

NOVEMBER
DECEMBER 2019

nasmedia

Market Brief VOL.33

KT x nasmedia 미디어 컨퍼런스, knock 2020
가전/교육 업종 트렌드 & 집행 사례

MARKET INSIDE	덩치 키우는 유료방송, IPTV는 OOT와 다르다
SNACK NEWS	해쉬태그로 읽는 #스낵뉴스
VOD CHART	IPTV VOD 인기 차트
PROGRAM GUIDE	11월·12월 방영예정작 소개
TREND CHECK I	가전 업종 트렌드 & 집행 사례
TREND CHECK II	교육 업종 트렌드 & 집행 사례
FOCUS ON I	KT X nasmedia 미디어 컨퍼런스, knock 2020
FOCUS ON III	knock 2020 비하인드
MEDIA DATA	IPTV 가입가구 및 클러터맵 데이터

IPTV 시장 동향

덩치 키우는 유료방송 IPTV는 OTT와 다르다

유료방송 서비스 가입자의 72.2%는 여전히 OTT 중 유료방송 서비스를 대체할 서비스가 없다고 응답했다.

※ 출처: 정보통신정책연구원 설문조사, 동아일보, 지디넷코리아 등

OTT 시장 본격화에도 흔들림 없는 유료방송 플랫폼

유튜브, 넷플릭스에 이어 다양한 OTT(Over The Top: 인터넷을 통해 볼 수 있는 영상 콘텐츠) 서비스가 출범을 앞두고 있다. 2019년 하반기 출시한 'wavve(웨이브)'에 이어, CJ ENM과 JTBC의 합작 OTT, 디즈니와 애플 등 글로벌 사업자의 OTT 서비스 출시 예정에 따라 OTT 시장 경쟁이 본격화 될 전망이다.

전 세계적인 OTT 열풍에도 IPTV 업계는 시청자 확보 경쟁은 치열해지지만 코드커팅은 없을 것이라는 예상이다. 케이블TV 한 달 수신료가 10만원은 너끈히 넘는 미국과 그 10분의 1 가격 수준인 한국은 상황이 매우 다르기 때문이다. 현재 국내는 월 1만원 정도의 비용이면 IPTV로 실시간 채널과 VOD 까지 시청할 수 있다. 또한 통신사 결합 상품으로 가격 경쟁력 측면에서 유리하고 결합 해지에 대한 장벽이 있어 가입자 유지에 용이하다. 더불어, 방송 서비스 외에 차세대 기술력을 바탕으로 생활 편의 서비스까지 확장되어 OTT 서비스가 IPTV 플랫폼을 대체하기는 어려울 것으로 예상된다.



KT 'AI 컴퍼니 선언' 기자 간담회

IPTV, 생활 서비스 플랫폼으로서 가치 확장

유료방송의 대표 플랫폼인 IPTV는 OTT 서비스 대비 차별화 된 경쟁력 확보를 위해 시청자의 편의성을 위한 AI 서비스 제공에 중점을 두고 있다. KT의 olleh tv는 기가지니 스피커를 통해 "지니야 심심해" 등을 말하는 사용자에게 "악동뮤지션 수현이 출현하는 비긴어게인3 VOD 어떠세요?" 와 같이 콘텐츠를 제안하는 새로운 양방향 서비스를 선보이고 있다.

단순 콘텐츠 시청에서 나아가, IPTV의 AI 서비스를 일상생활에 접목하여 TV플랫폼 이상의 가치를 확장해나가고 있다. SK브로드밴드는 신규 출시하는 AI 셋톱박스를 활용해 음식 레시피 안내, 홈쇼핑 주문 등 생활 속 AI 서비스를 강화 예정이며, LG유플러스는 '스마트 홈트' 서비스를 출시하여 유명 선수와 트레이너들의 전문 코칭 프로그램을 제공하고, AI 기술을 활용해 AI 코치가 실시간으로 자세를 교정해주는 서비스를 제공할 예정이다. 앞으로 유료방송 플랫폼은 미디어 플랫폼을 넘어 OTT 서비스로 대체할 수 없는 대중적인 생활 서비스 플랫폼으로 자리매김할 전망이다.



LG유플러스 '스마트 홈트'

방송·광고계 단신

해쉬태그로 읽는 #스낵_뉴스

IPTV 시장 그리고 방송가 & 광고계 이모저모까지, 해쉬태그로 한입에 소화 가능한 아주 가벼운 뉴스!

※ 출처: 뉴스1, 중도일보, 헤럴드경제 등



회복세 전환 꿈꾸는 #지상파_드라마

#탄탄한_완성도 #재밌으면_본다

KBS2 '동백꽃 필 무렵', SBS '배가본드' 등이 시청률 두자릿수를 기록하며 위기의 지상파 드라마에서 강세를 보이고 있다. 특히, '동백꽃 필 무렵'은 2049세대의 모두의 공감을 얻으며 호평을 받고 있다.



대중적 생활 서비스로 자리 잡는 #AI_스피커

#출시_3주년 #연말까지_800만대_예상

국내 인공지능(AI) 스피커 보급 대수는 지난 3월 400만대를 돌파했고 예상보다 빠르게 일상에 스며들고 있다. 전문가들은 AI 음성쇼핑, 음성광고 등 AI 기반의 다양한 신시장이 성장할 것으로 보고 있다.



4분기 광고 시장 #의류_신발_미용_강세

#의류_신발_미용업종도 #광고는_IPTV

코바코의 광고경기전망지수(KAI) 조사결과에 따르면 4분기 광고 지출 확대가 예상되는 업종은 의류/신발, 미용용품/서비스로 나타났다. 겨울 매출 비중이 높은 패션 업종의 광고집행이 본격화 될 것으로 예상된다.



다시 돌아온 믿고 보는 예능 #신서유기7

#이번엔_해외야닌_국내 #세계_도시_심포지엄

벌써 일곱번째 시즌을 맞이한 tvN '신서유기 7'이 어김없이 큰 화제성을 나타내며 저력을 보이고 있다. 홈커밍이라는 부제가 붙은 이번 시즌은 해외가 아닌 국내에서 진행되어 시청자들의 많은 관심을 받고 있다.

olleh tv & U+tv

IPTV VOD 인기 차트

큰 감동과 웃음으로 많은 시청자들의 사랑을 받고 있는 IPTV VOD 인기 프로그램들을 소개해 드립니다.

※ KT & LG U+ 각 사 발표 기준(2019.09.01~10.31)

| 드라마 부문



믿고 보는 공블리, <동백꽃 필 무렵> 인기

꾸준한 드라마 흥행을 이어 오고 있는 배우 공효진의 KBS 드라마 <동백꽃 필 무렵>이 드라마 부문 차트 1위를 차지하며 저력을 과시 했습니다. 또한, 2030세대 시청자들의 큰 지지를 얻으며 호평을 얻은 JTBC <멜로가 체질>이 종영 이후에도 VOD 다시보기를 통해 많은 관심과 사랑을 받고 있는 것으로 나타났습니다.

| 예능 부문



예능 부문에서 두각 나타낸 SBS와 JTBC VOD

<런닝맨>부터 <미운 우리 새끼>까지 꾸준한 인기를 자랑하고 있는 SBS 예능 VOD가 차트에서 강세를 보였습니다. 또한, 스테디셀러 예능 <아는 형님>부터 <몽처야 찬다>, <비긴 어게인 3>와 같은 신규 예능까지 꾸준한 퀄리티와 화제성을 보이고 있는 JTBC 예능 VOD가 IPTV 시청자들로부터 호응을 얻고 있습니다.

순위	프로그램명
1위	KBS <동백꽃 필 무렵>
2위	JTBC <멜로가 체질>
3위	SBS <배가본드>
4위	MBN <우아한가>
5위	KBS <여름아 부탁해>
6위	KBS <태양의 계절>
7위	SBS <수상한 장모>
8위	SBS <의사요한>
9위	SBS <시크릿 부티크>
10위	MBC <황금정원>

순위	프로그램명
1위	SBS <런닝맨>
2위	MBC <나 혼자 산다>
3위	JTBC <아는 형님>
4위	KBS <슈퍼맨이 돌아왔다>
5위	SBS <백종원의 골목식당>
6위	JTBC <몽처야 찬다>
7위	SBS <정글의 법칙>
8위	SBS <미운 우리 새끼>
9위	JTBC <비긴 어게인 3>
10위	MBC <구해줘! 홈즈>

11월/12월 방영작 소개

프로그램 가이드

제법 쌀쌀해진 날씨를 녹여줄 따끈따끈한 드라마/예능 기대작들을 마켓브리프 11-12월호 프로그램 가이드에서 미리 만나 보세요!

※ PrePlay+, 프리플+ 단가 및 판매 구역 수는 판매 시점에 따라 변동 가능(15초 소재 & 1구좌 기준 단가)



더욱 치열해진 정치 생존기, JTBC <보좌관 2>

금빛 배지를 거머쥔 국회의원 장태준의 위험한 질주와 치열한 여의도 생존기를 다룬 드라마로 6월 방영된 <보좌관>의 새로운 시즌작

방영일 2019년 11월 11일

출연 이정재, 신민아, 이엘리아, 김갑수 등

단가 olleh tv PrePlay+ 1백만원, U+tv 프리플+ 1백만원



비밀스러운 상류층의 이야기, SBS <VIP>

백화점 상위 1%의 VIP 고객들만을 관리하는 전담팀 사람들의 비밀스러운 이야기를 다룬 프라이빗 오피스 멜로

방영일 2019년 10월 28일

출연 장나라, 이상윤, 이청아 등

단가 olleh tv PrePlay+ 1백만원, U+tv 프리플+ 1백만원



다시 돌아온 미친자들, tvN <신서유기7 훑커망>

매 시즌마다 큰 화제성을 불러모으며 다양한 스펀오프작까지 연이어 성공시키고 있는 신서유기의 새로운 시즌작

방영일 2019년 10월 25일 연출/극본 나영석, 박현용 등
출연 강호동, 이수근, 은지원, 송민호, 피오, 규현 등



호구 반전 스릴러, tvN <사이코패스 다이어리>

우연이 얻게 된 살인자의 다이어리 때문에 자신이 사이코패스 연쇄살인마라고 착각하면서 벌어지는 이야기

방영일 2019년 11월 20일 연출 이종재, 류용재 등
출연 윤시윤, 정인선, 박성훈, 이한위 등



꿀찌들의 뜨거운 반란, SBS <스토브리그>

프로야구 꿀찌팀에 새로 부임한 단장이 새로운 시즌을 준비하며 일어나는 이야기들을 다룬 뜨거운 스포츠 드라마

방영일 2019년 11월 중 연출/극본 정동윤, 이신화 등
출연 남궁민, 박은빈, 조병규 등



티격태격 상극 로맨스, MBC <하자있는 인간들>

꽃미남 혐오증 여자와 외모 집착증이 있는 남자, 하자가 있는 그들의 편견을 극복해 나가는 로맨스 코미디

방영일 2019년 11월 27일 연출/극본 오진석, 안신유 등
출연 오연서, 안재현, 김슬기 등

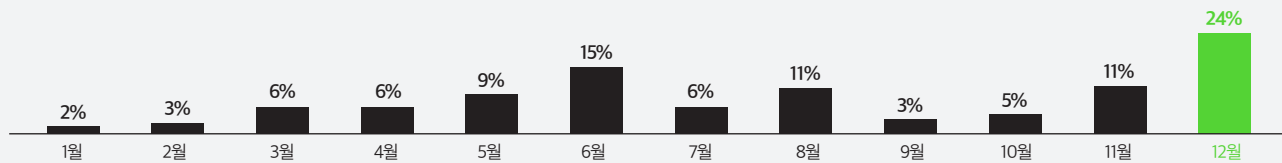
IPTV & 업종 트렌드 분석

가전 업종 트렌드 & 집행 사례

CHECK 1. 업종 트렌드

- 블랙 프라이데이 등 연말 연시 특수를 앞두고 있는 가운데, 가전/가구 등 쇼핑 품목의 광고 및 프로모션 비용 증가
- 특히 최근 '맞춤형', '프리미엄' 가전에 대한 수요가 늘어나면서 고소득 가구층을 대상으로 한 가전 업종 마케팅 치열
- IPTV 광고 집행에서도 지난 2018년 기준 12월달의 취급고 비중(24%)이 가장 높은 것으로 나타남

2018년 olleh tv & U+tv 가전 업종 취급고 월별 비중



CHECK 2. IPTV 집행 트렌드



S사 건조기 브랜드 Like 타겟팅 집행 사례
 홈쇼핑 시청 이력 기반으로 셋탑 그룹 설정
 최근 1개월 이내 N분 이상 '홈리빙' 카테고리 시청 이력



S사 의류관리기 브랜드 Like 타겟팅 집행 사례
 홈쇼핑 시청 이력 기반으로 셋탑 그룹 설정
 최근 1개월 이내 N분 이상 '패션의류' 카테고리 시청 이력

제품 관여도가 높은 타겟 모수만 추출해 셋탑 그룹 설정



홈쇼핑 시청 이력을 기반으로 각 브랜드에 알맞은 타겟을 선별해 광고 노출하는 Like 타겟팅 상품을 진행하여 광고 효율성 제고

CHECK 3. IPTV 집행 광고주

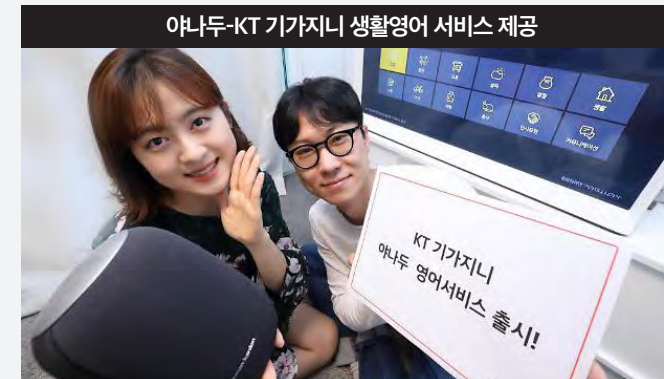


IPTV & 업종 트렌드 분석

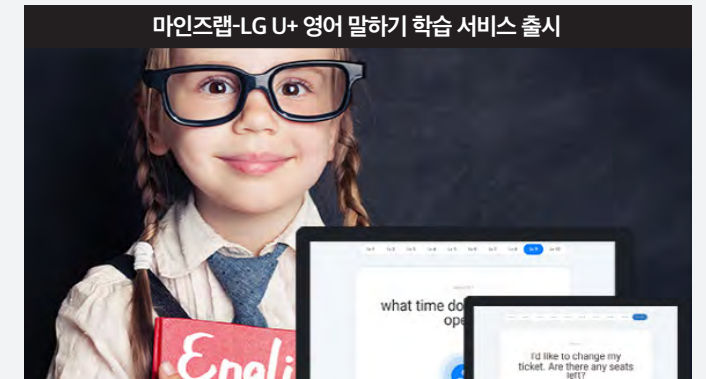
교육 업종 트렌드 & 집행 사례

CHECK 1. 업종 트렌드

- '자기개발'에 대한 소비자들의 관심이 늘어나는 연말부터 연초까지 적극적으로 마케팅에 나서는 교육 업종
- 대형 온라인 교육 업체의 경우 IPTV 등 타 플랫폼과의 연계를 통해 연령별 특성을 고려한 채널 확장으로 사업 다각화중



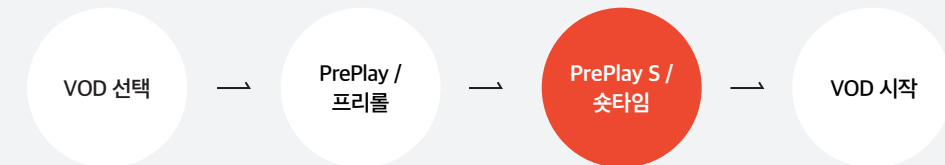
KT는 시간 알람과 함께 영어 속담 등의 콘텐츠를 제공하여 일상 속에서 자연스러운 영어 학습이 이뤄질 수 있게끔 하는 야나두 생활영어 서비스 제공중



인공지능 스타트업 마인즈랩은 LG유플러스와 공동 개발한 인공지능 기반 영어 말하기 학습 서비스인 U+ 우리집 AI 'YBM 영어 말하기' 서비스를 출시

CHECK 2. IPTV 집행 트렌드

자기개발 관련 수요가 늘어나는 연말 연초, 대학교 입학 등 특정 시즌에 광고 집행 비중이 높아지는 교육 업종
 특정 시즌 광고 집중 노출을 위해 단기간 내 높은 빈도로 노출되는 단초수 상품인 PrePlay S/숏타임* 적극 활용하여 브랜드 각인 효과 제고



PrePlay S(olleh tv) / 숏타임(U+tv) : 3~5초 영상 혹은 스틸컷 형태로 VOD 시작 직전 시청자에게 노출
 VOD 시작 직전에 노출되어 주목도가 높고, 효율적인 비용으로 빈도 높게 대량 노출되어 브랜드 각인 효과 높음

CHECK 3. IPTV 집행 광고주

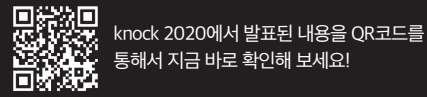


KT x NASMEDIA
MEDIA CONFERENCE

knock 2020

kt x nasmedia 빅데이터로 광고 트렌드를 바꾸다

KT와 나스미디어가 공동으로 주관한 미디어 컨퍼런스 'knock 2020'이 지난 10월 16일, 롯데월드타워 SKY31 컨벤션에서 성황리에 막을 내렸습니다. 이번 'knock 2020'에서는 KT 빅데이터를 기반으로 한 광고 사업, 2020년 사업 방향에 대한 내용 등 5가지 세션으로 진행되었고 많은 고객과 파트너분들이 참석해 자리를 빛내 주셨습니다. 마켓브리프를 통해 그 생생한 컨퍼런스 현장으로 여러분들을 다시 한번 초대합니다.



knock 2020에서 발표된 내용을 QR코드를 통해서 지금 바로 확인해 보세요!



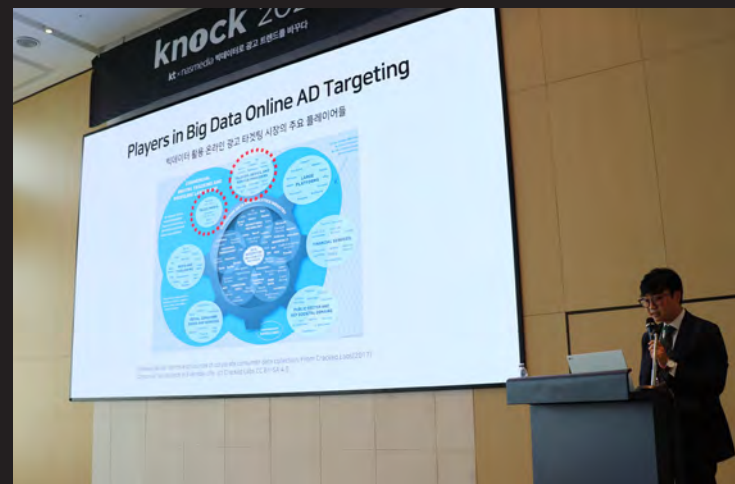
SESSION.1

KT빅데이터 타겟팅 광고의 가능성과 미래

KT빅데이터 사업지원단 미디어인텔리전스T 주은정 팀장

첫번째 세션은 KT 빅데이터 사업지원단의 주은정 팀장이 발표를 맡아 KT 빅데이터 타겟팅 광고의 가능성과 미래라는 주제로 진행되었습니다. KT의 모바일 데이터, IOT 등 국내 최대 고객 기반의 빅데이터를 활용한 미래 광고 사업의 가능성에 대해 다뤄졌습니다. 향후 유저, 관심사, 리타겟팅 등 다양한 관점의 정교한 타겟팅 제공이 가능해질 것으로 밝혀 참석자 분들의 많은 관심을 받았습니다.

#광고와_만남_KT_빅데이터 #Micro_Segment



SESSION.2

소비자 빅데이터 활용 광고 타겟팅 사례와 교훈

이화여대 커뮤니케이션·미디어학부 유승철 교수

두번째 세션에서는 이화여대 커뮤니케이션·미디어학부 유승철 교수가 소비자 빅데이터를 활용한 광고 타겟팅 사례와 인사이트에 대해 발표했습니다. 해외의 다양한 빅데이터 활용 사례에서 찾아볼 수 있는 인사이트는 물론, 빅데이터를 중심으로 변화해가고 있는 광고시장의 패러다임 전환에 대해 '소비자 농사', '정서경제의 부상', '새로운 통합의 시대' 세가지 키워드로 이해하기 쉽게 살펴볼 수 있는 시간이었습니다.

#Big Data와_Deep Data의_만남 #3가지_키워드 #패러다임의_변화



SESSION.3

방송 광고에 α를 더하다

나스미디어 권영아 팀장

Break Time 이후 진행된 세번째 세션에서는 '방송광고에 α를 더하다'라는 주제로 나스미디어 권영아 팀장의 발표가 이어졌습니다. 이번 세션에서는 지난해 새롭게 선보인 Like 타겟팅 상품의 2019년 집행 현황과 사례가 발표됐습니다. 또한, 일반 광고 집행 대비 Like 타겟팅의 광고 반응 효과에 대한 내용이 이어졌고 '모바일 관심사', '상황 관심사' 등 kt 빅데이터를 활용한 Like 타겟팅 고도화 계획이 소개되었습니다.

#TV시청데이터에_α를_더하다 #가구를_넘어_개인데이터까지



SESSION.4

데이터로 진화하는 스마트 OOH 광고

제일기획 이광덕 국장

제일기획 이광덕 국장이 빅데이터 기반으로 진화한 OOH 캠페인 전략 및 광고 효과에 대한 내용으로 네번째 세션을 빛내주었습니다. 특히 이번 세션에서는 디스커버리익스페디션의 OOH 광고 집행 사례를 통해 참석자들의 관심과 공감을 이끌어 냈습니다. 향후 제일기획은 빅데이터를 활용한 OOH 미디어 집행을 강화해 나갈 것이라고 밝혔으며, 이와 더불어 개발한 데이터 기반의 미디어 최적화 플랫폼을 소개했습니다.

#KT x 나스미디어_제일기획의_만남 #실제집행사례로_주목



SESSION.5

knock 2020

나스미디어 김봉연 상무

knock 2020의 마지막 다섯번째 세션은 나스미디어 김봉연 상무의 발표로 진행되었습니다. 빅데이터와 접목 중인 IPTV/OOH 미디어의 현황과 발전 방향, 그리고 이러한 환경에서 미디어렐사와 매체 역할에 대한 내용으로 발표가 이어졌습니다. 발표 이후 컨퍼런스에 참석해 자리를 빛내주신 고객사분들을 위한 깜짝 Lucky Draw 이벤트가 바로 이어져 즐거운 분위기와 함께 행사가 마무리 되었습니다.

#빅데이터와_만남_IPTV와_OOH #럭키드로우이벤트로_해피엔딩

'knock 2020에 관한 TMI 비하인드'

knock 2020 별책부록

knock 2020에 미처 참석하지 못해 아쉬웠던 분들을 위해 비하인드 스토리와 현장 스케치를 여러분께 공개해 드립니다.

숫자로 보는 knock 2020

롯데월드타워
31층

컨퍼런스 참석자수
300여명

컨퍼런스 진행시간
3시간

KT와 나스미디어가 함께 준비한
5개 세션

| 광고주/대행사/매체사 별 컨퍼런스 참석 비중 |



컨퍼런스 만족도 조사 결과

총 5개 세션으로 3시간여 동안 진행된 knock 2020 미디어 컨퍼런스에는 300여명의 참석자 분들이 자리를 빛내주셨으며, 참석자의 93% 이상 '컨퍼런스에 만족한다'는 의견을 제출해 주셨습니다.

| knock 2020 미디어 컨퍼런스 행사에 전반적으로 만족하십니까? |



참석자 한줄 코멘트



A참석자

“늘 궁금했던 빅데이터 기반의 광고 집행 사례를 직접 들 수 있어 좋았습니다.”



B참석자

“현업에 바로 활용 가능한 이야기가 많아 제안에 큰 도움이 될 것 같습니다.”



C참석자

“olleh tv에 모바일 데이터를 활용할 수 있다는 부분이 흥미롭습니다.”



D참석자

“기존 OOH 광고 영역에서 보지 못했던 만족도 높은 세미나였습니다.”

| 현장 스케치



#행사전 리허설 #두근두근♥



#웰컴투_knock2020 #명찰 받아주세요



#등록대_복적복적 #모나미룩_STAFF



#SKY31라운지 #참석 감사드립니다



#브레이크_타임 #잠시 쉬었다 가실게요



#만족도조사_최대지분 #마카롱_맛내네요



#럭키드로우 #에어팟_당첨_축하드려요



#네오스마트펜 #열일하는_당신을_위해

Appendix

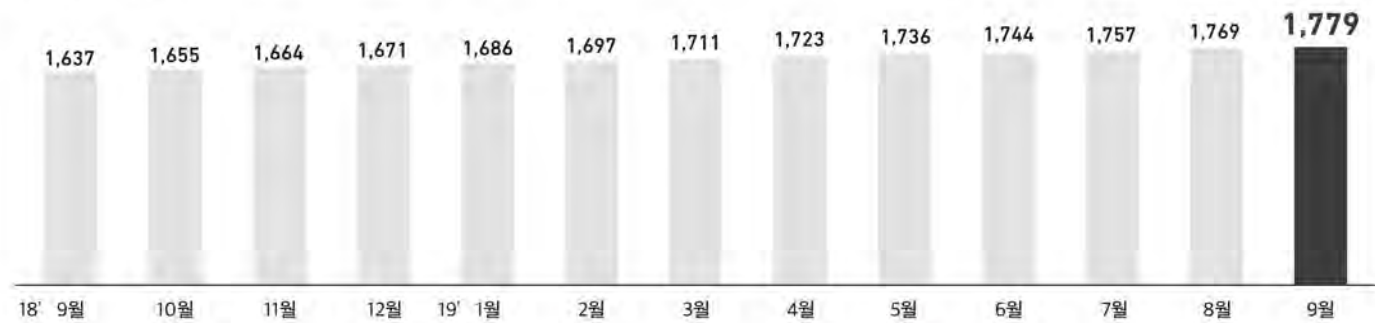
IPTV 가입자수 및 클러터맵 데이터

2019년 9월 기준
IPTV 총 가입가구 1,779만

전년 동월 대비 9% 성장
142만 가구 증가

전체 IPTV 가입가구 중
O&U 71% 비중

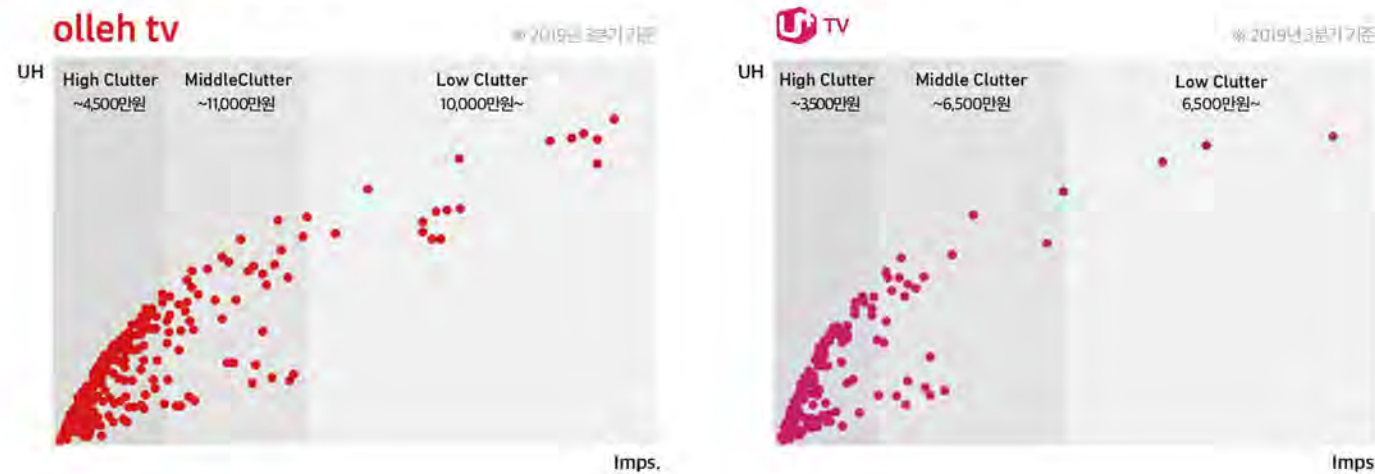
I IPTV 가입가구 현황



I IPTV 가입가구 3사 비중



I olleh tv & U+tv 클러터맵 데이터



모바일 보기

QR코드를 통해 최신후부터 지난 호까지 모든 마켓브리프를 확인해보세요!



IPTV 소개서

olleh tv 광고상품소개서 [다운로드](#)
U+tv 광고상품소개서 [다운로드](#)

문의

나스미디어 디지털방송팀
mbiz@nasmedia.co.kr