

Deloitte.



팟캐스트·스트리밍·오디오북· 라디오까지 여전히 사랑받는 오디오, 수익구조 쇄신 시급

Brooke Auxier 딜로이트 TMT 센터 Research Manager 외 3인

2024년 02월
Deloitte Insights

Download on the
App Store

GET IT ON
Google Play



'딜로이트 인사이트' 앱에서
경영·산업 트렌드를 만나보세요!



팟캐스트, 오디오 스트리밍 서비스, 오디오북, 라디오까지 오디오 엔터테인먼트가 다시금 부상하고 있다

소비자들 사이 오디오가 다시금 각광받고 있지만, 관련 업계는 기대만큼 수익을 증대하지 못하고 있다.

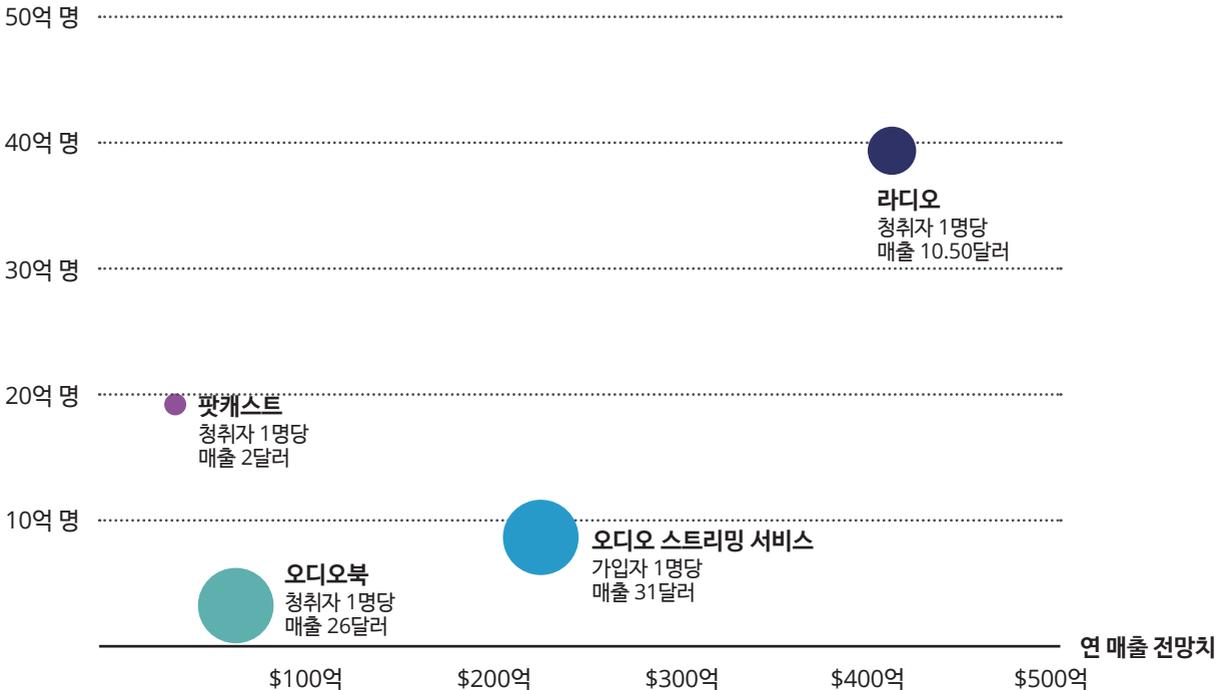
딜로이트는 2024년 오디오 엔터테인먼트를 즐기는 소비자 수가 전 세계적으로 증가할 것으로 전망한다. 월 평균 기준 팟캐스트 청취자는 17억 명, 오디오북 청취자는 2억7,000만 명, 오디오 스트리밍 서비스 가입자는 7,500만 명, 라디오 청취자는 전 세계 인구의 약 절반인 40억 명에 달할 것으로 예상된다(그림 1).

위 네 가지 오디오 엔터테인먼트 분야의 연매출은 대체로 증가하고 있어, 딜로이트는 글로벌 오디오 엔터테인먼트 매출이 전년비 약 7% 증가해 750억 달러를 넘을 것으로 예상한다. 세부적으로 팟캐스트는 35억 달러, 오디오북은 70억 달러, 뮤직 스트리밍은 230억 달러, 라디오는 420억 달러의 매출이 예상된다.

오디오 엔터테인먼트는 팬데믹 기간부터 그 이후까지 기대 이상의 회복력을 보여주고 있다.¹ 다만 소비자 범위가 방대하고 소비자들의 엔터테인먼트 시간에서 청취 시간이 차지하는 비중이 높은 것을 감안하면, 관련 업계의 수익은 실망스러운 수준에 그치고 있다. 하지만 이는 다시 말해 오디오 엔터테인먼트 시장에서 여러 성장 기회가 열려있다는 뜻이기도 하다.

그림 1. 오디오 엔터테인먼트 부문별 2024년 매출 및 청취자 수 예측치

청취자 수



참조: 모든 수치는 예측치임.

출처: 딜로이트 분석

오디오 시장에서 기회 잡으려면 비용, 콘텐츠, 편리성에 주목하라

글로벌 소비에 탄력이 붙으면서 2024년 오디오 엔터테인먼트 시장도 규모가 확대될 것으로 기대된다. 특히 스트리밍 서비스와 같은 유료 오디오 엔터테인먼트를 이용하는 스마트폰 사용자가 전 세계 14%에 지나지 않기 때문에,² 각종 플랫폼과 콘텐츠 제공자, 오디오 산업이 새로운 청취자를 끌어들이 기회가 그만큼 많다. 또 밀레니얼과 Z 세대(이하 'MZ 세대')는 오디오 스트리밍 서비스를 들으며 청 소년기를 보냈고 새로운 기술, 플랫폼, 서비스에 대한 수용력이 높기 때문에 오디오 시장의 주 타깃층이 되고 있다.

오디오 엔터테인먼트 시장이 성장하려면 비용, 콘텐츠, 편리성이 관건이다. 우선 상당수 오디오 엔터테인먼트가 무료 또는 저가에 제공 되는데, 이는 인플레이션 압력이 소비자들의 엔터테인먼트 지출이 줄고 있는 상황에서 청취자를 늘리기에 유리한 조건이다.³ 오디오는 콘텐츠 자체도 매력적이다. 음악, 팟캐스트, 책, 각종 관심사와 장르, 틈새문화 방송 등 오디오 엔터테인먼트 시장에서는 다른 미디어와 차별화되고 폭넓고 다양한 새로운 콘텐츠가 끊임없이 제공된다.⁴ 음악 산업이나 팟캐스트에 뛰어난 독립 창작자들과 할리우드 파업에 일거리를 잃은 배우들이 가세해 새로운 유형의 오디오 콘텐츠가 활발히 창작되기도 한다.⁵ 하지만 오디오 엔터테인먼트의 강점은 워 니워니해도 편리한 접근성, 휴대성, 일상생활에서 쉽게 접할 수 있는 용이성이다. 그리고 이러한 장점은 스마트 스피커와 헤드폰, 이어 폰 등의 사용이 확산되면서 더욱 부각되고 있다.⁶



팟캐스트: 통합과 혁신으로 성장 가속화

팟캐스트는 청취자 수가 꾸준히 늘고 있으나, 운영 비용이 많이 들고 광고 매출을 얻기가 어려워 수익은 커녕 매출을 성장시키기도 어려운 실정이다. 딜로이트는 2024년 전 세계 월 평균 팟캐스트 청취자 수가 17억 명에 달하겠지만,⁷ 광고 매출은 전년비 약 30% 증가한 35억 달러에 그칠 것으로 전망한다.⁸ 이는 청취자 한 명당 연 매출 2달러에 불과하다.

팟캐스트는 여타 미디어 기업, 개인, 창작자들, 서비스와의 통합이 강화되면서 청취자들을 유인하고 있다. 예를 들어 TV 쇼나 영화가 인기를 얻으면 팟캐스트를 연계해 온스크린 서비스를 보강하거나 온라인 창작자들이 자신들의 소를 방영해 바이럴 마케팅을 확대하는 것이다. 두 가지 방식 모두 더욱 다양한 콘텐츠를 제공해 여타 플랫폼으로부터 더욱 광범위한 청취자층을 유인할 수 있다.⁹

일부 기업과 플랫폼은 팟캐스트에 계속 투자해 청취자 접근성을 개선하고 있다.¹⁰ 팬데믹 이후 신규 팟캐스트 쇼의 숫자는 줄었지만 새 에피소드 수는

줄지 않고 안정적으로 유지됐다. 팟캐스트를 한 번 들어보면 계속 듣게 되는 청취자가 늘었다는 의미다.¹¹ 하지만 혁신의 여지는 여전히 남아있다. 비디오 팟캐스트를 제공해¹² 시각 엔터테인먼트를 선호하는 소비자들을 공략하는 플랫폼도 등장했다. 이러한 혁신 추세가 계속되면 더 많은 청취자를 유인해 오디오 플랫폼과 창작자, 광고주 모두 수익 창출의 기회도 많아질 것이다. 그렇게 되면 지금까지 부진한 양상을 보였던 팟캐스트 시장이 장애물을 극복하고 빠르게 성장할 수 있다.



오디오북: 팬데믹 계기로 증가한 책에 대한 관심을 AI 기술로 증폭

팬데믹을 계기로 독서를 즐기는 인구가 늘며 도서 판매가 탄력을 받았으나, 팬데믹이 끝나자 소비자들의 관심이 다른 엔터테인먼트로 분산되자 오디오북이 독서를 일상생활에 접목시키는 유용한 수단으로 부상했다. 제공되는 오디오북의 수가 늘고 접근성이 개선되면서 오디오북 시장은 성장일로를 걷고 있다. 딜로이트는 2024년 월 평균 전 세계 오디오북 이용자 수가 전년비 15% 증가한 2억7,000만 명에 달하고,¹³ 이용자 한 명당 연 매출은 26달러를 기록할 것으로 예상된다. 오디오북의 인기가 높아짐에 따라 판매량도 전년비 26% 늘어, 오디오북이 전 세계 책 판매량의 6%를 차지할 것으로 전망된다.¹⁴ 이에 따라 유료 구독자를 중심으로 글로벌 오디오북 매출이 약 70억 달러에 달할 것으로 예상된다.¹⁵ 오디오북 최대 시장인 미국에서만 오디오북 판매량이 전자책을 능가해 전체 책 매출의 약 10%를 차지할 것으로 예상된다.¹⁶

인기가 높아지면 경쟁도 가열된다. 최근 7개 오디오 스트리밍 플랫폼이 오디오북 시장에 진출해 경쟁이 더욱 치열해졌다.¹⁷ 가입자 기반이 튼튼한 여타 오디오 스트리밍 서비스 업체들도 기존 가입자들에게 오디오북 서비스를 제공할 수 있다. 특히 청취자들이 오디오 엔터테인먼트 콘텐츠를 끊임없이 편리하게 즐길 수 있는 인터페이스를 제공한다면 경쟁력을 대폭 강화할 수 있다.

생성형AI(generative AI) 또한 오디오북 시장의 성장을 촉발할 요인이다. 애플북스(Apple Books)와 구글플레이(Google Play)는 AI 생성 보이스가 읽어주는 오디오북 서비스를 출시했고 구글플레이는 일부 선정된 책에 대한 자동 내레이션 서비스를 제공하고 있다.¹⁸

AI를 사용해 사람이 말할 때의 뉘앙스를 제대로 전달하는 것은 여전히 복잡한 기술적 과제로 남아 있지만, 생성형AI 기술 덕분에 더욱 광범위한 오디오북 시장이 열릴 수 있다.

오디오 스트리밍: 서비스 통합과 콘텐츠 품질이 관건

오디오 스트리밍 서비스는 이미 견고한 소비자층을 형성하고 있지만, 여전히 시장 성장과 혁신의 기회가 많다. 딜로이트는 2024년 월 평균 오디오 스트리밍 가입자 수가 전 세계 7억5,000만 명을 넘고,¹⁹ 매출은 전년비 약 15% 증가한 230억 달러에 달할 것으로 예상된다.²⁰ 이는 가입자 한 명당 31달러에 해당하는 것으로, 본고에서 다루는 네 가지 오디오 엔터테인먼트 중 가장 높은 수준이다. 특히 이들 청취자와 매출 중 일부는 오디오 스트리밍 서비스에 포함된 팟캐스트 및 오디오북에 기인한다는 점이 눈에 띈다.

오디오 스트리밍 서비스 업체가 가입자와 매출을 늘리려면 묶음형(bundle) 서비스를 강화해 가입자들이 더 많은 가치와 매력을 찾을 수 있도록 해야 한다. 스포티파이(Spotify)와 아이하트라디오(iHeartRadio)는 앱에서 음악과 오디오북뿐 아니라 팟캐스트와 라이브 이벤트까지 다양한 오디오 서비스를 제공한다.²¹ 또한 광고보기 약정 등 구독 서비스를 다양화해 가입자 수를 늘리는 스트리밍 업체도 증가하고 있어, 이러한 추세는 오디오 스트리밍 서비스 전반에 확대될 것으로 예상된다. 라이브 콘서트와 대형 콘서트 투어,²² 그리고 이로 인해 창출되는 부수적인 마케팅 효과가 음악 스트리밍 서비스 수요를 더욱 촉발하기도 한다. 또 스포티파이와 같은 일부 스트리밍 업체들은 AI 기술을 도입해 사용자 개인 맞춤형 음악 감상 경험을 혁신적으로 강화하고 있다.²³ 스트리밍 서비스를 뒤늦게 이용하게 된 오디오 애호가들을 공략하기 위해 무손실 음원*과 하이파이 오디오* 기능 및 트랙을 출시하는 등 음질 개선 투자에 집중하는 스트리밍 업체들도 상당수다.²⁴

* 무손실 음원(lossless audio)은 용량 압축 과정에서 오디오 정보 손실이 거의 없는 음원 파일을 뜻한다. 다만 대부분 블루투스 기기로는 들을 수 없다.

* 하이파이 오디오(high-fidelity audio)는 고품질 재생을 위해 설계된 고성능 오디오 시스템을 뜻한다.

라디오: 접근성 뛰어난 무료 엔터테인먼트 매력 여전히지만 디지털 서비스 모색 필요

라디오는 광고를 기반으로 무료로 제공되는 오디오 엔터테인먼트라는 강점을 무기로 유료 엔터테인먼트가 급증하는 오디오 생태계에서도 회복력을 유지하고 있다. 특히 최근 몇 년간 인플레이션 압력이 지속되면서 개발도상국을 중심으로 인기가 꺾이지 않고 있다. 딜로이트는 2024년 월간 라디오 청취자 수가 전 세계 인구 중 약 절반인 40억 명에 달하고, 광고 매출이 420억 달러로 전년비 약 1.5% 증가할 것으로 예상된다.²⁵ 청취자 한 명당 연 매출이 10.50 달러인 셈이다.

미국은 특히 연령대를 불문하고 라디오 애청자가 폭넓게 유지되고 있으며, 18~34세의 젊은층 소비자층이 생방송 또는 정규 TV 방송 시청보다 라디오 청취에 더 많은 시간을 보내는 것으로 나타났다.²⁶ 일부 서방국에서는 라디오 청취 시간이 증가하지 않고 감소하는 경우도 있지만,²⁷ 아프리카와 같은 지역에서는 여전히 뉴스와 정보를 얻기 위해 가장 애용되는 미디어로 활용된다.²⁸

이처럼 라디오의 인기는 여전히지만 라디오 방송국들은 오디오 엔터테인먼트 시장 전반의 변화에 적응해야 한다. 대부분 오디오 엔터테인먼트가 디지털 서비스로 전환되고 있으며, 언젠가 주파수 변조(FM)를 이용하는 방송이 아예 중단될 수도 있다.²⁹ 또 스마트 스피커나 자동차에서 음악을 듣는 청취자들을 놓고 음악 스트리밍 서비스와 경쟁을 벌이려면 라디오 방송국이 어떠한 가치를 제공해야 하는지도 고민해야 한다. 생성형AI로 라디오의 미래를 더욱 공고히 할 방법을 모색할 필요도 있다. 시로 증강된 생방송 디제잉³⁰과 시가 만든 광고 등을 활용하면 광고 매출 등 라디오 방송국들의 뿌리 깊은 과제를 해결하는 데 도움이 될 수 있다. 한편으로는 오디오 청취자들에게 접근할 수 있는 광고 채널이 다른 오디오 포맷으로 분산되면서, 광고주들이 라디오 광고 타임을 두고 예전처럼 치열하게 경쟁하지 않아도 되는 상황이 됐다. 이에 따라 광고단가(CPM)*가 낮아지고 대중을 대상으로 하는 광고의 비용 효율성이 개선되고 있다.

* CPM(cost per mille)은 광고단가를 측정하는 모델로 광고를 1,000회 노출시키는 데 드는 비용을 뜻한다.

결론: 오디오 엔터테인먼트, ‘듣기’가 소비자에게 어떤 의미인지 고찰하면 성장 기회 무한대

오디오 엔터테인먼트는 시각 엔터테인먼트 등에 비해 비주류로 폄하되기 쉽다. 사람들은 시간을 따로 내어 오디오만 집중해서 듣지 않기 때문이다. 운전하면서 라디오를 듣고, 빨래를 하면서 오디오북을 듣고, 반려견을 산책시키면서 팟캐스트를 듣고, 일하면서 음악 스트리밍을 듣는다. 하지만 다른 활동을 하면서 부차적으로 즐길 수 있는 엔터테인먼트라는 점이 바로 오디오만이 가진 최대 강점이다. 소비자들을 대상으로 하는 오디오 시장, 특히 오디오 스트리밍과 팟캐스트는 매출과 수익을 창출하는 데 고전을 겪어 왔지만, 제공업체와 콘텐츠 창작자, 광고주들 모두 새로운 청취자를 유인하고 맞춤형 콘텐츠를 개발하고 브랜드 인지도를 높이는 등 혁신을 통해 기회를 잡을 수 있다.

다양한 영역으로 진출할 자신이 있는 오디오 플랫폼들은 음악, 팟캐스트, 오디오북, 라이브 이벤트 등 여러가지 오디오 포맷을 통합해 단일 애플리케이션 또는 플랫폼에서 제공하는 방안을 모색할 수 있다. 이렇게 다양한 서비스로 다양한 니즈를 충족하면, 구독료를 올릴 수도 있고 더욱 광범위한 가입자를 유치할 수도 있다. 실제로 최근 미국 소비자들을 대상으로 실시한 서베이 결과, 하나의 서비스에서 오디오북과 팟캐스트, 음악을 모두 즐길 수 있으면 좋겠다고 답한 비율이 70%에 육박했다.³¹ 또한 맞춤형 콘텐츠 권유와 큐레이션 기능을 강화해야 가입자 이탈을 막을 수 있다. 하지만 일부의 경우 모든 서비스를 통합해 제공하는 것보다 경쟁력을 갖춘 서비스에만 집중해 전략을 세부화하는 것이 더 나은 방법일 수 있다.

첨단 광고 기술에 투자해 오디오 엔터테인먼트의 ‘쇼퍼블’(shoppable) 기능을 강화하는 것도 필요하다. 청취자들이 제품 광고를 듣고 무리없이 즉각 구매까지 할 수 있도록 시스템을 갖추는 것이다.³² 이러한 방식으로 광고주를 유치하고 현금흐름을 강화할 수 있다.³³ 한편으로 광고주들은 이러한 오디오 포맷을 광고 채널로 진지하게 모색할 필요가 있다. 팟캐스트 광고는 청취자들이 크게 거부감을 가지지 않고 해당 브랜드의 주요 타겟 소비자층을 손쉽게 공략할 수 있다.³⁴ 유명 창작자들이나 팟캐스트 호스트들이 직접 광고 문구를 들려주거나 제품을 홍보하도록 협업하는 방식도 유용하다.

오디오 플랫폼과 제공업체들은 소비자들이 접근하기 쉬운 서비스를 제공해 고객관계를 공고히 하는 데에도 주력할 필요가 있다. 신차에 앱을 기본 사양으로 제공하거나 음향을 강조하는 것으로 유명한 게임 플랫폼과 통합하는 등의 방식이 있다.

한편 팟캐스트에 수십 억 달러를 투자한 기업들은 투자수익을 회수할 수 있는 시점이 늦어질 수 있다. 팟캐스트 산업은 계속 성장 중이지만, 매출은 기대만큼 빠르게 증가하지 않고 있기 때문이다. 따라서 일부 기업들은 2024년 출구전략을 실행할 수도 있다. 하지만 일부는 여전히 팟캐스트에 투자 가치가 있다고 판단할 수도 있다. 다만 수익화에 여러 어려움이 있기 때문에, 2020~2022년에 비하면 투자수익이 미미할 것으로 예상된다.

성장하는 오디오 시장에서 미디어와 엔터테인먼트(M&E) 기업들은 많은 기회를 얻을 수 있다. 영화 및 TV 제작사, 출판사, 게임 개발업체 등 콘텐츠 창작자와 제공자들은 선제적으로 오디오 엔터테인먼트 전략을 수립해야 한다. 자체 콘텐츠와 연계된 팟캐스트 쇼를 제공할 수도 있고, 흥미로운 인물들을 팟캐스트 에피소드의 게스트로 출연시킬 수도 있으며, 인기 많은 도서의 오디오북을 제작할 수도 있고, 비디오 게임 사운드트랙 제작을 아티스트들에게 맡기거나 음악 라이선스 수익을 얻을 수도 있다. 이러한 전략에 힘입어 지식재산권(IP), 프랜차이즈, 캐릭터, 소설 속 세계의 생명이 연장되어 새로운 청취자를 유인하고 지속적으로 충성스러운 팬층을 확보할 수 있다.³⁵ 2024년 M&E 전략에 오디오를 빼놓을 수 없는 이유다.



주석

1. Nielsen, ["Radio is 'comfort food' as media consumption rises amid COVID-19 pandemic,"](#) accessed on November 3, 2023; Sara Fischer, ["Audio takes off during the pandemic,"](#) Axios, February 15, 2021.
2. Batya Levi, John Hodulik, and Ryan Gravett, ["Warner Music Group Corp - Initiate with a neutral: Music on hold,"](#) UBS Global Research and Evidence Lab, June 29, 2023.
3. Kevin Westcott, Jana Arbanas, Chris Arkenberg, Brooke Auxier, [2023 digital media trends: Immersed and connected,](#) Deloitte Insights, April 14, 2023.
4. Market.US, ["Podcasting is becoming popular because of its accessibility, flexibility, and wide range of content, which caters to diverse listener interests,"](#) Yahoo! Finance, May 15, 2023.
5. Duncan Cooper and Zing Tsjeng, ["The Hollywood strike will affect way more than movies and TV,"](#) VICE, July 14, 2023.
6. Magna Intelligence, ["Global Earphones and Headphones Market Databank,"](#) September 16, 2021; Research and Markets, ["Worldwide smart speaker industry to 2028,"](#) GlobeNewswire, December 1, 2022.
7. Deloitte analysis based on: Georgina Howes, ["Podcast market forecast: 2022-2027,"](#) Omdia, October 27, 2022.
8. Deloitte analysis based on: Georgina Howes, ["Podcast market forecast: 2022-2027,"](#) Omdia, October 27, 2022 and Aron Kressner, ["Media 2023: Podcasting after the hyper, by the numbers,"](#) Forbes, February 2, 2023.
9. Brooke Auxier, [Podcasts and their hosts create an environment ripe for influence and discovery,](#) Deloitte Insights, 2023.
10. Peter Suciu, ["Podcasts added to YouTube Music—Will it expand the audience,"](#) Forbes, May 8, 2023.
11. James Cridland, ["Have the number of new podcasts really 'plummeted?'"](#) PodNews, January 25, 2023.
12. Ariel Shapiro, ["Spotify is going big on video podcasts,"](#) The Verge, March 8, 2023.
13. Deloitte analysis based on: Georgina Howes, ["Digital audio forecast report 2022-2027,"](#) Omdia, December 8, 2023; Reuters, ["Spotify takes on Amazon's Audible, launches audiobook service for U.S. users,"](#) September 20, 2022; Ariel Shapiro, ["Spotify comes for audiobooks,"](#) The Verge, June 9, 2022.
14. Dimitrije Curcic, ["Audiobook statistics,"](#) Wordsrated.com, June 7, 2023.
15. Deloitte analysis based on: Georgina Howes, ["Digital audio forecast report 2022-2027."](#)
16. Porter Anderson, ["US book publishing revenues in 2022 were \\$28 billion: AAP StatShot,"](#) Publishing Perspectives, May 31, 2023.
17. Reuters, ["Spotify takes on Amazon's Audible, launches audiobook service for U.S. users,"](#) September 20, 2022.
18. Jordan Hart, ["AI-generated narrators threaten voice actors hoping for audiobook gigs,"](#) Business Insider, June 17, 2023.
19. Deloitte analysis based on: Mark Mulligan, ["Music subscriber market shares 2022,"](#) Midia, December 7, 2022; Doug Anmuth, US Internet Guidebooks, March 2023, JPMorgan Research, March 8, 2023.

20. Deloitte analysis based on: IFPI, [The Global Music Report 2023](#), 2023.
21. Spotify, "[Spotify reveals more opportunities and features for creators during stream on](#)," press release, March 8, 2023; Victoria Song, "[Spotify appears to be planning free audiobook trials for subscribers](#)," The Verge, September 8, 2023.
22. Ben Sisario, "[Live music is roaring back. But fans are reeling from sticker shock](#)," The New York Times, April 7, 2023.
23. Spotify, "[Spotify debuts a new AI DJ, right in your pocket](#)," press release, February 22, 2023.
24. Tucker Bowe, "[What exactly is 'lossless' audio?](#)" Gear Patrol, June 23, 2023.
25. Deloitte analysis based on: Duncan Stewart, [TMT Predictions 2019, Radio: Revenue, reach and resilience](#), Deloitte Insights, December 11, 2018; Deloitte analysis of audiences share by individual market.
26. Nielsen, [Audio today 2023: How Americans listen](#), June 2023.
27. DigitalRadioUK, [Radio and audio review: International market report](#), September 21, 2021; Gill Hind and Bella Monkcom, [Where is tomorrow's listener? UK radio in 2023](#), Enders, September 14, 2023.
28. UN News, "[Radio: The universal medium that leaves no one behind](#)," February 11, 2022; Farai Mutsaka, "[Many rely on radio broadcasts in Zimbabwe and across Africa](#)," The Associated Press, March 27, 2023.
29. Roy Martin, "[No FM switch off in the UK until at last 2030 says DCMS](#)," RadioToday, October 21, 2021.
30. Maria Diaz, "[Would you listen to AI-run radio? This station tested it out on listeners](#)," ZDNet, May 2, 2023.
31. Kevin Westcott, Jana Arbanas, Chris Arkenberg, Brooke Auxier, [2023 Digital media trends: Immersed and connected](#), Deloitte Insights, April 14, 2023.
32. Brooke Auxier, [Podcasts and their hosts create an environment ripe for influence and discovery](#); Brooke Auxier, [The future of shoppable media can build on the success of social shopping](#), Deloitte Insights, 2023.
33. Gillian Follett, "[Podcast ads universally boost brand metrics—and longer ads work better](#)," AdAge, October 26, 2022.
34. The Infinite Dial, [The podcast consumer 2023](#), Edison Research, 2023.
35. Brooke Auxier, [Podcasts and their hosts create an environment ripe for influence and discovery](#).

딜로이트 첨단기술, 미디어 및 통신 산업 전문 리더

딜로이트 첨단기술, 미디어 및 통신 산업 전문팀은 빠르게 발전하는 산업 환경 속에서 고객들의 전략적 과제들을 해결할 수 있는 최상의 서비스 경험을 제공합니다. 딜로이트 첨단기술, 미디어 및 통신 산업 전문팀은 국내외 기업의 전략수립, 회계감사, 재무자문, IT 시스템 구축 등 다양한 서비스 경험을 보유한 우수 전문인력으로 구성되어 있습니다.

Contact



김우성 파트너

Core Technology 그룹 리더 |
딜로이트 컨설팅

Tel: 02 6099 4670
Email: wooskim@deloitte.com



안상혁 파트너

디지털부문 리더/금융산업 총괄리더 |
딜로이트 컨설팅

Tel: 02 6676 3625
Email: sanghyan@deloitte.com



박지숙 파트너

금융 IT, 오퍼레이션 리더 |
딜로이트 컨설팅

Tel: 02 6676 3722
Email: jisukpark@deloitte.com



장지영 파트너

Tech Strategy 부문 파트너 |
딜로이트 컨설팅

Tel: 02 6676 3956
Email: jiyoung@deloitte.com



강기식 파트너

Lead Architect |
딜로이트 컨설팅

Tel: 02 6676 2039
Email: gikang@deloitte.com



주형열 파트너

반도체 CoE 리더 |
딜로이트 컨설팅

Tel: 02 6676 3750
Email: hjoo@deloitte.com



최호계 파트너

Technology Sector 리더 |
감사본부

Tel: 02 6676 3227
Email: hogchoi@deloitte.com



박형곤 파트너

TME Sector 리더 |
딜로이트 컨설팅

Tel: 02 6676 3684
Email: hypark@deloitte.com



조명수 파트너

Digital Finance & Operation 리더

Tel: 02 6676 2954
Email: mjo@deloitte.com



박권덕 파트너

TME Sector 리더 |
딜로이트 컨설팅

Tel: 02 6676 3567
Email: gwapark@deloitte.com



앱스토어, 구글플레이/카카오톡에서 '딜로이트 인사이트'를 검색해보세요.
더욱 다양한 소식을 만나보실 수 있습니다.

Deloitte.

Insights

성장전략본부 리더

손재호 Partner

jaehoson@deloitte.com

딜로이트 인사이트 리더

정동섭 Partner

dongjeong@deloitte.com

연구원

김선미 Manager

seonmikim@deloitte.com

디자이너

박근령 Senior Consultant

keunrpark@deloitte.com

Contact us

krinsightsend@deloitte.com

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

본 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물로서 저작권은 딜로이트 안진회계법인(“저작권자”)에 있습니다. 본 보고서의 내용은 비영리 목적으로만 이용이 가능하고, 내용의 전부 또는 일부에 대한 상업적 활용 기타 영리목적 이용시 저작권자의 사전 허락이 필요합니다. 또한 본 보고서의 이용시, 출처를 저작권자로 명시해야 하고 저작권자의 사전 허락없이 그 내용을 변경할 수 없습니다.