

2019년 상반기 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.

2019. 08

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. 2019년 상반기 인터넷 노출형 광고 현황

2019년 상반기 국내 인터넷 노출형 광고 총 집행 금액은 2018년 상반기 대비 5.7% 감소하고, 직전 반기인 2018년 하반기 대비로는 4.2% 감소한 3,123억 원으로 집계 되었다.

표1. 2019년 상반기 인터넷 노출형 광고 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	2019 1H	전년동기대비 증감률	직전반기대비 증감률	2018 1H	2018 2H
광고금액	312,384,211	-5.7%	-4.2%	331,146,160	326,162,818
광고수	197,208	-12.0%	-0.4%	224,129	198,033
캠페인수	13,650	-4.4%	12.2%	14,285	12,170
광고주수	9,077	4.6%	13.3%	8,681	8,014
품목(브랜드)수	11,396	8.3%	16.6%	10,522	9,773
매체수	114	-1.7%	0.0%	116	114

2019년 상반기 각 지표별 증감 상황은 2018년 상반기 대비 광고주 수와 품목(브랜드) 수는 증가하였고, 직전 반기인 2018년 하반기 대비로는 광고 금액과 광고 수를 제외한 전 지표에서 증가한 것으로 확인되었다.

이를 PC플랫폼 데이터를 제외하고 살펴보면, 2019년 상반기 국내 인터넷 노출형광고 총 집행 금액은 약 2,096억 원으로, 이는 2018년 상반기 대비 18.9% 감소하고, 마찬가지로 2018년 하반기 대비 11.6% 감소한 것으로 확인되었다.

표2. 최근 3년간 상반기 인터넷 노출형 광고 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	2017 1H	2018 1H	2019 1H
광고금액	239,536,720	331,146,160	312,384,211
광고수	110,827	224,129	197,208
캠페인수	12,627	14,285	13,650
광고주수	4,416	8,681	9,077
품목(브랜드)수	5,552	10,522	11,396
매체수	108	116	114

2. 업종 현황

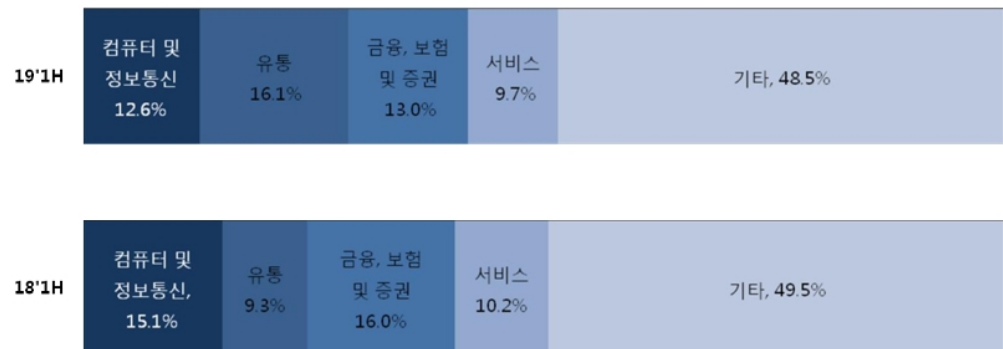
표3. 2019년 상반기 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

업종 (대)	2019 1H		전년동기 직전반기		2018 1H		2018 2H	
	광고금액	구성비	증감률	증감률	광고금액	구성비	광고금액	구성비
가정용 전기전자	13,951,359	4.5%	42.3%	23.5%	9,807,611	3.0%	11,292,920	3.5%
가정용품	5,336,168	1.7%	19.6%	-9.3%	4,462,098	1.3%	5,880,761	1.8%
건설, 건재 및 부동산	24,724,524	7.9%	52.4%	24.7%	16,223,425	4.9%	19,831,634	6.1%
관공서 및 단체	27,547,214	8.8%	-27.1%	-32.2%	37,810,074	11.4%	40,638,905	12.5%
교육 및 복지후생	26,788,075	8.6%	-27.4%	2.3%	36,882,768	11.1%	26,188,315	8.0%
그룹 및 기업광고	592,979	0.2%	-72.6%	-58.2%	2,164,396	0.7%	1,418,629	0.4%
금융, 보험 및 증권	40,757,194	13.0%	-22.9%	-4.6%	52,882,352	16.0%	42,735,407	13.1%
기초재/소재/에너지	292,445	0.1%	-47.4%	12.4%	556,301	0.2%	260,195	0.1%
산업기기	740,199	0.2%	22.3%	-31.9%	605,095	0.2%	1,086,963	0.3%
서비스	30,442,861	9.7%	-9.9%	-12.5%	33,776,132	10.2%	34,808,482	10.7%
수송기기	9,114,499	2.9%	-45.2%	-4.2%	16,638,867	5.0%	9,514,589	2.9%
식품	6,354,462	2.0%	18.6%	5.1%	5,359,231	1.6%	6,047,736	1.9%
유통	50,344,523	16.1%	64.2%	15.7%	30,667,528	9.3%	43,495,769	13.3%
음료 및 기호식품	1,125,415	0.4%	-32.5%	-27.4%	1,668,499	0.5%	1,550,110	0.5%
정밀기기 및 사무기기	1,534,506	0.5%	15.3%	-27.9%	1,330,364	0.4%	2,127,880	0.7%
제약 및 의료	16,504,837	5.3%	-9.9%	-5.4%	18,313,954	5.5%	17,450,487	5.4%
출판	1,201,082	0.4%	-26.5%	43.3%	1,634,221	0.5%	837,962	0.3%
컴퓨터 및 정보통신	39,332,931	12.6%	-21.2%	-18.3%	49,938,493	15.1%	48,119,202	14.8%
패션/의류	6,230,463	2.0%	37.3%	23.0%	4,536,906	1.4%	5,066,727	1.6%
화장품 및 보건용품	8,996,802	2.9%	64.3%	22.5%	5,477,149	1.7%	7,342,484	2.3%
화학공업	471,673	0.2%	14.8%	0.9%	410,696	0.1%	467,661	0.1%
합 계	312,384,211	100.0%	-5.7%	-4.2%	331,146,160	100.0%	326,162,818	100.0%

2019년 상반기 업종별 광고 집행 현황은 2018년 상반기 대비 10개 업종의 광고 금액이 증가하고, 11개 업종의 광고 금액이 감소한 가운데 전체적으로는 약 5.7% 감소하였고, 직전 반기 대비로는 10개 업종이 증가하고 11개 업종이 감소하면서 약 4.2% 감소한 것으로 확인되었다.

[그림1] 2018년 상반기 대비 2019년 상반기 주요 업종 구성비 변화



2018년 상반기 대비 2019년 상반기 주요 업종별 구성비 현황을 살펴보면, '유통' 업종은 전년 반기 대비 증가하였고, '유통'을 제외한 모든 업종은 전년 반기 대비 감소하였다.

한편, 주요 업종 전부 구성비 증감 현황과 광고비 증감 현황이 동일한 것으로 확인되었다.

마지막으로, 주요 업종들이 전체에서 차지하는 비중은 2018년 상반기 50.6%에서 2019년 상반기 51.4% 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

표4. 2019년 상반기 TOP20 광고주 각 지표별 점유율 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	TOP20 광고주	전체 대비 점유율	전체 광고주
브랜드(품목)수	112	1.0%	11,396
캠페인수	257	1.9%	13,650
광고수	10,616	5.4%	197,208
매체수	112	98.2%	114
광고금액	69,102,529	22.1%	312,384,211

광고 금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고 집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 TOP20 광고 금액은 22.1%, 광고 수는 5.4%, 캠페인 수는 1.9%를 점유하는 것으로 집계 되었다.

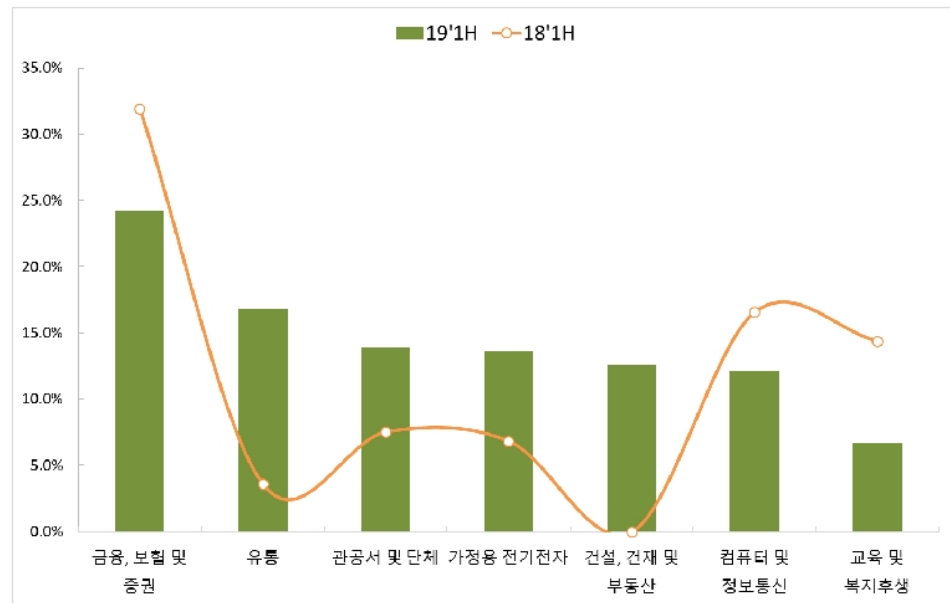
표5. 2019년 상반기 TOP20 광고주 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	19'1H	전년동기대비 증감률	직전반기대비 증감률	18'1H	18'2H
브랜드(품목)수	112	1.8%	5.7%	110	106
캠페인수	257	-1.5%	29.1%	261	199
광고수	10,616	3.6%	3.0%	10,245	10,310
매체수	112	0.0%	-1.8%	112	114
광고금액	69,102,529	-20.5%	-3.5%	86,881,701	71,610,800
점유율(/전체광고금액)	22.1%	-	-	26.2%	22.0%

또한, 광고 금액 기준 상위 20개 광고주의 광고 집행 현황은 2018년 상반기 대비 2019년 상반기는 캠페인 수와 광고 금액은 감소하였고, 직전 반기인 2018년 하반기 대비 2019년 상반기는 매체 수와 광고 금액이 각각 감소한 것으로 확인되었다.

[그림2] 2018년 상반기 대비 2019년 상반기 20대 광고주의 업종 구성비 현황



2019년 상반기 광고 금액 기준 상위 20개 광고주만의 업종별 비중을 살펴보면, '금융, 보험 및 증권' 업종 24.2%, '유통' 업종 16.8%, '관공서 및 단체' 업종 13.9% 등의 순으로 나타났다.

2018년 상반기 대비 2019년 상반기 상위 20개 광고주만의 눈에 띄는 업종별 변동 현황은 '유통' 업종 약 84억 원, '가정용 전기전자' 업종 약 30억 원 이상 증가한 반면, '건설, 건재 및 부동산' 업종이 약 110억 원 감소한 것으로 확인되었다.

4. 매체 현황

2019년 상반기 광고 금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 2018년 상반기 대비 2019년 상반기 광고 금액 증가 매체 10개, 광고 금액 감소 매체 3개, 순위 내 신규진입 매체 7개로 집계 되었고, 직전 반기인 2018년 하반기 대비 2019년 상반기 광고 금액 증가 매체 12개, 광고 금액 감소 매체 3개, 순위 내 신규 진입 매체 5개로 집계 되었다.

표6. 2019년 상반기 TOP20 매체 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

순위	2018 1H			증감	2019 1H			증감	2018 2H		
	매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액
1	네이버	3,465	125,457,874	▲	네이버	2,639	134,413,093	▲	네이버	3,021	127,956,704
2	다음	9,196	69,080,576	▲	다음	5,560	41,812,451	▲	다음	8,030	55,321,680
3	네이트	10,338	24,246,517	▼	네이트	9,089	25,307,427	▲	네이트	13,870	28,182,916
4	조인스	26,081	9,332,377	▲	조인스	20,938	8,185,916	▲	조인스	22,632	8,527,226
5	페이스북	8,656	6,423,461	▲	페이스북	12,522	7,286,387	▲	페이스북	4,212	5,902,853
6	동아일보	16,207	5,467,347	▲	유튜브	10,996	7,263,639	▲	유튜브	7,114	5,823,456
7	줌	3,882	4,651,154	▲	동아일보	16,320	5,216,071	▲	동아일보	15,618	5,246,960
8	조선일보	12,201	4,627,973	▲	곰TV	7,365	3,455,720	▲	조선일보	11,131	4,251,294
9	유튜브	8,162	3,929,088	▼	TV조선	12,316	3,295,385	▼	G마켓	1,826	3,306,711
10	루리웹	11,272	3,587,338	㉞	뉴데일리	9,685	3,276,107	㉞	줌	2,690	3,304,311
11	경향신문	13,629	3,448,772	▲	줌	2,857	3,218,102	▲	인벤	1,892	3,153,818
12	인벤	1,805	2,792,234	▼	드림위즈	9,227	3,134,806	▼	루리웹	6,678	3,118,186
13	채널A	12,028	2,573,315	㉞	루리웹	5,779	2,951,374	㉞	곰TV	8,689	2,866,601
14	엠군	11,685	2,428,688	㉞	인벤	1,642	2,892,342	㉞	노컷뉴스	15,164	2,515,588
15	더팩트	7,976	2,357,224	▲	조선일보	8,291	2,822,347	▲	TV조선	10,698	2,444,833
16	전자신문	6,588	2,285,243	▲	G마켓	1,260	2,707,838	▼	국민일보	6,124	2,384,865
17	스포츠서울	10,533	2,235,600	㉞	채널A	8,178	2,272,164	▲	전자신문	5,757	2,263,524
18	TV조선	9,497	2,159,347	㉞	경향신문	8,039	2,185,252	㉞	뉴데일리	7,046	2,151,230
19	곰TV	9,526	2,132,408	㉞	11번가	719	1,802,036	㉞	채널A	8,308	2,126,428
20	드림위즈	8,331	1,995,483	㉞	엠군	8,064	1,762,740	▲	경향신문	6,756	1,904,435

※ 첫 번째 '증감'은 전년 동기 대비, 두 번째 '증감'은 직전기 대비 (▲: 광고집행금액 증가 ▼: 광고집행금액 감소 ㉞: 순위 내 신규 진입)

광고 금액의 증감 현황은 2018년 상반기 대비로 3대 포털은 7.9%, 상위 20개 매체는 5.7% 광고 금액이 각각 감소하였고, 직전 반기인 2018년 하반기 대비로는 3대 포털은 4.7%, 상위 20개 매체는 2.7% 광고 금액이 각각 감소한 것으로 확인되었다.

5. 데이터 베이스 현황

표7. 2019년 상반기 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)
2019 / 01	146,282	117,994	4,783	22,946
2019 / 02	126,565	106,726	1,847	16,924
2019 / 03	150,241	125,691	2,204	21,299
2019 / 04	141,981	118,182	2,317	21,027
2019 / 05	155,641	129,664	2,039	23,291
2019 / 06	151,418	118,687	2,111	29,945
합 계	872,128	716,944	15,301	135,432

이상의 통계는 리서치애드가 2019년 1월 1일부터 2019년 6월 30일까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 115개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 872,128개의 노출형 광고 파일을 클리핑하여, 자사 광고 등 분류 대상에서 제외된 150,733개 파일을 제외한 716,944개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

2019년 상반기 클리핑 광고 파일 수 872,128개는 전년 동분기 대비 359,214개 증가한 수치이고, 직전 분기 대비 31,431 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