

# MEDIA & MARKET ISSUE Vol.376

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue  
2026.04

Published by  
Media Insight team

**kt** nasmedia

# INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

## MEDIA ISSUE

- 네이버 '시브리핑' 이용률 성장세 지속, 하반기 광고 도입 테스트 계획
- 카카오, '카카오툴즈' 확대 개편...외부 파트너십 확대로 일상 시 전략 고도화
- 인스타그램, 스토리 특화 유료 서비스 '인스타그램 플러스' 글로벌 시범 운영

## MARKET ISSUE

- 구글에 지도 데이터 반출 허용...국내 지도 플랫폼은 로컬 기반 서비스로 차별화
- FIFA-유튜브, 북중미 월드컵 선호 플랫폼 협약 체결...변화하는 스포츠 시청 대응

01

# MEDIA ISSUE

# 네이버 '시브리핑' 이용률 성장세 지속, 하반기 광고 도입 테스트 계획



- 네이버시브리핑은 2025년 3월 출시 이후 적용 분야 확대와 서비스 고도화를 통해 이용자의 검색 경험 변화를 주도
- 2026년 네이버는 시브리핑 적용 범위를 40%까지 확대하고 개별 서비스에 시 기술을 적용하는 '버티컬 AI' 전략을 전개할 예정, 또한 하반기부터 시 검색 결과에 광고 테스트 계획

## | 시브리핑 주요 업데이트 내용 및 성과 |



<b>2026년 주요 업데이트</b>	2025년 3월 출시 이후 약 22건의 업데이트 진행 2026년 1~2월 9차례 업데이트 진행
<b>업데이트 내용</b>	<p><b>검색 결과물 가독성 향상</b></p> <p>단순 나열식 검색 결과 요약에서 벗어나 이용자에게 한눈에 알아보기 쉽게 정보 제공</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 표·이미지 등 시각화 답변</li> <li>· 요약문 내 핵심 정보 하이라이트</li> <li>· 클릭 한번으로 연관 키워드 재검색 기능 등</li> </ul>

<p>통합 검색 쿼리 비중 20% <b>조기 달성 (2025년 12월 초)</b></p>	<p>'재검색 키워드' 클릭률 <b>86.1% ▲ (도입 초기 대비)</b></p>
<p>시브리핑 하단 '관련 질문' <b>클릭 6배 ▲ (2월 기준)</b></p>	<p>문장 형태 검색 비중 <b>2배 ▲</b> 의문문 검색 <b>3배 ▲</b> 요청형 검색 질의 <b>5배 ▲</b></p>

## | 시브리핑 서비스 향후 계획 |

- 2026년 4월 9일 **CLOVA X CUC:**  
대화형 AI 서비스 '클로바X', AI 검색 서비스 '큐(Cue:)' 종료  
독립형 AI 서비스에서 각 서비스 내 AI 기술을 적용하는 버티컬 AI 전략에 집중
- 2026년 4월 30일  
연관검색어 서비스 19년 만에 종료  
검색 결과를 요약과 추천 방식으로 전환하여 AI 검색 경험을 제공하는 데 주력
- 2026년 하반기 **AI 브리핑**  
시 검색 결과에 광고 테스트 예정  
사용자 탐색 흐름을 방해하지 않는 방안을 최우선 순위에도 두고  
유용한 콘텐츠 내용 속에 자연스럽게 광고가 노출되는 방법을 검토
- 2026년 연말 **AI 브리핑**  
시브리핑 적용 범위 현재의 2배 수준(약 40%)으로 확대

\* Source : 네이버, 관련 기사

# 카카오, '카카오 툴즈' 확대 개편...외부 파트너십 확대로 일상 AI 전략 고도화



- 카카오는 자체 AI 에이전트 '카카오 툴즈'의 파트너사 확대, 기존 계열사 중심 구조를 넘어 외부 파트너사와의 협력 확대
- 무신사, 올리브영, 마이리얼트립 등 다양한 산업군과의 협력을 통해 맥락 기반의 접점을 확대함으로써 사용자 편의를 극대화하고 비즈니스 선순환 구조를 완성할 계획

## | 카카오 툴즈 파트너 확대 |

카카오톡내 ChatGPT for Kakao에서 작동하는 카카오 자체 AI 에이전트 서비스  
카카오내외부의 다양한 서비스를 직접 연동해 추천 및 실행해주는 기능

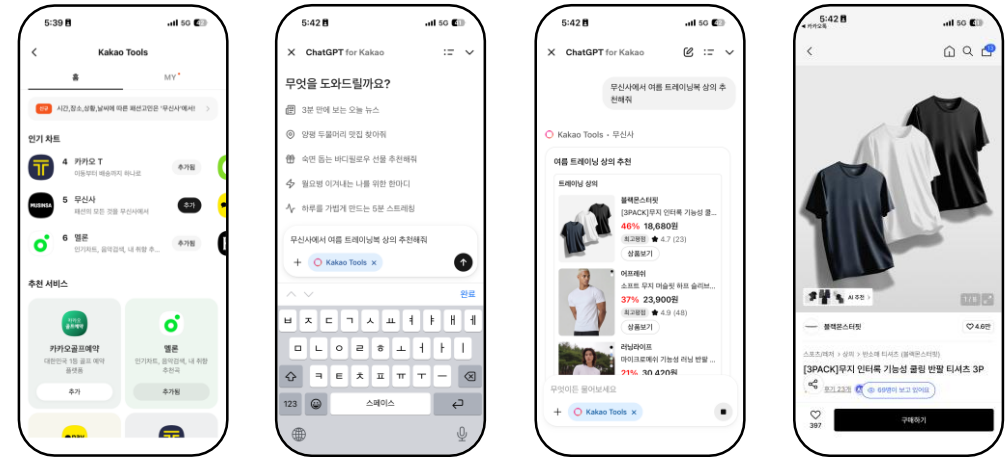
기존 카카오 계열사 서비스 중심 구조에서 벗어나 **외부 파트너를 확대하며,**  
커머스를 넘어 금융·여행·취업 등 다양한 업종으로 AI 에이전트 생태계 확장 본격화

기존 카카오 계열사 중심

신규 외부 파트너 확대

**향후 계획**      산업군별 파트너십 강화를 바탕으로 카카오 툴즈 활용성을 높이고, AI 에이전트 기반 일상형 서비스 전략을 지속 고도화 할 계획

## | ChatGPT for Kakao 내 카카오 툴즈 이용 예시 |



카카오 툴즈 추가/관리 → 툴즈 호출 및 대화 → 상품 추천 및 탐색 → 제휴사 연결

**기대 효과**      카카오는 일상형 AI 생태계 주도권을 확보하고, 파트너사는 맥락 기반의 접점 확대로 비즈니스 전환 기회를 얻는 선순환 체계 실현

\* Source : 카카오, 관련 기사

# 인스타그램, 스토리 특화 유료 서비스 ‘인스타그램 플러스’ 글로벌 시범 운영



- 메타는 일본, 멕시코, 필리핀을 대상으로 익명 스토리 조회 및 게시 기간 연장 등 일반 사용자의 선호도가 높은 스토리에 대한 프리미엄 기능을 담은 ‘인스타그램 플러스’ 시범 운영 시작
- 이번 유료 구독 서비스는 기존 크리에이터를 위한 모델을 넘어 전체 이용자대상이며, 이를 통해 광고 중심의 수익 구조를 개선하고 비즈니스 모델 다변화 모색

## | 메타의 유료 구독 서비스 |

기존 유료 구독 서비스	
Meta Verified	인스타그램 구독
2023년 12월 1일(글로벌)	2023년 12월 20일(글로벌)
크리에이터 / 비즈니스	일반 이용자
계정 보호 및 신뢰도 증명	크리에이터에게 수익 창출 기회 제공
“파란인증배지 유료 구매 가능” · 계정 사칭 방지 · 직접 채팅을 통한 전담 고객 지원	“크리에이터 후원 및 소통” · 구독자 전용 독점 콘텐츠 참여 · 이름 옆 전용 구독 배지 노출
약 \$14.99	\$0.99 ~ \$99.99 (크리에이터 별 자율 책정)

+  
서비스명

도입 일자

구독 주체

목적

중심 혜택

월 구독료

## 신규 유료 구독 서비스 시범 운영 인스타그램 플러스 (Instagram Plus)

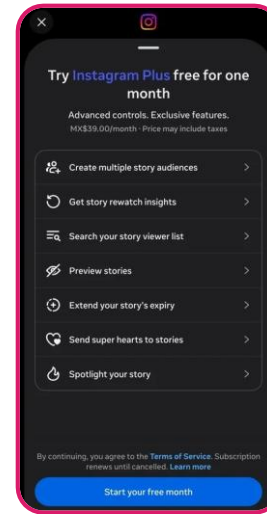
2026년 3월 30일 (시범 운영)

일반 이용자

콘텐츠 관리 경험 유료 확장,  
인스타그램 내 선호 기능 파악

“스토리의 기능 제어”  
· 인기 기능 ‘스토리’의  
관리 및 노출 확대 가능

약 \$0.99 ~ \$2.20  
(국가별 상이)



### 운영 국가

- 일본, 멕시코, 필리핀 대상 시범 운영  
(한국은 시범 운영 국가 미포함)

### 세부 혜택

- 스토리 조회 기록이 남지 않는 익명 조회 기능
- 스토리 조회수 및 반복 시청 여부 확인
- 스토리 게시 기간 48시간으로 연장
- 특정 스토리 상단 노출 기능 제공
- 그룹별 스토리 공개 설정 가능
- 스토리 반응 강화 기능 (슈퍼라이크 등) 제공

### 기대 효과

- 구독 기반 추가 수익원 확보
- 프리미엄 기능 통한 유료 이용 수요 검증

\* Source : 메타, 관련 기사

02


# MARKET ISSUE

# 구글에 지도 데이터 반출 허용...국내 지도 플랫폼은 로컬 기반 서비스로 차별화

- 정부는 지난 2월 27일 구글의 1:5,000 고정밀 지도 반출 요청을 조건부 허가, 구글 지도 서비스 범위 확대를 통한 외국인 관광객 편의 개선과 국내 공간정보 산업의 성장 기대
- 이에 국내 주요 지도 플랫폼은 장소 리뷰 시스템 개선, 초정밀 교통 정보 제공, 지역 기반 광고 등 사용자의 지도 앱 이용 패턴을 분석하여 서비스 고도화 진행 중

\*POI(Point of Interest) : 관심지점이라고도 하며 특정한 관심사항을 지니는 현실세계 또는 지도나 도면상의 특정위치

## | 구글에 한국 고정밀 지도 반출 허용 |



2025년 2월 27일

측량성과 국외반출 협의체

구글社 1:5,000 지도 반출 허가 결정

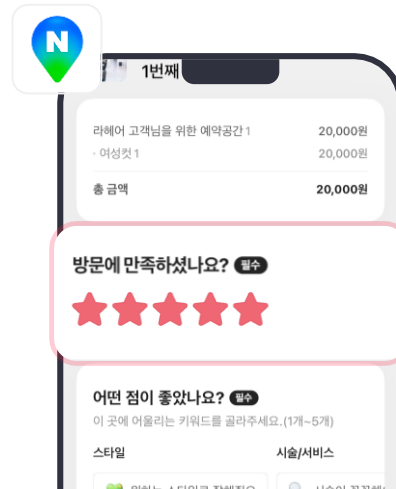
엄격한 보안 준수를 전제로 조건부 허가

영상 보안처리, 좌표 표시 제한, 국내 서버 활용,  
사후 수정, 보안 사고 대응, 조건 이행 관리 등을 조건으로 의결

기대효과

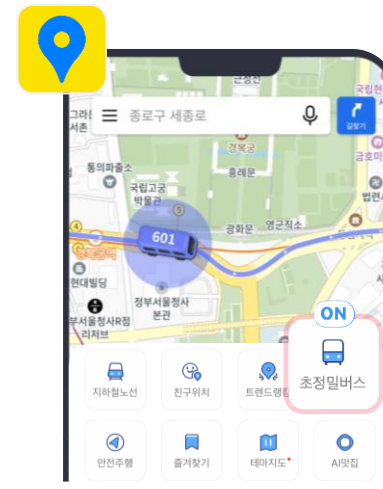
1. 구글 지도 앱의 정확성과 편리성 향상으로 외국인 관광객 편의 증대
2. 고정밀 지도 기반 서비스 구현 등 공간정보 산업 균형성장 기여

## | 국내 지도 앱 서비스 업데이트 현황 |



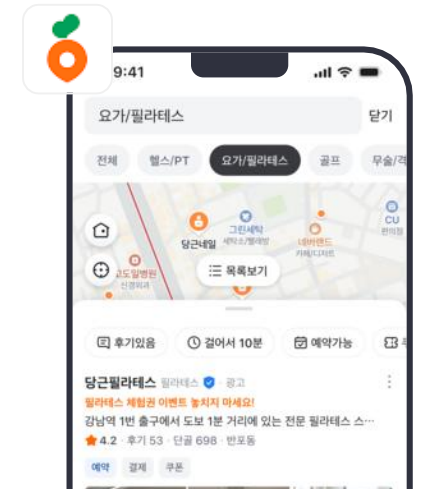
**네이버지도 - 플레이스리뷰 '별점' 도입**  
4월 6일부터 시행, 사업주가 공개 여부 결정 가능

정성리뷰 중심 구조 유지 및 강화하는 동시에, 이용자가 보조 지표로 참고 가능한 '수치형 정보' 추가 도입



**카카오맵 - 초정밀 버스위치 정보 제공**  
서울시 테스트, 하반기 정식 도입 예정

1차 단위 버스 위치 제공, 이용자 편의성 향상 (현재, 제주/강릉/부산 등 27개 지역 적용)



**당근 - 동네지도 탭 검색광고 테스트**  
키워드의 검색 결과에 업체 광고 노출하는 형태

당근 자체 지도 사용을 통해 동네 소식, 주민리뷰 등 당근만의 POI를 구축하며 서비스 차별화

\* Source : 외교부, 관련 기사

# FIFA-유튜브, 북중미 월드컵 선호 플랫폼 협약 체결...변화하는 스포츠 시청 대응

- FIFA는 2026 월드컵의 디지털 영향력을 극대화하고자 틱톡(1월)과 유튜브(3월)를 공식 파트너로 선정, 스마트폰 이용률이 높은 젊은 세대를 공략하기 위한 뉴미디어 거점 확보
- 이번 협약으로 각국의 중계 방송사는 자사 틱톡·유튜브 채널에 생중계 및 클립 콘텐츠 게시가 가능해졌으며, 국내에서도 다양한 디지털 채널을 통한 시청 접점이 확대될 것으로 예상

## | FIFA 공식 선호 플랫폼(Preferred Platform) 협약 배경 및 파트너 현황 |

경기개요

FIFA 월드컵 2026™ 캐나다, 멕시코, 미국 공동 개최 | 6월 11일 ~ 7월 19일 | 48개국 104경기, 사상 최대 규모

공식파트너

틱톡(1/8) 및 유튜브(3/18), 공식 선호 플랫폼(Preferred Platform)으로 선정  
급변하는 미디어 환경 속에서 대회 영향력 극대화하기 위한 소셜 플랫폼과의 공식 협약

**공식 선호 플랫폼?**

- FIFA의 틱톡 및 유튜브 채널에서 디지털 아카이브 및 특별 콘텐츠 제공
- 중계권 보유 방송사는 자사 틱톡 및 유튜브 채널에 생중계/하이라이트/숏폼 등 게시 및 광고 수익화 가능
- 선정된 틱톡 및 유튜브 크리에이터 대상 생생한 경기 현장 전달 가능한 월드컵 콘텐츠 제작 권한 부여

**YouTube**

중계권 보유 방송사의 채널에 킥오프 후 초반 10분 중계, 권역별 계약에 따라 전체 경기 중계 허용

**TikTok**

몰입형 스포츠 허브 '게임 플랜' 통해 차별화 경험 제공, 젊은 세대 및 여성 공략

**기대 효과**

중계권 보유 방송사  
도달 범위 확대 기회 창출

크리에이터  
독창적인 시각 공유 기회 부여

FIFA  
TV 중계로 도달하기 어려운 세대까지 전세계 시청자 점점 확보, 몰입감 부여

## | 국내 북중미 월드컵 중계사 현황 |

2026, 2030년 월드컵  
TV 중계권 독점 보유  
(유튜브, 틱톡 채널 활용 가능)

**FIFA WORLD CUP 2026™**  
2026. 6. 11 - 7. 19

2025년 9월  
중앙그룹-네이버, 뉴미디어 중계권 계약 체결  
↳ 네이버와 차지직 등 채널 통해 온라인 중계 예상

NAVER *썩썩썩*

2026년 4월  
지상파 3사와 TV 공동 중계 협상 진행 중

\* Source : 틱톡, 유튜브, 관련 기사

# 이달의 단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>유튜브, '쇼핑 제휴 프로그램' 참여 요건 완화...구독자 500명 채널도 참여 및 수익화 가능</b>                      :유튜브 쇼핑 제휴 프로그램 참여 조건을 구독자 1,000명에서 500명으로 완화, 한국을 포함해 쇼핑 제휴 프로그램을 진행하는 12개국에 모두 적용                 </li> <li> <b>틱톡, 2026년 한국 콘텐츠 생태계에 5천만 달러 투자</b>                      :4월부터 한국어 콘텐츠에 한정해 크리에이터 리워드를 기존 2배로 확대하는 '크리에이터 리워드 프로그램 2X' 시행, 스포츠, 뉴스, 엔터테인먼트 등 전문 콘텐츠 파트너와 협력도 강화                 </li> <li> <b>머스크, 메시지 앱 'X챗' 4월 17일 출시 예정...X 슈퍼앱 확장 본격화</b>                      :X 플랫폼 내에서 제공하던 다이렉트 메시지 기능을 별도 앱으로 출시, X챗 내에서 주고받는 대화에는 암호화를 적용해 보안 기능 강화                 </li> <li> <b>케이티나스미디어 'NAP UA', 프리미엄 메시징 광고 출시</b>                      :퍼포먼스 마케팅 플랫폼 'NAP UA'에 통신사 및 카드사 등 20여 개 프리미엄 채널을 활용한 메시징 광고 상품 도입, 초개인화 타겟팅 서비스 본격화                 </li> </ul>
AI	<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>챗GPT 월 100 달러 요금제 신설...무료·저가형 요금제에 광고 도입을 통한 신규 수익모델 본격화</b>                      :오픈AI는 4월 9일 기준 월 200 달러였던 '프로' 요금제의 시작 가격을 월 100 달러로 낮추고 중간 구간 요금제를 신설, 요금제 개편과 함께 광고 기반 사업도 본격 확대 예정                 </li> <li> <b>구글, 차세대 오픈 모델 '젬마4' 공개...에이전트 AI·온디바이스 성능 강화</b>                      :구글이 인공지능 오픈 모델 제품군 '젬마'의 차세대 버전 '젬마4'를 공식 출시, 젬마4는 단순 채팅 기능을 넘어 에이전트 기반 워크플로우를 위한 툴을 기본으로 지원                 </li> <li> <b>카카오모빌리티, 'AI 사진 접수' 베타 출시</b>                      :카카오 T 퀵·배송 서비스에 AI 사진 접수 기능 도입, 고객이 퀵 서비스로 보내려는 물품의 사진을 촬영하면 AI가 종류와 크기를 파악해 주문서에 배송 차량과 유의사항 등을 자동으로 추천·입력                 </li> </ul>
OTT	<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>넷플릭스, 어린이 전용 '넷플릭스 놀이터' 선보인다...출시국 확대</b>                      :넷플릭스가 키즈 전용 앱 '넷플릭스 놀이터'를 한국을 포함한 전세계로 확대 출시, 8세 이하 어린이를 위해 설립된 독립형 앱을 통해 키즈 엔터테인먼트 라인업을 강화할 계획                 </li> <li> <b>디즈니플러스 ESPN 채널 제공 국가 확대...미국 프로 농구, 북미아이스하키리그 등 스포츠 콘텐츠 시청 가능</b>                      :디즈니플러스가 한국, 일본, 싱가포르 등 아시아 일부 국가에 스포츠 미디어 채널 'ESPN' 콘텐츠 제공, 서비스 초기 단계에는 미국대학스포츠협회(NCAA) 경기 등이 먼저 제공될 예정                 </li> <li> <b>티빙 2026년 프로야구 개막과 동시에 이용자 지표 상승</b>                      :프로야구 개막 후 3월 월간활성이용자는 전월 대비 9.4% 증가, 일간활성이용자는 16% 상승, 티빙은 프리뷰, 리뷰, 숏폼 등 다양한 포맷을 통해 야구를 콘텐츠로 확장하는 전략 병행                 </li> </ul>

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는  
케이티 나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)

---

# 케이티 나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 **케이티 나스미디어에서 작성해 무료**로 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) 케이티 나스미디어, (영문) kt nasmedia
2. 본 보고서에서 활용한 외부기관자료의 데이터를(정량적 수치) 인용할 경우  
보고서 내에 표기되어 있는 원본 자료 출처를 명시해주시기 바랍니다.  
예시: 케이티나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'로 기재 (케이티나스미디어 X)