

2018년 2월 인터넷 노출형 광고 결산 보고

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

2018. 03

06105 서울특별시 강남구 학동로34길 16 티플러스빌딩 2층
Tel 02-546-9692 Fax 02-546-9694 www.researchad.com

Copyright © Researchad. All rights reserved.

1. 2018년 2월 인터넷 노출형 광고 현황

표1. 2018년 2월 인터넷 노출형 광고 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	Feb-18	전년동월대비 증감률	전월대비 증감률	Feb-17	Jan-18
광고금액	50,983,871	48.9%	-11.3%	34,238,341	57,499,123
광고수	44,329	1331.1%	-5.6%	19,015	46,970
캠페인수	6,374	70.9%	-7.9%	3,729	6,924
광고주수	4,467	140.9%	-6.1%	1,854	4,759
품목(브랜드)수	5,199	138.0%	-5.5%	2,184	5,501
매체수	114	14.0%	1.8%	100	112

2018년 2월 인터넷 노출형 광고 총 집행 금액은 2017년 2월 대비로는 48.9% 증가하였으나, 2018년 1월 대비로는 11.3% 감소한 약 509억 원으로 집계되었다.

광고금액을 포함한 각 지표별 증감 현황은 전년 동월인 2017년 2월 대비로는 전체 지표에서 증가를 확인한 반면, 전월인 2018년 1월 대비로는 매체수를 제외한 지표에서 감소한 것을 확인하였다.

전년 동월 대비 집계 특이사항으로는 2017년 12월 기준으로, PC플랫폼(GDN, DDN, 와이드플래닛, 모비온 등) 광고가 추가로 수집 반영되었고, 이로 인해, 광고 금액 뿐만 아니라, 다른 항목들의 상승폭이 급격히 늘어난 것을 확인할 수 있다.

2. 업종 현황

표2. 2018년 2월 업종별 광고집행 현황

(단위 : 천원)

업종 (대)	Feb-18		증감률		Feb-17		Jan-18	
	광고금액	구성비	전년대비	전월대비	광고금액	구성비	광고금액	구성비
기초재/소재/에너지	15,078	0.0%	12.5%	-92.8%	13,407	0.0%	208,468	0.4%
식품	583,011	1.1%	228.9%	11.1%	177,257	0.5%	524,740	0.9%
음료 및 기호식품	99,419	0.2%	14.4%	-82.7%	86,926	0.3%	573,547	1.0%
제약 및 의료	3,558,675	7.0%	152.6%	24.6%	1,408,722	4.1%	2,854,975	5.0%
화장품 및 보건용품	508,123	1.0%	-12.4%	-42.5%	580,232	1.7%	883,407	1.5%
출판	234,101	0.5%	92.4%	-7.1%	121,700	0.4%	252,042	0.4%
패션/의류	677,803	1.3%	134.3%	125.6%	289,267	0.8%	300,402	0.5%
산업기기	38,676	0.1%	13.2%	-45.2%	34,166	0.1%	70,555	0.1%
정밀기기 및 사무기기	224,571	0.4%	608.5%	83.4%	31,696	0.1%	122,448	0.2%
가정용 전기전자	1,914,511	3.8%	-6.7%	24.7%	2,051,388	6.0%	1,535,838	2.7%
컴퓨터 및 정보통신	7,774,586	15.2%	99.9%	4.8%	3,888,912	11.4%	7,416,467	12.9%
수송기기	2,094,173	4.1%	22.1%	-41.9%	1,715,382	5.0%	3,605,849	6.3%
가정용품	669,788	1.3%	165.7%	67.1%	252,116	0.7%	400,813	0.7%
화학공업	50,601	0.1%	277.9%	93.4%	13,389	0.0%	26,170	0.0%
건설/건재 및 부동산	1,450,297	2.8%	-35.4%	-14.3%	2,245,188	6.6%	1,693,172	2.9%
유통	4,099,714	8.0%	112.5%	-10.2%	1,929,081	5.6%	4,565,332	7.9%
금융, 보험 및 증권	8,557,512	16.8%	53.5%	-4.6%	5,574,687	16.3%	8,971,208	15.6%
서비스	4,238,467	8.3%	-0.6%	-15.5%	4,263,671	12.5%	5,015,290	8.7%
관공서 및 단체	6,850,611	13.4%	139.4%	4.2%	2,861,744	8.4%	6,573,270	11.4%
교육 및 복지후생	7,042,657	13.8%	13.6%	-38.2%	6,196,909	18.1%	11,401,733	19.8%
그룹 및 기업광고	301,497	0.6%	-40.0%	-40.1%	502,501	1.5%	503,397	0.9%
합계	50,983,871	100.0%	48.9%	-11.3%	34,238,341	100.0%	57,499,123	100.0%

2018년 2월 업종별 광고집행 현황을 구성비가 높은 '금융, 보험 및 증권', '컴퓨터 및 정보통신', '교육 및 복지후생', '관공서 및 단체' 업종을 중심으로 살펴보자.

먼저, 구성비가 가장 큰 '금융, 보험 및 증권' 업종의 경우, 2017년 2월 대비로는 53.5% 증가하고, 2018년 1월 대비로는 4.6% 감소한 것으로 확인되었다. 다음으로 '컴퓨터 및 정보통신' 업종의 경우는 2017년 2월 대비 및 2018년 1월 대비 각각 99.9%, 4.8% 증가한 것으로 나타났다.

그림1. 2017년 2월 대비 2018년 2월 주요 업종 구성비 변화



2018년 2월 주요 업종별 구성비 현황을 살펴보면, '관공서 및 단체' 및 '서비스' 업종의 비중은 증가하였고, '금융, 보험 및 증권' 및 '컴퓨터 및 정보통신', '교육 및 복지후생' 업종의 비중은 2017년 2월 대비 감소하였다.

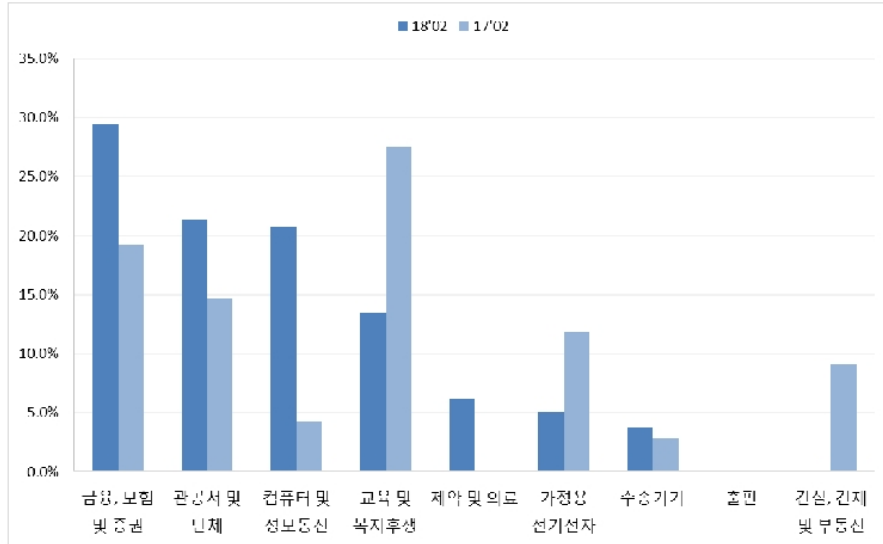
한편, 전년 대비 비중 증가가 확인된 '관공서 및 단체' 업종은 광고금액 증가로 확인되었으나, '서비스' 업종은 전년 대비 광고금액이 감소된 것으로 확인된다. 또한, 전년 대비 비중 감소가 확인된 '금융, 보험 및 증권', '컴퓨터 및 정보통신' 및 '교육 및 복지후생' 업종은 광고금액 증가로 확인되었다.

마지막으로, 주요 업종들이 전체에서 차지하는 비중은 2017년 2월 대비 68.0%에서 67.6%로 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

그림2. 2017년 2월 대비 2018년 2월 20대 광고주의 업종 구성비 현황



2018년 2월 광고 금액 기준 상위 20개 광고주만의 업종별 비중을 살펴보면, '금융, 보험 및 증권' 업종이 29.5%로 가장 높았고, 다음으로 '관공서 및 단체' 업종이 21.3%, '컴퓨터 및 정보통신' 업종이 20.7% 등의 순으로 나타났다.

특징적으로는 '제약 및 의료' 업종의 경우, 2017년 2월 대비 2018년 2월 신규 진입하였고, '컴퓨터 및 정보통신' 업종이 2017년 2월 대비 큰 폭으로 상승했음을 확인하였다.

표3. 2018년 2월 TOP20 광고주 광고집행 현황

(단위 : 천원/개)

항 목	Feb-18	전년동월대비 증감률	전월대비 증감률	Feb-17	Jan-18
품목(브랜드)수	58	45.0%	-28.4%	40	81
캠페인수	113	6.6%	-27.6%	106	156
광고수	2,117	170.4%	-30.9%	783	3,064
매체수	98	122.7%	2.1%	44	96
광고금액	17,303,436	35.0%	-11.2%	12,813,275	19,485,949
점유율(전체광고금액)	33.9%			37.4%	33.9%

2018년 2월 광고금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고 집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고금액은 33.9%, 광고 수는 4.8%, 광고캠페인 수는 1.8% 를 점유하는 것으로 집계되었다.

4. 매체 현황

2018년 2월 광고금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 전년 동월 대비 광고금액 증가 매체는 11개, 광고비 감소 매체는 3개, 순위 내 신규진입 매체는 6개로 집계되었다. 한편, 전월 대비로는 광고금액 증가 매체는 5개, 감소 매체는 11개로 순위 내 신규진입 매체는 4개로 집계되었다.

표4. 2018년 2월 TOP20 매체 광고집행 현황

(단위 : 천원,개)

순 위	Feb-17			증 감	Feb-18			증 감	Jan-18		
	매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액
1	네이버	642	15,621,483	▲	네이버	864	20,057,939	▼	네이버	538	21,617,953
2	다음	314	7,414,691	▲	다음	2,031	10,946,132	▼	다음	1,516	11,933,729
3	네이트	526	4,205,665	▼	네이트	1,267	3,152,419	▼	네이트	1,018	4,081,278
4	유튜브	2,592	1,260,100	▲	페이스북	2,998	1,187,871	▼	페이스북	3,246	1,262,363
5	줌	33	646,637	▲	조인스	4,224	1,119,723	▲	조인스	3,214	860,221
6	페이스북	379	603,827	▲	동아일보	3,638	1,071,440	▲	줌	408	746,587
7	인벤	147	343,256	▲	경향신문	3,750	933,168	▲	동아일보	2,396	738,159
8	동아일보	1,046	323,835	Ⓜ	루리웹	2,968	821,129	▲	조선일보	2,038	696,086
9	조인스	982	211,451	▼	유튜브	1,406	795,110	Ⓜ	인벤	333	615,082
10	전자신문	307	211,451	▲	조선일보	2,374	751,458	▲	세이클럽	1,873	533,596
11	디지털데일리	115	192,9021	▲	줌	760	707,533	▼	전자신문	1,376	487,669
12	조선일보	672	173,207	▲	더팩트	1,953	506,457	Ⓜ	드림위즈	1,805	475,898
13	더팩트	1,194	169,547	Ⓜ	엠군	2,192	429,231	▼	경향신문	2,000	473,450
14	모네타	368	164,043	Ⓜ	채널A	2,274	421,688	▼	엠군	2,503	441,815
15	리뷰스타	772	142,357	Ⓜ	스포츠서울	2,009	375,544	▼	곰TV	2,166	431,540
16	연합뉴스	162	136,764	Ⓜ	곰TV	1,682	351,063	▼	채널A	2,478	426,073
17	경향신문	590	136,354	Ⓜ	TV조선	1,793	321,331	Ⓜ	스포츠서울	1,982	425,694
18	한국아이닷컴	451	117,836	▲	전자신문	1,079	310,453	▼	디시인사이드	1,438	412,610
19	잡코리아	67	104,273	▼	인벤	293	296,817	▼	아이뉴스24	1,619	372,701
20	더팩트	324	103,487	▲	리뷰스타	1,080	235,838	Ⓜ	루리웹	1,151	371,393

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

표5. 2018년 2월 주요 매체별 업종별 광고 집행 현황

(단위 : 천원)

번호	업종	네이버	다음	네이트
1	교육 및 복지후생	2,727,883	1,497,655	413,743
2	금융, 보험 및 증권	3,668,588	2,591,577	909,045
3	컴퓨터 및 정보통신	4,406,899	598,700	112,206
4	관공서 및 단체	3,368,807	2,584,910	121,232
5	수송기기	877,229	769,580	316,954
6	서비스	1,238,170	773,436	59,355
7	건설, 건재 및 부동산	788,532	226,366	3,618
8	가정용전기전자	1,315,567	5,857	130,857
9	유통	715,454	553,816	339,685
10	음료 및 기호식품	193	600	157
11	그룹 및 기업광고	173,103	49,396	-
12	제약 및 의료	84,860	1,209,488	351,734
13	기초재/소재/에너지	-	400	100
14	패션/의류	346,379	10,398	4,558
15	화장품 및 보건용품	843	11,912	47,200
16	식품	127,758	12,045	195,211
17	정밀기기 및 사무기기	68,456	14,190	2,905
18	가정용품	145,596	28,313	29,832
19	산업기기	-	4,900	-
20	출판	3,128	1,000	113,629
21	화학공업	494	1,593	398
합 계		20,057,939	10,946,132	3,152,419

2018년 2월 주요 포털의 업종별 광고 집행 현황은 위와 같다. '네이버'는 '컴퓨터 및 정보통신'에서 '다음'과 '네이트'는 '금융, 보험 및 증권' 업종에서 업종에서 각각 광고금액이 가장 큰 것으로 확인되었다.

5. 데이터 베이스 현황

표6. 2018년 2월 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)
2018-02	80,925	57,477	3,080	19,531

이상의 통계는 리서치애드가 2018년 2월 1일부터 2018년 2월 28일까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 115개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 80,925개의 노출형 광고 파일을 클리핑하여 자사 광고 등 분류 대상에서 제외된 23,448개 파일을 제외한 57,477개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

2018년 2월 클리핑 광고파일 수 80,925개는 전년 동월 대비 1,600개 증가한 수치이며, 전월 대비로는 14,872개 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