

## ■ 인터넷 광고의 수익 현황과 전망 ■

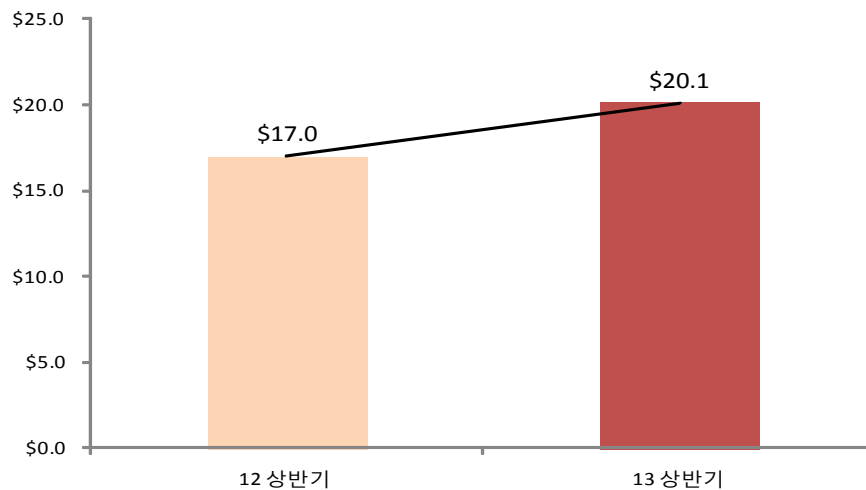
조영기 (KOCCA 통계정보팀 책임연구원)

기존 4대 광고 미디어라 불리던 TV, 라디오, 신문, 잡지는 광고 미디어로서 그 비중이 점차 줄어들어 가는 반면, 인터넷은 다양한 형태로 분화되며 기존 광고 미디어를 잠식해나가고 있다. 인터넷 광고 매출의 비중이 증가함에 따라 수익 측면에서도 유의미한 성과를 내고 있는지 인터넷 광고가 가장 활성화 된 미국 사례를 통해 살펴보고자 했다.

최근 PwC에 의해 수행된 "IAB Internet advertising revenue report"에 따르면 2013년 상반기 미국 내 전체 인터넷 광고 수익은 약 201억 달러 규모인 것으로 나타났다. 이는 전년도 상반기 수익이 170억 달러 규모였다는 점을 감안하면 올해 18%(또는 30억 달러) 이상 인터넷 광고 수익 규모가 증가했음을 알 수 있다.

[그림 1] 미국 인터넷 광고의 전년대비 (상반기) 수익 변화

(단위: 십억 달러)



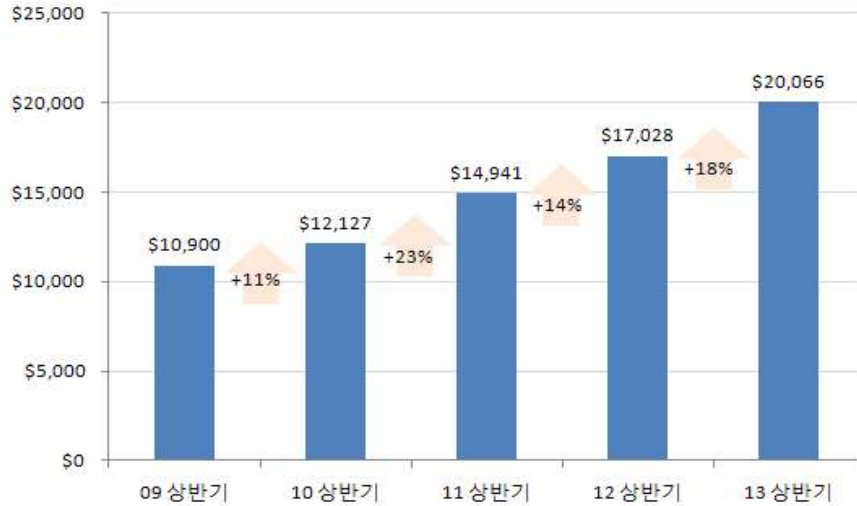
※ 출처: IAB Digital Advertising Revenue Report, 2013 1st Half Year and 2nd Quarter Report

그리고 2/4분기 인터넷 광고 수익 규모는 103억 달러 가량으로서 98억 달러 규모였던 1/4분기 대비 5% 증가한 것으로 나타났다. 그리고 이 수치는 전년도 동기 87억 달러 규모에 비해 18% 증가한 것이다.

미국 인터넷 광고 시장의 변화를 파악하기 위해 2009년부터 2013년 상반기까지 매년 상반기 수익을 비교분석하였다. 2009년 상반기 109억 달러 규모였던 인터넷 광고는 매년 10% 이상 증가율을 보이며 2013년 상반기에는 201억 달러 규모로 불과 5년 사이 두 배 가까이 증가하였다.

[그림 2] 미국 인터넷 광고 (상반기) 수익 증가 추이, 2009-2013

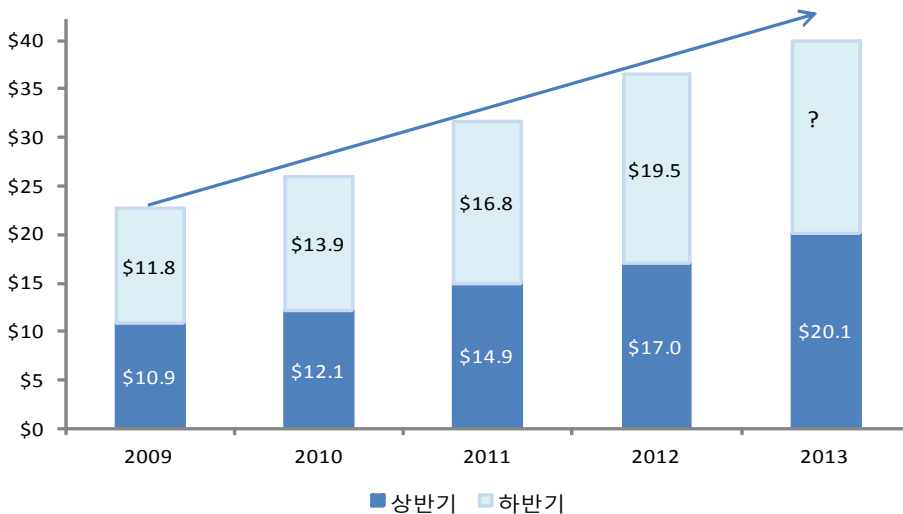
(단위: 백만 달러)



※ 출처: IAB Digital Advertising Revenue Report, 1st Half Year 2009-2013

올 상반기 데이터가 발표되어 상반기 데이터들로만 비교하는 것에 그치지 않고 매년 상반기, 하반기 인터넷 광고 수익 데이터들을 통해 2013년 하반기 인터넷 광고 수익도 전망해보았다. 2009년 상반기 109억 달러, 하반기 118억 달러 규모였던 인터넷 광고 수익은 지난해 상반기 170억 달러, 하반기 195억 달러로 증가했다. 지난 5년간 상반기보다 하반기 수익이 늘어난 추세를 볼 때, 올해 하반기 수익 규모는 상반기를 상회할 것으로 조심스레 전망해볼 수 있다.

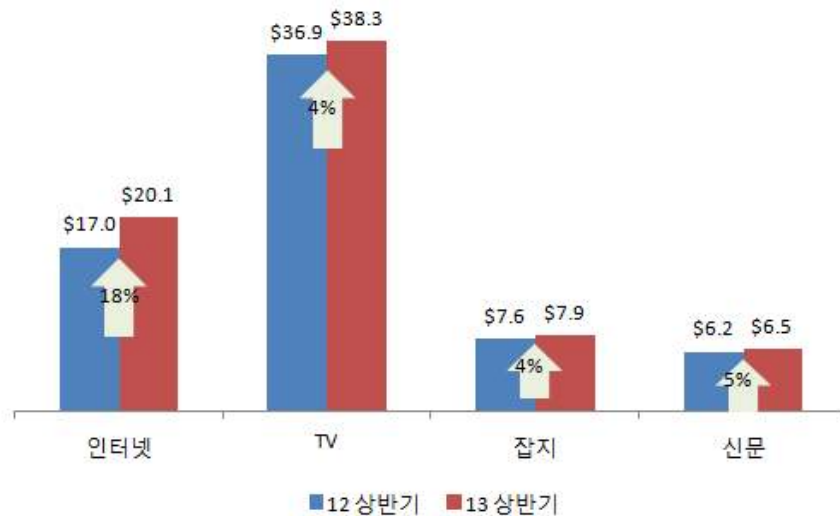
[그림 3] 인터넷 광고 반기별 수익 증가 추이, 2009-2013 (단위: 십억 달러)



※ 출처: IAB Digital Advertising Revenue Report, 1st Half Year 2009-2013

인터넷 광고 수익이 다른 광고 미디어들에 비해 어느 정도 증가율을 보이고 있는지 비교하기 위해 미국 내 주요 광고 미디어들의 전년대비 광고 수익 증가율을 비교하여 살펴보았다. IAB에 따르면 미국 내 주요 미디어들의 전년대비 광고 수익은 모두 증가한 것으로 나타났다. TV는 네트워크, 스포츠, 케이블, 히스패닉 채널 광고를 모두 포함하여 2013년 상반기 전체 383억 달러 규모였고 전년대비 4% 증가율을 보였다. 신문은 올해 상반기 65억 달러로 지난해 같은 기간 62억 달러에 비해 5% 증가하였다. 잡지는 신문보다 조금 더 큰 규모인 79억 달러를 나타내 전년 동기 대비 4% 증가율을 보였다. 인터넷은 2012년 상반기에 비해 18% 성장하여 미국 내 주요 광고 미디어 가운데 가장 높은 증가율을 나타내 TV에는 아직 규모가 미치지 못하지만 앞으로 가장 높은 성장이 기대되는 미디어임을 알 수 있다.

[그림 4] 주요 미디어 상반기 광고수익 전년대비 성장률 비교 (단위: 십억 달러)

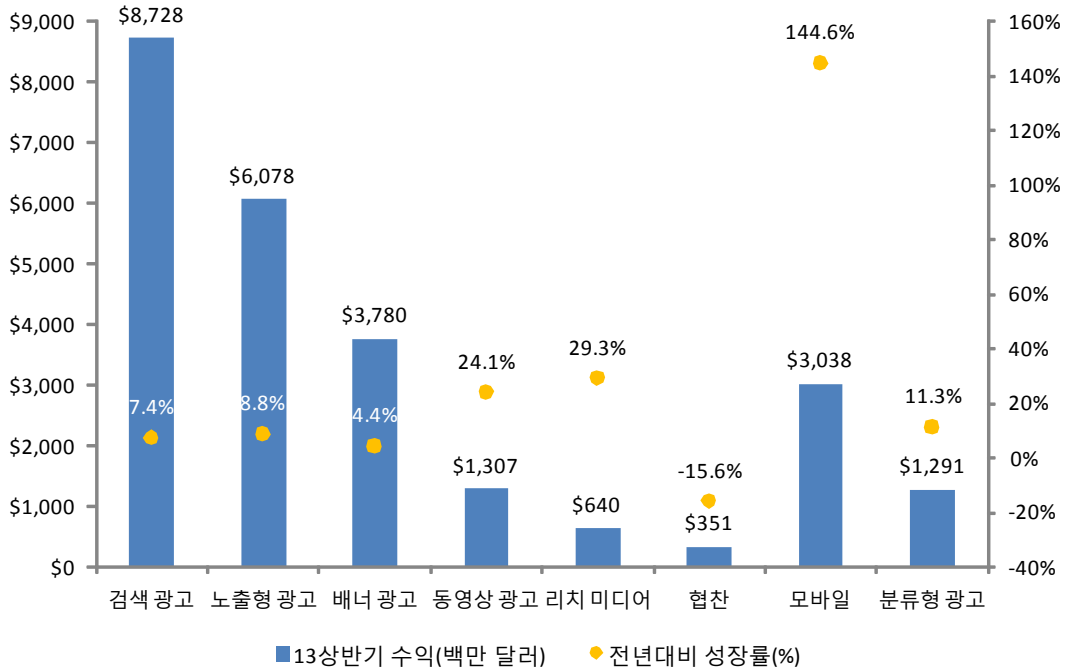


※ 출처: IAB Digital Advertising Revenue Report, 2013 1st Half Year and 2nd Quarter Report

미국 내 2013년 상반기 인터넷 광고 수익과 전년대비 성장률을 주요 광고 포맷별로 구분하여 세부적으로 살펴보았다. 검색 광고가 87억 달러 규모로 인터넷 광고 포맷 가운데 가장 높은 비중을 차지하고 있었고, 노출형 광고(61억 달러), 배너 광고(38억 달러)가 뒤를 이었다. 검색 광고는 2012년 상반기에 비해 7.4% 증가하였고, 노출형 광고는 전년도 동기 수익 56억 달러에 비해 8.8% 증가한 61억 달러 규모로 나타났다. 61억 달러는 상반기 수익의 약 30%에 달하는 규모이다. 전체 인터넷 광고 가운데 19%의 비중을 차지하는 배너 광고는 전년대비 4% 증가하여 38억 달러로 나타났고, 동영상 광고는 올 상반기 13억 달러 규모로 전년도 상반기 11억 달러 규모에 비해 약 24% 증가하였다.

모바일 광고 수익은 올 상반기 30억 달러 규모로서 전년 같은 기간 12억 달러에 비해 145% 증가한 것으로 나타났다. 모바일 광고는 현재 전체 디지털 광고 중 약 15%의 비중을 차지하고 있다. 모바일 광고는 현재 인터넷 광고 시장에서 약 15% 정도의 비중을 차지하고 있으나, 어떤 다른 포맷들과 비교하더라도 가장 높은 수익 증가율을 나타내고 있다는 점에서 앞으로도 성장이 기대되고 있다.

[그림 5] 주요 광고 포맷별 2013년 상반기 광고 수익과 성장률 비교



※ 출처: IAB Internet Advertising Revenue Report, HY 2013

미국 내 올해 상반기 인터넷 광고 수익을 여러 측면에서 살펴볼 때 인터넷 광고 시장은 향후에도 점차 증가할 것으로 예상되며, 모바일 광고가 인터넷 광고 수익 증가를 견인할 것으로 기대된다. 수익이 증가하고 있다는 사실은 해당 미디어가 광고뿐만 아니라 콘텐츠 유통 미디어로서 자리 잡고 성장해나간다는 것을 미루어 짐작할 수 있다. 광고의 증가는 많은 사람들이 이용하거나 혹은 이용할 것이라는 전제하에 나타난다는 점에서, 콘텐츠 유통 측면에서도 인터넷 광고에 대해 지속적인 관심을 기울여야 할 것으로 보인다.