

네이버와 다음카카오의 서비스 동향

이 은 민*

1. 개요

국내 1위 인터넷 사업자 네이버(Naver)는 전 세계에서 5억명이 이용하는 메신저 서비스 라인(Line)을 기반으로 해외매출 비중을 30%까지 끌어올렸으며, 라인 사업부는 연내 일본에 기업공개(IPO)를 추진하는 등 글로벌 비즈니스를 강화하는 모습이다. 국내 2위 다음(Daum)은 카카오(Kakao)와 합병함으로써 카카오톡이라는 강력한 플랫폼과 다음의 검색, 지도 및 미디어콘텐츠 서비스를 강화하고 나아가 모바일 금융서비스까지 런칭함으로써 글로벌 사업자로 성장할 발판을 마련했다는 평가이다. 이에 본고에서는 네이버와 다음카카오가 최근 추진하고 있는 서비스 동향과 전략에 대해 살펴보고자 한다.

2. 네이버의 최근 동향: 글로벌화 가속화 및 신사업 추진

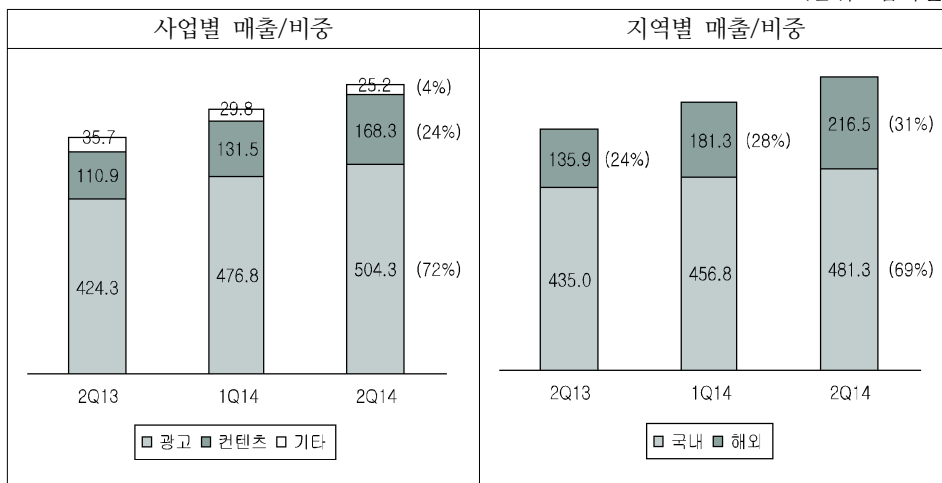
네이버(Naver)는 2014년 2분기에 전년동기 대비 22.2% 증가한 6,978억원의 매출액을 달성했다. 그리고 전년동기 대비 38.5% 증가한 1,912억원의 영업이익을 달성했

* 정보통신정책연구원 ICT산업연구실 부연구위원, (043)531-4314, micha76@kisd.re.kr

는데 이는 2위 사업자인 다음의 영업이익(166억원)보다 11배 이상 높은 수치다. 네이버의 사업구조를 살펴보면 웹 플랫폼 네이버(naver)를 통한 검색광고, 디스플레이광고, 라인광고 등 광고매출 비중이 72%(5,043억원)으로 매우 높은 수준이다. 이어서 라인게임, 네이버뮤직, 웹툰, 게임 등 콘텐츠 매출비중이 24%로 상대적으로 낮은 수준이다. 특히 해외매출은 전년 동기 대비 59.3% 증가한 2,165억원을 달성하며 전체 매출 비중에서 30%를 넘어섰고, 이 중 라인 사업부의 매출액은 1,832억원을 기록하는 등 글로벌 서비스 사업자로서의 입지를 굳히고 있다.

[그림 1] 네이버의 2014년 2분기 실적

(단위: 십억원)



자료: 네이버의 2014년 2분기 실적발표자료

네이버는 이번 분기에 처음으로 일본외 지역의 매출비중이 20%를 넘어서는 등 일본에 편중되어 있는 매출구조가 다변화되는 성과를 거두었다(경제투데이, 2014. 7. 31). 라인은 일본을 중심으로 대만, 태국 등지에서 1위 메신저 서비스이고 1천만명 이상의 가입자를 확보한 국가는 11개국에 달한다. 일본이 5,200만명으로 가장 많고, 인도네시아 3천만명, 태국 2,900만명의 가입자를 보유하고 있으며 가장 최근에 1천만명 가입자를 기록한 국가는 콜롬비아이고, 최근 선보인 음성전화 대체서비스인 '라인

콜'이 장거리 통화가 많은 남미지역에서 좋은 반응을 얻고 있다고 알려졌다(머니투데이, 2014. 8. 20).

[그림 2] 주요국가의 라인 가입자 현황(2014. 7. 31 기준)



자료: 머니투데이(2014. 8. 20)

한편 일본에 서비스 기반을 두고 있는 라인(Line)은 일본 SBI증권과 제휴하여 Line에 증권서비스를 연계하는 등 가입자 기반의 부가서비스 제공에 역량을 집중하고 있다. 라인은 일본의 도쿄증권거래소에 관련 서류를 제출했고 이르면 연내 기업공개(IPO)가 가능할 것으로 예상된다. 일본증권시장에 기업공개하는 것은 향후 글로벌 경쟁을 위한 자금력 확보를 위해서라는 분석이다. 네이버 본사로부터 투자를 받고 있지만 텐센트(위챗)나 페이스북(왓츠앱) 등의 글로벌 기업과 경쟁하기에는 부족하다. 가입자 수 측면에서는 글로벌 경쟁력을 갖춘 만큼 콘텐츠 강화 및 서비스 다각화를 통해 글로벌 비즈니스를 추진할 전망이다(아주경제, 2014. 7. 22).

〈표 1〉 라인과 카카오톡의 가입자수 및 서비스 비교

	라인(Line)	카카오톡(Kakao Talk)
국내가입자	1천만명	4천만명
총가입자	4억 9천만명	1억 4천만명
주요서비스	라인게임, 스티커	카카오톡, 카카오키움
서비스지역	일본, 대만, 태국, 스페인, 인도 등	한국, 인도네시아 등

자료: 디지에코(2014), 경제투데이(2014. 7. 31)

이 밖에도 네이버는 중국 최대의 인터넷사업자 텐센트의 위챗(WeChat)과 제휴하여 중국에 진출하는 교두보를 마련하였다. 전 세계에서 가장 많은 사람들이 이용하는 모바일 메신저 위챗은 9월초 네이버와 웹툰 퍼블리싱 계약을 체결했는데, 이는 향후 네이버가 중국의 5억명의 위챗 사용자들에게 웹툰을 서비스할 수 있게 되었음을 의미한다. 현재 네이버는 홍콩과 대만에서 라인을 활용해 웹툰을 서비스하고 있으나, 라인 서비스가 금지된 중국에 직접 진출하기 어렵기 때문에 중국 최대 메신저 사업자와의 제휴가 향후 네이버의 글로벌 서비스 확산에 큰 기여를 할 것으로 예상된다. 네이버는 현재 대만과 홍콩에서 중국어 번체로 50여개의 웹툰을 서비스 중이며 중국에서 쓰는 간체로 바꾸면 당장 서비스가 가능하다. 텐센트의 입장에서도 음악, 드라마, 영화, 게임 등 한류콘텐츠에 큰 매력을 느끼고 있으며 수많은 히트작을 보유한 네이버 웹툰은 SNS 위챗의 가치를 업그레이드 시켜줄 콘텐츠임에 분명하다. 웹툰을 활용한 게임 등 2차 저작물 유통도 텐센트가 맡을 가능성이 높아 보인다(전자신문, 2014. 9. 24).

라인서비스 외에 네이버가 새롭게 주력하고 있는 서비스는 ‘모바일결제’이다. 네이버는 전자결제서비스 옐로페이와 제휴하여 송금서비스를 출시했는데, 기존의 N빵 계산기 메뉴에 송금서비스가 더해지는 방식이다. 다시 말해 회비를 참석자 수로 나눠 계산할 수 있는 ‘N빵 계산기’ 메뉴에 ‘회비내기’ 버튼을 붙여 바로 송금이 가능하도록 하는 서비스로 알려졌다. 이 서비스는 카카오톡에 신용카드를 저장해놓고 결제시 이

용하는 ‘카카오페이’서비스와 달리 외부 결제업체의 시스템을 밴드에 연동시킨다.

한편 스마트 기기의 확산과 각종 콘텐츠의 양이 범람함에 따라 이용자들에게 꼭 필요한 콘텐츠를 선별적으로 제공하는 서비스들이 등장하고 있다. 음악시장, 동영상시장, 검색시장에서 빅데이터와 결합된 맞춤형·추천형 콘텐츠가 인기를 끌고 있다. 네이버는 9월 1일부터 새롭게 ‘PC 통합검색 서비스’를 개시하여 그동안 단순한 검색결과를 나열식으로 보여주는 것에서 벗어나 이용자가 원하는 맞춤형 결과를 제공하는 방향으로 검색 알고리즘을 바꾸었다. 이용자가 검색어를 입력할 때 원하는 정보가 무엇인지를 유추하여 이에 맞는 검색결과를 제공하기 위한 변화라고 할 수 있다(디지털타임즈, 2014. 9. 1).

3. 다음카카오의 최근 동향: 양사 합병 및 모바일 금융 진출

2014년 10월 1일 다음카카오(daumkakao)가 공식적으로 출범하였다. 합병 이후에 다음카카오가 가장 야심차게 추진하는 것이 바로 모바일 금융서비스인데, 이 서비스는 현재 글로벌 및 국내 ICT사업자들이 중점적으로 추진하고 있는 서비스 중 하나이다. 페이스북, 아마존, 애플, 아마존 등 글로벌 인터넷 플랫폼 사업자와 알리바바, 텐센트, 바이두 등 중국의 3대 인터넷 사업자 모두 모바일 금융서비스 시장에 진출했다. 국내의 주요 ICT기업들도 모바일 금융에 진출하고 있다. 카카오는 소액송금을 위한 ‘뱅크월렛 카카오’와 간편결제 서비스 ‘카카오페이’를 출시했고 네이버도 밴드에서 소액송금 서비스를 시작했다. LG유플러스는 카카오페이로 소액결제를 할 때 공인인증서 대체기술인 ‘엠페이’를 개발했다. 지불결제 대행사업자(Payment Gateway)인 KG이니시스와 KG모빌리언스도페이팔·알리페이와 같은 간편결제서비스 ‘케이페이’를 개발했고, LG유플러스도 간편결제서비스 ‘페이나우 플러스’ 서비스를 출시했다.

〈표 2〉 국내 주요 ICT기업 모바일 금융진출 현황

기업	모바일 금융진출 내용
카카오	소액송금 위한 '뱅크월렛 카카오' 출시(2014년 10월) 간편결제 위한 '카카오페이' 출시(2014년 9월)
네이버	밴드에서 소액송금서비스 시작(2014년 8월)
LG유플러스	간편결제서비스 '페이나우 플러스' 시작(2014년 8월)
KG모빌리언스, 이니시스	간편결제서비스 '케이페이' 출시(2014년 9월)
LG CNS	공인인증서 대체기술 '엠페이' 개발

자료: 각종 기사

카카오 금융서비스는 국내의 모바일 금융서비스들 중 가장 주목받고 있는데 바로 카카오톡이라는 거대한 가입자기반의 플랫폼을 이용하기 때문이다. 간편결제서비스 '카카오페이'는 사업자인 카카오가 플랫폼을 제공하고 LG CNS가 공인인증서의 대체 본인인증 수단인 '엠페이'를 지원하는 구조이다. 여기에 비씨카드, 신한카드 등 9개 카드사가 참여할 경우 '카카오-LG CNS-카드사'로 이어지는 모바일 카드결제 시스템이 형성된다.

'뱅크월렛 카카오' 서비스는 가상계좌를 개설해 50만원까지 충전할 수 있고 카카오 톡에 등록된 친구에게 하루에 10만원까지 송금할 수 있는데, 런칭 20일만에 가입자가 80만명을 넘어서는 등 빠른 성장세를 보이고 있다. 뱅크월렛 카카오는 이용자들에게 송금절차가 축소되고 결제정보가 저장되는 등 편의성이 증가하고 카카오톡이라는 익숙한 사용환경이 큰 장점이다. 한편 카카오톡과 증권서비스를 연계한 '증권플러스 포 카카오' 서비스는 2014년 2월 런칭했다. 당시에는 주식종목 및 시황 등 실시간 '정보 제공'이 주요 기능이었으나 8월에 '주식매매서비스'가 가능해지고 9월에는 증권플러스 이용자 중 한 주간 수익률이 가장 높은 순으로 매매내역 및 투자전략 등을 공개하는 '랭킹서비스'도 시작한다. 향후에는 투자성향 분석서비스, 모의투자 서비스 등으로 까지 영역을 넓히는 방안을 고려하고 있다.

〈표 3〉뱅크월렛 카카오와 증권플러스 포 카카오의 주요 내용

구분	제휴기관	주요 내용	
뱅크월렛 카카오	금융결제원 및 주요은행	출시일	- 2014년 10월 서비스 예정
		현금충전	- 최대 50만원 한도, 금액소진 시 자동충전
		송금	- 카카오톡 ID기반 1일 최대 10만원 송금, 건당 수수료 100원
		현금출금	- NFC기반 자동입출금기(ATM)에서 출금
		결제	- NFC기반 온라인/모바일 쇼핑물 소액결제
증권플러스 포 카카오	주요 증권사	출시일	- 2014년 2월
		정보제공	- 주식종목 및 시황정보 실시간 제공
		주식매매	- 카카오톡과 연동해 실시간 주식매매
		랭킹 서비스	- 증권플러스 이용자들 중 매매수익률이 높은 순서대로 매매내역 및 투자전략 공개

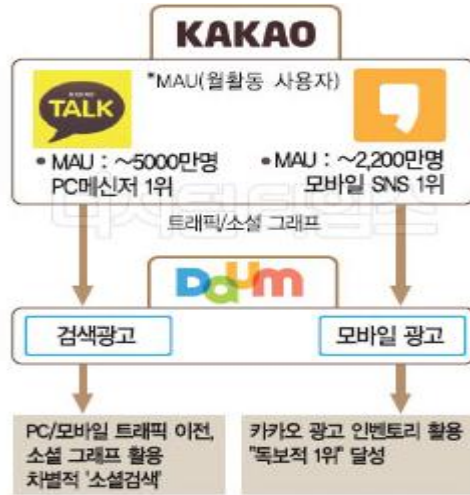
자료: 조운정(2014), 디지털타임즈(2014. 9. 23) 자료 수정

한편 다음카카오는 카카오 가입자를 기반으로 신규 비즈니스 및 서비스 확장을 통해 웹서비스 시장에서 네이버를 따라잡겠다는 전략이다. 카카오톡의 가입자 1억 3천 만명¹⁾ 카카오게임 누적 가입자수 5억명²⁾을 대상으로 다음검색 서비스 사용을 유도하고 이들을 대상으로 다음tv팟이나 영상콘텐츠, 게임 등을 제공할 수 있을 것으로 예상된다. 다음카카오는 상반기에 런칭했던 ‘방금 그곡’(음악 검색), ‘바로 이거’(즉답 검색), ‘계산기 검색’ 등 검색관련 신규서비스를 강화하고, 모바일 앱도 2.0으로 개편하는 등 카카오 가입자들의 사용을 유도할 수 있도록 서비스 품질을 높혀 광고수익으로 연계한다는 전략이다(디지털타임즈, 2014. 8. 6).

1) 매일경제(2014. 5. 28)

2) 2012년에 7개의 파트너사와 10개 모바일 게임으로 서비스를 런칭한 ‘카카오게임’은 현재 230개 이상의 국내외 파트너와 460여개의 모바일게임을 제공중임. 카카오게임의 누적 가입자 수는 출시 1주년인 2013년 7월에 3억명, 2014년 5월 초에 5억명을 넘어섬(아이티데일리(2014. 5. 13))

[그림 3] 카카오 활용 다음 인터넷 사업 성장성



출처: 디지털타임즈(2014. 8. 6)

또한 9월부터 카카오토리의 광고상품인 ‘오늘의 추천소식’의 최저비용을 기존 1천만원에서 1만원으로 낮춰 주로 대기업들만 이용하던 서비스에서 중소 사업자들도 이용할 수 있게 전략을 수정했고 광고판매방식도 기존의 구좌판매 방식에서 실시간 입찰제 방식으로 바뀌었다. 음악 서비스인 카카오뮤직도 기존의 음원판매 방식 이외에도 기업계정을 판매하여 카카오톡 플러스 친구처럼 카카오뮤직에 기업 브랜드의 뮤직룸을 열고 음악을 활용한 브랜드 홍보를 할 수 있도록 할 예정이다(전자신문, 2014. 9. 2).

4. 결 어

본고에서는 국내 1위 인터넷포털 네이버와 국내 1위 모바일 메신저 서비스의 다음 카카오가 최근 주목하고 있는 서비스 동향에 대해 살펴보았다. 네이버는 글로벌 기반의 메신저 서비스 라인이 전체매출의 30%를 넘어서고 일본 이외의 지역에서도 약진하고 있으며, 특히 중국에 웹툰을 서비스하는 등 글로벌 진출이 가속화되는 형국이다. 또한 페이스북, 구글, 애플, 알리바바 등 글로벌 ICT기업들 및 국내의 다음카카오가

추진 중인 모바일 금융서비스에도 진출하고, 빅데이터 기반의 맞춤형 검색 서비스를 출시하는 등 변화의 모습을 보이고 있다.

2014년 10월 1일 공식 출범한 다음카카오는 다음은 ‘검색’과 ‘지도’ 등의 웹기반 서비스에 강점이 있고 카카오는 국민 메신저 ‘카카오톡’이라는 모바일 플랫폼을 보유하고 있어 다음카카오가 얼마나 시너지를 발휘할 것인지에 관심이 모아지고 있다. 당사는 첫 번째 서비스로 카카오페이, 카카오 월렛서비스 등 카카오 금융서비스를 추진하고 있다. 국내 모바일시장의 90% 점유율을 보이는 카카오 플랫폼의 경쟁력과 간편한 사용방법을 고려할 때 카카오페이 등 카카오 금융서비스는 빠르게 확산될 것으로 예상된다. 카드업계에서는 카카오플랫폼-결제시스템(LG CNC의 엠페이)-신용카드로 이어지는 서비스 라인에서 카카오 플랫폼에 대한 종속이 커져 모바일 결제에 대한 주도권이 약화되어 향후 수수료 등의 이슈에서 협상력이 떨어질 것을 우려하고 있다. 또한 KG 이니시스, 모빌리언스 등의 PG사들은 그동안 공인인증서 등 복잡한 인증절차로 인해 휴대폰 결제를 이용하던 수요가 하락할 것으로 우려하며 대응마련에 나서고 있다.

그러나 카카오 금융서비스에 대한 낙관적인 전망만 있는 것은 아니다. 중국의 최대 인터넷쇼핑 사업자 알리바바는 알리페이라는 내부결제시스템에 일정 자금을 예치하여 알리바바 그룹 내 주요 상거래 사이트 및 오프라인 쇼핑시 이용할 수 있으며, 알리페이 계정에 남아있는 금액은 높은 수익률의 펀드에 투자하도록 연계하고 있다. 반면 카카오는 알리바바의 서비스와 비교할 때 자체적으로 결제플랫폼이 없이 LG CNC의 mpay 시스템 및 카드업계와 제휴한 상태로 제휴사들의 입장변화에 따라 안정적인 서비스 제공이 어려울 수도 있다. 또한 자체 상거래 사이트를 보유하지 않아 제휴사들의 온/오프라인 상거래 매장을 이용해야 하고, 예치금에 대한 활용가능 방안이 마련되지 않는 등 카카오 금융서비스를 이용할 유인은 크지 않다는 입장이다. 이러한 기대에 대한 상반된 논의는 카카오 금융서비스에 대한 관심의 반증이며 페이스북, 구글, 애플, 아마존, 이베이 등 글로벌 ICT기업들의 주도로 모바일 금융서비스가 확산되고 있는 시점에서 국내의 카카오 금융서비스의 서비스 성공여부에 이목이 집중되고 있다.

참고문헌

- 경제투데이 (2014. 7. 31), “3대 포털 2분기 실적보니..네이버만 웃었다”.
- 디지에코 (2014), “ICT산업의 M&A 시장동향 및 전망”.
- 디지털타임즈 (2014. 8. 6), “카카오와 합병 앞둔 ‘다음’, 검색서비스 전면 내세운다”.
- _____ (2014. 9. 1), “맞춤·추천형 서비스 뜬다”.
- 매일경제 (2014. 5. 28), “내 콘텐츠로 떼돈버는 IT 재벌들.. 나도 그렇게 될 수 있을까”.
- 머니투데이 (2014. 8. 20), “‘라인’ 가입자 5억 돌파 눈앞… ‘수다’ 넘어 비즈니스로 뜬다”.
- 아이티데일리 (2014. 5. 13), “카카오게임, 누적 가입자 5억명 넘어”.
- 아주경제 (2014. 7. 22), “라인, 글로벌 잡고 카톡 잡는다”.
- 전자신문 (2014. 9. 2), “덩치 커진 카카오의 새 먹거리 찾기”.
- _____ (2014. 9. 24), “네이버, 中텐센트에 웹툰 서비스”, 2014. 9. 24.
- 조윤정 (2014), “ICT업계의 금융업 진출에 따른 시장영향 분석”, KDB산업은행, 산업이슈, pp.50~68.