

2023년 2월 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. 03

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 2월 인터넷 노출형 광고 현황

표1. 2023년 2월 인터넷 노출형 광고 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	23-Feb	전년동월대비 증감률	전월대비 증감률	22-Feb	23-Jan
광고금액	58,369,251	-13.7%	-3.5%	67,648,776	60,487,171
광고수	39,892	-0.1%	-4.2%	39,912	41,649
캠페인수	6,864	1.3%	0.9%	6,776	6,802
광고주수	5,125	-0.7%	-0.2%	5,162	5,135
품목(브랜드)수	6,702	1.4%	0.9%	6,607	6,640
매체수	94	-2.1%	-1.1%	96	95

2023년 2월 인터넷 노출형 광고 총 집행 금액은 2022년 2월 대비 13.7%, 2023년 1월 대비로는 3.5% 감소한 약 584억 원으로 집계되었다.

2023년 2월 항목별 광고 현황을 살펴보면, 2022년 2월 대비 캠페인수, 품목(브랜드)수만 증가한 것으로 확인하였다.

2. 업종 현황

표2. 2023년 2월 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

업 종 (대)	23-Feb		증감률		22-Feb		23-Jan	
	광고금액	구성비	전년대비	전월대비	광고금액	구성비	광고금액	구성비
가정용 전기전자	2,026,438	3.5%	0.1%	-17.6%	2,023,441	3.0%	2,458,148	4.1%
가정용품	2,348,639	4.0%	2.8%	26.8%	2,284,844	3.4%	1,851,605	3.1%
건설 건재 및 부동산	7,151,051	12.3%	-34.8%	71.2%	10,959,542	16.2%	4,176,958	6.9%
관공서 및 단체	4,423,547	7.6%	32.8%	-22.0%	3,330,011	4.9%	5,674,195	9.4%
교육 및 복지후생	3,096,814	5.3%	-39.7%	-31.0%	5,133,378	7.6%	4,487,848	7.4%
그룹 및 기업광고	885,107	1.5%	442.6%	14.2%	163,113	0.2%	775,014	1.3%
금융, 보험 및 증권	3,811,562	6.5%	-12.4%	15.2%	4,349,343	6.4%	3,308,357	5.5%
기초재/소재/에너지	161,378	0.3%	-45.8%	-11.7%	297,536	0.4%	182,748	0.3%
산업기기	283,043	0.5%	-25.7%	2.1%	380,807	0.6%	277,203	0.5%
서비스	5,125,750	8.8%	-7.5%	-2.0%	5,538,539	8.2%	5,231,747	8.6%
수송기기	790,416	1.4%	27.9%	8.4%	617,922	0.9%	729,298	1.2%
식품	3,012,351	5.2%	6.5%	2.2%	2,829,808	4.2%	2,946,950	4.9%
유통	7,586,844	13.0%	-27.9%	-16.2%	10,521,973	15.6%	9,049,399	15.0%
음료 및 기호식품	428,823	0.7%	-3.1%	19.6%	442,390	0.7%	358,687	0.6%
정밀기기및 사무기기	204,042	0.3%	-31.8%	69.1%	299,125	0.4%	120,645	0.2%
제약 및 의료	3,127,475	5.4%	-28.3%	-22.9%	4,364,837	6.5%	4,058,699	6.7%
출판	291,869	0.5%	-28.4%	2.3%	407,418	0.6%	285,179	0.5%
컴퓨터 및 정보통신	8,678,698	14.9%	-12.0%	-14.3%	9,864,239	14.6%	10,132,031	16.8%
패션/의류	1,511,627	2.6%	28.5%	16.0%	1,176,515	1.7%	1,303,562	2.2%
화장품 및 보건용품	3,411,327	5.8%	34.1%	11.5%	2,543,561	3.8%	3,058,443	5.1%
화학공업	12,450	0.0%	-89.7%	-39.1%	120,434	0.2%	20,455	0.0%
합 계	58,369,251	100.0%	-13.7%	-3.5%	67,648,776	100.0%	60,487,171	100.0%

2023년 2월 업종별 광고 집행 현황을 구성비가 높은 '컴퓨터 및 정보통신', '유통', '건설, 건재 및 부동산', '서비스', '관공서 및 단체', '금융, 보험 및 증권' 업종을 중심으로 살펴보자.

먼저, 구성비가 가장 큰 '컴퓨터 및 정보통신' 업종의 경우 2022년 2월 대비 12.0%, 2023년 1월 대비로도 14.3% 감소한 것으로 나타났다.

'유통' 업종의 경우, 2022년 2월 대비 광고금액이 27.9% 감소하였고, 2023년 1월 대비 16.2% 감소한 것으로 확인되었다.

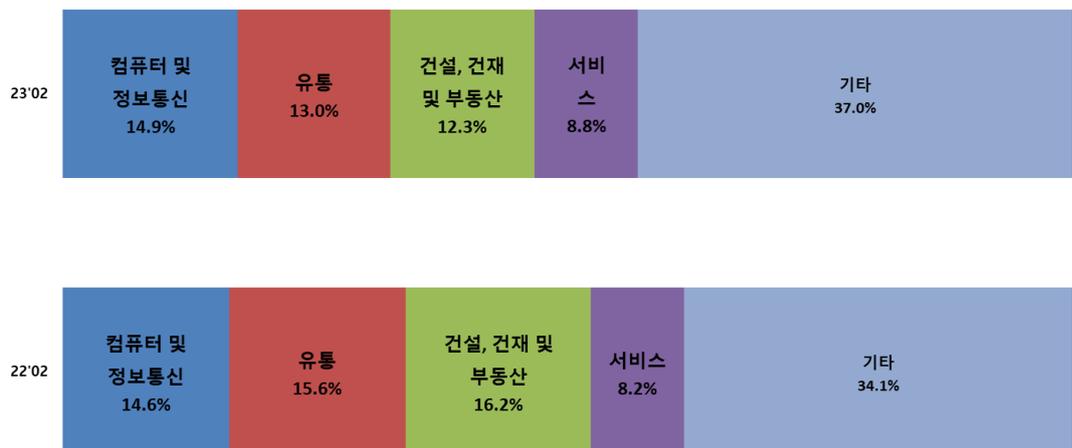
다음으로 '건설, 건재 및 부동산' 업종의 경우 2022년 2월 대비 34.8% 감소하고, 2023년 1월 대비로는 71.2% 증가한 것으로 나타났다.

'서비스' 업종의 경우, 2022년 2월 대비 7.5%, 2023년 1월 대비 2.0% 감소한 것으로 확인되었다.

'관공서 및 단체' 업종은 2022년 2월 대비 32.8% 증가하고, 2023년 1월 대비 22.0% 감소한 것으로 확인되었다.

마지막으로 '금융, 보험 및 증권' 업종의 경우는 2022년 2월 대비 12.4% 감소하고, 2023년 1월 대비 15.2% 증가한 것으로 확인되었다.

그림1. 2022년 2월 대비 2023년 2월 주요 업종 구성비 변화



2022년 2월 대비 2023년 2월 주요 업종별 구성비 현황을 살펴보면, '컴퓨터 및 정보통신', '서비스', '관공서 및 단체', '금융, 보험 및 증권' 업종에서 전년 동월 대비 증가하였다.

'유통', '건설, 건재 및 부동산', '관공서 및 단체' 업종에서만 구성비 증감률과 광고금액 증감률이 동일한 것으로 확인되었다.

마지막으로, 주요 업종들이 전체에서 차지하는 비중은 2022년 2월 65.9%에서 2023년 2월 63.0%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

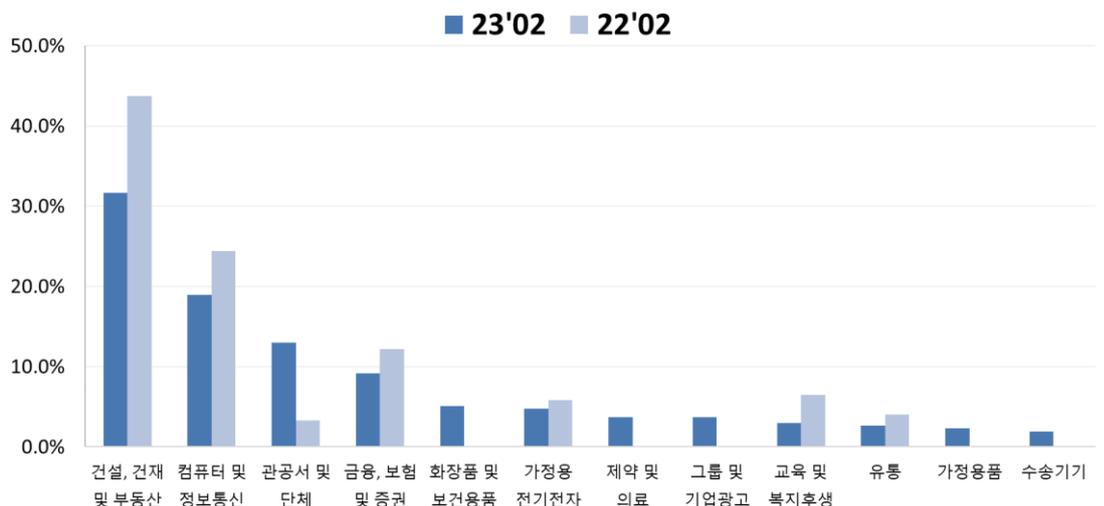
표3. 2023년 2월 TOP20 광고주 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	23-Feb	전년동월대비 증감률	전월대비 증감률	22-Feb	23-Jan
품목(브랜드) 수	85	18.1%	23.2%	72	69
캠페인 수	103	7.3%	22.6%	96	84
광고 수	2,451	18.5%	-12.7%	2,069	2,808
매체 수	87	2.4%	2.4%	85	85
광고금액	18,711,383	15.2%	7.8%	16,247,360	17,356,849
점유율(전체광고금액)	32.1%	-	-	24.0%	28.7%

2023년 2월 광고금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고 집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고금액 비중은 32.1%, 품목(브랜드) 수는 1.3%, 캠페인 수는 1.5%, 광고 수는 6.1%로 확인되었다. 그 중, 광고 집행 금액은 약 187억 원으로 2022년 2월 대비 15.2% 증가하였고, 2023년 1월 대비로는 7.8% 증가한 것으로 나타났다.

그림2. 2022년 2월 대비 2023년 2월 20대 광고주의 업종 구성비 현황



※구성비 1% 없음

2023년 2월 광고금액 기준 상위 20개 광고주만의 업종별 비중을 살펴보면, '건설, 건재 및 부동산' 업종이 31.7%로 가장 많은 비중을 차지하며, 다음으로 '컴퓨터 및 정보통신' 업종이 19.0%, '관공서 및 단체' 업종은 13.0% 등의 순으로 나타났다.

4. 매체 현황

2023년 2월 광고금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 전년 동월 대비 광고금액 증가 매체는 6개, 감소 매체는 9개, 순위 내 신규진입 매체는 5개로 집계되었다. 한편, 전월 대비로는 광고금액 증가 매체는 4개, 감소 매체는 15개, 순위 내 신규진입 매체는 1개로 집계되었다.

표4. 2023년 2월 TOP20 매체 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

순위	22-Feb			증감	23-Feb			증감	23-Jan		
	매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액
1	네이버	439	21,559,830	▼	네이버	391	21,433,550	▼	네이버	429	21,723,619
2	다음	2,760	19,913,321	▼	다음	1,804	12,522,017	▼	다음	1,901	13,035,131
3	네이트	1,461	3,432,686	▼	네이트	1,272	2,816,070	▼	네이트	1,225	2,841,061
4	페이스북	4,217	1,399,491	▲	유튜브	1,428	1,747,684	▲	페이스북	4,055	1,301,012
5	유튜브	282	1,302,807	▼	페이스북	3,747	1,172,401	▼	동아일보	2,651	897,799
6	조인스	3,599	1,280,940	▲	동아일보	2,469	788,927	▼	유튜브	1,348	774,400
7	동아일보	2,750	768,982	▲	아프리카tv	40	762,511	▲	루리웹	1,241	764,139
8	스포츠서울	2,086	658,694	▲	줌	1,961	661,987	▼	줌	2,068	748,395
9	G마켓	197	582,376	▲	루리웹	1,212	600,594	▼	JTBC	2,096	655,925
10	루리웹	882	559,214	▲	조선일보	2,511	586,611	▼	조선일보	2,409	599,909
11	조선일보	2,193	553,435	Ⓜ	JTBC	1,804	562,389	▼	아프리카tv	29	598,410
12	옥션	189	542,775	▼	스포츠서울	1,533	501,089	▼	스포츠서울	1,737	586,275
13	풀빵닷컴	1,722	491,143	▼	경향신문	1,511	448,786	▲	국민일보	1,267	531,483
14	경향신문	1,766	466,361	Ⓜ	연합뉴스	926	444,522	▲	G마켓	193	477,069
15	아프리카tv	41	458,064	▼	G마켓	136	441,259	▼	TV조선	1,760	447,707
16	국민일보	1,489	443,527	▼	국민일보	1,061	433,710	▼	경향신문	1,539	447,520
17	줌	984	437,314	▼	TV조선	1,809	415,850	▼	연합뉴스	756	438,544
18	TV조선	1,787	436,579	Ⓜ	채널A	1,518	386,998	▼	채널A	1,669	403,631
19	서울신문	1,697	434,229	Ⓜ	디오테오	1,375	336,860	Ⓜ	더팩트	992	385,183
20	더팩트	1,178	432,324	Ⓜ	파이낸셜뉴스	1,254	336,297	▼	파이낸셜뉴스	1,292	385,003

※ 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 2월 광고금액의 증감 현황은 지난해 같은 기간인 2022년 2월 대비 상위 20개 매체는 15.6%, 3대 매체는 18.1% 광고금액 감소를 확인하였다. 한편, 전월 2022년 1월 대비 상위 20개 매체도 1.3%, 3대 매체는 2.2% 광고금액 감소를 확인하였다.

표5. 2023년 2월 주요 매체별 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

번호	업종	네이버	다음	네이트
1	건설, 건재 및 부동산	5,780,221	428,059	11,828
2	유통	1,082,315	3,607,981	514,603
3	컴퓨터 및 정보통신	2,969,292	751,857	110,643
4	관공서 및 단체	2,948,595	306,110	495,568
5	금융, 보험 및 증권	1,544,692	278,720	708,914
6	화장품 및 보건용품	1,698,026	509,421	203,663
7	교육 및 복지후생	1,135,855	690,234	256,365
8	서비스	454,796	1,481,513	83,127
9	가정용품	941,327	591,742	31,661
10	제약 및 의료	751,324	596,183	89,579
11	식품	66,892	1,036,785	246,245
12	가정용 전기전자	625,045	583,675	12,100
13	패션/의류	233,291	712,830	24,666
14	그룹 및 기업광고	690,819	51,645	786
15	수송기기	354,185	267,943	495
16	음료 및 기호식품	118,057	161,483	2,332
17	산업기기	-	203,113	2,753
18	출판	-	134,291	8,324
19	정밀기기 및 사무기기	38,818	80,974	10,017
20	기초재/소재/에너지	-	47,458	2,131
21	화학공업	-	-	270
합 계		21,433,550	12,522,017	2,816,070

2023년 2월 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 2월 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)
2023-02	121,750	82,688	2,042	36,960

이상의 통계는 리서치애드가 2023년 2월 1일부터 2023년 2월 28일까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 112개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 121,750개의 노출형 광고 파일을 클리핑하여, 자사 광고 등 분류 대상에서 제외된 39,002개의 파일을 제외한 82,688개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

2023년 2월 클리핑 광고 파일 수 121,750개는 전년 동월 대비 6,298개 감소한 수치이고, 전월 대비로는 799개 증가한 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