이 과제는 2016년 고용노동부의 「고용영향평가사업」에 관한 위탁사업에 의한 것임

공유경제 허용 고용영향평가 연구

고용노동부

KLI 한국노동연구원

본 보고서는 한국노동연구원 고용영향평가센터의 2016년 고용영향평가 사업으로 수행한 연구결과입니다.

연구주관기관 : 한국노동연구원
연구시행기관 : 한국노동경제학회

연 구 진

연구책임자 : 권순원 (숙명여자대학교 교수)
참여연구자 : 정동일 (숙명여자대학교 부교수)
박지순 (고려대학교 교수)

목 차

요 약 ····· i

제1장 서 론 ····· 1

제1절 연구의 필요성 및 목적 ····· 1

제2장 연구 내용 및 방법 ····· 6

제1절 연구 내용과 범위 ····· 6

제2절 연구 방법 ····· 7

1. 실태조사 ····· 7

2. 실태조사를 활용한 미시적 고용효과 분석 ····· 8

3. FGD ····· 9

4. 국내외 사례 조사 ····· 10

제3장 선행연구 검토 및 법·제도 관련 사례 분석 ····· 11

제1절 공유경제의 개념과 특징 ····· 11

1. 공유경제의 개념 ····· 11

2. 공유경제의 주요 특징과 종류 ····· 12

제2절 선행연구 검토 ····· 14

제3절 공유경제의 주요 사례 ····· 19

제4절 공유경제 관련 문제점 및 국내외 규제 현황 ····· 21

1. 공유경제의 문제점 ····· 21

2. 공유경제 관련 국내의 규제 현황 ····· 23

3. 공유경제 규제 관련 해외의 정책 동향 ····· 26

4. 평가 및 시사점 ····· 31

제4장 미시적 자료를 활용한 고용효과 분석 ····· 33

제1절 방법론과 분석 개요 ····· 33
1. 방법론 ····· 33
2. 분석의 개요 ····· 35
제2절 고용효과 추정 ····· 37
1. 공유경제 분야 전체 ····· 37
2. 공유숙박 분야 ····· 40
3. 카셰어링 분야 ····· 43
4. 기타 공유경제 분야 ····· 46
5. 분석의 요약 ····· 49

제5장 공유경제 규제완화의 고용 영향 조사 ····· 51

제1절 실태조사 개요 ····· 51
1. 조사 목적 ····· 51
2. 조사 방법 ····· 51
3. 조사 설계 ····· 52
4. 조사 대상 및 조사 시기 ····· 52
5. 조사 대상의 일반적 특성 ····· 53
제2절 경영 전반 및 인력 고용 현황 ····· 55
1. 경영 현황 및 전망 ····· 55
2. 고용 구조 ····· 56
3. 사업 후 흑자 전환 시기 ····· 58
4. 사업 환경 ····· 59
5. 공유경제 주요 고객군 구성 ····· 60
제3절 규제완화 수준 및 규제완화 필요 정도 ····· 61
1. 완화 필요 규제 및 규제완화 필요 정도 ····· 61
2. 그림자 규제 및 규제 정비 효과 ····· 64
제4절 규제완화 효과 ····· 66
1. 경영 개선 효과 ····· 66
2. 고용의 증대 효과 ····· 69

3. 투자 촉진 효과 ····· 70
4. 질적 고용효과 ····· 71
제5절 사업 애로 요인 및 정부 지원 요구 ····· 73
1. 사업 애로 요인 ····· 73
2. 신시장 창출 요인 ····· 74
3. 정부 활성화 지원 효과 및 필요성 ····· 77
제6절 고용 장애 요인 및 고용 증대 방안 ····· 81
1. 고용 장애 요인 ····· 81
2. 고용효과 증대 방안 ····· 84

제6장 공유경제 관련자 FGD 조사 결과 ····· 89

제1절 규제완화 효과 ····· 89
제2절 규제완화의 방향 ····· 90
제3절 고용창출 극대화 방안 ····· 96
제4절 시장 활성화 방안 ····· 98

제7장 공유경제 활성화와 고용효과 증대를 위한 제언 ····· 104

제1절 공유경제 활성화를 위한 합리적 규제방안 ····· 104
1. 공유경제 활성화를 위한 규제완화의 기본 방향 ····· 104
2. 공유경제 활성화를 위한 합리적 규제방안 ····· 106
제2절 공유경제 관련 규제완화 시 고용에 미치는 영향 ····· 111
1. 공유경제가 노동시장에 미치는 영향 ····· 111
2. 공유경제 관련 산업 규제완화 시 고용에 미치는 영향 ····· 112

참고문헌 ····· 115

〔부록 1〕 공유경제 좌담회 1(공유숙박) ····· 117
〔부록 2〕 공유경제 좌담회 2(카셰어링) ····· 154
〔부록 3〕 공유경제 규제완화의 고용영향 조사 설문지 ····· 193

표 목 차

<표 1- 1> 공유경제 기업의 국외시장 대비 여건 분석 ····· 4

<표 3- 1> 제공서비스에 따른 공유경제 분류 ····· 14
<표 3- 2> 숙박 및 자동차 공유 관련 국내 법·제도 검토 ····· 26

<표 4- 1> 공유경제 고용창출 경로 ····· 36
<표 4- 2> 공유경제 규제완화에 따른 고용효과(공유경제 전체) ····· 39
<표 4- 3> 공유경제 규제완화에 따른 공유숙박 분야 고용효과 ····· 42
<표 4- 4> 공유경제 규제완화에 따른 카세어링 분야 고용효과 ····· 45
<표 4- 5> 공유경제 규제완화에 따른 기타 공유경제 분야 고용효과 ····· 48
<표 4- 6> 공유경제 업체당 고용효과 ····· 49

<표 5- 1> 설문조사 결과 ····· 52
<표 5- 2> 조사 대상 ····· 53
<표 5- 3> 창업 연도 ····· 53
<표 5- 4> 공유경제 사업 시기 ····· 54
<표 5- 5> 공유경제 사업 개시 형태 ····· 54
<표 5- 6> 공유경제 업체의 회사 형태 ····· 55
<표 5- 7> 공유경제 업체의 경영 현황 ····· 56
<표 5- 8> 총종사자 수 ····· 56
<표 5- 9> 종사자 구성 ····· 57
<표 5-10> 취업계수 ····· 58
<표 5-11> 사업 후 흑자 전환 시기 ····· 59
<표 5-12> 사업 환경 ····· 60
<표 5-13> 주요 고객군 구성 ····· 61
<표 5-14> 완화 필요 규제 및 완화 필요 정도 ····· 61
<표 5-15> 그림자 규제 및 규제완화 정비 효과 ····· 65
<표 5-16> 매출 증대 효과 ····· 67

<표 5-17> 영업이익 개선 효과 ····· 68
<표 5-18> 고용 증대 효과 ····· 70
<표 5-19> 자산구입 효과 ····· 70
<표 5-20> 장비 및 설비 구입비 ····· 71
<표 5-21> 질적 고용효과 ····· 72
<표 5-22> 사업 애로 요인 ····· 74
<표 5-23> 고객 측면 시장 창출 요인 ····· 75
<표 5-24> 자원 측면 시장 창출 요인 ····· 75
<표 5-25> 거래 측면 시장 창출 요인 ····· 76
<표 5-26> 지원 효과 ····· 78
<표 5-27> 정부의 활성화 지원 필요 정도 ····· 80
<표 5-28> 제도적 측면 고용 장애 요인 ····· 82
<표 5-29> 인력 수요자 측면 고용 장애 요인 ····· 83
<표 5-30> 인력 공급자 측면 고용 장애 요인 ····· 84
<표 5-31> 신규 창출 지원 측면의 고용 증대 방안 ····· 85
<표 5-32> 규제 개선 측면의 고용 증대 방안 ····· 86
<표 5-33> 인력 인프라 구축 측면의 고용 증대 방안 ····· 87
<표 5-34> 인력 양성 측면의 고용 증대 방안 ····· 88

<표 7-1> 공유경제 업체당 고용효과 ····· 113

그림목차

[그림 1-1] 연도별 공유경제 시장규모 ····· 2

[그림 4-1] 공유경제 규제완화에 따른 고용변화(공유경제 분야 전체) ···· 37
[그림 4-2] 공유경제 시장 고객군 구성(공유경제 분야 전체) ····· 39
[그림 4-3] 공유경제 규제완화에 따른 공유숙박 분야 고용변화 ····· 41
[그림 4-4] 공유숙박 시장 고객군 구성 ····· 41
[그림 4-5] 공유경제 규제완화에 따른 카셰어링 분야 고용변화 ····· 43
[그림 4-6] 카셰어링 시장 고객군 구성 ····· 44
[그림 4-7] 공유경제 규제완화에 따른 기타 공유경제 분야 고용변화 ····· 46
[그림 4-8] 물품·지식 공유 등 기타 공유경제 시장 고객군 구성 ····· 47

요 약

1. 서 론

○ 전 세계적으로 저성장 기조와 더불어 내수경제 및 노동시장의 침체 등 사회·경제적 문제가 발생함에 따라 그 해결 방안을 다각도로 모색하고 있는 가운데, 공유경제(Sharing Economy)가 새로운 패러다임의 경제활동으로 급부상

○ 공유경제 개념이 확산되면서 이를 기반으로 하는 경제활동이 가시화되고, 공유경제에 기반한 공유기업도 지속적으로 증가함에 따라 개별 산업을 비롯한 노동시장 등에도 긍정적인 기여를 할 것으로 기대가 되고 있으며, 특히 새로운 일자리 창출에 크게 기여할 것으로 전망됨.

○ 하지만 공유경제와 관련한 기존 산업(예컨대 공유숙박, 카셰어링)을 규율하는 법적 규제는 여전히 전통적 패러다임을 벗어나지 못하고 있어 공유경제의 활성화는 법리적으로, 그리고 현실적으로도 적지 않은 한계를 지니고 있으며 이에 따라 공유경제 관련 법과 제도를 정비하려는 움직임이 보이고 있음.

○ 이와 같은 배경하에서 본 연구는 공유경제(공유숙박, 카셰어링)와 관련된 산업 규제 현황을 전체적으로 조사하고, 각 규제의 타당한 규제완화 대안 및 각 대안별로 고용에 미치는 영향을 살펴보고자 함.

○ 또한 다양한 시나리오별 규제완화에 따른 고용창출 경로를 파악하고 공유경제 관련 규제완화가 거시 경제 및 고용과 어떻게 연계되

는지를 거시·미시 관점에서 분석하여 공유경제 분야의 일자리 증감 효과와 고용의 질 변화 분석

○ 실태조사 및 FGD 분석, 사례조사 등을 통해 공유경제와 관련한 산업의 규제를 합리적으로 완화 또는 개선하기 위한 구체적인 대안을 모색하고, 고용의 양과 질 개선 등 고용친화성을 제고할 수 있는 방안을 제시하며, 관련 산업 규제완화 과정에서의 추가적인 그림자 규제 등에 대한 정책 대안을 제시

2. 연구 내용 및 방법

○ 공유경제 관련 산업 규제완화를 통해 공유경제가 활성화될 경우 예상되는 직·간접적 고용효과를 추정하고 고용의 질에 미치는 영향을 연구

○ 산업 현장 관계자 또는 전문가들을 대상으로 집단심층토론조사(FGD)를 실시하여 공유경제 관련 산업 규제완화에 따른 고용 여건 개선 효과 및 고용효과 향상을 위한 정책적 제언을 도출

○ 국내외 사례 및 현행 관련 법·제도를 분석하여 공유경제의 활성화를 가로막고 있는 각종 규제를 찾아내고, 이러한 규제를 합리적으로 완화 또는 개선하는 방안을 제안함.

○ 다양한 공유경제의 유형 가운데 성장가능성이 상대적으로 크고, 시장의 요구가 존재하고 있는 공유숙박과 카셰어링을 중심으로 살펴봄.

3. 선행연구 검토 및 법·제도 관련 사례 분석

□ 공유경제의 개념과 특징

○ 공유경제와 관련하여 명확하고 통일적인 개념은 존재하지 않으나, 일반적으로 공유경제라 함은 물건이나 지식, 공간, 경험 등 개인이

가진 여분의 자원을 공유 플랫폼(온라인이나 모바일 앱 등)을 통해 다른 사람과 공유하는 새로운 경제활동 방식을 말함.

○ 전통적 경제(소유경제 내지 상업경제)와 달리, 공유경제는 특유의 신뢰관계를 바탕으로 재화 및 서비스의 상호간 공유를 통하여 인간관계가 확장하는 등의 사회적 가치창출이 가능한 협력적 소비(collaborative consumption)를 도모하고자 함.

□ 선행연구 검토

○ 최근 공유경제 관련 연구들이 많아지고 있지만, 아직은 초보적인 수준이며, 공유경제를 중심으로 한 실증적 연구는 거의 찾아보기 어려움.

□ 공유경제의 주요 사례

○ 오늘날 공유경제의 규모와 유형은 급속히 확대되는 추세에 있는데, 그 대표적인 사례로 에어비앤비(Airbnb)와 우버(Uber)를 들 수 있음.

○ 에어비앤비는 숙박자산의 임대를 통해 서비스를 제공할 수 있도록 임대인과 임차인을 P2P 방식 등으로 직접 연결시켜주는 영리 목적의 사업으로, 임대인이 자신의 유휴 숙박자산을 활용하기 원하는 임차인을 에어비앤비 플랫폼을 통해 소개받고, 임대인과 임차인은 에어비앤비 플랫폼이 정해주는 임대료로 임대차 계약 및 거래를 진행하며, 에어비앤비에는 일정률의 수수료를 지불하는 형태

○ 우버는 차량공유 서비스를 제공하고자 하는 자와 차량공유 서비스를 원하는 자를 P2P 방식으로 직접 연결시켜주는 영리 목적의 사업임. 즉 우버는 우버서비스에 등록되거나 우버에 고용된 운전기사와 승객을 공유 플랫폼을 통해 중개하는 서비스를 제공하는 업체(차량공유 서비스 업체)를 말함.

□ 공유경제 관련 문제점 및 국내외 규제 현황

○ 국가 간 혹은 지역 간에 상이한 규제 형태가 나타나고 있을 뿐만 아니라, 각국은 공유경제와 관련된 개별 사안이 발생할 때마다 새로운 규제나 개정된 규제를 적용하는 방식보다는 전통적인 정부 규제의 적용 여부를 논의하는 경향을 주로 보이고 있음.

○ 하지만 분명한 것은 '혁신과 규제의 딜레마' 상황에서 대부분의 국가는 기술발전에 따른 경제시스템의 변화를 거스를 수 없는 시대적 흐름으로 인식하고, 공유경제가 소비자 선택권의 확대를 비롯한 산업 전반에 긍정적인 기여를 한다는 판단하에 공유경제의 활성화 방안을 적절히 모색하고 있음.

○ 따라서 우리 정부도 공유경제의 활성화를 위한 법·제도적 기반을 구축해 공유경제를 서비스 신산업으로 육성할 수 있는 기반을 마련하는 것을 목표로 해야 하며, 이와 동시에 공유경제로 인하여 야기될 수 있는 각종 문제에 대한 종합적인 대응책도 마련할 필요가 있음.

4. 미시적 자료를 활용한 고용효과 분석

□ 방법론과 분석 개요

○ 일반적으로 고용효과를 추정하는 데에는 성향점수법(PSM)과 이중차감법(DID)이 많이 사용되지만, 공유경제 관련 규제완화는 아직 제대로 실시되지 않았고 공유경제의 범위와 규모도 파악하기 쉽지 않기 때문에, 이 두 가지 방법을 사용하는 데는 한계가 있음.

○ 본 연구에서는 공유경제 분야에서 활동하는 기업들에 대한 실태조사를 근거로 규제완화 시 고용 전망, 신규고용 창출효과, 기존고용 이동효과 등을 추정하고자 함.

□ 분석의 개요

○ 고용 발생 장소와 고용창출 유형을 토대로 다음과 같은 고용창출 경로를 도출할 수 있음.

		고용 발생 장소	
		신규 업체	기존 업체
고용 창출 유형	공유경제 영역 밖에서 이동	A	B
	신규고용 창출	C	D

○ 이와 같은 네 가지 고용창출 유형 중 A와 B는 공유경제 영역에서는 고용이 증가하나, 국민경제 전체적으로는 고용창출 효과가 없는 경우로 신규고용 창출효과와 기존고용 이동효과가 상쇄됨.

○ 이에 반해 C와 D는 공유경제 규제완화로 인해 신규 공유경제 업체와 기존 공유경제 업체에서 새롭게 고용을 창출함으로써 국민경제 전체적으로 고용이 증가하는 시나리오임.

○ 공유경제 규제완화의 고용효과를 살펴보기 위해서는 A, B, C, D 등 네 가지 고용창출 시나리오에 대한 분석이 요구되지만, 자료의 한계로 본 연구에서는 B와 D에 집중하여 신규고용 창출효과와 기존고용 이동효과를 살펴볼 것임.

□ 고용효과 추정

○ 공유경제 분야에서 활동하는 100개 업체(공유숙박 40개 업체, 카셰어링 40개 업체, 물품·지식 공유 등 기타 공유경제 분야 20개 업체)에 대한 실태조사를 중심으로 개별 업체당 평균 고용효과, 평균 신규고용 창출효과, 평균 기존고용 이동효과를 요약하면 다음과 같음.

	고용 창출효과	고용 이동효과	전체 고용효과
공유숙박	1.43	0.30	1.73
카셰어링	4.92	1.28	6.20
기타	1.54	0.79	2.25
전 체	1.91	0.53	2.45

○ 분석결과 공유숙박, 카셰어링, 기타 공유경제 분야 모두 규제완화에 따른 기존고용 이동효과보다는 신규고용 창출효과가 월등히 높고 신규고용 창출효과가 가장 높은 분야는 카셰어링임.

○ 하지만 본 연구에서는 신규 진입업체가 유발할 수 있는 고용창출효과는 다루지 못했음. 초기 투자비용을 감안할 경우 물품·지식 공유서비스 분야나 공유숙박 분야에 신규 진입업체가 가장 많을 것으로 예상되며, 카셰어링의 경우 초기 투자비용이 많이 들기 때문에 신규 업체의 시장 진입은 상대적으로 많지 않을 것으로 예상

5. 공유경제 규제완화의 고용 영향 조사

□ 실태조사 개요

○ 공유서울 사이트와 포털 사이트를 통해 수집된 공유숙박 업체를 조사 표본으로 선택하고, 구조화된 설문지를 사용하여 방문 개별면접조사, 이메일, 팩스 전화조사 등을 통해 실태조사 실시

□ 경영 전반 및 인력 고용 현황

○ 공유경제 업체들의 경영 현황을 보면, 매출액은 평균 7,200만 원, 총자산은 평균 1억 1,100만 원, 당기순 이익은 1,100만 원으로 매출액은 카셰어링 분야 업체에서 많았고, 총자산 규모는 공유숙박 분야 업체에서 많았으며, 당기순이익은 기타 분야 업체에서 상

대적으로 많은 것으로 나타났음.

○ 공유경제 업체의 총종사자 수는 평균 2.7명으로 나타나고 있으며, 카셰어링 분야보다는 기타 분야나 공유숙박 분야에서 더 많은 것으로 나타났음.

○ 공유경제 업체들의 취업계수를 추정해보면 매출 10억 원당 37.64명으로 높게 나타나 취업효과가 매우 큰 것으로 나타남.

○ 전반적으로 공유경제사업 환경은 보통 수준 이하로 열악하며, 특히 법·제도적 환경이 가장 열악한 것으로 나타났음.

○ 공유경제의 주요 고객군으로는 신규 창출 고객이 전체의 74.9%로 가장 많았고 그다음으로 비충성 고객이 21.7%, 구매 포기 고객이 3.4% 등의 순으로 기존 시장과 무관하게 신규 창출되는 고객이 74.9%에 이르는 것으로 나타남.

□ 규제완화 수준 및 규제완화 필요성

○ 공유경제 업체들은 공유경제 사업과 관련해 규제가 심하다고 생각하고 있으며, 대부분의 항목에 대해 규제완화가 필요하다고 답함.

○ 그림자 규제가 다소 존재하고 있으며, 이러한 그림자 규제가 공유경제 사업의 생산 및 고용에 부정적인 영향을 미치고 있는 것으로 판단

□ 규제완화 효과

○ 공유경제 분야의 규제완화는 순증기준의 매출액을 96.67% 증가시키는 효과가 있으며, 순증기준의 영업이익을 2,300만 원 증가시키는 효과가 있을 것으로 나타났음.

○ 공유경제 관련 규제완화 직전의 종사자 수는 평균 3.63명에서 만약 규제완화가 되지 않고 규제가 지속되면 종사자 수는 3.45명일 것으로 예상되지만, 규제가 업체 종사자가 원하는 수준으로 적절

히 이루어진다면, 5.90명으로 증가할 것으로 나타나 공유경제 분야의 규제완화는 순증기준으로 종사자 수를 67.59% 증가시키는 효과가 있음.

○ 공유경제 종사자의 고용의 질과 관련하여 공유경제 규제완화는 무엇보다 종사자의 직업적 건강 관리나 안전 및 작업 환경을 크게 제고하고, 근로시간, 야간 근로, 이직 등 근로여건과 고용 안정성 제고하는 데에도 효과가 있는 것으로 나타남.

□ 사업 애로 요인 및 정부 지원 요구

○ 공유경제 관련 사업 애로 요인으로는 법 및 제도 미비가 가장 중요하며, 과도한 시장 경쟁, 기업 환경 열악 등도 큰 애로 요인인 것으로 나타남. 동시에 과도한 시장경쟁으로 인한 시장 질서 왜곡 우려가 존재하여 이에 대한 대응책 마련도 필요함.

○ 고객 측면에서의 시장 창출 요인은 신규 창출 가능한 잠재적 고객이 많다는 점임. 이는 결국 공유경제가 기존 시장을 대체하기보다는 새로운 시장을 창출하는 기능이 크고, 이러한 신시장 창출을 가능하게 하는 정책 지원이 필요함을 시사함.

○ 자원 측면에서는 새로 사업화 가능 품목과 거래 자원이 풍부하다는 점이 시장 창출에 크게 기여하는 것으로 나타남.

○ 거래 측면에서의 시장 창출 요인에 대해서는 거래 용이함, 비용 저렴함도 신시장 창출 기여 효과가 큰 것으로 나타났음. 이는 공유경제의 신시장 창출을 위해서는 거래의 용이성을 높일 수 있는 플랫폼 구축이 중요함을 알 수 있음.

○ 정부 지원에 대해서는 시민 홍보를 통한 공유 분위기 확산, 공공분야 스타트업 기업에 대한 인증 및 투자 지원, 국가 정보화 사업을 통한 공유경제 자원 확대 지원, 불가능 사업을 제외한 모든 사업 허용(네거티브)방식으로의 전환 지원, 공공 주도의 공유 중개

플랫폼 제공, 행정 정보의 공개 및 이를 활용한 공유 서비스 확대, 공유경제 관련 연구개발 지원 확대, 기존 법령이 아닌 적합한 새로운 법령 마련 등이 지원 효과가 큰 것으로 나타났음. 이는 결국 공유경제 산업 활성화는 민간주도적 방식과 이를 공공기관이 간접지원하는 방식이 절대적으로 유효함을 시사하고 있음.

□ 고용 장애 요인 및 고용 증대 방안

○ 제도적 측면에서의 고용 장애 요인으로는 일자리 창출을 위한 정부의 인력 고용 촉진지원 제도의 미비가 가장 높으며, 그다음으로 인력 양성 시스템 부재, 인력 채용 정보 부족 등의 순으로 높게 나타남.

○ 인력 수요자 측면의 장애 요인으로는 임시직 중심 단기 고용 확대가 가장 높으며, 그다음으로 열악한 임금 및 근무조건, 고용 불안정성, 열악한 작업 환경 등의 순으로 나타나 임시직 중심 단기 고용 확대가 상대적으로 고용 장애 요인이 되고 있는 것으로 판단됨.

○ 인력 공급자 측면의 장애 요인으로는 취업 희망 인력의 직무 능력 부족, 적절한 업무경력자 부족이 가장 높으며, 그다음으로 일할 수 있는 인력 자체 부족, 중소기업 취업 기피, 필요 자격을 갖춘 자 부족 등의 순으로 나타남.

○ 신규 창출 지원을 통한 고용 증대 방안으로는 고용창출형 공유경제 사업 지원 확대가 상대적으로 고용효과가 큰 것으로 나타났으며, 그다음으로 공유경제 업체에 대한 고용 지원 확대, 고용 증대 관련 세액 공제제도 도입 및 확대, 공유경제 업체에 대한 연구 인력 지원 확대 등의 순으로 나타남.

○ 규제 개선 측면에서의 고용 증대 방안은 근로조건 개선이 가장 효과적인 방안으로 나타났으며, 고용 유연성 제고, 파견·기간제 등 고용 규제 개선 순으로 고용 증대 효과가 큰 것으로 나타남.

○ 인력 인프라 구축 면에서의 고용 증대 방안으로는 구직 및 구인 중개 채널 구축이 가장 큰 고용 증대 효과가 있으며, 종합인력정보시스템 구축, 관련 전문 인력 DB 구축 등도 고용효과가 있는 것으로 나타남.

○ 전문 인력 양성 측면에서의 고용 증대 방안으로는 관련 인력 양성 기관 확대가 상대적으로 큰 고용 증대 효과가 있는 것으로 나타났으며, 전문 인력 연수과정 운영 확대, 현장 인력의 재교육 강화 및 경력별/직무별 교육훈련 프로그램 개발 순으로 나타났음.

6. 공유경제 관련자 FGD 조사 결과

○ 공유경제에 대한 규제완화의 효과는 상당 부분 발생하고 있는 것으로 인지되며, 일부 공유경제에 대한 규제의 경우 지속적으로 규제가 강화되는 추세를 보여 왔음.

○ 공유경제의 활성화를 위해서는 추가적인 규제완화가 필요하며, 근본적으로 시장의 요구를 반영하는 것이 중요. 공유경제 활성화를 위한 각종 정책 지원이 오히려 시장 기능을 저해하여 활성화에 장애가 될 가능성도 크므로 시장 기능 제한을 최소화해야 함.

○ 공유경제와 관련하여 큰 장애 요소로는 무엇보다도 과도한 절차를 요구하는 것으로 이들 요구를 완화하는 것이 중요하며, 기존의 행정 규제를 공유경제에서도 유사하게 적용하려는 경향이 있는데, 이러한 행정 규제는 비현실적이므로 완화가 필요

○ 공유경제와 관련하여 다양한 리스크가 발생되므로 이와 관련된 보험 제도의 마련과 함께 보험 제도의 현실적인 개선이 필요하고, 무엇보다 현재 영리 행위 개념에서 조세적 접근을 하고 있는데, 이러한 비합리적인 조세 제도의 정비가 필요

○ 공유경제에 대한 규제가 현실과는 동떨어진 형태로 이루어지고 있으므로 규제의 현실화가 필요하며, 특히 관광 가이드, 식사 제공

등 공유경제와 관련하여 발생되는 다양한 부대 업무에 대한 규제 완화 필요

○ 공유경제는 고용창출 경로가 한정적이어서 고용창출을 위해서는 결국 규모 확대를 허용해야 하며, 특히 공유숙박의 활성화를 위해서는 다양한 행사 개최를 통해 해외 관광객의 유치가 매우 효과적

○ 공유경제를 활성화한다고 지나치게 시장 내 경쟁을 초래한다면 자영업자들의 양산으로 인한 폐업 사태와 같은 문제가 발생될 우려가 있으므로 지나친 경쟁 조장은 주의가 필요

○ 공유경제에 대한 정부 지원은 공급자인 정책 당국 중심적이 아니라 실제 수요자인 시장 요구에 부응하는 지원이 필요하며, 특히 중앙정부보다는 자치단체의 적극적인 지원이 효과적

○ 공유경제가 활성화되기 위해서는 공유경제가 번식할 수 있는 인프라의 구축이 필요하고, 또한 공유경제에 대한 인식 개선과 시민 의식의 제고도 필요

○ 공유경제에서 참여자는 소규모지만 운영은 규모의 경제 창출이 가능한 대규모를 요구하고 있어서 공유경제 업체 간 협력을 통한 규모의 경제 창출을 지원해야 함.

7. 공유경제 활성화와 고용효과 증대를 위한 제언

□ 공유경제 활성화를 위한 합리적 규제방안

○ 공유경제는 다양한 경제적 가치를 창출하지만, 적법성의 결여 및 소비자 안전과 신뢰도 저하 등의 현실적 문제도 발생시키므로, 규제완화에서는 이와 같은 사항을 고려할 필요가 있음.

○ 하지만 공유경제에 대한 규제의 기본 방향은 공유경제의 성장을 억제하는 것이 아니라 공유경제의 외연을 확장하고 새로운 영역을 창출할 수 있도록 각종 지원을 하는 방향으로 규제를 정비해야 함과 동시에, 공유경제에 따른 불법성 및 소비자 안전 등의 문제

를 예방하기 위한 법·제도적 정비(민사적 제재수단의 정비, 보험 제도 마련, 업계의 자율규제 방안 마련 등)가 함께 요구됨.

○ 공유경제의 활성화를 위한 규제완화 방안을 모색함에 있어서 공유경제의 기본정신에 보다 부합할 수 있는 방향에서 규제를 합리적으로 정비하는 관점과 더불어 공유경제의 도입에 따른 기존 산업 이해관계자와의 형평성을 두루 제고할 수 있는 관점을 균형 있게 고려해야 함.

□ 공유경제 규제완화 시 고용에 미치는 영향

○ 공유경제의 확대가 고용을 비롯한 노동시장에 미치는 영향은 중요한 사안이긴 하나, 새로운 고용창출과 기존 산업의 고용감축에 대한 영향도 고려해야 함.

○ 우리나라의 공유경제 전체 규모를 파악하기 어려운 상황에서 공유경제 관련 규제완화가 공유숙박, 카셰어링 등 공유경제 전반에 걸쳐서 고용에 미치는 효과를 총체적으로 분석하기는 현실적으로 어려움.

○ 본 연구는 공유경제 분야에서 활동하고 있는 업체를 중심으로 신규고용 창출효과와 기존고용 이동효과를 나누어 살펴보았음. 분석결과, 공유숙박의 경우 업체당 신규고용 창출효과는 1.43명, 기존고용 이동효과는 0.3명으로 나타났고, 카셰어링의 경우 업체당 신규고용 창출효과는 4.92명, 기존고용 이동효과는 1.28명이었으며, 물품·지식 공유 등 기타 공유경제 분야는 업체당 신규고용 창출이 1.54명, 기존고용 이동효과는 0.79명으로 나타났음. 종합적으로 공유경제 관련 규제가 완화된다면, 공유경제 업체 1개소당 신규고용 창출효과는 1.91명, 기존고용 이동효과는 0.53명임.

○ 결과를 종합하면 규제완화에 따른 신규고용 창출효과가 가장 높은 분야는 카셰어링임.

○ 하지만 본 연구에서는 신규로 공유경제 분야에 진입하는 업체가 유발할 수 있는 고용 창출효과는 다루지 못했음. 초기 투자비용을 감안할 경우 물품·지식 공유서비스 분야나 공유숙박 분야에서 신규 진입업체가 가장 많을 것으로 예상되며, 카셰어링의 경우 초기 투자비용이 많이 들기 때문에 신규 업체의 시장 진입은 상대적으로 많지 않을 것으로 예상할 수 있음.

○ 이렇게 볼 때, 공유숙박 분야의 경우 기존 업체에서의 고용효과보다는 신규 업체의 시장 진입에 따른 고용효과가 클 것으로 예상되며, 카셰어링의 경우는 기존 업체에서의 고용증가가 클 것으로 예상됨.

○ 이상의 결과를 종합해 볼 때, 공유숙박과 카셰어링 등과 같은 공유경제의 활성화는 지역경제와 관련 산업의 활성화를 도모할 뿐만 아니라 새로운 일자리 창출 모델로서 노동시장에 존재하는 고용과 관련한 문제를 해결할 수 있는 가능성이 존재함.

제 1 장

서 론

제1절 연구의 필요성 및 목적

□ 전 세계적으로 저성장 기조와 더불어 내수경제 및 노동시장의 침체 등 사회 · 경제적 문제가 발생함에 따라 그 해결 방안을 다각도로 모색하고 있는 가운데, IT기술을 활용한 모바일 플랫폼 등을 통해 유휴자원의 공급자와 수요자의 개인 간 거래를 중개하는 공유경제(Sharing Economy)가 새로운 패러다임의 경제활동으로 급부상하고 있음.

○ 제러미 리프킨은 <소유의 종말>에서 소유 중심의 경제가 쇠퇴하고 대여와 이용 중심의 시장이 빠르게 확산될 것이라고 예측했고, 2009년 하버드대학교 로렌스 레식 교수는 '리믹스'(Remix)의 저작권 문제를 논하면서 공유개념 경제를 정의하였으며, 그 이후 공유경제 개념이 빠르게 확산됨.

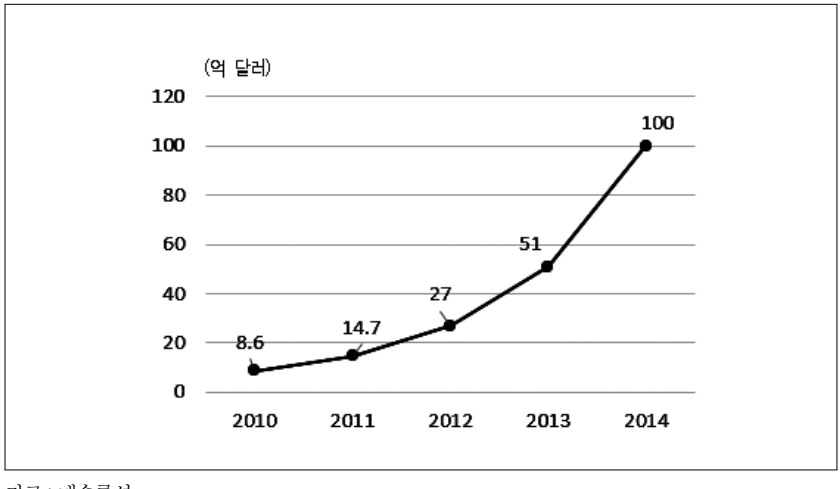
○ 공유경제는 물건을 소유하는 형태의 소비활동으로부터 물건을 사용하고 공유하는 형태의 협력소비를 근간으로 하는 경제를 의미함.

□ 공유경제 개념이 확산되면서 이를 기반으로 하는 경제활동이 가시화되고 있으며, 공유경제에 기반한 공유기업도 지속적으로 증가하고 있음.

○ 예컨대 개인 간의 숙소를 연계하는 에어비앤비(Airbnb), 개인 간의 자동차를 공유하는 우버(Uber)를 비롯하여 개인 간의 대출을 알선하는 조파(Zopa) 등이 대표적인 공유경제의 유형이라 할 수 있으며, 이와 같은 공유경제는 빠른 속도로 그 규모와 유형이 증가할 것으로 예상됨.

○ 미국 시장조사업체 매솔류션에 따르면 2014년 세계 공유경제 시장 규모가 이미 100억 달러를 넘은 것으로 추산하고 있으며, 우리나라의 공유 기업들도 공유경제의 시장 규모가 향후 10년 이내에 급성장할 것이라고 예측하고 있음.

[그림 1-1] 연도별 공유경제 시장규모



자료 : 매솔루션.

○ 미국 컨설팅업체 프라이스워터하우스쿠퍼스에 따르면 2025년까지 세계 공유경제 시장이 3,350억 달러(약 400조 원) 규모로 커질 것으로 전망(이코노미스트, 2015년 11월 30일, “진화하는 공유경제”)

○ 대표적 공유기업인 우버는 2016년 6월 현재 자사의 기업가치가 74조 6,000억 원에 달한다고 발표(이코노믹 리뷰, 2016년 6월 23일, “공유경제의 미래: 미래 패러다임은 어떻게 바뀔까?”)

○ 우리나라에서도 2011년부터 2030세대의 라이프스타일을 겨냥한 공유기업이 등장했지만, 대부분 영세한 스타트업 기업들임. 그럼에도 불구

하고 스마트폰과 인터넷에 익숙한 젊은 세대의 입소문을 타면서 그 수가 빠르게 증가하고 있음.

□ 이처럼 공유경제가 새로운 사회적 경제모델로서 급부상함에 따라, 개별 산업을 비롯한 노동시장 등에도 긍정적인 기여를 할 것으로 기대가 되고 있으며, 특히 새로운 일자리 창출에 크게 기여할 것으로 전망됨.

○ 무엇보다 공유경제는 경제적 거래의 자원을 확대하고, 거래의 용이성과 비용절감에 긍정적인 영향을 미침으로써 새로운 수요시장을 생성할 수 있으며, 개인 및 마을단위의 시장 참여로 비경제인구층(노인, 주부, 비취업자)에서 일자리를 창출하는 효과가 있을 것으로 기대됨.

○ 또한 공유경제를 기반으로 한 개인 간 공유 플랫폼 제공 비즈니스 모델인 소셜 벤처가 혁신적인 아이디어를 상업화함으로써 소득 증대 및 일자리 창출 효과가 늘어날 것으로 기대하고 있으며, 소자본으로 창업할 수 있는 기회도 증가할 것으로 예측됨.

○ 나아가 공유민박, 카셰어링 등은 지역경제 활성화를 촉진하여 추가적인 고용을 유발할 수 있을 것으로 보고 있음.

□ 하지만 공유경제와 관련한 기존 산업(예컨대 공유숙박, 카셰어링)을 규율하는 법적 규제는 여전히 전통적 패러다임을 벗어나지 못하고 있어 공유경제의 활성화는 법리적으로, 그리고 현실적으로도 적지 않은 한계를 지니고 있음.

○ 비현실적인 법 규제로 인해 오히려 지하경제 규모가 커지고 기존 기업의 영업권이 침해되어 법·경제 질서의 혼란을 초래할 뿐만 아니라, 고용의 질을 떨어뜨리고 근로자의 권익을 훼손할 우려가 있다는 지적이 있음.

○ 실제로 공유기업 단체대표에 대한 한 조사에 따르면, 공유기업들은 향후 시장 전망을 매우 긍정적으로 평가하면서도, 공유경제 활성화를 위해서는 법·제도적 개선이 시급하다고 인식하고 있음.

○ 예를 들어 국외시장과 비교할 때 국내시장의 여건을 전반적인 여건,

법·제도, 기술지원, 시민의식, 시장경쟁으로 나누어 분석한 결과, 시장경쟁에서는 유리하다는 의견이 66.7%였으나, 법·제도적 여건이 유리하다는 의견은 26.7%에 불과하였음. 법·제도적 여건이 국외시장과 비교해서 불리하다고 평가하는 의견은 총 73.3%임.

〈표 1-1〉 공유경제 기업의 국외시장 대비 여건 분석

(단위 : %)

	전반적 여건	법·제도	기술지원	시민의식	시장경쟁
매우 불리	6.7	13.3	10.0	16.7	3.3
불리	46.7	60.0	43.4	50.0	30.0
유리	36.7	23.3	46.7	33.3	56.7
매우 유리	10.0	3.3	0.0	0.0	10.0
전 체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료 : 경기개발연구원(2014), 『공유기업(단체) 현황 및 시장전망 조사』.

○ 한편, 세계 각국에서는 공유경제를 새로운 흐름으로 인정하고 공유경제를 활성화하기 위한 차원에서 관련 법제 및 정부정책을 합리적으로 정비하기 위한 노력을 부단히 하고 있으며, 이와 같은 맥락을 고려할 때 현행 관련법제의 규제방식과 정도를 합리적으로 개선하거나 새로운 규제방안을 모색하는 등의 시도가 필요할 것으로 보임.

□ 이에 따라 공유경제 관련 법과 제도를 정비하려는 움직임이 보이고 있음.

○ 현재 공유숙박은 외국인관광 도시민박업, 한옥체험업, 농어촌민박업 등 제한적으로 운영되고 있지만, 에어비앤비(Airbnb)와 같은 형태의 공유숙박(공유민박업)을 활성화하기 위해서는 이와 관련된 법을 개정 내지 신설하여 합법적인 제도권 영역에 포함하는 방안이 논의되고 있으며, 구체적으로는 기존 민박업과의 형평성을 고려하여 일정한 자격 요건을 충족하는 경우에만 등록할 수 있도록 하고 영업일수는 연간 180일 이내로 제한하는 방안을 추진하고 있음.

○ 카셰어링의 경우 차량공유업체가 운전부적격자를 판별할 수 있도록 면허정보 제공범위를 확대하는 방안, 차량공유업체가 공영주차장을 이용

할 수 있도록 허용하고 예약소 설치를 위한 신고서류를 재정비하는 방안이 논의되고 있음.

□ 이와 같은 배경하에서 본 연구는 다음과 같은 목적을 달성하고자 함.

○ 공유경제(공유숙박, 카셰어링)와 관련된 산업 규제 현황을 전체적으로 조사하고, 각 규제의 타당한 규제완화 대안 및 각 대안별 고용에 미치는 영향에 대한 고용연계성 및 분석방법론 연구

○ 다양한 시나리오별 규제완화에 따른 고용창출 경로를 파악하고 공유경제 관련 규제완화가 거시 경제 및 고용과 어떻게 연계되는지에 대한 거시·미시 경제적 관점에서 분석

○ 규제완화에 따른 공유경제 규모의 증가와 예상되는 일자리 증감 효과를 추정하고 공유경제 관련 규제완화에 따른 고용의 질 변화 예측

○ 실태조사 및 FGD 분석, 사례조사 등을 통해 공유경제와 관련한 산업의 규제를 합리적으로 완화 또는 개선하기 위한 구체적인 대안을 모색하고, 고용의 양과 질 개선 등 고용친화성을 제고할 수 있는 방안을 제시하며, 관련 산업 규제완화 과정에서의 추가적인 그림자 규제 등에 대한 정책 대안을 제시

제2장

연구 내용 및 방법

제1절 연구 내용과 범위

□ 연구의 내용

○ 공유경제 관련 산업의 규제완화를 통해 공유경제가 활성화될 경우 예상되는 직·간접적 고용효과를 추정하고자 함.

○ 공유경제 시장 참여기업 및 잠재적 참여기업 등에 대한 실태조사를 통해 직접 고용 효과를 추정하고 공유경제 관련 산업 규제완화에 따른 질적·구조적 고용효과를 파악

○ 산업 현장 관계자 또는 전문가들을 대상으로 집단심층토론조사(FGD)를 실시하여 공유경제 관련 산업 규제완화에 따른 고용 여건 개선 효과 및 고용효과 향상을 위한 정책적 제언을 도출

○ 국내외 사례 및 현행 관련 법·제도를 분석하여 공유경제의 활성화를 가로막고 있는 각종 규제를 찾아내고, 이러한 규제를 합리적으로 완화 또는 개선하는 방안을 제안함.

□ 연구의 범위

○ 다양한 공유경제의 유형 가운데 성장가능성이 상대적으로 크고, 시장의

요구가 존재하고 있는 공유숙박과 카셰어링을 연구대상으로 정하여 밀도 있는 논의를 진행하고자 함.

○ 이와 같은 연구 범위의 설정은 현재 정부가 추진하고 있는 공유경제 활성화 정책과도 맥락을 같이하는 것이라 할 수 있음.

○ 공유숙박, 카셰어링을 중심으로 하되 그 외에도 장남감 및 생활용품 대여업을 비롯한 다양한 형태의 공유경제 유형에 대한 연구도 함께 진행하고자 함.

제2절 연구 방법

1. 실태조사

□ 조사 방법

○ 공유경제 참여 기업(가능한 경우 미참여 기업 및 잠재적 참여 기업 포함)을 대상으로 구조화된 설문지를 사용하여 관련 산업 규제완화에 따른 고용창출 효과를 추정하고 고용의 질적 개선 효과를 파악함.

○ 더불어 공유경제 활성화를 통해 양질의 일자리를 창출할 수 있는 방안으로 도출함.

□ 조사 대상

○ '크리에이티브 커먼스 코리아'에 등록된 공유기업을 비롯하여 공유경제 시장에서 활동하고 있는 공유기업 100여 개에 대한 설문조사 실시

□ 조사 내용

○ 업체 현황 : 업체 규모 및 주요 공유경제 활동, 기업 경영 실적, 고용형태별 종사자 수, 인력 수급문제 및 인력 운용실태 등

○ 공유기업 관련 법·제도 현황: 공유숙박 관련 법·제도 현황, 카셰어링 관련 법·제도 현황, 기타 공유경제 관련 법·제도 현황, 규제에 따른 애로사항, 희망 개선사항 등

○ 공유기업 관련 규제완화에 따른 고용효과: 규제완화에 따른 추가 투자 의향, 규제완화에 따른 추가 고용 의향, 규제완화에 따른 창업 촉진 효과, 규제완화에 따른 고용의 질 변화 등

– 고용 증대 관련 희망 개선 방안: 고용 증대를 위한 희망 개선 방안, 고용 질 개선을 위한 희망 개선 방안, 공유경제 창업 유도를 위한 정책 제언, 공유경제 시장 활성화를 위한 정책 제언

2. 실태조사를 활용한 미시적 고용효과 분석

□ 실태조사 자료를 활용하여 공유경제 관련 산업 규제완화가 고용에 미치는 효과를 실증적으로 분석

□ 규제완화에 따른 미시적 고용효과를 추정할 수 있는 구체적인 방법으로 많이 활용되는 것이 성향점수법(PSM)과 이중차감법(DID)임. 성향점수법은 정책의 수혜를 받는 집단과 수혜를 받지 못하는 집단 간에 발생하는 차이를 분석하여 고용효과를 추정하는 방법이고, 이중차감법은 정책의 수혜를 받기 전과 정책 수혜를 받은 후의 차이를 비교하여 고용효과를 추정하는 방법임.

□ 하지만 이 두 가지의 방법은 공유경제 관련 규제완화의 고용효과를 추정하기에는 커다란 한계가 있음. 그 이유는 다음과 같이 세 가지로 요약됨.

□ 첫째, 이 두 방법 모두 정책이 실시되었다는 것을 전제로 하는데, 공유경제 관련 규제완화가 현실화되지 않은 상황에서 두 가지 혹은 그중 하나를 사용하는 것에는 커다란 제약이 따름.

□ 둘째, 현재 공유경제에 대한 합의된 정의도 존재하지 않고 공유경제 분야를 특정하기 위한 공식화된 분류체계도 존재하지 않는 상황에서 공유경제의 규모를 파악하는 것이 현실적으로 불가능하고 규제완화가 공유경제 시장규모 확대, 고용 등에 미치는 영향을 추정하는 것은 매우 어려운 과제임.

□ 셋째, 공유경제 분야는 기존 산업을 대체하는 측면이 크기 때문에, 공유경제 관련 규제완화에 따른 고용효과를 추정하기 위해서는 추가적 고용효과인지, 기존 산업 분야로부터의 이동효과인지를 따져보아야 함. 공유경제 관련 규제완화에 따라 공유경제 분야에서 고용효과가 발생하더라도 기존 분야에서 고용이 감소한다면 순수한 고용효과라고 보기는 어려움.

□ 이러한 한계 때문에 본 연구에서는 성향점수법이나 이중차감법을 활용하기는 어렵고, 그 대신 공유경제 분야에서 활동하는 기업들에 대한 실태조사를 근거로 규제완화 시 고용 전망, 신규고용 창출효과, 기존고용 이동효과 등을 추정하고자 함.

3. FGD

□ FGD 방법

○ 공유경제에 참여하는 기업들이 경험하는 직·간접 고용 애로와 고용 창출 제고를 위한 정책 개선 방향을 도출하기 위해 공유경제 기업인을 비롯하여 현장 관계자들을 대상으로 설문조사 결과를 토대로 FGD 실시

□ FGD 대상

○ 공유기업 대표 5명
○ 공유경제 관련 정책 담당자 3명

○ 공유기업 창업을 고려하고 있는 개인 2명

□ FGD 주요 조사 내용

○ 실태조사 결과를 바탕으로 고용 증대와 관련하여 일반적인 문제점과 애로사항, 일자리 창출력 제고를 위한 정책 개선 방향 등
○ 공유기업 창업과 관련한 법·제도적 규제를 비롯한 애로사항 발굴, 공유기업 운영과 관련한 법·제도적 규제를 비롯한 애로사항 발굴, 고용 증대 및 고용 여건 개선을 위한 추가 지원 대책 도출 등 효과적인 고용 증대를 위한 제도적 보완 방안 모색

4. 국내외 사례 조사

□ 공유경제가 이미 활성화되어 있는 국가들을 대상으로 공유경제가 고용의 양과 질에 미치는 영향을 살펴보고, 법·제도적 측면에서 공유경제를 활성화하기 위한 방안을 조사하고 그 시사점을 도출함.

□ 또한 국내 사례에 대한 분석을 통해 현재 우리나라 공유경제의 현실과 문제점을 살펴보고, 공유경제 활성화와 공유경제를 통한 고용창출을 위해 어떠한 제도적 보완이 이루어져야 하는지에 대한 시사점을 도출함.

제3장

선행연구 검토 및 법·제도 관련 사례 분석

제1절 공유경제의 개념과 특징

1. 공유경제의 개념

□ 공유경제와 관련하여 명확하고 통일적인 개념은 존재하지 않으나, 일반적으로 공유경제라 함은 물건이나 지식, 공간, 경험 등 개인이 가진 여분의 자원을 공유 플랫폼(온라인이나 모바일 앱 등)을 통해 다른 사람과 공유하는 새로운 경제활동 방식을 말하며, 이러한 공유경제의 목표는 자원의 절약, 환경의 보호, 공동체 의식의 회복, 지역경제의 활성화 등과 같은 사회·경제적 가치를 제고하고, 이를 통해 적정한 부가수익을 창출하는 것이라 할 수 있음.

○ 일반적으로 공유경제는 아나바다(아껴 쓰고, 나눠 쓰고, 바꿔 쓰고, 다시 쓴다) 운동과 유사하다는 인상을 갖기 쉽지만, 아나바다 운동은 자원의 재활용에 중점을 둔 반면, 공유경제는 사회·경제적 가치의 공유를 추구하고 지역사회에 기반을 두고 있으며 인터넷과 모바일 기술(mobile technology)을 기반으로 한다는 점에서 기존의 대여나 물자절약운동과는 차별화되는 부분이 존재함.

○ 또한 개인이 물건 등을 소유하지 않고 빌려 쓴다는 점에서 렌털 서비스

와 유사한 측면이 있으나, 렌털 서비스의 경우는 렌털 전문 기업이 이윤 추구를 목적으로 취득한 자원을 활용하는 경제활동이지만, 공유경제는 개인이 이미 보유하고 있는 유휴자원 등을 활용하여 부가수익을 창출한다는 점에서 차이가 있음.

2. 공유경제의 주요 특징과 종류

□ 전통적 경제(소유경제 내지 상업경제)는 소비자의 재화에 대한 소유 및 공급자의 이윤창출이라는 기본목표를 지니고, 더 많은 재화를 얻기 위해 상호 경쟁하는 데 더 큰 가치를 두었던 반면, 공유경제는 특유의 신뢰관계를 바탕으로 재화 및 서비스의 상호간 공유를 통하여 인간관계가 확장하는 등의 사회적 가치창출이 가능한 협력적 소비(collaborative consumption)를 도모하고자 함.[1)]

○ 다시 말해 공급자의 입장에서는 보유한 재화를 공유함으로써 재화의 가치를 확산시키는 동시에, 수요자는 공유된 재화를 활용해 부가가치를 창출할 수 있는 기회를 얻는, 윈-윈의 경제적 구조를 이루어 나갈 수 있는 사회적 경제모델로 주목을 받고 있음.

○ 이처럼 공유경제는 전통적 경제와 같이 재화를 단순히 소유(ownership)하는 데 가치를 두는 것이 아니라, 합리적으로 이용(utility)하는 데 가치를 두는 상생의 경제모델로서 그 의미를 가짐.

□ 공유경제는 경제적 측면뿐만 아니라 사회적 측면에서도 다양한 이점을 가지고 있음.

○ 공유경제는 자원이 활용되지 않는 동안 낭비되는 가치를 줄이고 새로운 가치를 창출하자는 데서 출발하고 있음. 다시 말해 공유경제는 개인에게 자신이 잘 사용하지 않는 자원을 활용하여 수익을 창출할 뿐만 아니

1) 전통경제와 공유경제의 자세한 비교는 송순영, 『공유경제 서비스와 소비자 권익증진 방안 연구』, 한국소비자원, 2015, pp.33~34 참조.

라, 다른 사람의 자원을 공동으로 활용함으로써 저렴한 비용으로 재화 및 서비스를 제공받을 수 있는 기회를 제공하며, 이는 자산을 소유하는 것과 유사한 경제적 가치를 확보할 수 있게 함.

○ 또한 공유경제에서는 공유 플랫폼(온라인 또는 모바일 앱 등)을 활용함으로써 많지 않은 비용으로 공간적 제약 없이 상품시장이나 서비스시장에 쉽게 접근함으로써 공급자와 수요자의 연계를 용이하게 함.

○ 공유경제가 활성화될 경우 사회 전체적으로는 불필요한 생산이 감소할 수 있기 때문에 환경파괴와 에너지 및 자원 낭비를 막을 수 있고, 소비자들에게는 가격이 부담되어 과거에는 구입할 수 없었던 재화나 서비스를 이용할 수 있는 기회를 줄 뿐만 아니라, 이로 인해 기업들은 구매능력이 없는 소비자들도 고객으로 삼을 수 있는 계기가 될 수 있음.

○ 공유경제는 '소유'가 아닌 '나눔'을 통해 개인 상호간의 이익을 주고받는 새로운 패러다임의 경제활동으로 자원의 낭비 및 환경파괴를 줄이고 소비자 선택권을 확대할 뿐만 아니라 사회적으로도 인간관계의 기회가 확대되는 등의 가치를 창출함으로써 긍정적 효과를 기대할 수 있음.

□ 공유경제는 유·무형 자원을 포괄하며, 제공서비스와 운영 방식에 따라 다음과 같이 세 가지로 분류

○ 제품서비스 시스템(Products Service System) : 한 회사나 개인이 소유하고 있는 제품을 사용자들에게 공유, 대여, 교환하는 방식으로 카셰어링(Zipcar), 바이크 셰어링(Velib) 등이 대표적인 예

○ 재분배시장(Redistribution Market) : 필요하지 않은 제품을 서로 물물교환하거나, 현금이나 포인트 등을 이용하여 중고물품을 재분배하는 방식으로서 경매(ebay), 물물교환시장(키플), 무료 혹은 상품권 교환(Freecycle) 등이 대표적인 예

○ 협력적 커뮤니티(Collaborative Community) : 취미나 관심사가 비슷한 사람들이 모인 커뮤니티 내에서 사용자 간의 협력을 통해 유·무형 자원을 공유하는 방식으로서 공간(AirBnB), 여행경험(플레이플레닛), 지식공유(위즈돔) 등이 대표적인 예

<표 3-1> 제공서비스에 따른 공유경제 분류

제공 서비스	거래방식	공유자원	공유기업	
			국 외	국 내
제품 서비스	사용자들이 제품/서비스를 소유하지 않고 사용할 수 있는 방식	자동차 셰어링	Zipcar, Streetcar, Cocet	쏘카, 그린카
		바이크 셰어링	Velib, Barclays Cycle Hire	푸른바이크셰어링
		태양에너지 공급	SoarCity, Solar Century	
		장난감 대여	DimDom, BabyPlays	희망장난감도서관
		도서 대여	Chegg, Zookal	국민도서관, 책꽂이
물물교환	필요하지 않은 제품을 필요한 사람에게 재분배	경매시장	ebay, craiglist, flippid	옥션, 지마켓, 11번가
		물물교환시장	Threaddup, Swapstyple	키플, 열린옷장
		무료/상품권 교환	Freecycle, Giftflow	
협력적 커뮤니티	커뮤니티 내 사용자 간의 협력을 통한 방식	공간공유	AirBnB, Roomorama	코자자, 모두의주차장
		구인구직	Loosecubes, Desksnearme	알바몬, 알바천국
		여행경험	AirBnB	플레이플레닛
		지식공유	TeachStree, TradeSchool	위즈돔
		택시 셰어링	Taxi2, TaxiDeck, TaxiStop	
		크라우드펀딩	Kickstarter, Indiegogo	씨앗펀딩, 굿펀딩

자료 : 경기개발연구원(2014), 『공유경제의 미래와 성공조건』.

○ 어떤 형태의 공유경제든지 배타적 소비보다는 협력적 소비를, 경쟁적 시장보다는 신뢰와 공동체에 기반한 사회적 경제를 그 핵심으로 하는 대안적 경제를 지향하고 있음.

제2절 선행연구 검토

□ 「공유경제에 대응하는 규제개혁」(최유성, 2016)

○ 본 연구는 공유경제가 긍정적인 측면이 존재하기는 하지만, 소비자 피해, 기존 사업자의 영역 잠식, 개인정보 및 사생활 침해 등 다양한 문제를 지니고 있으므로, 정부는 혁신에 장애가 될 수 있는 전통적인 명령지

시적 규제의 사용을 가능한 지양하고, 시장의 자율성과 기능에 유연하게 대처할 수 있는 대안적 규제전략을 최대한 활용할 필요가 있다고 주장함.

○ 또한 정부는 공유경제와 관련한 규제개혁을 민간에 대한 규제부담을 완화하는 기회로 활용해야 할 것이며, 궁극적으로 공유경제의 성장을 억제하는 것이 아니라 공유경제의 외연을 확장하고 새로운 영역을 창출할 수 있도록 지원하는 방향으로 규제개혁을 추진해야 할 것을 요구하고 있음.

□ 「공유경제의 이해와 대응」(함창모, 2016)

○ 본 연구는 공유경제의 개념 및 서비스 형태별 분류를 기초로 지자체 차원의 공유경제 지원정책 현황과 충북지역 공유경제 활성화 방안(공유경제 촉진을 위한 제도적 기반 구축, 정보공유 시스템 구축, 창업 및 종합지원체계 구축, 공유경제 네트워크 구축 등)을 제시하고 있음.

○ 또한 공유경제의 사회경제적 효과와 관련하여, 공유경제는 구매 비참여자의 수요 참여와 소기업 및 개인의 공급시장 진입을 촉진하여 신시장을 창출하고 유휴자원 활용을 통해 부가가치를 창출하는 등 새로운 경제적 가치를 제고할 수 있으며, 새로운 창업모델 및 신규 일자리를 창출하는 등 고용 취약계층의 경제활동 참여기회를 확대, 제공해줄 수 있다고 함.

□ 「숙박 분야 공유경제에 관한 법제연구」(강문수, 2015)

○ 본 연구는 공유경제가 글로벌 경제의 새로운 패러다임으로 급부상하고 있음을 고려하여, 숙박 분야의 공유경제로서 소위 '통신민박소개업'에 대한 법제적 논의를 중점적으로 진행하고 있음.

○ 특히 숙박 분야에 대한 현행 법제의 미비로 인하여 유사한 업종 형태로 정당한 절차 없이 외국인관광 도시민박업을 행하고 있는 자에 대한 규제 문제, 개인과 개인 간의 거래로 법인등록을 하지 않은 개인의 거래에

대한 과세 여부, 개인의 방을 빌려주고 과금하는 형태로 유휴자원 활용을 과세대상으로 적용할 수 있는지에 대한 기준의 모호 등 숙박업 관련 숙박시설 제공자, 이용자 및 매개업자 간 다양한 문제가 발생하고 있음을 지적하고 있음.

○ 이상과 같은 배경을 기초로 통신민박소개업의 운용에 따라 발생하고 있는 문제점과 그 법제적 개선에 관한 입법 정책적 대안(현행 외국인관광 도시민박업 및 한옥체험업에 대한 법령상 구분체계 재구성, 대학 인근 하숙 및 원룸 영업의 외국인관광 도시민박업으로의 전환 가능성, 공유서비스에 대한 소비자 보호방안)을 제시하고 있음.

□ 「우버택시와 적합성에 대한 연구」(김병오, 2015)

○ 본 연구는 대표적인 공유경제의 하나로서 우버(Uber)택시의 적합성을 검토하고 있는데, 예컨대 우버택시 적합성 판정의 기준이 되는 운전자의 자격, 운전자에 대한 교육, 면허제도, 운전자 검증, 택시의 공공성, 택시 총량제 등에 있어서의 적합성을 살펴보고 있음.

○ 또한 우버택시의 적합성 판단의 중요 요소인 운수사업법상의 유상 운송과 적법성을 구체적으로 살피고, 나아가 택시버스의 공공적 성격과 택시영업자의 시민에 대한 권리와 의무도 함께 살피고 있음.

□ 「공유경제의 이론과 실체 그리고 정책적 대응」(손상영, 2015)

○ 본 연구는 공유경제의 이론적 배경을 토대로 그 개념 및 유형을 분류하고, 대표적 공유경제로서 공유숙박(에어비앤비(Airbnb))과 카셰어링(우버(Uber))의 사례를 들어, 이와 관련한 정책동향을 구체적으로 파악함으로써 공유경제의 활성화를 위한 정책적 시사점을 다음과 같이 도출하고 있음.

○ 먼저, 공유숙박과 관련하여 해외에서는 단기 주택임대에 대한 규제가 주로 시민인 장기 임차인 보호 차원에서 추진되었으나 국내의 경우 주로 관련 법 위반 여부를 지적하고 있는 동시에, 외국인관광 도시민박업

을 비롯한 도시의 단기 주택 대여사업이 도시의 전월세 공급에 미치는 영향을 분석하여 필요하다면 단기 주택 임대기간에 대한 제한을 두는 것이 바람직함을 제시하고 있음.

□ 「에어비앤비(Airbnb) 사례를 통해 본 공유경제 관련 법 제정 현황 분석」(송순영, 2015)

○ 본 연구는 공유경제의 소비자 문제 발생 및 소비자 피해 예방을 위해서 공유경제에 적합한 법·제도의 정비가 이루어져야 한다는 인식하에 이에 대한 해외사례를 검토하고 있음.
○ 특히 공유경제 중 에어비앤비(Airbnb)에 대한 법 제정이 활발하게 이루어지고 있는 점을 감안하여 에어비앤비(Airbnb)와 관련된 법 제정 현황을 중심으로 검토하고 있음.

□ 「공유경제를 통한 혁신과 규제에 관한 일 고찰」(송태원, 2015)

○ 본 연구는 공유경제 현상에 대하여 전통적인 법·제도를 그대로 적용할 경우 사전금지 규제와 같은 효과가 있으므로, 기술의 발전에 따른 혁신이 저해되지 않도록 새로운 규제체계를 도입하는 것이 필요함을 강조하고 있음.
○ 즉 공유경제 현상에서도 이용자 보호를 위한 사회적 안전망의 부재와 거래에서 발생하는 피해분쟁이 거래당사자의 몫으로 귀속된다는 점에서 이용자 보호를 위한 제어방안이 필요하며, 다만 규제체계를 마련함에 있어서는 혁신이 저해되지 않도록 행위 자체를 금지하는 진입규제 방식보다는 피해 발생 방지를 위한 민사적 제재수단의 정비, 보험제도의 마련, 업계의 자율규제 방안 마련 등을 구체적으로 검토하고 있음.

□ 「공유경제 서비스와 소비자 권익증진 방안 연구」(송순영, 2015)

○ 본 연구는 공유경제가 소비자의 경제적 가치를 제고하는 측면도 있지만, 적법성의 결여 및 소비자의 안전과 신뢰도 등의 문제를 발생시킬 수

있는 점을 고려하여 소비자 권익을 증진하기 위한 구체적인 방안을 검토하고 있음.

○ 구체적으로는 소비자 중심의 공유경제 개념의 확립이 필요한 부분(예컨대 지방자치단체의 공유촉진 조례의 공유에 대한 정의를 개정할 필요), 거래 및 소비자 안정성을 확보하기 위한 부분(예컨대 전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률 제24조 및 제25조를 강화하는 방안), 그리고 공유경제 서비스의 신뢰를 제고하기 위한 부분 등을 분석, 평가하고 있음.

□ 「공유경제 비즈니스 모델과 새로운 경제규범」(손상영 · 김사혁, 2015)

○ 본 연구는 공유경제의 이론적(철학적, 역사적) 배경과 공유경제 비즈니스 모델(소비/서비스 제공, 제조/생산)을 기초로 공유경제의 경제 · 사회적 영향과 문제점을 분석하고 있음.

○ 특히 본 연구는 공유경제의 경제적 효과를 파악하기 위해서는 공유기업의 성과뿐만 아니라 공유기업이 영향을 줄 수 있는 모든 경제주체의 경제적 변화를 고려해야 한다는 점을 강조하고 있음. 다만, 고용이나 지역사회에 미치는 영향에서 얼마까지가 공유기업의 영향인지 구분하기 어렵고 실제로 관련 데이터도 구하기 어렵다는 한계를 지적하고 있음.

○ 또한 본 연구는 공유경제의 문제점으로 공유경제 자체의 문제, 공유경제가 타 분야에 미치는 영향, 국내 공유경제의 갈등 요인 등을 지적하고 있으며, 이를 기초로 공유경제(카셰어링, 공유숙박)에 대한 규제현황의 분석 및 평가를 통해 공유경제 활성화를 위한 규제개혁 방향을 구체적으로 살피고 있음.

□ 「공유경제 활성화를 통한 청년 일자리 창출 방안」(양지윤, 2014)

○ 본 연구는 청년층 고용문제 해결의 대안을 청년창업으로 보고, 공유경제의 활성화 측면에서 일자리 창출방안에 대해 제언하고 있는데, 구체적으로는 공공서비스를 민간에 개방하고 공유경제 활성화를 통해 청년

창업을 활성화시키며, 공공기관이 보유하는 공공정보의 개방을 가속해야 함을 제시하고 있음.

○ 다만, 공유경제 활성화를 위해서는 개인 간의 신뢰 형성을 높이는 방안을 고려해야 하며, 합리적인 차원에서 규제 철폐가 필수적일 뿐만 아니라 개인이나 소자본가가 공유경제 시장에 참여해서 공정한 경쟁을 할 수 있도록 하는 정부의 역할이 중요함을 강조하고 있음.

□ 「공유경제의 미래와 성공조건」(김점산, 2014)

○ 본 연구는 공유경제가 활성화될 수 있는 인프라(IT기술과 유·무선 인터넷망)를 가지고 있음을 주목하여, 공유경제의 활성화를 위한 법·제도의 개선, 공유기업 인증 및 투자, 기업의 개인정보 보호에 대한 신뢰 회복을 위한 방안을 전반적으로 검토하고 있으며, 나아가 공공-기업-시민단체의 협력을 통해 비전문가와 비경제인구층(노인, 주부, 비취업자 등)의 공유경제 참여를 확대할 필요가 있다고 강조함.

○ 특히 후자와 관련하여, 경기도 내 공유분야 스타트업 기업에 대한 인증 및 투자를 통해 지역경제를 활성화하고, 이를 통해 비경제인구층(노인, 주부, 비취업자 등)의 시장참여 및 일자리 창출을 도모할 것을 강조함.

제3절 공유경제의 주요 사례

□ 오늘날 공유경제의 규모와 유형은 급속히 확대되는 추세에 있는데, 그 대표적인 사례로 빈 집의 수요와 공급을 연결하는 에어비앤비(Airbnb)와 유휴 자동차를 이용하는 우버(Uber)를 들 수 있음.

□ 에어비앤비

○ 에어비앤비는 숙박자산의 임대를 통해 서비스를 제공할 수 있도록 임대

인과 임차인을 P2P 방식 등으로 직접 연결시키는 영리 목적의 사업임.

○ 다시 말해서 에어비앤비는 임대인이 자신의 유휴 숙박자산을 활용하기 원하는 임차인을 에어비앤비 플랫폼을 통해 소개받고, 임대인과 임차인은 에어비앤비 플랫폼이 정해주는 임대료로 임대차 계약 및 거래를 진행하며, 에어비앤비에는 일정률의 수수료를 지불하는 형태를 말함.

○ 에어비앤비 사업이 관련 이해당사자들에게 미치는 영향은 크게 다음과 같음.

○ 먼저 긍정적인 측면에서 보면, 소비자(임차인)는 선택의 폭이 확대되고, 숙박업체 간 경쟁으로 가격 인하도 기대할 수 있으며, 사회관계의 기회도 확대되는 측면이 존재함. 또한 임대인의 경우에도 유휴자원을 통한 부가수익의 증대와 함께 사회관계의 기회도 확대될 수 있음.

○ 반면 부정적인 측면으로는 임대인의 자산손실 가능성과 기존 숙박업자의 매출 감소로 인한 고용감축의 우려가 있을 뿐만 아니라, 사회적으로도 장기 임대용 주택들이 단기 임대용으로 전환됨에 따라 장기 세입자들은 임대주택을 구하기가 어려워지는 사회적 문제(주택난의 문제)가 발생할 우려가 있음.

○ 나아가 정부 및 지자체의 입장에서는 소음 등 관광객의 출입으로 인한 피해와 대형 숙박업소의 매출 감소에 따른 세수의 감소가 우려되며, 지역 주민인 장기 세입자들의 주택 임대시장이 악화될 위험이 있음.

□ 우버

○ 우버는 차량공유 서비스를 제공하고자 하는 자와 차량공유 서비스를 원하는 자를 P2P 방식으로 직접 연결시켜주는 영리 목적의 사업임. 즉 우버는 우버서비스에 등록되거나 우버에 고용된 운전기사와 승객을 공유 플랫폼을 통해 중개하는 서비스를 제공하는 업체(차량공유 서비스 업체)를 말함.

○ 우버는 다양한 공유경제의 유형 가운데 공유방법이 서비스 제공/교환인 대표적인 경제모델로, 지난 2009년 설립 이후에 괄목할 만한 성장세를 보이고 있으며, 2015년 기준 전 세계 70여 개 이상의 도시에 진출해

있음.

○ 우버 사업이 관련 이해당사자들에게 주는 영향은 크게 다음과 같음.

○ 우선 긍정적인 측면에서는 차량공유 서비스의 소비자는 선택의 폭이 확대되고, 공유 플랫폼(우버 앱 등)의 개발을 통한 편의성을 확보할 뿐만 아니라, 기존 택시서비스와의 경쟁으로 사용요금이 인하되는 측면이 존재할 수 있음.

○ 반면 부정적인 측면에서는 우버 운전기사의 소득보장 및 자동차 보험과의 관계 등이 불명확하다는 점, 또한 기존 택시산업의 경제적 손실과 같은 사회적 갈등을 야기할 수 있음.

○ 나아가 정부나 지자체 측면에서도 피크타임에 택시 서비스 부족 문제의 해소를 일부 기대할 수 있지만, 택시 등록 저하에 따른 세수 감소의 우려 등이 지적되고 있음.

제4절 공유경제 관련 문제점 및 국내외 규제 현황

1. 공유경제의 문제점

□ 앞서 살펴본 바와 같은 공유경제는 분명히 이점을 가지고 있는 동시에 해결해야 할 문제도 많이 가지고 있음. 예를 들어 공유경제를 이용하는 소비자 피해의 문제, 기존 사업자와의 충돌문제, 개인정보 및 사생활 침해에 따른 문제 등이 대표적이라 할 수 있음.

□ 소비자 피해의 문제

○ 공유경제의 핵심적 특징은 '개인 간의 거래'인 바, 이러한 거래는 기존의 규제에서 요구하는 기준이나 요건 없이 거래당사자 간의 신뢰(信賴)에 기반하여 경제활동이 이루어지는 데 비해, 이러한 공유경제에서 개인

간의 거래 형태는 거래 선택의 결과에 대한 책임이 오로지 개인에게 있다는 점에서 소비자 피해의 우려가 발생함.

○ 또한 공유경제의 개인 간 거래 형태는 '정보의 비대칭성'으로 인한 시장 실패를 초래함으로써 소비자 피해를 야기할 가능성이 존재함. 즉 소비자 입장에서 적정한 가격을 판단하고 거래할 수 있는 정보가 충분히 제공되어야 함에도 불구하고, 현재로서는 주로 공유 플랫폼(인터넷과 모바일 앱 등)을 통해 거래 상대방에 대한 검토가 일부 이루어지고 있어 정보 불균형의 문제가 심각하게 발생할 수 있으며, 이와 같은 문제는 특히 신규 시장진입자의 경우 더욱 심각하게 나타날 가능성이 농후함.

○ 그 밖에도 공유경제를 활용함에 있어서 자산의 안전미비와 신변안전의 위험 등 안전의 문제와 자산의 청결성 등 품질의 문제, 불법임대로 인한 이중계약 및 환불 등의 문제가 현실적으로 발생할 수 있음.

□ 기존 사업자와의 이해관계 충돌

○ 공유경제는 기존 제도권 내에서 경제활동을 하는 동일 또는 유사 업종의 사업자와의 형평성 문제를 야기할 가능성이 있음. 다시 말해 기존 사업자들은 택시운전 면허, 숙박업 면허 등과 같이 정부가 요구하는 기준이나 요건을 엄격히 갖추고 있으며, 이를 위한 각종 비용도 지불했지만, 공유경제 사업자들의 경우 이러한 기준이나 요건이 적용되지 않음으로써 규제순응비용이 절감되어 가격경쟁력을 확보할 수 있고, 이는 자연스럽게 기존 사업자들의 영역을 침해하게 됨.

○ 예컨대 우버(Uber)택시가 기존의 택시 면허를 가지고 사업을 하는 사람들의 영역을 침범하고 있다거나, 에어비앤비(Airbnb)가 기존 숙박업소의 이익을 침해한다는 주장이 대표적인 사례임.

○ 이처럼 공유경제는 기존 사업자와의 차별적인 규제로 인하여 시장내 불공정 경쟁의 문제를 야기할 수 있기 때문에 이를 규율할 법 · 제도적 정비가 시급히 요구됨.

□ 기타 공유경제와 관련된 문제

○ 이상과 같은 문제들 외에도 공유경제와 관련하여 예상되는 문제들은 다양한 분야에서 복잡하게 나타날 가능성이 존재함.

○ 예를 들어 개인 간 거래에서 발생할 수 있는 개인정보 보호의 문제를 비롯하여 여러 형태의 차별문제, 그리고 거래상의 문제가 발생한 경우 누가 법적 책임을 지는가의 문제, 사업자 공유자산의 보호문제 등이 현실적으로 발생할 수 있음.

2. 공유경제 관련 국내의 규제 현황

□ 박민우(2014)[2]는 공유경제 플랫폼 정착과 관련하여 국내에서 갈등을 초래할 쟁점으로, ⅰ) 기존 산업과 관련한 법규 내지 규제와의 갈등문제와, ⅱ) 기존 사업자들과의 이해관계 충돌문제를 대표적으로 제시하고 있음.

□ 특히 전자와 관련하여, 기존의 관련 산업에 적용되던 법규 내지 규제와의 갈등문제는 무엇보다 공유경제 활성화를 위한 핵심 과제로 인식되고 있음.

□ 즉, 공유숙박 내지 카셰어링 등의 공유경제는 거래비용을 감소시키고, 새로운 거래가 일어날 수 있는 범주를 확대하는 경제적 혁신임에도 불구하고, 전통적인 산업에 대한 규제적 성격을 지니는 「관광진흥법」, 「여객자동차운수사업법」 등의 실정 법규의 적용문제가 현실적으로 발생하고 있음.

□ 이하에서는 공유경제(공유숙박, 카셰어링)와 관련한 국내의 규제 현황을 간략히 살펴봄으로써, 공유경제 활성화를 위한 합리적 규제방안을 모색하도록 함.

---

2) 박민우(2014), 『"우버(Uber) 논란을 통해 본" 공유경제 플랫폼에 대한 고찰』, 디지에코 보고서.

□ 공유숙박

○ 공유경제와 관련하여, 우리 사회에서 논의의 중점에 서 있는 대상은 유휴 숙박시설을 제공하고자 하는 사람과 이용자 사이를 매개로 하는 소위 '공유민박업(가칭)'에 관한 논의이지만, 이와 같은 형태의 업종에 대한 현행 관련 법제의 미비로 인하여 다양한 사회적 문제가 발생하고 있는 실정임.

○ 즉 현행 관련 법제에 따르면 숙박업에 대한 등록 없이 주택을 숙박서비스에 제공하는 것은 불법일 뿐만 아니라, 도시지역에서는 내국인을 대상으로 숙박서비스를 제공할 수 있는 민박업 유형이 존재하지 않아 민박업도 등록할 수 없는 한계가 존재함.

○ 다만 단기 주택임대와 관련하여 「관광진흥법」상 외국인관광 도시민박업 및 한옥체험업, 「농어촌정비법」상의 농어촌민박사업 등의 숙박업 관련 규정이 유사하게 검토될 수 있으나, 이러한 규정들은 외국인관광의 진흥이나 농어민의 소득 증대를 목적으로 도입되었음.

○ 외국인관광 도시민박업은 「관광진흥법」 제4조, 시행령 제5조, 별표1 등에서 외국인 관광객을 위한 공유숙박 요건(연면적 230㎡ 미만일 것, 외국어 안내 서비스가 가능한 체제를 갖출 것, 소화기 1개 이상 구비하고, 객실마다 단독 경보형 감지를 설치할 것)을 구체적으로 정하고 있으나, 그 기준이 지나치게 엄격하여 등록실적이 저조하고, 이는 외국인관광 도시민박업 희망자에게 제약요인이 되는 동시에 내국인 관광객에 대해서는 당해 숙박시설의 임대가 불가능한 점 등의 현실적 또는 법적 문제가 발생하고 있음.

○ 또한 공유숙박과 관련하여 「관광진흥법」상의 한옥체험업을 하기 위해서는 한옥의 숙박체험에 적합한 시설을 갖추어야 하며, 「농어촌정비법」상의 농어촌민박사업을 위해서도 주민이 거주하고 숙박 · 취사시설 등을 제공하여야 하는데, 관련 요건을 충족하는 게 현실적으로 어려움.

○ 이 밖에도 거주하지 않는 장소에서 연면적 제한 없이 내외국인에게 숙식서비스를 제공하고자 하는 숙박업 희망자는 공중위생관리법에 따라 숙박업을 신고하여 영업하면 되지만, 현실적으로 그 요건을 충족하는

게 쉽지 않음.

○ 이상과 같은 법적 규제 형태로 인하여 주택 형태인 오피스텔과 원룸 등에서는 공유경제로 포장하여 무허가 변종 숙박이 이루어지는 현실적 문제가 발생하고 있는데, 공유경제를 표방한 불법적 숙박임대는 소비자에게 불법적인 소비를 조장할 뿐만 아니라 소비자 안전 및 거래상의 소비자 문제 등을 폭넓게 발생시키기 때문에 세밀한 법적 검토가 긴요한 상황임.

○ 또한 허가되지 않은 숙박의 경우, 「공중위생관리법」 등의 위생 및 소방 안전상 등에 있어서도 취약한 부분이 분명히 존재하기 때문에 이와 관련하여 적절한 규제가 요구되기도 함.

□ 카셰어링

○ 카셰어링과 관련하여서는 「여객자동차운수사업법」이 관련 법규로서 검토될 수 있는데, 우선 자동차 대여사업(제3장 참조, 특히 제34조 참조)과 관련하여 현행 기준으로는 기준 대수(50대) 및 차고지 확보 기준을 충족할 필요가 있으며, 운전자 알선의 금지(외국인이나 장애인 등 제외), 대여한 사업용 자동차의 유상 운송 및 재대여 금지 등을 구체적으로 정하고 있는데, 이로 인해 카셰어링의 운전자를 포함하여 차량공유사업이 원칙적으로 불가능한 구조임.

○ 또한 「여객자동차운수사업법」은 자가용 자동차에 있어서도 사업용 자동차가 아닌 자동차의 유상 운송 및 임대를 금지(제81조 참조, 출퇴근 카풀, 긴급수송 등 제외)하고 있기 때문에, 개인 간 자동차 공유가 불가능할 뿐만 아니라, 불법 유상 운송행위의 경우 보험가입 및 보상의 문제가 현실적으로 크게 발생할 수 있음.

〈표 3-2〉 숙박 및 자동차 공유 관련 국내 법·제도 검토

분야	관련 업종	현행 기준	비고
숙박공유	외국인관광 도시민박업 (관광진흥법)	• 외국인 관광객에 한정하여 숙식 등을 제공 • 주민이 거주하고 세대원이 외국어 서비스 가능 • 도시지역 연면적 230㎡ 미만 단독주택 등	• 내국인 관광객에게 빈방 공유 불가 • 공여자 거주 조건으로 빈집 공유 불가 • 외국어 서비스 불가 시 공유 불가
	한옥체험법 (관광진흥법)	• 한옥의 숙박체험에 적합한 시설을 갖추어 관광객 유치	• 내국인 관광객에게 빈방 공유 가능
	농어촌 민박사업 (농어촌정비법)	• 주민이 거주하고 숙박·취사시설 등을 제공 • 농어촌지역과 준농어촌지역의 단독주택과 다가구 등	• 내국인 관광객에게 빈방 공유 가능
자동차 공유	자동차 대여사업 (여객자동차운수사업법)	• 기준 대수(50대) 및 차고지 확보 기준 충족 필요 • 운전자 알선 금지(외국인, 장애인 등 제외) • 대여한 사업용 자동차의 유상 운송 및 재대여 금지	• 우버 운전자 포함 자동차 대여사업 불가
	자가용 자동차 (여객자동차운수사업법)	• 사업용 자동차가 아닌 자동차의 유상 운송 및 임대 금지(출퇴근 카풀, 긴급 수송 등 제외)	• 개인간 자동차 공유 불가 • 불법 유상 운송 행위로 보험 가입, 보상 어려움

자료 : 경기개발연구원(2014) 참고.

3. 공유경제 규제 관련 해외의 정책 동향

□ 공유숙박에 대한 규제(단기 주택임대에 대한 규제)

○ 해외에서 공유숙박에 대한 규제는 주로 단기 주택임대에 대한 규제로서, 주로 시민인 장기 임차인의 주택난 문제를 해결하는 차원에서 접근하는 경향이 큼.

○ 특히 공유숙박 사업에 대한 규제는 사실상 에어비앤비 사업에 대한 규제인데, 이를 규제하는 국가는 주로 단기 임대기간을 제한하여 상대적으로 장기 임대가 유리하도록 유도하고 있음.

○ 최근 미국 샌프란시스코, 독일 함부르크, 프랑스 파리, 영국 런던, 네덜

란드 암스테르담 등에서는 법 개정을 통해 공유숙박과 관련한 규제를 정비한 바 있으며, 주요 내용은 다음과 같음.

○ 샌프란시스코에서는 'Airbnb Law'를 제정하고 2015년 2월 발효

- 주택임대는 오직 영구 거주자(permanent resident)만 할 수 있으며 주택 전체를 임대하는 것은 1년에 총 90일을 초과할 수 없음.
- 임대인은 주택 2채 이상을 임대할 수 없음.
- 단기 임대의 경우 hotel tax가 적용되며 임대인은 50만 달러의 책임보험에 가입해야 함.

○ 뉴욕 시에서는 오직 실제 거주자만 30일 이내의 단기 임대를 할 수 있으나, 최근 Airbnb의 활성화로 인해 이 규정을 어기는 사례가 급증해서 2015년 6월 이 규정 위반 시 부과하는 벌금을 증액했음.

○ 캘리포니아 산타모니카는 주택 가격의 상승과 주택 공급의 부족으로 Airbnb에 강한 규제를 도입한다고 발표

- Airbnb를 통해 임대를 한 자는 임차인이 머무는 동안 그 주택에 살아야 하며 비즈니스 면허를 등록하고 사용자로부터 14%의 점유세를 받아 시에 지불해야 함.
- 시 당국은 단기 임대에 대해서 매우 강한 규제를 도입함으로써 Airbnb 리스팅의 80%를 제거했다고 발표

○ 네덜란드 암스테르담 시는 2014년 2월 주 거주지에 대한 단기 임대를 허용하는 법률을 제정했는데, 그 주요 내용은 다음과 같음.

- 집 주인이 실제 거주자이어야 함.
- 1년에 2개월까지 임대 가능하며 이를 초과하면 전문숙박업 여부에 대한 조사를 실시할 수 있음.
- 임대 건당 4명까지 수용할 수 있으며, 초과하면 숙박시설로 등록해야 함.
- 임대에 대해 관광객세(tourist tax) 등을 납부해야 함(반정화, 2015).

○ 2014년 3월 프랑스는 1차 거주지와 2차 거주지의 단기 임대를 허용하는 법률을 제정했는데, 이에 따라 파리 시는 다음과 같은 규제를 수립함.

- 총단기 임대기간은 1년 중 4개월을 초과할 수 없음.

- 2차 주거지의 단기 임대는 주택수급 안정정책에 따라 상업용 건물을 매입하여 주거용으로 용도 변경해야 함.
- 주택 단기 임대 시 숙박세 납부 의무가 있으며 세율은 임대주택의 등급에 따라 차등 부과(반정화, 2015)

○ 독일 베를린 시는 Airbnb 때문에 베를린 시의 주택 임대료가 상승하고 주거난이 악화되고 있다고 주장하면서 세입자가 자신의 거주공간을 다시 단기 임대하는 것을 금지하는 규제를 입법화하고 있음.

- 베를린의 주 법원은 세입자의 단기 임대가 발각될 경우 집 주인에게 세입자를 퇴거시킬 권한을 부여

○ 각 도시의 주택 수급사정에 따라 Airbnb에 대한 규제에 차이가 있으나 전반적으로 단기 임대를 합법화하는 입법이 추진되고 있음.

- 독일 함부르크는 2013년 7월 주 거주지의 단기 임대에 관한 법을 제정
- 호주는 2013년 12월에 빅토리아 주 법원이 단기 임대를 허용하는 판결을 내렸고, 2014년 8월에는 퀸즈랜드 주 내 모든 거주지에 대해서 단기 임대를 허용하는 법안을 통과
- 2014년 미국 내 다수의 도시에서 주 거주지 단기 임대를 허용하는 법 통과
- 2015년 3월 영국 런던에서는 연간 90일 이내의 거주지 단기 임대를 허용하는 법 제정(반정화, 2015)

□ 카셰어링에 대한 규제(차량공유에 대한 규제)

○ 카셰어링 사업에 대한 규제는 사실상 우버(Uber) 사업에 대한 규제인데, 전 세계적으로 볼 때 크게 네 가지 형태의 규제방안으로 정비하고 있음.

○ 우선 규제 여부와 관련하여, ⅰ) 우버 사업을 불법화하는 방안, ⅱ) 우버 사업을 약한 규제와 함께 합법화하는 방안이 있으며, 규제정도와 관련하여, ⅲ) 우버 사업을 합법화하되 우버 사업에 대해 기존의 택시 사업 수준으로 규제하는 방안, 반면 ⅳ) 우버 사업과 동등하게 경쟁할 수 있도록 기존의 택시 사업에 대한 규제를 완화하는 방안 등이 검토되고

있으며, 자세한 내용은 아래의 사례를 참고할 수 있음.

○ 우선 우버(Uber) 사업은 유럽과 아시아 대부분에서, 미국의 일부 주에서 불법화되었음.

- 유럽의 프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인, 벨기에, 네덜란드, 덴마크, 폴란드, 루마니아, 크로아티아, 불가리아 등 다수의 국가와 주요 도시에서 Uber 사업은 법원이나 시 정부에 의해 불법으로 결정되었음.
- 아시아에서는 한국, 중국, 일본, 인도, 말레이시아, 태국, 타이완, 홍콩 등 다수의 국가와 주요 도시에서 Uber 사업이 불법으로 결정되었음.
- 뉴욕 시의 Uber는 일반 영업용 택시회사와 동일하며 시카고 시와 일리노이 주, 네바다 주, 오레곤 주 포틀랜드 시에서는 Uber 사업을 불법으로 결정
- 캐나다, 브라질, 호주, 뉴질랜드, 남아프리카공화국 등도 Uber 사업을 불법으로 결정

○ 반면 2015년 1월 펜실베니아 주 공익위원회는 우버(Uber)가 제출한 법 준수 계획을 승인하고 펜실베니아 전 지역을 대상으로 2년간 서비스 실험 면허를 부여

- 실험 면허의 부여조건으로 위원회가 요구한 운행정보 제공, 차량안전 기준 준수 등이 포함. 위원회는 혁신을 지지하고 주민에게 더 많은 선택과 기회를 제공하기 위해 이런 결정을 내렸다고 함.
- 필라델피아 시 의회도 ride-sharing 서비스의 허용을 만장일치로 승인했으며 규제기관인 Philadelphia Parking Authority에 이들의 합법화를 촉구
- 2014년 3월 시애틀 시 의회는 Uber와 같은 ride-sharing 서비스를 허용하지만 운전자의 수는 서비스당 150명 이내로 제한하기로 의결
- 매사추세츠 주와 노스캐롤라이나 주에서도 Uber와 같은 ride-sharing 서비스를 합법화했음.

○ 유럽에서 유일하게 우버(Uber)를 합법화한 도시는 영국의 런던임.

- 런던의 기존 택시연합은 Uber 요금 산정 앱이 기존 택시 운전자가 런던 택시미터의 유일한 사용자라는 권리를 침해했다고 고소
- 런던의 상급법원은 Uber 앱이 택시미터의 정의에 부합하게 요금을 산정하는지를 심의한 결과 Uber 앱을 합법이라고 판결

○ 아시아에서 유일하게 우버(Uber)를 합법화한 국가는 필리핀임.

- 2015년 5월 10일 필리핀 교통당국은 Uber를 새로운 수송 네트워크 차량 서비스로 인정하고 GPS 장착, 신차 사용, 적절한 면허 취득 등을 합법화의 조건으로 의무화
- 또한 기존의 택시에도 Uber와 같은 서비스를 허용함으로써 Uber와 공정경쟁을 하도록 유도

○ 2013년 9월 캘리포니아 공익위원회(Califonia Public Utility Commission : CPUC)는 최초로 다음과 같은 규제와 함께 ride-sharing 서비스를 합법화하기로 만장일치로 결정

⑴ 운전자는 CPUC로부터 면허를 받아야 함.
⑵ 운전자는 중죄에 대한 조회를 받고 운전자 훈련 프로그램을 성공적으로 이수해야 하며 마약과 알코올 문제로부터 깨끗해야 함.
⑶ 각 회사는 사고당 100만 달러 이상을 보상받을 수 있는 상용차 의무보험 가입을 유지해야 함.

- 또한 CPUC는 각 회사 총매출 1%의 1/3을 수수료로 부과
- CPUC의 목적은 기존 택시산업을 보호하면서도 새로운 전자호출 서비스도 합법화해서 양자가 평화적으로 공존하는 데 있음.

○ 그 밖에 Washington D.C., 버지니아 주, 유타 주 솔트레이크 시티 등도 위와 유사한 규제와 함께 차량공유 서비스를 합법화했음.

○ 호주의 New South Wales 정부는 우버(Uber) 문제에 대한 Taskforce를 운영하고 있는데, 이들은 기존의 규제가 현재 진행되고 있는 기술적, 사업적 변화를 수용하지 못하고 있다고 판단. 즉 기존의 규제를 완화해서 소비자의 기대에 잘 부응하고 있는 우버(Uber)와 같은 서비스를 합법화하고 기존의 택시 사업도 규제완화에 따른 비용 경감으로 우버(Uber)와 동일한 조건하에서 경쟁하도록 하자고 주장

○ 앞서 소개한 바와 같이 필리핀도 기존의 택시 사업에 대한 규제를 완화해서 Uber와의 공정경쟁을 유도하고 있음.

□ 공유경제 활성화를 위한 대표적 규제 개혁

○ 공유경제를 활성화하기 위한 대표적인 규제 개혁의 사례로는 영국과 네덜란드 사례가 있음. 우선 영국 정부는 2015년 3월 역동적 경제를 만들기 위해 공유경제를 지원하겠다고 재무성의 'Budget 2015'에서 발표했으며, 그 주요 시책은 다음과 같음.

○ 정부는 교통수단, 공적 공간, 보건사회 분야에서 2개의 공유경제 파일럿 프로젝트를 추진하며, 세입자(tenant)가 자신의 주거 공간을 단기 대여 또는 공동 사용할 수 있도록 관련 규제를 개선함. 또한 정부는 공유경제를 지원하기 위해 범죄기록 조회를 온라인으로 신속하게 수행하도록 관련 절차를 개선하고, 공무원 출장 시 공유경제 서비스 이용을 장려하도록 함. 그 밖에도 정부는 개인이 주차공간을 대여할 수 있도록 관련 규제를 개선하고, 구직자들이 일자리 분배 사이트를 이용해서 일자리를 구하거나 창업을 하도록 지원하고자 함.

○ 한편, 2015년 8월 네덜란드 경제부 장관도 혁신적인 기술과 비즈니스 모델 변화의 이익을 우선적으로 누리기 위해 법과 규정을 바꿀 필요가 있다고 발표한 바 있음. 특히 우버, 에어비앤비와 같은 새로운 경제적 모델이 기존의 시장에 혼란을 가져오는 상황에서 네덜란드 정부는 경직되고 오래된 규제에서 탈피해 새로운 변화를 적극적으로 수용하는 법규를 만들어야 한다고 주장하였음.

4. 평가 및 시사점

□ 아직 초기단계로서 세계 각국이 취하고 있는 공유경제에 대한 전반적인 규제방향은 국가적 차원의 해결책보다는 지방정부나 지역적인 규제활동을 통한 국지적 해결방안을 모색하고 있음을 알 수 있음.

□ 따라서 국가 간 혹은 지역 간에 상이한 규제 형태가 나타나고 있을 뿐만 아니라 우버(Uber)나 에어비앤비(Airbnb)에 관한 최근의 논란에서 보는 바와 같이 각국은 공유경제와 관련된 개별 사안이 발생할 때마다 새로운 규제나 개정된 규제를 적용하는 방식보다는 전통적인 정부 규제의

적용 여부를 논의하는 경향을 주로 보이고 있음.

□ 하지만 분명한 것은 공유경제를 새로운 서비스산업으로 수용할 것인지, 규제로 막을 것인지 '혁신과 규제의 딜레마' 상황에서 대부분의 국가에서는 기술발전에 따른 경제시스템의 변화를 거스를 수 없는 시대적 흐름으로 인식하고, 공유경제가 소비자의 선택권의 확대를 비롯한 산업전반에 긍정적인 기여한다는 판단하에 공유경제의 활성화 방안을 적절히 모색하고 있음.

□ 따라서 우리 정부도 공유경제의 활성화를 위한 법 · 제도적 기반을 구축해 공유경제를 서비스 신산업으로 육성할 수 있는 기반을 마련하는 것을 목표로 해야 하며, 이와 동시에 공유경제로 인하여 야기될 수 있는 각종 문제에 대한 종합적인 대응책도 마련할 필요가 있음.

제4장

미시적 자료를 활용한 고용효과 분석

제1절 방법론과 분석 개요

1. 방법론

□ 일반적으로 고용효과를 추정하는 데 많이 활용되는 방법이 성향점수법(PSM)과 이중차감법(DID)임. 성향점수법은 정책의 수혜를 받는 집단과 수혜를 받지 못하는 집단 간에 관찰되는 고용의 차이를 분석하여 정책에 따른 고용효과를 추정하는 방법이고, 이중차감법은 정책의 수혜를 받기 전과 정책 수혜를 받은 후의 차이를 시계열적으로 비교하여 고용효과를 추정하는 방법임.

□ 이 두 가지 방법은 정책 수혜집단과 비수혜집단 간에 존재할 수 있는 성향의 차이를 통제하거나, 시간적 변화에 따른 고용효과를 통제하고 특정 정책이 유발하는 고용효과를 추정하는 데 매우 유용한 방법임.

□ 하지만 성향점수법과 이중차감법은 정책이 실행되어 일부 또는 전체 집단이 그 혜택을 받았을 경우를 상정한 것으로, 만약 아직 정책이 실행되지 않았다면 사용하기 어려운 방법임.

□ 본 연구의 주요 관심사인 공유경제 관련 산업 규제완화는 아직 정책적 실행 단계까지 이르지 못했기 때문에, 정책 수혜 집단과 비수혜 집단을 나누어 살펴볼 수도 없을 뿐만 아니라, 정책 수혜 전후를 비교할 수도 없음. 따라서 객관적 자료를 토대로 고용효과를 추정하는 것은 현실적으로 매우 어려움.

□ 또 한 가지 한계는 현재 어디까지가 공유경제인지를 정의할 수 있는 명확한 합의도 없을 뿐더러, 공유경제 분야를 특정할 수 있는 공식화된 분류체계도 존재하지 않음. 따라서 우리나라 공유경제의 규모가 얼마나 되는지를 객관적으로 추정하는 데 커다란 제약이 있음.

□ 이러한 어려움 때문에, 공유경제 관련 규제가 완화되었을 때 공유경제 분야 전반에 걸쳐 어떠한 변화가 나타날 것인지를 추정하기는 매우 어려움. 마찬가지로 공유경제 규제완화의 고용 유발효과를 추정하는 것도 현실적으로 쉽지 않음.

□ 공유경제 규제완화의 고용효과를 추정하는 데 있어서 또 한 가지 문제가 될 수 있는 것은 신규고용 창출효과와 기존고용 이동효과를 동시에 고려해야 한다는 점임.

□ 다른 경우와는 다르게 공유경제 분야는 기존 사업 분야를 대체하는 효과가 클 것으로 예상됨. 고용의 경우도 신규로 고용을 창출하는 측면도 있지만, 기존 민박업이 공유민박업으로 전환하거나 기존 운수업 종사자가 공유경제 분야로 이동하는 경우도 많을 것으로 예상됨.

□ 따라서 공유경제 규제완화의 고용효과를 추정하기 위해서는 신규고용 창출효과와 기존 사업체로부터의 고용 이동효과를 동시에 살펴보아야 함. 나아가 공유경제 활성화에 따라 기존 산업이 위축되는 경우, 기존 산업에서의 고용 감소도 고려해야 함.

□ 이와 같은 요소들을 모두 고려하여 공유경제 규제완화의 고용효과를 추정하는 것은 현실적으로 매우 어려움. 따라서 본 연구에서는 공유경제 분야에서 활동하는 기업들에 대한 실태조사를 근거로 규제완화 시 고용전망, 신규고용 창출효과, 기존고용 이동효과 등을 추정하고자 함.

2. 분석의 개요

□ 우선 공유경제 규제완화의 고용효과를 살펴보기 위해, 공유경제 규제완화가 가져올 수 있는 고용창출 경로를 살펴볼 필요가 있음.

□ 먼저 고용발생 장소 측면에서는 신규 업체 설립에 따른 고용 증가와 기존 업체의 고용확대에 따른 고용 증가를 생각해 볼 수 있음. 공유경제 규제완화가 공유경제 활동을 수월하게 함으로써 공유경제 관련 업체가 새로 시장에 진입하게 되는 경우임.

□ 다른 한편, 공유경제 규제완화로 인해 공유경제 활동이 수월해지면, 기존 공유경제 관련 업체가 고용을 확대할 수도 있음.

□ 두 번째 차원은 고용창출 유형임. 공유경제 규제완화로 인해 공유경제 시장이 확대되면 공유경제 이외의 분야에서 공유경제 분야로 고용이 이동할 수도 있음. 기존 산업에서 활동하던 업체들이 공유경제 영역으로 사업을 전환할 수도 있고, 공유경제 이외의 영역에 고용되어 있던 근로자가 공유경제 영역으로 이동하는 경우도 있을 수 있음.

□ 고용창출의 두 번째 유형은 신규고용 창출임. 공유경제 규제완화에 따라 공유경제 시장이 활성화되면서 신규고용이 창출될 수 있음.

□ 이상의 두 가지 차원, 즉 고용 발생 장소와 고용창출 유형을 교차하여 다음과 같이 크게 네 가지 유형의 고용창출 경로를 도출할 수 있음.

〈표 4-1〉 공유경제 고용창출 경로

		고용 발생 장소	
		신규 업체	기존 업체
고용 창출 유형	공유경제 영역 밖에서 이동	A	B
	신규고용 창출	C	D

□ 먼저 A는 공유경제 이외의 영역에서 활동하던 업체가 공유경제 영역으로 전환하거나, 공유경제 이외의 영역에 고용되었던 근로자가 새로 설립된 공유경제 업체로 이동하는 경우임.

□ B는 공유경제 규제완화로 인해 기존의 공유경제 업체가 고용 규모를 늘릴 때, 공유경제 이외의 영역에 고용되어 있던 근로자를 새롭게 고용하는 형태임. 따라서 공유경제 분야에서는 고용이 증가하지만, 국민경제 전체적으로는 고용효과가 유발되지 않는 경우임.

□ C는 공유경제 규제완화에 따라 공유경제 영역에 새로운 업체가 진입 또는 설립할 때 기존의 비경제활동 인구 등을 고용함으로써 새롭게 고용을 창출하는 경우임.

□ D는 공유경제 규제완화에 따라 공유경제 시장이 활성화됨으로써 기존 공유경제 업체가 새롭게 고용을 창출하는 경우임.

□ 이와 같은 네 가지 고용창출 유형 중 A와 B는 공유경제 영역에서는 고용이 증가하나, 국민경제 전체적으로는 고용 창출효과가 없는 경우임. 즉 공유경제 영역의 고용 증가와 공유경제 이외 영역의 고용 감소가 서로 상쇄되어 국민경제 전체적으로는 신규고용이 증가하지 않는 경우라고 할 수 있음.

□ 이에 반해 C와 D는 공유경제 규제완화로 인해 신규 공유경제 업체와 기존 공유경제 업체에서 새롭게 고용을 창출함으로써 국민경제 전체적

으로 고용이 증가하는 시나리오임.

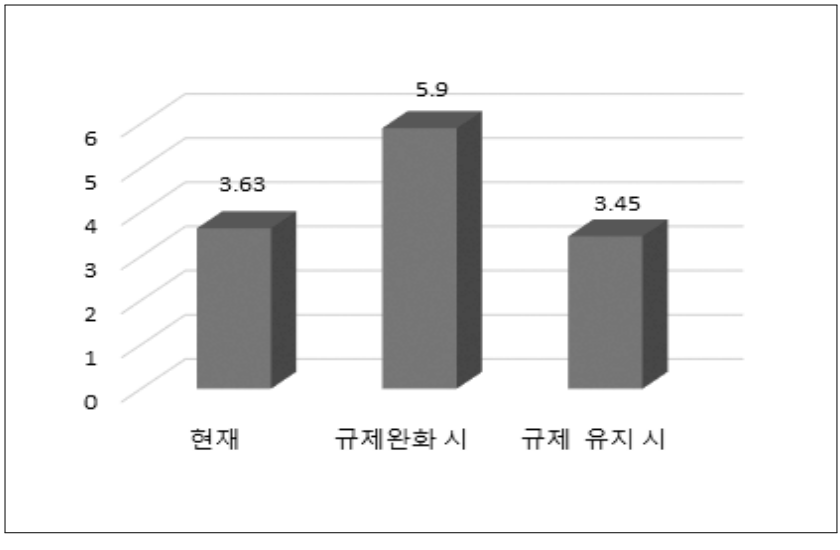
□ 공유경제 규제완화의 고용효과를 살펴보기 위해서는 A, B, C, D 등 네 가지 고용창출 시나리오에 대한 객관적이고 명료한 분석이 요구되지만, 앞서 언급한 여러 가지 한계로 본 연구에서는 B와 D에 집중하여 신규 고용 창출효과와 기존고용 이동효과를 살펴볼 것임.

제2절 고용효과 추정

1. 공유경제 분야 전체

□ 공유숙박과 카셰어링에 대해서 알아보기 전에 우선 공유경제 관련 규제 완화가 공유경제 분야의 고용효과에 미치는 영향을 알아봄.

[그림 4-1] 공유경제 규제완화에 따른 고용변화(공유경제 분야 전체)



□ 공유경제 100개 업체에 대한 실태조사에 따르면, 공유경제 규제 직전 업체당 평균 고용규모는 3.63명이며, 만약 현재 규제 수준이 유지된다면 향후 고용규모는 평균적으로 3.45명으로 감소할 것으로 예상. 반면 요구하는 수준으로 규제완화가 이루어질 때에는 고용규모가 5.9명으로 증가할 것으로 예측하고 있음.

□ 규제완화가 이루어지지 않는다면 업체당 평균 고용규모는 3.63명에서 3.45명으로 0.18명 감소할 것으로 전망되며, 규제완화가 이루어진다면 업체당 평균 고용규모는 3.63명에서 5.9명으로 2.27명 증가할 것으로 전망됨. 따라서 규제완화에 따른 순고용증가 전망은 2.45명이고, 순증효과는 67.6%임.

□ 공유경제 규제완화는 공유경제 분야의 활성화와 이를 통한 공유경제 분야의 고용 증가를 가져올 수도 있지만, 기존 산업에서의 시장 잠식과 고용유출을 유발할 수도 있음.

□ 따라서 고용효과는 신규고용 창출효과(<표 4-1>에서 D)와 기존 시장 잠식을 동반하는 기존고용 이동효과(<표 4-1>에서 B)를 나누어 생각해 볼 필요가 있음.

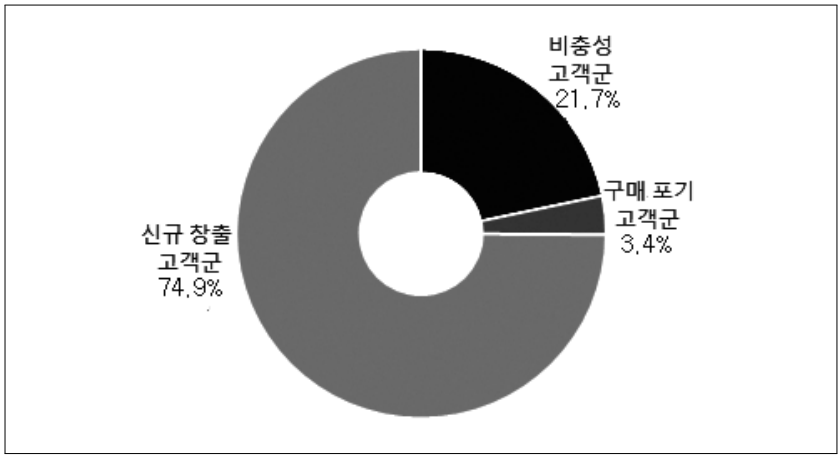
□ 이를 알아보기 위해서는 실제 고용 이동을 살펴보아야 하지만 현재 가용한 자료가 없기 때문에, 본 연구에서는 일종의 프락시로서 실태조사에서 나타난 공유경제 시장의 고객군 구성을 적용할 것임.

□ 공유경제 시장의 주요 고객군은 크게 비충성 고객군(기존 제품/서비스 구매자였으나 공유경제로 이동하는 고객군), 구매 포기 고객군(기존 제품/서비스 구매의사가 있었으나 구매를 포기하고 있던 고객이 공유경제를 이용하는 경우), 신규 창출 고객군(기존 제품/서비스와 무관하게 새롭게 공유경제를 이용하는 고객군)으로 나누어 볼 수 있음.

□ 실태조사를 통해 살펴본 바에 따르면 비충성 고객군은 21.7%, 구매 포기 고객군은 3.4%, 신규 창출 고객군은 74.9%로 나타났음.

□ 이 중 기존 산업을 이용하지 않다가 공유경제를 새롭게 이용하게 되는 고객군은 구매 포기 고객군과 신규 창출 고객군임. 이 규모는 전체 78.3%이고, 기존 산업을 이용하다가 공유경제 영역으로 이동한 고객군은 21.7%임.

[그림 4-2] 공유경제 시장 고객군 구성(공유경제 분야 전체)



□ 공유경제 관련 규제를 완화할 때에도 공유경제 고객군 구성이 같다고 가정하면, 공유경제 규제완화에 따른 신규고용 창출효과와 기존고용 이동효과는 다음과 같이 계산됨.

〈표 4-2〉 공유경제 규제완화에 따른 고용효과(공유경제 전체)

(단위 : %, 명)

고객군 비중		고용효과				
		효과유형	현재	완화	유지	고용효과
이동고객	21.7	이동효과	0.79	1.28	0.75	0.53
신규고객	78.3	창출효과	2.84	4.62	2.70	1.91
전 체	100.0	전 체	3.63	5.90	3.45	2.45

□ 현재의 고객군 비중을 준거로 계산할 때, 공유경제 규제완화가 신규고객을 창출하는 정도는 업체당 평균 1.91명으로 나타났으며, 기존 산업 분야 근로자가 이동하는 고용 이동효과는 0.53명임.

□ 이와는 별도로 공유경제 규제완화로 인해 신규 사업체가 공유경제에 진입할 수 있으나, 그 규모가 어느 정도 될 것인지는 예측하기 어려움. 또한 공유경제 전체 규모를 특정할 수 없기 때문에 공유경제 규제완화가 공유경제 분야 전체에서 얼마나 고용 증대효과를 가져올지에 대해서는 현재로서 알 수 없음.

□ 그럼에도 불구하고 공유경제 규제완화는 현재 공유경제 분야에서 활동하는 기업들로 하여금 2.5명가량의 추가 고용을 유발할 수 있으며, 그 중 기존 산업으로부터 이동하는 효과를 제외하고 신규고용을 창출하는 효과는 1.9명가량이 될 것으로 전망됨.

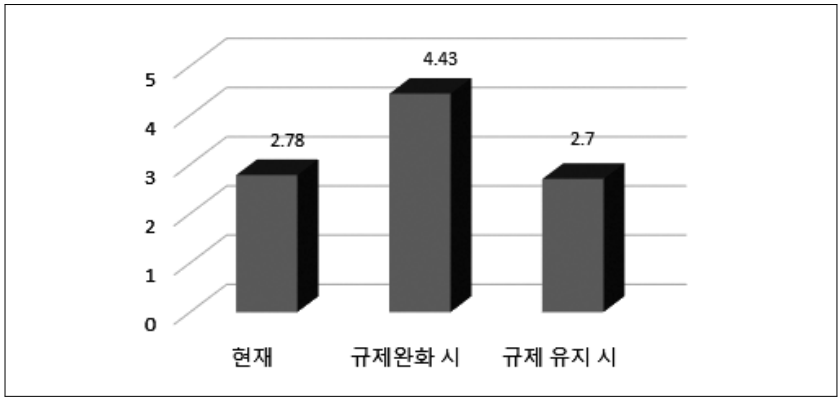
2. 공유숙박 분야

□ 공유경제 관련 규제완화가 공유숙박 분야의 고용효과에 미치는 영향을 알아보기 위해 해당 분야 40개 업체에 대한 실태조사를 활용함.

□ 실태조사에 따르면, 공유경제 규제 직전 공유숙박 분야 업체당 평균 고용 규모는 2.78명이며, 현재 규제 수준이 유지되는 경우 향후 고용규모는 업체당 평균 2.7명으로 약간 감소하고, 규제가 완화될 때에는 업체당 평균 4.43명으로 증가할 것으로 전망함.

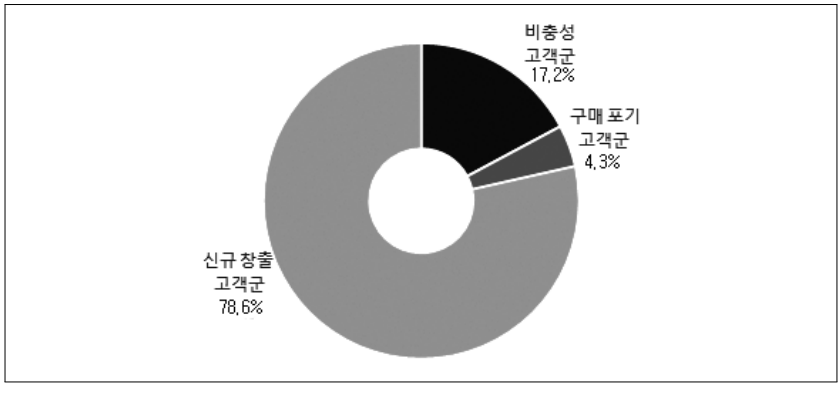
□ 공유경제 규제완화로 인해 공유숙박 분야 시장이 활성화될 경우 신규고용 창출효과와 기존 시장 잠식을 동반하는 고용 이동효과가 발생할 것으로 예상

[그림 4-3] 공유경제 규제완화에 따른 공유숙박 분야 고용변화



□ 위와 마찬가지로 실태조사에 나타난 공유숙박 시장의 고객군 구성을 적용하여 신규고용 창출효과와 기존고용 이동효과를 계산함.

[그림 4-4] 공유숙박 시장 고객군 구성



□ 공유숙박 분야 시장의 주요 고객군의 경우 비충성 고객군(기존 제품/서비스 구매자였으나 공유경제로 이동하는 고객군)은 17.2%, 구매 포기 고객군(기존 제품/서비스 구매의사가 있었으나 구매를 포기하고 있던 고객이 공유경제를 이용하는 경우)은 4.3%, 신규 창출 고객군(기존 제품/서비스와 무관하게 새롭게 공유경제를 이용하는 고객군)은 78.6%로 나타남.

□ 이 중 기존 숙박업을 이용하지 않다가 공유숙박 분야를 새롭게 이용하게 되는 고객군은 구매 포기 고객군과 신규 창출 고객군이며, 이 규모는 전체 82.9%임. 이에 반해 기존 숙박업을 이용하다가 공유숙박 영역으로 이동한 고객군은 17.2%임.

□ 공유경제 관련 규제를 완화할 때에도 공유숙박 고객군 구성이 변하지 않는다고 가정하고 공유경제 규제완화에 따른 신규고용 창출효과와 기존고용 이동효과를 계산하면 다음과 같음.

〈표 4-3〉 공유경제 규제완화에 따른 공유숙박 분야 고용효과

(단위 : %, 명)

고객군 비중		고용효과				
		효과유형	현재	완화	유지	고용효과
이동고객	17.2	이동효과	0.48	0.76	0.46	0.30
신규고객	82.9	창출효과	2.30	3.67	2.24	1.43
전 체	100.1	전 체	2.78	4.43	2.70	1.73

□ 현재의 고객군 비중을 준거로 계산할 때, 공유경제 규제완화가 신규고객을 창출하는 정도는 업체당 평균 1.43명으로 나타났으며, 기존 산업으로부터 이동하는 고용 이동효과는 0.30명임.

□ 이와는 별도로 공유경제 규제완화로 신규 공유숙박 업체의 설립을 통해 고용을 창출할 수 있으나, 현재의 자료를 통해 그 규모가 어느 정도일지 예측하기는 어려움. 또한 공유숙박 전체 규모를 특정할 수 없기 때문에 공유경제 규제완화가 공유숙박 분야에서 얼마나 고용 증대 효과를 가져올지를 추정하기는 쉽지 않음.

□ 그럼에도 불구하고 공유경제 규제완화는 현재 활동하고 있는 공유숙박 업체에서 1.7명가량의 추가 고용을 유발할 수 있으며, 그중 기존 숙박업 분야로부터 이동하는 효과를 제외하고 신규고용을 창출하는 효과는

업체당 평균 1.4명가량이 될 것으로 전망됨.

3. 카셰어링 분야

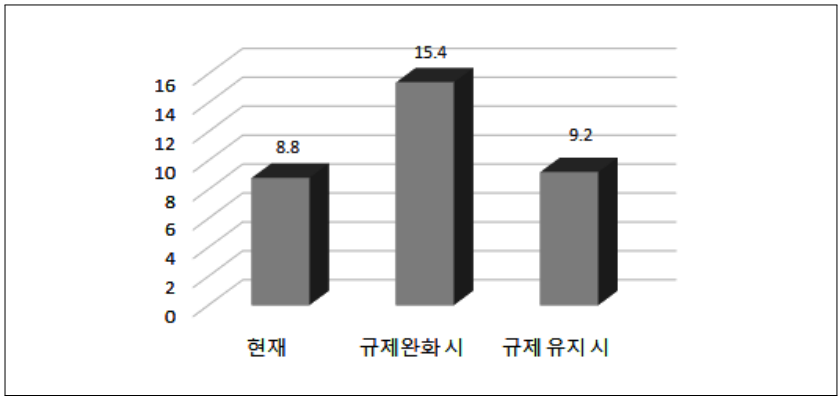
□ 카셰어링 분야에서 활동하고 있는 40개 업체에 대한 실태조사를 토대로 공유경제 관련 규제완화가 카셰어링 분야의 고용효과에 미치는 영향을 알아봄.

□ 40개 업체에 대한 실태조사에 따르면, 공유경제 규제 직전 카셰어링 분야 업체당 평균 고용규모는 8.8명이며, 현재 규제 수준이 유지되는 경우 향후 고용규모는 업체당 평균 9.2명으로 약간 증가하고, 규제가 완화될 때에는 업체당 평균 15.4명으로 크게 증가할 것으로 전망함.

□ 공유경제 규제완화로 카셰어링 분야의 시장이 활성화될 경우 고용을 새롭게 창출하는 신규고용 창출효과와 더불어 기존 운수업 시장을 잠식하면서 나타나는 고용 이동효과가 발생할 것으로 예상됨.

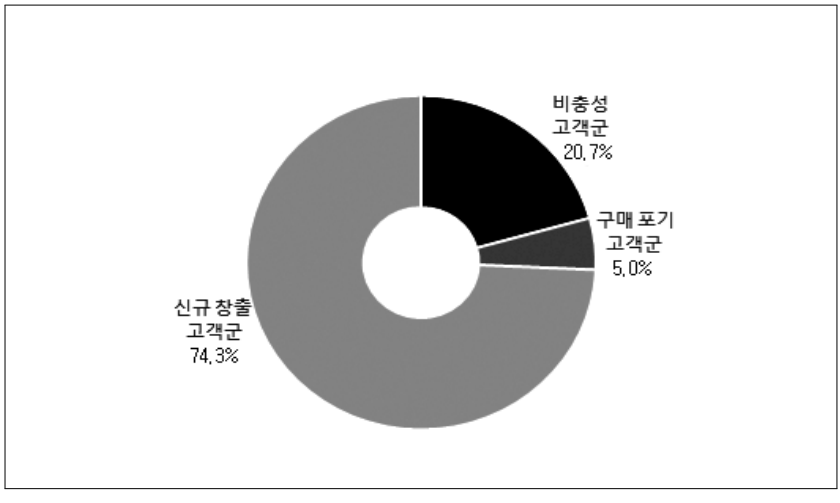
□ 위와 마찬가지로 실태조사에 나타난 카셰어링 시장의 고객군 구성을 적용하여 신규고용 창출효과와 기존고용 이동효과를 계산함.

[그림 4-5] 공유경제 규제완화에 따른 카셰어링 분야 고용변화



□ 카셰어링 분야 시장의 주요 고객군을 살펴보면, 비충성 고객군(기존 제품/서비스 구매자였으나 공유경제로 이동하는 고객군)은 20.7.%, 구매 포기 고객군(기존 제품/서비스 구매의사가 있었으나 구매를 포기하고 있던 고객이 공유경제를 이용하는 경우)은 5.0%, 신규 창출 고객군(기존 제품/서비스와 무관하게 새롭게 공유경제를 이용하는 고객군)은 74.3%로 나타남.

[그림 4-6] 카셰어링 시장 고객군 구성



□ 이 중 카셰어링 분야를 새롭게 이용하게 되는 고객군은 구매 포기 고객군과 신규 창출 고객군이며, 이 두 고객군을 합하면 신규고객 규모는 전체 79.3%이며, 기존 운수업을 이용하다가 카셰어링 영역으로 이동한 대체 고객군은 20.7%임.

□ 공유경제 관련 규제를 완화할 때에도 카셰어링 고객군 구성이 현재와 같이 유지된다고 가정하면, 공유경제 규제완화에 따른 카셰어링 분야의 신규고용 창출효과와 기존고용 이동효과를 계산하면 다음과 같음.

〈표 4-4〉 공유경제 규제완화에 따른 카셰어링 분야 고용효과

(단위 : %, 명)

고객군 비중		고용효과				
		효과유형	현재	완화	유지	고용효과
이동고객	20.7	이동효과	1.82	3.19	1.90	1.28
신규고객	79.3	창출효과	6.98	12.2	7.30	4.92
전 체	100.0	전 체	8.80	15.4	9.20	6.20

□ 현재의 고객군 비중을 준거로 계산할 때, 현재 고용 중 1.82명은 기존 산업으로부터 이동한 고용이고 6.98명은 신규 창출된 고용임. 규제완화가 이루어지지 않을 경우 향후 기존고용 이동효과는 1.90명으로 증가하고 신규 창출 고용은 7.3명으로 계산됨. 반면, 공유경제 관련 규제완화가 이루어질 경우 기존고용 이동효과는 3.19명, 신규고용 창출효과는 12.2명으로 예측됨. 따라서 규제완화에 따른 고용효과는 고용이동에 의해 1.28명 증가, 신규 창출에 의해 4.92명 증가할 것으로 추정됨.

□ 이와는 별도로 공유경제 규제완화로 인해 카셰어링 업체가 신규로 설립될 수 있고, 이로 인한 고용 창출효과가 추가적으로 발생할 것으로 예측되나, 현재의 자료를 통해 그 규모를 추정하기는 어려움. 또한 현재 우리나라의 카셰어링 분야의 전체 규모를 특정할 수 없기 때문에 공유경제 규제완화가 카셰어링 분야 전체에 얼마나 고용 증대효과를 가져올지를 추정하기는 쉽지 않음.

□ 그럼에도 불구하고 공유경제 규제완화는 현재 활동하고 있는 카셰어링 업체에서 6.2명가량의 고용을 창출할 수 있으며, 그중 기존 운수업 분야에서 이동하는 이동효과를 제외하고 신규고용을 창출하는 효과는 4.92명가량이 될 것으로 전망됨.

□ 이는 공유경제 관련 규제완화가 공유숙박 분야의 고용창출에 미치는 효과보다 카셰어링 분야의 고용창출에 미치는 효과가 훨씬 크다는 것을 의미함.

4. 기타 공유경제 분야

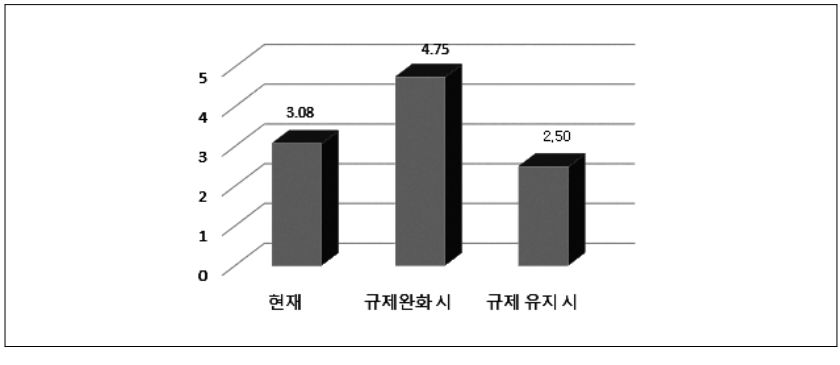
□ 공유숙박과 카셰어링을 제외한 공유경제 분야에서 활동하고 있는 20개 업체를 대상으로 실태조사를 실시했으며, 이를 토대로 공유경제 관련 규제완화가 기타 공유경제 분야의 고용에 미치는 영향을 살펴봄.

□ 기타 공유경제 분야 20개 업체는 옷, 기계/장비, 도서, 유아용품, 기타 물품 등 물품을 매개로 한 공유경제 업체가 13개, 지식/정보 나눔 관련 업체가 2개 등임.

□ 기타 공유경제 분야 20개 업체에 대한 실태조사에 따르면, 공유경제 규제 직전 업체당 평균 고용규모는 3.08명이며, 현재 규제 수준이 유지되는 경우 향후 고용규모는 업체당 평균 2.50명으로 고용규모가 축소될 것으로 전망되며, 규제가 완화될 때에는 업체당 평균 4.75명으로 고용규모가 증가할 것으로 전망

□ 공유경제 규제완화로 인해 물품·지식 공유 분야의 시장이 활성화될 것으로 예상. 이 경우 물품·지식공유 분야의 고용이 증가할 것으로 보이며, 신규고용 창출효과와 함께 기존고용 이동효과도 나타날 것으로 예상됨.

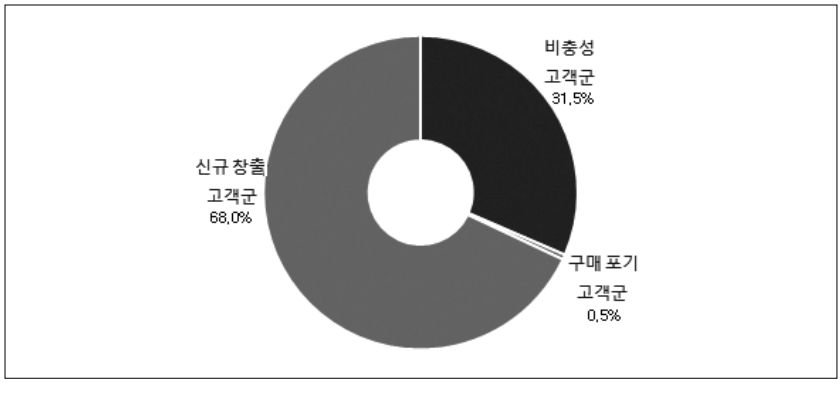
[그림 4-7] 공유경제 규제완화에 따른 기타 공유경제 분야 고용변화



□ 앞에서와 마찬가지로 실태조사에 나타난 시장 고객군 구성 결과를 중심으로 물품·지식 공유 분야를 비롯한 기타 공유경제 분야에서의 신규고용 창출효과와 기존고용 이동효과를 계산함.

□ 물품·지식 공유 분야를 비롯한 기타 분야의 주요 고객군을 살펴보면, 비충성 고객군(기존 제품/서비스 구매자였으나 공유경제로 이동하는 고객군)은 31.5.%, 구매 포기 고객군(기존 제품/서비스 구매의사가 있었으나 구매를 포기하고 있던 고객이 공유경제를 이용하는 경우)은 0.5%, 신규 창출 고객군(기존 제품/서비스와 무관하게 새롭게 공유경제를 이용하는 고객군)은 68.0%로 나타남.

[그림 4-8] 물품·지식 공유 등 기타 공유경제 시장 고객군 구성



□ 기존 물품·지식 서비스 구매를 하지 않다가 새롭게 물품·지식구매 공유 서비스를 시작하게 된 고객군은 구매 포기 고객군과 신규 창출 고객군으로, 이 두 고객군을 합하면 신규고객 규모는 전체 68.5%이며, 기존 서비스를 이용하다가 공유경제 영역으로 이동한 대체 고객군은 31.5%임. 공유숙박이나 카셰어링 부문에 비해 대체 고객군 비중이 큰 것이 특징임.

□ 공유경제 관련 규제를 완화할 때에도 물품·지식경제 등 기타 공유경제

분야 고객군 구성이 현재와 같이 유지된다고 가정하고 공유경제 규제완화에 따른 기타 분야의 신규고용 창출효과와 기존고용 이동효과를 계산하면 다음과 같음.

〈표 4-5〉 공유경제 규제완화에 따른 기타 공유경제 분야 고용효과

(단위 : %, 명)

고객군 비중		고용효과				
		효과유형	현재	완화	유지	고용효과
이동고객	31.5	이동효과	0.97	1.50	0.79	0.79
신규고객	68.5	창출효과	2.11	3.25	1.71	1.54
전 체	100.0	전체	3.08	4.75	2.50	2.25

□ 현재 고용 중 0.97명은 기존 산업으로부터 이동한 고용이고 2.11명은 신규 창출된 고용으로 추정할 수 있음. 현재의 고객군 비중이 계속 유지된다고 가정할 때, 규제완화가 이루어지지 않을 경우 기존 산업에서 유입되는 고용은 0.79명, 신규 창출 고용은 1.71명으로 감소할 것으로 예상됨. 이에 반해, 공유경제 관련 규제완화가 이루어질 경우 기존 산업에서 이동하는 고용은 1.50명, 신규로 창출되는 고용은 3.25명으로 증가할 것으로 예측됨. 따라서 규제를 계속 유지하는 경우에 비해 규제를 완화하는 경우 기존고용 이동효과는 업체당 0.79명 증가하는 것으로 나타났고, 신규로 고용을 창출하는 효과는 업체당 1.54명 증가할 것으로 추정됨.

□ 물론 공유경제 규제완화로 인해 물품·지식 공유 업체가 신규로 설립될 수 있으며, 이로 인한 고용 창출효과가 추가적으로 발생할 것으로 예측됨. 특히 물품·지식 공유서비스 업체의 경우 평균 투자액이 8,400만 원(공유숙박은 2억 5천만 원, 카셰어링은 31억 3천만 원)에 불과하고 규제완화에 따른 신규 투자액도 3천만 원(공유숙박은 2억 6천만 원, 카셰어링은 15억 원) 정도에 불과하기 때문에 진입장벽도 상당히 낮을 것으로 예측됨(자세한 분석 결과는 제5장에서 다룸).

□ 하지만 현재의 자료를 통해서는 공유경제 규제완화에 따른 신규 설립 규모가 어느 정도가 될지를 가늠하기 매우 어렵고, 현재 우리나라의 물품·지식 공유 서비스 분야의 규모를 특정할 수 없기 때문에 공유경제 규제완화가 이 분야 전체적으로 얼마나 고용 증대효과를 가져올지를 추정하기는 쉽지 않음.

□ 그럼에도 불구하고 공유경제 규제완화는 현재 활동하고 있는 해당 분야 업체에서 2.3명가량의 고용을 창출할 수 있으며, 그중 기존 시장에서 이동하는 고용 이동효과를 제외하고 신규고용을 창출하는 효과만 따져보면 업체당 1.5명가량이 될 것으로 전망됨.

5. 분석의 요약

□ 이상의 분석을 요약하여 개별 업체당 평균 고용효과, 평균 신규고용 창출효과, 평균 기존고용 이동효과를 요약하면 다음과 같음.

〈표 4-6〉 공유경제 업체당 고용효과

	업체당			전체		
	고용 창출효과	고용 이동효과	전체 고용효과	고용 창출효과	고용 이동효과	전체 고용효과
공유숙박	1.43	0.30	1.73	470.5	98.7	569.2
카셰어링	4.92	1.28	6.20	905.3	235.5	1,140.8
기타	1.54	0.79	2.25	67.8	34.8	99.0
전 체	1.91	0.53	2.45	1,443.5	369.0	1,809.0

□ 공유숙박의 경우 업체당 신규고용 창출효과는 1.43명, 기존고용 이동효과는 0.3명으로 나타났고, 카셰어링의 경우는 업체당 신규고용 창출효과는 4.92명, 기존고용 이동효과는 1.28명이었으며, 물품·지식 공유 등 기타 공유경제 분야는 업체당 신규고용 창출효과가 1.54명, 기존고용 이동효과는 0.79명으로 나타났음.

□ 종합적으로 공유경제 관련 규제가 완화된다면, 공유경제 업체 1개소당 신규고용 창출효과는 1.91명, 기존고용 이동효과는 0.53명임.

□ 결과를 종합하면 규제완화에 따른 신규고용 창출효과가 가장 높은 분야는 카셰어링임.

□ 하지만 본 연구에서는 신규로 공유경제 분야에 진입하는 업체가 유발할 수 있는 고용 창출효과는 다루지 못했음. 초기 투자비용을 감안할 경우 물품·지식 공유서비스 분야나 공유숙박 분야에서 신규 진입업체가 가장 많을 것으로 예상되며, 카셰어링의 경우 초기 투자비용이 많이 들기 때문에 신규 업체의 시장 진입은 상대적으로 많지 않을 것으로 예상할 수 있음.

□ 이렇게 볼 때, 공유숙박 분야의 경우 기존 업체에서의 고용효과보다는 신규 업체의 시장 진입에 따른 고용효과가 클 것으로 예상되며, 카셰어링의 경우는 기존 업체에서의 고용 증가가 클 것으로 예상됨.

제5장

공유경제 규제완화의 고용 영향 조사

제1절 실태조사 개요

1. 조사 목적

○ 본 조사는 공유경제 규제완화가 창출하는 직접고용 효과를 조사하고 고용친화적인 규제완화를 하는 것이 목적임.

○ 보다 구체적으로 공유경제 규제완화가 공유경제 활동과 직·간접 고용에 미치는 영향을 정량적으로 파악하고, 보다 고용친화적인 규제완화가 될 수 있도록 하는 방안을 모색하는 것이 주된 목적임.

2. 조사 방법

○ 구조화된 설문지를 통한 실태조사

- 공유경제 규제완화의 고용효과를 측정하기 위해 관련업체들을 대상으로 구조화된 설문지를 사용하여 방문 개별 면접조사, 이메일, 팩스, 전화조사 중 응답자 편의에 따라 조사 방법을 병행
- 응답자는 공유경제 분야의 사업에 종사하는 인력으로 사업체의 경영활동과 인력 현황을 잘 파악하고 있는 담당자를 대상으로 조사

3. 조사 설계

○ 공유서울 사이트와 포털 사이트를 통해서 수집된 카셰어링, 육아용품, 도서, 공간 임대, 공유숙박 업체를 조사 표본으로 선정하고, 이들을 대상으로 실태조사를 실시하였음.

○ 조사 내용

- 업체의 일반적 특성
- 경영 전반 및 인력 고용 현황
- 규제완화 수준 및 규제완화 필요 정도
- 공유경제 활동 및 고용에 대한 규제완화 효과
- 사업 애로 요인 및 정부 지원 요구
- 고용 장애 요인 및 고용 증대 방안

4. 조사 대상 및 조사 시기

○ 본 조사의 조사 대상은 카셰어링, 육아용품, 도서, 공간 임대, 공유숙박 업을 영위하는 업체들 혹은 개인들을 조사 대상으로 하였음.

- 공유숙박 40개, 카셰어링 40개, 기타는 20개 등 총 100개의 설문지를 회수하여 분석

〈표 5-1〉 설문조사 결과

(단위 : 개, %)

		모집단	응답자 수	회수율
공유숙박	도시민박	329	40	12.2
카셰어링	업체	14	40	21.7
	개인 공유	170		
	전 체	184		
기타		44	20	45.5
전 체		557	100	18.0

○ 조사 기간

– 2016년 8월 30일 ~ 9월 20일

5. 조사 대상의 일반적 특성

○ 조사 대상 업체의 수는 공유숙박 업체가 전체의 40.0%, 카셰어링 분야 업체가 40.0%, 기타 분야 업체가 20.0% 순으로 나타났음.

〈표 5-2〉 조사 대상

(단위 : 개, %)

	업체 수	구성비
공유숙박	40	40.0
카셰어링	40	40.0
기타	20	20.0
전 체	100	100.0

○ 조사 대상 업체의 창업 연도는 2013년 이전이 전체의 25.0%에 불과하고, 75.0%가 2014년 이후에 창업한 것으로 나타났는데, 2014년이 16.0%, 2015년이 25.0%, 2016년이 34.0%로 최근에 많이 창업하고 있는 것으로 나타남.

〈표 5-3〉 창업 연도

(단위 : 개, %)

		업체 수	구성비
창업 연도	2013년 이전	25	25.0
	2014년	16	16.0
	2015년	25	25.0
	2016년	34	34.0
전 체		100	100.0

○ 조사 대상 업체가 공유경제 사업을 시작한 시기는 2013년 이전이 23.0%에 불과하고, 2016년이 전체의 39.0%로 가장 많았으며, 2015

년이 23.0%, 2014년이 15.0%로 나타나 국내 공유경제 사업은 최근 들어서 증가하는 추세를 보이고 있고, 지금은 사업 초기단계임을 알 수 있음.

<표 5-4> 공유경제 사업 시기

(단위 : 개, %)

		업체 수	구성비
공유경제 사업 시기	2013년 이전	23	23.0
	2014년	15	15.0
	2015년	23	23.0
	2016년	39	39.0
전 체		100	100.0

○ 조사 대상 업체의 공유경제 사업은 신규 창업을 통해 시작한 것이 전체의 85.0%로 대부분을 차지하고 있고, 일부 기존 업체가 사업 부문 추가로 시작한 것은 13.0%, 사업 전환을 통해 시작한 것은 2.0%로 공유경제 사업은 주로 신규 창업을 통해 시작하고 있는 것으로 나타났음.

<표 5-5> 공유경제 사업 개시 형태

(단위 : 개, %)

		업체 수	구성비
사업 개시	신규 창업	85	85.0
	사업 전환	2	2.0
	사업 부문 추가	13	13.0
전 체		100	100.0

○ 조사 대상 업체의 회사 형태는 개인 기업이 전체의 73.0%로 가장 많았고, 그다음으로 주식회사가 17.0%, 비영리단체가 10.0% 순인 것으로 나타났음.

〈표 5-6〉 공유경제 업체의 회사 형태

(단위 : 개, %)

		업체 수	구성비
회사 형태	개인 기업	73	73.0
	주식회사	17	17.0
	비영리단체	10	10.0
전 체		100	100.0

제2절 경영 전반 및 인력 고용 현황

1. 경영 현황 및 전망

○ 공유경제 업체들의 경영 현황을 보면, 매출액은 평균 7,200만 원, 총자산은 평균 1억 1,100만 원, 당기순이익은 1,100만 원인 것으로 나타남. 매출액은 카셰어링 분야 업체에서 많았고, 총자산 규모는 공유숙박 분야 업체에서 많았으며, 당기순이익은 기타 분야 업체에서 상대적으로 많은 것으로 나타났음.

- 매출액은 카셰어링 분야에서 평균 1억 1,200만 원으로 가장 많았고 그다음으로 공유숙박 분야에서 4,400만 원, 기타 분야에서 3,800만 원 순으로 나타났음. 전반적으로 공유경제는 매우 영세한 규모로 운영되고 있음을 알 수 있음.
- 총자산 규모는 공유숙박 분야에서 평균 1억 5,300만 원으로 가장 많고 그다음으로 카셰어링 분야에서 1억 1,600만 원, 기타 분야에서 1,100만 원 순인 것으로 나타나 공유 대상 자산에 따라 총자산 규모가 결정되고 있으나, 자산 규모는 그리 크지 않은 것으로 나타남.
- 당기순이익은 기타 분야에서 7,800만 원으로 가장 많았고, 그다음으로 공유숙박 분야에서는 300만 원인 것으로 나타난 반면, 카셰어링 분야에서는 2,200만 원의 순손실을 보고 있는 것으로 판단됨.

– 카셰어링의 경우 8억 원의 순손실을 본 업체가 있어 평균적으로 순손실로 나타났으나, 이를 제외하면 200만 원 순이익이 있었던 것으로 나타남. 표본 수가 40개에 불과하기 때문에 나타난 문제로 볼 수 있으나, 전체적으로 카셰어링 분야에서는 아직 이익 기반이 갖추어지지 않았다고 볼 수 있음.

〈표 5-7〉 공유경제 업체의 경영 현황

(단위 : 억 원)

		매출액	총자산	당기순이익
공유 분야	공유숙박	0.44	1.53	0.03
	카셰어링	1.12	1.16	-0.22
	기타	0.38	0.11	0.78
전 체		0.72	1.11	0.11

2. 고용 구조

가. 총종사자 수

○ 공유경제 업체의 총종사자 수는 평균 2.7명인 것으로 나타나고 있으며, 카셰어링 분야보다는 기타 분야나 공유숙박 분야에서 더 많은 것으로 나타남.

– 종사자 수는 기타 분야에서 평균 4.6명으로 가장 많고 공유숙박 분야에서 2.5명, 카셰어링 분야에서 2.1명 순으로 나타났음.

〈표 5-8〉 총종사자 수

(단위 : 명)

		총종사자 수
공유 분야	공유숙박	2.45
	카셰어링	2.05
	기타	4.55
전 체		2.71

나. 종사자 구성

○ 공유경제 업체들의 종사자 구성은 청년층이 전체의 41.7%로 가장 많은 비중을 차지하고 있고, 그다음으로 노년층이 37.6%, 그 외 기타가 10.3%, 주부가 8.9%, 비취업 인력 1.5% 순으로 나타나 공유경제는 청년 고용 비중이 높아서 청년 고용흡수력이 크고, 노동 시장에서 소외된 노령층과 주부들에 대해 고용흡수력이 큰 것을 알 수 있음.

- 공유숙박 분야에서는 노년층이 전체의 41.8%로 가장 많이 차지하고 있고, 그다음으로 청년이 31.6%, 주부가 14.3%, 그 외 기타가 12.2% 순으로 비중이 높은 것으로 나타났음.
- 카셰어링 분야에서는 청년층이 전체의 58.5%로 가장 많이 차지하고 있고, 그다음으로 노년층이 32.9%인 것으로 나타남.
- 기타 분야에서는 청년층과 노년층이 각각 전체의 37.4%를 차지하고 있고, 그다음으로 주부가 11.0%, 그 외 기타 인력이 9.9% 등의 순인 것으로 나타났음.
- 따라서 카셰어링 분야에서는 청년 고용이 크고, 공유숙박 분야에서는 노령 인력과 주부 인력에 대한 고용흡수력이 큰 특징을 보임.

〈표 5-9〉 종사자 구성

(단위 : 명, %)

		총 종사자 수	청년 (29세 이하)		노년층 (50세 이상)		주부		비취업 인력		그 외 기타	
			수	구성비	수	구성비	수	구성비	수	구성비	수	구성비
공유 분야	공유숙박	2.5	0.8	31.6	1.0	41.8	0.4	14.3	0.0	0.0	0.3	12.2
	카셰어링	2.1	1.2	58.5	0.7	32.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	8.5
	기타	4.6	1.7	37.4	1.7	37.4	0.5	11.0	0.2	4.4	0.5	9.9
전 체		2.7	1.1	41.7	1.0	37.6	0.2	8.9	0.0	1.5	0.3	10.3

다. 취업계수

○ 공유경제 업체들의 취업계수를 추정해보면 매출 10억 원당 37.64명으

로 매우 높게 나타나 취업효과가 매우 큰 것으로 나타나고 있음.

- 취업계수는 공유숙박 분야와 기타 분야에서 각각 55.68명과 119.74명으로 매우 높으며, 카셰어링 분야에는 18.30명으로 상대적으로 낮으나, 이 역시 국내 제조업이나 서비스산업의 취업계수에 비해서는 큰 것임.

〈표 5-10〉 취업계수

(단위 : 억 원, 명, 명/10억 원)

		매출액	총종사자 수	취업계수
공유 분야	공유숙박	0.44	2.45	55.68
	카셰어링	1.12	2.05	18.30
	기타	0.38	4.55	119.74
전 체		0.72	2.71	37.64

주 : 취업계 수$_{(명/10억\ 원)} = (\frac{총종사자\ 수(명)}{매출액(억\ 원)}) \times 10$.

3. 사업 후 흑자 전환 시기

○ 공유경제 업체들의 사업 후 흑자 전환 시기는 1년 이내가 전체의 76.0%로 가장 많이 차지하고 있고, 그다음으로 1~3년 이내가 20.0%, 3~5년 이내가 4.0% 등의 순으로 나타났음. 공유경제 분야는 대부분 1년 이내에 흑자 전환이 되고 있는 것을 알 수 있음.

- 공유숙박 분야에서 흑자 전환 시기는 1년 이내가 78.9%로 가장 많이 차지하고 있고, 그다음으로 1~3년 이내 15.8%, 3~5년 이내가 5.3% 등의 순으로 나타났으며, 카셰어링 분야에서는 1년 이내에서 전체의 50.0%, 1~3년 이내가 전체의 50.0%를 차지하고 있는 것으로 나타남. 기타 분야에서는 1년 이내가 75.0%로 가장 많았고 그다음으로 1~3년 이내가 25.0%를 차지하고 있는 것으로 나타나 공유경제 업체들은 대부분 1년 이내 흑자로 전환되고 있으나, 자본금 규모가 큰 카셰어링 분야는 상당 기간이 지나야 흑자로 전환되는 것을 알 수 있음.

<표 5-11> 사업 후 흑자 전환 시기

(단위 : %)

		1년 이내	1~3년	3~5년
공유 분야	공유숙박	78.9	15.8	5.3
	카셰어링	50.0	50.0	0.0
	기타	75.0	25.0	0.0
전 체		76.0	20.0	4.0

4. 사업 환경

○ 공유경제 산업의 사업 환경은 법·제도적 환경이 평균 2.74점으로 가장 열악한 것으로 나타났고, 그다음으로 자금조달 환경이 2.91점, 신뢰 및 시민의식 수준이 2.93점, 시장경쟁 환경이 2.99점, 인재유입 환경이 3.00점, 창업 환경이 3.01점 등으로 전반적으로 공유경제 사업 환경은 보통 수준 이하로 열악하며, 특히 법·제도적 환경이 열악한 것으로 나타났음.

- 공유숙박 분야에서는 법·제도적 환경이 평균 2.53점으로 가장 열악하고, 그다음으로 자금조달 환경이 2.65점, 시장경쟁 환경이 2.73점, 창업 환경이 2.82점, 인재유입 환경이 2.90점 등의 순으로 열악한 것으로 나타나고 있으나 신뢰 및 시민의식 수준은 3.15점으로 다소 양호한 것으로 보임.
- 카셰어링 분야에서는 신뢰 및 시민의식 수준이 평균 2.66점으로 가장 열악하고, 그다음으로 법·제도적 환경이 2.82점, 시장경쟁 환경이 3.00점, 인재유입 환경이 3.11점, 창업 환경이 3.18점, 자금조달 환경이 3.21점 등의 순으로 나타나 전반적으로 카셰어링 산업의 사업 환경은 보통이고, 특히 신뢰 및 시민의식의 수준이 낮은 것을 알 수 있음.
- 기타 분야에서는 자금조달 환경이 평균 2.85점으로 가장 열악한 반면, 시장경쟁 환경은 평균 3.50점으로 상대적으로 가장 양호하고, 창업 환경이 3.05점, 법·제도적 환경이 3.05점, 신뢰 및 시민의식 수준이 3.00점, 인재유입 환경이 3.00점 등의 순으로 사업 환경이 보통

인 것으로 나타나 기타 분야의 공유경제 산업에서는 사업 환경이 보통인 것으로 판단됨.

〈표 5-12〉 사업 환경

(5점 만점)

		창업	시장경쟁	인재유입	자금조달	신뢰 및 시민의식	법·제도
공유 분야	공유숙박	2.82	2.73	2.90	2.65	3.15	2.53
	카셰어링	3.18	3.00	3.11	3.21	2.66	2.82
	기타	3.05	3.50	3.00	2.85	3.00	3.05
전체		3.01	2.99	3.00	2.91	2.93	2.74

주 : ① 매우 열악, ② 열악, ③ 보통, ④ 양호, ⑤ 매우 양호.

5. 공유경제 주요 고객군 구성

○ 공유경제의 주요 고객군으로는 신규 창출 고객이 전체의 74.9%로 가장 많았고 그다음으로 비충성 고객이 21.7%, 구매 포기 고객이 3.4% 등의 순으로 나타나, 공유경제에서 창출되는 고객에서 기존의 시장을 대체하는 비충성 고객은 21.7%에 불과하고 기존 시장과 무관하게 신규 창출되는 고객이 74.9%에 이르고 있음.

– 공유숙박 분야에서는 신규 창출 고객이 전체의 78.6%로 가장 많이 차지하고 있고, 그다음으로 비충성 고객이 17.2%, 구매 포기 고객이 4.3% 순으로 나타남. 카셰어링 분야에서는 신규 창출 고객이 전체의 74.3%를 차지하고 있고, 그다음으로 비충성 고객이 20.7%, 구매 포기 고객이 5.0% 등의 순이며, 기타 분야에서는 신규 창출 고객이 전체의 68.0%를 차지하고, 그다음으로 비충성 고객이 31.5%, 구매 포기 고객이 0.5% 등의 순으로 나타났음. 따라서 공유숙박 분야에서는 신규 창출 고객이 많고, 카셰어링 분야에서는 구매 포기 고객이 많아서 기존 시장의 대체보다는 신규 시장의 창출이 더 크고, 반면 기타 분야에서 창출되는 시장은 비충성 고객이 상대적으로 많이 차지하고 있어서 기존 시장을 상대적으로 많이 대체하고 있는 것으로 보임.

〈표 5-13〉 주요 고객군 구성

(단위 : %)

		비충성 고객	구매 포기 고객	신규 창출 고객
공유 분야	공유숙박	17.2	4.3	78.6
	카셰어링	20.7	5.0	74.3
	기타	31.5	0.5	68.0
전 체		21.7	3.4	74.9

주 : 1) 비충성 고객 : 기존 제품/서비스 구매자였다가 구매 제품/서비스 불만족으로 인해 공유경제 이용하는 고객군.
2) 구매 포기 고객군 : 기존 제품/서비스 구매의사가 있었으나 제품/서비스 불만이나 과다한 비용 등으로 구매 포기하고 공유경제 이용하는 고객.
3) 신규 창출 고객군 : 기존 제품/서비스와 무관하게 비용부담 감소 등으로 새롭게 공유경제 이용하는 고객.

제3절 규제완화 수준 및 규제완화 필요 정도

1. 완화 필요 규제 및 규제완화 필요 정도

○ 공유경제 사업과 관련하여 규제완화가 필요한 규제와 요구하는 규제완화 내용은 다음과 같음.

〈표 5-14〉 완화 필요 규제 및 완화 필요 정도

(5점 만점)

분야	규제명	규제완화 내용	유형 및 영향, 완화 정도		
			규제 유형	규제 영향	완화 필요도
공유 숙박	건축평수 제한 해제	방 숫자 제한 해제	5	3	5
	도시민박업	내국인 허용 요망	4	5	5
	가격규제 완화	아파트에서 하는데 평수를 늘리고 가격제한도 완화	2	4	3
	임대차보호법	임차인 보호강화	8	5	5

<표 5-14>의 계속

(5점 만점)

분야	규제명	규제완화 내용	유형 및 영향, 완화 정도		
			규제 유형	규제 영향	완화 필요도
공유숙박	상가보호법	권리금 강화	7	3	3
	게스트하우스에 관한 적용법	일반숙박업소법을 게스트하우스에 적용	5	5	4
	부가가치세법	영세업체 적용	5	5	5
	가이드 자격	가이드 관광 자격 완화	4	5	5
	카드가맹점 철폐	카드가맹점 철폐 의무화	2	5	5
	현금영수증 발행	현금영수증 발행 의무 등록 폐지	2	5	5
	도시민박업	내국인 허용 요망	4	5	5
	전기세 누진세	전기료 영업용 전환	5	3	4
	홍보규제 완화	관광공사 홍보 요청	5	3	3
	소방법 규제	소방법 규제 간소화	8	3	3
	임대법 제도	임대법 관련 제도 완화	1	3	4
	문화콘텐츠	정부와 소통이 원활하여야 함	4	5	5
	공간공유 시 연계	공간공유 시 고객에게 숙박업을 연계할 수 있게 정해주면 좋겠다	5	5	5
	면적대비 사업자 수 제한	면적대비 사업자 수를 제한	1	5	5
	AMB 래지엔스	활성화의 정확성	3	4	5
	숙박업 분류	숙박업법 정부 부처 간 소통 원활	5	4	4
	전기 누진세	영업용 에어컨 전기 누진세 개선	4	4	4
	홍보규제 완화	홍보 미흡, 홍보앱, 사이트 오픈	5	4	4
	임대차보호법	민박과 동일한 혜택 적용	4	4	4
	불법 단속 철저	국제업무단지 오피스텔 불법 단속 철저	8	4	5
	전기세	영업용 전기로 전환	5	5	5
	숙박공유	연간 180일 이내 민박 허용	1	5	5
	부동산 임대중개업	단순 임대중개업에 대표자 자격증 폐지	1	5	5
	행정 절차 까다로움	허가 및 행정 절차 완화	7	4	4

<표 5-14>의 계속

(5점 만점)

분야	규제명	규제완화 내용	유형 및 영향, 완화 정도		
			규제 유형	규제 영향	완화 필요도
공유 숙박	여행객 식사	바비큐 시설	7	5	5
	면적 제한	면적의 넓이를 1+0.5 정도 제한	5	3	4
	개인사업자 규모 대출 규제	개인사업자 대출 규제완화	1	5	5
	사업 규모	방 개수 제한 허용(확장의 어려움)	4	5	5
	민박 조건	오피스텔은 민박이 안 됨	8	4	5
	민박 규제	지역주민의 동의필요 관련 규제	8	5	5
	도시민박업	면적 조건의 범위를 넓혀야 한다	5	5	5
	전기세 완화	전기료 상업용 전환 어려움	5	5	5
	담보대출 관련 규제 완화	건축 시공 전 대출 가능 허용	8	3	5
	정부 창업자금 지원	부동산업 관련 정부 지원 필요	1	5	5
	숙박어플 사이트	숙박어플 사이트 정식 제도화	4	2	5
	도시민박업	내국인도 허용	4	5	5
	음식점 업종 추가	음식점 추가 영업	4	5	5
카셰어링	주차장 비용 지원	주차장 확보시 비용지원 요망	2	5	5
	보험처리 관련	보험 사고처리 미비	1	5	5
	카풀 홍보 부족	카풀 활성화를 위한 홍보	5	5	5
	렌터카 운영범위 미비	렌터카 운영범위가 너무 좁음(차량 종류, 대상고객)	4	5	5
	서류 간소화	등록시 준비서류 너무 복잡함	1	5	5
	어플 활성화	어플의 활성화로 인한 수요 확대	1	5	5
	서류 간소화	등록시 준비서류 너무 복잡함	1	5	5
	보조금 관련	전기차 보조금	2	5	5
	충전소	전기차 충전소(충전자리 확보 – 비싼 충전비용으로 고객감소)	2	5	5
	자동차 소유 제한 완화	자동차 소유 제한 규제완화	1	5	

<표 5-14>의 계속

(5점 만점)

분야	규제명	규제완화 내용	유형 및 영향, 완화 정도		
			규제 유형	규제 영향	완화 필요도
카셰어링	시간대 연장	오전 9시부터 21시로 시간 확대	4	4	4
	자가 개인운송	자가용 개인운송 불법 철회	3	5	5
	법인 승용차	법인차량의 영리목적 운영 제한 규제 완화	4	5	5
	운송사업법	심야에도 운영할 수 있게 개선	1	5	5
기타	사업개발비 관련	사업개발비 요청시 동일 항목일지라도 지원 허용	5	5	5
	관련업종 임대 지원	관련된 업종에 한해 임대 서비스 지원	2	5	5
	사업 구도와 방향	사업방향과 기준점 맞추기가 어려움	1	5	5
	세금체계 시스템	세금체계를 업체와 맞는 시스템으로 바꾸어야 한다	1	5	5
	세법 기준	세법 기준이 애매하다	5	5	5
	저작권료	저작권료 비용이 비쌈	2	3	3
	예산상 규제완화 필요	예산 규제완화	5	5	5
	인건비 지원	초기 인건비 지원 요망	1	5	5
	행정절차 간소화	행정절차 간소화	5	5	5
	기부 세액 공제	기부자들에 대한 세액 공제 확대	1	5	5

주 : 1) 규제 유형 : ① 진입규제, ② 가격규제, ③ 독과점 및 불공정거래 규제, ④ 자율규제, ⑤ 환경규제, ⑥ 산업 안전 및 보건 규제, ⑦ 소비자 안전 및 보호 규제, ⑧ 기타 규제.
2) 규제 영향 : ① 전혀 영향 없음, ② 거의 영향 없음, ③ 약간 영향 없음, ④ 영향이 많음, ⑤ 매우 영향이 큼.
3) 완화 필요 정도 : ① 전혀 불필요, ② 불필요, ③ 보통, ④ 필요, ⑤ 매우 필요.

2. 그림자 규제 및 규제 정비 효과

○ 공유경제 사업의 활성화를 위해 정비되어야 할 그림자 규제가 다소 존재하고 있으며, 이러한 그림자 규제의 내용과 생산 및 고용에 미치는 영향은 다음과 같음.

〈표 5-15〉 그림자 규제 및 규제완화 정비 효과

(5점 만점)

분야	그림자 규제	해당 규제완화 혹은 정비시 예상 효과	
		생산 증대 효과	고용 증대 효과
공유숙박	시설 및 소방 화재 점검	4	4
	기준 자체가 높아서 접근이 어려움	5	5
	도시민박, 호텔 내국인 받을 수 있게	4	4
	내국인 영업 허용	4	5
	행정 관련 서류 간소화(서류분실 시)	3	4
	서비스개발인 공유경제 플랫폼의 R&D 지원 전무(100% 탈락)	5	5
	무허가 숙박시설 단속 강화	4	4
	위생검사 규제완화	2	3
카세어링	활성화를 위해 많은 홍보 필요	5	5
	충분한 홍보 바람	5	5
	사이트 업데이트가 잘 되지 않아 이용 불편	4	4
	효율성 떨어짐	5	5
	신변 보장, 안전 미비	4	5
	지역간 홍보 이질감 해소 필요	5	5
기타	사회적 인증기업 연차에 따라 감소	5	5
	시민의식 부재	5	5
	서적 유통마진이 대형점과 차이가 많이 난다	5	5

주: 1) 생산 효과: ① 전혀 없음, ② 거의 없음, ③ 약간 있음, ④ 많이 있음, ⑤ 매우 많음.
2) 고용 증대 효과: ① 전혀 없음, ② 거의 없음, ③ 약간 있음, ④ 많이 있음, ⑤ 매우 많음.

제4절 규제완화 효과

1. 경영 개선 효과

가. 매출 증대 효과

○ 공유경제 관련 규제완화 직전의 매출액은 평균 7,600만 원에서 만약 규제완화가 되지 않고 규제가 지속되면 매출액은 26.81% 증가된 9,600만 원으로 예상되지만, 규제가 업체 종사자가 원하는 수준으로 적절히 이루어진다면, 규제완화 이전보다 123.49%가 증가된 1억 6,900만 원이 될 것으로 나타남. 공유경제 분야의 규제완화는 순증기준의 매출액을 96.67% 증가시키는 효과가 있을 것으로 예상되어 공유경제에서의 규제완화는 공유경제 사업의 매출액 증대에 매우 큰 영향을 미치는 것으로 나타났음.

- 공유숙박 분야에서 매출액은 규제완화 직전의 평균 4,700만 원에서 종사업체들의 규제완화 요구 수준으로 규제가 완화되면 규제완화 이전보다 362.66%가 증가된 2억 1,800만 원이 될 것으로 예상됨. 만약 규제완화가 되지 않고 이전 수준의 규제가 지속되면 매출액은 58.70% 증가한 7,500만 원이 예상되어 공유숙박 분야의 규제완화는 업체 매출액에서 303.95%의 순증 효과가 있을 것으로 예상됨.
- 카셰어링 분야에서 매출액은 규제완화 직전의 평균 1억 1,200만 원에서 조사 업체들의 규제완화 요구 수준으로 규제가 완화되면 규제완화 이전보다 47.75%가 증가된 1억 6,500만 원이 될 것으로 예상됨. 만약 규제완화가 되지 않고 이전 수준의 규제가 지속되면 매출액은 9.93% 증가한 1억 2,300만 원일 것으로 예상되어 카셰어링 분야에서의 규제완화는 업체 매출액에서 37.82%의 순증 효과가 있을 것으로 예상됨.

– 기타 분야에서 매출액은 규제완화 직전의 평균 5,200만 원에서 조사 업체들의 규제완화 요구 수준으로 규제가 완화되면 규제완화 이전보다 65.60%가 증가된 8,600만 원이 될 것으로 예상됨. 만약 규제가 완화되지 않고 이전 수준으로 유지되면 매출액은 50.64% 증가한 7,800만 원일 것으로 예상되어 기타 분야의 규제완화는 업체 매출액에서 14.96%의 순증 효과가 있을 것으로 예상됨.

〈표 5-16〉 매출 증대 효과

(단위 : 억 원, %)

		규제완화 직전	규제완화 직후 예상		규제완화 후 효과		
			업체 요구 수준으로 완화시	현재 규제 수준 유지시	완화시(A)	유지시(B)	순증효과 (A-B)
공유 분야	공유숙박	0.47	2.18	0.75	362.66	58.70	303.95
	카셰어링	1.12	1.65	1.23	47.75	9.93	37.82
	기타	0.52	0.86	0.78	65.60	50.64	14.96
전 체		0.76	1.69	0.96	123.49	26.81	96.67

주 : 1) 규제완화 후효과= $\left(\frac{\text{규제완화 시 매출액}}{\text{규제완화 직전 매출액}}\right)-1$

2) 규제완화 시 매출액 및 유지시 매출액 무응답으로 규제완화 직전 매출액의 차이가 있음.

나. 영업이익 개선 효과

○ 공유경제 관련 규제완화 직전의 영업이익은 평균 1,000만 원에서 만약 규제완화가 되지 않고 규제가 지속되면 영업이익은 1,700만 원 증가한 2,700만 원일 것으로 예상되지만, 규제가 업체 종사자가 원하는 수준으로 적절히 이루어진다면, 규제완화 이전보다 4,000만 원 증가된 5,000만 원이 될 것으로 나타남. 공유경제 분야의 규제완화는 순증기준의 영업이익을 2,300만 원 증가시키는 효과가 있을 것으로 예상되어 공유경제에서의 규제완화는 공유경제 사업의 영업이익 증대에 매우 큰 영향을 미치는 것으로 나타났음.

– 공유숙박 분야에서 영업이익은 규제완화 직전의 평균 1,300만 원에서 조사 업체들의 규제완화 요구 수준으로 규제가 완화되면 규제완화

이전보다 5,900만 원 증가된 7,200만 원일 것으로 예상됨. 만약 규제완화가 되지 않고 이전 수준의 규제가 지속되면 영업이익은 1,200만 원 증가한 2,500만 원이 예상되어 공유숙박 분야의 규제완화는 업체의 영업이익을 4,700만 원 증가시키는 효과가 있을 것으로 예상되고 있음.

- 카셰어링에서 영업이익은 규제완화 직전의 평균 300만 원에서 조사 업체들의 규제완화 요구 수준으로 규제가 완화되면 규제완화 이전보다 3,800만 원 증가된 4,100만 원일 것으로 예상됨. 만약 규제가 완화되지 않고 현 수준으로 유지되면 영업이익이 2,800만 원 증가한 3,100만 원으로 예상되어 카셰어링 분야의 규제완화는 업체의 영업이익을 1,000만 원 증가시키는 효과가 있을 것으로 예상됨.
- 기타 분야에서 영업이익은 규제완화 직전의 평균 1,500만 원에서 조사 업체들의 규제완화 요구 수준으로 규제가 완화되면 규제완화 이전보다 1,100만 원 증가된 2,600만 원일 것으로 예상됨. 만약 규제가 완화되지 않고 현 수준으로 유지되면 영업이익이 800만 원 증가한 2,300만 원으로 예상되어 기타 분야의 규제완화는 업체의 영업이익을 300만 원 증가시키는 효과가 있을 것으로 예상됨.

〈표 5-17〉 영업이익 개선 효과

(단위 : 억 원)

		규제완화 직전	규제완화 직후 예상		규제완화 후 효과		
			업체 요구 수준으로 완화시	현재 규제 수준 유지시	완화시(A)	유지시(B)	순증효과 (A-B)
공유 분야	공유숙박	0.13	0.72	0.25	0.59	0.12	0.47
	카셰어링	0.03	0.41	0.31	0.38	0.28	0.10
	기타	0.15	0.26	0.23	0.11	0.08	0.03
전 체		0.10	0.50	0.27	0.40	0.17	0.23

주 : 규제완화 후 효과=규제 완화시 영업이익 -규제 완화 직전 영업이익 .

2. 고용의 증대 효과

○ 공유경제 관련 규제완화 직전의 종사자 수는 평균 3.63명에서 만약 규제완화가 되지 않고 규제가 지속되면 종사자 수는 4.83% 감소된 3.45명일 것으로 예상되지만, 업체 종사자가 원하는 수준으로 규제가 적절히 이루어진다면, 규제완화 이전보다 62.76%가 증가된 5.90명이 될 것으로 나타남. 공유경제 분야의 규제완화는 순증기준으로 종사자 수를 67.59% 증가시키는 효과가 있을 것으로 예상되어 공유경제에서의 규제완화는 공유경제 사업의 고용 증대에 매우 큰 영향을 미치는 것으로 나타났음.

- 공유숙박 분야에서 고용은 규제완화 직전의 평균 2.78명에서 종사업체들의 규제완화 요구 수준으로 규제가 완화되면 규제완화 이전보다 59.38% 증가된 4.43명이 됨. 만약 규제완화가 되지 않고 이전 수준의 규제가 지속되면 종사자 수는 3.12% 감소된 2.70명이 될 것으로 예상되어 공유숙박 분야에서의 규제완화는 업체의 종사자 수를 62.50% 순증시키는 효과가 있을 것으로 예상됨.
- 카셰어링에서 고용은 규제완화 직전의 평균 8.80명에서 종사업체들의 규제완화 요구 수준으로 규제가 완화되면 규제완화 이전보다 75.00% 증가된 15.40명이 됨. 만약 규제완화가 되지 않고 이전 수준의 규제가 지속되면 종사자 수는 4.55% 증가된 9.20명이 될 것으로 예상되어 카셰어링 분야의 규제완화는 업체의 고용자 수를 70.45% 순증시키는 효과가 있을 것으로 예상됨.
- 기타 분야에서 고용은 규제완화 직전의 평균 3.08명에서 조사 업체들의 규제완화 요구 수준으로 규제가 완화되면 규제완화 이전보다 54.05% 증가된 4.75명이 될 것으로 예상됨. 만약 규제가 완화되지 않고 이전 수준으로 유지되면 종사자 수는 18.92% 감소된 2.50명이 될 것으로 예상되어 기타 분야에서의 규제완화는 업체의 종사자 수를 72.97% 순증시키는 효과가 있을 것으로 예상됨.

〈표 5-18〉 고용 증대 효과

(단위 : 명, %)

		규제완화 직전	규제완화 직후 예상		규제완화 후 효과		
			업체 요구 수준으로 완화시	현재 규제 수준 유지시	완화시 (A)	유지시 (B)	순증효과 (A-B)
공유 분야	공유숙박	2.78	4.43	2.70	59.38	-3.12	62.50
	카셰어링	8.80	15.40	9.20	75.00	4.55	70.45
	기타	3.08	4.75	2.50	54.05	-18.92	72.97
전 체		3.63	5.90	3.45	62.76	-4.83	67.59

주 : 규제완화 후효과= $\left(\frac{\text{규제 완화 시 종사자 수}}{\text{규제 완화 직전 종사자 수}}\right)-1$

3. 투자 촉진 효과

가. 거래 대상 자산 투자

○ 공유경제 관련 규제완화 직전의 거래 대상 자산 규모는 평균 5억 3,000만 원에서 만약 규제완화가 되지 않고 규제가 지속되면 자산 구입비는 현재 1억 7,300만 원으로 감소하지만, 조사대상의 요구 수준으로 규제가 완화되면 규제완화 이전보다 69.61%가 증가된 8억 9,900만 원이 될 것으로 나타나 공유경제에서의 자산 순증 효과는 137.05%로 나타났음.

〈표 5-19〉 자산구입 효과

(단위 : 억 원, %)

		규제완화 직전	규제완화 직후 예상		규제완화 후 효과		
			업체 요구 수준으로 완화시	현재 규제 수준 유지시	완화시 (A)	유지시 (B)	순증효과 (A-B)
공유 분야	공유숙박	2.03	4.26	2.10	109.18	3.07	106.10
	카셰어링	27.25	41.50	0.13	52.29	-99.54	151.83
	기타	0.60	0.80	0.48	33.33	-20.00	53.33
전 체		5.30	8.99	1.73	69.61	-67.44	137.05

주 : 규제완화 후효과= $\left(\frac{\text{규제 완화 시 거래자산 구입비}}{\text{규제 완화 직전 거래자산 구입비}}\right)-1$

나. 부대장비 및 설비 투자

○ 공유경제 관련 규제완화 직전의 부대장비 및 설비 규모는 평균 9,900만 원에서 만약 규제완화가 되지 않고 규제가 지속되면 장비 및 설비 구입비는 4,900만 원으로 감소하지만, 조사대상의 요구 수준으로 규제가 완화되면 규제완화 이전보다 33.96% 증가한 1억 3,200만 원이 될 것으로 나타나 공유경제에서의 순증 효과는 84.79%로 공유경제 규제완화는 공유경제 종사 업체의 부대장비 및 설비 투자에 순증 효과가 있을 것으로 나타났음.

〈표 5-20〉 장비 및 설비 구입비

(단위 : 억 원, %)

		규제완화 직전	규제완화 직후 예상		규제완화 후 효과		
			업체 요구 수준으로 완화시	현재 규제 수준 유지시	완화시(A)	유지시(B)	순증효과 (A-B)
공유 분야	공유숙박	0.50	0.82	0.59	64.17	18.83	45.34
	카셰어링	4.05	4.60	0.05	13.58	-98.77	112.35
	기타	0.24	0.32	0.19	33.33	-20.83	54.17
전 체		0.99	1.32	0.49	33.96	-50.83	84.79

주 : 규제완화 후효과= $\left(\frac{\text{규제 완화 시 장비 및 설비 구입비}}{\text{규제 완화 직전 장비 및 설비 구입비}}\right)-1$

4. 질적 고용효과

○ 공유경제 종사자의 고용의 질과 관련하여 고용 여건과 건강 및 안전이 평균 2.67점으로 가장 높고 임금 및 복리후생은 2.64점, 교육과 훈련은 2.60점, 고용 안정성은 2.58점, 고용 평등은 2.49점 등으로 높게 나타나 공유경제는 무엇보다 종사자의 직업적 건강 관리나 안전 및 작업 환경을 크게 제고하고, 근로시간, 야간 근로, 이직 등 근로 여건과 고용 안정성을 크게 제고하는 것으로 나타남.

– 공유숙박 분야에서는 건강 및 안전이 평균 2.76점으로 가장 높고 그 다음으로 고용 여건과 임금 및 복리후생이 2.71점, 교육과 훈련이

2.67점, 고용 안정성이 2.62점, 고용 평등이 2.48점 등의 순으로 나타나 공유숙박에서의 종사자들은 유사 업종 종사자에 비해 직업적 건강 관리나 안전한 직업 환경이 가장 크게 개선되고 임금수준이나 보험 가입 및 유급 휴가 등 복리후생이나 근로시간, 야간 근로, 이직 등 근로 여건이 크게 개선되는 것으로 나타남.

- 카셰어링 분야에서는 고용 여건이 2.73점으로 가장 높고, 임금 및 복리후생, 교육과 훈련, 건강 및 안전, 고용 평등 모두 각각 2.60점, 고용 안정성이 2.47점으로 나타나 카셰어링 분야에서는 공유경제로 직업적 건강 관리나 안전한 직업 환경이 크게 개선되고 임금수준이나 보험 가입 및 유급 휴가 등 복리후생이나 근로시간, 야간 근로, 이직 등 근로 여건, 사업 및 일의 특성상(일의 한시성 등) 고용 안정성, 업무나 경력개발을 위해 필요한 교육 및 고용이나 승진에서 차별 없이 평등한 기회 등도 크게 개선되는 것으로 나타남.
- 기타 분야에서는 고용 안정성이 2.67점으로 가장 높고, 그다음으로 임금 및 복리후생과 건강 및 안전이 각각 2.56점, 고용 여건과 교육과 훈련이 각각 2.44점 등의 순으로 질적 고용효과가 높은 것으로 나타나 기타 분야에서는 공유경제로 사업 및 일의 특성상(일의 한시성 등) 고용 안정성이 가장 크게 개선되고 임금수준이나 보험 가입 및 복리 후생, 직업적 건강 관리나 안전한 작업환경 등 근로 여건이 크게 개선되는 것으로 나타남.

〈표 5-21〉 질적 고용효과

(3점 만점)

		고용 여건	고용 안정성	임금 및 복리후생	교육과 훈련	건강 및 안전	고용 평등
공유 분야	공유숙박	2.71	2.62	2.71	2.67	2.76	2.48
	카셰어링	2.73	2.47	2.60	2.60	2.60	2.60
	기타	2.44	2.67	2.56	2.44	2.56	2.33
전 체		2.67	2.58	2.64	2.60	2.67	2.49

주: 고용의 질: ① 나빠질 것, ② 비슷할 것, ③ 좋아질 것.

제5절 사업 애로 요인 및 정부 지원 요구

1. 사업 애로 요인

○ 공유경제 관련 사업 애로 요인으로는 법 및 제도 미비가 평균 3.10점으로 가장 큰 애로 요인이며, 과도한 시장 경쟁 2.97점, 기업 환경 열악 2.78점 등도 큰 애로 요인인 것으로 나타나 공유경제에서는 무엇보다도 법 및 제도 정비가 크게 요구되고 있음. 동시에 과거 자영업자 난립에 따른 사회적 이슈처럼 공유경제에서는 과도한 시장 경쟁으로 인한 시장 질서 왜곡 우려가 존재하여 이에 대한 대응책 마련도 필요한 것으로 나타남.

- 공유 숙박 분야에서는 사업 애로 요인에 대해 과도한 시장 경쟁이 평균 3.56점으로 가장 큰 애로 요인이며 법 및 제도 미비 3.15점, 기업 환경 열악 3.05점, 시민 의식 부재 2.74점 등도 큰 장애 요인인 것으로 나타나 공유숙박 분야에서는 과도한 시장 경쟁으로 인한 문제가 우려되고 있음.
- 카셰어링 분야에서는 법 및 제도 미비가 평균 3.18점으로 가장 큰 애로 요인이며, 과도한 시장 경쟁과 시민 의식 부재가 각각 2.55점, 기업 환경 열악이 2.27점 등으로 나타나 이들도 큰 장애 요인으로, 무엇보다도 법 및 제도 정비로 인한 사업 환경 개선의 필요성이 큰 것으로 나타나고 있음.
- 기타 분야에서는 시민 의식 부재가 평균 2.94점으로 상대적으로 가장 큰 애로 요인이고, 법 및 제도 미비가 2.88점, 기업 환경 열악이 2.82점도 다소 애로 요인으로 작용하고 있으나 애로 정도가 크지 않고, 특히 과도한 시장 경쟁은 2.18점으로 과도한 시장 경쟁 우려는 거의 없는 것으로 나타났음.

<표 5-22> 사업 애로 요인

(5점 만점)

		기업 환경 열악	과도한 시장 경쟁	시민 의식 부재	법·제도 미비
공유 분야	공유숙박	3.05	3.56	2.74	3.15
	카셰어링	2.27	2.55	2.55	3.18
	기타	2.82	2.18	2.94	2.88
전 체		2.78	2.97	2.73	3.10

주 : 애로 정도: ① 전혀 없음, ② 거의 없음, ③ 약간 있음, ④ 많은 편임, ⑤ 매우 많음.

2. 신시장 창출 요인

가. 고객 측면

○ 고객 측면에서의 시장 창출 요인은 신규 창출 가능한 잠재적 고객이 많음이 평균 3.97점으로 가장 큰 신시장 창출 요인인 것으로 나타났으며, 비충성 고객군이 많음과 제품 및 서비스 구매를 포기한 고객군은 각각 2.67점, 2.59점 등으로 시장 창출 효과가 매우 작은 것으로 나타났음. 이는 결국 공유경제가 기존 시장을 대체하기보다는 새로운 시장을 창출하는 기능이 크고, 이러한 신시장 창출을 가능하게 하는 정책 지원이 필요함을 시사함.

- 공유숙박 분야에서는 신시장 창출 요인으로 신규 창출 가능한 잠재적 고객이 많음이 평균 3.95점으로 상대적으로 기여 효과가 크고, 제품 및 서비스 구매를 포기한 고객군이 많음과 비충성 고객군이 많음은 각각 2.81점, 2.71점 등으로 낮게 나타나 고객 측면 기여 효과가 거의 없는 것으로 나타났음.
- 카셰어링 분야에서는 신시장 창출 요인으로 신규 창출 가능한 잠재적 고객이 많음이 평균 3.67점으로 상대적으로 기여 효과가 크지만 비충성 고객군이 많음과 제품 및 서비스 구매를 포기한 고객군이 각각 2.75점, 2.33점 등으로 기여 효과가 거의 없는 것으로 나타났음.
- 기타 분야에서는 신시장 창출 요인으로 신규 창출 가능한 잠재적 고객이 많음이 평균 4.67점으로 상대적으로 기여 효과가 크지만 제품

및 서비스 구매를 포기한 고객군이 많음과 비충성 고객군이 많음이 각각 2.33점 등으로 기여 효과가 거의 없는 것으로 나타났음.

〈표 5-23〉 고객 측면 시장 창출 요인

(5점 만점)

		제품/서비스구매 포기한 고객군이 많음	비충성 고객군이 많음	신규 창출 가능한 잠재적 고객이 많음
공유 분야	공유숙박	2.81	2.71	3.95
	카셰어링	2.33	2.75	3.67
	기타	2.33	2.33	4.67
전 체		2.59	2.67	3.97

주 : 기여 효과 : ① 전혀 그렇지 않다, ② 그렇지 않다, ③ 그저 그렇다, ④ 그렇다, ⑤ 매우 그렇다.

나. 자원 측면

○ 자원 측면에서의 시장 창출 요인에 대해서는 새로 사업화 가능 품목의 풍부함이 평균 3.54점으로 상대적으로 기여 효과가 크고, 중고 물품 등 거래 자원의 풍부함도 3.21점으로 신시장 창출 기여 효과가 큰 것으로 나타나 결국 공유경제에서는 거래되는 자원의 풍부함과 함께 새로 사업화 가능 품목의 다양성이 공유경제의 시장을 크게 하는 중요한 요인인 것으로 나타나고 있음.

– 공유숙박 분야와 카셰어링 분야에서는 신시장 창출 요인에 대해 새로 사업화 가능 품목 풍부가 각각 평균 3.48점, 3.42점으로 상대적으로 기여 효과가 크며, 중고 물품 등 거래 자원이 풍부함도 각각 3.14점, 3.00점으로 기여 효과가 있는 것으로 나타났음.

〈표 5-24〉 자원 측면 시장 창출 요인

(5점 만점)

		중고 물품 등 거래 자원의 풍부함	새로 사업화 가능 품목 풍부
공유 분야	공유숙박	3.14	3.48
	카셰어링	3.00	3.42
	기타	3.83	4.00
전 체		3.21	3.54

주 : 기여 효과 : ① 전혀 그렇지 않다, ② 그렇지 않다, ③ 그저 그렇다, ④ 그렇다, ⑤ 매우 그렇다.

– 기타 분야에서는 새로 사업화 가능 품목 풍부가 평균 4.00점으로 신시장 창출 기여 효과가 크고, 중고 물품 등 거래 자원의 풍부함도 3.83점으로 신시장 창출 기여 효과가 큰 것으로 나타났음.

다. 거래 측면

○ 거래 측면에서의 시장 창출 요인에 대해서는 거래 용이함이 평균 3.82점으로 신시장 창출 기여 효과가 크고, 비용 저렴함도 3.67점으로 신시장 창출 기여 효과가 큰 것으로 나타났음. 이는 공유경제의 신시장 창출을 위해서는 공유경제의 속성에 따라 무엇보다 저렴한 비용이 중요하지만 이것보다 거래가 용이하도록 하는 환경 조성이 더 중요함을 시사하는 것으로 공유경제의 활성화를 위해서는 거래가 용이하도록 하는 플랫폼 구축이 중요함을 알 수 있음.

– 공유숙박 분야에서는 신시장 창출 요인에 대해 거래 용이함이 평균 3.81점으로 상대적으로 기여 효과가 크고 비용 저렴함도 3.67점으로 기여 효과가 큰 것으로 나타났음.

– 카셰어링 분야에서는 신시장 창출 요인에 대해 거래 용이함이 평균 3.75점으로 상대적으로 기여 효과가 크지 않았으며, 비용 저렴함은 3.33점으로 기여 효과가 큰 것으로 나타났음.

– 기타 분야에서는 비용 저렴함이 평균 4.33점으로 상대적으로 기여 효과가 크고 거래 용이함도 4.00점으로 기여 효과가 큰 것으로 나타남.

〈표 5-25〉 거래 측면 시장 창출 요인

(5점 만점)

		거래 용이함	비용 저렴함
공유 분야	공유숙박	3.81	3.67
	카셰어링	3.75	3.33
	기타	4.00	4.33
전 체		3.82	3.67

주 : 기여 효과 : ① 전혀 그렇지 않다, ② 그렇지 않다, ③ 그저 그렇다, ④ 그렇다, ⑤ 매우 그렇다.

3. 정부 활성화 지원 효과 및 필요성

가. 지원 효과

○ 정부의 공유경제 관련 사업 활성화 지원의 지원 효과에 대해 시민 홍보를 통한 공유 분위기 확산이 평균 4.00점으로 가장 지원 효과가 크며 공공 분야 스타트업 기업에 대한 인증 및 투자 지원이 평균 3.97점, 국가 정보화 사업을 통한 공유경제 자원 확대 지원이 3.76점, 불가능 사업을 제외한 모든 사업 허용(네거티브)방식으로의 전환 지원이 3.74점, 공공주도의 공유 중개 플랫폼 제공이 3.65점, 행정 정보의 공개 및 이를 활용한 공유 서비스 확대가 3.59점, 공유경제 관련 연구개발 지원 확대가 3.57점, 기존 법령이 아닌 적합한 새로운 법령 마련은 3.54점 등도 지원 효과가 큰 것으로 나타났음. 반면, 공유경제 수익자에 대한 적절한 과세 제도 도입은 3.38점, 공공-기업-시민단체 간 협력을 통한 비영리 공유 사업 확대는 3.35점, 개인간 거래 사고에 대한 보험 제도 도입은 3.19점, 개인정보수집 허용 범위 확대 지원 3.00점 등은 상대적으로 지원 효과가 상대적으로 작은 것으로 나타났음. 이는 결국 공유경제 산업 활성화는 민간주도적 방식과 이를 공공기관이 간접지원하는 방식이 절대적으로 유효함을 시사함.

- 활성화 지원 효과에 대해서 공유 숙박 분야에서는 불가능 사업을 제외한 모든 사업 허용(네거티브)방식으로의 전환 지원이 평균 4.25점으로 상대적으로 지원 효과가 크고, 공공 분야 스타트업 기업에 대한 인증 및 투자 지원은 4.15점, 국가 정보화 사업을 통한 공유경제 자원 확대 지원은 4.00점, 기존 법령이 아닌 적합한 새로운 법령 마련은 3.50점 등도 지원 효과가 큰 것으로 나타나고 있음. 반면, 공공 주도의 공유 중개 플랫폼 제공 지원은 3.35점, 개인정보수집 허용 범위 확대 지원은 3.15점, 개인간 거래 사고에 대한 보험 제도 도입 지원은 3.00점 등으로 나타나 상대적으로 지원 효과가 작거나 없는 것으로 나타났음.
- 기타 분야에서는 공공 주도의 공유 중개 플랫폼 제공 지원과 공유경

제 관련 연구개발 지원 확대 지원은 각각 4.25점, 공공 분야 스타트업 기업에 대한 인증 및 투자와 기존 법령이 아닌 적합한 새로운 법령 마련은 4.00점 등으로 상대적으로 지원 효과가 크고, 시민 홍보를 통한 공유 분위기 확산과 국가 정보화 사업을 통한 공유경제 자원 확대 지원은 3.50점, 행정 정보의 공개 및 이를 활용한 공유 서비스 확대 지원과 공유경제 수익자에 대한 적절한 과세 제도 도입 지원은 3.25점, 개인간 거래 사고에 대한 보험 제도 도입 지원은 3.00점, 공공-기업-시민단체 간 협력을 통한 비영리 공유 사업 확대 지원은 3.00점, 불가능 사업을 제외한 모든 사업 허용(네거티브)방식으로의 전환 지원은 2.80점, 개인정보수집 허용 범위 확대 지원은 2.75점 등으로 낮게 나타나 지원 효과가 작거나 없는 것으로 나타났음.

〈표 5-26〉 지원 효과

(5점 만점)

정책 지원 내용	공유 분야			평균
	공유숙박	카세어링	기타	
불가능 사업을 제외한 모든 사업 허용(네거티브) 방식으로의 전환	4.25	3.31	2.80	3.74
공공 분야 스타트업 기업에 대한 인증 및 투자	4.15	3.69	4.00	3.97
시민 홍보를 통한 공유 분위기 확산	3.80	4.46	3.50	4.00
공공-기업-시민단체 간 협력을 통한 비영리 공유 사업 확대	3.40	3.38	3.00	3.35
행정 정보의 공개 및 이를 활용한 공유 서비스 확대	3.90	3.23	3.25	3.59
국가 정보화 사업을 통한 공유경제 자원 확대	4.00	3.46	3.50	3.76
공공 주도의 공유 중개 플랫폼 제공	3.35	3.92	4.25	3.65
공유경제 관련 연구개발 지원 확대	3.50	3.46	4.25	3.57
개인간 거래 사고에 대한 보험 제도 도입	3.00	3.54	3.00	3.19
공유경제 수익자에 대한 적절한 과세 제도 도입	3.80	2.77	3.25	3.38
개인정보수집 허용 범위 확대	3.15	2.85	2.75	3.00
기존 법령이 아닌 적합한 새로운 법령 마련	3.50	3.46	4.00	3.54

주: 지원 효과: ① 전혀 없음, ② 거의 없음, ③ 약간 있음, ④ 많은 편임, ⑤ 매우 많음.

나. 지원 필요도

○ 공유경제 관련 사업 정부의 활성화 지원 필요 정도는 공공 분야 스타트업 기업에 대한 인증 및 투자 지원이 평균 4.19점으로 상대적으로 필요 정도가 가장 크고, 그다음으로 불가능 사업을 제외한 모든 사업 허용(네거티브)방식으로의 전환이 4.11점, 시민 홍보를 통한 공유 분위기 확산 지원이 4.08점, 국가 정보화 사업을 통한 공유경제 자원 확대가 3.97점, 행정 정보의 공개 및 이를 활용한 공유 서비스 확대가 3.92점, 공공 주도의 공유 중개 플랫폼 제공이 3.86점, 공공-기업-시민단체 간 협력을 통한 비영리 공유 사업 확대 지원이 3.81점, 공유경제 관련 연구개발 지원 확대 지원이 3.70점, 공유경제 수익자에 대한 적절한 과세 제도 도입 지원이 3.46점, 기존 법령이 아닌 적합한 새로운 법령 마련이 3.43점, 개인간 거래 사고에 대한 보험 제도 도입 지원이 3.41점, 개인정보수집 허용 범위 확대 지원이 3.05점 등으로 낮게 나타났음.

- 숙박 분야에서는 불가능 사업을 제외한 모든 사업 허용(네거티브) 방식으로의 전환 지원과 공공 분야 스타트업 기업에 대한 인증 및 투자 지원이 평균 4.50점으로 가장 필요한 지원으로 나타났으며, 국가 정보화 사업을 통한 공유경제 자원 확대 지원이 4.15점, 행정 정보의 공개 및 이를 활용한 공유 서비스 확대 지원이 4.10점, 공공-기업-시민단체 간 협력을 통한 비영리 공유 사업 확대 지원이 3.90점, 시민 홍보를 통한 공유 분위기 확산 지원이 3.85점, 공공 주도의 공유 중개 플랫폼 제공 지원과 공유경제 관련 연구개발 지원 확대 지원, 공유경제 수익자에 대한 적절한 과세 제도 도입 지원이 각각 3.60점, 기존 법령이 아닌 적합한 새로운 법령 마련 지원이 3.35점, 개인간 거래 사고에 대한 보험 제도 도입 지원이 3.20점, 개인정보수집 허용 범위 확대 지원이 3.00점 등으로 나타났음.
- 기타 분야에서는 공유경제 관련 연구개발 지원 확대 지원이 평균 4.50점으로 가장 크게 필요한 지원인 것으로 나타났고 그다음으로 시민 홍보를 통한 공유 분위기 확산 지원과 공공 주도의 공유 중개 플랫폼 제공 지원, 기존 법령이 아닌 적합한 새로운 법령 마련이 각가

4.00점, 공공 분야 스타트업 기업에 대한 인증 및 투자 지원과 국가 정보화 사업을 통한 공유경제 자원 확대 지원이 각각 3.75점, 공공-기업-시민단체 간 협력을 통한 비영리 공유 사업 확대 지원과 행정 정보의 공개 및 이를 활용한 공유 서비스 확대 지원이 각각 3.50점, 개인간 거래 사고에 대한 보험 제도 도입 지원이 3.25점, 공유경제 수익자에 대한 적절한 과세 제도 도입 지원과 개인정보수집 허용 범위 확대 지원이 각각 3.00점, 불가능 사업을 제외한 모든 사업 허용(네거티브) 방식으로의 전환 지원이 2.60점 등으로 나타났음.

〈표 5-27〉 정부의 활성화 지원 필요 정도

(5점 만점)

정책 지원 내용	공유 분야			평균
	공유숙박	카셰어링	기타	
불가능 사업을 제외한 모든 사업 허용(네거티브) 방식으로의 전환	4.50	4.08	2.60	4.11
공공 분야 스타트업 기업에 대한 인증 및 투자	4.50	3.85	3.75	4.19
시민 홍보를 통한 공유 분위기 확산	3.85	4.46	4.00	4.08
공공-기업-시민단체 간 협력을 통한 비영리 공유 사업 확대	3.90	3.77	3.50	3.81
행정 정보의 공개 및 이를 활용한 공유 서비스 확대	4.10	3.77	3.50	3.92
국가 정보화 사업을 통한 공유경제 자원 확대	4.15	3.77	3.75	3.97
공공 주도의 공유 중개 플랫폼 제공	3.60	4.23	4.00	3.86
공유경제 관련 연구개발 지원 확대	3.60	3.62	4.50	3.70
개인간 거래 사고에 대한 보험 제도 도입	3.20	3.77	3.25	3.41
공유경제 수익자에 대한 적절한 과세 제도 도입	3.60	3.38	3.00	3.46
개인정보수집 허용 범위 확대	3.00	3.15	3.00	3.05
기존 법령이 아닌 적합한 새로운 법령 마련	3.35	3.38	4.00	3.43

주 : 필요도 : ① 전혀 없음, ② 거의 없음, ③ 약간 있음, ④ 많은 편임, ⑤ 매우 많음.

제6절 고용 장애 요인 및 고용 증대 방안

1. 고용 장애 요인

가. 제도적 측면

○ 공유경제 산업에서 제도적 측면의 고용 장애 요인으로는 일자리 창출을 위한 정부의 인력 고용 촉진 지원제도의 미비가 평균 2.05로 가장 높으며, 그다음으로 인력 양성 시스템 부재 1.91, 인력 채용 정보 부족 1.77 등의 순으로 높게 나타나 전반적으로 공유경제 산업에서는 제도적 측면에서의 고용 장애 정도가 매우 낮은 것으로 나타났음.

- 공유숙박 분야에서 제도적 측면에서의 고용 장애 요인으로는 일자리 창출을 위한 정부의 인력 고용 촉진 지원제도의 미비가 평균 2.41점으로 가장 높으며, 그다음으로 인력 양성 시스템 부재가 2.38점, 인력 채용 정보 부족이 2.10점 등의 순으로 높게 나타나 공유숙박 분야에서는 제도적 측면에서의 고용 애로 정도가 크지는 않지만 일자리 창출을 위한 정부의 인력 고용 촉진 지원제도의 미비와 인력 양성시스템 부재에 따른 애로는 다소 있는 것으로 나타났음.
- 카셰어링 분야에서는 일자리 창출을 위한 정부의 인력 고용 촉진지원제도의 미비가 평균 2.71점으로 가장 높으며, 그다음으로 인력 양성 시스템 부재 1.83점, 인력 채용 정보 부족 1.72점 등의 순으로 나타나 카셰어링 분야에서는 제도적 측면에서의 고용 애로 정도가 크지는 않지만 일자리 창출을 위한 정부의 인력 고용 촉진 지원제도의 미비에 따른 애로는 다소 있는 것으로 나타났음.
- 기타 분야에서는 일자리 창출을 위한 정부의 인력 고용 촉진 지원제도의 미비가 평균 1.29점으로 가장 높으며, 그다음으로 인력 채용 정보 부족 1.24점, 인력 양성 시스템 부재 1.18점 등의 순으로 나타나

제도적 측면의 고용 장애가 전혀 없는 것으로 나타났음.

〈표 5-28〉 제도적 측면 고용 장애 요인

(5점 만점)

		인력 채용 정보 부족	인력 양성 시스템 부재	일자리 창출을 위한 정부의 인력 고용 촉진 지원제도의 미비
공유 분야	공유숙박	2.10	2.38	2.41
	카셰어링	1.72	1.83	2.71
	기타	1.24	1.18	1.29
전 체		1.77	1.91	2.05

주: 장애 정도: ① 전혀 없음, ② 거의 없음, ③ 약간 있음, ④ 많은 편임, ⑤ 매우 많음.

나. 인력 수요자 측면

○ 인력 수요자 측면에서의 고용 장애 요인으로는 임시직 중심 단기 고용 확대가 평균 2.34점으로 가장 높으며, 그다음으로 열악한 임금 및 근무조건이 2.23점, 고용 불안정성이 2.20점, 열악한 작업 환경이 2.17점 등의 순으로 나타나 공유경제 산업에서는 인력 수요자 측면의 고용 장애 정도가 크지는 않은 것으로 판단되며, 사업의 특성상 임시직 중심의 단기 고용 확대가 상대적으로 고용 장애 요인이 되고 있는 것을 알 수 있음.

– 공유숙박 분야에서 인력 수요자 측면에서의 고용 장애 요인으로는 임시직 중심 단기 고용 확대가 평균 2.66점으로 높게 나타났으며, 그다음으로 열악한 임금 및 근무조건과 고용 불안정성이 2.28점, 열악한 작업 환경이 2.24점 등으로 나타나 다른 공유경제 사업 분야보다 공유숙박 분야에서 인력 수요자 측면에서의 고용 장애가 다소 있는 것으로 보이며, 임시직 중심 단기 고용 확대로 인한 고용 장애가 다소 있는 것을 알 수 있음.

– 카셰어링 분야에서는 인력 수요자 측면에서의 고용 장애 요인으로는 고용 불안정성이 2.39점으로 상대적으로 높게 나타났으며 그다음으로 열악한 임금 및 근무조건이 2.33점, 열악한 작업 환경, 임시직 중

심 단기 고용 확대 모두 평균 각각 2.17점으로 나타나 수요자 측면에서의 장애가 다소 있는 것을 알 수 있음.

- 기타 분야에서는 열악한 임금 및 근무조건과 열악한 작업 환경이 각각 평균 2.06점으로 상대적으로 높게 나타났으며, 그다음으로 임시직 중심 단기 고용 확대가 2.00점, 고용 불안정성이 1.88점 등으로 나타나 심각하지는 않지만 기타 분야에서는 임금 및 근무조건과 작업 환경문제로 인한 고용 장애 문제가 있는 것으로 보임.

〈표 5-29〉 인력 수요자 측면 고용 장애 요인

(5점 만점)

		열악한 임금 및 근무조건	열악한 작업 환경	고용 불안정성	임시직 중심 단기 고용 확대
공유 분야	공유숙박	2.28	2.24	2.28	2.66
	카셰어링	2.33	2.17	2.39	2.17
	기타	2.06	2.06	1.88	2.00
전 체		2.23	2.17	2.20	2.34

주: 장애 정도: ① 전혀 없음, ② 거의 없음, ③ 약간 있음, ④ 많은 편임, ⑤ 매우 많음.

다. 인력 공급자 측면

○ 인력 공급자 측면에서의 장애 요인으로는 취업 희망 인력의 직무 능력 부족, 적절한 업무경력자 부족이 각각 평균 2.33점으로 가장 높으며, 그다음으로 일할 수 있는 인력 자체 부족이 2.23점, 중소기업 취업 기피가 2.19점, 필요 자격을 갖춘 자 부족이 2.16점 등의 순으로 공유경제 산업에서는 인력 공급자 측면의 고용 장애가 크지는 않는 것으로 나타나고 있으나 종사자의 업무 역량 부족이 크지는 않지만 상대적으로 고용 장애 요인으로 작용하고 있는 것으로 판단됨.

- 공유숙박 분야에서 공급자 측면에서의 고용 장애 요인으로는 적절한 업무경력자 부족이 평균 2.62점으로 상대적으로 큰 장애 요인인 것으로 나타났으며, 취업 희망 인력의 직무 능력 부족이 2.48점, 일할 수 있는 인력 자체 부족과 중소기업 취업 기피가 2.38점 등도 심각하

지는 않지만 고용 장애 요인인 것으로 나타났음.

- 카셰어링 분야에서는 취업 희망 인력의 직무 능력 부족이 2.33점으로 가장 높으며 그다음으로 일할 수 있는 인력 자체 부족과 필요 자격을 갖춘 자 부족이 평균 2.22점으로 크지는 않지만 다소의 장애 요인인 것으로 나타났으며, 적절한 업무경력자 부족이 평균 2.17점, 중소기업 취업 기피가 2.06점 등으로 장애가 거의 없는 것으로 나타났음.
- 기타 분야에서는 취업 희망 인력의 직무 능력 부족이 평균 2.06점으로 매우 미미한 수준에서 장애가 되고 있는 것으로 나타났으며, 일할 수 있는 인력 자체 부족과 중소기업 취업 기피, 적절한 업무경력자 부족은 각각 2.00점, 필요 자격을 갖춘 자 부족은 1.94점 등으로 장애가 되지 않는 것으로 나타났음.

〈표 5-30〉 인력 공급자 측면 고용 장애 요인

(5점 만점)

		취업 희망 인력의 직무 능력 부족	일할 수 있는 인력 자체 부족	중소기업 취업 기피	적절한 업무경력자 부족	필요 자격을 갖춘 자 부족
공유 분야	공유숙박	2.48	2.38	2.38	2.62	2.24
	카셰어링	2.33	2.22	2.06	2.17	2.22
	기타	2.06	2.00	2.00	2.00	1.94
전 체		2.33	2.23	2.19	2.33	2.16

주 : 장애 정도 : ① 전혀 없음, ② 거의 없음, ③ 약간 있음, ④ 많은 편임, ⑤ 매우 많음.

2. 고용효과 증대 방안

가. 신규 창출 지원

○ 공유경제 산업에서의 신규 창출 지원을 통한 고용 증대 방안으로는 고용 창출형 공유경제 사업 지원 확대가 평균 3.53점으로 상대적으로 고용효과가 크며, 그다음으로 공유경제 업체에 대한 고용 지원 확대가 3.50점, 고용 증대 관련 세액 공제제도 도입 및 확대가 3.38점, 공유경제 업체에 대한 연구 인력 지원 확대가 3.30점 등의 순으로 고용 증대

효과가 큰 것으로 나타났음.

- 공유숙박 분야에서는 고용 창출형 공유경제 사업 지원 확대가 평균 3.30점으로 가장 큰 고용 증대 효과가 있으며, 그다음으로 공유경제 업체에 대한 고용 지원 확대가 3.25점, 고용 증대 관련 세액 공제제도 도입 및 확대가 3.20점, 공유경제 업체에 대한 연구 인력 지원 확대가 3.15점 등의 순으로 고용효과가 큰 것으로 나타났음.
- 카셰어링 분야에서는 공유경제 업체에 대한 고용 지원 확대와 고용 창출형 공유경제 사업 지원 확대가 평균 3.60으로 가장 큰 고용 증대 효과가 있으며, 공유경제 업체에 대한 연구 인력 지원 확대 3.47점, 고용 증대 관련 세액 공제제도 도입 및 확대 3.40점 등의 순으로 고용효과가 큰 것으로 나타났음.
- 기타 분야에서는 공유경제 업체에 대한 고용 지원 확대와 고용 창출형 공유경제 사업 지원 확대가 각각 평균 4.20점으로 가장 큰 고용 증대 효과가 있는 방안인 것으로 나타났으며, 고용 증대 관련 세액 공제제도 도입 및 확대가 4.00점, 공유경제 업체에 대한 연구 인력 지원 확대가 3.40점 등으로 이들 방안들도 고용 증대 효과가 있는 것으로 나타났음.

〈표 5-31〉 신규 창출 지원 측면의 고용 증대 방안

(5점 만점)

		공유경제 업체에 대한 고용 지원 확대	공유경제 업체에 대한 연구 인력 지원 확대	고용 증대 관련 세액 공제제도 도입 및 확대	고용 창출형 공유경제 사업 지원 확대
공유 분야	공유숙박	3.25	3.15	3.20	3.30
	카셰어링	3.60	3.47	3.40	3.60
	기타	4.20	3.40	4.00	4.20
전 체		3.50	3.30	3.38	3.53

주 : 고용 효과 : ① 전혀 없음, ② 거의 없음, ③ 약간 있음, ④ 많은 편임, ⑤ 매우 높음.

나. 고용 규제 개선

○ 공유경제 산업에서 규제 개선의 고용 증대 방안에 대해서는 최저임금 보장 등 근로조건 개선이 평균 3.73점으로 고용 증대 효과가 가장 큰 방안으로 나타났으며, 정리해고 규제완화 등 고용 유연성 제고 3.53점, 파견·기간제 등 고용 규제 개선 3.40점으로 고용 증대 효과가 큰 방안인 것으로 나타났음.

– 공유숙박 분야에서는 규제 개선 중 정리해고 규제완화 등 고용 유연성 제고가 평균 3.65점으로 고용 증대 효과가 가장 큰 방안으로 나타났으며, 그다음으로 최저임금 보장 등 근로조건 개선 3.55점, 파견·기간제 등 고용 규제 개선 3.45점 등으로 높게 나타나 이들 방안들도 고용 증대 효과가 있는 것으로 판단됨.

– 카셰어링 분야에서는 최저임금 보장 등 근로조건 개선이 평균 3.87점으로 상당히 큰 고용 증대 효과가 있는 것으로 나타났고, 파견·기간제 등 고용 규제 개선 3.40점, 정리해고 규제완화 등 고용 유연성 제고 3.33점 등으로 이들 방안들도 고용 증대 효과가 있는 것으로 나타났음.

– 기타 분야에서는 최저임금 보장 등 근로조건 개선이 평균 4.00점으로 상대적으로 고용 증대 효과가 큰 방안이며, 정리해고 규제완화 등 고용 유연성 제고가 3.60점으로 높아 고용 증대 효과가 큰 것으로 나타났음.

〈표 5-32〉 규제 개선 측면의 고용 증대 방안

(5점 만점)

		최저임금 보장 등 근로조건 개선	정리해고 규제완화 등 고용 유연성 제고	파견·기간제 등 고용 규제 개선
공유 분야	공유숙박	3.55	3.65	3.45
	카셰어링	3.87	3.33	3.40
	기타	4.00	3.60	3.20
전 체		3.73	3.53	3.40

주: 고용 효과: ① 전혀 없음, ② 거의 없음, ③ 약간 있음, ④ 많은 편임, ⑤ 매우 높음.

다. 인력 인프라 구축

○ 공유경제 산업에서 인력 인프라 구축의 고용 증대 방안에 대해서는 구직 및 구인 중개 채널 구축이 평균 3.30점으로 가장 큰 고용 증대 효과가 있는 것으로 나타났으며, 경력인증, 경력관리 등의 종합인력정보시스템 구축이 3.18점, 관련 전문 인력 DB 구축 3.13점 등으로 이들 방안도 고용 증대 효과가 있는 것으로 나타났음.

- 공유숙박 분야에서는 경력인증, 경력관리 등의 종합인력정보시스템 구축이 평균 3.10점으로 가장 큰 고용 증대 효과가 있으며, 구직 및 구인 중개 채널 구축이 3.05점으로 고용 증대 효과가 있는 것으로 나타남. 반면 관련 전문 인력 DB 구축이 3.00점으로 고용 증대 효과가 작은 것으로 나타났음.
- 카셰어링 분야에서는 구직 및 구인 중개 채널 구축이 평균 3.67점으로 가장 큰 고용 증대 효과가 있는 방안으로 나타났으며, 관련 전문 인력 DB 구축 3.33점, 경력인증, 경력관리 등의 종합인력정보시스템 구축 3.27점 등으로 이들 방안도 고용 증대 효과가 있는 것으로 나타났음.
- 기타 분야에서는 구직 및 구인 중개 채널 구축과 경력인증, 경력관리 등의 종합인력정보시스템 구축이 각각 평균 3.20점으로 상대적으로 고용 증대 효과가 큰 것으로 나타났으며, 반면 관련 전문 인력 DB 구축은 3.00점으로 고용 증대 효과가 작은 것으로 나타났음.

〈표 5-33〉 인력 인프라 구축 측면의 고용 증대 방안

(5점 만점)

		구직 및 구인 중개 채널 구축	관련 전문 인력 DB 구축	경력인증, 경력관리 등의 종합인력정보시스템 구축
공유 분야	공유숙박	3.05	3.00	3.10
	카셰어링	3.67	3.33	3.27
	기타	3.20	3.00	3.20
전 체		3.30	3.13	3.18

주: 고용 효과: ① 전혀 없음, ② 거의 없음, ③ 약간 있음, ④ 많은 편임, ⑤ 매우 높음.

라. 전문 인력 양성

○ 전문 인력 양성 측면에서의 고용 증대 방안으로는 관련 인력 양성 기관 확대가 평균 3.28점으로 상대적으로 큰 고용 증대 효과가 있으며, 전문 인력 연수과정 운영 확대가 3.00점, 현장 인력의 재교육 강화 및 경력별/직무별 교육훈련 프로그램 개발이 2.98점 등으로 이들 방안들도 크지는 않지만 고용 증대 효과가 있는 것으로 나타났음.

- 공유숙박 분야에서는 관련 인력 양성 기관 확대가 평균 3.05점으로 상대적으로 고용 증대 효과가 있으며, 전문 인력 연수과정 운영 확대와 현장 인력의 재교육 강화 및 경력별/직무별 교육훈련 프로그램 개발도 각각 3.00점으로 고용 증대 효과가 있는 것으로 나타났음.
- 카셰어링 분야에서는 관련 인력 양성 기관 확대가 평균 3.60점으로 상대적으로 큰 고용 증대 효과가 있으며, 현장 인력의 재교육 강화 및 경력별/직무별 교육훈련 프로그램 개발 3.20점, 전문 인력 연수과정 운영 확대 3.07점으로 전문 인력 양성 방안들의 고용 증대 효과는 미미한 것으로 나타났음.
- 기타 분야에서는 관련 인력 양성 기관 확대가 평균 3.20점으로 상대적으로 큰 고용 증대 효과가 있으며, 전문 인력 연수과정 운영 확대 2.80점, 현장 인력의 재교육 강화 및 경력별/직무별 교육훈련 프로그램 개발 2.20점으로 전문 인력 양성 방안들의 고용 증대 효과는 미미한 것으로 나타났음.

〈표 5-34〉 인력 양성 측면의 고용 증대 방안

(5점 만점)

		관련 인력 양성 기관 확대	전문 인력 연수과정 운영 확대	현장 인력의 재교육 강화 및 경력별/직무별 교육훈련 프로그램 개발
공유 분야	공유숙박	3.05	3.00	3.00
	카셰어링	3.60	3.07	3.20
	기타	3.20	2.80	2.20
전 체		3.28	3.00	2.98

주 : 고용 효과 : ① 전혀 없음, ② 거의 없음, ③ 약간 있음, ④ 많은 편임, ⑤ 매우 높음.

제6장

공유경제 관련자 FGD 조사 결과

제1절 규제완화 효과

○ 공유경제에 대한 규제완화의 효과는 비록 크지는 않지만 상당 부분 발생하고 있는 것으로 인지되고 있음.

- 공유 숙박이 많이 늘었다고 볼 수 있다. 그리고 실제적으로 매출도 많이 증대된 것 같다(김○식, 공유숙박).
- 일반 홈스테이, 진짜 공유경제, 그런 쪽 입장에서는 소득이 줄고 있는 것 같다. 왜냐하면 예전에는 홈스테이 하는 분이 그렇게 많지 않았는데 지금은 어마어마하게 많다(조○영, 공유숙박).
- 확실히 외국인들이 많이 늘었고 또 다른 분들 만나서 이야기하면 개별로 오는 사람은 예전보다 확실히 늘었다(김○찬, 공유숙박).
- 국내는 소셜미디어 통해서 오시는 경우가 많은데 외국 분은 그게 힘들다(조○재, 공유숙박).
- 법적인 완화에서 가장 큰 문제가 예약소이다. 주차장은 어떻게 해서든 임대를 하면 된다. 그러나 예약소는 사무실을 구비해 놓고 기본적으로 통신이 되고 PC가 있어야 하고 사람이 있어야 하는 조건이 있다. 차를 한 대만 갖다 놓아도 해야 한다. 해당 관할 지자체에 구, 군, 시에 이런 것 해야 하니까 처음에 굉장히 아주 많은 애로 사항을 일

으켰다. 차 10대 갖다 놓는데, 2대 갖다 놓는데 영업소를 만들라는 것은 배보다 배꼽이 더 큰 문제다. 면허 정보를 제공해 줘야 하는데 이게 공식적으로 되지 않았다. 우리가 면허 정보를 고객에게 받아도 무인으로 인터넷으로 가입한 사람들이 그것에 대한 유효성 체크를 해서 이 사람에게 차를 빌려줄지 말지 판단을 해야 하는데 경찰청에서 이걸 제공 안 했다, 공식적으로. 그래서 민간사업에 개인정보를 조회할 수 있는 권한을 주지 않는다. 실시간으로 조회할 수 있는 권한을 주지 않으면 알 수 없다. 교통공단 통해서 하고 그랬는데 트래픽이 많아지면 그것도 막는다. 또. 이건 해소한 것이 있고 나머지는 크게 도움이 된 것이 없다. 저희가 봤을 때 예약소 문제 해결해 준 부분, 운전면허를 조회할 수 있게 해 준 것이 사업자 입장에서는 긍정적이지 않나 생각이 든다(이○희, 카셰어링).

○ 일부 공유경제에 대한 규제의 경우 지속적으로 규제가 강화되는 추세를 보여 왔음.

– 도시민박업인데 처음에 규제가 약했다. 많은 규정이 없었는데 1년이 지나고 그리고 그 다음해가 되니까 추가가 된 것이 있다. 3층이 넘어가면 완강기를 설치를 해야 한다. 이런 것이 추가가 되고 2년째가 되니 이번엔 사업계획서를 내야 한다 이러면서 매년 규제가 늘었다. 홍대 쪽에 이름 있는 게스트 하우스는 오히려 자체 플랫폼 홈페이지를 통해서 예약이 들어오는 빈도 수가 꽤 높은 편이다. 저희도 30%는 자체적으로 예약을 받고 있다.

제2절 규제완화의 방향

○ 공유경제의 활성화를 위해서는 추가적인 규제완화가 필요

– 규모의 경제로 갈 수밖에 없는 사업인데 이걸 작은 업체는 다 고사시킬 것이냐. 그것보다 지역적으로도 다 쓸 수 있는 공통 시스템 플랫폼

을 제공하거나 같이 연합해서 할 수 있는 법적 제도를 최소한 렌트사들만이라도 완화시켜 줘야 같이 상생할 수 있을 것이다. 렌터와 카셰어링이랑 같이 움직일 수 있는 그런 규제는 해소해 주는 것이 필요하다(이○희, 카셰어링).

○ 규제완화는 근본적으로 시장의 요구를 반영하는 것이 중요

- 개별 여행객은 이미 자기들이 다 조사를 해서 와서 터치 안 받고 자기들끼리 놀고 싶어한다. 그중에서 로컬 사람들 하고 같이 놀려고 하는 사람들이 있는데 전반적으로 봐서 그 시장이 크지 않다. 시장조사 해보면 제일 많이 오는 쪽이 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아인데 그 분들이 에어비엔비나 어디 가 보면 홈스테이가 아니고 독채이다(조○재, 공유숙박).
- 외국인들에게 아주 호응이 좋다. 가격도 저렴하고. 아시아인들은 막말로 떼거리로 다닌다. 그리고 무슬림도 식사를 해야 해서 독채를 원하는 경우가 많다. 저희 사이트도 독채가 압도적으로 수요가 많이 발생이 된다. 게스트하우스는 젊은데 돈은 별로 없는 사람이 이용한다. 도시민박업 법률이 없었다. 2012년도에 내려왔는데, 그것으로 해서 여행업계, 인바운드 여행업계는 꽤 큰 도움이 된다(조○재, 공유숙박).
- 저는 집에 있으면서 방 하나를 빌려주는 거라서 독채를 원하는 분이 많아 가족하고 함께 오지 않고는 저희 집을 선호하는 것 같지 않다(김○진, 공유숙박).
- 서울 도시민박업의 홈스테이는 외국인만 받을 수 있다. 내국인 못 받는데 저희 집이 김포공항 근처다 보니까 오히려 저희 집에 외국 사람보다 국내인이 더 많이 문의한다. 그 전날 저희 집에 와서 하룻밤 묵고 공항으로 가기 원하는데 저희는 받을 수 없다. 그게 완화가 되면 저희 집은 매출 증대에 도움이 될 것 같다(김○진, 공유숙박).

○ 공유경제와 관련하여 큰 장애 요소로는 무엇보다도 과도한 절차를 요구하고 있는 것으로 이들 요구를 완화하는 것이 중요

- 럭시라는 앱하고 플러스라는 앱 두 개 쓰는데 출퇴근 시간에 카풀은 운수사업법 81조에 합법이다. 그래서 아침 5시부터 10시까지, 퇴근

5시부터 새벽 2시까지 카풀은 돈을 받아도 합법. 수입차도 싼 것은 안 된다. 일정 배기량이 넘어가야 한다(김○규, 카셰어링).

- 자동차 정비소까지 가서 인증을 받아야 등록해 준다. 거기 운전면허증, 보험증, 차 사진까지 다 보내고 해서 등록을 받아준다(윤○현, 카셰어링).

○ 공유경제를 활성화하기 위한 각종 정책 지원이 오히려 시장 기능을 저해하여 활성화에 장애가 될 가능성도 크므로 시장 기능 제한을 최소화하여야 함.

- 카셰어링이 이런 거구나. 어떻게 보면 지자체가 그걸 홍보해 줘서 카셰어링 시장이 발전할 수 있는 기회를 준 것은 맞는데 그다음이 문제였다. 서울시에서 카셰어링 사업자를 선정해 놓고 차량을 넣어둘 수 있는 공용 주차장을 하면서 조례를 만들어 나눔카 사업자가 아닌 사람은 들어올 수 없게 만들었다. LH 모든 곳에 손익을 가지고 잘 되는데 넣고 안 되는 데 차를 빼야 한다. 그런데 이게 정책적으로 시작한 행복한 카다 보니까 저희가 알고 있기로는 울며 겨자 먹기로 하는데 수요가 없다. 거기에 차를 분명히 넣고, 사업자는 잘 되면 수요가 많으면 차를 더 넣어줘야 한다. 그런데 볼륨을 일정 부분 유지해야 하니까, 기관이나 공공이 하는 것이 오히려 사업을 방해한다. 사업자를 지정해 놓고 너만 해라. 차라리 경쟁하면 더 나을 텐데(이○희, 카셰어링).
- 공용주차장은 가뜩이나 싼데 그것에서 50% 할인해 주게 혜택을 주니까 나머지는 경쟁력이 없다. 두 번째가 렌터카 사업자가 같이 제휴해서 하거나 카셰어링 사업을 하고 싶어하는 분이 꽤 있다. 그런데 문제가 제휴가 쉽지 않다. 법으로 따지면 공동협약이라고, 계약을 맺고 신고하고, 굉장히 복잡하다. 그것도 운수 사업자끼리만 할 수 있고, 저희는 합법적으로 한다고 그걸 신청하러 갔는데 공무원이 처리할 줄 모른다. 법에 있는데 한 번도 해 본 적 없다(이○희, 카셰어링).

○ 공유경제와 관련하여 다양한 리스크가 발생되므로 이와 관련된 보험 제도의 마련과 함께 보험 제도의 현실적인 개선이 필요

- 카셰어링 차를 빌려서 애들이 타다가 사고가 나고, 이런 것이 보험은 보통 21세 이상인데 저희는 25세, 26세로 제한했다. 그렇게 하는 이유가 그게 결국 손님을 줄인다(이○희, 카셰어링).
- 다른 사람이 사고 나면 보험 할증이 되고, 그것을 사업자가 부담한다. 그 부분에 대해서 차량을 빌린 사람이 보험료까지 납부하게 하면 괜찮지 않을까. 지금 제가 알기로 쏘카나 그린카는 보험 할증 문제가 심각하다. 사고처리를 보험으로 하면 100대 있는데 100대에서 10만원씩 해서 1,000만원 내느니 내가 부족한 거 몇십만 원 해서 수리하는 것이 낫다(이○희, 카셰어링).
- 업체들을 보험사에서도 위험 물건으로 보고 있어서 카셰어링에 적용할 수 있는 보험풀을 만들어 주면 좋을 것이다(이○준, 카셰어링).
- 보험에 약관이 있다. 영리 목적으로 하다가 사고 발생 시 보험 혜택이 안 된다. 운전했을 때 시점이 지인차 운전해 줬는지 영리 목적인지, 영리 목적이면 보험 처리 아무것도 안 된다는 것이다. 카풀도 돈을 받으니까 영리 목적이어서 보험이 안 된다는 것이다. 용도 자체가 자가용으로 등록이 되어 있으면 영리 목적으로 사고가 발생이 되면 보험이 지급되지 않는다(백○인, 카셰어링).

○ 공유경제와 관련하여 기존의 행정 규제를 공유경제에서도 유사하게 적용하려는 경향이 있으며, 이러한 행정 규제는 비현실적이어서 이의 완화가 필요

- 일반 홈스테이, 베이케이션 렌털도 있고 게스트하우스도 있고 셰어하우스도 있고 다양하다. 홈스테이 호스트님 대표로 드릴 말씀 많은데, 일반 가정집에서 법 알아보고 소방 시설 갖추고 게스트하우스처럼 입구 두 개고 비상구 있어야 하고, 절대 불가능하다. 힘들게 이것저것 검사받으셨는데 다 파리 날리는 분이 대부분이다. 일반적인 가정에서 하시는 홈스테이 호스트 분들을 따로 분류해서 다루어야 할 필요가 있다. 보통 이렇게 일반 가정집에서 홈스테이 단체 주문이 상당히 많다. 외교통상부에서 많이 하고 있고 대학교들 집체 교육 때문에. 세무 규정이 없다. 국세청과 오랫동안 싸우다가 답을 들은 것이 그 요금의

23% 내라고. 100만 원 받았으면 23만 원 내라. 관광공사에서 할 때 소방시설, 별의별 거 다 따지는데 일반 가정집이라서 역시 많이 어렵다. 그런 것도 규제가 강하고, 한 마디로 따로 뭔가 만들어야 하지 않나. 분류를 명확하게 해야 할 필요가 있지 않나 싶다. 대표적인 유럽 선진국이 홈스테이든 뭐든 명확하게 되어 있어서 그것도 잘 되어 있다. 펜션이면 펜션, 이런 식으로. 그런데 우리나라는 어설프게 받아들이려고 하다 보니까 분류, 정확한 단어에 대한 정의도 없이 한데 묶어 버리려는 것이다. 게스트하우스가 돈도 많이 벌리니까 이것으로 해야겠다. 공유경제, 남는 공간 활용하려면 진입장벽을 낮추거나 정부에서 현 상황을 파악하고 소화기 2개 준비해라, 뭐 해라, 이런 거 없이 조금 더 다른 방식으로 해야 하지 않을까 한다(조○영, 공유숙박).

- 도시민박업은 외국인만 받아서 공유숙박업은 상관없어도 도시민박업은 사업자등록증을 내지 않는 것이 맞다(조○재, 공유숙박).
- 민간정보 취급법으로 정부에서 요구하는 보안이 상상 이상이다. 개인정보보호법에서 규제를 받는다. 위치를 가지고 차가 어디 있는지 아는데 이거 엄밀히 GPS를 달려면 위치정보 사업자가 되어야 한다. 렌터카도 다 그런 것을 달아 놓지만 그걸 달아 놓는 순간 사업자 승인을, 허가를 받아야 한다. 이건 아주 여러 군데서 이 사업을 하면서 여러 곳에서 통제를 받는 거다. 물론 받아야 하지만 불필요하다(이○희, 카셰어링).
- 개인정보 관련해서 위치 정보도 그렇고 운전면허 정보도 그렇고. 저희 업종에서 2개가 걸리는데 그런 것에 대해서 완화를 시켜주거나 한시적으로 유예를 시켜줘야 한다(이○준, 카셰어링).

○ 공유경제는 공유경제가 가지는 목적 등과는 어울리지 않고 영리 행위 개념에서 조세적 접근을 하고 있어서 상당한 비합리성을 보이고 있으며, 이러한 비합리적인 조세제도의 정비가 필요

- 외국인관광 서비스는 영세율 적용을 한다. 외국인 대상으로 하니까 세금을 없애주어야 한다(김○기, 공유숙박).
- 집체 교육은 장기고 하다 보니까 금액이 많이 커진다. 외교통상부도

총액으로 저희에게 현금영수증 떠넘긴다. 예를 들어서 2천만 원이면 2천만 원이 저희가 번 것이 아니고 중간에 거쳐 가는 것인데, 저희는 호스트님에게 입금해 주는 것인데, 이걸 세법상으로 저희 수수료에 대해서만 발급받아야 하는데 정부부터 절대 그렇게 안 한다. 총매출로 무조건 영수증 끊으라고 한다(조○영, 공유숙박).

- 호스트에게 받아야 하는데 사업자등록증도 안 된 사람에게 세금 못 받지 않느냐? 그래서 그런 사람에게 정해진 세율이 23%니까 그것으로 하자라고 하였다. 세법으로 비슷한 중개업에 대한 것이나 외국인 게스트하우스에 대한 세율은 다 잘 정해져 있다. 그런데 저같이 중개 플랫폼 하는 업체에 정해져 있지 않고 일반 가정집에서 홈스테이하는 분을 위한 세율이 전혀 정해져 있지 않다.

○ 공유경제에 대한 규제가 현실과는 동떨어진 형태로 이루어지고 있으므로 규제의 현실화가 필요

- 도시민박은 방 10개 이상 못 팔도록 규제하고 있으며, 내가 거기 안 살면 불법이 되고. 그러다 보니까 불법이 많다. 불법이 조장이 되는 거라고 볼 수 있다. 규제를 낮춰서 법 테두리 안으로 끌고 가는 것이 낫지 않나 한다(김○기, 공유숙박).
- 베이케이션 렌털은 그쪽도 불법인데 게스트하우스는 비상구 말고 규제가 거의 없다. 방 개수도 제한 없고. 홈스테이는 많이 풀어준 상태고 프랑스는 팜스테이가 다른 이름으로 있는데, 그걸 활성화하기 위해서 많은 노력과 규제완화를 하고 있다(조○영, 공유숙박).

○ 관광 가이드, 식사 제공 등 공유경제와 관련하여 다양한 부대 업무가 발생하고, 이들 업무에 대해 규제하고 있으나 이들 규제의 완화가 필요

- 시티호스트라고. 그 호스트가 그 동네에 본인이 가진 재능을 가지고 외국인이 로컬적인 것을 경험할 수 있게 만들어 주는 것이 있는데. 내가 포터리, 도자를 하는 사람이다라고 포스팅한다. 한국에 오는 사람을 모집해서 도자 체험도 할 수 있게 하는데, 이게 공식적으로 법이나 테두리 안에 있는 게 아니라서 불법이다(김○기, 공유숙박).
- 관광통역사 자격 있는 사람은 단체 할 수 있게 해 주고 개인은 게스트

하우스 숙박하는 손님에게 개인적으로 가이드할 수 있게 합법으로 해서 그런 플랫폼이라도 활성화시키는. 정부에서 아예 합법으로 해서 관광통역사가 칼 들고 못 찾아오게 한다면 이것도 고용이 된다. 내가 외국인에게 40달러 받고 해 준다면, 외화벌이고 그것도 고용창출인데 정부에서 너무 법만 생각하고 탁상공론만 하고 있으니까 그런 것이라도 OK를 해 주면 좋겠다. 대신 자기 집에 온 사람이나 개인 대상으로 할 수 있다(조○영, 공유숙박).

제3절 고용창출 극대화 방안

○ 공유경제는 원천적으로 고용 확대에 한계가 존재

- 고용 부분이라는 것이 애매모호한데 도시민박업에서 고용은 청소 개념밖에 없다. 사실 고용보다 공간 활용이 더 맞는 것 같다(조○재, 공유숙박).
- 카셰어링은 렌터카에 비해서 고용을 줄인다. 아주 저렴한 비용으로 하려면 최대한 비용을 아껴야 한다. 사람이 들어가면 안 된다. 몇 대만 두고. 렌터카는 거기서 청소도 해야 하고 많은 사람이 늘어나지만 실제로 렌터카에 비해서 카셰어링은 대당 수요로 보면 적은 인원밖에 필요하지 않다. 기본 수요가 늘어난다(이○희, 카셰어링).
- 전체 고용이 줄 수밖에 없다. 회사가 커지고 사업이 활성화되면서 자동차 관리 인력이나 운영 인력, 새로운 직종의 사람이 느는데 전체로 봤을 때 많이 줄 것이다. 줄 수밖에 없고. 카셰어링이 경제적으로 효용이 나오는 이유가 자가용에 대한 대체재로 놓고 봤을 때 자가용은 하루에 10%도 못 쓴다. 24시간 중에 2시간 제외하고 차가 서 있다. 카셰어링 차는 아무리 못 돌아도 3~4시간 돌면 그만큼 사용이 인텐시브하게 된다(이○준, 카셰어링).

○ 공유경제는 고용창출 경로가 한정적이어서 결국 규모 확대를 통한 고용

증대가 가장 적합함.

- 사회에서 배척된 그런 사람이 이 일을 한다는 것이 아니라 오히려 기존에 여력이 없던 분도 참가할 수 있다는 형태가 되어 그 사람에게 더 혜택이 돌아간다. 젊은 친구가 많다. 그러다 보니까 이 친구들이 애초에 기업적인 마인드를 가지고 새로 시작하는 분도 많다. 그런 경우는 70평에 육박하듯이 만들고 굉장히 세부적으로 방을 쪼개서 최대한 수익을 끌어올릴 수 있는 만큼 끌어올려서 수익 창출이 목적인 그런 형태로 구조를 하시는 분도 많다. 하지만 은퇴하신 분은 인터넷에 약하고 집에 방이 하나 남아 있어서 도시민박업을 쉽게 시작할 수 있는데 어떻게 해야 하는지 모르니까 에어비앤비 같은 플랫폼을 통해서 도움을 받는 것이다. 그래서 노셔야 하는 나이인데 뭔가 할 수 있는 것이 하나 만들어진다고 보는 거라서 이게 플러스 알파의 개념이라고 생각된다(김○기, 공유숙박).
- 일반 가정집을 원하는 이유가 가정에서 엄마랑 같이 지내는, 그러면서 뭔가 배우는 것을 원한다. 한마디로 집에서 가정주부인 분이 이 분들을 같이 도와주는 헬퍼로 고용창출이 났다고 볼 수 있다. 게스트하우스도 고용창출 효과가 있으나 단기적이다. 인테리어를 한다고 할 때도 그게 들어가야 하고, 그런 식으로 접근해야 하는 거 아닌가. 일반 가정집에서 어머니들 아니면 비엔비히어로에 히어로도 제가 알기로 노인들이 사실 돈 벌 수 없다. 연금이나 이런 거밖에 없지. 그런 분도 공유경제를 통해서 수익을 창출할 수 있어서 히어로라고 붙은 것으로 알고 있다(조○영, 공유숙박).
- 2012년에 여수 엑스포 할 때 들어가서 거기 할머니들에게 남는 방 깨끗하게 해서 손님들 몇 만 원씩 받아서 하라고 하니까 예약은 아들에게 멀리 있어도 상관없으니까 받았는데, 그것도 멀리 보면 그 사람이 고용된 것이다(조○재, 공유숙박).

○ 공유경제에서 고용창출을 하는 방안으로는 우선 규모 확대를 허용함으로써 가능

- 게스트하우스를 하는 입장에서 보면 그건 확실히 도움이 되는 부분

같다. 그게 어떤 부분이냐면 이런 도심 민박업 자체가 규모가 딱 정해져 있다. 70평 이하 규모 안에서 이루어져야 하는 것이 있으니까. 어쨌거나 70이라고 정해져 있으면 거기서 방이 6개 나오면 그 6개 방에서 하루에 나오는 매출이 딱 정해져 있다. 사업이 조금 더 커지려면 제한이 풀리는 것이 맞는다고 본다. 그러면 방수가 2배로 늘면 그만큼 수입이 2배로 늘겠지만, 그걸 하면서 고용이 연결이 되느냐 하는 것이 있는데 현재 상태는 고용이 창출이 되기 어려운 구조이다. 기본적으로 방의 숫자가 정해져 있어 수익이 뻔한데 거기에 사람을 쓸 수 없다(김○기, 공유숙박).

- 청소하고 빨래하고 예약부터 해서 손님 오면 응대, 조식 준비, 이걸 혼자 1인 기업처럼 한다. 제가 사람을 써 볼까 생각을 했는데 쓰면 수익이 안 나온다. 결국 고용창출이 되려면 기본적으로 규제가 120일, 이런 것이 아니고 공간의 제약이 풀려야 할 것 같다(김○기, 공유숙박).
- 어떤 분은 드라이클리닝 쪽에 시트를 가져다주는 분도 있고 동네 아줌마 5만 원, 4만 원씩 사는 분도 있는데 많지 않다. 고용은 아무것도 안 하거나 단순히 남는 공간을 활용해서 스스로 고용한다는 개념이면 어마어마한 것이 된다(조○재, 공유숙박).

제4절 시장 활성화 방안

○ 공유숙박의 활성화를 위해서는 다양한 행사 개최를 통해 해외 관광객의 국내 유치가 매우 효과적임.

- 어떤 행사가 있어서 한국에 들어와야 하거나 K팝적인 이벤트로 뭘 하거나, 올해는 잠실에서 6월에 UMF라고 EDM페스티발을 3일 정도 크게 했다. 그때 외국인 수요가 엄청났는데, 그런 것에 따라서 왔다 갔다 하는 것 같다(김○식, 공유숙박).

○ 공유경제를 활성화한다고 지나치게 시장 내 경쟁을 초래한다면 자영업자들의 양산으로 인한 폐업 사태와 같은 문제가 발생할 우려가 있으므로 지나친 경쟁 조장은 주의가 필요

- 펜션 쪽은 정말 제살 깎아 먹기를 하고 있고, 어차피 이미 한정되어 있고 포화 상태고 시장이 예전만큼 성장하기보다 침체되어 있고 오히려 죽어가는 시장이 되었다(김○식, 공유숙박).
- 제주도에 펜션이 500~600개 정도 있는데 거기는 하고 싶지 않다고, 차라리 빼면 좋겠다는 분이 간혹 있다. 그 이유가 너무 이미 거기가 과포화라서 서로 옆집하고 가격도 서로 저희에게 물어보고 견제를 해서 제주도는 반대가 심하다. 그런데 그 외 지역은 조금 더 풀어주면 좋겠다거나, 평수 제한이나 이런 것들이 완화가 되어야 하지 않겠느냐 하는 의견이 많다(김○식, 공유숙박).

○ 소규모로 이루어지는 공유경제에서는 산업 활성화를 위해서는 다양한 홍보 지원이 매우 필요

- 대부분 아시는 분은 만드는데 공유경제, 일반 홈스테이를 운영하는 경우는 자녀가 출가했거나 군대 갔거나 연세가 있으신 분이라서 홈페이지를 만들지 못하기 때문에 이렇게 비엔비나 저희 같은 그런 회사를 끼고 하실 수밖에 없다. 개인적인 홍보 방법을 몰라서 이런 플랫폼을 이용한다(조○영, 공유숙박).
- 국내인 대상이 아니고 100% 외국인이라서 외국인 마케팅, 특별히 홍보, 전 세계 상대로 하는 것은 불가능하다. 저희 버짓으로. 그래서 저희가 FIT가 많이 오는 동남아 위주로 마케팅 많이 하는데 홍보비, 홍보 지원인데 예를 들어서 돈 주는 것은 어렵고 관광공사에서 저희 사이트를, 저희 같은 회사 사이트를 홍보 많이 해 줘야지 결국 저희 사이트에 등록된 숙소들도 손님을 많이 받을 수 있다(조○재, 공유숙박).
- 스스로 결제, 카드 결제를 받으실 수 없는데 네이버 페이든 페이팔이든 있다. 이걸 사업자등록 없이 정부에서 코리아 스테이를 만들 거라면 잘 만들어서 홍보도 잘 하고 개인도 스스로 올릴 수 있는 플랫폼

을 만들거나 결제만이라도 할 수 있는 것을 만들어 주거나. 어차피 관광공사는 홍보비 많이 쓸 텐데 사기업들 링크를 올려주면 좋을 것이다(조○영, 공유숙박).

- 카풀에 대한 홍보 부족. 이런 부분은 관에서 홍보와 지원을 많이 해야 하지 않을까. 이런 카풀을 한다면 국가적으로 에너지 소모도 줄고 여러 가지 좋은 순기능이 많은데 이걸 시민연합에서 하게 되면, 방치를 하고 지원은커녕 규제 묶인 것도 풀어주지 않으니까 이걸 관에서 홍보해 주면 좋겠다(윤○현, 카셰어링).

○ 공유경제에 대한 정부 지원은 공급자인 정책 당국 중심적이 아니라 실제 수요자인 시장 요구에 부응하는 지원이 필요

- 관광공사에서 물품을 주시기는 한다. 사실 저희는 많이 필요 없는데 아무리 소규모로 와도 한 박스가 온다. 저희는 그중에서 3~4개만 쓰면 끝인데 너무 많이 쌓여서 낭비가 된다. 10개 이하로 받을 수 있거나 그걸 모아서 다양하게 10개 이하로 받고 싶은데 항상 박스로 오니까 오히려 그걸 처리하기가 어렵다(김○진, 공유숙박).
- 지원해 주는 형식이 처음에 코리아 스테이라고 해서 인증을 해 주는 것이 있고 인증한 업체에 대해서 1년간 해 주는 것이 있는데 홍보물 지원해 주고 수건 지원해 준다. 분기마다 리서치를 한다. 그래서 투숙객에 대한 통계 자료를 의무적으로 내야 한다. 그런데 그게 사실 저희 입장에서 귀찮다. 그래서 해 주는 거 없고 그거 통해서 들어오는 것도 없어서 내년에 안 하고 싶다. 차라리 인증해 주면 인증한 업체만 전담해서 해외 쪽으로, 한국관광공사에서 해외로 홍보 많이 하니까 그때 코리아 스테이를 대상으로 해서 같이 홍보 활동해 주거나, 그런 차별화가 된 뭔가 있어야 한다(김○기, 공유숙박).
- 필요한 항목을 해 놓고 자기가 원하는 것을 가지고 가게 하는 것이 좋다(김○찬, 공유숙박).
- 수요가 굉장히 적다. 출퇴근 시간만 되고 토요일, 공휴일은 다 안 되게 규제가 되어 있는데, 굳이 그렇게 안 하고 1년 내내 태우라고 해도 기존에 렌터카나 카셰어링 업체나 택시, 버스, 지하철에 전혀 영향이

미치지 않을 것 같다. 태우는 사람에게도 만약 정부에서 진짜로 카풀을 적극 권장하려면 정부 차원에서도 몇 명을 태웠을 때 자동차세 감면이라든지 직접적인 효과가 있어야 한다(김○규, 카셰어링).

○ 자치단체의 적극적인 지원

- 시행령이 있고 규칙이 있고 자세한 것이 나오지만 자치단체들 간에는 해석이 다 다르다. 순천에서는 도시민박업 한다고 하니까 토플시험 점수 가지고 오라고 하였다. 물론 외국어로 소통 가능한지를 알려는 것이겠지만 도시민박업이 뭔지 모르고 있다. 일반 숙박업으로 착각하는 분도 있고. 어디는 사업자등록을 반드시 내라고 하고 어디는 선택이고. 제가 2층하고 3층을 빌려서 한다. 70평 안 넘게. 그런데 그게 종로구에서는 안 된다고 한다. 내가 살면서 하겠다면 안 된다. 문이 따로 나면 안 된다. 근거가 뭐냐고 하니까 근거는 없다. 지금 공식적으로 도시민박업 등록된 사람이 1,500~2,000명 정도다. 불과 2년 전까지 500~600명이었는데(조○재, 공유숙박).
- 구청에서 하는 홈스테이 중에서 제일 잘 되는 곳이 관악구청 홈스테이다. 구청에서 직접 홈스테이 하는데 다 불법이다. 일반 가정집, 심지어 굉장히 영세한 분이 많이 한다. 그런데 진짜 홈스테이긴 하지만 관악구청에서 앞장서서 하고 있다. 그분들이 중개까지 다 하면서(조○영, 공유숙박).

○ 공유경제가 활성화되기 위해서는 공유경제가 번식할 수 있는 인프라 구축이 필요

- 면허 정보는 되게 크리티컬한데 아직까지도 실시간, 공식적으로 허용이 되어 있지 않다. 시스템 간 연동에 의한 것은 내년에 한다. 예약자가 예약하는 시점에 반드시 해야 한다. 이 사람이 언제 취소가 될지 모르기 때문이다(이○희, 카셰어링). 예약 시점에 조회하고 자동차 이용 시점에서 또 한 번 자동으로 조회하는 거 하고 싶다(이○준, 카셰어링)
- 전에는 개인적으로 1만 원 나오니까 3천 원 정도 부담하는데 지금은 거리 정산해서 자동으로 신용카드가 결제되는 시스템으로 되는데 그

런 것은 규제에서 말씀드린, 규제가 풀리면서 정상적인 사업으로 들어오지 않나 하는 생각을 하고 있다. 동승자에 대한 신뢰나 위험은 제가 알기로는 다른 외국에서는 페북을 연동을 해서 사람 자체를 볼 수 있다. 그걸 보고 그 사람을 선택할 수 있는 시스템을 가지고 있다고 하고 우리나라도 지금 그런 업체들이 그런 서비스를 하고 있다고 알고 있다(윤○현, 카셰어링).

- 절차도 복잡하고 가족관계 증명서를 요구하고 그래서 그만두게 된다. 연결이 적극적으로 되는 것 같지 않고 사람들 인식이 운전자가 어떤 사람인지 모르고 기분 좋게 여행 갔다가 와서 믿고 타야 하는데 전혀 일면식 없는 사람 차를 타는 것도 저도 불편하겠지만 그 사람도 마찬가지고. 잘 연결이 안 된다(백○인, 카셰어링).
- 주차장을 어떻게 할 수 없다. 주차비용이 문제가 아니고 댈 데가 없다. 내 전용 주차장이 아니고 일반 주차장에 3면을 빌린다 하면 그 주차장에 가서 넣으면 되는데(이○희, 카셰어링).
- 정부에서 암호화시켜서 고유의 키를 가지고 조회할 수 있게 해 주고 우리는 안 갖고 있고 어디 등록해 놓으면 아이핀처럼 우리 사업자는 그것만 갖고 있고 그때 그때 이 핀 가지고 조회할 수 있게 해 주면(이○희, 카셰어링).
- 주차 구역에 장애인 주차 구역처럼 렌터카, 카셰어링은 구분하는 거 말고 공용차가 쓸 수 있는 공간을 만들면 좋겠다. 내가 전용 면적을 내가 안 쓰고 이런 용도로 쓰겠다 하면 주차장 확보율을 몇 %를 깎아 주거나(이○준, 카셰어링).

○ 공유경제가 활성화되기 위해서는 무엇보다 공유경제에 대한 인식 개선과 시민 의식의 제고가 필요

- 내가 범죄자도 아니고 신뢰를 줘야 하는데, 타는 사람도 마찬가지지만(백○인, 카셰어링).
- 이걸 태워봤더니, 사람들 인식의 문제가 카풀이라고 생각을 해야 하는데 택시로 생각을 한다. 돈을 내니까. 솔직히 터무니 없는 요금을 낸다. 서울 끝에서 끝까지 가 봐야 2만 원 남짓이다. 택시비에 비해서

싸다. 카풀이면 자기네 집 앞이 아니고 강남역 앞까지 가 주세요. 논현역, 이렇게 있어야 하는데 이건 골목골목 딱 들어가서 여기서 내려 주세요(김○규, 카셰어링)한다.

- 첫 번째 관리가 안 된다. 차량이 너무 지저분하다. 내가 돈 내고 타는데 쓰레기도 안 치우고 더러운 차 타기 싫다. 이런 식으로. 차량의 점검, 관리가 안 된다. 아무래도 무인으로 하다 보니까 차량을 박아도 모르고 타이어가 찢어져도 바로 관리해 주는 사람이 없어서 그가 타면 대형사고 날 수도 있고. 차량 대수가 늘어나면 관리할 사람이 필요하다(유○욱, 카셰어링).
- 다음 고객이 쓰면서 신고할 때까지 내부를 알 수 없다. 운영해 보면서 가장 큰 문제가 청소였다. 클레임이 제일 많다(이○희, 카셰어링).
- 등록된 신용카드로 대여 요금만 받고 유류비는 km당 단위로, 쏘카와 똑같다. 등록된 카드로 반납 완료하면 청구하는 시스템인데 체크카드를 등록해 놓는다. 딱 5천 원만 넣고 반납 안 하고 차를 계속 끌고 다닌다. 운행을 정지시키면 대형사고 날 것이다. 쫓아다니고, 전화해도 안 받는다(이○희, 카셰어링).

○ 공유경제는 사실 참여자는 스몰 사이즈지만 운영은 규모의 경제 창출이 가능한 대규모를 요구하고 있어서 공유경제 업체 간 협력을 통한 규모의 경제 창출을 지원

- 카셰어링을 하려면 차에 단말기도 붙여야 하고 예약, 결제 시스템을 렌터카하고 전혀 다르게 만들어야 하니까. 그러면 돈을 들여서, 나는 10대만 하고 싶은데 몇억씩 들여서 이 시스템을 구축할 사람이 없다(이○희, 카셰어링).
- 카셰어링 업체하고 렌터카 업체하고 협약(윤○현, 카셰어링)

제 7 장

공유경제 활성화와 고용효과 증대를 위한 제언

제1절 공유경제 활성화를 위한 합리적 규제방안

1. 공유경제 활성화를 위한 규제완화의 기본 방향

○ 공유경제를 효과적으로 규제하는 과제는 공유경제의 다양성과 확장성으로 인해 현실적으로 쉽지 않은 과제이지만, 앞서 살펴본 바와 같이 현재 세계 각국의 정부와 기업들은 공유경제 방식의 맥락 안에서 기존의 법령이나 규제를 어떻게 해석해야 하는지, 아니면 새로운 규제가 필요한지 등에 대한 문제를 해결하기 위해 고민하고 있음.

○ 주지하는 바와 같이 공유경제는 소비자들이 저렴한 비용 및 가격으로 상품 및 서비스를 제공할 수 있는 기회를 제공함으로써 소비자의 경제적 가치를 제고하지만, 적법성의 결여 및 소비자 안전과 신뢰도 저하 등의 현실적 문제도 발생시키므로, 규제완화에서는 이와 같은 사항을 고려할 필요가 있음.

○ 예컨대 공유숙박(Airbnb)의 경우, 원래는 일반인이 사는 집이 비었을 경우에 대여하는 것을 원칙으로 하지만, 대여자의 40%가 여러 채의 집을 전문적으로 대여하고 있는 문제(공유경제를 표방한 불법적 숙박임대의 문제)[3] 등이 있음.

○ 또한 차량 공유경제 서비스인 카셰어링(Uber)의 경우, 인도 등에서 운전자에 의한 성폭행 문제[4]가 현실적으로 발생하기도 하였으며, 우리나라에서는 여객자동차운수사업법상 면허를 받지 않은 자로 음주운전 등의 범죄경력이 있는 운전자가 차량공유 서비스를 이용하다가 사고가 일어나는 문제가 발생하기도 하였음.

○ 하지만 공유경제에 대한 규제의 기본 방향은 공유경제의 성장을 억제하는 것이 아니라 공유경제의 외연을 확장하고 새로운 영역을 창출할 수 있도록 각종 지원을 하는 방향으로 규제를 정비해야 함과 동시에, 공유경제에 따른 불법성 및 소비자 안전 등의 문제를 예방하기 위한 법·제도적 정비(민사적 제재수단의 정비, 보험제도 마련, 업계의 자율규제 방안 마련 등)가 함께 요구됨.

○ 나아가 공유경제에 따른 규제완화 등의 혜택을 입게 되는 공유경제 사업자가 기존 사업자와 동일한 시장에서 경쟁을 하게 될 경우 시장 내 불합리하고 차별적인 규제로 인하여 기존 사업자와의 형평성(차별) 문제가 현실적으로 제기될 수 있음을 고려하여, 새롭게 등장하는 공유경제 사업자들에 대해 기존 사업자와 동일 또는 유사한 수준의 규제를 부과하는 방안을 모색하기보다는 기존의 사업자들에 대한 규제를 경감하거나 재조정하는 방안을 적극 고려해볼 수 있음.

○ 요컨대 공유경제의 활성화를 위한 규제완화 방안을 모색함에 있어서는 공유경제의 기본정신(활용되지 않는 유휴 자원을 타인과 공유하여 불필요한 소비자 자원의 낭비를 줄이고, 궁극적으로는 사회 공동의 이익 증가에 기여하는 공유경제의 정신)에 보다 부합할 수 있는 방향에서 규제를 합리적으로 정비하는 관점과 더불어 공유경제의 도입에 따른 기존 산업 내 이해 관계자와의 형평성을 두루 제고할 수 있는 관점을 균형있게 고려하여야 할 것임.[5]

---

3) http://publicpolicy.airbnb.com/queen-signs-home-sharing-uk-law

4) http://www.huffingtonpost.kr/2014/12/08/story_n_6286176.html

5) 최근 정부가 발표한 투자활성화 대책에서 이와 같은 기본 방향을 설정한 것으로 보인다. 즉 공유경제에 대한 법적·제도적 기반을 마련하여 제도권 내로 편입시킴으로써 창업 및 새로운 기업활동을 촉진하는 동시에 기존 사업자와의 이해충돌이 최소화될 수

2. 공유경제 활성화를 위한 합리적 규제방안

□ 공유숙박 활성화를 위한 규제완화 방안

○ 우리나라에서 숙박의 공유는 「관광진흥법」상의 외국인관광 도시민박업, 한옥체험업, 「농어촌정비법」상의 농어촌민박사업 등의 규제에 근거하여 이루어지고 있는바, 공유숙박을 활성화하는 방향으로 관련 법제를 개선함으로써 공유경제를 지원할 필요가 있음.

○ 현재 「관광진흥법」에서는 이상에서 살펴본 바와 같이 외국인관광 도시민박업의 설치 기준을 엄격하게 운영하고 있으나, 이를 공유경제의 일환인 공유숙박으로 활성화하기 위해서는 일단 면적 제한 및 주택형태의 기준 등을 완화 내지 폐지하고, 외국어 서비스에 대해서도 외국어 통역 관련 시설 이용 등의 대체수단을 통해 갈음할 수 있도록 하며, 외국인과 동행하는 내국인에 대해서는 숙식을 허용하는 등의 보다 유연한 형태의 규제가 모색될 필요가 있음.

○ 또한 현재의 도시민박업은 외국인만을 대상으로 하고 있으나, 이러한 제한을 두지 않고 내국인에게도 집 공유의 기회를 제공하여야 하며, 외국어 서비스 가능 여부에 대한 제한도 두지 않음으로써 자율적인 공유숙박이 이루어질 수 있도록 관련 법·제도를 정비할 필요가 있음.[6)]

○ 이 밖에 한옥체험업, 농어촌민박사업에 의한 숙박의 공유에 있어서도 그 기준을 합리적으로 완화할 필요가 있음.

○ 나아가 기존 숙박업자와의 이해관계가 충돌할 수 있으므로 공유숙박에 대해서는 일정한 법적 요건(예컨대 영업일수의 제한, 공유숙박업의 등록기준 및 공유숙박업자의 준수사항 등)을 마련함으로써 자율적이며 공정한 경쟁이 가능하도록 조율할 필요가 있음.

있도록 균형적으로 접근하겠다는 기본 방향을 제시하고 있다(관계부처 합동, 『투자활성화 대책』, 2016.2.17, p.25).

6) 공유숙박 활성화를 위한 구체적인 법제 정비(하위 법령의 개정)와 관련한 연구로는 강문수, 『숙박 분야 공유경제에 관한 법제연구』, 한국법제연구원, 2015.10, p.55 이하 참조.

□ 공유숙박 활성화를 위한 정부의 대응

○ 올해 초 정부는 공유숙박의 법적 근거를 마련함으로써 공유숙박을 합법적 제도권 내로 편입시키는 한편, 기존 숙박업계 등과의 이해관계 상충을 고려하여 관광산업을 지역전략산업으로 신청한 부산 · 강원 · 제주 등을 규제프리존으로 설정하고, 공유숙박을 시범도입할 계획이라고 밝힌 바 있음.[7)]

○ 그리고 2016년 5월 30일 이학재 의원이 대표 발의한 「지역전략산업 육성을 위한 규제프리존의 지정과 운영에 관한 특별법안」(이하 '규제프리존 특별법'이라 한다)에서는 정부의 입장 및 정책의 취지를 고려하여 공유숙박과 관련한 내용(제58조)을 구체적으로 입법화하고 있어 참고할 만하며, 그 내용은 다음과 같음.

○ 먼저, 규제프리존 내 도시지역(전용 주거지역은 제외)에서 방 5개 이하인 자신의 주택(단독 · 다가구 주택, 아파트, 연립 · 다세대 주택 등 주거용 주택이 대상, 오피스텔과 같은 업무시설은 제외)을 활용해 내 · 외국인을 대상으로 숙박서비스를 제공할 수 있는 '공유민박업'을 신설하기로 하였으며, 다만 기존 민박업과의 형평성을 고려해 일정 요건 아래에서 등록제로 운영하고, 영업가능일수를 연간 180일로 제한하도록 함(규제프리존 특별법 제58조 제1항).

○ 다만, 주거 안정방안 등 대통령령으로 정하는 사항을 마련하여 조례로 정하는 경우에는 「농어촌정비법」 제2조 제1호에 따른 농어촌지역 및 제2조 제2호에 따른 준농어촌지역, 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률 시행령」 제30조 제1호 가목에 따른 전용주거지역에서도 공유민박업을 허용할 수 있도록 함(규제프리존 특별법 제58조 제2항).

○ 한편, 영업일수의 제한과 관련하여, 정부는 영업일수의 제한 없이 상시로 공유숙박을 하게 될 경우, 이는 기존의 숙박업과 다를 바 없기 때문에 영업가능일수를 일부 제한함으로써 기존 사업자들과의 갈등소지를

7) 보다 자세한 내용은 관계부처 합동, 『투자활성화 대책』, 2016.2.17, pp.25~27 이하 참조; 민상기, 「숙박 · 카셰어링...공유경제 물꼬 튼다」, 『나라경제』, 2016.4, pp.12~13 참조.

줄이고자 하는 목적임을 밝힘.

○ 공유민박업은 등록한 자(공유민박업자)가 지켜야 할 준수사항도 정하고 있는데, ⅰ) 대통령령으로 정하는 서비스·안전기준에 적합하도록 유지할 것, ⅱ)「관광진흥법 시행령」제2조 제1항 제6호 카목에 따른 외국인관광도시민박업 또는「농어촌정비법」제2조 제16호 라목에 따른 농어촌민박사업의 겸영 금지, ⅲ) 공유민박업자가 폐업한 때에는 시장·군수·구청장에게 신고할 것이 바로 그것임(규제프리존 특별법 제58조 제3항).

○ 한편, 시장·군수·구청장은 일정한 경우에 공유민박업의 등록을 취소할 수 있는데, 예컨대「청소년활동 진흥법」제15조 제1호 내지 제4호에 해당하거나, 규제프리존 특별법에 따라 등록이 취소된 후 2년이 지나지 아니한 사람이 바로 그것임(규제프리존 특별법 제58조 제4항).

○ 이 밖에도 문화체육관광부장관 및 시장·군수·구청장은 공유민박업의 감독을 위해 필요하다고 인정하는 때에는 공유민박업자 및 공유민박을 중개하는 자에 대하여 필요한 보고를 하게 하거나 자료제출을 명할 수 있으며, 소속 공무원으로 하여금 공유민박업자 등의 민박업 관련 시설, 서류, 기타의 물건을 검사하게 하는 등 필요한 조치를 할 수 있도록 정하도록 함(규제프리존 특별법 제58조 제5항).

○ 이상과 같이 정부는 공유민박업의 규제프리존을 시범도입한 이후 부작용 및 문제점 등에 대한 보완을 통해 장기적으로는「관광진흥법」,「공중위생관리법」,「농어촌정비법」등 개별법에 산재되어 있는 숙박업 관련 규정을 통합한 '숙박업법(가칭)' 제정을 통해 통합적인 관리체계를 마련할 예정이라고 밝힘.

□ 카셰어링 활성화를 위한 규제완화 방안

○ 카셰어링 등 공유자원의 확대를 위해 자동차 유상 운송행위의 일부 규제완화를 위한 법·제도의 개선이 필요함.

○ 다만 일반 차량의 소유자가 자신의 차량을 사용하지 않고 카셰어링을 통해 상시적으로 여객운송을 하는 경우에는 분명히 사업으로서 이루어

지는 것이 분명함에도 여객자동차운수사업법상 면허를 갖추지 않는다는 점에서 형평성 문제가 제기될 수 있음.

○ 그 밖에 이를 이용하는 소비자에게 피해가 발생하지 않도록 '기사등록제'와 같은 업계 자율 규제가 이루어질 수 있도록 하거나, 보험제도를 정비하는 노력도 필요함.

□ 카셰어링 활성화를 위한 정부의 대응

○ 최근 정부는 공유경제 활성화 대책을 통해 카셰어링 서비스를 이용하고자 하는 이용자의 면허정보를 카셰어링 업체에 제공할 수 있는 법적 근거를 마련하고(여객자동차운수사업법 개정안 국회 제출), 차량공유업체가 실시간으로 면허정보를 조회할 수 있도록 면허정보 자동검증시스템을 구축하기로 함.[8)]

○ 이와 관련하여 20대 국회에는 「여객자동차 운수사업법」 일부 개정법률안(송석준 의원 등 15인)이 제출되었는데,[9)] 주요 내용으로는 자동차대여사업자가 자동차 대여 시 임차하려는 자의 운전면허 등을 확인하여 자동차를 대여하도록 하고 확인을 소홀히 한 자동차대여사업자를 처벌하도록 하며, 자동차대여사업자가 온라인으로 자동차 임차인 운전면허의 유효성을 확인할 수 있도록 경찰청이 보유한 운전면허 정보를 국토교통부에 제공하는 근거를 마련함으로써 운전 부적격자에 대한 불법 자동차 대여를 근절하고자 함(안 제34조의2 제2항 및 제34조의3 신설, 제91조 및 제94조 개정).

○ 또한 정부는 운전 부적격자 판별을 위해 카셰어링 업체에 제공되는 경찰청의 면허정보 범위도 기존의 면허보유 여부에서 면허정지 여부 및 면허종류 등까지 확대하기로 함.

○ 그 밖에도 주차장법이 정한 주차장 이용[10)]에 대한 유권해석('카셰어링

8) 보다 자세한 내용은 관계부처 합동, 『투자활성화 대책』, 2016.2.17, pp.28~30 참조; 민상기, 「숙박 · 카셰어링...공유경제 물꼬 튼다」, 『나라경제』, 2016.4, p.13 참조.

9) 여객자동차 운수사업법 일부 개정법률안(송석준 의원 등 15인), 2016.8.30 제출.

10) 주차장법상 주차장은 '일반의 이용에 제공되는 것'으로 규정돼 있어 영업용 차량은 이용하면 안되는 게 원칙이고, 서울시와 인천시만 별도의 조례를 만들어 공영주차장을

차량은 일반인의 주차장 이용에 지장을 주지 않을 경우 주차가 가능하다')을 통해 지자체 공영주차장을 카셰어링 업체에 제공할 수 있음을 명확히 하고, 노상주차장 및 부설주차장에 카셰어링 전용주차장 확보가 용이하도록 제도를 개선할 계획일 뿐만 아니라(주차장법 시행령 · 시행규칙 개정 예정), 카셰어링 업체가 주차장을 신고할 때부터 부담이 최소화될 수 있도록 신고서류도 합리적으로 재정비하고자 함(여객자동차 운수사업법 시행규칙 개정 예정).

□ 기타 분야의 합리적 규제방안

○ 주지하는 바와 같이 공유경제와 관련한 문제들은 다양하고 복잡하게 나타나는데, 이때 공유경제 이용자의 개인정보 보호와 관련한 문제도 합리적으로 규제가 이루어질 필요가 있음.

○ 현행 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」에 의하면 공유숙박(Airbnb), 카셰어링(Uber)의 공유경제 플랫폼 사업자는 통신판매 중개자의 지위를 가지며, 공유경제 서비스 원천 제공자는 통신판매 중개의뢰자의 지위를 가지는바, 공유경제 이용 소비자의 소비자 불만 및 피해를 검토하여 통신판매 중개의뢰자 및 통신판매 중개자의 소비자에 대한 책임을 강화(예컨대 정보공개, 소비자 피해 보상 등에 대한 권고적 조항의 강화)하는 것이 필요함.

○ 참고로 '개인 간 거래'에 있어 대부분 국가의 경우 소비자 보호를 위해 특정한 형태의 결제방식에 제약을 가하고 있음. 즉 결제가 개인 간에 직접 이루어지는 것이 아니라 공유 플랫폼을 경유하게 되므로, 결제와 관련된 법령 준수의 책임 소재를 명확히 할 필요가 있음.

○ 또한 정부는 플랫폼 운영자가 개별 사용자의 고객정보를 처리하는 데 있어서 적절한 개인정보 보호정책과 사전고지 의무를 준수하도록 하는 장치도 마련할 필요가 있음.

○ 그 밖에도 공유경제와 같은 새로운 사업방식에는 필연적으로 위험부담이 따른다는 점을 감안하여 보험가입이 현실적으로 어려운 경향이 있으

사용토록 해왔다.

므로, 이에 대한 적절한 보호대책도 모색할 필요가 있음.

○ 참고로 서울시는 서울시가 지정한 42개 공유기업·단체에 대한 지원과 관련하여, 스타트업 단계에서 가입할 수 있는 보험상품이 시장에 형성되지 않은 현실에 주목하고 해외 공유기업 보험가입 사례, 국내 시장규모 등에 비추어 개별 보험사와 공유기업들이 최적의 보험상품을 공동개발하는 프로젝트를 주선할 계획에 있음.

제2절 공유경제 관련 규제완화 시 고용에 미치는 영향

1. 공유경제가 노동시장에 미치는 영향

□ 오늘날과 같이 저성장기조와 노동시장의 불안정한 상황(예컨대 상시적 구조조정과 높은 실업률)에서 국가 내 고용률을 제고하기 위한 노력은 국가적 차원의 핵심적 과제라고 할 수 있으며, 이때 노동시장 내 유휴인력(학생, 주부와 같은 비경제활동 인구)의 적극적인 경제활동 참여방안의 하나로, 공유경제의 활성화는 노동시장 내 새로운 일자리를 창출할 가능성을 갖게 함.

□ 하지만 공유경제의 활성화에 따라 노동시장에 미치는 영향에 대해서는 부정적인 입장과 긍정적인 입장이 나뉘고 있으며, 주요 내용은 다음과 같음.

□ 먼저 부정적인 입장과 관련하여, 최근 에어비앤비(Airbnb)와 같은 공유숙박, 우버(Uber)와 같은 차량공유 서비스로 대표되는 공유경제는 비정규직을 늘릴 수 있다고 보는 견해가 있는데,[11] 그 견해에 따르면 공유 플랫폼이 거래비용을 획기적으로 낮춰줌으로써 비정규직 형태의

11) http://news1.kr/articles/?2492477

계약관계가 확대될 수 있다는 우려를 제기함.

□ 다른 견해로는 노동시장 관점에서 공유경제를 조명하였는데, 공유경제 기업들은 플랫폼을 이용하는 서비스 제공자들과 직접적인 고용관계를 형성하고 있지는 않지만, 서비스 제공자들에게 고용관계에 해당하는 책임을 묻는 경우가 많다면서 이로 인해 근로 여건이 열악해질 수 있음을 지적함.

□ 반면에 긍정적인 입장에서는 공유숙박과 카셰어링과 같이 물리적 자원을 공유함으로써 유휴인력을 유인할 수 있다고 보는 견해도 있음. 동 견해에 따르면, 유휴자산을 기반으로 사업자 전환이 가능해진다고 보며, 이 경우 특별한 기술이나 전문지식이 없이도 사업 시작이 가능하다는 점을 밝히고 있음. 즉 젊은 구직자에게는 새로운 일자리 창출이 가능하고, 은퇴자에게는 새로운 소득원이 될 수 있음을 강조함.

2. 공유경제 관련 산업 규제완화 시 고용에 미치는 영향

□ 공유경제의 확대가 고용을 비롯한 노동시장에 미치는 영향은 중요한 사안이긴 하나, 새로운 고용창출과 기존 산업의 고용감축에 대한 영향을 구체적으로 말하는 것은 쉽지 않은 과제임.

□ 또한 우리나라의 공유경제 전체 규모를 파악하기 어려운 상황에서 공유경제 관련 규제완화가 공유경제, 나아가 공유숙박 분야, 카셰어링 분야 전반에 걸쳐서 고용에 어떤 효과를 갖는지를 분석하기는 매우 어려움.

□ 본 연구에서는 이미 공유경제 분야에서 활동하고 있는 업체를 중심으로 공유경제 규제완화가 새롭게 고용을 창출하는 신규고용 창출효과와 기존고용 이동효과를 나누어 살펴보았음.

□ 분석 결과, 공유숙박의 경우 업체당 신규고용 창출효과는 1.43명, 기존 고용 이동효과는 0.3명으로 나타났고, 카셰어링의 경우는 업체당 신규 고용 창출효과는 4.92명, 기존고용 이동효과는 1.28명이었으며, 물품·지식 공유 등 기타 공유경제 분야는 업체당 신규고용 창출이 1.54명, 기존고용 이동효과는 0.79명으로 나타났음.

□ 종합적으로 공유경제 관련 규제가 완화된다면, 공유경제 업체 1개소당 신규고용 창출효과는 1.91명, 기존고용 이동효과는 0.53명임.

〈표 7-1〉 공유경제 업체당 고용효과

	고용 창출효과	고용 이동효과	전체 고용효과
공유숙박	1.43	0.30	1.73
카셰어링	4.92	1.28	6.20
기타	1.54	0.79	2.25
전 체	1.91	0.53	2.45

□ 결과를 종합하면 규제완화에 따른 신규고용 창출효과가 가장 높은 분야는 카셰어링임.

□ 하지만 본 연구에서는 신규로 공유경제 분야에 진입하는 업체가 유발할 수 있는 고용 창출효과는 다루지 못했음. 초기 투자비용을 감안할 경우 물품·지식 공유서비스 분야나 공유숙박 분야에서 신규 진입업체가 가장 많을 것으로 예상되며, 카셰어링의 경우 초기 투자비용이 많이 들기 때문에 신규 업체의 시장 진입은 상대적으로 많지 않을 것으로 예상할 수 있음.

□ 따라서 공유숙박 분야의 경우 기존 업체에서의 고용효과보다는 신규 업체의 시장 진입에 따른 고용효과가 클 것으로 예상되며, 카셰어링의 경우는 기존 업체에서의 고용 증가가 클 것으로 예상됨.

□ 이상의 결과를 종합해 볼 때, 공유숙박과 카셰어링 등과 같은 공유경제의 활성화는 지역경제와 관련 산업의 활성화를 도모할 뿐만 아니라 새로운 일자리 창출 모델로서 노동시장에 존재하는 고용과 관련한 문제를 해결할 수 있는 가능성이 존재함.

□ 예를 들어 공유숙박업 및 카셰어링을 하고자 하는 사업자는 자신의 숙박시설 또는 차량을 타인과 공유함으로써 임대소득을 창출할 수 있을 뿐만 아니라, 공유숙박과 카셰어링의 공유 플랫폼을 만들어내는 다양한 소셜벤처가 설립됨으로써 다양한 사업자들을 육성할 수 있음은 물론, 공유 플랫폼에 참여하는 개개인들도 새로운 일자리와 수입을 창출할 수 있는 부분이 바로 그것임.

참고문헌

관계부처 합동, 『투자활성화 대책』, 2016.2.17.

강문수, 『숙박 분야 공유경제에 관한 법제연구』, 한국법제연구원, 2015.10.

김병오, 「우버택시와 적합성에 대한 연구」, 『법학연구』(제46집), 전북대학교 법학연구소, 2015.12.

김점산 · 지우석 · 강상준, 「공유경제(Sharing Economy)의 미래와 성공조건」, 『이슈&진단』(제134호), 경기개발연구원, 2014.2.

민상기, 「숙박 · 카셰어링...공유경제 물꼬 튼다」, 『나라경제』, 2016.4

박민우, 『"우버(Uber) 논란을 통해 본" 공유경제 플랫폼에 대한 고찰』, 디지에코 보고서, 2014.

박지홍, 「교통분야 신산업과 규제완화」, 『월간교통』(219호), 한국교통연구원, 2016.5.

손상영, 「공유경제의 이론과 실체 그리고 정책적 대응」, 『KISDI Premium Report』(15-08), 정보통신정책연구원, 2015.12.

송순영, 「에어비앤비(Airbnb) 사례를 통해 본 공유경제 관련 법 제정 현황 분석」, 『소비자정책동향』(제64호), 한국소비자원, 2015.10.

_____, 『공유경제 서비스와 소비자 권익증진 방안 연구』, 한국소비자원, 2015.

안희자, 「에어비앤비(Airbnb)의 성과와 정책적 시사점」, 『KCTI 가치와 전망』(제39호), 한국문화관광연구원, 2014.10.

양지윤, 「공유경제 활성화를 통한 청년 일자리 창출 방안: 청년창업을 중심으로」, 『고용이슈』, 한국고용정보원, 2014.3.

송태원, 「공유경제를 통한 혁신과 규제에 관한 일 고찰」, 『법제』, 법제처, 2015.6.

장원재, 「공유경제시대의 교통서비스 현황과 전망」, 『월간교통』(211호), 한국교통연구원, 2015.9.

최유성, 『공유경제에 대응하는 규제개혁』, Issue Paper(제36호), 한국행정연구원, 2016.3.
한국정보화진흥원, 『공유경제시대, 고용률 70% 달성을 위한 일자리 창출 모델』, 정책연구 2013-12, 2013.10.
황기연 · 전효정, 「교통부문에서 공유경제의 실험 – 카셰어링을 중심으로」, 『교통연구』(제21권 제1호), 한국교통연구원, 2014.3.

부 록 1

공유경제 좌담회 1(공유숙박)

일 시 : 2016년 10월 18일 (화) 17시
대 상 : 숙박업 대표
참석자 : 김○기, 김○찬, 조○영, 김○식, 김○진, 조○재

사회자 : 본인 소개부터 하고 시작하겠습니다.

조○재 : 저는 여기서 이야기하는 도시민박업이나 공유숙박업 하는 분이 예약을 받게 해 주는 온라인 플랫폼을 하고 있어요. 보통 도시민박업 하는 분은 개별 여행객이 대상이잖아요. 이분들이 홈페이지를 할 수 없고 공유숙박의 경우 국내인을 받을 수 있는데 도시민박업은 국내인 못 받잖아요. 손님이 해외에 있어서 그분들이 전단지를 뿌릴 수 없으니까 저희가 예약을 대행으로 받아주는, 미국의 유명한 에어비앤비와 똑같은 회사예요. 그런 기능을 하는 회사예요.

김○진 : 저는 김포공항 근처에서 홈스테이인, 파파스테이를 하고 있습니다. 남편 친구 중에 외국 분이 있어서 저희 집에 일주일 묵게 되었는데, 그 이후에 홈스테이를 해 보지 않겠느냐 하는 남편의 제의로 주부로서 홈스테이를 하고 있습니다.

김○식 : 저는 옐로우트레블랩스에서 고객센터 총괄을 맡고 있고, 저희 회사는 국내 숙박업인, 우리펜션이라는 브랜드를 가지고 있고 그것에 이어 추가적으로 도심 숙박업을 타깃으로 플랫폼을 옮기려고 준비하고 있습니다.

조○영 : 일반 가정집에서 운영하는 홈스테이를 준비하는 플랫폼을 운영하는 코리아홈스테이 조○영 대표입니다. 제가 예전에 직접 명륜동

에서 셰어하우스를 운영했고 통신사에서 플랫폼 비즈니스를, 프로덕트 매니지먼트를 담당했거든요. 그래서 이런 공유경제나 숙박 플랫폼이 재미가 있지 않을까 해서 해 보고 있고, 내년 1월에 독일 프랑크푸르트에 게스트하우스 오픈 예정이고요.

김○기 : 저는 홍대에서 어반우드 게스트하우스를 운영하고 있습니다. 시작한 지 3년 되었고 관광 쪽하고 컨벤션 일 하다가 그만두고 이쪽으로 전향하게 됐는데 지금 굉장히 많아지는 것 같아요.

사회자 : 너무 많아지니까 문제가 있지 않나요? 경쟁이 너무 심해져서.

김○기 : 규모가 커지기보다 너무 작은, 소위 말해서 숫자만 늘어난다는 느낌이 들어요.

김○찬 : 지금 게스트하우스 운영한 지 5달 됐어요.

사회자 : 그 전에 뭐 하셨나요?

김○찬 : 일했어요.

사회자 : 일반 직장 다니셨나요?

김○찬 : 네.

사회자 : 규제완화는 그렇게 크게 되지 않았어요. 그러나 전반적인 흐름에 대해서 상당히 긍정적으로 많이 바뀐 것 같아요. 규제완화 이후에 많이 바뀌었다고 하는데 우선 내 입장에서 봤을 때 주변에 숫자나 그런 거 하려는 사람이나 시장, 게스트하우스가 되면서 여행자나 외국인이 많아졌는지 궁금합니다. 매출에 변화가 있는지. 지금 상황이 어떤 면에서 어떻게 했더니 조금 바뀐 것 같다, 아니면 전혀 변화가 없다거나.

조○재 : 아시다시피 도시민박업이 나오면서 일반 숙박업은 막말로 밥그릇 싸움이 시작이 되었는데, 그러니까 도시민박업 생기면서 사실 공유경제가 착한 소비잖아요. 부수고 만드는 것이 아니고 민박을 활용해서 손님맞이를 하는 것이라서. 또 대체 숙박업이라고 하더라고요. 그래서 외국인들에게 아주 호응이 좋은 것 같아요. 가격도 저렴하고. 그런데 약간 애매모호한 것이 게스트하우스 하는 분이면 아시겠지만 우리가 알고 있는 도시민박업, 게스트하우스 두 가

지가 있어요. 하나는 일반 숙박업을 받거나 도시민박업 받잖아요. 공유숙박업은 안 들어왔고. 제주, 서울, 강원만 하니까. 저희 사이트도 몇천 개가 등록이 되어 있는데 별개인지 몰라도 홈스테이, 공유경제가 도시민박업은 주인하고 같이 생활을 하잖아요. 공간을. 따로 떨어지면 불법이 되고. 수요가 나눠져 있어요. 아시아인들은 막말로 떼거리로 다니거든요. 그리고 무슬림도 식사를 해야 해서 독채를 원하는 경우가 많아요. 저희 사이트도 독채가 압도적으로 수요가 많이 발생되고. 게스트하우스는 젊은데 돈은 별로 없고. 그런 식으로 나뉘는 것 같아요. 그런데 어쨌든 이게 공개적으로 그 전까지 도시민박업 법률이 없었잖아요. 2012년도에 내려왔는데. 그것으로 해서 여행업계, 인바운드 여행업계는 꽤 큰 도움이 되는 거고, 고용 부분이라는 것이 애매모호한데 도시민박업에서 고용은 청소 개념밖에 없거든요. 사실 고용보다 공간 활용이 더 맞을지 모르겠습니다.

사회자 : 보니까 또 하나가 대체 시장이 만들어지지 않느냐. 기존에 호텔 가던 사람이 이리 오지 않느냐, 하는 우려도 있더라고요. 김대표님 이야기해 주세요.

김○진 : 저희는 홈스테이 한 지 3년 정도 됐는데요. 저희 집에는 저희 남편이 중국어를 좀 해서 중국 분들이 많이 오시는 편이긴 해요. 그분들이 저희랑 같이 관광을 할 경우도 가끔 있는데 경복궁에 가면, 영어 가이드로 하면 굉장히 지루해하세요. 그런 것은 사실 관심이 없으신 것 같아요. 쇼핑이나 한류, 제가 모르는 아이돌이나, 그런데 몇 년 후에 지나고 보니까 그분들이 굉장히 인기를 얻더라고요. 미리 어떤 아이돌이 나왔는지 먼저 알고 그걸 쫓아다니기도 하고. 저희는 15살인가 17살의 인도네시아에서 오신 분이 있었는데 아이돌을 유치하는 회사 앞에 가기를 원하더라고요.

사회자 : 엔터테인먼트.

김○진 : 그 앞에서 몇 시간 있으면서 연예인을 보기를 바라기도 하고. 그래서 한류 때문에 오시는 분이 꽤 있는 것 같아요.

사회자 : 홍보는 어떻게 하시나요?

김○진 : 한국관광공사에 등록된 것하고 에어비앤비를 통해서.

사회자 : 코리아 스테이 받으셨구나.

김○진 : 네. 생각보다 그렇게 많지 않아요. 저희는 집에 있으면서 방 하나를 빌려주는 거라서 독채를 원하는 분이 많아서 가족하고 함께 오지 않고는 저희 집을 선호하는 것 같지 않아요.

사회자 : 공유숙박이 단순하게 어프로치되어서 안 된다고 생각합니다. 우리가 동남아에 가서 동남아 사람하고 중국 사람하고 서로 갈등 갖잖아요. 그게 자연스럽게 뭉쳐 있다 보면 친구 있는데 욕할 수 없잖아요. 그런 것이 많이 존재할 것 같아요. 김매니저님.

김○식 : 저희 회사는 약간 플랫폼을 늘려서 추가적으로 사업을 다각화하려고 하고 있고요.

사회자 : 많이 늘었나요?

김○식 : 우리 펜션 브랜드로는 13년 정도 됐는데 오가는 과정 중에 공유숙박이 많이 늘었다고 볼 수 있고요. 그리고 실제적으로 매출도 많이는 것 같아요. 외국인 대상으로 호텔에 비해서 가격경쟁력이 있고 또 다른 나라 사람을 만난다는 개념으로 예전에 접근 많이 한 경우도 있어서 그런 것 같고. 신규 투자는 플랫폼 개발을 하거나 아니면 이런 것들에 대해서 투자를 진행하고요.

사회자 : 수지는, 적자, 이게 보통 공유숙박은 덜 하다고 하는데 다른 부분은 적자가 많이 난다고 하던데.

김○식 : 저희는 아시겠지만 수수료 기준으로 가기 때문에 좀 타는 거 같아요. 어떤 행사가 있어서 한국에 들어와야 하거나 K팝적인 이벤트로 뭘 하거나. 올해는 잠실에서 6월에 UMF라고 EDM페스티발을 3일 정도 크게 했어요. 그때 외국인 수요가 엄청났거든요. 그래서 그런 것에 따라서 왔다 갔다 하는 것 같아요.

사회자 : 그러면 결국 그런 것이 매칭이 되어야 많이 활성화되겠네요.

김○식 : 네. 매칭하는 과정에서 실제로 외국 친구들이 한국 들어올 때 오히려 아는 한국 친구 있는지 물어봐요. 지역은 뻔하거든요. 서울에서

따지면 강남, 아니면 한옥 식으로 해서 종로 쪽으로 빠져서 그 외 추가적으로 보완이나 홍보를 더 해 줘야 하겠지요.

사회자 : 결국 인프라 문제네요.

김○식 : 그렇지요.

사회자 : 조대표님.

조○영 : 플랫폼 개념에서 했을 때는 사실 규제완화 때문에 덕을 봤다기보다 그냥 한류 문화로, 아니면 한국의 위상 때문에 방문자 수가 늘어서 중개, 플랫폼 비즈니스 쪽에서 덕을 봤다고 생각해요. 그런데 저희는 일반 홈스테이, 진짜 공유경제, 그런 쪽 입장에서는 소득이 줄고 있는 것 같아요. 왜냐하면 예전에는 홈스테이 하는 분이 그렇게 많지 않았는데 지금은 어마어마하게 많거든요. 사실 몇 년 전만 해도 홈스테이 모르는 분이 많은데 요즘은 워낙 많이 아셔서 가입자 수가 폭발적으로 는 상태예요. 이게 규제완화하고 관련 없고 한국의 위상이나 그런 거 때문에, 아니면 교육받으러 오시는 분들 때문에 수요가 늘었다고 생각하고 있어요.

사회자 : 만약 업체에 신규 투자가 일어난다면 주로 어떤 부분에서 일어날 수 있을까요?

조○영 : 저희 같은 경우는 플랫폼 비즈니스를 해서 정부 중소기업청 지원받아서 창업했거든요. 홈페이지 만들고 시스템 만들고, 그런 쪽으로 많이 하고 정부지원금이라서 인건비로 쓰지 못하거든요. 그 시스템을 외주 줘서 만드는데 플랫폼 비즈니스가 온라인 웹사이트나 인건비가 다니까 홍보비나.

사회자 : 그런 개인적인 것도 지금 플랫폼이 조금 만들어지고 있잖아요. 공급이 되고 있잖아요. 그쪽으로 얹어서 가지 않나요? 개인적으로 그걸 다 만드나요?

조○영 : 일반 홈스테이 운영하는 분이 개인적으로 홈페이지를?

사회자 : 네.

조○영 : 대부분 아시는 분은 만드는데 공유경제, 일반 홈스테이를 운영하는 경우는 자녀가 출가했거나 군대 갔거나 연세가 있으신 분이라

서 홈페이지를 만들지 못하기 때문에 이렇게 비엔비나 저희 같은 회사를 끼고 하실 수밖에 없지요. 개인적인 홍보 방법을 몰라서 이런 플랫폼을 이용하시는 겁니다. 그분들이 공유경제고요. 남는 공간을 활용하는 거니까.

조○재 : 그게 더 효율적이에요. 개인이 하려면 소셜미디어와 마케팅해야 하는데 그게 보통 일이 아니거든요. 저희도 몇천만 원씩 들어가는데. 이게 결제가 되어야 수수료가 나가잖아요. 훨씬 더 효율적이에요. 물론 옛날부터 하신 분들, 소셜미디어 통해서 국내는 그렇게 오시는 경우가 많은데 외국 분은 그게 힘들어요.

사회자 : 예전에 인터넷 사업이 번창했을 때 다 망한 이유가 그거예요. 만드는 것은 쉬운데 운영 관리 비용이 엄청 들잖아요. 사람들 끌어모으는 홍보비가 엄청나서, 저도 망한 사람 중에 한 사람이에요. 김대표님, 시장하고 상황, 어떻게 변화가 되었는지.

김○찬 : 저는 준비는 1년 반 전부터 알아보고 했는데 실제로 운영한 것은 6개월 정도 됐어요. 그전하고 비교를 하는 것은 잘 모르겠어요. 기간이 오래 안 되어서요.

사회자 : 시작할 때에 비해 분위기가 많이 바뀌지 않았나요?

김○찬 : 개별로 오는 사람들이, 제가 경복궁 서촌 가운데서 하기 때문에 외국인 비율이 지나가는 사람들 보면 굉장히 많이 늘었거든요. 그쪽 주변이 거의 다 한옥으로 하시는 분들이 요즘도 계속 생기고 있고 저도 일반 가정집인데 바꿔서 게스트하우스로 한 것인데 그런 곳이 계속 생기고 있어요.

조○재 : 한옥으로 만드신 거예요?

김○찬 : 네. 계속 생기고 있는데 그게 끼리끼리 경쟁인지 모르겠어요. 다른 업체가 얼마나 예약이 들어오는지 볼 수 없으니까요. 그런데 확실히 외국인들이 많이 늘었고 또 다른 분들 만나서 이야기해 보면 개별로 오는 사람이 예전보다 확실히 늘었다고 하더라고요. 단체로 오는 사람보다.

사회자 : 한옥에 하려면 초기 투자비가 많이 들었겠어요?

김○찬 : 많이 들었지요.

사회자 : 얼마나 드셨어요?

김○찬 : 집이 워낙 작고 낡아서 한옥 자체는 21평 정도 되고. 그걸 방으로 다 쪼개서 공사를 하느라고 8천만 원 정도 든 것 같아요. 공사 기간은 6개월 정도 걸린 것 같고.

김○기 : 저는 지금 3년 정도 됐는데 플랫폼 쪽하고 약간 느낌이 달라요. 플랫폼 자체는 기본적으로 모든 사람이 들어오니까 공유경제가 완화가 됨으로 인해서 혜택이 더 있느냐 없느냐는 감이 안 잡힐 수도 있고, 게스트하우스를 하는 입장에서 보면 그건 확실히 도움이 되는 부분 같아요. 그게 어떤 부분이냐면 이런 도심민박업 자체가 규모가 딱 정해져 있잖아요. 70평 이하 규모 안에서 이루어져야 하는 것이 있으니까. 일반적인 커피숍은 테이블 회전수로 보거든요. 하루에 테이블이 몇 번 회전이 되는지에 따라서 수익이 많이 날 수도 있고 적게 나올 수도 있고. 그런데 게스트하우스는 그게 회전율 개념이 아니고 결국 규모가 작으냐 크냐예요. 어쨌거나 70이라고 정해져 있으면 거기서 방이 6개 나오면, 그 6개 방에서 하루에 나오는 매출이 딱 정해져 있거든요. 저희가 모텔처럼 대관, 대실 사업을 하는 거 아니라서 하루 자면 하루는 그것으로 묶여 있고 한 달에 나올 수 있는 수익이 딱 보여요. 이 이상 올라갈 수 없고 이 밑으로 안 떨어지겠지요. 이 정도에서 보통 정해지는데 거기서 사업이 조금 더 커지려면 제한이 풀리는 것이 맞는다고 보거든요. 방수가 2배로 늘면 그만큼 수입이 2배로 늘겠지요. 그걸 하면서 고용이 연결이 되느냐 하는 것이 있는데 현재 상태는 고용이 창출되기 어려운 구조예요. 기본적으로 방 숫자가 정해져 있어 수익이 뻔한데 거기에 사람을 쓸 수 없어요. 사람을 써서 인건비가 나가면 결과적으로 수익이 빠질 수밖에 없잖아요. 그러면 한 달 동안에 일하는 의미가 없어지는 거지요. 벌이가 없어지는데.

사회자 : 청소는 누가 합니까?

김○기 : 제가 다 해요. 저도 원래 마케팅 쪽을 하던 사람이라서 처음에 시

작할 때 홈페이지도 자체적으로 갖추었고 인테리어도 다 꾸며서 방 3개를 운영하는데 전반적으로 운영은 다 제가 해야 해요. 청소하고 빨래하고 예약부터 해서 손님 오면 응대, 조식 준비, 이걸 혼자 1인 기업처럼 하는 거지요. 사람을 써 볼까 생각을 했는데 쓰면 수익이 안 나오더라고요. 그래서 결국 할 수 없는 거지요. 결국 고용창출이 되려면 기본적으로 공간의 제약이 풀려야 할 것 같아요. 그러다 보니까 이런 소소한 불법들이 많이 생기는 것 같아요.

사회자 : 공간의 규제가 있나요?

김○기 : 70평으로 되어 있어요. 아직까지 공유숙박업은 허용이 안 되었어요. 임시 시범사업으로 운영이 되고 있고 현재 운영이 되는 것은 도시민박업인데 처음에 약했어요. 많은 규정이 없었는데 1년이 지나고 제가 할 때, 그리고 다음해가 되니까 추가가 된 것이 있어요. 3층이 넘어가면 완강기를 설치를 해야 한다. 이런 것이 추가가 되고 2년째가 되니 이번엔 사업계획서를 내야 한다 이러면서 매년 규제가 늘더라고요. 그러면서 규정이 풀리는 것이 아니에요. 사실은 지금 오픈하시는 분하고 제가 3년 전에 오픈했을 때 보면 많이 강화가 되었어요. 홈페이지는 개인적으로 하실 수 있는 분은 다 갖추는 것이 낫다고 보거든요. 그게 플랫폼을 이용하는 것이 유리한 부분도 있고 거기 수수료 나가는 것이 있어서 두 개를 같이 운영해서 이쪽으로 타고 오면 수수료 면에서 혜택을 받을 수 있으니까 그걸 겸해서 운영하는 거지요. 처음에 업소 자체가 인기가 없을 때는 아무래도 검색이 잘 안 될 테니까 플랫폼 타고 올 거고, 이게 성장을 한다면 이 부분 자체를 검색해서 오는 것이 생길 수밖에 없거든요. 그러다 보면 홍대 쪽에 이름 있는 게스트하우스는 오히려 자체 홈페이지를 통해서 예약이 들어오는 빈도수가 꽤 높은 편이에요. 저희도 30%는 자체적으로 예약을 받고 있습니다.

사회자 : 그렇게 만들어 놓았어요?

김○기 : 네.

사회자 : 지금 궁금한 것이 고용효과가 그렇게 없을 겁니다. 실제로 없을 수

도 있고. 우리가 고용효과를 이야기할 때는 매출액 10억 원당 몇 명을 고용해 있느냐, 그렇게 되거든요. 그렇게 따지면 이 부분이 고용이 적은 것이 아닙니다. 내가 집에서 남편하고 둘이 한다면 매출이 그렇게 많지 않잖아요. 많지 않다 보니까 10억 원 단위로 환산하다 보면 몇십 명을 창출하는 그런 분야가 될 수 있거든요. 우리 제조업 몇 개 더 키우는 것보다 이게 더 클 수 있습니다. 숙박업체 고용이 어떻게 이루어지는지, 특히 누구를 어떻게 고용하는지 궁금하거든요. 집에 주부들이나 퇴직한 노인들, 또 시장에서 배척된 취약층들이 많이 한다고 되어 있긴 한데 실제로 그런지, 어떤 분이 어떻게 고용이 되고 있는지 그것만 간략하게 이야기해 주시지요.

김○기 : 서울시에서 하는 아카데미에서 제가 강의를 하고 있어요. 거기 오시는 분을 보면 약간 연령이 있으신 분도 계시고 젊으신 분 등, 다양하게 포진이 되어 있는데, 사회에서 배척된 그런 사람이 이 일을 한다는 그 개념은 아닌 것 같아요. 젊은 층도 요즘 여기서 하나의 사업 방향성이나 가능성을 본 친구가 많거든요. 그러다 보니까 이 친구들이 애초에 기업적인 마인드를 가지고 새로 시작하는 분도 많으세요. 그런 경우는 70평에 육박하듯이 만들고 굉장히 세부적으로 방을 쪼개서 최대한 수익을 끌어올릴 수 있는 만큼 끌어올려서 만들려고 하는 수익 창출이 목적인 그런 형태로 하시는 분도 많고요. 하지만 은퇴하신 분은 인터넷에 약하고 집에 방이 하나 남아 있어서 도시민박업을 쉽게 시작할 수 있는데 어떻게 해야 하는지 모르니까 에어비앤비 같은 플랫폼을 통해서 도움을 받는 거지요. 그래서 노셔야 하는 나이인데 뭔가 할 수 있는 것이 하나 만들어지는 거라서 이게 플러스 알파의 개념이라고 저는 생각합니다.

조○영 : 미 국방부나 미 국무부든 외국에서 고객들이 일반 가정집에서 하는 홈스테이를 주문하세요. 코리아파운데이션 같은 외교통상부 산하에서도 하고. 게스트하우스가 아니고 일반 가정집을 원하는 이유가 가정에서 엄마랑 같이 지내면서 뭔가 배우는 것을 원하거든

요. 한마디로 집에서 가정주부인 분이 이분들을 같이 도와주는 헬퍼로 고용창출이 날 수 있다고 보고, 저는 게스트하우스도 고용창출 효과가 있다고 보거든요. 단기적이지만. 인테리어를 한다고 할 때도 그게 들어가야 하고. 비엔비히어로의 히어로도 제가 알기로 노인들이 공유경제를 통해서, 사실 돈 벌 수 없잖아요. 연금이나 이런 거밖에 없지. 그런 분도 수익을 창출할 수 있어서 히어로라고 붙은 것으로 알고 있거든요. 그런 부분에서 분명히 고용창출로 봐야 하지 않을까. 그런데 그걸 너무 정부에서 약하게 보지 않나 하는 생각이 들더라고요.

사회자 : 고용효과가 많을수록 좋은 거지요.

조○영 : 네.

사회자 : 이쪽 고용에 대해서 더 해 주실 말씀 있으신가요?

모 두 : …….

사회자 : 본인 입장에서 공유경제가 나에게 어떤 이익을 주기 때문에 이걸 하고 있는지 말씀을 해 주세요.

조○재 : 초창기에 이야기한 것처럼 고용 부분보다 남는 공간을 활용한다는 의미에서 착한 소비고 대체숙박업으로 해서 오히려 여행 쪽에 더 많은 효과가 있지 않느냐. 이게 실질적으로 도심은 70평 이하인데 보통 사람마다 다르지만 20에서 25일 정도 차면 만실이라고 생각하거든요. 도시민박업 하면서 수익이 150만 원 이상이 나오기 어려워요. 보통 가격이 틀리거든요. 방 하나에 3만원, 홈스테이는 싸거든요. 그러고도 꽉 차지 않아서 보통 주인들이 청소하거나 운영해도 충분해요. 일반 호텔, 모텔은 고용해서 하는데. 제가 얼마 전에 연세대에서, 이런 거 있었어요. 연세대 어학당 있는 데랑 이대 후문 쪽이 학생들이 많이 자취하는 동네인가 봐요. 무슨 동네지?

조○영 : 창천동.

조○재 : 네. 그런데 기숙사가 막강한 것이 2개가 생겼어요. 연대하고 이대. 그래서 거기가 완전히 난리가 났어요. 이 지역을 어떻게 하느냐? 그래서 그 지역을 아예 각자 하지 말고 도시 민박촌을 만들어서

청소도 시스템화해서 진행해 보자. 그런 식으로 봤을 때 영향이 큰 것 같아요.

사회자 : 김대표님은 하시면서 뭐 때문에 이걸 하니까 좋다, 그게 있을 것 같은데요.

김○진 : 주부 입장인데 빈 방이 있고 더 투자하지 않아도 되잖아요. 있는 거 그대로 쓰니까 투자비용이 없고 외국인이 왔을 때 아이가 있으니까 아이에게 다양한 사람을 보여주고 문화를 보여줄 수 있다는 것과 언어지요. 다양한 언어를 쓰고 있어서 다양성을 가르쳐 준다는 교육 목적이 비중을 많이 차지한다고 볼 수 있지요.

사회자 : 돈보다?

김○진 : 그렇지요.

김○식 : 저는 회사 입장으로 이야기하면 국내 숙박이 펜션 쪽은 정말 제살 깎아 먹기를 하고 있거든요. 어차피 이미 한정되어 있고 포화 상태고 시장이 예전만큼 성장하기보다 침체되어 있고 오히려 죽어가는 시장이라고 느끼고 있어서 그것에 대해서 조금 더 다른 방향으로 봤을 때 게스트하우스나 홈셰어링이나 조금 더 수익 창출을 위한 모델을 가지고 가는 거지요. 그런 거 때문에 이런 플랫폼 개발에 따른 전문직을 하는 거지요. 마케팅을 하는 사람이나 영업을 하는 사람이나. 이런 쪽에서 오히려 고용을 하고 있지요.

사회자 : 본격적으로, 이게 고용을 창출하고 뭘 해도 공유숙박업이 잘 되어야 하잖아요. 여러 가지 원인이 많을 텐데 오히려 규제가 강화가 되어 있다, 이런 것은 풀어줘야 한다. 가이드 하셨다고 하셨는데 가이드 그거 불법이잖아요. 못 하게 되어 있잖아요.

김○식 : 그런데 그렇게 원하는 사람이 있더라고요.

사회자 : 그게 제가 볼 때 공유숙박업 의미와 더 어프로치되는데, 인맥도 다지고 국가 경쟁력을 높이는 것인데 그걸 못 하게 하니까. 그런 것을 이야기하고 뭘 고쳐주면 우리 숙박업이 더 나아질 것이다, 그걸 이야기해 주세요.

조○재 : 저희는 전반적으로 게스트하우스, 도시민박업이나 민숙박업에 대

한 마케팅을 위해서 통계도 있고 여러 가지 많잖아요. 이게 해결하기 어려운 거예요. 저번에 공유숙박 때문에 엄청 많이 불려 갔거든요. 정부 쪽에요. 그런데 거기서도 이야기한 것처럼 실질적으로 홈스테이 하시는 분들은 정해져 있어요. 그게 포션이 많지 않아요. 막말로 이야기해서 요즘 애들은 FIT니까 개별 여행객은 이미 자기들이 다 조사를 해서 와서 터치 안 받고 자기들끼리 놀고 싶어 하거든요. 그중에서 로컬 사람들하고 같이 놀려고 하는 사람들이 있는데 전반적으로 봐서 그 시장이 크지 않아요. 그런데 이건 또 바꾸기 어려워요. 실질적으로 그걸 건드릴 수 없어요. 예를 들어서 임대업 하시는 분이 있는데 70평짜리 3개를, 거기에 주민등록 등록도 안 되어 있고 살지도 않는데 거기를 민박업으로 하면 난리날 거예요, 아마. 그런데 그걸 해결을 해야 할 부분이 필요한 것 같아요. 점점 독채를 원하는 분이 많고 아까도 말씀드렸지만 도시민박업의 파급력이 어마어마하잖아요. 일반 숙박업은 정화지역이다 해서 제재가 많은데, 여기는 신고만 하면 어디서든지 할 수 있잖아요. 상업 시설 아니면. 위치나 뭐나 좋은데 주인하고 스테이를 해야 하는 면에서 어느 정도 제한이 크지 않나. 그리고 무슬림 쪽이 꽤 많이 와요. 우리나라에 1,400만 명 정도 오는데 그중에서 중국인도 많이 오는데 중국인은 아직까지 FIT가 많지 않아요. 개별 여행객이 거의 없는 것 같아요. 제가 볼 때 우리나라에서 에어비앤비나 어디나 시장조사 해 보면 제일 많이 오는 쪽이 싱가포르, 말레이시아, 인도네시아인데 그분들이 에어비엔비나 어디 가 보면 독채거든요, 홈스테이가 아니고. 그게 돈도 되고, 그들도 원하고. 그래서 실질적으로 불법으로 일어나고 있는데 이건 어떻게 해결할 수 있는 것이 아닌 것 같아요.

사회자 : 그게 우리 숙박업 사람하고 연결이 되고, 매칭이 되고.

조○재 : 이번에 공유숙박업 나와서 120일, 이건 불가능하고 이건 국내에서 받게 되었잖아요. 부산에서 엄청 이런 일이 많이 일어났는데.

사회자 : 그래요?

조○재 : 부산은 서울하고 달라서 엄청 신고하고 잠입해서 잡더라고요. 경찰이 숨어 있다가 들어가면 잡고. 경쟁이 심해서. 그런데 이게 들어오니까 부산은 선호하지요. 왜냐하면 국내인도 받을 수 있어서. 옛날에 국내인이 들어가면 막 전화해서 신고하고 그랬어요. 일반 숙박업이 아니니까. 그런데 헷갈리니까 도시민박인지 공유숙박인지 모른다. 그래서 부산은 선호하는데 제주도는 극도로 싫어해요.

사회자 : 규제 프리존인가요? 부산이.

조○재 : 공유숙박은 세 곳에서 한다고 알고 있어요. 제주도, 부산, 강원도. 시범으로 하고 있는데 통과되면 올 여름부터 한다고 해요.

사회자 : 다 풀겠지요.

조○재 : 경계가 애매모호해요. 120일은 지킬 수 없고. 뭐가 다르냐고 하니까 다른 것은 120일 하고 국내인 받는 거밖에 없거든요. 그래서 그쪽 정부에서도 예약 대행해 주는 사이트에서 120일 체크해 주면 되지 않냐 하길래 말도 안 되는 소리 말라고 했어요.

사회자 : 삶의 비용을 줄여야지, 많이 벌려고 하는데 많이 버는 것이 쉽나요? 얼마 전에 신문에 보니까 노인 한 명 사는 데 200만원 든대요. 그렇게 들면 어떻게 살아요? 못 살지.

조○재 : 고용에 포함이 되는지 모르겠는데 송파구에서 많이 밀거든요. 일산도 도시민박업을 많이 밀어요.

사회자 : 삶의 질을 높이면서 비용을 줄여주니까 그게 우리가 가야 할 길이지요. 그러면 본인이 보시기에 정부에서 지원해 줘야 할 것이, 지원 중심으로 이야기하시지요. 뭘 해 주면 뭐가 좋을까요?

김○진 : 조금 전에 규제 이야기하셨는데.

사회자 : 그건 풀어야 하고.

김○진 : 도시민박업 속에 홈스테이잖아요. 그런데 서울 도시민박업의 홈스테이는 외국인만 받을 수 있어요. 내국인 못 받는데 저희 집이 김포공항 근처다 보니까 외국인보다 국내인이 더 많이 문의해요. 수원에 살거나 부산에 사는 사람이 서울에 결혼식 있어서 오는데 자기는 힘들고 우리 집을 이용할 수 있느냐, 아니면 가족끼리 외국

여행을 하는데 그 전날 저희 집에 와서 하룻밤 묵고 공항으로 가길 원하는데 저희는 받을 수 없잖아요. 그게 완화가 되면 저희 집은 매출 증대에 도움이 될 것 같아요.

조○재 : 공유숙박업으로 바꾸시면 되네요.

사회자 : 공유숙박업이 별도로 있나요?

조○재 : 대통령령으로 내려온 것은 도시민박업이고 뒤에 쓰여 있잖아요. 공유숙박업이라고 해서 120일 동안, 연 120일 동안 하고 국내인 받을 수 있고. 나머지는 다 똑같아요.

김○기 : 시행은 아니고 시범 사업.

조○재 : 네. 그게 제주도하고 부산이요.

사회자 : 또 다른 지원은 필요 없나요? 홍보는 충분한가요?

김○진 : 관광공사에서 물품 주시는데 사실 저희는 많이 필요 없는데 아무리 소규모로 와도 한 박스가 와요. 저희는 그중에서 3~4개만 쓰면 끝인데 너무 많이 쌓여서 낭비가 되더라고요. 10개 이하로 받을 수 있거나 그걸 모아서 다양하게 10개 이하로 받고 싶은데 항상 박스로 오니까 제가 그걸 처리하기가.

사회자 : 물품도 줘요?

김○진 : 네. 물품을 주는데 큰 박스로 오더라고요.

김○식 : 일단 말씀하신 것이 거의 대부분이고 제주도 말씀하셨는데 저희는 제주도에 펜션을 500~600개 정도 하고 있는데 거기는 하고 싶지 않다고, 차라리 빼면 좋겠다는 분이 간혹 있어요. 그 이유가 너무 이미 거기가 과포화라서 옆집하고 서로 가격도 물어보고 견제를 해서 제주도는 반대가 심해요. 그런데 그 외 지역은 조금 더 풀어주면 좋겠다거나, 평수 제한이나 이런 것들이 완화가 되어야 하지 않겠느냐 하는 의견이 많지요.

사회자 : 제주도 가 보니까 펜션 짓다가 마는 경우도 많았어요.

김○식 : 업체가 하는 펜션 단지도 많아요. 중국 자본 가지고 와서 하는 경우도 많아서 개인으로 하는 분은 반감이 심하지요.

사회자 : 쓰는 사람은 좋을 텐데요.

김○식 : 쓰는 사람은 좋은데 실질적으로 기존에 하던 분 입장에서 보면 자기 팟을 뺏기는 거니까.

사회자 : 아파트도 공유숙박이 가능한가요?

조○재 : 가능해요. 공유숙박은 똑같은데 두 개 다 받을 수 없고 둘 중에 하나를 받아야 한대요. 도시민박업을 받아 놓으셨는데 만약 서울까지 공유숙박이 되면 바꿀 수 있는지 몰라도 바꾸는 것이 훨씬 낫지요. 왜냐하면 120일 체크 안 되고 국내인 외국인 다 받을 수 있어서 훨씬 낫지요.

김○기 : 그런데 아파트는 약간 어려움이 있나 봐요. 아무래도 주민들 때문에.

조○재 : 관리소장 허가를 받아야 하지요.

김○기 : 그게 허가받을 때 요건은 아닌데 구청에서 허가를 받을 때 같은 라인 주민들의 동의서를 다 받아 와라해요.

조○영 : 사실 숙박이 일반 홈스테이, 베이케이션 렌털도 있고 게스트하우스도 있고 셰어하우스도 있고 다양하잖아요. 저는 일반 가정집에서 하는 홈스테이, 딱 이런 분만 주로 하거든요. 서울에 홈스테이 호스트님 대표로 드릴 말씀 많은데, 일반 가정집에서 법 알아보고 소방 시설 갖추고 게스트하우스처럼 입구 두 개고 비상구 있어야 하고, 절대 불가능합니다. 서울에 홈스테이 하는 분들 대부분이 일반 아파트 거주하고 심지어 장사 잘 되는 분은 도시민박업이든 뭐든 허가받으신 분 안 계세요. 사실 관광공사, 코리아 스테이, 서울에서 장사 정말 안 되거든요. 힘들게 이것저것 검사받으셨는데 다 파리 날리는 분이 대부분이에요. 진짜 하는 분은 허가 안 받으시거든요. 많은 이유가 있는데 일반 가정집에서 하시는 분은 완전히 수입 목적으로 하는 거 아니거든요. 정부에서 너무 이걸 도시민박업이다, 그런 것에 묶으려고 해요. 그런데 이건 조대표님 말씀처럼 고객층부터 틀려요. 관광객보다 장기 숙박을 하고 싶거나 교포라서 한국 문화 배우고 싶거나 한국에 유학 와서 한국 문화 배우고 싶은 사람이 대부분이거든요. 틈새시장인데 이걸 정부에서 틈새시

장이다 보니까 대충 묶으려고 하는 경향이 있어요. 일반적인 가정에서 하시는 홈스테이 호스트 분들을. 그래서 이건 따로 분류해서 다루어야 할 필요가 있거든요. 대표적인 것은 세무 문제. 저희는 내년 초에 홈스테이 주문이 50명, 40명 들어온 거 있는데 그걸 중개 안 하고 다른 업체에 넘기려고 해요. 그 이유가 세무 처리 때문에 그렇거든요. 보통 이렇게 일반 가정집에서 홈스테이 단체 주문이 상당히 많아요. 장기. 외교통상부에서 많이 하고 있고 대학교들 집체 교육 때문에. 그러니까 이게 문화 교류 차원에서 정말 좋은데 세무 규정이 없다고 봐야 해요. 도시민박업 하면 세금이 공짜다. 그런데 이분들이 다 일일이 도시민박업 허가받을 수 없고 국세청에서 오래 싸우다가 답을 들은 것이 그 요금의 23%를 내라고. 100만 원 받았으면 23만 원 내라. 그러면 안 하거든요. 누가 100만 원 중에 23만 원 뜯기고 하겠어요. 일반 가정집에서 하는 분인데. 사업으로 하는 거 아니고 매일 같이 부대끼면서 서비스 제공까지 했는데. 안 하시거든요. 그런 문제도 그렇고 세무 문제가 제일 첫 번째고 두 번째가 관광공사에서 할 때 소방 시설, 별의별 거 다 따지는데 일반 가정집이라서 역시 많이 어렵거든요. 그런 것도 규제가 강하고 한마디로 따로 뭔가 만들어야 하지 않나. 분류를 명확하게 해야 할 필요가 있지 않나 싶어요. 게스트하우스면 게스트하우스, 베이케이션 렌털이면 베이케이션 렌털이라고 되어 있어야 하는데, 유럽 선진국이 홈스테이든 뭐든 명확하게 되어 있어서 그것도 잘 되어 있거든요. 펜션이면 펜션, 이런 식으로. 그런데 우리나라는 어설프게 받아들이려고 하다 보니까 분류, 정확한 단어에 대한 정의도 없이 한데 묶어 버리려는. 게스트하우스가 돈도 많이 벌리고 하니까 이것으로 해야겠다라고 그냥 묶어 버려서 하는 거예요. 그렇게 크게 못 느끼신 것 같은데 서울에 홈스테이 호스트님은 정부 규제나 정부 간섭에 엄청나게 불만이나 이런 선입견이 강하세요. 정부에서 아무것도 안 했으면 하는 분이 많거든요. 구청에서 홈스테이 모집하겠다고 그렇게 난리를 치는데 노인들이 그래서

나도 한번 해 볼래요라고 했더니 이것저것 규제, 조건 따지면 절대로 하실 수 있는 분이 안 계세요. 공유경제, 남는 공간 활용하려면 진입장벽을 낮추거나 정부에서 현 상황을 파악하고 소화기 2개 준비해라, 뭐 해라, 이런 거 없이 조금 더 다른 방식으로 해야 하지 않을까. 개인의 책임으로 어느 정도 넘기거나. 당연히 문제가 생길 수 있지요. 그런데 다른 방식을, 다른 분류를 제대로 하거나, 그게 필요할 것 같아요. 일단 제일 중요한 세무 문제부터 어떻게 해 주셔야지.

조○재 : 도시민박업이 서울시나 어디나 가면 도시민박 소개도 하고 세무사가 나와서 세금 이야기하거든요. 농어촌민박업은 법령에도 수익창대를 위해서 하는 거라고 나와요. 사업자 등록증을 내는 거 당연한데 도시민박업은 관광연구소에서 나온 이야기가 있어요. 그건 수익창출이 목적이 아니고 문화 전파라고 나왔거든요. 제가 국세청에 전화했어요. 왜 사업자등록증을 내야 하냐고. 도시민박업을. 농어촌민박업은 수익창출이니까 낼 수 있지만. 그래서 외국인만 받게 해 놓았잖아요. 전 사업자등록증을 내면 안 된다고 생각하거든요. 그런데 세무사가 나와서 하는 이야기는 민박업이면 나온다고 하는 거예요. 거기서 말하는 민박업은 농어촌민박업을 이야기하는 것 같아요. 도시민박업은 외국인만 받아서 공유숙박업은 상관없어도 도시민박업은 사업자등록증을 내는 것이 아닌 것이 맞는 거라고 해요. 관광정책연구소에서도 그렇고.

김○기 : 외국인관광 서비스는 영세율 적용을 하거든요. 외국인 대상으로 하니까 세금을 없애주는 거거든요.

조○재 : 매번 나와서 세금 이야기하니까. 도시민박업에서 얼마를 받겠어요?

조○영 : 집체 교육은 금액이 많이 커지잖아요. 장기고 하다 보니까. 외교통상부도 총액으로 저희에게 현금영수증 떠넘겨요. 예를 들어서 2천만 원이면 2천만 원이 저희가 번 것이 아니고 중간에 거쳐 가는 것인데, 저희는 호스트님에게 입금해 주는 것인데, 이걸 세법상으

로 저희 수수료에 대해서만 발급받아야 하는데 정부부터 절대 그렇게 안 해요. 총매출로 무조건 영수증 끊으라고 해요. 그러면 저희는 호스트님에게 다 입금했는데 그것에 대한 세금을 다 내야 해요. 총매출로. 부가세, 소득세 다 내야 하는데, 그래서 제가 국세청에 이거 정말 억울하다, 싸우다, 싸우다 받은 것이 23%, 호스트들 23% 내라. 그러면 몇 푼 번다고 23%를 또 세금으로 내요. 호스트님들도 힘 빠지게 밥 다 해 주고 그랬는데. 저희는 내년 초에 90명을 다른 업체에 넘겨 버릴 거예요. 그 업체는 상황 모르고 신나게 받았다가 나중에 세금 폭탄 맞으면 이 문제에 대해서 눈치챌 테니까. 이게 당해봐야 알거든요. 지금 올해 거 부가세 안 내고 있는 상태예요. 싸우고 있어서.

김○기 : 부당하네요. 카드사 수수료 장사와 같은 개념으로 봐야 하는 거 아니에요?

조○영 : 그러니까요. 그래서 국세청에서 했던 이야기가 그거예요. 그러면 세금 누구에게 받아야 하느냐. 호스트에게 받아야 하는데 사업자 등록도 안 된 사람에게 세금 못 받지 않느냐? 그래서 그런 사람에게 정해진 세율이 23%니까 그것으로 하자라고 하는 거예요. 그래서 제가 원천징수로 가자고 하니까 금액이 크고 별의별 이유를 다 대는 거예요. 그래서 제가 일용 근로직으로 신고를 해 버리면 어떨까 하는데 만약 걸리면 제 잘못이고 제가 다 결국 다 뒤집어쓰니까 지금 몇 년째 싸우다가 포기하고 단체 쪽 주문을 경쟁사에 넘겨줄까 그 생각을 하거든요. 그 정도까지 이르렀어요. 이걸 정부에서 해결을 해 줘야 하거든요. 세법으로 비슷한 중개업에 대한 것이나 외국인 게스트하우스에 대한 세율은 다 잘 정해져 있어요. 그런데 저같이 중개 플랫폼 하는 업체에 정해져 있지 않고 일반 가정집에서 홈스테이 하는 분을 위한 세율이 전혀 정해져 있지 않아요. 서울시 관광마케팅에서 세금 없다는 식으로 이야기해요. 국세청에 가면 내려온 거 없다. 시행령도 없고 그냥 내라, 이거니까. 결국 그 비용 떨기 위해서 제가 돈 쓰는 수밖에 없거든요. 다른 사업에서

번 수입으로 법인 카드를 엄청 써서 메우는 방법밖에 없어요. 비용 처리를. 이게 얼마나 비효율적이고 저에게 손해, 저뿐 아니라 사실 이걸 누가 하고 싶겠어요. 제가 세금을 그분들 대신해서 내 주니까 홈스테이, 일반 가정집 하시고 봉사하는 분이 계시지. 정부는 봉사로 홈스테이 하는 사람에게도 세금을 받으려고 하거든요. 그걸 분류를 따로 해 주거나. 저희 호스트님은 싸게 받는 분은 1박에 18,000원 받습니다. 그런 분에게도 세금 뜯어내겠다고 정부에서 난리치는 것이거든요.

사회자 : 한 가지 궁금한 것이 문제 같은 것이 발생이 되잖아요. 화재가 날 수도 있는데 보험으로 커버가 안 되나요?

조○영 : 사실 가정집에 화재보험 가입한 분 있나요?

조○재 : 저요.

조○영 : 대단하시네.

조○재 : 얼마 안 돼요.

사회자 : 3만 원 내지요?

조○재 : 네.

조○영 : 일반 가정집에 화재보험 가입한 분 별로 안 계시잖아요. 저희가 그런 것에 문제가 발생하면 큰 타격이 될 수 있지요. 그런데 일반 가정집 분이 일단 많으세요. 정부에서 하숙집 하는 분은 그렇게 규제 안 하잖아요.

김○기 : 차라리 지원을 그런 식으로 하는 것이 나을 것 같아요. 불필요한 자료를 한 박스씩 보내고 그러지 말고 차라리 일괄적으로 보험을 하나씩 들어주는 것이 낫겠네요.

조○영 : 그러니까요.

사회자 : 전용 보험을 개발해서.

조○영 : 그건 민간이, 보험회사가 할 일이라서. 하숙집에 대해서 사실 규제가 크지 않잖아요. 불법으로 다 하잖아요.

사회자 : 하숙집이 규제가 있을 수 있나요?

조○영 : 그러니까 홈스테이도 비슷해요. 홈스테이도 하숙집하고 큰 차이

없어요. 하숙집보다 홈스테이 마미가 조금 더 신경 써 주신다는 거. 그리고 일반 가정집이다 보니까 방 하나 딱 남는다는 거. 하숙집도 규제 안 하는데 이런 분에게 규제를 하고 뭔가 룰을 만들겠다는 것이 정부가 그런 것만.

조○재 : 제가 뒤져봤는데 대법원 판례가 있어요. 하숙집은 단기 임대가 몇 일이냐, 나와 있는 거 보니까 비슷하게 해서 숙박업을 했는데 이 사람이 소송을 걸었어요. 나는 이거 하숙 개념으로 한다. 그러니까 법에는 그게 없다. 몇 박 몇 일부터 단기 임대고. 거기는 한 달 정도 이야기하더라고요. 판례에 보니까 1달 이상이면 단기 임대고 그 이전이면 숙박이고. 그런 식으로 이야기했는데.

조○영 : 교포 분이 한국어 배우겠다고 오시면 최소 몇 달 홈스테이 하시는데 집체 교육, 홈스테이 주문 들어오면 제일 짧은 것이 40일이거든요. 대학생들 하숙 다 3개월 이상하잖아요. 정부에서 그렇게.

사회자 : 외국에도 동일한 것 같은데. 외국에서 홈스테이 하면서 어학 많이 배워 오잖아요.

조○영 : 그렇지요. 문화 많이 배워 오지요.

사회자 : 우리가 창출하는 것이 과연, 우려가 그런 우려예요. 호텔에 갈 사람이 여기 온다고 생각을 가지고 있는 것 같아요. 그래서 구축 효과가 있다. 어떤 곳은 이건 소비자가 완전히 틀리다, 새로운 소비자다. 이런 견해가 있는데 거기에 대한 의견을 주시지요.

조○재 : 제가 볼 때 이게 호텔 갈 사람은 호텔에 가고 대체 숙박을 갈 사람은 대체 숙박을 가는데 파이는 똑같잖아요. 1,400만 명이 들어오면 대체 숙박이 없었을 때 여관이나 호텔에서 잤을 거잖아요. 게스트하우스가 많지 않았을 때. 거기서 대체 숙박업이 생기니까 빠져나가는 것은 당연해요. 호텔 갈 사람은 반드시 호텔 가는 거 아니고, 1,400만 명이 왔을 때 호텔만 있었을 때는 호텔 다녔는데 대체 숙박업이 생기니까 호텔 갈 사람이 여기 오기도 하고.

사회자 : 그것도 있고 호텔이 몇만 원 되니까 만약 우리나라에 올 사람이 공유숙박이 잘 되어 있다면 거기 갈 수도 있잖아요. 우리나라에 오

는 사람을 나눠 먹는 거 아니고, 만약 나눠 먹는다면 무슨 문제가 생기냐면 계속 규제가 생기고 그 사람들은 돈을 투자해서 사업을 하는 사람이고 여기는 집을 가지고 사업을 하지 않는 사람이니까 서로 문제가 있을 수 있는데.

조○재 : 실질적인 면에서 그렇게 나눠 먹게 돼요. 저도 해외 갈 때 에어비앤비나 윈드를 이용해서 가요. 싸니까. 그런데 물론 서비스는 스탠다드가 되어 있지 않아서 불편해요. 그런데 이유가 있어요. 위치가 좋고 저렴하고. 서비스가 스탠다드가 안 되어 있어서 짜증이 나는 경우가 많아요. 그래서 안 다니는 사람도 있는데 대체적으로 싸니까 많이 가지요.

사회자 : 만약 내가 호텔 가야 한다면 안 갈 수도 있잖아요?

조○재 : 그건 회사 돈이면 호텔로 가야겠지요.

사회자 : 일본에 놀러 가고 싶은데 고급 호텔에서 자야 한다, 100만 원 넘는다 하면 안 갈 수도 있잖아요.

조○재 : 그렇지요.

사회자 : 1만 원짜리 가니까 갈 수도 있지. 그런 시각이, 어떤 것인지 이야기해 주세요.

김○진 : 가족이 오면 호텔보다 더 낮은 곳이 모텔이잖아요. 저희도 놀러 가면 모텔로 가족이 가기 그러니까 그걸 대체해서 저렴한 곳에서 홈스테이로 가는 거지요. 가정이니까 아이들을 데리고 갈 때 안전하니까 그거 때문에 그런 것 같아요.

사회자 : 대체, 그것도 대체 효과네요.

김○진 : 그렇지요. 모텔을 대체하는 거지요.

사회자 : 만약 없다면 모텔로 가겠네요?

김○진 : 그럴 것 같아요.

김○식 : 어쨌거나 1,400만 명이면 1,400만 명 중에 없었을 때 호텔로 700만, 다른 곳에서 700만이었다가 다른 것이 생기면서 그 호텔 700만 팟 중에서 다른 곳으로 100만이 빠지고. 이건 그 팟을 늘려주는 방법밖에 없고, 솔직히. 정부가 오히려 내부적 규제보다 차

라리 외부적으로 유치를 더 할 수 있는 방안을 찾는 것이 낫다는 입장이거든요. 이 질문의 답은 결국 그거예요. 있는 것이 쪼개진다. 그 개념으로 봐야 한다는 거지요.

김○기 : 한편으로 이런 것도 있지 않아요? 제가 서울관광 마케팅 다닐 때 2008년도에 서울관광 마케팅을 처음 시작했어요. 서울시에 관광을 육성하기 위해서 만들어졌는데 그때 들어온 파이가 안 컸어요. 한국에 들어오는 관광객 수가 700만 명밖에 안 되었어요. 그런데 지금은 1,400만 명까지 늘었거든요. 정말 한국관광공사가 열심히 해 오던 기간에 10년, 20년 사이에 늘어난 수보다 2배가 늘었잖아요. 짧은 기간 안에. 결국 환경이 좋아지고 여건이 좋아지고 볼 것, 즐길 것이 많아지면서 파이가 커졌다는 거예요. 그 파이가 커지면서 그리고 2012년도에 도시민박업이 공식적으로 법제화되면서 그런 이름 등록한 업체가 많이 생기고 한국은 그러다 보니까 도시민박업 역사가 짧다 보니까 나오는 게스트하우스의 퀄리티가 전반적으로 높은 편이에요, 유럽보다. 유럽에 가서 머물러 보시면 아시겠지만 허름하고 냄새도 많이 나고 벌레 나오는 곳도 많고. 그런데도 불구하고 한국은 좋은 점수를 전반적으로 받고 있고 그에 따라서 같이 커갔다고 볼 수 있거든요.

사회자 : 어렵습니다. 서로 파이 나눠 먹기면 싸울 수밖에 없는데.

조○재 : 전 세계에서 다 그래요. 에어비앤비 공격하고.

사회자 : 저는 그런 효과를 보고 있는데 공유경제가 커져서 어차피 비용이 줄어드니까 우리나라 찾아오는 사람이 더 많아질 것이고 문화적으로 교류가 잘 되면 한 번 더 찾을 것이고. 이런 효과가 더 있지 않나 하는데 전반적으로 아니라고 하셔서.

조○영 : 저희만 독특한데 서울 쪽에 일반 홈스테이 분은 경쟁자가 호텔이나 게스트하우스가 아니고 고시텔이나 원룸, 이런 곳. 그러니까 학생들이 혼자 장기 숙박을 싸게 할 수 있는 곳이 경쟁자라서 저희만 조금 틀릴 거예요, 아마. 하숙집, 고시원, 원룸 이게 경쟁자라서.

김○기 : 저희 집에 오는 손님 보면 가끔 이런 분이 많아요. 비즈니스 오신

분인데 비즈니스 기간 동안은 호텔에서 머무세요. 콘라드나 하얏트에서 머무시고. 그런데 거기에 개인 여행을 추가해서 붙여 오시는 분도 있어요. 그 기간 동안 비싼 돈 내고 호텔에서 머물 수 없으니까 저희 집을 찾는 경우가 있거든요. 그런데 아무래도 그 불편함을 감수하는 거지요. 가격대를 맞춰서 가면서.

사회자 : 아니면 그냥 돌아갔을 것인데.

김○기 : 그런 것도 있고 예전에 의학세미나에 오신 여러 분이 있었는데 의사가 우리 집에 와서 머문다는 개념이 잘 안 잡히잖아요. 게스트하우스에. 이분과 같이 오신 5명 중에서 4명은 호텔에서 머무셨어요. 그런데 이분은 저희 집에서 모셨는데 로컬이 사는 모습을 보고 싶대요. 어디를 가든 호텔이 재미가 없다. 인트렉션도 없고 그래서 현지에 사는 사람과 재미있는 삶을 살고 싶고 현지 분위기도 느껴보고 싶어서 머물게 되었다고 하더라고요.

김○찬 : 이런 똑같은 이야기 많이 들었어요.

조○영 : 저희도 역시 마찬가지로.

김○찬 : 호텔을 가면 어느 나라에 가도 어느 나라에 있는지 모른다는 소리 많이 들었어요. 호텔 안에 있으면 여기가 어느 나라인지, 같은 브랜드 호텔이 어느 나라도 있고.

사회자 : 상대적으로 고급 호텔에 비해서 안전이 취약하지 않나요?

김○기 : 뭘 보여 주냐면 안전에 대한 것은 아무래도 호텔보다 시스템상으로 시큐어 되는 부분이 약하겠지요. 하지만 저는 몇 가지 지표를 보여드려요. 매년 전 세계 범죄율을 보여주는 지표가 있는데 거기 보면 한국이 전 세계 가장 안전한 나라 1위로 뽑히고 가장 위험한 나라로 베네수엘라가 뽑혀요. 올해도 한국이 1위더라고요. 그 지표가 있고요. 유튜브 채널에 몇 가지가 있는데 소셜 익스피어리언스라는 활동을 많이 하는데 그중에 한국에 이번에 들어오신 외국인이 만든 굉장히 긍정적인 영상이 있어요. 자기가 가지고 가던 지갑을 몰래 떨어트리고 이걸 한국 사람이 찾아주느냐 마느냐 하는 것인데 한국 사람이 솔직하고 남의 것을 손대지 못한다는 소리를

들었는데 그걸 실질적으로 증명하고 싶었다는 거지요. 그래서 50번을 길에서 떨어트렸는데 50번 다 찾아줬대요. 심지어 지갑을 열어보지도 않고 떨어지면 여기 지갑 가지고 가라고. 그래서 찾아주는 영상이 있어요. 그러면서 이런 몇 가지가 있는데 외국인은 약간 불만이나 두려움이 있을 수 있지만 와서 사실 느끼는 부분은 완전히 다른 것 같아요.

사회자 : 각자 입장에서 필요한 지원이 뭔지, 뭐가 해 주면 좋겠다라는 거 하나씩만 간략하게 이야기해 주시지요.

조○재 : 저희는 플랫폼이고 실질적으로 다 아웃바운드에요. 국내인 대상이 아니고 100% 외국인이라서 외국인 마케팅, 특별히 홍보. 전 세계 상대로 하는 것은 불가능해요, 저희 버짓으로. 그래서 저희가 FIT가 많이 오는 동남아 위주로 마케팅을 많이 하는데 홍보비, 홍보 지원인데 예를 들어서 돈 주는 것은 어렵고 관광공사에서 저희 사이트를, 저희 같은 회사 사이트를 많이 홍보해 줘야지 결국 저희 사이트에 등록된 숙소들도 손님을 많이 받을 수 있거든요. 저희가 벤처인데 한 달에 쓸 수 있는 돈이 정해져 있잖아요.

사회자 : 아까 관광공사에서 뭐 하신다면서요?

조○재 : 코리아 스테이.

김○진 : 지원.

김○기 : 많지 않아요.

조○재 : 정부가 하는 데라서 예약이 거의 불가능해요.

조○영 : 정부가 운영하는 플랫폼인데.

김○진 : 거의 없어요.

김○기 : 거기서 기대하는 금액이 너무 낮고요. 지원해 주는 형식이 어떠냐면 처음에 코리아 스테이라고 해서 인증을 해 주는 것이 있고 인증한 업체에 대해서 1년간 해 주는 것이 있는데 그게 홍보물 지원해 주고 수건 지원해 주고, 이 정도. 그리고 거기에 추가적으로 저희에게 요구하는 사항이 있습니다. 분기마다 리서치를 해요. 그래서 투숙객에 대한 통계 자료를 의무적으로 내야 해요. 그런데 그게

사실 귀찮아요, 저희 입장에서. 그래서 해 주는 거 없고 그거 통해서 들어오는 것도 없어서 내년에 안 하고 싶은 거지요. 그러니까 그게 실질적인 효과가 없어서 저는 내년에 신청 안 할 거예요. 오히려 그것보다 차라리 인증해 주면 인증한 업체만 전담해서 해외 쪽으로, 한국관광공사에서 해외로 많이 홍보하잖아요. 그때 코리아 스테이를 대상으로 해서 같이 홍보활동해 주거나, 그런 차별화가 된 뭔가 있어야 하지요. 그게 없어요.

사회자 : 또 없나요? 보험도 괜찮은 것 같은데.

김○진 : 실질적으로 도움이 될 것 같아요.

사회자 : 가입해 두면 면피 대상이 되니까.

김○식 : 개인적인 의견으로 처음부터 다시 모든 것을, 정부를 보면 실질적으로 밑에까지 신경 안 쓰거든요. 보고 올라오는 페이퍼만 보면서 이게 이거다, 이게 이거다 하는데 진짜 위에 계신 분이, 관리하는 분이 실질적으로 운영해 보거나 실질적으로 투숙해 봐서 실질적인 것을.

사회자 : 현장에 대한.

김○식 : 현장 이해도를 높여야 할 거 같아요.

조○영 : 아까 말씀 드린 세부 문제와 사업자등록증 없이 하는 것하고, 그리고 이게 완전히 다른 의견일 수 있는데 일반 홈스테이 하는 분은 웹사이트를 혼자 만들기 어렵다고 했잖아요. 이걸 갖다가 스스로 카드 결제를 받으실 수 없는데 네이버 페이든 페이팔이든 있잖아요. 이걸 사업자등록 없이 정부에서 코리아 스테이를 만들 거라면 잘 만들어서 홍보도 잘 하고 개인도 스스로 올릴 수 있는 플랫폼을 만들거나 결제만이라도 할 수 있는 것을 만들어 주거나. 이건 다른 의견인데, 이건 제 의견이 아니고 호스트님들이 말씀을 하시더라고요. 저희 같은 플랫폼을 이용하기 싫은 분도 당연히 있잖아요. 개인적으로 뭔가 해 볼 수 있는 조금 더 완화된 그런 것을 카드를 쉽게 만들면 좋겠다고 하는 분이 있어서. 역시 아까 말씀 드린 그게 제일 중요한 것 같아요. 어차피 관광공사는 홍보비 많이

쓸 텐데, 사기업들 링크를 올려주면.

조○재 : 아무리 공유경제, 공유경제 하지만 실질적으로 예약 안 들어오면 짜증이 나거든요.

조○영 : 호스트님들은 플랫폼이 많을수록 좋아하세요. 이쪽, 저쪽에 다 가입하기 원하세요. 코리아 스테이 보면 많이 엉망이라서, 전 세계 사람이 볼 수 있는 플랫폼이 될 수 있는데.

사회자 : 쇼핑몰처럼 될 수 있을 텐데 그게 안 되는 이유가 뭐지요?

조○재 : 하다 보면 그것만 그런 거 아니고 일반 상업적 사이트가 잘 돌아가는 이유가 일반 회사는 왜 안 들어오나 계속 고민하잖아요. 그런데 공무원은 그냥 만들어 놓으면 되거든요. 예약하려고 들어갔다가 안 되면 에이 안 해 하고 되어 버려요. 뭐라고 할 사람 없거든요.

사회자 : 관 주도가 새로 민간 경제를 구축한다고 자기들이 만들어 놓으면 효과가 좋으면 괜찮은데 오히려 방해하는 경우가 많아요.

조○재 : 그렇지요.

김○식 : 코리아 스테이를 카약 사이트처럼 리스트업시켜 주고 그렇게 하면 되지 않을까요? 예약 안 받고 서치만 할 수 있게.

조○영 : 진짜 호스트님이 나라에서 플랫폼 만들어 놓고 그거라도 홍보 잘해 주던가. 아니면 다른 것은 아예 간섭 안 하는 것이 좋다고. 그렇게 말씀하시는 분이 있어요.

조○재 : 아까 말씀하신 것처럼 메타서치 식으로 만들어서 엄청 홍보해 주면.

사회자 : 장만 만들어 주고 나머지는 개인이 들어가서 하고. 전부 다 시장경제가 움직여야지.

김○식 : 그 사이트에서 왜 예약을 받으려고 하는지 모르겠어요. 그냥 서칭하게 하고, 어차피 공기업에서 만든 페이지니까 서칭 기능 넣고 나머지는 알아서 하면 기업들이 다 세금 낼 텐데. 굳이 그걸 그렇게.

사회자 : 우리나라는 전부 다 자기가 해야 한다고 생각하는 사람이 많아요.

조○영 : 똑같은 이야기를 몇 년 전에 했어요. 주관 처만 바뀌고 있는 거예

요. 오늘은 고용노동부고.

사회자 : 내가 하는 일에 이런 지원이 있으면 좋겠다 하는 거 있나요?

김○찬 : 간단하게 하면 차라리 홍보물 필요 없는 것 주는 것보다 필요한 항목을 해 놓고 자기가 원하는 것을 가지고 가게 하는 것이, 같은 비용을 지원해 줘도 이분들이 필요한 것이 있고 필요하지 않은 것이 있잖아요. 거기서 한정된 비품을, 커피가 필요하면 커피를 받을 수 있다거나. 그 책자, 이만큼 줘 봐야 아무도 안 가지고 가는데, 그것도 다 비용이잖아요. 그런 것을 차라리 세분화해 주면.

사회자 : 비품 챙기는 거 아닌가요?

김○찬 : 물건으로 보내줘야지요.

김○기 : 저는 약간 길게 하신 분들 입장을 대변하고 싶어요. 조금 하다 보면 처음은 경험이고, 첫 해, 두 번째 해까지는 막 배워가는 입장이고 하다 보면서 경험이 쌓이고요. 3년이 지나면 노하우가 생기면서 이걸 키우고 싶어지는 때가 오거든요. 안 그러면 한정이 되잖아요. 수익이 계속 창출이 되어야 하는데 이 정도 안에서 머물러야 하니까. 그런데 제한이 되어서 그 이상 올라갈 수 없는데 커피숍에 하루에 커피를 100잔까지 팔라고 제안한 것하고 마찬가지 같아요. 커피숍이 인기가 좋아서 하루에 500잔을 팔 수 있는데, 회전율이 좋고 테이크아웃이 많으면 옵션이 많지요. 그런데 도시민박은 그게 딱 정해져 있어요. 방 10개 이상 못 팔아. 그렇게 잡아 놓은 거지요. 내가 거기 안 살면 불법이 되고. 그러다 보니까 불법이 많아지는 거예요. 불법이 조장이 되는 거라고 볼 수 있거든요. 어쨌거나 제약이 너무 커서 방을 키우고 싶은 사람이 이 규모를 키워 가는 거 아니고 몰래 2호점, 3호점을 숨겨서 하는 거지요. 이것으로 안 되니까. 이것으로 얻어 갈 수 있는 수익이 한정되어 있으니까. 국민을 불법으로 끌어가기보다 끌어안는 것이 더 맞다고 봐요. 시장 경제 자체가 오픈 경제잖아요. 커피숍이 1년에 10개가 생기고 난 다음에 1년 후에 8개가 망해도 오픈을 제재를 가하지 않잖아요. 게스트하우스는 굳이 규모를 제약하고 사람이 꼭 있어야 하는

거 아니고 오픈은 자유롭게 할 수 있게 해 주고 거기서 본인이 운영 못 해서 사업성이 떨어지면 오래 안 가서 망하겠지요. 거기는 등록하니까 세금을 낼 거고 그러면 세수가 빠지는 것을 줄일 수도 있고 불법으로 하는 업체도 많이 줄여 나갈 수도 있고. 제가 보기에 규제를 낮춰서 법 테두리 안으로 끌고 가는 것이 낫지 않나 합니다.

조○영 : 유럽은 분류가 명확하게 되어 있어요. 베이케이션 렌털은 그쪽도 불법인데 게스트하우스는 비상구 말고 규제가 거의 없다고 봐도 돼요. 방 개수도 제한 없고. 홈스테이는 많이 풀어준 상태고 프랑스는 팜스테이가 다른 이름으로 있는데 그걸 활성화하기 위해서 많은 노력과 규제완화를 하고 있거든요. 정부에서 너무 모르는 것 같아요.

사회자 : 그걸 가르쳐줘야 해요. 그런데 가르쳐줘도 지금하고 똑같은 이야기예요. 그렇다고 해도 계속 이야기해야 뭔가 자꾸 깨우칠 거예요.

조○영 : 정부는 세원 확보에만 집중하는 것 같아요.

김○기 : 120일이 누가 만든 법인지 몰라도 이건 정말 탁상공론 같아요. 120일을 어떻게 파악할 거예요?

조○재 : 발표되기 전에 저희 들어가서 이야기했는데 120일, 서양 거 보고 베낀 거예요. 서양도 그게 있어요. 미국이나 몇몇 나라에 할 수 있게 되어 있는데 그게 의미 없는 이야기예요.

조○영 : 아니면 대기업을 위해서 정부가 노력하나 싶기도 하고. 결국 대기업이 돈 많이 벌어주니까 돈 많이 벌고 싶어서.

조○재 : 창조경제 때문에 거꾸로 내려와서 저걸 만든 것 같아요. 창조경제로 도시민박업 관련해서 내놓으라고 하니까. 그러면 알고 있는 사람 다 불려 가거든요. 그리고 가서 설명하고.

사회자 : 유럽은 공유경제를 상당히 많이 하더라고요. 원래 그쪽은 좌파 기질이 있는데.

조○영 : 그쪽은 원래 사민당 쪽이니까 우버 같은 것도 허가가 당연히 나고 카풀 플랫폼도 프랑스에 상당히 잘 되어 있어요. 카 내비게이션으

로만 쳐도 같이 타고 갈 사람이 따따닥 검색이 돼요. 그 정도로 공유경제가 잘 되어 있어요. 당연히 홈스테이야 말할 것도 없고. 베이케이션 렌털이 아니고 문화교류를 위한 홈스테이, 그러면서 요리 가르쳐 주면서 돈 추가로 받는 분이 많이 있거든요. 한인민박 말고. 한인민박은 불법이니까.

김○기 : 한국은 그것도 불법이잖아요. 에어비앤비가 공유숙박의 플랫폼 중에서 가장 잘 나가는 플랫폼인데 거기서 새로 시도하는 것이 있어요. 시티호스트라고. 그 호스트가 그 동네에 본인이 가진 재능을 가지고 외국인이 로컬적인 것을 경험할 수 있게 만들어 주는 거예요. 내가 포터리, 도자를 하는 사람이다 하고 내가 포스팅해요. 한국에 오는 사람에게 모집해서 도자 체험도 할 수 있게 하는데, 이게 공식적으로 법이나 테두리 안에 있는 거 아니라서 불법인 거지요. 그런데 그게 지금 우리가 경험하고 있는 집밥이나 그런 거잖아요. 사람 모아서 내가 요리해서 요리를 나눠주는데 돈을 조금 받는 거잖아요. 그런데 이 모든 것이 다 법적인 테두리 밖에 있는 거라서 이게 참 애매하고. 에어비엔비는 뒷이야기 들어보면, 에어비앤비가 기하급수적으로 성장하게 된 계기 중에 하나는 약간의 형식이 바뀌었대요. 맨 처음에는 베드쉐어 개념이었대요. 방 하나에 에어베드 하나 놓고 같이 공유하는. 방 하나에 주인하고 같이 사는 개념이었대요. 그러다 보니까 처음에 굉장히 정체되어 있다가 바뀌게 된 것이 독채로 주는 개념으로 해서 독채가 리스트로 들어오면서 기하급수적으로 증가했대요. 결과적으로 그 이야기가 반증하는 것은 사람들이 로컬 문화를 체험하고 싶지만 집주인하고 같이 사는 것에 대해서 약간 불편해할 수 있다는 것을 반증하는 거예요. 독립적인 공간을 갖고 싶어하는 거지요.

사회자 : 특성에 맞게.

김○기 : 지금 보면 저희는 그 두 가지를 다 규약하고 있잖아요. 하나는 규모도 규제하고 있고 집주인하고도 같이 살아야 하고. 결과적으로 실질적으로 현실은 그렇지 못해요. 아까 플랫폼 하신 분도 말씀하

셨지만 그 안에 등록된 상당수 업체들이 대부분 독채로 리스팅을 올려놓고 있잖아요.

조○재 : 홍대 가면 천지가 그러니까.

조○영 : 저희 정부에서 이런 것도 있다고 알아야 할 거예요. 유럽에는 카우치 서빙으로만 해도 유럽 일주가 가능하거든요. 집에 소파를 카우치라고 해요. 진짜 소파 하나만 내 주는 거예요. 서로 안면부지의 사람이 성범죄 조회가 되었는지도 전혀 관심 없고 소파 하나 내주면 여자가 남자 집에 가서 소파 하나 주면 거기서 자는 거예요. 이게 당연히 문제 있었던 적 많지요. 성 문제도 그렇고. 그런데 이게 유럽에서 돼요. 심지어 잘 돼요.

김○기 : 자체 스크리닝 시스템이 있지요.

조○영 : 있긴 있지요.

사회자 : 사람 차이지요.

조○영 : 그런데 그런 플랫폼도 있다는 거. 그리고 유럽에서 그게 불법이라고 안 막잖아요. 시장이 크려면 어느 정도 있어야 하는데.

사회자 : 그래야 문제점도 나오고 또 고칠 것도 찾고.

조○영 : 책임자만 찾으려고 하고 세금만 걷으려고 하고 대기업 눈치 보고. 그래서 못 하는 것이 많지 않나.

사회자 : 우선 규제가 있는데, 얘기가 거의 다 나왔는데 추가로 완화가 될 규제가 뭐가 있는지. 규제는 아니지만 소방법으로 쪽문을 2개를 내야 한다든지, 그런 규제 아닌 규제가 있잖아요. 그걸 이야기해 주세요.

조○영 : 혹시 게스트하우스에 스프링쿨러를 무조건 달아야 하나요?

김○기 : 아직 그거까지는 아니에요. 연기 감지기는 해야지요.

조○영 : 그것도 있어야 해요?

조○영 : 방마다 있어야 해요?

김○기 : 네. 방마다 요리 기구가 없어도 해야 해요.

조○재 : 그게 규칙에 나와 있어요?

김○기 : 네. 그런데 그게 다 똑같지 않고 구마다 다 달라요.

조○재 : 저는 말하고 싶은 것이 시행령이 있고 규칙이 있고 자세한 것이 나오잖아요. 이게 해석이 다 달라요. 하물며 순천에서는 도시민박업 한다고 하니까 토플 시험 성적 가지고 오라고. 외국어로 소통 가능한지. 말도 안 되게 도시민박업이 뭔지 몰라요. 일반 숙박업으로 착각하는 분도 있고. 그리고 또 종로구하고 다 달라요. 어디는 사업자등록을 반드시 내라고 하고 어디는 선택이고 어떤 사람은, 저도 많이 찾아봤는데 이런 경우. 제가 다가구가 있어요. 2층하고 3층을 빌려서 해요. 70평 안 넘게. 그런데 종로구에서는 그게 안 된대요.내가 살면서 하겠다도 안 된대요. 문이 따로 나면 안 된대요. 근거가 뭐냐고 하니까 근거는 없나 봐요. 다 달라요. 사람들이 붙기 싫어하잖아요. 어떤 곳은 일산의 경우는 무진장 관대하게 해 줘요. 송파구도 매번 가서 설명회하고. 그런데 종로구는 너무 스트릭트하게 하고. 이게 일관이 되지 않아요. 지방으로 갈수록 더 심하고 모르는 곳도 많고. 그래서 지금 공식적으로 도시민박업 등록된 사람이 1,500명, 2,000명 안 될 거예요. 불과 2년 전까지 500~600명이었는데. 이게 구마다 다 다르고, 일단 규제는 없을수록 좋잖아요. 도와주지 못하면 안 건드리는 것이 좋고. 그리고 두 번째는 규칙을 하려고 해도 웬만큼 호의적으로 해야 하고 다 똑같아야 하는데 다 달라서.

조○영 : 구청에서 하는 홈스테이 중에서 제일 잘 되는 곳이 관악구청 홈스테이예요. 구청에서 직접 홈스테이 하는데 다 불법이에요. 일반 가정집, 심지어 굉장히 영세한 분이 많이 하세요. 그런데 진짜 홈스테이긴 하지만 관악구청에서 앞장서서 하고 있거든요. 그분들이 중개까지 다 하면서, 불법 업소에.

김○기 : 모두 다 그렇게 하게 만들어 주는 것이 낫겠네요.

조○영 : 그러니까요. 관악구는 그렇게 하는데 소방시설 점검도 안 하고 작은 집에 계시는 분들. 아파트도 아니고 작은 빌라 중개 잘 해 주고 있거든요. 정부가 앞장서서 불법을 하면. 구마다 다 틀려서, 강남구야 그런 거 절대 안 하고 안 된다고 하고.

조○재 : 도시민박업에 손님하고 무조건 주인이 자야 한다고 하는 내용이 있어요? 없지요?

김○기 : 한집에 거주를 해야 해요.

조○재 : 원룸 안 된다는 말 없지요? 지하는 안 되는 거 알아요.

김○기 : 원룸이 안 되는 것이 원룸이 독립적인 공간이잖아요. 독립적 공간이면 안 돼요. 한 건물에 들어가는 출입구가 같아야 하고 그 출입구 안에서 같이 거주를 해야 해요.

조○재 : 해석이 다 달라요

김○기 : 빌라에 가면 101동 있고 102동이 있잖아요. 101동, 102동 출입구가 다르잖아요. 그래서 안 된다고 해요.

조○영 : 유럽은 같이 거주해야 한다는 규정도 없어요. 이렇게 완화가 되어 있는데.

김○기 : 독채를 임대를 줄 수 있는 구조가 아니라는 거지요. 이 법 구조가.

조○영 : 호텔 사장도 호텔 건물에서 거주 안 하는데 게스트하우스 주인은 왜 거주해야 하는지.

사회자 : 공유숙박 해서 벌면 내가 룸을 하나 빌려서 했을 때 마진이 남나요?

조○영 : 베이케이션 렌털을 말씀하시는 거지요? 돈 많이 남지요.

조○재 : 가격이 차이가 많아요. 온라인상 홈스테이는 2층 침대 말고 주인하고 같이, 송파구에 아파트 사십몇 평의 방 하나 1박이 3만~4만 원 하거든요. 독채, 2룸의 경우 이태원이나 홍대는 8만~9만 원씩 해요. 홈스테이는 돈이 잘 안 돼요.

조○영 : 홈스테이는 봉사 개념에 가까워요. 교육 개념이나. 저희 홍보 내용을 봐도 그런 내용이 많거든요. 남는 방 있으니까, 심심하니까. 그런데 게스트하우스나 베이케이션 렌털은 장사만 잘 되면.

김○기 : 아까 이태원에서 8만~9만 원이라고 했는데 8만 원 정도 해서 60% 정도 점유율이 되면 20일 정도 되잖아요. 결국 160만 원 수입이 되지요. 그게 총매출이 되고 거기다 조식 제공하면 조식 비용 빠지고 전기나 물세 빠지고 가스, 그리고 청소나 빨래를 외부에 쓴

다면 그 비용이 빠지는 거지요. 결국 그 비용이기 때문에 아까 자기가 다 해야 한다고 한 거예요. 그 정도 규모면. 실질적으로 뽑아보면.

사회자 : 방이 몇 개예요?

김○기 : 3개

조○재 : 벙커 베드예요?

김○기 : 아니요.

조○재 : 2인 기준으로 얼마예요?

김○기 : 2인 기준이 아니고 방으로 받는데 처음 오픈할 때 더블룸 8만 원, 트리플룸은 12만 원 받았어요.

조○영 : 위치가 어디예요?

김○기 : 홍대요. 지금 많이 떨어졌어요. 경쟁이 많아서 떨어졌는데, 저희는 점유율이 80% 됐는데 70% 정도로 떨어졌고요. 그나마 그거 가지고 살아갈 수 있었는데 그러다 보니까 욕심이 생기는 거지요. 규모를 더 키우고 싶은 생각이 들고.

사회자 : 월 수익이 얼마 정도 되세요?

김○기 : 그렇게 안 돼요. 얼마 될까요? 조식 비용이 많이 나가서.

사회자 : 옛날 직장 다니던 월급보다 많아요?

김○기 : 안 되지요. 저는 어떤 목적으로 시작했냐면 대안적 삶을 지향하려고 한 거거든요. 회사 다니다가 10년 정도 일하고 나서 그만두고 세계 일주를 갔다가 왔어요. 10개월 정도 다녀왔어요. 그리고 시작한 것이 한식재단에 살짝 들어갔다가 나왔는데 거기가 정권이 바뀌면서 집중 타격을 받는 시점이었어요. 거기서 5개월 있다가 보니까 정신이 다 나가서 결국은 제 일을 찾아야지 하고 일을 시작했는데. 저는 이런 욕심도 있을 거예요. 애초에 외국인을 맞이해서 하는 것에 크게 거부감 없었어요. 원래 그쪽 일을 했었고. 그리고 마케팅 쪽 일을 해서 처음에 다 갖추어 놓고 하려고 했던 것도 있고. 그래서 홈페이지도 다 갖추고 시작했고. 요즘 규모가 더 커졌어요. 새로 시작하는 분이 최소한 1층, 3층 정도 다 가지고 가려

고 하지요. 아주 소규모로 하시는 분 경우 처음 시작하셔서 에어비앤비로 실험해 볼까 말고 아주 사업성 가진 분은 크다고 보면 돼요. 홍대에 있으면서 느끼는 현실은 상업화되어 가고 그게 나쁜 거 아니잖아요. 사업하는 입장에서 수익을 창출해야 하는 것이 당연하니까. 그런데 거기에 대한 제약이 너무 크다 보니까 분위기가 애매해지는 것 같아요.

조○영 : 돈 버는 것은 건물주인데 정부에서 너무 착각하고 있는 것 같아요. 게스트하우스 매출을 내 돈이다.

사회자 : 그렇게 생각 안 하겠지요.

김○기 : 저희도 젠틀리피케이션이 워낙 심해져서 방 3개짜리가 월세가 200만 원이거든요. 그게 엄청 큰 비용이잖아요. 한 달에 매출이 600만 원이 나와도 그거 빠지고 이거 빠지면 많지 않지요.

조○재 : 제가 아는 분은 독채로 한 달에 1,500만 원을 버는 분 있어요. 2룸, 3룸 해서 7개 가지고 있거든요.

김○기 : 서울맨션 아세요?

사회자 : 월세하고 차이가 있나요?

조○재 : 차이가 안 되지요.

사회자 : 월세보다 훨씬 높아요?

조○재 : 2룸이 홍대에서 100만 원 하지 않아요?

김○기 : 아니요. 더 올랐어요. 그게 3년 전 가격이에요. 지금 거의 홍대 중심가는 연남동까지 치면 그 가격이고 일단은 웬만큼 괜찮고 위치 괜찮은 곳은 150만 원이에요.

조○재 : 숙박률 떨어지잖아요?

김○기 : 숙박률 떨어지지요. 가격도 떨어지면서 렌트 값이 떨어지는 것이 현 상황이지요. 안 좋은 상황이지요. 그런 상황에서 지금 늦게 진입하신 분이 사실 이런 거예요. 버블이 생길 때 문제는 뒤에 오신 분은 생각 잘 안 하잖아요. 잘 된대 하고 진입하는데 그 가격이 어느 정도 수익을 나에게 가지고 올지 계산 안 하시는 거 같아요.

조○재 : 거기 오피스텔만 다 죽여도 괜찮을 텐데.

김○기 : 그렇겠지요.

조○영 : 몇 년 전에 제 친구가 홍대에서 건물 하나 전체를 게스트하우스를 했거든요. 그때 매출이 2,500만 원이 나왔고 순수익을 3명이 나눠 갖는데 그게 딱 나눠 갖는 수입이 1,000만 원 남아서 3명이서 나눠 가졌대요. 이게 하다 보니까 위험해지겠다고, 돈이 얼마 안 남겠다, 경쟁이 치열해지고 렌트 값이 오르니까. 옛날에는 그 건물이 1억에 500만 원이었는데 지금은 말도 안 되게 올랐으니까.

김○기 : 좀 하시고 괜찮은 분이 나가는 추세예요.

조○영 : 나가요.

김○기 : 내놓고 권리금을 챙겨서 다른 일 한다고 나가시고. 지금 오시는 분은 사실 그런 사정 모르니까, 더 올라간 월세에 더 많은 돈을 투자하고 오셔서 권리금까지 주고 시작하니까 얼마나 오래 버틸까 싶어요.

조○영 : 돈 번 분은 다 털고 나가셨어요. 메르스 때 타격 심해서 나간 분도 많고.

사회자 : 우리 공유숙박업체들이 고용을 증대시킬 수 있는 방안이 혹시 뭔지 찾아야 해요. 나는 이렇게 고용하려고 해도 못 하고 있다. 돈이 없어서, 마진이 없어서 어쩔 수 없고.

김○기 : 규제를 풀어주는 것이 맞는 거지요. 규모가 커져야 사람을 쓸 수 있다는 거지요. 현재 상황의 규모로는 사람을 쓸 수 없다는 거지요. 커피숍이 이 정도 규모로 한다면 영업을 잘 해서 수익을 이만큼 더 끌어 올릴 수 있지만, 테이블 회전률을 높여서. 이 사업 자체가 이 정도 규모 안에서 커질 수 있는 수익이 한정되어 있잖아요. 결국 제가 쓸 수 있는 고용이 크게 많지 않을 수밖에 없어요. 제가 규모가 커지면 혼자 감당 안 되어서 청소도 외부 인력에 돌리고 빨래도 외부 업체를 써야 하고 집에 매니저 1명 두어서 운영할 수 있게 하고, 그러면서 사람을 더 쓰게 되겠지요. 그런데 이 정도 규모 가지고는 쓰기 힘들고요. 수익이 나와야지 그 정도 돈을 벌어도 할 수 있다는 거지요.

조○재 : 이게 물리적으로 생각을 달리 해야 할 것 같아요. 도시민박업 자체가 규모를 봐서 물리적인 고용은 일어나지 않아요. 방 2개짜리 하면서 누가 사람을 고용하겠어요. 그런 개념으로는 답이 안 나오고 오히려 일 안 하던 사람이, 주부들이나, 주부들이 일 많이 하지만 빈 공간을 가지고 활용하니까 스스로 고용이 되는 거지요. 그러면 엄청난 고용이 되는데 사람을 고용해서 하는 것은 홈스테이 규모에서 거의 불가능하지요. 1,500만 원 버는 분은 3룸이 7개인가 8개가 있어요. 그분도 혼자 다 하거든요. 그런데 어떤 분은 드라이클리닝 쪽에 시트를 가져다주는 분도 있고 동네 아줌마 5만 원, 4만 원씩 사는 분도 있는데 많지 않아요. 고용은 아무것도 안 하던 사람이나 단순히 남는 공간을 활용해서 스스로 고용한다는 개념이면 어마어마한 거지요.

조○영 : 저는 다른 이야기인데, 정부가 너무 다르게 생각하는 것 같아요. 프랑크푸르트에서 사업 하나를 하고 게스트하우스를 추가로 등록해서 하는데 처음에 사업을 했을 때 거부를 당했어요. 프랑크푸르트에서. 독일 애들의 직장을 뺏을 수 있다고 해서. 플랫폼 비즈니스를 하려고 하니까. 그래서 그건 독일 애들을 고용한다고 해서 허가를 받았고 제 게스트하우스 허가는 물어보지 않더라고요. 고용효과를 물어보지도 않고 곧바로 OK를 했어요. 왜냐하면 결국 내가 외국 애들이 독일에 와서 돈 쓰게 만들어주는데 굳이 고용창출을 할 이유가 없는 거예요. 그런데 한국 공무원들은 자꾸 고용 타령만 하니까.

사회자 : 고용이 안 되니까 그렇지요. 지금 난리입니다.

조○영 : 제가 정말로 정부에서 해 주면 하는 것이 관광통역사 자격 있는 사람은 단체 할 수 있게 해 주고 자기 게스트하우스 숙박하는 손님에게 개인적으로 가이드할 수 있게 합법으로 해서 그런 플랫폼이라도 활성화시키는. 미국에 테스크레빗이나 그런 가이드 플랫폼도 있잖아요. 한국에 가이드 플랫폼이 있는데 한국에서 장사 못 해요. 한국 사람이 만들었는데 유럽에서 장사를 해요. 한국 사람 대

상으로. 한국은 불법이라서 그걸 못 하거든요. 유럽에서도 내가 가이드 해준다면 관광 자격 있는 한국 사람이 칼 들고 와요. 한국 내에서도 마찬가지고. 그렇게 정부에서 아예 합법으로 해서 관광통역사가 칼 들고 못 찾아오게 한다면 이것도 고용이잖아요. 내가 외국인에게 40달러 받고 해 준다면 얼마나 좋아요. 외화벌이고 그것도 고용창출인데 정부에서 자꾸 너무 법만 생각하고 탁상공론만 하고 있으니까 그런 것이라도 OK를 해 주면. 대신 자기 집에 온 사람이나 개인 대상으로 할 수 있게.

조○재 : 여수에 여천 단지가 있어요, 공업단지. 애들이 다 거기로 가서 노인밖에 안 살아요. 집이 남아요. 그래서 저희가 2012년 엑스포 할 때 600명을 등록했어요. 남는 방 깨끗하게 해서 손님들 오니까 몇 만 원씩 받아서 하라고 하니까 예약은 아들에게, 멀리 있어도 상관없으니까 받았는데 그 사람이 고용된 거잖아요. 그 자체가 고용인 거예요. 엄밀히 이야기하면. 없던 수익이 600명에게 나기 시작한 거라서.

사회자 : 오늘 굉장히 좋은 말 많이 들었고요. 수고 많으셨습니다.

부 록 2

공유경제 좌담회 2(카셰어링)

일 시 : 2016년 10월 18일 (화) 19시
대 상 : 카셰어링
참석자 : 윤○현, 김○규, 백○인, 유○욱, 이○준, 이○희

사회자 : 본인 소개부터 하시고 카셰어링하고 어떤 연관이 있는지 이야기해 주시면 좋겠습니다.

이○희 : 코레일 네트웍스라고 코레일 계열사입니다. 유카라는 브랜드로 카셰어링 사업을 했었고요. 담당 부서장, 준비부터 부서 운영까지 하다가, 물론 저희는 다른 데 비교해서 사업을 종료한 상태인데 200대 정도 운영했습니다.

유○욱 : 저는 야탑에 있는 카인퍼블릭렌터카 회사 직원이에요. 저희 회사는 렌터카가 주 업무이긴 하지만 저희 대표님이 카셰어링을 도입하고 싶어서 렌터카를 시작했고요, 회사에 100대 넘는 차량이 있습니다.

사회자 : 카셰어링용으로?

유○욱 : 카셰어링도 하고 있지만 렌터카가. 렌터카도 저는 카셰어링의 일종이라고 생각해서 참석하게 되었습니다.

이○준 : 회사 이름은 래디우스앱인데 서비스 브랜드는 행복카고요. LH단지 안에서 주민들 대상으로 카셰어링 서비스를 하는 업체를 3~4년째 운영하고 있습니다. 차량은 150대입니다.

사회자 : 단지 안에서도 가능합니까?

이○준 : 그렇지요.

백○인 : 저는 백○인입니다. 현재 공항에서 근무하고 있고 연락이 와서 오긴 왔는데 크게 도움이 될까 모르겠네요.

윤○현 : 윤○현입니다. 어느 날 전화가 왔는데 설문조사 하면서 얘기를 자세하게 하다 보니까 좌담회까지 오게 되었습니다. 평소에 카풀, 카셰어링을 많이 얘기하는데 카풀에 관심 많아서 몇 군데 올려봤는데 실제로 해 보지는 못했어요. 그래서 오게 되었습니다.

사회자 : 실질적인 운영이고 이쪽은 기관 중심이네요.

김○규 : 저는 도로 시설물 설치하고 유지 관리하는 회사 다니고 있고, 저도 카풀을 이용하는 입장이거든요. 오픈 서비스로 두어 개 생겨서 몇 번 태우고 했었는데, 그거 때문에 좌담회 불러주신 것 같습니다.

사회자 : 최근에 공유경제 규제완화하면서 카셰어링에 대해서 규제완화를 했습니다. 규제완화 내용을 보면 큰 영향이 있지 않은데 문제는 이게 일반적인 사회의 분위기 같은 데 영향을 미치는 것 같습니다. 카셰어링을 그동안 몰랐던 분도 신문에서 봤을 것이고 이게 좋은 것이다 그런 이미지를 많이 받았고, 그런 것이 우리 전반적인 데 영향을 미치는 것 같습니다. 카셰어링 직접 하는 입장에서 도움이 되었는지, 회사에서는 이런 조치가 영향을 받았는지, 특히 시장 규모나 매출에 영향을 받았는지 이야기해 주시면 좋겠습니다. 숨어서 하던 것을 공개적으로 할 수도 있으면서 자부심도 늘고, 여러 가지 영향이 있을 것 같은데 이야기해 주세요.

이○희 : 저희 같은 경우 기차역을 중심으로, 코레일이다 보니까 기차역에 주차장이 있잖아요. 거기에 전국에 있는 차를 다 깔았어요. 200대를. 주차장을 저희가 운영합니다. 카셰어링 사업 자체가 짧게 일을 보러 부산 갔는데 2~3시간 차를 빌려주면 좋겠다, 시점상 공유경제와 카셰어링이 태동할 시기에 준비를 했는데, 여기서 법적인 완화의 가장 큰 문제가 예약소입니다. 주차장은 어떻게 해서든 임대를 하면 되거든요. 예약소는 사무실을 구비해 놓고 기본적으로 통신이 되고 PC가 있어야 하고 사람이 있어야 하고, 이런 조건이 있어요. 차를 한 대만 갖다 놓아도 해야 해요. 해당 관할 지자체 구,

군, 시에 이런 것 해야 하니까. 처음에 굉장히 아주 많은 애로사항이 있었습니다. 저희는 철도 역사를 가지고 있고 여기 창고를 빌려서 해소했는데 이게 각 지자체마다 입장이 달라요. 해당 지자체에서 카셰어링도 모르고, 이런 것이 완화된다는 것은 이걸 면제해 준다는 것이니까. 차 10대 갖다 놓는데, 2대 갖다 놓는데 영업소를 만들라는 것은 배보다 배꼽이 더 큰 문제거든요. 그건 상당히 좋은 부분이고 면허 정보는 경찰에서 면허를 정보를 제공해 줘야 하는데 이게 공식적으로 되지 않았습니다. 대표님이 말씀하신 바와 같이 저희가 면허 정보를 고객에게 받아도 무인으로 인터넷으로 가입한 사람들이 그것에 대한 유효성 체크를 해야 이 사람에게 차를 빌려줄지 말지 판단을 해야 하는데 경찰청에서 이걸 제공 안 했어요. 공식적으로. 민간사업에 개인정보를 조회할 수 있는 권한을 주지 않겠다는 것인데, 이게 문제가 뭐냐면 그나마 렌터카는 대면이라도 하고 그게 허위든 아니든 볼 수라도 있는데 인터넷으로 가입한 사람은 이 사람이 진짜인지 아닌지조차도 몰라요. 그러면 최소한 방어 조치로 실시간으로 조회할 수 있는 권한을 주지 않으면 알 수 없어요. 그런데 이게 문제가 발생해서 결국 해결해 준 겁니다. 분명한 것은 잘못된 부분을 개선을 해 주려고 한 것이 아니고 사고를 계속 내니까. 거의 2년 가까이 경찰에 문제 제기를 해도 안 들어줬어요. 뒤로 조회하는 방법이 있습니다. 교통공단 통해서 하고 그랬는데 트래픽이 많아지면 그것도 막아요, 또. 이것을 해소한 것이고 나머지는 크게 도움이 된 것이 없어요. 저희가 봤을 때 예약소 문제 해결해 준 부분, 운전면허를 조회할 수 있게 해 준 것이 사업자 입장에서는 긍정적이지 않나 생각이 듭니다.

유○욱 : 저희는 렌터카 회사라서 차량이 필요한 분이 전화가 와서 차량을 쓰겠다 해서 제공을 하는 거잖아요. 저희 회사가 아파트 단지 내에 있어요. 주공아파트 1단지 상가에 있는데 필요한 분이 전화가 오면 렌터카의 경우 하루 단위로, 1일 단위로 하는데 카셰어링은 시간 단위잖아요. 그래서 저희도 그 차량의 요일 서비스라고 해서 월

요일에 A라는 분이 이용하고 화요일에 B라는 분이 이용하고 수요일에 C라는 분이 이용하고, 그렇게 진행하고 있어요.

사회자 : 렌터카하고 카셰어링하고 차이가?

이○희 : 완전히 다릅니다. 렌터카는 대면으로 하고 최소 1일 단위예요. 요즘은 반나절도 빌려주는데 카셰어링은 10분 단위로 빌릴 수 있습니다. 기본 30분 빌렸다, 1시간 빌렸다, 그다음에 10분 단위로 아주 짧게. 그리고 차량에 대한 모든 책임은 고객에게 있지요. 다 시스템으로만 해야 하니까요. 카셰어링은 그런 부분이 있어요. 많이 차이가 있지요. 렌터카는 영업소에 이 부담은 전혀 없어요. 개선이 된 부분은 이미 다 하고 있으니까요.

사회자 : 이이사님.

이○준 : 면허 정보를 실시간 확인할 수 있는 것하고 영업소가 예약소로 된 것이 실질적인 사업상 도움이 컸지요. 그런데 이거 때문에 장사가 잘 되냐, 안 되냐, 확산이 되냐, 그걸 좌지우지 하지 않아요. 덜 귀찮아지고 편해졌지. 면허 정보는 크리티컬한데 아직까지도 실시간, 공식적으로 허용이 되어 있지 않아요. 시스템 간 연동에 의한 것은 내년에 한다는 소리가 있는데 지금 불법으로 하고 있지요.

윤○현 : 어느 정도 시간이 걸리나요? 면허 조회하는데.

이○준 : 컴퓨터에 키인을 해야 해요. 자동으로 서버 간 연동해서 말씀 나누는데 트래픽 걸리면 끊는다고 하거든요.

이○희 : 교통공단에 조회할 수 있는 링크가 있긴 있어요. 비공식적으로. 그런데 거기다가 엄밀히 따지면 매일 해야 해요. 예약자가 예약하는 시점에 반드시 해야 합니다. 이 사람이 언제 취소가 될지 모르잖아요. 처음에 가입할 때 정상적이지만 이후에 취소가 되거나 여러 가지 상황이 발생할 수 있어서 그러면 예약 시점마다 매번 해야 하는데, 혹은 데일리로, 통으로 다 해 버리거나 그래야 하는데 조회 자체는 얼마 안 되는데 회원이 쏘카는 100만 명이거든요. 이용 횟수도 많고. 이걸 공식적으로 열어줘야지요.

이○준 : 기술적으로 아주 쉬운 것인데 해 주는 것이 오래 걸리네요.

사회자 : 공무원이 원래 그렇잖아요.

이○준 : 그건 아닌데 내년에 한다고 하는데.

사회자 : 개인정보 문제니까.

이○준 : 글쎄요. 그럴 수도 있겠네요. 교통안전공단은 화면에 빨갛게 쓰여 있어요. 어떤 기계화된 수단이나 시스템적으로 이 데이터를 인터페이스 하면 안 됩니다. 반드시 오퍼레이터가 쳐야 해요. 기존에 영업소 가지고 렌터카 하는 분은 어차피 운전면허증 보고 조회할 때 두드려 보니까 그 용도로 사실 큰 불편함은 없을 거예요.

이○희 : 저희는 시스템으로 구현해서 그걸 그냥 보냈어요.

이○준 : 그런데 비공식적이지요.

이○희 : 그렇지요.

이○준 : 서로 사정 이해하고 하는데 요새 업체가 막 늘어나면서 트래픽이 늘고 업체가 제일 하고 싶은 것은 예약 시점에 조회하고 자동차 이용 시점에서 또 한 번 자동으로 조회하는 거 하고 싶지요. 그러면 조회에 트래픽이 너무 걸리니까, 업무에 지장을 줄 수 있으니까.

사회자 : 그건 수퍼컴퓨터 한 대 사면 되지 않아요?

이○준 : 카톡에 비하며 트래픽도 아닙니다. 내년에 한다고 되어 있습니다.

사회자 : 백○인님 이야기해 주세요.

백○인 : 저는 그렇게 지금 하려고.

사회자 : 지금도 카풀을 하세요?

백○인 : 출퇴근 거리도 멀고 공항에서 근무하니까 특성상 비행기를 타야 할 시간이나 내리는 시간에 대중교통이 끊길 때가 있잖아요. 저는 출퇴근을 차로 하니까 맞는 사람이 있지 않을까. 저도 공항 왔다 갔다 하는 톨비도 비싸서 하려고, 짐도 있고 하니까 비행기가 1시에 내렸는데 집에 와야 하는데 전철이고 공항버스가 다 끊겼다면 저희는 그때도 퇴근하는 사람이 많이 있거든요. 그렇게 해서 할 수 있지 않나 했는데 실제로 연결이 된 것이 없고 그때도 운전자 정보를 넣어야 하더라고요. 저는 제 차가 와이프하고 저하고 공동명의로 해 놓았는데 대표자를 와이프로 설정하다 보니까 제 거 면허

정보 넣었을 때 되지 않더라고요. 그래서 절차도 복잡하고 가족관계 증명서를 요구하고 그래서 이거 해서 돈 벌겠다는 것도 아니고. 그러고 나서 던져 버렸지요. 그렇다고 해서 연결이 적극적으로 되는 것 같지 않고 사람들 인식이 운전자가 어떤 사람인지 모르고 기분 좋게 여행 갔다가 와서 믿고 타야 하는데 전혀 일면식 없는 사람 차를 타는 것도 저도 불편하지만 그 사람도 마찬가지고. 잘 연결이 안 되더라고요.

사회자 : 안전 문제가 심각한 것 같아요, 제가 봐도. 말씀해 주시지요.

윤○현 : 저는 건축을 해서 지방을 많이 다니고 있습니다. 제가 집이 용인인데 지난번에 제천을 다녔고 지금은 용인에서 의정부로 다니고 있습니다. 기름 값이나 톨비를 한 달 계산하면 만만치 않아서 조금이라도 보탬이 될까 하는 생각에 카풀, 꾸준히 올렸어요. 관심을 가진 것은 10년 전부터 해 봤으면 했는데 실제로 한 번도 태워 본 적은 없고 관심만 갖고 사이트나 앱으로 올리는데 요즘은 카풀이 변모되어서 카셰어링이나 카플러스 프로그램이 있더라고요. 전에는 개인적으로 1만 원 나오면 3천 원 정도 부담하는데, 지금은 거리 정산해서 자동으로 신용카드가 결제되는 시스템으로 되더라고요. 그런 것은 규제가 풀리면서 정상적인 사업으로 들어오지 않나 하는 생각을 하고 있어요. 개인적으로 말씀하신 카셰어링 업체들 대표도 있지만 카풀에 대해서 관심이 많고 앞으로 활성화되었으면 해서 참석했고요. 제가 올려서 해 보고 싶은데 잘 안 되는 어려움은 다음 제가 말을 할 기회에 다시 말씀드리도록 하고 백○인님 말씀하신 동승자에 대한 신뢰나 위험은 제가 알기로 외국에서는 페북을 연동을 해서 사람 자체를 볼 수 있잖아요. 그걸 보고 그 사람을 선택할 수 있는 시스템을 가지고 있다고 하고 우리나라도 지금 업체들이 서비스를 하고 있다고 알고 있습니다.

사회자 : 우버가 비즈니스 모형이지요?

이○희 : 그렇지요.

사회자 : 카셰어링은 동사무소 지하에 가니까 차가 있던데, 그걸 내가 이야

기하면 타고 가는 것이…….

이○희 : 네. 그게 카셰어링이지요.

사회자 : 지금 우리가 가야 할 방향은 어디인가요?

이○희 : 사업자 입장에서 보면 카풀은 정반대에 있습니다. 왜냐하면 사업자가 아닌 사람이 차를 빌려주고 거기서 돈을 어떤 방식으로 취하면 차를 사서 그걸 사업을 하는 입장에서 볼 때 전혀 자격이 되지 않는 운수사업자가 아닌 사람이 사업을 하니까 확장이 되면 될수록 카셰어링이나 렌터카 입장에서는 절대 반대하는 거지요.

백○인 : 카셰어링은 차를 그 사람에게 빌려주는 거지만.

사회자 : 공유하는 거잖아요.

백○인 : 제가 운전하고 같이 움직이지, 제가 차를 한 달 중에 보름 타고 보름 안 탄다고 해서 보름 동안 너 쓰라고 빌려주고 싶은 생각이 전혀 없거든요. 운전대를 제가 붙잡고 조작은 제가 해야 하니까. 그런데 카풀을 한다고 해서 내 차를 남에게 빌려주고 싶지 않을 것 같아요.

이○희 : 유상의 운송은 법적으로 처리받게 되어 있습니다.

윤○현 : 카풀이 법적으로 완화되어 있지 않습니까?

이○희 : 아닙니다. 전혀 그렇지 않다고 알고 있어요. 운수사업법에 유상 운송행위는 사업자만 할 수 있어서. 사업자는 연결을 해 주는 곳이지 그걸 모델로, 우버가 안 된 이유 중에 하나도 그거거든요. 이건 사업자냐, 개개인이 가진 차가를 영업용으로 볼 수 있느냐.

윤○현 : 택시 업자들이 반대해서.

이○준 : 일반인이 사실 알기 어렵고 혼동하는 것이 외국에서 카셰어링은 자기 차를 내놓는 것이거든요. 에어비앤비에서 자기 집을 내놓듯이. 그런데 우리나라는 그게 정확하게 자가용 영업이거든요. 나라마다 다른데 나라가 크고 법이 헐렁하고 그다음에 수요 공급이 빡빡하지 않은 나라는 수요가 넘치고 공급이 안 되는데 자가용이면 어때? 우리나라는 택시도 있고 영업용 렌터카도 있고. 법이 굉장히 촘촘하게 되어 있거든요. 그걸 한 번에 허물려고 하니까 말이

안 된다는 거지요. 자동차 검사나 택시 운전사에 대해서는 경력 조회가 다르잖아요. 카풀을 일반인이 하겠냐는 거지요. 그리고 SNS에 전에 탄 사람을 공개를 하냐는 것인데 내가 왜?

사회자 : 점수 주고.

이○준 : 내가 문제냐고요. 다음 이용자가 그걸 왜 알아야 해요?

백○인 : 저도 그렇게까지 해서 같이 차를 타고 싶지 않아요. 내가 범죄자도 아니고 신뢰를 줘야 하는데, 타는 사람도 마찬가지지만 내 SNS, 저도 개인적으로 SNS, 페북 하지 않거든요. 그걸 보이면서 나는 착한 사람이니까 타셔도 돼요라고 하고 싶지 않아요.

이○희 : 그렇지요. 사업주가 아닌데 굳이 뭐 돈을 내냐.

사회자 : 우리가 패러다임 시프트라고 하는데, 기존에 해 왔던 사고방식하고 행동하고 과학 시스템하고 완전히 다른 세상으로 어느 정도 넘어가고 있는 것 같아요. 유럽도 공유경제가 되는 거잖아요. 일반적으로 이야기하는 사적 경제, 내가 돈을 주고 사고 내가 주고 산 것은 가지고 있고 그걸 쓰고, 그게 원칙인데, 자본주의도 거기 있는데, 이게 바뀌고 있는 상황이라 저는 의미가 크다고 생각해요. 차를 같이 타는 것이 중요한 것이 아니고 그 사람을, 믿음이 있는 사회, 어떤 문제가 없는 사회면 내가 차 타고 가면서 옆 사람하고 대화하고 서로 친분이 맺어지고, 그게 또 다른 뭔가를 생산해 내고 그럴 거 아니에요. 그 사람하고 그냥 헤어지는 거 아니고 그 사람에 대한 평가도 이루어져야 하고 저 차를 타야 하니 말아야 하니 그런 시스템도 구축이 되어야 할 것 같은데, 어렵습니다. 지금 공유경제가 믿음에 대한 문제, 오히려 카세어링이 발달이 되고 이런 문화가 발달이 되면 나중에 가서 믿음 사회가 정착이 될 수 있잖아요.

백○인 : 옛날에 여행 가면 꼭 펜션 아니면 호텔을 고집했는데 요즘 젊은 사람은 게스트하우스에서 모르는 사람하고 함께 술도 한 잔 먹고 얘기도 하면서 친분을 쌓고. 지금도 처음이니까 자리 잡지 않아서 그렇지 게스트하우스도 한 방에 침대가 2~3개 있으면 누가 하겠

어요? 혼자 편하게 쉬고 싶지. 지금 어느 정도 자리 잡은 것처럼 이것도 시간에 기대가 된다고 하나.

이○희 : 렌터카에서 파생이 되어서 법적으로 그런데 여기까지 오는데 렌터카 사업자들이 얼마나 반대를 했는데요. 이게 특혜예요. 예약소? 렌터카 사업자들은 다 해 놓고 대면 거래하니까, 나는 만들어 놓고 투자하는데 왜 여기는 무인이라고 해서 봐 주느냐. 어떻게 보면 그렇게 볼 수 있는 겁니다. 카풀이 사업자가 아닌 사람이 차를 끌고 다니고 거기서 돈을 받는 것, 자가용 영업이라고 하는데 렌터카 입장에서 보면 우리는 다 갖춰 놓고 하는데, 왜 애네는?

사회자 : 그냥 하나?

이○희 : 네. 이게 봐 주겠다는 것이, 카셰어링 자체도 실제 대여 사업자 입장에서 보면 상당히 진보적인 부분이고 특혜를 주고 있다고 판단할 수 있거든요.

백○인 : 카셰어링의 경우는 내가 있는 위치에서 차가 필요할 때 근처에 차가 있나 검색해서 10분 단위 요금을 결제하고 타는 부분이고 제가 공항 일 하기 전에 사고 출동, 현출 일을 했었는데 렌터카는 약간 그런 일반 대여보다 보험 대차에 주력하지 않나요? 차를 빌려주는 일반인보다 보험 대출 식으로 나가는 것을 렌터카에서 많이 하시는 것 같더라고요.

이○준 : 모든 렌터카 업체가 다 그렇게 하는 거 아니고 일반 대여라고 해서 전화가 와서 몇 시에 필요하다 하면 전화가 가서 대여해 주는 것이 일반 대여고 보험 대차라고 해서 사고 나면 공업사 가서 차를 고치는 기간이 있잖아요. 그 기간 동안 저희가 차를 고객님에게 대여해 주는데, 모든 업체가 다 그렇지 않아요.

김○규 : 차이점은 여기서 차량을 구매해서 하는 데는 말 그대로 기업의 이윤을 목적으로 하는 것이 주 목적이고 카풀은 이윤 목적이 아니고 해 봐야 돈이 얼마 안 되고, 잠깐 핸드폰 봤던 것이 이게 맞는 말인지 모르겠는데 저는 럭시라는 앱하고 플러스라는 앱 두 개 쓰는데 운수 사업법 81조에 합법이라고 나와 있더라고요. 출퇴근 시간

에 카풀은. 그래서 카풀은 아침 5시부터 10시까지, 퇴근 5시부터 새벽 2시까지 돈을 받아도 합법이에요. 그래서 나중에 정산할 때 3.3% 원천징수 떼고 입금을 해 주는데, 솔직히 돈도 거의 안 돼요. 저도 몇 번 태워봤는데, 저는 럭시라는 앱을 주로 쓰는데 우버 블랙하고 똑같아요. 수입차로 규정을 지었어요. 수입차도 싼 것은 안 돼요. 일정 배기량이 넘어가야 해요. 일반, 그냥으로 하면 라이트가 생긴 것이고 수입차도 배기량 얼마 이상으로 해 놓았는데 문제는 이걸 해 보니까 술집 근처만 콜이 떠요. 콜택시 기사가 되는 것하고 똑같아요. 실제로 출퇴근에 쓰는 사람이 있는데 지금도 18개 해서 뜨면 다 신사동에서 어디 간다, 잠실, 강남, 홍대, 뜨는 거예요. 이게 켜 놓으면 계속 콜이 들어오는. 그래서 태워봤더니 사람들 인식의 문제가 카풀이라고 생각을 해야 하는데 택시로 생각을 해요. 돈을 내니까. 솔직히 터무니 없는 요금을 내요. 서울 끝에서 끝까지 가 봐야 2만원 남짓이에요. 택시비에 비해서 싸지요. 차도 억에 가까운 차로 세팅이 되어 있는데. 타면 뒷문부터 열어요. 분명히 교육할 때 택시가 아니고 카풀이라서 앞에 타라, 운전자가 그걸 좋아한다 하는데 뒤에 타는 거예요. 그리고 카풀이면 자기네 집 앞이 아니고 강남역 앞까지 가 주세요, 이렇게 해야 하는데 이건 골목골목 들어가서 여기서 내려주세요. 딱 두어 번 하니까 짜증이 나는 거예요. 새벽에는. 차라리 출퇴근 시간에는 그나마 하면 좋은데 솔직히 사람이 많지 않더라고요.

윤○현 : 말씀하신 것에 덧붙이면 저는 순수한 카풀이 활성화되기를 바라는 사람 중에 하나거든요. 그래서 플러스와 럭스를 요즘 접해 봤는데, 등록을 플러스에 해 봤고, 거기는 자동차 정비소까지 가서 인증을 받아야 등록해 주더라고요. 운전면허증, 보험증, 차 사진까지 다 보내고 해야 등록을 받아주는데 제가 생각하는 순수한.

김○규 : 정비 인증 받아봤는데 정확하게 1분 안 걸려요. 왔어? 네, 가세요. 끝이에요.

윤○현 : 제가 생각하는 카풀하고 요즘 나오는 이런 업체하고 생각이 틀려

요. 이건 지금 하셨다시피 어디서 어디까지 단기성, 1회성으로 수익을 보고 콜택시처럼 영업을 할 수도 있는 이렇게 변모되어 있는 것이 있고 제가 생각하는 카풀은 장기적으로 최소한 일주일 이상, 한 달 이상, 그 이상 쭉 할 수 있는 그런 카풀을 생각해 봤고 그게 카풀이라고 생각하거든요. 그런데 요즘은 모르겠어요. 신세대는 이런 방식이 좋은지 모르지만 제가 생각하는 고유의 카풀에서 변모해 간다는 우려가 들고 있습니다.

이○희 : 원래부터 내가 다니는 길에 동행으로 똑같이 다니는, 목적 그대로 출퇴근을.

사회자 : 저도 옛날에 있었어요. 어디부터 어디까지 공유하실 분.

윤○현 : 시민연합에서 카풀 정류장도 만들고, 그때도 관심 있어서 봤는데 울산도 시민연합에서 카풀을 했었는데 2004년도에 시작해서 2007년도에 없어진 것으로 알고 있어요. 자연스러운 카풀에 지원이나 어떤 완화를 많이 해 주면 좋은데 자생적으로 태어난 것은 큰 힘을 못 쓰고 사라지는 한계가 있더라고요.

사회자 : 지금도 하지만 카셰어링 하면 카풀, 공유경제 입장에서 이쪽이 더 적합하고 여기는 우리 공유경제이기보다 사적 경제에 적합한 상황이면서 카셰어링 개념은 이쪽에 맞는 것 같고. 내가 볼 때 개념도 혼동이 되는 것 같아요, 전반적으로. 그래서 어디가 좋고 나쁘고는 우리가 평가할 거 아니고 각자에 따라서 고용에 대한 개념이 다를릴 수 있어요. 여기는 고용이 창출이 안 되겠지요. 내 차 내가 가지고 가는 거니까 택시 탈 사람을 태워주는 거니까 택시에 대한 고용을 구축하는 효과도 있고 여기는 내 차 그대로 두고 카셰어링 할 수 있는 차를 쓰고 일정 장소에 갖다 놓는 개념이지요?

이○희 : 그자리에 대부분 갖다 놓습니다.

사회자 : 그것도 택시 기사들도 구축이 될 거고 차를 타게 됨으로 해서 구축이 되는데 여기서는 고용이 창출될 수 있는 것이 관리자가 필요할 것 같아요. 관리자도 필요하고 차 정비를 할 사람도 생기고 여러 가지 고용 창출이 생길 것 같아요. 카셰어링 사업이 활성화되면

고용이 더 늘어날지 고용이 줄어들게 만드는 기능을 할지 거기에 대한 이야기해 주시고 늘어난다면 어떤 인력이 필요하고, 운전기사는 줄지만 관리하기 위한 부대적 인력이 더 필요할 수 있거든요. 그런 인력들이 어떤 인력이 있는지 이야기해 주시지요.

이○희 : 양면적인 것 같아요. 카셰어링은 렌터카에 비해서 고용을 줄입니다. 저희가 판단할 때 그렇게 생각하는데 무인으로 움직이는 이유가 싸게 짧은 시간 쪼개서 빌려주자라고 하는데 그건 곧 아주 저렴한 비용으로 하려면 최대한 비용을 아껴야 하거든요. 사람이 들어가면 안 돼요. 렌터카는 거기서 청소도 해야 하고 많은 사람이 늘어나지만 실제로 렌터카에 비해서 카셰어링은 대당 수요로 보면 적은 인원밖에 필요하지 않습니다. 저희도 200대를 전국 80곳에 팔았어요. 그럼에도 불구하고 많은 인력이 필요하지 않았습니다. 해당 영업소에 3~4대밖에 없는데 그걸 위해서 사람을 쓰느니 광대역으로 쓰는 거지요. 아니면 아예 기존 업체에 위탁을 주고. 오히려 줄어요. 렌터카는 관리하는 사람이 영업소 개념을 가지고 있어서 기본 인력이 있지만 저희는 그렇지 않고 반대로 또 뒤집어 보면 이런 사업이 쪼개서 늘어놓을 수 있어서 기본 수요가 늘어난다고 볼 수 있어요. 카셰어링이라는 사업 자체가 생겨서 그로 인해서 생기는 것이 있을지 모르겠는데. 제 생각에 새로운 운송 수단으로 파생되는 거 있지만 렌터카 자체로 보면 굉장히, 전 그렇게 보여요. 저희도 그렇게 판단해서 했고요.

사회자 : 분 단위, 시간 단위로 렌트를 하면 가격은 어느 것이 높나요? 렌터카가 인건비 때문에 더 높겠다.

이○희 : 그 비용은 LH에서 제시한 가이드라인이 있지요?

이○준 : 네.

이○희 : 저소득층 대상으로 한다 하는 명분으로 시작했는데 저희는 기존에 카셰어링하고 맞출 때 어떻게 하냐면 11시간, 대부분 10시간, 11시간 내외를 피크로 봐요. 그래서 24시간까지 똑같은 요금을 받아요. 그런데 그 요금이 피크가 어디냐면 렌터카 하루 렌터 비용이

되게 만들어요. 그러니까 짧게 3~4시간 쓰는 것은 저희가 싸고 조금 더 올라가면 렌터카가 더 싸요. 여러 날을 빌리면 할인도 해 주니까.

윤○현 : 그린카, 렌터카 하루 가격을 쪼개 놓은 개념이에요.

이○희 : 그걸 24시간을 쪼갠 것이 아니고 10시간, 11시간 이걸 피크로 보고 그걸 넘어가면 24시간까지 똑같아요. 하루나 10시간이나 똑같아요. 평균 하루 4~5시간, 길면, 그렇게 한다고 판단해서 설계하고 만든 사업이니까 다르게 봤지요.

사회자 : 1.5배 정도 렌터카보다 더 비쌀 수 있겠네요?

이○희 : 그렇지요. 여러 날을 빌리면 렌터카가 훨씬 더 효율적입니다.

유○욱 : 앞에서 다 말씀하셔서 제가 할 말이 없는데, 제가 말씀드리고 싶은 것은 카셰어링이 활성화가 되면, 지금은 지정된 장소에 차가 몇 대 없어요. 쏘카나 그린카나. 활성화되면 장소도 많아지고 그쪽 차량 대수도 많아지니까 관리할 사람이 아무래도 필요하겠지요. 제가 카셰어링의 단점, 사람들의 문제점을 찾아봤는데 일단 첫 번째 관리가 안 된다. 차량이 너무 지저분하다. 내가 돈 내고 타는데 쓰레기도 안 치우고 더러운 차 타기 싫다. 이런 식으로. 차량의 점검, 관리가 안 된다. 아무래도 무인으로 하다 보니까 차량을 박아도 모르고 타이어가 찢어져도 바로 관리해 주는 사람이 없어서 그거 타면 대형사고 날 수도 있고. 어떤 사람이 타이어 사진을 올리셨어요. 업체는 쏘카인데 이거 위험하니까 교체해 달라 해서 일주일이나 이 주일 후에 필요해서 탔는데 관리가 안 되고 그대로 있었다. 그래서 차량 대수가 늘어나면 관리할 사람이 필요해요. 100대가 생겼는데 관리자가 1명이라도 있으면 차량 외관 상태, 파손, 청결 유지가 되겠지요.

사회자 : 그런 것도 규제가 되어야 하겠네요. 활성화되려면.

유○욱 : 네.

사회자 : 냄새 나고 그런대요.

유○욱 : 담배 피는 사람이 차 한 번 타고, 그다음에 비흡연자가 타면 너무

싫어요.

이○희 : 흡연차와 비흡연차를 구분할 필요 있어요. 기본적으로 금연이고 벌금을 물어요. 적발되면 된다고 하는데 증거가 없잖아요.

김○규 : 카셰어링이든 카풀이든 유저들 마인드가.

이○희 : 그 정도가 생각보다 훨씬 심해요.

김○규 : 제가 그린카를 몇 번 타 봤는데, 규제고 뭐고 다 좋은데 근본적으로 쓰는 사람 마인드가 아직은 못 따라가요.

이○희 : 너무 지저분하게 사용하니까. 저희의 가장 큰 문제가 그거였어요. 청소. 무인이라서 만만치 않아요.

김○규 : 세차하면 돈 깎아주는 거 있던데.

이○희 : 다 그런 거 하는데 실제로 하는 분이 없어요.

윤○현 : 내 차도 안 닦는데.

이○희 : 그렇게 하시는 분보다 10배는 많은 분이 지저분하게 쓰세요. 그 정도가 상상할 수 있는 수준이 아니에요. 저희도 환장할 노릇이지요. 다음 고객이 쓰면서 신고할 때까지 내부를 알 수 없어요. 운영해 보면서 가장 큰 문제가 청소였어요. 클레임이 제일 많고요.

사회자 : 유류는 어떻게 관리하나요? 렌터카는 나갈 때 얼마 있으니까 들어올 때 채워서 오라고 하잖아요.

이○희 : 차에 신용카드를 넣습니다. 주유 전용 신용카드를 넣고 유류비를 시스템으로 받는데 km당으로 받아요. 주행은 시스템으로. 기름은 얼마를 넣든 상관없어요. 그건 저희 신용카드니까. 주행거리만큼 km당 190원, 170원으로 받으니까. 이 카드가 빠지면 바로 알람이 울릴 수 있게 해 놓은 것이 있어서 도난이 없어요.

윤○현 : 차에서 멀어지면.

이○희 : 네. 그런 식으로 운행합니다. 기름 값은 거리로 계산해서 후불로 받지요.

사회자 : 이이사님.

이○준 : 고용과 모순이 되는 이야기인데, 이게 어느 정도 수요나 공급에서 성숙한 시장에서 가능한 모델이 공유경제인데, 이게 활성화되면

전체 고용이 줄지요. 줄 수밖에 없어요.

사회자 : 그래도 늘어나는 인력은 어디서?

이○준 : 저희 회사가 커지고 사업이 활성화되면서 자동차 관리 인력이나 운영 인력, 새로운 직종의 사람이 느는데 전체로 봤을 때 많이 줄겁니다. 줄 수밖에 없고. 카셰어링이 경제적으로 효용이 나오는 이유가 자가용에 대한 대체로 놓고 봤을 때 자가용은 하루에 10%도 못 써요. 24시간 중에 2시간 제외하고 차가 서 있습니다. 카셰어링 차는 아무리 못 돌아도 3~4시간 돌거든요. 그만큼 사용이 인텐시브하다는 거예요, 효율성이. 그런데 그 차를 관리하든 이 차를 관리하든 관리 인력이 똑같이 드냐, 아니라는 거지요. 그래서 전반적인 운용 효율성이 올라가는 모델이기 때문에 자산에 대한 고용, 거기 수반이 되는 전체 자동차 업계 매출, 카센터, 다 줄 수밖에 없습니다. 주는지 알고 하는 사업이라고 생각합니다. 정부 정책상으로.

윤○현 : 쉽게 보면 카셰어링이 활성화되면 당장 렌터카 업체가 직격탄을 맞을 겁니다.

이○준 : 우리나라 그린카는 롯데렌터카잖아요. 미국도 마찬가지예요. 큰 렌터카 업체가 카셰어링 업체를 다 샀어요. 자동차 회사가 사거나 렌터카 업체가 사거나 둘 중에 하나가 다 샀어요. 비즈니스 모델의 변화지요. 기존에 차를 탄다, 차를 일 단위로 빌려준다, 그 모델이 대체 모델로 떠오르니까 자기가 그걸 해 버리는 거지요.

사회자 : 그 차에 카셰어링 하는 것을 자기 차를 넣는 것도 그런 개념이 있나요?

이○준 : 심지어 거기에 자기 차까지 넣어서 서 있는 시간을 올리는데 전반적인 고용이나 경제 활성화, 수시로 이런 것이 늘 수 없지요. 이런 전형적인 저성장 시대에 한 푼이라도 아껴 쓰자는 것으로 시작이 된 거지요.

사회자 : 모든 흐름이 자율자동차도 그렇고 무인항공기도 그렇고 모든 것이 인력을 줄이는 그런 패턴이에요. 그래서 개인적으로 그걸 대체할

수 있는 것은 다른 것이 있다고 보거든요. 정부에서 뭘 하든지, 구태여 사람이 꼭 일만 하고 살 필요 없잖아요. 먹고 살고 놀러 다니고 죽기 전까지 잘 살면 되잖아요. 그렇게 되게 만드는 것이 미래사회 아닌가.

이○준 : 이 모순의 원천적인 이유는 이런 산업이나 기술이 발전하는 속도보다 사람의 능력이 변하는 속도가 훨씬 느려요. 그래서 어쨌든 이렇게 하면 전통적인 렌터카 업계에서 종사하는 분들이 상당수가 카셰어링 모델로 갈아타실 거예요. 거기서 능력이 부족하거나 변화에 적응 안 되는 분은 도태될 수밖에 없거든요.

사회자 : 카셰어링의 고용 효과가 어느 정도인지 몰라도 카셰어링을 활성화시킬 수 있는 방법이 있을 것 같아요. 어떻게 하면 카셰어링 사업을 활성화할 수 있을지. 지금 하시면서 애로사항이 뭔가요?

이○희 : 저희가 할 때 가장 문제는 예약소 문제들, 제도적 문제 포함해서 이게 기관하고 지자체 중심으로 카셰어링 사업을 제안하고 있다는 겁니다. 카셰어링이 실제로 확 볼륨이 커진 것은 서울시에서 나눔카 사업을 하면서 커졌어요. 그 전에 그린카나 쏘카는 규모가 이 정도가 아니었거든요. 지금 5,000대 이상 전국에 깔아 놓았는데 쏘카는 제주도에서 100여 대 미만으로 했고 그린카도 다 합쳐서 200대, 300대 수준이었어요. 그런데 서울시에서 나눔카 사업을 하면서 두 회사가 사업자로 선정되었습니다. 그러면서 카셰어링이 이런 거구나. 어떻게 보면 자자체가 그걸 홍보해 줘서 카셰어링 시장이 성숙할 수 있는 기회를 준 것은 맞는데 그다음이 문제였어요. 서울시에서 카셰어링 사업자를 선정해 놓고 주차장을, 공용 주차장에 차량을 넣어둘 수 있는 조례를 만들면서 이 나눔카 사업자가 아닌 사람은 들어올 수 없게 만들었습니다. 서울시 내의 공용주차장에 카셰어링을 하려면 서울시의 나눔카 사업자가 되지 않으면 아예 들어갈 수 없어요. 이런 단적인 예를 말씀 드리면 저희가 카셰어링을 하면서 주차 사업부가 있는데 서울시 공용주차장을 저희가 운영한 것이 있었어요. 이 조례가 생기면서 저희도 철수를 했어

요. 왜냐하면 서울시가 나눔카 사업자를 2개를 선정했거든요. 휘발유차, 일반차 나눔카 사업자가 있고 전기차 나눔카 사업자가 있는데 저희도 나눔카 사업자를 하면서 전기차로 했어요. 그러니까 일반차를 넣을 수 없는 거예요. 우리가 위탁 운영을 하는 주차장조차 사업을 못 하는 상황이 되니, 이게 지자체가 주관하는 겁니다. LH도 마찬가지예요. LH 모든 곳에 손익을 가지고 잘 되는 데 넣고 안 되는 데 차를 빼야 해요. 그런데 이게 정책적으로 시작한 행복한 카다 보니까 저희가 알고 있기로는 울며 겨자 먹기로 하는데, 수요가 없어요. 거기에 차를 분명히 넣고, 사업자는 수요가 많으면 차를 더 넣어줘야 하거든요. 그런데 볼륨이 일정 부분 유지해야 하니까, 기관이나 공공이 하는 것이 오히려 사업을 저해한다는 거예요. 사업자를 지정해 놓고 너만 해라 하니까. 차라리 경쟁하면 더 나을 텐데.

윤○현 : 의도하지 않은 특혜를 주는.

이○희 : 서울시는 조례로 정해 놓으니까 빼도 박도 못 하는 거예요. 그래서 이건 서울에서는 2개 회사 말고 누구도 못 합니다. 사설 주차장 빌려야 하는데 그게 비용이 엄청나거든요. 공용주차장은 가뜩이나 싼데 그것에 50% 할인해 주는 혜택을 주니까 나머지는 경쟁력이 없지요. 그게 문제였고 저희도 그래서 문을 닫았어요. 저희도 주차장 못 빌려준다. 우리가 카셰어링 사업을 하는데 기차역보다 좋은 곳이 어디 있어요? 그래? 우리도 그러면 못 들어와. 우리도 안 열어줘. 이런 장벽을 서로 치게 되는 거지요. 그리고 두 번째가 렌터카 사업자가 카셰어링 사업을 하고 싶어하는 분이 꽤 있었어요. 같이 제휴해서 하거나. 그런데 문제가 제휴가 쉽지 않아요. 법으로 따지면 공동협약이라고, 계약을 맺고 신고하고, 굉장히 복잡해요. 그것도 운수사업자끼리만 할 수 있고. 우리나라에서 이런 법이 생긴 지가 오래 되었는데 1호로 한 회사가 저희입니다. 저희가 200대 중에서 150대가량 차를 빌려 왔어요. 동부렌터카에서 차를 빌려 오는데 우리나라에서 첫 번째로 한 것이 저희예요. 저희도 신청

을 하고 깜짝 놀랐어요. 저희는 합법적으로 한다고 그걸 신청하러 갔는데 공무원이 처리할 줄 몰라요. 법에 있는데 한 번도 해 본 적 없어요. 렌터카 사업자끼리 대전에, 우리가 차를 사지 않고 대전역 앞에 가면 렌터카 많아요. 그분들하고 제휴해서 나눠 먹기 할 수 있고 자유롭게 되어야 하거든요. 그러면 렌터카도 살고 100대가 있으면 다른 렌터카 50대하고 내가 관심 있는데 30대 정도 우리 지역에 카셰어링 같이 연합해서 하면 좋겠다, 그렇게 되어야 하는데 그게 안 돼요.

윤○현 : 역으로 렌터카 업체에서 셰어링을 할 수 있는 것은 법적으로 문제 없나요?

이○희 : 전혀 문제없어요.

윤○현 : 셰어링을 그때 하셨을 때 렌터카 허가를 내고 카셰어링 사업까지.

이○희 : 당연히 저희도 50대 이상 가지고 있어야 하니까 그만큼 샀지요. 그런데 다른 렌터카 사업자하고 같이 이걸 하려면 왜 이게 필요하냐면 시스템이 필요하거든요. 카셰어링을 하려면 차에 단말기도 붙여야 하고 예약, 결제 시스템을 렌터카하고 전혀 다르게 만들어야 하니까. 그러면 돈을 들여서, 나는 10대만 하고 싶은데 몇억씩 들여서 이 시스템을 구축할 사람이 없습니다.

윤○현 : 카셰어링 업체하고 렌터카 업체하고 협약해서 하면 엄청난 폭발력이 일어나겠네요.

이○희 : 그게 법적인 부분하고.

윤○현 : 그게 완비가 된다면?

이○희 : 전국에 있는 렌터카 업체하고 네트워크가 된다면 어떤 렌터카 사업장에 가서 카셰어링 해서 갈 수도 있고, 엄청 효과가 좋을 거 같아요.

이○희 : 그린카가 초기에, 처음에 거기도 차가 없었어요. 다른 렌터카 회사 여러 군데 차를 받아서 했는데 그게 법에 걸려서 그거 가지고 조합해서 해결을 해 주고 그랬는데 그 이유는 차를 대리해서 소개한다 그게 문제가 되었어요. 네 차인데 왜 여기서 이렇게 영업을 하

냐? 법적인 요소에 장애 요소가 많아요. 그래서 전국구 아니면 사업하기 힘들어요.

윤○현 : 그러니까 전국에 렌터카 사업장이 다 있어서 거기하고 네트워크만 이루어지면 경주에 차를 갖다 놓고 하루 자고 다음날 오후에 필요하면 시내 관광하고 두고 필요하면 기차 타고 올라오고, 이게 얼마든지 가능할 것 같은데요.

이○희 : 그런 부분이 확실하게 제도적인, 관이 중심이 되어서 움직이면 저희도 공공기관이지만 그게 전혀 맞지 않아요, 이런 공유경제는 관이 주도해서 절대 될 수 없어요.

사회자 : 그런데 예전에 저도 유럽에 갔다가 차를 빌렸는데 국경 개념이 없어서 스위스에서 빌려서 독일에 가서 놀다가 거기에 차를 두고 가버리더라고요. 그러면 시스템 찾아서 그 차를 찾아오던데 우리나라는 빌려 갔던 곳에 다시 갖다 주어야 하잖아요.

윤○현 : 지금은 그렇지요.

사회자 : 무조건. 카셰어링은.

이○희 : 저희는 그런 거 안 했는데 편도 서비스라고 내가 원하는 곳에 갖다 놓고.

윤○현 : 그린카는 그렇게 하잖아요?

이○희 : 일부 하고 있지요.

이○준 : 대리비 3억 쓴대요. 그거 차 가지고 오는데. 나가고 들어오는 수요가 균형이 맞을 수 없거든요.

사회자 : 대리비를 쓴다는 거지요?

이○준 : 네.

김○규 : 자전거 가지고 오는 것도 돈을 엄청 쓴다고 하는데. 자전거도 편도 서비스잖아요. 공짜로 타고 하는데 그거 가지고 오는 것이 일이래요. 왜냐하면 쏠리는 데만 쏠리잖아요. 가는 데 뻔하니까.

이○희 : 편도 서비스는 상당히 어렵습니다.

이○준 : 왕복, 그것만 전문적으로 교통망 보시는 교수님도 있고요. 모델링하려고. 여기는 오고가고 수요가 맞다 하면 거기부터 편도하려고.

대리비 1만 원인데 5천 원만 더 받고. 5천 원이면 소화가 되니까. 그래서 점점 늘고 있어요.

김○규 : 유럽은 저도 해 봤는데 차지가 붙던데요.

사회자 : 붙어요?

김○규 : 네. 이탈리아에서 탄 것을 프랑스에서 반납했는데 반납할 때 차지가 확 붙어서.

이○준 : 우리나라가 제일 쌀 것 같아요.

윤○현 : 대리비 2만 원이면 갖다 주니까.

김○규 : 캠핑카 빌렸는데 엄청 꼼꼼하게 보고 조금 흠집 난 거, 한 판 가격 다 청구하고. 우리나라가 더 나을 거예요.

사회자 : 대기 인력도 많겠네요.

이○준 : 탁송.

윤○현 : 그런 쪽으로 인력 창출이 되겠네요.

이○희 : 서비스 차별화를 위해서 비용을, 출혈을 감수하고 울며 겨자 먹기식이에요. 이게 계속 유지할 수 없어요. 이게 계속 롤링이 서로 되어야 하는데, 고객이 이 차가 계속 순환이 될 수 있게 되면 아마 이런 문제가 없을 텐데 이건 다 이야기하거든요, 편도 서비스. 굳이 내가 부산에서 빌려서 포항 가서 여기에 놓고 가면 좋지 않냐. 아주 이상적인데 이사님이 말씀하신 것처럼 어느 지점, 내가 가진 여러 거점 중에서 여기 사이는 잘 왔다 갔다 할 것 같아. 빅데이터를 분석해서 한다고 하는데 그래도 쏠림 현상이 일어나는데 차는 자전거하고 비교가 안 돼요. 무조건 빼야 해요. 주차장을 어떻게 할 수 없거든요. 주차비용이 문제가 아니고 댈 데가 없어요. 내 전용 주차장이 아니고 일반 주차장에 3면을 빌린다 하면 그 주차장에 가서 넣으면 되는데, 강남역에 우리가 편도로 했어요. 그걸 빼내지 않으면 그 주차장에 댈 데가 없어요.

윤○현 : 여기는 텅 비게 되고.

이○희 : 그렇지요. 이걸 밸런싱해 줘야 하니까 무조건 실패를 할 거라고 봤어요.

이○준 : 외국에서 카셰어링 배워서 오신 분이 자기 차 셰어링하고 편도 서비스 많이 말씀하세요. 한국 상황이나 내용을 전혀 모르고 말씀하시는 내용 같아요.

이○희 : 외국에서 공부하신 분이 가장 재미있게 들은 것이 거점 개념이 아니고 아무데나 가서 대도 되는 그런 서비스를 하는 데가 있어요. 거기는 어떻게 했는지 시 공용주차장을 통째로 빌렸어요. 법도 우리와 다르고, 무슨 역 사이만 왔다 갔다 하는 거 아니고 거점이 필요 없어요. 다니다가 공용주차장 아무데나 넣어요. 그런 경험을 하면 좋거든요.

윤○현 : 모든 공용주차장을?

이○희 : 네. 1년에 얼마 주고 자유롭게 쓰자. 아무데나 대도 돼요. 거점이 없는 거지요.

윤○현 : 서울시와 협의를 봐서.

이○희 : 그렇지요. 편리하기로 따지면 내 집 앞이면 더 좋지요. 알아서 찾아가면 좋은데 현실적으로 어렵지요.

윤○현 : 편도 오더가 많았겠네요. 역에서 출발하는 사람들. 집 근처에 갖다 놓고 다시 이용할 일이 없잖아요. 이용해도 어느 정도 지난 후지.

이○희 : 편도도 거점 단위로 해야 하는데, 현재는 그걸 하려고 굉장히 많이 고민해 봤어요. 어디를 하면 될까. 쏠림 현상이 없을까 많이 했는데 도저히, 그걸 안 하고 차라리 거기서 영업을 줄이는 것이 많아요. 편도를 안 해 주면 불편한 것이 아주 많거든요. 관광열차가 있는데 나는 여기서 타고 여기서 차를 빌리고 여기를 올 일이 없어요, 다시는. 나 여기서 차를 빌려서 쭉 돌고 여기서 획 가고 싶은 거예요. 그러면 한 쪽으로만 가 있어야 하는데 저희는 차라리 그 영업을 포기하자고 했어요. 도저히 왔다 갔다 할 일이 없다.

윤○현 : 오히려 그보다 셔틀이 낫겠네요.

이○희 : 네. 그건 우리 영역이 아니다. 고객 수요는 있어도 특정 편도에 대한 수요가 많다는 것이 문제예요.

윤○현 : 거기서 1박 하지 않고 당일로 한 바퀴 돌고 다시 역으로 온다면

가능하지만.

사회자 : 안에 내장된 시스템이 같이 가격 높은 것이 많잖아요.

이○희 : 그 시스템이, 우리나라에 1개밖에 없어요.

사회자 : 그게 훼손되는 거 없나요?

이○희 : 있지요.

이○준 : 차 안의 대시보드 안에 있어서 훼손이 되는 경우는 없지요.

이○희 : 그렇지요. 그거는 손 안 대는데 블랙박스 메모리 빼 가는 사람이 있어요.

유○욱 : 렌터카도 마찬가지예요.

이○희 : 렌터카는 확인이 되잖아요. 저희는 확인이 안 돼요. 신고 들어오기 전까지 확인이 안 돼요.

유○욱 : 그래서 스티커를 붙여 놓았거든요. 그게 뜯어져 있으면, 뜯을 일이 없는데, 뜯어도 새 것으로 붙이니까.

이○희 : 메모리도 빼 가고 별별 일이 다 일어나요.

백○인 : 마인드.

김○규 : 사용자 인식이 향상이 되어야 해요.

이○희 : 자동차 키를 빼 가는 분도 있었어요.

사회자 : 모르고 빼 가겠지요.

이○희 : 강철 케이블로 연결이 되어 있거든요. 고객이 갔는데 키가 없다고. 그걸 뜯어 가는 분을 봤어요. 고의 훼손하는 분이 있어서 만만치 않은 거지요.

윤○현 : 훼손을 했다고 해도 그걸 증명을 해야 하잖아요. 당신이 마지막으로 이용했으니까 당신이 한 거라고 증명해야 하잖아요.

이○준 : 지금 나온 많은 문제가 저희 회사는 거기서 많이 편해요. 아파트 단지 안에 있고 회원도 단지민으로 통제해서 차를 그렇게 막 안 써요.

사회자 : 단지 안을?

이○준 : 밖에 나가는 거지요.

사회자 : 단지 안 사람이 사용권이 있다는 거지요?

이○준 : 나갔다가 자기 일 보고 고정된 자리에 가지고 오니까. 그래서 가지고 나가는 사람이 뻔하거든요. 입주민이라서 서로 얼굴 보는 사람이 아니라도 막 나가는 사람의 비율이 낮아요.

사회자 : 요즘 CCTV 다 찍히잖아요.

이○준 : 사람 심리가 그래요. 길거리 차 한 번 얻어 타면 귀찮은데 무슨 청소야, 그러는데 저희 차는 이거 눈치 보는 거예요, 누가 확인 안 해도.

윤○현 : 단지 내 셰어링 차는 주차 공간이 있어요?

이○준 : 따로 있지요.

사회자 : 수익이 창출이 되나요?

이○준 : 마지널하게. 법인 성격이 이윤이긴 한데 저희 회사가 사회적 기업으로 전환할 생각을 했어요. 그래서 이게 어차피 임대 주택이고 정책적 목표가 균형을 찾아보자, 그거라 LH에서 요금 통제를 해요. 자율권이 있는데 가이드 받아요.

윤○현 : 사회적 약자에 대한 배려. 공공적 개념이 들어가 있고.

이○준 : 그렇지요. 공공적 개념이 첫 번째 LH공사의 주차장을 쓰니까 주차비 면제해 주니까 그만큼 싸야 하고. 그런 것이 있어요. 저희는 그렇게 생각해요. 카셰어링을 국내에서 하는 것, 쏘카, 그린카, 걔네는 하라고 하고, 그런 면에서 철도청 유카 서비스는 굉장히 좋은 서비스예요. 저희같이 이용자가 조금만 통제는 아니지만 뭔가 이렇게 심하게 바인딩시키거나 하면 비슷한 것이 있을 수 있지요.

이○희 : 저희는 사업을 접었습니다. 7월부로 접었는데, 정부 통제를 받다 보니까, 적자가 만만치 않아요. 요금을 무한대로 받을 수 없고. 생각보다 고객들의 품질은 정말 똑같습니다. 그나마 저희는 쏘카나 그린카보다 강하게 한 것은 본인 확인을 철저하게 했어요. 쏘카나 그린카는 휴대폰이 개통된 것만 확인해요. 그게 본인 휴대폰인지 따지지 않아요. 본인 인증할 때. 저희는 본인 인증을, 폰이 본인 거 아니면 가입 못 해요. 폰에 앱으로 다 통제하니까 그런 부분들. 운전면허증도 이게 본인 확인을 3단계 정도 했어요. 신용카드도 본

인 거 아니면 안 받고. 법인은 법인대로 하고 본인 아닌 것은 아무것도 안 받았어요. 그러니까 진짜로 다 자기 거지요. 한 달에 미수금으로 쌓이는 돈이 저희가 꽤 됐어요. 돈 안 냅니다. 유류비 미수가 상당히 발생하고요.

윤○현 : 유류비는 차 안의 카드로 한다면서요?

이○희 : 그런데 청구를 나중에 하는 거뿐입니다. 등록된 신용카드로 대여요금만 받고 유류비는 km당 단위로, 쏘카와 똑같아요. 등록된 카드로 반납 완료하면 청구하는 시스템인데 체크카드를 등록해 놓아요. 딱 5천 원만 넣고 반납 안 해요. 차를 계속 끌고 다녀요. 운행을 정지시킬 수 있거든요. 정지시키면 대형사고 나겠지요. 쫓아다니면서 전화해도 안 받아요.

백○인 : 수배도 경찰에서 안 해 줘요?

이○희 : 안 해 줘요. 렌터카 업체가 찾아내는 것이, GPS가 달려서 움직이는 것이 저희 내비 보듯이 볼 수 있어요. 그런데 그렇게 차 갖다 놓고 도망가요. 그리고 전화 안 받아요.

유○욱 : 손님 중에서 머리가 좋은 분은 GPS가 어디 있는지 아세요. 그 GPS를 떼버리는 거지요. GPS는 바다에 있고 차는 중국에 가 있고, 팔아 버리고. 그런 식으로.

이○희 : 그런 미수금이 쌓이고. 그게 만만치 않아요.

윤○현 : 신용카드만 받아야 하는데.

이○희 : 그게 저희는 그나마 많이 했다고 했지만 간혹 뉴스에 보면 카셰어링 차를 빌려서 애들이 타다가 사고가 나고, 이런 것이 보험은 보통 21세 이상인데 저희는 25세, 26세로 제한했어요. 그게 결국 손님을 줄이는 거예요. 이용자는 대개 젊은 분이거든요. 규제를 많이 할수록 쓰고 싶겠어요? 귀찮잖아요.

백○인 : 사고 나면 렌터카는 렌터카 회사에서 전화를 해서 이만저만 사고 났다고 하면 렌터카 회사는 당직자가 있어서 바로 접수가 되는데 쏘카, 그린카는 가끔 사고 나서 출동 가면 어떻게 해야 하는지 모르세요. 뭐라고 할까, 우리도 빨리 하고 다른 접수한 것을 해결을

해야 하는데 묶여 있는 거예요. 그런데 전화를 계속 24시간 받는다고 하는데 사고 관련해서 잘 되지 않더라고요.

이○희 : 쉽지 않지요. 저희도 24시간 운영했는데 쉽지 않아요.

이○준 : 사고 접수하는데. 그러면 담당자가 다른 것은 안 해도 24시간 사고 처리를 한다고요.

백○인 : 사고 처리보다 일단 보험사에 접수해야 접수 번호가 나오고, 그것도 모르고 그게 전혀 없고.

이○준 : 보험사 전화번호가 아예 없나?

백○인 : 없는 것 같아요.

이○희 : 그건 콜센터에서 서류를 다 해 주는데. 시중 보험사가 아니고 공제나 이런 데 가입해서 그 서비스를 긴출이 해제가 되거나 건별로가 아니고 종량제일 수 있어요.

백○인 : 사고, 이 차량에 대해서 내가 사고 접수를 하면 걸어 놓는 것이 있던데. 누군가 특정 인물이 사고 접수를 해야 받아주는.

이○준 : 보험사 콜센터로 전화했을 때 못 받게 특약을 걸었거나 그게 있을 거예요. 그다음에 당직자 나오지 않으면 안 되고.

윤○현 : 보험도 사고가 나면 담당 영업사원에게 이야기해야 처리가 되는 것이 있더라고요.

이○희 : 쏘카나 그린카는 모르겠는데 저희는 무조건 보험 접수 다 하거든요. 보험사에 전화만 하면 되니까요.

백○인 : 그건 접수번호만 나와도 끝나요.

이○희 : 저희는 그나마 다행히 큰 사고는 없었어요. 들이받는 경우가 있었는데 크게 사고가 나면 당직자가 있어야 하는데 당직자가 생각보다 많지 않아요. 정말 정비나 사고를 담당하는 당직자가 많지 않아요.

백○인 : 레이 많이 쓰잖아요. 쏘카에서. 가면 넘어져 있어요. 이게 수습이 안 돼요. 당직자는 가지 말라고 하고, 제가 거기만 있을 수 없는데 가지 말라고 하고.

사회자 : 카풀 하는 데 있어서 애로사항이 어떤 것이 있지요?

윤○현 : 일단 시장에 카풀을 이용하기 위한 접촉할 수 있는 매체가, 사실

카풀이 돈이 안 되잖아요. 수입이 발생하지 않아서 기존에 해 왔던 식으로 카페나 인터넷에 올려서 한 것이 있었고 단거리는 이용자가 꽤 있다고 알고 있었거든요. 쉽게 접하는 소비층이 직장인들 위주로 하고 있다고 알고 있는데 25세 이상 제 나이까지, 올해 50인데 이 정도 나이가 접할 수 있는, 저는 아이폰 쓰고 있는데 카풀 찾아보면 뜨는 것이 없어요. 앱 자체가. 인터넷 찾아서 가면 거기서 유료로 해서 등록비나 갉아 먹는 사이트가 있고 시민연합해서 한 것은 아예 없어졌고. 실질적으로 지금 현재 순수한 카풀을 저처럼 하고 싶은 사람은 많지 않아요. 한두 군데 사이트 정도. 일단 접하는 거 자체가 어려움이 있다.

김○규 : 지금 카풀 앱이 2개밖에 없을 거예요. 플러스하고 럭시하고 두 개인데 시스템이 택시처럼 되어서 나, 여기서 여기까지 갈 거니까 태워주세요, 그건데 이걸 바꿀 필요 있을 것 같아요. 차라리 운전자가 나 여기서 여기까지 가니까, 중간에 어디 들려서 가니까 탈 사람 타세요라고 해야 카풀의 취지에 맞지. 지금은 이 사람들이 글 올라오는 거 보면 주소도 무슨 동 몇 번지 이렇게 딱 찍으면 어딘지 모르는. 그러면 택시가 되어 버리니까.

윤○현 : 맞아요. 콜택시 개념하고 거의 틀리지 않은 영업방식이라서.

김○규 : 이게 돈이라도 많이 되면 돈이라도 보고 하는데 이게 차 감가비도 안 나오는 정도로 적은 돈이라서 차라리 정말 카풀을 순수한 목적으로 하려면 운전자가 제시하고 맞는 사람 타라, 그렇게 바뀌어야 할 것 같아요.

윤○현 : 단기도 필요한 사람 있지만 장기로 할 수 있는 수요가 되어야 순수한 카풀이 되지 않을까.

사회자 : 카풀은 플랫폼이 영업 이익을 창출할 수 있는 공간이 없겠네요?

김○규 : 한 달에 벌 수 있는 비용이 제한이 되어 있어요.

사회자 : 카풀 하시는 분뿐 아니라 중개하는 분이 돈이 어느 정도 남는 쪽 같으면 수수료는?

김○규 : 수수료 20%예요. 지금은 베타 기간이라서 수수료 없이 원천징수

만 하는데 본격적으로 서비스되면 수수료 20%.

사회자 : 카카오톡에서 하지 않을까요? 중개를.

김○규 : 할 수도 있지요.

사회자 : 하려고 할 것 같은데요.

윤○현 : 이미지가 좋지 않아요. 순수 카풀 이미지에서 벗어나고.

이○희 : 거의 택시 기사네요.

윤○현 : 개인이 운행해서 돈 벌 수 있는 행위라서 사회적으로 좋지 않은 그런 이미지를 가질 수 있다고 보거든요.

김○규 : 럭시도 타는 사람이나 태우는 사람이나 불순한 의도가 있어요. 차량이 일단 어느 정도 되다 보니까 그걸 이용하는 운전자도 있고, 불순한 의도도 있고 타는 사람도 없을 것 같은데 있더라고요.

윤○현 : 타는 사람은 어떤 불순한?

김○규 : 놀자는 거지요. 똑같은 장소에서 똑같은 여자 둘이 여기서 신천역까지 콜이 딱 바로 들어와요. 똑같은 장소에서 완전히. 비교적 젊은 사람이다 보니까.

윤○현 : 광고도 그래요. 젊은 여자가 또박또박 걸어와서 외제차 딱 대니까 웃으면서 타고.

김○규 : 근본적으로 마인드가 진짜 이건.

사회자 : 시스템이 좋으면 뭐 하나요? 좋은 시스템 만드는데 쓰는 사람이 악용하고.

김○규 : 정말 똑똑해요.

사회자 : 카셰어링 사업이 활성화되기 위한, 정부의 지원이 필요할 것 같아요. 지원이 제대로 안 되니까 그만두시는 것 같고, 비즈니스 모형, 잘 찾았으니까 이이사님은 잘 하신 것 같아요. 그리고 유과장님은 잘 진척이 되는, 전환이. 어차피 렌터카나 카셰어링이 발달이 될수록 갈 곳이 없어지는 상황이 되니까.

유○욱 : 저는 제가 대표가 아니라서, 사업주 입장으로 생각하면 렌터카나 카셰어링 쏘카나 차고지가 없으면, 차고지 문제가 심각하거든요. 렌터카를 예를 들면 지정된 차량이 차고지 외에 다른 곳에 있으면

불법이에요. 차고지에 차량이 있어야 하는데 다른 곳에 주차를 하면 불법이에요. 그 부분이 개선이 되면 좋겠고. 두 번째가 보험료지요. 쏘카도 그러겠지만 사업자가 렌트비를 다 부담해요. 다른 사람이 사고 나면 보험 할증이 되잖아요. 그것도 사업자가 부담을 해요. 그 부분에 대해서 차량을 빌린 사람이 보험료까지 납부하게 하면 괜찮지 않을까. 지금 제가 알기로 쏘카나 그린카는 보험 할증 문제가 심각하거든요.

윤○현 : 그게 누적이 되면 큰 부담이겠네요.

유○욱 : 렌터카도 차고지에 50대가 있어야 법인을 설립할 수 있는 시스템인데 50대가 1대만 할증이 되는 것이 아니고 50대가 한 번에 할증이 되면 손해가 어마어마하거든요.

백○인 : 무조건 병원 가잖아요. 내 차 사서 자기 차 운전하는 사람에게 몸이 안 좋으면 병원 갈 수 있는데 서로 대인 접수가 되면 보험료 할증이 될 수 있다고 하면 내 돈으로 갈 테니까 저쪽도 병원 안 가는 것으로 해서 마무리 해 달라고 하는데, 렌터카 타는 사람은 내가 무는 거 아니니까 보험료 할증이 되든 말든.

유○욱 : 사업자 입장에서 보험료가 너무 큰 문제거든요. 만약 카셰어링이 활성화되면 차량을 빌리는 사람은 보험료는 자기 부담.

백○인 : 자기 부담금, 사고 내면 따로 받잖아요. 그것으로 케어가 안 되나요? 일반 보험은 자차 처리했을 때 자기 부담금 20%인가 30% 내는데 대인대물은 자기 부담금 없잖아요. 렌터카는 사고 차량은 대물만 50, 대인 같이 끼면 70 해서 자기 부담금 받잖아요.

유○욱 : 면책금을 최대 30만 원 받은 적 있는데 보험이 50만 원이나 30만 원 아래면 그 돈으로 해결 가능한데 그 이상 나오면 30, 50을 받고 나머지를 저희가 처리해야 하거든요.

이○희 : 사고처리를 보험으로 하면 100대 있는데 100대에서 10만 원씩 해서 1,000만 원 내느니 내가 부족한 거 몇십만 원 해서 수리하는 것이 나아요. 그래서 50만 원을 풀로 당겨서 다 받는 이유가 그거예요. 기스 조금 나면 수리 안 하거든요. 그런데 그 돈을 다 받아

요. 챙겨 놓아야지 나머지를 해결할 수 있으니까 결국 누군가 선의의 피해를 볼 수밖에 없지요.

유○욱 : 하나는 번호판에서. 옛날 같으면 전산상 확인이 힘들어서 규제를 했던 것 같아요. 허, 호, 하. 요새는 전산상 빠르게 조회 가능하니까 호, 하는 없애는 것이. 전산상으로 조회가 되니까 무의미하지 않나. 외국의 경우는 따로 규제를 안 한다고 알고 있거든요.

윤○현 : 그렇지요. 딱 보면 렌터카구나, 허자 넘버구나, 딱 들어오니까.

사회자 : 남자들 아주 싫어한대요.

유○욱 : 요새는 여자들이 싫어하더라고요.

백○인 : 그게 더 상징 아닌가요? 수입차 허는 법인 차량도 많으니까.

유○욱 : 요새 들어서 이미지를 다르게 봐 주시지 옛날에 안 좋게 봤잖아요. 렌터카라고.

윤○현 : 10년 됐나요? 개인 자동차로 영업하는 것이 있대요.

유○욱 : 지금 있어요.

사회자 : 카카오블랙인가 있대요. 우버블랙인가.

김○규 : 그거 말고 자기 차를, 자가용으로 등록된 자기 차를 빌려준대요.

윤○현 : 그게 아니고 자기 차에 손님을 태우고 불법 영업을 한대요. 렌터카도 손님을 태우면 불법이잖아요, 기사가. 그런데 하물며 개인 자가용으로 손님을 태우는 거예요. 택시 영업이지요. 규제완화를 말씀드렸는데 순적인 기능의 규제완화는 강하게 해 주시고 하다 보면 악용하는 그런 것도 있거든요. 단호하게 규제를 할 수 있는, 하도록 했으면 하는 바람이니까. 왜냐하면 카셰어링 하면서도 여러 가지 장점도 있지만 거기서 아까 이야기한 차를 오염을 시키거나 토해 놓고 하면 배상을 받을 수 있는 법적인 것도 마련해 주고 잘 좀 깔아줬으면 하는 바람입니다.

사회자 : 혹시 이렇게 지원해 주면 도움이 된다든지 그런 지원책이 없을까요?

이○준 : 보험업계들도 조심스럽게 보거든요. 기존 렌터카 위험 관련 대비 굉장히 많은 다른 특성을 보이니까. 카셰어링 차가 막 늘어나는 상

황이라서, 업체들이. 보험사에서도 위험 물건이라고 보더라고요. 정부도 속도를 내서 카셰어링에 적용할 수 있는 보험풀을 만들어 주면. 큰 렌터카 회사나 작은데도 마찬가지고 너무 큰 거예요. 누구 하나가 사고 치면 전체 차 보험이 왔다 갔다 하니까.

윤○현 : 그린카가 5,000대인데 1만 원만 올라도 5,000만 원씩 올라가니까. 운영해 보셨는데 개인 보험으로 카풀이 되는 거지요?

사회자 : 다치면 문제없나요?

김○규 : 그걸 이야기하려고 하는데 애네 말로는 보험을 따로 들었다고 알 수 없는 말로 짧게 써 놓았는데 솔직히 가벼운 사고가 났을 때 어떻게 될지 모르겠어요. 그런데 동승자가, 생판 모르는 남이 중상이나 사망까지 되었을 경우 그걸 또 어떻게 책임을 져야 할지.

이○희 : 부상이 아니면 상관없을 텐데 부상이면.

김○규 : 돈을 받으니까, 세금까지 내는 돈을 받으니까.

이○희 : 그게 가능한가요? 보험 가입이?

이○준 : 카풀이 예외니까, 시간대를 쪼개서 그 시간에는 예외적으로 허용해 준 거니까. 그냥 옆에 탄 사람은 대인 처리 해 주는 거지요.

이○희 : 그거 외에 중개해 준 회사가 보험을 들 수 없을 것 같아요.

김○규 : 자기네 말로는 약관에 보면 두 회사가 정말 토씨 하나 안 틀리고 똑같은 약관을 써요.

윤○현 : 등록할 때 보니까 대인 2만 들면 가능하다고.

이○희 : 그건 본인이 하는 것이고 제가 생각할 때 들어줄 수 있는 보험이, 운전자면 운전자 보험이라도 드는데.

김○규 : 그리고 또 도의적인 문제가 있어요. 아무리 뒤돌아서면 남이라도 도의적인 문제가 남으니까. 그리고 둘째는 카풀 수요가 굉장히 적어요. 태우려는 사람도 없고 누가 내 차에 남 태우고 싶겠어요? 타려고 하는 사람도 탔다가 콩팥 하나 없어지면 어떻게 할 거예요, 솔직히. 그러니까 수요가 굉장히 적어요. 규제가 출퇴근 시간만 되고 토요일, 공휴일은 다 안 되게 되어 있는데 굳이 그렇게 안 하고 1년 내내 태우라고 해도 기존에 렌터카나 카셰어링 업체나 택시,

버스, 지하철, 전혀 미치지 않을 것 같아요. 그건 1년 내내 태워도 상관없을 것 같아요. 그리고 태우는 사람에게도 만약 정부에서 진짜로 카풀을 적극 권장하려면 정부 차원에서도 자동차세 감면이라든지 몇 명을 태웠을 때 자동차세 감면이라든지 직접적인 효과가 있어야 그나마 운전하는 사람이 태우려고 하지 그러지 않고 크게 확대는 안 될 거 같아요.

윤○현 : 고속도로 통행료 면제.

김○규 : 외국처럼 카풀 해서 사람 몇 명 타면 솔직히 현실성 없어도 버스 전용차선 타게 해 주거나.

사회자 : 남산 3호터널은 3명 이상 되면 안 내고.

김○규 : 그건 카풀하고 다르니까.

사회자 : 사람 많이 타면 해 주니까.

윤○현 : 그런 식으로.

김○규 : 뭔가 해 줘야 할 것 같아요.

사회자 : 카셰어링을 활성화하기 위해서 말은 규제를 완화한다고 하지만 실제로 그렇게 효과를 낳는, 아까 차고나 이런 문제는 많이 해결이 되었다고 하지만 그래도 아직은 내가 볼 때 카셰어링이 되기 위해서 뭔가가 제도적 보완도 필요하고 규제완화도 필요하고 그림자 규제라고 해서 정상적 규제는 아니지만 관행상 규제가 많이 있을 것 같아요. 그런 거 있으면 이야기해 주시면 좋을 것 같습니다.

이○희 : 카셰어링 사업을 하면서 법적 규제로 기본적인 요건을 갖추는 거 외에 별도로 해야 하는 것이 신용카드 정보를 가지고 있으니까 민간 정보 취급법으로 해서 보안이 상상 이상입니다. 정부에서 요구하는 것이. 그런데 이게 다 암호화되어서 이걸 직접 활용할 수 있는 방법이 별로 없어요. 그래서 그나마 다행인데 문제는 면허증입니다. 고유 정보거든요. 신용카드 정보는 외부에서 암호화되는데 이건 조회를 하려면 날로 가지고 있어야 하는 거예요. 그걸 저희 사업자도 그대로 갖고 있어야지 어떤 통신 방법이 정해지거나 규제가 규정된 거 없어요. 그런데 이건 어디서 규제를 받냐면 개인정

보보호법에서 구분을 받아요. 위치를 가지고 차가 어디 있는지 아는데 이거 엄밀히 GPS를 달려면 위치정보 사업자가 되어야 해요. 이게 또 거기 쪽에서 받습니다. 저희가 활용하는 것은 위치 정보를 활용하는 것이 의미가 없거든요. 렌터카도 다 그런 것을 달아 놓지만 그걸 달아 놓는 순간 이 사업자 승인을, 허가를 받아야 해요. 이건 아주 여러 군데서 이 사업을 하면서 여러 곳에서 통제를 받는 거지요. 물론 받아야 하지만 불필요하다는 거지요.

윤○현 : 소비자에게 고지할 의무가 있겠네요.

이○희 : 그렇지요. 다 한다고 해야 하고.

이○준 : 지금 고지 정도가 아니고 FM으로 하려면 위치정보 사업자를 받아야 해요.

이○희 : 저희는 받았어요. 그런데 아무도 안 받으세요. 법으로 받으라고 하니까, 저희는 공공기관이라서 정부에서 나와요. 이거 왜 없냐고. 위치정보 수집하고 있으면서 왜 없냐고 나오니까 울며 겨자 먹기로 받는데 이것도 만만치 않아요. 저희는 위치정보 사업자하고 상관없는데 그런 식으로 규제들이, 신사업인데도 불구하고 필수적인 요소로, 시스템으로 인해서 어쩔 수 없이 들어오는 것이 이런 규제로 막히는데 이게 사업자 입장에서 볼 때 불필요하거나, 운전면허증 말고 그런 것은 아주 보안도 중요하지만 반대로 생각하면 그걸 강조하면 보안을 하기 위한 비용이 기하급수적으로 늘어날 수 있습니다. 사업자 입장에서 보면 결코 바람직하지 않지요.

윤○현 : 개인 정보는 중국이고 어디고 다 팔려서 다 알 텐데요.

이○희 : 차라리 그걸 강화를 해 놓으면 신용카드는 지금 완전히 암호화시켜서 사업자들이, 그 사업자들이 관리해 줘서, 그러면 그걸 만들라는 거지요, 정부에서. 암호화시켜서 고유의 키를 가지고 조회할 수 있게 해 주고 우리는 안 갖고 있고 어디 등록해 놓으면 아이핀처럼 우리 사업자는 그것만 갖고 있고 그때 그때 이 핀 가지고 조회할 수 있게 해 주면.

윤○현 : 허브에서 조회할 수 있게.

이○희 : 네. 저희는 안 가지고 있어도 되니까. 그런데 그런 것은 싹 빼 놓고 개인정보니까 갖고 있지 말고 갖고 있으면 뭔 동의받고 뭔 동의받고. 그래서 고객에게 이걸 거꾸로 요구하면, 이런 거 해 달라고 하면 아무도 안 해요. 성질 내거든요.

이○준 : 공유경제 관련된 공통된 이야기 같아요. 개인정보에 대한 것을 완화해 달라는 이야기는. 공유경제를 여러 특정 뭐를 여럿이 같이 쓴다면 에어비앤비도 그렇고 우버도 그렇고, 앞에 탄 사람이 누구고 뒤에 탈 사람이 누구고 알면서 자연스럽게 규제가 이루어지고. 저희는 그게 아파트 단지라서 자연스럽게 되는데 그게 사이버로 구현할 수도 있고 방법이 많아요. 그걸 조금 들여다보면 개인정보 위반이라는 거지요. 사생활 침해고. 이런 특정 모델에 공유경제 업에 속하는 것은 개인정보 관련해서 위치 정보도 그렇고 운전면허 정보도 그렇고. 저희 업종에서 2개가 걸리는데 그런 것에 대해서 완화를 시켜주거나 한시적으로 유예를 시켜주거나. 아이핀은 그 말 꺼내기 무섭네요. 이상한 거 만들어 놓을까봐.

이○희 : 이상한 거 만들어 놓을 것 같아요.

이○준 : 저희는 실제로 신용카드 저장 안 하거든요. 운전면허증과 주민등록증은 얼굴도 가려주는데 저희는 그 내용 그대로 다 갖고 있거든요. 지금 그 내용이 없으면 서비스가 안 되니까. 누가 나와서 개인정보 위반이라고 하면 카셰어링 업체는 다 영업정지가 될 거예요. 운전면허증을 다 파기하라고 하고.

윤○현 : 개인정보가 필요한데 보유를 하기는 법적으로 부담이 되니까 거기에 대한 보완책을 마련해 줬으면 하는 거네요?

이○준 : 그게 활성화 면에서 제도적으로 가장 먼저 풀어져야 하고 그다음에 보험, 그런 거.

윤○현 : 사실 카풀도 보험에 대한 부담이 있거든요. 아까 대인은 무한으로 한다고 했는데 실제로 되는지. 사고가 났을 때 보험회사에 카풀을 했다고 하면 나에게 손해가 오는 거 아닌지.

백○인 : 자가용으로 등록해 놓고.

윤○현 : 오너보험.

백○인 : 운전자 범위가 아니고 차량 용도가 있잖아요. 자가용인지 승합인지, 보험 가입하잖아요. 우리는 보통 자가용으로 가입하잖아요. 이게 약관이 있어요. 영리 목적으로 하다가 사고 발생 시 보험 혜택 안 된다. 내가 남의 차 운전하다가 사고 났을 때 보험 처리 해 주는 보험이 있잖아요. 발렛 하시는 분이 손님 차 몰고 가다가 사고 냈어요. 내가 자동차 보험 중에서 타차 운전하다가 타차 운전 특약 들었으니까 이것으로 해 주겠다 하면 그건 다 적발해요. 찾아내요. 운전했을 때 시점이 지인 차 운전해 줬는지 영리 목적인지, 영리 목적이면 보험 처리 아무것도 안 돼요. 카풀도 돈을 받으니까 영리 목적이니까 보험이 안 된다는 거지요. 사람이 조금 다치면 상관없어요. 그런데 진단 4주 이상, 그렇게 나왔어요. 보험회사에서 내가 대인 무한 들었어도 나는 애 치료비 못 준다.

윤○현 : 카풀이 보험이 되는지 알아봐야 하겠지만 된다고 하면 어느 정도 범위까지 되는지 이것도 막연하게 불안한데 따지고 들어서 확실히 보험이 되는지 영리 목적이면 안 되는지. 사실 당할 수 있거든요. 선의로 카풀을 한다고 해도.

백○인 : 저는 실제로 앱을 깔아서 등록해서 연락받은 거 맞지만 저는 고민해 보고 나서 실제로 핸드폰에서 앱을 지웠어요. 실제로 하지도 않고. 할 생각도 없고.

사회자 : 리스크가 커서?

백○인 : 네.

이○희 : 회사가 이야기하는 것은 명확하게 해결이 된다면 무슨 보험을 들었다고 이야기하겠지요. 얼마짜리 보험 들었으니까 우리가 해결해 주겠다. 수수료 받으니까 거기도 책임이 있고. 그게 명확하지 않으면 만에 하나 어줍지 않은 보험을 들어 놓으면, 그 상황이 벌어졌을 때 이미 해소할 수 없어요.

윤○현 : 이 앱을 깔았지만 만약 해 보고 싶은 사업이 있는데 하게 되면 보험사에 연락을 해서 개인 보험으로 카풀 되냐, 안 된다면 종합보험

이 되느냐?

백○인 : 용도 자체가 자가용으로 등록이 되어 있으면 영리 목적으로 사고가 발생되면 보험이 되지 않아요. 그래서 그때 그분이 보험 처리 못 받았어요. 손님 차가 외제차과 몇천만 원 물어줬을 거예요.

윤○현 : 그런 것도 알아볼 필요 있을 것 같아요.

백○인 : 내가 영업용으로 보험을 들면 모를까.

이○희 : 저희도 주차장에서 발렛 서비스 하는데 개인보험으로 처리 안 하고 만약 사고 나면 주차장 영업보험으로 하거든요. 주차장에 보험 들어 있어서 주차장 영업배상 보험으로 처리하지 차량 보험으로 그게 안 되는 것으로 알고 있어요.

백○인 : 주차장 보험도 주차장 안에서만 사고 나야지 조금 나가서 사고 나면 안 해 줘요. 그것만 하나하나씩 찾아내는 사람이 많습니다.

사회자 : 규제나 이런 것들이 완화가 될 거 없나요?

김○규 : 아까 얘기한 것하고 똑같아요. 진짜로 카풀을 활성화하려면 그런 보험 문제도 해결을 어떻게 해서든 해야 하고 그다음에 생각보다 수요가 많지 않으니까 지금처럼 시간 제한, 날짜 제한 없이 본인이 원할 때 언제든지 탈 수 있게 해 주고 또 처음에 이야기했듯이 지금은 타는 사람 위주로 되어 있는데 카풀은 영업이 아니거든요. 왜냐하면 나는 차가 있어서 혼자 편하게 갈 수 있는데 너 힘들어 보니까 태워 줄게 하는 시스템인데 그걸 어떻게 타는 사람 위주로 만들 생각을 했는지.

백○인 : 돈을 내는 입장이잖아요. 지출은 소비자, 사용자가 내고 돈을 받는 사람은 그러니까 사람들 인식 자체가.

김○규 : 마인드 문제에요. 저도 솔직히 맞추기 정말 힘들어요. 처음에 한두 번은 일부러 태웠어요. 어떤지 궁금해서 해 봤고 그다음에 한두 번은 방향이 비슷해서 태워봤는데 그중에 한 번은 문을 너무 세게 열어서 팍 찍혔는데 그걸 또 뭐라고 하기도 그렇고. 차라리 박살이 나면 얘기를 하는데. 그런 것이 조금 아쉽지요. 내 거 아니니까라는. 여기 렌터카, 카셰어링 다 마찬가지지요. 내 거 아니니까, 이게

너무 심해서.

이○희 : 눈으로 보니까 지저분한데, 카셰어링은 말도 못 해요.

김○규 : 렌터카 부품 빼 나가는 경우 있어요. 알 길 없어요. 별 희한한 사람 많아요.

사회자 : 혹시 카셰어링이 활성화되기 위해서 뭔가 했으면 하는 거 있으면 이야기해 주시고 마무리하도록 하지요.

이○준 : 주차 구역에 장애인 주차 구역처럼 렌터카, 카셰어링은 구분하는 거 말고 공용차가 쓸 수 있는 공간을 만들어라. 그것에 따라서 건물주가 혜택을 받아야 하겠지요. 내 전용 면적을 내가 안 쓰고 이런 용도로 쓰겠다 하면 주차장 확보율을 몇 %를 깎아주거나. 그런 제도는 지금 일부 단지에서 하고 있고 한다는 이야기가 있는데 그런 것이 카셰어링 업체에 도움이 되는 거지요.

사회자 : 장애인 주차장처럼 주차 공간에.

이○준 : 네, 아예. 그리고 건물을 지을 때 폴을 박잖아요. 선을 여유 있게 그어서 박고.

이○희 : 사업자들이 자유롭게 참여할 수 있는 길을, 지금 롯데, 쏘카는 SK에서 투자해서 같이 하는데, 대기업이 다 하고 있어요. 50대, 100대 하는 것은 그 지역을 기반으로 하면 시간이 지날수록 죽을 수밖에 없어요. 장기 렌터카 시장을 보지 않는 이상. 장기 렌터카는 현대캐피탈이라는 큰 대형사가 쓸고 있고. 작은 지역 업체가 전부 다 이 시스템을 같이 공유하면서 할 수 있는 뭔가 방안을 찾지 않으면 시간이 지나면 렌터사들이 망해서 고용이 줄게 될 거라는 거지요. 대형사만 살고. 카셰어링이 망한 이유가 규모의 경제를 못 했어요. 쏘카나 그린카는 1,000대, 2,000대 늘려서 착착 늘려서 시작할 때 대수가 똑같았거든요. 저희는 지금도 똑같고 끝날 때도 똑같고.

사회자 : 그건 공공기관이라서 그렇지요.

이○희 : 투자를 못 하니까. 거기는 계속 투자받아서 출혈을 감수하고 늘려나갔지요. 결국 규모의 경제로 갈 수밖에 없는 사업인데 이걸 작은

업체는 다 고사시킬 것이냐. 그것보다 지역적으로도 다 쓸 수 있는 공통 시스템 플랫폼을 제공하거나 같이 연합해서 할 수 있는 법적 제도를 좀. 최소한 렌트사들만이라도 완화시켜 줘야 같이 상생할 수 있지 않나 싶어요. 지역 업체들하고 이야기해도 법적으로 방법 없어요. 너무 어려워서 렌터와 카셰어링이랑 같이 움직일 수 있는, 그런 규제는 해소해 주는 것이.

윤○현 : 이용자도 많이 편할 것 같네요.

이○희 : 저희가 했던 모델이 지역에서 가면 제휴해서 그중에 3~4곳에 장비 장착하고 우리 예약 없으면 렌터카로 빌려 주라는 거지요. 그리고 예약받으면 미리 다 체크가 되니까. 그 지역에 차를 안 갖다 놓아도 되잖아요. 그런 방식으로 서로 하는 것이 더 낫지 지금 공룡들끼리 싸우는 식으로 언젠가 네가 죽을 것이다. 이건 많은 회사가 필요한 거 아니거든요. 유명한 거 딱 하나만 남을 거예요. 그런 식으로 싸움박질하니까 조금은 좋지 않을 것 같아요. 시장 환경상으로. 분명히 렌터카 회사가 필요하고.

사회자 : 카셰어링도 비용 부담이 상당히 크고, 비용 발생이 크고 안전 문제, 결국 그런 쪽으로 정책을 포커싱 맞춰서 해야 하지 않나.

이○준 : 저희가 사람을 못 구해서 그게 문제거든요. 회사가 채용을 못 해서 현장 운영 인력을 못 뽑아요. 지원도 안 하고.

사회자 : 그 이유가 뭐 같아요?

이○준 : 일단 카셰어링이라는 단어가 낯설고 저희가 원하는 수준의 사람이.

사회자 : 급여?

이○준 : 급여는 그 정도 역할이면 어디 가나 비슷할 거예요. 더 줄 용의가 있어도 힘듭니다.

사회자 : 결국 플랫폼을 만드시는 것도 괜찮을 것 같아요.

이○준 : 문제가 세차, 정비, 현장, 시설인데 저희가 렌터카 회사다 하면 사람들이 쉽게 결정했을 것 같아요. 그런데 이건 뭐 하는 데인지 모르겠거든요. 그런 것에서 오히려 고용 창출이, 청년인턴처럼 돈 주

고 하는 것 말고 그런 식으로 강화하면 어떨지.

윤○현 : 아까 보험 이야기하셨는데 그 전에 시민연합이나 지역에서 많이 했을 때 어느 정도 보험이 되는 것으로 알고 있었는데 사실은 카풀에 대한 홍보 부족으로 생각할 수 있거든요. 이런 부분은 관에서 홍보와 지원을 많이 해야 하지 않을까. 이런 카풀을 한다면 국가적으로 에너지 소모도 줄고 여러 가지 좋은 순기능이 많은데 이걸 시민연합에서 하게 되면, 방치를 하고 지원은커녕 규제 묵인 것도 풀어주지 않으니까 이걸 관에서 홍보해 주고.

사회자 : 카셰어링은 정부 부처에서 상당히 관심이 많아요. 이번에도 이거 하면서도 계속 위에서 장관하고, 장관 레벨에서도 연락이 와요. 어떻게 하든 문제점이 뭔지, 자기들도 이게 신규 사업이다 보니까, 기존 시스템하고 다르잖아요. 차 생산하는 사람은 싫어해요. 차를 더 팔아야 하는데 카셰어링으로 나누니까.

이○준 : 국토부는 좋아하고 산자부는 싫어해요.

사회자 : 산자부도 생각이 바뀌었어요.

이○준 : 전기차에 꽂혀서 그런데.

사회자 : 전기차 팔 데가 없어서 카셰어링으로 해서 팔려고.

이○희 : 전기차는 절대 카셰어링으로 쓸 수 없어요. 쓰고 나서 충전을 길게 해야 하니까, 휘발유차는 그럴 필요 없잖아요. 레이를 운용하는데 레이 80km 달리면 끝이에요. 고객이 타고 나가서 반 떨어졌는데 겁나서 타겠어요? 반 채우려면 3시간 충전해야 해요.

윤○현 : 배터리 교체가 안 됩니까?

이○희 : 안 됩니다. 배터리 무게가 200kg가 돼요. 한전하고 저희도 시스템 다 맞추고 했는데, 나눔카 해서 SM3도 도입하고 했는데.

김○규 : 솔직히 렌터카, 카셰어링, 카풀 한다고 차가 줄 것 같지 않아요. 사람이 소유욕이 있는데 심지어 자동차잖아요. 우리나라에서 나를 표현하고 나를 봐 줄 수 있는 수단 중의 하나인데 그걸 카셰어링 하고 장기 렌트하고 카풀 한다고 차를 안 산다. 1년에 5,000km 미만 타도 내 차가 있는 것하고 없는 것은 하늘과 땅 차이인데.

윤○현 : 대수가 주는지 몰라도 카풀 하는 사람이 저를 태워주면 차를 놓고 다닐 생각 있습니다.

이○희 : 관점 차이 같아요. 카풀도 비싼 차로만 하는 이유가 그거 아닌가 싶어요. 처음에 비싼 외제차로 제한을 두었다는 것이 결국 보여주기 부분 아닐까.

윤○현 : 럭시 업체만 그래요. 두 군데가 있는데.

김○규 : 차라리 관에서 하는 것이, 일반 업체에 맡기니까 중구난방이에요. 여기는 좋은 차, 수입 차, 여기는 경차 안 된다고 하거든요. 마티즈도 안 되고.

윤○현 : 관에서 하면 이상하게 만들어 놓으니까 관에서 하라는 것 아니고 이런 카풀에 대한 홍보를 해 주고 보험에 안 맞는 것이 있으면 정비를 해 주고 그런 지원을 해 달라는 거지요.

사회자 : 그런 지원 기능을 높여 달라는 것이지 직접적으로 관여하면 시장을 왜곡시키니까.

이○희 : 이게 참 어려운 것이 개인이 있고 사업자가 있어서 잘 되면 안 돼요. 그러면 여기는 개개인이 말씀을 하는 것이고 여기는 사업자, 단체이기 때문에 도와주기 쉽지 않아요.

윤○현 : 저희가 생각할 때 카풀이 활성화되는 것이 미약하다고 생각을 하는데 이쪽은 크게 받아들이네요.

이○희 : 그게 활성화되어서 거미줄처럼 연결이 되어 있다고 생각해 보세요. 서로 선택할 수 있다면 다 필요 없거든요.

윤○현 : 그거 원하는 거거든요. 스마트폰에서 거미줄처럼 연결이 되어서 내가 가고 싶은 카풀, 하고 싶은 대로 눌러서 바로 할 수 있는 거 원하거든요.

사회자 : 늦은 시간 고생 많으셨습니다.

부 록 3

공유경제 규제완화의 고용영향 조사

조사 결과는 **통계목적으로만 사용**되며 개인, 법인의 개별적인 사항은 **통계법 제33조 및 34조**에 의해 일체 비밀이 보장됩니다.

ID

안녕하십니까?

본 설문지는 고용노동부와 노사관계학회가 공동으로 실시하고 있는 공유경제 규제완화의 고용 영향을 파악하기 위한 것입니다.

본 조사의 결과는 공유경제 규제완화의 고용 친화성을 제고하는 방안 마련에 중요한 자료로 활용됩니다. 특히 고용영향평가의 체계적이고 지속적인 시행 여건을 형성하고, 고용친화적인 정책입안 및 시행의 기초자료로 사용됩니다.

바쁘시더라도 본 조사가 공유경제 규제완화 사업이 보다 고용친화적이 되는데 기여할 수 있도록 적극적인 협조를 부탁드립니다.

2016년 8월

조사주관기관 : 고용노동부, 한국노동경제학회
조사대행기관 : 리서치에이플러스 최은영 조사팀장
TEL : 02-563-7270, E-mail: raplus01@naver.com

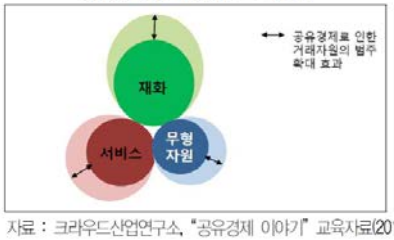
【참고】 공유경제 규제완화 개요

☞ 공유경제의 개념 및 의의

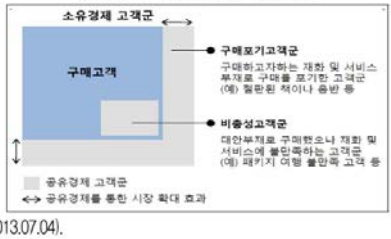
– 2008년 미국 하버드대 법대 로런스 레식 교수에 의해 처음 사용된 말로, 한번 생산된 제품을 여럿이 공유해 쓰는 협력소비를 기본으로 한 경제 방식으로 물품은 물론, 생산설비나 서비스 등을 개인이 소유할 필요 없이 필요한 만큼 빌려 쓰고, 자신이 필요 없는 경우 다른 사람에게 빌려 주는 공유소비의 의미를 담고 있음

– 품앗이 등 공유 활동이 수익을 창출하는 활동으로 확대되면서 공유경제는 새로운 산업으로 급성장(포브스는 '16년 공유경제 가치' 35억 달러로 예측)하고 있으며, 새로운 일자리도 창출할 수 있을 것으로 기대되고 있으나 한국의 경우 다양한 규제로 공유경제 발전에 제한이 있음

<공유경제의 거래자원 확대효과>



<공유경제의 수요시장 확대효과>



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

☞ 공유경제 규제완화 내용

○ 현재 공유숙박은 불법인데 공유민박업을 신설하여 합법적인 제도권 영역에 포함

– 기존 민박업과의 형평성 등을 고려하여 일정요건하에 등록토록 하고 영업일수는 연간 120일 이내로 제한

– 규제프리존(부산, 강원, 제주)에 우선 시범도입하고 추후 전국적으로 확대 추진할 예정

○ 카셰어링의 경우 차량공유업체가 운전부적격자를 판별할 수 있도록 면허정보 제공범위를 확대

– 차량공유업체가 공영주차장을 이용할 수 있도록 허용하고 예약소 설치를 위한 신고서류 재정비

– 또한, 차량공유 시범도시를 지정하고 차량공유 서비스를 행복주택, 뉴스테이에 도입

응답자 일반					
회사명		성명		연락처(HP)	

Ⅰ. 업체의 일반적 특성

【질문 1】 귀하가 소속된 업체에 관한 질문입니다. 응답란에 직접 기입하시거나 ∨표해 주시길 바랍니다.

분야		세부 분야			
해당 분야	공간	①( )여행자숙소 ②( )사무실/회의실 ③( )연습실 ④기타( )			
	교통수단	⑤( )자동차 ⑥( )자전거 ⑦( )요트 ⑧기타( )			
	물품	⑨( )옷 ⑩( )기계/장비 ⑪( )도서 ⑫( )유아용품 ⑬기타( )			
	정보 및 서비스	⑭( )지식 ⑮( )경험 ⑯( )클라우드펀딩 ⑰기타( )			
	기타	⑲기타( )			
업체 개황	창업 연도	( )년		공유경제 사업 시작 시기	( )년
	사업 개시	①( )신규 창업 ②( )사업 전환 ③( )사업 부문 추가		회사 형태	①( )개인 기업 ②( )주식회사 ③( )비영리단체

Ⅱ. 경영 활동 현황

【질문 2】 귀사에서의 공유경제 관련 경영활동 및 사업 환경 전반에 관한 질문입니다. 응답란에 직접 기입하시거나 ∨표해 주시길 바랍니다.

경영 현황 (2015년 기준)	매출액	( )만원	자본금	( )만원
	당기순이익	( )만원	총종사자수	( )명

종사자 구성	청년 (29세 이하)	노령층 (50세 이상)	주부	비취업 인력	그외
	( )명	( )명	( )명	( )명	( )명

사업후 흑자 전환 시기	사업 개시 후	①( )1년 이내 ②( )1-3년 ③( )3-5년 ④( )5년 이후
사업환경	창업 환경	①( )매우 열악 ②( )열악 ③( )보통 ④( )양호 ⑤( )매우 양호
	시장 경쟁 환경	①( )매우 열악 ②( )열악 ③( )보통 ④( )양호 ⑤( )매우 양호
	인재 유입 환경	①( )매우 열악 ②( )열악 ③( )보통 ④( )양호 ⑤( )매우 양호
	자금 조달 환경	①( )매우 열악 ②( )열악 ③( )보통 ④( )양호 ⑤( )매우 양호
	신뢰 및 시민의식 수준	①( )매우 열악 ②( )열악 ③( )보통 ④( )양호 ⑤( )매우 양호
	법 제도적 환경	①( )매우 열악 ②( )열악 ③( )보통 ④( )양호 ⑤( )매우 양호

【질문 3】 귀사의 공유경제 활동에 참여하는 주요 고객군의 구성에 관한 질문입니다. 응답란에 직접 기입해주시길 바랍니다.

공유경제 참여 고객군 개요	【비충성 고객군】 기존 제품/서비스 구매 자였다가 구매 제품/서비스 불만족으로 인해 공유경제 이용하는 고객군	【구매 포기 고객군】 기존 제품/서비스 구매의 사가 있었으나 제품/서비스 불만이나 과다한 비용 등으로 구매 포기하고 공유경제 이용하는 고객군	【신규 창출 고객군】 기존 제품/서비스과 무관하게 비용부담 감소 등으로 인해 새롭게 공유경제 이용하는 고객
주력 품목의 공유경제 시장 구성 (전체 시장 = 100%)	( )%	( )%	( )%

Ⅲ. 규제완화 수준 및 규제완화 필요 정도

1. 완화 필요 규제 및 규제완화 필요 정도

【질문 4】 귀사의 공유경제 사업과 관련하여 규제완화가 필요한 규제와 그 내용, 그리고 규제완화 필요 정도에 관한 질문입니다. 【응답보기】를 참조하시어 응답란에 직접 기입하시거나 해당 번호를 기입해 주시길 바랍니다.

【응답 참조】 공유경제 관련 규제완화 내용	☞ 숙박업 공유 관련(통합숙박업법 국회 계루 중) – 230㎡ 미만인 단독·다가구, 아파트, 연립·다세대주택을 연간 120일까지 내외국인에게 민박 제공 허용 ☞ 자동차 공유 관련(여객자동차운수사업법 시행규칙 개정) –카세어링 업체에 대한 사무실 확보 의무 면제 –주차장 사용 계약 기간 축소(2년→1년) –차고지와 주자장 중복 확보 의무 완화 –영업소에 사무설비와 통신시설 구비 의무 완화

【응답 보기】	☞ 완화 필요 규제명 : 귀사가 영위하는 공유경제사업에 존속하는 규제 중에서 완화가 필요한 규제명 ☞ 규제완화 내용 : 완화 필요 규제가 귀사의 입장에서 어떻게 완화되어야 하는지에 대한 구체적인 내용 ☞ 규제 유형 : 완화 필요 규제가 해당하는 규제의 유형 ①진입 규제 ②가격규제 ③독과점 및 불공정거래 규제 ④자율규제 ⑤환경 규제 ⑥산업 안전 및 보건 규제 ⑦소비자 안전 및 보호규제 ⑧기타 규제 ☞ 규제 영향 : 해당 규제가 귀사의 공유경제 사업 활동에 미치는 영향 정도 ①전혀 영향 없음 ②거의 영향 없음 ③약간 영향 있음 ④영향이 많음 ⑤매우 영향이 큼 ☞ 완화 필요 정도 : 귀사의 공유경제 사업 활동과 관련하여 해당 규제의 완화가 필요한 정도 ①전혀 불필요 ②불필요 ③보통 ④필요 ⑤매우 필요

완화 필요 규제명	적절한 규제완화 내용	규제 유형	규제 영향	완화 필요 정도
		( )	( )	( )
		( )	( )	( )
		( )	( )	( )

2. 그림자 규제 및 규제 정비 효과

【질문 5】 귀사의 공유경제 사업이 보다 활성화되기 위해 정비되어야 할 그림자 규제에 관한 질문입니다. 있는 대로 모두 작성하시고, 해당 그림자 규제의 정비가 귀사의 생산이나 고용에 미치는 효과를 응답해 주시기 바랍니다

【응답 참조】

☞그림자 규제란?

명시적 법규가 아님에도 관련 업체들이 규제·부담으로 인식하고 있는 규제를 말하며, 여기에는 지도공문, 지침, 구두지시, 자율규제 등의 방식으로 숨어 있는 행정지도 등이 모두 포함됨

☞생산 증대 효과 : 그림자 규제가 적절히 완화될 경우 귀사의 생산에 미치는 영향 정도

①전혀 없음 ②거의 없음 ③약간 있음 ④많이 있음 ⑤매우 많음

☞고용 증대 효과 : 그림자 규제가 적절히 완화될 경우 귀사의 고용에 미치는 영향 정도

①전혀 없음 ②거의 없음 ③약간 있음 ④많이 있음 ⑤매우 많음

그림자 규제 내용	해당 규제완화 혹은 정비 시 예상 효과	
	생산 증대 효과	고용 증대 효과
	( )	( )
	( )	( )
	( )	( )
	( )	( )
	( )	( )
	( )	( )

Ⅳ. 규제완화 효과

※이번 항목에서는 Ⅲ번 항목에서 밝혀주신 규제가 귀하가 원하는 수준으로 완화(이하 규제완화)될 경우에 예상되는 효과로 응답해 주시기 바랍니다.

1. 시장 규모 및 업체 수에 미치는 효과

【질문 6】 귀하가 요구하는 수준으로 규제가 완화될 경우와 동일한 시점에 규제가 그대로 유지될 경우, 귀사가 영위하는 사업의 시장 규모와 업체수를 예상해 주시기 바랍니다.

항 목	규제완화 직전 (2015년)	규제완화 직후 예상	
		귀하 요구 수준으로 완화시	현재 규제 수준 유지시
국내 시장 규모	( ) 만원	( ) 만원	( ) 만원
업체 수	( ) 개	( ) 개	( ) 개

2. 귀사의 경영 활동에 미치는 효과

【질문 7】 귀하가 요구하는 수준으로 규제가 완화될 경우와 동일한 시점에 규제가 그대로 유지될 경우, 귀사의 매출액 및 영업 이익을 예상해 주시기 바랍니다.

항 목	규제완화 직전 (2015년)	규제완화 직후 예상	
		귀하 요구 수준으로 완화시	현재 규제 수준 유지시
매출액	( ) 만원	( ) 만원	( ) 만원
영업이익	( ) 만원	( ) 만원	( ) 만원

3. 귀사의 고용에 미치는 효과

【질문 8】 귀하가 요구하는 수준으로 규제가 완화될 경우와 동일한 시점에 규제가 그대로 유지될 경우, 귀사의 종사자 수를 예상해 주시기 바랍니다.

항 목	규제완화 직전 (2015년)	규제완화 직후 예상	
		귀하 요구 수준으로 완화시	현재 규제 수준 유지시
종사자수	( ) 명	( ) 명	( ) 명

4. 귀사의 투자 활동에 미치는 효과

【질문 9】 귀하가 요구하는 수준으로 규제가 완화될 경우와 동일한 시점에 규제가 그대로 유지될 경우, 귀사의 거래자산 및 장비/설비의 구입비을 예상해 주시기 바랍니다.

항 목	규제완화 직전 (2015년)	규제완화 직후 예상	
		귀하 요구 수준으로 완화시	현재 규제 수준 유지시
종사자수	( ) 명	( ) 명	( ) 명

5. 소비자 지출 절약에 미치는 효과

【질문 10】 귀사의 공유경제 사업 관련 거래 물품에 대한 전반적인 내용입니다. 가장 주된 품목(주력 품목)에서 1단위(개, 대)당 거래 내용 전반에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

주력 공유 품목명 (자동차, 유아용품 등)	평균 내구연한	거래 물량		구매하여 소유시		공유하여 임대시	
		규제완화 직전 거래 물량	규제완화 직후 거래 물량	평균 구입비	평균유지 관리비	연간 임대 회수	임대1회당 임대료
	( )년			( )만원	( )만원	( )회	( )만원

6. 질적 고용 효과

【질문 11】 공유경제 관련 규제완화로 인해 신규로 고용하는 종사자들의 고용의 질에 관한 질문입니다.

항목	응답	【응답보기】
고용 여건	( )	근로시간, 야간근로, 이직 등 근로 여건이 유사 업종에 비해 ① 나빠질 것 ② 비슷할 것 ③ 좋아질 것
고용 안정성	( )	사업 및 일의 특성상(일의 한시성 등) 고용 안정성이 유사 업종에 비해 ① 나빠질 것 ② 비슷할 것 ③ 좋아질 것
임금 및 복리후생	( )	임금 수준이나 보험 가입 및 유급휴가 등 복리후생이 유사 업종에 비해 ① 나빠질 것 ② 비슷할 것 ③ 좋아질 것
교육과 훈련	( )	업무나 경력개발을 위해 필요한 교육 및 훈련이 유사 업종에 비해 ① 나빠질 것 ② 비슷할 것 ③ 좋아질 것
건강 및 안전	( )	직업적 건강 관리나 안전한 작업 환경이 유사 업종에 비해 ① 나빠질 것 ② 비슷할 것 ③ 좋아질 것
고용 평등	( )	고용이나 승진에서 차별 없이 평등한 기회가 유사 업종에 비해 ① 나빠질 것 ② 비슷할 것 ③ 좋아질 것

Ⅴ. 사업 애로 요인 및 정부 지원 요구

1. 업체의 사업 애로 요인

【질문 12】 다음의 사업 애로 요인이 귀사의 공유경제 관련 사업의 활성화에 어느 정도 장애가 되고 있는지를 【응답보기】를 참고하여 응답해 주십시오.

【사업 애로 요인】	【애로 정도】	【응답보기】
기업 환경 열악	( )	☞애로 정도 : ①전혀 없음 ②거의 없음 ③약간 있음 ④많은 편임 ⑤매우 많음
과도한 시장 경쟁	( )	
시민 의식 부재	( )	
법/제도 미비	( )	

2 신시장 창출에 미치는 효과

【질문 13】 다음의 공유경제 시장 창출 요인들이 귀사가 영위하는 공유경제 사업의 시장 창출에 어느 정도 기여하는지를 【응답보기】를 참고하여 응답해 주십시오.

시장 창출 요인		【기여 효과】	【응답보기】
고객 측면	제품/서비스 구매 포기한 고객군이 많음	( )	☞시장 창출 기여 효과 : ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 그저 그렇다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다
	비충성 고객군(이탈 가능 고객)이 많음	( )	
	신규 창출 가능한 잠재적 고객이 많음	( )	
자원 측면	중고 물품 등 거래 자원이 풍부	( )	
	새로 사업화 가능 품목이 풍부	( )	
거래 측면	거래가 용이함	( )	
	비용이 저렴함	( )	

Ⅵ. 고용 장애 요인 및 고용 증대 방안

1. 고용 장애 요인

【질문 15】 귀사에서 공유경제 규제완화와 관련하여 신규 고용 창출이나 고용을 증가시키는 데 다음의 요인들이 어느 정도 장애가 되고 있습니까?

인력 고용 장애 요인		장애 정도	【응답보기】
제도적 측면	인력 채용 정보 부족	( )	☞장애 정도 : ①전혀 없음 ②거의 없음 ③약간 있음 ④많은 편임 ⑤매우 많음
	인력 양성 시스템 부재	( )	
	일자리 창출을 위한 정부의 인력 고용 촉진지원 제도의 미비	( )	
인력 수요자 측면	열악한 임금 및 근무 조건	( )	
	열악한 작업 환경	( )	
	고용 불안정성	( )	
	임시직 중심 단기 고용 확대	( )	
인력 공급자 측면	취업 희망 인력의 직무 능력 부족	( )	
	일할 수 있는 인력자체가 부족	( )	
	중소기업 취업 기피	( )	
	적절한 업무경력자 부족	( )	
	필요 자격(자격증)을 갖춘 자 부족	( )	

2. 규제완화의 고용 증대 방안

【질문 16】 다음의 고용 증대 방안이 귀사의 신규 고용 창출이나 고용 증대에 어느 정도 효과가 있는지에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

고용 증대 방안		고용 효과	【응답보기】
신규 창출 지원	공유경제 업체에 대한 고용 지원 확대	( )	☞고용 효과 : ①전혀 없음 ②거의 없음 ③약간 있음 ④많은 편임 ⑤매우 높음
	공유경제 업체에 대한 연구인력 지원 확대	( )	
	고용증대 관련 세액공제제도 도입 및 확대	( )	
	고용 창출형 공유경제 사업 지원 확대	( )	
규제 개선	최저임금 보장 등 근로 조건 개선	( )	
	정리해고 규제완화 등 고용 유연성 제고	( )	
	파견 · 기간제 등 고용규제 개선	( )	
인력 인프라 구축	구직 및 구인 중개 체널 구축	( )	
	관련 전문 인력 DB 구축	( )	
	경력인증, 경력관리 등의 종합인력정보시스템 구축	( )	
전문 인력 양성	관련 인력 양성 기관 확대	( )	
	전문인력 연수과정 운영 확대	( )	
	현장 인력의 재교육 강화 및 경력별/직무별 교육훈련 프로그램 개발	( )	

♣ 장시간 조사에 응답해 주셔서 매우 감사합니다 ♣

공유경제 허용 고용영향평가 연구

■발행연월일 | 2016년 12월 24일 인쇄
2016년 12월 30일 발행
■발 행 인 | 방 하 남
■발 행 처 | **한국노동연구원**
30147 세종특별자치시 시청대로 370
세종국책연구단지 경제정책동
☎ 대표 (044) 287-6080 Fax (044) 287-6089
■조판·인쇄 | 거목정보산업(주) (044) 863-6566
■등 록 일 자 | 1988년 9월 13일
■등 록 번 호 | 제13-155호

※ 본 보고서의 내용은 한국노동연구원의 사전 승인 없이 전재 및 역재할 수 없습니다.

ISBN 979-11-260-0147-7 (비매품)