월별 트렌드 이슈 한눈에 파악하기

Trend Media Issue

#9월이슈캘린더 #월간이슈콘텐츠 #월간트렌드이슈

Digital Media & Marketing Intelligence Center

CONTENTS

01 9월 이슈 캘린더

02 월간 이슈 콘텐츠

: 브랜드 유튜브 콘텐츠 성공 법칙
: 8월 신규 콘텐츠 라인업

03 월간 트렌드 이슈

: 유통업계의 '빅 사이즈' 열풍

9월 이슈 캘린더

일	월	화	수	목	금	토
27	28	29	30	31	1	2 2023 렛츠락페스티벌
3 (9/2~9/3)	4 · 지식재산의 날	5	6 2023 전국연합학력평가	7 · 푸른하늘의날	8 · 백로 그린캠프 2023 (9/8~9/10)	9
		IAA 모빌리티 (9/5~9/10)			2023 오토살롱위크 (9/8~9/10)	
10 · 세계 자살예방의 날 · 9.10 해양경찰의날	11	12	13	14	15	16 · 청년의날
				제48회 정선아리랑제 (9/14~9/17)		
						2023 조이올팍페스티벌
					펍지 네이션스 컵 2023 (9/15~9/17)	
17 (9/16~9/17)	18	19	20	21 · 치매극복의 날	22	23 · 추분 포스트 말론 내한공연
					2023 강원세계산림엑스포 (9/22~10/22)	
24	25	26	27	28	29 · 추석	30
제19회 항저우 아시안 게임 (9/23~10/8)						
2023 강원세계산림엑스포 (9/22~10/22)						

Check List

2023 렛츠락페스티벌 (9/2~9/3)

▶ 난지 한강공원에서 펼쳐지는 도심형 최대 뮤직 페스티벌 (국가스텐, 자우림 등)

2023 전국연합학력평가 (9/6)

▶ 수능 전 마지막으로 치러지는 모의평가, 킬러문항 배제 등 수능 난이도 가늠

IAA 모빌리티 (9/5~9/10)

▶ 독일에서 열리는 국제모토쇼, 삼성전자 DS 부문 & 삼성디스플레이 참여 예정

그린캠프 2023 (9/8~9/10)

▶ 가평 자라섬에서 열리는 캠퍼를 위한 캠핑페스티벌 (넬, 정엽, 정인 등)

제48회 정선아리랑제 (9/14~9/17)

▶ 2024 강원동계청소년올림픽 기념 여러 홍보 행사 예정

펍지 네이션스 컵 2023 (9/15~9/17)

▶ 크래프톤 배틀그라운드의 글로벌 E스포츠 대회, 유관중으로 진행 예정

2023 조이올팍페스티벌 (9/16~9/17)

▶ ESG와 사회공헌을 실천하는 '착한' 페스티벌 (크러쉬, 로꼬, 헤이즈, 콜드 등)

제19회 항저우 아시안 게임 (9/23~10/8)

▶ 코로나19 여파로 1년 연기되어 개최, 45개국 참가 예정

브랜드 유튜브 필수인 시대, 성공적인 콘텐츠를 위한 법칙

· 자체 유튜브 채널을 통해 소비자와 소통하는 기업 증가, 웹드라마부터 전문가 인터뷰, 버추얼 유튜버까지 장르와 포맷 다양
· 시청자들의 흥미를 이끌 다양한 요소가 담긴 '재미있는' 콘텐츠에 자연스럽게 브랜드를 녹여내는 것이 성공적인 콘텐츠를 위한 법칙

다양한 장르와 포맷으로 제작되는 브랜드 자체 콘텐츠

웹 드라마

CU '편의점 시리즈'
· 고인물 아르바이트생과 초보 점주의 운영기를 담은 숏폼 웹드라마
· CU 고객이라면 쉽게 공감할 수 있는 주제를 활용하여 몰입도 상승

스타벅스 '안녕하세요 스타벅스입니다'
· 스타벅스 파트너들의 이야기를 최초 공개하는 숏폼 웹드라마
· 스타벅스 이용 혜택 등 브랜드 홍보 요소 자연스럽게 노출

더한섬닷컴 '어른애들'
· 패션업계 30대 직장인들의 이야기를 그린 하이퍼리얼리즘 웹드라마
· 캐릭터 의상 등에 브랜드 제품 활용, 자연스러운 홍보 효과로 2030세대 신규 고객 매출 상승

지식·정보 전달

토스증권 '머니그라피'
· 재테크 입문자를 대상으로 다양한 전문가들이 주식 등 금융 정보를 전달하는 콘텐츠
· '금융을 쉽게'라는 브랜드 미션 홍보

오늘의집 '오늘의집 인테리어'
· 전문가 노하우부터 비포&애프터 등 다양한 주제의 인테리어 콘텐츠
· 영상 속 제품 앱에서 바로 확인하고 구매까지 가능하도록 경로 제공

무신사 '무신사TV'
· 디자이너부터 패션 모델까지 다양한 셀럽들과 협업해 룩북 등 콘텐츠 제작
· 판매 상품을 적극 홍보하는 동시에, 주요 소비자와 소통하는 공간으로 유튜브 채널 적극 활용

트렌드 활용

사람인 '404오피스'
· 최근 유튜브 트렌드로 급부상 중인 '버튜버' 활용한 서브 콘텐츠
· 주요 타겟인 청년들에게 취업 관련 정보 흥미롭게 전달하고자 노력

GS25 '이리오너라'
· 숏박스, 피식대학 등 유명 크리에이터 소속된 메타코미디와 콘텐츠 협업
· 유튜브 인기 장르인 '스케치 코미디' 포맷을 활용하여 MZ세대 흥미 유도

컬리 '일일칠 - 117'
· 서준맘, 덱스 등 화제성 높은 인물과 콜라보하여 '식(食)' 관련 콘텐츠 제작
· 기업을 드러내지 않은 '신비주의' 전략 활용해 잠재고객인 20대 시청자에게 브랜드 친밀감 형성

출처: 관련 기사

브랜드 콘텐츠 성공 법칙

콘텐츠는 결국 '재미있게' 만드는 것이 중요
소비자가 흥미를 가질 만한 소재와 이야기를 통해
공감, 재미, 감동을 전하는 확실한 '스토리텔링' 전략 필요

유튜브에도 때마다 유행하는 요소가 있는 법
시청자들에게 새롭게 각광받는 **유튜브 트렌드를 파악**해
발빠르게 **브랜드 콘텐츠에 반영하는 전략** 필요

광고를 숨기는 것이 예사는 아니다
브랜드 콘셉트에 맞춰 콘텐츠 포맷을 결정하고,
자연스럽게 브랜드 및 제품을 소개하고 홍보하는 전략 필요

신규 콘텐츠 라인업 : 8월

SBS 국민사형투표

8월 10일 (목) 첫 방송

출연 박해진, 박성웅, 임지연

연출 박신우 <사이코지만 괜찮아>

극본 조윤영 <달의 연인 – 보보경심 려>

소개 악질범들을 대상으로 국민사형투표를 진행하고 사형을 집행하는 정체 미상 개탈을 추적하는 이야기를 그린 국민 참여 심판극

✓ 장르물의 명가, SBS의 야심 찬 추적스릴러

✓ 1억 뷰 기록 동명의 인기 웹툰 원작

JTBC 힙하게

8월 12일 (토) 첫 방송

출연 한지민, 이민기, 수호, 주민경

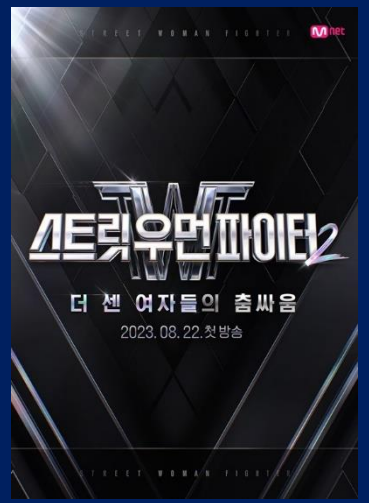
연출 김석윤 <나의 해방일지>, <눈이 부시게>

극본 이남규 <눈이 부시게>

소개 사이코메트리 능력으로 동물과 사람의 과거를 볼 수 있게 된 수의사 '봉예분'과 욕망덩어리 엘리트 형사 '문장열'이 연쇄살인사건에 휩쓸리며 벌어지는 코믹 수사 활극

✓ <눈이 부시게> 김석윤 감독 X 이남규 작가

✓ 한지민과 이민기의 색다른 연기 변신



Mnet 스트릿 우먼 파이터2

8월 22일 (화) 첫 방송

출연 모니카, 배윤정, 셔누, 강다니엘

연출 김지은

소개 여성 댄스 크루들의 리얼 서바이벌 스트릿 우먼 파이터! 2023년 새로운 스트릿 서열 1위는 누가 될 것인가!

✓ K-댄스 신드롬을 불러 일으킨 스우파의 귀환

✓ '월드클래스' 안무가들로 이뤄진 막강한 라인업

디즈니+ 무빙

8월 9일 (수) 첫 공개

출연 류승룡, 한효주, 조인성, 차태현, 류승범

연출 박인제 <킹덤>, 박윤서 <명량>

극본 강풀 <이웃사람>, <26년>

소개 초능력을 숨긴 채 현재를 살아가는 아이들과, 과거의 아픈 비밀을 숨긴 채 살아온 부모들이 시대와 세대를 넘어 닥치는 거대한 위험에 함께 맞서는 초능력 액션 히어로물

✓ 대한민국 대표 연기파 배우 총집합

✓ 거대한 세계관의 한국형 액션 히어로 드라마

넷플릭스 좀비버스

8월 8일 (화) 첫 공개

출연 이시영, 노홍철, 박나래, 딘딘, 덱스

연출 박진경 <개미는 오늘도 뚠뚠>

극본 유진영 <개미는 오늘도 뚠뚠>

소개 어느 날 갑자기 좀비 세계로 변해버린 서울 일대에서 퀘스트를 수행하며 살아남아야 하는 좀비 유니버스 예능

✓ 역대급 스케일의 등장인물, 세트 등장

✓ <킹덤>, <지금 우리 학교는> 전문가 섭외

고물가 지속으로 식음료 업계는 지금 '빅 사이즈' 열풍

· 최근 유통 업계 브랜드에서 대용량 제품을 출시 중, GS25가 선보인 대용량 컵라면 '점보 도시락'의 경우 SNS를 통해 높은 상호 작용을 보임
· 고물가와 경기 침체로 가성비를 중시하는 소비자들과 식품에서 재미를 추구하는 MZ세대를 타겟으로 유통업체들 '빅 사이즈' 제품으로 시장 공략

유통업계의 '빅 사이즈' 제품

- CU '대용량 벤티 컵 얼음' 출시
- 이마트24 '더빅 더블 삼각김밥' 등 출시

스타벅스

지난 7월, 아시아 국가 중 최초로 벤티 사이즈 보다 더 큰 '트렌타' 사이즈 (887ml) 출시. 여름철 인기 음료 3종에 한해 9월 30일까지 판매 예정이며, 이후 고객 반응 살펴 트렌타 사이즈 확대 판매 결정할 계획.

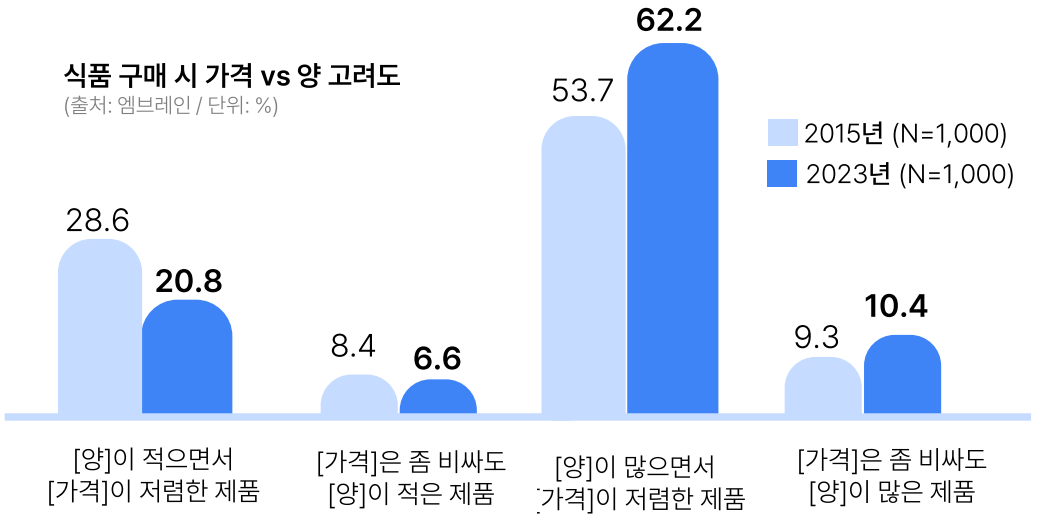
GS25

팔도 도시락 브랜드의 지적재산권(IP)을 제공받아 기존 '팔도 도시락' 상품을 8.5배 키운 '점보 도시락' 자체 브랜드(PB)로 한정 출시.

[주요 채널별 '점보 도시락' 언급량](기간: 5월 31일~6월 18일)
- 커뮤니티: 1만 5천여 건
- 인스타그램: 1만 5천여 건
- 유튜브: 500여 건

출처: GS 리테일, 관련 기사

식품 구입시 대용량 제품 선호도 증가



고물가 시대, 기존 상품 대비 실속 있는 제품을 찾는 수요가 지속될 것으로 전망

색다른 경험을 원하는 펀슈머 소비자들이 늘어난 만큼 **'거거익선'**(클수록 좋다는 의미) 추세 지속될 것

Thank You

미디어전략실
media@dmcmedia.co.kr