제5절 오세아니아권

1. 오세아니아권 광고 시장 개요

2009년 오세아니아 광고 시장은 글로벌 경제위기의 여파로 전년대비 -3.1% 성장한 113억 8,500만 달러를 기록했다. 2010년 오세아니아 광고 시장은 전년대비 7.8% 성장한 122억 7,100만 달러 규모를 형성할 것으로 보이며, 2010~2015년 연평균성장률(CAGR) 7.5%의 성장세가 예상되어 2015년에는 176억 5,700만 달러에 이를 전망이다.

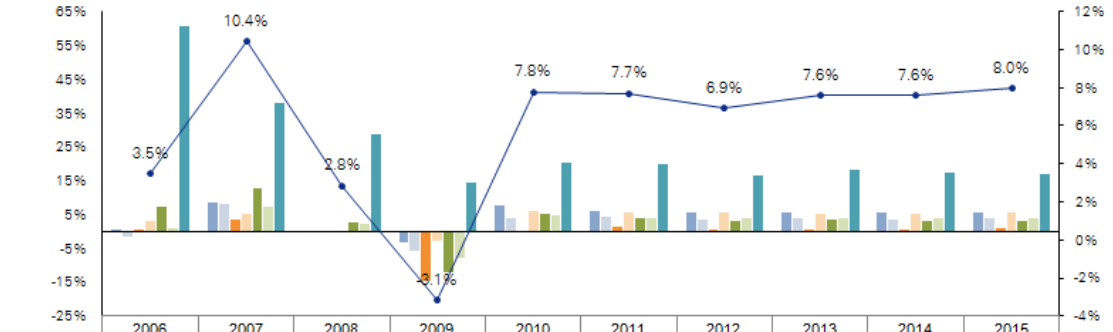
<표 Ⅲ-36> 오세아니아권 광고 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR
TV	3,308	3,327	3,614	3,591	3,473	3,743	3,982	4,214	4,462	4,718	4,996	5.9%
신문	3,772	3,702	4,010	3,997	3,759	3,914	4,085	4,235	4,402	4,569	4,752	4.0%
잡지	1,006	1,013	1,051	1,044	890	892	904	910	919	926	935	0.9%
라디오	936	968	1,022	1,024	992	1,054	1,114	1,180	1,245	1,313	1,387	5.6%
옥외	348	374	422	434	380	400	416	430	446	461	477	3.6%
극장	78	79	85	87	80	84	88	91	95	99	103	4.1%
인터넷	551	886	1,226	1,578	1,811	2,184	2,627	3,068	3,632	4,269	5,007	18.1%
합계	9,999	10,349	11,430	11,755	11,385	12,271	13,216	14,129	15,200	16,354	17,657	7.5%
전년대비 성장률	-	3.5%	10.4%	2.8%	-3.1%	7.8%	7.7%	6.9%	7.6%	7.6%	8.0%	-

자료원: ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG

[그림 Ⅲ-56] 오세아니아권 광고 시장 매체별 성장률 추이

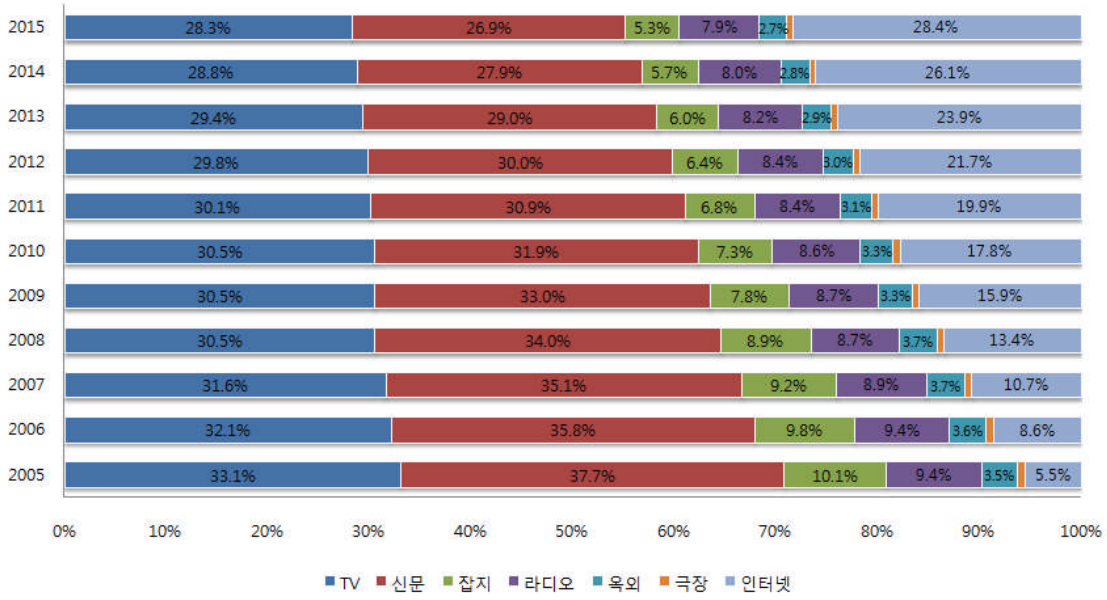


	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
TV	0.6%	8.6%	-0.6%	-3.3%	7.8%	6.4%	5.8%	5.9%	5.7%	5.9%
신문	-1.9%	8.3%	-0.3%	-6.0%	4.1%	4.4%	3.7%	3.9%	3.8%	4.0%
잡지	0.7%	3.8%	-0.7%	-14.8%	0.2%	1.4%	0.6%	0.9%	0.8%	1.0%
라디오	3.4%	5.6%	0.2%	-3.1%	6.2%	5.7%	6.0%	5.5%	5.5%	5.6%
옥외	7.5%	12.8%	2.8%	-12.4%	5.2%	4.1%	3.4%	3.6%	3.4%	3.4%
극장	1.3%	7.6%	2.4%	-8.0%	5.1%	4.1%	4.3%	4.0%	3.9%	4.0%
인터넷	60.8%	38.4%	28.7%	14.8%	20.6%	20.3%	16.8%	18.4%	17.5%	17.3%
전체	3.5%	10.4%	2.8%	-3.1%	7.8%	7.7%	6.9%	7.6%	7.6%	8.0%

자료원: ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG

오세아니아 광고 시장을 매체별로 살펴보면, 2009년 인터넷을 제외한 전 매체에서 마이너스 성장을 기록하였다. 그러나 2010년에는 전 매체에서 플러스 성장이 예상된다. 2010년 TV 광고 시장은 전년대비 7.8% 성장한 37억 4,300만 달러 규모에 이를 것으로 보이는데, 2010~2015년 연평균성장률은 5.9%로 꾸준히 규모가 증가할 것이다. 신문 광고 시장은 전년대비 4.1% 증가한 39억 1,400만 달러로 2010~2015년 연평균성장률(CAGR)은 4.0%로 예측되었다. 잡지 광고 시장은 2009년 대비 0.2% 성장한 8억 9,200만 달러로 세계적인 감소 추세 속에서도 다소 증가한 모습이다. 2010년 라디오, 옥외, 극장 광고 시장은 전년대비 각 6.2%, 5.2%, 5.1%의 성장률을 보이고 있으며, 2010~2015년 연평균성장률(CAGR)은 각 5.6%, 3.6%, 4.1%로 시장규모가 점차 확대될 것으로 전망되었다.
인터넷 광고 시장은 금융 위기 속에서도 2008년 28.7%, 2009년 14.8%의 높은 성장세를 보이며, 2010년은 전년대비 20.6% 증가한 21억 8,400만 달러에 이를 것으로 나타났다. 또한 2010~2015년 인터넷 광고 시장의 연평균성장률(CAGR)은 18.1%로 매년 두 자릿수 이상의 성장률이 예상된다. 인터넷 광고는 2005년 시장점유율이 5.5%에서 2010년 17.8%, 2015년 28.4%로 매년 높아지고, 2015년에는 제 1의 매체가 될 전망이다.

[그림 Ⅲ-57] 오세아니아 광고 시장 매체별 점유율 추이



자료원: ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG

2. 호주 광고 시장

가. 호주 광고 시장 규모 및 전망

2010년 호주 광고 시장은 전년대비 7.2% 성장한 103억 2,800만 달러 규모를 기록하였다. 글로벌 금융 위기의 여파로 2009년 -5.3%의 마이너스 성장에서 회복되는 모습이다. 호주

시장의 2010~2015년 연평균성장률(CAGR)은 6.7%로 증가해 2015년에는 143억 600만 달러에 이를 것으로 전망된다.

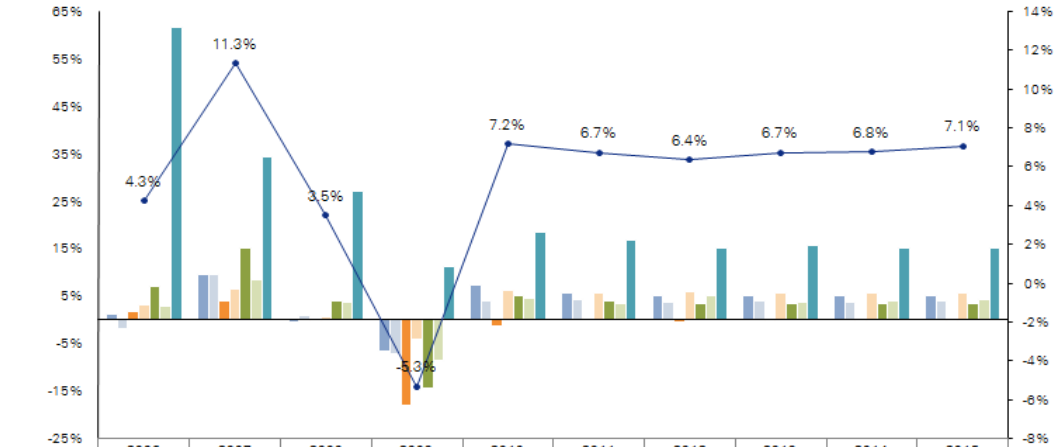
<표 Ⅲ-37> 호주 광고 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	'10-'15 CAGR
TV	2,832	2,869	3,146	3,128	2,919	3,130	3,305	3,474	3,655	3,840	4,040	5.2%
신문	3,179	3,123	3,419	3,454	3,212	3,339	3,480	3,608	3,750	3,893	4,051	3.9%
잡지	820	834	867	866	710	700	701	698	697	695	694	-0.2%
라디오	753	776	826	832	799	849	896	951	1,003	1,059	1,119	5.7%
옥외	297	318	366	381	326	342	356	368	381	394	408	3.6%
극장	70	72	78	81	74	77	80	84	87	91	95	4.1%
인터넷	520	840	1,129	1,435	1,597	1,890	2,205	2,542	2,941	3,388	3,899	15.6%
합계	8,471	8,832	9,831	10,177	9,637	10,328	11,023	11,725	12,515	13,360	14,306	6.7%
전년대비 성장률	-	4.3%	11.3%	3.5%	-5.3 %	7.2%	6.7%	6.4%	6.7%	6.8%	7.1%	-

자료원: ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG

[그림 Ⅲ-58] 호주 광고 시장 매체별 성장률 추이



	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
TV	1.3%	9.7%	-0.6%	-6.7%	7.2%	5.6%	5.1%	5.2%	5.1%	5.2%
신문	-1.8%	9.5%	1.0%	-7.0%	3.9%	4.2%	3.7%	3.9%	3.8%	4.0%
잡지	1.7%	4.0%	-0.1%	-18.0%	-1.3%	0.0%	-0.3%	-0.2%	-0.3%	-0.1%
라디오	3.1%	6.4%	0.7%	-4.0%	6.2%	5.6%	6.1%	5.6%	5.5%	5.7%
옥외	7.1%	15.1%	4.1%	-14.4%	5.0%	3.9%	3.5%	3.6%	3.4%	3.5%
극장	2.9%	8.3%	3.8%	-8.6%	4.5%	3.5%	5.1%	3.9%	4.0%	4.1%
인터넷	61.5%	34.4%	27.1%	11.3%	18.3%	16.7%	15.3%	15.7%	15.2%	15.1%
전체	4.3%	11.3%	3.5%	-5.3%	7.2%	6.7%	6.4%	6.7%	6.8%	7.1%

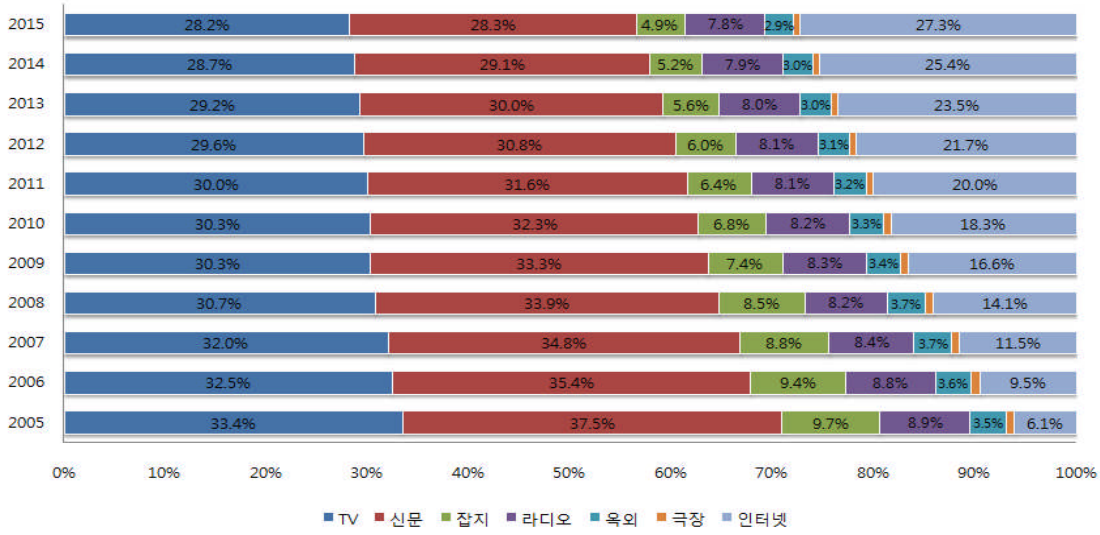
자료원: ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG

광고 매체별 시장규모를 살펴보면, 호주에서 가장 큰 규모를 형성하고 있는 신문 매체는 2010년은 33억 3,900만 달러로 전년대비 3.9% 성장하며, 2010~2015년 연평균성장률(CAGR)도 3.9%로 예상된다. TV 광고 시장은 전년대비 7.2% 증가한 31억 3,000만 달러를 기록했으며, 2010~2015년 연평균성장률은 5.2%로 전망되어 2015년에는 40억 4,000만 달러 규모가 될 것으로 보인다. 2010년 호주 광고 시장에서 신문과 TV 광고 시장은

각 32.3%, 30.3%의 시장점유율로 광고 시장을 주도하고 있으나, 점차 축소되고 그 자리를 인터넷 매체가 대체하고 있다. 신문, TV에 이어 제 3의 매체가 된 인터넷 시장의 2010년 시장 규모는 18억 9,000만 달러로 전년대비 18.3%의 증가율을 보이며 꾸준히 성장하고 있으며, 2015년에는 신문, TV 시장과 비슷한 규모에 이를 것으로 전망된다. 2010년 잡지 시장은 전년대비 -1.3%의 감소세를 보이며 7억 달러를 형성하였다. 라디오, 옥외, 극장 시장은 전년대비 가 6.2%, 5.0%, 4.5% 성장한 8억 4,900만 달러, 3억 4,200만 달러, 7,700만 달러가 될 것으로 보인다.

호주 광고 시장에서는 잡지를 제외한 전통매체의 감소 추세는 아직 나타나지 않고 있으나, 인터넷 매체의 비약적인 성장으로 기존매체의 시장점유율이 점차 축소되고 있다. 인터넷 광고는 경제 침체 속에서도 2008년 전년대비 27.1%, 2009년 11.3%의 성장세를 보이며, 2010년은 전년대비 18.3% 성장한 18억 9,000만 달러 규모가 될 것으로 보인다. 앞서 설명한 것처럼 호주 광고 시장은 경기 회복에 따라 잡지 광고 시장을 제외한 전 매체에서 고른 성장세가 예상된다.

[그림 Ⅲ-59] 호주 광고 시장 매체별 점유율 추이



자료원: ZenithOptimedia(2010); 삼정KPMG

나. 호주 광고 시장의 주요 이슈 및 트렌드

총 광고비 103억 달러에 달하는 호주 광고 시장은 세계 광고업계의 트렌드와 그 방향을 같이 하고 있다. 기존 매체가 주춤하고 있는 가운데 인터넷 광고는 급성장해 이미 전체 광고비의 18% 정도를 점유하고 있다. 소셜네트워크사이트, PPL 등 뉴미디어를 활용한 캠페인이 시도되고 있으며, 스마트폰 출시를 기점으로 모바일 광고, e-커머스에 대한 폭발적인 성장이 기대된다.