

숏폼 콘텐츠 유튜브, 인스타그램, 틱톡

작성자 | 김민

지금은
속풀 콘텐츠의
시대

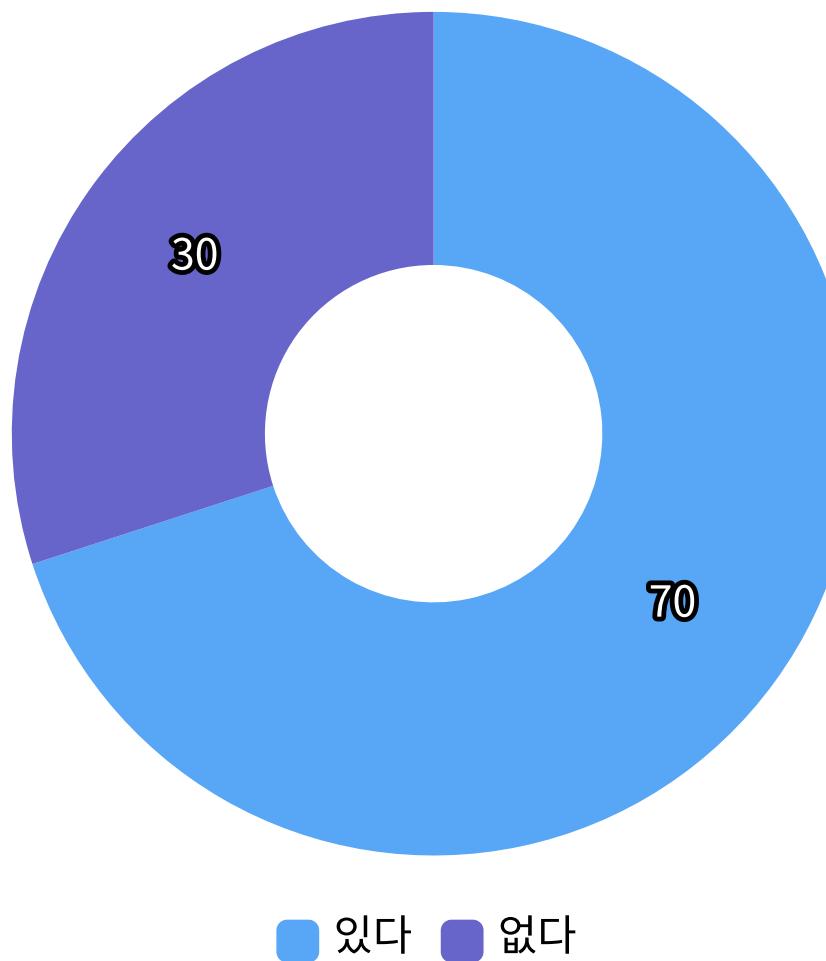
얼마나 사용하고
계신가요?

숏폼 콘텐츠란?



1분내외의 짧은 영상으로 최근 전세계적인 트렌드이다. 플랫폼 유튜브는 ‘2022년 말 기준, 자사 숏폼 콘텐츠 ’쇼츠(Shorts)’의 하루 평균 조회수가 500억회를 넘었다고 발표했으며, 인스타그램 ‘릴스(Reels)’와 ‘틱톡(Tik Tok)’의 이용자 수도 지속적으로 증가하고 있다.

국내 이용자 중 75% 속풀 콘텐츠 시청자



전체/연령	사례수	있다	
		있다	없다
10,20대	100	93	7
30대	100	87	13
40대	100	85	15
50대	100	70	30
60대이상	100	59	41

전연령대에서 과반 이상 시청 경험

저연령층일 수록 속풀 콘텐츠 시청 경험이 높게 조사되었다.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론

시청 연령 별 추천 플랫폼 및 콘텐츠

연령	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상
시청시간	방과후, 주말, 여가시간	대학 or 직장 생활 중 짧은 휴식 시간	직장 생활 후 저녁 시간, 주말	업무 후 저녁 시간, 주말	여가 시간, 은퇴 준비 기간	여가 시간, 은퇴 후 생활
라이프스타일	학교생활, 친구들과의 소셜 미디어 활동, 취미 활동	학업, 사회 초년생, 여행, 자기 개발	직장인, 가정 생활, 자기계발 및 취미	가정생활, 직장 생활, 건강 관리	가정 생활, 은퇴 준비, 건강 관리	여가 활동, 건강 관리, 손자 손녀와의 시간
추천 콘텐츠	1.트렌디한 음악과 춤(댄스 챌린지) 2.코미디 영상, 뮤 콘텐츠 3.메이크업 튜토리얼, 패션 팁 4. 게임 하이라이트, 스트리머 클립	1. 여행지 소개, 일상 브이로그 2. 자기 계발 3. 운동 루틴, 건강한 식단 소개 4. 취미 활동 소개	1. 건강관리, 홈트레이닝 영상 2. 간단한 요리레시피, 식단 관리 3. 제테크 팁, 금융 정보 4. 육아 팁, 가정관리	1. 건강 유지 팁, 맞춤 운동 영상 2. 자녀 교육 방법, 학습 지원에 대한 팁 3. 취미 생활(독서, 낚시, 골프 등) 4. 시사 해설, 경제 동향	1. 중년층 맞춤 운동 영상 2. 국내외 여행지 소개, 여행 팁 3. 취미 생활(독서, 낚시, 골프 등) 4. 자원봉사 및 커뮤니티 활동 소개	1. 노년 건강 유지 및 생활 습관 개선 2. 역사 문화 탐방 3. 손자손녀와 함께 할 수 있는 활동 추천 3. 취미 및 여가(원예, 전통 문화 등)
추천 플랫폼	1.틱톡 2. 인스타그램 릴스	1. 인스타그램 릴스 2. 유튜브 쇼츠	1. 유튜브 쇼츠 2. 인스타그램 릴스	1. 유튜브 쇼츠 2. 페이스북 비디오	1. 유튜브 쇼츠 2. 페이스북 비디오	1. 유튜브 쇼츠 2. 페이스북 비디오

주요 3사 플랫폼 환경

YOUTUBE <SHORT>



- 유튜브 플랫폼 내에서 제공되며, 최대 60초 길이의 동영상을 지원한다.
- 쉽게 접근할 수 있는 동영상 편집 도구를 제공한다.
- 사용자들이 기존 유튜브 채널을 통해 쇼츠를 업로드할 수 있다.

INSTAGRAM <REELS>



- 인스타그램의 기능 중 하나로, 사진과 동영상 중심의 플랫폼에서 제공된다.
- 릴스는 최대 60초 길이의 짧은 동영상을 만들고 공유할 수 있다.
- 음악, 필터, AR 효과 등을 사용해 콘텐츠를 제작할 수 있다.

TICTOK



- 짧은 동영상 콘텐츠를 전문으로 하는 독립적인 플랫폼이다.
- 최대 10분 길이의 동영상을 지원하며, 고급 편집 도구와 필터, 음악, AR 효과 등을 다양하게 제공한다.
- 동영상 탐색 기능이 매우 발달해 있으며, 알고리즘이 강력하다.

유튜브-쇼츠 S(장점)



장점
01

전세계 이용자 순위 1위 동영상 플랫폼으로 플랫폼 자체의 높은 이용자 수 다양한 연령층 이용자를 보유했다.

장점
02

숏폼으로 시작해서 롱폼 콘텐츠로의 유입을 유도한다. 타 플랫폼과 달리 롱폼이 존재하기 때문에 숏폼으로 짧은 하이라트 형식으로 먼저 보여주고 더 시청을 원하는 사용자들이 쉽게 찾아볼 수 있다.

장점
03

연예인, 공공기업 및 기업체들까지 유튜버 시장에 뛰어들면서, 타 플랫폼들보다 다양한 볼 거리가 존재한다. 유용한 정보부터 유머까지 영상의 다양성이 가장 높다.

주요 3사 SWOT 분석



유튜브-쇼츠

W(단점)

단점
01

쇼츠 전용 기능들이 아직은 틱톡이나 인스타그램 릴스에 비해 상대적으로 부족할 수 있다.

단점
02

유튜브의 기본적인 사용자층이 긴 형식의 콘텐츠에 더 익숙할 수 있다.

주요 3사 SWOT 분석

유튜브-쇼츠

○(기회)



기회
01

긴 형식의 영상과 짧은 형식의 쇼츠를 한 채널에서 모두 운영할 수 있어, 다양한 콘텐츠 제공이 가능하다.

기회
02

짧은 영상 콘텐츠를 활용한 새로운 광고 기회를 창출할 수 있다.

주요 3사 SWOT 분석



유튜브-쇼츠

T(위협)

위협
01

틱톡과 인스타그램 릴스와의 경쟁이 심화되고 있다.

위협
02

유튜브의 주 사용자가 긴 형식의 콘텐츠에 익숙하여, 쇼츠에 대한 적응도가 낮을 수 있다.



인스타그램-릴스 S(장점)

장점
01

릴스는 인스타그램의 사진 및 비디오 콘텐츠와 쉽게 통합되어 사용자에게 다양한 콘텐츠 형식을 제공한다.

장점
02

인스타그램의 기존 사용자층을 활용하여 빠른 팔로워 증가가 가능하며, 브랜드 및 인플루언서 마케팅이 활발하게 이루어질 수 있다.

장점
03

인스타그램 쇼핑 기능과의 연계로, 제품 홍보 및 판매 촉진이 가능하다.



인스타그램-릴스

W(단점)

단점
01

틱톡이나 유튜브 쇼츠에 비해 릴스의 편집 기능이 제한적이다.

단점
02

릴스는 인스타그램의 다른 콘텐츠들과 섞여 있어 유저가 릴스만을 탐색하기는 어렵다.

주요 3사 SWOT 분석



인스타그램-릴스

○(기회)



인스타그램의 기존 기능을 확장하여 새로운 사용자층을 끌어들일 수 있는 기회가 있다.



쇼핑 기능을 더욱 발전시켜 수익화 기회를 늘릴 수 있다.



인스타그램-릴스

T(위협)

위협
01

틱톡과 유튜브 쇼츠와의 경쟁에서 차별화된 기능과 사용자 경험을 제공하지 못할 경우, 사용자 유입이 제한될 수 있다.

위협
02

짧은 동영상 트렌드는 빠르게 변화하므로, 이에 적응하지 못할 경우 인기 하락의 위험이 있다.

주요 3사 SWOT 분석



틱톡

S(장점)

장점
01

콘텐츠만 시청하는 타 플랫폼과 달리 반응형 플랫폼으로 사용자들이 콘텐츠 시청 후 적극적으로 반응하는 경향을 보인다. 시청만 하는 비중은 적고 절반 이상의 사용자가 공감, 댓글 등을 누르거나 다는 것으로 나타난다.

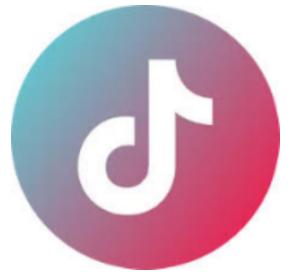
장점
02

시청한 콘텐츠와 관련있는 제품을 구매하거나 이용하는 데에까지 이어지는 비중도 3사중 가장 높다.

장점
03

다른 플랫폼보다 유행에 민감하고 선도한다고 볼 수 있다. 3사 중 평균 연령층이 가장 낮고 10대 사용자 비중이 높다.

주요 3사 SWOT 분석



틱톡
W(단점)

단점
01

음악 및 저작권 관련 규제가 강력하여, 콘텐츠 제작 시 주의가 필요하다.

단점
02

상대적으로 짧은 형식의 콘텐츠에 익숙하지 않은 사용자에게는 적응이 어려울 수 있다.

주요 3사 SWOT 분석



틱톡
○(기회)

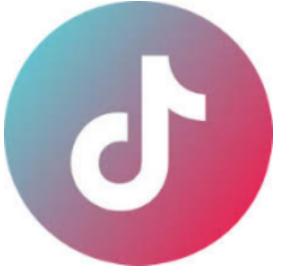
기회
01

전 세계적으로 인기 있는 플랫폼으로, 계속해서 새로운 시장을 개척할 수 있는 기회가 많다.

기회
02

브랜드와의 협업을 통해 다양한 광고 수익을 창출할 수 있다.

주요 3사 SWOT 분석



틱톡
T(위협)

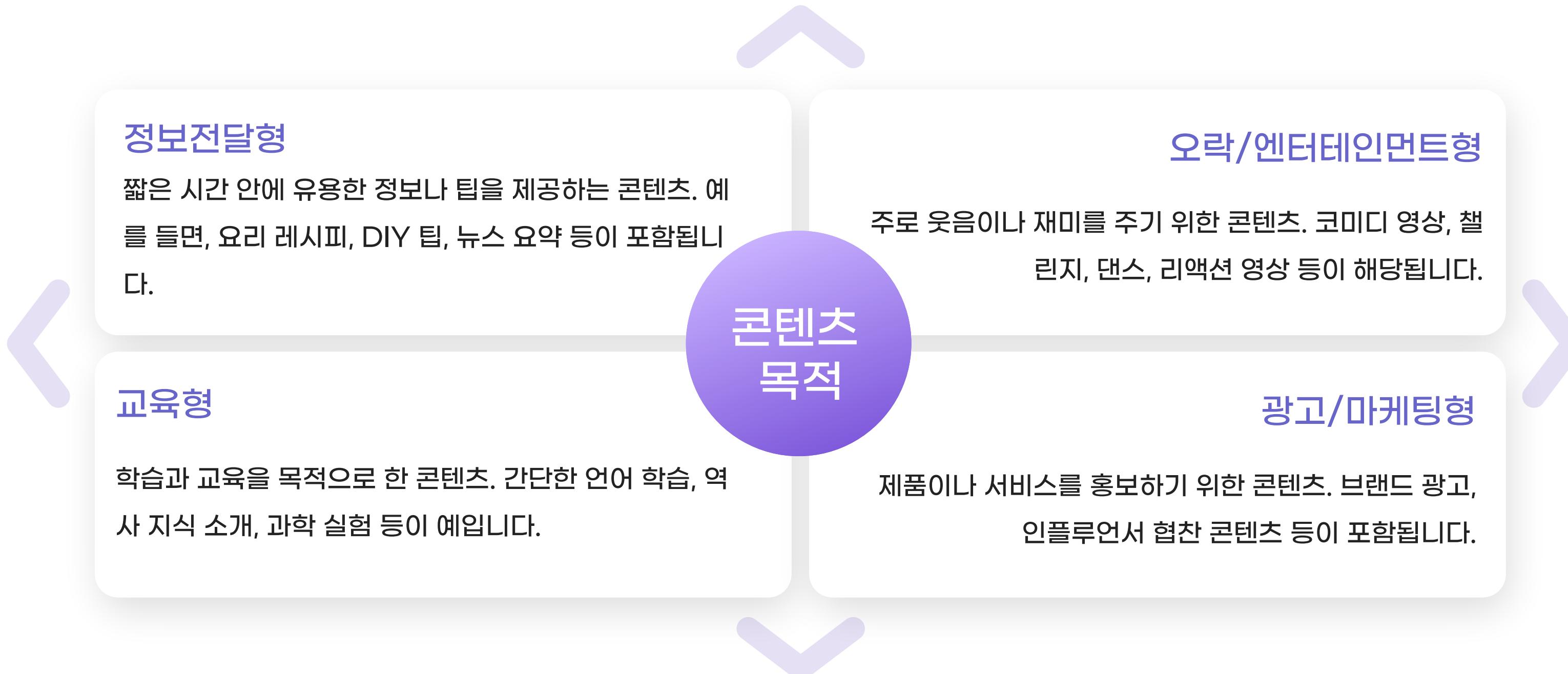
위협
01

각국 정부의 규제 및 검열로 인해 운영에 제한을 받을 수 있다.

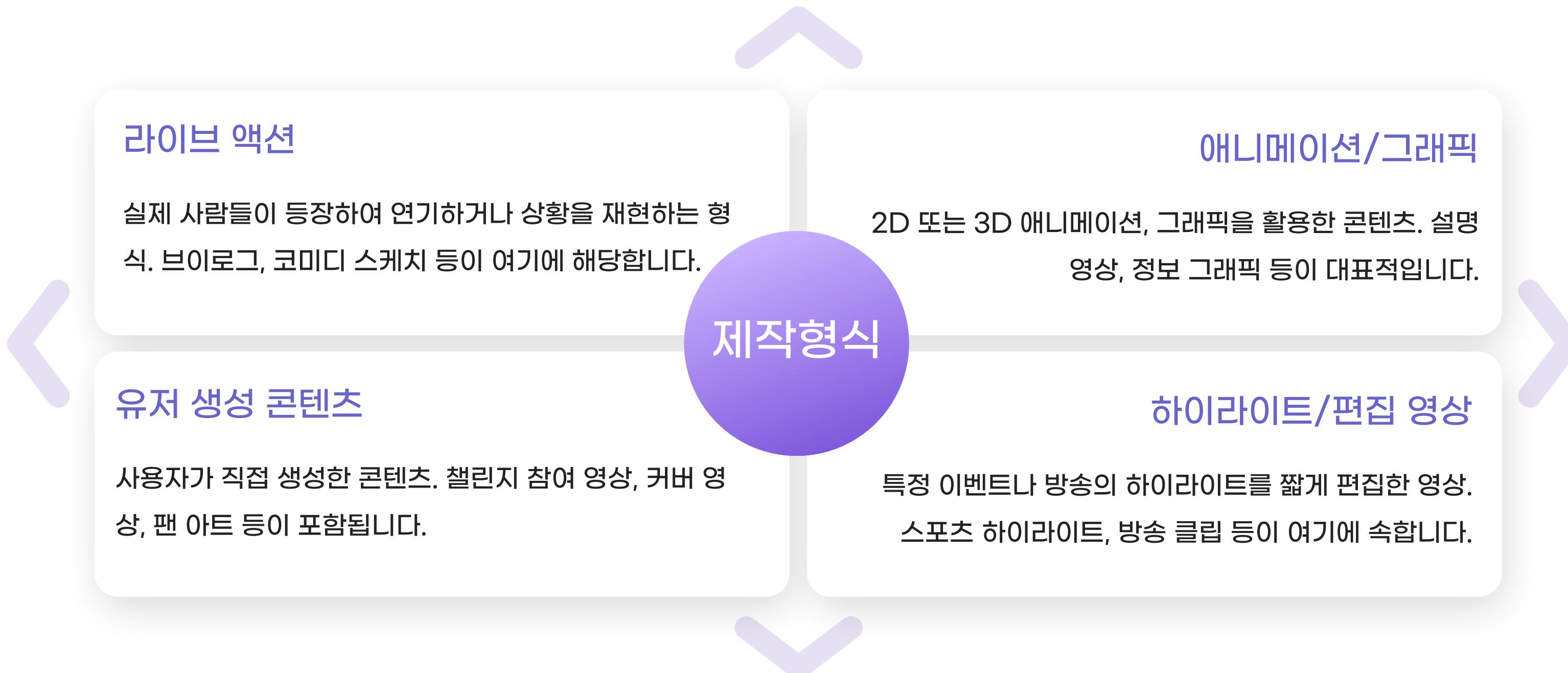
위협
02

로운 소셜 미디어 플랫폼의 등장으로 인해 시장 점유율이 줄어들 수 있다.

숏폼 콘텐츠 타입분류



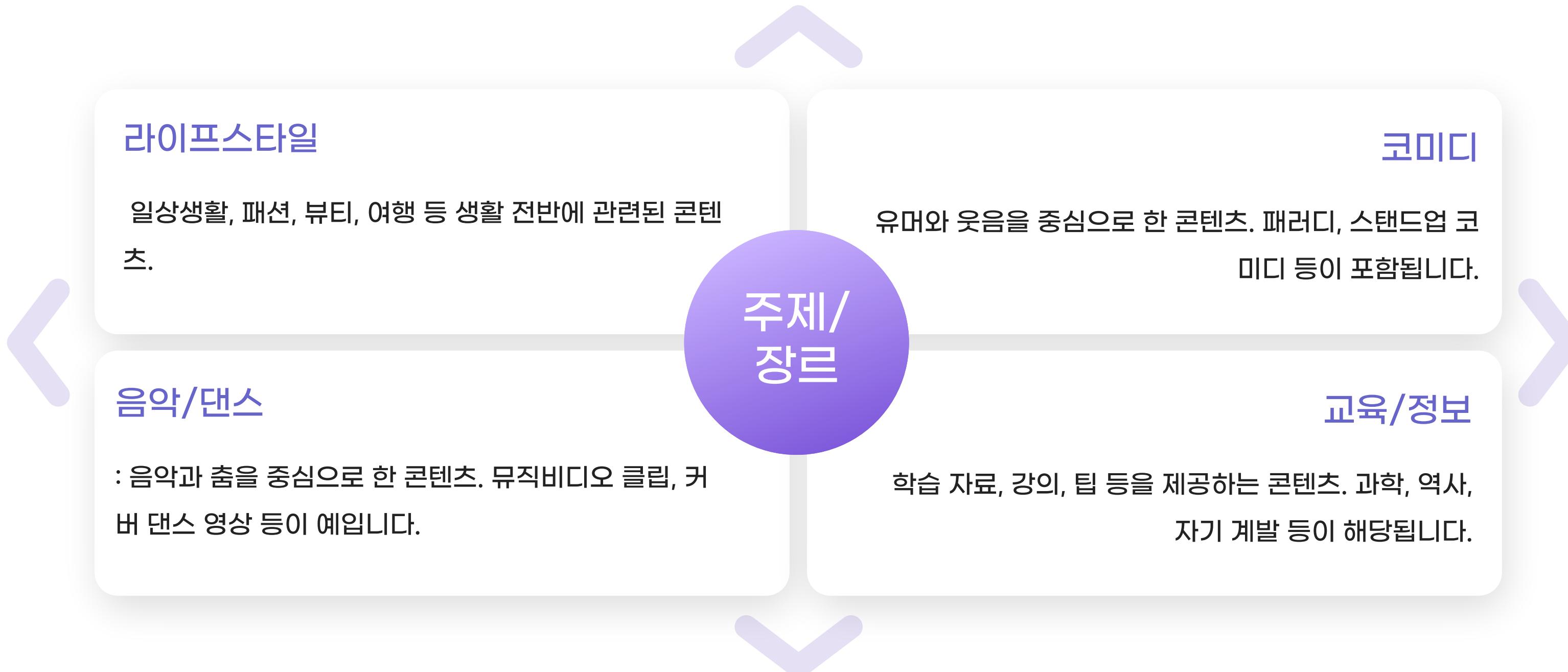
숏폼 콘텐츠 타입분류



숏폼 콘텐츠 **타입분류**



숏폼 콘텐츠 **타입분류**



숏폼 제작시 필요한 요소

화면구성

세로형 비율

: 대부분의 숏폼 콘텐츠는 모바일 사용자를 타겟으로 하여 세로형(9:16) 비율을 선택한다. 이 비율은 스마트폰 화면에 최적화되어 있으며, 시청자가 스크롤을 멈추고 콘텐츠에 집중하게 만든다.

짧은 길이

: 콘텐츠 길이가 보통 15초에서 60초 사이로 짧아, 핵심 메시지를 빠르게 전달해야 한다. 이는 빠른 컷 편집, 강조 색상 및 글꼴 사용, 그리고 시각적으로 강렬한 이미지 활용을 요구한다.

그래픽 디자인

눈에 띄는 색상

: 밝고 선명한 색상이 사용되며, 이는 즉각적으로 시청자의 주의를 끌기 위함이다. 네온 색상이나 대비가 강한 색상 조합이 많이 사용된다.

텍스트 오버레이

: 중요한 정보를 전달하기 위해 자주 사용됩니다. 큰 글꼴과 굵은 텍스트가 선호되며, 간결한 메시지를 전달한다.

애니메이션과 트랜지션

: 부드럽고 빠른 전환 효과, 모션 그래픽스가 많이 사용되어 시청자의 흥미를 유지한다.

콘텐츠 스타일

유머와 창의성

: 짧은 시간 안에 재미있고 창의적인 요소를 포함하여 시청자의 관심을 끌어야 한다. 이는 린(meme), 패러디, 춤, 립싱크 등 다양한 형식으로 나타난다.

인터랙티브 요소

: 댓글 참여 유도, 챌린지 형태의 콘텐츠 등 시청자가 직접 참여할 수 있는 요소를 포함한다.

숏폼 제작시 필요한 요소

브랜딩과 일관성

- 브랜드 색상과 로고
: 브랜드 인지도를 높이기 위해 일관된 색상 팔레트와 로고를 사용하는 것이 중요하다.

- 시각적 스토리텔링
: 짧은 시간 안에 브랜드의 이야기를 전달하기 위해 시각적 요소들을 효과적으로 배치한다.

음악과 사운드 효과

- 트렌디한 음악
: 인기 있는 음악이나 사운드 클립을 사용하여 콘텐츠가 더 많은 시청자에게 노출될 수 있도록 한다.

- 사운드 싱크
: 시각적 요소와 음악, 사운드 효과의 싱크를 맞추어 더욱 몰입감을 제공한다.

숏폼 제작시 필요한 요소

결론

숏폼 콘텐츠의 성공적인 제작을 위해서는 시각디자인 요소의 활용이 매우 중요하다. 이는 시청자의 주의를 끌고, 메시지를 명확하게 전달하며, 브랜드 인지도를 높이는 데 기여한다. 빠르게 변화하는 트렌드와 사용자 선호도에 맞추어 디자인 전략을 지속적으로 업데이트하는 것이 필수적이다.

숏폼에 대한 부정적인 의견

콘텐츠의 깊이 부족

짧은 시간 안에 핵심 메시지를 전달하려다 보니, 깊이 있는 정보 제공이 어려울 수 있다. 이는 사용자가 얻을 수 있는 정보의 질이 낮아질 가능성이 있다.

집중력 저하

짧은 콘텐츠에 익숙해지면 긴 형식의 콘텐츠나 더 복잡한 주제에 대한 집중력이 떨어질 수 있다. 이는 학습과 자기 계발에 부정적인 영향을 미칠 수 있다.

저작권 문제

음악, 영상, 이미지 등의 사용이 빈번한 숏폼 콘텐츠에서는 저작권 침해 문제가 자주 발생할 수 있다. 이는 법적 분쟁으로 이어질 수 있으며, 콘텐츠 제작자들에게 위험 요소가 될 수 있다.

사생활 침해 및 개인정보 보호 문제

짧은 동영상 플랫폼에서의 활동은 종종 개인 정보를 수집하고 이를 마케팅에 활용할 수 있다. 이는 사용자 프라이버시와 관련된 우려를 불러일으킬 수 있다.

숏폼 시장의 발전 가능성

높은 접근성

숏폼 콘텐츠는 짧은 시간에 소비할 수 있어 바쁜 현대인의 일상에 잘 맞다. 또한 모바일 기기를 통해 쉽게 접근할 수 있어 사용자층이 넓다.

강력한 바이럴 효과

짧고 재미있는 콘텐츠는 쉽게 공유되며, 빠르게 확산될 수 있다. 이는 사용자와 브랜드 모두에게 큰 이점을 제공한다.

기술 발전

AR, VR 등 첨단 기술과의 결합이 용이하여, 숏폼 콘텐츠의 창의적인 표현 방식이 무궁무진해질 수 있다. 또한 AI 기술을 통해 개인화된 추천 시스템이 강화되면서 사용자의 몰입도를 높일 수 있다.

브랜드 마케팅의 기회

기업들은 숏폼 콘텐츠를 활용하여 젊은 세대와 소통하고, 제품을 자연스럽게 홍보할 수 있다. 인플루언서 마케팅과 결합하면 효과가 더욱 증대된다.

작성자 | 김민

THANK
YOU

