

MEDIA & MARKET ISSUE Vol.379

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue
2026.07

Published by
Media Insight team

kt nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 유튜브 쇼츠 UI·UX 개편...시청 몰입도와 개인화 추천 강화
- 카카오, 카나인 카카오톡 '장소에이전트' 기능 확장
- 생활·금융 플랫폼 전반으로 미니게임 도입 확산, 이용자 체류·재방문 점점 확대

MARKET ISSUE

- 숏드라마, 스트리밍 산업의 새로운 성장 동력으로 부상
- 페이스페이 경험 확대 vs 단말기 인프라 확대, 오프라인 간편 결제 시장 주도권 경쟁

01

MEDIA ISSUE

유튜브 쇼츠 UI·UX 개편...시청 몰입도와 개인화 추천 강화

YouTube

- 유튜브는 쇼츠 이용자들의 시청 방식과 상호작용 방식이 변화함에 따라 더욱 직관적인 쇼츠 경험 제공을 위해 이용자 피드백을 반영한 UX 업데이트 진행
- 화면 구성은 방해 요소를 줄여 콘텐츠 몰입도를 높이도록 변경했으며, 반응 방식은 이용자의 콘텐츠 선호를 더욱 명확히 파악해 맞춤 추천 정확도를 높이도록 재편

| 유튜브 쇼츠 UI·UX 개편 세부 내용 |



개편배경

이용자 피드백을 반영해
더욱 직관적인 쇼츠 경험 제공

적용방식

쇼츠 이용자 대상 순차 적용

기대효과

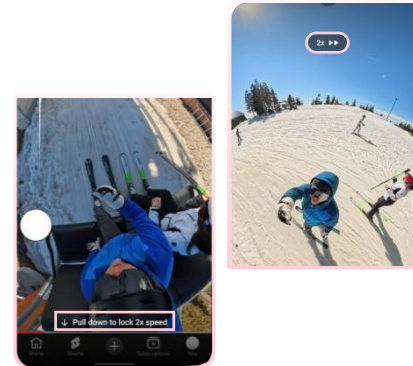
몰입형 시청 환경 조성, 추천 정확도 향상
→ 체류시간·광고노출 확대 기대

클리어 화면 모드 추가



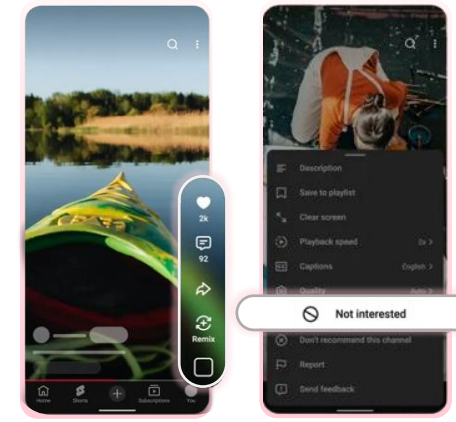
쇼츠 시청 화면을 방해하던
아이콘과 텍스트를 숨길 수 있는 기능 제공
→ 몰입형 시청 환경 조성

배속 재생·음소거 기능 추가



최대 2배속 재생 지원
화면 탭 후 간편하게 소리 제어 가능
→ 신속한 정보 획득 등 시간 효율화

콘텐츠 반응·관리 방식 변화



‘좋아요’ 아이콘 하트로 변경
‘싫어요’ 버튼 대신 ‘관심 없음’ 등 기능 제공
→ 정확한 이용자 선호 파악 통해 추천 정교화

* Source : 유튜브, 관련 기사

카카오, 카나나인카카오톡 ‘장소 에이전트’ 기능 확장

kakao

- 카카오는 카카오톡 내 시 서비스 ‘카나나’의 장소 에이전트의 검색 및 예약 지원 범위를 식당 중심에서 여행, 문화, 생활 편의 영역까지 대폭 확장
- 이번 기능 업데이트로 하나의 대화 흐름 안에서 장소 추천-탐색-공유-예약을 처리할 수 있도록 하며, 이용자의 에이전틱 시 경험을 확대해 나갈 계획

| 카나나 인 카카오톡 업데이트 |



Kanana in KakaoTalk

카카오가 카카오톡 메신저 안에 결합한 대화형 시 서비스
대화 맥락을 스스로 파악해 일정 관리, 장소 추천/예약, 소핑 등을 먼저 제안

업데이트 사항

‘장소 에이전트’ 검색 및 예약 지원 범위 확대

〈기존〉
식당 중심

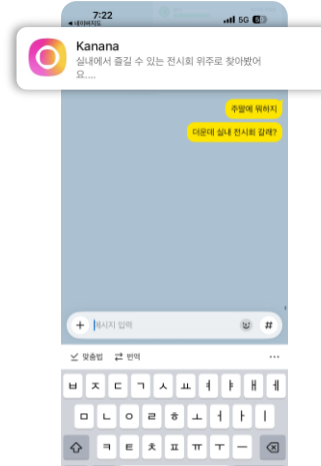


〈확대〉
여행, 문화, 생활 편의 영역
전시, 공연, 영화관, 관광지, 숙박시설,
주유소, 편의점, 자동차정비소 등

향후 계획

- ① ‘카나나 인 카카오톡’에서 제공 중인 복합 장소 추천 기능 탑재
: 사용자가 ‘1박 2일 강릉 여행’과 같은 대화를 나누면 숙소 - 관광지 - 맛집 묶어 제안
: 여행 일정과 카카오톡 연동해 시간대별 방문 장소를 지도 위에 표시하는 기능 검토
- ② 카나나 인 카카오톡 파트너 확대 지속
: 카카오톡, 카카오톡 예약하기 등 내부 서비스와의 연동을 강화하는 한편
외부 파트너와의 협업도 확대할 방침

| 장소 에이전트 이용 흐름 |



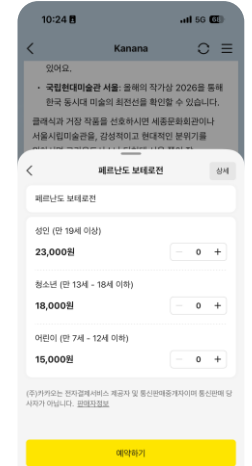
친구와의 채팅방에서
주말 일정에 대해 대화



카나나가 전시회나 팝업스토어,
근교 나들이 장소 등 먼저 제안



추천 내용 채팅방에 공유 후
친구와 함께 장소 탐색



방문할 장소 정한 뒤
예약 절차까지 완료 가능

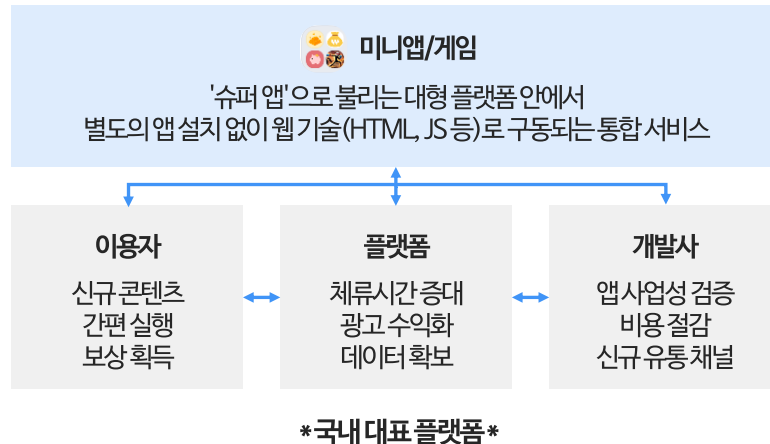
→ 장소를 찾기 위해 별도 앱이나 웹페이지를 오가는 과정이 줄어들면서 이용 편의성 향상

* Source : 카카오, 관련 기사

생활·금융 플랫폼 전반으로 미니게임 도입 확산, 이용자 체류·재방문 점점 확대

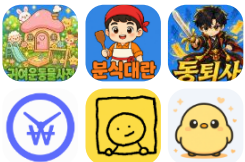
- 미니앱은 별도의 설치 없이 플랫폼 안에서 다양한 서비스를 이용하는 형태이며, 국내에서는 토스의 '앱인토스'가 개방형 생태계의 대표 사례로 자리매김
- 최근 당근·카카오톡·네이버페이 등 생활·금융 플랫폼은 자체 미니게임을 서비스 안에 탑재해 이용자 체류·재방문을 높이고 신규 수익화 점점 확대에 나섬

| 미니앱 생태계 |



apps in toss

토스 운영 미니앱 플랫폼 '앱인토스' (25.10~)



- 토스 앱 안에서 별도 설치 없이 즉시 실행되는 HTML5 기반 미니앱-게임 플랫폼
- 토스에서 제공하는 개발 솔루션을 통해 누구나 자신만의 서비스 생성 및 사업화 가능
- 2025년 7월) 100여개 → 2026년 4월) 2,000개

| 플랫폼별 미니게임 도입 현황 |



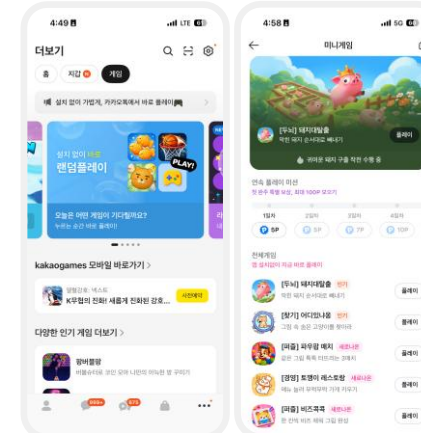
커뮤니티 탭에 '게임' 추가(6/9)



- 미니게임 6종 제공, 향후 추가 계획
- 동네/학교/회사 등 간의 랭킹 대결 가능
- 베타테스트 종료 후 게임 추가할 계획



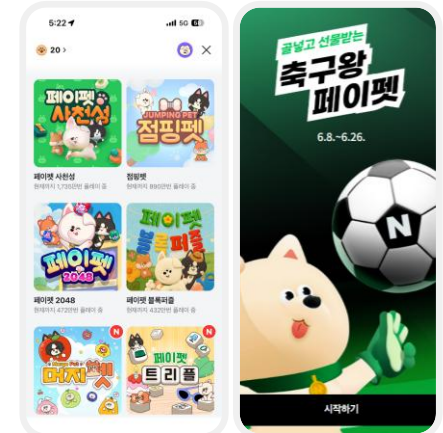
카카오톡/페이 앱에 '게임탭' 오픈(6/19)



- 카카오게임즈 개발 게임 총 25종 출시
- 연내 50종 이상 순차 출시할 계획
- 광고 시청 시 리워드 제공(게임 플레이 기회)



'페이펫' 내 월드컵 게임 이벤트 진행(6/8)



- 4월, 미니게임 2종에서 6종으로 확대
- 최근, 월드컵 기념 이벤트성 게임 한시 출시
- 광고 지면으로도 활용 시작(26/6/4~)

* Source : 관련 기사

MARKET ISSUE

숏드라마, 스트리밍 산업의 새로운 성장 동력으로 부상

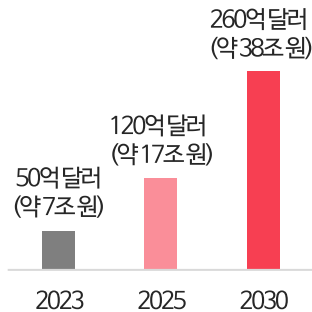
- 1~2분 분량의 세로형 콘텐츠인 '숏드라마'는 2030년까지 글로벌 시장 규모가 38조 원에 달할 것으로 전망, 국내에서도 전용 플랫폼들이 출시되며 이용자 점점을 확대해 가고 있음
- 틱톡은 숏드라마 전용 앱을 출시했으며, ENA·MBC 등 국내 주요 방송사 및 영화·엔터 업계에서도 숏드라마 포맷을 활용한 콘텐츠 제작 활발

| 숏드라마 정의 및 시장 규모 |

숏드라마(마이크로 드라마) :

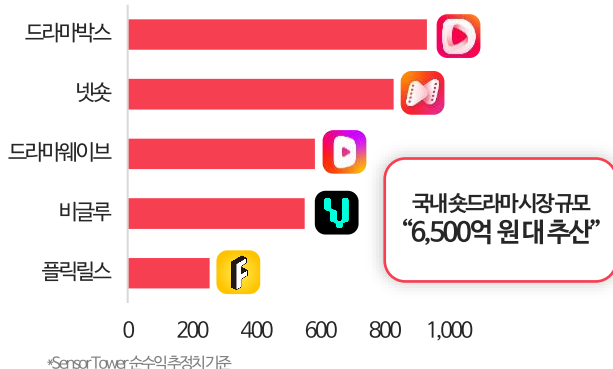
1~2분 분량의 짧은 각본으로 구성된 콘텐츠로, 모바일 기기의 세로 화면에 최적화된 초단편 시리즈 제작 과정에서부터 모바일 화면과 화자별 결제에 맞춰 설계되는 것이 특징

글로벌 숏드라마 시장 규모



한국 시장 숏드라마 앱 매출 순위 TOP5

(2026년 1월~6월, 단위: 만달러)



| 미디어·콘텐츠 업계의 숏드라마 진출 및 제작 현황 |



틱톡, 숏드라마 전용 앱
'파인드라마' 출시
(1월, 미국·브라질 대상)



ENA, 국내 최초 숏드라마 감독
서바이벌 '디렉터스 아레나' 방영 (5월)
최종 선정작 레진스낵에 정식 연재



MBC, 첫 숏드라마
'착한아내는 끝났다' 제작
드라마박스 통해 전세계 공개 (6월)



영화
이준익 감독
'아버지의 집밥' (7월)
최장 2분 30초짜리
숏드라마 에피소드
61개로 구성
부천국제판타스틱
영화제에서 공개



영화 엔터
NCT 주연
'와인드업' (1월)
SNS 및 키츠 앱 내 누적
조회수 3,000만 뷰 기록
가로형 포맷으로
재구성한 영화 개봉 (7월)



엔터
넥스지 자체 콘텐츠로
숏폼 드라마 제작 (7월)
JYP엔터 소속 보이그룹
넥스지가 자체 콘텐츠로
공개한 숏드라마
4개 플랫폼 합산 누적
조회수 2,228만 회 기록

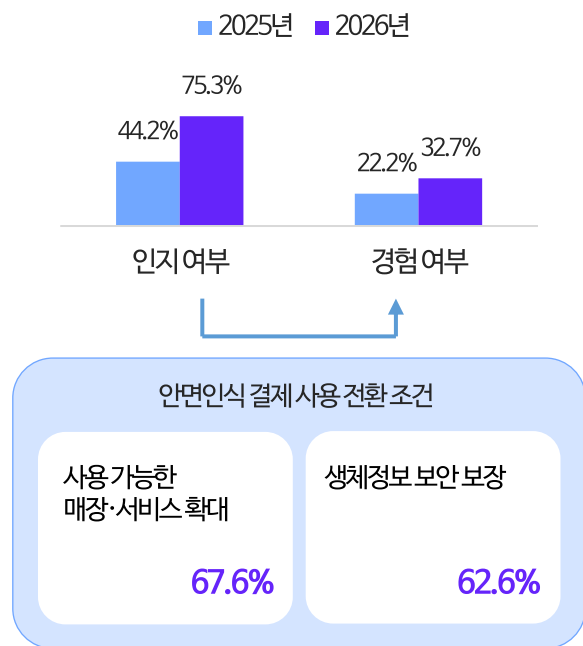
* Source : 미디어 파트너스 아시아, 센서타워, 관련 기사

페이스페이 경험 확대 vs 단말기 인프라 확대, 오프라인 간편 결제 시장 주도권 경쟁

- 안면인식 결제는 본인확인·결제·적립을 연결하며, 오프라인 고객 접점을 선점하려는 플랫폼 경쟁으로 확산
- 가맹기반을 확보한 토스는 페이스페이 이용과 반복 결제를 늘리는 데 집중하는 반면, 네이버는 소상공인 중심의 Npay Connect 보급을 통해 안면인식 결제 인프라 확대에 주력

* 2026년 6월 젠슨 황 엔비디아 CEO와 국내 재계 총수들의 삼겹살·소주(삼소) 회동 당시 네이버 이해관계인이 네이버페이 '페이스사인'으로 결제한 사건

| 안면인식 결제 인지 및 경험 여부 |



| 오프라인 간편 결제 시장 주도권 경쟁 |



	place 프론트	N pay 커넥트
결제 지원방식	올인원 (현금, 카드, QR, NFC, 페이스페이)	올인원 지원 (현금, 카드, QR, NFC, 페이스사인)
출시시점	2023년 3월	2025년 11월
가맹 인프라 (2026년 7월 기준)	누적 가맹점 37만 개 돌파 2026년 50만 개 목표	누적 가맹점 10만 개 돌파 2026년 50만 개 목표
주요 가맹기반	전국 226개 시·군·구 보급 대형 프랜차이즈, 편의점 3사, 문화시설 중심	음식점·소매·카페 등 소상공인 중심 하반기 대형 프랜차이즈(파리바게뜨 등) 확대
안면인식 결제 이용	누적 가입자 600만 명 돌파 한 번 이상 결제자 중 60%가 지속 사용	이용자 수 미공개 삼소회동* 직후 등록자 193%, 결제 건수 121% 급증
마케팅 방향	페이스페이 사용 경험 확대 브랜드 제휴·오프라인 체험 행사 확대	단말기 인프라 확장 소상공인 대상 단말기 무료 교체·리뷰 및 매출 연계 마케팅

* Source: 오픈서베이 '결제 서비스 트렌드 리포트 2026', 네이버, 토스, 관련 기사

이달의 단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	• 네이버, 상반기 국내 검색 점유율 1위…AI 검색 경쟁력 강화 :네이버가 올해 상반기 국내 검색 점유율을 64.39%로 끌어올리며 구글과의 격차를 확대, AI탐을 중심으로 검색에서 예약·구매 등 후속 행동까지 연결하는 AI 검색 서비스 강화 예정 • 네이버, AI 검색 광고 7월 21일 정식 출시 예정…AI 검색 수익화 확대 :네이버가 AI 브리핑 지면에 광고를 도입하고, AI가 이용자 검색 맥락에 맞춰 광고 생성·노출을 자동화하는 방식으로 AI 검색 수익화 확대 • 다음, 검색 결과 정리해주는 ‘AI 요약’ 베타 도입…하이브리드 검색 고도화 :다음이 업스테이지의 LLM ‘솔라’를 기반으로 AI 요약 베타 서비스를 도입하고, 하이브리드 검색 고도화와 대화형 검색 ‘AI 모드’ 출시 추진 • 당근, 지역 커뮤니티 성장세 확대…오프라인 모임 MAU 1,000만 명 돌파 :당근이 당근모임 MAU 1,000만 명 돌파 등 커뮤니티 성장세를 바탕으로, 당근카페·당근아파트 등 서비스 확대를 통해 지역 기반 온라인·오프라인 연결 강화
AI	• 오픈AI, 한국서 챗GPT 광고 파일럿 확대…무료 이용자 대상 광고 모델 도입 :오픈AI가 챗GPT 광고 시범 운영을 한국으로 확대하고, 무료·고(Go) 요금제 이용자를 대상으로 광고 모델 적용 • 오픈AI, 업무 수행형 AI ‘챗GPT 워크’ 출시…에이전트 기능 강화 :오픈AI가 GPT-5.6 기반의 업무 수행형 AI ‘챗GPT 워크’를 출시하고, 다중 앱 연동과 반복 업무 자동화 등 에이전트 기능을 강화하며 AI 업무 플랫폼 고도화 • 메타, AI 클래스 한국어 실시간 번역 지원…기능 현지화·유통망 확대 :메타가 AI 클래스에 한국어 실시간 번역 기능을 추가하고 국내 판매 채널을 확대하며, 기능 현지화와 유통망 확장을 통한 국내 AI 클래스 시장 공략 강화
OTT	• OTT, 숏폼 서비스 도입 활발…이용자 참여 기능 및 콘텐츠 탐색 경험 강화 :지난 2024년 ‘숏츠’를 도입한 티빙은 최근 숏폼 기능에 투표 시스템을 도입해 이용자 참여를 강화했으며, 넷플릭스는 7월 국내에 숏폼 탭 ‘클립스’를 추가해 콘텐츠 탐색 경험을 제공할 계획 • 넷플릭스, 라이브 채널·번들링 검토…이용자 참여도 하락 대응 :넷플릭스가 이용자 참여도 하락에 대응해 라이브 채널·타사 OTT 번들링 도입을 검토하고, 체류시간 확대와 광고 매출 성장 전략 강화 • 쿠팡플레이, 광고 제거 유료 서비스 도입…광고·구독 병행 수익모델 확대 :쿠팡플레이가 와우회원 대상 광고 제거 유료 서비스 ‘프리미엄 패스’를 출시하며, 광고 기반 무료 서비스와 광고 없는 유료 서비스를 병행하는 수익모델 확대

나스리프트를 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: 케이티 나스미디어 보고서에서 확인한 '통계청' 데이터 재인용의 경우, 출처는 '통계청'으로 기재 (케이티 나스미디어 X)