

2015년 결산 광고비 및 트래픽 현황

New Visitor Returning Visitor



나스미디어트렌드전략팀
2016.01.

Index

01. 2015 온라인 DA 시장 규모

02. 2015 모바일 DA 시장 규모

03. 2015 트래픽 동향



01. 2015 온라인 DA 시장 규모

1. 2015 온라인 DA 시장 규모 - 업종
2015 온라인 DA 시장 규모 - 분기/업종
2. 2015 온라인 DA 시장 규모 - 광고주
2015 온라인 DA 시장 규모 - 분기/광고주
3. 2015 온라인 DA 시장 규모 - 매체
2015 온라인 DA 시장 규모 - 분기/매체

1. 2015 온라인 DA 시장 규모 - 업종

2015년 업종별 광고비 컴퓨터 및 정보통신 > 서비스 > 금융, 보험 및 증권 순

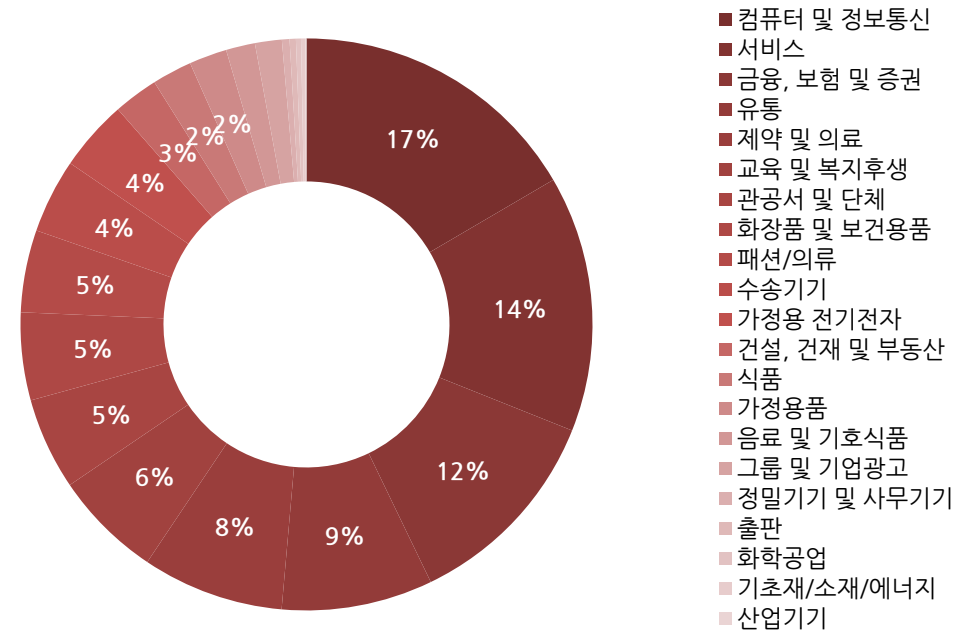
- 컴퓨터 및 정보통신 업종은 전년 대비 5% 성장한 1천 180억 규모 보이며 전체 광고 시장의 17% 비중을 차지
- 유통 업종은 주요 쇼핑몰 및 소셜커머스의 광고주의 모바일 집행이 증가하면서 온라인 광고비 규모 상대적으로 감소세 보임
- 관공서 및 단체 업종은 보건복지, 대한민국법원, 개인정보위원회 등 공익광고 집행 증가하며 전년 대비 약 21%의 광고비 상승
- 패션/의류 업종은 스페누의 광고 집행 증가로 약 69% 상승, Top10 업종 중 가장 높은 성장률 기록

Top10 업종 광고 집행 금액

[단위: 억 원]

순위	업종	2015년	2014년	증감률	순위변화
1	컴퓨터 및 정보통신	1,180	1,123	5%	-
2	서비스	1,030	1,051	-2%	-
3	금융, 보험 및 증권	840	892	-6%	▲1
4	유통	608	1,023	-41%	▼1
5	제약 및 의료	570	533	7%	-
6	교육 및 복지후생	440	377	15%	-
7	관공서 및 단체	371	305	21%	▲1
8	화장품 및 보건용품	353	289	22%	▲1
9	패션/의류	331	196	69%	▲3
10	수송기기	299	317	-6%	▼1

업종별 광고 집행 비중



* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

*출처 : Research AD

1. 2015 온라인 DA 시장 규모 - 분기/업종

컴퓨터 및 정보통신 업종, 서비스 업종, 금융, 보험 및 증권 업종은 지속적으로 Top3 내에서 순위 유지

- 컴퓨터 및 정보통신 업종은 하반기 게임 프로모션 증가로 신규 캠페인이 증가하면서 3,4분기 가장 높은 순위 나타냄
- 서비스 업종은 식음료와 영화 광고주의 꾸준한 집행으로 상,하반기 모두 높은 순위 유지
- 유통 업종은 상위 광고주의 캠페인 집행이 2,3분기에 집중되었으며, 제약 및 의료 업종은 안과, 성형외과 등 의료 광고주를 중심으로 꾸준한 광고 집행

분기별 광고비 Top10 업종

순위	1분기	2분기	3분기	4분기
1	컴퓨터 및 정보통신	서비스	컴퓨터 및 정보통신	컴퓨터 및 정보통신
2	서비스	컴퓨터 및 정보통신	서비스	서비스
3	금융, 보험 및 증권	금융, 보험 및 증권	금융, 보험 및 증권	금융, 보험 및 증권
4	제약 및 의료	유통	유통	관공서 및 단체
5	교육 및 복지후생	제약 및 의료	제약 및 의료	유통
6	유통	패션/의류	화장품 및 보건용품	교육 및 복지후생
7	패션/의류	교육 및 복지후생	교육 및 복지후생	제약 및 의료
8	화장품 및 보건용품	가정용 전기전자	수송기기	화장품 및 보건용품
9	수송기기	수송기기	관공서 및 단체	패션/의류
10	가정용 전기전자	화장품 및 보건용품	가정용 전기전자	가정용 전기전자

* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

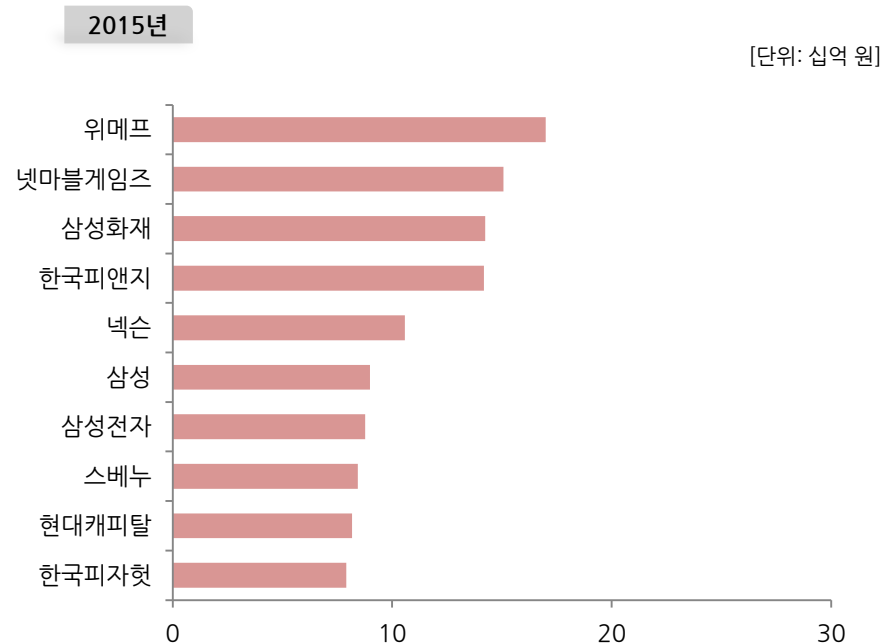
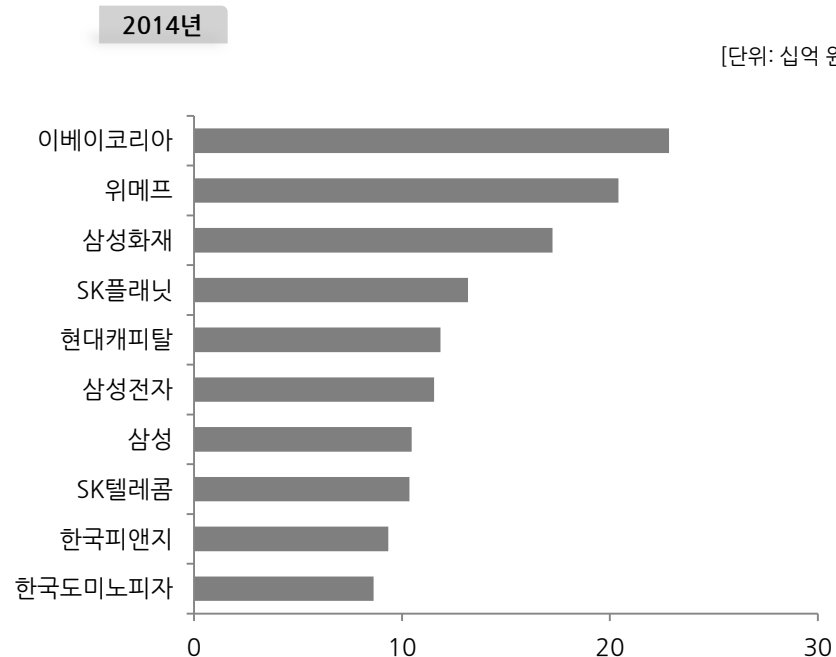
*출처 : Research AD

2. 2015 온라인 DA 시장 규모 - 광고주

위메프, 꾸준한 집행으로 1위 순위 차지, 넷마블게임즈와 넥슨 등 게임 광고주 TOP10 내 신규 진입

- 위메프, 삼성화재는 전년 대비 광고비 소폭 감소하였으나, 전체 광고주 내 순위는 상승 또는 유지
- 주요 게임 광고주 넷마블게임즈와 넥슨, 패션/의류 광고주 스베누는 신규 캠페인 집행으로 인해 전년 대비 광고비 큰 폭 증가하며 2015 광고주 Top 10 내 신규 진입

2014-2015 Top10 광고주



* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

*출처 : Research AD

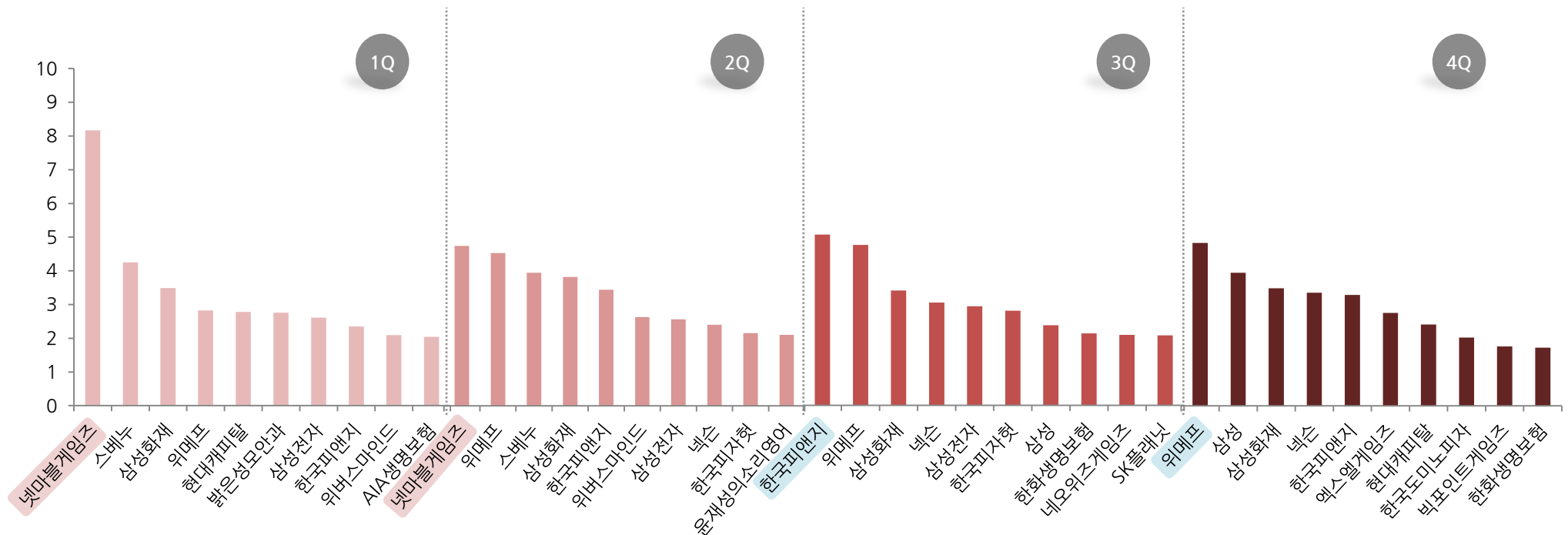
2. 2015 온라인 DA 시장 규모 - 분기/광고주

1분기와 2분기는 넷마블게임즈, 3분기에는 한국피앤지, 4분기는 위메프가 최다 광고비 집행

- TOP10 광고주의 집행 규모는 넷마블게임즈의 신규 캠페인 집행으로 인해 1분기가 가장 높은 규모 보임
- 1분기 - 스베누, 2분기 - 위버스마인드, 넥슨, 3분기 - 한화생명보험, 네오위즈게임즈, 4분기 - 엑스엘게임즈, 빅포인트게임즈 등이 각 분기별 신규 캠페인 집행을 통해 광고비 상승하며 Top 10 진입

분기별 광고비 Top10 광고주

[단위: 십억 원]



* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

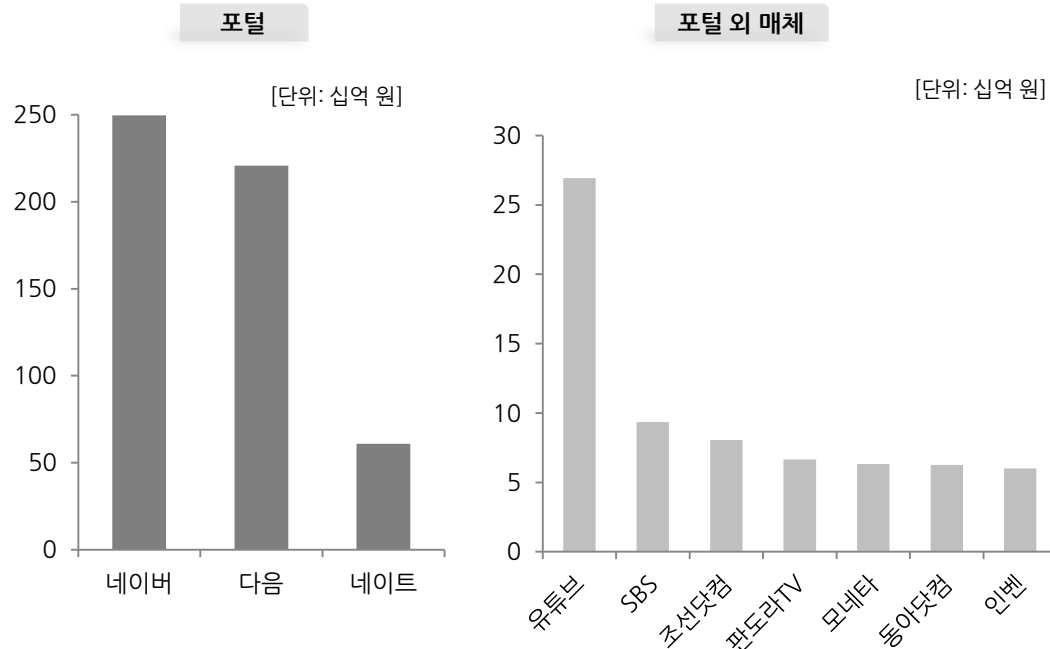
*출처 : Research AD

3. 2015 온라인 DA 시장 규모 - 매체

매체 카테고리별 광고비 비중 및 트렌드

- 네이버는 전년 대비 광고비 소폭 상승하며 꾸준히 1위 유지, 다음은 금융, 보험 및 증권 업종과 서비스 업종을 중심으로 전년 대비 광고비 소폭 상승
- 유튜브의 경우 전년 대비 큰 폭 성장률 보이며 엔터테인먼트 카테고리의 전체 성장 견인
- 2015년 포털 비중은 약 75%로 전년 대비 1% 감소한 반면, 엔터테인먼트 비중은 2% 증가

2015년 Top10 매체 광고비



2014-2015 매체 카테고리별 비중 비교

2014년		2015년	
카테고리	비중	카테고리	비중
포털	76%	포털	75%
신문/잡지	14%	신문/잡지	12%
방송	4%	엔터테인먼트	6%
엔터테인먼트	2%	방송	4%
생활정보	2%	생활정보	2%
커뮤니티	1%	금융/비즈니스	1%
금융/비즈니스	1%	커뮤니티	1%
검색/저장	0.1%	검색/저장	0.1%
커뮤니케이션	0.01%	커뮤니케이션	0.01%

* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

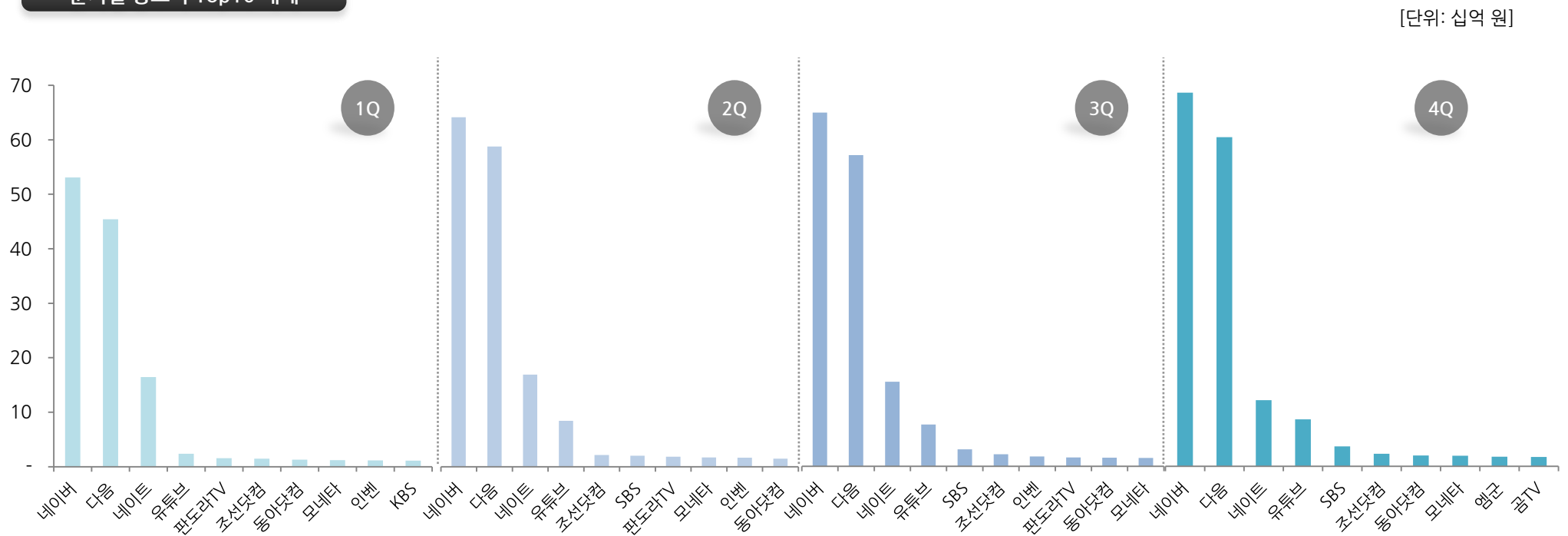
*출처 : Research AD

3. 2015 온라인 DA 시장 규모 - 분기/매체

전통적인 광고 성수기인 4분기에 Top10 매체의 광고비 규모가 가장 크게 나타남

- 포털3사의 광고비는 순위 변화 없이 상위권을 유지
- 유튜브는 2분기 이후 옥시레킷벤키저, 소니코리아, 아모레퍼시픽 등 광고주를 중심으로 광고비 큰 폭으로 상승하며 동영상 매체 내 1위 순위 유지

분기별 광고비 Top10 매체



* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

*출처 : Research AD

02. 2015 모바일 DA 시장 규모

1. 2015 모바일 DA 시장 규모 - 업종

2015 모바일 DA 시장 규모 - 분기/업종

2. 2015 모바일 DA 시장 규모 - 광고주

2015 모바일 DA 시장 규모 - 분기/광고주

1. 2015 모바일 DA 시장 규모 - 업종

유통업종과 컴퓨터 및 정보통신 업종, 전체 모바일 DA 광고비 중 약 54% 이상 차지

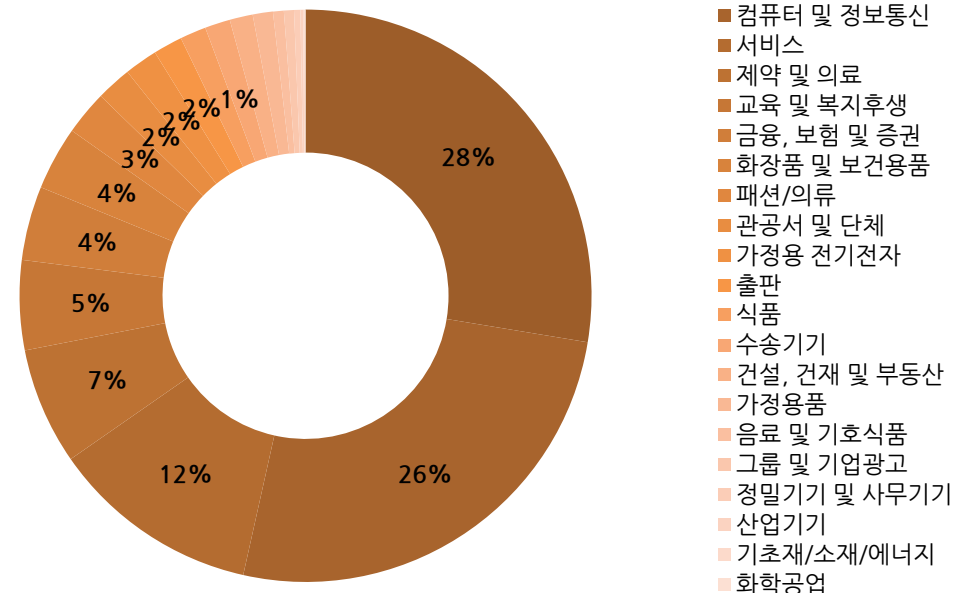
- 유통 업종은 전년 대비 약 59% 상승한 515억 규모로 전체 모바일 광고 시장의 28% 비중 차지
- 컴퓨터 및 정보통신 업종은 게임 광고주 중심으로 광고비 성장하며 꾸준히 높은 순위 유지
- 서비스 업종은 식음료 광고주(맥도날드, 도미노피자 등)의 신규 캠페인 집행으로 전년 대비 성장세 보이며 순위 상승, 제약 및 의료, 금융, 보험 및 증권 업종은 주요 광고주들의 집행 규모 축소로 전년 대비 광고비 하락세 보임

Top10 업종 광고 집행 금액

[단위: 억 원]

순위	업종	2015년	2014년	증감률	순위변화
1	유통	515	324	59%	▲1
2	컴퓨터 및 정보통신	483	410	18%	▼1
3	서비스	221	203	9%	▲1
4	제약 및 의료	123	224	-45%	▼1
5	교육 및 복지후생	95	85	11%	▲1
6	금융, 보험 및 증권	78	98	-20%	▼1
7	화장품 및 보건용품	67	63	6%	-
8	패션/의류	47	38	25%	-
9	관공서 및 단체	37	28	32%	▲1
10	가정용 전기전자	35	27	29%	▲1

업종별 광고 집행 비중



* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

1. 2015 모바일 DA 시장 규모 - 분기/업종

모바일 분기별 Top10 업종은 유통, 컴퓨터 및 정보통신, 서비스가 3강 체제 유지

- 유통 업종은 쇼핑몰/소셜커머스 광고주의 프로모션 증가로 1,3,4분기 1위 유지
- 컴퓨터 및 정보통신 업종은 옐로모바일, 넷마블, 넥슨 등을 중심으로 꾸준히 높은 광고비 보이며 상위 순위 유지
- 교육 및 복지후생은 겨울 방학 및 입시 시즌을 겨냥한 학원과 대학교 광고 집행 영향으로 4분기에 순위 상승

분기별 광고비 Top10 업종

순위	1분기	2분기	3분기	4분기
1	유통	컴퓨터 및 정보통신	유통	유통
2	컴퓨터 및 정보통신	유통	컴퓨터 및 정보통신	컴퓨터 및 정보통신
3	서비스	서비스	서비스	서비스
4	제약 및 의료	제약 및 의료	제약 및 의료	교육 및 복지후생
5	교육 및 복지후생	금융, 보험 및 증권	금융, 보험 및 증권	금융, 보험 및 증권
6	화장품 및 보건용품	화장품 및 보건용품	화장품 및 보건용품	제약 및 의료
7	금융, 보험 및 증권	교육 및 복지후생	교육 및 복지후생	관공서 및 단체
8	패션/의류	패션/의류	패션/의류	화장품 및 보건용품
9	출판	식품	가정용 전기전자	패션/의류
10	가정용 전기전자	수송기기	가정용품	가정용 전기전자

* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

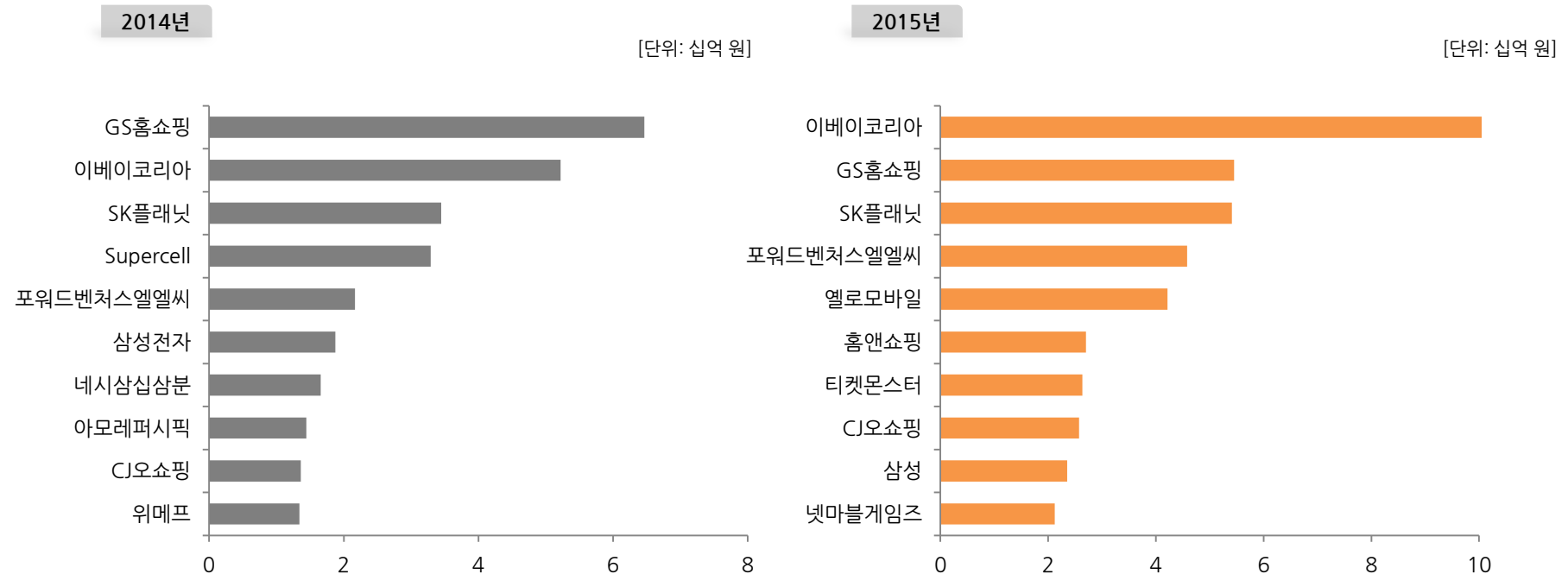
*출처 : Research AD

2. 2015 모바일 DA 시장 규모 - 광고주

쇼핑(이베이코리아, GS홈쇼핑, SK플래닛) 광고주가 Top 10 내 상위권 기록

- 모바일 Top10 광고주 중 유통 업종 광고주가 총 7개로 높은 비중 차지
- 이베이코리아는 전년 대비 97% 광고비 증가하여 순위가 상승한 반면, GS홈쇼핑은 전년대비 16% 광고비 감소하여 순위 하락

2014-2015 Top10 광고주



* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

*출처 : Research AD

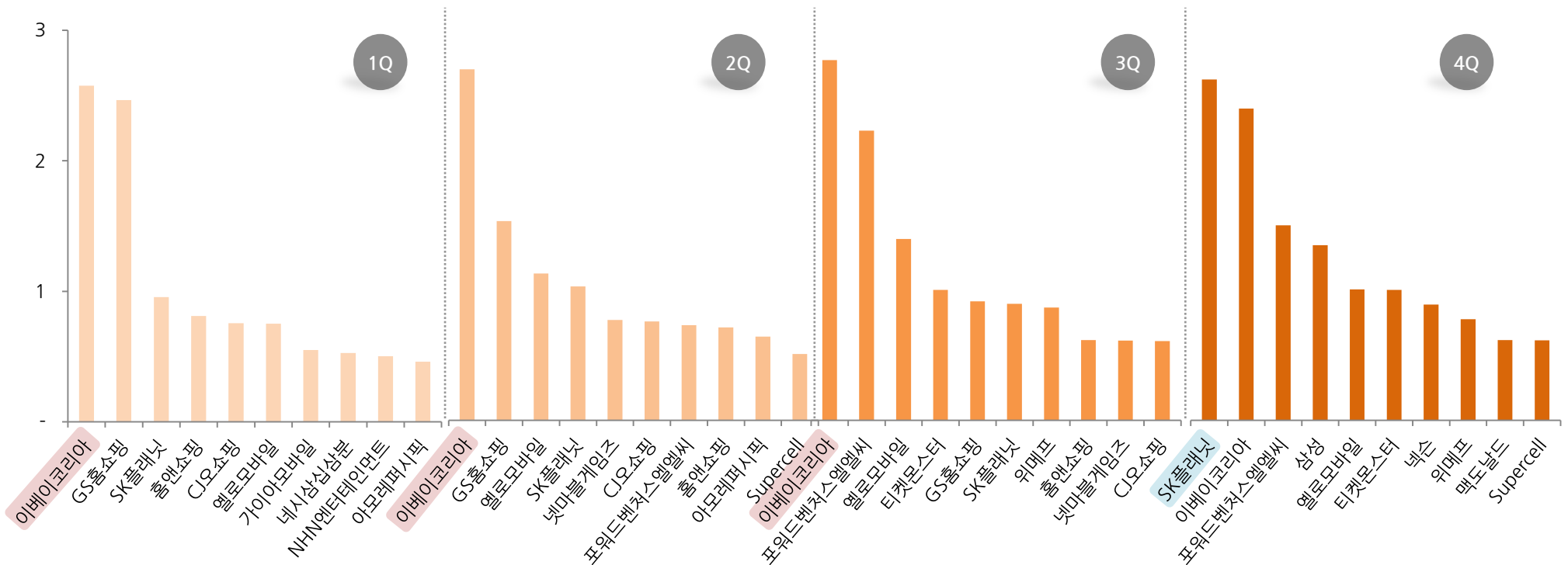
2. 2015 모바일 DA 시장 규모 - 분기/광고주

1분기~3분기에는 이베이코리아, 4분기는 SK플래닛이 최다 광고비 집행

- TOP10 광고주의 집행 규모는 SK플래닛, 이베이코리아의 대규모 캠페인 집행이 있었던 4분기에 가장 높게 나타남
- 1분기 - 가이아모바일, 네시삼십삼분, 2분기 - 넷마블게임즈, Supercell 등 게임 업종 캠페인 증가, 3분기 - 포워드벤처스엘엘씨(쿠팡), 티켓몬스터 등 소셜커머스 광고주, 4분기 - 식음료(맥도날드) 광고주 프로모션 등의 이슈로 Top 10 신규 진입

분기별 광고비 Top10 광고주

[단위: 십억 원]



* 리서치애드 집계 기준으로, 실 집행 금액과 다소 차이가 있을 수 있습니다.

*출처 : Research AD

03. 2015 트래픽 동향

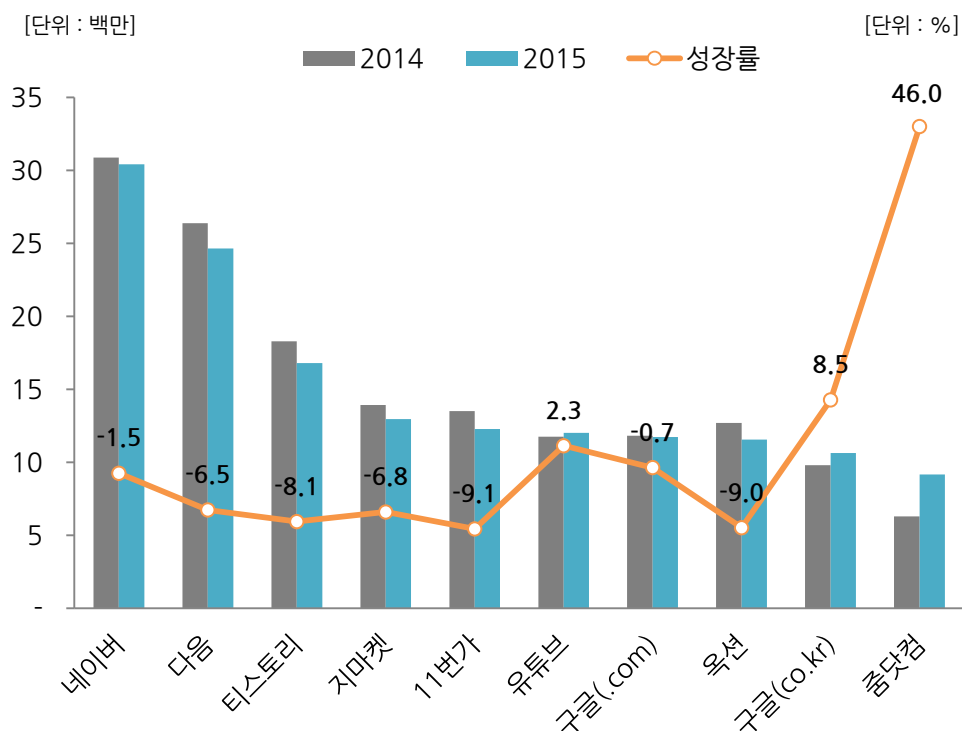
1. PC 웹 TOP 10
2. 모바일 웹 TOP 10
3. 모바일 앱 TOP 10

1. PC 웹 Top 10

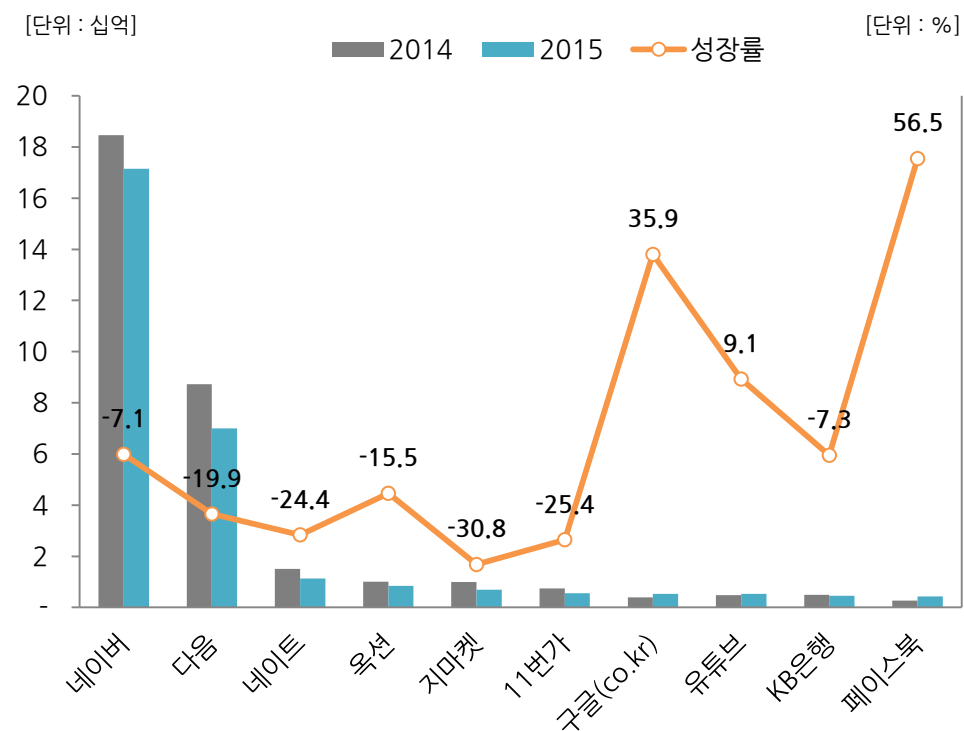
전반적인 PC 웹을 통한 이용량 감소세를 기록했으나, 구글(co.kr)과 줌닷컴 방문자수 큰 폭으로 증가

- PC 웹의 Top 10 매체는 포털, 커뮤니티 및 쇼핑 사이트 중심으로 구성되어 있으며, 전년 대비 구성 매체의 변화는 크지 않음
- 모바일 쇼핑 시장 성장의 영향으로 전년 대비 PC웹을 통한 쇼핑 사이트의 전체적인 트래픽 하락세를 기록
- PC 웹 월 평균 UV 최고 성장률은 줌닷컴이 기록했으며, PV 최고 성장률은 페이스북으로 나타남

PC 웹 Top 10 - 월 평균 UV



PC 웹 Top 10 - 월 평균 PV

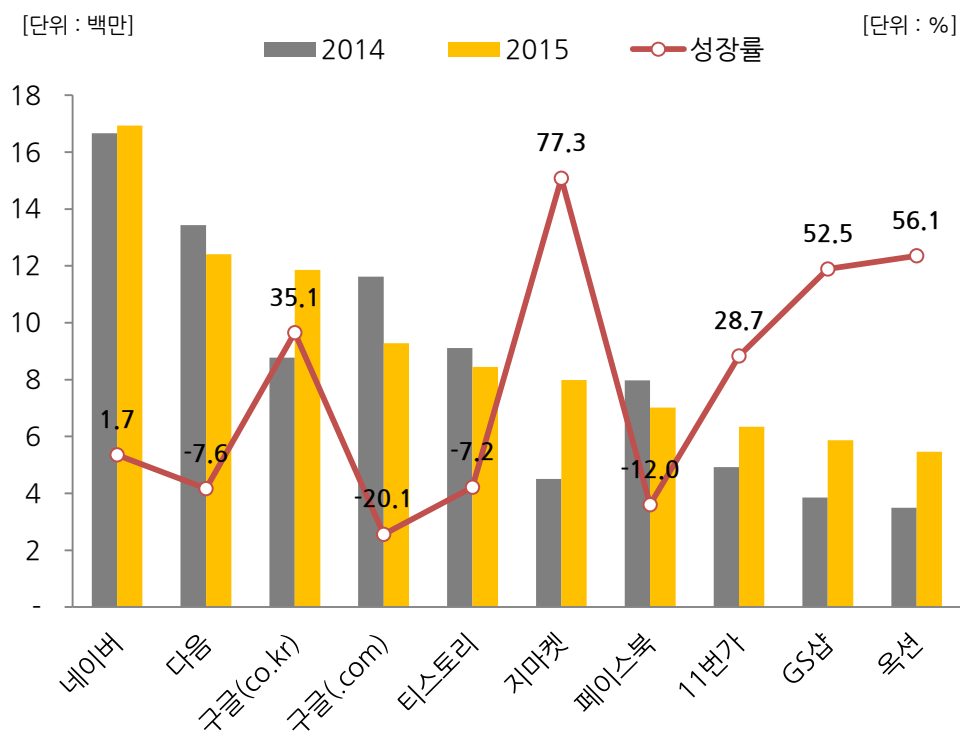


2. 모바일 웹 Top 10

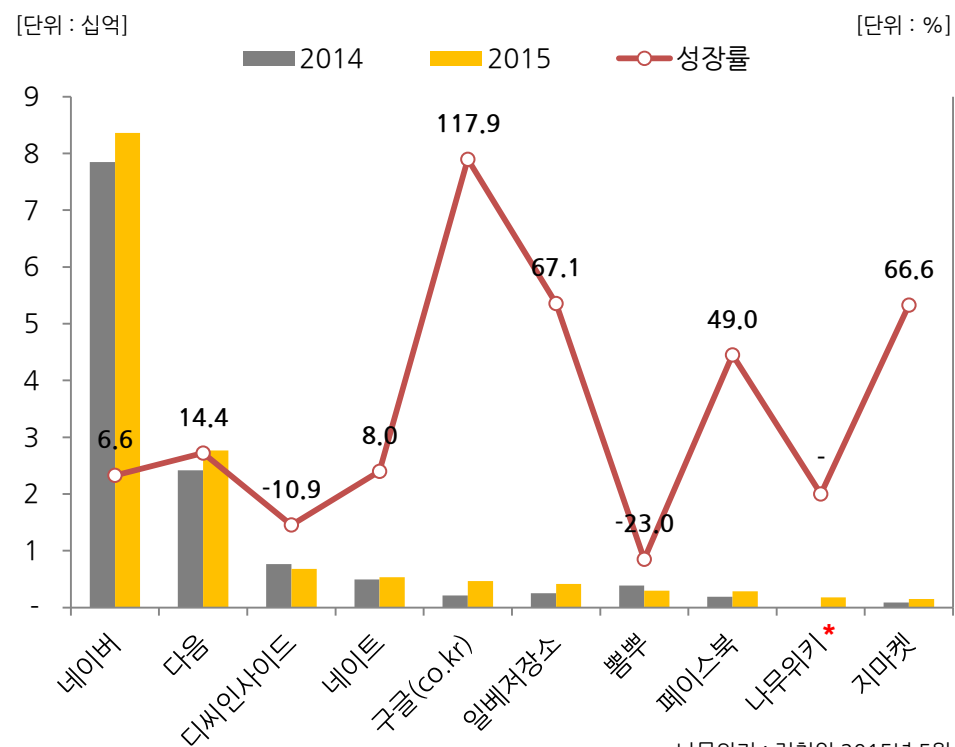
모바일 웹에서는 쇼핑 사이트(지마켓, 11번가, GS샵, 옥션)의 이용량이 큰 폭으로 성장세를 기록

- 모바일 쇼핑 환경 개선 및 모바일 쇼핑 이용자 신규 유입 영향으로 지마켓을 비롯한 쇼핑 사이트의 방문자 전년 대비 증가
- 구글(co.kr)은 전년 대비 UV와 PV 각각 35.1%, 117.9% 큰 폭으로 성장세를 기록
- 페이스북은 모바일 웹을 통한 이용자는 12% 감소했으나, PV는 약 49% 증가를 나타냄

모바일 웹 Top 10 - 월 평균 UV



모바일 웹 Top10 - 월 평균 PV

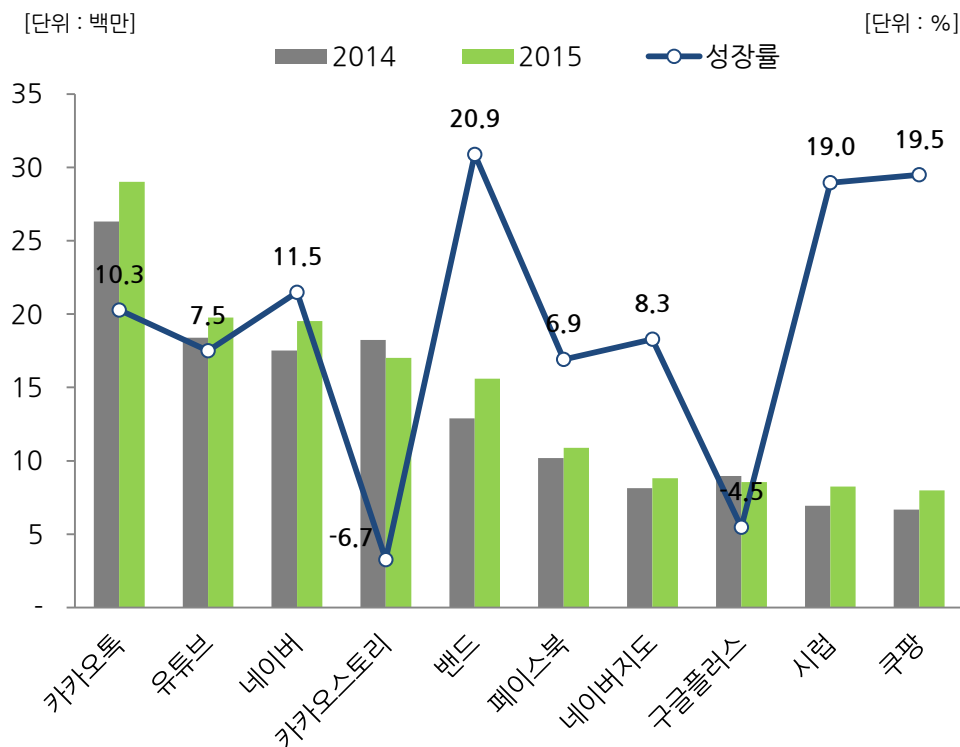


3. 모바일 앱 Top 10

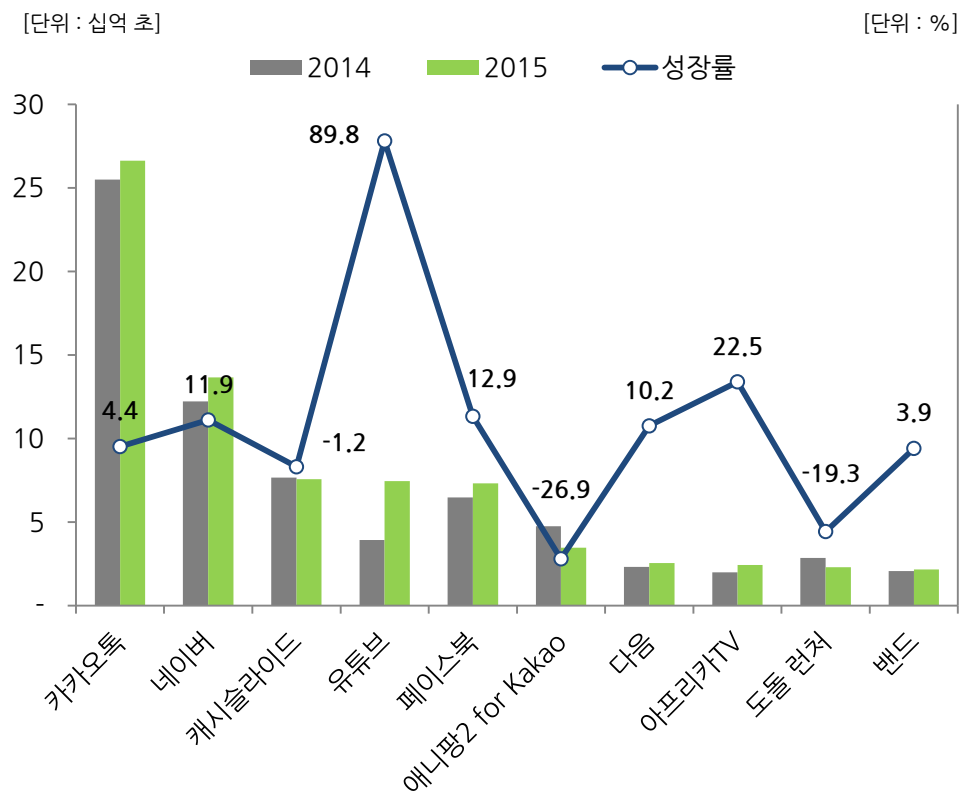
동영상 콘텐츠 시장의 성장으로 네이버(tv캐스트), 유튜브, 아프리카tv와 같은 모바일 앱의 성장세가 두드러짐

- 국내를 대표하는 메신저 서비스 카카오톡은 꾸준한 이용량 및 활동성 증가로 모바일 앱 UV 및 체류시간 1위를 기록
- 밴드는 지속적인 서비스 개편 및 신규 서비스 제공의 영향으로 전년 대비 UV와 총 체류시간 각각 20.9%, 3.9% 증가를 기록

모바일 앱 Top 10 - 월 평균 UV



모바일 앱 Top 10 - 월 평균 총 체류시간



*출처: 코리안클릭



nasmedia

- 보고서 문의
| 나스미디어 트렌드전략팀
| ts@nasmedia.co.kr