

# MEDIA & MARKET ISSUE Vol.327

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue  
2022.03

Published by  
Trend strategy team

nasmedia

# INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

## MEDIA ISSUE

- 제일기획, 2022년 디지털 광고비 13.4% 성장 예측...전체 광고 시장 성장 주도
- 제페토, 글로벌 가입자 3억 명 돌파 & 네이버 웹툰 IP 활용한 콘텐츠 공개 예정

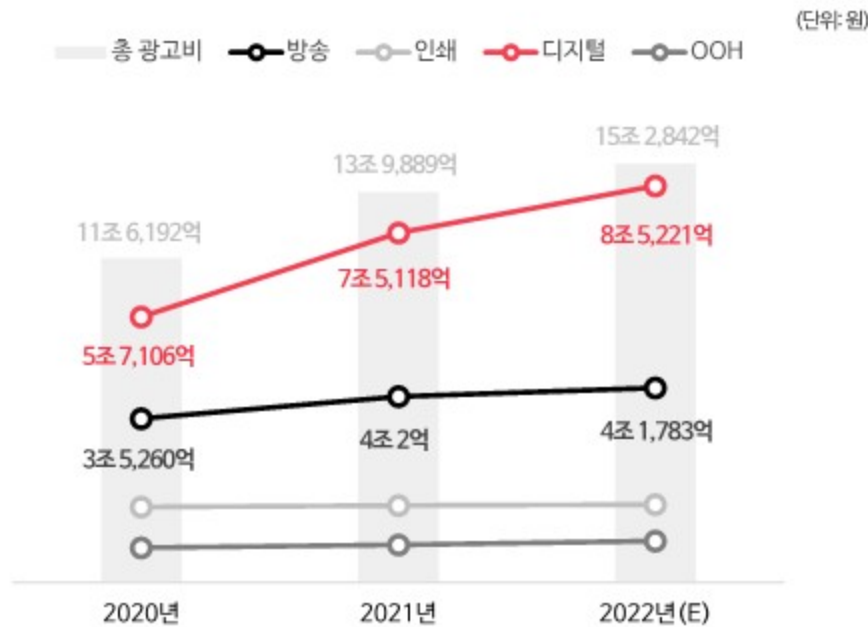
## MARKET ISSUE

- 콘텐츠 위상 높아진 국내 OTT, 외연 확장을 위한 사업 전략 모색
- 모빌리티 업계, 퍼스널 모빌리티 및 라스트마일 시장 진출을 통한 시너지 기대
- MWC 2022, 모바일을 넘어 메타버스·XR 등 '초연결성' 주목

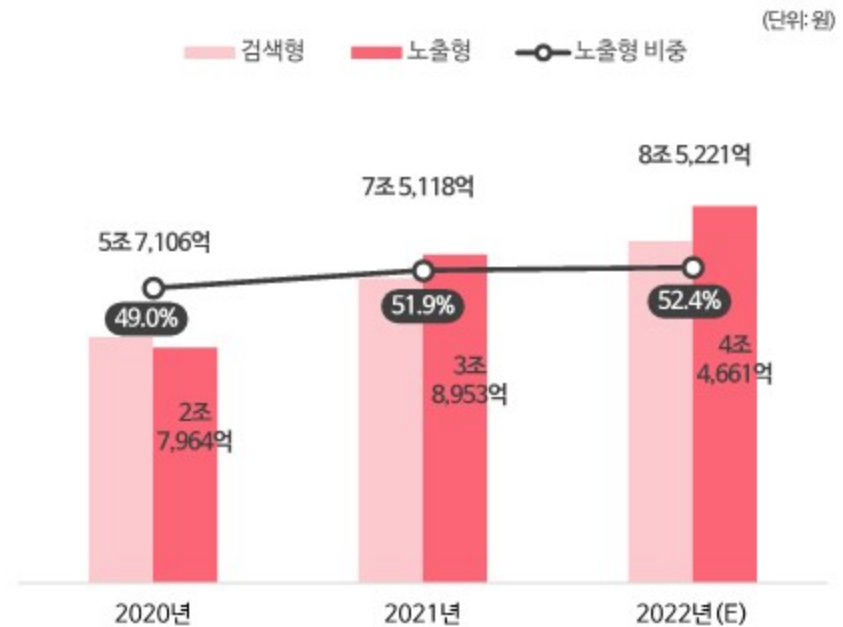
# 제일기획, 2022년 디지털 광고비 13.4% 성장 예측...전체 광고 시장 성장 주도

- 2021년 국내 총 광고비는 전년대비 약 20.4% 증가한 13.9조 원으로 최고 성장률 기록, 2022년에는 대통령 선거, 월드컵 등 빅 이벤트 영향으로 총 광고비가 약 9.3% 성장할 전망
- 2021년 디지털 광고 시장 규모는 약 7.5조 원으로 커머스 및 중소형 광고주의 디지털 전환, 디지털 동영상 이용 시간 증가 등 영향으로 검색형·노출형 광고가 고르게 동반 성장
- 2022년 디지털 광고 시장은 2021년 대비 약 13.4% 성장한 약 8.5조 원으로 예상되며, 전체 광고 시장 내 약 55.8%를 점유할 것으로 예측됨

| 2020-2022년 국내 총 광고비 현황 |



| 2020-2022년 디지털 광고 시장 규모 |



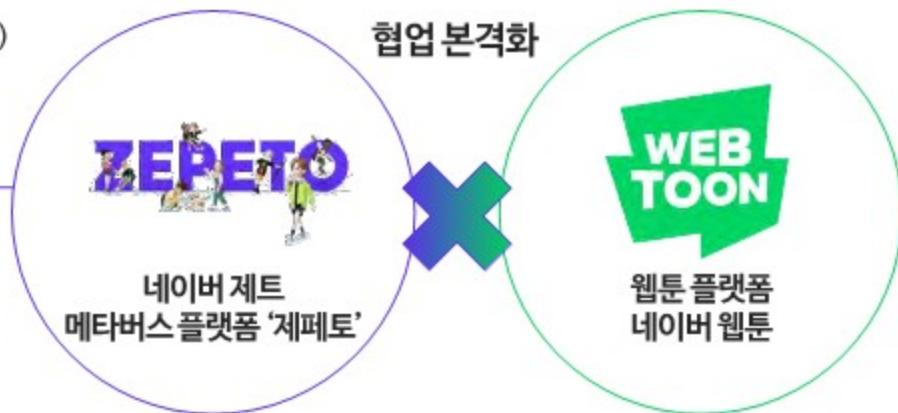
# 제페토, 글로벌 가입자 3억 명 돌파 & 네이버 웹툰 IP 활용한 콘텐츠 공개 예정

- 네이버 제트는 2021년 7월 네이버 웹툰 투자를 진행하며 웹툰 IP를 활용한 협업 계획, 올해 2분기 메타버스 플랫폼 '제페토' 내 웹툰 IP를 활용한 '웹툰 월드' 공개 예정으로 협업 본격화
- '제페토'는 메타버스 기반 다양한 브랜드 공간·아이템·게임 등 제공하며 글로벌 플랫폼으로 자리매김, 네이버 웹툰 IP 기반의 메타버스 체험 공간을 오픈해 글로벌 MZ세대 공략할 예정

## | 제페토 - 네이버 웹툰, 협업 전략 |

월간 이용자 수(MAU) 2,000만명(가입자 3억 명)  
 MZ세대 비중 80%(10대 기준)  
 해외 이용자 비중 95%

기업 제휴 활발, 패션/뷰티, 엔터, 식음료, 수송 등



월간 이용자 수(MAU) 8,200만명  
 MZ세대 비중 70%(1020대 기준)  
 해외 이용자 비중 50% 이상

2분기, 제페토 내 '웹툰 월드' 공개 예정

- 인기 웹툰 속 공간을 테마파크로 구현
- 1호 콘텐츠: 호러물 웹툰 '기기괴괴'
- 방탈출·인증샷 이벤트 진행 통해 MZ세대 대상의 놀이공간 기대



\* Source : 관련 기사

02

# MARKET ISSUE

# 콘텐츠 위상 높아진 국내 OTT, 외연 확장을 위한 사업 전략 모색

- 국내 시청자에게 큰 인기를 얻었던 티빙 '술꾼도시여자들', 왓챠 '종종소' 등 OTT 플랫폼의 오리지널 콘텐츠 3개 작품이 국내 OTT 최초로 칸 국제 시리즈 페스티벌에 초청받음
- 오리지널 드라마 경쟁력을 인정받은 티빙과 왓챠는 각각 대규모 투자 유치 및 새로운 종합 구독 플랫폼 출시를 통해 콘텐츠와 인프라를 강화하며 글로벌로 진출할 전망

## | 국내 OTT 플랫폼, 티빙 VS. 왓챠 사업 전략 |

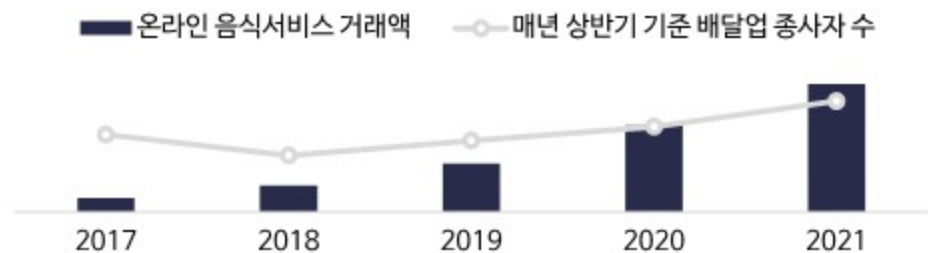


\* Source : 관련 기사

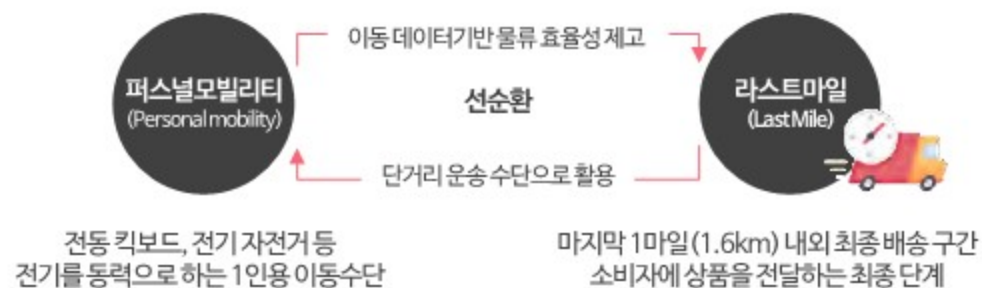
# 모빌리티 업계, 퍼스널모빌리티 및 라스트마일 시장 진출을 통한 시너지 기대

- 최근 음식배달 및 소화물 운송 등 단거리 배달 서비스의 수요가 지속 상승하며, 전동 킥보드·전기자전거 등 퍼스널모빌리티의 활용성 증가
- 주요 사업자는 퍼스널모빌리티 영역을 강화하고, 이를 통해 확보한 신규 이용자 및 이동 데이터를 기반으로 라스트마일\* 물류까지 사업 영역을 확장해 나갈 계획

| 배달 거래액 및 배달업 종사자 수 추이 |



| 퍼스널모빌리티 및 라스트마일 정의 |



| 주요 사업자 라스트마일 강화 전략 |

kakao mobility

SOCAR

사업자명	카카오모빌리티	쏘카
주요 서비스	 카카오택시 택시 호출, 대리운전, 주차, 바이크, 셔틀버스 등	 쏘카 - 개인/법인 차량 공유 서비스 타다 - 가맹/고급 택시, 예약 호출 등
라스트마일 사업 현황	- 퀵서비스 '카카오T 퀵' 론칭 (21년 6월) - 당일 배송 업체 '오늘의픽업', 도보 배달 업체 '엠지플레이팅' 인수 (22년 2월) - 자율주행 스타트업 '토르드라이브' 투자	- 현대글로벌비스와 물류 사업 체결 (22년 2월) - 공유 차량 활용한 신선배달 사업 가능성 모색
퍼스널모빌리티 사업 현황	- 전동 킥보드 '쌍쌍' (21년 12월), '지큐터' (22년 2월) 카카오택시 앱 연동 완료 - 일반 자전거 공유 서비스 시범 운영	- 전기자전거 '일레클' 인수 (21년 12월) - 22년 연내 쏘카X일레클 앱 통합 예정

# MWC 2022, 모바일을 넘어 메타버스·XR 등 '초연결성' 주목

- 세계 최대 이동통신 박람회 MWC 2022가 3년 만에 온·오프라인 동시 개최, 통신사 및 제조사뿐만 아니라 세일즈포스·IBM 등 클라우드 기업도 스폰서로 참여하며 영향력 확대
- 국내에서도 삼성전자 및 이동통신사 3사(KT·SKT·LG유플러스)가 참여해 5세대(5G) 이동통신과 메타버스·AI·XR 등을 활용한 연결 기술을 선보이며 글로벌 사업 기회 확보

## | MWC 2022 - 국내 이통3사 융합 서비스 트렌드 |

### MWC(Mobile World Congress) 2022



- 주제: 연결성의 촉발 (Connectivity Unleashed)
- 전세계 155여 개 국가, 1,500개 기업 참가
- 5세대 이동통신(5G), 인공지능(AI), 메타버스, 로봇 등 미래 통신 시장 선점을 위한 차세대 IT 트렌드 제시

### 주요 전시내용

### 성과

KT

메타버스 전시관 '디지코랜드' 운영  
24시간 상시 방역체계를 지원하는 AI 방역 로봇,  
교통인프라 DX 솔루션 등 시범 전시

클라우드 업체 아마존웹서비스(AWS) 및  
터키 1위 통신사 등과 사업 협력 도모

SK텔레콤

메타버스 플랫폼 '이프랜드' HMD 최초 공개  
혼합현실 '점프스튜디오', AI반도체 '사파인'

4D 메타버스 체험 부스 - 관람객의 약 30% 방문  
각국의 통신사와 메타버스 플랫폼 협업 미팅

LG유플러스

XR 콘텐츠 플랫폼 U+DIVE를 기반으로  
VR/AR 영화 및 여행·웹툰·게임·교육 등 콘텐츠 전시

중동 지역 통신사와 XR 서비스 협업 논의  
관련 콘텐츠 수출 구제화

- 비통신 사업 성과 제시하며 디지털 플랫폼으로서의 비전 강조
- 메타버스·AI·XR 콘텐츠를 기반으로 글로벌 사업 기회 모색



# 이달의 단신 소식

구분	이슈
주요 매체	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네이버, 유료 콘텐츠 플랫폼 '프리미엄콘텐츠' 정식 출시...창작자 저변 확대를 위해 오픈 플랫폼으로 전환 : 2021년 5월 베타 오픈한 '프리미엄콘텐츠'는 해당 기간 거래액 4억 8,000만 원 달성, 누구나 참여 가능한 플랫폼으로 확장해 창작자가 판매자로 성장할 수 있는 기반 마련</li> <li>• 카카오 신임대표 기자간담회 진행... 텍스트 콘텐츠 중심의 '메타버스 채팅' 서비스로 글로벌 진출 목표 : 카카오는 2개의 태스크포스 조직을 발족해 RPG형 및 오픈채팅형 채팅서비스 준비 중, 향후 새로운 형태의 채팅 서비스로 글로벌 시장까지 진출할 계획</li> <li>• 구글, 개인정보 보호정책 발표... 2022년 말까지 제 3자 데이터 이용한 맞춤형 광고 대신 자체 솔루션(프라이버시 샌드박스) 베타버전 출시 예정 : 스마트폰용 안드로이드 생태계에서도 개인정보에 대한 무분별한 접근과 활용 제한이 골자, 개인정보 접근을 최소화하면서 맞춤형 표적광고 효과를 낼 수 있도록 할 방침</li> <li>• 유튜브, 라이브쇼핑(라이브 커머스) 기능 공식 출시 예정... 국내 공식 도입 일정은 미정 : 유튜브는 2022년 로드맵에 라이브 쇼핑 공식 출시 포함하며 현재 기능 업데이트 중, 향후 신제품 출시 홍보 및 시청자와 쇼핑 후기를 교류할 수 있을 것으로 기대</li> <li>• 인스타그램 숏폼 동영상 서비스 '릴스', 출시 1주년 맞이... 페이스북에도 릴스 전세계 도입 : 2021년 2월 국내에 도입된 '릴스'는 최근 본인이 선택한 사용자와 공동 작업을 돕는 '콜라보' 기능 도입, 크리에이터들이 상호 교류할 수 있는 계기를 마련</li> <li>• 메타, '2022 게임 마케팅 인사이트 보고서' 발표 : 글로벌 게이밍 트렌드는 '진화하는 게이밍 환경', '다양성', '가치 있는 관계 구축' 등 크게 세가지로, 마케터는 게이머와 장기적이고 긴밀한 관계 구축하는 것이 중요함을 시사</li> </ul>
메타버스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 메타버스 플랫폼 '호라이즌 월드' 사용자 30만 명 돌파 : 2021년 12월 초 미국·캐나다 등 지역에서 오컬러스 퀘스트 사용자 대상으로 출시된 후 월간 사용자 수가 기존 대비 10배 증가, 향후 플랫폼 성장세 기대</li> <li>• 싸이월드, 일부 이용자 대상 '비공개 베타 서비스(PC버전)' 시작_2월 21일 : 정식 서비스 전 일부 이용자 '도토리 원정대'를 대상으로 새로운 싸이월드 서비스 맛보기 공개, 해당 기간 동안 앱의 UI와 미니룸, 사진첩을 중점적으로 소개할 예정</li> <li>• 배스킨라빈스, '메타버스 라이브 커머스' 성료... 누적 접속자 59만 명, 매출액 2.1억 원 달성 : 가상 캐릭터와 실제 라이브스타리코, 서경환이 함께 출연해 배스킨라빈스 제품을 소개하고 전국 매장에서 사용 가능한 모바일 교환권 판매</li> </ul>
콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네이버 웹툰·구글·콘진원, 웹툰 지식재산권(IP) 기반의 게임화와 글로벌 진출 지원을 위한 '글로벌 웹툰 게임스' 프로젝트 업무협약 체결 : 이번 협약을 통해 유망 중소 게임 개발사를 발굴할 예정이며, 네이버 웹툰 IP를 활용한 게임 개발과 글로벌 시장 진출을 지원할 계획</li> <li>• 넷플릭스, 숏폼 영상 서비스 '팩스트 래프' 모바일 이어 TV 테스트 : '팩스트 래프'는 콘텐츠 중 회사가 직접 선정한 코미디 요소를 30초 가량 요약한 콘텐츠로, 주요 외신은 숏폼 콘텐츠 주 소비층인 MZ세대를 공략하기 위한 테스트라 분석</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)