

# 공유 경제 발전 전략

(샌프란시스코시의 사례를 바탕으로)

2016년 7월

조 수 진

# 차례

1. 공유경제 트렌드
2. 공유경제란 무엇인가
3. 공유도시 샌프란시스코
  - 가. 샌프란시스코 현황
  - 나. 공유도시 샌프란시스코의 경쟁력
  - 다. 샌프란시스코 대표 공유기업
4. 공유도시 서울
  - 가. 서울 공유기업 사례
  - 나. 서울시 공유경제의 특징
  - 다. 서울시 공유경제의 해외 진출
5. 공유경제의 과제
  - 가. 기존 사업 및 규제와의 마찰
  - 나. 경제적 효과에 대한 찬반 논란
  - 다. 탈세 의혹
  - 라. 기업 윤리 문제
  - 마. 비판과 대안
6. 서울시 공유경제 정책 추진 방안
  - 가. 법규 제도화
  - 나. 환경 변화에 맞는 기업 전략
  - 다. 시민 의식 변화
  - 라. 공유경제 연구기관
7. 맺음말

## 국외훈련개요

1. 훈 련 국 : 미국
2. 훈련기관명 : 샌프란시스코시  
(City and County of San Francisco)
3. 훈 련 분 야 : 시민참여 및 경제
4. 훈 련 기 간 : 2014.8.1.~2016.7.30.

# 공유 경제 발전 전략

## (샌프란시스코시의 사례를 바탕으로)

### 1. 공유경제 트렌드

2016년 6월 샌프란시스코시에서는 단기 렌트 임대 규정 준수와 거주민 주택 보존을 위한 숙박공유 업소 관련 제도 강화법이 의회에서 통과되었다. 샌프란시스코 시청에서 6월 7일 열린 시의원 전체회의에서 에어비앤비 등 단기 렌트 임대 사업의 시정부 등록을 의무화 하고, 이를 위반할시 하루 1,000달러의 벌금을 부과하는 내용의 법안을 11명중 10명의 의원이 찬성함으로써 통과되었다. 에드윈 리 샌프란시스코시장의 거부권을 행사하지 않는다면 빠르면 2016.6.30.일에 정식 발표될 것이다.

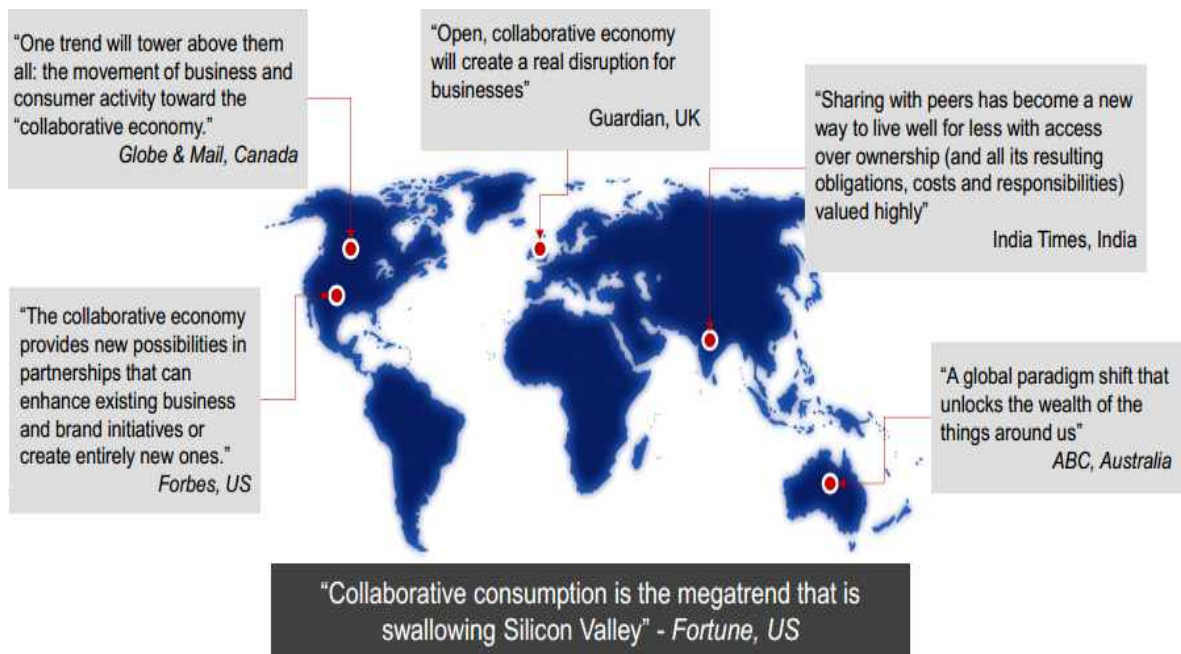
2007년 주택공유의 개념으로 시작한 에어비앤비가 현재는 기업가치 255억원을 넘어섰지만 그간 샌프란시스코 지역 임대 가격 상승, 집주인 또는 세입자 관련 범죄 등 여러 가지 사회문제를 동반 해왔다. 소위 잘 나가던 에어비앤비가 이번 법안으로 인해 앞으로 어떤 정책으로 뚫고 나갈지, 아니면 날개가 꺾일지 관심이 주목된다.

그런 중에 오히려 늦게 공유경제를 시작한 네덜란드의 암스테르담은 미국과 유럽의 다른 도시들이 안전문제, 공정거래 위반 문제 등으로 골치를 썩고 있을 때 일찌감치 법규 정비 통해 지원과 규제에 한계를 명확히 했다. 에어비앤비는 연간 60일 이하, 세금 납부 조건으로, 그리고 우버는 택시기사 자격증 있는 사람을 운전자로 하는 조건으로 합법화함으로써 초기 단계부터 안정적인 출발을 보였고, 시민생활에 자연스럽게 정착되는 중이다. 그리고 암스테르담의 롤모델은 바로 서울시의 공유경제였다고 한다.

서울시는 2012년 ‘공유경제 도시’를 선포했다. 그 후 4년이 지나는 동안 서울시를 비롯한 지방자치단체들의 노력을 통해 그동안 생소했던 ‘공

유경제'라는 개념이 많은 사람들에게 알려져 왔다. 공유경제를 선도했다고 할 수 있는 에어비앤비, 쉐어러블 등의 창업자들을 초청해 국제회의를 개최하고, 공유 아이디어 콘테스트, UCC 공모 등 시민 참여 유도를 위한 각종 이벤트도 개최 해왔다. 이제 서울시에서 주도해 온 공유경제는 중앙정부에서도 육성한다고 한다. 2016년 2월 정부는 4대 새로운 서비스 시장 개척방안에 스포츠 산업, 교육서비스 등과 함께 공유경제를 포함시켰다. 공유민박업 허용, 카셰어링, 차량공유업체의 공용주차장 허용 등을 담고 있다. 우선 부산, 제주 등 일부 지역에 대한 연내 실시 후 전국으로 점차 확대할 계획이라고 한다.

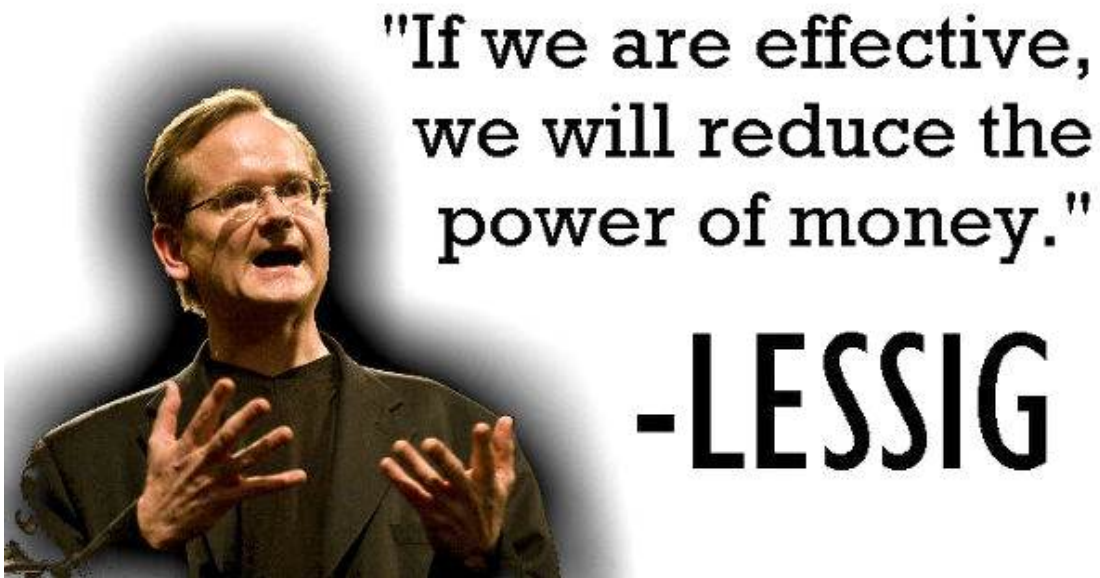
전세계 도시들이 공유경제를 받아들이고, 발생된 문제를 해결하면서 더 활성화 하려는 이런 노력 들은 분명 공유경제가 우리의 삶에 필요한 세계적인 추세임을 보여주고 있다. 아래 그림에서 보듯 이미 전세계 주요 언론들은 공유경제(Sharing or Collaborative economy)를 경제의 새로운 트렌드, 경제를 활성화 시킬 해결책 등으로 소개 하고 있다.



## 2. 공유경제란 무엇인가

‘공유경제’는 2008년 미국 하버드대 법대 로런스 레식(Lawrence Lessig) 교수에 의해 처음 사용된 말로, 한 번 생산된 제품을 여럿이 공유해 쓰는 협업소비를 기본으로 한 경제 방식으로 대량생산과 대량소비가 특징인 20세기 자본주의 경제에 대비해 생겨났다.

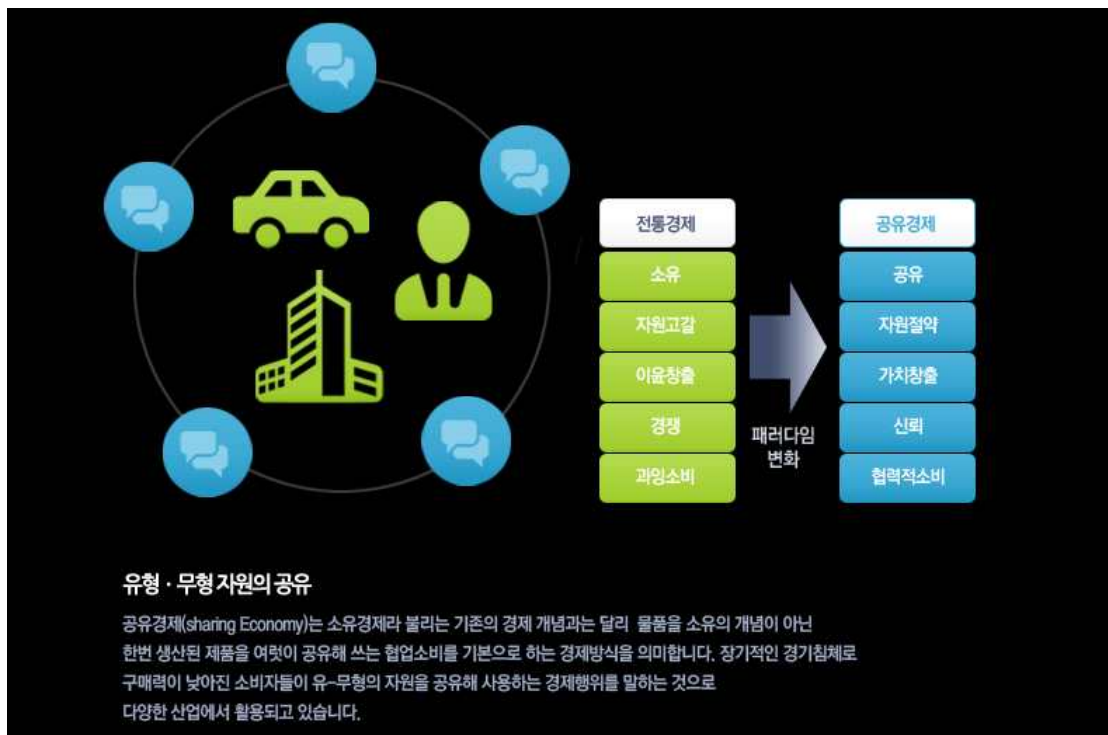
한 번 생산된 제품을 여럿이 공유해 쓰는 협업 소비(collaborative consumption)를 기본으로 한 경제를 의미한다. 쉽게 말하자면 ‘나눠 쓰기’라는 뜻이다. 기존 대여(rent)와 비슷한 것 같지만, 공유경제 서비스는 한 사람이 아닌 다수가 공동으로 제공하는 자원을 바탕으로 한다는 점에서 차이가 있다. 물품을 소유 개념이 아닌 서로 대여해주고 차용해주는 협업 소비를 기반으로 하며 대여자, 이용자, 공유업체 모두에 이익이 돌아가는 윈-윈 구조다.



제한적 소비자 운동에 머물던 공유경제가 대규모 서비스로 급속히 확산된 계기는 2008년 글로벌 금융위기 때 부터이다. 고용이 급격하게 감소하고 가계부채가 증가하면서 중산층 붕괴가 가시화되자 직접 일거리와 소득원을 만들어내려는 공급자들과 저렴하면서도 독특한 물건이나 서비

스를 원하는 소비자들의 이해가 맞아 떨어진 덕분이다. 또한 무엇보다 이 시기 집중적으로 보급된 스마트폰과 사회관계망 소셜 네트워크(SNS)의 역할이 컸다. 사용자끼리 직접 소통하고 필요한 물건을 주고받으며 시장이 급성장한 것이다.

‘소유의 시대는 끝났다’라고 주장하는 미래학자 제레미 리프킨은 그의 책 ‘한계비용 제로 사회’에서 “ ‘협력적 공유사회’가 새 경제 패러다임으로 등장하고 있다”며 “미국인 40%가량이 다양한 방법으로 이미 공유경제에 참여하고 있다”고 분석했다. 그의 이론은 자본주의의 생산성 추구(기술적 혁신)가 극에 달하면 협력적 소비를 통해 모든 것을 공짜로 얻게 된다는 것이다. 자본주의의 끊임없는 이윤 추구가 부메랑이 되어 스스로 해체 된다는 이론이다.



2011년 미국 시사주간지 타임은 ‘세상을 바꿀 수 있는 10가지 방법’을 소개하며 공유경제를 소개 했다. 물품을 개인이 소유할 필요 없이 필요한 만큼 빌려 쓰고, 자신이 필요 없는 경우 다른 사람에게 빌려 주는 것이 공유경제의 메카니즘이다. 물론 기존에도 책, 비디오 대여점이 있었지만 공유경제가 추구하는 것은 사업자가 물품을 소유하고 물품을 빌려

주는 것이 아닌 이용자끼리 물품을 거래할 수 있도록 플랫폼을 조성해준다는 것에서 차이가 있는 것이다.

공유경제에서 거래되는 물품이나 서비스는 어느 누구의 소유인지가 불분명하다. 그리고 돈으로만 작동하는 것도 아니다. 하지만 상업경제는 이미 만들어진 것을 바탕으로 한다. 예를 들어 구글은 인터넷 이용자가 쓴 글이나 이미지, 동영상을 바탕으로 경제활동을 하고, 아마존은 출판사가 만든 책을 팔고, 넷플릭스는 영화제작사나 방송사가 만든 영상을 판다.

로렌스 레식 교수가 그의 w서 '리믹스'에서 예로 든 위키피디아는 인터넷 이용자가 만드는 백과사전이다. 누가 썼느냐에 따라 문장, 단어, 성향이 다 다르다. 누군가 이미 쓴 글을 지우고 고치는 과정에 거듭되면서 현재의 위키피디아는 브리태니커 백과사전에 뒤지지 않는 방대한 내용이 쌓였다. 이렇게 만들어진 위키피디아를 누구의 소유로 볼 것인가. 글 작성에 참여한 이용자가 글자 수만큼 자기 소유권을 주장하지는 않는다. 게다가 참여자들이 돈을 받으려고 참여한 것도 아니다. 그 외에 비싼 요리책 대신 이용자가 무료로 요리법을 공유하는 '오픈소스 푸드', 오픈 디렉토리 프로젝트, 무료로 운영되는 디지털 도서관 '인터넷 아카이브', 그리고 자원활동가가 저작권 보호기간이 지난 책을 파일로 무료로 올리는 '구텐베르크 프로젝트' 등도 있다.

공유경제는 로렌스 레식 교수가 인터넷상의 자원을 공유하는 데에서 나온 뒤 오프라인으로 확대되었다. 공유경제는 '내 것이니 너는 쓸 수 없어'라는 생각을 바꿔 '내 것이지만, 같이 쓰자' 또는 '우리 모두의 것'이라는 생각을 전파한다. 그리고 이것을 구체화하여 우리 삶에서 남과 나눠 쓸 수 있는 집과 차, 옷, 책, 공구, 자전거 등을 함께 쓰게 되는 것이다.

2015년 11월 인터넷 어소시에이션(Internet Association)과 트래블 테크놀로지 어소시에이션(Travel Technology Association)에서 공동으로 실시한 설문조사에 따르면 미국인 2명중 한명(50%)이 공유경제와 관은 단기숙박 주택공유를 이용해 봤으며, 4명중 1명(28%)이 우버와 같은



자동차 공유 플랫폼을 이용해봤다고 한다. 이처럼 이제 공유경제라는 말은 대중화가 되었다. 물건을 소유하지 않고 타인과 나눠 쓰는 ‘공유경제’ 시대가 되었다.

미국 시장조사업체 매솔루션에 따르면 세계 공유경제 시장은 2014년 100억달러를 넘어섰다고 한다. 컨설팅업체인 PwC는 2025년까지 세계 공유경제 시장이 3350억달러(약 370조원) 규모로 커질 것으로 전망했다.

세계적으로 널리 알려진 공유 서비스 사례로는 자동차를 택시처럼 이용하는 우버, 빈방을 나눠 쓰는 에어비앤비, 소액 투자 모금 사이트 킥스타터 등이 있다. 이러한 서비스를 제공하는 기업들은 동종의 다른 기업들을 단숨에 앞지르며 급속한 성장 추세에 있다.

|              |                | Amount of Money Raised | Valuation in 2014 | Valuation in 2015 | % growth |
|--------------|----------------|------------------------|-------------------|-------------------|----------|
| Uber         | Transportation | \$4,800,000,000        | \$18,000,000,000  | \$51,000,000,000  | 283%     |
| Didi Chuxing | Transportation | \$4,342,000,000        | \$3,200,000,000   | \$16,500,000,000  | 516%     |
| Airbnb       | Space          | \$1,600,000,000        | \$10,000,000,000  | \$25,000,000,000  | 250%     |
| Ola          | Transportation | \$1,026,000,000        | \$1,000,000,000   | \$5,000,000,000   | 500%     |
| Lyft         | Transportation | \$680,000,000          | \$2,500,000,000   | \$5,000,000,000   | 200%     |
| Wework       | Space          | \$433,900,000          | \$5,000,000,000   | \$10,000,000,000  | 200%     |
| Instacart    | Logistics      | \$0                    | \$1,000,000,000   | \$1,000,000,000   | 100%     |
|              |                | \$12,881,900,000       | \$40,700,000,000  | \$113,500,000,000 | 279%     |

<2015년 현재 미국 공유기업들의 기업 가치>

### 3. 공유도시 샌프란시스코

공유경제로 대표되는 기업 들은 주로 미국에 있다. 아무래도 미국에서 시작된 사조(trend)이다 보니 더 빨리, 넓게 알려지게 되었을 것이고, 그 중에서도 혁신, IT, 다문화의 발달로 늘 테스트 베드가 되어 온 샌프란시스코에 가장 발달된 다수의 공유기업들이 자리하고 있다고 할 수 있다.

## 가. 샌프란시스코 현황

샌프란시스코는 면적이 600km<sup>2</sup>, 인구가 86만5천명이다. 인근의 산호세, 오클랜드까지 포함한 광역시의 개념으로 보면 인구가 870만명이니 서울과 비교해도 큰 도시는 아니다. 그러나 2014년 샌프란시스코 관광청 통계만 보더라도 18백만 명 이상이 샌프란시스코를 방문했다. 매년 현지 거주인보다 더 많은 숫자의 방문객이 찾는 셈이다. 많은 사람들이 몰려다 보니 새로운 문제가 늘 발생하는 곳이고, 현지인의 경우에도 어느 도시보다 다양한 인종으로 구성되어 있다. 따라서 샌프란시스코야말로 어느 도시보다 일종의 ‘테스트 베드’로서 어떤 신규 서비스나 사업 모델을 시험하기 좋은 곳이 되었다.

### 샌프란시스코 현황

|      |  |
|------|--|
| 인구   | 864,816명(2015.7월 기준)   |
| 인구분포 | 백인(48%), 아시아계(33%), 히스패닉(15%), 흑인(6%)  |
| 위치   | 미국 본토 서부 태평양 연안, 캘리포니아주의 북서부   |
| 면적   | 600.6km <sup>2</sup> (광역 9,128km <sup>2</sup> )  |
| 주요산업 | 관광, 서비스업, 금융, 보험, 전자산업   |
| 정부조직 | 시장-의회제<br>-시의회 : 시민 직선으로 선출된 11명의 의원(임기4년)<br>-시장 : 시민 직선(임기 4년)   |
| 기후   | 지중해성 기후 (연평균 최저 7도, 최고 21도)  |
| 특징   | 미국 대도시중 뉴욕 다음으로 높은 인구밀도<br>인구수로는 미국에서 13번째 도시<br>2차 세계대전후 히피 문화를 시작으로 자유, 인권, 평화의 상징이 된 도시<br>실리콘 밸리를 중심으로 혁신과 IT 중심 도시<br>*샌프란시스코 광역지역에 본사를 둔 기업 : 구글, 트위터, 페이스북, 세일즈포스닷컴, 테슬라, 우버, 에어비앤비 등 |

또한 경제적으로도 매우 안정적이며, 역동적인 도시이다. 실업률은 3.2%로 매우 낮고, 지난 4년 동안 7만6000개의 일자리를 창출했다. 2000개 기술관련 기업, 150개 바이오기업, 200개 환경기업을 보유한 혁신적 도시다. 그 외에도 IT, 관광, 인권의 도시로 늘 세계적인 주목을 받아 왔다.

1990년대에는 실리콘밸리를 중심으로 나타났던 ‘신경제’의 신화가 이제는 공유경제의 메카로 자리 매김하며 전 세계적인 공유경제 바람을 일으키고 있다. 이처럼 도시의 환경적 특성은 공유경제가 활성화되기 좋은 조건이 되었다. 그리고 그 환경적인 특성은 곧 비싼 물가와 혁신적인 마인드의 조건이기도 하다.

## 나. 공유도시 샌프란시스코의 경쟁력

영국의 일간지 텔레그래프는 전세계 공유경제 신생기업 중 15%, 글로벌 상위 10개 공유기업 중 4개가 샌프란시스코에 있다고 전했다. 세계 최대의 차량 공유 서비스 기업인 우버(Uber), 숙박공유 서비스 기업인 에어비앤비(Airbnb), 이미지 공유 서비스 회사인 핀터레스트(Pinterest), 웹 파일 공유기업인 드롭박스(Dropbox)가 모두 이곳에 있다.

이와 관련한 금융도 활발히 일어나면서 경제에 활력을 불어넣고 있다. 올 1분기 샌프란시스코에서 발생한 벤처자본 관련 거래는 모두 125건으로 20억 달러에 달한다고 한다. 한화로 2조원이 넘는 금액으로, 이는 미국의 다른 도시에 비해 5배 정도 많은 것이다.

7~8년 전인 2007년과 2008년 새로운 아이디어로 탄생한 공유기업들은 이제 샌프란시스코 경제를 이끌어나가는 초대형 기업으로 성장했다. 온라인 통계 포털 스타티스타(Statista)에 따르면 우버(Uber Technology Inc)가 세계에서 가장 기업가치가 높은 스타트업으로 1위를 차지했다. 2009년 첫 거래로 80달러를 벌었던 우버가 불과 7년만에 시장가치 510억 달러로 성장해 280억달러인 어메리컨에어라인을 능가하고 있고, 2008년 시작한 에어비앤비는 전 세계 대형 호텔체인보다 많은 255억 달러의 시장가치를 보유하게 되었다.



그렇다면 샌프란시스코에서 그런 공유기업들이 성공할 수 있었으며, 샌프란시스코는 어떻게 공유경제의 메카가 되었을까. 샌프란시스코시의 국제통상국장인 마크 찬들러는 샌프란시스코에서 공유경제가 활성화 될 수 있었던 배경에 대해 첫째, 실리콘밸리를 중심으로 한 기술혁신의 전통을 들었다. 새로운 기술들이 끊임없이 창조되고, 테스트 될 수 있는 환경이 갖춰져 있는 셈이다. 둘째, 경쟁력 있는 금융시스템이다. 금융과 혁신, 기술이 잘 연결되어 있고, 경제력도 있다 보니 투자 받을 환경이 좋다. 셋째, 위험을 감수하려는 지역의 분위기이다. 실패를 두려워하지 않고, 투자 역시 두려워하지 않는다. 넷째, 예술과 문화에 기반한 예술적·혁신적 인재의 확보이다. 전 세계 인재들이 집합된 곳이다. 그리고 여기에서 다양성을 자연스럽게 받아들이는 사회적 분위기와 개방적인 정부 등이 결합해 지속적인 혁신이 가능했다고 한다.

그는 경험을 토대로 아무런 저항 없이 공유경제가 피어난 것은 아니고, 시행착오도 많았다는 이야기도 함께 해주었다. 기존 산업과 여러 부문에서 마찰을 일으켜 법적 분쟁, 시위 등도 많이 경험했다고 한다. 그런 중에 시 정부는 분쟁을 해소하면서 공유경제가 안정적으로 정착하도록 노력했다. 시정부는 공유경제를 인정하는 것을 기본 정책으로 삼았다. ‘공유’라는 트렌드는 엄연히 존재하며 주민생활의 일부분이라는 사실을 인식하고, 특정집단의 이해를 대변하지 않고 주민의 입장에서 갈등을

처리해 왔으며, 전통적인 규제와 새로운 대안경제를 통해 양극화 된 대립 관계에 화해를 유도하면서 공유경제 기업과의 협업을 유도하며 새로운 경제영역을 키울 수 있었다고 한다.

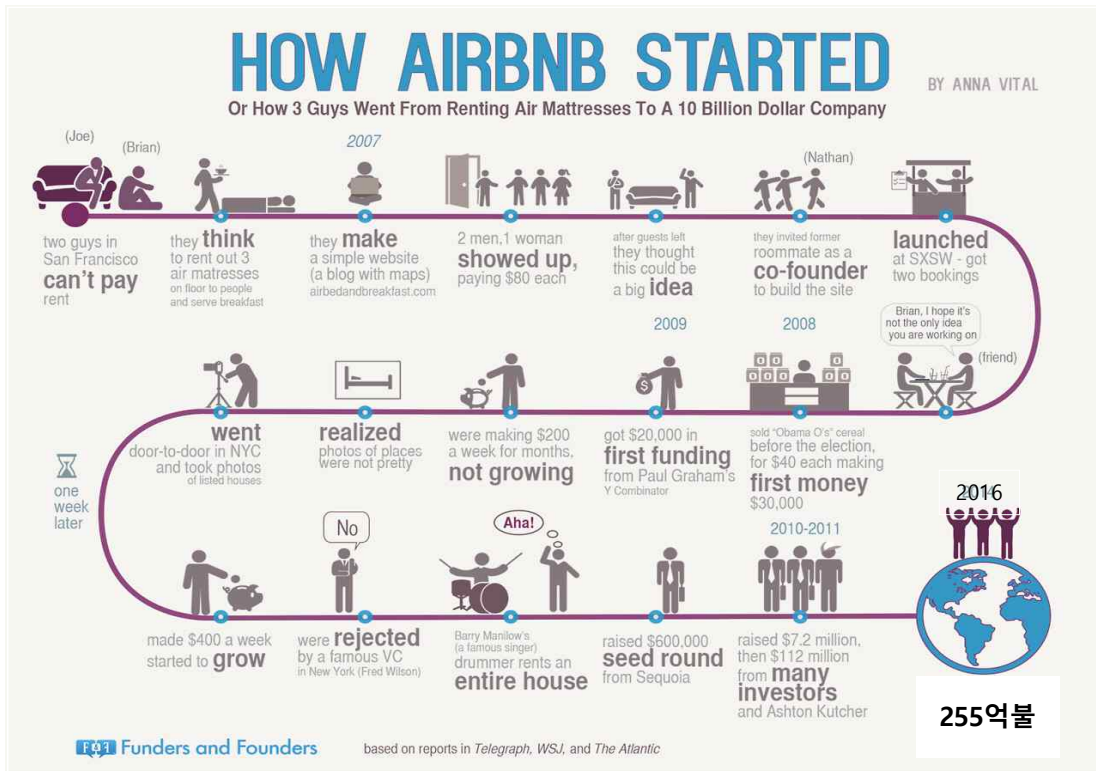
마트 찬들러는 “정부가 승자와 패자를 결정할 수 없으며 궁극적으로 시장이 지배한다는 사실을 깨달을 수 있었다”고 했다. “정부의 대응도 새로운 사업을 막거나 불법화하는 것이 아니라 새로운 해법을 찾는 데 초점을 맞춰야 한다”며 그동안의 체험을 통한 교훈을 제시했다.



## 다. 샌프란시스코 대표 공유기업

### 1) 에어비앤비(AirBNB)

2007년, 샌프란시스코의 한 집에 살던 세 명의 남자가 있었다. 네이션 블레차르지크(Nathan Blecharczyk), 브라이언 체스키(Brian Chesky), 조 게비아(Joe Gebbia)는 샌프란시스코에서 열린 디자인 콘퍼런스 참가자들에게 돈을 받고 그들 집의 일부를 내줬다. 이들은 단순히 집주인은 돈을 벌고 방문객은 비싼 호텔 요금에 대한 부담을 더는, 간단하고 실용적인 아이디어에서 이 일을 하게 되었는데, 이 아이디어는 곧장 사업 모델의 힌트로 작용하여 이듬해 그들의 본거지인 샌프란시스코에 에어비앤비 본사를 설립하고 본격적인 사업을 시작하게 되었다.



샌프란시스코를 기반으로 시작한 에어비엔비는 2016년 1월 기준 전 세계 192개국, 57,000개의 도시에 2백만 개의 숙소를 보유하고 있으며, 2016년 2월 현재 6천만 명이 이용했다고 한다. 아래 지도에서만 보아도 아프리카, 러시아 지역을 제외하고는 모든 대륙에 확산되어 있다.

## AIRBNB CITIES



에어비앤비 PC용 사이트와 앱은 모두 사용하기 쉽고, 편리하게 되어 있다. 사이트에 등록된 숙소를 에어비앤비에서는 ‘ 리스팅(Listing)’이라고 부르는데, 방 한칸에서 집 전체를 빌려주는 경우도 있다. 따라서 리스팅의 규모와 위치에 따라 5성급 호텔의 스위트룸 가격을 훌쩍 뛰어넘는 일도 생긴다. 에어비앤비가 기존의 여행법과 다른 점 중에 하나가 바로 현지인인 호스트와의 관계를 형성해 준다는 것이다.

검색이나 예약 과정은 에어비앤비 사이트의 시스템에 마련된 절차를 따르지만 숙박이 가능한 날짜와 추가 요청사항을 비롯해 언제 어떻게 만나 집 열쇠를 전해줄지 등 세부사항을 정하는 것은 여행자와 호스트의 몫이다. 호텔에 예약자 이름을 올리는 것보다는 좀 더 친밀한 관계가 만들어지는 것이다.

남의 집에서 묵는 다는 것, 남에게 집을 개방한다는 것이 거부감을 줄 수도 있지만 많은 사람들이 호텔보다 저렴한 비용, 현지 문화 체험, 현지인들과의 관계 형성 등을 이유로 에어비앤비를 찾고 있다.

에어비앤비는 최근 15억달러(약 1조6800억원) 규모의 자금 조달에 성공했다. 이로써 에어비앤비의 기업가치는 255억달러(약 28조6520억원)로 평가되면서 기업가치 면에서도 세계 최대 호텔체인 힐튼(기업가치 210억 달러)과 메리어트(기업가치 179억 달러), 스타우드(129억 달러)의 시장을 능가하는 것이다.

그러나 앞서 소개한 것처럼 샌프란시스코시에서 에어비앤비와 같은 단기 임대주택에 대한 규정을 강화하고자 데이빗 캠프로스 시의원의 주도로 단기 렌트 임대 사업의 시정부에 등록을 의무화 하고 이를 위반할시 하루 1,000달러의 벌금을 부과하는 내용의 법안을 통과 시킨 것이다. 사실이 내용은 이미 2014년 에어비앤비 관련 강화 제도가 시행하여 추진하였지만 제대로 지켜지지 못해 이번 법안을 통해 올바른 시의 법을 준수할 수 있는 토대를 마련한 것으로 보고 있다. 한국계 시의원인 제인 김은 이번 에어비앤비 강화책에 대해 샌프란시스코를 ‘우리들의 도시’로 만들기 위한 변화의 움직임이라고 하며 더욱 많은 제도적 보완이 필요하다고 하였다.

반면 에어비앤비측은 이 규정에 대해 등록 시스템은 망가진 운영 방식

이라고 비난하며, 샌프란시스코시가 사이트를 통해 단기 숙박을 이용하던 천여명의 샌프란시스코시민들을 위해 공정한 처리를 해 줄 것을 촉구했다.

## 2) 우버(Uber)

트레비스 카라닉과 가렛 캠프는 2009년에 우버캡(Uber Cab)을 창립했다. 비싼 택시비 때문에 자신의 차로 여유 시간에 다른 사람에게 차량 서비스를 제공하는 것이었다. 그후 2011년에 샌프란시스코에 공식적으로 자동차 호출 서비스와 모바일 어플리케이션을 론칭하고, 이름을 우버(Uber)라고 바꾸었다.

우버는 스마트폰 앱을 통해 운전자와 승객을 연결해주는 서비스다. 콜택시 개념이지만 택시 면허 등 진입 장벽이 없고 누구나 운전면허만 있으면 기사로 등록할 수 있다.



우버블랙, 우버택시, 우버엑스 등 다양한 형태가 있으며, 우버블랙의 경우 스마트폰 앱을 통해 누구나 쉽게 자신과 가장 가까운 위치의 차량을 신청하면 말쑥한 정장을 차려입은 기사가 최고급 차량을 몰고 와 차문을 열고 고객을 기다리는 서비스다.

이용하기 쉽고, 택시보다 저렴하고, 차량 이동 상태도 볼 수 있고, 신용카드와 연결되어 비용 지불도 편리하다 보니, 시작한지 얼마 되지 않아 폭발적인 인기를 얻으며 단 몇 년만에 자사 서비스를 전 세계 390여



개 도시로 확장 시켰다. 창업 후 5년 만에 기업 가치가 18조 원이 넘는 기업으로 성장했다. 샌프란시스코에서는 ‘우버’가 ‘택시’ 용어를 대신할 정도로 대중화되었다.

우버 앱을 설치한 후, 접속하면 현재 주위에 있는 우버 차량이 보인다. 현재 위치와 목적지를 찍으면 차가 배정되고, 이어 곧 우버 차가 도착한다. 샌프란시스코 시내에서 10정도의 거리 이용 요금은 8달러 정도이고, 이를 택시로 이용했다면 15달러 정도를 지불했어야 한다. 그리고 미리 등록된 카드로 자동결제 되는 시스템이라 매우 편리하다. 무엇보다도 큰 장점은 우버 기사에게 팁을 주지 않아도 된다. 앱을 통해 차량 이동 방향이 모두 표시되기 때문에 처음 이용하는 사람도 안심할 수 있으며, 관광객들은 바가지요금에 대한 우려도 적다.

회사는 1회 탑승 당 20%를 갖게 된다. 2014년에는 4억 달러 이상의 수익을 기록했고, 이후 2015년 7월에는 새로운 투자유치를 통해 기업 가치 510억 달러의 평가를 받게 되었다. 우버의 성공으로 샌프란시스코에 리프트(Lyft) 등 유사 형태의 공유기업을 탄생하게 하였다.



우버의 경제성, 편리성으로 인해 샌프란시스코의 기존 택시회사는 위기를 맞았다. 우버는 늘어나고, 택시캡 이용자를 줄여들게 되었다. 드디어 2016년 1월 샌프란시스코에서 가장 큰 택시회사인 옐로우캡이 법원에 파산보호신청을 냈다. 심각한 재정적 어려움에 따른 것이다. 샌프란시스코 옐로우캡은 300명의 조합원이 지분을 가진 협동조합 형태의 회사로, 연간 승객수가 500만명 이상이지만, 2015년 10월 이후로 수익

금을 배당하지 않았다고 한다.

직접적인 원인은 2011년 택시 사고를 당한 승객에게 95억원을 배상하라는 법원의 판결 때문이지만 그간의 경영난은 최근 수년간 우버와 리프트 등 스마트폰으로 차와 기사를 호출하는 유사 콜택시 서비스의 급성장도 크게 영향을 준 것이다. 이런 사례는 전통적 기업의 구(舊)경제가 신(新)경제에 밀려 몰락하는 것을 보여준 것이라고 하겠다.

그러나 우버도 이제 마냥 즐겁지 않은 않다. 샌프란시스코시가 앞으로 우버, 리프트 운전자들의 비즈니스 라이선스 취득을 요구할 예정이다. 2016.4.14.일 샌프란시스코 일간지 클로니클에 따르면 샌프란시스코시가 1년에 7일 이상(연소득 10만달러 미만) 운전한 경우 연 91달러의 사업용 면허를 취득케 할 예정이라고 보도했다.

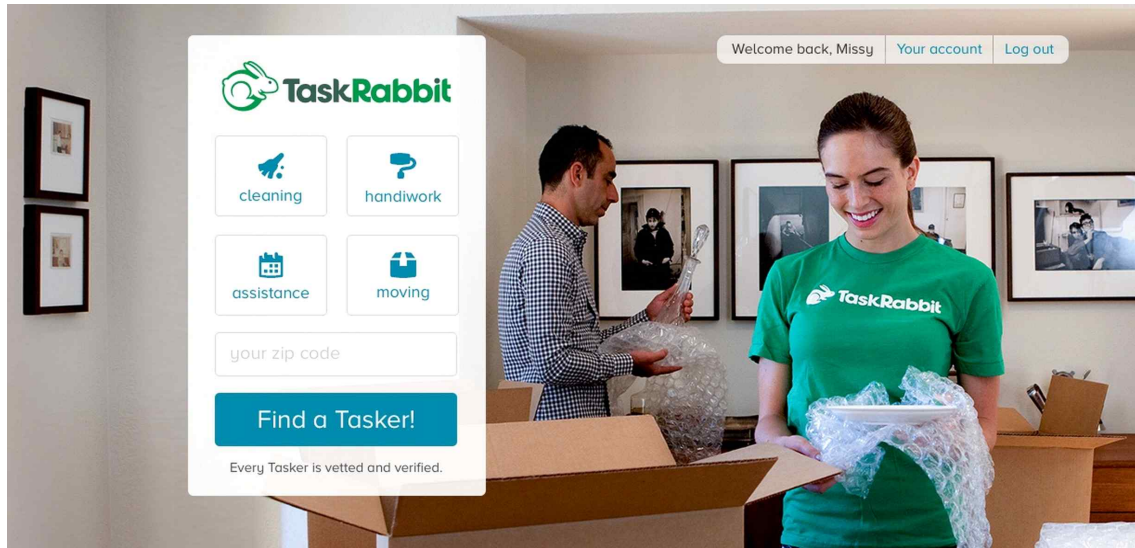
이는 운전자와 독립계약 형태를 취한 우버나 리프트가 집단소송을 당했을 경우 책임소재가 불분명하고, 회사측이 운전자의 신원을 시에 제출하길 거부해 이뤄진 조치다. 샌프란시스코시는 2016.3월 온라인 등록 시스템을 개시했다. 앞으로 사업용 면허를 취득하지 않을 경우 처벌과 벌금을 내게 될 수도 있다고 한다. 샌프란시스코시는 우버, 리프트 등 3만 7,018명 운전자들이 사업용 면허를 취득할 경우 연간세수는 337만 달러가 증액될 것으로 추정했다.

또한 우버의 운전자들이 자신들이 독립계약자가 아니라 직원으로서 회사로부터 휘발유값과 자동차 관리비 등의 혜택을 받아야 한다면서 집단소송을 일으켜 현재 소송이 진행중에 있다. 현 노동법에서 직원은 보통 최저 임금, 차별 금지법, 근로자 보상 등의 보호를 받지만, 독립 계약자는 그 같은 보호를 받지 못하기 때문에 직원분류 논의는 차량 앱 서비스 업체에서 풀어야할 문제로 남아 있다.

### 3) 테스크 래빗(Task Rabbit)

IBM 소프트웨어 엔지니어였던 리 부스케(Leah Busque)가 강아지 사료를 사러 가게에 가는 것이 귀찮아 심부름을 대신해 주는 사람을 주변에서 쉽게 구할 수 있는 사이트를 고안하면서 2008년 설립한 기업이다. 심부름 내용과 함께 지급 금액을 사이트에 올리고 여러 명의 지원자 중

한 사람에게 이를 위탁하는 방식으로 이루어진다. 장보기, 제품 출시일에 맞춰 매장 앞에 줄서기 등 간단한 심부름이 주를 이루며 유통업체 월마트도 태스크래빗을 배달 서비스에 이용하고 있다.



2008년 설립시에는 보스톤에서 ‘RunMyErrand’라는 이름으로 시작하였다가 2010년 테스크 래빗이라고 이름을 바꾼 후 샌프란시스코로 본사를 옮기며 현재 미국의 18개 도시와 영국 런던에서 서비스를 운영하고 있다.

테스크래빗(TaskRabbit)은 GPS를 이용한 위치기반서비스(LBS)의 일종이지만, 자신의 장소를 단순히 알리는 포스퀘어 같은 SNS와는 다르다. 이웃 간에 장을 보거나 집을 수리하는 등의 ‘노동력이나 재능’을 거래하는 셰어링 비즈니스 모델로, 돈을 지불해도 되지만 자신이 가진 다른 재능으로 보상할 수도 있다. 한국 전통 문화인 품앗이를 연상하게도 한다. 일반적인 서비스센터와 다른 점은 많은 사용자들이 자신이 소유한 재능을 나눌수록 콘텐츠가 다양해진다는 것이다. 어찌 보면 가장 이상적인 공유경제 모델이 아닐까 싶다.

#### 4) 투로(Turo)

투로는 차량 공유 서비스로 자동차 버전 에어비앤비(Airbnb)라는 평가를 얻고 있다. 2009년 쉘비 클라크(Shelby Clark)가 하버드 비즈니스

스쿨에서 Nabeel Al-Kady와 Tara Reeves 함께 에어비앤비와 이베이를 모티브로 고안한 사업 모델이다. 처음에는 ‘릴레이라이즈’ (RelayRides)라는 이름으로 2010년 6월에 보스톤에서 사업을 시작하였으나 그해 샌프란시스코로 옮겨 왔다. 2012년에는 미국 전역으로 서비스를 확장하였고, 2015.11월 공식적으로 사업명을 투로로 변경하였다. 현재 미국의 1,500여개 도시에서 서비스 중이며 2016년중에 캐나다로도 사업을 확장할 예정이다.

차량공유는 크게 ‘라이드 셰어링’ (ride-sharing)과 카 셰어링 (carsharing)으로 대별된다. 먼저 소개한 ‘우버’는 라이드 셰어링의 대표 기업인 셈이다. 그와 비교하여 투로는 카셰어링에 해당하는데 ‘카 셰어링’은 라이드 셰어링과 달리 차량 주인이 차를 사용하지 않을 때 다른 사람에게 빌려주고 비용을 받는 방식이다. 렌터카와 비슷하다고 생각하면 된다. 스마트폰 앱을 다운받아 이용할 수 있는데 시간당 요금은 5달러에서 시작한다.

**TURO** Log In Sign Up List Your Car

Search:  Pick up:   Drop-off:

Cars for rent near Boston, MA, USA

| Distance  | Car Image | Car Name                   | Year/Model            | Rating | Hourly Rate | Daily Rate  |
|-----------|-----------|----------------------------|-----------------------|--------|-------------|-------------|
| 0.6 miles |           | <b>Jumpin Jetta</b>        | 2010 VW Jetta         | ★★★★★  | \$9.00/hour | \$45.00/day |
| 0.7 miles |           | <b>Bay Village Benz</b>    | 2002 Mercedes CLK 320 | ★★★★☆  | \$9.00/hour | \$45.00/day |
| 0.8 miles |           | <b>O.G. RelayRide</b>      | 2008 Toyota Prius     | ★★★★★  | \$7.00/hour | \$35.00/day |
| 1.0 miles |           | <b>Saab go Vroom Vroom</b> | 2006 Saab 9 5         | ★★★★★  | \$8.00/hour | \$40.00/day |

Map: Update car list as map is moved. Shows locations of cars in the Boston area.

Car type:  Compact  Truck/van  SUV

Features:  GPS  Pet friendly  Kid friendly

차량을 대여해주고자 하는 차량소유자는 홈페이지에 차량 사진, 예약 가능한 일정, 대여료 등을 등록하고 차량에 대한 소개글을 올릴 수도 있다. 그리고 대여희망자는 홈페이지에 올라와있는 프로필을 확인하고 용도에 알맞은 차량을 고를 수 있으며 대여나 차량에 관한 질문이 있을 시에는 메시지 기능을 이용해 차량 소유자에게 직접 문의할 수 있다.

차량 대여 일정이 잡히면 약속된 장소에서 차량을 대여희망자에게 인도하는데 이때 차량의 상태를 잘 확인하고 남아있는 기름에 대해서도 합의를 봐야 한다. 모든 점검이 끝나면 대여 절차가 완료되고, 대여기간이 종료되면 미리 정한 약속 장소에서 차량을 회수하고 파손이나 기타 문제가 없는지 확인한다. 사후에 차량소유자와 대여자는 서로 평가를 입력할 수 있다.

투로는 2015년 포브스가 선정한 가장 인기 있는 온디맨드 스타트업 ("hottest on-demand startups") 14개 기업에 선정되었으며, 3.1억불의 가치를 인정받았고, USA 투데이의 베스트 테크놀러지, 베스트 트래블 앱에도 선정되었다. 또한 현재 투로의 CEO인 안드레 해다드는 자동차 전문 매체 더 드라이브(The Drive)가 선정한 2016년 '자동차 기술 분야 영향력 있는 인물' 10명에 뽑혀 존 크라프치(John Krafcik) 구글 자율주행차 부문 최고경영자(CEO), 테슬라의 엘론 머스크, 애플의 팀쿡 등과 함께 리스트에 올랐다. 우버와 리프트가 독점하다 시피 한 라이드 셰어링 시장에서 '니치마켓'을 공략해 주가를 높인 서비스로 볼 수 있다.

#### 4. 공유도시 서울

서울시는 2012년 '공유경제 도시'를 선포했다. 그 후 3년이 지나는데 동안 서울시를 비롯한 지방자치단체들의 노력을 통해 그동안 생소했던 '공유경제'라는 개념이 많은 사람들에게 알려지고 있다.

국내 시사지 매경 이코노미는 공유경제에 대해 시민 인식에 대해 여론조사한 결과를 보도한 바 있다(2015.7.15). 전국 20~50대 남녀 500명을 대상으로 조사한 결과 공유경제에 대해 알고 있다고 응답한 사람은 10명 중 2명(16%)도 되지 않았다. 전체 55.6%는 잘 모르거나, 전혀 모른

다고 답했다.

공유경제가 무엇인지는 잘 몰라도 그 개념을 설명한 뒤, 필요성을 묻는 질문에는 많은 국민들이 공감했다고 한다. 10명 중 6명(59.4%)이 공유경제가 필요하다는 데 인식을 함께했고, 우리나라가 공유경제 모델을 적용하는 데 적합한 환경인지를 묻는 질문에도 전체 63%가 긍정적으로 응답했다. 다른 사람이 사용하지 않는 제품이나 서비스에 대해 비용을 지불할 의향이 있는지를 묻는 질문에도 62%가 ‘그렇게 할 수 있다’는 반응을 보였다. ‘공유경제’라는 용어는 생소할지라도 공유에 대한 인식은 긍정적이라 볼 수 있다.

두레, 품앗이라는 아름다운 전통을 가졌던 우리나라가 급속한 경제성장을 겪으며 물질만능, 개인주의, 고립과 단절 등이 사회문제가 되고 있으니 공유를 경제 문제는 물론 사회문제까지 해소하기 위한 방안으로 서울시는 공유 인프라 조성, 문화 확산, 기업 지원 등을 적극적으로 추진했다.

먼저 공청회를 열고 전문가, 활동가, 시민들에게 의견을 들어 ‘공유도시’가 될 기반을 잡기 시작했다. 공유촉진조례를 제정했고, 전문가로 구성된 공유촉진위원회를 구성하여 운영하고, 공유경제에 방해가 되는 규정과 정책을 개선하기 위한 공유개선위원회, 그리고 해외 동향과 컨설팅을 위한 공유경제 국제자문단도 운영하고 있다. 특히 ‘공유허브’는 공유경제의 정보를 교환하는 온라인 플랫폼으로 공유문화 확산 및 공유도시 서울의 홍보를 담당하고 있다.

두 번째로 공유 문화 확산을 위해 자치구와 함께 공유경제를 이끌기 위해 예산을 지원하고, 시민들에게 공유를 인식시키고, 일상생활에 공유를 심어주고자 박람회, 컨퍼런스, 시민체험프로그램 등을 실시하고 있다.

세 번째로 시민에게 공익적 서비스나 이익을 주는 공유기업을 위원회에서 심사하여 서울시 지정 공유기업으로 인정하여 서울시 브랜드를 사용할수 있게 하고, 사업지원금을 후원한다. 재정 뿐만 아니라 기업홍보, 투자유치, 교육 서비스도 지원을 하고 있다.

## 공유가 내일을 위한 삶의 방식이 되길 바랍니다.

자동차, 옷, 반팔, 책 등의 공유는 소유했을때보다 경제적이며 환경에도 좋습니다.  
경험, 지식, 정보, 창작물 등의 공유는 누군가에게 새로운 가능성과 기회가 되기도 합니다.  
이 모든 것이 나만 갖는 소유보다 함께 나누는 공유일 때 가능한 일들입니다.

공유허브란?
공유도시 서울



공유가 처음이세요?

마을에서 공유를 시작해보세요!

공유경제 창업을 준비하세요?

서울시 지정 공유 기업/단체

공유 아이디어를 나눠요!

공유

사회문제 해결을 위해 기업가들이 먼저의 임무를 맡고 있는 시대가 되기의 중요성을 말씀드립니다.

경제에 대한 영향력가 조사 결과





### 가. 서울 공유기업 사례

샌프란시스코와는 형편이 다른 서울의 경우 각종 규제와 작은 시장 파 이로 대형 공유경제 서비스 기업이 크게 활성화하지 못하는 실정이다. 규제 완화 및 법률 개정을 통해 에어비앤비와 우버의 서비스가 확대 될 것이라는 기대는 있지만 현재까지는 우버 서비스는 불법으로 간주되며, 에어비앤비도 외국인 대상으로만 현재 운영이 가능한 등 대규모 해외 기업들이 서울에서는 사업에 큰 재미를 보지 못하고 있다.

그런 중에도 공유사업을 통해 사회문제 해결에 기여하는 스타트업 기 업과 단체들이 있다. 카셰어링(쏘카, 그린카, 한카), 숙박공유(코자자, 비 앤비히어로), 공간공유(아이들랏, 앤스페이스), 물건공유(키플, 열린옷장), 재능공유(위시켓, 위즈돔) 등의 서비스 사업을 하는 곳이다. 이곳들은 2016년 2월 기준, 64개로 서울시에서 공유경제 기업으로 하였다.



## 1) 쏘카

국내 공유경제 기업 중 가장 눈에 띄는 곳은 쏘카다. 카셰어링 전문 기업 쏘카는 2012년 100대의 차량으로 서비스를 시작해 2016년 현재 공유차량 5000대를 넘어섰다. 이는 전 세계적으로도 유래를 찾기 힘들 정도의 빠른 성장세라고 한다. 현재 전국의 2,300여개의 차고지에 5,000대의 공유 차량을 서비스하고 있다. 전국의 주요도시를 기준으로 언제, 어디서든 10분 내 거리해서 이용할 수 있고, 사용자들의 자발적 참여로 진행된다는 점에서 ‘렌터카’와는 다른 공유차량 사업이 급성장하고 있는 것이다.

차량공유는 취득세, 등록세, 보험료, 차량 유지비에 대해 자유롭기 때문에 자가 차량 소유 대비 연간 약 309만원 정도의 비용 절감효과가 있는 것으로 추정된다. 렌터카와 비교해서도 24시간 단위가 아닌 10분 단위로 요금을 계산하기 때문에 단시간 이용에 용이하고, 계약서를 쓰지



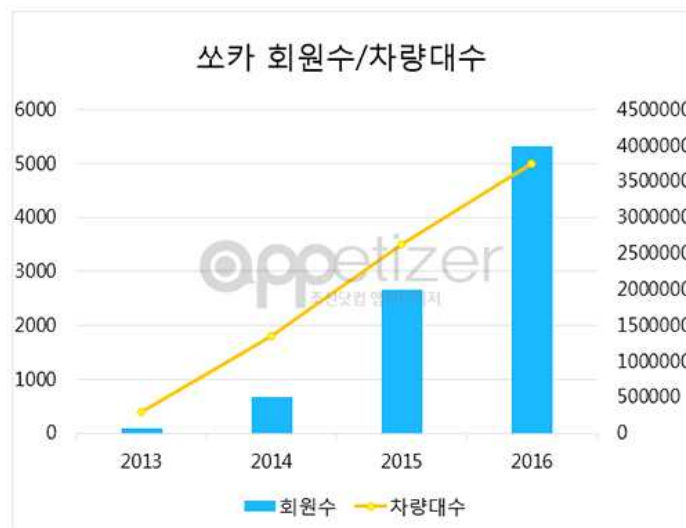
않고 가입후 어플리케이션으로 간단히 사용하기 때문에 매우 편리하다.



2015년 국내 차량 공유 기업인 쏘카와 그린카의 매출 합계는 668억원으로 2013년 90억원에 비해 7배 이상 급증했다. 특히 쏘카는 2014년 25억원 매출에서 2014년 448억원의 매출을 올려 18배 성장했으며, 2016년 매출 1000억원 달성이 목표라고 한다.

회원수도 2012년 3천명에서 2016.5월 현재 180만명에 달한다. 2015년에는 폭발적인 성장세 덕분에 SK와 베인캐피탈 등으로부터 650억원 규모의 투자를 유치했다.

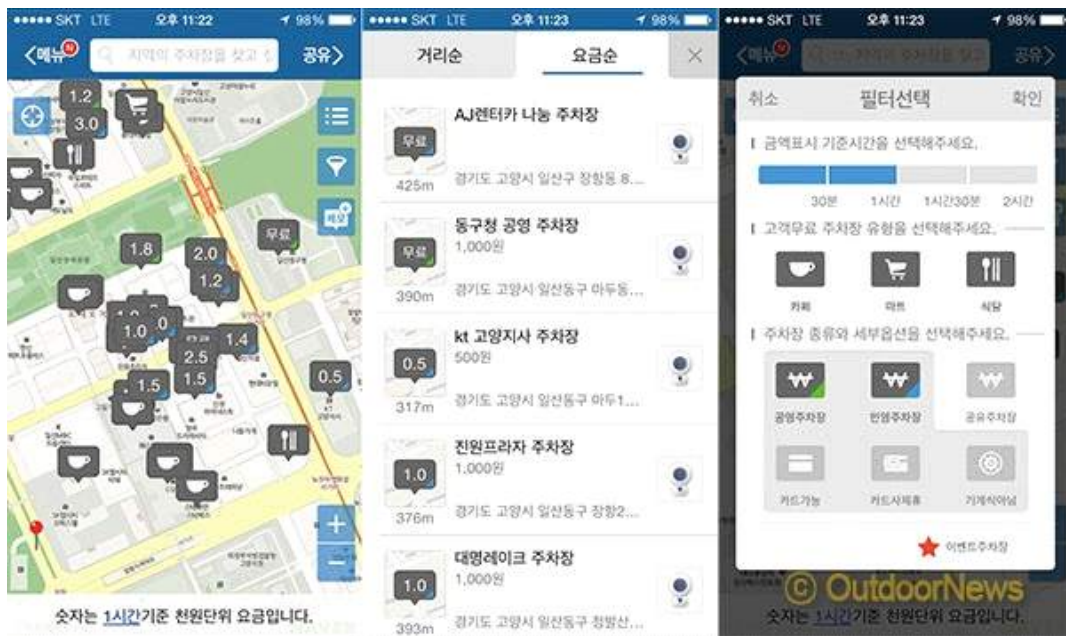
쏘카는 곧 카셰어링업계 최초로 공유차량을 원하는 장소까지 배송해주는 도어투도어(Door to Door, D2D)까지 사업을 확장한다고 한다.



## 2) 모두의 주차장

주차장 공유서비스 ‘모두의 주차장’은 주차장 정보를 모아 모바일로 제공하면 운전자가 쉽게 주차 공간을 찾을 수 있도록 하는 서비스이다. 공영주차장을 활용해 주차공간을 늘리고, 민영주차장의 수익도 늘리는 장점이 있다. 운전자는 늘 주차공간이 없지만 막상 빈 주차공간으로 놀리는 곳도 많으니 공간 배분과 매칭이 잘 이뤄지지 않아 생기는 비효율을 개선하게 되는 셈이다.

모두의 주차장 앱은 위치기반으로 주변 주차장 정보를 제공해 운전자에게 현재 위치한 인근 민영, 공영, 공유 주차장의 정보를 실시간으로 안내해준 현재 서울, 경기, 6대 광역시까지 서비스를 제공하며 2016.5월 현재 다운로드수가 56만건을 돌파했다. 2013년 2천개이 주차장 정보 소개해 주는 것으로 출시한 사업은 서울시 10개구, 4,200개 주차 공간에서 운영 된다. 하루 이용자수도 3만명에 달한다.



모두 컴퍼니는 주차장 관세 시스템을 구축하고 있으며, 곧 모바일 결제와 시간 정산이 가능해지고, 주차장 업주는 무인장비나 번호판 인식장비가 없어도 모바일서비스와 연계해 관리도 수월해 진다고 한다. 다. 주는 서비스로 제공해 주차를 편하게 할 수 있도록 도움을 주고 있

다. 모두의주차장측은 현재 회원 숫자는 30만명을 넘어섰고 다른 국가에서도 사업 모델을 배우기 위해 종종 찾아온다고 한다.

### 3) 키플(Kiple)

키플은 아이가 자라서 입을 수 없게 된 옷을 패키지 단위로 묶어 회원 들기리 교환하는 모델에서 출발했다. 즉, 내게 필요 없어진 물건을 다른 사람의 것과 바꾸는 물물 교환 중계 서비스 같은 것이다.



하루 평균 약 200여 점이 등록되고 150여점이 거래된다. 2012년 사업 시작후 2016.4월까지 총 16만 여점이 등록되고, 15만여점이 거래되었다. 기존의 중고물품 거래사이트가 공급자와 소비자를 연결해주는데 있어 품질, 가격 등의 기준이 불분명해 신뢰가 부족했다면 키플은 공정한 제3자의 입장에서 객관적으로 동일 판단 기준을 제시하며 공급자와 소비자를 연결해 준다.

키플의 롤모델은 미국의 트레드업(TredUp)가 이다. 아이가 자라서 더 이상 못입게 된 옷을 거래하게 해주는 사이트이다. 따라서 두 사업의 수익구조도 유사하다. 플랫폼을 제공해 개인이 교환하는 방식이며 옷 10벌을 주고받는 중개수수료는 5천원이다. 교환 단위는 꾸러미(옷 10벌)이고 상호교환의 원칙에 따라 한 꾸러미를 내면 다른 한꾸러미를 선택할 수 있다.

중개 수수료 5천원이 주 수익원이다 보니 큰 비즈니스로 성장하는 데는 한계가 있어 앞으로는 사이버 머니를 도입하고, 직접 유통에 관여기도 하고, 모바일 결제 서비스를 도입하는 등 플랫폼을 다양화해 소비자의 편의를 높이고 있다. 또한 옷에서 장난감, 도서 등으로 제품을 확대할 방침이다.

키플의 공유 서비스는 불필요한 소비를 억제하고, 잉여물품을 편리하고 효율적으로 재분배할 수 있는 대안을 마련하여 건전한 소비문화를 정착시키고 환경도 보호할 수 있다.

#### 4) 「한지붕 세대공감」 등 주거공유

청년의 주거비 부담을 덜어주고, 노인의 고립감 해소하는 사업으로 노원.광진.서대문.종로구 등 기초자치단체가 주도하고 있는 사업으로 146가구에 185명이 주거공유중이며, 참여자 확대를 위해 학생들에게 학점 또는 자원봉사시간을 인정해 주고 있다. 자치구 간 운영 노하우, 애로사항 등 정보를 적극 공유하기 위해 담당자간 온오프라인 모임도 전개하여 점차 활성화되고 있다.



청년주거공유 「우주」(<http://woozoo.kr/>) 사업은 방은 따로 쓰고, 부엌.거실 등 공용공간은 같이 사용하는 형태로 11호점에 69명이 거주중이다. 예술가의 집, 여행을 좋아하는 사람들끼리 사는 집 등 비슷한 취미를 가지고 있는 입주자간에 관심사와 일상을 공유하여 젊은 층의 인기가 높다.

숙소 공유 서비스로 코자자(kozaza), 비앤비 히어로는 에어비앤비 처럼 현지인들의 숙소에 대한 정보를 제공해 남는 방을 여행객에게 빌려주는 정보에 대한 안내를 하고 있다.

## 5) 소셜다이닝 「집밥」

식사를 하면서 다양한 사람들과 공통의 관심사를 나눌 수 있는 사이트로서 여행, 스포츠, 외국어, 진지한 사회문제까지 광범위한 모임이 있으며, 호응이 좋은 경우는 앵콜 모임이 지속된다고 한다. 사이트 방문자 848만명, 모임건수 3,392건이 진행되었다.

### 나. 서울시 공유경제의 특징

이처럼 몇몇 기업이 눈에 띄는 활약상을 보이고 있지만, 그럼에도 많은 전문가들은 국내 공유경제 발전 수준에 대해 전반적으로 여전히 멀었다거나 그저 비즈니스의 또 다른 형태일 뿐이라고 평가하기도 한다. 사실 수십 개 기업이 있지만, 사업적인 관점에서 보면 대부분 열약하다는 게 그 이유다. 실제로 대부분 공유기업이 1~5인 이하 자영업자 수준에 그친다. 의미 있는 매출을 기록하고 있는 곳은 쏘카, 그린카, 모두의 주차장을 제외하면 드물다.

이미 샌프란시스코에서는 택시라는 용어를 ‘우버’가 대신할 정도이지만 현재까지 국내 공유경제 서비스중 시민들의 관심을 획기적으로 끈 것은 나타나지 않았다. 우버나 에어비앤비처럼 관련 업계를 주도할 수 있는 ‘스타 기업’도 아직 나타나지 않은 실정이다.

그렇다면 서울 공유경제의 발전 과정은 샌프란시스코시와 비교하여 어떻게 다른 것인가. 아직까지는 시민이나 소비자 요구보다 ‘관’이 중심이 되고 있다. 서울시는 공유경제를 담당하는 부서를 조직내 신설했고, 공유경제를 촉진하는 조례를 제정하여 공유도시 만들기에 앞장섰다. 이어 부산, 광주, 경기도, 대전 등도 관련 조례를 제정하면서 비슷한 움직임을 보이고 있다.



서울시는 교통·주차·보육·환경 등 다양한 도시 문제와 시민의 삶의 문제를 해결하기 위해 2018년까지 공유기업 300개를 지정·육성하는 내용을 골자로 한 ‘공유서울 2기’ 정책도 발표했다. 서울시는 공유경제 도시를 선포한 지 3년이 지나면서 눈에 띄는 기업이 하나둘씩 나오고 있고, 반면 적정 회원 수를 확보하지 못해 어려운 곳도 있지만 2015년 말이나 2016년 초 전반적인 전수조사를 해 이름뿐인 공유경제 기업을 걸러내는 것을 계획하고 있다.

모든 산업이 마찬가지겠지만 공유경제도 결국 시민들의 요구가 있어야 발전하는 법이다. 샌프란시스코에서 우버가 등장한 가장 큰 이유는 비싼 택시비 때문이었다. 하지만 한국, 특히 서울은 지하철과 버스 등 대중교통이 세계 어떤 도시보다 잘돼 있다. 때문에 해당 지역에 맞는 서비스를 선보여 성공한 우버나 에어비앤비가 아닌 우리에게 맞는 형태의 공유경제 서비스가 필요하다는 주장도 나온다.

결국은 아무리 관에서 주도하여 시민의식을 바꾸기 위해 노력하고, 정

책적으로 지원한다고 하지만 아직까지도 많은 시민들이 공유경제의 필요성에 공감하고 있지 않은 듯하다. 게다가 대부분 IT 서비스를 기반으로 해 나이가 들고, 인터넷과 스마트 폰에 익숙하지 않은 사람들에게는 현실적으로 공유경제를 공유하기가 쉽지 않은 실정이다.

그렇다고 희망이 없는 것은 아니다. 2012년부터 시작한 사업임에도 불구하고, 한국의 다른 대도시인 부산, 광주, 경기 등에서 공유정책에 대한 연구가 시작되고 있으며, 이 중 일부 지방자치단체에서는 조례를 제정하고 시민 모임을 개최하는 등 다양한 활동을 진행하고 있다. 예를 들어 부산시는 공유경제 토크콘서트를 개최하고, 공유경제 시민허브를 발족하고, 조례를 개정하였으며, 경기도, 광주 등에서도 조례 개정 등 적극적인 정책을 추진중에 있다.

아이러니하게도 서울시 공유경제는 국내보다 해외에서 큰 반향을 불러일으키고 있다. 지방정부, 도시정부 차원에서 공유경제를 정책으로 추진한 사례가 거의 없기 때문이다.

## 다. 서울시 공유경제의 해외 진출

미국 쉐어러블 창업자 닐 고렌플로는 서울시의 공유경제 정책에 대해 단순 정책 홍보 차원이 아닌 시민의 아이디어를 반영한 정책을 추진하고 있으며, 국제적 네트워크 구축에도 힘쓰고 있다며 좋은 사례로 소개하였고, 위 제너레이션 저자 레이첼 보츠만도 서울시가 공유경제를 통해 단순히 자원 활용이나 일자리 창출만 추구하는 게 아니라, 여기서 더 나아가 사람들이 돈을 벌고 절약할 수 있는 기회를 주며 적극적인 시민이 될 수 있도록 장려하고 있다고 말했다.

이런 성과를 바탕으로 2014년에는 세계 171개 대도시 연합회인 메트로폴리스(Metropolis)가 서울시의 공유정책에 특별상(Special Mention)을 수여했다. 지방정부로서 짧은 기간내 공유경제의 괄목할 만한 성과를 입증 받았고, 포브스지에서도 공유 경제의 수도라는 평가를 받았다.

2016.2월 '공유도시 서울' 정책이 프랑스 컨퍼런스인 '플레이스 마케팅 포럼'에서 혁신적 민관협력 도시 정책으로 선정됐다. 플레이스 마케팅 포럼은 프랑스 주요 국립대인 엑스마르세이유대학 공공관리 지역거버

년스 연구소가 운영하고 있는 '도시 매력·마케팅단(Regional Attractiveness and Place Marketing Chair)'이 2013년부터 열고 있다. 플레이스 마케팅 포럼은 전 세계 지역의 경제, 관광, 문화 등 도시 개발·마케팅 관련 혁신적인 우수 정책을 수상하고 공유한다. 이곳에서 서울시가 주차장 부족, 환경오염, 과잉소비 등 다양한 도시문제를 공유 정책으로 해결하고자 하는 노력이 높이 평가받았다.

에어비앤비의 공동창업자 조 게이아도 캐나다 밴쿠버에서 열린 TED 컨퍼런스에서 공유경제의 미래를 주제로 강연하면서 "서울은 이미 그것을 시작했다"라고 평가하기도 했다.

영국, 네덜란드, 스웨덴, 독일 등 여러 국가에서 공유서울의 정책 사례에 대해 각별한 관심을 나타내며 면담, 방문 등이 계속되고 있다. ARTE-TV(독일, 프랑스 공영)에서 다큐멘터리를 촬영하였으며, 영국, 네덜란드, 독일 등에서 서울시를 방문하여 벤치마킹 하였으며, 미국의 공유관련 인터넷 사이트(sharable)에서 지속적으로 서울의 공유 소식을 해외에 전파하고 있다. 전 세계 약 100여개 도시에서 서울의 공유정책을 배우러 다녀갔다.

## 5. 공유경제의 과제

우리는 공유경제를 통해 나와 이웃이 가진 물품이나 서비스를 서로 활용하면서 불필요한 소유 비용을 줄이고, 나아가 다른 사회 구성원과의 관계를 맺어, 사회 전반적으로 신뢰의 향상을 얻고자 한다.

순다라라잔(Arun Sundararajan) 뉴욕대 스텐경영대학원 교수는 “공유경제로 인해 개인 간 거래가 활성화되면서 노동과 자본을 효율적으로 쓸 수 있게 됐다. 소비자와 판매자의 경계가 무너진 게 핵심”이라고 국내 일간지와 인터뷰에서 밝혔다. 그동안 활용되지 못했던 빈방, 자동차 등을 다른 사람과 공유하면서 가치를 생산하고 효율성이 높아진다는 의미다. 노인, 비취업자, 주부 등 비경제 계층의 시장 참여율도 높일 수 있다. 더불어 생산된 제품의 활용도를 극대화할 수 있어 자원 낭비가 줄어들고, 소비자가 다른 사람의 물건을 공유함으로써 아낀 돈만큼 새로운



소비를 할 수 있다는 장점이 있다.

그러다 보니 공유경제가 상품 자체가 아니라 재화를 이용하는 ‘방법’을 바꾸는 등 경제 생태계에 지각변동을 일으키자 기존 소유기업들도 공유 기업에 투자하거나 아예 공유 서비스 모델을 만드는 방식으로 변화에 합류하기 시작했다. BMW와 폭스바겐은 M&A나 협력을 통해 카셰어링 서비스를 시작했다. 대형 렌터카업체 에이비스(Avis)는 자동차 공유 서비스 기업 집카를 인수했고 어도비는 사진 공유서비스 포토리아를 사들였다.

이처럼 세계 경제의 추세로 공유경제는 숨 가쁘게, 새로운 사례 들을 하루가 멀다하고 쏟아내고, 새로운 기록을 경신한다. 공유경제 스타트업들이 대기업의 반열에 들어서고 있다. 거대기업이 되어 버린 우버나 에어비앤비를 보면 이제는 ‘공유’ 보다는 ‘문제’, ‘분열’이 먼저 떠오른다. 문화 및 사회 환경 등 지역적 특성에 따라 여러 형태로 혹은 지역적 특성에 상관없이 일관적으로 동일하게 나타나고 있는 문제들은 무엇인가.

첫째, 정부 규제와 관련된 불확실성이다. 현실적으로도 이런 사업들이 이루어지는 세계 각지에서 기존 사업자와의 갈등, 법규 위반 등 문제도 발생해 논란의 중심에 서 있다. 즉, 공유경제 서비스가 급성장하고 있지만 일부 지역에서는 공유경제 모델이 법적으로 보호받기 어려운 실정이다.

둘째, 공유경제를 앞세운 신생 서비스가 기존 유사사업과 충돌하면서 반발을 일으키고, 기존 법 제도와 충돌하기도 한다.

셋째, 안전과 세금 징수 등의 문제도 나타난다.

넷째, 자본주의 관점에서 공유 행위는 매출 기회 소멸에 의한 경제 규모 수축을 가져 올 수도 있다.

결국 공유 경제가 새로운 시장을 창출하는 것이 아니라 기존 경제의 가치사슬이나 산업 구조를 파괴하고, 시장을 잠식하면서 제로섬 게임으로 가고 있고 기존 규제나 법과 대치하면서 정부와 싸우거나 사회적 혼란을 유발시키는 것 아니냐는 우려가 있다.

## 가. 기존 사업 및 규제와의 마찰

공유 기업들의 비즈니스는 기존 산업 운영 방식이나 규제와 충돌하면서 기존 사업자들에게 피해를 준다는 견해다.

기존 숙박업이나 운송업 종사자 같은 사회적 약자의 생계를 위협하거나 공정치 못한 게임을 하게 되면서 발생한다. 공유경제가 영세 자영업자와 일부 근로자의 일자리를 뺏는다는 비판을 받고 있다. 택시나 모텔, 여관 등은 대표적인 소규모 사업이다. 이런 분야에서 우버와 에어비앤비 등이 들어와 대규모 자본 유치에 성공하면서 대형 자본이 영세업자들 영역까지 짝쓸이하는 모양새가 됐다. 자원의 효율적 배분에만 집중하다 보면 안전이나 노동조건 면에선 더 취약해질 수 있다는 목소리도 나온다. 공유경제가 시장을 합리화하기보다 해당 서비스와 서비스를 제공하는 사회적 약자들만 더 어렵게 만들 것이라는 지적이 나오는 배경이다.

즉, 에어비앤비는 비어 있는 방을 빌려주자는 의도와 다르게 오피스텔 방 5~6개를 미리 월세로 확보한 뒤 사람들에게 일세를 받아 이득을 취하는 사람들이 늘어났다. 이 과정에서 임대소득에 대한 세금도 내지 않는다. 우버엑스는 갖고 있는 차를 이용해서 목적지까지 같이 가자는 의도와 다르게 비싼 택시 라이선스 획득 비용과 시간을 우회해 렌터카에서 차를 빌려 대리기사에게 운전을 시키는 돈벌이 수단으로 바뀌었다.

세계 몇몇 도시에서는 ‘택시 면허권’ ‘운송산업 보호’ ‘소비자 안전’ 등의 이유로 우버 영업을 불법으로 간주했다.

2014년 1월 14일 프랑스 파리 인근 샤를드골공항에서 한 차량이 괴한에게 공격을 당하는 일이 발생했다. 그 차량은 우버(Uber)라는 앱을 통해 손님을 태우고 가는 중이었는데 뒷유리가 깨지고 타이어가 펑크가 나는 등 심각한 공격을 당한 것이다. 프랑스 주요 5개 이상 택시 연합이 전국적으로 우버 택시에 반대하는 시위를 진행 중이었는데 이 괴한도 이런 택시연합과 관련이 있을 것으로 추정했다. 이날 최소 차량 10대가 물리적으로 파손됐다고 우버 측은 발표했다.



독일 프랑크푸르트의 연방법원은 독일 택시업체들이 제기한 소송에서 택시회사의 손을 들어줬다. 독일의 택시업체들은 택시 면허가 없는 우버의 영입이 승객의 안전을 위협한다며 소송을 냈었다.(2014.3.19)

2015년 3월에는 독일 법원이 지역교통법 위반 혐의로 우버에 벌금을 부과하고 불법 결정을 내렸으며 2015년 5월에는 이탈리아 법원에서 무면허 차량공유서비스라는 이유로 우버 영업을 금지했다.

미국 텍사스 오스틴에서는 우버 영입이 중지 되었는데 오스틴 시의회가 기사들의 신원조회시 지문조화를 포함하는 것을 법제화 했기 때문이다. (2016.5월)

한국에서는 불법으로 규정된 우버 택시의 관계자들이 경찰에 무더기로 입건됐다. 서울지방경찰청은 우버코리아 지사장을 비롯해 총괄팀장, 협력 렌터카 업체 대표 및 우버 운전자 등 36명을 여객자동차운수사업법 위반 혐의로 불구속 입건했다. (2014.3.17.)

2015년 뉴욕 법무부는 뉴욕에서 임대하는 에어비앤비의 72%가 위법이라고 밝혔다. 미국이 상업적 목적의 단기 무허가 임대를 금지하기 때문이다.

필라델피아는 일반인을 대상으로 한 우버X가 승인받지 않은 서비스라며 운전자 10명에게 1000달러씩의 벌금을 부과하고 차량을 압수한 바

있다. 우버에도 위반건당 1000달러씩의 벌금이 내려졌다.

기존 규제에 대한 개정이나 신규 제정이 있기 전에 이미 시작된 사업에 대해 미숙하고 뒤늦은 처리 들은 혼란을 야기할 수 밖에 없었다.

## 나. 경제적 효과에 대한 찬반 논란

빌 더블라지오 뉴욕시장은 우버의 급성장이 교통체증을 유발한다며 "뉴욕시가 우버를 규제하겠다는 했다. 뉴욕시에 따르면 2014년 맨해튼의 평균 주행속도는 4년 전 시속 15km에서 13.7km로 9%나 떨어졌다. 때문에 우버의 연간 차량 등록대수를 제한하겠다고 했다. 그러나 우버측은 차량등록 제한조치가 "교통체증의 문제라기보다는 정치적 문제"라고 반박했다. 또한 이를 시행할 경우 1만여개의 신규 일자리가 사라진다고 비판했다.

에어비앤비의 초기 모델은 남는 방을 공유함으로써 서로 경제적 이익을 볼 수 있었다. 그러나 공유사업을 위해 임대사업처럼 건물 혹은 집을 새로 장만하여 월세 형식으로 운영하는 형태의 에어비앤비가 많이 생겨났다. 실제로 세 개짜리 집 하나를 월 3500달러에 임대 후 방 하나당 월 1500달러의 에어비앤비로 운영하면 월 1000달러의 수입을 얻게 되는 것이다.

샌프란시스코의 공유경제가 활성화되면서 이런 문제점이 나타났고, 그로 인해 집을 구하려는 사람이 많아지면서 집값이 천정부지로 오르고 있다.



2016년 3월현재 샌프란시스코 거주자의 60%가 월세(렌트)로 살고 있으며 2009년 이래로 장기임대가 90% 증가한 것으로 보고 있다. 이 들은 수익성이 높은 에어비앤비 형태로 운영하며 단기임대를 장기임대화 하는 추세로 가고 있다고 한다.

숙박 비용을 줄이기 위해 등장한 에어비앤비가 역설적으로 지역의 집 값 상승을 부추기고 있는 셈이다. 그러나 에어비앤비 측은 “워낙 샌프란시스코가 좁은 반면 유동 인구가 많아져서 그런 것일 뿐이다. 에어비앤비와 연관이 없다”고 일축한다.



그럼에도 현지에서는 이 문제에 대한 비판의 목소리가 높다. 숙박 공유가 가정 수입에 도움이 되면서 결과적으로 부동산 매물이나 거래가 줄어드는 현상이 심화되고 있다. 우버와 같은 카셰어링이 활성화되면서 대중교통이 상대적으로 위축되고 있다는 점도 문제다. 이동수단에 대한 ‘빈익빈 부익부’ 현상이 나타난다.

이렇게 되면 공유 경제가 현대판 품앗이가 아닌 승자독식 게임이 되는 셈이다. 공유기업이 플랫폼을 이용해 상호 니즈를 실시간으로 연결시켜 주고 판매자와 구매자에 대한 신뢰를 구축하기 위한 평판 관리가 가능하

게 됐다. 이런 것을 가능케 하는 플랫폼 비즈니스는 네트워크 효과를 갖고 있어서 승자독식 현상을 일으키게 된다. 그로 인해 플랫폼을 장악한 기업이 공유 자원을 독점하게 되고 많은 사람이 그 플랫폼에 종속되고 마는 것이다. 이로써 빈익빈 부익부 현상은 점점 더 심화될 것이다.

아직까지는 공유경제가 전체 경제활동에서 차지하는 비중이 크지는 않다고 한다. 크레딧스위스는 투자전략보고서 '공유경제 : 새로운 기회, 새로운 문제'에서 공유경제가 전체 국내총생산(GDP)에서 차지하는 비중을 계산한 결과를 보면 무역, 운송, 숙박, 음식서비스, 금융, 과학·기술 등 현재 혹은 가까운 미래에 공유경제의 영향을 많이 받게 될 산업은 선진국 기준으로 대략 GDP의 50%를 차지하고 있다. 여기에 각 산업별 공유경제 사용자와 사용비용을 곱해 총 비중을 계산하자 공유경제는 전체 GDP에서 적게는 0.25%, 많게는 1%를 차지한다고 추산하였다. 가계지출에서도 GDP 대비 공유경제의 비중은 0.1~0.95%로 비슷하게 나타났다. 어찌보면 우리의 우려에 비해 경제 전체에 미치는 영향은 그리 크지 않을 수도 있다.

하지만 공유경제의 확산 속도는 무서울 정도로 빠르다. 최근 뉴욕타임즈(NYT)는 공유경제의 대표주자 우버의 기업가치를 600억~700억달러로 추산했다. 설립 6년 만에 시가총액이 552억달러인 전통의 자동차 제조업체인 제너럴모터스(GM)를 넘어선 것이다. 숙박공유서비스를 제공하는 에어비앤비의 기업가치는 270억달러로 세계 최대 호텔 체인인 힐튼월드와이드의 시가총액 222억달러를 제친지 오래다. 크레딧스위스는 현재 1%인 에어비앤비의 숙박시장 점유율이 2020년이면 5%로 높아질 것으로 예상했다. 금융에서는 현재 전체의 1~2%에 불과한 P2P대출(개인간대출)과 크라우드펀딩이 2025년 전체 중소기업 대출의 25%를 차지할 전망이다. 프리랜서를 회사와 연결하는 플랫폼도 기존 헤드헌팅 업체의 시장을 상당부분 잠식할 것으로 예상됐다. 프라이스워터하우스쿠퍼스(PwC)는 전 세계 공유경제의 규모가 2025년이면 현재의 22배인 3350억달러 규모로 불어날 것으로 전망했다. 공유경제 앞으로 순식간에 우리 경제에 큰 파도로 몰려올 지도 모르는 일이다.

## 다. 탈세 의혹

세금 문제에 대해선 의견이 대체로 일치한다. “수익이 있는 만큼 해당 기업도 사업을 영위한 비용이나 세금을 지불해야 한다”는 것이 미국 펜실베이니아주립대 존 M. 조던 교수의 주장이다. 다만 그 문제를 어떻게 해결할지가 애매한 상황이다. 현재 에어비앤비를 이용할 때 일부 지역에서는 숙박 예약 시 별도로 세금을 낸다. 우버 같은 경우도 미국 등에서는 100% 카드로 결제되기 때문에 오히려 택시보다 수입에 대한 투명한 관리가 가능하다. 시스템만 갖추면 세금 문제는 시간이 지나면 해결 가능한 문제라는 의견이 많다.

그러나 이것이 다국적 서비스로 발전할 때는 해결이 쉽지 않아 보인다. 플랫폼은 집이나 차 등 공유할 자원을 가진 소유주는 물론 그들에게 빌려 쓰는 소비자 양측 모두를 고객으로 확보하고 있다. 이로 인해 양측의 신뢰와 평판 등에 대한 정보를 독점하게 된다. 이러면 사람들은 점점한 플랫폼만 사용하게 되고 더 이상 자신 소유의 집이나 차가 없을 경우 다른 플랫폼으로의 이동이 쉽지 않게 된다.

과거에 이런 재화를 생산하고 공급하던 기업이 경제를 좌지우지해왔다면 이전 재화와 사용자를 연결해주는 플랫폼을 장악한 기업이 경제를 좌우하게 된다는 의미다. 실제 샌프란시스코의 자동차 공유 사업자로 리프트, 헤일로 등이 있지만 비교가 되지 않을 정도로 우버에 사용자 수가 몰려 있다. 마찬가지로 집을 공유하는 사업자로 렌딩클럽이나 홈스테이 등이 있지만 에어비앤비가 월등히 사용자가 많다.

공유경제 사업자는 대부분 '플랫폼' 형태로 운영되기 때문에 기존 규제의 적용 대상이 아니다. 플랫폼 자체로는 공급자도 소비자도 아니기 때문이다. 마찬가지로 우버나 에어비앤비를 통해 차량이나 빈 방을 제공하는 사람들을 사업자로 봐야할지 이용자로 봐야할지 불분명하다. 따라서 공유경제를 통해 소득이 생겨도 과세하기 힘들다. 이에 대해 미 싱크탱크인 브루킹스연구소는 "플랫폼 운영자와 사용자가 분리되면서 규제가 적용되지 않는 회색지대가 생겼다"고 지적했다. 공유경제 플랫폼이 기존의 규제를 피해가면서 소비자 보호가 제대로 이뤄지지 않을 수 있다는 문제도 있다.

그리고 이들 플랫폼 기반 사업의 특징은 다국적 서비스를 제공하기 때문에 국경이라는 장벽이 없어지고 전 세계에 같은 품질 서비스를 동시에 발적으로 제공해준다는 점이다. 그러다 보면 공유 경제의 파괴력은 산업 파괴에 끝나지 않고 국가 위협으로 다가올 수 있다. 경제 활동 결과로 인해 발생한 수익에 대해 이중 과세 회피나 세금 명목 부재로 세수가 줄어든다는 단기적 위협도 있을 것이다.

## 라. 기업 윤리 문제

미국 조지메이슨대 산하 메르카투스연구소의 메튜 미첼 선임연구원은 “공유경제의 핵심은 제대로 활용되지 못하는 노동과 자원을 최대한 효율적으로 쓰는 것이다”라며 “남는 노동력을 활용하면서 일자리 부족 문제를 해결하는 데 공유경제 모델이 큰 도움이 될 수 있을 것”이라고 말한다.

그러나 공유경제 서비스에 종사하는 사람들은 누군가에게 직접 고용되지 않은 자영업자로 분류된다. 우버와 같은 기업들은 관련 종사자에 대해 건강보험이나 연금, 세금 등의 문제에서 자유로운 편이다. 하지만 실제로 서비스가 운영되는 형태를 보면 고용-피고용 관계에 가깝다.

따라서 UC버클리대 정책대학원 경제학 교수인 로버트 라이시는 자신의 블로그(robertreich.org)를 통해 “공유경제로 인해 프리랜서, 시간제 근로자 등 계약직 형태의 고용이 늘어나기 때문에 노동 환경이 악화되고 있다”며 강력하게 비판하고 있다.

미국 샌프란시스코 지방법원은 우버 운전자들이 제기한 소송에서 우버가 그동안 운전자들을 직원이 아닌 ‘개인사업자’로 대우한 것이 부당하다는 판결을 내렸다. 우버는 그동안 우버 운전자들을 직원처럼 일시키면서도 자비로 기름 값 및 차량 유지비, 보수비, 보험금 등을 부담하도록 해 왔다. 법원은 우버가 운전자들에게 비용과 위험, 책임을 모두 떠넘겼다고 판결했다. (2014.3.11.)

우버나 에어비앤비의 경우, 직원들을 개인 사업자로 등록시키며 조직의 의무를 외면 한 채 권리만 챙긴다는 지적을 받으면서 도덕성 논란이 있다.



## 마. 비판과 대안

‘P2P 파운데이션’ 창립자 마이클 보웬스는 공유경제가 왜 공유경제로 불리는 지 이해할 수 없다며 ‘공유경제’가 아니라 ‘판매경제’라고 불려야 한다고 주장했다. 그는 최근 포브스와의 인터뷰에서 “우버나 에어비앤비가 하는 일은 서로를 위해 나누는 것이 아니라 제품을 판매하거나 돈을 주고 잠시 빌려주는 것 뿐”이라고 말했다. 예를 들어 주로 친구를 초대하는데 쓰던 남은 방 하나를 이제는 돈을 받고 빌려주는 데에 쓰는 식으로 공유기업들이 모든 재원을 상품화시키기 때문에 ‘공유경제’는 ‘반공유(anti-sharing)적’이라고 주장했다.

전 미국 노동장관을 지낸 경제학자 로버트 라이시는 “완곡하게 표현해서 공유경제이지, 더 정확하게 말하면 ‘찌꺼기 공유 경제’라고 할 수 있다”고 말했다. 많은 사람들이 공유경제 플랫폼을 이용하고 있긴 하지만 공유경제가 가져오는 혜택에 대한 의문을 갖게 한다.

그럼에도 공유경제가 기존의 취지대로 운영될 때 향후 전 세계의 경제와 사회에 미칠 효과에 대해서는 반론의 여지가 없다. 복잡해 보이는 공유경제 과제 해결에 대해 브루킹스연구소는 그리 어렵지 않은 대안을 제시했다. 기존 사업자와 새로 등장한 공유경제 플랫폼 사업자를 각각 규제하는 투트랙 규제는 피해야 한다는 것이다. 서로 다른 규제를 적용하는 것은 어느 한쪽에만 유리할 수 있는 공정하지 못한 규제일 수 있기 때문이다. 아울러 소비자 보호를 위해 마련된 기존의 규준이 반드시 필요한 것이라면 공유경제를 위해 특별히 다른 규제를 마련하지 않아도 될 것이라고 했다.

영국 일간지 가디언 역시 스마트한 규제가 필요를 강조하며 암스테르담의 경우처럼 적당한 선에서 합의해 서로가 윈윈해야 한다는 입장이다. 가디언은 암스테르담이 에어비앤비의 상업적 활용을 제한적으로 허용하지 않았더라면 에어비앤비는 불법적인 임대를 통해 돈을 벌고 인근 지역에서 부동산 임대 가격 상승과 투기 현상 등이 나타났을 수 있다고 지적했다. 또한 독점 문제와 관련해서는 플랫폼을 쉽게 옮길 수 있도록 사용자의 영향력을 키울 수 있는 환경을 조성하고 플랫폼 이용 과정에서 나오는 데이터 소유권 문제에 대한 규제를 신경 써야 한다고 조언했다.

국내에서도 세종대학교 한상기 교수는 공유경제와 관련해 더 이상 문제가 커지고 사용자나 제공자가 피해를 보기 전에 허용 범위, 사용자와 자원 제공자의 권리 보호, 또 다른 수익에 대한 적절한 과세, 노동에 대한 적절한 성과 보상과 인권 보호를 위한 정책을 논의해야 한다고 말했다.

이미 샌프란시스코나 암스테르담은 실 거주자가 일정 기간 내에서의 숙박 제공을 허용하고 세금을 내는 방식으로 소위 에어비앤비법을 만들었다. 뉴욕이나 샌프란시스코뿐만 아니라 워싱턴, 뉴저지, 버지니아 등에서는 우버나 리프트 서비스의 운전자 자격, 회사의 책임, 가격 제한 등의 주요 사항에 합의하고 있다.

서울시 역시 공용화, 합법화를 위한 논의, 기존 사업자와의 협력 모델 모색 등을 하고 있는 것은 바람직한 방향이다.

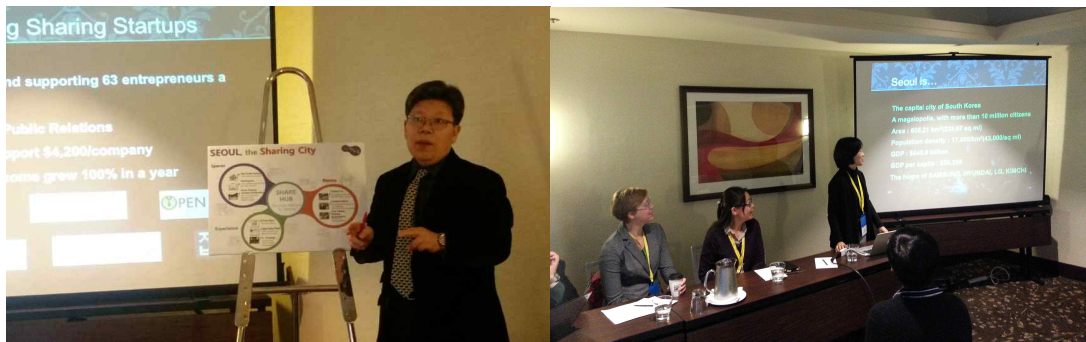
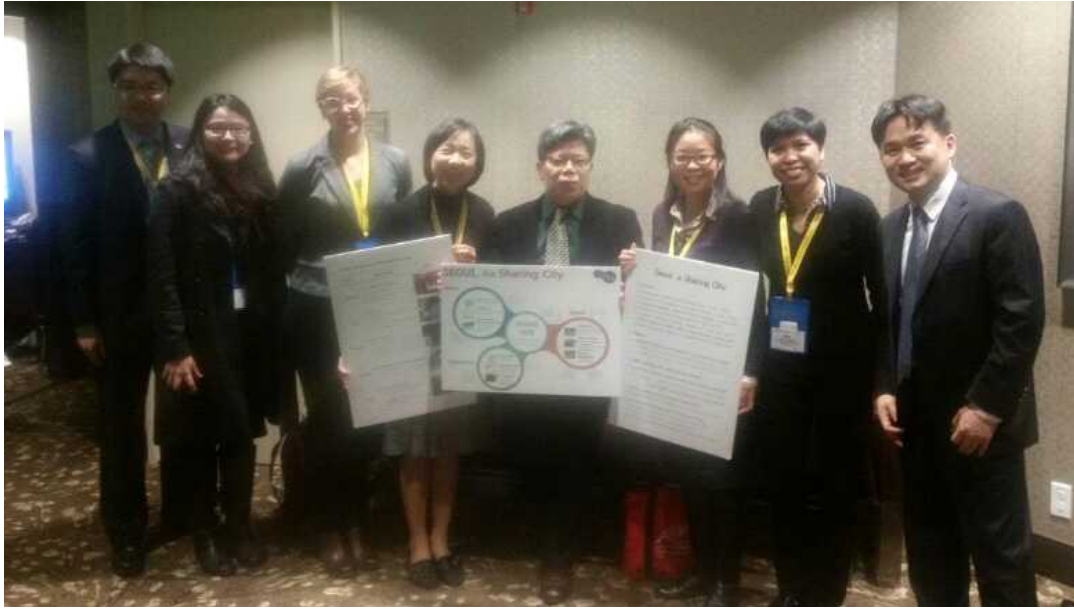
## 6. 서울시 공유경제 정책 추진 방안

2016.3월 미국 시애틀에서는 미국행정학회(ASPA, American Society for Public Administration) 컨퍼런스가 개최되었다. 컨퍼런스 기간중에 서울시와 샌프란시스코시의 공유경제 사례를 통해 공유경제의 장점과 문제점을 이해하고, 두 도시가 추진하고 있는 공유경제관련 규제 등 정책을 비교, 토론하는 세미나가 열렸다(2016.3.22.).

서울-샌프란시스코 자매도시 교류사업의 일환으로 샌프란시스코 시청으로 파견 올 때 나에게 비지팅 스칼라 자격을 지원해준 샌프란시스코 주립대 행정대학원의 배려로 교수진과 공동연구하고 미국행정학회 세미나에서 발표하고 관심 있는 청중과 의견을 교환할 수 있는 자리를 마련한 것이다.

샌프란시스코주립대(SFSU) Maria Ernita Joaquin 행정학과 교수가 좌장을 맡고 Janey Wang (샌프란시스코주립대학교 행정학과 부교수)와 Emily Stefiuk(SFSU 박사과정)가 샌프란시스코 사례중 우버와 에어비앤비를 중심으로 각각 발표하였다. 나는 서울시에서 참석한 이회승 혁신담당관과 함께 서울시 사례를 정책 추진 개요와 향후 계획 그리고 사례 중

심으로 발표하였다.



세미나에 참석한 청중 중에는 샌프란시스코 시의 입법관, 텍사스 오스틴시의 공무원, 싱가포르대학 박사과정생이 있었는데 그들은 서울시의 공유경제 정책에 대해 매우 관심 큰 관심을 보였다. 서울시가 후발 주자인 점을 잘 살려 샌프란시스코의 경험을 잘 반영해 초기부터 조례를 만들고, 단계별 정책을 추진한 것이 매우 바람직한 추진 방법이라는 의견이었다. 특히 오스틴시의 경우 우버 운전자들 신원조회에 대해 골머리를 앓던 터라 서울시의 강력한 우버의 불법화에 매우 동조하는 분위기였다. 나중에 보도를 통해 보니 오스틴시도 우버 운전자의 지문 등록을 법제화 하며 사실상 우버 운영이 중단된 상태이다(2016.5월).

그들은 또한 서울시민들의 SNS 이용률, IT 인프라, 집중된 인구 등을 감안하면 매우 성공적인 모델이 될 수 있을 거라며 칭찬을 아끼지 않았

다.

하지만 일부는 관에서 주도하는 것은 자유경제에 반하고, 예산 문제로 한계가 있어 길게 지속하는 것은 바람직하지 않다는 지적도 있었다. 공유기업에 대한 재정적 지원에 대해서도 이해할 수 없다는 반응도 있었다.

그렇다면 앞에서 보여진 공유경제의 문제점을 극복하고 경제 성장, 자원순환, 환경문제까지 긍정적인 영향을 줄 수 있는 매력적인 장점 살리기 위해 서울시의 공유 정책은 어떤 방향으로 가야 할까.

## 가. 법규 제도화

다른 해외 도시의 사례들과 마찬가지로 우리나라 역시 공유경제에 대한 불법 논란에 대해선 아직 판단 기준이 모호하다. 특히 한국에서는 지금도 영업을 하고 있는 에어비앤비와 달리 우버는 우버택시를 제외하면 서비스가 중단된 상태다. 대신 ‘카카오택시’같이 비슷한 성격의 국내 서비스들이 생겨났다. 때문에 혼란을 최소화하고 공유 서비스가 기존 산업과 양립할 수 있도록 제도권으로 끌어들이는 노력이 필요하다. 예를 들어 미국의 콜로라도주는 2015.1월 우버를 택시사업자로 보지 않고 아예 ‘교통망업(Transportation Network)’이란 분야를 따로 만들어 사업을 허용했다. 그리고 싱가포르는 우버 요금이 기존 택시 요금을 넘지 않도록 하는 선에서 우버 영업을 허용했다.

우버와 유사한 카카오택시를 선보인 다음카카오 관계자도 “공유경제는 IT 산업이 나아갈 방향이지만 국내에서는 규제 때문에 어정쩡한 상황에 머물고 있다. 기존 산업과 양립할 수 있도록 공유경제를 제도권으로 끌어들이는 노력이 필요하다. 국내 공유경제 기업을 육성시키지 않으면 이 같은 수요를 외국 기업에 뺏길 수밖에 없다”는 의견을 일간지를 통해 나타냈다.

그런 반면 서울시를 공유경제의 모델로 삼았다는 네덜란드 암스테르담은 2015년 2월 ‘공유도시’를 선언하고 유럽에서 앞장서서 공유경제를 수용하고 있는 곳 중 하나다. 에어비앤비와 차량공유업체 우버로 대표되는

공유경제의 등장으로 세계 곳곳이 안전과 공정거래 위반 문제 등으로 몸살을 앓았다. 하지만 암스테르담은 일찌감치 법규 정비를 서두르며 지원과 규제의 한계를 명확히 했다. 연간 60일 이하, 세금 납부 조건으로 에어비앤비를 합법화했고 택시기사 자격증이 있는 사람으로 대상을 국한해 우버블랙과 우버엑스를 승인했다. 암스테르담시가 에어비앤비를 합법화하면서 자연스럽게 근교 도시 할렘에서도 관광특별세 등 세금을 납부하는 것을 전제로 에어비앤비 사업을 정당하게 할 수 있게 됐다.

영국 런던은 1년 이상 지속된 택시기사들의 시위에도 불구하고, 지난해 가을 우버를 합법화했다. 내년부터는 에어비앤비 호스트에게 세금 감면 혜택도 적용된다. 이탈리아 밀라노는 공유박람회(sharexpo) 같은 다양한 행사를 열어 유럽의 공유경제에 대한 소통 창구 역할을 하는 도시로 꼽힌다. 이탈리아에서는 지난 3월 공유경제 법률안이 발의돼 공유경제 산업을 보장하는 법제화가 추진되고 있기도 하다. 공유경제 법률안은 디지털 플랫폼 운영의 규정 준수와 소비자 보호를 목적으로 하는 법률안으로 총 12개 항목으로 구성돼 있다. 지난해 기준 이탈리아의 공유경제 플랫폼은 118개로 전년 대비 25% 증가했다.

유럽연합 집행위원회(EC)는 공유경제 보급을 위한 가이드라인을 발표했다. 가이드라인 제정은 28개 국가에서 각각 다르게 적용되는 공유경제 기업 관련 규제를 통일하고 공유기업 지원과 규제의 한계를 명확히 해 새로운 디지털 인프라 시대를 열겠다는 의미다. 특히 EC의 가이드라인이 유럽의 공유경제 창업기업이 여타 대륙으로 글로벌화하는 데 도움이 되리라는 분석도 나온다.

이처럼 앞서 예견하고 법규를 만들고, 시대에 맞춰 법규를 개정하는 것이 제도를, 현상을 원활하게 이끌어 가는데 가장 기본적이면서 필수적인 일이라 하겠다. 이미 서울시 관련 조례가 만들어졌지만 급변하는 시대 상황에 맞게 신속하고, 유연하게 대처할 수 있도록 해야 할 것이다. 또한 혁신이나 시장 질서냐를 놓고 어떤 규제가 옳을지 고민하는데 있어

## 나. 환경 변화에 맞는 기업 전략

우선 공유경제 기업들은 글로벌 시장에 진출할 때 현지 실정에 맞는

전략을 준비해야 한다. 서울에서 우버 서비스가 퇴출된 것은 미국에서 운영되던 형태를 그대로 도입한 데서 비롯됐다. 국내 시장은 택시 요금이 비교적 저렴하다. 때문에 상대적으로 우버 경쟁력이 적었던 탓도 있다.

공유경제로 인해 타격을 받고 있는 기존 업계도 생각의 틀을 달리해야 한다. 공유경제 기업을 경쟁자로 인식하고 서비스를 차별화해 함께 발전하면서 파이를 키울 필요가 있다는 얘기다.

글로벌 호텔 기업 ‘아코르그룹은 여러 벤처기업과 함께 호텔 서비스를 향상시키기 위한 다양한 연구개발(R&D)을 진행했다. 데스크의 조명, 색깔, 향기가 고객 심리와 행동에 미치는 영향을 연구하는 식이다. 벤처기업들은 아코르호텔을 연구시설로 사용했다. 덕분에 아코르호텔은 자사 호텔 서비스도 개선하고 공실률도 줄여 다른 호텔에 대한 경쟁우위를 지켜나가고 있다.

영국 케임브리지대 저지경영대학원의 혁신 전문가인 나비 라드주 연구원은 기업 간 공유에 주목했다.

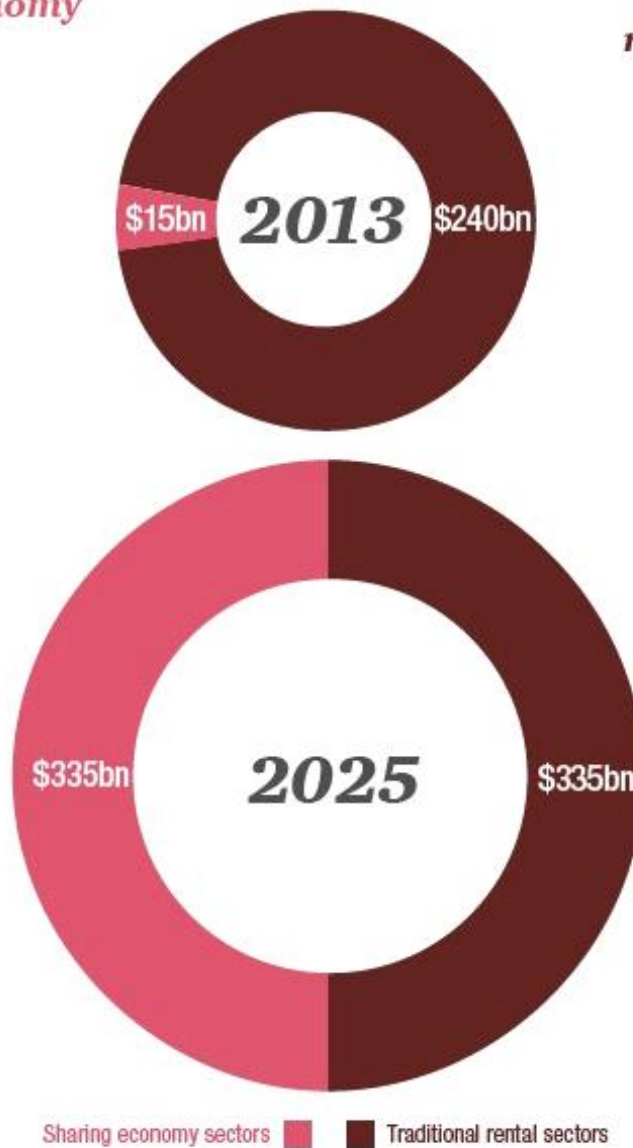
“그동안 기업이 개인을 대상으로 하는 B2C(Business to Consumer)에 국한됐던 공유경제가 기업과 기업 간 B2B(Business to Business) 공유경제로 확대될 것이다. 생산설비나 장비, 운송 시스템, 에너지에 이르기까지 기업들이 제대로 활용되지 않는 자원을 공유하는 모습이 흔해질 전망이다.” 기업은 생산설비를 다른 기업에 빌려주고 임대수익을 올리는 방법으로 비용을 줄일 수 있다. 다른 지역으로 물건을 배송하는 트럭에 빈자리가 있다면 다른 기업의 물건을 함께 배송하는 시스템도 가능하다. 제조업은 물론, 작게는 공사 현장, 의료시설, 영화제작 현장, 연구소 등 다양한 분야에 이 모델을 적용할 수 있다. “기업 간 공유인 만큼 시장 규모도 10년 내 수조달러에 이를 것”이란 게 라드주 연구원의 예상이다.

셰어앤엘의 반 스프랭도 “공유경제는 에어비앤비와 우버만으로 설명하기에는 훨씬 더 넓은 스펙트럼을 지닌 현상으로 전문가 집단에서 협력경제(Collaborative Economy)로도 불리는 공유경제(Sharing Economy)는 특정 서비스나 제품의 소유주와 수요자를 매칭해 주는 형태만 띠다면 새로운 창업기업뿐 아니라 기존 기업에도 얼마든지 적용할 수 있는 개념”이라고 말했다.

## Sharing economy sector and traditional rental sector projected revenue growth

### Sharing economy sector

-  Peer-to-peer lending and crowdfunding
-  Online staffing
-  Peer-to-peer accommodation
-  Car sharing
-  Music and video streaming



### Traditional rental sector

-  Equipment rental
-  B&B and hostels
-  Book rental
-  Car rental
-  DVD rental

Source: PwC analysis

어떻게 전통적인 비즈니스에 영향을 줄 수 있을까. 메리어트 호텔은 LiquidSpace 플랫폼을 이용하여 객실 손님 뿐만 아니라 일반인들에게도 회의실을 대여한다. 월그린은 테스크 래빗에게 물건 배송을 아웃소싱 의뢰했다. 기존의 기업들도 얼마든지 공유에 참여할 수 있는 방법이 있다.

기존의 기업들이 공유기업의 새로운 행태를 비난하며, 옛날 규제를 들이밀면서 심도 있는 논의 없이 새로운 서비스 도입을 막는 것은 옳지 못

하다. 미국 펜실베이니아주립대 공급망·정보시스템과 존 조던 교수는 “택시나 호텔 등 기존 업계는 그동안 소비자를 위해 서비스를 개선하려는 노력 없이 독과점을 즐겨왔다. 자생적으로 생겨난 공유 서비스 영역이 기존 산업을 해친다고 불평만 해선 더 이상 발전이 없다. 공유경제 기업에 대해 각종 IT 기술을 통해 소비자 편의성을 높인 ‘강력한 경쟁자’로 보고 자신들도 서비스를 개선하는 데 중점을 뒀어야 한다.”는 의견을 보였다.

서울시의 공유기업들은 여전히 규모가 작고, 영세한 곳들이 많다. 이들이 서로 협업하고, 상생할 수 있도록 연구할 수 있는 환경을 만들어 주는 것이 필요하다. 그런 면에서 현재 운영중인 공유촉진위원회는 보다 실질적으로 운영될 수 있게 다양한 인사를 위원으로 하고, 워크숍, 컨설팅 등 다양한 형태 운영해야 하겠다.

## 다. 시민 의식 변화

닐 고렌플로가 창립한 셰어러블은 샌프란시스코가 세계 공유도시의 메카로 자리 잡게 한 비영리단체이다. 현재도 세계 도시들을 돌며 관련된 포럼, 컨퍼런스를 주관하며, 서울시 공유경제 컨퍼런스에도 참석한 바 있다.

셰어러블은 공유경제와 관련한 각종 정보를 제공하고, 여러 협력 사업도 관장한다. 책이나 리포트를 쓰기도 하고 연방정부나 시정부가 각종 공유경제 관련 제도를 구축할 때 도움이 되는 자료를 만들기도 한다. 또 공유경제에 관심이 많은 사람들을 위해 각종 모임을 주선한다.

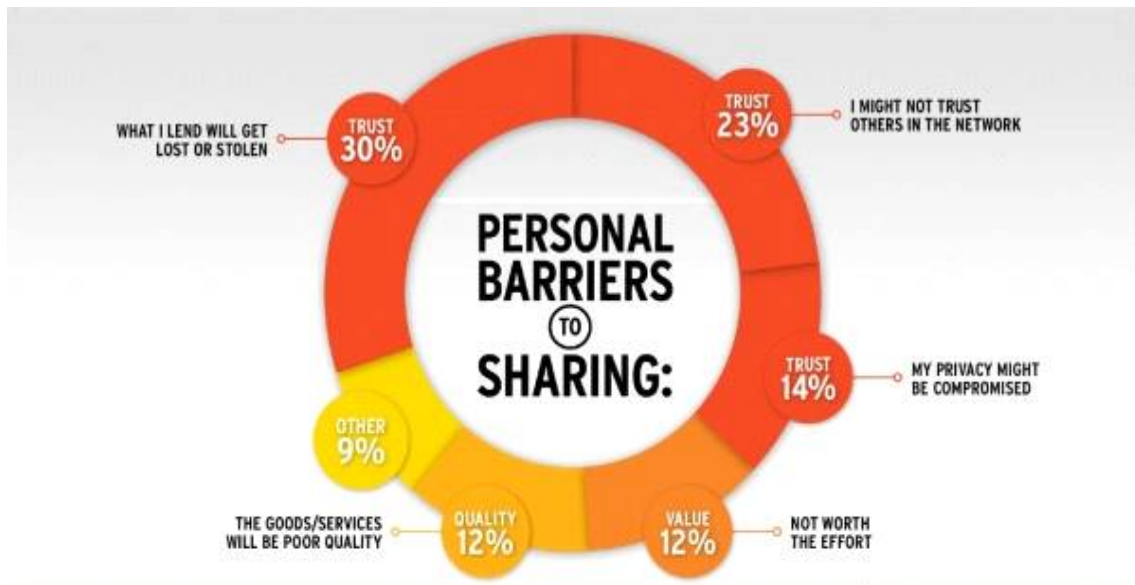
그가 정의한 공유경제는 일반 공유경제 기업의 정의와는 다르다. 기업들은 대부분 플랫폼을 활용해 사람들 요구를 연결해주고 이를 수익으로 얻는 활동을 공유경제라 부르지만 그는 좀 더 광범위하게 소비자가 주체가 돼 인간적인 교류가 있고 개인과 개인 간 연결이 강조되는 것이 공유경제라고 한다.

이처럼 기업이 중심이 되어 공유경제를 이끈다고 보지 않고, 소비자인 시민이 주체가 되어 경제교류가 일어나도록 분위기를 조성하고, 민간 비영리 단체가 앞장서도록 해야 한다.



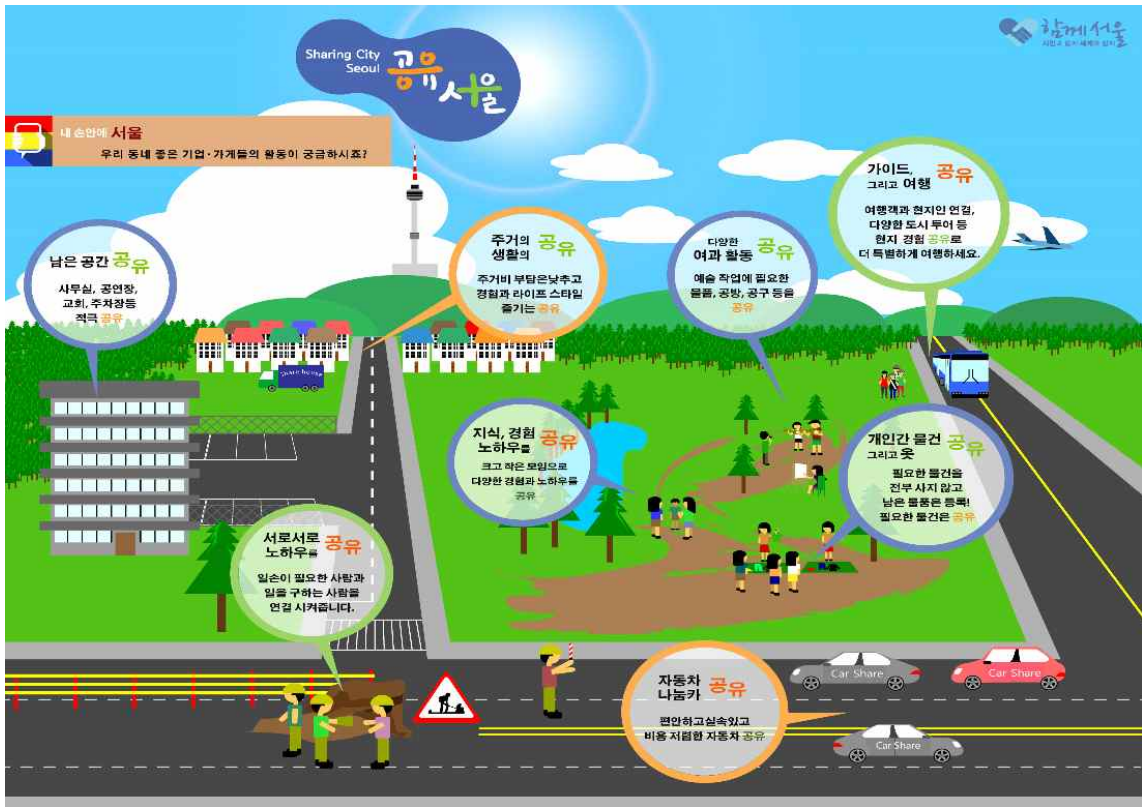
닐 코렌플로는 서울 방문시 한국의 공유경제를 어떻게 보느냐는 질문에 “한국에 와보니, 한국은 무엇인가 나누고 공유하는 활동에 익숙하다는 점을 알 수 있었다. 문화적으로도 공유경제가 잘 자랄 수 있는 밑바탕이 깔려 있다. 공유경제는 철저하게 지역 기반으로 발전한다. 한국은 그들만의 법과 제도, 문화가 있다. 이에 적합한 공유경제 모델이나 서비스가 등장한다면 한국은 세계 어디보다 공유경제가 발전할 가능성이 높다.”고 했다.

미국의 마케팅 에이전시 Campbell Mithun의 발표에 따르면 많은 사람들이 여전히 공유에 대해 불편하게 생각하는데 가장 큰 장애 요소가 신뢰문제(67%)라고 한다. 빌려주면 잃어버리거나 도둑맞지 않을지, 네트워크 상에서 신원도 모르는 사람과 거래해도 될지, 개인정보가 이용되지 않을지 등을 고민하는 것이다.



공유에 대한 시민의식이 변화될 수 있도록 주민센터, 아파트 단지 등에서 작은 것부터 공유하는 생활이 익숙해지도록 하는 것이 필요하다.

생활 전체에 공유가 체질화 되도록 하기 위한 노력은 경제는 물론 고립화, 양극화 되어가는 사회 문제를 해소하는 데도 큰 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다.



## 라. 공유경제 연구기관

네덜란드 암스테르담의 공유도시 선언은 사회적 기업 셰어엔엘 (ShareNL)이 2014년 제시한 ‘공유도시 비전’에 바탕을 두고 있다. 대학에서 지속 가능성 개발 연구를 하던 피터 반 드 글린드와 혁신 컨설턴트였던 하먼 반 스프랭이 의기투합해 2013년 만든 셰어엔엘은 공유경제 확산을 목표로 관련 연구와 컨설팅을 하는 조직이다. 이들은 암스테르담이 다양한 공유경제 실험이 일어나는 놀이터 또는 실험실이 되기를 바라는 마음으로 기업과 대학, 정책 입안자 등 공유경제 이해 관계자들을 연결해 주는 일도 하고 있다.

기본적으로 네덜란드 정부는 셰어엔엘에게 공유경제 관련 중요한 조사 연구를 의뢰하는 등 공유경제에 열려 있다고 한다. 암스테르담은 이미 헬스케어, 차량 공유, 식음료업 등 다양한 부문에서 창업 활동이 이뤄지고 있다고 한다. 미국의 쉐어러블이나 암스테르담의 셰어엔엘처럼 우리도 공유를 연구하고 구체적인 방안을 제시하는 연구기관이 필요하다.

## 7. 맺음말

공유경제를 고민하던 중 오빠가 과자를 안주고 혼자 먹는다면 징징대는 딸아이를 위로하며 아들에게 동생이랑 셰어(공유)하라고 나무랐다. 셰어(공유)라는 말은 원래 의미로는 대가를 바라지 않는 것이다. 그냥 함께 나누는 것이다. 그러나 지금의 공유경제는 우버와 에어비앤비로 대표되며 공유를 금전화 하는 사업으로 전개하며 반감을 사고 있다. 단순한 반감이 아닌 경제문제, 사회문제까지 일으키고 있다.

그럼에도 불구하고 공유경제는 우리의 스마트폰에 들어와 있고, 그 편리성과 경제성만 보더라도 우리가 받아들이고 나아가야 할 방향임에는 의심의 여지가 없다.

미래학자 제레미 리프킨은 공유경제에 대해 “현 자본주의가 ‘부모’고 공유경제가 ‘자식’이다. 공유경제는 자본주의가 낳은 ‘자식’이지만 때로는 ‘부모’인 자본주의와 경쟁하면서 한동안 자본주의와 공존하게 됐다. 그리고 ‘협력적 공유사회(Collaborative Commons)’라고 표현한 공유경제 시스템이 언젠가 자본주의의 자리를 대체할 것이다. 또한 자본주의가 기술 발달과 혁신을 거듭하면서 생산 비용이 떨어져 많은 재화와 서비스 가격은 공짜 수준으로 하락하고 이에 따라 기성 자본주의 체제 대신 사물인터넷(IoT), 재생에너지, 인터넷 물류 등 공유를 기반으로 한 경제활동이 자리 잡을 것”이라고 주장했다.

그리고 보니 최근 음악이나 영상, 뉴스, 지식이 소셜미디어를 통해 무한 복제, 공유되는 현상도 공유경제와도 무관하지 않다. 심지어 초기 인프라 투자를 통해 태양열, 풍력, 지열 등 신재생에너지를 공유함으로써 앞으로는 큰 비용 없이 전기를 얻을 수 있고, 에너지산업 구조를 변화시킬 수도 있다고 한다.

개인으로 봐서는 소득 창출을 위한 노동력 포트폴리오도 가능해 질 것이다. 한 사람이 우버의 운전자가 되기도하고, 인스타 카트의 쇼핑객이 될 수도 있고, 에어비앤비의 호스트이면서 테스크래빗이 될 수도 있다는 것이다.

우리나라에서 공유경제 서비스를 핵심 사업으로 삼은 벤처 숫자가 해외와 비교할 때 매우 낮은 수준이고, 제도적 논란, 동종 업체의 반발 등

도 있지만 공유경제 서비스가 현 상황에 맞지 않는다는 이유로 무턱대고 규제할 것이 아니라 긍정적인 점들을 살려 활성화해야 한다. 2016년 2월 코트라 해외 시장정보에 따르면 전세계 공유경제 시장이 약 150억 달러 규모에 이르며 10년 뒤에는 20배 가량 성장할 것으로 전망됐다. 소비자 편익과 자원의 효율적 활용이란 측면에서 공유경제가 보완과 적응을 통해 지속적으로 확산될 것을 기대해 본다.

<참고자료>

- <http://www.shareable.net/>
- <http://sharehub.kr/>
- 공유경제로 비상하는 美 샌프란시스코, 韓 창조경제는 뭐하나?  
(2015.11.21. 헤럴드경제)
- 공유경제 선언한 암스테르담 (2016.6.15. 한국일보)
- “공유 개념, 기존 기업에 적용 가능, 자본주의와 공생 모색  
해야”(2016.6.15. 한국일보)
- 먹구름 낀 공유경제…전 세계에서 제동 걸리는 우버모델  
(2015.3.23. 조선비즈)
- 에어비앤비·우버는 규제돼야 하는가? (2015.12.10. 뉴스토마토)
- 공유도시 서울’ 어디까지 왔나(주간동안, 2014.10.06957호)
- 공유경제 모델이 소비에 대한 인식도 바꿨다“(초이스경제 2016.2.11.)
- 한계비용 제로사회, 공유경제가 해답인가 (2014.12.30. 한계레)
- <http://www.ammonista.com/the-ammonista-report-fall-2015>
- Sharing economy’s ‘billion-dollar club’ is going strong,  
but investor risk is high  
(<http://venturebeat.com/2016/02/07/sharing-economys-billion-dollar-club-is-going-strong-but-investor-risk-is-high/>)
- TechM ‘공유경제를 둘러싼 두 가지 시각’ 한상기 세종대학교 교수  
(2015.5.4.)
- Park switches her focus to clear path for local business  
(<http://koreajoongangdaily.joins.com/news/article/Article.aspx?aid=3015205>) (2016.2.18., Korea Joongang Daily)
- 공유도시 서울 어디까지 왔나  
<http://weekly.donga.com/List/3/all/11/98199/1>
- 서울시 우버규제는 관점 차이  
<http://kr.besuccess.com/2014/07/uber-regulation/>

-(글로벌포커스)에어비앤비·우버는 규제돼야 하는가?

<http://me2.do/xbh0UBpZ>

-"공유경제 모델이 소비에 대한 인식도 바꿨다"

<http://me2.do/5GeXkeoh>