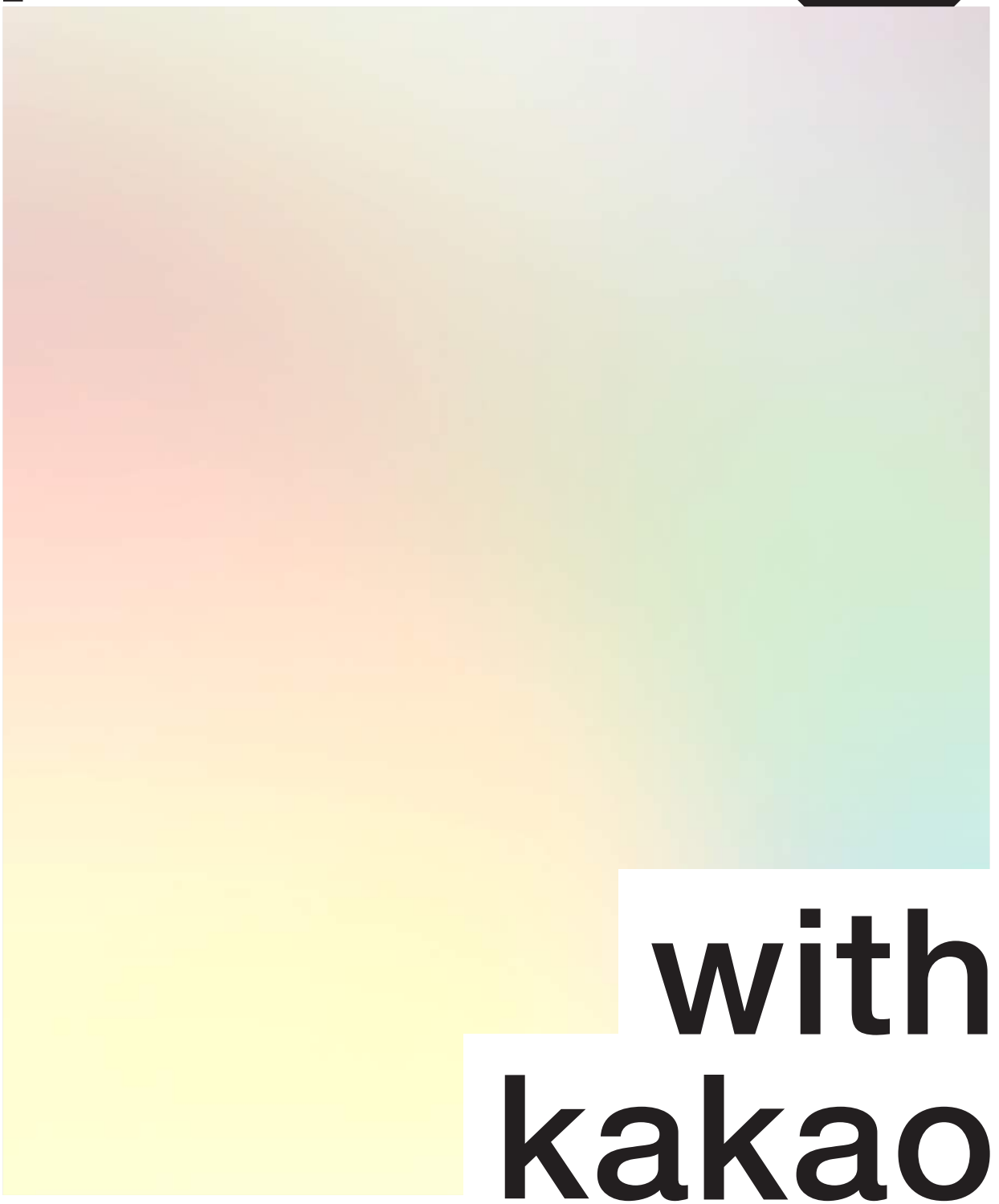
partners

2018



with kakao

partners

with kakao

partners

콘텐츠 / 게임

카카오페이지 10
다음웹툰 16
카카오 이모티콘 24
멜론 32
브런치 38
스토리펀딩 46
1boon 54
카카오게임즈 60

커머스

카카오톡 선물하기 66
카카오스타일 74
카카오메이커스 78
카카오톡 주문하기 86

커뮤니케이션

플러스친구 90
키즈노트 98

모빌리티 / 핀테크 / 라이프

카카오 T 106
카카오페이 112
카카오헤어샵 118
카카오맵 126

인베스트먼트

카카오벤처스 130
카카오인베스트먼트 134

파트너가 만드는 카카오 생태계 137
파트너가 거둔 효과 143
Partners with Kakao 다시보기 144

with kakao

소셜임팩트 154
Connect
Next
Kakao Krew

카카오같이가치 164
같이기부
마음날씨
같이타요
나눔캠페인

제주와 함께! 172
교육 산학
지역 상생
문화 교류

동반성장 182
카카오 상생센터
상생 서포터즈
MVP 파트너스데이

링키지랩 188
모두의 열린 일자리

사회책임경영 195
카카오 서비스가 만드는 소셜임팩트
ESG 평가

Mason's talk

안녕하십니까, 카카오 공동대표 여민수입니다. 오랜만에 인사드리네요. 여름의 열기가 한창일 때 Partners with Kakao 9호를 냈는데, 어느덧 2018년이 저물어갑니다. 연초의 다짐이나 계획들을 돌아보며 따뜻하고 의미있는 시간을 보내고 계신가요?

Partners with Kakao 편집진은 10호를 파트너십을 총정리하는 특별판으로 만들면서 아주 뜻깊은 가을, 겨울을 보냈습니다. 이번 호를 만들기 위해 카카오의 여러 서비스를 채워주시는 파트너들을 한 분 한 분 돌아보며, 그간 함께해온 발자취를 곱씹는 과정을 거쳐야 했거든요.

2017년 12월 15일 Partners with Kakao를 창간하고 지난 8월까지 9호에 걸쳐 총 34팀 42분의 파트너를 만나봤습니다. 파트너들이 들려주신 이야기는 막 카카오와 협업을 시작하신 다른 파트너들과 예비 파트너들에게 희망이 되고, 또 좋은 자극이 됐다고 생각합니다. 저를 포함한 카카오 크루들에게는 자부심이 되었고요.

이번 호는 그 희망과 자극을 누구나 쉽게 이해할 수 있도록 여러 서비스를 총망라한 리포트 형태로 만들었습니다. 특별히 파트너들이 카카오를 만나 어떤 효과를 거두셨는지, 또 여러 카카오 서비스를 두루 활용함으로써 어떻게 카카오라는 생태계를 만들어가고 계신지 정리해봤어요. 카카오가 펼치는 다양한 소셜임팩트 활동도 한눈에 보실 수 있도록 갈무리했고요. Partners with Kakao 10호가 파트너들께, 또 이용자들께 유용한 길잡이 역할을 하기를 기대합니다.

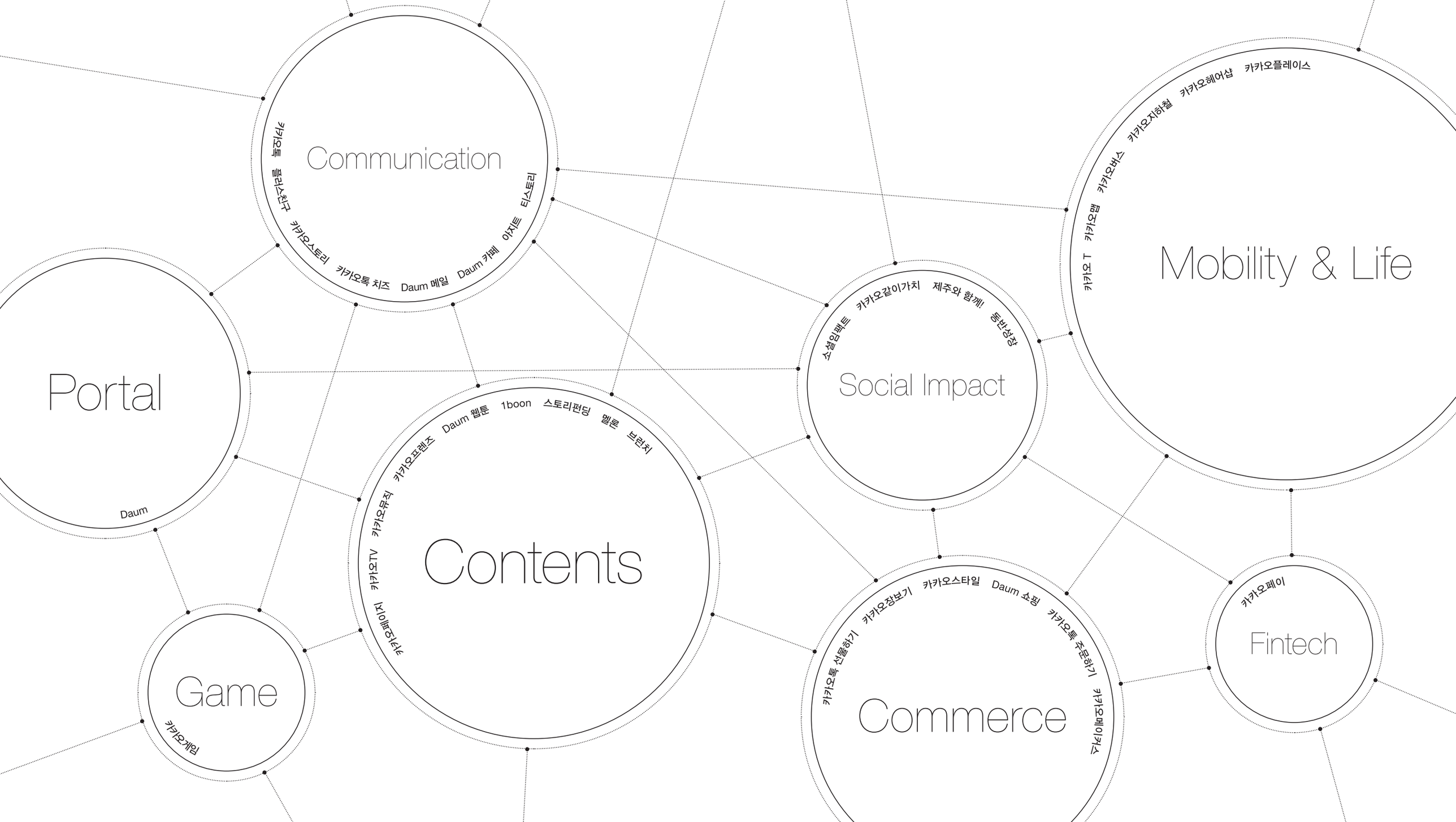
플랫폼 기업인 카카오는 사람과 사람, 사람과 정보, 사람과 세상을 더욱 긴밀하게 연결해 더 나은 세상을 만들겠다는 비전을 가지고 있어요. 그렇기에 저희는 늘 튼튼한 징검다리와 고른 운동장을 만들어두고 그 위를 신나게 달릴 파트너들을 기다립니다. 파트너와의 파트너십은 카카오의 핵심 가치라는 점을 거듭 강조하고 싶습니다.

Partners with Kakao를 통해 목소리를 전해주신 많은 파트너들께 다시 한번 감사 인사를 드립니다. 모두 행복한 연말 되시길 바랍니다.

발행인

Connect Everything

카카오는 새로운 연결을 통해 더 편리하고 즐거운 세상을 꿈꾼다.
사람과 사람, 사람과 기술을 한층 가깝게 연결함으로써 세상을 어제보다 더 나은 곳으로 만들기 위해 노력하고 있다.



카카오 서비스

포털

Daum

커뮤니케이션

카카오톡

플러스친구

카카오스토리

카카오톡 치즈

Daum 메일

Daum 카페

아지트

티스토리

콘텐츠

카카오페이지

Daum 웹툰

멜론

카카오뮤직

카카오TV

브런치

스토리펀딩

1boon

카카오프렌즈

커머스

카카오톡 선물하기

카카오톡 톡스토어

Daum 쇼핑

카카오스타일

카카오톡 주문하기

카카오장보기

카카오메이커스

게임

카카오게임

핀테크

카카오페이

모빌리티 & 라이프

카카오 T

카카오맵

카카오버스

카카오지하철

카카오플레이스

카카오헤어샵

소셜임팩트

카카오같이가치

콘텐츠
게임

카카오페이지 — 10
다음웹툰 — 16
카카오 이모티콘 — 24
멜론 — 32
브런치 — 38
스토리펀딩 — 46
1boon — 54
카카오게임즈 — 60

카카오페이지

카카오페이지는 만화, 소설, 영화, 베스트셀러 등 다양한 장르의 콘텐츠를 4만개 이상 보유한 모바일 콘텐츠 플랫폼이다. 다종의 장르, 다수의 콘텐츠를 모바일 환경에 최적화된 UI로 제공한다. 업계 최초로 일정 기간이 지나면 콘텐츠를 무료로 볼 수 있는 '기다리면 무료' 서비스 등을 선보이며, 누적 이용자수 2000만명을 확보하게 됐다.

2010년	7월	(주)포도트리 창립
2013년	4월	모바일 콘텐츠 플랫폼 '카카오페이지' 서비스 시작
2014년	4월	웹툰, 웹소설 서비스 확대
	10월	'기다리면 무료' 비즈니스 모델 도입
2015년	12월	카카오 자회사로 인수 합병
2016년	9월	'다음웹툰컴퍼니' 사내독립기업 형태로 병합
2018년	2월	'영화' 서비스 확대
	5월	'드라마/예능' 서비스 확대
	8월	(주)카카오페이지로 사명 변경
	9월	'해외시리즈, 애니메이션' 서비스 확대

* 통계는 모두 2018년 11월 기준

파트너 소개

1300개사에 이르는 크고 작은 규모의 파트너들은 카카오페이지와 함께 모바일 콘텐츠 생태계를 확장하고 있다. 양질의 오리지널 콘텐츠를 모바일에 최적화된 포맷으로 제공하는 것은 물론 웹툰과 같은 원작을 영상으로 확장하는 등 2차 창작을 통해 콘텐츠 플랫폼으로서 영향력을 키워가고 있다.

파트너수
1300개사

누적 작품수
5만개

판매 중인 작품수
4만개

파트너가 거둔 효과

파트너들은 카카오페이지를 통해 수익률과 인지도를 높이고 있다. 콘텐츠로 벌어들인 수익을 스토리 개발에 적극적으로 투자하면서 선순환 구조가 만들어지고 있다.

1 수익 창출

파트너들은 카카오페이지의 독자적인 비즈니스 모델을 통해 잠재 고객인 독자를 확보하고 매출 규모도 키우고 있다. 이용자가 작품을 본 시점부터 일정 시간이 지나면 무료로 다음 회차를 볼 수 있도록 이용자 맞춤형으로 설계된 '기다리면 무료'가 대표적이다.

누적 매출 규모별 작품 현황

1억원 이상	957개
5억원 이상	163개
10억원 이상	53개
50억원 이상	5개
100억원 이상	1개

Meen & 백두 작가
대표작: <독고> 시리즈

Meen 작가
카카오페이지의 '기다무' 서비스는 출시될 때부터 눈여겨보고 있었어요. 웹툰 작가 중에는 연재 고료만 받아서는 생활이 어려운 분들이 많아요. 이 서비스가 유료 수익 모델을 잘 만들어주었으면 하는 기대가 컸죠.

백두 작가
우리나라에서 만화는 대여점에서 헐값에 빌려 보거나 불법으로 다운받아 보는 게 당연하게 여겨져 왔어요. 만화는 무료라는 인식이 웹툰이라는 장르가 생긴 뒤에도 자연스럽게 이어진 것 같아요. 아예 유료도 아니고, 그렇다고 완전 공짜도 아닌 '기다리면 무료'라는 독특한 방식 덕분에 돈을 내고 웹툰을 보는 것에 대한 거부감이 많이 사라졌다는 생각이 듭니다.

장수(長壽) 웹툰, 새 무대를 누비다
Partners with Kakao vol.09

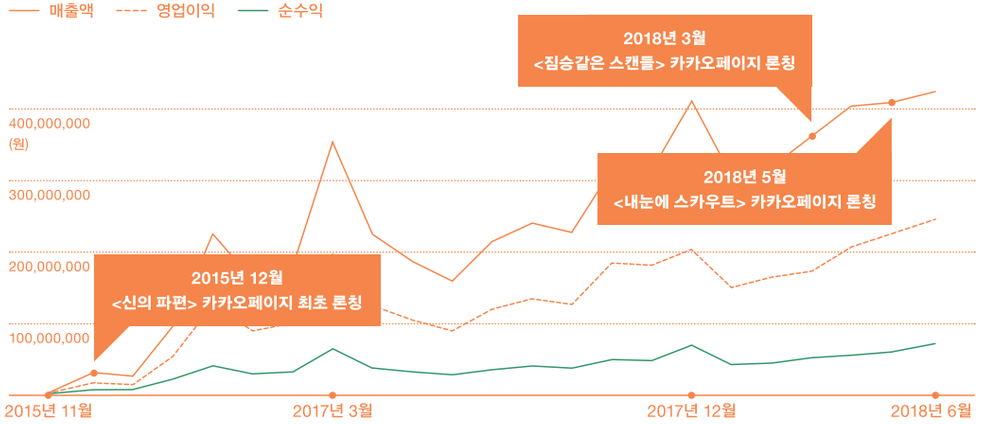
2 사업 규모 확대

파트너들은 카카오페이지의 '기다리면 무료' 서비스 덕분에 매출이 크게 늘었다. 수익을 거둔 파트너들은 늘어난 수요를 감안해 인력을 충원하는 등 사업 규모를 확장시키고 있다.

브리드

파트너 '브리드'는 개업 2년 만에 월 매출 3억원을 돌파한 웹소설 전문 콘텐츠 매니지먼트사로 현재 전체 매출의 70%가 카카오페이지에서 발생하고 있다. <비서실격>, <랭커의 귀환> 등 콘텐츠가 카카오페이지에서 흥행해 개업 초 3명이던 직원이 2017년 말, 14명으로 늘어났다.

매출 실적



3 창작자와 작품 인지도 상승

구독자 100만명을 확보하거나 매출 100만달러(한화 10억원)를 달성한 파트너들의 작품은 '밀리언페이지'로 분류된다. 이용자들에게 콘텐츠가 한시적으로 소비되지 않도록 카카오페이지에서 새롭게 정리한 개념으로 파트너들의 콘텐츠 가치는 물론 창작자의 인지도를 함께 끌어올리는 데 기여하고 있다.

누적 열람건수
353억건

밀리언페이지 작품수
91개

구독자 100만명 이상 작품수
69개

4 콘텐츠 생태계 다변화

파트너들의 창작물은 만화, 웹소설에 국한되지 않고 장르문학, 순수문학과 같은 콘텐츠까지 포함한다. 카카오페이지는 치우침 없이 여러 장르의 작품을 활성화시킴으로써 파트너들과 함께 새로운 모바일 콘텐츠 생태계를 만들어가고 있다.

웹소설 및 장르문학 활성화

제 1회 카카오페이지 밀리언 소설 공모전 진행
밀리언페이지로 등극할 신인작가를 발굴하고 밀리언셀러 장르소설을 육성한다.

카카오페이지 X CJ E&M 추미스 소설 공모전 (추리, 미스터리, 스릴러 소설 공모전)
2017년부터 2년 연속 개최한 장르소설 공모전을 통해 다양한 장르문학을 활성화시키고, 원작의 영상화 기회를 제공한다.

* 이외에도 장르소설 콘텐츠 파트너들과 다수의 공모전 진행 중

문상철 브리드 대표
웹소설 독자는 대다수가 마니아층이었고 대중적으로 보편화 되진 않았어요. 지금과 같은 형태의 구매 모델이 대중화된 데에는 카카오페이지의 공이 크다고 생각합니다. '웹소설'이라는 이름이 널리 쓰이기 시작한 것도 이때쯤이에요. 분량이 짧은 100원짜리 콘텐츠가 성공하니 다른 플랫폼들도 판매 방식을 개편하고 웹소설이라고 부르기 시작했죠. 이전에는 독자들이 비싼 가격 때문에 신중하게 책을 골랐는데, 카카오페이지 이후로는 1화부터 완결까지 100원 단위로 나누어 판매하니까 부담없이 읽어 보고 웹소설을 선택할 수 있게 바뀌었어요.

함께 호흡하고 같이 비상하다
Partners with Kakao vol.01

단행본 시장 활성화

카카오페이지 베스트셀러 프로젝트 <000, 페이지를 펼치다>
'페이지를 펼치다'는 읽기만 하는 경험에서 벗어나 보고, 듣고, 소통하는, 카카오페이지에서만 가능한 새로운 경험을 제공한다. 또 다양한 베스트셀러 작품들과의 협업을 통한 프로모션을 추진하고 있다.

유시민, 페이지를 펼치다

- 유시민 저자의 베스트셀러, <역사의 역사>
- 2018년 7월 14일 북톡 라이브 진행, 라이브 누적 조회수 150만건 기록
- 다음 실시간 검색어 상위권 등극 (3위 '유시민', 4위 '역사의 역사')
- 7주 연속 서점가 베스트셀러 1위 유지
- 카카오페이지 내 열람자 30만명

정재승, 페이지를 펼치다

- 정재승 저자의 베스트셀러, <열두 발자국>
- 2018년 8월 25일 북톡 라이브 진행, 라이브 누적 조회수 120만건 기록

콘텐츠 IP 활용

카카오페이지는 검증된 원작 소설 IP(지적재산)를 활용해 웹툰을 제작하는 '노블코믹스', 이를 영상으로 확장하는 '드라마코믹스', '무비코믹스' 등 오리지널 콘텐츠의 2차 창작을 통해 콘텐츠 플랫폼으로서 영향력을 키워가고 있다. 또 완결된 콘텐츠를 되살리는 복간 작업도 이어오고 있다.

노블코믹스

노블코믹스로 재탄생한 작품수 50개

<김비서가 왜 그럴까>
- 정경윤(소설), 김명미(웹툰)

<닥터 최태수>
- 조석호(소설), DURUFIX/신철(웹툰)

<드림 사이드>
- 홍정훈(소설), 신월(웹툰)

<사내 맞선>
- 해화(소설), NARAK(웹툰)

<그녀가 공작저로 가야 했던 사정>
- 밀차(소설), 고래(웹툰)

드라마코믹스

웹드라마 <독고 리와인드>
- 2018년 9월 카카오페이지 릴리즈
- 총 20편, 편당 10-15분
- 조회수 9월 230만건, 10월 400만건

드라마 <김비서가 왜 그럴까>
- 2018년 6월 tvN 방영
- 총 16편, 편당 60분
- 시청률 평균 8.6%, 최고 10.6%

복간

웹소설 <신비소설 무>
- 1997년 12월 하이텔에 연재
- 2014년부터 개정 작업 착수
- 2016년 12월 카카오페이지 연재 종료
- 1년 내내 카카오페이지 문학 분야 1위 차지

문성실 작가

10년 동안 연재를 중단했던 작가에게 카카오페이지는 또 다른 가능성을 알게 해주었어요. 카카오페이지 이용자들 중에는 <신비소설 무>를 읽었던 40~50대 독자들도 있고, 이 책을 처음 접하는 10~30대 독자들도 있더군요. 이 모든 이용자들이 작품을 접할 수 있다는 확장력에 놀랐어요. 나처럼 오랫동안 집필을 중단한 작가가 있다면 카카오페이지 문을 두드려보기를 권해요.

12년의 침묵을 깨다
Partners with Kakao vol.05

5 해외 시장 진출

일본에서 운영 중인 만화 플랫폼 '픽코마'는 파트너들의 웹툰 등 콘텐츠를 서비스하고 있다. 파트너들의 경쟁력 있는 콘텐츠가 현지 이용자들 사이에서 큰 인기를 얻고 있다.

픽코마를 통한 일본 상륙

일본 진출 한국 웹툰수 110개
<좋아하면 울리는>, <왕의 딸로 태어났다고 합니다>, <애완견의 법칙>, <TEN>, <달빛조각사> 등

카카오의 지원

카카오페이지는 소설 공모전을 개최하며 작가 지망생들에게 데뷔의 기회를 제공하고 있다. 또 콘퍼런스 개최 등을 통해 창작 활동을 고취시킨다.

1 데뷔 기회 제공

21개 출판사와 함께 '밀리언 소설 공모전'을 개최하며 장르소설계 신인 작가를 발굴하고 매년 한국경제신문이 주관하는 '한경 신춘문예'의 후원사로 참여해 문학계에 활력을 불어넣고 있다.

카카오페이지 밀리언 소설 공모전

밀리언 소설 공모전 현황
- 최종 발표: 2019년 2월 중
- 응모 분야: 판타지/현대판타지/무협 부문 및 로맨스/로맨스판타지 부문
- 총 상금: 6억2000만원
- 특전: 대상 총 2명(각 카테고리별) 1억원(창작지원금 포함) 지급 / 카카오페이지 '기다리면 무료' 연재 및 해당 소설 만화화
  우수상 총 21명 2000만원(창작지원금 포함) 지급 / '기다리면 무료' 연재 기회 제공

언론사 신춘문예 후원

2017 한경 신춘문예 소설 당선작 <여흥상사>
- 작가: 박유경
- 카카오페이지 연재 기간: 2017년 3월 ~ 4월
- 연재 횟수: 총 45화
- 독자수: 10만6000명
- 댓글수: 1500개

2 교육 프로그램

창작자를 육성하고 발굴하는 소규모 클래스, 콘퍼런스 등을 개최해 창작자들의 성장을 돕고 있다.

크리에이터스 스튜디오

창작자 육성 소규모 클래스로 3주간 카카오페이지의 대표 인기작가가 웹툰 클래스를 진행한다.

스토리 만들기

10월 16일 미치 작가
작가가 알려주는 웹툰에서 스토리 만들기
- 대표작: <340일간의 유예>

웹툰 그리기

10월 23일 탐이부 작가
평범한 직장인에서 생계형 웹툰 작가가 되다
- 대표작: <흡혈고딩 피만두>, <아임 펫!>

소재 찾기

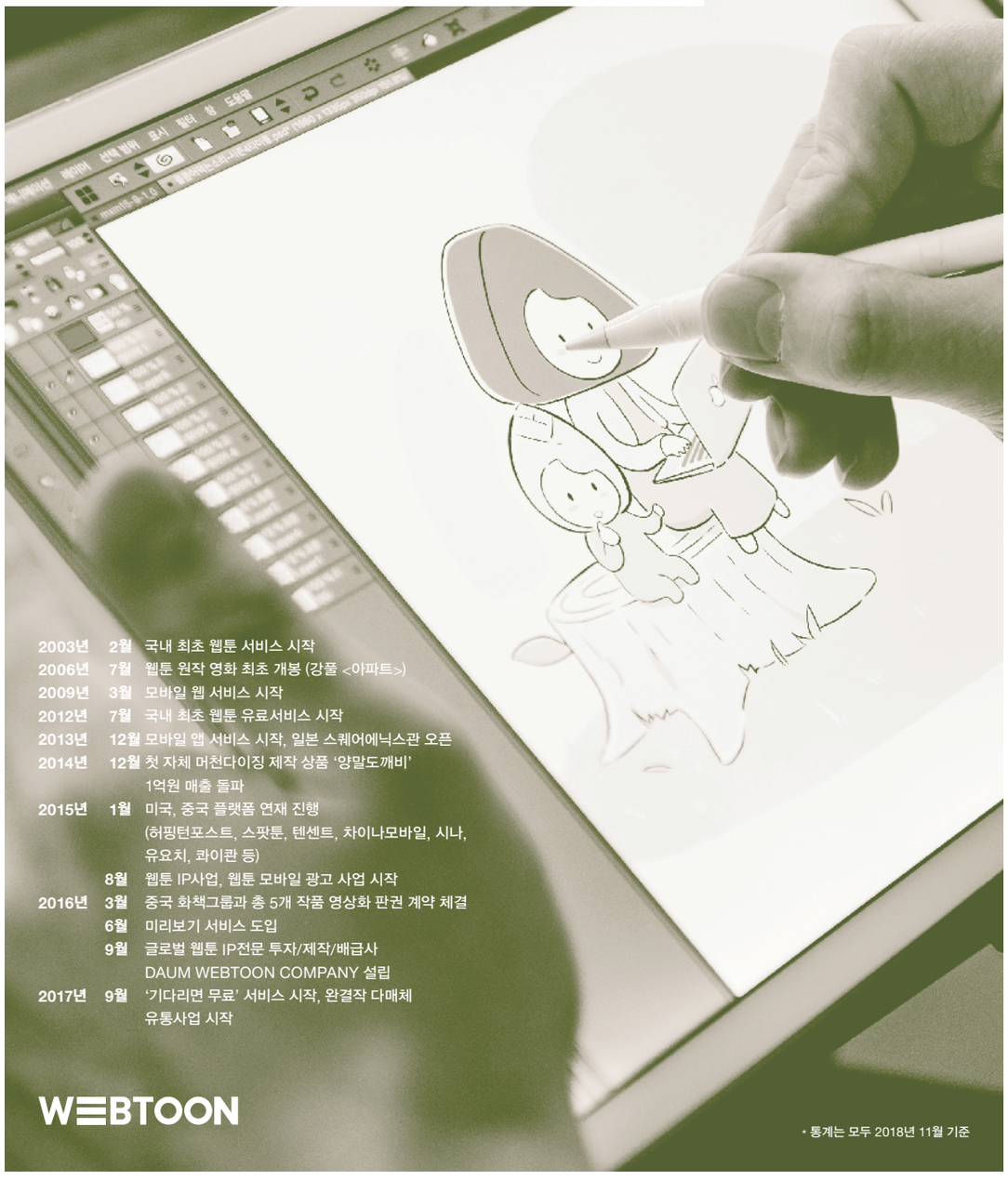
10월 30일 진아 작가
소확행! 일상과 웹툰의 만남
- 대표작: <괜찮아 애송이>

크리에이터스 데이

다양한 아이디어와 잠재력을 지닌 예비 창작자들이 콘텐츠 분야 전문가들과 소통할 수 있도록 마련한 창작자 콘퍼런스로 재단법인 '카카오임팩트'가 주관한다. 지난 11월 30일에는 밀리언페이지 작가인 정경윤 작가, 신월 작가, 홍정훈 작가가 연단에 섰다.

다음웹툰

국내 포털 최초로 웹툰 서비스를 시작한 다음웹툰은 신구세대 작가들이 쏟아낸 수많은 유명 작품들 덕분에 웹툰의 명가로 자리매김했다. 다음웹툰을 통해 소개된 인기 작품들은 영화와 연극, 드라마 등 또 다른 형태의 콘텐츠로 제작돼 재조명받는 등 제2의 전성기를 맞고 있다.



2003년	2월	국내 최초 웹툰 서비스 시작
2006년	7월	웹툰 원작 영화 최초 개봉 (강풀 <아파트>)
2009년	3월	모바일 웹 서비스 시작
2012년	7월	국내 최초 웹툰 유료서비스 시작
2013년	12월	모바일 앱 서비스 시작, 일본 스퀘어에닉스관 오픈
2014년	12월	첫 자체 머천다이징 제작 상품 '양말도깨비' 1억원 매출 돌파
2015년	1월	미국, 중국 플랫폼 연재 진행 (허핑턴포스트, 스팟툰, 텐센트, 차이나모바일, 시나, 유요치, 콰이콴 등)
	8월	웹툰 IP사업, 웹툰 모바일 광고 사업 시작
2016년	3월	중국 화책그룹과 총 5개 작품 영상화 판권 계약 체결
	6월	미리보기 서비스 도입
	9월	글로벌 웹툰 IP전문 투자/제작/배급사 DAUM WEBTOON COMPANY 설립
2017년	9월	'기다리면 무료' 서비스 시작, 완결작 다매체 유통사업 시작

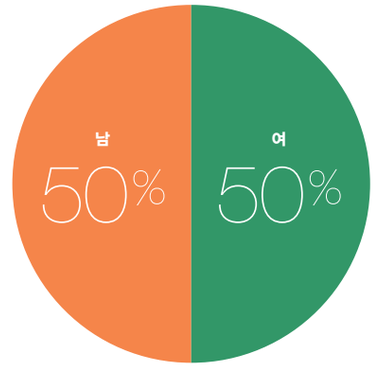
WEBTOON

* 통계는 모두 2018년 11월 기준

이용자 현황

웹사이트 방문자수	월간 700만명 주간 350만명
앱 다운로드수 안드로이드 · iOS 합산	1200만건
순 결제자수	320만 2200명

이용자 성별



파트너 소개

작가 330명 이상, 유료만화업체 20개사 이상이 파트너로 함께하며 새로운 비즈니스 기회를 창출하고 있다.

파트너 현황

개인 작가수	330명
유료만화업체수	20개사

작품 현황

누적 작품수	830개

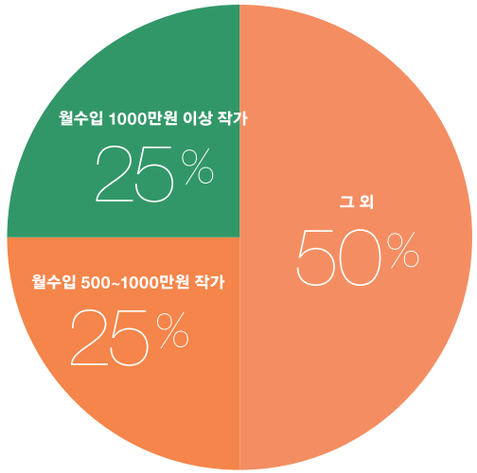
파트너가 거둔 효과

파트너들은 다음웹툰이 지원하는 안정적인 연재 환경을 바탕으로 높은 수익을 거두며, 인지도를 지속적으로 높이고 있다. 또한 해외 시장 진출, 2차 저작물 생산 등 새로운 수익 창출의 기회도 점차 많아지고 있다.

1 수익 창출

파트너들은 연재 고료 외에도 유료 매출, 다매체 유통, 해외 진출, 광고 등 다양한 경로로 수익을 창출하고 있다.

수익 높은 작가 현황



2 안정적인 연재

다음웹툰은 파트너들에게 장기 연재, 다작 등이 가능한 안정적인 연재 환경을 마련하고 있다.

한 작품의 최장 연재 기간

네스티캣 작가 <트레이스>
연재 기간: 2007년 4월 ~ 현재

11년

한 작가의 최다 연재 작품수

강풀 작가
연재 작품: <순정만화> 등

13작품

3 인지도 상승

최고 조회수 16억3000만뷰, 최고 추천수 3만회 이상 등 기록적인 수치를 갱신하며 파트너들의 인지도가 가파르게 상승하고 있다.

최고 조회수

전극진 · 박진환 작가 <브레이커 2>
연재 기간: 2010년 10월 ~ 2015년 5월

16억3000만뷰

최고 추천수

강풀 작가 <무빙> 마지막화
연재 기간: 2015년 2월 ~ 2015년 9월

3만2700회

4 신인 작가 데뷔

다음웹툰은 웹툰리그, 공모대전, 경력작가 모집 등을 통해 매년 30여명의 신인 작가를 데뷔시키고 있다.

다음웹툰 공모대전

매년, 신인 웹툰작가를 배출하기 위해 개최하고 있는 만화 공모전이다. 2014년부터 다음 온라인 만화공모대전으로 명칭을 바꾸었고 올해 다음웹툰 공모대전 6을 개최했다.

공모전 출신 대표 작가

디디 작가, 이은재 작가, 김종훈 작가 등

웹툰리그

아마추어 작가들이 대중에게 작품을 선보이는 공간이자 재능 있는 작가를 더 빨리 발굴하고 성장할 수 있도록 지원하는 프로그램이다.

웹툰리그 1.0 우승 작가
2011년 11월 ~ 2015년 6월
16명

웹툰리그 2.0 우승 및 슈퍼패스 작가
2015년 12월 ~ 2018년 1월
17명

웹툰리그 누적 출품작수
1만9000개

공모전 시행 현황

공모전 본선 당선작가수
2009년 ~ 2018년 10월
52명

공모전 출품작수
연간 1000개

주태희 작가 (글피 작가팀)
대표작: <풀 뜯어먹는 소리>
웹툰 작가 지망생에게는 다음 '만화 속 세상'(현 다음웹툰)의 '나도 만화가'(현 웹툰리그)가 정식으로 데뷔할 수 있는 거의 유일한 등용문이었어요. 여기서 <레이어즈>라는 판타지 학원물을 연재하던 중 다음웹툰에서 연락을 주셔서 2010년 4월 <매지컬>이라는 8화짜리 단편으로 정식 데뷔했습니다. 이후 <매지컬>을 시즌 2까지 연재했고, 이어 장편 연재 계약을 하면서 지금까지 왔어요.

부부가 함께 그리는 귀촌 라이프
Partners with Kakao vol.06

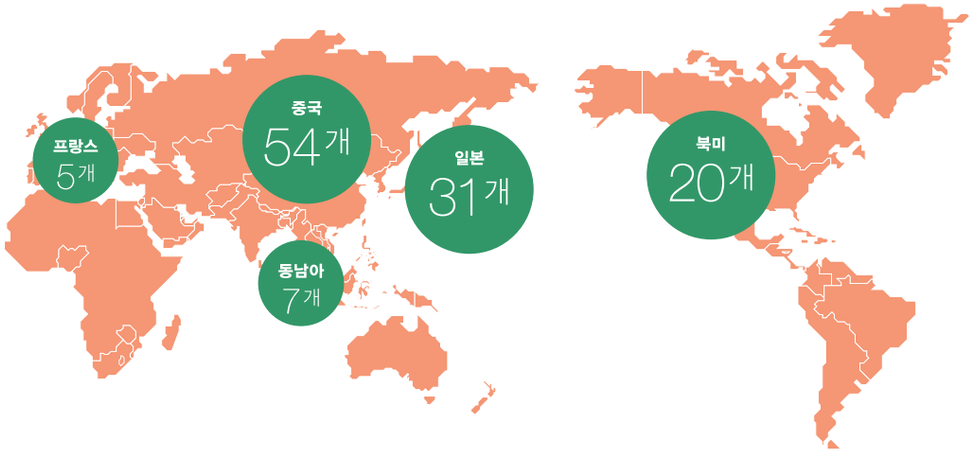
5 해외 진출

천계영 작가의 <좋아하면 울리는>, 이은재 작가의 <TEN>, 이윤희 작가의 <우리 집에 왜 왔니>, 고은 작가의 <살아말아> 등 117개 작품이 해외 시장에 진출했다.

해외진출 작품수

117개

국가별 작품 진출 현황



해외 월간 매출 추이

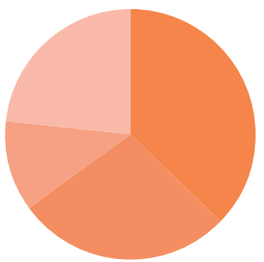
2018 2분기 기준
전년 동기 대비 1.8배 상승

6 2차 저작물 생산

다음웹툰은 드라마 영상화 판권 판매, 캐릭터 상품 출시, 이모티콘 출시 등 다양한 2차 저작물로 제작되고 있다.

2차 저작물 현황

429건



- 영상판권 계약 160건
- 단행본 120작품
- 이모티콘 50종
- 캐릭터 상품 99종

제작 완료된 영상 및 공연 콘텐츠

48건

카카오의 지원

다음웹툰은 연재 작가의 안정적인 창작 활동을 위해 제작 환경과 복지를 지원하고 있다. 또한 작가 간의 네트워킹을 위해 이색 파티, 모임 등을 개최하고 있다.

1 안정적 제작 환경 제공

무료 폰트를 제공하고 저작권 보호를 위한 기술을 개발하는 등 파트너가 안정적으로 작품을 제작할 수 있도록 직간접적인 도움을 주고 있다.

제작 지원

다음웹툰은 산돌커뮤니케이션과 제휴를 맺어 파트너가 연재 작품에 산돌폰트를 무상으로 사용할 수 있도록 지원하고 있다.

폰트 지원을 받은 작가수 114명

제작 환경 개선

다음웹툰은 파트너의 저작권 침해 방지를 위해 노력하고 있다. 웹툰을 불법으로 유통하는 사이트를 발 빠르게 신고해 대응하고 있으며, 자체 모니터링 시스템을 개발해 웹툰 저작권 지키기에 적극적으로 임하고 있다. 2018년 5월부터는 저작권해외진흥협회(COA)에 가입해 해외 불법 유통사이트 모니터링을 강화하고 있다.

여은 작가
대표작 <대새녀의 메이크업 이야기>
계약서 작성이나 협의에 간혹 어려움을 겪을 때가 있어요. 매주 연재분을 마감하면서 PPL 소재까지 작업하면 일정에 부담이 생기기 마련이거든요. 이런 일들을 PD님이 조율해주시니 제 입장에서는 다른 고민 없이 작업에만 몰두할 수 있어서 훨씬 편하죠.

'대새녀' 넌 어느 별에서 왔니
Partners with Kakao vol.01

주태희 작가 (글피 작가팀)
대표작: <풀 뜯어먹는 소리>
프리랜서지만 소속감을 느끼고 싶을 때가 있어요. 회사 다닐 때의 복지가 가끔 그립기도 하고요. 다음웹툰에서는 작가들 상대로 건강검진까지 시켜주세요. 건강관리에 소홀한 웹툰 작가들이 많아 상태가 악화되고 나서야 병원을 찾는 경우가 많은데 이렇게 신경을 써주시니까 정말 감사하죠.

2 복지 프로그램

다음웹툰은 제작 지원뿐만 아니라 작가의 건강, 휴재 등 복지 지원에도 각별히 신경쓰고 있다.

연재작가 건강검진 진행

다음웹툰은 작가 복지 정책의 일환으로 건강검진을 정기적으로 실시하고 있다. 작가뿐 아니라 작가 가족, 지인, 화실 지인까지 건강검진을 할인가로 받을 수 있다.

건강검진 받은 작가수 232명

카카오가 지원한 작가 건강검진 비용 1억1600만원

휴재 지원

한국콘텐츠진흥원이 2018년 8월 공식홈페이지에 게재한 '만화 · 웹툰 작가실태 기초조사 보고서'에 따르면, 웹툰 작가들이 창작 활동 시 가장 큰 어려움을 느끼는 점 중 1위는 '휴식 시간 부족'이다. 다음웹툰은 이 같은 문제를 개선하기 위해 작가의 휴재를 정책적으로 보장하고 있다.

- 명절 휴재 지원
- 시즌 휴재 지원 (30화 단위)

3 네트워킹 프로그램

작가 간의 네트워킹을 위해 매년 다양한 테마의 이색 파티를 개최하고 있다. 매년 150여명의 작가들이 참여하고 있다. 파티에서는 다음웹툰의 사업 비전을 함께 공유하며, 축하공연과 친목게임, 경품 이벤트 등이 진행된다.

시행 현황

- 2012년: 선후배 작가들이 함께하는 클럽파티, 2박3일 제주여행
- 2013년: 30세 이상 작가 종합건강검진, 건강검진 비대상 작가 프로필 촬영 지원
- 2014년: 13일의 금요일에 즐기는 호러파티
- 2015년: 다음웹툰 작가데이 (부제 어느 멋진 하루)
- 2016년: 다음웹툰 작가파티 나이트 & 포차
- 2017년: 다음웹툰 송년회, 건강검진

카카오 이모티콘

카카오 이모티콘은 누구나 쉽게 이모티콘 작가로 데뷔하고, 콘텐츠 제작자로 성장할 수 있는 플랫폼이다. 현재 카카오 이모티콘은 카카오톡뿐 아니라 멜론, 카카오페이지, 카카오TV, Daum 등 카카오의 다양한 서비스에서 사용할 수 있어, 파트너들이 진출할 수 있는 영역을 넓히고 있다.

2011년	11월	이모티콘 스토어 오픈
2013년	10월	움직이는 이모티콘 출시
2017년	4월	카카오 이모티콘 스튜디오 오픈
2018년	4월	큰이모티콘 출시
	7월	스타일그룹 생성
	7월	이모티콘 선물하기 오픈
	8월	이모티콘 선물하기 리뉴얼 (카드 기능 추가)
	11월	이모티콘 스토어 오픈 7주년

kakaoemoticon

* 통계는 모두 2018년 11월 기준

파트너 소개

900여개의 콘텐츠 프로바이더(Contents Provider · CP)가 카카오 이모티콘의 파트너로 함께하고 있으며, 현재 활동하고 있는 이모티콘 작가는 2000여명으로 추산된다.

파트너 현황

CP사수	900개
작가수	2000명

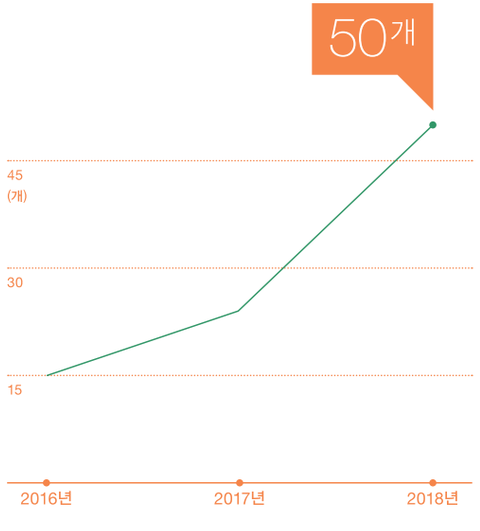
파트너가 거둔 효과

카카오 이모티콘 작가로 데뷔한 많은 파트너들은 억대 매출을 올릴 만큼 상업적인 성공을 거뒀다. 또한 이모티콘 작가를 새로운 직업으로 선택하는 이들이 늘면서 고용 창출에도 기여하고 있다.

1 매출 증대

누적 매출 10억 이상을 기록한 이모티콘이 50개가 넘을 만큼 파트너들의 수익이 가파르게 상승하고 있다.

누적 매출 10억 이상 이모티콘 현황



대표 지적재산(Intellectual Property · IP)

나애미, 오늘의 짤, 옴팡이, 바쁘냥 바쁘개, 사랑하는 그대에게, 요하, 오니기리, 바른 생활, 밍밍이, 빵빵이, 스티키몬스터랩 등

2018년 신규 인기 이모티콘

애소 - 옴팡이

MOH inc. - 오늘의 짤

철새 - 늬에시

terry - 업티콘

2 고용 창출

기성작가들은 물론 경험이 없던 사람들까지, 누구라도 이모티콘 창작자로 성공을 거두는 사례가 늘고 있다. 카카오 이모티콘이 새로운 고용 창출 기회가 되고 있다.

이모티콘 작가가 첫 직업인 파트너

멍무이 멍멍!

박짓장

제제의 발그림, 이초티콘

제제 주영성

더미더미덤더미덤덤

SO

범고래 작가
대표작: 대충하는 답장
평범한 직장인이었던 저에게 이모티콘 작가라는 새로운 직업이 생긴 지 1년이 채 되지 않았어요. '대충하는 답장'의 아이디어가 떠올랐을 때가 마침 카카오 이모티콘 스튜디오가 막 생긴 시점이었어요. 예전이었으면 이런 아이디어로는 한 푼도 벌지 못했겠지만, 이제는 저 같은 일반인도 이모티콘을 만들어볼 수 있는 기회가 생겼으니 타이밍이 참 좋았어요.

주저하지 말고 도전해보세요
Partners with Kakao vol.03

키몽 작가
대표작: 동물짤방세트
원래는 다중 채널 네트워크(Multi Channel Network, MCN) 회사에서 근무했어요. 2016년 당시 온라인에서 인기 많은 1인 창작자의 동영상 콘텐츠 등을 유통하고 관리하는 MCN 회사가 각광받고 있었거든요. 저도 처음에는 창작자로 섭외되어 일을 시작했는데, 자체적으로 디자인과 콘텐츠를 담당할 인력이 필요하다면서 함께 일해 달라는 제의를 받았어요. 그렇게 회사를 다니면서 꾸준히 제 그림을 그렸고요. 제 개인적인 공간에서 콘텐츠를 통해 사람들과 소통하는 것은 즐거웠지만, 이를 수익으로 연결할 마땅한 방법이 없어 고민하고 있었죠. 마침 그때 카카오 이모티콘을 출시하게 되었고 다음웹툰 정식 연재까지 제안받으면서 회사에 다니지 않고도 먹고 살 수 있겠다는 확신이 들었어요. 그래서 사표를 내고 지난해 1월 1일부터 프리랜서 작가의 삶을 선택했습니다.

'아재 개그'의 재탄생
Partners with Kakao vol.04

영역을 확장한 파트너

안녕 베니
청각 장애를 딛고 일러스트레이터에서 이모티콘 작가로 성장

베니

오늘의 짤
디자인 회사로 이모티콘 사업에 진출, 지속적으로 사업 진행

MOHInc.

글씨대장: 감성 수채화로 물들다
캘리그래피에서 이모티콘으로 진출

글씨대장(임욱기)

사랑하는 그대에게
서양화 작가가 모바일로 진출해 성공

임선경

3 시장 확대

카카오 이모티콘 이용자와 구매자가 급증하고, 이모티콘을 사용할 수 있는 서비스가 많아지면서 파트너들이 매출을 얻을 수 있는 시장은 더욱 커지고 있다.

누적 이용자수

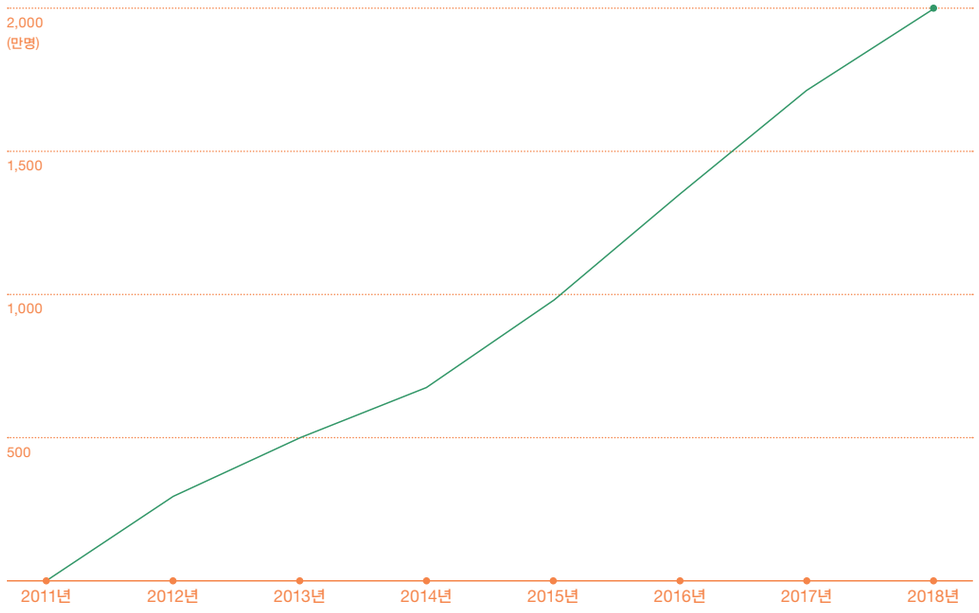
무료 이모티콘 이용자 포함

2800만명

누적 구매자수

2018년 10월 31일 기준

2000만명 돌파



월평균 이모티콘 메시지 전송량

22억건

누적 상품수

2017년 기준
5500개

1000개 추가 오픈

2018년 기준
6500개

4 해외 진출

파트너들은 이모티콘을 발판 삼아 국내뿐 아니라 해외 시장으로까지 진출하면서 이모티콘의 높은 성장 가능성을 스스로 입증하고 있다.

몰랑이의 약간 삐뚤어진 일상

몰랑

몰랑 작가의 이모티콘은 오프라인 굿즈를 시작으로 애니메이션, 게임으로도 제작돼 유럽, 남미, 북미 등 세계 시장에 진출했다. 특히 애니메이션은 디즈니주니어와 프랑스 애니메이션 제작배급사인 밀리마쥬에 병행 배급되는 성과를 이뤘다. 몰랑 작가의 해외 매출 규모는 국내 대비 10배에 이른다.

5 2차 저작물 생산

파트너들의 이모티콘을 기반으로 캐릭터 상품 등 다양한 2차 저작물을 제작하고 있다.

오버액션토끼
오프라인 캐릭터 상품 출시

DK

쥐방울은 너무해
봉제인형 프로젝트로 진행, 캐릭터 상품 출시

쥐방울

바나나 떨이 이처넌~
팝업스토어 오픈, 바나&나나 캐릭터 상품 출시

임봉

옴팡지게 귀여워 옴팡이
팝업스토어 오픈, 인형, 동전지갑, 안마봉 등 캐릭터 상품 출시

애소

카카오의 지원

카카오 이모티콘은 작가들의 복지, 작가 간의 네트워킹, 예비 작가를 위한 교육 등 다방면으로 파트너들을 지원하고 있다.

1 네트워킹 프로그램

파트너와 파트너, 파트너와 이용자가 만나고 소통하는 네트워킹을 지속적으로 주선하고 있다.

이모티콘 크리에이터스 데이

국내 이모티콘 작가들을 대상으로 한 네트워킹 모임이다. 이모티콘의 비즈니스 모델, 이모티콘의 시장 확대 방향, 이모티콘 트렌드 등을 폭넓게 공유하고 있다.

2 복지 프로그램

작업에 매진하느라 건강을 돌볼 시간이 부족한 작가들을 위해 카카오 이모티콘은 무료 건강검진을 실시하고 있다.

건강검진

격년에 한 번씩 파트너 500명을 대상으로 건강검진을 진행하고 있다. 작가 1인당 약 40~50만원 상당의 혜택을 받았다. 지금까지 102명의 작가들이 건강검진을 받았다.

3 교육 프로그램

카카오는 이모티콘 작가를 꿈꾸는 예비 창작자들을 대상으로 소규모 클래스, 대규모 콘퍼런스 등을 꾸준히 개최하고 있다.

크리에이터스 스튜디오

카카오임팩트 내 크리에이터스 스튜디오에서 진행하는 이모티콘 강의다. 이모티콘 제작에 관심이 많은 일반인 50명을 대상으로 3주간 진행했다.

소통의 이모티콘 기획과 제작

10월 17일 임선경 작가
- 대표 이모티콘: 사랑하는 그대에게

'오늘의 짤'의 내일: 짤군의 비하인드 스토리와 상품 마케팅

10월 24일 이주현 대표 (MOH Inc.)
- 대표 이모티콘: 오늘의 짤

'옴팡이' 공감형 캐릭터의 탄생

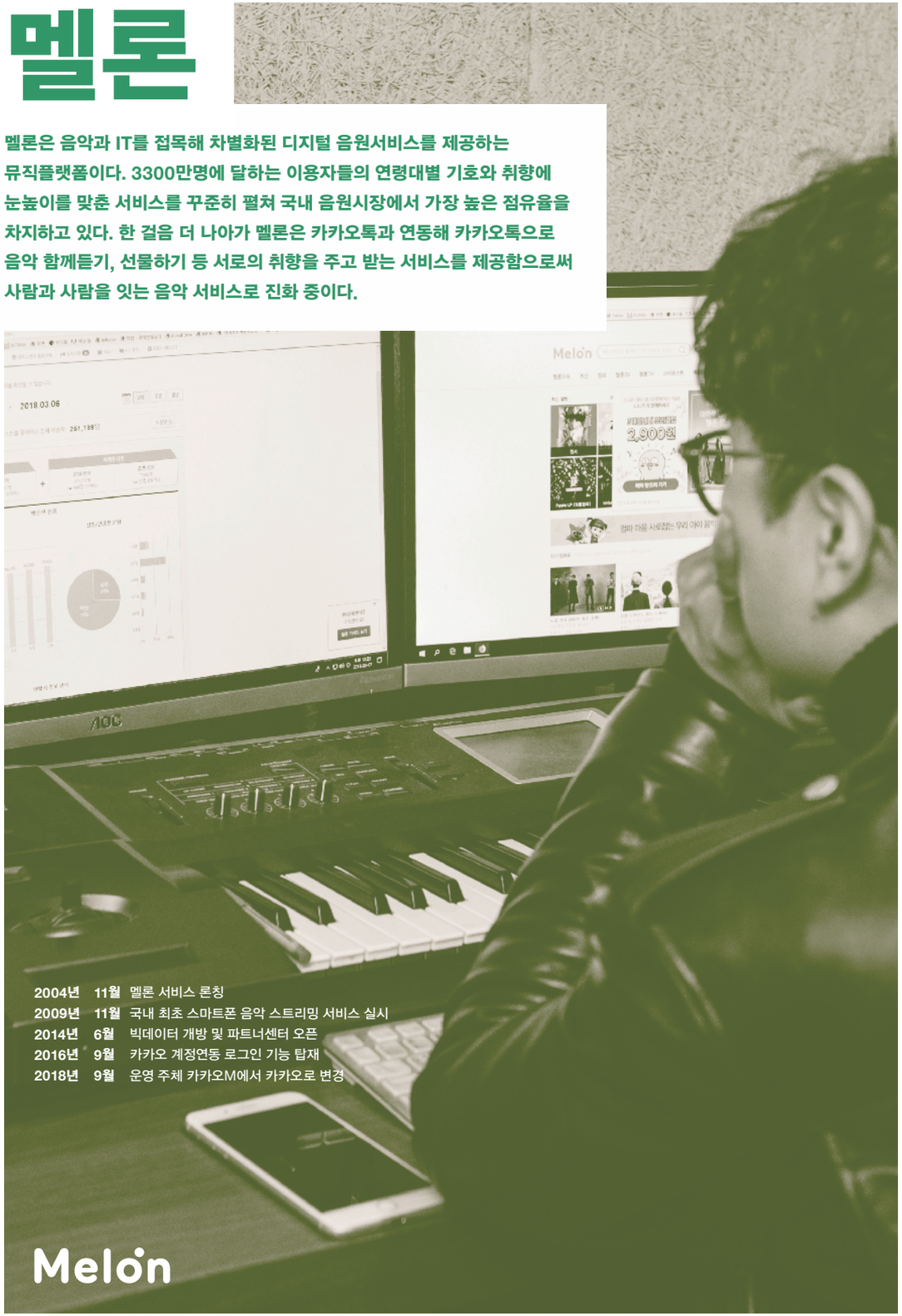
10월 31일 애소 작가
- 대표 이모티콘: 옴팡이

크리에이터스 데이

이모티콘 작가들의 창작 노하우와 창작 스토리를 공유하는 행사다. 대표 작가들이 연사로 등장해 예비 창작자와 신인 작가 등 콘텐츠에 관심이 많은 이들에게 창작에 대한 인사이트를 전달한다. 11월 29일에는 이모티콘 7주년 기념 크리에이터스 데이를 진행해 인기 이모티콘 작가 7명과 예비 콘텐츠 창작자들과의 만남을 주선했다.

멜론

멜론은 음악과 IT를 접목해 차별화된 디지털 음원서비스를 제공하는 뮤직플랫폼이다. 3300만명에 달하는 이용자들의 연령대별 기호와 취향에 눈높이를 맞춘 서비스를 꾸준히 펼쳐 국내 음원시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있다. 한 걸음 더 나아가 멜론은 카카오톡과 연동해 카카오톡으로 음악 함께듣기, 선물하기 등 서로의 취향을 주고 받는 서비스를 제공함으로써 사람과 사람을 잇는 음악 서비스로 진화 중이다.



2004년 11월 멜론 서비스 론칭
2009년 11월 국내 최초 스마트폰 음악 스트리밍 서비스 실시
2014년 6월 빅데이터 개방 및 파트너센터 오픈
2016년 9월 카카오 계정연동 로그인 기능 탑재
2018년 9월 운영 주체 카카오M에서 카카오로 변경

보유음원수

4000만곡

전체 회원수

3300만명

유료 회원수

2018년 3분기 기준

493만명

카카오멜론 플러스친구수

429만명

파트너 소개

멜론은 국내외 아티스트들과 연예기획사를 파트너로 두고 있다. 파트너들은 멜론이 빅데이터를 기반으로 제공하는 양질의 정보를 통해, 시시각각 변화하는 음악시장의 트렌드를 읽어내고 대응할 수 있다.

파트너가 거둔 효과

파트너들은 국내 점유율 1위의 음원서비스인 멜론과 유관 서비스들의 파급력을 바탕으로 국내외 시장에서의 영향력을 확대하고 있다. 기존의 음악방송에서 보여주지 못했던 색다른 영상들을 멜론 플랫폼에서 선보여 아티스트의 인지도가 상승하는 효과를 얻었다. 또 멜론을 기반으로 티켓 마케팅 전략을 세움으로써 공연산업 활성화에도 기여하고 있다.

1 인지도 상승

파트너들은 멜론TV를 통해 다양한 영상을 선보이고 있다. 멜론의 자체 제작 영상인 '멜론오리지널', 기획사나 아티스트가 직접 업로드한 영상인 '아티스트 업데이트'는 팬들에게 더욱 가까이 다가가는 창구 역할을 한다. 특히, 멜론 오리지널 콘텐츠인 라이브원(Live ONE)은 당일 발매된 신곡 라이브를 생중계로 가장 먼저 만나볼 수 있는 공연형 오리지널 콘텐츠로, 아티스트의 신곡 홍보에 큰 기여를 하고 있다.

멜론TV 누적 영상수

전체 영상수	8만6440개
오리지널 영상수	3002개
아티스트 업데이트 영상수	2만7700개

라이브원을 통한 신곡 홍보 효과

2018년 라이브원 참여 아티스트 수 : 15팀

여자친구		마마무		폴킴	
멜론TV 조회수	5만건	멜론TV 조회수	7만3000건	멜론TV 조회수	3만1000건
카카오TV 조회수	85만3000건	카카오TV 조회수	112만8000건		

박진우 뉴런뮤직 대표
대표 아티스트: 폴킴

앨범이 공개된 당일 멜론TV의 라이브원(Live ONE)에 출연한 덕을 많이 봤어요. 라이브원은 멜론 앱이나 카카오톡과 연동된 카카오TV를 통해 그날 발매된 신곡을 가장 먼저 라이브로 들을 수 있는 공연형 콘텐츠예요. 예전에는 가수들이 TV 음악 프로그램에 출연해 신곡을 알렸다면, 이제는 모바일 콘텐츠로도 TV 출연 못지않은 홍보 효과를 볼 수 있게 됐어요. 사람들이 스마트폰으로 음악을 가장 많이 듣는 시간대인 오후 11시에 생중계를 시작해서 5만명이 폴킴의 라이브 무대를 지켜봤어요. 공연이 끝나고 자정에 공개된 실시간 순위에서 전곡이 인기 차트에 진입했고, 타이틀곡 '길'은 실시간 10위까지 기록했습니다.

천상의 목소리, 데이터의 힘을 입다
Partners with Kakao vol.05

2 공연 예매 활성화

파트너들은 멜론의 티켓판매서비스인 멜론티켓을 통해 공연 예매율을 높이고 있다. 멜론의 빅데이터가 파트너에게 적합한 주요 타깃층을 선별하면 해당 이용자를 대상으로 집중적인 홍보 전략을 펼쳐 마케팅 효율을 높임으로써 공연 예매를 활성화시킨다.

멜론티켓

이용자가 선호하는 아티스트와 장르, 지역을 등록하면 취향에 맞는 공연 관련 푸시 알림을 전송하거나 유사한 공연을 추천한다. 동종업계 최대 동시접속 수용능력과 예매시스템 간소화로 더욱 편리한 예매가 가능해졌다.

멜론티켓 누적 판매량

2016년 4월 ~ 2018년 10월 기준

공연수		판매량	
콘서트	1,934	콘서트	1,376,445
뮤지컬	103	뮤지컬	28,648
팬미팅	32	팬미팅	90,527
연극	26	연극	6,863
전시	28	전시	69,039
기타(클래식 등)	101	기타(클래식 등)	219,997
총계	2224개	총계	179만1600매

유진선 울트라코리아
마케팅커뮤니케이션 본부장

멜론티켓은 온라인 예매에서부터 공연 당일 오프라인 현장 판매까지 티켓 판매의 전 과정에서 강점을 발휘하는 플랫폼이에요. 멜론티켓의 온라인 판매가 안정적이어서 사전 예매 고객들에게 양질의 서비스를 제공할 수 있었죠. 여러 가지로 운영에 어려움이 많은 공연 당일 현장 티켓 판매도 멜론티켓의 전문적인 시스템 도움을 받아 훨씬 효율적으로 운영했습니다. 덕분에 울트라코리아에 대한 관객들의 인상이 좋아진 것 같아서 기뻐요.

카카오의 지원

파트너들을 위한 멜론의 지원 시스템은 파트너센터에 집약돼있다. 빅데이터를 바탕으로 파트너들에게 이용자들의 음원 및 동영상 이용 패턴을 전달하고 '좋아요', '팬맺기' 등 팬들과의 교감수치를 분석한 리포트를 제공한다.

마케팅 프로그램

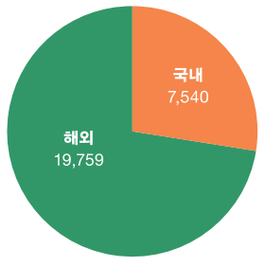
멜론의 파트너센터는 국내 음악산업 최초의 마케팅 플랫폼이다. 파트너들이 등록한 콘텐츠를 파트너센터가 멜론 곳곳의 다양한 영역에 노출함으로써 팬들에게 보다 효과적이고 직접적으로 전달한다. 파트너들은 팬들의 음악 청취 및 공유 현황과 좋아요, 댓글 등의 피드백, 반응 현황을 즉각적으로 파악할 수 있으며 콘텐츠 발송에 의한 팬 증감 여부도 직관적으로 확인할 수 있다. 파트너센터는 팬덤의 규모나 인지도에 관계 없이, 모든 파트너들이 무료로 이용할 수 있다.

파트너센터

멜론 파트너센터는 3만명에 달하는 아티스트들이 가입돼 있으며 모든 서비스는 웹과 모바일에서 무료로 제공된다.

등록 아티스트수

2만7300명



누적 콘텐츠수

포토	21만9000장
영상	13만9600개
플레이리스트	1만2800개

파트너센터를 통한 팬 증가

파트너센터에 콘텐츠를 업로드하면서 지속적으로 팬과 소통한 파트너들은 최근 1년간 팬이 크게 늘었다.

선우정아	10cm	여자친구
소속사: 매직스트로베리	소속사: 매직스트로베리	소속사: 쏘스뮤직
전체 콘텐츠 등록건수 193건	전체 콘텐츠 등록건수 213건	전체 콘텐츠 등록건수 339건
2017년 11월 맺은 팬수 1만9200명	2017년 11월 맺은 팬수 7만8000명	2017년 11월 맺은 팬수 9만3400명
2018년 11월 맺은 팬수 2만9200명	2018년 11월 맺은 팬수 10만8300명	2018년 11월 맺은 팬수 11만3000명
1년간 팬증가율 52%	1년간 팬증가율 39%	1년간 팬증가율 21%

박진우 뉴런뮤직 대표
대표 아티스트: 폴킴

예전에는 우리를 모르는 사람들에게 폴킴의 음악을 알려야 한다는 생각이 앞섰다면, 이제는 사람들의 기대치를 충족시키기 위한 고민도 해야 한다는 점이 달라진 것 같아요. 그럴 때 멜론의 파트너센터가 많은 도움이 돼요. 파트너센터에서는 콘텐츠를 감상한 시청자의 연령, 성별, 친밀도 등의 데이터도 확인할 수 있어요. 뮤직비디오 시청자 가운데 '팬맺기'를 한 사람이 70% 이상을 차지하는 반면, 멜론의 자체 예능 콘텐츠 시청자 중에선 일반 시청자 비중이 60%나 되더라고요. 뮤직비디오보다 시청자의 성별 및 연령대가 다양한 거예요. 이렇게 시청자 특징이 다르면 콘텐츠별로 어떤 매력을 더 어필하는 게 나은지 미리 준비할 수 있으니까 확실히 도움이 되죠.

브런치

브런치는 '글이 작품이 되는 공간'이라는 비전을 가지고 2015년 6월부터 카카오에서 운영 중인 콘텐츠 퍼블리싱 플랫폼이다. 심사를 거친 작가들이 지속적으로 콘텐츠를 올리고, 이용자들은 이 양질의 콘텐츠를 구독할 수 있도록 좋은 글과 독자를 연결하는 것이 브런치의 특장점이다. 브런치에 현재 등록된 작가수는 약 2만명이며, 브런치 작가가 출간한 도서는 1200권에 달한다.

2015년	6월	서비스 시작
	9월	브런치북 프로젝트 오픈
2016년	2월	컬래버레이션 프로젝트 오픈
	10월	브런치 책방 오픈
2017년	1월	무비 패스 오픈
	4월	POD 프로젝트 오픈
	6월	위클리 매거진 오픈
	12월	구글플레이 선정, 올해를 빛낸 소설 앱 '최우수상'
2018년	7월	제안하기 오픈

* 통계는 모두 2018년 11월 기준

파트너 소개

브런치의 심사와 승인을 거쳐 작가로서 활동 중인 파트너들은 다양한 방식으로 독자와 소통하고 있다. 에세이, 여행, 글쓰기 등 브런치의 키워드 분류 방식을 통해 관심사가 통하는 독자와 더 쉽게 만나고 있으며, 브런치의 정기 연재 서비스 '위클리 매거진'에 엄선된 파트너들은 도서 출간의 기회를 얻어 독자층을 더욱 확대하고 있다.

승인 받은 작가수

2만명

작가 프로필 키워드 TOP 10

- #에세이 2359명
- #여행 1708명
- #글쓰기 888명
- #영화 833명
- #책 760명
- #사랑 621명
- #IT 618명
- #라이프스타일 569명
- #스타트업 538명
- #해외생활 469명

* 작가별로 최대 3개까지 키워드 입력 가능

위클리 매거진 현황

작가수 205명

작품수 213편

파트너가 거둔 효과

**파트너들은 브런치를 통해 출간이라는 꿈을 이루고 있다.
출간을 통해 수익을 얻을 뿐 아니라 베스트셀러에 진입하거나
해외 출판 시장에 진출하는 등의 성과를 거두며 전업작가로서의
삶을 진지하게 모색하는 이들도 있다.**

1 출간

63명의 파트너들이 브런치를 통해 첫 책을 출간했다. 지금까지 브런치 작가가 출간한 누적 도서수는 1200권을 넘어서고 있다.

브런치로 첫 책을 출간한 작가수

63명

청민 작가
<B컷 시선>
2015년 12월 출간

김권수 작가
<내 삶의 주인으로 산다는 것>
2017년 4월 출간

고수리 작가
<우리는 달빛에도 걸을 수 있다>
2016년 3월 출간

브런치 작가가 출간한 누적 도서수

1200권

2 베스트셀러 진입

출간의 기회를 얻은 파트너들 중 베스트셀러 작가로 등극한 이들도 있다.
브런치 작가들이 한국 출판계에서 대중성과 작품성을 모두 인정 받았다는 점,
침체된 출판 시장에 활기를 불어넣었다는 점에서 고무적인 성과다.

정문정 작가
<무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법>

브런치 구독자수	8564명
브런치 글수	49편
책 판매량	40만부

하완 작가
<하마터면 열심히 살 뻔 했다>

브런치 구독자수	4588명
브런치 글수	26편
책 판매량	10만부

장수연 작가
<처음부터 엄마는 아니었어>

브런치 구독자수	3097명
브런치 글수	77편

3 해외 진출

파트너들은 브런치로부터 기획과 마케팅에 관한 도움을 받아 국내뿐 아니라 해외 출판 시장에 진출해 가시적인 성과를 거두고 있다.

권용진 작가
<인공지능 투자가 퀀트>

진출 국가

중국

정문정 작가
<무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법>

진출 국가

대만, 베트남, 인도네시아, 일본, 태국

정문정 작가

브런치를 통해 저는 참 많은 기회를 얻게 된 것 같아요. 일기가 아닌 모든 글은 많은 사람들이 읽어줄 때 더 의미가 있잖아요. 제 글을 많은 사람들이 읽고 스스로를 돌아보면 좋겠다고 생각했는데 브런치가 그 통로가 돼 줬습니다. 해외에서 펴낸 책은 아직 손으로 만져보지 않아서 실감이 안나지만 결국 더 많은 분들이 제 글을 읽을 수 있게 된 거라서 뿌듯해요. 오로지 글에만 집중할 수 있도록 해주는 브런치라는 특별한 플랫폼을 통해 더 많은 분들이 글을 쓰고, 독자를 만났으면 좋겠어요.

카카오의 지원

브런치는 출판사, 잡지사 등과의 협업을 통해 파트너들이 더 많은 독자들에게 글을 선보일 수 있도록 돕는다. 또한 작가 간의 네트워킹 행사, 예비 창작자를 육성하는 멘토링 프로그램 등도 꾸준히 진행하고 있다.

1 브런치북 프로젝트

브런치가 출판사와 함께 진행하고 있는 출간 공모전이다. 전업작가뿐 아니라 글쓰기에 관심 있는 누구나 책 출간의 꿈을 이룰 수 있도록 2015년부터 꾸준히 개최해오고 있다.

브런치북 프로젝트 누적 통계

누적 참여 작가수	1만300명	누적 참여 글수	22만5000개	누적 수상자수	181명
누적 출간 작가수	33명	누적 지원금액	1억5600만원		

	시행 시기	참여 작가(명)	참여 글(개)	수상작가
1회	2015년 9월 1일 ~ 30일	1602	4만500	**수상자: 35명** 대상 5명 (책 출간) / 금상 10명 (출간 지원금 100만원) 은상 20명 (출간 지원금 50만원)
2회	2016년 3월 2일 ~ 31일	1959	2만9600	**수상자: 36명** 대상 10명 (책 출간 + 출간 지원금 200만원) 금상 10명 (출간 지원금 100만원) 은상 15명 (출간 지원금 50만원) 아동문학상 1명 (출간 지원금 100만원)
3회	2016년 9월 5일 ~ 10월 3일	2108	4만1100	**수상자: 37명** 대상 7명 (책 출간 + 출간 지원금 200만원) 금상 10명 (출간 지원금 100만원) 은상 20명 (출간 지원금 50만원)
4회	2017년 3월 2일 ~ 31일	2377	5만7900	**수상자: 38명** 대상 5명 (책 출간 + 출간 지원금 200만원) 금상 10명 (출간 지원금 100만원) 은상 20명 (출간 지원금 50만원) 일러스트 부문 대상 1명 (책 출간 + 전시 지원) 일러스트 부문 금상 2명 (창작 지원금 100만원)
5회	2017년 10월 10일 ~ 11월 12일	2193	5만5900	**수상자: 35명** 대상 5명 (책 출간 + 출간 지원금 200만원) 금상 10명 (출간 지원금 100만원) 은상 20명 (출간 지원금 50만원)
누계		1만300	22만5000	**수상자: 181명 / 책 출간: 33명 / 지원 금액: 1억5600만원**

청민 작가
대표작: <B컷 시선>

혼자 은행을 다녀오던 길에 브런치북 프로젝트 수상 연락을 받았어요. 처음에는 보이스 피싱인 줄 알았어요. 정말 기대를 안 하고 있었거든요. 그러다 점점 실감이 나는데, 사람이 너무 기쁘면 웃다가 울다가 한다잖아요. 제가 딱 그랬어요. 정말 너무 기뻐서 길거리 한복판에서 방방 뛰었죠. 취업 문제로 고민이 많던 시기에 한 줄기 빛을 만난 것 같았어요.

글이 작품이 되는 순간
Partners with Kakao vol.03

2 협업 기회 제공

브런치는 파트너들에게 글쓰기에 참신한 영감을 자극하고, 새로운 기회를 제공하기 위해 잡지사, 영화사와의 협업 프로젝트를 진행하고 있다.

브런치 컬래버레이션 프로젝트

브런치는 론리플래닛 매거진 코리아, 어라운드 등 유명 매거진과 협업해 파트너들의 글이 잡지에 게재되는 기회를 제공하기도 했다.

론리플래닛 매거진 코리아

- 수상작가: 8명
- 대상: 1명 (수상작가 작품 매거진 게재 + 루프트한자 유럽 왕복 항공권 2매)
- 우수상: 2명 (매거진 게재 + 지미스튜디오디자인 R50 스피커)
- 장려상: 5명 (매거진 게재 + 론리플래닛 가이드북 3권)

빅이슈

- 수상작가: 6명 (수상작가 작품 매거진 게재)

볼드저널

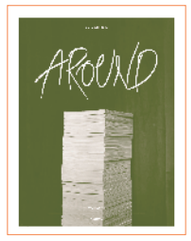
- 수상작가: 8명
- 대상: 1명 (수상작가 작품 매거진 게재 + 에어비앤비 여행 크레딧 1500달러)
- 최우수상: 3명 (매거진 게재 + 에어비앤비 여행 크레딧 500달러)
- 우수상: 5명 (볼드저널 피크닉 매트&가방 세트)

오보이 매거진

- 수상작가: 15명 (수상작가 작품 매거진 게재)

어라운드매거진

- 수상작가: 총 6명
- 상장: 3명 (수상작가 작품 매거진 게재 + 네스트 호텔 스탠다드룸 1박 숙박권)
- 발상: 3명 (매거진 게재 + 어라운드에서 발행하는 매거진 패키지)

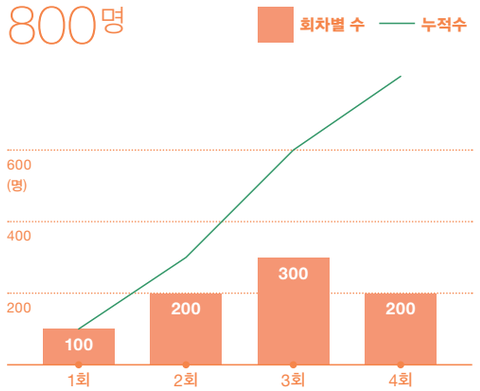


브런치 무비 패스

브런치는 영화에 대한 깊이 있는 해석이 돋보이는 글을 선정하고, 해당 작가에게 6개월간 브런치와 제휴를 맺은 영화의 시사회 초대권을 무료로 제공한다.

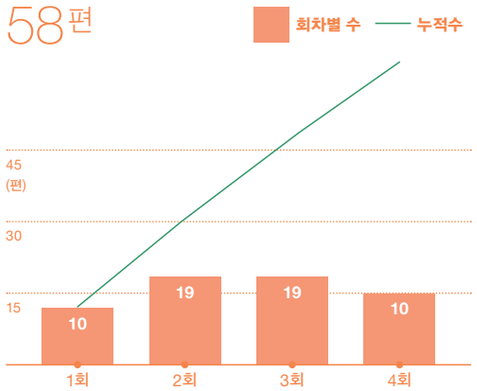
참여 작가

800명



소개된 영화수

58편



3 멘토링 및 교육 프로그램

브런치는 창작자를 육성하고 또 성장시키기 위해 기성작가와의 만남, 작가 간의 네트워킹 행사, 교육 프로그램 등을 진행하고 있다.

작가와의 만남

이우성, 리모, 장하오천·양양, 주한스웨덴대사관 정문정, 아도르, 이유미

7회 진행

크리에이터 땡큐 파티

카카오의 창작자 초청 감사 행사다. 2017년 12월 16일에 개최된 3회 크리에이터 땡큐 파티에는 브런치와 스토리펀딩 창작자 70명이 모여 서로의 이야기에 소통하고 공감하는 시간을 가졌다.

크리에이터스 스튜디오

콘텐츠 창작자 육성과 발굴을 위해 마련된 소규모 창작 클래스로 웹툰, 이모티콘, 글쓰기 등 3가지 클래스로 구성돼 있다.

크리에이터스 데이

2018년 11월 27일 카카오임팩트 재단 주최로 조수용 카카오 대표이사, 강백수 가수 겸 작가, 손화신 기자 등 브런치 대표 작가들이 연사로 나서 글쓰기의 힘에 대한 진솔한 이야기를 들려줬다.

스토리펀딩

스토리펀딩은 창작자와 후원자를 연결하는 콘텐츠 크라우드펀딩 서비스 플랫폼이다. 2014년 국내에서 처음으로 '뉴스펀딩' 서비스를 시작해 이듬해 스토리펀딩으로 명칭을 고치면서 서비스를 확대 개편했다. 펀딩 카테고리도 저널리즘에서 라이프, 캠페인, 아트, 스타트업, 출판, 스포츠에 이르기까지 확장시켰다. 결과적으로 스토리펀딩은 서비스 오픈 이래로 창작자의 콘텐츠에 가치를 부여하는 실험을 해오며 의미 있는 성과를 이뤄냈다. 스토리펀딩은 더욱 지속 가능한 콘텐츠 생산을 위해 카카오의 다른 서비스들과 시너지 방안을 모색하고 있다.

2014년 9월 뉴스펀딩, 8개 프로젝트로 서비스 오픈
2015년 10월 스토리펀딩 서비스 확대 개편
2016년 8월 하트펀딩 서비스 오픈
2017년 1월 피플펀딩 서비스 오픈 (정기결제 도입)
7월 카카오계정 로그인 도입 등 시스템 개편
2018년 9월 신규 프로젝트 '시작하기' 기능 중단

storyfunding

• 통계는 모두 2018년 11월 기준

파트너 소개

스토리펀딩의 기록적인 수치는 파트너들의 참여율을 짐작게 한다. 파트너인 창작자들과 후원자들은 성별, 직업, 나이에 관계없이 스토리펀딩에 참여하며 새로운 크라우드펀딩 문화가 정착하도록 힘써 왔다. 또한 클릭수가 펀딩 금액으로 환산되는 하트펀딩, 창작자를 정기적으로 후원하는 피플펀딩 등 새로운 펀딩 방식을 통해 서비스의 외연을 확장했다.

스토리펀딩 현황

2018년 8월 2일 누적 기준

펀딩 참여자수	42만3000명
누적 펀딩 총액	164억9045만7800원
펀딩 프로젝트수	2230개
창작자수	3816명

카테고리별 프로젝트수와 펀딩금액

캠페인	579개 52억6059만원
저널리즘	289개 33억4634만5200원
라이프	540개 30억5913만5000원
아트	354개 21억4589만4400원
스타트업	205개 13억5700만3800원
출판	231개 9억6124만5400원

하트펀딩, 피플펀딩, 유료콘텐츠 현황

하트펀딩		피플펀딩		유료콘텐츠	
프로젝트수	23개	프로젝트수	26개	프로젝트수	2개
총 하트수	3821만8100개	총 후원자수	2245명	총 판매건수	188건
		총 판매금액	3억4798만3500원	총 판매금액	28만5900원

창작자 외 파트너 현황

카카오클래스, 지구인컴퍼니, CiT코칭컴퍼니, 걸스로봇, 스푼잉글리쉬 등 **26개**

파트너가 거둔 효과

파트너들은 스토리펀딩을 통해 책, 영화, 음악, 제품 등의 제작비를 조달해 콘텐츠 기획부터 상용화까지 안정적으로 진행할 수 있게 됐다. 공익적인 프로젝트도 스토리펀딩과 의기투합하면서 추진력을 얻었다.

1 수익 창출 및 영향력 확대

파트너들은 각자의 콘텐츠를 스토리펀딩을 통해 이용자들에게 공유한 덕분에 매출을 늘리고 인지도 및 영향력을 높일 수 있었다.

1000명 이상 팬이 있는 창작자수

293명

1000만원 이상 펀딩 받은 창작자수

521명

가장 많은 펀딩금액과 후원자 참여 프로젝트

하나도 거룩하지 않은 파산 변호사
재심 변론 활동 후원

펀딩 참여	1만8100건
펀딩금액	5억6797만8000원

목표달성 568%

2 판로 개척

판로에 한계를 느낀 파트너들이 스토리펀딩을 통해 펀딩을 받아 시장에 재진입하고 초기 자본금을 확보하는 등 돌파구를 마련할 수 있었다.

작은 출판사들의 판로 모색

모험을 시작한 작은 책들
설 자리 잃은 소규모 출판사 후원

펀딩 참여	141건
펀딩금액	509만3000원

목표달성 204%

땡땡땡 협동조합
위기 겪는 출판사 후원

펀딩 참여	227건
펀딩금액	1176만8000원

목표달성 118%

제품의 첫 판로 제공

내 몸에 맞는 생리컵 찾기
생리컵 식약서 허가 비용 후원

펀딩 참여	187건
펀딩금액	783만원

목표달성 157%

미래에서 온 줄넘기, 스마트 로프
스타트업 초기 자금 후원

펀딩 참여	614건
펀딩금액	3925만5000원

목표달성 785%

3 가치 창출

파트너들은 더 나은 미래를 위한 대안을 제시하고, 스토리펀딩을 발판 삼아 그 대안의 실현가능성을 높였다. 특히 스토리펀딩은 대안언론사들의 활동에 든든한 뒷받침이 됐다. 후원자들의 펀딩을 기반으로 대안언론을 실현하고 있는 파트너들은 기존 언론사가 매체 밖 현실에 영향을 끼칠 수 있도록 힘을 보태고 있다.

대안언론 실현

박상규 기자의 셜록 프로젝트
탐사보도 전문매체 후원

목표달성 155%

후원	310명
펀딩금액	4677만3000원

박상규 셜록 기자

스토리펀딩이라는 신규 서비스를 통해 기자가 취재를 잘하고 기사만 잘 쓰면 회사에 다니지 않아도 먹고살 수는 있겠다는 것을 두 눈으로 확인할 수 있었어요. '하나도 거룩하지 않은 파산 변호사' 프로젝트를 하고 제 몫으로 받은 돈은 1억 5000만원 정도인데, 빚을 갚고 나니 돈이 조금 남았어요. 대단한 액수는 아니었지만 직장인이 몇 년은 부지런히 모아야 할 정도는 됐어요. 제가 간이 작아서 이 돈을 마냥 가지고만 있으면 안 될 것 같더라고요. 그래서 진실 탐사 그룹 '셜록'을 만들었어요. 매체의 성격이 변할수록 저널리즘 정신에 충실한 기사들이 주목을 받고 있어요. 이런 변화가 저 같은 사람에게는 좋은 기회라고 생각합니다. 달라진 뉴스 환경에 적합한 새로운 매체 중 하나로 카카오의 스토리펀딩을 꼽을 수 있겠죠. 제가 스토리펀딩을 통해 약간의 성과를 낼 수 있었던 것은 오로지 콘텐츠를 만드는 일에만 집중할 수 있었기 때문이라고 생각해요. 기자, 그러니까 콘텐츠 창작자가 광고주를 만날 필요도 없고, 특정 인물이나 단체에 유리한 기사를 쓸 필요도 없고요. 기사를 유통하고 수익을 내는 방법에 대한 고민은 플랫폼이 대신 해주었으니까요.

좋은 기사만 쓰면 된다는 확신
Partners with Kakao vol.01

국가 권력의 심장부를 겨냥하다
다큐멘터리 개봉관 확보 후원

목표달성 217%

펀딩 참여	1만7300건
펀딩금액	4억3427만6000원

연구비 펀딩

트랜스젠더 건강 연구 시작합니다
성소수자 건강연구 후원

목표달성 164%

펀딩 참여	438건
펀딩금액	1644만9000원

다이애나 프로젝트
휴머노이드 로봇 부품비용 후원

목표달성 149%

펀딩 참여	137건
펀딩금액	1489만7500원

업윤설 키네틱 아티스트

라이더 센서와 관성측정장치(IMU)를 마련하는 데만 1000만원이 훌쩍 넘게 들더라고요. 한국로봇산업진흥원에서 2억원을 지원받았지만, 핵심 부품을 사는 데 10% 사용되고, 재료비만 7000만원 정도 들어요. 인건비, 전지훈련비, 외주 제작비까지 더하면 2억원은 턱없이 부족하다는 계산이 나와요. 2호기는 커녕 1호기 완성도 힘들겠더라고요. 지난해 9월에는 수중에 딱 30만원 남았어요. 너무 슬펐죠. 제가 활동하고 있는 과학기술인 네트워크 'ESC(변화를 꿈꾸는 과학자들의 모임)'에서 스토리펀딩 프로젝트에 매칭 펀드(Matching Fund)를 진행하고 있었어요. 스토리펀딩 목표 금액을 달성하면 목표 금액의 두 배가 되도록 나머지 금액을 지원해주는 거예요. 스토리펀딩을 성공한 덕분에 ESC 매칭 펀드로 약 500만원에 해당하는 금액도 추가로 후원받을 수 있게 됐죠. 라이더 센서를 구입해 1호기를 보강한 다음 2호기도 완성할 수 있겠더라고요. 스토리펀딩 덕분에 다이애나 2호기는 시민이 완성하는 세계 최초의 휴머노이드가 되는 거예요.

로봇, 독자의 힘으로 슬로프를 달리다
Partners with Kakao vol.02

공익에 기여

공익 캠페인 현황
전체 캠페인의 27%

566건

소방관과 우리, 서로가 서로를 구하다
공상소방관 후원

펀딩 참여 1474건

펀딩금액 4136만9800원

목표달성 2068%

'3D 프린터'로 잃어버린 손을 찾다
전자 의수 제작 후원

펀딩 참여 391건

펀딩금액 1123만8500원

목표달성 112%

광고하는 착한 리어카를 아시나요?
폐지수거 노인 후원

펀딩 참여 421건

펀딩금액 287만3100원

목표달성 144%

모두를 위한 만지는 시계
시각장애인용 시계 제작비 및 장애인식개선 교육비용 충당

펀딩 참여 82건

펀딩금액 1746만3500원

목표달성 175%

메모리얼 벤치
세월호 추모 벤치 제작비 후원

펀딩 참여 952건

펀딩금액 1347만7800원

목표달성 135%

카카오의 지원

스토리펀딩은 파트너들이 후원자들에게 보내는 창작물에 수반되는 배송비를 일부 부담하고, 파트너들을 위한 멘토링 등 창작력을 북돋는 활동에도 앞장섰다.

1 비용 지원

스토리펀딩은 플랫폼의 역할을 수행함과 동시에 사회적기업인 두손 컴퍼니와 협력해 파트너의 창작물 배송비 일부를 부담했다.

배송비 지원 규모

연간 6000만원

2 멘토링 및 교육 프로그램

카카오는 다양한 콘텐츠 플랫폼에서 활동하는 창작자들이 한자리에 모여 소통과 화합을 다지는 행사를 개최하고 있다. 창작자 간의 만남은 상생과 시너지 창출에 초점이 맞춰져 있다.

크리에이터 땡큐 파티

1회 2015년 10월 23일 뉴스펀딩 1주년
- 30명 (박상규, 만드로 등 참석)
- 스토리펀딩 전환 공표

2회 2016년 10월 21일 스토리펀딩 2주년
- 50명 (박상규, 만드로, 김민섭 등)
- 수익금 카카오같이가치에 기부

3회 2017년 12월 16일 스토리펀딩 &브런치
- 총 70명 (남궁인, 고귀현, 윤수영, 선아키 등)

1boon

1boon은 누구나 공감할 수 있는 생활밀착형 콘텐츠부터 사회, 정치, 예술, 문화 등 다양한 주제의 콘텐츠를 제공하는 모바일 기반의 플랫폼이다. 또한 카카오톡, Daum과 연계해 콘텐츠를 노출시키고, 이용자별 맞춤형 추천과 태그 같은 기능을 접목하는 등 모바일 환경에 최적화된 콘텐츠 플랫폼으로 진화하고 있다.

2015년 **7월** 베타서비스 실시
12월 1boon 서비스 정식 출시
(트렌딩, 이슈, 엔터, 라이브러리 등 7개 채널)
2017년 **1월** 동물 채널 확장
12월 BBC와의 전격 제휴로 BBC뉴스 채널 신설
2018년 **10월** 현재 350개 파트너와 함께 서비스 중

1boon

• 통계는 모두 2018년 8월 기준

파트너 소개

350개가 넘는 콘텐츠 프로바이더(Contents Provider · CP)가 1boon을 통해 하루 평균 207개 콘텐츠를 발행하고 있다. 방송사, 언론사, 매거진, 공공기관까지 다양한 분야의 CP가 파트너로 합류함으로써 1boon이 2015년부터 지금까지 발행한 누적 콘텐츠수가 10만개를 넘어섰다.

누적 CP수

350개

주요 CP 유형

방송사

KBS(케첩, mylovekbs), SBS(스브스뉴스, 스브스 노리터), MBC(엠빅 뉴스, 희번덕), tvN, OCN

언론사

잡스엔, 땅집고, 유용원의 군사세계(조선), 인터비즈, 잡화점(동아), 애니멀피플(한겨레), 썰리(중앙), 매일경제, 타임머신(스포츠서울), BBC, 리얼푸드(헤럴드경제)

매거진 및 출판사

지큐, 얼루어, 보그, 더블유, 싱글즈, 하퍼스바자, 나일론, 트렌드 구루(서울문화사), 메종, 마리끌레르, 맥심, 에스콰이어, 노블레스, 문학동네, 길벗, 다산북스, book21

공공기관

국세청, 금융감독원, 국민연금공단, 국방홍보원, 서울시청, 경기도청 등

콘텐츠 발행현황

누적 발행수
2015년 12월 ~ 2018년 8월
10만4100개

일 평균 발행수
207개

파트너가 거둔 효과

파트너들은 1boon의 높은 페이지뷰수에 힘입어 콘텐츠 발행에 박차를 가하고 있다. 또한 내적으로는 콘텐츠로 매월 발생하는 광고 수익을 자체 재원으로 확보하고, 외적으로는 독자층을 점차 넓혀가면서 1boon을 새로운 콘텐츠 비즈니스 모델로 활용하고 있다.

1 콘텐츠 발행 활성화

기존에 콘텐츠를 노출해왔던 포털사이트 뉴스 탭이나 SNS 외에 새로운 콘텐츠 유통 창구가 열림으로써 파트너들의 콘텐츠 발행이 더욱 활발해지고 있다.

콘텐츠 발행 추이

2015년 12월 대비
2018년 8월

408%증가

2 페이지뷰 상승

다수의 파트너들이 1boon과 파트너십을 맺는 이유는 그만큼 1boon에 많은 이용자가 찾아오고 있기 때문이다. 지금까지 1boon의 누적 페이지뷰수는 96억뷰 이상을 기록할 정도다.

페이지뷰 현황

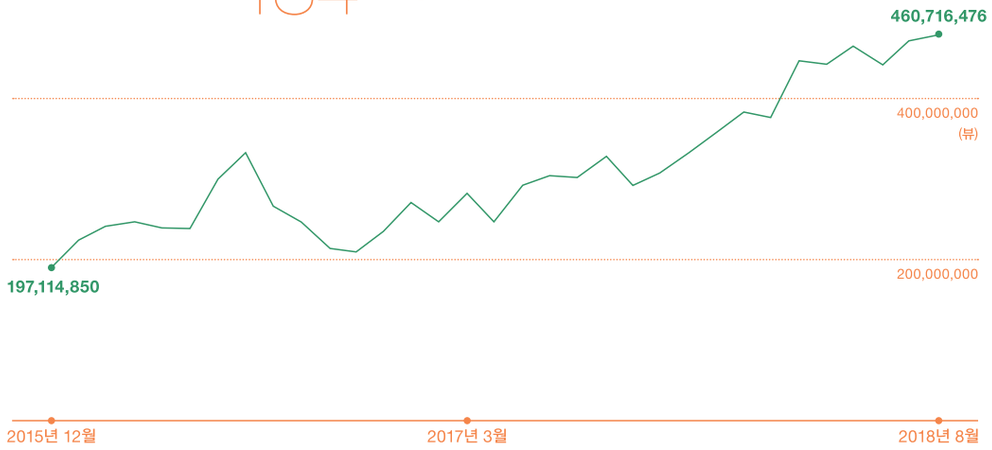
누적 페이지뷰

96억6873만5300뷰

페이지뷰 추이

2015년 12월 대비
2018년 8월

134%증가



월 1000만뷰 이상 CP

뉴스에이드, 타임머신, 잡스앤, BBC뉴스, 리얼푸드, 스브스노리터 등

전체 파트너의 10%이상

3 콘텐츠 자체 수익 발생

1boon이 각종 광고 수익을 파트너들에게 매월 배분함으로써 파트너들은 이를 통해 자체 수익을 얻고 있다. 1boon이 파트너들의 콘텐츠 유통 창구로 자리매김하고 있다.

리얼푸드

푸드 매거진 리얼푸드는 1boon 입점 후 한달 최대 누적 조회수가 2400만건을 기록할 만큼 빠른 성장세를 보이고 있다. 수익적인 측면에서도 큰 성과를 얻었다. 리얼푸드가 1boon을 통해 벌어들이는 수익은 본지 월 수익과 유사했을 정도다. 문서당 수익률을 비교하면 본지 대비 100배에 육박한다. 이에 리얼푸드는 자사 홈페이지에서도 1boon 콘텐츠를 유통 중이다.

타임머신

스포츠서울의 소셜 세컨드 브랜드 타임머신은 기존 사진 DB를 활용한 2차 콘텐츠를 제작, 1boon에서 유통하고 있다. 현재 본지 스포츠서울 수익보다 타임머신으로 더 많이 버는 역전 현상이 벌어지고 있다. 자사 홈페이지에서도 1boon 콘텐츠를 선보이고 있다.

권남근 리얼푸드 편집장

1boon이 수익배분(Revenue Share · RS) 방식으로 저희 같은 파트너에게 매월 광고 수익을 배분해줌으로써 콘텐츠 제휴의 새로운 수익 모델을 만들었다는 점도 의미가 있지요. 콘텐츠의 유료화가 사실상 불가능한 국내 언론 환경에서 이렇게 간접적으로나마 콘텐츠가 수익을 창출할 수 있게 되었으니까요.

'1분'을 위한 고민
Partners with Kakao vol.02

4 독자층 다변화

1boon이 가진 확장성은 파트너의 독자층까지 넓히고 있다. 성별, 연령, 계층, 국경을 초월해 콘텐츠와 이용자가 1boon을 통해 만나고 있다. BBC코리아가 국내 독자를 확보하기 위해 1boon과 전격 제휴를 맺은 것이 이를 방증한다.

해외 기업의 국내 독자 확보

BBC뉴스 비영어권 국가의 독자들에게 BBC뉴스를 직접 소개하고자 BBC코리아 한국오피스를 차린 뒤 1boon과 전격 제휴를 맺었다. 1boon 내 BBC뉴스에서 한국 관련 심층보도 등의 콘텐츠를 선보이고 있다.

BBC뉴스 콘텐츠 현황

총 콘텐츠수	1040개
누적 페이지뷰	1억686만뷰

* 2018년 12월 기준

5 연결 판매 수익 창출

1boon 내 콘텐츠와 함께 노출되는 배너 광고의 클릭률이 올라가면서 실제 판매로까지 활발하게 전환되고 있다. 이는 광고를 통한 파트너의 수익 창출에 큰 기여를 하고 있다.

책 끝을 접다

책 끝을 접다는 책 소개 콘텐츠를 카드뉴스, 북 트레일러 등의 형태로 제작, 선보이면서 1boon 이용자 사이에서 큰 반향을 일으켰다. 책 끝을 접다가 소개한 도서들이 실제 판매로 이어지면서 출판사들도 그 영향력을 높이 샀고, 2018년 6월 책 끝을 접다는 리디북스에 인수합병됐다.

판매 전환 효과

배너 클릭률 9.18% → 판매 전환율 2.56%

박종일 책 끝을 접다 팀장

저희 콘텐츠가 사실 책을 소개하는 광고라는 것은 구독자들도 인지하고 있어요. 다만 스토리가 있고 재미있으니까 광고에 대한 거부감이 덜한 것 같아요. 콘텐츠 자체를 즐기시는 분들이 더 많고요. 그런 분들이 콘텐츠를 자발적으로 공유하고 커뮤니티에 올려서 더 널리 퍼져나가기도 해요. 출판사에서도 서점 매대 광고나 배너 광고보다 이런 콘텐츠가 더 효과적이라는 것을 알고 많은 관심을 보이고요.

오늘 '책끝' 봤어?
Partners with Kakao vol.07

봉봉

퀴즈 포맷의 스낵콘텐츠를 만드는 미디어 스타트업이다. 단일 콘텐츠로 수백만 페이지뷰를 달성할 만큼 큰 인기를 모았는데, 봉봉은 아웃링크 동선을 강화해 최대 40%의 트래픽을 유도한 바 있다.

카카오의 지원

1boon은 파트너의 입장에서 콘텐츠를 보다 쉽고 효율적으로 제작하고 또 관리할 수 있도록 자체 시스템을 구축했다.

1 카카오하모니

파트너가 콘텐츠 제작부터 평가, 정산까지 효율적으로 관리할 수 있는 콘텐츠 공급자 중심의 콘텐츠관리시스템(Contents Management System · CMS)이다. 1boon 파트너들은 카카오하모니를 통해 1boon 외에도 플러스친구, 멜론, 카카오스토리 등 카카오 플랫폼에 적합한 형태로 콘텐츠를 만들어 동시에 배포하고 효율적으로 관리할 수 있다. 또한 각 플랫폼, 게시물의 순방문자, 유입수, 페이지뷰수 등 각종 통계를 간편하게 확인할 수 있다.

박준규 리얼푸드 에디터

대부분의 언론사에서 사용하는 CMS는 텍스트 기반이라 아무리 사진이나 동영상을 넣어도 큰 틀은 변하지 않거든요. 손도 많이 가고요. 카카오하모니는 다양한 포맷의 모바일 콘텐츠를 만드는 데 최적화되어 있어서 저희가 감을 잡는 데 많은 도움이 됐어요. 그리고 굉장히 실용적이에요. 콘텐츠 내에 사용되는 이미지를 일일이 찾을 필요 없이 카카오하모니 내 데이터베이스에서 검색해 가져다 쓸 수 있어요. 같은 이미지라도 PC, 모바일, 섬네일, 배너에 따라 사이즈가 다 다른데 한 번에 작업할 수도 있고요.

권남근 리얼푸드 편집장

카카오하모니에서 제공하는 여러 가지 통계 자료를 분석하는 게 콘텐츠를 만드는 데 도움이 많이 됩니다. 리얼푸드 페이스북이나 1boon 카카오톡 플러스친구 등 소셜미디어를 통한 유입수를 분석해보면, 모바일에서 어떤 콘텐츠가 어떻게 확산되는지 파악할 수 있어요.

2 제작 프로그램

1boon은 파트너들이 최고의 콘텐츠를 만들 수 있도록 제작 관련 지원에도 힘쓰고 있다. 먼저 편집 툴 교육 프로그램으로 보다 쉬운 콘텐츠 제작을 돕는다. 또한 모바일용 콘텐츠로서의 장점을 극대화시키기 위해 콘텐츠 내 이모티콘 활용을 지원하고, 파트너 요청 시에는 오디오 컴포넌트 등 최적화된 컴포넌트 개발도 지원한다.

이혜린 뉴스에이드 편집장

기자들의 카카오톡 채팅방 대화 내용을 복원해서 만드는 콘텐츠가 있어요. 연휴 때 볼만한 영화와 드라마에 대해 기자들이 나눈 이야기를 그대로 보여주는 식이죠. 이 콘텐츠를 제작할 때 카카오톡 대화방을 구현하는 편집 툴을 활용하고 있어요. 1boon은 더 감각적이고 가독성이 높은 콘텐츠를 보다 수월하게 제작할 수 있도록 파트너들의 의견을 최대한 들어주고 반영해줍니다. 덕분에 1boon에서만 가능한 포맷의 다양한 콘텐츠를 선보일 수 있어요.

카카오게임즈

2016년 4월 엔진과 Daum 게임의 합병을 통해 출범한 카카오의 게임 전문 자회사다. 카카오게임, Daum 게임 등 모바일 및 PC를 망라한 유력 플랫폼을 구축하고 있고, 이를 통해 다양한 장르의 우수 게임들을 국내외에 성공적으로 서비스해왔다. 카카오게임즈는 자체 게임 개발에 힘을 쏟기 위해 설립한 프렌즈게임즈와 VR, AR 등 신사업을 개척할 첨단기술 기반 자회사 카카오VX까지 출범시키며 국내외 시장 공략에 더욱 박차를 가하고 있다.

2016년 7월 (주)카카오게임즈로 사명 변경
2017년 9월 마음골프(주) 자회사로 편입
11월 통합 카카오게임즈 출범
12월 제54회 무역의 날 기념식, '3000만불 수출탑' 수상
2018년 1월 (주)액션스퀘어에 200억원 지분 투자 및 전략적 협력 관계 강화
2월 텐센트, 넷마블게임즈(주), 액토즈소프트, (주)블루홀, 프리미어 M&A PEF로부터 총 1400억원 투자 유치
2월 게임개발 자회사 프렌즈게임즈 출범
2월 란투게임즈와 모바일 MMORPG '테라 모바일' 국내 퍼블리싱 계약 체결
2월 (주)넵튠에 50억원 지분 투자
8월 (주)엑스엘게임즈에 100억원 지분 투자 및 모바일 MMORPG '달빛조각사' 퍼블리싱 계약 체결
8월 (주)넵튠에 190억원 지분 투자 및 전략적 파트너십 강화
8월 라이온하트 스튜디오에 50억원 지분 투자
10월 (주)블루홀과 PC MMORPG '에어(A:IR)' 국내 퍼블리싱 계약 체결
11월 레드사하라 스튜디오와 모바일 RPG '테라 프론티어' 글로벌 퍼블리싱 계약 체결

kakaogames

파트너 소개

파트너들은 카카오게임즈와 함께 다수의 모바일게임을 출시해 좋은 성과를 얻었고, 다양한 장르의 게임을 론칭하며 시장 영향력을 점차 확대하고 있다. 500여개가 넘는 파트너들이 MMORPG를 비롯해 웹툰, 애니메이션, 자체 지적재산(Intellectual Property · IP) 캐주얼게임 등 양질의 게임을 꾸준히 선보이고 있다.

모바일게임 제작사

파트너들은 카카오게임즈와 파트너십을 맺음으로써 게임 시장에 성공적으로 안착했다.
카카오게임즈는 우수한 개발력을 지닌 파트너들의 신작을 지속적으로 발굴 및 퍼블리싱하고 있다.

모바일게임 누적 가입자수 5억5000만명

파트너십을 체결한 게임 개발사수 500개

월 이용자수 2000만명

* 2018년 11월 기준

다양한 장르의 게임 퍼블리싱

2018년 출시 게임 현황

2018년 상반기: 그랜드체이스, 뱅드림!걸즈밴드파티!, 앙상블스타즈, 블레이드2
2018년 하반기: 프렌즈타워, 프렌즈레이싱, 창세기전: 안타리아의 전쟁, 외모지상주의

프렌즈레이싱 성과

사전예약자수 150만명 돌파

이용자수 400만명 달성

출시 직후 구글플레이 및 애플 앱스토어 인기 1위 달성

* 2018년 12월 기준

PC게임 제작사

파트너들은 카카오게임즈가 보유한 막강한 유저풀과 전국 1만여개 가맹 PC방 등 탄탄한 인프라를 바탕으로 국내 시장에 성공적으로 안착하고 있다. 이를 발판 삼아 해외로까지 진출하고 있는데, 전 세계 온라인게임의 흥행 역사를 새롭게 쓰고 있는 배틀그라운드가 대표적인 예다.

PC게임 누적 가입자수
3300만명

파트너십을 체결한 게임 개발사수
서비스게임 4개사
PC방 서비스게임 3개사
채널링게임 32개사
39개

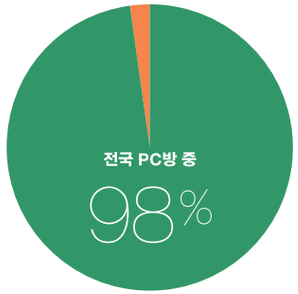
출시 게임수
서비스게임 4개
PC방 서비스게임 3개
채널링게임 75개
82개

* 2018년 10월 기준

PC방

파트너의 범위는 콘텐츠 제작사에 국한되지 않는다. 게임 콘텐츠와 이용자의 가교 역할을 하는 PC방도 카카오게임즈의 파트너다. 전국 PC방 중 98%가 카카오게임즈 가맹점이다. 이들은 카카오게임즈의 월정액 서비스에 가입해 다양한 혜택을 누리고 있다.

전국 카카오게임즈 가맹 PC방 현황
9450개



파트너가 거둔 효과

카카오게임즈는 가맹 PC방을 찾은 고객에게 쿠폰, 캐릭터, 경험치 등 혜택을 제공하고 있다. 이는 카카오게임즈 가맹 PC방의 고객 유치 활성화에 기여하고 동시에 카카오게임즈가 퍼블리싱하는 파트너사 게임의 이용자와 접속자를 증가시키는 효과를 내고 있다. 파트너와 카카오게임즈가 상생하는 선순환 구조다.

이용자 및 접속자 증가

파트너들은 카카오게임즈의 차별화된 마케팅, 해외 법인을 통해 확장한 판로를 발판 삼아 많은 이용자를 유입시키고 있다. 검은사막의 경우, 글로벌 누적 가입자수가 1000만명에 달한다.

배틀그라운드 — 펍지

배틀그라운드의 국내 PC방 점유율은 40%에 육박하고 있다. 카카오게임즈 배틀그라운드 출시 100일만에 동시접속자수 10만명을 돌파하며 큰 인기를 확인한 바 있다.

일 최대 이용자수
80만명

동시접속자수
10만명

* 2018년 10월 기준

검은사막 — 펄어비스

카카오게임즈는 펄어비스의 해외 서비스를 직접 진행했다. 덕분에 북미, 유럽, 오세아니아 등 150여개 국가에서 검은사막을 선보일 수 있었다. 검은사막은 현재 글로벌 게임플랫폼 스팀에서도 서비스 중이다.

플레이타임
카카오게임즈 서비스 국가 통합 기준
24억 시간

누적 가입자수
1000만명

서비스 국가수
150개국

* 2018년 10월 기준

카카오의 지원

카카오게임즈는 파트너의 성공적인 게임 론칭을 위해 단계별, 맞춤형 퍼블리싱모델을 개발해 지원하고 있다. 또한 각종 홍보 및 마케팅 지원을 통해 파트너사의 매출 증대를 돕고 있다.

1 퍼블리싱 프로그램

출시 전 제작부터 출시, 출시 후 운영까지 파트너의 성공적이고 안정적인 퍼블리싱을 지원하고 있다. 파트너들은 카카오게임즈의 탄탄한 퍼블리싱모델을 바탕으로 우수한 성과를 내고 있다.

출시 준비

캐릭터 기획과 원화 제작, UX 디자인, 비즈니스모델 설계, 소셜피쳐 등 게임 제작 전반에서 카카오게임즈가 보유한 전문화된 역량을 지원한다. 또한 비공개베타테스트(Closed Beta Test · CBT), 모바일테스트 등도 지원해 출시 전에 버그 같은 기술적인 문제를 점검하고, 시장성과 현지화 가능성 등을 검증 받을 수 있도록 하고 있다.

출시

파트너의 성공적인 출시를 위해 사전 론칭 프로젝트, 이벤트, 대외홍보 등 마케팅을 지원한다. 또한 IP 무단 도용, 해킹 등 문제를 해결하기 위해 기술/보안 지원에도 각별히 힘쓰고 있다.

출시 후 운영

출시 후에는 파트너의 안정적 운영을 위해 대규모 트래픽 대응 등 후속조치를 하고 있다. 또한 고객센터 등 서비스 지원과 업데이트 등 기술 지원을 동시에 제공한다.

2 마케팅 프로그램

카카오게임즈는 파트너사의 매출 증대를 도모하고자 각종 마케팅을 지원하고 있다. 가맹 PC방을 통해 대용량 게임의 설치와 패치 관리를 돕고 있으며 광고 홍보물의 제작 및 배포뿐 아니라 랜파티, 대회, 투어 등 이색 행사를 개최해 파트너의 매출 활성화에 기여하고 있다

3 중소 게임사 육성 프로그램

카카오게임즈는 파트너들의 역량 강화를 위해 멘토링 프로그램 및 교육 프로그램을 지원을 하고 있다. 또한 중소 게임사를 육성하기 위해 카카오 성장나눔게임펀드를 조성했다.

카카오 성장나눔게임펀드

카카오게임즈는 2016년부터 퍼블리싱 파트너를 대상으로 카카오 성장나눔게임펀드를 운영 중이다. 역량 있는 국내 중소 게임 개발사들을 육성하기 위해 초기 투자 환경을 조성하고, 이를 통해 국내 게임시장 활성화에 기여하기 위해서다.

커머스

카카오톡 선물하기 — 66
카카오스타일 — 74
카카오메이커스 — 78
카카오톡 주문하기 — 86

카카오톡 선물하기

카카오톡 선물하기는 카카오톡 친구들과 간편하게 선물을 주고 받을 수 있는 모바일 커머스 서비스다. 선물을 받는 사람에게 맞춤 상품을 선택할 수 있도록 다양한 제품과 폭넓은 서비스를 제공하고 있다.

2010년	12월	카카오톡 선물하기 론칭
2012년	1월	배송 상품 도입
2014년	7월	모바일 교환권 자동환불제 적용
	12월	위시리스트 '좋아' 기능 추가
2015년	7월	메시지 카드 기능 추가
2016년	2월	상품 검색 기능 추가
	12월	선물 거절 기능 추가
2017년	10월	감동카드 기능 추가
	12월	거래액 1조원 돌파
2018년	5월	카카오톡 친구 생일알림 기능 추가

* 통계는 모두 2018년 11월 기준

판매 기록

2018년 밸런타인데이·설날 당일 거래액 — 100억원

빼빼로데이 당일 단품 최고 판매량 — 100만개

최근 3년 명절 판매량 — 매년 40% 성장

판매 트렌드

판매량이 가장 많은 요일 — 월요일

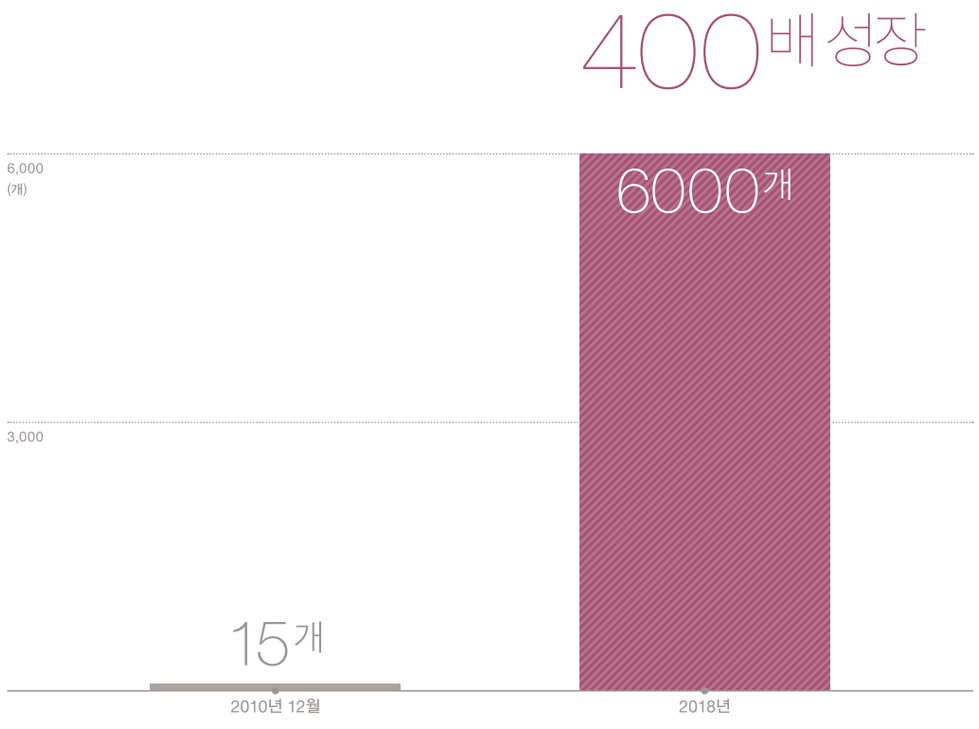
방문자수가 가장 많은 시간대 — 오전 9시

선물하는 비율 (자기 구매 20%) — 80%

파트너 소개

2010년 15개 브랜드를 파트너로 맞아 첫 선을 보인 카카오톡 선물하기는 8년 만에 6000개의 파트너와 함께하는 서비스로 성장했다.

브랜드 입점 현황



파트너가 거둔 효과

파트너들은 카카오톡 선물하기를 통해 브랜드와 제품 인지도를 높이고 매출을 끌어올리는 데 성공했다. 또 새로운 판로를 열고 사업 영역을 확장시키는 등 선순환을 만들어가고 있다.

1 브랜드 및 제품 인지도 상승

파트너들은 카카오톡 선물하기를 발판 삼아 브랜드 인지도를 높임으로써 안정적인 매출을 확보하게 됐다. 선물 상품에 브랜드의 성격을 명확하게 부여하는 방식이 인지도 향상에 도움을 주고 있다.

MARYMOND

마리몬드

마리몬드는 카카오톡 선물하기와의 컬래버레이션으로 단독상품 8종을 론칭했다. 이어 1boon 쇼핑 코너에 마케팅 콘텐츠를 선보일 수 있도록 지원받아 브랜드 인지도를 공고히 할 수 있었다.

선물하기 단독상품 판매량 3만 7000개

Marco Roho

마르코로호

마르코로호는 카카오톡 선물하기와 단독상품 3종을 선보여 큰 성과를 거뒀다. 착한 소비, 기부하는 패션 아이템이라는 브랜드 철학이 입소문을 타면서 인지도를 끌어올릴 수 있었다.

선물하기 단독상품 판매량 5500개

안윤경 via K studio 대표

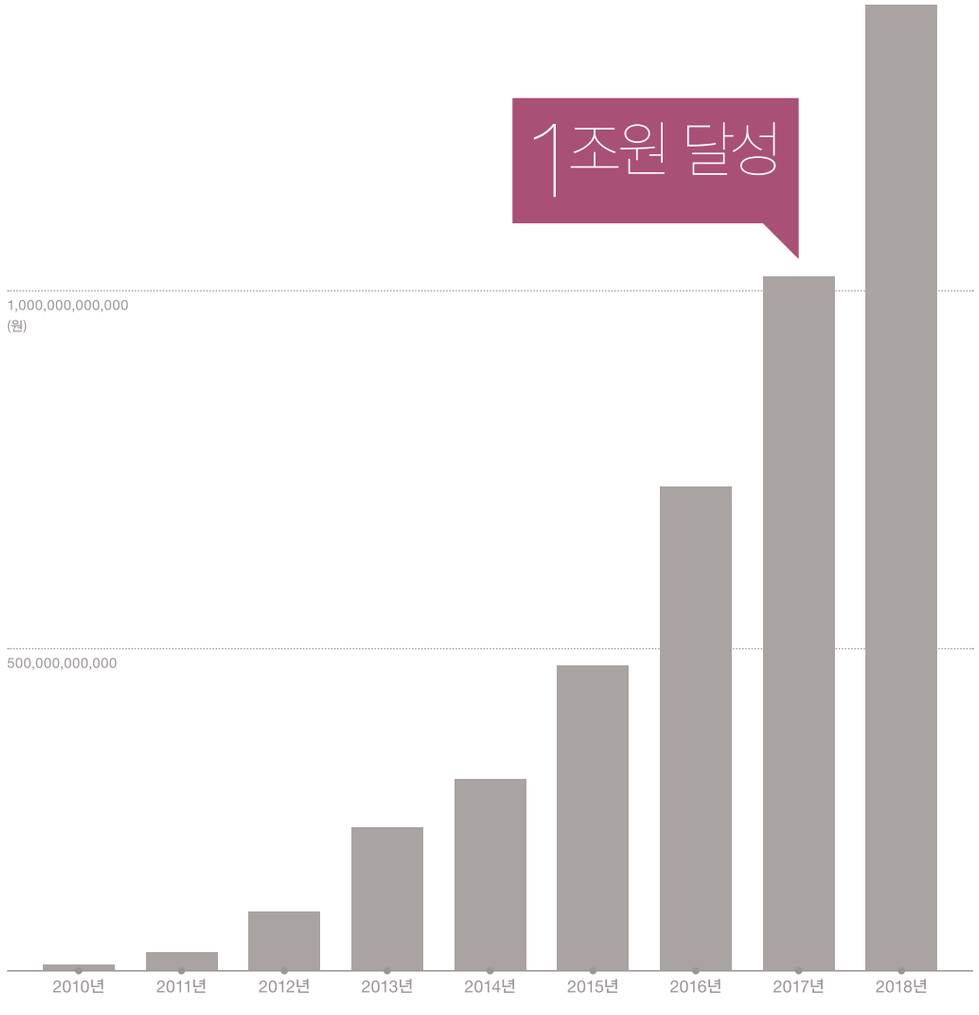
아직까지 우리나라에서는 저작권에 대한 인식이 확실하게 자리잡지 못한 것을 실감할 때가 많아요. 저희가 그동안 선보인 거의 모든 제품은 디자인 등록이 되어 있지만, 자본이 있거나 물량이 많은 회사에서 비슷한 제품을 출시하면 실질적으로 법적 보호를 받기 힘든 경우가 많습니다. 또 디자인 등록은 없지만 기술 특허를 가지고 있는 회사에서 비슷한 제품을 출시한 경우에는 저작권 영역이 애매해지더라고요. 그런 점에서 카카오톡 선물하기를 통해 via K의 브랜드와 제품 인지도를 높일 수 있었던 것이 큰 힘이 됐어요. 카카오톡 선물하기가 제품명 앞에 '비아케이'라고 브랜드 이름을 명시해주는 것도, 저희 입장에서는 고객들에게 다시 한번 브랜드 이름을 상기시킬 수 있는 중요한 디테일이죠.

선물하고 싶은 #플라워무드등
Partners with Kakao vol.03

2 매출 증대

카카오톡 선물하기와 협업을 시작한 뒤 파트너들의 제품 판매량과 매출은 큰 폭으로 늘었다. 파트너들은 기록적인 매출을 기반으로 국내외 안팎으로 브랜드 입지를 굳건하게 다지고 있다. 파트너들의 성장에 힘입어 선물하기 자체 매출 또한 1조원을 넘어섰다.

선물하기 자체 매출 신장 추이



좋은 세상을 만드는
CGS F&B

씨지에스에프앤비

- 2016년 입점
- 대표 상품: 장수와 부를 상징하는 스페로스페라케이크
- 선물하기 배송케이크 판매순위 1위

2016년 대비 2018년 선물하기 매출
100% 상승

BEDMATE-U™

베드메이트유

- 2017년 입점
- 대표 상품: 바디필로우

입점 전 대비 온라인 매출
300% 상승

온라인 매출 최고
500% 상승

KLF

케이엘에프

- 2016년 입점
- 주요 취급 브랜드: 한삼인, 개성인삼농협, 바디랩, 미스터, 엘로우기프트 14종 등

2017년 대비 2018년 선물하기 매출
300% 상승

힘내라 홍삼정 판매량
출시 1년 후
5만개 돌파

JNANA.CO.KR

제이나나

- 2015년 입점
- 대표 상품: 파자마 세트

2017년 대비 2018년 선물하기 매출
450% 상승

2015년 대비
2100% 상승

2018년 선물하기 월평균 매출
3억4000만원

2018년 11월 최고 거래액
7억9000만원

CRYSTAL SHOP

크리스탈샵

- 2012년 입점
- 대표 상품 : 헤지스쥬얼리 팔찌·시계 세트

2017년 대비 2018년 선물하기 매출
100% 상승

2018년 선물하기 월평균 매출
2억3000만원

2018년 9월 최고 거래액
4억5000만원

3 판로 확장

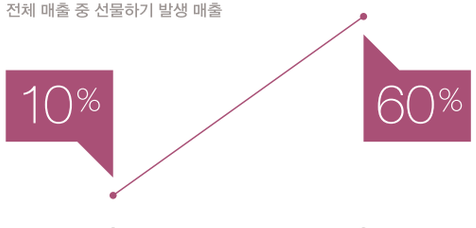
파트너들에게 카카오톡 선물하기는 여러 온라인 판매 창구 중에서도 특별히 안정적인 매출을 보장해주는 판로다. 안정적인 매출을 기반으로 해외로 진출하는 파트너들의 징검다리 역할도 한다.

안정적인 판로 확보

베드메이트유
2017년 전체 매출 중 선물하기 발생 매출
40%

via K studio
2017년 전체 매출 중 선물하기 발생 매출
55%

제이나나
전체 매출 중 선물하기 발생 매출



해외 진출로 판로 확장

이재훈 크리스탈샵 대표
중국에는 2015년 카카오의 중국 법인을 통해 진출했어요. 중국 내 최대 모바일 기업인 텐센트 그룹의 중국 온라인 쇼핑몰 '징동(京東)닷컴'과 연이 닿아서 입점 판매 계약을 하게 되었거든요. 해외 쪽도 시장성이 충분히 있다는 판단이 섰기 때문에 오프라인 매장으로도 판매 경로를 확대하려고 합니다.

현재 태국 방콕의 대형 쇼핑몰에 매장을 하나 열었고, 중국에는 올 상반기에 4개, 연말까지 10개 매장 오픈을 목표로 하고 있습니다.

7년간 사랑받은 만원짜리 팔찌
Partners with Kakao vol.05

4 사업 영역 확대

파트너들은 카카오톡 선물하기를 통해 늘어난 매출을 바탕으로 인력을 충원하거나 새로운 브랜드를 출시하는 등 사업 규모와 영역을 차츰 확장시키고 있다.

직원 영입

- **휴플러스**: 2017년 4월 입점했다. 목/어깨 안마기가 3~5만원대 상품군의 주력 상품으로 등극하면서 하루에 5000개 이상 팔려나가기도 했다. 단일품목 일일 판매량 최고기록이다. 휴플러스는 카카오톡 선물하기 전용상품을 공급하기 위해 TF팀을 운영하고 타 판매처와 다른 성능과 디자인 등을 연구하고 있다.

신규 브랜드 론칭

- **(주)마이포코리아**: 2016년 10월에 입점한 뒤 첫 판매 상품인 7가지 기능을 겸비한 스마트 무드등을 완판시켰다. 단순 수입유통업을 하던 마이포코리아는 2018년 캐릭터 상품 및 굿즈 전문 제작업체 '모글리패밀리(Mowgli Family)' 브랜드를 론칭하면서 캐릭터 라이선스 사업에도 진출했다.

카카오의 지원

카카오톡 선물하기는 파트너의 상품이 주고 싶고, 또 받고 싶은 선물이 될 수 있도록 제품을 선보이는 모든 단계에 걸쳐 밀착 지원한다. 기획에서부터 마케팅까지 파트너와 긴밀한 협의로 이뤄지는 카카오의 지원을 통해 파트너는 더욱 빨리 성장궤도에 오를 수 있다.

기획 및 마케팅 프로그램

선물로서의 장점이 더욱 돋보이도록 카카오 MD가 파트너들의 상품 기획, 구성, 프로모션 및 마케팅을 지원한다. 또한 테마별로 선물을 큐레이션함으로써 상품을 구매를 촉진시킨다. 전문 큐레이터가 파트너와 함께 기획한 특별한 선물 패키지 '옐로우기프트'가 선물 큐레이션의 성공적인 사례다. 전문 큐레이터가 파트너와 함께 기획한 특별한 선물 패키지 '옐로우기프트'는 거래건의 90%가 친구에게 선물된다. 이밖에도 데이 이슈에 맞는 특별 상품을 기획하거나, 카카오의 여러 마케팅 채널을 활용함으로써 소비자에게 파트너 상품의 가치가 제대로 전달되도록 노력하고 있다.

선물하기 최적화 상품 기획

- **마이포코리아**: 옐로우기프트를 활용한 기획상품 '아기비행기 꿀잠패키지'로 매출이 200% 증대됐다.
- **제이나나**: 카카오톡 선물하기와 함께 히트 상품을 개발하고 선물에 적합한 홈웨어 상품을 기획해 월평균 매출 3억4000만원을 달성했다.
- **고려인삼유통**: 옐로우기프트 전용 상품인 '홍삼 가득 담은 6년근 골드스틱'을 기획해, 출시 3개월만에 5000개를 판매하는 데 성공했다.

데이 이슈 최적화 상품 기획

- **마이포코리아**: 무드등을 포함한 '혼술세트', '따뜻한 발렌타인', '마음 빼빼로' 등 데이 이슈에 맞춰 카카오톡 선물하기 MD와 함께 상품을 기획함으로써, 매출 상승 효과를 극대화시킬 수 있었다.

카카오 다채널 활용 마케팅

카카오톡 선물하기 외에도 카카오톡 친구 생일 알림, 450만명이 이용하는 카카오톡 플러스친구, 1boon 쇼핑 등 카카오의 여러 채널을 통해 전폭적인 마케팅 지원을 펼친다.

안윤경 via K studio 대표
'플라워무드등'이라는 이름을 만든 것도 카카오톡 선물하기예요. 이전까지는 저희 제품을 '수국 조명등'이나 'LED 꽃'이라고 불렀는데, '플라워무드등'이라는 하나의 제품 카테고리가 명확하게 생겼어요. 고객 입장에서 검색하기도 쉽고, 빼놓을 수 없는 인테리어 소품으로 여기게 된 거죠. 선물하기 단독 판매가나 제품과 함께 구성한 사은품 혜택도 고객들에게 매력적으로 다가간 것 같습니다. 1년 만에 선물하기 매출만 300% 상승했어요.

박준규 베드메이트유 이사
저희 브랜드를 담당하는 박진선 MD님이 검색 키워드와 소비자 데이터를 분석해 먼저 제품 기획을 제안하시는 일이 잦아요. '꿀잠선물' 키워드 검색이 많다는 데이터를 확인하고 이를 타깃으로 한 상품을 내놓는 식이죠. 이렇게 기획 제조한 옐로우기프트 U자형 바디필로우는 론칭한지 하루 만에 4000개 완판을 기록했습니다. 그 외 바디필로우 꿀잠패키지를 모두 포함하면 기획상품 누적 판매량이 5만개 정도 됩니다. 반대로 오가닉 소재가 주목받고 있다는 사실을 전달한 적도 있어요. 박 MD님과의 논의를 거쳐 추석 어르신 대상 선물로 바디필로우와 메모리폼 오가닉 세트를 기획했어요. 이 세트도 완판하고 추가 매입을 진행하고 있습니다. 카카오톡 선물하기는 직접 브랜드를 론칭한 뒤 파트너들에게 제조를 의뢰하기도 해요. 곧 카카오톡 선물하기에서 일인 가구를 타깃으로 하는 브랜드 '아임미'를 론칭하는데 거기도 제조사로 참여할 예정입니다. 카카오톡 선물하기를 전적으로 신뢰하고 있어요.

카카오스타일

카카오스타일은 소호몰에 하나씩 접속해야 하는 번거로운 과정 없이 다양한 소호몰의 상품을 한눈에 파악할 있도록 소개하는 모바일 패션 큐레이션 서비스다. 인기 상품은 물론 유행하는 소호몰 정보 및 최적화된 맞춤 상품을 카카오스타일에서 비교해보고 구매까지 손쉽게 해결할 수 있다.

파트너 소개

카카오스타일의 파트너들은 소규모 사업체 형태인 국내 소호몰이다. 20개 소호몰과 손을 잡고 서비스를 개시해 보름 만에 입점 파트너가 2배 이상 증가했다. 현재도 입점 파트너는 꾸준히 늘어나는 중이다.

누적 입점 파트너수

1400개사

카테고리별 파트너 유형

1위 여성의류 68%
2위 신발 6%
3위 가방 4%

파트너 상품 비중

1위 티셔츠 13%
2위 원피스 10%
3위 블라우스/셔츠 9%

파트너가 거둔 효과

파트너들은 카카오의 이용자를 기반으로 소호몰의 인지도를 끌어올리고 있다. 카카오 인프라를 발판으로 판로를 확장하고, 카카오톡 스토어 등 다른 카카오 서비스와 시너지 효과를 냄으로써 파트너들이 2012년부터 현재까지 거둔 누적 전환 매출은 4000억원을 돌파했다.

1 고객과의 접점 확대

파트너는 카카오스타일의 원스톱 서비스를 바탕으로 브랜드와 고객간의 접점을 지속적으로 늘려 나가고 있다.

모바일 앱 누적 다운로드수

안드로이드·iOS 합계 550만건

월간 실질 이용자수

모바일 웹·앱 합계 400만명

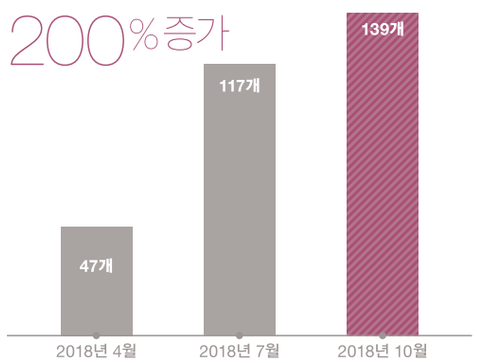
카카오스타일 입점업체 구독자 순위 TOP 3

1위 난닝구 2위 시크폭스 3위 피핀

2 판로 확장

카카오스타일 파트너들은 카카오톡 스토어와의 연계를 통해 고객이 즉각적으로 구매를 결정하고 결제까지 하도록 유도할 수 있다. 이렇게 카카오톡 스토어와 연계를 맺은 파트너들은 6개월 만에 200% 가까이 증가했다.

카카오톡 스토어 연계 파트너 누적 추이

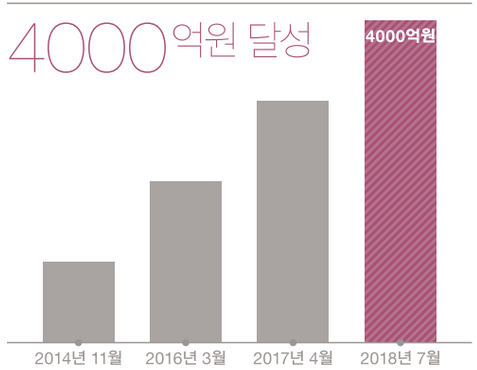


유지용 러블링주얼리 공동대표
카카오톡 스토어 연동 이후 주문량이 세 배 이상 늘고, 고객층에도 변화가 생겼어요. 자체 쇼핑몰에서만 판매했을 때는 주 고객층이 20대에서 30대 초반이었지만, 카카오스타일과 카카오톡 스토어를 함께 활용하면서 20대부터 40대까지 고객층이 폭넓게 유입되고 있어요. 덕분에 전체 매출 상승에도 큰 도움이 됐어요.

3 매출 증대

파트너들의 매출은 카카오스타일과 협업을 맺고 빠르게 늘어나고 있다. 이를 바탕으로 카카오스타일 파트너들이 기록한 누적 전환 매출은 2018년 7월 4000억원을 돌파했다.

누적 전환 매출 추이



박혜진 나나살롱 이사
오로지 사진만으로 상품에 대한 첫인상이 결정되는 독특한 광고 방식에 주목했어요. '#출근룩', '#페스티벌룩' 등 구체적인 상황에 맞게 상품을 추천해주는 카카오스타일만의 큐레이션이 우리와 잘 맞았어요. 덕분에 카카오스타일을 통한 매출이 꾸준히 늘고 있어요.

매일 입고 싶은 옷
Partners with Kakao vol.08

카카오의 지원

카카오스타일은 파트너들이 양적으로나 질적으로 성장할 수 있도록 다각도로 지원하고 있다. 운영 전반과 마케팅 업무를 지원하며, 서비스 활용 방안에 대한 교육도 이어가고 있다. 이처럼 카카오스타일의 지원책이 파트너들의 성장에 기폭제 역할을 한다.

1 운영 프로그램

카카오스타일은 5개의 공식 대행사를 통해 파트너 운영 업무를 적극 지원하고 있다.

편리한 운영 시스템 제공

- 편리한 광고 운영을 위한 관리자 화면(어드민 툴) 제공
- 원활한 운영 업무를 위한 온라인 및 전화 창구 상시 오픈

2 마케팅 및 프로모션 프로그램

파트너들의 홍보를 돕기 위해 카카오스타일 내 광고 영역 외에도 기획전 등의 노출 영역을 무료로 제공하고 있다. 신규 소호몰들은 이를 통해 인지도를 높이고 판매 증진 효과를 거둔다.

기획전

파트너가 원하는 콘텐츠가 노출된다. 단순한 상품 노출만이 아니라 할인, 증정 프로모션 등 고객의 관심을 유도하는 콘텐츠로 노출할 수 있다.

효과적인 마케팅 서비스

- 추천샵: 일주일 동안 4개 파트너 HOT탭 노출
- SHOP PICK: 일주일 동안 3개 파트너 BEST탭 랭킹 상단에 노출

3 교육 및 네트워크 프로그램

상반기 제주 워크숍, 하반기 대행사 설명회로 매년 2회 공식 행사를 열어 파트너십을 이어나가고 있다.

교육 및 네트워크 행사 참여 파트너수

195개사

* 중복 참여 포함

카카오메이커스

카카오메이커스는 모바일 주문생산 플랫폼이다. 카카오톡 이용자 기반으로 제조회사가 먼저 샘플을 보여주고 구매희망자의 주문을 받아 생산한다. 아이디어를 통해 한 분야 또는 사회 전체의 시스템 변화와 재무적 성과 달성을 추구하는 소셜임팩트의 가치를 실현해나가고 있다.

2015년	7월	카카오 소셜임팩트팀 공동주문 프로젝트 시작
2016년	2월	MAKERS with kakao 서비스 론칭 PB 브랜드 HONEST MAKERS 론칭
2016년	5월	제주 체험 프로그램 판매
	7월	추석 미리주문 파트너 모집
2017년	1월	Stage MAKERS with. 멜론 판매
	3월	카카오메이커스 분사
	4월	파트너 제안접수 기능 구축
	9월	겨울 멀리주문 시작
2018년	1월	검색 기능 추가
	3월	제품상세 개편 (구매후기 및 제조사 문의 노출 강화)
	6월	카카오메이커스로 서비스 명칭 변경 누적 매출 500억원 돌파

kakaomakers

* 통계는 모두 2018년 10월 기준

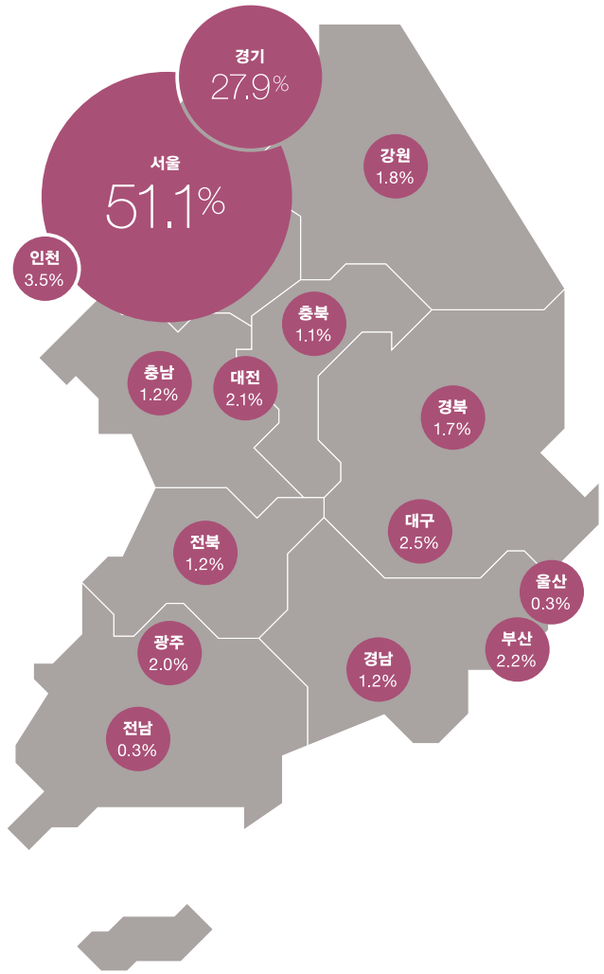
파트너 소개

카카오메이커스는 국내 곳곳의 파트너들과 함께하고 있으며, 대부분의 파트너들은 수도권과 광역시에 기반을 두고 있다. 제품 유형은 패션잡화, 리빙, 푸드, 뷰티 관련 공산품에서부터 도서, 공연, 여행, 강의 등의 콘텐츠에 이르기까지 다양하다.

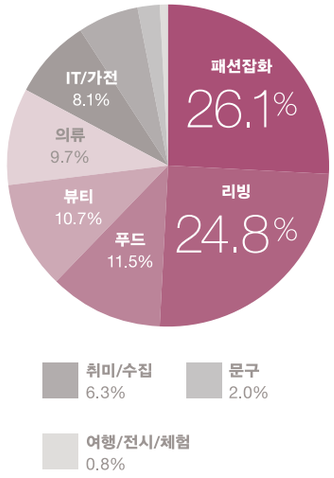
파트너수

1410개사

파트너 지역 분포



파트너 판매 제품 카테고리 비중



	판매 제품 종류수
패션잡화	1301
리빙	1237
푸드	572
뷰티	534
의류	483
IT/가전	403
취미/수집	315
문구	101
여행/전시/체험	41

파트너가 거둔 효과

파트너들은 미리 주문하고 정확한 수량을 확인한 뒤 생산을 시작하는 카카오메이커스의 주문생산방식을 통해 제조업의 고질병인 재고 문제를 해결하는 데 한발 다가섰다. 이런 혁신을 통해 매출 증대에 성공한 파트너들은 공장을 증설하고 해외로 진출하거나 신제품을 론칭하는 등 브랜드 경쟁력을 확보하고 있다.

1 재고 물량 감소

파트너들은 고객의 주문을 받아 최소생산수량(Minimum Order Quantity·MOQ) 이상의 주문 건에 대해서만 생산에 들어간다. 이를 통해 평균 20%에 달하는 재고를 줄일 수 있다.

재고 물량 감소 효과

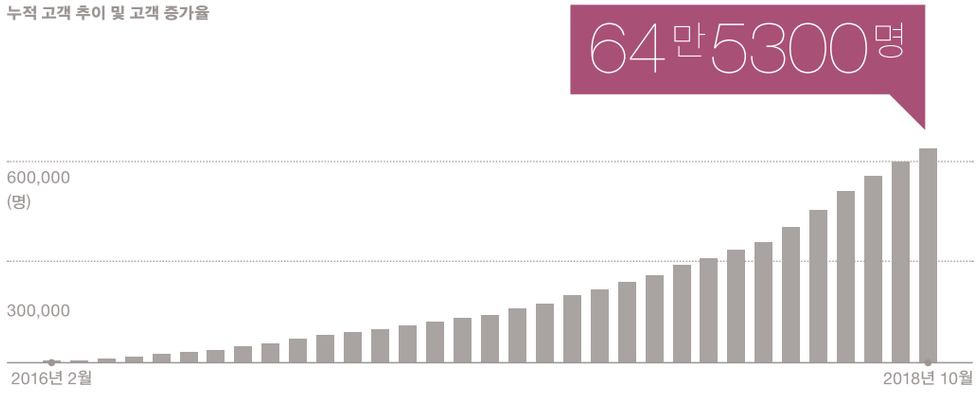
평균 20%

2 고객 증가 및 인지도 향상

파트너들은 2년만에 누적 고객 60만명 이상을 달성했다. 카카오톡 인프라는 고객 확보와 파트너 브랜드 인지도 향상에 큰 기여를 하고 있다.

고객 증가

누적 고객 추이 및 고객 증가율



인지도 향상

이상혁 코튼샤워 대표

지난 10월 '청년 상업 대전'에서는 많은 분들이 '어 이거 카카오에서 본 거다' 하고 알아보시더라고요. 전에는 각종 온라인 쇼핑몰에서 하루 5개 정도 판매됐는데 메이커스에서 판매를 시작한 뒤 그 수량이 늘어났죠. 지난 9월까지 10개가 팔리더니 10월 말부터는 하루에 60개가 나가기 시작했어요.

베개 위에 펼쳐진 인생 2막
Partners with Kakao vol.01

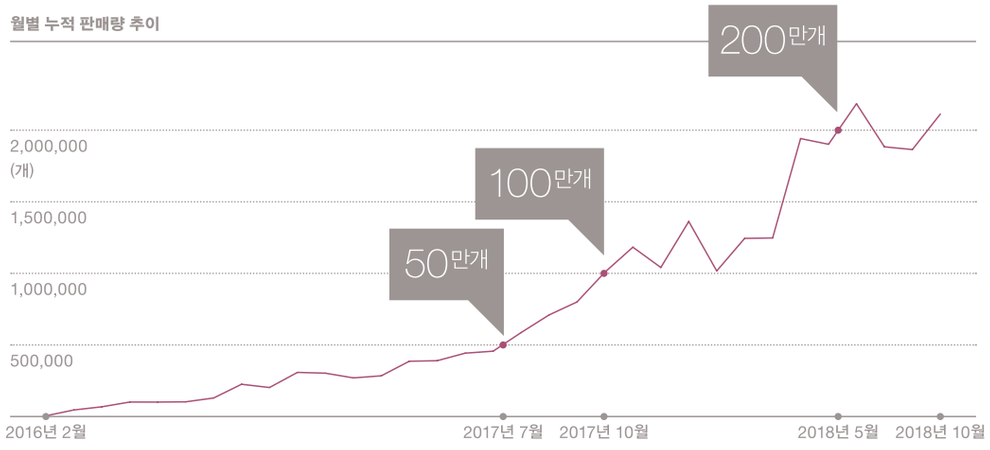
3 매출 증대

파트너로부터 수집되는 매출 정보는 파트너와 카카오메이커스의 협력이 만들어낸 성과다. 카카오메이커스의 누적 제품 판매량이 200만개를 돌파했다는 점은 파트너가 매출 상승 측면에서 유의미한 효과를 거두고 있다는 것을 방증한다.

누적 제품 판매량

277만4200개

월별 누적 판매량 추이



코튼샤워

대표 제품: 통째로 세탁하는 기능성 솜 베개 코튼샤워

메이커스 내 누적 판매량 5만7000개

매출 증가 현황 2017년 상반기 1000만원
2018년 상반기 13억원

루이

대표 제품: 김서림 방지 안경클리너 루이

메이커스 내 누적 판매량 4만6200개

메이커스 입점 전후 연간 판매량 변화 입점 전 1만장
입점 후 20만장

4 판로 개척

파트너들은 카카오메이커스를 통해 폭넓은 연령층의 고객들을 만족시키고 있다. 파트너와 카카오메이커스 MD의 긴밀한 협력으로 다양한 연령층을 흡수할 수 있는 해결책을 모색한 결과다.

정선임 코리아유니랩 대표

메이커스는 저희에게 다양한 고객을 안겨 준 좋은 판로입니다. 입점 전에는 젊은 층만 많이 이용하는 줄 알았는데, 메이커스 입점 이후 중년층 어르신들의 문의도 많이 받고 있어요. 지금은 다른 오픈마켓에도 제품을 판매하고 있지만 여전히 메이커스가 저희 제품의 주력 판매 채널입니다.

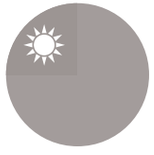
5 해외 진출

파트너들은 카카오메이커스로 국내 시장 점유율을 높이는 것에서 그치지 않고 늘어난 매출액을 기반으로 해외 진출도 시도하고 있다. 전 세계 곳곳에 수출을 진행하거나, 해외 법인을 설립하는 등 해외 진출 성공 사례가 늘어나고 있다.

클레어

주요 수출국 매출 현황
전 세계 14개국 수출

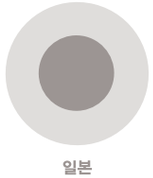
홍콩
250만달러



대만
200만달러

루이

주요 수출국 판매 현황



일본
1만3000장

독일, 이탈리아 등 EU
2만장

중국
1만장

6 신제품 및 브랜드 추가 론칭

파트너들은 카카오메이커스 고객의 폭발적인 반응에 힘입어 신제품을 출시하고 브랜드를 추가로 론칭하고 있다.

샘케이

메이커스 내 누적 판매량 4955개

- 비타민 세럼 첫 판매에서 매진 기록, 여드름 전용 브랜드 '에이스톱' 추가 론칭
- 카카오메이커스와의 기획을 통해 '등드름을 위한 거꾸로 토너' 제작해 2018년 8월 판매량 4500개 기록

유비세이프

메이커스 내 누적 판매량 2만7800개

- 기존에는 OEM 생산만 진행, 카카오메이커스를 통해 자사브랜드 제품 최초 판매

7 고용 증대

파트너들의 제품 유통 활성화가 일자리를 창출하고 있다. 파트너들의 성장에 따른 고용 창출은 지역경제를 활성화하는 데에도 기여한다.

클레어

2017년 말 대비 고용 170% 증가

뷰티클로

메이커스 입점 후 고용 80% 증가

안창선 유비세이프 대표

카카오메이커스 입점 후 상근직 5명을 추가 채용했습니다. 2명은 정규직, 3명은 고정 아르바이트로 일하고 있어요. 카카오메이커스 판매를 통해 매출이 증가했을 뿐만 아니라, 국내외에서 많은 관심을 받고 있습니다. 해외 전시에서 만난 미국 바이어에게도 메이커스를 통해 저희 제품을 알게 되었다며 판매 문의를 받기도 했고요. 메이커스 덕분에 늘어나는 판로에 발 맞추어 고용도 더 늘어날 것으로 기대합니다.

8 공장 증설

파트너들은 카카오메이커스를 통해 꾸준히 늘어나는 주문량에 발 맞추어 공장 규모를 넓히고 있다. 매출 증가로 인한 공장 설비 증설은 파트너의 공급 체계를 강화하고 고객에게 제품력으로 보답하는 순기능으로 이어지고 있다.

H201

메이커스 내 누적 판매량

7만4400개

카카오메이커스 주문이 이어지면서 용인에 위치한
기존 공장을 평택으로 옮겨 설비 증설

이우헌 클레어 대표

메이커스 입점 이후 판매량이 크게 늘어 2018년 연말을 목표로 공장 증설을 준비하고 있습니다. 기존 용인 공장의 경우 실평수 100평을 사용하고 있었습니다. 현재 계획 중인 부지는 약 900평 규모이며 실제 공장규모는 전체 360평 정도로 예상합니다. 생산부지의 규모가 커지면 실제 생산량은 3배 이상 증가할 것으로 기대하고 있습니다.

작고 똑똑한 공기청정기, 그 탄생의 비밀
Partners with Kakao vol.07

9 고객과의 원활한 소통

파트너들은 구매자 만족도 별점 평가, 구매 후기, 제품 문의 등을 통해 고객의 입장에서 자사 제품을 재평가하게 된다. 이는 파트너에게 제품의 강점을 강조하고 단점을 보완하는 계기를 마련한다. 파트너에게 긍정적인 후기는 카카오메이커스 고객 사이에서 입소문을 타고 마케팅 효과를 불러일으키고 있다.

누적 고객 후기수

22만5400개

카카오의 지원

카카오메이커스는 파트너들에게 제작 지원부터 투자까지 최적화된 지원을 펼치고 있다. 이 공로를 인정받아 2018 우수중소기업마케팅대전에서 중소벤처기업부 장관표창을 수상했다.

1 제작 프로그램

파트너의 제품에 대한 이해도가 높은 전문가 집단이 제품의 샘플 디테일을 챙기고 홍보용 사진과 카피를 제작해주는 등 다각도로 지원한다.

콘텐츠 제작 지원

카카오메이커스는 파트너와 홍보 이해도가 높은 에이전시를 매칭해 콘텐츠 제작 노하우가 부족한 파트너를 지원한다. 에이전시는 제품 설명, 사진 및 동영상 촬영 등 홍보 전반을 맡아 진행하고, 카카오메이커스 판매 이후에도 파트너와 콘텐츠를 공유한다.

샘플 피드백

카카오메이커스의 MD들은 파트너의 샘플을 검토하고, 제품 개선에 필요한 의견을 주고받는다. 또 고객 후기를 바탕으로 제품을 발전시켜 더 좋은 판매 결과를 만들어내는 사례가 늘고 있다.

2 투자 프로그램

카카오메이커스는 가능성을 검증받은 파트너들이 새로운 성장동력을 확보할 수 있도록 투자를 통해 지원하고 있다.

클레어

- 카카오메이커스 1호 투자 파트너
- 2017년 12월 5억원 규모 투자

김정민 카카오메이커스 제품기획팀 부장
2017년 4분기에 카카오메이커스가 투자할 만한 파트너사를 찾을 때 클레어가 앞서 보여준 가능성이 눈에 들어왔어요. 당시 클레어는 내수보다 수출에 주력하고 있었기에 상대적으로 국내에서 브랜드 인지도가 높지 않았어요. 하지만 독자적 기술과 생산 라인을 바탕으로 R&D에 꾸준히 투자하고 있었기 때문에 성장 동력이 충분하다고 판단했죠.

3 기관 협업을 통한 파트너사 판로 지원

카카오메이커스는 소규모 파트너들의 성장 동력이 되어줄 기관들과 협력해 판로를 지원하고 있다. 카카오메이커스와 기관의 지원은 제품 판매, 브랜드 인지도 전반에 걸쳐 상승 효과를 이끌어내고 있다.

중소기업유통센터·소상공인시장진흥공단

- **중소기업유통센터**: 스타티지디 등 18개 파트너사
- **소상공인시장진흥공단**: 소산원 등 7개 파트너사

KOTRA·디자인진흥원

- 클레어 등 해외 선론칭 제품의 국내 판로 개척
- 루미르 등 국내 유통 제품의 해외 판로 개척
  (무역관 전시를 통한 해외 바이어 연결)

서울산업진흥원

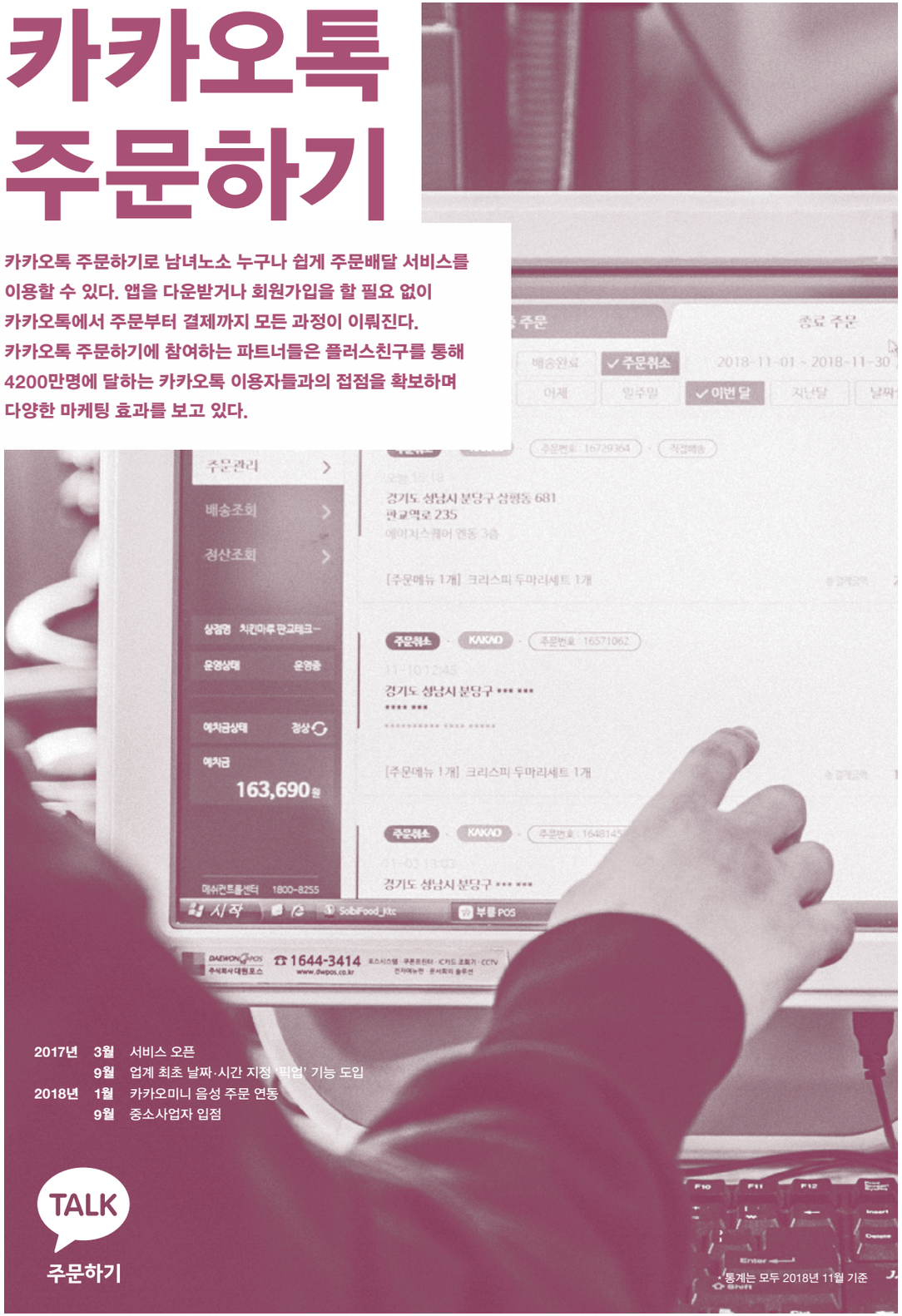
- 카카오메이커스를 통한 제품 판매 및 홍보마케팅 지원
- 카카오메이커스와의 연계를 통해 기술상용화 지원사업

광역자활센터와의 협업

- 제품 발굴 및 판매, 비즈니스 자문
- 반희담, 수미인, 빵과사람들, 해피우드 등

카카오톡 주문하기

카카오톡 주문하기로 남녀노소 누구나 쉽게 주문배달 서비스를 이용할 수 있다. 앱을 다운받거나 회원가입을 할 필요 없이 카카오톡에서 주문부터 결제까지 모든 과정이 이뤄진다. 카카오톡 주문하기에 참여하는 파트너들은 플러스친구를 통해 4200만명에 달하는 카카오톡 이용자들과의 접점을 확보하며 다양한 마케팅 효과를 보고 있다.



2017년 3월 서비스 오픈
9월 업계 최초 날짜·시간 지정 '픽업' 기능 도입
2018년 1월 카카오미니 음성 주문 연동
9월 중소사업자 입점

TALK 주문하기

통계는 모두 2018년 11월 기준

누적 서비스 이용자수

350만명

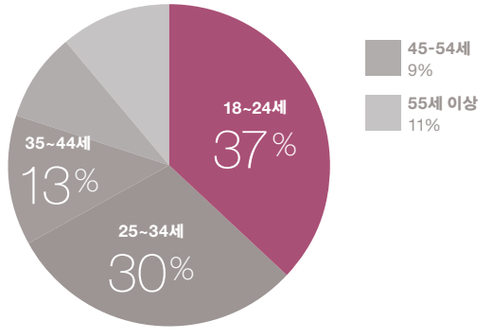
서비스 이용자 월평균 증가율

10%

카카오톡 주문하기 플러스친구 친구수

192만명

가장 많이 구매하는 연령층



파트너 소개

프랜차이즈 브랜드뿐 아니라 중소사업자도 파트너로 함께하면서 전국적으로 3만개의 매장과 파트너십을 맺고 있다.

입점 파트너수

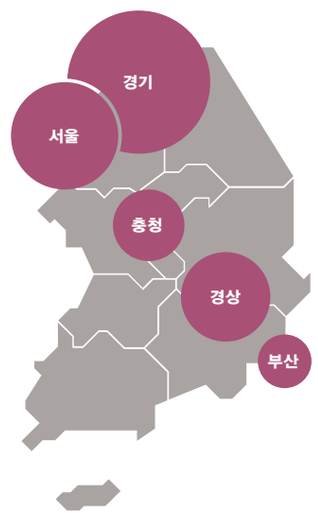
매장 3만개

브랜드 41개

입점 메뉴별 비중

1 치킨
2 간식·분식
3 피자
4 패스트푸드
5 족발·보쌈
한식
일식·회
중식
야식

지역별 파트너 분포 비중



파트너가 거둔 효과

파트너들은 합리적인 비용으로 판매와 마케팅 채널을 확보함으로써 매출 증대, 고객과의 적극적인 소통, 판로 확장 등의 효과를 거두고 있다.

1 매출 증대

손쉬운 주문 및 결제방식을 통해 주문건수와 매출이 동반 상승하고 있다.

월간 주문하기 주문건수 증가율

2017년 4월 대비 2018년 4월 — 2.5배

2 고객과의 소통

카카오톡 주문하기 파트너들은 플러스친구와의 연동을 통해 고객과 더욱 원활하게 소통하고 있다. 또 카카오톡 주문하기 자체 플러스친구 계정에서 보내는 메시지로 홍보 및 마케팅 효과도 거두고 있다.

카카오톡 주문하기 플러스친구 메시지 평균 발송건수

주3회

3 중소사업자 판로 확장

중개수수료가 없어 중소사업자의 판로 확대에도 기여하고 있다.

중소사업자 사전 입점 신청 파트너수

2만5000명

중소사업자 중 계약 완료 파트너수

1만5000명

카카오의 지원

카카오톡 주문하기는 중소사업자들이 플랫폼에 쉽게 적응하고, 활발하게 사용할 수 있도록 여러 가지 지원을 펼치고 있다.

1 가맹업체 문의센터 운영

사장님지원센터(1670-7500)를 아침 9시부터 새벽 2시까지 운영 중이다.

이중진 미스터피자 마케팅팀 과장
이벤트나 프로모션을 진행할 때 저희 브랜드 카카오톡 플러스친구 계정을 활용하고 있는데, 해당 내용을 주문하기 서비스 플러스친구를 통해서도 발송해주시더라고요. 저희가 자체 홍보할 때보다 훨씬 큰 매출 증대 효과를 보고 있습니다. 평일의 경우 1.5배에서 2배 이상, 주말은 최대 4배 이상 주문량이 늘어요.

2 입점 프로그램

사업자 부담을 줄이기 위해 2018년 말까지 입점 계약 시 최대 60일, 월 3만원의 이용료를 면제해주는 프로모션을 진행하기도 했다. 2018년 12월 이후 입점하는 파트너들에게는 최대 31일 동안 서비스 이용료가 면제된다.

3 마케팅 프로그램

플러스친구를 활용해 매장 소식을 알리고 단골 고객을 확보하는 등 마케팅을 지원하고 있다.

커뮤니케이션

플러스친구 — 90
키즈노트 — 98

플러스친구

플러스친구는 카카오톡을 기반으로 하는 손쉽고 효과적인 비즈니스 오픈 플랫폼이다. 메시지 발송과 1:1 상담 등 소통 기능뿐 아니라 주문, 구매, 예약 기능 등과의 연동까지 가능하며, 각종 통계 데이터를 바탕으로 마케팅 효과를 측정하기에도 유용하다.

2011년 10월 최초 출시
2014년 8월 옐로아이디 출시
2015년 9월 비즈메시지 상품 '알림톡' 출시
2016년 4월 비즈메시지 상품 '친구톡' 출시
10월 비즈메시지 상품 '상담톡' 출시
2017년 5월 플러스친구 통합 (기존 플러스친구와 옐로아이디 서비스 통합)

파트너 소개

카카오톡을 비즈니스에 활용하고자 하는 개인은 물론 사업자, 기관 등이 플러스친구를 활발하게 사용하고 있다. 미디어, IT, 교육, 외식, 의료기관 등 다양한 업종과 분야의 파트너들이 플러스친구와 함께하고 있다.

플러스친구 현황

프로필수 66만2900개

프로필 생성수 4만800개

월평균 프로필 생성수 3만5000개

• 2018년 10월 기준

플러스친구 업종별 프로필 개설 현황

병원 8만3500개

쇼핑 7만7000개

인물 5만3900개

서비스 4만4900개

외식/식음료 4만3100개

여행/레저/스포츠 3만2500개

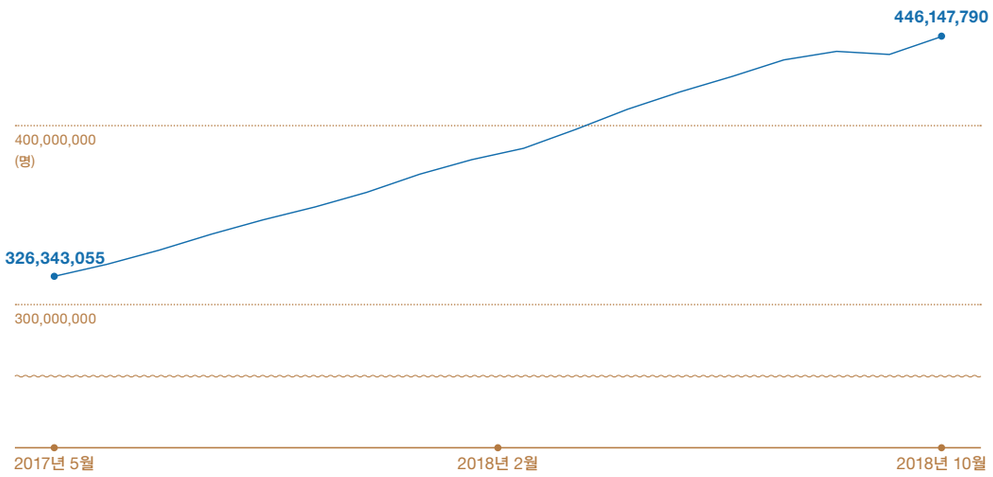
파트너가 거둔 효과

플러스친구 파트너들은 꾸준히 늘어나는 친구를 대상으로 광고 효율을 극대화하고 있다. 또 알림톡, 상담톡 등의 부가기능을 통해 비용을 줄이고 업무를 효율화하는 등 비즈니스 전반에서 다각적인 성과를 거두고 있다.

1 영향력 확대

플러스친구 파트너들의 친구수는 꾸준히 늘어나 2018년 10월 4억4700만명에 달했고, 10만명 이상의 친구를 지닌 파트너가 570개에 달한다.

플러스친구 파트너들의 친구수



플러스친구 업종별 친구수

쇼핑	8484만2000명	서비스	5228만2200명
IT	4414만6500명	여행/레저	3819만2100명
외식/식음료	3312만5700명	뷰티	2950만4700명

2 플러스친구와 비즈메시지 사용 효과

카카오톡은 이용자의 개인정보를 보호하면서 파트너들의 마케팅 효과를 극대화할 수 있도록 사용 목적에 따라 선택할 수 있는 다양한 비즈메시지를 선보인다. 파트너들은 플러스친구를 맺지 않은 고객들이 물건을 구매했을 경우 문자메시지 대신 알림톡으로 보다 쉽고 저렴하게 정보성 메시지를 보낼 수 있다. 이미 결제 경험이 있는 진성 고객들이 알림톡을 통해 플러스친구 추가를 하면 플러스친구 메시지와 친구톡을 활용한 광고성 메시지를 보내 마케팅 효과를 극대화한다. 또 언제 어디서나 1:1 채팅이 가능한 상담톡으로 상담 효율을 높이고 비용을 줄임으로써 사업 구조의 선순환을 만들고 있다.

플러스친구 내 비즈메시지 연계흐름

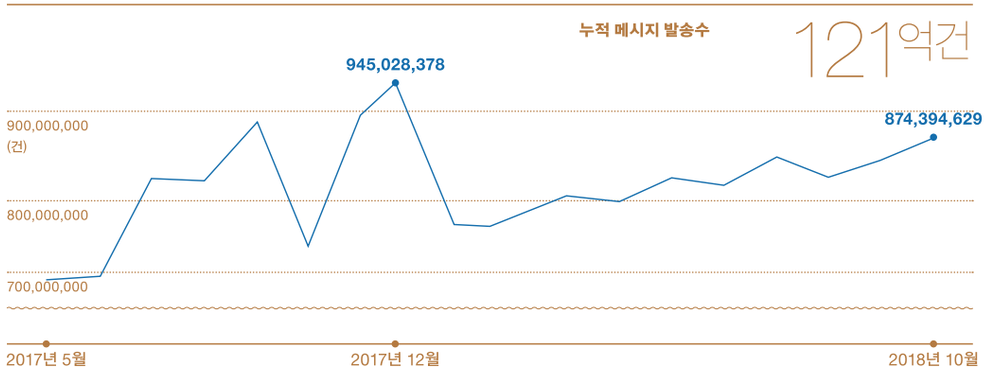
비즈메시지 광고 성과

광고비 대비 발생 매출

티몬	51.43배
SSG	15.36배
타라디토	4.97배
애정 팩토리	4.57배
오늘나어때	4.43배

박세학 미래전략경영원 대표
대구에서 온라인 마케팅 관련 교육 사업을 하고 있어요. 캠핑용품/가구용품 쇼핑몰도 운영하고 있고요. 확실히 카카오톡 플러스친구는 '팬' 관리가 돼요. 기존 고객 관리 차원에서 이만한 도구가 없죠. 문자보다 도달이 훨씬 잘 되고 즉각적인 소통이 가능하거든요. SNS를 활용한 마케팅은 파급력은 좋지만 고객들이 쉽게 결정을 안 하세요. 반면 카카오톡 플러스친구 메시지는 이미 친구를 맺은 고객들, 교육기관에 대한 신뢰를 가진 사람들에게 발송되니까 수강신청까지 쉽게 이어지는 편이에요.

플러스친구 메시지 발송 추이



비즈메시지 발송현황

알림톡, 친구톡, 상담톡 합산

과금메시지 발송수	전년 동월 대비 65% 증가
과금 프로필수	전년 동월 대비 164% 증가
수신자 및 상담고객수	전년 동월 대비 19% 증가

* 2018년 7월 기준

3 비용 절감

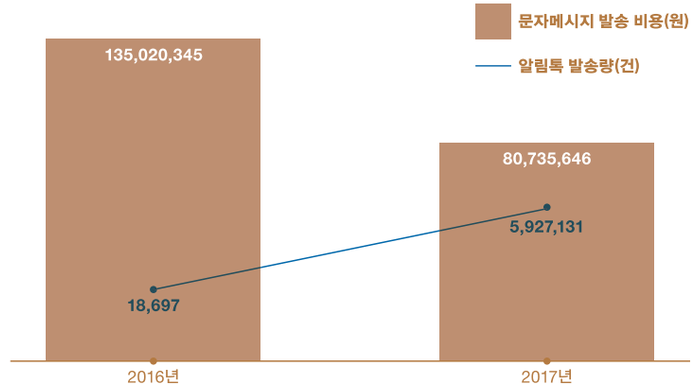
알림톡은 기존 문자메시지보다 더 저렴해 많은 기업은 물론 기관의 비용 절감에도 기여하고 있다.

알림톡 활용 효과

알림톡 이용시 기존 대비	70% 절감

* 출처: 김대원, <모바일 메신저를 통한 정보성 메시지의 소비자 후생 분석>

병무청 비용 절감



변재호 병무청 정보기획과 주무관
매년 증가하는 비용 감당도 난관이었지만, 저희가 보낸 문자메시지를 스팸으로 오인하는 것도 문제였죠. 그때 떠올린 게 카카오톡 알림톡 서비스였어요. 큰 비용 절감과 정확한 수신 여부 체크로 업무 효율성을 높일 수 있었죠. '현역병 입영일자 가능 여부 설문조사'를 알림톡으로 진행했는데, 기존 ARS 방식보다 응답률이 높고 비용이 크게 절감된 것은 물론이고, 설문 내용 이해도도 훨씬 좋았죠. 7일 이상 소요되던 설문 수집 및 정리 기간도 3일 이내로 단축돼 업무 효율성이 높아졌습니다.

입영통지서, 카카오톡으로 받아요
Partners with Kakao vol.04

4 업무 효율 및 고객 만족 향상

상담톡이 ARS로 이뤄지던 상담 문의를 대체하면서 즉각적인 소통, 효과적인 응대가 가능해졌다. 고객 만족도는 올라가고 상담사의 스트레스가 줄어들면서 직원의 업무적응도, 만족도를 높이는 데도 성공을 거두고 있다. 알림톡은 기존 문자메시지 대비 더 편하고 안전하고 믿을만한 서비스로 이용자들에게 인식됨으로써 파트너사가 보다 원활한 업무 처리를 할 수 있도록 돕는다.

고객 응대 효율화

상담톡 활용 효과

우아한형제들
CS응대 효율
300%향상

한샘
상담톡 도입 2달만에 응답 대기시간
300%향상

우아한형제들
상담 효율 및 만족도
4배 이상 상승

우아한형제들
상담톡 실시간 채팅응대 고객
73%만족

한동현 조샌드위치 판교테크노밸리점 대표

손님이 얼마나 올지 예측하는 일이 가장 어려워요. 손님이 없어도 난처하지만 갑자기 한꺼번에 많이 몰려도 고민이거든요. 직장인에게는 식사 시간의 1분 1초가 소중하잖아요. 저희 매장은 좌석 예약이 안 되는 곳이라 대기 시간을 최소화하면서 좌석 회전율을 끌어올리는 게 가장 중요하고도 어려운 일이에요. 점심 시간이 시작되면 손님들이 '지금 자리 있어요?', '앞에 몇 팀 기다리고 있나요?' 하고 카카오톡으로 끊임없이 물어보세요. 그럼 저도 매장 상황을 봐가면서 실시간으로 답변을 해드리려고 하고요. 플러스친구의 실시간 채팅 기능이 바쁜 시간대에 손님들을 어느 정도 분산시키는 데 도움을 줬다고 볼 수 있는 거죠. 무엇보다 실시간으로 유연한 소통을 할 수 있어 손님들 만족도가 높아진 것은 확실해요.

카카오톡으로 주문하는 샌드위치
Partners with Kakao vol.07

알림톡 활용 효과

알림톡 한 건으로 소비자가 얻는 후생
4,87원

창출한 소비자 후생 가치 환산 금액
400억원

* 출처: 김대원, <모바일 메신저를 통한 정보성 메시지의 소비자 후생 분석>

카카오의 지원

카카오는 파트너 대상 간담회, 미팅, 콘퍼런스, 설명회 등을 정기적으로 개최하며 플러스친구 서비스 개선 및 품질 향상을 위해 힘쓰고 있다.

1 간담회 및 콘퍼런스

카카오는 간담회를 통해 파트너들에게 서비스 변경 사항, 방향성 등을 공유하며 정기 콘퍼런스를 통해 연간 성과 및 향후 비전을 제시하고 있다.

시행 현황

- 2016년 5월 20부터 비정기 간담회 총 8회 실시
- 2017년 1월 19일부터 반기 콘퍼런스 총 2회 실시
- 알림톡 11개사, 상담톡 6개사 참여

2 중소상인 대상 플러스친구 설명회

플러스친구와 알림톡, 친구톡, 상담톡 서비스를 보다 효과적으로 활용할 수 있도록 중소상인 대상 설명회를 정기적으로 시행하고 있다.

시행 현황

2018년 5월 16일부터 총 5회 실시, 233개사 336명 참여

박세학 미래전략경영원 대표

옐로아이디 때부터 지금까지 3년 정도 카카오톡 플러스친구를 사용해왔어요. 이번 교육을 통해 알림톡, 상담톡 활용법을 익힐 수 있었던 점이 가장 도움이 됐습니다. 알림톡을 활용하면 공지나 안내를 하기가 훨씬 수월할 것 같아서 곧 도입할 예정입니다. 파트너들이 서비스를 잘 활용할 수 있도록 친절히 안내해주는 카카오를 많이 의지하고 있어요.

이준택 메디플러스 대표

의료기기 제조, 유통 회사를 운영하고 있어요. 병원 등을 대상으로 B2B 판매만 진행하다 B2C사업을 준비하면서 설명회에 참석하게 됐죠. 이번 설명회를 통해 카카오톡 플러스친구는 물론 상담톡 기능까지 확실히 익히게 됐어요. 지난 8월부터는 상담톡을 활용하고 있습니다. 전부 전화로 상담하자니 소모적인 측면도 있어서 고객관리에 관한 고민이 많았는데 상담톡을 도입한 뒤로 응대가 한결 수월해져서 직원들 만족도가 높아요. 카카오톡 플러스친구와 상담톡을 고객들이 좀 더 쉽게 이용하실 수 있도록 회사 홈페이지 메뉴를 개편할 예정입니다.

키즈노트

세계 최초로 스마트 알림장을 선보인 키즈노트는 키즈노트북, 키즈노트 안심승하차 서비스 등 다양한 기능을 업데이트하며 국내외 영유아 기관 대표 모바일 커뮤케이션 서비스로 자리매김하고 있다.

2012년	4월	키즈노트 설립
	7월	케이큐브벤처스 투자유치
	8월	한국어린이집총연합회 업무협약체결
2013년	6월	한국유치원총연합회 업무협약체결
2015년	1월	카카오 자회사 편입
	11월	일본 내 유료서비스 론칭
2016년	9월	'원 홈페이지 서비스' 출시, 카카오 날씨 기능 알림장 연동
2017년	1월	영유아 기관 및 부모대상 쇼핑 서비스 '키즈노트 스토어' 출시
	3월	원아 등하원시간 기록할 수 있는 출석부 기능 업데이트
	6월	카카오 맞춤법 검사 기능 연동
2018년	1월	원 생활 포토북 스마트 제작 서비스 '키즈노트북' 출시
	6월	카카오 번역 기능 연동
	7월	원 내부 커뮤니케이션용 '투표 기능' 출시
	11월	'안심승하차 서비스' 론칭

kidsnote
a kakao company

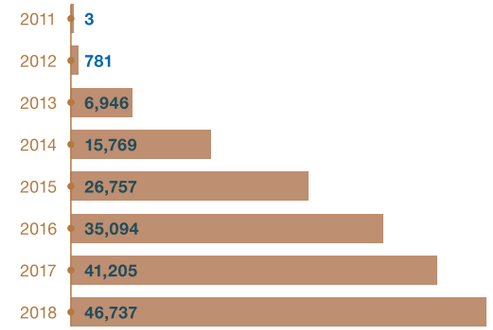
* 통계는 모두 2018년 11월 기준

파트너 소개

키즈노트는 서비스 출시 6년 만에 대한민국 어린이집과 유치원의 80% 이상을 파트너로 맞으며 교육 현장에서 없어서는 안 될 동반자로 성장했다.

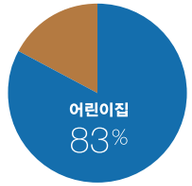
이용원 현황

총계 4만6800개



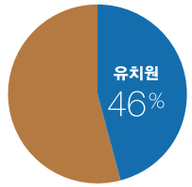
* 국내/외 원 포함

전국 어린이집 · 유치원 키즈노트 가입 현황



국내 전체 기관 39,220

키즈노트 가입 기관 32,562



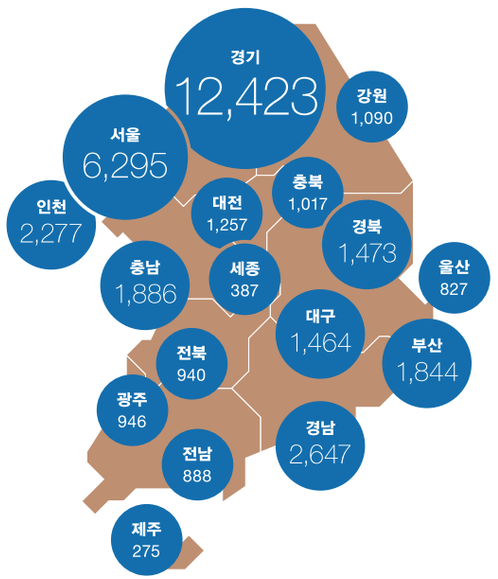
국내 전체 기관 9,559

키즈노트 가입 기관 4,352

* 출처: 어린이집정보공개포털

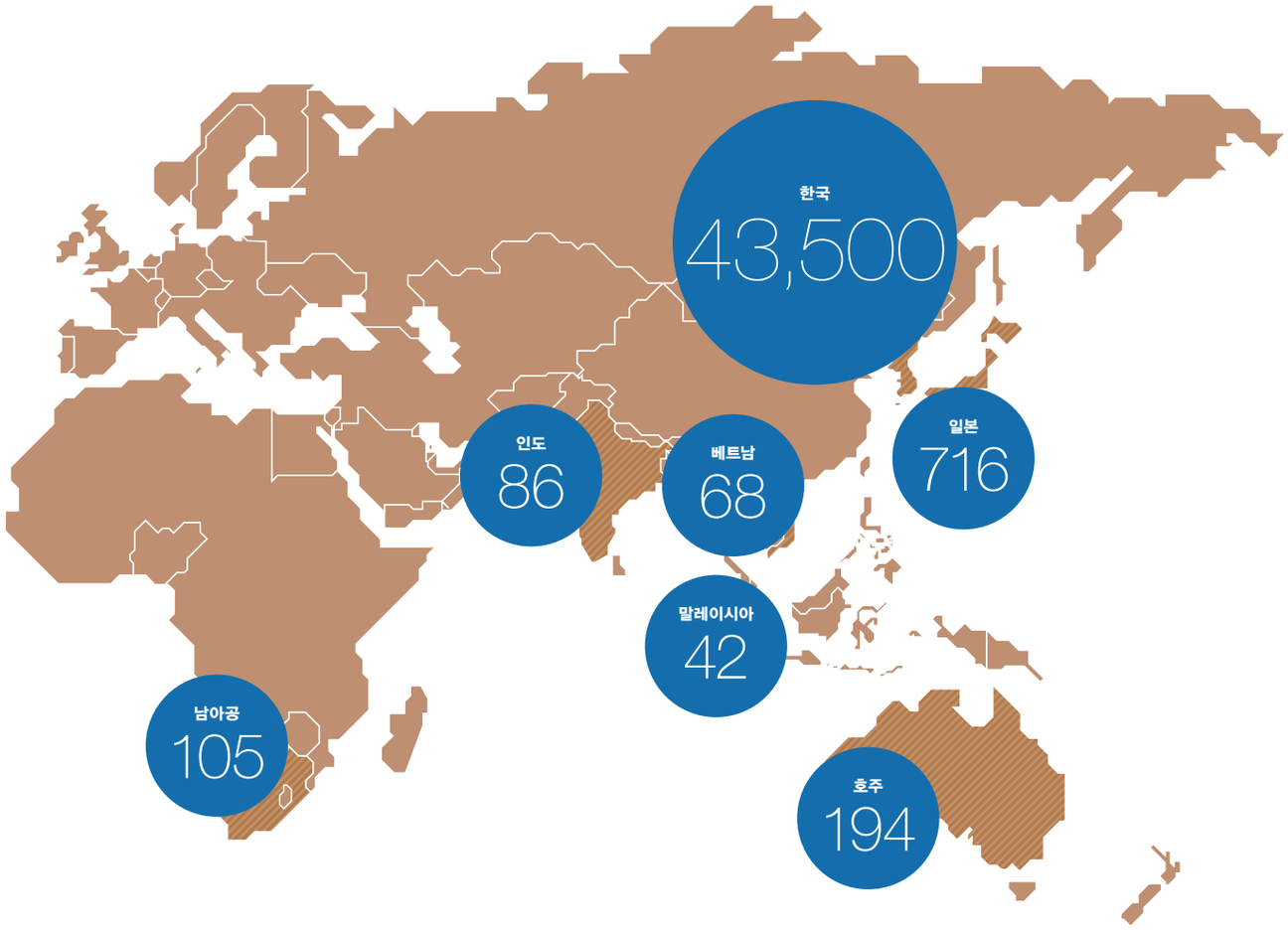
국내 이용원 지역분포 현황

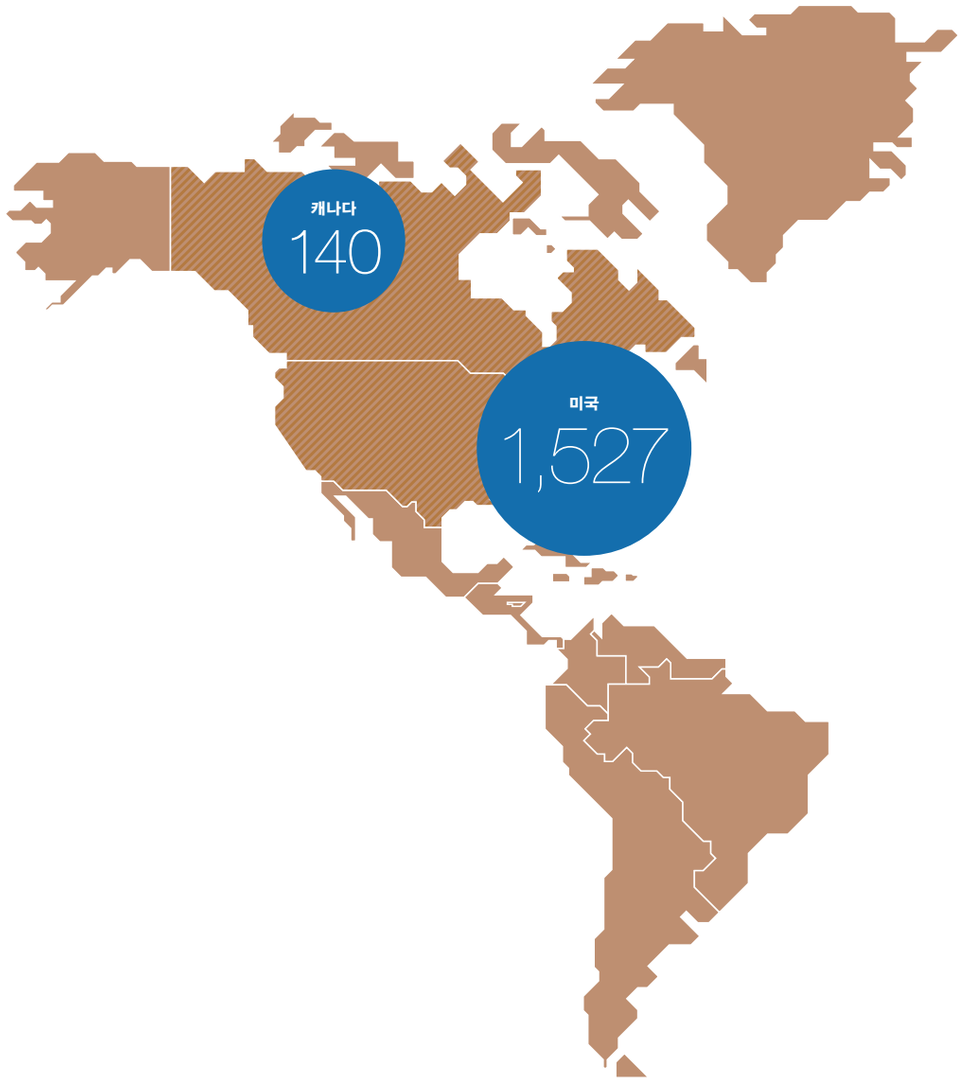
총계 4만3500개



이용자 현황

학부모	141만3800명
교사	25만3800명
원장	4만6300명
외부교사 / 특강강사	392명
협력사	273명
총계	171만4600명





서비스 국가별 이용원 현황

국내 원

4만3500개

국외 원

3197개

국가명	가입원수
한국	43,500
미국	1,527
일본	716
호주	194
캐나다	140
남아공	105
인도	86
베트남	68
말레이지아	42
이집트	32
영국	29
인도네시아	28
중국	28
필리핀	26
아랍에미리트	16
싱가포르	14

국가명	가입원수
나이지리아	14
대만	12
사우디아라비아	10
카타르	9
프랑스	8
푸에르토리코	8
브라질	8
몽골	7
파키스탄	7
태국	7
아일랜드	7
네덜란드	6
러시아	6
캄보디아	6
오만	5
쿠웨이트	5

국가명	가입원수
우크라이나	5
벨기에	5
체코	5
멕시코	5
스페인	5
체코	4
뉴질랜드	4
독일	4
도미니카 공화국	4
짐바브웨	4
이스라엘	4
아프가니스탄	4
말타	3
바레인	3
그리스	3
방글라데시	3

국가명	가입원수
스웨덴	3
레바논	3
케냐	2
리투아니아	2
트리니다드토바고	2
페루	2
콜롬비아	2
볼리비아	2
아르헨티나	1
야제르바이잔	1
잠비아	1
보츠와나	1
맨섬	1
터키	1
튀니지	1
세네갈	1

국가명	가입원수
핀란드	1
카메룬	1
가나	1
루마니아	1
칠레	1
카자흐스탄	1
폴란드	1
이란	1
파나마	1
자메이카	1
노르웨이	1
페로 군도	1
알제리	1
키르기스스탄	1
모로코	1
온두라스	1

파트너가 거둔 효과

파트너들은 키즈노트를 통해 가정과 원 사이의 소통을 활성화시키고, 원을 더욱 효율적으로 운영하고 있다.

1 소통 편의 증진

파트너들은 알림장 외에도 사진, 앨범, 투약의뢰서, 귀가동의서 등의 기능을 통해 아이의 일상을 효과적으로 공유함으로써 원과 가정 사이의 신뢰도 향상을 경험하고 있다.

키즈노트 내 게시물 등록 현황

알림장 게시물 평일 평균 16만5300개	2억4758만5700개
알림장 사진 평일 평균 29만8600장	5억4239만5800장
앨범 게시물 평일 평균 2만3600개	4310만3900개
앨범 사진 평일 평균 41만2800장	7억5040만9100장
투약의뢰서 게시물 평일 평균 1만6100개	2924만1400개
공지사항 게시물 평일 평균 5751개	1045만4900개
귀가동의서 게시물 평일 평균 1665개	247만5500개

곽현희 세네동 어린이집 원장

부모님과 선생님 간 소통이 잘되니까 원과 부모, 아이 사이의 신뢰가 확실히 돈독해졌어요. 사진과 동영상을 찍어 앨범으로 올리면 부모님의 앱에 알림이 뜨니까 바로바로 확인하고 피드백할 수 있거든요. 예전에는 가정통신문에 몇 월 며칠 몇 시에 어디로 현장학습을 갔다가 몇 시쯤 도착할 예정이라고만 적어서 보내드렸죠. 그러면 조금만 늦어도 부모님들이 언제 오나 내내 기다리세요. 어린이집 전화는 불이 나고요. 그런데 키즈노트를 도입한 뒤로는 원 밖에서의 일거수일투족도 바로바로 전달해드릴 수 있어요. 전체 부모님들께 전달되는 공지사항 기능을 활용해 지금 어느 톨게이트를 지나는지 사진을 찍어서 보내드리고, 교통 상황에 따라 그때그때 예상 도착 시간도 공지해드리죠.

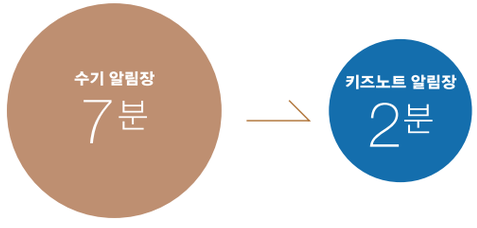
50년 역사의 어린이집, 디지털을 입다
Partners with Kakao vol.06

2 교사 시간 효율화

교사들은 키즈노트 맞춤법 검사 기능 등을 통해 시간을 절약함으로써 교육 활동에 보다 매진할 수 있게 됐다.

알림장 작성에 소요되는 시간

알림장 1건 평균 71% 단축



교사가 절감할 수 있는 시간

일간 절약 시간	50분
주간 절약 시간 250분 = 4.16시간(주5일 근무)	4.16시간
연간 절약 시간 1만3050분 = 217.5시간 = 9.06일(주말 제외)	9.06일

* 교사 1명당 아동비율 평균 10명, 1일 아동당 알림장 1건 작성 시
* 영유아보육법 시행규칙 제10조 보육시설종사자 배치 기준

* 해당 지표는 특정 원 표본 조사한 수치

3 원 운영비 절감

파트너들은 키즈노트의 스마트 알림장 기능 덕분에 용지 및 출력 비용, 문자메시지 발송 비용 등의 운영비를 크게 줄였다.

유치원 운영비 절감 효과

원아 100명 기준 공지사항 인쇄, SMS 등 커뮤니케이션 비용절감 계산

월 사용 A4용지 5박스 × 2만원	10만원
월 잉크렌탈 2대 × 5만원	10만원
월간 문자비용 45원 × 2회 × 100명	9000원

키즈노트 도입 후 → 0원

매월 20만 9000원
연간 250만 8000원

4 전문성 향상

교사들은 자주 틀리는 표현을 데이터화해 본문의 맞춤법을 자동으로 고쳐주는 키즈노트의 맞춤법 검사 기능을 활용해 업무 효율을 향상시킬 수 있다.

맞춤법 검사 기능 누적 실행건수

1369만1800건

5 다문화 가정과의 소통 강화

파트너들은 키즈노트의 번역 기능을 통해 영어, 일본어, 중국어에 이어 베트남어, 스페인어, 인도네시아어를 사용하는 다문화 가정과 더욱 원활한 소통을 할 수 있게 됐다.

번역 기능 누적 실행건수

8만1000건

박혜진 태영어린이집 원장

저희 원에는 다문화 가정 아이들이 있어요. 키즈노트가 없었을 때는 아무래도 어머니와의 소통이 거의 불가능했어요. 한글로 손수 알림장을 적다 보니까 어머니들이 이해하기가 쉽지 않았죠. 논의드릴 일이 있을 때면 아버지께 전화를 드려야 했어요. 그런데 키즈노트를 만나고 나서 소통 방식이 완전히 바뀌었어요. 선생님들이 키즈노트 알림장을 한글로 작성한 뒤 번역 기능을 사용하면 어머니가 익숙한 모국어로 내용을 전해드릴 수 있거든요. 어머님들은 알림장을 확인하고 다시 모국어로 피드백을 적어 주세요. 선생님들은 다시 번역기를 통해 그 문장을 한국어로 읽을 수 있고요. 키즈노트로 어머니, 아버지 모두와 실시간으로 소통할 수 있어서 참 편해요.

카카오의 지원

키즈노트는 현장의 목소리를 경청함으로써 서비스 기능을 향상시키고 있다. 또 교사 역량 지원, 복지 혜택 제공 등의 다양한 방식으로 파트너를 지원하고 있다.

1 영유아기관의 요청에 따른 기능 개발

키즈노트는 다양한 채널로 원과 가정의 의견을 받은 뒤 지속적으로 기능을 업데이트해왔다. 2016년부터는 기능 요청 CS만 따로 분류 집계함으로써 기능 업데이트에 영유아기관의 목소리를 보다 적극적으로 반영하고 있다.

원 홈페이지 서비스 (2016년)

키즈노트와 원 홈페이지의 연동을 통해 홈페이지, 카페 등에 들어가는 교사 리소스 절감

맞춤법 검사 기능 (2017년)

많은 교사들이 맞춤법에 각별히 신경쓰는 교육 현장의 상황을 반영해 카카오 맞춤법 검사 기능 연동

번역 기능 (2018년)

다문화 가정 부모와의 원활한 소통을 위해 카카오 번역 기능 연동

투표 기능 (2018년 7월)

2017 ~ 2018년 공지사항 메뉴 건의사항 중 64%가 학부모 의견 수렴을 위한 기능을 추가해 달라는 요청

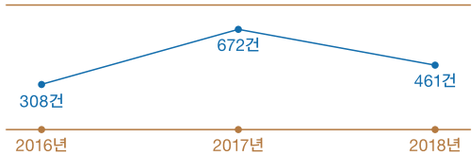
안심승하차 서비스 (2018년 11월)

사고를 예방함으로써 부모는 안심하고 통학차량을 이용하고, 원은 관련 업무를 줄일 수 있도록 하는 서비스 개발

예약발송 기능 (2019년 예정)

2017 ~ 2018년 알림장, 앨범 메뉴 건의사항의 46%를 차지한 예약발송 기능 개발 중

기능 요청 CS 접수 현황



2 교사 역량지원

키즈노트는 한국어린이집총연합회와 함께 바람직한 알림장 작성 기준 마련을 위한 사례를 발굴하고자 '어린이집 우수 알림장 사례 공모전'을 두 차례 개최했다. 이를 바탕으로 어린이집 보육교사를 위한 <알림장 작성 가이드>를 발간하기도 했다.

어린이집 우수 알림장 사례 공모전

공모전 횟수	공모전 참여인원	공모전 사례 접수
2회	430명	1300개

3 제휴사 통한 복지 혜택 제공

키즈노트는 기관과 학부모들의 접점 마련을 위해 제휴사의 자원을 활용한 다양한 혜택을 제공하고 있다. 어린이 뮤지컬, 공연 등의 문화콘텐츠 티켓을 2018년 10월까지 무상 제공하는 이벤트를 개최했고, 밀알복지재단과는 '유아 에너지 나눔교육캠페인'을 전개하고 있다.

모빌리티 핀테크 라이프

카카오 T — 106
카카오페이 — 112
카카오헤어샵 — 118
카카오맵 — 126

카카오 T

카카오모빌리티는 택시 호출 앱에서 한 걸음 더 나아가 카카오 T 하나로 택시, 대리운전, 주차, 내비게이션 등 이동 수단의 모든 것을 제공한다. 카카오 T는 생활 속 이동의 불편함을 줄여 사용자의 일상을 더 여유롭고 편리하게 만들고 있다.

2015년 **3월** 카카오 T 택시 출시
5월 국민내비 김기사 인수
11월 카카오 T 블랙 출시
2016년 **2월** 카카오내비 출시 및 파크히어 인수
5월 카카오 T 대리 출시
8월 카카오모빌리티 출범
2017년 **10월** 카카오 T 통합 애플리케이션 출시
카카오 T 주차 출시
2018년 **2월** 카카오 T for business 서비스 시작
4월 카카오 T 택시 스마트호출 서비스 시작
10월 카카오 T 자동결제 서비스 시작

kakaoT

카카오 T 택시

카카오 T 택시는 기사와 승객을 효과적으로 연결해준다. 승객의 현위치가 출발지로 자동 지정되므로 목적지만 입력하면 간편하게 택시를 부르고 탑승할 수 있다. 고급택시 호출 서비스인 카카오 T 블랙, 택시 배차 확률을 높이는 스마트호출 등 카카오 T 택시의 서비스 영역은 차츰 다양해지고 있다.

카카오 T 대리

카카오 T 대리는 전화통화 없이 애플리케이션을 통해 기사를 부를 수 있는 대한민국 대표 모바일 대리운전 호출 서비스다. 승객이 불안하지 않도록 안심메시지 기능 등을 통해 신뢰성을 강화했으며, 합리적인 운영 정책으로 대리운전 종사자의 근무환경과 처우 개선에도 힘쓰고 있다.

카카오내비

카카오내비는 모바일에 최적화된 내비게이션 서비스다. 빠른 길 안내, 운전 환경을 고려한 손쉬운 목적지 검색, 1분 단위의 실시간 안내뿐 아니라 기술과 데이터를 기반으로 한 다양한 편의기능을 제공한다. 특히 카카오 T 택시를 통해 수집된 택시운행 정보 및 교통정보는 카카오내비의 정확도를 끌어올리는 강점이다.

카카오 T 주차

카카오 T 주차는 목적지와 가까운 주차장을 확인한 뒤, 예약부터 결제까지 한 번에 해결할 수 있는 원스톱 주차 서비스다. 카카오맵, Daum 검색, 카카오내비와의 연동은 주차장까지의 이동에서부터 한결 편리한 경험을 선사한다.

이용자 지표

카카오 T 가입자는 2019만명으로 집계됐고, 카카오내비 가입자수는 1408만명에 달한다. 카카오 T 택시, 카카오 T 대리의 이용자수와 누적 이동거리도 나날이 증가하고 있다.

누적 앱 다운로드수

카카오 T 가입자수	2019만6600명
카카오내비 가입자수	1408만600명

이용자 현황

카카오 T 택시 서비스 누적 이용자수	1692만1500명
카카오 T 대리 누적 이용 승객수	243만4900명
카카오 T 내비 월간 실질 이용자수	534만1300명

파트너 소개

카카오 T는 보다 편리한 일상을 위해 22만명의 택시기사, 12만명의 대리운전 기사 등 수많은 파트너와 함께 이동의 혁신을 만들어가고 있다.

카카오 T 택시 파트너 현황

누적 등록 기사수	22만4900명
블랙 기사수	484명
파트너 평균 연령	53.4세

카카오 T 대리 파트너 현황

카카오 대리기사수	12만4000명

파트너가 거둔 효과

파트너들은 카카오 T를 통해 확보한 신규 고객, 급격히 늘어난 일 평균 호출수와 누적 운행완료건수 덕분에 전보다 많은 수익을 거둘 수 있게 됐다.

1 카카오 T 택시

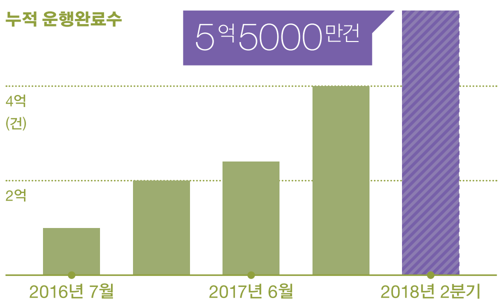
택시기사 파트너들은 카카오 T 덕분에 대기시간을 줄이고 운행 횟수를 늘릴 수 있게 됐다. 선호하는 목적지를 미리 등록하면 해당 지역으로 향하는 승객들의 호출도 추가로 받을 수 있다. 카카오 T for business 서비스가 출시되면서 탑승률이 저조한 낮 시간대에도 효율적인 운행이 가능해졌다.

택시 이용 증대 / 승객 확보

카카오 T 택시 호출수는 일 평균 120만건에 달하고 누적 운행완료수는 5억5000만건이 넘는다.

일 평균 호출수 120만건

누적 운행완료수



누적 주행거리 45억9611만9800km

소득 증대

카카오 T 택시 주행으로 이뤄진 누적 예상 요금은 4조8000억원에 달한다. 이에 따라 택시기사 1인당 소득은 37%, 평균 월수입은 83만원 증가했다. 연간 수입은 997만원 늘어난 것으로 추정된다.

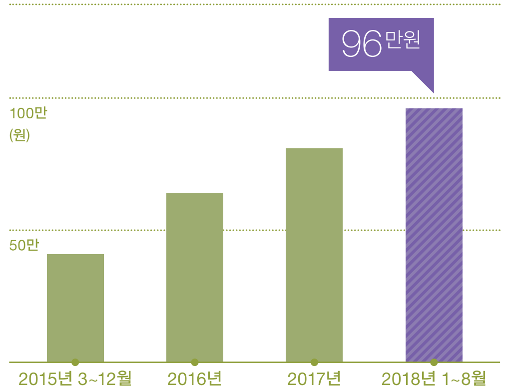
카카오 T 택시 기사 소득 증가 현황

기사 1인당 연수입 증가 효과 997만원

이용기사의 연간 경제적 효용 2조2000억원

일평균 소득 증가 37.5%

택시기사가 카카오 T 택시 앱을 통해 벌어들이는 월평균 소득



운행 효율성 증대

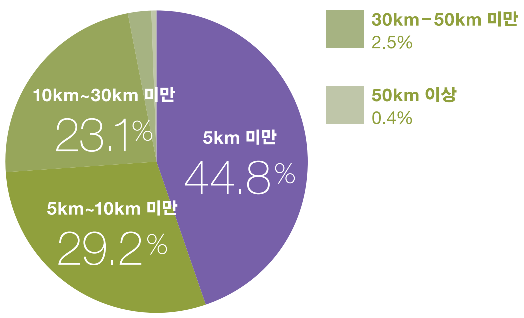
카카오 T 택시는 이동의 수요와 공급을 효율적으로 연결하는 플랫폼이다. 택시기사 파트너들은 전국 각지의 교통 정보를 바탕으로 발전하는 카카오 T 택시의 기술 덕분에 승객과의 매칭 성공률을 높일 수 있었다.

대기시간이 줄었다고 답한 택시기사 85%

이석원 경기 성남시 택시기사
기존 콜은 5초 동안 콜 받기를 누른 기사들 중에서 손님과 직선거리로 가까운 차에 컴퓨터가 자동으로 배차시켜요. 그런데 직선거리가 제일 가까워도 실제 운행 경로는 우회로가 포함된 경우가 종종 있거든요. 카카오 T는 먼저 누른 사람에게 배차돼요. 기사가 최단 경로를 감안해 콜을 받을지 결정할 수 있어서 택시기사들이 효율적으로 운행을 할 수 있게 되었어요.

모두를 위해 똑똑해진 택시
Partners with Kakao vol.09

카카오 T 택시 승객의 이동거리별 분포



택시 영업 지역 범위 확대

카카오 T 택시 출시 이후 택시기사들의 대기시간이 줄어들고 운행횟수가 늘어났다. 승객의 목적지가 교통 소외지역일지라도 타 지역으로 이어지는 호출이 늘어 운행 효율이 높아졌고, 택시기사가 선호하는 시·군·구 목적 지역을 미리 등록하면 해당 지역으로 향하는 승객들의 호출을 추가로 받을 수 있다.

대중교통 소외지역에서 승객을 태우는 택시기사 68.2%
출처: 카카오 택시 효용가치 보고서

선호 지역 기능 활용률 71.6%

근무 여건 및 택시 문화 개선

파트너들의 근무 여건과 택시 문화는 카카오 T 택시의 다양한 기능 덕분에 개선되고 있다. 출발지, 목적지, 탑승시간, 차량정보, 목적지까지 소요시간 등이 카카오톡으로 공유되는 안심메시지 기능은 기사와 승객이 소통하는 방식을 개선하는 데 일조했다.

승객의 매너가 좋아졌다고 답한 택시기사 56.5%

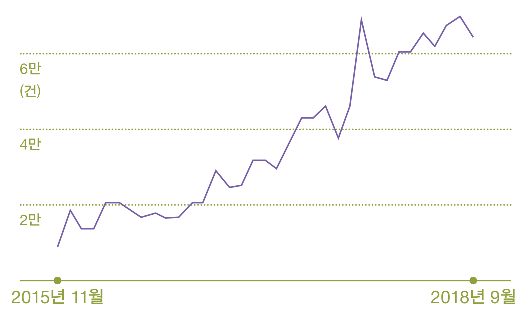
카카오 T 택시 안심메시지 발송건수 1억8270만3100건

안정적인 수입원 제공

카카오 T 블랙은 2800cc 이상의 고급형 차량으로 운영되는 프리미엄 택시 서비스다. 업체에 정식 고용돼 월급을 받는 형태라 기사 파트너들이 실적과 사납금 부담 없이 안정적인 수입을 거둘 수 있다.

카카오 T 블랙 누적 운행 완료수 130만8900건

카카오 T 블랙 월별 운행 현황



카카오 T 블랙 누적 주행 요금 297억원

카카오 T 블랙의 공고한 팬덤층

3개월 내 재이용률 75%

2 카카오 T 대리

낮은 부대비용으로 수월하게 승객을 만날 수 있도록 돕는 카카오 T 대리 덕분에 대리기사 파트너들의 소득이 눈에 띄게 개선되고 있다.

안정적인 호출 수 확보

카카오 T 대리가 이용 승객 240만명, 운행 가능한 승인기사 12만명인 서비스로 성장하면서 카카오 T 대리를 꾸준히 찾는 승객이 늘었다. 파트너들은 안정적인 호출수를 확보할 수 있게 됐다.

누적 운행완료수 1993만4200건

카카오 T 대리 이용 승객수 243만4900명

카카오 T 대리기사의 월 최고 정산액 533만7600원

비용 절감

카카오 T 택시 호출수는 일 평균 120만건에 달하고 누적 운행완료수는 5억5000만건이 넘는다.

이용료 및 수수료 절감

	기존 대리 호출 프로그램	카카오 T 대리
수수료	20~40%	20%
대리 프로그램 이용료	월 5만원	없음

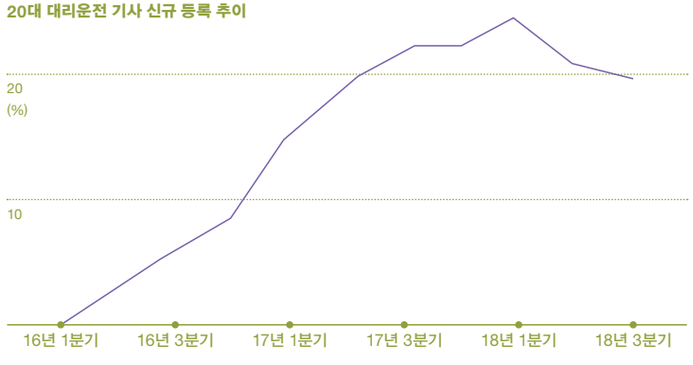
보험료 절감

	기존 대리 호출 프로그램	카카오 T 대리
보험료	연평균 100만원 이상	없음(모빌리티가 부담). 업계 최초 보험처리가 투명한 건당보험 상품 도입

젊은 대리기사 증가

카카오 T 대리는 부수적인 수입이 필요한 사회 초년생들 파트너들에게 탄력적인 일자리를 가질 기회를 제공하고 있다.

20대 대리운전 기사 신규 등록 추이



카카오의 지원

카카오 T는 기술과 인프라를 바탕으로 멘토링, 교육 지원, 복지 지원, 서비스 개선 등 파트너들에게 돌아가는 혜택을 넓히는 방안을 마련하고, 파트너의 성장을 돕기 위해 노력하고 있다.

1 멘토링 및 교육 프로그램

카카오 T는 빠르게 변하는 기술에 파트너들이 쉽게 적응할 수 있도록 지원하고 있다.

이해하기 쉬운 기사용 앱 사용기 제공

- 타입별 호출에 관한 이용 안내 및 결제 방법 안내
- 포인트 제도 및 적립 방법과 정산 프로세스 안내
- 다양한 FAQ 제공

퀴즈 이벤트 진행

- 새롭게 도입된 자동결제 서비스에 관한 퀴즈 이벤트 진행
- 문제를 풀이한 참여자 중 추첨을 통해 기사용 포인트 지급

2 복지 프로그램

카카오 T 파트너들에게 세븐일레븐이 작은 휴식처 역할을 하고 있다. 세븐일레븐과 카카오 T는 제휴를 맺고 택시, 대리기사 파트너들에게 전 품목 10% 할인 혜택을 제공하고 있으며, 7분간의 휴식을 권하는 '7분 행복충전 상생 캠페인'도 진행했다. 앞으로도 세븐일레븐의 인프라를 활용해 다양한 혜택과 복지 서비스를 확대해 나갈 계획이다.

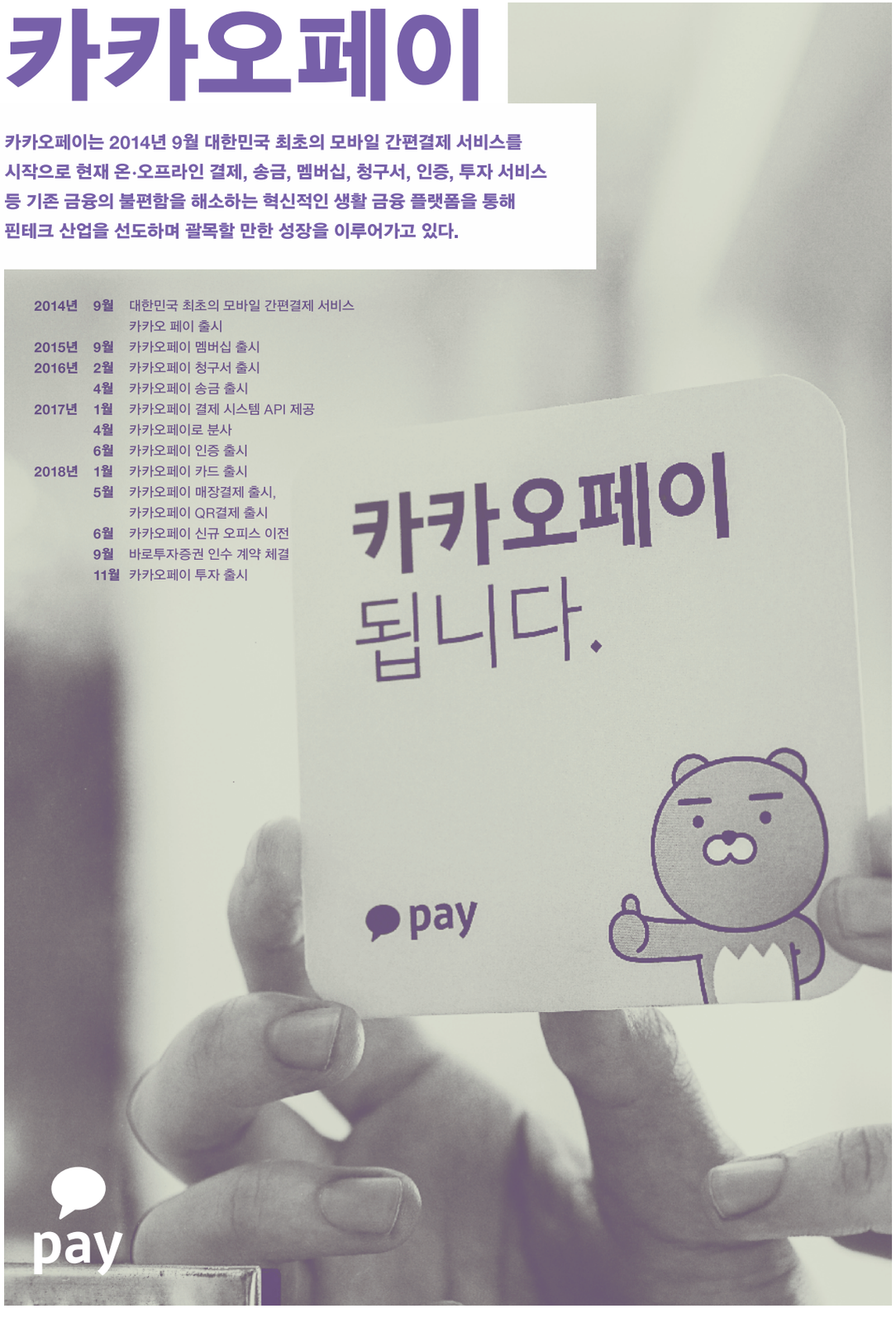
3 데이터 분석을 통한 서비스 개선

택시기사가 본인의 선택에 따라 선호 목적지역을 등록하더라도 본인은 인지하지 못하던 선호 패턴이 존재할 수 있다. 카카오 T는 인공지능 기술을 활용해 방대한 데이터에서 새로운 운행 패턴을 발견하고, 이를 다시 운행 최적화에 적용해 배차 알고리즘을 만든다. 알고리즘은 파트너들과 승객의 매칭 성공률을 끌어올리는 데 활용된다.

카카오페이

카카오페이는 2014년 9월 대한민국 최초의 모바일 간편결제 서비스를 시작으로 현재 온·오프라인 결제, 송금, 멤버십, 청구서, 인증, 투자 서비스 등 기존 금융의 불편함을 해소하는 혁신적인 생활 금융 플랫폼을 통해 핀테크 산업을 선도하며 괄목할 만한 성장을 이루어가고 있다.

2014년	9월	대한민국 최초의 모바일 간편결제 서비스 카카오 페이 출시
2015년	9월	카카오페이 멤버십 출시
2016년	2월	카카오페이 청구서 출시
	4월	카카오페이 송금 출시
2017년	1월	카카오페이 결제 시스템 API 제공
	4월	카카오페이로 분사
	6월	카카오페이 인증 출시
2018년	1월	카카오페이 카드 출시
	5월	카카오페이 매장결제 출시, 카카오페이 QR결제 출시
	6월	카카오페이 신규 오피스 이전
	9월	바로투자증권 인수 계약 체결
	11월	카카오페이 투자 출시



카카오페이 온라인결제

2014년 국내 최초로 출시된 온라인 간편결제 서비스다. 이용자가 선호하는 결제 방식을 선택할 수 있도록 카카오페이머니(계좌 연결), 신용/체크카드 등 다양한 결제 방법을 제공한다.

카카오페이 매장결제/QR결제

지갑 없이 스마트폰 하나로 오프라인에서 결제할 수 있는 서비스다. 사용자 폰에 생성된 QR코드/바코드를 매장 리더기로 스캔하거나, 매장 내 QR결제 키트를 사용자의 폰으로 스캔해 빠르고 안전하게 현금 거래를 할 수 있다.

카카오페이 송금

카카오톡 채팅방에서 공인인증서, OTP, 계좌번호 없이 지인에게 메시지 보내듯 송금할 수 있는 서비스다. 예약송금, 더치페이 등 실용적 기능과 송금봉투, 뿌리기 등 감성적이고 재미있는 기능도 제공하고 있다.

카카오페이 카드

연결한 은행계좌에서 충전한 카카오페이머니를 이용해 전국 모든 가맹점에서 결제할 수 있는 오프라인 결제 수단이다. 특정 기관에 제약 없이 자유롭게 계좌 연결이 가능해 편리하다.

카카오페이 멤버십

하나의 바코드로 모든 제휴사의 포인트 적립·사용 및 내역 관리가 가능한 서비스다. 매장 사용 시 각 제휴사를 별도 선택하지 않고 바코드 하나만 제시하면 편리하게 적립할 수 있다.

카카오페이 청구서

국내 최초의 모바일 메신저 기반 전자고지결제(EBPP) 서비스다. 공과금과 지방세, 각종 생활 요금을 카카오톡으로 청구서를 받아 카카오페이로 납부하거나 고지서의 QR코드를 스캔해 바로 납부할 수 있다.

카카오페이 인증

국내 최초 모바일 메신저를 기반으로 한 전자문서 및 전자서명, 사설 간편인증 서비스다. 공인인증서와 동일한 공개키기반구조로 구현되며, 블록체인 기술을 적용하여 보안성을 더 높였다.

카카오페이 투자

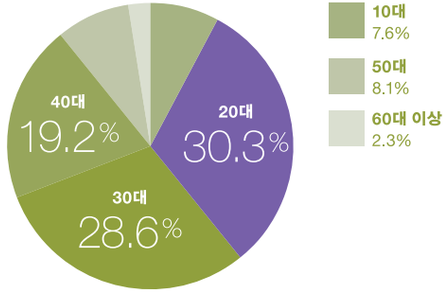
별도 앱이나 예치금 계좌 없이 카카오톡에서 카카오페이 하나로 중위험·중수익의 금융 상품에 투자할 수 있는 서비스다. 카카오페이가 엄선한 종개 상품에 1만원부터 투자할 수 있다.

카카오페이 누적 가입자수

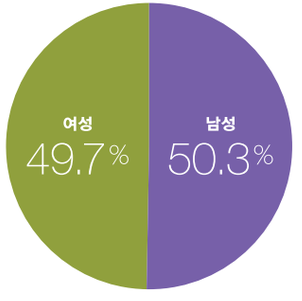
2500만명

카카오페이 이용자 현황

연령별



성별



* 2018년 7월 기준

누적 거래액

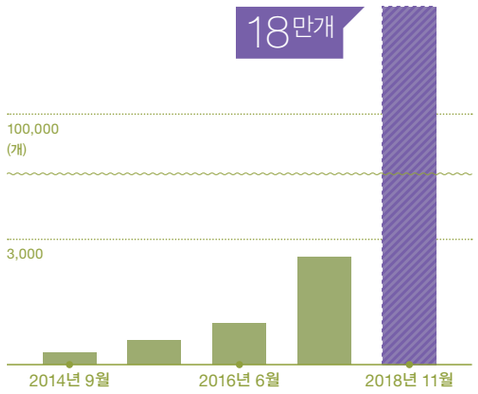
2018년 10월 월간 거래액 2조3000억원 돌파

2018년 3분기 거래액 5조3000억원 달성

파트너 소개

카카오페이 QR결제는 소상공인과 소비자 간의 간편한 현금 거래와 결제 수수료 부담 완화 등에 도움을 줘 각광받고 있다. 특히 젊은층 거주율이 높고 상권이 활성화된 광역시를 중심으로 높은 신청률을 보인다.

온오프라인 결제 가맹점

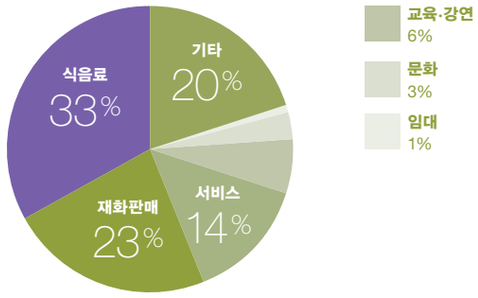


소상공인 QR결제 키트 신청 현황

서비스 신청 오픈으로부터
3개월 기준

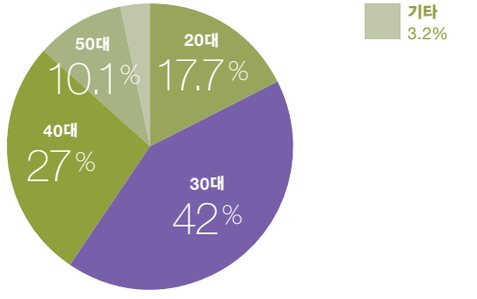
10만개

QR결제 키트 수령 파트너 업종 현황



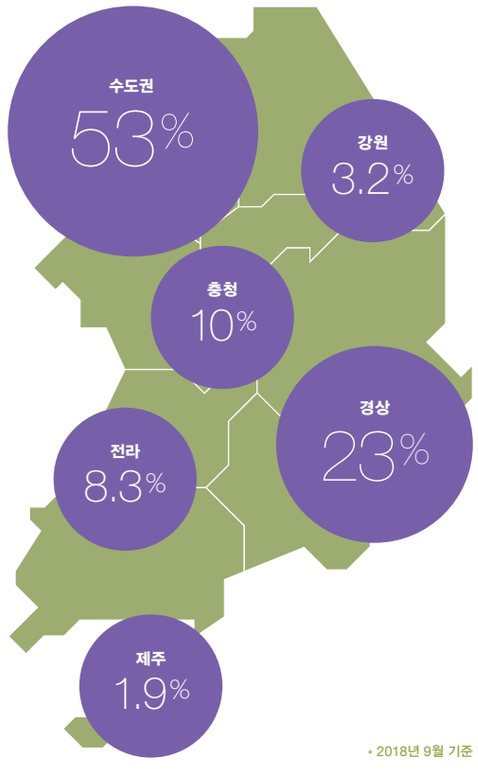
* 2018년 9월 기준

QR결제 키트 수령 파트너 연령 현황



* 2018년 9월 기준

QR결제 키트 수령 파트너 지역



* 2018년 9월 기준

파트너가 거둔 효과

파트너들은 카카오페이를 통해 비용을 절감하고 결제 소요시간을 단축시키며 업무를 효율화하고, 외국인 고객을 확보하면서 다방면에서 실질적인 효과를 보고 있다.

1 비용 절감

QR코드 기반의 카카오페이 결제는 그동안 소상공인들에게 부담이 되었던 수수료가 없을 뿐 아니라 결제 인프라를 구축하는 데 소요되는 비용을 절감할 수 있다는 장점이 있다. 카카오페이 청구서는 번거로운 종이 고지서를 모바일로 전환한 후 결제까지 바로 연결해주기 때문에 파트너들이 종이 고지서 제작 및 우편 발송 대비 평균 50% 가량의 비용 절감 효과를 누릴 수 있다.

QR결제로 부대 비용 절감

신용카드와 QR결제 비용 비교

신용카드

단말기 비용 30만원

월 관리비 1~2만원

QR결제

0원

청구서로 오프라인 비용 절감

전자고지 발송 현황

지난 1년간 전자고지 건수 2000만건

오프라인 고지서 발송 비용 절감

지난 1년간 절감한 고지서 제작 및 발송 비용
2000만건 × 500원 = 100억원 100억원

매월 발급되는 공공기관의 종이 고지서수 739만8000장

연간 공공기관 고지서 발급/배송 비용 257억8900만원

환경 보호 효과

매월 보호한 나무수 17년생 나무 4만그루

지난 1년간 보호한 나무수 30년생 나무 2000그루

지난 1년간 절약한 물 4억리터

지난 1년간 절감한 탄소배출량 11만5300kg

* 카드명세서 비중이 높아 우편물 1개 당 종이 2장(봉투, 속지)으로 계산

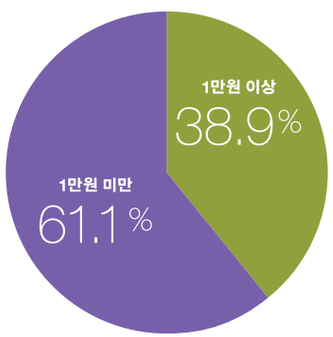
2 업무 효율화

카카오페이 이용 시 현금 거래를 위해 잔돈을 거슬러주거나 계좌번호를 알려주는 번거로움을 덜 수 있다. 모든 결제 기록이 카카오톡에서 실시간으로 확인할 수 있어 파트너와 소비자 모두 편리하다. 특히 잔돈 발생 확률 높은 소액결제의 비중이 높은 이유다.

결제 소요 시간 단축

박정수 녹기전에 대표
서울 종로구 아이스크림 가게
혼자서 가게를 운영하다 보니 손님이 몰릴 때는 주문부터 아이스크림을 담고 결제하기까지 과정이 버거울 때가 많았어요. 카카오페이 QR결제는 고객이 스스로 결제한 후 내역만 눈으로 확인하면 되기 때문에 훨씬 편리하죠. 이 골목 가게들은 대부분 카카오페이 QR결제를 도입했어요.

소액결제 활성화



결제 내역 확인 절차 간소화

이채원 LCW 대표
서울 남대문시장 액세서리 가게
남대문이라는 특수성 때문에 가격대가 저렴한 편이에요. 카드로 결제하면 수수료 부담이 커서 가급적 현금으로 결제하기를 권유하죠. 현금 결제에 응대하려면 미리 잔돈을 준비해야 하고 따로 매출 장부를 기입해야 해서 번거로웠어요. 카카오페이 QR결제는 수수료 부담도 없을 뿐 아니라 카카오톡에서 바로 사용할 수 있고 내역 관리도 쉽게 할 수 있어 매우 편리해요. 카카오톡이 그랬듯 젊은 층부터 시작해 점차 다양한 연령대가 사용하게 되리라고 기대해요. 얼마 전에는 50대 여성 고객이 카카오페이 QR결제로 결제를 하시더라고요. 너무 반가웠어요.

위생 문제 방지

이아람 테라스스모크하우스 대표
경기 양평군 바비큐 음식점
음식을 팔다 보니까 아무래도 위생을 생각하지 않을 수 없어요. 현금이나 카드는 지저분하잖아요. 계산할 때마다 손을 다시 닦지만 손님 입장에서도 신경 쓰이실 테고 저도 조심스러워요. 카카오페이 QR결제는 제가 직접 돈이나 카드를 만질 필요가 없어 편하죠.

3 외국인 고객 확보 기대

카카오페이 QR결제는 알리페이 등이 사용하는 글로벌 QR표준을 고려한 서비스로 기획됐다. 현재 추진하고 있는 한·중·일 크로스 보더 결제가 가능해지면 해외 관광객까지 고객으로 확보할 수 있어 거래액은 더욱 빠르게 증가할 것으로 기대하고 있다.

카카오의 지원

카카오페이를 통해 지갑이 필요 없는 모바일 결제가 활성화될 수 있도록 다양한 마케팅과 제휴사와의 공동 프로모션을 지원하고 있으며, 전도 유망한 태블릿 기반 통합결제 서비스 운영사에 투자, 전략적 파트너십을 체결해 결제 서비스와의 시너지 창출도 도모하고 있다.

1 마케팅 및 이벤트 지원

카카오페이 QR결제는 거래를 더욱 손쉽게 할 수 있도록 소상공인 점포의 QR코드가 인쇄된 POP, 스티커, 사용 방법이 안내된 브로슈어 등을 무료로 제작해 배송하고 있다. POP는 라이언 캐릭터로 눈에 띄면서도 깔끔하게 디자인했으며, 매장 인테리어에 맞게 쓸 수 있도록 테이블 스탠드 형태와 스티커 형태로 제작되어 소상공인들의 좋은 반응을 얻고 있다.
또한 카카오페이 매장결제를 새로 도입하거나 체크카드 등의 금융제휴상품 출시 경우, 제휴사와 함께 할인 및 적립 등의 공동 프로모션을 진행해 사용자들이 제휴 사실을 인지하고 거래량을 늘릴 수 있도록 지원하고 있다.

이아람 테라스스모크하우스 대표
경기 양평군 바비큐 음식점
카카오는 누구나 아는 브랜드이고, 카카오의 노란색은 모두에게 친숙하잖아요. 멀리서 봐도 '아, 저 가게에서 카카오페이를 쓸 수 있구나' 하고 고객들이 쉽게 인지해주시는 것 같아요. 도움이 많이 됐어요.

박정수 녹기전에 대표
서울 종로구 아이스크림 가게
QR결제 키트가 매우 귀엽게 디자인되어 매장 분위기와 잘 어울려 만족스러워요. 가게 밖에서도 카카오페이 QR결제가 가능한 매장인 걸 알아볼 수 있어 이용하는 고객이 꾸준히 늘고 있어요.

2 직접 투자

카카오페이는 2018년 4월 태블릿 기반 통합결제 서비스인 넥스트엠 운영사 13마일과 전략적 파트너십을 체결했다. 13마일이 오프라인 결제 관련 POS 제공, 가맹점 영업 등 카카오페이와 시너지를 낼 수 있는 전도 유망한 기업이라고 판단, 투자를 결정했다. 이용자들이 제휴 사실을 인지하고 거래량을 늘릴 수 있도록 지원하고 있다.

카카오헤어샵

카카오헤어샵은 이용자에게 빠른 매장 탐색과 손쉬운 예약, 신뢰도 높은 리뷰를 제공하는 어플리케이션으로, 매장에게는 효율적인 마케팅 플랫폼이자 고객 관리 시스템으로서 자리매김하고 있다. 궁극적으로 미용실 상권의 활성화와 함께 투명하고 공정한 시장 환경 형성에 기여하고 있다.

2016년	4월	카카오헤어샵 CBT 진행
	7월	카카오헤어샵 정식 서비스 오픈
	10월	입점 매장 2000호점 돌파
2017년	3월	누적 결제금액 100억원 돌파
	10월	입점 매장 3000호점 돌파
2018년	5월	누적 결제건수 100만건 돌파
	7월	입점 매장 4000호점 돌파
	9월	입점 디자이너 1만명 돌파
	10월	누적 결제금액 800억원, 누적 결제건수 170만건 돌파

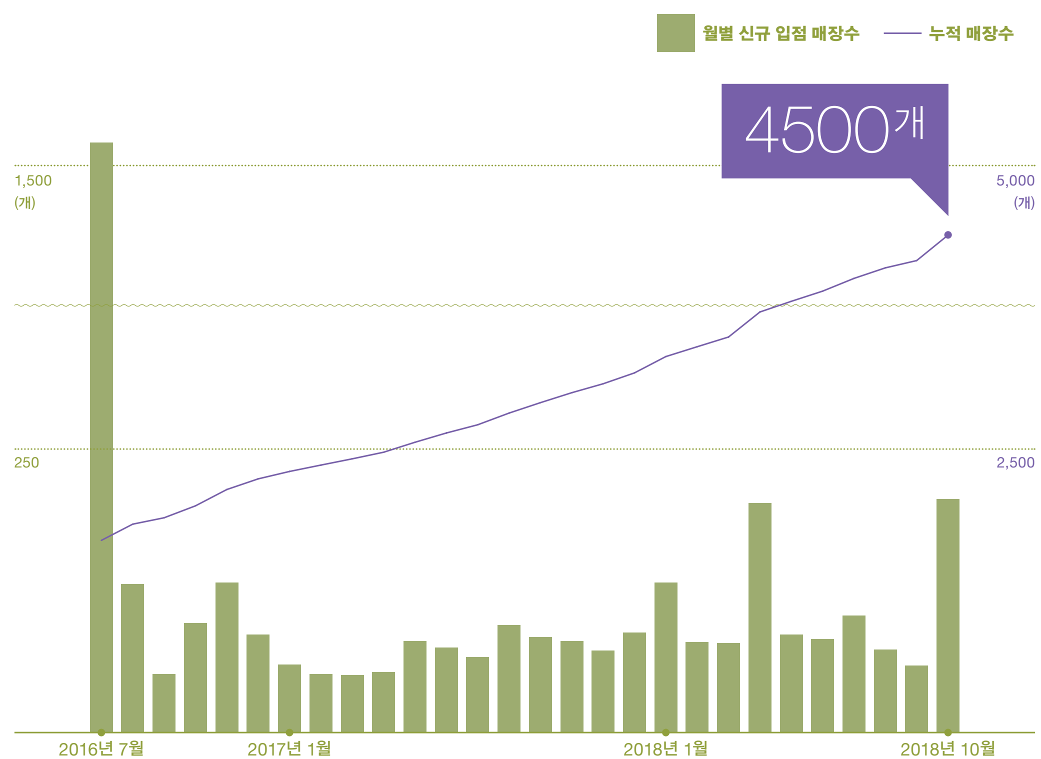
kakao hairshop

* 통계는 모두 2018년 10월 기준

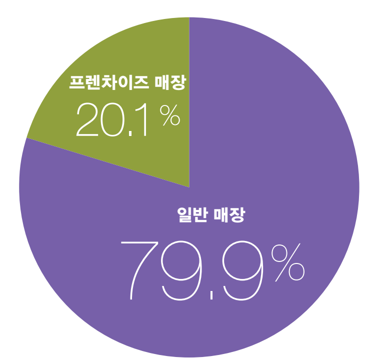
파트너 소개

2016년 론칭 후 전국 4000개가 넘는 미용실들이 카카오헤어샵과 함께하며 다양한 비즈니스 효과를 내고 있다.

입점 매장수

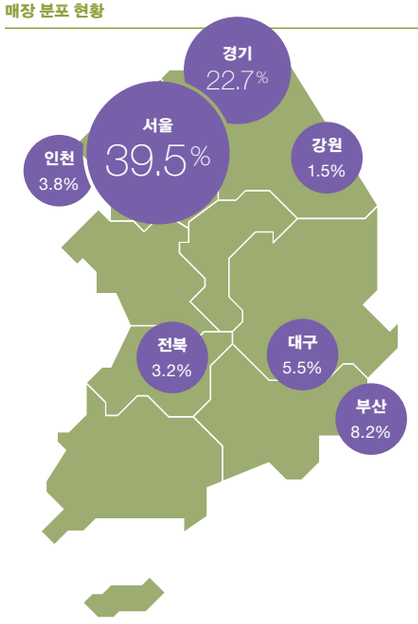


매장 종류별 현황



* 동일한 상호명으로 10개 이상의 분점을 보유한 매장을 프렌차이즈로 분류

매장 분포 현황



지역	입점 매장수(개)	비중(%)
서울특별시	1,747	39.5
경기도	1,003	22.7
부산광역시	363	8.2
대구광역시	243	5.5
인천광역시	168	3.8
전라북도	142	3.2
광주광역시	133	3.0
경상남도	125	2.8
대전광역시	124	2.8
경상북도	98	2.2
강원도	67	1.5
충청북도	58	1.3
울산광역시	49	1.1
충청남도	31	0.7
제주특별자치도	27	0.6
전라남도	27	0.6
세종특별자치시	14	0.3

2018 예약 TOP 5 지역

1위 서울 강남구
2위 경기 성남시
3위 서울 광진구
4위 서울 관악구
5위 서울 서초구

카카오헤어샵 국외 예약 발생 위치

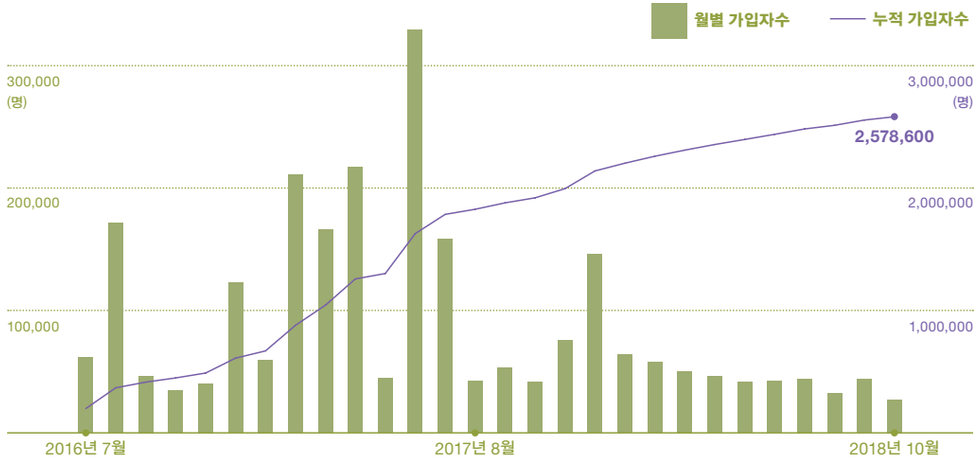
국외 예약장소 Top 5

1위 일본
2위 베트남
3위 미국
4위 태국
5위 홍콩

이색 예약장소 및 건수

인도 13건
프랑스/아랍에미리트 12건
아일랜드/몰디브/폴란드 4건
페루/쿠웨이트/핀란드 2건

가입자수 및 가입자 증가율



파트너가 거둔 효과

카카오헤어샵 파트너들은 시술 고객 및 건단가 증가로 매출 상승을 경험하고 있다. 또 그로 인해 입지 조건을 극복하고 체인점을 오픈하는 등 성공 사례를 이어가고 있다.

1 시술 고객 증가

카카오헤어샵은 신규 고객의 예약은 물론이고 기존 고객의 재방문율 증가에도 크게 기여하고 있다. 단골 확보가 중요한 미용실로서는 고무적인 성과다.

순방문자 및 예약 증가

A지역 K헤어
- 기획전 예약 267% 증가
- 일반 메뉴 예약 40% 증가
- 전체 예약 40% 증가
- 헤어샵 통한 방문 고객수 15% 증가

S지역 H헤어
- 기획전 예약 257% 증가
- 헤어샵 통한 방문 고객수 9% 증가

단골 확보

- 카카오헤어샵 재이용 비율 50.7%

I지역 H헤어
- 입점 전 대비 신규 고객 480% 증가
- 기존 고객 방문 550% 증가

2 노쇼 감소

영업 이익과 매장 운영의 큰 걸림돌이었던 노쇼가 카카오헤어샵을 통해 크게 감소하고 있다.

노쇼 비율

한국 미용실 하루 평균 노쇼	19.2%
매장당 노쇼로 인한 하루 손실 추정 금액	16만2000원
카카오헤어샵 예약 노쇼	0.1%

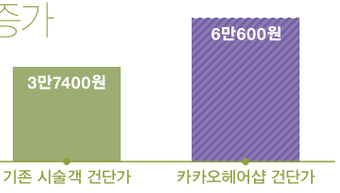
3 매출 증대

카카오헤어샵의 복합메뉴 구성이 건단가도 함께 증가시킴으로써 전체 매출이 동반상승하는 효과를 내고 있다.

건단가 증가

K지역 J헤어

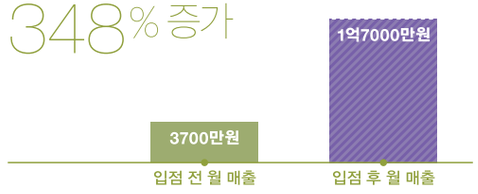
62% 증가



월매출 상승

G지역 P헤어

348% 증가



4 입지 조건 극복

모바일을 통해 매장을 홍보하고 고객을 유치한 뒤 관리까지 할 수 있다는 점은 파트너들이 입지, 상권의 문제를 극복하는 데 도움이 되고 있다.

I지역 H헤어

입점 전	입점 후
재래시장에 위치한 소형샵	입점 후 인천 지역 1위의 인기 매장으로 등극
월 시술객 83만원	시술객 770% 증가
매출 340만원	매출 852% 증가
	카카오헤어샵 고객 매출 비중 70% 이상

5 점포 확장

카카오헤어샵 파트너들은 입점 이후 매장을 늘리거나 가맹점을 오픈하는 등 점포를 확장하고 있다.

파란헤어

매장 6개 → 15개

6 헤어디자이너 개인의 수입 증가

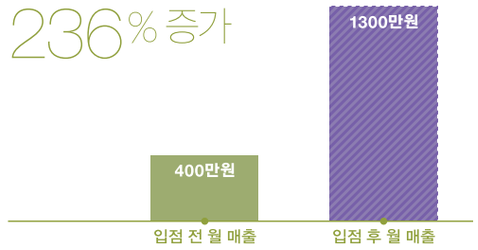
카카오헤어샵은 점포의 매출 상승뿐 아니라 소속 헤어디자이너의 수입에도 기여하고 있다.

H 미용실 베스트 디자이너 G씨

시술 횟수	1352건
시술 금액	9348만원

신규 매장 주니어 디자이너 A씨

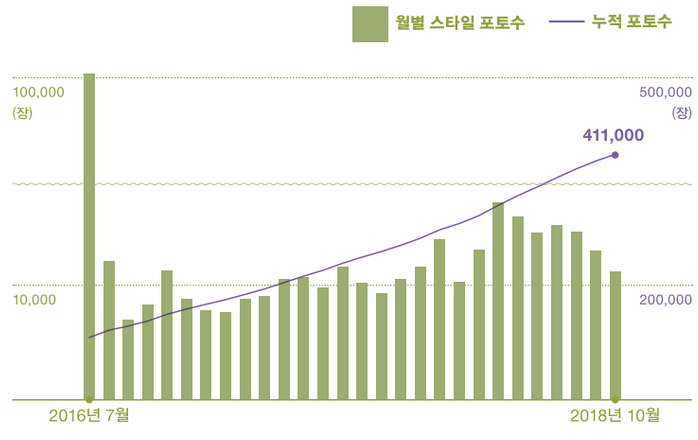
236% 증가



7 고객 선택 다변화

카카오헤어샵은 고객별 맞춤 메뉴 구성을 통해 고객의 선택 폭을 넓히고 있다. 특히 사진으로 시술 스타일을 고를 수 있는 메뉴인 스타일포토가 인기 메뉴다.

스타일포토 현황



카카오의 지원

카카오헤어샵은 마케팅 지원을 통해 파트너 매장의 효과적 홍보에 기여하고, 고객 관리 프로그램 제공을 통해 고객과의 원활한 소통을 이끌어내고 있다. 또한 파트너의 운영 활성화 교육 등 파트너들의 성공을 위한 다각도의 지원을 펼치고 있다.

1 마케팅 프로그램

다양한 테마의 기획전 개최, 쿠폰 제공 등 마케팅 지원을 펼치고 있다.

기획전 운영

카카오헤어샵은 정기적으로 펌타임세일, 염색타임세일, 졸업시즌 메이크업기획전, 뿌리염색기획전 등 다양한 테마의 기획전을 운영해 매장 방문을 유도하고 있다. 또한 업체 제휴를 통해 해당 메뉴 예약결제 시 홈케어 제품을 제공하는 마케팅도 지원하고 있다.

- 매장형 기획전: 카카오헤어샵 선택형. 주제에 맞는 매장을 선정해 매월 고정 노출
- 메뉴형 기획전: 매장 신청형. 특정 시술 가능 매장을 그루핑해 기획전 운영

기획전 운영 현황

- 누적 153건의 테마 진행
- 매건 평균 100개 매장, 400명 디자이너 참가
- 참여 매장 평균 예약 수 13.85%, 매출 11.7% 증가

메뉴형 기획전 협업 기업

SHISEIDO, CREATE, WELLA, L'ORÉAL, amos

온·오프라인 쿠폰 지원

매장 홍보 및 마케팅 지원의 일환으로 오프라인 쿠폰을 지원하고 있다. 고객들의 서비스 경험을 향상시키고 재방문을 유도하기 위한 카카오헤어샵의 묘안이다. 또한 비활성화된 예약, 기획전에 참여한 매장 방문을 촉진하기 위해서는 온라인 쿠폰을 제공하고 있다.

온·오프라인 쿠폰 지원 현황

온라인 쿠폰 발급건수	170만건	오프라인쿠폰 발급건수	10만장
누적 금액	13억 2000만원	누적 금액	5억원

2 고객관리 프로그램 지원

기존 매장에서 이용하던 헤어짱 프로그램과의 연동 서비스와 카카오헤어샵 자체 프로그램을 통해 체계적인 고객관리를 돕고 있다.

예약 현황 연동

헤어짱과 카카오헤어샵 연동, 고객관리시스템(CRM) 예약 현황판에서도 예약 현황 실시간 확인

고객 정보 및 시술 내역 관리

방문일자별 시술 내역 관리, 시술 메모 관리

매출 내역 관리

예약 고객들의 방문일자별, 시술별 매출 내역 관리

디자이너별 예약 내역 관리

카카오헤어샵 예약 내역 및 매출 관리

휴무일 관리

매장, 디자이너의 휴무일 및 예약금지 연동으로 카카오헤어샵 예약 블로킹 가능

이용객 대상 문자 마케팅

카카오헤어샵을 통한 방문 고객 대상 문자 마케팅 가능

카카오헤어샵을 통한 관리

DB등록, 예약관리(노쇼, 블랙리스트 관리), 직원별 답글달기 설정, 정산 일자별 디자이너별 매출 관리, 예약 알림 설정 등

3 운영 활성화 교육 지원

카카오헤어샵은 전국 파트너 대상, 정기 교육과 입점 교육을 실시하고 있다. 정기적으로 월 4~5회 홍보/마케팅 비법부터 운영 전반에 대해 그룹 교육을 진행하고 있으며, 최초 입점 시에는 방문 교육을 실시해 DB 등록법부터 주요 운영 노하우까지 알려주는 미니 교육을 진행하고 있다.

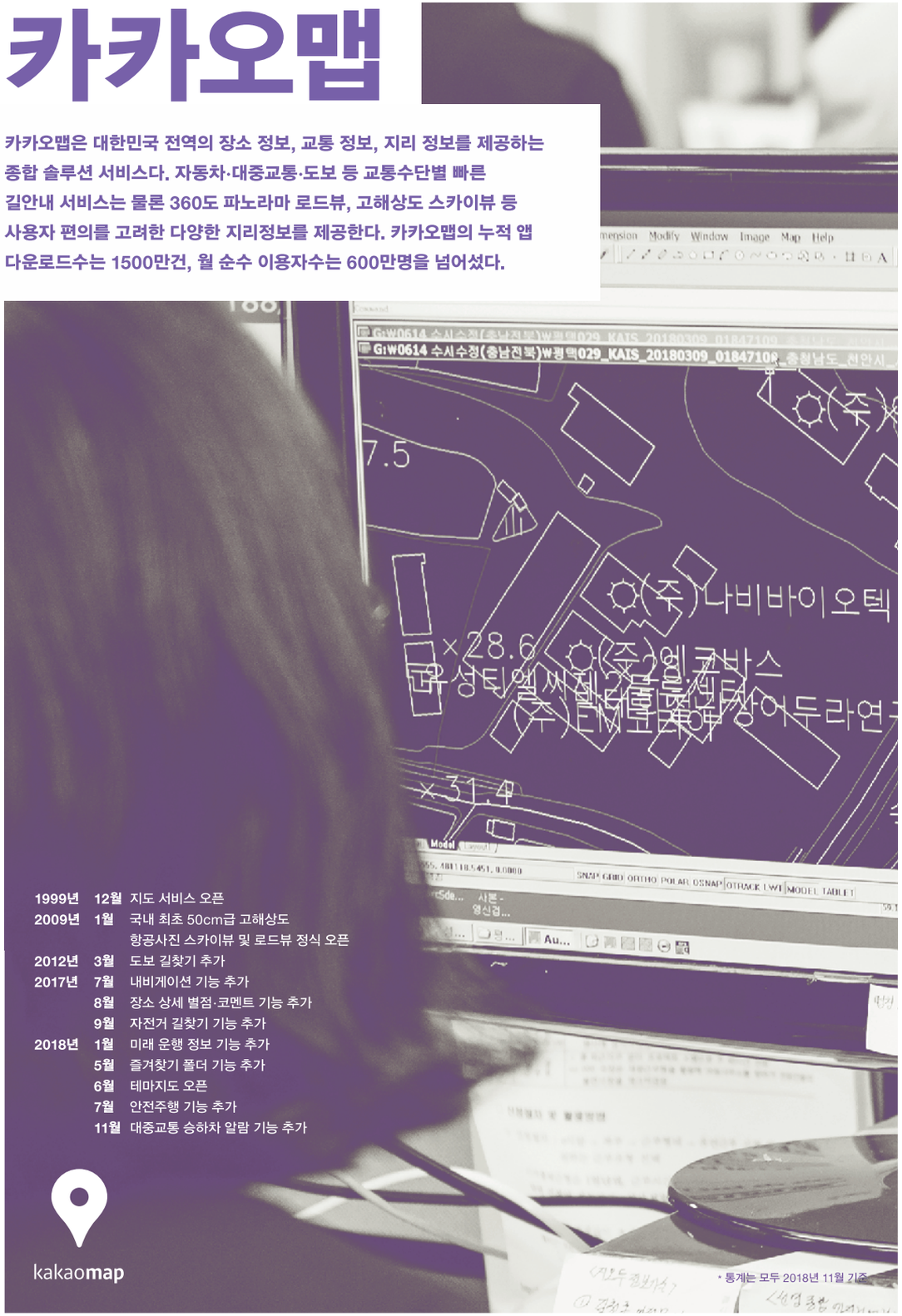
연간 정기교육 진행 현황

매장수	1300개
디자이너수	3000명

• 2017년 기준

카카오맵

카카오맵은 대한민국 전역의 장소 정보, 교통 정보, 지리 정보를 제공하는 종합 솔루션 서비스다. 자동차·대중교통·도보 등 교통수단별 빠른 길안내 서비스는 물론 360도 파노라마 로드뷰, 고해상도 스카이뷰 등 사용자 편의를 고려한 다양한 지리정보를 제공한다. 카카오맵의 누적 앱 다운로드수는 1500만건, 월 순수 이용자수는 600만명을 넘어섰다.



1999년	12월	지도 서비스 오픈
2009년	1월	국내 최초 50cm급 고해상도 항공사진 스카이뷰 및 로드뷰 정식 오픈
2012년	3월	도보 길찾기 추가
2017년	7월	내비게이션 기능 추가
	8월	장소 상세 별점·코멘트 기능 추가
	9월	자전거 길찾기 기능 추가
2018년	1월	미래 운행 정보 기능 추가
	5월	즐겨찾기 폴더 기능 추가
	6월	테마지도 오픈
	7월	안전주행 기능 추가
	11월	대중교통 승하차 알람 기능 추가

kakaomap

* 통계는 모두 2018년 11월 기준

파트너 소개

카카오맵 테마지도는 맛집, 힐링, 레저 등 테마가 있는 명소들을 소개하는 서비스다. 기관, 기업 등 여러 분야에서 전문성을 인정받은 파트너가 테마지도를 제공한다. 매주 업데이트되는 테마지도에는 SNS 사진, 방문자 후기, 이용방법 등 생생하고 알찬 종합정보가 담긴다. 2018년 10월 기준으로 서비스되는 테마지도는 총 87개다.

파트너 현황

야놀자/아는동네
산림청/현대백화점면세점
스텔라/클라우드

파트너가 거둔 효과

파트너들은 카카오의 플랫폼과 기술을 기반으로 인지도를 끌어올리고 신규 고객을 확보함으로써 마케팅 측면에서 유의미한 효과를 거두고 있다.

1 콘텐츠 구독자 확보

카카오맵 전체 구독자수는 15만명을 넘어섰고, 누적 조회수가 가장 높은 파트너 콘텐츠의 조회수는 20만건에 달한다. 콘텐츠에 호감을 느낀 구독자들은 파트너의 신규 고객으로 유입된다.

테마지도 전체 콘텐츠 조회수

220만건

테마지도 전체 구독자수

15만명

파트너 테마지도 인기 콘텐츠 조회수

10션업! 10월축제모음 야놀자	6만4000건
동화 속을 거니는 듯한 경험, 국립자연휴양림 산림청	6만1900건
가을 오고 있나? 감성 가득 9월축제 야놀자	5만5000건

2 브랜드 인지도 향상

파트너들은 이용자층이 탄탄한 카카오맵에 콘텐츠를 제공함으로써 자사 브랜드 인지도를 끌어올리는 데 성공하고 있다.

테마지도 콘텐츠 확산

테마지도 전체 콘텐츠 공유수

10만건

컬래버레이션 제품 마케팅 효과

카카오맵×그라운드플랜 캠핑 키트 출시는 컬래버레이션 마케팅의 좋은 사례로 꼽힌다. 카카오맵, 카카오버스, 카카오지하철 배너에 광고를 노출하고 플러스친구 콘텐츠 및 메시지를 발송하는 마케팅을 통해 그라운드플랜 홈페이지 실시간 접속자수가 10만명을 돌파했다. 기존 일일 접속자수의 6배가 넘는 수치다. 신규 회원 가입률도 3배 이상 증가했으며, 판매량도 급증했다.

박아연 그라운드플랜 마케팅 팀장
프로모션 계획 단계에서 신규 고객 창출에 대한 기대가 높았어요. 카카오맵은 워낙 이용자 유입이 많은 서비스니까요. 아직 프로모션을 시작한지 일주일 밖에 되지 않았는데 효과가 대단해서 카카오맵과 함께하는 프로모션을 본 다른 대기업들로부터 제휴 문의까지 받고 있습니다.

3 파트너 사이트 유입

파트너들은 카카오맵 테마지도 콘텐츠에 자사의 프로모션 사이트, 홈페이지, 어플리케이션을 연결함으로써 고객 유입을 유도할 수 있다.

전체 파트너 사이트 유입수

5만건

4 공공콘텐츠 활용

산림청이 보유한 산림 콘텐츠를 제공해 생태여행에 대한 관심을 높이고 산림 보호의 필요성을 널리 알리고 있다.

카카오의 지원

카카오맵의 공간 정보는 사용자에게 편익을 제공함과 동시에 국내 IT 생태계에도 활기를 불어넣고 있다.

1 API 무료 제공

카카오맵 테마지도 콘텐츠를 통해 파트너의 프로모션 사이트, 홈페이지, 어플리케이션 등 해당 사이트로 연결된다. 이는 파트너 사이트 유입률을 높이는 요인으로 작용한다.

안승천 직방 서비스운영그룹 이사
직방은 카카오맵 API를 웹사이트 지도와 모바일 앱 상세 페이지 내 로드뷰, 길찾기 기능에 사용하고 있어요. 하루에 이용하는 API 양은 200만뷰에 달하죠. 저희 같은 부동산 관련 서비스에게 지도의 빠른 업데이트는 생명입니다. 특히 신축 아파트 단지 정보가 바로바로 업데이트되는 것이 굉장히 중요하죠. 저희가 그 데이터를 가지고 있어도 이용자들이 지도상에서 확인할 수 없으면 소용이 없거든요. 그런 점에서 카카오맵은 가장 든든한 국내 지도 서비스입니다. 주변 교통정보가 빠르게 업데이트된다는 점도 길찾기 기능을 사용하는 저희 서비스에는 큰 장점이고요. 현재 직방의 부동산 데이터를 카카오의 검색 서비스나 챗봇 서비스에 결합하기 위한 협의를 진행하고 있어요.

인베스트먼트

카카오벤처스 — 130
카카오인베스트먼트 — 134

카카오벤처스

카카오벤처스는 선행기술, 서비스, 게임 등 ICT 및 소프트웨어 분야 스타트업에 투자하는 벤처캐피털이다. 주로 초기단계(Seed)부터 성장단계(Series A)에 있는 스타트업에 주목하고, 좋은 역량을 갖춘 파트너라면 시기에 관계 없이 투자해 더 나은 미래를 함께 앞당기고 있다.

카카오벤처스 투자 현황 및 규모

운용자산 2046억원

2017년 투자 규모 295억원

2018년 투자 규모 337억원

운용 펀드 현황

1호 케이큐브1호벤처투자조합 115억원	4호 카카오성장나눔게임펀드 300억원
2호 카카오청년창업펀드 300억원	5호 케이큐브NEO펀드 200억원
3호 카카오디지털콘텐츠펀드 371억원	6호 KIF-카카오 우리은행 기술금융투자펀드 760억원

파트너 소개

카카오벤처스는 초기 단계의 파트너들에게 적극적으로 투자함으로써 스타트업 활성화에 기여하고 있다.

누적 투자기업 현황

140개사 이상

시드 및 시리즈 A 단계 스타트업 투자 규모

5~10억원

창업 초기 기업 투자 비중

95%이상

파트너가 거둔 효과

140개 이상의 파트너들이 카카오벤처스와 함께하며 성공적인 투자회수(Exit)는 물론이고 사업을 전방위로 꾸준히 성장시키고 있다.

1 성공적 투자회수(Exit)

파트너들은 좋은 조건으로 인수합병(M&A)되거나 상장하는 등의 유의미한 기회를 갖고 있다.

인수합병

키즈노트
어린이집 및 유치원 스마트 알림장 서비스
- 2012년 카카오벤처스 3억원 투자
- 2014년 7월 카카오벤처스 5억원 투자
- 2014년 12월 카카오에 인수

레드사하라 스튜디오
모바일 RPG게임 '불멸의 전사' 등 게임 개발
- 2014년 카카오벤처스 4억원 투자
- 2018년 블루홀에 인수

파이서울
중국인 관광객 대상 한국여행 서비스 플랫폼
- 2014년 카카오벤처스 7억원 투자
- 2015년 NICE그룹에 인수

코인원(구 디바인랩)
암호화폐(가상화폐) 거래소
- 2014년 카카오벤처스 2억원 투자
- 2015년 데일리금융그룹에 인수

기업공개(IPO)

넵튠
'카카오프렌즈사천성', '퍼즐탄탄' 등 모바일게임 개발
- 2012년 카카오벤처스 5억원 투자
- 2016년 코스닥 상장
- 2017년 카카오게임즈-카카오벤처스 100억원 투자

2 꾸준한 성장

카카오벤처스의 파트너들은 매출 증대, 사업 확장 등 꾸준한 성장을 이어 가고 있다.

왓챠
콘텐츠 별점 평가 '왓챠',
개인화 추천 콘텐츠 스트리밍 '왓챠플레이'
- 2012년 카카오벤처스 8억원 투자
- 2017년 영화, 드라마, 도서 카테고리로 확장
- 2018년 왓챠 글로벌 출시
- 누적 투자금액 210억원

루닛
인공지능 기반 의료영상분석 개발사
- 2014년 카카오벤처스 1억원 최초 투자
- 2017년 CB인사이트 '전 세계 AI 100대 스타트업' 선정
- 2018년 7월 소프트뱅크벤처스, 레전드캐피털, 카카오벤처스 등 160억원 시리즈 B 투자 (카카오벤처스는 후속 투자)

두나무
가상화폐거래소 '업비트',
주식증권정보 '카카오스탁' 운영
- 2013년 카카오벤처스 2억원 투자

한국신용데이터
중소상공인 매출관리 서비스 '캐시노트' 운영사
- 2016년 카카오벤처스 4억5000만원 최초 투자 (디캠프 공동투자)
- 2017년 서비스 출시
- 2018년 고객사 10만개 돌파
- 누적 투자금액 70억원 돌파

카카오의 지원

카카오벤처스는 파트너들에게 재무적 지원뿐 아니라 다양한 리소스를 상시 지원하고 있다.

1 사업운영 지원

자체 PR팀을 통해 미디어 노출을 돕거나, 다양한 네트워크를 바탕으로 인재를 지원하는 등 스타트업을 운영하는 파트너들이 직면할 수 있는 크고 작은 문제를 카카오벤처스가 함께 고민한다. 특히 기술, 전략 등 전문 영역에서 오랜 경력을 쌓아온 카카오벤처스 임원진이 파트너에게 실질적인 사업 지원을 제공한다.

2 멘토링 및 네트워킹 프로그램

자체 네트워크를 통해 파트너 간 사업 시너지와 빠른 동반 성장을 이끌고 있다. 특히 투자 파트너를 '패밀리'라 부르며 돈독한 관계를 이어나가는 것은 카카오벤처스만의 특징이다.

패밀리데이

카카오벤처스 설립 초기인 2012년 6월부터 월 1회 개최하고 있는 네트워킹 모임이다.
소상공인, 생활, 게임 등 동종 사업분야별로 패밀리모임을 가진다.
파트너 간의 사업 노하우를 공유하고 교류하면서 끈끈한 네트워킹을 다지고 있다.

패밀리데이 누적 개최수 50회

3 후속 투자

투자한 파트너 가운데 성장 가능성이 크고 사업 확장이 필요한 파트너들에게는 후속 투자를 진행하고 있다.

카카오벤처스가 2회 이상 투자한 파트너

두나무, 핀콘, 루닛, 데이블, 쥬빌리웍스, 슈가힐, 당근마켓, 생활연구소, 원더스, 운칠기삼 등

4 카카오 서비스와의 협업

투자 이후 카카오 서비스와의 시너지를 기대해볼 수 있는 경우 적극적인 협업도 이끌어낸다.

캐시노트

한국신용데이터 + 플러스친구

카카오톡에서 '캐시노트'를 플러스친구로 등록하고 정보를 입력하면 매장 카드 매출과 결제, 입금을 일별로 조회할 수 있는 서비스다. 출시 1년만에 전국 8만개의 사업장에 도입됐다.

비디오태그

핑거플러스 + 카카오TV

핑거플러스의 비디오태그는 포털 등에서 동영상 시청 중에 화면 속 상품, 인물, 장소 등을 바로 클릭해 확인할 수 있는 서비스다. 카카오TV를 통해 2018년 3월 첫 상용 서비스를 시작했다.

카카오인베스트먼트

카카오인베스트먼트는 IT 기업 투자 전문회사다. 모바일을 통해 사람과 사람, 정보, 사물, 비즈니스를 이어주는 연결의 혁신을 지향하며, 이러한 혁신을 실제로 만들어내는 스타트업을 지원하고 있다. 또한 인수합병, 기업공개(IPO), 투자회수(Exit) 등의 기회를 제공하여 선순환이 가능한 벤처생태계를 조성하는 데 기여하고 있다.

2015년	1월	케이벤처그룹 설립 (카카오 100% 지분 출자)
	5월	디지털기기 중고거래 전문기업 '셀잇' 인수
	8월	자동차 외장수리 서비스 '카닥' 인수
		모바일게임 퍼블리싱 전문플랫폼 '엔진' 인수
2016년	7월	뷰티 MCN '레페리' 인수
2017년	4월	카카오게임즈홀딩스와 인적분할 후 카카오인베스트먼트 설립

• 통계는 모두 2018년 9월 기준

파트너 소개

기존 체제의 비효율이나 문제를 개선하려는 사명감과 진정성을 가진 파트너, 실현가능성과 참신성을 겸비한 아이디어를 가진 파트너들이 카카오인베스트먼트와 협력하고 있다.

파트너 현황

커머스, 핀테크, O2O, IoT/BoT 등 다양한 분야에서 혁신을 시도하는 국내외 주요 ICT 및 헬스케어, 키즈 분야 등의 파트너들과 함께하고 있다.

2015년 하시스(카카오헤어샵) 등	5개사	2017년 럭스로보 등	13개사
2016년 레페리, 카카오키즈 등	7개사	2018년 핀플레이 등	8개사

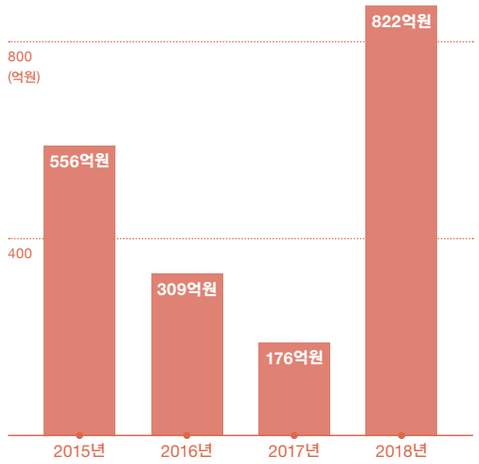
33개사

투자 현황

운용자산 및 투자 집행금액

총 운용자산 1930억원

연도별 투자금액



파트너가 거둔 효과

카카오인베스트먼트와 함께한 33개사의 파트너들은 여러 가지 효과를 거두었다. 인지도가 상승하고 카카오와의 시너지를 통해 사업영역을 확장했으며 기업가치까지 상승했다.

블루핀 (현 카카오키즈)

- 2016년 카카오인베스트먼트 최초 투자
- 카카오키즈로 사명 변경 및 리브랜딩 진행
- 카카오와의 협업을 통한 키즈탭 사업 등 비즈니스 모델 확장
- 2018년 후속 투자 유치

최초 투자 대비 현재 기업가치 5배 상승

* 비상장기업, 2018년 3분기 시장 평가 기준

하시스 (현 카카오헤어샵)

- 2015년 카카오인베스트먼트 최초 투자
- 카카오 내 O2O TF와의 협업으로 카카오헤어샵 서비스 론칭
- 기존 CRM 솔루션에 편중되었던 매출 다각화 및 성장
- 2018년 후속 투자 유치

최초 투자 대비 현재 기업가치 4배 상승

* 비상장기업, 2018년 3분기 시장 평가 기준

엔진 (현 카카오게임즈)

- 2015년 카카오인베스트먼트 최초 투자
- 2016년 Daum 게임과의 합병, 7월 카카오게임즈로 사명 변경
- 2017년 카카오 성장 기여 목적으로 최대주주 지분을 카카오에 이전
- 2018년 카카오와의 긴밀한 협업으로 거대기업 성장

2018년 시장 내 기업가치 1조2000~1조9000억원

* 비상장기업, 2018년 3분기 시장 평가 기준

카카오의 지원

카카오인베스트먼트는 정기 패밀리데이, 각종 교육 프로그램을 진행하며 파트너의 역량 강화에 힘쓰고 있다.

1 멘토링 프로그램

카카오인베스트먼트는 주요 파트너 10~20개사의 대표들이 참석하는 패밀리데이를 정기적으로 개최하고 있다. 이 자리에서 파트너들은 각 회사의 비즈니스 모델과 업무 경험 등을 공유하며 파트너 간의 협업을 도모한다.

패밀리데이 개최 현황

- 2018년 8월: 카카오키즈, 키즈노트, 핀플레이, 레페리, 하시스 등 8개사
- 2018년 10월: 만나CEA, 델레오, 카닥, 럭스로보 등 11개사
- 2018년 11월: 티엔케이팩토리, 번개장터 등 7개사

2 교육 프로그램

카카오인베스트먼트는 회계, 법률, 기획 등 전문 지식과 업무 경험을 공유함으로써 각 파트너들이 필요한 영역을 지원하고 또 긴급한 요청에 대응하고 있다.

K-IFRS 회계 교육

종속회사 재무담당자를 대상으로 한국채택국제회계기준(K-IFRS) 회계 교육 비정기 시행

파트너가 만드는 카카오 생태계

카카오는 플랫폼 기업으로서 사람과 사람, 사람과 정보, 사람과 세상을 더욱 긴밀하게 연결해 더 나은 세상을 만들겠다는 비전을 가지고 있다. 카카오는 파트너가 뛸 수 있는 운동장을 만들고, 트랙을 더 정교하고 공정하게 다듬는 데 힘쓰고 있다. 또 트랙과 트랙을 이어, 파트너가 더 빠르게, 더 멀리, 더 오래 달릴 수 있는 방법을 고민한다. 그렇게 연결된 트랙을 신나게 달리며 카카오라는 생태계를 유기적으로 확장하고 있는 주인공은 다름 아닌 파트너다.

동일 서비스 내 파트너 간의 협업
여러 서비스로 시너지 효과를 내는 파트너
서비스 간 n차 저작물 생산

* 그래픽 내 알파벳은 관련 대표사례다. 다음 장에서 자세한 내용을 확인할 수 있다.

동일 서비스 내 파트너 간의 협업

카카오를 무대 삼아 파트너와 파트너가 힘을 합쳐 새로운 가치를 창출해내고 있다. 카카오의 파트너가 된다는 것은 무궁무진한 네트워킹과 협업의 기회를 얻는 시작이다.

A 카카오헤어샵

카카오헤어샵 파트너 매장들이 협업을 진행해 시너지를 창출하는 사례가 늘고 있다.

- **콘셉트 살롱 오픈**: 서울 강남에 위치한 살롱드마지와 제롬앤코가 마지앤제롬이라는 합작 브랜드 매장을 만들었다. 서울 청담에 이어 역삼, 강남, 대구, 안양 평촌 등 총 5개 매장을 오픈했다.
- **헤어 제품 지원**: 파란헤어 본사에서 카카오헤어샵 전국 지역별 예약 상위 50개 매장을 대상으로 매장별 자체 생산 에센스 제품을 40개씩 지원했다. 총 2000개, 약 7000만원 상당이다.

B Daum 웹툰

창작 활동에서도 작가 간 협업이 활발하게 진행되고 있다. Daum 웹툰이 기획해 작가들이 협업하고, 독자가 참여하는 새로운 개념의 창작물이 탄생한 것이 대표적인 사례다.

- **웹툰작가 살인사건**: 2017년 공개된 <웹툰작가 살인사건>은 Daum 웹툰이 글과 기획을 맡고 작가 우다, 영광, 최희선, 선개 등 작가들의 공동 작업을 통해 완성됐다. 여기에 독자 참여형 추리웹툰이라는 신선한 포맷이 더해져 누적 조회수 575만건, 평점 9.9점(10점 만점 기준), 누적 추천수 2만개를 기록하며 인기를 모았다.

C 브런치

브런치는 2만명에 달하는 다양한 작가군의 협업을 이끌어내며 장르의 한계마저 뛰어넘고 있다.

- **글 × 일러스트 작가 협업 프로젝트**: 출판사 프로작북스가 <빨강머리 앤>의 작가 제안을 브런치에 요청했다. 이에 브런치는 공모전을 통해서 글과 일러스트 작가를 동시에 모집, 장르 간의 협업 모델링을 역제안했다.

여러 서비스로 시너지 효과를 내는 파트너

카카오와 협업을 시작한 파트너들은 콘텐츠, 커머스, 라이프, 핀테크 등 다양한 분야에 걸친 카카오의 타 플랫폼을 원활하게 활용함으로써 시너지 효과를 거두고 있다.

A 카카오톡 스토어 – 플러스친구

카카오톡 스토어를 열어두고 제품 판매를 진행하는 파트너들은 플러스친구를 마케팅 툴로 활용하고 있다. 카카오톡 플친 고객들을 대상으로 광고 메시지를 보내고, 그렇게 유입된 고객들은 톡스토어에서 바로 구매 및 결제를 진행함으로써 매출 증대 효과를 거둔다.

- **GS SHOP**: GS SHOP 톡스토어는 2018년 3월 25일, 카카오톡 플친 대상으로 황사마스크 관련 제품 광고 메시지 65만6000건을 발송했다. 그 결과 3일만에 누적 결제 3200건, 1억6200만원의 판매고를 올렸다.
- **인어교주해적단**: 2018년 7월 24일, 인어교주해적단은 활전복 관련 광고 메시지를 4만5000건 발송했고 3일 누적 결제 813건, 매출 3100만원을 기록했다. 인어교주해적단의 2018년 1분기 대비 2분기 카카오톡 스토어 거래액은 2532% 증가했다.

> **박송이 인어교주해적단 마케팅팀장**
> 카카오톡에서 바로 확인할 수 있는 카카오톡 스토어 덕분에 고객들에게 친숙하게 다가갈 수 있었어요. 카카오페이를 쓰시는 분들은 결제까지 편하게 하실 수 있고요. 2018년 5월 완도산 양식 전복 1kg을 판매했는데 카카오톡 플러스친구로 판매 안내 메시지를 보낸 당일에만 1500건이 넘는 주문이 들어왔어요.

- **폭스바겐 파사트 단독 예약 판매**: 폭스바겐은 카카오톡 스토어에서 플러스친구 10만명을 대상으로 폭스바겐 파사트 신규 모델의 단독 예약 판매를 진행해 1분만에 1000대 완판 기록을 세웠다. 국내 자동차 판매 사례 중, 모바일을 통해서만 단독으로 오프라인보다 먼저 판매한 사례는 카카오톡 스토어가 처음이다.

B 카카오헤어샵 – 플러스친구

카카오헤어샵 파트너들은 카카오톡 플러스친구로 매장 이벤트 및 각종 소식을 효과적으로 전달한다. 또 매장 고객관리시스템(CRM) 연동을 통해 예약 현황 등을 이용자와 공유함으로써 마케팅 효과를 극대화하고 있다.

> **김상우 토브헤어 본부장**
> 저희는 따로 모바일 홈페이지가 없어서 매장을 소개하기가 사실 참 힘들어요. 카카오톡 플러스친구 메시지를 보내면 매장에 전화를 통해 예약하시는 고객들도 계시긴 하죠. 하지만 확실히 메시지에 카카오헤어샵 예약 링크까지 걸어두니까 예약율이 훨씬 올라가더라고요. 카카오헤어샵에서 바로 시술 사진과 가격을 확인할 수 있어서 고객들이 더욱 신뢰해주시는 것 같아요.

C 카카오페이 – 플러스친구

카카오페이 파트너들 역시 카카오 플러스친구를 통해 다양한 이벤트를 개최하는 등 효과적인 마케팅 활동을 전개하고 있다.

- **삼천리도시가스**: 삼천리도시가스는 카카오페이 청구서의 자가검침 서비스를 도입하며 이에 대한 안내를 플러스친구로 발송하고 있다. 또한 자가검침 서비스 이용 고객을 대상으로 한 이벤트를 플러스친구를 통해 안내하는 등 효율적으로 사용하고 있다.

D 1boon – 플러스친구

상품뿐 아니라 콘텐츠도 카카오톡 플러스친구를 통해 더 많은 이들과 만나고 있다. 1boon의 파트너들은 콘텐츠를 플친에게 특정 시간에 배달하는 서비스를 전개해 독자와의 접점을 확대하고 있다.

- **책 끝을 접다**: 1boon 내 인기 채널 책 끝을 접다는 1boon에서 선보인 도서 소개 콘텐츠를 플러스친구 포스트로도 발행해 누적 페이지뷰수 2721만3200건을 기록하며 큰 인기를 끌었다. 책 끝을 접다의 플러스친구수는 8만명을 넘었다.

> **박종일 책 끝을 접다 팀장**
> 저희가 플랫폼을 구축하거나 앱을 개발하는 것은 쉽지 않거든요. 카카오톡 플랫폼을 활용해 콘텐츠를 확산시키고, 1boon 페이지로 연결해서 조회수까지 올릴 수 있어요. 오전 11시 책 끝을 접다의 카카오톡 메시지가 발송되면 15분 이내로 Daum 카페 등의 커뮤니티에 '퍼다 나르는' 열혈 구독자들이 계세요.

- **북클럽 오리진**: 북클럽 오리진은 1boon에서 채널을 시작해 플러스친구를 통해 확장된 경우다. 단독 콘텐츠를 정기 발행하고 플러스친구 상담톡을 활용해 독자와의 소통을 꾸준히 노력한 결과, 북클럽 오리진의 누적 페이지뷰수는 227만2700건, 플러스친구수는 1만8000명 이상이다.

E 1boon – 카카오톡 스토어

1boon의 파트너들은 카카오톡 스토어와 연계한 콘텐츠 비즈니스 모델을 구축하고 있다. 그 예로, 콘텐츠 하단에 자사 톡스토어로 연동되는 링크를 설정해 구매로 바로 연결시킴으로써 수입 증대 효과를 보고 있다.

- **리얼푸드**: 푸드 매거진 리얼푸드는 카카오톡 스토어에 리얼라이프라는 이름의 톡스토어를 개설, 식품 외에도 키친웨어, 생활가전 등 음식과 라이프스타일이 접목된 아이템을 소개하며 커머스 영역을 확장하고 있다. 리얼푸드의 플러스친구수는 2018년 11월 8일 기준 6538명이고, 누적 페이지뷰수는 4억건을 넘어섰다.

> **권남근 리얼푸드 편집장**
> 리얼라이프라는 헤럴드경제의 자회사가 있어요. 톡스토어에도 입점한 상태고요. 리얼푸드 콘텐츠 하단에 리얼라이프 카카오톡 스토어로 연결되는 배너를 두었더니 실제 상품 구매로 이어졌어요. 1boon에서 리얼푸드의 콘텐츠를 보고 관련된 상품의 구매 페이지로 넘어가는 커머스 모델이죠. 사실 리얼라이프 자체도 1boon과 콘텐츠 영역 확장을 논의하는 과정에서 생긴 회사예요. 푸드 말고 라이프스타일 콘텐츠도 해보면 어떻겠냐고 이야기를 나누게 됐고, 콘텐츠 영역을 확장하는 동시에 커머스 영역도 확장하면 좋겠다고 생각한 거죠. 매출이 예상보다 높고 좋은 시너지 효과를 내고 있어서 내부에서도 매우 긍정적으로 평가하고 있습니다.

- **집꾸미기**: 1boon에서 인테리어 정보를 소개하고 있는 집꾸미기는 카카오톡 스토어에 동명의 톡스토어를 개설해 가구 및 가전, 패브릭, 주방용품 등을 판매하고 있다. 집꾸미기의 플러스친구수는 2018년 11월 8일 기준 19만8800명이고 누적 페이지뷰수는 975만건을 넘어섰다.

F 스토리펀딩 – 카카오맵, 플러스친구

창작자와 후원자의 연결을 통해 제작되는 스토리펀딩의 오프라인 콘텐츠들은 카카오맵, 플러스친구와의 연계를 통해 온라인으로까지 확장됐다.

- **아는동네**: 오프라인 매거진 아는동네는 스토리펀딩을 통해 제작비용을 확보, '아는동네 아는이태원' 편을 제작했다. 이후 아는동네 콘텐츠를 카카오맵 테마지로도 선보이면서 온라인 콘텐츠로서의 가능성도 인정받았다. 아는동네 카카오맵 테마지도 콘텐츠는 18개이며, 누적 페이지뷰수는 45만건을 넘어섰다. 현재 카카오톡 플러스친구도 운영해 600여명의 플친에게 각종 동네 관련 콘텐츠를 서비스하고 있다.

G 카카오메이커스 – 카카오톡 선물하기

주문생산플랫폼 카카오메이커스 파트너들은 소량 생산으로 먼저 소비자 반응을 파악한 뒤 제품 성격에 맞춰 카카오의 다른 커머스 플랫폼에 순차 입점함으로써 안정적으로 판로를 확장하고 있다. 안마기 제조업체 로보틱케어는 카카오메이커스에서 '무선 슬림팡 마사지기' 판매를 시작, 선물하기에도 입점해 현재 다양한 무선 안마기를 판매 중이다.

H 카카오메이커스 – 카카오톡 스토어

카카오메이커스를 통해 시장 가능성을 점친 파트너들은 카카오톡 스토어에 자신만의 톡스토어를 구축해 본격적인 시장 진출을 타진한다. 이를테면 잡화브랜드 로우로우는 카카오메이커스에서 가방, 파우치 등의 판매를 시작한 뒤 톡스토어에 자체 브랜드를 입점해 상품을 판매 중이다.

I 카카오톡 스토어 – 카카오톡 선물하기

카카오톡 스토어 입점으로 비즈니스를 시작한 파트너들은 카카오톡 선물하기를 연동함으로써 유통채널을 확대하기도 한다.

J 1boon – 카카오TV

모바일 영상 콘텐츠 소비가 폭발적으로 증가하는 지금, '읽는 콘텐츠'를 선보여온 1boon 파트너들은 카카오TV 플랫폼을 통해 손쉽게 '보는 콘텐츠'도 서비스하고 있다. 1boon에서 패션뷰티 콘텐츠로 사랑을 받고 있는 파우더룸은 카카오TV의 '파우더룸tv' 계정에서도 관련 영상 콘텐츠를 발행하고 있다

K 멜론 – 1boon

반대로 음악/영상콘텐츠 관련 파트너가 1boon에서 '읽는 콘텐츠'를 제작해 마케팅 툴로 활용하는 경우도 있다. 이를테면 멜론에서 음악/영상콘텐츠를 유통하는 젤리피쉬엔터테인먼트는 스낵콘텐츠를 제작, 1boon에 선보여 화제를 모았다.

L 멜론 – 카카오 이모티콘

멜론의 파트너 연예기획사들은 카카오 플랫폼을 다양하게 활용하고 있다. 젤리피쉬엔터테인먼트는 소속 아티스트인 VIXX의 이모티콘을 출시해 팬들과의 친밀감을 높이고 있다.

M 멜론 – 플러스친구

멜론 파트너들이 마케팅 툴로서 가장 많이 활용하는 카카오 플랫폼은 플러스친구다. 소속 아티스트의 소식을 팬들에게 빠르고 효과적으로 전달하는 통로로서 플러스친구를 활용하고 있다. SM엔터테인먼트의 SM타운 플러스친구수는 21만명을 넘었다.

N 멜론 – 카카오TV

멜론 파트너들이 최근 가장 관심을 기울이는 카카오 플랫폼 중 하나는 카카오TV다. 멜론 파트너들은 카카오TV에 채널을 개설해 소속 아티스트의 활동 영상 등을 공유하고 있다.

O Daum 뉴스 – 1boon – 카카오TV

파트너들은 콘텐츠 특징에 따라 카카오의 적합한 플랫폼을 선택, 유통함으로써 콘텐츠 도달율을 높이고 있다. 언론사 기사는 Daum 뉴스로 선보이고, 스낵콘텐츠나 미담성 콘텐츠는 1boon으로 유통하는가 하면, 생중계나 짧은 영상뉴스는 카카오TV 채널로 릴리즈하는 식이다.

P 카카오페이 – 카카오톡 주문하기

카카오톡 주문하기 입점 파트너가 매장에서는 카카오페이 QR결제를 활용함으로써 온오프라인이 연계된 효율적인 결제 인프라를 누리고 있다.

Q 카카오스타일 – 플러스친구

소규모 사업체가 대다수인 카카오스타일 파트너들은 카카오톡 플러스친구 친구톡으로 광고 메시지를 발송, 효과적인 마케팅을 펼치고 있다.

R 카카오스타일 – 카카오톡 스토어

카카오스타일 파트너들은 카카오톡 스토어도 구축해 제품 구매를 다각도로 유도하고 있다.

S 카카오톡 선물하기 – 플러스친구

카카오톡 플러스친구는 커머스 관련 카카오 플랫폼 파트너들에게 효과적이고 실용적인 마케팅 툴로서 각광받고 있다. 카카오톡 선물하기 입점 파트너들 역시 선물하기 플러스친구 대상 메시지 발송으로 마케팅 효과를 극대화하고 있다.

T 카카오메이커스 – 플러스친구

카카오메이커스 입점 파트너들도 카카오톡 플러스친구를 이용해 홍보/마케팅 활동을 활발하게 펼치고 있다.

서비스 간 n차 저작물 생산

파트너들은 콘텐츠 지적재산(IP)을 바탕으로 카카오의 여러 서비스에서 2차, 3차 저작물을 발표함으로써 콘텐츠 활용성을 높이고, 이를 통해 수익도 창출하고 있다.

A 카카오 이모티콘 – Daum 웹툰

웹툰 작가가 이모티콘을 만들거나 이모티콘 작가가 웹툰을 그리는 등 카카오 서비스를 넘나들며 콘텐츠를 확장하는 사례가 늘고 있다.

- **키몽 작가**: 2016년 11월 카카오 이모티콘에서 '동물짤방세트'를 선보이며 인기 이모티콘 작가로 등극한 키몽 작가는 2017년부터 Daum 웹툰에서 <키몽툰> 연재를 시작해 웹툰 작가로서도 자리매김했다. <키몽툰>의 누적 조회수와 누적 추천수는 각각 931만건, 1만개를 넘었다.
- **2B 작가**: 2B 작가는 웹툰에서 이모티콘으로 영역을 확대했다. 2016년 5월 Daum 웹툰에서 <퀴퀴한 일기> 연재를 시작한 그는 높은 인기를 바탕으로 2017년 8월 카카오 이모티콘에서 '이냐냐의 풍기문란' 이모티콘을 선보였다. 2018년 7월에는 후속작 '이냐냐의 집순이 챔피언'을 출시했다.
- **쵸밥 작가**: 2015년 1월 Daum 웹툰에서 <아띠아띠>의 연재를 시작한 쵸밥 작가는 2017년 6월 이모티콘 '아띠아띠의 힐링 프렌즈!'를 카카오 이모티콘에서 출시해 큰 사랑을 받았다.
- **센개 작가**: 2억5000건이 넘는 누적 조회수, 172만개의 누적 추천수를 자랑하는 센개 작가의 웹툰 <못 잡아먹어 안달>도 카카오 이모티콘으로 출시됐다.

B 카카오페이지 – 카카오 이모티콘

카카오페이지의 만화, 소설 등 콘텐츠가 드라마, 영화로 제작되거나 작품 속 캐릭터가 카카오 이모티콘으로 제작되고 있다.

- **이미테이션**: 2014년 9월부터 연재를 시작해 누적 독자수 317만명을 기록한 박경란 작가의 <이미테이션> 속 주인공 마하는 2017년 3월 카카오 이모티콘으로 재탄생되어 많은 사랑을 받았다.
- **김비서가 왜 그럴까**: 2014년 1월 카카오페이지에서 연재를 시작한 김명미·정경윤 작가의 웹소설 <김비서가 왜 그럴까>는 누적 독자수 200만명, 댓글수 3만개를 기록하며 큰 인기를 끌었다. 2016년 6월부터 웹툰으로 제작돼 카카오페이지 연재를 시작했는데, 누적 독자수 600만명, 댓글수 29만개를 돌파하며 웹소설보다 더 큰 반향을 일으켰다. 인기에 힘입어 2018년 6월에는 tvN 드라마로도 제작됐다. 2017년 7월 카카오 이모티콘에서는 '김비서, 아주 칭찬해'가 출시됐고, 2018년 7월 후속작 '김비서와 부회장의 연애밀당콘'도 선보였다.

C 카카오게임즈 - Daum 웹툰

카카오게임즈에서 유통하는 파트너사들의 게임을 웹툰 작가들이 브랜드 웹툰으로 재구성해 독자들에게 선보이고 있다.

- **놀러와 마이홈**: 슈퍼노바일레븐이 제작한 게임 '놀러와 마이홈'은 게임 출시 한 달 전인 2016년 7월, Daum 웹툰에서 브랜드 웹툰으로 연재됐다. 만물상 작가의 그림체로 재탄생한 <놀러와 마이홈>은 누적 조회수 495만건, 누적 추천수 2만개를 달성했다.
- **음양사**: 2016년 7월 Daum 웹툰에서 연재된 <음양사>는 넷이즈 게임즈에서 제작한 게임이 원작이다. 게임의 세계관을 이용자들에게 친밀한 형태로 소개하기 위해 제작된 웹툰은 누적 조회수 992만건, 누적 추천수 4만개를 기록했다.

D 브런치 – 카카오 이모티콘

일러스트레이션 중심으로 활동하던 브런치 작가들의 작품도 이모티콘으로 출시되어 사랑받고 있다.

- **윤직원 작가**: 구독자 1만6200명에게 사랑받는 윤직원 작가의 <윤직원의 태평천하>는 카카오톡 이모티콘 '직장인의 넵!모티콘'으로 재탄생했다.

E 브런치 - 스토리펀딩

브런치를 통해 고정독자층을 확보한 작가들이 스토리펀딩 연재를 통해 출판이나 전시 기회를 마련하는 사례도 있다.

- **리모 작가**: 브런치에서 2015년 5월부터 연재를 시작한 리모 작가는 2016년 8월 스토리펀딩에서 '종이에 기록한 제주의 풍경들'이라는 이름의 프로젝트를 펀딩했다.
- **카덴자 작가**: 2017년부터 브런치 연재를 시작한 카덴자 작가는 '건강 챙기는 원데이 원힐링 다이어리' 펀딩을 2018년 4월 스토리펀딩에서 진행해 성공했다.

F 카카오페이지 – Daum 웹툰 – 카카오페이지

웹툰이 Daum 웹툰과 카카오페이지 두 가지 창구로 노출돼 영화/드라마화, 웹소설화 등 n차 저작물 생산 가능성을 높이고 있다.

G 브런치 – 카카오페이지

브런치에 글을 쓴 작가의 책이 출간되면 이를 카카오페이지에서 e북 형태로도 만나볼 수 있다. 브런치를 통해 출간의 꿈을 이룬 정문정 작가의 베스트셀러 <무례한 사람에게 웃으며 대하는 법>이 대표적이다.

H 카카오게임즈 – 카카오 이모티콘

카카오게임즈의 인기 IP 역시 카카오 이모티콘으로 제작되고 있다. 대표적으로 애니팡은 '애니와 몽이의 팡팡한 일상' 등 총 3가지 이모티콘을 출시했다.

파트너가 거둔 효과

수익 창출

고객 증가
- 카카오페이지
- Daum 웹툰
- 브런치
- 스토리펀딩
- 1boon
- 멜론
- 카카오게임즈
- 카카오톡 선물하기
- 카카오스타일
- 카카오메이커스
- 카카오톡 스토어
- 플러스친구
- 카카오 T
- 카카오헤어샵
- 카카오맵

매출 증대
- 카카오 이모티콘
- 카카오페이지
- Daum 웹툰
- 브런치
- 스토리펀딩
- 1boon
- 멜론
- 카카오게임즈
- 카카오톡 선물하기
- 카카오스타일
- 카카오메이커스
- 카카오톡 주문하기
- 카카오톡 스토어
- 플러스친구
- 카카오 T
- 카카오헤어샵
- 카카오페이

비용 감소
- 브런치
- 카카오메이커스
- 플러스친구
- 키즈노트
- 카카오 T
- 카카오페이
- 카카오맵

효율성 향상

업무 효율화
- Daum 웹툰
- 브런치
- 1boon
- 멜론
- 카카오톡 선물하기
- 카카오스타일
- 카카오메이커스
- 카카오톡 주문하기
- 카카오톡 스토어
- 플러스친구
- 키즈노트
- 카카오 T
- 카카오페이
- 카카오맵

고객 관리 효율화
- 멜론
- 카카오메이커스
- 카카오톡 주문하기
- 카카오톡 스토어
- 플러스친구
- 키즈노트
- 카카오 T
- 카카오헤어샵

근무 환경 개선
- 카카오 이모티콘
- 카카오페이지
- Daum 웹툰
- 스토리펀딩
- 1boon
- 카카오게임즈
- 카카오메이커스
- 키즈노트
- 카카오 T
- 카카오페이
- 카카오헤어샵

사업 확장

판로 확장
- 카카오 이모티콘
- 카카오페이지
- Daum 웹툰
- 브런치
- 스토리펀딩
- 1boon
- 멜론
- 카카오게임즈
- 카카오톡 선물하기
- 카카오스타일
- 카카오메이커스
- 카카오톡 스토어
- 카카오 T
- 카카오헤어샵

고객 다변화
- 카카오 이모티콘
- 카카오페이지
- Daum 웹툰
- 1boon
- 카카오메이커스
- 키즈노트
- 카카오헤어샵

사업영역 확대
- 카카오 이모티콘
- 카카오페이지
- Daum 웹툰
- 브런치
- 카카오톡 선물하기
- 카카오메이커스

일자리 창출

새로운 직업 발굴
- 카카오 이모티콘
- 카카오페이지
- 브런치

고용 증대
- 카카오페이지
- Daum 웹툰
- 스토리펀딩
- 카카오톡 선물하기
- 카카오메이커스
- 카카오 T

콘텐츠 / 게임 · 커머스 · 커뮤니케이션 · 모빌리티 / 핀테크 / 라이프

Partners with Kakao

카카오 파트너들의 성장 스토리, 카카오 사회공헌활동 등을 담은 매거진이다. 2017년 12월 1호를 시작으로 총 9권이 발행됐고 카카오와 함께한 파트너 34개팀, 42명의 이야기를 지면에 소개했다. 카카오는 5000여개의 중소기업, 중소상공인 파트너들과 협력하고 있다. 파트너들은 카카오와의 협업으로 신규 고객을 확보하고 수익을 개선하며 새로운 비즈니스 기회를 창출하는 등 약 1조원 이상의 상생 효과를 거두고 있다.

1호

비상

스위트벙커(카카오헤어샵) 위치의 금기를 깨다
박상규 기자(스토리펀딩) 좋은 기사만 쓰면 된다는 확신
브리드(카카오페이지) 함께 호흡하고 같이 비상하다
코튼샤워(카카오메이커스) 베개위에 펼쳐진 가장의 인생 2막
여은 작가(Daum 웹툰) 대새녀, 넌 어느 별에서 왔니

2호

도전

엄윤설 교수(스토리펀딩) 로봇, 독자의 힘으로 설원을 달리다
리얼푸드(1boon) 1분을 위한 고민
제주로의 농부여행(카카오파머) 검은 흙 속에서 캐낸 진심
반희담(카카오메이커스) 자활 넘어, 일자리 나눔까지

3호

연결

via K studio(카카오톡 선물하기) 선물하고 싶은 #플라워무드등
범고래 작가(카카오 이모티콘) 주저하지 말고 도전해보세요
청민 작가(브런치) 글이 작품이 되는 순간
경기남부경찰청(카카오 T) 경찰과 택시의 똑똑한 만남

4호

경계를 넘나든다

키몽 작가(카카오 이모티콘) '아재 개그'의 재탄생
병무청(카카오 알림톡) 입영통지서, 카카오톡으로 받아요
김민섭 작가(카카오 T 대리) 우리 모두는 연결되어 있다
김영탁 감독(카카오페이지) 경계를 넘나드는 이야기꾼

5호

카카오라는 토양

뉴런뮤직(멜론) 천상의 목소리, 데이터의 힘을 입다
크리스탈샵(카카오톡 선물하기) 7년간 사랑받은 만 원짜리 팔찌
이플루비(카카오메이커스) 엄마를 생각하는 마음, 돋보기로 전하다
문성실 작가(카카오페이지) <신비소설 무>, 12년의 침묵을 깨다
풀풀농장(카카오파머) 시를 짓듯, 쌀을 기르다

6호

가정의달

세네동어린이집(키즈노트) 50년 역사의 어린이집, 디지털을 입다
글피(Daum 웹툰) 부부가 함께 그리는 귀촌 라이프
꿈틀(스토리펀딩) 모두가 자라는 '푸른 꿈 작은 공부방'

7호

색다른 방식

클레어(카카오메이커스) 작고 똑똑한 공기청정기, 그 탄생의 비밀
죠샌드위치 판교테크노밸리점(플러스친구)
카카오톡으로 주문하는 샌드위치
책 끝을 접다(1boon) 오늘 '책끝' 봤어?

8호

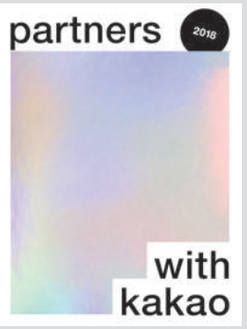
전환

헤세드미용실 구월동본점(카카오헤어샵)
미용실, 재래시장에서 승승장구하다
국토지리정보원(카카오맵) 함께 그리는 4차 산업혁명 시대의 지도
나나살롱(카카오스타일) 매일 입고 싶은 옷

9호

개척

독고(카카오페이지+픽코마) 장수(長壽) 웹툰, 새 무대를 누비다
이석원 기사님(카카오 T) 모두를 위해 똑똑해진 택시
이지텍(카카오스토리) 함께 만들어낸 질서



10호

카카오의 파트너십과 소셜임팩트 활동 내역을
리포트 형태로 정리했다.

Partners’ Talk with Kakao

2018년 9월 5일 오후 3시, 카카오 판교 오피스 8층 타운홀이 특별한 손님들로 북적거렸다. 평소에는 카카오 크루들이 모여 자유롭게 이야기를 나누는 전사 미팅, T500이 열리는 장소에 이날만큼은 카카오의 또 다른 식구인 파트너들이 카카오 크루들과 함께 모였다. Partners with Kakao에 소개된 파트너들과 카카오 크루가 허심탄회하게 이야기를 나누는 행사 Partners’ Talk with Kakao가 열렸기 때문이다.

카카오와 파트너, 서로 묻고 답하다

카카오, 파트너에 답하다

Q **권남근 리얼푸드 편집장 (1boon)**
카카오가 파트너들과의 상생을 위해 가장 중요하게 생각하는 부분은 무엇인가요?

A **Mason (여민수 카카오 공동대표)**
카카오와 파트너의 성장이 가장 중요하다고 생각합니다. Partners with Kakao 8호에 소개된 헤세드미용실은 카카오헤어샵을 만나고 매출이 83배 올랐습니다. 굉장히 놀라운 성과죠. 카카오톡 선물하기를 통해서 5억원이던 매출이 일 년 만에 22억원으로 4배나 성장한 크리스탈샵도 있고요. 카카오파머에서 완판 행렬을 이어가는 파트너들 역시 자랑스럽습니다. 자랑스러운 양적 성장의 예시들이 참 많아요. 카카오 플랫폼이 성장하면서 파트너도 함께 성장하고 있다는 게 저희에게 참 큰 기쁨입니다. 카카오는 양적 성장뿐 아니라 질적 성장을 위해서도 애쓰고 있어요. 시장은 물론, 세상 자체를 더 나은 방향으로 바꾸는 거죠. 카카오는 약 5000여개 파트너사들과 함께하고 있는데, 이분들과 신규 고객 확보, 수익 개선 등 총 1조원 이상의 파트너 상생 효과를 창출해내고 있어요. 앞으로도 카카오와 파트너가 양적으로, 또 질적으로 꾸준히 성장할 수 있도록 힘쓰겠습니다.

Q **이현석 스위트벙커 원장 (카카오헤어샵)**
카카오는 정말 많은 서비스들을 운영하고 있고 그만큼 많은 이용자와 파트너를 두고 있어요. 어떤 마음이 드시는지 궁금해요.

A **Felix (김택수 카카오 플랫폼부문장)**
저희가 느끼는 감정은 크게 두 가지, 자부심과 책임감입니다. 카카오톡이라는 서비스가 출시된 뒤로 대한민국에서 스마트폰을 쓰는 거의 모든 이용자들이 카카오톡을 사용하고 있습니다. 이전에는 ‘전화 해’ 또는 ‘문자 해’ 하고 이야기했는데, 요즘은 모두 ‘카톡 해’라고 해요. 이렇게 우리 서비스가 사용자들의 삶을 조금 더 편리하게 바꾸는 데 일조한다는 사실에 카카오 크루들은 큰 자부심을 느낍니다. 자부심의 크기만큼 책임도 느끼고 있어요. 카카오톡을 비롯한 카카오의 여러 서비스가 의사소통과 생활을 돕는 도구 역할을 하는 만큼, 이용자들이 불편함을 느끼지 않아야 한다는 것에 대한 책임감이 굉장히 크거든요. 어떤 기능을 하나 넣고 바꿀 때, 모두가 좋아해주실 수는 없는 것 같아요. 많은 분들이 격려와 질타를 해주십니다. 미처 생각하지 못했던 부분이 드러나기도 하고요. 통화보다 카카오톡이 익숙한 시대가 되면서 본의 아니게 시각장애인 분들의 의사소통을 어렵게 만든 것은 아닐까 고민하는 시간을 가진 것도 그래서였습니다. 저희 나름대로 접근성을 개선하기 위해 애쓰게 됐고요. 파트너들께서도 카카오를 더욱 사랑해주시고, 또 저희가 잘 못하는 것들을 질책해주세요. 저희는 서비스를 열심히 개선해 나가겠습니다.

Q **김상은 꿈틀 예비교사 (스토리펀딩)**
카카오는 파트너들을 어떻게 발굴하나요?

A **Ellie (임선영 카카오 서비스부문장)**
카카오는 파트너를 발굴한다기 보다는 파트너들의 필요, 니즈(Needs)를 발굴하려고 애씁니다. 모든 것을 연결하고 싶다는 카카오의 니즈뿐 아니라 이용자들이 어떤 분야에서 어떤 필요를 느끼고 있으며, 그것이 왜 구현되지 않고 있는지를 고민하고 생각하거든요. 저희가 발견하는 필요는 5% 정도의 단서일 뿐입니다. 5% 밖에 안되는 굉장히 나약한 단서를 가지고 새로운 서비스를 제안했을 때, 나머지 95%를 채워주시는

것은 파트너 여러분들이었습니다. 이렇게 함께 100%를 만들어주신 여러분께 정말 감사하다는 말씀을 드리고 싶습니다.

Q **문상철 브리드 대표 (카카오페이지)**
카카오만이 파트너에게 제공할 수 있다고 자부하는 점이 있나요?

A **Ellie (임선영 카카오 서비스부문장)**
사용자들이나 파트너들은 기존에 쓰던 것들이 있는데 왜 자꾸 새로운 것을 만들어 내미는지 의아해 하실 수도 있어요. 쇼핑몰들이 이미 많은데 왜 카카오가 카카오메이커스, 카카오톡 선물하기, 카카오 쇼핑하기, 카카오 파머를 만들까? 블로그가 있는데 왜 브런치를 만들었을까? 아까 말씀드린 그 5%의 단서에서 시작된 서비스들입니다. 다 같은 블로그들이 참 많지만 카카오의 브런치는 작가가 되고 싶은 분들이 집중해서 글을 쓰는 공간이죠. 카카오만이 드릴 수 있다고 자부하는 장점은 낯설고 새로운 것을 끊임없이 제시하는 것, 카카오만의 신선함이죠. 그리고 참 감사하게도 낯설고 새로운 것에 파트너들이 매번 기꺼이 참여해주시고 또 시도해 주시곤 합니다. 새로운 곳에서 새로운 연결로 새로운 기회를 만들고 싶은 모든 분들께 카카오를 주목해달라고 말씀드리고 싶어요.

Q **키몽 동물짤방세트 키몽툰 작가 (카카오 이모티콘, Daum 웹툰)**
Partners with Kakao를 보면서 다양한 카카오 플랫폼에서 활동하는 다른 파트너분들과 합작이나 협업을 할 수 있으면 좋겠다는 생각이 들었습니다. 이번 행사도 협업을 구상하고 제안할 수 있는 좋은 기회이지만, 카카오 플랫폼 내에 파트너사들끼리 자유롭게 협업 프로젝트를 제안할 수 있는 커뮤니티가 있으면 좋겠다는 생각이 들었습니다. 방법이 없을까요?

A **Mason (여민수 카카오 공동대표)**
카카오가 콘텐츠, 라이프, 커뮤니케이션, 커머스 등 다양한 분야에 걸쳐 여러 서비스를 하고 있는 만큼 각자의 영역에서 활약하는 파트너들이 서로 협업하고 카카오 안에서 계속 도전할 수 있도록 장려하면 좋겠다는 생각을 저희도 늘 하고 있었습니다. 카카오 플랫폼에서 거둔 판매의 경험, 성공의 경험을 공유할 수 있는 장을 만들기 위해 노력하고 있고 마련할 예정입니다. 사실 이런 오늘의 오프라인 모임도 그러한 것들 중 하나이지요. 제가 생각할 때 지속적으로 좋은 성과를 내고 있는 파트너분들의 공통점은 '진정성'인 것 같아요. 목적에 부합하는 진정성 있는 상품과 서비스들이 카카오를 만나 시너지 효과를 내고 있는 만큼 그런 파트너들의 합작품과 협업물 역시 또다른 큰 성과를 불러오지 않을까 싶네요. 파트너분들이 저희 서비스 담당자들에게 협업이나 합작 관련해서 적극적으로 아이디어를 주시면 좋겠습니다. 항상 열린 자세로 고민하고 준비하려고 해요.

Q **범고래 대충하는 답장 작가 (카카오 이모티콘)**
파트너들의 네트워킹을 위한 모임이 더 왕성하면 좋을 것 같습니다. 소통이나 협업의 장이 필요해서 드는 생각인데요, 관련 행사를 더 자주 열어주실 수 있을까요?

A **Heidi (김희정 카카오 디지털아이템팀장)**
카카오 이모티콘은 지금 7년 째 사업을 하고 있어요. 서비스가 크게 성장하면서 굉장히 많이 알려진 작가님들의 경우 수십억의 매출을 올리고 있고요. 성숙기에 접어든 셈이죠. 작년에 저희가 처음으로 작가님들 400분을 모시고 '카카오 이모티콘 크레이에터스 데이(Kakao Emoticon Creators day 2017)' 행사를 했어요. 올해 11월에는 7주년을 맞아 작가님들은 물론 일반 이용자들을 초청해서 이모티콘이란 어떤 것인지에 대해 함께 생각해보는 자리를 가질 예정입니다. 앞으로도 작가님들 편에서 크고 작은 행사와 모임을 꾸준히 진행할 수 있도록 노력할게요.

Q **이연진 풀뜰농장 대표 (카카오파머)**
카카오는 다양한 플랫폼을 가지고 있는데, 여러 사업 분야를 일목요연하게 정리한 자료가 있으면 좋겠습니다.

A **Nasca (양현서 카카오 대외정책팀장)**
Partners with Kakao를 펴내면서 카카오 안에 얼마나 많은 서비스가 있는지 알리고 이를 활용할 수 있는 방법을 알리면 좋겠다고 생각했습니다. 카카오 기업 홈페이지에 서비스들이 나와있지만 실용적인 활용법을 알려드리는 데는 한계가 있으니까요. 그래서 어떻게 하면 카카오를 더 잘 활용해서 더욱 성장하실 수 있는지 Partners with Kakao를 통해 안내해 드리고 싶어요. 올해 말, 내년 초쯤에는 Partners with Kakao 종합본을 낼 예정입니다. 이 종합본을 열심히 유통하고 배포하고 매거진뿐 아니라 여러 온·오프라인 플랫폼을 통해 카카오를 알리고 또 활용할 수 있는 방법을 더 많은 파트너들과 이용자들에게 안내해 드리려고 해요. 계속 노력하겠습니다.

Q **심은성 via K studio 주임 (카카오톡 선물하기)**
카카오를 통해 새로운 방향으로 나아가게 되는 경우가 많은 것 같습니다. 카카오 파트너로서 창업을 하거나 새로운 일을 시작하는 사람들을 멘토링하는 프로그램이 있나요?

A **Carl (신석철 카카오 비즈파트너부문장)**
현재 오프라인 대면 네트워크를 통한 정규 멘토링 프로그램은 운영하고 있지 않아요. 죄송합니다. 멘토링이라는 것이 정보를 더 많이 아는 사람이 상대적으로 정보를 더 덜 가진 사람에게 나누어주는 것이라고 생각하실 텐데요, 저희는 그것보다는 파트너들에게 필요한 정보를 드리기 위해 노력하고 있는 상황입니다. 창업을 하신 분들께 검색 플랫폼, 플러스친구 등을 안내하는 정보들은 꽤 충실히 갖추어 둔 상태라 이 콘텐츠들을 참고해주시면 좋겠어요. 그걸 보시고 잘 안되는 것들, 어려운 것들은 저희에게 연락을 주시면 됩니다. 저희가 10월에 '카카오 통합비즈니스센터'라는 이름으로 여러 비즈니스 파트너들을 모실 예정이에요. 거기서 파트너들이 정보를 한 번에 확인하고 필요하면 바로 활용하실 수 있도록 기회를 제공할 생각입니다. 많은 관심 부탁드려요.

Q **이상혁 코튼샤워 대표 (카카오메이커스)**
카카오가 파트너에게 바라는 점이 있나요?

A **Felix (김택수 카카오 플랫폼부문장)**
카카오는 플랫폼 비즈니스를 지향하고 있습니다. 저희는 카카오톡을 기반으로 많은 이용자들을 보유하고 있고, 파트너들께 그 이용자들을 만나고, 새로운 연결을 만들 수 있는 기회를 드리고 싶어요. 카카오의 플랫폼 비즈니스는 완성 단계가 아니고, 앞으로 나아가는 단계입니다. 기대에 못 미친다는 평가도 나올 수 있겠죠. 저희는 현재를 최종 결과물이나 성적표라고 생각하지 않습니다. 파트너들과 함께 더 나은 비즈니스 서비스를 계속 만들어가고 싶어요. 아까도 서비스 관점에서 말씀드렸지만 저희 카카오 플랫폼을 사용해서 더욱 많은 고객들을 만나보시고, 그 과정에서 느낀 부족한 점을 카카오에 끊임없이 말씀해주심으로써 함께 성장해나갈 수 있으면 좋겠습니다.

Q **청민 작가 (브런치)**
10년 후 카카오는 파트너들에게 어떻게 기억되고 싶은지 궁금합니다.

A **Mason (여민수 카카오 공동대표)**
여기 참석하신 주요 부문장님들과 회의를 할 때마다 어떻게 하면 파트너들과 함께 성장할 수 있을까를 늘 중심에 두고 고민합니다. 왜 그럴까요? 카카오 밖에서 카카오가 어떻게 서비스를 준비하고 방향을 잡고 마케팅을 해나가는지 소비자로서, 파트너로서 지켜봐주시는 4000만명 이상의 사용자들이 계시기 때문입니다. 그들 덕분에 저희가 플랫폼이란 것을 유지할 수 있고, 파트너들과 함께 성장해갈 수 있는 거죠.

10년 뒤에도 카카오는 다양한 걸 하고 있을 겁니다. 카카오의 TV 광고나 동영상 광고를 최근에 보셨나요? 광고가 시작될 때 동영상 속에 뭔가를 하고 있는 라이언이 등장합니다. 그러면 '카카오 또 뭐해?' 이렇게 묻는 목소리가 들려요. 저희는 계속 뭘 합니다. 또 무언가를 해나갈 거고요. 기존의 것들에 카카오가 개입해서 어떻게 긍정적으로 변화시킬지에 늘 집중하고 있어요. 택시를 잡는 방법을 바꾸고, 은행에 계좌를 만들고 송금하는 방식을 바꿨습니다. 파트너들께 카카오가 내내 새로운 궁리를 하고, 뭔가를 계속 만들어내고, 바꿔나가려고 애썼던 다정하고 성실한 친구로 기억됐으면 해요. 카카오의 파트너였기에 이만큼 할 수 있었고, 이렇게 달라질 수 있었다고 자신있게 말씀하실 수 있도록 앞으로도 늘 고민하고 귀 기울이며 파트너들과 함께하겠습니다.

파트너,
카카오에 답하다

Q **Brodi (이성재 카카오모빌리티 택시팀)**
협업 이전에는 카카오에 대해 어떤 인상, 느낌을 갖고 계셨는지 궁금합니다. 협업 이후에는 그 인상이 어떻게 달라졌나요?

A **세네동 어린이집 곽현희 원장 (키즈노트)**
저는 어린이집 원장입니다. 매일 시끄럽고 매일이 전쟁터죠. 하루도 편할 날이 없어요. 사실 키즈노트와 만나기 전까지 카카오가 어떤 일을 하는지에 대해 잘 몰랐습니다. 협업을 하고 나서 Partners with Kakao와 인터뷰를 하고, 또 이 매거진을 읽어보면서 카카오가 어떤 회사인지 이해하게 됐어요. 키즈노트는 보호자와 아동, 그리고 어린이집 교사가 정확하고 돈독한 신뢰관계를 만들 수 있도록 도와주는 어플리케이션입니다. 기존에는 카카오가 SNS같은 것을 하는 기업이라고만 생각했지만 이제는 사람들에게 신뢰를 주는 일들을 하고 있다고 생각하고 있어요.

Q **Dion (카카오 커뮤니케이션팀)**
파트너님이 협업하고 계신 카카오 서비스/플랫폼이 같은 기능을 하는 다른 플랫폼과 차별화되는 장점은 무엇이라고 생각하시나요?

A **유택근 투유드림 대표 (카카오페이지, Daum 웹툰, 픽코마)**
저희는 웹툰을 제작하고 있는 회사입니다. 다른 플랫폼과 다른 점을 간단하게 한마디로 말씀드릴게요. 카카오는 '소통'이 되는 회사입니다. 이상입니다!

Q **Ian (전대진 카카오페이지 소설사업팀)**
카카오는 웹툰, 웹소설, 이모티콘, 음악, 영상콘텐츠에 이르기까지 다양한 콘텐츠를 유통하고 있어요. 상품을 팔 수 있는 창구도, 소통할 수 있는 채널도 여러 가지죠. 카카오라서, 카카오에만 기대할 수 있는 점은 무엇인지 알려주세요.

A **글피 작가팀 김주영 작가 (Daum 웹툰)**
가장 큰 부분은 우선 카카오가 전 국민이 사용하는 플랫폼이라는 점이죠. 해외에 거주하고 있는 친척이나 다양한 분야에서 일하는 친구들이 모두 사용하니까요. 모두가 함께 소통할 수 있는 채널에서 작품을 선보일 수 있다는 게 가장 큰 장점인 것 같습니다.

Q **Lexi (카카오커머스 커머스사업팀)**
협업 이후 진행된 서비스 개편 내역 가운데 가장 인상 깊었거나 도움이 됐던 부분은 무엇인지 궁금합니다. 또 카카오에 있었으면 하는 기능이나 서비스가 있다면 제안해주세요.

A **이재훈 크리스탈샵 대표 (카카오톡 선물하기)**
저희는 카카오톡 선물하기 초기부터 입점했어요. 그래서 이것저것 여러 가지를 해봤죠. 하는 것마다 전부 만족스러웠어요. 감사합니다. 앞으로는 카카오톡 선물하기에서도 고객 평을 볼 수 있게 해주셨으면 좋겠어요. 고객들이 정말 만족하는지 알고 싶습니다.

오석봉 경기남부지방경찰청 경감 (카카오 T)
저희가 카카오모빌리티와 협업한 지 2년 7개월 정도 됐습니다. 잘 모르시는 분들을 위해 설명을 드릴게요. 저희 관내 경찰서에 실종신고나 범죄신고가 들어오면 이 정보를 카카오 T 택시 기사님들께 카카오톡 플러스친구 메시지를 통해 관할서 직통번호와 함께 전달합니다. 기사님들이 운행을 하시다가 실종자, 용의자를 목격했을 때 바로 신고하실 수 있도록요. 성과가 참 많았어요. 카카오 T의 대리기사님들과도 이런 협업을 할 수 있었으면 하는 마음입니다. 대리기사님들은 운전을 하지 않는 상태로 대기하는 시간이 택시기사님들보다 길어서 주변을 보실 여유가 더 있거든요. 대리기사님들의 협조까지 받을 수 있도록 하는 시스템이 마련되면 좋을 것 같아요.

Q **Jen (이민정 카카오 포털서비스팀)**
파트너님의 작품/제품/브랜드와 카카오의 공통점은 무엇이라고 생각하시나요?

A **여은 작가 (Daum 웹툰)**
카카오는 많은 분들이 쉽고 가벼운 마음으로 이용하는 플랫폼입니다. 제 작품도 마찬가지예요. 나이가 어린 분들도 손쉽게 읽을 수 있는 웹툰이거든요. 가벼운 접근성이 저의 작품과 카카오의 공통점인 것 같아요.

Q **Logan (김귀현 카카오 창작자플랫폼팀)**
오늘 다양한 분야에서 일하는, 카카오의 다른 플랫폼을 활용하고 계신 여러 파트너들을 만나셨습니다. 추가적인 협업이나 제휴에 관해 떠오르는 아이디어가 있나요?

A **이석원 택시기사 (카카오 T)**
저는 택시를 하고 있는 입장이기에, 택시에서 보내는 시간이 하루에 80% 정도입니다. 그래서 다른 걸 뭐 생각해볼 시간적인 여유가 없습니다. 이번에 관한 건 택시에 대해서만 말씀드리겠습니다. 많이 노력을 하고 계시겠지만, 노쇼에 대한 부분을 조금 보완해 주셨으면 합니다.

Q **Lindsey (양수아 카카오메이커스 제품기획팀)**
활용하지 않았던 카카오 서비스, 플랫폼 가운데 앞으로 활용해보고 싶은 플랫폼이 있다면 무엇인가요?

A **윤혜림 이플루비 대표 (카카오메이커스)**
저는 금속공예작가로 5년 이상 활동하면서 패션 쥬얼 돋보기만 제작해왔어요. 작가 생활을 하면서 가장 힘들었던 건 제가 만든 패션 돋보기를 어디서 판매할지 모르겠다는 것이였어요. 갤러리, 샵 등 여러 곳을 찾아가 보았지만 한계가 있었고, 팝업스토어도 여럿 사용했지만 비용이나 시간 등이 너무 많이 들었습니다. 그래서 카카오메이커스의 문을 두드렸습니다. 제 작품이 카카오메이커스에서 매진이 됐고, 앵콜도 계속 진행되고 있어요. 어떻게 이런 성과가 났을까 살펴보니까 카카오메이커스 유저들 가운데 40~50대 비율이 38%나 되더라고요. 저희 고객층과 잘 맞아 떨어진 거죠. 그래서 카카오메이커스 외에도 패셔너블한 중년 시니어들 고객층을 공략할 수 있는 카카오 플랫폼이 있다면 사용해보고 싶습니다.

Q **Eva (고미경 카카오헤어샵 서비스리더)**
카카오가 파트너님이 계신 업계에서 앞으로 어떤 역할을 했으면 하시나요?

A **박종일 '책 끝을 접다' 팀장 (1boon)**
저는 책을 소개하는 콘텐츠 만들고 있어요. 제가 있는 업계를 출판 쪽으로 보면 되실 것 같네요. 사실 1boon이 출판업계에서 굉장히 중요한 역할을 하고 있습니다. 대중이 더이상 책에 관심이 없는 상황에서 1boon은 책에 대한 관심을 이끌어내는 역할을 하고 있거든요. 만족스럽게 너무 잘 쓰고 있어요. 감사합니다. 앞으로도 다양하고 참신한 콘텐츠로 사람들에게 영향을 끼칠 수 있도록 힘써주셨으면 좋겠어요.

파트너에게 카카오란?

파트너들에게 카카오는 어떤 존재일까?
Partners' Talk with Kakao에 참석한 파트너들은 카카오를 이런 단어들로 표현했다.

카카오는

생활이다

이석원 택시기사 (카카오 T)
하루가 24시간인데 저희 택시기사들은 15시간에서 16시간 동안 일을 합니다. 그중 30분에서 1시간을 제외한 나머지 시간 동안 카카오 T 앱 켜놓고 일을 하지요. 하루의 70~80% 정도를 카카오와 함께하고 있으니까 생활이라고 적었습니다.

네트워킹이다

이연진 풀풀농장 대표 (카카오파머)
제가 나이가 많아서 카카오가 뭐를 하는지 확실하게는 잘 몰랐어요. 굉장히 많은 분야를 하고 있는 것 같다는 인상만 있었고요. 카카오는 실체를 딱 정리하기 힘들 정도로 모든 분야와 연결되어 있다는 생각이 들어요. 저는 아직 이를 잘 활용하지 못하고 있는 것 같아 아쉬운 마음이고요. 앞으로는 카카오의 네트워크를 잘 활용하고 싶어서 이렇게 적었습니다.

엄마다

청민 작가 (브런치)
저에게 브런치는 엄마와 같은 존재입니다. 실제로 저희 엄마가 되게 쿨하시거든요. 방향성을 잘 잡아주시면서 "너 하고 싶은 거 해" 하시는 편이라서요. 브런치는 제가 힘들 때마다 방향성을 제시해주는 플랫폼이라 엄마라고 적었습니다.

파트너에게 드리는 특별한 선물

카카오는 Partners' Talk with Kakao에 참석한 파트너들에게 감사의 의미를 담은 카카오 명예 사원증을 전달했다. 파트너들을 위한 선물 역시 카카오메이커스, 카카오톡 선물하기 등 카카오 커머스 플랫폼에서 판매 중인 파트너들의 제품과 브런치, 스토리펀딩 연재 후 출판한 단행본 및 카카오 서비스 이용권 등으로 준비함으로써 특별함을 더했다. 특히 추첨을 통해 선정된 15팀의 파트너에게는 왕복 항공권 및 1박 숙박권과 함께 제주 카카오 스페이스에서 열리는 IT 진로교육 프로그램 Show me the IT 에 참가할 기회를 제공했다.

2018년 10월 27일 열린 교육에는 총 10개 가족 32명이 참여했다. 파트너들이 'AI와 직업의 미래'라는 주제로 특강을 듣는 동안 학생들은 카카오의 서비스가 만들어지는 과정과, 기획자, 개발자, 디자이너, 스탭 등 카카오 크루들의 직무에 대한 설명을 들었다. 생소한 직무에 대한 호기심을 해결한 학생들은 본인의 적성과 강점에 맞는 일은 무엇인지 생각해보는 시간을 가졌다. 인공지능(AI) 기술에 대한 교육도 이루어졌다. 또 AI의 개념을 바탕으로 Daum 뉴스, 꽃 검색, 콘텐츠 추천과 같이 실생활에 적용된 사례를 살펴보며 기술이 불러올 보다 편리한 미래를 상상해보기도 했다. 교육을 마친 파트너 가족들은 카카오 스페이스를 돌아본 뒤 수목원 테마파크 내의 플레이박스에서 VR 체험을 하며 일과를 마쳤다.

파트너의 이야기, 카카오가 잇다

154 — 소셜임팩트
164 — 카카오같이가치
172 — 제주와 함께!
182 — 동반성장
188 — 링키지랩

with kakao

Connect
소통/공감

카카오는 디지털 환경에서 아이들이 더욱 건강하게 소통하고 서로 이해할 수 있도록 돕는 프로그램을 제공하고, 위로와 공감이 필요한 이들에겐 서로 보듬을 수 있는 시간과 장소를 지원한다.

1 사이좋은 디지털 세상

'사이좋은 디지털 세상'은 초등학생 시기부터 디지털 시민의식을 키울 수 있도록 개인정보 보호, 사이버폭력에 대한 개념 이해, 대처법 등을 교육하는 프로그램이다. 카카오는 2015년부터 교육부, 재단법인 청예단(청소년폭력예방재단)과 함께 이 프로그램을 진행하고 있다.

교육 현황

시행 횟수 학급수와 교사연수 합산	2247회	**누적 참여 학교수**	378개교
누적 참여 학급수	2236학급	**누적 참여 학생수**	약5만7600명
누적 교사 연수 횟수	11회	**누적 참여 교사수**	298명

교육 프로그램 내역

프로그램	연도	학교(개)	학급(개)	학생(명)	교사(명)	지역
사이좋은 디지털 세상	2015년	57	406	11,368		
	2016년	76	435	11,266	48	학교교육: 수도권
	2017년	136	732	18,873	146	학교교육: 수도권, 광주, 부산 교사연수: 판교, 광주, 부산, 제주
	2018년	109	663	16,089	104	학교교육: 수도권, 광주, 부산 교사연수: 판교, 대전, 제주(2회)
합계		**378**	**2,236**	**57,596**	**298**	

소셜임팩트

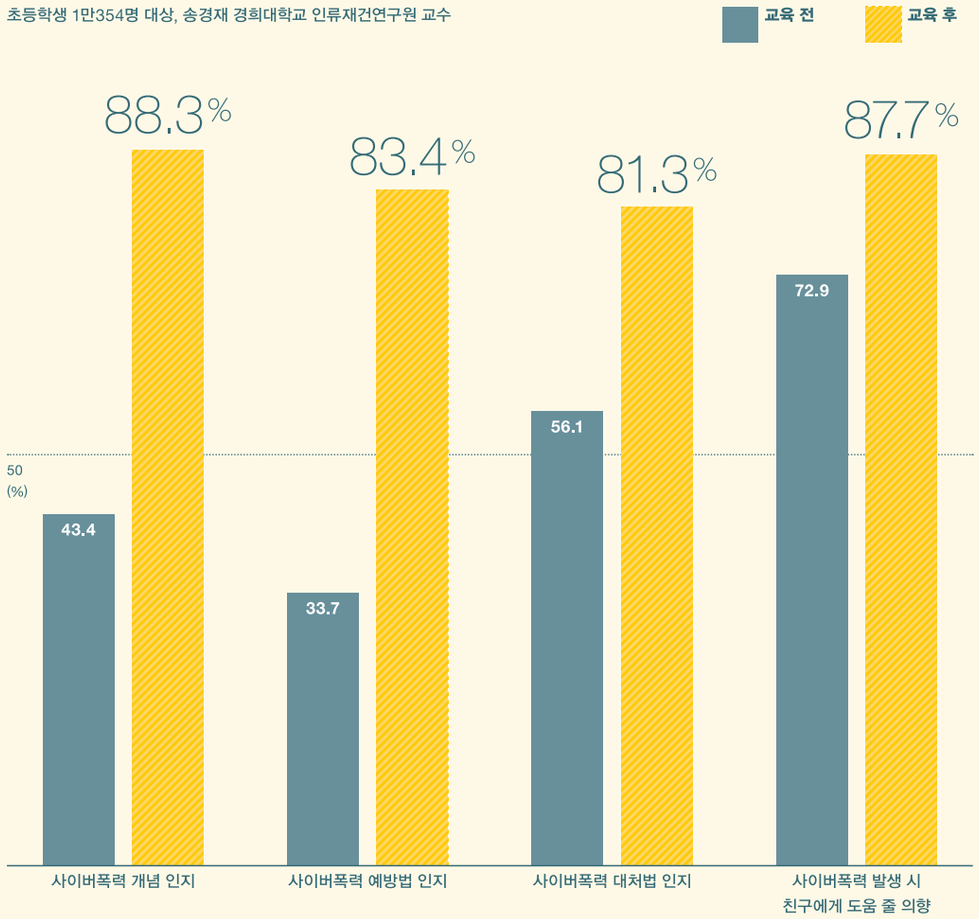
카카오는 인간과 기술, 가치를 연결해 우리 사회의 문제 해결을 위한 아이디어를 탐구하는 '소셜임팩트' 방식의 사회공헌활동을 추구한다. 기술 이슈를 다루는 'Next'와 소통을 주제로 진행하는 'Connect', 카카오 임직원이 직접 참여하는 'Kakao Krew' 프로그램을 통해 대한민국 곳곳의 사회 구성원들에게 변화의 힘을 전달하기 위해 노력하고 있다. 2018년 4월에는 카카오임팩트 재단을 설립해 모두가 사회 변화의 주인공인 '임팩트 메이커'가 되는 세상을 만들어가고자 한다.

2014년 3월 속마음 프로젝트 시작
2015년 2월 기부한데이 시작
5월 다가치행동 시작
7월 사이좋은 디지털 세상 시작
11월 학교 메이커 교육 프로그램 시작
2017년 9월 청소년 진로체험 워크숍 시작
2018년 4월 카카오임팩트 재단 설립

• 통계는 모두 2018년 11월 기준

프로그램 효과

초등학생 1만354명 대상, 송경재 경희대학교 인류재건연구원 교수



이정아 푸른나무 청예단 교육기획팀장

카오는 '함께' 일하는 훌륭한 파트너 기업이에요. 존중받는다는 게 느껴져요. 그래서 우리가 만나는 많은 아이들에게 좋은 영향을 줄 수 있었고, 아이들이 변화한 것 같아요. 또 카카오는 다른 기업보다 훨씬 교육 효과에 관심이 많아요. 좋은 교육이 이뤄지도록 함께 고민하고 의견을 나누고 있거든요. 카카오의 전문성을 활용해 홈페이지 개발이나 디자인적인 부분에서 굉장히 든든한 지원을 해주시죠. 일반적인 기업 후원 수준 이상이라고 생각합니다.

다음 세상을 위한 디지털 교육
Partners with Kakao vol.01

2 속마음 프로젝트

소통이 부족해지는 모바일 시대에 가까운 사람과 소원해지지 않을 수 있도록 속마음 이야기를 나눌 수 있는 시간과 공간을 선물하는 프로그램이다. 사단법인 공감인과 함께하는 이 프로젝트를 통해 서로의 이야기를 경청하고 공감하며 관계를 회복하는 치유할 수 있다.

속마음버스 주행 현황

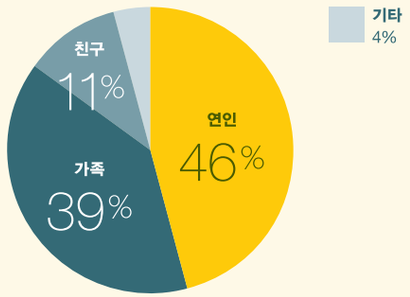
누적 탑승 인원수
2만4600명 신청
8809명

누적 운행거리
7만3900km

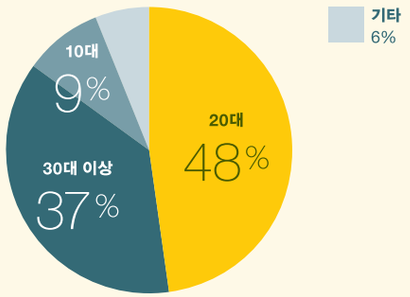
누적 운행횟수
3210회

누적 운행시간
7184시간

관계



연령



속마음산책

속마음버스에 이은 두 번째 프로젝트로 낯선 사람과 서울숲을 함께 거닐며 진솔한 대화를 나누는 시간이다. 2018년 5월부터 10월까지 진행됐다.

참여자수
312명

진행 횟수
1회 4시간 진행
15회

참여자 한마디

"목 끝까지 차 있던 답답함이 한결 가라앉는 느낌이네요. 발걸음도 가벼워지고 기뻐요. 공통점이 많은 공감자 덕분에, 저 역시 이해와 공감의 풍요로움을 다시 채운 기분입니다."

"아무에게도 쉽게 하지 못했던 이야기를 속 시원하게 다 이야기하니 편해졌어요. 잘못을 평가받는 것이 아니라, 공감받을 수 있어서 감사했습니다."

"혼자 쌓아놓았던 감정들이 조금은 후련해졌습니다. 아직 더 고민하고 생각해야 하지만, 그래도 다른 선택지가 생긴 것 같아 기분이 조금 나아졌어요."

Next

기술/미래

카카오는 다양한 파트너와 함께 교육 현장에 미래 기술과 진로를 소개하고 체험할 수 있는 기회를 제공함으로써 청소년들이 주도적으로 미래를 설계 할 수 있도록 돕고 있다.

1 청소년 진로체험 워크숍

카카오는 2017년부터 인공지능(AI) 진로체험 워크숍 프로그램 '꿈에 날개를 달다 with Kakao'를 문화체육관광부, 조선일보의 공익섹션인 더나은미래와 함께 진행해왔다. 중소도시 및 도서산간지역 중학생들에게 AI 진로교육을 제공함으로써 교육 기회를 넓힌 공로를 인정받아 2017년 문화체육관광부 장관 표창을 받았다.

교육 현황

교육 횟수	23회	누적 참여 학교수	21개교
누적 참여 학생수	642명		

임상혁 어썸스쿨 청년강사

이 프로그램은 기존의 틀을 깨고 과거와 현재 그리고 미래를 연결하는 새로운 진로 교육 프로그램이에요. 과거에는 진로를 결정하기 위해 나 자신을 이해하는 것만으로도 충분했지만, 앞으로는 세상을 잘 이해해야 하는 게 너무나 중요해졌어요. 이 시대에 꼭 맞는 진로 교육인 셈이조. AI 진로 교육을 더 많은 아이들이 받을 수 있도록 확대해주셨으면 좋겠어요. 카카오는 다른 기업과 비교할 수도 없을만큼 아이들에게 너무나 친근한 IT 기업이에요. 카카오라는 기업의 선한 영향력을 더욱 많은 아이들에게 전해주셨으면 합니다.

헤이카카오, 우리 꿈에 날개를 달아줘
Partners with Kakao vol.02

2 학교 메이커 교육 프로그램

카카오는 2015년부터 2017년까지 국공립학교 및 특수학교 등에서 근무하는 교사들을 대상으로 3D 모델링, 3D 프린팅 등 메이커 교육 프로그램을 진행했다. 또한 3D 교육 계획 우수학교를 선정해 총 55대의 3D 프린터를 지원함으로써 아이들의 창의력을 높이는 데 일조했다.

교육 현황

교사 세미나	5회
교사 워크숍 횟수	15회
연수 참여 교사수	885명

연도별 교육 현황

	2015년	2016년	2017년
세미나 횟수	1회	2회	2회
워크숍수	3회	6회	6회
참여 교사수	127명	340명	418명
지원 프린트대수	10대	25대	20대

학교 3D 프린터 지원 현황

지원 학교수 55개교

직접 만든 자동차로 경주를

경기 의왕시 덕장중학교

경기 의왕시 덕장중학교는 2016년 3D 프린터를 지원받은 후 학생들이 직접 자동차를 만드는 프로젝트를 진행했다. 학생들은 우선 3D 모델링을 통해 각자의 자동차를 디자인했다. 창의적일 뿐 아니라 공기역학 등을 고려한 디자인이 무엇인지 연구할 수 있는 기회였다. 완성한 모델을 3D 프린터로 출력하고 도색하면 미니카가 완성되는데, 학생들은 이 미니카로 자동차 경주까지 하는 값진 경험을 했다.

특수학교 맞춤형 교구도 뚝딱

경남 양산시 양산희망학교

메이커 교육은 특수학교에서도 유용하다. 2017년 3D 프린터를 지원받은 경남 양산시 양산희망학교가 맞춤형 교구를 만든 것이 대표적이다. 양산희망학교는 소근육(손가락) 운동에 어려움이 있어 칠교놀이 수업에 참여하지 못하는 장애 학생들을 위해 막대기가 있는 맞춤형 칠교놀이 세트를 만들었다. 메이킹의 교육 효과가 학습 현장에서 증명되고 있다.

Kakao Krew

임직원 사회공헌

카카오는 임직원들의 기부활동과 자원봉사활동을 독려하는 기업문화를 정착시키고 있다. 임직원이 기부한 만큼 회사도 기부하는 매칭그랜트(Matching Grant) 제도를 통해 기부활동을 응원하고, 임직원들이 자발적으로 나선 자원봉사 활동의 비용을 지원하고 있다.

1 다가치펀드

카카오는 다양한 방식으로 임직원의 기부활동을 장려하고 있다. 대표적으로 카카오 임직원의 정기 기부프로그램 '다가치펀드'는 총 6개 사회공헌 프로젝트를 후원한다. 임직원 스스로가 직접 국내아동 지원사업(어린이재단), 해외아동 지원사업(플랜코리아), 장애아동 재활치료사업(푸르메재단), 소외계층 IT지원사업(다음세대재단), 백두대간 및 환경보호사업(녹색연합), 제주저소득가정 지원사업(제주가정위탁지원센터) 등 다양한 분야의 사회공헌 프로젝트를 선택해 매월 2000원부터 기부할 수 있다. 더불어 카카오 임직원이 기부한 만큼 회사에서도 기부하는 '매칭그랜트' 제도를 통해 임직원 기부를 독려하고 2배의 기쁨을 만들어가고 있다.

기부 규모

누적 기부금액
2007년 ~ 현재

38억 9800만원

사업구분	2015		2016		2017		2018	
	참여자수(명)	기부금액(원)	참여자수(명)	기부금액(원)	참여자수(명)	기부금액(원)	참여자수(명)	기부금액(원)
국내아동	294	46,108,000	454	74,642,000	627	89,907,818	670	81,944,000
해외아동	134	34,693,000	256	58,472,000	201	21,251,700	223	24,896,000
장애아동	99	14,547,000	174	23,176,000	348	38,892,000	422	43,436,000
백두대간	45	4,387,000	117	8,495,000	203	14,556,000	182	13,318,000
소외계층	30	3,928,000	49	4,888,000	107	6,128,000	136	7,370,000
제주저소득가정	34	4,624,000	53	6,600,000	118	9,239,000	127	9,792,000
노인지원	-	-	-	-	70	3,360,000	105	6,762,000
기타기부금	-	-	28	2,310,000	80	5,565,200	42	10,586,397
합계	**636**	**108,287,000**	**1,131**	**178,583,000**	**1,754**	**188,899,718**	**1,907**	**198,104,397**

지원사업별 기부금 용처

- 국내아동지원사업: 초록우산 어린이재단 (2015~현재)
- 해외아동교육지원사업: 글로벌비전 (2015~2017년), 플랜코리아 (2018년)
- 장애아동재활치료사업: 푸르메재단 (2015~현재)
- 백두대간 및 환경보호사업: 녹색연합 (2015~현재)
- 소외계층IT지원사업: 비영리IT지원센터 (2015~2017년), 다음세대재단 (2018년)
- 제주저소득가정지원사업: 제주가정위탁지원센터 (2015~현재)

초록우산 어린이재단 · 글로벌비전 · PLAN INTERNATIONAL · 푸르메재단 · 녹색연합 · 비영리IT지원센터 · 다음세대재단 · 제주가정위탁지원센터

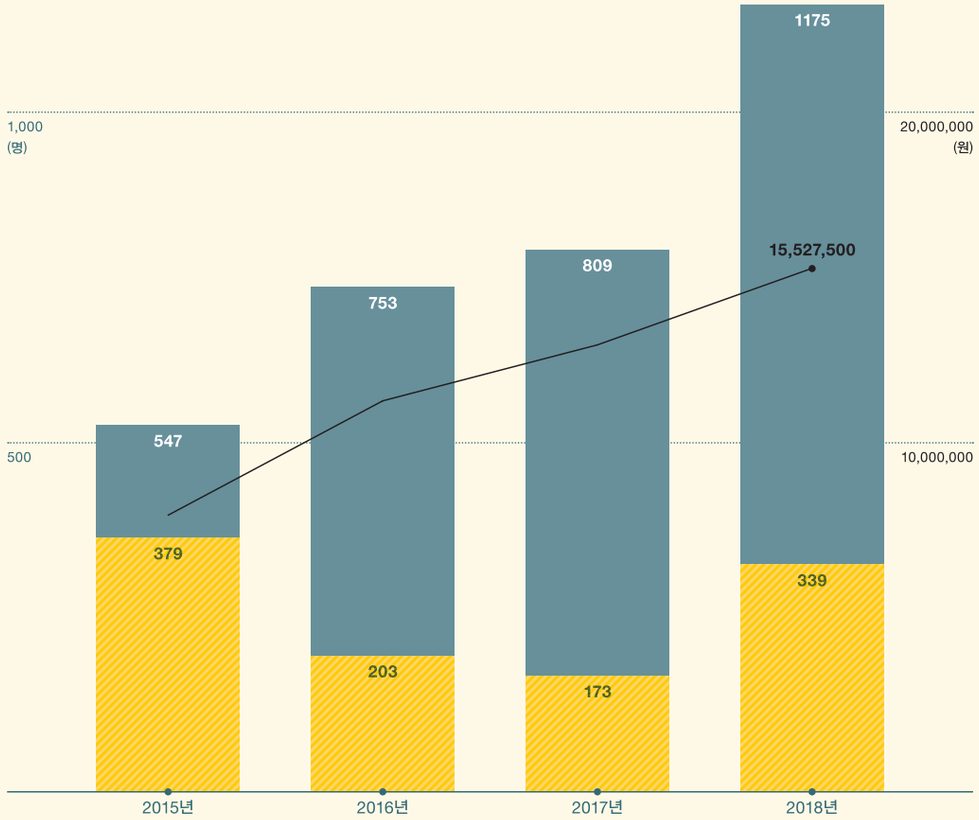
기부한데이

다가치펀드의 참여를 독려하기 위해 개최하고 있는 사내 기부 이벤트다.

기부한데이 총 기부금액

1552만 7500원

참여 인원 및 기부금 증가 추이



사원증 태그 기부

임직원이 사내 기부 이벤트에 손쉽게 참여할 수 있도록 도입한 제도다. 사원증을 태그할 때마다 1000원씩 기부된다.

사원증 태그 기부 진행 현황

4월 다가치펀드
장애아동 지원사업
859명
106만9000원

5월 다가치펀드
국내아동 지원사업
759명
113만4000원

6월 다가치펀드
백두대간 및 환경보호사업
562명
79만6000원

박윤미 카카오 커넥션TF
평소 자원봉사에 관심은 많지만 결혼과 임신으로 자주 참여하지 못했어요. 사원증으로 간편하게 기부할 수 있어서 요즘은 음료 3번 주문할 때마다 1번은 태그 기부 하기로 스스로와 약속하고 실천하고 있답니다.

챙챙, 세상과 소통하는 소리
Partners with Kakao vol.07

2 다가치행동

카카오는 임직원의 자발적인 자원봉사활동을 지원한다. 임직원들 스스로 자원봉사를 기획하고 실행하면 카카오는 이에 대한 비용을 지원하고, 봉사 시간 절반에 해당하는 시간을 휴가로 돌려준다. 공익성이 있고 3명 이상이 4시간 이상 참여하는 자원활동은 모두 카카오의 지원을 받을 수 있다.

분야별 봉사 현황

분야	횟수(회)	참여자수(명)	총 참여시간(시간)
아동지원	14	1,387	3,588
아동 교육/문화 체험	13	202	2,064
환경보호 사업	7	169	1,259.5
소외계층 지원/교육/치료	4	90	650
기타	11	205	2,225
합계	**49**	**2,053**	**9,786.5**

칭칭

카카오 내 팔찌 만들기 동아리 '칭칭'은 저소득가정 아이들과 만나 원데이 클래스를 진행하고 있다.

이혜리 카카오 상품기획사업파트
처음엔 같이 모여 무언가를 꼼지락꼼지락 만들어내는 게 즐거웠어요. 그런데 계속하다 보니 정말 재능이 많은 크루들이 보이더라고요. 그런 크루들의 재능을 동아리 활동에 사용하는 데 그치는 게 아깝다는 생각이 들었어요. 함께 자원봉사를 하면 어떻겠느냐고 제안을 했죠. 여름에는 몇몇 크루와 모기퇴치팔찌를 제작해 판매를 하고, 수익금을 기부했습니다.

사랑마루

카카오 크루가 직접 기획해 운영하는 대표적인 자원봉사활동이다. 2014년부터 매월 둘째 주 화요일 새벽마다 경기 분당구 태평역 인근의 무료 배식소 '사랑마루'를 방문해 노숙인과 독거어르신에게 배식봉사를 하고 있다.

신동호 카카오 시스템4셀
직장생활을 하는 사람이라면 대부분 공감하겠지만, 일상이 단조롭다는 생각이 많이 들잖아요. 그런데 봉사를 하다 보니, 식사하러 오시는 한 분 한 분과 눈을 마주치고 맛있게 드시는 모습을 보면서 단조로운 일상에선 느낄 수 없는 뿌듯함을 얻게 되는 것 같아요. 더 열심히 살아야겠다는 동기부여도 되고요.

챙챙 탬버린 캠페인

카카오 크루들이 4월 20일 장애인의 날을 맞아 장애아동들을 위해 세상에 단 하나뿐인 탬버린을 만들었다. 원목으로 만들어진 탬버린에 그림을 그려 넣는 등 카카오 크루의 손을 거쳐 만들어진 탬버린 600개는 모두 재활치료를 받고 있는 장애아동들에게 전달됐다.

베이비키트 만들기

카카오 크루들이 어린이재단의 참여형 캠페인 '품다'에서 진행하는 베이비키트 만들기에 직접 참여해, 무연고아동들의 필수품인 턱받이, 속싸개, 모자, 딸랑이 등 베이비키트를 손수 만들었다.
카카오 크루들의 손끝에서 완성된 베이비키트는 어린이재단으로 보내졌고, 깨끗하게 세탁한 뒤 도움이 필요한 시설의 무연고아동들에게 전달됐다.

카카오같이가치

카카오같이가치는 2007년 12월 시작된 카카오의 사회공헌 플랫폼이다. 누구나 모금을 직접 제안하고 진행, 참여까지 할 수 있는 자발적 모금 플랫폼으로, 오픈 후 지금까지 2000만명이 동참했고 모금액은 200억원이 넘었다. 카카오같이가치는 모금함 기부를 넘어서 시간 기부 서비스 '같이타요', 심리 치유를 위한 '마음날씨'를 오픈하는 등 서비스 영역을 확장하고 있다.

2007년 12월 Daum 아고라 내 희망모금 시작
2009년 3월 모금서비스 '하이픈' 오픈
2011년 4월 Daum 희망해 오픈
2015년 6월 누적 기부금 100억원 돌파
2016년 3월 같이가치 with Kakao로 서비스 개편
8월 기부되는 이모티콘 '기브티콘' 출시
9월 시간 기부 서비스 '같이타요' 오픈
2017년 9월 심리 치유 서비스 '마음 날씨' 오픈
12월 같이가치 서비스 10주년
2018년 5월 누적 기부금액 200억원 돌파
6월 누적 기부건수 2000만건 돌파
7월 카카오같이가치로 서비스명 변경
10월 자원봉사자 모집 서비스 '착한소풍' 오픈

· 통계는 모두 2018년 11월 기준

같이기부

카카오같이가치 '같이기부'에서는 누구나 더 나은 사회를 위한 공익 프로젝트를 직접 제안할 수 있다. 프로젝트에 직접 기부하기 어렵다면 이를 공유하거나 응원하는 것만으로도 도움을 줄 수 있다. 카카오가 참여자 이름으로 대신 기부함으로써 프로젝트를 더욱 확산시키고 있기 때문이다.

1 기부 현황

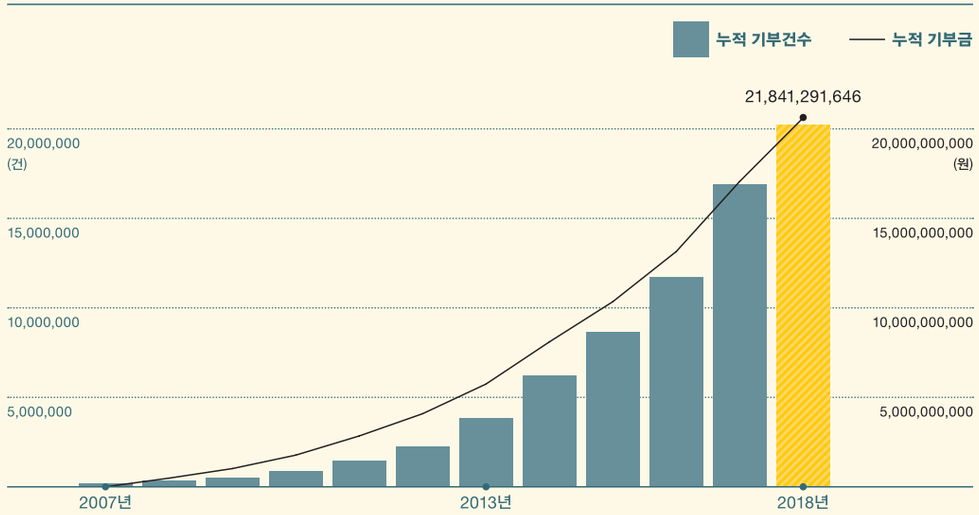
2007년부터 2018년 11월까지 1만개가 넘는 모금함이 열렸고, 2000만번이 넘는 기부를 통해 200억원 이상의 기부금을 모았다. 같이기부의 기부금액은 지금도 빠른 속도로 꾸준히 늘고 있다.

누적 기부 현황

누적 기부금액 218억4129만1700원

모금함수 1만100개
기부횟수 2118만4800건
댓글수 382만2700개
공유수 318만3900개
응원수 922만4800개

연도별 기부 추이



2 모금함 현황

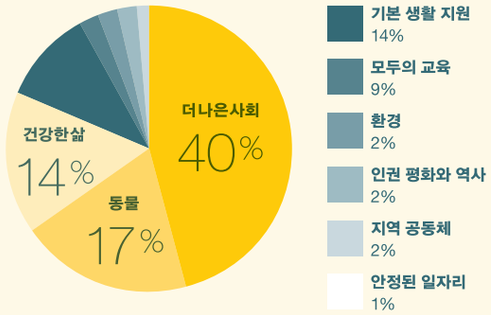
더 나은 사회, 건강한 삶, 환경 등을 생각하며 사용자들이 만든 같이기부의 누적 모금함은 1만개를 돌파했다. 아이의 백일, 좋아하는 스타의 생일 등 특별한 하루를 기부를 통해 더 뜻깊게 기념하는 '기념일 모금함'도 꾸준히 증가하고 있다.

누적 모금함 현황

누적 프로젝트 모금함수 9175개

누적 기념일 모금함수 911개

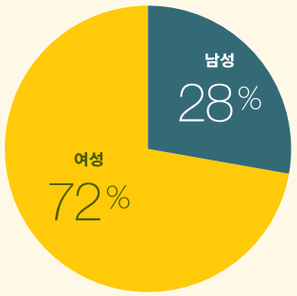
주제별 모금함 비중



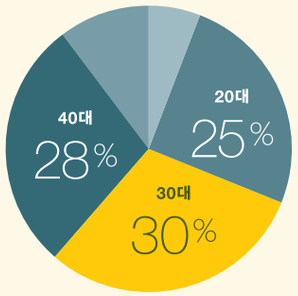
3 기부자 현황

같이기부 기부자 10명 중 7명은 여성이다. 20~40대 사용자들이 가장 활발한 기부활동을 하고 있으며, 결제 외에도 응원, 댓글, 공유 등 다양한 방법을 통해 기부를 펼치고 있다.

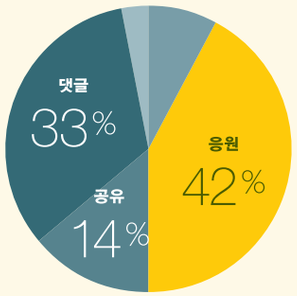
성별 기부 참여율



연령대별 기부 참여율



유형별 기부 현황



마음날씨

카카오같이가치는 심리 치유 서비스 '마음날씨'를 운영하고 있다. 서울대 행복연구센터와 함께하는 '안녕지수'로 나와 다른 사람들의 마음의 상태를 확인하고 '마음챙김'과 '힐링사운드'로 지친 마음을 위로받을 수 있다.

1 안녕지수

삶의 만족, 삶의 의미, 스트레스 등을 기준으로 측정하는 안녕지수는 우리가 지나치기 쉬운 마음의 흐름을 알려주고, 우리 사회의 행복지수를 파악하는 데 도움을 준다.

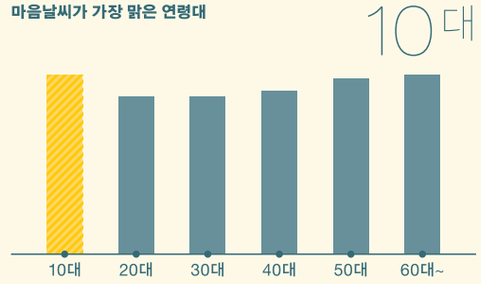
안녕지수 테스트 참여 건수

242만800건

지역별 마음날씨

연령별 마음날씨

마음날씨가 가장 맑은 연령대 10대



성별 마음날씨

남자		여자
56		53
63	삶의 만족	58
60	삶의 의미	55
59	스트레스	61
56	정서밸런스	53
58	즐거움	54
58	편안함	55
62	행복	58
51	지루함	52
44	불안함	48
45	짜증	47
42	우울	46

2 마음챙김·힐링사운드

마음챙김은 현 상황에 대해 어떤 판단도 내리지 않고 자신의 감정을 객관적으로 바라보는 연습이다. 탁월한 효과 덕분에 구글 등 세계적 기업들이 앞다퉈 도입하고 있는 프로그램이기도 하다. 카카오같이가치의 '마음챙김' 명상을 통해 일상의 우울한 감정과 스트레스를 감소시킬 수 있고, 자연의 소리를 담은 '힐링사운드'를 통해 마음의 평안을 찾을 수 있다.

마음챙김 재생 현황

누적 재생수	15만3600회
재생수 TOP 5	1위 지금 여기에서 행복하기
	2위 생각이 많을 때
	3위 점심 메뉴 고르기
	4위 아무 것도 안 하기
	5위 마음챙김을 하는 태도

힐링사운드 재생 현황

누적 재생수	129만5600회
재생수 TOP 5	1위 해변을 걷다
	2위 개구리 울음소리
	3위 아름다운 자연배경음
	4위 그날의 바다
	5위 그리움이 드는 비

같이타요

카카오같이가치의 '같이타요'는 시간을 기부하는 서비스다. 공감과 힐링의 시간을 마련해주는 '속마음버스'와 자원봉사 프로젝트 '어떤버스', 봉사와 기부를 한 번에 할 수 있는 '착한소풍'을 진행하고 있다.

1 어떤버스

비영리 소셜프로젝트팀 '어떤버스'와 카카오같이가치가 2016년부터 함께하고 있는 미스테리 자원봉사 프로젝트다. 버스에 적힌 간단한 힌트만 보고 낯선 사람들과 봉사활동을 떠나는 등 봉사활동에 재미와 의미를 모두 더했다.

봉사 현황

누적 신청건수	2만3600건
누적 봉사처수	215회
누적 봉사건수	4415건
누적 봉사시간	2만3670시간

이희재
어떤버스 시즌7 '어떤 여름날' 참여 대학생
40호 '반짝반짝' 버스를 타고 창덕궁 내의 오래된 건물들을 청소하는 봉사를 했어요. 취소표 추가 추첨을 통해 봉사에 참여할 수 있었죠. 지난해 9월에 처음으로 어떤버스를 탔고 이번이 네 번째 참여입니다. 아침에 혼자 왔다가 함께 봉사한 사람들이랑 친구가 되는 것도 좋고, 미스터리 버스 콘셉트로 매번 다른 봉사처에서 다양한 봉사를 할 수 있어서 과정 전체가 재미있어요.

2 착한소풍

착한소풍은 봉사, 기부를 함께할 수 있는 1석 2조 프로그램이다. 도심 속 숲 가꾸기, 소외된 이웃을 위한 김장 봉사활동 등을 하며 자원봉사자들이 낸 참가비는 모금함에 기부돼 뜻깊은 곳에 쓰인다.

착한소풍 주요 봉사활동

게릴라가드닝
카카오같이가치는 서울환경운동연합과 함께 정원과 공원이 점점 사라지는 도심에 버려진 자투리땅을 이용해 꽃과 식물을 심어 작은 공원을 만드는 활동이다. 봉사 장소는 경복궁 및 서촌 일대이고, 참가비는 야생동물 서식지 보호 모금함에 기부된다.

호텔비누로 새 비누 만들기
카카오같이가치는 비영리민간단체인 옮김과 함께 한 번 사용하고 버려지는 호텔비누를 모아 사용한 부분을 깎아내고 남은 부분을 녹여서 새로운 비누를 만든다. 이렇게 만들어진 비누는 서울시 내 쪽방촌을 포함해 위생이 열악한 지역에 배포된다.

헌 크레파스로 새 크레파스 만들기
카카오같이가치는 비영리민간단체인 옮김과 함께 책상 서랍 속에 잠들어있는 몽당 크레파스를 재가공해 새 크레파스 세트를 만든다. 이렇게 만들어진 크레파스는 미술교육이 필요한 국내외 아동들에게 기부된다.

서울김장문화제 김장나눔 봉사
카카오같이가치는 서울특별시사회복지협의회와 함께 소외된 이웃들의 따뜻한 겨울나기를 위해 서울광장에서 100톤의 절인 배추로 김장을 담가 이웃사랑을 실천한다. 서울시사회복지협의회와 푸드뱅크를 통해 김장김치는 어려운 이웃에게 전달된다.

나눔캠페인

**카카오같이가치는 다양한 공익활동을 널리 알리고,
더 많은 사람들이 관심을 갖고 참여할 수 있도록 나눔캠페인을
진행하고 있다.**

1 기념일에 맞춘 나눔캠페인

카카오같이가치는 세계 암의 날, 장애인의 날, 가정의 달 등 다양한 기념일이 갖는 진정한 의미를 되새길 수 있는 나눔 캠페인을 진행한다.

4월 20일 장애인의 날

프로젝트 현황

'장애인과 함께 사는 세상,
연극으로 만들어요' 외 17개

기부금액 3506만1300원

참여자수 6만6300명

5월 가정의 달

프로젝트 현황

'한부모가정 가을소풍을 지원해주세요'
외 48개

기부금액 2억7014만3400원

참여자수 23만8700명

3월 8일 여성의 날

프로젝트 현황

'미혼모가 아이를 키울 수 있는 사회로!'
외 12개

기부금액 5113만1600원

참여자수 14만2900명

2 다양한 이슈를 알리기 위한 나눔캠페인

카카오같이가치는 자원봉사, 청소년 교육, 문화예술 등 우리 사회의 다양한 이슈를 플랫폼을 통해 알리고, 함께 응원한다.

해피볼런티어

프로젝트 현황

'푸른 군복으로 맺어진 특별한 가족'
외 6개

기부금액 1566만8700원

참여자수 4만2700명

협동으로 함께 살기

프로젝트 현황

'우리 아이들에게 건강한 빵을,
일주일 꿈꾼 빵' 외 10개

기부금액 3428만9000원

참여자수 2만8000명

꿈날개

프로젝트 현황

'약을 만드는 연구원이 되고 싶어요'
외 10개

기부금액 1861만8500원

참여자수 3만1800명

3 다양한 카카오 서비스와의 연계를 통한 나눔캠페인

카카오의 다양한 서비스와 협업을 통해 더 많은 이용자들이 기부에 참여할 수 있는 환경을 만든다. 이용자는 카카오의 다른 서비스를 거쳐 자연스럽게 카카오같이가치를 접하게 하고, 또 기부하는 기쁨을 경험하게 한다.

• 통계는 모두 2018년 11월 기준

제주와 함께!

카카오는 본사가 위치한 제주도와 특별한 인연을 맺고 있다. 기업의 사회적 책임을 다하며, 카카오의 혁신적 아이디어를 통해 특정 분야는 물론 제주 지역사회 전반에 걸쳐 긍정적인 변화를 이끌어낼 수 있도록 노력하고 있다.

2007년	4월	카카오 트랙 시작
2008년	1월	인터넷하는 돌하르방 시작
2011년	7월	언플러그드 데이 시작
2015년	9월	Show me the IT 시작
2016년	1월	카카오 스페이스닷원 갤러리 오픈
	8월	제주 kakao 클래스 시작
2017년	8월	카카오와 함께하는 생활코딩 시작
	10월	카카오와 함께하는 찾아가는 코딩교실 시작

교육 산학

제주 IT 인재 육성

카카오는 제주지역 IT 인재 육성을 위해 노력하고 있다. 초·중·고등학생을 대상으로 IT 교육을 실시하는 한편, 제주대학교와는 산학협력 프로그램을 통해 제주의 미래를 책임질 IT 인재 양성에 힘을 보태고 있다.

1 카카오와 함께하는 찾아가는 코딩교실

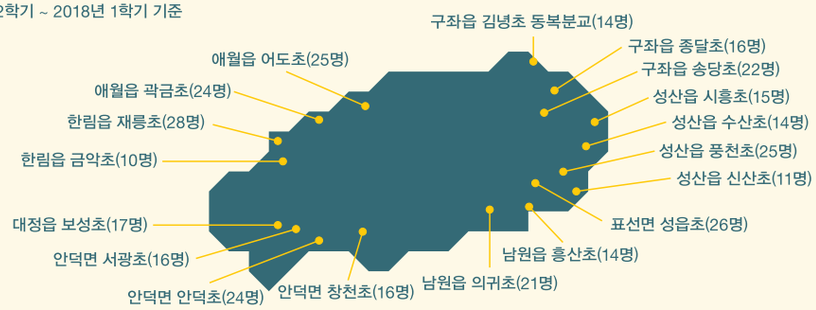
카카오는 생활 속에서 코딩을 쉽게 접하기 어려운 제주도 내 초등학교 4~6학년 학생들을 대상으로 전문 강사들을 직접 파견해 코딩 교육을 진행하는 '카카오와 함께하는 찾아가는 코딩교실'을 운영한다. 코딩교실 운영에 앞서 제주창조경제혁신센터와 함께 강사 양성과정을 진행하기도 했다. 2016년 시범운영을 포함한 총 3회의 교육을 거쳐 모두 66명의 강사를 배출했다. 카카오는 코딩교실의 기획과 운영, 교재와 교구, 강사비 일체를 지원한다. '찾아가는 코딩교실'은 교육격차를 해소할 뿐 아니라, 일자리 창출과 읍·면지역 정보화 교육 확대에도 기여하고 있다.

진행 현황

누적 신청 학교수	누적 참여 학교수	누적 참여 강사수
39개교	18개교	35명

참여 학교

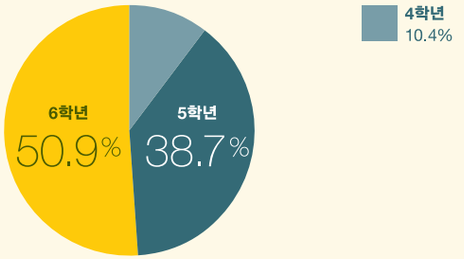
2017년 2학기 ~ 2018년 1학기 기준



학생 참여 현황

누적 참여 학생수 480명

학년별 참여 현황



김지나 의귀초등학교 6학년
평소에 경험하기 어려웠던 코딩을 학교에서 배울 수 있어서 좋았어요. 특히 코딩을 통해 컴퓨터와 대화한다는 게 신기했고, 블록을 옮길 때마다 제가 생각한 것과 같이 컴퓨터 화면 속의 캐릭터가 움직여서 정말 재미있었어요. 좀 더 재미있고 많은 코딩 교실이 학교에 찾아왔으면 좋겠어요.

2 언플러그드 데이

카카오는 제주 지역 초등학생들을 대상으로 언플러그드 데이를 실시하고 있다. 언플러그드 데이를 통해 아이들은 컴퓨터가 없이도 컴퓨터 알고리즘을 이해하고 컴퓨팅 사고력을 키울 수 있다. 카카오와 제주국제교육정보원, 제주대학교 교육대학은 창의적 IT 교육을 위한 업무협약을 체결하고 이 프로그램을 위해 힘을 모았다.

진행 현황

누적 참여 학교수 209개교

누적 참여 학생수 936명

누적 참여 강사수 457명
예비 교사 157명

언플러그드 데이 참여 학교

회차	날짜	참여 학교수 (개)	부스수 (개)	참여 학생수 (명)	참여 교사수 (명)	예비교사수 (명)
1	2011년 7월	20	20	50	21	30
2	2012년 10월	43	10	50	21	30
3	2013년 6월	14	5	50	21	30
4	2014년 6월	19	9	80	80	11
5	2015년 7월	37	9	150	80	8
6	2016년 6월	19	9	150	80	11
7	2017년 9월	23	9	150	80	11
8	2018년 10월	38	16	256	74	17

3 Show me the IT

Show me the IT는 카카오의 자유학기제 진로체험 프로그램이다. 카카오는 2015년 9월 제주도교육청과 자유학기제 및 진로체험 지원을 위한 업무협약을 맺고 진로체험 프로그램을 통해 제주 지역 청소년들에게 IT 관련 직업을 미리 체험해볼 수 있는 기회를 꾸준히 제공하고 있다.

카카오 방문 프로그램

진행 현황

누적 신청 학교수 44개교

누적 참여 학교수 43개교

누적 참여 학생수 3295명

누적 참여 강사수 4명

연도별 진행 현황

	횟수(회)	참여 학생수(명)
2015년	14	988
2016년	15	665
2017년	16	289
2018년	17	1353

학교 방문 프로그램

진행 현황

누적 신청 학교수 39개교

누적 참여 학교수 39개교

누적 참여 학생수 2776명

누적 참여 강사수 2명

연도별 진행 현황

	학교수(개)	참여 학생수(명)
2017년	19	1460
2018년	20	1316

4 카카오와 함께하는 생활코딩

카카오는 제주 지역 중·고등학생과 일반인을 대상으로 컴퓨터 프로그래밍 강의를 진행하고 있다. 코딩교실은 여름과 겨울방학 중 참여를 희망하는 참가자를 모집한 뒤 참여형 강의로 진행한다.

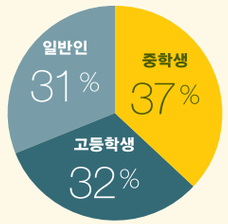
참여 현황

누적 신청자수

2017년 43명

2018년 148명

참여 비율



누적 참여 강사수

13명

5 kakao 트랙

카카오는 2007년 4월 제주대학교와 산학협력을 체결하고 카카오 크루가 겸임교수가 되어 직접 강의에 참여하고, 멘토링 및 현장 실습을 진행하고 있다. 제주대 컴퓨터공학과 전공자에 한했던 지원대상을 2012년부터 컴퓨터교육과까지 확대했고, 장학금 지원도 꾸준히 이어오고 있다.

참여 학생 현황

트랙 참여 학생수

207명

누적 장학금 수여 학생수

144명

기부 현황

누적 기부금액
인턴십 장학금 포함

2억2000만원

기부 현황

참여 강사수
1년 최소 4명 참여

44명

지역 상생

제주 변화/발전

카카오는 제주지역사회에 긍정적인 변화를 이끌어내고, 제주만의 특색을 살린 콘텐츠를 육성함으로써 제주 내의 다양한 산업이 고루 발전하도록 노력하고 있다.

1 인터넷하는 돌하르방

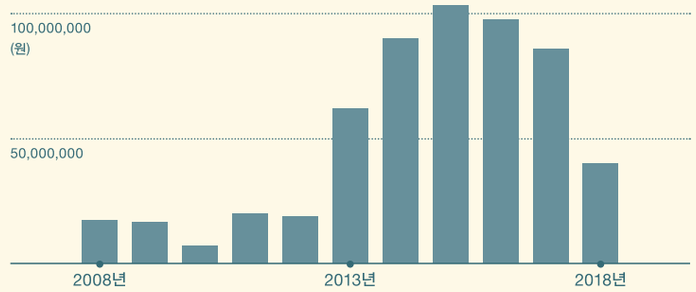
제주 이웃이 이메일로 이루고 싶은 소원을 보내면, 내용을 선별해 그 꿈이 이뤄질 수 있도록 교육비 지원 등을 통해 실질적인 도움을 주는 사회공헌 프로그램이다. 제주 지역을 대표하는 사회공헌 중 하나로 손꼽힌다. 2008년부터 2018년 현재까지 500개가 넘는 사연이 접수됐고 5억원의 후원금이 전달됐다.

모금 현황

누적 모금액

5억7531만6000원

연도별 모금액

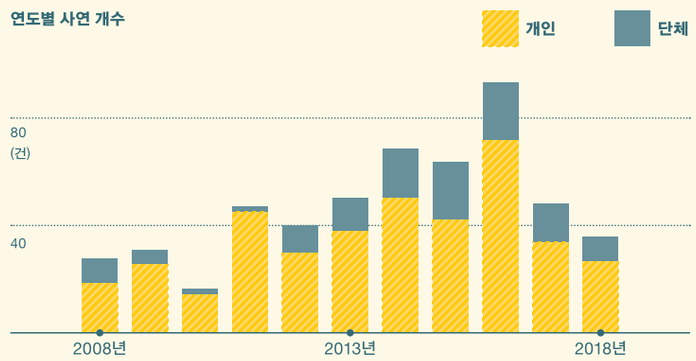


사연 현황

누적 사연 개수
개인 400건, 단체 152건

552건

연도별 사연 개수



지원 현황

이뤄진 소원

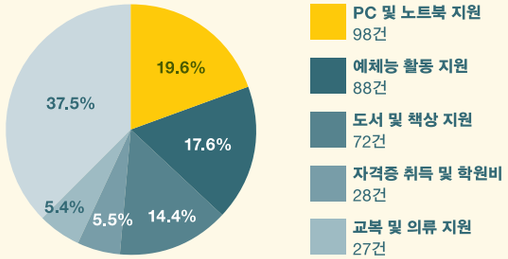
개인 지원 396건

기관 지원 152건

학원비 지원으로 이루어진 연지(가명)의 소원
저는 제과제빵 자격증을 취득하고 직업전문학교 제과제빵 과정에 진학하고 싶습니다. 엄마가 힘들 때 제가 너무 어려 많은 도움을 주지 못한 게 늘 마음에 걸려요. 제과제빵사로 자리를 잡고 이 세상에 하나밖에 없는 맛있는 빵을 만들어 엄마께 드리고 싶어요. 엄마의 행복한 미소를 보고 싶습니다.

소원 현황

소원 카테고리 및 비중



2 지역 콘텐츠 협력

카카오는 제주 지역 우수 콘텐츠를 발굴하고 카카오 플랫폼을 통해 새롭게 재조명함으로써 제주만의 창작 콘텐츠를 활성화시키는 데에 크게 기여하고 있다.

콘텐츠 현황

123편

스토리펀딩	58편	브런치	16편
하트펀딩	2편	1boon	47편

펀딩 총 금액

1억 7432만 5400원

연도별 콘텐츠 협력 현황

2016년 펀딩 누계
스토리펀딩 23편 / 1boon 2편
8166만 4500원

2017년 펀딩 누계
스토리펀딩 14편 / 하트펀딩 2편
5973만 2200원

2018년 펀딩 누계
2018년 스토리펀딩 21편 /
브런치 16편 / 1boon 45편
3830만 800원

* 2018년 10월 기준

3 지역 사회 협력

카카오는 제주지역 환경을 보호하는 활동과 다양한 제주 문화제를 후원함으로써 제주의 환경과 문화 보존에 앞장서고 있다.

제주올레 친구기업

카카오는 제주올레 친구 기업이다. 제주올레의 철학과 가치에 공감하며 매월 일정액 이상의 후원을 통해 제주올레의 살림을 돕고, 제주 지역 발전에 필요한 캠페인에 동참한다. 카카오는 매년 '제주올레 걷기축제'를 후원하고, 카카오 임직원이 제주올레길을 걸으며 쓰레기를 줍는 '클린올레 캠페인'에 참여하고 있다.

제주 사회공헌 네트워크

카카오는 제주도 내 사회공헌업무 담당자간의 네트워크 모임인 '제주 사회공헌 네트워크'와 함께하고 있다. 카카오는 타 기업과의 정보 교류를 통해 사회공헌활동 담당자의 전문성을 강화하고 사회공헌 전문인력 양성에 힘쓰고 있다.

제주 지역 후원

카카오는 2008년부터 제주영화제, 제주여성영화제 등 제주 지역에서 열리는 영화제를 비롯해 세월호 추모음악회, 제주 4.3 사건 70주년 기념사업위원회 등을 후원했다.

4 제주창조경제혁신센터

카카오는 제주혁신센터의 파트너 기업으로서 인재를 발굴하고, 제주를 동아시아 창조 허브로 만들기 위해 다양한 협업 프로그램을 운영하고 있다. 카카오는 앞으로도 지역의 새로운 창업 모델을 만들기 위해 노력해나갈 계획이다.

창업보육프로그램 참가자수

5058명

보육기업 현황

전체 보육기업수 101개

입주기업
타디스 테크놀로지, 직팜, 티포러스, 제주그래피, VICS, 별채닷컴

비입주기업 95개

원스톱 서비스 상담

757건

투자 현황

투자 유치 금액
2018년 5월 기준
553억4000만원

투자펀드 운용 금액
2017년 기준
276억2000만원

문화 교류

카카오는 카카오 스페이스 투어 프로그램을 통해 제주 속에 녹아있는 카카오 사옥의 건축스토리를 소개한다. 또 사옥 내의 공간을 활용해 제주 청년 아티스트들에게 작품 전시의 기회를 지속적으로 제공하고 있다.

1 Kakao Travel Day

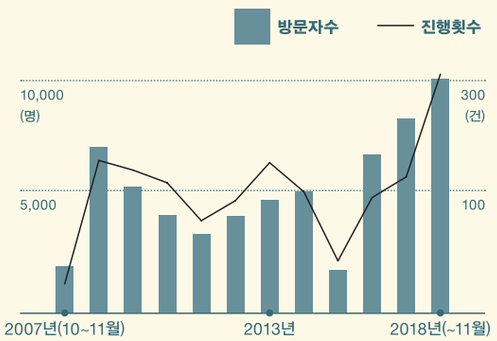
트래블데이는 카카오의 본사인 제주 사옥을 둘러보는 방문 프로그램이다. 프로그램은 투어A와 투어B로 구성돼 있다. 투어A는 중학생 이상 단체를 대상으로 운영하며, 진로탐색(Tour A-1), 카카오 소개(Tour A-2), 제주 공간 및 건축(Tour A-3) 프로그램 가운데 한 가지를 선택 할 수 있다.
투어B는 소규모 단체인 개인 방문자를 위한 20분짜리 외부 공간 투어 프로그램으로, 제주 사옥의 건축 스토리와 공간에 대한 소개를 들을 수 있다.

누적 시행 현황

방문자수 6만3100명

진행 횟수 1840건

연도별 진행 현황



2 제주 청년 아티스트 전시 지원

카카오는 제주 청년 아티스트들이 자신들의 작품을 선보일 수 있도록 카카오 스페이스 일부 공간을 제주 지역 청년 작가들의 작품 전시 장소로 제공한다.

전시 아티스트수

2016년 1월 ~ 2018년 12월 8명

전시 현황

전시시기	작가명	전시제목
2016년 1~3월	김형석	감정의 공명
2016년 4~6월	설지혜	행복의 원더랜드
2016년 7~9월	이윤	rainbow island : 사랑하는 마음으로 사람을 바라보는 일
2016년 11~2017년 1월	트라타카 (TRATAKA)	숨, BREATH
2017년 4~6월	김동기	파인(FINE), 틀 너머의 상상, 뜻 이전의 소리
2017년 8~12월	강준석	와유(臥遊) : 꿈 길을 거닐다
2018년 4~5월	임성호	제주서사
2018년 6~12월	김소라	무성하게 자라는 마음

동반성장

카카오는 예비 창업자, 소상공인 등 파트너들과 함께 동반성장의 길을 걸어가고 있다. 카카오는 파트너들과의 상생을 위한 지원사업과 후원 프로그램을 꾸준히 펼치고, 파트너들이 국내 및 글로벌 시장에서 새로운 판로를 개척할 수 있도록 적극적으로 지원하고 있다.

* 통계는 모두 2018년 11월 기준

카카오 상생센터

카카오가 운영하는 카카오상생센터는 파트너들과의 상생에 초점을 둔 공간이다. 카카오는 이 센터를 파트너와의 상생과 동반성장의 전초기지로 삼아 2014년부터 지금까지 100억원을 투자했다. 과학기술정보통신부, 문화체육관광부, 경기도와 협력방안을 물색하며 투자와 지원의 범위를 꾸준히 확대해가고 있다. 센터에서는 카카오의 문화 콘텐츠 창작자들과 중소 스타트업들이 고품질 콘텐츠를 지속적으로 생산할 수 있는 환경을 조성하고, 국내 모바일 콘텐츠 산업발전에 실질적으로 기여하는 선순환 모델을 정착시키기 위한 사업을 수행하고 있다.

파트너 현황

	프로그램	창작자수(명)
2014년	창업발전소	93
2016년	문화 디자인 인력 육성 프로그램	1,576
2017년	문화 디자인 인력 육성 및 프로토타입 제작	2,065
2018년	창창한콘서트 참여	150

누적 참여 파트너수

예비창작자 포함

4184명

상생 서포터즈

카카오는 대 · 중소기업 · 농어업협력재단에서 주관하는 상생서포터즈 청년 · 창업프로그램을 통해 파트너들의 국내시장 진출 및 글로벌 시장 판로 개척을 지원하고 있다.

1 콘텐츠 스타트업 글로벌 역량 육성 프로그램

카카오는 한국콘텐츠진흥원(KOCCA)과 함께 지적재산권과 콘텐츠를 다루는 파트너들의 성장을 돕는다. 2018년 6월, 태국 방콕에서 열린 '2018 태국 K-콘텐츠 엑스포'에 파트너들을 초대하고 계약, 법률, 기업투자설명회, 동남아시아 시장과 문화 등에 대한 사전 교육을 진행하며 해외 진출의 토대가 되는 지원을 펼쳤다.

참여 스타트업 9개사

국제 언어교육진흥원, 마블러스, 바룩, 윤앤컴퍼니, 재담미디어, 크리스피, 팝조이, 플리토, 핑고 엔터테인먼트

성과

상담 바이어수 48개사

상담 건수 134건

추진 계약건수 46건

계약 금액 10억원

2 카카오메이커스, with 밀라노 소비재 박람회

2017년 1월 카카오는 밀라노 소비재 박람회에 참가해 디자인 스타트업 등 파트너들의 글로벌 진출을 지원했다. 박람회에 '카카오 상생서포터즈관'을 선보이고, 이 홍보관을 통해 카카오메이커스에서 판매되었던 인기상품들을 유럽 현지인들과 해외 바이어들에게 알렸다. 앞으로도 카카오는 해외 진출 경험이 필요한 파트너들을 발굴하고, 무역 전문가의 멘토링, 수출 상담을 돕는 전문 통역사 지원 등 글로벌 진출 서포터즈 역할을 수행할 계획이다.

참여 파트너수

카스펠, S&H Global, 한국인삼명가, 디자인스튜디오 임성묵, 소산원, 베이트인터내셔널, 프롬헨스, 스위치, KOA, 리타백주얼리 10개사

성과

바이어 미팅 횟수 358회

누적 매출 4억원

10개 업체 예상 계약 금액 31만2950유로

교육지원

카카오는 파트너들의 발전을 위해 카카오의 노하우를 공유하고 전문 교육의 기회를 제공한다.

1 카카오 클래스

카카오 클래스는 '카카오 클래스 in jeju'와 '카카오 클래스 with Partners'로 구성돼 있다. 다양한 카카오의 플랫폼을 보다 효과적으로 활용할 수 있는 방법을 제시해주고, 파트너들의 직무와 연관되는 분야에 지식과 노하우를 갖춘 전문가들이 직접 교육을 진행함으로써 맞춤형 솔루션을 제공한다.

카카오 클래스 현황

카카오 클래스 연혁

2016년 **8월** 글이 작품이 되는 공간 브런치
9월 바로 시작해보는 카카오 광고 마케팅
10월 모바일 주문생산 플랫폼 메이커스 위드 카카오
11월 카카오파머, 제주를 만나다
12월 콘텐츠 스타트업, 카카오 플랫폼을 만나다
2017년 **8월** 카카오 클래스 - VR 드론캠프 (카카오 제주본사)
11월 카카오 클래스 - 살아있는 노하우를 만나다 (제주창조경제혁신센터)
카카오 클래스 - 스토리펀딩 워크숍 1회 (제주창조경제혁신센터)
2회 (광주콘텐츠코리아랩, 대구창조경제혁신센터)
3회 (제주창조경제혁신센터)
4회 (부산창조경제혁신센터)
2018년 **3월 · 7월** 카카오 클래스 - 콘텐츠플랫폼 '스토리펀딩&브런치' 작가가 되는 법 (제주창조경제혁신센터)
4월 카카오 클래스 - 카카오 스토리펀딩과 함께하는 스타트업의 콘텐츠 마케팅 (판교 ICT 문화융합센터)
11월 카카오 클래스 - 카카오콘텐츠 플랫폼 브런치, 오프라인 독립출판에 대한 모든 것! (제주창조경제혁신센터)

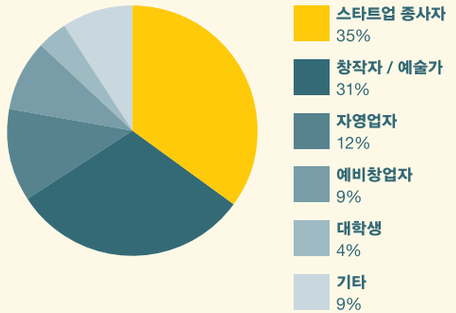
참여자수

2016년 ~ 2018년 423명

강연자수

카카오 서비스 담당자 15명
외부전문가 12명 27명

수강생 비율



총 수강시간

2016년 15시간
2017년 107시간
(스토리펀딩 40시간,
드론캠프 63시간, 결산 4시간)
2018년 22시간
144시간

수강생 만족도

94점

카카오 클래스 지원 내역

카카오 플랫폼 교육 이수 현황

2017년	438명
2018년 11월 기준	550명

서비스별 입점/제휴 제안

스토리펀딩	8편
브런치 1편은 출판 협의 중	16편

애프터 서비스

- 카카오 플랫폼 교육 참가자들과 오픈 채팅방을 통해 서비스 관련 문의 및 기타 문의 응대
- 프로그램 종료 후 외부 멘토링 영업과 콘텐츠 교정 진행
- 프로젝트 오픈 준비부터 오픈 이후 관리까지 지원

정희정 마이티엘리펀트 대표
'카카오 스토리펀딩과 함께하는 스타트업의 콘텐츠 마케팅' 참여
저희 회사는 어린이를 위한 사운드북을 만들고 있는데, 시제품이 출시되면 스토리펀딩을 꼭 이용해봐야겠어요.

한정선 한스컴퍼니 이사
'카카오의 인재 영입 노하우' 참여
저희 같은 파트너들을 가족으로 생각하고 많은 것을 개방한 상태에서 노하우를 나눠주신 게 너무 좋았어요.

2 카카오 동반성장 온라인 교육

카카오는 동반성장 온라인 교육인 kakao edu.를 통해 파트너사 임직원들에게 직무별 핵심 내용을 간추린 주요 메시지, 키워드 중심의 짧은 교육 영상을 온라인으로 제공한다.

온·오프라인 교육 진행 현황

2017년 8건/769명 진행

- 카카오 콜센터(트랜스코스모스) CS 1차 교육: 86명
- 카카오 콜센터(트랜스코스모스) CS 2차 교육: 72명
- 카카오 인사/조직/변화관리 교육: 24명
- 카카오 특허/상품/개인정보보호: 32명
- 카카오 18년 구매정책 및 애로사항 청취: 44명
- 카카오 인프라(보안 등) 교육: 38명
- 카카오 인공지능(AI) 기술동향보고: 35명
- 카카오 온라인교육(kakao edu.) 직무교육: 438명

2018년 5건/785명 진행

- 카카오 인사/조직/변화관리 교육: 40명
- 카카오 온라인교육(kakao edu.) 직무교육: 620명
- 카카오 구매정책 교육: 40명
- 카카오 인공지능(AI) 보고: 40명
- 카카오 동반성장 교육: 45명

MVP 파트너스 데이

MVP 파트너스 데이는 카카오가 최우수 협력사들을 초청해 진행하는 소통 프로그램이다. 카카오는 올해로 10주년을 맞이한 MVP 파트너스 데이를 통해 파트너들과 함께 성장하는 방법을 지속적으로 고민하고 있다.

MVP 파트너스 데이 시행 현황

2009년 ~ 2018년

참여 업체수	205개사
참여자수	523명

강성준 제니스앤컴퍼니 세일즈담당 이사
소프트웨어 납품
신입사원이던 2003년부터, 지금 회사에서는 2009년부터 카카오와 일을 해왔어요. 신입부터 대리를 거쳐 제 자신의 성장과 궤를 같이한 의미 있는 기업이죠. 저는 카카오의 진심과 합리를 믿어요. '동반성장'이라는 아름답지만 실현하기 힘든 일을 어려움을 감수하면서까지 실천하려고 노력해주시는 모습이 감사하죠. 만나본 고객 가운데 가장 투명한 기업이라 모든 의사결정과 업무 진행이 합리적으로 이뤄져요. 어떻게 보면 영업 측면에서는 편법이 통하지 않아 불편하다고 할 수도 있겠죠.

김평윤 이슬림코리아 이사
서버 납품
카카오가 매일 발전하는 모습을 곁에서 지켜보는 게 좋았어요. 카카오는 협력사를 갑을 관계로 보지 않고 진심으로 존중해줘요. 같이 발전할 수 있도록 고민해주시는 그 모습 때문에 저희에겐 최고의 고객사입니다. 경기 상황이 안 좋을 때도 협력사와 같이 이겨낼 수 있도록 노력해주신 모습이 인상 깊었지요.

패밀리 기업 대출

카카오는 금융사와 협약해 동방성장 상생 협약사에 시중보다 낮은 금리로 대출을 지원하는 금융 지원 프로그램을 운영하고 있다.

대출 지원 절차

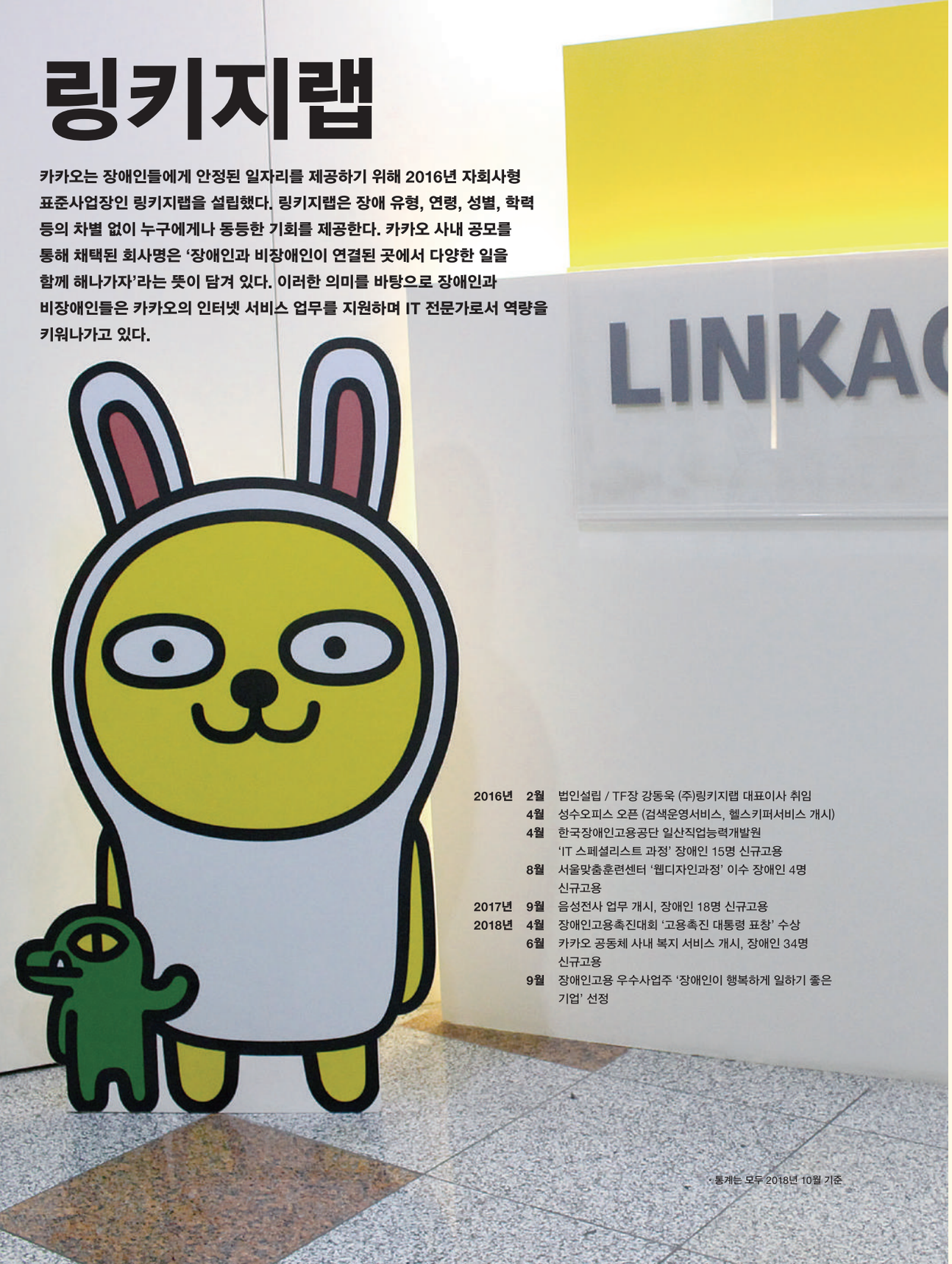
카카오 협력사 등록 → 대출심사(IBK기업은행) → 대출실행(IBK기업은행)

대출 현황

제주 동반성장 대출액	160억원 실행
카카오 동반성장 대출액	5억원 실행

링키지랩

카카오는 장애인들에게 안정된 일자리를 제공하기 위해 2016년 자회사형 표준사업장인 링키지랩을 설립했다. 링키지랩은 장애 유형, 연령, 성별, 학력 등의 차별 없이 누구에게나 동등한 기회를 제공한다. 카카오 사내 공모를 통해 채택된 회사명은 '장애인과 비장애인이 연결된 곳에서 다양한 일을 함께 해나가자'라는 뜻이 담겨 있다. 이러한 의미를 바탕으로 장애인과 비장애인들은 카카오의 인터넷 서비스 업무를 지원하며 IT 전문가로서 역량을 키워나가고 있다.



2016년	**2월**	법인설립 / TF장 강동욱 (주)링키지랩 대표이사 취임
	4월	성수오피스 오픈 (검색운영서비스, 헬스키퍼서비스 개시)
	4월	한국장애인고용공단 일산직업능력개발원 'IT 스페셜리스트 과정' 장애인 15명 신규고용
	8월	서울맞춤훈련센터 '웹디자인과정' 이수 장애인 4명 신규고용
2017년	**9월**	음성전사 업무 개시, 장애인 18명 신규고용
2018년	**4월**	장애인고용촉진대회 '고용촉진 대통령 표창' 수상
	6월	카카오 공동체 사내 복지 서비스 개시, 장애인 34명 신규고용
	9월	장애인고용 우수사업주 '장애인이 행복하게 일하기 좋은 기업' 선정

* 통계는 모두 2018년 10월 기준

회사 소개

링키지랩은 Daum의 검색 키워드 분석과 모니터링 등 카카오의 서비스 업무를 지원한다. 장애 여부로 업무를 제한하지 않고 링키지랩의 전 직원이 다양한 업무에 직접 기여하고 있다는 점이 특징이다.

조직 구성

검색운영파트

Daum의 검색 서비스 결과가 더 정확하고 정교해질 수 있도록 다양한 검색 키워드들을 모니터링하고 분석해서 검색 품질을 높이는 데 기여한다.

콘텐츠운영파트

카드형 콘텐츠부터 직접 기획·촬영하는 콘텐츠까지 장르와 형태를 넘나들며 매주 다양한 콘텐츠를 Daum과 카카오톡 채널에 선보인다.

디자인파트

카카오톡 주문하기, 플러스친구 등 카카오 플랫폼에 필요한 배너 이미지 및 사내용 포스터, 교육자료 등 모든 유형의 자료를 제작한다.

접근성팀

카카오의 서비스를 누구나 어려움 없이 이용할 수 있도록 테스트하는 부서다. 전문적인 지식이 부족한 사람도, 장애가 있는 사람도 모든 정보에 접근하고, 서비스를 이용할 수 있는지 확인한다.

음성전사파트

음성 인식률을 더욱 정교화하는 업무를 맡는다. 사람의 말소리를 기계가 글자로 정확하게 옮겼는지 확인함으로써 음성에서 텍스트로 전환이 잘 됐는지 검토한다.

톡클리닉파트

IT업무 특성상 장시간 컴퓨터 작업이 많은 카카오 크루들을 위한 복지서비스다. 사내에 설치된 안마 시설 '톡클리닉'에서 국가 공인 시각장애인 안마사들이 만족도 높은 헬스키퍼 서비스를 제공한다.

카페서비스팀

카카오 사내 카페 운영을 맡는다. 발달장애인 바리스타가 만든 다양한 종류의 커피와 음료를 맛볼 수 있다. 맛과 품질에 친절한 서비스가 더해져 카카오 크루들의 마음을 사로잡았다.

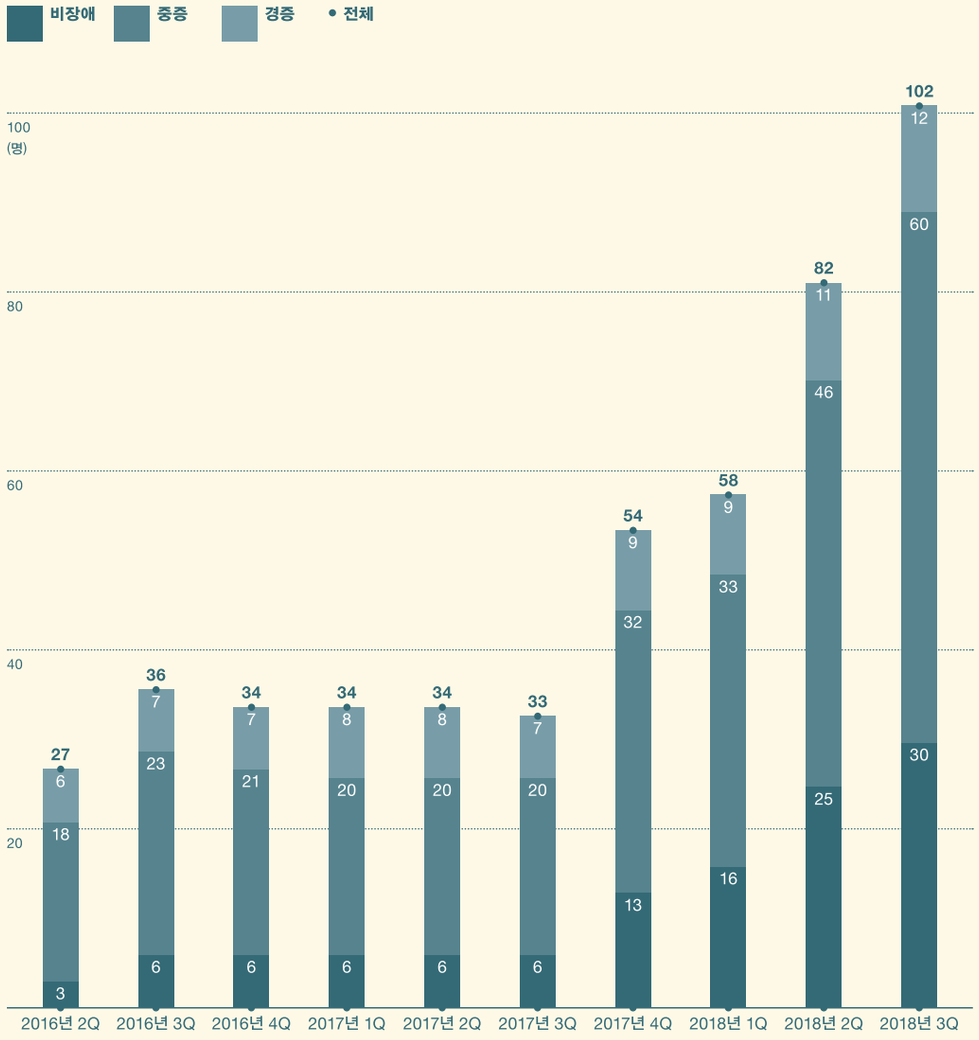
고용 현황

링키지랩은 장애 유형, 성별, 연령에 관계없이 IT 영역의 다양한 직무를 발굴해낸 공로를 인정받아 2018년 장애인 고용 촉진 유공자로 대통령 표창을 받았다. 앞으로도 링키지랩은 장애인 구직자들이 IT업계에 더 많이 진출할 수 있는 기회를 만들어나갈 것이다.

1 고용 인원

링키지랩에서 일하는 장애인 중 70%는 중증장애인이다. 중증장애인수는 매년 증가 추세로, 2018년 3분기에는 전분기보다 14명 늘어났다.

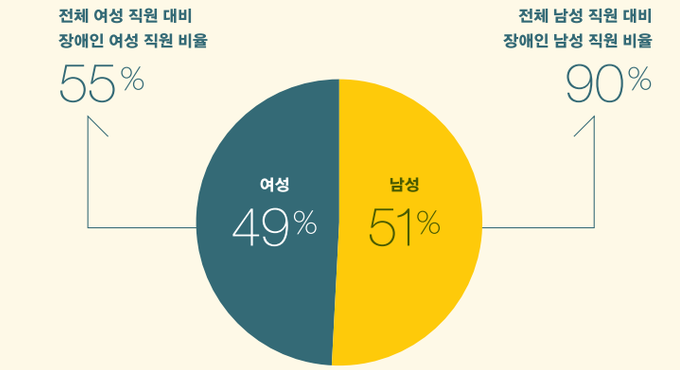
장애 정도에 따른 분기별 고용 인원



2 성별 고용 현황

링키지랩에서 일하는 남성 직원 중 90%가 장애인이고 여성 직원 중에선 55%가 장애인이다.

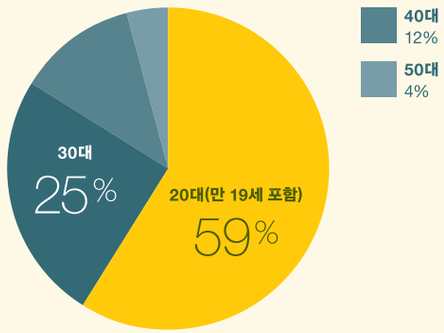
장애인 직원 성별 비중



3 연령별 고용 현황

링키지랩에서 근무하는 직원들의 평균 연령은 30.1세로, 40~50대 직원 비중은 전체의 16%를 차지한다. 연령 제한 없이 재취업을 준비하는 중년도 적극적으로 채용하고 있다.

직원 연령별 비중



재직자 평균 연령

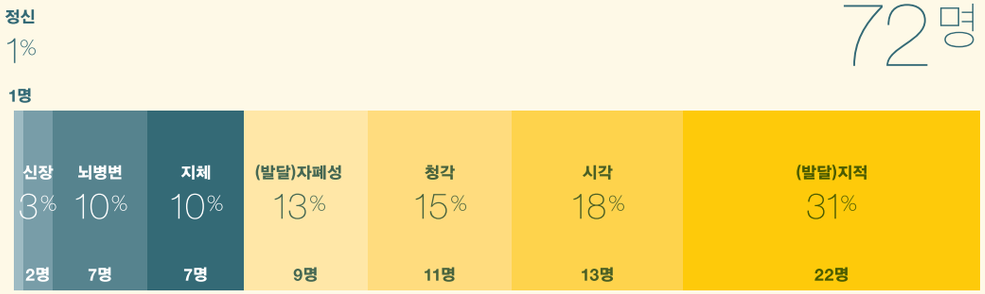
30.1세

4 장애 유형 및 등급별 고용 현황

링키지랩에서는 청각, 시각, 뇌병변, 지적장애 등 서로 다른 장애를 가진 직원들이 함께 일한다. 링키지랩은 어떤 장애를 가진 직원이라도 자신의 역량을 발휘할 수 있도록 꾸준히 새로운 직무를 개발하고 고용 확대하기 위해 노력하고 있다.

링키지랩 장애인 직원수

72명



* 자폐성 4명 음성전사(사무직) 근무 중 / 지적 3명 음성전사(사무직) 근무 중

직원 복지 현황

**링키지랩은 직원들이 자신의 능력을 발굴하고 전문성을 키울 수 있도록 업무 역량 강화 프로그램을 운영하고 있다.
또한 직원들이 건강한 상태에서 안정적으로 일할 수 있도록 연 1회 건강검진 등의 다양한 복지서비스를 제공한다.**

1 직원 업무 역량 강화

링키지랩은 직원들이 능동적으로 참여하는 사내 강의, 외부강사 강의 등을 통해 직원들의 업무 역량을 끌어모을 수 있도록 지원을 펼치고 있다.

교육 프로그램

'배워서 남주는 발표' 진행
직원들이 자율적이고 능동적으로 참여하는 사내 강의이다. 직원들은 페이퍼아트, 종이접기, 인터넷 용어 이해 등 본인의 취미, 능력, 경험 등을 서로 알려주며 정보를 공유한다.

외부 강사 초대 강의 진행
직원들이 평소 만나고 싶었던 작가, 연예인, 관심분야의 전문가 등을 외부강사로 초빙해 사내에서 특강을 갖는다. 인기 높은 웹툰작가, 개그맨, 동네서점 대표 등이 외부강사로 연단에 올랐다.

내부 스터디

주 3회, 1시간 동안 수어 스터디를 통해 비장애인과 장애인들의 언어인 수어를 배운다. 내부 스터디 외에도 수어통역사가 사내에 상주하면서 원활한 의사소통이 계속 이어질 수 있도록 돕는다.

이도희 수어통역사
지난해 말 통역과 수어 교육에 대한 업무 평가가 있었는데, '고맙다, 수고했다, 좋았다' 등 긍정적인 피드백을 받고 내내 흐뭇해하며 보람을 느꼈죠. 수어를 배우고 싶어 하는 직원들이 늘어났는데, 스스로 소통하려 노력하는 마음이 느껴져 기뻤답니다. 특히 지난 2월에는 수어를 사용하는 직원들과 함께 '업무 및 IT 관련 용어 수어 사전'을 제작했어요. 앞으로 파트별 업무 수어를 영상으로 제작할 계획이에요. 의미와 가치 있는 일이라는 것을 모두 공감하고 있으니 즐겁게 결과를 만들 수 있을 거예요.

2 직원 건강 관련 복지

링키지랩은 매년 1회 종합 검진을 진행하고, 단체 상해보험에 가입하는 등 직원들의 건강을 살피고 있다.

건강검진

매년 1회 종합 검진 진행

단체 상해보험 가입

질병, 상해 등 실비 보상

협업내역

링키지랩은 공공기관, 장애인 관련 단체와의 협업을 통해 다양한 방식으로 장애인 인력 개발과 고용에 힘쓰고 있다.

링키지랩 협업 현황

링키지랩은 장애인고용공단 등 장애인 고용 창출을 지원하는 기관 및 단체와 협력하고 있다.

구분		협업 내역
장애인고용공단	공단본부	자회사형 표준사업장 설립 지원 II 링키지랩 맞춤형 교육 진행 (2016년 10월)
	일산직업능력개발원	IT 스페셜리스트(검색운영, 콘텐츠운영) 맞춤훈련 진행 (2016년 1월~4월)
	동부지사	현 링키지랩 담당지사 - 채용, 고용장려금, 보조공학기기 등 협업 진행 중
	서울지사	전 링키지랩 담당지사 - 채용, 고용장려금, 보조공학기기 등 협업
	서울맞춤훈련센터	웹디자이너 맞춤훈련 진행 (2016년 7월~8월)
	서울발달장애인훈련센터	음성전사 맞춤훈련 진행 (2017년 11월)
		사내 카페 바리스타 맞춤훈련 진행 (2018년 6월)
	경기지사	사내 카페 바리스타 맞춤훈련 진행 (2018년 6월)
동부여성발전센터 * 비장애인 단체	-	경력단절 여성 채용 협업 (채용 시)

2018 카카오 장애인 고용률 현황

카카오는 장애인 직원과 비장애인 직원이 함께 꾸려나간다. 2018년 10월 기준, 카카오와 링키지랩 합산 기준 장애인 고용률은 법정의무고용률인 2.9%를 훨씬 상회하는 수준이다.

사회책임경영

카카오는 사람과 사람을 연결해 더 나은 세상을 실현해 나감으로써, 기업시민으로 고객과 사회가 함께 상생하며 동반성장할 수 있도록 사회적 책임과 나눔 경영을 주도적으로 실천하고 있다.

카카오 서비스가 만드는 소셜임팩트 —— 196
ESG 평가 —— 208

청각장애 2급 농인인 천정우 씨(왼쪽)와 김수란 씨(가운데), 그리고 김상화 농아사회정보원 원장(오른쪽)이 '카카오 페이스톡'을 수화로 표현하고 있다.

카카오 서비스가 만드는 소셜임팩트

카카오의 각 서비스들은 각자의 자리에서 각자의 방식으로 사회공헌활동을 실천하고 있다. 또한 서비스와 서비스의 협업을 통해 나눔문화가 우리 사회 곳곳으로 널리 확산되는 데 기여하고 있다.

통계는 모두 2018년 11월 기준

모두를 위한 연결

보유한다는 사실만으로 사회적 지위를 보장해주는 것들이 있다. '스마트 디바이드(Smart Divide)'가 대표적인 예다. 스마트 기기 사용 능력에 따라 정보의 양과 생활의 질이 달라지는 것을 뜻하는 말이다. 카카오는 스마트 기기를 통해 서비스를 제공하고, 더 많은 사람들이 카카오의 서비스를 손쉽게 이용해 생활의 편리를 누릴 수 있는 세상을 꿈꾼다. Partners with Kakao는 이러한 카카오의 노력을 '모두를 위한 연결'이라는 시리즈로 4회 동안 연재했다. 서비스와 상품, 활동 등을 통해 스마트 디바이드를 줄이려는 카카오의 노력을 다시 살펴보자.

1 카카오미니, 소리로 일상의 벽을 허물다

카카오미니는 연결의 접점을 손끝에서 목소리로 확장시켰다. 음성(音聲)은 연결의 방식을 바꿈으로써 사람들에게 새로운 경험을 제공하고 있다. AI서비스팀장이 카카오미니를 사용해본 시각장애 1급 대학생 4명을 만나 새로운 연결이 불러온 변화에 대해 대화를 나눴다.

박준범 —— 특수교육과에서 공부 중이다. 시사 이슈, 특히 교육에 관심이 많고 인터넷 서핑을 즐긴다.
양하은 —— 국악과 해금 전공이다. 음악을 듣고 책 읽기를 즐기며 여행 다니는 것도 좋아한다.
이석영 —— 카카오 AI서비스 팀장
임성희 —— 실용음악과에서 보컬을 전공하고 있다. 기타 연습에 푹 빠져 있고 쇼핑을 좋아한다.
박인범 —— 사학과에서 공부하고 있다. 좋아하는 가수의 신곡에 관심이 많고 뉴스 읽는 게 취미다.

임성희 —— 타사 스마트스피커는 불빛으로 반응해요. 저희는 볼 수가 없죠. 반응을 알 수 없으니 저도 모르게 혼잣말을 할 때가 많더라고요. 카카오는 '띵' 하고 소리를 내면서 반응해요. 저희가 한 번에 알아들을 수 있어서 기능을 이어 쓰기 편리하죠.

이석영 —— 말씀하신 '웨이크업 사운드(Wake-up Sound)'는 저희가 중요하게 생각했던 부분이에요. 미니를 만들면서 여러 가지 스마트스피커를 사용해봤거든요. 다른 스피커 들은 웨이크업 사운드가 없거나 소리가 작아 분명하게 전달되지 않더라고요. 스피커가 각성되어 있는지 여부를 이 소리로 확인할 수 있으니 접근성이 더 높아졌어요.

박준범 —— 사실 손을 움직이기 귀찮아서 안 하는 행위가 많거든요. 노래를 좋아하는데 아이폰이나 컴퓨터로 찾아서 듣는 게 너무 귀찮은 거예요. 그래서 굳이 찾아 듣지 않았어요. 그런데 미니 덕분에 편하게 들을 수 있게 됐어요. 제목 모르는 노래를 일일이 찾아보거나 하는 번거로운 과정이 없어졌으니까요.

양하은 —— 저희는 무슨 기능이든 비장애인에 비해 속도 측면에서 느릴 수밖에 없거든요. 그 속도의 격차를 미니가 줄여준다는 느낌을 받았어요. 아이폰으로 뉴스를 볼 때는 포털 사이트에 들어가서 검색을 해야 볼 수 있었는데 몇 마디 말만으로 가능해졌잖아요.

박인범 —— 단계로 비교해보면 더 확 와 닿으실 거예요. 일단 휴대폰을 찾고, 잠금을 풀고, 포털이나 인터넷 브라우저 앱에 들어가서 뉴스를 클릭하는, 네 단계가 필요해요. 그런데 미니로는 카카오를 부르고 주요 뉴스를 알려달라고 하는 딱 두 단계면 충분하죠. 음악은 더해요. 휴대폰을 찾아 암호를 풀고, 노래 제목을 모를 경우 '가사 검색'으로 바꿔서 하나씩 재생해보는 과정을 반복해야 하죠. 미니는 부른 뒤에 알 듯 말 듯한 노래 정보를 불러주면 가장 비슷한 음악을 추천해주잖아요.

카카오미니, 소리로 일상의 벽을 허물다
Partners with Kakao vol.02

2 난 카카오톡으로 우리 손주랑 얘기해

스마트 기기의 발달로 세상은 큰 폭으로, 더 빠르게 변하고 있다. 변화에 발맞추는 일은 모두에게 도전이지만, 노인들에게는 그 도전의 난이도가 유독 높다. 카카오는 노인들이 더 쉽게 변화에 적응하고, 사람 그리고 세상과 긴밀한 관계를 유지할 수 있도록 여러 가지 방법으로 돕고 있다. 카카오같이가치에서 모은 후원금으로 만든 교재로 카카오톡을 비롯한 스마트폰 사용법을 배운 어르신들이 '모두를 위한 연결' 시리즈 두 번째 주인공이다.

원복희 —— 2018년으로 여든셋, 아들 넷을 키우며 분주하게 지내다 남편을 떠나보내고 혼자 지낸 지 6년째. 지인들과 카톡으로 생활 정보를 공유하는 게 큰 재미다.
이재준 —— 금융맨으로 살다 은퇴 후 본격적으로 음악을 즐기는 일흔일곱 노신사. 연주 동영상을 보고 연습하거나 카톡으로 공유하는 걸 즐긴다.

원복희 —— 카톡 온 것을 쭉 보고 있으면 거기에 친구도 많잖아요. 사실 복지관에 나오지 않으면 말할 데가 별로 없거든요. 그래서 카톡이 너무 좋죠. 가깝게 지내던 막냇동서가 미국 간 지 30년이 넘었는데 동서하고 매일 아침 카톡을 해요. 나는 혼자 있으니까, 심심하니까. 아침마다 안부를 전하고, 엊그제는 애들이랑 다 같이 제주도 2박 3일 여행 갔다 온 거 사진을 쭉 보냈어요. 서로 그렇게 지내니까 먼 데 있는데도 바로 옆에 있는 것처럼 가까이 느껴져서 참 좋아요.
이재준 —— 나는 카톡으로 정보를 주고받을 수 있는 게 제일 좋더라고요. 젊은 사람들처럼 게임이나 오락 정보는 아니고 생활 정보랑 건강 정보를 주로 보죠. 정보를 딱 보자마자 친구들한테 바로 카톡으로 공유할 수 있어서 편해요. 생활의 지혜나 좋은 구절을 나누기도 하고요.
이재준 —— 전에는 카톡이 공짜인 걸 몰라서 문자메시지만 주구장창 보냈는데 카톡이 돈이 안 든다는 걸 알고 참 바보 같았구나 싶었어요. 전화보다 나아요. 카톡으로 보이스톡을 걸 수 있으니까요. 어떤 친구랑은 보이스톡으로만 연락해요. 그리고 나는 학교 다닐 때 관악기 밴드를 하면서 색소폰이랑 클라리넷을 불었거든요. 내가 연주하는 영상을 카톡으로 공유할 수 있어 신기하더라고요. 이제 영상도 카톡으로 보낼 줄 알아요.
원복희 —— 글씨 쓴 거, 그림 그린 거 카톡으로 주고받는 게 재밌어요. 그냥 휴대폰만 갖고 있었을 때는 못 했던 거니까요. 잠이 안 올 때도 나는 카톡을 해요. 복지관이나 절에서 만난 동생들이랑. 다음번에 할 때는 자기도 같이 배우게 해달라고 친구들이 아주 성화예요. 일러주고 싶더라고.

난 카카오톡으로 우리 손주랑 얘기해
Partners with Kakao vol.04

3 너의 목소리가 보여

청각장애인 중에서도 농인(聾人)에게는 수화 언어가 제1언어다. 그들에게 음성과 문자 언어를 기반으로 한 기존 통신 서비스의 한계는 명확했다. 2015년 6월 카카오톡이 영상 통화 서비스인 페이스톡을 처음 선보였을 때 농인들이 이 소식을 누구보다 반가워했던 이유다. 영상통화로 사람의 눈을 마주 보고 이야기할 수 있다는 것은 그들에게 소통의 폭이 무한히 확장되는 것을 의미하기 때문이다.

천정우 —— 청각장애 2급 농인으로 영상 콘텐츠 회사에서 한국수어영상도서를 만드는 촬영 총감독을 맡고 있다.
김수란 —— 청각장애 2급 농인이자 천정우의 아내로 세 살배기 아들 육아에 전념하는 중이다. 중국 하얼빈 출신의 조선족이다.
김상화 농아사회정보원 원장 —— 인터넷과 통신 기술 발달에 따른 농인들의 정보 격차를 줄이기 위해 1997년 농아사회정보원을 설립해 지금까지 농인들의 정보화에 힘쓰고 있다.

천정우 —— 이모티콘이나 사진으로 설명을 대신할 수 있어서 편해요. '지금 뭐 하고 있어?'라고 하면 '밥 먹어'라고 답장하는 대신 밥 먹고 있는 모습을 찍어서 보내요. 카톡에서는 문자와 달리 사진 보낼 때 비용 걱정이 없어서 참 좋아요. 상대방이 메시지를 읽었는지 확인할 수 있는 것도 정말 좋은 기능이고요.
김수란 —— 수화의 '문자해'라는 단어가 이제는 '카톡해'로 바뀌었어요. 수화에서 표현하기 힘든 말을 보충하기 위해 손가락으로 문자를 표현하는 것을 '지문자'라고 하는데, 지문자로 'ㅋ'을 만들어서 왼손 바닥 위로 슥 보내면 '카톡해'라는 뜻이 돼요. 예전에는 손가락을 구부려 만든 'ㅁ'을 보내서 '문자해'라고 했어요. 지금은 카카오톡을 제일 많이 쓰니까 쓰는 말도 바뀐 거예요.
김상화 —— 농아사회정보원 원장 청인에게 같은 내용을 전화로 전하는 것과 문자 메시지로 보내는 것에 미묘한 차이가 있듯, 농인도 마찬가지예요. 음성통화 역할을 페이스톡이 하는 거죠. 덕분에 대화의 폭이 훨씬 넓어졌다는 이야기를 많이 해요.

너의 목소리가 보여
Partners with Kakao vol.06

4 카카오 T가 만든 뜻밖의 변화

수화를 제1언어로 사용하는 농인들에게 카카오 T는 새로운 세계를 열어줬다. 택시 기사와 필담으로 소통하던 수고를 몇 번의 클릭이 대신했기 때문이다. '모두를 위한 연결' 네 번째 이야기로 만난 청각장애 2급 현영옥, 김진욱 씨는 카카오 T 덕분에 사람과 사람을 연결하는 카카오의 다른 서비스에도 믿음이 생겼다고 말한다.

현영옥 —— 청각장애 2급 수화 강사. 나사렛대학교 일반 재활학 박사 과정에서 수화 언어를 공부한다.
김진욱 —— 청각장애 2급으로 서울 독산동의 CNC 가공 회사에서 근무하고 있다. 현영옥 씨의 남편.
김상화 농아사회정보원 원장 —— 인터넷과 통신 기술의 발달에 따른 농인들의 정보 격차를 줄이기 위해 1997년 농아사회정보원을 설립, 지금까지 농인들의 정보화에 힘쓰고 있다.

현영옥 —— 오늘 남편 차가 없었다면 카카오 T를 이용했을 거예요. 평소에는 정말 자주 이용하거든요. 농인 사회 구성원들이 페이스톡만큼 자주 이용하는 서비스예요. 예전에는 다른 사람에게 택시 좀 불러달라고 부탁하는 일이 많았거든요. 이제는 누군가의 도움 없이 제 문제를 스스로 해결할 수 있어서 좋아요.
현영옥 —— 보통은 목적지를 알고 계시니까 딱히 대화가 필요가 없어요. 목적지에 다다라서 손짓으로 이쪽에 내려달라고 가리키면 그제야 저희가 들리지 않는다는 걸 알기도 하시고요. 가끔은 저희가 대답을 못 하면 외국인인 줄 알고 영어로 말을 거시는 분도 있어요. 그게 아니라 들리지 않는다고 하면 당황하시는 기사님도 간혹 있고요. 그래도 예전보다는 기사님이 농인들을 덜 낯설어하시는 것 같아요. 카카오 T 덕분만은 아니겠지만, 장애가 있는 사람을 바라보는 시선이 조금씩 변하고 있다는 것을 느끼곤 해요.
김진욱 —— 이런 이유들로 새로운 서비스나 제품이 농인 사회에서 자리 잡는 시점은 청인 사회에 비해 늦긴 해요. 하지만 서비스가 이용하기 편하다는 이야기가 돌기 시작하면 입소문이 퍼지는 속도는 훨씬 빠른 것 같아요. 그런 과정을 거쳐 카카오 T와 페이스톡은 농인들에게 없어서는 안 될 서비스로 자리 잡았고요. 농인 사회에서 카카오가 만드는 서비스는 안심하고 쓸 수 있다는 인식이 점점 확산되는 것 같아요.
김상화 —— 카카오 T나 페이스톡은 처음부터 농인들을 위해 만들어진 것은 아니지만 일종의 파급 효과로 농인 사회에서 없어서는 안 될 서비스로 자리 잡은 것만큼, 사람과 사람을 연결하는 카카오의 서비스 기획력은 탁월하다고 생각해요. 농인에게는 시각적으로 표현하는 것이 정말 중요하거든요. 카카오는 감정을 표현하는 이모티콘, 얼굴을 보고 이야기하는 영상 통화, 그리고 택시를 이용하는 과정까지 하나의 서비스로 표현을 해냈잖아요.

카카오 T가 만든 뜻밖의 변화
Partners with Kakao vol.08

소외계층 지원

카카오는 사회적 약자와 경제적 약자, 문화소외계층, 난민 등 도움의 손길이 필요한 이들에게 다양한 방식으로 지원 활동을 펼쳐가고 있다.

1 사회적 약자를 지원합니다

카카오메이커스는 복지 사각지대에 놓인 장애인, 소방관 등 사회적 약자에 대한 인식과 처우 개선에 기여하는 파트너를 주목하고, 그들의 판로가 되어준다.

사회적 가치가 담긴 제품의 판로 제공
by 카카오메이커스

- 도트윈: 점자가 각인된 가죽 제품을 판매하고, 자연스럽게 소비 과정에서 시각장애인의 삶에 대해 관심을 갖도록 유도하고 있다.
- EONE: 촉감으로 시간을 확인할 수 있는 시계를 선보인다. 시각장애인과 정안인의 피드백을 받아 제품을 생산한다.
- 파이어마커스: 소방호스를 재활용한 라벨을 붙이는 등 소방에서 얻은 다양한 아이디어를 제품에 접목하는 업사이클링 브랜드다. 이를 통해 소방관의 헌신을 기억하고자 한다.
- 디스에이블드: 재능 있는 발달장애인 예술가의 작품이 담긴 다양한 제품을 선보인다. 발달장애인에 대한 인식 개선에 이바지하고자 한다.
- K-HERITAGE: '궁궐, 시선을 담다'라는 주제로 자폐인 디자이너들이 궁궐에 방문해 보고 느낀 것을 직접 그린 다음, 이를 문화상품으로 재탄생시킨다. 판매수익 일부가 자폐인 재능재활을 위해 쓰인다.

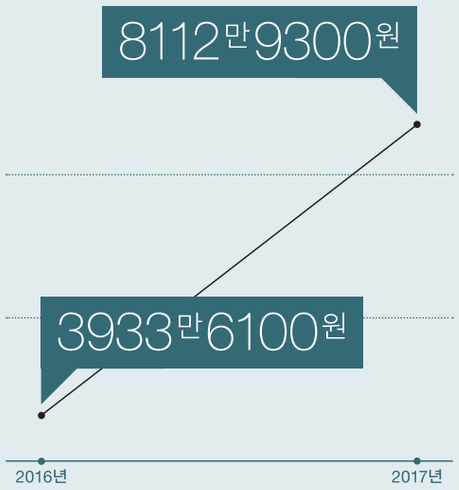
2 문화소외지역 및 계층을 지원합니다

멜론은 계층에 상관없이 누구나 문화를 향유하는 환경을 조성하기 위해 노력한다.

멜론뮤직어워드 수익금 기부
by 멜론

연말 음악시상식 멜론뮤직어워드(Melon Music Awards · MMA)는 티켓 판매를 시작한 2016년부터 수익금 전액을 서울시 구로구 산하 구로문화재단에 기부해 문화소외지역 및 계층 지원에 나서고 있다. 구로구는 다른 지역 대비 문화예술 기반이 열악한 곳이다.

멜론뮤직어워드 기부 현황



* 기부처: 구로문화재단

3 국내 난민의 사회적 치유를 돕습니다

멜론은 음악이 가진 치유의 힘, 희망의 메시지를 난민에게 전하고 있다. 방글라데시의 로힝야족 난민에게 5000만원의 성금을 전달, 사회적 치유에 기여했다.

로힝야족 난민 돕기 기부
by 멜론

멜론은 음악을 통한 사회적 치유의 일환으로 방글라데시의 로힝야족 난민을 위해 2017년 12월 19일 유엔난민기구(UNHCR)에 성금을 전달했다. 난민촌이 위치한 방글라데시는 드라마, K팝 등 한류를 통해 한국에 대한 관심이 높은 지역으로 알려져 있다.

기부금액 5000만원

4 지구촌 이웃을 돕습니다

카카오같이가치와 카카오톡 치즈는 지구촌의 어려운 이웃들에게 손을 내밀고 따뜻한 마음을 전하는 프로젝트를 함께 진행했다.

우간다 산모 후원
by 카카오같이가치, 카카오톡 치즈

카카오같이가치는 우간다 산모와 신생아에게 모자와 마마키트를 지원하기 위해 세이브더칠드런과 함께 모금함 '모자와 함께 한 생명을 살려요!'를 개설했다. 또한 카카오톡 치즈와 연계해 캠페인을 진행했다. 착한 모자 프로필콘을 적용한 이용자가 1만명을 돌파할 때마다 카카오가 100만원씩 세이브더칠드런에 기부하는 형식이다. 이렇게 모인 2000만원 이상의 기부금으로 마마키트 총 1846개를 구매, 분디부죠 내 12개 보건소에 전달했다.

총 모금액 2253만6200원

카카오같이가치 × 카카오톡 치즈 기부금액 2000만원

5 경제적 약자를 후원합니다

카카오가 경제적 어려움을 겪고 있는 저소득층에게 월동난방비와 생필품 등을 지원하는 데 힘을 보태고 있다.

에너지 위기가정 후원
by 카카오톡 선물하기, 카카오같이가치

카카오톡 선물하기는 카카오같이가치와 함께 에너지 위기가정을 후원하기 위한 기부쿠폰 캠페인을 진행했다. 카카오톡 선물하기의 이용자가 500원짜리 기부쿠폰을 구매하면, 카카오가 500원을 더해 전국재해구호협회의 모금함 '지켜주세요 따뜻함이란 이름의 권리'로 기부했다. 이 방식으로 4000만원 이상의 성금을 모아 강원도 홍천군의 에너지 위기가정 136세대에 총 3만4000L 상당의 난방용 기름 교환 쿠폰과 겨울 이불세트 136채를 지원했다.

총 모금액 4031만1300원

기부쿠폰 구매자수 1만6600명

기부쿠폰 모금액 2859만2000원

아동 지원

국내외 소외계층, 저소득 취약계층, 의료 취약계층의 아동과 청소년이 건강하게 성장할 수 있도록 카카오는 플랫폼과 연계된 구체적인 후원 방안을 모색하고 실행에 옮기고 있다.

1 어린이들의 안전한 성장을 돕습니다

카카오와 카카오 이용자들이 뜻을 모아 생명을 위협받는 국내외 어린이들을 열악한 환경으로부터 구하는 일에 앞장서고 있다.

아동 및 청소년 폭력 근절 노력
by 카카오 이모티콘, 카카오같이가치

카카오 이모티콘은 카카오같이가치, 방탄소년단과 함께 아동 및 청소년 폭력 근절을 위한 기브티콘 캠페인을 진행했다. 'BTS Love Myself' 이모티콘이 하나 판매될 때마다 카카오가 200원씩 유니세프한국위원회의 #ENDviolence 캠페인 모금함 '폭력없는 세상, 함께 만들어요!'에 기부했고, 방탄소년단도 수익을 함께 기부해 1억원에 달하는 비용을 모금했다.

총 모금액 1억3만9600원

주거취약계층 아동 지원
by 카카오같이가치, 카카오 이모티콘

카카오같이가치는 주거취약계층 아동을 지원하고자 어린이재단경남지역본부의 모금함 '13살 성수에게 따뜻한 집을 선물해주세요'를 개설했다. 카카오 이모티콘과 연계해 이모티콘 '진짜 기부되는 넛잡 기브티콘'이 하나 판매될 때마다 카카오가 100원씩 기부하는 기브티콘 캠페인을 진행했다. 이를 통해 카카오는 약 2500만원의 성금을 모아 판자촌 아동들을 위한 주거 공간 신축 공사를 지원했다.

총 모금액 2474만1400원

지구촌 영양실조 어린이 치료식 후원
by 카카오같이가치, 카카오톡 선물하기

영양실조에 걸린 지구촌 아이들에게 영양실조치료식을 전달하는 유니세프한국위원회의 카카오같이가치 모금함 '아이들의 생명을 구하는 마법의 한끼'도 카카오톡 선물하기를 통해 큰 성과를 거뒀다. 이용자가 500원 기부쿠폰으로 영양실조 위험에 놓인 어린이에게 두 끼를 선물하면, 카카오는 500원을 더함으로써 약 9000만원의 후원금을 모을 수 있었다.

총 모금액 8783만7100원

기부쿠폰 모금액 4043만6000원

무연고아동 후원
by 카카오같이가치, 카카오게임즈

무연고아동을 돕기 위한 어린이재단서울지역본부의 모금함 '세상에 버려지기 위해 태어나는 아이는 없다'가 카카오같이가치에 개설됐다. 카카오게임즈는 그 뜻에 동참해 프렌즈사천성에서 캠페인 기간 동안 4000만개의 하트가 모이면 1000만원의 기부금을 보태는 캠페인을 진행, 총 5000만원 이상의 모금액을 달성했다.

총 모금액 5112만4400원

소외계층 아동 후원
by 카카오같이가치, 카카오톡 치즈

저소득가정 아이들이 행복한 크리스마스를 보낼 수 있도록 선물 꾸러미를 전달하기 위해 카카오같이가치가 초록우산 어린이재단과 함께 모금함 '당신이 복면을 쓰는 순간, 아이들의 꿈이 펼쳐집니다'를 열었다. 카카오톡 치즈와 연계해 이용자가 카카오톡 프로필에 어린이재단 프로필콘을 적용하면 카카오가 100원씩 기부하는 방식의 캠페인을 개최했고, 8만명이 동참한 결과 목표액 1억원을 달성했다. 카카오와 초록우산 어린이재단은 이 성금으로 소외계층 아이들에게 선물 꾸러미 1000개를 전했다.

총 모금액 1억원

지구촌 어린이 홍역 예방 접종 후원
by 카카오같이가치, 카카오톡 선물하기

실명, 뇌 손상 등의 평생 장애를 야기시키는 홍역으로부터 지구촌 아이들을 보호하기 위해 카카오톡 선물하기와 카카오같이가치는 유니세프한국위원회의 모금함 '생명을 구하는 홍역예방백신' 캠페인을 진행했다. 500원 기부쿠폰으로 어린이 1명당 필요한 홍역 백신 2회 접종량을 선물하면, 카카오가 500원을 더하는 방식이다. 이를 통해 홍역예방백신 18만2700회 접종량이 전달되었고, 수혜 어린이는 9만명이 넘었다.

총 모금액 9134만9100원

기부쿠폰 모금액 4218만6000원

지구촌 영양실조 환아 치료우유 후원
by 카카오같이가치, 카카오톡 선물하기

카카오같이가치는 극심한 영양실조를 겪는 지구촌 환아에게 치료우유를 후원하기 위해 유니세프한국위원회와 함께 모금함 '다섯 살 생일의 초를 밝히는 우유 한 잔'을 개설하고, 카카오톡 선물하기와 함께 캠페인을 진행했다. 이용자가 선물하기에서 500원 기부쿠폰을 구입하면, 카카오는 영양실조치료우유 1개를 더하는 방식이다. 이를 통해 영양실조 위험에 놓인 지구촌 어린이에게 우유 4만개를 전달했다.

총 모금액 4070만1500원

기부쿠폰 모금액 2991만4500원

기부쿠폰 참여자수 1만7300명

2 어린이와 청소년의 꿈을 지원합니다

장애를 가지고 있거나 어려운 조건에 처한 어린이와 청소년이 꿈을 꾸고 또 이룰 수 있도록 카카오가 지원하고 있다.

난치병 환아 후원
by 카카오같이가치, 카카오 이모티콘

한국메이크어위시재단의 카카오같이가치 모금함 '난치병 아동들의 소원을 이루는 여행에 함께 해요!'에도 카카오톡 이용자와 카카오가 마음을 함께했다. 이용자가 카카오 기브티콘 '쪼꼬가 나타났다'를 구입하면, 카카오가 판매금액의 10%를 구매자의 이름으로 대신 기부했다. 그 결과 난치병 아이들의 꿈을 응원하는 기금으로 1000만원 이상을 모을 수 있었다.

총 모금액 1173만4000원

청각장애 청소년 지원
by 카카오 이모티콘, 카카오같이가치

청각장애 청소년들에게 자기개발 활동 장학금을 지원하는 미담장학회의 카카오같이가치 모금함 '소리를 보는 아이들은 어떤 꿈을 꿀까요?'에도 카카오 이모티콘이 함께했다. 이모티콘 '수화를 사랑하는 수애' 판매금액의 10%를 구매자의 이름으로 대신 기부해 청각장애 청소년의 꿈을 응원했다.

총 모금액 1134만6500원

청각장애 아동 지원
by 카카오같이가치, 카카오 이모티콘

삼성소리샘복지관의 카카오같이가치 모금함 '소리를 잃었다고 꿈을 잃을 순 없습니다 with 베니작가'도 기브티콘 캠페인을 진행해 목표로 했던 5520만원을 달성했다. 카카오톡 이용자가 기브티콘 '베니와 함께하는 특별한 시작'를 구입하면, 카카오가 판매금액의 20%를 구매자의 이름으로 대신 기부해 청각장애 아동의 꿈을 응원하는 데 사용될 수 있도록 했다.

총 모금액 5520만원

로엔뮤직캠프 - 청소년 진로 탐색
by 멜론

멜론은 K팝에 재능과 관심이 있는 청소년들을 대상으로 뮤직캠프를 개최했다. 2주간의 커리큘럼을 통해 음악산업에 대한 올바른 정보와 체험 기회를 제공하는 사회공헌 프로그램으로, 3회까지 총 90명의 청소년이 캠프를 수료했으며 다수의 수료자가 카카오M 산하 레이블을 포함 여러 기획사의 연습생으로 발탁돼 미래의 K팝 스타를 향해 정진하고 있다. 1, 2회에는 강원도 평창군에서 개최, 피날레 공연에 지역주민들을 초청해 도농 간 문화격차 해소에도 기여했다.

참여 현황

로엔뮤직캠프 참가자수 90명
취약계층 청소년 포함

협업 파트너

한국청소년활동진흥원, 국립평창청소년수련원 공동주최 / 여성가족부, 한국콘텐츠진흥원, 카카오 후원

안정된 일자리

카카오는 국내 산업 발전을 앞장서 도모하고, 이를 통해 노동취약계층 등의 안정적인 일자리를 창출함으로써 지역경제 활성에 기여하고 있다.

1 국내 산업의 발전을 돕습니다

멜론은 한류 활성화를 통해 연계 비즈니스의 새 장을 열고, 카카오벤처스는 성장가능성 있는 스타트업을 발굴 및 지원해 국내 벤처생태계 성장에 기여하고 있다.

서울관광재단과 한류 활성화 업무협약
by 멜론

멜론은 한류와 관광시장 활성화를 위해 서울관광재단과 업무협약을 체결했다. 이를 통해 축제나 이벤트 등 한류상품 공동 개발, 공동 홍보/마케팅, 시설물 대관 등 상호 협력을 약속했다. 2017년에는 동남아 5개 나라와 일본, 중국의 9개 협력여행사를 대상으로 멜론뮤직어워드 상품 구성을 지원해 총 840여명의 관광객을 유치한 바 있다.

멜론뮤직어워드 관광상품 이용자수 840명

참여국가 필리핀/태국 말레이시아/인도네시아 베트남/일본/중국

벤처 생태계 기여 - TIPS 운영
by 카카오인베스트먼트

카카오인베스트먼트는 국내 벤처생태계 조성과 육성에 기여하고자 2017년 TIPS(민간투자주도형 기술창업지원) 액셀러레이터로 선정되어 2018년까지 6억원 규모의 TIPS 투자 3건을 집행했다. 또한 스타트업 데모데이를 개최하는 등 성장가능성 있는 스타트업의 발굴 및 지원을 적극적으로 진행하고 있다.

2 노동취약계층의 안정적인 자립을 돕습니다

카카오메이커스와 카카오벤처스를 통해 파트너 기업을 육성시킴으로써 노동취약계층의 일자리 창출과 안정적 자립에 기여하고 있다.

자활센터 제품 판매 활성화
by 카카오메이커스

- 편백내음: 경기 광주 지역자활센터 수공예 사업단으로 시작해 2018년 1월 독립된 자활기업이다. 편백나무베개, 안마봉 등을 카카오메이커스에 판매하여 첫 납품분이 완판되는 기록을 세웠다.
- 구수미누룽지: 서울 영등포 지역자활센터의 자활근로사업이다. 국내산 경기미로 만든 누룽지를 제조해 카카오메이커스에 판매함으로써 경제적 자립이 어려운 지역주민에게 일자리를 제공하고 있다.

사회적 효과를 감안한 투자 - 경력단절 여성
by 카카오벤처스

청소연구소는 카카오벤처스로부터 투자 받은 모바일 홈서비스기업 생활연구소가 운영 중인 모바일 홈클리닝 중개 서비스다. 생활연구소는 홈클리닝 신청고객뿐 아니라 소속 매니저 관리에도 많은 투자를 하고 있다. 특히 경력단절 주부와 경제활동 기회가 적은 중장년층 여성에게 좋은 일자리를 제공함으로써 사회적 기여 활동에도 노력하고 있다.

모두를 위한 서비스

카카오는 성별, 계층, 장애 유무 등에 상관 없이 모든 이용자들이 카카오의 서비스를 손쉽게 이용해 생활의 편리를 누릴 수 있도록 노력하고 있다.

1 장애인들에게 보다 편안한 서비스를 제공합니다

카카오는 장애인의 모바일 접근성을 고려해 서비스를 지속적으로 개선함으로써 기술의 혜택을 모두가 누릴 수 있도록 노력하고 있다.

장애인이 카카오헤어샵을 이용한 사례
by 카카오헤어샵

유진 스위트벙커 실장
남자 손님 중에 거동이 불편하신 분이 계세요. 전화로 예약하거나 매장에 와서 원하는 스타일을 말로 설명하는 것도 힘들어하셨어요. 그런데 카카오헤어샵 서비스가 생기면서 예약이 훨씬 쉬워졌어요. 메모난에 원하는 헤어스타일을 사진까지 첨부해 올려주시면 담당 헤어디자이너가 미리 확인할 수 있으니까 손님도 저희도 한결 수월해졌죠. 그분이 남긴 후기를 읽으면 유독 마음이 찡한 것 같아요.

2 사회 안전망의 효율을 높입니다

카카오 T와 카카오내비의 빅데이터, 모바일 기술 역량이 119 구조, 실종자 수색 등에 도움을 주면서 우리 사회의 안전망을 효율적으로 높이는 데 기여하고 있다.

카카오 T 택시 경찰청 동보 메세지
by 카카오 T

경기남부지방경찰청과 카카오 T는 2016년 3월 8일 업무 협약을 체결했다. 이 협약을 통해 경찰이 관내 경찰서에 접수된 범죄 용의자와 실종자 등의 정보를 선별해 카카오에 전달하면, 카카오가 카카오 T 택시 기사들에게 해당 정보를 일괄 전송하는 시스템이 마련됐다.

동보 메시지수	63건
동보 메시지 공유수	46만500개

오석봉 경기지방경찰청 경감
휴대폰을 통해 누구나 자발적으로 경찰에 제보할 수 있는 시스템을 마련하면 시간과 인력을 절약할 수 있을 거라는 생각이 들었어요. 특히 카카오택시는 도시 곳곳을 누비는 수많은 기사님들과 연결돼 있잖아요. 이 시스템을 활용하면 사건을 해결하는 시간도 단축되고 국민 모두가 범죄의 파수꾼 역할을 할 수 있겠다는 확신이 섰죠. 요구조자 실종이 장기화되면 300명 가까이 되는 경찰 3개 중대가 필사적으로 찾죠. 그래도 못 찾을 수 있고, 돌아가신 뒤에야 찾기도 해요. 그런데 카카오 T 택시 덕분에 실종자를 30분에서 한 시간 안에 찾는 경우가 많아졌어요. 단순히 금액이나 수치로 환산해 비교할 수 없을 만큼 큰 도움이 되고 있습니다.

경찰과 택시의 똑똑한 만남
Partners with Kakao vol.03

카카오내비 소방청 긴급출동 알림
by 카카오내비

카카오내비는 소방청(경기도 재난안전본부), 국토교통부(한국도로공사)와 손잡고 카카오내비에 '119 긴급 출동 알림' 기능을 탑재했다. 사고 신고가 접수돼 119 차량이 출동하면, 사고 지점과 출동 차량의 위치가 10초 간격으로 카카오내비 서버에 전송된다. 카카오내비는 이를 분석해 119 차량 및 사고 지점 인근에서 카카오내비를 이용 중인 운전자에게 팝업과 음성 안내를 통해 사고 및 출동 정보를 안내한다.

카카오내비 안전속도 준수 캠페인
by 카카오내비

손해보험협회는 서울시, 카카오내비와 함께 '안전속도 5030'를 준수하는 운전자에게 경품을 지급하는 캠페인을 진행했다. 안전속도 5030은 간선도로는 시속 50km, 이면도로는 시속 30km로 차량 제한속도를 낮추는 정책이다. 카카오내비는 준수율이 높은 운전자 1600명을 무작위로 선정해 주유권을 지급했다.

지속 가능한 발전

카카오는 환경 보호, 사회적 약자 우대, 공정무역, 동물복지 등을 실천하는 파트너들과 뜻을 같이 하며 지속가능한 사회를 함께 만들어가고 있다.

1 공정무역과 지역사회 발전에 기여합니다

카카오메이커스는 공정무역을 실천하는 파트너의 안정적인 판매처가 되어줌으로써 해당 지역의 발전에 기여하고 있다.

공정무역 제품 판매 활성화 및 지역사회 발전 기여
by 카카오메이커스

- 닥터노아: 대나무 칫솔을 판매하는 닥터노아는 빈곤지역에 생산공장을 지어 지역자원인 대나무를 사용하고, 비숙련 노동자에게 일자리를 제공해 그들의 자립을 지원하고 있다.
- 몬돌키리: 폐간판을 재활용해 가방을 만드는 업사이클링 브랜드로, 가방 1개를 판매할 때마다 캄보디아 뜨로빼앙 마을에 망고나무를 심는 캠페인을 진행 중이다.
- 스마테리아: 캄보디아 빈곤층 여성들에게 일자리 제공하고 있다. 엄마가 안심하고 일할 동안 아이들은 학교 교육을 온전히 받는다.
- 에스노텍: 베트남, 과테말라, 인도네시아, 가나 등의 지역 장인들이 PET 리사이클 원단을 사용해 핸드메이드로 제작하는 가방을 판매한다. 이를 통해 해당 지역의 전통기술이 유지되는 데 도움을 준다.

2 환경 보전에 기여합니다

업사이클링 제품, 친환경 제품이 카카오메이커스를 통해 가치를 인정받고, 환경 운동이 카카오같이가치와 카카오톡 치즈를 통해 널리 확산되고 있다.

업사이클링 제품 및 친환경 제품 판매 활성화
by 카카오메이커스

- 에코파티메아리: 국내 최초 업사이클링 디자인 브랜드다.
- 컨티뉴: 폐기되는 자동차의 시트, 안전벨트 등을 재활용해 패션 아이템을 제작하고 있다.
- 지구인랩: 버려진 연탄재를 모아 화분으로 재탄생시킨다.
- 슈가랩: 사탕수수로 만든 바이오매스로 랩을 제작해 인체에 무해하고, 공정 과정에서 이산화탄소 배출을 70%이상 감소시킨다.
- 동구밭: 발달장애인과 함께 가꾼 도시 텃밭에서 난 재료들로 제품을 제작하고 있다.
- 아이엠그리너: 친환경 제품만을 제작하는 브랜드다. 100% 옥수수를 원료로 만든 친환경 빨대를 메이커스에서 판매하고 있다.

환경 운동 후원
by 카카오같이가치, 카카오스토리

자뚜리땅이나 유휴 옥상을 녹지로 조성하는 서울환경운동연합의 프로젝트가 카카오같이가치 모금을 통해 실현됐다. 같이가치는 카카오스토리와 함께 캠페인을 진행했다. 이용자가 #자투리숲, #착한기부 해시태그를 달고 글을 쓰면 카카오스토리가 1000원씩 기부하는 형식으로 총 306만6000원을 기부했다.

총 모금액	983만1900원
카카오스토리 기부금액	306만6000원
참여자수	3066명

3 동물 보호에 기여합니다

위기에 처한 동물을 구조하고 유기동물의 새 가족을 찾아주는 등 동물보호단체의 노력에 카카오가 뜻을 함께하고 있다.

풀뿌리 동물보호단체 지원사업 후원
by 카카오 이모티콘, 카카오같이가치

지역의 풀뿌리 동물보호단체를 지원하는 동물자유연대의 모금함 '버려진 우리가 새 가족을 만날 수 있을까요? with 오보이'가 카카오같이가치에 개설됐다. 카카오같이가치는 카카오 이모티콘과 함께 기브티콘 캠페인을 진행했다. 카카오 이모티콘 '사랑으로 Hug' 판매금액의 10%를 구매자의 이름으로 대신 기부해 유기동물 지원사업에 사용되도록 했다.

총 모금액	3301만7000원

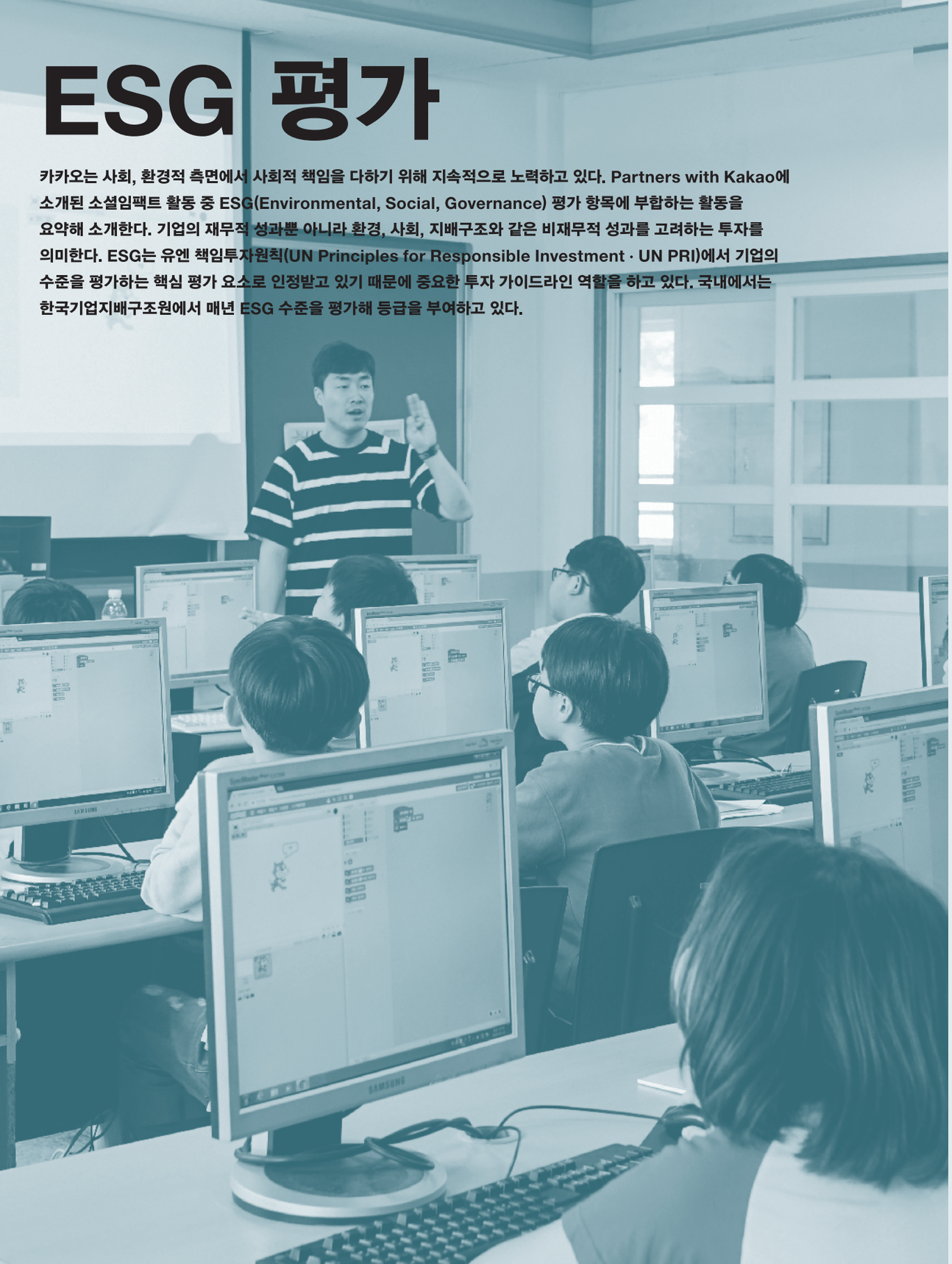
유기동물 지원사업 후원
by 카카오 이모티콘, 카카오같이가치

사단법인 동물권행동 카라의 카카오같이가치 모금함 '사지 마세요, 유기동물을 입양하세요'도 개설돼 큰 성과를 이뤘다. 카카오는 이용자가 이모티콘 '아름품 동물들 귀엽나옹 입양하시개'를 구매할 때마다 1000원씩 기부하는 방식으로 동참했다. 모금액은 구조된 유기동물의 치료비로 사용됐다.

총 모금액	5003만2200원

ESG 평가

카카오는 사회, 환경적 측면에서 사회적 책임을 다하기 위해 지속적으로 노력하고 있다. Partners with Kakao에 소개된 소셜임팩트 활동 중 ESG(Environmental, Social, Governance) 평가 항목에 부합하는 활동을 요약해 소개한다. 기업의 재무적 성과뿐 아니라 환경, 사회, 지배구조와 같은 비재무적 성과를 고려하는 투자를 의미한다. ESG는 유엔 책임투자원칙(UN Principles for Responsible Investment · UN PRI)에서 기업의 수준을 평가하는 핵심 평가 요소로 인정받고 있기 때문에 중요한 투자 가이드라인 역할을 하고 있다. 국내에서는 한국기업지배구조원에서 매년 ESG 수준을 평가해 등급을 부여하고 있다.



사회부문

1 근로자 — 직장 내 기본권
23. 장애인 고용비율이 법적 최소기준을 충족하고 있는가?
가. 미충족
나. 충족

카카오는 장애인 직원과 비장애인 직원이 함께 꾸려나간다. 2018년 10월 기준, 카카오와 링키지랩 합산 기준 장애인 고용률은 법정의무고용률인 2.9%를 훨씬 상회하는 수준이다.

카카오의 장애인 고용 현황 자세히 알아보기 —— 188p

2 지역사회 — 지역사회 참여 및 사회공헌
59. 지역사회에 대한 사회공헌활동 정책이 수립되어 있는가?
가. 아니오
나. 예

인터넷하는 돌하르방으로 보는 카카오의 사회공헌활동 정책

인터넷하는 돌하르방은 제주지역을 대표하는 사회공헌 프로그램이다. 2018년 8월까지 누적 모금액은 5억3685만1000원, 누적 지원 건수는 498건이다. 카카오와 제주사회복지공동모금회가 소원을 검토하여 적절성, 실현가능성, 효과성, 시의성, 공익성 등의 우선순위로 지원하고 있다. '인터넷하는 돌하르방'의 관련 정책 일부를 소개한다.

지원대상
- 개인: 제주도에 주소지를 둔, 중위소득 80% 이내에 해당되는 개인 또는 가족
- 단체: 제주도에 소재지를 둔, 사회복지기관 및 사회복지사업을 행하는 비영리기관

우선지원 기준
적절성
- 지원대상 기준에 적합한 개인 및 단체
- 사업수행능력, 신뢰도, 투명성 등이 보장되는 단체
- 제주 사랑의열매 지원 기준에 부합하는 개인 및 단체

실현가능성
- 현실적으로 이룰 수 있는 소원(개인), 사업(단체)
- 구체적인 실현 계획을 가지고 있는 사업

효과성
- 지원을 통해 긍정적 변화의 가능성을 기대할 수 있는 사연
- 지속적으로 관리, 지원되어 성과를 기대할 수 있는 사업

시의성
- 지원 시점이 적절한 사연(개인) 및 프로그램(단체)

공익성(단체지원만 해당)
- 사회적 공감대를 형성할 수 있는 사업
- 광범위한 이해관계자에게 이익이 되는 사업
- 참신성, 창의성, 사회적 가치가 뛰어난 사업

인터넷하는 돌하르방 지원 현황 자세히 알아보기 —— 177p

3 지역사회 — 지역사회 참여 및 사회공헌
60. 지역사회에 대한 사회공헌활동(보건, 교육, 문화 등) 지원프로그램을 운영하고 있는가?
가. 아니오
나. 지역사회 지원프로그램 운영
다. 지역사회 지원프로그램 성과에 대한 정기적 피드백 실시

카카오 제주 교육 프로그램

카카오는 제주 초중고등학생들의 IT 교육 지원을 위해 찾아가는 코딩교실, 언플러그드 데이, Show me the IT 등의 프로그램을 운영하고 있다.

카카오 제주 문화 프로그램

카카오는 Kakao Travel Day를 통해 지역 주민들에게 제주 공간 및 건축 탐험 프로그램을 진행하고 있다. 카카오 제주 사옥 내 닷원갤러리는 제주 지역 청년 작가들의 작품 전시를 지원한다.

카카오의 제주 사회공헌활동 자세히 알아보기 —— 173, 181p

4 지역사회 — 지역사회 참여 및 사회공헌
60. 임직원의 사회공헌활동 장려정책을 도입, 운영하고 있는가?
가. 아니오
나. 예

다가치펀드

2014년 시작된 다가치펀드는 카카오 크루가 1만원을 기부하면 회사가 1만원을 추가로 기부하는 매칭그랜트 방식으로 나눔을 펼치고 있다. 국내아동 지원, 해외아동 교육지원, 장애아동 재활치료, 소외계층 IT 지원, 백두대간 및 환경보호, 제주저소득가정 지원 총 6가지 분야 중 직접 선택할 수 있다.

기부금 10억7827만6100원

참여자 12만3400명

다가치펀드 자세히 알아보기 —— 160p

다가치행동

카카오는 기획부터 실행까지 임직원 스스로 만들어가는 자원활동을 독려하기 위해 프로그램비를 비롯한 실비지원과 교육프로그램, 봉사처 연결을 지원하고 있다. 또한 매월 무료급식소를 방문하여 배식활동을 진행하는 사랑마루 자원봉사, 성심원 청소년들과 진행하는 문화체험 활동, 제주지역의 소외된 사람들을 위한 집수리 봉사활동, 제주올레 동호회의 제주클린올레 자원봉사까지 다양한 분야의 공익활동에 참여하고 있다.

다가치행동 자세히 알아보기 —— 162p

5 지역사회 — 지역사회 참여 및 사회공헌
63. 사회공헌활동 전담조직이 있는가?
가. 아니오
나. 전담인력 운영
다. 전담부서 운영

카카오 소셜임팩트팀

카카오의 사회공헌은 사회적 책임(CSR), 공유가치 창출(CSV)을 넘어 혁신적 아이디어를 통해 사회 전체의 시스템에 긍정적 변화를 추구하는 '소셜임팩트(Social Impact)' 방식을 추구한다. 카카오 소셜임팩트팀에서는 카카오의 사내기부펀드인 다가치펀드, 카카오의 사회공헌 플랫폼 카카오같이가치, 사회공헌 재단 카카오임팩트 활동을 전담하고 있다.

카카오의 소셜임팩트 활동 자세히 알아보기 —— 154p

6 지역사회 — 지역경제 발전
65. 지역주민을 우선 채용하거나 현지인 인력개발 정책을 도입하고 있는가?
가. 아니오
나. 예

카카오와 함께하는 찾아가는 코딩교실

2017년 2학기부터 제주도 내 초등학교 고학년생을 대상으로 진행하는 코딩교육 프로그램이다. 카카오는 제주창조경제혁신센터에서 주관하는 '제주로 ON 코딩×코딩 강사 양성 과정' 후원기업으로, 우수 수강생에게 코딩교육 강사로 활동할 수 있는 기회를 제공하며 교재와 교구, 강사비 일체를 지원한다. 지금까지 19명의 수료생이 코딩교실의 강사로 활동했다.

카카오와 함께하는 찾아가는 코딩교실 자세히 알아보기 —— 173p

제주 사회공헌 네트워크

카카오는 2018년 4월부터 제주도내 기업의 사회공헌활동 활성화와 협력을 도모하기 위해 제주도민 전체를 대상으로 하는 제주 사회공헌 네트워크에 참여하고 있다. 2018년 공동사업으로 제주 사회공헌 아카데미를 추진, 기업 사회공헌 담당자의 전문성 강화와 사회공헌 전문인력 양성에 힘쓰고 있다.

카카오의 제주 지역사회 협력 자세히 알아보기 —— 179p

7 지역사회 — 지역사회와의 소통
68. 사회공헌활동과 관련하여 NGO및 시민단체와 파트너쉽을 형성하고 있는가?
가. 아니오
나. 예

제주올레 친구기업

사단법인 '제주 올레'의 친구 기업으로서, 2008년부터 현재까지 다양한 지원을 펼치고 있다. 특히 제주 지역 문화 콘텐츠 활성화를 위한 지역 내 업무 협약을 체결하는 한편, 해마다 걷기축제 주요 후원사로 참여하고 있다.

제주 문화행사 후원 참여

카카오는 제주영화제와 제주여성영화제에 지역 문화 콘텐츠 대중화를 위한 마케팅 협력 및 기금을 후원한다.

제주 지역협력 자세히 알아보기 —— 179p

1 환경경영 — 청정생산시스템
28. 폐기물 배출량 저감을 위한 캠페인 활동을 하고 있는가?
가. 아니오
나. 예

Daum과 서울특별시가 함께하는 일회용품 줄이기 실천 캠페인

카카오는 서울시와 함께 Daum 포털 이용자를 대상으로 '일회용품과의 #착한이별' 캠페인을 진행했다. 2018년 9월 27일부터 2018년 10월 21일까지 진행된 캠페인은 일회용품 없는 하루 체험하기, 일회용품과의 착한이별 인증샷 남기기, 생활 속 일회용품 줄이기 아이디어 공모로 이루어졌다.

카카오 사내카페 플라스틱 저감 캠페인

카카오 사내카페 'Dacapo(다카포)'는 2018년 7월 16일부터 플라스틱 사용을 줄이고자 얼음 음료를 포함한 모든 음료를 종이컵에 담아 제공하고 있다. 다카포에서는 향후 자연에서 쉽게 분해되는 소재로 만든 친환경 종이컵을 사용할 예정이다. 또한 플라스틱 빨대 사용을 지양하기 위해 재사용이 가능한 빨대나 종이 빨대 등 친환경 소재 대체품을 물색하는 중이기도 하다.

2 이해관계자대응 — 이해관계자 대응활동
80. 지역사회의 환경보전활동 지원 및 협력을 하고 있는가?
가. 아니오
나. 예

제주올레 '클린올레' 캠페인

클린올레는 제주올레길을 걸으며 쓰레기를 줍는 활동이다. 내가 만든 쓰레기는 되가져가고 남이 버린 쓰레기는 주워서, 내 뒤를 이어 이 길을 걷는 올레꾼이 아름다운 자연을 고스란히 감상하도록 배려하는 솔선수범 캠페인이다. 이처럼 카카오는 사단법인 제주올레의 친구기업으로 2008년부터 현재까지 다양한 지원을 이어가고 있다. 카카오는 임직원들의 클린올레 활동을 장려하고 있으며 사내 동호회인 제주 올레 동호회에서는 매 홀수월마다 클린올레에 참여하고 있다.

제주 지역협력 자세히 알아보기 —— 179p

도움 주신 파트너들

2B 작가
가지
강백수 작가
강준석 작가
강풀 작가
강형규 작가
경기남부지방경찰청
경기도 재난안전본부
경기도청
경희대 인류재건연구소
고귀현 작가
고래 작가
고래이야기
고려인삼유통
고수리 작가
고은 작가
공감인
공유한국
괄호프로젝트
교육공동체벗
교육부
구수미누룽지
국민연금공단
국방홍보원
국세청
국제 언어교육진흥원
국토지리정보원
권용진 작가
그라운드플랜
글씨대장
글피 작가팀
금융감독원
길벗
김권수 작가
김동기 작가
김명미 작가
김민섭 작가
김소라 작가
김승섭 교수
김영탁 감독
김은경 작가
김종훈 작가
김형석 작가
깨알밴드
꾸미룸공방
꿈들
끌림
나나살롱
나무연필
나애미 작가
나인엠인터랙티브
나일론
남궁인 작가
네스티캣 작가
넵튠
넷이즈게임즈
노블다움
노블레스
노블코믹스
녹기전에
녹색연합
농아사회정보원
뉴런뮤직
뉴스에이드
뉴스타파
다산북스
다음세대재단
다인
닥터노아
당근마켓
더나은미래
더마에프플러스
더블유
덕장중학교
데이블
델레오
도트윈
동구밭
동네빵네협동조합
동물권행동 카라
동물자유연대
두나무
디디 작가
디스에이블드
디자인스튜디오 임성묵
따비
땅집고
땡땡땡협동조합
라라
라파젠
란투게임즈
러블링주얼리
럭스로보
레드사하라스튜디오
레인보우 커넥션 프로젝트
레페리
로보틱케어
로우로우
로이스
론리플래닛 매거진 코리아
루닛
루미르
루이
리모 작가
리얼푸드
리오니아
리타백주얼리
마루미르
마르코로호
마리끌레르
마리몬드
마블러스
마이티엘리펀트
마이포코리아
만나CEA
만드로
만물상 작가
매일경제
매직스트로베리
맥심
메디플러스
메멘토
메이커스
메이크에코
메종
몬돌키리
몰랑 작가
무유
문성실 작가
문학동네
문화체육관광부
미담장학회
미래전략경영원
미스터피자
미아트
미치 작가
밀차 작가
밍밍이 작가
바룩
바른생활 ©sandolltium
바이송
박경란 작가
박상규 기자
박준영 변호사
박진환 작가
박짓장 작가
박형준 작가
반희담
백두 작가
번개장터
범고래 작가
베니 작가
베드메이트유
베이트인터내셔널
벡컴
별별선생
병무청
보그
볼드저널
봄날의책
봉봉
북인더갭
북클럽 오리진
뷰티클로
브리드
블루골드
비오 작가
빅이슈
빵과사람들
빵빵이 작가
산림청
산마루
살롱드마지
삼성소리샘복지관
삼천리도시가스
샘케이
생활연구소
서울 YMCA
봉천종합사회복지관
서울관광재단
서울대학교 행복연구센터
서울시청
서울특별시사회복지협의회
서울환경운동연합
선아키 작가
설지혜 작가
세네동 어린이집
세이브더칠드런
센개 작가
소동출판사
소산원
손해보험협회
손화신 작가
송산 노인종합복지관
송송책방
수미인
슈가랩
슈가힐
슈퍼노바일레븐
슈퍼코
스마테리아
스브스 노리터
스브스뉴스
스위치
스위트벙커
스타일71
스타티지디
스텔라
스티키몬스터랩
스페이스 선
시크릿810
신월 작가
신철 작가
싱글즈
썰리
쎄븐펜
쏘스뮤직
씨지에스에프엔비
아는동네
아도르 작가
아이엠그리너
알렉스
애니멀피플
애소 작가
애정 팩토리
야놀자
양경수 작가
양산희망학교
어니스틴
어떤버스
어라운드매거진
어린이재단경남지역본부
어린이재단서울지역본부
어썸스쿨
얼루어
엄마표요리
엄윤설 교수
에스노텍
에스엠지
에스콰이어
에코파티메아리
엑스엘게임즈
엔티온
엠빅 뉴스
여성가족부
여은 작가
영광 작가
오늘나어때
오니기리 작가
오보이 매거진
올라펫
옮김
왓챠
요다
요하 작가
우다 작가
운칠기삼
울트라코리아
원더스
웰러
위고
유니세프한국위원회
유비세이프
유시민 작가
유엔난민기구
유용원의 군사세계
유유
윤수영 작가
윤앤컴퍼니
윤직원 작가
이상북스
이석원 택시기사
이숲
이슬림코리아
이승희 작가
이어맥
이우성 작가
이유미 작가
이윤 작가
이윤희 작가
이은재 작가
이지텍
이플루비
인액터스건국 REO
인액터스연세 연인
인어교주해적단
인터비즈
임봉 작가
임선경 작가
임성호 작가
임욱기 작가
잡스엔
잡화점(동아)
장수연 작가
장하오천, 양양 작가
재담미디어
전극진 작가
전미경 작가
정경윤 작가
정문정 작가

함께한 크루들

정재승 작가
제니스앤컴퍼니
제롬앤코
제이나나
제이비랩
제이엠스마트
제제프렌즈
제주 사회공헌 네트워크
제주국제교육정보원
제주대학교 교육대학
제주로의 농부여행
제주영화제
제주올레
제주위탁가정지원센터
제주창조경제혁신센터
제주특별자치도교육청
제철소
젤리피쉬엔터테인먼트
조경규 작가
조샌드위치 판교테크노밸리점
조석호 작가
주영성 작가
주한스웨덴대사관
쥐방울 작가
쥬빌리웍스
지구인랩
지큐
직방
진아 작가
집꾸미기
짜이서울
참치캔 작가
책 끝을 접다
천계영 작가
철사모 봉사단
철새 작가
청민 작가
청예단(청소년폭력예방재단)
초록우산 어린이재단
최희선 작가
쵸밥 작가
치킨마루
카닥
카덴자 작가
카스펠
컨티뉴
컬쳐허브웍스
케이엘에프
케첩
코리아유니랩
코인원
코튼샤워
크리스탈샵
크리스피
클라우드
클레어
클로라
키몽 작가
타라디토
타임머신
탐이부 작가
태양어린이집
탱그램 아메리카
탱그램 팩토리
테라스 스모크 하우스
테이블매니저
토브헤어
트라타카
트렌드 구루
티몬
티엔케이팩토리
파란헤어
파우더룸tv
파이어마커스
팝조이
펄어비스
펩지주식회사
페르더마
포도밭출판사
폭스바겐
푸르농
푸르메재단
풀풀농장
프로작북스
프롬헨스
프리쉐
프시케의 숲
플랜코리아
플리토
핀콘
핀플레이
핑거플러스
핑고 엔터테인먼트
하나의책
하완 작가
하퍼스바자
한국도로공사
한국메이크어위시재단
한국미혼모가족협회
한국신용데이터
한국인삼명가
한국청소년활동진흥원
한국콘텐츠진흥원
한국한부모가정사랑회
서울특별시지부
한스컴퍼니
해피우드
해화 작가
헌드리더
헤세드미용실 구월동본점
현대백화점면세점
홍정훈 작가
화이트랩스
휴플러스
희번덕
AWORKS
BBC
BBC코리아
book21
ⓒfunppy
DK 작가
DURUFIX 작가
EONE
GS SHOP
H201
Hun 작가
K-HERITAGE
KOA
LCW
Meen 작가
MOH Inc
mylovekbs
NARAK 작가
OCN
RBW
RN MADE
S&H Global
SO 작가
SSG
terry 작가
tvN
via K studio
Wing
강근철
강길주
강동욱
강승원
강은실
고미경
권영국
김귀현
김두리
김미송
김미희
김민형
김영
김영란
김영주
김용주
김우형
김재하
김주영
김주원
김준형
김지수
김지영
김진철
김춘택
김치형
김태엽
김태완
김태훈
김혜민
김후균
김희정
김희진
남지호
류정혜
박계현
박성혁
박웅서
박은지
박지현
박지혜
박진석
박진선
백영선
서기원
서준호
송유경
송혜리
신유찬
신은정
안병훈
양지승
오성진
오승준
오예진
오정은
유보금
육심나
윤서한
윤인영
윤형선
윤희진
이경은
이나정
이동녘
이민정
이보규
이소정
이승민
이시훈
이영주
이예현
이재승
이재훈
이정미
이정현
이지현
이지홍
임지웅
임형석
임희원
장미나
전해선
전혜리
정문주
정석원
정수연
정주호
정주희
정현욱
조아라
조은범
조은비
차재희
최연희
최유진
한동헌
한송이
한우성
함화연
허정호
홍은경
홍희진
황명희
황조은

Partners with Kakao
2018년 12월호 (vol.10)

발행일
2018년 12월 20일

발행처
(주)카카오

발행인
여민수 조수용

편집인
양현서

편집장
전수민

편집
강연주 김대원 한우현

디자인 디렉션
김재현

디자인
안그라픽스 미디어사업부

2017년 12월 15일 창간

브런치 주소
brunch.co.kr/@partnerswkakao

본 Partners with Kakao의 판권은 주식회사 카카오가 소유하고 있으며,
카카오는 Partners with Kakao를 상업적 목적으로 이용하는 것을 금지합니다.
또한 저작권법에 따른 정당한 범위 내에서 Partners with Kakao를
이용 가공 인용하시는 경우라도 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

파트너의 꿈과 땀, 카카오가 잇다

kakao