

공유경제 비즈니스 사례 분석 및 시사점

산업분석부 민성희 선임연구원
박정은 선임연구원

- I. 공유경제 비즈니스의 성장 및 전망
- II. 국내외 공유경제 비즈니스 사례 분석
- III. 시사점

'16년 다보스포럼에서는 미래 혁신 비즈니스로 '공유경제'를 선정하였다. 공유경제 개념은 글로벌 금융위기 이후의 저성장 기조에서 IT플랫폼, SNS 등의 성장을 기반으로 비즈니스 모델로 구체화되었고, 그 중 우버(Uber)와 에어비앤비(Airbnb)는 대규모 투자 유치를 기반으로 공격적인 사업확장과 수요창출을 지속하여 전통산업을 위협하는 글로벌 기업으로 성장하였다.

차량공유기업인 우버는 구글벤처스 등의 대규모 자금지원 및 수요자 중심의 온디맨드(on-demand) 전략으로 글로벌 영업망을 빠르게 확대하며 기업가치 680억달러 규모의 기업으로 성장하였다. 숙박공유기업인 에어비앤비는 실리콘밸리의 액셀러레이터 지원을 기점으로 후속투자 유치에 성공하고 경쟁업체 인수합병 및 현지화 전략으로 시장을 선점하여 기업가치 255억달러 규모의 기업으로 성장하였다. 우버와 에어비앤비의 영업은 기존 시장과의 마찰, 불법 논란을 야기하고 있으나, 최근 법 개정을 통한 허용 등 우호적인 환경이 조성되고 있다.

국내에도 다양한 분야에서 공유기업이 등장하였으나, 차량공유기업인 쏘카(Socar)와 그린카(Greencar)가 대기업 자본을 기반으로 사업을 확장하고 있는 반면 대부분의 업체는 초기 스타트업 단계에서 성장이 제한적이다. 서울시 등 지자체를 중심으로 공유기업 육성 정책을 시행하고 있으나, 자금지원 및 제도적 환경이 미성숙한 단계로 아직 가시적 성과는 미미하다.

국내 공유경제 비즈니스의 성장 및 한국형 공유기업의 육성이 가능하기 위해서는 정부 차원의 법·제도 인프라 구축 및 중장기적 육성 정책 수립, 국내 환경에 부합하는 차별화 전략 등을 통한 기업경쟁력 확보와 더불어 성장단계별 순차적 자금지원 등과 같은 금융부문의 역할이 필요하다.

* 본고의 내용은 집필자의 견해로 당행의 공식입장이 아님

I. 공유경제 비즈니스의 성장 및 전망

1. 공유경제 비즈니스의 등장

□ (도입) 공유경제 비즈니스는 미래 혁신 비즈니스로 등장

- 공유경제 비즈니스는 물건이나 공간, 서비스 등을 나누어 쓰는 ‘공유’의 개념을 IT플랫폼을 기반으로 하여 사업화한 모델
 - ‘공유’는 소유재산을 나누어 쓰는 개념으로 카풀 등 이전부터 존재해왔으나, 최근 비즈니스 형태로 새롭게 부상
 - ’11년 ‘Time’지는 세상을 바꿀 10개 아이디어 중 하나로 공유(sharing)를 제시했으며, ’16년 다보스포럼에서는 공유경제를 미래 혁신 비즈니스로 발표
 - 개인이 통제할 수 있는 자원을 공유 원칙에 따라 거래
- 학술적 의미의 공유경제(sharing economy)는 ’08년 하버드대 Lessig 교수가 언급⁴⁾
 - Lessig은 공유경제와 상업경제(commercial economy)가 혼합된 하이브리드 경제가 당분간 이어질 것으로 전망

□ (배경) 공유경제는 저성장으로 인한 공유 개념의 인식 전환과 IT플랫폼 개발로 급격히 팽창




- 금융위기 이후 저성장, 높은 실업률 등으로 소유 포기 계층이 늘며, 공유에 대한 긍정적 인식 확대
- IT플랫폼과 SNS는 공유경제 비즈니스 성장의 촉매 역할 수행
 - 스마트폰, 센서, GPS, 결제시스템 등은 수요자와 공급자를 긴밀하게 연결
 - IT플랫폼 개발은 거래비용을 축소시키며 공유 서비스 접근성을 높임
 - SNS, 커뮤니티 등을 활용한 상호평가 시스템은 공유경제에 대한 신뢰성 제고에 기여

4) Lawrence Lessig(2008), “Remix : Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy”, Penguin Press

□ (비즈니스 유형) 공유 주체 및 공유대상 등에 따라 다르며, 기본적으로 공통된 개념을 정립하기는 어려움⁵⁾

- 공유 주체에 따라 개인간(P2P), 기업과 개인(B2P) 등으로 구분
 - P2P(peer-to-peer) : 특정 서비스를 필요로 하고 제공할 수 있는 개인간 거래
 - B2P(business-to-peer) : 자산을 소유한 기업 등이 단기 렌탈 형식으로 대어
- 공유대상은 차량, 숙박 등 다양하며 점차 확대

〈표 1〉 공유경제 비즈니스 유형

공유대상	P2P	B2P
차량		
숙박		

2. 공유경제 비즈니스의 성장 및 전망

□ (성장) 공유경제 시장은 벤처캐피탈 등 투자 및 시장참여자의 확대로 지속 성장

- 공유경제 비즈니스에 벤처캐피탈 등의 투자 지속
 - 대표기업인 우버(Uber), 에어비앤비(Airbnb) 등은 대규모 투자금 유치를 기반으로 사업을 확장하여 글로벌 기업으로 성장
 - 우버와 에어비앤비는 각각 141억달러, 33억달러 규모의 자금 조달(차입금 포함)
- 공유경제 시장 규모는 공유대상 및 시장 참여자수 증가로 점차 확대
 - 공유자원은 재화, 서비스 뿐만 아니라 지식 등의 무형자원도 대상
 - 소유경제상 구매포기고객군⁶⁾이나 비충성고객군⁷⁾도 공유경제 시장에 참여
 - 공유경제에 대한 긍정적 인식으로 향후 시장 참여자들은 더욱 증가할 전망

5) Juliet Schor(2014), “Debating the Sharing Economy”, Great Transition Initiative

6) 구매하고자 하는 제품이나 서비스가 절판되어 구입할 수 없는 고객(예 : 절판된 LP 공유 등)

7) 대안부재로 기존 상품(서비스)을 구매했으나 불만이 있는 고객에게 적합한 대안공유 상품을 개발하여 제공 (예 : 현지체험과 숙박을 함께 원하는 여행객에게 현지인이 생활하는 공간 공유 등)

□ (전망) 모든 유·무형 가치를 공유하며, 시장 확대 전망

- 크라우드펀딩(금융), 채용(노동), 숙박(자산), 카셰어링(서비스) 분야는 물론 지식 등 점차 공유 분야가 다양화, 세분화되면서 시장 규모 확대
 - 공유경제 시장규모는 '13년 150억달러에서 '25년까지 3,350억달러로 연평균 29.5% 증가 전망⁸⁾
- 공유경제는 주로 온디맨드(on-demand)⁹⁾ 서비스로, 수요자 니즈에 부합하는 모든 제품 및 서비스를 공유하며 급격히 팽창
 - 스마트폰 등을 활용한 IT플랫폼 비즈니스는 시장참여를 가속화
- 공유경제의 빠른 시장 확대는 신규 시장을 창출하기도 하지만 기존시장과 마찰을 일으킬 수도 있어, 각 국가의 실정에 맞는 비즈니스 모델 적용이 중요
- 우리나라도 빠르게 성장하는 공유경제 흐름에 긍정적으로 편승할 수 있도록, 실정에 맞는 비즈니스 모델 안착을 유도할 필요가 있음
 - 본고에서는 해외의 대표적인 공유경제 비즈니스 사례(우버, 에어비앤비)와 국내 영업현황을 분석하여 시사점을 도출하고자 함

8) John Hawksworth and Robert Vaughan(2014), "The Sharing Economy : Sizing the Revenue Opportunity", PwC

9) 온디맨드 서비스는 수요자 중심 서비스로, 수요자는 원하는 시간, 원하는 장소에서 혜택 향유

II. 국내외 공유경제 비즈니스 사례 분석

1. 해외 사례

(1) 차량공유기업, 우버(Uber)

□ 차량공유 서비스는 대표적인 공유경제 사례로 가파르게 성장

- (개념) 차량공유는 자동차가 상당한 시간 주차되어 있다는 점에 착안하여 주차된 시간 동안 필요한 소비자에게 제공하여 공유하는 것을 의미
- (배경) 차량공유 비즈니스는 스마트폰 보편화, GPS 기술 발달, 고령화 및 경제위기로 인한 소비자의 합리적 소비성향 증가 등으로 성장
 - 공유시스템의 접근 용이성과 젊은 층을 중심으로 한 차량 소유에 대한 인식 변화로 차량공유 시장은 성장 가속화
- (비즈니스 유형) 차량공유는 공유성격에 따라 카헤일링과 카셰어링으로 구분
 - 카헤일링(car-hailing) : 이동서비스를 공유, 즉 이동을 원하는 소비자와 이동서비스(차량과 기사 제공)를 제공하는 사업자를 연결, 주로 P2P형태로 운영되며 라이드헤일링(ride-hailing) 혹은 라이드셰어링(ride-sharing)이라고도 함
 - 주요 기업 : 우버(美), Lyft(美)
 - 카셰어링(car-sharing) : ‘차’라는 자산을 공유, 일종의 단기 렌탈 방식으로 주로 B2P 형태로 운영
 - 주요 기업 : ZipCar(美), Car2Go(獨), DriveNow(獨)

〈표 2〉 카헤일링과 카셰어링 시장규모 전망

	카헤일링	카셰어링
시장규모 (백만달러)	<p>550 (2013) → 7,935 (2030) 14.4배</p>	<p>700 (2013) → 7,533 (2030) 10.8배</p>
관련업체		

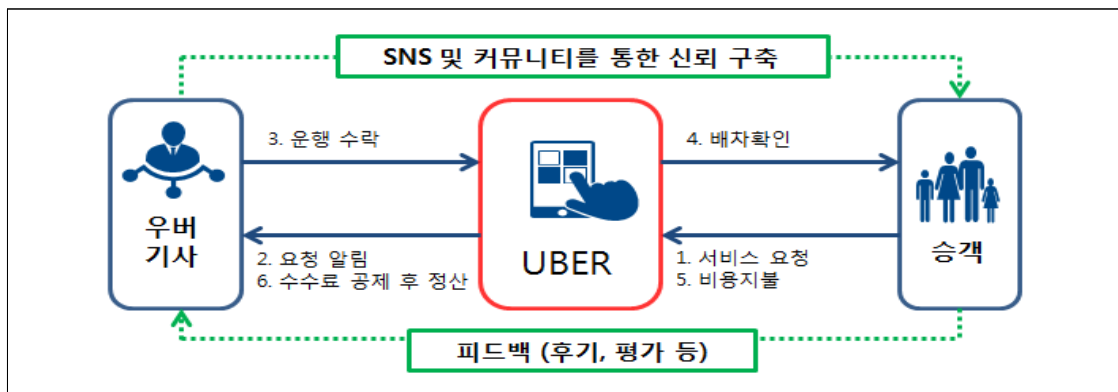
자료 : 한국자동차산업연구소(2016.6), “글로벌 빅3, 모빌리티 사업 확대”

- 차량공유 시장 확대에 힘입어, 주요 자동차 메이커들도 차량공유 사업 진출
 - BMW는 DriveNow, 다임러는 Car2Go, 폭스바겐은 Quicar 등 카셰어링 업체를 보유하면서 관련 IT업체를 흡수 합병
 - 자본력이 약한 스타트업 기업들은 자산을 보유하고 있는 공급자와 수요자를 연결하는 시스템 개발에 중점
 - GM은 Lyft, Toyota는 우버 등 카셰어링 업체에 대한 투자도 활발

□ 우버는 차량공유 서비스를 제공하는 스타트업으로 출발하여 글로벌 기업으로 성장

- (기업개황) 승객과 차량(기사 포함)을 연결해주는 플랫폼 서비스
 - '09.3월 창업하여 '16.5월 현재 66개국 449개 도시에서 서비스 제공
- (사업모델) 대표적인 카셰어링 업체로, P2P 방식으로 온디맨드 서비스 제공
 - 플랫폼(모바일 애플리케이션)으로 차량을 제공하려는 공급자와 이용하려는 수요자를 연결하고 수수료를 수취
 - 이동요금은 우버 애플리케이션에서 자동 결제되고, 수수료는 결제금액의 20%

〈그림 1〉 우버 차량공유 비즈니스 프로세스



자료 : 회사 홈페이지 참고하여 산업은행 작성

□ 우버는 다수 투자자의 자금지원을 기반으로 수요자 중심 비즈니스를 구사하며 시장 선점

- (성장과정) 창업 초기 이후 지속적인 투자 유치에 성공하며, 풍부한 자금력으로 해외 영업망을 확대하며 글로벌 플레이어로 성장
 - '09년 창업하여 '10.6월 샌프란시스코에서 첫 서비스(베타버전)를 시작
 - 우버의 초기 창업은 실리콘밸리의 대중교통 이용이 용이하지 않다는 점을 공략하여 초기 수요자들 사이에서 환영
 - 우버는 창업자의 초기 자본(스타트업 기업인 Red Swoosh 매각자금¹⁰)과 GV(구글벤처스) 등 실리콘밸리의 투자를 기반으로 시장 조기 안착 성공
 - 창업자인 Travis Kalanick은 Red Swoosh(스타트업, 파일공유서비스 제공)를 성공리에 매각한 후, 차기 기업으로 우버 창업
 - 우버는 벤처캐피탈 등의 지속적인 투자를 바탕으로 해외 영업망을 확장하여 '16.6월말 현재 기업가치가 680억달러¹¹)에 달하는 기업으로 성장
 - M&A 추진 등 자율주행차 시장으로 사업영역 확대
 - 자율주행차 개발을 위해 '15.3월 deCarte(지도기반 서비스 플랫폼)와 '16.8월 Otto(자율주행 트럭 서비스 플랫폼) 스타트업 인수

〈그림 2〉 우버 기업가치 및 자금조달 추이



자료 : CrunchBase, 언론보도 등 참고

10) Red Swoosh는 '07.4월 Akamai Technologies, Inc.에 1,870만달러에 매각됨

11) 우버의 기업가치는 '15년 500억달러를 돌파했는데, 이는 페이스북이 7년만에 달성한 것에 비해 2년 빠름

- (성공요인) 초기 벤처투자자들의 자금지원을 기반으로 다수의 시장참여자를 유도, 니즈에 맞는 서비스 제공으로 시장점유율 확대
 - 수요자 및 공급자에 대한 금전적 지원 등으로 초기에 다수의 시장참여자 유치
 - 수요자 : 우버 탑승시 초기 지원금 제공
 - 공급자 : 유류비 지원, 스마트폰 제공
 - 잠재적 공급자 : 차량 구입시 리스형태 자금지원 등
 - 사람을 움직이는 서비스와 혁신적인 가격체계¹²⁾
 - 수요자는 원하는 서비스를 원하는 시간과 장소, 퀄리티로 제공받음
 - 고객을 세분화하여 맞춤형 서비스 제공 : Uber Black, Uber X, Uber Taxi, Uber SUV, Uber ASSIST 등¹³⁾
 - 다양한 이동수단 : Uber Moto(오토바이, 방콕·베트남), Uber Boat(수상택시, 터키) 등
 - 이동서비스에 배송역량을 접목 : Uber Eats(음식배달), Uber RUSH(배송) 등
 - 수요량 - 공급량을 맞춘 가격전략 실시
 - 우버의 요금체계는 국가, 도시 및 공휴일 등 서비스 수급상황에 따라 상이
 - Uber POOL(카풀), Uber HOP(셔틀서비스) 등으로 가격 절감
 - 시장참여자의 편의성 및 신뢰 제고를 위한 시스템 구축
 - O2O(Online to Offline)¹⁴⁾ 지불결제 시스템의 구축으로 결제 편의성 향상
 - 공급자는 장비 간소화(내비게이션, 카드 단말기 등 불필요)로 편리함 향상
 - 후기(peer-review)를 통한 상호평가 시스템으로 신뢰 제고

□ 벤처캐피탈 등 막대한 투자금 유치로 자금조달 여건 우수, 제도적 기반은 미미하나 이용자수 급증으로 우호적 상황 전개

- (자금조달) 우버는 창업이후, '16.7월까지 총 141억달러의 자금 조달(지분투자 및 차입금 포함)
 - Travis Kalanick은 Red Swoosh 매각대금을 기반으로 창업, 이후 First Round Capital 등 벤처캐피탈로부터 Seed, Series A 단계의 자금 유치
 - '11년 말 이후 사업 확장, 마케팅 등에 필요한 후속투자(Series B~G) 유치 지속
 - '15.1월 16억달러, '16.7월 11.5억달러 규모의 차입금 조달

12) Rafi Mohammed(2013), "Uber's 'price gouging' is the Future of Business", Harvard Business Review

13) Uber Black은 고급리무진, Uber X는 일반 자가용, Uber Taxi는 택시, Uber SUV는 SUV 차량을 제공하는 서비스이고, Uber ASSIST는 교통 약자들을 위한 서비스임

14) 스마트폰 등 온라인으로 상품(또는 서비스)을 주문하면 오프라인으로 이를 제공받는 것

〈표 3〉

우버 자금조달 내역

(단위 : 백만달러)

시기	조달방식 ¹⁵⁾	금액	투자자(채권은행)
'09. 8	Seed	0.2	Red Swoosh 매각
'10.10	Seed	1.3	First Round Capital, Founder Collective 등
'11. 2	Series A	11	First Round Capital, Founder Collective 등
'11.12	Series B	37	CrunchFund, Benchmark Capital 등
'13. 8	Series C	258	GV(Google Ventures), TPG Capital 등
'14. 6	Series D	1,400	GV, Menlo Ventures, Fidelity Investments 등
'14.12	Series E	1,200	New Enterprise Associates 등
'15. 1	차입(전환사채)	1,600	Goldman Sachs
'15. 2	Series E	1,000	Foundation Capital 등
'15. 7	Series F	1,000	Microsoft 등
'15~'16	Series F~G	2,900	Tata Capital, LetterOne, Citic Securities 등
'16. 6	Series G	3,500	Saudi Arabia's Public Investment Fund
'16. 7	차입	1,150	Morgan Stanley 등
계		14,057.5	

자료 : CrunchBase, 언론보도 등 참고

- (법·제도) 신규시장 형성과 기존시장 침범이라는 측면에서 논란이 지속되고 있으나, 수요자 친화적인 비즈니스로 점차 우호적 환경 조성
 - 플랫폼 비즈니스의 특성상 시장 규모는 빠르게 확대되지만, 새로 형성된 시장에 대한 관련 법과 제도의 발전 속도는 느린 편
 - 우버 비즈니스는 기존 시장과의 마찰로 불법화되기도 하였으나, 이용자 급증으로 우호적 환경이 조성되며, 대부분 국가에서 이용 가능¹⁶⁾
 - 국내에서는 택시업계와의 마찰 등으로 Uber X 서비스가 현재 불법¹⁷⁾
 - 다만 공유경제 확대 추세에 따라, 지속적 불법화가 아니라 소비자가 선택할 수 있도록 대안모델을 지원하는 방안 등이 검토될 예정¹⁸⁾

15) 보통 스타트업 기업에 대한 투자는 라운드(round)라고 불리는 단계(Seed → Series A → B → C~G)별로 진행
 - Seed : 엔젤투자자 등이 창업초기 제품 또는 서비스의 개발을 위한 인건비, 개발비 용도로 자금지원
 - Series A : 사업화 단계에서 이루어지는 첫 번째 공식적인 벤처캐피탈 자금 투자로, 투자금은 보통 300만~1,000만달러 규모임
 - Series B : 사업성이 인정(상품이 정식제품으로 인정)된 경우, 시장점유율 확대를 위한 마케팅이나 사업 확장 용도로 지원
 - Series C~G 등 : 글로벌 기업으로 성장하는 과정에서 Series C~G 등 추가자금 지원
 16) 중국은 2016.7.28일 “網絡預約出租汽車經營服務管理暫行辦法(온라인예약 택시 서비스 관리에 관한 법)” 통과
 17) Uber Black은 이용 가능
 18) 박원순(2014.9.16), “모든 것을 공유하고 모든 것을 연결하라”, CCKOREA 국제 컨퍼런스

(2) 숙박공유기업, 에어비앤비(Airbnb)

□ 숙박공유 비즈니스는 IT플랫폼을 기반으로 성장, 사업의 형태에 따라 개인의 숙박공유와 휴가용 주택임대로 구분

- (개념) 숙박공유는 유휴공간을 여행객에게 숙박공간으로 공유하는 것을 의미
- (배경) 숙박공유 비즈니스는 합리적 소비성향 증가, 여행 트렌드의 변화 및 IT플랫폼 비즈니스의 성장 등이 맞물리며 등장
 - 금융위기 이후 주요 관광도시의 높은 집세와 숙박료, 합리적 소비성향 증가, 현지문화 체험 선호 등 여행 트렌드의 변화는 숙박공유에 대한 수요 촉발
 - IT플랫폼 비즈니스의 성장은 숙박공유 비즈니스의 성장 가속화
- (비즈니스 유형) 엄밀히 구분되지는 않으나, 주요사업의 형태에 따라 개인의 숙박공유와 휴가용 주택임대(vacation rental)로 구분
 - 개인의 숙박공유 : IT플랫폼 기반을 통해 개인의 숙박공유 공급자와 수요자를 연결하는 P2P형태의 비즈니스
 - 주요 기업 : 에어비앤비(美), Wimdu(獨)
 - 휴가용 주택임대 : 미국, 유럽에서 성행하던 휴가용 주택임대 서비스를 IT플랫폼 기반을 통해 제공하는 비즈니스로, 주로 B2P형태로 운영
 - 주요 기업 : HomeAway(美, '15년 Expedia에 피인수)

〈표 4〉 개인의 숙박공유와 휴가용 주택임대 시장규모 전망

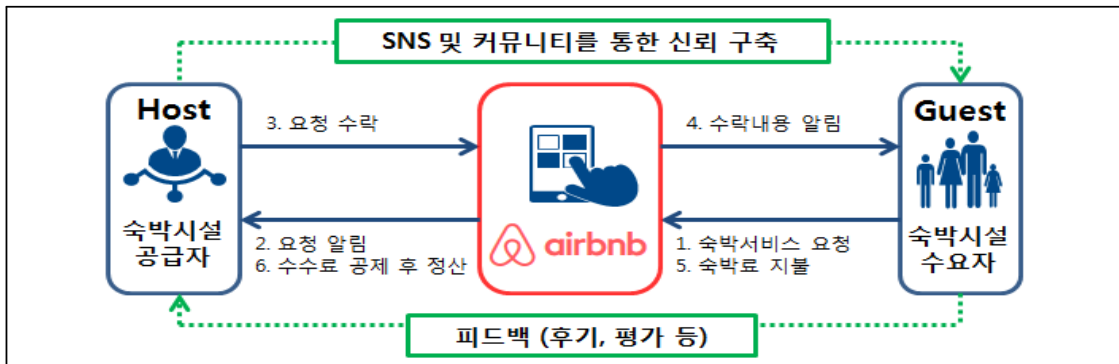
	개인의 숙박공유	휴가용 주택임대
시장규모 (십억달러)	<p>2014: 6, 2025: 107, CAGR 29.9%</p>	<p>2014: 25, 2025: 129, CAGR 16.1%</p>
주요기업		

자료 : Piper Jaffray(2015.3), "Sharing Economy : An In-Depth Look At Its Evolution & Trajectory Across Industries"

□ 대표적인 숙박공유기업 에어비앤비는 '08년 미국에서 창업기업으로 출발하여 글로벌 플레이어로 성장

- (기업개황) '08년 미국에서 창업기업으로 설립, 총 191개국에 숙박공유 네트워크를 보유한 글로벌 기업으로 부상
 - 등록 숙박시설 : 2.2백만건(업계 1위)
 - 숙박 이용실적 : '15년 61백만건(추정)
 - 매출액 : '15년 6.8억달러(추정)
- (사업모델) IT플랫폼을 기반으로 P2P방식의 숙박공유 서비스 제공
 - 오프라인 공간 상 개인의 숙박공유 공급과 수요 니즈를 IT플랫폼을 통해 연결하는 P2P모델 영위, 숙박 예약금액에 대하여 6~12% 수수료 수취

〈그림 3〉 에어비앤비 숙박공유 비즈니스 프로세스



자료 : 회사 홈페이지 참고하여 산업은행 작성

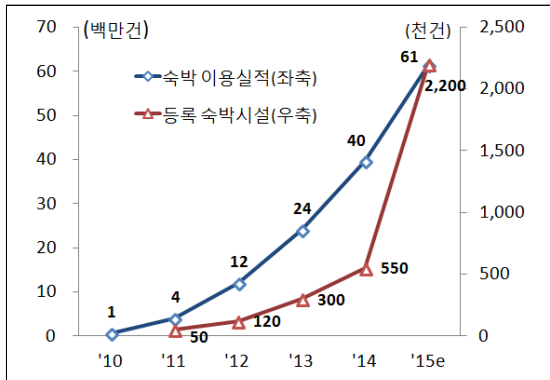
□ 에어비앤비는 액셀러레이터 등 벤처캐피탈의 자금지원을 기반으로 공격적으로 경쟁업체를 인수합병하고 해외 현지화 전략 등을 구사하여 시장 선점

- (성장과정) 창업 초기 자금유치에 어려움을 겪었으나, 액셀러레이터(accelerator)¹⁹⁾의 지원 등으로 자금조달에 성공, 공격적인 사업 확장으로 글로벌 플레이어로 성장
 - '08년 디자인스쿨 학생인 Brian Chesky와 Joe Gebbia가 비싼 집세를 보전할 목적으로 착안한 아이디어에 기반, IT기술자인 Nathan Blecharczyk와의 동업으로 회사 설립

19) 실리콘밸리에서 등장한 기업 유형으로, 성공한 벤처기업인이 축적된 경험과 노하우, 자금, 네트워크를 활용하여 초기투자 및 단기 보육 프로그램 등을 통해 후배 스타트업의 성장을 지원하는 역할 수행

- 창업 초기 투자자 대부분이 회의적이었으나, '09년 실리콘밸리 액셀러레이터인 Y Combinator²⁰⁾의 창업지원 프로그램 참가 이후 사업기반 구축 및 투자유치 성공
- '11년 이후 독일 Accoleo, 영국 CrashPadder 등 경쟁업체 인수합병 및 해외영업망 확장에 주력, '16년 현재 2.2백만건의 숙박시설 네트워크 보유, '15.6월 기업가치가 255억달러²¹⁾로 평가받는 글로벌 업체로 성장
- 최근 스마트홈 센서 업체 Lapka, 비트코인 결제시스템 업체 ChangeCoin 인수 등 향후 신규 서비스 개발, 비즈니스 확장을 통한 장기 성장플랜 도모 추정

〈그림 4〉 에어비앤비 숙소등록·이용실적



주 : 숙박 이용실적 '15년 수치는 추정치
 자료 : Piper Jaffray(2015.3), 회사 홈페이지

〈표 5〉 에어비앤비 M&A 내역

시기	피인수업체	사업내용
'11	Accoleo(독일)	숙박공유 플랫폼
'12	CrashPadder(영국)	숙박공유 플랫폼
'12	NabeWise(미국)	위치기반 주변정보 검색
'12	DailyBooth(미국)	사진촬영/공유 플랫폼
'12	Fondu(미국)	음식점 후기 SNS
'12	Localmind(미국)	장소기반 Q&A 플랫폼
'14	Pencil Labs(미국)	일정관리 애플리케이션
'15	Vamo(미국)	여행 플래닝
'15	Lapka(러시아)	스마트홈 센서
'16	ChangeCoin(미국)	비트코인 결제시스템

자료 : CrunchBase, 언론보도 등 참고

- (성공요인) 공격적인 사업 확장을 통한 시장 선점, 서비스 이용자의 신뢰기반 구축 및 공유경제 비즈니스의 특징점을 마케팅시 적극 활용
 - 경쟁업체 인수합병, 현지화 마케팅 등으로 단기간 내 글로벌 이용자 확보
 - 공유경제의 특징점을 활용하여, 시장 참여 유도 및 기업 이미지 수립
 - 유희공간 공유를 통한 예상수익 정보 제공 등으로 참여동기 부여
 - 커뮤니티의 형성, 특별한 경험과 인적교류의 기회 제공 등의 역할 강조
 - SNS를 활용한 평판 시스템 도입 등으로 서비스에 대한 신뢰 구축

20) Y Combinator는 실리콘밸리의 대표적인 액셀러레이터로, 에어비앤비, 드롭박스 등 560여개사를 지원하였으며 이들의 창업 생존율이 90%에 이릅니다

21) 글로벌 호텔업계 시가총액 1위인 힐튼('16.8.25자 239억달러)보다 높은 수준임

□ 벤처캐피탈 업계의 풍부한 자금지원, 대규모 차입금 조달성공 등 자금조달 여건 우수, 제도적 환경은 국가·도시에 따라 상이하나 최근 법 개정 등으로 우호적 상황 전개

- (자금조달) 창업 이후 '16.6월까지 총 33억달러 규모의 자금 조달(지분투자 및 차입금 포함)
 - 창업 초기 실리콘밸리의 대표적인 액셀러레이터인 Y Combinator의 창업지원 프로그램 참가를 계기로 Seed, Series A 단계의 벤처캐피탈 자금 유치
 - '11년 이후 사업 확장, 마케팅 등에 필요한 후속투자(Series B-E) 유치 지속
 - '16.6월 차입금 10억달러 조달

〈표 6〉 에어비앤비 자금조달 내역

(단위 : 백만달러)

시기	조달방식	금액	투자자(채권은행)
'09. 1	Seed	0.1	Y Combinator
'09. 4	Seed	0.6	Sequoia Capital
'10.11	Series A	7.2	Greyllock Partners, Sequoia Capital 등
'11. 7	Series B	112	Andreessen Horowitz, CrunchFund 등
'12. 5	Series C	200	Founders Fund, CrunchFund, Sequoia Capital 등
'14. 4	Series D	475	TPG Capital 등
'15. 6	Series E	1,500	General Atlantic, Hillhouse Capital Group 등
'16. 6	차입	1,000	Citi, Bank of America, JPMorgan Chase, Morgan Stanley
계		3,294.9	

자료 : CrunchBase, 언론보도 등 참고

- (법·제도) 국가, 도시에 따라 숙박공유에 대한 법·제도적 허용여부가 상이하나, 최근 법 개정을 통한 허용사례가 증가하는 추세
 - 에어비앤비의 영업 관련 각국에서 불법, 탈세 논란이 대두되었으며, 현재 미국 뉴욕, 독일 베를린 등에서는 금지
 - 반면, 미국 샌프란시스코, 독일 함부르크, 프랑스, 영국 등에서는 법 개정을 통해 개인의 숙박공유를 허용
 - 한국은 '16년 들어 정부가 '공유민박업' 도입 계획 발표

2. 국내 공유경제 도입 사례

□ 다양한 분야에서 공유경제 기업이 등장, 초기 스타트업이 대부분으로 성장이 다소 제한적이거나, 최근 대기업·중견기업의 투자 및 업무제휴 사례 증가

○ 국내 공유경제 기업들은 IT플랫폼을 운영기반으로 하는, 자본금 1억원 이하의 소규모 창업기업으로 출발하여 사업 확장 기회를 모색

〈표 7〉 국내 공유경제 비즈니스 영위 업체 현황

공유대상	업체	설립	비즈니스 모델	상세 영업내용
차량		'11.10	B2P	- IT플랫폼, 위치기반서비스를 활용한 카셰어링 서비스(10분 단위) 제공 - 전국 54개 도시, 2,400개 지점 보유 - '16.5월 기준 회원수 180만명 달성
		'09.12	B2P	- IT플랫폼, 위치기반서비스를 활용한 카셰어링 서비스(10분 단위) 제공 - 전국 1,650개 차고지 보유 - '16.5월 기준 회원수 140만명 달성
숙박		'12. 1	P2P	- IT플랫폼 기반의 숙박공유 서비스(한옥스테이로 차별화 시도) 제공 - 등록 숙박시설 5천건 보유 - '16.5월 기준 가입자수 1.2만명 달성
주차장	 *업체명 : 모두컴퍼니	'13. 2	B2P, P2P	- IT플랫폼, 위치기반서비스를 활용한 실시간 주차장 공유 서비스 제공 - 전국 4만개 공영/민영 주차장 정보 제공 및 서울시 거주자 우선 주차면 공유
공간	 *업체명 : 앤스페이스	'14. 9	B2P	- IT플랫폼 기반으로 파티, 오피스, 게스트 하우스, 쿠킹 스튜디오 등 다양한 목적의 모임 공간 연결 - 약 700개의 유희공간 보유
		'15. 4	B2P	- 오피스 공간(카페처럼 구성된 오픈 데스크, 독립된 형태의 프라이빗 스위트) 공유 - 스타트업, 프리랜서, 디자이너 등이 이용 - 서초, 역삼 등에 3개 점포 운영
기타		'15. 6	P2P	- 옷장 속에 있는 잘 입지 않는 정장을 기증, 필요로 하는 사람에게 공유 - 비영리단체로 출발, '15.6월 사단법인 설립 - 한달 이용자 1,500~2,000명

자료 : 회사 홈페이지, 언론보도 등 참고

- 대부분 초기 스타트업 단계에서 성장활로 모색이 쉽지 않은 반면, 카셰어링 업체는 성공적으로 사업화를 진행하여 매출증가세 시현
 - 국내 카셰어링 시장점유율 1, 2위 업체인 쏘카, 그린카의 매출규모 급증
 - 2개사 매출액 합계(억원) : '13년 90 → '15년 668
- 전통산업 및 IT플랫폼 비즈니스를 영위하는 대기업·중견기업의 공유경제 기업에 대한 투자, 업무제휴 사례가 증가
 - SK가 쏘카 지분 20% 보유, 롯데렌탈은 그린카 경영권 인수(지분율 91.9%)
 - '16.1월 네이버는 엔스페이스 지분 37.7% 인수, '16.8월 카카오는 쏘카, 그린카와 차량 관련 O2O 서비스 활성화를 위한 업무협약²²⁾ 체결
 - '14.4월 현대엠엔소프트(현대차계열 차량용 소프트웨어 개발업체)는 주차장 공유업체 모두컴퍼니와 전략적 업무제휴 체결

〈그림 5〉 대기업·중견기업의 공유경제 기업에 대한 투자·업무제휴 현황



□ 공유기업에 대한 후속투자, P2P비즈니스에 대한 제도적 기반 등이 제한적인 편, 지자체 중심으로 공유기업 육성 정책 시행 중이나 가시적 성과는 미미

- (자금조달) 카셰어링 업체의 경우 대규모 투자유치에 성공하여 사업확장에 주력, 그 외 업체는 Seed, Series A 단계에서 제한적으로 투자 유치
 - 쏘카는 '14.10월 Series A 180억원 및 '15.11월 Series B 650억원 유치, 그린카는 롯데렌탈이 지분매입 지속하여 롯데그룹에 자회사로 편입
 - 엔스페이스는 '16.1월 네이버로부터 투자유치(금액 미공개), 패스트파이브는 '16.3월 30억원 자금 조달, 그 외는 소액 창업자금 확보 등에 그침

22) 카카오에서 제공하는 대리운전, 주차 등의 서비스와 시너지를 창출하여 카셰어링을 기반으로 스마트 모빌리티(smart mobility) 구축 및 활성화 계획을 수립

- (법·제도) 공유대상과 비즈니스모델에 따라 관련 법·제도의 구비여부가 상이하하며, 주로 P2P형태의 비즈니스는 제도적 제약이 존재
 - 차량공유의 경우 우버와 같은 P2P형태의 카셰어링 모델은 국내에서 불법으로 결정되었고 (15.10), 쏘카와 같은 카셰어링 모델은 여객자동차운수사업법에 의거 가능
 - 숙박공유는 기존 제도권 내에서 부분적으로 가능, '16년 들어 정부가 검토 중인 '공유민박업' 도입시 가능범위 확대 예상
 - 그 외 P2P형태의 비즈니스 모델은 대부분 관련 법·제도가 미비

〈표 8〉 국내 차량공유 관련 법·제도

구분	관련 내용
자동차대여 사업 (여객자동차 운수사업법)	- 차량대수 및 차고지 확보 기준 충족 필요 - 운전자 알선금지 - 대여한 사업용 자동차의 유상운송 및 재대여 금지
자가용자동차 (여객자동차 운수사업법)	- 사업용 자동차가 아닌 자동차의 유상운송 및 임대 금지

자료 : 정보통신정책연구원(2015.12), “공유경제 비즈니스 모델과 새로운 경제규범”

〈표 9〉 국내 숙박공유 관련 법·제도

구분	관련 내용
외국인관광 도시민박업 (관광진흥법)	- 외국인 관광객에 한정 - 도시 230㎡미만 단독주택
한옥체험업 (관광진흥법)	- 내외국인 관광객 - 한옥 숙박체험에 적합한 시설
농어촌민박사업 (농어촌정비법)	- 내외국인 관광객 - 주인 거주, 농어촌지역
공유민박업 (예정)	- 내외국인 관광객 - 연간 180일 이내 숙박공유 - 호스트가 거주하는 방 5개 이하의 주택

자료 : 문화체육관광부 보도자료(2016.6.1), “한국관광 정책, 질적으로 전환한다”

- (정책) 지차제 중심으로 공유기업 육성을 위한 정책적 지원 전개 중, 주로 인증제 도입을 통한 신뢰 확보, 인프라 구축 지원 등에 집중, 가시적 성과는 미미
 - 서울시, 부산시 등의 지자체는 공유기업 육성계획 발표 및 사업 추진 중
 - 서울시는 '12년 '공유도시 서울' 선언, '18년까지 공유기업 300개 육성계획 발표 ('15년 공유기업 지정 13건, 사업비 2.4억원 지원)
 - 부산시는 '15년 공유경제 로드맵 확정 및 기업인증제 도입 등 사업 추진
 - 개별 기업의 사업 확장 과정에서 지자체와 협업
 - 모두컴퍼니는 서울시 13개 자치구 등과의 업무협약 체결로 시내 주차장 정보 획득 및 공유주차장 사업 전개

Ⅲ. 시사점

□ 국내 공유경제 비즈니스의 성공적인 정착 및 한국형 우버·에어비앤비의 성장을 위해 정부, 기업, 금융 차원의 노력 필요

- (정부) 법·제도 인프라 구축 및 중장기적인 공유기업 육성 정책 수립 필요
 - 세계 공유경제 시장규모 증가 지속, 대표기업의 급격한 성장 등을 감안하여, 국내 공유경제 육성 지원을 위한 법·제도 인프라 정비 필요
 - 우버, 에어비앤비 등 글로벌 공유기업 서비스에 대한 수요가 국내에도 존재하며, 수요에 부합하는 서비스 활성화를 통해 부가수익 창출, 소비자 편익 제고 가능
 - * 예를 들어, 특정 시간대 택시 승차난, 성수기 숙박 공급부족 등과 같은 기존 서비스의 수급난 해소에도 유효
 - 창업기업의 성장단계에 따라 지속 적용 가능한 중장기적인 정책 수립 고려
 - 기존 육성정책은 공유기업 인증을 통한 신뢰확보 등은 유효하나, 인증 이후 후속지원이 미비한 편
- (기업) 신규 수요 발굴, 차별화 등을 통한 경쟁력 확보 및 시장 선점 필요
 - 사용자 친화적(user-friendly)인 서비스 개발 등으로 신규 수요 창출 및 시장 참여자 확대 추진 필요
 - 우버의 온디맨드 서비스, 에어비앤비의 시장참여 유도 전략 등
 - 국내 영업환경에 적합한 차별화된 서비스 개발로 경쟁력 확보가 중요
- (금융) 아이디어가 사장되기 전 창업초기 사업화 지원 및 후속투자 연계 필요
 - 대기업 등이 신규 수익원 발굴 차원에서 전략적으로 투자하는 경우를 제외하고, 대부분 초기 창업자금 지원 이후 후속투자가 미미
 - 창업기업의 성장단계에 따른 순차적 자금지원 활성화 필요
 - 실리콘밸리 대비 창업 초기단계에서 실질적인 멘토역할 수행이 가능한 액셀러레이터 및 사업 확장 단계에서의 후속투자 연계 등이 부족한 편