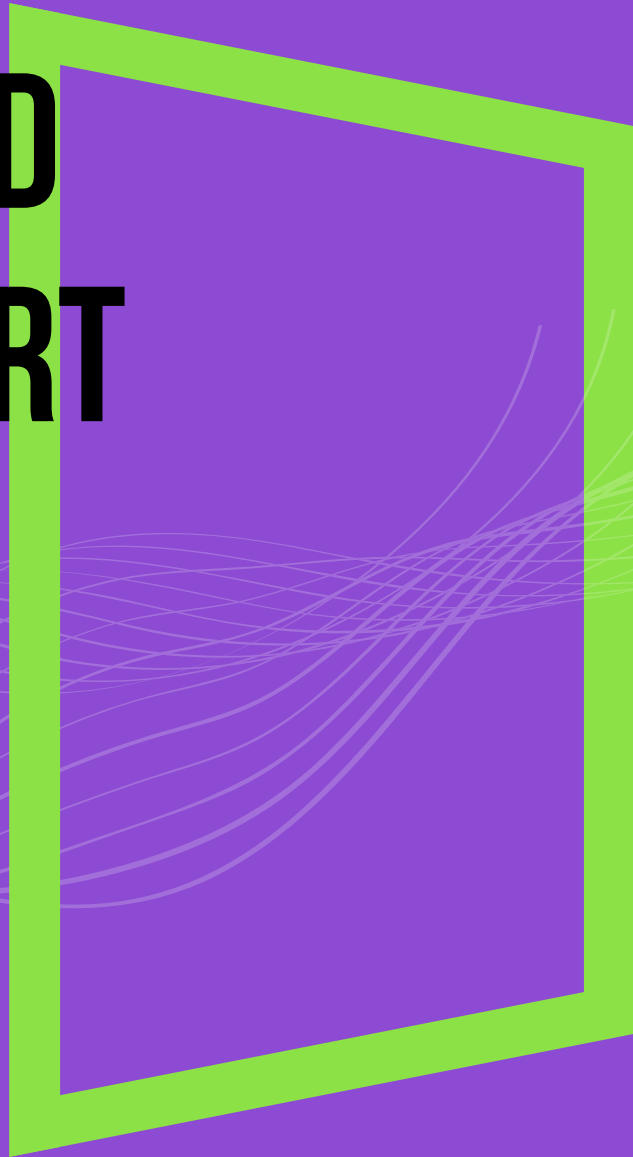


COWORKING SPACE TREND REPORT

2018. 06.



코워킹스페이스 트렌드 리포트

: 국내 스타트업 생태계에서
코워킹스페이스 확산이 가지는 의미



**STARTUP
ALLIANCE**
by **NAVER**

Contents

들어가며	04
코워킹스페이스 트렌드 가속화	06
해외 코워킹스페이스 사례	13
국내 코워킹스페이스 사례	22
코워킹스페이스가 스타트업 생태계에 미치는 영향	34
코워킹스페이스에 대한 다른 시각들	39
앞으로의 전망	42
맺으며	44
부록	45

Prologue

들어가며

스타트업얼라이언스는 대한민국 스타트업 생태계를 활성화하고 국내 스타트업의 성장 및 해외 진출을 돕기 위해 2014년 개소한 비영리기관이다.

이에 국내 스타트업의 성장 상황 및 스타트업 생태계에 대한 내외부의 인식 변화를 알리고자 매년 스타트업 트렌드 리포트를 발간해 왔으며, 시의성 있는 이슈를 주제로 컨퍼런스 및 각종 세미나를 꾸준히 개최해왔다. 이어 리포트 발간을 통해 국내 스타트업 생태계를 둘러싼 트렌드를 소개하고자 한다.

그 첫 번째로 위워크(WeWork), 국내에서는 패스트파이브(FASTFIVE)로 상징되는 '코워킹' 스페이스가 테헤란로를 중심으로 성업하는 트렌드와 이 트렌드가 한국 스타트업 생태계에 시사하는 바를 다루고자 한다.

2015년 1월 스타트업얼라이언스는 처음 코워킹스페이스 트렌드에 관심을 가지고 코워킹스페이스 맵을 1차 제작했다. 조사 결과, 당시 서울특별시 내 코워킹스페이스는 2곳에 불과했지만, 2018년 5월 기준 51곳으로 증가했다.

특히 이들 코워킹스페이스가 밀집한 곳이 국내 스타트업과 벤처캐피털이 밀집한 서울특별시 강남구 테헤란로 일대라는 점에서, 코워킹스페이스의 증가와 스타트업 생태계의 팽창이 상호 영향을 주고 있다는 사실을 확인할 수 있었다.

본 리포트에서는 코워킹스페이스가 급격히 증가한 트렌드, 해외 코워킹 스페이스 현황을 살펴보고 국내에서 성업 중인 위워크와 패스트파이브 대표와의 인터뷰를 통해 양사가 국내 시장에서 취하는 전략을 짚는다. 또한 스타트업 실무자들이 코워킹스페이스 사용에 대해 응답한 설문조사 결과를 바탕으로 실제 스타트업 구성원들에게 코워킹스페이스가 갖는 의미를 조망해 본다.





코워킹스페이스 트렌드 가속화

06 ~ 12

- 1. 코워킹스페이스의 정의 및 구분
- 2. 스타트업 생태계와 코워킹스페이스 확산
- 3. 임대형 소형 사무실 변천사
- 4. 코워킹스페이스 확산 배경

08

09

10

11

코워킹스페이스 트렌드 가속화

*기업가치 10억 달러 이상의 비상장기업

1. 코워킹스페이스의 정의 및 구분

2010년, 위워크는 미국 뉴욕에서 큰 공간을 임대해 사무공간으로 분할 임대하는 모델로 시작했다. 이후 설립 7년 만에 기업 가치 200억 달러(한화 약 22조 4,400억 원)의 유니콘 기업*으로 성장했다.

위워크로 인해 알려진 이 사업 모델은 통칭 '코워킹스페이스(Coworking Space)' 혹은 공유오피스(Shared Office)로 불려 왔다. 이미 1990년대부터 대형 사무 공간을 분할 임대하며 일부 편의 서비스를 제공하는 서비스드 오피스, 비즈니스 센터로 시작된 유사 모델이 있었지만 서비스 제공과 공간 임대 초점을 맞췄던 모델과는 '코워킹' 기능과 공간 이용자 간의 '커뮤니티'를 강조한다는 점에서 차별화한다.

본격적으로 들어가기에 앞서, 용어는 코워킹스페이스로 통일하고자 한다. 또한 큰 의미에서 대형 사무 공간을 분할해 임대한다는 측면에서는 코워킹스페이스에 속하지만, 성격이 다른 사무 공간 분할 임대 서비스를 구분하기 위해 다음과 같은 기준을 세우고자 한다. 추후 2절부터 등장하는 '코워킹스페이스'의 개념은 본 기준에 따른다.

	코워킹스페이스, 공유오피스	서비스드 오피스, 비즈니스센터
커뮤니티 제공 및 네트워킹 문화	O	X
각종 라운지 서비스 무료 사용	O	X (일부 무료이며 추가 요금 필요한 경우도 있음)
핫 데스크(비지정 좌석)	O	X
공간 독립성	적음	많음
선호도 높은 고객 연령대	20~30대	중장년층 (퇴직 이후 개인 사업 시작 등)

분류 자료 : 사무실 임대차 전문 서비스 알스퀘어

2. 스타트업 생태계와 코워킹스페이스 확산

2015년 4월, 서울특별시 서초구 남부터미널 인근에 코워킹스페이스 파스트파이브(대표 박지웅, 김대일) 1호점이 열렸다. 이듬해인 2016년 8월, 서울특별시 서초구 강남역 인근에 위워크 1호점이 문을 열었다.

위 두 개 사는 서울 전역의 주요 랜드마크를 잠식하기 시작했다.* 무엇보다 이들의 약진이 두드러진 지역은 서울특별시 강남구 테헤란로 일대다. 테헤란로는 '서울특별시 서초구 강남역 사거리부터 '서울특별시 강남구 삼성동 삼성교' 까지를 의미한다. 2018년 5월 기준 테헤란로에 위치한 코워킹스페이스는 12개로, 이중 위워크가 2개, 파스트파이브가 4개다. 테헤란로를 살짝 비껴간 강남 및 서초권역**까지 합하면 29개다.***

*파스트파이브는 강남, 특히 테헤란로를 중심으로 확장 및 랜드마크 점유를 진행하고 있고, 위워크는 좀 더 광범위하게 서울 주요 지역의 상징적 건물들을 잠식하고 있다.

**삼성동, 서초동, 대치동 등

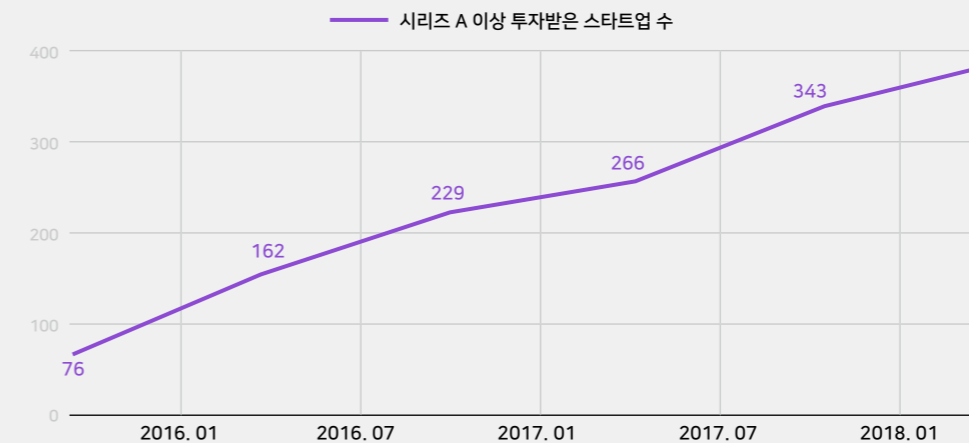
***도로명주소 기준으로 '테헤란로'와 인근 지역을 구분함. 자세한 구분은 부록 표를 참조.

2016년 11월, 한국스타트업생태계포럼이 발표한 스타트업 생태계 백서에 따르면 전체 스타트업 중 39%, 벤처캐피탈의 81%가 서울특별시 강남구에 소재한다. 특히 테헤란로를 중심으로 연간 3,000회 이상의 스타트업 이벤트가 개최되며, 코워킹스페이스 등의 협업 공간 방문자는 해당 보고서 발간 시점 기준 누적 10만 명을 넘었다.

서울특별시 강남구 테헤란로가 명실상부 한국 스타트업의 메카이며, 동시에 테헤란로에 밀집한 코워킹스페이스가 생태계 문화 조성에 기여하고 있는 셈이다.

< 표 1 >

2015년 10월부터 현재까지 스타트업 생태계 증가 현황



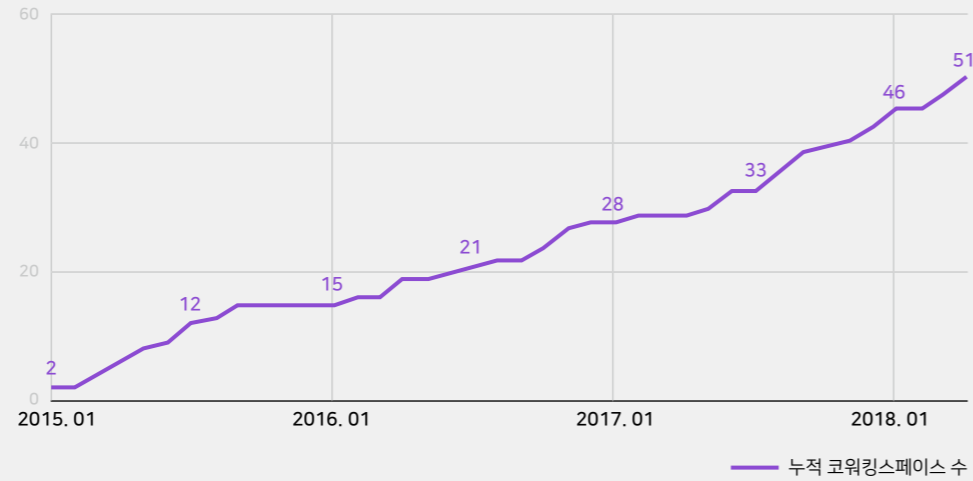
출처 : 스타트업얼라이언스, '한국 스타트업 지도', 2015~현재의 재구성

<표 1>에서 확인할 수 있듯 스타트업 생태계는 최근 4년 간 비약적으로 발전해왔다. 스타트업얼라이언스가 2015년 10월부터 발표한 한국 스타트업 지도에 따르면, 벤처캐피탈로부터 시리즈A (한화 10억 원 이상) 투자받은 스타트업은 2015년 10월 76개 사에서 2018년 6월 387개 사로 증가했다.

그 기간 동안 코워킹스페이스의 증가 현황은 다음과 같다.

< 표 2 >

2015~2018 서울시내 코워킹스페이스 증가 현황



3. 임대형 소형 사무실 변천사

코워킹스페이스의 역사를 살펴보면 크게 두 가지 흐름을 확인할 수 있다.

첫 번째는 일반적인 사무 공간에서 탈피한 개인 사무실, 주거 공간의 사무실화가 시작된 배경이다. 이는 1990년대로 거슬러 올라간다. 1990년대 후반 인터넷과 개인 컴퓨터가 공급되면서 텔레워크(telework: 정보통신 기술을 활용해 장소에 구애받지 않고 일하는 형태)를 도입하거나 소호 사무실(Small Office Home Office)에서 창업하는 사람들이 나타났다.

두 번째는 90년대, 국내와 해외 공통적으로 위와 같은 수요가 발생하며 갖춰진 사무 공간을 분할해 임대하기 시작한 것이다.¹⁾ 앞서 1절에서 그 개념을 분리한 서비스드 오피스, 비즈니스 센터가 탄생하기 시작했다. 1989년 시작한 리저스(Regus)가 알려진 것 중 가장 오래됐다. 국내에는 1984년부터 시작해 1990년대 성행한 광화문 이마빌딩 비즈니스 센터²⁾, 강남 무역센터 유니코, 여의도 IBK 등이 있었다.

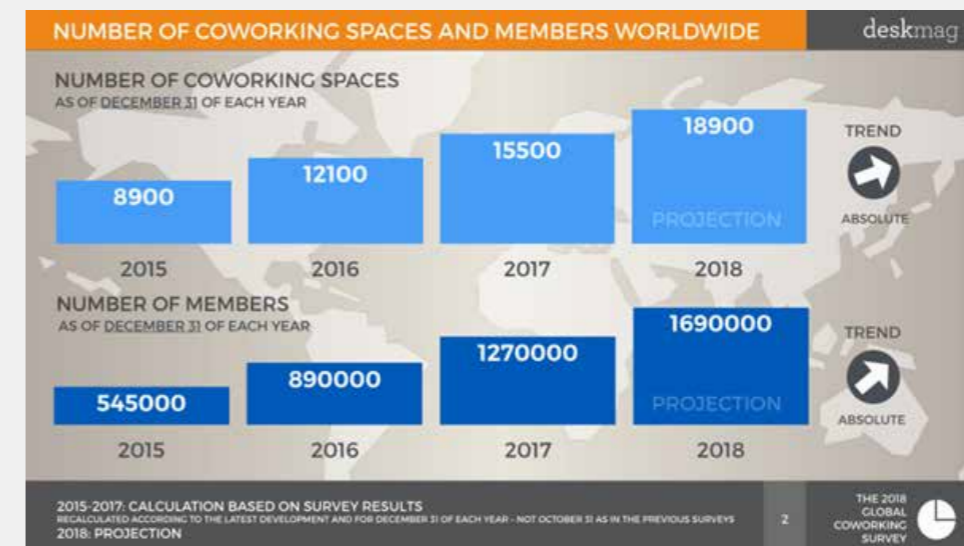
‘코워킹’이라는 단어를 정의하지는 않았지만, 지금의 코워킹스페이스와 유사한 의미로써 함께 일하고 정보를 나누는 공간이라는 의미를 부여한 공간으로는 1994년 베를린에서 시작한 해커스페이스 씨베이스 스테이션(C-Base Station)이 있었다. 씨베이스는 해커들의 지식과 기술 향상을 위한 비영리단체로, 씨베이스 스테이션을 통해 해커들이 만나 협업하는 물리적 공간을 제공했다.

1999년, 최근 우리가 사용하는 ‘코워킹’이라는 단어를 버니 드코븐(Bernie DeKoven)이 처음 사용하기 시작했다*. 그는 경쟁적이지 않은 접근 방식을 통해 사람들이 프로젝트 작업에 함께 할 기회를 제공하는 것을 목표로 했다. 같은 시기, 뉴욕에서도 소프트웨어 회사가 운영하는 코워킹 스페이스 42 West 24가 시작됐다. 이후 2002년, 오스트리아 빈에서 시작한 기업가를 위한 커뮤니케이션 센터(Community Center for Entrepreneurs)는 후에 헛파브릭(Hutfabrik, Hat Factory, 2004)과 Rochuspark(2007)로 확장하며 코워킹스페이스의 첫 번째 로컬 네트워크가 됐다.

*1600년대에도 ‘코워킹’이라는 단어를 사용하기는 했으나, 종교적 의미로 신을 찬양하는 단어였음.

이 흐름은 2000년대 들어 더욱 확장됐고, 위워크가 탄생한 2010년부터 확장을 가속화해 그해 전세계적으로 코워킹스페이스가 600여 곳, 2012년 2000여 곳이 생겼다³⁾. Deskmag가 최근 발표한 2018 Coworking Forecast에 따르면 2018년 말까지 전 세계적으로 코워킹스페이스가 18,900개 생길 것으로 예상되며, 약 169만 명이 코워킹스페이스에 근무하게 될 것으로 추정된다⁴⁾.

< 그림 1 >



출처 : Deskmag 2018 Coworking Forecast

4. 코워킹스페이스 확산 배경

국내에서 위워크와 함께 공격적으로 확장하는 패스트파이브 박지웅 공동대표는 2017년 4월 프레젠테이션을 통해 세 가지 시장 기회를 이유로 들며 코워킹 스페이스 분야의 성장 가능성을 진단했다⁵⁾.

첫 번째는 부동산 개발 방식이 전통적인 ‘업스트림(up-stream)’ 방식, 즉 땅을 매입해 건물을 짓는 방식에서 이미 존재하는 건물의 가치를 올리는 ‘다운스트림(down-stream)’

방식으로 바뀌었다는 것이다. 박 대표는 이미 일본에서는 1990년대 버블 붕괴 이후 신축 건물 건설보다 임대 관리 등 유지에 강점을 가진 회사가 부동산 산업에서 급성장했다고 밝혔다.

두 번째는 소프트웨어 산업의 발전이다. 젊은 나이에 창업하는 스타트업이나 50인 이하 소기업이 많아져서다. 세 번째는 공간 설계 디자인이다. 1970~80년대 등장한 파티션이 있는 사무실 환경에서 탈피한 캐주얼 오피스가 각광받기 시작했다.

*밀레니얼 세대, 밀레니얼스 또는 Y 세대는 X 세대의 뒤를 잇는 인구 집단을 뜻하며, 정확한 구분 기준은 없으나 통상적으로 1980년대 초부터 2000년대 후반까지 출생한 세대를 의미한다. 대부분 베이비붐 세대의 자녀들이라 베이비붐 에코 세대라고도 한다.

이 같은 흐름은 유행에 민감한 밀레니얼 세대*의 수요를 만족했다. 이는 코워킹스페이스와 비즈니스센터의 연령분포 및 수요 차이에서도 드러난다. 사무실 임대차 전문 서비스 알스퀘어 이용균 대표는 "국내 코워킹스페이스 시장과 비즈니스 센터 시장을 나누는 기준은 공용 서비스 비용 유무, 커뮤니티 제공 및 네트워킹 문화 유무, 핫 데스크(비지정석) 유무도 있지만 양쪽을 선호하는 고객의 연령층의 차이에도 있다"라고 밝혔다.

이 대표는 위워크와 팍스트파이브 등 코워킹스페이스가 주로 20~30대를 겨냥한 서비스라면 비즈니스센터는 퇴직 이후 개인 사업을 시작하거나 소규모 사업을 하는 중장년층의 선호도가 높다고 했다. 박지웅 공동대표 또한 팍스트파이브의 입주자 중 2030, 즉 밀레니얼 세대가 71%라고 밝혔다.

그렇기 때문에 국내에서는 스타트업 종사자 중 대부분이 상주하는 서울시 강남구 테헤란로를 중심으로 코워킹스페이스가 폭발적으로 성장했다는 설명이다. 스타트업얼라이언스는 이같은 흐름을 반영해 지난 2017년 10월, 스타트업 트렌드리포트 설문에서 처음으로 '코워킹스페이스 선호도'를 물었다. 그 결과 전체 창업자의 약 97.4%가 코워킹스페이스에 대해 알고 있다고 답했다⁶⁾.



해외 코워킹스페이스 사례

13 ~ 21



해외 코워킹스페이스 사례

가장 유명한 해외 코워킹스페이스는 역시 위워크다. 2010년 설립 당시, 이미 포화상태였던 뉴욕 부동산 시장에 새로운 모델로 등장했다. 신용 사회인 미국에서는 회사의 신용이 중요하므로 사무실을 구하기 힘든데, 세계 금융 위기 이후 늘어난 실업자들이 개인 사업 혹은 소규모 창업을 시작하면서 작은 사무실에 대한 수요가 높아졌고 이를 캐치해 현재까지 확장했고, 커뮤니티라는 가치를 더해 22조 원 가치의 유니콘 기업으로 성장했다.

본 리포트에서는 비즈니스센터로 구분해 포함하지 않은 전통적 서비스오피스 강자 리저스의 프리미엄 브랜드 스페이스즈⁷⁾는 네덜란드 암스테르담을 기반으로 한 코워킹스페이스다. 국내에는 서울시 종로구 종각역 인근에 위치한 그랑서울에 스페이스즈 그랑서울을 오픈했다. 올해 안에 오픈 예정인 곳을 포함해 남미권 6개 지점, 아시아 24개 지점, 북미권 45개 지점, 유럽 67개 지점을 보유하고 있다.

독일 베를린은 2014년부터 4년 간 1,300여 개의 스타트업이 탄생해 '스타트업 아우토반 (Autobahn)'이라고도 불리는 도시다. 또한 많은 아티스트들이 모이는 도시만큼 코워킹스페이스에 대한 수요도 많고, 유명한 곳도 많다. 사운드클라우드가 탄생한 장크트 오버홀츠(Sankt Oberholz)⁸⁾, 임팩트허브(Impact Hub)⁹⁾, 팸랩(Fablab)¹⁰⁾ 등이 대표적이다¹¹⁾.

로켓스페이스¹²⁾는 우버가 탄생한 코워킹스페이스로도 유명하다. 2011년 설립 이후 3년 만에 10억 달러 규모 스타트업을 4곳 탄생시키기도 했다. 다만 로켓스페이스는 액셀러레이터와 코워킹스페이스의 중간 성격으로, 스스로는 '테크놀로지 캠퍼스'라고 정체성을 규정한다. 현재 미국 샌프란시스코, 영국 런던, 호주, 캐나다 캘거리, 중국에 위치하고 있다.

중국과 아시아 권역에도 창업 열풍을 타고 많은 코워킹스페이스가 성업 중이다. 중국 내 24개 지점, 1만여 명의 회원을 보유한 네이키드허브(Naked Hub)¹³⁾는 중국 코워킹스페이스 강자다. 지난 2018년 4월, 위워크는 상하이에 본사를 두고 있는 네이키드허브를 약 4억 달러(한화 약 4300억 원)에 인수했다고 밝혔다. 네이키드허브는 2017년 상반기에 베이징과 홍콩, 베트남 하노이와 호치민 등으로 확장했다. '월스트리트차이나¹⁴⁾'는 "위워크의 중국 서비스는 과거 한계가 있었지만 네이키드허브를 통해 위워크 현지화에 도움이 될 것"이라며 "네이키드허브 또한 영업실적 부진과 자금조달 어려움을 겪었기에 양 사에 모두 긍정적 영향을 줄 것"이라고 전망했다*.

*한편 일부 중국 매체에서는 위워크의 네이키드허브 인수는 양사 간의 합병이지 인수가 아니라고 설명하기도 했다¹⁵⁾.



독일 베를린의 코워킹스페이스 Fablab 전경 ©Fablab



독일 베를린의 코워킹스페이스 Fablab에서 열린 Girls day with Bundesministerium für Wirtschaft und Energie 현장 ©Fablab



중국의 코워킹스페이스 Naked Hub fuxing-lu 점 ©Naked Hub

**[부록] 2018년 3월, 중국의 코워킹스페이스 영향력 순위 기준*

본 리포트에서 국내 코워킹스페이스를 구분한 기준과 가까운 중국의 대표적 코워킹스페이스는 유커문(优客工场, Ucommune)¹⁶⁾과 가라지카페(车库咖啡, Garage Cafe)¹⁷⁾다*.

유커문은 유어워크(Urwork)라는 사명으로 운영하다가 이름을 바꿨다. 2015년 설립했고 본사를 베이징에 두고 있으며, 중국 본토에는 20개 도시에 78개 지점, 세계적으로는 싱가포르, 런던, 뉴욕을 포함 33개 도시에 100개 지점을 두고 있다. 세계적으로 유커문에 입주한 회사는 3,000여 개, 인원은 30,000명 이상으로 추산된다. 문화 및 예술, 투자, 기술 동향, HR, 영어 등을 주제로 강연 형식의 네트워킹이 진행되며, 투자 연계와 법률 및 재무회계, HR 컨설팅, IT 지원, 마케팅 등을 입주사에 제공한다. 2018년 2월 12일¹⁸⁾ 투자를 유치해, 1.1억 RMB(한화 약 1조 5,257억 7,000만 원)을 돌파하는 밸류에이션을 가지게 됐다.

2011년부터 운영한 가라지카페는 베이징시 중관춘 창업거리에 본사를 두고 있다. 커피 한 잔만 시키면 하루 종일 부대비용 없이 이용할 수 있고, 파티션 없이 자신의 노트북을 가져오면 되는, 파티션 없는 공간으로 멤버십 제도를 운영하지 않는다는 특징이 있다. 그럼에도 불구하고 매일 평균 200개 이상의 회사가 모이고, 그중 20여 개가 창업 재단, VC, 매체, 대기업 등이다. 법인 설립과 회사 세무 업무, 스타트업 대출 상품 연계(무담보 소액 대출), 원스톱 금융 컨설팅 등을 제공하며 주중 매일 12시부터 2시까지 창업가들이 사업 계획을 발표할 수 있는 행사를 진행하며 네트워킹을 도모한다.

중국 주요 액셀러레이터 중 하나인 창업방(创业邦, Cyzone)이 운영하는 데모스페이스(Demo Space)는 중국 내 10개 지점을 가지고 있다. 입주기업에게는 VC 1:1 밀착 멘토링, 홍보 대행, 법률 자문, 재무 및 회계 자문, 리크루팅을 지원하며 외부적으로도 매년 데모차이나(중국 최대의 창업전시회) 주최, 스타트업 업계 좌담회 주최, VC와의 네트워킹 행사, 여성창업자 행사, 앤젤 투자자 컨퍼런스, 데모차이나 실리콘밸리, 데모차이나 투어 등을 주최하며 중국 스타트업 생태계의 네트워킹을 도모한다.



중국의 코워킹스페이스 Naked Hub guangdong-lu 점 ©Naked Hub



태국의 코워킹스페이스 Hubba 천경 ©Hubba



태국의 코워킹스페이스 Hubba ©Hubba

그 외에 본 리포트 기준으로 비즈니스센터에 가까운 사무 공간을 제공하거나 네트워킹이 부족하지만 점유율이 높은 대표적 업체로 베이징 기반 극공간¹⁹⁾(氮空间, Krspace), 무계 공간(无界空间, Woospace)²⁰⁾, 상하이 기반으로 중국 내 6개 도시 16개 지점을 운영 중인 복객중국(复客中国, Fukezhongguo)²¹⁾, 선전 기반으로 중국 대륙 23개 도시에 위치한 세련공간(世联空间, Shiliankongjian)²²⁾ 등이 있다. 특히 세련공간의 경우 2017년도 영향력 있는 브랜드 행사에서 수상하기도 했다.

iResearch²³⁾의 예측에 따르면, 2018년 기준 중국 코워킹스페이스 시장 규모는 70억 위안 RMB(한화 약 1조 1천억 원)으로 예상하며, 시장 잠재 규모는 2조 위안 RMB 이상(한화 약 500조 원)으로 추측된다. 2013년부터 2019년까지 중국 코워킹스페이스 시장 규모는 연평균 53% 성장률을 보이고 있다.

또한 VC SaaS²⁴⁾(창업, 자금, 투자관리 서비스 플랫폼)에 따르면 2017년 중국의 코워킹스페이스 회사는 3459개를 넘겨, 2020년에는 5000개를 넘길 것으로 예상된다. 또한 중국에서 코워킹스페이스가 밀집한 지역은 베이징(50.43%), 광둥(17.14%), 상하이(9.52%) 순으로, 중국 내 전통적 대도시인 베이징과 상하이, 그리고 하드웨어 스타트업을 중심으로 몸집을 키워나가는 계획 경제 도시 선전이 위치한 광둥이라는 점이 눈에 띈다.

동남아시아에서는 싱가포르에 위치한 코워킹스페이스가 두드러진다. 가장 큰 규모로 알려진 저스트코(Justco)²⁵⁾와 홍콩, 싱가포르에서 운영 중인 더워크프로젝트(The Work Project)²⁶⁾가 대표적이다. 더워킹캐피톨(The Working Capitol)은 이어 소개할 포브스가 발표한 아시아 최고의 코워킹스페이스²⁷⁾에도 이름을 올린 공간이다. 비스킷 공장을 개조해 만들었고, 건강한 라이프스타일과 요가, 명상, 무에타이 킥복싱 등을 입주자들에게 제공하기도 한다.

포브스가 발표한 '아시아 최고의 코워킹 스페이스(The 11 Best Coworking Spaces In Asia)'에 이름을 올린 곳들도 눈에 띈다. 해변에 인접해 일하는 사람들이 서퍼들의 분위기를 느낄 수 있게 한 태국 비치허브(BeacHub)²⁸⁾, 숲 안에 위치한 태국 코허브(KoHub)²⁹⁾, 스파와 발마사지 등을 제공하는 방콕 더하이프(The Hive)³⁰⁾, 인도네시아 발리에서 가장 처음 생긴, 대나무로 만들어진 코워킹스페이스 후붓(Hubud)³¹⁾, 베트남 호치민의 드림플렉스(Dreamplex)³²⁾, 호주 멜버른의 익스체인지워크스페이스(Exchange Workspaces)³³⁾, 블릭스스페이스(Blix Spaces)³⁴⁾가 대표적이다. 인도 뭄바이에는 미니 스트리오브뉴(Ministry of New)³⁵⁾가 이름을 올렸다.

태국 허바(Hubba)³⁶⁾는 태국의 첫 번째 코워킹스페이스다. 허바는 사용하는 현지인과 외국인 비율이 5:5 정도로 유지되며 스타트업 커뮤니티를 잘 만들기로 유명한 공간이다. 또 기술 동향과 관련한 국제 스타트업 행사는 물론 다양한 워크숍, 이벤트 등을 진행하기도 한다.



발리의 코워킹스페이스 Hubud 전경 ©Hubud

인도네시아의 코워킹스페이스 EV하이브는 소프트뱅크벤처스코리아로부터 한화 약 217억 원(2천만 달러)를 투자받기도 했다. 2015년 설립한 EV하이브는 인도네시아 수도인 자카르타를 중심으로 확장 중인 코워킹스페이스로, 동남아시아 시장의 스타트업 환경에 긍정적인 영향을 줄 것이라는 것이 투자를 주도한 소프트뱅크벤처스코리아의 투자 이유다.³⁷⁾

아프리카에서도 최근 코워킹스페이스가 부흥하고 있다³⁸⁾. 2000년대 중반 시작해 10년 간 아프리카에 250여 개의 코워킹스페이스가 생겼고, 그중 80% 이상이 최근 3년 안에 급격히 생겼다. 나이지리아에 위치한 패션 기업가들의 코워킹스페이스 360크리에이티브허브(360Creative Hub)³⁹⁾, 이집트 카이로의 더디스트릭트(The District)⁴⁰⁾가 있다. 모로코에도 인세인(iNSANE), 선데스크(Sundesks), 워크스팟(Workspot), 테크벌스(TechVerse) 등 17여 개의 코워킹스페이스가 있다.

국내 코워킹스페이스 사례

22 ~ 33

- 1. 위워크(WeWork)
- 2. 파스트파이브(FASTFIVE)
- 3. 기타

25
28
33

국내 코워킹스페이스 사례

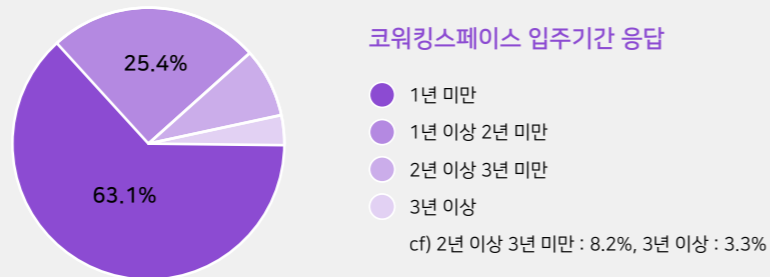
*본 리포트에서는 1장 1절의 기준에 의거, 르호봇은 통계에서 제외했음. 스타트업 트렌드리포트의 인지도 조사의 경우, 창업자들이 '코워킹스페이스'라고 생각하면 떠오르는 업체를 언급한 것이므로 포함돼 있음.

국내 코워킹스페이스는 위워크, 패스트파이브가 대표적이다. 2017년 10월 스타트업얼라이언스가 발표한 스타트업 트렌드리포트에 따르면, 창업자들에게 코워킹스페이스의 인지도는 위워크, 패스트파이브, 르호봇*, 스튜디오블랙(현대카드), 드림플러스(한화생명), 스파크플러스(스파크랩스), 하이브아레나, 피치트리 순으로 높았다.

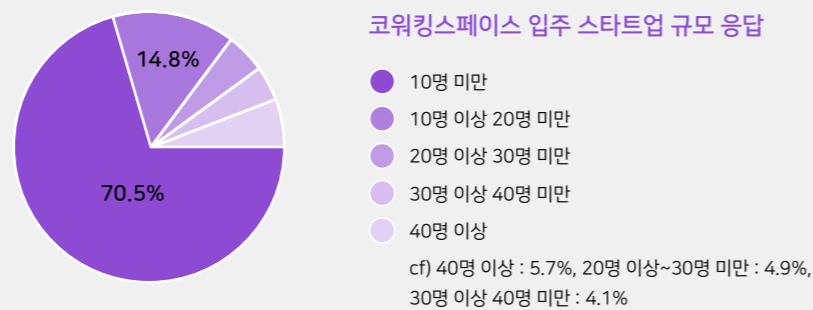
또한 스타트업 트렌드리포트 조사 결과, 입주 장소를 선택한 이유로 응답자의 56.3%가 지리적 접근성이 좋아 고객이나 파트너를 만나기 쉬운 것을 꼽았다. 입주를 고려할 때 중요하게 생각하는 요인으로는 46.8%가 가격과 프로모션을, 36.7%가 위치를 꼽아 지리적 요인이 코워킹스페이스가 갖는 가장 큰 장점이라는 것을 알 수 있었다.

**스타트업얼라이언스 설문, 코워킹스페이스 현재 입주자 및 입주 경험자 122명 응답

스타트업얼라이언스가 2018년 5월 4일~5월 9일까지 6일 간 진행한 코워킹스페이스 입주 이용 현황 조사**에 따르면, 응답자의 63.1%가 코워킹스페이스에 입주한 지 1년 미만인 것으로 나타났다.



코워킹스페이스에 입주한 스타트업의 규모는 10명 미만인 경우가 70.5%로 가장 많았으며, 10명 이상 20명 미만인 경우가 14.8%로 뒤를 이었다. 30명 이상 40명 미만인 경우가 가장 적은 4.1%로, 40명 이상 규모 있는 회사(5.7%)보다 적었다.



본 리포트에서는 인지도 조사에서 1,2위를 차지한 위워크와 패스트파이브의 사례를 중점적으로 다루기 위해 위워크 서울 매튜 샴파인(Matthew Shampine) GM(General Manager)과 패스트파이브 김대일 공동대표를 인터뷰했다.

1. 위워크(WeWork)



위워크는 2016년 8월 강남대로에 처음 생긴 이후 현재(2018년 5월)까지 서울 시내에 6호점까지 오픈했다. 위워크는 온오프라인 커뮤니티 활성화를 가장 큰 가치로 두면서 사무실 임대라는 모델을 '부동산 임대업' 이상의 가치로 만들었다.

위워크는 입주사들이 서로 '그냥 아는 사이'가 아니라 '친구'가 되기를 바란다는 철학을 가지고 있다. '친구'가 돼야 서로를 신뢰하고 격려하고, 자신의 좋은 네트워크를 소개해준다는 것이다. 그래서 위워크는 성인들에게 이런 '우정'을 만들기 위해 일 이상으로 각자의 취미에 맞는 네트워크를 만들고자 힘쓴다. 입주하면 커뮤니티 팀에서 멤버에 대해 조사해, 공통의 취미를 통해 연결시킨다. 위워크 내부의 모니터에 멤버들의 자기소개를 노출시키기도 한다.

위워크에 따르면 내부 서베이 결과 위워크 멤버들의 70% 이상이 다른 멤버와 비즈니스를 했거나 파트너가 된 경험이 있다. 매튜 샴파인은 여기서 '비즈니스'를 꼭 돈 번 관계가 아닌, 같이 동호회를 하는 등 멤버 간 교류한 관계를 포함한다고 설명했다. 이런 관계가 출근하는 마음을 즐겁게 만드는데 도움을 주고, 즐겁게 하루를 보내야 좋은 결과물이 나온다는 철학이 있어서다.

사업 측면에서도 외부의 기회와 입주사를 연결하는데 적극적이다. 위워크 내부에서 위워크 랩스(WeWork Labs)를 운영, 글로벌 네트워크라는 강점을 적극 활용해 입주한 스타트업의 해외 진출을 장려한다. 서울의 경우 을지로점에 교육 및 교육 기술, 여의도점에 핀테크 및 블록체인, 선릉역점에 바이오 및 헬스케어, 서비스테크, 역삼역점에 소비재 및 기술로 분야를 정해 해당 분야의 스타트업을 조금 더 저렴한 가격에 입주시키고 랩스 매니저들을 통해 위워크 글로벌 네트워크를 활용, 해외 시장을 노리는데 도움을 준다.

이런 글로벌 네트워크 활용을 위해 위워크는 전 세계 어느 지점이든 커뮤니티 매니저의 일 관성을 유지하는 것이 중요하다고 설명한다. 이것이 '현지화(localize)'와 상충된다고 생각하지 않는다. 해당 국가의 인재를 확보하고, 그들을 공통된 틀로 교육하고 가장 많은 권한을 쥐어 이벤트와 프로그램을 기획한다면, 해당 국가에 최적화된 내용이 자연스럽게 나올 것이라는 이야기다. 위워크 매니저들은 각종 이벤트를 준비할 뿐만 아니라, 멤버들이 잘 되도록 지역의 도움을 끌어내고 좋은 케이스들을 지역과 해외 매니저들과 공유한다.

위워크 코리아 지점 현황(2018년 6월 기준)		
2016. 08.	위워크 강남역점	
2017. 02.	위워크 을지로점	
2017. 08.	위워크 삼성역점	위워크 빌딩에 위치
2017. 12.	위워크 역삼역점	
2018. 03.	위워크 광화문점	
2018. 04.	위워크 여의도역점	
2018. 06.	위워크 역삼역점II	위워크 빌딩에 위치
2018. 07.	위워크 선릉역점	위워크 타워에 위치, 오픈 예정
2018. 09.	위워크 종각역점	오픈 예정

위워크가 선호하는 건물은 교통이 좋은 곳에 위치한, 자연채광이 잘 되는 창문이 많은 건물이다. 내부에 부동산개발팀을 따로 두고, 건물주와 부동산 중개인들을 알고 지내며 직접 건물을 찾기도 하고, 건물주들로부터 제안을 받기도 하며 입지를 선정한다.

매튜 삼파인은 위워크가 등장하면서 바뀐 것이 있다고 강조했다. "자식이 창업했다고 해서 부모나 조부모가 사무실을 방문했을 때 위워크가 생기기 전엔 얼마나 불품없었겠냐"는 것. 좋은 입지, 좋은 건물에 위워크가 자리하고 소규모 사업자들에게 공간을 임대한 덕분에 재벌사 건물 옆의, 아주 쾌적한 환경에서 근무하는 '창업자 자식'을 볼 수 있다는 것이다. 뿐만 아니라 위워크가 들어서면서 상권에 영향을 주기도 하고, 멤버들의 비영리 활동으로 지역 사회*에 기여하는 등 긍정적인 영향을 주고자 노력하는 것도 위워크 '커뮤니티'의 목표다.

*위워크 서울은 서울시니어센터에 식사 봉사를 하기도 했다.

**위워크는 위리브(WeLive)라는 코리빙스페이스도 운영하고 있다. 뉴욕에는 피트니스센터도 운영 중이고, 지난 2017년 11월 밋업닷컴을 인수하면서 각종 밋업을 위워크에서 진행할 수 있도록 했다.

위워크 멤버라면 전세계 어느 곳에 여행 혹은 출장을 가더라도, 현지 위워크에 가서 매니저들을 통해 도움받을 수 있다. 위워크는 '어디서 살아야 할지**', '운동을 어디서 할지' 등 삶 전반을 챙기는 글로벌 커뮤니티를 꿈꾼다. 국내에서도 서울 외에 다른 도시 확장 계획을 가지고 있으며, 위워크의 확장이 곧 멤버 입장에서 '살 수 있는' 도시, '협업할 수 있는 비즈니스'가 많아지는 것을 의미한다고 믿는다.



위워크 을지로점 ©WeWork Korea



위워크 광화문점 ©WeWork Korea

2. 패스트파이브(FASTFIVE)

패스트파이브는 위워크가 한국에 진출하기 전, 국내 업체로서 코워킹스페이스 모델을 꾀도에 올려둔 회사다. 패스트파이브의 시작이었던 서울특별시 서초구 남부터미널의 1호점은 300평 규모, 150명 수용 가능했던 작은 공간이었다.

이후 3년 만에 10개 이상 지점을 늘렸고, 규모 또한 600평 이상, 500명 수용 이상 지점을 추가했다는 사실은 상징적이다. 현재 패스트파이브 본사가 위치한 패스트파이브 삼성2호점은 패스트파이브 중 가장 규모가 큰 1,500평 규모로 1500명을 수용한다. 위워크가 해외에서, 또 국내에 진출하면서 했던 것처럼 입주한 건물에 패스트파이브 로고를 내걸며 테헤란로 랜드마크로 자리 잡았다. 2018년 2월 패스트파이브는 에이티넘인베스트먼트와 타임폴리오자산운용을 통해 200억 원의 투자를 유치했다.

패스트파이브 주요 연혁	
2015. 03.	패스트파이브 법인설립
2015. 04.	패스트파이브 1호점 오픈(남부터미널역)
2015. 05.	1호점 완판
2015. 07.	8퍼센트 통해 8억원 P2P대출
2015. 08.	패스트파이브 2호점 오픈(역삼역)
2015. 09.	패스트파이브 3호점 오픈(역삼역)
2015. 11.	1~3호점 입주율 99% 달성. 회원수 400명 돌파
2016. 03.	30억 투자유치(프리미어파트너스, 티그리스인베스트먼트)
2016. 04.	패스트파이브 4호점 오픈(교대역)
2016. 08.	패스트파이브 입주자 전용 모바일 앱 출시
2016. 11.	패스트파이브 5호점 오픈(논현역)
2016. 12.	패스트파이브 6호점 오픈(삼성역)
2017. 01.	1~6호점 입주율 99% 달성. 회원수 1,100명 돌파
2017. 04.	120억 투자유치(TS인베스트먼트, 퀴텀에쿼티파트너스)
2017. 05.	패스트파이브 7호점 오픈(선릉역)
2017. 08.	패스트파이브 8호점 오픈(신논현역)
2017. 09.	패스트파이브 9호점 오픈(강남역)
2017. 10.	패스트파이브 1~9호점 공실률 3% 미만 유지. 입주자수 3,000명. 총 서비스면적 5,000평(전용)
2017. 11.	패스트파이브 10호점 오픈(강남역)
2018. 01.	패스트파이브 11호점 오픈(포스코사거리)
2018. 01.	패스트파이브 12호점 오픈(홍대입구역), 예상 총 입주자수 5,000명
2018. 02.	200억 투자유치(에이티넘인베스트먼트, 타임폴리오자산운용)

패스트파이브는 자신들의 강점을 말하기 전에 위워크의 장점부터 설명한다. 위워크가 공간 디자인, 매뉴얼 등이 굉장히 잘 돼 있고 디테일하다는 장점이 있다면 패스트파이브는 한국 시장에 대해서는 위워크보다 이해도가 높다는 것을 스스로의 비교우위로 삼는다.

해외 자본 덕분에 공격적으로 세력을 넓힌 위워크와의 차별점은 패스트파이브가 직접 돈을 벌면서 확장했다는 점에도 있다. 위워크는 지난해 하반기부터 곡선이 급격히 올라갔다면, 패스트파이브는 먼저 시작했지만 상대적으로 선형적인 성장세를 보인다.

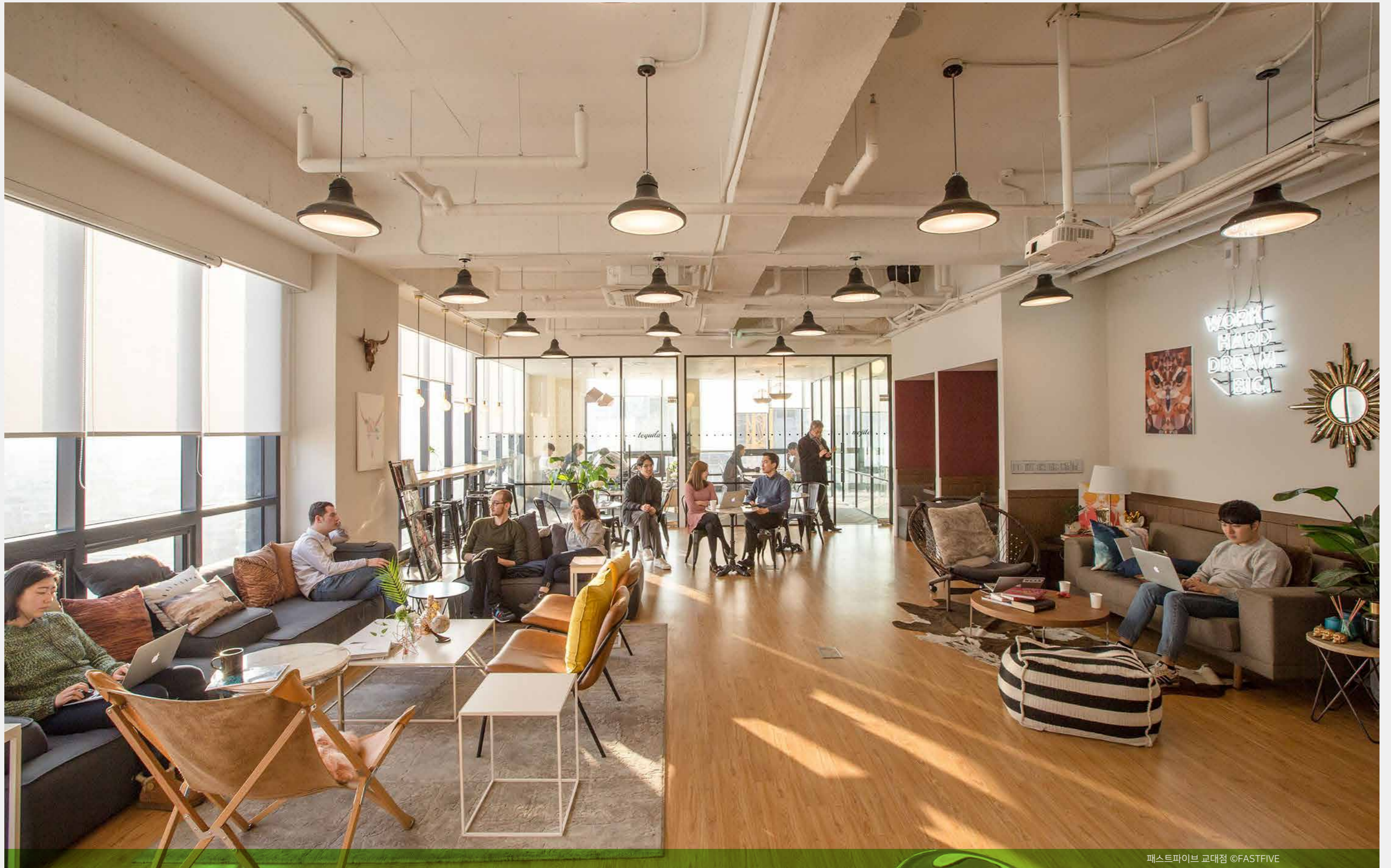
위워크가 강남, 을지로, 여의도 등 서울 시내 주요 거점을 분산적으로 공략했다면 처음부터 패스트파이브는 입지 선정 전략 또한 달랐다. 박지웅 대표는 '패스트파이브를 스무 곳 깔겠다'는 직선 상의 촘촘한 목표를 언급했다. 그렇기 때문에 패스트파이브가 들어가기 위한 건물을 선정하는 기준 또한 확실했다. 김대일 대표는 '전면 유리 창문 보유 건물, 층고가 높아서 공간감이 좋고 디자인을 교체할 여지가 높은 공간을 선호한다'고 밝혔다.

본 리포트에서 비즈니스센터나 소호 사무실과 코워킹스페이스를 다르게 규정한 기준 중 하나가 양쪽의 수요가 다르다는 것이었다. 실제로 패스트파이브에는 비즈니스센터나 오피스텔에서 옮기는 사람들보다 대로 뒷골목에 위치한 꼬마빌딩에서 옮기는 사람들이 많다. 패스트파이브의 입주 인원 중 20~30대가 80~90%를 차지한다. '밀레니얼 세대를 위한 공간 공유 서비스'라는 콘셉트가 정확히 맞아떨어진 사례다.

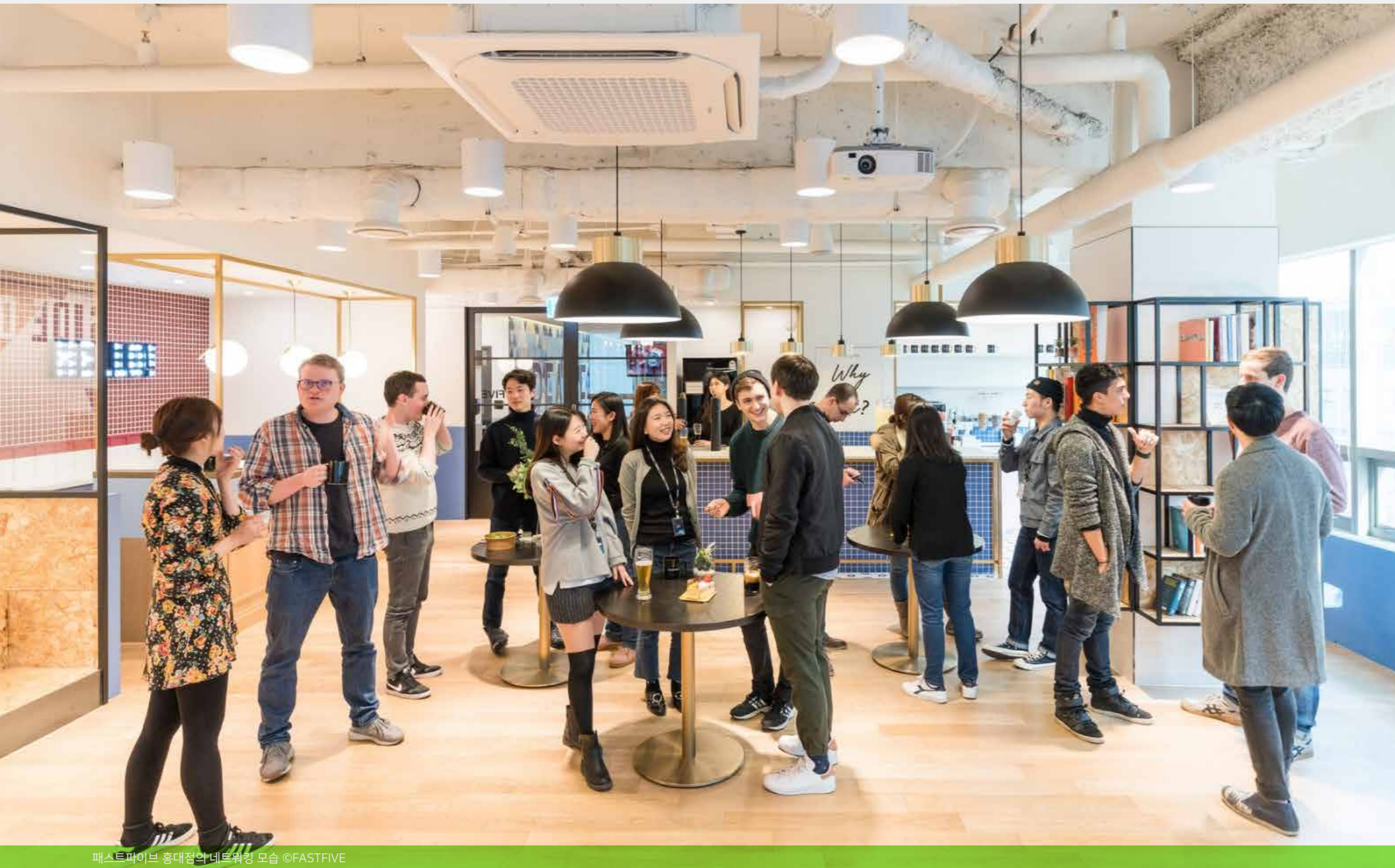
공격적 확장을 거듭하다 보니 시장에는 위워크나 패스트파이브의 공실률에 대한 우려가 있다. 하지만 김대일 대표는 패스트파이브의 경우 계약 후 2주 안에 입주하는 것을 규정으로 삼고 있으며, 현재 운영 중인 패스트파이브에서 당장 입주할 수 있는 (계약되지 않은) 빈 사무실은 1% 정도에 불과하다고 전했다. 패스트파이브는 입주자의 20% 내외가 스타트업이라고 설명했다. 주로 중소기업, 소기업으로 분류되는 회사들이 꼬마빌딩에 위치해 있다가 더 좋은 입지, 좋은 사무실 시설을 사용할 수 있는 패스트파이브 등으로 많이 옮겨온다는 설명이다. 한번 입주한 사람들의 이탈률도 크게 높지 않다. 김 대표는 초반에는 한번 입주 시 사용 기간이 평균 6개월 정도였다면 현재 평균적으로 1년 정도 사용한다*고 밝혔다.

위워크가 멤버들 간의 네트워킹과 커뮤니티를 중요하게 생각하는 만큼 패스트파이브도 이를 중요하게 여긴다. 다만 여전히 커뮤니티에 관심 없는 사람들도 있다고 전했다. 패스트파이브는 커뮤니티 매니저들을 허브로 삼아 입주자가 원하는 협업사가 있다면 소개해주는 등 역할을 한다고 전했다. 지점이 늘어나는 만큼 커뮤니티 매니저 채용도 열심히 진행 중인데, 현재(2018년 5월)까지 50여 명인 커뮤니티 매니저는 연말께 100여 명 수준으로 늘어날 계획이다.

*패스트파이브는 패스트파이브 다른 지점으로 옮기는 것도 신규 계약으로 센다.



패스트파이브 교대점 ©FASTFIVE



패스트파이브 홍대점의 네트워킹 모습 ©FASTFIVE

서초부터 삼성까지 패스트파이브를 깔겠다는 목표에 이어, 패스트파이브는 성수역과 독섬역, 서울숲역까지 최근 스타트업계에 뜨고 있는 성수 지역과 연남동부터 합정역을 잇는 마포 지역을 다음 목표로 보고 있다.


3. 기타

코워킹스페이스 인지도 조사에서 또한 뒤를 이은 업체로는 스튜디오블랙(현대카드), 드림플러스(한화생명), 스파크플러스(스파크랩스) 등이 있다.

스튜디오블랙은 현대카드가 자신들의 경영 노하우를 공유하고, 언더스테이지와 라이브러리 등을 통해 축적해온 서비스와 편의시설을 제공하는 것을 목표로 하는 코워킹스페이스다. 스튜디오블랙 역시 서울특별시 서초구 강남역 근처에 위치하고 있으며, 입주사는 특별히 현대카드가 엄선한 양질의 강의와 이벤트를 제공한다. 또한 일부 층에는 핀테크 스타트업을 입주시키는 핀베타(Finβ)를 운영하고 있는데, 이는 현대카드와의 협업 가능성을 염두에 둔 행보다.

드림플러스 강남은 한화생명에서 운영하는 코워킹스페이스로 2,500석 규모와 강남대로, 테헤란로와 인접한 강남역 입지를 자랑한다. 한화생명은 여의도 63빌딩에 핀테크센터를 운영하며 미래의 파트너가 될 수 있는 핀테크 스타트업을 지원해왔다. 드림플러스 강남에서는 사무공간은 물론, 입주사가 활용할 수 있는 디지털 콘텐츠 제작 스튜디오, 네트워킹 및 교육 프로그램 등을 제공한다.

스파크플러스는 글로벌 액셀러레이터 스파크랩과 아주그룹으로부터 투자받아 설립한 코워킹스페이스다. 현재까지 역삼점, 유니버시티점, 삼성점, 서울로점 네 곳을 운영 중이며, 8월 선릉점 오픈을 앞두고 있다. 스파크플러스는 '한국형 커뮤니티' 구축을 위해 전 지점에 비대칭적인 큐브형⁴¹⁾의 이벤트홀 공간을 확보하고 사내 타운홀 미팅, 커뮤니티 이벤트 등을 열도록 구성했다. 초기팀을 위한 소규모 사무실은 물론 50인 이상을 위한 사옥형 공간도 제공한다.



코워킹스페이스가 스타트업 생태계에 미치는 영향

34 ~ 38

- 1. 스타트업 근무 환경 제고
- 2. 스타트업 허브 확산
- 3. 인근 지역 공실률 해소

36

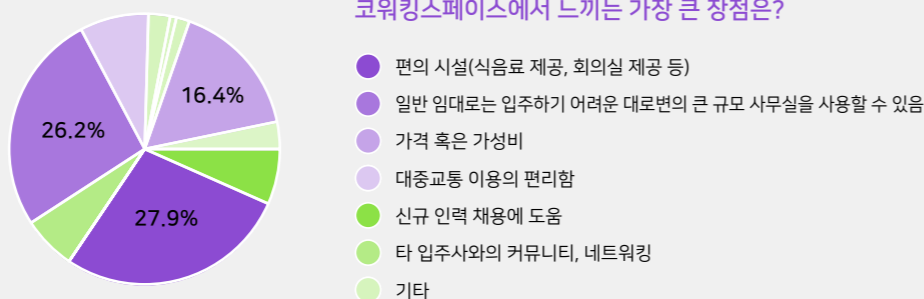
36

37

코워킹스페이스가 스타트업 생태계에 미치는 영향

1. 스타트업 근무 환경 제고

스타트업얼라이언스의 설문 결과 코워킹스페이스에 입주해서 느끼는 가장 큰 장점으로 식음료와 회의실 등 편의 시설을 제공하는 것(27.9%)이라고 응답했다. 뒤를 이은 응답은 일반 임대로는 입주하기 어려운 대로변의 큰 규모 사무실을 이용할 수 있다는 것(26.2%), 가성비(16.4%)다. 이는 위워크와 팍스트파이브가 타깃으로 한 목표와 일치하는 대목이다.



2. 스타트업 허브 확산

한편 코워킹스페이스가 태동기에는 스타트업이 밀집한 서울특별시 강남구 테헤란로 인근에 주로 위치하다가, 점점 종로구와 중구, 성동구, 영등포구 등 서울 시내의 다양한 지역으로 확장하는 것을 긍정적으로 보는 시각도 있다. 많은 스타트업과 벤처캐피털이 테헤란로에 위치하고 있기는 하지만 이런 코워킹스페이스의 타 지역 진출 덕분에 스타트업 또한 다양한 지역으로 확산할 수 있지 않겠냐는 시각이다.

하지만 위워크, 팍스트파이브가 공통적으로 테헤란로를 벗어난 지점의 경우 대기업 고객이나 해외 기업의 국내 지사를 주요 타깃으로 보고 있다는 점에서 기계적으로 코워킹스페이스의 타 지역 확장을 스타트업의 허브의 확장이라고 연결하기는 어려울 것이다.

다만 앞서 이야기한 위워크 랩스의 경우 위워크 여의도점, 을지로점에 특정 분야를 선정해 스타트업을 입주시킨 배경이 해당 지역에서 뿌리내린 대기업의 산업군과 밀접한 연관

이 있어, 이런 경우 스타트업과 대기업 간의 협업 가능성을 열어준다고 볼 수는 있을 것이다. 또한 스타트업의 빠른 의사 결정 구조, 대기업보다 수평적이라고 알려진 조직 문화 등이 코워킹스페이스에 함께 입주한 대형 조직에 영향을 줄 수도 있을 것이다.

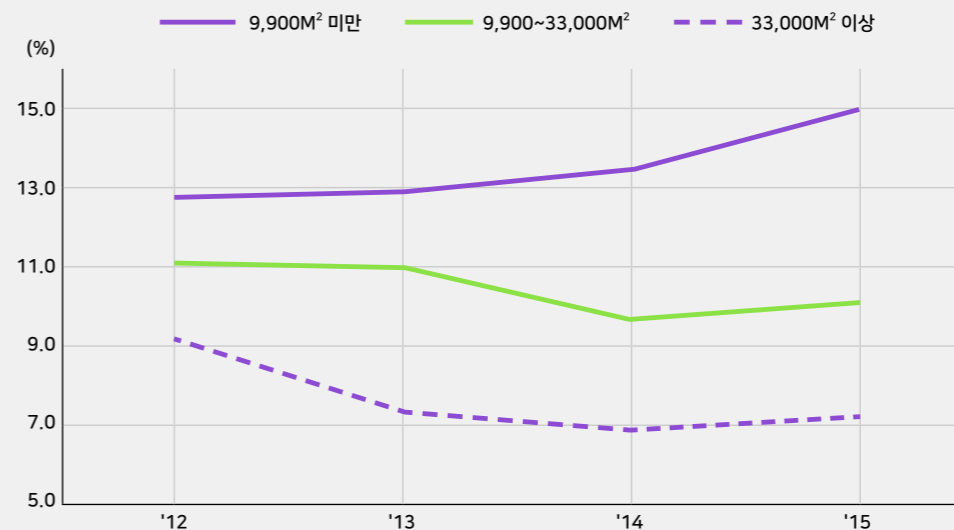
3. 인근 지역 공실률 해소

코워킹스페이스가 대로변의 큰 건물을 중심으로 여러 층을 점유하는 덕분에 스타트업이 밀집한 테헤란로의 공실률이 해소됐다는 분석도 많다. 당연히 이 대형 건물의 공실률 해소 뒤에는 앞서 이야기한 대로 뒤 꼬마빌딩의 공실률이 필연적으로 높아질 수밖에 없는 상황도 필연적*이다.

*실제로 이같이 설명하는 부동산 업계의 시각이 지배적이지만, 꼬마빌딩의 경우 공실률 집계가 잘 되지 않아 정확한 통계는 찾기 어렵다.

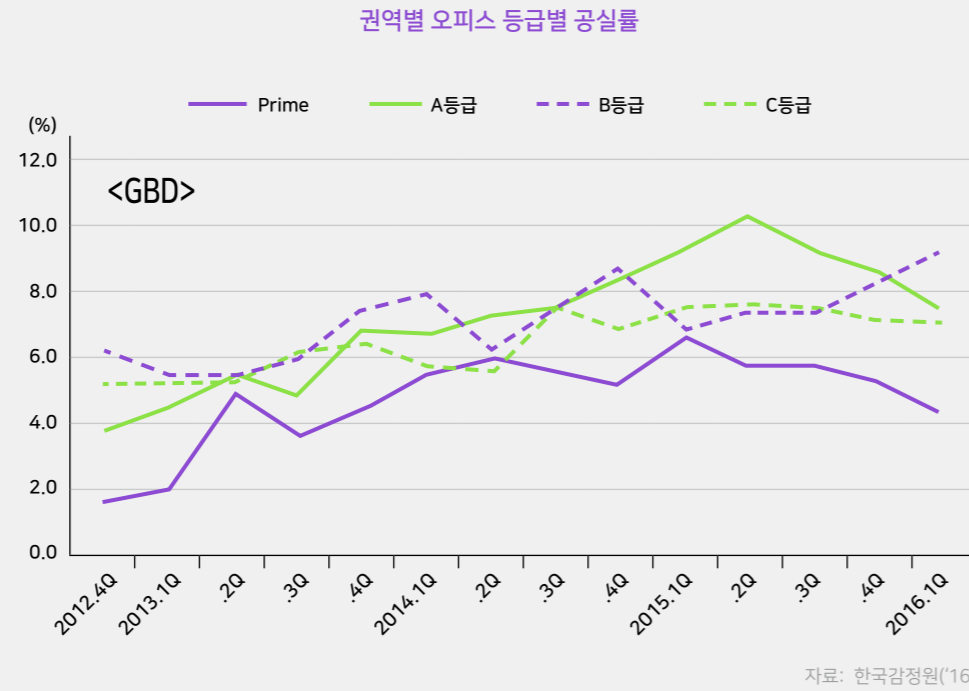
IBK경제연구소⁴²⁾에 따르면 대형 빌딩과 소형 빌딩의 양극화 현상은 점점 심해져 일반적으로 중소형 빌딩은 대형 건물보다 공실률이 높고, 특히 서울 강남권의 경우 오피스 빌딩 시장에서 대형 빌딩과 소형 빌딩 간의 공실률 양극화는 더욱 심해진다는 설명이다.

서울 강남권 오피스 빌딩 면적별 공실률



자료: IBK경제연구소('16)의 리맥스와이드파트너스('16) 자료 재인용

한국감정원⁴³⁾에서도 빌딩의 등급별 공실률 상관관계를 짚었다. 건물의 상태를 Prime등급, A등급, B등급, C등급으로 구분했을 때 테헤란로가 포함된 강남중심업무지구(GBD)의 경우 Prime등급의 공실률이 4.3%로 자연공실률 미만으로 나타났고, 이는 권역 전체의 공실률 7.1%보다도 적은 수준이다. A등급의 경우에도 2015년 2분기 공실률이 10.5%로 최고점을 찍었으나 점차 하락하는 추이를 보인다. 한편 B등급의 건물은 9.4%로 급상승했다.



주로 코워킹스페이스가 입주하는 건물이 대형 빌딩인 점을 감안하면 이 양극화 현상의 주요 원인으로 코워킹스페이스의 보급을 꼽을 수 있을 것이다.

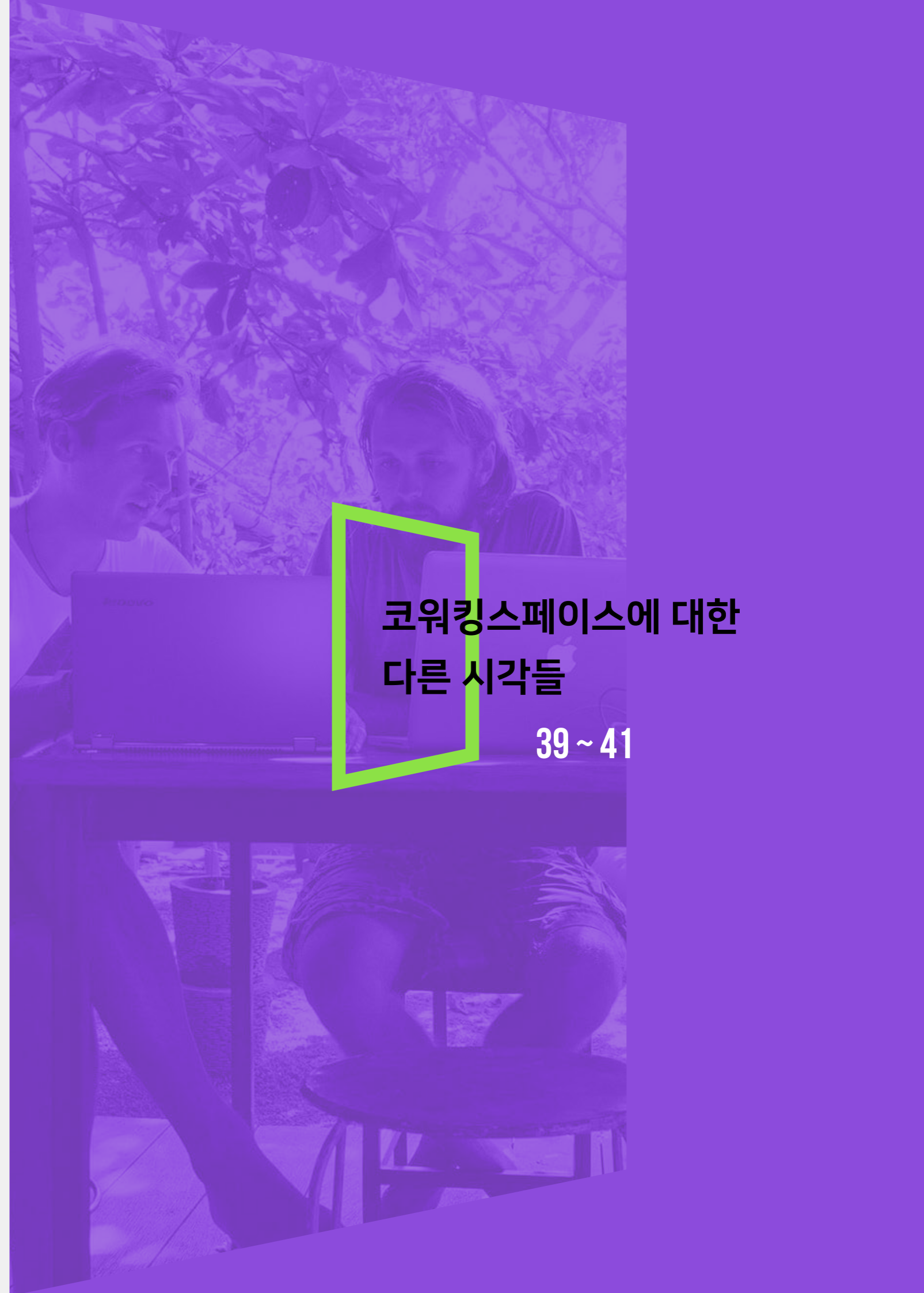
실제로 코워킹스페이스와 공실률의 상관관계를 직접 언급한 자료들도 눈에 띈다. 상업용 부동산 전문 컨설팅펌 쿠시먼앤드웨이크필드에 따르면 패스트파이브의 신규 임차로 인해 대형 건물인 메리츠타워의 공실이 해소됐고⁴⁴⁾, 코워킹스페이스 공급 확장세로 안정적인 임차 흐름을 앞으로도 보일 것이라고 전망했다⁴⁵⁾.

종합부동산투자자문회사 알투코리아에 따르면 2017년 10월 기준 서울 시내 주요 코워킹스페이스 제공 업체*의 추정 면적은 약 15만m²인데, 이는 서울시내 일반 오피스 면적 약 3,811만m²의 0.4%다. 알투코리아가 추정한 오피스 공실률은 10.7%인데, 이를 기준으로 공실 면적을 산정하면 408만m²이다. 따라서 코워킹스페이스 입주자가 모두 신규수요라고 가정하면, 즉 코워킹스페이스 공급이 없어 해당 건물 등에 입주하지 못했다면 공실 면적은 이 둘을 합친 423만m²이 될 것이라고 산술평가했다. 따라서 코워킹스페이스가 서울의 오피스 공실률을 0.4% 정도 끌어내렸다는 설명이다⁴⁶⁾.

하지만 해당 통계에서는 코워킹스페이스가 자리 잡은 대형 건물의 각 공간이 어느 기간 동안 공실이었는지에 대한 정확한 정보가 없고, 서울 시내 주요 코워킹스페이스의 추정 면적을 예상 공실 면적과 기계적으로 더했다는 점에서 정확하지 않다. 그러나 본 자료에는 드러나지 않았으나 최근 코워킹스페이스가 계약한 주요 대형 빌딩의 경우 대개 6개월에서 1년 이상 공실이었던 경우가 많은 것이 사실이다. 따라서 코워킹스페이스의 확장으로 대형건물의 공실률이 해소됐다는 가설은 타당한 것으로 보인다.**

*알투코리아의 해당 자료에 코워킹스페이스 업체는 본 리포트와 기준이 다르므로 해당 자료의 논지만을 참고한 것을 밝힘

**본 '공실률' 관련 내용은 사무실 임대차 전문 서비스 알스퀘어 이용균 대표와의 인터뷰를 통해 자문 받았음



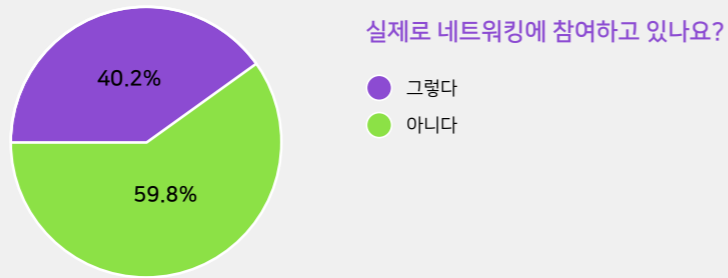
코워킹스페이스에 대한 다른 시각들

39 ~ 41

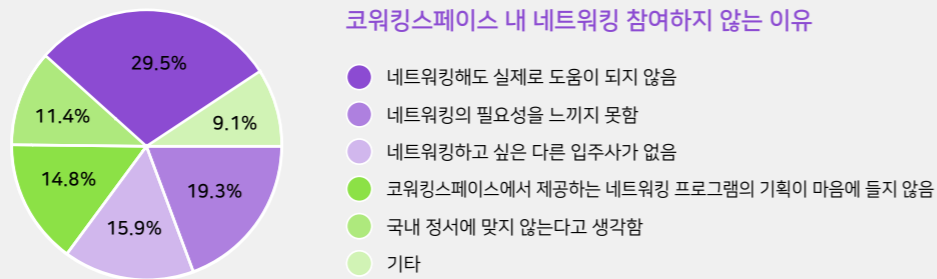
1. 커뮤니티 및 네트워킹 문화의 실효성

본 리포트에서는 코워킹스페이스와 비즈니스센터 등 유사 업체와의 구분 기준 중 큰 축으로 '입주사 간 네트워킹 및 커뮤니티 활성화 여부'를 꼽았다. 실제로 코워킹스페이스들이 정체성으로 내세우는 부분이기도 하다. 하지만 스타트업얼라이언스 설문 결과는 의외였다.

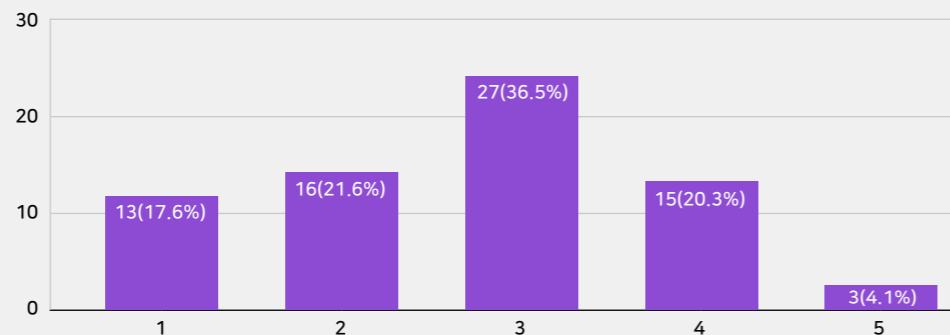
코워킹스페이스에 입주해 느끼는 가장 큰 장점으로 '타 입주사와의 커뮤니티, 네트워킹'을 꼽은 응답자는 전체의 6.6%였으며, 전체 응답자의 59.8%가 커뮤니티나 네트워킹에 참여하고 있지 않다고 응답했다.



네트워킹에 참여하지 않는다고 응답한 응답자(88명)들은 그 이유를 네트워킹해도 실제로 도움이 되지 않음(29.5%), 네트워킹의 필요성을 느끼지 못함(19.3%), 네트워킹하고 싶은 다른 입주사가 없음(15.9%) 순으로 응답했다. 기타 의견으로는 ▲기회는 있지만 다른 업무가 바빠서 불가능함 ▲일하는 것이 더 중요함 등이 꼽혔다.

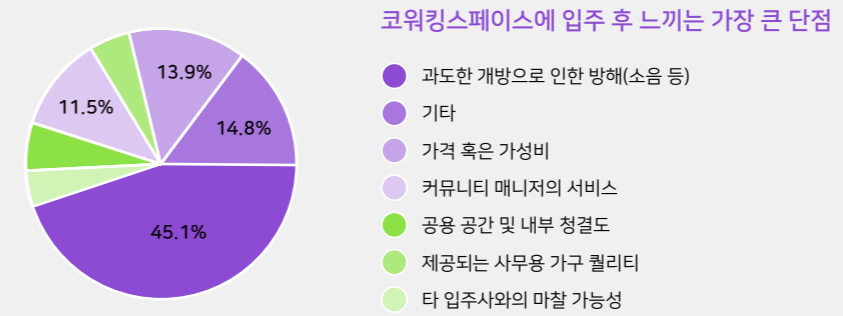


한편 네트워킹에 참여하는 응답자의 경우 만족도를 5점 만점으로 묻은 문항에 3점이 36.5%로 가장 많았다.



2. 부정적인 시각

물론 단점에 대한 응답도 다양했다. 가장 많은 응답을 차지한 것은 과도한 개방으로 인한 방해(소음 등)이다. 대개의 코워킹스페이스가 유리창으로 각 사무실을 구분해두는 경우가 대부분이고, 방음이 잘 되지 않기 때문에 민감한 사안을 논의하기 쉽지 않다는 것이다.



기타 응답에는 코워킹스페이스에 따라 다른 규정들로 인한 불만 등이 있었다. 냉난방 제한, 사무실 내 전자제품 활용 제약 등이 대표적이다. 뿐만 아니라 회의실, 펜트리 등 공용 공간 사용에 대한 에티켓이 부족하다는 의견도 있었다.

또한 일부 스타트업 관계자들은 코워킹스페이스 열풍이 자칫 스타트업에 대한 편향된 인식으로 이어질 가능성도 제기했다. 대부분의 사람들이 스타트업에 대해 가진 인식 중 '자유로운 업무 분위기', '휴식 공간', '인테리어가 좋은 사무실' 등을 극대화 시키는 요소 중 하나가 코워킹스페이스이기 때문이다. 스타트업이 만드는 새로운 산업에 대한 비전보다는 겉으로 드러나는 젊고 트렌디한 분위기 속에 일한다는 환상을 심어주게 된다는 우려다.

앞으로의 전망

42 ~ 43

코워킹스페이스가 전세계적으로 폭발적으로 성장함에도 불구하고, 향후 5년 혹은 10년을 바라봤을 때 이 트렌드가 지속될 것인지에 대해서는 많은 이들이 의구심을 가지고 있다.

코워킹스페이스가 성업 중인 미국에서도 유사한 질문과 의구심은 있다. 미국 중소기업청에 따르면 2007년부터 2011년까지 뉴욕 시에 기반한 회사 중 10명 미만의 회사는 금융 위기 직후에도 크게 줄어들지 않았지만 100명 이상 500명 미만인 중형 회사는 그 수가 두드러지게 감소했다는 것이다. 따라서 경기가 위태로운 순간이 새로운 기회가 될 것이며, 해고된 사람들이 꾸준히 새로운 비즈니스를 할 텐데 규모를 줄이는 것보다 새로운 사무실을 찾는 사람들이 많아질 전망이므로 이 트렌드가 지속될 것이라는 설명이다⁴⁷⁾.

국내 상황은 어떨까. 트렌드가 계속될 것이라고 보는 입장은 코워킹스페이스가 주는 분위기와 문화를 좋아하는 밀레니얼 세대의 취향이 쉽게 바뀌지 않는다는 이유가 지배적이다. 이 밀레니얼 세대가 종사하는 산업의 영역 또한 과거의 사무 공간과는 어울리지 않는 테크 레버리지 서비스 기업들이 많아졌다는 것도 이유다. 이들은 최근 유행하는 코워킹스페이스가 스타트업 창업 트렌드 뿐만 아니라 신산업에 적합한, 비교적 딱딱하지 않은 업무 공간이라는 것에 무게를 둔다.

한편 트렌드가 지속되기 어려울 수 있다는 입장은 그 키를 엔터프라이즈 고객, 즉 대기업 고객을 얼마나 유치하느냐에 달렸다고 본다. 위워크, 패스트파이브 등 주요 코워킹스페이스가 테헤란로를 비롯해 서울 도심의 주요 랜드마크의 다수 층을 임대하며 공격적으로 확장하고 있고, 이 확장 추세가 서울이 아닌 다른 지역의 변화가로도 확산될 전망이다. 이 대형 건물의 다수 층을 채우기 위해서는 소규모 고객보다 대기업의 특정 부서가 한 번에 들어오거나, 해외 대기업의 국내 지사가 생기면서 이곳을 이용하는 등 입주 기간이 확실하고 규모있는 고객이 확보돼야 한다는 설명이다.

실제로 위워크와 패스트파이브는 대기업의 일부 팀, TF 팀 등을 전체 입주시키거나 대기업이 소유한 건물의 일부 층에 직접 들어가 공간을 사용하며 협업하는 등 다양한 방식으로 대기업을 끌어들이려는 노력을 하고 있다. 위워크는 국내에서 현재 약 20% 이상의 멤버를 엔터프라이즈로 확보하고 있다. 아모레퍼시픽이 위워크 을지로점에 위치해 있으며⁴⁸⁾, 조만간 GE코리아가 서울스퀘어점에 320명 규모로 입주할 계획이다. 패스트파이브 김대일 대표는 "이런 대기업 수요를 예상하기는 했지만 생각보다 훨씬 많다"고 전했다.

맺으며

지금까지 국내 코워킹스페이스가 확장해온 배경과 해외 코워킹스페이스 사례, 국내 대표 업체인 위워크, 패스트파이브 대표와의 인터뷰, 국내 코워킹스페이스 이용자들의 만족도를 차례로 알아보았다.

국내 코워킹스페이스는 이제 서울을 넘어 수도권을 비롯, 지역 대도시까지 확장을 계획하고 있다. 앞서 서울특별시 내 타 지역으로의 코워킹스페이스 확장이 스타트업의 타 지역 진출이라고 해석할 수는 없다고 언급했다.

하지만 공격적인 확장을 거듭하는 코워킹스페이스가 타 지역에도 생긴다는 것은 그만큼 국내 타 지역의 지역 산업, 또 지역을 기반으로 활동하는 스타트업에 대한 기대가 크다는 방증일 것이다.

부록

1. 2015~2018 서울 시내 코워킹스페이스 소재지 및 개소 현황

개소 년/월	이름	소재지	소재지 분류
2015년 1월	카우앤독	성수동	왕십리로
	홍합밸리	동교동	월드컵북로
2015년 3월	서울시 청년공간 무중력지대	대방동	등용로
	잭팟	삼성동	삼성로
2015년 4월	패스트파이브 1호점(서초)	서초동	남부순환로
	오렌지팜 신촌센터	신수동	백범로
2015년 5월	네이버 D2 Startup Factory	역삼동	강남대로
	구글 캠퍼스서울	대치동	영동대로
2015년 7월	팁스타운	역삼동	역삼로
	더웍스	대치동	테헤란로
	피치트리 역삼점	역삼동	역삼로
2015년 8월	패스트파이브 2호점(역삼1호)	역삼동	역삼로
	패스트파이브 3호점(역삼2호)	역삼동	테헤란로
2015년 9월	로프 압구정본점	신사동	압구정로
2016년 2월	롯데액셀러레이터	삼성동	테헤란로
2016년 4월	인생공간	성수동	광나루로
	패스트파이브 4호점(교대)	서초동	반포대로
	스팟라이틀리워크	삼성동	영동대로
2016년 6월	가라지	삼성동	선릉로
2016년 7월	피치트리 신논현점	반포동	강남대로
2016년 8월	위워크 1호점(강남역)	서초동	강남대로

2016년 10월	로프 성수점	성수동	아차산로
	드림플러스63	여의도동	63로
2016년 11월	현대카드 스튜디오 블랙	서초동	서초대로
	스파크플러스 역삼점	역삼동	테헤란로
	패스트파이브 5호점(논현)	반포동	강남대로
2016년 12월	패스트파이브 6호점(삼성1호)	삼성동	테헤란로
2017년 2월	위워크 2호점(을지로)	저동	삼일대로
2017년 5월	패스트파이브 7호점(선릉)	삼성동	테헤란로
2017년 6월	헤이그라운드	성수동	독섬로
	블랙퍼즐	역삼동	테헤란로
	서울창업허브	공덕동	백범로
	피치트리 서울대입구점	봉천동	관악로
2017년 8월	위워크 3호점(삼성역)	삼성동	테헤란로
	패스트파이브 8호점(신논현)	역삼동	강남대로
	스파크플러스 유니버스점	역삼동	논현로
2017년 9월	로컬스티치 2호점(성산점)	성산동	성미산로
	패스트파이브 9호점(강남1호)	역삼동	강남대로
	스페이스즈 그랑서울	청진동	종로
2017년 10월	패스트파이브 10호점(강남2호)	역삼동	강남대로
2017년 11월	와얏트스페이스	대치동	테헤란로
2017년 12월	위워크 4호점(역삼역1)	역삼동	테헤란로
	스파크플러스 삼성점	삼성동	테헤란로
2018년 1월	코워커스	신문로	새문안로
	패스트파이브 11호점(삼성2호점)	삼성동	테헤란로
	패스트파이브 12호점(홍대)	동교동	양화로
2018년 3월	스테이션니오	성수동	성수일로
	위워크 5호점(광화문)	중학동	종로
2018년 4월	위워크 6호점(여의도역)	여의도동	의사당대로
	스파크플러스 서울로점	남대문로	퇴계로
	드림플러스 강남	서초동	강남대로

2. 중국의 코워킹스페이스 영향력 순위 (2018.03. 기준)

2018년 3월 코워킹스페이스 브랜드 영향력 순위							
순위	브랜드명	브랜드지수	변동순위 (기준: 2018.02)	순위	브랜드명	브랜드지수	변동순위 (기준: 2018.02)
1	优客工场	306.24	1	25	科技寺	24.63	2
2	WeWork	251.74	-1	26	ATLAS寰图	23.76	—
3	天界空间	248.52	11	27	Bee+	23.26	—
4	复客中国	216.34	7	28	星库空间	21.73	-11
5	世联空间	170.94	0	29	创联工场	21.06	1
6	洪泰创新空间	168.16	0	30	尚科	20.63	—
7	SOHO 3Q	164.82	6	31	世服宏图	20.38	-10
8	WE+酷窝	157.01	-4	32	UFO.Work	20.02	4
9	氟空间	136.65	0	33	云享客	19.15	-7
10	P2	132.71	-2	34	ibase原点	18.49	-6
11	裸心社	131.35	-1	35	IQWORK	10.86	2
12	纳什空间	117.37	10	36	安快创业谷	7.86	-12
13	梦想加	113.4	-10	37	Distrii办伴	5.84	-12
14	方糖小镇	99.42	-7	38	世国际	4.69	—
15	一展空间	91.27	1	39	XNode	3.34	-1
16	RK+WORK+	89.09	—	40	Walnut	3.27	—
17	Wedo	71.95	12	41	漫调e空间	2.99	-9
18	米域	62.48	2	42	D-Space	2.69	—
19	CREATER创邑	37.24	0	43	Zwork 八戒工场	2.57	-12
20	桔子空间	32.75	-5	44	Linckia	2.24	-10
21	3W COFFICE	30.75	2	45	Workingdom	2.11	-10
22	爱特众创	29.15	—	46	Simplywork	1.72	-13
23	岛里	25.94	-11	47	OMOWORK	1.46	—
24	FUNWORK	25.49	-6				

*자료: mai'dian(迈点), 정기적으로 중국의 코워킹 스페이스 영향력 순위를 조사, 발표하는 리서치 기관

출처

- 1) 마쓰나가 게이코, 로컬 지향의 시대, 알에이치코리아, 2017.08.
- 2) leema 산업 주식회사 공식 홈페이지, 2018.11.
- 3) 'The History Of Coworking In A Timeline', deskmag, 2013.09.
- 4) '1.7 Million Members Will Work in Coworking Spaces by the End of 2018', deskmag, 2018.02.
- 5) '패스트파이브, 연내 13호점까지 문연다', 벤처스퀘어, 2017.04.
- 6) 스타트업얼라이언스-오픈서베이, 스타트업 트렌드 리포트 2017, 2017.10.
- 7) SPACES 공식 홈페이지
- 8) St. Oberholz 공식 홈페이지
- 9) Impact Hub Berlin 공식 홈페이지
- 10) Fab Lab Berlin 공식 홈페이지
- 11) 'Berlin Coworking Space Survey 2016', twago, 2016.12.
- 12) RocketSpace 공식 홈페이지
- 13) Naked hub 공식 홈페이지
- 14) '共享办公巨头WeWork 4亿美元收购裸心社, 后者估值缩水一半', 全天候科技, 2018.04.
- 15) '共享办公整合潮来袭 WeWork与裸心社合并', Sina. com, 2018.04.
- 16) UCOMMUNE 공식 홈페이지
- 17) '车库咖啡 소개 페이지', baidu.com
- 18) '关于一只独角兽的成长分析报告', UCOMMUNE , 2018.03.
- 19) Krspace 공식 홈페이지
- 20) WOOSPACE 공식 홈페이지
- 21) 复客中国 공식 홈페이지
- 22) 世联空间 공식 홈페이지
- 23) '2017年中国联合办公行业研究报告', iResearch, 2017.08.
- 24) '最新共享办公空间行业数据报告', sohu.com, 2018.01.
- 25) Justcoglobal 공식 홈페이지
- 26) The Work Project 공식 홈페이지
- 27) 'The 11 Best Coworking Spaces In Asia', Forbes, 2016.07.
- 28) BEACHUB 공식 홈페이지
- 29) KOHUB 공식 홈페이지
- 30) The Hive 공식 홈페이지
- 31) HUBUD 공식 홈페이지
- 32) Dreamplex Coworking Space 공식 홈페이지
- 33) Exchange Workspaces 공식 홈페이지
- 34) Blix Spaces 공식 홈페이지
- 35) Ministry Of New 공식 홈페이지
- 36) HUBBA Thailand 공식 홈페이지
- 37) '소프트뱅크벤처스, 인도네시아 코워킹스페이스 EV하이브 투자', 플랫폼, 2018.06.
- 38) 'The Rise of Coworking Spaces in Africa', deskmag, 2017.03.
- 39) 360 Creative Hub 공식 홈페이지
- 40) District Spaces 공식 홈페이지
- 41) '스파크플러스, 한국형 공유 오피스 사업 나섰다', 매일경제, 2017.04.
- 42) IBK경제연구소, 급성장한 부동산 임대업 현황 파악 및 전망, 2016.04.
- 43) 한국감정원, 서울 오피스 빌딩의 공실 원인과 리스크 관리 방안, 2016.06.
- 44) 쿠시먼앤드웨이크필드, 부동산 시장 보고서-서울 오피스 SNAP SHOT 3Q 2017, 2017.
- 45) 쿠시먼앤드웨이크필드, 부동산 시장 보고서-서울 오피스 SNAP SHOT 4Q 2017, 2017.
- 46) 김태호, 공유오피스 현재와 미래, 알투코리아, 2017.10.
- 47) 'Coworking: A Threat To Traditional Office Space?', Forbes, 2016.06.
- 48) '위워크 한국 대표 "한국·동남아에 5억달러 투자, 삼성전자도 협력"', 이코노미조선, 2017.11.



startupall.kr

발행일	2018. 06.
발행인	채선주 네이버 부사장 (스타트업얼라이언스 의장)
발행처	스타트업얼라이언스 (서울특별시 강남구 테헤란로423, 현대타워 7F 우편번호 06159)
기획·글	스타트업얼라이언스 이승아 매니저
문의	스타트업얼라이언스 이승아 매니저 (070-4659-4804, slee@startupall.kr)
디자인	어떤생각이든연구소

본지에 게재된 내용 및 자료를 스타트업얼라이언스의 허락 없이 무단 복사, 무단 전재를 금합니다.

**COWORKING
SPACE
TREND
REPORT**

