ROOMER

다양한 대화로 만나는 **우리 지역 소셜 플랫폼**

Copyright © 2021. ROOMER Inc. | (주)루머

베타서비스
Traction

ROOMER는 단 600여 명의 베타테스터(3개월)만으로도 타겟 사용자들의 높은 관심을 확인했습니다

앱에서 처음 본 사용자끼리 **자발적 모임**을 갖고 1)

응답자의 **80%**가 **사용/추천 의향**을 밝혔습니다 2)

A

10년 안에 **유튜브처럼**
대기업 될 거 같으니까,
나중에 상장하면
주식 몰빵해라

B

어제 이미 **친구에게**
써보라고 **추천했다**

C

시간 보낼 때
최고의 앱이다

D

모르는 사람들끼리
대화할 수 있다는 게
너무 재밌었다

1) 서울 지역에 거주하는 ROOMER 앱 사용자들이 자발적으로 오프라인에서 서로 모임을 가졌으며, 이 과정에서 ROOMER 측의 주관이나 통제는 전혀 없었습니다.
2) UX리서치 전문 기업인 DBDLAB에서 진행한, ROOMER 베타서비스 사용자 대상의 포커스 그룹 인터뷰(FGD) 조사 결과에서 나온 응답자 평가를 발췌하였습니다

외로움은 전세계가 겪고 있는 '질병'입니다

20-50대의 60%가 **일상에서 외로움**을 느낀다 1)

밀레니얼 세대 **5명 중 1명은 친구가 없다** 2)

외로움을 관장하는 **'외로움부' 장관**이 존재한다 2)

인구의 2/3이 **외로움이 심각한 문제**라고 인식했다 2)

인구의 10%는 **자신이 심각하게 외롭다**고 답변했다 2)

외로움은

비만보다 2배 더 3)

알코올 의존증에 걸린 것만큼 3)

운동을 전혀 하지 않는 것보다도 3)

매일 담배를 15개비 피우는 것처럼 4)

우리 몸에 해롭습니다

1) '2019 외로움 관련 인식 조사', 엠브레인, 2019.5
2) 노리나 허츠, "고립의 시대", 2021년
3) Julianne Holt-Lunstad, 'The Potential Public Health Relevance of Social Isolation and Loneliness: Prevalence, Epidemiology, and Risk Factors', Public Policy (2017)
4) Julianne Holt-Lunstad, Timothy B. Smith and J. Bradley Layton, 'Social Relationships and Mortality Risk: A Meta-Analytic Review', PLOS Medicine (2010)

젊은 세대는 외로움과 고립으로 고통 받고 있습니다

"대학생으로서 코로나 19로 인해
어떤 상황으로 스트레스를 겪고 있나요?" 1)

1위 경제적인 어려움 (36.7%)

2위 상반기 공채 시즌 불발 (32.1%)

3위 학교 개강 연기 (27.7%)

4위 여행 등 야외 활동 제한 (21.6%)

5위 모임 등 사회 활동 제한 (17.5%)

"대학교 입학하고 나서 2년 동안, 학교에 나간 건
10번도 채 안돼요. 근데 이제 벌써 3학년이네요..."

- 서강대학교 20학번 학생 A씨 2)

"이제 곧 3학년이지만 대학교 친구는 거의 없어요.
오히려 고등학교 친구들이랑 자주 어울려요"

- 연세대학교 20학번 학생 B씨 2)

"지방에 사는 학우들이 서울로 오지를 않죠. 온라인으로
과제 모임을 하면 울산, 부산 등 본가에 있다고 하더라고요"

- 성신여대 17학번 학생 C씨 2)

1) '코로나19로 겪고 있는 스트레스 상황', 잡코리아&알바몬, 2020.5
2) '잠재 고객 및 대학생 사용자 인터뷰', ROOMER, 2021.12

외로움의 문제는 코로나 이후에 더욱 심화될 것이며 소셜미디어는 외로움과 고립을 가속화합니다

"**페이스북을 끊은 집단**의 사람들은 주변 사람들과 직접적인 활동을 많이 했고, **더 자주 행복감**을 느꼈다"

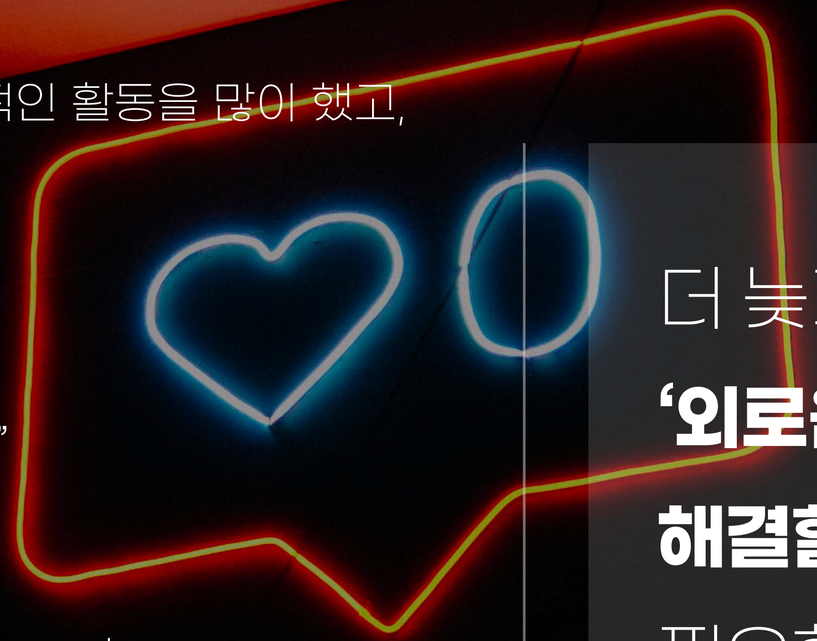
- 미국 스탠포드대, 뉴욕대 공동 연구 논문 1)

"**소셜미디어** 회사는 **21세기 담배회사**와 같고, 아이들과 관련해서는 하루빨리 **특별 규제**가 필요합니다"

- 노리나 허츠, 유니버시티 칼리지 런던 명예 교수 2)

"또래들 사이에서의 **인기를 미끼로 한, 이 소셜미디어**(인스타그램)는 궁극적으로 **아이들의 건강을 해치고** 있다"

- 에드 마키, 미국 연방 의회 상원의원 3)



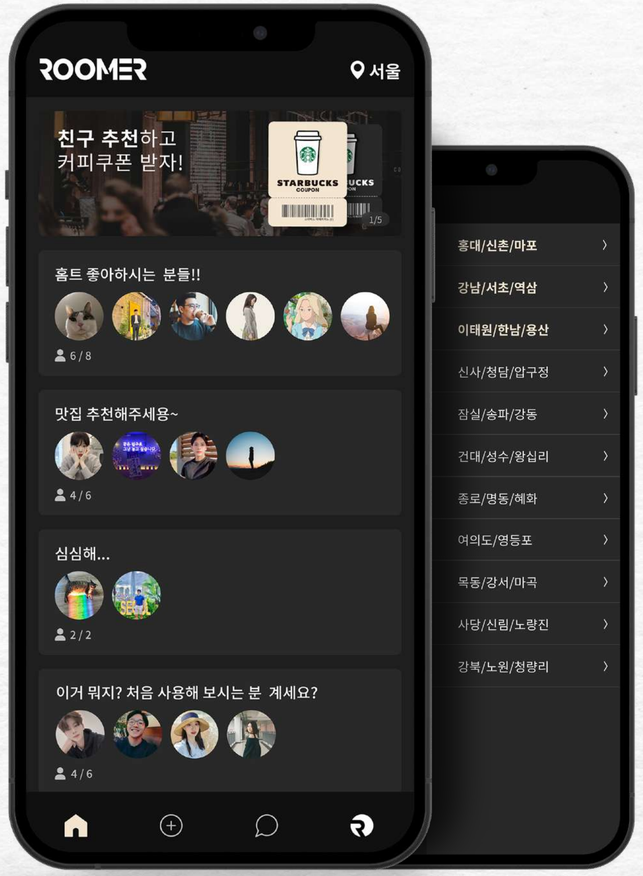
더 늦기 전에 **'외로움의 시대'**를 **해결할 방책**이 필요합니다

1) 'The welfare effects of social media', Hunt Allcott(New York Univ.), Sarah Eichmeyer(Stanford Univ.) and Matthew Gentzkow(Stanford Univ.), 2020.
2) "청년들 가장 외로워, 돈 주고 친구 산다... 외로움 경제 폭발할 것, 조선일보, 2021.12.11
3) "과시형 사진·영상에 10대 소녀 30%가 좌절감"...페이스북은 알고도 '뒷짐', 조선비즈, 2021.10.1

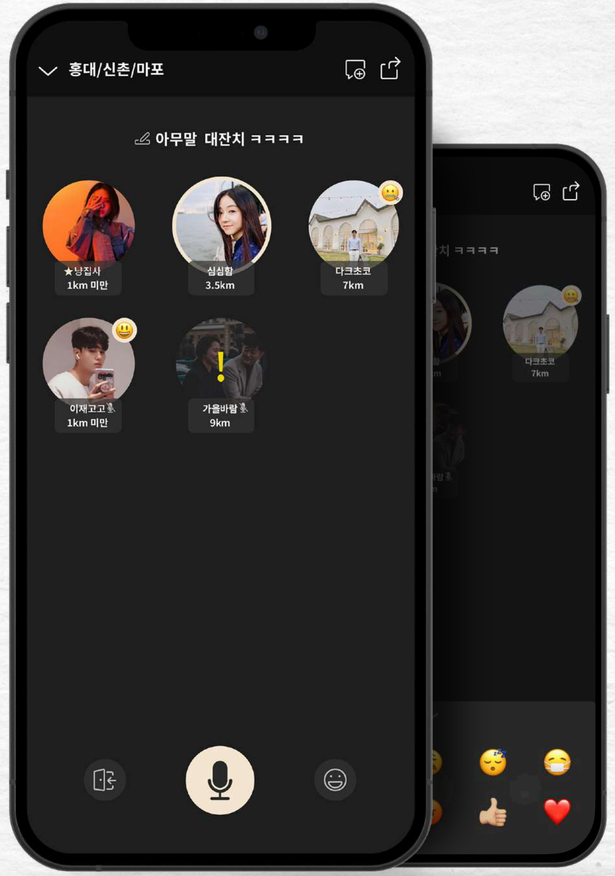
ROOMER

ROOMER는 다양한 대화로 사람을 이어주는 **지역 소셜 플랫폼**입니다

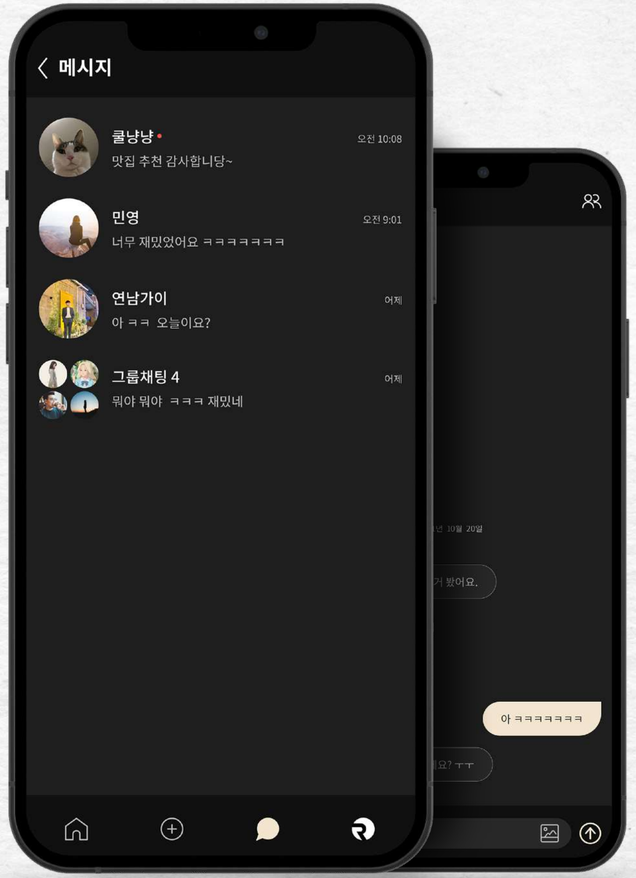
내 주변에서 **공통의 취향과 관심사**를 추구하는 사람들과 자유롭게 대화할 수 있습니다
반복되는 관계에 지친 사람들을 **원하는 지역의 사람**들과 연결해줍니다
같은 지역의 사람들과 **느슨하면서도 친근한 유대 관계**를 맺을 수 있게 합니다



관심 지역에서 만나는 새로운 관계



새로운 사람들과 취향을 나누는 대화



다양한 대화로 일상을 의미있게

루머는 외로움의 문제를 해결할 지역 소셜 플랫폼입니다

문제 해결 방안 | 다양한 대화를 통해, 일상과 공간을 의미 있게 바꾸는 지역 소셜 플랫폼

나와 **가까운 곳**이나
관심 갖는 지역에서

관심사나 **취향**을
공유하는 사람들과

다양하고 인간적인
대화를 나눈다면

우리는 외로움과 단절감, 고립에서 벗어나
일상과 공간을 의미있게 바꿀 수 있습니다

지역 중심의 다양한 대화를 통해 사람들과 이어집니다

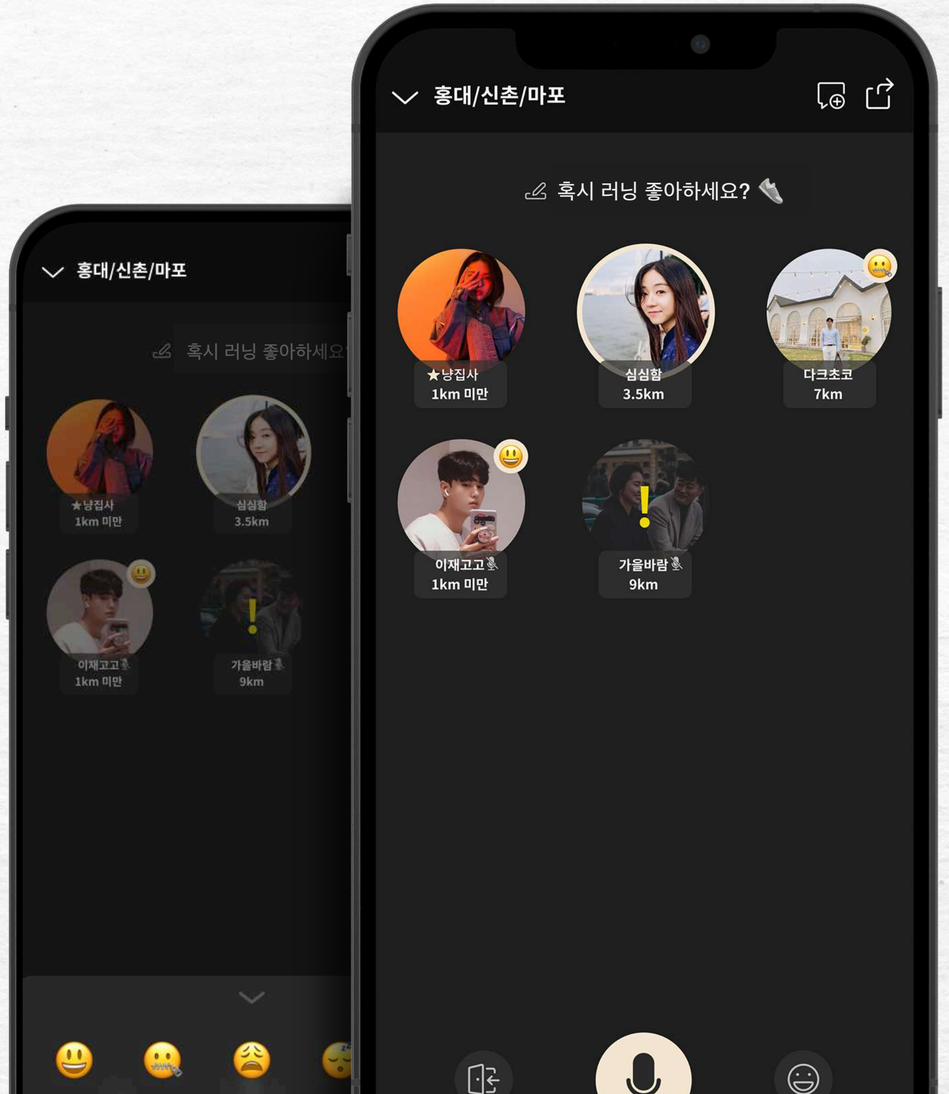
서비스 소개 01 | 관심 지역을 중심으로 하는 지역 소셜 플랫폼

관심 지역에서 만나는
새로운 이야기

원하는 지역에서
비슷한 취향을 가진 사람들과
다양한 대화를 나눠보세요

취향을 공유하는 사람들과 새롭게 이야기를 나눕니다

서비스 소개 02 | 취향과 관심사를 기반으로 하는 취향 기반 소셜 플랫폼



새로운 사람들과 취향을 나누는 대화

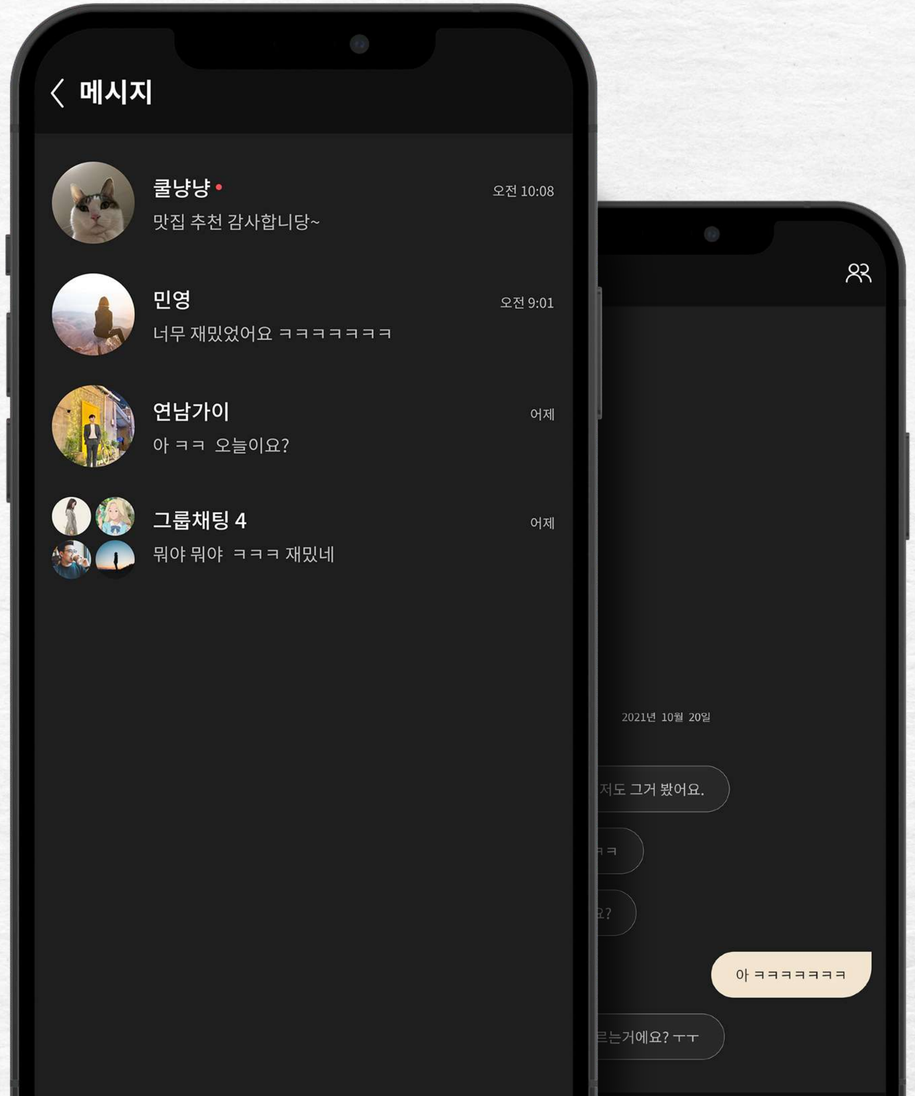
다양하고 새로운 사람들과
원하는 주제의 대화를 나누며
새로운 관계를 쌓으세요

편리하고 인간적인 대화로, 일상을 의미있게 바꿉니다

서비스 소개 03 | 음성 대화와 메시지로 이어지는 대화형 소셜 플랫폼

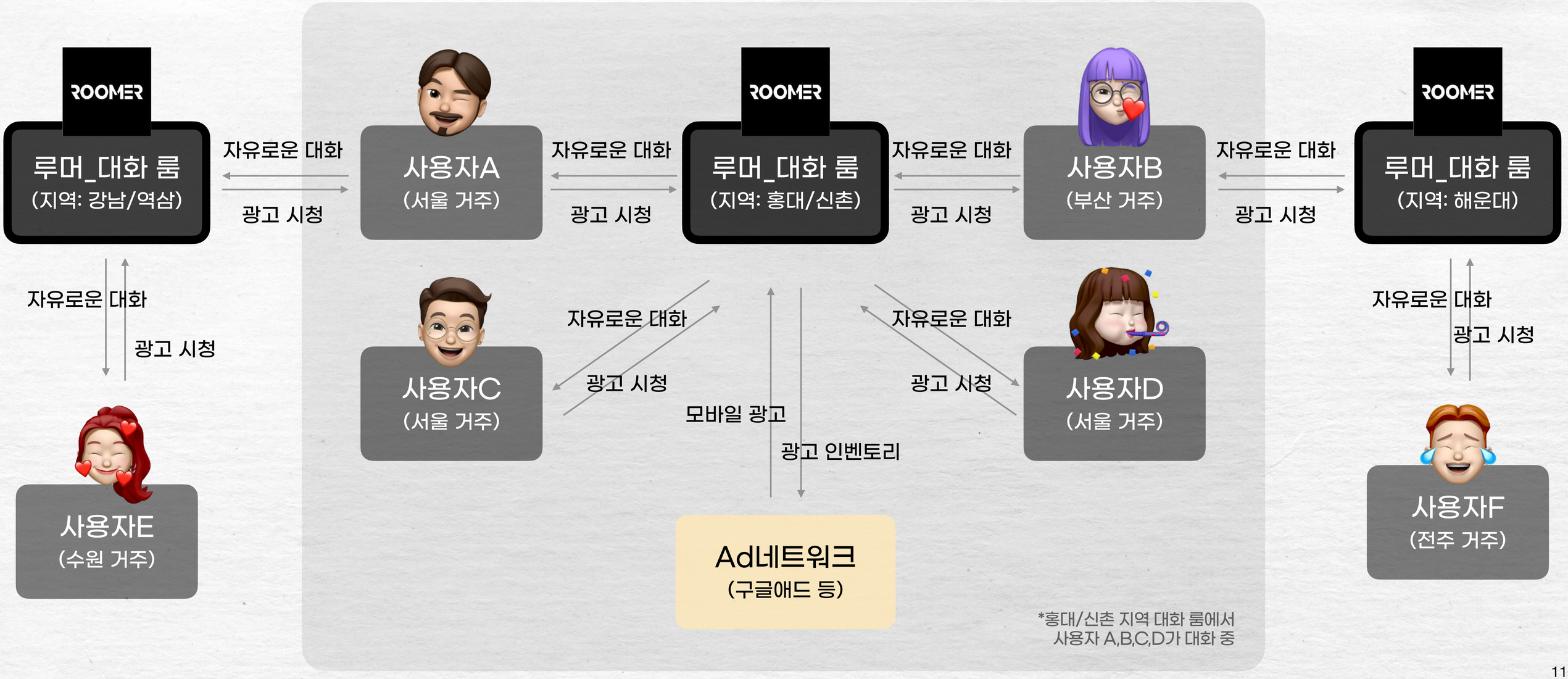
다양한 대화로
일상과 공간을 의미있게

인간적인 대화를 나눌 수 있는
실시간 음성 대화와
1:1 or 단체 메시지 대화로
나의 일상을 의미있게 바꾸세요



루머는 취향을 공유하는 지역 소셜 플랫폼입니다

사업 모델 | 지역 기반의 소셜 플랫폼 개념도



루머는 글로벌 소셜 플랫폼을 목표로 합니다

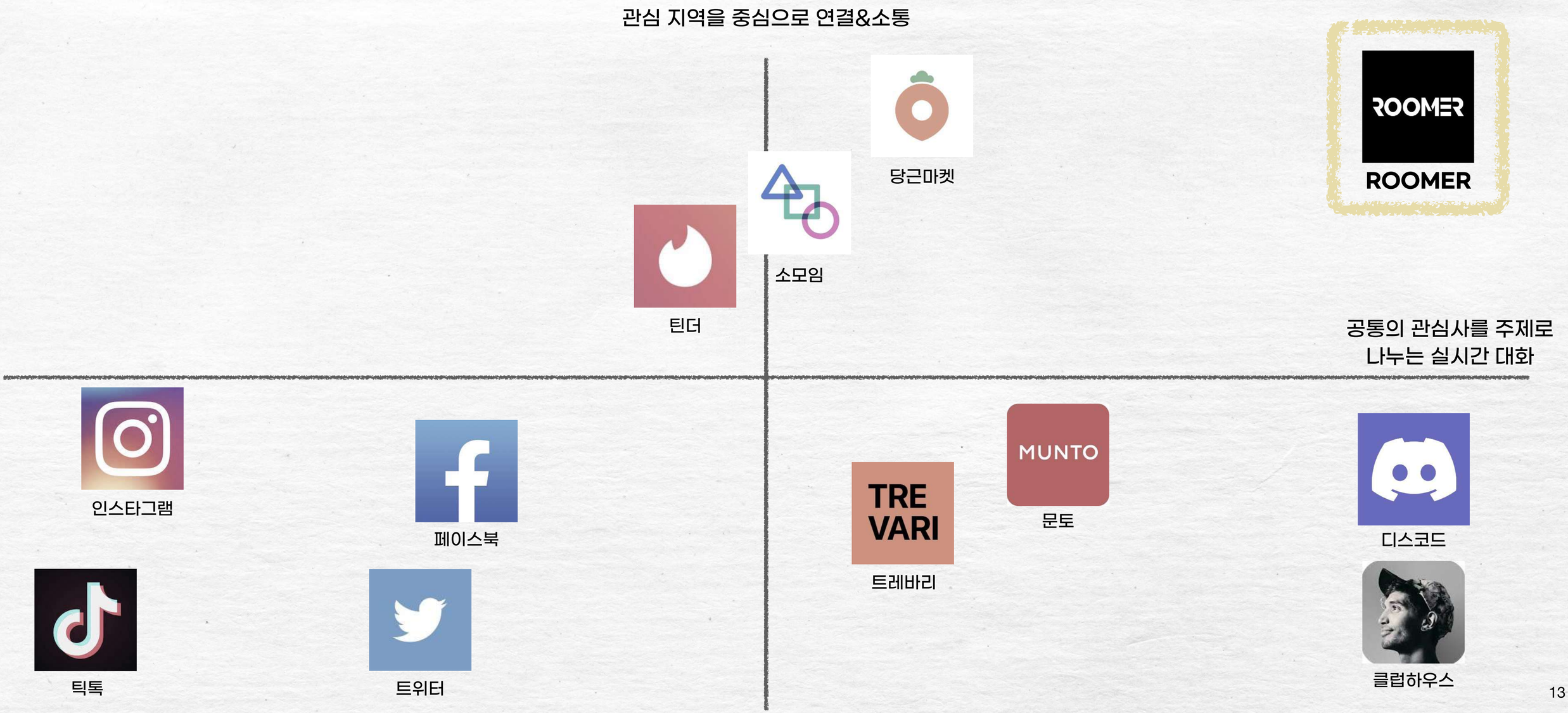
시장 분석 | 단계별 목표 고객군 분석

[단계별 시장 규모]	[단계별 마케팅 전략]
전세계 2030 모바일 사용자 **14억 명**	한/미/일에서의 성공 전략을 바탕으로 단계별 진출 국가 확대
미국&일본 2030 모바일 사용자 **1억 1백 만 명**	주요 진출 국가인 미국&일본의 2030 사용자 대상으로 마케팅
국내 2030 모바일 사용자 **1,400만 명**	국내 대학생 사용자 확보 후, 2030 사용자로 확대 홍보
국내 대학생 사용자 2) **254만 명**	신촌 지역 대학생 사용자를 기초로 국내 대학으로 사용자 확보 전략 확대
신촌 지역 4개 대학생 사용자 1) **8.1만 명**	**4개 대학(서강대,연대,이대,홍대) 맞춤형 사용자 확보 및 홍보 전략 수립/실행**

1) 신촌 지역 4개 대학: 서강대, 연세대, 이화여대, 홍익대
2) 통계청 공식 사이트(KOSIS), 2021

‘대화 중심 지역 소셜 플랫폼’은 확고한 경쟁 우위입니다

경쟁자 분석 | 경쟁 서비스 분석 포지셔닝 맵



체계적인 마케팅으로 초기 사용자를 확보합니다

마케팅 전략 | 극초기 타겟 고객과 초기 타겟 고객을 대상으로 한 단계별 마케팅

극초기 타겟 고객 Innovators

서강대, 연세대, 이화여대, 홍익대의 신촌 주요 4개 대학생 | 약 8.1만 명

1 캠퍼스 살리기 프로젝트(가칭)

교내 학우들과의 교류가 없다시피한 재학생들을 대상으로, ROOMER 앱 내에서 학우들과 어울릴 수 있는 캠페인 전개. 4개 대학의 총학생회, 동아리 연합회에 제안

2 대학생 온라인 커뮤니티 마케팅

에브리타임(전체 대학), 서담(서강대), 세연넷(연세대), 홍익인닷컴(홍익대), 이화이언(이화여대) 등의 대학생 온라인 커뮤니티를 통한 배너 광고 혹은 컨텐츠 마케팅

3 오프라인 판촉물 홍보

신촌역(연세대, 서강대), 홍대입구역, 이대입구역 등 지하철역사 주변과 번화가의 유동인구를 대상으로 판촉물이나 서비스 소개 유인물을 활용한 홍보

초기 타겟 고객 Early Adopters

20대 중심의 국내 대학생 이용자 | 약 254만 명

1 캠퍼스 살리기 프로젝트 확대

서강대, 연세대, 홍익대, 이화여대를 중심으로 하는 캠퍼스 살리기 프로젝트의 성공 사례를 다른 타 대학교로 확대하여 시행할 것을 각 학교 총학생회에 제안

2 대학생 홍보대사 프로그램 실시

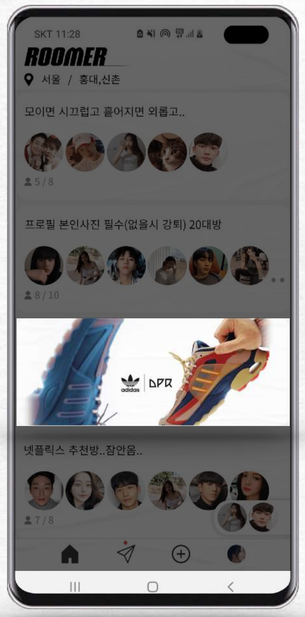
서울시 소재 대학생들을 중심으로 대학생 홍보 대사 프로그램을 실시하여, 초기 타겟 고객인 대학생 사용자들을 확보할 수 있는 효율적인 방안 실행

3 온라인 마케팅 캠페인

틱톡, 인스타그램, 유튜브 등을 활용하여 타겟 고객 중심의 온라인 퍼포먼스 마케팅과, 대학생 팔로워가 많은 인플루언서 마케팅을 통합하여 실시

효율적인 수익 모델로 사업성과 수익성을 높입니다

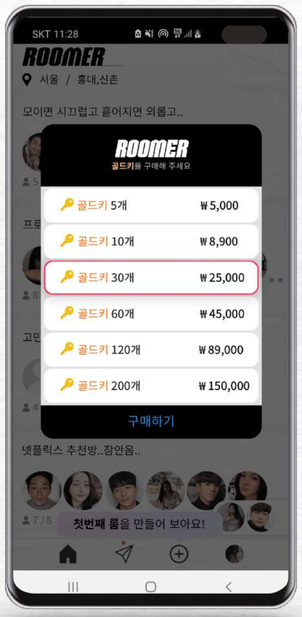
수익 모델 | 수익 창출을 위한 세 가지 방안



1

모바일 배너 광고
(출시 후)

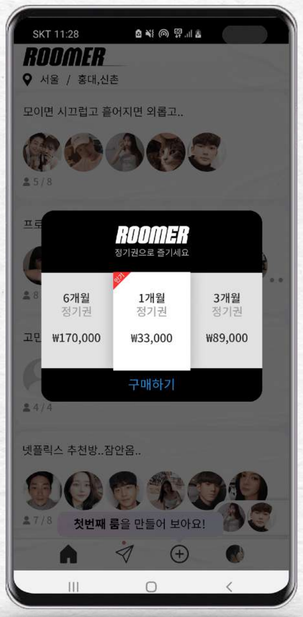
다양한 형태의 배너 광고를
송출하여 수익을 창출합니다.



2

유료 아이템 판매
(DAU 5만 이상)

대화 룸 개설, 입장, 프로필 확인 등
서비스를 추가적으로 활용하는
아이템을 판매합니다



3

월 정기 구독권 판매
(DAU 20만 이상)

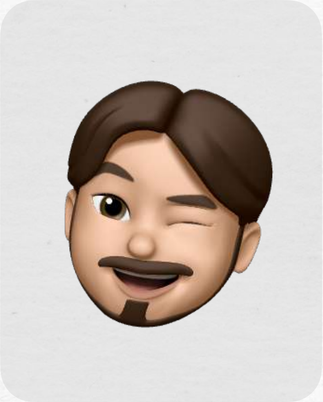
월 정기권을 구독하면
제한 없이 루머 서비스를
사용할 수 있게 합니다

매출 분류	항목	Year 1	Year 2	Year 3	비용 분류	비용 항목	Year 1	Year 2	Year 3
사용자 지표	누적 다운로드 수	979,000	3,919,000	9,079,000	매출 원가	서버 및 서비스 사용비	243,956,491	1,140,907,210	2,084,780,933
매출 지표	연도별 광고 매출액(1)	16,935,162	84,576,821	154,547,312		내부 프로그램 사용비	2,160,000	6,000,000	13,440,000
	연도별 아이템 판매액(2)	0	1,865,463,643	2,908,750,504		앱 마켓 수수료	13,105,506	356,158,446	1,612,067,479
	연도별 정기 구독권 판매액(3)	0	0	6,775,538,031	판매 및 관리비	급여 및 복리후생비	253,440,000	475,200,000	887,040,000
	연도별 총 매출액(1+2+3)	16,935,162	1,950,040,464	9,838,835,847		광고 선전비	66,000,000	600,000,000	1,800,000,000
	누적 매출액	**87,370,039**	**2,374,389,638**	**10,747,116,526**	**비용 합계**		**578,661,997**	**2,578,265,656**	**6,397,328,412**

*위의 매출 및 비용에 관한 자세한 계산표와 손익계산서는 문서 뒤편의 '첨부 자료'에 포함되어 있습니다

루머는 풍부한 경험과 걸출한 능력을 갖춘 팀입니다

TEAM | 팀원 소개

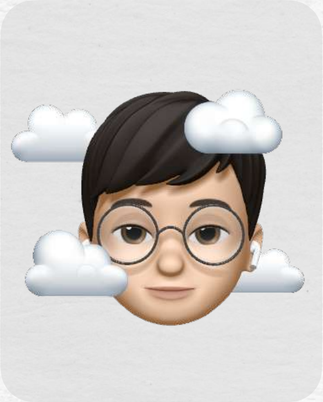


김희원 | Biz Lead

- 전) 세븐플로어 공동 대표
  (국내/외 투자 유치 5회)
- 현) 더인벤션랩 OI 파트너
- 전) 리앤컴퍼니 CMO
- 전) WE&FACTORY CEO
- 서강대학교 경영학/경제학과

조이재 | Marketing Lead

- 전) 넷마블 캐릭터모델러 팀장
- 전) CLgamez 디자인 팀장
- 전) 도쿄몰(남성 패션 커머스) 대표
- 전) 타투이스트
  (Tattoo Convention 우승)
- 홍익대학교 미대 회화과



조성훈 | Tech Lead

- 전) Fitogether 리드 엔지니어
- 전) 소다트랜스퍼 리드 엔지니어
- 전) Wannabit CTO
- 전) 중원게임즈 서버개발팀장
- 전) 넥슨 엔도어즈 SW 엔지니어
- 전) 소리바다게임즈 SW 엔지니어

김유태 | Front-end Dev

- 전) Metis CTO
- 전) 똑똑한개발자 SW엔지니어
- 서강대학교 컴퓨터공학/
  수학과 복수 전공

최연령 | UIUX Design

- 현) 홍익대학교 시각디자인
  석사 과정 (4학기 수료)
- 전) 홍익대 브랜드미디어
  컨설팅 연구소 연구원

ROOMER

ROOMER를
고속으로 성장시켜
글로벌 시장으로 나아갈,
탁월하고 열정적인
멤버가 모였습니다

루머는 뛰어난 역량과 열정, 실행력을 가진 팀입니다

TEAM | 팀 구성원 핵심 역량

💵 투자&자금 유치

- 국내외 VC/AC 투자 유치 5회유치 경험
  (미국, 대만, 한국 등)
- 정부 지원사업 10여 회 선정 PM
- 신용보증기금NEST 선정 PM
- 기술보증기금 보증 선정 PM

🖍️ 서비스 디자인

- 전) 넷마블 그래픽 팀장
  (모바일 게임 5개 디자인 경력)
- 홍대 시각디자인 석사 과정을 4학기 평균 평점 A+ 학점으로 수료한 디자이너

💻 연관 개발 경력

- 대기업과 스타트업에서 약 20년의 개발 경력을 가진 리드 엔지니어
  (게임, 코인거래소, 플랫폼 서비스 등 대규모 서비스 개발)
- 모바일 SI 스타트업 출신 엔지니어
  (백엔드, 프론트엔드 개발 경험)

🎟️ 홍보&마케팅

- 20만 앱 다운로드 마케팅 경험
- 자사 인스타 1.6만 팔로워 확보
- 2030 팔로워 수 백 만 명을 보유한 인스타그램 인플루언서 네트워크 확보
- 홍대 브랜드디자인 컨설팅 연구원
  (현대자동차 MZ세대 소비자 연구 프로젝트 등)

✏️ 서비스 기획

- 모바일 서비스 기획 7년 경력의 CEO 겸 PM
  (모바일 앱 6개 총괄 기획)
- 모바일 서비스 기획 강의
  (연세대학교 창업지원단, 서강대학교 산학협력단, 부산 청년창업사관학교 등)

🚀 압도적 실행력

- 베타테스터를 확보하기 위해 신촌/홍대 일대에서 한여름에 인형탈을 쓰고 판촉물 홍보를 진행했습니다
- 리드엔지니어를 구하기 위해, 팀원 전원이 한겨울에도 강남,역삼,공덕,홍대,구로 등에 직접 배너와 리플렛을 설치했습니다

단계별로 성장하여 올해 100만 사용자를 목표로 합니다

사업 계획 | 단계별 마일스톤 (사업 목표)

베타 서비스 출시 (iOS&안드로이드)

루머 베타 출시 및 1만 다운로드 달성(2022.3)

Seed 투자 IR

인재 채용 및 마케팅을 위한 초기 투자금 유치 (2022.2-3)

서비스 고도화 및 B2C 마케팅

지속적인 서비스 업데이트 및 다운로드 10만 달성 (2022.3-7)

고속 성장을 위한 인재 채용

서비스의 성장에 필요한 개발, 데이터분석, 마케터 직무 채용(2022.4-12)

1차 타겟 국가 진출

1차 타겟 국가인 미국 or 일본 서비스 출시(2022.9-10)

Series A 투자 IR

인재 추가 채용 및 마케팅 및 해외 진출을 위한 2차 투자 유치 (2022.10-12)

100만 사용자 확보

ROOMER의 2022년 목표인 100만 명의 사용자Downloads 달성(2022.12)

2차 타겟 국가 진출

북미, 아시아 시장 주요 국가 서비스 출시 (2023 이후)

ROOMER는
전세계 사람들이 가까운 곳의 사람들과
언제 어디서나 편안하게 연대할 수 있는
글로벌 지역 소셜 플랫폼이 될 것입니다

ROOMER

가까운 사람과 이어지고,
새로운 사람을 만나는 방식을 바꿉니다

우리나라 뿐 아니라, **전세계적으로!**

김희원 | CEO

+82-10-2207-5025
heewon@roomer.cool
www.roomer.cool

ROOMER Inc. | (주)루머

회사 개요 및 연혁

첨부 01. 회사 소개

회사 개요

회사명	(주)루머
대표이사	김희원
사업분야	소셜 플랫폼 / 메타버스 플랫폼
주소	서울시 마포구 동교로 259, 5층
이메일	heewon@roomer.cool
홈페이지	www.roomer.cool
회사 설립일	2021년 4월 30일
자본금	100,000,000원 (1억 원)
주주 구성	김희원: 65% (공동창업자 겸 대표이사)
	조이재: 30% (공동창업자 겸 사내이사)
	조성훈: 5% (리드 엔지니어)

회사 연혁

2021년 4월	(주)루머 법인 설립 (ROOMER Inc.)
2021년 6월	삼성NEXT x 서울창조경제혁신센터 스타트업 오픈스테이지 선정
2021년 6월	서울창조경제혁신센터 보육 기업 선정
2021년 7월	ROOMER 베타 서비스 출시 (구글플레이)
2021년 7월	DBDLAB 리서치 메이트 지원 스타트업 선정
2021년 8월	2021년 위치기반서비스 공모전 장려상 수상
2021년 10월	ROOMER 베타 서비스 종료
2021년 11월	위치 정보 우수 비즈니스 모델 발굴 IR 데모데이

ROOMER

우리가 '지금' ROOMER를 만드는 이유

첨부 02. Why Now_외로움의 문제를 해결합니다

많은 이들이 외로움과 단절감이 코로나로 인해 심화되었다고 생각합니다. 하지만 실제로는 **팬데믹 이전부터, 외로움의 문제는 개인과 사회가 겪고 있는 문제**였습니다. 지난 20년 동안의 **IT생태계와 소셜미디어의 발달**은, 우리로 하여금 시공간적으로 떨어져 있는 사람들을 연결해 준다고 믿게 하였습니다. 하지만 그것은 **잘못된 믿음**이었습니다. 오히려 그 기간 동안 사람들은 더욱 고립되고 단절되어 왔습니다. 그리고 코로나는 고립의 시대를 더욱 심화시켰으며, **팬데믹이 끝난 이후에도 사람들은 외로움이라는 질병과 싸워야 할 것**입니다.

글로벌 소셜미디어 플랫폼들은 사용자들을 말 그대로 **개인화된 미디어**(매체)로 만들어왔습니다. 스스로가 매체가 되어버린 사용자들은 새롭고 자극적이고 매력적인 **컨텐츠를 만들어야 한다는 압박**을 느낍니다. 좋아요, **댓글, 리트윗이 나의 자존감과 밀접하게 연계**되어 있는 소셜미디어 생태계에서, 개인들은 **FOMO**(배제되었다는 두려움_Fear of Missing Out)**에 맞서 저항하는 대신, 소셜미디어 중독자**가 되는 길을 택했습니다. 그리고 거대 소셜미디어 회사들은 성장의 극대화를 위해, 점점 더 많은 **소셜미디어 중독자를 양산하는 데에 주력**했습니다. 지금까지 사람들에게 유대감을 제공하는 진정한 소셜 플랫폼이 나오지 않은 가장 큰 이유는, 이러한 악순환을 설계한 기존의 거대 소셜미디어 대기업들이 막대한 부를 창출하기 때문입니다. 그리고 여기서 얻은 막대한 자원을 다시 소셜미디어 중독자들을 만드는 데에 재투자하여 그들의 생태계를 공고히 했기 때문입니다.

외로움은 질병입니다. 외로움은 **정신적으로, 그리고 육체적으로 우리를 병들게 합니다**. 사람들간의 연결을 주창했던 소셜미디어들은, 역설적이게도 사람들을 고립시키고, 고독하게 만들고, 타인과의 비교로 인한 상실감을 주었습니다. 그리고 이는 **개인은 물론 사회 전반에 심각한 부작용**을 야기합니다.

우리는 **외로움의 문제를 해결**하고자 합니다.
우리는 **단절된 사회 구조와 소셜미디어가 악화시키고 있는 외로움의 문제를 해결**하고자 합니다.
우리는 사람들을 외로움과 단절감, 고립에서 벗어나게 돕기 위해, **새로운 형태의 지역 소셜 플랫폼**을 만듭니다.
ROOMER는 **전세계 사람들이 다양한 관계로 연결될 수 있게 돕는, 진정한 소셜 플랫폼**이 될 것입니다.
전세계의 사용자들이 주변의 사람들과 이어졌을때, **그들의 일상과 그들이 속한 공간은 더욱 의미있게 바뀔 것**입니다.

우리가 '지금' ROOMER를 만드는 이유

첨부 03. Why Now_2030세대들이 느슨한 유대로 소통하는 소셜 플랫폼이 필요합니다

이전의 세대와는 다르게
2030세대는 **공통의 관심사**를 기반으로 하는
느슨한 관계 맺기를 선호합니다 1)

코로나19 이전에 **젊은 2030사용자**들에게 각광 받던
오프라인 소셜 살롱/커뮤니티 서비스들은
느슨한 관계 맺기의 속성을 파고들어 성공했지만
코로나 **거리두기로 인해 크게 위축**되었습니다 2)

관심사 기반의 **소셜 오디오 플랫폼**인
클럽하우스Clubhouse의 등장과 폭발적인 성장은
모바일에서도 **느슨한 관계 맺기**를 추구하는
2030 청년 **세대의 욕구와** 맞닿아있습니다

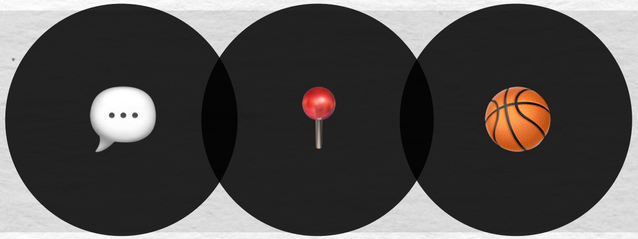
🎙 00님은 혹시 **어디 사세요?**

저, **부산 해운대** 쪽에 살아요! 🎙

🎙 아… 저는 **서울** 사는데, **엄청 머네요…**

오프라인 모임과는 다르게, **온라인에서 만난 대화 상대**는
나와의 **거리가 멀수록 관심이** 떨어집니다

음성 대화 | **관심 지역** | 취향&관심사

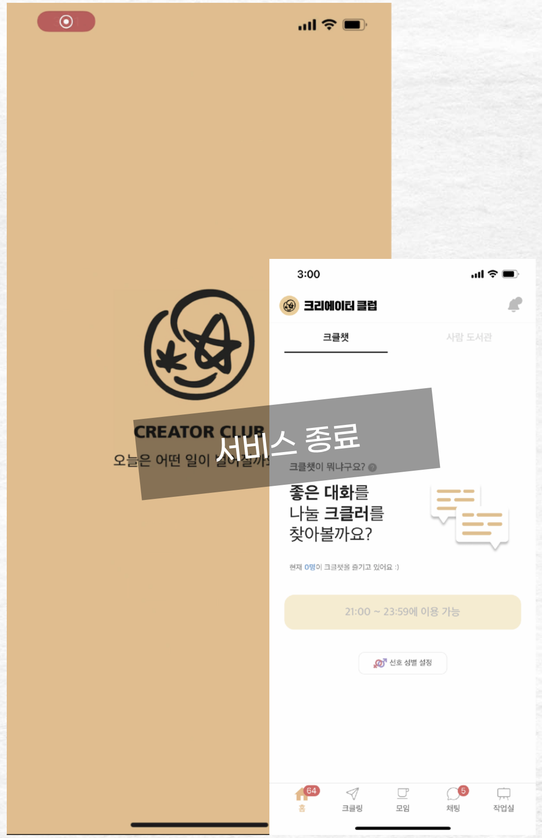


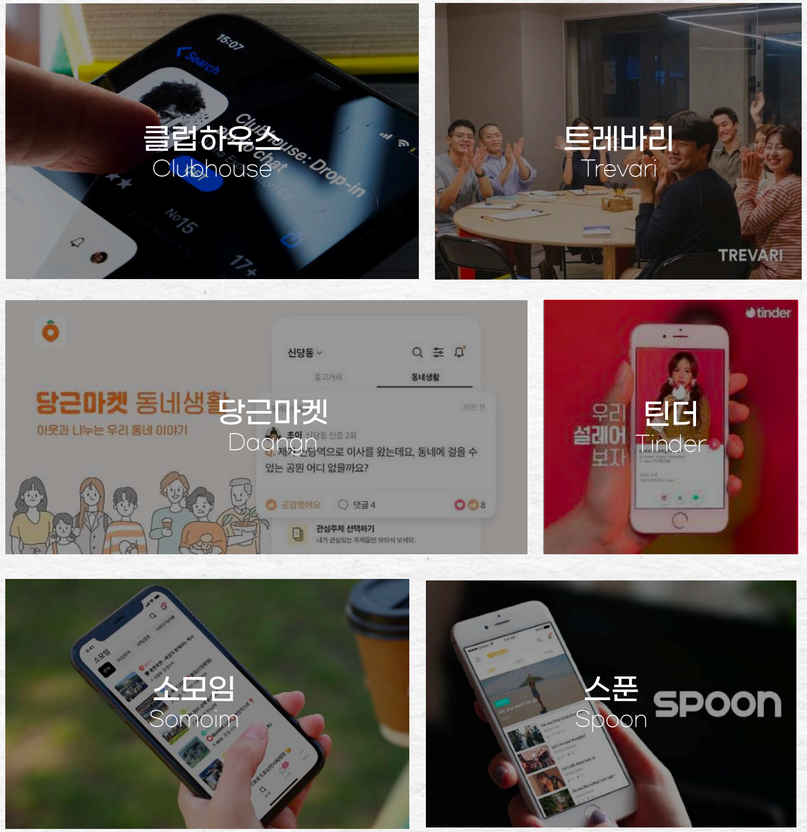
목소리로 대화하면서, **공통의 관심사를 공유**하는 것은
가까운 지역의 사람들과 함께 했을 때, **흥미와 재미가 배가**됩니다

1) 대학내일 20대 연구소 (2020.7), 트렌드 코리아 2021 (김난도 저)
2) '대한민국, 살롱 문화에 빠지다', 시사저널, 2018.11.12

우리가 '지금' ROOMER를 만드는 이유

첨부 04. Why Now_공동창업자들이 직접 경험한 트렌드를 사업화합니다





공동창업자인 김희원 대표와 조이재 이사는
2017년부터 2021년까지 **4년 동안**
소셜 살롱(크리에이터 클럽)에서 활동하였습니다.
이곳에서 **2030세대**의 사용자들이, **공통의 관심사로**
이어진 편안한 유대에 열광하는 모습을 확인했습니다

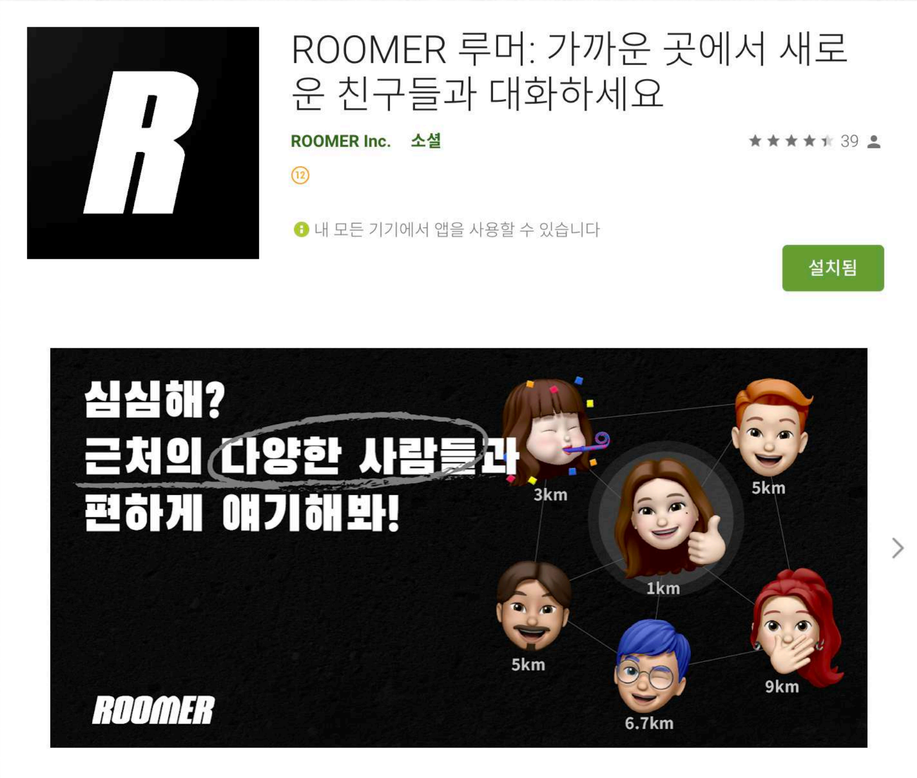
한 시즌에 **최대 1만 명의 유료 회원**을 모집할 정도로
빠르게 성장하던 살롱 서비스는 코로나로 인해
축소 운영을 하다가, 결국 **서비스를 종료**하였습니다.
이를 본 창업자 2인은, 팬데믹 시대에도 **2030 젊은 층이**
사람들과 이어질 수 있는 지역 소셜 플랫폼을 생각했습니다

2021년 초에 이슈화가 되며 빠르게 성장했던
클럽하우스Clubhouse를 포함한 **기존 소셜 커뮤니티나**
소셜 플랫폼 서비스를 실제 고객으로서 사용했습니다.
이를 통해 **기존의 서비스들이 제공하지 못하는**
대화 중심의 지역 소셜 플랫폼을 구상했습니다

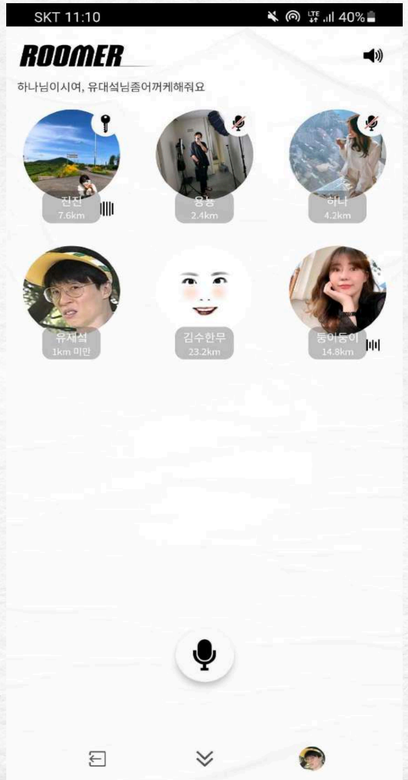
베타 서비스(MVP) 기간 사용자 반응 및 의견

첨부 05. 베타서비스 개요

베타 서비스 2021년 7월-9월 | 회원 가입 560여 명



루머_**구글플레이**



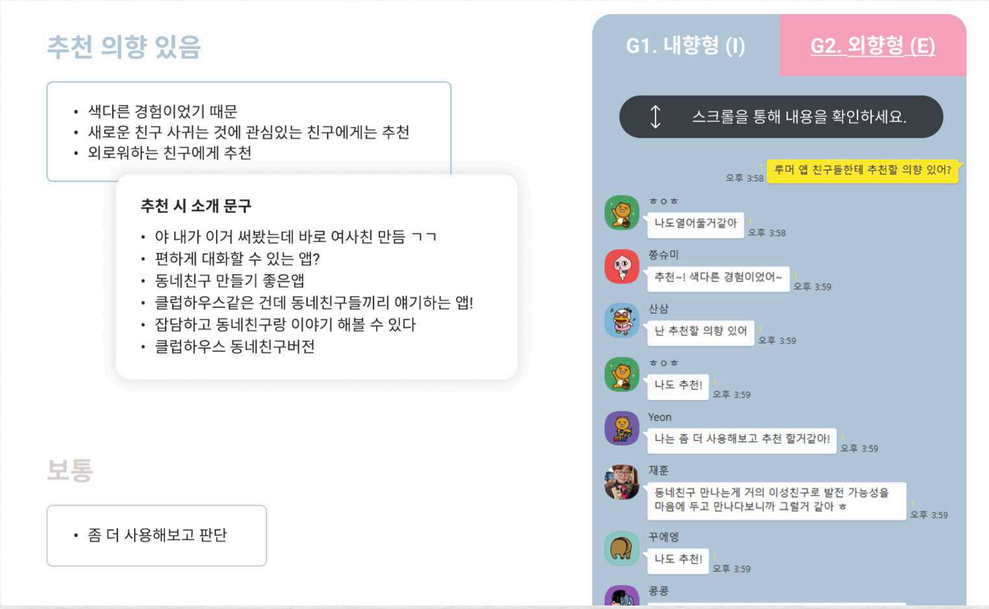
루머_**실제 사용 화면**
(일반 사용자들과 대화)

루머_**실제로 만난 일반 사용자들**
(루머에서 만난 사용자들이 오프라인에서 자발적으로 모임)

서울 소재 20대 사용자(50인) 대상 서비스 만족도 분석

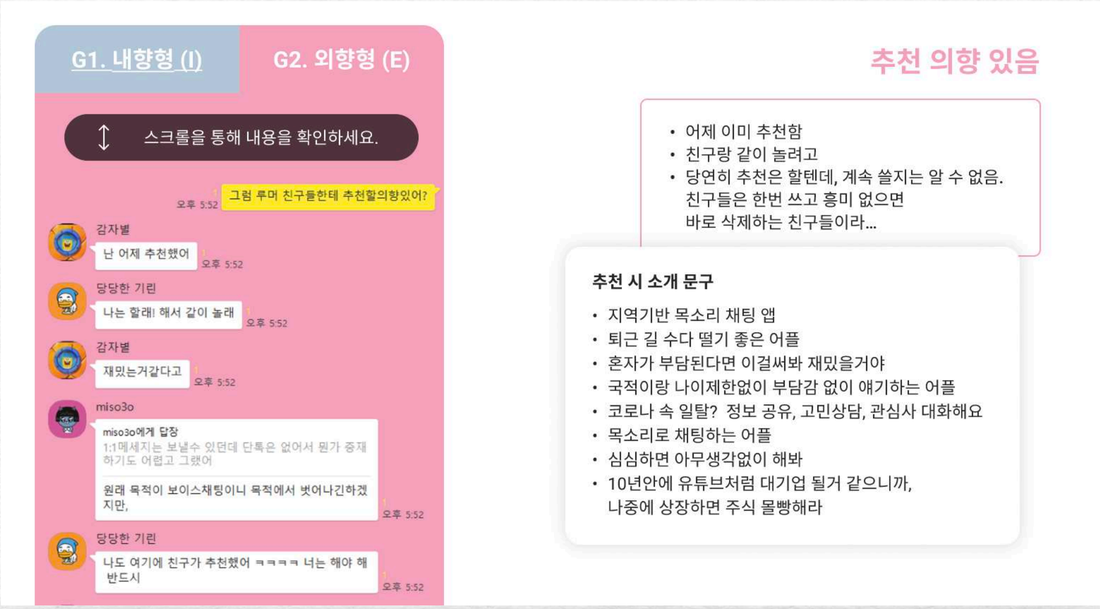
첨부 06. 외부 리서치 업체(디비디랩) 사용자 반응

내향형(I) 패널 사용 & 추천 의향 있음



- 이유1: **동네 친구 만들기** 너무 좋을 거 같다
- 이유2: 음성 대화를 하다보니 **시간이 잘 간다**
- 이유3: **타 지역으로 놀러 가듯이 대화**할 수 있을 거 같다
- 이유4: **기분 전환 용도**로 좋았다

외향형(E) 패널 사용 & 추천 의향 있음



- 이유1: 모르는 사람들이어서 오히려 **지인보다 고민 상담하기 좋았다**
- 이유2: **친구 만들기**에 좋았다
- 이유3: **심심할 때 기분 전환 용도**로 쓰기 좋을 거 같다
- 이유4: **수다 떨기**에 좋다

2030 사용자 패널 인터뷰 조사 자료 1

첨부 07. 외부 UX 리서치 조사 전문 업체(디비디랩)의 인터뷰 원본 자료 (내향형 집단)

그룹	직업	성별	나이	내용
내향형 (I)	**대학생**	여성	23세	사람들이랑 대화하는 게 재밌고 룸을 검색할 수 있는 기능이 있다면 더 좋을 거 같았어
			24세	다른 어플에서는 남들하는거 듣기만 했는데 소수라 직접 얘기나누고 그래서 재밌는거같아!
			28세	내가 현재있는 지역사람들과만 대화할수있다는게 조금 아쉬웠어. 다른지역의 룸을 들어가서 대화해보고싶었거든
		남성	26세	자유롭게 대화할 수 있는 점이 좋았어 근데 한 계정이 여러명 들어오는 버그??같은건 고쳐야할 것 같아
	직장인	여성	23세	지역이 너무 한정 되어 있는거 빼면 모르는 사람들끼리 대화하는게 재밌었어!
		남성	23세	장점: 무료한 일상 속에서 같이 얘기할 수 있는 사람이 생기고 더불어 만남까지 갈 수 있다면 친구 사귀기에는 좋은 어플! 다른 앱들은 텍스트 형식의 대화를 하기 때문에 익명성이라 중간 중간 질나쁜 사람도 있지만 이 어플은 서로 대화를 하게 되고 목소리로 대화하니까 예의를 더 갖추게 되고 서로를 존중하게 돼 (좀 더 괜찮은 사람들이 많은것 같아 굳이 말하자면 물이 좋다...?ㅋㅋㅋ) 텍스트 형식이 아닌 직접 전달하고 더 빠르게 의사소통을 할 수 있다보니 물건 판매도 더 용이 할 것 같아 단점: 말을 하지 않으면 강퇴하겠다 이런식의 자신들 만에 룰이 있는데 물론 말을 해야하는 방이지만 용기가 없거나 조금 상황을 지켜보려는 사람들이 있을 수 있어서 새로운 사람이 들어오고 강퇴 할 수 있는 시간이 좀 지연 될 수 있게 만들면 좋을것 같아(2분 정도?) 아쉬운 점 : 사람들이 많이 모여있는 방을 누르면 목소리는 들리는데 그 방에는 안들어가져서 조작이 안되는 점 (기기 호환 문제 일 수도 있지만 아직 잘 모르겠어 ㅠㅠ 나는 방을 눌렀는데 목소리는 들리는데 들어가지지는 않았어 ㅠㅠ) 아직까지는 시험 단계인지 신촌 마포 홍대지역 까지만 할 수 있는데 점차 광범위 되면 사람들이 이 어플 통해서 많이 만날 수도 있을 것 같아

2030 사용자 패널 인터뷰 조사 자료 2

첨부 08. 외부 UX 리서치 조사 전문 업체(디비디랩)의 인터뷰 원본 자료 (외향형 집단)

외향형 (E)	대학생	여성	24세	폰 껐다켜도 안 됐는데 완전히 지웠다 다시 깔아봤더니 됐어! 그냥 수다방? 들어갔는데 아는 동네친구랑 이야기 하는거 같아
		남성	24세	처음에 방 들어가서 사람들과 대화하는게 어색할줄 알았는데 재밌게 다들 진행하더라고 2번째 방 들어갈려고 했는데 음소거 나가기 등등 칸이 안떴음 그래서 앱을 닫으려고 했는데 닫아지도 않았음 앱을 닫아도 사람들 대화 들렸어 그래서 핸드폰 재시작해서 사용함. 사람들이 재밌게 사용하고 미국에서 초대권만 받아야하는 앱이랑 비슷한 느낌이라서 우리나라에도 있는게 좋은것 같아
	직장인	여성	25세	처음에 오류가 나서 제대로 이야기하지는 못했으나 한명과 1대1로 이야기해야한다는 부담감없이 다같이 이야기하는 분위기가 좋았습니다. 음성어플을 사용하지 않았던 이유중 하나가 모르는 사람과 1대1로 대화를 시작해야한다는 부담감이 없지않아 있었는데 다같이 그룹으로 통화를 한다는 느낌이 재밌었습니다. 대화를 이끌어가야 한다는 부담감이 줄어드는 점에 있어서 높게 평가해드리고 싶네요.
			25세	맞아 처음 가입하고 한번 튕긴 후 그다음에 재가입이 되었어 왜 오류가 생긴건지 모르겠지만 방에 들어가지지가 않아서 한참을 방 사람들 이야기만 들었어 근데 그래도 여럿이 있는 방이라 부담없이 재밌었어
			26세	가입만 2번 해야했어 첫번째 가입 다 하고 기본 프로필 다 넣었는데 튕겨서 또 가입해야했어..ㅜㅜ 내 핸폰 문제인지 마이크도 안되서 엄청 헤맸어 상대방이 안들린대 ㅠㅠㅠ 그래서 방에 있는 사람이 메세지 보내줘서 이것저것 시도를 해봤어 ㅋㅋㅋㅋ 가까이 사는 사람들끼리 사는 얘기 부담없이 하고 꽤 재밌었어
			27세	가입할 때 1번 튕겼어. 이상하게 방 들어가는 터치 눌렀는데 잘 안 먹어서 답답할 때도 있었어. 그리고 대화 중 갑자기 튕겨나갔어. 5명이 있었는데 대화 중 3명이 계속 튕기고 다시 돌아오고 그랬음. 첨에는 뭔가 민망했는데 자기 소개하라고 하고 친절하게 반겨주심. 그런데 다들 할말이 많으신지 그냥 경청만 해도 재밌었어. 방이 딱히 주제가 없는 자유방이라서 중구난방이더라. 그리고 나이가 보여서 민망했어 나도 20대인데 내가 제일 많더라고,, ㅠㅠ 여기는 완전 20대 초반들이 많나 생각이 들었어. 아니면 가짜로 나이 그냥 막 적은건가 싶기도 하고.. 처음에 대학쓰는 칸에 솔직히 적어야하나 고민하다가 빈칸으로 두었는는데, 막 어떤 사람은 UCLA 라고 적었더라고, 그냥 막 지어서 썼나봐 사진도 셀카로 올려야하나 싶었는데 다른 사람들 보니 연예인 사진도 사용하고 그냥 익명으로 말하는 공간이구나 싶었어. 아무튼 다른 사람의 고민도 상담해주고 재밌는 경험이었어! 요즘 시국에 새로운 모임하기가 힘든데, 괜찮은 듯
			29세	처음 가입할때 사진 넣는거 하는데 자꾸 파일을 찾을수 없다고 나와서 짜증났어. 출생년도 넣으라길래 넣었는데 30이라고 뜨길래 다시 확인하는데 계속 1999로 되서 뭔가했어. 30은 나이인것 같은데 좀 헷갈릴것 같아. 째뜬 결국 사진은 등록 안돼길래 사진은 안올리고 나머지 내용 채워서 체크버튼(등록) 눌렀더니 튕겼어. 튕긴후에 다시 인증하고 사진등록할땐 잘 되더라. 지금은 서울 홍대 인근만 된다고 해서 조금 아쉬웠어. 지역기반이라길래 이동하면서 하면 어떻게되나 궁금했거든. 운전하면서 해볼생각으로 있었는데 ㅋㅋㅋ 낮시간이라 그런가 방 만들어져있는건 인원이 다 차있고 내가 만든 방엔 아무도 안들어와서ㅜㅜ 좀 당황했어ㅋㅋㅋ 단둘이 대화하니까 쫌 그랬는데 한명 더 들어와서 대화하니까 재밌네 ㅎㅎ 익명이라 연예인인척도 하고 ㅋㅋㅋ재밌었어. 서로 떨어진 거리가 표시되는거 좋았고, 여러명이 대화할 때 소리가 막 겹쳐서 잘 안들리기도 하더라. 그리고 다른앱을 열면 상대방 목소리는 들리는데 내 목소리는 상대방한테 안들리는것 같았어. 그리고 어느순간 분신술이 써지더라 ㅋㅋㅋ 나랑 똑같은 아이디를 가진 프로필이 방장으로 또 생기더라구. 버그인것 같애 ㅋㅋㅋ 또 어느순간 상대방 목소리들은 안들리는데 내 목소리는 들리는것 같더라구. 공지 같은것도 있으면 좋을것 같았어!! 방장이 방을 만들어두고 밥먹고 올 수 있게 라던가..ㅎㅎ 개인 메세지 기능은 있던데 다같이 있는 방에서도 다같이 문자로 대화가능하면 더 좋을것 같아. 뭔가 오류가 있을때나 말하기 힘든 상황에서 문자 남길수있게?ㅎㅎ

추정 매출액

첨부 09. 추정 매출액 (36개월)

분류	항목	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M24	M36
사용자 지표	다운로드 수	1,000	5,000	18,000	30,000	45,000	50,000	80,000	110,000	130,000	150,000	180,000	180,000	300,000	540,000
	누적 다운 수	1,000	6,000	24,000	54,000	99,000	149,000	229,000	339,000	469,000	619,000	799,000	979,000	3,919,000	9,079,000
	가입 회원 수	800	4,000	14,400	24,000	36,000	40,000	64,000	88,000	104,000	120,000	144,000	144,000	240,000	432,000
	누적 활성 가입 회원 수	800	4,640	18,112	38,490	66,792	93,433	138,747	198,997	263,198	330,558	408,447	470,757	1,033,867	1,850,574
	일간 활성 사용자 수_DAU	**192**	**1,114**	**4,347**	**9,238**	**16,030**	**22,424**	**33,299**	**47,759**	**63,167**	**79,334**	**98,027**	**112,982**	**248,128**	**444,138**
서비스 지표	일별 개설된 룸 수	15	86	334	711	1,233	1,725	2,561	3,674	4,859	6,103	7,541	8,691	19,087	34,164
	월별 개설된 룸 수	443	2,570	10,031	21,317	36,992	51,748	76,844	110,214	145,771	183,078	226,217	260,727	572,603	1,024,933
	룸 입장 수	354	2,056	8,025	17,054	29,594	41,398	61,475	88,171	116,617	146,463	180,973	208,582	458,083	819,946
	월 룸 입장 수	10,634	61,676	240,750	511,616	887,816	1,241,945	1,844,263	2,645,134	3,498,507	4,393,883	5,429,198	6,257,451	13,742,482	24,598,395
매출 관련 지표 (월별)	판매된 룸 개설권 수	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	26,073	57,260	102,493
	판매된 룸 입장권 수	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	500,596	1,099,399	1,967,872
	프로필 확인	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5,631,706	12,368,234	22,138,555
	일대일 음성 대화	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,564,363	3,435,621	6,149,599
	룸 끌어올리기	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	78,218	171,781	307,480
단위별 매출 지표	동영상 광고 매출액(A)	10,188	59,092	230,663	490,179	850,616	1,189,907	1,766,989	2,534,303	4,357,496	5,472,713	6,762,229	7,793,843	32,916,680	58,919,305
	전체 화면 광고 매출액(B)	12,580	72,963	284,808	605,241	1,050,286	1,469,221	2,181,764	3,129,193	5,380,354	6,757,352	8,349,564	9,623,334	21,134,563	37,829,871
	배너 광고 매출액(C)	5,474	31,751	123,938	263,380	457,047	639,353	949,427	1,361,715	2,341,341	2,940,562	3,633,437	4,187,737	9,197,019	16,462,230
	룸 개설권 판매액 (D)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	572,603	512,467
	룸 입장권 판매액 (E)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	32,981,957	29,518,074
	프로필 확인 판매액 (F)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	123,682,339	110,692,776
	일대일 대화 판매액 (G)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	171,781,026	153,739,967
	룸 끌어올리기 판매액 (H)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17,178,103	15,373,997
	월 정기권 판매액 (I)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	721,723,735
	총 매출액 (A+B+...+H+I)	**28,242**	**163,806**	**639,409**	**1,358,800**	**2,357,949**	**3,298,481**	**4,898,179**	**7,025,211**	**12,079,191**	**15,170,627**	**18,745,230**	**21,604,913**	**409,444,291**	**1,144,772,422**
누적 매출 지표	누적 광고 매출액	28,242	192,049	831,457	2,190,257	4,548,206	7,846,688	12,744,867	19,770,078	31,849,269	47,019,895	65,765,126	87,370,039	596,296,033	1,659,124,024
	누적 아이템 매출액	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,865,463,643	4,774,214,148
	누적 정기권 판매액	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6,775,538,031
	누적 매출액	**28,242**	**192,049**	**831,457**	**2,190,257**	**4,548,206**	**7,846,688**	**12,744,867**	**19,770,078**	**31,849,269**	**47,019,895**	**65,765,126**	**87,370,039**	**2,461,759,677**	**13,208,876,202**

(단위: 원)

추정 손익계산서

첨부 10. 추정 손익계산서_약식 (3개년도)

추정 손익계산서_약식

비용 항목	1년	2년	3년
매출	**87,370,039**	**2,374,389,638**	**10,747,116,526**
매출원가	**259,221,997**	**1,503,065,656**	**3,710,288,411**
- 서버 및 서비스 사용비	243,956,491	1,140,907,210	2,084,780,933
- 내부 프로그램 사용비	2,160,000	6,000,000	13,440,000
- 앱 마켓 수수료	13,105,506	356,158,446	1,612,067,479
매출총이익	**-171,851,958**	**871,323,982**	**7,036,828,114**
판매 및 관리비	**319,440,000**	**1,075,200,000**	**2,687,040,000**
- 급여 및 복리후생비	253,440,000	475,200,000	887,040,000
- 광고 선전비	66,000,000	600,000,000	1,800,000,000
영업이익	**-491,291,958**	**-203,876,018**	**4,349,788,114**

(단위: 원)

추정 비용 변수

변수 항목	1년	2년	3년
인원	6	10	16
월 평균 급여	3,200,000	3,600,000	4,200,000
급여 대비 복리후생비 비율	10%	10%	10%
DAU 1인당 월 서버 비용	500	500	500
1인당 장비비	3,000,000	3,000,000	3,000,000
1인당 프로그램 사용비	30,000	50,000	70,000
월 홍보 및 판관비	5,500,000	50,000,000	150,000,000
앱 마켓 수수료 율	15%	15%	15%

(단위: 원)

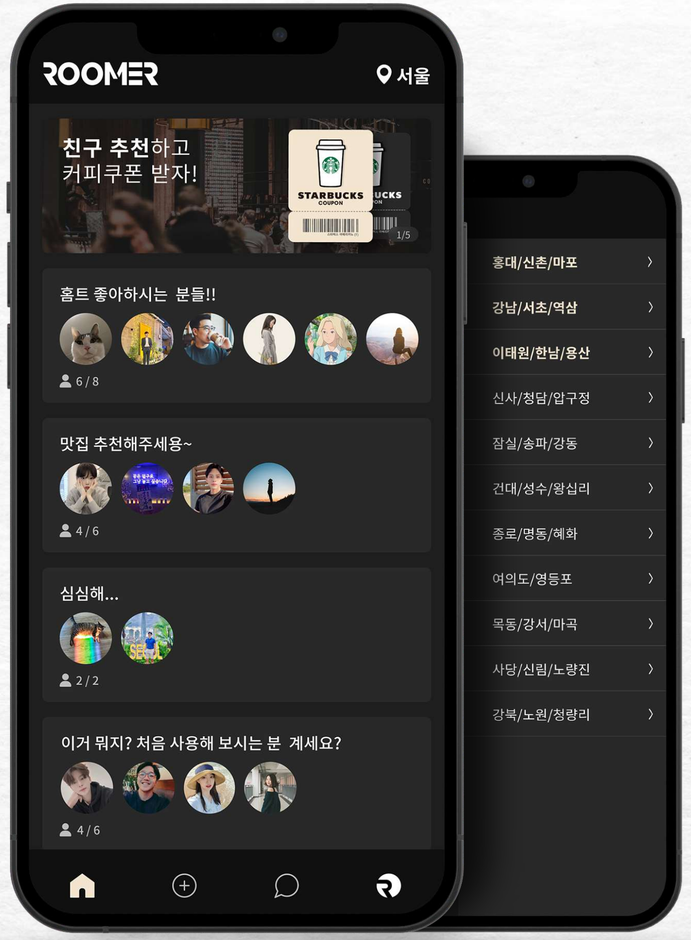
‘대화 중심 지역 소셜 플랫폼’은 확고한 경쟁 우위입니다

첨부 11. 기능별 경쟁 서비스 분석 표

	루머	클럽하우스	당근마켓	틴더	카카오 음	페이스북 (라이브 오디오 룸)	트위터 (스페이스)
단체 음성 대화 기능	★★★	★★★	X	X	★★★	★★★	★★★
지역별 커뮤니티	★★★	X	★★★	★	X	★	X
사용자 거리 확인	★★★	X	X	★★	X	X	X
메시지 (개인&단체)	★★★	★★	★	★	X	★	★
소규모 소셜 모임	★★★	★	★	X	★	X	X

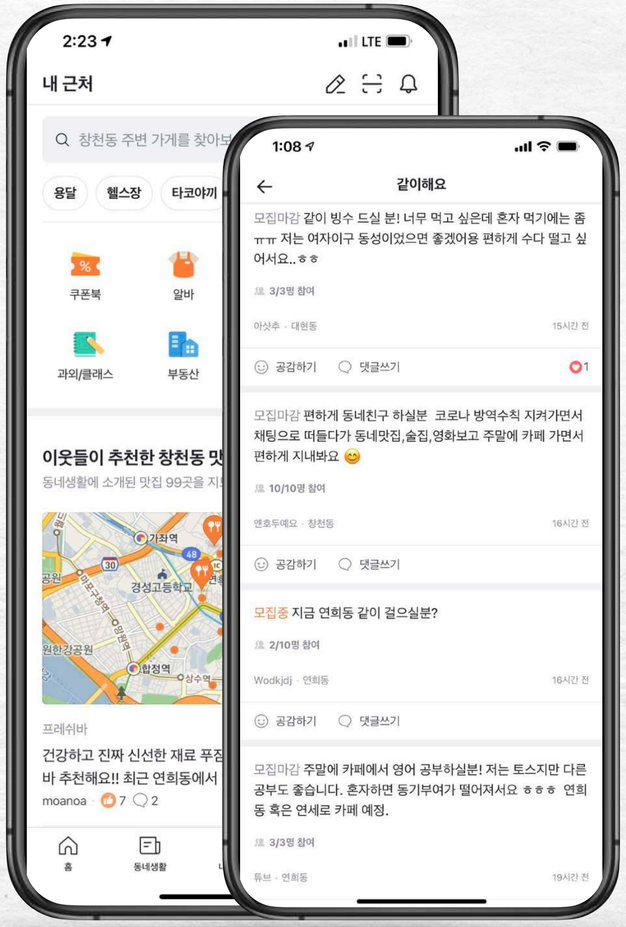
당근과 차별화된, 대화형 지역 소셜 플랫폼입니다

첨부 12. 당근마켓 서비스 비교 분석



ROOMER_메인 메뉴

ROOMER	vs	당근마켓
2030 사용자 중심의 지역 소셜 플랫폼 추구		남녀노소를 아우르는 지역 기반 플랫폼 추구
음성 대화를 통한 커뮤니티 형성		중고거래를 통한 커뮤니티 형성
2030이 자주 찾는 번화가를 중심으로 지역 분류		행정구역 상 동/면/리 단위로 지역 분류
공통의 취향/관심사 중심의 관계형 소셜 플랫폼을 세계로Horizontal 확장하는 전략		중고거래에서 시작하여 다양한 카테고리(부동산, 맛집 등)로 종적vertical 확장하는 전략

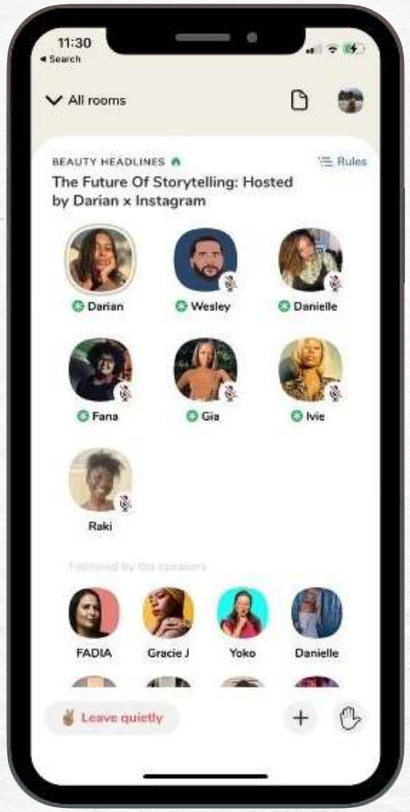


당근마켓_동네생활&내 근처 메뉴

클럽하우스와 그 카피캣들은 경쟁자가 아닙니다

첨부 13. 국내외 음성 기반 소셜 플랫폼 비교

클럽하우스



스타트업 자체 서비스

그린룸

Spotify의 별도 서비스

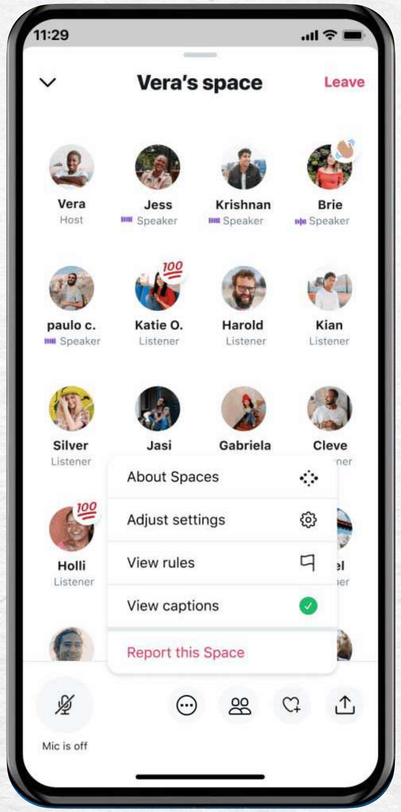
음(mm)

카카오의 별도 서비스

라이브 오디오룸

Facebook의 앱 내 기능

스페이스



Twitter의 앱 내 기능