

2019년도 카카오톡 인기 이모티콘 디자인 트렌드 분석

Analyzing Design Trends of KakaoTalk's Popular Emoticons in 2019

주 저 자 : 오은석 (O, Eun Seok)

광운대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수
oes@kw.ac.kr

Abstract

This paper is linked with surveys of KakaoTalk's popular emoticons, which started in 2017. It is the goal of this research to analyze popular emoticons sold at KakaoTalk's 'Emoticon Store' in 2019 and derive design factors affecting users' preferences. Then it compares these results with the design trends of 2017~2018 and presents design strategies and considerations for the planning and production of emoticons. As a result of comparing the overall ranking ('All') and the age group ranking ('10', '20', '30' and '40') in popular emoticons, In the case of the design trends, the teenagers and twenties liked 'free style' which emoticon design created with simple line and an accent color or few colors. The forties preferred 'standard style' which emoticons well designed with shape and color like classic or existing character design. Specially the thirties shared both design styles. The thirties shared with the emoticon preferences, but their preferences overlapped with the teens and twenties'. Through the analysis, this paper classified design trends into creators' emoticons, styles, tags and expression techniques represented by age groups. When creators plan and design emoticons, it is an important strategy to consider differentiated and common preference factors by age groups.

Keyword

Emoticon Design(이모티콘 디자인), Emoticon Trend(이모티콘 트렌드), KakaoTalk Emoticon(카카오톡 이모티콘)

요약

본 연구는 2017년부터 시작했던 카카오톡 인기 이모티콘 조사와 연계되는 논문으로서 연구의 목적은 2019년도 한 해 동안 카카오톡의 '이모티콘 스토어'에서 발표한 인기 이모티콘들을 분석하여 사용자들의 선호도에 영향을 미치는 디자인 요인을 도출하고자 한다. 이러한 결과를 2017~2018년 연구결과와 비교해보고 이모티콘의 기획 및 제작에 있어 필요한 디자인 전략을 구축하고 고려사항들을 제시하는 데 있다. 전체 순위와 연령대별 순위의 인기 이모티콘들을 비교·분석한 결과, 디자인 트렌드의 경우 10/20대는 단순한 라인 드로잉에 강조색 또는 보조색이 일부분에 사용된 '자유로운 표현(free style)'을 선호한다. 40대는 기존 캐릭터 디자인처럼 형식화되고 완성도 있으며 배색이 가미된 '정형화된 표현(standard style)'을 좋아하는 것으로 분석된다. 30대는 두 디자인 스타일을 공유하는 것으로 조사되었다. 30대는 40대와 이모티콘 선호도를 공유하지만 10대, 20대와의 선호도가 중복되고 있는 현상이 높았다. 40대의 경우 10/20대와는 선호하는 경향이 다르다는 것을 알 수 있었다. 분석 결과를 통해 2019년 이모티콘 디자인 트렌드를 연령대별로 대표되는 작가의 이모티콘, 스타일, 태그, 표현기법으로 정리하였다. 연령대별로 차별화되고 공통되는 선호 요인들은 이모티콘을 기획하고 디자인하는데 중요한 전략적 고려사항이 될 것이다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구의 배경 및 목적
- 1-2. 연구방법 및 내용

2. 카카오톡 이모티콘 디자인 트렌드 분석

2-1. 전체 순위 분석

2-2. 연령대별 순위 분석

3. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

2011년 11월 카카오톡을 통해 처음 등장한 카카오 이모티콘은 모바일 의사소통의 주요 수단으로 자리 잡으며 8년 연속 성장세를 이어가고 있다. 카카오 이모티콘 스토어의 누적 상품 수는 올해 7,500개를 넘어섰으며, 누적 구매자 수는 2,100만 명에 달한다. 이 밖에도 월평균 사용자 수 2,900만 명, 월평균 발신량은 23억 건을 기록했다. 이러한 이모티콘 생태계의 구축 및 성장에 따라, 창작자들의 수익도 동시에 확대되고 있다. 출시 후 역대 누적 매출을 달성한 이모티콘은 1,000개를 돌파했으며, 이 가운데 10억 이상의 누적 매출을 기록한 이모티콘 시리즈는 55개에 이른다.¹⁾ 국민 대다수가 사용하는 카카오톡 인기 이모티콘 제작자의 고수입이 각종 미디어에서 화제가 되고 있으며 이는 카카오톡 이모티콘에 대한 사용이 활발히 이루어지고 있음을 반영한다.

본 연구는 2017년부터 시작했던 카카오톡 인기 이모티콘 조사와 연계되는 논문²⁾으로서 연구의 목적은 2019년도 한 해 동안 카카오톡의 '이모티콘 스토어'에서 발표한 인기 이모티콘들을 분석하여 사용자들의 선호도에 영향을 미치는 디자인 요인을 도출하고자 한다. 이러한 결과를 2017~2018년 연구결과와 비교해보고 이모티콘의 기획 및 제작에 있어 필요한 디자인 전략을 구축하고 고려사항들을 제시하는 데 있다.

1-2. 연구방법 및 내용

본 논문의 연구방법은 이전과 같이 미래예측 분야의 환경 스캐닝(environmental scanning) 방법을 활용하였다. 환경 스캐닝은 전략적 계획 프로세스의 탐색 단계로서 선호 미래를 계획, 예측 또는 선택하기 위한 목적으로 정보를 수집하고 분석하는 체계적인 과정이다.³⁾⁴⁾ 이를 토대로 검색(scan), 축적(clip), 검토

(review)의 3단계로 진행하였다. 환경 스캐닝 유형 중 수동적 스캐닝, 능동적 스캐닝, 직접 스캐닝 방법을 활용하였다.⁵⁾

환경 스캐닝 유형 중 능동적 스캐닝 방식으로 2019년 1월부터 12월까지 카카오톡 이모티콘 스토어에서 전체 순위와 연령대(10/20/30/40대)별 순위를 1위부터 100위까지의 인기 이모티콘 데이터를 축적(clip)하고 검토(review)하였다. 카카오톡에서 월간 순위는 제공하지 않고 일간 순위만을 제공하고 있다. 당일의 순위밖에 제공하지 않아 매일 1일에 자료를 수집하고 축적하였다. 매일 수집하여 월간 순위를 집계하는 것이 이상적이지만 현실적으로 어려워 매일 1일의 인기 순위를 표본으로 삼아 분석을 진행하였다. 단 2018년 12월에 출시된 이모티콘도 2019년 1월과 2월 순위를 반영하여 추가하였다. 2017~2018년의 연구에서 전년도 12월에 출시되고 10위권에 진입하여 해당연도에 높은 인기를 구가하는 이모티콘이 있었기 때문이다.

이러한 과정을 통해 축적한 데이터를 바탕으로 2019년 동안 카카오 측에서 제공하는 '전체 순위와 '연령대별 순위'의 인기 이모티콘들을 '작가명'과 '스타일'과 '태그' 등을 요인으로 비교·분석하도록 한다. 비교·분석을 통해 인기 이모티콘의 디자인 트렌드를 조사하고 맥락(context)을 파악하여 이모티콘 기획 및 디자인 전략을 도출한다. 또한, 2017~2018년에 실시한 연구와 교차분석하여 2019년도 카카오톡 이모티콘 디자인의 변화된 경향을 연구하고 향후 디자인 트렌드를 제안하도록 한다.



[그림 8] 카카오 이모티콘 8주년 인포그래픽

(출처: 카카오)

- 1) kakao,
<https://www.kakaocorp.com/kakao/prChannel/pressReleasesView?boardIdx=10067¤tPage=1¤tGroup=1> (2019.11.28.)
- 2) 연계 논문들은 참고문헌에서 제시하도록 한다.
- 3) Institutional Research Consultancy Unit, RMIT Environmental Guide, Version 1, RMIT UNIVERSITY, 2003, p.4.
- 4) Pashiardis, P., Environmental scanning in educational organizations: uses, approaches, sources and methodologies. International Journal of Educational Management, Vol. 10, Issue 3, 1996,

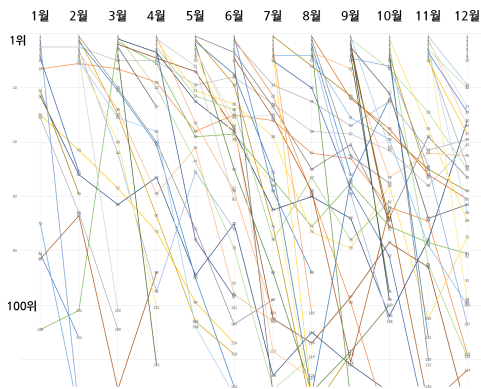
- pp.1-5.
- 5) 블록체인AI뉴스,
http://blockchainai.kr/client/board/ac_viw.asp?idx=9&page=6&db=cn (2019.12.20.)

카카오는 매년 11월 29일에 카카오 이모티콘 인포그래픽을 발표한다. [그림 1]과 같이 2019년에도 카카오 이모티콘 8주년 인포그래픽을 배포하였다. 카카오 이모티콘의 성장, 시장, 트렌드, 인기 이모티콘, 역사 등을 보여주고 자세한 내용 및 데이터는 카카오(kakao) 홈페이지의 홍보채널 카테고리의 보도자료를 통해 알리고 있다. 카카오의 인포그래픽 및 보도자료는 해당 연도의 카카오톡 이모티콘 디자인 트렌드의 연구 결과와 교차비교하고 검증하는데 활용한다.

2. 카카오톡 이모티콘 디자인 트렌드 분석

2-1. 전체 순위 분석

환경 스캐닝 유형 중 능동적 스캐닝 방식을 통해 2019년 1월부터 12월까지 매일 1일에 카카오톡 '이모티콘 스토어'에서 1위부터 100위까지의 순위를 검색, 추적, 검토하였다. 또한, 이후의 변동을 조사하기 위해 약 140위 정도의 순위를 추가로 확보해놓았다. 이를 통해 [그림 3]의 그래프와 같이 매일 1일에 전체 순위 10위 안에 진입한 이모티콘들을 표본으로 삼아 12월까지 순위 변화를 분석하였다.



[그림 9] 카카오톡 인기 이모티콘의 전체 순위 변화

2-1-1. 인기 이모티콘

이모티콘마다 출시되는 달이 다른 관계로 매일 1일 10위권 진입 후 3개월 동안 평균 전체 순위를 분석하였고 [표 1]처럼 결과가 나타났다. 앞서 연구된 2017~2108년의 [그림 2]와 같은 순위변동 그래프에서 분석된 결과 신규 이모티콘은 출시 당일에 높은 순위를 유지하다가 다음 달부터는 급격히 하락하는 예가

대부분이다. 이처럼 3개월간의 순위는 인기의 지속성을 판가름할 수 있는 중요한 척도가 된다.

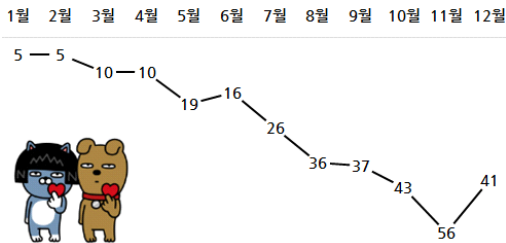
본 논문에서 사용한 이모티콘 이미지의 출처가 반복되는 관계로 카카오톡에서 캡처했음을 밝힌다.

[표13] 10위권 진입 후 3개월 동안 평균 전체 순위 분석

순위	이모티콘 (카카오프렌즈 포함)	평균	이모티콘 (카카오프렌즈 제외)	평균
1	 소울메이트(카카오프렌즈)	6.7	 대충 살자 빵빵이처럼(빵빵이)	9.0
2	 어피치(카카오프렌즈)	8.7	 우리 딸이 제일 좋아! (오목조목 정오목)	11.3
3	 대충 살자 빵빵이처럼(빵빵이)	9.0	 애옹! 김애옹!티콘(김애옹)	11.7
4	 우리 딸이 제일 좋아! (오목조목 정오목)	11.3	 심심해! 나랑 놀자곰! (메일)	14.7
5	 애옹! 김애옹!티콘(김애옹)	11.7	 아무리 생각해도 난 너를 (오니기리)	15.7
6	 튜브는 힙구힙구 (카카오프렌즈)	12.0	 알미운 녀예시 2(철새)	
7	 심심해! 나랑 놀자곰! (메일)	14.7	 옴팡지게 즐거워 옴팡이 (애소)	16.7
8	 아무리 생각해도 난 너를 (오니기리)	15.7	 엄마가 제일 좋아! (오목조목 정오목)	17.3
9	 알미운 녀예시 2(철새)		 모지라찌질이 오니기리 (오니기리)	18.7
10	 옴팡지게 즐거워 옴팡이 (애소)	16.7	 싸감티콘(싸감아저씨)	20.0

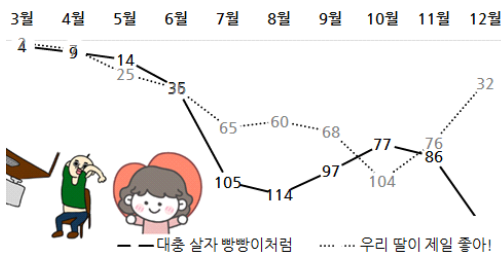
카카오에서 제공하는 인포그래픽의 인기 이모티콘에서 카카오프렌즈는 제외된다. [표 1]에서와 같이 3개월 동안 높은 순위에 지속적으로 랭크된 총 121개의 이모티콘의 평균 전체 순위를 분석·정리하였다. 단 11월과 12월에 전체 순위 10위권 안에 진입한 이모티콘은 3개월 평균값을 계산할 수 없어 제외하고 2개의 이모티콘으로 구성된 세트는 포함하지 않았다.

이모티콘별로 전체 순위의 변화를 분석한 결과, 2019년에 제일 인기 있었던 이모티콘은 ‘소울메이트(카카오프렌즈)’⁶⁾이다. 특히 ‘소울메이트’는 1월부터 10위권 안에 진입하여 1년 동안 꾸준한 인기를 보였다. [그림 3]



[그림 10] ‘소울메이트(카카오프렌즈)’의 순위 변화

‘카카오프렌즈’를 제외하면 ‘대충 살자 뽕뽕이처럼(뽕뽕이)’과 ‘우리 딸이 제일 좋아!(오목조목 정오목)’가 가장 높은 순위의 인기 이모티콘이었다. [그림 4]



[그림 11] ‘대충 살자 뽕뽕이처럼(뽕뽕이)’, ‘우리 딸이 제일 좋아!(오목조목 정오목)’의 순위 변화

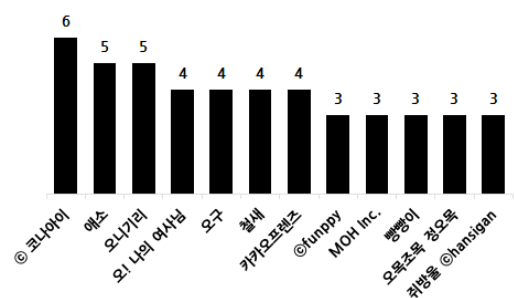
‘제일 좋아!(오목조목 정오목)’ 시리즈와 ‘애용이(김

애용)’, ‘놀자곰!(메밀)’은 카카오 이모티콘 8주년 인포그래픽에서 2019년 트렌드 이모티콘으로 선정되었다. ‘대충 살자 뽕뽕이처럼(뽕뽕이)’, ‘애용이(김애용)’, ‘싸감티콘(싸감아저씨)’은 다른 미디어에서 이미 인기를 얻고 있는 ‘셀럽’ 이모티콘으로 분류될 수 있다. ‘제일 좋아!(오목조목 정오목)’ 시리즈의 인기는 ‘관계형’ 이모티콘이 2019년도의 트렌드임을 반영한다.

2017년 ‘오버액션 토끼(DK)’와 2018년 ‘러블리 끝판왕! 오버액션 꼬마 토끼 & 꼬마 곰(DK)’이 1위로 ‘DK’의 강세였지만 2019년에는 보이지 않는다. ‘카카오프렌즈’는 2017년부터 여전히 높은 인기를 구가하고 있다. 2018년에도 인기 이모티콘이었던 ‘오니기리(오니기리)’, 약진했던 ‘옴팡이(애소)’, 새로운 강자였던 ‘닉에사’의 지속적인 인기를 볼 수 있다. 2019년에는 3개월 이상 10위권 안에 머문 이모티콘은 ‘소울메이트’를 제외하고는 없었다. 이전보다 이모티콘의 경쟁이 높아지고 있음을 보여주고 꾸준한 인기를 누리고 있는 스테디셀러 이모티콘도 나타난다.

2-1-2. 전체 순위의 작가명 분석

이모티콘을 제작한 작가명을 토대로 1년 동안 10위권 안에 진출했었던 작품 총 121개를 분석하였다. 그 결과 [그림 5]처럼 ‘© 코나아이’, ‘애소’, ‘오니기리’ 등의 순으로 나타났다. 카카오 이모티콘 8주년 인포그래픽에서 2019년 트렌드 이모티콘인 ‘오구’와 ‘세송(© funppy)’이 작가명 분석에서 나타난다.



[그림 12] 전체 순위의 작가명 분석

작가명 분석에서는 ‘오니기리’, ‘카카오프렌즈’, ‘© funppy’ 등 대부분이 스테디셀러 이모티콘의 작가로서 꾸준한 인기를 나타낸다. 또한 ‘오버액션’ 작가 ‘DK’의 하락세를 확인할 수 있다. [표 2]에서는 [표 1]에서 소개되지 않은 작가와 이모티콘을 소개하도록 한다.

6) 본 논문에서는 ‘이모티콘명(작가명)’의 포맷으로 표기한다.

7) 작가명 ‘엄마덕후’는 2019년 12월 1일 검색결과 ‘오목조목 정오목’으로 바뀌었다.

[표 14] 전체 순위 작가명 분석의 이모티콘과 작가명

 (© 코나아이)	 (오! 나의 여사님)	 (오구)
 (©funppy)	 (MOH Inc.)	 (취방울 ©hansigan)

2-1-3. 전체 순위의 스타일 및 태그 분석

카카오톡 이모티콘의 태그명은 이전 이모티콘 스토어에서 제공했던 '카테고리' 부분이 '스타일'로 변경된 후, 2018년부터 [표 3]과 같이 '스타일' 그룹별로 관련 태그가 속해있다.

[표 15] 카카오톡 이모티콘의 스타일 및 태그

스타일	태그
귀여운	동글동글한
	애교많은
	까불거리는
	공손한
	사방사방한
재밌는	드립치는
	표정이_살아있는
	정겨운
	말장난
	단순하게_생긴
	길쭉길쭉한
	장난이_격한
메시지	시크한
	다정한_메시지
일러스트	색다른_메시지
	비비드
	흑과백
	스케치
카카오 공식	파스텔
	카카오프렌즈
동물	니니즈
	토끼
	고양이
	강아지
	다른_동물들
주제별	가족
	커플
	직장인
	학생
스타/방송	인물
	방송
만화/웹툰	만화캐릭터
	웹툰

2019년의 작은 변화는 '주제별' 스타일에 '가족' 태그가 추가되면서 현재 32개에서 33개로 세분화되었다는 점이다. 이는 카카오 이모티콘 8주년 인포그래픽에서 나타난 바와 같이 '관계형' 이모티콘이 많은 인기를 받으면서 추가된 사항으로 여겨진다.

121개의 인기 이모티콘들에 사용된 태그명의 빈도를 분석한 결과, 총 25개의 태그가 조사되었으며 [표 4]와 같은 순으로 조사되었다. 이러한 스타일 및 태그는 이모티콘 디자인과 연출을 구성하는데 중요한 맥락적 요인이 되고 인기있는 소재를 파악할 수 있다.

[표 16] 전체 순위의 태그 분석

순위	태그	빈도	비율
1	까불거리는	34	28.1%
2	동글동글한	26	21.5%
3	드립치는	24	19.8%
4	다른_동물들	22	18.2%
5	표정이_살아있는	20	16.5%
6	애교많은	12	9.9%
7	단순하게_생긴	11	9.1%
8	토끼	10	8.3%
9	강아지	9	7.4%
10	길쭉길쭉한	8	6.6%
11	고양이	6	5.0%
	정겨운	6	5.0%
13	커플	5	4.1%
14	가족	4	3.3%
	장난이_격한	4	3.3%
	카카오프렌즈	4	3.3%
17	만화캐릭터	3	2.5%
	웹툰	3	2.5%
19	공손한	2	1.7%
	방송	2	1.7%
21	니니즈	1	0.8%
	말장난	1	0.8%
	사방사방한	1	0.8%
	인물	1	0.8%
	학생	1	0.8%

조사된 태그 분석을 바탕으로 스타일에 대입시킨 후, 스타일에 속하는 태그 개수가 전체 태그 개수에 차지하는 분포를 보면 [표 5]와 같이 나타난다. 2018년도와 같은 점은 '귀여운', '재밌는', '동물' 순으로 전체 순위의 스타일에서 높은 빈도수를 보이는 것이고 다른 점은 '귀여운'과 '재밌는'의 빈도수가 비슷하다는 것이다. 2017년부터 이모티콘 구매자들의 동물 캐릭터에 대한

선호도는 지속해서 높은 것으로 나타난다.

[표 17] 전체 순위의 스타일 분석

순위	스타일	빈도	비율
1	귀여운	75	34.1%
2	재밌는	74	33.6%
3	동물	47	21.4%
4	주제별	10	4.5%
5	만화/웹툰	6	2.7%
6	카카오 공식	5	2.3%
7	스타/방송	3	1.4%

2-2. 연령대별 순위 분석

2019년도에 카카오에서 제공하던 연령대 순위에서 연령대 구별에 대한 변화가 있었다. 상반기에는 기존처럼 10-20대와 30-40대로 제공하다가 하반기 7월경부터 10대, 20대, 30대, 40대로 보다 세분화하여 연령대별 순위를 제공하기 시작했다. 그래서 2019년 한 해 동안의 연령대별 순위 분석은 상반기(1~6월)는 10-20대와 30-40대 순위로 하반기(7~12월)는 10대, 20대, 30대, 40대 순위로 구분하여 연령대별로 10위권 안에 진출한 이모티콘들을 분석해 보았다.

2-2-1. 전체 순위 점유율

매달 전체 순위 10위권 안에 연령대별 10위권 안의 인기 이모티콘의 점유율을 분석한 결과, 상반기에는 [표 6]처럼 전체 10위권 안에 30-40대의 인기 이모티콘이 10-20대 보다 5.0% 정도 높다. 2017년도에는 점유율 26%, 2018년에는 7.5% 정도의 차이로 10-20대 연령의 이모티콘에 대한 구매력이 더 큰 것으로 분석되었다. 본 조사에서 2019년 상반기에는 30-40대가 조금 더 높은 현상이 나타났다.

[표 18] 연령대별 이모티콘의 전체 순위 10위권 점유율 (상반기 1~6월)

연령대 월	10-20대	30-40대	중복
1월	10 %	90 %	10 %
2월	60 %	50 %	20 %
3월	60 %	70 %	30 %
4월	50 %	50 %	10 %
5월	70 %	50 %	30 %
6월	70 %	40 %	10 %
평균	53.3 %	58.3 %	18.3 %

2018년도부터 보이는 경향으로 2019년 상반기 10-20대와 30-40대의 10위권 안에서 인기 이모티콘이 중복되는 경우는 18.3%로 나타났다. 이는 2017년에는 연령대별로 중복의 경우가 현저히 적었던 결과와 비교되며 2018년의 중복율과 같다. 이 분석을 통해 연령대별 점유율 및 구매력이 비슷함을 알 수 있고 2019년도에도 이모티콘에 대한 선호도가 작년과 비슷하게 중복되고 있는 현상을 볼 수 있다.

[표 7]은 2019년 하반기 전체 순위 10위권에서 연령대별 인기 이모티콘의 중복율을 분석한 결과이다. 각 연령대로 세분화된 후 전체 순위를 점유한 중복된 이모티콘을 선호하는 연령대를 조사해보니 10/20대가 가장 높았다. 30대는 40대와 이모티콘 선호도를 공유하지만 10대, 20대와도 높은 선호도를 보인다는 것이다. 이는 10/20/30대에서 이모티콘에 대한 선호도가 중복되고 있는 현상이 높음을 알 수 있다. 40대의 경우 30대와 선호도가 겹치는 부분이 있지만 10/20대와는 선호하는 경향이 다르다는 것이 나타난다.

[표 19] 연령대별 이모티콘의 전체 순위 10위권 중복율 (하반기 7~12월)

연령대	중복
10/20대	28.3%
10/20/30대	13.3%
30/40대	11.7%
20/30대	8.3%
10/30대	1.7%
20/30/40대	1.7%
10/20/30/40대	1.7%

2-2-2. 연령대별 작가명 분석

상반기에 연령대별로 10위권에 올랐던 10-20대의 54개와 30-40대의 47개의 이모티콘에 대한 작가명을 조사하고 빈도수를 분석하였다. [표 8]처럼 10-20대에서는 '오구', '© 코나야이'가 30-40대에서는 '카카오프렌즈', '오! 나의 여신님', '오니기리'의 이모티콘이 상위권에 랭크되었다. 전체 순위 분석에서처럼 2017~2018년에 10-20대의 대세였던 '오버액션'의 'DK'는 약세를 보이고 30-40대에서는 '카카오프렌즈'가 여전히 강세를 나타내고 있다. 전체 순위에서도 1위를 차지한 '카카오프렌즈'는 30-40대의 높은 충성도를 계속 유지하고 있는 것으로 나타난다. 2018년도와 마찬가지로 10-20대에서는 새로운 작가들이 많이 등장했

다. 이는 새로움을 추구하는 10-20대 트렌드의 반영이며 이 연령대에서 경쟁이 높다는 것을 보여준다. 모든 연령대에서 선호도를 보이는 대표적 작가로는 '오목조목 정오목'으로 나타난다. '관계형' 이모티콘인 '우리 딸이 제일 좋아!'와 '엄마가 제일 좋아!'가 여기에 속한다. 이외에도 빈도수가 낮지만 "뽕뽕이"와 2018년과 같이 '애소'의 선호도가 중복되고 있다.

[표 20] 연령대별 작가명 분석(상반기 1~6월)

10-20대		30-40대	
작가명	비율	작가명	비율
오구	9.3%	카카오프렌즈	10.6%
© 코나아이	7.4%	오! 나의 여사님	6.4%
애소	5.6%	오니기리	6.4%
케장	5.6%	quan	4.3%
DK	3.7%	무릎이 임선경	4.3%
메밀/몽구	3.7%	오목조목 정오목	4.3%
뽕뽕이	3.7%	취방울 @hansigan	4.3%
오목조목 정오목	3.7%		
완씨	3.7%		
익명이 / 라부	3.7%		
찌리	3.7%		

하반기에는 [표 9]와 같이 각 연령대별로 분석해보면 10대와 20대, 30대와 40대가 각각 공유하는 작가명이 있었으며 빈도수는 낮지만 [표 10]과 같이 10/20/30대에서 동시에 선호도를 보이는 작가들도 있다. 2018년과 같이 '철새'의 선호도 역시 다양한 연령층에서 중복되고 있다. '오목조목 정오목'의 경우, 10/20/30/40대 모두 선호하는 작가로 나타나지만 20/40대는 '관계형' 이모티콘이고 10/20/30대는 다른 유형이다. 여기에서도 40대의 경우 30대와 선호도가

중복되는 부분은 있지만 10/20대와와는 다른 경향의 이모티콘을 선호하는 것으로 나타난다. 그리고 빈도수를 살펴보면 20대에서 경쟁률이 매우 높음을 알 수 있다.

[표 22] 연령대별 작가명 중복 분석(하반기 7~12월)

작가명	10대	20대	30대	40대
오목조목 정오목	●	●	●	●
© 코나아이	●	●	●	
@funppy	●	●	●	
실버벨	●	●	●	
철새	●	●	●	
케장	●	●	●	

2019년에도 2018년도와 같이 다양한 연령대가 동시에 좋아하는 작가가 공통되는 경향이 나타난다. 이 부분도 역시 이모티콘에 대한 선호도가 중복되고 있음을 알 수 있다. 2017년도에 10-20대와 30-40대가 선호하는 이모티콘의 유형이 확연히 구별되었다가 이후로 10-20대의 트렌드가 확산하고 있는 것으로 여겨진다.

2-2-3. 연령대별 스타일 및 태그 분석

[표 11]에서는 상반기에 10-20대와 30-40대 연령대별로 10위권에 진출했던 인기 이모티콘의 태그 빈도 분석을 통해 선호도를 조사했다. 전체 순위에서와 마찬가지로 '까불거리는', '드립치는'이 10-20대와 30-40대 모두 공통으로 좋아하는 높은 순위의 태그명으로 조사되었다. 연령대별로 선호도의 차이를 보이는 태그는 10-20대의 '단순하게_생각'과 '동글동글한'이고, 30-40대의 '표정이_살아있는', '애교많은', '정겨운'이다. 선호도의 차이를 보이는 태그는 이모티콘 제작 시 타겟층

[표 21] 연령대별 작가명 분석(하반기 7~12월)

10대		20대		30대		40대	
작가명	비율	작가명	비율	작가명	비율	작가명	비율
아싸토끼	5.7%	© 코나아이	3.8%	MOH Inc.	10.9%	오니기리	11.1%
애소	5.7%	김나무	3.8%	오니기리	8.7%	뽕야	8.9%
메밀/몽구	3.8%	싸감아저씨	3.8%	@funppy	6.5%	오! 나의 여사님	8.9%
실버벨	3.8%	애소	3.8%	Gihoon	6.5%	오목조목 정오목	6.7%
첫누니	3.8%	엔댄	3.8%	찬비	6.5%	취방울 @hansigan	6.7%
케장	3.8%	오구	3.8%	아라리	4.3%	나애미	4.4%
		오목조목 정오목	3.8%	을시년	4.3%	마음이	4.4%
		은지	3.8%	정남이	4.3%	무릎이 임선경	4.4%
		철새	3.8%	철새	4.3%	아라리	4.4%
		케장	3.8%	카카오프렌즈	4.3%	요하	4.4%

을 설정할 때 고려해야 할 중요한 사항들이다.

[표 23] 연령대별 태그 분석(상반기 1~6월)

10-20대		30-40대	
태그	%	태그	%
까불거리는	33.3	표정이 살아있는	27.7
단순하게 생긴	24.1	까불거리는	17.0
동글동글한	24.1	애교많은	12.8
드립치는	24.1	드립치는	10.6
다른 동물들	20.4	정겨운	10.6
토끼	18.5	카카오프렌즈	10.6
강아지	9.3	고양이	8.5
길쭉길쭉한	9.3	길쭉길쭉한	8.5
장난이 격한	9.3	동글동글한	8.5
표정이 살아있는	9.3	커플	8.5
커플	7.4	강아지	6.4
애교많은	5.6	가족	4.3
가족	3.7	공손한	4.3
말장난	3.7	다른 동물들	4.3
학생	3.7	토끼	4.3

태그 분석에서도 10-20대와 비교해보면 30-40대의 ‘카카오프렌즈’에 대한 높은 인기와 충성도를 확인할 수 있다. 2018년도에는 ‘드립치는’이 10-20대의 선호도가 높고 30-40대는 낮았다. 이 부분에서도 10-20대의 이

모티콘 트렌드가 확산하고 있는 것으로 여겨진다.

하반기를 분석한 [표 12]를 보면 모든 연령대별로 ‘까불거리는’에 대한 선호도가 높다. 하지만 10/20/30 대에서만 ‘드립치는’이 최상위권에 위치한다. 40대에서는 ‘드립치는’이 없으며 다른 연령대에 비해 ‘정겨운’과 ‘가족’의 빈도수가 크다.

연령대별로 조사된 태그 분석을 바탕으로 스타일에 대입시킨 후, 스타일에 속하는 태그 개수가 전체 태그 개수에 차지하는 분포를 보면 상반기는 [표 13]과 같이 나타난다. 전체 순위와 비슷하게 ‘재밋는’, ‘귀여운’, ‘동물’이 높은 순위에 랭크되었다.

[표 25] 연령대별 스타일 분석(상반기 1~6월)

10-20대		30-40대	
스타일	%	스타일	%
재밋는	79.6	재밋는	57.4
귀여운	63.0	귀여운	42.6
동물	50.0	동물	23.4
주제별	14.8	주제별	12.8
만화/웹툰	3.7	카카오 공식	10.6
카카오 공식	1.9	만화/웹툰	4.3
메시지	0.0	메시지	0.0
일러스트	0.0	일러스트	0.0
스타/방송	0.0	스타/방송	0.0

[표 24] 연령대별 태그 분석(하반기 7~12월)

10대		20대		30대		40대	
태그	%	태그	%	태그	%	태그	%
드립치는	32.1	까불거리는	30.2	표정이 살아있는	47.8	정겨운	24.4
동글동글한	18.9	드립치는	30.2	드립치는	28.3	까불거리는	22.2
다른 동물들	17.0	다른 동물들	26.4	까불거리는	17.4	가족	15.6
단순하게 생긴	15.1	동글동글한	15.1	길쭉길쭉한	8.7	애교많은	15.6
까불거리는	13.2	단순하게 생긴	13.2	다른 동물들	8.7	표정이 살아있는	11.1
토끼	13.2	애교많은	13.2	정겨운	8.7	공손한	8.9
강아지	9.4	토끼	13.2	강아지	6.5	고양이	6.7
사방사방한	7.5	표정이 살아있는	9.4	동글동글한	6.5	동글동글한	4.4
장난이 격한	7.5	강아지	7.5	고양이	4.3	커플	4.4
가족	5.7	고양이	7.5	단순하게 생긴	4.3	강아지	2.2
고양이	5.7	가족	5.7	애교많은	4.3	다른 동물들	2.2
말장난	5.7	길쭉길쭉한	5.7	직장인	4.3	다정한 메시지	2.2
애교많은	5.7	만화캐릭터	3.8	카카오프렌즈	4.3	방송	2.2
표정이 살아있는	5.7	말장난	1.9	토끼	4.3	사방사방한	2.2
학생	5.7	방송	1.9	니니즈	2.2	토끼	2.2
길쭉길쭉한	3.8	사방사방한	1.9	만화캐릭터	2.2	파스텔	2.2
만화캐릭터	3.8	웹툰	1.9	말장난	2.2		
웹툰	3.8	인물	1.9	방송	2.2		
방송	1.9	장난이 격한	1.9	사방사방한	2.2		
인물	1.9						

[표 26] 연령대별 스타일 분석(하반기 7~12월)

10대		20대		30대		40대	
스타일	%	스타일	%	스타일	%	스타일	%
재밌는	38.1	재밌는	31.1	재밌는	58.2	귀여운	41.4
귀여운	24.7	귀여운	30.2	귀여운	17.7	재밌는	27.6
동물	24.7	동물	27.4	동물	13.9	주제별	15.5
주제별	6.2	주제별	5.7	카카오 공식	3.8	동물	10.3
만화/웹툰	4.1	만화/웹툰	2.8	주제별	3.8	메시지	1.7
스타/방송	2.1	스타/방송	1.9	스타/방송	1.3	일러스트	1.7
메시지	0.0	카카오 공식	0.9	만화/웹툰	1.3	스타/방송	1.7
일러스트	0.0	메시지	0.0	메시지	0.0	카카오 공식	0.0
카카오 공식	0.0	일러스트	0.0	일러스트	0.0	만화/웹툰	0.0

2018년도와 비교하면 10-20대는 유사하지만 30-40대의 경우 '귀여운' 보다 적었던 빈도수의 '재밌는'이 앞질렀다. 이는 '드립치' 태그가 '재밌는' 스타일에 속해있기 때문에 일어나는 변화이다. [표 14]에서 하반기의 경우 10/20/30대와 다르게 40대의 순위는 '귀여운'과 '재밌는' 순서로 나타난다. '주제별'도 40대에서 높은 순위와 빈도수를 보이는 것도 다른 연령대와 차이이다. 여전히 '동물' 관련 이모티콘은 높은 소구력을 가지고 있는 것으로 나타난다.

2-2-4. 연령대별 이모티콘 디자인 분석

[표 15]와 같이 연령대별 인기 이모티콘 디자인을 분류하고 이를 토대로 이전 연구에서 제시하였던 '자유로운 표현(free style)'과 '정형화된 표현(standard style)'으로 표현기법을 구분하도록 한다.⁸⁾ 10대와 20대는 2017~2018년과 마찬가지로 2019년도에도 단순한 라인 드로잉 디자인에 강조색(accent color) 또는 보조색이 일부분에 사용된 '자유로운 표현(free style)'의 캐릭터 디자인을 선호하는 경향을 보인다. 연령대별 태그 비교에서 '단순하게'가 30/40대에 비교하여 10/20대에서 높은 순위를 나타내고 있는 것을 보면 이러한 스타일의 선호도를 설명할 수 있다. 40대는 기존 캐릭터 디자인처럼 형식화되고 완성도 있으며 배색이 가미된 '정형화된 표현(standard style)'을 좋아하는 것으로 분석된다. 2019년에 제공된 각 연령대별 순위에서 30대의 경우 10-20대와 40대의 디자인 스타일을 공유하는 것으로 조사되었다. 연령대별 분석에서 도출되었듯이 이모티콘에 대한 선호도가 30대에서 중복되고 있다.

[표 27] 연령대별 인기 이모티콘 디자인 분석

10대	20대	30대	40대
 (야샤토끼)	 (애소)	 (MOH Inc.)	 (오니기리)
 (애소)	 (오구)	 (오니기리)	 (뽀야)
 (모두의 귀요미)	 (© 코나아이)	 (©funppy)	 (오! 나의 여사님)
 (메밀)	 (철새)	 (Gihoon)	 (쥬방울 ©hansigan)
 (철새)	 (케장)	 (철새)	 (오목조목 정오목)
 (케장)	 (싸감아저씨)	 (찬비)	 (요하)
 (박동글)	 (뽕뽕이)	 (카카오프렌즈)	 (아라리)
 (오목조목 정오목)	 (오목조목 정오목)	 (아라리)	 (나애포)

8) 오은석, 조윤성, 2018년도 라인 인기 스티커 트렌드 및 디자인 분석, 커뮤니케이션디자인학회, 2019, Vol.68, pp.235-236.

2017년 10·20대에서 이모티콘의 새로운 트렌드였던 손으로 낙서한 듯한 자유로운 드로잉의 일명 ‘병맛’ 스타일 캐릭터들도 2019년에도 ‘케장군(케장)’ 시리즈 같은 이모티콘들이 인기가 있었다. 이러한 낙서 그림에 대한 선호도의 상승세는 꺾였지만, 지속적인 인기를 보여 이모티콘 디자인의 한 종류로 장르화 되는 듯하다.

엽기적이거나 개그스러운 디자인과 상황 연출은 여전히 강세를 나타내고 있다. 연령대별 태그 비교에서 ‘드립치는’이 10/20/30대에 최상위권에 위치하는 것을 보면 이러한 형태와 연출에 대한 선호도를 설명할 수 있다. 전년도보다 30대에서는 이러한 디자인 스타일과 연출의 매력적인 부분을 포함한 이모티콘에 대한 선호도가 매우 높아진 것으로 나타났다.

2019년 연령대별 인기 이모티콘 디자인의 중요한 특징은 10/20/30대에서 중복되는 디자인 선호도를 보이지만 40대에서는 10/20대의 연령대와는 구별되는 스타일을 선호한다는 점이다. 이는 이모티콘 제작 시

타겟층 선정에 따라 중요한 요인이 된다.

3. 결론

2019년 한 해 동안 카카오톡의 이모티콘 스토어에서 전체 순위와 연령대별 순위의 인기 이모티콘을 분석한 결과를 아래처럼 종합하였다.

첫째, 최고의 인기 이모티콘은 ‘소울메이트(카카오프렌즈)’이다. ‘우리 딸이 제일 좋아!(오목조목 정오목)’의 높은 순위는 ‘관계형’ 이모티콘 중 ‘가족’이 트렌드임을 보여준다. 2018년도에 많은 사랑을 받은 ‘옴팡이(애소)’와 ‘닉에서(철새)’ 시리즈는 지속적인 인기를 누렸다.

둘째, 이모티콘의 경쟁이 높아지고 있음이 나타났다. 전체 순위의 인기 이모티콘 분석에서 3개월 이상 10위권 안에 머문 이모티콘은 ‘소울메이트’를 제외하고는 없

[표 28] 2019년 카카오톡 인기 이모티콘 디자인 트렌드 분석

	10대	20대	30대	40대
이모티콘 (작가명)	 (야씨토끼)	 (오구)	 (MOH Inc.)	 (오니기리)
스타일	1. 재밌는 2. 귀여운 3. 동물  (©funppy)			1. 귀여운 2. 재밌는 3. 가족 4. 동물  (오목조목 정오목)
태그	동글동글한 단순하게 생긴  (애소)		표정이 살아있는  (Gihoon)	정겨운 가족 애교많은  (오나의 여사님)
	드립치는  (철새)			
	까불거리는			
표현기법	자유로운 표현(Free Style) 단순하고 자유로운 라인 드로잉 디자인과 절제된 색상			
	낙서 그림  (케장)	정형화된 표현(Standard Style) 완성도 있는 기존의 캐릭터 디자인  (아라리)		

었다. 연령대의 작가명 분석에서 20대의 높은 경쟁률을 알 수 있다. 2017~2018년도에 10대와 20대에서 높은 인기를 구가했던 'DK' 작가의 '오버액션' 시리즈의 내림세는 이러한 경쟁 양상의 반영임을 유추할 수 있다.

셋째, 스타일과 태그별로 검토한 결과, 2018년도와 같은 점은 스타일 '귀여운', '재밌는', '동물'로 높은 빈도를 보이는 것이고 다른 점은 '귀여운'과 '재밌는'의 빈도수가 비슷하다는 점이다. 태그로 분석한 결과, 연령대별로 상위에 '까불거리'와 '드립치'가 공통으로 나타난다. 스타일 '동물'은 모든 연령대의 인기 있는 소재이며 태그로 보면 '토끼'는 10-20대, '강아지'와 '고양이'는 30-40대에서 강세를 보였다. '가족'은 스타일과 태그에서 모두 40대에서 중요한 트렌드로 분석되었다. 스타일과 태그는 이모티콘의 디자인, 연출, 소재 선택에 있어서 중요한 요인이 된다.

넷째, 표현기법의 경우 10/20대는 단순하고 자유로운 라인 드로잉에 강조색 또는 보조색을 일부분에 절제해서 사용하는 '자유로운 표현(free style)'을 선호한다. 40대는 기존 캐릭터 디자인처럼 형식화되고 완성도 있으며 배색이 가미된 '정형화된 표현(standard style)'을 좋아하는 것으로 분석된다. 30대는 두 디자인 스타일을 공유하는 것으로 조사되었다.

다섯째, 30대는 40대와 이모티콘 선호도를 공유하지만 10대, 20대와도 선호도가 중복되고 있는 현상이 높음을 알 수 있다. 이는 10-20대의 트렌드가 확산하고 있는 것으로 여겨진다. 40대의 경우 10/20대와는 선호하는 경향이 달라 이모티콘 제작 시 타겟층을 설정할 때 고려해야 할 중요한 사항이다. 특히 40대의 경우 스테디셀러 이모티콘이 지속적인 인기를 누리고 있는 현상이 강하다.

이러한 분석 결과를 통해 [표 16]과 같이 2019년 카카오톡 인기 이모티콘의 디자인 트렌드를 도출하였다. 먼저 연령대별로 대표되는 작가의 이모티콘을 제시하고 연령대별로 스타일, 태그, 표현기법을 정리하였다. 스타일과 태그는 이모티콘 제작 시 디자인 및 연출의 맥락적 구성과 소재 선택의 요인이 된다. 표현기법은 드로잉, 배색, 형식에 대한 실제적인 방법론이다. 연령대별로 특징적인 부분과 중복되는 부분으로 구분하였다. 연령대별로 차별화되고 공통되는 선호 요인들은 이모티콘을 기획하고 디자인하는데 중요한 전략적 고려사항이다.

기존의 연구와 비교해보면 2017년도에는 10-20대

와 30-40대의 이모티콘 선호도의 차이가 뚜렷하였다. 2018년도부터 선호도의 공유가 나타났고 2019년도에는 이모티콘 트렌드의 확산이 심화한 것으로 나타난다. 2019년부터 카카오톡 측에서 연령대를 세분화하여 40대의 경우 선호도의 차이가 다른 연령대와 구별되는 현상을 알 수 있다. 2019년도의 이모티콘 트렌드의 큰 특징은 절대 강자가 없었다는 점으로 2020년도에도 이모티콘의 경쟁률은 더욱 높아질 것이다. 기존 인기 요인의 큰 변화보다는 스테디셀러 이모티콘의 위치 선점과 '셀럽' 이모티콘의 유입 및 강세가 예상된다. 이러한 현상은 추후 새로운 이모티콘 크리에이터에게 있어서 진입 장벽으로 작용하고 치열한 경쟁 양상이 나타날 것이다.

본 연구에서 분석한 2019년도 카카오톡 이모티콘 디자인 트렌드를 통해 타겟층에 맞는 연령대의 선호도를 파악하여 이모티콘 기획 및 제작 시 디자인 전략을 수립하는 데 반영할 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 오은석, 조종학, 2018년도 카카오톡 인기 이모티콘 트렌드 및 디자인 분석, 한국디자인리서치, 2019, 6, Vol.4, No.2, 11호.
2. 오은석, 원종욱, 2017년도 카카오톡 인기 이모티콘 트렌드 및 스타일 분석, 커뮤니케이션디자인학연구, 2018, 1, Vol.62.
3. 오은석, 조윤성, 2018년도 라인 인기 스티커 트렌드 및 디자인 분석, 커뮤니케이션디자인학연구, 2019, 7, Vol.68.
4. Institutional Research Consultancy Unit, RMIT Environmental Guide, Version 1, RMIT UNIVERSITY, 2003.
5. Pashiardis, P., Environmental scanning in educational organizations: uses, approaches, sources and methodologies, International Journal of Educational Management, 1996, Vol.10, Issue 3.
6. kakao, www.kakaocorp.com.
7. 블록체인AI뉴스, blockchainai.kr.