

partners with kakao

partners

Volume

03

2018. 02

파트너의 꿈과 땀, 카카오가 있다

03



with kakao

#viaK스튜디오 #범고래 #청민
#경기남부지방경찰청
#초지능연구센터 #기념일모금함 #제주데이터허브
#카카오T

kakao

kakao

partners



COVER STORY

카카오와 파트너가 함께 만들어가는 이야기, 3호 표지의 주인공은 '청민(박예은)' 작가. 평범한 대학생이었던 그는 카카오의 콘텐츠 퍼블리싱 플랫폼 '브런치(brunch)'를 만나 '직업 작가'가 됐다. 어느덧 세 번째 책을 준비하고 있는 그를 만나 글쓰기에 대한 이야기를 들었다.

with kakao



카카오의 응원으로 꿈을 이루고

기획력으로 아이디어를 빛내며





더 안전한 사회를 만들 수 있게 됐어요

새해 인사를 드린 지 엇그제 같은데 벌써 2월의 중턱이네요.

연초 세우신 계획은 잘 지키고 계신가요?

이번 호에는 ‘연결’의 기회를 잡아 차곡차곡 꿈을 이뤄나가는 분들의 이야기를 담았습니다.

표지 모델은 카카오의 글쓰기 플랫폼 ‘브런치(brunch)’를 통해 오랫동안 가슴에만 품고 있던 ‘작가’라는 꿈을 이룬 청민(박예은) 작가입니다. 2015년 ‘제1회 브런치북 프로젝트’를 통해 첫 책을 낸 청민 작가는 이제 세 번째 책을 준비 중입니다.

심드렁한 표정으로 인기를 모은 이모티콘 ‘대충하는 답장’의 범고래 작가는 그림 전공자도 아닌데 아이디어 하나로 역대 매출을 올린 인기 작가가 됐습니다. ‘친구들과 일상에서 주고받을 법한 무뚝뚝한 말투의 이모티콘이 있으면 어떨까?’가 그 시작이었습니다.

연결의 가치는 사회 안전망에서도 빛났습니다. 바로 카카오모빌리티와 경찰의 만남이죠. 2016년 경기남부지방경찰청은 카카오택시 기사님들에게 실종자 등의 정보를 전달하는 내용의 협약을 맺었습니다. 이를 통해 예전보다 실종자를 훨씬 빨리 찾는 경우가 늘어났다고 합니다.

사람들은 디지털 디바이스 등 기술의 발전이 세상의 온기를 사라지게 한다고 걱정합니다. 그런데 저는 기술이 멀리 있는 우리를 더 가깝게 만들고, 더 많은 연결 기회를 제공하는 게 아닐까라는 생각을 자주 합니다. 연결을 통해 더 나은 세상을 만들 수 있다는 생각을.

어떻게 보면 카카오가 하는 일도 ‘연결’입니다. 사람과 사람, 사람과 정보, 사람과 세상을 연결하고, 파트너들이 연결의 ‘가치’를 만들어주는 것이죠. 그래서 한 번 더 다짐해봅니다. 끊임없이 사용자의 관점에서 생각하고 파트너와 함께하는 진짜 연결의 가치를 잃지 않겠다고요.

앞으로도 카카오를 만나 달라진 삶의 이야기들을 파트너스 워드 카카오를 통해 많이 만나실 수 있도록 노력하겠습니다.

무술년(戊戌年) ‘황금 개’의 해를 맞아 모두 인생의 황금기를 만드는 팔팔한 2018년을 보내시길 바랍니다.

발행인 임지훈

partners

dialogue	선물하고 싶은 #플라워무드등 via K 스튜디오	14
	주저하지 말고 도전해보세요 범고래 작가	24
story	글이 작품이 되는 순간 청민 작가	32
	경찰과 택시의 똑똑한 만남 경기남부지방경찰청	46
party	같이 만드는 AI 기술의 미래 카카오브레인 & CSI 공동 워크숍	56

with kakao

record	특별한 하루에 마음을 더하다 같이가치 with Kakao	60
	스마트 제주 향해 한 걸음 더 제주 with Kakao	66
info	더 나은 이동을 위한 고민 카카오T	72

partners

카카오는 사람과 사람, 사람과 정보, 사람과 세상을 연결하는 플랫폼 역할을 통해 더 나은 세상을 만들어갈 수 있다고 믿습니다. 이번 호에는 카카오를 통해 새로운 직업을 찾고 꿈을 이룬 파트너들과, 카카오와 함께 더 안전한 사회를 만들어가는 파트너의 이야기를 실었습니다.

선물하고 싶은 #플라워무드등

글이 작품이 되는 순간

경찰과 택시의 뚝뚝한 만남

같이 만드는 AI 기술의 미래

선물하고 싶은 #플라워무드등

via K 스튜디오의 2017년은 그 어느 때보다 바쁜 한 해였다. ‘향기 나는 수국 무드등’이 카카오 선물하기에서 연간 1만5000개 넘게 판매되며 큰 사랑을 받은 덕분이다. 안윤경 대표는 via K 스튜디오의 인기 비결로, 생산 수량이 많아져도 제품의 기획부터 최종 검수까지 반드시 디자이너의 손을 거치는 업무 방식과 카카오 선물하기의 참신한 기획력을 꼽았다.

via K 스튜디오는
어떤 곳인가요?

올해로 11년 차를 맞이한 디자인 스튜디오입니다. 이름만 듣고 사진을 찍는 스튜디오로 생각하는 분들도 많은데, 공예를 전공한 디자이너들이 모여 수작업으로 제품을 만드는 곳이에요. 저를 포함해 총 5명의 디자이너가 기획, 디자인, 제작은 물론 디스플레이와 유통, 마케팅까지 도맡아 진행하며 via K만의 색깔을 선보이고 있습니다.

꽃을 소재로 한 다양한 소품에서 via K만의 특색이
잘 묻어나는 것 같아요.

오픈 당시 스튜디오 테마를 ‘Luck & Love’로 정하면서, 우리나라 규방 문화를 현대적 감각으로 재해석해 행운과 사랑을 담은 디자인을 선보이고 싶었어요. 규방 문화 기록 속 아녀자들이 가족의 안녕과 건강을 기원하며 부귀영화를 뜻하는 모란, 다산을 상징하는 연꽃 등을 그리거나 수놓은 것처럼요. 2007년 첫 선을 보인 후 지금까지 많은 사랑을 받고 있는 ‘플라워 펜’도 여기서 착안해 만들었습니다.

최근 몇 년 사이 꽃을 일상 속 가까이 두는 트렌드가 자리 잡고
있어요. 고객들의 반응에서 이를 실감하시나요?

디자인 박람회에서 저희 제품을 소개하면 예전에는 10명 중 8명이 ‘예쁘지만 비싸다’는 반응이었다면, 요새는 절반 이상이 ‘갖고 싶다’고 하세요. 말씀하신 것처럼 2~3년 전부터 작은 꽃집도 훨씬 많아지고 꽃을 정기 배송해주는 서비스도 생기면서 꼭 특별한 날이 아니더라도 꽃을 사거나 선물하는 것에 익숙해진 것 같아요. 그 사이 저희도 플라워 펜, 플라워 LED 조명 등 꽃을 모티프로 한 디자인을 꾸준히 개발해온 덕분에 고객들의 높아진 관심과 다양해진 수요를 충족시킬 수 있었다고 생각합니다.

그동안 어떤 경로로
제품을 소개해오셨나요?

처음에는 주로 우리나라와 해외의 디자인 박람회를 통해 제품을 직접 소개하고 바이어를 만나 제품을 판매했어요. 그러면서 저희만의 콘셉트가 조금씩 알려지기 시작했고, 화장품 브랜드의 VIP 프로모션이나 테마파크의 톨립

via K 스튜디오
안윤경 대표가 공예를 전공한
디자이너들을 모아 만들었다. 카카오
선물하기에서 ‘플라워무드등’처럼 꽃을
모티프로 한 인테리어 소품을 선보이고
있다. 아름다움과 실용성이라는 두 마리
토끼를 잡은 via K 스튜디오의 다양한
상품들은 고객의 사랑을 듬뿍 받는
중이다.

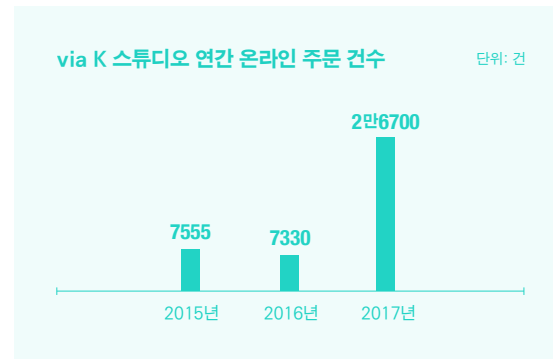
축제처럼 재미있는 프로젝트를 제안받아 협업하기도 했고요. 온라인 판매를 시작한 것은 2008년 무렵이에요. 당시 온라인 쇼핑몰이 우후죽순처럼 많이 생겨나서 저희도 이곳저곳에 입점을 많이 했어요. 많이 입점해야 많이 팔릴 것이라고 생각했는데 실상은 그렇지 않았죠. 지금까지 좋은 관계를 유지 중인 거래처도 있지만 1년 반 만에 아무런 통보도 없이 사라지는 곳도 많았어요. 그러던 중 2013년부터 리빙 소품에 특화된 쪽으로 스튜디오의 방향을 집중하면서, 이전의 시행착오를 교훈 삼아 온라인 판매 기반을 다지기 시작했습니다. 2014년 이후로는 오프라인보다 온라인 매출이 더 큰 비중을 차지하고 있어요.

카카오 선물하기에는 어떻게 입점하게 되었나요?

저희 제품을 판매하는 리빙 소품 온라인 쇼핑몰을 통해 2016년 12월 처음으로 카카오 선물하기에 입점했어요. 그때 소개한 것이 ‘향기 나는 수국 무드등’인데 판매 반응이 좋아서 단독으로 더 팔아보고 싶다는 제안을 받았습니다. 그런데 저희는 수작업으로 일일이 검수까지 마쳐야 비로소 제품이 완성되기 때문에 대량으로 제작해서 재고를 쌓아 둘 수가 없어요. 바로 확보할 수 있는 재고가 없어서 고민하다가, 그 무렵 진행된 리빙 박람회에서 판매하려고 했던 수량을 카카오 선물하기에 보내기로 했죠. 다행히도 며칠 만에 완판되었지요. 저희 제품을 눈여겨보던 리빙 카테고리 담당 박진선 MD를 통해 본격적으로 입점하게 됐습니다.

카카오 선물하기와 함께한 뒤 어떤 변화가 있었나요?

2017년 초 카카오 선물하기에 단독 입점하면서 온라인 매출이 큰 폭으로 상승했어요. 2016년 대비 지난해 온라인 매출은 300% 이상 상승했고, 지난해 온라인 매출 중 카카오 선물하기에서 발생한 금액은 55%를 차지합니다.

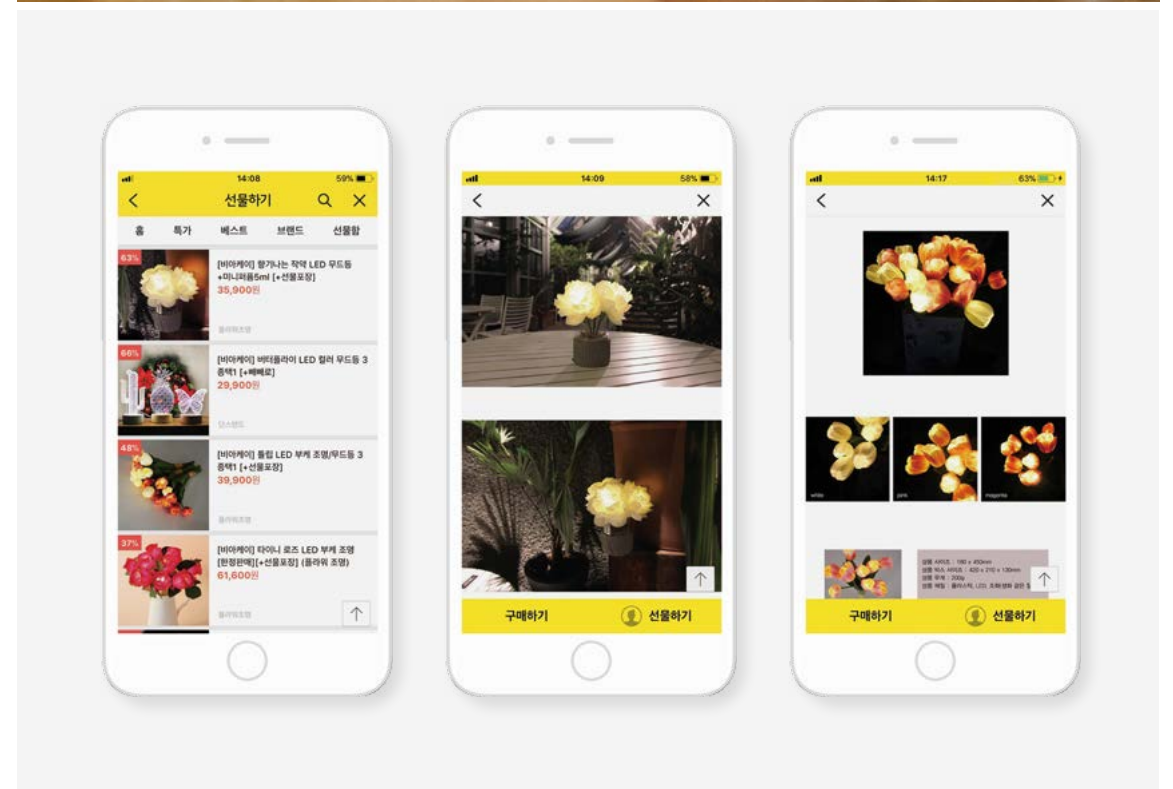


입점 후 어떤 제품들이 반응이 좋았나요?

‘향기 나는 수국 무드등’이 단연 베스트셀러였어요. 주문 숫자로만 따지면 1만5000건이 넘습니다. 카카오 선물하기에서 전체 인기 판매 순위 50위를 기록하기도 했고요. 최근에는 생화 같은 질감의 ‘작약 무드등’과 ‘프린세스 로즈덤’도 반응이 좋습니다. 지난 크리스마스 시즌에 선보인 인테리어 소품들도 많은 사랑을 받았어요.

이렇게 많은 사랑을 받은 비결이 무엇이라고 생각하세요?

실제 꽃처럼 아름다운 디자인에 조명이라는 실용적인 기능을 더했다는 게 저희 제품의 가장 큰 특징이죠. 그래서 카카오 선물하기처럼 선물용으로 특화된 쇼핑 플랫폼에 특히 적합했던 것 같아요. 여기에 카카오 선물하기만의 차별화된 기획이 더해져 더 주목을 끌 수 있었어요. ‘플라워무드등’이라는 이름을 만든 것도 카카오 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.





“ 우리나라 규방 문화를 현대적 감각으로 재해석해 행운과 사랑을 담은 디자인을 선보이고 싶었어요. 규방 문화 기록 속 아녀자들이 가족의 안녕과 건강을 기원하며 부귀영화를 뜻하는 모란, 다산을 상징하는 연꽃 등을 그리거나 수놓은 것처럼요.”

“ ‘플라워무드등’이라는 이름을 만든 것도 카카오 선물하기예요. 이전까지는 저희 제품을 ‘수국 조명등’이나 ‘LED 꽃’이라고 불렀는데, ‘플라워무드등’이라는 하나의 제품 카테고리가 명확하게 생긴 거예요. 고객들 입장에서는 검색하기도 쉽고, 빼놓을 수 없는 인테리어 소품으로 여기게 된 거죠.”



안 대표(왼쪽 세번째)가 서울 강남구 via K 스튜디오
쇼룸에서 직원들과 함께 제품 이야기를 나누고 있다.

주문량이 갑자기 많아진 것은 반가운 일이지만 한편으로는 생산 방식에 대한 고민이 생겼을 것 같아요.

처음에는 늘어난 주문 수량에 맞춰 생산량을 한 번에 늘릴 수 없어서 1차, 2차, 3차 입고 공지를 띄우고 판매를 진행했어요. 점점 저희 제품을 기다려주는 고객들이 생겨나는 것을 보고 무척 뿌듯했습니다. 덕분에 지난해 엄청 바빴어요. 디자인 스튜디오로서 한 단계 도약하는 계기였다고 생각해요. 디자이너들의 수작업을 기반으로 보다 많은 양을 생산할 수 있도록 3년 전부터 공장과 수차례 샘플 작업을 하며 프로세스를 차근차근 다지고 있었는데, 지난해를 계기로 많은 부분이 마무리되었어요. 아웃소싱을 통한 배송 시스템도 자리 잡았고요. 카카오 선물하기 첫 입점 때 새벽 4시까지 직접 택배 포장을 했던 것에 비하면 정말 많은 발전이 있었죠.

카카오 선물하기가 매출 증대 외에 도움이 된 부분이 있나요?

저희처럼 디자인부터 생산까지 직접 진행하는 입장에서는 제작 기간과 예산을 충분히 확보하는 것이 가장 큰 고민이에요. 그 점에서 카카오 선물하기는 참 고마운 파트너입니다. 봄과 여름, 가을과 겨울, 그리고 크리스마스 이렇게 1년에 크게 세 번 시즌별로 새로운 디자인을 선보이는데, 아이디어 회의부터 실제 제품 샘플이 완성되기까지 적어도 40일 이상 걸려요. 카카오 선물하기와 기획 단계부터 함께 논의함으로써 보다 전략적으로 시즌을 준비할 수 있게 됐지요. 현재 올 봄여름 시즌과 5월까지의 제작 스케줄 준비를 모두 마친 상태입니다. 무엇보다 사입 거래로 예산을 안정적으로 확보할 수 있게 된 점이 큰 도움이 됐어요. 보통의 거래처는 실제로 판매된 만큼의 금액이 나중에 결제되는 위탁 방식으로 거래하는데, 이 방식으로는 소규모 스튜디오나 중소기업이 새로운 제품 개발에 필요한 자금을 확보하기가 어렵습니다. 동료들이 가장 많이 고민하는 부분이기도 하고요. 판매되기 전까지는

제품 제작에 들어간 비용을 회수할 수 없고, 매달 발생할 매출을 미리 예상하기 힘들니 자금 운용에 제약이 생길 수밖에 없죠. 그래서 저희는 2014년부터 금액이 크지 않더라도 사입 거래 비중을 높이고 있었어요. 카카오 선물하기와 사입 방식으로 거래하면서 지난 한 해 동안 다양한 제품을 기획, 제작, 생산할 수 있는 원동력을 얻었습니다.

디자인 스튜디오를 운영하면서 어떤 점이 가장 힘든가요?

아무래도 디자인 저작권과 관련된 문제가 가장 까다로운 것 같아요. 아직까지 우리나라에서는 저작권에 대한 인식이 확실하게 자리 잡지 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 카카오 선물하기를 통해 via K의 브랜드와 제품 인지도를 높일 수 있었던 것이 큰 힘이 됐어요. 제품명 앞에 [비아케이]라고 브랜드 이름을 명시해주는 것도, 저희 입장에서는 고객들에게 다시 한번 브랜드 이름을 상기시킬 수 있는 중요한 디테일이죠.

지난 10년간 디자이너로서 대중과 소통하는 방식에도 변화가 있었나요?

처음 스튜디오를 시작할 때만해도 예술적인 측면이 강조된 제품을 많이 구상했어요. 그 당시 저희가 주로 만난 고객은 바이어나 디자인 박람회를 찾아올 정도로 이쪽 분야에 관심이 많은 분들이었거든요. 직접 얼굴을 마주하고 제품을 소개하는 만큼 창작자로서 저희만의 색깔을 드러내야 한다는 의지가 강했죠. 그 사이 디자인 제품의 유통 경로가 점점 오프라인에서 온라인으로 옮겨가고, 디자인에 관심 갖는 고객층도 넓어진 것 같아요. 인테리어나 DIY 등이 유행하고, 예쁘고 아름다운 것을 일상에 가까이 두려는 사람들이 많아지면서, 저희 제품을 알아봐주시는 분들이 확실히 늘어났어요.

카카오 선물하기 같은 편리한 쇼핑 플랫폼이 등장하면서 이렇게 모인 관심이 실질적인 구매로 이어지기도 했고요. 그래서 저희도 예술이나 디자인 중심의 접근만 고수하기보다는, 소셜 네트워크 서비스나 온라인을 통해 디자인 스튜디오의 소소한 일상을 공유하며 좀 더 친숙한 방법으로 대중과 소통하려고 노력하고 있습니다. 🐼



via K 스튜디오의 인기
제품을 구경하려면
QR 코드를 찍어보세요

via K 스튜디오의 하루

via K 스튜디오 운영 방식의 가장 큰 특징은 제품의 기획부터 생산, 검수, 영업, 마케팅, 촬영, 소름 관리 등 모든 업무가 공예를 전공한 디자이너들의 손을 거친다는 것이다. via K의 모든 콘텐츠에 이들만의 색깔이 묻어나는 비결이다. 안운경 대표가 바쁘게 돌아가는 via K의 하루를 소개한다.

AM 9:30	AM 10:30	AM 11:00	PM 12:30	PM 2:00	PM 4:00	PM 5:00	PM 7:00
출근 전날 주문량을 판매처별로 확인하는 것으로 업무를 시작합니다. 주문량이 많아지는 봄과 크리스마스 시즌에는 배송에 차질이 없도록 더욱 꼼꼼한 체크가 필요하죠. 신상품이 출시되는 시기에는 판매 순위를 수시로 체크하며 고객들의 반응을 살핍니다.	주간 회의 아직 봄이 오기도 전이지만 via K 스튜디오의 달력은 올해 크리스마스까지 빼곡합니다. 제작이 완료된 봄 상품의 입고 진행 상황을 체크하고, 다가올 가을과 크리스마스 시즌에 대한 아이디어를 나눕니다. 올해는 'My secret cache (비밀의 화원)'를 주제로 보다 환상적이고 독특한 분위기의 컬러와 디자인을 선보이려고 합니다.	패키지 디자인 점검 선물을 받는 순간의 감동을 결정하는 패키지 역시 디자이너들이 직접 작업합니다. 올봄의 패키지는 빈티지 약국 화장품에서 영감을 받았어요. 고급스러운 선물을 받는 느낌을 살리고자 패턴 하나하나에 들어가는 색상까지 심혈을 기울여 고른답니다.	점심시간 저희 스튜디오는 소름을 겸하고 있어서, 근처 직장인들이 점심시간을 이용해 스튜디오를 방문하기도 합니다.	거래처 MD 미팅 작년 연말부터 올봄 시즌에 대비하기 위해 카카오 선물하기를 비롯한 주요 거래처와 미팅을 진행하고 있어요. 감사의 달인 5월을 전후로 판매량이 급증하는 봄은 저희에게 무척 중요한 시즌이죠. 제품 입고 일정과 판매 수량을 협의하고, 재미있는 프로젝트 아이디어를 교환하기도 합니다.	제품 검수 via K의 모든 제품은 물류 센터에 입고되기 전 꽃잎을 손으로 하나하나 다듬는 등의 꼼꼼한 검수 과정을 거칩니다. 디자이너들의 섬세함이 빛을 발하는 순간이죠. 배송 중 파손이 발생해 교환이나 환불 요청에 응대하는 A/S 역시 중요한 업무 중 하나입니다.	제품 촬영 제품을 소개하는 콘텐츠도 외주 제작을 하지 않고 저희들이 직접 만듭니다. 사진 한 장, 짧은 소개 문구 한 줄에도 via K만의 색깔이 묻어나는 콘텐츠는 제가 특히 자부심을 갖는 부분이에요. 제품 하나당 적어도 5시간 이상, 길게는 며칠 걸릴 정도로 많은 고민과 준비 과정을 거칩니다.	퇴근 저희 제품이 많은 사랑을 받기 시작한 이후로는 퇴근 시간을 지키기가 쉽지 않아요. 하지만 디자이너에게는 새로운 것을 보고 영감을 받는 것도 중요하기 때문에 트렌디한 편집숍이나 전시장을 방문해 아이디어를 얻습니다. 개인적으로는 경복궁 고궁박물관을 좋아해요. 아주 오래전 누군가 일상에서 사용했던 물건들을 보는 것은 정말 흥미로운 일이죠. via K 제품도 고객들의 일상 속에 오래도록 함께하길 바랍니다.

주저하지 말고 도전해보세요

낙서인 듯 낙서 아닌 무성의한 그림에 심드렁한 단답형 말투, 심지어 이름까지 ‘대충하는 답장’인 이모티콘이 있다. ‘설마 팔리겠어?’ 하는 주변의 심드렁한 반응에도 불구하고 2017년 카카오톡에서 많이 팔린 이모티콘 순위에 이름을 올렸다. 평범한 직장인에서 이제는 인기 이모티콘 창작자가 된 범고래 작가가 카카오톡 이모티콘 스튜디오의 문을 두드렸던 생생한 경험담을 들려준다.

‘대충하는 답장’이 2017년 인기 이모티콘 중 하나로 선정됐어요. 소감이 어떠신가요?

평범한 직장인이었던 저에게 이모티콘 작가라는 새로운 직업이 생긴 지 1년이 채 되지 않았어요. 이런 변화가 여전히 신기하고 또 감사하기도 해요. ‘대충하는 답장’의 아이디어가 떠올랐을 때가 마침 카카오톡 이모티콘 스튜디오가 막 생긴 시점이었어요. 예전이었으면 이런 아이디어로는 한 톨도 벌지 못했겠지만, 이제는 저 같은 일반인도 이모티콘을 만들어볼 수 있는 기회가 생겼으니 타이밍이 참 좋았어요. 한편으로는 갑자기 높아진 주변 사람들의 기대치와 ‘억대 매출 이모티콘 작가’라는 수식어가 부담되기도 해요.

대충하는 답장의 탄생 비화가 궁금해요.

친한 남자 친구들끼리 모여 있는 단체 대화방은 90% 이상이 쓸데없는 말들이거든요. 서로 무시하고 약 올리고 장난치는 일상적인 대화가 한번 시작하면 몇백 개씩 쌓여요. 그럴 때 재미 삼아 쓸 수 있는 이모티콘이 있으면 좋겠다는 생각이 문득 들었어요. 사실 이모티콘

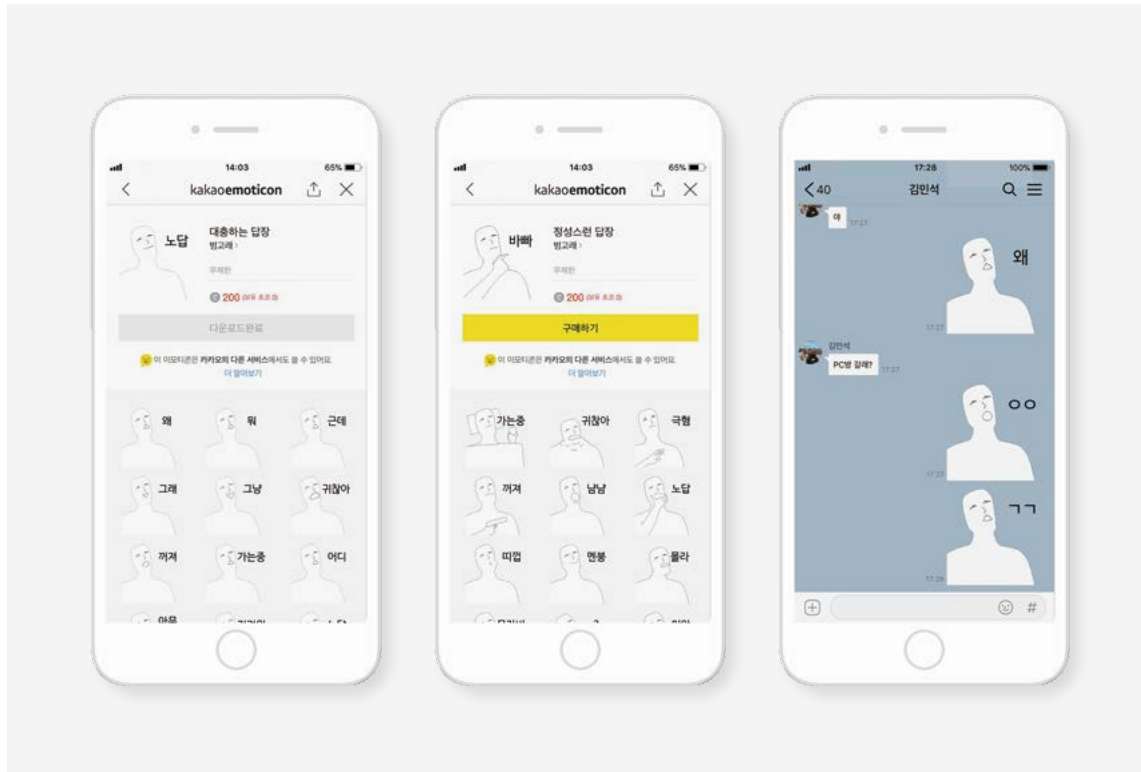
하면 전문적으로 그림 그리는 분들이 귀엽고 예쁘게 만든 것들이 대부분이잖아요. 그런 것보다 저와 친구들이 실제로 쓰는 무뚝뚝한 말투를 닮은 이모티콘이 있으면 재미있을 것 같았어요. 그날 집에 와서 검색 해보니 ‘카카오톡 이모티콘 스튜디오’라는 것이 있더라고요. 바로 이모티콘을 그려서 제안을 넣었죠.

작업 기간이 길지 않았을 것 같은데, 제작하는 데 얼마나 걸리셨나요?

네. 하루 만에 작업이 끝났어요. 그림체를 보면 아시겠지만 무척 간단하기도 하고, 처음 제출했던 그림은 많이 서툴러서 사실 작업이라고 부르기도 민망해요. 처음에는 그림판으로 그렸다가, 제작 가이드에 해상도나 이미지 크기 같은 양식이 정해져 있는 것을 확인하고 포토샵을 설치해서 다시 그렸어요.

범고래

본명 김규진. 대학에서 경영학을 전공했다. 평범한 직장 생활을 하던 중 카카오톡 이모티콘 스튜디오를 통해 ‘대충하는 답장’, ‘정성스런 답장’이란 이름의 이모티콘을 출시했다. 센스 있는 B급 감성이 10~20대 사이에서 큰 인기를 얻으며 지난해 역대 수입을 기록한 이모티콘 작가 명단에 이름을 올렸다.



**심사 결과를 전달받고 기분이 어떠셨어요?
주변 반응도 꽤 재미있었을 것 같아요.**

조금 놀랐어요. 만약 출시된다면 잘 팔릴 것이라는 확신은 있었지만 솔직히 심사를 통과할 자신은 없었거든요. ‘심사’라고 하니깐 딱딱하고 엄격한 기준으로 평가받을 것 같아서요. 별 욕심 없이 마음을 비우고 회사에서 일하고 있는데 연락을 받았어요. 신기하기도 하고, 뭔가 일이 잘 풀릴 것 같은 느낌을 받았죠. 주변 반응은 출시 당일과 그 다음 날의 반응이 극명하게 달랐어요. 출시된 날은 얼마나 팔렸는지 바로 확인할 수 없었니까 제 친구들이나 회사분들은 하나같이 이게 팔리겠냐며 시큰둥한 반응을 보였거든요. 그런데 다음 날 확인한 판매 순위에서 1위를 한 거예요. 그때부터는 축하한다는 인사를 많이 받았죠. 제가 그런 줄 모르고 샀다가 깜짝 놀란 친구들도 있었어요.

**주변에서도 예측하기 힘들었던 폭발적인 인기,
그 비결이 뭐라고 생각하세요?**

‘대충하는 답장’을 출시할 때만 해도 소위 ‘B급 감성’이라고 하는 이모티콘이 많지 않았어요. 신선해서 주목을 받은 것 같아요. 처음부터 10~20대를 타깃으로 확실하게 정하고 그 세대 친구들이 실제로 쓰는 말투를 그대로 옮긴 것도 반응이 좋았다고 생각합니다. 제가 20대 후반인데 또래에 비해 온라인 커뮤니티나 인터넷 문화에 조금 더 친숙한 것도 많은 도움이 되었어요.

**두 번째 답장 시리즈이자 움직이는 이모티콘인
‘정성스런 답장’을 출시하게 된 계기가 있나요?**

‘대충하는 답장’의 32개 이모티콘은 하나같이 상대를 약 올리거나 귀찮다는 듯 무시하는 말들이예요. 한 번은 어머니께서 제 이모티콘에 ‘고맙다’는 없냐고 물어보셨는데 할 말이 없더라고요. 주변에서도 너무 자극적이라는 반응이 많았어요. 그래서 조금 덜 알미운 버전의 답장 시리즈를 만들기로 했어요. 학창 시절에 ‘졸라맨’이나 ‘엽기 토끼’ 같은 캐릭터가 유행했을 때 재미

삼아 움직이는 그림을 만들어본 적 있는데, 그게 이렇게 도움이 될 줄은 몰랐죠.

**원래 어떤 일을 하고 계셨나요? 지금도 회사 생활과
이모티콘 작업을 병행하시는지 궁금하네요.**

정부 위탁으로 운영하는 대학교 청년창업지원센터에서 행정 업무를 하고 있었어요. 저도 창업을 해보고 싶은 꿈이 있었기 때문에 일을 하면서 창업 과정을 배우고 싶다는 욕심도 있었어요. 실제로 창업한 분들도 많이 만나고, 교육 프로그램을 기획하면서 강사진을 섭외하고 함께 교육도 들으며 공부 많이 되긴 했습니다. 회사는 그만뒀죠. ‘대충하는 답장’ 출시 전날 사표를 냈어요. 실은 제가 신청하고 싶은 청년 창업 지원 프로그램이 있었는데, 하필 이모티콘 출시 전날이 응모 마감일이었어요. 제가 신청하면 직장에서 알 수밖에 없었으니까 여러모로 불편한 상황이 생길 것 같더라고요. 또 ‘대충하는 답장’이 출시되면 회사에 다니지 않아도 생활비 정도는 벌 수 있을 것 같았어요. 이제는 새로운 도전을 할 때가 된 것 같다고 판단해서 사표를 내기로 결심했습니다.

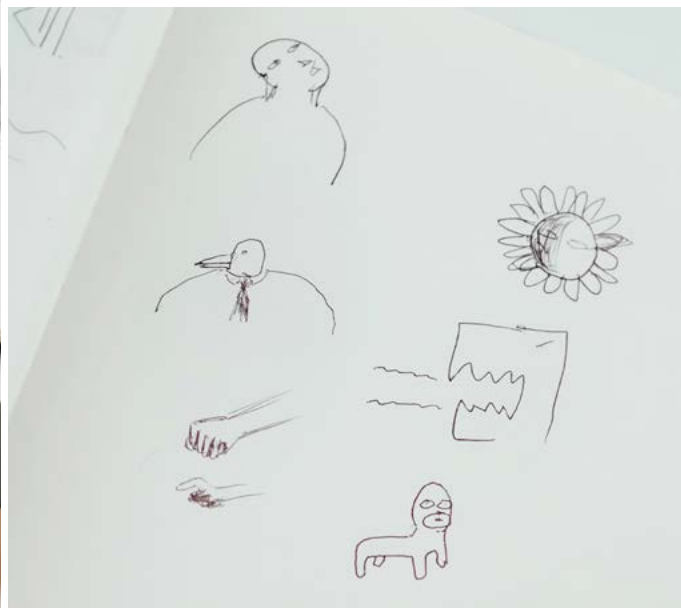
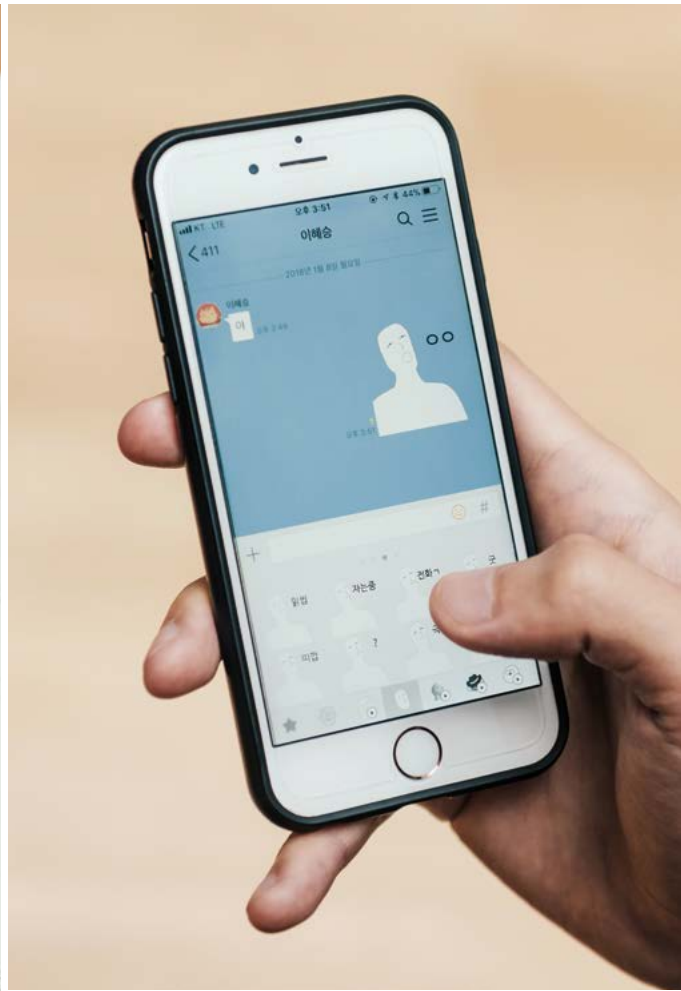
**어느 정도 확신을 갖고 계셨던 것 같네요.
신청 결과는 어땠나요?**

다행히도 제가 제출한 사업안이 정부의 지원 대상에 최종 선정됐어요. 그래서 지금은 이모티콘 개발을 겸하는 사업자등록을 하고 열심히 창업을 준비하고 있습니다. 반려동물을 키우는 사람들을 위한 플랫폼을 개발하고 있어요. 반려동물을 키우는 인구가 많아지면서 관련 커뮤니티나 서비스, 쇼핑물은 셀 수 없이 많아졌지만 정보가 다소 산발적으로 퍼져 있는 것 같아요. 그래서 커뮤니티와 쇼핑물을 결합해 저처럼 동물을 좋아하는 사람들이 정보를 나누고 필요한 서비스나 제품을 편리하게 구매하고, 또 커뮤니티에서 데이터를 추출해 마케팅으로 활용하는 플랫폼을 만들고 있습니다.



**어렸을 적 장래 희망은
무엇이었나요?**

힙합을 좋아해서 학창 시절에는 래퍼가 되고 싶었어요. 제가 살던 천안에서 주말마다 지하철을 타고 홍대까지 가서 공연도 보고, 직접 가사를 쓰기도 했어요. 머릿속에 좋은 가사나 기발한 문장이 떠오르면 그때마다 메모장에 적어두는데, 이렇게 아이디어를 기록해두는 습관이 이모티콘 작가가 되고 나서도 도움이 되는 것 같아요. 제가 하고 싶은 이야기를 가사든 이모티콘이든 다양한 형식으로 표현하는 것에 관심이 많아요. 기회가 된다면 게임도 만들고, 웹툰도 그려보고 싶어요. 언젠가 카페를 차리고 싶어서 바리스타 자격증도 미리 따두었어요. 하고 싶은 일이 굉장히 많은 편이죠. 누구에게나 잘하는 것이 적어도 하나씩은 있을 텐데 이걸 찾지 못하고 죽으면 너무 안타까울 것 같거든요. 저는 운이 좋게도 이모티콘을 통해 겨우 하나를 찾은 것 같아요. 회사를 다니고 안정적인 생활을 하는 것도 좋지만, 저는 최대한 이것저것 많이 해보고 싶어요.



다음 이모티콘은 언제쯤 만나볼 수 있을까요?

기다리는 팬들이 많을 것 같은데요.

답장 시리즈의 새로운 아이디어를 생각해두긴 했는데 본격적으로 작업에 착수할지는 아직 신중하게 생각 중이에요. 비슷한 콘셉트의 이모티콘이 많아져서 경쟁력이 있을지도 의문이고, 또 성의 없어 보이는 그림체를 보고 너무 쉽게 돈을 벌려고 하는 것 아니냐는 부정적인 반응도 솔직히 신경 쓰게 되더라고요.

한편으로는 저만의 감성을 좋아해주시는 분들도 분명 있을 텐데 제 색깔을 바꾸는 것이 맞는지 고민되기도 해요. 그래서 앞으로는 제 아이디어를 조금 더 완성도 있게 구현할 수 있도록 일러스트를 담당하는 분과 팀을 구성해서 이모티콘을 개발해보려고 해요.

이모티콘이 우리 일상 속에서

어떤 역할을 하고 있다고 생각하시나요?

연령대별로 이모티콘을 사용하는 목적이 조금 다르다고 생각해요. 중·장년층은 센스 있게 대화를 이어가기 위해 이모티콘을 많이 사용한다면, 젊은이들은 자기 개성을 표현하는 수단으로 사용하는 것 같아요. 카카오톡 이모티콘 스튜디오를 통해 신선하고 독창적인 아이디어로 무장한 이모티콘이 많이 소개되면서 내 취향을 대변할 이모티콘을 고를 수 있는 선택의 폭이 훨씬 넓어졌다고 생각해요.

이모티콘 작가에 도전하는 사람들에게

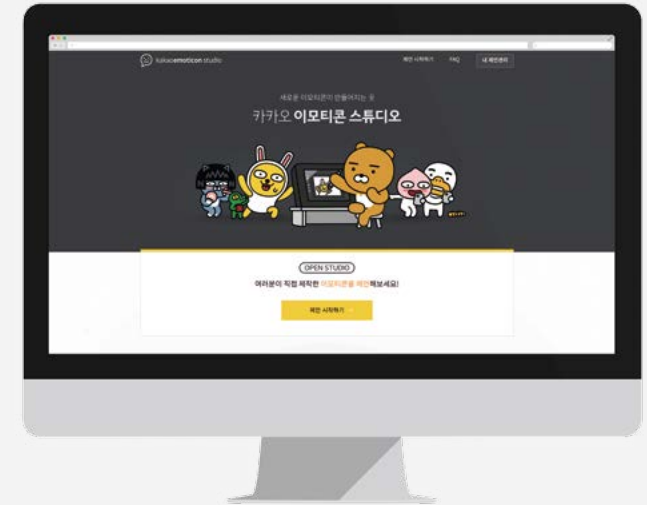
조언을 한다면요?

제가 감히 조언해도 될지 모르겠지만 일단 도전해보라고 말씀드리고 싶어요. 제 주위에도 이모티콘을 그려보고 싶다는 친구들이 많거든요. 그러면 저는 심사를 통과할 수 있을지, 출시할 수 있을지 미리 걱정하지 말고 일단 그리고 싶은 것을 그리라고 해요. 제 이모티콘을 본 지인 한 분이 ‘이 그림 실력으로 이모티콘 제안을 했다는 것 자체가 대단하다’고 말했던 것이 기억에 남아요. 어쨌든 이런 밀도 끝도 없는 자신감 덕에 저에게 즐거운 변화가 생겼잖아요. 새로운 것에 도전하기도 전에 실패할 것을 걱정하고 주저하면 아무런 일도 생기지 않을 거예요. ■



범고래 작가가 만든
이모티콘, 갖고 싶다면
QR 코드를 찍어보세요

카카오 이모티콘 스튜디오 활용법



이모티콘 등록 프로세스

1. 이모티콘 이미지 제작

제작 가이드에 맞춰 24개의 이모티콘 이미지를 만듭니다. 움직이는 이모티콘과 멈춰 있는 이모티콘 중 선택할 수 있어요.

2. 심사 대기 후 결과 확인

전문 심사위원들이 공정하고 꼼꼼한 심사를 진행합니다. 창작자의 크리에이티브를 제한하지 않기 위해 심사 기준은 공개하지 않습니다.

3. 이모티콘 상품화

승인된 제안을 바탕으로 이모티콘 판매를 위한 최종 상품화 작업을 진행합니다.

4. 이모티콘 출시

이모티콘이 출시되어 유저들과 만납니다. 구입한 이모티콘은 카카오톡 내 다른 서비스에서도 사용할 수 있습니다.

범고래 작가의 이모티콘 제작 Q&A

Q. 누구나 만들 수 있나요?

A. 그럼요. 저도 미술 전공자가 아니고 그림과는 거리가 먼 사람이었어요. 남들과 차별화된 이모티콘 아이디어가 있다면 주저하지 말고 도전해보세요.

Q. 심사 결과는 얼마나 기다려야 하나요?

A. ‘대충하는 답장’은 제안하고 2주 후에 연락을 받았어요. 지원자가 많거나, 특정 기간에는 결과 통보가 다소 늦어질 수도 있다고 합니다.

Q. 이모티콘 상품화는 어떤 과정으로 진행되나요?

A. 저는 그래픽 작업을 해본 경험이 거의 전무했기 때문에 첫 시안에 미흡한 점이 많았어요. 모바일로 테스트를 해보니 그림이 깨져 보이거나 선이 튀어나오는 등 부자연스러운 부분이 많았거든요. 그림체를 조금 더 다듬기도 했어요. 이모티콘 상품화 담당자에게서 수정 사항을 전달받고 고쳐서 보내는 과정을 10차례 정도 거쳤습니다.

Q. 최종 상품화 후 이모티콘 출시까지 얼마나 걸리나요?

A. ‘대충하는 답장’은 상품화 완료 후 일주일 만에 출시됐는데, ‘정성스런 답장’은 약간의 출시 대기 기간이 있었습니다. 비슷한 콘셉트의 다른 이모티콘과 출시 시기가 겹치거나, 신규 이모티콘이 많으면 주목도가 떨어질 수 있으니 담당자분이 출시 시기를 조정해주세요.

글이 작품이 되는 순간

일기 쓰기를 좋아하던 한 소녀가 스물다섯 번째 크리스마스를 맞이하던 날 자신의 이름이 새겨진 책 한 권을 내놓았다. 혼자서만 끄적거리던 수줍은 문장들을 세상 밖으로 꺼내준 것은 카카오의 콘텐츠 퍼블리싱 플랫폼 브런치였다. 어느덧 세 번째 책을 준비하고 있는 청민 작가에게 브런치는 자신의 꿈을 묵묵히 응원해주는 엄마 같은 존재다.



청민
본명 박예은. "제1회 브런치북
프로젝트"에서 대상을 수상하며 여행
에세이집 <B컷 시선>을 출판했다.
오랫동안 소망해온 작가의 꿈을 이룬
그는 두 번째 에세이집 <사랑은 수많은
이름으로 불어온다>에 이어 세 번째
책을 준비 중이다. 일상에서 찾은
영감의 조각들을 엮은 감성적인 글로
독자들의 공감을 얻고 있다.

글쓰기를 사랑하는 사람들

“너처럼 글쓰기 좋아하는 사람들이 모여 있는 곳이야. 한번 들어가봐.”

시작은 지인의 추천이었다. 2015년 평소 블로그와 SNS에 꾸준히 기록해온 그의 글을 지켜본 지인이 새로운 글쓰기 플랫폼이라며 브런치를 소개했다. “진지한 자세로 글쓰기를 실천하는 사람들이 모여 있는 곳. 브런치의 첫인상은 딱 그 느낌이었어요. 과연 제가 여기에 글을 써도 괜찮을까 하는 걱정이 앞섰죠.” 매끄럽고 근사한 문장들 앞에서 주눅이 들었지만 그는 일단 자신의 이야기를 진솔하게 써보기로 했다. 또래 친구들에 비해 여행 경험이 풍부한 것이 그가 내세울 수 있는 무기였다.

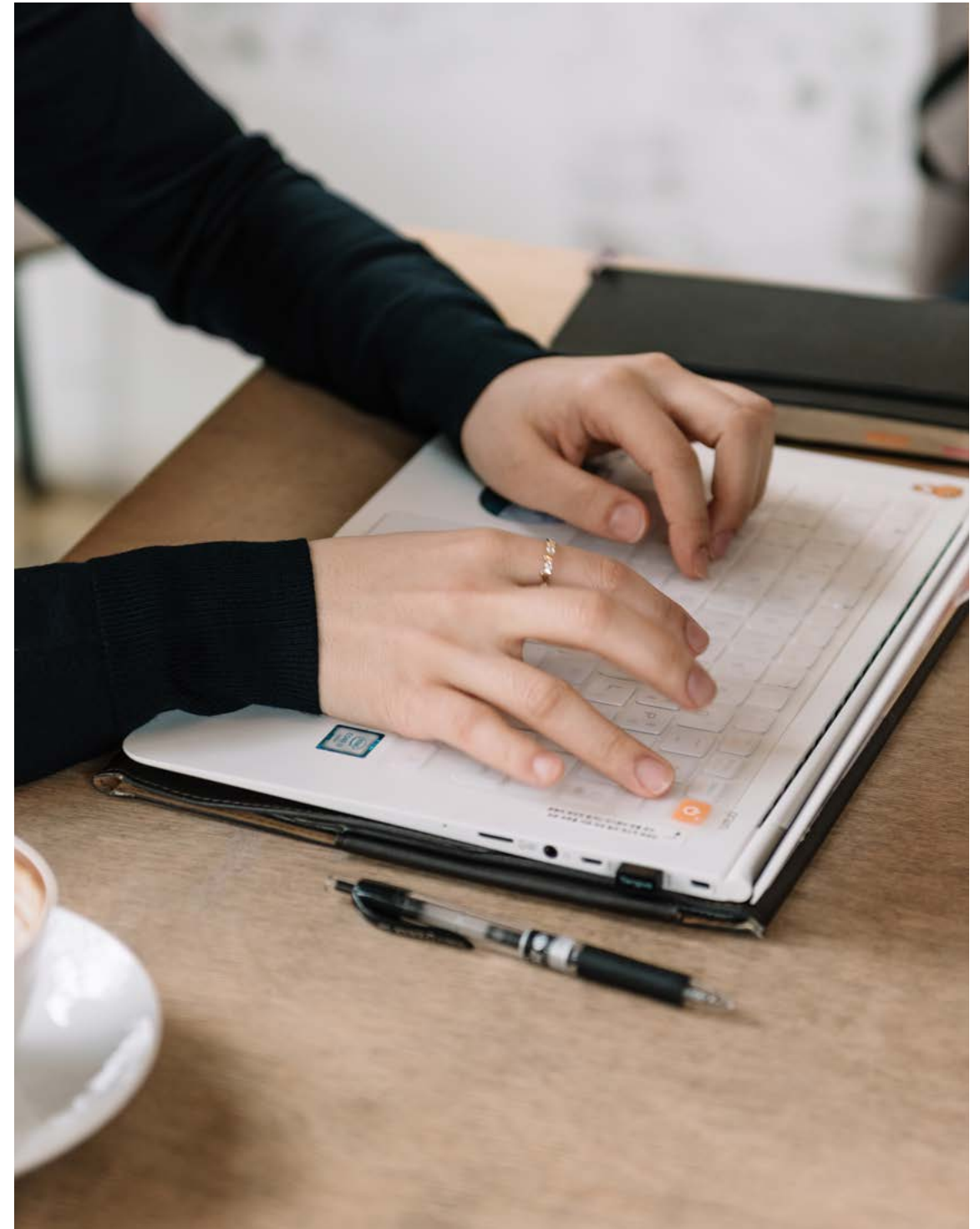
<청민의 감성 여행 수필집>이라는 이름으로 엮어낸 이 여행기는 여행지에서 떠 오른 단상들을 본인의 경험과 교차시킨다. 독일 드레스덴의 교회 앞에 서서 고등학교 시절 친구를 떠올리고, 인도에서 멀미를 하며 죽음에 대해 사유하는 식이다. 이국적인 도시에서 보고 먹고 즐긴 것을 기록하는 일반적인 여행기와는 결이 다르다. 청민 작가가 낯선 풍광을 보고 오래전 기억을 떠올렸듯, 독자들 역시 그의 담백한 문장을 읽으며 저마다의 추억을 떠올렸다.

“이전에도 블로그나 SNS에 글을 쓴 적이 있지만 조금만 글이 길거나 감성적이면 ‘오늘거린다’는 반응이 많았어요. 반면 브런치에는 긴 호흡의 글을 집중해서 읽어주는 독자들이 많아요. 단어 하나, 문장 하나 고심했다는 것을 아는 사람들이 모여 있으니 다른 사람의 글도 대우를 해주는 느낌을 받았습니다. 다른 플랫폼과 달리 글쓰기를 사랑하는 사람들이 모여 있는 곳이기에 가능했던 것 같아요.”

첫 번째 경험, 작가가 되다

그해 9월 ‘제1회 브런치북 프로젝트’가 시작된다는 소식이 전해졌다. 브런치 작가로 활동 중인 사람이라면 누구나 응모할 수 있는 이 프로젝트는 브런치에 연재된 글을 한 권의 책으로 출판할 수 있는 기회였다. 청민 작가 역시 그동안 차곡차곡 연재해온 여행기를 프로젝트에 응모했다. 그리고 한 달이 훌쩍 지난 어느 날, 혼자 은행을 다녀오던 길에 연락을 받았다. “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.”

연락을 받은 날로부터 출간 목표일인 크리스마スイ브까지는 두 달이 채 남지 않은 상황. 청민 작가는 이 기간에 매일 밤새 글을 다듬고 부족한 부분을 채워나갔다. 이때 밤마다 끓여 먹은 라면 때문에 찐 살이 아직도 빠지지 않았다고 웃는다. 시간과 분량이 주어진 상황에서 글을 쓰는 것도, 작가로서 출판사와 일을 하는 것도 처음이었지만, 버킷 리스트에 적혀 있던 오랜 꿈은 조금씩 현실로 다가오고 있었다. 원고를 넘긴 후에는 출판사 담당자와 수차례 메일을 주고받으며 책의 구성을 다듬어나갔다. 그렇게 완성된 청민 작가의 첫 책 <버킷 시선>이 2015년 12월 24일 드디어 세상 밖으로 나왔다. 스물다섯 살 청민 작가에게는 이제껏 받아본 적 없는 최고의 크리스마스 선물이었다.





두 번째 기회, 다시 출간 계약을 하다

그로부터 1년하고 이틀이 지난 2016년 12월 23일에는 청민 작가의 두 번째 책이 출간됐다. 브런치에 연재된 글과 〈비킷 시선〉을 본 한 출판사 편집자가 브런치팀을 통해 연락처를 받아 출간 제의를 해온 것이다. “첫 미팅 때 제 책을 가지고 오셨는데 메모지가 빼곡하게 붙어 있었어요. 제가 쓴 글을 꼼꼼히 읽으신 흔적이 책에 가득했어요. 정말 감동적이었죠. 작가로서의 경험은 부족하지만, 출판사가 지향하는 감성과 잘 맞을 것 같으니 함께 작업해보고 싶다고 하셨어요. 최고의 크리스마스 선물이었던 〈비킷 시선〉이 그 다음 해에도 잊지 못할 선물을 가져다주었습니다.”

첫 출간 때는 브런치라는 든든한 지원군이 있었지만 두 번째 책은 사정이 달랐다. 직업 작가로서 출판사와 직접 계약을 진행해야 했기 때문이다. “계약서상의 내용은 제가 잘 모르는 영역이니까 긴장이 많이 됐어요. 그래서 첫 책 출간을 도와주셨던 브런치 담당자님께 전화해 이렇게 계약을 진행하는 것이 맞는지 꼬치꼬치 여쭙봤어요. 친절하게 답변해주신 덕분에 두 번째 책도 수월하게 작업을 시작할 수 있었어요.”

그렇게 탄생한 두 번째 책 〈사랑은 수많은 이름으로 불어온다〉에서는 우리가 무심코 스쳐 보내는 감정조차 따뜻한 시선으로 붙잡는 작가 특유의 감성이 더욱 짙게 묻어난다. 수차례 문장을 고치고 다듬었던 손때 묻은 원고들은 지금도 가끔 꺼내볼 만큼 애뜻한 추억이 되었고, 글을 쓰다 막다른 벽에 다다른 듯 생각이 멈출 때면 브런치 독자들의 댓글을 다시 읽었다. 책의 ‘Thanks to’에서도 언급할 만큼 브런치와 독자들은 그에게 너무나도 고마운 존재다.



“ 이전에도 블로그나 SNS에 글을 쓴 적이 있지만 조금만 글이 길거나 감성적이면 ‘오늘거린다’는 반응이 많았어요. 반면 브런치에는 긴 호흡의 글을 집중해서 읽어주는 독자들이 많아요. 단어 하나, 문장 하나 고심했다는 것을 아는 사람들이 모여 있으니까 다른 사람의 글도 대우를 해주는 느낌을 받았습니다. 다른 플랫폼과 달리 글쓰기를 사랑하는 사람들이 모여 있는 곳이기에 가능했던 것 같아요. ”

세 번째 약속, 브런치 위클리 매거진

현재 세 번째 책을 작업 중인 청민 작가는 이제 작가로서의 책임감을 조금씩 느끼기 시작했다. ‘출판되는 책은 일기장이 아니다’라는 누군가의 말에 공감하며, 머릿속에 떠오르는 수많은 생각 중에서 글감을 고른다. 약속된 일정에 맞춰 정해진 분량의 글을 쓰는 것이 얼마나 어렵고 고된 일인지도 새삼 실감하고 있다. 그런 그에게 브런치 토요 매거진 연재는 작가로서 한 단계 성장할 수 있는 귀중한 경험이 됐다. 2017년 7월부터 시작된 브런치의 ‘위클리 매거진’은 브런치팀이 엄선한 작가가 작품의 콘셉트와 목차를 먼저 공개하고 매주 같은 요일에 글을 정기적으로 발행하는 연재형 서비스다.

지난해 7월부터 10월까지 연재된 토요 매거진 ‘청민 카페에 초대합니다’는 매주 선정된 카페 메뉴와 관련한 작가의 단상을 담은 글 15편으로 구성된다. 비가 오나 눈이 오나 늘 그 자리를 지키고 있는 카페처럼, 청민 작가는 토요일 자정이 되면 약속된 글 한 편을 올려 독자들과 만났다. 아메리카노, 카푸치노, 밀크티 등 흔한 음료 메뉴 한잔에 얹힌 작가의 개인적인 추억을 만나고 글 말미에 이어지는 영상까지 감상하고 나면, 마치 소박한 카페에서 도란도란 이야기를 나눈 것 같은 다정한 여운이 감돈다.

“처음에는 ‘과연 내 글을 기다려주는 독자가 있을까?’ 하는 의구심도 있었어요. 그런데 정말 자정이 되자마자 제 글을 읽으러 와서 댓글까지 남기는 독자분들이 계시더라고요. 마치 웹툰 기다리는 것처럼요. 정해진 시간에 독자들을 만난다는 것은 이전과는 또 다른 색다른 경험이었어요. 책임감도 많이 느꼈고요. 카페 아르바이트 경험을 밀친 삼아 음료를 제조하는 영상을 직접 찍기도 했어요. 한여름에 땀을 뻘뻘 흘리며 촬영한 영상인데, 많은 분들이 좋게 봐주셔서 뿌듯합니다.”





계속되는 일상

본격적인 사회생활을 시작하기도 전에 두 권의 책을 출판했지만, 작가 청민이 아닌 스물여덟 박예은의 일상은 보통의 취업 준비생과 크게 다르지 않다. 아침에 일어나서 아르바이트를 갔다가, 일이 끝나면 취업을 위한 공부를 한다. 최근에는 컴퓨터 자격증을 따기 위해 준비 중이다. “카페에서 제가 일하는 시간대가 하루의 중간, 오후예요. 이때 대부분의 사람들은 시간을 버티고 있어요. 졸음을 쫓기 위해 커피를 마시기도 하고요. 그 시간을 응원한다는 마음으로 일하고 있습니다. 저 역시 지금 버티는 시간을 보내고 있기도 하고요. 올해는 꼭 취업에 성공해서 좋은 콘텐츠 만드는 일을 하고 싶어요.”

브런치를 만난 후 달라진 점이 있다면 글을 잘 쓰기 위한 몇 가지 노력을 일상 속에서 실천하고 있다는 것. 좋은 글이 왜 좋은 글인지, 문장을 몇 번이고 쳐다보고 분석하고 곰곰이 생각해보는 것이 습관이 되었고 실제 글쓰기에도 많은 도움이 된다고 한다. “책장에 꽂혀 있는 책은 아무래도 에세이집이 많아요. 특히 이병률 시인의 책을 무척 좋아합니다. 함께 일한 출판사 에디터님의 표현에 따르면, 일상에 있는 평범한 것들을 보석처럼 섬세하게 가공하는 분이세요. 인생에 대단한 사건이 없어도, 엄청난 시련이 있지 않아도 좋은 글을 쓸 수 있다는 용기를 얻었어요.” 새로운 책 작업을 위해 매주 두 편의 원고를 출판사에 보내고 있다는 청민 작가의 세 번째 책 속에는 어떤 반짝이는 문장이 담길지 기대해본다.

언제나 내 편

청민 작가의 글에는 그의 가족이 자주 등장한다. 브런치에 연재된 그의 글을 빠짐없이 읽은 독자라면 가족 사랑이 남다른 부모님과 짓궂지만 정 많은 남동생 ‘찬이’의 존재를 모를 수 없을 것이다. 이 단란한 가족은 청민 작가의 열혈 독자이자 글을 쓰는 원동력이며, 영감의 원천이다. 대학 졸업이 남들보다 늦어지고 한창 취업 준비에 열을 올려야 할 시기에 첫 번째 책 작업으로 밤을 지새울 때도, 그의 부모님은 하고 싶은 것을 하라며 응원을 보냈다.

작가 청민에게 브런치란 어떤 존재인지 묻자, 그는 한참을 골똘히 생각에 잠겼다가 신중하게 입을 열었다. “엄마 같은 존재가 아닐까 싶어요. 어렸을 때부터 저희 어머니는 저에게 무언가를 하라고 강요하기보다 제 이야기를 들어주고, 제가 원하는 곳까지 스스로 걸 어갈 수 있도록 묵묵히 도와주셨어요. 브런치도 작가를 꿈꾸는 제 이야기를 들어주었고, 제 이름으로 책을 낼 수 있는 기회를 주었잖아요. 담당자분들이 엄마처럼 이것저것 살뜰히 챙겨주시는 것은 말할 것도 없어요.”

글을 잘 쓰는 것만큼 어려운 것이 꾸준히 쓰는 일임을 실감하고 있다는 청민 작가. 언제나 든든한 내 편이 되어주는 가족과 글쓰기라는 공통의 관심사를 가진 독자들, 그리고 작가가 되는 놀라운 경험을 선물해준 브런치가 있는 한 그의 글쓰기는 계속될 것이다. ■



청민 작가의 글을
읽어보고 싶다면
QR 코드를 찍어보세요

내 이야기가 책이 되는 시간, 브런치북 프로젝트

‘브런치북’은 브런치와 출판사가 함께 진행하는 출간 프로젝트입니다. 브런치에서 활동하면서 자신의 이야기를 책으로 내고 싶은 작가라면 누구나 참여 가능합니다. 기존 출판사나 언론사가 진행하는 공모전과는 달리 누구나 참여할 수 있고, 누구라도 자신의 이야기로 작가가 되어 책을 낼 수 있는 친절한 출간 공모전입니다. 가장 최근에 진행된 ‘제5회 브런치북 프로젝트’에서는 에세이나 여행 관련 콘텐츠뿐만 아니라 인문교양, 문화예술, 일러스트 등 더욱 다양한 분야에서 수상작이 배출되었습니다.

브런치북은 모든 응모작에 출간 가능한 콘텐츠 여부와 기획 의도, 콘텐츠 희소성이라는 세 가지 기준을 동일하게 적용해 심사하고 있습니다. 당선 팀이라고 하긴 좀 그렇지만, 기본적으로 필력이 좋아야 합니다. 또 자신만의 독창적인 시선이 담긴 글이라면 평범한 주제라도 심사에서 높은 점수를 받을 가능성이 커집니다.

브런치북	1회	2회	3회	4회	5회
당선 작가	35명	36명	37명	38명	35명
총 참여 글	22000여개	30000여개	41000여개	58000여개	60000여개

경찰과 택시의 똑똑한 만남

24만 명의 택시 기사와 1635만 명의 승객을 하루에 150만 번 연결하는 카카오택시.
2016년 이 편리한 연결고리에 경찰이 손을 내밀면서 경기남부지방경찰청과 카카오택시,
그리고 택시 기사들은 서로의 파트너가 됐다. 이 특별한 협업의 중심에는 오석봉 경감이 있다.
그는 19년간 몸담은 형사라는 직업을 ‘영업 사원’에 빗댔다.



경기남부지방경찰청
경기남부청 형사과 강력계에서
사무팀장으로 근무하며 현장 동료들의
업무 효율을 개선하기 위해 밤낮으로
고민하는 오석봉 경감. 10년 넘게 현장을
누비는 형사의 길을 걸어난 23년 차
경찰로, 경찰과 카카오택시의 협업 실무를
추진해온 담당자다.

시대와 함께 변하는 수사

“영화 <인정사정 볼 것 없다> 기억하세요? 제가 처음 형사 일을 시작한 1990년대는 딱
그 영화 같았어요. 강력 사건이 발생하면 탐문 수사에 전력을 다해야 했죠. CCTV 같은
게 없던 시절이니까요. 운동화가 닳도록 걸어 다니며 수많은 사람들을 만나야 했으니
영업 사원과 비슷했달까요.” 오 경감은 1995년 경기 안성경찰서 보개파출소 소속으로
경찰 배지를 달았다. 그 이후 안성, 수원, 화성, 용인 등 경기 남부 지역 경찰서를 두루
돌며 10년 넘게 형사 생활을 했고, 9년은 지방청 강력계에 몸담았다.

그가 베테랑 형사가 돼가는 동안 수사 환경도 급변했다. 후미진 골목부터 작은
가게까지 CCTV 없는 곳을 찾기 힘들어졌고, 신체의 일부처럼 지니고 다니는 휴대폰이
걸어 다니는 CCTV 역할을 한다. 오 경감은 수사도 시대의 변화에 부응해야 한다는 신
념을 가지고 있다. “IT 기술이 발전하면서 세상이 달라졌잖아요. 그뿐 아니라 가장 안
전한 나라, 치안 순위 1위로 꼽히는 대한민국 치안 서비스에 대한 국민의 기대 수준도
날이 갈수록 높아지고 있어요.”

수사 환경이 마냥 좋아지기만 한 건 아니다. 세상은 편리해진 만큼 각박해졌다.
시간이 많이 들고 고생스럽더라도 발로 뛰는 탐문이 여전히 초동 수사의 꽃인데, 사람
들은 예전보다 남의 일에 관심이 없고 또 조심스럽다. “동네마다 CCTV가 있고, 자동차
마다 블랙박스가 있고, 단서를 보고 듣고 아는 사람은 많죠. 그런데 하루 종일 쫓아다
녀도 문을 열어주는 사람이 별로 없어요. 만나준다 하더라도 이웃집에서 무슨 일이 일
어났는지 쉽게 얘기하지 않아요. 개인정보와 사생활 문제도 굉장히 민감하고요. 누가
해코지할까봐 조심스러워 협조를 꺼리시는 분들도 많습니다.”

색다른 의기투합

현장 동료들의 수고를 어떻게 하면 덜어줄 수 있을지 매일 고민하던 오 경감 눈에 카오택시가 들어왔다. 그는 기사들이 이용하는 시스템을 눈여겨봤다. “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.”

전부터 일부 지역에서는 택시 회사와 동보 장치를 마련해 이를 활용해왔다. 경찰서 종합상황실에서 택시 회사 콜센터에 실종자나 범죄 관련자 정보를 전화나 팩스로 공유하면, 콜센터가 그 내용을 기사들에게 문자로 보내 제보를 받는 식이었다. 다만 무전기와 문자 메시지라는 수단에 한계가 있고, 그 파급 효과는 일부 지역에 국한돼 미흡한 부분이 있었다. 카카오택시는 기사 회원을 대상으로 운영하는 카카오톡 플러스친구 메시지를 통해, 더 많은 기사들에게 빠르고 정확하게 내용을 전달할 수 있어 효과가 극대화될 것이 분명했다.

오 경감의 생각은 행동으로 연결됐다. 경기남부지방경찰청과 카카오모빌리티는 2016년 3월 8일 업무 협약을 체결했다. 이 협약을 통해 경찰이 관내 경찰서에 접수된 범죄 용의자와 실종자 등의 정보를 선별해 카카오에 전달하면, 카카오가 카카오택시 기사들에게 해당 정보를 일괄 전송하는 시스템이 마련됐다. “예를 들어 경기 용인시에서 사건이 발생했어요. 그러면 용인 지역 카카오택시 기사님들께 카톡 플러스친구 메시지를 통해 정보가 전송되는 거예요. 관할서 직통번호와 함께 전달되는 이 메시지를 보고 바로 신고할 수 있도록 하는 거죠.”





소통이 만든 기적

경찰은 카카오톡 플러스친구 메시지를 통해 낮에 매달 최대 10건, 밤에는 5건의 동보 메시지를 발송하고 있다. 매달 평균 4~5건의 메시지가 경찰과 카카오톡을 거쳐 기사들에게 전달된다. 효과는 협약을 맺은 지 채 한 달이 되지 않아 나타났다. “2016년 3월 28일 오후 9시쯤 안산 상록경찰서에 1급 지적장애인 A씨가 사라졌다는 신고가 들어왔습니다. 밤새 수색했지만 찾지 못했는데, 다음 날 오후 3시쯤 카카오톡 동보 메시지를 보내니까 50분쯤 지났을 때 택시 기사 이 모 씨의 제보가 들어왔어요. 안산 면허시험장 주변을 지나가는데 경찰 메시지와 차림새가 똑같은 여자가 걸어가고 있었다고 해요. 덕분에 A씨는 무사히 가족 품으로 돌아갈 수 있었어요.”

그해 8월 30일에는 경기 광명시에서 치매에 걸린 B씨가 카카오톡 심재광 기사의 도움으로 한 시간도 안 돼 가족을 만날 수 있었다. 9월 18일에는 경기 분당시에서 사라진 지적장애인 C씨가 윤석한 기사의 제보 덕분에 무사히 귀가했다. 오 경감은 카카오톡 동보 메시지를 보내면 한 시간이 안 돼 금방 제보를 받는 편이라고 설명했다.

보통 실종 신고가 들어오면 경찰은 실종자의 범죄 연관성과 단순 가출 여부를 분류하고, 실종자가 지적장애가 있거나 치매 질환이 있어 도움이 필요한 ‘요(要)구조자’인지 확인한다. 시간과의 싸움인데 경찰 인력은 한정돼 있다. “요구조자는 인근 지구대 인력을 전부 동원해 찾아요. 실종이 장기화되면 300명 가까이 되는 경찰 3개 중대가 필사적으로 찾죠. 그래도 못 찾을 수 있고, 돌아가신 뒤에야 찾기도 해요. 그런데 카카오톡 덕분에 실종자를 30분에서 한 시간 안에 찾는 경우가 많아졌어요. 단순히 금액이나 수치로 환산해 비교할 수 없을 만큼 큰 도움이 되고 있습니다.”

현장의 땀방울을 더 값지게

이 협업의 효과를 누구보다 크게 실감하는 사람은 현장에서 땀 흘리는 형사들이다. 한 번 수사에 도움을 받은 현장 형사들은 꾸준히 협조를 요청해온다. “저희 직업이 그렇잖아요. 좋은 경험만 하는 게 아니고, 늘 최악의 상황에 대비하긴 하지만 막상 인력과 장비를 다 투입해서 노력했는데도 생명을 잃은 실종자를 발견하거나 하면 내 가족 일처럼 안타까워요. 그 잔상과 트라우마가 며칠씩 가죠. 그때 이쪽을 조금만 더 찾았으면, 저쪽을 조금 더 둘러볼걸 하는 아쉬움이 너무 크고요. 현장 동료들이 카카오에도, 기사님들께도 참 고마워하고 있습니다.”

경기남부청이 카카오와 이런 제도를 운영하고 나서부터 서울지방경찰청 등에서는 지역 경계를 넘어가는 사건에 대해 도움을 청하기도 한다. “인근 지역에서 사건이 발생했는데 실종자나 용의자가 이동한 지역이 경기남부청 관할로 확인되면 저희한테 카카오택시 메시지 발송을 요청하기도 해요. 우리 지역도 했으면 좋겠다는 바람이 커서 늘 부러워하시죠.” 당초 1년간 맺었던 협약은 지난해 한 번 갱신됐다. 서로 이익을 제기하지 않으면 깨지지 않는, 기한 없는 동행이 시작된 것이다.

경찰과 카카오의 협업은 점점 더 뚝뚝해지는 중이다. 지난해에는 동보 메시지 전송을 위한 내부 시스템 개편 작업이 이루어졌다. 카카오택시 관리창 안에 경기남부청 동보 메시지를 발송하는 전용 메뉴가 추가됐고, 메시지를 보내면 경기남부청 로고와 함께 메시지가 뜬다. 기사 회원들은 메시지를 클릭해 경찰이 찾는 인물의 신상 정보와 이미지를 확인할 수 있다. 발송된 메시지를 수정하고 업데이트하는 기능도 생겼다.

“제보 의지가 있는 기사님들이 메시지를 더 눈여겨볼 수 있게 체계가 잡힌 거죠. 또 경찰의 초기 정보는 수사 진행 상황에 따라 수정될 가능성이 큰데 이미 보낸 메시

지를 고쳐 더 정확하고 자세한 정보를 제공할 수 있게 된 점이 만족스럽습니다. 종결된 사건은 종결됐다고 덧붙일 수도 있고요.”

1월 4일부터는 낮에만 가능했던 사진 발송을 밤에도 할 수 있게 됐다. 오 경감은 야간 사진 첨부가 가능해진 뒤 메시지 열람과 제보 건수가 늘어났다고 설명했다. “강력 범죄 대부분이 밤에 발생하는데 밤에는 사진이 전송되지 않아 지금까지는 낮 시간대의 실종 신고 중심으로 성과를 거뒀어요. 앞으로는 강력 범죄 해결에도 큰 도움을 받을 수 있을 것 같습니다.”

함께, 더 안전한 사회

오 경감은 카카오택시와의 협업이 눈에 보이는 것 이상의 치안 효과를 가져온다고 본다. 국민 모두가 경찰 활동에 관심을 갖는 것만으로도 엄청난 범죄 예방 효과가 있기 때문이다. “CCTV의 범죄 억제 효과를 알고 계실 겁니다. 잘못을 저지르려다가도 CCTV가 있으면 함부로 행동할 수 없게 되죠. 길거리 택시들이, 주변 사람들이 바로 신고할지도 모른다는 생각이 범죄를 막을 수 있습니다.”

치안에 국민과 기업, 사회단체 등이 적극 참여할 수 있도록 끊임없는 연구가 필요하다고 오 경감은 믿는다. 그는 사회 각 부분의 순기능이 모여 ‘맞춤형 협력 치안’을 만들어낸다고 설명했다. “경찰의 과학 수사도 하루아침에 변하는 기술을 전문적으로 따라가는 데는 한계가 있어요. 다른 정부기관도 마찬가지겠죠. 기업이 잘 짜인 시스템과 기술력으로 협조해준다면 정부 서비스 수준이 얼마나 높아지는지 카카오택시가 잘 보여줬다고 생각합니다.”

지난해 10월 카카모빌리티는 카카오택시와 내비게이션, 주차를 비롯한 모든 이동 서비스를 아우르는 전문 플랫폼 ‘카카오T’를 출범시켰다. 오 경감은 카카오T에 거는 기대가 크다. “이동에 대한 데이터는 국민 생활과 떼놓을 수 없는 중요한 정보입니다. 협업할 수 있는 영역이 무궁무진한 것 같아요.” 경기남부청과 카카오는 카카오T의 드라이버 대리 기사 회원들에게도 동보 메시지를 전송하는 방안을 긍정적으로 검토하고 있다. “카카오T에 등록된 대리 기사님들은 매일 밤 한 꼴이라도 더 받기 위해 휴대폰 화면과 거리 상황을 늘 주시하시죠. 이분들 휴대폰으로 메시지가 전파된다면 카카오택시와는 비교되지 않을 정도로 큰 도움을 받을 수 있을 거예요.” 경찰과 카카오가 국민을 위해 영원한 동반자가 되어야 한다고 오 경감은 힘주어 말했다.

택시 기사님이 들려주는 그날의 이야기



심재광 기사님

2016월 8월 30일, 정오가 넘어서였던 것 같아요. 비가 많이 오고 있었어요. 카카오택시 특이 와서 보니 시흥경찰서에서 보낸 메시지인데 치매 환자가 사라졌다는 거예요. 운전기사들이랑 이야기하는 걸 좋아한다고 써 있었고 사진도 같이 있었어요. 그런가 보다 하고 한참 운전하다가 택시 정류장에서 잠깐 쉬려는데 제 앞차가 승차 거부를 하고 있더라고요. 그런데 어디서 본 승객 같았습니다.

제가 내려서 살펴보니 그분이 저한테 오셨어요. 독산동에 가신다고 하더라고요. 자세히 보니 경찰 메시지 속 그분인 거예요. 일단 차에 타시라고 한 다음 메시지의 번호로 전화하고, 제가 시흥경찰서까지는 갈 수 없어서 옆에 있는 광명경찰서로 모셔드렸습니다. 식사를 안 하셨는데 간식이라도 사다드릴걸 싶었어요. 편찮으신 아버지 생각이 났거든요. 평소에도 카카오택시를 이용하면서 참 좋은 시스템이라고 생각했는데, 이 제도는 더 좋더라고요. 카카오 메시지는 기사님들이 꼼꼼히 읽기 때문에 효과도 좋을 것 같아요.

윤석환 기사님

저는 카카오택시가 경찰이랑 좋은 일을 한다길래 메시지를 관심 있게 보는 편이었어요. 2016년 9월 18일 오후 2시쯤 메시지를 받았어요. 지적장애가 있는 분을 찾고 있더라고요. 저도 기회가 돼 도움을 주면 좋겠다고 생각했죠. 메시지를 받고 30분쯤 지났을 때 한 손님이 타셨는데 인상착의를 보니 경찰이 찾고 있는 그분 같더라고요. 손님이 내리자마자 메시지를 다시 확인하고 신고했어요. 제 제보 덕에 실종 신고 1시간 30분 만에 그분을 찾았다고 들었습니다.

이런 일에 참여함으로써 택시 기사에 대한 사회적 인식도 더 좋아졌으면 좋겠어요. 저 또한 언제라도 피해자가 될 수 있으니 최선을 다해야죠. 경찰과 카카오택시의 협업은 굉장히 좋은 아이디어예요. 평소에도 택시 기사가 경찰서와 소방서에 응급상황을 쉽게 제보할 수 있으면 좋겠다고 생각했거든요. 종료되지 않은 사건은 나중에라도 꾸준히 보내주면 좋겠어요.

같이 만드는 AI 기술의 미래

카카오의 인공지능 연구 기관인 카카오브레인에 학계 전문가들은 떼려야 뗄 수 없는 파트너다. 서울대학교, 서울아산병원, 포항공과대학교(POSTECH), 한국과학기술원(KAIST), 미국 서던캘리포니아대학교(USC) 소속 연구진 9명과 50여 명의 대학원생들이 참여하는 딥러닝 연구 그룹 CSI(Center for Super Intelligence·초지능연구센터)도 그런 파트너 중 하나다.

지난해 2월 설립된 카카오의 AI(인공지능) 연구 전문 자회사 카카오브레인은 같은 해 4월 우리 사회의 미래를 좌우할 AI 기술 전문가들의 기초 연구를 집중적으로 지원하고자 CSI와 산학협력 협약을 맺었다. CSI와 카카오브레인은 그 이후 연구 성과를 거두고 활발하게 토론하는 장을 마련하자는 취지로 연중 네 번의 CSI 워크숍을 열어왔다. 올해 첫 CSI 워크숍은 1월 17일과 18일, 1박 2일간 카카오 본사인 제주 닷스페이스에서 열렸다. 카카오가 함께하는 두 번째 자리였다.

CSI를 총괄하는 박종현 서울대 교수는 빠른 속도로 발전하는 인공지능 분야는 개방, 공유, 협업에 기초한 집단 연구가 필요하다고 역설한다. “기술이 아직 성숙하지 않았고 초기 연구 단계인 만큼, 산학협력을 통해 카카오의 인프라와 빅데이터 자원을 활용하는 개방형 연구(오픈 리서치) 장점을 살리면 인공지능 기술 발전을 선도할 수 있을 겁니다.”

김남주 카카오브레인 CTO(연구총괄)는 카카오와 학계 전문가들이 서로의 역량을 끌어올릴 수 있는 중요한 파트너라고 믿는다. CSI 워크숍은 협업의 결의를 다지고 결과물을 공유하는 자리다. “카카오브레인이 자체적으로 진행하는 프로젝트에 자유로운 교류를 통해 학생들의 참여를 독려하고 싶어요. 아울러 개별 연구실에서 진행 중인 기존 연구와 카카오브레인의 접점을 늘리는 게 이번 워크숍의 목적입니다.”

이번 워크숍은 프로그램부터 카카오브레인이 매달 자체적으로 시행하는 미니 컨퍼런스 시스템을 상당 부분 차용했다. 미니 컨퍼런스에서는 지난 3주간 진행된 연구에 대한 발표가 이뤄진다. 프로젝트 주요 내용을 포스터 형태로 인쇄한 뒤 관람객과 1:1 토크를 나누는 포스터 세션도 있다. 모든 프로젝트 내용을 5분으로 요약하는 스포트라이트 세션은 그중 핵심이다.

3주간의 긴밀한 프로젝트 시행을 위해 카카오브레인은 자체 연구 문화인 버스 시스템을 구축했다. 이 시스템은 ‘좋은 사람들과 함께하는 긴 여정을 위한, 조금 더 즐거운 여행길’이라는 콘셉트를 내세운다. 프로젝트 리더는 ‘드라이버’라 불리는데, 드라이버가 관심 있는 연구에 대해 발제하면 여기에 흥미를 가진 연구자들이 ‘승객’으로 모여 3주간 자율적으로 연구한다. 외부와의 협업을 진행할 수도 있다.

인치원 카카오브레인 CSO(최고전략책임자)는 “버스 시스템은 연구원들이 자율적으로 마일스톤(프로젝트 이정표)을 세우고 단기간에 집중적인 성과를 내기 위한 목적으로 만들어진 카카오브레인만의 연구 개발 문화”라면서 “여러 번의 시행착오 끝에 현재는 프로젝트 리더인 드라이버, 프로젝트 참가자인 승객을 중심으로 자율 발제 시스템이 꽤 잘 운영되고 있다”고 설명했다.



첫날에는 한보형 포항공대 교수, 김남국 서울아산병원 교수, 임재환 USC 교수, 신진우 카이스트 교수가 각자 진행 중인 연구 주제를 발표했다. 김 교수는 제약 분야에서 큰 변화의 바람이 불 것이라고 예고했다. “병원에서는 약을 짓지 않습니다. 제약 회사가 만든 약을 연구해 어떻게 하면 효과적으로 환자 진료를 할 것인가 의사결정을 하죠. 하지만 인공지능이 활성화되면 병원에서도 의사의 지식을 활용해 약을 만들 수 있게 됩니다. 의료계 중에서도 특히 제약 분야가 많이 변할 것으로 내다보는 이유죠.” 그는 의학 영상 분야도 크게 달라질 것으로 봤다. “의학 영상 분야에서도 인공지능이 혁혁한 공을 세울 것으로 기대됩니다. 사람보다 더 정확하고 빠르게 진단할 수 있으니까요.” 이밖에도 신 교수와 한 교수가 각각 ‘Confident Deep Learning’과 ‘Deep Learning in POSTECH Computer Vision Lab’을 주제로 발표했고, 임 교수는 그간의 연구 활동과 계획을 소개하는 시간을 가졌다.

이튿날에는 카카오브레인의 발표에 이어 스포트라이트가 이어졌다. 최규동 카카오브레인 연구원은 현재 진행 중인 인공지능 바둑 개발 프로젝트 ‘rethinkgo’가 나아가갈 3가지 방향에 대해 자세히 설명했다. “우선은 기존 방법론을 개선해, 바둑을 잘 두는 강한 인공지능 플레이어를 만드는 걸 목표로 하고 있습니다. 아울러 사람처럼 게임을 학습하는 게임

인공지능의 일반적인 요구에 부합하는 것, 그리고 게임뿐만 아니라 다른 문제를 풀 수 있도록 알고리즘을 확장하는 것이 최종 목표죠. 개인적으로는 두 번째와 세 번째가 저희에게 큰 도전 과제라고 생각합니다.” 학생들의 포스터 세션은 발표자와 관객 간 토론으로 뜨거운 열기를 더했다. 참여한 연구원들은 화이트보드에 각종 수식과 그래프를 그려가며 활발한 토론을 이어갔다.

통상적으로 기업에 소속된 연구 조직은 일관된 목표를 가지고 한 가지 연구에 오랜 시간 투자하기가 쉽지 않은 상황이다. 기업 경영진의 회사 전략에 따라 연구 조직이 쉽게 와해되거나 격변을 겪을 수도 있다. 이런 환경 때문에 기초 연구를 하는 학계 전문가 파트너들과의 협업이 더욱 중요하다. 김 CTO는 기술을 요리에, 신선한 재료를 기초 연구에 비유했다. “신선한 재료는 좋은 요리의 가장 중요한 조건입니다. 제아무리 세계 최고의 실력을 갖춘 셰프라도 나쁜 재료로 맛있고 몸에 좋은 요리를 만들기는 힘들어요. 좋은 기술과 연구를 위해서는 기초 연구가 탄탄해야 기술 혁신을 이룰 수 있다는 점에서 비슷한 속성이 있습니다. 현실 속 문제를 해결하는 기술에 관한 연구를 앞으로도 CSI와 꾸준히 이어갈 수 있기를 기대하고 있어요.”

특별한 하루에 마음을 더하다
스마트 제주 향해 한 걸음 더
더 나은 이동을 위한 고민

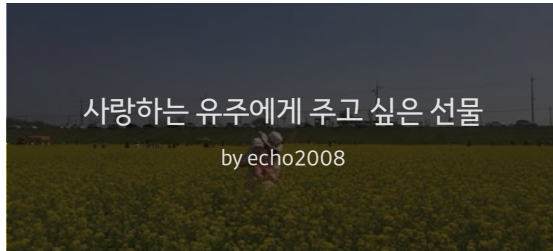
카카오는 더 나은 세상을 위해 함께 행동해야 한다고 믿습니다. 나의 특별한 하루를
모두의 특별한 하루로 만드는 온기, 흩어져 있던 정보를 그러모아 필요한 사람들과
나누는 협력의 선순환이 더 나은 세상을 향한 여정에 힘을 더해줄 겁니다.

with
kakao

#01

부모님의 사랑으로

“내 아이가 살아갈 세상은 좀 더 좋은 세상이었으면 좋겠다.” 부모가 되면 생기는 송고하고 강렬한 소망입니다. 부모들의 이런 바람이 아이의 탄생, 백일, 돌잔치, 입학 등과 같은 기념일에 같이가치를 만나 기념일 모금함이 됩니다. 지인들과 모금함을 나누면서 아이들이 살아갈 더 나은 세상을 함께 만드는 작은 실천을 해보세요.



사랑하는 유주에게 주고 싶은 선물

“저의 바람은 단 한 가지입니다. 유주와 유주 친구들이 마음껏 자연에서 뛰어놀 수 있었으면 좋겠습니다. 미세먼지 걱정 없이, 알레르기 걱정 없이, 환경오염 걱정 없이! 함께 같이 가치 있는 아름다운 지구인이 되길, 응원해주시길, 부탁드립니다.”



이 모금함의 기부금은 사단법인 녹색연합의 환경 지원 사업에 전해집니다.

#02

뜨거운 팬심으로

바라만 봐도 좋은, 마음속의 센터를 차지한 스타 한 명쯤 있으시죠? 같이가치에서는 팬들이 사랑하는 스타의 기념일에 모금함을 만들어 함께 기부하며 스타를 응원합니다. 이 모금함은 순식간에 여러 팬들에게 퍼져 빠른 시간 내에 큰 변화를 만들어내곤 해요. 지난해 워너원(Wanna One) 강다니엘의 생일인 12월 10일을 기념하는 모금함엔 3일 만에 999만원이 모였어요. 팬들의 진심은 일본군 위안부 할머니들에게 전달돼 더 뜻깊은 사랑이 됐답니다. 좋아하는 스타의 생일, 데뷔 10주년 등 기념일에 맞춰 모금함을 만들어보세요.



1210 다니엘 탄신일

“저를 행복하게 해주는 다니엘의 생일이 곧 다가오는데요, 과연 제가 팬으로서 무엇을 할 수 있을까 많이 고민했습니다. 다니엘은 연습생 시절에도 위안부 할머니들을 후원하는 팔찌를 차고 있어서 화제가 됐었잖아요. 다니엘의 생일을 맞아 위안부 관련 단체에 기부할 수 있는 모금함을 만들면 다니엘 생일도 축하하고 우리의 아픈 역사도 되새기는 좋은 기회가 될 것 같아요.”



이 모금함의 기부금은 한국정신대문제대책협의회의 인권 평화와 역사 지원 사업에 전해집니다.

#03

더 나은 사회를 소망하며

우리가 함께 살아가는 이 사회의 여러 문제들을 해결하기 위해 할 수 있는 일에 대해 저마다 고민해보셨을 거예요. 미세먼지나 길고양이 보호와 같이 일상과 밀접한 이슈부터 커다란 이슈까지. 사회문제 해결을 위해 할 수 있는 게 아무것도 없다고 생각될 때, 많은 사람들과 기념일 모금함으로 마음을 모아보면 어떨까요?



1987 박종철 열사가 바라던 민주주의 세상

“영화 <1987>의 마지막 장면을 보면 겨울날 언 발을 구르며 구호를 외친 재작년 광화문이 떠오릅니다. 시민운동은 지금도 계속되고 있어야 하고, 앞으로도 계속되어야 할 것입니다. 모금함으로 그 마음과 다짐이 나와 우리 주변에 전달되는 계기가 되었으면 합니다.”



이 모금함의 기부금은 참여연대의 더 나은 사회 지원 사업에 전해집니다.

#04

나의 일상을 기념하며

절친의 생일, 처음 맞는 결혼기념일, 입사 1년 되는 날, 자취를 시작한 날, 내가 응원하는 야구팀이 우승한 날. 사회적으로 특별한 의미가 있지 않아도, 거창한 경조사가 아니더라도 우리 일상이 바로 기념일의 연속입니다.



고시원으로 이사를 갔어요

“이제 취직했으니 월세는 알아서 해결하라는 엄마의 강제 독립 선언 덕에 저는 집을 떠나 건대입구역 근처의 고시원으로 이사왔습니다. 각각의 사정을 안고 고시원에 살고 계신 많은 분들, 우리 이 작은 방을 발판 삼아 멋진 인생을 살았으면 좋겠습니다!”

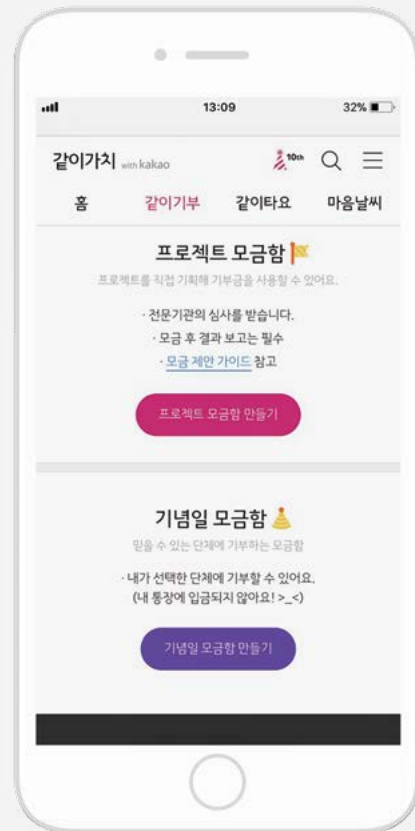


이 모금함의 기부금은 사단법인 빅이슈코리아의 안정된 일자리 지원 사업에 전해집니다.

기념일 모금함 만들기



특별한 모금함,
직접 만들어보고 싶다면
QR 코드를 찍어보세요



1. '같이가치 with Kakao'에 로그인한 후 모금 제안 메뉴에서 기념일 모금함 만들기 터치



2. 관심 주제와 기부처 선택



3. 모금함 대표 이미지, 제목, 본문 입력



4. 모금 기간과 모금 공개여부 선택 후 '모금함 개설 완료' 터치, SNS에 모금함 공유

* 모금 공개를 하지 않으면 URL을 공유받은 사람만 모금에 참여 가능함.

스마트 제주 향해 한 걸음 더

카카오 서비스와 공공데이터포털 등에서 따로 제공되던 제주 관련 빅데이터를 한눈에 볼 수 있는 '제주데이터허브(Jeju data hub)'가 마련됐다. 카카오와 제주특별자치도가 여기 모아둔 정보들이 공공 영역과 관광업계, 스타트업과 중견기업의 비즈니스에 활기를 불어넣고 있다.



빅데이터 풍향계를 세우다

- 데이터로 똑똑해진 여행 -

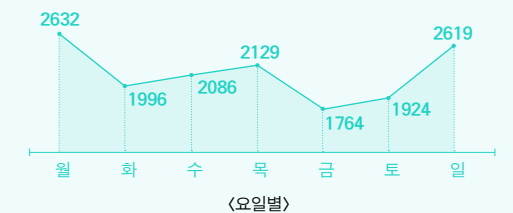
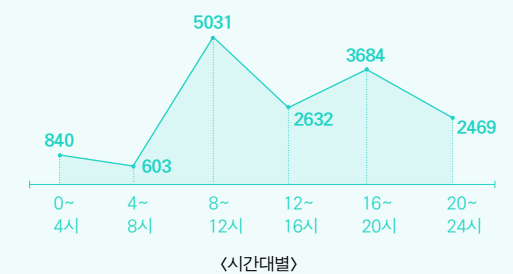
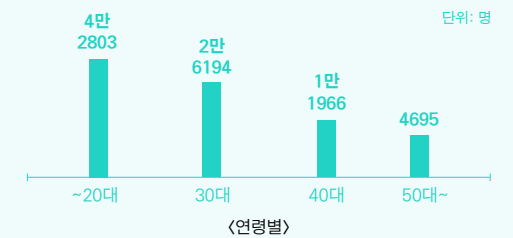
대전에 사는 유용석 씨는 해마다 가족들과 제주를 찾는다. 매년 색다르고 즐거운 제주 여행이지만 지난 1월 제주 여행은 조금 더 편리하고 특별했다. '제주데이터허브'에서 제공하는 '데이터 리포트'를 참고해 여행 계획을 세운 덕이다. 유 씨는 여행 전 데이터 리포트에서 자가용으로 많이 찾는 관광지의 위치와 제주도민들의 검색어 순위를 찾아, 현지인이 즐겨 찾는 관광지과 식당 중심으로 동선을 짰다. 꼭 방문하고 싶었던 새별오름을 찾을 때는 제주데이터허브에서 오름 관련 정보를 조사하고 관광객이 북적이지 않는 오전 시간을 활용했다. 덕분에 유 씨 가족은 사람들을 피해 오름의 전경을 오롯이 담은 인생샷을 남길 수 있었다.

동백으로 유명한 관광지와 연예인이 운영하는 인기 카페를 방문할 때도, TV 맛집으로 소문난 해장국 집을 찾을 때도 유 씨는 제주데이터허브에서 시간별 인기도 추이를 미리 확인해 번잡한 시간대를 피했다. 여행 마지막 날에는 폭설로 항공편이 지연되고 결항됐는데, 제주데이터허브 데이터 리포트를 활용해 공항의 혼잡도를 미리 확인하고 렌터카 반납 시간을 조정할 수 있었다. 소셜 네트워크 서비스나 블로그 추천을 보고 여행할 때면 식당 앞에서 한 시간씩 기다리는 일이 허다했다. 관광지 인근의 주차 문제로 골머리를 앓은 경우도 많았다. 이런 수고를 이번 여행에서는 단 한 번도 겪지 않은 것이다.

유 씨는 제주데이터허브의 장점으로 '신뢰도'를 꼽았다. "블로그나 SNS와 달리 제주데이터허브의 데이터들은 공공기관과 카카오가 믿을 만한 데이터를

한데 모아 만든 것이잖아요. 아무래도 안심하고 사용할 수 있죠. SNS에는 광고성 정보가 넘쳐나는데 여기서 객관적으로 검증된 제주의 여러 정보를 한눈에 볼 수 있어서 편했어요."

새별오름, 누가 언제 많이 찾을까? 2017.10.29~11.25



- 제주, 관광·산업 데이터를 융합하다 -

한 해 제주도를 찾는 관광객은 2000만 명. 제주도를 찾는 수많은 관광객들은 여전히 블로그와 소셜 네트워크 서비스에서 조금이라도 정확한 관광 정보를 찾기 위해 고군분투한다. 데이터의 양은 증가하고 있지만 신뢰할 만한 데이터는 없기 때문이다. 관광객뿐 아니라 하루가 다르게 성장하는 제주에서 새로운 사업을 구상하려는 사람들에게도 제주의 데이터는 매우 중요하다. 현지

사정을 제대로 파악해야 효과적으로 사업을 시작할 수 있기 때문이다.

제주도와 카카오의 합작품으로 지난해 12월 20일 문을 연 제주데이터허브(www.jejudatahub.net)는 관광에 유용한 정보를 제공하는 역할을 넘어서 지역 경제를 활성화하는 데 기여하겠다는 목적으로 만들어졌다. 사업적 사용이 힘든 공공 데이터의 한계를 뛰어넘어 민간 데이터와 접목시킴으로써 제대로 활용할 수 있는 데이터를 제공하겠다는 것이다.

과학기술정보통신부·한국정보화진흥원과 함께하는 '지역 거점형 민·관 융합 데이터 서비스 표준모델 구축사업'의 일환으로 시작된 제주데이터허브에는 카카오가 운영하는 포털사이트 다음에 축적된 검색·이동 데이터와 공공데이터포털의 제주 관광·지역 산업 데이터를 융합해 시각화한 자료가 모인다. 이 사업은 지난 1월 한국정보화진흥원의 '2017년도 빅데이터 플래그십 시범사업 평가'에서 1등인 최우수 등급을 받았다.

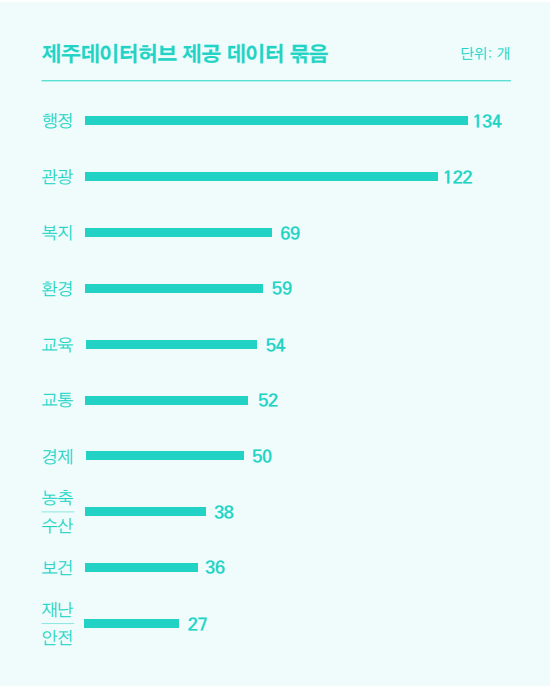
제주데이터허브는 카카오의 6개 API 데이터 (방문자 데이터 500여 개, 이동 데이터 50여 개), 제주도의 413개 파일 데이터와 61개 API 데이터, 이를 융합해 맞춤형 데이터 묶음(custom data set) 50개 등 이달 초 기준 651개의 데이터 묶음을 제공하고 있다.

카카오가 요일과 시간에 따른 성·연령대별 관광지·음식점·카페 등 주요 장소 이용 패턴과 버스·자가용 등 이동 수단에 대한 빅데이터를 제주도에 제공하면, 제주도는 여기에 공영주차장 현황, 모범음식점 현황 등 제주도를 비롯한 여러 공공기관이 수집한 공공 데이터를 접목시켜 민간에 개방한다. 데이터 분석 결과의 공유하는 체계를 만들어 지역 내 데이터 생산-유통-활용의 선순환 구조와 데이터 기반의 산업 생태계를 만드는 것이 제주데이터허브의 최종 목표다.

- 중소 상공인을 위한 맞춤형 트렌드 분석 -

제주데이터허브는 실시간으로 생성되는 카카오 데이터를 기반으로 시기·장소·목적에 최적화된 정보를 제공한다. 정보 목록에는 중소 상공인을 위한 맞춤형 트렌드 분석 자료도 포함되는데, 이는 제주도 안팎 스타트업의 요긴한 참고자료로 활용되고 있다.

윤형준 대표가 운영하는 (주)제주패스도 제주데이터허브의 도움을 받았다. 제주도 내 맛집에 대한 정보와 쿠폰 할인 서비스를 제공하는 제주패스는 고용노동부와 제주도의 지원으로 진행한 지역혁신



프로젝트 ‘니영나영 가치가게’(너랑 나랑 같이 가자의 제주 방언)를 통해 카카오와 협력했다. 그 결과 지난해 12월 기존 앱의 사용자 편의성을 개선하고, 빅데이터에 기반 추천 서비스 제공 기능을 추가한 ‘제주패스맛집’을 새로 선보일 수 있었다. 제주데이터허브의 데이터 묶음을 활용해 사용자들의 성·연령별 정보와 방문 분포도 정보를 융합하고 사용자에게 최적의 장소를 추천할 수 있도록 서비스를 개선한 것이다.

“카카오의 위치 기반 서비스인 ‘카카오맵’과 ‘카카오T’ 등의 장소 데이터를 분석해 사용자의 연령과 성별에 따른 방문 이력을 분석하는 API를 ‘제주패스맛집’에 연동했어요. 좀 더 정교하고 신뢰성 높은 맛집 정보를 제공할 수 있게 된 거죠.”

윤 대표는 제주 지역 스타트업들이 제주데이터허브 데이터 묶음을 적극 활용하길 바란다고 했다. “우리 같은 스타트업이 빅데이터를 통해 지역 성장을 주도하는 기회가 될 거예요.” 실제로 ‘제주패스맛집’ 사용자는 개편 이후 전년 동기 대비 24% 늘어났다. 제주패스는 카카오와의 협업 과정에서 지역 IT 인재를 추가로 채용하는 등, 고객 서비스 개선에 그치지 않고 일자리 창출까지 이어지는 선순환 구조를 만들어내고 있다.

카카오와 제주도는 빅데이터를 통한 관광사업 성장 동력을 끌어올리기 위해 힘쓰는 중이다. 카카오는 개별 관광객 증가에 따른 제주 관광객 소비 패턴 변화를 분석해 제공하는 등 관광산업의 질적 성장을 위한 고민과 협력을 이어가고 있다. 지난해 12월 16~17일에는 제주데이터허브 서비스에 사용자가 직접 데이터를 업로드해 공유하고 이를 활용할 수 있도록 하는 ‘2017 제주 데이터-톤’ 행사를 제주도청과 제주테크노파크가 함께 주최하기도 했다. 참가자들은 24시간 동안 기존 공공 데이터의 품질을 직접 고도화하고, 맞춤형 데이터 묶음으로 웹 서비스와 모바일 앱(App)을 제작하고 시연하는 시간을 가졌다. ■



제주 정보의 모든 것을
한눈에 보고 싶다면
QR 코드를 찍어보세요

스마트 제주로의 변신 말거만 주세요



노희섭
제주도 ICT정보융합담당관

ICT정보융합담당관, 생소한 직함인 것 같아요.

제주 지역의 지역 정보화 및 지역 ICT 산업 생태계 육성에 대한 총괄 업무를 담당하고 있습니다. 내부 행정 시스템 구축, 유지 보수와 공공 서비스 시스템 개발 및 운영, 홈페이지, 통신 및 빅데이터의 인프라 구축, 보안 정책, ICT산업 지원 정책 등을 담당해요. 결국 ‘ICT’나 ‘스마트’라는 표현이 들어간 대부분의 정책과 사업에 관여하고 있습니다.

행정과 ICT의 결합에 관심을 갖게 된 이유는 무엇인지 궁금합니다.

오랫동안 민간 영역에서 빅데이터를 기반으로 공공기관과 업무를 진행해왔는데, 공공 영역에 계시는 분들은 문제 해결 의지는 크지만 방법을 잘 모르신다는 생각이 들었습니다. ICT를 활용한 문제 해결에 애초부터 관심이 많았던 제가 공공 영역의 한계를 어느 정도 해결할 수 있지 않을까 싶어서 시작했어요.

제주와 ICT의 결합이 의미 있는 이유는 무엇인가요?

제주는 섬이라는 지리적 특성을 갖고 있어 문제 해결에 타당한 솔루션을 실험하는 데 좋은 환경입니다. 최근 수년간 인구와 관광객, 차량이 증가하는 등 다양한 사회적 문제가 발생하고 있고요. 어디서든 발생할 수 있는 문제이기 때문에 ICT를 이용해 해결해보자는 도전의식이 생겼어요.

제주 내 기업과의 협업은 어떻게 이뤄지고 있나요?

지역 기업들이 가지고 있는 자원을 공유경제 모델로 엮어서 스마트 관광 영역으로 진출을 계획하는 스타트업 기업들과의 상생 구조를 만들기 위해, 카카오를 비롯한 지역 기업들과 함께 비콘(beacon) 기반의 개방형 스마트 관광 플랫폼을 만든 게 대표적이죠. 이 프로젝트를 진행하며 데이터에 대한 요구 사항이 폭증했고 지역 스타트업들과의 협업이 더욱 강화됐습니다. 그 결과물이 중앙부처의 빅데이터 플래그십 사업을 통해 구축한 제주데이터허브예요.

앞으로 카카오와 함께 해보고 싶은 사업이 있나요?

사회적 문제를 데이터와 코드 기반으로 해결하려는 사회 혁신이 새 정부의 주요한 방향인 만큼 카카오와 함께 데이터 활용 측면에서 다양한 협업이 이루어지길 기대합니다. 제주 내의 교통 환경 분석을 통한 스마트 모빌리티를 구축하기 위해서는 공공이 보유한 버스 운행 정보나 버스카드 데이터, 교통량 데이터 외에도 카카오T 등의 데이터가 절실히 필요해요. 데이터 기반의 민관협력을 통해 스마트 주차장, 스마트 모빌리티, 더 나아가 MAS(Mobility As a Service)를 함께 구축해 보고 싶습니다.

ICT정보융합담당관이 그리는 제주특별자치도 ICT의 미래가 궁금합니다.

제주특별자치도는 데이터에 대한 관심도가 매우 높은 지자체입니다. 인구 증가, 차량 증가, 관광객 증가에 따른 다양한 사회적 문제를 경험으로 해결할 수 있는 단계가 이미 지나갔기 때문에, 데이터 기반의 과학 행정을 통해 시민과 관광객이 모두 만족할 수 있는 정책을 만들어가야 해요. 앞으로 민관협력을 통해 데이터 기반의 과학 행정 모델을 만들어갈 수 있을 겁니다.

검색어 순위 2018.01.01 ~ 01.31

〈관심 키워드〉

- 1위 제주서귀포점
- 2위 매일올레시장
- 3위 성산포항
- 4위 4.3평화공원
- 5위 비자림자연휴양림
- 6위 제주민속자연사박물관
- 7위 제주해안도로
- 8위 서귀포매일올레시장
- 9위 서귀포맛집현지인추천
- 10위 국립제주박물관

〈방문자 키워드〉

- 1위 서귀포매일올레시장
- 2위 매일올레시장
- 3위 마라도배시간
- 4위 제주민속촌
- 5위 동문재래시장
- 6위 성읍민속마을
- 7위 동문시장맛집
- 8위 올레시장맛집
- 9위 마라도가는여객선
- 10위 제주동문시장맛집

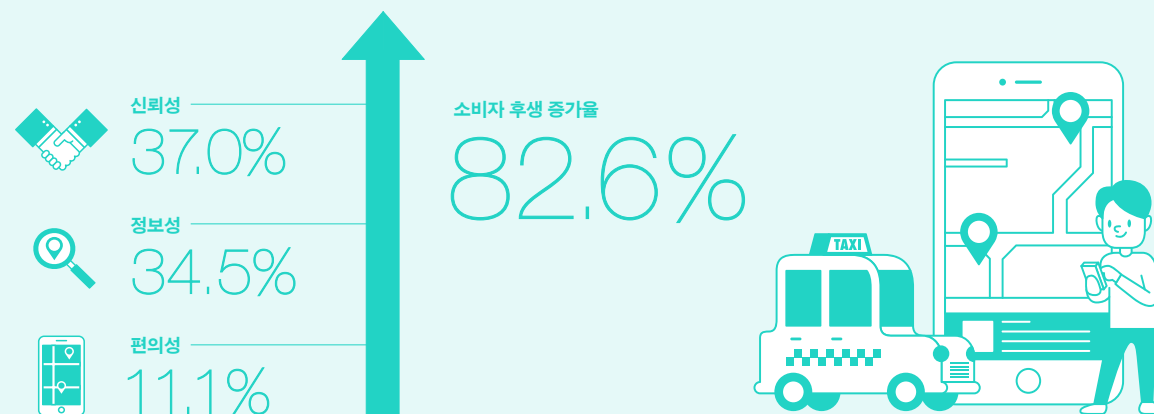
더 나은 이동을 위한 고민

새로운 연결의 접점을 찾아 더 편리한 세상을 만들어가는 카카오는 ‘더 나은 이동’을 위해 2015년 3월 카카오택시 서비스를 시작했고, 지난해 10월 카카오프라이버, 카카오택시와 함께 택시, 대리운전, 내비게이션 기능을 하나의 애플리케이션으로 이용할 수 있는 카카오톡로 거듭났다. 카카오택시는 이동의 양상과 형태, 문화를 어떻게 바꿔왔을까.



카카오택시로 이만큼 편해졌어요

지난 3년간 카카오택시는 소비자들에게 더 투명한 정보와 믿을 만한 택시 서비스를 제공하며 이용자들의 삶을 더 편리하고 윤택하게 만들었다. 카카오택시를 이용해본 600명을 대상으로 조사한 결과 카카오택시 서비스는 기존 택시 서비스보다 신뢰성 측면에서 37.0% 더 효과적인 것으로 확인됐다. 또 정보성 34.5%, 편의성은 11.1% 개선되는 등 카카오택시 덕분에 이용자들은 이전보다 82.6% 더 나은 서비스를 누릴 수 있게 됐다.



20대 여성 마음에 쏙

카카오택시에 가장 만족하는 승객은 20대 여성이었다. 승객 1620명을 대상으로 조사한 결과 20대 여성의 65.7%가 카카오택시 서비스에 매우 만족한다고 답해 전 연령층과 성별 가운데 가장 큰 만족을 드러냈다. 전체적으로 20대 여성의 99.0%, 30대 여성의 99.2%, 50대 여성의 100%가 카카오택시 서비스에 만족하는 등 여성 만족도가 높은 것으로 드러났다.

여성 연령별 카카오택시 서비스 만족도

연령	매우 그렇다	그렇다	아니다	전혀 아니다
20대	65.7%	33.3%	0.7%	0.3%
30대	58.8%	40.4%	0.8%	0.0%
40대	43.2%	55.6%	1.2%	0.0%
50대	48.8%	51.2%	0.0%	0.0%
60대	42.9%	42.9%	14.3%	0.0%

* 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값

카카오택시에 만족하는 20대 여성

99.0%

매우 만족한다고 답한 20대 여성

65.7%



안심메시지로 든든한 승하차

예약된 택시의 차종과 차량번호, 기사 개인정보는 물론 승차한 택시의 도착 예정 시간까지 한데 모아 지인의 카카오톡으로 보낼 수 있는 카카오택시 '안심메시지' 기능이 택시를 탈 때마다 불안함을 느꼈던 여성들에게 큰 도움이 된 것으로 보인다. 이 기능에 대한 만족도 조사에서는 60대 여성의 만족도가 총 100%로 가장 높게 나타났다.

여성 연령별 카카오택시 '안심메시지' 제공 서비스 만족도

연령	매우 그렇다	그렇다	아니다	전혀 아니다
20대	57.3%	38.0%	4.3%	0.3%
30대	48.8%	46.0%	4.8%	0.4%
40대	43.2%	53.6%	3.2%	0.0%
50대	37.2%	60.5%	2.3%	0.0%
60대	28.6%	71.4%	0.0%	0.0%

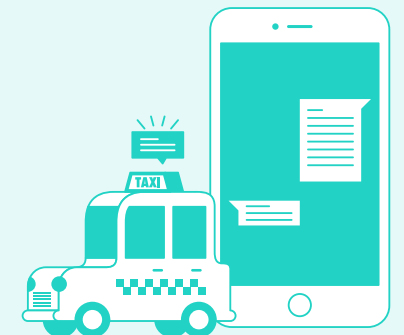
* 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값

안심메시지 서비스에 대한 60대 여성의 만족도

100.0%

전 연령 여성의 안심메시지 서비스 만족도

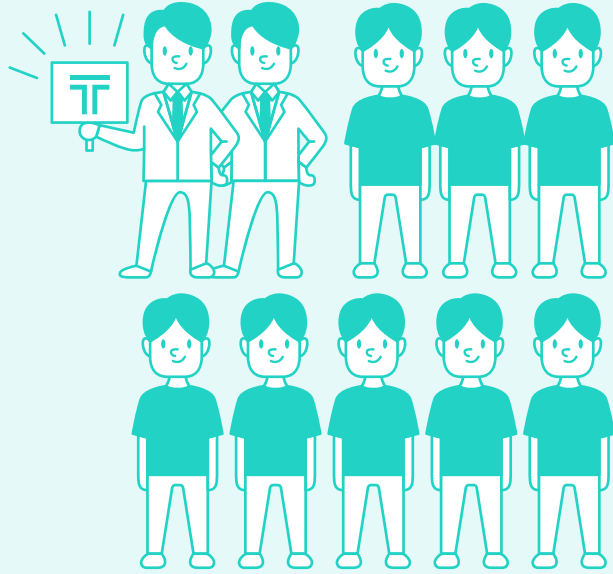
94.0% 이상



승객 열에 둘은 카카오택시

택시 기사들은 승객 다섯 명 중 한 명을 카카오택시로 확보하는 것으로 나타났다.

1/5



택시 기사 승객 5명 중 1명을 카카오택시 통해서 태워

구분	택시 산업 전반	법인 택시	개인 택시
승객 기여도	57.3%	38.0%	4.3%

* 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값

기사님 주머니를 두둑하게

카카오택시로 생활이 더 나아진 것은 승객들뿐만이 아니다. 카카오택시의 파트너인 택시 기사들의 연간 수입은 카카오택시 이용 전보다 358만원 늘어났다. 카카오택시 덕분에 승객의 택시 수요와 택시 서비스 공급이 보다 원활하게 이뤄진 것이 매출을 끌어올린 요인 중 하나였던 것으로 보인다.

연 평균 수입 증가

358

만원


더 친절한 승객들

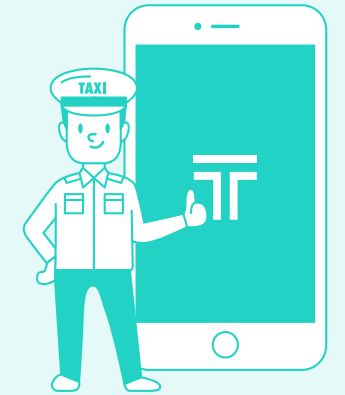
카카오택시로 연결된 승객과 택시 기사는 운행 완료 후 평점을 통해 서로를 평가할 수 있다. 서로에 대한 긍정적인 긴장 관계는 택시 문화를 개선하는 데도 기여하고 있다. 절반이 넘는 택시 기사들이 카카오택시가 도입된 뒤 승객들이 전보다 친절해졌다고 답했다.



기사님 마음에도 쏙

카카오택시를 이용하는 택시 기사들의 78.1%가 카카오택시에 만족하고 있다.

78.1%



카카오택시, 앞으로도 잘 부탁해

카카오택시를 써본 택시 기사의 94.2%가 앞으로도 카카오택시를 이용하겠다고 답했다.

94.2%





Partners with Kakao

2018년 2월호 (vol.3)

발행일 2018년 2월 14일

발행처 (주)카카오

발행인 임지훈

편집인 양현서

편집 김대원 전수민 김태완 박진석 박지혜 엄미숙

육심나 이경은 이재승 최승찬

디자인 디렉션 카카오 브랜드랩

디자인 김재현 박재연 한재국 허진아

외주 글 이해승

외주 사진 김진솔

2017년 12월 15일 창간

브런치 주소 brunch.co.kr/@partnerswkakao

메일 partners.with@kakaocorp.com

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·인용을 하시는 경우라도 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

자유학기제, 카카오와 함께해요

카카오가 2018년 1학기 자유학기제 진로 체험 프로그램 ‘Show me the IT’에 제주도 중학생들을 초대합니다. ‘Show Me the IT’는 IT 서비스에 대한 제주도 중학생들의 이해를 돕기 위해 시작된 교육 기부 프로그램입니다.

2015년부터 지금까지 ‘Show Me the IT’에는 도내 중학생 5000여 명이 참여해, IT 서비스가 만들어지는 과정을 배웠습니다. ‘나만의 모바일 서비스 기획하기’와 ‘나만의 이모티콘 그리기’ 같은 체험 활동을 통해 직군별 업무까지 경험했어요. 올해부터는 최근 주목받고 있는 인공지능 기술에 대한 교육도 이뤄집니다.

2018년 1학기 프로그램은 7월까지 총 10회 운영되며, 학교당 최대 80명이 신청할 수 있습니다. 교육부가 운영하는 진로 체험 홈페이지 ‘꿈길’을 통해 신청해주세요. 도심 지역 외곽의 학생들도 프로그램에 쉽게 참여할 수 있도록 차량을 지원할 예정입니다.



카카오와 함께하는
자유학기제, 신청하려면
QR 코드를 찍어보세요