



## 『2010년 37호 ‘주간 심층이슈’』



### 『 日 콘텐츠 기업탐방③ : mixi 』

#### ○ 작성 취지

- 일본의 소셜네트워킹서비스(SNS)는 SNS의 선구적인 기업인 mixi는 Facebook, MySpace, Twitter 등 외국의 대형 SNS회사의 일본진출에도 불구하고 차별화를 통해 크게 성장하고 있음.
- mixi로 대표되는 일본의 토종 SNS는 단순한 폐쇄적 서비스가 아닌 오픈 애플리케이션 기반의 상생 마인드에 입각해 성장하고 있으며, 이러한 분석을 통해 향후 한국의 SNS관련개발업체의 일본 진출을 위한 참고자료로 활용하고자 함

※출처 : mixi社 홈페이지 등 종합

#### ○ 작성 순서

1. 「mixi 개요」
2. 「mixi 주요 추진사업」
3. . 「시사점」

### 1. 『 mixi 개요 』

「회사개요」

<b>회 사 명</b>	주식회사 므시(mixi, Inc.)
<b>주 소</b>	東京都渋谷区神宮前2-34-17 住友不動産原宿ビル17F 2-34-17, Jingumae, Shibuya-ku, Tokyo
<b>설 립</b>	1997년 11월
<b>대 표 자</b>	가사하라 겐지(笠原 健治)
<b>종업원수</b>	318명('10년 9월)
<b>주요사업</b>	SNS사업, 구인광고사업 등
<b>자 본 금</b>	3,757백만 엔(2010년9월30일 현재)
<b>주식상장</b>	동경증권거래소시장 제1부 주식 상장(상장코드 : 2121)
<b>주요자회사</b>	인터넷 미디어 사업 소셜네트워킹서비스 『mixi』 인터넷 구인광고사업 Web한 사람의 전직 사이트 『Find Job!』
<b>U R L</b>	http://mixi.co.jp

- (주)믹시(mixi)는 1997년 대표이사가 도쿄대학재학 시절 IT계 구인사이트 『Find Job!』 운영 개시 이래, 1999년 ‘(유)이.머큐리’로써 설립
- 이후, 소셜네트워킹서비스 『mixi』와 Web관련 인재의 전직 사이트의 2가지 사업 영역을 가지고 운영
- SNS 『mixi』사업이 대중적인 인기를 얻으면서, 이 사업을 중심으로 2006년 2월 사명을 ‘주식회사 므시(mixi)’로 변경
- SNS 『mixi』는 일본 최초의 소셜네트워킹 사이트로 기업 광고 수입을 주요 수익원으로 하며, 그 외 mixi내에 유료 서비스 「mixi 프리미엄」, Amazon Associate에서도 수입을 얻고 있음
- 다른 소셜네트워킹 사이트가 회원 가입이 자유로운 것에 반해, 므시는 회원 소개로 가입이 이루어지는 폐쇄형 소셜네트워킹인 것이 특징



- IT계 벤처기업의 구인 정보를 중심으로 취급하는 웹사이트를 운영하는 「Find Job!」은 2011년 1월부터 분할해 신설되는 「주식회사 므시 리쿠르

## 트먼트」로 사업이 계승될 예정

### 《 (도표1) mixi 연혁 》

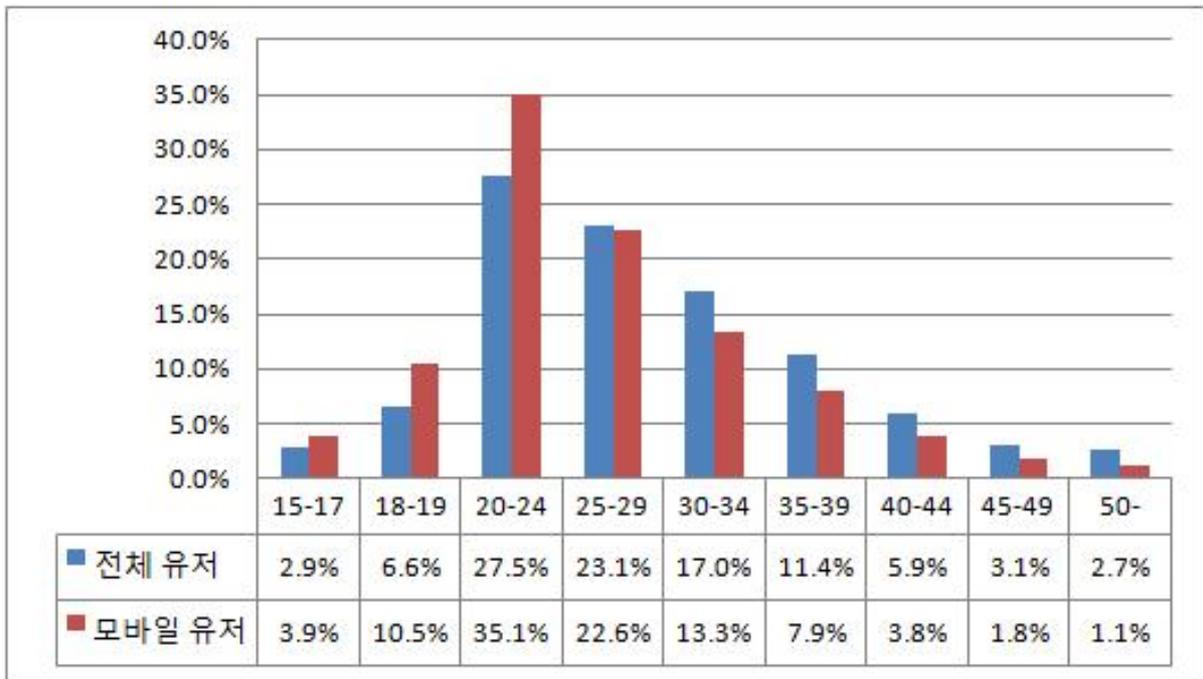
연도	내 용
1997	IT계 구인 정보 사이트 『Find Job !』의 운영 개시
1999	유한회사 이·머큐리를 설립(자본금 300만 엔)
2000	본사를 시부야 지역(澁谷區円山町22-14)으로 이전하고, ‘(주)이머큐리’로 조직 변경(자본금 1,000만 엔)
2001	프레스릴리스 서비스 대행 사이트 「@Press」 운영 개시
2004	2월 소셜네트워킹서비스 『mixi』 운영 개시 4월 자본금을 6,420만 엔으로 증자
2005	9월 @Press사업을 네트페이지캐피털파트너즈주식회사에 양도
2006	2월 주식회사믹시로 사명 변경 9월 주식회사 도쿄증권거래소마자스시장 주식 상장
2008	5월 중국에 자회사 「上海明希網絡科技有限公司(믹시 상해)」 설립 10월 미츠비시상사와 합병회사 「주식회사 NexPAS」 설립
2009	6월 오사카영업소 개설 『mixi』와 Google 「Gmail」 연계 개시

## 2. 『 mixi의 주요 추진사업 』

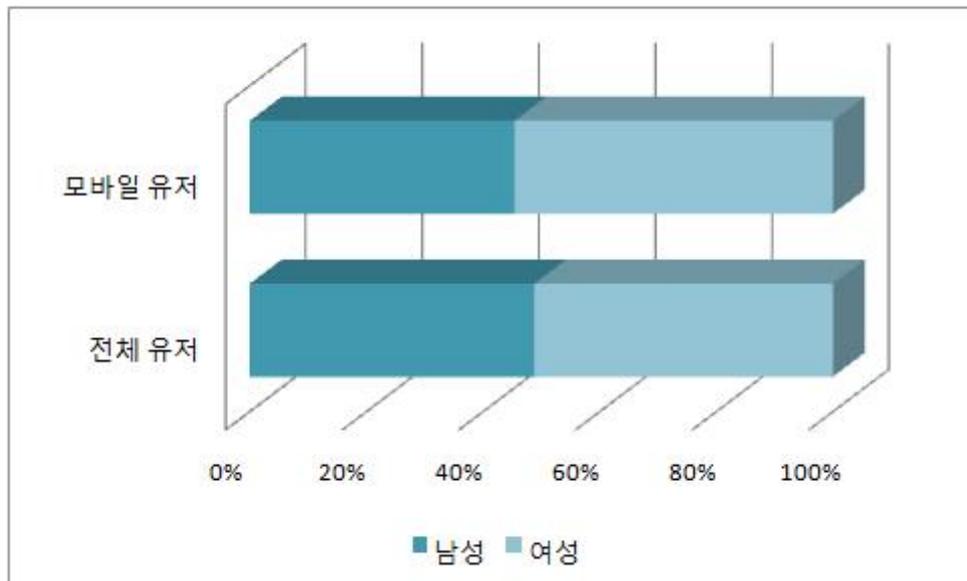
### □ 주요 서비스

- 2004년 2월에 개시한 『mixi』는 친구들과 함께 편리하고 즐겁게 커뮤니케이션을 할 수 있는 소셜네트워킹서비스를 기본으로 함.
- 유저 수는 2,102만 명(2010년 7월 31일 현재)을 넘어, 커뮤니케이션 인프라까지 사업 영역을 넓히고 있음

### 《 (그림1) 연령별 유저 속성 》



《 (그림2) 성별 유저 속성 》



- **사진** : 친구가 찍은 사진을 볼 수 있을 뿐만 아니라, 자신의 핸드폰이나 디지털카메라의 사진을 투고/관리할 수 있음. 공개범위를 선택하거나 일기에 붙일 수도 있음
- **채팅** : 지금 무엇을 하고 있는 지를 혼자서 독백하는 것처럼 적는 기능으로, 친구의 말에도 쉽게 반응할 수 있고, 코멘트도 적을 수 있음
- **체크리스트** : 궁금한 화제나 정보를 손쉽게 체크리스트에 등록할 수 있고 친구들에게 공개할 수 있는 기능. 핸드폰에서는 현재 장소를 체크인

## 할 수 있는 기능도 있음

- 「mixi체크인」 (<http://mixi.jp/promotion.pl?id=37>)의 투고 건 수는 개시 한 달만에 200만 건을 초과함
  - 「mixi체크인」은 2010년9월부터 개시한 핸드폰의 GPS기능을 이용해 현재 장소나 가게를 손쉽게 친구에게 알려 줄 수 있는 커뮤니케이션 기능
- **애플리케이션** : 믹시에서 친구들과 함께 편리한 툴을 사용하거나 **새로운 게임을 즐길 수 있는 기능**. 같은 애플리케이션 친구를 초대할 수도 있으며 2200여 개의 애플리케이션을 제공하고 있음
- 「mixi애플리」는 유저들이 이용하고 싶은 애플리케이션을 자유롭게 선택해 **친구들과 함께 게임이나 그 외 편리한 툴 등을 통해 교류할 수 있도록 하는 서비스임**
  - 2009년 8월부터 PC판, 10월부터 **모바일용의 「mixi애플리」**를 제공함
  - 「mixi Touch」는 iPhone(TM)을 비롯한 **스마트폰에서 「mixi」**를 이용할 수 있는 **새로운 스타일의 「접할 수 있는 mixi」**임
- **일정 등록** : **일정을 등록해 친구에게 공개할 수 있는 기능**으로 친구의 일정이나 이벤트를 체크하거나 같은 이벤트에 참가할 수도 있음
- **동급생 검색** : 동급생이나 동창생을 찾을 수 있는 기능
- 2009년 11월부터 개시한 「mixi동급생」 ([https://mixi.jp/search\\_school.pl](https://mixi.jp/search_school.pl))의 이용자 수가 500만 명을 넘음
- **동료네트워크** : 회사 친구나 동료를 찾을 수 있는 기능으로 **같은 회사에 등록해 있는 멤버만 찾을 수 있어 안심하고 사용할 수 있음**

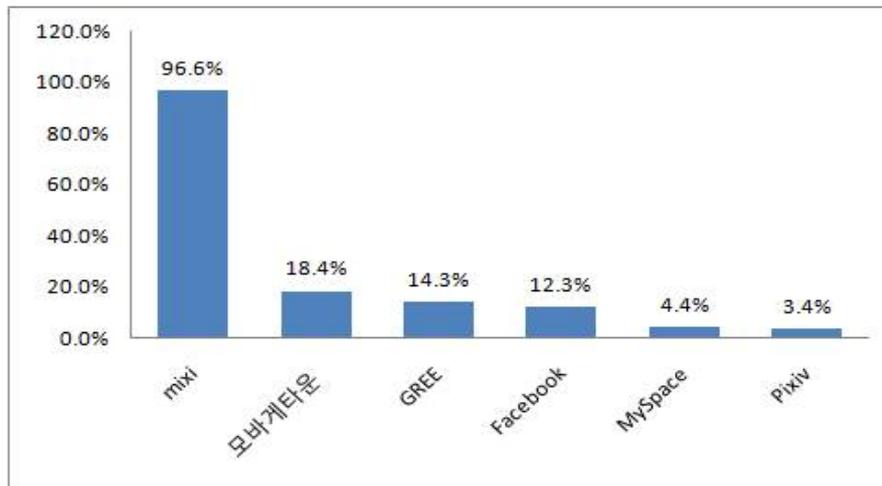


## □ 일본의 SNS시장 현황

- 도쿄광고협회가 조사한 「대학생 의식 조사 프로젝트 FUTURE 2010」에 따르면, 일본에서는 현재 약 6천만 명 이상의 대학생들이 SNS를 이용하

고 있는 것으로 나타남

《 (그림3) 이용 중인 SNS(n=586) 》



※ 「대학생 의식 조사 프로젝트(FUTURE 2010)」의 SNS이용실태조사는 2010년 7월 13일~7월 26일까지 수도권 대학에 재학생 남녀를 대상으로 앙케이트 조사한 결과

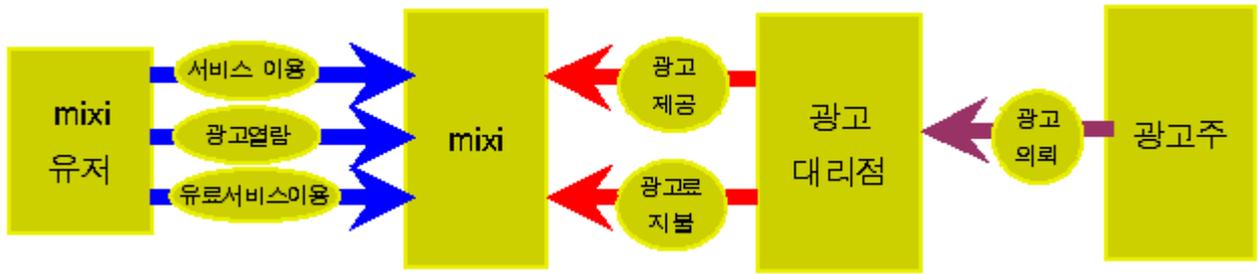
- Twitter에 대한 의존도가 상당히 낮아 글로벌 SNS보다 일본 국내의 토종 SNS 이용률이 높은 것이 특징
- SNS이용률은 대단히 높아 현재 이용하고 있다고 응답한 대학생은 71.8%로 가장 많고, 가장 많이 이용하는 서비스는 96.6%로 mixi가 압도적으로 높음

## □ 최근 실적

- 구글이 제공하는 웹메일서비스 「Gmail」과의 연계를 통해 『mixi』의 「친구 소개」페이지(<http://mixi.jp/invite.pl>)와 「메일어드레스로 My mixi 리퀘스트」페이지 ([http://mixi.jp/add\\_friend\\_mail.pl](http://mixi.jp/add_friend_mail.pl))에서 「Gmail」의 주소록을 읽어 친구를 『mixi』에 초대하거나 My mixi 리퀘스트(친구 등록)을 할 수 있음
- 「Gmail」를 이용하고 있는 친구들에 대해 개별 메일 어드레스를 입력할 필요가 없기 때문에 쉽게 초대하거나 My mixi 리퀘스트를 할 수 있음
- 2010년도 제2/4분기 실적은 연결 매출액 3,819백만 엔, 연결 영업이익 614백만 엔을 기록
  - 매출액의 구성을 보면, mixi광고 3,097백만 엔, mixi과금 611백만 엔, Find Job! 182백만 엔으로 각각 **79.6%, 15.7%, 4.7%**으로 구성됨
  - mixi Touch(스마트폰에서 이용)이 확대

➤ 네이티브(자사 제공) 기능 : mixi체크, mixi체크인 등의 새로운 네이티브(자사 제공) 기능 제공

《 (그림4) mixi 수익 모델》



□ mixi 전략① : 소셜그래프의 활성화 및 커뮤니케이션의 다양화

○ 커뮤니케이션 기능의 강화 및 소셜그래프 활성화 전략을 통해 소셜그래프 확대를 노림

☞ 'mixi보이스'의 이용 확대

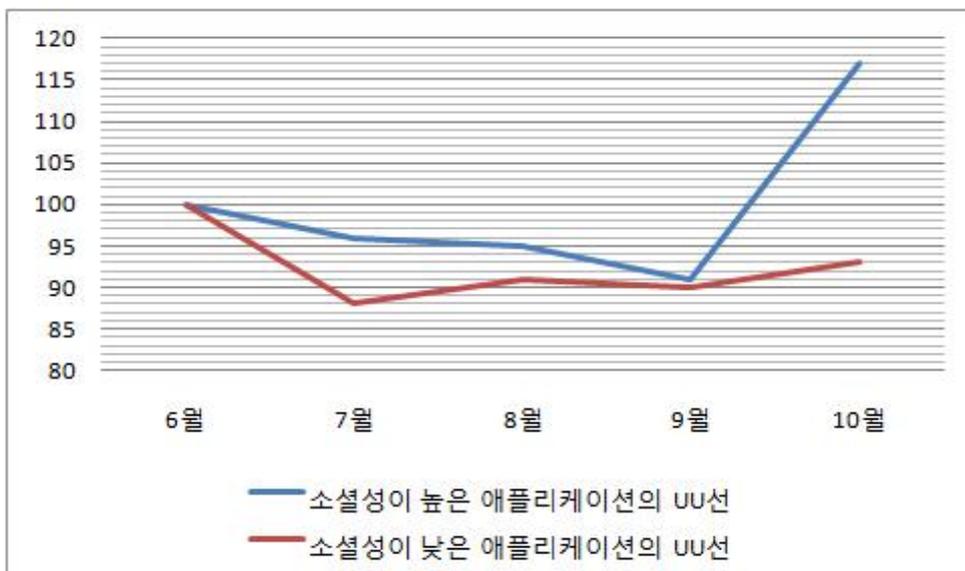
- 'mixi보이스'는 'mixi일기'를 뛰어넘는 mixi의 메인 커뮤니케이션 기능으로 육성
- 투고수 뿐만 아니라 코멘트 등의 피드백수를 포함한 '커뮤니케이션 투고 수'가 증가

☞ 'mixi애플리케이션'

- 리퀘스트 API의 공개 등 소셜성을 강화하는 시책으로 소셜성이 높은 애플리케이션이 성장세를 보이고 있음

《 (그림5) 소셜성애플리케이션 UU수 추이》

(6월을 100으로 한 경우)



○ 11월 중순부터 세계 최대 SAP(소셜 애플리케이션 프로바이더) ‘Zinga’의 애플리케이션 「FarmVille」가 mixi에서 전개될 예정

☞ 소셜 애플리케이션 및 소셜 페이먼트 노하우가 있는 해외 SAP가 독자적인 진출보다 일본에서 영향력 있는 mixi에서 전개

- mixi는 이러한 타사 서비스 대행을 통해 소셜 애플리케이션사업의 확충을 도모

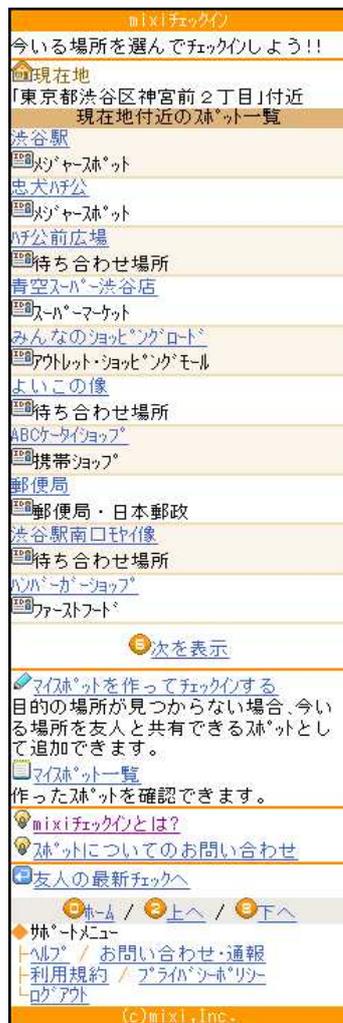
- 해외 유력 SAP가 일본의 소셜 애플리케이션 시장에 새롭게 진입할 시 자국에서의 노하우를 활용하기보다는 기존의 일본 SAP에 대한 소셜 사업의 노하우를 습득해 시장 확대에 이어갈 생각임

○ 새로운 네이티브 기능 제공

☞ mixi체크, mixi체크인 등 새로운 네이티브 커뮤니케이션 기능 제공

- 보이스, 포토를 비롯한 네이티브 기능 강화, API제공(플랫폼 전개)를 추진

《 (그림6) mixi체크인 서비스 예(핸드폰) 》



## □ mixi 전략② : 멀티액세스 추진

### ○ 플랫폼 전개

☞ mixi애플리케이션 가운데 소셜성이 높은 애플리케이션이 호조를 보이고 있는 가운데, 각종 정보단말기를 통해서 애플리케이션을 자유롭게 손쉽게 이용할 수 있도록 함

☞ 「mixi애플리케이션」스마트폰용 서비스 개시

- 9월 10일부터 mixi의 신 플랫폼(mixi Plugin / mixi Graph API) 제공 개시, mixi의 소셜그래프와 각종 네이티브 기능을 외부에서도 이용할 수 있도록 함

- **mixi Plugin**은 각종 Web서비스를 간단히 `소셜화`할 수 있는 시스템으로 체크보턴, Simple Post(mixi보이스, 일기, 달력) 등의 애플리케이션임.

- **mixi Graph API**는 Web서비스를 비롯한 미디어와 가전, 단말기 등의 정보 단말기 등에서 『mixi』의 소셜그래프와 각종 기능을 활용할 수 있음(People API, People liikup API, Groups API, Voice API, Updates API, Check API 등의 애플리케이션)

### ○ mixi의 새로운 플랫폼 : 「mixi체크보턴/mixi Check API」

☞ 9월10일부터 mixi체크의 플랫폼화 실시

☞ Yahoo! Japan, RAKUTEN, 모바게타운 등 일본의 주요 Web사이트 대응

- Web사이트에서 mixi체크 보턴을 누르면 친구의 즐겨찾기 콘텐츠를 공유할 수 있음

- 친구는 mixi체크에서 Web사이트를 방문할 수 있음

### ○ 「Renren」(Oak Pacific Interactive(중국)), 「Cyworld」(SK Communications(한국))와 플랫폼 연계

- 해외 SNS과의 플랫폼 연계를 통해서 더 큰 시장 형성을 노림

- 중국 No.1 SNS「Renren」을 서비스하는 Oak Pacific Interactive사, 한국의 No.1 SNS「Cyworld」를 서비스하는 SK Communications사와

의 업무 제휴 개시

- 3사는 **소셜 애플리케이션 플랫폼의 공유화를 통해**, 소셜 애플리케이션 프로바이더(SAP)들이 쉽게 3사의 플랫폼에서 사업을 전개할 수 있는 시스템을 정비하게 됨
- 현재 SAP는 각각의 플랫폼과 개별적 교섭을 통해서 카스터마이즈할 필요가 있지만, **제휴 플랫폼의 공용화가 이루어지면 SAP들이 플랫폼의 틀을 넘어서 원스톱으로 세계 시장에서 애플리케이션을 전개할 수 있게 됨**
- 소셜 애플리케이션 뿐만 아니라, 이후 등장하는 다양한 소셜 플랫폼에서도 각종 외부 파트너용 API 등을 공용화해 **파트너와 SNS사업자의 연계가 더욱 쉬워질 것으로 기대하고 있음**

※ Oak Pacific Interactive는 중국의 인터넷그룹 기업으로써 2002년 창립 이후, 다양한 인터넷 서비스를 전개해 옴. 2005년부터 1.5억 명의 회원을 보유한 중국 최대 규모의 SNS인 Renren.com(<http://renren.com>)을 운영해, 친구들과 클래스메이트, 동료, 가족 등과 온라인에서 쉽게 커뮤니케이션을 할 수 있는 즐거움을 제공하고 있음

## □ 므시 애플리케이션의 비즈니스

### ○ mixi AD프로그램 (광고)

- 애플리케이션 광고(모바일)의 판매는 호조를 보이면서, 2/4분기 약 3.9억 엔의 매출을 기록함
- AD프로그램은, 더욱 소셜성이 높은 애플리케이션에 많이 분배되도록, 유니크 유저 수 등 각 애플리케이션의 이용 상황을 고려한 조건을 재검토 실시

### ○ mixi payment 프로그램 (과금)

- 애플리케이션 과금은 2010년 2/4분기 약 3.4억 엔
- 소셜성이 높은 과금이 꾸준히 늘어나고 있는 추세
- 소셜 과금의 증가에 따라서 과금 제한을 일부 완화

### ○ mixi 애플리케이션 스마트폰 (mixi Touch)

- mixi payment program(과금)을 스마트폰에서도 개시
- 스마트폰의 보급 확대로, mixi Touch가 확대
- mixi Touch의 월간 이용자 수가 100만 명을 넘어, 이후도 증가할 것으로 예상됨
- mixi Touch의 등록 유저 수는 2,190만 명이고, 그 중 월간 로그인 유

저 수는 1,464만 명(한 달동안 1회 이상 로그인한 유저 수)

- mixi Touch의 전체 월간 페이지뷰 수는 312.4억 페이지이고, 그 중 Mobile은 261.2억, PC는 45.1억, Touch는 6억 페이지인 것으로 알려짐
- 한편, PC의 유저 월간 체재 시간은 3시간 26분임
- ※ mixi Touch는 스마트폰에서의 이용으로 2010년 5월 31일부터 서비스 개시
- ※ 2010년10월 기준 mixi 기업 내부 통계

## □ mixi 신 플랫폼의 수익 구조

- mixi 신 플랫폼은 mixi애플리케이션처럼 mixi서비스의 활성화로 이어지기 때문에, 기존의 광고/과금 비즈니스의 수익 확대에 공헌
- mixi 신 플랫폼 자체의 수익은, 파트너의 mixi포인트의 이용과 광고 연계를 예정

## □ mixi의 소셜네트워킹게임(SNG)

- mixi는 2009년 8월부터 SNG의 플랫폼을 제공하기 시작함
  - 자사가 개발한 게임은 없고 외부에서 제작한 게임을 런칭하고 있음.
- mixi는 SNG를 SNS에서 즐기는 게임으로 친구들과의 커뮤니케이션을 심화시키는 수단으로 판단하고 있음
  - 경쟁해서 이기는 게임보다 친구와 아이템을 공유하거나 친구와 함께 게임을 즐기는 류의 소셜게임이 주류
  - GREE나 모바게타운과 같은 게임 중심의 회사와는 차별화
- 게임 자체의 즐거움을 추구하는 것이 아니라 게임을 통해서 더욱 커뮤니케이션을 원활히 하는 것을 목적으로 게임을 도입
  - ※ SNG는 소셜네트워킹에서 이용할 수 있는 게임으로 2010년은 무료게임을 전면으로 내세우며 인기를 얻음. SNG는 간단한 룰에 맞추어 불특정 다수의 유저가 협력해 대전하거나, 아이템 거래를 하는 게임으로 1회 플레이 시간이 짧고 기본 요금이 무료인 것이 특징

## 4. 『시사점』

- mixi의 전략은 SNG게임기업을 지향하기보다 **현재의 비즈니스모델을 유지** 하는 가운데 **소셜성을 강화하는 방향**에서 새로운 사업기회와 수익원을 모

색하고 있음.

- mixi는 Twitter, Facebook, MySpace 등 외국 SNS과 달리 **일본 특유의 회원 가입 시스템으로 운영되고 있으며, 쉽게 회원이 될 수 있는 외국 SNS와 달리 회원의 소개를 받아야한다는 점이 폐쇄적 시스템으로 보이지만, 일본인들은 회원의 소개를 통함으로써 안심감을 얻고 있음**
- mixi는 같은 일본의 SNS기업 GREE, 모바게타운 등 무료 게임을 통해서 회원 수를 늘리는 게임주도의 전략과 달리 게임을 **회원들의 커뮤니케이션 툴의 하나로** 정하고 있으며, 게임 자체의 즐거움이 아니라 **게임을 통해서 커뮤니케이션을 심화할 수 있는 방법으로 접근하고 있음.**
- mixi는 일본의 **독특한 유저 성향에 맞는 SNS 운영으로 회원 수를 꾸준히 증가시켜가고 있는 것이 특징임**
- mixi는 한국, 중국 소셜네트워크업체와의 **글로벌 연대도 강화하고 있는 상황이고 자체게임보다 외부개발게임이나 애플리 등에 개방적인 입장이라 한국관련업체의 진출검토필요**