

Researchad PC Banner, Mobile Banner, Video Data

Monthly

리서치어드 트렌드 리포트

1월 게임 업종 _배포용

2026.02

2026년 1월, 게임 중분류 업종 기준

광고비는

PC + Mobile + Video 데이터, 총 약 164억 원으로 집계되었으며,
Mobile 에서 가장 많은 광고비가 집계되었습니다

광고주는

넥슨 이 약 25억 원으로 광고주 중 가장 높은 광고비를 기록했습니다

매체는

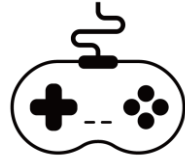
유튜브 가 약 52억 원으로 매체 중 가장 높은 광고비를 기록했습니다

캠페인은

에이케이인터랙티브의 천하제일상거상이 가장 높은 광고비를 기록했습니다

2026년 1월 게임 업종의 디지털 광고비는 총 약 164억 원으로

전년 동월 대비 19.0% 증가, 광고주 수는 9.4% 감소한 것으로 나타납니다



게임 업종 광고비 증감

(단위: 천 원, 개)



광고비

13,821,472

2025년 1월

19.0%

16,445,997

2026년 1월



광고주 수

405

2025년 1월

-9.4%

367

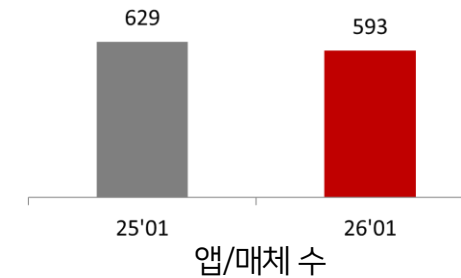
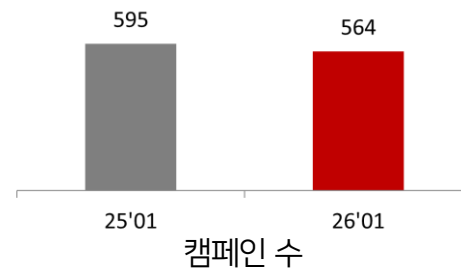
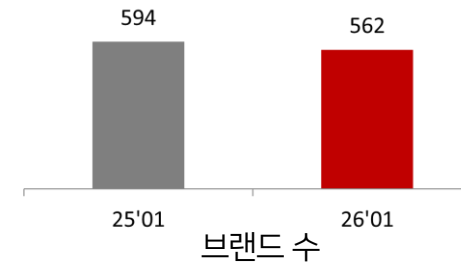
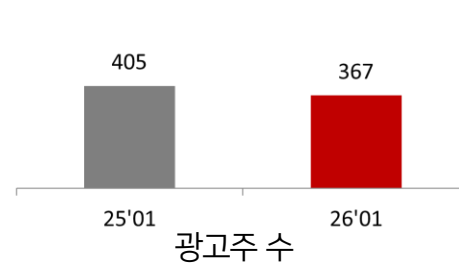
2026년 1월

2026년 1월 게임 업종의 전년 동월 대비 각 수치를 살펴보면,

모든 항목에서 감소하는 추세를 보입니다

광고주 수는 9.4%의 감소율을 기록했습니다

(단위 : 개)



2026년 1월 게임 업종의 각 영역별 광고비는

Mobile > Video > PC 광고비 순서로 집행되었습니다

전년 동월 대비, Mobile, Video, PC는 각각 38.1%, 2.1%, 19.1% 증가했습니다



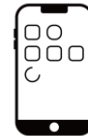
PC

약 40억 원

전년 동월(25'01) 약 34억 원

광고주 TOP5

1	엔씨소프트
2	넥슨
3	에이케이인터랙티브
4	그리프라인
5	팀퀘스트



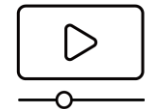
Mobile

약 67억 원

전년 동월(25'01) 약 49억 원

광고주 TOP5

1	넥슨
2	엔씨소프트
3	에이케이인터랙티브
4	넷마블
5	그리프라인



Video

약 57억 원

전년 동월(25'01) 약 56억 원

광고주 TOP5

1	넥슨
2	LENIUGAMES
3	엔씨소프트
4	비비게임
5	라이엇게임즈

2026년 1월 게임 업종의 각 영역별 신규 광고주 TOP5

PC Banner 신규 광고주는 총 6개, Mobile Banner는 총 57개, Video는 총 3개로 확인되었습니다

*2015년 광고주 데이터부터

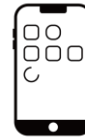


PC

(단위: 천 원)

신규 광고주 TOP5

1	CCR
2	HONGKONGGAMETREELIMITED
3	애니플렉스
4	LIGHTCOREGAMESLIMITED
5	THQ노르딕



Mobile

(단위: 천 원)

신규 광고주 TOP5

1	SKYBOUNDARY
2	PopokoVMGames
3	퍼피땅게임즈
4	TRIBOMGAMES
5	INDOVIA



Video

(단위: 천 원)

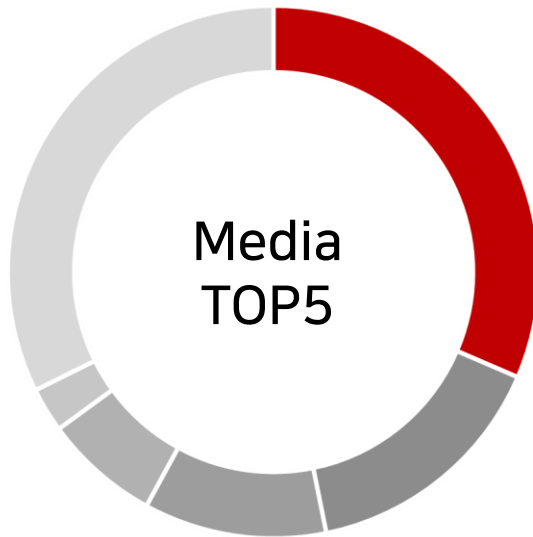
신규 광고주 TOP5

1	CCR
2	와일드라이트엔터테인먼트
3	셔플
4	-
5	-

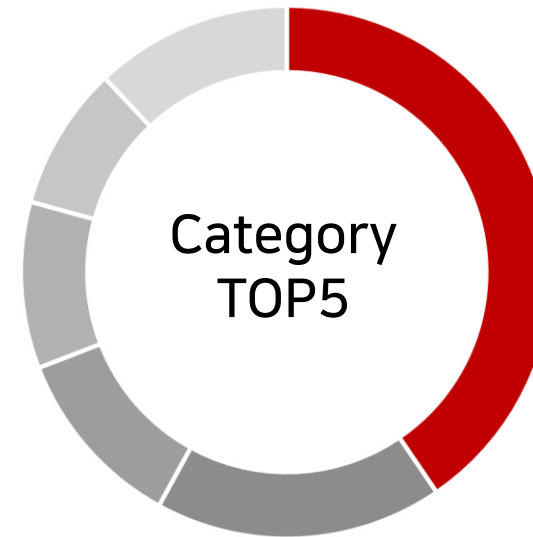
2026년 1월 게임 업종의 매체 형태를 살펴보면,

웹/앱 매체 TOP5 중 유튜브(web) 매체는 31.5%, 약 52억 원으로 가장 높은 광고비를 집행했습니다

카테고리 TOP5 중에서는 엔터테인먼트 카테고리가 40.5%, 약 67억 원으로 가장 높은 광고비를 집행했습니다



- 유튜브(web) 31.5%
- 네이버(web) 15.4%
- 카카오톡(app) 11.1%
- 버즈빌(app) 7.0%
- 슌(web) 2.7%
- 그 외 32.3%



- 엔터테인먼트 40.5%
- 포털 17.5%
- 커뮤니케이션 11.2%
- 모바일 10.1%
- 신문/잡지 8.7%
- 그 외 12.0%

게임 업종 뉴스 클리핑

국내 게임업계, 신작 공세로 실적경쟁 본격화한다

☞ 박희만 기자 | ☞ 승인 2026.02.19 11:37 | ☞ 댓글 0

대형사는 포트폴리오 확대·중견사는 대작 승부...올해 시장 판가름



일곱 개의 대죄 오리진 홍보 로스터, 연합뉴스

[서울이코노미뉴스 박희만 기자] 지난해 신작 성과에 따라 희비가 엇갈렸던 게임업계가 올해 대규모 신작 공세에 나서며 치열한 경쟁을 예고하고 있다.

대형 게임사는 포트폴리오 다변화 전략으로 성장세를 이어가고, 중견 게임사는 대작 출시를 통해 실적 반등을 노린다는 구상이다.

19일 업계에 따르면 넥슨·크래프톤·넷마블·엔씨소프트 등 국내 4대 게임사의 지난해 매출합계는 사상 처음으로 10조원을 넘어섰다.

넥슨이 2년 연속 4조원대 매출을 기록한 가운데 크래프톤과 넷마블은 역대 최대 실적을 달성했고, 엔씨소프트도 흑자 전환에 성공하며 실적 개선흐름에 합류했다.

이 같은 성과의 배경에는 신작 흥행이 자리 잡고 있다.

넥슨은 '마비노기 모바일'과 누적판매 1400만장을 기록한 '아크 레이더스'로 흥행을 이어갔다.

크래프톤의 '인조이'와 '미메시스'는 각각 100만장 이상 판매됐고, 넷마블의 '세븐 나이즈 리버스'는 하반기 대표 매출 타이틀로 자리 잡았다. 엔씨소프트는 지난해 11월 출시한 '아이온2'를 통해 적자에서 벗어나는 데 성공했다.

주요 게임사들은 올해 장르와 플랫폼을 확대하며 성장세를 이어갈 계획이다.

넷마블은 올해 신작 8종을 출시해 이용자 저변확대에 나선다. '일곱 개의 대죄: 오리진'을 시작으로 '나 혼자만 레벨업: 카르다', '상그릴라 프론티어: 일곱 최강종' 등 인기 지식재산권(IP)을 기반으로 모바일을 넘어 글로벌 PC콘솔 시장 공략에 나선다.

엔씨소프트는 '타임 테이커즈', '리밋 제로 브레이커스', '신더스타' 등 신작을 순차적으로 선보이며 히어로 슈팅과 액션 RPG, 슈팅 등 다양한 장르를 아우르는 멀티 라인업 전략을 추진한다.

넥슨은 폐허가 된 서울을 배경으로 한 '낙원: 파라다이스' 알파 테스트를 진행해 글로벌 이용자 공략에 나설 계획이다.

크래프톤은 '펄자: 블라인드스팟' 정식 출시와 함께 '프로젝트 윈드리스' 등 신규 IP 확장에 나서며 연내 인수합병(M&A)도 검토 중이다.

중견 게임사들도 반격에 나선다.

펄어비스는 약 7년간 개발한 '붉은사막'을 다음 달 출시할 예정이며, 컴투스도 '도원 암귀: 크림슨 인페르노'와 '프로젝트 ES(가제)'를 통해 반등을 노린다.

NHN은 수집형 RPG '어비스디아'를, 카카오게임즈는 오픈월드 좀비 생존게임 '갓 세이브 버밍엄'을 준비하며 신작 경쟁에 합류한다.

출처 : 국내 게임업계, 신작 공세로 실적경쟁 본격화한다 서울이코미디어 박희만 기자 2026.02.19

넥슨은 '마비노기 모바일'과 누적판매 1400만장을 기록한 '아크 레이더스'로 흥행을 이어갔다.

크래프톤의 '인조이'와 '미메시스'는 각각 100만장 이상 판매됐고, **넷마블**의 '세븐 나이즈 리버스'는 하반기 대표 매출 타이틀로 자리 잡았다. **엔씨소프트**는 지난해 11월 출시한 '아이온2'를 통해 적자에서 벗어나는 데 성공했다.

주요 게임사들은 올해 장르와 플랫폼을 확대하며 성장세를 이어갈 계획이다.

펄어비스는 약 7년간 개발한 '붉은사막'을 다음 달 출시할 예정이며, 컴투스는 '도원 암귀: 크림슨 인페르노'와 '프로젝트 ES(가제)'를 통해 반등을 노린다.

NHN은 수집형 RPG '어비스디아'를, 카카오게임즈는 오픈월드 좀비 생존게임 '갓 세이브 버밍엄'을 준비하며 신작 경쟁에 합류한다.

Search! All of your ways for digital marketing

본 보고서의 내용은 리서치애드 자체 개발 수집 엔진인 AD collector를 통해
기계적으로 클리핑, 분류 및 통계 처리된 자료로 실제 광고 집행 금액과는 차이가 있을 수 있습니다
다만, 인터넷 상에 게재된 광고를 금액 가치로 환산한 자료로 그 활용 가치가 있습니다

리서치애드 전략운영본부

Tel. 02)546-9692 Mail. mkt@researchad.com