

2024년 2월 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.

2024.03

06105 서울특별시 강남구 학동로34길 16 티플러스빌딩 2층

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

Copyright © Researchad. All rights reserved.

1. 2024년 2월 인터넷 노출형 광고 현황

표1. 2024년 2월 인터넷 노출형 광고 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	24-Feb	전년동월대비 증감률	전월대비 증감률	23-Feb	24-Jan
광고금액	52,999,037	-9.2%	-7.6%	58,369,251	57,334,599
광고수	30,874	-22.6%	-3.3%	39,892	31,939
캠페인수	5,266	-23.3%	-10.9%	6,863	5,909
광고주수	3,993	-22.1%	-11.7%	5,124	4,523
품목(브랜드)수	5,115	-23.7%	-11.1%	6,701	5,753
매체수	89	-5.3%	1.1%	94	88

2024년 2월 인터넷 노출형 광고 총 집행 금액은 2023년 2월 대비 9.2%, 2024년 1월 대비 7.6% 감소한 약 530억 원으로 집계되었다.

2024년 2월 항목별 광고 현황을 살펴보면, 2023년 2월 대비로 모든 항목에서, 2024년 1월 대비로는 매체수를 제외한 모든 항목에서 감소한 것으로 확인하였다.

2. 업종 현황

표2. 2024년 2월 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

업종 (대)	24-Feb		증감률		23-Feb		24-Jan	
	광고금액	구성비	전년대비	전월대비	광고금액	구성비	광고금액	구성비
가정용 전기전자	1,757,962	3.3%	-13.2%	-17.0%	2,026,438	3.5%	2,119,118	3.7%
가정용품	1,368,060	2.6%	-41.8%	-18.2%	2,348,639	4.0%	1,672,474	2.9%
건설 건재 및 부동산	7,435,829	14.0%	4.0%	20.3%	7,151,051	12.3%	6,183,531	10.8%
관공서 및 단체	4,010,740	7.6%	-9.3%	-0.8%	4,423,547	7.6%	4,043,361	7.1%
교육 및 복지후생	2,640,938	5.0%	-14.7%	-48.3%	3,096,814	5.3%	5,106,870	8.9%
그룹 및 기업광고	180,397	0.3%	-79.6%	-21.0%	885,107	1.5%	228,244	0.4%
금융, 보험 및 증권	7,955,188	15.0%	108.7%	12.1%	3,811,562	6.5%	7,094,092	12.4%
기초재/소재/에너지	143,825	0.3%	-10.9%	-36.2%	161,378	0.3%	225,565	0.4%
산업기기	199,360	0.4%	-29.6%	-12.0%	283,043	0.5%	226,600	0.4%
서비스	3,424,257	6.5%	-33.2%	-15.8%	5,125,750	8.8%	4,067,311	7.1%
수송기기	929,130	1.8%	17.5%	139.7%	790,416	1.4%	387,680	0.7%
식품	3,064,823	5.8%	1.7%	-22.0%	3,012,351	5.2%	3,930,519	6.9%
유통	6,475,168	12.2%	-14.7%	-17.8%	7,586,844	13.0%	7,881,204	13.7%
음료 및 기호식품	511,960	1.0%	19.4%	25.1%	428,823	0.7%	409,164	0.7%
정밀기기및 사무기기	119,264	0.2%	-41.5%	-31.2%	204,042	0.3%	173,383	0.3%
제약 및 의료	2,135,401	4.0%	-31.7%	-1.0%	3,127,475	5.4%	2,156,642	3.8%
출판	234,755	0.4%	-19.6%	-20.8%	291,869	0.5%	296,291	0.5%
컴퓨터 및 정보통신	6,742,196	12.7%	-22.3%	-11.5%	8,678,698	14.9%	7,622,460	13.3%
패션/의류	1,247,356	2.4%	-17.5%	-8.9%	1,511,627	2.6%	1,369,788	2.4%
화장품 및 보건용품	2,398,466	4.5%	-29.7%	13.7%	3,411,327	5.8%	2,108,921	3.7%
화학공업	23,962	0.0%	92.5%	-23.6%	12,450	0.0%	31,381	0.1%
합계	52,999,037	100.0%	-9.2%	-7.6%	58,369,251	100.0%	57,334,599	100.0%

2024년 2월 업종별 광고 집행 현황을 구성비가 높은 '금융, 보험 및 증권', '건설, 건재 및 부동산', '컴퓨터 및 정보통신', '유통', '관공서 및 단체', '서비스' 업종을 중심으로 살펴보자.

먼저, 구성비가 가장 큰 '금융, 보험 및 증권' 업종의 경우 2023년 2월 대비 108.7%, 2024년 1월 대비로는 12.1% 증가한 것으로 나타났다.

‘건설, 건재 및 부동산’ 업종 또한, 2023년 2월 대비 4.0%, 2024년 1월 대비로는 20.3% 증가한 것으로 나타났다.

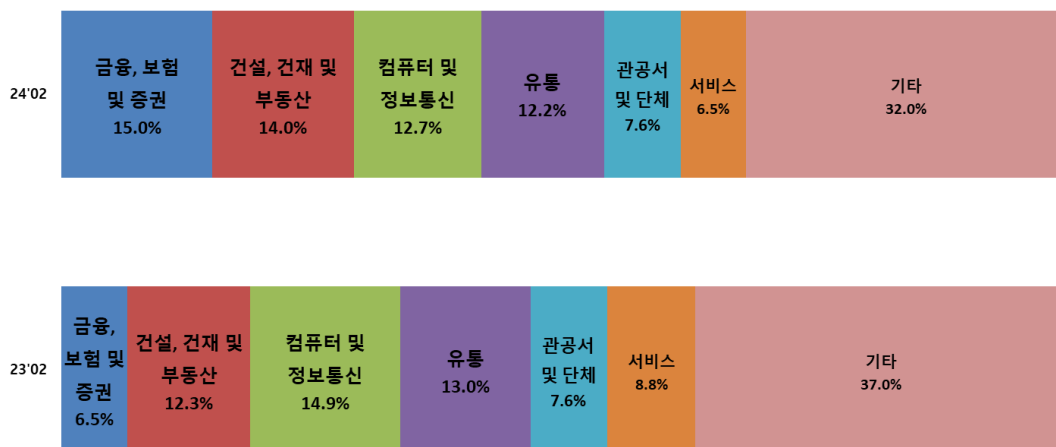
‘컴퓨터 및 정보통신’ 업종의 경우, 2023년 2월 대비 22.3%, 2024년 1월 대비 11.5% 감소한 것으로 확인되었다.

다음으로 ‘유통’ 업종은 2023년 2월 대비 14.7%, 2024년 1월 대비 17.8% 감소한 것으로 확인되었다.

‘관공서 및 단체’ 업종의 경우, 2023년 2월 대비 9.3%, 2024년 1월 대비 0.8% 감소한 것으로 확인되었다.

마지막으로 ‘서비스’ 업종의 경우는 2023년 2월 대비 33.2%, 2024년 1월 대비 15.8% 감소한 것으로 확인되었다.

그림1. 2023년 2월 대비 2024년 2월 주요 업종 구성비 변화



2023년 2월 대비 2024년 2월 주요 업종별 구성비 현황을 살펴보면, ‘금융, 보험 및 증권’, ‘건설, 건재 및 부동산’ 업종에서 전년 동월 대비 증가하였고, 그 외 나머지 ‘컴퓨터 및 정보통신’, ‘유통’, ‘서비스’ 업종은 전년 동월 대비 감소, ‘관공서 및 단체’ 업종은 동일한 것으로 나타났다.

모든 업종에서 구성비 증감률과 광고금액 증감률이 동일했지만, ‘관공서 및 단체’ 업종은 구성비가 동일하고, 광고금액은 감소한 것으로 나타났다.

마지막으로, 주요 업종들이 전체에서 차지하는 비중은 2023년 2월 63.0%에서 2024년 2월 68.0%로 증가한 것으로 나타났다.

※ 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

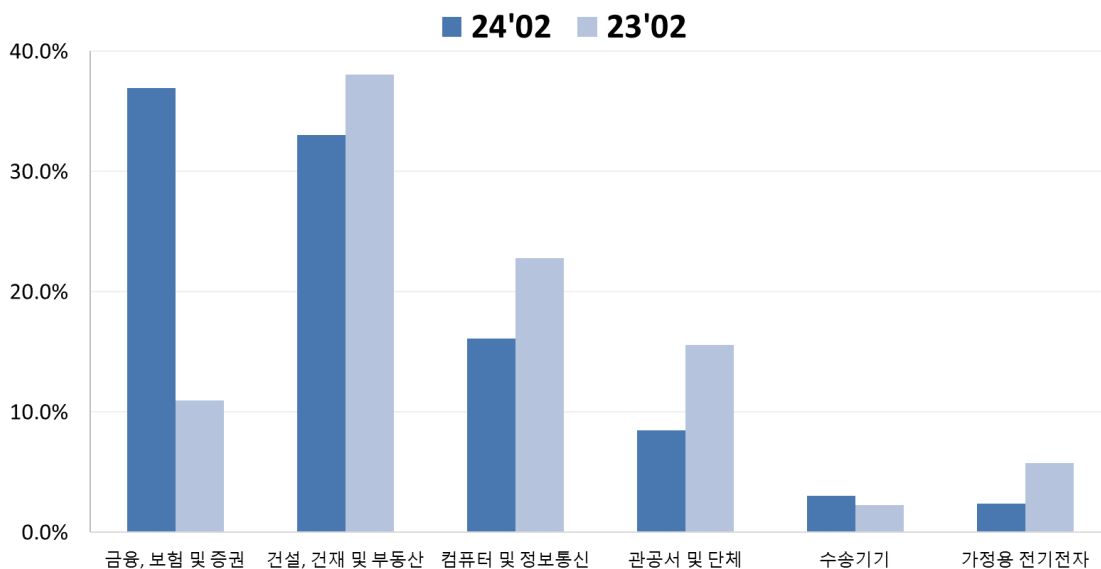
표3. 2024년 2월 TOP20 광고주 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	24-Feb	전년동월대비 증감률	전월대비 증감률	23-Feb	24-Jan
품목(브랜드) 수	72	-15.3%	-14.3%	85	84
캠페인 수	107	3.9%	-4.5%	103	112
광고 수	1,277	-47.9%	-35.2%	2,451	1,972
매체 수	81	-6.9%	-2.4%	87	83
광고금액	17,209,615	-8.0%	-5.7%	18,711,383	18,259,348
점유율(전체광고금액)	32.5%	-	-	32.1%	31.8%

2024년 2월 광고금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고 집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고금액 비중은 32.5%, 품목(브랜드) 수는 1.4%, 캠페인 수는 2.0%, 광고 수는 4.1%로 확인되었다. 그 중, 광고 집행 금액은 약 172억 원으로 2023년 2월 대비 8.0%, 2024년 1월 대비로는 5.7% 감소한 것으로 나타났다.

그림2. 2023년 2월 대비 2024년 2월 20대 광고주의 업종 구성비 현황



*구성비가 1% 미만인 그룹 및 기업광고 업종 제외

2024년 2월 광고금액 기준 상위 20개 광고주만의 업종별 비중을 살펴보면, '금융, 보험 및 증권' 업종이 36.9%로 가장 많은 비중을 차지하며, 다음으로 '건설, 건재 및 부동산' 업종이 33.0%, '컴퓨터 및 정보통신' 업종은 16.1% 등의 순으로 나타났다.

4. 매체 현황

2024년 2월 광고금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 전년 동월 대비 광고금액 증가 매체는 4개, 감소 매체는 11개, 순위 내 신규진입 매체는 5개로 집계되었다. 한편, 전월 대비로는 광고금액 증가 매체는 4개, 감소 매체는 15개, 순위 내 신규진입 매체는 1개로 집계되었다.

표4. 2024년 2월 TOP20 매체 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

순위	23-Feb			증감	24-Feb			증감	24-Jan		
	매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액
1	네이버	391	21,433,550	▼	네이버	328	18,896,180	▼	네이버	395	19,765,949
2	다음	1,804	12,522,017	▲	다음	2,384	13,525,355	▼	다음	2,360	14,095,974
3	네이트	1,272	2,816,070	▲	네이트	917	2,835,195	▼	네이트	891	3,147,120
4	유튜브	1,428	1,747,684	▼	유튜브	1,439	1,691,881	▼	유튜브	1,902	2,815,981
5	페이스북	3,747	1,172,401	▼	페이스북	1,057	974,895	▼	페이스북	1,604	1,228,632
6	동아일보	2,469	788,927	▼	동아일보	2,025	661,880	▲	JTBC	2,098	697,526
7	아프리카tv	40	762,511	▲	JTBC	2,061	655,972	▼	줌	2,343	685,954
8	줌	1,961	661,987	▼	줌	2,230	634,841	▼	동아일보	2,116	654,802
9	루리웹	1,212	600,594	▼	루리웹	883	575,990	▼	연합뉴스	983	587,982
10	조선일보	2,511	586,611	▲	연합뉴스	1,017	544,751	▼	루리웹	873	582,584
11	JTBC	1,804	562,389	▼	조선일보	1,943	487,723	▼	조선일보	1,823	533,291
12	스포츠서울	1,533	501,089	▼	경향신문	1,303	438,027	▲	아프리카tv	54	431,477
13	경향신문	1,511	448,786	▼	국민일보	1,266	407,883	▲	경향신문	1,361	427,844
14	연합뉴스	926	444,522	Ⓜ	한국아이닷컴	1,217	395,385	▼	G마켓	237	427,793
15	G마켓	136	441,259	Ⓜ	더팩트	1,296	386,022	▲	옥션	161	427,105
16	국민일보	1,061	433,710	Ⓜ	중앙일보	1,232	354,848	▼	한국아이닷컴	1,086	426,111
17	TV조선	1,809	415,850	▼	G마켓	203	353,829	▼	중앙일보	1,287	413,912
18	채널A	1,518	386,998	▼	아프리카tv	59	304,245	▼	국민일보	1,266	389,079
19	디오데오	1,375	336,860	Ⓜ	옥션	134	292,634	▼	TV조선	1,060	347,523
20	파이낸셜뉴스	1,254	336,297	Ⓜ	잡코리아	84	284,790	Ⓜ	더팩트	1,024	341,510

※ 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)

2024년 2월 광고금액의 증감 현황은 지난해 같은 기간인 2023년 2월 대비 상위 20개 매체는 5.7% 감소하고, 3대 매체는 4.1% 광고금액 감소를 확인하였다. 또한, 전월 2024년 1월 대비 상위 20개 매체는 7.7% 감소하고, 3대 매체는 4.7% 광고금액 감소를 확인하였다.

표5. 2024년 2월 주요 매체별 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

번호	업종	네이버	다음	네이트
1	건설, 건재 및 부동산	6,334,943	654,984	4,675
2	금융, 보험 및 증권	5,467,682	350,835	836,101
3	유통	361,531	3,564,987	569,402
4	관공서 및 단체	2,421,713	297,953	500,650
5	컴퓨터 및 정보통신	1,542,841	989,537	40,529
6	교육 및 복지후생	891,105	560,295	266,661
7	서비스	235,394	1,376,836	31,962
8	식품	115,845	946,826	237,999
9	가정용 전기전자	589,177	659,700	4,966
10	제약 및 의료	-	985,973	177,347
11	패션/의류	72,809	859,429	4,813
12	화장품 및 보건용품	103,344	672,976	141,198
13	수송기기	496,873	296,495	180
14	가정용품	194,569	580,544	12,623
15	음료 및 기호식품	20,269	325,208	1,191
16	출판	38,714	108,741	249
17	산업기기	-	114,334	3,757
18	정밀기기 및 사무기기	341	65,785	270
19	기초재/소재/에너지	-	62,785	180
20	그룹 및 기업광고	9,030	36,408	82
21	화학공업	-	14,724	360
합 계		18,896,180	13,525,355	2,835,195

2024년 2월 주요 포털의 업종별 광고 집행 현황은 위와 같다. '네이버'는 '건설, 건재 및 부동산' 업종, '다음'은 '유통' 업종, '네이트'는 '금융, 보험 및 증권' 업종에서 각각 광고금액이 가장 큰 것으로 확인되었다.

5. 데이터 베이스 현황

표6. 2024년 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)
2024-02	118,586	71,079	1,652	45,831

이상의 통계는 리서치애드가 2024년 2월 1일부터 2024년 2월 29일까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 113개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 118,586개의 노출형 광고 파일을 클리핑하여, 자사 광고 등 분류 대상에서 제외된 47,483개의 파일을 제외한 71,079개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

2024년 2월 클리핑 광고 파일 수 118,586개는 전년 동월 대비 3,160개 감소하고, 전월 대비로는 5,106개 증가한 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