

2023년 3분기 인터넷 노출형 광고(PC배너) 결산 보고

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

2023. 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. 2023년 3분기 인터넷 노출형 광고 현황

표1. 2023년 3분기 인터넷 노출형 광고 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	2023 3Q	전년동기대비 증감률	전분기대비 증감률	2022 3Q	2023 2Q
광고금액	198,457,120	-1.6%	3.0%	201,727,945	192,688,234
광고수	118,174	0.8%	1.5%	117,278	116,464
캠페인수	12,755	8.6%	5.9%	11,743	12,042
광고주수	9,148	11.9%	8.8%	8,177	8,405
품목(브랜드)수	12,405	8.9%	5.9%	11,394	11,712
매체수	91	-4.2%	-3.2%	95	94

2023년 3분기 인터넷 노출형 광고 총 집행 금액은 2022년 3분기 대비로는 1.6% 감소하고, 2023년 2분기 대비로는 3.0% 증가한 약 1,985억 원으로 집계되었다.

광고 금액을 포함한 각 지표별 증감 현황은 광고주수가 직전, 전분기 대비 제일 높은 증가율을 기록하였고, 매체수는 직전, 전분기 모두 감소한 것으로 기록하였다.

2. 업종 현황

표2. 2023년 3분기 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

업종 (대)	2023 3Q		증감률		2022 3Q		2023 2Q	
	광고금액	구성비	전년대비	전기대비	광고금액	구성비	광고금액	구성비
가정용 전기전자	6,980,164	3.5%	-1.8%	9.1%	7,108,627	3.5%	6,396,766	3.3%
가정용품	6,218,611	3.1%	-11.7%	-8.1%	7,038,814	3.5%	6,768,470	3.5%
건설·건재 및 부동산	19,506,944	9.8%	-41.0%	-31.8%	33,087,418	16.4%	28,607,441	14.8%
관공서 및 단체	19,501,920	9.8%	81.2%	28.4%	10,760,601	5.3%	15,189,303	7.9%
교육 및 복지후생	6,120,677	3.1%	-31.9%	25.2%	8,989,263	4.5%	4,888,430	2.5%
그룹 및 기업광고	677,410	0.3%	-8.9%	-4.6%	743,549	0.4%	710,109	0.4%
금융, 보험 및 증권	19,688,124	9.9%	32.6%	24.5%	14,850,893	7.4%	15,813,231	8.2%
기초재/소재/에너지	770,772	0.4%	22.7%	16.0%	628,053	0.3%	664,656	0.3%
산업기기	781,690	0.4%	-15.4%	-13.0%	924,103	0.5%	898,772	0.5%
서비스	14,774,306	7.4%	-7.6%	-5.4%	15,984,476	7.9%	15,618,021	8.1%
수송기기	3,369,576	1.7%	-0.5%	37.3%	3,386,691	1.7%	2,453,936	1.3%
식품	17,522,422	8.8%	113.1%	59.8%	8,221,709	4.1%	10,967,373	5.7%
유통	25,014,454	12.6%	-11.6%	-1.3%	28,286,926	14.0%	25,355,162	13.2%
음료 및 기호식품	1,854,609	0.9%	5.8%	-26.3%	1,753,627	0.9%	2,514,933	1.3%
정밀기기 및 사무기기	332,741	0.2%	-31.5%	-26.1%	485,763	0.2%	450,371	0.2%
제약 및 의료	7,309,405	3.7%	-13.2%	-17.6%	8,417,969	4.2%	8,875,925	4.6%
출판	1,043,515	0.5%	20.2%	50.5%	868,484	0.4%	693,573	0.4%
컴퓨터 및 정보통신	33,505,052	16.9%	-1.9%	12.4%	34,148,649	16.9%	29,808,548	15.5%
패션/의류	5,604,195	2.8%	13.0%	-11.2%	4,961,152	2.5%	6,310,659	3.3%
화장품 및 보건용품	7,707,231	3.9%	-28.6%	-19.4%	10,797,088	5.4%	9,558,588	5.0%
화학공업	173,302	0.1%	-39.0%	20.4%	284,090	0.1%	143,967	0.1%
합계	198,457,120	100.0%	-1.6%	3.0%	201,727,945	100.0%	192,688,234	100.0%

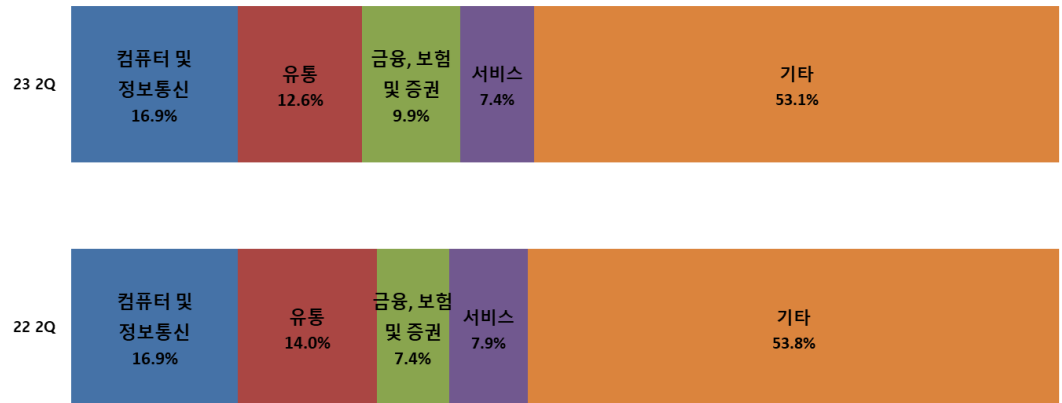
2023년 3분기 업종별 광고 집행 현황을 '컴퓨터 및 정보통신', '유통', '금융, 보험 및 증권', '서비스' 중심으로 살펴보면, 먼저, 주요 업종 중 구성비가 가장 큰 '컴퓨터 및 정보통신' 업종의 경우, 2022년 3분기 대비 광고 금액이 1.9% 감소하고, 2023년 2분기 대비로는 12.4% 증가한 것으로 확인되었다.

다음으로 '유통' 업종은 2022년 3분기 대비 11.6%, 2023년 2분기 대비로는 1.3% 감소한 것으로 확인되었다.

반면, '금융, 보험 및 증권' 업종의 경우, 2022년 3분기 대비 32.6%, 2023년 2분기 대비로는 24.5% 증가한 것으로 확인되었다.

마지막으로 '서비스' 업종은 2022년 3분기 대비 7.6%, 2023년 2분기 대비로는 5.4% 감소한 것으로 확인되었다.

그림1. 2022년 3분기 대비 2023년 3분기 주요 업종 구성비 변화



2022년 3분기 대비 2023년 3분기 주요 업종별 구성비 현황을 살펴보면, '컴퓨터 및 정보통신' 은 동일하고, '금융, 보험 및 증권' 업종은 전년 동분기 대비 증가하였다. '유통'과 '서비스' 업종은 전년 동분기 대비 감소한 것으로 확인하였다. '컴퓨터 및 정보통신' 업종을 제외한 주요 업종에서 구성비 증감 현황과 광고 금액 증감 현황이 동일한 것으로 확인되었다.

마지막으로, 전체에서 주요 업종들이 차지하는 비중은 2022년 3분기 46.2%에서 2023년 3분기 46.9%로 증가한 것으로 확인되었다.

※ 위의 업종 현황에 제시된 업종별 광고 금액 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

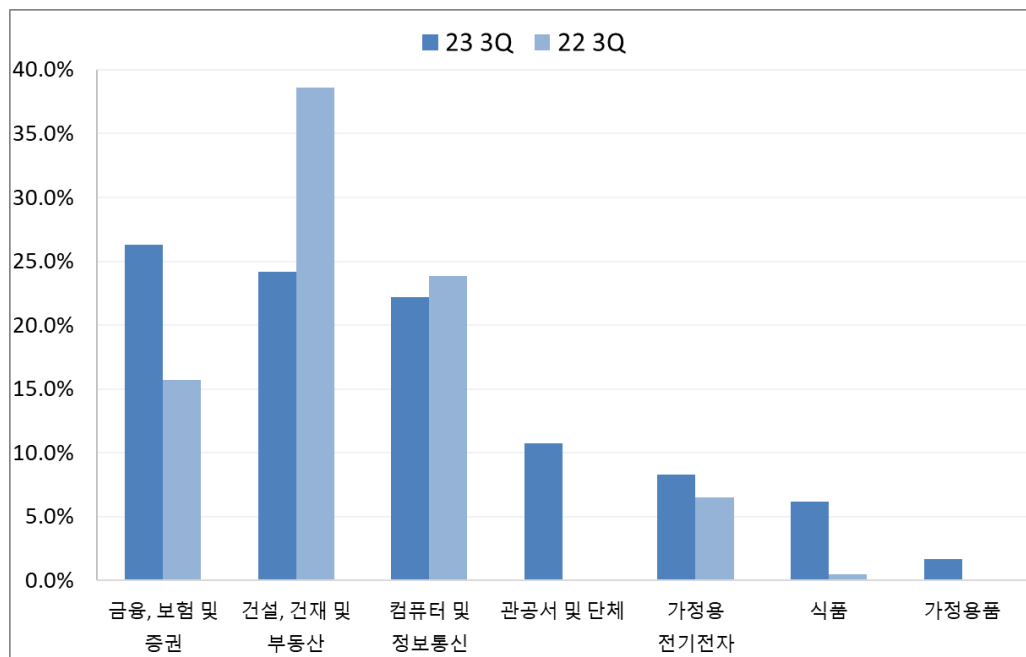
표3. 2023년 3분기 TOP20 광고주 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	2023 3Q	전년동기대비 증감률	전분기대비 증감률	2022 3Q	2023 2Q
품목(브랜드) 수	171	28.6%	36.8%	133	125
캠페인 수	226	18.3%	29.1%	191	175
광고 수	7,613	9.1%	19.9%	6,975	6,349
매체 수	86	-1.1%	-3.4%	87	89
광고 금액	50,492,729	10.8%	-8.0%	45,551,461	54,861,220
점유율(전체광고금액)	25.4%	-	-	22.6%	28.5%

2023년 3분기 광고 금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고 집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고 금액 비중은 25.4%, 품목(브랜드) 수는 1.4%, 캠페인 수는 1.8%, 광고 수는 6.4%로 확인되었다. 그 중, 광고 집행 금액은 약 505억 원으로 2022년 3분기 대비 10.8% 증가하고, 2023년 2분기 대비 0.8% 감소한 것으로 나타났다.

그림2. 2022년 3분기 대비 2023년 3분기 20대 광고주의 업종 구성비 변화



2023년 3분기 광고 금액 기준 상위 20위권 광고주만의 업종별 비중을 살펴보면, '금융, 보험 및 증권' 업종이 26.3% 로 가장 높았고, 다음으로 '건설, 건재 및 부동산' 업종이 24.2%, '컴퓨터 및 정보통신' 업종이 22.2% 등의 순으로 나타났다. 단, 1% 미만의 '유통', '정밀기기 및 사무기기', '서비스', '그룹 및 기업광고', '제약 및 의료', '화장품 및 보건용품' 업종은 제외되었다.

4. 매체 현황

2023년 3분기, 광고 금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 전년 동분기 대비 광고 금액 증가 매체는 10개, 광고 금액 감소 매체는 5개, 순위 내 신규 진입 매체는 5개로 집계되었다. 한편, 전분기 대비 광고 금액 증가 매체는 15개, 광고 금액 감소 매체는 5개, 순위 내 신규 진입 매체는 없는 것으로 집계되었다.

표4. 2023년 3분기 TOP20 매체 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

순위	2022 3Q			증감	2023 3Q			증감	2023 2Q		
	매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액
1	네이버	1,348	69,333,332	▲	네이버	1,287	75,536,413	▼	네이버	1,331	77,172,422
2	다음	5,759	46,864,293	▼	다음	4,573	34,405,691	▲	다음	4,076	31,450,312
3	네이트	4,591	11,110,703	▼	네이트	5,183	9,428,940	▲	네이트	4,977	9,157,063
4	유튜브	2,572	6,576,552	▲	유튜브	3,538	6,946,570	▲	유튜브	3,167	6,398,444
5	조인스	12,821	4,238,210	▲	페이스북	15,077	5,951,801	▲	페이스북	13,625	4,979,037
6	페이스북	10,502	3,686,517	▲	동아일보	8,794	3,157,140	▲	동아일보	8,143	2,958,617
7	동아일보	8,008	2,451,425	▲	줌	8,067	2,675,777	▲	줌	7,991	2,353,853
8	G마켓	754	2,185,528	▲	루리웹	3,204	2,245,291	▲	루리웹	3,090	2,230,388
9	루리웹	3,168	2,104,153	▲	연합뉴스	3,203	2,196,170	▲	아프리카tv	123	2,178,340
10	줌	5,661	2,029,719	Ⓜ	아프리카tv	137	2,154,952	▼	조선일보	8,024	2,094,629
11	조선일보	7,962	1,831,038	▲	조선일보	7,141	2,011,535	▼	연합뉴스	2,761	1,857,614
12	스포츠서울	5,521	1,824,996	Ⓜ	JTBC	6,724	1,909,880	▲	경향신문	5,036	1,772,333
13	연합뉴스	2,439	1,777,408	Ⓜ	경향신문	5,955	1,826,209	▲	국민일보	4,397	1,676,558
14	국민일보	5,073	1,628,543	▼	G마켓	706	1,688,649	▲	G마켓	745	1,642,654
15	옥션	475	1,353,314	▼	스포츠서울	4,277	1,595,964	▲	JTBC	5,258	1,568,758
16	한겨레	4,942	1,326,966	▲	옥션	425	1,586,440	▲	옥션	466	1,562,588
17	11번가	1,021	1,268,874	▼	국민일보	4,508	1,566,757	▼	한국아이닷컴	4,736	1,440,774
18	아이뉴스24	5,941	1,219,242	Ⓜ	한국아이닷컴	4,536	1,527,392	▲	중앙일보	4,398	1,383,023
19	서울신문	4,071	1,157,865	▲	한겨레	5,428	1,449,487	▲	스포츠서울	4,183	1,360,397
20	채널A	4,828	1,122,895	Ⓜ	중앙일보	4,091	1,263,495	▼	한겨레	5,101	1,357,909

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

광고 금액의 증감 현황은 2022년 3분기 대비 상위 20개 매체는 2.4% 감소하였고, 3대 매체는 6.2% 광고 금액 감소를 확인하였다. 2023년 2분기 대비 상위 20개 매체는 2.9% 증가하였고, 3대 매체는 1.4% 광고 금액 증가를 확인하였다.

표5. 2023년 3분기 주요 매체별 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

번호	업종	네이버	다음	네이트
1	가정용전기전자	2,812,385	1,173,620	138,063
2	가정용품	1,902,364	1,359,924	59,394
3	건설,건재및부동산	14,555,427	1,161,768	85,676
4	관광서및단체	12,534,710	1,460,488	1,320,136
5	교육및복지후생	1,681,488	1,328,932	328,619
6	그룹및기업광고	-	63,428	4,033
7	금융,보험및증권	11,449,716	555,380	2,552,156
8	기초재/소재/에너지	196,839	127,649	6,731
9	산업기기	56,685	472,686	2,884
10	서비스	1,519,486	3,049,554	215,819
11	수송기기	1,226,491	966,965	404,234
12	식품	7,753,178	2,765,657	662,341
13	유통	3,680,241	10,589,647	1,812,008
14	음료및기호식품	468,639	659,124	10,602
15	정밀기기및사무기기	465	98,501	2,765
16	제약및의료	539,573	1,449,054	482,638
17	출판	77,958	312,678	15,952
18	컴퓨터및정보통신	12,233,730	2,947,680	893,449
19	패션/의류	775,959	2,539,099	185,924
20	화장품및보건용품	2,070,862	1,255,916	244,412
22	화학공업	217	67,941	1,104
합 계		75,536,413	34,405,691	9,428,940

2023년 3분기 주요 매체별, 업종별 광고 집행 현황을 살펴보면, '네이버'는 '건설, 건재 및 부동산' 업종에서, '다음'은 '유통' 업종, '네이트'는 '금융, 보험 및 증권' 업종에서 각각 높은 광고 금액을 나타냈다.

※ 위의 매체 현황에 제시된 매체별 광고 금액은 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

표6. 2023년 3분기 월별 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)
23' 07	124,100	90,313	2,243	31,512
23' 08	126,662	87,143	2,233	37,261
23' 09	133,878	83,989	2,274	47,569
합 계	384,640	261,445	6,750	116,342

이상의 통계는 리서치애드가 2023년 7월 1일부터 2023년 9월 30일까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 113개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 384,640개의 노출형 광고 파일을 클리핑하여, 자사 광고 등 분류 대상에서 제외된 123,092개 파일을 제외한 261,445개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

2023년 3분기 클리핑 광고 파일 수 384,640개는 전년 동분기 대비 19,906개 증가한 수치이고, 직전 분기 대비로는 2,743개 감소한 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]

TEL : 02-546-9692

E-mail : mkt@researchad.com