

1지망 기업 : 라인야후 주식회사

1. 어떤 사업을 하고 있는가?

인터넷 광고사업, 이커머스 사업을 비롯한 회원 서비스를 전개해, 그룹에 속한 회사의 경영 관리업무 등을 진행하고 있다.

2. 어떤 사업적 리스크를 갖고 있는가?

라인이란 메신저 자체가 수익성이 있는 사업이 아니다보니 야후쇼핑 등 광고나 수수료 등으로 돈이 빠져나가고, 회원들이 직접 서비스를 구매하는 게 아니다보니 주요 수익원으로선 부족한 면이 있다. 그래서 다양한 방법으로 수익처를 도모하는데 그마저도 메인으로 내세울만한 주요 수익원이 존재하지 않는다.

3. 경쟁사는 어떤 곳인가?

같은 인터넷 사업을 진행하고 있는 구글이나 라쿠텐이 경쟁사라고 할 수 있다. 구글 역시 검색 엔진이라는 수익성이 낮은 사업으로 시작해 현재는 다양한 분야에서 수익을 얻고 있으며, 라쿠텐은 이커머스 사업을 하다가 다양한 분야로 확장한 대기업이다.

4. 경쟁사와 비교한 강점과 단점

강점: 구글이 워낙 국제적인 위상을 떨치고 있어서 그렇지만, 라인야후 역시 아시아권 시장을 휘어잡은 서비스가 존재하며 네임밸류가 높은 편이다.

단점: 구글 역시 검색엔진의 부족한 수익성을 보충하기 위해 다양한 회사와의 인수를 통해 해결을 했으며, 구글도 미디어 사업을 발전시켰다는 점에서 라인과 비슷하다고 할 수 있다. 물론 구글이 광고를 게재하는 플랫폼 및 권한도 갖고 있어 구글 쪽이 더 강력하다고 할 수 있고, 유튜브라는 전세계 사람들이 사용하는 플랫폼을 갖고 있다는 점에서 고객층을 확보할 수 있다는 점이 더 유리하다. 라인도 웹툰이나 게임, 음악 스트리밍, 캐릭터 사업을 진행하고 있어 부가가치가 높은 기업이다.

5. 경영자의 키워드와 나의 키워드 매치성

경영자의 키워드는 "WOW한 라이프 플랫폼을 만들어 일상의 느낌표를 전한다"는 것으로, 나의 주요 키워드 중에서 "도전", "공감"이라는 키워드랑 매치가 잘 맞다고 생각한다. 라인과 야후가 합병을 하면서 두가지 키워드를 통합했는데, 단순히 WOW한 것을 넘어서는 체험과 감동을 선사하겠다는 의도를 담은 것이라고 한다. 그렇기 때문에 WOW한 면은 도전, 그걸 넘어서는 체험과 감동은 공감과 잘 맞다고 할 수 있다. 감동은 사람의 마음을 움직이는 것이고, 마음을 움직이려면 같은 감정을 느끼는 공감이란 능력이 중요하기 때문이다.