

2024년 1분기 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.

2024.04

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. 2024년 1분기 인터넷 노출형 광고 현황

표1. 2024년 1분기 인터넷 노출형 광고 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	2024 1Q	전년동기대비 증감률	전분기대비 증감률	2023 1Q	2023 4Q
광고금액	164,711,583	-8.4%	-8.6%	179,836,411	180,157,753
광고수	87,012	-20.9%	-4.4%	109,996	91,040
캠페인수	10,754	-6.5%	-9.9%	11,505	11,940
광고주수	7,735	-5.2%	-10.2%	8,157	8,613
품목(브랜드)수	10,432	-6.9%	-10.2%	11,206	11,621
매체수	89	-6.3%	-1.1%	95	90

2024년 1분기 인터넷 노출형 광고 총 집행 금액은 2023년 1분기 대비로는 8.4%, 2023년 4분기 대비로는 8.6% 감소한 약 1,647억 원으로 집계되었다.

광고 금액을 포함한 각 지표별 증감 현황은 모든 지표가 직전, 전분기 대비 모두 감소한 것으로 기록하였다.

2. 업종 현황

표2. 2024년 1분기 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

업 종 (대)	2024 1Q		증감률		2023 1Q		2023 4Q	
	광고금액	구성비	전년대비	전기대비	광고금액	구성비	광고금액	구성비
가정용 전기전자	5,741,375	3.5%	-18.6%	-20.7%	7,056,871	3.9%	7,241,083	4.0%
가정용품	4,216,214	2.6%	-37.8%	-4.6%	6,781,909	3.8%	4,419,386	2.5%
건설, 건재 및 부동산	21,086,229	12.8%	11.5%	-14.0%	18,919,221	10.5%	24,528,726	13.6%
관공서 및 단체	12,197,900	7.4%	-11.9%	-30.0%	13,845,166	7.7%	17,425,082	9.7%
교육 및 복지후생	9,348,634	5.7%	2.1%	-25.2%	9,158,105	5.1%	12,501,465	6.9%
그룹 및 기업광고	688,837	0.4%	-71.4%	-0.2%	2,410,089	1.3%	690,134	0.4%
금융, 보험 및 증권	21,684,200	13.2%	85.1%	42.3%	11,717,076	6.5%	15,239,285	8.5%
기초재/소재/에너지	598,824	0.4%	-17.0%	-14.2%	721,613	0.4%	697,859	0.4%
산업기기	546,655	0.3%	-34.6%	-4.8%	835,614	0.5%	574,448	0.3%
서비스	10,971,451	6.7%	-26.7%	-5.7%	14,961,962	8.3%	11,635,464	6.5%
수송기기	2,215,708	1.3%	-18.4%	-15.8%	2,715,100	1.5%	2,630,123	1.5%
식품	10,795,441	6.6%	19.0%	2.3%	9,072,512	5.0%	10,556,975	5.9%
유통	21,240,013	12.9%	-15.8%	-2.7%	25,221,774	14.0%	21,840,368	12.1%
음료 및 기호식품	1,687,711	1.0%	22.9%	15.2%	1,373,052	0.8%	1,464,487	0.8%
정밀기기 및 사무기기	451,081	0.3%	-8.2%	11.3%	491,454	0.3%	405,119	0.2%
제약 및 의료	6,256,327	3.8%	-40.5%	10.1%	10,512,456	5.8%	5,683,908	3.2%
출판	779,819	0.5%	-5.3%	19.5%	823,250	0.5%	652,338	0.4%
컴퓨터 및 정보통신	21,798,239	13.2%	-26.3%	-24.2%	29,584,746	16.5%	28,750,958	16.0%
패션/의류	4,484,533	2.7%	-3.2%	-14.2%	4,632,704	2.6%	5,228,107	2.9%
화장품 및 보건용품	7,764,785	4.7%	-12.8%	-0.8%	8,901,798	4.9%	7,829,344	4.3%
화학공업	157,607	0.1%	57.7%	-3.4%	99,939	0.1%	163,094	0.1%
합 계	164,711,583	100.0%	-8.4%	-8.6%	179,836,411	100.0%	180,157,753	100.0%

2024년 1분기 업종별 광고 집행 현황을 '컴퓨터 및 정보통신', '금융, 보험 및 증권', '유통', '건설, 건재 및 부동산', '관공서 및 단체', '서비스' 중심으로 살펴보면,

먼저, 주요 업종 중 구성비가 가장 큰 '컴퓨터 및 정보통신' 업종의 경우, 2023년 1분기 대비 광고 금액이 26.3%, 2023년 4분기 대비로는 24.2% 감소한 것으로 확인되었다.

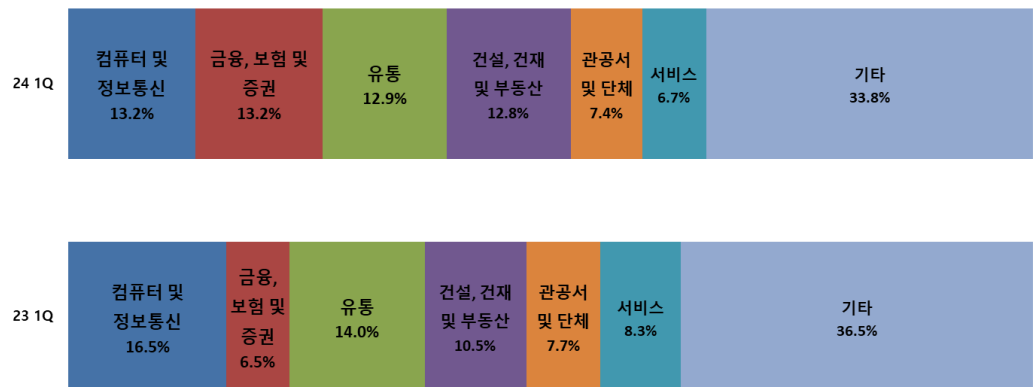
반면, '금융, 보험 및 증권' 업종은 2023년 1분기 대비 85.1%, 23년 4분기 대비로는 42.3% 증가한 것으로 확인되었다.

다음으로 '유통' 업종은 2023년 1분기 대비 15.8%, 2023년 4분기 대비로는 2.7% 감소한 것으로 확인되었다.

'건설, 건재 및 부동산' 업종의 경우, 2023년 1분기 대비 11.5% 증가하고, 2023년 4분기 대비로는 14.0% 감소한 것으로 확인되었다.

마지막으로 '서비스' 업종은 2023년 1분기 대비 26.7%, 2023년 4분기 대비로는 5.7% 감소한 것으로 확인되었다.

그림1. 2023년 1분기 대비 2024년 1분기 주요 업종 구성비 변화



2023년 1분기 대비 2024년 1분기 주요 업종별 구성비 현황을 살펴보면, 모든 주요 업종에서 구성비 증감 현황과 광고 금액 증감 현황이 동일한 것으로 확인되었다.

마지막으로, 전체에서 주요 업종들이 차지하는 비중은 2023년 1분기 63.5%에서 2024년 1분기 66.2%로 증가한 것으로 확인되었다.

※ 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

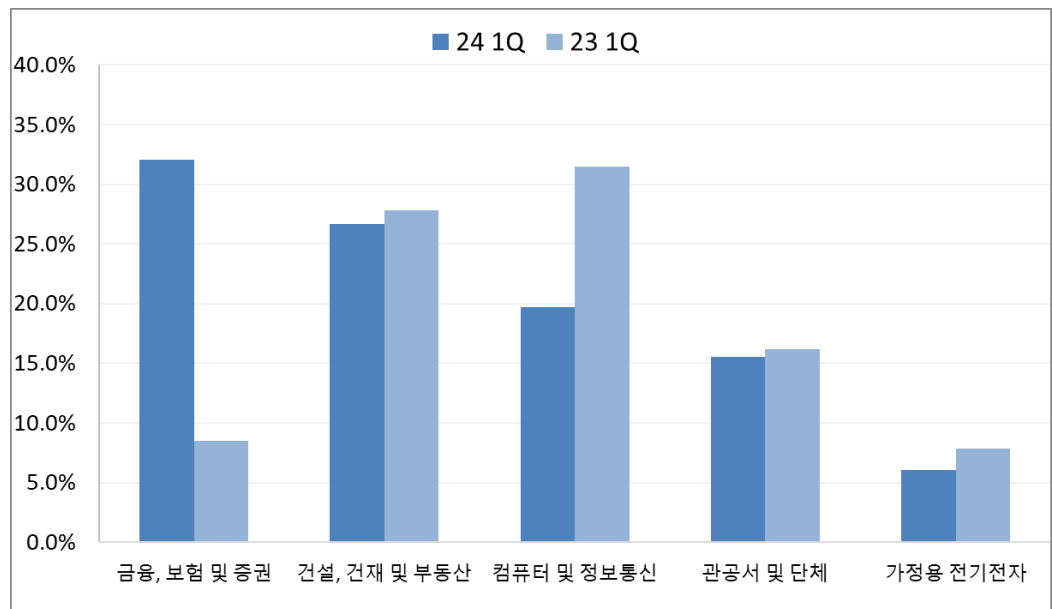
표3. 2024년 1분기 TOP20 광고주 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	2024 1Q	전년동기대비 증감률	전분기대비 증감률	2023 1Q	2023 4Q
품목(브랜드) 수	114	-10.9%	-18.0%	128	139
캠페인 수	173	8.1%	-6.5%	160	185
광고 수	5,032	-23.9%	-17.5%	6,609	6,098
매체 수	83	-7.8%	-1.2%	90	84
광고 금액	44,887,976	-9.5%	-4.2%	49,618,601	46,845,464
점유율(전체광고금액)	27.3%	-	-	27.6%	26.0%

2024년 1분기 광고 금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고 집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고 금액 비중은 27.3%, 품목(브랜드) 수는 1.1%, 캠페인 수는 1.6%, 광고 수는 5.8%로 확인되었다. 그 중, 광고 집행 금액은 약 449억 원으로 2023년 1분기 대비 9.5%, 2023년 4분기 대비 4.2% 감소한 것으로 나타났다.

그림2. 2023년 1분기 대비 2024년 1분기 20대 광고주의 업종 구성비 변화



2024년 1분기 광고 금액 기준 상위 20위권 광고주만의 업종별 비중을 살펴보면, '금융, 보험 및 증권' 업종이 32.1%로 가장 높았고, 다음으로 '건설, 건재 및 부동산' 업종이 26.7%, '컴퓨터 및 정보통신' 업종이 19.7% 등의 순으로 나타났다. 단, 1% 미만의 '그룹 및 기업광고', '유통' 업종은 제외되었다.

4. 매체 현황

2024년 1분기, 광고 금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 전년 동분기 대비 광고 금액 증가 매체는 7개, 광고 금액 감소 매체는 10개, 순위 내 신규 진입 매체는 3개로 집계되었다. 한편, 전분기 대비 광고 금액 증가 매체는 4개, 광고 금액 감소 매체는 14개, 순위 내 신규 진입 매체는 2개로 집계되었다.

표4. 2024년 1분기 TOP20 매체 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

순위	2023 1Q			증감	2024 1Q			증감	2023 4Q		
	매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액
1	네이버	1,162	64,257,367	▼	네이버	999	56,479,273	▼	네이버	1,331	71,490,311
2	다음	4,802	36,528,861	▲	다음	5,986	39,560,020	▲	다음	5,642	34,609,980
3	네이트	3,893	8,941,926	▲	네이트	2,492	8,993,129	▲	네이트	2,896	8,927,962
4	유튜브	3,794	4,860,425	▲	유튜브	3,663	7,402,716	▼	유튜브	3,238	8,083,089
5	페이스북	11,525	4,082,316	▲	페이스북	8,713	4,466,521	▼	페이스북	10,991	5,415,850
6	동아일보	7,014	2,576,593	▲	JTBC	5,964	2,041,099	▲	동아일보	6,075	2,106,635
7	줌	6,241	2,474,925	▼	줌	6,467	1,962,743	▼	줌	6,003	2,086,287
8	아프리카tv	141	2,420,299	▼	동아일보	5,496	1,898,691	▼	연합뉴스	2,228	2,055,564
9	루리웹	3,176	2,122,304	▼	루리웹	2,344	1,848,634	▼	루리웹	2,382	1,979,884
10	조선일보	7,305	1,989,121	▲	연합뉴스	2,566	1,767,263	▼	아프리카tv	171	1,960,800
11	JTBC	5,333	1,776,447	▼	조선일보	5,145	1,508,010	▼	조선일보	5,150	1,550,279
12	스포츠서울	4,479	1,671,071	▼	경향신문	3,619	1,304,635	▼	G마켓	624	1,501,187
13	경향신문	4,470	1,590,596	▲	한국아이닷컴	3,145	1,272,528	▼	JTBC	5,167	1,498,339
14	국민일보	3,575	1,531,731	▼	아프리카tv	168	1,228,541	▼	잡코리아	346	1,445,683
15	연합뉴스	2,422	1,455,798	㉞	더팩트	3,400	1,178,727	㉞	경향신문	3,839	1,441,973
16	G마켓	474	1,331,956	▼	국민일보	3,360	1,172,550	▼	옥션	417	1,401,983
17	TV조선	4,927	1,308,070	▼	G마켓	531	1,160,988	▼	한국아이닷컴	3,057	1,395,813
18	한국아이닷컴	4,443	1,161,495	㉞	중앙일보	3,278	1,143,478	▲	국민일보	3,308	1,180,830
19	채널A	4,194	1,152,989	㉞	옥션	345	1,040,994	▼	중앙일보	3,056	1,117,995
20	아이뉴스24	5,281	1,081,932	▼	TV조선	3,151	975,070	㉞	스포츠서울	2,957	1,013,275

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

광고 금액의 증감 현황은 2023년 1분기 대비 상위 20개 매체는 4.1% 감소하였고, 3대 매체는 4.3% 광고 금액 감소를 확인하였다. 2023년 4분기 대비 상위 20개 매체는 9.1% 감소하였고, 3대 매체는 8.7% 광고 금액 감소를 확인하였다.

표5. 2024년 1분기 주요 매체별 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

번호	업종	네이버	다음	네이트
1	가정용전기전자	2,100,871	1,780,565	77,733
2	가정용품	465,474	1,636,286	33,003
3	건설,건재및부동산	17,763,469	1,711,609	20,096
4	관공서및단체	7,239,322	944,678	1,656,325
5	교육및복지후생	3,733,576	1,707,769	858,090
6	그룹및기업광고	9,810	89,354	1,148
7	금융,보험및증권	13,922,670	804,996	2,255,179
8	기초재/소재/에너지	23,379	245,021	857
9	산업기기	-	299,458	9,623
10	서비스	674,289	4,184,814	72,268
11	수송기기	838,978	838,487	16,225
12	식품	538,624	2,796,191	860,990
13	유통	1,391,624	11,518,781	1,924,608
14	음료및기호식품	202,958	832,605	6,476
15	정밀기기및사무기기	1,550	236,567	360
16	제약및의료	98,891	2,384,895	545,127
17	출판	82,213	395,738	654
18	컴퓨터및정보통신	6,583,085	2,746,592	164,743
19	패션/의류	240,138	2,311,088	13,326
20	화장품및보건용품	568,352	2,021,293	475,443
22	화학공업	-	73,233	855
합 계		56,479,273	39,560,020	8,993,129

2024년 1분기 주요 매체별, 업종별 광고 집행 현황을 살펴보면, '네이버'는 '건설, 건재 및 부동산' 업종에서, '다음'은 '유통' 업종, '네이트'는 '금융, 보험 및 증권' 업종에서 각각 높은 광고 금액을 나타냈다.

※ 위의 매체 현황에 제시된 매체별 광고 금액은 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. 2024년 1분기 월별 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)
24'01	113,480	69,409	1,548	42,487
24'02	118,586	71,079	1,652	45,831
24'03	146,774	81,678	1,819	63,240
합 계	378,840	222,166	5,019	151,558

이상의 통계는 리서치애드가 2024년 1월 1일부터 2024년 3월 31일까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 113개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 378,840개의 노출형 광고 파일을 클리핑하여, 자사 광고 등 분류 대상에서 제외된 156,577개 파일을 제외한 222,166개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

2024년 1분기 클리핑 광고 파일 수 378,840개는 전년 동분기 대비 14,106개 증가한 수치이고, 직전 분기 대비로도 12,369개 증가한 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]

TEL : 02-546-9692

E-mail : mkt@researchad.com