

2016년 3분기 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. 10

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 3분기 인터넷 노출형광고 현황

표1. 2016년 3분기 인터넷 노출형광고 현황

(단위:천원,개)

항 목	2016 3Q	전년동기대비 증감률	전기대비 증감률	2015 3Q	2016 2Q
광고금액	131,095,789	-29.6%	5.0%	186,311,683	124,808,598
광고수	59,392	-29.1%	15.8%	83,780	51,293
캠페인수	8,947	11.1%	36.9%	8,056	6,537
광고주수	3,466	29.8%	34.3%	2,670	2,581
품목(브랜드)수	4,265	24.0%	35.5%	3,439	3,147
매체수	106	1.0%	2.9%	105	103

2016년 3분기 인터넷 노출형광고 총 집행금액은 지난해 같은 기간인 2015년 3분기 대비 29.6% 감소하였고, 반면, 직전 분기인 2016년 2분기 대비로는 5.0% 증가한 약 1,311억 원으로 집계 되었다.

다른 지표별 증감 상황은 2015년 3분기 대비로는 광고수만 감소하고, 전 지표가 증가한 반면, 2016년 2분기 대비로는 전 지표에 걸쳐 증가한 것을 확인하였다.

표2. 2016년 3분기 인터넷 노출형광고 월별 현황

(단위:천원,개)

항 목	16'07	16'08	16'09
광고금액	44,908,696	42,149,725	44,037,368
광고수	21,723	20,996	19,635
캠페인수	4,493	4,239	4,007
광고주수	2,236	2,122	2,073
품목(브랜드)수	2,635	2,515	2,440
매체수	102	102	103

2. 업종 현황

표3. 2016년 3분기 업종별 광고집행 현황

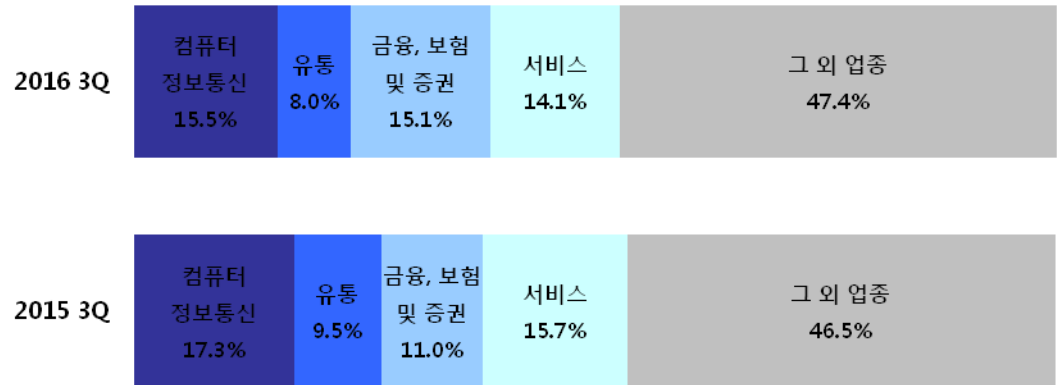
(단위:천원)

업종 (대)	2016 3Q		증감률		2015 3Q		2016 2Q	
	광고금액	구성비	전년대비	전기대비	광고금액	구성비	광고금액	구성비
기초재/소재/에너지	344,629	0.3%	44.9%	625.7%	237,851	0.1%	47,490	0.0%
식품	1,176,017	0.9%	-75.0%	17.2%	4,698,795	2.5%	1,003,827	0.8%
음료 및 기호식품	672,910	0.5%	-79.8%	81.5%	3,334,799	1.8%	370,792	0.3%
제약 및 의료	5,128,494	3.9%	-65.4%	-8.1%	14,821,103	8.0%	5,581,057	4.5%
화장품및 보건용품	3,981,060	3.0%	-64.1%	47.3%	11,100,958	6.0%	2,703,116	2.2%
출판	798,971	0.6%	62.8%	106.2%	490,873	0.3%	387,435	0.3%
패션/의류	1,569,812	1.2%	-70.4%	-56.8%	5,297,229	2.8%	3,631,823	2.9%
산업기기	96,438	0.1%	-40.0%	92.5%	160,841	0.1%	50,110	0.0%
정밀기기및사무기기	616,870	0.5%	-9.6%	85.7%	682,126	0.4%	332,267	0.3%
가정용 전기전자	4,666,520	3.6%	-33.2%	-15.8%	6,980,748	3.7%	5,539,822	4.4%
컴퓨터및 정보통신	20,259,284	15.5%	-37.2%	0.3%	32,235,348	17.3%	20,197,285	16.2%
수송기기	7,160,237	5.5%	-17.9%	-12.6%	8,725,322	4.7%	8,192,494	6.6%
가정용품	1,582,744	1.2%	-65.1%	37.6%	4,531,400	2.4%	1,150,420	0.9%
화학공업	431,409	0.3%	65.4%	719.6%	260,819	0.1%	52,637	0.0%
건설,건재및 부동산	12,122,793	9.2%	136.2%	165.6%	5,132,658	2.8%	4,564,033	3.7%
유통	10,458,392	8.0%	-40.9%	-10.1%	17,708,559	9.5%	11,634,825	9.3%
금융, 보험 및 증권	19,859,623	15.1%	-2.9%	-9.3%	20,449,953	11.0%	21,888,630	17.5%
서비스	18,427,164	14.1%	-37.2%	-7.4%	29,322,814	15.7%	19,896,765	15.9%
관공서 및 단체	11,809,692	9.0%	58.7%	3.1%	7,441,687	4.0%	11,454,525	9.2%
교육 및 복지후생	7,773,116	5.9%	-12.9%	47.0%	8,923,931	4.8%	5,287,458	4.2%
그룹 및 기업광고	2,159,614	1.6%	-42.8%	156.6%	3,773,869	2.0%	841,787	0.7%
합 계	131,095,789	100.0%	-29.6%	5.0%	186,311,683	100.0%	124,808,598	100.0%

2016년 3분기 업종별 광고집행 현황은 전년 동 분기 대비 5개 업종의 광고금액이 증가하고, 16개 업종의 광고금액이 감소한 가운데 전체적으로는 29.6% 감소하였다. 한편, 직전 분기 대비로는 14개 업종이 광고금액이 증가하고 7개 업종이 감소하면서, 전체적으로는 5.0%의 증가로 마감하였다.

특징적으로는 '기초재/소재/에너지', '출판', '화학공업', '건설, 건재 및 부동산', '관공서 및 단체' 업종 등은 전년 동 분기 대비 및 직전 분기 대비 증가하였다.

그림1. 2015년 3분기 대비 2016년 3분기 주요 업종 구성비 변화



전체 광고금액에서 큰 비중을 차지하는 주요 4개 업종 중 '금융, 보험 및 증권'만의 비중이 전년 동 분기 대비 증가한 반면, '컴퓨터 및 정보통신', '유통' 및 '서비스' 업종의 비중은 전년 동 분기 대비 감소하였다. 4개 업종의 비중 추이와는 달리 광고금액 증감 추이는 4개 업종 모두 전년 동 분기 대비 감소한 것으로 나타났다.

반면, 주요 4개 업종이 전체에서 차지하는 비중은 전년 동 분기 53.5%에서 52.6%로 소폭 감소하였다.

※ 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

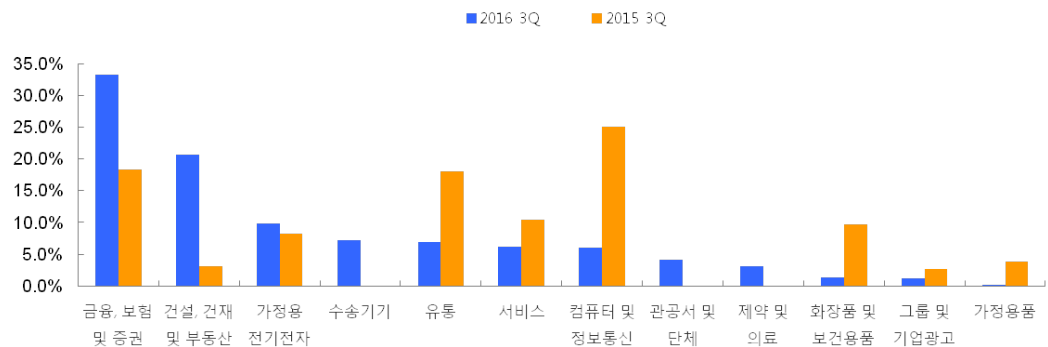
표4. 2016년 3분기 TOP20 광고주 광고집행 현황

(단위:천원/개)

항 목	2016 3Q	전년동기대비 증감률	전기대비 증감률	2015 3Q	2016 2Q
품목(브랜드)수	104	-1.9%	85.7%	106	56
캠페인수	367	-50.5%	2.5%	741	358
광고수	2,990	-30.0%	20.6%	4,274	2,480
매체수	78	0.0%	9.9%	78	71
광고금액	38,353,873	-16.9%	-7.8%	46,180,857	41,599,415
점유율	29.3%	-	-	24.8%	33.3%

광고금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고금액은 29.3%, 광고수는 5.0%, 광고캠페인수는 4.1%를 점유하는 것으로 집계 되었다. 그 중, 광고집행금액은 약 383억 원으로 전년 동 분기 대비로는 16.9% 감소하고, 전 분기 대비로는 7.8% 감소한 결과이다.

그림2. 2015년 3분기 대비 2016년 3분기 20대 광고주의 업종 구성비 변화



2016년 3분기, 광고금액 기준 상위 20위권 광고주만의 업종별 비중을 전년 동 분기 대비 살펴보면, '금융, 보험 및 증권', '건설, 건재 및 부동산', '수송기기', '관광서 및 단체', '제약 및 의료' 업종 등의 경우, 2015년 3분기 대비, 해당 업종 광고금액 비중의 증가를 확인하였고, 반면, '유통', '서비스', '컴퓨터 및 정보통신', '화장품 및 보건용품', '가정용품' 업종 등의 경우는 2015년 3분기 대비 광고금액 비중의 감소를 확인할 수 있다.

4. 매체 현황

2016년 3분기, 광고금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 전년 동분기 대비 광고금액 증가 매체는 2개, 광고비 감소 매체는 9개, 순위 내 신규진입 매체는 9개로 집계 되었다. 또한, 직전 분기 대비로는 광고금액 증가 매체는 7개, 광고금액 감소 매체는 10개, 순위 내 신규 진입 매체가 3개로 집계 되었다.

표5. 2016년 3분기 TOP20 매체 광고집행 현황

(단위:천원)

순위	2015 3Q			증감	2016 3Q			증감	2016 2Q		
	매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액
1	네이버	3,183	64,969,377	▼	네이버	2,769	56,697,196	▲	네이버	2,506	54,326,236
2	다음	2,116	57,182,809	▼	다음	1,014	36,295,921	▲	다음	1,238	36,263,199
3	네이트	1,236	15,522,760	▼	네이트	1,014	10,728,474	▲	네이트	836	9,456,804
4	유튜브	870	7,647,283	㉠	페이스북	3,820	2,755,662	▲	동아일보	3,731	1,951,324
5	SBS	377	3,078,088	▼	유튜브	4,382	2,704,823	㉠	페이스북	951	1,513,929
6	조선일보	5,372	2,187,011	▲	동아일보	4,225	1,762,141	▼	전자신문	1,267	1,447,282
7	인벤	992	1,806,607	▼	인벤	692	1,732,413	▲	조선일보	2,390	1,321,643
8	판도라TV	1,177	1,624,287	▲	전자신문	1,099	1,383,687	▼	팍스넷	1,016	1,198,451
9	동아일보	3,228	1,558,549	▼	조선일보	2,386	1,265,228	▼	인벤	666	1,174,385
10	팍스넷	906	1,502,668	㉠	줌	270	975,937	▲	줌	432	943,315
11	곰TV	2,516	1,311,152	▼	팍스넷	1,162	934,779	▼	연합뉴스	359	815,655
12	전자신문	1,210	1,214,481	▼	연합뉴스	461	799,220	▼	중앙일보	2,060	731,622
13	프레시안	5,281	1,163,977	▼	중앙일보	1,884	656,884	▼	한국일보	1,387	577,254
14	연합뉴스	367	1,070,329	㉠	경향신문	2,507	630,205	▲	게임메카	303	574,508
15	엠군	699	1,028,497	㉠	한국일보	1,562	552,554	▼	더팩트	2,911	560,084
16	더팩트	4,731	914,997	㉠	게임메카	283	546,023	▼	지디넷	174	543,971
17	중앙일보	1,628	858,042	㉠	디지털타임즈	1,136	512,810	㉠	국민일보	2,398	531,288
18	MBC	182	854,177	㉠	국민일보	2,400	474,378	▼	경향신문	2,439	501,501
19	디스이즈게임	888	827,459	㉠	잡코리아	252	378,606	㉠	SBS골프	267	404,026
20	지디넷	259	817,588	㉠	CGV	739	356,661	▼	CGV	628	401,014

※ 첫 번째 '증감'은 전년 동 분기 대비, 두 번째 '증감'은 전 분기 대비 (▲ : 광고집행금액 증가 ▼ : 광고집행금액 감소 ㉠:순위 내 신규 진입)

광고금액의 증감 현황은 전년 동 분기 대비로 3대 포털 및 상위 20개 매체는 각각 24.7% 및 26.9%로 광고금액이 감소하였으며, 반대로, 전 분기 대비로는 3대 포털은 3.7% 증가, 상위 20개 매체는 6.0%의 광고금액 증가를 각각 확인하였다.

표6. 2016년 3분기 주요 매체별 업종별 광고집행 현황

(단위:천원)

번호	업종	네이버	다음	네이트
1	금융, 보험 및 증권	8,264,878	5,955,389	3,026,239
2	서비스	10,469,218	3,735,585	562,604
3	컴퓨터 및 정보통신	11,533,483	1,491,431	678,576
4	건설, 건재 및 부동산	3,297,367	8,115,864	0
5	관공서 및 단체	4,952,330	4,622,974	246,506
6	유통	3,113,228	2,546,609	1,365,920
7	수송기기	2,300,914	3,183,618	1,199,323
8	교육 및 복지후생	3,656,466	720,635	1,302,288
9	가정용 전기전자	2,244,893	1,546,820	312,445
10	화장품 및 보건용품	2,539,903	286,809	509,596
11	제약 및 의료	308,191	1,800,101	919,278
12	그룹 및 기업광고	615,556	924,576	249,503
13	패션/의류	1,107,079	47,422	78,731
14	가정용품	456,382	401,690	13,300
15	식품	354,855	303,815	226,712
16	음료 및 기호식품	384,331	114,205	0
17	정밀기기 및 사무기기	455,482	0	34,068
18	출판	227,739	231,008	3,385
19	화학공업	414,901	0	0
20	기초재/소재/에너지	0	267,370	0
합계		56,697,196	36,295,921	10,728,474

2016년 3분기 주요 매체별, 업종별 광고집행 현황을 살펴보면, '네이버' 는 '컴퓨터 및 정보통신' 업종에서, '다음' 은 '건설, 건재 및 부동산' 업종에서, '네이트' 는 '금융, 보험 및 증권' 업종에서 각각 높은 광고금액을 나타냈다.

※ 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 3분기 월별 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)
2016-07	92,103	31,315	13,499	47,287
2016-08	92,779	28,318	13,983	50,477
2016-09	85,207	27,068	11,544	46,594
합 계	270,089	86,701	39,026	144,358

이상의 통계는 리서치애드가 2016년 7월 1일부터 2016년 9월 30일 까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 115개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 270,089개의 노출형광고 파일을 클리핑하여 자사광고 등 분류 대상에서 제외된 183,383개 파일을 제외한 86,701개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

분류 및 통계 대상 인터넷 노출형광고 파일의 수는 전년 동 분기 대비 44,754개 증가하였고, 또한 직전 분기 대비로는 50,949개 증가한 수치이다.

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

담당자 : 한보경 팀장
 TEL : 02-546-9692
 E-mail : newday@researchad.com