

MEDIA & MARKET REPORT

2024. 10

• MEDIA
• MARKET
CONSUMER



01

MARKET ISSUE

쌀가루 활용한 'ZERO 밀가루' 제품 인기
러닝족 겨냥한 이색 러닝 대회 개최 활발
보험업계, Z세대 겨냥 마케팅 총력

쌀가루 활용한 'ZERO 밀가루' 제품 인기

밀가루를 쌀가루로 대체한 글루텐 프리 제품이 건강, 다이어트에 관심 많은 소비자들에게 큰 호응을 얻으며 'ZERO 밀가루' 트렌드가 대두
최근 국내 쌀 소비 감소 문제에 대응하는 정부의 쌀 가공 산업 활성화 정책과 맞물려 식품기업들이 쌀가루를 활용한 제품 출시에 열을 올리는 중
소화장애, 알레르기 등 글루텐에 민감한 소비자와 건강을 위해 ZERO 밀가루 제품을 찾는 소비자가 늘면서 쌀 가공 산업 시장은 더욱 커질 것으로 전망

쌀 가공 산업 활성화 정책

(농림축산식품부, 2024)

목표

- 22년 기준 8.4조 원 규모의 시장 규모를 28년까지 17조 원으로 확대
- 1억 8천 만 달러 수준인 수출액을 4억 달러로 2배 이상 확대

10대 유망 품목 육성

간편 가공밥·죽, 도시락·김밥, 떡볶이, 냉동떡, 쌀 증류주, 쌀 음료, 쌀국수, 혼합면, 쌀 빵, 쌀과자를 유망 품목으로 선정, 27년까지 수입 밀가루의 10% 가루쌀로 전환

쌀 수급 안정 기능 강화

쌀 가공 식품 시장 확장을 통한 가공용 쌀 소비량을 22년의 57만 t 수준에서 28년 72만 t으로 확대하고, 한국 글루텐 프리 인증을 받은 기업을 100개로 육성

대내외 산업 경쟁력 강화

원료 구매, 시설 개보수를 위한 자금 지원 규모를 확대 등 원료 공급, 시설 경영, R&D, 산업 정보·통계 등 쌀 가공 산업 성장 기반을 공고히 할 계획

'ZERO 밀가루' 제품 출시 사례

카레



오뚜기 - 비밀카레

밀가루를 사용하지 않았다는 의미를 담은 비(非)밀카레 출시, 쌀가루 활용에 지방과 당 함량까지 줄여 건강한 카레로 소비자 공략

라면



농심 - 별미볶음면

농림축산식품부의 가루쌀 제품 개발 지원 사업의 일환으로 국내산 가루쌀을 활용해 튀기지 않은 건면으로 만든 쌀 볶음면 출시

빵



뚜레쥬르 - 기본 좋은 식빵/베이글

기본에 충실한 쌀 빵 제품 4종을 출시
국내산 가루쌀을 쌀 당종 전문 기술로 반죽, 쌀 발효당을 더해 은은한 단맛으로 차별화

러닝족 겨냥한 이색 러닝 대회 개최 활발

지속되는 고물가로 고가의 장비나 공간이 필요한 운동보다 장비 구비에 대한 부담이 적고, 시공간적 제약도 없는 가성비 운동인 러닝족이 크게 증가
특히 젊은층을 중심으로 SNS에 러닝을 인증하거나, 완주·기록보다는 러닝 크루를 모집해 함께 뛰는 공유 경험과 재미를 중시하는 러닝 문화가 확산
기업들은 이러한 러닝 트렌드를 반영해 최근 이색적 요소가 결합된 러닝 대회를 개최하고, 이를 마케팅으로 적극 활용하는 모습

이색 러닝 대회 개최 사례

커뮤니티



당근

내 동네의 원하는 장소, 원하는 시간에 자유롭게 달린 후, 러닝 기록 인증샷(GPS앱)으로 참여하는 러닝 챌린지를 개최
반려견과 함께 달리는 이색 러닝 챌린지인 '멍멍런' 인기

배달



배달의민족

장바구니에 갖고 싶은 물건을 담고 5Km를 완주하면 담은 물품을 가질 수 있는 달리기와 장보기를 결합한 펀 런(Fun Run)
완주자 전원에게 배민 장보기 쿠폰팩을 증정하며 서비스 홍보

유통



삼성물산

국내 최고층 건물인 롯데월드타워 123층까지의 계단을 오르는 수직 마라톤 개최, 보호자와 자녀가 함께하는 키즈런을 신설하고, 참가비 전액을 어린이 재활센터 건립 기금으로 기부

보험업계, Z세대 겨냥 마케팅 총력

최근 보험업계가 2030세대보다 타겟을 더 낮추어 10대 고객에게 보험의 필요성과 브랜드 알리기에 열을 올리는 중
이미 여러 보험에 가입된 중장년층 보다 아직 블루오션인 Z세대를 공략하는 것이 향후 이들이 종신보험에 가입할 미래 잠재 고객이라고 판단
Z세대를 겨냥한 디지털 광고 제작부터 이색 보험 상품, 오프라인 팝업까지 Z세대에게 친숙한 브랜드로 다가가기 위한 마케팅을 활발히 진행

Z세대 겨냥 마케팅 사례

디지털 광고 제작



삼성화재 - 다이렉트 착

다이렉트 착을 캐릭터로 의인화하고, Z세대에게 친숙한 그림 삽화 소설 형식인 '라이트 노벨(Light Novel)' 장르를 차용해 고객의 일상을 24시간 밀착케어 하는 브랜드 정체성을 강조

팬덤 상해 보험 출시



롯데손해보험 - Alice

Z세대 겨냥 이색 보험 상품인 '덕밍 아웃 상해 보험' 출시
콘서트 관람 시 상해로 인한 부상 치료비 및 티켓, 굿즈, 피규어 등 팬덤 덕질 관련 직거래 시 발생하는 사기 피해를 보장

팝업 스토어 오픈



삼성생명 - 비추미 건강원

서울 연남동에 조선시대 건강원을 본 따 만든 이색 팝업 오픈
조선시대 어의, 의녀 역할의 출연자들이 상황극을 진행하여 조선시대로 타임머신을 타고 이동한 것 같은 색다른 경험 선사



02

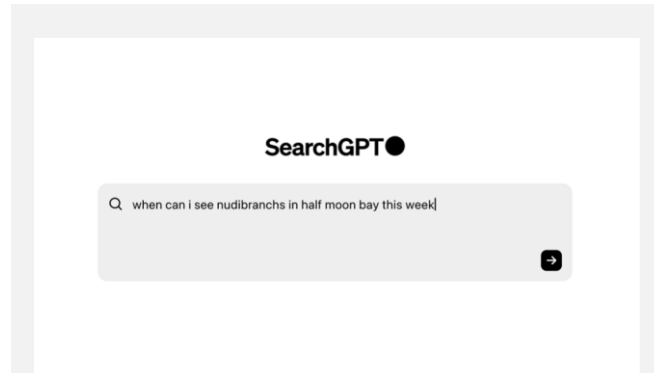
MEDIA ISSUE

오픈AI, 자체 검색엔진 '서치GPT' 공개
인스타그램, 10대 계정 비공개 전환 발표

오픈AI, 자체 검색엔진 ‘서치GPT’ 공개

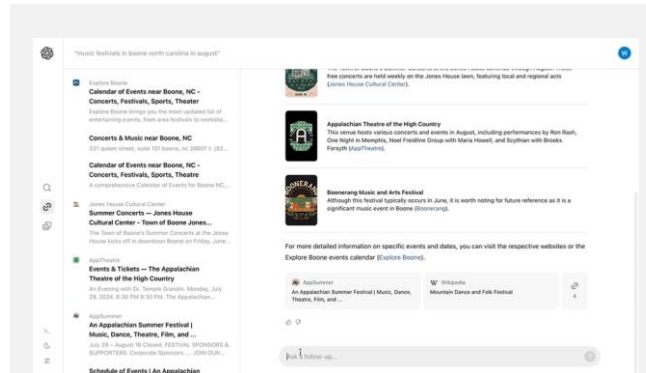
오픈AI가 인공지능(AI) 기반 검색엔진 ‘서치GPT’의 프로토타입을 공개하고 테스터 1만 명을 모집해 비공개 테스트 중 신뢰도 향상을 위해 다양한 뉴스 파트너와 협력하고, 출처나 인용구를 명확하게 함으로써 사용자가 정확한 답변과 연결될 수 있도록 설계한 것이 특징 향후 ChatGPT와 통합 예정이며, 현재는 서치GPT 연결된 링크에 광고가 없지만 향후 수익성 강화를 위해 광고를 도입할 것이라는 전망

‘서치 GPT’ 주요 내용



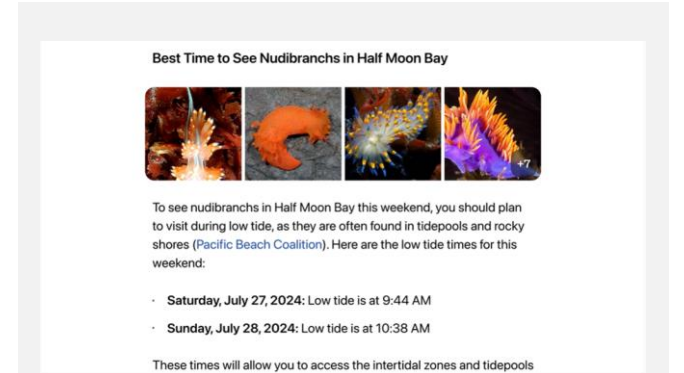
웹정보와 AI 모델 강점 결합

GhatGPT와 검색 결과 창을 결합한 대화형 UI로 사용자 질문에 웹에서 최신 실시간 정보를 사용해 자체적으로 AI가 이해·요약 후 질문에 대한 간단한 답변과 핵심 링크만 제시



출처에 대한 명확한 링크 제공

월스트리트 저널, AP 통신, 복스 미디어 등 뉴스 파트너와 협력해 답변 소스에 대한 명확한 출처를 제공, 소스 링크가 노출된 사이드바에서 더 많은 결과를 빠르게 확인 가능



시각적 콘텐츠 제공

이전 질문의 맥락을 기억하고 이해하면서 후속 답변을 제공 텍스트 답변뿐만 아니라 사용자 이해를 도울 수 있는 풍부한 이미지, 동영상 등 시각적 콘텐츠를 포함한 답변 제공

인스타그램, 10대 계정 비공개 전환 발표

인스타그램이 만 17세 미만 청소년 계정을 비공개로 일괄 전환한다는 방침을 발표, 한국은 25년 1월 도입 예정
미국에서 청소년들의 정신 건강 피해 관련 소송을 제기, EU도 미성년자 중독 유발 가능성에 공식 조사를 착수하는 등 비판에 따른 후속 조치로 분석
메타는 페이스북, 스레드 등 다른 플랫폼에서도 인스타그램과 같이 비공개로 전환하는 청소년 전용 계정을 내년에 도입할 계획

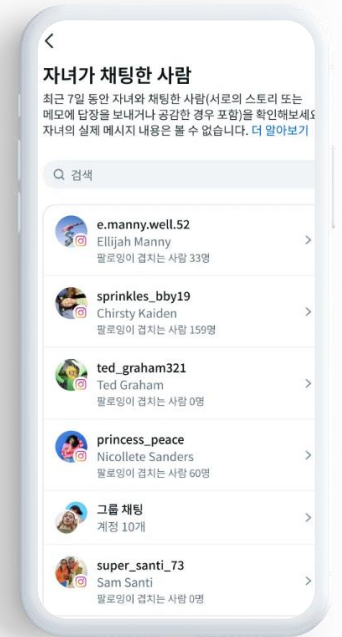
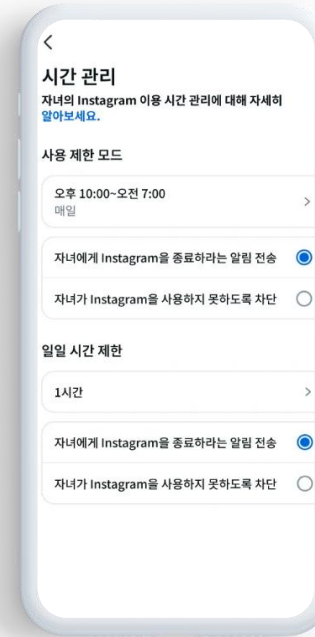
10대 비공개 계정 주요 기능

10대 계정 보호 기능

- 비공개 계정 : 청소년이 요청을 수락해야 팔로워 가능
- 메시지 제한 : 팔로우하는 사람들에서만 메시지 받기 가능
- 콘텐츠 제한 : 성인물, 자해, 자살 등 민감한 내용의 콘텐츠 추천 제한
- 상호작용 제한 : 청소년 계정의 댓글 DM 내 불쾌한 단어, 문구 히든 처리
- 시간 제한 : 오후 10시-오전 7시 사용 제한, 일 60분 사용 시 앱 종료 알림

부모님 관리 감독 기능

- 채팅 상대 보기 : 지난 7일간 메시지를 주고받은 사람 명단 확인 가능
- 일일 시간 제한 : 하루 최대 이용 시간 설정 가능
- 특정 시간 차단 : 특정 시간에 인스타그램을 사용할 수 없도록 차단 가능
- 콘텐츠 주제 보기 : 자녀가 보고 있는 관심사 주제 보기 가능



MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
광고 정책 및 상품	SMR	· SOV 보장 출시(9/1~) : SMR 유튜브의 채널/ 시간 단위로 점유율 50% or 100% 보장 상품 (SOV 50 : 2,000~8,000만원(1주일) / SOV 100 : 900~1,200만 원(10분))
		· 오디언스 타겟팅 출시(9/1~) : DMP 데이터 기반, 맞춤형 세그먼트 구성을 통해 잠재고객에게 집중 노출되는 상품 (CPM 17,500원)
		· 범퍼 출시(9/1~) : 6초 광고 소재를 SMR All 플랫폼에 노출하여 단기간 내 광고 주목도 확보에 특화된 상품 (CPM 7,500원)
		· CPV보장 출시(9/1~) : SMR 유튜브 조회 단가를 보장하여 안전하게 동영상 조회 확보가 가능한 상품 (5초 Skip : CPV 35~39원 / Non-Skip : CPV 18~20원)
	네이버 SA	· 사이트 검색광고 확장 검색 기능 도입(10/10) : 확장 검색 기능 사용 시 등록 키워드 외에도 검색어 및 사이트의 연관도에 따라 다양한 검색어에 광고 노출 가능
		· 쇼핑 검색광고 네이버플러스 스토어 신규 지면으로 광고 확대(9/30) : AI 기반 추천 및 전시를 강화한 '네이버플러스 스토어' 서비스 오픈과 함께 쇼핑검색광고의 다양한 노출 기회 제공을 위한 노출 영역 확대
	네이버 NOSP	· 쇼케이스 EAST UI 스크롤 확장형 출시(9/23~) : 네이버 앱 홈 > 우측 콘텐츠 탭 네번째 위치 노출. 영상 하단에 확장 유도 어포던스(Affordance)가 노출되며, 확장 액션 시 전면형 이미지 노출하여 메시지 강조
	티빙	· KBO 포스트시즌 + 10월 앵커 콘텐츠 특판 PKG 출시(9/24~) : KBO 포스트시즌 경기 + VOD/클립 지면 광고 노출되는 남성향 고객 및 스포츠 관련 콘텐츠 집중 노출 되는 상품
		· KBL(한국프로농구) 시즌 PKG 출시(10/19~) : 스포츠 팬들의 충성도 높은 티빙 스포츠 타겟 대상 KBL 온라인 중계 독점 광고 노출
	카카오	· 포커스풀뷰(beta) 광고 상품 출시 예정(10/16) : 카카오톡 오픈채팅탭 2번째 버블탭 영역에서 1일 24시간 단독 노출되는 전면형 광고 상품 론칭
Meta	· 파트너십 광고 업데이트 : 크리에이터와 브랜드가 협업하는 파트너십 광고에서 기존 이미지, 슬라이드, 동영상에 더해 컬렉션 포맷('파트너십 광고' 활용 가능)을 활용할 수 있도록 업데이트	
	· 인스타그램 스토리 게시물 댓글 기능 론칭 : 스토리가 게재되는 24시간 동안 공개적으로 댓글 노출	

MEDIA NEWS BRIEF

구분	매체명	주요 내용
프로모션	티빙	<ul style="list-style-type: none"> • 10월 프로모션 : 24년도 집행 이력이 없는 광고주 대상 - 3천만원 이상 집행 시, 집행 금액의 100% 서비스 제공 (1+1) : 24년도 집행 이력이 있는 광고주 대상 - 3천만원 이상 집행 시, 집행 금액 구간별 서비스율 30%~100% 제공
	핑크다이아리	<ul style="list-style-type: none"> • 10~12월 프로모션 : 공공기관 광고주 집행 캠페인 대상, 비광고지면 <홈판> 구좌 고정 노출 제공 및 지면 서비스율 10% 추가 제공
	다방	<ul style="list-style-type: none"> • 10월 프로모션 : 메인 팝업 3일 무상 제공 or 단가 30% 할인 제공
	카카오뱅크	<ul style="list-style-type: none"> • 10월 프로모션 : 카드짜맞추기 배너 패키지 집행 캠페인 대상, 50% 단가할인 제공
	카카오T	<ul style="list-style-type: none"> • 10~11월 프로모션 : 카카오내비 집행 캠페인 대상 집행 금액대별 서비스율 30%~100% 추가 제공 : 카카오 T 브랜드패키지 집행 캠페인 대상 단가할인 제공(브랜드패키지 : 1.5억원(1주 독점) → 0.7억원(3일) / 동영상 브랜드패키지 : 2억원(1주 독점) → 0.9억원(3일))
	삼성스마트TV	<ul style="list-style-type: none"> • 10~11월 프로모션 : Non-Targeting Ads 15초 상품 25% 단가할인 : Non-Targeting Ads 30초 상품 20% 단가할인

03

NEW MEDIA

KB Pay
헤이폴
월로

신규 매체

KB Pay

결제, 송금, 자산 및 카드 관리 등 KB국민카드의 모든 서비스를 이용할 수 있는 대표 디지털 플랫폼
 24년 10월, 프리미엄 배너/ 스페셜 배너/ 이벤트 배너, 3종의 배너 광고 상품 론칭

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	CPP	MAU 800만 +

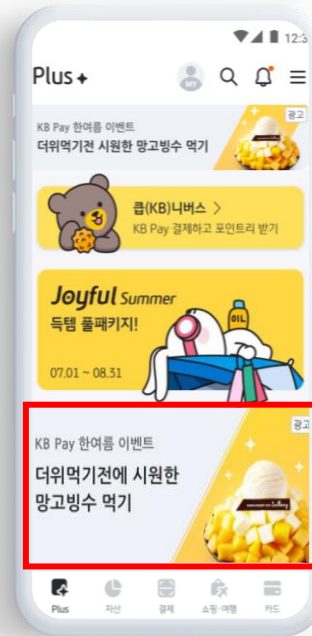
프리미엄 배너

주요 화면 최상단 노출로
 높은 트래픽 제공



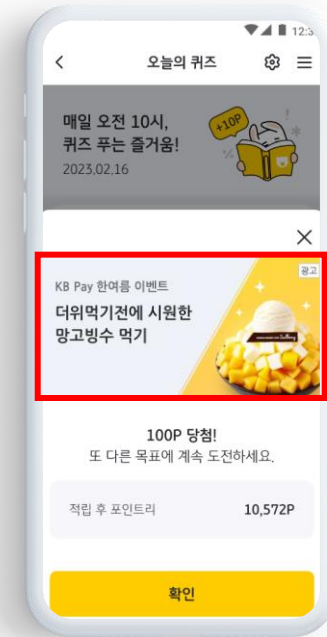
스페셜 배너

화면 중간 영역에 큰 사이즈 배너로
 높은 가시성 제공



이벤트 배너

오늘의 퀴즈, 출석체크 등 서비스 연계 배너로
 높은 참여율 보장



헤이폴

회원들은 투표와 설문조사로 포인트를 쌓고, 마케터는 소비자의 의견을 수집할 수 있는 서베이 플랫폼
새로운 정보와 트렌드에 관심이 많고, 경제활동이 활발한 3040세대 이용자 대상 캠페인 집행에 효과적

광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지/동영상	CPP	MAU 5.5만

투표 참여형 광고

캠페인 홍보와 데이터 수집/분석이 가능한 광고
동영상 광고는 논스킵으로 확실한 브랜드 메시지 전달 가능



평균 3만 명 유저 참여



동영상 소재 지원



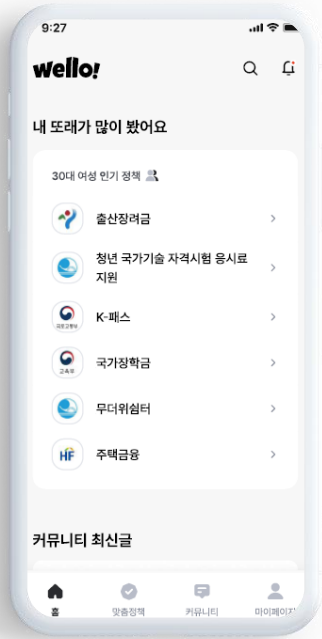
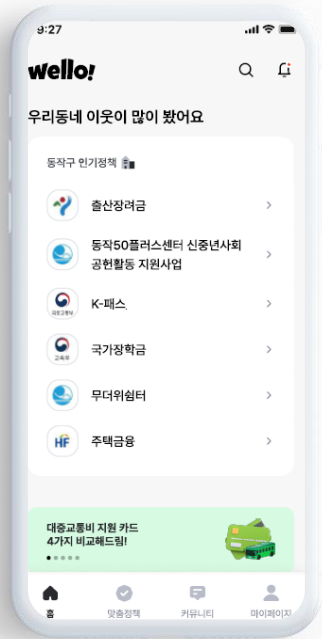
외부 페이지 랜딩

신규 매체 **웰로**

개인 상황에 맞는 부서별 정책, 거주 지역 소식, 커뮤니티 등 맞춤형 정책 정보를 제공하는 플랫폼
 나이, 지역, 학력, 직장, 관심사 등 개인 맞춤형 정보 제공 가능

국민 정책 제공 서비스 웰로

개인 맞춤형 정보 제공으로 정책 관련 홍보에 효과적
 (정책 홍보 외 일반 광고 진행 가능)



광고 형태	상품 유형	판매 방식	미디어 파워
MO	이미지	알림 발생 건 수 별 상이	MAU 30만+

맞춤형 알림 광고

카카오톡 웰로 채널 친구(12만 명) 대상 알림 광고
 맞춤 타겟 선별부터 홍보까지 원스톱, 높은 도달률 보장

함께 보면 좋은,
메조미디어 추천 콘텐츠



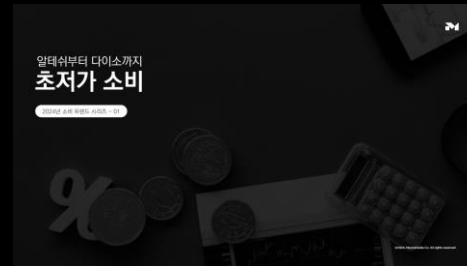
2024 업종 분석 리포트



2024 타겟 분석 리포트



디지털 라이프 스타일_아가취미 편



소비 트렌드 _ 초저가 소비



소비 트렌드 _ 초단축 소비

INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

[연락 문의](#)



[뉴스레터 구독신청](#)



[INSIGHT M 자료실](#)

