

# MEDIA & MARKET ISSUE Vol.340

주요 미디어 & 마켓 이슈

Media & Market issue  
2023.04

Published by  
Trend strategy team

nasmedia

# INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

## MEDIA ISSUE

- 네이버 지도, 장소 저장 기능을 활용한 '별별저장소' 공개...서비스 고도화 지속
- SNS 유료 구독 서비스 출시...다양한 수익화 모델 실험 중

## MARKET ISSUE

- 애플페이 국내 출시, 간편결제 시장 선점을 위한 사업자 경쟁 본격화
- 외식·여행 등 오프라인 기반 수요 확대, 소비 트렌드를 반영한 앱 서비스 변화
- 2022년 국내 가구 인터넷 접속률 99.96%...디지털 기반 경제·사회활동 지속

01

# MEDIA ISSUE

nasmedia

# 네이버 지도, 장소 저장 기능을 활용한 '별별저장소' 공개...서비스 고도화 지속



- 2022년 12월, 네이버 지도 개편을 통해 장소 저장 기능 확대 및 큐레이션 서비스 '별별저장소' 출시 등 사용성 강화를 위한 외연 확장 중
- 2023년 본격적으로 지도 사용성을 강화하며 대중교통 이용 관련 기능 강화 예정 및 예약·리뷰 서비스 연계 등을 통해 마케팅 플랫폼으로 진화 목표

## | 장소 저장 기능을 활용한 큐레이션 서비스 제공 |

## | 2023년 네이버지도 업데이트 예정 기능 |

2022년 12월

**네이버 지도 서비스 개편**

첫 화면에 '저장 탭' 신설, 장소 저장 개수 5,000 개로 확대 및 리스트 저장·공유 지원

2023년 1월

**'별별저장소' 공개**

네이버 지도에서 사람들이 많이 저장한 장소를 테마별로 카테고리화하여 제공

2023년 3월

**'갈수있어 강아지도' 공개**

전국 애견동반지도 '갈수있어 강아지도' 공개 강아지와 이용할 수 있는 숙소, 식당 정보 제공  
페이지 조회수 120만 건 기록(4/7 기준)

### 2023년 상반기

- 대중교통 기능 사용성(UX) 개선  
대중교통 승·하차 알림 기능 제공, 추후 환승 정보 안내 지원
- 내비게이션 검색 기능 세분화  
특정 도로 우선 경로 및 차종별 맞춤 경로 검색(제공 중)에 전기차 충전소 검색 추가

### 2023년 하반기

- 내비게이션 내 '경로 기반 검색' 지원  
현재 위치 및 경로에 기반한 검색 결과 제공
- 저장 장소 혜택·알림 지원  
지도 내 등록된 가게 정보를 마케팅 도구로 활용할 수 있는 기능 추가

\* Source : 네이버지도 공식 홈페이지, 관련 기사

# SNS 유료 구독 서비스 출시... 다양한 수익화 모델 실험 중



- 메타와 트위터는 자체 유료 구독 서비스인 ‘메타 베리파이드’, ‘트위터 블루’의 서비스 국가를 확대하며 강화된 개인정보보호 규제를 반영한 수익 모델 개편 시도
- SNS 유료 구독 서비스는 이용자에게 프리미엄 서비스와 강력한 계정 보안 기능을 제공하며, 광고 수익 외 새로운 수익 창출에 기여할 것으로 기대

\* 포유 (For You): 트위터 타임라인 상단에 위치한 추천 탭으로, 이용자가 좋아할 만한 트윗(게시글)을 알고리즘으로 선별해 추천

## | 메타 · 트위터 유료 구독 서비스 현황 |

■ : 서비스 강화   ■ : 보안 강화

메타 베리파이드 (Meta Verified)		트위터 블루 (Twitter Blue)
인스타그램  페이스북	인증마크	개인  기업  정부기관
2023년 2월 19일 (호주, 뉴질랜드) 2023년 3월 18일 (미국)	출시일	2022년 12월 12일 (미국) 2023년 4월 1일 (전세계)
월 11.99달러 (한화 약 1만 6천 원)	요금 (웹 기준)	월 8달러 (한화 약 1만 원)
최소 계정 활동 요건을 충족한 18세 이상 사용자 프로필과 이름, 사진이 일치하는 신분증 제출 후 승인을 받은 계정 (구독 후 프로필 이름과 사진, 생년월일 변경 불가)	구독 요건	휴대전화 본인 인증을 한 계정
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 댓글, 추천 등에서 이용자의 계정 상위 노출</li> <li>- 계정 모니터링을 통해 해킹 및 사칭으로부터 보호</li> <li>- 보안 문제 발생시 메일이나 챗봇이 아닌 담당자와 직접 연락 가능</li> </ul>	서비스 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 트윗 글자 수 증가 (영어 기준, 최대 280자 → 최대 4,000자)</li> <li>- 트윗 수정 가능 (30분 이내 최대 5회)</li> <li>- ‘포유 (For You)’* 탭에 트위터 블루 사용자 계정만 추천</li> <li>- 댓글과 멘션, 검색 상위에 노출</li> <li>- SMS 이중 인증 로그인</li> </ul>

\* Source: 관련 기사

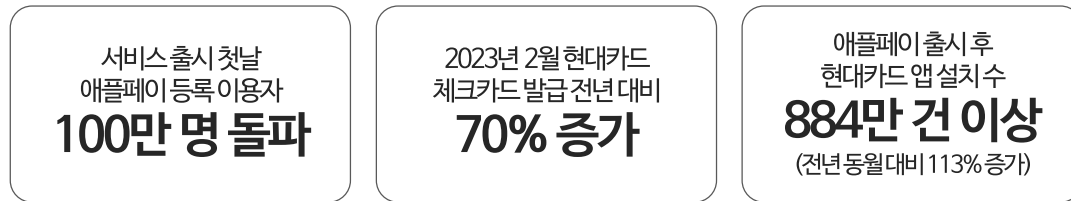
02

# MARKET ISSUE

# 애플페이 국내 출시, 간편결제 시장 선점을 위한 사업자 경쟁 본격화

- 2023년 3월 21일 애플페이 국내 출시, 서비스 출시 당일 애플페이 등록 100만 건 이상 발생하며 역대 최고 기록 달성
- 애플페이는 현대카드와 협약을 맺고 결제 속도와 간편성을 내세우며 빠르게 이용자를 확보 중이며 삼성페이 등 기존 사업자는 서비스 추가·업무협약을 통해 대응

## | 애플페이 국내 출시 이후 성과 |



## | 애플페이 vs. 삼성페이 주요 특징 |

애플페이		삼성페이
NFC(근거리무선통신)	결제방식	MST(마그네틱보안전송) NFC(근거리무선통신)
1곳(현대카드)	제휴 금융사	46곳
아이폰, 애플워치	오프라인 결제 가능 기기	갤럭시 스마트폰
주요 편의점, 백화점 등 120여 곳	국내 오프라인 사용처	신용카드 가맹점 300만 곳
불가능	교통카드	가능

## | 간편결제 주요 사업자 대응 현황 |

<b>SAMSUNG pay</b>	자동차 디지털키, 디지털 홈키, 모바일 운전면허 확인서비스, 항공권 저장 등 부가기능을 추가해 기존 사용자 편의성 증대
<b>N Pay</b>	삼성페이와 업무협약 체결, 전국의 오프라인 가맹점에서 MST 결제 지원 삼성페이 연동 이후 네이버페이 이용자 두 배 이상 증가
<b>kakaopay</b>	일본 QR결제 '페이페이'와 업무협약 체결, 해외시장 공략

## | 간편결제 주요 사업자 마케팅 전개 |

### 애플페이 X 현대카드

NFC 결제 방식의 빠른 속도와 애플워치를 활용한 결제 간편성 강조



### 삼성페이

삼성페이 출시 이후 3년 만에 광고 재개  
결제를 포함한 항공권 등 부가서비스 기능 강조



\* Source: TDI 데이터트래킹, 관련 기사

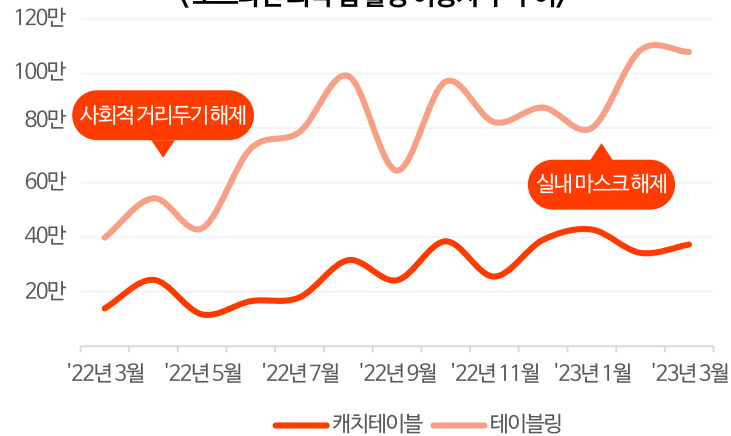
# 외식·여행 등 오프라인 기반 수요 확대, 소비 트렌드를 반영한 앱 서비스 변화

- 사회적 거리두기 해제 이후 외부 활동 증가로 인해 외식·여행 수요가 늘어나며 관련 앱 이용 및 온라인 결제 비중 증가
- 반면 팬데믹 수혜를 받았던 배달·인테리어·패션 앱 사업자들은 신규 성장 동력 확보를 위해 유사 카테고리 서비스로 사업 영역 확장 중

\* 2023년 2월 온라인쇼핑동향기준, 항공권·교통티켓·렌터카·숙박시설등의 거래액

## | 오프라인 외식앱 영역 확장 |

〈오프라인 외식 앱 활성 이용자수 추이〉



### 테이블링

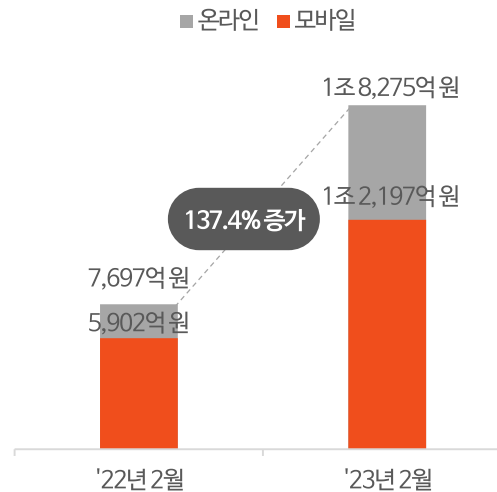
비대면 웨이팅 '원격 줄서기' 외에 손님이 직접 단말기로 주문이 가능한 '테이블링오더' 서비스 출시 계획(2023년 내)



### 캐치테이블

식당 예약에서 출발해 온라인 웨이팅, 픽업까지 서비스 영역 확장 점주들 대상 POS 기능 출시, 대규모 업데이트 진행(3월)

## | 여행 관련 온라인 거래액\* 증가 |



사회적 거리두기 해제에 따른 외부활동 증가로  
온라인으로 여행 관련 상품을 구매한 규모가  
2월 역대 최대 폭으로 증가

## | 신규 성장 동력 확보를 위한 서비스 확장 사례 |

전문 영역뿐 아니라 유사 카테고리 내 서비스 확대하며 이용자 저변 확대

### 배달



**배달의민족, 푸드테크·커머스 기업으로 영역 확대**  
B마트에 이어 꽃·화장품·패션 상품 신속하게 배송하는  
배민스토어 론칭, 개인판매자까지 서비스 대상 확대 예정(4월)

### 인테리어



**오늘의집, 라이프스타일 슈퍼앱 지향**  
이사·인테리어 시공·집수리 등 오프라인 서비스 도입,  
관련 수요 흡수해 이용자 이탈 방어(2023년 기준)

### 패션 플랫폼



**에이블리, 뷰티·라이프·푸드 등 유저 니즈 반영 카테고리 확장**  
뷰티 카테고리 1월 거래액 전년 대비 200% 증가  
인앱 형태로 남성 전문관 오픈(3월)

\* Source : 코리아 클릭(AOS+IOS 모바일 합산 MAU), 통계청, 관련 기사

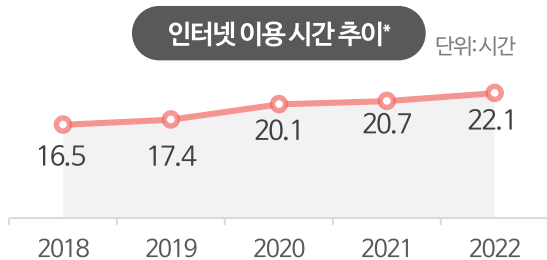


# 2022년 국내 가구 인터넷 접속률 99.96%...디지털 기반 경제·사회활동 지속

- 2022년, 국내 전체 가구 중 인터넷 접속 가구 비율은 100%에 육박했으며 주 평균 인터넷 이용 시간 또한 22시간으로 지속적으로 상승하는 추세
- 팬데믹으로 증가했던 동영상 서비스와 인터넷 쇼핑, SNS 이용은 지속되었으며 SNS 이용 목적에 대한 응답으로 타인과의 소통 항목이 감소하고 개인의 일상 기록 목적 응답이 증가

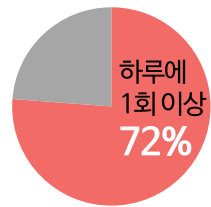
\*주평균 시간, 만 3세 이상 이용자대상

## | 2022 인터넷 이용 현황 |

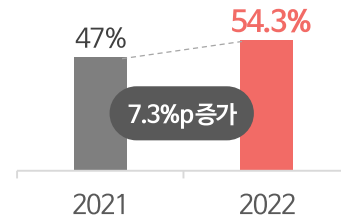


## | 동영상 서비스 이용 증가 |

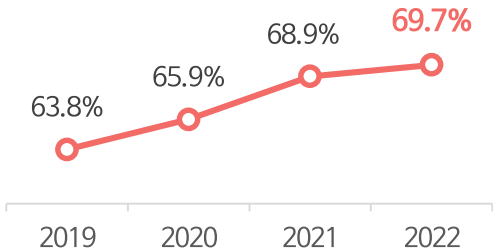
동영상 서비스 이용 빈도



동영상 서비스 통한 정보 탐색 비율

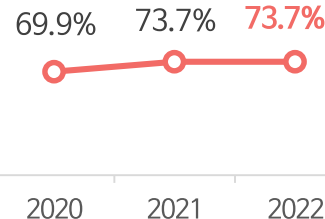


## | SNS 이용률 및 이용 목적의 변화 |



## | 인터넷 쇼핑 이용 지속 |

인터넷 쇼핑 이용률



2021년 대비 2022년 행태 변화

월 평균 이용 빈도  
5.1회 > **6.3회**

월 평균 지출 금액  
170,292 > **192,759원**



SNS 이용 목적 응답 변화  
(2021년 대비, 3개 항목 중복 응답)

일상생활 기록 목적 (37.3%) > **46.2%**

친교·교제 목적 (75.9%) > **64.4%**  
타인 게시물 열람 목적 (55.4%) > **48%**

\* Source : 과학기술정보통신부 <2022 인터넷 이용 실태조사>

# 이달의 단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>카카오톡, 그룹 채팅방 참여 설정 기능 도입</b>                      : 2023년 3월 '프로필 이모티콘 스티커' 도입에 이어 4월 3일 진행된 카카오톡 업데이트를 통해 그룹 채팅방 참여 설정 기능 외 지갑·실험실 서비스 등 개편을 통해 이용자 편의성 향상                 </li> <li> <b>카카오가 공개한 한국형 챗GPT '다다음', 이용자 폭증으로 오픈 베타 서비스 임시 중단... 4월 재공개 예정</b>                      : 2023년 3월 19일 베타 서비스 공개 후 하루 만에 이용자 1만 2,000명을 기록했던 '다다음'은 이용자 폭증으로 프로젝트 재정비 선언, 4월 중 다시 선보일 계획                 </li> <li> <b>네이버, '검색량 변화 알림' 키워드 확대</b>                      : 2022년 3월 출시했던 '검색량 변화 알림' 서비스 기능 개선해 서비스 대상 키워드를 은행·증권·페이 등 금융서비스와 공방 결항 이슈로 확대                 </li> <li> <b>페이스북, 릴스 길이 최대 90초로 연장</b>                      : 메타는 2022년 7월 인스타그램 릴스 길이를 90초로 확대한 것과 같이 페이스북의 숏폼 콘텐츠 릴스 길이를 기존 최대 60초에서 90초로 연장                 </li> <li> <b>유튜브, 채널 페이지에 팟캐스트 탭 추가... 유튜브 뮤직에도 추가 예정</b>                      : 유튜브는 크리에이터 스튜디오 메뉴 내 팟캐스트 탭을 추가하였으며 미국 이용자 대상으로 유튜브 뮤직 앱에도 팟캐스트 기능을 포함할 예정이라고 발표                 </li> </ul>
콘텐츠/OTT	<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>네이버·카카오, IP 활용한 국내외 사업 확장 박차... 매출내 콘텐츠 사업 차지 비중 증가세</b>                      : 네이버는 네이버웹툰 콘텐츠를 영상화하여 해외 진출에 적극적으로 나서고 있으며 카카오는 '카카오프렌즈' 캐릭터 활용한 TV 애니메이션 시리즈를 최초로 제작해 방영할 예정                 </li> <li> <b>넷플릭스 광고 요금제 '베이직 요금제', 출시 두 달 만에 미국내 월 활성 사용자수 100만명 돌파</b>                      : 블룸버그통신에 따르면 베이직 요금제의 미국내 1월 MAU는 100만명에 도달했으며, 미국내 광고 요금제 사용자수는 출시 첫 달에 500% 이상, 두 번째 달에는 50% 이상 증가                 </li> <li> <b>디즈니+, OTT 앱 설치 증가율 전년 대비 51%로 1위... 쿠팡플레이·티빙 뒤이어</b>                      : 2023년 2월, 전년 동월 대비 디즈니+의 앱 설치는 355만명에서 505만명으로 51% 증가해 1위를 차지했으며, 쿠팡플레이가 45% 증가, 티빙이 10% 증가하며 각각 2, 3위 차지                 </li> </ul>
유통	<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>쿠팡, 오픈마켓 상품에도 '로켓그로스' 도입... '로켓배송' 문턱 낮춘다</b>                      : 기존에 쿠팡에서 직매입한 상품만 가능한 '로켓배송' 서비스를 쿠팡 내 입점한 소상공인도 이용 가능하게 하며 택배 산업 내 영역 확장 예고                 </li> <li> <b>네이버, SK에너지·한진택배와 '더 착한택배' 서비스 시작</b>                      : 네이버 스마트스토어에 입점한 판매자들의 상품을 지역 기반으로 한 번에 모아 공동 집하하는 '더(The) 착한택배' 서비스 도입, 중소기업의 물류 업무 효율성을 높일 것으로 기대                 </li> </ul>

나스리포트를 통해 배포된 다양한 보고서는  
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)

# 나스미디어 보고서 활용 안내

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