

공유경제(Sharing Economy)의 미래와 성공조건

- 작성 김점산 / 교통연구실 연구위원
(kymate@gri.kr, 031-250-3161)

지우석 / 미래비전연구실 선임연구위원

강상준 / 환경연구실 연구위원

목 차

쟁점과 대안

- I. 공유경제의 개념
- II. 공유경제의 현황 및 문제점
- III. 공유경제의 미래와 성공조건
- IV. 경기도에의 시사점

- 「이슈 & 진단」은 특정분야의 정책제안이나 정책아이디어를 시의성있게 제시하여 정책의 방향설정과 실현에 도움을 주고자 작성된 자료입니다.
- 「이슈 & 진단」에 게재된 내용은 경기개발연구원의 공식견해와 다를 수 있음을 밝힙니다.

“서로 잘 모르는 사람들끼리 신뢰하는 것이
공유경제의 핵심이다.”

- Rachel Botsman -

(『위 제너레이션(We Generation)』 저자)
'스마트 클라우드쇼 2013' 강의 내용 中

“신뢰는 사회체제를 유지하는 윤활유이자 거
래비용을 줄여 경제가치를 늘리는 상품이다.
그러나 신뢰는 정부가 발행하거나 시장에서
직접 구입할 수 있는 재화는 아니다. 신뢰는
오랜 시간과 노력을 통해 축적되는 사회공
동의 재산이기 때문이다.”

- Kenneth Joseph Arrow -

(노벨 경제학상 수상자)

쟁점과 대안

공유경제(Sharing Economy)란 한번 생산된 제품을 여럿이 공유해 쓰는 협력적 소비의 경제로 대량생산과 대량소비의 자본주의 경제와 대비되어 사용된다. 최근 세계적 저성장 기조로 그 관심이 높아지고 있다.

세계 공유경제 규모는 2013년 기준으로 51억달러 수준이지만 매년 80%이상 폭발적으로 성장하는 메가트랜드 시장이다. 세계 공유경제 부문은 북미(60%)와 유럽(35%)이 장악하고 있는데 대표적 성공사례는 빈집(방) 공유서비스인 '에어비앤비(AirBnB)'와 카셰어링 서비스인 '집카(Zipcar)'가 있다. 세계적인 공유기업의 성공과 함께 우리나라도 2011년 이후 많은 공유기업이 설립되어 다양한 서비스를 제공하고 있다. 공유경제가 생활 속에 자리 잡으면서 집에서 대학 강의를 듣고, 공공자전거를 타고 코워킹 스페이스(co-working space)로 출근하고, 타인과 밥을 먹으며 경험을 공유하는 '공유족'이 탄생하였다.

우리나라의 공유기업은 대다수가 자본금 1억원 이하, 직원수 5명 내외의 스타트업 기업이다. 이용자는 스마트폰과 인터넷에 익숙한 20대와 30대가 주를 이루지만 점차 전 연령층으로 확대될 것으로 전망된다. 이들 공유기업은 국내 시장여건이 국외에 비해 다소 불리하다 평가했지만, 향후 10년간 공유시장은 긍정적으로 전망했다. 정부에는 재정지원과 시민홍보를 주문했다(자체조사, 2014년 2월).

정부와 사회입장에서 공유경제를 주목하는 이유는 공유경제가 기업의 수익이 사회적 기여로 연결되는 구조이기 때문이다. 대여자는 유희자원의 수입원화, 이용자는 비용절약, 사회전체로는 자원의 절약과 환경문제의 해소를 가져오는 착한경제라는 것이다. 최근 연구는 카셰어링 1대가 승용차 13대를 대체하고, 카셰어링 이용자의 평균 20%가 승용차의 구매를 미룬다는 분석이다. 이를 적용하면, 우리나라의 카셰어링 1대의 지역경제 흡수효과는 연간 4,537만원으로 추정된다. 수도권에서 카셰어링 활성화 정책으로 전체 승용차의 20%인 140만 대가 대체되면, 지역경제 흡수효과는 연간 4조 8,860억원에 달할 것으로 추정할 수 있다.

우리나라는 과거 '품앗이'와 같은 협력문화, 높은 교육수준과 함께 세계 최고수준의 IT기술과 유·무선 인터넷망을 가지고 있다. 정부는 이러한 잠재력을 바탕으로 공유경제의 활성화를 위한 법·제도의 개선, 공유기업 인증 및 투자, 기업의 개인정보 보호에 대한 신뢰 회복에 나서야 한다. 또한 공공-기업-시민단체의 협력을 통해 비전문가와 비경제인구층(노인, 주부, 비취업자 등)의 공유경제 참여를 확대하고, 사회봉사, 재능기부 등 비영리 공유분야의 확대도 추진하여야 한다.

I. 공유경제의 개념

공유경제의 부상

□ 과거 '품앗이' 등 공유 활동이 수익을 만들어내는 기업 활동으로 확대되면서 '공유경제'라는 경제 패러다임의 변화 시사

○ 과거부터 자신의 노동력, 경험을 이웃에게 나눠주는 '품앗이', 서로의 중고 물건을 교환하는 '아나바다 운동' 등 다양한 공유 활동 존재

○ 공유경제(Sharing Economy)는 2008년 하버드대 로런스 레식 교수가 처음 사용한 말로, 한번 생산된 제품을 여럿이 공유해 쓰는 협력소비의 경제로 대량생산과 대량소비의 자본주의 경제와 대비

□ 20세기 자본주의 경제의 한계가 가져온 경제위기와 환경오염 등의 문제, 그리고 IT기술과 소셜네트워크의 발달이 '공유경제'를 부상

○ 2008년 세계경제위기로 인한 저성장, 취업난, 가계소득 저하는 경쟁적 소유 또는 과소비에서 합리적인 소비로 전환하는 계기 마련

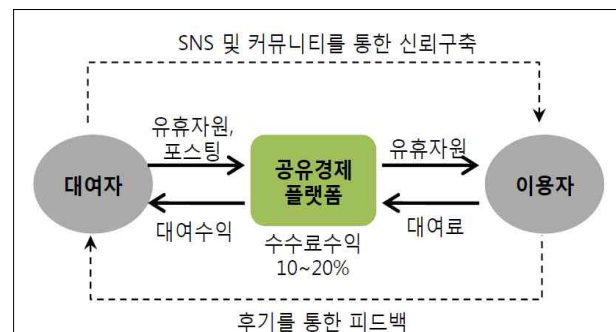
○ IT기술과 소셜네트워크의 발달은 개인간 거래와 타인에 대한 신뢰와 평판 조회 등 협력소비 수단을 편리화시켜 다양한 공유경제(기업) 활동을 가능케 함

<전통경제와 공유경제의 비교>



자료 : 김형균·오재환(2013). 『도시재생 소프트웨어로서 공유경제 적용방안』, 부산발전연구원.

<공유경제의 비즈니스 모델>



자료 : 클라우드산업연구소, "공유경제 이야기" 교육자료 (2013.07.04).

□ 공유기업의 수익모델은 이용자, 중개자(공유기업), 사회전체 모두에게 이익이 돌아가는 '윈윈(Win-Win)' 구조

- 기존기업은 제품을 생산하고 판매를 통해 돈을 버는 수익활동과 사회기여의 영역이 분리되어 운영되는 반면(예 : 코카콜라의 북극곰 캠페인)
- 공유기업은 기업의 수익이 사회적 기여로 연결시켜, 대여자는 유희 자원의 수입원화, 이용자는 비용절약, 사회전체로는 자원의 절약과 환경문제의 해소를 가져옴

□ 세계적인 공유기업의 성공과 함께 우리나라도 2011년 이후 많은 공유기업이 설립되어 다양한 서비스를 제공

- 공유기업은 물품, 인력 등 유형의 자원뿐만 아니라 정보 및 서비스 등의 무형의 분야까지 확대(정장대여, 현지여행가이드, 식사모임, 개인간 대출 등)
- 공유경제가 생활 속에 자리 잡으면서, 집에서 대학강의를 듣고, 공공자전거를 타고 코워킹 스페이스로 출근하고, 타인과 밥을 먹으며 경험을 공유하는 공유족이 탄생

<생활 속의 공유경제 : 공유씨의 하루>



자료 : 경기개발연구원 작성(2014).

공유경제의 자원, 제공서비스

□ 공유경제는 유·무형의 분야를 포괄하며, 제공서비스에 따라 제품서비스, 물물교환, 협력적 커뮤니티로 구분

- (제품서비스) 사용자들이 제품 혹은 서비스를 소유하지 않고 사용할 수 있는 방식으로 렌트사업과 유사 : 카셰어링(Zipcar), 바이크셰어링(Velib) 등
- (물물교환) 필요하지 않은 제품을 필요한 사람에게 재분배 하는 방식으로 주로 중고물품 거래 : 경매(ebay), 물물교환시장(키플), 무료/상품권 교환(Freecycle) 등
- (협력적 커뮤니티) 커뮤니티 내 사용자간의 협력을 통한 방식으로 유·무형 자원 전체 포괄 : 공간(AirBnB), 여행경험(플레이플레닛), 지식공유 (위즈돔) 등

<공유경제 자원의 분류>

구 분	유 형			무 형
	공간	교통수단	물품	정보 및 서비스
시행내용	-여행지숙소 -사무실/회의실 -기숙사 -레스토랑/카페 -스튜디오/연습실	-자동차 -카풀 -오토바이 -자전거 -요트	-아이옷 -장비/공기/기계 -도서 -유아용품 -스포츠/캠핑용품	-지식, 경험공유 -클라우드 펀딩 -인력중개 -여행

자료 : 오이씨(2013). 『공유경제 시작학교(2013)』, 공유허브.

<공유경제의 제공서비스에 따른 분류>

제공 서비스	거래방식	공유자원	공유기업	
			국 외	국 내
제품 서비스	사용자들이 제품 혹은 서비스를 소유 하지 않고 사용할 수 있는 방식	-자동차 셰어링	-Zipcar, Streetcar, GoGet	-쏘카, 그린카
		-바이크 셰어링	-Velib, Barclays Cycle Hire	-푸른바이크 셰어링
		-태양에너지 공급	-SolarCity, Solar Century	-
		-장난감 대여	-DimDom, BabyPlays	-희망장난감도서관
		-도서 대여	-Chegg, Zookal	-국민도서관, 책꽃이
물물교환	필요하지 않은 제품을 필요한 사람에게 재분배 방식	-경매시장	-ebay, craigslist, flippid	-옥션, 지마켓, 11번가
		-물물교환시장	-Threadup, Swapstyle	-키플, 열린옷장
		-무료/상품권 교환	-Freecycle, Giftflow	-
협력적 커뮤니티	커뮤니티 내 사용자 간의 협력을 통한 방식	-공간공유	-AirBnB, Roomorama	-코자자, 모두의주차장
		-구인구직	-Loosecubes, Desksnarme	-알바몬, 알바천국
		-여행경험	-AirBnB	-플레이플레닛
		-지식공유	-TeachStreet, TradeSchool	-위즈돔
		-택시 셰어링	-Taxi2, TaxiDeck, TaxiStop	-
		-클라우드펀딩	-Kickstarter, Indiegogo	-씨앗펀딩, 굿펀딩

자료 : 경기개발연구원 작성(2014).

공유경제에 대한 부정적 시각

□ 공유경제(기업)의 기반인 시민의식, 거래 및 신뢰프로세스의 미흡은 안정된 서비스 공급과 확대에 장애

○ (시민의식) 소유에 대한 욕망과 자본주의 시장이 가져온 제조와 소비의 미덕은 공유경제를 저소득층의 전유물 또는 불황기에 득세 수준으로 평가 절하

○ (기업환경) 개인간 거래의 안전 및 품질보장의 우려, 이에 대한 적절한 대응 시스템(결제, 보험 등) 미흡, 유사 스타트업 기업의 진입에 따른 경쟁에 직면

□ 기존 산업을 위협하여 실물경제를 위축시키고, 영업권, 소유권, 접근권, 이용권의 혼재로 과세 등 법·질서 혼란 초래

○ (경제환경) 공유경제는 소비 위축, 제조업 및 전문서비스업 쇠퇴, 일자리 감소로 실물경제의 위축을 가져오고, 지하경제(무자료 거래 등) 규모만 키울 것이라는 시각

○ (법·제도) 기존기업의 영업권(호텔업, 여객자동차운수사업법 등)을 침해하고, 소유권, 접근권, 이용권의 혼재로 법적책무의 혼란과 이에 따른 과세의 지난

<공유경제가 넘어야 할 과제>

시민의식	기업환경	경제환경	법·제도
-대중의 중고품에 대한 부정적 인식 -전통적인 가치와 반대되는 공유 활동 -경제적 불황기를 맞은 일시적 득세일 수 있다는 시선	-인터넷을 통한 개인간 신분확인 어려움 -표준화된 리뷰 시스템의 필요성 -개인간 거래의 안전과 퀄리티 보장 부재 -동일 분야 서비스에 다수 스타트업 발생	-전통적 사업모델의 위협 -자나친 벤처투자에 따른 인위적 인플레이션 발생 -소비축소에 따른 일자리 및 경제축소 가능 -리소스 독점에 따른 양극화 심화 가능성 -전문서비스 업체의 수요를 축소 -지하경제의 기하급수적 증가 가능성	-일부 공유경제 모델의 위법성 -정부차원의 과세 지난 -사회주의적 가치 또는 자유시장 자본주의 가치에서의 혼란 -소유권, 접근권, 이용권 혼재에 따른 법적책무 확인 혼란

자료 : Jeremiah Owyang 블로그 "The Dark Side to the Collaborative Economy"의 내용 재구성.

(<http://www.web-strategist.com/blog/2013/06/18/the-dark-side-to-the-collaborative-economy/>).

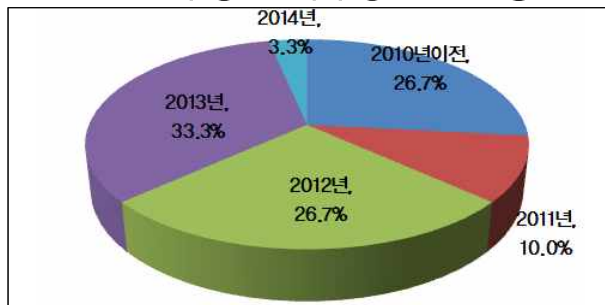
Ⅱ. 공유경제 현황 및 문제점

공유기업(단체)의 현황과 전망

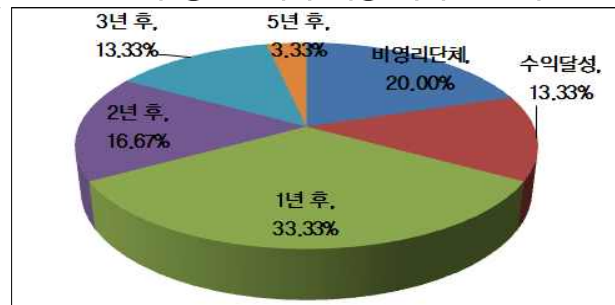
□ 공유기업·단체는 2011년 이후 급증, 대부분 주식회사 형태의 영세한 스타트업 기업이지만 3년 이내 수익성 확보 기대

- 공유허브(cckorea)에 등록된 주요 공유기업·단체는 주식회사 형태의 영리법인이 80%를 차지하며, 다수가 자본금 1억원 이하, 직원수 5명 내외의 스타트업 기업
- 이용자의 국적은 대부분 내국인이며, 성별로는 공간, 교통서비스분야는 남자가 물품, 정보 및 서비스분야는 여자가, 연령별로는 대부분 20대와 30대가 주를 이룸

<설문조사 응답업체의 창립연도 현황>



<설문조사 응답업체의 예상 흑자전환 시점>



자료 : 경기개발연구원(2014). 공유기업(단체) 현황 및 시장전망 조사(조사대상 : 공유기업·단체대표, 유효표본수 : 30).

<설문조사 응답업체의 회사유형, 직원수, 자본금 현황>

구분	공간	교통수단	물품	정보 및 서비스	합계
회사 유형					
전체	9 (30.00%)	2 (6.67%)	9 (30.00%)	10 (33.33%)	30 (100.00%)
비영리 단체	2	-	3	2	7 (23.33%)
주식회사	7	2	6	8	23 (76.67%)
직원수(평균, 명)	7.4	50.0	4.1	5.6	-
자본금(평균, 백만원)	109	1,600	120	58	-

자료 : 경기개발연구원(2014). 공유기업(단체) 현황 및 시장전망 조사(조사대상 : 공유기업·단체대표, 유효표본수 : 30).

<공유경제기업의 국적별, 성별, 연령별 이용객 평균 비율>

(단위 : %)

구분	국적		성별		연령별				
	내국인	외국인	남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대
전체	89.50	10.50	46.37	53.63	11.33	37.03	34.80	12.27	4.57
공간	81.67	18.33	52.22	47.78	13.89	29.44	37.11	13.11	6.44
교통수단	100.00	0.00	65.00	35.00	21.50	35.00	21.50	16.00	6.00
물품	98.33	1.67	37.22	62.78	10.33	40.44	34.44	12.00	2.78
정보 및 서비스	86.50	13.50	45.60	54.40	7.90	41.20	35.70	11.00	4.20

자료 : 경기개발연구원(2014). 공유기업(단체) 현황 및 시장전망 조사(조사대상 : 공유기업·단체대표, 유효표본수 : 30).

□ 국내 시장여건이 국외대비 다소 불리하지만, 향후 10년간 시장을 긍정적으로 전망, 정부에는 재정지원과 시민홍보를 주문

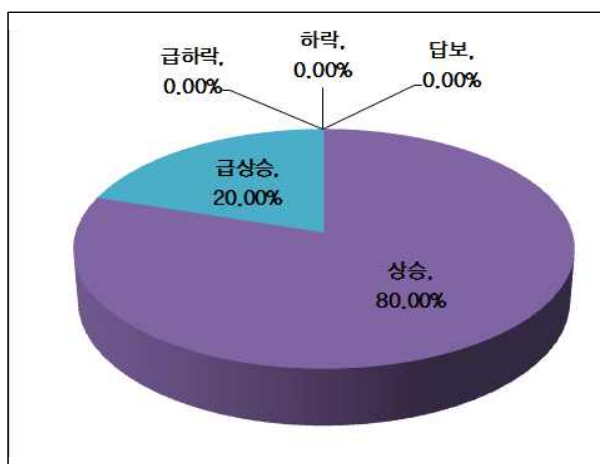
- 공유기업의 국내 시장여건은 국외대비 시장경쟁에는 다소 유리하지만, 시민의식, 기술지원, 법·제도측면에서는 다소 불리하다고 평가
- 공유경제의 향후 10년간 시장전망에 대해서는 급상승 20%, 상승 80%로 대다수가 긍정적으로 평가, 다만 이를 위한 정부와 시민사회의 변화 주문
- 공유경제 활성화를 위한 정부의 공유기업 지원방안은 재정지원 27.8%, 시민홍보(공유분위기 확산) 23.3%, 법·제도 개선 18.9%, 공동사업 13% 순으로 주문

<공유경제 기업의 국외시장 대비 여건 분석>

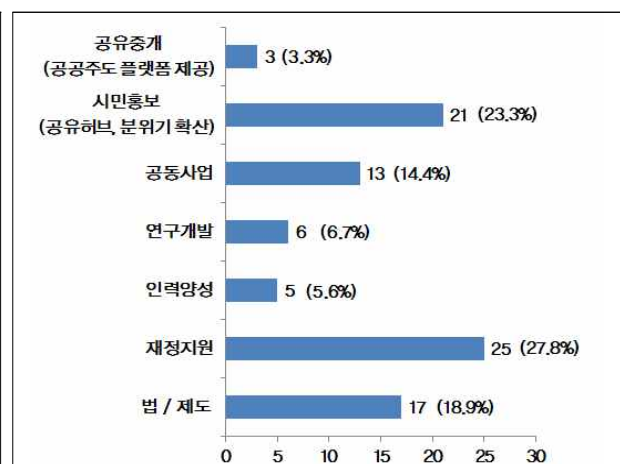
구 분	전반적여건		법·제도		기술지원		시민의식		시장경쟁	
	도수	백분율	도수	백분율	도수	백분율	도수	백분율	도수	백분율
매우불리	2	6.67%	4	13.33%	3	10.00%	5	16.67%	1	3.33%
불리	14	46.67%	18	60.00%	13	43.33%	15	50.00%	9	30.00%
유리	11	36.67%	7	23.33%	14	46.67%	10	33.33%	17	56.67%
매우유리	3	10.00%	1	3.33%	0	0.00%	0	0.00%	3	10.00%
계	30	100.00%	30	100.00%	30	100.00%	30	100.00%	30	100.00%

자료 : 경기개발연구원(2014). 공유기업(단체) 현황 및 시장전망 조사(조사대상 : 공유기업·단체대표, 유효표본수 : 30).

<공유경제기업의 향후 10년 시장 전망 분석>



<시장여건 개선 위한 정부 지원 방법 분석>



자료 : 경기개발연구원(2014). 공유기업(단체) 현황 및 시장전망 조사(조사대상 : 공유기업·단체대표, 유효표본수 : 30).

제품서비스 공유기업 - 카셰어링 '집카(Zipcar)'

□ Zipcar는 시간제 렌터카업체로 이용자 편의성을 앞세워 연매출 두 자리 성장

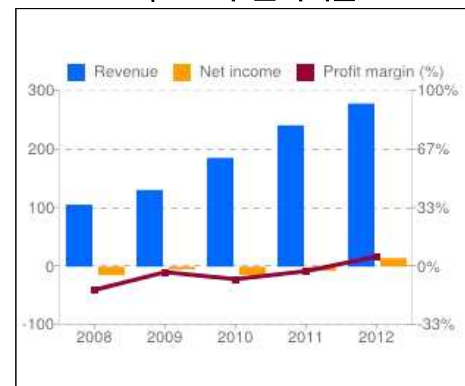
- Zipcar(2000년 설립)는 전통적 렌터카 업체와 달리, 회원을 대상으로 짧은 시간단위 차량대여를 별도의 계약서 없이 멤버십 카드로 사용-반납-결제 가능
- Zipcar는 창업이후 적자를 면치 못하였지만, 연매출 두 자리 성장으로 2011년 주식상장에 성공(시총 1억달러)하고, 2012년 이후 순이익률이 흑자로 전환

<Zipcar의 운영 개요>

특 징	이용방법	운영방법
-기존 렌터카와 다르게 시간단위 이용 가능 -가입-사용-반납-결제의 모든 단계에서 사람을 직접 만날 필요없이 사용한 시간에 대해서만 지불하는 방식	-멤버십카드를 통해 차문을 개폐하며 개폐시간을 통해 사용 시간과 마일리지가 자동으로 본사로 전송	-새로운 사업모델에 대한 거부감이 없는 젊은층을 타겟 -지역별 선호도를 분석하여 차량배치

자료 : 경기개발연구원 작성(2014).

<Zipcar의 순이익률>



자료 : Google finance 홈페이지
(<http://www.google.com/finance>).

□ 렌터카 시장의 공룡 Avis(시총 21억달러)가 Zipcar인수로 사업 확장 추진

- 제품서비스 공유기업은 기업이 물품(차량)을 소유하고, 서비스 제공을 위해 일정 규모이상의 사업 확장(서비스 스팟)을 위한 막대한 자본이 필요
- Avis는 지난 2013년초 Zipcar를 5억달러에 인수하고, 이를 통한 사업영역 확대에 연간 5천만달러~7천만달러의 시너지 효과가 발생할 것으로 기대

Avis, 시간제 렌터카업체 Zipcar 인수

미국의 시간제 렌터카업체 집카(Zipcar)가 전통적인 렌터카업체 에이비스(Avis)에 팔린다. 집카는 2000년 시간 단위 렌터카 서비스를 도입해 '자동차 공유' 문화를 연 기업이다.

집카는 2일(현지시간) 에이비스버짓그룹에 5억달러를 받고 회사를 매각하기로 합의했다. 주당 12.25달러로 지난해 12월31일 주가에 49%의 프리미엄을 얻은 수준이지만 공모가인 18달러보다는 32% 낮은 금액이다.

에이비스는 집카를 인수함으로써 미국에서만 연 4억달러에 달하는 시간제 렌터카 시장에서 주도적 사업자로 올라서게 됐다. 론 넬슨 에이비스 최고경영자(CEO)는 "예전에는 시간 단위 렌터카 사업을 무시한 것이 사실이지만 지금은 기존 사업을 보완할 수 있다고 생각한다"고 말했다.

자료 : "Avis, 시간제 렌터카업체 Zipcar 인수", 한국경제(2013.01.03).

물물교환서비스 공유기업 - ‘이베이(eBay)’와 ‘키플’

□ eBay는 세계 최대 전자상거래시장을 가진 기업이며, 국내기업인 토큐는 중고아동복 중개와 사회적 기여활동을 병행

- eBay(1995년 설립)는 사이버공간에 벼룩시장과 경매방식을 도입해 시작된 회사로, 최초로 판매자와 구매자에 등급 부여하였으며, 제품등록·판매·광고로 수익 창출
- 토큐(2011년 설립)은 토큐머니로 중고 아동복의 교환을 중개하는 회사로, 옷의 품질에 따라 A등급은 유료로, B등급은 무료로, C등급은 제3세계에 기부

□ 공유기업은 창조적 비즈니스모델로 시작하지만, 승자독식(winner takes all)과 규모의 경제가 존재하는 시장 환경에 노출

- eBay는 인수 및 제휴를 통해 전 세계 25개국에 진출, 약 50만 개의 온라인 마켓 회원수 약 2억7,500만명의 대규모 기업(미국 50대기업, 시총 620억달러)으로 성장
- 1998년 업포세일닷컴(미국 온라인 경매)을 시작으로, 옥션(국내),페이팔(온라인 결제), 스카이프(인터넷 전화업체) 등을 인수해 오픈마켓과 관련 서비스 시장 독주

<eBay의 주요 인수·제휴기업 현황>

연 도	관련기업	구 분	내 용
1998	업포세일닷컴(Up4Sale.com)	인수	미국 온라인 경매 서비스
2001	메르카도 리브레(Mercado Libre)	"	남미 온라인 경매 서비스
	옥션(Auction.co.kr)	"	한국 최대 온라인 경매 서비스
2002	페이팔(PayPal)	"	인터넷을 이용한 결제 서비스
2003	이치넷(EachNet)	"	중국 포털 서비스
2004	바지닷컴(Baazee.com)	"	인도 온라인 경매 서비스
2005	컴트리(Gumtree)	"	영국 부동산 중개 서비스
	스카이프(Skype)	"	인터넷 음성 무료 통화 서비스
2006	구글(google)	제휴	야후와 공동 브랜드 톨바 제휴
	야후(Yahoo)	"	구글 텍스트 광고 제휴
2007	스터브헵(StubHub)	인수	온라인 티켓판매 서비스
2009	G마켓(Gmarket)	"	한국의 오픈마켓 사이트

자료 : 경기개발연구원 작성(2014).

협력적 커뮤니티기반 - 빈집(방)공유 '에어비앤비(AirBnB)'와 '코자자'

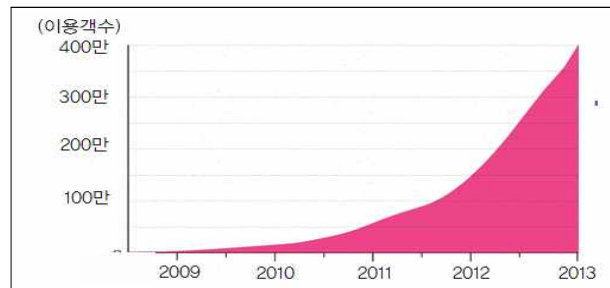
□ AirBnB는 세계 최대 빈집(방) 공유서비스 기업이며, 국내기업인 코자자는 한옥 홈스테이로 우리 문화까지 공유

- AirBnB(2008년 설립)는 개인 집(방) 등의 사람이 지낼 수 있는 모든 공간을 인터넷을 통해 거래를 중개하는 성공적인 매칭 플랫폼 구축 사례
- 코자자(2013년 설립)는 AirBnB와 유사하지만, 한옥 고택(故宅)을 단지 '방문'하는 공간에서 '숙박'할 수 있는 공간으로 재조명하여 우리 전통문화까지 공유

<AirBnB의 빈집(방) 분포 변화>



<AirBnB의 이용객 증가 추세>



자료 : AirBnB 연차보고서(<http://www.airbnb.com/annual>).

□ AirBnB와 같은 중개업은 시설투자가 필요 없어 급성장하면서, 개인간 거래의 부작용, 기존 시장 잠식, 세수감소 야기

- AirBnB는 현재 192개국 3만개 도시의 30만개 방이 등록되어 있으며, 2013년 기준 연간 이용객수가 400만명이상으로 전년대비 250%의 성장세
- 반면 이러한 성장의 이면에는 개인간 거래의 부작용(집기, 귀중품 분실 등), 호텔업계의 반발과 세수감소 야기(호텔업 위축, 개인영업에 대한 과제 지남)

숙박공유 에어비앤비 뉴욕시 경제에 도움주고 있다
에어비앤비에 비판적인 쪽에선 개인들이 아예 아파트를 숙박업체처럼 운영하는 등 호텔업계에 타격을 주고 있다고 주장한다. 지난 2010년 뉴욕 주는 집주인이 집에 있지 않더라도 아파트를 빌려 줄 수 있는 기간을 30일 이하로 해야 한다고 법으로 규정하기도 했다.

자료 : “숙박공유 에어비앤비 뉴욕시 경제에 도움주고 있다”, 뉴스핌(2013.10.23).

[뒤틀린공유경제]③피해 속출..기존 산업계는 반발
일주일 동안 출장을 가는 그는 임대료를 벌기 위해 에어비앤비를 통해 집을 빌려주었다. 출장에서 돌아오니 집이 썩대밭이 됐다. 집에 머문 사람이 도둑으로 돌변한 것이다. 집안 곳곳이 테러를 당한 것처럼 부서져있었고 컴퓨터는 물론 집에 숨겨둔 보석까지 사라졌다.

자료 : “[뒤틀린공유경제]③피해 속출..기존 산업계는 반발”, 이데일리(2013.12.29).

지방정부의 공유경제 추진현황

□ 서울시는 '공유도시 서울'을 선언하고, 공유관련 조례 제정, 추진 계획 수립과 함께 공유단체·기업 선정 및 지원 추진

- 도시의 경제·사회·환경적 문제를 해결하고자 2012년 '공유도시 서울'을 선언하고, 「서울특별시 공유촉진조례」를 제정, 공유 촉진 정책을 본격 실시
- 공유도시 서울추진계획(2012년)을 수립하여, 비전으로 “함께 나누고 도모하여 사회적 가치를 창출하는 공유도시 서울”을 제시하고, 20개 공유도시 프로젝트 추진
- 공유단체와 기업의 행정적·재정적 지원을 위해 '공유단체·공유기업 지정' 및 '공유 촉진 사업비 지원사업' 실시(3차 공모완료, 34개 단체·기업, 연간 4억원)

<서울시의 '공유도시(Sharing City) 서울' 추진 현황>

2012. 9	2012. 10	2012.12	2013. 4	2013. 6	2013. 11
공유도시 서울 선언	▶ 공유도시 서울 추진계획 수립 (20개 공유도시 프로젝트 선정)	▶ 서울시 공유 촉진 조례 제정	▶ 제1차 공유단체 공유기업 지정 및 사업비 지원 (12개소에 사업비 2억원 지원)	▶ 제2차 공유단체 공유기업 지정 및 사업비 지원 (5개소에 1억 100만원 지원)	▶ 제3차 공유단체 공유기업 지정 및 사업비 지원 (3개소에 선정, 각 2천만원 지원)

<공유도시 서울 추진계획(20개 공유도시 프로젝트)>

정책 분야	물(物)	공(空)	인(人)	시(時)	정(情)
추진 사업	-쉽게 빌려쓰는 카셰어링 -공유서가 프로젝트 -동네공방 프로젝트 -아이웃 나누기 프로젝트 -시립병원·보건소 의료장비 공유 -사무기기(출력장비) 공유	-스마트 주차장 공유 -한지붕 세대 공감 프로젝트 -체험관광 연계 도시민박 활성화 -시민이 채우는 열린 공간 프로젝트 -어르신 여가복지시설 복합 커뮤니티 -공유를 통한 청년 주거문제 해소	-휴먼 도서관 멘토 공유 -서울세미나 매칭지원 프로젝트 -함께 만드는 특별한 결혼식	-S-JOMB 공동채용 프로젝트 -어린이집·복지시설 차량 공동구매	-공공 와이파이 서울 프로젝트 -서울 사진은행 -스마트 기술을 통한 문화정보 공유

자료 : 서울시(2012). 『공유도시 서울 추진계획』.

□ 부산시는 지난해 차량 공유서비스인 ‘쏘카’를 도입하고, 시의회에서는 ‘공유경제 촉진 조례’를 발의 예정

- 부산시가 서울시에 이어 지난 2013년 9월 차량 공유서비스인 ‘쏘카’를 도입하면서, 이를 계기로 공유경제를 기반 한 창업과 사업이 활기
- 부산시는 본격적 정책수립에 앞서 부산공유경제 토크콘서트(2013년 5월), 공유경제 확산을 위한 시민모임 ‘시민허브’(2013년 11월) 등을 후원하는 단계

<부산시 공유경제 생활화 단계별 시책(안)>

공유경제 생활화			공유형 도시재생 활성화		
1단계	2단계	3단계	1단계	2단계	3단계
공유경제의 이해	공유서비스 사용 (사용자 측면)	공유서비스 생산 (생산자 측면)	도시재생거점시설 플랫폼화	주민 신뢰기반 조성	마을경제 활성화
-대중교통 포인트 셰어링 -맞춤형의 배달 -공유경제 시민 아카데미 운영	-공공시설의 적극적 개방과 공유 -동네공구도서관 -마을 공동서가	-도시민박 호스트 -생활기술편의점 조성	-동네밥상 -공개공지 쉼터 활용	-동네주민 가이드 -노인파 청년 공간 공유 -영유아 물건 나누기	-마을민박 -마을공유화페 -청년맞춤형 주거 공간

자료 : 김형균 · 오재환(2013). 『도시재생 소프트전략으로서 공유경제 적용방안』, 부산발전연구원.

□ 지방정부의 직접사업 추진은 비효율, 시장영역 침해, 역 민원의 문제가 있어 공유활동을 간접적으로 지원하는 것이 바람직하다는 지적

- 지방정부의 직접사업과 무리한 가이드라인 제시(공공주도의 거래 및 신뢰 플랫폼 등)는 비효율을 야기하고, 새로운 비즈니스모델 개발의 장애로 작용
- 서울시는 나눔카를 3,000대로 확대예정이지만, 일부에서는 현재 저조한 이용률에 비해(대당 일일 이용자평균 0.93명) 무리한 사업추진 이라는 비판

‘언제 어디서나’ 못타는 서울시 나눔카 대체 왜?

서울시의 ‘나눔카’ 사업이 차량 1대 당 하루 평균 이용자가 0.93명에 그치는 등 이용실적이 저조한 것으로 나타났다. 이용시민들은 서울시가 지정한 343개 지점에서만 차를 빌릴 수 있고, 빌린 곳에 서만 반납이 가능해 오고가는 불편을 겪고 있는 것으로 조사됐다.

서울시의회 김동욱 의원(민주당)은 “감독기관인 서울시가 저조한 이용실적으로 적자구조일 수밖에 없는 민간사업체의 사업 상황을 파악조차 못하고 있다”며 “2014년 말까지 2,000대 규모로 사업을 확대한다는 계획이 무슨 근거로 추진되는 것인지 (서울시를) 이해하기 어렵다”고 말했다.

자료 : “언제 어디서나’ 못타는 서울시 나눔카 대체 왜?”, 데일리안(2013.12.07).

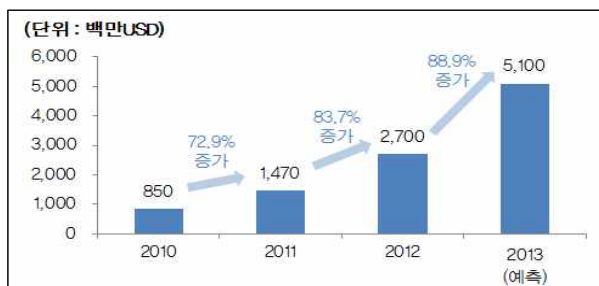
Ⅲ. 공유경제의 미래와 성공조건

공유경제의 미래와 사회·경제적 가치

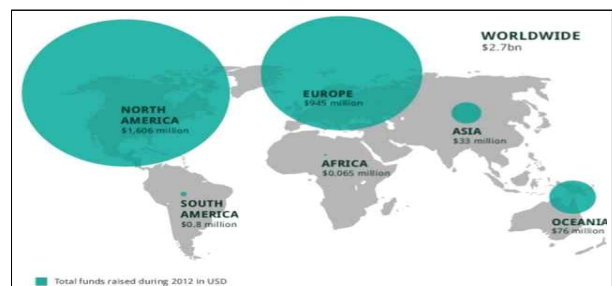
□ 세계 공유경제의 규모는 2013년 기준 51억달러에 머물지만 연 80%이상 폭발적 성장을 하는 메가트렌드 시장

○ 세계 공유경제를 북미(60%)와 유럽(35%)이 장악하고, 우리나라 공유경제는 스타트업 기업이 주를 이루는 시작 단계이지만 성장에 대한 기대는 매우 높음

<세계 공유경제 규모 증가 추이>



<세계 공유경제 대륙별 규모(2012년)>



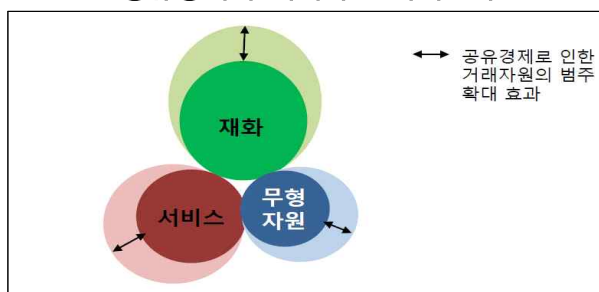
자료 : Massolution 홈페이지(<http://www.massolution.com>).

□ 공유경제는 거래자원과 수요시장을 확대하고 비경제인구층의 일자리 창출

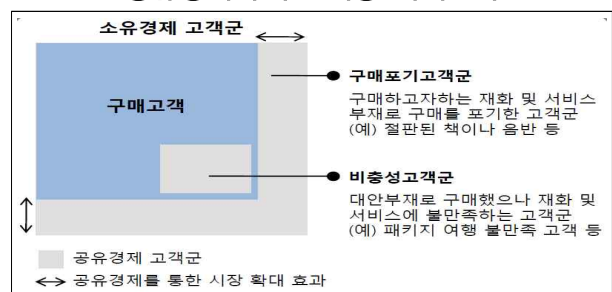
○ 공유경제는 중고물품부터 시장성이 없던 비전문가의 아이디어, 경험, 창작까지 거래자원을 확대하고, 거래의 용이성과 저렴한 비용으로 새로운 수요시장 생성

○ 사회·경제문제에 대한 희생 없는 수혜자로서 시민참여를 도모하고, 개인, 마을단위 시장참여로 비경제인구층(노인, 주부, 비취업자 등)의 일자리 창출

<공유경제의 거래자원 확대효과>



<공유경제의 수요시장 확대효과>



자료 : 클라우드산업연구소, “공유경제 이야기” 교육자료(2013.07.04).

□ 카셰어링은 렌터카에 비해 4배이상의 경제적 가치를 제공하고, 1대가 승용차 13대를 대체해 연간 11만달러의 지역경제흡수 효과

- Zipcar의 시간당 경제적 가치는 경제적 가치 평가모델에 의하면 차별화가치 18달러, 대안적 가치 5달러를 합한 23달러로 이는 렌터카 5달러의 4.6배에 달함
- 최근의 연구는 카셰어링 1대가 승용차 13대를 대체하고, 카셰어링 이용자의 평균 20%가 승용차의 구매를 미룬다는 분석(Martin(2010)), (Millard-Ball(2005))
- 미국의 승용차 대당 유지비용은 8,485달러로, 카셰어링 1대가 승용차 13대를 대체할 경우 지역경제 흡수효과는 연간 11만 달러로 추정(National Building Museum(2010))

<Zipcar의 경제적 가치 측정 분석>

Zipcar의 혁신분야(가치동인)	고객에게 주는 혜택	가치 구분	화폐적 가치
사용한 만큼 지불하는 방식 (시간당 과금, 주유, 보험료 포함)	비용절감	차별화가치 (Differentiation value)	렌터카 이용대비 40달러 저렴 = 14달러/시간
차량 수령·반납의 편재성: Pod	쉽고 빠른 접근성		30분 단축 = 4달러/시간
가입비·시간대별 다양한 요율 제공	용도별 유연한 예산편성	대안의 가치 (Reference value)	렌터카업체에서 제공하는 가치 = 5달러/시간
인터넷, 모바일 등을 통한 검색 예약	24시간 이용 편의성		
세단, 트럭등 다양한 차량구비	사용 용도에 맞는 이용	비영향 요소 (Not Influential)	
회원제가입, Key card 발급	자동요금계산		
총 경제적 가치			23달러/시간

자료 : “[Insight] My Car? Our Car! 생각을 뒤집자 대박이 따라왔다”, 매일경제(2011.12.23).

<최근의 카셰어링 도입효과관련 연구결과>

저 자	발표년도	추정방법	비 고
Martin	2010년	설문조사를 통한 전후분석(before-and after analysis) 카셰어링 가구수와 대체효과를 추정	승용차 대체대수 9.3~13.1
Millard-Ball	2005년	Carsharing 이용자들에 대한 설문조사 평균 20%의 이용자들이 새로운 차량의 구매를 미룸	승용차 구매유보 20%
Jensen	2001년	Carsharing 이용자들에 대한 설문조사 평균 20%의 이용자들이 새로운 차량의 구매를 미룸	승용차 구매유보 20%

자료 : Elliot Martin(2010). “Carsharing’s impact on household vehicle holdings: result from a north american shared-use vehicle survey”; Jensen(2001). “The Co-operative Auto Network Social and Environmental Report 2000 - 2001”; Millard-Ball(2005). “Car-sharing : Where and How it succeeds”.

□ 우리나라 카셰어링 1대의 지역경제 흡수효과는 연간 4,537만원으로 추정

- 우리나라의 승용차 대당 유지비용은 연간 874만원으로, 승용차 보유비용은 412만원(47.2%)이며, 이중 지역 외로 유출되던 규모는 349만원(39.0%)으로 추정
- 우리나라의 카셰어링 1대가 승용차 13대를 대체할 경우 지역경제 흡수효과 (보유비용 중 기존 지역 외 유출 규모로 산정)는 연간 4,537만원으로 추정

<우리나라 비영업용 자동차 연간 보유 및 운영비용 추정>

(단위 : 만원)

구 분	비용항목	전 체		지역내		지역외		비 고
		금액	비율	금액	비율	금액	비율	
총계		874	100.0%	154	17.6%	720	82.4%	
보유 비용	소계	412	47.2%	63	7.3%	349	39.9%	평균보유연한 88개월 적용 비영업용 평균배기량 2,113cc
	차량구입비	353	40.3%	4	0.4%	349	39.9%	평균배기량기준 차량가 2,585만원 판매마진(10%)만 역내유입
	취득세	18	2.0%	18	2.0%	-	-	2,585만원의 5%,129.3만원
	자동차세	42	4.8%	42	4.8%	-	-	2,113cc×200원/cc=42.3만원
운영 비용	소계	462	52.8%	91	10.4%	371	42.5%	평균주행거리 34.6km/일 적용
	유류비	304	34.7%	22	2.6%	282	32.2%	판매마진(10%)과 주행세 역내유입
	주차비	66	7.5%	59	6.7%	7	0.8%	부가주차세(10%)는 국세로 역외유출
	보험료	63	7.2%	1	0.1%	62	7.1%	보험료판매마진(10%)만 역내유입
	소모품비	30	3.4%	9	1.0%	21	2.4%	부품교환 공임(30%)만 역내유입

자료 : 한국녹색소비자연대(2013). 자동차 연간유지비용 설문조사; 성낙문 외(2008). 『중대형 승용차증가에 따른
영향분석 및 대응방안』, 한국교통개발연구원; 한국석유공사 홈페이지(<http://www.opinet.co.kr>) 자료 재분석.

□ 수도권 카셰어링 활성화 정책으로 전체 승용차의 20%를 대체할 경우 지역 경제 흡수효과는 연간 4조 8,860억원으로 추정

- 최근의 연구결과에 따라, 수도권 카셰어링 활성화 정책으로 승용차 내구연한인 10년 내 전체 승용차(비영업용 자동차) 702만 대의 20%인 140만 대를 대체 기대

<수도권 카셰어링 활성화에 따른 지역경제 흡수효과 추정(20%전환 시)>

구 분	승용차 등록대수 (만대)	카셰어링 대체대수 (20%, 만대)	카셰어링 대체차량의 연간유지비용(억원)						
			전 체	보유비			운영비		
				소 계	지역내	지역외	소 계	지역내	지역외
수도권	702	140	122,360	57,680	8,820	48,860	64,680	12,740	51,940
서울시	248	50	43,700	20,600	3,150	17,450	23,100	4,550	18,550
인천시	84	17	14,858	7,004	1,071	5,933	7,854	1,547	6,307
경기도	370	73	63,802	30,076	4,599	25,477	33,726	6,643	27,083

자료 : 경기개발연구원 작성(2014).

우리나라 공유경제의 잠재력(연결성, 가치창출, 신뢰성, 자원절약)

□ 공유경제의 주요 거래 매체인 연결성 수준(인터넷 보급 등), 특히 소비자의 인프라는 세계 최고 수준으로 평가

○ 우리나라의 2013년 기준 인터넷 접속 속도는 세계 2위, 인구 100명당 무선 브로드밴드 가입률은 세계 4위를 기록(미래창조과학부(2013))

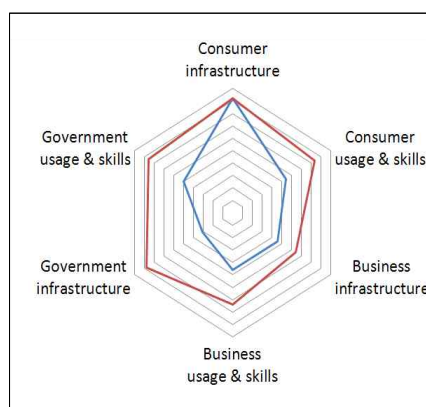
○ 소비자의 인프라(개인 인터넷 보급률 등) 수준은 세계 최고 수준인 반면, 소비자의 역량, 기업과 정부의 인프라 및 역량은 최고 수준 달성을 위한 노력 필요

□ 국가와 기업의 가치창출을 위한 높은 교육수준, 국제특허 건수의 증가 추세는 긍정적인 반면, 창의적 인재수준은 아직 낮은 수준

○ 우리나라의 인구 100만명당 특허건수는 43건으로 OECD 평균 39건을 약간 상회하는 수준이나, 국제특허 점유비율은 2000년 1.6%에서 2010년 4.4%로 급상승

○ 우리나라의 제도권 내 교육수준은 주요국 78개국 중 2위를 차지하고 있으나, 창의적 인재수준은 51위로 아직 낮은 수준(Martin Prosperity Institute(2011))

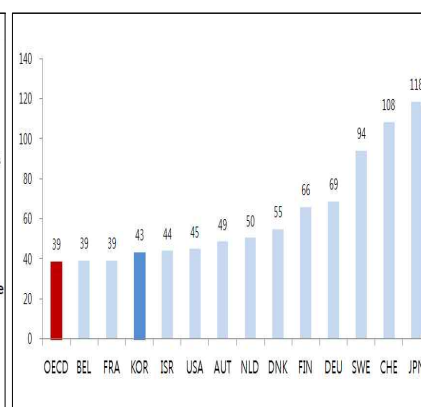
<연결성 평가>



주 : (파란색)우리나라,
(붉은색)최고수준국.

자료 : ConnectivityScorecard 홈페이지
(<http://www.connectivityscorecard.org>).

<인구 100만명당 특허건수>



자료 : OECD 통계(2013).

<창의적 인재 순위>

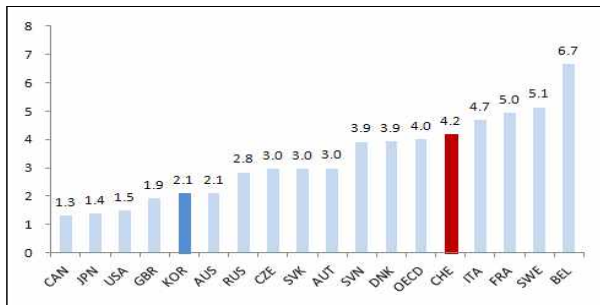
순 위	국가명	비 중
1	싱가포르	47.3%
2	네덜란드	46.2%
3	스위스	44.8%
4	오스트레일리아	44.5%
5	스웨덴	43.9%
6	벨기에	43.8%
7	덴마크	43.7%
8	핀란드	43.4%
9	노르웨이	42.1%
10	독일	41.6%
51	한국	21.3%

자료 : Martin Prosperity Institute(2011).
"Creativity and Prosperity:
The Global Creativity Index".

□ 사회 안전도의 높은 수준은 기업 창업과 인재 유인에 좋은 환경을 제공하나, 낮은 대인관계 신뢰수준은 공유경제의 장애요인

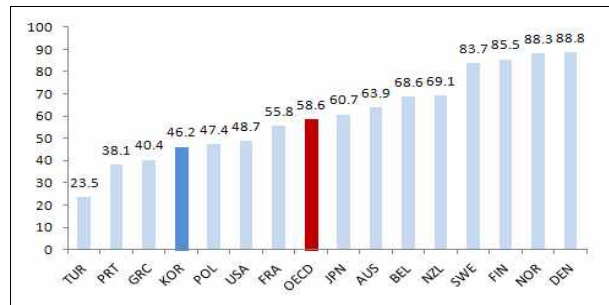
- 우리나라는 범죄의 피해자라고 인식하고 있는 사람의 비율이 2.1%(OECD 평균 4.0%)로 캐나다, 일본, 영국 등과 함께 매우 낮은 수준
- 다만 서로에 대한 대인신뢰 비율은 46.2%로 이 분야 선진국인 덴마크 88.8%, 영국 68.9%, 미국 48.7%에 비해 떨어져, 다소 낮은 대인관계 신뢰수준 반영

<범죄나 폭력으로부터 피해인식 비율(2010년)>



자료 : OECD 통계(2013).

<대인관계 신뢰 비율(2008년)>



자료 : OECD 통계(2011)

□ 공유경제에 대한 잠재적 선호인 자원 재활용률은 높은 수준이며, 아직 도입단계지만 재생에너지 비율도 꾸준한 증가 추세

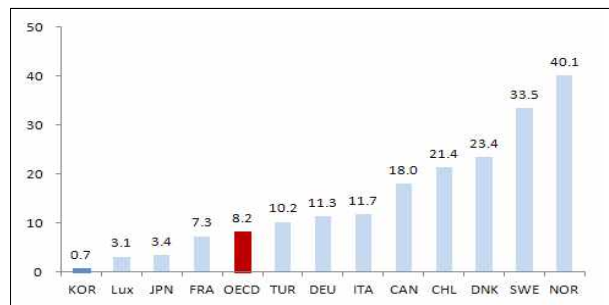
- 우리나라의 폐기물 재활용률은 1990년대부터 지속적인 증가추세로 2009년 59.8%로 독일45.8%, 호주 41.0%, 스웨덴 35.6% 등 OECD 주요국을 상회
- 재생에너지 비율은 2011년 기준 0.7%로 OECD 평균 8.2%에 비해 매우 낮은 도입단계 수준이나 2001년의 0.4%에서 부터 꾸준히 증가하고 있는 추세

<주요 국가의 폐기물 재활용률(2009년)>



자료 : OECD 통계(2013).

<주요 국가의 재생에너지 비율(2011년)>



자료 : OECD 통계(2013).

우리나라 공유경제의 성공조건

□ 공유경제의 활성화, 새로운 수요 대응과 기존 기업과 공생을 위한 합리적 법·제도 개선 논의 필요

- 빈집(방), 자동차 등 공유 자원의 확대를 위해 도시민박업의 대상을 내국인까지 허용하고, 자동차 유송운송행위의 일부 규제 완화를 위한 법·제도 개선 등
- 공유경제의 주요 거래방식인 개인간 거래에서 발생할 수 있는 사고에 대비한 보험제도, 공유경제 수익자에 대한 적절한 과세제도 도입을 위한 논의 시급

<집(빈방) 및 자동차 공유관련 법·제도 검토>

분 야	관련업종	현행기준	비 고
집(빈방) 공유	외국인관광 도시민박업 <관광진흥법>	-외국인 관광객을 한정하여 숙박 등을 제공 -주인이 거주하고 세대원이 외국어서비스 가능 -도시지역의 연면적 230㎡미만의 단독주택 등	-내국인 관광객에게 빈방 공유 불가 -공여자 거주 조건으로 빈집 공유 불가 -외국어 서비스 불가 시 공유 불가
	한옥체험업 <관광진흥법>	-한옥의 숙박체험에 적합한 시설을 갖추어 관광객 유치	-내국인 관광객에게 빈방 공유 가능
	농 어 촌 민박사업 <농어촌정비법>	-주인이 거주하고 숙박·취사시설 등을 제공 -농어촌지역과 준농어촌지역의 단독주택과 다가구 등	-내국인 관광객에게 빈방 공유 가능
자동차 공유	자동차대여사업 <여객자동차 운수사업법>	-기준대수(50대) 및 차고지 확보기준 충족필요 -운전자 알선 금지(외국인이나 장애인 등 제외) -대여한 사업용 자동차의 유상운송 및 재대여 금지	-우버(Uber)의 운전자 포함 자동차 대여사업 불가
	자가용자동차 <여객자동차 운수사업법>	-사업용 자동차가 아닌 자동차의 유상 운송 및 임대 금지(출퇴근 카풀, 긴급수송 등 제외)	-개인간 자동차 공유 불가 -불법 유상 운송 행위로 보험가입, 보상 지난

자료 : 관련법(상기 표의 관련업종 참고).

캘리포니아주 승차공유서비스 최초 허용

최근 승차공유 서비스가 빠르게 늘고 있는 가운데 캘리포니아주가 처음으로 이 서비스에 대한 규정을 마련했다. 공공유틸리티위원회 PUC는 오늘(19일) 기본 안전 규칙과 보험규정만 제대로 따르면 앞으로도 Lyft와 Sidecar, Uber 등의 승차공유 서비스를 허용한다는 안을 5대1 만장일치로 통과시켰다 (중략) 승차공유 서비스는 개인 운전사가 자신의 차량으로 승차가 필요한 손님을 태워준 뒤 수수료나 기부를 받는 방식으로 이뤄지는데 택시보다 저렴해 인기를 끌고 있다.



<분홍색 콧수염 장식을 한 Lyft 차량>

자료 : “캘리포니아주 승차공유서비스 최초 허용”, 라디오코리아(2013.09.19).

□ 공유분야 스타트업 기업에 대한 인증 및 투자를 통한 경제 활성화 모색

- 공유기업에 대한 투자는 공동체의식 함양, 자원의 효율적 활용, 환경문제의 해소 등 사회적 가치 목표에 대한 시민참여의 장을 마련하는 투자이기도 함

□ 시민홍보를 통한 공유분위기 확산과 기업의 개인정보보호에 대한 신뢰 회복

- 정부는 공유허브 구축, 공유체험 행사 등 시민홍보를 통해 공유경제를 소개하고, 공유기업과 공유활동에 대한 인식을 제고하는 등 공유분위기를 확산
- 공유기업의 기반인 개인정보제공을 통한 개인간 거래와 타인에 대한 신뢰와 평판 조회체계가 최근 금융권의 대규모 개인정보유출 사태로 위축된 상황

□ 정부의 직접사업 추진 또는 무리한 가이드라인 제시보다 공공-기업-시민 단체의 협력 하에 비영리 공유분야 확대

- 정부의 직접사업 추진은 비효율, 시장침해, 역 민원을 야기하고, 무리한 가이드라인 제시(공공주도의 거래 플랫폼 등)는 새로운 비즈니스모델 개발의 장애
- 정부는 공공-기업-시민단체의 협력을 통해 비전문가와 비경제인구층(노인, 주부, 비취업자 등)의 시장참여를 확대하고, 사회봉사 등 비영리 공유분야 확대

‘민망한 동메달’…카드사 정보유출 사태 규모, 세계 역대 3위

KB국민·롯데·NH농협카드 사태의 개인정보 유출 규모(약 1억400만건)가 전 세계 역대 3위인 것으로 나타났다. 6일 금융당국에 따르면 이번 카드사 유출은 상하이 로드웨이 D&B(중국, 2012년, 1억5,000만건), 하틀랜드 페이먼트 시스템즈(미국, 2009년, 1억3,000만건)에 이어 세 번째로 규모가 컸다.

2011년부터 지난해까지 전 세계에서 발생한 개인정보 유출 사고는 4,138건이며 이 가운데 59.3%가 미국에서 일어난 것으로 나타났다. 이어 영국(6.5%), 독일(2.4%) 순이며 한국은 0.3%다. 2008~2012년 전 세계 개인정보 유출 사고는 해킹이 65%로 압도적이었으며 직원, 위탁업체 등 내부자에 의한 사고는 16%였다. 지난해 국내에서는 5차례의 개인정보 유출 사고가 발생했다. 이 가운데 3차례가 내부자 때문이며 462만건이 빠져나갔다. 메리츠화재(16만건), 대리운전 운행정보 관리업체(420만건), 한국씨티은행·한국스탠다드차타드은행(13만건) 사고가 내부자 소행이었다.

자료 : “민망한 동메달”…카드사 정보유출 사태 규모, 세계 역대 3위”, 국민일보(2014.02.06).

IV. 경기도에의 시사점

공공부분의 공유서비스 확대

□ 행정정보의 공개 및 공유 서비스를 확대하고, 지역의 문화, 역사, 시설물 등의 정보화 사업으로 공유경제의 자원 확대

- 도민의 생활에 도움이 되는 행정정보를 발굴하고, 행정정보의 존재여부 및 소재를 안내, 검색을 통해 원천데이터를 다운로드가능토록 추진
- 시·군에 흩어져 있는 지역정보의 통합(공영주차장 등), 각종 문화, 역사, 시설물 (한옥 등)의 전수조사 등 정보화 사업을 추진하여 공유경제의 자원 확대

서울 성북구, 전국 지자체 최초 한옥 전수조사 완료

서울 성북구가 최근 빠르게 멸실돼 가는 한옥을 보전하고 활성화 하고자 '성북구 한옥보전 및 자원에 관한 조례'를 제정하고 한옥 전수조사를 실시했다. 전수조사는 건축물대장 상의 구조와 지붕재료를 통해 한옥 가능성이 있는 후보군 5,450채를 확인하고, 일일이 현장조사 등 총 6단계로 심층적으로 진행됐다.

자료 : “서울 성북구, 전국 지자체 최초 한옥 전수조사 완료”, 이주경제(2014.01.17).

<정부기관의 공유 서비스 사례>

구 분	주관처	내 용	특 징
모두의 공간	국토교통부	-쾌적하고 편리한 도시생활을 위해 시민에게 제공되는 열린 휴식공간인 공적공간을 소개	-공개공지나 공개공간, 도로와 건축물 사이의 공지 등 공중이 이용하도록 제공된 사유지 내 공지 또는 공간을 소개
공유마당	한국저작권 위원회	-저작권 관리처리가 된 공유 저작물을 누구나 자유롭게 이용 -컨텐츠를 만들고, 나누고, 다시 쓰는 자유로운 이용 가능	-만료저작물 뿐만 아니라 사회적 보존 가치가 높은 민간보유 저작물과 공공 콘텐츠와 같은 공유저작물 제공
서울시 열린데이터광장	서울시	-열린시정 2.0에 의해 공공정보를 민간에 공개, 공익서, 업무효율성, 투명성을 높이고 공공의 가치를 창출할 수 있도록 하는 서비스	-공공데이터의 존재여부 및 소재 정보를 확인 할 수 있는 안내, 검색을 통해 원천데이터의 다운로드가 가능
서울e품앗이	서울시 관할구청	-서울 시내 각 지역에서 통용되는 공동체 화폐를 통해 서비스와 물품을 거래하는 교환 제도	-운영위원회는 회원들 중에 선발되어 실질적 업무 수행 -지역주민 모두가 참여 가능하며, 서울시 관할 구별 세분화

자료 : 공유허브(<http://sharehub.kr>) 재분류

공유기반 구축 및 공유기업(단체) 지원

☐ 경기도 공유도시 선언, 관련 조례 제정 및 추진계획 수립 등으로 체계적인 공유경제 기반 구축 및 활성화 추진

- 경기도 공유도시 선언 등에 이어 각 시·군이 지역단위 공유도시 추진계획을 수립토록 하여 도민 체감형 공유경제 기반 구축 및 공유경제 활성화 추진
- 서울시는 2012년 ‘공유도시 서울’ 선언과 함께, 서울시 공유촉진 조례 제정, 공유도시 서울추진계획 수립을 통해 시민들에게 다양한 공유서비스 제공

☐ 경기도내 공유분야 스타트업 기업에 대한 인증 및 투자를 통해 지역경제 활성화 및 일자리 창출 모색

- 공유기업에 대한 인증 및 투자로 기업 창업 및 유치를 촉진하여, 지역경제 활성화 및 비경제인구층(노인, 주부, 비취업자 등)의 시장참여 및 일자리 창출
- 서울시는 공유단체에 행정적·재정적 지원을 하기 위해 ‘공유단체·공유기업 지정’ 및 ‘공유 촉진 사업비 지원사업’ 실시(34개 단체·기업, 연간 4억원)

☐ 공유기업과 공동사업 등 협력을 통해 공유경제의 인식을 제고하고, 도민의 사회적 문제 해결에 참여 유도

- 공유기업과 공동사업 등 협력을 통해, 공유허브 구축 등 공유분위기 확산뿐만 아니라 교통문제, 주차문제, 재난대응 등 사회적 문제에 도민 참여 유도
- AirBnB의 빈방(집) 제공자들은 2012년 허리케인 샌디가 미국 동부를 강타해 수십만명이 보금자리를 잃어버렸을 때 그들이 머물 수 있는 1,200개의 방을 제공

【 공유기업(단체) 정보 】

분 야	회사명	홈페이지	회사안내
공간	홈스테이코리아	http://www.homestaykorea.com	외국인 방문객 대상 국내 홈스테이 연결
	은행권청년창업재단	http://www.2030dreambank.or.kr/	청년창업에 대해 훈련, 투자, 교육 등 지원
	(주)코자자	http://www.kozaza.com	한옥, 템플, 일반주택, 펜션 및 게스트 하우스 공유
	처치플러스	http://www.churchplus12.com	예배중심의 교회를 이웃 소통 공간으로 공유
	모두의주차장	http://www.parkingshare.kr	비어있는 주차공간 소유자가 운전자에게 공유
	한국라보	http://www.labo.or.kr	세계 각국 청소년들에 한국가정을 소개 (홈스테이)
	공유독서실	http://www.gongdok.com	서울 전역 독서실의 좌석을 공유
	스페이스 노아	http://www.spacenoah.net	지식과 사무공간을 공유하여 커뮤니티 구성에 협조
교통 수단	그린카	http://www.greencar.co.kr	시간단위로 차를 대여해주는 서비스
	위트콤	http://www.witcom.co.kr	IT기술을 통해 무인 자전거 공유를 실천
물품	헬로마켓	http://www.hellomarket.com	개인간 작가를 도와주는 모바일 중고장터
	공쓰재프로젝트	http://www.twr.or.kr	공연 후 남은 무대 소품을 재활용/물물교환
	자락당	http://www.facebook.com/marketinu	공동체 안에서 물건을 공유하는 문화의 장
	우리울림	http://ourecho.co.kr	쓰지 않는 악기를 빌려주거나 빌림
	폴업	http://www.polup.co.kr	작어져 못 입는 아이옷을 다른 이웃과 공유
	열린옷장	http://www.theopencloset.net	청년구직자를 대상으로 면접 정장을 대여
	빌리지	http://www.billiji.com	개인간 중고물품을 모바일 인터넷으로 거래
	타임티켓	http://timeticket.co.kr/	공연당일티켓 할인
	도시광부	http://rurukorea.com/index.asp	무료로 공유되어 함께 입는 공유패션 제안
정보 및 서비스	플레이플래닛	http://www.letsplayplanet.com	현지 일반인 여행가이드를 중개하여 소개
	위시켓	http://www.wishket.com	앱개발, 웹디자인 등 프로젝트 중개 소개
	쉐어하우스	http://sharehows.com	일상생활의 다양한 지식을 공유
	일상예술창작센터	http://www.livingnart.or.kr	작가들의 창작 작품을 공유, 거래
	조인어스코리아	http://www.joinusworld.org	지식에 대한 다수의견을 공유
	온오프믹스	http://www.onoffmix.com	온오프라인 행사/이벤트 관리 서비스
	소셜통	http://top.cafe.daum.net/socialtong/	사회적 경제 소식 및 정보공유
	(주)지엘코리아	-	글로벌 리더양성 지식공유
	(주)디자인아이피	http://blog.naver.com/designip	디자인/특허 컨설팅
	레디앤스타트	http://www.ittda.co.kr	경영 영업 IT 등 다분야에서 멘토링 서비스
	비앤비히어로	http://www.bnbhero.com	개인 소유의 집부터 한옥마을, 농촌 팜스테이, 남은 공간을 전 세계 여행객들에 제공

주 : 경기개발연구원(2014). “공유기업(단체) 현황 및 전망조사” 참여기업.