

2022 디지털 광고 시장 전망

2021년 국내외 PC/모바일/DOOH/디지털 오디오 광고 시장 현황과 2022년 전망

#검색광고 #배너광고 #동영상광고 #분류형광고

MARKET REPORT_STUDY : TBKI20210009 / PUBLISHING DATE: 2021. 10. 28 THU

COPYRIGHTS © 2002-2021. ALL RIGHTS RESERVED BY DMC MEDIA

본 보고서는 개별 유포에 대한 트래킹이 가능합니다. 불법으로 유통할 경우, 관계 법령에 의한 불이익 또는 처벌 받을 수 있습니다



당신이 야할 모든 정보!

DMCREPORT

디 / 엠 / 씨 / 리 / 포 / 트

디지털, 마케팅, 소비자 전문 리포트 서비스

<http://www.dmcreport.co.kr>



2022 디지털 광고 시장 전망

2021년 국내외 PC/모바일/DOOH/디지털 오디오
광고 시장 현황과 2022년 전망

INTRODUCTION

지난해 예고 없이 찾아온 코로나19 팬데믹으로 인해 전 세계 디지털 광고 시장의 성장 규모는 다소 축소되는 듯 보였다. 그러나 이는 일시적인 현상이었을 뿐, 2021년 전 세계 디지털 광고 시장의 성장률은 다시 예년 수준으로 회복한 것으로 보인다. 이는 팬데믹 선언 이후, 전 산업이 급속히 디지털 전환을 이뤄 비대면 환경에 신속하게 대응하고 있으며, 본격적으로 백신 보급 및 접종이 빠르게 이뤄지는 등 코로나 이전의 생활로 돌아가기 위한 노력이 이어지고 있기 때문이다.

나아가, 다가오는 2022년에는 전 세계적으로 '위드(with) 코로나' 기조가 점차 확산될 것으로 예상되는 가운데, 디지털 광고 업계에서는 보다 새로운 기회와 변화가 있을 전망이다. 그간 PC 및 모바일 인터넷 기반의 디스플레이 광고 위주로 안정적인 성장세를 이어 왔다면, 팬데믹 이후에는 검색 광고 시장의 성장이 예견되기 때문이다.

이에 본고에서는 국내 및 글로벌 디지털 광고 시장을 조망함으로써 포스트 코로나 시대를 준비하는 디지털 마케터들에게 인사이트를 전달하고자 한다.

TABLE OF CONTENTS

PART 1. 디지털 광고 시장 규모 및 현황

1-1. 전 세계 인터넷 광고 시장 규모 및 전망	5
1-2. 주요국 인터넷 광고 시장 규모 및 전망	6
1-3. 국내 인터넷 광고 시장 규모 및 전망	7
1-4. 국내외 디바이스별 인터넷 광고 시장 규모	8
1-5. 국내외 유형별 인터넷 광고 시장 규모	9

PART 2. PC 인터넷 광고 시장

2-1. 전 세계 PC 인터넷 광고 시장 규모 및 전망	11
2-2. 국내 PC 인터넷 광고 시장 규모 및 전망	12

PART 3. 모바일 인터넷 광고 시장

3-1. 전 세계 모바일 인터넷 광고 시장 규모 및 전망	14
3-2. 국내 모바일 인터넷 광고 시장 규모 및 전망	15

PART 4. DOOH 광고 시장

4-1. 전 세계 DOOH 광고 시장 규모 및 전망	17
4-2. 주요국 DOOH 광고 시장 규모 및 전망	18

PART 5. 디지털 오디오 광고 시장

5-1. 전 세계 디지털 오디오 광고 시장 규모 및 전망	20
5-2. 주요국 디지털 오디오 광고 시장 규모 및 전망	21



2022 디지털 광고 시장 전망

2021년 국내외 PC/모바일/DOOH/디지털 오디오
광고 시장 현황과 2022년 전망

CONTENTS

PART 1. 디지털 광고 시장 규모 및 현황

1-1. 전 세계 인터넷 광고 시장 규모 및 전망	5
1-2. 주요국 인터넷 광고 시장 규모 및 전망	6
1-3. 국내 인터넷 광고 시장 규모 및 전망	7
1-4. 국내외 디바이스별 인터넷 광고 시장 규모	8
1-5. 국내외 유형별 인터넷 광고 시장 규모	9

PART 2. PC 인터넷 광고 시장

PART 3. 모바일 인터넷 광고 시장

PART 4. DOOH 광고 시장

PART 5. 디지털 오디오 광고 시장

1-1. 전 세계 인터넷 광고 시장 규모 및 전망

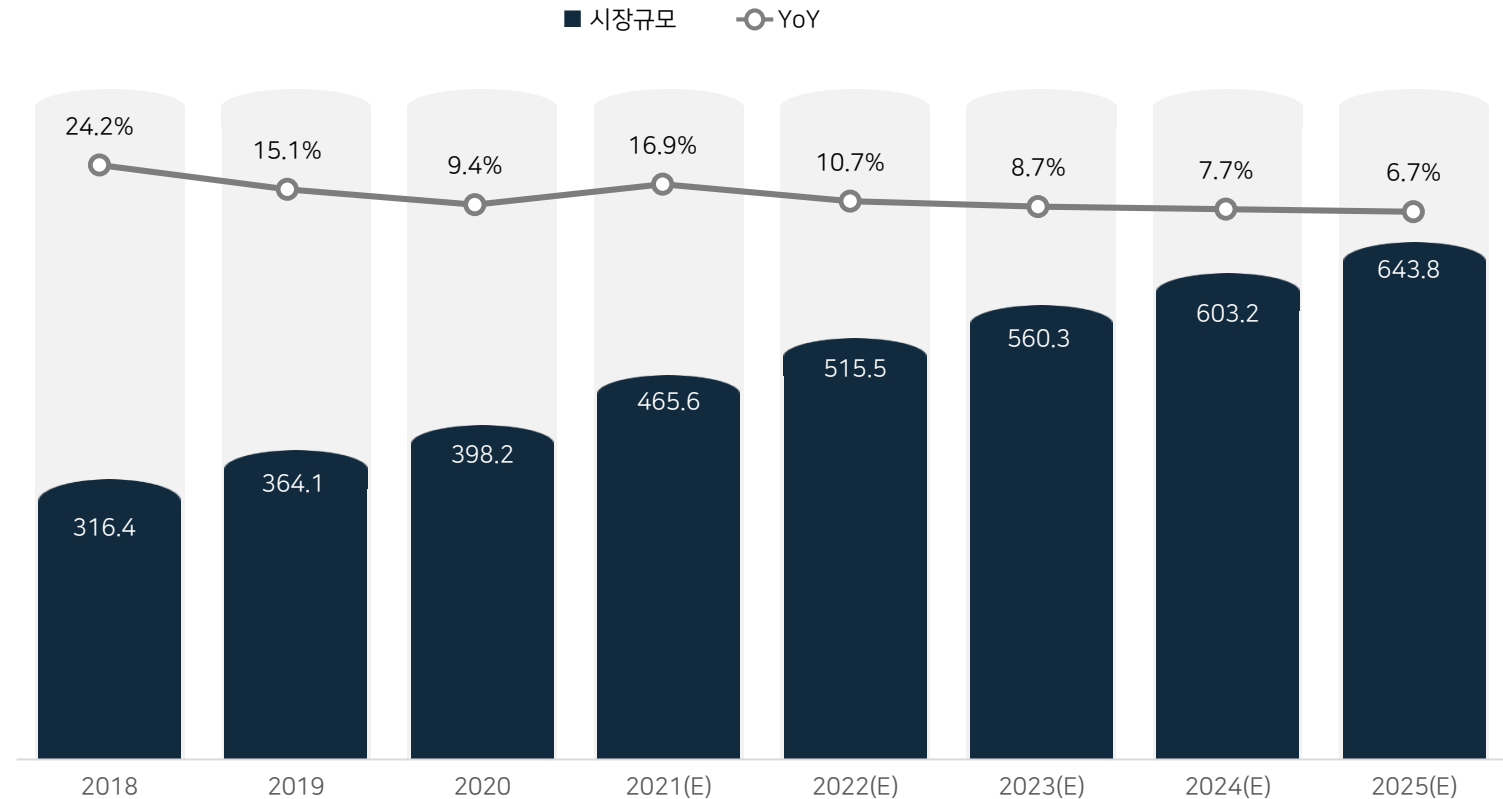
코로나19 이후 일시적으로 둔화되었던 전 세계 인터넷 광고 시장은 2021-2022년 연속 두 자릿수 성장률을 회복할 전망

올해 10월 글로벌 시장조사업체 Statista가 발표한 '2021년 디지털 광고 시장 조사'에 따르면, 2022년 전 세계 인터넷 광고 시장은 5,155억 달러 규모로 2021년보다 10.7% 성장할 전망. 올해 초부터 백신 접종 등 위드 코로나 시대에 대한 준비가 빠르게 진척되면서, 지난 2020년 코로나19 이후 일시적으로 둔화된 성장세(YoY: 9.4%)가 반등에 성공하여 2년 연속 두 자릿수 성장률을 기록한다는 것

그러나 오는 2023년부터는 시장 전반의 성숙으로 다시금 한 자릿수 성장률로 회귀, 예년 수준의 성장률을 기대하기는 어려울 것으로 보임

2018-2025년 전 세계 인터넷 광고 시장 규모

(단위: 십억 달러, %)



Source: Statista(2021.10), Digital Advertising

1-2. 주요국 인터넷 광고 시장 규모 및 전망

단일국 중에서 미국이 가장 큰 인터넷 광고 시장 형성 중, 그러나 인터넷 광고 성장 둔화는 선진 시장에서 공통적으로 포착

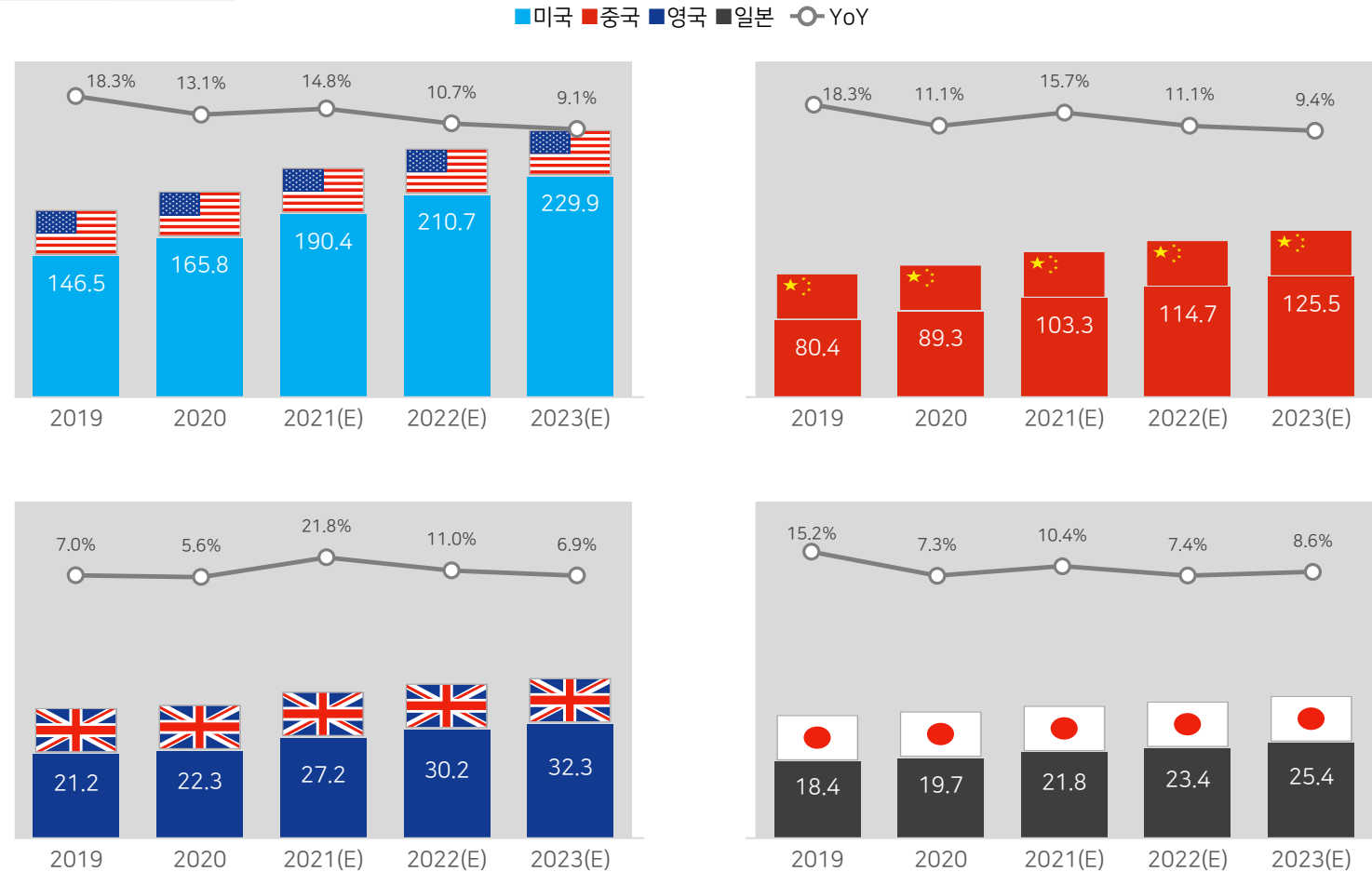
전 세계 주요 국가별 인터넷 광고 시장 규모에 대해서는 2021년 기준 미국이 1,904억 2,600만 달러로 전년 대비 14.8%가량 성장한 것으로 추정됨. 이는 단일국 기준으로 가장 큰 규모로 그다음으로 큰 중국 시장과도 상당한 격차를 보이고 있음

한편, 2021년 중국 인터넷 광고 시장은 1,042억 8,600만 달러로 전년 대비 14.4% 성장함. 뒤이어 영국(272억 1,500만 달러)과 일본(217억 8,000만 달러)이 올해 200억 달러 대의 시장을 형성한 것으로 추정됨

한편, 미국을 포함한 다수의 선진 국가에서는 코로나 19로 인해 예년보다 못한 성장률을 기록했던 지난 2020년과 달리, 올해는 상당 부분을 회복할 것으로 보임. 그러나 당장 내년부터서는 예년 수준보다 낮은 성장률을 기록해(영국 제외) 앞서 살펴본 전 세계 인터넷 광고 시장의 성장 둔화가 여실히 드러나고 있음

2019-2023 미국·중국·영국·일본의 인터넷 광고 시장 규모

(단위: 십억 달러, %)



Source: Statista(2021.10). Digital Advertising

1-3. 국내 인터넷 광고 시장 규모 및 전망

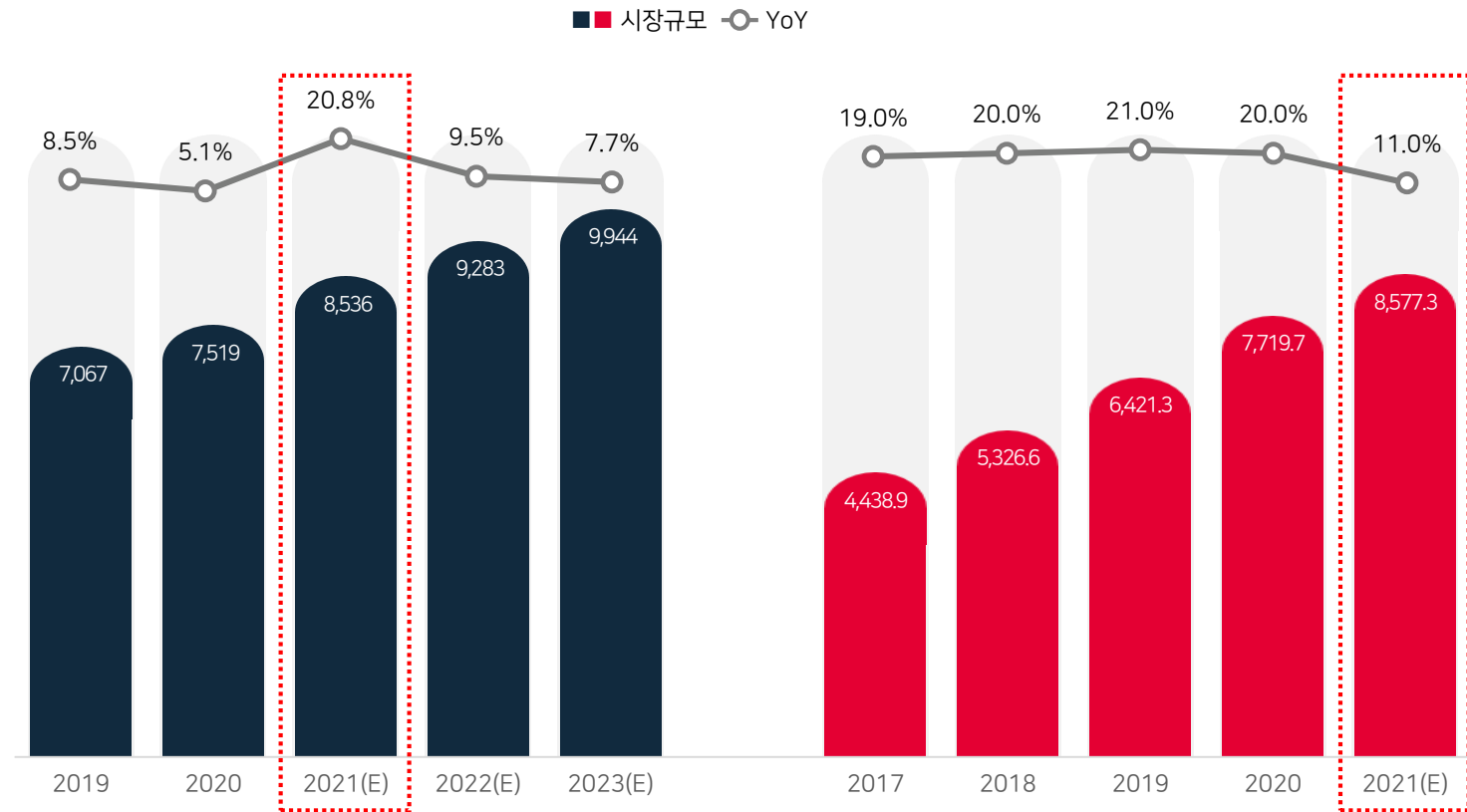
국내 시장의 경우, 기관에 따라 성장률의 추이가 다르게 분석되지만 기본적인 규모는 모두 2021년 8조 원 대로 추정

Statista에서는 2021년 우리나라 인터넷 광고 시장 규모를 전년 대비 약 20.8% 증가한 8조 5,360억 원으로 추정함. 이는 전 세계 인터넷 광고 시장 규모와 유사하게 국내 역시 지난해에는 코로나19로 인한 타격으로 낮은 성장률을 (YoY: 5.1%)을 기록했다가 올해 다시 예년 수준을 회복하는 추세임. 또한 전 세계 시장과 마찬가지로 향후에는 두릿한 성장률 둔화가 예상됨

한편, 한국온라인광고협회에서 발간한 『2020 온라인광고 시장 분석 및 전망』에서도 2021년 우리나라 인터넷 광고 시장은 성장한 8조 5,773억 원 대로 전망된 바 있음. 그러나 성장률 측면에서는 지난해까지 예년 수준의 기울기(YoY: 20.0%)를 유지해 코로나 19의 여파를 비껴갔으며, 올해는 그 절반 수준의 성장률(YoY: 11.0%)을 달성할 것으로 예측되어 Statista와는 다른 추이가 나타남

2021년 국내 인터넷 광고 시장 규모 전망

(단위: 십억 원, %)



statista

한국 온라인 광고 협회
Korea Onlinead Association

Source: Statista(2021.10). Digital Advertising: South Korea, 한국온라인광고협회(2021.07). 2020 온라인광고 시장 분석 및 전망

1-4. 국내외 디바이스별 인터넷 광고 시장 규모

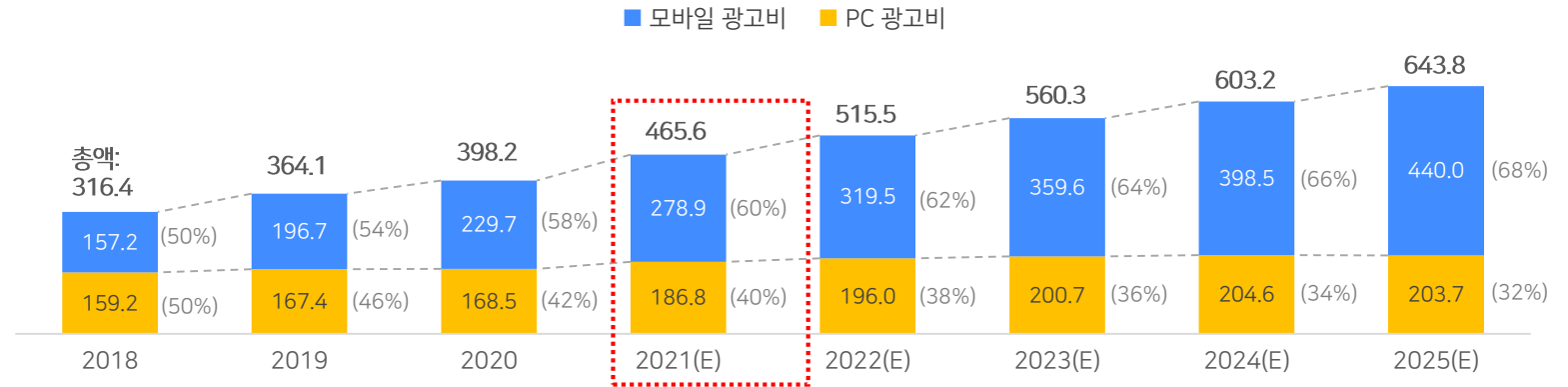
전 세계 인터넷 광고 시장은 국내 외를 막론하고 모바일이 우세를 보이며, 특히 올해 우리나라 모바일 광고는 전체 광고비의 77%에 달해 PC 광고 대비 3.3배가량 큼

앞서 살펴본 바와 같이, Statista는 2021년 전 세계 인터넷 광고 시장 규모를 4,656억 달러로 추정한 가운데, 이를 디바이스별로 살펴봤을 때 PC보다는 모바일의 비중이 큰 것으로 나타남. 즉, 2021년 전 세계 인터넷 광고 시장에서 모바일 광고비 비중은 60%로 2,788억 5,660만 달러에 이르며, PC 비중은 40%로 1,867억 8,840만 달러로 조사된 것. 이러한 디바이스 간 격차는 해가 갈수록 벌어져 오는 2025년에는 모바일 광고 비중이 68%로 PC(32%)에 비해 2배 이상 클 것으로 예측됨

한편, 우리나라 시장의 경우 전 세계보다 더 빠르게 모바일을 중심으로 광고 시장의 무게추가 쏠리는 모습. 한국온라인광고협회에 따르면 우리나라는 2021년 기준 PC 광고 비중이 23%에 불과해 여전히 절반에 가까운 비중을 보이는 전 세계 시장(40%)과 상당한 온도 차를 보인 것. 따라서 국내 시장은 모바일 중심의 인터넷 광고 시장에서 보다 선제적인 움직임이 요구되는 상황

2018-2025년 전 세계 디바이스별 인터넷 광고 시장 규모

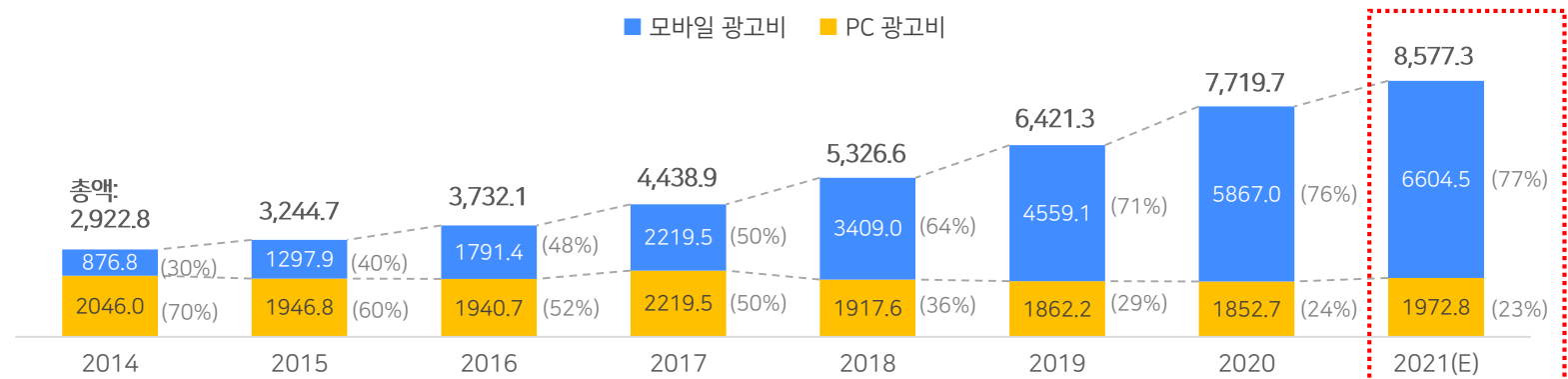
(단위: 십억 달러, %)



Source: Statista(2021.10), Digital Advertising

2018-2025년 국내 디바이스별 인터넷 광고 시장 규모

(단위: 십억 원, %)



Source: 한국온라인광고협회(2021.07), 2020 온라인광고 시장 분석 및 전망

1-5. 국내외 유형별 인터넷 광고 시장 규모

전 세계와 우리나라 모두 향후 5년 간 검색 광고의 가파른 성장세가 예견됨

Statista가 분석한 2021년 인터넷 광고 유형별 시장 규모를 살펴보면, 전 세계 시장과 우리나라 시장 모두 검색 광고(전 세계: 1,828억 8,600만 달러, 국내: 3조 4,440억 원)가 가장 큼. 그다음으로는 배너 광고, 동영상 광고 등의 순이며, 이러한 우위는 오는 2025년까지 이어질 전망이다. 이 중 동영상 광고 시장은 내년에 처음으로 1,000달러 규모를 돌파할 것으로 예측되며, 이 외 검색 광고 또한 지난 2020년부터 향후 5년간 가장 가파른 성장세가 예상돼 눈길을 끌고 있음

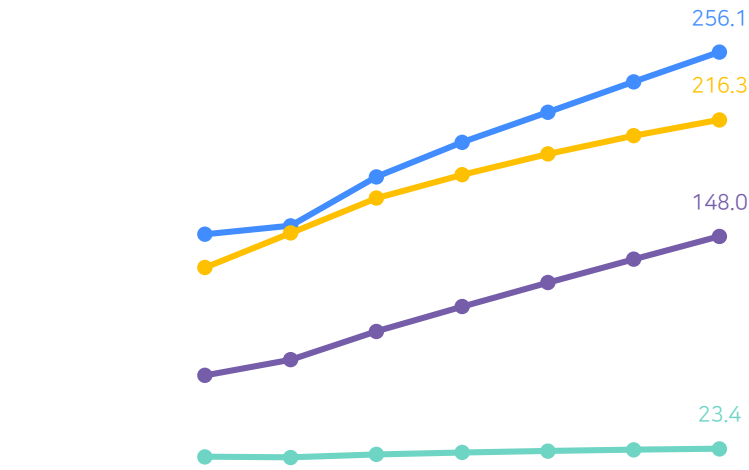
국내 시장 역시 앞으로 검색 광고가 크게 성장할 전망이다. Statista에서 추정한 규모를 근거로 각 광고 유형별 2020-2025년 연평균성장률(CAGR)을 계산하면 검색 광고가 11.4%로 동영상 광고(9.5%), 배너 광고(4.9%), 분류형 광고(0.8%)보다 높은 수치가 관찰된 것. 이는 앞으로 쿠키 기반의 개인 정보를 활용하기가 어려워짐에 따라 이로 부터 자유로운 검색 광고가 배너 광고와 동영상 광고 수요를 가져옴에 따라 발생하는 결과로 판단됨

그러나 현재까지는 동영상 광고(48.9%), 배너 광고(24.3%), 검색 광고(10.3%) 순으로 높은 성장률을 보여 (한국온라인광고협회, 2016-2020 CAGR 기준), 이러한 전망이 얼마나 들어 맞을지는 아직 퀘스천마크가 있는 상황

2019-2020년 전 세계 및 국내 유형별 인터넷 광고 시장 규모

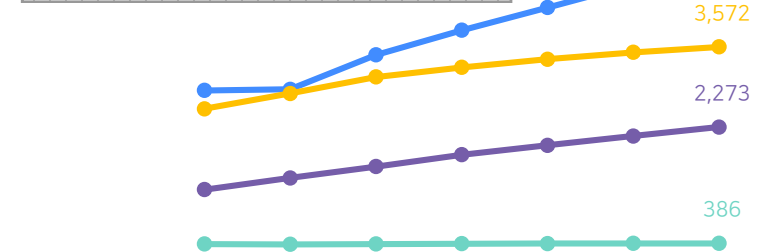
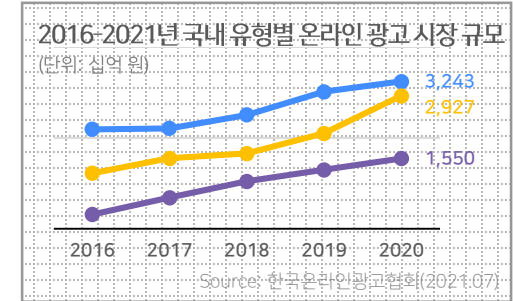
(단위: 십억 달러, 십억 원)

2019-2025년 전 세계 유형별 인터넷 광고 시장 규모



분류*	2019	2020	2021(E)	2022(E)	2023(E)	2024(E)	2025(E)
■ 검색 광고	149.3	154.2	182.9	203.2	220.9	238.7	256.1
■ 배너 광고	129.7	150.0	170.4	184.2	196.4	207.1	216.3
■ 동영상 광고	66.5	75.7	92.3	106.9	120.9	134.6	148.0
■ 분류형 광고	18.7	18.4	20.1	21.2	22.2	22.9	23.4

2019-2025년 국내 유형별 인터넷 광고 시장 규모



분류*	2019	2020	2021(E)	2022(E)	2023(E)	2024(E)	2025(E)
■ 검색 광고	2,867	2,884	3,444	3,841	4,211	4,581	4,951
■ 배너 광고	2,567	2,817	3,084	3,239	3,372	3,484	3,572
■ 동영상 광고	1,258	1,447	1,632	1,822	1,977	2,126	2,273
■ 분류형 광고	375	371	376	380	383	385	386

Note: *(검색 광고) SEO 제외된 검색엔진/키워드 광고 및 스폰서 링크, (배너 광고) 웹 또는 앱 내 배너/리치미디어 광고 및 배너 대신 표시되는 동영상 광고(단, 플레이어 내 표기되는 광고 제외)/네이티브 광고, (동영상 광고) 웹 또는 앱 동영상 플레이어 내 표기되는 모든 광고(e.g 오버레이, 프리롤, 미드롤 등. 단, 소셜 네트워크 동영상 광고 제외), (분류형 광고) 특정 분야를 전문적으로 취급하는 웹사이트 내 노출되는 온라인 광고 또는 목록(e.g 부동산, 구인/구직, 중고차 거래 등)

Source: Statista(2021.10). Digital Advertising, 한국온라인광고협회(2021.07). 2020 온라인광고 시장 분석 및 전망



2022 디지털 광고 시장 전망

2021년 국내외 PC/모바일/DOOH/디지털 오디오
광고 시장 현황과 2022년 전망

CONTENTS

PART 1. 디지털 광고 시장 규모 및 현황

PART 2. PC 인터넷 광고 시장

2-1. 전 세계 PC 인터넷 광고 시장 규모 및 전망 11

2-2. 국내 PC 인터넷 광고 시장 규모 및 전망 12

PART 3. 모바일 인터넷 광고 시장

PART 4. DOOH 광고 시장

PART 5. 디지털 오디오 광고 시장

2-1. 전 세계 PC 인터넷 광고 시장 규모 및 전망

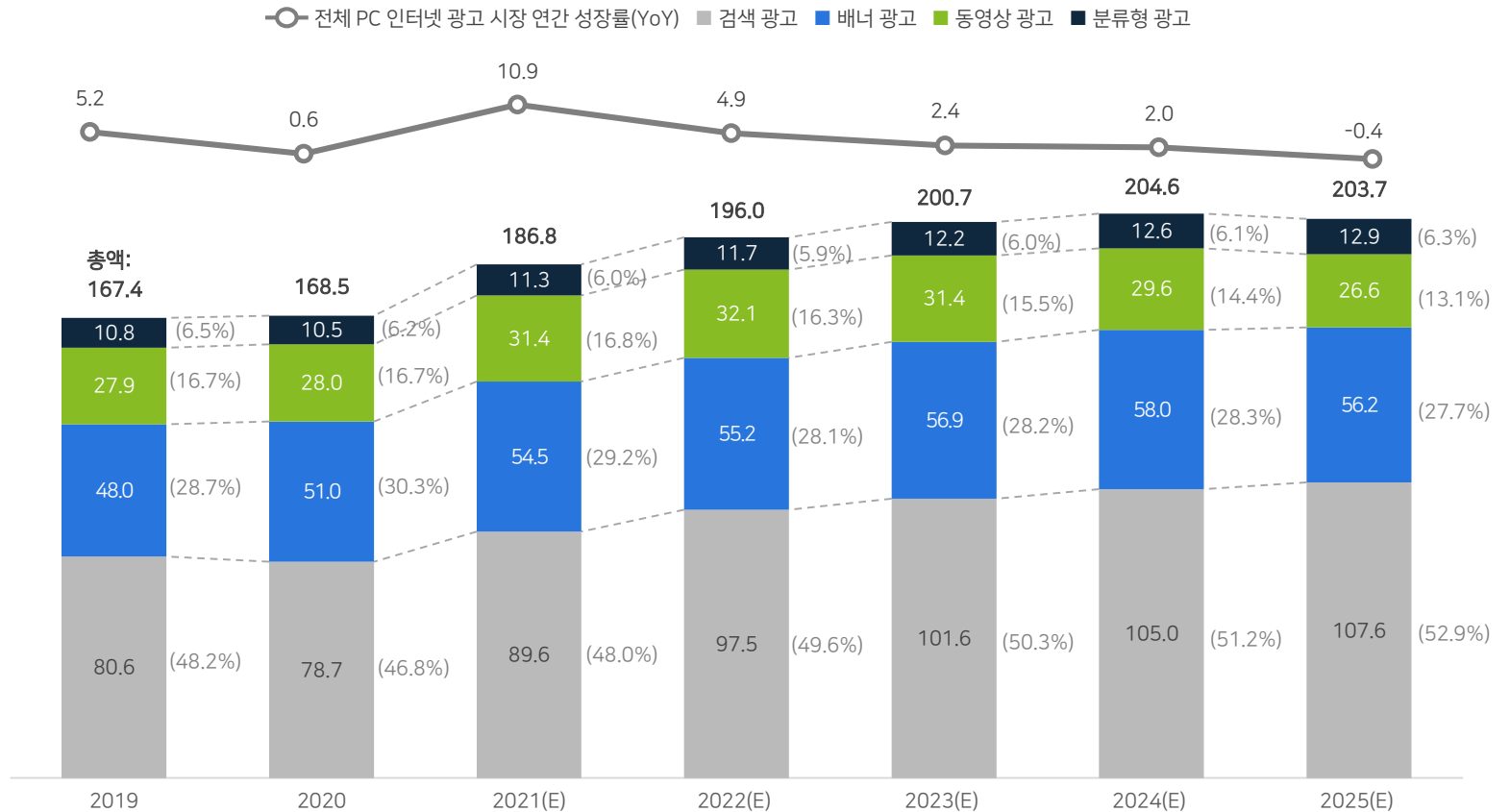
2021년 전 세계 PC 인터넷 광고 시장은 전년 대비 10.9% 성장한 1,868억 달러로, 이 중 절반가량 (48.0%)이 검색 광고에서 발생

Statista의 조사 결과, 2021년 전 세계 PC 인터넷 광고 시장 규모는 전년 대비 약 10.9% 성장한 약 1,868억 달러에 달할 것으로 전망됨. 전 세계 PC 인터넷 광고 시장의 성장은 향후 몇 년간 지속될 것으로 예측되지만, 그 성장률은 계속해서 둔화되며 심지어는 2025년 기준 역성장(-0.4%)이 전망됨

세부 광고 유형별로 살펴보면, 검색 광고가 약 896억 달러로 전체 PC 인터넷 광고 시장의 절반가량 (48.0%)을 차지할 것으로 보임. 그다음으로는 배너 광고가 2021년을 기준으로 약 545억 달러에 달할 것으로 추정되며, 이에 검색 광고에 이어 두 번째로 큰 시장(29.2%)을 형성할 것으로 분석됨. 그 뒤를 이어, '동영상 광고(314억 달러, 16.8%)', '분류형 광고(113억 달러, 6.0%)' 등의 순임

2019-2025 전 세계 PC 인터넷 광고 시장 규모

(단위: 십억 달러, %)



Source: Statista(2021.10), Digital Advertising

2-1. 국내 PC 인터넷 광고 시장 규모 및 전망

우리나라 역시 전 세계 PC 인터넷 광고 시장과 마찬가지로 검색 광고, 배너 광고, 동영상 광고, 분류형 광고의 순으로 큰 비중을 차지

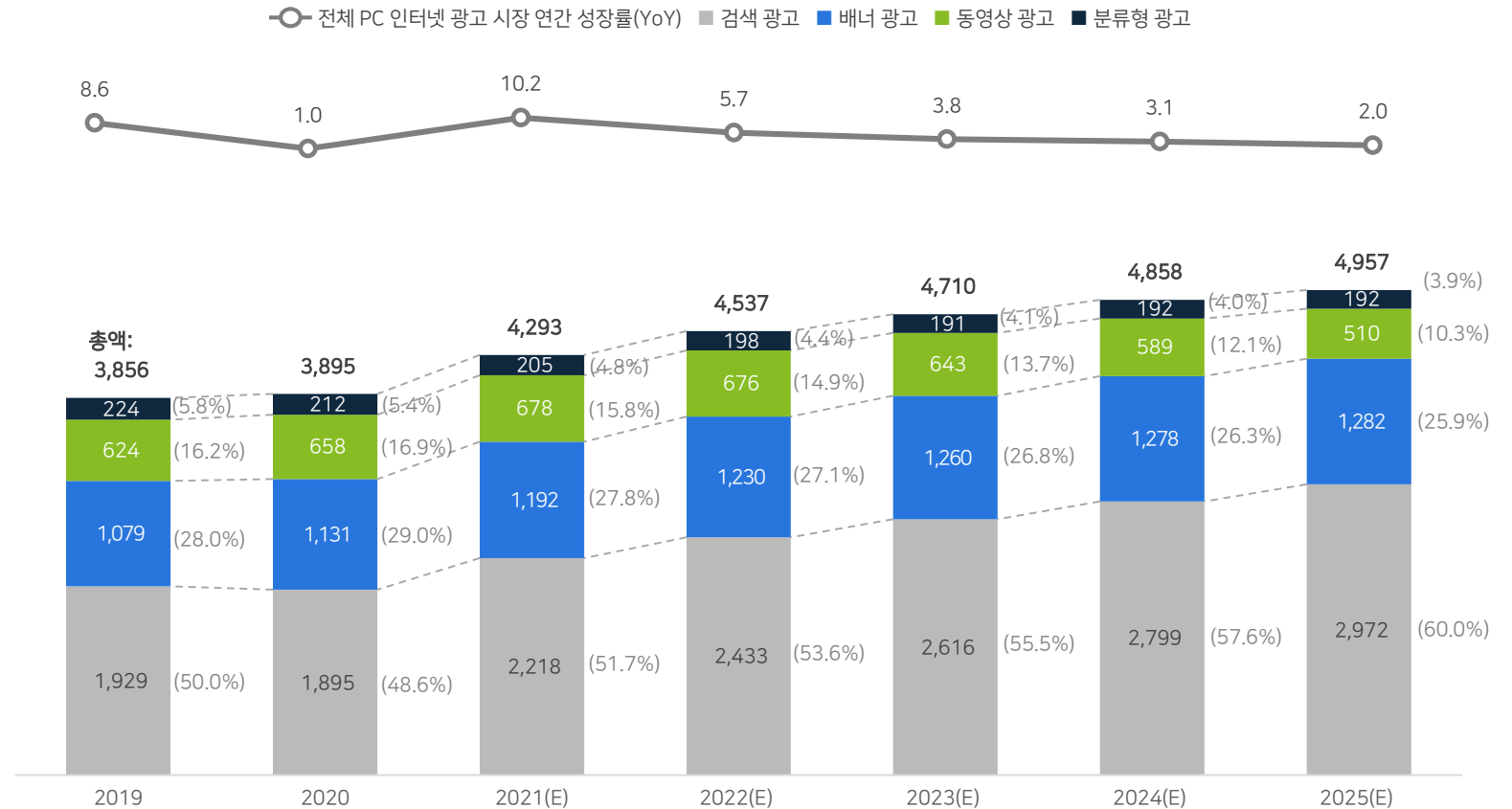
Statista가 전망한 2021년 우리나라 PC 인터넷 광고 시장의 규모는 지난해 대비 10.2% 성장한 약 4조 2,930억 원으로, 그 중 가장 큰 규모를 차지하는 유형은 '검색 광고(약 2조 2,180억 원, 51.7%)'로 분석됨. 우리나라 역시 검색 광고가 수년째 가장 큰 시장을 형성하는 가운데, 오는 2025년에는 전체 PC 인터넷 광고 시장의 60%까지 비중이 늘어날 것으로 전망됨. 이에 네이버, 다음/카카오, 구글 등 검색 서비스의 키 플레이어인 포털 플랫폼의 영향력이 더욱이 증가할 것으로 전망

한편, 검색 광고에 이어 두 번째로 큰 시장을 형성하고 있는 국내 PC 인터넷 광고 유형은 배너 광고로, 2021년을 기준으로 약 1조 1,920억 원에 달할 것으로 추정됨. 그다음으로 동영상 광고가 6,780억 원, 분류형 광고가 2,120억 원 규모로 추산됨

*단, Statista가 분석한 국내 PC 인터넷 시장의 경우 한국온라인광고 협회에서 분석한 시장 규모와 상당한 차이를 보이므로, 본 분석에서는 PC 인터넷 광고 유형별 절대적인 규모보다 각 광고 유형별 점유율 중심으로 해석할 것을 권고

2019-2025 국내 PC 인터넷 광고 시장 규모

(단위: 십억 원, %)



Source: Statista(2021.10), Digital Advertising: South Korea



2022 디지털 광고 시장 전망

2021년 국내외 PC/모바일/DOOH/디지털 오디오
광고 시장 현황과 2022년 전망

CONTENTS

PART 1. 디지털 광고 시장 규모 및 현황

PART 2. PC 인터넷 광고 시장

PART 3. 모바일 인터넷 광고 시장

3-1. 전 세계 모바일 인터넷 광고 시장 규모 및 전망 14

3-2. 국내 모바일 인터넷 광고 시장 규모 및 전망 15

PART 4. DOOH 광고 시장

PART 5. 디지털 오디오 광고 시장

3-1. 전 세계 모바일 인터넷 광고 시장 규모 및 전망

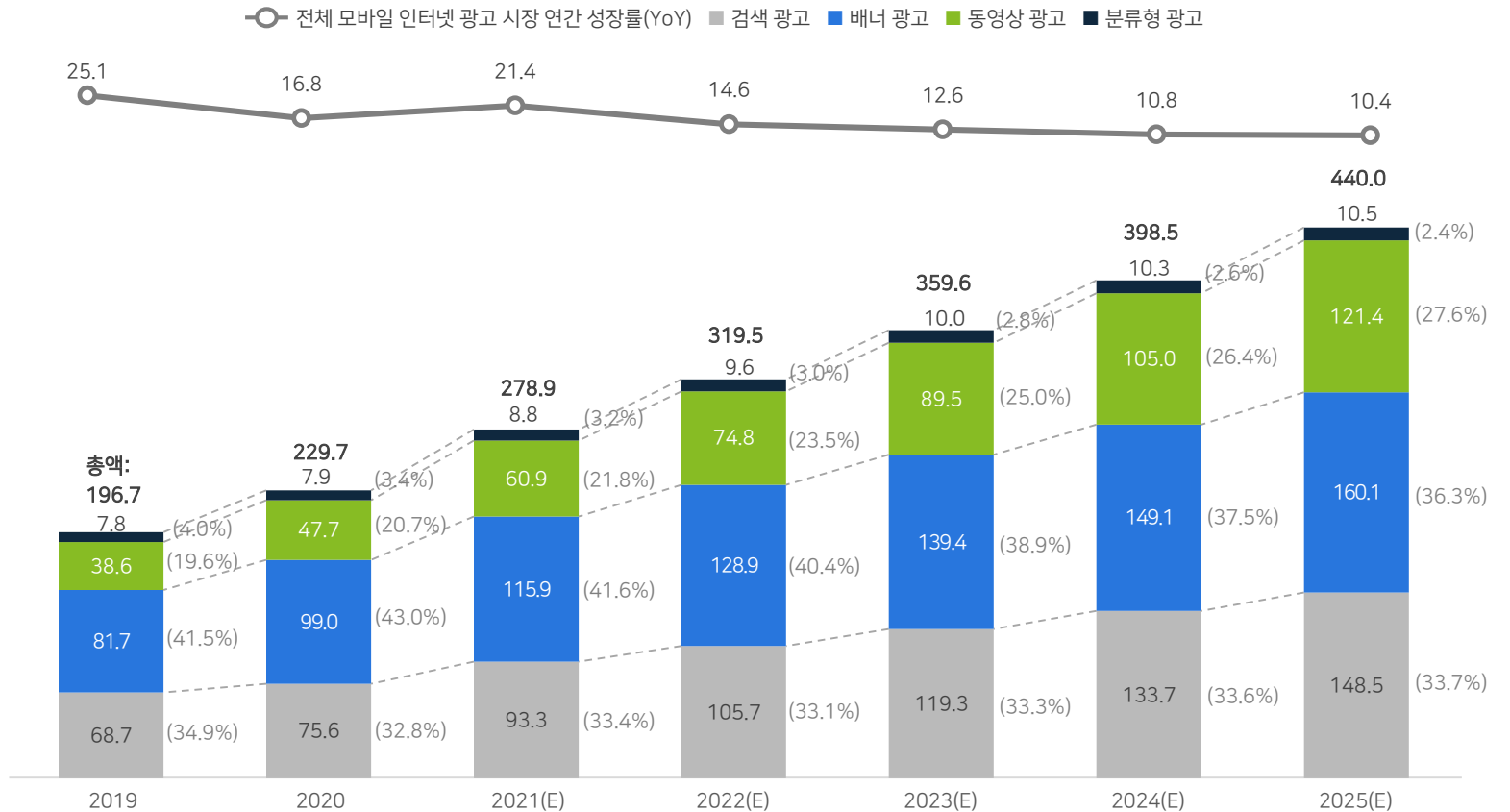
전 세계 모바일 광고 시장은 배너 광고가 가장 큰 규모를 차지하며, 그 뒤를 검색 광고, 동영상 광고 등의 순으로 잇고 있음

Statista에 따르면, 2021년 전 세계 모바일 기반 인터넷 광고 시장은 전년 대비 무려 21.4%가량 성장한 약 2,788억 5,700만 달러로 추정됨. 세부 광고 유형에 따라서는 '배너 광고(약 1,159억 달러)'가 전 세계 모바일 광고 시장에서 가장 큰 비중(41.6%)을 차지하며, 이는 검색 광고가 가장 큰 규모를 차지했던 전 세계 PC 광고 시장과 비교해 뚜렷하게 드러나는 차이임

그다음으로는 '검색 광고(933억 달러, 33.4%)'가 뒤따르고 있으며, 그 밖에 '동영상 광고(609억 달러, 21.8%)', '분류형 광고(88억 달러, 3.2%)'의 순. 한편, 모바일 인터넷 광고 시장은 앞으로도 계속해서 그 규모가 커질 것으로 예상되는 가운데, PC 광고만큼은 아니지만 성장률은 자연 감소할 것으로 보임

전 세계 모바일 인터넷 광고 시장 규모

(단위: 십억 달러, %)



Source: Statista(2021.10), Digital Advertising

3-2. 국내 모바일 인터넷 광고 시장 규모 및 전망

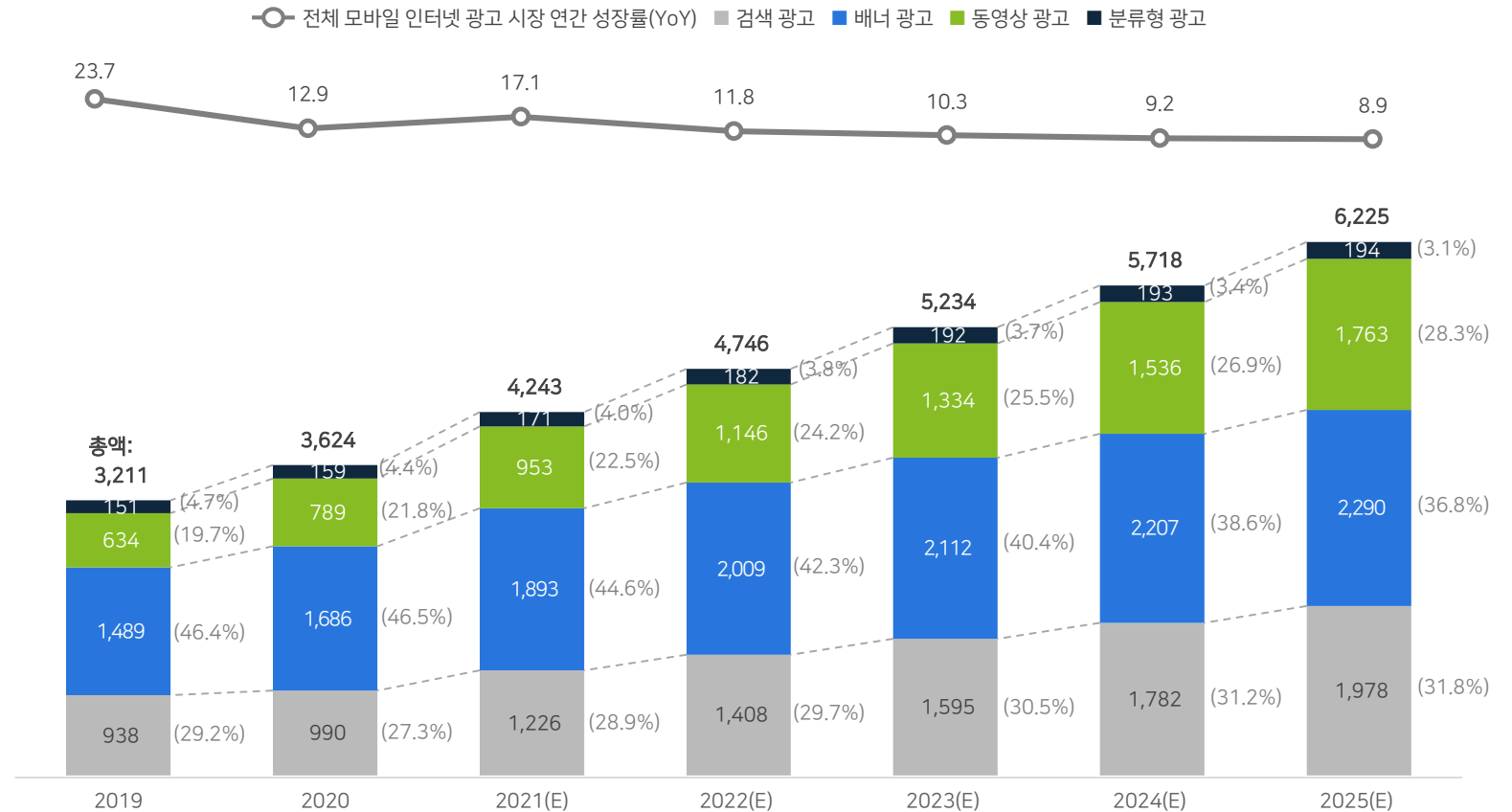
2021년 국내 모바일 광고 시장은 전년대비 17.1% 성장한 4.2조 원 수준이며, 배너 광고가 가장 큰 규 모를 차지

우리나라의 경우 2021년 모바일 광고 시장 규모가 전년 대비 17.1%가량 증가한 4조 2,430억 원 규모로 추정됨. 그중 가장 큰 비중을 차지하는 유형은 전 세계와 마찬가지로 배너 광고로 약 1조 8,930억 원의 규모로 추산됨. 배너 광고에 이어 두 번째로 큰 시장을 형성한 모바일 광고 유형은 검색 광고로, 2021년을 기준으로 약 1조 2,260억 원에 달할 것으로 추정됨. 그다음으로 동영상 광고가 올해 9,530억 원을 기록할 것으로 전망됨. 마지막으로, 분류형 광고는 2021년 약 1,710억 원 규모에 이를 것으로 전망됨에 따라 전 세계 모바일 인터넷 광고 시장과 동일하게 타 인터넷 광고 유형에 비해 가장 적은 규모를 형성한 것으로 분석됨

*단, Statista가 분석한 국내 모바일 인터넷 시장의 경우 한국온라인광고협회에서 분석한 시장 규모와 상당한 차이를 보이므로, 본 분석에서는 모바일 인터넷 광고 유형별 절대적인 규모보다 각 광고 유형별 점유율 중심으로 해석할 것을 권고

국내 모바일 인터넷 광고 시장 규모

(단위: 십억 원)



Source: Statista(2021.10), Digital Advertising: South Korea



2022 디지털 광고 시장 전망

2021년 국내외 PC/모바일/DOOH/디지털 오디오
광고 시장 현황과 2022년 전망

CONTENTS

PART 1. 디지털 광고 시장 규모 및 현황

PART 2. PC 인터넷 광고 시장

PART 3. 모바일 인터넷 광고 시장

PART 4. DOOH 광고 시장

4-1. 전 세계 DOOH 광고 시장 규모 및 전망 17

4-2. 주요국 DOOH 광고 시장 규모 및 전망 18

PART 5. 디지털 오디오 광고 시장

4-1. 전 세계 DOOH 광고 시장 규모 및 전망

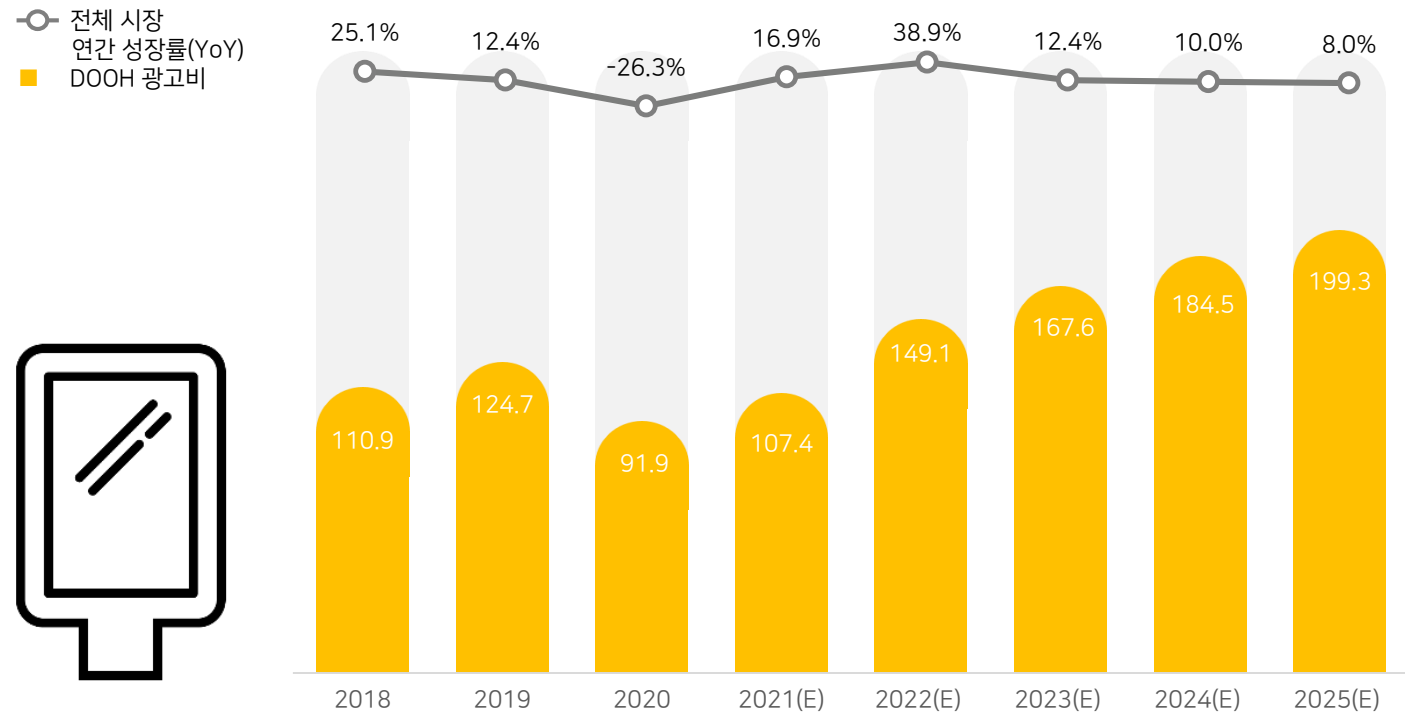
지난해 역성장했던 전 세계 DOOH 광고 시장은 올해 다시 예년 수준의 성장률로 회복됨에 따라 약 107억 달러의 규모를 달성할 전망

Statista에 따르면 2021년 기준 전 세계 DOOH (Digital Out-of-Home) 광고 시장은 약 107억 4,000만 달러로 규모로 추정됨. 이는 지난 2018년 (110억 9천만 달러)보다 작은 수준으로 지난해 코로나19로 인한 외부 활동의 제약으로 직전년도 대비 무려 26.3%가량 역성장한 타격을 온전히 회복하지 못하였음을 의미함

그러나 올해 백신 보급과 '위드(with) 코로나' 기조로 인해 다시 반등에 성공하였고(YoY: 16.9%) 내년까지 그 기세가 이어져 이에 2022년에는 무려 연간 성장률이 38.9%를 기록, 149억 1,300만 달러 규모에 이를 전망이다

전 세계 DOOH 광고 시장 규모 전망

(단위: 억 달러, %)



Source: Statista(2021.10). Advertising & Media Outlook: Digital Out-of-Home Advertising

4-2. 주요국 DOOH 광고 시장 규모 및 전망

주요국 가운데 중국과 미국이 전체 DOOH 시장을 견인하고 있으며, 일본이 그 뒤를 있고 있음. 우리나라는 2억 달러 수준으로 포착

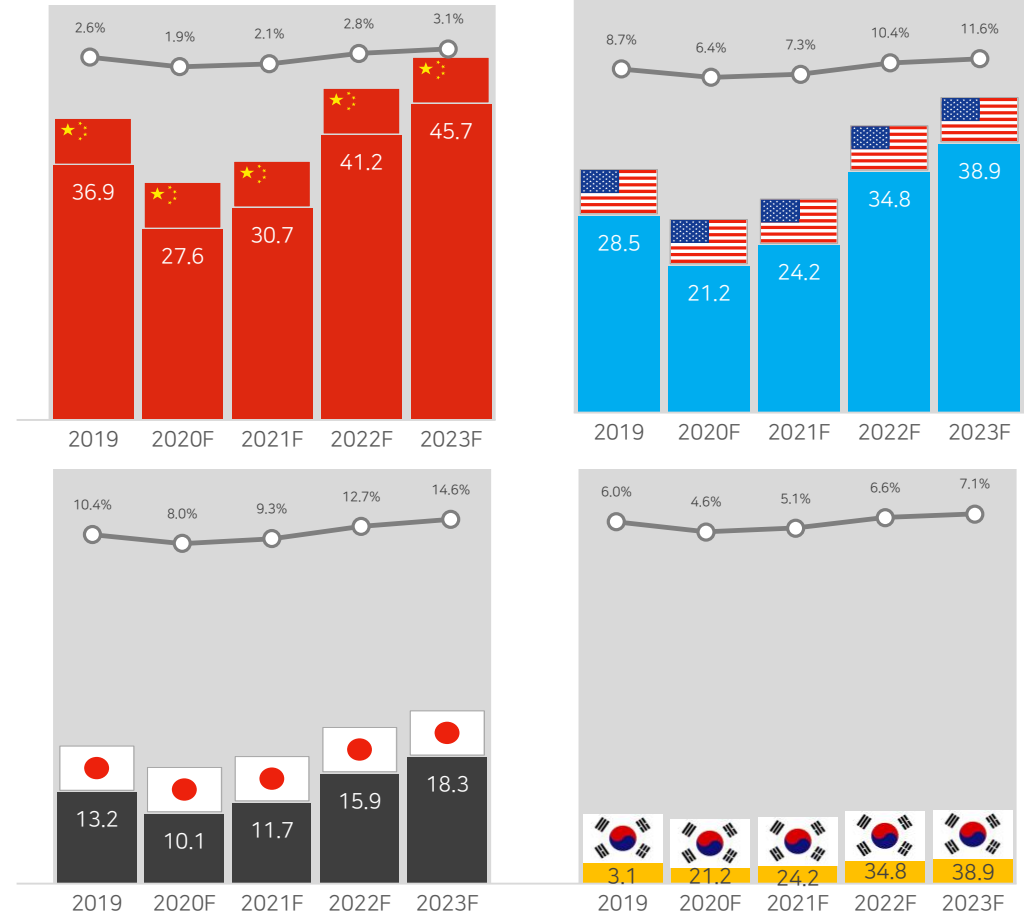
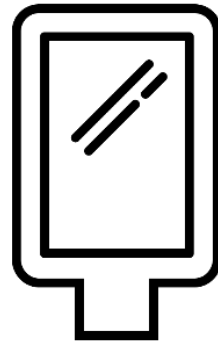
국가별로 살펴보면 대다수의 주요국들 사이에서도 2021년 DOOH 광고 시장 규모가 전년에 비해 소폭 이나마 증가할 것으로 보임. 그중 가장 큰 규모를 자랑하는 중국의 경우, 2021년 DOOH 광고 시장 규모가 약 30억 6,600만 달러로 추정, 뒤이어 미국이 약 24억 2,300만 달러 시장을 형성하며 두 국가가 전체 DOOH 광고 시장을 견인하고 있음. 그다음으로는 앞선 두 국가에 비해서는 작은 규모이지만 일본이 11억 7,000만 달러의 규모를 형성하며 3위의 자리를 차지함. 우리나라의 2021년 DOOH 광고 시장 규모는 2억 6,400만 달러에 달할 것으로 추정됨에 따라 독일, 영국에 이어 전 세계 DOOH 광고 시장의 상위 6위에 랭크됨

한편, DOOH 광고가 소비자의 주목을 단번에 집중시키는 데 있어 효과가 크다는 것을 감안했을 때, 향후 코로나19 사태가 안정화 된다는 전제하에 2025년까지 우리나라를 포함한 주요국들의 DOOH 광고 시장이 점차 회복세를 보이며 그 규모가 지속적으로 확대될 것으로 예상됨

중국·미국·일본·한국 DOOH 광고 시장 예상 성장 추이

(단위: 억 달러, %)

■ 중국
■ 미국
■ 일본
■ 한국
○ 연간 성장률(YoY)



Source: Statista(2021.10). Advertising & Media Outlook: Digital Out-of-Home Advertising



2022 디지털 광고 시장 전망

2021년 국내외 PC/모바일/DOOH/디지털 오디오
광고 시장 현황과 2022년 전망

CONTENTS

PART 1. 디지털 광고 시장 규모 및 현황

PART 2. PC 인터넷 광고 시장

PART 3. 모바일 인터넷 광고 시장

PART 4. DOOH 광고 시장

PART 5. 디지털 오디오 광고 시장

5-1. 전 세계 디지털 오디오 광고 시장 규모 및 전망 20

5-2. 주요국 디지털 오디오 광고 시장 규모 및 전망 21

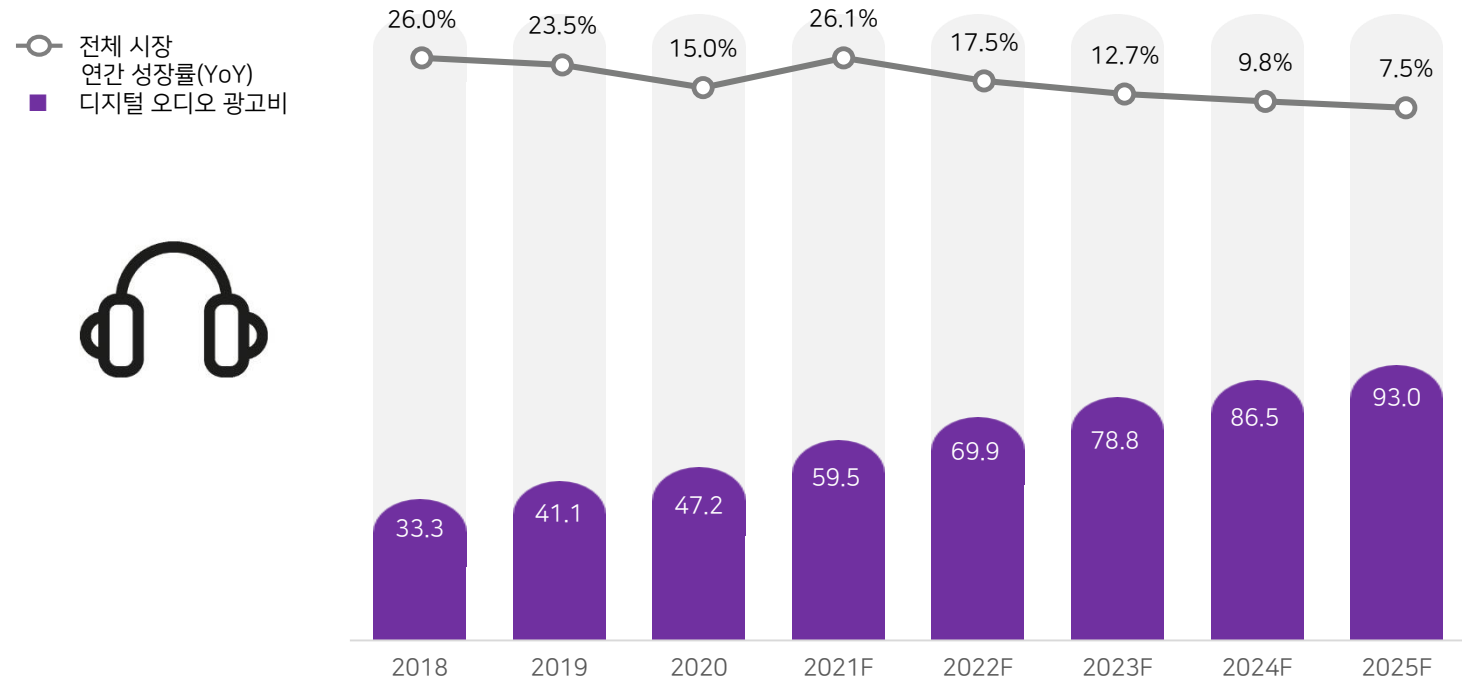
5-1. 전 세계 디지털 오디오 광고 시장 규모 및 전망

2021년 전 세계 디지털 오디오 광고 시장, 전년 대비 26.1% 성장한 59억 7,600만 달러 규모 전망

Statista에 따르면, 2021년 전 세계 디지털 오디오 (뮤직 스트리밍+팟캐스트) 광고 시장의 규모는 전년 대비 무려 26.1% 성장한 약 59억 5,200만 달러로 전망됨. 디지털 오디오 광고는 여타 디지털 광고 분야와 비교했을 때, 코로나19 여파에도 불구하고 비교적 안정적인 성장세를 유지하고 있는 것으로 보임. 이는 코로나19 발생 이후 집에서 시간을 보내는 소비자들 이 많아짐에 따라, 동영상뿐만 아니라 디지털 오디오에 대한 청취율이 크게 늘어나 디지털 오디오 광고 시장 역시 크게 성장한 것으로 분석됨. 그러나 앞서 전 세계 인터넷 광고 시장 성장의 둔화를 예측했듯, 디지털 오디오 광고 시장 역시 성장률은 다소 둔화할 것으로 전망됨

전 세계 디지털 오디오 광고 시장 규모 전망

(단위: 억 달러, %)



Source: Statista(2021.10). Advertising & Media Outlook: Digital Audio

5-2. 주요국 디지털 오디오 광고 시장 규모 및 전망

미국이 단일국 중에서 가장 큰 디지털 오디오 광고 시장 형성 중이며, 뒤이어 중국과 영국 등이 따르는 추세

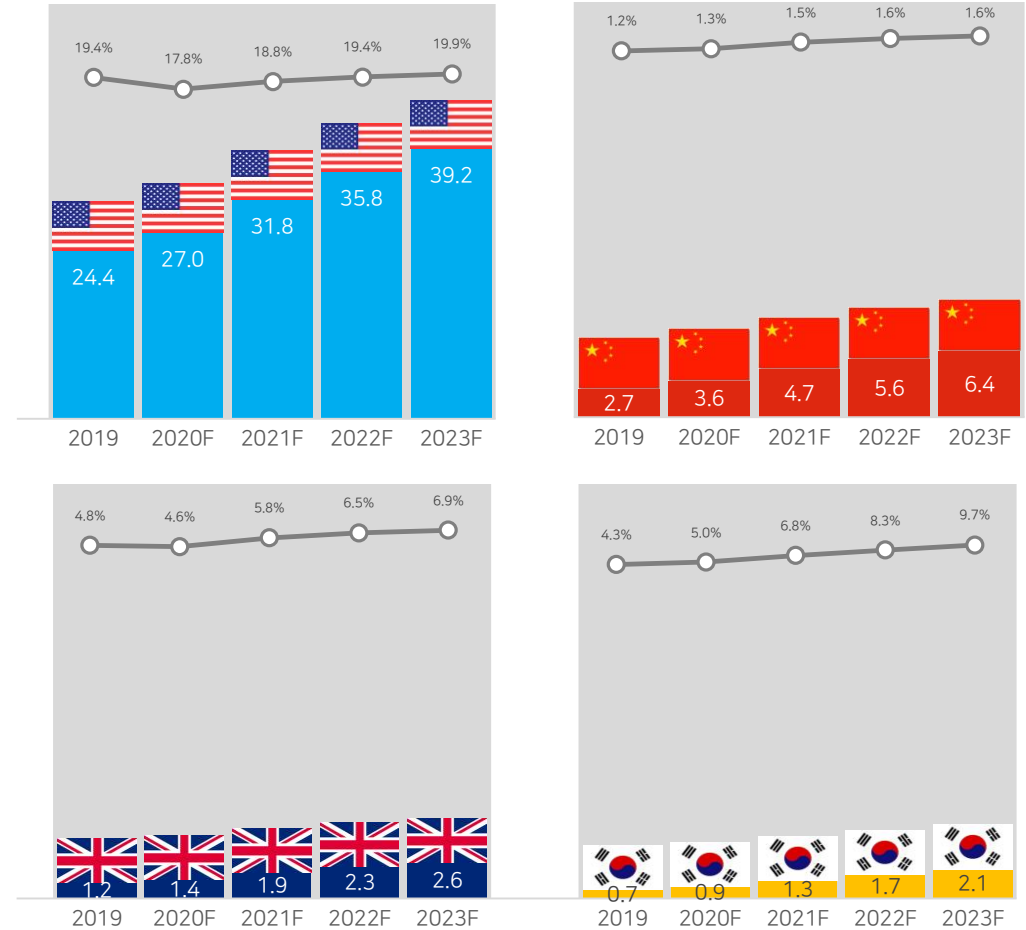
추가적으로 주요 국가별 디지털 오디오 광고 시장 규모 변화 추이를 살펴보면, 미국의 2021년 디지털 오디오 광고 시장 규모가 약 31억 7,700만 달러에 달할 것으로 전망됨에 따라 여타 국가들 대비 압도적으로 큰 수치를 기록하며 디지털 오디오 광고 시장을 견인할 것으로 보임. 이는 지난해 약 27억 달러 대비 18.8%가량 성장한 수준으로, 향후에도 미국 내 디지털 오디오 광고 시장은 안정적인 성장세를 이어나갈 것으로 예상됨. 그다음으로는 중국이 4억 6,900만 달러로 2위를 차지, 뒤이어 영국이 1억 9,100만 달러의 규모를 형성하고 있는 것으로 나타남

한편, 우리나라의 경우 타 국가 대비 비교적 미미한 규모(2021년 기준: 약 1억 3,100만 달러)의 디지털 오디오 광고 시장을 형성하고 있으나, 우리나라 역시 앞으로 해당 시장이 크게 성장할 가능성이 높을 것으로 예상됨

미국·중국·영국·한국 디지털 오디오 광고 시장 예상 성장 추이

(단위: 억 달러, %)

■ 미국
■ 중국
■ 영국
■ 한국
○ 연간 성장률(YoY)



Source: Statista(2021.10). Advertising & Media Outlook: Digital Audio



2022 디지털 광고 시장 전망

2021년 국내외 PC/모바일/DOOH/디지털 오디오
광고 시장 현황과 2022년 전망

NOTICE & CONTACT US

본 내용은 '디지털 미디어 & 마케팅'의 이해 및 마케팅 가이드 정보의 제공 목적으로 작성되었으며,
보고서에 대한 모든 저작권은 DMC미디어에 있습니다.
보고서의 내용을 부분적으로 발췌 또는 인용 시에는 반드시 당사의 사전 동의를 득하여 주시기 바랍니다.
감사합니다.

보고서 제목	2022 디지털 광고 시장 전망
분류	MARKET REPORT_STUDY_기획 보고서
S/N	TBKI20210009
작성일자	2021. 10. 28
작성자	DMC MEDIA 인사이트연구팀
관련 문의	lnr.dmc@sbs.co.kr 02-6230-6622
출처	DMC리포트 (www.dmcreport.co.kr)

Digital Media & Marketing Intelligence Center

DMC리포트는 디지털 미디어&광고마케팅 분야 연구/조사/분석 미디어입니다.
17년간의 디지털 광고마케팅 실 집행 결과 데이터베이스와 인사이트를 바탕으로 마켓, 미디어, 컨슈머,
서베이, 글로벌 이슈 및 다양한 통계자료를 통해 디지털 미디어&광고마케팅 분야 전문자료로써의 가치 및
활용도, 영향력을 인정받으며 해당 분야 전반을 아우르는 '전문지식채널'로써 자리매김하고 있습니다.
시장을 통찰함과 동시에 실무에도 즉시 반영될 수 있는 'DMC리포트'를 만나보시기 바랍니다.