



S O L U T I O N P A P E R

2017

공유서울은 도시사회 문제 해결 수단 공유기업·시민 주도형 네트워크 구축

반정화

CONTENTS

01 공유서울 정책, 기반조성에서 확산으로 변화

- 1_공유경제, 도시문제 '해결사'... 시장규모 날로 커져
- 2_서울시, 새로운 도시패러다임 '공유서울' 정책 추진

02 공유서울, 시민일상 스며들고 공유기업 증가

- 1_공유서울 서비스 분야, 공유의 일상화로 확산 추세
- 2_서울시 공유기업 2013년 37곳→2016년 70여 곳

03 공유서울 참여시민·공유기업 급증 '큰 성과'

- 1_공유서울 시민인지도 향상...이용객 만족도 90%대
- 2_참여시민 3년새 5배 늘어 '생활 속 공유경제 실천'
- 3_공유기업 3년간 2배 이상 늘고 비즈니스모델로 부각

04 시민·공유기업 주도로 공유서울 재탄생 필요

- 1_공유서비스 제공자 확대·공유서울 네트워크 확산
- 2_공유경제 펀드 조성 등 공유기업 지원체계 구축
- 3_서울시, 공유경제 입장·방향성 명확히 할 필요

요약

서울시, 공유경제를 미래 서울 이끌 정책수단으로 제시

공유경제는 미래 서울을 이끌어갈 정책 수단으로 사용되고 있다. 서울시는 '공유도시 서울' 선언 이후 조례제정, 위원회 구성, 온라인 사이트 구축 등의 방식으로 정책 추진을 위한 제도적 기반을 마련하는 등 선도적으로 공유경제를 확산시켰다. 서울시 공유기업의 지정 및 지원을 통해 공유경제 생태계 조성에도 힘쓰고 있으며, 공유경제에 대한 인지도 제고에서 출발하여 시민들이 공감하고 쉽게 참여할 수 있는 정책에 초점을 두고 있다.

공유서울, 교통·환경 등 도시사회 문제 해법으로 활용

'공유서울'은 공간이나 물건은 물론 개인의 경험과 재능과 같은 무형 자산까지도 공유하는 등 점차 서비스의 범위가 확대되고 있다. 공유도시 정책이나 공유기업들의 주요 분야가 서울시가 당면한 교통, 주택, 환경 등의 도시사회 문제를 해결하기 위한 수단으로 활용되면서 사회문제 해결에도 기여하고 있다. 자산공유와 재활용으로 자원 낭비를 막을 수 있으며, 빈 공간 대여로 경제적 혜택도 누리고, 자동차 공동사용으로 환경도 개선하며, 지식 및 경험공유를 통해 사회적 고립감도 해결하는 효과가 있다.

공유서울, 서울시에서 시민·공유기업 주도로 전환해야

지금까지 공유도시 정책의 중심은 서울시에 있었다. 공유기업의 성장이나 공유플랫폼 서비스는 국내를 넘어 글로벌 시장으로 확장할 필요가 있다. 서울시 주도의 공유서울에서 벗어나 공유기업과 시민들의 주도로 이루어진 공유서울의 재탄생이 요구된다. 서울시는 공유경제에 대한 제도적 뒷받침의 부족과 기존 비즈니스 영역과의 마찰을 풀어갈 수 있는 장치를 마련해 글로벌 공유도시로 거듭나야 한다.

01 / 공유서울 정책, 기반조성에서 확산으로 변화

1_공유경제, 도시문제 ‘해결사’... 시장규모 날로 커져

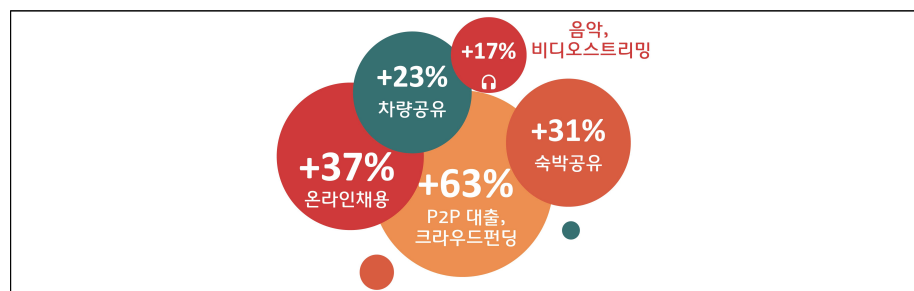
공유경제는 여분의 개인 자원을 온라인 이용해 타인과 공유

공유경제란 물건이나 지식, 공간, 경험 등 개인이 가진 여분의 자원을 온라인을 이용해 다른 사람과 공유하는 새로운 경제활동을 말한다. 공유경제는 새로운 일자리 창출이나 유희자원을 활용함으로써 참여자들에게 비용절감이나 부가수입을 올릴 수 있도록 해준다. 이뿐 아니라 대량생산에 따른 자원낭비를 막을 수 있는 환경위기의 극복 수단이자 개인화되는 사회에서 공동체 의식도 회복할 수 있는 도시문제 해결사라고 할 수 있다.

2010년 이후 세계 공유경제 시장은 연평균 80% 이상 성장

공유경제는 남는 자원을 나누어 쓴다는 기본적 가치를 넘어 새로운 비즈니스 영역으로 확산되고 있다. 2010년 이후 세계 공유경제 시장은 연평균 80% 이상 성장하고 있다(Massolution, 2015)¹. 전 세계 70여 개 도시에서 3천여 개 이상의 공유서비스가 제공 중이며, 아시아 지역은 높은 참여율과 빠른 성장속도로 두각을 보이고 있다. 특히 P2P(개인 대 개인) 대출이나 클라우드 펀딩, 온라인 채용, 숙박공유, 차량공유, 음악 및 비디오 스트리밍 분야는 성장이 주목된다(PwC, 2014)².

[그림 1]
공유경제 분야별
서비스 확산

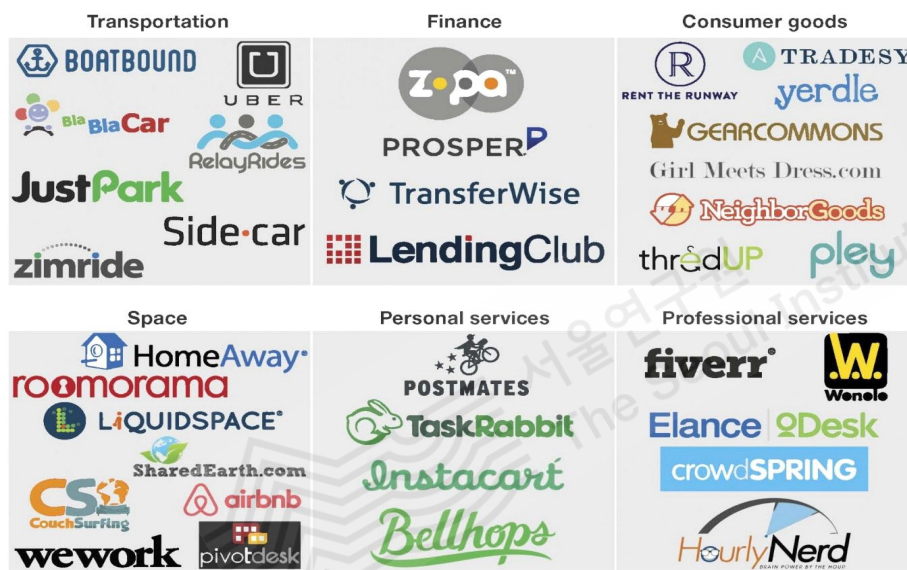


¹ Massolution Crowd Funding Industry 2015 Report.

² The Sharing Economy, PwC. 2014.

공유플랫폼 구축, 세분·전문·개인화 추세로 서비스 영역 확산

글로벌 공유플랫폼은 남거나 안 쓰는 도서나 공구, 의류와 같이 일상에서 필요한 물건을 공유하는 기본적인 공유경제 개념에서 출발하여, 사무실이나 거주공간의 공동 사용을 넘어, 공동의 목표와 지향점, 관심분야가 같은 사람들의 모임(예, 집 밥 같은 한 끼 식사를 즐기려는 공유서비스)이나 전문적인 지식 공유 등 더 세분화되고 개인화되는 추세이다. 최근에는 돈을 빌려주는 금융서비스를 제공하는 공유플랫폼도 나오고 있으며, 카셰어링 서비스는 자동차 대기업들도 참여하면서 기업과 협력하고 있다.



[그림 2]
공유기업의 확장 트렌드

<http://www.huffingtonpost.com/Opportunities in Sharing Economy for You / By Milena Milićević>
2016.04.08.

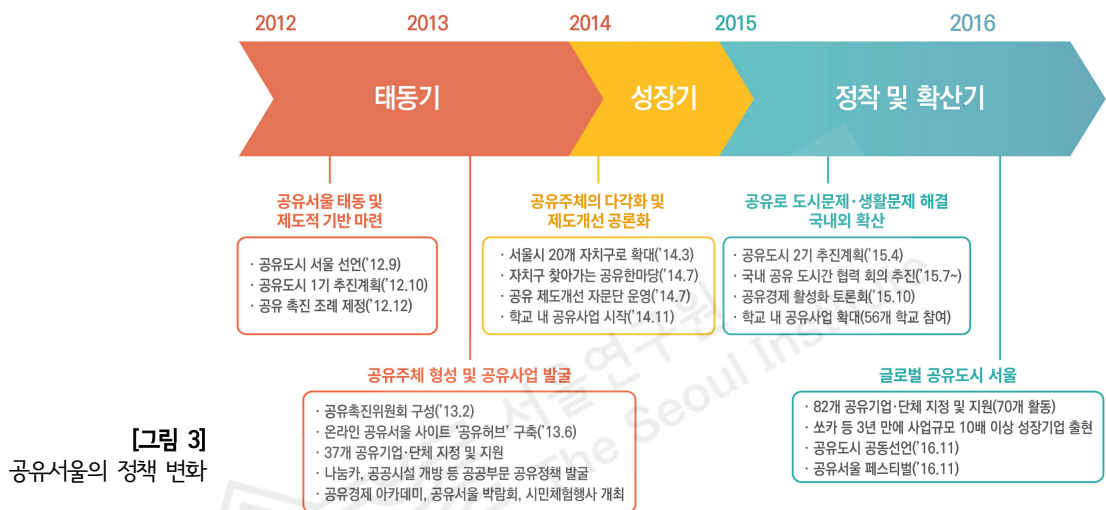
민간영역서 다양한 서비스모델 제시... 공공서비스 확산 기여

공유경제는 민간영역에서 다양한 서비스 모델을 제시하면서 활발한 활동이 이루어지는 것이 일반적이지만, 공공서비스의 확산에도 중요한 역할을 하고 있다. 공공자전거나 자동차 공유와 같은 교통서비스나, 집에서 더 이상 읽지 않는 책이나 사용하지 않는 장난감 등을 공유하는 서비스, 저소득층을 위한 다양한 공공서비스, 공공 데이터의 공유는 공유경제가 이바지하는 대표적인 공공서비스 영역이다. 아직은 민간영역에서의 공유경제 서비스 모델이 더 다양하고 앞서가고 있지만, 국가 및 지자체와 같은 공공의 공유경제 도입은 좀 더 폭넓은 차원에서 사회 문제를 해결할 수 있는 수단으로 활용가치가 크다.

2_서울시, 새로운 도시패러다임 ‘공유서울’ 정책 추진

서울시, 2012년 공유도시 서울 선언... 공유관련 사업 중점 시행

서울시는 사회적 가치를 창출하기 위한 새로운 도시 패러다임으로 ‘공유도시 (sharing city) 서울’을 선언하였다. 2012년 9월 20일 ‘공유도시 서울’ 선언을 기점으로 서울시는 적극적으로 공유관련 사업을 확장시켰으며, 12월 공유촉진 조례를 제정해 정책적인 효력을 높여 나갔다.



공유서울 1기(2012~2014년): 기반조성 주체·공유사업 발굴에 초점

서울시는 공유도시 서울 선포이후 공유경제를 펼칠 수 있는 제도적 기반을 조성하기 위해 공유촉진조례를 제정하고, 뒤이어 공유도시 1기 추진계획을 발표하였다. 공유서울 1기는 공유서울의 기반을 조성하기 위한 주체 형성과 공유사업 발굴에 초점을 두었다. 공유서울 1기 초반에 민간영역의 공유사업 발굴이나 공유경제 인지도 제고와 홍보에 중점을 두었다면, 후반에는 서울의 도시문제 해결을 위해 시민생활과의 연결고리를 찾는 데에 중점을 두었다.

공유서울 2기(2015~2016년): 자치구와 협력해 사업 안정화·확산 노력

공유서울 2기의 정책 초점은 '확산'이었다. 서울시는 국내외 도시들과 네트워크를 구축하고 국제적인 공유경제 전문가들을 자문위원으로 활용하면서 서울시 우수정책을 브랜드화하고 확산하기 위한 틀을 구축하였다. 내부적으로는 시민들의

사업 체감도를 높이고 실효성 향상에 초점을 두었다. 자치구와 협력하여 일상 생활과 밀접한 연관성이 있고 쉽게 실천할 수 있는 공유사업들을 우선적으로 추진하여 ‘공유서울’이 서울시민들의 일상에 자리 잡을 수 있도록 유도하였다. 또한 공유경제의 외연 확산을 위해 대표 공유기업을 육성하는 계획을 수립하기도 하였다.

02 / 공유서울, 시민일상 스며들고 공유기업 증가

1_공유서울 서비스 분야, 공유의 일상화로 확산 추세

공유서울 목표는 대표 공유기업 육성, 공유의 일상화, 글로벌 공유도시

공유서울은 ‘공유로 도시를 변화시켜 시민이 행복한 서울’을 만들자는 비전하에 대표 공유기업 육성, 공유의 일상화, 글로벌 공유도시 서울이라는 세부 목표를 설정하였다. 시민들의 일상생활에 공유경제가 스며들 수 있는 생활밀착형 공유 서울을 위해 서울시는 물론 자치구의 참여를 우선으로 공유경제 활동이 가능한 사업들을 발굴하고 인지도를 높이는 사업들이 추진되었다.

사업목표	대표 공유기업 육성	공유의 일상화	글로벌 공유도시
추진전략	기업 니즈에 맞는 성장 단계별 맞춤형 지원	생활밀착형 기존사업 확대 및 신규사업 발굴	국내외 협력 및 네트워크 강화
주요내용	공유기업 종합지원	생활 속 공유문화 확산	공유도시 서울 브랜드 확산
	<ul style="list-style-type: none"> · 공유경제 창업프로그램 운영 · 공유기업 지정 및 사업비 지원 · 맞춤형 컨설팅 지원 · 투자유치 지원 · 공유 코디네이터 운영 	<ul style="list-style-type: none"> · 주차장, 이웃 공유 등 주요사업 전 자치구 확대 · 지역특화 신규사업 지속 발굴 · 학교 내 공유문화 확산 	<ul style="list-style-type: none"> · 공유도시 협의체 구성, 운영 · 공유경제 국제자문단 확대 운영 · 공유서울 국제박람회 개최

[표 1]
공유서울
정책 방향 및
주요 사업 내용

자료: 서울시 내부자료(2016)

공유경제 중 물품공유가 활성화...자동차·일상생활용품 이용빈도 높아

서울시 공유경제 정책의 상당부분은 공유경제 활동 중 활발한 참여가 이루어지기 쉬운 물품 공유에 초점을 두고 있다. 물품은 유형재를 지칭하며, 크게는 자동차부터 작게는 장난감까지도 포함할 수 있다. 일상생활에서 쓰고 버리기 쉬운 의류, 도서, 장난감 등의 서비스는 실천도 쉽다. 이용 확대를 위해 자치구 단위나 생활권 단위를 중심으로 네트워크를 형성하여 운영할 수 있도록 하였다. 물품 공유 중 자동차 공유사업(예, 나눔카)은 참여가 가장 활발한 분야로 평가받는다. 서울시와 기업이 함께 참여하는 사업일 뿐 아니라 일반 시민들의 생활패턴과 서울의 복잡한 교통문제를 해결하는 데도 기여한 사업으로도 평가되고 있다.

공공시설 개방이 서울시 추진 사업 중 가장 활발...시민편의 증진 기여

공유서울 사업 중 서울시 내에서 매우 활발하게 진행된 사업 중 하나는 공공시설의 개방이다. 이 사업은 공유경제의 실천을 서울시가 우선적으로 추진하겠다는 강한 의지를 담고 있다. 서울시 및 자치구 공공시설을 개방하여 시민들에게 편의를 제공하고 있으며, 회의실 및 전시장과 함께 체육시설, 캠핑장 등 전문적 기능을 보유한 공간도 대여해 줌으로써 시민편의 증진에 기여하였다. 시민청을 비롯해서 동주민센터, 시·구청사 등의 공공시설이 시민교육, 강연회, 지역문제 해결을 위한 회의장소로 활용되고 있다.

서울시, 도시계획·유동인구·치안 등 유용한 정책자료도 시민에게 공개

전문적인 지식의 필요성과 지식 공유의 중요성이 커지고 있다. 서울시는 정책수행 과정에서 발생하는 매우 유용한 자료들을 구축하고 있으며, 이런 자료들을 시민들과 공유할 수 있는 방안을 모색하였다. 서울시가 보유한 전문적인 공공데이터는 전문적 정보들로 활용가치가 매우 높다. 서울시가 보유한 공공와이파이, 사업체정보, 부동산 공시지가, 가격 안정 모범업소 및 상품정보, 도시계획, 유동인구, 치안, 교통정보, 보건 및 산업 정보 등을 공개하여 시민들이 다양하게 활용할 수 있도록 하였다. 서울시가 보유한 정보뿐 아니라 시민들이 가진 정보도 공유할 수 있도록 '시민참여형 사진공유 플랫폼'을 활용해 저작권 문제없이 필요한 자료를 공유할 수 있도록 하였다. 개인들이 가진 자료뿐 아니라

개인들이 가진 경험이나 전문적 지식도 공유할 수 있는 플랫폼 구축은 온·오프라인 공간을 넘나들면서 공유할 수 있는 기회를 제공해 주었다.

분야	사업명	사업개요	사업기간
물품 (5)	승용차 공유이용 사업	시민이 차량 필요시 언제 어디서나 시간 단위로 빌려서 이용	'13.1 ~ 계속 (교통정책과)
	서울형 공공자전거 시스템 확대구축 운영	시내 주요지점에 공공자전거를 설치하여 무인 대여	'15.10 ~ 계속 (보행자전거과)
	공유서가	집에서 보유하고 있는 도서를 공유서가에 보관하여 이웃과 나눔	'13.5 ~ 계속 (사회혁신담당관)
	공구도서관	가끔 사용하는 생활공구를 대여	'13.5 ~ 계속 (사회혁신담당관, 공동주택과)
	아이옷장남감 공유	이용주기가 짧은 아동의류와 장난감 공유	'13.4 ~ 계속 (사회혁신보육담당관)
공간 (5)	주차장 공유 (거주자 우선)	공유를 통해 주차문제를 해결하고자 하는 단체기업 및 자치구 지원	'13.8 ~ 계속 (사회혁신담당관)
	주차장 공유 (부설주차장 등)	주택가 근처 건물 또는 학교 부설 주차장 야간 개방	'07년 ~ 계속 (주차계획과)
	공공시설 유희공간 공유	공공청사 회의실, 강당 등을 시민에게 개방 활용	'11.12 ~ 계속 (자치행정과)
	한지봉세대공감 프로젝트	어르신은 주거공간 제공, 학생은 생활서비스 제공	'12.10 ~ 계속 (사회혁신담당관)
	도시민박 활성화	외국인 관광객에게 한국의 가정문화를 체험할 수 있도록 숙박공간 제공	'13.1 ~ 계속 (사회혁신담당관)
재능 정보 (5)	휴먼 라이브러리	개인이 가진 경험과 자혜 공유	'13.1 ~ 계속 (서울도서관)
	서울 e-품앗이	공동체 화폐를 매개로 서비스·물품을 품앗이 거래하는 공동체 사업	'13.1 ~ 계속 (서울복지재단)
	공동데이터 개방	시 공공데이터를 시민과 공유하여 민간의 다양한 비즈니스 창출 기회 제공 및 IT 산업 육성	'11.1 ~ 계속 (통계데이터담당관)
	서울 사진은행	시 보유 사진자료를 한곳에 모아 시민과 공유하고 시민도 보유한 사진을 다른 사람과 공유할 수 있는 사진공유 플랫폼 마련	'12.10 ~ 계속 (뉴미디어담당관)

[표 2]
서울시 추진
공유사업

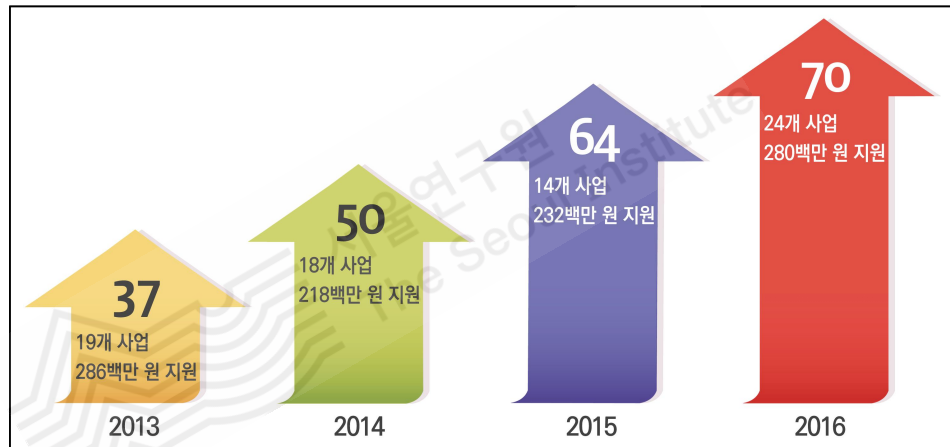
자료: 서울시 내부자료(2016)

2_서울시 공유기업 2013년 37곳 → 2016년 70여 곳

창의적 아이템·서비스 도입한 공유기업이 늘어나고 서비스분야도 확대

서울시 공유기업은 2013년 37개에서 2014년 50개, 2015년 64개, 2016년 현재 70여 개로 증가하였으며, 2016년 현재까지 총 75개 사업에 1,016백만 원을 지원하였다. 서울시 공유기업이 제공하는 공유플랫폼은 특히 공간공유 및 재능/경험 공유 분야에서 확대가 두드러졌다. 초창기에 비해 비즈니스 모델을 구축하면서 글로벌 공유기업으로 성장할 수 있는 잠재력을 보유한 기업들도 등장하고 있다. 아직은 신생 공유기업들이 다수지만 창의적 아이템으로 새로운 서비스를 도입하면서 공유기업이 서서히 성장하고 있는 추세이다.

[그림 4]
공유서울
공유기업 수의
증가



교통분야 공유기업 증가세 두드러져...나눔카 회원 3년새 22배 늘어

지금까지 공유기업의 성장을 보면 시민들의 일상과 밀접한 관련이 있는 교통 분야의 성장세가 두드러진다. 교통 분야 공유기업의 성장은 무엇보다 관련 제도적 장치가 뒷받침되면서 빠르게 확대될 수 있었다. 나눔카 사업으로 지칭되는 차량 공유 서비스는 서울시와 그린카, 쏘카, 한카, 에버온 등의 기업이 함께 참여하고 있다. 나눔카 회원 수는 2013년 2월 58,869명에서 2016년 11월 기준 1,300,132명으로 약 22배 증가하였으며, 일 평균 이용자 수는 2013년 2월 349명에서 2016년 11월 기준 5,683명으로 약 16배가 증가하였다.

일명 '따릉이'로 알려진 공공자전거 역시 2016년 기준 대여소가 450개로 늘어났으며 공공자전거는 5,600대가 설치되어 있다.³ 이용객이 지속적으로 늘어나

면서 2017년에는 11개 자치구에서만 시행되던 것을 25개 자치구로 확대해 서울시 전역에서 언제 어디서나 이용할 수 있도록 할 예정이다. 공유주차장도 높은 이용률을 보이고 있는데, 비어있는 학교, 마트, 건물 등의 야간 주차장을 개방하거나 거주자 우선 주차장을 활용하고 있다. 2007년부터 2016년까지 총 370개소 9,710면의 공유주차장이 운영되고 있다(서울시 내부자료, 2017).⁴

남는 공간 공유도 점차 늘어... 집·사무실부터 숙박 공유까지 다양화

집이나 생활공간의 공유서비스도 생활패턴에 맞추어서 다양해지고 있다. 개인 공간(방) 이외 거실이나 부엌 등을 공용 공간으로 함께 사용하는 형태가 늘어나고 있으며, 이런 추세에 맞추어 거주공간을 대여해주거나 컨설팅하는 공유기업도 나타나고 있다. 대표적으로 셰어하우스우주, 서울소셜스탠다드, 선랩건축사사무소, 원바이트 등이 있다. 사무실이나 회의실 공유도 증가하는 추세로 소규모 창업교육이나 창업자, 회사원, 대학생 등 네트워크 기반이 우선적으로 필요한 사람들에게는 디딤돌 역할도 하고 있다.⁵

사회 문제 해결에 대한 가능성도 보이는데, 고령화 추세에 따라 홀몸어르신의 경제적 자립과 고립감 해소와 경제적으로 취약한 청년들에게 저렴한 주거공간을 공급해주는 ‘한지붕세대공감’과 같은 주거 공유 프로그램은 대학가 주변 지역을 중심으로 활발한 참여가 이루어졌다.⁶

공간공유는 외국인 관광객이나 타인에게 남는 방을 제공하는 숙박공유 서비스로도 나타났다. 에어비앤비(airBnB)는 대표적인 숙박공유 플랫폼으로, 국내에서도 에어비앤비에 가입하여 숙박공유를 하는 형태가 빠르게 확산되고 있다. 아직은 숙박공유 기준이나 자격 등이 명확하지 않아 제도적 문제에 대한 논의가

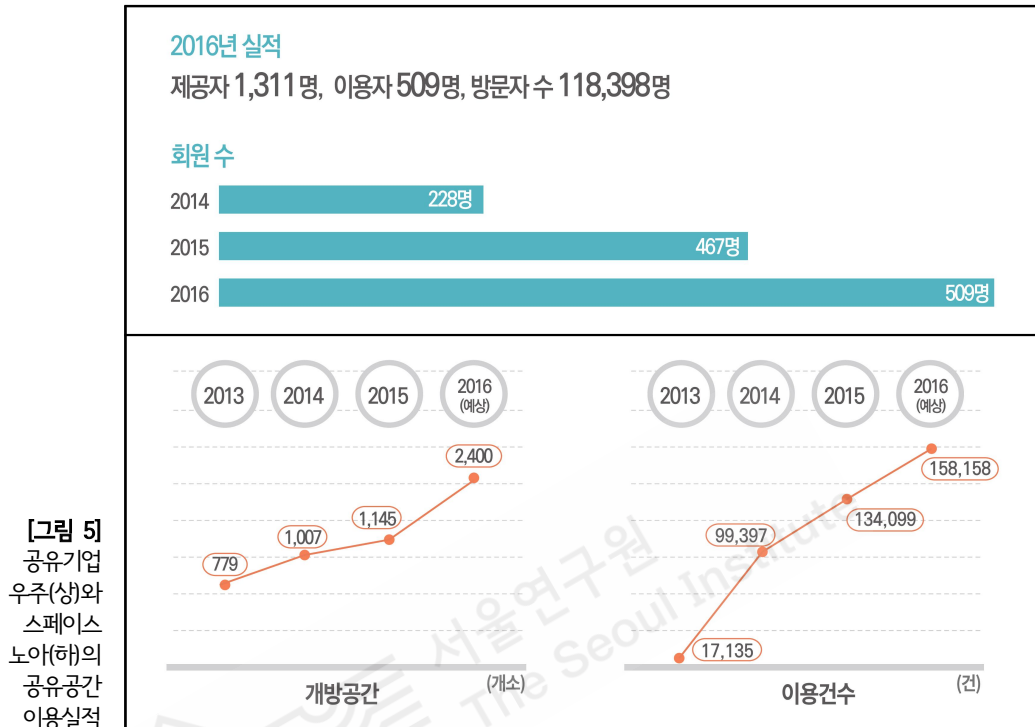
³ 회원 가입자 수는 21만 명으로 대여건수는 173만 건으로 집계되었다. 평균 이동거리는 3.4km로 평균 이용시간은 27분으로 나타남

⁴ 총 370개소 9,710면 중 건물은 282개소 7,055면, 학교는 88개소 2,655면이 운영되고 있으며, 순차적으로 2017년에는 10,000면, 2018년에는 10,500면, 2019년에는 11천 면으로 확대할 예정

⁵ 이용객도 점차 증가하는데 ‘우주’는 회원 수가 2014년 228명에서 2016년 509명으로 증가하였으며 ‘스페이스 노아’도 2013년 17,135명에서 2015년 134,099명으로 증가(2016년 수치는 미취합 상태로 예상치를 제시)

⁶ 서울시에는 2016년 기준 11개 자치구가 참여(노원구, 광진구, 서대문구, 동대문구, 종로구, 서초구, 동작구, 성동구, 성북구, 마포구, 용산구 등)

더 필요한 상황이지만, 집주인은 남는 방을 공유하면서 경제적 혜택을 받을 수 있다. 국내의 대표적 숙박공유 사이트는 코자자, 외국인관광도시민박업협회, 홈스테이코리아 등이 있다.



생활용품 공유가 가장 활발...공구도서관, 육아용품, 의류 공유비율 높아

서울에서 가장 활발한 공유를 보이는 분야는 생활용품이며 공유물품도 다양해지고 이용 빈도도 늘어나고 있다. 육아용품 공유 증가세는 매우 큰 편으로, 아이옷이나 장난감, 유아도서 등은 어느 정도 체계를 잡아가고 있다. 일상용품은 자치구의 적극적인 참여와 운영에 힘입어 시민들의 접근성이 개선되고 있으며, 전문 공유기업이 함께 참여하면서 규모가 더 확대될 수 있었다.⁷ 의류 공유 서비스도 다양해지고 있는데, 행사나 기념일에 필요한 정장·한복 대여부터 교복에 이르기까지 기능성 의복 공유가 확장되고 있다.⁸ 공구도서관은 사용빈도가 낮은

⁷ 시·자치구장난감도서관은 총 58개소, 월평균 5만 6천 여건('16)이 이용되고 있으며, 공유기업 '키플'과 연계하여 20개 자치구에 28만 건을 공유

⁸ '열린옷장'은 의류 제공자가 2013년 대비 2016년 약 4배 증가하였으며, 이용자도 2013년보다 약 6배로 증가

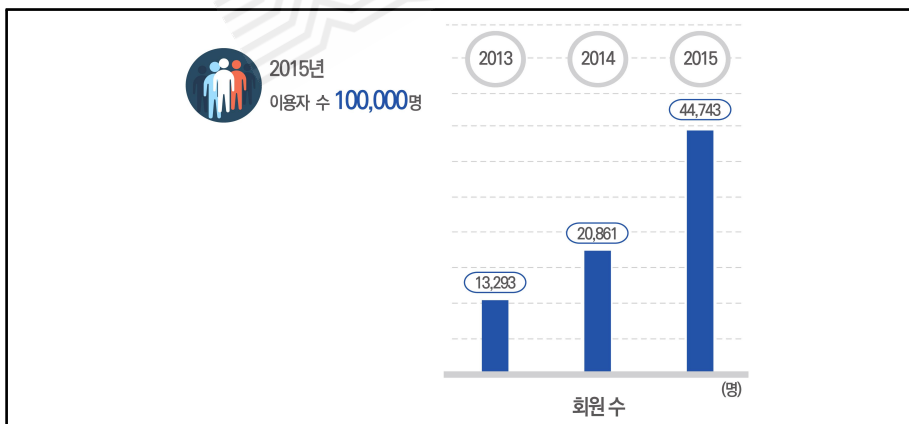
공구를 가까운 공구대여소에서 빌려 사용하는 서비스로, 대부분 동주민센터, 아파트, 복지관, 도서관 등에서 운영하고 있어 접근성이 매우 좋아 이용이 편리한 장점이 있다.

개인의 재능·노하우 공유는 사회적 고립감, 심리적 불안감도 해결 가능

전문적인 정보의 공유에 대한 시민들의 욕구가 큰 폭으로 커지고 있다. 타인의 경험이나 지식을 받고자 하는 요구도 크지만, 반대로 자신의 경험을 타인과 공유하고자 하는 욕구도 강한 편이다.⁹ 경험이나 지식의 교환은 사회에서 느끼는 고립감이나 심리적 불안감까지도 해결할 수 있다.

서울시에서 추진 중인 ‘휴먼라이브러리’¹⁰나 ‘서울 e-품앗이’가 대표적이며, 서울 e-품앗이는 지역 화폐를 활용해 물건, 재능, 공간 등을 공유하는 서비스를 제공하고 있다. 경험 공유의 대표적 공유기업으로 위즈돔, 집밥, 조인어스코리아, 에유디 사회적 협동조합, 엑스비전테크놀러지, 아이랑놀이짱 등이 있다. ‘위즈돔’은 회원 수가 2013년 13,293명에서 2015년 44,743명으로 증가하였다.

재능이나 경험 공유의 장점은 일반인뿐 아니라 사회적 약자나 배려가 필요한 사람들에게도 도움을 줄 수 있는 온라인플랫폼 제공이 가능하다는 점이다. 한 국체류 외국인에 필요한 서비스를 골라 제공하는 서비스나 청각장애인이나 시각장애인과 같은 사회적 약자를 위한 고객 맞춤형 공유서비스도 나오고 있다.



[그림 6]
위즈돔 운영
실적

⁹ 반정화, 2015, 「서울시 공유경제 활성화 방안: 숙박공유 중심」, 서울연구원.

¹⁰ 다양한 사회구성원의 요구에 부합하는 소규모 특화된 분야의 사람책(휴먼북) 모집을 통하여 열람자의 욕구를 충족시키는 프로그램

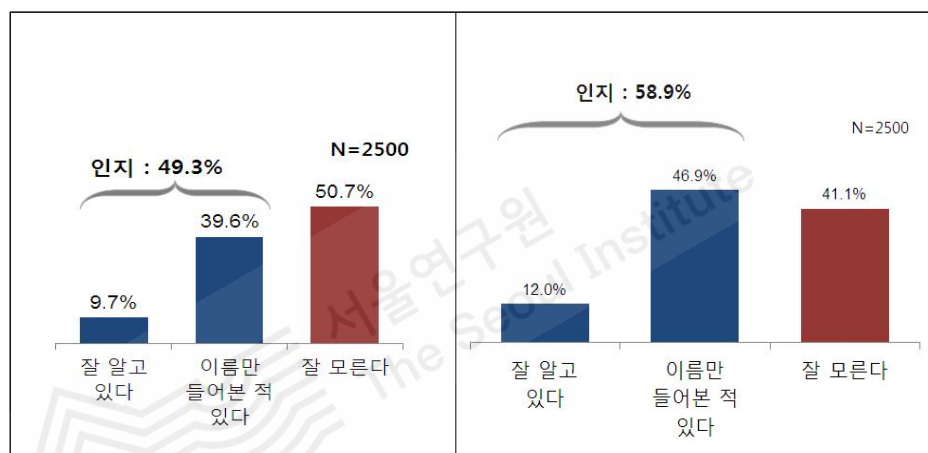
03 / 공유서울 참여시민·공유기업 급증 ‘큰 성과’

1_공유서울 시민인지도 향상...이용객 만족도 90%대

공유서울 정책인지도, 2016년 상반기 49.3%에서 하반기 58.9%로 상승

서울시민들의 공유서울 정책 인지도가 점차 높아지고 있다. 인지도는 2016년 상반기 조사(알고 있다 49.3%)와 비교할 때 하반기 조사에서는 58.9%(잘 알 12.0% + 이름만 들어봄 46.9%)로 나타나 +9.6%p 상승한 결과를 가져왔다.

[그림 7]
공유서울에 대한
인지도 변화



공유서울 정책만족도, 아이웃·장난감 공유, 공공시설 개방, 공구대여소 순

서울시 공유도시 주요 정책 인지도는 교통관련 카셰어링(나눔카)이 88.5%로 가장 높았으며, 다음으로 주차장 공유(66.6%), 공공시설 개방(64.9%), 아이웃·장난감 공유(64.3%), 공구대여소(공구도서관)(50.1%) 순으로 인지도가 높았다. 서울시 공유도시 주요 정책 경험도(인지층 대상)는 주차장 공유가 22.1%로 가장 높았으며, 그다음으로 공공시설 개방(21.3%), 카셰어링(나눔카)(20.3%), 아이웃·장난감 공유(20.1%), 공구대여소(공구도서관)(15.5%) 순으로 경험도가 높았다.

서울시 공유도시 주요 정책 만족도(인지·경험층 대상)는 아이웃·장난감 공유가 96.9%로 가장 높았고, 다음으로 공공시설 개방(95.2%), 공구대여소(공구도서관)(94.4%), 카셰어링(나눔카)(90.9%), 주차장 공유(89.4%) 순으로 만족도가 높았다.

정책 인 지 도	<하반기>				<상반기>			
	카셰어링(나눔카)	잘 알(35.6%)	이름만 들어봄(52.9%)	88.5%	30.4%	50.8%	81.2%	
	주차장 공유	잘 알(21.6%)	이름만 들어봄(45.0%)	66.6%	18.6%	38.0%	56.6%	
	공구대여소(공구도서관)	잘 알(15.5%)	이름만 들어봄(34.5%)	50.1%	11.3%	24.3%	35.6%	
	공공시설 개방	잘 알(23.6%)	이름만 들어봄(41.3%)	64.9%	20.5%	41.1%	61.6%	
	아이웃·장난감 공유	잘 알(23.5%)	이름만 들어봄(40.7%)	64.3%	20.7%	38.7%	59.4%	
정책 경 험 도	<하반기>				<상반기>			
	카셰어링(나눔카)	잘 알(35.6%)	이름만 들어봄(52.9%)	88.5%	30.4%	50.8%	81.2%	
	주차장 공유	잘 알(21.6%)	이름만 들어봄(45.0%)	66.6%	18.6%	38.0%	56.6%	
	공구대여소(공구도서관)	잘 알(15.5%)	이름만 들어봄(34.5%)	50.1%	11.3%	24.3%	35.6%	
	공공시설 개방	잘 알(23.6%)	이름만 들어봄(41.3%)	64.9%	20.5%	41.1%	61.6%	
	아이웃·장난감 공유	잘 알(23.5%)	이름만 들어봄(40.7%)	64.3%	20.7%	38.7%	59.4%	
정책 만 족 도	<하반기>				<상반기>			
	카셰어링(나눔카)	20.3%	* 비인지층 포함 시 17.9%		15.6%	* 비인지층 포함 시 14.7%		
	주차장 공유	22.1%	* 비인지층 포함 시 14.7%		26.7%	* 비인지층 포함 시 15.1%		
	공구대여소(공구도서관)	15.5%	* 비인지층 포함 시 7.8%		18.8%	* 비인지층 포함 시 7.4%		
	공공시설 개방	21.3%	* 비인지층 포함 시 13.8%		18.5%	* 비인지층 포함 시 11.8%		
	아이웃·장난감 공유	20.1%	* 비인지층 포함 시 12.9%		16.7%	* 비인지층 포함 시 11.7%		

[표 3]
서울시
공유서울
정책 인지도
및 만족도

2_참여시민 3년새 5배 늘어 '생활 속 공유경제 실천'

서울시민 공유서울 참여, 2014년 32만 건 → 2017년 150만여 건

서울시에서 추진 중인 공유사업들은 2015년 들어 본격적으로 생활밀착형 사업으로 확산되고 있으며, 서울시 및 자치구를 중심으로 접근성을 개선하면서 참여가 증가하였다. 수치상으로 2014년 32만 건에서 2017년 5배 이상으로 시민참여가 늘어날 것으로 예상하고 있다. ¹¹

¹¹ 공유서울 관련 사업은 다양한 부서와 공유기업의 참여로 이루어진 사업으로 2017년 현재 기준 자료의 취합이 어려워 2016년 6~10월까지의 자료를 바탕으로 자료를 추정하여 제시함. 이 자료는 자료 취합이 가능한 자료만으로 산정한 것으로 미제출 공유기업 등도 다수 포함되어 있는 것을 감안해야 함

공유 비중은 어린이옷 등 의류, 회의공간, 재능 분야 순으로 높아

서울시의 정책 목표의 하나인 생활밀착형 공유서울은 공유물품이 점차 다양해지고 이용건수도 증가하면서 일정부분 목표를 달성했다고 볼 수 있다. 특히 의류 분야 중에서도 어린이옷은 공유 건수가 매우 클 뿐 아니라, 학교 내에서의 교복 공유는 시민들의 요구도 많아 확대될 수 있을 것으로 보인다.

공간 확대는 회의공간으로 서울시 및 자치구 등의 유휴 공간 및 시설 등의 공간을 활용하는 사례가 큰 폭으로 증가하여 공공영역의 공유문화 확산에 이바지하였다. 공공의 선도적 정책은 민간에도 영향을 주었으며 공간공유 플랫폼의 증가로 이어지면서 새로운 비즈니스의 부각에도 기여하였다.

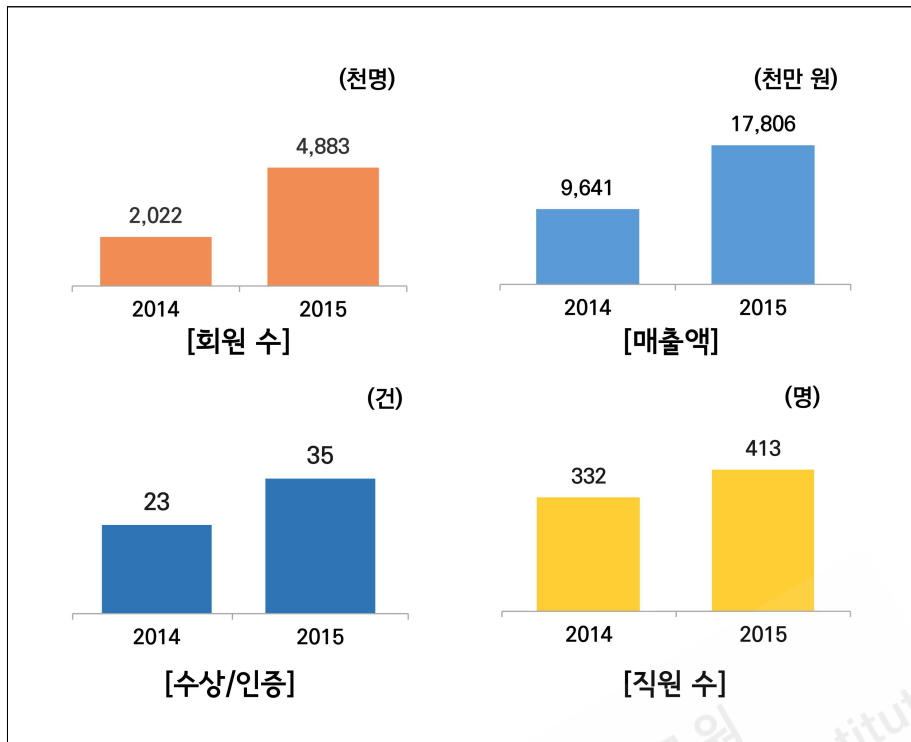
경험이나 재능 분야는 물건이나 공간에 비해 공유건수가 적지만, 서울시민들의 공유인식이 확대되면서 관심이 크게 늘어 2014년 대비 약 3배가 증가하였고 분야도 전문화되고 다양해지면서 향후 새로운 분야로 부각될 가능성이 크다.

3_공유기업 3년간 2배 이상 늘고 비즈니스모델로 부각

공유기업 참여 회원 수·매출액도 2014년보다 2배 이상 증가¹²

공유서울 초기보다 2배 이상으로 공유기업의 수가 증가하였다. 서울시는 공유기업 활성화를 위해 2016년까지 총 1,016백만 원을 지원하였으며, 공유기업은 4년 동안 총 940억 원 이상 민간투자를 받은 것으로 나타났다(서울시 내부자료, 2016). 대략적으로 서울시 공유기업(공유플랫폼) 참여회원 수 및 매출액 역시 1년간 2배 이상 성장한 것으로 분석되었다(2014~2015년). 공유기업 회원 수는 202만 명에서 488만 명으로 증가하였으며, 매출액도 964억 원에서 1,780억 원으로 늘어난 것으로 나타났다. 직원 수 역시 2014년 332명에서 413명으로 증가한 것으로 파악되었다. 서울시 공유기업들의 실적 중 사업과 관련한 수상이나 공인인증 건수도 2014년 23건에서 2015년 35건으로 증가한 것으로 조사되었다.

¹² 이 자료는 서울시 공유기업 중 40개 업체(2014~2015년)의 자료만을 대상으로 정리한 것이며, 업체의 규모 및 사업기간 등을 고려하지 않음



[그림 8]
서울시 공유기업
성과

공유서울 추진 3년간 다양한 형태의 온라인 공유플랫폼 등장

‘공유도시 서울’을 추진한 3년간 다양한 형태의 온라인 공유플랫폼들이 등장했다. 공유경제의 기본 개념과 현대인의 라이프스타일의 변화가 맥을 같이하면서 공유경제 시장이 확산되고 있다. 서울시 공유기업에 속해있는 기업 수 외에도 다양한 공유경제 관련 사업들이 계속 나타나고 있는 추세이며, 부록에서 제시된 확장 사례를 볼 때 공유 목적 및 공유대상, 공유주체 등에 따라서 다양한 비즈니스 모델이 지속적으로 나올 것으로 예측할 수 있다(부록 참고). 중요한 것은 아이디어나 창업 수준에 머물지 않고 지속적인 사업으로 유지될 수 있는 여건 조성이 뒷받침되어야 한다.

04 / 시민·공유기업 주도로 공유서울 재탄생 필요

1_공유서비스 제공자 확대·공유서울 네트워크 확산

‘공유서비스 제공 호스트 역할로’ 시민의 자발적 참여 유도 필요

공유 1기에서 공유서울의 기반을 마련하였고, 공유 2기에서 공유의 일상 확대와 공유기업의 성장을 꾀했다면, 다음 공유서울의 방향은 시민들의 적극적인 참여를 유도하는 것이다. 지금까지 공유서울의 주체가 서울시 및 자치구 중심이었다면 다음 방향은 시민들이 주도하는 공유서울이 되어야 한다. 서울시 중심의 정책 확산은 인지도가 낮은 단계에서 긍정적인 효과가 있으나, 더 큰 정책 확산을 위해서는 서울시 중심 구조의 탈피가 필요하다.

이를 위해 필요한 것이 바로 참여자와 이용자 중심의 구조를 갖추는 것이다. 원활한 공유경제를 위해서는 다수의 게스트와 호스트 또는 제공자와 수혜자가 필요하다. 공급이 많으면 많을수록 더 많은 수요가 발생할 수 있다. 공유도시 서울의 정책 확산을 위해서는 공유서비스 이용자를 늘리기 것도 중요하지만 서비스나 물건을 제공하는 사람들의 자발적 참여가 더 많이 필요하다.

다른 시도와 협력·해외도시와 공동협력으로 공유서울 정책 확산

공유서울의 성공 요인 중 하나는 서울시의 적극적인 추진과 자치구와의 협력을 꼽을 수 있다. 서울시 공유경제는 몇 년간의 경험을 바탕으로 다양한 사례검토와 자문의견들을 수렴하여 일상생활에서 어떻게 더 잘 적용할 수 있을지를 고민해야 한다. 공유경제의 개념과 같이 다른 시도와 다양한 정보의 공유와 협력을 통해 더 큰 확산을 가져올 수 있다. 도시마다 여건이나 사회문화적 환경이 다르고, 공유경제의 개방 정도도 매우 다르기 때문에 다양한 사례를 바탕으로 서울시 특성에 맞는 공유경제 정책이나 모델들을 발굴할 필요가 있다. 특히 환경 문제와 같은 글로벌 차원의 문제해결을 위해서는 서울시와 국내외 도시들의 공동 협력이 요구된다.

국내에서는 아직 서울시를 제외한 다른 도시들의 공유경제 활성화 정도는 미약한 편이다. 서울시의 경험과 노하우를 바탕으로 국내 지자체들과 협력하여 함께

추진할 수 있는 것이 공유경제의 장점이다. 참여자가 많으면 많을수록 규모가 커질 수 있다. 국내 공유경제 활성화를 위해서는 서울시만의 노력으로는 부족하다. 서울시가 앞장서서 다른 지자체와 협력하여 함께 국내 공유경제를 이끌어갈 수 있는 네트워크를 구축해야 한다. 공유경제가 온라인 플랫폼을 기반으로 이루어지는 서비스로 시간과 장소의 영향을 덜 받는다는 것을 적극 활용할 필요가 있다. 특히, 경험이나 지식 공유와 같은 무형자산의 경우 온라인 플랫폼에서도 충분한 논의와 공유가 가능하기 때문에 지리적 거리감은 큰 문제가 아니기 때문이다.

자치구-공유기업과 협력 땀 큰 성과...열린옷장, 나눔카가 대표적

서울시와 공유기업이 협력할 경우 공유서울의 성공 가능성이 크다고 할 수 있다. 서울시가 각 분야의 제도적 검토와 지원을 맡고, 실제 아이디어나 운영 노하우를 가진 온라인 플랫폼 사업자가 운영을 하는 것이 바람직한 구조라고 할 수 있다. 열린옷장은 비롯하여 나눔카사업, 키플을 통한 육아용품 공유 사업은 서울시와 공유기업이 함께 협력하여 성장한 대표적인 사례이다.

열린옷장은 ‘모든 사람이 옷장을 열어 서로의 옷을 공유하면 어떨까?’ 하는 작은 생각에서 시작하였지만 세계에서 가장 큰 열린옷장으로 성장하였다. 작은 규모로 시작하였지만 서울시의 공유기업 지원이나 홍보 등은 사업의 인지도를 높이는 데 기여할 수 있었다. 반면, 공유경제는 기존 비즈니스에서 확장되어 나올 수도 있다. 이미 사업을 추진하고 있는 기업들과 네트워크를 구축하여 확장하는 방식으로 민간 참여를 유도할 수 있다. 나눔카 사업은 이미 전기차 사업이나 자동차 관련 업무들을 하고 있는 기업들과 협력하여 공생방안을 모색한 경우이다.

2_공유경제 펀드 조성 등 공유기업 지원체계 구축

공유기업 창업 초기에 금융지원 성공한 공유기업과 연결 바람직

서울시는 공유기업을 지정하고 지원을 하고 있다. 그러나 공유기업에 대한 서울시의 지원 금액은 매우 제한적이다. 공유경제 확장을 위해서는 지원 금액이나 지원 범위가 더 구체적으로 변화할 필요가 있다. 아직은 초기 단계로 큰 성과를

나는 공유기업들이 많지 않은 상황이기 때문에 창업 단계에서 기업을 키우고 운영 노하우를 습득할 수 있게 지원하는 것도 필요하다. 아이디어는 좋지만 사업으로 확장시키지 못하고 실현을 위한 경제적 어려움 등으로 사장되는 부분이 많은 것이 현실이다. 아이디어 차원에서 머물지 않고 사업으로 발전시킬 수 있는 기회를 제공해 줄 필요가 있다. 금융지원이나 실현가능성을 높일 수 있는 기업들과 연결하는 기회를 제공해 주는 것도 방안이 될 수 있다.

해외 온라인플랫폼 구축 지원하고 법·제도적 지원시스템도 마련

일정 수준으로 성장하는 기업은 지원 내용을 좀 더 다양화할 필요가 있다. 사업의 확장과 추진을 위한 투자에도 지원할 수 있는 방안을 모색할 필요성도 고민해봐야 한다. 공유경제 펀드를 조성해 공유기업을 안정적으로 지원할 수 있다. 대시민 서비스와 관련된 기업들은 서울시와 협력하여 사업을 추진할 수도 있다. 글로벌 네트워크 및 협력을 요구하는 공유기업은 국내외의 이해관계자들과의 네트워크를 구축하는 데 협력해 줄 필요가 있다. 특히 온라인 플랫폼 구조는 해외 네트워크와의 중요성이 크기 때문에 해외 온라인 플랫폼 구축 지원이나 법 및 제도적 지원 시스템 구축도 고려해야 한다.

3_서울시, 공유경제 입장·방향성 명확히 할 필요

공유경제 개념 올바로 이해해야 공유서울 진정한 확산 가능

공유경제 도시로의 진정한 확산을 위해서는 공유경제의 올바른 인식이 필요하다. 아직까지 공유경제에 관한 연구들은 개념이나 트렌드, 방향성에 대한 논의들이 많은 부분을 차지하고 있다. 이는 새로운 이슈인 공유경제가 기존 시스템 안으로 진입하기 위한 진통을 겪고 있는 단계라고 할 수 있다. 이런 시점에서 우선은 공유경제의 개념에 대한 올바른 이해와 합의가 있어야 한다. 그리고 분야별 전문지식이 뒷받침되어야 성공할 가능성이 높다. 유해자원의 공유라는 긍정적 차원에서 출발했지만 새로운 시장이 형성되면서 일부에서는 원래 개념이 변질되어 경제적 이윤 추구의 관점에서만 바라보는 사례가 빈번하게 발생하고 있다.

공유경제, 하나의 트렌드로 정착하려면 사회적 합의 필수적

공유경제는 분명 성장하고 있다. 그러나 아직은 사회적 마찰을 겪고 있으며 한 동안 이런 충돌은 계속될 것으로 보인다. 그러나 공유경제는 피할 수 없는 하나의 트렌드로 최소한의 대응 체계를 구축해야 한다. 서울수도 공유경제 촉진 법률제정 건의와 조례 제정으로 기틀을 마련하였지만 여전히 공유기업의 확산은 제도적 문제에 봉착하는 경우가 많다. 공유기업의 확산을 위해서는 기존 사업 분야와의 충돌을 완화할 수 있는 기준 마련과 인식 변화가 필요하다. 기존 경제적 관점에서 만들어진 법체계는 공유경제를 포용할 수 있는 구조가 아니다. 이러한 시스템을 구축하기 위해서는 공유경제에 대한 적절한 사회적 합의가 어느 정도 이루어져야만 가능하다. 공유경제가 하나의 트렌드로 자리 잡아가고 있다고 하지만 법이나 지원체계를 바꾸기 위해서는 좀 더 충분한 관찰과 사례의 검토가 필요하다.

서울시 차원 공유경제 범위 설정해 기본 방향틀 세워나가야

공유경제 분야는 사회 전반에 걸쳐 활용이 가능하다. 국가적 차원이나 서울시 차원에서 나름의 기준과 잣대를 가지고 공유경제의 범위를 설정하고 기본 방향과 틀을 구축할 필요가 있다. 조례와 근거를 만들고 제도적인 지원도 필요하고 분야별 사업 추진도 중요하지만, 더 큰 틀에서 공유경제 전반에 대한 검토가 필요하다. 예를 들어, 한 도시에서 우버는 안 되고 에어비앤비는 되는 상황은 다소 불합리해 보인다. 우버나 에어비앤비에 관한 입장은 도시마다 차이가 있다. 중요한 것은 특성에 맞는 도시별 방향성과 가이드라인을 설정하고 기존 시스템과 융합할 수 있는 접점을 찾아내는 일이다. 서울시는 공유경제의 방향 전반에 대한 좀 더 깊은 논의가 필요하다. 우선은 큰 틀에서 공유경제의 입장과 방향성을 명확히 하고, 분야별로 봉착한 난제들은 풀어가는 방향으로 접근할 필요가 있다.

부록

[표 4]
서울시
공유기업의
비즈니스모델
유형

사업모델	정의	특징	발전방향	연계서비스	공유기업
주거공간 공유	빈방을 공유하며 생활비를 버는 서비스	내외국인들을 대상으로 빈방 공유, 온라인 홈스테이 매칭	국제문화교류 프로그램, 한국문화 체험 프로그램	공연 예약 서비스, 관광 서비스 연계	코자자, 에스앤지유 나이트드, 옐로우트래블 랩스 등
주거 생활 공유	낮선 사람과 살면서 생활비를 낮추는 생활주거	기존 주택을 전·월세로 빌려 운영 (월세가 1.5~1.8배 정도 높은 수익) 시설·입주관리를 맡아주기 때문에 집주인 편리	입주자들의 콘셉트에 맞는 멘토링	다른 지점의 WOOZOO ² 과의 네트워크 기획 제공	우주, 원바이트
자동차 공유	자동차 자체를 공유, 10분 단위로 빌려 사용	국내법상 렌트로 진행, 동단위, 단지 단위까지 밀착 진출 중	다양한 차종 선택 방식, 생활밀착형 심부름 해결 프로그램	인공지능, 교통 빅데이터에 활용	쏘카, 그린카, 카섬
출퇴근 자동차 공간 공유	출퇴근 시간 카풀이용 서비스	방향, 시간, 신뢰가 중요	다수의 지분형 차량 활용 서비스	출퇴근 이동 동선 간 교통 이용 실태 빅데이터	티클, 렉시 드라이버 등
주차장 공유	여분의 주차장 실시간 공유 서비스	서울시 주차난을 해소하기 위해 다양한 지역에서 주차 공간 활용	주차 공간 회원제, 주차 공간 마일리지 거래제	나눔카와 연계해 교통 생활 변화 지원 서비스	모두의 주차장, 쉼박
사무실 공간 공유	사무실 빈 공간, 오피스텔 실시간 공유서비스	투자가 큰 사무 공간을 소규모, 짧은 시간으로 나눠 사용	공간 기반 네트워크 사업, 커뮤니티 서비스	창업, 모임, 취미, 설명회, 면접 등 목적형 생활 경제 서비스	프로젝트노아, 한국데이터 하우스 등
독서실 공간 공유	전국 독서실 정보 공유 서비스	다양한 독서실 마케팅, 운영 서비스 플랫폼으로 발전	오픈형 독서실 카페, 리모델링 서비스	학생, 주부, 직장인까지 확대 (회원제 서비스)	공독
버스킹 공간 공유	버스킹 존을 운영해 버스커에게 공간 공유 서비스	다양한 뮤지션이 활동하며 문화예술 공유 기회 확대, 버스킹 영상 콘텐츠 유통	대로변 외에도 지역 주민 이동 동선 등까지 연계해 구석구석화	인바운드 관광객, 지역 축제와 연계	버스킹 티비
여행 공간 경험 공유	현지 체험 중심 여행자와 가이드 간 매칭, 여행 서비스	그 지역에 오랫동안 살아서 스토리텔링이 가능한 가이드가 살아있는 여행 콘텐츠를 소개하는 방식	지역 맞춤 프로그램, 장인 노하우 경험 등과 연계한 콘텐츠 개발	전 세계 여행지, 국내 여행지 간 제휴와 숙박 연계 서비스	플레이플랫닛, 마이리얼트립, 씨씨파트너스 등

사업모델	정의	특징	발전방향	연계서비스	공유기업
목적형 모임 공간 정보 공유	콘텐츠 기반 다양한 모임 공간 정보 서비스	라이프스타일, 강의, 워크숍, 콘퍼런스 등 다양한 목적형 교류 모임 정보 공유	MICE의 생태계를 이루는 홍보 플랫폼으로 발전	MICE 확장과 함께 B2B2B 공유로 발전 가능한 플랫폼	온오프 믹스
식사모임	모르는 사람끼리 함께 식사하는 체험 공유 서비스	관심사별, 음식별, 지역별 식사 만남을 통해 관계 형성	1인 가구의 증가가 함께 사회적 관계를 확장시키는 방식으로 발전	레시피 연계, 음식 만들기 체험, 관광 서비스로 발전	집밥, 원파인디너
공방 노하우 공유	공방에서 각종 제작 관련 노하우 경험 체험 서비스	열린 공방에서 지역 주민, 외부 고객들을 대상으로 공간을 빌려주고, 필요에 따라 각종 도구 사용, 제작 등을 배움	디자인, 인테리어, 식음료 등의 공방 종류로 확대	공구 활용, 휴먼 라이브러리 서비스와 연계	일상예술 창작센터, 꿈꾸는 도토리 등
옷, 공구, 생활용품 공유	옷, 공구, 생활용품 등 필요한 물건을 공유	서로 정보를 확인하고, 신뢰를 쌓아가며 커뮤니티화되는 경향	중고 제품 활용, 다양한 제품군으로 확대, 소유의 최소화	연령대별 이사 전/후, 유학생, 대학생 등 세분화된 공동 생활형 물건공유 서비스	열린옷장, 키플, 어픽스, 터크앤컴퍼니, 자락당 등
일자리 공유	특정 이슈, 돌봄, 교육, 프로젝트 등 일자리 공유 서비스	경력단절 여성, 비정규직, 프리랜서들에게 양질의 일자리를 얻게 하는 특징	회원제 프로젝트, 장기간 케어 서비스로 발전	각종 프로젝트, 교구재 등 도구 공유 연계 서비스	아이랑 놀이장, 위시켓 등
공연 예술 콘텐츠 공유	공연 예술 관련 기획 및 체험확대 서비스	지역 자원을 활용하여 현지 주민들이 우선적으로 문화예술을 체험하게 기획	축제, 문화예술 체험으로 전문화	관광, 숙박과 연계된 상품으로 발전	씨네에그, 스텝서울 컴퍼니
선배, 직장인, 진로 경험 공유	경험, 노하우를 보유한 사람들과의 만남을 통한 간접 책 읽기 서비스	진로, 취업, 직장 생활, 창업 등의 이슈들에 대한 생각, 경험들을 공유	온라인 멘토링, 상담, 강연으로 발전	인력 코디네이팅 서비스와 연계	위즈덤, 휴먼 라이브러리, 레디앤스타트 등
재능 공유	번역, 통역, 디자인 등 전문영역을 값싸게 제공하는 재능 공유 서비스	재능의 수준과 역량을 등급화하여 만나지 않고 서비스를 빠르게 제공	재능 인증, 고급화가 추진될 전망	중소기업, 소상공인 창업, 1인 창업과 연계 서비스	재능넷, 링고플라이 크몽 등

[표 4 계속]
서울시
공유기업의
비즈니스모델
유형(계속)

서울연 2016-OR-19

공유서울은 도시사회 문제 해결 수단
공유기업·시민 주도형 네트워크 구축

발행인 _ 김수현

발행일 _ 2016년 12월 4일

발행처 _ 서울연구원

비매품

06756 서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57