

MEDIA & MARKET ISSUE Vol. 309

주요 미디어 & 마켓 이슈

Media & Market issue
2020.09

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 카카오, OTT 플랫폼 ‘카카오TV’ 출시 ... 동영상 콘텐츠 사업 본격화
- 네이버, 하반기도 커머스 집중 ... 쇼핑라이브 및 장보기 서비스 강화
- 글로벌 시장 속 K-웹툰의 영향력을 키워나가는 네이버·카카오

MARKET ISSUE

- 인플루언서 광고, 9월 1일부터 광고 표시 의무화...이전 게시물에도 적용 필수
- 비대면 선물하기 시장 확대, 모바일 선물하기 기능 도입하는 커머스 플랫폼 증가
- 유통 업계 ‘배달 전쟁’ 심화, 사회적 거리두기 연장 및 비대면 거래 일상화 영향

01

MEDIA ISSUE

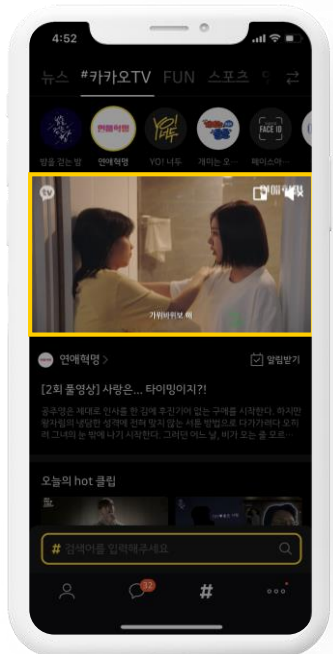
nasmedia

카카오, OTT 플랫폼 '카카오TV' 출시 ... 동영상 콘텐츠 사업 본격화

kakao

- 카카오는 9월 신규 OTT 플랫폼 '카카오TV'를 론칭하고 1일부터 자회사 카카오M에서 제작한 예능·드라마 콘텐츠들을 순차 공개
- 카카오의 IP 및 카카오M을 통한 콘텐츠 자체 제작으로 경쟁력을 높이고, 다양한 타겟 세그먼트를 겨냥한 콘텐츠 구성으로 카카오톡 이용자의 유입 유도
- 인스타그램 동영상 광고를 비롯해 10월 이후에는 콘텐츠 부분 유료 전환을 통해 다양한 수익 구조를 마련할 예정으로, 사업성 또한 강화할 예정

| 카카오TV 서비스 특징 및 강점 |



콘텐츠	제작 및 유통 채널	수익 구조
다수의 에피소드 제작 2023년까지 약 3천억 원을 투자해 240개 이상의 타이틀 확보 예정	자체 IP 활용 카카오페이지 및 다음 웹툰 IP를 활용한 콘텐츠 제작 가능	신규 동영상 광고 본 영상 시청 전 프리롤 광고 노출 및 시청 중 미드롤 광고 판매로 수익 발생
속도감 있는 빠른 호흡의 콘텐츠 한 회당 20~30분 내외의 콘텐츠 구성, 에피소드별 기승전결로 몰입도 증대	전문 제작 인프라 구성 연예 매니지먼트, 콘텐츠 제작사인 카카오M의 제작 역량 보유	유료 전환 최초 공개 7일 후 유료로 전환, 콘텐츠 단건 결제 방식 (10월 이후 예정)
타겟 세분화 10대부터 50대까지 다양한 연령층을 어우르는 드라마·예능 콘텐츠 구성	카카오톡을 통한 노출 국내 최대 이용자를 확보한 카카오톡을 통해 유저 확보 가능	

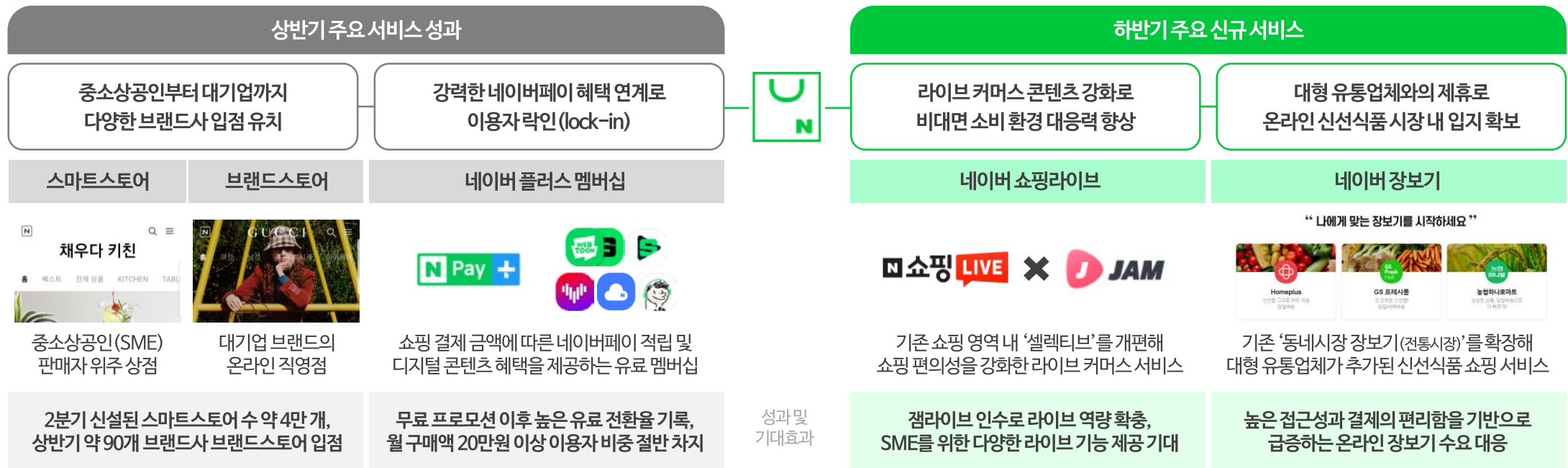
* Source : 카카오, 관련 기사

네이버, 하반기도 커머스 집중...쇼핑라이브 및 장보기 서비스 강화

NAVER

- 네이버는 제품 검색부터 결제까지 소비자의 구매 여정 전체를 아우르는 “네이버만의 커머스 생태계”를 지속 확대하고 있음
- 7월 ‘쇼핑라이브’ 서비스 개편에 이어, 8월 자회사인 스노우의 라이브 콘텐츠 플랫폼 ‘잼라이브’를 인수하며 최근 폭발적으로 성장하고 있는 라이브커머스 시장 주도권 확보 시도
- 또한 전통시장 중심이었던 기존 ‘장보기’ 서비스에 홈플러스, GS프레시 등 대형 유통업체를 추가해 생필품·신선식품 분야 강화, 종합 온라인 쇼핑 플랫폼 입지를 확보해 나갈 것으로 기대

| 2020년 네이버 쇼핑 주요 서비스 |



* Source : 네이버, 관련 기사

글로벌 시장 속 “K-웹툰”의 영향력을 키워나가는 네이버·카카오

NAVER

kakao

- 2019년 국내 웹툰의 글로벌 거래액이 1조 원을 돌파하며 글로벌 시장에서의 경쟁력 입증. 국내 주요 웹툰 사업자 중에서는 글로벌 시장 내 긍정적인 성과 기록
- 네이버웹툰은 퍼스트 무버로서 초기 시장을 선점하며 전세계 100개국 콘텐츠 1위* 기록, 카카오페이지의 픽코마는 일본 시장에 성공적으로 안착해 비게임 앱 중 매출 1위 차지
- 이외 태피툰, 레진코믹스 등 중소 웹툰 플랫폼도 활발하게 글로벌 사업 전개 중, 웹툰 IP 활용 영역이 다양하게 확장되면서 향후 더 많은 국내 사업자가 글로벌 시장에 진입할 것으로 보임

*구글플레이 만화 카테고리 103개국 기준

| 글로벌 시장 속 네이버·카카오 웹툰 |

네이버웹툰, <라인웹툰>

성과

2Q 글로벌 거래액 YoY 57% 증가

주력 시장

북미(미국)

미국 월간 결제자수 전년 대비 2배 증가
결제자당 결제 금액 약 50% 증가

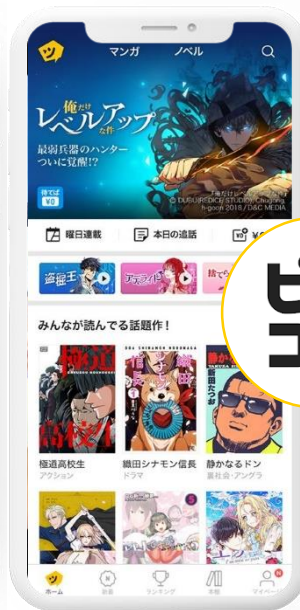
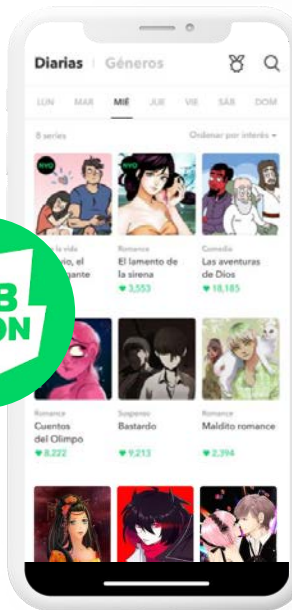
어필 포인트



글로벌 창작 생태계 조성,
현지 창작자를 발굴해
글로벌 콘텐츠 IP 확보



모바일 친화적인 UI,
양방향 소통 기능으로
미국 Z세대 공략



카카오페이지, <픽코마>

성과

2Q 글로벌 거래액 YoY 2.5배 증가

주력 시장

일본

7월 일본 양대 앱 마켓에서 비게임 부문
모든 앱 중 통합 매출 1위 기록

어필 포인트



일본 MZ세대의
모바일에 최적화된
스낵컬처 콘텐츠 수요 충족



국내에서 이미 검증된
카카오페이지 IP 기반
웹툰 콘텐츠 제공

* Source : 한국콘텐츠진흥원, 네이버, 카카오, 관련 기사

MARKET ISSUE

인플루언서 광고, 9월 1일부터 광고 표시 의무화...이전 게시물에도 적용 필수

- 9월 1일부터 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침」 개정안 시행, 공정거래위원회는 경제적 이해 관계가 있는 대가성 콘텐츠를 광고로 명확하게 표시하는 가이드라인 제시
- 국내 플랫폼은 이용자대상 해당 내용 공지 및 광고 표시 기능 제공, 정책 개정 등 자체 재제를 강화하며 자율 준수 노력

| 추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침 - 공개의 원칙 및 매체별 표시 방법 |

표시 위치

쉽게 볼 수 있는 위치
게시물 제목, 상단, 이미지 내 등

표현 방법

쉽게 인식할 수 있는 형태
적절한 문자 크기, 폰트, 색상 등

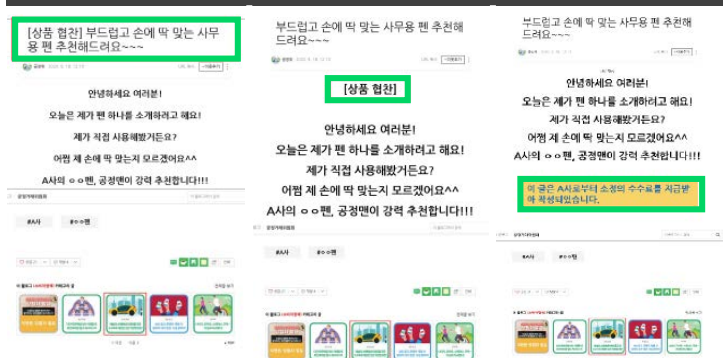
표시 내용

명확한 내용으로 표시
광고, 협찬, 금전적 지원 등

사용 언어

게시 내용과 동일한 언어 사용
본문이 한국어면, 광고 표시도 한국어

텍스트 위주의 게시물 - 블로그·카페 등



▲ 게시물 제목

▲ 본문 첫 부분

▲ 본문 끝 부분

이미지 게시물 - 인스타그램

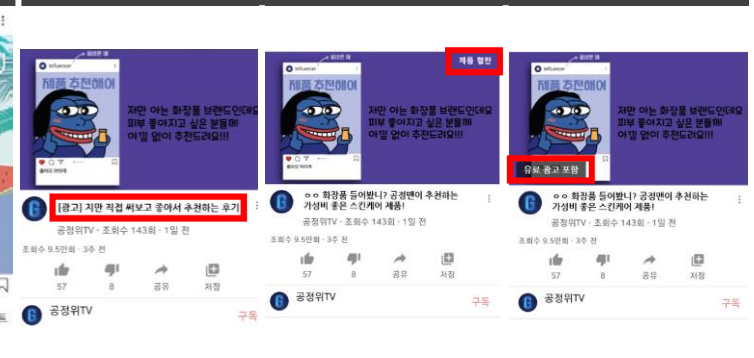


▲ 이미지 내 표시

▲ 본문 첫 줄

▲ 첫 번째 해시태그

동영상/생중계 게시물 - 유튜브·아프리카TV 등



▲ 게시물 제목

▲ 영상 내 표시

▲ 영상 위 배너

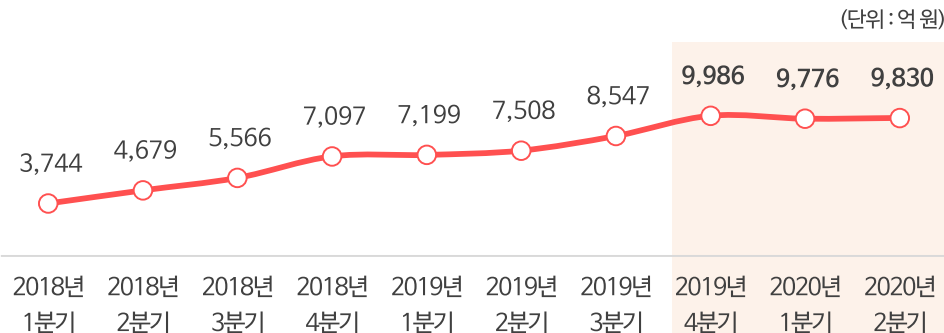
* Source : 공정거래위원회, 추천 보증 심사지침 : 경제적 이해관계 표시 안내서

비대면 선물하기 시장 확대, 모바일 선물하기 기능 도입하는 커머스 플랫폼 증가

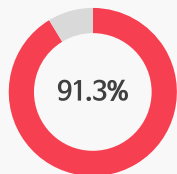
- 모바일 쿠폰 시장 규모는 2019년 3조 3,240억 원을 기록, 시즌 이슈 및 거리두기가 지속되는 가운데 편리함을 강점으로 2019년 4분기부터 분기별 거래액 9천억 원대 유지
- 카카오톡 선물하기가 전체 시장의 70%를 점유*하며 시장을 주도하고 있으나, 상품군 확대 및 큐레이션, 옵션 변경 기능 제공 등으로 차별화하며 자체 서비스하는 플랫폼 증가

* 2019년 거래액 기준, 업계 추정

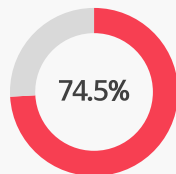
| 모바일 쿠폰 거래 규모 및 인식 |



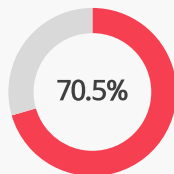
“간편하게 선물할 수 있어 편리하다”



“일상의 소소한 기쁨이 되는 느낌이다”

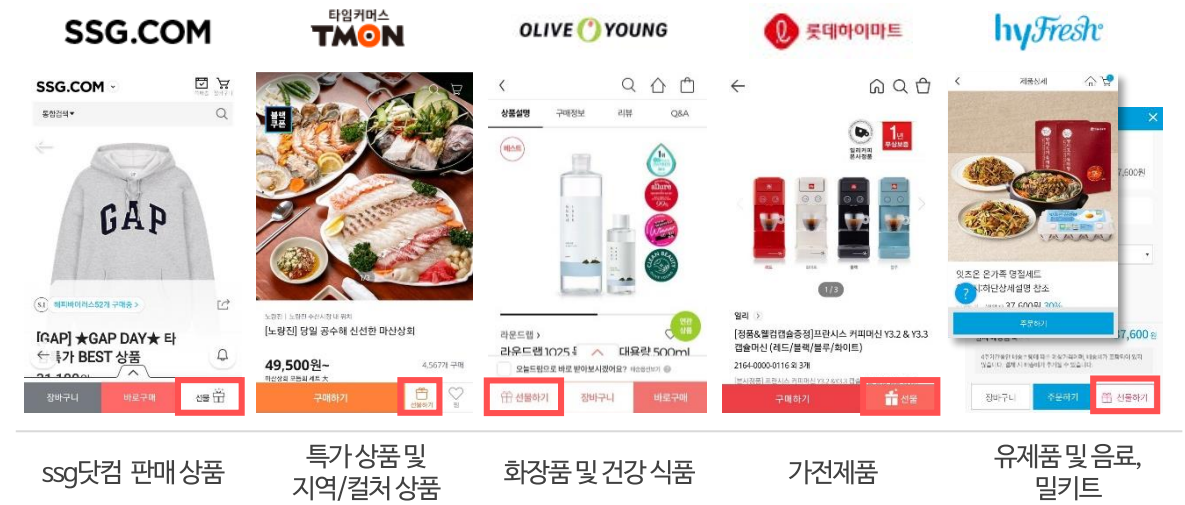


“선물하는 것에 대한 부담이 적어진 편이다”



| 모바일 선물하기 기능 제공 플랫폼 확대 |

상품 카테고리 확대 및 전문화
1만원 미만의 실속 상품에서 1백만원 이상의 고가, 프리미엄 상품 등 상품 라인업 다양화



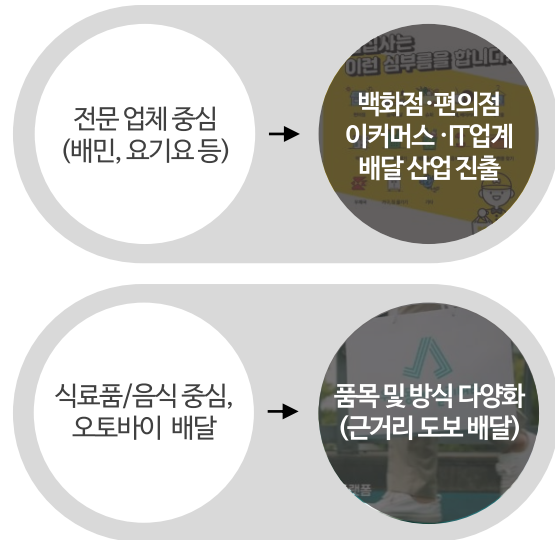
* Source : 통계청 온라인쇼핑동향, 트렌드모니터(2019.04 조사), 관련 기사

유통 업계 '배달 전쟁' 심화, 사회적 거리두기 연장 및 비대면 거래 일상화 영향

- 2020년 7월 온라인쇼핑 거래액은 약 13조 원으로 최고치 기록, 그 중 온라인 음식 배달 서비스를 포함한 '음식서비스' 거래액은 1조 3천억 원을 기록하며 전년 대비 약 66.3% 급증함
- 올해 여름 연속적인 장마와 코로나19 재확산에 따라 배달 서비스가 일상화·보편화되면서 음식 위주의 단순 배달을 넘어 배달 가능 품목 및 방식이 다양화되고 있음
- 백화점·편의점은 점포 중심 근거리 지역 배달 중심, 이커머스 및 IT 업체는 기존 플랫폼 경쟁력을 기반으로 배달 시장 내 점유율 확보 경쟁이 과열될 것으로 예상됨

| 배달 서비스 경쟁 과열 - 주요 신규 서비스 출시 활발 |

배달 시장 성장세에 따른 트렌드 변화



백화점 업계

갤러리아 백화점 '김집사블랙' 출시 (9월)
식품관 음식 주문·근처 약국 방문·세탁물 픽업 등

롯데백화점, 9월 내 식품관 음식 배달 도입 예정
심부름 대행 전문 업체 '김집사'와 제휴 검토

현대백화점 X바로그 '바로투홈' (9월)
조리식품 점포 인근 3km 지역 대상 1시간 내 배달

- 기존 배달 전문 업체와의 제휴 형태 활발
- 특정 점포 테스트 후 서비스 지역 확대 계획

편의점 업계

GS25 '우리동네딜리버리' 출시 (8월)
자체 운영하는 전국 근거리 도보 배달 서비스

CU, 9월 내 도보 배달 서비스 출시 예정
도보 배달 전문 업체 '엠지플레이팅'과 제휴

- 24시간 배달, 근거리 도보 배달 등 편의점만의 특징을 적극 활용해 차별화

이커머스/IT 업계

롯데ON, 초소량 즉시 배달 서비스 시작 (8월)
롯데마트 및 롭스 상품 1시간 내 배송

이베이코리아, '클럽이츠(Club Eats)' 상표 등록
기존 배달 서비스 개선 및 명칭 변경 검토

네이버 '장보기' 서비스 리뉴얼 (8월)
홈플러스·GS Fresh·농협하나로마트 등 제휴

나우버스킹, 카카오톡 내 '착한배달' 출시 예정
낮은 수수료 전략, 입점 업체 모집 중

- 온라인 거래 관련 IT 기술 및 운영 노하우 보유
- 기존 자사 플랫폼 이용자 데이터 활용 용이

* Source : 관련 기사

이달의단신 소식

구분	이슈
네이버 카카오	• 네이버 “스포츠·연예 매체 ‘전재료’ 대신 ‘광고수익’ 배분” : 11월부터 일반 언론사 외에 스포츠·연예 서비스 제휴 언론사에도 뉴스 공급 대가로 전재료 대신 광고 수익을 배분하도록 변경 예정 • 네이버, '내돈내산' 영수증 리뷰 출시 10개월 만에 1억 건 돌파 : 업체 방문을 인증하고 진성 리뷰를 작성하는 네이버 마이플레이스의 영수증 리뷰가 빠르게 성장 중, 일평균 영수증 제출 수는 65만장, 일 평균 리뷰 작성수는 40만건 • ‘언택트 빅2’ 네이버·카카오, B2B시장에서 기술경쟁한다 : 네이버는 인공지능(AI)과 클라우드 기술을 바탕으로 기업용 서비스 운영, 카카오는 자체 클라우드 솔루션과 올 하반기 출시할 기업용 종합업무플랫폼으로 시장 진입 • 카카오페이지, 영화·드라마 제작사 '크로스픽처스' 인수 : 인도, 일본, 중국, 미국을 주 무대로 영화와 드라마를 만들어온 제작사 '크로스픽처스' 인수, 글로벌 제작 노하우를 활용해 글로벌한 ‘슈퍼 IP’ 제작 목표
구글 페이스북	• 구글, ‘니어바이 셰어’ 발표... 안드로이드용 근거리 파일 전송 기능 : 애플의 ‘에어드롭(AirDrop)’ 같은 스마트폰 근거리 파일 전송 기능으로, 근처에 있는 안드로이드 스마트폰끼리 데이터 간편 전송 가능 • 페이스북, 15초 동영상 서비스 '릴스' 출시...틱톡 대체할까 : 인스타그램에서 미국 등 50여개 나라에서 숏폼 영상 플랫폼 ‘릴스(Reels)’ 출시, 틱톡이 미국 정부의 공격을 받는 상황에서 대체 서비스로 자리잡을 수 있을지 주목 • '페이스북 파이낸셜' 출범...전자결제 사업 본격화 : 페이스북 페이를 포함해 페이스북이 추진하는 모든 결제 관련 프로젝트를 담당하며, 페이스북 자사 모든 앱들에 결제 기능을 적용한다는 목표
방송/동영상	• 지상파-CJ-JTBC, 별도 제공해온 'IPTV 월정액 VOD' 단일화 진행 : 넷플릭스 영향력 확대로 국내 VOD 시장 잠식이 우려됨에 따라, 방송 5사가 VOD 단일화에 합의, IPTV 방송 콘텐츠 무제한으로 이용 가능한 ‘통합 월정액 상품’ 출시 추진 • 디즈니 OTT ‘디즈니플러스’, 구독자 6천만 돌파 : 2분기 실적과 함께 디즈니플러스 구독자가 6천 50만 명을 넘어섰다고 발표, 인도 시장 진출과 미국 내 버라이즌 프로모션의 시너지 효과로 해석 • "보고싶은 배우·장면만 골라보자"...KT, 이용행태에 맞춘 '시즌' 앱 개편 : 주 이용 고객인 2030세대 여성의 이용 행태를 고려해 원하는 영상을 자유롭게 골라서 볼 수 있는 개인화 맞춤형 기능 추가
매체 소식	• 네이버·카카오·네이트 모두 스포츠뉴스 댓글 잠정 중단 : 연예 뉴스에 이어 국내 3대 포털에서 스포츠 뉴스 댓글 서비스도 당분간 잠정 중단, 악성 댓글 조치 방안 마련 후 재개 예정

나스리프트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)