

## 2018년 1분기 인터넷 노출형광고 결산 보고

---

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

**2018.04**

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. 2018년 1분기 인터넷 노출형광고 현황

표1. 2018년 1분기 인터넷 노출형광고 현황

(단위:천원,개)

항 목	2018 1Q	전년동기대비 증감률	전기대비 증감률	2017 1Q	2017 4Q
광고금액	163,803,170	45.1%	15.0%	112,894,834	142,458,139
광고수	124,450	115.1%	50.3%	57,861	82,791
캠페인수	10,670	37.1%	-7.3%	7,785	11,508
광고주수	6,795	127.6%	2.8%	2,986	6,613
품목(브랜드)수	8,083	120.2%	1.7%	3,671	7,945
매체수	115	9.5%	2.7%	105	112

2018년 1분기 인터넷 노출형광고 총 집행 금액은 지난해 같은 기간인 2017년 1분기 대비 9.5% 증가했고, 직전 분기인 2017년 4분기 대비로는 2.7% 증가한 약 1,638억 원으로 집계 되었다.

광고금액을 제외한 다른 지표별 증감 상황을 살펴보면, 2017년 1분기 대비로는 전 지표에 걸쳐 증가하였고, 직전분기 대비로는 캠페인수를 제외하고 증가를 확인 하였다.

전년 동분기 대비 집계 특이사항으로는 2017년 12월 기준으로, PC플랫폼(GDN, DDN, 와이드플래닛, 모비온 등) 광고가 추가로 수집 반영되었고, 이로 인해, 광고 금액 뿐만 아니라, 다른 항목들의 상승폭이 급격히 늘어난 것을 확인할 수 있다.

## 2. 업종 현황

표2. 2018년 1분기 업종별 광고집행 현황

(단위:천원)

업종 (대)	2018 1Q		증감률		2017 1Q		2017 4Q	
	광고금액	구성비	전년대비	전기대비	광고금액	구성비	광고금액	구성비
가정용 전기전자	5,144,035	3.1%	-20.7%	-25.4%	6,483,010	5.7%	6,899,821	4.8%
가정용품	2,069,375	1.3%	125.4%	53.0%	917,950	0.8%	1,352,451	0.9%
건설·건재및 부동산	6,963,703	4.3%	19.0%	-52.1%	5,852,622	5.2%	14,533,161	10.2%
관광서 및 단체	18,893,601	11.5%	108.5%	-8.5%	9,062,151	8.0%	20,646,227	14.5%
교육 및 복지후생	24,303,824	14.8%	45.4%	141.5%	16,716,968	14.8%	10,065,421	7.1%
그룹 및 기업광고	1,161,951	0.7%	-31.0%	-8.9%	1,682,910	1.5%	1,275,724	0.9%
금융·보험 및 증권	27,930,353	17.1%	52.5%	16.1%	18,308,985	16.2%	24,056,102	16.9%
기초재/소재/에너지	256,420	0.2%	184.6%	45.6%	90,112	0.1%	176,167	0.1%
산업기기	225,782	0.1%	119.9%	95.2%	102,672	0.1%	115,675	0.1%
서비스	14,463,992	8.8%	8.2%	16.8%	13,365,206	11.8%	12,380,434	8.7%
수송기기	8,353,646	5.1%	33.9%	15.4%	6,237,598	5.5%	7,240,208	5.1%
식품	1,987,388	1.2%	73.7%	51.3%	1,144,398	1.0%	1,313,612	0.9%
유통	13,177,141	8.0%	104.8%	64.8%	6,434,928	5.7%	7,993,845	5.6%
음료 및 기호식품	760,138	0.5%	221.0%	130.3%	236,769	0.2%	330,134	0.2%
정밀기기및사무기기	511,432	0.3%	84.2%	-18.6%	277,645	0.2%	628,459	0.4%
제약 및 의료	9,956,384	6.1%	135.2%	82.2%	4,232,351	3.7%	5,465,452	3.8%
출판	742,166	0.5%	81.4%	12.6%	409,123	0.4%	659,073	0.5%
컴퓨터및 정보통신	22,962,353	14.0%	28.5%	-5.65%	17,872,971	15.8%	24,337,537	17.1%
패션/의류	1,677,636	1.0%	29.5%	9.2%	1,295,279	1.1%	1,536,649	1.1%
화장품및 보건용품	2,141,448	1.3%	2.0%	53.9%	2,100,281	1.9%	1,391,185	1.0%
화학공업	120,402	0.1%	69.8%	98.0%	70,905	0.1%	60,802	0.0%
<b>합계</b>	<b>163,803,170</b>	<b>100.0%</b>	<b>45.1%</b>	<b>15.0%</b>	<b>112,894,834</b>	<b>100.0%</b>	<b>142,458,139</b>	<b>100.0%</b>

2018년 1분기 업종별 광고집행 현황은 전년 동분기 대비 19개 업종의 광고금액이 증가하고, 2개 업종의 광고금액만이 감소한 가운데 전체적으로는 45.1% 증가로 마감하였다. 한편, 직전분기 대비로는 15개 업종의 광고금액이 증가하고 6개 업종이 감소하면서 전체적으로는 15.0% 증가로 마감하였다.

그림1. 2017년 1분기 대비 2018년 1분기 주요 업종 구성비 변화



전체 광고금액에서 큰 비중을 차지하는 주요 업종 중 '금융, 보험 및 증권', '유통' 업종의 광고금액은 증가하고, '교육 및 복지후생'은 비중 변동이 없었던 반면, '컴퓨터 및 정보통신', '서비스' 업종의 비중은 전년 동 분기 대비 소폭 감소를 확인하였다.

마지막으로, 주요 업종들이 전체에서 차지하는 비중은 전년 동 분기 64.4%에서 62.8%로 소폭 감소하였다.

※ 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

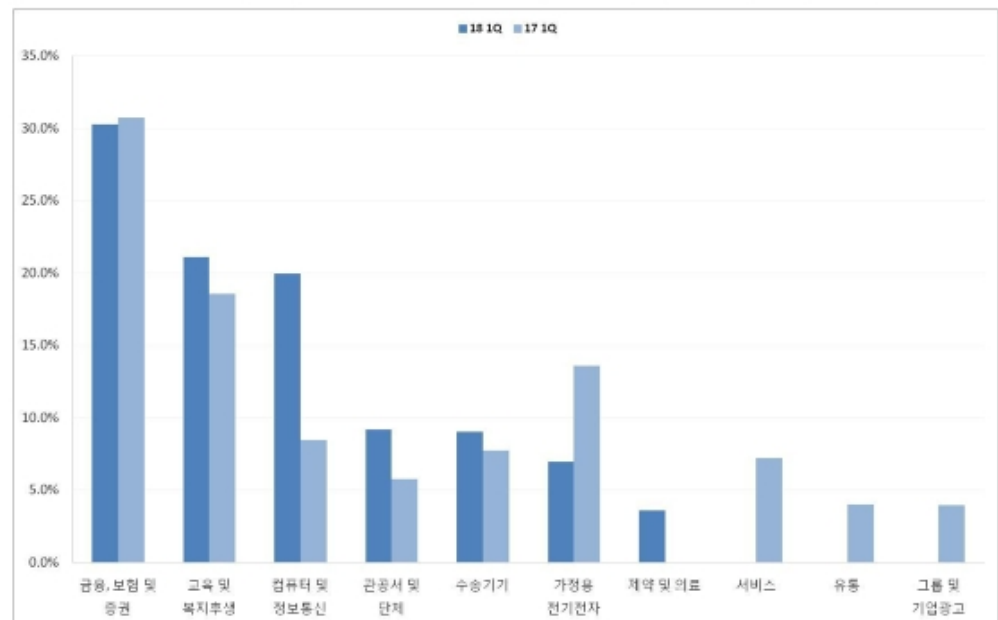
표3. 2018년 1분기 TOP20 광고주 광고집행 현황

(단위:천원/개)

항 목	2018 1Q	전년동기대비 증감률	전기대비 증감률	2017 1Q	2017 4Q
품목(브랜드)수	101	50.7%	0.0%	67	101
캠페인수	227	-31.8%	-19.8%	333	283
광고수	6,418	102.1%	73.2%	3,175	3,705
매체수	107	64.6%	4.9%	65	102
광고금액	48,936,783	44.0%	8.3%	33,994,488	45,165,757
점유율	29.9%	-0.8%	-5.8%	30.1%	31.7%

광고금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고금액은 29.9%, 광고수는 5.2%, 광고캠페인수는 0.2%를 점유하는 것으로 집계 되었다. 그 중, 광고집행금액은 약 489억 원으로 전년 동 분기 대비로는 44.0% 증가하고, 마찬가지로 직전 분기 대비로도 8.3% 증가한 결과이다.

그림2. 2017년 1분기 대비 2018년 1분기 20대 광고주의 업종 구성비 변화



2018년 1분기 광고금액 기준 상위 20위권 광고주만의 업종별 비중을 전년 동 분기 대비 살펴보면, '금융, 보험 및 증권', '교육 및 복지후생', '컴퓨터 및 정보통신', '관공서 및 단체' 업종 순으로 나타났다.

#### 4. 매체 현황

2018년 1분기, 광고금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 전년 동분기 대비 광고금액 증가 매체는 11개, 광고비 감소 매체는 2개, 순위 내 신규진입 매체는 7개로 집계 되었다. 또한, 직전 분기 대비로는 광고금액 증가 매체는 10개, 광고금액 감소 매체는 4개, 순위 내 신규 진입 매체가 6개로 집계 되었다.

표4. 2018년 1분기 TOP20 매체 광고집행 현황

(단위:천원)

순 위	2017 1Q		증 감	2018 1Q		증 감	2017 4Q	
	매체	광고금액		매체	광고금액		매체	광고금액
1	네이버	53,325,843	▲	네이버	62,390,900	▼	네이버	63,216,806
2	다음	24,366,468	▲	다음	34,220,688	▲	다음	31,920,040
3	네이트	12,765,506	▼	네이트	11,751,063	▼	네이트	11,962,393
4	유튜브	3,522,603	▲	페이스북	3,473,244	▲	페이스북	3,329,273
5	페이스북	2,001,189	▲	중앙일보	3,468,593	▲	인벤	1,898,901
6	줌	1,701,415	▲	동아일보	2,949,719	▲	줌	1,759,495
7	인벤	1,289,036	▲	조선일보	2,310,744	▲	유튜브	1,556,507
8	동아일보	991,963	▲	줌	2,215,563	▲	조선일보	1,541,211
9	전자신문	881,338	▲	경향신문	2,129,560	㉠	연합뉴스	1,404,036
10	디지털데일리	786,838	㉠	루리웹	2,096,569	▲	전자신문	1,257,001
11	조선일보	664,445	▼	유튜브	1,877,258	▲	동아일보	1,174,593
12	중앙일보	629,599	㉠	채널에이	1,372,935	㉠	중앙일보	1,119,661
13	모네타	514,512	㉠	엠군	1,372,769	㉠	다나와	759,353
14	경향신문	475,415	▲	인벤	1,356,910	▼	모네타	723,271
15	연합뉴스	474,956	▲	더팩트	1,286,716	▲	디지털데일리	685,246
16	더팩트	455,416	▲	전자신문	1,218,295	▼	디지털타임즈	652,786
17	리뷰스타	427,422	㉠	스포츠서울	1,168,425	㉠	잡코리아	643,461
18	한국아이닷컴	420,145	㉠	곰티비	1,080,258	㉠	더팩트	621,651
19	게임메카	311,426	㉠	드림위즈	974,798	▲	루리웹	613,266
20	다나와	297,356	㉠	노컷뉴스	866,486	㉠	드림위즈	563,856

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

표5. 2018년 1분기 주요 매체별 업종별 광고집행 현황

(단위:천원)

번호	업종	네이버	다음	네이트
1	금융, 보험 및 증권	12,432,506	8,521,182	2,330,943
2	교육 및 복지후생	9,722,809	5,328,905	1,814,778
3	관공서 및 단체	8,658,530	7,024,179	612,510
4	컴퓨터 및 정보통신	11,663,824	1,821,770	385,225
5	수송기기	4,116,274	2,755,456	803,824
6	서비스	4,093,779	2,738,401	474,054
7	건설, 건재 및 부동산	3,499,761	1,717,747	29,247
8	유통	1,597,043	1,319,302	1,822,262
9	제약 및 의료	416,518	2,132,876	1,337,820
10	가정용 전기전자	2,957,544	107,510	607,578
11	식품	279,594	252,141	685,896
12	그룹 및 기업광고	738,647	164,856	45
13	패션/의류	780,641	33,993	48,236
14	화장품 및 보건용품	215,898	93,570	338,340
15	가정용품	408,328	121,846	114,715
16	음료 및 기호식품	537,090	1,035	598
17	출판	4,692	2,083	319,408
18	기초재/소재/에너지	169,857	1,600	564
19	정밀기기 및 사무기기	93,837	60,712	12,968
20	산업기기	-	18,029	8,078
21	화학공업	3,728	3,495	3,974
<b>합 계</b>		<b>62,390,900</b>	<b>34,220,688</b>	<b>11,751,063</b>

2018년 1분기 주요 매체별, 업종별 광고집행 현황을 살펴보면, 공교롭게도 3개 매체 모두 2018년 1분기에는 '금융, 보험 및 증권' 업종에서 각각 높은 광고금액을 확인할 수 있다.

※ 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. 2018년 1분기 월별 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)
18' 01	95,797	62,198	6,947	25,972
18' 02	80,925	54,477	3,080	19,531
18' 03	92,294	65,881	3,213	21,714
<b>합 계</b>	<b>269,016</b>	<b>182,556</b>	<b>13,240</b>	<b>67,217</b>

이상의 통계는 리서치애드가 2018년 1월 1일부터 2018년 3월 31일까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 114개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 269,016개의 노출형광고 파일을 클리핑하여 자사광고 등 분류 대상에서 제외된 80,457개 파일을 제외한 182,556개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

분류 및 통계 대상 인터넷 노출형광고 파일의 수는 전년 동 분기 대비 257,610개 감소한 반면, 직전분기 대비로는 45,437개 감소한 수치이다.

본 보고서의 내용은 기계적으로 클리핑, 분류 및 통계 처리 된 자료로 실제 광고 집행 금액과는 차이가 있을 수 있습니다. 다만, 인터넷 상에 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]**

담당자 : 리서치애드 마케팅팀  
E-mail : mkt@researchad.com