

2016년 10월 인터넷 노출형광고 결산보고

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

2016. 11

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. 2016년 10월 인터넷 노출형광고 현황

표1. 2016년 10월 인터넷 노출형광고 현황

(단위: 천원, 개)

| 항 목 | Oct-16 | 전년동월대비 증감률 | 전월대비 증감률 | Oct-15 | Sep-16 |
|----------|------------|---------------|-------------|------------|------------|
| 광고금액 | 46,465,086 | -26.5% | 5.5% | 63,177,801 | 44,037,368 |
| 광고수 | 21,377 | -36.1% | 8.9% | 33,457 | 19,635 |
| 캠페인수 | 4,453 | 7.4% | 11.2% | 4,146 | 4,006 |
| 광고주수 | 2,169 | 18.7% | 4.6% | 1,828 | 2,073 |
| 품목(브랜드)수 | 2,589 | 17.3% | 6.1% | 2,207 | 2,441 |
| 매체수 | 101 | -1.0% | -1.9% | 102 | 103 |

2016년 10월 인터넷 노출형광고 총 집행금액은 2015년 10월 대비로는 26.5% 감소하고, 2016년 9월 대비로는 5.5% 증가한 약 465억 원으로 집계 되었다.

특히나 전년 대비로는 광고금액을 포함한 광고수 및 매체수의 감소를 확인한 반면, 전월 대비로는 매체수를 제외한 전 지표에서 증가를 확인하였다.

2. 업종 현황

표2. 2016년 10월 업종별 광고집행 현황

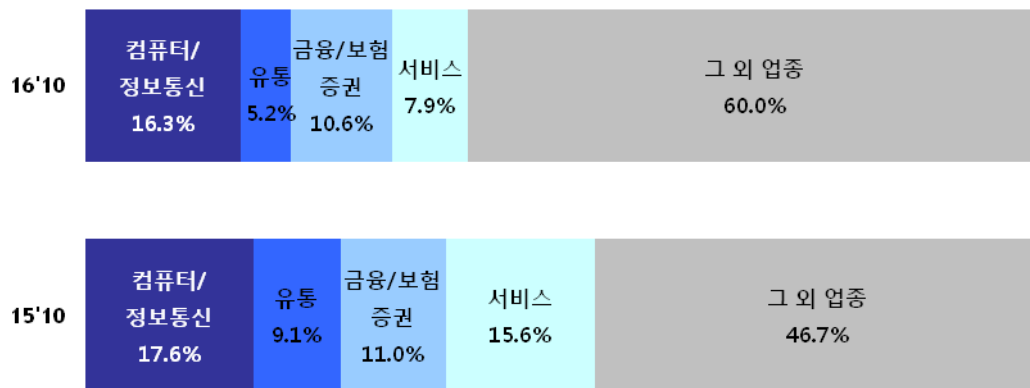
(단위 : 천원)

| 업종 (대) | Oct-16 | | 증감률 | | Oct-15 | | Sep-16 | |
|-------------|-------------------|---------------|---------------|-------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|
| | 광고금액 | 구성비 | 전년대비 | 전월대비 | 광고금액 | 구성비 | 광고금액 | 구성비 |
| 기초재/소재/에너지 | 146,167 | 0.3% | -33.4% | 155.4% | 219,613 | 0.3% | 57,240 | 0.1% |
| 식품 | 262,256 | 0.6% | -79.4% | -35.8% | 1,272,580 | 2.0% | 408,611 | 0.9% |
| 음료 및 기호식품 | 67,086 | 0.1% | -83.0% | -33.4% | 394,215 | 0.6% | 100,708 | 0.2% |
| 제약 및 의료 | 1,399,532 | 3.0% | -68.2% | 5.8% | 4,395,775 | 7.0% | 1,322,796 | 3.0% |
| 화장품 및 보건용품 | 944,549 | 2.0% | -70.5% | -63.5% | 3,207,220 | 5.1% | 2,585,027 | 5.9% |
| 출판 | 120,743 | 0.3% | -7.1% | -74.4% | 130,039 | 0.2% | 471,737 | 1.1% |
| 패션/의류 | 891,916 | 1.9% | -75.4% | -10.4% | 3,624,084 | 5.7% | 995,412 | 2.3% |
| 산업기기 | 23,793 | 0.1% | -63.5% | 0.6% | 65,251 | 0.1% | 23,651 | 0.1% |
| 정밀기기 및 사무기기 | 180,093 | 0.4% | -40.9% | 16.3% | 304,592 | 0.5% | 154,797 | 0.4% |
| 가정용 전기전자 | 1,583,889 | 3.4% | -47.6% | 30.3% | 3,024,054 | 4.8% | 1,215,518 | 2.8% |
| 컴퓨터 및 정보통신 | 7,553,266 | 16.3% | -32.1% | 25.4% | 11,116,993 | 17.6% | 6,025,432 | 13.7% |
| 수송기기 | 2,547,047 | 5.5% | 59.1% | -2.0% | 1,600,583 | 2.5% | 2,599,100 | 5.9% |
| 가정용품 | 669,483 | 1.4% | -61.1% | 26.3% | 1,721,957 | 2.7% | 530,006 | 1.2% |
| 화학공업 | 2,003 | 0.0% | -99.3% | -91.5% | 275,140 | 0.4% | 23,664 | 0.1% |
| 건설/건재 및 부동산 | 13,299,785 | 28.6% | 611.2% | 155.4% | 1,869,978 | 3.0% | 5,206,590 | 11.8% |
| 유통 | 2,415,957 | 5.2% | -58.1% | -28.9% | 5,767,405 | 9.1% | 3,395,663 | 7.7% |
| 금융, 보험 및 증권 | 4,914,391 | 10.6% | -29.0% | -24.4% | 6,921,159 | 11.0% | 6,501,646 | 14.8% |
| 서비스 | 3,654,388 | 7.9% | -62.8% | -38.1% | 9,835,003 | 15.6% | 5,900,215 | 13.4% |
| 관공서 및 단체 | 4,422,836 | 9.5% | 6.0% | 14.3% | 4,173,916 | 6.6% | 3,870,998 | 8.8% |
| 교육 및 복지후생 | 1,210,628 | 2.6% | -37.6% | -43.4% | 1,940,337 | 3.1% | 2,140,074 | 4.9% |
| 그룹 및 기업광고 | 155,278 | 0.3% | -88.2% | -69.5% | 1,317,907 | 2.1% | 508,483 | 1.2% |
| 합계 | 46,465,086 | 100.0% | -26.5% | 5.5% | 63,177,801 | 100.0% | 44,037,368 | 100.0% |

'컴퓨터 및 정보통신', '서비스', '유통', '금융, 보험 및 증권' 업종을 중심으로 2016년 10월 업종별 광고집행 현황을 살펴보면, '컴퓨터 및 정보통신' 업종의 경우, 전년대비로는 감소하고 전월 대비로는 증가한 것을 확인할 수 있다. 한편, '유통' 및 '서비스', '금융, 보험 및 증권' 업종은 전년 및 전월 대비 모두 각각 감소한 것으로 나타났다.

특징적으로는 '건설, 건재 및 부동산', '관공서 및 단체' 업종의 경우, 전년 및 전월 대비 모두 광고금액 증가를 각각 확인하였다. 특히, '건설, 건재 및 부동산' 업종의 비중이 다른 업종 대비 가장 높게 나타난 것이 눈에 띈다.

그림1. 2015년 10월 대비 2016년 10월 주요 업종 구성비 변화



2015년 10월 대비 2016년 10월 주요 업종별 구성비 현황을 살펴보면, 4대 업종의 광고금액 비중이 모두 감소했음을 확인하였다. 또한, 광고금액의 증감도 동일한 것으로 나타났다.

한편, 주요 4개 업종들이 전체에서 차지하는 비중은 전년 동월 대비 53.3%에서 40.0%로 감소하였다. 이는 '건설, 건재 및 부동산' 업종의 비중 및 광고금액 증가로 기인한 것으로 보인다.

※ 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. 2016년 10월 TOP20 광고주 광고집행 현황

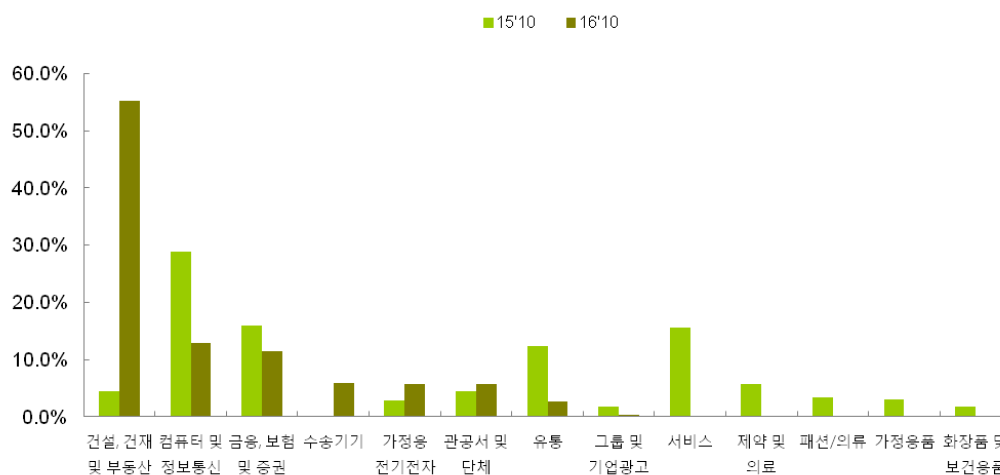
(단위 : 천원/개)

| 항 목 | Oct-16 | 전년동월대비 증감률 | 전월대비 증감률 | Oct-15 | Sep-16 |
|--------------|------------|---------------|-------------|------------|------------|
| 품목(브랜드)수 | 66 | 0.0% | -1.5% | 66 | 67 |
| 캠페인수 | 193 | -19.6% | 50.8% | 240 | 128 |
| 광고수 | 1,210 | -25.3% | 45.3% | 1,619 | 833 |
| 매체수 | 55 | -17.9% | 14.6% | 67 | 48 |
| 광고금액 | 20,194,207 | 13.4% | 29.7% | 17,808,294 | 15,575,788 |
| 점유율(/전체광고금액) | 43.5% | - | - | 28.2% | 35.4% |

2016년 10월 광고금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고금액은 43.5%, 광고수는 5.7%, 광고캠페인수는 4.3% 를 점유하는 것으로 집계 되었다.

한편, 전년 대비 2016년 10월의 상위 20개 광고주를 대상으로 각 지표를 살펴보면, 광고금액을 제외한 캠페인수, 광고수, 매체수 등의 감소가 눈에 띄며, 2016년 9월 대비로는 품목(브랜드)수를 제외한 전 지표에서 눈에 띄게 증가한 것을 확인할 수 있다.

그림2. 2015년 10월 대비 2016년 10월 20대 광고주의 업종 구성비 현황



2016년 10월 광고금액 기준 상위 20개 광고주만의 업종별 비중을 살펴보면, '건설, 건재 및 부동산', '컴퓨터 및 정보통신', '금융, 보험 및 증권', '수송기기', '가정용 전기전자' 등의 순으로 나타났다.

4. 매체 현황

2016년 10월 광고금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 전년 동월 대비 광고금액 증가 매체는 3개, 광고비 감소 매체는 8개, 순위 내 신규진입 매체는 9개로 집계 되었다. 한편, 전월 대비로는 광고금액 증가 매체는 10개, 광고금액 감소 매체는 9개, 순위 내 신규진입 매체는 1개로 집계 되었다.

표4. 2016년 10월 TOP20 매체 광고집행 현황

(단위 : 천원,개)

| 순위 | Oct-15 | | | 증감 | Oct-16 | | | 증감 | Sep-16 | | |
|----|--------|-------|------------|----|--------|-------|------------|----|--------|-------|------------|
| | 매체 | 광고수 | 광고금액 | | 매체 | 광고수 | 광고금액 | | 매체 | 광고수 | 광고금액 |
| 1 | 네이버 | 1,187 | 21,870,421 | ▼ | 네이버 | 908 | 21,724,533 | ▲ | 네이버 | 899 | 19,140,058 |
| 2 | 다음 | 743 | 19,531,344 | ▼ | 다음 | 364 | 11,991,518 | ▼ | 다음 | 403 | 12,860,759 |
| 3 | 네이트 | 420 | 3,482,842 | ▲ | 네이트 | 396 | 3,827,398 | ▲ | 네이트 | 359 | 3,329,847 |
| 4 | 유튜브 | 290 | 2,678,947 | ▼ | 유튜브 | 2,375 | 922,026 | ▲ | 유튜브 | 1,231 | 789,382 |
| 5 | SBS | 163 | 1,072,769 | Ⓝ | 페이스북 | 813 | 707,180 | ▼ | 페이스북 | 1,096 | 711,383 |
| 6 | 조선일보 | 1,956 | 901,220 | ▼ | 동아일보 | 1,386 | 657,943 | ▼ | 동아일보 | 1,454 | 664,346 |
| 7 | 모네타 | 344 | 700,597 | ▼ | 조선일보 | 1,244 | 560,589 | ▲ | 인벤 | 262 | 603,852 |
| 8 | 동아일보 | 1,629 | 660,856 | ▲ | 인벤 | 265 | 529,864 | ▼ | 조선일보 | 896 | 440,406 |
| 9 | 곰TV | 694 | 557,555 | ▼ | 전자신문 | 437 | 445,837 | ▲ | 전자신문 | 361 | 440,239 |
| 10 | 판도라TV | 258 | 527,619 | Ⓝ | 줌 | 103 | 414,508 | ▲ | 줌 | 44 | 400,708 |
| 11 | 인벤 | 350 | 457,272 | ▼ | 연합뉴스 | 236 | 350,883 | ▲ | 연합뉴스 | 191 | 295,618 |
| 12 | 전자신문 | 436 | 449,844 | ▼ | 중앙일보 | 881 | 247,745 | ▲ | 모네타 | 436 | 271,087 |
| 13 | 더팩트 | 1,668 | 432,848 | ▲ | 모네타 | 425 | 230,700 | ▼ | 한국일보 | 575 | 203,489 |
| 14 | 연합뉴스 | 204 | 420,272 | Ⓝ | 한국일보 | 654 | 196,290 | ▼ | 중앙일보 | 678 | 187,189 |
| 15 | 엠균 | 240 | 417,542 | Ⓝ | 지디넷 | 222 | 193,189 | ▲ | 게임메카 | 125 | 183,528 |
| 16 | 아이뉴스24 | 1,719 | 389,461 | Ⓝ | 경향신문 | 743 | 179,759 | ▲ | 지디넷 | 134 | 177,385 |
| 17 | 프레시안 | 2,499 | 376,830 | Ⓝ | 게임메카 | 98 | 172,612 | ▼ | 디지털타임즈 | 336 | 171,211 |
| 18 | YTN | 1,057 | 366,574 | Ⓝ | 국민일보 | 882 | 157,079 | ▼ | 경향신문 | 708 | 161,092 |
| 19 | 오마이뉴스 | 582 | 333,462 | Ⓝ | 디지털타임즈 | 305 | 144,868 | ▼ | 국민일보 | 759 | 157,899 |
| 20 | 중앙일보 | 485 | 324,808 | Ⓝ | 노컷뉴스 | 290 | 112,745 | Ⓝ | SBS골프 | 95 | 118,415 |

※ 첫 번째 '증감'은 전년 동월 대비, 두 번째 '증감'은 전월 대비 (▲: 광고집행금액 증가 ▼: 광고집행금액 감소 Ⓝ: 순위 내 신규 진입)

표5. 2016년 10월 주요 매체별 업종별 광고집행 현황

(단위 : 천원)

| 번호 | 업종 | 네이버 | 다음 | 네이트 |
|------------|--------------|-------------------|-------------------|------------------|
| 1 | 건설, 건재 및 부동산 | 5,334,746 | 7,608,701 | 0 |
| 2 | 컴퓨터 및 정보통신 | 4,937,449 | 285,461 | 176,168 |
| 3 | 금융, 보험 및 증권 | 2,089,120 | 1,055,179 | 981,945 |
| 4 | 관공서 및 단체 | 1,942,123 | 1,348,679 | 247,227 |
| 5 | 서비스 | 2,068,468 | 312,193 | 298,805 |
| 6 | 수송기기 | 1,315,194 | 611,880 | 505,013 |
| 7 | 가정용 전기전자 | 946,737 | 111,856 | 310,968 |
| 8 | 유통 | 620,289 | 68,527 | 607,196 |
| 9 | 패션/의류 | 624,226 | 98,896 | 20,126 |
| 10 | 화장품 및 보건용품 | 616,427 | 0 | 123,326 |
| 11 | 교육 및 복지후생 | 414,535 | 82,694 | 143,812 |
| 12 | 제약 및 의료 | 200,503 | 269,639 | 162,689 |
| 13 | 가정용품 | 97,779 | 106,593 | 233,082 |
| 14 | 식품 | 143,533 | 0 | 15,825 |
| 15 | 정밀기기 및 사무기기 | 146,217 | 0 | 0 |
| 16 | 기초재/소재/에너지 | 128,308 | 0 | 0 |
| 17 | 그룹 및 기업광고 | 37,529 | 31,220 | 0 |
| 18 | 출판 | 32,579 | 0 | 1,216 |
| 19 | 음료 및 기호식품 | 28,771 | 0 | 0 |
| 20 | 건설, 건재 및 부동산 | 5,334,746 | 7,608,701 | 0 |
| 합 계 | | 21,724,533 | 11,991,518 | 3,827,398 |

2016년 10월 주요 포털의 업종별 광고집행 현황은 위와 같다. '네이버' 및 '다음'에서는 '건설, 건재 및 부동산' 업종에서, '네이트'는 '금융, 보험 및 증권' 업종에서 각각 광고금액이 가장 높은 것으로 확인되었다.

※ 위의 매체 현황에 제시된 매체별 광고금액은 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. 2016년 10월 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) |
|--------|----------|----------|---------------------|---------------------|
| Oct-16 | 84,700 | 28,516 | 12,230 | 43,953 |

이상의 통계는 리서치애드가 2016년 10월 1일부터 2016년 10월 31일 까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 115개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 84,700개의 노출형광고 파일을 클리핑하여 자사광고 등 분류 대상에서 제외된 56,183개 파일을 제외한 28,516개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

2016년 10월 클리핑 광고파일 수 84,700개는 전년 동월 대비 10,176개 증가한 수치이며, 전월 대비로는 507개 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]

담당자 : 한보경 팀장

TEL : 02-546-9692

E-mail : newday@researchad.com