

MEDIA & MARKET ISSUE Vol.377

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue
2026.05

Published by
Media Insight team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버, 3개 분기 연속 3조 원대 매출 유지... 하반기 AI 수익화 안착
- 카카오, 2026년 1분기 역대 최대 실적... AI 기반 커머스 전환 예고
- 네이버, AI 브리핑에 광고 테스트 시작... 2026년 3분기 중 정식 출시 목표
- 오픈 AI, 챗GPT 광고 테스트 국가 확대... 한국 이용자 대상 광고 노출 예정

MARKET ISSUE

- 네이버·티맵, 이용자의 장소 리뷰를 발견 콘텐츠로 확장
- AI 이미지 생성 도구, 단순 이미지 생성을 넘어 실무형 제작 도구로 진화

01

MEDIA ISSUE

카카오, 2026년 1분기 역대 최대 실적... AI 기반 커머스 전환 예고

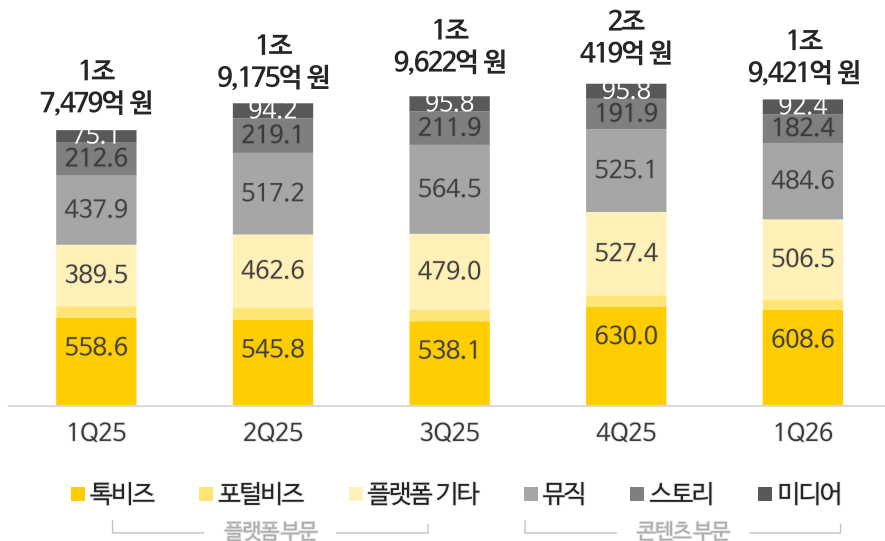


- 2026년 1분기 매출은 1조 9,421억 원으로 전년 대비 11.1% 증가, 영업이익은 65.9% 증가한 2,114억 원, 특비즈 중심의 플랫폼 부문이 전체 매출의 60.8%를 차지하며 성장 견인
- 하반기에는 카카오톡 대화 맥락에서 이용자 니즈를 파악하고, 상품 추천부터 결제까지 연결하는 에이전트 커머스를 통해 AI 서비스의 실질적 활용 영역 확대 예정

| 2026년 1분기 카카오 부문별 매출 현황 |

2026년 1분기 - 매출 1조 9,421억 원 / 영업이익 2,114억 원

(단위:십억 원)



*카카오게임즈연결 실적에서 제외

사업 부문별 주요 이슈 및 향후 계획		
사업 부문	주요 이슈	향후 계획
특비즈 광고	광고 매출 3,384억 원, YoY +16% - 비즈니스 메시지 YoY +27%, 금융 광고주 중심 발송량 증가 및 메시지 상품 다각화에 따른 광고주 활용 확대 - 특 DA YoY +10%, 비즈보드 외 DA 매출 30% 수준 피드형 광고 지면 확대에 따른 광고주 수요 증가 - 숏폼 소재 활용 및 라이브 커머스 운영 중 소형 광고주 유입	비즈니스 메시지, 디스플레이 광고를 넘어 커머스 광고까지 포트폴리오 확장 - 카카오 플랫폼 내 4만 개 이상의 커머스 판매자 풀 보유 - 커머스 광고 지면 확대와 모먼트 기반의 오픈형 전환 통해 커머스 셀러의 광고주 전환 가속화할 예정
특비즈 커머스	커머스 매출 2,700억 원, YoY +1% - 커머스 통합 거래액 2.9조 원 (YoY +10%) - 선물하기 거래액 YoY +9%, 톡스토어 거래액 YoY +18% : 설 수요 대응 상품 및 대형 프로모션 확대로 성장 견조	9월 전 에이전트 커머스 초기 모습 공개 예정 : 4월부터 카나나인 카카오톡과 선물하기를 연동해 실험 : 5월 중 외부 커머스 파트너와의 연동하면서 확장성 검증
AI	챗GPT 포 카카오, 이용자 1,100만 명 달성 - 전분기 대비 MAU 2배 증가, 발신 메시지 수 2배 확대 카나나인 카카오톡, 안드로이드에도 서비스 출시 카나나서치, 소규모 이용자 대상 베타 테스트 (4월) - 대화속에서 이용자 검색 니즈 실시간 파악 후 정보 제공	중장기 AI 비전은 카카오톡 이용자 모두가 개인화된 에이전트 보유하는 것 : 3분기부터 AI 서비스 활용 이용자 확대 및 활동성 개선 집중 : 2026년 말까지 카나나 모델 설치 가능자 3,100만 명 예상

* Source : 카카오

네이버, AI 브리핑에 광고 테스트 시작... 2026년 3분기 중 정식 출시 목표



- 네이버는 5월 7일부터 약 8주간 AI 브리핑에서 생성형 AI 광고 테스트 시작, 3분기 AI 브리핑 수익화를 본격적으로 진행할 예정
- 이번 테스트는 네이버 광고 상품을 AI 답변 영역으로 확장하는 시도로, 생성형 AI 검색 환경에서의 신규 광고 지면 발굴 및 수익화 가능성을 검증하는 단계

| AI 브리핑 광고 테스트 예시 |

| AI 브리핑 광고 테스트 개요 |

AI 브리핑 결과 하단에 AI 테스트 광고 2종 노출



ADVoost 검색광고

AI 생성문구

목간지러움 완화를 위한 효과적인 방법을 찾고 계신가요?

케어핏 안전한 저온가열 자동살균 저전력 대용량 스팀 큐브 가습기로 건조한 환경으로부터 목을 보호하고 간지러움을 완화하세요.

목 건강을 위해 효과적인 방법들을 고려하고 계신가요?

무릎 무알콜 프로폴리스 유기농 목 가글로 자극 없이 목 건강을 관리하세요.

경남제약 지속성 비타민 C 1000으로 하루 8시간 동안 꾸준히 비타민 C를 섭취하여 목 건강을 지원하세요.

ADVoost 쇼핑 · 쇼핑검색광고

목간지러움 완화를 위한 효과적인 방법을 찾고 계신가요?

케어핏 안전한 저온가열 자동살균 저전력 대용량 스팀 큐브 가습기로 건조한 환경으로부터 목을 보호하고 간지러움을 완화하세요.

목 건강을 위해 효과적인 방법들을 고려하고 계신가요?

무릎 무알콜 프로폴리스 유기농 목 가글로 자극 없이 목 건강을 관리하세요.

경남제약 지속성 비타민 C 1000으로 하루 8시간 동안 꾸준히 비타민 C를 섭취하여 목 건강을 지원하세요.

최대 3개까지 노출

엔미센트 5초서적 플랑군 ...
29% 139,000원
인미센트

다디오랩 울스텐 동세척 초...
46% 105,000원
다디오랩

광고 테스트 일정	<ul style="list-style-type: none"> · 2026년 2분기: 쇼핑 및 로컬과 결합된 생성형 AI 광고 테스트 : 2026년 5월 7일 ~ 2026년 7월 2일 (약 8주) · 2026년 3분기: 수익화 진행 예정
대상 지면 및 테스트 상품	<ul style="list-style-type: none"> · 노출 지면: AI 브리핑 지면의 일부 키워드, 일부 트래픽 대상 · 테스트 상품: ADVoost 검색광고(파워링크), ADVoost 쇼핑 · 쇼핑검색광고
노출 방식	<p style="text-align: center; border: 1px solid #00a0e3; border-radius: 10px; padding: 5px; color: #00a0e3; font-weight: bold;">ADVoost 검색광고</p> <p>· 광고주 센터에 등록된 형태가 아닌 네이버 광고 에이전트가 작성한 문안으로 노출</p> <p style="text-align: center; border: 1px solid #00a0e3; border-radius: 10px; padding: 5px; color: #00a0e3; font-weight: bold;">ADVoost 쇼핑 · 쇼핑검색광고</p> <p>· 기존 집행 중인 광고가 AI 브리핑 지면으로 확대 노출 네이버 광고 에이전트가 AI 브리핑 결과와 관련성 높은 상품을 선별하여 노출</p>
테스트 목표	<ul style="list-style-type: none"> · AI 브리핑 내 자연스럽게 어우러지는 광고 콘텐츠 제공 · 이용자는 필요한 정보와 관련성이 높은 상품·장소에 대한 추가 정보 확인 가능 · AI 검색이 플랫폼 내 구매와 예약 전환으로 완결되는 선순환 구조 구축 · 2026년 연말까지 의미 있는 수익원으로 안착 시도

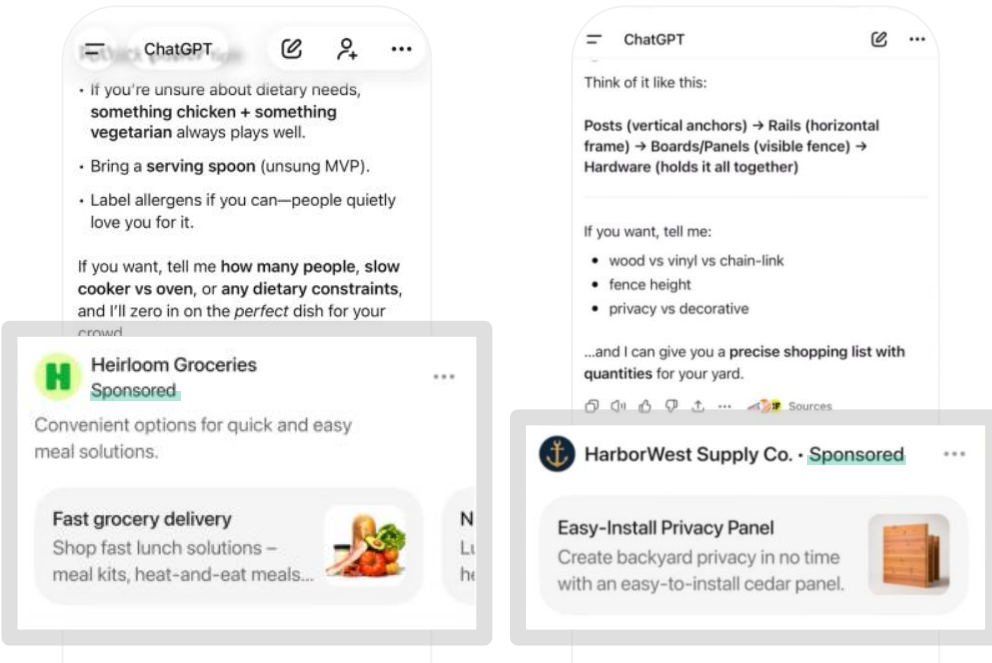
* Source : 네이버, 관련 기사

오픈 AI, 챗GPT 광고 테스트 국가 확대...한국 이용자대상 광고 노출 예정



- 오픈 AI는 2월 미국에서 챗GPT 광고 테스트를 시작한 이후 테스트 국가 확대 및 광고 상품 지속 고도화 진행 중
- 5월 7일 챗GPT 광고 테스트 국가를 한국을 포함해 9개국으로 확대 계획 발표, 국내 무료·Go 요금제 이용자대상 광고 노출 예상

| 챗GPT 광고 노출 예시 |



| 챗GPT 광고 운영 방식 및 주요 타임라인 |

노출 방식

- 광고는 스폰서 콘텐츠로 표기
- 사용자는 광고를 숨기거나 피드백 제공 등 광고 맞춤 설정 가능

과금 방식

- 파일럿 테스트 CPM 과금 방식으로 시작
- 5월 CPC 과금 방식 추가

기술 파트너

- Ads Manager 외 기술 파트너사인 크리테오, 어도비, 카고, 팍뷰, 스택어덱트를 통해 광고 집행 가능
- 5월 자체 집행 도구인 'Ads Manager' 베타 버전 공개(미국)

향후 계획

- 2026년 광고 수익 목표 25억 달러(약 3조 6,900억 원)

- **2월 9일**
미국 챗GPT 무료 및 Go 요금제의 성인 이용자대상 광고 파일럿 시작
- **4월 16일~17일**
캐나다, 호주, 뉴질랜드로 광고 테스트 국가 확대
- **5월 5일**
CPM 과금 방식에 CPC 과금 방식 추가
자체 광고 집행 도구 'Ads Manager' 베타 버전 공개
- **5월 7일**
광고 파일럿 적용 국가 확대 예정
: 한국, 영국, 일본, 브라질, 멕시코 추가 계획 발표

* Source : 오픈 AI, 관련 기사

02

MARKET ISSUE

네이버·티맵, 이용자의 장소 리뷰를 발견 콘텐츠로 확장

- 네이버는 MY플레이스 리뷰를 클립 콘텐츠로 연동해 장소 경험의 노출·소비 접점을 넓히고, 티맵은 오픈 프로필 도입으로 리뷰와 저장 리스트를 공유하는 소셜 탐색 기능 강화
- 두 서비스 모두 이용자가 축적한 방문·이동 경험을 앱 안에서 다시 콘텐츠화하며, 장소 탐색 흐름을 단순 검색·길찾기에서 취향기반의 발견·공유 중심으로 확장

| 장소 리뷰의 콘텐츠화 |



네이버

플레이스리뷰-클립 연동 → 장소 주제 콘텐츠 생산/노출 강화



플레이스리뷰 → 클립 게시글 연동

클립에서 장소 태그 자동 삽입

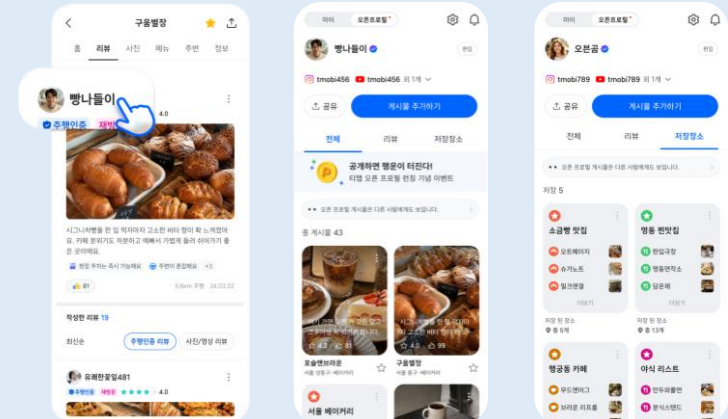
장소 태그-플레이스 연결

- 플레이스리뷰 작성시 클립에 콘텐츠 자동 연동, 클립에서 콘텐츠 관리 가능
- 플레이스리뷰어도 클립 창작자에 포함해 성장 발판 마련, 창작자 저변 확대
- 장소를 주제로 한 클립 콘텐츠 활성화로 이용자가 새로운 장소 발견하도록 기대



티맵

오픈 프로필 도입 → 장소리뷰기반 소셜 기능 강화

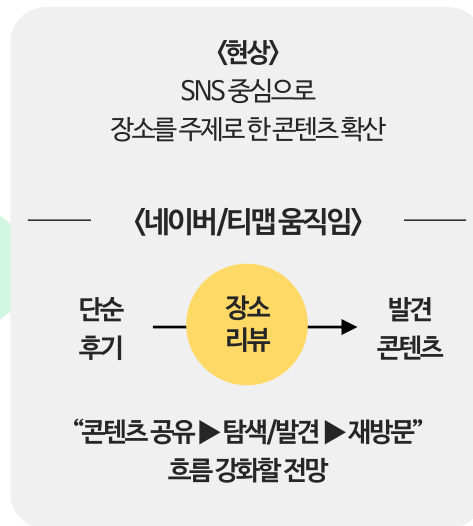


오픈 프로필 도입

리뷰 공개

저장리스트 공개

- 이용자가 앱 내에서 축적한 리뷰와 저장 장소 등 본인의 이동 데이터와 취향을 하나의 프로필로 묶어 타인과 공유할 수 있는 소셜 기능 도입
- 이용자 참여기반의 소통 기능을 꾸준히 강화할 계획

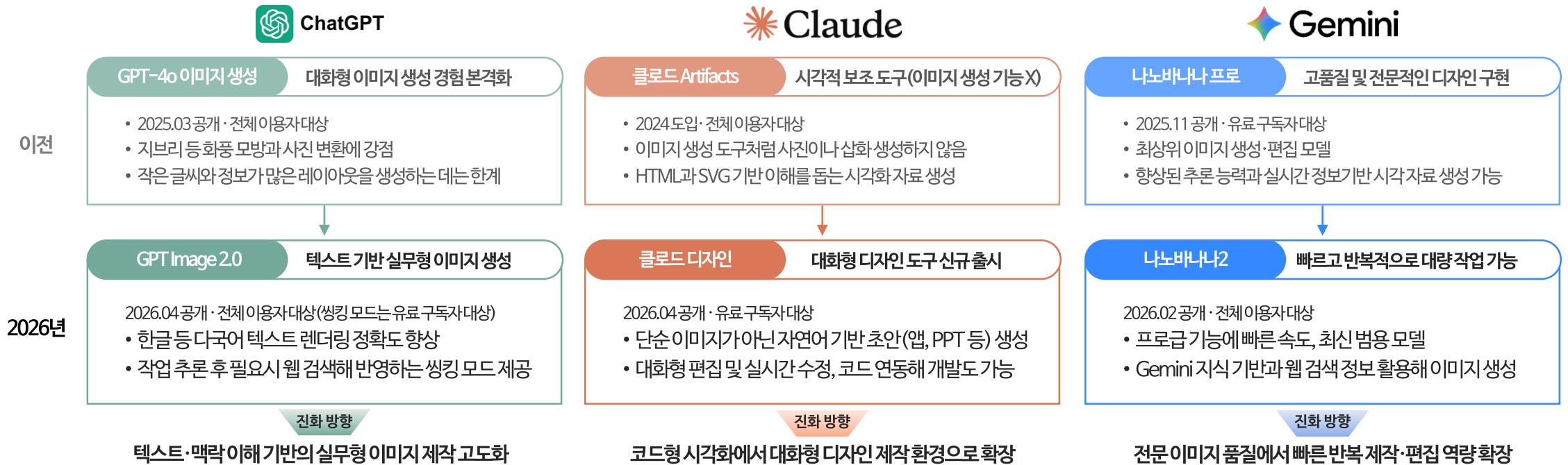


* Source : 네이버, 티맵, 관련 기사

AI 이미지 생성 도구, 단순 이미지 생성을 넘어 실무형 제작 도구로 진화

- 기존의 AI 이미지 생성 도구는 스타일 변환·일반 이미지 생성 기능을 중심으로 대중화되며, 개인 이용자의 재미·공유형 콘텐츠 제작에 주로 활용
- 2026년에는 텍스트 표현력, 편집 정밀도, 디자인 구현 역량이 강화되며, 광고 시안·UI 디자인·문서 등 기업·업무용 제작 영역으로 확장하는 추세

| 2026 AI 서비스사의 이미지 생성 도구 방향성 |



이달의 단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	<ul style="list-style-type: none"> 카카오, 카톡 선물 ‘같이쓰기’ 도입…교환권 공유 :카카오톡 선물하기에서 교환권을 가족이나 지인과 함께 사용할 수 있는 ‘같이쓰기’ 기능 추가, 패밀리 계정에 연결된 구성원은 이미지 공유 과정 없이 선물함내에서 교환권을 공유하고 관리 인스타그램, 청소년 콘텐츠 노출 기준 강화…한국도 순차 적용 예정 :메타는 청소년 이용자에게 안전하고 연령에 적합한 온라인 경험을 제공하기 위해 ‘청소년 계정’의 콘텐츠 노출 기준을 미국의 13세 이상 관람가 영화 등급 기준에 준하도록 강화 틱톡, 예능 자체 제작…축구 토크 예능 ‘티키타카쇼’ 공개 :틱톡이 한국에서 처음으로 자체 제작하는 오리지널 예능 콘텐츠로 플랫폼 안에서 스포츠와 엔터테인먼트를 결합한 새로운 콘텐츠 시도를 이어갈 방침 2초 영상으로 일상 공유…2030세대 중심 ‘셋로그’ 유행 :Z세대를 중심으로 소규모로 자신의 일상을 정해진 시간마다 공유하는 SNS ‘셋로그’ 유행, 소수의 사람들과 일상을 나누는 폐쇄형 SNS를 찾는 Z세대의 트렌드 반영
AI	<ul style="list-style-type: none"> 구글, 크롬에 제미나이 탑재…브라우저 기반 AI 생태계 확장 :4월 22일 구글이 제미니를 크롬 브라우저에 통합한 ‘제미니 인 크롬’ 국내 정식 출시, 체류시간을 늘리고 구글 서비스 연동을 강화해 AI 브라우저 경쟁 속 생태계 락인 전략 본격화 메타 AI 한국 상륙…자체 모델 ‘뮤즈 스파크’ 기반으로 구동 :5월 13일 메타의 AI 챗봇 ‘메타 AI’ 한국 출시, 한국어와 국내 문화적 맥락을 반영한 AI 경험을 앞세워 페이스북·인스타그램·메신저 등 메타 서비스 전반으로 확대 예정 클로드, 국내 월간 설치 첫 50만 건 돌파 :앤트로픽의 AI 모델 ‘클로드’가 4월 국내 신규 설치 건수와 점유율, 사용자 수에서 모두 상위권을 차지, 4월 기준 MAU 101만 2,307명 집계
OTT	<ul style="list-style-type: none"> 티빙, 프로야구 시청 순방문자수 24% 증가 :2026년 시즌 프로야구 슈퍼매치 차별화를 통해 경기당 순방문자수(UV)가 2025년대비 약 24%, 경기 최대 동시 접속자수는 약 25% 상승 쿠팡, 쿠팡플레이 예능과 로켓배송을 접목하며 콘텐츠와 쇼핑 간 연결 강화 :쿠팡은 쿠팡플레이 예능 ‘봉주르빵집’에서 선보이는 베이커리·디저트·주방용품 등 기획전 시작, 쿠팡플레이의 오리지널 콘텐츠와 연계해 쿠팡에서만 경험할 수 있는 쇼핑 서비스 확대 예정 넷플릭스, 광고형 요금제 이용자 2.5억 명 돌파 :넷플릭스 광고형 요금제는 2022년 도입 이후 전 세계 월간 활성 시청자수 2억 5,000만 명을 돌파, 광고형 요금제 이용자의 80% 이상은 매주 넷플릭스를 시청

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

[홈페이지에서 확인하기](#)

케이티 나스미디어 보고서 활용 안내

이 보고서는 케이티 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) 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)