

2016년 8월 인터넷 노출형광고 결산 보고

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

2016. 09

135-829 서울특별시 강남구 학동로34길 16 티플러스빌딩 2층

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

Copyright © Researchad. All rights reserved.

1. 2016년 8월 인터넷 노출형광고 현황

표1. 2016년 8월 인터넷 노출형광고 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	Aug-16	전년동월대비 증감률	전월대비 증감률	Aug-15	Jul-16
광고금액	42,149,725	-29.6%	-6.1%	59,888,326	44,908,696
광고수	20,996	-26.5%	-3.3%	28,567	21,723
캠페인수	4,240	8.3%	-5.6%	3,915	4,493
광고주수	2,122	22.7%	-5.1%	1,730	2,236
품목(브랜드)수	2,516	18.1%	-4.5%	2,130	2,635
매체수	102	3.0%	0.0%	99	102

2016년 8월 인터넷 노출형광고 총 집행금액은 2015년 8월 대비로는 29.6% 감소하고, 2016년 7월 대비로는 6.1% 감소한 약 421억 원으로 집계 되었다.

특히나 전년 대비로는 광고금액을 포함한 광고수의 감소를 제외한 캠페인수, 광고주수, 품목(브랜드)수, 매체수의 증가를 확인한 반면, 전월 대비로는 매체수를 제외한 전 지표에서 감소를 확인하였다.

표2. 최근 3년간 8월 인터넷 노출형광고 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	Aug-14	Aug-15	Aug-16
광고금액	58,184,990	59,888,326	42,149,725
광고수	21,563	28,567	20,996
캠페인수	4,150	3,915	4,240
광고주수	1,865	1,730	2,122
품목(브랜드)수	2,234	2,130	2,516
매체수	97	99	102

한편, 최근 3년간 8월 각 지표별 변동 현황을 살펴보면, 광고금액 및 매체수는 매해 증가한 것으로 나타났으며, 광고수는 2015년 증가했다가 2016년 감소하는 것을 확인할 수 있다. 반면, 캠페인수, 광고주수, 품목(브랜드)수는 2015년 감소 후 2016년 증가한 것으로 나타났다.

2. 업종 현황

표3. 2016년 8월 업종별 광고집행 현황

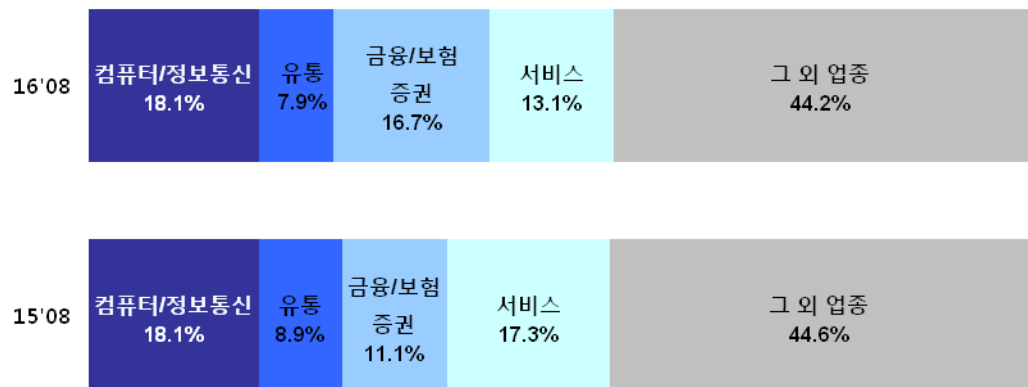
(단위 : 천원)

업종 (대)	Aug-16		증감률		Aug-15		Jul-16	
	광고금액	구성비	전년대비	전월대비	광고금액	구성비	광고금액	구성비
기초재/소재/에너지	203,868	0.5%	281.4%	144.1%	53,458	0.1%	83,521	0.2%
식품	424,576	1.0%	-77.0%	23.8%	1,843,879	3.1%	342,830	0.8%
음료 및 기호식품	227,168	0.5%	-76.4%	-34.2%	961,933	1.6%	345,034	0.8%
제약 및 의료	1,422,090	3.4%	-66.1%	-40.3%	4,193,741	7.0%	2,383,608	5.3%
화장품 및 보건용품	522,292	1.2%	-83.3%	-40.2%	3,124,621	5.2%	873,741	1.9%
출판	136,889	0.3%	-22.4%	-28.1%	176,365	0.3%	190,345	0.4%
패션/의류	331,979	0.8%	-77.5%	36.9%	1,473,971	2.5%	242,421	0.5%
산업기기	31,267	0.1%	-19.9%	-24.7%	39,059	0.1%	41,520	0.1%
정밀기기 및 사무기기	412,338	1.0%	118.3%	729.1%	188,873	0.3%	49,735	0.1%
가정용 전기전자	1,592,786	3.8%	-13.1%	-14.9%	1,832,913	3.1%	1,870,965	4.2%
컴퓨터 및 정보통신	7,623,216	18.1%	-29.7%	15.3%	10,844,849	18.1%	6,610,636	14.7%
수송기기	2,321,562	5.5%	-5.3%	3.7%	2,452,276	4.1%	2,239,575	5.0%
가정용품	522,646	1.2%	-63.2%	-1.4%	1,421,514	2.4%	530,092	1.2%
화학공업	276,446	0.7%	214.0%	110.5%	88,032	0.1%	131,299	0.3%
건설/건재 및 부동산	2,413,817	5.7%	-6.6%	-46.4%	2,584,425	4.3%	4,502,386	10.0%
유통	3,331,165	7.9%	-37.3%	-10.7%	5,314,613	8.9%	3,731,564	8.3%
금융, 보험 및 증권	7,044,776	16.7%	6.4%	11.6%	6,623,112	11.1%	6,313,201	14.1%
서비스	5,517,928	13.1%	-46.7%	-21.3%	10,351,126	17.3%	7,009,021	15.6%
관공서 및 단체	3,993,863	9.5%	65.3%	1.2%	2,416,123	4.0%	3,944,831	8.8%
교육 및 복지후생	2,628,526	6.2%	4.2%	-12.5%	2,523,376	4.2%	3,004,516	6.7%
그룹 및 기업광고	1,170,527	2.8%	-15.2%	150.2%	1,380,067	2.3%	467,855	1.0%
합계	42,149,725	100.0%	-29.6%	-6.1%	59,888,326	100.0%	44,908,696	100.0%

'컴퓨터 및 정보통신', '서비스', '유통', '금융, 보험 및 증권' 업종을 중심으로 2016년 8월 업종별 광고집행 현황을 살펴보면, '컴퓨터 및 정보통신' 업종의 경우, 전년대비로는 감소하고 전월 대비로는 증가한 것을 확인할 수 있다. 한편, '유통' 및 '서비스' 업종은 전년 및 전월 대비 모두 각각 감소한 것으로 나타난 반면, '금융, 보험 및 증권' 업종은 전년 및 전월 대비 모두 각각 증가한 것으로 나타났다.

특징적으로는 '기초재/소재/에너지', '정밀기기 및 사무기기', '화학공업', '관공서 및 단체' 업종은 전년 및 전월 대비 모두 광고금액 증가를 각각 확인하였다.

그림1. 2015년 8월 대비 2016년 8월 주요 업종 구성비 변화



2015년 8월 대비 2016년 8월 주요 업종별 구성비 현황을 살펴보면, '금융, 보험 및 증권' 업종만이 소폭 증가하고, '유통', '서비스' 업종은 전년 대비 소폭 감소하였으며, '컴퓨터 및 정보통신' 업종은 비중 증감이 없는 것으로 확인되었다.

'컴퓨터 및 정보통신' 업종의 경우, 전년 대비 광고금액이 감소한 것과는 달리 광고 비중은 변화가 없는 것이 특징적이며, 그 밖에 '금융, 보험 및 증권', '서비스', '유통' 업종의 경우는 광고 비중 및 광고금액의 증감이 같은 패턴으로 마감된 것으로 나타났다.

한편, 주요 4개 업종들이 전체에서 차지하는 비중은 전년 동월 대비 55.4%에서 55.8%로 소폭 증가하였다.

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

3. 광고주 현황

표4. 2016년 8월 TOP20 광고주 광고집행 현황

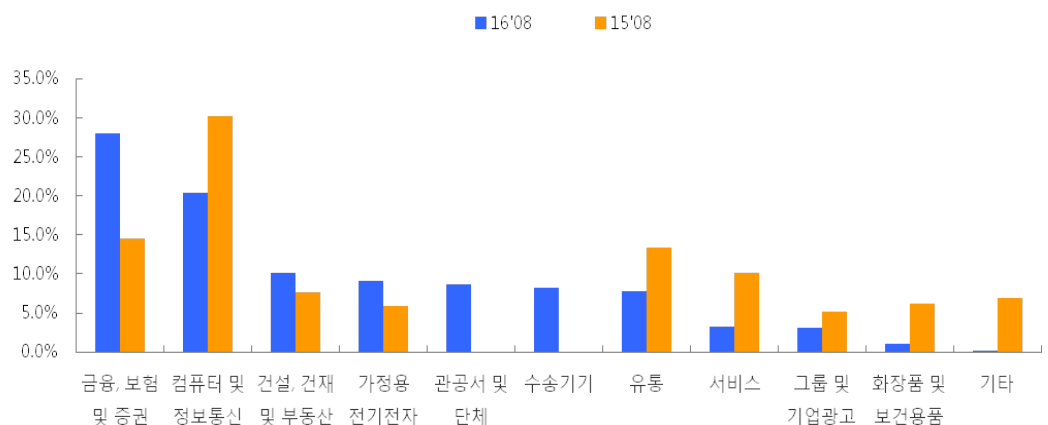
(단위 : 천원/개)

항 목	Aug-16	전년동월대비 증감률	전월대비 증감률	Aug-15	Jul-16
품목(브랜드)수	87	33.8%	40.3%	65	62
캠페인수	184	-24.3%	3.4%	243	178
광고수	1,167	-24.0%	1.0%	1,535	1,156
매체수	66	1.5%	8.2%	65	61
광고금액	14,341,071	-15.7%	-8.5%	17,012,451	15,667,464
점유율(전체광고금액)	34.0%	-	-	28.4%	34.9%

2016년 8월 광고금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고금액은 34.0%, 광고수는 5.6%, 광고캠페인수는 4.3%를 점유하는 것으로 집계 되었다.

한편, 2015년 8월 대비 2016년 8월의 상위 20개 광고주를 대상으로 각 지표를 살펴보면, 브랜드수와 매체수를 제외한 지표들은 전년 대비 감소한 것을 확인하였다. 반면, 2016년 7월 대비로는 광고금액만 감소하고 전 지표에서는 증가한 것으로 나타났다.

그림2. 2015년 8월 대비 2016년 8월 20대 광고주의 업종 구성비 현황



2016년 8월 광고금액 기준 상위 20개 광고주만의 업종별 비중을 살펴보면, '금융, 보험 및 증권', '컴퓨터 및 정보통신', '건설, 건재 및 부동산', '가정용 전기전자' 순으로 나타났다.

4. 매체 현황

2016년 8월 광고금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 전년 동월 대비 광고금액 증가 매체는 2개, 광고비 감소 매체는 10개, 순위 내 신규진입 매체는 8개로 집계 되었다. 한편, 전월 대비로는 광고금액 증가 매체는 11개, 광고금액 감소 매체는 7개, 순위 내 신규진입 매체는 2개로 집계 되었다.

표5. 2016년 8월 TOP20 매체 광고집행 현황

(단위 : 천원,개)

순위	Aug-15			증감	Aug-16			증감	Jul-16		
	매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액
1	네이버	1,055	20,556,088	▼	네이버	952	18,468,432	▼	네이버	963	19,088,706
2	다음	811	18,266,706	▼	다음	300	10,530,255	▼	다음	353	12,904,907
3	네이트	424	5,041,245	▼	네이트	358	3,759,426	▲	네이트	349	3,639,201
4	유튜브	335	2,471,937	▼	유튜브	1,974	1,087,843	▲	페이스북	1,644	1,255,095
5	SBS	146	929,896	㉠	페이스북	1,258	789,184	▼	유튜브	1,614	827,598
6	인벤	476	811,329	▲	동아일보	1,437	592,807	▲	인벤	306	551,250
7	조선일보	1,766	727,296	▼	인벤	258	577,311	▲	동아일보	1,521	504,988
8	판도라TV	473	583,263	▲	전자신문	413	490,762	▲	전자신문	448	452,686
9	동아일보	1,080	516,275	▼	조선일보	800	465,554	▲	조선일보	797	359,268
10	곰TV	853	460,885	▼	팍스넷	463	329,761	▼	팍스넷	370	333,931
11	팍스넷	347	448,829	㉠	줌	104	293,768	▲	줌	122	281,461
12	프레시안	1,502	368,288	▼	연합뉴스	162	276,819	▲	중앙일보	655	278,000
13	전자신문	402	365,943	㉠	경향신문	904	238,925	▲	경향신문	966	230,188
14	연합뉴스	122	334,229	▼	중앙일보	577	191,695	▼	연합뉴스	165	226,783
15	중앙일보	611	330,282	㉠	한국일보	488	182,170	▲	디지털타임즈	529	202,141
16	엠군	234	313,359	㉠	게임메카	119	168,330	▼	게임메카	132	194,165
17	MBC	67	287,437	▼	국민일보	834	160,401	▲	한국일보	564	166,895
18	더팩트	1,710	272,598	㉠	지디넷	87	141,727	㉠	잡코리아	102	159,036
19	다스이즈게임	363	265,684	㉠	디지털타임즈	335	139,458	▼	국민일보	858	156,078
20	국민일보	1,257	263,853	㉠	CGV	295	127,580	㉠	더팩트	890	146,900

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

표6. 2016년 8월 주요 매체별 업종별 광고집행 현황

(단위 : 천원)

번호	업종	네이버	다음	네이트
1	금융, 보험 및 증권	2,740,614	2,351,948	1,048,784
2	컴퓨터 및 정보통신	4,831,587	297,722	249,823
3	서비스	2,786,488	1,395,082	112,134
4	관공서 및 단체	1,781,068	1,475,724	83,351
5	유통	1,132,149	683,393	407,278
6	건설, 건재 및 부동산	700,278	1,490,024	0
7	수송기기	846,263	805,510	499,194
8	교육 및 복지후생	1,198,730	206,425	479,364
9	가정용 전기전자	747,521	547,116	99,631
10	그룹 및 기업광고	346,482	421,211	243,396
11	제약 및 의료	21,791	310,598	307,537
12	정밀기기 및 사무기기	369,276	0	0
13	화장품 및 보건용품	219,124	22,022	94,649
14	가정용품	23,773	229,333	13,300
15	식품	122,536	56,358	100,232
16	화학공업	272,614	0	0
17	패션/의류	199,153	9,436	19,665
18	기초재/소재/에너지	0	174,518	0
19	음료 및 기호식품	113,070	49,396	0
20	출판	15,915	4,439	1,088
합 계		18,468,432	10,530,255	3,759,426

2016년 8월 주요 포털의 업종별 광고집행 현황은 위와 같다. '네이버' 는 '컴퓨터 및 정보통신' 업종에서 '다음' 과 '네이트' 는 '금융, 보험 및 증권' 업종에서 각각 광고금액이 가장 큰 것으로 확인되었다.

※ 위의 매체 현황에 제시된 매체별 광고금액은 내부 정책에 따라 동영상 데이터의 독립 및 분리로 인해 이전 작성된 보고서 및 리서치애드 사이트를 통해 확인된 데이터 내용과 차이가 있을 수 있다.

5. 데이터 베이스 현황

표7. 2016년 8월 분류 및 통계 대상 인터넷 노출형광고 파일

(단위:개)

기간	분류 대상 파일	분류 광고 파일	분류 제외 파일 (자사 광고)	분류 제외 파일 (보류 광고)
Aug-16	92,779	28,318	13,983	50,477

이상의 통계는 리서치애드가 2016년 8월 1일부터 2016년 8월 31일 까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 115개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 92,779개의 노출형광고 파일을 클리핑하여 자사광고 등 분류 대상에서 제외된 64,460개 파일을 제외한 28,318개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

2016년 8월 클리핑 광고파일 수 92,779개는 전년 동월 대비 19,578개 증가한 수치이며, 전월 대비로는 676개 증가한 수치이다.

본 보고서의 내용은 기계적으로 클리핑, 분류 및 통계 처리 된 자료로 실제 광고 집행 금액과는 차이가 있을 수 있습니다. 다만, 인터넷 상에 게재 된 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]

담당자 : 한보경 팀장

TEL : 02-546-9692

E-mail : newday@researchad.com