

MEDIA & MARKET ISSUE Vol.323

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue
2021.11

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버, 3분기 최대 매출 및 영업이익 달성...콘텐츠 사업이 성장 견인
- 카카오, 3분기 총매출 전년 대비 58% 증가...특비즈·게임 성장세 반영
- ‘메타(Meta)’로 사명 바꾼 페이스북, 메타버스 기업으로의 전환 선언

MARKET ISSUE

- 해외OTT ‘애플TV+’ 및 ‘디즈니+’ 11월 국내 상륙... 이용자 유치 경쟁
- 당근마켓, 간편 결제 서비스 당근페이 출시...이용자 편의성 확대 및 수익화 기반 마련
- 모빌리티 경쟁 접화...시장 점유율 확대를 위한 삼파전 본격화

네이버, 3분기 최대 매출 및 영업이익 달성...콘텐츠 사업이 성장 견인

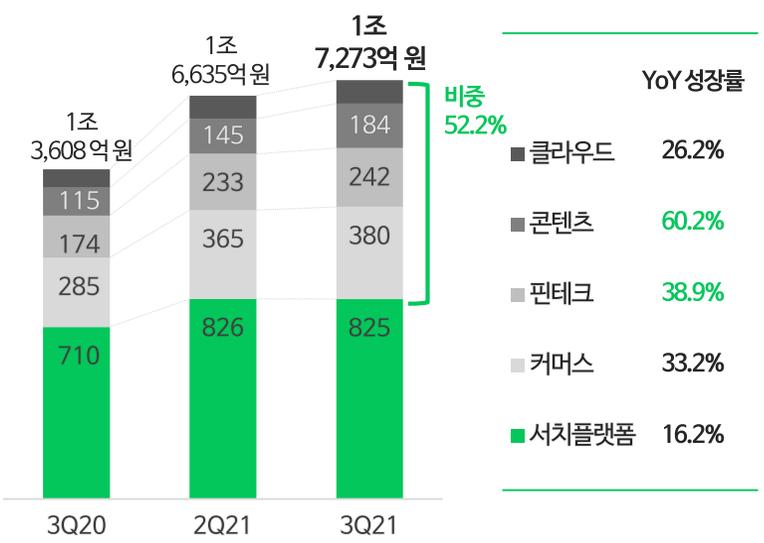
- 3분기 매출은 1조 7,273억 원, 영업이익 3,498억 원으로 각각 전년대비 26.9%, 19.9% 성장, 제페토 플랫폼 및 글로벌 웹툰 흥행으로 콘텐츠 부문 매출 전년대비 60.2% 증가
- 국내에서는 신규 기능을 도입한 머천트솔루션*센터를 12월 출시 예정이며, 연내 일본 스마트스토어 서비스를 본격화하며 이커머스 분야의 글로벌 확장을 강화해 나갈 전망

*머천트솔루션: 중소개인사업자대상 스토어 판매 전 단계 서비스

| 3분기 네이버 부문별 매출 현황 |

매출 1조 7,273억 원 / 영업이익 3,498억 원

(단위:십억원)



사업 부문별 주요 이슈 및 향후 계획

사업 부문	주요 이슈	향후 계획
3분기 주요 성과	[콘텐츠 부문 성장] 네이버웹툰 월 거래액 1천억 원 돌파, 메타버스 플랫폼 제페토 이용자 증가(누적가입자 2억 4천만 명) [전략적 파트너십] 카페24와 지분 교환(8월), CJ대한통운(빠른배송)/이마트(장보기서비스 10월 출시) 시너지 확대	
서치플랫폼	UGC 활성화, 검색 주제 확장 및 정확도 개선 광고를 넘어 마케팅 솔루션 플랫폼으로 진화 노력 검색 YoY +10.9% / 디스플레이 YoY +33.2%	연내 스마트 플레이스를 지역 SME 통합 솔루션으로 개편 예정 네이버 커머스 데이터와 AI 추천 기술 기반 마케팅 솔루션 발굴
커머스	100만부 쇼핑라이브, 분기 100억 매출 브랜드 등장 - 쇼핑라이브 거래액 YoY 13배 성장 - 브랜드스토어 거래액 YoY 3배 성장, 올해 누적 1조원 달성	라인·지홀딩스와의 협업으로 일본 스마트스토어 사업 본격화 SME 성장을 지원하는 머천트솔루션센터 12월 출시 예정
콘텐츠	웹툰 IP 보유 파트너 협업 본격화, 제페토 수익 증가 웹툰 매출 YoY +79%, 스노우 매출 YoY 2배 이상 성장	왓패드웹툰스튜디오 기반 영상/출판 등 IP 사업 전개 예정 제페토, 창작자 툴 확장 및 이용자 참여형 지향

* Source : 네이버

카카오, 3분기 총매출 전년 대비 58% 증가...특비즈·게임 성장세 반영

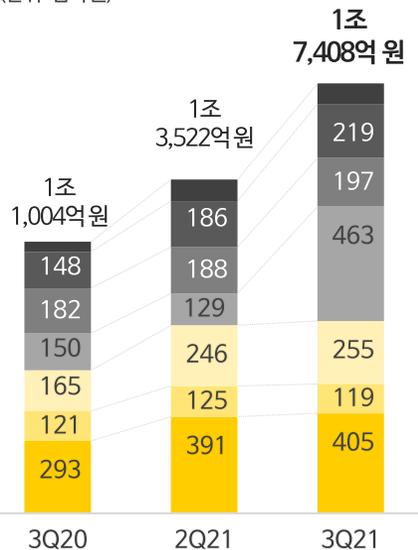


- 3분기 매출은 전년 대비 58.2% 증가한 1조 7,408억 원, 영업 이익은 39.9% 성장한 1,682억 원 기록, 특비즈 광고와 모바일 게임 '오딘'의 성공 영향으로 사상 첫 네이버 매출 추월
- 최근 유럽 법인을 설립한 '카카오픽코마(웹툰)'는 11월 유럽 시장에 본격 진출 예정이며, 자회사 '그라운드X'의 기술력을 기반으로 카카오만의 NFT 사업을 준비해 나갈 계획

| 3분기 카카오 부문별 매출 현황 |

매출 1조 7,408억 원 / 영업 이익 1,682억 원

(단위:십억원)



- 미디어 영상제작, 매니지먼트
- 스토리 페이지(카카오웹툰), 픽코마
- 뮤직 멜론, 음반유통, 음악제작
- 게임 모바일/PC, 카카오VX
- 플랫폼 기타 모빌리티, 페이, 엔터프라이즈 등
- 포털비즈 다음, 기타 자회사 광고
- 특비즈 광고형(비즈보드, 채널 등) 거래형(선물하기, 톡스토어 등)

사업 부문별 주요 이슈 및 향후 계획

사업 부문	주요 이슈	향후 계획
3분기 주요 성과	[개인화 서비스] 카카오톡 '지갑' - 10월말 기준 약 2,600만 명 가입해 연말 목표 조기 달성 [신규 게임] 모바일 게임 '오딘' 성과로 게임 부분 매출 YoY +208% 성장하며 전체 매출 상승 견인	
특비즈 광고	비즈보드, 브랜딩 광고주까지 유입되며 성장 가속 '특채널 메시지X싱크' 결합 마케팅 성공 사례 확산 광고사업 YoY +42% / 특채널 메시지 YoY +64%	특채널 비즈 파트너스 성장 기대 카카오싱크 광고주 4분기에도 지속 확대 전망
특비즈 거래형	선물하기, 프리미엄 배송상품 라인업 확대 특딜 시즌 프로모션 정례화로 신규 구매자 유입 배송상품 거래액 YoY +70%, 특딜 거래액 YoY +49%	입점 소상공인 대상 '카카오 클래스' 확대 예정 럭셔리/프리미엄 상품 라인업 확대
뮤직/스토리 /미디어	카카오엔터, 북미 플랫폼 일 거래액 QoQ +77% 카카오웹툰 태국 서비스, 현지 시장 내 영향력 증대 스토리 플랫폼과 IP 거래액 3,277억 원, YoY +47%	카카오픽코마, 11월 유럽 시장 진출 예정 오리지널 IP를 중심으로 글로벌 시장 경쟁력 강화

* Source : 카카오

'메타(Meta)'로 사명 바꾼 페이스북, 메타버스 기업으로의 전환 선언

Meta

- 페이스북은 '메타'로 사명 변경, 메타버스 기업으로의 새로운 정체성을 선보였으며 사업 확장을 통해 하드웨어와 소프트웨어 결합한 자체 생태계 구축이 가능할 것으로 기대
- 메타는 메타버스 서비스 '호라이즌', VR 헤드셋 및 스마트 글래스 출시 등 메타버스 사업에 활발히 진출해오고 있으며 최근엔 메타의 AR, VR 기기 체험 가능한 오프라인 매장 검토 중

| '메타' 사명 변경 의미 |



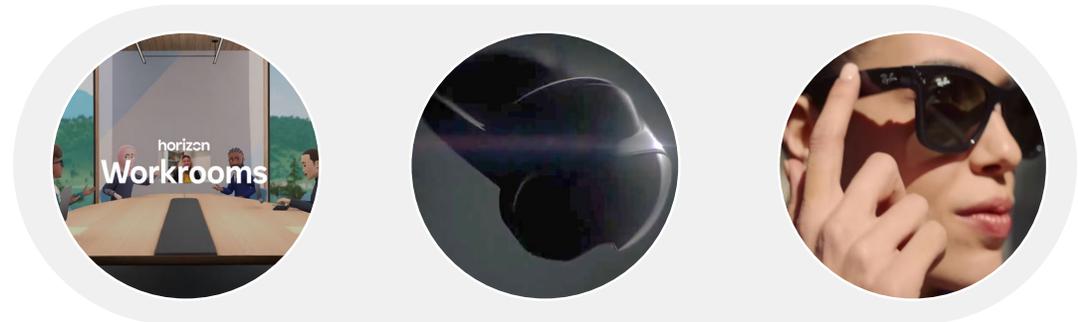
'커넥트컨퍼런스' (10.28)에서 메타버스 관련해 페이스북의 새로운 비전과 사명 공개
→ 사명 변경을 통해 소셜미디어 기업을 넘어 메타버스 기업으로의 전환을 선언

메타버스로의 확장

SNS 성장 동력인 한계
독자적 플랫폼 구축 가능성
광고·아이템 판매 등으로 다양한 수익 창출 ...

하드웨어 X 소프트웨어 망라한 신사업으로의 확장성 필요

| 메타버스 관련 사업 진출 현황 |



메타버스 플랫폼
메타버스 서비스 호라이즌 기반,
업무·쇼핑 등 다양한 기능 지원

VR 헤드셋
'오쿨러스'에 이어 출시 예정인
'프로젝트 캄브리아' 정보 공개

스마트 글래스
레이번과 협력한 '레이번 스토리' 출시
500만 화소 카메라 탑재



메타산하의 '리얼리티랩스'에서 제작하는 AR, VR 기기 체험 가능한 오프라인 매장 검토 중

* Source : Oculus, 관련 기사

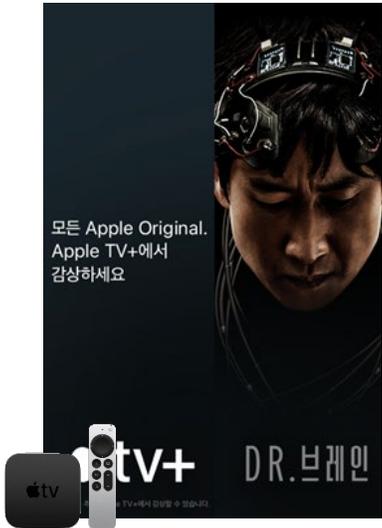
02

MARKET ISSUE

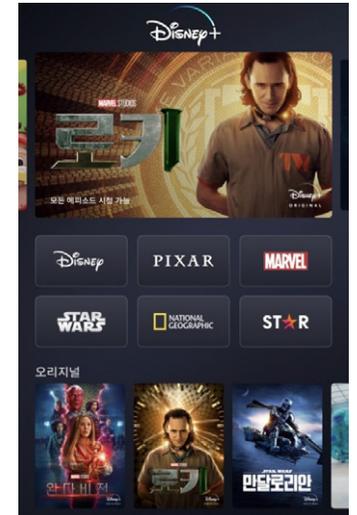
해외 OTT '애플TV+' 및 '디즈니+' 11월 국내 상륙...이용자 유치 경쟁

- 애플은 OTT 앱 '애플 TV+'와 셋톱박스 '애플TV 4K'의 한국 서비스 시작, 애플 디바이스 간 연동 및 콘텐츠 큐레이션 등을 통해 시청자 경험 향상시킬 계획
- 디즈니+는 기존에 보유한 파워 IP 기반 콘텐츠로 이용자 유입을 유도할 예정이며, 2024년까지 국가별 50편의 오리지널 콘텐츠를 제작해 콘텐츠를 다양화할 전망

| '애플TV+' VS. '디즈니+' 국내 진출 전략 |



11월 4일 (첫출시, 2019년 11월 1일)	한국 출시일	11월 12일 (첫출시, 2019년 11월 12일)
애플TV+ 월 6,500원 애플TV 4K 23만 9천 원	가격	월 9,900원 연간 9만 9천 원
6명	동시 접속 최대 인원	4명 (최대 7개 계정 생성 가능)
자체 제작한 오리지널 콘텐츠만 제공 애플TV 4K 셋톱박스 통한 외부 OTT 앱 지원 및 큐레이션 제공	주요 경쟁력	디즈니·마블·픽사 등 파워 IP 콘텐츠 (1만 6,000편) 보유 2024년까지 국가별 50편 오리지널 콘텐츠 제작 예정
K-오리지널 콘텐츠 제공 웹툰 원작 드라마 '닥터 브레인' (공개), 소설 원작 드라마 '파친코' (공개 예정) SK브로드밴드 제휴 및 IPTV 탑재	국내 진출 전략	K-오리지널 콘텐츠 제공 '런닝맨 스피노프' (공개), 영화 '무방' (하반기), 드라마 '너와나의경찰수업' (내년) 등 LGU+ 제휴 및 IPTV 탑재, KT 디즈니+ 초이스 모바일 요금제 출시



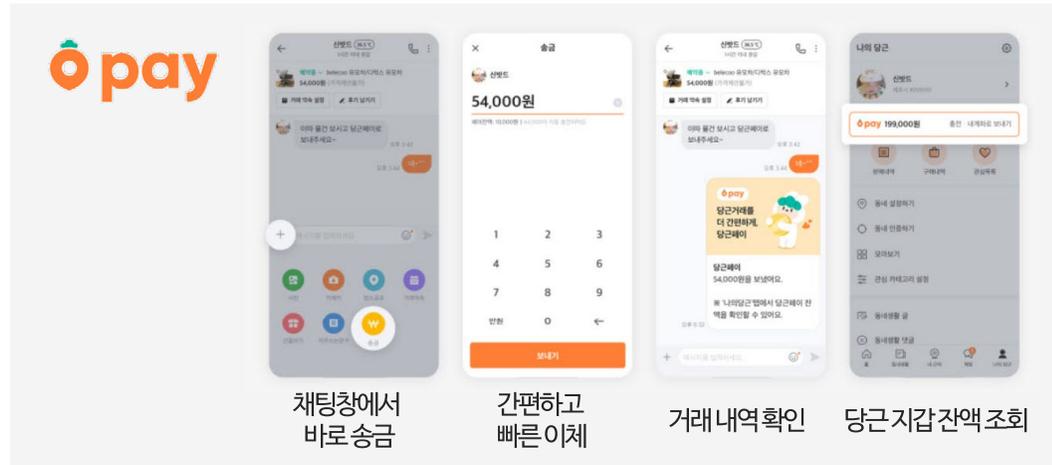
* Source: 관련 기사, 각사 발표

당근마켓, 간편 결제 서비스 ‘당근페이’ 출시…이용자 편의성 확대 및 수익화 기반 마련

- 당근마켓은 은행 계좌와 연동해 선 충전 방식으로 간편 결제를 지원하는 당근페이 런칭, 제주도 첫 적용 이후 연내 전국 확대 예정
- 이웃 간 중고거래의 결제 안전성과 편의성을 제공할 뿐 아니라 향후 지역 기반 서비스의 간편 결제를 지원하며 수수료 수익화 및 비즈니스 확장 예정

| 당근페이 출시 및 중고거래 플랫폼의 간편결제 서비스 지원 현황 |

| 당근페이 적용 확대 계획 |



채팅창에서 바로 송금 간편하고 빠른 이체 거래 내역 확인 당근 지갑 잔액 조회

당근마켓	헬로마켓	번개장터	중고나라
당근페이	헬로페이	번개페이	네이버페이, 유니크로



* Source : 관련 기사

모빌리티 경쟁 점화...시장 점유율 확대를 위한 삼파전 본격화

- 모빌리티 1위사업자 카카오 T가 서비스를 재정비하는 사이 타다와 우티가 공격적인 마케팅을 통해 시장 점유율 확보 노력
- 급성장하고 있는 모빌리티 시장에서 타분야사업자와 연합 형태 진입을 통해 택시 호출 분야 외 MaaS* 시장 선점 경쟁이 본격화될 전망

* MaaS(Mobility as a Service): 다양한 이동 수단 관련 서비스를 단일 플랫폼에서 제공하는 서비스형 모빌리티

| 모빌리티 시장 현황 |

모빌리티+핀테크

타다

현황

- 금융플랫폼 '토스', '타다' 지분 60% 확보(10월)
- 현재 개인·법인 택시 플랫폼 가맹사업 '타다라이트' 운영
- '타다대리' 서비스 종료, 대리운전사업 철수(8월)

강점

- '쏘카(타다 지분약40%보유)'와 핀테크기업 '토스', '타다'간 시너지 창출가능
- '토스'의 금융결제서비스 기반의 다양한 사업 확장성

향후 계획

- 대형 택시 서비스 '타다빅스트' 출시 계획(12월)
- 대형 모빌리티서비스 기사 모집중, 100대 운영 목표
- 핀테크-모빌리티 서비스를 결합해 시너지 도모

[국내 택시 호출 앱 이용자 수]



[가맹 택시 현황]



* 2021년 8월 기준

모빌리티+텔레콤

우티

현황

- 차량공유 업체 우버와 SK텔레콤 합작회사 출범(4월)
- 택시 호출 중개 앱 '우티' 출시(11월)

강점

- 글로벌 원 앱-하나의 앱으로 한국에서는 우티 택시, 해외 1만개 도시에서는 우버 이용 가능
- 이용자를 대상으로 횡수에 관계 없이 요금 20% 할인 및 카카오 T보다 낮은 수수료로 가맹 기사 확보중

향후 계획

- 가맹 택시 올연말 1만대, 2022년까지 2만대 확보 목표
- 택시 합승 서비스 '우티풀' 출시 예정(2022년)
- 빠른 배차 서비스 '우티 플래시' 및 탄력 요금제 도입 예정

* Source : 관련 기사, 모바일 인덱스

이달의 단신 소식

구분	이슈
주요 매체	<ul style="list-style-type: none"> • 네이버, 사용자 특성 반영한 맞춤형 검색 서비스 ‘에어서치’ 출시 : 사용자 질문 의도와 성별·연령 반영한 맞춤형 인공지능(AI) 기반 검색 서비스 출시, 이용자 의도 맞춤형 검색 결과 제공 기대 • 인스타그램, 공동 포스팅 기능 ‘콜랩스(Collabs)’ 시험 출시 : 앱 내 게시물 공동 제작할 이용자 초대, 다른 이용자와 함께 게시물·릴스 업로드 및 조회 수·좋아요 공유 기능 • 트위터, 채팅 앱 ‘스피어(Sphere)’ 인수 : 영국 런던에 기반을 둔 채팅 앱 개발 회사 ‘스피어’ 인수 통해 내부 채팅 기능 강화 및 트위터 내 편의 기능 개발로 이어질 것이라는 전망
유통/커머스	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 온라인 명품 시장 1조 원 돌파... 325억 원 가량 투자 유치한 발란·사옥 확장 나서는 머스트잇 : 명품 플랫폼사들은 시장 선점 경쟁 중이며 발란은 325억 가량의 투자 유치, 머스트잇은 사옥 확장 및 쇼룸형 매장 오픈 예정 • 쿠팡, ‘리방’ 본격 키운다... 오픈마켓 상품 확대 : 기존 직매입 상품 위주로 방송하던 라이브 판매를 오픈마켓 영역으로도 확장, 네이버와 카카오 등 빅테크가 선점하던 라이브 커머스 시장 경쟁 심화될 전망 • 마켓컬리, 큐레이션 절차 거치는 ‘큐레이티드 마켓’으로 오픈마켓과 차별화 : 마켓컬리는 내년 상반기 ‘큐레이티드 마켓플레이스’ 출시 선언했으며 까다로운 큐레이션 절차를 거치는 데에서 일반 오픈마켓과 차별화됨을 강조
게임/모바일	<ul style="list-style-type: none"> • 카카오게임즈 3분기 매출 전년비 210% ↑ ... 오딘 효과 특출 : 2021년 3분기 매출 4,662억 원, 영업이익 427억 원 기록 공시, 전년 대비 각각 210%, 101% 증가했으며 ‘오딘’ 출시 성과가 반영되어 분기 최고 실적 달성한 것으로 분석 • 원스토어 “3분기 거래액 또 역대 최대... 13분기째 성장세” : 국산 앱마켓 원스토어, 3분기 전체 거래액 작년 동기 대비 27.8% 증가하며 분기 기준 역대 최대치 경신 • 한국인 하루 평균 5시간 모바일 앱 이용... 세계 3위 : 앱애니 분석 결과에 따르면 10월 기준 한국의 하루 평균 모바일 앱 사용시간은 5시간으로, 지난 분기에 비해 4.2% 증가했으며 전세계 앱 사용시간 3위를 기록
NFT	<ul style="list-style-type: none"> • NFT, 1년만에 35배 성장... 다양한 산업군에서 부가가치 창출 수단으로 부각 : NFT 전문 분석 사이트 논펀지블닷컴에 따르면, 2021년 2분기 전세계 NFT 거래 대금은 약 8조 8,153억 원을 돌파하며 전년 동기 대비 약 35배 성장 • 카카오 미국 NFT 스타트업에 투자... 3D 메타버스 겨냥 : 카카오, 미국 NFT 스타트업 ‘슈퍼플라스틱’에 투자, 급성장 중인 세계 NFT 시장에서 새로운 사업 기회를 잡으려는 전략으로 풀이

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)

나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 나스미디어에서 작성해 무료로 배포하는 보고서입니다.
단, 해당 보고서를 인용 또는 활용 시에는 아래 사항을 꼭 유의해주시기 바랍니다.

보고서 인용 및 활용 시 주의 사항

1. 본 보고서를 인용 및 활용 시에는 사전 동의를 득해야 합니다.
2. 본 보고서의 텍스트 내용을 임의로 가공해서 기사글이나 본문에 재인용하는 것을 금지합니다.
3. 본 보고서 전문을 웹에 게시하거나 상업적으로 활용할 수 없습니다.

출처 표기 시 유의 사항

1. 본 보고서를 PDF 파일 혹은 이미지 스크린샷 형태로 인용할 경우 아래와 같은 표기법을 지켜주시기 바랍니다.
출처: (한글) 나스미디어, (영문) nasmedia
2. 본 보고서에서 활용한 외부기관자료의 데이터를(정량적 수치) 인용할 경우
보고서 내에 표기되어 있는 원본 자료 출처를 명시해주시기 바랍니다.
예시: 나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (나스미디어 X)