

2022년 4월 인터넷 노출형 광고(PC배너) 결산 보고

본 보고서는 리서치애드의 비회원을 대상으로 한 간략한 내용만으로 이루어져 있습니다.
리서치애드의 회원이 되시면, 좀 더 세부적인 상세 정보를 확인하실 수 있습니다.

2022. 05

06105 서울특별시 강남구 학동로34길 16 티플러스빌딩 2층

Tel 02-546-9692 Fax 02-546-9694 www.researchad.com

Copyright © Researchad. All rights reserved.

1. 2022년 4월 인터넷 노출형 광고 현황

표1. 2022년 4월 인터넷 노출형 광고 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	22-Apr	전년동월대비 증감률	전월대비 증감률	21-Apr	22-Mar
광고금액	65,910,864	-0.6%	-4.1%	66,329,232	68,752,845
광고수	36,277	20.8%	-8.1%	30,038	39,458
캠페인수	6,859	7.6%	-0.6%	6,375	6,900
광고주수	5,243	8.2%	-1.2%	4,846	5,307
품목(브랜드)수	6,663	7.4%	-0.8%	6,202	6,719
매체수	95	-9.5%	-1.0%	105	96

2022년 4월 인터넷 노출형 광고 총 집행 금액은 2021년 4월 대비 0.6% 감소하고, 2022년 3월 대비로는 4.1% 감소한 약 659억 원으로 집계되었다.

2022년 4월 항목별 광고 현황을 살펴보면, 2021년 4월 전년 동월 대비 광고금액, 매체수를 제외한 모든 지표에서 증가를 확인하였고, 2022년 3월 전월 대비로는 모든 지표에서 감소를 확인하였다.

2. 업종 현황

표2. 2022년 4월 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

업종 (대)	22-Apr		증감률		21-Apr		22-Mar	
	광고금액	구성비	전년대비	전월대비	광고금액	구성비	광고금액	구성비
가정용 전기전자	2,689,541	4.1%	3.0%	16.3%	2,611,022	3.9%	2,311,853	3.4%
가정용품	2,956,153	4.5%	3.1%	17.5%	2,867,215	4.3%	2,516,675	3.7%
건설/건재 및 부동산	10,368,842	15.7%	28.1%	-9.3%	8,095,428	12.2%	11,434,169	16.6%
관공서 및 단체	3,833,995	5.8%	-30.9%	-11.4%	5,550,303	8.4%	4,325,954	6.3%
교육 및 복지후생	2,863,528	4.3%	-5.3%	-20.4%	3,023,837	4.6%	3,598,525	5.2%
그룹 및 기업광고	310,194	0.5%	-46.8%	70.3%	582,618	0.9%	182,160	0.3%
금융/보험 및 증권	6,603,671	10.0%	21.9%	31.1%	5,417,835	8.2%	5,038,503	7.3%
기초재/소재/에너지	198,409	0.3%	262.2%	-35.2%	54,780	0.1%	306,147	0.4%
산업기기	415,170	0.6%	-15.2%	-6.5%	489,543	0.7%	443,825	0.6%
서비스	4,907,662	7.4%	17.6%	-8.2%	4,171,546	6.3%	5,344,468	7.8%
수송기기	1,009,590	1.5%	13.7%	77.8%	888,047	1.3%	567,724	0.8%
식품	2,857,854	4.3%	-3.9%	-2.2%	2,973,877	4.5%	2,923,164	4.3%
유통	10,171,798	15.4%	-1.8%	-4.3%	10,355,540	15.6%	10,628,633	15.5%
음료 및 기호식품	470,872	0.7%	-45.5%	27.9%	864,354	1.3%	368,106	0.5%
정밀기기/사무기기	213,155	0.3%	12.3%	-38.3%	189,748	0.3%	345,342	0.5%
제약 및 의료	2,475,253	3.8%	9.3%	-28.1%	2,263,789	3.4%	3,443,455	5.0%
출판	288,716	0.4%	108.6%	-48.7%	138,403	0.2%	562,469	0.8%
컴퓨터 및 정보통신	9,001,609	13.7%	-18.5%	-9.9%	11,041,460	16.6%	9,991,611	14.5%
패션/의류	1,979,564	3.0%	103.0%	10.2%	975,352	1.5%	1,796,814	2.6%
화장품 및 보건용품	2,177,166	3.3%	-33.9%	-13.9%	3,292,261	5.0%	2,529,169	3.7%
화학공업	118,122	0.2%	-75.5%	25.6%	482,274	0.7%	94,079	0.1%
합계	65,910,864	100.0%	-0.6%	-4.1%	66,329,232	100.0%	68,752,845	100.0%

2022년 4월 업종별 광고 집행 현황을 구성비가 높은 '건설, 건재 및 부동산', '유통', '컴퓨터 및 정보통신', '금융, 보험 및 증권', '서비스' 업종을 중심으로 살펴보자.

먼저, 구성비가 가장 큰 '건설, 건재 및 부동산' 업종의 경우 2021년 4월 대비 28.1% 증가하고, 2022년 3월 대비로는 9.3% 감소한 것으로 나타났다.

'유통' 업종의 경우, 2021년 4월 대비 광고금액이 1.8% 감소하였고, 2022년 3월 대비 4.3% 감소한 것으로 확인되었다.

다음으로 '컴퓨터 및 정보통신' 업종의 경우, 2021년 4월 대비 18.5% 감소하였고, 2022년 3월 대비로도 9.9% 감소한 것으로 확인되었다.

'금융, 보험 및 증권' 업종의 경우, 2021년 4월 대비 21.9% 증가하였고, 2022년 3월 대비 31.1% 증가한 것으로 확인되었다.

마지막으로 '서비스' 업종의 경우는 2021년 4월 대비 17.6% 증가하였고, 2022년 3월 대비 8.2% 감소한 것으로 확인되었다.

그림1. 2021년 4월 대비 2022년 4월 주요 업종 구성비 변화



2021년 4월 대비 2022년 4월 주요 업종별 구성비 현황을 살펴보면, '건설, 건재 및 부동산', '금융, 보험 및 증권', '서비스' 업종에서 전년 동월 대비 증가하였다.

모든 업종에서 구성비 증감률과 광고금액 증감율이 동일한 것으로 확인되었다.

마지막으로, 주요 업종들이 전체에서 차지하는 비중은 2021년 4월 58.9%에서 2022년 4월 62.3%로 증가한 것으로 나타났다.

※ 위의 업종 현황에 제시된 업종별 광고금액 및 구성비 등은 브랜드의 업종간 이동으로 인해 향후 변동성을 가지며, 따라서 이후 작성되는 보고서 및 리서치메드 사이트를 통해 확인된 데이터 내용과 일부 차이가 있을 수 있다.

3. 광고주 현황

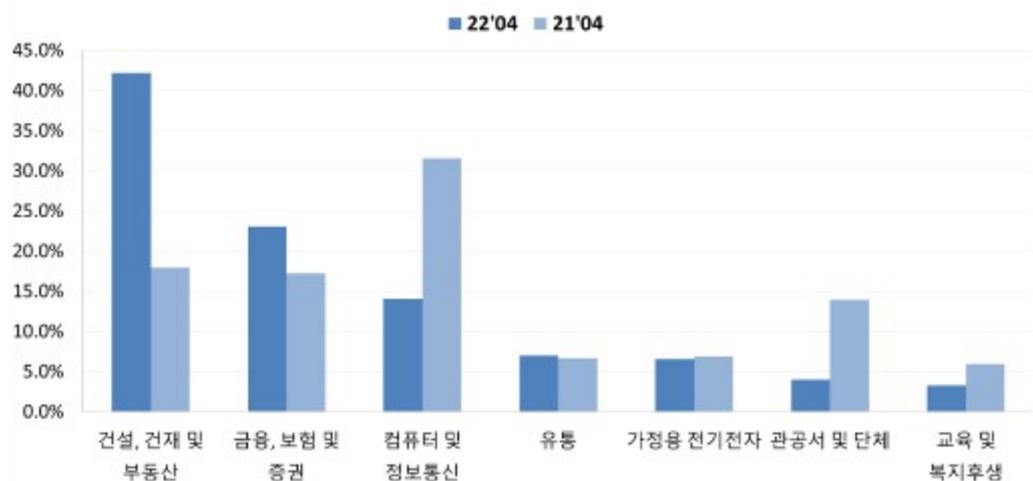
표3. 2022년 4월 TOP20 광고주 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	22-Apr	전년동월대비 증감률	전월대비 증감률	21-Apr	22-Mar
품목(브랜드) 수	89	41.3%	18.7%	63	75
캠페인 수	124	69.9%	37.8%	73	90
광고 수	2,077	32.3%	-9.9%	1,570	2,305
매체 수	86	-4.4%	-1.1%	90	87
광고금액	17,345,771	12.6%	4.6%	15,405,659	16,586,625
점유율(전체광고금액)	26.3%	-	-	23.2%	24.1%

2022년 4월 광고금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고 집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고금액 비중은 26.3%, 품목(브랜드) 수는 1.3%, 캠페인 수는 1.8%, 광고 수는 5.7%로 확인되었다. 그 중, 광고 집행 금액은 약 173억 원으로 2021년 4월 대비 12.6% 증가하고, 2022년 3월 대비도 4.6% 증가한 것으로 나타났다.

그림2. 2021년 4월 대비 2022년 4월 20대 광고주의 업종 구성비 현황



※구성비가 0%인 서비스 업종 제외

2022년 4월 광고금액 기준 상위 20개 광고주만의 업종별 비중을 살펴보면, '건설, 건재 및 부동산' 업종이 42.2%로 가장 많은 비중을 차지하며, 다음으로 '금융, 보험 및 증권' 업종이 23.0%, '컴퓨터 및 정보통신' 업종은 14.0% 등의 순으로 나타났다.

4. 매체 현황

2022년 4월 광고금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 전년 동월 대비 광고금액 증가 매체는 7개, 감소 매체는 9개, 순위 내 신규진입 매체는 4개로 집계되었다. 한편, 전월 대비로는 광고금액 증가 매체는 7개, 감소 매체는 12개, 순위 내 신규진입 매체는 1개로 집계되었다.

표4. 2022년 4월 TOP20 매체 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

순위	21-Apr			증감	22-Apr			증감	22-Mar		
	매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액
1	네이버	506	25,282,471	▼	네이버	463	21,463,483	▼	네이버	475	22,573,669
2	다음	1,600	15,405,527	▲	다음	2,529	17,724,292	▲	다음	2,509	17,603,293
3	네이트	687	4,164,221	▼	네이트	1,208	4,025,404	▲	네이트	1,410	4,014,295
4	유튜브	568	1,940,061	▲	유튜브	551	2,167,271	▲	유튜브	191	1,907,417
5	페이스북	4,563	1,934,958	▼	페이스북	4,194	1,404,827	▼	페이스북	4,246	1,531,616
6	조인스	2,465	1,039,132	▲	조인스	3,361	1,176,233	▼	조인스	3,754	1,335,496
7	루리웹	886	695,401	▲	동아일보	2,581	836,701	▼	동아일보	3,068	957,298
8	G마켓	261	683,148	▲	G마켓	258	777,867	▲	스포츠서울	2,264	774,109
9	인벤	394	655,513	▲	스포츠서울	1,970	619,573	▼	G마켓	243	758,879
10	줌	888	615,552	▲	옥션	201	591,015	▲	루리웹	984	675,845
11	동아일보	1,584	612,601	▼	루리웹	978	568,623	▼	옥션	182	583,204
12	연합뉴스	888	606,382	▼	11번가	200	512,539	▲	플랫폼닷컴	1,718	571,929
13	와이티엔	1,341	574,065	▼	줌	1,182	476,624	▲	조선일보	2,027	527,602
14	국민일보	1,138	526,231	▼	국민일보	1,459	451,665	①	11번가	165	480,775
15	11번가	263	517,895	①	조선일보	1,757	451,622	▼	경향신문	1,795	470,744
16	TV조선	1,523	512,617	▼	연합뉴스	780	446,199	▼	더팩트	1,084	466,785
17	옥션	168	490,146	①	경향신문	1,595	408,354	▼	서울신문	1,734	463,159
18	맥스무비	1,363	457,188	①	플랫폼닷컴	1,231	402,703	▼	연합뉴스	1,017	452,112
19	스포츠서울	1,137	442,904	①	서울신문	1,438	389,633	▼	줌	982	426,808
20	한국아이닷컴	1,419	407,799	▼	TV조선	1,433	366,189	▼	TV조선	1,616	383,077

※ 첫 번째 '증감'은 전년 동월 대비, 두 번째 '증감'은 전월 대비 (▲: 광고 집행 금액 증가 ▼: 광고 집행 금액 감소 ①: 순위 내 신규 진입)

2022년 4월 광고금액의 증감 현황은 지난해 같은 기간인 2021년 4월 대비 상위 20개 매체는 4.0% 감소하였고, 3대 매체는 3.7% 광고금액 감소를 확인하였다. 한편, 전월 2022년 3월 대비 상위 20개 매체는 3.0% 감소하였고, 3대 매체는 2.2% 광고금액 감소를 확인하였다.

표5. 2022년 4월 주요 매체별 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

번호	업종	네이버	다음	네이트
1	건설, 건재 및 부동산	8,373,543	670,090	16,167
2	유통	1,929,395	4,917,948	624,035
3	컴퓨터 및 정보통신	3,609,321	734,320	159,863
4	금융, 보험 및 증권	2,454,235	540,539	1,334,073
5	관공서 및 단체	1,829,046	346,955	621,243
6	서비스	280,965	2,152,799	32,262
7	가정용품	496,618	1,175,928	578,226
8	교육 및 복지후생	765,510	990,186	22,747
9	식품	327,278	1,136,248	269,233
10	가정용 전기전자	851,017	762,786	36,160
11	패션/의류	246,446	897,231	58,898
12	화장품 및 보건용품	123,646	897,730	139,167
13	제약 및 의료	806	1,038,385	60,455
14	수송기기	104,698	440,779	62,922
15	산업기기	-	327,412	1,655
16	음료 및 기호식품	70,959	189,046	396
17	정밀기기 및 사무기기	-	144,805	1,475
18	출판	-	137,730	3,038
19	기초재/소재/에너지	-	100,497	1,133
20	화학공업	-	71,565	2,256
21	그룹 및 기업광고	-	51,313	-
합 계		21,463,483	17,724,292	4,025,404

2022년 4월 주요 포털의 업종별 광고 집행 현황은 위와 같다. '네이버'는 '건설, 건재 및 부동산' 업종, '다음'은 '유통' 업종, '네이트'는 '금융, 보험 및 증권' 업종에서 각각 광고금액이 가장 큰 것으로 확인되었다.

5. 데이터 베이스 현황

표6. 2022년 4월 분류 및 통계 대상 인터넷 노출형 광고 파일

(단위: 개)

기간	분류 대상 파일	분류 광고 파일	분류 제외 파일 (자사 광고)	분류 제외 파일 (보류 광고)
2022-04	103,438	73,738	4,774	24,889

이상의 통계는 리서치애드가 2022년 4월 1일부터 2022년 4월 30일까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 111개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 103,438개의 노출형 광고 파일을 클리핑하여, 자사 광고 등 분류 대상에서 제외된 29,663 파일을 제외한 73,738개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

2022년 4월 클리핑 광고 파일 수 103,438개는 전년 동월 대비 1,009개 감소한 수치이고, 전월 대비로는 6,598개 감소한 수치이다.

본 보고서의 내용은 기계적으로 클리핑, 분류 및 통계 처리된 자료로 실제 광고 집행 금액과는 차이가 있을 수 있습니다. 다만, 인터넷상에 게재된 광고를 금액 가치로 환산한 자료로 그 활용 가치가 있습니다.

내용 중 문의 사항이나 보다 상세한 정보가 필요하신 경우 아래로 연락 주시면 자세히 안내해 드리겠습니다.

[관련문의]

TEL : 02-546-9692

E-mail : mkt@researchad.com