

MEDIA & MARKET ISSUE

Vol.329

주요미디어 & 마켓이슈

Media & Market issue
2022.05

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버, 1분기 매출 전년 대비 23% 성장...사업간 시너지 및 글로벌에 집중
- 카카오 1분기 실적 발표, 카카오톡·콘텐츠 중심 글로벌 사업 확장 목표

MARKET ISSUE

- 신세계, SSG닷컴 - 지마켓글로벌 통합 시너지 본격화
- 2021 인터넷이용실태조사 결과 발표... 유아 및 고령층 인터넷 기반 활동 증대

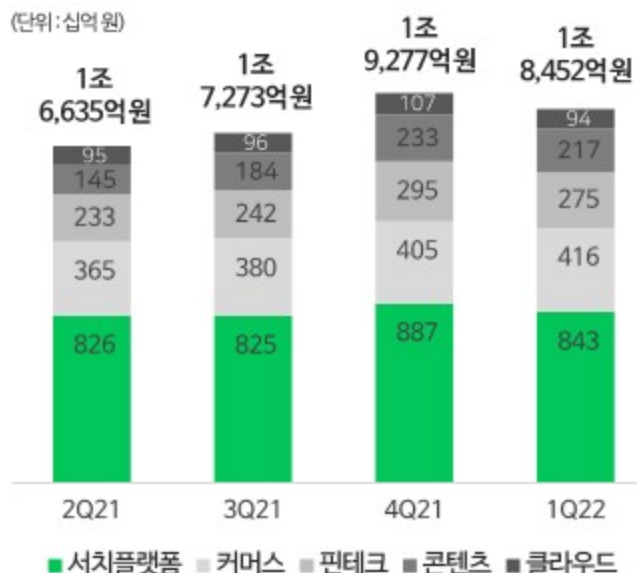
네이버, 1분기 매출 전년 대비 23% 성장...사업간 시너지 및 글로벌에 집중



- 2022년 1분기 매출은 1조 8,452억 원으로 전년 대비 23.1% 성장했으며 영업이익은 전년 대비 4.5% 증가한 3,018억 원을 기록
- 검색·커머스·핀테크 등 사업간 시너지를 더욱 강화하고, 국내에서 검증된 성공 전략을 일본(커머스)·미국(웹툰) 등에 도입해 연내 해외 매출 비중을 2배 이상 확대해 나갈 계획

| 1분기 네이버 부문별 매출 현황 |

2022년 1분기 - 매출 1조 8,452억 원 / 영업이익 3,018억 원



사업 부문별 주요 이슈 및 향후 계획

사업부문	주요 이슈	향후 계획
서치플랫폼	검색 품질 개선(스마트블록) 및 성과형 광고 확대 검색 YoY +9.3% / 디스플레이 YoY +20.5%	신규 광고 상품 개발 및 플랫폼 고도화 진행 중 광고 인벤토리 및 광고 영업 확대로 성장 동력 모색
커머스	신규 버티컬 커머스 거래액 증가 -브랜드스토어, 쇼핑라이브 등 포함, 거래액 YoY +78% 크립(C2C 플랫폼), 콘텐츠에서 커머스로 부문 재분류 -크립 YoY +194%, 국내 1위 C2C 플랫폼 지향	신규 커머스 사업 개발 및 서비스 라인업 확충 멤버십 혜택 최적화 및 포인트 마케팅 강화로 생태계 확장
핀테크	외부 가맹점 결제액 4조 원 돌파, YoY +64.4% 네이버페이 거래액 11.2조 원, YoY +33.9%	검색, 커머스, 콘텐츠 등 네이버 생태계 내에서 이용자 리워드를 강화해 결제 규모 증대 및 충성도 강화
콘텐츠	웹툰 매출 +80%, 유료 이용자수 및 결제 금액 증가 웹툰 글로벌 거래액 YoY +31%, 글로벌 MAU 약 1.8억 명	글로벌 이용자를 기반으로 고품질 콘텐츠와 수익모델 확대

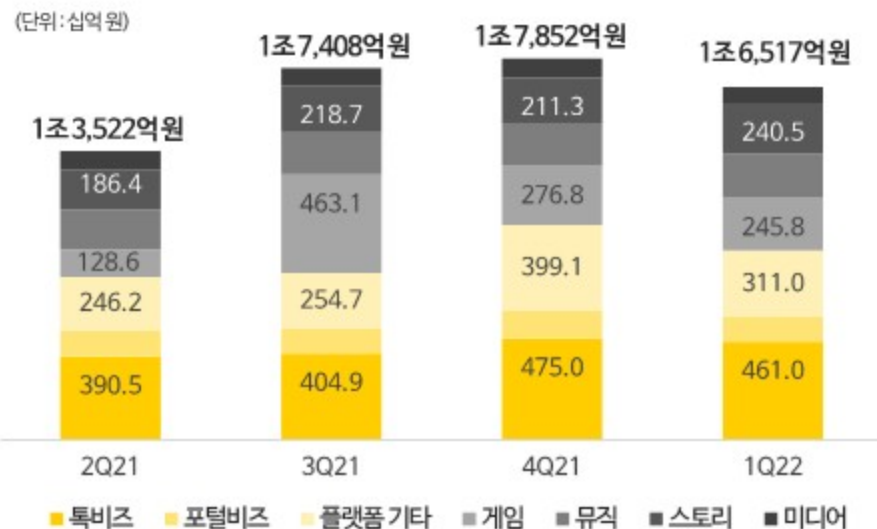
* Source : 네이버

카카오 1분기 실적 발표, 카카오톡·콘텐츠 중심 글로벌 사업 확장 목표

- 2022년 1분기 매출은 1조 1,651억 원, 영업이익은 1,587억 원으로 각각 전년 대비 31.3%, 1% 증가, 웹툰을 중심으로한 콘텐츠(스토리) 부문 성장이 전체 매출 상승에 기여
- 카카오는 올해 핵심 서비스 카카오톡을 관심사 기반의 인터랙션 서비스로 진화시키고자 하며, 강력한 콘텐츠 IP를 지속 발굴해 글로벌 사업 확장을 본격화할 예정

| 1분기 카카오 부문별 매출 현황 |

2022년 1분기 - 매출 1조 6,517억 원 / 영업이익 1,587억 원



주요 사업 부문별 이슈 및 향후 계획

사업 부문	주요 이슈	향후 계획
특비즈 광고형	비즈보드와 카카오톡 채널의 성장 - 비즈보드 YoY +17%, 카카오톡 채널 YoY +75% - 비즈니스 솔루션 '싱크' 도입 광고주 1만 8천 개 돌파 - 비즈보드(특채널)알림톡 선순환 효과	- 지인 기반 커뮤니케이션 수단인 카카오톡을 자유로운 인터랙션 공간으로 전환 계획 - 오픈채팅 선택적 유료화 기능 검토 중 - 비즈보드 확장성 및 범용성 강화
특비즈 거래형	선물하기/톡스토어 거래액 증가 및 수익성 개선 - 선물하기 배송상품 거래액 YoY +46% - 톡스토어 거래액 YoY +22% - 커머스 통합 거래액 YoY 32% 성장한 2.3조 원	- 톡스토어X광고 결합해 커머스 솔루션 제공 - 광고와 커머스의 유기적 상호작용을 통해 커머스 부문 직접 거래액 10조 원 목표
콘텐츠	카카오픽코마, 일본 시장에서 압도적 1위 유지 - 1분기 거래액 YoY +41%, 콘텐츠 IP 경쟁력 강화 카카오페이지 원작 드라마 '사내맞선' 흥행 - 국내 및 북미에서 관련 플랫폼 거래액 증가 - 웹소설·웹툰·영상·뮤직(OST)까지 IP 경쟁력 증명	- 픽코마 웹(WEB) 서비스 시장 본격 진출 - 픽코마 프랜차이즈 마케팅 강화 - 슈퍼 IP 지속 발굴 및 적극적인 글로벌 확장

02

MARKET ISSUE

nasmedia

신세계, SSG닷컴 - 지마켓글로벌 통합 시너지 본격화

- 신세계는 지마켓글로벌을 인수하며 계획한 통합 멤버십 출시, 기존 지마켓의 멤버십 '스마일클럽'을 신세계 온·오프라인 채널까지 확장한 것으로 신세계 유니버스를 구축할 계획
- 신세계의 온·오프라인 인프라와 지마켓의 온라인 유통 역량을 결합하여 새벽배송·퀵커머스 등 다양한 사업을 모색해 통합 시너지를 극대화할 전망

| 신세계 그룹 통합 시너지 전략 |

혜택 통합한 유료 멤버십 '스마일클럽' 5월 12일 도입



SSG닷컴·지마켓글로벌 멤버십 통합

- 기존 G마켓 멤버십 '스마일클럽' 명칭 및 운영 유지
- 가입 플랫폼 확대 (G마켓, 옥션 + SSG닷컴)
- 플랫폼 제한 없이 포인트 (스마일캐시, SSG머니) 사용
- 멤버십 공통혜택 및 플랫폼별 전용혜택 제공



'지마켓글로벌' X 'SSG닷컴' 통합 유료 멤버십

= 신세계 그룹의 온·오프라인 생태계 구축 및 고객 락인
 연내 오프라인 채널 추가 및 타사 제휴 검토 등 '확장형' 멤버십 추진 가속화
 온라인 채널 (SSG닷컴·지마켓글로벌) + 신세계 그룹의 오프라인 연결해 '신세계 유니버스' 구축

물류 통합한 새벽배송 '스마일프레시' 런칭 준비 중



2022년 3월
 스마일클럽 가입 회원
 가공품 등 마트 상품
 (비식품, 70~80% 차지)
 수도권 일대

새벽배송

시작
 대상
 카테고리
 지역



SSG.COM

2019년 6월
 전 회원 (4만원 이상 무료 배송)
 신선식품 등 3만개 상품
 (식품, 40~45% 차지)
 수도권 및 충청권



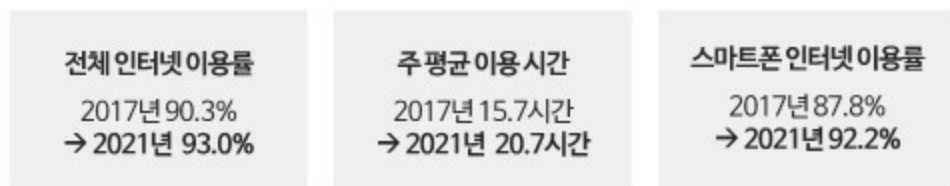
스마일프레시 '지마켓글로벌' X 'SSG닷컴' 통합 새벽배송

= 신세계 물류 인프라 활용해 지마켓글로벌의 물류 센터 및 배송 품목 한계 보완
 추후, 이마트 오프라인 거점 점포 활용한 퀵커머스 사업 진출 기대
 cf) '22년 4월, 이마트 '쓱고우' 서울 강남 일대내 1시간 배송 서비스 중

2021 인터넷이용실태조사 결과 발표... 유아 및 고령층 인터넷 기반 활동 증대

- 코로나19 영향으로 2021년 주 평균 인터넷 이용 시간은 2017년 대비 5시간 증가, 연령별로 인터넷 서비스 활용 행태 다양화
- 인터넷 이용률이 저조했던 고령층은 디지털 격차가 해소되며 동영상/SNS 이용 활발, 반면 주 인터넷 이용층인 2030대는 새로운 기술이 적용된 서비스까지 이용하는 행태로 진화

| 인터넷 이용 행태 |



* 연령별 인터넷 이용률 - 2017 vs. 2021 (단위: %)
만 3세 이상, 최근 1개월 이내 인터넷 이용 기준



| 연령대별 주요 인터넷 서비스 이용 특징 |

- | | |
|---------------------------|--|
| 10대
여가활동/교육 | 교육/학습 어학/백과사전 등 정보검색 비율 89.3% (▲17.4%p) |
| | 온라인 게임 온라인 게임 이용률 99.9% (▲13.2%p), 모바일 게임 비율 42.9% |
| 2030대
IT 서비스 이용 | 클라우드 20대 클라우드 서비스 이용률 73.1% (▲12.0%p), 평균 대비 2배 |
| | 금융 상품 30대 금융상품(보험/주식) 거래 비율 35.3% (▲16.9%p) |
| 4050대
인터넷 경제 활동 | 인터넷 쇼핑 40대 인터넷 쇼핑 이용률 88% (▲16.4%p), 50대 67.8% (▲7.6%p) |
| | 인터넷 बैं킹 50대 인터넷 बैं킹 84.9% (▲5.8%p) |
| 60대 이상
여가활동/소통 | 동영상 60대 동영상 87.5% (▲4.8%p), 단순 시청 외 정보 검색시에도 활용 |
| | SNS 60대 SNS 이용률 44.6% (▲4.5%p), 70대 20.5% |

* Source : [과기정통부, '2021 인터넷이용실태조사'](#)

이달의 단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	<ul style="list-style-type: none"> • 네이버, 세계 최초 라이브 커머스에 영상 기술 '돌비 비전' 적용 : '돌비 비전 기술'은 온라인 상에서 표현하기 어려운 색상·질감·원단 등을 정확하게 구현 가능, 시청자에게 생생한 쇼핑 경험과 정확한 제품 정보 전달로 경험 강화 목표 • 카카오쇼핑라이브, 라이브 커머스 전속 진행자 활용해 전문성 강화 : 카카오는 다양한 커머스콘텐츠 분야에서 활동하는 진행자들과 전속 출연 계약 진행, 단순한 판매를 넘어 제품 리뷰 및 큐레이션 중심의 라이브 커머스를 진행할 계획 • 유튜브, 숏폼 영상 서비스 '쇼츠'에 광고 시범 운영 진행 : 쇼츠는 하루 평균 조회수 300억(전년대비 4배 이상 성장)에 달하며 사용자들의 인기 확보, 이용자에게 앱 설치 및 홍보성 광고 등을 노출할 계획 • 메타, 메타버스 플랫폼 '호라이즌 월드' 웹 버전 출시 계획 발표 : 호라이즌 월드는 VR기기인 오클러스 퀘스트를 착용해 사용 가능한 플랫폼이었으나, 사용자층을 확장해 플랫폼 범용성을 높이기 위해 웹·모바일버전 출시할 전망
트렌드	<ul style="list-style-type: none"> • 5월, 광고시장도 훈풍...방역 완화 기대감 : 한국방송광고진흥공사가 매월 광고경기를 전망하는 광고경기전망지수(KAI) 발표, 5월은 가정의 달과 방역 완화에 대한 기대감으로 광고 경기가 나아질 것으로 분석 • 공연 관객수 제한 풀린다...야외 페스티벌도 이어져 : 문체부에 따르면 4월 18일 이후 대규모 공연 사전 승인 절차 폐지 및 공연 인원 제한 해제로, 코로나19 이전과 같이 수만명 규모의 공연 개최가 활성화될 전망 • 외식업 '디지털전환' 주도하는 캐치테이블과 테이블매니저 : 타 업종 대비 디지털 전환이 저조했던 '외식업계', 최근 식당 예약 제공 서비스를 넘어 식당이 수요 예측을 통해 빈자리를 최소화해 매출을 극대화할 수 있는 시스템도 인기
OTT	<ul style="list-style-type: none"> • 한국국제문화교류진흥원 '2021 한류백서' 배포, 국내 OTT 시장 2025년 2조 원 규모 성장 전망 : 2021년을 '방송콘텐츠가 OTT를 통해 세계로 영향력을 확대한 원년'이라고 명명, 글로벌 OTT가 아시아 이용자 유치를 위해 K-콘텐츠에 지속적으로 투자할 것으로 전망 • 카카오엔터테인먼트, OTT·TV·극장 타깃 콘텐츠 20여 편 기획 및 제작 : 올해, 본격적으로 다양한 장르 웹메이드 콘텐츠 제작에 집중하며 독보적 영상콘텐츠 IP 경쟁력을 확보하고 글로벌 엔터 산업 내 영향력을 강화할 계획 • 티빙, 새 BI 공개... '넘버원 K-콘텐츠 플랫폼으로의 도약' 선언 : 독립출범 후 오리지널 콘텐츠로 차별화 서비스를 제공하는 티빙의 브랜드 이미지를 확립하기 위해 시행, 뷰어의 취향을 반영한 서비스를 만들겠다는 의미 내포 • skyTV-미디어지니, ENA(Entertainment + DNA)패밀리채널 리브랜딩...새로운 즐거움을 추구하는 채널 지향 : 기존 skyTV가 보유한 7개 채널과 미디어지니가 보유한 5개 채널을 합친 총 12개 채널 중 중복 요소를 제거해 채널 라인업 재구성하고, 오리지널 콘텐츠를 확대할 예정

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)