

2018년 상반기 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.

2018.07

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. 2018년 상반기 인터넷 노출형광고 현황

2018년 상반기 국내 인터넷 노출형광고 총 집행금액은 2017년 상반기 대비 38.2% 증가하고, 직전 반기인 2017년 하반기 대비로는 21.7% 증가한 3,311억 원으로 집계 되었다.

표1. 2018년 상반기 인터넷 노출형광고 현황

(단위:천원,개)

항 목	2018 1H	전년동기대비 증감률	직전반기대비 증감률	2017 1H	2017 2H
광고금액	331,146,160	38.2%	21.7%	239,536,720	272,202,476
광고수	224,129	102.2%	76.1%	110,827	127,268
캠페인수	14,299	13.2%	-8.1%	12,628	15,560
광고주수	8,684	96.7%	16.4%	4,414	7,458
품목(브랜드)수	10,518	89.4%	14.9%	5,552	9,158
매체수	116	7.4%	3.6%	108	112

2018년 상반기 각 지표별 증감 상황은 2017년 상반기 대비 전 지표에 걸쳐 상승한 것을 확인할 수 있다. 반면, 직전 반기인 2017년 하반기 대비로는 캠페인수를 제외한 전 지표에서의 증가를 확인하였다.

2018년 상반기 모든 지표별 수치가 눈에 띄는 이유는 2017년 12월부터 PC 플랫폼 품별 광고 데이터를 추가 확장 수집한 결과가 반영되었기 때문이다.

이를 PC플랫폼 데이터를 제외하고 살펴보면, 2018년 상반기 국내 인터넷 노출형광고 총 집행금액은 약 2,586억 원으로, 이는 2017년 상반기 대비로는 7.9% 증가하고, 2017년 하반기 대비로는 1.6% 감소한 결과이다.

표2. 최근 3년간 상반기 인터넷 노출형광고 현황

(단위:천원,개)

항 목	2016 1H	2017 1H	2018 1H
광고금액	236,054,321	239,536,720	331,146,160
광고수	90,703	110,827	224,129
캠페인수	11,151	12,628	14,299
광고주수	3,567	4,414	8,684
품목(브랜드)수	4,461	5,552	10,518
매체수	106	108	116

2. 업종 현황

표3. 2018년 상반기 업종별 광고집행 현황

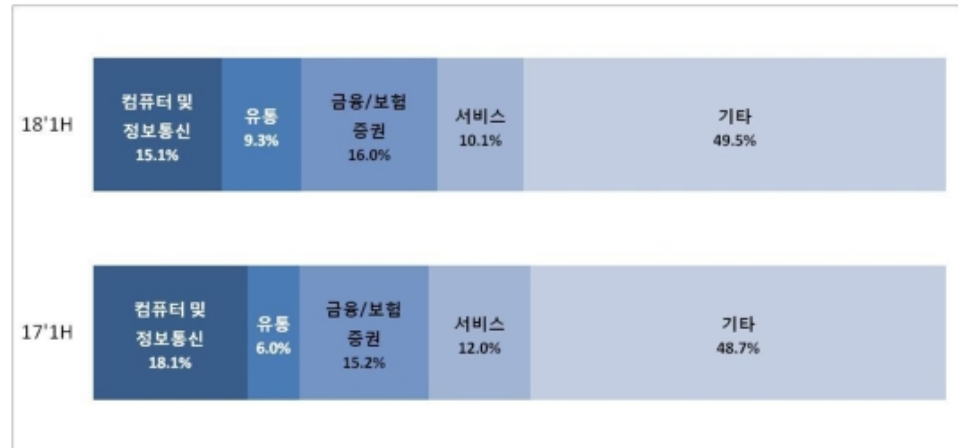
(단위:천원)

업종(대)	2018 1H		전년동기		직전반기		2017 1H		2017 2H	
	광고금액	구성비	증감률	증감률	광고금액	구성비	광고금액	구성비		
가정용 전기전자	9,807,611	3.0%	-24.6%	-26.3%	13,006,285	5.4%	13,308,926	4.9%		
가정용품	4,669,277	1.4%	100.0%	107.4%	2,335,122	1.0%	2,251,022	0.8%		
건설 건재 및 부동산	16,223,425	4.9%	14.5%	-22.7%	14,168,852	5.9%	20,990,898	7.7%		
관공서 및 단체	37,810,251	11.4%	63.2%	15.2%	23,174,698	9.7%	32,820,769	12.1%		
교육 및 복지후생	36,882,768	11.1%	64.6%	104.8%	22,408,501	9.4%	18,013,147	6.6%		
그룹 및 기업광고	2,162,908	0.7%	-44.8%	-26.1%	3,916,591	1.6%	2,926,374	1.1%		
금융 보험 및 증권	52,881,417	16.0%	45.6%	2.1%	36,319,568	15.2%	51,781,810	19.0%		
기초재/소재/에너지	556,301	0.2%	163.2%	-45.2%	211,332	0.1%	1,014,549	0.4%		
산업기기	605,095	0.2%	60.1%	131.4%	377,892	0.2%	261,487	0.1%		
서비스	33,568,776	10.1%	17.2%	23.6%	28,635,284	12.0%	27,157,756	10.0%		
수송기기	16,640,142	5.0%	-1.4%	11.4%	16,882,920	7.0%	14,934,465	5.5%		
식품	5,359,231	1.6%	121.6%	109.5%	2,418,873	1.0%	2,557,855	0.9%		
유통	30,676,332	9.3%	111.9%	83.5%	14,478,774	6.0%	16,716,813	6.1%		
음료 및 기호식품	1,668,712	0.5%	26.9%	113.4%	1,314,656	0.5%	781,886	0.3%		
정밀기기 및 사무기기	1,330,364	0.4%	105.5%	53.2%	647,395	0.3%	868,282	0.3%		
제약 및 의료	18,313,954	5.5%	148.7%	64.0%	7,363,706	3.1%	11,167,770	4.1%		
출판	1,634,221	0.5%	132.8%	37.4%	701,878	0.3%	1,189,169	0.4%		
컴퓨터 및 정보통신	49,975,126	15.1%	15.3%	4.18%	43,361,879	18.1%	47,971,920	17.6%		
패션/의류	4,492,404	1.4%	44.4%	77.1%	3,111,682	1.3%	2,537,254	0.9%		
화장품 및 보건용품	5,477,149	1.7%	19.7%	92.6%	4,575,821	1.9%	2,843,067	1.0%		
화학공업	410,696	0.1%	228.5%	282.9%	125,011	0.1%	107,257	0.0%		
합계	331,146,160	100.0%	38.2%	21.7%	239,536,720	100.0%	272,202,476	100.0%		

2018년 상반기 업종별 광고집행 현황은 2017년 상반기 대비 18개 업종의 광고금액이 증가하고, 3개 업종의 광고금액이 감소한 가운데 전체적으로는 약 38.2% 증가한 반면, 직전 반기 대비로는 17개 업종이 증가하고 4개 업종이 감소하면서 약 21.7% 증가로 마감하였다.

특징적으로는 2018년 상반기 기준으로 보면, 전년 동기 대비 및 직전 반기 대비로 '가정용품', '식품', '유통', '화학공업', 업종의 증가가 눈에 띈다.

[그림1] 2017년 상반기 대비 2018년 상반기 주요 업종 구성비 변화



이상에서 살펴본 주요 업종들의 구성비 변화를 요약하면, '컴퓨터 및 정보통신'과 '서비스' 업종의 구성비가 소폭 감소하고, '유통', '금융, 보험 및 증권' 업종의 구성비는 2017년 상반기 대비 증가하였다.

구성비 증감과 달리 전년 동기 대비 광고금액은 모두 증가한 것을 확인하였다.

※ 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. 2018년 상반기 TOP20 광고주 각 지표별 점유율 현황

(단위:천원, 개)

항 목	TOP20 광고주	전체 대비 점유율	전체 광고주
브랜드(품목)수	110	1.0%	10,518
캠페인수	261	1.8%	14,299
광고수	10,419	4.6%	224,129
매체수	112	96.6%	116
광고금액	88,773,227	26.8%	331,146,160

광고금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고금액은 26.8%, 광고수는 4.6%, 캠페인수는 1.8%를 점유하는 것으로 집계 되었다.

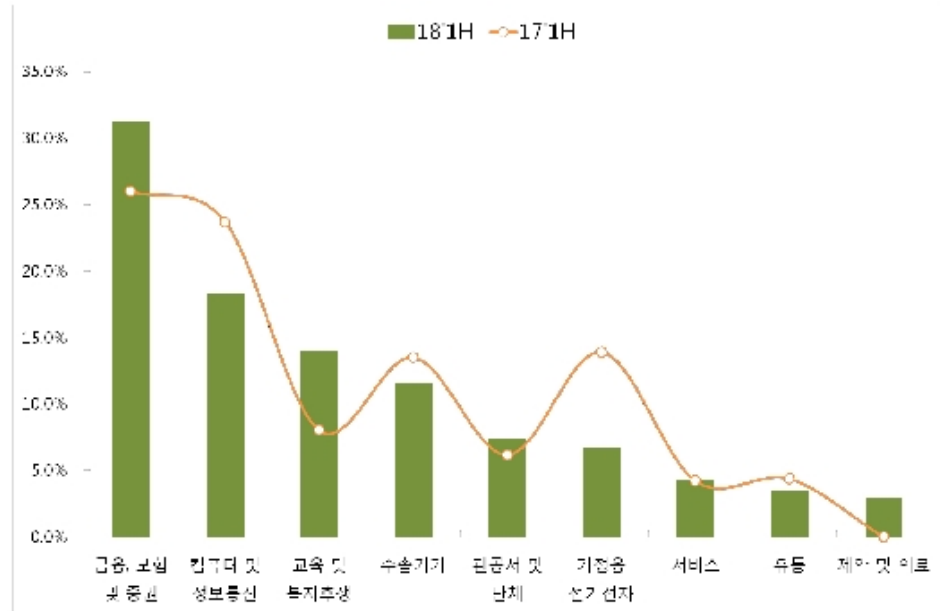
표5. 2018년 상반기 TOP20 광고주 광고집행 현황

(단위:천원, 개)

항 목	18'1H	전년동기대비 증감률	직전반기대비 증감률	17'1H	17'2H
브랜드(품목)수	110	25.0%	-9.1%	88	121
캠페인수	261	-53.5%	-38.9%	561	427
광고수	10,419	48.2%	75.4%	7,032	5,940
매체수	112	36.6%	7.7%	82	104
광고금액	88,773,227	26.9%	14.3%	69,967,105	77,683,123
점유율(/전체광고금액)	26.8%	-	-	29.2%	28.5%

또한, 광고금액 기준 상위 20개 광고주의 광고집행 현황은 2017년 상반기 대비로는 캠페인수만이 감소하였고, 직전 반기인 2017년 하반기로는 품목(브랜드)수, 캠페인수 지표가 각각 감소한 것을 확인하였다.

[그림2] 2017년 상반기 대비 2018년 상반기 20대 광고주의 업종 구성비 현황



2018년 상반기 광고금액 기준 상위 20개 광고주만의 업종별 비중을 살펴보면, '금융, 보험 및 증권' 업종 31.3%, '컴퓨터 및 정보통신' 업종 18.4%, '교육 및 복지후생' 업종 14.1% 등의 순으로 나타났다.

2017년 상반기 대비 2018년 상반기 상위 20개 광고주만의 눈에 띄는 업종별 변동 현황은 '금융, 보험 및 증권' 업종이 약 100억 원, '교육 및 복지후생' 업종이 약 70억 원 이상 증가한 반면, '가정용 전기전자' 업종이 약 35억 원 이상 감소로 마감한 것이 특징적이다.

4. 매체 현황

2018년 상반기 광고금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 2017년 상반기 대비 광고금액 증가 매체는 10개, 광고금액 감소 매체는 3개, 순위 내 신규 진입 매체는 7개로 집계 되었고, 직전 반기인 2017년 하반기 대비로는 광고금액 증가 매체가 12개, 광고금액 감소 매체가 3개, 순위 내 신규 진입 매체가 5개로 집계 되었다.

표6. 2018년 상반기 TOP20 매체 광고집행 현황

(단위: 천원, 개)

순위	2017 1H			증감	2018 1H			증감	2017 2H		
	매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액
1	네이버	4,533	112,135,471	▲	네이버	3,465	125,457,874	▲	네이버	3,621	119,420,544
2	다음	1,765	51,565,694	▲	다음	9,196	69,080,576	▲	다음	2,264	56,563,429
3	네이트	2,906	26,270,467	▼	네이트	10,338	24,246,517	▲	네이트	3,062	23,693,808
4	유튜브	6,993	41,992,253	▲	중앙일보	26,081	9,332,377	▲	페이스북	8,724	44,223,722
5	페이스북	2,174	3,678,810	▲	페이스북	8,656	6,423,461	▲	유튜브	5,743	44,221,762
6	줌	398	3,316,921	▲	동아일보	16,207	5,467,347	▲	인벤	1,141	3,816,151
7	인벤	1,010	2,908,567	▲	줌	3,882	4,651,154	▲	줌	576	3,510,193
8	동아일보	6,072	2,093,907	▲	조선일보	12,201	4,627,973	▲	조선일보	5,216	2,955,820
9	조선일보	4,079	1,882,813	▼	유튜브	8,162	3,929,088	▼	동아일보	6,362	2,811,305
10	전자신문	1,580	1,846,026	①	루리웹	11,272	3,587,338	①	중앙일보	6,085	2,692,723
11	디지털데일리	438	1,768,857	▲	경향신문	13,629	3,448,772	▲	전자신문	2,952	2,662,125
12	연합뉴스	986	1,564,349	▼	인벤	1,805	2,792,234	▼	연합뉴스	1,007	2,648,642
13	중앙일보	4,916	1,542,756	①	채널A	12,028	2,573,315	①	다팩트	5,847	1,851,504
14	모네타	2,255	1,335,755	①	엠군	11,685	2,428,688	①	드림위즈	6,783	1,714,841
15	경향신문	3,516	1,060,141	▲	다팩트	7,976	2,357,224	▲	모네타	1,498	1,532,472
16	다팩트	5,340	1,014,813	▲	전자신문	6,588	2,285,243	▼	경향신문	3,141	1,508,183
17	한국아이닷컴	2,900	1,008,807	①	스포츠서울	10,533	2,235,600	▲	다나와	1,186	1,474,222
18	다나와	1,849	835,813	①	TV조선	9,497	2,159,347	①	스포츠서울	4,035	1,416,775
19	잡코리아	420	801,949	①	곰TV	9,526	2,132,408	①	디지털타임즈	2,930	1,411,266
20	지디넷	838	795,259	①	드림위즈	8,331	1,995,483	▲	한국아이닷컴	3,886	1,400,687

※ 첫 번째 ‘증감’은 전년 동기 대비, 두 번째 ‘증감’은 직전기 대비 (▲: 광고집행금액 증가 ▼: 광고집행금액 감소 ①: 순위 내 신규 진입)

5. 데이터 베이스 현황

표7. 2018년 상반기 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)
2018 / 01	95,797	62,198	6,947	25,972
2018 / 02	80,925	52,477	3,080	19,531
2018 / 03	92,294	65,878	3,213	21,717
2018 / 04	79,652	55,765	3,768	19,023
2018 / 05	83,036	57,227	7,120	17,250
2018 / 06	81,210	60,623	7,099	12,470
합 계	512,914	354,168	31,227	115,963

이상의 통계는 리서치애드가 2018년 1월 1일부터 2018년 6월 30일까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 114개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 512,914개의 노출형광고 파일을 클리핑하여 자사광고 등 분류 대상에서 제외된 147,190개 파일을 제외한 354,168개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

이는 2017년 상반기 대비 분류 및 통계 대상 인터넷 노출형광고 파일의 수는 183,811개 증가하였으며, 마찬가지로 2017년 하반기 대비로도 3,085개 감소한 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]

TEL : 02-546-9692

E-mail : mkt@researchad.com