

2023년 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.

2023. 05

06105 서울특별시 강남구 학동로34길 16 티플러스빌딩 2층

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

Copyright © Researchad. All rights reserved.

1. 2023년 4월 인터넷 노출형 광고 현황

표1. 2023년 4월 인터넷 노출형 광고 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	23-Apr	전년동월대비 증감률	전월대비 증감률	22-Apr	23-Mar
광고금액	59,983,737	-9.0%	-1.6%	65,910,864	60,979,989
광고수	41,367	14.0%	-4.0%	36,277	43,086
캠페인수	7,232	5.4%	2.3%	6,859	7,068
광고주수	5,340	1.9%	1.5%	5,243	5,260
품목(브랜드)수	7,073	6.2%	2.4%	6,663	6,907
매체수	94	-1.1%	1.1%	95	93

2023년 4월 인터넷 노출형 광고 총 집행 금액은 2022년 4월 대비 9.0%, 2023년 3월 대비로는 1.6% 감소한 약 600억 원으로 집계되었다.

2023년 4월 항목별 광고 현황을 살펴보면, 2022년 4월 대비 광고금액, 매체수를 제외한 모든 항목에서 증가한 것으로 확인하였다.

2. 업종 현황

표2. 2023년 4월 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

업종 (대)	23-Apr		증감률		22-Apr		23-Mar	
	광고금액	구성비	전년대비	전월대비	광고금액	구성비	광고금액	구성비
가정용 전기전자	1,935,481	3.2%	-28.0%	-24.8%	2,689,541	4.1%	2,572,285	4.2%
가정용품	2,517,700	4.2%	-14.8%	-2.5%	2,956,153	4.5%	2,581,665	4.2%
건설 건재 및 부동산	7,328,314	12.2%	-29.3%	-3.5%	10,368,842	15.7%	7,591,212	12.4%
관공서 및 단체	4,837,377	8.1%	26.2%	29.1%	3,833,995	5.8%	3,747,424	6.1%
교육 및 복지후생	1,025,392	1.7%	-64.2%	-34.8%	2,863,528	4.3%	1,573,443	2.6%
그룹 및 기업광고	184,931	0.3%	-40.4%	-75.3%	310,194	0.5%	749,968	1.2%
금융, 보험 및 증권	4,328,211	7.2%	-34.5%	-5.9%	6,603,671	10.0%	4,597,157	7.5%
기초재/소재/에너지	287,341	0.5%	44.8%	-23.9%	198,409	0.3%	377,487	0.6%
산업기기	282,331	0.5%	-32.0%	2.5%	415,170	0.6%	275,368	0.5%
서비스	4,762,367	7.9%	-3.0%	3.4%	4,907,662	7.4%	4,604,465	7.6%
수송기기	655,263	1.1%	-35.1%	-45.2%	1,009,590	1.5%	1,195,386	2.0%
식품	3,792,582	6.3%	32.7%	21.8%	2,857,854	4.3%	3,113,211	5.1%
유통	7,937,920	13.2%	-22.0%	-7.5%	10,171,798	15.4%	8,585,531	14.1%
음료 및 기호식품	1,121,433	1.9%	138.2%	91.5%	470,872	0.7%	585,542	1.0%
정밀기기및 사무기기	115,540	0.2%	-45.8%	-30.7%	213,155	0.3%	166,767	0.3%
제약 및 의료	3,542,111	5.9%	43.1%	6.5%	2,475,253	3.8%	3,326,282	5.5%
출판	185,572	0.3%	-35.7%	-24.6%	288,716	0.4%	246,202	0.4%
컴퓨터 및 정보통신	10,141,811	16.9%	12.7%	-5.9%	9,001,609	13.7%	10,774,017	17.7%
패션/의류	1,610,629	2.7%	-18.6%	-11.4%	1,979,564	3.0%	1,817,515	3.0%
화장품 및 보건용품	3,355,094	5.6%	54.1%	38.0%	2,177,166	3.3%	2,432,028	4.0%
화학공업	36,337	0.1%	-69.2%	-45.8%	118,122	0.2%	67,034	0.1%
합계	59,983,737	100.0%	-9.0%	-1.6%	65,910,864	100.0%	60,979,989	100.0%

2023년 4월 업종별 광고 집행 현황을 구성비가 높은 '컴퓨터 및 정보통신', '유통', '건설, 건재 및 부동산', '관공서 및 단체', '서비스', '금융, 보험 및 증권' 업종을 중심으로 살펴보자.

먼저, 구성비가 가장 큰 '컴퓨터 및 정보통신' 업종의 경우 2022년 4월 대비 12.7% 증가하였고, 2023년 3월 대비로는 5.9% 감소한 것으로 나타났다.

다음으로 '유통' 업종의 경우, 2022년 4월 대비 광고금액이 22.0%, 2023년 3월 대비 7.5% 감소한 것으로 확인되었다.

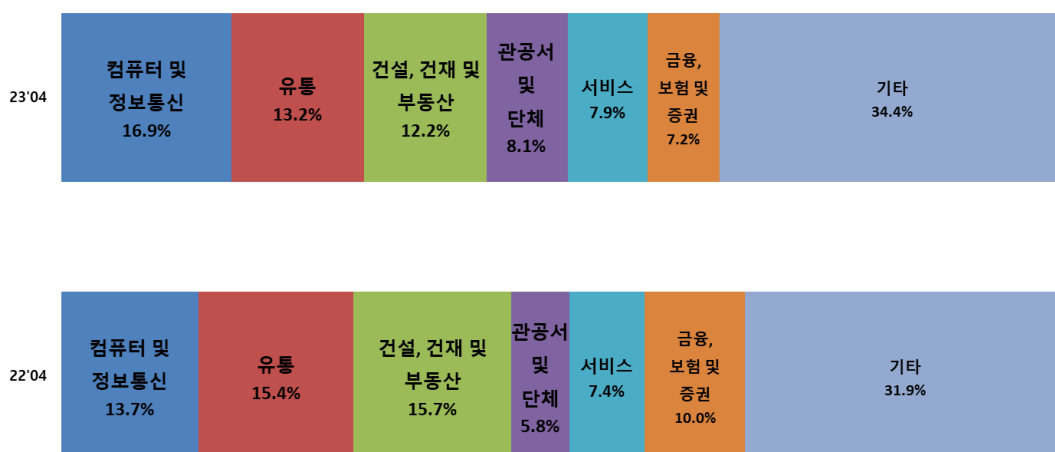
'건설, 건재 및 부동산' 업종의 경우 2022년 4월 대비 29.3%, 2023년 3월 대비로는 3.5% 감소한 것으로 나타났다.

'관공서 및 단체' 업종은 2022년 4월 대비 26.2%, 2023년 3월 대비 29.1% 증가한 것으로 확인되었다.

'서비스' 업종의 경우, 2022년 4월 대비 3.0% 감소하였고, 2023년 3월 대비 3.4% 증가한 것으로 확인되었다.

마지막으로 '금융, 보험 및 증권' 업종의 경우는 2022년 4월 대비 34.5%, 2023년 3월 대비 5.9% 감소한 것으로 확인되었다.

그림1. 2022년 4월 대비 2023년 4월 주요 업종 구성비 변화



2022년 4월 대비 2023년 4월 주요 업종별 구성비 현황을 살펴보면, '컴퓨터 및 정보통신', '관공서 및 단체', '서비스' 업종에서 전년 동월 대비 증가하였다.

'컴퓨터 및 정보통신', '유통', '건설, 건재 및 부동산', '관공서 및 단체', '금융, 보험 및 증권' 업종에서 구성비 증감률과 광고금액 증감률이 동일한 것으로 확인되었다.

마지막으로, 주요 업종들이 전체에서 차지하는 비중은 2022년 4월 68.1%에서 2023년 4월 65.6%로 감소한 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

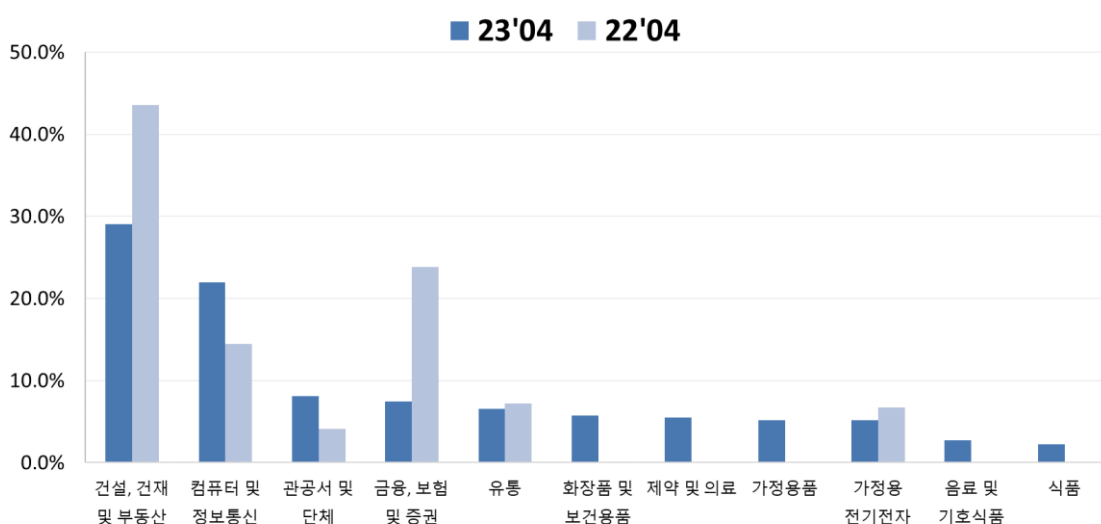
표3. 2023년 4월 TOP20 광고주 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	23-Apr	전년동월대비 증감률	전월대비 증감률	22-Apr	23-Mar
품목(브랜드) 수	119	33.7%	24.0%	89	96
캠페인 수	138	11.3%	13.1%	124	122
광고 수	2,048	-1.4%	-27.5%	2,077	2,826
매체 수	83	-3.5%	-5.7%	86	88
광고금액	19,773,004	14.0%	1.0%	17,345,771	19,584,506
점유율(전체광고금액)	33.0%	-	-	26.3%	32.1%

2023년 4월 광고금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고 집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고금액 비중은 33.0%, 품목(브랜드) 수는 1.7%, 캠페인 수는 1.9%, 광고 수는 5.0%로 확인되었다. 그 중, 광고 집행 금액은 약 198억 원으로 2022년 4월 대비 14.0% 증가하였고, 2023년 3월 대비로는 1.0% 증가한 것으로 나타났다.

그림2. 2022년 4월 대비 2023년 4월 20대 광고주의 업종 구성비 현황



※구성비가 1% 미만인 서비스 업종 제외

2023년 4월 광고금액 기준 상위 20개 광고주만의 업종별 비중을 살펴보면, '건설, 건재 및 부동산' 업종이 29.0%로 가장 많은 비중을 차지하며, 다음으로 '컴퓨터 및 정보통신' 업종이 22.0%, '관공서 및 단체' 업종은 8.1% 등의 순으로 나타났다.

4. 매체 현황

2023년 4월 광고금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 전년 동월 대비 광고금액 증가 매체는 8개, 감소 매체는 7개, 순위 내 신규진입 매체는 5개로 집계되었다. 한편, 전월 대비로는 광고금액 증가 매체는 3개, 감소 매체는 16개, 순위 내 신규진입 매체는 1개로 집계되었다.

표4. 2023년 4월 TOP20 매체 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

순위	22-Apr			증감	23-Apr			증감	23-Mar		
	매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액
1	네이버	463	21,463,483	▲	네이버	425	23,612,198	▲	네이버	399	21,100,198
2	다음	2,529	17,724,292	▼	다음	1,483	10,044,789	▼	다음	1,673	10,971,713
3	네이트	1,208	4,025,404	▼	네이트	1,748	3,294,080	▲	네이트	1,764	3,284,795
4	유튜브	551	2,167,271	▼	유튜브	1,069	1,836,311	▼	유튜브	1,272	2,338,341
5	페이스북	4,194	1,404,827	▲	페이스북	4,617	1,554,635	▼	페이스북	4,466	1,608,903
6	조인스	3,361	1,176,233	▲	줌	2,982	788,761	▼	줌	2,851	1,064,543
7	동아일보	2,581	836,701	▼	동아일보	2,467	776,916	▼	아프리카tv	76	1,059,378
8	G마켓	258	777,867	Ⓜ	아프리카tv	49	740,855	▼	동아일보	2,748	889,867
9	스포츠서울	1,970	619,573	▲	루리웹	1,039	656,312	▼	조선일보	3,096	802,601
10	옥션	201	591,015	▲	조선일보	2,660	647,850	▼	루리웹	1,102	757,571
11	루리웹	978	568,623	▲	경향신문	1,716	619,162	▼	경향신문	1,984	694,290
12	11번가	200	512,539	▲	국민일보	1,475	529,231	▼	스포츠서울	1,739	583,707
13	줌	1,182	476,624	Ⓜ	연합뉴스	804	526,696	▼	연합뉴스	1,105	572,732
14	국민일보	1,459	451,665	Ⓜ	JTBC	1,772	509,755	▼	국민일보	1,629	566,538
15	조선일보	1,757	451,622	▼	G마켓	240	497,153	Ⓜ	JTBC	1,992	558,133
16	연합뉴스	780	446,199	▼	옥션	156	474,920	▲	한국아이닷컴	1,923	534,978
17	경향신문	1,595	408,354	Ⓜ	한국아이닷컴	1,820	471,178	▼	TV조선	1,898	444,513
18	플랫폼닷컴	1,231	402,703	▼	스포츠서울	1,264	414,082	▼	한겨레	1,770	438,173
19	서울신문	1,438	389,633	▲	TV조선	1,786	410,172	▼	옥션	133	423,363
20	TV조선	1,433	366,189	Ⓜ	한겨레	1,651	410,037	▼	아이뉴스24	2,145	415,109

※ 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)

2023년 4월 광고금액의 증감 현황은 지난해 같은 기간인 2022년 4월 대비 상위 20개 매체는 11.7%, 3대 매체는 14.5% 광고금액 감소를 확인하였다. 한편, 전월 2022년 3월 대비 상위 20개 매체도 0.6% 감소하였고, 3대 매체는 4.5% 광고금액 증가를 확인하였다.

표5. 2023년 4월 주요 매체별 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

번호	업종	네이버	다음	네이트
1	건설, 건재 및 부동산	5,787,974	363,124	27,679
2	유통	1,910,453	3,030,680	494,819
3	컴퓨터 및 정보통신	4,265,543	826,358	119,753
4	관공서 및 단체	3,297,951	263,968	306,752
5	금융, 보험 및 증권	1,438,761	313,452	741,148
6	식품	936,680	917,640	346,906
7	화장품 및 보건용품	1,584,122	337,634	224,594
8	가정용품	1,146,026	392,226	277,278
9	제약 및 의료	1,196,013	420,124	184,404
10	서비스	273,514	1,158,686	138,011
11	가정용 전기전자	771,827	340,700	125,966
12	패션/의류	240,715	721,697	15,752
13	음료 및 기호식품	527,955	218,768	119,676
14	수송기기	106,218	183,936	112,204
15	교육 및 복지후생	112,612	213,084	24,041
16	산업기기	-	144,640	19,552
17	기초재/소재/에너지	-	99,932	4,791
18	출판	-	60,172	225
19	정밀기기 및 사무기기	-	34,352	8,882
20	그룹 및 기업광고	15,834	-	1,557
21	화학공업	-	3,616	90
합 계		23,612,198	10,044,789	3,294,080

2023년 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 광고금액이 가장 큰 것으로 확인되었다.

5. 데이터 베이스 현황

표6. 2023년 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)
2023-04	128,042	86,173	2,085	39,740

이상의 통계는 리서치애드가 2023년 4월 1일부터 2023년 4월 30일까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 112개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 128,042개의 노출형 광고 파일을 클리핑하여, 자사 광고 등 분류 대상에서 제외된 41,825개의 파일을 제외한 86,173개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

2023년 4월 클리핑 광고 파일 수 128,042개는 전년 동월 대비 24,604개 증가한 수치이고, 전월 대비로는 8,307개 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