

# MEDIA & MARKET ISSUE

Vol.331

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue  
2022.07

Published by  
Trend strategy team

nasmedia

# INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

## MEDIA ISSUE

- 인스타그램, 이용자간 소통 강화할 수 있는 신규 기능 개선
- 당근마켓, 기업용 마케팅 채널 '브랜드 프로필' 출시... 브랜드 협업 확대

## MARKET ISSUE

- 네이버·카카오, 인기 웹툰 IP 기반 생태계 확장 지속
- 이커머스 유료 멤버십 이용 활발... 플랫폼 차별화 전략 강화
- 엔데믹 전환에 모빌리티 앱 수요 증가... 통합 서비스 제공하는 '슈퍼앱' 전략 본격화

# 인스타그램, 이용자간 소통 강화할 수 있는 신규 기능 개선



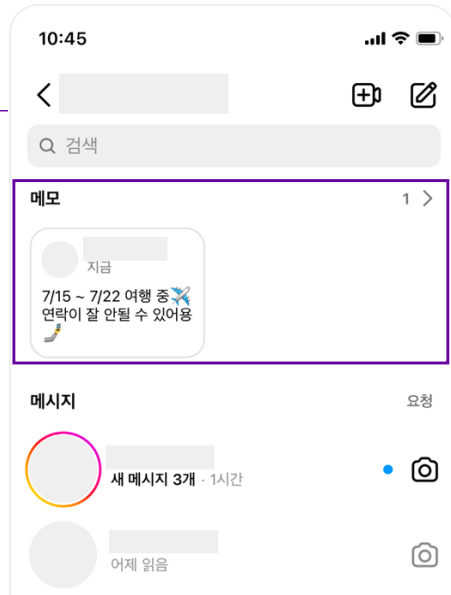
- 인스타그램은 플랫폼을 통해 이용자·이용자간, 창작자·이용자간의 소통을 활성화시키기 위한 신규 기능 업데이트
- 메시지 탭에 지인과의 편리한 소통을 위한 ‘노트’ 기능 추가 및 개인 프로필내 ‘게시글을 고정’할 수 있는 기능 등을 출시하며 진화해가는 커뮤니케이션 채널 지향

## | 인스타그램 주요 신규 기능 |

### DM 내 ‘노트’ 기능 추가 → 텍스트 소통 강화

- 위치** 메시지 탭(DM) 상단 ‘메모’ 기능
- 특징** 최대 60자까지 짧은 글 공유  
최대 1개의 노트만 입력 가능(24시간 후 회발)  
별도 알림 기능 없음  
맞팔로우, 친한 친구 중 공유대상 선택 가능

**→ 소통에 필요한 주요 정보 전달 가능**  
예) 통화/메시지 등 불가능한 상황 시 대체 연락처 및 정보 등 공유 가능



### ‘게시글 고정’ 기능 추가 → 창작자 소통 강화

- 위치** 게시글 우상단 클릭시 설정 가능
- 특징** 게시글 선택해 피드 최상단에 고정  
최대 3개 게시물까지 고정 가능  
고정 시 게시글 우상단에 핀셋 표시



**→ 창작자별 주요 게시글 노출 증대**  
예) 영화사 - 개봉 신작 관련 홍보물  
판매자 - 판매 관련 공지 사항 안내



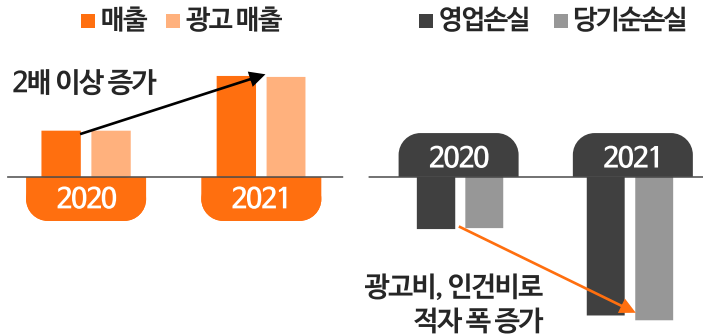
\* Source : 관련 기사

# 당근마켓, 기업용 마케팅 채널 '브랜드 프로필' 출시... 브랜드 협업 확대



- 누적 가입자 3,000만 명 보유한 지역생활 커뮤니티 '당근마켓'은 수익성 개선의 일환으로 기존 가게 홍보 채널 '비즈 프로필'을 확대해 프랜차이즈 기업용 '브랜드 프로필' 출시
- 기존 프랜차이즈 기업은 프로모션 광고 진행시 지점별로 별도 진행이 필요했으나 브랜드 프로필을 통해 단일 기업 계정으로 전국 광고 가능해짐, 당근마켓은 브랜드 협업을 확대할 전망

## | 당근마켓 현황 |



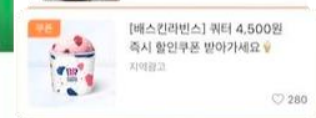
## | 비즈 프로필의 기업용 계정 '브랜드 프로필' |



비즈 프로필 (2021년 2월 출시)

동네에서 가게 운영하는 중소상공인용 계정 자유롭게 개설, 지역 대상 홍보 및 소통 가능

가입 가게	누적 이용자 수	이용 횟수
53만 개	1,800만 명	약 5억 건



브랜드 프로필 (2022년 6월 출시)

당근마켓 비즈 프로필의 기업용 계정 별도의 제휴 통해 운영, 전국 단위 광고 가능

기존, 프랜차이즈 기업은 지점마다 개별 비즈프로필 개설 → 브랜드 프로필 기업 계정 하나로 본사 이벤트 홍보 가능

\* Source : 관련 기사

# MARKET ISSUE

# 네이버·카카오, 인기 웹툰 IP 기반 생태계 확장 지속

- 네이버와 카카오는 인기 IP를 활용한 드라마 및 영화 제작 지속, 특히 카카오는 제작한 드라마 중 인기를 얻은 콘텐츠를 중심으로 리메이크 또는 예능 제작 등 부가적인 가치 창출 활발
- 네이버는 영상 콘텐츠를 넘어 메타버스 플랫폼 '제페토'에 네이버 웹툰 중 인기작을 기반으로 한 메타버스 공간을 구현해 이용자에 몰입감 있는 경험 제공

## | 인기 IP 활용 현황 |

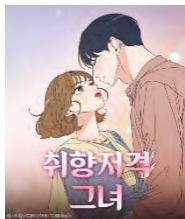
카카오 웹툰 IP 활용 드라마 제작을 넘어  
해외판 리메이크 및 예능 프로그램 제작



VS



네이버 웹툰 X 메타버스 플랫폼 '제페토'  
웹툰 IP 활용한 공간 오픈



### \* 웹툰 '취항저격 그녀' 활용 드라마 제작 확정

- 카카오 웹툰 로맨스 부문 랭킹 1위 기록
- 웹툰 OST 발매 후 음원 인기 몰이
- 누적 조회수 3억 4,000만 뷰

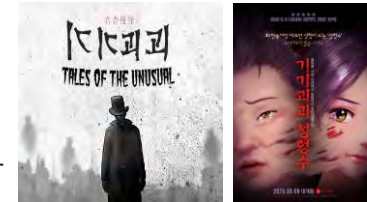


### \* OSMU로 콘텐츠 생태계 확장

- 2020년 3월 방영 드라마 '이태원 클라쓰'  
→ 일본 TV 아사히에서 리메이크 드라마 7월 방영 예정
- 2021년 3월 공개 드라마 '좋아하면 울리는'  
→ 연애 서바이벌 예능으로 제작 중

### \* 웹툰 '기괴괴' 메타버스화

- 호러 웹툰물, 9년간 7개 언어로 연재
- 글로벌 누적 조회수 33억 뷰
- 2020년 에피소드 '성형수' 기반 영화 제작



### \* 메타버스 플랫폼으로 생태계 확장

- 웹툰 '기괴괴'의 세계관을 재해석한 가상 공간 구현
- 서바이벌 탈출 게임 제공해 이용자에게 높은 몰입감 유도



# 이커머스 유료 멤버십 이용 활발...플랫폼 차별화 전략 강화

- 국내 온라인 쇼핑 이용자 10명 중 6명이 유료 쇼핑 멤버십을 이용하는 가운데, 충성 고객을 확보하려는 이커머스 멤버십 경쟁 심화
- 네이버는 MZ세대 이용 행태를 반영한 신규 혜택을 추가하였으며 쿠팡은 수익성 개선, 신세계는 그룹사 통합 시너지 강화에 주력

## | 2022년 온라인 쇼핑 멤버십 통계 |



\*네이버/쿠팡/스마일클럽

## | 2022년 6월 - 주요 온라인 쇼핑 멤버십 사업 전략 |

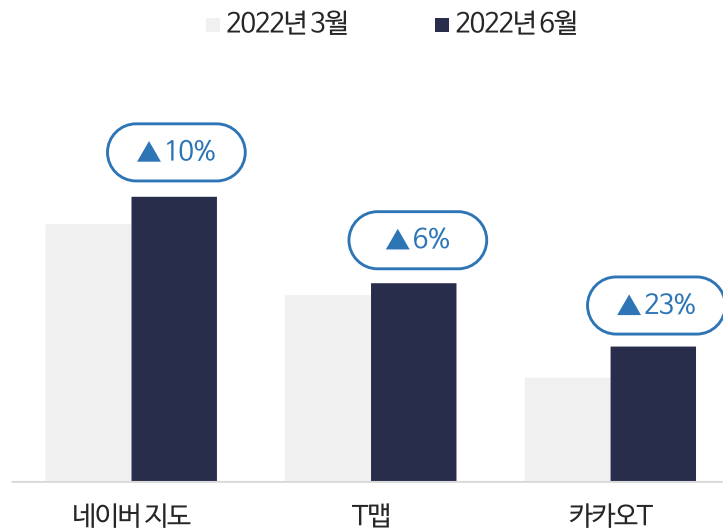


\* Source : 오픈서베이(온라인 쇼핑 멤버십 트렌드 리포트 2022, n=2,000)

# 엔데믹 전환에 모빌리티 앱 수요 증가...통합 서비스 제공하는 '슈퍼앱' 전략 본격화

- 2022년 4월 거리두기 해제 이후 오프라인 활동이 재개되며 주요 모빌리티 앱 이용량 증가, 각 플랫폼은 본격적인 여름 휴가 시즌을 앞두고 시장 내 점유율 확보에 주력
- 네이버·카카오는 국내외 이동 수단 예약 관련 기능 추가, 쏘카는 자사의 개별 서비스 통합 및 숙박업 연계를 준비하는 동시에 오는 8월 상장 목표로 IPO(기업공개) 추진

| 주요 모빌리티 앱 순이용자수 추이 |



| 모빌리티 업계 최신 이슈 업데이트 |

## 1. 네이버·카카오 - 기차·항공·택시 등 예약 서비스 추가

**네이버 지도**  
길찾기 탐색 시 기차 바로 예약  
(7월 1일 출시)

**카카오T**  
국제선 항공 검색·예약·발권  
(6월 13일 출시)

**카카오T**  
해외(꿈) 이동 수단 사전 예약  
(7월 14일 출시)

## 2. 쏘카 IPO 추진 본격화, 8월 상장 목표로 금융위 증권신고서 제출 (6월 24일)



- 카셰어링, 전기 자전거(일레클), 공유 주차(모두 주차장) 기능을 통합한 단일 앱 연내 출시 예정
- 자율주행 셔틀·KTX 및 숙박업 예약 연계 등 서비스 추가 계획

➤ 다양한 이동 수단의 통합 검색·예약 기능 강화, 단일 앱으로 해외 서비스까지 제공하는 '슈퍼앱' 전략 본격화

\* Source : 코리안클릭(안드로이드 웹+앱 합산, 월간 순이용자수), 관련 기사



# 이달의 단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>네이버, 사이트 검색 광고에도 반응형 광고 확대</b> :이용자가 클릭한 파워링크를 기반으로 선호할 만한 파워링크 노출, 이용자가 검색 서비스 이용시 광고를 정보로 인식할 수 있게 할 계획</li> <li>• <b>카카오, 트위터·인스타그램처럼 ‘프로필 NFT’ 도입 검토</b> :국민 메신저 ‘카카오톡’은 하반기 프로필 개편 방안으로 회원 본인이 소유한 NFT를 연동할 수 있는 기능 ‘프로필 NFT’ 도입 추진 예정</li> <li>• <b>트위터, 글자 수 280자 제한 해제…장문 트윗이 가능한 ‘노트’ 서비스 시범 운영</b> :새로운 기능 ‘노트’는 글자 수 제한이 없으며 블로거처럼 이미지와 동영상을 자유롭게 첨부 가능, 트위터는 이 기능을 통해 이용자의 이용시간을 증대시킬 계획</li> <li>• <b>스냅챗, 유료 구독 서비스 ‘스냅챗+’ 출시…일부 국가대상 선 개시</b> :‘스냅챗+’의 가격은 월 3.99달러로 절친 설정, 프로필에 배지 달기, 스토리 열람 확인 등의 기능 제공</li> <li>• <b>틱톡, 애플 미모티콘과 유사한 ‘아바타’ 기능 출시</b> :틱톡은 얼굴을 공개하는 대신 아바타로 영상을 찍고 공유할 수 있는 기능 출시, 사용자는 다양한 스타일링으로 자신의 개성과 기분 표현 가능</li> </ul>
유통/커머스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>온라인 플랫폼 거래액 연간 89조·배달 169조 원…첫 통계조사 발표</b> :국내 온라인 플랫폼에서 이뤄지는 연간 거래액은 89조 원에 도달, 비대면 소비 급증에 따른 배달 판매액은 169조 원에 이른다는 첫 통계 조사 도출</li> <li>• <b>카카오 스타일 운영 커머스 플랫폼 ‘지그재그’, 해외 역직구 본격 진출…미국과 일본부터 공략</b> :지그재그는 글로벌 버전 본격 준비, 코로나19로 인한 비대면 소비문화 확대와 해외 소비자들의 한국 상품 구매 상황을 고려해 사업을 전개할 계획</li> <li>• <b>에이블리, 2022 여름 패션 트렌드 키워드 ‘F.R.E.E’ 선정</b> :사회적 거리 두기 해제 이후 일상 회복에 대한 반가움과 타인의 시선을 의식하지 않는 ‘나’를 자유롭게 표현하는 트렌드 반영</li> </ul>
메타버스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>메타, 페이스북 아바타에 프라다, 톰브라운 옷 판매</b> :페이스북의 모회사 메타는 ‘아바타 스토어’ 소개, 온라인 공간의 가상 캐릭터 아바타에 입힐 수 있는 명품 의류 판매</li> <li>• <b>싸이월드 제트 ‘싸이월드’ 7월 미니홈피-메타버스 연동 예정</b> :싸이월드 제트는 ‘싸이월드’와 메타버스 플랫폼 ‘싸이타운’ 연동 개발 착수, 연동 후 브랜드 입점 등 콘텐츠 생성에 주력할 계획</li> <li>• <b>네이버제트-소프트뱅크, 제페토 내 ‘메타버스 영업점’ 오픈</b> :‘소프트뱅크 샵인 제페토’는 아바타나 채팅을 활용해 365일 24시간 고객 지원, 이용자는 영업점에서 제품 설명을 듣고 공식 온라인샵에서 제품 구매 가능</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)