

MEDIA & MARKET ISSUE Vol.350

주요 미디어 & 마켓 이슈

Media & Market issue
2024.02

Published by
Trend Design team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버, 2023년 4분기 매출·영업이익 성장세 지속...AI·데이터 비즈니스 견인
- 구글·네이버, AI 기반 광고 서비스 도입해 콘텐츠 제작 및 브랜드 검색 강화

MARKET ISSUE

- 디지털 헬스케어 산업 성장세, 카카오헬스케어의 시장 진출 본격화
- 새로운 수익원으로 떠오른 광고형 요금제 이용 유도하는 OTT 사업자
- 웹소설 시장 규모 1조 원 돌파...체류시간 증대 위해 다양한 사업자 진출 활발

01

MEDIA ISSUE

nasmedia

네이버, 2023년 4분기 매출·영업이익 성장세 지속...AI·데이터 비즈니스 견인

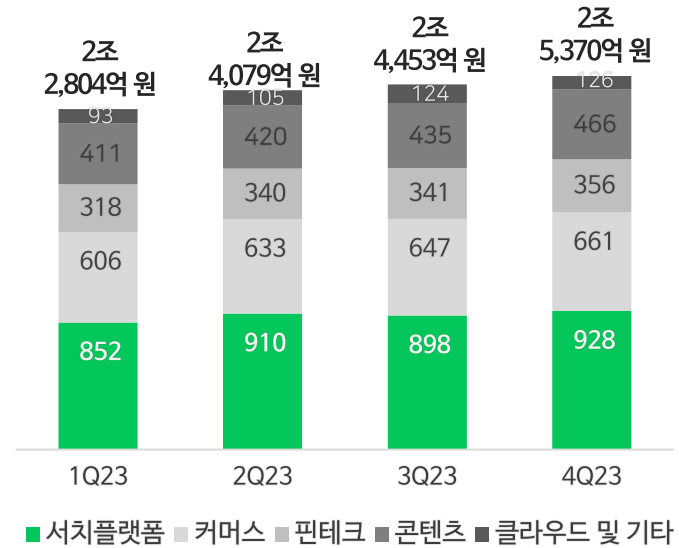


- 커머스와 콘텐츠 부문 성장을 통해 2023년 연간 매출은 전년 대비 17.6% 증가한 9조 6,706억 원, 영업이익은 전년 대비 14.1% 증가해 1조 4,888억 원 달성
- 2024년은 AI와 데이터를 기반으로 검색·커머스 등 핵심 사업 경쟁력 강화에 역량을 집중할 계획, 향상된 이용자 경험이 광고 영역에도 적용되며 수익화 확대를 견인해 나갈 것으로 기대

| 2023년 4분기 네이버 부문별 매출 현황 |

2023년 - 매출 9조 6,706억 원 / 영업이익 1조 4,888억 원

(단위:십억 원)



사업 부문별 주요 이슈 및 향후 계획

사업 부문	주요 이슈	향후 계획
서치플랫폼	검색광고의 견조한 성장세 지속 YoY +1.3% - 모바일 통합 검색 개편과 광고 상품 UI 개선으로 CTR 증가	- 홈피드, 클립 등 다양한 영역에서 AI 추천 기반 초개인화 콘텐츠 제공, 이용자 경험이 수익화로 이어지도록 설계할 계획 - 생성형 AI 검색 서비스 '큐(Cue:)' 모바일 테스트 예정
커머스	커머스 통합 거래액 6,605억 원 YoY +35.7% - 포시마크, 회계변경 효과 제외 시 YoY +28.3% 전체 거래액 확충과 도착 보장 서비스 수익화 매출 기여	- 브랜드와의 전략적 협업 및 디스커버리 기능 강화 - AI 기반 고도화된 추천·검색으로 초개인화된 쇼핑 경험 제공
핀테크	4분기 외부 결제액 7.7조 원, YoY +50.1% 오프라인 결제액 YoY 2.7배 증가 - MST 확대 및 예약·주문 성장 지속	- 주택담보대출 비교, 전월세대출 갈아타기 서비스 등 대출비교 라인업 확대 - 자동차보험 비교 시작하며 금융중개 영역 확장 및 사업 강화
콘텐츠	글로벌 웹툰 통합 거래액 4,663억 원 YoY +9.3% - AI 개인화 추천 및 CRM 등 플랫폼 고도화 카메라 앱 AI 상품의 글로벌 인기로 매출 고성장	- 웹툰 영상화 사업 지속 - MD와 출판, 게임 등 다양한 영역으로 IP 활용 사업 다각화

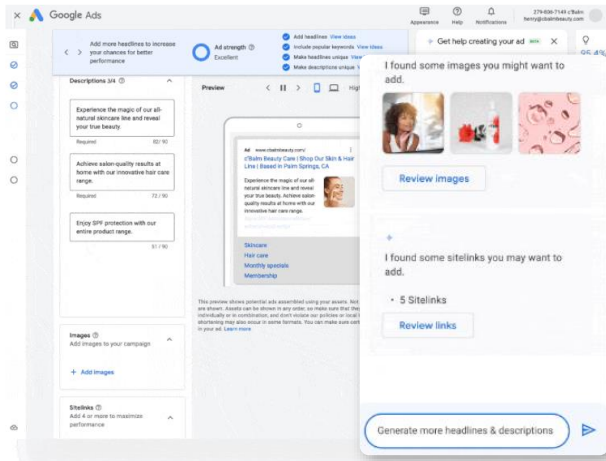
* Source : 네이버

구글·네이버, AI 기반 광고 서비스 도입해 콘텐츠 제작 및 브랜드 검색 강화



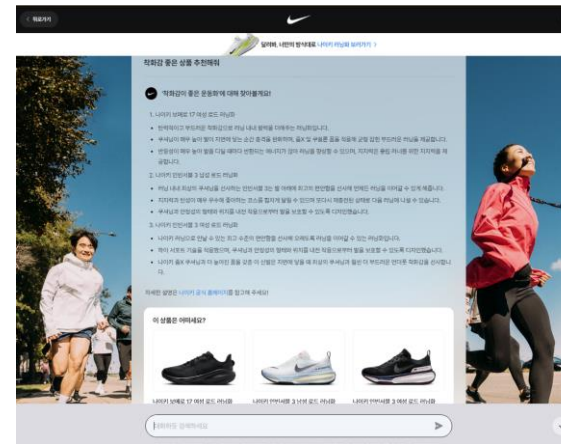
- 구글은 구글 애즈 내 채팅형 AI 서비스를 통해 광고 문구, 이미지 등을 생성할 수 있는 AI 기반 광고 콘텐츠 제작 서비스 베타 출시
- 네이버는 이용자들이 브랜드에 특화된 맞춤형 답변을 제공받을 수 있는 챗봇 형태의 ‘클로바 포 애드’를 오픈, 향후 통합검색·검색광고·디스플레이광고 등과 연계할 전망

| 구글의 AI 기반 광고 콘텐츠 제작 서비스 |



광고주가 홈페이지 URL, 이미지, 중요 키워드 등 입력하면 AI가 문구, 이미지 생성하여 제안
 추후 영어권 이외의 모든 광고주에게 서비스 제공 예정

| 네이버의 이용자 대상 AI 맞춤형 추천 광고 서비스 |



특정 브랜드 검색시 노출되는 확장버블 통해 브랜드 챗으로 연결, 입력한 질의에 대해 브랜드에 특화된 답변 제공
 향후 통합검색, 검색광고 등 다양한 서비스 진입 지점에 연계 예정

거대언어모델(LLM) 제미니 AI 기반의 구글 애즈 서비스 공개 (1/23) 미국·영국 베타 서비스 중 대화형 서비스를 통해 캠페인에 맞춤화된 이미지 제안하여 광고 효율을 높이고 광고주들이 더욱 쉽게 구글에 광고를 할 수 있도록 지원

자체 초대규모 AI 하이퍼클로바(X) 기반 ‘클로바 포 애드(CLOVA for AD)’ 개시 (1/24) 이용자 대상 챗봇 형태로 상품 추천부터 구매까지 이어지도록 하는 AI 맞춤형 추천 광고 발견·탐색·구매에 이르는 사용자의 정보 소비 흐름 연결

* Source : 구글, 네이버, 관련 기사

02

MARKET ISSUE

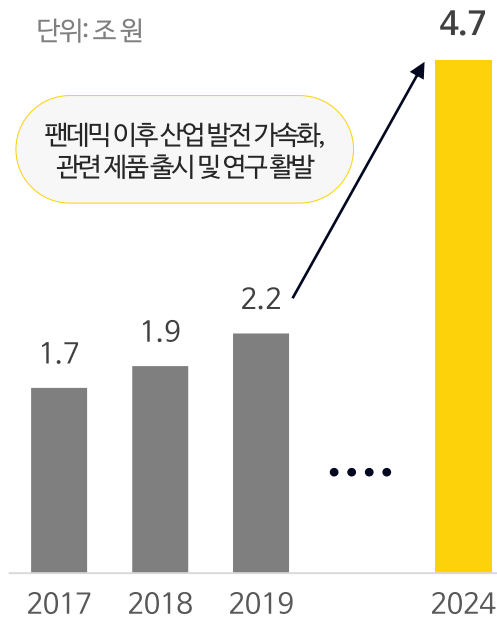
nasmedia

디지털 헬스케어 산업 성장세, 카카오헬스케어의 시장 진출 본격화

- 2024년의 국내 디지털 헬스케어 시장 규모는 4.7조 원으로 전망되며, 인구 고령화 및 스마트 기기 대중화 등 영향으로 향후 디지털 헬스케어 수요는 지속적으로 증가할 것으로 예상
- 카카오헬스케어는 2024년 2월, AI 기반 모바일 혈당 관리 서비스 '파스타'를 출시, 실시간 혈당을 확인해 개인 맞춤형 인사이트를 제공하는 서비스로 해외 시장 진출 예고

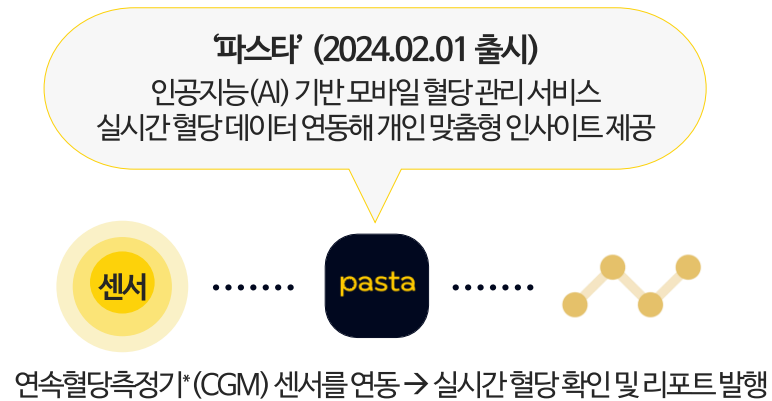
* 연속혈당측정기(CGM): 피부에 센서를 부착해 채혈 없이 실시간으로 혈당을 측정하는 기기

| 국내 디지털 헬스케어 시장 규모 및 전망 |



- 고령화·만성질환자 증가로 인한 의료비 지출 확대
 - 보건 의료 데이터의 급증
 - 스마트 기기 대중화
- ➔ 디지털 헬스케어 수요 증가

| 카카오헬스케어, 혈당 관리 서비스 '파스타' 출시 |



주요기능

- 음식을 촬영하면 비전 AI가 영양소, 열량 등 분석해 혈당 수치 관리
- 센서와 연동 후 실시간 혈당 데이터를 통해 생활 습관과 혈당 비교 기능
- 카카오톡 친구와 연동 가능해 보호자 모니터링 기능 강화



* Source: 정보통신기획평가원, KDI 경제정보센터, 카카오헬스케어

새로운 수익원으로 떠오른 광고형 요금제 이용을 유도하는 OTT 사업자

- 넷플릭스, 2024년 2분기부터 영국·캐나다 등 일부 국가를 대상으로 월 9,500원 베이식 요금제 서비스 중단 발표, 티빙은 2024년 3월부터 광고형 요금제 본격 도입 예정
- 주요 OTT 사업자를 중심으로 구독료 인상을 최소화하면서 수익 구조를 개선하는 대안으로 광고형 요금제가 부상하며, 2024년 국내 OTT 광고 시장 규모 확대 전망

| 2024년 기준 넷플릭스 요금제 구성 |

2024년 2분기부터
일부 국가 대상 폐지 예정

구분	광고형 스탠다드	베이식	스탠다드	프리미엄
요금	월 5,500원	월 9,500원 *신규가입불가	월 13,500원	월 17,000원
화질	1080p(Full HD)	720p(HD)	1080p(Full HD)	4K(UHD)+HDR
동시시청	2명	1명	2명	4명
콘텐츠 저장 디바이스	2대	1대	2대	6대
광고유무	O	X	X	X
계정 공유	추가회원등록불가	-	추가회원 1명 (1인당 5,000원)	추가회원 2명 (1인당 5,000원)

| 티빙 요금제 구성 및 광고형 요금제 출시 계획 |

2023년 12월 이후 신규 가입자 대상 요금 인상

구분	베이직	스탠다드	프리미엄
기존요금	월 7,900원	월 10,900원	월 13,900원
신규요금	월 9,500원	월 13,500원	월 17,000원
화질	720p	1080p	1080p(4K 일부)
동시시청	1명	2명	4명
광고유무	X	X	X
프로필	4개	4개	4개

광고형 이용권
3월 1일 출시 예정
월 5,500원

VOD 콘텐츠의
시청시작, 종료 및
시청도중 특정
시점에 광고 표시

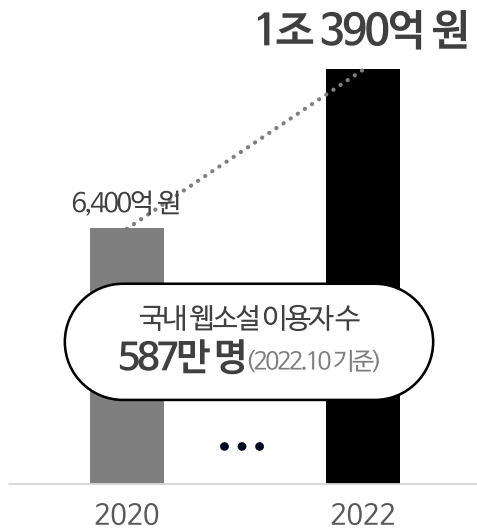


* Source : 관련 기사, 각사 홈페이지

웹소설 시장 규모 1조 원 돌파...체류시간 증대 위해 다양한 사업자 진출 활발


- 국내 웹소설 산업 규모는 2022년 1조 원을 돌파, 이는 2020년 대비 2년 만에 62% 성장한 수치로 빠른 속도로 성장 중이며 국내 웹소설 이용자수는 2022년 기준 587만 명으로 추정
- 네이버와 카카오는 자사 독점 웹소설 기반의 웹툰 제작, 영상화 등 IP 사업에 활발히 나서고 있으며 밀리의서재와 에이블리는 웹소설 사업에 진출하여 시장 규모는 더욱 확대될 전망

| 국내 웹소설 시장 규모 |





| 웹소설 플랫폼 현황 |

네이버·카카오의 웹소설 IP 활용 활발




네이버시리즈



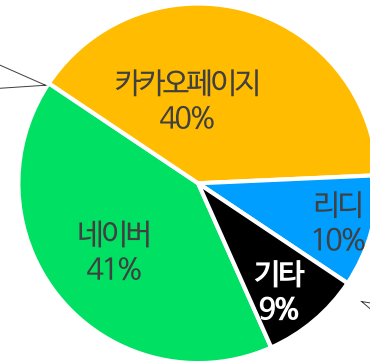


카카오페이지



자체 독점 웹소설 원작으로 한 웹툰 지속 발매,
노블코믹스로 웹툰과의 시너지 효과 극대화

국내 주요 웹소설 플랫폼 매출 점유율



(네이버: 네이버시리즈, 네이버 웹소설, 문피아 포함)

신규 플랫폼사의 진출 현황



밀리의서재
웹소설 플랫폼 출시 예정 (2024년 2월 중)

- 주이용층인 30대 여성 수요 맞춤형 웹소설 전개할 전망
- 오리지널 신작 매주 1개, 연간 60종 이상 수급 계획



에이블리
웹소설 사업 추진 (2023년 12월 베타 오픈)

- 커머스 넘어 콘텐츠와 커뮤니티 강화한 '스타일 포털' 로의 도약 목적
- 신규 이용자 유입 및 리텐션 강화 기대



* Source : 한국출판문화산업진흥원 '2022년 웹소설 분야 산업 현황 실태조사', 관련 기사

이달의 단신 소식

구분	이슈
디지털 미디어	<ul style="list-style-type: none"> 네이버 치지직, 2월 19일부터 누구나 방송...오픈베타 확대 :네이버의 스트리밍 플랫폼 '치지직(CHZZK)'은 19일부터 별도의 신청 절차 없이 누구나 방송이 가능하도록 권한을 제공 유튜브 프리미엄 구독자 1억 명 돌파 :유튜브 영상을 광고 없이 시청할 수 있는 유료 멤버십 서비스 '유튜브 프리미엄' 구독자 수가 1억 명을 돌파, 이는 1년 만에 2천만 명이 증가한 수치 네이버 검색 '뷰', '인기글'로 전환 :네이버는 통합검색내 'VIEW(뷰)' 영역의 검색 결과를 스마트블록으로 전환하여 블로그, 카페 출처의 콘텐츠를 사용자 검색 의도에 더욱 부합하도록 맞춤 제공할 계획 방송통신광고비 총 16.5조...온라인, 전년 대비 8.8% 증가 :한국방송광고진흥공사는 '2023 방송통신광고비 조사'를 발표, 조사에 따르면 국제 이벤트 특수와 디지털 광고 확대 영향으로 2022년의 방송통신광고비 규모가 총 16.5조 원 규모로 증가
콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> 픽코마, 출시 7년 만에 연간 거래액 9천억 원 돌파 :카카오픽코마가 2023년 처음으로 연간 거래액 1천억 엔(약 9천억 원)을 돌파, data.ai에 따르면 픽코마는 일본내 2023년 모바일 앱마켓 소비자 지출 순위에서 전체 카테고리 1위를 차지 넷플릭스, 계정 공유 금지 정책 강화 :넷플릭스는 모바일로만 계정을 공유한 일부 이용자들에게도 인증 메시지 노출, 2023년 계정 공유 금지 정책 발표 이후 점진적으로 적용 확대 LoL 주제곡이 스포티파이·유튜브서 인기...쑥쑥크는 게임 음악 시장 :게임업계는 지식재산권(IP)을 활용한 음악 사업에 적극적으로 나서며 음악을 게임 확산의 매개체로 활용, 글로벌 게임 음악 시장 규모는 2029년 2조 9,266억 원에 이를 전망
여행·관광	<ul style="list-style-type: none"> 2023년 온라인 해외여행 플랫폼 결제액, 팬데믹 전보다 두 배 증가 :와이즈앱에 따르면 엔데믹 이후 2023년 12월의 온라인 해외여행 플랫폼 결제 추정 금액 합계는 1조 650억 원으로, 2019년 대비 약 85% 증가 트래블로그, 여행 플랫폼 진출 임박...업계 지각변동 예고 :하나카드는 2024년 6월까지 기존 외화 결제용 카드인 트래블로그의 애플리케이션을 온라인 여행 종합 플랫폼으로 전환할 전망

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)