

신문에 끼워진 상업용 전단지의 특성 (제 1보)

- 발행업종별 전단지의 크기 및 인쇄 형태 -

윤승락[†]

접수일(2013년 11월 20일), 수정일(2013년 12월 16일), 채택일(2013년 12월 18일)

Characteristics of Commercial Leaflets Sandwiched in Newspaper (Part 1)

- The Size and Printing Types of Leaflets according to Business -

Seung-Lak Yoon[†]

Received November 20, 2013; Received in revised form December 16, 2013; Accepted December 18, 2013

ABSTRACT

To offer a basic information for the fibers of commercial leaflets, authors examined and analyzed the distribution, size, and printing types of leaflets sandwiched in the newspaper. The number of different leaflet size were almost 30 in two years including B5 (182 × 257 mm), A4 (210 × 297 mm), B4, (257 × 364 mm), A3 (297 × 420 mm), and large flyers such as 545 × 395 mm, and 790 × 550 mm. The number of different leaflets size were 25 in 2011, which was reduced to 15 in 2012. Both the number and amount of the leaflets were reduced. The high quality leaflets were issued and distributed in the corporate sector and the leaflets issued in other sectors such as shopkeeping, restaurant business, educational institutions were one-sided leaflets printed on single side of the paper. Compared to the previous year, large stores showed the increased number of leaflets but the number of leaflets from restaurant business and educational institutions and building trade were decreased.

Keywords: Leaflet, commercial leaflet, newspaper, leaflet size, printing type of leaflet

• 경남과학기술대학교 인테리어재료공학과(Dept. of Interior Materials Engineering, Gyeongnam National University of Science and Technology, Jinju, 660-758 Korea)

† 주저자(Corresponding Author): E-mail: slyoon@gntech.ac.kr

1. 서론

오프라인 광고 방법의 하나인 인쇄광고¹⁾는 신문, 잡지 등과 같이 종이에 인쇄되어 소비자에게 전달되는 매체에 게재되는 광고이다. 이외에 광고를 목적으로 하는 광고 책자, 전단지 등이 여기에 속한다. 인쇄광고는 다른 매체와는 달리 전달하고자 하는 내용이 제한되어 있다. 그런 이유로 지면에 언어, 그림, 사진 등을 활용하여 광고 효과를 높이기 위해 다양한 디자인으로 구성하여 전달하고 있다.

인쇄광고의 하나인 전단지(傳單紙) 광고²⁾는 광고를 목적으로 낱장으로 제조된 종이 인쇄물을 말하며, 일반적으로 상업적인 목적으로 만들어져 배포된다. 한편으로는 정치적 내용이나 자신의 주장을 알리기 위한 목적으로 만들어지기도 하지만 일반적으로 상업용으로 사용하기 위해 제작된다. 전단지는 광고 마케팅에서 비교적 저비용으로 광고의 효과가 높기 때문에 영세 업체에서 많이 이용하는 광고 방식이다.

위키백과²⁾에 의하면 전단지는 광고지(廣告紙), 리플릿(leaflet), 찌라시(散らす의 명사형, 뿌리다) 등으로 불린다. 또 전단, 광고용 포스터라는 뜻의 빌(bill)이 일본어에서 변형된 뼈라로도 불리고 있다. 전단지를 배포하는 방법은 길거리는 지나는 불특정 다수의 사람에게 배포하는 방법, 정해진 지역을 대상으로 일괄 배포하는 것, 주택 및 건물의 우편함 및 대문의 문틈에 끼워 놓는 방법, 자동차 자체의 틈에 끼워 놓는 방법 등이 있다. 한편, 신문이나 다른 인쇄물에 광고 전단지를 함께 끼워 넣는 것으로서 신문사나 업체에 일정한 비용을 지불한다. 전단지의 특징으로는 일반적으로 광고하려는 내용만 인쇄한다. 그렇지만 어떤 목적을 위해 전단에 할인 쿠폰을 넣어서 할인혜택을 주거나 특정 제품의 무료 이용권을 동봉하는 경우도 있다. 주로 음식점에서 사용하는 방법으로 자신의 음식점에서 파는 메뉴 중 가장 저렴한 메뉴를 사용하는 쿠폰을 동봉하기도 한다. 펄프 · 제지기술사전³⁾에서는 전단용지로 수록되어 있다. 전단용지(Hand bill paper)는 광고를 인쇄하여 일반 대중의 손에서 손으로 전해지는 광고용 종이라 하였다.

한편 신문에 끼워져 배포되는 전단지는 단시간에 여러 사람에게 홍보되는 효과가 있어 대형마트(마트, 백화점 등)의 정기적인 기획 상품의 홍보, 신장 개점의 홍

보 및 맛 자랑의 요식업, 아파트 분양을 홍보하는 건축업, 전자 제품 세일 및 신제품 소개의 전자제품 매장, 신차 소개, 학원 및 교육에 대한 홍보 및 강좌 소개, 의류관련 매장의 세일 및 신상품 소개, 관광 등에 관련된 업체에서 전단지를 발행하고 있다. 그러므로 전단지는 단지 홍보뿐만 아니라 그 지역의 경제적인 지표는 전단지의 발행과 배포되는 양에 따라 관측될 수 있다고 생각된다.

또한 전단지의 종이 종류와 인쇄 정도에 따른 전단지의 품질이 홍보 효과에 큰 영향을 끼칠 것으로 생각된다. 최근 광고 효과를 높이기 위해 전단지는 종이의 고급화, 칼라 인쇄화, 전단지의 크기 다양화 등으로 변화되고 있는데 전단지의 인쇄는 재생섬유 제조의 탈목 공정에 큰 영향을 미칠 것으로 생각된다. 고지 중에 포함되어 있는 전단지의 재생섬유화 및 초치 등의 기초자료로 활용될 수 있도록 본 연구는 신문에 끼워진 전단지의 발행 및 배포업종별 전단지의 크기, 인쇄 품질 등을 분석, 검토하였다.

2. 재료 및 방법

2.1 공시재료

2.1.1 전단지

경남 진주시 소재의 사무실에서 구독하는 일간 중앙지(조간)에 끼어 들어오는 상업용 전단지를 수집하였다.

2.1.2 수집

2011년부터 2년간 신문에 끼워 들어오는 전단지를 매일 수집하였다.

2.2 조사 방법

2.2.1 크기 및 무게

인쇄된 전단지의 가로 방향으로 100, 200, 300, 400, 500, 600, 700 mm의 범위로 조사하였다. 전단지 크기 별 매수와 무게를 측정하였다.

2.2.2 인쇄

전단지의 인쇄에 대한 분석은 칼라, 흑백과 양면, 편면의 인쇄에 대하여 조사하였다.

2.2.3 전단지 발행, 배포 업종

전단지를 발행하여 사용하는 업종을 대형 마트, 요식업, 건축, 전자, 교육, 의류, 자동차, 관광, 금융, 기타 등으로 분류하여 조사하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1 전단지의 크기

신문에 끼워져 소비자에게 전달되는 전단지의 크기는 Table 1에서와 같이 다양하다. 전단지의 크기를 가로 방향(인쇄물의 가로 방향)으로 100 mm 단위로 범위를 정해 분류하였다. Table 1에 밑줄 친 B5, A4, B4, A3

Table 1. Various of leaflet size

Horizontal length(mm)	Leaflet size(mm)			
100	120×180	125×365	130×180	130×370
	150×210	170×245	170×365	180×250(B5)
	190×260			
200	210×300(A4)	210×400	220×290	250×350
	257×365(B4)	257×385	260×380	265×295
	265×395	270×395	285×385	
300	365×385	300×420	315×395	320×545
400	420×295(A3)			
500	545×395	547×320		
600				
700	780×290	787×267	790×550	

의 크기의 전단지를 포함하여 총 30종 크기의 전단지



1:180×250 mm(B5), 2:210×300 mm(A4), 3:257×365 mm(B4), 4:420×295 mm(A3), 5:545×395 mm, 6:790×550 mm

Fig. 1. Type of leaflet size.

가 제작되고 있었다.

Fig. 1의 전단지 사진은 B5, A4, B4, A3 크기의 전단지과 많이 제작되고 있는 545×395 mm, 790×550 mm 크기의 전단지 사진이다.

일반적으로 많이 사용하고 있는 복사용지의 B5 (182×257 mm, Fig. 1의 1번 사진), A4(210×297 mm, Fig. 1의 2번 사진), B4(257×364 mm, Fig. 1의 3번 사진), A3(297×420 mm, Fig. 1의 4번 사진), 545×395 mm(Fig. 1의 5번 사진), 790×550 mm(Fig. 1의 6번 사진)크기의 대형 전단지 이외에 다양한 크기로 되어 있다. 복사용지의 크기보다 약간 작은 것과 큰 것은 재단 과정에서 약간의 오차가 생긴 것으로 생각된다.

3.2 년도별 전단지의 크기 비교

전단지는 상업적으로 홍보하는 매체이기 때문에 경제 및 관심분야의 변화에 따라 전단지를 이용하는 업체와 전단지의 품질이 변화될 것으로 추정된다. 2011년과 2012년의 2년간 수집된 전단지의 크기를 비교하였

다. Table 2는 2011년도에 수집된 전단지이고, Table 3은 2012년도에 수집된 전단지의 크기이다.

2011년도에 수집된 전단지의 크기는 가로 방향으로 100, 200, 300, 400, 500, 700 mm로 분류하였다. 가로 방향 100 mm 범위의 전단지는 9종이며 총 매수는 65매이다. 그중 가장 많은 것이 37매의 180×250 mm이다. 이것은 B5(182×257 mm)크기에 해당된다. 200 mm 범위의 전단지는 10종이며 총 매수는 147매이다. 그중 가장 많은 것이 60매의 210×300 mm이다. 이것은 A4(210×297 mm) 크기에 해당된다. 한편 B4(257×365 mm)에 크기의 전단지는 6매이다. 270×395 mm의 전단지는 40매 정도로 많았다. 가로 방향으로 200 mm의 전단지는 A4, B4 용지를 많이 사용하였기 때문에 전체 전단지에 약 36%를 차지하고 있다. 한편 167매로 가장 많은 전단지는 가로 방향 500 mm되는 전단지이며, 전체 중 약 42%를 차지하고 있다.

가로 방향으로 300, 400 mm(A3 크기) 되는 전단지는 각각 한 장씩으로 매우 적은 편이다. 가로 방향으로

Table 2. Number and size of leaflets collected in 2011

Horizontal length(mm)	Leaflet size (mm), (number)	Number of leaflet
100	120×180(2) 125×365(4) 130×180(1)	65
	130×370(1) 150×210(1) 170×245(1)	
	170×365(7) 180×250(37) 190×260(11)	
200	210×300(60) 210×400(2) 220×290(3)	147
	250×350(16) 257×365(6) 257×385(1)	
	260×380(4) 265×295(8) 265×395(7)	
	270×395(40)	
	365×385(1)	
300	365×385(1)	1
400	420×295(1)	1
500	545×395(166) 547×320(1)	167
700	787×267(3) 790×550(17)	20
Total number of leaflet		401

Table 3. Number and size of leaflets collected in 2012

Horizontal length(mm)	Leaflet size(mm), (number)	Number of leaflet
100	125×365(2) 150×210(1) 170×365(15)	53
	180×250(35)	
200	210×300(73) 257×365(29) 257×385(5)	112
	270×395(4) 285×385(1)	
300	315×395(6) 320×545(1)	7
400	420×295(4)	4
500	545×395(144)	144
700	780×290(1) 790×550(24)	25
Total number of leaflet		345

600 mm의 전단지는 없었다. 700 mm의 전단지는 20매 정도이다.

2012년도에 수집된 전단지의 크기는 가로 방향 100 mm 범위의 전단지는 4종이며 총 매수는 53매 이다. 그 중 가장 많은 것이 35매의 180×250 mm이며, 이것은 B5(182×257 mm)크기에 해당된다. 200 mm 범위의 전단지는 5종이며 총 매수는 112매 이다. 그중 가장 많은 것이 73매의 210×300 mm로서 A4(210×297 mm) 크기에 해당된다.

가로 방향으로 300, 400 mm 되는 전단지는 약 10매 이하이며, 가로 방향으로 600 mm의 전단지는 없었다. 500 mm의 전단지는 144매로서 가장 많았다. 700 mm의 전단지는 25매 정도였다.

500 mm의 전단지가 약 42%로 가장 많았고 그 다음은 200 mm의 전단지가 약 32%이다.

2011년에 전단지의 크기 종류가 25종인데 비해 2012년에 수집된 전단지는 크기 종류 15종으로 줄었다. 전단지 총 매수도 2011년도가 401매였는데 2012년도는 345매로 줄었다. 이상의 결과로부터 전단지 광고는 인터넷, TV 등의 광고에 의해 감소되었던지, 혹은 지역 경제 침체에 의해 감소되었을 것으로 생각된다.

한편, 4대 광고 매체는 일반적으로 4개로 분류되는데 TV, 라디오, 신문, 잡지이다. 그 중 신문, 잡지의 인쇄 매체는 전년도에 비해 신문은 전년도에 비해 광고비가 0.8% 감소되었고, 잡지는 5.4% 증가⁴⁾되었다. 신문의 광고와 신문에 끼어 홍보하는 전단지의 감소와는 큰 관계가 없을 것으로 생각된다.

3.3 업체별 전단지의 특성

3.3.1 업체별 전단지의 인쇄, 크기, 수집 매수 및 양

전단지를 수집하여 발행한 업체를 분류하면 대형마트, 요식업, 건축, 전자, 교육, 의류, 자동차, 관광, 광고, 기타이다. 어느 업체에서 어떤 전단지를 발행하여 배포하는지를 검토하기 위하여 수집된 전단지를 업체별로 분류하여 발행 부수, 전단지의 양, 인쇄 정도, 전단지 크기에 대하여 검토하였다. 한편 2년간 수집된 전단지를 년도별로 비교 분석하였다. Table 4는 2011년도에 수집된 전단지를 업체별로 분류하여 인쇄정도, 크기, 매수, 중량에 대하여 나타낸 것이다. Table 5는 2012년도 전단지의 특성을 나타낸 것이다. Table 4, 5의 크기

{size(mm)} 칸에 밑줄 친 것은 가장 많이 수집된 전단지이다.

Table 4에서 전단지의 매수가 가장 많은 것이 교육 관계의 전단지였다. 전단지의 중량이 가장 높은 것은 대형마트의 전단지이다. 그것은 교육관계의 전단지는 대부분 A4(210×297 mm), B4(257×364 mm) 크기인데 비해 대형마트의 전단지는 395×545 mm 크기의 대형 전단지를 사용하기 때문이다.

수집된 전단지의 양이 많은 건축 관계의 전단지는 대부분 아파트 분양에 대한 홍보지로서 270×395 mm, 395×545 mm의 중·대형 전단지를 사용하여 수집된 전단지의 양이 많았다. 요식업 전단지는 대부분 음식점 홍보이며, B5(182×257 mm) 크기의 전단지가 대부분이다. 전기·전자관계의 전단지는 대형의 크기로 전단지(395×545 mm)가 제일 많이 수집되었다. 의류 관계의 전단지는 A4 크기와 270×400 mm의 전단지가 많았다. 자동차, 관광, 기타의 전단지 A4크기의 전단지가 대부분이다.

업체별 전단지의 인쇄는 모두 칼라였으며 대형마트, 건축, 전기·전자, 자동차, 관광의 전단지는 모두 양면 인쇄 되었다. 요식업 관련 전단지는 편면인쇄가 57%, 양면인쇄가 43%로서 전단지의 크기가 작은 것은 대부분 편면인쇄였다. 교육 관련의 전단지는 편면인쇄가 27%, 양면인쇄가 73%, 의류 관련의 전단지는 편면인쇄가 27%, 양면인쇄가 73%, 그 외의 전단지에서는 편면인쇄가 58%, 양면인쇄가 42%이다

Table 5는 2012년도의 경향을 보인 것으로서 전단지의 매수가 가장 많은 것은 대형마트의 전단지이며 수집된 전단지의 양이 제일 많은 것도 대형마트 전단지이다. 매수도 많지만 양이 높은 것은 395×545 mm, 550×790 mm의 대형 전단지이기 때문이다. 다음으로는 건축 관련의 전단지가 매수와 양인데 이 전단지도 395×545 mm로 큰 것이기 때문이다. 교육 관련의 전단지는 매수가 건축보다 많지만 양에서 떨어지는 것은 B4 크기의 전단지이기 때문이다.

요식업 전단지는 대부분 음식점 홍보이며, A4(210×297 mm) 크기의 전단지가 대부분이다. 전기·전자관계의 전단지는 대형의 크기로 전단지(395×545 mm)가 제일 많이 수집되었다. 의류 관계의 전단지 및 그 외의 자동차와 기타의 전단지도 A4크기가 대부분이다.

업체별 전단지의 인쇄는 모두 칼라였으며 대형마

Table 4. Printing type, size, number and wight of leaflets collected in 2011

Types of business	Printing type	Size(mm)	Number of leaflet	Wight of leaflet(g)
Large stores	Pb*:100%	395×545 550×790	89	1,667.4
Restaurant business	Ps*:57% Pb:43%	130×180 150×210	32	184.0
		180×255 210×300		
		250×350 257×385 390×547		
Building trade	Pb:100%	182×257 270×395 395×545	79	1,280.0
Electron	Pb:100%	260×380 267×787 320×547 395×545	32	471.8
Education	Ps:27% Pb:73%	125×365 130×370	94	864.7
		170×365 190×260		
		210×295 220×260		
		220×290 250×360		
		257×365 267×290 267×377 395×545		
Clothing	Ps:27% Pb:73%	180×225 210×300	26	194.0
		210×400 270×400		
		265×395 365×385 395×540		
Car	Pb:100%	185×255 210×300	17	103.0
Tourism	Pb:100%	125×3.6 210×300	8	45.2
Others	Ps:58% Pb:42%	122×180 170×245	24	135.4
		180×256 210×300 295×420		
Total			401	4,945.5

Ps*:Printing on single side of the paper, Pb*:Printing on both sides of the paper

트, 건축, 자동차 전단지 는 모두 양면 인쇄 되었다. 요식업 관련 전단지는 편면인쇄가 97%, 양면인쇄가 3%로서 전단지의 크기가 작은 것은 대부분 편면인쇄였다. 2011년도 요식업 전단지는 편면인쇄가 57% 였는데 2012년에는 97%로서 대부분이 편면인쇄 전단지로 교체되었다. 교육 관련 의 전단지는 편면인쇄가 31%, 양면인쇄가 69%, 의류 관련 의 전단지는 편면인쇄가 27%, 양면인쇄가 73%, 기타 전단지에서는 편면인쇄가 64%, 양면인쇄가 36%이다. 전년도 비교하면 편면인쇄 전단지가 많고, 수집된 전단지의 매수와 발행된 양이 작아졌다.

이상의 결과로부터 기업형 의 업종에서 발행하는 전단지는 고급종이에 인쇄도 화려하고 전단지의 크기도 일정하고 정기적으로 발행한다. 그 외 의 소매업, 요식업 학원 등에서 발행하는 전단지는 크기가 다양하고 편면인쇄의 전단지가 상당히 발행되고 있다.

3.3.2 업체별 전단지의 비교

수집된 전단지가 업체별로 어느 정도 발행하고 수집되는 전단지가 년도별로 변화가 있는가를 검토하기 위해 2011년과 2012년간 수집된 전단지에 대하여 검토하였다.

Fig. 2은 2011년, 2012년에 업체별로 배포한 전단지를 수집된 매수이며, 신문에 끼워 들어온 전단지의 매수이다.

2011년에는 교육관련 전단지가 23%로 가장 높고, 대형마트가 22%, 건축이 20%이며 그 외 의 요식업, 전자, 의류, 자동차, 관광 등은 10% 이하이다.

2012년은 대형마트의 전단지가 27%로 가장 높고, 교육이 18%, 건축이 16%, 요식업이 10%, 그 외 의 업체는 10% 이하이다. 2011년도에 비해 대형마트 전단지가 늘었고, 교육관련 전단지와 건축업 전단지가 줄어든 경향을 보이고 있다. 이것은 그 지역의 경제성을 관

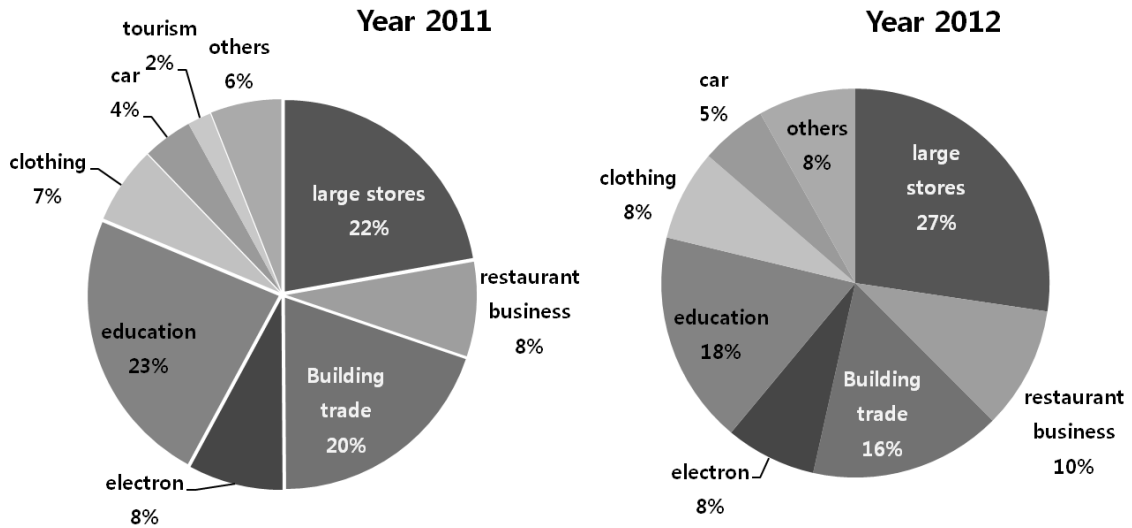


Fig. 2. Number of leaflets according to business types.

측할 수 있을 것으로 생각된다. 또한 학원광고⁵⁾는 새 학기, 중간고사, 기말고사, 수능, 방학, 각종 경시대회 등에 의해 제작하여 배포하는 전단지이기 때문에 지역에 따라 교육관련 전단지의 배포량이 다를 것이다.

2년간 수집된 전단지에서 가장 많은 매수를 배포한

업체는 대형마트(대형마트, 백화점)이다. 그다음이 교육관련 전단지이며 배포한 기관은 학원과 교육원 등이다. 건축업 관련업체(아파트 분양, 자재판매)에서 발행하여 배포한 전단지의 매수도 높았다. 그 외의 업체는 배포된 전단지가 전체에 10%이하이다. 요식업의 전단

Table 5. Printing type, size, number and wight of leaflets collected in 2012

Type of business	Printing type	Size(mm)	Number of leaflet	Wight of leaflet(g)
Large stores	Pb*:100%	315×395 395×545 550×790	94	1,722.7
Restaurant business	Ps*:97% Pb:3%	185×255 210×300 257×365	35	211.6
Building trade	Pb:100%	315×395 270×400 395×545	55	1,093.0
Electron	Ps:4% Pb:96%	210×295 285×385 290×780 395×545	26	376.0
Education	Ps:31% Pb:69%	125×365 170×365 185×255 210×295 257×367 295×420 395×545	61	566.8
Clothing	Ps:27% Pb:73%	185×255 210×300 257×375 317×395 320×545	26	183.3
Car	Pb:100%	210×300 295×420	19	143.2
Others	Ps:64% Pb:36%	125×365 145×210 185×255 210×300	28	150.9
Total			344	4,447.5

Ps*:Printing on single side of the paper, Pb*:Printing on both sides of the paper

지는 음식점, 술, 떡, 식자재의 홍보이며, 전자는 가전 업체, 의류는 옷 할인 행사, 자동차는 신차 홍보, 관광은 해외여행에 대한 홍보, 금융은 저금리 상품, 광고는 업체 소개에 대한 홍보이다.

Fig. 2는 업체별로 수집된 전단지지의 매수인데, Fig. 3은 수집된 전단지지의 중배포량이다. Fig. 1의 결과와 다른 결과를 Fig. 2에서 볼 수 있다. 그것은 전단지지의 크기가 다르기 때문이다.

2011년에는 대형마트 전단지가 34%로 가장 높고, 건축이 26%, 교육 관련 전단지가 17%이다. 그 외의 요식업, 전자, 의류, 자동차, 관광 등은 10% 이하이다. 2012년은 대형마트의 전단지가 39%로 가장 높고, 건축이 25%, 교육이 13%이다. 그 외의 요식업, 전자, 의류, 자동차, 기타의 전단지는 10% 이하이다.

건축의 26%는 대부분 아파트 분양 전단지이다. 이것은 우리나라의 대표적인 주택유형이 단독주택, 다세대주택, 연립주택, 아파트 등 4종류의 건축실적이 1999년도 8.3%, 4.4%, 1.9%, 85.3%로 주택 공급은 약 85%가 아파트이다. 이에 아파트 분양 광고⁶⁾가 TV 38.6%, 신문 53.0%로서 아파트 광고에 인쇄 광고물이 중요한 역할을 수행하였다.

업종별로 수집된 전단지지의 양에 변화가 있었다. 전년도에 비해 대형마트의 전단지는 약 5% 증가, 요식업

과 자동차 관련 전단지지는 각각1%씩 증가되었다. 교육 관련 전단지지가 3% 감소되었고, 건축과 전자 관련 전단지지는 1% 감소되었다. 그 외의 의류와 기타는 동일하였다.

Kim 등⁷⁾은 모바일 전단지 개발에 의해 모바일 어플리케이션은 사용자의 위치 정보를 기반으로 기존 전단지 정보가 가진 모든 기능(업소, 배달 음식, 가격 및 할인, 쿠폰 이용 정보 등)을 내포함으로써 전단지로서의 역할은 물론 모바일이 지닌 즉시성을 이용하여 업소와 이용자 간의 연결구도, 개인의 사용 누적 정보 등을 통해 자원의 낭비와 인적비용의 소모를 최소화 할 수 있다고 보고하였다. 즉 이 내용은 전단지지의 발행량이 감소되는 것을 의미한다고 생각된다.

이상의 결과로부터 전년도에 비해 수집된 전단지지는 대형마트, 요식업의 전단지가 증가되었고, 이에 비해 감소된 업종의 전단지지는 교육과 건축 관련 전단지였다. 그 외의 전단지지는 큰 변화가 없었다. 전단지 발행 및 수집된 양으로 그 지역의 경계를 간접적으로 분석할 수 있는 요소라 생각 된다. 본 연구에서는 2년간 수집된 전단지지로 경제 분석은 할 수 없다고 생각된다. 앞으로 전단지지를 더 수집하여 지역 경제와 어떤 관계가 있는지 연구할 계획이다.

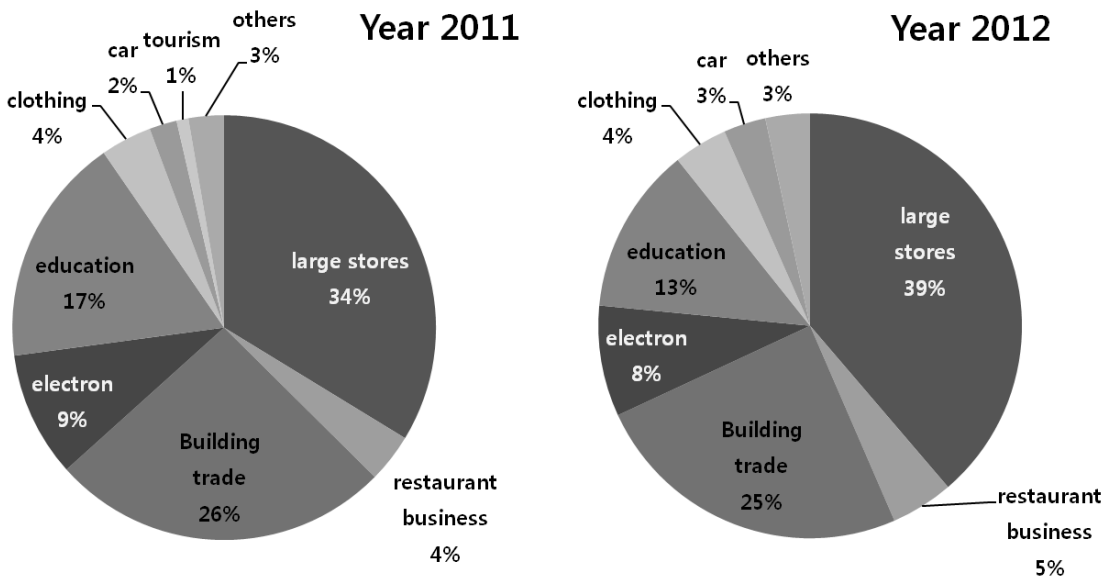


Fig. 3. Wight of leaflets according to business types.

4. 결론

고지 중에 포함되어 있는 전단지의 재생섬유화 및 초지 등의 기초자료로 활용 될 수 있도록 본 연구는 2011년과 2012년도 진주에서 배포된 일간 중앙지 신문에 끼워진 전단지의 발행 및 배포업종별 전단지의 크기, 인쇄 형식 등을 분석, 검토한 결과는 다음과 같다.

1. 전단지의 크기는 B5, A4, B4, A3, 이외의 545×395 mm, 790×550 mm의 대형 전단지를 포함하여 총 30종이다.
2. 2011년도 전단지의 크기는 25종, 2012년은 종류가 15종으로 감소되었고, 전단지의 매수 및 양도 감소되었다.
3. 기업형 업종에서 발행하는 전단지는 칼라, 양면인쇄의 대형 전단지가 발행되어 배포되고, 그 외의 소매업, 요식업, 학원 등에서 발행되는 전단지는 크기가 다양하고 편면인쇄의 전단지가 상당히 발행되고 있다.
4. 업종별로 수집된 전단지는 전년도에 비해 대형마트, 요식업은 증가되고, 교육과 건축 관계의 전단지는 감소되었다.

사 사

“이 논문은 2013학년도 경남과학기술대학교 기성회 연구비 지원에 의해 연구되었음”

Literature Cited

1. Kwak, W.-I., Choi, W.-I., and Jeon, J.-O., A comparison of advertising effects between electronic catalogs of the internet shopping mall and paper catalogs, *KOBACO Advertising Research* 59:7-23 (2003).
2. Wikipedia, [http://ko.wikipedia.org/wiki/Flyer-\(pamphlet\)](http://ko.wikipedia.org/wiki/Flyer-(pamphlet)) (2013).
3. Korea Technical Association of the Pulp and Paper Industry, *Pulp and Paper Technology Dictionary*, Academy book, Korea (2001).
4. Kim, G.-C., The study about parody effect on print Ad., *Seowon University Business Study* 12:89-111 (2003).
5. Lee, J.-Y., The aspects of language use in printed advertising language. *Korean Semantics* 33:203-228 (2010).
6. Park, C.-S., A study on sales trend in print advertising of 1990' apartment in Seoul and the metropolitan area, *The Journal of Seoul Studies* 33:75-105 (2008).
7. Kim, S., and Lee, J., User segmentation for designing of mobile leaflet, *HCI 2011 Proceedings*, pp. 569-661 (2011).