

2019년 4월 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. 07

06105 서울특별시 강남구 학동로34길 16 티플러스빌딩 2층

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

Copyright © Researchad. All rights reserved.

1. 2019년 4월 인터넷 노출형 광고 현황

표1. 2019년 4월 인터넷 노출형 광고 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	19-Apr	전년동월대비 증감률	전월대비 증감률	18-Apr	19-Mar
광고금액	54,071,627	5.4%	0.6%	51,284,928	53,740,793
광고수	39,576	0.4%	-0.7%	39,416	39,868
캠페인수	6,110	25.1%	0.8%	4,884	6,061
광고주수	4,642	26.0%	0.6%	3,684	4,615
품목(브랜드)수	5,495	30.2%	1.2%	4,220	5,432
매체수	113	0.0%	0.9%	113	112

2019년 4월 인터넷 노출형 광고 총 집행 금액은 2018년 4월 대비로는 5.4% 증가하고, 2019년 3월 대비로는 0.6% 증가한 541억원으로 집계되었다.

광고 금액을 포함한 각 지표별 증감 현황은 전년 동월인 2018년 4월 대비 전체 지표에서 증가를 확인한 반면, 전월인 2019년 3월 대비로는 광고 수를 제외한 전 지표에서 각각 증가한 것을 확인하였다.

2. 업종 현황

표2. 2019년 4월 업종별 광고 집행 현황

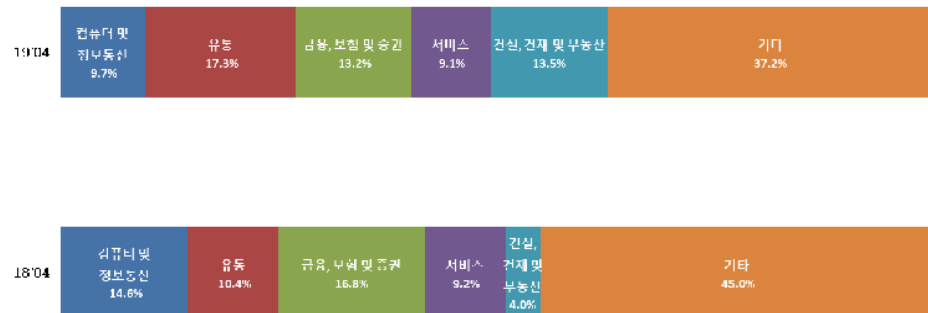
(단위: 천원)

업종 (대)	19-Apr		증감률		18-Apr		19-Mar	
	광고금액	구성비	전년대비	전월대비	광고금액	구성비	광고금액	구성비
가정용 전기전자	2,425,032	4.5%	63.2%	-13.6%	1,485,704	2.9%	2,806,559	5.2%
가정용품	949,251	1.8%	87.2%	-6.0%	506,993	1.0%	1,010,335	1.9%
건설·건재 및 부동산	7,304,420	13.5%	252.6%	70.9%	2,071,599	4.0%	4,273,285	8.0%
관공서 및 단체	4,355,019	8.1%	-49.3%	12.2%	8,597,371	16.8%	3,882,539	7.2%
교육 및 복지후생	2,995,300	5.5%	-20.5%	-17.8%	3,766,989	7.3%	3,643,370	6.8%
그룹 및 기업광고	77,577	0.1%	-79.1%	-21.1%	370,752	0.7%	98,278	0.2%
금융·보험 및 증권	7,134,748	13.2%	-17.4%	-12.5%	8,635,687	16.8%	8,155,300	15.2%
기초재·소재·에너지	24,930	0.0%	-87.9%	-40.5%	205,568	0.4%	41,875	0.1%
산업기기	101,912	0.2%	-28.6%	-38.6%	142,653	0.3%	166,108	0.3%
서비스	4,934,413	9.1%	4.8%	-8.0%	4,709,205	9.2%	5,362,115	10.0%
수송기기	1,320,629	2.4%	-13.4%	-41.5%	1,524,463	3.0%	2,256,024	4.2%
식품	1,131,571	2.1%	36.2%	11.6%	830,927	1.6%	1,013,993	1.9%
유통	9,333,955	17.3%	75.1%	18.3%	5,330,298	10.4%	7,887,919	14.7%
음료 및 기호식품	281,828	0.5%	20.4%	166.3%	234,063	0.5%	105,826	0.2%
정밀기기 및 사무기기	394,407	0.7%	84.3%	45.1%	214,037	0.4%	271,794	0.5%
제약 및 의료	2,930,994	5.4%	17.5%	0.1%	2,494,685	4.9%	2,927,748	5.4%
출판	131,400	0.2%	-45.4%	-21.6%	240,615	0.5%	167,540	0.3%
컴퓨터 및 정보통신	5,227,362	9.7%	-30.0%	-22.1%	7,466,947	14.6%	6,711,408	12.5%
패션/의류	1,282,435	2.4%	26.5%	9.0%	1,013,596	2.0%	1,176,636	2.2%
화장품 및 보건용품	1,434,578	2.7%	3.5%	-17.9%	1,386,004	2.7%	1,747,427	3.3%
화학공업	299,866	0.6%	428.2%	763.8%	56,772	0.1%	34,714	0.1%
합계	54,071,627	100.0%	5.4%	0.6%	51,284,928	100.0%	53,740,793	100.0%

2019년 4월 업종별 광고 집행 현황을 구성비가 높은 '유통', '건설, 건재 및 부동산', '금융, 보험 및 증권', '컴퓨터 및 정보통신' 업종을 중심으로 살펴보면, 먼저, 구성비가 가장 큰 '유통' 업종의 경우, 2018년 4월 대비 광고 금액이 75.1% 증가하였고, 2019년 3월 대비 18.3% 증가한 것으로 확인되었다. 다음으로 '건설, 건재 및 부동산' 업종의 경우는 2018년 4월 대비 252.6% 증가하였고, 2019년 3월 대비 70.9% 증가한 것으로 확인되었다.

'금융, 보험 및 증권' 업종의 경우는 2018년 4월 대비 17.4% 감소하였고, 2019년 3월 대비 12.5% 감소한 것으로 확인되었다. 마지막으로, '컴퓨터 및 정보통신' 업종은 2018년 4월 대비 30.3% 감소하였고, 2019년 3월 대비 22.1% 감소한 것으로 확인되었다.

그림1. 2018년 4월 대비 2019년 4월 주요 업종 구성비 변화



2018년 4월 대비 2019년 4월 주요 업종별 구성비 현황을 살펴보면, '유통' 및 '건설, 건재 및 부동산' 업종은 전년 동월 대비 증가하고, '컴퓨터 및 정보통신', '금융, 보험 및 증권', '서비스' 업종은 전년 동월 대비 감소하였다. 주요 업종 대다수가 구성비 증감 현황과 광고비 증감 현황이 동일함을 확인하였으나, '서비스' 업종의 경우만 구성비 감소와 달리 광고 금액은 증가한 것을 확인하였다.

마지막으로, 주요 업종들이 전체에서 차지하는 비중은 2018년 4월 55.0%에서 62.8%로 증가하였다.

※ 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

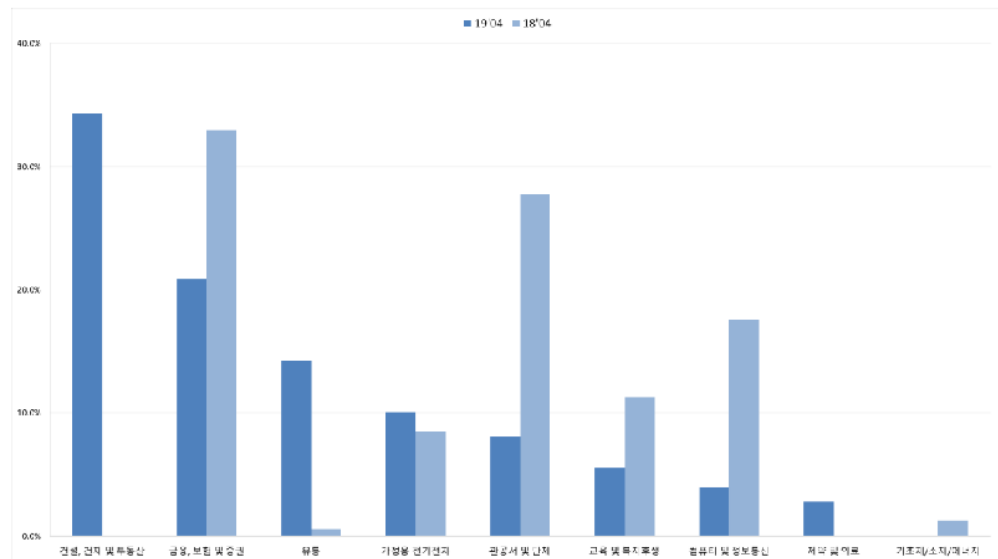
표3. 2019년 4월 TOP20 광고주 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	19-Apr	전년동월대 비증감률	전월대비증 감률	18-Apr	19-Mar
품목(브랜드) 수	46	-14.8%	-23.3%	54	60
캠페인 수	82	-11.8%	-24.1%	93	108
광고 수	1,270	2.8%	-34.1%	1,236	1,928
매체 수	94	-2.1%	-8.7%	96	103
광고금액	14,948,750	-5.0%	4.4%	15,729,583	14,318,126
점유율(전체광고금액)	27.6%	-	-	30.7%	26.6%

2019년 4월 광고 금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고 집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고 금액 비중은 27.6%, 품목(브랜드) 수는 0.8%, 캠페인 수는 1.3%, 광고 수는 3.2%로 확인되었다. 그 중, 광고 집행 금액은 약 149억 원으로 2018년 4월 대비 5.0% 감소하고, 2019년 3월 대비 4.4% 증가한 것으로 나타났다.

그림 2. 2018년 4월 대비 2019년 4월 20대 광고주의 업종 구성비 현황



2019년 4월 광고 금액 기준 상위 20개 광고주만의 업종별 비중을 살펴보면,

‘건설, 건재 및 부동산’ 업종이 34.3%로 가장 높았고, 다음으로 ‘금융, 보험 및 증권’ 업종이 20.9%, ‘유통’ 업종이 14.3% 등의 순으로 나타났다. 단, 1% 미만의 ‘가정용품’, ‘화장품 및 보건용품’ 업종은 제외되었다.

4. 매체 현황

2019년 4월 광고 금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 전년 동월 대비 광고 금액 증가 매체는 8개, 감소 매체는 8개, 순위 내 신규진입 매체는 4개로 집계되었다. 한편, 전월 대비로는 광고 금액 증가 매체는 8개, 감소 매체는 10개, 순위 내 신규진입 매체는 2개로 집계되었다.

표4. 2019년 4월 TOP20 매체 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

순위	18-Apr			증감	19-Apr			증감	19-Mar		
	매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액
1	네이버	484	19,536,565	▲	네이버	518	23,246,271	▲	네이버	416	21,425,313
2	다음	1,380	9,993,838	▼	다음	901	6,790,464	▼	다음	1,155	11,454,316
3	네이트	2,021	3,945,748	▲	네이트	1,537	4,416,912	▲	네이트	1,825	4,034,972
4	조인스	5,496	1,860,167	▼	조인스	3,972	1,457,227	▼	페이스북	3,081	1,314,287
5	페이스북	702	1,006,414	▲	유튜브	2,020	1,241,400	▲	조인스	4,223	1,108,614
6	동아일보	2,878	828,468	▲	페이스북	2,536	1,127,360	▼	유튜브	2,139	997,924
7	조선일보	2,123	789,635	▲	동아일보	3,727	1,096,392	▲	뉴데일리	2,993	939,564
8	줌	869	781,544	▲	드림위즈	3,401	1,094,437	▲	동아일보	3,133	652,635
9	경향신문	2,583	589,384	㉞	뉴데일리	2,649	870,020	▼	드림위즈	2,257	573,822
10	루리웹	2,076	521,661	㉞	곰TV	1,562	675,798	▲	줌	569	504,393
11	더팩트	1,872	462,923	▼	줌	498	598,795	▲	곰TV	1,373	502,965
12	채널A	2,121	449,974	▲	TV조선	2,139	537,623	▼	TV조선	2,076	494,151
13	인벤	320	413,040	㉞	G마켓	190	480,904	▼	G마켓	209	470,159
14	TV조선	2,210	406,818	▼	조선일보	1,402	452,082	▲	루리웹	984	448,678
15	엠군	2,007	385,440	▼	루리웹	937	435,135	▼	채널A	1,821	448,672
16	전자신문	1,147	382,504	▲	인벤	270	413,306	▼	인벤	289	417,481
17	유튜브	1,371	380,305	▼	채널A	1,746	381,923	▼	조선일보	1,514	395,279
18	스포츠서울	1,907	343,684	▼	경향신문	1,370	336,697	▼	폴빵닷컴	1,057	391,122
19	디오데오	1,731	316,670	㉞	노컷뉴스	2,301	320,401	㉞	11번가	154	357,996
20	드림위즈	1,583	311,291	▼	스포츠서울	944	301,775	㉞	경향신문	1,468	339,856

※ 첫 번째 '증감'은 전년 동월 대비, 두 번째 '증감'은 전월 대비 (▲: 광고 집행 금액 증가 ▼: 광고 집행 금액 감소 ㉞:순위 내 신규 진입)

광고 금액의 증감 현황은 지난해 같은 기간인 2018년 4월 대비 상위 20개 매체는 5.9% 증가하였고, 3대 매체는 2.9% 광고 금액 증가를 확인하였다. 전월 2019년 3월 대비 상위 20개 매체는 2.1% 감소하였고, 3대 매체는 6.7% 광고 금액 감소를 확인하였다.

표5. 2019년 4월 주요 매체별 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

번호	업종	네이버	다음	네이트
1	금융, 보험 및 증권	3,495,169	333,398	1,352,973
2	관공서 및 단체	2,572,678	387,977	515,098
3	건설, 건재 및 부동산	6,437,222	171,076	13,741
4	컴퓨터 및 정보통신	1,914,560	331,021	29,271
5	유통	2,708,949	2,067,893	1,196,195
6	교육 및 복지후생	1,015,721	621,546	101,606
7	서비스	1,068,752	841,757	296,659
8	제약 및 의료	354,660	410,455	137,542
9	가정용 전기전자	1,599,198	112,432	5,820
10	수송기기	579,637	479,223	5,399
11	화장품 및 보건용품	186,314	206,501	384,292
12	식품	173,630	304,468	153,536
13	패션/의류	652,562	184,242	56,462
14	정밀기기 및 사무기기	137,529	93,789	1,965
15	가정용품	142,150	197,345	52,492
16	산업기기	-	44,573	305
17	그룹 및 기업광고	-	-	-
18	출판	-	-	3,240
19	화학공업	155,497	-	109,712
20	음료 및 기호식품	52,043	2,768	199
21	기초재/소재/에너지	-	-	405
합 계		23,246,271	6,790,464	4,416,912

2019년 4월 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 광고 금액이 가장 큰 것으로 확인되었다.

5. 데이터 베이스 현황

표6. 2019년 4월 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)
2019-04	88,329	71,955	769	15,604

이상의 통계는 리서치애드가 2019년 4월 1일부터 2019년 4월 30일까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 115개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 88,329개의 노출형 광고 파일을 클리핑하여, 자사 광고 등 분류 대상에서 제외된 16,373개 파일을 제외한 71,955개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

2019년 4월 클리핑 광고 파일 수 88,329개는 전년 동월 대비 8,677개 증가한 수치이고, 전월 대비 2,958개 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