



T R E N D
M E D I A
R E P O R T

OCT
2 0 2 5

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 1분 안에 빠져든다! 숏폼 드라마가 그리는 새로운 영상 소비의 흐름
- 심리적 공황 시대에 부상하는 멘탈케어 시장

숏폼 드라마, 글로벌 콘텐츠의 새로운 파동

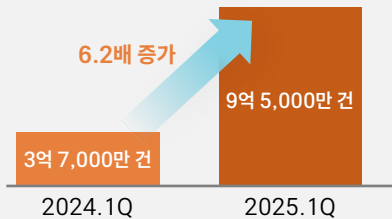
- 숏폼 드라마, 짧은 영상 콘텐츠 열풍에 부합하는 트렌드 탑승 후 '새로운 콘텐츠 장르'로서 글로벌 확장 중
- 자극적인 소재를 짧게 압축한 빠른 전개로 기존 롱폼 콘텐츠와 차별화된 시장 가능성 확보

| 숏폼 드라마, 글로벌화되기까지 |

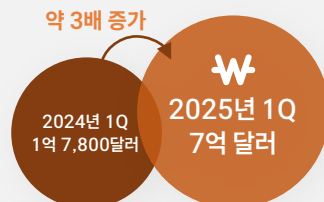
숏폼 드라마란?

중국의 소설 홍보용 짧은 연기 영상에서 출발한 콘텐츠로,
전용 플랫폼을 출시하며 본격화된 1~2분 길이의 100부작 이상으로 구성된 드라마

전 세계 숏폼 드라마 앱 다운로드 수 추이



전 세계 숏폼 드라마 인앱 구매 수익 추이



전용 플랫폼 다수 등장

전 장르의 숏폼화

새로운 비즈니스로서 확장

콘텐츠 소비 패턴의 변화

| MZ세대를 사로 잡은 숏폼 드라마의 매력 |

숏폼 드라마 특징

시성비(시간의 가성비)

짧은 시간 내에 여러 경험을 즐기는
효율 중심의 시간 소비 트렌드와 부합

명확하고 자극적인 전개

속도감 있고 간결한 캐릭터 설정으로
짧고 강렬한 스토리텔링

SNS 내 숏폼 콘텐츠 대세화

'틈새 시간'의 높은 활용도와
시간·공간의 자유로움

세로형 모드의 포맷

소셜 미디어에 익숙한 시청자를 대상으로
즉각적인 시청을 위해 모바일 친화적 환경으로 구성

웹 드라마 vs 숏폼 드라마 vs OTT

구분	웹 드라마	숏폼 드라마	OTT
콘텐츠 분량	10~20분 내외로 대략 30 부작	최대 5분의 초단편으로 구성되며 50~100 부작 이상 제작	일반적으로 40~1시간 이상이며 6~20부작의 시리즈제 운영
제작 규모	소규모 제작사를 중심으로 중저예산으로 제작	초저예산으로 고속 제작	대형 제작사의 기획 하에 고예산으로 제작
특징	접근성이 좋고, 가벼운 몰입 가능	빠른 호흡과 높은 중독성으로 투자 대비 높은 수익 기대 가능	높은 퀄리티와 안정적인 스토리라인

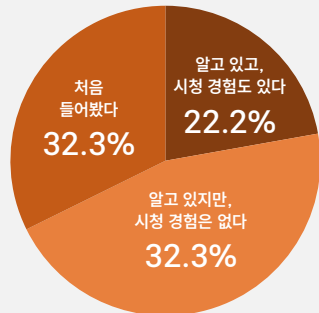
글로벌 확산 동참에 나선 국내 숏폼 드라마

- 지속적인 숏폼 콘텐츠의 인기와 전용 앱 출시 등에 따른 국내 숏폼 드라마의 성장 전망
- 국내 인기 사례를 기반으로 한 한국 숏폼 드라마 시장의 본격적인 성장 기대

| 출발선에 선 국내 숏폼 드라마 |

국내 숏폼 드라마 인지도

숏폼 드라마 시청 경험



국내 소비자들의 긍정적 인식 평가



‘짧은 시간 내 여러 콘텐츠 즐길 수 있다(72.3%)’
 ‘부담 없이 시청할 수 있다(68.8%)’
 ‘호불호 없는 소재가 마음에 든다(68.4%)’



‘작품성보다 심심풀이의 목적인 것 같다(75.2%)’
 ‘일반 드라마보다 가벼운 느낌이 든다(73.7%)’
 ‘완성도가 떨어지는 것 같다(58.5%)’

국내 숏폼 드라마 성장 가능성

숏폼 콘텐츠 할애 시간

44분

10~50대
평균 시청 시간

+9%

인스타그램
사용자 수 증가 추이

+32%

틱톡(틱톡+틱톡 Lite)
사용자 수 증가 추이



전용 앱 출시



비글루



올웨이즈



숏차

다양한 세대의 적극적인 시청 및 숏폼 드라마 생태계 확장을 통해 미래 성장 전망

| 국내 숏폼 드라마, 성장 잠재력 주목 |

국내 플랫폼별 인기 숏폼 드라마



비글루 - 해야만 하는 웨어하우스2

헤어진 전 애인과 함께 출연하는 연애 프로그램 컨셉으로, 여섯 남녀의 엇갈린 감정과 애정 전선



올웨이즈 - 아이돌, 남침!

북한 고위 간부의 외동딸이 K-POP에 빠져 탈북 후, 최애 아이돌과 동거하는 남북로맨스



숏차 - 소니의 경쟁

악연이었던 동명의 동창과 재회 후 서로 영혼이 바뀌어 뜻밖에 인생을 공유하는 이야기

업계 플랫폼 1위, '드라마박스' CEO가 분석한 한국 숏폼 드라마 전망



유사한 소재적 특성

도파민을 추구하는 한국 드라마와의 동질성



풍부한 IP 자산

소설·웹툰 등 다수의 2차 창작의 원천 콘텐츠



높은 한류 인지도

글로벌 시청자에게 익숙한 한국 콘텐츠의 감성



음악·굿즈 산업 발달

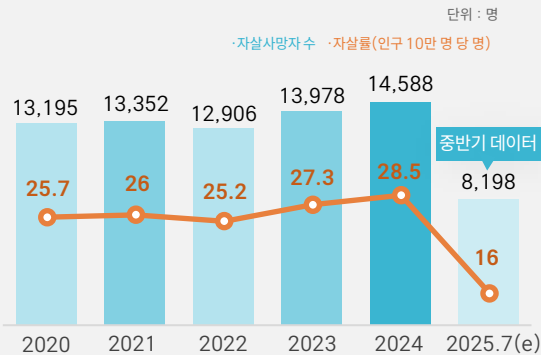
부가 산업 연계로 확장성 높은 숏폼 생태계 구축 가능

행복을 위한 필수 관리, 멘탈 케어

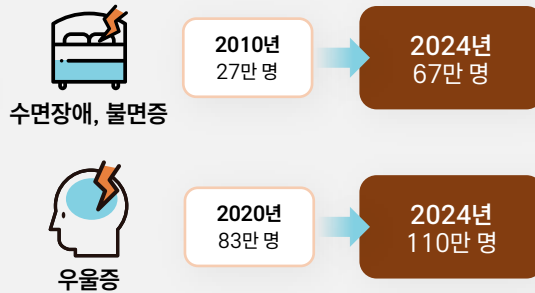
- 국내 정신질환 환자 증가와 함께 정신 건강 문제에 대한 인식 변화
- 정신적·심리적 건강 관리를 위한 멘탈 케어 시장이 전세계적으로 주목

| 마음 치료가 시급한 현대인들 |

국내 자살사망자 현황



정신건강 질환 환자 수



2022년



‘정신질환에 한 번 걸리면 항상 문제가 있다’
(41.5%)

‘정신질환이 있는 사람은 아닌 사람보다 더 위험하다’
(65.6%)

정신건강에 대한 인식 변화

2024년



‘누구나 정신 질환에 걸릴 수 있다’
(90.5%)

‘국립정신건강센터에 대해 알고 있다’
(66.8%)

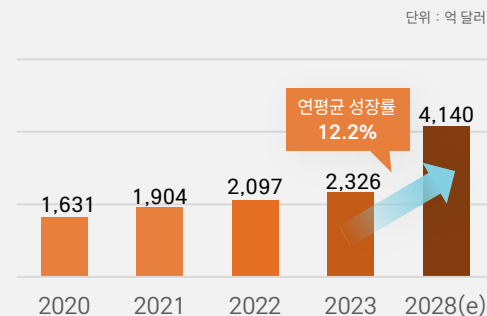
과거에는 정신건강 문제를 외면하는 분위기였으나
최근 정신 질환 환자 수 증가와 인식 변화가 맞물리면서 정신 건강에 대한 관심이 높아지는 흐름

| 감정을 돌보는 ‘멘탈 케어’의 등장 |

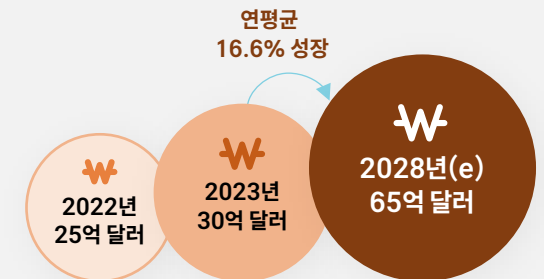
멘탈 케어란?

정신적·심리적 건강의 ‘Mental’과 관리·보호를 뜻하는 ‘Care’를 결합한 신조어로
개인의 스트레스, 불안, 우울 등 부정적 정서를 완화하고 삶의 균형과 행복을 높이는 활동

글로벌 멘탈 케어 시장 규모



글로벌 정신건강 앱 시장 규모



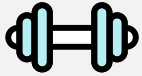
개인의 스트레스와 불안을 완화하는 멘탈 케어 활동이 주목받으면서
멘탈 케어 시장과 함께 디지털 전환 흐름 속에서 정신건강 앱 시장도 확대될 전망

온라인 정신 클리닉, 디지털 멘탈 케어의 부상

- 자기 관리, 전문가 상담, 디지털 솔루션까지 다양한 방식으로 국내 멘탈 케어 서비스 빠르게 성장 중
- 디지털 멘탈 케어는 이용 편의성은 높지만, 전문 치료 대체에는 한계 존재

| 다양한 멘탈 케어 서비스 |

멘탈 케어 주요 유형



자기 관리형

일상 속 명상, 운동, 취미 등으로 스스로 심리적 균형을 유지하고 회복



전문 지원형

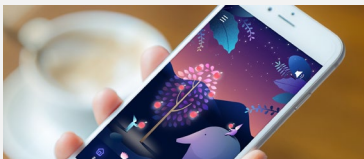
상담·치료 등 전문가의 개입을 통해 체계적으로 관리



디지털 치료제형

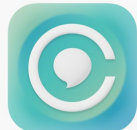
의학적 근거 기반으로 설계되어 특정 정신질환 치료·보조

국내 멘탈 케어 사례



멘탈 케어 앱 '코끼리'

명상 및 수면 콘텐츠 등 오디오 프로그램을 활용한 콘텐츠를 제공해 심리적 안정 효과



심리 상담 플랫폼 '마인드카페'

국내 대표 멘탈 케어 플랫폼으로 전문가 상담을 온·오프라인에서 제공해 일상 속 정신건강 관리 가능

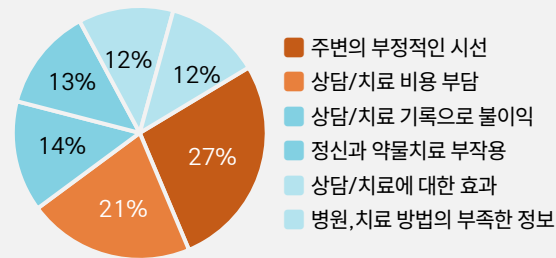


디지털 치료제 '마인드스팀'

국내 최초의 우울증 전자약으로 미세 전기 자극기를 통해 저하된 전두엽 기능을 정상화하는 치료

| 전 세계가 주목하는 '디지털 멘탈 케어' |

정신건강 치료 시 우려되는 점



비용·기록 우려로 디지털 멘탈 케어 유입 확대

디지털 멘탈 케어 장단점

장점

- 지역·시간 제약 없이 누구나 쉽게 이용 가능해 접근성 향상
- 대면 진료보다 상대적으로 저렴해 비용 절감
- 비대면으로 이용할 수 있어 심리적 부담 감소

단점

- 중증 환자나 위기 상황에서 즉각적이고 전문적인 대응 부족
- 대면 상담과 비교했을 때 비언어적 단서 파악 어려움
- 전문성 부족으로 사용자의 의존성과 사회적 고립 심화

글로벌 디지털 멘탈 케어 현황



호주

디지털 멘탈 케어 서비스 육성을 위해 서비스를 전 국민 대상으로 무료 제공



일본

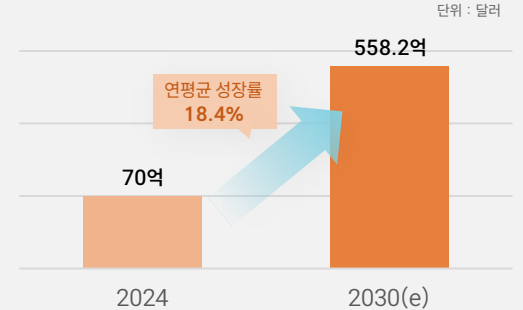
국민의 높은 기술 수용성을 기반으로 원격 상담을 통한 의료 접근성 확대



미국

활발한 정책 지원과 규제 기반 디지털 건강 기술·제품 고도화 및 의료 접근성 확대

디지털 멘탈 케어 시장 전망



■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

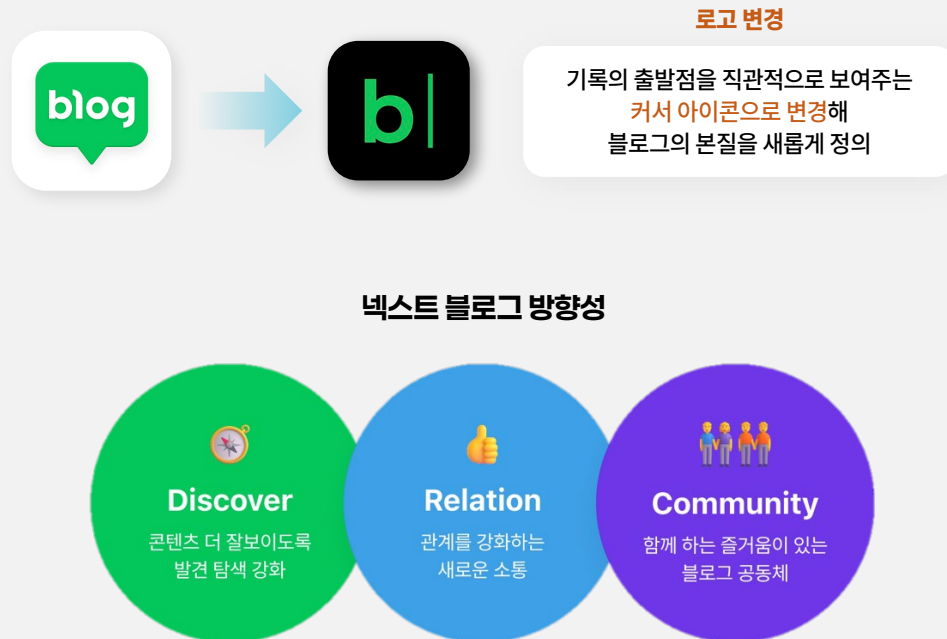
- 네이버 블로그 서비스 개편
- '리멤버 커넥트' 베타 출시
- 카카오, 취향기반 커머스 플랫폼 '쇼룸 오픈'

네이버 블로그 서비스 개편

- 로고 변경 및 AI 기반 개인화 추천 강화 등 블로그 서비스 개편
- 관심사 기반 맞춤형 콘텐츠 추천으로 이용자들이 더 쉽고 빠르게 원하는 정보 발견 가능

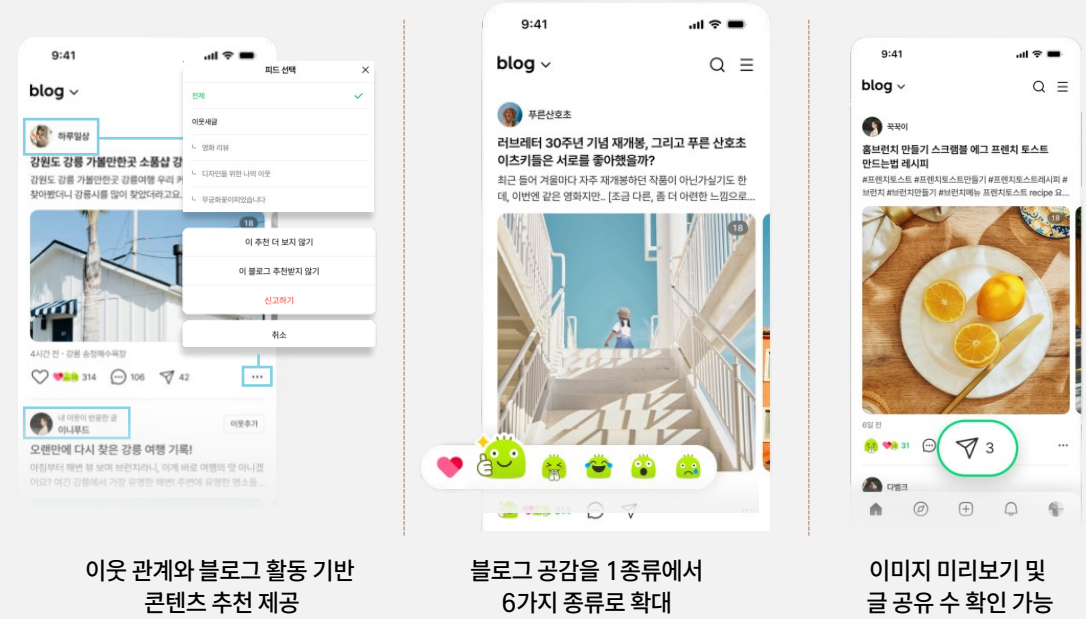
| 새로운 브랜드 아이덴티티 |

‘기록의 발견, 즐거운 연결’이라는 새로운 슬로건 아래
발견과 탐색, 관계와 커뮤니티 강화를 중심으로 블로그 개편



| 모바일 블로그 홈 개편 |

AI 기반 맞춤형 추천과 이웃 소통 기능 강화로 이용자들이 관심사에 맞는
콘텐츠를 발견하고 취향이 맞는 사람들과 풍부하게 교류 가능



‘리멤버 커넥트’ 베타 출시

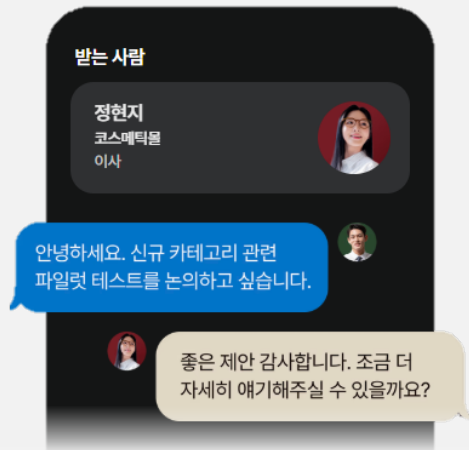
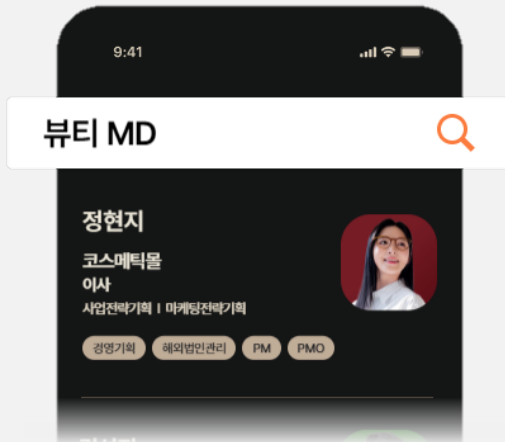
- 다양한 기업의 인물과 각계층의 전문가를 찾아 대화할 수 있는 비즈니스 연결 플랫폼
- 온라인 플랫폼을 통해 더 손쉽게 새로운 네트워크에 연결 및 확장

| ‘리멤버 커넥트’ 서비스 |

연락처 공개 없이 회사명, 직무 등 다양한 검색어를 통해
원하는 비즈니스 인물과 소통 및 협업 가능

프로필 검색

1:1 메시지



| 커넥트 프로필 검색 방법 |

회사명, 부서, 직책, 전문분야 등 다양한 조건으로
원하는 비즈니스 인물 검색 가능

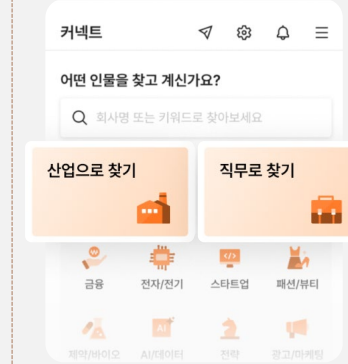
키워드 검색

바로가기 버튼

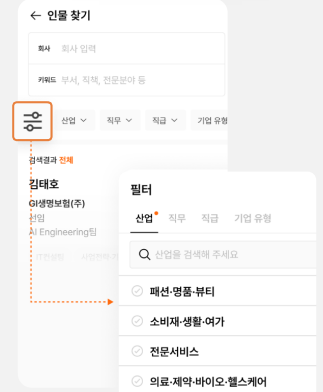
필터 검색



검색창에 회사명, 직무, 관심 분야 등
원하는 키워드를 입력해 찾기 가능



커넥트 홈 화면에서 산업·직무
버튼을 눌러 검색 시작



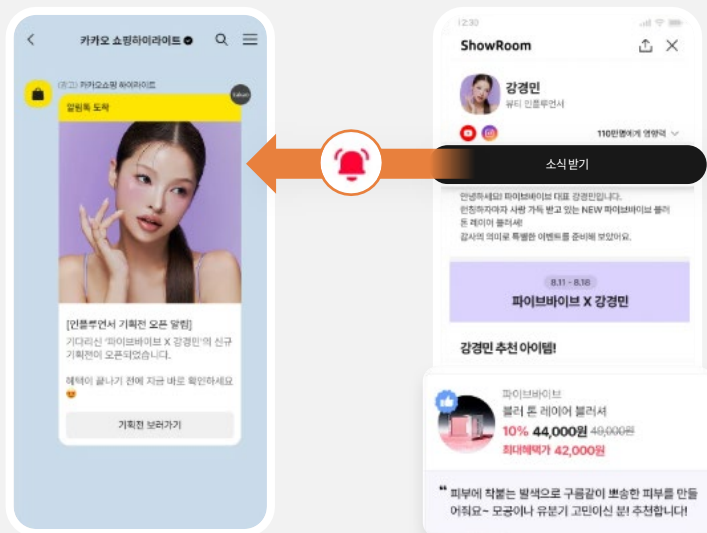
필터 버튼에서 산업, 직무, 직급 등을
조합해 정확한 인물 찾기 가능

카카오, 취향기반 커머스 플랫폼 ‘쇼룸 오픈’

- 인플루언서와 협업해 취향 기반 상품을 큐레이션하는 커머스 플랫폼
- 콘텐츠 접근성을 강화해 고객의 쇼핑 경험 향상

| ‘쇼룸’ 서비스 |

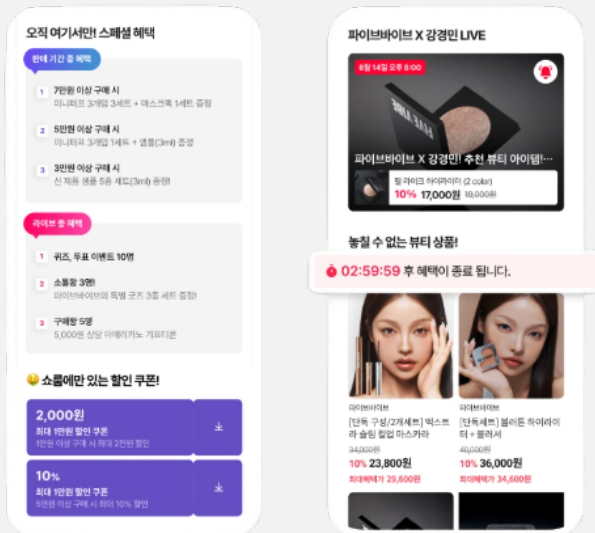
인플루언서가 자신의 SNS등 외부 채널과 연동해 취향에 맞는
상품을 추천하고 판매하여 취향 기반 소통을 통한 맞춤형 쇼핑 경험 향상



쇼룸에서 참여 인플루언서의 프로필 이미지, 이름, 요약 소개등 기본 정보 뿐만 아니라
연동된 SNS 채널 등 영향력 정보를 한눈에 확인 가능

| ‘쇼룸’ 서비스 기능 |

프로필·SNS·구독 기능으로 콘텐츠 접근성을 강화하고
카카오톡 쇼핑 탭·라이브 방송·SNS등 다채로운 진입 경로 제공





■ NEW MEDIA

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 왓차
- 모두의주차장
- 맘스다이어리

왓차

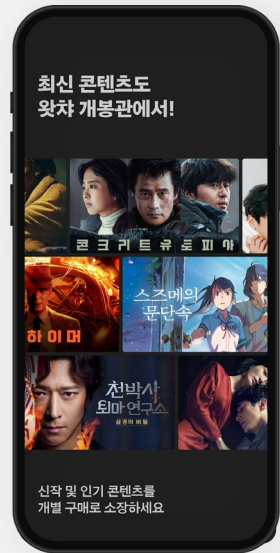
- 누적 다운로드 수 2,000만 돌파 및 OTT 부문 브랜드 고객충성도 대상 6년 연속 1위한 OTT
- MZ세대가 매일 3번, 2시간씩 체류해 젊은 층을 타겟으로 한 캠페인에 적합한 매체

| 왓차 |



2024년 평균 MAU
약 200만

유저 당 앱 일일 사용 시간
약 2시간



OTT부문 브랜드 고객충성도 대상 6년 연속 1위

셀럽, 인플루언서 섭외 등 주기적인 유저 참여 이벤트를 운영해 함께 콘텐츠를 소비하며 소통하는 문화 형성



확실한 타겟층

전체 회원의 64%가 2030 MZ세대로
트렌드에 민감한 콘텐츠 고관여 유저를 타겟으로 효과적인 광고 가능



구매력과 충성도 높은 유저

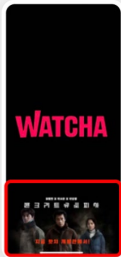
고관여 유료 구독자는 94%로 특정 콘텐츠 소장, 대여하는
유료 콘텐츠 개별 유저와 장기 구독자 비중이 높은 플랫폼

| 주요 광고 상품 |

스플래시



스플래시 풀
(Full Screen)



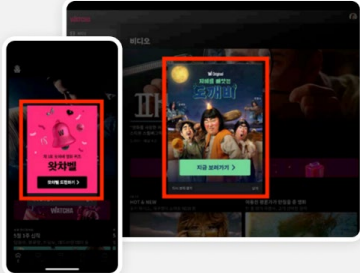
스플래시 파셜
(Partial)

보드 배너



*노출 지면 : 홈, 개봉관, 웹툰, 콘텐츠 상세 페이지

전면 팝업 배너



모두의주차장

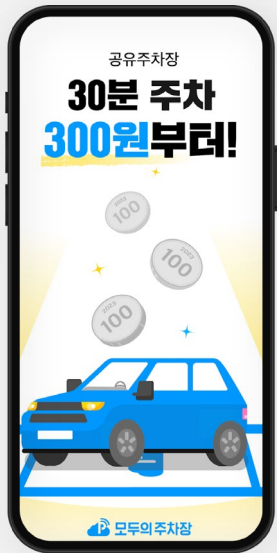
- 운전자와 주차 공간 소유자 모두가 혜택을 받는 대한민국 1등 주차 앱
- 수도권 지역의 자차를 보유한 구매력이 높은 30~50대 타겟에 최적화된 플랫폼

| 모두의주차장 |



누적 다운로드
700만

MAU(월간 이용자 수)
100만



대한민국 1등 주차앱

매월 100만 명 이상이 활발하게 이용하는 플랫폼으로
주차와 관련된 모든 서비스를 제공



명확한 유입 카테고리

가족 외출, 외근 업무, 출퇴근 등 차량 이동이 필요한 활동을 목적으로
주차장을 이용하여 관련 광고에 최적의 환경 제공



정밀한 타겟팅

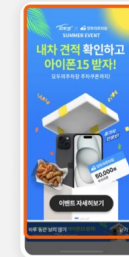
자차를 보유한 구매력 높은 2554세대 남성 유저가 대부분을 차지해
해당 고객을 타겟으로 하는 광고에 높은 성과 보장

| 주요 광고 상품 |

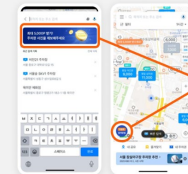
스플래시

전면 팝업

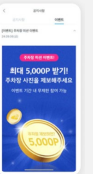
검색 배너 & 지도 원형 배너



클릭 시



클릭 시

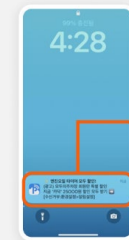


하단 배너

App Push



클릭 시



클릭 시



맘스다이어리

- 2005년부터 시작된 국내 최대 임신·육아 플랫폼으로 누적 회원 200만 명, 누적 일기 1억 건 등의 검증된 서비스
- 임신·출산·육아 2040 여성 핵심 소비층 집중 버티컬 매체

| 맘스다이어리 |



회원수
200만

일 방문자
10만



임신육아 앱 브랜드 3년 연속 1위

매일 3만 여명의 콘텐츠 생성을 하는 엄마들의 일평균 사용 시간과 재방문율이 높은 엄마 고객 중심의 매체로 높은 충성도와 참여도



구매력이 높은 고객층

생활, 유아용품, 교육, 금융 등
소비 결정을 주도하는 2040 여성 핵심 타겟 확보 가능



높은 광고 효과

전국 엄마를 대상으로 여러 광고 상품 중
효율적인 KPI 달성을 위한 최적의 상품 선택 가능

| 주요 광고 상품 |

DA & 참여형 마케팅



모바일 배너



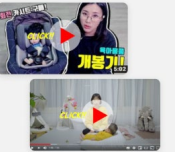
엄마 타겟 / 평균 CPC 250원대
광고 집행 (이벤트 조회수)



기본 텍스트형



블로그/SNS 후기작성



영상채널 후기작성

샘플링 마케팅



기본형
(매월 신청자 대상 제품 샘플링) / 무료



스폰서형
(콘텐츠 전달 및 제품 샘플링) / 유료



■ PROMOTION

이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 아파트너 광고 배너 PKG 프로모션
- 페이코 캠퍼스 25년 4Q 프로모션
- SOOP 추석 맞이 비게임 업종 프로모션



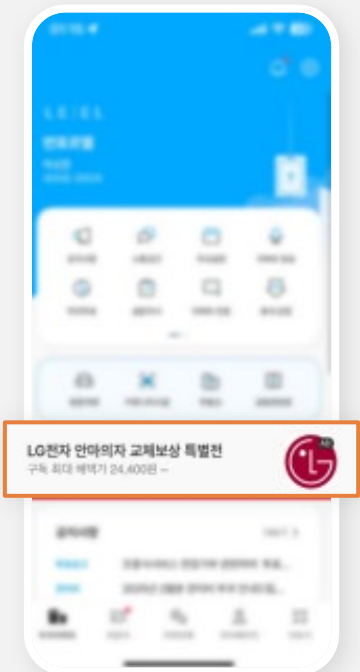
아파트너 아파트너 광고 배너 PKG 프로모션

- 입주자 명부에 기반한 ‘거주지 인증’을 거친 입주민에게 편리한 생활을 제공하는 아파트 생활 토탈 플랫폼
- 첫 집행 및 재집행 광고주를 위한 패키지 광고 할인

아파트너 광고상품



팝업 광고



배너 광고

* 광고상품 일부

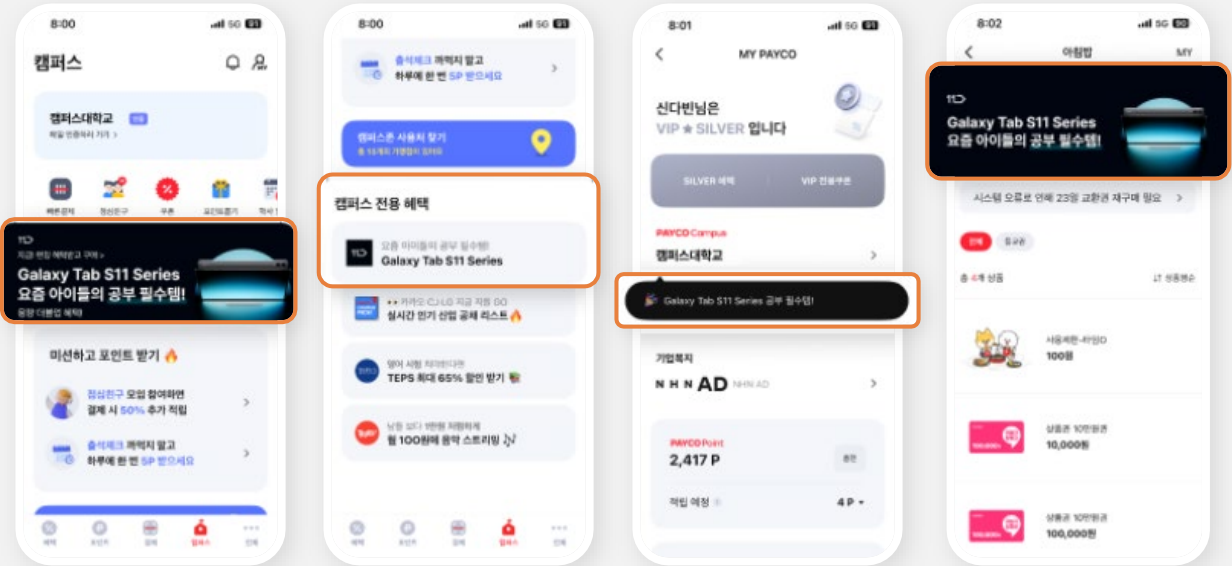
유형	구분	내용
아파트너 광고 배너 PKG 프로모션	스타터 PKG	- 첫 집행 광고주 한정 - 배너 PKG(최대 1주, CPM 서비스 40%) 팝업(3일, 7구좌) 720만원 → 500만 원
	500 PKG	배너 PKG(최대 1주, CPM 서비스 30%) 팝업(3일, 7구좌) 720만원 → 500만 원
	1000 PKG	배너 PKG(최대 2주, CPM 서비스 40%) 팝업(7일, 7구좌) 1,680만원 → 1,000만 원
	2000 PKG	배너 PKG(최대 1개월, CPM 서비스 60%) 팝업(14일, 7구좌) 3,800만원 → 2,000만 원
기간	~ 25년 10월 30일	



PAYCO CAMPUS 페이코 캠퍼스 25년 4Q 프로모션

- 전국 236개 캠퍼스의 50만 대학생이 사용하는 간편 결제 플랫폼으로 행동 데이터를 통해 효율적인 광고 집행 가능
- 노출 극대화 패키지 집행 시 소정의 광고 상품 무상 제공

페이코 캠퍼스 ‘노출 극대화 패키지’



메인 배너

혜택 영역

MY PAYCO

승차권홈 상단배너

유형	구분	내용
페이코 캠퍼스 25년 4Q 프로모션	내용	노출 극대화 패키지 집행 시, APP PUSH 1회 무상 제공
	추천 업종	패션/뷰티, F&B, 금융, 채용/교육 등
기간	~ 25년 12월 31일	

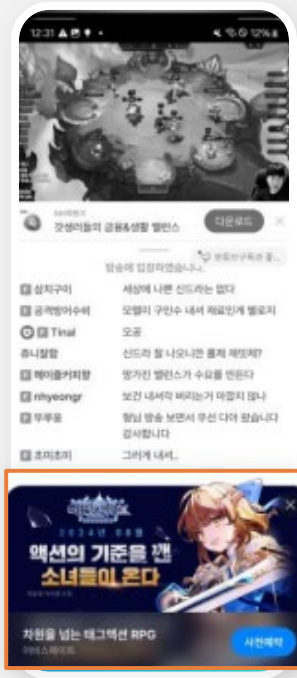
SOOP 추석 맞이 비게임 업종 프로모션

- 국내 최초 스트리밍 플랫폼으로 구매력과 콘텐츠에 대한 니즈가 높은 2030 타겟이 밀집된 매체
- 신규 및 기존 광고주 대상 서비스율 적용 및 비게임 업종 혜택 지원

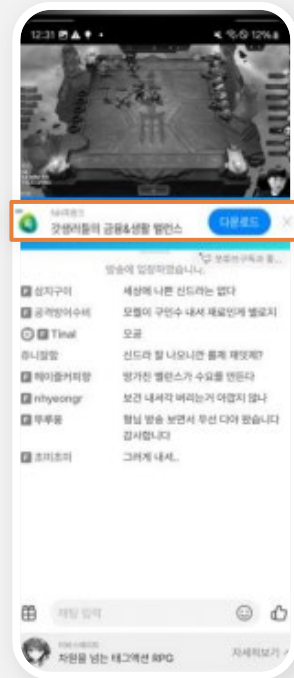
SOOP 광고상품



인스트림 (MO·PC 노출)



모바일 플레이어 배너



커넥트 배너 (MO·PC 노출)

* 광고상품 일부

유형	구분	내용
SOOP 추석 맞이 비게임 업종 프로모션	혜택	- 서비스율 신규 광고주 : 100% 적용(최초 1회, 월 선착 5개) 기존 광고주 : 50% 적용(최대 5천만 원 지원) - 건기식 및 식음료 업종 - 신규/기존 상관없이 집행 금액 대비 서비스율 100% 지원 - 공식방송&스트리머 PPL/협찬 홍보 지원 - 비게임 업종 광고주 대상 - SOOP 라이브 방송 시 지원
기간	~ 25년 10월 31일	

2025.10

MARKETING CALENDAR



SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
			1 국군의 날	2 노인의 날	3 개천절	4 이산가족의 날
5 추석 세계 한인의 날	6 추석 Open AI 데브데이	7 추석	8 한로 대체공휴일 재향군인의 날	9 한글날	10 연차 쓰기 좋은 날 임산부의 날 정신건강의 날	11 호스피스의 날
12	13	14	15 체육의 날	16 부마민주항쟁 세계 식량의 날	17	18 문화의 날
19	20	21 경찰의 날	22	23 상강	24 국제연합일	25 독도의 날
26	27 교정의 날 금융의 날	28 지방자치의 날	29	30	31 회계의 날 할로윈	

이 달의

HOT 키워드

마케팅

#추석 마케팅 #메시지 마케팅

행사

#추석 #가을꽃 축제 #와인 축제

패션

#롱슬리브 #퍼트러커 #바람막이 #더플백

밈

#사실 너도 똑같더라고 #모두들 눈물을 흘리기 시작함 #화가 머리 끝까지 내세

이달의 유행템

#간초 #프룻팝스 #피젯보드 #포치타 팝콘통

OCT
2025



T R E N D M E D I A R E P O R T

문의하기

adure

E . O . D .