

인터넷 (비중확대/Maintain)

플랫폼 활성화의 동력은 콘텐츠!

- 인터넷 기업의 콘텐츠 사업 확대 추세, 결국 플랫폼 활성화를 위한 노력 차원
- 모바일은 동영상 라이브/제작 확대, 인공지능은 스피커+음악 조합, 메신저는 게임 활성화
- 'NAVER'와 '카카오'의 콘텐츠 사업 전략 변화에 관심, '나스미디어' 시장 트렌드 수혜 예상

글로벌 인터넷 기업의 콘텐츠 사업 확대 추세

페이스북은 올해 하반기에 TV쇼 수준의 오리지널 콘텐츠를 제작하여 방영할 계획이다. 타깃 시청자는 13-34세 연령이며, 에피소드 한 편씩 30분 미만으로 다양한 분야의 TV 쇼 제작을 위해 할리우드 제작사와 협업하고 있다. 8월 초에는 동영상 플랫폼 '워치(Watch)'를 공개하기도 했다.

넷플릭스는 올해 3분기 중에 처음으로 글로벌 가입자가 미국 가입자 수를 넘어설 것으로 예상된다. 실제로 글로벌 각지의 로컬 오리지널 콘텐츠 제작도 늘어나는 추세이다. 한국에서도 최근 SBS '런닝맨' 연출 출신 조효진/장혁재 PD가 유재석을 섭외하여 넷플릭스 독점 예능을 제작할 계획이 보도되었다. 넷플릭스는 2분기에 이미 봉준호 감독의 '옥자'를 독점 개봉했다. '시그널' 김은희 작가의 신작 '킹덤', 웹툰 원작 '좋아하면 울리는' 등의 드라마도 넷플릭스 투자 작품이다.

모바일, 인공지능, 메신저 각 플랫폼 활성화를 위한 지원 투수 '콘텐츠'

국내 인터넷 기업들도 콘텐츠 사업의 변화가 감지되고 있다. 결국 플랫폼 사업의 활성화를 위한 노력 차원으로 해석된다. 관련 종목으로 **NAVER(035420/매수)**, **카카오(035720/매수)**, **나스미디어(089600/매수)**를 제시한다.

모바일: '동영상' 사업의 활성화가 주목된다. 모바일 플랫폼의 콘텐츠와 광고의 진화는 자연스럽게 동영상 영역으로 집중되고 있다. 라이브 동영상 확대, 독점 콘텐츠 제작 등은 모바일 플랫폼의 주목도를 높이고, 광고와 커머스 등의 수익으로도 연결될 전망이다.

인공지능: '음악' 콘텐츠가 관문 역할을 하고 있다. 음성인식 스피커는 인공지능 플랫폼의 소비자 접근 통로로 자리잡고 있다. 특히 음성인식 스피커의 주요 기능으로 '음악 재생'이 대두되면서, 음악 콘텐츠는 인공지능 플랫폼이 친숙해지는 것을 도와주는 안내원 역할을 한다고 판단된다.

메신저: '게임' 사업의 재활성화가 부각된다. 카카오톡과 NAVER의 연결 자회사인 일본의 LINE은 일제히 게임 전문 퍼블리싱 기업을 출범하여, 게임 사업에 최근 적극적으로 뛰어들고 있다.

그림 1. 인터넷 기업 플랫폼 전략: 모바일은 '동영상', 인공지능은 '음악', 메신저는 '게임'으로 활성화 노력



모바일 → 동영상: 라이브 강화, 콘텐츠 제작 투자 확대

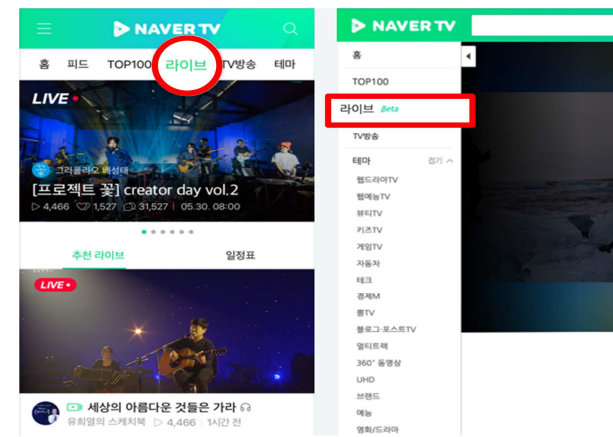
모바일 플랫폼 활성화를 위한 '동영상' 사업 확대가 주목된다. 동영상 라이브 확대, 독점 콘텐츠 제작 등은 모바일 플랫폼의 주목도를 높이고, 광고와 커머스 등의 수익으로도 연결될 전망이다. 동영상 사업이 확대되고 있는 NAVER, 동영상 광고 대행이 늘어나고 있는 나스미디어가 관심 종목이다.

국내 인터넷 광고 시장에서 동영상 광고의 비중은 작년부터 10%를 넘어선 것으로 추산되고 있다. 미국에서는 이미 넷플릭스와 아마존, 페이스북 등의 온라인 서비스가 오리지널 방송 콘텐츠 시장의 성장을 주도하고 있다. 트위치(Twitch)와 아프리카TV는 게임 라이브 동영상에 '게임 구매' 버튼을 추가하는 등 '비디오 커머스'도 점차 도입하고 있다.

NAVER의 동영상 사업이 점차 변화하고 있다고 판단된다. 1) 라이브 동영상이 강화되고 있다. 8월 24일부터 네이버TV의 '라이브' 메뉴 접근성을 높이고, 실시간 방송을 할 수 있는 사용자 범위를 넓혔다. 기존에는 연예인 등 유명인만이 라이브를 진행할 수 있었으나, 이제는 언론사와 일반 네이버 사용자 중 구독자 수 1천명 이상을 보유한 사용자도 라이브 방송을 할 수 있다.

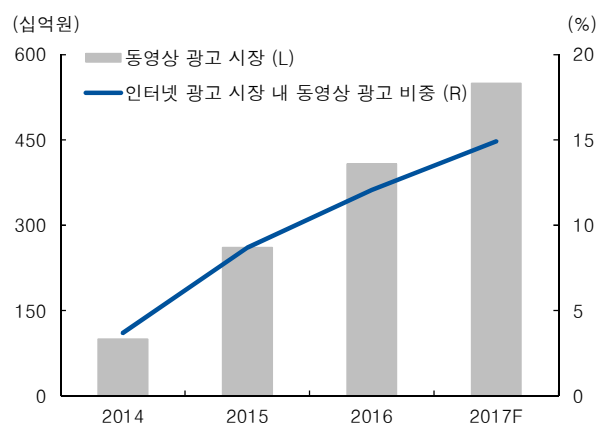
NAVER는 2) 독점 콘텐츠 방영도 늘리고 있다. 9월에는 MBC와 JTBC를 거친 여운혁 PD의 신규 예능 프로그램이 김종국/하하 MC 체제로 지상파/케이블/종편 방송사 대신 네이버를 통해 방영된다. NAVER는 자회사 '스노우'와 '네이버웹툰'을 통해 결성한 제작사 '플레이리스트'를 통해 '연애플레이리스트' 등 웹드라마를 직접 제작하기도 한다. 2016년 소프트뱅크벤처스와 구성한 500억원 규모 펀드, 2017년 YG 1천억원 투자 등도 콘텐츠 투자에 활용되고 있는 것으로 추정된다.

그림 2. 네이버TV '라이브' 메뉴 부각 및 생방송 범위 확대



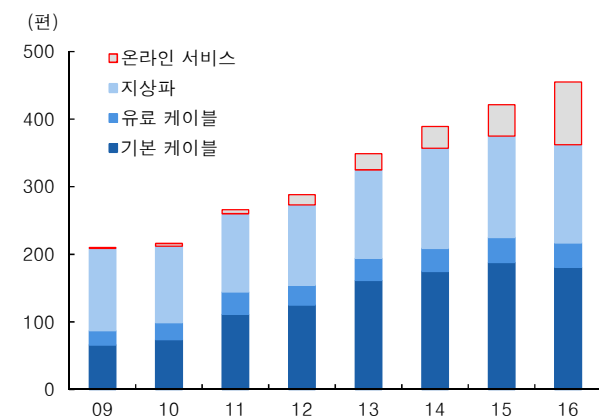
자료: NAVER, 미래셋대우 리서치센터

그림 3. 국내 동영상 광고, 인터넷 광고 시장 내 비중 15% 근접



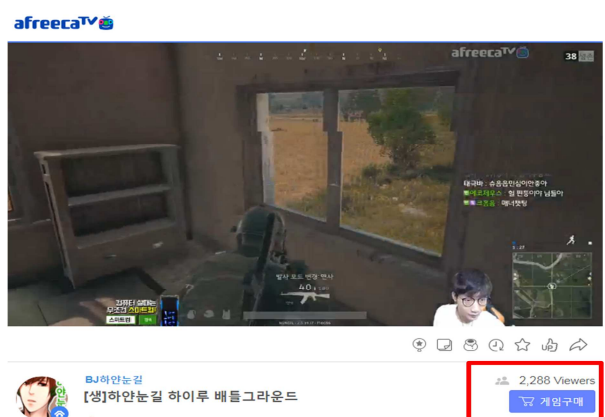
자료: 온라인광고협회, 나스미디어, 미래셋대우 리서치센터

그림 4. 미국 오리지널 콘텐츠 제작은 최근 온라인 서비스가 성장 주도



자료: FX Networks Research, Bloomberg, 미래셋대우 리서치센터

그림 5. 아프리카TV는 게임 라이브 동영상에 '게임 구매' 버튼 추가



자료: 아프리카TV, 미래셋대우 리서치센터

인공지능 → 음악: 인공지능 음성인식 스피커 출시로 부각

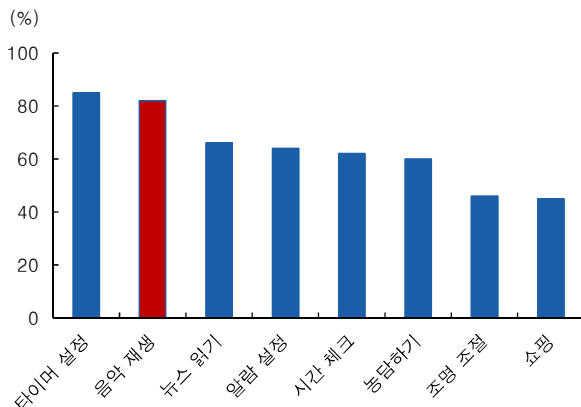
음악 콘텐츠가 인공지능 플랫폼 시대에 다시 부각되고 있다. 인공지능 플랫폼을 탑재한 음성인식 스피커의 주요 기능으로 '음악 재생'이 대두되고 있기 때문이다. 이 분야의 선도자로 꼽히는 아마존의 '에코(Echo)'도 이용률이 가장 높은 기능 중 두 번째로 '음악 재생'이 꼽히고 있다.

특히 아마존의 CEO Jeff Bezos는 'Friction Free'라는 표현을 쓰면서, 음성인식으로 작동하는 인공지능 플랫폼을 통해 마찰감이나 불편함 없이 즉각 검색하여 서비스를 누리는 시대가 도래했다고 천명했다. 음악 콘텐츠 분야 또한 이러한 시대의 1차 수혜가 될 수 있다는 것이다.

최근 NAVER도 인공지능 스피커 '웨이브(WAVE)'를 국내 정식 시판하기 전에 '네이버 뮤직'과의 연계 프로모션으로 소비자에게 먼저 선보였다. 카카오톡 가을에 스마트 스피커 '카카오 미니'를 출시할 계획인데, 연결 자회사 로엔의 음악 스트리밍 서비스 '멜론'이 연동될 것으로 예상된다.

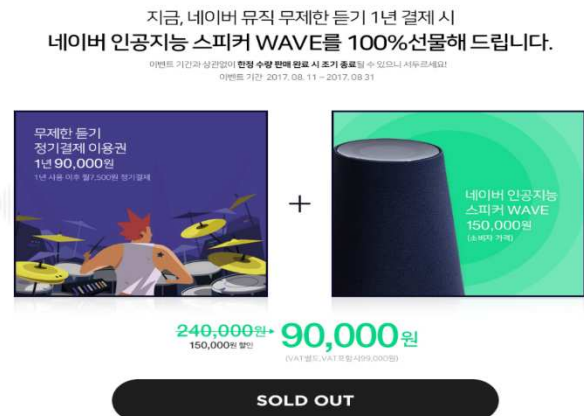
음악 콘텐츠는 인공지능 플랫폼에 친숙해지는 것을 도와주는 초기 안내원 기능을 해주고 있다고 판단된다. 이용자가 '음악 재생'으로 인공지능 기능에 점차 익숙해진 다음에는 뉴스, 쇼핑 등 다른 기능으로 이용을 확대할 것이기 때문이다. 인공지능이 향후 진정으로 개인화되고 스마트한 가상 비서로 기능하기 위해서는 클라우드와의 연계가 필연적일 전망이다. NAVER 등 인터넷 기업 입장에서 인공지능 플랫폼을 통해 음악 다음으로 클라우드 매출의 증가 효과가 예상된다.

그림 6. 아마존의 인공지능 스피커 '에코' 기능 이용률: 2위 음악 재생



자료: Business Insider, 미래에셋대우 리서치센터

그림 7. NAVER 인공지능 스피커 WAVE 출시 프로모션 '뮤직'과 진행



자료: NAVER, 미래에셋대우 리서치센터

그림 8. 카카오톡 계열 로엔의 '멜론' 음성인식 베타 '스마트 i'



자료: 로엔, 미래에셋대우 리서치센터

그림 9. 카카오톡 스피커 '카카오 미니', '멜론' 음악 서비스 연계 예상



주: 가을 출시 예정, 자료: 카카오, 미래에셋대우 리서치센터

메신저 → 게임: 카카오와 LINE(라인)의 적극 행보 눈길

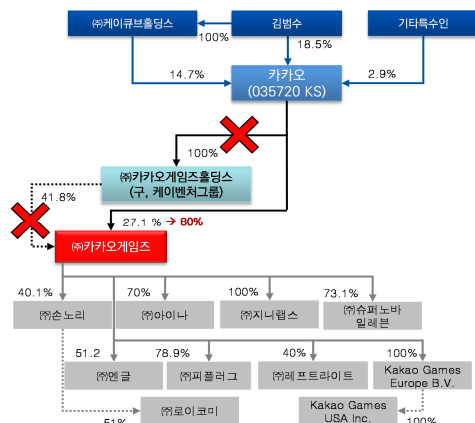
메신저 업체들의 게임 사업 재활성화가 부각된다. 카카오, NAVER의 연결 자회사인 일본의 LINE은 최근 게임 전문 퍼블리싱 기업을 출범하여, 게임 사업에 적극적으로 뛰어들고 있다.

메신저 사업의 기존 캐시카우는 바로 캐주얼한 소셜 성격이 가미된 게임 퍼블리싱 매출이었다. 그러나 모바일 게임의 장르가 캐주얼 소셜 게임에서 전략 시뮬레이션이나 MMORPG 등 좀 더 복잡한 게임으로 고도화된 점, 주요 게임 개발사들의 탈 플랫폼(탈 메신저) 전략과 글로벌 동시 런칭 전략 등이 매출 둔화 요인으로 작용했다. 그러나 카카오톡과 LINE 등은 이제 직접 퍼블리싱 사업을 강화하면서 게임 매출의 반등을 노리고 있다고 판단된다.

카카오는 8월 17일 공시를 통해, 기존에 분산되어 있던 게임 사업을 카카오게임즈에 11월에 통합하여 출범시킬 계획을 밝혔다. 카카오는 최근 모바일 게임 부문의 ‘음양사’, PC 온라인 게임 부문에서는 ‘배틀그라운드’ 국내 퍼블리싱을 맡는 등 게임 라인업도 개선되고 있다.

NAVER의 연결 자회사 LINE은 2분기 실적 발표를 통해 ‘라인게임즈’ 설립과 게임 개발사 ‘넥스트플로어’ 인수를 공개했다. 라인게임즈는 개발 및 운영, 개발사 투자, 라인을 포함한 멀티 플랫폼 퍼블리싱 전략 등을 통해 게임 사업을 다방면으로 진행할 전망이다. 8월 17일에는 넥스트플로어의 모바일 게임 ‘데스티니 차일드’의 일본 사전 예약을 시작하여 연내 출시를 계획하고 있다.

그림 10. 카카오는 11월 게임 사업을 '카카오게임즈'에 통합 완료 예정



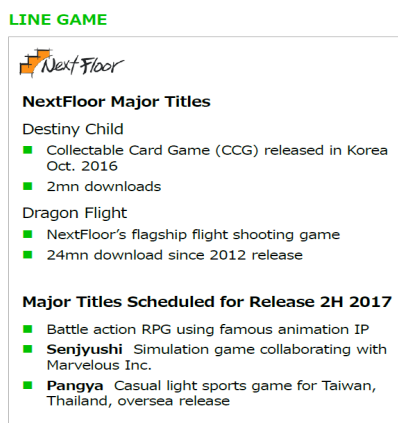
주: 8월 17일 공사, 카카오게임즈홀딩스와 카카오 합병/ 카카오게임즈 유상증자/ 카카오
본사 퍼블리싱 사업 등 양도 과정 통해 11월 게임 사업을 카카오게임즈로 출범 예정
자료: 카카오, 미래에셋대우 리서치센터

그림 11. 카카오 모바일 '음양사', PC '배틀그라운드' 퍼블리싱 활성화



주: '음양사' 개발사 중국 '넷이즈', '배틀그라운드' 개발사 국내 '블루홀'
자료: 카카오, 미래에셋대우 리서치센터

그림 12. NAVER 연결 자회사 LINE, '라인게임즈' 설립 및 사업 활성화



주: LINE 2분기 실적 발표에서 공개한 라인게임즈 사업 계획
자료: LINE, 미래에셋대우 리서치센터

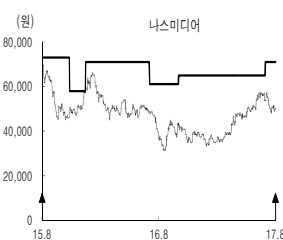
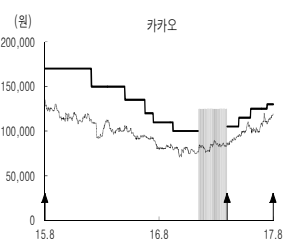
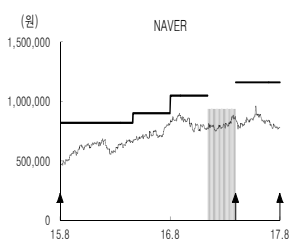
그림 13. LINE 모바일 게임 ‘데스티니 차일드’ 일본 사전 예약 시작



주: '데스티니 차일드' 개발사 넥스트플로어는 라인게임즈가 51% 지분 인수, 사전예약 8/17일 시작. 자료: 넥스트플로어, 미래에셋대우 리서치센터

투자의견 및 목표주가 변동추이

종목명(코드번호)	제시일자	투자의견	목표주가(원)	종목명(코드번호)	제시일자	투자의견	목표주가(원)
NAVER(035420)	2017.04.04	매수	1,160,000원	나스미디어(089600)	2016.08.11	매수	110,000원
		분석 대상 제외			2016.07.15	매수	120,000원
	2016.08.30	매수	1,050,000원		2016.05.12	매수	135,000원
	2016.04.28	매수	900,000원		2016.01.26	매수	150,000원
카카오(035720)	2015.07.31	매수	820,000원	나스미디어(089600)	2015.08.17	매수	170,000원
	2017.08.10	매수	130,000원		2017.07.28	매수	71,000원
	2017.06.18	매수	125,000원		2016.10.30	매수	65,000원
	2017.05.11	매수	115,000원		2016.07.31	매수	61,000원
	2017.04.04	매수	105,000원		2016.01.13	매수	71,000원
		분석 대상 제외			2015.11.24	매수	58,000원
	2016.10.13	매수	100,000원		2015.08.13	매수	73,000원



투자의견 분류 및 적용기준

기업

매수 : 향후 12개월 기준 절대수익률 20% 이상의 초과수익 예상
Trading Buy : 향후 12개월 기준 절대수익률 10% 이상의 초과수익 예상
중립 : 향후 12개월 기준 절대수익률 -10~10% 이내의 등락이 예상
비중축소 : 향후 12개월 절대수익률 -10% 이상의 추가하락이 예상

산업

비중확대: 향후 12개월 기준 업종지수상승률이 시장수익률 대비 높거나 상승
중립 : 향후 12개월 기준 업종지수상승률이 시장수익률 수준
비중축소: 향후 12개월 기준 업종지수상승률이 시장수익률 대비 낮거나 악화

매수(▲), Trading Buy(■), 중립(●), 비중축소(◆), 주가(—), 목표주가(→), Not covered(■)

투자의견 비율

매수(매수)	Trading Buy(매수)	중립(중립)	비중축소(매도)
69.67%	17.06%	13.27%	0.00%

* 2017년 6월 30일 기준으로 최근 1년간 금융투자상품에 대하여 공표한 최근일 투자등급의 비율

Compliance Notice

- 당사는 자료 작성일 현재 NAVER 발행주식총수의 1% 이상을 보유하고 있습니다.
- 당사는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 조사분석 대상법인의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 애널리스트의 의견이 정확하게 반영되었음을 확인합니다.

본 조사분석자료는 당사의 리서치센터가 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로부터 얻은 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 투자자 자신의 판단과 책임하에 종목 선택이나 투자시기에 대한 최종 결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 조사분석자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료의 지적재산권은 당사에 있으므로 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.