

MEDIA & MARKET ISSUE Vol.336

주요 미디어 & 마켓 이슈

Media & Market issue
2022.12

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버·카카오, 2022 카타르 월드컵 특화 커뮤니티 서비스 확대
- 네이버, 최신 기술 및 데이터 기반 검색 엔진 고도화... 맞춤형 정보 제공 목적

MARKET ISSUE

- 10대 청소년 미디어 이용 조사, 인터넷 활동 및 숏폼 영상 이용 증가
- OTT 업계, 2023년 OTT 시장 점유율 확보를 위한 콘텐츠 경쟁 치열

네이버·카카오, 2022 카타르 월드컵 특화 커뮤니티 서비스 확대

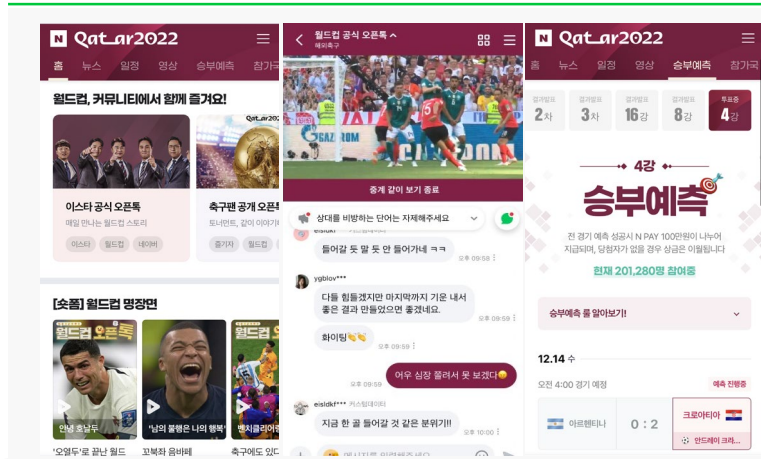


- 관심사 기반 커뮤니티를 강조해왔던 네이버와 카카오는 월드컵 기간 내 월드컵 이슈를 활용한 커뮤니티 기능을 제공하며 자사 플랫폼 내 활성 이용자 및 체류 시간 증대 도모
- 온라인 중계권을 확보한 네이버는 '중계 같이 보기(오픈톡)' 및 '승부예측' 등 몰입감 높은 참여 이벤트 제공, 카카오는 포털·카카오톡·카카오맵 등 자사 플랫폼 적극 활용

| 네이버·카카오 월드컵 특화 서비스 운영 |

NAVER

실시간 온라인 중계를 중심으로 오픈톡·승부예측 이벤트 등 진행



브라질 16강전 네이버 성과 → 누적 시청자수 약 706만 명
 응원톡(댓글) 약 45만 개 이상
 승부예측 이벤트 약 47만 명 참여

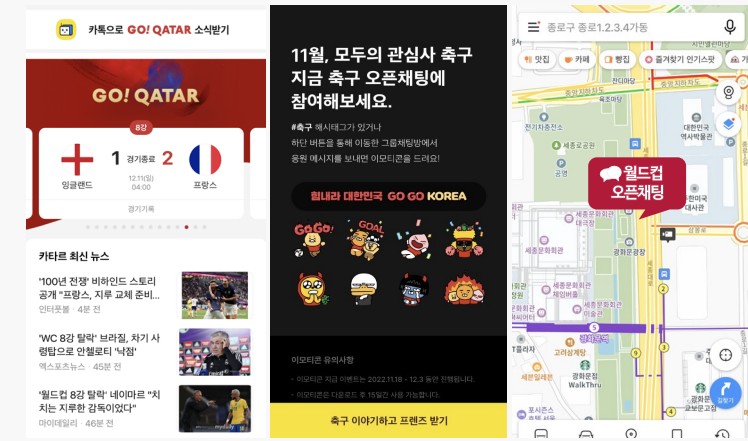
공통점

특집 페이지
주요 이슈
· 숏폼 영상 등 제공

커뮤니티
#월드컵 관련
실시간 소통

kakao

다양한 자사 플랫폼을 활용해 월드컵 관련 오픈채팅 이용 유도



플랫폼별 오픈채팅 유도 → 포털 다음 특집 페이지 운영
 카카오톡 이모티콘 이벤트
 카카오톡 오픈링크 도입

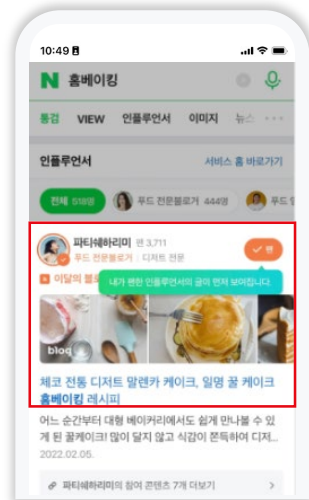
* Source : 관련 기사

네이버, 최신 기술 및 데이터 기반 검색 엔진 고도화...맞춤형 정보 제공 목적

NAVER

- 네이버는 축적된 데이터를 최신 기술과 결합한 다양한 검색 서비스 도입, 이용자의 검색 의도에 따라 빠르고 편리하게 원하는 정보를 제공할 수 있는 검색 생태계 구축 진행 중
- 향후 지속적인 검색 서비스 고도화를 통해 정보 검색 플랫폼으로서 네이버의 점유율 및 경쟁력을 강화하고, 이용자의 콘텐츠 소비량과 체류 시간을 증대해 나갈 것으로 기대

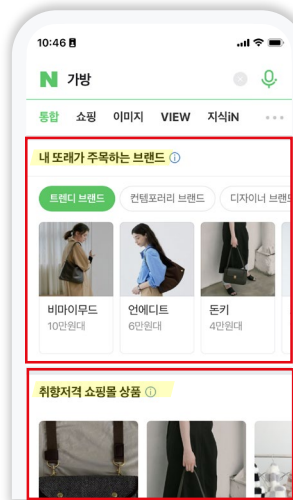
| 네이버 검색 서비스 업데이트 현황 |



‘팬’ 설정한 블로거 게시물
검색 결과 최상단 노출(11/28)

검색 결과 최상단에
‘팬’으로 설정한 블로그 게시물 노출

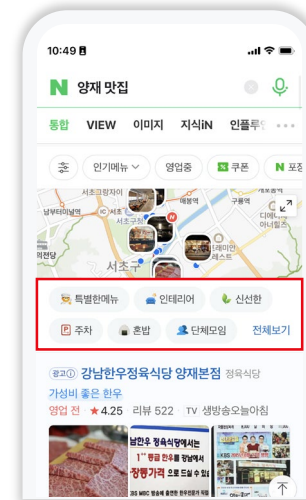
↓
사용자 취향에 맞는
UGC 콘텐츠 우선 탐색 가능



탐색형 검색 서비스 ‘스마트블록’
스포츠·패션 분야 우선 도입(12/8)

트렌드와 개인의 관심사 반영된
사용자 맞춤형 결과 제공

↓
사용자는 검색 결과 콘텐츠 통해
추가 정보 탐색 가능



장소 검색 결과에
‘키워드 리뷰 필터’ 도입(12/10)

키워드 리뷰 콘텐츠 활용한
검색 결과 제공

↓
사용자 검색의도에 맞춰
세분화된 컬렉션 정보 탐색 가능

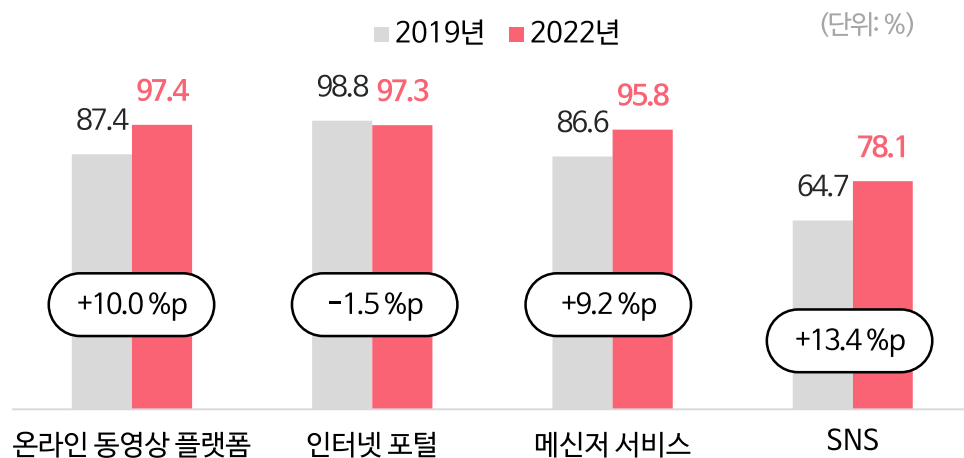
* Source : 네이버, 관련 기사

MARKET ISSUE

10대 청소년 미디어 이용 조사, 인터넷 활동 및 숏폼 영상 이용 증가

- 국내 만 10~18세 청소년 대상 조사 결과, 하루 평균 약 8시간 인터넷을 이용하고 있으며 거의 모든 청소년이 최근 1주일 내 온라인 동영상·포털·메신저 서비스 이용 경험이 있음
- 거의 모든 청소년이 유튜브와 카카오톡을 이용하고 있으며, 유튜브 쇼츠·인스타그램 릴스 등에서 숏폼 동영상을 즐겨 시청하고 인스타그램 DM 및 디스코드 이용률 증가

| 최근 1주일 내 온라인 플랫폼/서비스 이용률 |



지난 1주일 내 온라인 동영상 플랫폼을 이용한 적이 있는 청소년 중 **28.1%**는 직접 동영상을 업로드해 본 경험 있음



| 2019-2022 주 이용 동영상/메신저 플랫폼 TOP 5 |

온라인 동영상 플랫폼 TOP 5 (단위: %)

	2019	2022
1 유튜브	98.1	97.3
2 유튜브 쇼츠	-	68.9
3 인스타그램 릴스	-	47.6
4 틱톡	-	39.6
5 트위치	14.8	15.3

메신저 서비스 TOP 5 (단위: %)

	2019	2022
1 카카오톡	92.5	95.3
2 인스타그램 DM	20.0	52.3
3 페이스북 메신저	56.1	30.0
4 디스코드	-	22.4
5 트위터 DM	5.8	4.8

* Source : 2022 10대 청소년 미디어 이용 조사(한국언론진흥재단)

OTT 업계, 2023년 OTT 시장 점유율 확보를 위한 콘텐츠 경쟁 치열

- 국내 통신사는 비통신 부문 성장을 위해 OTT 사업에 지속 투자, KT 시즌은 티빙과 합병법인을 출범했고 LGU+는 기존에 보유한 키즈 콘텐츠를 확장하여 OTT 시장 진출
- 글로벌 OTT 디즈니플러스도 100주년을 맞이하여 다양한 라인업 공개, 특히 한국 오리지널 콘텐츠를 13편 이상 공개해 국내 시장 내 점유율을 확보해 나갈 전망

| OTT 시장 최신 이슈 |

TVING kt seezn

* 12월 1일 합병, KT 및 티빙 콘텐츠 시너지 창출 전망



KT 시즌 콘텐츠 700편, 티빙에 순차 공개 예정
KT 모바일 요금제/부가서비스로 티빙 제공(시즌에서 변경)
티빙 오리지널 콘텐츠 <술꾼도시여자들 2> 굿즈, KT 판매

강화된 콘텐츠 라인업 확보 및 다각적 유통 전략 목표

LGU+

* 키즈 OTT '아이들나라' 개편하며 시장 진출

아이들나라

- IPTV 기반 영유아 미디어 플랫폼에서 모바일 기반 키즈 전용 OTT로 전환
- 2027년까지 가입자 100만 명 목표

* OTT 관련 스타트업 투자 단행

WATCHA

왓챠 인수 추진 중
400억 원 투자 예정



시너지 창출 가능한
교육 관련 기업 투자

비통신 사업 성장 동력 확보의 일환으로 OTT 사업 강화

Disney+

* 2023년 한국 오리지널 콘텐츠 13편 이상 공개 예정



디즈니 자사 브랜드 콘텐츠 50편 이상 제작·개봉 계획
소속사 '하이브' 협업 및 시즌2 제작 등 한국 라인업 확대

* 미국 대상, 월 7.99달러 광고 요금제 '베이직' 출시(12/8)

K-콘텐츠 파급력 입증, 드라마/예능/다큐 지속 발굴 예정

* Source : 관련 기사

이달의단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	- 네이버 뉴스, 2023년 4월 ‘아웃링크’ 도입…언론사 선택에 따라 적용 여부 결정 가능 :언론사가 직접 편집하는 언론사 홈/편집판 및 PC 메인 등 기사에 아웃링크 적용 허용 예정, 단 아웃링크 선택시 네이버가 지급하는 광고 수익 일부는 지급 불가 - 유튜브, 2022 국내 인기 동영상 및 크리에이터 결산 결과 발표 :2022년에는 일상생활부터 음악까지 화제성과 공감을 동시에 충족하는 콘텐츠가 주목, 소울리스좌·임영웅·1분요리 똑딱이형 등이 인기 콘텐츠로 선정됨 - 유튜브, 구독자 500명 이하 채널도 커뮤니티 개설 허용 :유튜브는 채널에서 ‘고급 기능’ 접근이 되면 커뮤니티 탭 사용할 수 있게 변경, 더 많은 크리에이터가 시청자들과 상호 작용할 수 있도록 지원할 것으로 기대
OTT	- 국내 게임사 ‘네오위즈’, 게임 〈고양이와 스프 – 넷플릭스 에디션〉 넷플릭스 입점 :2022년 10월 네오위즈와 넷플릭스 간 퍼블리싱 계약을 통해 탄생, 기존 모바일게임 〈고양이와 스프〉 기반으로 넷플릭스 회원 위한 맞춤형 서비스 적용 - KT스카이라이프, 넷플릭스 광고 요금제 간편 가입 지원 :스카이라이프는 TV 통해 넷플릭스로 진입해 ‘광고형 베이식’ 요금제 선택 후 간단한 정보 입력 시 가입과 시청 가능하게 지원, 구독료는 스카이라이프 이용료와 통합 청구 - IHQ OTT ‘바바요’ 가입자 30만 돌파…비즈니스 모델로 ‘광고’ 도입 본격화 :LG 스마트TV에 ‘오늘부터 운동똥’, ‘바바요 예능’, ‘바바요 생활정보’ 등 FAST(광고 기반 무료 스트리밍 TV) 플랫폼 채널 3개 오픈, 앱 내 광고 위한 시스템 연내 구축 예정 - 뉴 아이디, LG 스마트TV에 FAST 채널 공급 시작 :LG 채널 국내 서비스 도입에 앞서 영화·드라마 유통사, 장르별 콘텐츠 제작사와 손잡고 IHQ ‘돈줄내려 왔습니다’, MBC에브리원 ‘어서와~ 한국은 처음이지?’ 등 채널 런칭
유통	- 네이버 쇼핑, 스마트스토어 사업자 대상 ‘도착보장’ 배송 12월 20일 개시 예정 :네이버 기술 기반 주문 데이터, 물류 재고, 택배사 배송 등 데이터를 분석해 고객에게 높은 정확도로 도착일을 보장하는 솔루션 출시 예정 - SSG닷컴, 온라인 장보기 서비스 개편…분산된 장보기 서비스 창구 일원화 :11월 27일부터 새벽배송물과 트레이더스물을 이마트몰로 통합해 운영, 고객 편의성을 증대시키고 배송 권역을 재편해 물류 효율을 높일 계획 - SSG닷컴·롯데온·컬리 등 뷰티 카테고리 대폭 강화 :뷰티 전문관 신설 및 트렌드에 민감한 MZ세대를 타깃으로 단독·기획 상품 런칭 등을 통해 신규 회원 확보 및 사업 성장 기대

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)