

MEDIA & MARKET ISSUE

Vol. 309

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue
2020.09

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 카카오, OTT 플랫폼 '카카오TV' 출시 ... 동영상 콘텐츠 사업 본격화
- 네이버, 하반기도 커머스 집중 ... 쇼핑라이브 및 장보기 서비스 강화
- 글로벌 시장 속 K-웹툰의 영향력을 키워나가는 네이버·카카오

MARKET ISSUE

- 인플루언서 광고, 9월 1일부터 광고 표시 의무화...이전 게시물에도 적용 필수
- 비대면 선물하기 시장 확대, 모바일 선물하기 기능 도입하는 커머스 플랫폼 증가
- 유통 업계 '배달 전쟁' 심화, 사회적 거리두기 연장 및 비대면 거래 일상화 영향

01

MEDIA ISSUE

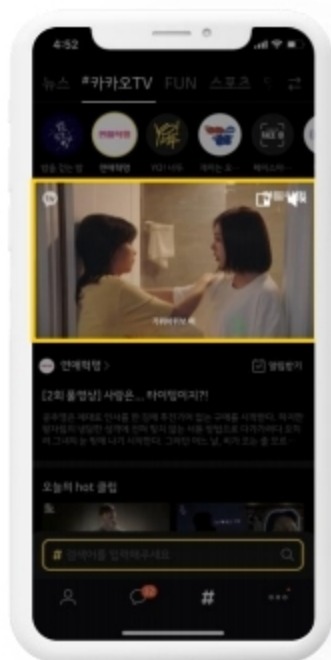
nasmedia

카카오, OTT 플랫폼 '카카오TV' 출시 ... 동영상 콘텐츠 사업 본격화

kakao

- 카카오는 9월 신규 OTT 플랫폼 '카카오TV'를 론칭하고 1일부터 자회사 카카오M에서 제작한 예능·드라마 콘텐츠들을 순차 공개
- 카카오의 IP 및 카카오M을 통한 콘텐츠 자체 제작으로 경쟁력을 높이고, 다양한 타겟 세그먼트를 겨냥한 콘텐츠 구성으로 카카오TV 이용자의 유입 유도
- 인스타그램 동영상 광고를 비롯해 10월 이후에는 콘텐츠 부분 유료 전환을 통해 다양한 수익 구조를 마련할 예정으로, 사업성 또한 강화할 예정

| 카카오TV 서비스 특징 및 강점 |



콘텐츠	제작 및 유통 채널	수익 구조
<p>다수의 에피소드 제작</p> <p>2023년까지 약 3천억 원을 투자해 240개 이상의 타이틀 확보 예정</p>	<p>자체 IP 활용</p> <p>카카오페이지 및 다음 웹툰 IP를 활용한 콘텐츠 제작 가능</p>	<p>신규 동영상 광고</p> <p>본 영상 시청 전 프리롤 광고 노출 및 시청 중 미드롤 광고 판매로 수익 발생</p>
<p>속도감 있는 빠른 호흡의 콘텐츠</p> <p>한 회당 20~30분 내외의 콘텐츠 구성, 에피소드별 기승전결로 몰입도 증대</p>	<p>전문 제작 인프라 구성</p> <p>연예 매니지먼트, 콘텐츠 제작사인 카카오M의 제작 역량 보유</p>	<p>유료 전환</p> <p>최초 공개 7일 후 유료로 전환, 콘텐츠 단건 결제 방식 (10월 이후 예정)</p>
<p>타겟 세분화</p> <p>10대부터 50대까지 다양한 연령층을 어우르는 드라마·예능 콘텐츠 구성</p>	<p>카카오톡을 통한 노출</p> <p>국내 최대 이용자를 확보한 카카오톡을 통해 유저 확보 가능</p>	

* Source : 카카오, 관련 기사

네이버, 하반기도 커머스 집중...쇼핑라이브 및 장보기 서비스 강화



- 네이버는 제품 검색부터 결제까지 소비자의 구매 여정 전체를 아우르는 “네이버만의 커머스 생태계”를 지속 확대하고 있음
- 7월 ‘쇼핑라이브’ 서비스 개편에 이어, 8월 자회사인 스노우의 라이브 콘텐츠 플랫폼 ‘잼라이브’를 인수하며 최근 폭발적으로 성장하고 있는 라이브커머스 시장 주도권 확보 시도
- 또한 전통시장 중심이었던 기존 ‘장보기’ 서비스에 홈플러스, GS프레시 등 대형 유통업체를 추가해 생필품·신선식품 분야 강화, 종합 온라인 쇼핑 플랫폼 입지를 확보해 나갈 것으로 기대

| 2020년 네이버 쇼핑 주요 서비스 |



* Source : 네이버, 관련 기사

글로벌 시장 속 “K-웹툰”의 영향력을 키워나가는 네이버·카카오

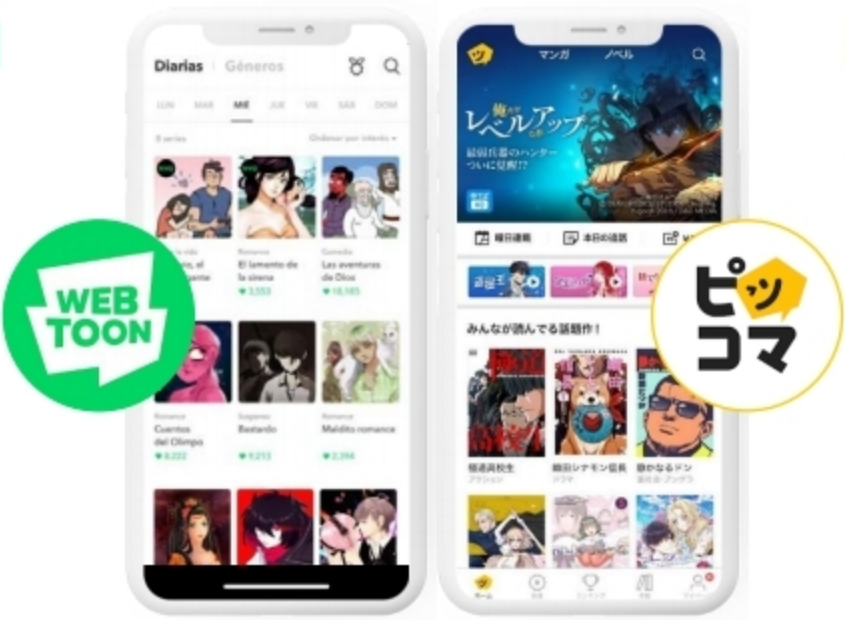


- 2019년 국내 웹툰의 글로벌 거래액이 1조 원을 돌파하며 글로벌 시장에서의 경쟁력 입증. 국내 주요 웹툰 사업자 중에서는 글로벌 시장내 긍정적인 성과 기록
- 네이버웹툰은 퍼스트 무버로서 초기 시장을 선점하며 전세계 100개국 콘텐츠 1위* 기록, 카카오재팬의 픽코마는 일본 시장에 성공적으로 안착해 비게임 앱 중 매출 1위 차지
- 이외 태피툰, 레진코믹스 등 중소 웹툰 플랫폼도 활발하게 글로벌 사업 전개 중, 웹툰 IP 활용 영역이 다양하게 확장되면서 향후 더 많은 국내 사업자가 글로벌 시장에 진입할 것으로 보임

*구글플레이 만화 카테고리 103개국 기준

| 글로벌 시장 속 네이버·카카오 웹툰 |

네이버웹툰, <라인웹툰>	
성과	2Q 글로벌 거래액 YoY 57% 증가
주력 시장	북미(미국) 미국 월간 결제자 수 전년 대비 2배 증가 결제자당 결제 금액 약 50% 증가
어필 포인트	글로벌 창작 생태계 조성, 현지 창작자를 발굴해 글로벌 콘텐츠 IP 확보 모바일 친화적인 UI, 양방향 소통 기능으로 미국 Z세대 공략



카카오재팬, <픽코마>	
성과	2Q 글로벌 거래액 YoY 2.5배 증가
주력 시장	일본 7월 일본 양대 앱 마켓에서 비게임 부문 모든 앱 중 통합 매출 1위 기록
어필 포인트	일본 MZ세대의 모바일에 최적화된 스낵컬처 콘텐츠 수요 충족 국내에서 이미 검증된 카카오페이지 IP 기반 웹툰 콘텐츠 제공

* Source : 한국콘텐츠진흥원, 네이버, 카카오, 관련 기사

02

MARKET ISSUE

nasmedia

인플루언서 광고, 9월 1일부터 광고 표시 의무화...이전 게시물에도 적용 필수

- 9월 1일부터 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침」 개정안 시행, 공정거래위원회는 경제적 이해 관계가 있는 대가성 콘텐츠를 광고로 명확하게 표시하는 가이드라인 제시
- 국내 플랫폼은 이용자대상 해당 내용 공지 및 광고 표시 기능 제공, 정책 개정 등 자체 재제를 강화하며 자율 준수 노력

| 추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침 - 공개의 원칙 및 매체별 표시 방법 |

표시 위치

쉽게 볼 수 있는 위치
게시물 제목, 상단, 이미지 내 등

표현 방법

쉽게 인식할 수 있는 형태
적절한 문자 크기, 폰트, 색상 등

표시 내용

명확한 내용으로 표시
광고, 협찬, 금전적 지원 등

사용 언어

게시 내용과 동일한 언어 사용
본문이 한국어면, 광고 표시도 한국어

텍스트 위주의 게시물 - 블로그·카페 등



▲ 게시물 제목

▲ 본문 첫 부분

▲ 본문 끝 부분

이미지 게시물 - 인스타그램



▲ 이미지 내 표시

▲ 본문 첫 줄

▲ 첫 번째 해시태그

동영상/생중계 게시물 - 유튜브·아프리카TV 등



▲ 게시물 제목

▲ 영상 내 표시

▲ 영상 위 배너

* Source : 공정거래위원회, 추천 보증 심사 지침 : 경제적 이해관계 표시 안내서

비대면 선물하기 시장 확대, 모바일 선물하기 기능 도입하는 커머스 플랫폼 증가

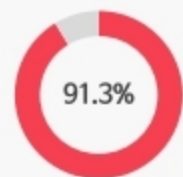
- 모바일 쿠폰 시장 규모는 2019년 3조 3,240억 원을 기록, 시즌 이슈 및 거리두기가 지속되는 가운데 편리함을 강점으로 2019년 4분기부터 분기별 거래액 9천억 원대 유지
- 카카오톡 선물하기가 전체 시장의 70%를 점유*하며 시장을 주도하고 있으나, 상품군 확대 및 큐레이션, 옵션 변경 기능 제공 등으로 차별화하며 자체 서비스하는 플랫폼 증가

* 2019년 거래액 기준, 업계 추정

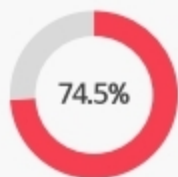
| 모바일 쿠폰 거래 규모 및 인식 |



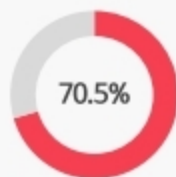
“간편하게 선물할 수 있어 편리하다”



“일상의 소소한 기쁨이 되는 느낌이다”



“선물하는 것에 대한 부담이 적어진 편이다”



| 모바일 선물하기 기능 제공 플랫폼 확대 |

상품 카테고리 확대 및 전문화
1만원 미만의 실속 상품에서 1백만원 이상의 고가, 프리미엄 상품 등 상품 라인업 다양화

ssg닷컴 판매 상품 특가 상품 및 지역/컬처 상품 화장품 및 건강 식품 가전제품 유제품 및 음료, 밀키트

* Source : 통계청 온라인쇼핑동향, 트렌드모니터 (2019.04 조사), 관련 기사

유통 업계 '배달 전쟁' 심화, 사회적 거리두기 연장 및 비대면 거래 일상화 영향

- 2020년 7월 온라인쇼핑 거래액은 약 13조 원으로 최고치 기록, 그 중 온라인 음식 배달 서비스를 포함한 '음식서비스' 거래액은 1조 3천억 원을 기록하며 전년 대비 약 66.3% 급증함
- 올해 여름 연속적인 장마와 코로나19 재확산에 따라 배달 서비스가 일상화·보편화되면서 음식 위주의 단순 배달을 넘어 배달 가능 품목 및 방식이 다양화되고 있음
- 백화점·편의점은 점포 중심 근거리 지역 배달 중심, 이커머스 및 IT 업체는 기존 플랫폼 경쟁력을 기반으로 배달 시장 내 점유율 확보 경쟁이 과열될 것으로 예상됨

| 배달 서비스 경쟁 과열 - 주요 신규 서비스 출시 활발 |

배달 시장 성장세에 따른 트렌드 변화



백화점 업계

갤러리아 백화점 '김집사블랙' 출시 (9월)
식품관 음식 주문·근처 약국 방문·세탁물 픽업 등

롯데백화점, 9월 내 식품관 음식 배달 도입 예정
심부름 대행 전문 업체 '김집사'와 제휴 검토

현대백화점 X 바르고 '바로투홈' (9월)
조리식품 점포 인근 3km 지역 대상 1시간 내 배달

- 기존 배달 전문 업체와의 제휴 형태 활발
- 특정 점포 테스트 후 서비스 지역 확대 계획

편의점 업계

GS25 '우리동네딜리버리' 출시 (8월)
자체 운영하는 전국 근거리 도보 배달 서비스

CU, 9월 내 도보 배달 서비스 출시 예정
도보 배달 전문 업체 '엠지플레이팅'과 제휴

- 24시간 배달, 근거리 도보 배달 등 편의점만의 특징을 적극 활용해 차별화

이커머스/IT 업계

롯데ON, 초소량 즉시 배달 서비스 시작 (8월)
롯데마트 및 롱스 상품 1시간 내 배송

이베이코리아, '클럽이츠(Club Eats)' 상표 등록
기존 배달 서비스 개선 및 명칭 변경 검토

네이버 '장보기' 서비스 리뉴얼 (8월)
홈플러스·GS Fresh·농협하나로마트 등 제휴

나우버스킹, 카카오톡 내 '착한배달' 출시 예정
낮은 수수료 전략, 입점 업체 모집 중

- 온라인 거래 관련 IT 기술 및 운영 노하우 보유
- 기존 자사 플랫폼 이용자 데이터 활용 용이

* Source : 관련 기사

이달의 단신 소식

구분	이슈
네이버 카카오	<ul style="list-style-type: none"> • 네이버 “스포츠·연예 매체 ‘전재료’ 대신 ‘광고수익’ 배분” : 11월부터 일반 언론사 외에 스포츠·연예 서비스 제휴 언론사에도 뉴스 공급 대가로 전재료 대신 광고 수익을 배분하도록 변경 예정 • 네이버, '내돈내산' 영수증 리뷰 출시 10개월 만에 1억 건 돌파 : 업체 방문을 인증하고 진성 리뷰를 작성하는 네이버 마이플레이스의 영수증 리뷰가 빠르게 성장 중, 일평균 영수증 제출 수는 65만장, 일 평균 리뷰 작성수는 40만건 • '언택트 빅2' 네이버·카카오, B2B시장에서 기술경쟁한다 : 네이버는 인공지능(AI)과 클라우드 기술을 바탕으로 기업용 서비스 운영, 카카오는 자체 클라우드 솔루션과 올 하반기 출시할 기업용 종합업무플랫폼으로 시장 진입 • 카카오페이지, 영화·드라마 제작사 '크로스픽처스' 인수 : 인도, 일본, 중국, 미국을 주 무대로 영화와 드라마를 만들어온 제작사 '크로스픽처스' 인수, 글로벌 제작 노하우를 활용해 글로벌향 '슈퍼 IP' 제작 목표
구글 페이스북	<ul style="list-style-type: none"> • 구글, '니어바이 셰어' 발표... 안드로이드용 근거리 파일 전송 기능 : 애플의 '에어드롭(AirDrop)' 같은 스마트폰 근거리 파일 전송 기능으로, 근처에 있는 안드로이드 스마트폰끼리 데이터 간편 전송 가능 • 페이스북, 15초 동영상 서비스 '릴스' 출시... 틱톡 대체할까 : 인스타그램에서 미국 등 50여개 나라에서 숏폼 영상 플랫폼 '릴스(Reels)' 출시, 틱톡이 미국 정부의 공격을 받는 상황에서 대체 서비스로 자리잡을 수 있을지 주목 • '페이스북 파이낸셜' 출범... 전자결제 사업 본격화 : 페이스북 페이를 포함해 페이스북이 추진하는 모든 결제 관련 프로젝트를 담당하며, 페이스북 자사 모든 앱들에 결제 기능을 적용한다는 목표
방송/동영상	<ul style="list-style-type: none"> • 지상파-CJ-JTBC, 별도 제공해온 'IPTV 월정액 VOD' 단일화 진행 : 넷플릭스 영향력 확대로 국내 VOD 시장 잠식이 우려됨에 따라, 방송 5사가 VOD 단일화에 합의, IPTV 방송 콘텐츠 무제한으로 이용 가능한 '통합 월정액 상품' 출시 추진 • 디즈니 OTT '디즈니플러스', 구독자 6천만 돌파 : 2분기 실적과 함께 디즈니플러스 구독자가 6천 50만 명을 넘어섰다고 발표, 인도 시장 진출과 미국 내 버라이즌 프로모션의 시너지 효과로 해석 • "보고싶은 배우·장면만 골라보자"...KT, 이용행태에 맞춘 '시즌' 앱 개편 : 주 이용 고객인 2030세대 여성의 이용 행태를 고려해 원하는 영상을 자유롭게 골라서 볼 수 있는 개인화 맞춤형 기능 추가
매체 소식	<ul style="list-style-type: none"> • 네이버·카카오·네이트 모두 스포츠뉴스 댓글 잠정 중단 : 연예 뉴스에 이어 국내 3대 포털에서 스포츠 뉴스 댓글 서비스도 당분간 잠정 중단, 악성 댓글 조치 방안 마련 후 재개 예정

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)