정책연구보고서 2015-16

DJDI

대전시 공유네트워크 활성화 방안

최길수

대전발전연구원
DAEJEON DEVELOPMENT INSTITUTE

DAEJEON DEVELOPMENT INSTITUTE

정책연구보고서 2015-16

대전시 공유네트워크 활성화 방안

최 길 수

대전발전연구원
DAEJEON DEVELOPMENT INSTITUTE

연구진

연구책임	• 최길수 / 도시경영연구실 책임연구위원

연구의 요약 및 정책제언

■ 연구의 요약

본 연구는 많은 나라에서 확산되고 있는 공유경제에 대한 논의를 통해 대전시가 공유경제의 일환으로 추진하고 있는 '공유네트워크' 의 활성화 방안을 모색하기 위한 목적을 가지고 있다. 이러한 연구의 목적을 달성하기 위하여 우선 공유경제에 대한 문헌고찰을 실시하는데, 여기서는 공유경제의 개념정의, 공유경제의 등장 배경, 공유경제의 적용사례, 서울시의 '공유도시 서울' 에 대한 소개, 대전광역시의 '공유네트워크 사업' 의 개요 소개, 그리고 대전광역시 사회적자본지원센터에서 조사한 FGI 조사결과 등을 소개했다. 둘째, 대전광역시에서 추진하고 있는 '공유네트워크 사업' 의 추진실태를 분석하기 위하여 동 사업에 참여하고 있는 단체(모임)의 대표들을 대상으로 심층면접을 실시하여 시사점을 도출했다.

본 연구에서 다루어진 내용을 전체적으로 정리해 보면, 첫째로 제2장 공유경제에 관한 문헌고찰애서는 공유경제의 개념, 공유경제의 기원, 전통적 경제와의 비교, 사회적 자본과 공유경제, 공유경제의 특징 및 유형, 공유경제와 공유도시, 공유경제와 도시재생 등에 관한 이론적 배경에 대하여 논의했다. 그리고 공유경제의 특성에 따른 유형으로서 공간공유・물건공유・지식공유・교통공유 등을 소개하였고, 공유경제의 기능별 유형으로서 관광편의형・생활문화형・기술편의형・지역공동체형・신산업형 등에 대하여 소개하였다.

둘째로 제3장 공유경제의 적용사례에서는 공유경제와 우주(WOOZOO), 서울특별시의 공유도시 추진사례, 대전광역시 공유네트워크 추진사례 등에 대하여 보다 자세히 논의하였다.

셋째로 대전광역시 공유네트워크에 대한 대전광역시사회적자본지원센터의 FGI 결과를 소개하였으며, 본 연구를 위한 FGI를 실시하고 시사점을 도출하였다. 조사결과의 시사점은 우선, 지역사회 구성원들이 공유경제의 개념에 대한 이해가 있어야 공유네트워크 사업이 활성화 될 수 있다는 것이다. 둘째, 공유문화 확산을 위해

지속적인 홍보가 있어야 한다는 것이다. 셋째, 공유경제가 성공적으로 정착되기 위해서는 이를 추진하고 있는 기관간의 협력체계가 구축되어야 한다는 것이다.

넷째로 제5장 대전광역시 공유네트워크 활성화 방안에서는 대전시의 정책적 지원을 강화하여야 한다는 것, 중간지원기관의 역할을 강화하여야 한다는 것, 대전형 공유경제 모형을 개발하여야 한다는 것 등의 방안을 제시하였다.

■ 정책제언

연구결과를 바탕으로 대전지역 공유네트워크를 활성화하기 위한 정책방안을 제시해 보면 다음과 같다. 첫째, 대전시의 정책적 지원을 강화하여야 한다는 것이다. 이를 위하여 [대전광역시 공유활성화 지원 조례]의 정비를 통해 사업의 내실화를 도모해야 한다. 현행 조례에 있어서 "① 동 조례의 집행력과 실행력을 증진시키기 위한 [대전광역시 공유활성화 지원 조례 시행규칙]을 제정하고, ② 공유네트워크 사업에 시민을 적극적으로 참여시켜야 한다는 차원에서 시민참여를 촉진하는 내용의 규정을 마련해 하고, ③ 공유경제 및 공유네트워크 사업의 성공적인 추진을 위해서 차치구와의 협력체계를 구축하고 기타 대전시의 산하기관과의 협력을 촉진할 수 있는 내용이 포함되어야하고, ④ 공유네트워크의 지속가능성을 위하여 가칭 '공유네트워크 기본계획' 을 수립" 등의 내용이 보완되어야 한다. 그리고 '공유경제(네트워크)' 를 공공시책으로 추진할 경우, 우선적으로 공무원들이 공유경제의 개념에 대해 선행적으로 이해하고 있어야 할 것이다. 대전광역시의 교육훈련기관인 대전인재개발원의 교육훈련과정에 '공유경제' 에 대한 교육프로그램를 개설하여 운영하는 것이 바람직하며, 공유경제에 대해 쉽게 이해할 수 있도록 DVD를 제작하여 수시로 상영하거나, 간단한 가이드북을 제작하여 공무원 및 일반 시민들에게 배포할 필요가 있다는 것이다.

둘째, 중간지원기관의 역할을 강화하여야 한다는 것이다. 강화하여야 할 중간지원기관의 역할은 "① 공유경제 및 공유네트워크의 문화 확산을 위한 홈페이지를 통한 온라인 홍보수단을 강화하고, ② 공유경제 플랫폼(공유경제의 공급자인 대여

자와 수요자인 이용자가 서로 만나서 공유 물품이나 서비스를 거래할 수 있는 신뢰와 거래가 활성화되도록 만들어 주는 장)을 구축하고, ③ 공유단체 네트워킹의 허브 구축" 등이다.

셋째, 공유경제의 사례를 도시재생 컨텐츠로 활용하자는 것이다. 공유경제는 도시재생의 부족한 컨텐츠를 보완하고 나아가 주민들에게 실질적인 수익을 만들어 낼 수 있다는 점에서도 도시재생의 주요 소프트 전략이라고 할 수 있다. 공유경제를 대전의 도시재생에 접목시키기 위해서는 우선, 현재 운영 중인 "대전광역시 도시재생지원센터"를 공유형 도시재생프로그램의 플랫폼 역할을 할 수 있도록 역량을 강화하여야 한다.

넷째, 공공기관의 공간공유를 활성화하여야 한다는 것이다. 공유경제의 개념에 대한 이해와 공유문화의 확산을 위하여 대전지역에 소재하고 있는 공공기관의 유휴 공간 개방을 지속적으로 확대하여야 할 것이다. 따라서 대전광역시 산하의 공공기관뿐만 아니라 중앙정부의 공공기관, 그리고 대전교육청 소속 공공시설들의 공간 개방을 위한 협의체를 구성할 것이 요구되고 있다. 예컨대, 대전광역시 및 대전광역시 산하기관, 정부대전청사, 정부 공공기관인 철도공사 및 수자원공사 등과의 협약(MOU)의 체결을 통해 공간공유 활성화를 도모할 필요가 있다.

다섯째, 은퇴과학기술인의 지식공유를 활성화시켜야 한다는 것이다. 이를 위해서는 은퇴과학기술인의 지식공유 프로그램을 개발하여야 하는데, 우선 현행 프로그램(과학자와 함께하는 과학교실, 과학기술 대중강연)의 내실화에 주력해야 한다는 것이다. 다음으로 은퇴과학기술인의 활용을 위한 프로그램을 신설할 필요성이 있는데, 고여할 수 있는 사업은 ① 연구소 탐방 과학 교실, ② 신나는 과학캠프, ③ 과학동아리 지원, ④ TEDx대전Science 또는 TEDxKoreaScience 개설, ⑤ 과학탐구대회, ⑥ 과학체험교실 운영, ⑦ 과학탐구대회 멘토 역할 및 과학교재(과학과 심화보충 학습지) 발간 지원, ⑧ 위레카 부활을 통한 은퇴과학자 활용, ⑨ 학부모를 위한 자녀 진로지도 멘토교실 운영 등등이다.

여섯째, 은퇴과학기술인의 지식공유를 위한 플랫폼을 구축해야 한다는 것이다. 공유경제의 관점에서 은퇴과학기술인의 지식공유를 활성화하기 위해서는 공급자와

수요자를 연결해 주는 플랫폼으로는 현재 운영 중인 “TEDx Daejeon (http://www.tedxdaejeon.com/)” 에 대한 재정적 지원을 통해 플랫폼 역할을 수행하도록 하는 것이 바람직하다.

목 차

제1장 서 론 ····· 3

제1절 연구의 배경 및 목적 ····· 3

제2절 연구의 범위 및 방법 ····· 6

제2장 공유경제에 관한 문헌고찰 ····· 9

제1절 공유경제의 이론적 논의 ····· 9

1. 공유경제의 정의 ····· 9
2. 공유경제의 기원 ····· 10
3. 전통적 경제와의 비교 ····· 12
4. 사회적자본과 공유경제 ····· 13
5. 공유경제의 특징 및 유형 ····· 14
6. 공유경제와 공유도시 ····· 17
7. 공유경제와 도시재생 ····· 18

제2절 공유경제의 특성에 따른 유형 ····· 19

1. 공간 공유 ····· 19
2. 물건 공유 ····· 20
3. 지식 공유 ····· 21
4. 교통 공유 ····· 23

제3절 공유경제의 기능별 유형 ····· 24

1. 관광편의형 ····· 25
2. 생활문화형 ····· 26
3. 기술편의형 ····· 29
4. 지역공동체형 ····· 31
5. 신산업형 ····· 32

제3장 공유경제의 적용사례 ····· 37
제1절 공유경제와 우주(WOOZOO) ····· 37
1. 일반현황 ····· 37
2. 사회적 사명: 도시 청년의 주거문제 해결 ····· 37
3. 이해관계자 가치방정식과 가치혁신 ····· 38
제2절 서울특별시의 공유도시 추진사례 ····· 39
1. 공유도시 서울의 추진개요 ····· 39
2. 적용 사업 ····· 40
3. '공유도시 서울'지원정책 ····· 41
제3절 대전광역시 공유네트워크 추진사례 ····· 43
1. 공유네트워크 추진 개요 ····· 43
2. 공유네트워크 추진 현황 ····· 44

제4장 대전광역시 공유네트워크에 대한 인식조사 ····· 53
제1절 대전광역시 사회적자본지원센터의 FGI 결과 ····· 53
1. 조사의 개요 ····· 53
2. 대상별 조사결과 ····· 54
제2절 본 연구를 위한 FGI 조사결과 ····· 59
1. 조사의 개요 ····· 59
2. 조사의 결과 ····· 60
제3절 조사결과의 종합 및 시사점 ····· 75
1. 조사결과의 종합 ····· 75
2. 조사결과의 시사점 ····· 77

제5장 대전광역시 공유네트워크 활성화 방안 ····· 81
제1절 대전시의 정책적 지원 강화 ····· 81
1. 내실화를 위한 법규의 정비 ····· 81

2. 공유네트워크기본계획 수립 및 시행 ····· 82
3. 공무원에 대한 교육 및 홍보 강화 ····· 83
제2절 중간지원기관의 역할 강화 ····· 86
1. 중간지원기관의 의의 ····· 86
2. 공유문화 확산을 위한 사회적자본지원센터의 역할 제고 ····· 88
제3절 대전형 공유경제 모형 개발 ····· 92
1. 공유형 도시재생의 활성화 ····· 92
2. 공공기관의 공간공유 활성화 ····· 97
3. 은퇴과학기술인의 지식공유 활성화 ····· 99

제6장 결론 : 연구의 요약 및 정책제언 ····· 107
제1절 연구의 요약 ····· 107
제2절 정책제언 ····· 108

참고문헌 ····· 113

부 록 ····· 119
<부록 1> FGI 설문지 ····· 119
<부록 2> 대전광역시 도시재생 활성화 및 지원에 관한 조례 ····· 121
<부록 3> 대전광역시 공유활성화 지원 조례 ····· 124

표 목 차

<표 2-1> 포클라레 활동의 주요 분야 ····· 11
<표 2-2> 공유경제 거래 방식 ····· 16
<표 2-3> 공간 공유 사례 ····· 19
<표 2-4> 물건 공유 사례 ····· 21
<표 2-5> 지식 공유 사례 ····· 22
<표 2-6> 교통 공유 사례 ····· 24
<표 3-1> 2015년 공유네트워크 공모사업 선정 결과 ····· 45
<표 3-2> 공공시설 공유공간 개방 현황 ····· 47
<표 4-1> FGI 조사대상과 내용 ····· 53
<표 5-1> 공유경제 관련 대전광역시와 서울특별시 조례의 주요내용 비교 ····· 81
<표 5-2> 대전광역시인재개발원 교육훈련체계(2015년도) ····· 84

그 림 목 차

<그림 2-1> 공유경제 시스템의 세가지 유형 ····· 15
<그림 4-1> 대전광역시 사회적자본 DVD 표지(예시) ····· 78
<그림 5-1> 서울특별시 공유가이드 팜플랫 ····· 85
<그림 5-2> 공유네트워크 추진체계 ····· 89
<그림 5-3> 사회적자본지원센터의 공유네트워크 조성 사업 ····· 89
<그림 5-4> 도시재생지원센터의 거버넌스구축 모형 ····· 96

제1장 서 론

제1절 연구의 배경 및 목적
제2절 연구의 범위 및 방법

제1장 서 론

제1절 연구의 배경 및 목적

미국의 저명한 미래학자 리프킨은 [소유의 종말]이라는 책에서 소유의 시대가 끝났다고 선언했다. 그는 왜 이런 선언을 한 것일까? 그는 소유의 시대는 끝났으며, 이제는 물건은 빌려 쓰고, 인간의 체험까지 돈을 주고 사는 새로운 자본주의 시대가 시작되었다고 주장한다. 그의 주장에 따르면, 변화와 혁신이 빠르게 이루어지는 시대에 소유에 집착하는 것은 여러모로 불리하다. 기업 측면에서도 소유한다는 것은 매우 불리한 일이 되고 있다. 산업시대를 뜻하는 소유의 시대에는 거대한 공장과 사무실을 두는 것이 일반적이었다. 그러나 그러한 시설을 유지하기 위해서는 엄청난 비용을 들여야 한다. IBM 같은 기업은 아에 개인 책상을 없애고, 개인 짐을 사무실에 두지 못하도록 한 대신 휴대전화와 노트북을 지급해 집이나 고객 사무실에서 더 효율적으로 일하도록 했다. [하버드 비즈니스 리뷰]에 실린 한 조사에 따르면, IBM은 이런 호텔예약 방식으로 사무실을 공유함으로써, 부동산 지출비용을 14억 달러나 줄일 수 있었다. 소비자 측면에서도 소유는 불리한 것이 되고 있다. 소비자는 자동차를 구입하기 위해 많은 돈을 한꺼번에 지출하거나 할부로 지출한다. 그러나 자동차를 구입하고 얼마지나지 않아 신제품이 등장해서 마음이 불편해 진다. 자동차를 유지하는데 들어가는 비용도 만만치 않다. 이런 고비용에 비해 정작 우리가 자동차를 쓰는 시간은 그리 많지 않다. 출퇴근 시간을 포함해 기껏해야 하루 2~3시간 사용하는 것이 고작일 것이다. 대부분의 시간동안 차는 주차장에 주차되어 녹슬고 있다고 보아야 한다. 녹스는 동안 차량 유지비는 새나가고 있다. 그렇다고 차를 소유하지 않고 차를 이용할 수 있는 방법이 있을까? 필요한 시간에 차를 빌려 쓴다면 경제적 이득도 되고 환경에도 도움이 되지 않을까? 아직 공유차량이 활성화되지 않아 불편한 점이 있을 것이다. 그러나 공유차량이 본격화되면, 차를 소유하는 것보다 빌려 쓰는 것이 훨씬 이득일 것이다.

리프킨은 소유의 시대가 소유를 기반으로 시장에서 살아남기 위한 적자생존의 시대였다면, 현재는 협력과 협업의 시대라고 주장한다. 승자와 패자를 가르는 게임에서 원원 전략으로, 폐쇄성에서 투명경영으로, 이기적 경쟁에서 이타적 협업으로, 소유의 시대에서 접속의 시대로 변화하고 있다는 것이다. 그는 대표적 사례로 집단적 지혜와 협업적 학습의 위력을 이용한 최초의 기업인 골드코프라는 금광회사를 들고 있다. 리프킨은 네트워크와 인터넷을 통한 접속의 시대를 통해 소유의 시대의 종말을 고하고, 윈윈과 협업이라는 새로운 자본주의 출현을 예고했다. 현재 그러한 경향은 '공유경제(sharing economy)'의 등장으로 구체화되고 있다. 공유경제도 윈윈과 협업을 기반으로 하고 있다. 공유경제는 소유경제와 달리 한번 생산된 제품을 여럿이 공유해 쓰는 협력소비를 기본으로 하는 경제방식을 의미한다. 이점이 소유시대의 대량생산과 대량소비 경제와 대비된다(서울연구원, 2015: 52-55).

우리에게는 훌륭한 공유의 전통이 있다. 향약·두레·계 등이 그것이다. 어려울 때 서로 돕는 게 우리의 오랜 미풍양속이다. 전통시대는 물론이고 일제강점기에도 계 문화는 활발했다. 1930년대에 집계된 바로는 480종류의 계가 있었고, 계의 수는 29,257개, 계원수는 903,640명이나 됐다(서울연구원, 2015: 63, 재인용). 계를 통해 시골에서는 필요한 노동과 자원을 공유했다. 농사철이 되면 남성들은 번갈아 가면서 품앗이로 모내기를 했다. 아낙네들은 서로 도와가며, 길쌈을 했다. 계·두레·향악 등은 향촌사회의 중요한 경제활동이었다. 요샛말로 말하면 시민의 자발적인 자치활동이었다. 거기에는 함께 나누고, 함께 일하고, 함께 도와줌으로써 자치 공동체의 기반인 신뢰를 형성하는 중요한 기능도 들어 있다. 우리 전통을 되돌아보면, 우리에게는 '공유'에 대한 의식이 누구보다도 강하게 형성되어 있다. 이 전통을 공유경제와 접목해 활용한다면, 새로운 경제활동으로서 공유경제의 미래는 밝다고 할 수 있다(서울연구원, 2015: 63-64).

이러한 공유경제의 의미를 천착하고 살펴보고자 하는 이유는 분명하다. 하나는 소유와 소비를 적정 수준에서 유지하되 개인의 삶의 질을 높일 수 있는 방안에 대한 관심이기 때문이다. 지금의 무한 소비와 과소비 구조를 수용하는데 사회와 환경 시스템이 한계에 봉착한 상태이다. 두 번째는 현재의 공공재의 활용도가 지나치게 저효율적이기 때문에 이를 극복하는 방안으로 공유경제 시스템이 매우 유용할 것

이라는 기대 때문이다. 공공의 활용목적으로 만들어진 공공시설의 활용도는 과연 어느정도 인가? 하루에 몇시간 쓰지않는 자동차를 계속 소유해야할 것인가, 빈 방으로 놀리는 것이 과연 바람직 한가, 한번 보고 쌓아두는 책을 더 활용하는 방안은 없는가, 각자 가지고 있는 인생의 지혜를 나눠 쓰는 방법은 없는가? 등등 공유할 대상과 공공재는 주위에 널려 있다. 세 번째는 공유견제를 통한 새로운 창업기회와 일자리 창출이 매우 획기적일 것이라는 기대 때문이다(김형균・오재환, 2013: 3).

이러한 공유경제에 대한 우리나라 지방정부의 관심은 서울시를 필두로 부산시, 광주시, 경기도, 제주도 등에서 지원을 위한 기반을 조성하면서부터라고 할 수 있다. 특히, 서울시의 경우, 공유(공유경제, 공유사회)의 개념을 현실화하려고 2012년 9월 20일에 '공유도시 서울'을 선포하고 '공유 촉진 조례'를 제정하였다. 대전광역시 역시 2014년 민선 6기가 출발하면서 '함께 쓰는 공유네트워크 조성' 시책을 추진함으로써 공공부문에서 관심을 갖기 시작하였다. 그 일환으로 '대전광역시 공유활성화 지원조례'를 2015년 2월 17일에 제정하였다. 대전시는 공유네트워크 사업을 통해 공공기관, 지하철 역사, 체육관, 문화시설, 도서관 등 공공시설의 공유를 촉진코자 하고 있다. 시민들도 필요에 따라 함께 나누는 공유 공간을 개발하여 과잉소유와 과잉소비로 인한 문제점을 극복하고 소유와 소비를 적정한 수준에서 유지하면서 개인과 공동체의 삶의 질을 높일 수 있는 방안을 모색하고 있다. 대전시는 '공유네트워크'로 명명되는 공유경제의 활성화를 위해 2015년부터 본격적인 행정적 지원에 나서고 있는데, 우선 대전광역시 사회적자본지원센터에 위탁하여 공유네트워크 공모사업을 추진하고 있으며, 대전광역시 도시재생본부에는 공공기관 유휴 공간 개방을 적극 추진하고 있다. 지방정부의 이러한 노력에도 불구하고 일반시민들의 경우 공유경제에 대한 인지도는 그리 높다고 할 수 없다. 따라서 공유경제에 대한 지방정부의 체계적인 지원과 더불어 일반시민들에게 공유문화를 확산시키기 위한 다양한 홍보방안이 마련되어야 할 시점이다.

이러한 맥락에서 본 연구는 많은 나라에서 확산되고 있는 공유경제에 대한 논의를 통해 대전시가 공유경제의 일환으로 추진하고 있는 '공유네트워크'의 활성화 방안을 모색하기 위한 목적을 가지고 있다.

제2절 연구의 범위 및 방법

본 연구에서는 다루게 되는 내용적 범위는 첫째로 공유경제에 관련된 이론적인 논의, 공유경제에 대한 국내외의 적용사례, 국내 지방정부의 공유경제 활성화 시책, 대전광역시의 공유경제 추진 현황 등이 포함된다. 둘째, 대전광역시의 공유경제 추진 실태를 분석하기 위하여 '공유네트워크 공모사업'에 선정된 단체(모임)의 대표들을 대상으로 심층면접을 실시하고자 한다.

앞에서 제시된 연구의 목적을 달성하기 위하여 본 연구에 적용하는 연구방법은 우선 공유경제에 대한 문헌고찰을 실시하는데, 여기서는 공유경제의 개념정의, 공유경제의 등장 배경, 공유경제의 적용사례, 서울시의 '공유도시 서울'에 대한 소개, 대전광역시의 '공유네트워크 사업'의 개요 소개, 그리고 대전광역시 사회적 자본지원센터에서 조사한 FGI 조사결과 등을 소개하고자 한다. 둘째, 대전광역시에서 추진하고 있는 '공유네트워크 사업'의 추진실태를 분석하기 위하여 동 사업에 참여하고 있는 단체(모임)의 대표들을 대상으로 심층면접을 실시하여 공유네트워크의 활성화 방안을 도출하고자 한다.

제2장 공유경제에 관한 문헌고찰

제1절 공유경제의 이론적 논의
제2절 공유경제의 특성에 따른 유형
제3절 공유경제의 기능별 유형

제2장 공유경제에 관한 문헌고찰

제1절 공유경제의 이론적 논의

1. 공유경제의 정의

2014년 10월 미래학자 제러미 리프킨(Jeremy Rifkin)이 한국을 방문했을 당시, 2050년 벽두에 협력적 공유사회(collaborative commons)가 세상을 바꿀것이라고 말했다. 리프킨은 [한계비용 제로사회(The Zero Marginal Cost Society)]를 통해 자본주의는 사라지지 않겠지만, 공유경제(나눔경제)가 증폭될 것이라고 말했다. 그렇다면 공유경제는 무엇일까? 재화, 서비스, 재산, 공유지, 환경, 생태 등 '공유' 라는 개념을 확대해서 소유가 아니라, 나 홀로 개인을 넘어 개인과 개인이 모여 협력을 통해 물건을 서로 대여하거나, 지식과 지혜를 공유하는 바탕이 공유경제이다(서울연구원, 2015: 8-9).

공유경제는 '비가격적인 것에 기반을 둔 사회관계가 주요 역할을 하는 경제' 이다. 전통적인 상업경제의 근간을 이루는 것이 가격적 요소라면 이와는 다른 사회관계가 동인이 된다는 것이다. 이에 비해 소비적인 측면을 강조하면 '집단처럼 하나로 합치고 공유하는 활동이 협업과 커뮤니티라는 방식으로 살아나는 협력적 소비(collaborative consumption)로 정의된다. 나아가 협력경제(collaborative economy)는 기업이나 사람들 간의 소유와 활용이 공유되는 경제적 모델로서 새로운 생산과 서비스 및 비즈니스 성장을 가져오는 경제' 로 규정된다(김형균・오재환, 2013: 14, 재인용).

여기에 더하여 소비적 관점에서 공유경제(sharing economy)란 여러 사람이 물건을 공유하는 협력소비이자 경제시스템을 의미한다. 한번 생산된 제품을 여럿이 공유해 쓰는 협업소비를 기본으로 하는 경제방식으로써, 유형자원 뿐만 아니라 지식, 경험, 시간 등 모형의 자원을 포함한다. 공유경제의 최초 유래는 이탈리아 고유의 포콜라레(focolare) 문화에서 기인한다. 포클라레란 벽난로 주위에 지인들과 함께

모여 음식이나 정담을 나누는 ‘더불어 사는 문화’ 공간을 지칭하는 의미이다(김점참 외, 2014: 26, 재인용). 현재는 협력적 소비 및 공동체 경제를 지향하는 개념으로 쓰이며 유사용어들이 혼용되어 쓰이고 있다. 이러한 의미에서 공유경제는 다수의 이용자가 다양한 자원을 공유하여 그 자원을 지속적으로 가치 있게 활용하고, 소유경제의 비효율성을 보완하고자 하는 대안적 소비라고 말할 수 있다.

공유경제의 기본 원칙은 사람들의 소유(ownership)보다는 이용(utility) 가치와 혜택을 추구하는데 있다. 공유라는 틀을 통해, 낭비되고 버려지는 가치를 재발견하는데 초점을 둔다. 공유경제 메커니즘 속에서 사람들은 중고 제품과 같은 유형자원이나 무형자원을 막론하고 필요한 적당량을 빌려쓰거나 타인에게 이용기회를 양도함으로써, 다수가 함께 비용대비 효율적 소비와 사회적 후생을 창출한다. 따라서 공유경제를 옹호하는 소비자 특성에 관한 이해도 경제학의 ‘합리적 인간’보다는 공동체 안에서의 신뢰와 연대에 기초한 인간의 이성과 합리성, 성숙화까지 범위를 확대하여 바라볼 필요가 있다. 본래 공유경제의 지속가능성을 가능케 하는 구성요소가 시・공간과 같은 유휴 생산능력, 사회적 연결이나 지역사회 가치를 의미하는 소셜, 온・오프라인 소셜네트워킹 및 IT 기술력, 친환경성, 절약하는 경제형 화폐 등이므로 공유경제 소비자 성향도 같은 맥락에서 이해할 수 있는 것이다. 즉, 공유경제시스템 하에서 대표적인 소비자 특성은 창의적 아이디어와 기술의 융합, 사용자 감성중심, 개인의 아이디어의 경제적 가치로의 창조적 전환 가능성, 소셜네트워크 기반 생태계를 형성하는 어플이케이션과 플랫폼 등의 망 경제에 대해 높은 사회적 관여도 등이라고 할 수 있다(김점참 외, 2014: 27-28, 재인용).

2. 공유경제의 기원

제2차 세계대전 중 이탈리아 트랜토에서 끼아라 루빅(Chiara Rubich)과 그녀의 동료들이 시작한 포클라레(Focolare) 운동이 시발점이 된 카톨릭에 기반한 공유경제 운동은 2000년대에 전세계적으로 이운동에 참여하는 사람들이 4백만명을 넘게 되었다. 이탈리아, 브라질, 아르헨티나, 필리핀 등 주로 카톨릭 국가를 중심으로 확산된 이 운동은 명실공히 카톨릭의 영성을 바탕으로 공유경제 운동의 급격한 확산을

가져왔다. 처음에는 전쟁의 폐허에서 조그마한 공동체를 구성해 전쟁의 고통을 덜어주는 것으로 시작하여, 전쟁이 끝나고서도 하나의 사회운동으로 확산되었다.

이러한 포클라레 활동은 사회경제적 영역 뿐만아니라 문화활동, 정치활동 및 신앙의 영역으로 그 범위를 확대하여 왔다. 나아가 포클라레 활동은 통합적 인간개발이라는 비전을 공유한다. 이 비전은 제한된 자원의 한계 내에서 개개인의 욕구와 더 큰 공동체의 요구간의 균형을 유지하면서 개개인을 위한 복지를 제공할 방법을 찾는 것이다(김형균・오재환, 2013: 18, 재인용).

〈표 2-1〉 포클라레 활동의 주요 분야

분야	활동의 종류
사회적 경제적 발전	일치된 세계를 위한 운동 연합(AMU:Azione per un Mondo Unito), 새인류운동(NH: New Humanity),
출판과 통신	매년 약 300개의 출판물을 발행하는 4개 대륙의 27개 출판사; 20만여 명의 독자를 위해 23개 언어로 발행되는 '그물'잡지 37여 종; 멀티미디어 통신 센터 2곳(이탈리아와 브라질); 대형 행사를 보도하는 전 세계적인 정규 TV 방송(예.젠훼스트(Genfest);
문화 활동	이탈리아 로피아노 소재 소피아 대학교(Sofia University Institutie); 세계적 그룹들(연극,음악,춤) – 젠 로소(Gen Rosso)와 젠 베르데(Gen Verde); 예술적 우수성을 위한 센터들(예. 로피아노의 Centro Ave.와 부에노스아이레스의 클라라의 집(Casa Clara); 예술가들을 위한 대규모 회의; 할리우드의 영화산업 연구 집단; 로마의 Incontri Romani Tourism 그룹;
정치 활동	인권옹호를 위한 더 큰 협력의 촉진을 위해 7개 국가에서 활동하고 있는 일치를 위한 정치 운동(Movimento per l'Unita); UN ECO/SOC에서 새인류운동(New Humanity)을 대표. 이들은 동시에 카테고리2의 자문역을 맡고 있음;
신앙심 형성	3백만 부에 달하는 월간 '생활말씀(Work of Life)'해설서 발행; 각 지역의 포콜라레 센터와 로마의 마리아 폴리(Mariapolis) 센터를 통해 영성의 다양한 측면에 대한 강좌 개최 교회일치운동 대화를 위한 Centro Uno 센터를 통해 약 300개의 기독교 교회와 대화; 필리핀의 불교 대화 센터(Center for Buddhist Dialogue)를 포함하는 종교간 대화; 로피아노 소재 Istituto Mistici Corporis College

자료 : 김형균・오재환(2013: 19, 재인용)

공유를 통해 새로운 부를 창출함으로써 재화의 공유를 더 생산적으로 만드는 것을 목표로 삼는다는 의미에서 포클라레 운동가들은 1991년을 공유경제의 새로운 출발기로 규정하고 있다(김형균・오재환, 2013: 20, 재인용). 이들 공유기업들은 식료, 의류, 교육, 비즈니스 서비스 등 각 분야에 300여개로 확산되면서 그 영역을 넓혀가고 있다. 이와 같이 종교적 기반위에서 발전해 온 공유경제는 박애적 입장의 기부적

성격이 강했다. 그러나 전 세계 금융위기를 거치면서 경제 패러다임의 전환기를 맞아 단순한 종교운동 차원이 아니라 소유변화, 환경, 디지털, 사회자본 등이 결합된 새로운 경제시스템으로 발전하게 되었다(김형균・오재환, 2013: 21, 재인용).

3. 전통적 경제와의 비교

전통경제의 목표와 방식, 공유 경제에서의 그 양상을 비교하면 패러다임의 변화라 할 수 있을 만큼 큰 차이를 발견할 수 있다. 전통경제가 과잉방식으로 움직인다면 공유경제는 협력적 소비 방식으로 이루어진다. 전통경제는 공유자의 이윤창출, 소비자의 재화의 소유가 주요 목표라면, 공유경제는 분명 이윤을 추구하지만 그 못지않게 사회적 가치, 즉 사회적으로 좋은 영향을 주는 가치의 영역을 포함한다. 소비자 역시 공유재화 및 서비스를 구매함으로써 공유 그 자체의 경험을 통해 인간관계를 확장하거나 공유경제 특유의 신뢰 관계속에서 자존감을 높이기도 한다. 따라서 전통경제는 경쟁에 바탕을 두고 작동한다면 공유경제는 신뢰를 바탕으로 작동한다. 공유경제의 수요, 공급과 거래는 그 바탕에 상대에 대한 신뢰가 없다면 작동하기 어려운 구조이다. 환경적인 측변에서 전통적 경제는 대량생산된 물건을 싸게 팔아야 하므로 자원고갈을 피할 수 없지만 공유경제는 이미 생산된 유휴자원을 재사용하는 것이므로 자원을 절약할 수 있다.

자동차 공유사례를 살펴보면 공유경제의 성격이 극명하게 나타난다. 포드주의로 대표되는 전통경제시대에 지엠, 포드, 크라이슬러와 같은 자동차회사들은 자동차를 대량생산해 소비자들이 이 자동차를 소유하게 하는 데 초점을 뒀다. 이것이 공유경제의 시대에는 자동차를 소유한 개개인이 자신의 자가용을 사용하지 않을 때 대여함으로써 수익 수단으로 삼는다. 물론 공유경제가 곧바로 전통경제를 대체할 만큼 파급력이 큰 시스템이라고는 볼 수 없다. 규모면에서나 인식 면에서 여전히 경쟁중심의 이윤창출과 과잉소비가 주요 경제 흐름이다. 하지만 최근 자본주주의 위기, 환경위기, 물질만능주의의 대안으로써 공유경제가 주목받고 있는 것은 사실이다. 끊임없이 생산하는 것이 아니라 기존에 생산된 유휴 자원을 이용하는 발상자체가 이미 큰 변화의 시작이라 볼 수 있다(김형균・오재환, 2013: 15-17, 재인용).

4. 사회적자본과 공유경제

공유경제시스템이 발전하기 위해서는 기본적으로 신뢰를 바탕으로 한 사회적 자본이 형성되어야 한다. 사회적 자본은 '신뢰, 규범, 네트워크등과 같은 사회조직의 특성과 관련되는 것으로, 사회구성원의 상호이익을 위해 조정과 협력을 가능케 하는 것'으로 규정한다. 이는 전통적인 물리적 자본과도 다르며, 인적 자본과도 다르다. 그러나 신뢰를 통한 공동체나 사회의 가치를 증식한다는 자본을 속성을 가지고 있다는 측면에서는 유사성을 지니고 있다.

결국 사회자본은 '적극적인 외향성(positive externality)'을 만들게 되는데 이를 통해 사회적 신뢰체계는 긍정적 선순환구조로 작동하게 된다. 우리가 공유경제의 발전과 확산에 있어서 주목하는 것은 바로 이와 같은 신뢰의 사회적 시스템이 매우 결정적이라는 사실이다. 최근 금융위기 이후에 많은 사람들이 경제적 불안을 느끼기 시작하면서 사회적 불신구조는 더욱 심화되었다. 이러한 사회적 여건은 사회자본의 형성에는 부정적인 환경일수밖에 없다. 그러나 소유를 줄이고 기존의 자원을 나누어 쓰는 공유경제를 통해 사회적 거래비용을 낮추고 싶은 욕구는 사회적으로 확산되어 있다. 그런데 이러한 활동이 안정적으로 정착하거나 확산되기 위해서는 사회전반적인 신뢰구조나, 개인적인 경험속에서 신뢰를 바탕으로 한 협력적 소비의 경험이 상호협력적으로 작용하지 않으면 안 된다. 따라서 사회적으로는 경제적 위기에 따른 불신의 구조가 높더라도 공유경제 거래의 개인적인 경험이 쌓일 수 있다. 아니면 개인적인 소비경험에서는 신뢰가 부족하더라도 공유경제 플랫폼과 평판시스템이 안정적으로 구축된다고 하면 공유 경제 확산의 중요한 변수가 되는 것이다. 공유경제의 체계적 정착과 확산을 위해서는 신뢰의 사회자본은 필요요건이자 충분조건이다. 나아가 이러한 사회적 자본의 정착을 우해서 공공의 중요한 역할 중의 하나가 바로 시민사회 공동체의 믿음을 쌓고, 신뢰의식 내재화를 위해 교육의 역할이 강조되는 것이다.

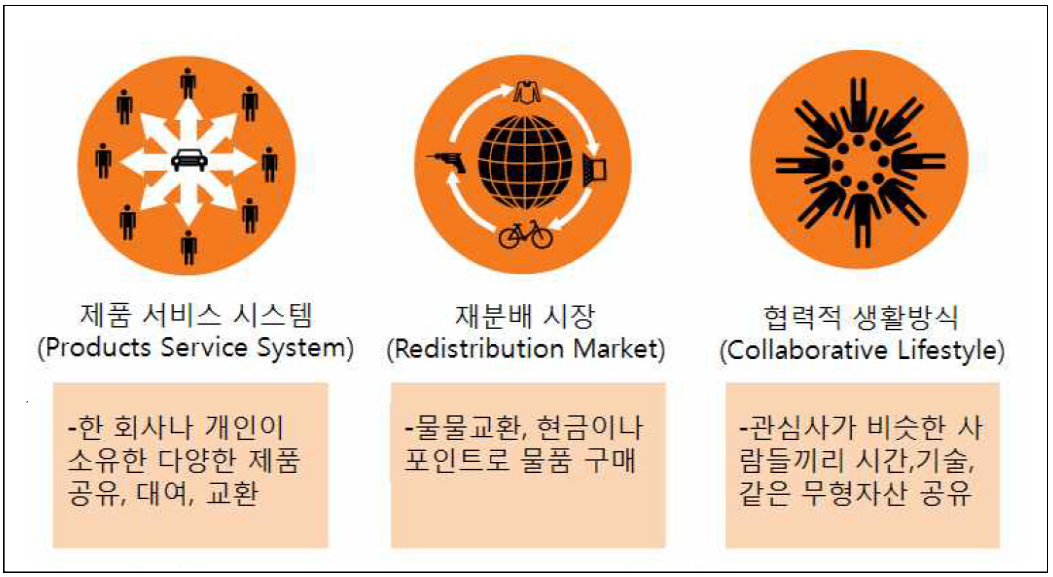
5. 공유경제의 특징 및 유형

공유경제는 여분의 재화나 지식을 소셜네트워크를 통해 대여하거나 교환하여 상호편익과 적정이윤을 얻는 비즈니스 모델이자 생활방식이다. 기존의 기존의 산업과 달리 사회적 가치를 추구하고 지역사회에 기반하고 있으며 모바일 기술을 필요로 한다는 점에서 기존의 대여 및 임대산업 또는 아나바다와 같은 시민절약운동과 차별화된다. 이러한 공유 경제는 기존의 상업경제와는 다른 몇가지 특징을 지니고 있다. 첫째, 소비 만족을 위한 적정규모가 형성되어야 한다. 이는 모든 사람이 마음에 드는 물건을 찾고 잘 선택했다고 느낄만큼 물건이 충분하게 갖추어지는 일정 규모를 갖추어야 제대로 작동한다는 것이다. 둘째, 여분의 자산과 재능을 활용한다는 특징을 가지고 있다. 공유경제의 대상은 여분의 물건, 공간, 땅, 서비스 등 공유할 수 있는 개인의 소유물 모드가 해당된다는 것이다. 셋째, 공유재에 대한 믿음이 전제되어야 한다. 마지막으로 타인간의 신뢰가 형성되어야 한다는 것이다. 과잉소비의 세계에서는 중간상인이 생산과 소비의 다리를 놓는 반면, 협력적 소비의 세계에서는 거래 당사자들이 익명이나 타인을 신뢰할 수 있는 평판시스템이 매우 중요하다. 협력적 소비 중개인들은 개인들이 서로 신뢰를 쌓을 수 있는 환경을 조성하고, 신뢰를 구축하고, 거래와 커뮤니티를 잇는 절충안을 만드는 것이 과제라고 할 수 있다(김형균・오재환, 2013: 38-39, 재인용).

이와 같은 공유경제의 유형을 다음과 같은 몇 가지로 구분할 수 있다. 첫째는 제품서비스시스템이다. 이는 제품소비보다 제품이 주는 유익함에 집중하는 사용 중심 사고방식이라고 할 수 있다. 이것의 구체적인 운영방식은 한 회사가 소유한 다양한 제품을 공유하거나 대여하는 방식(카셔어링, 태양열 발전, 빨래방), 개인이 소유한 재품을 공유하거나 대여하는 방식 등이 있다. 이러한 유형의 의의는 사용자들은 유지비, 보수비, 보험비 등 제품을 소유할 때 부담해야 하는 비용을 절약할 수 있으며, 궁극적으로는 소유에서 사용으로 물건을 대하는 관점의 변화를 반영하고 있다는 것이다. 둘째로 재분배 시장이다. 중고품을 필요하지 않은 사람이나 필요하지 않은 곳으로부터 정말 필요한 곳으로 물품을 재배치하는 형태이다. 구체적인 방식은 모든 물품을 주고받거나 현금이나 포인트로 물품을 구매하는 것, 액세서리, 옷,

책, 장난감, 게임, 배낫저고리, DVD 등 비슷한 물품을 교환하는 것, 값어치가 비슷한 다른 물품과 교환하는 것 등이다. 이러한 형태의 공유경제가 갖는 의미는 축소, 재활용, 재사용, 수리, 재배분 실천을 통해 헌 물건을 재사용하거나 재판매함으로써 쓰레기를 줄이고 새제품을 만드는데 드는 자원을 훨씬 절약할 수 있다. 셋째로 협력적 생활방식이다. 관심사가 비슷한 사림들끼리 시간과 공간, 기술, 돈 같은 무형자산을 공유하기 위해 모임을 하게 되며 주로 지역단위로 이루어지고 있다. 구체적으로는 사무실 공유, 물품교환, 과제와 시간 공유, 심부름, 정원공유, 기술교환, 음식 나눔, 주차장 공유, P2P대출, 여행관련 공유 등이 이러한 형태에 해당된다. 이러한 형태는 높은 신뢰도와 인간 대 인간의 상호작용이 매우 중요하다. 따라서 공동라이프스타일은 무수한 관계와 그에 따른 새로운 사회 연결망을 만들어 내고 있다.

<그림 2-1> 공유경제 시스템의 세가지 유형



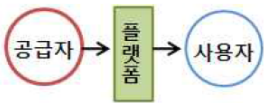
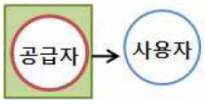
자료 : 김형균・오재환(2013: 39, 재인용)

이러한 공유경제와 협력적 소비가 작용할 수 있는 시장의 동인은 사회적, 경제적, 기술적 동인(drivers)의 세가지로 볼 수 있다. 첫째, 사회적 동인은 무엇보다 먼

저 인구밀도가 증가함으로써 공유경제의 가능성이 더욱 확대되고 있다. 둘째, 경제적 동인으로써, 먼저 유휴자산이나 남는 자원을 자산화 할 수 있다는 것이다. 우리에게 필요한 많은 것들이 정작 실제로 쓰이는 시간은 불과 얼마되지 않는 경우를 빈번히 볼 수 있다. 공유경제는 적은 자본으로도 창업이 가능한 새로운 가능성을 열어 준다. 셋째, 기술적 동인이다. 먼저 소셜네트워크의 발전은 개인 대 개인의 거래를 가능하게 하여 소비자와 공급자를 직접 연결하는 것이 편리해 졌다.

한편 유무형의 공유재화는 판매, 중고물품 재판매, 유료대여, 유료회원가입, 공동소유 또는 공동운영, 투자 및 대출, 물물교환, 무료대여, 기부 등으로 거래된다.

<표 2-2> 공유경제 거래 방식

유형		설명	예시
개인 대 개인 거래형		유휴 물건에 대한 P2P 중개 플랫폼	판매, 중고물품 재판매, 유료회원가입, 투자 및 대출, 물물교환, 무료대여, 기부 등
쌍방간 사용권 교환형		유휴 물품 및 중고물품, 재능 및 서비스를 커뮤니티 안에서 교환	유료대여, 유료회원가입, 공동소유 또는 공동 운영, 투자 및 대출, 물물교환, 무료대여 등
소유권 교환형		중고물품 거래장터 플랫폼	판매, 중고물품 재판매, 공동소유 EH는 공동운영, 기부 등
사용권 제공형		렌터카 사업자와 유사	유료회원가입 등

→ ⋯→ 사용권, 소유권
공급자 : 자산이나 재능을 임대하거나 판매
사용자 : 이용가능 한 제품과 서비스 소비

자료 : 김형균・오재환(2013: 42, 재인용)

6. 공유경제와 공유도시[1)]

샌프란시스코 시는 2012년 3월 '공유도시'를 선포하고, 공유경제와 관련되는 정책과 제도를 포괄적으로 검토하는 공유경제 워킹그룹을 출범시켰다. 샌프란시스코 시는 공유경제 서비스를 기존 법률로 규제하기 보다는 걸림돌이되는 법과 제도를 개선함으로써 공유경제를 육성하겠다는 것이 기본 방침이다.

공유경제는 새로운 경제의 기회로서 공유도시가 필요한 이유는, 첫째로 IT기술을 활용하여 적은 자본으로도 새로운 형태의 일자리가 창출된다. 시민은 자기가 소유한 유휴자원을 활용하여 부가수입과 서비스 혜택을 누릴 수 있다. 예를 들어 자녀를 모두 결혼시킨 은퇴자는 빈방을 여행객이나 대학생에게 빌려줌으로써 부가 수입도 얻고 무료함도 줄일 것이다. 평균적으로 1박에 5만 받는다는 가정하에 한달에 10회를 빌려 주면 50만원의 부가 수입이 창출된다. 둘째로 도시정부의 입장에서 적은예산으로 시민에게 다양한 편익을 제공할 수 있다. 주차장을 새로 조성하려면 부지 매입비 등 많은 예산이 필요하지만 기존의 주차장 사용의 효율을 높이면 적은 예산으로도 주차문제를 해결할 수 있다. 예컨대, 서울시에서는 거주자 우선 주차장을 배정받은 사람이 사용하지 않은 낮에 공유하는 사업을 계획하고 있다. 124,150면인 주차장의 5%만 주차장 공유에 참여하면 주차면 1,862면의 건설 효과가 있다는 계산이다. 또한 서울시가 공공기관의 유휴공간을 개방하고 있는데, 강당이나 회의실을 500개 공유한다면, 210실짜리 주민커뮤니티센터 25개를 신축하는 효과를 누릴 수 있다. 이러한 공유사업이나 프로그램이 증가할수록 시민은 적은 비용으로 더 많은 혜택을 누릴 수 있게 된다. 도시민박업의 활성화는 여행객의 급속한 증가로 인한 호텔객실의 부족을 해소할 수 있고 아파트 주민간 책을 공유할 수 있는 마을 책꽂이사업이 활성화되면 도서관을 새로 짓거나 도서 구입비를 지출하지 않아도 된다. 셋째로 공유도시사업을 추진하는 사업에서 민간의 참여와 협력이 증가하면 예산절감효과와 행정의 효율성이 제고될 수 있을 것으로 기대된다. 넷째로 공유는 신뢰를 바탕으로 한 호혜적 경제를 기반으로 한다. 공유문화가 확산되면, 단절된 사람간의 관계와 사라진 공동체 회복이 가능해 진다. 그런 측면에서 공유도시 추진

1) 공유도시에 대한 논의는 강태균(2012)의 글을 인용했음을 밝힙니다.

은 마을공동체 사업과도 맥을 같이 한다.

서울시도 2012년 9월 20일 공유도시를 선언했다. 자원의 공유를 통해서 새로운 경제기회의 창출, 신뢰와 관계 회복, 그리고 자원낭비 축소를 통해서 경제적, 사회적, 환경적 문제를 동시에 해결할 수 있는 사회혁신적 대안이라고 보고 있다. 서울시는 주차장, 자동차, 빈방, 책, 사진, 공구, 의료장비 등 시민생활과 밀접한 20개 공유사업을 추진하고 있다.

7. 공유경제와 도시재생

도시의 무분별한 확장과 산업구조의 변화는 대부분 도시의 주거환경의 노후화를 가져 왔다. 특히 무엇보다 인구감소 현상은 이러한 노후 도시화의 핵심원인으로 부각되었다. 도시의 인구감소 현상은 단순한 인구학적 차원으로 그치는 것이 아니라, 도시의 물리적 도시화의 가속, 지역경제의 쇠락, 생활 여건의 악화, 사회문화적 격리 현상의 심화, 부정적 쇠퇴지역으로서의 공간브랜드의 갈등의 악순환 구조를 형성하고 있다.

그동안 쇠퇴하고 있는 도시에 대한 처방은 재개발, 재건축, 뉴타운 등 도시정비적 처방이 주를 이루었다. 그러나 수도권 도시는 그나마 자본 유입의 기회가 많은 편이지만, 지방도시들의 경우에는 수익성의 문제 때문에 도시정비적 개발의 많은 문제가 나타나고 있다. 그러다 보니 수익성이 부족한 지역에 정비구역으로 지정된 곳은 상당히 오랜 기간 동안 개발이 지체되면서 더 쇠락하는 악순환을 겪게되었다. 더군다나 개발이 이루어진다고 하더라도 원주민의 정착율이 10%도 채 되지 않은 등 과연 누를 위한 재개발인가 하는 사회적 문제제기가 강하게 나타나기 시작했다. 나아가 도시의 역사, 문화적, 사회적 맥락을 고려하지 않은 ‘단절적’ 개발을 가져오는 도시정비 방식에 대한 문제가 제기되고 있다.

그런데, 도시재생사업도 그 방법론에 있어서는 많은 시행착오를 겪고 있는 것이 사실이다. 이러한 상황에서 공유경제의 가치는 도시재생 사업이 지향하는 공동체성, 신뢰성, 경제적 자립 등의 가치와 유사하다.

제2절 공유경제의 특성에 따른 유형[2)]

1. 공간 공유

소유의 영역으로 여겨지던 공간이 공유의 대상이 되고 있다. 집, 사무실, 주차장, 텃밭 등 개인 소유의 여분의 공간을 필요로 하는 사람이 사용하는 공간 공유 사례가 주목받고 있다. 공급자는 대여 수입을 얻고 사용자는 저렴한 가격으로 이용할 수 있다는 이점이 있다. 플랫폼을 운영하는 회사는 거래 시 발생하는 수수료 수익을 얻는다. 공간 공유는 개인 대 개인의 거래, 쌍방 간 사용권 교환 방식으로 거래된다.

〈표 2-3〉 공간 공유 사례

회사명	공유내용	지역	URL
빈 방			
Airbnb	빈 방	국외	airbnb.co.kr
비앤비히어로	빈 방,민박	국내	www.bnbhero.co.kr
코자자	한옥민박	국내	www.kozaza.com
북메이트	해외한인민박	국내	vookmate.com
한인텔	해외한인민박	국내	hanintel.com
돔서핑	기숙사	국내	facebook.com/dormsurfing
사무실			
베타하우스	사무실	독일	betahaus.de
D.Camp	사무실	국내	www.2030dreambank.or.kr
기타			
Parking Panda	주차공간	국외	https://www.parkingpanda.com
DogVacay	애완동물	국외	http://dogvacay.com/
페어스페이스	공간 기부	국내	www.facebook.com/fairspace
나룸	공간	국내	naroom.co.kr

에어비앤비(Airbnb)는 공유경제의 가장 대표적인 사례이자 공간 공유의 대표적 사례인데, 이는 미국 샌프란시스코에서 시작된 빈 방 숙소 정보 제공 플랫폼이다. 즉, 빈방의 수요자와 공급자를 인터넷에서 연결한다. 국내의 에어비앤비와 같은 사업으로 '비앤비히어로'와 '코자자'가 있다. 비앤비히어로는 한국에서 시작한 '공유경제 기반의 개인여행 플랫폼'이고 아시아 지역을 주 시장으로 삼고 있다. 에어비앤비와 마찬가지로 개인의 여분의 방을 민박으로 활용하며 개인 여행을 위

2) 이 부분은 김형균·오재환(2013: 53-65)의 글을 인용하여 요약하였음을 밝힙니다.

한 가이드 사업인 히어로메이트(Heromate)도 함께 진행하고 있다. 코자자는 전국의 한옥으로 특화한 빈 방 민박 플랫폼이다. 독배캐이(Dogvacay)는 애완동물 주인의 휴가 기간 동안 동물을 대신 맡아주는 서비스이다. 애완동물을 호텔이 아닌 독배캐이(Dogbacay)에 등록된 개별 가정이 펫호텔이 되어 케어를 제공한다. 랜드셰어는 영국에서 시작한 텃밭 공유 서비스로, 땅을 가진 사람과 텃밭을 필요로 하는 사람, 자신의 텃밭에서 작물을 키워줄 사람을 연결해준다.

2. 물건 공유

공유경제에서 가장 일반화된 분야가 물건공유이다. 공유경제에서의 물건 공유는 온라인의 플랫폼을 통해 개인 간 직접 거래(peer-to-peer)가 이루어진다는 점이 특징이다. 기존의 렌탈 산업이 사업체가 소비자에게 대여하는 방식이라면, 공유경제에서는 소비자 간 판매, 대여, 교환, 기부가 이루어진다는 것이 다른 점이다. 공유경제 영역에서 물건 분야는 아동 용품에서부터 공구, 돈에 이르기까지 다양한 품목이 유·무료로 거래 된다. 물건 공유 사례에는 개인 대 개인 거래, 쌍방 간 사용권 교환 소유권 교환, 사용권 제공의 공유방식이 모두 포함된다.

생활잡화의 직접 대여·교환하는 플랫폼은 개인의 유휴물품을 사이트에 올리면 필요한 사람이 대여, 판매할 수 있는 플랫폼이다. 이용자는 저렴한 가격에 필요한 물건을 사용할 수 있고 플랫폼 비즈니스는 거래 시 발생하는 수수료도 수익을 얻는다. 아동 의류, 장난감은 가장 활발히 공유가 이뤄지는 아이템이다. 아이들의 성장시기에 맞춰 사용 기간이 짧기 때문이다. 도서나 교과서도 주목받고 있는 공유 물건이다. 최근에는 돈 역시 공유의 대상이 되고 있다. 조파(Zopa)와 렌딩클럽(Lendingclub)은 개인 간 온라인 대출 거래 플랫폼이다. 나의 여윳돈을 필요한 사람에게 빌려주는 것이다. 조파(Zopa)와 렌딩클럽(Lendingclub)와 같은 P2P 금융은 직원과 은행지점 유지 등이 간접비용을 낮추고 대출 중개과정을 단순화하여 예금자와 대출자에게 유리한 금리를 제공하는 것이 성공요인이다. 금융위기 이후 은행금리가 예금자와 대출자에게 불리하게 조정되고 금융기관에 대한 사회적 신뢰가 떨어진 상황에서 이와 같은 개인 간 대출이 빠른 속도로 성장하고 있다.

<표 2-4> 물건 공유 사례

회사명	공유내용	지역	URL
공구, 생활잡화 (peer to peer rental)			
swaptree	물건 교환, 대여	국외	www.swap.com
techshop	전문 제작 공구	국외	www.techshop.ws
Zilok	물건 공유	미국	us.zilok.com
Craigslist	생활잡화	국외	www.craigslist.org
SnapGoods	생활잡화	국외	snapgoods.com
원더렌드	생활잡화	국내	www.wonderlend.kr
빌리지	생활잡화	국내	billiji.com
빌리	생활잡화	국내	billi.co.kr
아동 용품			
키플	유아옷, 아동용품	국내	www.kippler.com
셰어마이	아동의류	국내	sharemy.co.kr
Babyplays	아동 장난감	미국	www.babyplays.com
Babysaway	여행 가족에게 장난감 대여	미국	www.babysaway.com
의류			
열린옷장	면접용 정장	국내	www.theopencloset.net
Fashionhire	핸드백 대여	영국	fashionhire.co.uk
Love me and Leave me	디자이너 패션 대여 및 구매	국외	lovemeandleave.com
도서, 교과서			
국민도서관책꽂이	도서 보관 및 대여	국내	www.bookoob.co.kr
공유와 협력의 교과서 만들기 운동본부	대학교재 공유	국내	bigbook.or.kr
Bookmooch	개인 간 도서	국외	bookmooch.com
Campus Book Rentals	대학교재 대여, 교환	국외	campusbookrentals.com
대출/투자, 크라우드펀딩			
Zopa	P2P금융, 대출	영국	uk.zopa.com
LendingClub	P2P금융, 대출	미국	lendingclub.com
kickstarter	크라우드펀딩	국외	kickstarter.com
kisskissbankbank	크라우드펀딩	국외	kisskissbankbank.com
와디즈(Wadiz)	크라우드펀딩	국내	wadiz.kr
아트			
Art.sy	예술품 정보 공유, 거래	국외	artsy.net
Artsicle	예술품 정보 공유, 거래	국외	artsicle.com

3. 지식 공유

지식 분야의 공유는 경험, 재능, 시간을 포함해 다양한 분야에서 이루어지고 있다. 다른 분야에 비해 무형의 공유가 이루어지므로 현행법의 제한을 덜 받는 특징이 있다. 지식 분야는 크게 지식/경험, 일, 식사, 여행을 주제로 분류할 수 있다. 다른 분야와 마찬가지로 개인 간 거래라는 특징이 있다. 플랫폼을 개설한 공유기업 또는 공유단체는 개인 간 거래 수수료 수익을 얻는다.

〈표 2-5〉 지식 공유 사례

회사명	공유내용	지역	URL
지식, 경험			
위즈돔	재능나눔, 소규모강연	국내	www.wisdo.me
티클	페이스북 정보공유	국내	tikle.co.kr
와우텐	재능	국내	wow10.com
Glovico	개발도상국 친구들의 언어 제공 소셜 네트워크	국외	glovico.org
코드나무	공공데이터 공유 방법	국내	www.codenamu.org
Not Impossible Labs	전세계 초협력 프로젝트 플랫폼	국외	notimpossiblelabs.com
조인어스코리아	다국어,다문화 지식허브	국내	www.joinusworld.org
Skillshare	지식, 경험 워크샵, 강의	국외	skillhsare.com
Optini	사회적 발견 플랫폼	국외	optini.com
VIKI	영상 자막 공유	국외	www.viki.com
Quirky(쿼키)	상품 아이디어 교류	국외	www.quirky.com
일/ 시간			
Taskrabbit	가사일 아웃소싱	미국	www.taskrabbit.com
위시켓	온라인 아웃소싱	국내	www.facebook.com/wishket
Airtasker	가사, 사무일	국외	airtasker.com
Exec	청소	국외	iamexec.com
Zaarly	생활 기술, 서비스 거래	미국	zaarly.com
Odesk	온라인 프리랜서 중개	국외	odesk.com
Gigwalk	온라인 인력 중개	국외	gigwalk.com
Crowdflower	세계 최대 아웃소싱 플랫폼	국외	crowdflower.com
식사			
집밥	소셜다이닝,네트워크	국내	www.zipbob.net
Gobble	온라인 주문 가정식	미국	gobble.com
Grubwithus	함께 식사하기	국외	grubwithus.com/listings
Eatwithme	음식, 사진, 글쓰기	국외	eatwithme.com
Wok+Wine	와인과 짝보새우 메뉴로 유명한 소셜다이닝	국외	woknwine.com
Big Lunch	식사 공유	영국	www.thebigluch.com

지식 분야의 공유는 플랫폼을 통해 개인 간에 직접거래가 이루어진다. 지식, 재능 공유는 업무, 일상생활의 분야를 포함한다. 식사를 주제로 한 공유경제로 한국의 '소셜다이닝 집밥' 이 있다. 참가자들은 '집밥' 과 계약관계에 있는 식당을 이용하거나 도시락을 주문하여 모임을 개설한다. 모임개설을 위한 비용, 수수료는 없으며 참가자들은 자신의 식사비용만 부담하면 된다. 식당 및 도시락업체는 '집밥' 에게 모임에 따른 수수료를 낸다. 식당은 유휴 시간대에 식당 주인이 직접 모임을 개설할 수 있고, 모임의 장소로 활용됨으로써 다양한 홍보효과를 누릴 수 있다. 그 외에도 영국의 빅런치(Big Lunch)는 1년에 한 번 이웃과 함께 식사를 하자는 취지에서 시작됐다. 그밖에 함께 식사할 사람을 만나는 그럽위드어스(Grubwithus), 온라인 음식점 고블(Gobble) 도 식사를 주제로 한 공유 사례이다. 여행분야는 특히 개인의 경험과 지식이 공유되기 좋은 주제이다. 한국의 마이리얼트립(Myrealtrip)은 취향에 맞춘 여행, 관광이 아닌 현지 체험이 가능한 여행을 제공한다.

4. 교통 공유

대표적인 교통 공유 사례인 집카(zipcar)는 인터넷과 모바일 앱 기술에 기반 한 회원제 차량 임대 사업으로 공급자(회사)가 다수의 회원들에게 차량을 임대하는 '사용권 제공형' 이다. 사용자들은 유료회원가입 이후 정해진 구역에서 회원카드나 모바일카드로 집카 차량을 이용하고 목적지 근처의 정해진 장소에 차량을 반납하는 방식으로 차량을 이용하며, 비용은 사용시간에 따라 산정된다.

집카가 다수의 차량을 가지고 자가용을 소유하지 않고 필요할 때만 사용하고자 하는 회원들에게 공급하는 방식이라면, 버즈카(Buzzcar)는 개인들 간에 직접 자동차를 빌려주는 방식의 자동차 공유 서비스다. 즉, '쌍방간 사용권 교환형' 으로 볼 수 있다. 버즈카(Buzzcar)는 개인이 자신을 차량을 필요로 하는 이웃이나 회원에게 직접 임대할 수 있는 인터넷과 모바일 상의 플랫폼 사이트를 구축하고, 개인 간의 직접 거래 시 부과되는 수수료로 수익을 얻는다.

개인 소유의 차량으로 콜택시 역할을 하는 자동차 공유 사업이 있다. '친구 같은' 운전사가 원하는 장소까지 바래다주는 리프트(Lyft)는 특색 있는 카풀 사례이다. 차량을 소유한 개인운전자가 리프트(Lyft)사의 플랫폼 사이트에 자신을 등록한 후 이 카풀 서비스를 이용하는 고객에게 음식이나 대화 같은 재미를 추가해 '친구가 태워주는 것 같은' 서비스를 제공한다. 소비자는 앱(App)을 통해 근처의 리프트(Lyft) 운전자에게 픽업을 요청하고 비용을 지불한다. 원하는 시간, 지정된 장소에서 고급 차량과 서비스를 제공하는 우버(Uber) 사례도 있다. 우버(Uber)는 한국에 진출한 상태다.

자전거 공유는 공공에서 거리에 무인자전거 대여시설을 갖추고 시민들에게 자전거를 빌려주는 영국의 바클레이즈(Barclays Cycle Hire)시스템이나 개인 간 자전거 대여, 판매를 중개하는 플랫폼 서비스 등이 있다. 자전거 도시로 유명한 미네소타의 나이스라이드(Niceride) 임대 서비스도 눈여겨볼 사례이다.

〈표 2-6〉 교통 공유 사례

회사명	공유내용	지역	URL
시간단위 자동차 임대			
Zipcar	시간 단위 자동차 임대	미국	zipcar.com
GoGet	시간 단위 자동차 임대	호주	goget.com.au
WhizzCar	시간 단위 자동차 임대	싱가폴	whizzcar.com
Autoshare	시간 단위 자동차 임대	토론토	autoshare.com
Stattauto	시간 단위 자동차 임대	독일	stattauto.com
Zazcar	시간 단위 자동차 임대	브라질	zazcar.com.br
Autolibre	시간 단위 자동차 임대	프랑스	eloges.fr.free.fr
Catiy Car Club	시간 단위 자동차 임대	영국	citycarclub.co.uk
쏘카	시간 단위 자동차 임대	국내	www.socar.kr
그린카	시간 단위 자동차 임대	국내	www.greencar.co.kr
드라이브플러스	시간 단위 자동차 임대	국내	www.driveplus.co.kr
BMW Drive Now	BMW 社의 시간 임대	국외	drive-now.com
Volkswagen Quicar	폭스바겐社 시간 임대	독일	quicar.de
Peugeot Mu	푸조 社의 시간 임대	영국	mu.peugeot.co.uk
개인 간 자동차 임대			
Buzzcar	개인 간 자동차 임대	미국,유럽	buzzcar.com
Whipcar	개인 간 자동차 임대	국외	whipcar.com
Drivemycar Rentals	개인 간 자동차 임대	호주	drivemycarrnetals.com.au
Tamyca	개인 간 자동차 임대	독일	Tamca.de
SnappCar	개인 간 자동차 임대	네덜란드	snappcar.nl
Nachbarschaftsauto	개인 간 자동차 임대	독일	nachbarschaftsauto.de
카풀			
Liftshare	카풀	영국	liftshare.com/uk
carpooling	전세계 카풀 네트워크	국외	carpooling.com/us
Caronetas	카풀	브라질	caronetas.com.br
Lyft	커뮤니티 드라이버	미국	blog.lyft.me
Uber	고급 차량 서비스	국외	www.uber.com
자전거 임대			
Barclays Cycle Hire	공공에서 제공하는 시간 단위 자전거 임대	영국	tfl.gov.uk/roaduser/cycling/14808
niceride	자전거 도시 미네소타의 자전거 임대 시스템	미국	niceridemn.org
Velib	자전거 임대	프랑스	velib.paris.fr
bixi	자전거 임대	캐나다	montreal.bixi.com
Call-A-Bike	자전거 임대	독일	callabike-interaktiv.de
HZ Bike	자전거 임대	중국	hzbike.com
푸른바이크셰어링	자전거 임대	국내	purunbike.com

제3절 공유경제의 기능별 유형[3)]

공유경제가 작동하는 기능과 역할에 따라 5가지의 유형으로 분류할 수 있다. 첫째는 관광객이나 방문객을 대상으로 하는 관광편의형이 있다. 빈 방을 빌려주는 것에서부터 시작해서 지역가이드 등 다양한 형태로 진화발전하고 있는 유형이다. 둘째는 생활문화형이다. 일상생활의 합리적이고 소비절약적인 차원에서 다양한 비즈니스모델이 발전하고 있다. 셋째는 기술편의형이다. 일상생활에서 손쉽게 접할 수

3) 이 부분은 김형균·오재환(2013: 66-93)의 글을 인용하여 요약하였음을 밝힙니다.

있는 생활기술이나, 다양하고 소소한 아이디어들을 활용하여 기술적 편의를 도모하는 형태라고 볼 수 있다. 넷째는 지역공동체형이다. 한 지역의 공동체를 기반으로 다양한 자원들을 활용하여 공동체의 가치를 높이는 형태를 말하며, 지역화폐나 도심농장 등 다양한 지역특성을 반영하는 형태로 발전 중이다. 마지막으로, 신산업형은 기존의 어떤 산업형태가 아이디어와 IT가 결합하면서 새로운 산업형태를 창출하는 형태라고 할 수 있다.

1. 관광편의형

1) 빈 방을 숙소로 제공하고 수익을 얻는 비앤비히어로(BNBHero)

비앤비히어로(BnBHero)는 개인의 여분의 공간을 쉽게 공유할 수 있도록 빈 방 수요자와 공급자를 연결해주는 인터넷 플랫폼이다. 비앤비히어로에 접속한 전 세계 여행자들은 개인 소유의 집부터 한옥마을, 농촌 팜스테이, 기존 게스트하우스 등을 쉽게 검색하고 예약/결제 할 수 있다.

2012년 여수세계박람회 당시 지역주민들은 168개의 빈 방을 비앤비히어로에 등록해 행사 기간 동안 관람객 숙소로 활용했다. 주민들의 빈 방 민박 사업은 다음과 같은 효과를 가져 왔다. 주민들은 빈 방으로 경제적 수익을 얻고, 국내외 방문객들과 교류하며 자존감을 높였다. 게스트는 저렴한 비용으로 가성비 높은 숙소를 이용하며 진짜 한국 문화를 경험할 수 있었다.

비앤비히어로와 같은 공간 공유 사업은 여수의 사례에서 볼 수 있듯이 빠른 시간 내에 특정 지역의 도시민박을 체계화 할 수 있다. 도시민박 임대사업을 하고 싶지만 방법을 모르는 사람들이 쉽게 참여할 수 있기 때문이다. 이는 은퇴자는 하우스푸어의 소득원으로도 기여할 것으로 보인다. 또한 호스트는 남는 공간을 숙소로 대여할 뿐만 아니라, 여유 시간에 자신의 경험과 지식을 바탕으로 '오프라인 여행 도우미'가 될 수 있다. 이른바 '숙소와 체험활동이 합쳐진 개인여행 플랫폼'이 가능해지는 것이다.

2) 현지인이 만드는 진짜 여행, 마이리얼트립(Myrealtrip)

마이리얼트립은 '현지인이 만드는 진짜 여행'이라는 컨셉을 가지고 있는 1인 여행사의 오픈마켓이다. 현지의 가이드가 여행지에서만 경험할 수 있는 독특한 체험을 안내하는 여행 상품을 만들어 마이리얼트립의 웹사이트에 게시하면 그 상품을 이용하고 싶은 여행객이 비용을 지불하고 현지에서 가이드 서비스를 받는다.

마이리얼트립의 여행프로그램은 특이한 주제, 현지인의 일상을 경험해보는 프로그램이 많다. 마이리얼트립의 가이드는 전문 여행사의 투어 가이드와 달리, 자신이 평소에 즐겨 찾고, 제일 잘 알고 자신 있게 추천할 수 있는 것들을 다른 이들에게 소개해 주고 싶어 하는 일반인가이드가 많다.

3) 자전거, 관광, 커뮤니티 일자리가 결합된 '푸른바이크셰어링' 사례

푸른바이크셰어링은 제주도 여행자들을 위한 자전거 공유 시스템이다. 자전거 이용자들은 여행 일정에 따라 예약한 시간과 장소에서 자전거를 찾아 타고 정해진 자전거 스테이션에 반납하면 된다. 자전거를 타다가 빌린 업체로 되돌아가 반납하는 것이 불편하고, 시간 단위로 자전거를 대여하고 싶은 여행객들에게 특히 환영받고 있다.

2. 생활문화형

1) 인생도서관, 위즈돔

위즈돔은 지혜를 전수한다는 취지에서 설립된 개인의 지식나눔 서비스로 개인이 소유한 문화・사회 자본을 합리적인 가격으로 공개된 공간에서 거래하는 온・오프라인 플랫폼이다. 경험/지혜 판매자인 위즈도머(wisdomer)는 나누고 싶은 자신의 삶 자체의 경험, 정보, 공동작업 등의 내용과 만날 날짜 및 장소, 가격(1~5만원, 평균 1만 5천원)을 정해 위즈돔 플랫폼에 등록한다. 경험/지혜 구매자인 위즈도머(wisdomee)는 플랫폼에서 관심 있는 주제의 모임을 검색해 신청하고 구매한다. 위즈도머는 자신의 경험과 지혜를 공유함으로써 자신의 삶을 긍정할 계기를 만들고 수익을 얻을 수 있다. 위즈도미는 직・간접적으로 지식을 전수 받고 보다 직접적인

인관관계를 맺을 수 있다. 합리적인 가격에 인터넷이나 미디어에서 접할 수 없는 생생한 정보를 얻을 수 있는 기회다.

위즈돔의 지식 공유 플랫폼 모델은 우리사회의 문화・사회자본의 양극화를 해소하는 방법으로도 볼 수 있다. 경제의 양극화 문제가 갈수록 심각해지고 있다. 계층간 소득격차는 교육 불평등으로 이어지고 문화/사회자본의 양극화로 심화되고 있다. 중요한 정보에 쉽게 접근 할 수 없어 개인이 소유한 문화/사회 자본 즉 경험과 지혜. 네트워크를 만들 기회가 차단되면 공정한 경쟁을 할 기회 역시 줄어든다. 이것이 사회이동성과 다양성의 감소로 이어져 다시 경제자본의 양극화로 악순환의 고리가 반복된다. 하지만 이러한 문제를 해소하기 위한 기존의 영리적, 비영리적 접근은 일시적이고 시혜적이다. 언론과 사회단체의 멘토링 서비스나 재능 기부와 같은 비영리적 모델로는 지속가능성이 떨어진다. 반면 문화・사회자본을 영리목적으로 판매 할 경우 고가의 상품이 되어 수도권과 중산층 이상의 계층만 구매 가능하다. 기존 모델의 한계를 극복하는 것이 위즈돔의 플랫폼 접근이다. 혁신적 공유 플랫폼을 도입하면 누구나 쉽게 합리적인 가격으로 서비스를 이용할 수 있다. 만남 비용을 구매자가 지불하는 방식을 통해 지혜 제공자와 플랫폼 비즈니스의 지속가능성을 높일 수 있다. 지혜와 경험을 공유함으로써 개별적으로는 참여자와 지식제공자 모두에게 발전의 기회가 생긴다. 재능과 기금 기부시스템도 도입하여 소외계층의 지원도 가능하다. 사회적 가치를 실현할 수 있는 사업을 통해 궁극적으로 문화/사회 자본의 양극화를 줄일 수 있다(위즈돔, 2013).

2) 스마트라이프를 만드는 카셰어링, 쏘카

쏘카는 시간단위로 차량을 렌트하는 서비스이다. 기존의 렌트카는 일 단위로 정해진 장소에서 차량을 빌렸다면 쏘카는 언제 어디서든 카드키나 모바일 키로 시간단위의 렌트가 가능하다. 별도의 대여와 보험가입 절차도 없다. 이용자는 출발지 근처의 지정 주차장 쏘카존을 모바일이나 인터넷으로 검생한 후 회원카드나 앱에서 다운로드 받은 모바일카를 사용해 운전한다. 목적지 근처 쏘카존에 차량을 반납하여 분 단위의 사용비가 카드로 청구된다. 제주에서 시작한 쏘카는 현재 전국 도

시로 확산 중이다. 쏘카는 누구나 운영업체에 온라인으로 회원가입 후 예약을 통해 이용 가능하다. 개인 소유의 승용차 없이도 시민들은 편리하게 승용차를 이용할 수 있다. 이를 통해 자동차 유지비, 유류비를 아낄 수 있으며, 에너지 절약, 온실가스 감소 효과, 장기적으로는 차량보유 소에 따른 교통량 감축 효과를 기대할 수 있다.

서울시는 특성에 따라 3가지 유형을 나눠 6곳의 시범서비스 지역에서 카셰어링 서비스를 시행한다. 주택가 밀집지역인 마포구 성미산 마을, 금천구 시흥동 주변은 '거주지형 서비스', 대중교통 이용이 불편한 길음역 환승주차장 주변과 장거리 이동 시민이 많은 천호역 주변은 '대중교통 환승형 서비스', 업무시설이 밀집해 있어 직장인이 많은 강남 테헤란로와 구로디지털단지 주변은 '업무중심형 서비스' 지역으로 시범 운영된다. 서비스와 협약한 사업자는 카셰어링과 대중교통을 함께 이용 시 요금 할인, 저소득층에게 카셰어링 이용상품권을 제공한다. 또한 카셰어링 이용활성화를 위해 자가용 승용차를 팔거나 폐차한 회원은 연회비를 면제해 준다(서울시. 2013).

3) 우리 동네 집안일 전문가, 태스크래빗

태스크래빗(TaskRabbit)은 이웃 간 소일거리 중개 서비스이다. 온라인과 모바일을 통해 일손이 필요한 사람과 그 서비스를 제공할 수 있는 사람이 연결된다. 이케아 가구 조립, 행사 보조, 기부물품 수집, 애완동물 조련, 사무보조, 집 청소, 장보기, 배달 등 다양한 생활서비스가 태스크래빗 사이트를 통해 거래된다. 거래 방법은 일을 하고 싶은 사람은 자신이 할 수 있는 일을 테스크래빗에 등록한다. 서비스를 필요로 하는 사람은 필요한 서비스, 시간, 장소를 등록, 기준표를 참고하여 지불 가격을 제시한 후 서비스 제공자를 선택한다. 고용시장의 이베이(Ebay)라고 할 수 있다.

태스크래빗은 새로운 일자리 형태를 제시하고 있다. 태스크래빗에서 거래되는 생활 서비스는 장보기, 정원가꾸기, 배달 등의 사례에서 보듯이 특별한 기술을 요구하지 않으며 세분화 되어 있어 진입장벽이 낮다. 게다가 얽매이지 않고 자투리 시간을 활용할 수 있다는 점에서 유휴 시간을 활용해 수익을 얻을 수 있는 새로운 일자리라 볼 수 있다. 따라서 학생, 실업자, 은퇴자, 전업주부가 인력제공자로 많이

참여한다. 평판이 좋고 그 서비스를 원하는 사람이 많을 경우 태스크래빗을 통해 한 달에 5,000달러가 넘는 수익을 거두는 사람도 있다.

3. 기술편의형

1) 누구나 제품 제작자가 될 수 있는 테크숍(TechShop)

테크숍(Techshop)은 제품 제작을 위한 기계를 빌려 쓸 수 있고, 소프트웨어, 공간, 교육센터를 공유하는 작업장이다. 테크숍은 '창의성을 위한 놀이터' 로 불린다. 이곳에서 레이저 절삭기, 플라스틱 및 전기 실험실, 목공소, 금속공구, 각종 기계류, 텍스타일, 절단기, 용접기, 3D 프린터, 컴퓨터 설계(CAD)와 연결 된 실제 공구 등 다양한 장비와 공구를 사용할 수 있다. 각종 운동기구 대신 기계와 장비가 있는 체육관(gym)과 비슷하다.

공구 공유는 마을 단위로 기본적인 공구를 갖추고 작업장을 마련, 대여하는 것에서부터 테크숍과 같이 전문적이고 다양한 기계를 갖춘 대규모 작업장에 이르기까지 활용 범위가 다양하다. 사람들은 이 공구들을 취미용 물건 제작부터 실습교육, 직업으로서 제품 제작까지 두루 이용할 수 있다.

2) 디지털 기기 공유, 팹랩(Fablab)

팹랩(Fablab)은 제작실험실(Fabrication Laboratory)의 약자로 디지털 제작(digital fabrication) 관련 기기를 공유하고 소규모 워크숍을 진행한다. 3D 프린터, 레이저·비닐커팅기, CNC조각기 등 디지털 제작 장비를 갖춰 개인이 이 장비를 이용해 개인 컴퓨터로 그린 설계도면을 실물로 제작이 가능하다. 팹랩의 취지는 개인적으로 장비를 갖추기 어려운 학생과 예비 창업자, 중소기업가들이 관련 장비를 공동으로 이용하도록 하는 것이다. 소비 자원을 넘어 생산 수단까지 공유하는 공유경제의 단면을 잘 보여주고 있다.

팹랩과 같은 소규모 제작소들이 늘어나면서 최근 제조업의 개념도 바뀌고 있다. 예를 들어 제품을 물리적으로 운송하지 않고도 설계도를 인터넷으로 전송 시 3D

프린터를 이용해 똑같은 제품을 재현해낼 수 있다. 멋진 디자인의 컵을 사는 대신 컵의 설계도를 e메일로 받아서 집에서 직접 찍어내는 식이다.

3) 오픈소스 생태계 프로젝트, ‘글로벌 마을 건축세트’

오픈소스와 공유, 지역 발전이 결합한 사례로 미국의 ‘글로벌 마을 건축세트(GVCS, Global Village Construction SET)’ 프로젝트가 있다. 주거, 농업, 산업, 에너지, 제조, 교통과 관련된 50여개 기계의 설계도를 제공하는 기술 플랫폼이다. 오픈 소스 에콜로지(OSE, Open Source Ecology)의 농부와 엔지니어들은 GVCS 프로젝트를 통해 농업과 건축, 제조에 필요한 다양한 기계들을 직접 만들어 낼 수 있는 설계도를 제공한다. 사람들은 GVCS에서 제공하는 상세한 설계도와 노하우를 바탕으로 실제로 기계를 조립할 수 있다. FeF(Factor e Farm)는 오픈소스 에콜로지의 GVCS 프로젝트를 구현하고 있는 미주리 시골의 헤드쿼터인 셈이다.

Fef는 적은 돈으로 원하는 것을 시작할 수 있는 기회를 준다. 공개된 기계 중 벽돌을 생산하는 CEB 프레스는 주변에서 쉽게 구할 수 있는 흙으로 하루에 5,000장의 벽돌을 만들 수 있다. 평범한 나무를 사용 가능한 목재로 가공해주는 제재소에서는 하루에 1km길이의 목재를 만들어낸다. 무거운 짐을 간단히 옮길 수 있는 트랙터도 있다.

유용한 기술의 소스코드를 공유해 전 세계의 누구나가 자유롭게 소프트웨어의 개발, 개량에 참여하고 발전시키는 오픈소스는 공유의 또 다른 이름이라 할 수 있다. 오픈소스는 소프트웨어의 설계도에 해당하는 소스코드를 인터넷 등을 통하여 무상으로 공개해 누구나 그 소프트웨어를 개량하고 재배포 한다. 오픈소스를 바탕으로 한 다양한 형태의 DIY(Do-It-Yourself) 프로젝트는 쉽게 제품을 만들고, 이를 바탕으로 소규모 창업을 하거나 지역개발에 활용할 수 있다.

4. 지역공동체형

1) 공유생활형 지역화폐

지역화폐는 가장 고난위도의 공유경제 활동이자 주민의 자발성과 공동체 내의 신뢰가 절실히 필요한 활동이다. 지역화폐는 재화와 서비스가 물물교환처럼 교환되고 자원이 공동체 안에서 유지되므로 지역 주민들은 지역화폐를 통해 경제적 이익뿐만 아니라 협력의 경험을 얻을 수 있다. 심지어 돈이 없는 사람들도 이 활동에 참여할 수 있다.

지역화폐는 내가 가지고 있는 노동력과 물품을 다른 사람과 교환하며 공동체성을 복원시켜 나가는 것이 목적이다. 공동체 구성원들 간의 자발적인 상호부조 관계에 기초를 주고 거래하는 품과 물품의 가격도 상호간에 정한다. 때문에 참여자들의 준비나 자발성 없이 관 주도의 행정에서 지역화폐를 추진할 경우는 주민 간의 경제적인 이익 문제로 인해 도리어 이웃 간의 신뢰와 공동체성이 깨지기 쉽다.

대전의 한밭레츠나 과천 품앗이는 지역사회에 기반을 둔 가장 오래된 지역화폐 운동이다. 부산에는 사하품앗이, 부산 동원복지관 가마골 품앗이 등의 지역화폐 활동이 있다. 성남문화재단에서 운영하는 성남문화통화는 문화에 특화된 성공 사례로 주목받고 있다.

서울시복지재단에서 운영하는 서울 e-품앗이는 서울시내 각 지역에서 통용되는 공동체 화폐를 회원들이 품과 물품을 거래할 때 사용하는 교환제도이다. 품앗이, 두레, 계와 같은 우리 민족 전통의 상부상조 정신을 되살려 상호 신뢰의 지역 연대의식을 바탕으로 한다. 1:1 상호간에 도움을 주고받던 종래의 품앗이 제도를 확장해 회원들 간에 누구와도 도움을 주고받을 수 있는 다자간 품앗이 제도라는 점이 특징이다. 돌봄, 학습지도, 상담, 수리/짝, 가사/홈패션, 이/미용, 의료 등과 품과 식품, 의류, 패션 잡화, 출산/유・아동, 가구/전자, 도서/학습 관련 물품 등을 거래할 수 있다.

2) 슬럼가의 도시농장, 피플스글로서리(People’s Grocery)

미국 샌프란시스코 동쪽 웨스트 오클랜드에는 지역 주민이 참여하는 도심농장이

여럿 있다. 5년 전만해도 슬럼가였던 이 지역이 무화과, 사과, 양배추, 파슬리, 상추 등 유기농 과일과 채소가 자라는 녹색 공간으로 바뀌었다. 자치단체와 주민들은 2000년대 초반 이 지역 슬럼가의 철거를 놓고 크게 대립했지만 공동체를 목표로 하는 피플스글로서리가 도심농장을 만들면서 큰 변화가 찾아왔다.

주민들은 농장에서 자란 일부 작물은 소비하고 나머지는 판매한다. 인턴십과 8주간의 교육훈련, 학교와 단체를 대상으로 하는 방문 체험, 요리교실 등 청소년과 지역주민이 함께 하는 공동체 프로그램도 다양하다. 주민들이 농장을 운영하며 경제적 이익도 누리고 있다.

샌프란시스코와 가까운 베이뷰의 한 복판에도 녹색 공간이 있다. 일종의 공동체 공간인 도시 청소년 농장이다. 청소년이면 누구든 채소 재배, 나무 심기, 산책로 및 바이오톱 정비 등의 기술을 배울 수 있다. 청소년 농장에서 일하는 청소년 역시 임금을 받는다. 텃밭 만들기를 통해 단순한 여가활동이 아닌 공동체 생활 속에서 시굴을 배우고 능력을 키운다.

도시농업을 통해 '지속가능한 지역 만들기'를 꾀하는 샌프란시스코 도시농업연합(SLUG · San Francisco League of Urban Gardeners)이 시 정부와 함께 협력농장을 이끌고 있다. 회원과 전문 직원들이 텃밭 만들기와 운영, 신선한 음식 보급, 직업 훈련, 농산물 기부 등 다양한 공동체 활동을 한다.

5. 신산업형

1) 아이디어 공유로 제품 완성, 쿼키(Quirky)

아이디어를 공유해 제품을 만드는 제작과정이 주목 받고 있는 사례가 있다. 회사는 늘 새로운 아이디어에 목말라 한다. 아이디어가 샘솟는 개인은 자신의 아이디어를 상용화 시키고 싶어 한다. 서로 윈윈 할 수 있도록 아이디어 제안자는 회사로부터 로열티를 받고, 회사는 재빨리 새로운 물건을 시장에 내놓아 수익성을 높이다. 쿼키(Quirky)가 그 사례이다. 쿼키(Quirky)는 열린 공간에서 여러 사람의 아이디어를 모은 뒤 그것을 발전시켜 제품으로 판매하는 신산업형 공장이다. 아마추어 발명가

들이 쿼키 사이트에 아이디어를 올리면 회사는 아이디어 심사 후 대량 생산할 제품을 선정하고, 제작, 홍보, 마케팅, 판매까지 대행한다.

아이디어 공유의 장이 인터넷에서 개방되어 있어 외부에서 제품 아이디어를 모방할 우려가 있다. 이에 쿼키는 아이디어가 결정되면 최대한 빠른 시간에 제품을 만들어내고 이를 시장에 내놓은 전략을 취하고 있다. 제조 공장은 중국에 있고, 글로벌 공급망 관리를 위해 홍콩에 직원이 상주하고 있다.

이러한 과정에서 아이디어에 대한 지적재산권이 문제가 될 수 있다. 아이디어 제안자는 자신의 아이디어에 대한 지적재산권을 아이디어 제출과 함께 쿼키에 양도한다. 제품이 상용화에 실패할 경우 제품 개발이 기여한 모든 사람들은 자신의 기여분에 해당하는 지적재산권을 쿼키로부터 다시 환수한다. 쿼키는 제품 아이디어를 가지되 아이디어의 최종 상용화 단계까지 아이디어 제안자와 추가 아이디어를 보탠 커뮤니티 회원들의 기여도를 백분율로 계산하여 로열티를 지급한다.

2) 사무실 공유, 베타하우스(Betahaus)

베를린의 베타하우스(Betahaus)는 2009년 문을 연 사무실 공유 공간이다. 독일 베를린에 있는 6층 건물 베타하우스에는 개인 사업자, 프리랜서, 예술가 등 정해진 일터가 없는 사람들이 회비를 내고 이곳의 사무실과 회의실, 공방과 실험실을 자유롭게 나누어 쓰고 있다. 사무실의 게시판에서는 자신의 작업을 도와줄 지식이나 기술을 보유한 사람을 찾는 구인 광고가 붙어 있다. 각자 일을 하지만 주변 동료와 협력하여 일을 하기도 한다.

사무실 공유가 늘어나고 있는 도시는 특징이 있다. 베를린은 프리랜서가 많고 이들이 연관된 창조적인 산업이 발전하고 있다. 유럽에서는 비교적 물가가 싸고 생활환경이 좋아 세계의 젊고 창의적인 노동력이 많이 유입되고 있다. 이런 조건 때문에 평균 34세의 IT 기업가, 미디어 종사자, 예술가 등이 이용하는 공유사무실에 대한 수요가 높다. 경제 위기의 패해가 큰 국가에서는 사람들이 두 가지 직업을 가지면서 공유사무실의 이용이 급증하고 있다. 이들은 시에스타(점심 후 낮잠 시간)를 기준으로 반나절 단위로 공유사무실을 이용함으로써 비용을 절약한다. 스페인은 경

제위기 전 부동산 건설 붐이 일었었는데 위기 이후 유휴 인력이 된 건축가들 중 상당수가 공유사무실을 열었다.

계약자(프리랜서)는 프로필 등록 후 기업이 올리는 채용 공고의 채용 조건이 마음에 들면 경매 형식으로 원하는 임금을 써내고 지원한다. 기업은 필요한 업무의 프리랜서 고용을 위해 오데스크에 채용 공고 게시 후 적합한 인력과 계약한다. 오데스크는 엄격한 관리시스템을 도입하여 인력의 검증을 거치고, 기업의 신뢰를 보증하여 인력과 기업 간 중개한다. 오데스크는 기업으로부터 임금을 받은 뒤 수수료를 떼고 계약자에게 직접 지급한다.

오데스크는 인력에 대한 신뢰를 높이기 위해 프리랜서가 프로필을 등록하기 전에 검증 테스트를 거친다. 또한 단위 시간당 생산성을 높이기 위해 계약자가 컴퓨터를 켜고 오데스크의 시스템에 접속하는 순간부터 노동 시간을 계산한다. 오데스크는 매 10분만다 고용기업에게 계약자 컴퓨터 모니터의 정지 화면을 전송한다.

오데스크의 성장은 새로운 일자리 형태를 보여주고 있다. 고정된 사무실에 출퇴근하던 1세대, 재택근무와 아웃소싱으로 대변되는 2세대를 지나 언제 어디서고 단기간 업무를 진행하는 탄력성 있는 고용시장 네트워크가 발전하고 있다. 이들을 이랜서라고 부르기도 한다. 사이버 공간에서 업무를 수행하는 이랜서(elancer)는 일렉트로닉(electronic)과 프리랜서(freelance)의 합성어로, 최근 실업률이 높아지면서 이런 이랜서 채용시장이 기존의 일자리 개념을 변화시키고 있다. 하지만 프리랜서의 직업적 불안정성을 해소할 수 없고, 후진국의 값싼 노동력을 이용한다는 한계 또한 지적 받고 있다.

제3장 공유경제의 적용사례

제1절 공유경제와 우주(WOOZOO)
제2절 서울특별시 공유도시 추진사례
제3절 대전광역시 공유네트워크 추진사례

제3장 공유경제의 적용사례

제1절 공유경제와 우주(WOOZOO)

1. 일반현황

피제이티이옥주식회사의 우주(WOOZOO, 우리들의 주거공간)는 2012년 9월 설립되어 우리나라에서 셰어하우스 비즈니스를 개척한 사회적 기업이다. 사회적 기업 딜라이트의 창업자 김정현(현 피제이티이옥주식회사 대표)과 일부 임직원이 사내 창업의 형태로 시작해 독립하였으며, 도시 청년들의 주거문제 해경과 공유문화 활성화를 사회적 사명으로 한다.

서울특별시 종로구 권농동에 낡은 한옥을 개조하여 창업가들의 셰어하우스로 오픈한 1호점을 시작으로 2014년 9월 현재 서울 강북지역에서 15개의 셰어 하우스를 운영 중이다. 주로 생활편의 시설과 교통 조건이 좋은 도심지역, 대학가, 역세권 등에 위치하고 있으며 약 100여명의 대학생과 사회초년생들이 입주해서 공동생활을 하고 있다. 2014년 3월 현재 입주대기자가 1,100에 달하는 등 성황리에 운영중이며, 공실률은 0%에 가깝다. 향후 3년되 100호점 설립을 목표로 활발하게 사업을 추진중이다. 2013년에는 서울시로부터 '공유기업' 인증을 받았으며, 같은해 11월에는 기술보증기금으로부터 벤처기업인증을 받았고, 현재 고용노동부의 '사회적 기업' 인증을 추진 중이다.

2. 사회적 사명: 도시 청년의 주거문제 해결

우주는 사회적 기업으로서 주거복지의 사각지대에 있는 도시청년들의 주거문제를 해결하는 것을 사명으로 삼는다. 대학생, 사회초년생 등 도시에 주거하는 청년 1인가구의 경우 생활비에서 차지하는 주거비 비중이 매우 높다. 일반가구의 경우 주거비 비중이 11.5%인 반면, 지방 출신 대학생의 경우 45%에 달한다(라준영, 2014:

112-113, 재인용). 평균주거면적은 4.2평에 불과하다. 그래서 더욱더 싼 방을 찾아 도시의 외진 곳을 전전하는 20대들이 많다. 고시원 등 겨우 한 사람이 누울 공간 밖에 없는 좁은 방에 사는 청년들도 많으며, 여성들은 보안, 안전 문제 등에 노출되어 있는 경우가 흔하다. 서울 시내 대학생 중 지방출신이 30%로 13만명에 달하고, 서울시내 20대 1인 가구 수는 21만명에 이른다. 이러한 청년문제를 해결하기 위해 우주는 저렴하고 쾌적한 셰어 하우스를 도시주거 청년들에게 제공함으로써 주거비 부담을 줄이고, 청년들의 삶의 질을 높이고자 한다. 개별적으로 문화적 정체성을 부여하여 컨셉형 셰어하우스를 설계하고, 다양한 문화기획 프로그램을 통해 새로운 청년주거문화 창출을 목표로 한다.

3. 이해관계자 가치방정식과 가치혁신

우주의 셰어하우스 비즈니스의 핵심 이해관계자는 주택소유주와 입주자이다. 우주는 주택소유자와 입주자 사이에서 주택 중개서비스를 제공한다. 우주는 시장에서 저평가되고 있는 주택을 집주인으로부터 위탁받아 청년입주자에게 셰어하우스로 제공한다. 보통 3~5인 가족이 살 수 있는 규모의 단독주택이나 공동주택을 월세조건으로 임대한 후 특정한 문화적 컨셉에 따라 공간을 리모델링한다. 그리고 실수요자에게 원룸시세보다 저렴한 월세로 셰어하우스를 재임대한다. 기존 임대업과 다르게 중개만 하는 것이 아니라 컨셉하우스와 공동생활 경험이라는 추가적인 가치를 제공한다.

주택소유주는 기존보다 높은 수익의 임대료를 받게되며 우주의 추가적인 리모델링과 자산관리 서비스로 주택의 부가가치가 향상된다. 또한 임차인을 모집하기 위한 별도의 노력이나 계약에 따르는 거래비용 부담을 대폭 줄일 수 있다. 반면 입주자들은 평균보증금 90만원, 월세 45만원의 저렴한 비용으로 쾌적한 주택을 이용할 수 있다. 원룸, 고시원 등의 1인 공간에 비해 월씬 넓은 20~200평의 생활공간을 이용할 수 있으며, 가구, 집기, 가전제품 등이 완비되어 있어서 추가적인 경비부담이 없다. 주택의 효율성도 높은 관리비를 공동 부담하기 때문에 수도, 전기, 가스, TV 수신료, 인터넷 등의 주거유지비도 저렴하다. 그리고 개인선호와 취향에따라 차별

화된 컨셉하우스에서 기존 원룸에서는 체험할 수 없는 생활문화공동체를 경험할 수 있다.

이처럼 우주의 비즈니스모델은 핵심이해관계자인 주택소유주와 청년입주자 모두가 자신들이 지불하는 비용에 비해 월등한 편익을 제공받는 구조로 설계되어 있다. 이는 공유경제 비즈니스모델이 갖추어야 할 핵심적인 요건이다. 우즈의 셰어하우스 모델은 공유경제의 원리로 가치혁신을 일으켜 기존 시장의 상품을 대체할 수 있음을 극명하게 보여준다. 셰어하우스라는 새로운 공간구성을 통해 기존의 '잠만 자는' 1인용 폐쇄형 '방'을 제대로 된 주거생활과 문화를 향유할 수 있는 개방형 '집'으로 대체하면서도 입주자의 거주비용까지 절감한 대표적인 가치혁신사례이다(라준영, 2014: 113-115, 재인용).

제2절 서울특별시의 공유도시 추진사례

1. 공유도시 서울의 추진개요

서울시의 '공유서울' 정책은 박원순 서울시장이 2012년 9월 '공유도시 서울'을 선언한 후 본격적으로 추진되기 시작했다. 미국, 유럽 등 일부 도시에서 시민단체, 기업 중심으로 추진된 것과는 달리, 서울시는 세계 최초로 공공차원에서 도시의 문제를 해결하고자 하는 새로운 방법으로 공유사업모델을 채택했다. 서울시에서는 2012년 9월 20일 [공유도시(Sharing City), 서울]을 선언했고, 그해 12월 31일에는 [서울특별시 공유 촉진 조례]를 제정했다. 그리고 후속조치로서 2013년 2월에는 조례시행규칙을 제정했으며, 민·관 거버넌스인 '서울특별시 공유촉진위원회'를 구성해 운영하고 있다. 또한 2013년 6월에 공유허브 인터넷 사이트(http://sharehub.kr/)를 개설하였다. 급격한 산업화, 도시화에 따른 공동체 붕괴, 인간소외 현상, 과잉생산·과잉소비로 인한 환경오염 등 사회문제를 공유경제모델로 해결하고자 한 것이다. 공유경제란 공간, 물건, 지식 등을 다른 사람들과 함께 사용하는 것으로 공유를 통해 새로운 사회·경제적 가치를 창출하고 주민들의 생활편익을 증진시키는 경제활동을 말한다.

그런데 공유(共有)란 무엇인가? 우선 공유(共有, share/sharing)와 공유(公有, public ownership)는 구분할 필요가 있다. 전자가 평등한 나눔을 지향하는 데에 반해, 후자는 공익적 소유 내지 관공서(장) 관할의 소유를 뜻한다. 따라서 전자는 직접민주주의와 통하는 개념이고, 후자는 때때로 직접민주주의와 연계될 수도 있으나 대체로 위계적인 관료주의 내지 권위주의 또는 독재의 위험을 잉태할 수도 있는 개념이다. 그리고 이에 관해 서울시는 “공유란 공간, 물건, 정보 등을 함께 나누어 활용함으로써 사회적·경제적·환경적 가치를 높이고 시민의 편익을 증진하는 활동을 말한다”라고 정의하고 있다. 그리고 서울시는 공유도시를 “시민사회, 기업, 공공부문의 소통과 협업을 통해 공유활동이 활발히 이루어지는 도시”로 정의하고 있다.

2. 적용 사업

1) 나눔카 사업

현재 서울시는 ‘나눔카’라는 자동차 공유서비스를 실시하고 있다. 2012년 3월 제주도에서 카셰어링서비스를 시작한 쏘카는 같은 해 11월 서울시 나눔카 공식사업자로 지정된 후 2013년 2월부터 서울에서 100의 공유차로 카셰어링서비스를 시작했다. 현재 쏘카는 서울, 경기, 인천 지역에만 700여 대 공유 차와 550개의 쏘카존을 운영하는 등 국내 카셰어링 업체 중 가장 많은 지점을 확보하고 있다.

한국교통연구원은 2012년 카셰어링 차량 1대당 125대의 개인 차량 감소 효과가 있다고 분석했다. 또 자동차 소유로 인한 보험료, 정비비 등 유지비를 줄일 수 있어 가계의 경제적 비용 절감뿐만 아니라 도시 환경 개선, 주차공간 개선 등에도 효과를 볼 수 있다.

2) 협력소비

서울시 서초구의 경우, 공유도시만들기 프로젝트의 일환으로 지역 어린이집과 공유기업 키플이 ‘아이 옷 나눔 협약’을 맺어 옷을 나눠 입는 시스템을 만들었다. 한 철만 입으면 작아지는 아이의 옷을 버리자니 아깝고 두자니 짐이된다는 주민들

의 작은 고민에 귀를 기울여 자원을 공유하고 가치 재창출을 위한 협력소비가 필요하다고 여긴 것이다.

아이 옷 나눔에는 어린이집 22곳, 1,500여 명 어린이가 참여한다. 어린이 집에서는 정기적으로 옷 수거일을 정해 미리 구청에서 배부받은 안내장과 수거용구를 가정에 배포하고, 정해진 날짜에 부모들이 수거용구에 옷을 담아 어린이 집에 전달한다. 내부 기준에 따라 어린이 집에서 수거된 의류에 금액을 매기는 키플은 책정한 금액의 70%를 키플머니(사이버머니)로 적립해 준다. 부모들은 적립된 키플머니로 키플 홈페이지를 통해 다른 부모들이 내놓은 옷을 구매할 수 있다.

3) 공간나눔

공유경제의 범위는 단순히 물건에만 그치지 않고 '주거 공간'까지 그 영역을 넓힐 수 있다. 서울에서는 경제적으로 어려움을 겪고 있는 대학생과 빈방을 소요한 어르신이 주거를 공유하는 '한지붕 세대공감', 즉 '룸셰어링' 정책을 펼치고 있다. 현재 노원, 서대문, 광진구 등 45가구 51명이 함께 주거중이다.

서대문구는 홈셰어링 협약식을 가져 어르신 5가구, 대학생 6명이 함께 거주하게 되었다. 어르신들은 입주 대학생에게 컴퓨터 휴대전화 사용법, 안전관리 등의 도움을 받고 입주 대학생들은 보증금 없이 월임대료 20만~25만 원으로 거주 공간을 마련하게 된 것이다. 주변 시세가 보증금 천만원에 월 40~50만원인 것을 감안하면 반값인 셈이다. 임대기간은 6월이며 서로 협의해 연장 할 수 있다. 서대문구는 홈셰이링 참여자들의 불편을 최소화하고 혹시 발생할지 모르는 갈등을 예방하기 위해 수시로 전화상담과 매월 한차례 가정 방문을 실시한다.

3. '공유도시 서울' 지원정책

1) 행정적 지원

서울시는 공유도시 기반조성을 위해 조례를 제정하였고, 이 조례를 근거로 공유자원의 공유원칙과 공유단체·공유기업의 지정 및 행정적·재정적 지원 등의 내용을 담고 있다. 공유촉진위원회는 하계, 경제계, 법조계, 시민단체 등 다양한 분야에

서 공유 및 사회 혁신과 관련된 활동을 해 온 외부 전문가 9명과 서울특별시의회 행정자치위원회의 의원 2명, 서울혁신기획관 등 관련 부서 국장 4명 등 총 15명으로 구성했다.

공유경제의 확산을 위해 공유경제를 실현해가고 있는 공유단체나 공유기업을 지정하고 지원하고 있는데, 지정단체와 기업의 지원은 직접적인 금전적 지원보다는 관련 부서와의 협업을 지원하거나, 공유단체 기업간 네트워킹 통로를 마련하고 제도개선과 새로운 공유단체, 기업들이 생겨날 수 있도록 지원하는 역할에 비중을 두고 있다.

서울시가 직접 사업으로 진행하고 있는 경우는 행정의 정보를 공개하거나 공공의 자원을 공유하는 등의 행정만이 할 수 있는 경우에 한정하고 있다. 안정과 다수의 이익을 고려해야 하는 '행정'은 그 특성상 직접 사업을 추진하는 경우 효율과 시장을 침해하는 등 여러 가지 난관에 부딪치기 때문이다.

2) 홍보 및 네트워크 지원

서울시는 공유경제 인식을 확산시키고 시민참여의 장을 마련하기 위해 2013년 1월부터 4월까지 매주 목요일 저녁 [서울, 공유경제를 만나다]라는 연속 강연행사를 개최했다. 매회 공유단체, 공유기업 대표자가 해당서비스의 창업스토리, 참여방법을 강연했다. 한편 공유도시 BI(Brand Identity)와 슬로건을 시민공모로 제작 했다. 공유도시 서울의 슬로건은 '천만가지 공유 천만가지 행복'으로 BI와 함께 지정된 공유단체, 공유기업에 사용권을 부여하고 홍보자료로 활용하고 있다.

또한 공유기업 및 공유단체의 홍보부스를 통해 공유기업을 상세하게 알린 [공유경제 한마당] 행사를 개최하기도 했다. 그리고 2013년 8월에 '스마트크라우드쇼 2013'에서 전 세계적으로 유명한 공유경제 전문가와 스타트업 창업자와 함께 '공유서울 컨퍼런스'를 개최 했다. 한편 서울시의 지원으로 크리에이티브커먼즈가 국내외 공유경제 지식, 단체 및 기업 목록, 관련 행사 정보를 집적한 '공유허브(sharehub)'를 운영하고 있다.

제3절 대전광역시 공유네트워크 추진사례

1. 공유네트워크 추진 개요

대전광역시는 2014년 7월 민선6기 출범과 동시에 “쓰지 않고 놀리는 자원 효율적 활용, 이웃과 나누어 쓰는 공동체 문화를 조성하기 위해 공간, 재능, 물건, 정보 등 누구나 소유하고 있는 것은 함께 나누어 활용할 수 있도록 지원하는” 공유네트워크 조성사업을 추진하기로 하였다. 이러한 공유네트워크 사업을 추진하게된 것은 과잉소유와 과소비로 인한 문제점을 자각하여 소유와 소비를 적정한 수준에서 유지하면서 시민의 삶이 질을 높일 수 있는 방안을 모색함과 동시에 도시자원의 공유를 통해 사람들 사이의 관계망을 형성하고 나눔과 연대의 공동체를 회복하고자 하는 것이다.

공유네트워크에서 말하는 “공유”란 자원에 대한 소유권과 배타적 사용권을 주장하기 보다는 활용성에 초점을 맞추어 공유를 하도록 개방하고 사회적 가치를 높이는 활동으로 정의하고 있다. 또한 “공유네트워크”는 시민의 자발적인 참여와 협력, 소통을 통해 경제적 자립과 상호간의 신뢰를 형성하고 지역사회가 직면한 문제를 함께 해결하며 공동 목표달성을 위해 쓰지 않고 놀리는 공간, 재능, 물건, 정보 등을 서로 공유하는 협력공동체로서의 사회관계망을 의미하는 것으로 정의하고 있다.

대전시에서는 이러한 공유네트워크 사업을 효율적으로 추진하기 위한 법적·제도적 기반으로 2015년 2월 17일에 [대전광역시 공유활성화 지원 조례]를 제정하였는데, 이 조례는 전문 15개조로 구성되어 있다. 주요 내용으로는 ①목적은 공유활성화를 통하여 자원의 활용을 극대화하고 공동체문화를 조성하여 지역경제를 활성화하는데 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다. ② 시장의 책무로는 첫째, 대전광역시 및 출자·출연기관의 공공자원이 공유되도록 노력하여야 한다. 둘째, 시장은 시민과 기업의 민간자원 공유가 촉진될 수 있도록 필요한 지원을 하여야 한다. 셋째, 시장은 자치구의 공유활성화 정책을 지원하고 자치구와 적극 협력하여 공유활성화 정책을 추진하여야 한다. ③ 사업비 등의 지원는 첫째, 공유단체 및 공유기

업에 대하여 예산의 범위에서 사업비를 지원할 수 있고 제도개선 등 행정적 지원을 할 수 있다. 둘째, 지정된 공유단체 및 공유기업 외에 공유활동에 적극적으로 참여하는 기관 및 단체 등에 대하여 필요한 지원을 할 수 있다. 셋째, 지원에 관하여는 「대전광역시 지방보조금 관리 조례」를 따른다. ④ 시장은 공유단체 또는 공유기업 지정 및 취소에 관한 사항, 공유활성화 정책 수립에 관한 사항, 그 밖에 공유활성화를 위하여 시장이 필요하다고 인정하는 사항 등을 심의 또는 자문하기 위하여 [공유활성화위원회]를 설치하도록 하고 있다.

2. 공유네트워크 추진 현황

1) 2015년 공유네트워크 공모사업 추진

대전시는 공유네트워크 활성화 정책의 일환으로 2015년 상반기에 공유네트워크 공모사업을 추진하였다. 사업공모 결과 22개 사업을 선정하였는데, 유형별로는 공간공유가 7개, 물건공유가 2개, 음식공유가 2개, 자동차 공유가 1개, 육아용품 공유가 1개, 세어하우수가 1개, 서가공유가 6개, 그리고 기타가 2개인 것으로 나타났다. 또한, 단체유형별로 보면 주민모임이 11개로 가장 많고, 협동조합이 2개, 비영리민간단체가 4개, 그리고 영리법인이 5개인 것으로 나타났다. 2015년 공유네트워크 공모사업 선정결과를 살펴보면 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 2015년 공유네트워크 공모사업 선정 결과

연번	사업유형	모임명	사업명	보조금(원)
1	공간공유	예술공동체 '나마스테' (대표 김솔이)	도시예술 공동체 복합문화 공유 공간	10,000,000
2		CSL 코칭스쿨 문화캠퍼스 (대표 심유진)	청소년 교육문화 공간	4,000,000
3		비욘드캠퍼스 (대표 정다운)	커뮤니티 공유 공간 플랫폼 벌집	12,400,000
4		(사)공감만세인터내셔널 (대표 권선필)	공정여행 공유네트워크 플랫폼 "여.정" (원도심여행 정거장)	14,000,000
5		원도심레츠 (대표 최창희)	두루두루 함께하는 공간, 공간으로 잇는 문화	13,400,000
6		월간 토마토 (대표 이용원)	원도심 주민 공유공간 "딴데"	10,000,000
7		스터디팩토리 (대표 이주원)	대전 대학생들의 전공 서적, 자취방 외 문화 나눔 복합 공간	9,500,000
8	물건공유	미녀는 공유를 좋아해 (대표 문선미)	Share Nail Polish (SNP:매니큐어 공유)	5,182,000
9		동구청소년자연수련원 (대표 송철규)	고등학생 개개인이 공유 플랫폼으로 공유 활동	5,000,000
10	음식공유	The BENCH (대표 이진아)	엄마의 레시피 등 대학생의 반찬 공유	6,490,000
11		엄청나다 (대표 박재성)	공유주방	16,850,000
12	자 동 차	㈜피플카쉐어링 (대표 강석현)	나눔 피플 카	10,000,000
13	육아용품	마을 어린이 도서관 마루 (대표 김도화)	육아용품을 공유하는 온·오프라인 '맘룸'	9,853,000
14	쉐어하우스	새싹리본 (대표 이태호)	대전청년쉐어하우스	20,000,000
15	미 디 어	대전영상미디어협동조합 (대표 류호진)	대전미디어쉐어링	8,500,000
16	지식공유	위즈온협동조합 (대표 오영진)	장애인 당사자의 문제 인식 및 활동 공유	9,000,000
17	서가공유	나우영화치료연구소	삶의가치를 공유하는 상생相生시네마클럽	13,870,000
18		LES LIVRES	CHECK OUT BOOKS	14,680,000
19		상상협동조합	모이자 프로젝트	8,750,000
20		Project_U	출판물 업사이클링 공유사업	15,000,000
21		가치읽자	인문과 과학이 만나는 커뮤니티 공유서가 프로젝트	15,000,000
22		도시여행자	여행도서관 및 한 평 도서관	7,700,000
합 계				239,175,000

2) 공공시설 공유공간 개방 사업

대전광역시는 공유네트워크 사업의 일환으로 공공기관, 도시철도역사, 체육시설 등 유휴공간을 시민들이 휴식 공간, 회의 공간, 사랑방으로 활용할 수 있도록 개방하는 시책을 추진하고 있다. 이사업의 개방 시설은 63개 시설 총 114개 공간이며, 시소속이 60개이고 자치구 소속이 54개 이다. 지역별로는 동구가 13개, 중구가 29개, 서구가 42개, 유성구가 17개, 대덕구가 13개 등이다. 유형별로는 회의실이 21개, 다목적실이 20개, 세미나실이 3개, 강당이 7개, 전시실이 6개, 체육시설이 8개, 기타가 49개 등이다.

그동안의 추진상황을 보면, ① 공공시설 유휴공간 공유를 위한 전수 조사 실시(2015. 1. 14 ~ 28), ② 공공시설 유휴공간 대시민 공유계획 수립(2015. 3. 23), ③ 시 홈페이지 공공시설 유휴공간 정보 게시(2015. 4. 14), ④ 공공시설 유휴공간 홍보를 위해 보도자료 배포, 외부 전광판・버스정류소 등 이미지 표출, 시 홈페이지・페이스북을 통한 온라인 홍보, 전단지 6,000부 배부(주민센터, 비영리민간단체, 평생학습원 등) 등의 홍보(2015. 4. 28 ~ 5. 27)를 실시했다. 2015년 5월말까지 이용실적을 보면, 총 207회, 공간별 월 평균 1.8회 이용한 것으로 조사되었는데, 이용실적이 없는 공간이 70개소로 전체 공간의 60%를 차지하며 새로 개방한 공간보다는 기존부터 개방을 해오던 공간위주로 시민 이용이 이루어지고 있는 것으로 나타났다.

이와 같이 이용실적이 저조한 원인으로는 첫째, 언론보도, 시 홈페이지 게시, 전단지 배부 등 대시민 홍보를 추진하였지만 공간개방에 대한 시민들의 인식도는 아직 낮다는 것이다. 둘째, 가벼운 대화를 위한 모임은 집 근처의 카페를 이용할 수 있으며 모임을 위한 별도의 룸을 가진 카페도 많아 공공시설 유휴공간 이용에 대한 수요가 크지 않고, 개방된 공공시설 유휴공간이 시설・장비 등의 열악함으로 시민들이 모임공간으로 원하는 수준에 미치지 못하다는 것이다. 셋째, 현재 시 홈페이지에 개방공간에 대한 간단한 정보만을 제공하고 있어 공간의 내부 모습, 예약가능시간, 비치장비 등 공간에 대한 상세 정보를 알 수 없고 전화로 문의해야 하는 불편이 있다는 것이다. 공공시설 공유공간 개형 현황을 보면, <표 3-2>와 같다.

〈표 3-2〉 공공시설 공유공간 개방 현황

연번	기 관 명	시설명	위 치	수용인원/면적	사용료
1	대전광역시청	제1전시관	서구 둔산로 100 (1층)	201㎡	무료
2		제2전시관	서구 둔산로 100 (2층)	547㎡	무료
3		1층 로비	서구 둔산로 100	1,155㎡	무료
4		2층 로비	서구 둔산로 100	1,485㎡	무료
5		시민마당	서구 둔산로 100 청사 남쪽	1,567㎡	무료
6		시민광장	서구 둔산로 100 청사 남쪽	5,082㎡	무료
7		시민잔디광장	서구 둔산로 100 청사 동남쪽	3,399㎡	무료
8	대전도시철도공사	본사대강당	서구 월드컵대로 480	110명	4시간 96,000원 (냉난방비 별도)
9		갈마역 시민회의실	서구 갈마동 820	30명	무료
10	대전시기성종합복지관	세미나실	서구 장안로 54	200명	4시간 40,000원
11	대전발전연구원	대회의실	중구 중앙로 85	36명	무료
12	노은농수산물도매시장 관리사업소	다목적 회의실	유성구 노은동로 33	195명	무료
13	상수도사업본부	테니스장	서구 신갈마로141번길 80		무료
14		주차장			무료
15		연못파고라			무료
16		지하교육장		108명	무료
17		대회의실		100명	무료
18	수도시설관리사업소	주차장	대덕구 계족산로 20		무료
19	월평정수사업소	축구장	서구 신갈마로 141번길 82		무료
20		테니스장	서구 신갈마로 141번길 82		무료
21	송촌정수사업소	축구장	대덕구 송촌로 50		무료
22	신탄진정수사업소	축구장	대덕구 신탄진로756번안길 223		무료
23	수질연구소	대회의실	대덕구 송촌로 50	50명	무료
24	동부사업소	주차장	동구 동대전로 292		무료
25		회의실	동구 동대전로 292	15명	무료
26	중부사업소	주차장	중구 오류로 80		무료
27	서부사업소	주차장	서구 신갈마로 67		무료
28		대회의실	서구 신갈마로 67	30명	무료
29	유성사업소	주차장	유성구 한밭대로 492번길 26-18		무료
30	인재개발원	대강당	유성대로 1312번길 83	196명	4시간 20,000원 (냉난방비 별도)
31		소강당		88명	4시간 20,000원 (냉난방비 별도)
32		축구장			무료
33		테니스장			무료

34		배구장			무료	
35	구 충남도청사	대회의실	중구 중앙로 101	100명	무료	
36		소회의실		30명	무료	
37	대전역사박물관	세미나실	유성구 도안대로 398	64명	2시간 40,000원 (부속시설, 냉난방비 별도)	
38		강당		184명	2시간 20,000원 (부속시설, 냉난방비 별도)	
39		커뮤니티홀1		18명	2시간 10,000원 (부속시설, 냉난방비 별도)	
40		커뮤니티홀2		18명	2시간 10,000원 (부속시설, 냉난방비 별도)	
41		커뮤니티홀3		16명	2시간 10,000원 (부속시설, 냉난방비 별도)	
42	대전선사박물관	세미나실	노은동로 126(노은동)	60명	2시간 20,000원 (부속시설, 냉난방비 별도)	
43	대전복지재단	대강당	중구 보문로 246	220명	무료	
44		교육실		30명	무료	
45		고정식 교육실		20명	무료	
46		회의실		12명	무료	
47	용전동주민센터	소회의실	동구 계족로 515	30명	무료	
48		동아리방		40명	무료	
49		다목적실		80명	무료	
50	홍도동 주민센터	동아리방	동구 동산초교로 34번길	20명	무료	
51		회의실		70명	무료	
52	은행선화동주민센터	다목적실	중구 보문로337번길 33	50명	무료	
53	목동주민센터	회의실	중구 목중로39번길 39	28명	무료	
54	중촌동주민센터	회의실	중구 대종로 663-7	60명	무료	
55	대흥동주민센터	회의실	중구 대흥로 109	70명	무료	
56	석교동주민센터	다목적실	중구 대종로 228	70명	무료	
57	대사동주민센터	다목적실	중구 충무로 65	14명	무료	
58		어울마당		50명	무료	
59	부사동주민센터	다목적실	중구 보문로68번길 20	50명	무료	
60	오류동주민센터	회의실	중구 오류로 56	20명	무료	
61	유천1동주민센터	취미교실방	중구 계백로1566번길 57	20명	무료	
62	유천2동주민센터	다목적실	중구 문화로133번길 55	60명	무료	
63	문화2동주민센터	다목적실	중구 당디로6번길 90	30명	무료	
64	서구청	대강당	서구 둔산서로 100	397명	무료	
65	관저문예회관	공연장	서구 관저동로105번길 20	254명	오전	130,000
					오후	150,000
					야간	200,000

66		전시실			전일 30,000원
67		다목적실A		25명	2시간 20,000원
68		다목적실B		12명	2시간 10,000원
69	정림동주민센터	취미교실방	서구 정림동로 10	20명	무료
70		생활체육교실		40명	무료
71		회의실		36명	무료
72	용문동주민센터	회의실	서구 계룡로 662번길 6	35명	무료
73		프로그램실		15명	무료
74	탄방동주민센터	취미교실방	서구 탄방로7번길 97	15명	무료
75	괴정동주민센터	소회의실	서구 가장로 57	20명	무료
76	월평1동주민센터	다목적실	서구 월평서로 13	25명	무료
77	월평2동주민센터	지하 다목적실	서구 갈마역로145	40명	무료
78		별관 2층 다목적실		25명	무료
79		별관 3층 다목적실		25명	무료
80	관저1동주민센터	교양강좌실	서구 관저북로 24	15명	무료
81	기성동주민센터	보건지소 2층 다목적실	서구 흑석1길 16	18명	무료
82	진잠동주민센터	주민자치실	유성구 원내로 5	7명	무료
83	원신흥동주민센터	주민사랑방	유성구 봉명로 27-18	25명	무료
84	온천1동주민센터	소통방	유성구 도안대로589번길 35	22명	무료
85	온천2동주민센터	주민사랑방	유성구 장대로 120	10명	무료
86	구즉동주민센터	문화강좌실	유성구 구룡달전로 22	80명	무료
87	대덕구 평생학습원	공연장	대덕구 대전로 1348	196명	오 전 32,500 오 후 36,000 야 간 47,000 (부속시설 별도)
88		대전시실		190㎡	1일 30,000원 (부속시설 별도)
89		소전시실		116㎡	1일 18,000원 (부속시설 별도)
90		학습실1		40명	1일 19,500원 (부속시설 별도)
91		학습실2		20명	1일 10,000원 (부속시설 별도)
92	송촌평생학습도서관	다목적실	대덕구 송촌로 59	140명	평일 4시간 30,000원 주말 4시간 36,000원 (부속시설 별도)
93	신탄진평생학습도서관	다목적홀	대덕구 신탄진동로 64	260명	평일 4시간 40,000원 주말 4시간 48,000원 (부속시설 별도)

94	안산평생학습도서관	시청각실	대덕구 계족로 663번길 25	130명	평일 4시간 30,000원 주말 4시간 36,000원 (부속시설 별도)
95	중리동주민센터	다목적실	대덕구 중리남로 47	20명	무료

제4장 대전광역시 공유네트워크에 대한 인식조사

제1절 대전광역시 사회적자본지원센터의 FGI 결과
제2절 본 연구를 위한 FGI 조사결과
제3절 조사결과의 종합 및 시사점

제4장 대전광역시 공유네트워크에 대한 인식조사

제1절 대전광역시 사회적자본지원센터의 FGI 결과

1. 조사의 개요

대전광역시 사회적자본지원센터에서는 2015년 1월 15일~19일 사이에 시민들의 자발적인 공유네트워크의 형성과 촉진을 위한 정책적 방안을 개발·제안하고자 4개의 그룹(마을만들기 참여경험자, 청년, 시니어, 주부), 35명을 대상으로 FGI(Focus Group Interview)를 실시하였는데, 조사대상의 특성은 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> FGI 조사대상과 내용

조사 대상	조사일시	참여자 구성
마을만들기 참여 경험자	15. 1. 15	- 8명(남 1, 여 7) - 3~40대(서구 3, 대덕구 1, 중구 2, 동구 2)
청년	15. 1. 17	- 10명(남 5, 여 5) - 쉐어톤 참여 경험자 - 2~30대(중구 1, 서구 4, 유성구 5)
시니어	15. 1. 16	- 7명(남 6, 여 1) - 6~70대(대덕구 2, 유성구 2, 서구·동구·중구 1)
주부	15. 1. 19	- 10명(여 10) - 어린이 도서관 네트워크 참여자 - 3~40대(서구 10)

조사의 내용은 첫째, 마을만들기 참여 경험자들에게는 ①자신의 공유경제에 대한 이해정도, ②공유의 경험, ③공유 자원 현황 파악, ④공유경제가 필요한 곳과 대상 파악 그리고 가상 경험, ⑤가상 공유 경험, ⑥활동 후 공유네트워크의 필요성 제안

등의 내용을 조사하였다. 둘째, 청년들에게는 ①자신의 공유경제에 대한 이해정도, ②공유의 경험, ③공유 프로젝트 제안, ④청년들에게 가장 필요할 것 같은 공유네트워크, ⑤대전시민 전체에게 필요할 것 같은 공유네트워크, ⑥공유경제 활성화의 요건 등의 내용을 조사하였다. 셋째, 시니어들에게는 ①자신의 공유경제에 대한 이해정도, ②공유의 경험, ③공유경제가 필요한 곳과 대상 파악 그리고 가상 공유 경험, ④공유경제 활성화의 과제 도출 등의 내용을 조사하였다. 넷째, 주부들에게는 ①자신의 공유경제에 대한 이해정도, ②공유네트워크가 가장 절실하게 필요한 곳, ③대전시 규모에서 가장 필요하다고 생각하는 공유네트워크, ④대전의 경우 공유 활성화를 위한 요건, ⑤중요한데 과정에 어려움을 겪을 것 같은 내용 진단, ⑥공유경제에 대한 인식의 변화정도 등의 내용을 조사하였다.

2. 대상별 조사결과

1) 마을만들기 참여자

공유네트워크에 대해 마을만들기 참여자들을 대상으로 FGI를 실시한 결과를 보면, 우선 대전시가 사회적자본지원센터를 활용하여 추진하고 있는 마을만들기 사업 등의 사회적 경제활성화 관련 프로그램을 통해 공유경제에 대한 개념적 이해를 하고 있으나, 현실에 적용할 정도의 이해는 없다고 보는 참여자가 대부분인 것으로 나타났다.

둘째, 공유경제라는 개념에 대한 이해도가 낮다고 생각하는 데 비해, 일상생활에서 실제적으로 여러 사람이 함께 참여하여 동일한 물건이나 지식, 공간 등을 나누어 본 공유경험은 여러 가지 형태로 나타났다. 공유경험은 일상적인 생활과 긴밀히 연계되어서 나타나고 있다. 즉, 자녀교육 (재능나눔, 도서나눔, 학용품 나눔 등)과 같이 연령대의 공통관심사나 공동활동에 연계되어 있는 경험, 살고 있는 주거지 주변의 공간(도서관, 노인정, 마을회관, 등 주변 공간 활용)에 따른 공유경험, 일상생활 중에서 사용되는 지식과 경험 공유 (지식나눔, 정보공유 등) 등과 같이 관심사에 따른 공유가 일어남에 따라 공유경험은 생활현장에 밀접하게 연관되어 나타나고

있는 것으로 나타났다. 공유경험을 통해 언급된 내용은 공유경제에 대한 이해도 보다 많은 생각들이 제시되고 있어, 공유경제라는 개념과 일상에서의 공유 경험사이에는 차이가 있음을 보여주고 있다.

셋째, 공유를 필요로 하는 공유수요자들에 대한 의견에서 응답자들이 제시하는 예는 가족단위, 필요를 느끼고 있는 사람들, 혁신적인 사람들, 유사한 흥미를 갖는 사람들, 취약계층 등으로 나타나고 있는데, 가족단위로는 주로 부부와 자녀, 주부들이 제시되었다. 공유 수요자로 가장 많이 언급되는 것은 노인, 저소득층, 신체부자유자, 어린이, 외로운 사람, 거주지 무소유자 등 취약계층 등을 제시하고 있다.

넷째, 공유 자원이 될 만 한 것에 대한 언급에서는 '장소' 에 대한 고려가 가장 많았으며, 지식정보, 재능기술, 물건 등의 범주가 제시되었다. 장소의 경우 목적/필요 중심의 장소, 잉여공간, 기존 공간에 새로운 용도를 추가하여 공유하는 방법 등으로 제시되었고, 다음으로 많이 나타난 것은 물건의 공유, 지식정보, 재능(기술) 등이 공유 자원으로 제시되었다.

다섯째, 공유를 추진할 때 예상되는 장애요인과 효과에 대한 의견으로는 공유의 긍정적 효과보다는 공유의 장애요인들이 더 다수라고 인식되고 있음이 나타났다. 공유의 긍정적 효과로는 나누는 기쁨이나 소비행태의 변화, 확산 등과 같은 사회적 효과가 제시되었고, 공유의 장애요인으로는 관계에 따른 장애, 물건과 관련된 장애, 공유 효과에 대한 부정적 기대 등으로 나타났다.

2) 시니어

공유네트워크에 대해 시니어들을 대상으로 FGI를 실시한 결과를 보면, 우선 은퇴하였거나 은퇴를 앞두고 있는 시니어들의 경우 공유경제에 대한 이해정도가 낮게 나타났다. 공유경제에 대한 이해도에서 참여자들의 이해도 평균이 7점 만점에 3.14점으로 스스로 이해도가 낮은 것으로 평가하고 있다. 경험과 이해가 있는 경우 정보의 통로는 인터넷 자료 검색과 도시농부 프로젝트에 참여한 경험자로 나타나 일반적인 시니어 층의 공유경제에 대한 이해도 역시 낮을 것으로 예상할 수 있다.

둘째, FGI에 참여한 시니어들에게 공유경제에 대한 개략적 개념과 사례를 설명한 후 이와 유사한 공유경험이 있는지에 대해 논의하도록 한 결과, 시니어들의 경우에도 공유경제에 해당할 수 있는 경험들이 제시되었다. 가족 간에 나누어 본 경험 들이 있으며, 자신이 가지고 있는 전문능력이나 기술 등을 통해 공유를 했다는 인식이 드러나고 있으며, 대부분 공유를 통해 절약과 같은 경제적인 이익이나 사회적 빈곤의 해결 등이 가능하다는 인식이 경험을 통해 나타나고 있다.

셋째, 공유가 필요한 사람들이 누구인가에 대한 질문을 통해 도출된 시니어들의 공유 수요에 대한 인식은 단순히 공유가 필요한 사람들에 대한 인식뿐만 아니라 이들 공유 수요자들에게 어떻게 공유를 제공할 수 있을 것인가에 대한 발상도 제시되었다. 시니어들의 눈으로 도출해 본 공유의 수요가 가장 높게 나타나는 사람들은 취약계층이라고 통칭할 수 있는 청소년, 장애인, 노인, 다문화가정, 싱글족 등을 언급하고 있으며, 이외에도 공장, 홍보업체, 재활용 수집자, 직장 등과 같은 경제주체들도 공유경제가 필요한 대상이 될 수 있으며, 가족단위나 동네/이웃/직장도 공유경제의 수요자라고 인식하고 있다.

넷째, 공유 자원을 상상한 결과 주로 물품에 해당하는 것이 많은 것을 볼 수 있으며, 재능과 경험, 정보, 음식, 공동체, 옷, 도서, 카셰어, 육아, 아이디어, 주차, 허브, 장례관리, 주거 등이다. 시니어의 경우 다른 분야와 특징적인 것은 '장례관리', '주거' 등이다. 1인 가족, 독거노인, 관계의 단절 등으로 발생하고 있는 문제에 대한 관심이 높게 나타나고 있으며, 이러한 맥락에서 '장례관리' 등도 언급되고 있다.

다섯째, 인터넷 사용률이 상대적으로 떨어지는 시니어의 경우 공간적으로나 방법적으로 고려하는 것이 본인의 생활 주변에서 가능한 것과 직접적 공유방식에 대해 생각하고 있는 것이 나타났다. 이러한 측면에서 아나바다, 벼룩시장, 나눔 장터 등을 통한 오프라인 공유 방식을 주로 인식하고 있는 것으로 나타났고, 공유를 연결해주는 공공기관의 허브, 연결고리 역할에 대해서도 동사무소나 주민자치회 등을 언급하고 있다.

3) 청소년(쉐어톤 참여경험자)

공유네트워크에 대해 청소년들을 대상으로 FGI를 실시한 결과를 보면, 우선 FGI 참여한 청년들의 경우 쉐어톤과 같은 공유경제 활동에 참여하여 공유경제에 대한 경험을 일부 하였고, 또 FGI 참여하기 전에 나름대로 학습의 경험이 있으나 스스로의 이해정도는 깊지 않다고 진단하고 있다. 공유경제에 관한 정보를 접하게 되는 통로는 공유경제 아카데미, 강연, 책, 다큐, 스터디 모임 등 다양하게 있는 것으로 나타났다. 공유경제에 관하여 정보를 접하였으나 공유경제의 실제에 대하여는 자신이 없는 것으로 보이고, 결국 아직 공유경제가 구체화된 사례로 명료하게 드러난 것이 없으며, 또한 공유경제에 대한 체험도 부분적인 것으로 판단하고 있다. 청년층의 공유경제에 대한 이해도는 이론적이고 학습적인 측면에서 약간 있으나 실제적인 경험은 미흡한 것으로 인식하고 있다고 요약할 수 있다.

둘째, 공유경제에 대한 깊이 있는 이해가 부족하다고 스스로를 진단하는 반면 공유에 대한 경험은 이미 다양하게 해본 것으로 인식하고 있다. 음식, 학습, 책, 공간, 재능, 정보, 네트워크, 지식, 물건 등 대학생이나 청년으로서 일상생활에서 다양한 형태의 공유를 경험한 것으로 인식하고 있다. 유형적인 음식, 책, 공간, 물건 등뿐만 아니라 무형적인 재능, 정보, 지식 등을 언급하고 있으며, 공유경제에 대한 학습경험을 바탕으로 네트워크도 공유될 수 있음이 언급되고 있다. 일부 청년들의 경우에는 대안화폐, 위즈돔, 공유공간, 쉐어비 파티와 같은 공유경제 사례를 경험하였음이 드러났다.

셋째, 청년층의 경우 공유 수요(자)에 대해 비교적 다양한 시각을 가지고 있는 것으로 나타났다. 청년층에게서 나타나는 공유수요자는 자원의 부족이나 필요를 느끼고 있는 사람들, 장애인 시니어 아이들을 포함하는 사회적 취약계층, 지식이나 전문성에 관련된 사람들, 공동의 취미나 관심사를 갖는 집단 등이 언급되고 있다. 청년층에서 나타나는 공유수요자에 두드러진 특징은 자신들 집단인 대학생 청년층이 공유의 가장 큰 수요자가 될 수 있음을 보여주고 있는 특징이 있다. 청년층이 제시하는 공유수요자로 가장 많이 언급되는 아이디어의 특징은 자원의 부족이나 필요를 느끼고 있는 사람들로 경제적 여력이 부족하므로 집이나 공간 같은 활동 공간, 자신

의 뜻을 펴기에 필요한 자본이나 지식, 담배와 같은 기호품, 생활에 필요한 음식, 옷 등과 같은 생필품 등 대학 청년들의 일상생활에서 느끼고 있는 부족이나 필요를 공유로 해결할 수도 있음을 보여주고 있다. 당사자인 대학생이 가장 많이 언급되고 있고, 자금과 물적 자원이 부족한 사람, 공간이 필요한 사람, 여행자, 외로운 사람, 타국인, 어머니, 옷이 필요한 사람, 시니어, 공동체, 아이들, 취약계층, 유휴 물품을 가지고 있는 사람, 취미를 찾는 사람, 인맥이 필요한 사람, 건물 보안이 필요한 건물주, 게시판, 장애인, 저개발 국가, 지식을 자랑하고 싶은 사람, 블로거, 애플 사용자, 공무원, 기업인 등이 수요자가 될 수 있을 것이라고 생각하고 있다.

넷째, 공유가 사회적으로 제안되고 활성화되려면 다양한 조건이 필요하다는 의견이 있었다. '높은 접근성' 과 '신뢰', '합리적 보상', '네트워크', '수요 예측', '공유경제에 대한 이해', '기술지원', '행정적 지원', '중간 기관', '필요한 법체계', '디자인', '기존 산업과의 마찰', '적절한 수익구조', '퍼실리테이터', '여론형성', '정기적 행사', '대안화폐', '스마트폰', '보험', '평가시스템', '아이디어', '인문학' 등이 제시되고 있다.

4) 주부

공유네트워크에 대해 주부들을 대상으로 FGI를 실시한 결과를 보면, 우선 현재 수준에서 주부들의 공유경제에 대한 이해도를 진단한 결과, '전혀 이해가 없는' 사람은 없는 것으로 파악되어 이미 공유경제에 대한 사회적 이해수준이 아주 낮지 않음을 추측할 수 있다. 공유경제를 접하는 채널은 아카데미 등 제공 프로그램 참여, TV, 공동체 내에서의 경험 등으로 파악되고 있다.

둘째, 30~40대 공동체 활동(마을어린이도서관) 활동을 하고 있는 서구 주부들의 유무형 자원의 공유 경험을 알아본 결과 '재능기부' 에 해당하는 것이 가장 많았으며, '옷', '정보', '차량', '지식과 경험', '도서', '공간', '돌봄', '음식', '장난감', '여행' 등에 관련된 경험이 있는 것으로 나타났다. 공간적으로도 '생활 주변' 과 '관계' 를 중심으로 공유의 경험이 있으며, 내용적으로는 직접 자신을 위한 것 보다는 '자식' 과 '가족' 그리고 '마을공동체' 에 해당하는 내용이 주인 것을 볼 수 있다.

셋째, 공유 수요를 예측하기 위하여 우선 공유의 수요자(기관)에 대한 생각을 물어본 결과 참여자의 경험적 특성상 '도서관' 과 연관된 내용이 가장 많았으며, '학생', '주부', '학부모+청소년', '노년층', '여행(자)', '다문화', '음식이 필요한 사람', ' 맞벌이부부', '노후설계 경험' 등이 도출되었다. 참여자가 일차적으로 고려한 수요예측은 '음식', '노년층', '나', '여행자에게 필요한 지도', 학생과 학부모의 입장에서 '학원 덜 보내고 품앗이 수업', '취미생활 공유', '중국 땅에 나무심기', '학원 말고 도서관', '혼자 있는 학생 케어', '육아고민 학부모', '유아보육 품앗이', '학비 지원', '외국인', '노후설계 경험', '남편 재능 빌리기', '기구(공구) 공유', '쿠폰 공유' 등이 있었다. 대전 전체를 고려했을 때 수요를 예측한 결과는, '혼자 있는 학생들 케어' 가 필요할 것이라는 의견과 '음식이 필요한 사람', '여행자' 이 많을 것이라는 수요에 의견이 몰린 것을 알 수 있다. '도서관 정보 공유', '학원 말고 도서관', '학원 덜 보내기 위해 품앗이', '육아 고민', '외로운 노인', '주차공간 필요한 사람', '취미생활 장비', '학습이나 체험활동' 등으로 나타났다.

넷째, 현재 자신이 공유할 수 있는(공유하고 싶은) 자원을 파악한 결과, '사서봉사', '도서 기증', '재능', '공간', '대화', '학비지원', '품앗이 수업', '여행가이드·숙식 제공', '여행정보 공유' 등의 의견이 표시되었다.

다섯째, 공유경제 활성화와 지속가능성을 위해 더 중요하다고 인식하는 가치는 '신뢰' 와 '이해' 를 기반으로 조성되는 '열린 마음', '네트워크' 의 필요성을 강조하고 있다.

제2절 본 연구를 위한 FGI 조사결과

1. 조사의 개요

대전광역시 공유네트워크 공모사업에 선정된 모임(단체) 대표 12인을 대상으로 대전시 공유 네트워크 활성화를 위한 아이디어를 도출하기 위해 심층적인 설문조

사를 실시하였다. 9개의 개방형 문항을 가지고 2015년 7월 20일부터 27일 사이에 이메일 등을 통한 설문을 실시하였다.

2. 조사의 결과

1) 공유네트워크 사업 수행시 애로점

먼저, 공유네트워크 사업을 수행하는데 있어서 어떤 어려움이 있는지에 대한 질문에 대하여 많은 사람들이 예산집행의 자율성이 없다는 점, 인건비를 지급할 수 없다는 점, 절차가 복잡하다는 점, 공유경제 및 공유네트워크에 대한 시민들의 이해도가 부족하다는 점, 지나치게 수익성을 강조한다는 점 등을 지적하고 있다.

참여자	제안내용 요약
박○○	사업의 형태와 기획에 따라 예산 운영이 자유롭게 편성되지 못해서 아쉽다. 공유네트워크 사업이 많아져서 활성화 되는 것도 좋지만, 그것보다 우선해야 할 것은 사업의 질을 높이는 것이다. 사업 운영의 질을 높이기 위해서는 사업운영의 필수적인 항목에 대한 과감한 투자와 지원이 필요하다.
이○○	공유네트워크는 보다 일상적이고 일반적인 영역에서 확산되어야 함을 생각할 때 보다 간소화된 절차가 필요하다고 생각합니다. 또한 행정절차나 문의사항 등 시민들이 행정역영의 일을 소화해내는데 지장이 없도록 가이드라인을 차곡차곡 만들어 간다면 좋을 것 같습니다.
최○○	‘공유’ 라는 좋은 문화임에도 불구하고 우선은 사업이기 때문에 사람을 움직이려면 돈이 필요한데, 인건비가 지급되지 않는다는 점에서 운영을 대표자, 담당자 외에 필요한 인력들을 쓸 때 자원자를 활용해야 하다 보니 전문적인 역량의 한계가 있거나, 더 동기부여 할 수 있는 면이 떨어진다고 생각합니다. 인건비가 지원되지 않는 부분이 조금은 아쉽게 느껴집니다.
김○○	1인가구, 혼밥족등으로 인한 사회적 문제에 대해 인식하고, 반응하고, 해결해 나가기 위해 공유네트워크사업으로 소셜다이닝 “엄마의 레시피”를 진행하고 있는데 아무래도 소셜 다이닝이라는 주제 때문 이여서 그런지 참여도 부분에서 가장 어려움이 있습니다.
김○○	공유경제에 대한 전문적인 교육이 없어 개인적으로 공부를 하고 짧은 기간내(하반기 사업으로 7월~12월)에 시행착오를 겪을 시간도 없이 사업을 진행하게 되어 아쉽습니다.
정○○	수익성보다는 나누는 가치가 우선되는 사업을 다른 사업체에 함께 하자고 제안하는 것이 힘들었습니다. 공간을 공유하는 것인 것인 만큼 다른 공간으로의 확장이 더 큰 의미가 있어서 공간을 찾는데, 나누는 것에 대한 인식과 중요성을 설득시키는 과정이 쉽지 않았습니다. 주로 수익성만을 보고 공간을 운영 중이었고, 가시적인 성과를 수익성으로만 판단하여 접근하기 어려웠습니다.
이○○	공유네트워크 사업을 수행하는데 있어서 가장 어려운 점은 무엇보다 공유네트워크에 대한 인식 같습니다. 공유경제가 아직 생소한 개념이다 보니 많은 사람들이 이해를 못하거나 오해를 해서 사업을 수행하는데 가장 어려움이 있는 것 같습니다.

이○○	공유네트워크라는 개념 자체를 설명하는 어렵습니다. 공유경제, 공유문화, 공유네트워크 등 일반 시민들이 개념을 이해 할 수 있어야 될 것 같습니다. 또한 사업 자체가 시민참여형 사업이다 보니 홍보와 판촉 마케팅 과정이 찾기가 어렵습니다. 인터넷 기반의 공유네트워크 사업이다 보니 홍보를 통해 사이트 접속자를 늘리는 것이 어려운 점이였습니다.
최○○	청소년 및 청년을 위한 플랫폼구성의 필요성을 절실히 느낌
김○○	사업비 사용시, 세부적인 증빙의 어려움 사업진행시 탄력적으로 사용가능한 사업비 부분이 없음. 공유비즈니스 모델이 아닌, 비영리로만 가능하기 때문에 사업의 장기적인 안정이 불안한 부분이 있다.
박○○	공유네트워크 사업 홍보의 문제. 사업비 사용 제한에 따른 효율적 사업진행의 어려움. 소통의 문제 (공유네트워크 단체간, 사업주체와 참가자간) 활성화된 사업의 후속조치에 대한 논의 부재
김○○	수익성을 만드는데 가장 큰 어려움을 겪고 있습니다. 또한 사람들 인식에서 공유라는 인식 자체가 크게 확산되어 있지 않기 때문에 개념을 설명하는데 오래 걸리며 사람들이 처음 겪는 경험이라서 이해시키는데 어려움이 있습니다.

2) 공유문화 확산을 위한 방안

공유문화의 확산을 위해서 시급히 해야 할 일은 무엇인가라는 질문에 대하여, 조사에 참여한 사람들의 의견을 정리해 보면 다음과 같다. 우선, 공유문화의 확산을 위해서는 경험이 중요한데, 특히 학교 내에서의 경험을 강조했다. 10~20대들이 이러한 경험을 체험할 수 있는 공간의 제공해야 하는 것도 중요하다고 했다. 둘째, 공유경제에 대한 성공사례에 대하여 적극적으로 발굴하고 확대해야 한다는 의견도 많았다. 셋째, 공유문화의 확산을 위해서는 공유문화를 이해시키는 일이 중요한데, 공유여행 및 성공사례의 발굴 보급이 중요하다고 지적했다. 넷째, 공유경제에 대한 이해도를 높일 수 있는 프로그램을 개발하여야 하며 매스컴 등에 공유에 대한 개념을 많이 노출시키도록 해야 한다는 제안이 있었다. 다섯째, 선진사례를 견학하고 소개하고 수범사례를 전파하고 기업·지방자치단체가 먼저 움직여야 한다고 제안했다. 여섯째, 나눔에 대한 시민들의 의식을 개선하려는 노력이 있어야 하고 눈등을 통한 공유경제에 대한 공보가 있어야 한다고 제안했다. 마지막으로 공유문화에 대한 개념 정립을 위하여 강연회 등을 다양하게 개최하여야 한다는 제안도 있었다.

참여자	제안내용 요약
박○○	공유문화 확산을 위해서는 '경험'이 중요하다. 개인이 공유에 대한 '경험'이 없다면 문화는 확산되지 않는다. 교육이 중요하다. 어린 시절부터 공유의 개념을 이해하고 경험할 수 있는 환경을 조성해야 그것이 자연스럽게

	다음 세대로 이어진다. 정치적 문화적으로 점점 더 간극이 벌어지는 시대다. 개인적이고 이익이 우선시 되는 사회의 흐름에 맞서서 공유가 가진 따뜻하고 아름다운 가치들을 재조명하고, 그것을 아이들에게 학교 내에서 경험하게 해야 한다. 또한 상대적으로 공유 문화에 대한 경험이 적은 10대와 20대들이 함께 참여할 수 있는 공간을 마련하고 프로그램 등을 기획해야 한다.
이○○	마중물(성공적인 사례)을 만들어 내고 그것을 많은 사람들이 이해할 수 있는 형태로 만들어 내는 것. 지역사회에서 공유경제를 체감하고 이해할 수 있는 사례를 만들어 내는 것이 중요하다고 생각합니다. 이전까지도 서로 물건을 주고받고, 공유하는 사례가 많았지만 지금 이 시점에서 왜 공유가 필요한지, 단순히 재화를 공유하는 이상으로 공유경제가 어떤 의미를 갖는지, IT기술과 결합되면서 어떤 식으로 유연하게 공유경제가 탄생 할 수 있게 되었는지 등 직관적으로 알 수 있는 방법은 바로 경험하고 보는 것이기 때문입니다. 이에 시는 단순히 사회적자본지원센터에서 실시하고 있는 공유네트워크 사업을 관리/감독자의 입장에서 바라보는 것이 아니라 시차원에서 전략적인 공유사례육성과 홍보를 구상해야 합니다.
최○○	‘공유문화’에 대한 사람들의 이해가 우선이 되어야 한다고 생각합니다. 저만해도 이번 사업을 통해 사회적 자본, 공유문화에 대해서 공부하고 지금도 계속 알아가고 있는 중 입니다. 아직은 대중적으로 알려진 문화가 아니기 때문에 “공유좋아, 공유하자.” 막연히 일방적으로 제공하는 것이 아니라, 충분히 이해하고 스스로 다가갈 수 있도록 도와야 한다고 생각합니다. 아무리 좋은 것이라도 모르는 사람에게는 그저 낯설 수 있고, 굳이 필요하지 않다고 느껴질 수 있기 때문입니다. 앞에 얘기와 연관해서 그럼 사람들을 어떻게 이해시킬 수 있고, 나에게 필요하다고 느낄지 생각해보았는데 스타트업들의 성공사례를 많이 홍보하는 것도 하나의 방법이 될 것 같단 생각이 들었습니다. 사람들은 눈에 보이는 것, 결과물로 확인된 것들에 신뢰를 갖고, 흥미를 보인다고 생각하기 때문입니다. 또한, 저도 지금 공유에 대해 계속 알아가고 있는 중인데 ‘공유여행’을 통해 선진지를 견학하고 나니 더 흥미가 생기고, 사업에 어떻게 하면 재미있고, 효과적으로 적용할 수 있을지 더 고민하게 되었기 때문입니다.
김○○	이론적으로는 너무나도 좋은 “공유” 이지만 아직 까지는 사회에서 이해하고 받아들이기 힘든 부분들이 있다고 생각 됩니다. 그렇기 때문에 이해도와 참여도를 높이는 프로그램 등으로 홍보가 필요하다고 생각합니다.
김○○	단체의 단체홍보만이 아닌 국가, 도시 차원에서의 공유문화에 대한 인식 개선이 필요하다고 느껴집니다. 더 많은 매스컴 노출을 통해 공유문화에 대한 익숙함을 구성해야합니다.
정○○	지역에서 자본을 충분히 가진 분들이 우선적으로 실천해야 한다고 생각합니다. 그러기 위해서 공유문화의 긍정적인 선순환 구조를 시각적으로 보여주어 그들을 설득하고 선진 사례를 만들어내어 마중물을 만들어내야 합니다. 또한, 토지, 건물 등의 사회적자본을 가진 지자체에서 해외의 사례나 국내에서 성공한 사례를 지역에서 시범적으로 운영하여 계속해서 시도해보는 것이 공유문화 확산하는데 큰 도움이 될 것이라 생각합니다. 결국 기업, 지자체, 정부에서 먼저 움직이는 것이 공유문화 확산하는데 가장 시급합니다.
이○○	공유문화에 대한 인식과 교육이 중요하다고 생각합니다. 왜 공유인지 공유문화를 이용하면 어떤 좋은 점이 있는지를 알릴 수 있는 장을 만들고 공유문화를 잘 이해할 수 있는 컨텐츠 제작이 시급하다고 생각합니다.
이○○	공유경제, 공유문화, 공유네트워크란 개념부터 시민들에게 폭넓은 홍보가 되어야 할 것 같습니다. 일전 대전시 중점 사업인 사회적자본 역시 시민들에게 개념 자체가 생소했던 것처럼 공유네트워크란 개념을 정착시키기 위한 대시민 캠페인이 필요합니다.
최○○	SNS를 통한 홍보
김○○	다양한 지원정책 마련과 정책정보의 일원화. 기관 및 기업의 공유문화 지원정책의 필요. 나누는 것에 대한 시민의 의식개선

박○○	공유문화 확산에 따른 사업진행을 보호할수 있는 법적제도의 마련. 다양하고 지속적인 공유네트워크 사업 진행. 공유문화를 주제로 단체와 기업간의 MOU를 통해 상호 마케팅으로 윈윈할 수 있는 마케팅툴의 지원. 공유문화가 선행되어 활성화된 사업의 견학 및 세미나 활성화
김○○	사람들이 공유라는 개념을 쉽게 이해하고 체득하기 위해서 공유에 대한 개념 설명이라던지 강연이 많아질 필요가 있다고 생각합니다. 또한 공유에 대해 이해가 높고 이런 사업을 하는 사람들의 커뮤니티가 더욱 증가해야 할 필요가 있다고 생각합니다.

3) 공유네트워크 활성화를 위한 홍보 방안

공유네트워크의 활성화를 위해 어떻게 홍보하는 것이 좋은지에 대한 의견은 다양하게 제시되었다. 먼저, 세대별 홍보전략을 수립하여 접근하는 것이 중요하고 지역의 노인정・시민대학・평생학습센터 등을 활용하고 유년・청년・중년을 대상으로 스마트폰을 활용한 SNS 홍보가 효과적이라는 의견을 제시했다. 둘째, 단순히 물건을 공유한다는 차원을 넘어 공유경제가 현재의 경제위기를 극복할 수 있는 하나의 대안이라는 것을 강조하면 시민들의 관심을 모을 수 있다는 의견이 있다. 셋째, 대학생들의 참여를 이끌어내기 위해 대학과의 협력을 강화해야 한다는 의견이 있었다. 넷째, TV에 노출시키고 애니메이션 등을 제작하여 상영하는 방안에 대하여도 제안하고 있다. 다섯째, 대학가 및 번화가 중심에 홍보부스를 마련하여 홍보하자는 의견도 있었다.

참여자	제안내용 요약
박○○	세대 별 홍보 전략을 마련해 시행해야 한다. 장년층과 노인층은 지역 커뮤니티를 적극 활용한다. 지역별 노인정이나 시민대학, 각 대학의 평생학습센터 등과 연계해 오프라인 홍보를 한다. 유년・청년・중년층은 스마트폰을 이용하는 인구가 많으므로 SNS 커뮤니티를 활용해 활발히 홍보하는 것이 효과적일 것이다.
이○○	위에서 말씀드린 것처럼 공유네트워크로 의도하는 것들은 단순한 ‘물건을 공유한다’라는 한 문장으로 설명되기에는 한계를 많이 가질 수밖에 없습니다. 공유경제를 통해 현재 경제체제의 부족한 부분들을 어떻게 보완시켜냈는지 성공적인 해외/국내사례들을 끊임없이 SNS컨텐츠와 영상을 통해 직관적으로 이야기하는 작업이 중요하다고 생각합니다. 물론 공유네트워크 내에 있는 단체들은 물론이구요! 또한 ‘공유네트워크’ 자체가 익숙한 개념이 아니기 때문에 홍보를 받는 사람들이 먼저 다가오는 경우는 드물다고 봅니다. 공유경제의 개념을 당연히 알아야하거나 분야에서 있는(학생이나 공무원 같은) 사람들에게 비자발적이더라도 교육/연수 프로그램 포함시키는 등 직간접으로 접할 기회를 계속 만들어줘야 한다고 생각합니다.
최○○	위 문항의 답변에 있는 내용과 겹치는 대답이 될 것 같은데, 저는 이미 활성화되고, 성공사례가 되는 공유사업들에 대한 홍보를 하고 그 사례를 공유네트워크 사업을 실행하는 여러 단체들이 피드백하고, 적용할 수 있는 부분을 적

	용하여 이러한 성공사례가 있고, 우리가 진행하는 사업은 이 성공사례에 살을 더 붙여 진행하기 때문에 더 활발하고 효과적으로 진행될 것이라는 내용을 홍보하면 좋을 것 같단 생각이 듭니다. 또한 문턱이 낮다는 것, 누구나 함께 할 수 있다는 것을 알리면서 그 사람들의 호기심과 관심을 끌어낼 수 있는 재미난 이벤트나 가볍게 나눌 수 있는 소재 등을 홍보하면 좋을 것 같습니다
김○○	아무래도 주대상자인 대학생들의 참여를 끌어올리기 위해 대학과의 연계를 통한 홍보가 필요하다고 생각합니다.
김○○	TV에 노출 되는 것이 가장 중요하다고 생각합니다. CMB등 대전광역시와 직접적인 관련이 있는 홍보가 필요하다고 생각됩니다.
정○○	영상, 사진 등 일반 대중들이 직관적으로 이해하고 받아드릴 수 있는 콘텐츠로 홍보하는 것이 가장 효과적이라고 생각합니다. 기존에 글이나 포스터 등으로 대중들이 이해하기 어려운 어휘를 사용하여 홍보하다보니 초기 진입장벽에 높았습니다. 예를 들어 사례들을 영상으로 찍어 편집하거나 애니매이션으로 설명하는 짧은 동영상을 제작하여 홍보하는 방법이 있습니다.
이○○	공유네트워크는 오프라인은 대학가 중심과 번화가 중심으로 이런 공유 네트워크 사업과 공간을 홍보를 할 수 있는 이벤트 부스를 만들어 홍보를 하면 효과가 있을 것 같습니다. 온라인으로는 공유네트워크를 잘 이해 할수 있는 컨텐츠를 만들어 SNS를 통해 홍보하고 공유네트워크에 대한 아이디어를 나눌 있는 사이트가 있으면 좋을 것 같습니다.
이○○	SNS 온라인 많이 홍보가 되지만 실제 시민들에게 파급력이 없습니다. 현수막과 포스터, 버스 광고등 직접 시각적으로 보이는 홍보가 필요합니다. 공유네트워크의 개념을 담은 동영상 및 UCC 공모전을 통해 공유네트워크에 대한 개념이 시민들에게 와 닿을 수 있도록 동영상 광고가 필요합니다.
최○○	가장 대중적인 SNS를 활용한 홍보. 공유어플을 활용하여 공유가능한 물건, 재능 등에 대한 정보 공유. 학급, 학교, 회사 등 공유박스 운영을 통해 가지고 있는 물건들에 대한 공유 채널 운영. 공유네트워크에 대한 교육과정 등을 운영하여 시연 및 홍보
김○○	공유네트워크 공모전 개최하여 이슈화 다양한 매체에서의 공유네트워크 소개 프로그램 제작. 공유네트워크 사업 인턴십등 청년층 참여유도
박○○	지역 관공서의 사외보를 통한 지속적인 홍보. 공유네트워크참여하는 단체간 참여사업홍보 협조
김○○	대전 광역시 사회적 자본센터에서 하는 공유 캠프나 공유 여행같이 선진 사례를 둘러보고 같이 즐길 수 있는게 더욱 많아졌으면 좋겠습니다. 지금 트렌드에 맞게 플리마켓 같은 것을 공유의 개념을 도입해서 사람들이 쉽게 이해하고 접근 할 수 있는 홍보 방안도 필요하다고 생각합니다.

4) 공공기관 보유의 우선 개방 및 활용시설

공공기관이 보유한 시설들 중 적극적으로 개방하거나 활용해야 하는 것은 무엇인가라는 질문에 대하여 대전의 역사를 상징하는 건물들을 개방하자는 의견, 공공기관 유휴공간 개방계획을 수립하여 시행 하여야 한다는 것, 공공기간의 화장실・프린트나 팩스 등도 개방할 수 있는 시설이라고 제시했다. 그와 개방할 수 있는 시설로서 주민센터의 세미나실, 시청의 라운지, 주차장, 학교 운동장, 공연장(회의실), 관용버스 등을 제안했다.

참여자	제안내용 요약
박○○	대전의 역사를 상징하는 근대 문화유산이다. 대전역을 기준으로 소제동, 선화동, 대흥동 주변지역에 대전의 역사를 대변하는 건물들이 많다. 물리적인 것이 사라지기 전에 보호해야 한다. 도시의 정체성을 잃어버리지 말아야 한다. 대전 은행동의 스카이 로드가 어떤 의미가 있는지 모르겠다. 억지로 새로운 것을 만들어 내는 것보다 기존의 것들을 잘 정비하고 이야기를 만들어 내는 것에 집중적으로 투자해야 한다. 대전의 탄생부터 지금까지의 이야기들을 적극 활용해야 한다. 시민들이 원도심에 어떤 이야기가 담겨 있는지 잘 모른다는 것은 그만큼 지역에 관심이 없다는 걸 대변하는 일인지도 모른다. 또한 이런 사업을 기획하고 운영하는 주체가 대전의 기업들이어야 한다고 생각한다. 대전시 산하기관이 주관하는 대부분의 사업들이 타지역 업체들에게 일을 담당하는 경우가 많다. 도시여행자로 이런 분들이 자주 오셔서 어떻게 기획해야 할 지 막막하다며 자문을 요청하고 간다. 지역에 관심을 가지고 꾸준히 그 지역에 문화를 만들어가는 기업들에게 기획과 운영을 맡겨야 사업의 진정성과 프로그램의 지속성이 이어질 수 있다고 생각한다.
이○○	유휴공간. 공유 할 것은 많지만 공유 할 '곳' 은 없습니다. 공공기관들은 자신들이 보유한 유휴공간을 적극적으로 개방하는 것은 물론 활용에 대한 방안이나 기획까지 고민하는 적극적인 방향성이 필요하다고 생각합니다. 유휴공간 운영권. 시설은 아닙니다만 시설의 제대로 사용되기 위해서는 유휴공간이나 시설에운영에 대한 고민은 기관으로부터가 아닌 시민으로부터 시작해야한다고 생각합니다. 유휴공간은 단순히 개방하고 공유된다고 해서 이용되지 않습니다. 그 안에는 사람이 없기 때문입니다. 공공기관은 해당 유휴공간에 유휴지에 대한 운영권을 민간에 적극적으로 협조를 요청해야 합니다.
최○○	이 질문은 여러 사람의 이야기를 들으면 더 좋을 것 같아 함께 일하는 몇 몇 분들께 여쭤보니 기본적으로 화장실이라는 말씀이 가장 많으셨고, 그 외에는 프린트나 팩스를 말씀하셨습니다. 공공기관이기 때문에 무료로 이용하길 원하는 것은 당연하다고 하였고, 이것을 듣고 보니 드는 저의 생각은 공공기관에서 무료로 이용하는 시설물들은 낙후되거나, 고장난 것들이 많았던 기억이 났습니다. 시설의 개방도 중요하지만 시설을 실질적으로 활용할 수 있는지 시설물 관리 및 보수가 꾸준히 이루어져야 된다는 생각이 들었습니다. 또한, 요즘은 핸드폰을 많이 활용하는 시대이니 와이파이를 활성화하는 것도 좋을 것 같단 생각이 들었습니다.
김○○	아무래도 장소적인 부분이 가장 크다고 생각 합니다. 현재 사회적자본지원센터와 공유캠핑 사업을 계획 중인 충남도지사공관등의 시설들을 적극적으로 개방하면 공유 사업에 활용도가 높아 질 것으로 생각합니다.
김○○	회의가 없는 회의실을 개방하여 여러 용도로 사용할 수 있게 하면 공유 문화의 시작이라고 볼 수 있겠죠!
정○○	주민센터의 세미나실, 시청 등에 있는 라운지의 다수 인원이 앉을 수 있는 테이블입니다. 많은 시민들이 함께 토의를 하거나 스터디를 할 때 대부분 돈이 들어가는 카페나 식당에서 모입니다. 시민들의 세금으로 지어진 건물이나 시설들이 충분함에도 불구하고 활동되지 못하고 많은 자본들이 다른 곳으로 빠져나가고 있습니다. 모임을 할 수 있는 최소한의 시설(테이블, 의자, 빔프로젝터 등)이 갖춰진 공공시설을 시민들에게 적극적으로 개방하여 공유문화 확산에 기반을 만들어줘야 합니다.
이○○	교육시설과 운동장, 주차장의 개방이 필요하다고 생각합니다. 공동체 활동과 공유 활동을 할수 있기 위해서는 무엇보다 활동을 주기적으로 할 수 있는 공간이 중요한데 주기적으로 개방되고 관리가 된다면 보다 많은 사람들이 다양한 공유를 할 수 있다고 생각합니다.
이○○	장소에 대한 공유가 필요합니다. 공연장, 회의실 등 공공기관이 보유한 회의실과 공연장등을 활용해 다양한 시민 자발적인 행사가 필요합니다. 학교의 경우 운동장의 공유와 개방은 필수라 봅니다.

최○○	공간. 시청각기자재. 이벤트용품(이동에 편리한 의자, 책상 등). 관용버스
김○○	국가 기관의 휴면공간 개방. 도서관 및 문화시설의 활용. 많은 사람들이 모일 수 있는 공간 마련
박○○	회의실 세미나실. 주차장 식당.
김○○	충남 구 도청같이 지금 사용하지 않는 공간이나 문화공간을 이용하여 청년 창업이나 자본이 부족한 사람들이 공유 공간 조성하는 초기 자본을 줄여줬으면 좋겠습니다.

5) 공유네트워크 활성화를 위한 대전시의 지원

공유네트워크의 활성화를 위해 대전시의 지원이 필요한 부분이 무엇인가라는 질문에 대하여 다음과 같은 다양한 의견이 제시되었다. 첫째, 대전시 및 대전시 산하 공공기관이 소유하고 있는 공간을 적극 개방하여야 한다는 것, 공유네트워크 사업에 참여하고 있는 사람들에 대한 인건비 지급 등을 제안하고 있다. 둘째, 단위사업이 아니고 시 전체적인 차원에서 공유경제에 대한 이해가 선행되어야 하며 자치구와의 협력체계를 구축하고 시공무원들이 공유경제를 이해할 수 있도록 교육훈련의 실시해야 한다는 제안도 있었다. 셋째, 인건비 지원이 필요하며, 이것이 어려울 경우 청년들의 일자리 창출 차원에서 공유네트워크 사업에 봉사할 수 있도록 하는 방안을 제시하고 있다. 그리고 시차원에서 공유경제에 대한 홍보를 실시해 줄 것을 제안하고 있다. 넷째, 공유경제의 인식을 위해 매스컴에 자주 노출될 수 있도록 하는 방안을 강구해야 한다는 지적도 있었다. 다섯째, 사람들이 직접 만나서 이야기할 수 있는 공간이 필요하기 때문에 시가 소유하고 있는 공간을 적극 개방하거나 여타 공간을 활용할 수 있도록 사용료를 지원해 줄 것을 제안하고 있다. 여섯째, 각급 학교별 공유경제에 대한 교육을 실시하고 번화가 등에 공유경제를 체험할 수 있는 공간을 만들어 줄 것을 제안하고 있다. 일곱째, 공유공간 조성을 그 수익에 비해 그 비용이 많이 소요되기 때문에 저념하게 임대할 수 있도록 하는 지원이 있어야 한다는 제안도 있었다.

참여자	제안내용 요약
박○○	대전시가 소유하고 운영하고 있는 기관들의 공간들을 개방해주는 일이다. 공공기관의 유연성 문제라고 생각한다. 공유네트 사업을 운영하는 단체나 기업이 필요에 의해 대전시가 운영하는 공간 지원을 요청할 때, 적극적으로 수용하고 지원해줘야 한다. 사업 기획자들의 인건비 책정이다. 프로그램에서 사업

	비 중 인건비를 책정할 수 없는 게 대부분이다. 누가 밥도 먹지 못하는 상황에서 공유를 논할까. 사업의 기획자들이 좋은 사업을 펼칠 수 있게 단위 사업을 시행할 때도 최소한의 인건비를 보장해 줄 수 있기를 바란다.
이○○	우선 하나의 시 단위 사업이 아닌 전략적인 차원에서 시 전체가 공유경제에 대한 이해를 가지고 정책을 추진해야하며, 각 구와도 협력을 긴밀하게 해야 한다고 생각합니다. 사회적 경제에 대한 많은 행사가 있었지만 시와 구의 협력적인 모습은 아니었던 것 같습니다. 물론 시와 구와 관계에 있어서 단순히 시가 정책을 내리는 일방향적인 정책이 아니라 각 지역에 적합한 공유경제이슈를 발굴하여 그것을 다시 시가 지원하는 지역성을 살리는 방향성을 생각해야하며, 시가 해야 할 일을 그 지역성이 확장되고 연결될 수 있는 인프라와 플랫폼을 조성하는 일일 것입니다. 또한 공유경제는 기존의 경제와 다른 이해도를 가지고 있으므로 행정적인 부분에서 경직성을 완만하기 위해서는 대전시 내 공무원들에게 적극적인 교육을 실시하여야 합니다.
최○○	어려운 점에서 말했던 인건비 지원 부분입니다. 인건비 지원이 혹시 시 예산을 허투루 쓸까 걱정이 돼서 지원할 수 없는 부분이라면 사업을 진행할 때 청년일자리로 시에서 사람을 뽑아서 단체 당 이나 프로그램 당 서브역할을 해 줄 사람을 지원해주는 것도 좋을 것 같습니다. 아니면 프로그램에 흥미를 보여 자발적으로 참여하고 싶어 하는 사람이 많이 생길 수 있도록 단체 스스로의 홍보 뿐 아니라 시에서 홍보를 대대적으로 해주는 것도 많은 사람들에게 공유문화도 알리고, 참여도도 높아질 거란 생각이 듭니다. 요점을 말한다면 인력과 홍보. 두 가지가 지원 필요 부분이라고 생각됩니다.
김○○	시자체에서의 적극적인 홍보 등이 필요할 것으로 생각 됩니다(방송, 전광판, 현수막, sns 등)
김○○	공유 경제의 인식을 위해 매스컴에 자주 노출 될 수 있도록 지원이 필요합니다. 사업위주의 지원보다는 ‘공유경제’라는 단어에 익숙해지는 것이 먼저라고 생각됩니다.
정○○	나누고 공유하기 위해서는 우선 사람들간의 신뢰가 기본입니다. 신뢰를 쌓기 위해서는 온라인이 아닌 오프라인에서 서로가 만나 이야기하고 얼굴을 맞대어야한다고 생각합니다. 그러기 위해서는 집밖에서 많은 사람들을 직접 만나고 이야기할 수 있는 공간이 절대적으로 필요합니다. 대전시에서 가지고 있는 공간을 시민들에게 개방하거나 시민들이 언제나 자유롭게 모일 수 있는 공간을 섭외해 지원(공간운영비 혹은 관리비용 등)해주는 것이 필요하다고 생각합니다.
이○○	공유네트워크 활성화를 위해서 대전시는 학교별 공유경제에 대한 교육을 시행하고 번화가에 공유네트워크를 알수있고 체험할 수 있는 공간을 만들어 공유네트워크를 활성화 시켜야 된다고 생각합니다.
이○○	예산을 늘려 공유네트워크 기업지원과 활성화를 해야 할 것입니다. 사업비 지원외에 서비스와 물적 지원도 활성화 했으면 합니다. 공유네트워크 기업을 위한 대전시 공공기관의 장소 활용, 교육지원 등이 지원되었으면 합니다.
최○○	운영하지 않는 공공건물을 공유센터로 운영(시설기자재 등을 공유물품으로 디자인). 청소년 청년들을 위한 공유아이디어 대회, 공유MT, 체험학습 등 다각적인 프로그램 모델 운영 예산지원
김○○	공유네트워크 인증제도를 통한 홍보지원 기존 대전소유 휴면공간의 개방 다양한 공유네트워크 정책사업의 진행
박○○	공유네트워크 사업 진행과정에 대전시와 지속적인 소통 공유네트워크 사업의 홍보 협조. 대전시 공유기업과 MOU를 통한 다양한 지원. 시책사업 진행시 공유네트워크 단체를 통한 진행
김○○	공유공간 조성에 장소를 싸게 임대해주는 지원이 꼭 필요하다고 생각합니다. 공유공간 조성은 그 수익에 비해 자금도 많이 들기 때문에 지원이 많을수록 활성화 될 수 있을 것이라고 생각합니다.

6) 중간지원조직의 역할

공유네트워크의 활성화를 위하여 중간지원조직 특히, 대전광역시사회적자본지원센터에서 어떤 일을 주로 해주었으면 하는지에 대해 물어본 결과 다음과 같은 제안들이 있었다. 첫째, 대전시와 사업을 운영하는 단체와 소통이 잘 될 수 있도록 하는 역할이 필요하고, 정기적인 세미나나 토론회 같은 것을 마련해 주었으면 좋겠다. 둘째, 시민이 홀로 해결해나갈 수 없는 행정적인 부분들을 지원해주고, 공유경제와 커뮤니티를 만들어가는 노하우를 축적해나가며, 이 노하우들을 바탕으로 보다 많은 시민들을 수용 할 수 있는 플랫폼을 조성해야 할 것을 제안하고 있다. 셋째, 공유네트워크를 형성하는데 있어서 중요한 부분 중 하나가 인적 네트워크이기 때문에 이를 위한 역할이 필요하며, 각 단체들이 진행하고 있는 사업에 대해 적극적으로 홍보를 도와줄 것을 제안하고 있다. 넷째, 공유경제에 대하여 일반 시민들이 이해할 수 있도록 홍보하고 참여를 촉진시키는 역할을 수행했으면 하는 주문도 있었다. 다섯째, 플랫폼 기능으로서 개인, 기관, 물건 등을 공유할 수 있는 공유물건 리스트(지도) 제작 및 운영에 대한 제안도 있었다. 여섯째, 대전시와 공유네트워크 단체간에 소통을 위한 가교역할을 해 주었으면 한다고 제안하고 있다. 일곱째, 공유 공간 조성을 일반 시민들에게 홍보해주고 공유에 대해서 시민들의 이해와 참여를 넓혀 줬으면 하는 제안도 있었다.

참여자	제안내용
박○○	대전시와 사업 운영하는 단체와 소통이 잘 될 수 있도록 해야 한다. 정기적인 세미나나 토론회 같은 것을 마련하면 좋겠다. 사업 운영에 꼭 필요하고 불필요한 요소들을 서로 공유하는 자리가 필요하다. 내년에 같은 주제의 사업을 진행할 예정이라면 이런 자리가 꼭 필요하다고 생각한다. 대전시가 다음 사업의 예산편성이나 항목 등을 사용자의 입장을 고려해서 기획할 수 있어야 한다. 사회적자본지원센터는 주민의 입장을 고려하지만, 대전시는 행정적인 편의만을 고수하다보니 그 사이의 괴리감이 존재하고 그것이 그대로 주민들에게 사업영향을 준다.
이○○	사회적자본지원센터는 대전시에서 가장 공유네트워크가 가지고 있는 확장성(단순한 공유 이상의 기존사회문제의 문제해결력)을 가장 잘 이해하고 있는 기관입니다. 지금과 같이 시민이 홀로 해결해나갈 수 없는 행정적인 부분들을 지원해주고, 공유경제와 커뮤니티를 만들어가는 노하우를 축적해나가며, 이 노하우들을 바탕으로 보다 많은 시민들을 수용 할 수 잇는 플랫폼을 조성해야 할 것입니다. 다만 아쉬운 부분들은 중간지원조직은 필연적으로 많은 시민들을 상대하다 보니 과부하가 걸리게 됩니다. 하지만 현재 사업과 동시에 그 사업으로부터의 노하우를 축적해 결과로 만들어 나가는 과정에도 많은 여력을 쏟아야 된다고 생각합니다.

최○○	이번 사회적자본지원센터의 '공유여행' 사업 같은 공유네트워크 사업을 실행하고 있는 단체들이 정보를 공유하고 서로 소통할 수 있는 시간을 만들어 주는 것이라고 생각합니다. 공유네트워크를 형성하는데 있어서 중요한 부분 중 하나가 인적 네트워크라는 생각이 드는데 이런 만남이 많으면 서로가 가지고 있는 자원을 더 효율적으로 활용할 수 있을 것이란 생각이 듭니다. 그리고 각 단체들이 진행하고 있는 사업에 대해 적극적으로 홍보를 도와주면 좋을 것 같습니다. 조금 욕심을 낸다면 지역사회의 작은 단체들의 활동에 의구심을 가지는 시에 좋은 의견으로 단체들에 힘을 실어주시는 혹은 대변해주시는 역할을 해주시면 감사하겠습니다.
김○○	현재도 공유네트워크사업을 위해 많은 노력을 하고 계시지만 보다 시자체와 공유네트워크사업 팀들과의 교류를 통해 많은 지원을 해주셨으면 합니다.
김○○	타슈와 같이 보편적이고 누구나 이용할 수 있는 사업아이템에 대한 지속적인 회의를 할 수 있는 광범위적 '스터디'를 진행 및 지원해주시면 좋을 것 같아요!
정○○	일반 시민들이 이해할 수 있는 콘텐츠로 홍보하고 시민들의 참여를 촉진시키는 일을 해야한다고 생각합니다. 지원받는 단체 혹은 사업체 간의 공유네트워크도 주기적으로 관리하여 선순환 구조를 만들고 유지하는 것에 많은 시간을 투자해야한다고 생각합니다.
이○○	사회적자본센터에서는 사회적자본센터에 지원을 받고 있거나 관심이 있는 기관이나 사람들을 연결 시켜주는 일을 주로 하면 좋을 것 같습니다. 공유네트워크를 활성화하기 위해서는 공유네트워크를 하기위해 활동 하는 사람들이 보다 긴밀한 네트워크를 구축하여 그 안에서 공유네트워크가 우선적으로 활성화가 되고 사회적자본센터를 중심으로 공유네트워크를 하는 기관이 클 수 있도록 지원하면 활성화 될 것 같습니다.
이○○	사업비 지원 외에 공유네트워크에 대한 대시민 캠페인을 전개해 공유네트워크 라는 개념을 확산시키도록 노력해야 합니다. 또한 현금 및 현물이 아닌 용역 지원이 되어야 할 것 같습니다. 공유네트워크 기업이 소규모 스타트업인 만큼 상법 및 거래 관련해 법적 자문을 구해줄 역할을 수행했으면 합니다.
최○○	오직 멘토링만 관여하고, 다양한 공유네트워크가 생겨나서 활성화 되도록지원. 플랫폼 기능으로서 개인, 기관, 물건 등을 공유할 수 있는 공유물건 리스트(지도) 제작 및 운영. 공유캠프 등과 같이 공유를 일상에서 접목할 수 있는 다양한 형태의 시도가 필요
김○○	공유사업을 준비하는 인원들의 교육 및 체험 프로그램 사업진행시 진행절차 지원 공유네트워크 사업진행자들의 커뮤니티 형성
박○○	대전시와 공유네트워크 단체간 소통의 지원. 공유네트워크 단체의 다양한 소리를 들을수 있는 창구의 마련. 좀더 단단한 사업진행의 조력자 역할을 해주기 위해서 사자센터에 좀더 많은인력의 지원이 필요한거 같습니다.
김○○	공유 공간 조성을 일반 시민들에게 홍보해주고 공유에 대해서 시민들의 이해와 참여를 넓혀 줬으면 좋겠습니다. 또한 공유 커뮤니티를 지금 하는 것보다 더욱 활성화시켜서 서로에게 힘이 될 수 있도록 해줬으면 좋겠습니다.

7) 도시재생을 위한 공유네트워크의 활용방안

공유네트워크 사업을 활용하여 도시재생사업을 할 경우, 어떤 것들이 있는가라는 질문에 대하여 다음과 같은 의미 있는 제안들이 도출되었다. 첫째, "다양한 팀들이 다양한 주제를 가지고 공유네트워크 사업을 실행한다. 대전시가 기획하는 도시재생사업의 파일럿 프로그램들을 이 팀들에게 맡겨보는 것도 효과적일 것이다.

좋은 아이디어들을 제안한 팀들에게 도시재생사업을 운영하는 기회를 주면 좋겠다" 는 제안이 있었다.

둘째, "기존의 도시재생사업은 물리적·환경적인 측면에서 이루어졌다면 공유네트워크 사업은 필연적으로 커뮤니티와 공동체가 형성되기 때문에 문화적이고 네트워크적인 프로그램 측면에서 고민되어야 한다고 생각합니다. 각 공유네트워크사업의 커뮤니티가 만들어 낼 수 있는 프로그램을 한 공간적 베이스를 바탕으로 보다 많은 시민들이 접할 수 있게 만드는 것이 중요하다고 생각합니다. 그 공간 안에서 문화가 피어나고 새로운 도시재생의 원동력이 될 커뮤니티들이 재생산 될 것입니다" 는 제안도 있었다.

셋째, "낙후된 도시인 경우 문화적인 혜택도 누리기 어렵다는 점을 감안해 움직이는 시네마클럽이란 아이템을 생각해보았습니다. 문화적 혜택을 누리기 어려운 주민들에게 저희가 가지고 있는 서적의 확장범위인 DVD를 활용해 함께 공유할 수 있도록 한다든지, 영화와 관련된 전문가들의 지식공유 또는 영화에 대한 이야기를 나누고, 현재 저희 단체가 진행하고 있는 것처럼 청소년들에게 영화를 활용한 치유 프로그램을 진행하는 것을 생각해보았습니다" 는 의미 있는 제안이 있었다.

넷째, "거주문제를 해결한 방안으로 쉐어하우스촌 등이 있고, 1인 가구 혼밥족의 식사문제 해결방안으로 소셜다이닝 등이 있습니다. 또한 벽화 마을 등의 문화공유를 통해서도 도시재생사업에 좋은 활용이 될 듯합니다" 라는 제안도 있었다.

다섯째, "유휴공간들을 공유할 수 있는 공간으로 바꾸는 작업을 통해 시민들이 모이고 공동체를 이룰 수 있도록 돕는 작업, 버려진 공원이나 공간들을 시민들이 모여 함께 즐길 수 있는 시장 또는 이벤트들을 개최 할 수 있도록 조성하는 작업" 을 제안하고 있다.

여섯째, "원도심 도시재생을 위한 공간공유가 필요 합니다. 공유장터 및 프리마켓 공간을 공유해 다양한 판매자들의 상업활동이 가능한 공간을 제공해 도심을 활성화 하고 집객인구를 모읍니다. 또한 쉐어하우스, 공동기숙사 사업을 통해 젊은층의 공유기숙사를 운영해 20대 인구의 도시유입을 높여 활기를 띄게 합니다" 라는 제안도 있었다.

일곱째, “지금 안쓰는 공공기관을 공유하여서 건물을 썩혀두지 않고 활용하는 방안도 있다고 생각하고 엑스포 건축물 같이 대전을 상징하지만 활용도가 낮은 건축물에서 공유 프리마켓이나 음악회 혹은 강연을 열 수 있는 공간을 공유해서 사람들이 많이 찾게 했으면 좋겠습니다” 는 제안이 있었다.

참여자	제안내용 요약
박○○	다양한 팀들이 다양한 주제를 가지고 공유네트워크 사업을 실행한다. 대전시가 기획하는 도시재생사업의 파일럿 프로그램들을 이 팀들에게 맡겨보는 것도 효과적일 것이다. 좋은 아이디어들을 제안한 팀들에게 도시재생사업을 운영하는 기회를 주면 좋겠다.
이○○	기존의 도시재생사업은 물리적 환경적인 측면에서 이루어 졌다면 공유네트워크 사업은 필연적으로 커뮤니티와 공동체가 형성되기 때문에 문화적이고 네트워크적인 프로그램 측면에서 고민되어야 한다고 생각합니다. 각 공유네트워크사업의 커뮤니티가 만들어 낼 수 있는 프로그램을 한 공간적 베이스를 바탕으로 보다 많은 시민들이 접할 수 있게 만드는 것이 중요하다고 생각합니다. 그 공간 안에서 문화가 피어나고 새로운 도시재생의 원동력이 될 커뮤니티들이 재생산 될 것입니다.
최○○	저희가 진행하고 있는 프로그램을 활용할 경우를 생각해 보았습니다. 낙후된 도시인 경우 문화적인 혜택도 누리기 어렵다는 점을 감안해 움직이는 시네마 클럽이란 아이템을 생각해보았습니다. 문화적 혜택을 누리기 어려운 주민들에게 저희가 가지고 있는 서적의 확장범위인 DVD를 활용해 함께 공유할 수 있도록 한다던지, 영화와 관련된 전문가들의 지식공유 또는 영화에 대한 이야기를 나누고, 현재 저희 단체가 진행하고 있는 것처럼 청소년들에게 영화를 활용한 치유프로그램을 진행하는 것을 생각해보았습니다. 눈에 보이는 시설물이 도시재생사업의 주가 된다는 생각은 들지만 도시가 재생되고, 발전하면 주민들의 문화적인 혜택과 수준도 올라가는 것도 중요하다고 생각하기 때문입니다. 특히, 청소년들에게는 시야를 넓히는데도 좋다는 생각이 듭니다. 저희는 영화이지만 움직이는 도서관이나 움직이는 카페도 인기 있고, 활용도가 높을 것이란 생각이 들어 생각해볼만한 아이템이 될 듯싶습니다.
김○○	거주문제를 해결한 방안으로 쉐어하우스촌 등이 있고, 1인 가구 혼밥족의 식사문제 해결방안으로 소셜다이닝등이 있습니다. 또한 벽화마을등의 문화공유를 통해서도 도시재생사업에 좋은 활용이 될 듯합니다.
김○○	이 부분에 대해서는 오랜시간 생각을 해봐야 할 것 같습니다.
정○○	유휴공간들을 공유할 수 있는 공간으로 바꾸는 작업을 통해 시민들이 모이고 공동체를 이룰 수 있도록 돕는 작업, 버려진 공원이나 공간들을 시민들이 모여 함께 즐길 수 있는 시장 또는 이벤트들을 개최 할 수 있도록 조성하는 작업.
이○○	도시재생사업을 하려면 도심과 달리 특별한 색을 넣어야 된다고 생각합니다. 이곳에서만 즐길 수 있는 문화를 만들어야하는데 예로 여행을 좋아하는 사람이 모인 게스트하우스 인데 혼자서만 숙박이 가능하여서 좋아하는 분야를 나누는 문화를 만들어내는 공간을 만들거나 혹은 그런 공간을 자유로운 공간으로 만들어, 공간마다 좋아하는 문화를 넣은 공간들을 재생할려는 도시에 만든다면 문화를 즐길 수 있는 도시로 다시 조성 될것 이라고 생각합니다.
이○○	원도심 도시재생을 위한 공간공유가 필요 합니다. 공유장터 및 프리마켓 공간을 공유해 다양한 판매자들이 상업활동이 가능한 공간을 제공해 도심을 활성화 하고 집객인구를 모읍니다. 또한 쉐어하우스, 공동기숙사 사업을 통해 젊은 층의 공유기숙사를 운영해 20대 인구의 도시유입을 높여 활기를 띄게 합니다.

최○○	새로 디자인하고 만들어내는 것보다 기존의 물건이나 재능을 공유해서 도시재생사업의 아이템으로 운영하기를 바람. 공공디자인, 대전의 스토리, 도시재생 등 키워드를 잘 조합해서 기존의 것들의 이야기를 전하면서 오래 보존할 수 있는 컨텐츠를 도입하기 바람
김○○	재활용 가구나 의류의 재가공 생산 제품화 하여 재구매하는 사업 낙후지역의 편의시설과 이벤트 기획으로 관심유도
박○○	청년들이 주체가 되는 공유네트워크 사업의 진행을 도시재생사업의 기반이 되는 곳에서 진행할수 있도록 지원 홍보해 줌으로 청년들의 신사업군을 원도심에서 시작함으로 다양한 문화적 컨텐츠와 활력을 도시재생사업과 연계
김○○	지금 안쓰는 공공기관을 공유하여서 건물을 썩혀두지 않고 활용하는 방안도 있다고 생각하고 엑스포 건축물 같이 대전을 상징하지만 활용도가 낮은 건축물에서 공유 플리마켓이나 음악회 혹은 강연을 열 수 있는 공간을 공유해서 사람들이 많이 찾게 했으면 좋겠습니다.

8) ‘마을만들기사업’과 ‘공유네트워크사업’의 차이점

마을만들기사업의 시행과 비교하여 공유네트워크사업이 가지는 특징은 무엇인가라는 질문에 대하여 다음과 같은 의견을 제시하고 있다. 첫째, 마을만들기는 마을 안에서의 네트워크와 활동을 만들어 나가는 과정이라면 공유네트워크는 마을 밖에서 보다 많은 사람들과 누릴 수 있는 공동체 활동으로 인식하고 있다. 또한, 마을만들기 사업의 예산사용처와 공유네트워크 사업의 예산사용처가의 기준이 다르고 공유사업의 예산사용은 더 타이트한 것 같다는 인식을 하고 있다. 둘째, 마을만들기사업’에 비하여 ‘공유네트워크사업’의 예산이 타이트하다고 인식하고 있다. 셋째, 마을만들기사업이 각 자치구역의 문제를 해결하기위해 노력했다면 공유네트워크 사업은 자치구역 뿐만아니라 나아가 대전광역시 전체를 다룰 수 있다고 인식하고 있다. 넷째, 마을만들기 사업은 주로 지역적인 한계로 인해 다른 마을과의 교류와 소통이 적어질 수밖에 없었던 반면, 공유네트워크사업은 대상이 한정되어 있지 않고, 아이템과 수혜자가 확실히 구분되어 있어서 각 사업체간의 공유가 원활이 일어날 수 있다는 특징을 지적하고 있다. 다섯째, 마을만들기사업은 지역마을 사람들이 모여 마을에 문제점을 해결하고 공동체 활동이 중심이라는 특징이 있다고 지적하였다. 여섯째, 마을만들기사업은 장소에 제한된 네트워크라 한다면 공유네트워크 사업은 전국 뿐 아니라 전 세계적으로 퍼질 수 있는 가능성을 가진 사업이라는 점이 특징이라고 지적하고 있다.

참여자	제안내용 요약
박○○	마을 만들기 사업에 대한 지식이 부족해 이 항목의 답변은 자세히 드릴 수 없을 것 같다.
이○○	공유네트워크 사업은 마을만들기가 조금 더 성숙해 나가는 과정이라고 생각합니다. 마을만들기는 마을 안에서의 네트워크와 활동을 만들어 나가는 과정이라면 공유네트워크는 마을 밖에서 보다 많은 사람들과 누릴 수 있는 공동체활동이라고 생각합니다. 보다 많은 사람들과 나누는 것처럼 보다 체계적이고 보다 책임감 있게 진행된다고 생각합니다. 마을사람들은 보다 즐길 수 있도록 공유네트워크는 즐기면서 보다 경쟁력을 가질 수 있도록 이끄는 다른 처방전이 필요하다고 생각합니다. 더불어 마을만들기 사업의 예산사용처와 공유네트워크 사업의 예산사용처가 기준이 다르고 공유사업의 예산사용은 더 타이트한 것 같습니다. 이에 대해 센터에 문의한 결과, 정확한 기준이 아닌, 담당주무관의 성격에 따라 센터에서도 기준을 정확히 못잡고 있는 점은 아쉽습니다.
최○○	7월부터 사업에 참여하여 상반기나 중간과정에서 무슨 일이 일어났는지는 모르겠으나 '마을만들기사업' 에 비하여 '공유네트워크사업' 의 예산이 타이트한 점이 아쉽습니다. 또한, 하반기 시작하는 공유네트워크사업 단체들은 짧은 시간 내에 가시적인 효과를 내야하는 것이 조금은 버겁다는 생각도 듭니다.
김○○	마을만들기사업보다는 더 큰 틀의 공유를 통한 네트워트사업이기 때문에 공유네트워크사업에서의 좋은 사업들을 마을만들기 사업에도 접목하면 보다 활성화될 듯합니다.
김○○	비슷하게 진행이 되지만 공유네트워크 사업이 지원되는 금액이 크다보니 보다 나은 사업을 할 수 있을 것 같다는 생각이 듭니다. 마을만들기사업이 각 자치구역의 문제를 해결하기위해 노력했다면 공유네트워크 사업은 자치구역 뿐만아니라 나아가 대전광역시 전체를 다룰 수 있어 훨씬 좋은 것 같아요!
정○○	마을만들기 사업은 주로 지역적인 한계로 인해 다른 마을과의 교류와 소통이 적어 질 수 밖에 없었던 반면, 공유네트워크사업은 대상이 한정되어 있지 않고, 아이템과 수혜자가 확실히 구분되어 있어서 각 사업체간의 공유가 원활이 일어날 수 있었습니다. 다른 공동체 간의 교류도 잦아지고, 함께 할 수 있는 분야가 훨씬 넓어진 느낌입니다. 반면, 마을 단위의 사업에 이뤄지는 결속력이나 단결력이 다소 떨어지는 측면이 있는 듯 합니다.
이○○	마을 만들기 사업은 지역마을 사람들이 모여 마을에 문제점을 해결하고 공동체 활동이 중심이입니다. 공유네트워크사업은 공동체 활동 보다는 공간 및 자원 공유하며 공동체 활동을 보다 원활히 할 수 있도록 지원해주며 공유를 통해 새로운 가치를 이끌어 내는 것이 특징이라고 생각합니다
이○○	올해 첫 시행된 공유네트워사업으로 대전시에도 공유네트워크 기업이 뿌리를 내리는데 큰 기여를 하는 것 같습니다. 공유네트워크 사업이 보다 체계적으로 전개 될수록 다양한 지원이 책이 많은 것 같습니다. 공유네트워크 사업이 대전에서 정착하고 활성화 될수 있는 다양한 항목의 사업비 특징입니다.
최○○	청년들의 공유에 대한 관심이 기성세대보다 높다. 네트워크를 통한 다양한 협업 아이디어가 나오고 있다. 예산사용부분과 관련해서 너무 어렵다.
김○○	마을만들기사업은 이름에서 느껴지는 것처럼, 지역적으로 한계가있는 사업의 느낌이 있지만 공유네트워크사업은 물리적 거리를 벗어난 사업진행이 가능하고 보이지않는 지식과 기술의나눔사업이라는 느낌이 강함
박○○	마을관련사업안에서 제한된 컨텐츠를 떠나 다양한 주제의 사업을 진행. 다양한 진행사업간의 협업를 통한 새로운 또다른 사업의 진행. 공유네트워크단체의 사업진행의 부족한 역량을 단체가 협조를 통해진행 가능
김○○	마을 만들기 사업은 장소에 제한된 네트워크라 한다면 공유 네트워크 사업은 전국 뿐 아니라 전 세계적으로 퍼질 수 있는 가능성을 가진 사업이라고 생각합니다. 공유 네트워크를 잘 형성할 수 있다면 마을처럼 끈끈한 유대감도 형성할 수 있다고 생각합니다.

9) 기타 공유네트워크의 활성화를 위한 제언

기타 공유네트워크의 활성화를 위한 아이디어의 제안 요청에 대하여 의미있는 제안을 정리해 보면 다음과 같다. 첫째, “공유네트워크 활성화를 위해 일반 시민들이 함께하는 공유파티, 프리마켓 등을 주기적으로 진행하여 시민들과의 장벽을 허물어 신뢰의 장이 열렸으면 좋겠습니다” 는 제안이 있었다. 둘째, “시민을 풍요롭게 하고 자원을 나누는 공유네트워크는 새로운 패러다임으로 자리매김하고 있으나, 확산을 위해서는 더 많은 시민들에게 공유네트워크에 대한 개념이 이해되어야 합니다. 시민대상의 공유네트워크 영상제 및 참여 UCC 공모전을 개최해 인지도를 높여야 한다” 는 제안도 있었다.

참여자	제안내용 요약
박○○	참여 단체들 중에 재밌는 기획을 함께하고 싶은 단체들이 몇몇 있다. 공유네트워크 사업에 참여한 업체들끼리 협업해 새로운 단위 사업을 할 수 있도록 하면 좋을 것 같다.
이○○	좋은 뜻으로 사업설명회에서 만났지만 서먹서먹하기도 하고, 온라인에서도 아직 친해지지 않은 사람들 사이는 아직 작용하지 않는 네트워크, 공유가 일어나지 않는 네트워크였습니다. 보다 사업 참여자들이 친해질 수 있는 계기를 만드는 것이 좋은 것 같습니다.
최○○	아이디어를 혼자 생각하려니 사실 한계가 있다는 생각이 듭니다. 개인적으로 저는 창의성이 높은 편은 아니란 생각이 들어서... 그런데, 여러 사람이 함께 이야기를 나누며 무언가를 만들어갈 때는 혼자 책상머리에서 고민하는 것보다 많은 이야기들, 의견, 아이템이 나옵니다. 브레인스토밍 하는 시간이 많으면 좋겠습니다. 인적네트워크의 활용.
김○○	물론 정말 좋은 아이템으로 여러 사업을 하는 것도 좋지만 많은 사람들의 적극적인 참여가 없으면 무의미하다 생각 됩니다. 이해와 참여를 끌어 올릴 수 있는 홍보 방안이 필요 하다고 생각 됩니다.
김○○	이번에 공유네트워크 캠프에 참여하지 못해 아쉬운데요, 사실 하루밤 자고 오는 게 쉽지가 않거든요. 자주, 여러번 모일 수 있는 모임을 개설해 주시면 좋을 것 같아요.
정○○	공유네트워크 활성화를 위해 일반시민들이 함께하는 공유파티, 프리마켓 등을 주기적으로 진행하여 시민들과의 장벽을 허물 수 있는 신뢰의 장이 열렸으면 좋겠습니다.
이○○	공유네트워크 서포터즈 모집(봉사활동인정) 하여 공유네트워크를 알리는 활동에 서포터를 하며 공유네트워크 사업을 하고 있는 곳에 좋은 아이디어내고 공유네트워크를 진행 하고 있는 기관이 이벤트를 준비할 때 함께 할 수 있었으면 좋을 것 같습니다.
이○○	시민을 풍요롭게하고 자원을 나누는 공유네트워크는 새로운 패러다임으로 자리매김하고 있습니다. 그러나 확산을 위해서는 더 많은 시민들이 공유네트워크에 대한 개념이 이해 되어야 합니다. 시민대상의 공유네트워크 영상제 및 참여 UCC 공모전을 개최해 인지도를 높여야 합니다.
최○○	공익적 활동을 하는 공유 플랫폼이 운영되었으면 좋겠어요. 예를 들면 상소동 삼림욕장에서 캠핑용품을 공유하고, 저렴하게 대여해주고 어려운 이웃들

	이 캠핑을 할 때도 무료로 사용하게 해준다면, 마을별 공유공방, 공유카페 등 탐방
김○○	공유네트워크사업을 진행하는 업체의 리스트업을 통해서 업무협조의 기회를 만드는 것 공유사업 인증제도를 마련하여 홍보 및 전파에 주력
박○○	지식 컨텐츠의 공유 활성화 (ex 대전시의 다양한 맛집컨텐츠를 가지고 있는 단체의 지식공유를 통해서 홍보력이 부족한 원도심 숨어있는 소상공인을 지원 협조)
김○○	공유 플리마켓을 열어서 서로 네트워크를 형성 할 수 있었으면 좋겠습니다. 또한 참가자들이 안쓰지만 버리기 아쉬운 물건들을 내서 서로에게 필요한 물건으로 바꿔갈 수 있는 기회도 같이 갖게 하면 서로 친해지면서 물건 활용도도 높일 수 있을 것이라 생각합니다.

제3절 조사결과의 종합 및 시사점

1. 조사결과의 종합

공유네트워크의 활성화방안에 대한 아이디어를 도출하기 위하여 두 개의 심층면접자료를 활용하였는데, 첫째는 대전광역시사회적자본지원센터에서 2015년1월에 조사한 “공유네트워크 및 확산을 위한 FGI” 이고, 두 번째는 본 연구자가 2015년 7월에 “공유네트워크 활성화를 위한 FGI” 이다. 전자가 4개의 집단(마을만들기 참여경험자, 청년, 시니어, 주부) 총 35명을 대상으로 한 반면, 후자는 2015년도 공유네트워크 공모사업에서 선정된 대표자 중 12인을 대상으로 했다는 차이점이 있다. 또한 내용면에 있어서 전자는 “공유경제” 에 대한 개념적 이해를 돕거나 공유경제의 경험 유무, 공유경제의 공급자와 수요자, 공유경제의 활성화 요건 등에 대하여 심층면접을 실시한 반면, 후자는 대전시에서 추진하고 있는 공유네트워크의 활성화 방안을 마련하기 위한 9개의 질문문항으로 구성되었다는 점이 차이가 있다. 따라서 전자의 조사결과에 대해서는 제1절에서 소개하였기 때문에 여기서는 본 연구자가 조사한 심층면접의 내용을 종합하여 서술하고자 한다.

먼저, 고유경제네트워크 사업을 추진하는데 있어서 어려움 점은 인건비를 지급할 수 없는 등 예산집행의 자율성이 없다는 것과 공유경제 및 공유네트워크의 개념에 대한 시민들의 이해도가 부족하다는 점을 등을 지적하였다. 둘째, 공유문화의 확산을 위해서 시급히 해야 할 일은 우선 공유경제에 대한 경을 할 수 있는 장을 마련

하고 공유경제에 대한 성공사례를 발굴하여 소개할 필요가 있다는 것을 제안 하였다. 셋째, 공유네트워크의 활성화를 위한 홍보방안으로서는 세대별 홍보전략 수립이 요구되며, 홍보장소로는 지역의 노인정・시민대학・평생학습센터 등을 활용하고, 유년・청년・중년을 대상으로는 스마트폰을 활용한 SNS 홍보가 효과적이라는 의견을 제시했다. 또한, TV에 노출시키고 애니메이션 등을 제작하여 상영하는 방안에 대하여도 제안하고 있다. 넷째, 공유경제의 차원에서 공공기관이 보유한 시설들 중 적극적으로 개방하거나 활용해야 하는 것으로는 공공기관 유휴공간 개방계획을 수립하여 시행하고, 공공기간의 화장실・프린트나 팩스, 주민센터의 세미나실, 시청의 라운지, 주차장, 학교 운동장, 공연장(회의실), 관용버스 등이 있을 수 있다고 제안했다. 다섯째, 공유네트워크의 활성화를 위해 대전시의 지원이 필요한 부분으로는 대전시 및 대전시 산하 공공기관이 소유하고 있는 공간 적극 개방, 공유네트워크 사업에 참여하고 있는 사람들에 대한 인건비 지급, 시공무원들이 공유경제를 이해할 수 있도록 교육훈련을 실시하는 등의 역할을 제안했다. 여섯째, 공유네트워크의 활성화를 위하여 중간지원조직 특히, 대전광역시 사회적자본지원센터의 중요 역할로는 대전시와 사업 운영 단체와 소통을 위한 가교역할, 정기적인 세미나나 토론회 개최, 공유경제 플랫폼을 조성, 각 단체들 간의 네트워크 조성, 공유경제에 대한 대 시민 홍보 등의 역할이 중요하다고 제안하였다. 일곱째, 도시재생을 위한 공유네트워크의 활용방안에 대해서는 아주 다양한 의견을 제시해 주었는데, 공유네트워크 사업을 진행하는 단체에게 도시재생 파일럿프로그램을 위탁하여 시행하자는 것, 물리적인 환경의 도시재생에 더하여 문화가 가미된 커뮤니티와 공동체 형성을 위한 도시재생사업을 추진해야 한다는 것, 이동 시네마 클럽 및 영화 전문가의 지식공유, 청소년들을 위한 영화 치유프로그램을 운영하자는 것, 쉐어하우스촌・1인 가구 혼밥족의 식사문제 해결・벽화 마을 등의 문화공유 등도 도시재생사업에 활용할 수 있다는 것, 공유장터 및 프리마켓 공간을 공유해 다양한 판매자들의 상업활동이 가능한 공간을 제공해 도심을 활성화 하고 집객인구를 모으자는 등의 제안이 있었다. 여덟째, 마을만들기사업의 시행과 비교하여 공유네트워크사업이 가지는 특징으로는 마을만들기는 마을 안에서의 네트워크와 활동을 만들어 나가는 과정이라면 공유네트워크는 마을 밖에서 보다 많은 사람들과 누릴 수 있는 공동체 활동으

로 인식하고 있으며, 마을만들기사업이 각 자치구역의 문제를 해결하기위해 노력했다면 공유네트워크 사업은 자치구역 뿐만아니라 나아가 대전광역시 전체를 다룰 수 있다고 인식하고 있고, 마을만들기 사업은 주로 지역적인 한계로 인해 다른 마을과의 교류와 소통이 적어질 수밖에 없었던 반면, 공유네트워크사업은 대상이 한정되어 있지 않고, 아이템과 수혜자가 확실히 구분되어 있어서 각 사업체간의 공유가 원활이 일어날 수 있다는 특징을 가지고 있다고 지적하였다.

2. 조사결과의 시사점

공유네트워크 공모사업을 추진하고 있는 단체(모임)의 대표를 대상으로 한 심층면접의 결과분석을 통해 나타난 시사점은 크게 다음과 같은 3가지로 정리해 볼 수 있다. 우선, 지역사회 구성원들이 공유경제의 개념에 대한 이해가 있어야 공유네트워크 사업이 활성화 될 수 있다는 것이다. 일반적으로 학술적이든 실무적이든 그 용어나 개념 등이 오래전에 태동되고 발전을 거듭하여 진전되어 있다고 하더라도 그 분야의 전문가 아닌 일반적인 시민이나 비전공자들이 이해 한다는 것이 결코 쉬운일이 아닐 것이다. 이러한 관점에서 “공유경제” 또는 “공유네트워크”에서 “공유”가 추구하는 이념, 가치, 개념 등이 생소할 수밖에 없는 것이 현실이다. 그렇다 할지라도 “행정혁신”, “성과주의”, “세계화”, “정보화” 등등의 개념이 정부부분에 들어오면서 개념정립에 많은 시간이 소요된 것과 같이 “공유경제”라는 개념이 정부의 정책으로 받아들여지고 집행되기 위해서는 정책의 이해관계자(stake holders)들에게 최소한의 개념정립이 있어야 함은 당연하다 하겠다. 이와 유사한 사례로 민선 5기에 대전광역시에서 “대전형 사회적자본 구축”을 추진하면서 다양한 방법으로 “사회적자본”의 개념을 전파하고자 했던 것에서 교훈을 얻을 수 있다. 당시 대전광역시에서 생소한 사회적자본에 대한 이해를 돕기 위하여 시차원에서 다음과 같은 DVD를 제작하여 시의 각종 행사시에 상영했던 것은 좋은 시사점을 줄 수 있다고 하겠다. 따라서 대전시 차원에서 추진하고 있는 “공유경제(네트워크)”의 문화 및 개념 확산을 위해서 시민 및 공무원을 대상으로 하는 캠페인 도구를 마련하여 시행하여야 한다는 것이다.

<그림 4-1> 대전광역시 사회적자본 DVD 표지(예시)

둘째, 공유문화 확산을 위해 지속적인 홍보가 있어야 한다는 것이다. 앞서 지적한 바와 같이 “공유경제”라는 용어를 쉽게 이해할 수 있는 집단은 그리 많지 않다. 특히, 이것을 정책사업으로 추진하고 있는 공직자도 이해하기 어려운 개념인데, 시민들이 이에 대한 개념이 무엇인지 이해하고 동참하기를 바라는 것은 너무 무리한 요구일 수 있다. 따라서 공유경제에서 추구하는 가치는 무엇이고, 핵심적인 내용은 무엇이고, 이것이 정착되었을 때 기대되는 효과는 무엇이고, 공유경제의 성공적인 사례는 무엇이 있는가에 대하여 다양한 방법으로 알리는 것이 중요하다. 이를 위해서는 공유경제에 대한 세미나, 토론회, 강연회, 교육훈련을 지속적으로 시행하여야 한다.

셋째, 공유경제가 성공적으로 정착되기 위해서는 이를 추진하고 있는 기관간의 협력체계가 구축되어야 한다는 것이다. 특히, 대전광역시가 “공유경제”를 정책적으로 추진하고 있기 때문에 대전광역시를 중심으로 대전지역에 소재하고 있는 대부분의 공공기관(교육청, 자치구, 연구기관, 국가공공기관, 산하 공공기관, 중간지원조직 등)들이 참께 참여하는 협력체계를 구축할 필요가 있다는 것이다.

제5장 대전광역시 공유네트워크 활성화 방안

제1절 대전시의 정책적 지원 강화
제2절 중간지원기관의 역할 강화
제3절 대전형 공유경제 모형 개발

제5장 대전광역시 공유네트워크 활성화 방안

제1절 대전시의 정책적 지원 강화

1. 내실화를 위한 법규의 정비

대전광역시에서는 공유활성화를 통하여 자원의 활용을 극대화하고 공동체문화를 조성하여 지역경제를 활성화 하고자 2015년 2월에 [대전광역시 공유활성화 지원 조례]를 제정하여 시행하고 있다. 동 조례는 본조 15개조와 부칙 1개로 구성되어 있는데, 주요 내용는 목적, 정의, 시장의 책무, 공유활성화 정책, 다른 법령 및 조례와의 관계, 공유단체 및 공유기업의 지정, 사업비 등의 지원, 공유활성화위원회의 설치·운영 등으로 구성되어 있다. 동 조례는 대전시의 공유경제 활성화를 위한 제도적 근거임이 분명함에도 불구하고, 동 조례의 목적에서 밝힌 목적을 달성하기 위해서 보완이 요구되는 것이 사실이다. 예컨대, 서울특별시의 공유도시를 추진을 위한 [서울특별시 공유촉진 조례]와 비교해 보면, 보완의 여지를 찾아볼 수 있다고 하겠다. 여기에 더하여 서울특별시의 경우는 그 조례의 규정을 구체화하기 위한 시행규칙을 가지고 있지만, 대전광역시의 경우는 시행규칙을 가지고 있지 않다는 특징을 가지고 있다.

<표 5-1> 공유경제 관련 대전광역시와 서울특별시 조례의 주요내용 비교

대전광역시 조례의 주요내용	서울특별시 조례의 주요내용
제1조(목적)/ 제2조(정의)/ 제3조(시장의 책무)/ 제4조(공유활성화 정책)/ 제5조(다른 법령 및 조례의 관계)/ 제6조(공유단체 및 공유기업 지정)/ 제7조(사업비 등 지원)/ 제8조~제15조(공유활성화위원회 설치)	제1조(목적)/ 제2조(정의)/ 제3조(시장의 책무)/ 제4조(시민등의 참여) / 제5조(공유촉진 정책)/ 제6조(다른 법령 및 조례의 관계)/ 제7조(자치구와의 협력)/ 제8조(공유단체 및 공유기업 지정)/ 제8조의 2(지정 전 단체 및 기업 지원)/ 제9조(보조금 등 지원)/ 제9조의 2(우수 공유참여자 등에 대한 지원)/ 제10조(중소기업육성기금 지원 등)/ 제11조~제14조(공유촉진위원회 설치)

이러한 관점에서 대전광역시 공유경제 및 공유네트워크의 활성화를 내실 있게 추진하기 위하여 법제도적인 측면에서의 개선이 요구된다. 첫째는 동 조례의 집행력과 실행력을 증진시키기 위한 [대전광역시 공유활성화 지원 조례 시행규칙]을 제정하여야 한다는 것이다. 둘째, 공유네트워크 사업에 시민을 적극적으로 참여시켜야 한다는 차원에서 서울특별시의 예와 같이 시민참여를 촉진하는 내용의 규정을 마련하여야 한다는 것이다. 셋째, 공유경제 및 공유네트워크 사업의 성공적인 추진을 위해서는 자치구의 참여가 필수적이라는 차원에서 차치구와의 협력체계를 구축하고 기타 대전시의 산하기관과의 협력을 촉진할 수 있는 내용이 포함되어야 한다는 것이다. 넷째, 서울특별시와 같이 공유네트워크 참여하는 우수 단체에 대한 인센티브에 관한 내용을 규정해야 한다는 것이다. 다섯째, 공유네트워크의 장기적인 지속가능성을 위하여 가칭 “공유네트워크 기본계획”을 수립하여 시행할 필요가 있는데, 이의 수립 근거를 위한 규정을 동조례에 포함시켜야 한다는 것이다. 마지막으로 [대전광역시 공유활성화 조례] 제8조내지 제15조는 공유활성화위원회 설치 및 운영에 관하여 규정하고 있음에도 불구하고 아직 동 위원회가 설치되어 있지 아니한바, 이를 설치・운영하는 것이 바람직하다.

2. 공유네트워크기본계획 수립 및 시행

앞서 지적한바와 같이, 공유네트워크 사업에 대한 계획적 추진을 위하여 최소 3년에서 5년 단위로 기본계획을 수립하고 이러한 기본계획에 근거하여 매년 공유네트워크 사업을 추진하기 위한 시행계획을 수립하여 집행할 필요가 있다. 공유네트워크 기본계획에는 ① 대전시 공유네트워크에 관한 실태 조사(공유네트워크 확충사업의 현황 조사, 공유네트워크에 관한 시민 인식도 조사, 공유네트워크 사업에 대한 공급 및 수요 조사), ② 대전형 공유네트워크 확충의 비전체계 설정(비전 및 목표의 설정, 공유네트워크에 대한 전략), ③ 공유네트워크의 촉진을 위한 사업개발(분야별 추진사업 및 로드맵, 지역별 추진사업 및 로드맵), ④ 중간지원조직의 운영방향(조직 및 인력의 운영 방안, 예산지원 방안, 위탁운영 방안), ⑤ 공유네트워크 사업의 추진체계 구축(추진체계 구축, 추진기구의 활성화 방안) 등등 포함되어야 할 것으로 본다.

또한, 이러한 공유네트워크기본계획에 준하여 대전시 각부서 및 자치구에서 추진할 사업에 대한 시행계획을 수립하여 추진하도록 하는 것이 바람직하다.

3. 공무원에 대한 교육 및 홍보 강화

공유경제는 주는 문화에 바탕을 두고 있다. 주는 문화란 누가 얼마나 소유하고 있느냐 하는 것을 중요하게 여기는 것이 아니라, 이웃을 위해 자신이 가지고 있는 것을 얼마나 내어주느냐 하는 것을 중요하게 생각하는 문화이다. 공유경제에 관한 기존의 문헌에서 공유문화를 확산하는데 있어서 가장 큰 애로점으로 지적하고 있는 것이 '공유경제' 의 개념에 대해 이해하기가 쉽지 않다는 것이다. 공유문화의 확산을 위해서 우선적으로 해결해야할 과제는 공유경제에 대한 개념을 이해시키는 것이다. 특히, '공유경제(네트워크)' 를 공공시책으로 추진할 경우, 우선적으로 공무원들이 공유경제의 개념에 대해 선행적으로 이해하고 있어야 할 것이다. 공직사회에 새로운 개념이나 행정기법이 도입되어 정착되기 위해서는 공무원을 대상으로 하는 교육훈련이 지속적으로 이루어 져야 한다. 공무원의 교육훈련은 그들의 지식이나 태도 및 가치관 등을 포함하는 기본적인 능력을 향상시키는 교육적인 부분과 그들의 직무와 관련한 지적 · 기술적 능력을 제고시키는 훈련을 모두 포함하는 개념이다. 공무원들의 업무 특성상 그들의 실질적인 업무수행에 필요한 지식이나 기술을 습득하는 훈련을 중요시할 수 있지만 조직의 비전과 목표에 부응할 수 있는 기본적인 윤리나 태도 및 가치관 등에 대한 교육도 빼놓을 수 없는 중요한 부분이다. 교육훈련의 목적은 ① 생산성의 향상: 훈련을 통하여 공무원의 지식과 기술이 향상되면 직무수행의 생산성(능률성)도 향상, ② 사기진작: 훈련은 공무원을 직무에 자신을 갖게 만들며 근무의욕이 향상, ③ 통제와 조정에 대한 필요의 감소: 훈련을 잘 받은 공무원은 스스로의 일을 잘 담당하므로 통제와 조정의 필요가 감소, ④ 행정발전: 훈련의 가장 포괄적인 목적이며 훈련은 행정의 침체를 막고 개혁을 가져오는 수단, ⑤ 유능한 국민의 양성: 정부에서 공무원에게 실시하는 훈련은 모든 국민을 인재로 성장시켜 인간다운 생활을 영위하게 해야 한다는 사회적 요청에 부합, ⑥ 조직의 안정성과 융통성 향상: 훈련된 인력이 있으면 직원의 상실과 소모에도

불구하고 어느 정도 안정성과 융통성의 확보 등으로 요약할 수 있다. 아직까지 공직사회에서 '공유경제' 라는 용어나 개념은 생소한 개념이다. 이처럼 공유문화가 공직사회에서부터 발원하여 일반 시민들에게까지 전파되기 위해서는 우선적으로 공무원을 대상으로 교육훈련 프로그램을 개발하여 시행할 필요성이 제기되고 있다. 따라서 대전광역시의 교육훈련기관인 대전인재개발원의 교육훈련과정에 '공유경제의 이해', '공유경제의 사례' 등에 대한 프로그램를 개설하여 운영하는 것이 바람직하다. 참고로 대전광역시인재개발원의 교육훈련체계를 살펴보면, <표 5-2>와 같다.

<표 5-2> 대전광역시인재개발원 교육훈련체계(2015년도)

구 분			과 정 명
장 기 교 육 (1)			• 중견간부양성
기 본 교 육 (1)			• 신규임용(예정)자
전문교육	리 더 십 (3)		• 에이스리더(5급) • 경청과소통의리더십* • 6급신임리더*
	직무전문	일 반 (9)	• 일반직전직 • 예산회계실무 • 운전실무 • 재난관리 • 정부3.0 핵심리더양성 • 행복한미래설계 • 비영리단체 회계실무* • 지방공기업실무* • 적극행정과공직사회변화*
		재무경제 (2)	• 사회적기업과 일자리창출 • 도시농업이해
		복지관광 (3)	• 사회복지마인드* • 다문화사회의이해 • 관광마케팅
		도시환경 (4)	• 도시디자인 • 시설실무 • 전기실무 • 건설공사설계실무
	직무공통	행정기반(63) - 집 합(28) - 사이버(35)	• 대전과학예술바로알기 • 세계양봉대회탐방* • e-리딩으로리드하라 • 도예체험 • 문화예술로걷기* • e-소통의핵심기술,경청효과 • 대전명품길문화체험 • 보고서잘만드는* • e-소셜미디어의활용방법및사례 • 미래예측 • 한방과약초* • e-스마트미디어 이해와 활용(안드로이드) • 디지털사진배우기 • 기록과 문화유산 • e-스마트미디어이해와활용(IOS) • 지방의회운영 및 지원 • 지방투자 및 규제완화 • e-역사에서배우는공직자의길 • 지식재산권의이해 • 창의력개발 • e-생활속안전길잡이 • 여기가 대세 테마기행 • e-청렴교육 • e-실전변화관리 • 통계의이해 및 정책활용 • e-공문서작성을 위한 한글맞춤법 • e-끌리는사람은1%가다르다 • 즐거운상상인문학 • e-정부3.0이해 • e-무지개원리 • 성공적인재테크 • e-공무원복무제도 • e-부동산학개론 • 가족사랑 • e-보고서잘쓰는법 • e-상생발전 • 건강관리 • e-다문화사회의이해 • e-변화를읽는눈-트렌드워칭 • 직무스트레스관리 • e-민법기초 • e-속뜻풀이한자 • 이미지메이킹 • e-통계적사고방식 • e-독립운동가를통해본나라사랑과국가관 • 기획능력향상 • e-개인정보보호따라하기 • e-사례를 통해 배우는 지방규제개혁 • 7급역량향상 • e-실무행정법 • e-변혁적리더십 • 설득협상* • e-도로명주소의이해 • e-발표잘하는방법 • 문제해결능력개발* • e-자원봉사의이해와실천 • e-도전하라!틀을깨라! • 파워스피치* • e-고전에서배우는인문학 • e-창조경제* • 홍보기획전략* • e-커뮤니케이션스킬 • e-정부유권해석실무*
		국 제 화 (2)	• 글로벌역량향상 • 행사의전*
		정 보 화 (11)	• 엑셀(초급) • Auto CAD • SNS 및 스마트폰활용 • 엑셀(중급)* • 디지털이미지편집 • 프레지프리젠테이션 • 파워포인트(초급) • 멀티미디어문서작성 • 내 PC 관리 • 파워포인트(중급)* • UCC동영상제작
		외 국 어 (4)	• e-외국어(영어) • e-외국어(일본어) • e-외국어(중국어) • e-외국어(기타)*
기 타 (8)			• 도시농업의이해(무기계약)* • 컴퓨터기초(UCC동영상제작) • 컴퓨터기초(스마트폰활용)* • e-사회복지사1급자격증* • e-공인중개사자격증* • e-국어능력인증자격증* • e-주택관리사자격증* • e-한국사능력자격증*

* 신설과정임

자료 : 대전광역시인재개발원(2015: 15)

공유경제에 대한 공무원교육훈련과 더블어 공유문화를 확산시키는 중요한 수단은 홍보라고 할 수 있다. 주민은 자치행정의 토대이며, 자치단체는 주민의 여론에 민감해야 하고 여론을 경청하는 정보투입과정을 거쳐 주민이 원하는 정책을 입안해 결정한다. 지방자치시대에 있어서 주민의 자발적인 참여와 지지를 이끌어내는 것은 지방행정의 성패여부에 가장 핵심요소이다. 민선자치의 근본 취지가 주민의 참여를 통한 민주주의와 주민복지 실현 및 삶의 질 향상에 있는 만큼 주민참여를 어떻게 이끌어 내는가가 중요하다는 공감대가 형성되었다. 주민의 참여와 지지를 획득하는데 더없이 중요한 수단이 홍보라는 인식이 높아가고 있는데, 이는 거리와 세대를 구애 받지 않고 투명한 정보제공과 적극적인 참여, 여론 형성 및 쌍방향적이고 상호적인 커뮤니케이션을 가능하게 하는 인터넷시대에 지방행정의 활성화와 성공여부는 홍보가 중요한 열쇠를 쥐고 있다. 따라서 공유경제에 대해 쉽게 이해할 수 있도록 DVD를 제작하여 수시로 상영하거나, <그림 5-1>과 같은 간단한 가이드북을 제작하여 공무원 및 일반시민들에게 배포한다면 큰 홍보효과를 얻을 수 있다.

<그림 5-1> 서울특별시 공유가이드 팜플랫

제2절 중간지원기관의 역할 강화

1. 중간지원기관의 의의

1) 중간지원기관의 개념 및 발달 배경

중간지원조직은 기획력과 전문성, 마케팅능력 등을 갖춘 에이전시로서 다양한 이해관계자들과의 네트워크 및 연구 등을 통해 활동기반 및 전문지식을 구축하고 공동의 '핵심목표'를 추진하는데 필요한 협력과 정보제공, 인재육성 등을 시행하는 기관이다(송두범, 2011: 32). 중간지원기관은 공공조직, 영리조직, 그리고 비영리조직에 이르기까지 다양한 개념과 기능을 가지고 있다. 중간지원기관의 명칭은 역할에 따라 "Intermediaries", "Third Parties", "Brokers", "Consoltant as Bridge Builder", "Bricoleurs" 등 다양하게 사용되고 있다. 중간지원기관은 "공공부문, 민간기업, 사회적 기업 등 다양한 영역에서 일반시민 등과의 네트워크 활동과 사회적 기업의 창업부터 정착에 이르기까지 분야별로 필요한 지원활동을 연계해 주는 조직으로 생산관리, 인사, 재무, 교육훈련, 회계, 법률, 홍보, 마케팅, 물류 등 다양한 분야에서 전문인력과 시설 장비가 지원되는 조직이다"로 정의되고 있다(양용희, 2013: 71-71).

중간지원기관은 정부, 비영리조직의 사회문제해결을 위한 효과적인 방법을 추구하는 과정에서 출발하였다. 정부, 지자체 그리고 재단이 직접 다양한 사회문제를 해결하기 위해서 많은 인적·물적 자언과 전문성이 요구되는데 중간지원기관은 이러한 역할을 대행하는 과정에서 발달한 것이다. 전세계에서 중간지원조직이 가장 잘 발달한 미국에서 중간지원기관은 몇가지 원인에 의해 활성화되었다. 첫째는 사회복지를 비롯한 비영리부문 서비스에 대한 정부정책의 위임이다. 연방정부에서 주정부로, 주정부에서 지방정부로 비영리부문의 정책과 서비스가 위임되면서 지역 중심의 중간지원기관들의 역할이 요구되었다. 중앙에서의 지역으로의 위임은 사업의 유연성과 지역 욕구의 반영, 그리고 책임성을 촉발하였다. 두 번째는 기업을 중심으로 학교, 비영리조직 등 모든 조직에서 일어난 경제력의 분권화 현상이다. 기업의 19세기의

수직적, 중앙집중식의 조직구조는 20세기에 있어서 비효과적인 것으로 판단하였다. 복잡하고 글로벌 환경속에서 경쟁이 심화되면서 기업들은 분권화, 죠인트벤쳐, 네트워킹 등의 유연한 전략들을 채택하기 시작하였다. 이러한 현상이 공공분야에도 영향을 미쳤다. 세 번째는 지역사회의 파트너들 간의 의사소통과 연대에 따른 상호작용과 네트워크가 중요해지면서 중간지원기관의 역할이 요구되었다. 영국에서는 지역사회의 문제를 해결하는데 있어서 정부 또는 지자체와의 연결을 위한 과정에서 중간지원기관들의 역할이 제기되었다. 특히 사회적기업의 자본, 기술, 교육 등을 지원하기 위한 중간지원기관의 역할이 중요하게 대두되었다(양용희, 2013: 73).

2) 중간지원기관의 유형

일본의 중간지원기관은 공설공영(公設公營), 공설민영(公設民營), 민설민영(民設民營)의 형태로 분류하고 있다. 공설공영은 행정기관의 시설로서 공무원이 직무를 수행하고 100% 세금으로 운영된다. 공설민영은 시설은 행정기관이 담당하고 위탁비나 조성비 등으로 민간단체나 NPO가 운영을 담당한다. 민설민영은 시민이 주체적으로 운영하는 것을 의미한다. 일본에서는 중간지원기관의 활동형태를 기준으로 지역밀착형, 기능분야(전문분야) 특화형, 중간지원 조직지원형 등 3가지로 분류하고 있다(송두범, 2011: 32, 재인용).

미국에서는 전국 NPO센터 네트워크(NCN)의 분류에 따르면, NPO센터의 주요 기능에 초점을 맞추어 종합센터, 서비스센터, 테마센터, 지역사회개발센터 등으로 분류하고 있다. 첫째, 종합NPO센터(Multi-sector Center)는 NPO센터의 가장 일반적인 유형으로 많은 NPO들이 공동으로 입주해 사무실공간을 공유하며 비용절감과 공유서비스 등의 혜택을 같이 누리는 유형이다. 특히 입주한 NPO들은 서로다른 서비스 대상자(클라이언트)들을 갖고 있지만, 공유형태로 서비스를 제공하거나 센터시설을 이용해 직원들을 공유하는 등의 다목적 시설을 갖추고 있다. 둘째, 서비스센터(Service Center)는 지역사회의 비영리 사회 서비스 제공을 위한 원스톱 공간에 위치해 있는 특징이 있다. 따라서 서비스센터에 입주한 NPO들은 크라이언트들에게 직접 서비스를 제공해 주는 다양한 서비스 활동을 한다. 많은 클라이언트들이 직접

방문, 상담하거나 서비스 제공을 받고 있기 때문에 이들의 접근성이 용이한 지역에 위치해 있는 특징이 있다. 셋째, 테마센터(Theme Center)는 특정 분야에 집중한 서비스 활동을 하는 NPO센터이다. 따라서 이곳에 입주한 NPO들은 일반적으로 같은 유형의 활동을 하는 NPO들로 서로 공조활동의 가능성도 높은 편이다. 40개의 테마센터들 중에서 37.5%가 예술테마센터로 높은 비중을 자치하며, 그 밖에도 사회정의, 지속가능성, 교육, 법률서비스 등 다양한 테마센터들이 있다. 넷째, 비영리 인큐베이터(Nonprofit Incubators)는 주로 새로운 신생 NPO들의 초기사업정착을 지원하는 유형의 NPO센터로, 매우 드물게 찾아볼 수 있다. 신생 NPO들을 지원하기 때문에 입주 기간도 짧고, 상담 등의 전문 서비스 지원기간도 비교적 짧은 편이다(한양대학교 산학협력단, 2012: 15-16).

중간지원기관의 기능과 역할은 각 나라마다 정치, 경제, 사회적 기능에 따라 다양한 형태를 지니고 있다. 미국의 경우 중간지원기관의 역할은 주로 재단과 지역사회 그리고 자본조달과 같은 특정분야를 중심으로 발달되어 있다. 특히 배분기능 중심의 재단들은 조직의 목적달성을 위한 효과적인 사업을 수행하기 위해 중간지원기관들의 기술, 전문성을 활용하고 있다(양용희, 2013: 74).

2. 공유문화 확산을 위한 사회적자본지원센터의 역할 제고

1) 사회적자본지원센터의 공유네트워크 사업 추진개요

사회적자본지원센터에서 추진하는 “공유네트워크 조성” 사업은 ①시민들의 자발전인 참여로 일상 속 실천 가능한 쉽고 유익한 공유사업 추진, ② 다양한 공유분야를 실생활에서의 필요와 연계하여 공유 문화 확산, ③ 공유사업, 참여자간 네트워크 활성화 추진으로 대전형 공유네트워크 조성 등의 추진 방향을 설정하고 있으며, <그림 5-2>와 같은 추진체계를 가지고 있다.

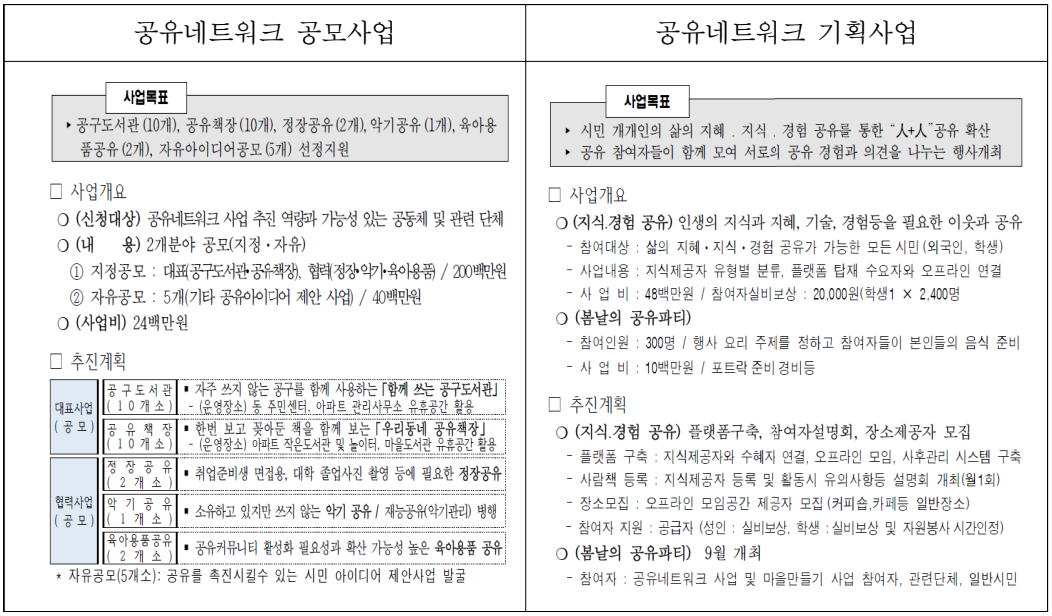
〈그림 5-2〉 공유네트워크 추진체계

사회적자본지원센터에서 추진하는 공유네트워크 조성을 위한 구체적인 사업은 ① 온라인 공유 플랫폼 구축, ② 공유네트워크 아카데미 운영, ③ 공유네트워크 공모사업, ④ 공유네트워크 기획사업 등으로 구성되어 있다(〈그림 5-3〉 참조).

〈그림 5-3〉 사회적자본지원센터의 공유네트워크 조성 사업

온라인 공유 플랫폼 구축	공유네트워크 아카데미 운영
사업목표 ‣ 공간공유, 지식공유 거래시스템 구축, 공유관련 종합정보 제공(수요자중심) ‣ 공유활동을 통한 신뢰의 관계망 형성 및 가치전파 * 이용자 연 5천명 □ 사업개요 ○ (사업기간) 2015. 1월 ~ 5월 ○ (사업내용) 공유네트워크 온라인 플랫폼 구축 - 공유관련 기관 및 단체간 네트워크 형성 및 공유 네트워크 자료·사례 소개 - 유휴 공간 및 지식 공유 등을 위한 거래시스템 구축으로 참여 시민의 편의 제공 ○ (사 업 비) 30백만원 □ 추진계획 ○ 공유 온라인 플랫폼 기능 및 구성 공유거래 ◆ 시민의 관심과 참여를 높일수 있는 수요자중심 플랫폼 구축 - 지식공유(휴먼라이브러리), 공간공유(주민자치센터) 공간제공 ◆ 지식공유 및 모임·학습활동을 위한 이용가능 공간 정보 제공 - 카페, 문화공간,마을어린이도서관등 장소제공 공개모집 정보제공 ◆ 공유 관련 다양한 뉴스, 정보 제공, 우수사례 소개 등 - 공유네트워크 공모사업등 소개, 공유 참여자 의견교환 ○ 플랫폼 운영 : 사회적자본지원센터	**사업목표** ‣ 공유에 대한 글로벌 트렌드 이해 및 시민 이해도 증진 ‣ 공유네트워크 활성화 참여촉진 및 공유 공동체 조성·운영 교육 (50명) □ 사업개요 ○ (사업기간) 2015. 1월 ~ 10월 ○ (사업내용) 공유사업 참여자 및 관심있는 시민의 역량강화 공유 교육 - 사업참여자 : 공유 공모사업의 활성화와 성과를 높일수 있는 집중 교육 - 일반시민 : 공유의 개념 및 공유 트렌드 등 공유에 관한 이해 제고 과정 ○ (사 업 비) 7백만원 □ 추진계획 ○ 일반 시민 교육 - 일반 시민을 대상으로하는 공유 아카데미를 두달간 총 4회에 걸쳐 진행 ○ 사업 참여자 교육 - 찾아가는 공유네트워크 교육, 단기속성 사업계획, 중간멘토링 프로그램 ○ 공유 네트워크 선진지 탐방

〈그림 5-3〉 계속



2) 공유네트워크 활성화를 위한 사회적자본지원센터의 역할 강화

대전광역시 사회적자본지원센터는 2013년 3월에 시행된 [대전광역시 사회적자본 확충조례] 제13조(사회적자본지원센터) 및 제14조(지원센터의 관리·운영의 위탁)의 규정에 의하여 설치되었고, 센터의 기능은 다음과 같다. ① 지원센터 사업계획의 수립·시행, ② 민·관 협력 증진, ③ 사회적자본 확충사업의 지원, ④ 사회적자본 확충을 위한 공익활동의 자료수집 및 홍보, ⑤ 마을만들기 관련 사업 및 공익 활동가의 발굴·육성, ⑥ 시민공동체 조직 간의 연계와 협력에 관한 사항, ⑦ 시민의 역량 강화를 위한 평생학습 지원 및 협력, ⑧ 그 밖에 사회적자본 확충에 필요하다고 인정되는 사항 등이다. 이와 같이 사회적자본지원센터는 공유경제의 관점에서 공유네트워크 사업의 추진을 위한 중간지원조직의 역할을 수행하고 있다. 2015년에 동 센터에서 추진하는 주요 핵심사업은 마을공동체 만들기와 공유네트워크 조성으로 설정하고 있다. 이러한 관점에서 "대전시 공유네트워크" 사업의 대표적인 중간지원조직은 대전광역시사회적자본지원센터라고 할 수있다. 그런데, 한국의 중간

지원기관들은 정부, 지자체, 기업 등 지원조직과 지원 대상 집단사이의 순기능적인 중재자의 역할을 수행하는데 아직 한계를 지니고 있다. 한국의 중간지원기관은 정체성의 부재, 낮은 사회적 인지도, 취약한 재정구조, 전문인력의 부족, 지원조직과의 수직적 관계, 중간지원기관들간의 네트워크 협력부족 등의 많은 문제를 지니고 있다. 중간지원기관들의 역할을 수행하는 민간재단이나 전문 비영리기관들이 발달하지 못하는 상황에서 정부와 지방자치단체의 공공정책을 대행하는 위치에 머물러 있다. 이는 대부분의 중간지원기관들이 전적으로 정부나 지자체의 예산 지원에 의존함으로써 자생력을 지니지 못하는 상황에 기인하고 있기 때문이다. 따라서 중간지원기관들의 중간 조정기관으로써의 전문성을 기대하기 힘든 것이 사실이다(양용희, 2013: 78, 재인용). 대전광역시 사회적자본지원센터 역시 한국의 중간지원조직이 가지고 있는 동일한 한계점을 가지고 있다. 그럼에도 불구하고 “공유네트워크” 의 활성화를 위해서 동 센터의 역할과 기능이 강화되어야 할 것으로 본다.

공유네트워크의 활성화를 위하여 중간지원조직 특히, 대전광역시사회적자본지원센터에서는 기존의 공유네트워크 공모사업을 추진과 더불어 공유문화의 확산을 위해서 중점적으로 강화하여야 할 역할과 기능은 크게 3가지로 나누어 생각해 볼 수 있다. 첫째는 공유경제 및 공유네트워크의 문화 확산을 위한 다양한 홍보수단을 강화하여야 한다는 것이다. 현재로선 대전시사회적자본지원센터가 공유네트워크 조성을 위한 중간지원기관으로서의 역할을 담당하고 있기 때문에 동 센터에서는 우선 홈페이지를 통한 온라인 홍보수단을 강하여야 할 것이다. 또한, 각종 토론회나 강연회를 통해 공유문화를 확산시켜야하고, 공유경제에 대한 이해를 돕기 위하여 “공유경제 가이드북” 을 제작하여 시민에게 제공하도록 한다. 이와 같이 공유문화 확산을 위한 홍보에 소요되는 경비에 대하여 대전광역시의 재정적 지원이 요구되고 있다.

둘째, 대전광역시사회적자본지원센터는 공유경제 플랫폼(공유경제의 공급자인 대여자와 수요자인 이용자가 서로 만나서 공유 물품이나 서비스를 거래할 수 있는 신뢰와 거래가 활성화되도록 만들어 주는 장)을 구축하여야 한다는 것이다. 모든 공유경제 서비스는 제공자와 사용자의 신뢰를 기반으로 하고 있으며, 공유경제 기업은 신뢰를 담보하고 책임지는 역할을 수행한다. 이 과정에서 플랫폼의 역할은 서

비스의 안정성이라는 신뢰와 별개로 거래 당사자 간의 신뢰를 보장해 주기 위한 시스템적 평가기준을 가지고 있어야 한다.

셋째, 대전광역시사회적자본지원센터는 공유단체 네트워킹의 허브역할을 수행하여야 할 것이다. 공유허브는 더 많은 사람들이 공유 문화를 접하고, 다양한 공유활동들이 시민사회에 자리 잡을 수 있도록 관련 서비스들과 운동을 소개하는 매거진이자 공유에 직접 참여할 수 있는 만남의 장이기도 하다. 이는 공유문화 확산을 위하여 크리에이티브 컨먼스 코리아(Creative Commons Korea)에서 "공유허브(sharehub)"를 운영하고 있는 것과 같은 역할을 수행하는 것이다. 공유허브는 ① '공유' 관련 소식들을 소개하고, ② '공유'를 이용한 서비스와 단체들의 목록을 제공하고, ③ '공유' 관련 세미나나 캠페인 등을 개최하고, ④ '공유' 경제 모델과 콘텐츠 공유 등에 관심 있는 사람들을 연결하는 역할을 수행하고 있다.

제3절 대전형 공유경제 모형 개발

1. 공유형 도시재생의 활성화

1) 공유경제와 도시재생의 접목

도시의 무분별한 확장과 산업구조의 변화는 대부분 도시 주거환경의 노후화를 가져왔다. 특히 무엇보다도 인구감소 현상은 이러한 도시노후화의 핵심원인으로 부각된다. 그러나 그동안 쇠퇴하고 있는 도시에 대한 처방은 재개발, 재건축, 뉴타운 등 도시정비적 처방이 주를 이루었다. 그러나 수도권 도시는 그나마 자본유입의 기회가 많은 편이지만, 지방도시들의 경우에는 수익성의 문제 때문에 도시정비적 개발의 많은 문제가 나타나고 있다. 그러다 보니 수익성이 부족한 지역에 정비구역으로 지정된 곳은 상당히 오랜기간 동안 개발이 지체되면서 더 쇠락하는 악순환을 겪게 되었다. 더군다나 설령 개발이 이루어 진다고 하더라도 원주민의 정착율이 10%도 채 되지않는 등 과연 누구를 위한 개발인가 하는 사회적 문제제기가 강하게 나타나기 시작하였다. 나아가 도시의 역사, 문화적, 사회적 맥락을 고려하지 않는

‘단절적’ 개발을 가져오는 도시정비 양식에 대한 다양한 문제제기가 도시재생에 대한 관심으로 집약하게 되었다. 그런데 도시재생사업도 그 방법론에 있어서 많은 시행착오를 겪고 있는 것이 최근의 솔직한 현실이다. 주민참여형 마을만들기, 사회·경제·문화 복합형 재생, 지역의 기존 자원 보존형 개발방식, 마을 활동가와 리더 등 지역인재 활용형 사업, 지역공동체 복원 프로그램 등이 그동안 적용된 주요 방법들이다. 그런데 이러한 방법들은 도시재생의 기초단위로 인식되는 마을의 최소한한의 성물로서 도시재생형 마을거점시설들과 밀접한 관련성 속에 진행되었다. 그런데 이의 지속가능한 활용과 운영을 위한 문제가 만만치 않은 과제로 대두되고 있다. 이를 거점시설들과 기반시설들의 원활한 운영 및 활용여부가 도시재생의 성패를 가늠할 정도로 이 문제는 중요하다. 만약에 주민들의 요구에 의해서든 행정의 판단에 의해서든 만들어진 마을거점시설이나 도시재생기반시설이 활용도가 떨어진다거나 운영이 부진하다면 이는 심각한 문제에서부터 주민공동체의 결속기능 약화, 공공시설의 효율성의 저하, 주민들의 공공사업에 대한 신뢰적 사회적자본의 와해 등 유무형의 부정적 결과를 초래하게 된다. 이러한 상황에서 우리는 지속가능하고 자립할 수 있는 도시재생 컨텐츠 전략으로서 공유경제를 주목할 필요가 있다. 공유경제의 가치는 도시재생사업이 지향하는 공동체, 신뢰성, 경제적 자립 등의 가치와 유사하다(김형균·오재환, 2013: 125-126). 많은 사회학자들은 공유경제가 사회공동체 복원이라는 자본주의 국가들의 숙제 해결에 많은 도움을 줄 수 있다고 믿고 있다. 사람들의 신뢰문제와 사회적 불평등, 소득의 불균형에 대해서 공유경제 철학은 IT의 기술이 결합되어 중요한 해결책이 될 수 있다고 생각한다(박민우, 2014: 5-6).

공유경제와 도시재생의 접목 사례는 앞서 논의한 공유경제의 기능별 유형중 “지역공동체형”으로서 슬럼가의 도시성장을 유도했던 “피플스글로서리(People’s Grocery)”에서 많은 교훈을 얻을 수 있다. 이를 간약히 소해해 보면, 미국 샌프란시스코 동쪽 웨스트 오클랜드에는 지역 주민이 참여하는 도심농장이 여럿 있다. 5년 전만해도 슬럼가였던 이 지역이 무화과, 사과, 양배추, 파슬리, 상추 등 유기농 과일과 채소가 자라는 녹색 공간으로 바뀌었다. 자치단체와 주민들은

2000년대 초반 이 지역 슬럼가의 철거를 놓고 크게 대립했지만 공동체를 목표로 하는 피플스글로서리가 도심농장을 만들면서 큰 변화가 찾아왔다. 주민들은 농장에서 자란 일부 작물은 소비하고 나머지는 판매한다. 인턴십과 8주간의 교육훈련, 학교와 단체를 대상으로 하는 방문 체험, 요리교실 등 청소년과 지역주민이 함께 하는 공동체 프로그램도 다양하다. 주민들이 농장을 운영하며 경제적 이익도 누리고 있다. 샌프란시스코와 가까운 베이뷰의 한 복판에도 녹색 공간이 있다. 일종의 공동체 공간인 도시 청소년 농장이다. 청소년이면 누구든 채소 재배, 나무 심기, 산책로 및 바이오톱 정비 등의 기술을 배울 수 있다. 청소년 농장에서 일하는 청소년 역시 임금을 받는다. 텃밭 만들기를 통해 단순한 여가활동이 아닌 공동체 생활 속에서 기술을 배우고 능력을 키운다. 도시농업을 통해 '지속가능한 지역 만들기'를 꾀하는 샌프란시스코 도시농업연합(SLUG · San Francisco League of Urban Gardeners)이 시 정부와 함께 협력농장을 이끌고 있다. 회원과 전문 직원들이 텃밭 만들기와 운영, 신선한 음식 보급, 직업 훈련, 농산물 기부 등 다양한 공동체 활동을 한다.

2) 도시재생사업의 추진 배경

전술한 바와 같이, 공유경제와 도시재생프로그램이 지향하는 가치는 많은 공통분모를 가지고 있다. 도시재생사업이 국가의 시책으로 인식하기 시작된 것은 2014년 상반기에 제정되고 2015년 2015년 7월 1일에 시행된 "도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법"에 의해서라고 할 수 있다. 동 특별법은 34개의 본문과 5개의 부칙으로 구성되어 있으며, 도시의 경제적 · 사회적 · 문화적 활력회복을 위하여 공공의 역할과 지원을 강화함으로써 도시의 자생적 성장기반을 확충하고 도시의 경쟁력을 제고하며 지역공동체를 회복하는 등 국민의 삼의 질 향상에 이바지하기 위한 목적으로 시행되고 있다. 이에 따라 많은 지방자치단체들이 도시재생과 관련된 조례를 제정하여 도시재생사업을 촉진시키고 있다.

예컨대, 대전광역시는 "대전광역시 도시재생 활성화 및 지원에 관한 조례"를 2015년 4월에 제정하여 시행하고 있다. 동 조례는 13개의 본문(목적, 공동이용시설,

협의체, 도시재생위원회, 도시재생지원센터의 설치 및 운영, 도시재생지원센터의 업무, 사업추진협의회, 도시재생사업의 지원, 지원금액의 환수, 도시재생특별회계의 설치·운용, 도시재생특별회계의 세출, 도시재생특별회계의 관리·운용, 건축규제 완화 등에 관한 특례 등)와 부칙 2개조로 구성되어 있다. 이와 더불어, ① 도시재생 전략계획 및 도시재생활성화계획 수립과 관련 사업의 추진 지원, ② 도시재생활성화지역 주민의 의견조정을 위하여 필요한 사항, ③ 현장 전문가 육성을 위한 교육프로그램의 운영, ④ 마을기업의 창업 및 운영 지원 등의 업무를 수행하기 위해 2015년 6월 1일에 대전광역시 도시재생지원센터를 설치하여 운영하고 있다. 동 센터의 주요 업무는 ① 도시재생활성화지역 지정에 대한 주민제안의 사전검토, ② 협의체 지원 및 공유 활성화 지원사업, ③ 마을기업지원센터, 자활센터, 문화재단, 복지재단 등 지역공동체와 지역 균형발전 차원의 사업을 지원하는 조직과의 연계 및 소통, ④ 도시재생사업 지원·홍보 및 해당 도시재생지원사업을 위한 추진기구의 설립 지원, ⑤ 지역역량 강화를 위한 교육사업, ⑥ 마을자원 조사·발굴 및 개발지원 등 마을만들기 사업, ⑦ 그 밖에 도시재생사업 지원에 필요한 사업 등으로 설정하고 있다(동 조례 제6조).

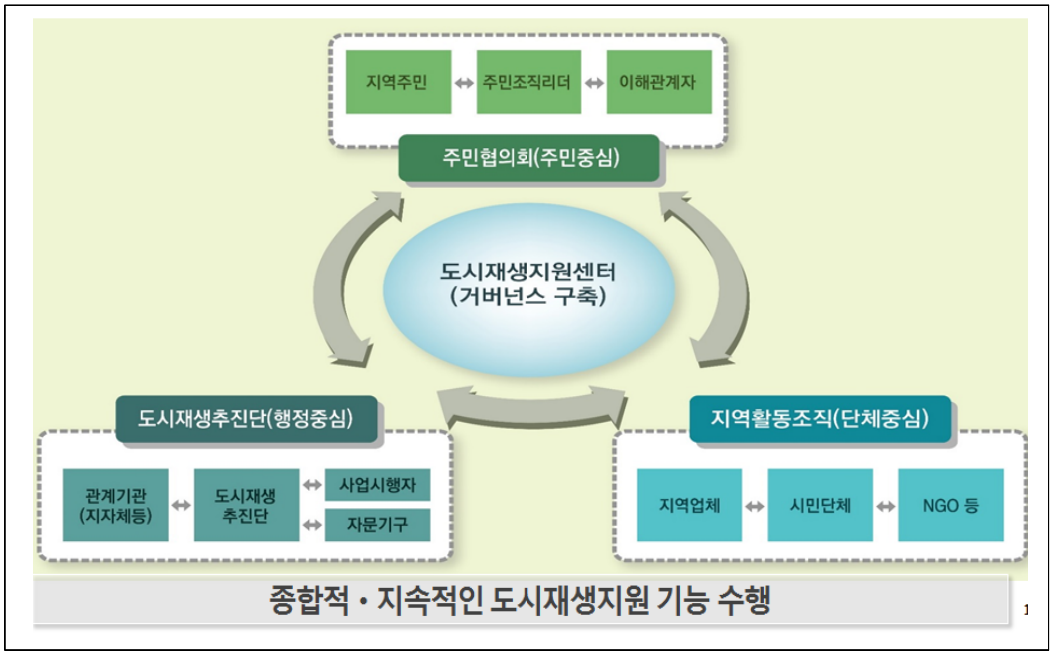
3) 도시재생사업과 공유경제의 연계 강화

공유경제의 활성화를 위하여 대전광역시의 정책적 지원을 위한 자치법규로는 [대전광역시 도시재생 활성화 및 지원에 관한 조례]와 [대전광역시 공유활성화 지원조례]가 있는데, 전자가 법령에 근거하여 제정된 것이라면, 후자는 위임된 법령이 없는 순수한 자치법규라는 특성을 가지고 있다. 따라서 공유활성화와 관련된 자치법규는 전자의 법규가 우선한다고 할 수 있다. 전자의 “도시재생조례”에서 공유경제와 관련된 사항은 동 조례 제6조의 “도시재생지원센터의 업무” 중 협의체의 지원 및 공유 활성화 지원(제2호), 마을자원 조사·발굴 및 개발지원 등 마을만들기 사업(제6호) 등이 해당된다고 할 수 있다. 또한, 후자의 “공유활성화지원조례”의 규정에 의하면 대전시의 공유활성화 정책(동 조례 제4조)에 대하여 ① 공유사업의 발굴 및 지원, ② 공유단체·공유기업 육성·지원, ③ 공유활성화를 위한 인식 확

산과 워크숍 및 세미나 개최, ④ 그밖에 공유활성화를 위하여 필요하다고 인정되는 사항 등으로 규정하고 있다. 이러한 자치법규의 규정을 놓고 볼 때, 공유경제와 도시재생사업은 아주 밀접히 연계되어 있으며, 공유경제형 도시재생의 활성화 방안을 모색할 필요가 있겠다.

공유경제는 도시재생의 부족한 컨텐츠를 보완하고 나아가 주민들에게 실질적인 수익을 만들어 낼 수 있다는 점에서도 도시재생의 주요 소프트 전략이라고 할 수 있다. 공유경제를 대전의 도시재생에 접목시키기 위해서는 우선, 현재 운영 중인 "대전광역시 도시재생지원센터"를 공유형 도시재생프로그램의 플랫폼 역할을 할 수 있도록 역량을 강화하여야 한다. 마을시설의 특징에 맞추어 다양한 주민활동과 공유경제활동이 이루어지고 중개되는 거버넌스체계가 구축되어야 하는데, 동 센터의 주요 역할로 거버넌스구축을 설정하고 있는 것은 매우 바람직하다고 하겠다(<그림 5-4> 참조).

<그림 5-4> 도시재생지원센터의 거버넌스구축 모형



그리고 도시재생과 공유경제 둘 다의 전제조건이자 과제라고 할 수 있는 주민의 신뢰기반을 공고히 하여야 한다는 것이다. 주민의 참여를 이끌어 낼 수 있는 활동가 리더를 지속적으로 발굴하고 역량개발을 위한 지원을 강화하여야 한다. 이어서 공유형 도시재생을 통해 마을 경제를 활성화 하는 것이다. 주민 개개인이 공유경제 거래에 참여해 경제적 수익을 얻는 것에서부터 마을 간 교류, 공유경제 사업을 통한 마을 전반의 경제 효과로 확산될 수 있도록 한다.

2. 공공기관의 공간공유 활성화

1) 공유경제와 공공시설 개방의 접목

공공시설 공유의 주요 대상은 공공기관이 소유하고 있는 시설 중 공간을 공유하거나, 공공기관이 소유한 사무기기 등의 시설들을 활용함으로서 공유가치를 실현하는 것인데, 응용할 수 있는 공유경제의 사례는 다음과 같다. 우선, 소유의 영역으로 여겨지던 공간이 공유의 대상이 되고 있다. 집, 사무실, 주차장, 텃밭 등 개인 소유의 여분의 공간을 필요로 하는 사람이 사용하는 공간 공유 사례가 주목받고 있다. 공급자는 대여 수입을 얻고 사용자는 저렴한 가격으로 이용할 수 있다는 이점이 있다. 플랫폼을 운영하는 회사는 거래 시 발생하는 수수료 수익을 얻는다. 공간 공유는 개인 대 개인의 거래, 쌍방 간 사용권 교환 방식으로 거래된다. 에어비앤비(Airbnb)는 공유경제의 가장 대표적인 사례이자 공간 공유의 대표적 사례인데, 이는 미국 샌프란시스코에서 시작된 빈 방 숙소 정보 제공 플랫폼이다. 즉, 빈방의 수요자와 공급자를 인터넷에서 연결한다. 국내의 에어비앤비와 같은 사업으로 '비앤비히어로'와 '코자자'가 있다. 비앤비히어로는 한국에서 시작한 '공유경제 기반의 개인여행 플랫폼'이고 아시아 지역을 주 시장으로 삼고 있다. 에어비앤비와 마찬가지로 개인의 여분의 방을 민박으로 활용하며 개인 여행을 위한 가이드 사업인 히어로메이트(Heromate)도 함께 진행하고 있다. 코자자는 전국의 한옥으로 특화한 빈 방 민박 플랫폼이다. 독배캐이(Dogvacay)는 애완동물 주인의 휴가 기간 동안 동물을 대신 맡아주는 서비스이다. 애완동물을 호텔이 아닌 독배캐이(Dogbacay)에 등록된 개별 가정이 펫호텔이 되어 케어를 제공한다. 랜드셰어는 영국에서 시작한 텃

밭 공유 서비스로, 땅을 가진 사람과 텃밭을 필요로 하는 사람, 자신의 텃밭에서 작물을 키워줄 사람을 연결해준다.

둘째, 시설을 공유하는 사례도 있다. 예컨대, 팹랩(Fablab)은 제작실험실(Fabrication Laboratory)의 약자로 디지털 제작(digital fabrication) 관련 기기를 공유하고 소규모 워크숍을 진행한다. 3D 프린터, 레이저·비닐커팅기, CNC조각기 등 디지털 제작 장비를 갖춰 개인이 이 장비를 이용해 개인 컴퓨터로 그린 설계도면을 실물로 제작이 가능하다. 팹랩의 취지는 개인적으로 장비를 갖추기 어려운 학생과 예비 창업자, 중소기업가들이 관련 장비를 공동으로 이용하도록 하는 것이다. 소비 자원을 넘어 생산 수단까지 공유하는 공유경제의 단면을 잘 보여주고 있다. 팹랩과 같은 소규모 제작소들이 늘어나면서 최근 제조업의 개념도 바뀌고 있다. 예를 들어 제품을 물리적으로 운송하지 않고도 설계도를 인터넷으로 전송 시 3D 프린터를 이용해 똑같은 제품을 재현해낼 수 있다.

셋째, 사무실을 공유하는 사례가 있다. 예를 들어, 베를린의 베타하우스(Betahaus)는 2009년 문을 연 사무실 공유 공간이다. 독일 베를린에 있는 6층 건물 베타하우스에는 개인 사업자, 프리랜서, 예술가 등 정해진 일터가 없는 사람들이 회비를 내고 이곳의 사무실과 회의실, 공방과 실험실을 자유롭게 나누어 쓰고 있다. 사무실의 게시판에서는 자신의 작업을 도와줄 지식이나 기술을 보유한 사람을 찾는 구인광고가 붙어 있다. 각자 일을 하지만 주변 동료와 협력하여 일을 하기도 한다.

넷째, 공공기관이 보유한 공간을 개방하여 공유경제를 실현하는 사례가 있다. 대전광역시는 공유네트워크 사업의 일환으로 공공기관, 도시철도역사, 체육시설 등 유휴공간을 시민들이 휴식 공간, 회의 공간, 사랑방으로 활용할 수 있도록 개방하는 시책을 추진하고 있다. 이사업의 개방 시설은 63개 시설 총 114개 공간이며, 시 소속이 60개이고 자치구 소속이 54개 이다. 지역별로는 동구가 13개, 중구가 29개, 서구가 42개, 유성구가 17개, 대덕구가 13개 등이다. 유형별로는 회의실이 21개, 다목적실이 20개, 세미나실이 3개, 강당이 7개, 전시실이 6개, 체육시설이 8개, 기타가 49개 등이다.

2) 공공시설 공간공유 확대를 위한 협력체계 구축

공공기관의 유휴 공간을 시민에게 개방함으로써 공간 효용극대화와 유휴자원을 함께 나누어 쓰는 공유문화조성 및 공동체 문화 확산을 통해 공유경제의 가치를 실현하고자 대전광역시에서는 2015년부터 “공공기관 유휴 공간 대시민 공유” 사업을 추진하고 있다. 앞서 지적한 바와 같이, 2015년 5월 현재, 대전광역시의 공공기관 14개소에서 95개 공간을 개방 중에 있는 것으로 나타났다. 개방된 공간의 대부분은 일반시민을 위한 무료개방으로 엄밀한 의미에서 공유경제의 사례라고는 볼 수 없다. 그럼에도 불구하고 대전광역시가 추진하는 공공기관 유휴공간의 개방이 진정한 의미의 “공유경제” 사례가 아니라 하더라도 공공시설의 공간개방의 지속적인 확대는 시민들에게나 공직사회에 공유문화 확산을 위한 효과적인 시책이라고 평가할 수 있다.

공유경제의 개념에 대한 이해와 공유문화의 확산을 위하여 대전지역에 소재하고 있는 공공기관의 유휴 공간 개방을 지속적으로 확대하여야 할 것이다. 따라서 대전광역시 산하의 공공기관뿐만 아니라 중앙정부의 공공기관, 그리고 대전교육청 소속 공공시설들의 공간개방을 위한 협의체를 구성할 것이 요구되고 있다. 예컨대, 대전광역시 및 대전광역시 산하기관, 정부대전청사, 정부 공공기관인 철도공사 및 수자원공사 등과의 협약(MOU)의 체결을 통해 공간공유 활성화를 도모할 필요가 있다.

3. 은퇴과학기술인의 지식공유 활성화

1) 은퇴과학기술인의 활용과 공유경제의 접목

지식 분야의 공유는 경험, 재능, 시간을 포함해 다양한 분야에서 이루어지고 있다. 다른 분야에 비해 무형의 공유가 이루어지므로 현행법의 제한을 덜 받는 특징이 있다. 지식 분야는 크게 지식/경험, 일, 식사, 여행을 주제로 분류할 수 있다. 다른 분야와 마찬가지로 개인 간 거래라는 특징이 있다. 플랫폼을 개설한 공유기업 또는 공유단체는 개인 간 거래 수수료 수익을 얻는다. 지식 분야의 공유는 플랫폼을 통해 개인 간에 직접거래가 이루어진다. 지식, 재능 공유는 업무, 일상생활의 분

야를 포함한다. 식사를 주제로 한 공유경제로 한국의 '소셜다이닝 집밥' 이 있다. 참가자들은 '집밥' 과 계약관계에 있는 식당을 이용하거나 도시락을 주문하여 모임을 개설한다. 모임개설을 위한 비용, 수수료는 없으며 참가자들은 자신의 식사비용만 부담하면 된다. 식당 및 도시락업체는 '집밥' 에게 모임에 따른 수수료를 낸다. 식당은 유휴 시간대에 식당 주인이 직접 모임을 개설할 수 있고, 모임의 장소로 활용됨으로써 다양한 홍보효과를 누릴 수 있다. 그 외에도 영국의 빅런치(Big Lunch)는 1년에 한 번 이웃과 함께 식사를 하자는 취지에서 시작됐다. 그밖에 함께 식사할 사람을 만나는 그럽위드어스(Grubwithus), 온라인 음식점 고블(Gobble)도 식사를 주제로 한 공유 사례이다. 여행분야는 특히 개인의 경험과 지식이 공유되기 좋은 주제이다. 한국의 마이리얼트립(Myrealtrip)은 취향에 맞춘 여행, 관광이 아닌 현지 체험이 가능한 여행을 제공한다. 이러한 관점에서 은퇴과학기술인을 활용하고자 하는 방안은 공유경제의 유형중 지식공유에 해당된다고 할 수 있다. 대전을 상징하는 도시이미지가 "과학기술" 이라는 것은 여러 보고서에 나타나 있다. 대전지역은 과학기술도시의 이미지에 걸맞게 과학기술 분야에 종사하는 인력이 풍부하다. 이들은 은퇴 후에도 자신들이 가지고 있는 지식과 경험을 사회에 환원하고자 하는 수요 또한 큰 것으로 알려져 있다. 따라서 과학기술분야의 풍부한 인적자원을 활용한 지식공유가 활성화된다고 하면 그야말로 전형적인 대전형 공유경제의 모델로 정착할 것이다.

2) 국내의 은퇴과학기술인 활용프로그램 현황[4)]

국내의 은퇴과학기술인을 활용하는 프로그램은 다양하게 전개되고 있다. 우선, 중소기업 기술역량 확충사업의 일환인 테크노닥터(산업기술진흥협회 고경력과학기술지원센터) 프로그램이 있다. 이것은 베이비붐 세대 퇴직으로 인한 급속한 고령화 진입과 생산가능인구감소에 따른 잠재유휴인력의 활용 필요성 증가와 국내 중소기업의 평균 R&D투자 정체 및 석·박사급 연구인력 감소로 인한 중소기업 기술경쟁

4) 여기서는 황혜란(2014)의 대전발전연구원 정책연구보고서의 내용을 인용하여 요약 정리하였음을 밝힙니다.

력 약화에 따라 퇴직과학기술자를 활용하여 고경력 인력의 일자리 창출과 중소기업의 기술경쟁력 확보에 기여하고자 하는 것이다.

둘째, 전문경력인사 초빙활용사업(한국연구재단)이 있다. 이것은 연구개발경험이 풍부한 고급과학기술자와 국가기관, 산업체, 연구기관의 고위 정책관리자 및 경영자 등 유능한 전문 경력자가 지역발전에 기여하고 재직기간 동안 축적한 전문지식과 경험을 후진에게 전수하여 국가 공공연구소의 사회적 역할증대를 위한 과학기술 및 사회 정책개발능력을 배양하기 위한 것이다. 이 사업은 1994년부터 시작되어, 퇴직과학기술자 대상의 사업 중에서 가장 오랫동안 시행되고 있는 사업으로, 과학기술자와 고위공직자 및 관리자, 산업체 경영자 등을 대상으로 보유지식을 학교 및 연구소와 지역에 '교육' 및 '자문'의 측면에서 전수하는 사업이다. 초빙분야는 과학기술뿐만 아니라 인문사회 분야도 포함되며 대학(원), 국공립 연구기관, 출연연과 지자체 등을 대상으로 한다. 대학·연구소와 지역개발의 2개 분야로 나누어 지원하고 있으며 분야에 따라 지원요건에 차이가 있음. 활용기관에서는 전문경력인사 활용계획을 주관기관에 제출하고 이들에게 대학(원)의 정규강의를 맡기거나 연구프로젝트에 참여토록 하고 있다.

셋째, ReSEAT 프로그램[한국과학기술정보연구원(KISTI)]이 있다. 이것은 각 분야의 고경력과학기술인이 오랜 기간동안 쌓은 과학기술 노하우에 KISTI의 방대한 최신과학기술정보를 접목시켜 고도 지식기반사회로의 도약에 효율적으로 대처할 수 있는 미래의 과학기술정보를 창출하기 위한 것이다. 또한, 미래창조과학부의 과학기술진흥기금 출연사업으로 고령화 사회의 도래 및 고경력·퇴직 과학기술자의 급증 등 과학기술인력시장의 환경변화에 효율적이고 능동적으로 대처하여 과학기술인의 사기진작을 위한 목적으로 시작하였다.

넷째, 과학창의앰배서더(한국과학창의재단)가 있다. 이것은 미래사회를 이끌어 갈 청소년을 대상으로 다양한 형태의 맞춤형 과학강연을 실시하여, 과하기술에 대한 이해와 인식을 개선함은 물론 과학기술인의 성공 모델을 제시하여 바람직한 직업관을 제시함으로써 청소년의 진로탐색 및 이공계 진출을 지원하고자 하는 목적을 가지고 있다.

다섯째, 퇴직전문가(Korea Senior Experts) 해외파견사업(정보통신산업진흥원)이 있다. 이것은 2009년부터 2013년까지 총 2만명의 World friends 해외봉사단원이 개발도상국에 파견되어 현지주민과 지식과 기술을 공유하고, 국제사회에 기여하는 성숙한 세계적인 국가로서 우리나라의 국가브랜드를 높이는데 기여하기 위한 것이다.

3) 대전지역의 은퇴과학기술인 활용프로그램 현황[5)]

대전의 은퇴과학기술인 활용 프로그램은 크게 두가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째, 과학교육 분야의 학교 과학교육 멘토링 프로그램이 있다. 이 사업은 청소년들에게 과학에 대한 꿈을 심어주고 이공계 진학을 촉진시키고자 하는 목적으로 추진되고 있다. 이 프로그램은 일반적으로 “교육행정협의회를 거쳐 학교과학교육멘토 협약 체결→ 대전시 교육청이 70개의 참여대상학교 선정(2013년)→ 고경력과학기술인으로 구성된 과학멘토들의 강의역량 향상을 위해 교육진행→ 고경력과학기술인(과학멘토)과 70개 학교가 자매결연”의 과정을 걸쳐 이루어진다.

둘째, 중소 벤처기업 기술지원 프로그램이 있는데, 이는 고경력과학기술인의 지식을 바탕으로 중소·벤처기업의 기술개발 어려움을 지원하기 위한 목적으로 추진하고 있다. 이 사업은 “대전광역시장과 대전테크노파크원장의 사업참여 협약 체결→ 심사위원회를 구성하여 지원대상기업 평가 실시→ 기업인과 기술닥터 및 전문위원 교류회”의 과정을 거쳐 추진되고 있다.

4) 은퇴과학기술인의 지식공유 프로그램 개발

공유경제의 관점에서 은퇴과학기술인의 활용방안은 크게 두가지로 나누어 제안할 수 있는데, 우선 현행 프로그램을 내실화하는 것이고 둘째는 은퇴과학기술인을 활용하기 위한 새로운 프로그램을 개발하는 것이다. 우선 현행 프로그램 중에 “과학자와 함께하는 과학교실”의 내실화를 위해서 강의내용 측면에서 딱딱한 과학적인

5) 여기서는 황혜란(2014)의 대전발전연구원 정책연구보고서의 내용을 인용하여 요약 정리하였음을 밝힙니다.

내용에서 탈피, 청소년들의 이해부족 현상을 해소하면서 관심을 유발시킬 수 있는 내용위주(동영상, 그림 등 삽입)로의 작성 및 보완이 필요하다. 둘째, “과학기술 대중강연” 은 현재 대중강연은 과학 대중화를 위한 공급중심적 강의에 머물고 있으나, 점차 과학기술인 리빙라이브러리 등 대중과의 상호교류 속에 과학기술인의 삶과 경력에 대해 교감하는 상호적 프로그램을 적극적으로 개발할 필요가 있다.

다음으로 은퇴과학기술인의 활용을 위한 프로그램을 신설할 필요성이 있다. 신설 프로그램으로 고려해 볼 수 있는 것은 ① 연구소 탐방 과학 교실, ② 신나는 과학 캠프, ③ 과학동아리 지원, ④ TEDx대전Science 또는 TEDxKoreaScience 개설, ⑤ 과학탐구대회, ⑥ 과학체험교실 운영, ⑦ 과학탐구대회 멘토 역할 및 과학교재(과학과 심화보충 학습지) 발간 지원, ⑧ 위레카 부활을 통한 은퇴과학자 활용, ⑨ 학부모를 위한 자녀 진로지도 멘토교실 운영 등등이다.[6)]

5) 은퇴과학기술인의 지식공유를 위한 플랫폼의 구축

공유경제의 관점에서 은퇴과학기술인의 지식공유를 활성화하기 위해서는 공급자와 수요자를 연결해 주는 플랫폼(공유경제의 공급자인 대여자와 수요자인 이용자가 서로 만나서 공유 물품이나 서비스를 거래할 수 있는 신뢰와 거래가 활성화되도록 만들어 주는 장)이 구축되어야 한다. 모든 공유경제 서비스는 제공자와 사용자의 신뢰를 기반으로 하고 있으며, 공유경제 기업은 신뢰를 담보하고 책임지는 역할을 수행한다.

따라서 은퇴과학기술인의 지식공유 활성화를 위해서 현재 운영 중인 “TEDx Daejeon(http://www.tedxdaejeon.com/)” 에 대한 재정적 지원을 통해 플랫폼 역할을 수행하도록 하는 것이 바람직하다.[7)]

---

6) 은퇴과학기술인을 활용하기 위한 현행 및 신설프로그램의 제안내용은 황혜란(2014: 31-48)의 연구보고서를 인용하였음을 밝힙니다.

7) TEDx Daejeon은 대한민국 지방최초로 개최되는 TEDx이벤트이며, 대전을 중심으로 충청권과 그 인근 지역사회를 포함하여, 새로운 것에 강한 호기심을 느끼는 사람들이라면 누구나 그 호기심을 함께 할 수 있도록 ‘지식공유 문화의 장’ 역할을 한다.

제6장 결론 : 연구의 요약 및 정책제언

제1절 연구의 요약
제2절 정책제언

제6장 결론 : 연구의 요약 및 정책제언

제1절 연구의 요약

본 연구는 많은 나라에서 확산되고 있는 공유경제에 대한 논의를 통해 대전시가 공유경제의 일환으로 추진하고 있는 '공유네트워크'의 활성화 방안을 모색하기 위한 목적을 가지고 있다. 이러한 연구의 목적을 달성하기 위하여 우선 공유경제에 대한 문헌고찰을 실시하는데, 여기서는 공유경제의 개념정의, 공유경제의 등장 배경, 공유경제의 적용사례, 서울시의 '공유도시 서울'에 대한 소개, 대전광역시의 '공유네트워크 사업'의 개요 소개, 그리고 대전광역시 사회적자본지원센터에서 조사한 FGI 조사결과 등을 소개했다. 둘째, 대전광역시에서 추진하고 있는 '공유네트워크 사업'의 추진실태를 분석하기 위하여 동 사업에 참여하고 있는 단체(모임)의 대표들을 대상으로 심층면접을 실시하여 시사점을 도출했다.

본 연구에서 다루어진 내용을 전체적으로 정리해 보면, 첫째로 제2장 공유경제에 관한 문헌고찰애서는 공유경제의 개념, 공유경제의 기원, 전통적 경제와의 비교, 사회적 자본과 공유경제, 공유경제의 특징 및 유형, 공유경제와 공유도시, 공유경제와 도시재생 등에 관한 이론적 배경에 대하여 논의했다. 그리고 공유경제의 특성에 따른 유형으로서 공간공유・물건공유・지식공유・교통공유 등을 소개하였고, 공유경제의 기능별 유형으로서 관광편의형・생활문화형・기술편의형・지역공동체형・신산업형 등에 대하여 소개하였다.

둘째로 제3장 공유경제의 적용사례에서는 공유경제와 우주(WOOZOO), 서울특별시의 공유도시 추진사례, 대전광역시 공유네트워크 추진사례 등에 대하여 보다 자세히 논의하였다.

셋째로 대전광역시 공유네트워크에 대한 대전광역시사회적자본지원센터의 FGI 결과를 소개하였으며, 본 연구를 위한 FGI를 실시하고 시사점을 도출하였다. 조사결과의 시사점은 우선, 지역사회 구성원들이 공유경제의 개념에 대한 이해가 있어

야 공유네트워크 사업이 활성화 될 수 있다는 것이다. 둘째, 공유문화 확산을 위해 지속적인 홍보가 있어야 한다는 것이다. 셋째, 공유경제가 성공적으로 정착되기 위해서는 이를 추진하고 있는 기관간의 협력체계가 구축되어야 한다는 것이다.

넷째로 제5장 대전광역시 공유네트워크 활성화 방안에서는 대전시의 정책적 지원을 강화하여야 한다는 것, 중간지원기관의 역할을 강화하여야 한다는 것, 대전형 공유경제 모형을 개발하여야 한다는 것 등의 방안을 제시하였다.

제2절 정책제언

연구결과를 바탕으로 대전지역 공유네트워크를 활성화하기 위한 정책방안을 제시해 보면 다음과 같다. 첫째, 대전시의 정책적 지원을 강화하여야 한다는 것이다. 이를 위하여 [대전광역시 공유활성화 지원 조례]의 정비를 통해 사업의 내실화를 도모해야 한다. 현행 조례에 있어서 "① 동 조례의 집행력과 실행력을 증진시키기 위한 [대전광역시 공유활성화 지원 조례 시행규칙]을 제정하고, ② 공유네트워크 사업에 시민을 적극적으로 참여시켜야 한다는 차원에서 시민참여를 촉진하는 내용의 규정을 마련해 하고, ③ 공유경제 및 공유네트워크 사업의 성공적인 추진을 위해서 차치구와의 협력체계를 구축하고 기타 대전시의 산하기관과의 협력을 촉진할 수 있는 내용이 포함되어야하고, ④ 공유네트워크의 지속가능성을 위하여 가칭 '공유네트워크 기본계획' 을 수립" 등의 내용이 보완되어야 한다. 그리고 '공유경제(네트워크)' 를 공공시책으로 추진할 경우, 우선적으로 공무원들이 공유경제의 개념에 대해 선행적으로 이해하고 있어야 할 것이다. 대전광역시의 교육훈련기관인 대전인재개발원의 교육훈련과정에 '공유경제' 에 대한 교육프로그램를 개설하여 운영하는 것이 바람직하며, 공유경제에 대해 쉽게 이해할 수 있도록 DVD를 제작하여 수시로 상영하거나, 간단한 가이드북을 제작하여 공무원 및 일반 시민들에게 배포할 필요가 있다는 것이다.

둘째, 중간지원기관의 역할을 강화하여야 한다는 것이다. 강화하여야 할 중간지

원기관의 역할은 “① 공유경제 및 공유네트워크의 문화 확산을 위한 홈페이지를 통한 온라인 홍보수단을 강화하고, ② 공유경제 플랫폼(공유경제의 공급자인 대여자와 수요자인 이용자가 서로 만나서 공유 물품이나 서비스를 거래할 수 있는 신뢰와 거래가 활성화되도록 만들어 주는 장)을 구축하고, ③ 공유단체 네트워킹의 허브 구축” 등이다.

셋째, 공유경제의 사례를 도시재생 컨텐츠로 활용하자는 것이다. 공유경제는 도시재생의 부족한 컨텐츠를 보완하고 나아가 주민들에게 실질적인 수익을 만들어 낼 수 있다는 점에서도 도시재생의 주요 소프트 전략이라고 할 수 있다. 공유경제를 대전의 도시재생에 접목시키기 위해서는 우선, 현재 운영 중인 “대전광역시 도시재생지원센터”를 공유형 도시재생프로그램의 플랫폼 역할을 할 수 있도록 역량을 강화하여야 한다.

넷째, 공공기관의 공간공유를 활성화하여야 한다는 것이다. 공유경제의 개념에 대한 이해와 공유문화의 확산을 위하여 대전지역에 소재하고 있는 공공기관의 유휴 공간 개방을 지속적으로 확대하여야 할 것이다. 따라서 대전광역시 산하의 공공기관뿐만 아니라 중앙정부의 공공기관, 그리고 대전교육청 소속 공공시설들의 공간 개방을 위한 협의체를 구성할 것이 요구되고 있다. 예컨대, 대전광역시 및 대전광역시 산하기관, 정부대전청사, 정부 공공기관인 철도공사 및 수자원공사 등과의 협약(MOU)의 체결을 통해 공간공유 활성화를 도모할 필요가 있다.

다섯째, 은퇴과학기술인의 지식공유를 활성화시켜야 한다는 것이다. 이를 위해서는 은퇴과학기술인의 지식공유 프로그램을 개발하여야 하는데, 우선 현행 프로그램(과학자와 함께하는 과학교실, 과학기술 대중강연)의 내실화에 주력해야 한다는 것이다. 다음으로 은퇴과학기술인의 활용을 위한 프로그램을 신설할 필요성이 있는데, 고여할 수 있는 사업은 ① 연구소 탐방 과학 교실, ② 신나는 과학캠프, ③ 과학동아리 지원, ④ TEDx대전Science 또는 TEDxKoreaScience 개설, ⑤ 과학탐구대회, ⑥ 과학체험교실 운영, ⑦ 과학탐구대회 멘토 역할 및 과학교재(과학과 심화보충 학습지) 발간 지원, ⑧ 위레카 부활을 통한 은퇴과학자 활용, ⑨ 학부모를 위한 자녀 진로지도 멘토교실 운영 등등이다.

여섯째, 은퇴과학기술인의 지식공유를 위한 플랫폼을 구축해야 한다는 것이다. 공유경제의 관점에서 은퇴과학기술인의 지식공유를 활성화하기 위해서는 공급자와 수요자를 연결해 주는 플랫폼으로는 현재 운영 중인 "TEDx Daejeon (http://www.tedxdaejeon.com/)"에 대한 재정적 지원을 통해 플랫폼 역할을 수행하도록 하는 것이 바람직하다.

참고문헌

참 고 문 헌

강태균.(2012). 사회혁신과 공유도시, 도시문제, 47권 527호, 대한지방행정공제회. 36-40.

김상훈.(2012). The big small, 빅 스몰, 자음과 모음.

김점산.(2014). 이슈&진단, No. 134, 한국교통연구원.

대전광역시사회적자본지원센터.(2015). 공유네트워크 구축 및 확산을 위한 FGI 조사 결과보고서.

대전광역시인재개발원.(2015). 2015년도 교육훈련계획.

레이철 보츠먼・루 로저스.(2011). 위 제너레이션, 이은진 역, 도서출판 푸른숲.

로나 골드.(2012). 공유경제. 안명옥・하윤희 역, 조윤커뮤니케이션.

로렌스 레식.(2009). 코드 2.0, 김정오 역, 나남.

_____.(2012). 아이디어의 미래, 이원기 역, 민음사.

로버트 액설로드.(2009). 협력의 진화, 이경식 역, 민음사.

리처드 세넷.(2013). 투게더, 김병화 역, 현암사.

린 C. 랭카스터・데이비드 스틸먼.(2010). 밀레니엄 제너레이션, 양유식 역, 도서출판 더숲.

마이클 헬러.(2009). 소유의 역습 그리드락 The Gridlock Economy, 윤미나 역, 웅진씽크빅.

마조리 켈리.(2013). 그들은 왜 회사의 주인이 되었나, 제현주 역, 북돋움.

김형균・오재환.(2013). 도시재생소프트 전략으로서 공유경제 적용방안, 부산발전연구원.

박민우.(2014). “우버(Uber) 논란을 통해 본” 공유경제 플랫폼에 대한 고찰, [Issue&Trend], 디지에코 보고서.

비앤비히어로.(2013). ‘서울, 공유경제를 만나다’ 연속세미나 발표자료.

서울연구원.(2015). 공유야놀자!: 공유도시와 서울의 미래.

서울특별시.(2013). 서울시, “공유경제 본격화” 공유단체 및 기업 27개소 지정. 보도자료.

송두범.(2011). 충남사회적경제 중간지원조직의 역할과 과제, 열린충남, 통권56호, 31-39.

양용희.(2013). 한국의 지역재단과 중간지원기관의 역할, NGO연구, 제8권 제1호, 65-82.

쏘카.(2013). ‘서울, 공유경제를 만나다’ 연속세미나 발표자료.

앨리너 오스트롬.(2010). 공유의 비극을 넘어, 윤홍근 역, 랜덤하우스코리아.

위즈돔.(2013). ‘서울, 공유경제를 만나다’ 연속세미나 발표자료.

이반 일리히.(2004). 성장을 멈춰라: 공생의 도구, 이한 역, 미토.

임원기.(2012). 제2의 벤처붐 10년 전과 무엇이 다른가, KT 경제경영연구소.

장영화.(2013). 부산의 공유경제생태계, 어떻게 만들어 갈 것인가?, BDI 공유경제 2차 워크숍 발표자료.

정지훈.(2012). 무엇이 세상을 바꿀 것인가, 주식회사 교보문고.

제이 윌재스퍼.(2013). 우리가 공유하는 모든 것, 박현주 역, 우리교육 검둥소.

제프 자비스.(2013). 공개하고 공유하라, 위선주 역, 청림출판.

조영복.(2012). 사회적 투자 매뉴얼, 시그마프레스.

찰스 리드비터.(2009). 집단지성이란 무엇인가, 이순희 역, 21세기 북스.

최길수.(2014). 지방정부 마을공동체 육성 방안에 관한 연구, 대전발전연구원.

크라우드산업연구소・위즈돔.(2013). 새로운 대한민국을 꿈꾸는 기업들을 통해 살펴본 공유경제, 서울시.

크리스 앤더슨.(2009). FREE ; 프리- 비트 경제와 공짜 가격이 만드는 혁명적 미래, 정준희 역, 랜덤하우스코리아.

크리스 앤더슨.(2013). 메이커스. 윤태경 역, 알에이치코리아.

피터 로벤하임.(2012). 나의 도움이 오는 곳, 한세정 역, 21세기북스.

한양대학교 산학협력단.(2012). 시민활동 촉진을 위한 시민사회 지원방안 연구.

황혜란.(2014).은퇴과학기술인 활용방안: 교육프로그램을 중심으로, 대전발전연구원.

Botsman, R. (2013). “The Futhre of Collaborative Consumption : Dancing with Disruption”, 스마트크라우드쇼 2013- 국제컨퍼런스 기조강연(2013.8.1.).

Botsman, R. and Rogers, R. (2010). What’s mine is your, Harpercollins books

Chris Guillebeau, 2012, The $100 startup. Macmillan.

Latetude.(2010). The New Sharing Economy(LATD.com).

Lawrence Lessig.(2008). Remix : making art and commerce thrive in the hybrid economy, Penguin Books.

Lisa Gansky.(2010). The mesh : why the future of business is sharing, Penguin Group.

Paxton, P. (1999). Is Social Capital Declining in the United States? A Multiple Indicator Assessment, American Journal of Sociology, 105(1): 88-127.

Putnam, R. D. (1993). Making Democracy Work : Civic Traditions in Modern Italy, Princeton : Princeton University Press.

_____.(2000). Bowling Alone: the Collapse and Revival of American Community, Simon and Schuster.

Putnam, R. D. and Veteritti. J. P. (2001). Making Good Citiens: Education and Civil Society, Tale University Press.

Jaime Contreras (2011). MIT Sloan grad on the “sharing economy”, the next big trend in social commerce, MIT Sloan Expert(2011.12.15.).

부 록

<부록 1> FGI 설문지
<부록 2> 대전광역시 도시재생 활성화 및 지원에 관한 조례
<부록 3> 대전광역시 공유활성화 지원 조례

<부록 1> FGI 설문지

공유네트워크 활성화를 위한 설문조사

대전시의 공유네트워크 활성화를 위한 연구과제를 수행하기 위하여 "공유네트워크 공모 사업"에 참여하시는 여러 선생님들의 고견을 듣고자 합니다.
※ 본 조사결과는 연구자료로만 활용하며, 조사에 참여하시는 분께는 10만원의 자문비를 지급합니다.

성 명	단체(모임)명	입금계좌은행 / 계좌번호

문 1. 공유네트워크 사업을 수행하는데 있어서 어떤 어려움이 있는지 말씀해 주세요.

문 2. 공유문화의 확산을 위해서 시급히 해야 할 일은 무엇인지 말씀해 주세요.

문 3. 공유네트워크의 활성화를 위한 홍보는 어떻게 하는 것이 좋은지 말씀해 주세요.

문 4. 공공기관이 보유한 시설들 중 적극적으로 개방 및 활용해야 할 것은 무엇이라고 생각하는지 말씀해 주세요.

문 5. 공유네트워크의 활성화를 위하여 대전시의 지원이 필요한 부분은 무엇이라고 생각하시는지 말씀해 주세요.

문 6. 공유네트워크의 활성화를 위하여 중간지원조직(사회적자본지원센터)에서는 어떤 일을 주로 해야 하는지 말씀해 주세요.

문 7. 공유네트워크 사업을 활용하여 도시재생사업을 할 경우 어떤 것들이 있는지 말씀해 주세요.

문 8. '마을만들기사업' 의 시행과 비교하여 '공유네트워크사업' 이 가지는 특징이 있으면 말씀해 주세요.

문9. 기타공유네트워크의 활성화를 위한 아이디어가 있으시면 자유스럽게 말씀해 주세요.

끝까지 응답해 주셔서 감사합니다.

〈부록 2〉 대전광역시 도시재생 활성화 및 지원에 관한 조례

(제정) 2015-04-17 조례 제 4445호

제1조(목적) 이 조례는「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」에서 위임된 사항과 그 시행에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조(공동이용시설) 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법 시행령」제3조제5호에서 "조례로 정하는 시설"이란 다음 각 호의 시설을 말한다.

1. 폐쇄회로 텔레비전(CCTV) 감시카메라 등 시민의 안전을 위하여 필요한 시설
2. 쓰레기수거 및 처리시설, 재활용품 수거시설 등 마을 환경개선을 위하여 필요한 시설
3. 그 밖에 시민의 문화·여가를 위하여 필요한 시설

제3조(협의체) ① 시민은 도시재생을 위한 계획수립 및 사업시행 과정에 참여하고 적극적으로 의견을 제시하기 위하여 5명 이상으로 구성된 협의체를 설립할 수 있다.

② 대전광역시장(이하 "시장"이라 한다)은 도시재생사업을 시행하는 과정에 협의체가 적극적으로 참여할 수 있도록 예산 범위에서 협의체 활동을 지원할 수 있다.

③ 제2항의 협의체의 지원에 필요한 사항은 「대전광역시 지방보조금 관리 조례」에 따른다.

제4조(도시재생위원회)「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」(이하 "법"이라 한다) 제8조제2항에 따라 「대전광역시 도시계획조례」에서 정한 대전광역시 도시계획위원회가 도시재생위원회의 기능을 수행한다.

제5조(도시재생지원센터의 설치 및 운영) ① 시장은 법 제11조제1항에 따라 도시재생지원센터를 설치할 수 있다.

② 시장은 도시재생지원센터의 효율적 운영을 위하여 도시재생 관련 기관이나 법인 또는 단체에 위탁할 수 있다.

③ 시장은 도시재생지원센터의 업무를 위탁한 경우에는 관련 공무원을 파견하여

업무를 지원할 수 있다.

④ 도시재생지원센터의 조직 및 운영에 관한 사항은 시장이 따로 정한다.

제6조(도시재생지원센터의 업무) 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법 시행령」 제15조제2호에 따라 "조례로 정하는 업무"는 다음 각 호와 같다.

1. 도시재생활성화지역 지정에 대한 주민제안의 사전검토

2. 협의체 지원 및 공유 활성화 지원사업

3. 마을기업지원센터, 자활센터, 문화재단, 복지재단 등 지역공동체와 지역 균형발전 차원의 사업을 지원하는 조직과의 연계 및 소통

4. 도시재생사업 지원·홍보 및 해당 도시재생지원사업을 위한 추진기구의 설립 지원

5. 지역역량 강화를 위한 교육사업

6. 마을자원 조사·발굴 및 개발지원 등 마을만들기 사업

7. 그 밖에 도시재생사업 지원에 필요한 사업

제7조(사업추진협의회) ① 시장은 도시재생사업의 원활한 시행을 위하여 도시재생사업의 시행자, 관련 이해관계자 및 행정기관 등으로 사업추진협의회를 구성·운영할 수 있다.

② 사업추진협의회는 다음 각 호의 사항을 협의한다.

1. 도시재생사업과 관련된 이해당사자의 의견 수렴에 관한 사항

2. 도시재생사업 추진에 필요한 이해 및 협조에 관한 사항

3. 도시재생사업과 관련된 이견과 갈등 조정에 관한 사항

4. 그 밖에 도시재생사업 추진에 필요한 사항

③ 사업추진협의의 구성·운영에 관한 세부 사항은 해당 도시재생사업의 특성 등을 고려하여 시장이 정한다.

제8조(도시재생사업 지원) ① 시장은 매년 도시재생사업의 지원 대상 및 지원 금액 등을 포함한 도시재생사업 지원 계획을 수립하여야 한다.

② 시장은 도시재생사업에 대한 지원을 결정하는 때에는 사업의 필요성과 타당성 등을 검토하여 지원 여부와 지원 금액 등을 결정하여야 한다.

제9조(지원 금액의 환수) 시장이 도시재생사업의 시행자에 대하여 비용을 지원한 경우 그 비용의 교부·취소·반환 등에 관한 사항은 「대전광역시 지방보조금 관리 조례」에 따른다.

제10조(도시재생특별회계의 설치·운용) 시장은 법 제28조에 따라 대전광역시 도시재생특별회계를 설치·운용할 수 있다.

제11조(도시재생특별회계의 세출) 법 제28조제3항제12호에 따라 "조례로 정하는 사항"은 다음 각 호와 같다.

1. 시민역량 강화에 필요한 비용

2. 도시재생기반시설의 설치·정비·운영 등에 필요한 비용

제12조(도시재생특별회계의 관리·운용) 대전광역시 도시재생특별회계의 관리·운용에 관하여 이 조례에서 규정하지 않은 사항은 일반회계의 예에 따른다.

제13조(건축규제의 완화 등에 관한 특례) ① 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법 시행령」 제39조제1항에 따른 건폐율을 「**국토의계획및이용에관한법률** 시행령」제84조에서 규정한 범위까지 완화하여 도시재생활성화계획을 수립할 수 있다.

② 법 제32조제2항에 따라 도시재생활성화지역에서의 주차장 설치기준은 「**주차장법** 시행령」제7조제2항 각 호의 위치에 공용주차장이 설치되어 있는 경우에는 도시재생활성화계획으로 완화할 수 있다.

부칙 <조례 제4445호, 2015.4.17.>

제1조(시행일) 이 조례는 공포한 날부터 시행한다.

제2조(다른 조례의 개정) 대전광역시 사회적자본 확충조례 일부를 다음과 같이 개정한다. 제13조제1항에 단서를 다음과 같이 신설한다.

다만, 지원센터는 이와 기능이 유사한 센터나 기구 등과 통합하여 운영할 수 있다.

<부록 3> 대전광역시 공유활성화 지원 조례

(제정) 2015-02-17 조례 제 4421호

제1조(목적) 이 조례는 공유활성화를 통하여 자원의 활용을 극대화하고 공동체문화를 조성하여 지역경제를 활성화하는데 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “공유”란 공간, 물건, 정보, 재능, 경험 등을 함께 나누어 사용함으로써 자원의 사회적 · 경제적 · 환경적 가치를 창출하는 활동을 말한다.
2. “공유단체”란 공유를 통해 경제, 복지, 문화, 환경, 교통 등 사회문제 해결에 기여하고자 하는 비영리민간단체 및 법인으로서 제6조에 따라 지정된 단체 및 법인을 말한다.
3. “공유기업”이란 공유를 통해 경제, 복지, 문화, 환경, 교통 등 사회문제 해결에 기여하고자 하는 기업으로서 제6조에 따라 지정된 기업을 말한다.

제3조(시장의 책무) ① 대전광역시장(이하 “시장”이라 한다)은 대전광역시 및 출자 · 출연기관의 공공자원이 공유되도록 노력하여야 한다.

② 시장은 시민과 기업의 민간자원 공유가 촉진될 수 있도록 필요한 지원을 하여야 한다.

③ 시장은 자치구의 공유활성화 정책을 지원하고 자치구와 적극 협력하여 공유활성화 정책을 추진하여야 한다.

제4조(공유활성화 정책) 시장은 공유의 활성화를 위하여 다음 각 호의 정책을 적극 추진하여야 한다.

1. 공유사업의 발굴 및 실천지원
2. 공유단체, 공유기업 육성 · 지원
3. 공유활성화를 위한 인식 확산과 워크숍 및 세미나 개최
4. 그 밖에 공유활성화를 위하여 필요하다고 인정되는 사항

제5조(다른 법령 및 조례와의 관계) 공유 활성화에 관하여 다른 법령 또는 조례에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 조례가 정하는 바에 따른다.

제6조(공유단체 및 공유기업 지정) ① 시장은 「비영리민간단체지원법」에 따른 비영리민간단체, 「민법」에 따른 비영리법인, 「중소기업기본법」에 따른 중소기업, 「사회적기업 육성법」

에 따른 사회적기업 및 「대전광역시 사회적기업 육성 및 지원 조례」에 따른 예비사회적기업, 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」에 따른 마을기업, 「협동조합 기본법」 또는 「소비자생활협동조합법」에 따른 협동조합 중에서 공유를 통해 사회문제를 해결하고자 하는 단체, 법인, 기업을 제8조에 따른 대전광역시 공유활성화위원회의 심의를 거쳐 공유단체 또는 공유기업으로 지정할 수 있다

② 제1항의 사회문제의 범위, 공유단체와 공유기업의 지정요건, 지정취소 등에 관한 구체적인 사항은 규칙으로 정한다.

제7조(사업비 등 지원) ① 시장은 제6조에 따라 지정된 공유단체 및 공유기업에 대하여 예산의 범위에서 사업비를 지원할 수 있고 제도개선 등 행정적 지원을 할 수 있다

② 시장은 제6조에 따라 지정된 공유단체 및 공유기업 외에 공유활동에 적극적으로 참여하는 기관 및 단체 등에 대하여 필요한 지원을 할 수 있다.

③ 제1항 및 제2항에 따른 지원에 관하여는 「대전광역시 지방보조금 관리 조례」를 따른다.

제8조(공유활성화위원회의 설치) 시장은 공유활성화를 위한 다음 각 호의 사항을 심의 또는 자문하기 위하여 대전광역시 공유활성화위원회(이하 “위원회”라 한다)를 둔다.

1. 공유단체 또는 공유기업 지정 및 취소에 관한 사항
2. 공유활성화 정책 수립에 관한 사항
3. 그 밖에 공유활성화를 위하여 시장이 필요하다고 인정하는 사항

제9조(구성) ① 위원회는 위원장과 부위원장 각 1명을 포함한 10명 이내의 위원으로 구성한다.

② 위원회의 당연직 위원은 도시재생본부장이 되며 위촉위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람 중에서 시장이 위촉한다.

1. 대전광역시의회에서 추천하는 사람
2. 공유에 대한 경험과 지식을 갖춘 전문가 또는 활동가

③ 위원장은 위촉위원 중에서 호선하며, 부위원장은 당연직 위원으로 한다.

④ 위원회의 사무를 처리하기 위하여 간사 1명을 두며, 간사는 도시재생정책과장으로 한다.

제10조(임기) 위촉위원의 임기는 2년으로 하며, 한 차례만 연임할 수 있다. 다만, 위촉위원의 사임 또는 해촉 등으로 새로 위촉된 위원의 임기는 전임자의 남은 기간으로 한다.

제11조(위원장) ① 위원장은 위원회를 대표하며 그 사무를 총괄한다.

② 위원장이 부득이한 사유로 직무를 수행할 수 없는 경우에는 부위원장이 직무를 대행하고, 위원

장 및 부위원장이 모두 부득이한 사유로 직무를 수행할 수 없는 경우에는 위원장이 미리 지명한 위원이 직무를 대행한다.

제12조(회의) ① 위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에 소집된다.

1. 시장의 소집요구가 있는 경우
2. 재적위원 3분의 1 이상의 소집요구가 있는 경우
3. 그 밖에 위원장이 필요하다고 인정하는 경우

② 위원회의 회의는 재적위원 과반수의 출석으로 개의하고, 출석위원 과반수의 찬성으로 의결한다.

제13조(위원의 제척 · 기피 · 회피 등) ① 위원은 심의의 공정을 기하기 위해 자기와 직접 이해관계가 있는 안건의 심의에는 참여할 수 없다.

② 위원은 본인 또는 관계인의 요청에 의해 위원회의 의결을 거쳐 심의에서 제외될 수 있다.

③ 위원이 제1항에 해당함에도 불구하고 심의에 참석하였을 경우에는 위원회의 의결을 거쳐 해촉될 수 있다.

제14조(운영세칙) 그 밖에 위원회 운영에 필요한 사항은 위원회의 의결을 거쳐 위원장이 정한다.

제15조(수당 등) 위원회의 회의에 출석한 위촉위원에게는 「대전광역시 각종 위원회 실비변상조례」에서 정하는 바에 따라 수당과 여비를 지급할 수 있다.

부칙 <조례 제4421호, 2015.2.17.>

이 조례는 공포한 날부터 시행한다.

정책연구보고서 2015-16

대전시 공유네트워크 활성화 방안

발 행 인 유 재 일
발 행 일 2015년 8월
발 행 처 대전발전연구원
34863 대전광역시 중구 중앙로 85(선화동 287-2)
전화 / 530-3517, 팩스 / 530-3528
홈페이지 / http://www.djdi.re.kr

인 쇄 : 제일문화사 TEL 042-672-5193 FAX 042-672-5194

이 보고서의 내용은 연구책임자의 견해로서 대전광역시의 정책적 입장과는 다를 수 있습니다.
출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단 전재나 복제는 금합니다.

대전발전연구원
DAEJEON DEVELOPMENT INSTITUTE
301-826 대전광역시 중구 중앙로 85 (선화동 287-2)
TEL. 042-530-3500 FAX. 042-530-3508
www.djdi.re.kr

DJDI