399
부 산 광 역 시	2,270,438	299,068	390,000	26,156	60,000	1,166,059	50,000	279,156
대 구 광 역 시	80,825	0	0	0	60,000	20,000	0	825
인 천 광 역 시	2,613,960	294,247	1,168,735	21,345	440,000	281,000	200,000	208,633
광 주 광 역 시	324,040	0	0	0	0	312,401	0	11,639
대 전 광 역 시	836,979	267,567	503,647	1,850	40,000	0	0	23,915
울 산 광 역 시	953,786	163,558	563,878	0	10,000	195,000	0	21,350
세종특별자치시	0	0	0	0	0	0	0	0
경 기 도	7,214,352	1,215,791	2,104,949	10,375	619,810	2,821,747	96,000	345,680
강 원 도	1,101,339	165,240	271,116	300	50,000	601,980	0	12,704
충 청 북 도	0	0	0	0	0	0	0	0
충 청 남 도	2,853,039	427,260	2,318,219	7,560	50,000	50,000	0	0
전 라 북 도	420,325	0	0	0	420,325	0	0	0
전 라 남 도	59,091	0	0	0	20,000	38,000	0	1,091
경 상 북 도	315,486	108,183	20,480	0	125,172	47,036	0	14,615
경 상 남 도	2,876,025	660,031	1,650,047	179,740	40,000	93,000	0	253,206
제주특별자치도	1,136,713	0	0	0	0	160,000	0	976,713

11) 옥외광고발전기금 집행 항목별 현황 (단위 : 천원)

지자체명	합계	옥외광고산업 진흥	불법광고물 정비	광고물등 개선사업	옥외광고사업자 교육 및 지원	광고물등 안전관리	기타
전 국	18,544,798	963,280	4,538,243	8,245,051	221,256	598,972	3,977,997
서울특별시	8,658,834	170,999	1,896,249	4,904,453	0	168,730	1,518,403
부산광역시	2,050,299	264,713	999,664	318,616	792	55,916	410,598
대구광역시	303,146	0	0	296,656	0	0	6,490
인천광역시	497,469	0	153,180	217,501	0	26,691	100,097
광주광역시	273,471	0	273,471	0	0	0	0
대전광역시	311,834	0	95,463	214,530	0	1,841	0
울산광역시	269,911	0	0	269,911	0	0	0
세종특별자치시	0	0	0	0	0	0	0
경기도	2,938,139	207,035	563,975	1,066,832	215,332	249,198	635,768
강원도	1,314,943	0	390,801	112,142	2,000	10,000	800,000
충청북도	0	0	0	0	0	0	0
충청남도	45,430	0	45,430	0	0	0	0
전라북도	373,107	0	0	373,107	0	0	0
전라남도	32,000	0	0	0	0	20,000	12,000
경상북도	170,013	18,431	36,123	52,764	0	57,595	5,100
경상남도	416,103	162,388	83,889	106,987	3,132	9,000	50,708
제주특별자치도	890,100	139,713	0	311,553	0	0	438,834

12) 옥외광고발전기금 조성액 및 누적액 현황 (단위 : 천원)

자치단체명	조성액 (①)	전년도 이월금 (②)	누적액 (③=①+②)	집행액 (④)	2016년 말 잔액 (③-④)
					70,101,588
전 국	35,861,510	52,784,876	88,646,387	18,544,798	
서울특별시	12,805,112	23,207,106	36,012,218	8,658,834	27,353,384
부산광역시	2,270,438	3,082,207	5,352,645	2,050,299	3,302,346
대구광역시	80,825	512,310	593,135	303,146	289,989
인천광역시	2,613,960	3,325,462	5,939,422	497,469	5,441,953
광주광역시	324,040	1,433,381	1,757,421	273,471	1,483,949
대전광역시	836,979	1,660,601	2,497,580	311,834	2,185,746
울산광역시	953,786	1,019,374	1,973,161	269,911	1,703,250
세종특별자치시	0	0	0	0	0
경 기 도	7,214,352	8,461,354	15,675,706	2,938,139	12,737,567
경 원 도	1,101,339	3,187,985	4,289,324	1,314,943	2,974,382
충 청 북 도	0	0	0	0	0
충 청 남 도	2,853,039	521,871	3,374,910	45,430	3,329,481
전 라 북 도	420,325	421,862	842,187	373,107	469,080
전 라 남 도	59,091	90,212	149,303	32,000	117,303
경 상 북 도	315,486	444,020	759,507	170,013	589,493
경 상 남 도	2,876,025	5,417,131	8,293,156	416,103	7,877,052
제주특별자치도	1,136,713	0	1,136,713	890,100	246,613

13) 옥외광고업 등록 사업자 현황 (단위 : 사)

지자체명	기준일(2016.12.31.) 현황			2016년도(1년간) 평균		
	정상	휴업	폐업	신규 등록	폐업	
전 국	15,504	325	23,968	1,331	283	
서울특별시	2,919	46	7,266	237	74	
부산광역시	978	15	1,467	94	29	
대구광역시	935	10	1,223	56	8	
인천광역시	602	21	1,537	63	9	
광주광역시	575	7	758	79	10	
대전광역시	395	3	487	41	12	
울산광역시	293	2	470	22	6	
세종특별자치시	44	0	14	4	1	
경기도	2,656	67	4,410	266	59	
강원도	760	11	1,107	77	8	
충청북도	608	16	827	51	14	
충청남도	680	15	527	57	12	
전라북도	983	6	671	67	1	
전라남도	783	75	919	65	11	
경상북도	1,062	13	752	59	12	
경상남도	977	9	1,203	78	14	
제주특별자치도	254	9	330	15	3	

14) 지자단체 옥외광고 담당공무원 현황 (단위 : 명)

지자단체명	읍/면	옥외광고 담당기간			직급		
		1년 미만	1년 이상 2년 미만	2년 이상	5급	6급	7급
전 국	1,389	724	423	242	215	364	810
서 울 특별시	288	103	102	83	19	59	210
부 산 광역시	86	28	42	16	9	28	49
대 구 광역시	50	28	15	7	4	11	35
인 천 광역시	66	33	23	10	12	20	34
광 주 광역시	37	16	14	7	6	7	24
대 전 광역시	31	15	7	9	4	11	16
울 산 광역시	19	9	7	3	4	5	10
세종특별자치시	4	1	1	2	2	1	1
경 기 도	273	166	66	41	34	73	166
강 원 도	75	43	22	10	15	19	41
충 청 북 도	67	40	22	5	11	13	43
충 청 남 도	60	33	12	15	12	19	29
전 라 북 도	45	24	12	9	11	13	21
전 라 남 도	59	35	14	10	16	16	27
경 상 북 도	64	34	22	8	16	17	31
경 상 남 도	158	111	41	6	37	50	71
제주특별자치도	7	5	1	1	3	2	2



부록 1

옥외광고물 유형 설명

옥외광고 유형별 예시

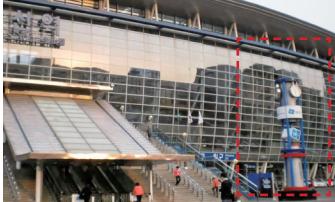
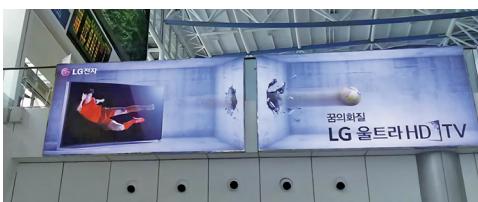


옥외광고물 세부 유형별 예시 (건물부착 광고물)

소분류	세부 광고 유형	광고물 정의 및 예시
건물 벽면에 가로/세로/돌출형태로 부착하는 광고물		
벽면 이용 간판	일반조명	
	네온	
	디지털	
	돌출간판	
공연장 벽면에 부착하는 형태의 광고물		
공연간판	일반조명	
	디지털	

소분류	세부 광고 유형	광고물 정의 및 예시
옥상간판	일반조명	건물 옥상에 설치하는 형태의 광고물 
	네온	
	디지털	
	기타	
창문 이용 광고물	일반 부착형	창문 또는 출입문에 직접 붙이는 형태의 광고물 
	디지털	

옥외광고물 세부 유형별 예시 (교통시설 이용광고)

소분류	세부 광고 유형	광고물 정의 및 예시
철도역사 내·외부에 설치된 광고물		
철도역 광고	철도역 광장 광고	
	외부 일반조명	
	외부 디지털	
	내부 인쇄형 (비조명)	
	내부 라이트박스 (조명)	
	내부 디지털	

소분류	세부 광고 유형	광고물 정의 및 예시
지하철 역사 내·외부에 설치된 광고물		
	외부 일반조명	
	외부 디지털	
	내부 인쇄형 광고(비조명)	
지하철역 광고	내부 라이트박스(조명)	
	내부 디지털	
	스크린도어 인쇄형	
	스크린도어 디지털	
	기타(래핑, 전시 등)	

소분류	세부 광고 유형	광고물 정의 및 예시
지하도 내 · 외부에 설치된 광고물		
지하도 광고	내부 디지털	
	기타(래핑, 전시 등)	
공항 내 · 외부에 설치된 광고물 항만(항구여객터미널) 내 · 외부에 설치된 광고물		
공항 및 항만	외부 일반조명	
	내부 인쇄형 (비조명)	
	내부 라이트박스 광고(조명)	
	내부 디지털	
	광장 광고	
	기타 (래핑 및 전시 등)	

소분류	세부 광고 유형	광고물 정의 및 예시
버스터미널 내·외부에 설치된 광고물		
버스 터미널 광고	버스터미널 광장 광고	
	외부 일반조명	
	외부 디지털	
	내부 인쇄형 (비조명)	
	내부 라이트박스 (조명)	
	내부 디지털	

소분류	세부 광고 유형	광고물 정의 및 예시
고속도로 휴게소에 설치된 공공시설을 이용한 광고물		
고속도로 휴게소	휴게소 광장 광고	
	외부 일반조명	
	외부 디지털	
	내부 인쇄형 (비조명)	
	내부 라이트박스 (조명)	

옥외광고물 세부 유형별 예시 (교통수단 이용광고)

소분류	세부 광고 유형	광고물 예시
KTX, 무궁화호, 새마을호 등 기차의 광고물		
벽면간판	외부 광고	
	내부 인쇄형	
	내부 동영상	
	기타	
도심 내 지하철 등의 광고물		
지하철 차량	외부 광고	
	내부 인쇄형	
	내부 동영상	
	기타	

소분류	세부 광고 유형	광고물 예시
버스차량	시내/시외버스 및 관관, 광고전용버스 등의 광고물	
	외부 옆면 (차도/인도면)광고	
	외부 후면 광고	
	외부 전면 래핑 광고	
	외부 번호판 광고	
	내부 중앙문 광고	
	내부 후면 광고	
	내부 디지털	

소분류	세부 광고 유형	광고물 예시
택시를 이용한 광고물		
택시 광고	외부 광고	
	내부 인쇄형	
	내부 디지털	
탑차, 트럭, 자가용 등을 이용한 광고물		
자동차 (일반차량) 광고	외부 인쇄형	
	외부 디지털	
	내부 인쇄형	
	내부 디지털	
	기타 (프로모션 래핑 등)	

소분류	세부 광고 유형	광고물 예시
비행기의 광고물		
	외부 광고	
기타교통수단 (비행기) 광고	내부 인쇄형	
	내부 디지털	
선박의 광고물		
	외부 광고	
기타교통수단 (선박) 광고	내부 인쇄형 광고	
	내부 동영상 광고	

옥외광고물 세부 유형별 예시 (공공시설물 이용광고)

소분류	세부 광고 유형	광고물 예시
버스 및 택시 승강장	인쇄형 광고	버스승차대, 버스쉘터 등을 이용한 광고물 택시승차대, 택시쉘터 등을 이용한 광고물
	디지털	
	기타	
노선버스 안내 표지판	버스 노선 및 도착시간 등을 알려주는 표지판을 이용한 광고물	
	인쇄형 광고	
지정 벽보판	디지털	
	인쇄형 광고	벽보를 합법적으로 붙이는 광고시설물의 운영대행
	디지털	

소분류	세부 광고 유형	광고물 예시
현수막을 함법적으로 설치하는 게시대의 운영대행		
현수막 지정 게시대	인쇄형 (라이트박스 포함)	
	디지털	
육교의 도로면에 설치하는 광고물		
육교 현판	인쇄형 (라이트박스 포함)	
	디지털	
도로 위의 변압기함을 이용한 광고물		
지상변압기함	인쇄형 (라이트박스 포함)	
	디지털	

소분류	세부 광고 유형	광고물 예시
전자계시대	전자계시대	디지털 게시대를 이용한 광고물
가로등 현수기		가로등에 설치된 접이식 봉에 매달아 노출하는 배너형태의 광고물
기타공공시설물	인쇄형 (라이트박스 포함)	시도조례로 지정된 공공시설물을 이용한 광고물
	디지털	

옥외광고물 세부 유형별 예시 (지면설치 광고)

소분류	세부 광고 유형	광고물 정의 및 예시
건물이 아닌 별도의 지주를 설치하여 부착하는 형태의 광고물		
지주이용 간판	일반 조명	 
	디지털	 
	가림간판 (군사시설 및 건설현장)	 
고속도로 및 일반국도 등에 설치하는 광고물		
선전탑	내부 인쇄형 (비조명)	 
	도로 등 일정한 장소에 설치된 탑형 광고물	
아치광고물	 	
	문틀 형태 또는 반원 형태 등의 광고물	
애드벌룬		
	풍선처럼 공중에 매달거나 띠우는 형태의 광고물	
	고정형	
이동형	 	

옥외광고물 세부 유형별 예시 (공공장소 광고)

소분류	세부 광고 유형	광고물 예시
병원 내·외부에 설치된 광고물		
병원(개인병원, 종합병원, 대학 병원 등)	인쇄형 광고	
	디지털	
학교 내·외부에 설치된 광고물		
학교(초, 중, 고, 대학교 등)	인쇄형 (라이트박스 포함)	
	동영상 광고	
관공서 내·외부에 설치된 광고물		
관공서 (시청, 구청, 민원센터 등)	인쇄형 (라이트박스 포함)	
	디지털	
기타공공장소 내·외부에 설치된 광고물		
기타공공장소 (교회, 장례식장, 화장장 등)	인쇄형 (라이트박스 포함)	
	디지털	

옥외광고물 세부 유형별 예시 (여가시설 내부 광고)

소분류	세부 광고 유형	광고물 정의 및 예시
극장 광고		
극장 광고	로비 인쇄형	
	로비 디지털	
	상영관내 스크린	
	프로모션 (래핑, 전시 등)	
전시장 내부에 설치된 광고물		
전시장 광고	인쇄형 (라이트박스 포함)	
	디지털	
에버랜드, 서울랜드, 워터파크, 수영장, 호텔, 콘도, 리조트 등에 설치된 광고물		
놀이시설 및 숙박시설 광고	인쇄형 (라이트박스 포함)	
	디지털	

옥외광고물 세부 유형별 예시 (스포츠 시설 광고)

소분류	세부 광고 유형	광고물 예시
스포츠 경기장 내·외부에 설치된 광고물		
인쇄형 광고		
디지털		
프로모션 (래핑, 전시 등)		

옥외광고를 세부 유형별 예시 (쇼핑시설 광고)

소분류	세부 광고 유형	광고물 정의 및 예시
대형 매장 광고		
대형 매장 광고	인쇄형 (라이트박스 포함)	<p>대형 쇼핑몰(백화점, 대형마트 등) 내부에 설치된 광고물</p> 
	디지털	
	카트	
	프로모션 (래핑, 전시 등)	
전시장 광고		
전시장 광고	인쇄형 (라이트박스 포함)	<p>전시장 내부에 설치된 광고물</p> 
	디지털	
	기타	

옥외광고를 세부 유형별 예시 (유통 광고)

소분류	세부 광고 유형	광고물 정의 및 예시
	건물벽에 기대거나 지면에 세워두는 형태의 광고물	
입간판(X-배너 포함)		
현수막		
벽보		
전단		



부록 2

조사 설문지

2017 옥외광고통계(사업체 조사)

안녕하세요. 한국지방재정공제회 한국옥외광고센터는 광고관련 통계 정보들을 체계적으로 관리하여 향후 옥외광고산업의 진흥과 경쟁력 강화 및 옥외광고물의 체계적 관리를 위한 정책입안 및 연구개발 자료로 활용하는데 기여하고자 '2017 옥외광고통계' 조사를 수행하고 있습니다. 옥외광고 산업 진흥정책 수립을 위한 기초자료로 활용될 예정이오니 번거롭더라도 꼭 응답을 부탁드립니다.

귀하게서 응답하신 사항은 무기명으로 처리되며 통계 분석의 목적 이외에는 사용되는 일이 없다는 점을 말씀 드립니다. 본 조사에 협주해 주셔서 감사합니다.

2017. 11. 1 ~ 2017. 12. 31.

- 주관기관 : 한국지방재정공제회 한국옥외광고센터
- 조사기관 : (주) 한국리서치 이태훈 차장 02-3014-1074

▣ 본 조사는 사업체 단위로 진행되는 실태조사입니다. 따라서 관계사 전체의 매출액과 인력사항이 아닌, 개별 법인(귀사)에서 발생한 매출액 및 인력 규모에 대해 응답하여 주시기 바랍니다.

I. 주요사업 현황

▣ 귀사의 주력사업에 관해 해당되는 유형의 문항으로 이동하여, 응답을 해 주시기 바랍니다.
 해당 유형에 대한 매출액 응답 이후, 인력 현황에 대해 응답바랍니다.

문1-1. 귀하게서는 옥외광고 사업을 어떻게 하고 계십니까? 귀사의 주력사업을 선택하여 주시기 바랍니다.

- | | | |
|-------------------|-----------------------|---------|
| ① 매체운용사(소유사) | ② 매체대행사(랩사) | ③ 제작/설치 |
| ④ 광고물 실사출력(인쇄 포함) | ⑤ 기타(언론사, 건설, 인테리어 등) | |

문1-2. 현재 귀사에서 제작 또는 대행하고 있는 옥외광고의 종류는 다음 중 무엇인가요? 해당되는 유형을 모두 선택(0 또는 V)해 주시기 바랍니다.

대분류	중분류	선택	번호
건물부착 광고	벽면 이용 간판	→문2-1	
	공연간판	→문2-2	
	옥상간판	→문2-3	
	창문 이용 광고물	→문2-4	
교통시설 이용광고	철도역	→문2-5	
	지하철역	→문2-6	
	지하도	→문2-7	
	공항	→문2-8	
	버스터미널	→문2-9	
	항만	→문2-10	
교통수단 이용광고	고속도로 휴게소	→문2-11	
	철도 차량	→문2-12	
	지하철 차량	→문2-13	
	버스차량 (대중교통)	→문2-14	
	버스차량 (일반차량)	→문2-15	
	자동차 (택시)	→문2-16	
	자동차 (일반차량)	→문2-17	
	기타 교통수단 (버행기·선박 등)	→문2-18	
	버스승강장 (버스쉘터)	→문2-19	
	택시승강장 (택시쉘터)	→문2-20	
공공시설물 이용광고	노선버스 안내 표지판	→문2-21	
	지정벽보판	→문2-22	
	현수막지정계시대	→문2-23	
	육교현판	→문2-24	
	지상변암기판	→문2-25	
	전자계시대	→문2-26	
	가로등현수기	→문2-27	
	기타 (미디어풀·휴지통·벤치·자전거보관대 등)	→문2-28	

대분류	중분류	선택	번호
지면설치 광고	지주이용간판	→문2-29	
	기금조성광고	→문2-30	
	선전탑	→문2-31	
	아치광고물	→문2-32	
	애드벌룬	→문2-33	
공공장소 광고	병원 (개인병원·종합병원·대학병원 등)	→문2-34	
	학교 (초·중·고·대학교 등)	→문2-35	
	관공서 (시청·구청·민원센터 등)	→문2-36	
	기타 공공장소 (교회·장례식장·회장장 등)	→문2-37	
여가시설 내부 광고	극장 (영화관·연극·뮤지컬씨어터 등)	→문2-38	
	전시장 (컨벤션·미술관 등)	→문2-39	
	놀이시설 (놀이공원·워터파크·카지노 등)	→문2-40	
	숙박시설 (호텔·콘도·리조트 등)	→문2-41	
스포츠 시설 광고	야구장	→문2-42	
	축구장	→문2-43	
	농구장	→문2-44	
	배구장	→문2-45	
쇼핑시설 광고	스키장	→문2-46	
	골프장	→문2-47	
	대형매장 (백화점·할인마트 등)	→문2-48	
유동 광고	소매점 (커피숍·편의점·서비스업소 등)	→문2-49	
	입간판	→문2-50	
	현수막	→문2-51	
	벽보	→문2-52	
실사출력	전단	→문2-53	
	광고물 출력	→문2-54	

II. 광고 유형별 매출 현황

☞ 다음은 광고유형에 따른 매출액 관련 질문입니다. 제작 및 대행하고 계시는 광고 유형 해당하는 것에 대해 매출액을 각각 응답해주세요. 제작 관련 업종은 제작 및 설치 매출을, 광고 대행관련 업종은 매체 사용 매출을 기입하여 주시기 바랍니다. 앞의 문1-2에서 응답하신 유형에 대해서만 응답해 주시면 됩니다.

번호	종분류	2016년 (단위 : 백만원)	소분류	2016년 (단위 : 백만원)	2017년 예상 증가율 (변화없음 : 모두 0 기입)	
		매출없음 : 0 잘모름 : X		매출없음 : 0 잘모름 : X	증가(%)	감소(%)
문2-1	벽면 이용 간판		일반조명			
			네온			
			디지털			
			돌출간판			
			기타()			
문2-2	공연간판		일반조명			
			디지털			
문2-3	옥상간판		일반조명			
			네온			
			디지털			
			기타()			
문2-4	창문 이용 광고물		일반 부착형			
			디지털			

번호	종분류	2016년 (단위 : 백만원)	소분류	2016년 (단위 : 백만원)	2017년 예상 증가율 (변화없음 : 모두 0 기입)	
		매출없음 : 0 잘모름 : X		매출없음 : 0 잘모름 : X	증가(%)	감소(%)
문2-5	철도역		철도역 광장 광고			
			외부 일반조명			
			외부 디지털			
			내부 인쇄형(비조명)			
			내부 라이트박스(조명)			
			내부 디지털			
문2-6	지하철역		기타()			
			외부 일반조명			
			외부 디지털			
			내부 인쇄형(비조명)			
			내부 라이트박스(조명)			
			내부 디지털			
			스크린도어 인쇄형			
문2-7	지하도		스크린도어 디지털			
			기타()			
			외부 일반조명			
			외부 디지털			
			내부 인쇄형(비조명)			
			내부 라이트박스(조명)			

번호	종분류	2016년 (단위 : 백만원)	소분류	2016년 (단위 : 백만원)	2017년 예상 증가율 (변화없음 : 모두 0 기입)	
		매출없음 : 0 잘모름 : X		매출없음 : 0 잘모름 : X	증가(%)	감소(%)
문2-8	공항		공항 광장 광고			
			외부 일반조명			
			외부 디지털			
			내부 인쇄형(비조명)			
			내부 라이트박스(조명)			
			내부 디지털			
			기타()			
문2-9	버스터미널		버스터미널 광장 광고			
			외부 일반조명			
			외부 디지털			
			내부 인쇄형(비조명)			
			내부 라이트박스(조명)			
			내부 디지털			
			기타()			
문2-10	항만		항만 광장 광고			
			외부 일반조명			
			외부 디지털			
			내부 인쇄형(비조명)			
			내부 라이트박스(조명)			
			내부 디지털			
			기타()			

번호	종분류	2016년 (단위 : 백만원)	소분류	2016년 (단위 : 백만원)	2017년 예상 증가율 (변화없음 : 모두 0 기입)	
		매출없음 : 0 잘모름 : X		매출없음 : 0 잘모름 : X	증가(%)	감소(%)
문2-11	고속도로 휴게소		휴게소 광장 광고			
			외부 일반조명			
			외부 디지털			
			내부 인쇄형(비조명)			
			내부 라이트박스(조명)			
			내부 디지털			
			기타()			
문2-12	철도 차량		외부			
			내부 인쇄형			
			내부 디지털			
			기타()			
문2-13	지하철 차량		외부			
			내부 인쇄형			
			내부 디지털			
			기타()			
문2-14	버스차량 (대중교통)		외부			
			내부 인쇄형			
			내부 디지털			
			기타()			

번호	종분류	2016년 (단위 : 백만원)	소분류	2016년 (단위 : 백만원)	2017년 예상 증가율 (변화없음 : 모두 0 기입)	
		매출없음 : 0 잘모름 : X		매출없음 : 0 잘모름 : X	증가(%)	감소(%)
문2-15	버스차량 (일반차량)		외부			
			내부 인쇄형			
			내부 디지털			
			기타()			
문2-16	자동차 (택시)		외부			
			내부 인쇄형			
			내부 디지털			
			기타()			
문2-17	자동차 (일반차량)		외부			
			내부 인쇄형			
			내부 디지털			
			기타()			
문2-18	기타교통수단 (비행기,선박등)		외부			
			내부 인쇄형			
			내부 디지털			
			기타()			
문2-19	버스승강장 (버스쉘터)		인쇄형(라이트박스 포함)			
문2-20	택시승강장 (택시쉘터)		디지털			
			인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			

번호	종분류	2016년 (단위 : 백만원)	소분류	2016년 (단위 : 백만원)	2017년 예상 증가율 (변화없음 : 모두 0 기입)	
		매출없음 : 0 잘모름 : X		매출없음 : 0 잘모름 : X	증가(%)	감소(%)
문2-21	노선버스 안내 표지판		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
문2-22	지정복보판		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
문2-23	현수막지정계시대		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
문2-24	옥교현판		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
문2-25	지상변암기함		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
문2-26	전자개시대		–			
문2-27	가로등현수기		–			
문2-28	기타공공시설물 (미디어풀, 휴지통, 벤치, 자전거보관대등)		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			

번호	종분류	2016년 (단위 : 백만원)	소분류	2016년 (단위 : 백만원)	2017년 예상 증가율 (변화없음 : 모두 0 기입)	
		매출없음 : 0 잘모름 : X		매출없음 : 0 잘모름 : X	증가(%)	감소(%)
문2-29	지주이용간판		일반조명			
			디지털			
			가림간판 (군사시설 및 건설현장)			
문2-30	기금조성광고	–				
문2-31	선전탑	–				
문2-32	아치광고물	–				
문2-33	애드벌룬	–				
문2-34	병원 (개인병원, 종합병원, 대학 병원 등)		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			
문2-35	학교 (초, 중, 고, 대학교 등)		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			
문2-36	관광서 (시청, 구청, 민원센터 등)		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			
문2-37	기타공공장소 (교회, 장례식장, 회장장 등)		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			

번호	종분류	2016년 (단위 : 백만원)	소분류	2016년 (단위 : 백만원)	2017년 예상 증가율 (변화없음 : 모두 0 기입)	
		매출없음 : 0 잘모름 : X		매출없음 : 0 잘모름 : X	증가(%)	감소(%)
문2-38	극장 (영화관, 뮤지컬씨어터 등)		로비 인쇄형			
			로비 디지털			
			상영관 내 스크린광고			
			기타()			
문2-39	전시장 (컨벤션, 미술관 등)		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			
문2-40	놀이시설 (놀이공원, 워터파크, 카지 노동)		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			
문2-41	숙박시설 (호텔, 콘도, 리조트 등)		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			
문2-42	야구장		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			

번호	종분류	2016년 (단위 : 백만원)	소분류	2016년 (단위 : 백만원)	2017년 예상 증가율 (변화없음 : 모두 0 기입)	
		매출없음 : 0 잘모름 : X		매출없음 : 0 잘모름 : X	증가(%)	감소(%)
문2-43	축구장		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			
문2-44	농구장		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			
문2-45	배구장		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			
문2-46	스키장		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			
문2-47	골프장		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			

번호	종분류	2016년 (단위 : 백만원)	소분류	2016년 (단위 : 백만원)	2017년 예상 증가율 (변화없음 : 모두 0 기입)	
		매출없음 : 0 잘모름 : X		매출없음 : 0 잘모름 : X	증가(%)	감소(%)
문2-48	대형매장 (백화점 및 할인마트 등)		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			
문2-49	소매점 (커피숍, 편의점, 서비스업 소등)		인쇄형(라이트박스 포함)			
			디지털			
			기타()			
문2-50	입간판		–			
문2-51	현수막		–			
문2-52	벽보		–			
문2-53	전단		–			
문2-54	광고물 출력 (실사 출력)		–			

III. 인력 현황(2016년 12월 31일 기준 종사자수)

▣ 다음은 귀사의 종사자 현황에 대한 문항입니다.

* 대표(사장, 회장 등), 외국인을 포함하여 응답해 주시기 바랍니다.

문3-1. 성별 종사자수 (단위: 명)

구 분	남 자	여 자	총 계
① 정규직 (자영업자, 무급가족종사자도 포함)			
② 비정규직 (일정기간 계약된 계약직 근로자 등) ※ 일용직, 아르바이트, 파트타임 등 제외			
총 계			

문3-2. 연령별 종사자수(전체 종사자수와 동일해야 함)

구 분	20대 (20세~29세)	30대 (30세~39세)	40대 (40세~49세)	50대 (50세~59세)	60세 이상	총 계
① 정규직						
② 비정규직						
총 계						

문3-3. 직급별 종사자수 (전체 종사자수와 동일해야 함)

구 분	사원	대리/과장급	차/부장급	임원급(대표 포함)	총 계
① 정규직					
② 비정규직					
총 계					

문3-4. 업무 직군별 종사자수 (전체 종사자수와 동일해야 함)

구 분	광고물(시설) 분야 (제작·설치·관리 등)	경영지원 분야 (총무인사·재무 등)	기획 분야 (영업지원, 매체기획 등)	영업 분야 (마케팅, 매체판매 등)	기타 분야	총 계
① 정규직						
② 비정규직						
총 계						

* 종사자가 1인 일 경우는 다음의 3-4-1의 업무 담당 비중을 기입하여 주세요.

문3-4-1. 1인 기업일 경우, 담당 업무의 비중을 기입하여 주세요.

구 분	광고물(시설) 분야 (제작·설치·관리 등)	경영지원 분야 (총무인사·재무 등)	기획 분야 (영업지원, 매체기획 등)	영업 분야 (마케팅, 매체판매 등)	기타 분야	총 계
비 중	%	%	%	%	%	100.0%

문3-5. 2016년에 채용하신 인력이 있으시면, 아래에 기입하여 주시기 바랍니다.(단위: 명)

채용인력이 없으시면, 채용 인력 없음을 선택하여 주시기 바랍니다.

2016년 전체 종사자 규모	신입사원		경력사원		총 계
	정규직	비정규직	정규직	비정규직	

⑨ 전년도 신입 및 경력사원 채용 인력 없음

문3-6. 현재 귀사의 인력 수준에 대해 어떻게 생각하나요?

- ① 매우 부족하다 ② 부족하다 ③ 보통이다 ④ 많다 ⑤ 매우 많다

문3-7. 내년의 귀사의 인력 수준은 현 수준에 비해서 어떠할 것으로 예상하십니까?

- ① 대폭 감소 ② 소폭 감소 ③ 현 수준 유지 ④ 소폭 증가 ⑤ 대폭 증가

[응답자 정보]

부서명		성 명	
전화번호	()	이메일주소	
팩스번호	()	사업체명(국문)	
리스트 정보	① 제작사 ② 매체사		

※ 조사에 응해주셔서 감사합니다.

ID							
----	--	--	--	--	--	--	--

2017 옥외광고통계(자치단체 조사)

안녕하세요. 한국지방재정공제회 한국옥외광고센터는 행정안전부와 함께 광고물 관리 관련 행정통계 정보들을 체계적으로 관리하기 위해 ‘2017 옥외광고통계’ 조사를 수행하고 있습니다.

제공해 주시는 자료는 향후 옥외광고산업의 진흥과 경쟁력 강화 및 옥외광고물의 체계적 관리를 위한 정책입안 및 연구개발 자료로 활용하는데 활용됩니다.

귀하게서 응답하신 사항은 무기명으로 처리되며 통계 분석의 목적 이외에는 사용되는 일이 없다는 점을 말씀 드립니다. 본 조사에 협주해 주셔서 감사합니다.

2017. 8. ~ 2017. 9.

● 주관기관 : 한국지방재정공제회 한국옥외광고센터

☞ 작성 시 데이터 산출 기준일은 2016년 12월 31일입니다.

☞ 공문과 함께 배포되는 ‘작성요령’ 을 숙지하시고 작성하여 주시기 바랍니다.

☞ 조사기간 : 2017. 8. 23.(수) ~ 2017. 9. 5.(화)

☞ 자료 제출기관 : 한국지방재정공제회 한국옥외광고센터 연구교육팀

☞ 문의사항 연락처 : 천용석 주임연구원 (02-32754-2822, yscheon@lofa.co.kr)



행 정 안 전 부
생활공간정책과



한국지방재정공제회
한국 옥외광고 센터

문1. 기준일(2016.12.31.) 현재, 광고물의 허가 및 신고 현황

문1-1. 기준일(2016. 12. 31.) 현재, 광고물 허가·신고 현황(단위 : 건) ※ 행정건수 기준

광고물 구분	허가	신고
합계		
벽면 이용 간판	벽면이용간판(가로형)	
	벽면이용간판(세로형)	
	가로형간판_입체형	
돌출간판		
공연간판		
옥상간판		
지주 이용 간판		
공공시설물 이용 광고물		
교통시설 이용 광고물		
교통수단 이용 광고물		
선전탑		
아치광고물		
창문 이용 광고물		
애드벌룬		
입간판		
벽보		
전단		
가로등 현수기		
현수막 게시틀		
전기를 이용하는 광고물		
에어라이트		
기타(유동형)		
기타		
현수막	지정계시대 이용 현수막	
	벽면 이용 현수막	
	지주 이용 현수막	

문1-2. 기준일(2016. 12. 31.) 현재, ‘공공시설물 이용 광고물’ 중 광고물 허가·신고 현황 (단위 : 건) ※ 행정건수 기준

광고물 구분	허가	신고
합계*		
버스승강장		
택시승강장		
현수막 지정계시대		
지정벽보판		
기타		

* 1-2문항의 “합계”는 1-1문항의 “공공시설물 이용 광고물”의 허가·신고 현황과 동일해야 함

문2. 2016년도(2016.1.1.~2016.12.31.) 광고물의 신규·연장 현황

문2-1. 2016년도(2016.1.1.~2016.12.31.) 광고물 허가·신고 현황 (단위 : 건, 원) ※ 행정건수 기준

광고물 구분	신규				연장			
	허가		신고		허가		신고	
	건	수수료	건	수수료	건	수수료	건	수수료
합계								
벽면 이용 간판	벽면이용간판(가로형)							
	벽면이용간판(세로형)							
	가로형간판_입체형							
돌출간판								
공연간판								
옥상간판								
지주 이용 간판								
공공시설물 이용 광고물								
교통시설 이용 광고물								
교통수단 이용 광고물								
선전탑								
아치광고물								
창문 이용 광고물								
애드벌룬								
입간판								
벽보								
전단								
기타								
기타(유동형)								
전기를 이용하는 광고물								
에어라이트								
가로등 현수기								
현수막 계시틀								
현수막	지정계시대 이용 현수막							
	벽면 이용 현수막							
	지주 이용 현수막							

문2-2. 2016년도(2016.1.1.~2016.12.31.) ‘공공시설물 이용 광고물’ 중 광고물 허가·신고 현황(단위 : 건, 원) ※ 행정건수 기준

광고물 구분	신규				연장			
	허가		신고		허가		신고	
	건	수수료	건	수수료	건	수수료	건	수수료
합계*								
버스승강장								
택시승강장								
현수막 지정계시대								
지정벽보판								
기타								

* 2-2문항의 “합계”는 2-1문항의 “공공시설물 이용 광고물”의 현황과 동일해야 함

문3. 2016년도(2016.1.1.~2016.12.31.) 광고물 안전점검 현황

광고물 구분	안전점검(건)	안전점검 대상 광고물 수량(기)
합계		
벽면 이용 간판		
돌출간판		
옥상간판		
지주이용간판		
공공시설물 이용 광고물		
교통시설 이용 광고물		
현수막 지정게시시설*		
애드벌룬		
기타		

* 현수막 지정게시시설은 시·도 및 시·군·구가 운영하는 현수막 지정게시대 및 일반적인 건물등에 설치하는 현수막 게시시설을 모두 포함

문4. 2016년도(2016.1.1.~2016.12.31.) 불법 광고물의 정비 및 행정처분 현황

문4-1. 불법 고정광고물 행정처분 건수 (단위 : 건)

광고물 구분	불법광고물 정비(월거)	계고	이행 강제금	고발	영업정지·폐쇄 (등록취소)	기타
합계						
벽면 이용 간판	가로형					
	세로형					
돌출간판						
공연간판						
옥상간판						
지주이용간판						
공공시설물 이용 광고물						
교통시설 이용 광고물						
교통수단 이용 광고물						
선전탑						
아치광고물						
창문 이용 광고물						
애드벌룬						
기타						

문4-2. 불법 유동광고물 행정처분 건수 (단위 : 건)

광고물 구분	불법광고물 정비(제거)	계고	과태료	고발	영업정지·폐쇄 (등록취소)	기타
합계						
입간판						
에어라이트						
현수막						
벽보						
전단						
기타						

문5. 2016년도(2016.1.1~2016.12.31) 불법 광고물의 행정처분 부과금액 및 납부금액

문5-1. 불법 고정광고물 행정처분(이행강제금) 부과금액 (단위 : 원)

광고물 구분	이행강제금			징수율
	부과	수납	체납	
합계				
벽면 이용 간판	가로형			
	세로형			
돌출간판				
공연간판				
옥상간판				
지주이용간판				
공공시설물 이용 광고물				
교통시설 이용 광고물				
교통수단 이용 광고물				
선전탑				
아치광고물				
창문 이용 광고물				
애드벌룬				
기타				

문5-2. 불법 유동광고물 행정처분(과태료) 부과금액 (단위 : 원)

광고물 구분	과태료			징수율
	부과	수납	체납	
합계				
입간판				
에어라이트				
현수막				
벽보				
전단				
기타				

문6. 자치단체에 조성된 “옥외광고발전기금”의 현황

※ 기금이 설치된 해당 자치단체에 한해 응답

문6-1. 옥외광고발전기금의 조성 재원에 따른 금액 (단위 : 원)

조성 재원	2016년도 조성금액	연말 기준 잔액
합계		
허가·신고/안전점검/사업등록 등 수수료		
과태료		
이행강제금		
기금조성용 옥외광고사업 수익 배분금		
일반회계 또는 다른 기금 전입금		
국가 또는 시·도 보조금		

문6-2. 옥외광고발전기금의 집행 용도에 관한 금액 (단위 : 원)

집행 용도	2016년도 집행 금액
합계	
옥외광고산업의 진흥	
불법광고물 정비	
광고물(간판 등) 개선사업	
옥외광고사업자 등에 대한 교육 및 지원	
광고물등의 안전관리에 관한 사항	
기타	

문7. 옥외광고업 등록 사업자 현황 (단위 : 업체)

기준일(2016.12.31.) 현재			2016년도 (2016.1.1.~2016.12.31.)	
정상	휴업	폐업	신규 등록	폐업

문8. 기준일(2016.12.31.) 현재, 자치단체 옥외광고 담당공무원 현황 (단위 : 명)

급수	소계	1년 미만	1년 이상 ~2년 미만	2년 이상
합계				
5급 이상				
6급				
7급 이하				

[응답자 정보]

자치단체명	시·도 : 시·군·구 :	부서명	
성 명		전화번호	()
이메일주소		팩스번호	()

2017 옥외광고통계

발 행 처 한국지방재정공제회 한국옥외광고센터
서울특별시 마포구 마포대로 136, 18층
(공덕동, 지방재정회관)

TEL: 02-3274-2822

조 사 처 한국리서치 TEL: 02-3014-1074
편집디자인 (주)나눔커뮤니케이션 TEL: 02-333-7136
