



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

MAR
2 0 2 5

■ TREND ISSUE

디지털 마케팅 전략 수립에 도움되는 주요 업종별 트렌드를 전해드립니다.

- 전 세계적인 K콘텐츠 인기에 글로벌 마케팅을 가속화하는 한국 기업
- 경제력과 디지털 감각을 갖춘 GG세대 등장
- 괴롭힘 없는 일터를 위한 '직장 내 괴롭힘 금지법'

얼어붙은 내수시장, 새로운 경제 흐름을 타는 국내 기업들

- 지속되는 3고로 '가성비' 소비문화 확산과 SNS로 새로운 시장의 기회를 얻은 한국 기업
- K콘텐츠의 글로벌 인기로 한국 문화의 영향력 및 인지도 확대

| 위축되는 내수시장과 떠오르는 해외시장 |

3고로 달라진 국내 소비 생활



- 다이소 등 저가 생활용품 판매점의 카테고리 다양화 및 활발한 중고 거래 플랫폼 이용
- 기업에서 일반 브랜드보다 저렴하게 판매하는 PB브랜드 런칭 및 강화



- 편의점에서 다양한 브랜드와의 콜라보 및 자체 개발로 저렴하고 맛있는 간편식 출시
- 배달 및 외식은 줄어들고 집밥 수요가 늘어 밀키트, 냉동식품 등 구매 증가



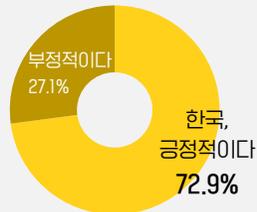
- 백화점 대신 가격대가 저렴한 패스트패션 브랜드의 수요 및 인지도 증가
- 브랜드 제품이 아닌 온라인 의류 쇼핑몰을 통해 비교적 저렴한 옷을 구매

SNS를 통해 전파 중인 한국 문화콘텐츠



한국 콘텐츠가 온라인/모바일, TV, CD/비디오 등을 통해 전 세계로 확산

조사기간 : 2023년 11월 10일 ~ 30일
Base : 해외 26개국 한국문화콘텐츠 경험자, N= 25,000



| K콘텐츠 성행에 발맞춰 걷는 한국 기업 |

한국 문화콘텐츠에 대한 상위 호감도 콘텐츠



최근 해외에서 한국 콘텐츠의 선호도가 드라마, 영화, 예능 등 영상 중심으로 성장하고 있어 국내 기업은 이에 초점을 맞춰 활발한 마케팅 진행 중

해외를 타겟으로 마케팅을 펼치는 한국 기업



해외 진출에 성공한 국내 기업, 다음 단계는?

- 현지 감성에 부합하는 온·오프라인 마케팅을 전개하는 한국 기업과 열광하는 해외 소비자
- K뷰티 및 식품 업계가 특히 미국에서 뚜렷한 성과를 보이고 있으나 '트럼프 관세' 위기 극복을 위한 전략 필요

| 해외에서 통한 한국의 글로벌 마케팅 전략 |

국내 기업 온·오프라인 마케팅 사례



삼양식품

바이럴 마케팅

래퍼 등 유명인의 언급 등을 통해 인지도가 올랐으며, SNS에서 매운맛 챌린지로 인기 급상승



티티티르

VOC 마케팅

해외 인플루언서의 숏폼(쇼츠) 리뷰를 서두로 제품의 옵션 다양화 (컬러군 30가지 추가)



젝시믹스

체험 마케팅

일본 현지 고객을 대상으로 참여형 스포츠 이벤트(러닝) 진행해 인지도 상승 및 브랜딩 효과

해외에서 한국 제품을 주목하는 이유

합리적인 가격

뛰어난 품질

철저한 품질 관리와 안전 규정 준수

트렌드 선도

| 기회의 땅, 미국 시장 진출 성공과 전망 |

미국 내 국가별 화장품 수입액



미국 내 한국 라면 매출

SAMYANG 불닭볶음면

미국 법인의 매출이 전년 대비 126% 증가해 미국을 넘어 유럽 시장 확대에 주력

농심 후라면

미국 법인의 매출이 전년 대비 19% 상승하며 해외 매출 증가분의 절반가량 차지

“ 2024년 기준, 미국에서는 K뷰티와 식품 업계의 성장이 두드러졌으며 국내 기업은 더 넓은 시장 확보를 위해 관련 콘텐츠 적극 생산 중 ”

도널드 트럼프표 '관세전쟁'에 대응하는 한국 기업



도널드 트럼프 집권



미국 경제 보호 및 무역 불균형 해소를 위해 여러 국가에 높은 관세 부과 예고

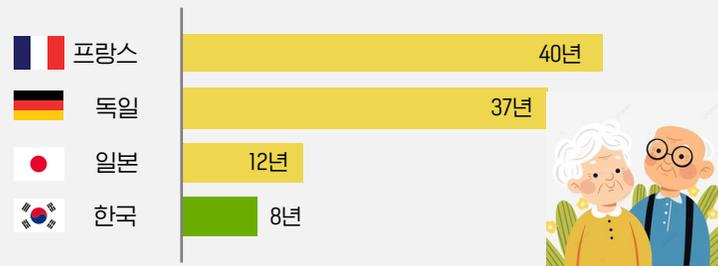
한국은 관세 부과국으로 확정되지 않았지만, 추후 상황을 대비하여 기업에서는
1) 미국 내 생산을 최대로 늘리거나
2) 고관세 부과 국가를 피한 생산기지 다변화 등 다양한 전략을 구축하는 중

초고령화 사회 진입, 큰 손으로 부상한 GG세대

- 65세 이상 시니어 인구 1,000만 명 돌파, 국내 고령 인구 비율 급증하며 시니어 전성시대 도래
- GG세대 소비시장의 블루오션으로 부상 ... 기존 MZ세대 중심 마케팅 전략의 전환 필요성 대두

| 전세계 유례없는 초고속 고령화 |

초고령사회 진입 속도



한국은 세계 최저 수준의 출산율(0.7명)과 기대수명의 증가로 고령화 속도 가속화 전망

소비 시장의 블루오션으로 부상한 시니어층



출처 : 대한상공회의소 <2025 KCI 유통물류 포커스>

| 역사상 가장 젊은 시니어 등장 |

GG세대란?

은퇴를 앞두고 있거나 은퇴 후 왕성한 활동을 이어가고 있는 1950년 ~ 1971년 사이에 태어난 시니어 세대

GG세대 주요 특징

실버 서퍼(Silver Surfer)

디지털 기기와 온라인 쇼핑에 친숙

건강과 웰니스 중심 소비

건강을 최우선 가치로 두며, 건강 관련 제품과 서비스에 대한 소비 증가

여행과 문화 생활 적극

'나'를 위한 소비를 중요하게 여기며, 여행과 문화 생활 활발

프리미엄 소비 선호

더 나은 경험과 품질을 제공하는 상품과 서비스 선호

사회적 가치와 윤리적 소비 중시

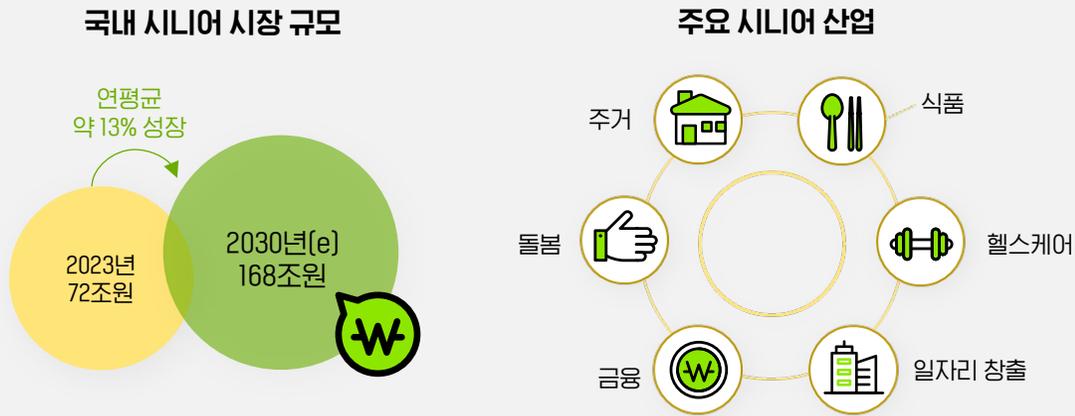
단순한 소비를 넘어 사회적 가치가 반영된 제품과 서비스 선호

기업은 새로운 시장 선점을 위해 MZ세대 중심에서 벗어나 구매력과 적극적인 라이프스타일을 가진 GG세대를 타겟으로 한 비즈니스 전략 전환 필요

기업의 미래를 책임질 핵심타겟 GG세대

- 과거 보수적인 소비 성향의 시니어와 달리 새로운 소비시장과 트렌드를 개척하는 GG세대
- 성공적인 GG세대 마케팅을 위해서는 감성과 신뢰를 바탕으로 지속적인 관계 형성을 위한 전략 필요

| 한국의 미래 먹거리 GG마켓 |



GG세대 마켓 공략 키워드

감성나이 ‘신체적 나이보다 젊게 인식’하는 경향	일상 속 노화 관리 나이에 맞는 자연스러운 美 추구	나도 디지털 서퍼 MZ세대 못지 않은 실버서퍼 증가	가치에 흔들린다 삶에 대한 자극 및 차별화 가치 추구
롤모델 따라 소비 시니어일수록 주변인에 더 많은 영향	내 노후는 내가 부양 받는 것보다 셀프 부양	사회적 교류욕구 ‘외로움은 최대의 적’ 관계 쌓기 욕구 큼	

| 새 소비권력 GG세대 맞춤 비즈니스 |

GG세대를 위한 감성 마케팅 전략

프리미엄 브랜드 경험 제공	스토리텔링을 통한 감성적 공감 유도	디지털 채널 활용한 맞춤형 콘텐츠 제공	건강과 웰빙을 강조하는 마케팅
----------------	---------------------	-----------------------	------------------

“GG세대-브랜드 정서적 연결을 통해 충성도 구축”

GG세대 마케팅 사례

LG전자 <LG 시그니처>	CJ ENM <tvN STORY>	CJ프레시웨이 <헬씨누리>
55세 이상 소비자를 위한 프리미엄 가전 브랜드로 고급스러운 디자인과 맞춤형 서비스로 인기	중장년층을 위한 라이프스타일 채널로 과거의 추억과 문화, 삶의 가치를 담은 콘텐츠 집중 편성	건강에 대한 관심이 높은 시니어들을 위한 고령친화식품 출시 및 맞춤형 건강 식단 컨설팅과 급식 솔루션 제공

일터에서의 폭력, 심각한 직장 내 괴롭힘

- 업무 집중도 저하 및 신체적·정신적 건강 악화를 초래하는 직장 내 괴롭힘 문제 심각
- 근로자의 공정하고 안전한 근무 환경 조성을 위한 '직장 내 괴롭힘 금지법' 시행

| 직장 내 괴롭힘으로 무너지는 직장인들 |

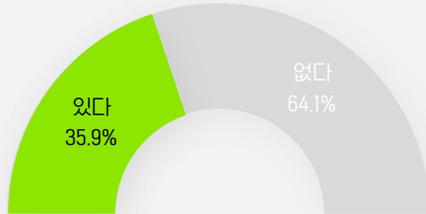
직장 내 괴롭힘 유형

기준 연도 : 2023년
Base : 전국 19세 이상 직장인, N=1,000



직장 내 괴롭힘 경험

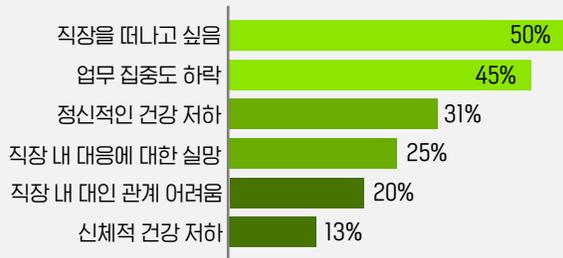
기준 연도 : 2024년
Base : 전국 19세 이상 직장인, N=1,000



직장인 3명 중 1명은
직장 내 괴롭힘 경험

직장 내 괴롭힘으로 인한 영향

기준 연도 : 2022년
Base : 전국 19세 이상 직장인, N=1,000



직장 내 괴롭힘은 단순 갑질 문제를 넘어 근로 의지 및 의욕 저하, 건강의 저하를 가져오는 등 부정적 파급 효과 심각

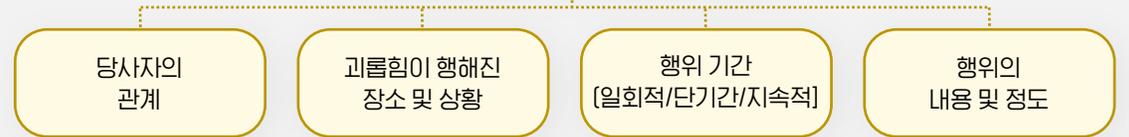
| 직장 내 보호받을 권리 '직장 내 괴롭힘 금지법' |

직장 내 괴롭힘 금지법이란?

직장에서의 지위나 관계 우위를 이용해 다른 근로자에게 신체적·정신적 고통을 주거나 근무환경을 악화시키는 행위를 금지하는 법

직장 내 괴롭힘 판단 기준

종합적으로 판단 (구체적인 사정 참작)



① 직장에서의 지위 또는 관계 등의 우위를 이용한 행위

- 지위 우위 : 지휘명령 관계가 아니더라도 회사 내 직급 체계상 상위에 있음을 이용
- 관계 우위 : 상대방이 저항 또는 거절하기 어려울 개연성이 높은 상태



② 업무상 적정 범위를 넘은 행위

- 업무상 필요성이 없거나, 행위가 사회 통념에 비추어 볼 때 상당하지 않은 경우



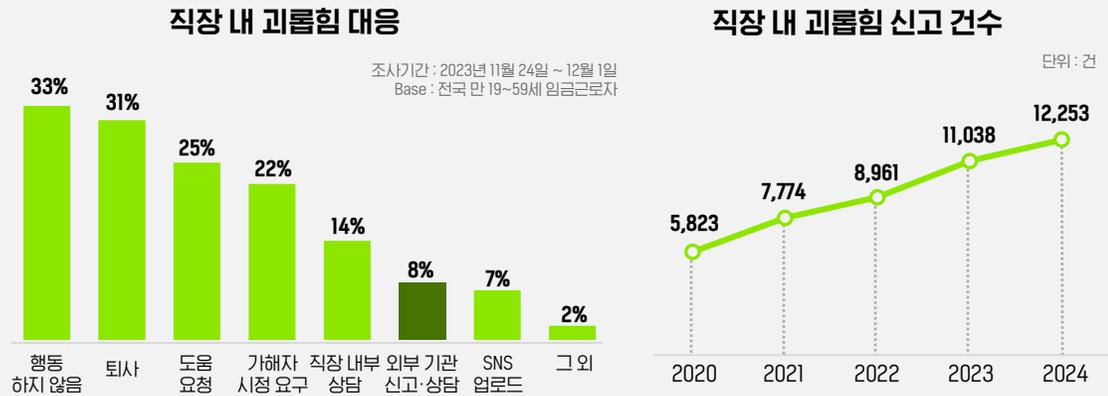
③ 신체적·정신적 고통을 주거나 근무환경을 악화시키는 행위

- 그 행위로 인해 피해자가 능력을 발휘하는 데 무시할 수 없을 정도의 지장 발생

괴롭힘 없는 직장, 법이 지켜줄 수 있을까?

- 매년 증가하는 신고 건수에도 불구하고 낮은 기소율로 직장 내 괴롭힘 금지법 실효성 논란 지속
- 괴롭힘 기준과 신고 절차의 모호성으로 법 적용이 어려워 명확한 법 해석과 제도 개선 필요

| 직장 내 괴롭힘 금지법 시행 현황 |



| 괴롭힘 금지법, 득과 실 공방 |

직장 내 괴롭힘 금지법을 둘러싼 상반된 반응

긍정적 효과

직장 내 괴롭힘 의제 공론화,
수평적 직장문화 확산,
피해자 보호·구제 제도 마련

VS

부정적 효과

직장내 의사소통 불신 초래,
무고 피해자 발생, 사회적 비용 발생,
선의의 피해자 발생, 사업장 자정능력의 훼손

직장 내 괴롭힘에 대한 개념 정의 불명확성으로 인한 현장 혼란 지속,
직장 내 괴롭힘 금지법의 제도적 개선 방안 마련 필요

직장 내 괴롭힘 신고 처리 결과



출처: 한국리서치 여론속의여론, 고용노동부, 보도자료(업계 취합)

직장 내 괴롭힘 금지법의 문제점과 개선과제

-	직장 내 괴롭힘 예방 대응 체계의 인식 차이	가해자의 다양한 주체	괴롭힘 유형별 판단기준 부재	직장 내 괴롭힘으로 인한 피해 및 어려움
+	사내 자율적인 운영을 위한 촉진 및 지원	법 적용대상자의 확대	직장 내 괴롭힘과 적절한 업무범위의 판단 기준 마련	정신적 피해에 대한 실효적 예방 및 구제

출처: 매일노동뉴스, 한국괴롭힘학회, 한국사회법학회 <직장 내 괴롭힘 금지제도의 운영실태와 개선과제>, 보도자료(업계 취합)

■ MEDIA ISSUE

이달의 미디어 & 광고 매체 이슈를 전해드립니다.

- 롯데멤버스 엘포인트 RCS 도입
- 인스타그램 청소년 계정 도입
- 카카오톡 올해 첫 기능 업데이트

롯데멤버스 엘포인트 RCS 도입

- 4,200만 회원과 1,430만 마케팅 동의 DB를 보유한 국내 NO.1 통합 멤버십 서비스
- 롯데그룹을 포함한 생활 전반의 다양한 제휴 가맹점을 통해 광고주가 원하는 타겟 대상의 광고 가능

| 엘포인트 타겟 문자광고 |

온/오프라인 고객 행동 데이터를 바탕으로
맞춤 광고 메시지 발송하여 전환 극대화



LMS

MMS

카카오 친구톡

RCS

구분	이통사 문자		카카오 친구톡		RCS	
	LMS	MMS	텍스트	이미지	RCS-LMS	RCS-MMS
텍스트	0	0	0	0	0	0
이미지	X	0	X	0	X	0
버튼	X	X	0	0	0	0

| 통합메시징 플랫폼 |

원하는 고객을 직접 추출하고, 광고 문자 발송 가능

- Targeting**
 성별, 연령, 거주지역, 구매채널 / 상품 / 금액 등 고객 행동데이터 기반으로 한 번도 구매하지 않은 고객, 구매 확률이 높은 고객, 이탈예상 고객 등 다양한 세그먼트 조건을 조합해 정밀한 타겟층 추출
- AI / ML**
 롯데멤버스에서 독자 개발한 '프리미엄 타겟 예측모델'을 통해 타 매체에서 불가한 고도화된 타겟팅으로 전환률 극대화 가능
- Message**
 전환률이 높은 타겟에게 'L.POINT 제휴사' 이름으로 카카오프렌즈 친구톡과 문자 광고를 발송해 높은 반응 및 목표 ROAS 달성 가능
- Analysis**
 발송수, 성공수, 클릭율, 구매자수, 연관매출 등 메시지 수신 고객의 마케팅 성과 지표 제공

인스타그램 청소년 계정 도입

- 만 14세 이상 18세 이하의 청소년들에게 적용되는 인스타그램의 새로운 계정 모드
- 청소년 연령에 맞는 안전한 온라인 경험 제공 및 부모가 안심할 수 있는 환경 조성

| 청소년 계정 내장 보호 기능 |

내장된 보호 기능이 자동으로 설정되는 청소년 계정을 통해
과도한 소셜미디어 사용과 부적절한 콘텐츠 노출 제한



계정 기본값
'비공개' 로 설정

팔로우 하지 않는
계정은 메시지 불가능

민감한 내용이
포함된 콘텐츠 제한

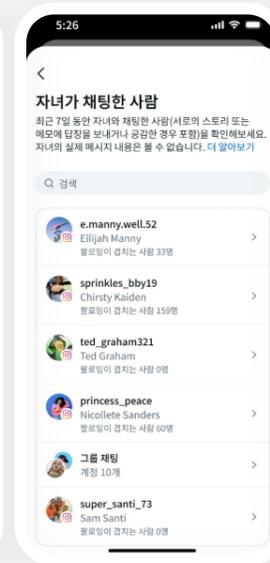
제한된 상호 작용 및
공격적 문구 사용 블라인드

이용 시간 60분 되면
시간 제한 알림

오후 10시부터 오전 7시까지
사용 제한 모드 설정

| 부모의 관리 감독 기능 확대 |

부모에게 계정 권한을 부여하여
제어 기능을 통해 자녀에게 적절한 이용환경 조성



- ### 가능한 기능
- ✓ 자녀와 채팅을 주고 받은 계정 확인
 - ✓ 이용 일일 시간 제한 설정
 - ✓ 특정 시간에 앱을 사용할 수 없도록 차단
 - ✓ 자녀가 보고 있는 콘텐츠 주제 확인

- ### 불가능한 기능
- ✓ 자녀의 검색기록 및 채팅 내용 확인
 - ✓ '맞팔' 상태가 아닐 경우 비공개 계정인 자녀의 게시물 확인 불가능
 - ✓ 자녀 대신 콘텐츠 업로드
 - ✓ 계정 삭제 및 비밀번호 재설정

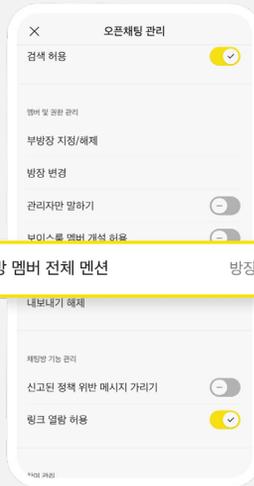
카카오톡 올해 첫 기능 업데이트

- 대화 목적에 맞는 다양한 채팅 기능 추가 및 사용성 강화
- 이용자의 안전과 편의성 향상

| 카카오톡 오픈채팅 기능 업데이트 |

오픈채팅 내 새로운 방장 기능을 통해 채팅 운영 및 관리 향상

모두 멘션하기



관리지만 말하기

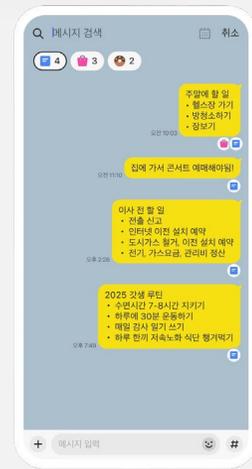
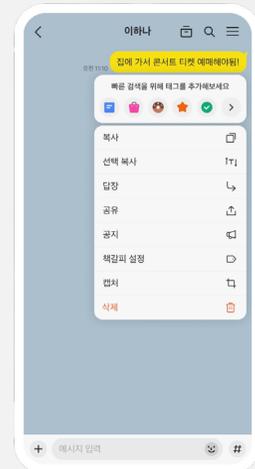


- **모두 멘션하기**: 방장 및 부방장은 '@' 입력 시 전체 참여자 대상 한 번에 말할 수 있는 기능
- **관리지만 말하기**: 활성화 시 방장, 부방장 및 설정한 사람만 메시지 발송 가능

| 카카오톡 추가 업데이트 |

카카오톡 내 다양한 기능을 추가하여 이용자의 편의성 제고

나와의 채팅 말풍선 태그 기능



나와의 채팅에 보낸 말풍선에 할 일, 맛집, 쇼핑 등 다양한 태그를 달아 메시지를 손쉽게 분류 가능

사진/영상 편집 도구 개선

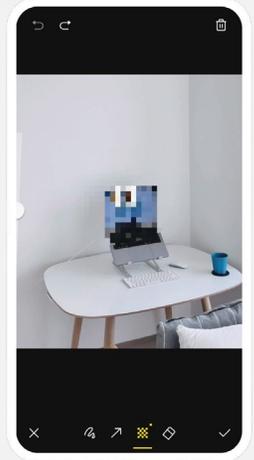


사진 스포이드 컬러 선택, 브러시 크기 조정, 모자이크 기능 및 동영상 좌우 반전 기능 등 편리하게 편집하고 공유

■ **NEW MEDIA**

이달의 신규 매체 & 광고 상품을 전해드립니다.

- 성
- 미세미세
- 샌디엡

성

- 수영 생활 체육인을 위한 국내 NO.1 수영 전문 피트니스 앱
- 건강한 라이프스타일에 관심 많은 여성 타겟을 대상으로 효과적인 광고 집행 가능

| 성 |



앱 설치 수
23.6천 +

MAU(월 사용자 수)
11.9천 +



국내 NO.1 수영 피트니스 앱

기존에 없었던 수영 기록 서비스를 제공하며 수영에 관심 있는 13.7천 명 유저를 보유한 수영 전문 피트니스 앱



확실한 타겟층

건강한 라이프스타일에 관심이 많은 2040세대(93%), 여성(71%) 유저가 과반수를 차지



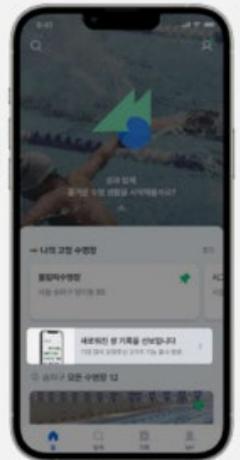
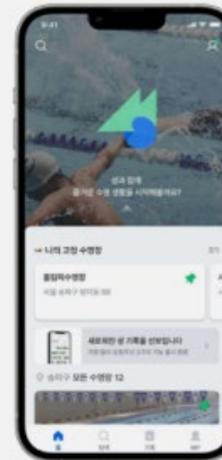
높은 충성도

누적 총 수영 기록 데이터가 58.5만으로 높은 유저 충성도와 리텐션을 자랑하는 앱

| 주요 광고 상품 |

메인팝업

홍배너



미세미세

- 매일 미세먼지 관련 정확한 정보를 얻을 수 있는 국내 No.1 대기질 앱
- 기초화장품, 건강기능식품 등 미세먼지 상태와 맞물리는 브랜드 대상의 높은 광고 효율 기대 가능

| 미세미세 |



앱 설치 수
23.6천+

MAU(월 사용자 수)
11.9천+



국내 NO.1 대기질앱

미세먼지 예보 및 대기질 안내 지도 등 미세먼지 관련 정보 제공으로 누적 다운로드 250만 기록



폭 넓은 고객층

전 연령 및 성별에 고르게 월간 사용자 150만이 찾는 서비스로 다양한 업종의 광고 집행 가능

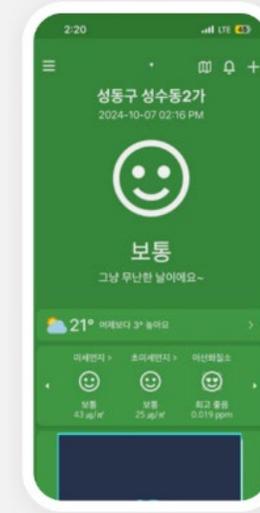


높은 광고 효율

미세먼지 상태와 맞물리는 브랜드가 광고 집행할 경우 광고 피로도 낮추고, 효율은 극대화 가능

| 주요 광고 상품 |

메인 배너



스크롤 내리기 전



스크롤 내린 후

샌디앱

- 10만 직장인의 오피스 라이프를 책임지는 직장인 필수 앱
- 2050 직장인 대상 건물/회사 기반 타겟 광고로 효과적인 광고 노출 가능

| 샌디앱 |



가입자 수
10만 +

MAU(월 사용자 수)
3만 +



직장인 필수 서비스

건물 생활에 필요한 서비스 및 다양한 편의서비스를 제공하며, 지역 내 주요 랜드마크 건물과 1,000개 기업이 함께하는 앱



구매력을 갖춘 유저

핵심 유저는 대기업 그룹사 재직자로 대부분 지속가능한 소비력을 갖춘 소비자로 구성



확실한 타겟층

건물주 및 총무팀이 구독하여 사용하는 서비스로 근무지 및 회사 인증을 거쳐 직장인 대상의 효과적인 광고 가능

| 주요 광고 상품 |

메인 배너



건물특 게시판 배너



내정보 배너



■ PROMOTION

이달의 프로모션 소식을 전해드립니다.

- 다방 3+3 업종 프로모션
- 익스파트너스 골프연습장 키오스크 프로모션
- 토스 라이브 쇼핑 보기 주말 프로모션

다방 3+3 업종 프로모션

- 모바일 부동산 시장에서 부동산 거래 주체들을 유기적으로 잇는 통합 주거 플랫폼으로 다양한 연령대의 타겟층을 보유하고 있는 매체
- 소정의 업종 대상 일부 광고 상품 추가 서비스 제공

다방 광고상품



메인 팝업



메인 최상단 배너



리스트 배너

* 광고상품 일부

유형	구분	내용
3+3 업종 프로모션	대상	▶ 생활 가전, 통신, 대출, 부동산 교육/경매 등의 부동산 관련 업종
	혜택	1. 노출 보장형 상품 3일 집행 시 메인 팝업 or 메인 최상단 배너 or 리스트 배너 (택1) 3일 추가 서비스 제공
기간	~ 25년 1분기	

XPartners **엑스파트너스 골프연습장 키오스크 프로모션**

- 골프연습장 회원에게 무인 타석 예약, 모바일 예약/결제 등 다양한 혜택을 제공하는 무인 솔루션
- 키오스크 광고 집행 시 기간 추가 제공 및 단가 할인

엑스파트너스 광고상품



키오스크 첫 화면

연습장 타석 선택

회원 인증

이용권 선택/결제 완료

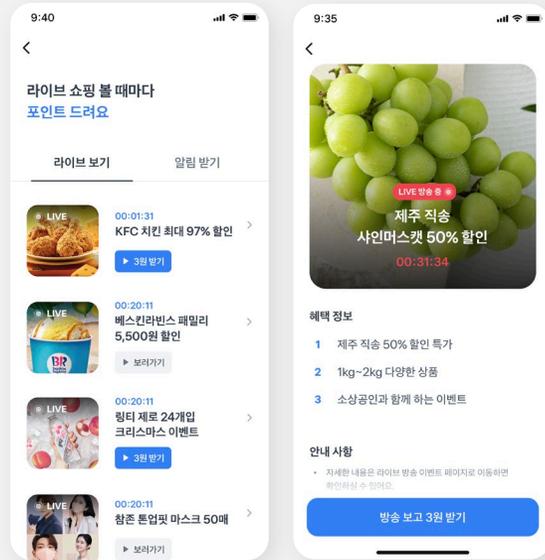
유형	구분	내용
골프연습장 키오스크 프로모션	대상	▶ 신규 집행 광고주
	혜택	1. 1개월 이상 집행 시 1+1 기간 추가 제공 2. 2개월 이상 집행 시 월 단가 20% 할인
기간	~ 25년 1분기	

* 광고상품 일부

toss 토스 라이브 쇼핑 보기 주말 프로모션

- 대한민국 대표 모바일 금융 서비스로 다양한 연령대의 유저 프로파일을 활용해 여러 타겟팅 광고를 집행할 수 있는 매체
- 주말 및 공휴일 라이브 쇼핑 상품 할인

토스 광고상품



라이브 쇼핑

유형	구분	내용
라이브 쇼핑 보기 주말 프로모션	혜택	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 주말 및 공휴일에 진행되는 라이브 쇼핑 보기 150만 원 옵션 상품 → 100만 원 * vat 별도
	유의 사항	<ol style="list-style-type: none"> 1. 방송 시청 인원 30만 명 이상 or 1시간 초과 옵션 시 혜택과 무관하게 기존 단가/할증 적용 2. 15만 명 옵션 시 할증 없이 균일가 100만 원 적용
기간	~ 공지 전까지	

* 광고상품 일부

2025.3

MARKETING CALENDAR



SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
						1 삼일절
2	3 대체공휴일 납세자의날	4	5 경칩	6	7	8 3·8민주의거 국제 여성의날
9	10	11	12	13	14 화이트데이	15 3·15의거기념일
2025 KBO 시범경기						
16	17 ADOBE SUMMIT	18	19 상공의날	20 춘분	21 암예방의날	22 세계 물의날 2025 KBO 개막
23 국제 강아지의날	24	25	26	27	28 서해수호의날	29
30	31					



이달의
HOT 키워드

마케팅 #스포츠마케팅 #시니어마케팅 #봄맞이 #이씨시즌

이달의 유행템 #모카무스뷰티템 #맘스터치 핫치즈싸이순살 #이크릴카모버너

패션 #차이퍼지 #벌룬스커트 #시스루스커트 #체크남방

밈 #리얼 허거덩거덩스한상황 #rat dance #꺾어오거라

행사 #입학식 #화이트데이 #프로야구개막

MAR
2025



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

문의하기

adure

E . O . D