

20  
16

SEP

no. 261

# MEDIA TREND

디지털 미디어 & 마켓 이슈

# INDEX

## 디지털 미디어 & 마켓 이슈

### MEDIA ISSUE

- A. 포털동영상매체 성공적인 올림픽 효과 기록
- B. 카카오, 카메라앱 '카카오톡 치즈' 출시
- C. 카카오 2분기 실적발표 및 하반기 성장 전략
- D. 페이스북 광고노출 설정 및 노출 알고리즘 변경
- E. 인스타그램 10억 다운로드 돌파 및 스토리 기능 신설
- F. 피키캐스트, 3.0 정식 업데이트를 통해 대규모 서비스 개편

### MARKET ISSUE

- G. 모바일 간편 결제 시장 지속적인 성장세 기록
- H. 모바일 내비게이션 경쟁 가속화

## A. 포털·동영상 매체 성공적인 올림픽 효과 기록

- 포털 및 동영상 매체는 리우 올림픽에 맞춰 다양한 서비스를 제공했으며 실제 트래픽 큰 폭으로 상승

: 리우 올림픽을 맞아 생중계 서비스 없이 특별페이지를 통해 하이라이트 영상을 제공한 포털은 올림픽 이전 대비 트래픽 약 2~3배 증가

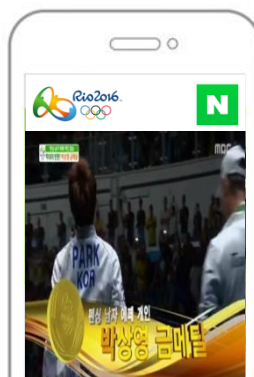
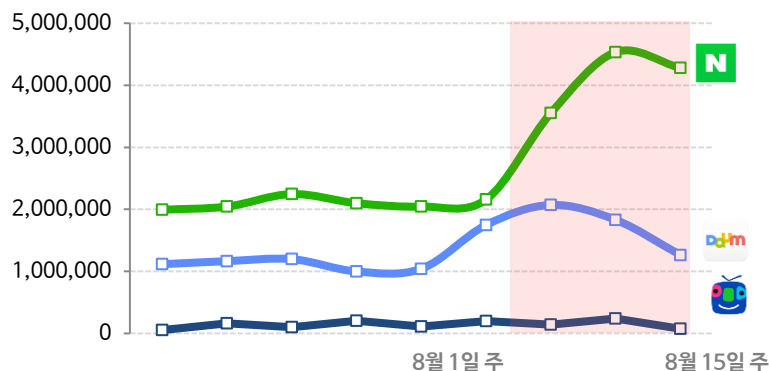
: 네이버 tv캐스트를 통해 펜싱 박상영 선수의 금메달 획득 영상 시청 수는 약 252만 뷰로 국내 프로야구 생중계 시청자수 대비 약 5~84배 수준을 기록

: 올림픽 생중계 서비스를 제공했던 아프리카TV를 통한 축구(멕시코전) 시청자수는 약 30만 명으로 평소 스포츠 콘텐츠 시청자수 대비 약 10배를 나타냄

포털·동영상 매체 올림픽 서비스 이용 현황

Mobile

주간 순방문자(UV) 수

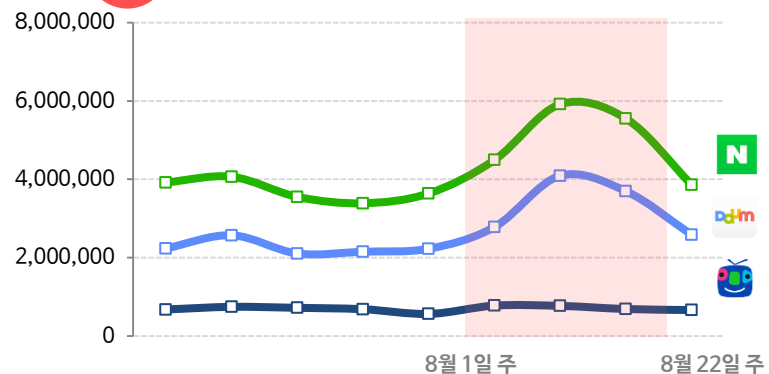


펜싱 박상영 선수 금메달 영상 약 **252만 view**

KBO 국내 프로야구 시청자수 약 3만 ~ 50만 view

PC

주간 순방문자(UV) 수



축구 멕시코전 동시 접속자 수 약 **30만 명**

아프리카TV를 통한 스포츠 콘텐츠(야구 등) 시청자 수 약 3만 명

## B. 카카오, 카메라 앱 '카카오톡 치즈' 출시

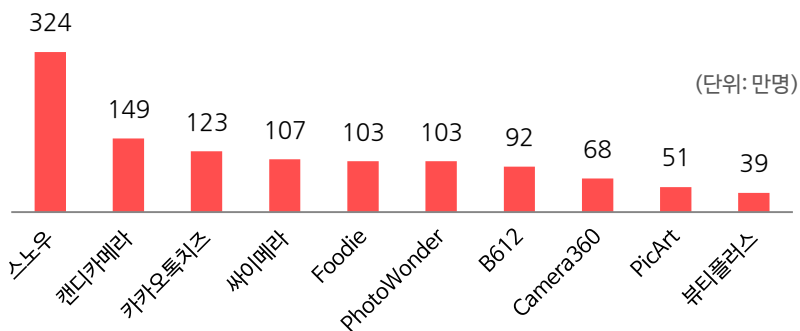
- 카카오는 '카카오톡 치즈'를 통해 최근 이용자수가 증가하고 있는 카메라앱 서비스 시장 진출 시도

: 최근 10대와 20대 여성을 중심으로 셀프카메라에 필터 및 다양한 재미를 더한 카메라앱이 주목 받고 있음

: 카메라앱 Top10 주간 순이용자수는 약 697만 명으로 여성 이용자 비중이 약 70%, 10대 20대 이용 비중이 67%를 차지함

: 카카오는 카카오톡 프로필을 자유롭게 편집하고 꾸밀 수 있는 카메라앱 '카카오톡 치즈' 출시를 통해 카메라앱 시장 진출을 본격화할 전망

국내 카메라앱 이용 현황



셀카앱 Top10 주간 순 이용자 **약 697만 명**



셀카앱 Top10 여성 이용자 비중 **약 70%**



셀카앱 10대&20대 이용자 비중 **약 67%**

카카오톡 치즈 주요 기능



### 카카오톡과 연동을 통해 다양한 서비스 제공

- 얼굴 인식 기능을 통해 카카오 프렌즈 및 다양한 셀프카메라 필터 기능 제공
- 카카오톡 프로필 편집 기능과 연동을 통해 카카오톡 프로필을 꾸밀 수 있는 기능을 제공하여 카카오톡 치즈 사용자를 점차 확대해 나갈 예정

## C. 카카오 2분기 실적발표 및 하반기 성장 전략

- 카카오 2분기 총 매출 약 3,765억 원으로 '15년 동기 대비 약 66% 증가, 카카오 하반기 광고·콘텐츠 사업에 역량 집중

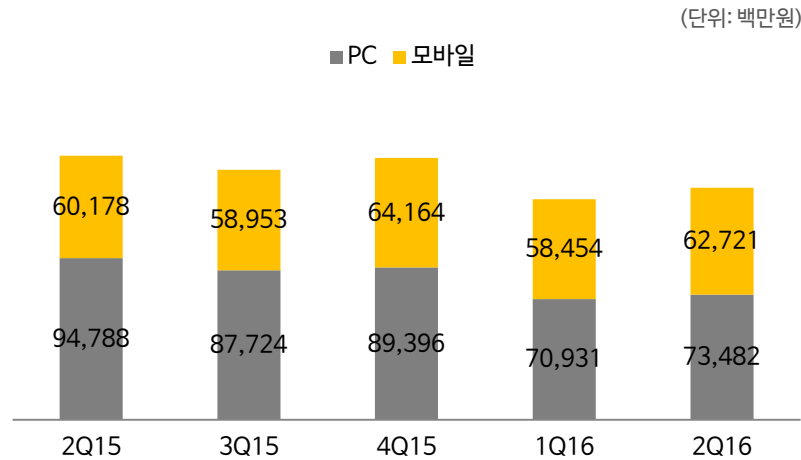
: 카카오는 2분기 실적을 발표하고 컨퍼런스콜을 통해 하반기 성장 전략 공개

: 카카오 2분기 광고 사업 매출은 약 1천 362억 원으로 전 분기 대비 5% 증가했으나 전년 대비 12% 감소

: 카카오는 하반기 애드익스체인지 도입, 카카오톡을 통한 콘텐츠 특 서비스 등 광고 및 콘텐츠 사업을 통해 수익을 개선해나갈 전망

### 2분기 사업별 매출 및 하반기 성장 전략

#### 카카오 2분기 디바이스별 광고 매출

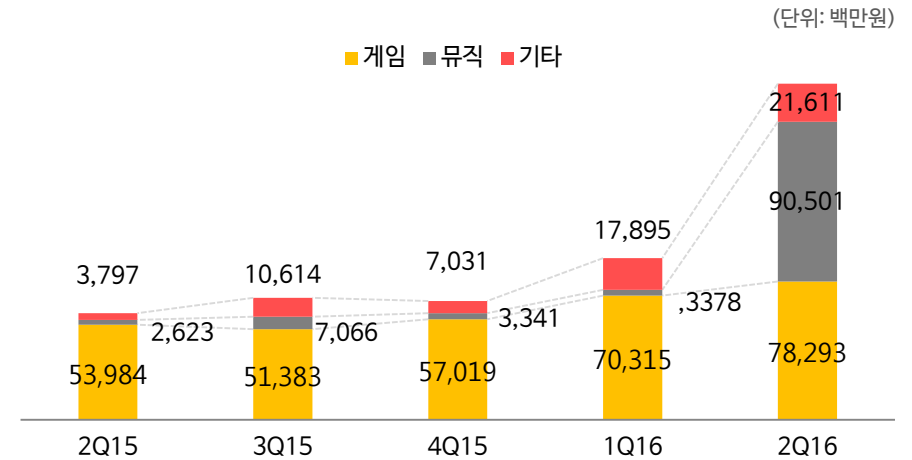


AD Exchange  
도입 예정

#### 별도의 광고 사업부 신설 및 애드 익스체인지 도입

- 광고 사업 부분 매출 정체를 해결하기 위해 별도 광고 사업부 신설
- 애드 익스체인지 도입을 통해 미판된 지면에 외부 광고를 노출시켜 광고 서비스 경쟁력을 강화할 예정

#### 카카오 2분기 콘텐츠 사업별 매출



카카오톡  
뉴스톡 서비스

#### 카카오톡을 통해 콘텐츠를 전달하는 콘텐츠 특 서비스 준비

- 카카오톡 메시지를 통해 콘텐츠를 전달하는 서비스
- 올림픽을 통해 시험 운영 (체육부장) 하였으며 추후, 뉴스톡 스포츠톡 등 다양한 콘텐츠로 확대할 전망

## D. 페이스북 광고 노출 설정 및 노출 알고리즘 변경

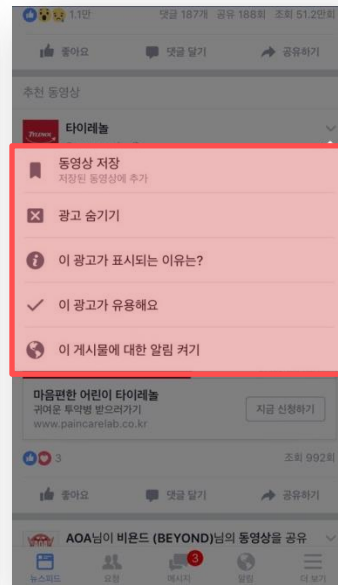
### ● 페이스북은 이용자의 편의성을 극대화하고 피드 콘텐츠의 질적 향상을 위해 UX 및 노출 알고리즘 개선

: 페이스북은 광고 피드를 별도의 설정 페이지에 들어가지 않고 피드 내에서 즉시 변경 가능하도록 설정하여 이용자의 편의성을 향상 시킴

: 낯시성 피드를 차단하기 위해 자극적인 피드 타이틀로 노출을 유도하는 경우 피드 하단에 위치시키고 좋아요를 다수 획득 시 다시 상단에 노출시키도록 알고리즘 변경

: 페이스북은 이용자의 지속적인 유입을 위해 편의성 개선 및 콘텐츠의 질적 개선을 꾸준히 이어나갈 것으로 보임

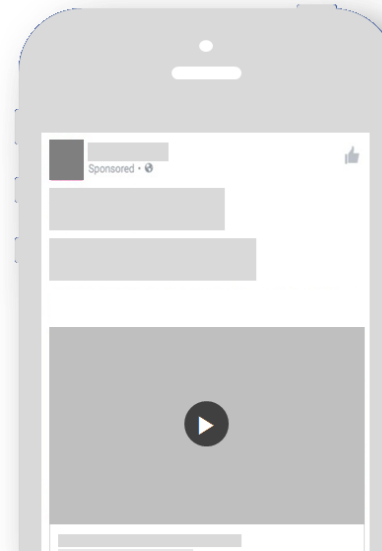
#### 페이스북 광고 노출 설정 UX 변경



#### 페이스북 뉴스 피드 내 광고 설정 즉시 변경 가능

- 뉴스피드 우측 상단의 'V' 모양 아이콘을 선택해 즉시 광고 설정 변경 가능
- 기존 페이스북 광고는 노출된 광고 우측 상단의 'V' 모양 아이콘을 통해 유사 내용이 보이지 않게 설정하거나, 광고 기본 설정 페이지를 통해 직접 관심사 추가·제외 하는 방식

#### 피드 타이틀 노출 알고리즘 변경



다수의 '좋아요' 획득시

자극적인 타이틀을 통한 클릭 유도하는 피드  
ex) 잠들기 전 신발에 마늘을 넣었더니 믿을 수 없는 일이...  
충격! 그녀가 소파 쿠션 밑을 들춰더니...

## E. 인스타그램 10억 다운로드 돌파 및 스토리 기능 신설

- 인스타그램, 페이스북 패밀리 중 4번째로 10억 다운로드 돌파 및 휘발성 콘텐츠 서비스 '스토리' 공개  
: 서비스 오픈 5년 8개월 만에 MAU(월간 활성 이용자수) 5억명을 돌파한 인스타그램은 페이스북 패밀리 앱 중 4번째로 10억 다운로드 달성  
: 인스타그램은 24시간 동안만 계정을 팔로우하는 사람들에게 별도의 슬라이드쇼를 통해 콘텐츠를 노출시키는 '스토리' 기능 공개

### 인스타그램 10억 다운로드 돌파



인스타그램 구글 플레이 스토어 **10억 다운로드** 돌파  
(월간 활성 이용자수(MAU) 약 5억 명)

### 구글 플레이스토어 주요 10억 다운로드 클럽 (총 19개)

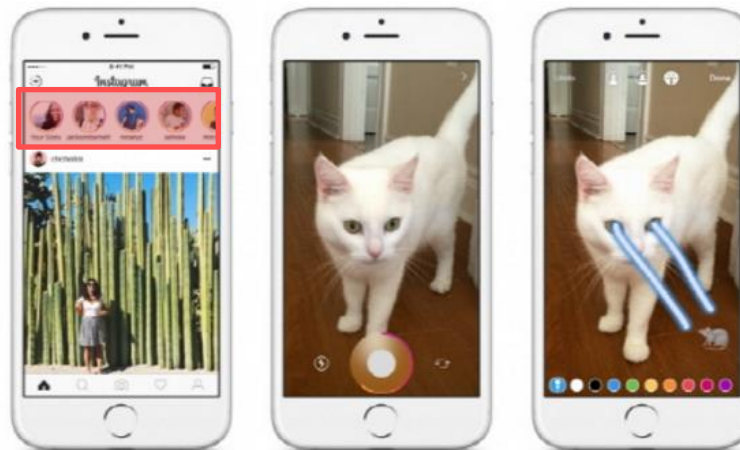
#### 페이스북 관련 APP



#### 구글 관련 APP



### 인스타그램 스토리 기능 공개



### 인스타그램 24시간 동안만 노출되는 '스토리' 기능 도입

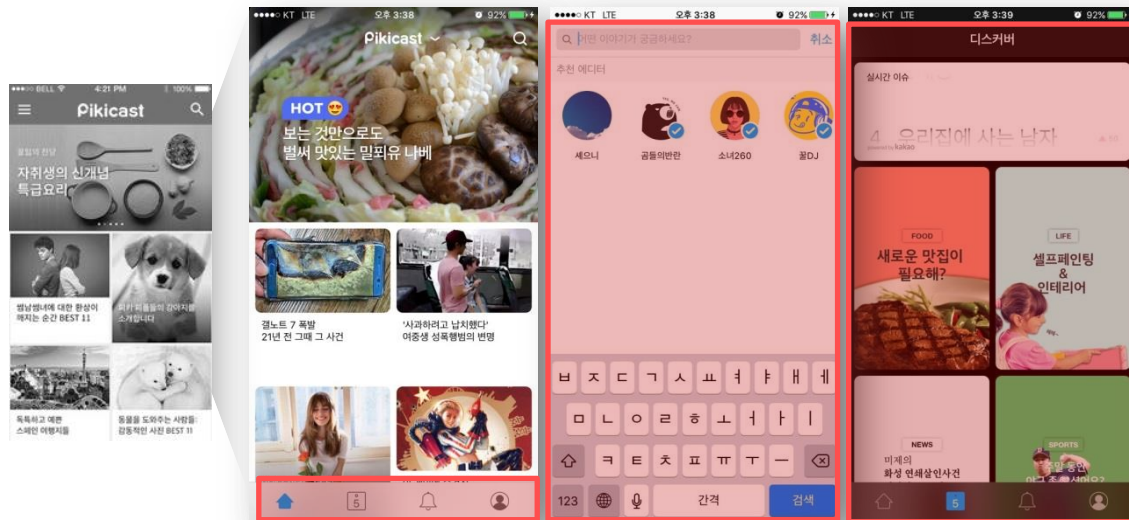
- 여러가지 이미지 및 동영상을 인스타그램 스토리를 통해 업로드 하면 슬라이드 쇼 형태로 24시간 동안만 별도 노출
- 인스타그램 스토리는 일반 포스팅과 달리 '좋아요' 또는 댓글을 달 수 없으나 사진을 클릭하고 메시지를 주고받는 인스타그램 다이렉트 기능 지원

## F. 피키캐스트 3.0 정식 업데이트를 통해 대규모 서비스 개편

### ● 모바일 콘텐츠 플랫폼 피키캐스트, 정식 업데이트를 통해 이용자 유입 확대 유도

- : 국내 대표적인 모바일 콘텐츠 플랫폼 피키캐스트는 이용자의 편의성 및 이용확대를 위한 3.0 업데이트 실시
- : 피키캐스트 하단에 메뉴바를 생성하고 디스커버 영역을 신설 했으며 검색 기능 및 알림 서비스 고도화 진행
- : 10대와 20대가 주 이용 타깃인 피키캐스트는 모바일 이용 편의성 개선을 통해 지속적으로 이용자 유입을 유도해나갈 것으로 보임

### 피키캐스트 3.0 업데이트 주요 내용



### 피키캐스트 3.0 업데이트

#### 피키캐스트 하단 메뉴바 생성

- 메인 페이지 하단에 메뉴바를 추가하여 콘텐츠 이용에 편의성 극대화

#### '디스커버' 영역 신설

- 디스커버 영역을 통해 다양한 채널의 동영상을 직관적으로 접근이 가능

#### 검색 기능 개선 및 푸시·알림 서비스 고도화

- 다양한 콘텐츠를 쉽고 빠르게 접근할 수 있도록 검색 기능 편의성 개선
- 푸시 및 알림 설정 고도화를 통해 이용자의 관심 콘텐츠의 접근 용이성 향상



## G. 모바일 간편 결제 시장 지속적인 성장세 기록

● 모바일 결제 애플리케이션 사용자 월 천만 명 시대, 다양한 플랫폼과 연동을 통해 지속적인 성장이 예상됨

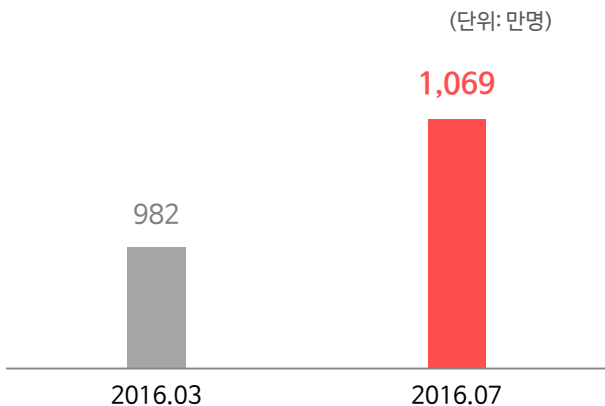
: 와이즈앱 조사 결과에 따르면, 모바일 결제 앱 이용자는 3월 약 982만 명에서 7월 1,069만 명으로 약 9% 증가

: 모바일 간편 결제 서비스는 상위 4개 앱의 이용 비중이 73%를 차지했으며, 가장 많이 연동되어 사용되는 플랫폼은 쇼핑과 라이프스타일(O2O)관련 서비스

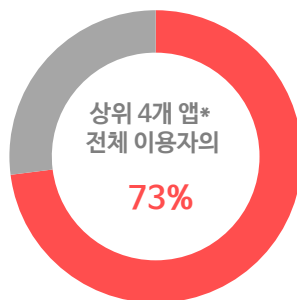
: 대표적인 모바일 간편 결제 시스템인 삼성페이와 네이버페이는 출시 1년 만에 누적 결제금액 약 2조원을 돌파하는 등 간편결제 시스템의 성장세는 지속될 것으로 보임

### 모바일 간편 결제 플랫폼 이용 현황

#### 모바일 간편 결제 APP 이용자 수



#### 모바일 간편 결제 APP 이용자 수

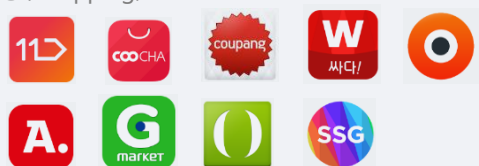


\*상위 4개 앱 :

모바일ISP / 삼성페이 / 신한FAN / 현대카드

#### 모바일 간편 결제 주 연동 APP

##### 쇼핑(Shopping)



##### 생활(Life Style)



#### 삼성페이 이용 현황

- 2015년 8월 출시
- 출시 1년 만에 누적 결제 금액 2조 원 돌파(국내 25%)
- 등록 카드 수 약 1,100만 개



#### 네이버페이 이용 현황

- 2015년 6월 출시
- 출시 1년 만에 누적 거래액 2.5조 원 돌파
- 누적 결제 건수 약 1억 8천만 건
- 모바일 결제 비율 약 75%

## H. 모바일 내비게이션 경쟁 가속화

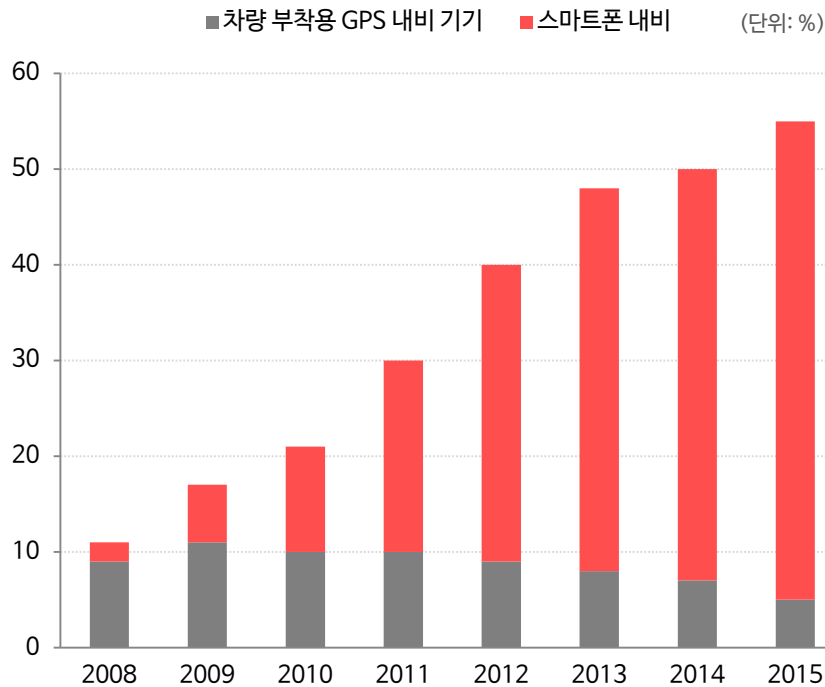
● 통신사와 포털 업체간 모바일 내비게이션 경쟁, 위치 기반 데이터를 활용한 타 플랫폼과의 시너지 효과 기대

: 국내 내비게이션 시장은 2011년 이후 스마트폰 내비게이션이 차량 부착용 내비게이션 서비스 이용률을 넘어섬

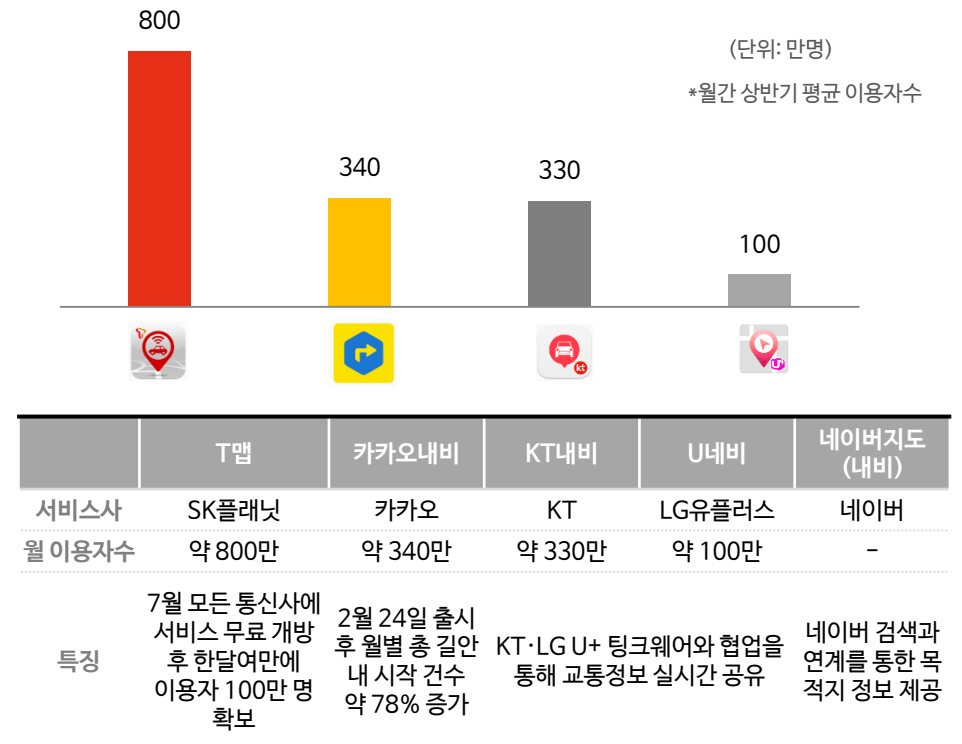
: 모바일 내비게이션 1위 사업자인 T맵은 지난 7월 모든 통신사에 서비스를 무료로 공개하는 등 서비스 이용자 확보를 위해 노력 중

: 모바일 내비게이션은 O2O를 비롯한 타 플랫폼과의 연동을 통한 수익 창출의 기본이 될 것으로 보여, 업체간 경쟁은 점차 심화될 것으로 예상됨

국내 내비게이션 시장의 변화



주요 모바일 내비게이션 이용 현황



# ~~more than expected!~~ nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면  
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실수 있습니다.

- 신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청