

MEDIA & MARKET ISSUE Vol. 303

주요 미디어 & 마켓 이슈

Media & Market issue
2020.03

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 카카오, 2019년 매출 3조 원 돌파...올해는 '톡비즈·테크핀' 집중
- 네이버·카카오, 검색어 및 뉴스 댓글 서비스 개편
- 네이버, 창작자 참여 플랫폼 다양화...콘텐츠 영향력 높인다
- 유튜브, 3월부터 인터넷 익스플로러(IE) 지원 중단...크롬 점유율 확대 예상

MARKET ISSUE

- 제일기획, 국내 총 광고비 발표...디지털 광고비 지속 성장 중
- 코로나19 확산에 따른 디지털 미디어 이용 행태 분석

01

MEDIA ISSUE

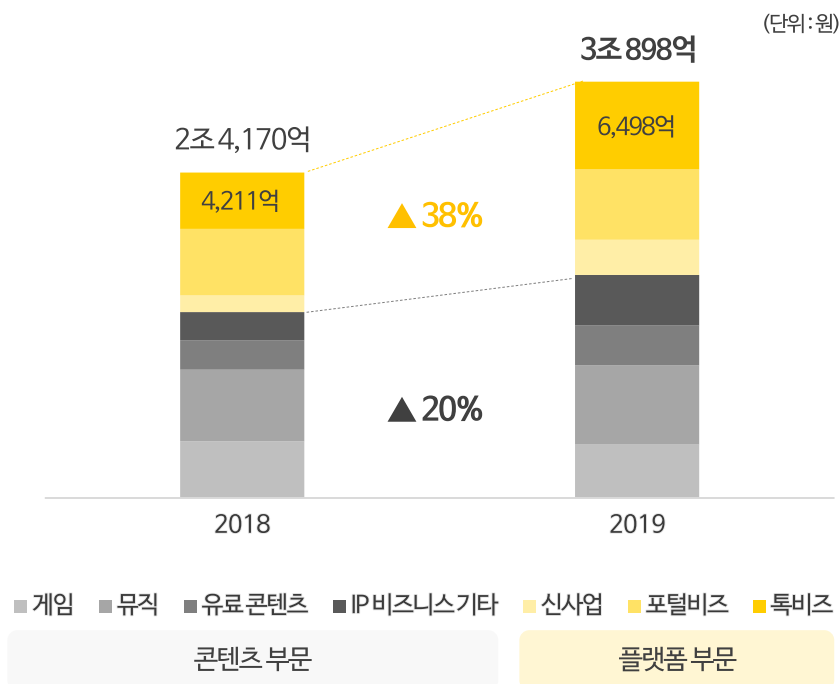
nasmedia

카카오, 2019년 매출 3조 원 돌파...올해는 '톡비즈·테크핀' 집중

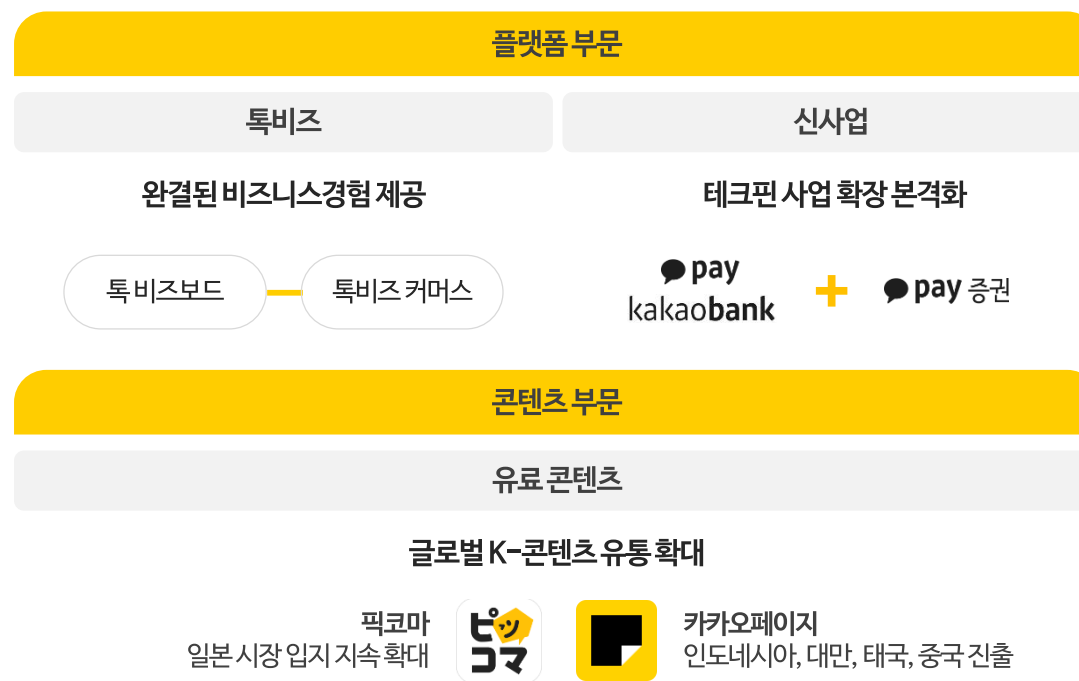
kakao

- 2019년 카카오 연매출은 전년대비 약 28% 증가한 3조 898억 원으로, 카카오톡 중심의 비즈니스 모델 '톡비즈'가 실적을 견인하며 역대 최고 매출 달성
- 2020년은 톡비즈 매출 성장에 집중하는 동시에 테크핀 사업 확장, 글로벌 콘텐츠 시장 공략 등으로 수익을 지속 확대해 나갈 계획

| 2019년 카카오 부문별 매출 현황 |



| 2020년 집중 사업 영역 |



* Source: 카카오

네이버·카카오, 검색어 및 뉴스 댓글 서비스 개편

NAVER

kakao

- 네이버는 4월 총선 기간 일시적으로 '급상승 검색어' 서비스 중단 예정, 카카오는 카카오톡 #탭에 이어 다음에서도 '실시간 이슈 검색어' 서비스 종료
- 카카오에 이어 네이버 역시 인격권 존중 및 사생활 피해를 최소화하기 위해 인물명 연관 검색어 서비스 및 연예 뉴스 댓글 폐지
- 이와 더불어 양사 모두 악성 댓글을 제재하기 위한 조치를 강화해 건강한 커뮤니케이션 생태계 구축 노력

| 검색어 및 뉴스 댓글 서비스 관련 개편 사항 |

NAVER

4·15 총선 기간 서비스 일시 중단 예정 (2020.04.02~04.15)
전면 폐지 (2020.03.05)
잠정 폐지 (2020.03.05)
고도화된 AI 기술 활용 · 댓글 작성자 닉네임, 활동 이력 제공 · 업그레이드된 악성 댓글 필터링 AI 클린봇 2.0 버전 도입 : 댓글 등록 전 악플 여부 감지, 상습 악플러 탐지 등

실시간 검색어

인물명 연관 검색어

연예 뉴스 댓글

뉴스 서비스 내
악성 댓글 제재

kakao

카카오톡 #탭에서 서비스 종료 (2019.10.25) 포털 다음에서 서비스 종료 (2020.02.20)
전면 폐지 (2019.12.23)
잠정 폐지 (2019.10.31)
이용자의 자발적인 참여 강조 · 악성 댓글 신고 대상 '차별/혐오'로 확대 · 신고된 악성 댓글 작성자의 댓글 작성 원천 차단 · 댓글 영역 '접기', 특정 댓글 및 작성자 '덮어두기' 기능 추가

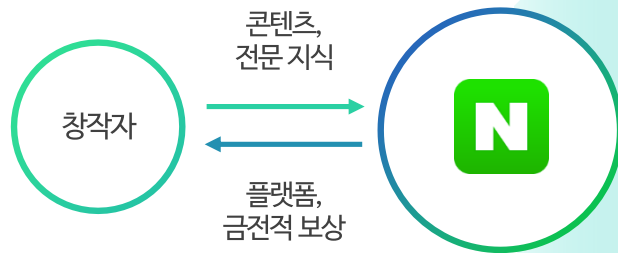
* Source : 네이버, 카카오

네이버, 창작자 참여 플랫폼 다양화...콘텐츠 영향력 높인다

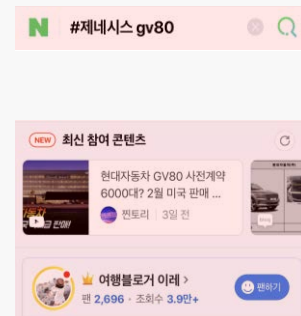
NAVER

- 네이버는 특정 분야에서 전문적인 지식과 경험이 있는 창작자들이 다양하게 참여할 수 있도록 창작자 참여 플랫폼 확장
- 인플루언서 검색을 정식 오픈하면서 네이버는 기존 텍스트 기반 검색의 한계를 극복함과 동시에 창작자 보상을 강화해 검색 플랫폼으로서의 영향력을 높일 예정
- 지식인 엑스퍼트의 전문 창작자 확대를 위한 방안으로 '전문가 온라인 신청 페이지' 신설, 기존보다 참여 조건 완화

| 네이버 창작자 참여 플랫폼 다양화 |



인플루언서 검색 (2020년 02월 정식 오픈)



① 네이버 '#키워드' 검색

키워드 챌린지를 통해 키워드 지속 확대

② 키워드 챌린지를 통해 수집된 인플루언서 콘텐츠 상위 노출

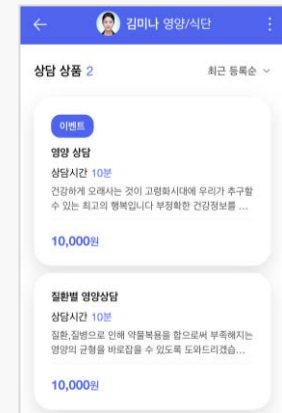
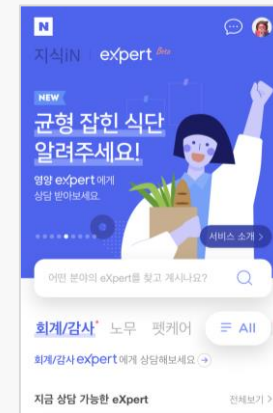
네이버TV, 유튜브, 인스타그램 등 기존 인플루언서의 게시물을 연동해 다양한 콘텐츠 노출 가능



③ 인플루언서 홈에 광고 노출로 창작자에 보상 제공

팬 수에 따라 광고 게재 가능
많은 팬을 보유한 창작자에게는 '브랜드 커넥트 서비스(브랜드 협업)' 제공

지식인 엑스퍼트 (2019년 11월 Beta 출시)



특정 분야 전문가와의 유료 1:1 상담 플랫폼

피트니스, 세무, 회계/감사 등 12개 카테고리의 전문 상담 서비스 제공, 카테고리 지속 확장 예정

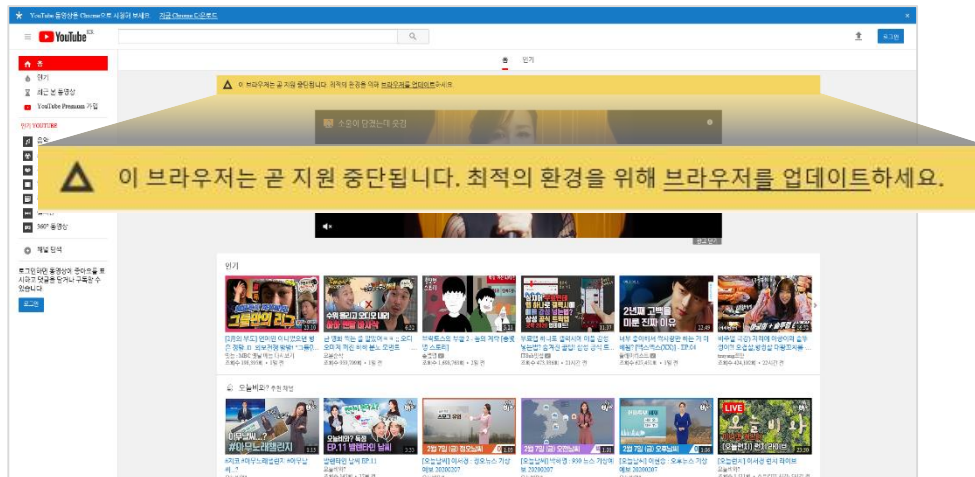
* Source : 네이버 및 관련 기사

유튜브, 3월부터 인터넷 익스플로러(IE) 지원 중단...크롬 점유율 확대 예상

YouTube

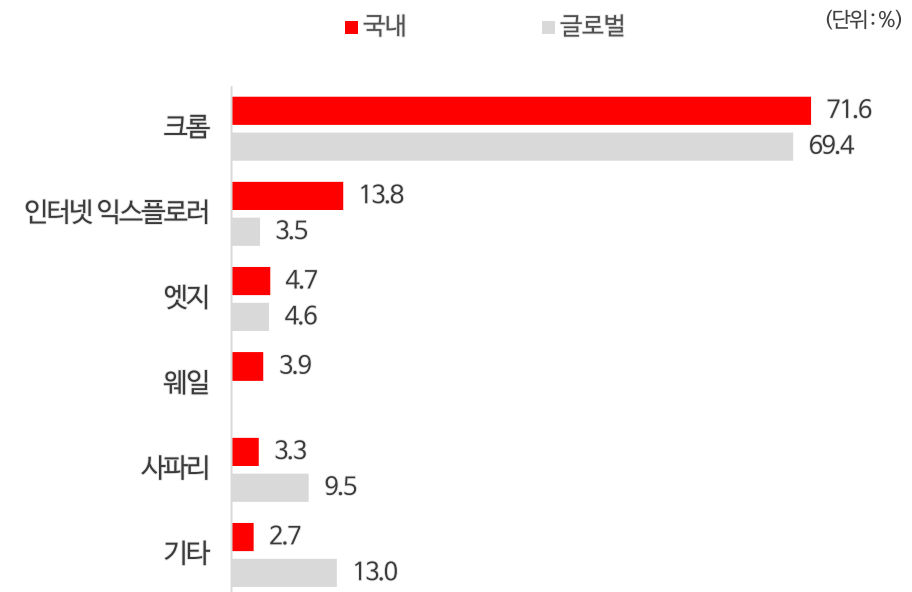
- 구글은 최적의 유튜브 시청 환경 지원을 위해 최신 기능으로 자동 업데이트되는 브라우저에서만 서비스하기로 결정, 3월부터 PC에서 IE로 유튜브 시청 불가
- 국내 IE 점유율은 14% 수준으로 글로벌 대비 높으며, IE 이용자의 크롬 전환이 예상되어 크롬의 브라우저 장악력은 더욱 확대될 전망

| 유튜브 IE 접속 화면 |



인터넷 익스플로러(IE) 브라우저 지원 중단 알림 및 타 브라우저 이동 권고 메시지 전달

| 브라우저별 점유율 (2020년 2월 기준) |



* Source : StatCounter

02

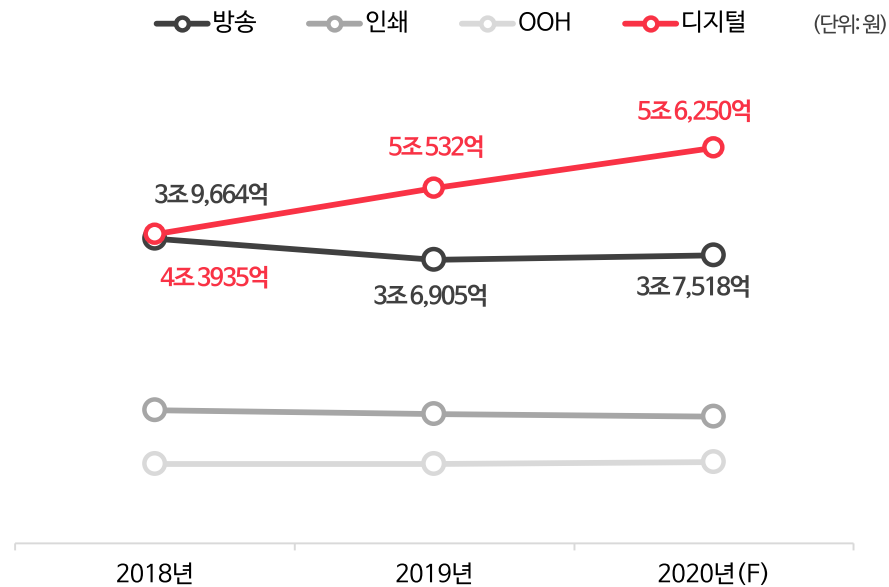
MARKET ISSUE

nasmedia

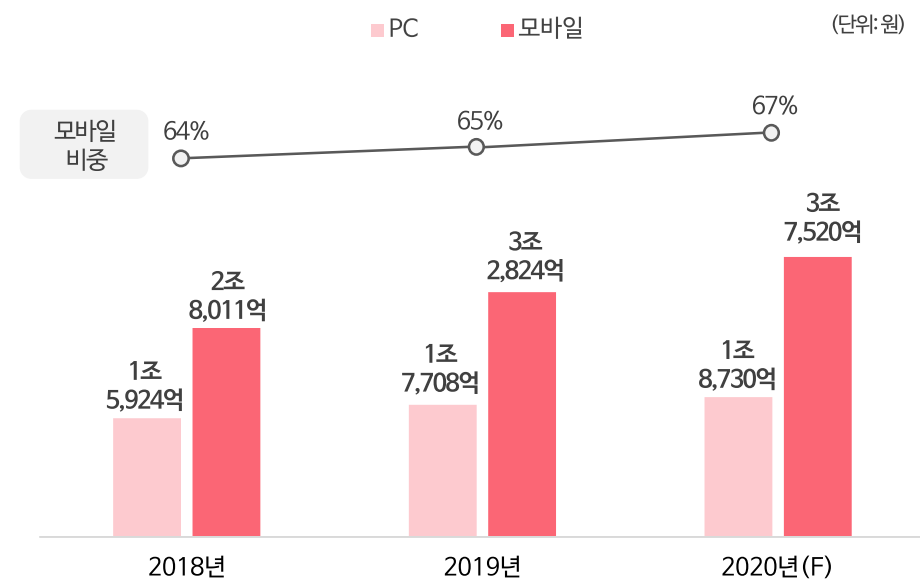
제일기획, 국내 총 광고비 발표...디지털 광고비 지속 성장 중

- 2019년 국내 총 광고비는 전년대비 2.3% 증가한 약 11.9조 원, 2020년은 5.5% 성장한 12.6조 원 전망
- 2019년 PC와 모바일 광고비는 각각 전년대비 15%, 27% 증가, 2020년에도 유사한 수준으로 성장할 것으로 전망
- 2020년 디지털 광고 시장 규모(PC + 모바일)는 2019년 대비 11.3% 성장한 약 5.6조 원으로 전망됨

| 2018-2020년 국내 총 광고비 현황 |



| 2018-2020년 디지털 광고비 시장 규모 |



* Source: 제일기획

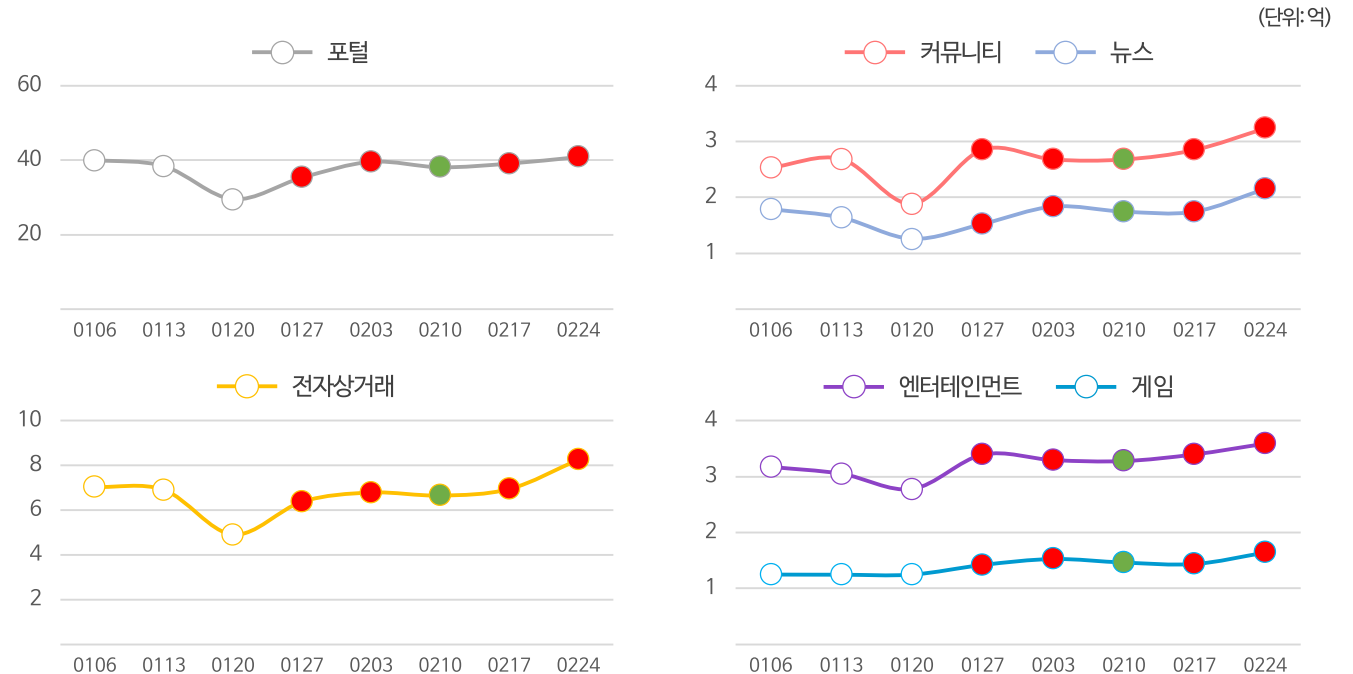
코로나19 확산에 따른 디지털 미디어 이용 행태 분석 ① PC WEB

- 포털, 커뮤니티, 뉴스 카테고리는 코로나19 관련 정보 및 뉴스 확인 채널로 이슈 확산과 연동한 증감 추이를 보임
- 전자상거래, 엔터테인먼트 및 게임 등 비대면 서비스 이용 및 온라인 여가 활동이 지속적으로 증가
- ‘사회적 거리두기’가 확산된 2월 24일 주는 뉴스 확인 및 온라인 쇼핑, 엔터테인먼트 등 온라인 활동성이 가장 활발하게 나타남

| 코로나19 관련 주요 타임라인 |



| 2020년 1월-2월 주차별 카테고리별 트래픽 분석 (PC WEB - 총 페이지 뷰 기준) |



* Source : 코리아 클릭

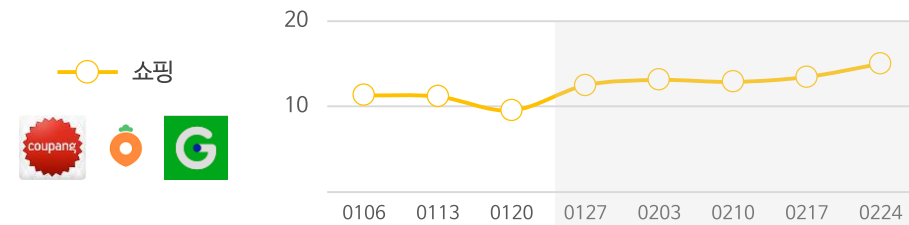
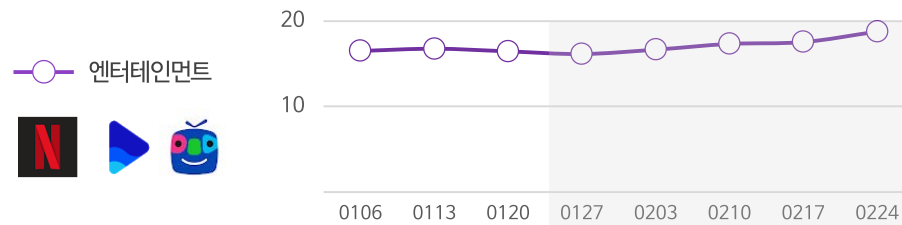
코로나19 확산에 따른 디지털 미디어 이용 행태 분석 ② Mobile App

- 코로나 19 이후 오프라인 활동이 제한됨에 따라 엔터테인먼트 및 쇼핑 카테고리의 총 이용 시간 증가
- 지도/내비게이션 및 여행, 지역정보 등 이동과 관련된 카테고리의 사용성은 지속적으로 하락

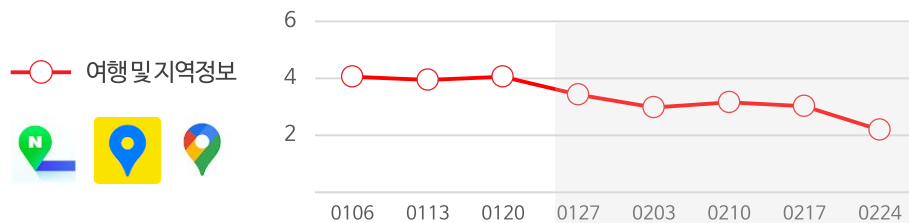
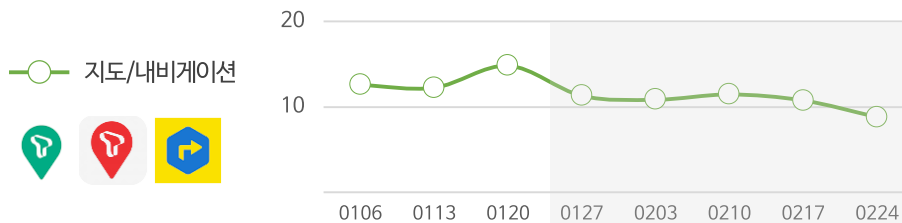
| 2020년 1월-2월 주차별 카테고리별 트래픽 분석 (Mobile Android App - 총 이용 시간 기준) |

(단위: 억분)

상승 카테고리 및 카테고리별 상위 앱



하락 카테고리 및 카테고리별 상위 앱



* Source: 와이즈앱

이달의단신 소식

구분	이슈
네이버 카카오	- 네이버, 블로그 광고 영역 확대 : 네이버 블로그 본문에 신규 광고 영역이 추가 - 배너 형태의 이미지형 신규 광고를 추가로 더 노출 가능 - 카카오페이, 카카오페이증권과 실명 계좌 기반 금융 서비스 본격 개시 : 카카오페이는 '카카오페이머니 2.0'을 선언하고, 자회사인 카카오페이증권과 실명 계좌 기반의 금융 서비스 공식 시작
유튜브	- 유튜브 광고 매출액 첫 공개... 지난해 18조 원 : 유튜브의 지난해 광고 매출은 151억5천만 달러 (한화 약 18조 원)로, 전년보다 36% 증가했고, 2017년과 견주면 86% 상승 - 유튜브, 크리에이터가 직접 광고란 판매할 수 있도록 정책 변경 : NBC 같은 대형 파트너에게만 적용했던 판매 정책을 크리에이터에게도 확장, 특정 브랜드 광고에 직접 광고 판매할 수 있는 시범 도입 - 유튜브, 인기 광고 영상 2019년 연말 결산 '리더보드' 발표 : 시청자들에게 가장 많은 사랑을 받은 국내 광고 20편 공개, 브롤스타즈, 빙그레, 동원F&B, KCC, 동서식품 등 선정
동영상	- 아프리카TV, 작년 별풍선·광고 매출 ↑ ...영업익 35% 오른 367억 : 연간 매출 1,679억, 영업익 367억, 당기순익 342억 기록, 전년 대비 매출 32.6%, 영업익 35.4%, 당기순익 60.1% 증가 - 디즈니+, 출범 3개월 만에 구독자 수 2,860만 명 돌파 : 디즈니+ 가입자 1인당 월 평균 매출이 5.56달러, 다만 디즈니+ 출시 등으로 인해 전체 영업 손실은 6억 9,300만 달러 (한화 8,239억 원) 기록
게임	- 유명 IP 활용... 마케팅·개발비 줄이고 흥행 기회 포착 : 유명 IP를 활용한 게임들이 잇달아 흥행 궤도에 오르며, 게임사들의 유명 IP를 기반으로 하는 신작 게임 출시 활발 2019년 4분기 e스포츠 시청 시간 전체적으로 '급감' : 유튜브, 트위치, 아프리카 등 전 스트리밍 플랫폼에서 시청 시간 감소, 리그 오브 레전드를 제외한 오버워치, 배틀그라운드 인기 하락이 원인
업계 소식	- 제일기획이 만든 '제삼기획', 온라인 쇼핑몰의 탈을 쓴 新 광고 플랫폼 : 입점 기업 모집 중으로, 입점 파트너들에게 '상품기획', '광고인의 노하우로 남다른 콘텐츠 제작', '효과적이고 효율적인 퍼포먼스 마케팅' 제공 - 우버, 디지털 광고 플랫폼으로 변화 모색 : 애드테크 업체인 Adomni와 계약을 맺고 4월 1일부터 미국 애틀란타, 댈러스, 피닉스 3개 도시의 천여 대 우버 차량 위에 광고 디스플레이 탑재 예정

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)