

해외 카셰어링 사업 동향과 시사점

Implications of International Car-sharing Business



강팔문



최현수



박준태

서론

최근 ‘Sharing Economy’, ‘Collaborative Consumption’ 등 공유와 관련된 트렌드 용어들이 등장하고 사회적으로 새로운 이슈가 되고 있다. 이러한 추세를 반영하듯, 2012년 9월 서울시에서는 ‘공유도시 서울’을 선언하면서 자치단체 차원에서 공유경제 사업이 추진되고 있다. 이는 도시의 공간, 물건, 정보 등을 이웃과 공유하여 도시문제를 해결하는 것을 목표로 하는 것으로 자신이 보유하고 있지만 사용하지 않는 물건이나 시간, 정보, 공간 등을 공유하는 현시점의 트렌드적 움직임으로 볼 수 있다.

The Car Share Cafe에 따르면, 전세계적으로 약 200여 운영사가 넘는 CSO(Car Sharing Organization)가 존재하며 600여 도시에서 운영되고 있는 것으로 조사되고 있다. 카셰어링의 역사가

가장 오래된 스위스의 경우, 환경정책을 추진하는 과정에서 행정부와 연계한 Mobility사가 카셰어링 사업을 공공서비스로 통합 일원화되었다. 또한 일본의 경우, EV사회실험의 일환으로 카셰어링을 도입하여 2004년부터 본격적인 카셰어링 사업을 진행하고 있고, 이와 관련한 제도개편을 통해 시장규모를 급속하게 확장시키고 있다.

본 고에서는 해외(일본, 스위스) 카셰어링 사업에 대해 살펴보고 시사점을 제시하였다.

일본 카셰어링 사업

1. 일본 카셰어링 사업 동향

일본의 카셰어링은 ITS의 실용화와 전기자동차의 보급에 착안점을 둔 기술개발형 실험의 형태로 1999년부터 시작되었다. 그 중 하나였던 요코하마

강팔문 : 한국철도협회 정책연구소, pmkang4029@daum.net, Phone: 02-3487-7771, Fax: 02-3487-7781

최현수 : 한국철도협회 정책연구소, nagaza424@naver.com, Phone: 02-964-3997, Fax: 02-3487-7781

박준태 : 한국철도협회 정책연구소, pj724@naver.com, Phone: 02-959-9972, Fax: 02-3487-7781

시의 ITS/EV사회실험을 전수받는 형태로 오릭스자동차의 자회사형태로 CEV셰어링사가 설립되었고, 이를 토대로 2004년 4월부터 일본 최초의 카셰어링 사업이 시작되었다. 2005년에는 마츠다렌터카

에서 카셰어링 사업 『셰어카24 (이후 타임즈24에 매각되어 타임즈 플러스 로 변경됨)』가 설립되었다. 2007년에는 오릭스에서 실시한 사업 타당성 조사를 기점으로 전국적인 서비스가 확대되었다.

표 1. 일본 카셰어링 운영사업자 현황(2014)

운영조직/관련업체	스테이션수 (개소)	차량대수 (대)	회원수 (인)
오릭스자동차(주)	1,262	2,053	100,082
이동서포트 와세다대학교교통계획연구소	1	3	30
니시오 렌트올(주)	53	910	3,790
한큐전철(주), (사)커뮤니티 아야토	4	6	75
JR서일본렌터카&리스(주)	4	7	138
NPO법인「志木の輪」	1	1	11
유피알(주)	8	11	379
타운모빌네트워크 기타큐슈	4	8	148
타임즈 24(주)	4,671	7,455	298,644
(주)아스크	100	120	7,100
호쿠세이산업(주), 초지산업(주)	12	12	200
에코빌리지 프루카와 「きのかの家」	1	1	6세
렌터카 시코쿠(주)	5	5	222
일본주차장개발(주) 일본자동차서비스(주)	94	246	3,840
카셰어링제팬(주)	726	819	25,500
라임오토리스(주)	2	2	121
엑티오(주)	2	2	20
메이테츠협상(주)	196	250	7,600
삼복종합부동산(주)	5	5	140
토요타자동차(주) 토요타렌트리스삿포르(주) 토요타렌트리스동경(주) 토요타렌트리스아이치(주) 토요타렌트리스오사카(주)	13	20	670
J o y C a(주)	59	63	1,728
나가사키도매센터(주) (협동조합나가사키도매센터)	4	6	168
뉴 코윈(주)	11	11	500
하세코 커뮤니티(주)	8	10	446
어스 카(주)	225	265	6,829
이치넨 카셰어링(중)	42	45	1,400
일반사단법인 일본 카셰어링 협회	46	66	285
아다치 산업(주)	5	5	192
제오(주)	1	1	8
스마트제팬(주)	1	2	10
야토종합도매센터(주) (협동조합 야토종합도매센터)	3	3	60
치즈석유(주)	8	8	90
합계	7,568	12,373	465,280

자료: 공익재단법인 교통에코로지·모빌리티재단
주 1: 오릭스자동차(オ릭ス自動車)는 2009년부터, 9월말과 3월말의 데이터만을 공표함

초기의 카셰어링 참여사업체로는 오릭스자동차, 마츠다렌터카 등의 렌터카 사업체가 중심이었지만, 2008년부터는 미츠이물산의 자회사인 카셰어링제팬, 파크24(현재의 타임즈24), JR동일본, 걸리버인터네셔널 등의 다양한 분야의 자동차관련 사업체가 카셰어링 사업에 참여하게 되었다.

이러한 카셰어링 시장규모 확장의 주요 배경으로는 규제완화를 들 수 있다. 규제완화 이전의 일본 법률에서는 카셰어링 사업을 렌터카 사업과 동급으로 다루고 있었으므로 카셰어링 사업을 시작함에 있어서 렌터카사업 허가가 반드시 필요하였다.

렌터카 사업은 사업영업소의 직원을 통해 차량대여가 이루어져 왔지만, 2004년 국토교통성에서 카셰어링 사업의 차량대여에 관한 거래내역을 IT 활용을 통해 명확하게 파악하는 것을 조건으로 직원을 통한 직접적인 대여시스템을 면제하였고, 이를 통해 무인거점의 대여가 가능하게 되었다. 또한 이러한 무인거점 대여서비스는 초기에는 구조개혁

표 2. 일본 카셰어링 규모 추이(누적)

구분	'02	'04	'06	'08	'10	'12	'14
차량대수 (대)	21	68	118	510	1,265	6,477	12,373
회원수 (명)	50	924	1,712	3,245	15,894	167,745	465,280

자료: 공익재단법인 교통에코로지·모빌리티재단
<http://www.ecom.or.jp>, 2014년 1월 현황

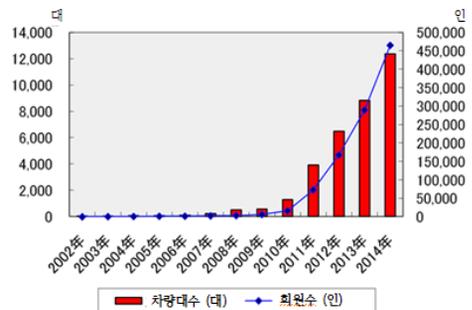


그림 1. 연도별 일본 카셰어링 규모 추이

특구에 한정하고 있었지만, 2006년의 추가적인 규제완화를 통해 전국적으로 무인거점의 차량대여 서비스를 제공할 수 있게 되었다. 이러한 국가의 규제완화조치는 렌터카 사업과 카셰어링 사업의 특징을 구분 짓는 계기가 되었고 카셰어링사업의 시장규모 확장에 크게 작용했다고 평가받고 있다.

일본의 공익재단법인인 교통에코로지·모빌리티재단의 조사(2014. 1)에 따르면, 일본의 카셰어링 차량스테이션 수는 전국적으로 총 7,568개소, 차량대수 12,373대, 회원수 465,497인으로 최근 그 규모가 급격하게 확대되었고, 이러한 결과는 카셰어링 시장 확대를 위한 범국가적인 차원의 노력이 작용된 것이라고 볼 수 있다.

2. 차량 보유대수 및 이용행태 변화

일본 교통에코로지·모빌리티 재단에서는 2005년과 2012년, 2년에 걸쳐 동경수도권지역의 5개 카셰어링 사업자의 협조를 통해 카셰어링 개인가입자와 법인가입자를 대상으로한 도시환경부하 저감에 미치는 영향 설문조사를 실시하였다. 이 기간

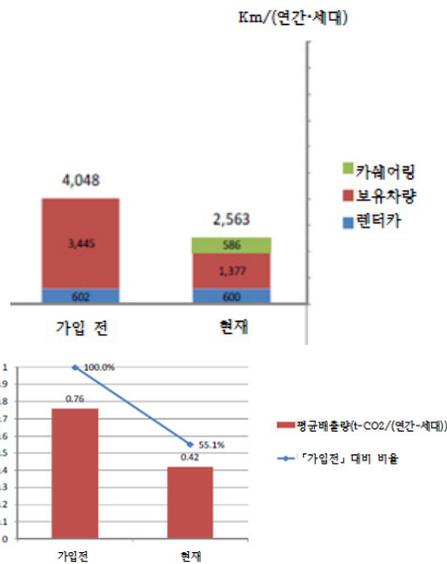


그림 2. 가입전·후 자가용보유대수 변화 및 주행거리 변화 (세대당)

자료: 공익재단법인 교통에코로지·모빌리티재단

동안 카셰어링 회원수는 사업 초창기 대비 약 100배 이상 증가하였고, 카셰어링의 활성화와 더불어 교통행동패턴 관련 긍정적인 변화가 나타났다. 조사결과는 다음과 같다.

1) 개인 가입자

카셰어링의 가입을 통해 약 30%의 자가용보유수가 감소되었고 이는 평균 자가용보유대수가 0.45(대/세대)에서 0.17(대/세대)로 약 60%가 감소한 것으로 나타났다. 회원들이 보유한 자가용 차량수와 렌터카 및 카셰어링 차량을 더하여 세대당 연간 자동차주행거리를 살펴보면, 가입 전에는 4,048km였으나 가입 후 2,563km로 36.7% 단축된 것으로 나타났다.

2) 법인 가입자

가입 후의 자가용보유대수는 소폭으로 감소되었음이 확인되었다. 그러나 주행거리 및 CO₂배출량에 대한 정확한 변화량은 파악할 수 없었으나 법인회원의 회사주변 카셰어링 이용과 더불어 파크&라이드(Park&Ride)를 활용한 업무상의 이동이 증가한 것으로 확인되었다.

3. 카셰어링 사업에 의한 환경개선 효과

1999년 카셰어링 사업이 본격적으로 시작된 이래, 일본에서는 카셰어링 활성화를 위한 수많은 비즈니스모델이 시도되어 왔고, 최근에 들어서는 카셰어링 사업체와 지방자치단체 그리고 철도사업자가 연계한 사업형태가 만들어지는 등 관련 사업체간의 사업연계가 이루어지고 있다.

특히 카셰어링 이용에 대한 시민들의 이해와 촉진을 위한 보급전략수립과 더불어 카셰어링을 대중교통시스템의 일부로 편입시키기 위한 노력들이 이루어지고 있다.

또한 공공기관과 카셰어링 사업자간의 사업체결을 통한 적극적인 인센티브 전략이 만들어지고 있다. 일본의 지방자치단체와 카셰어링 사업자 그리

고 관련업체가 연계하여 실시하고 있는 카셰어링 사업의 사례와 그 특징에 대해 살펴보았다.

현재 일본에서는 민관연계를 통한 카셰어링 서비스 보급이 전국적으로 활발하게 추진되고 있다. 대표적인 사례로는 대규모 카셰어링사업체인 타임즈카플러스(Times Car Plus)가 지자체의 공용주차장을 활용하여 추진하고 있는 사례로서 '교통체증의 완화', '교통정체로 인한 교통사고의 방지', '교통부문의 CO₂ 배출량 감소', '대중교통기관의 이용촉진' 등을 슬로건으로 내걸고 추진하고 있다.

이는 '친환경성', '대중교통의 이용편이성 향상', '지역활성화'에 대한 공헌을 목표로 하는 사업으로 알려져 있다.

1) 후쿠오카시 : 시청 전기자동차를 활용한 카셰어링 서비스

저탄소 도시만들기를 슬로건으로 하는 「아일랜드시티」에서는 시청직원 전용의 전기자동차를 활용하여 카셰어링 사업을 실시하고 있다. 시청에서 운영 중인 2대의 전기자동차를 주말에는 일반인을

표 3. 지방자치단체 연계 카셰어링 사업 사례

구분	내용	사업사례
후쿠오카시(福岡市) 2010. 7.-2011. 11.	<ul style="list-style-type: none"> 시청에서 운영 중인 2대의 전기자동차를 주말에는 일반인을 대상으로 제공하는 대여 서비스 독자적으로 개발한 EV대용 카셰어링시스템을 도입, 타임즈카플러스사(社)의 차량이 전용주차장을 동시에 사용가능하도록 하여 주말에 집중되는 일반인 수요에 대응 	
오사카시(大阪市) 2010. 12.-현재.	<ul style="list-style-type: none"> 오사카시 총 5개소 거점에 전기자동차(미츠비시 i-MiEV) 5대를 도입, 카셰어링에 대한 시민·기업·관광객의 이용촉진 상의 문제를 조사하여 개선을 통해 'EV' 및 '카셰어링'에 관한 인지도를 높이고 있음 주말에는 각 스테이션에서 설명회를 실시하여 카셰어링 서비스의 개요와 전기자동차의 특성을 보다 많은 시민에게 알리기 위한 홍보작업을 실시 	
사카이시(堺市) 2012. 2.-현재.	<ul style="list-style-type: none"> 일반시민 대상 전기자동차의 친환경성과 주행성능에 대한 체험 제공을 위해 카셰어링 사업을 실시. 5개 주차장에는 전기자동차 전용 충전시설이 설치되어 있고 충전플러그를 연결하면 차량반납이 완료되는 독자적인 충전시스템을 갖춘 	
이케다시(池田市) 2012. 1.-현재.	<ul style="list-style-type: none"> 이케다시의 공공시설 및 상점가의 주차장에 다이하츠공업이 무상으로 제공한 차량을 타임즈카플러스에서 도입하여 협동적인 연계를 통해 카셰어링 사업을 실시 시에서 구입한 공용차를 사용하는 것이 아닌 완성자동차 메이커가 지방자치단체에 무상으로 제공한 차량을 활용하여 지자체와 운영사업자가 협동하여 실시한 비즈니스모델로는 일본 최초의 시범사례 	
카와사키시(川崎市) 2013. 5.-현재.	<ul style="list-style-type: none"> 카와사키시에서는 시영주택부지 내의 주차장을 효과적으로 활용하기 위하여 거주자 및 방문자를 대상으로 주차장이용자의 편의성향상을 위한 주차장제공과 카셰어링서비스 실시 운전기회가 적은 고령자 및 여성들도 안심하고 사용이 가능하도록 컴팩트카와 친환경적인 전기자동차 i-MiEV를 설치하고 있고 시영주택에 거주하는 입주민에 한해서는 가입비를 면제하는 등 손쉽게 카셰어링을 이용할 수 있는 서비스제공 	

자료: <http://plus.timescar.jp/public>

대상으로 제공할 수 있도록 대여하는 서비스 형태를 취하고 있다.

주차장내에는 충전시설이 설비되어 있고, 독자적으로 한 EV대용 카셰어링시스템을 도입하였으며, 타임즈카플러스사(社)의 차량이 전용주차장을 동시에 사용가능하도록 하여 주말에 집중되는 일반인 수요에 대처하고 있다.

2) 오사카시 : 전기자동차 카셰어링 인지도 확대를 위한 노력

저탄소형 교통시스템의 보급 및 촉진을 목표로 하는 본 사업은 카셰어링형 전기자동차의 보급을 위해 오사카시가 적극적으로 추진하고 있다.

오사카시 내부의 총 5개소 거점에 전기자동차(미츠비시 i-MiEV) 5대를 도입하였고, 카셰어링에 대한 시민·기업·관광객의 이용촉진 상의 문제를 조사하여 개선을 통해 보다 넓은 범위에서 'EV' 및 '카셰어링'에 관한 인지도를 높이고 있다. 또한 주말에는 각 스테이션에서 설명회를 실시하여 카셰어링 서비스의 개요와 전기자동차의 특성을 보다 많은 시민에게 알리기 위한 홍보작업을 실시하고 있다.

3) 사카이시 : 시의 공용차량을 활용한 전기자동차 카셰어링 사업

사카이시에서는 일반시민을 대상으로 전기자동차의 친환경성과 주행성능에 대한 체험 제공을 위해 카셰어링 사업을 실시하고 있다. LEAF(닛산) 3대와 i-MiEV(미츠비시) 2대를 사카이시 주변의 타임즈주차장에 설치하였고, LEAF 2대와 i-MiEV 1대는 사카이시청 직원과 시민이 공동으로 이용하게 운영하고 있다. 또한 나머지 LEAF 1대와 i-MiEV 1대는 평일에는 직원전용으로 사용하고 휴일에는 일반시민이 전용으로 활용하도록 하는 서비스를 제공하고 있다.

5개소의 주차장에는 전기자동차 전용 충전시설이 설비되어 있고 충전플러그를 삽입하면 차량반납이 완료되는 독자적인 충전시스템을 갖추고 있다.

4) 이케다시 : 지방자치단체와 자동차메이커 3사가 협력하여 카셰어링 사업 실시

이케다시의 공공시설 및 상점가의 주차장에 다이하츠공업이 무상으로 제공한 차량을 타임즈카플러스에서 도입하여 협동적인 연계를 통해 카셰어링 사업을 실시하고 있다. 시에서 구입한 공용차를 사용하는 것이 아닌 완성자동차 메이커가 지방자치단체에 무상으로 제공한 차량을 활용하여 지자체와 운영사업자가 협동하여 실시한 비즈니스모델로는 일본 최초의 시범사례라고 할 수 있다.

2012년 1월, 10대로 시작한 본 사업은 2012년 4월에 배차대수를 확대하여 총 20대의 카셰어링 전용차량을 통해 운영되고 있다. 또한 운영차량 확대와 더불어 오사카 국제공항에 '미라이스'와 '무브'를 한 대씩 배치하여 일반시민 외에 범인회원에 게도 외출 및 출장용도의 차량서비스를 제공하여 교통편이성의 증진을 도모하고 있다.

5) 카와사키시 : 시영주택부지 내 카셰어링 서비스

카와사키시에서는 시영주택부지 내의 주차장을 효과적으로 활용하기 위하여 거주자 및 방문자를 대상으로 주차장이용자의 편이성향상을 위한 주차장제공과 카셰어링서비스를 실시하고 있다.

운전기회가 적은 고령자 및 여성들도 안심하고 사용이 가능하도록 콤팩트카와 친환경적인 전기자동차 i-MiEV를 설비하고 있고 시영주택에 거주하는 입주민에 한해서는 가입비를 면제하는 등 손쉽게 카셰어링을 이용할 수 있는 서비스를 제공하고 있다.

스위스 카셰어링 사업

1. 스위스 카셰어링 사업 동향

세계 최초로 카셰어링이라는 개념을 도입한 국가는 바로 스위스이다. '공동으로 이용하는 차량'이라는 개념에서 시작된 스위스의 카셰어링은 1948년 쉐리히에서 'SEFAGE'라는 명칭으로 탄생하였

다. 그 당시의 차량가격은 일반인들이 구입하기에는 매우 고가의 이동수단이였다.

그러나 공동차량의 이용을 위해 일반시민이 주체가 된 협동조합이 설립되었고, 시민 각자가 일정부분의 지분을 지불하여 구입하는 형태로 차량구입이 이루어졌다. 즉 카셰어링의 시작은 고가의 차량가격으로 인한 경제적인 이유에 기인한 것이라 할 수 있다.

이후 경제발전과 더불어 스위스에도 마이카시대가 도래하게 되었고 점차 개인소유의 승용차가 증가하면서 지금까지 유지되어왔던 카셰어링에 대한 수요가 크게 감소하였다. 그러나 카셰어링이 탄생한지 40년이 지난 1987년, 스위스의 추리히에서는 '셰어컴(社)', 그리고 스타인시에서는 ATG(자동차 공유조합)가 설립되어 현재의 카셰어링 사업의 기본이 되는 구조를 개발하였고, 불특정다수의 사람들이 자동차를 공유할 수 있는 본격적인 시스템이 탄생하였다.

각 사업체의 설립목적은 보면 우선 스타인시의 ATG는 카셰어링을 통해 자가용의 이용수요를 줄이고 자동차로 인한 환경문제를 해결하고자 하였다. 반면 추리히시의 셰어컴(社)의 경우는 자동차에 한정하지 않고 다양한 공동이용 서비스를 제공함으로써 일반 시민에게 소유가 아닌 공유에 대한 가치를 확산시키기 위한 철학을 통해 사업을 시작하였다.

이미 40여년 전 소유가 아닌 공유로의 발상전환을 위한 노력이 이뤄졌다는 사실에 놀라지 않을 수 없지만, '공유'라는 개념이 앞으로 다가올 미래의 중요한 가치임을 스위스의 사례를 통해 확인할 수 있다. 이처럼 두 사업체의 설립목적은 조금은 다른 방향을 향하고 있었지만 근본적으로 카셰어링을 통해 자원을 절약하고 환경보전에 기여하고자 했다는 점에서 공통분모를 이루고 있다고 할 수 있다.

2. 정부주도 카셰어링 사업

결국, 1997년 스위스 정부차원에서 카셰어링에 대한 지원관리를 시작하게 되었고, 스위스연방정



그림 3. 카셰어링과 대중교통의 연계 사례

자료 : 카셰어링最前線 - 次々自動車の取組み(2011)

부는 에너지정책의 일환으로서 카셰어링 사업에 개입하여 2개의 조직을 Switzerland-Mobility(社)로 통합하였으며, 이를 통해 카셰어링 서비스를 공적인 서비스로 격상시켰다. 현재 스위스의 카셰어링 사업은 행정부 주도사업의 성격을 강하게 갖고 있고 스테이션 용지의 취득 및 시내 대중교통과의 통합요금제도, 그리고 스위스 국철과의 연계사업 등 카셰어링 사업이 대중교통의 일부분으로 인식되고 있으며, 이러한 모든 사업연계가 관의 주도 하에 원활하게 이루어지고 있다.

2014년 3월 현재, 회원수는 93,700명을 돌파하였고, 총 1,380 거점, 차량수는 총 2,650대가 운영되고 있다. 기본적으로 한 스테이션에 두 대씩 배치되어 있고, 인구당 카셰어링의 보급률을 살펴보면 40명당 1대의 비율로 설치되어 보급률이 약 1.23(대)에 이른다. 이는 세계에서 압도적으로 높은 보급률로서 2위인 캐나다의 0.21(대/인)와 비교하면 그 차이가 확연함을 알 수 있고, 카셰어링이 일반시민에게 친근한 대중교통수단으로 활용되고 있는 것을 확인할 수 있다.

또한 카셰어링 이용자의 교통패턴을 조사한 결과, 가입 전의 자가용 연평균 주행거리가 9,300(km/년·인)에서 2,600(km/년·인)으로 약 1/4 가까이 감소하였고 이와 더불어 대중교통 및 도보·자전거의 부담비율이 크게 증가한 것을 확인할 수 있다. 이는 Mobility(社)가 추구하는 교통환경 개선이라는 목적을 크게 달성한 결과라고 할 수 있

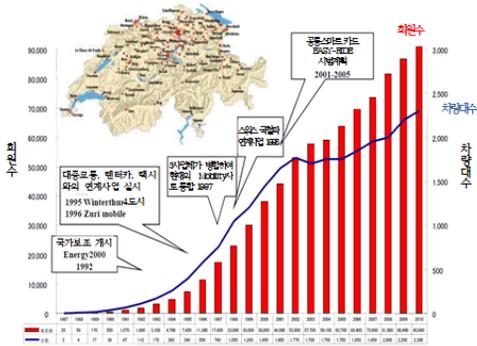


그림 4. 스위스 Mobility사의 회원수 및 차량대수 연도별 추이
 자료: 도이츠헤어링連盟의發表(2004)



그림 5. 카셰어링에 의한 교통행동 변화
 자료: 도이츠헤어링連盟의發表(2004)



그림 6. 스위스 Mobility(社)의 카셰어링 차량

고, 공유교통이라는 가치가 사회-경제적으로 기여하고 있음을 확인할 수 있는 대목이다.

Mobility(社)에서 제공하고 있는 차량은 총 2,650대로 대형-중형-소형 차량을 크게 9가지 카테고리별로 분류하여 차량이용의 목적에 맞추어 선택의 다양성을 제공하고 있다. 또한 'Private customers', 'Business customers'의 개인회원 및 법인회원을 대상으로 서비스를 제공하고 있고, 주목할 점으로

는 'The housing project "Generationen Wohnen (주거 공간사용 효율화)"'라는 것으로 민간건설사와 설계자, 임대자의 협조를 통한 카셰어링 서비스로 카셰어링을 통해 거주지의 주차난의 해소와 승용차를 위한 불필요한 주거공간의 억제 등을 통해 보다 쾌적한 주거공간의 창출에 기여하고 있다.

이는 최근 국내 씨티카(사)에서 실시하고 있는 민간아파트의 주차장을 활용한 카셰어링 서비스의 형태와 유사한 것이지만, 스위스의 사례는 카셰어링 활성화와 더불어 주거공간 여메니티의 향상을 목적으로 하고 있다는 점에서 차이가 있다.

시사점

일본의 경우 카셰어링 사업주체간의 연계와 새로운 통합비즈니스 모델의 시도, 그리고 새로운 사업의 실현 가능성을 발굴하기 위한 노력이 지속적으로 이루어지고 있다. 그에 대한 효과로서 전년(2013년 기준) 대비 60% 이상의 카셰어링 회원수(약 47만명)를 확보할 수 있었고, 전국의 사업 규모가 꾸준히 증가하는 추세를 나타내고 있음을 확인할 수 있었다.

특히 사업효율성의 관점에서 대규모 카셰어링 사업자와 소규모 사업자의 연계가능성, 혹은 대중교통사업자와 카셰어링 사업자간의 연계에 대한 움직임, 자방자치단체와 카셰어링 사업자 간의 교섭, 그리고 전기자동차를 활용한 카셰어링 서비스의 제공 등에 있어서 각 주체들이 갖는 강점을 살려 통합하려는 움직임이 지속적이고 자발적으로 이루어지고 있는 것을 살펴볼 수 있었다.

이는 최근 업계경쟁이 극화되고 있는 한국 카셰어링 시장에 시사점을 주는 결과라 할 수 있다.

한편 스위스의 사례는 정부 주도의 사업으로 카셰어링 사업이 이루어지고 있는 것이 특징이다. 특히 트램 및 국영철도 등 기존의 대중교통수단으로서 카셰어링을 편입시켜서 대중교통수단으로서 카셰어링이 활용되고 있다는 점에 주목할 필요가 있다. 또한 카셰어링의 활성화만이 아닌 환경문제, 거주

공간의 쾌적성 향상, 지속가능한 도시공간 창출이라는 틀 안에서 정부와 사업자, 그리고 시민들 간에 공감대를 형성하고 있음은 주목할 만한 일이다. 카셰어링의 보급률이 인구 40명당 1대가 넘을 정도로 높은 것은 카셰어링의 오랜 역사와 더불어 상생적인 공동체를 만들기 위한 전체적인 사회분위기가 반영된 결과라고 말할 수 있다.

2012년 서울시에서 시작한 공유서울이나 세계적인 공유경제에 대한 관심에 힘입어 한국의 카셰어링은 어느 때보다도 뜨거운 사회적 이슈로 떠오르고 있다. 그러나 아직 태동단계에 있는 한국의 카셰어링 시장은 인지도 측면이나, 사업 효율화를 위한 제도적인 문제 등 극복해야 할 많은 과제를 안고 있는 상황이다.

따라서 사업자 간의 경쟁관계 및 관련 주체간의 카셰어링 서비스에 대한 목적, 효과, 장래의 수요동향, 제도적 제약, 공공성 등의 인식에 있어서 주체 간의 차이를 적극적인 교섭을 통해 좁히고, 각 관련주체의 강점을 살림으로써 적극적인 가능성을 발굴해 낼 필요가 있다. 또한 스위스의 사례와 같이 카셰어링 서비스를 대중교통수단에 포함시키기 위한 제도적인 노력을 통해 대중교통과의 연계성을 높이고 우리나라의 우수한 대중교통인프라를 카셰어링 서비스에 효과적으로 활용하는 방안 모색이 필요하다.

참고문헌

カーシェアリング最前線 - オックス自動車の取組み (2011)
 ドイツカーシェアリング連盟の発表(2004)
 公益財団法人 交通エコロジー・モビリティ財団 (2013), 카셰어링による環境負荷低減効果の検証報告書.
 鈴木聰史, 鹿山新介, 川野辺健志, 楠本純, 加藤浩徳 (2011), 我が國の大都市圏におけるカーシェアリングをめぐる關係主体間の連携可能性, 社會技術研究論文集, 8, 37-52.
 三井亨保, 外井哲志 (2007), わが國におけるカー

シェアリング事業の實態, 國際交通安全學會誌, 32(2), 80-88.
 矢野 晋哉・高山 光正・仲尾 謙二・藤井 聰 (2011), 카셰어링への加入が交通行動に及ぼす影響分析, 土木學會論文集, 67(5), 611-616.
<http://plus.timescar.jp/public> timescar사 홈페이지, 일본
<http://plus.timescar.jp/public/>(주)타임즈24 홈페이지, 일본
http://www.ecomo.or.jp/environment/carshare/carshare_list.html(공익재단)교통에코로지 모빌리티 재단, 일본
<http://www.jrerl.co.jp/eigy> JR동일본
<http://www.mobility.ch> Mobility사 홈페이지, 스위스
<http://www.times24.co.jp/news/2013/03/jr4110321.html> JR서일본과 민간업체의 연계사례, 일본