

공유경제 서비스 사례분석을 통한 협력적 라이프스타일 연구 -코워킹과 코리빙 스페이스를 중심으로-

안효진*, 김승인**

홍익대학교 국제디자인전문대학원 디지털미디어디자인전공*, 홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수**

A Study on Collective Lifestyle by Analyzing Case of Sharing Economy Service -Focusing on Co-working & Co-living Space-

Hyo-Jin An*, Seung-In Kim**

Dept. of Digital Media Design, Hongik University, International Design School for Advanced Studies*

Prof. of Digital Media Design, Hongik University, International Design School for Advanced Studies**

요 약 본 연구는 유럽 지역을 중심으로 활발하게 운영되고 있는 코워킹&코리빙 스페이스 15곳을 유형별로 분류, 사례 조사를 통해 국내 코워킹&코리빙 스페이스가 나아가야 할 방향성을 제안하는 데 그 목적이 있다. 연구방법으로는 1차로 문헌 연구를 통해 공유경제서비스의 유형과 코워킹&코리빙 스페이스의 이론적 배경을 고찰하였다. 2차로 3차 산업혁명 공유경제의 연결 선상에서 더욱 진화된 과정으로 간주하는 4차 산업혁명의 공유경제의 3대 키워드를 유추하고, 코워킹&코리빙 스페이스 15곳을 유형별로 분류하여 사례 조사를 진행하였다. 그 결과, 3가지 유형별 특성에 따라 각기 다른 목적성 중심의 특성이 나타났다. 또한, 공통으로 공동체적 특성이 두드러지며 플랫폼 자체의 커뮤니티를 통해 다양한 협업 루트를 제공한다라는 특징을 알 수 있었다. 본 연구를 바탕으로 앞으로 국내의 코워킹&코리빙 스페이스의 활성화 방안을 위한 참고 자료로 사용될 수 있을 것을 기대하며, 이후 진행될 후속 연구에도 도움이 되길 기대한다.

주제어 : 코워킹 스페이스, 코리빙 스페이스, 협력적 라이프스타일, 공유 경제, 공유 스페이스

Abstract The purpose of this study is to suggest the guideline by analysing and categorizing the case of sharing economy service especially the co-working and co-living space based on Europe. I did some literature research followed with evaluation of theoretical backgrounds, present conditions. Also, Some case research based on the keyword of 4th industrial revolution and the space categorized by their characteristics. The result indicate that co-working and co-living space's features correlated with their characteristics of the location and birth of digital nomad life. Each space has their flat-form community for the needs of closer cooperation between the user and user in common. I expect this study will become a good resource for upgrading domestic co-working and co-living space and also I hope that this study can guide follow-up next studies.

Key Words : Co-working, Co-living, Collective lifestyle, Sharing economy, Sharing space

Received 24 August 2017, Revised 29 September 2017

Accepted 20 October 2017, Published 28 October 2017

Corresponding Author: Seung-In Kim (Hongik University, International Design School for Advanced Studies)

Email: r2d2kim@naver.com

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

인터넷의 편재적 접속과 자유로운 SNS 사용으로 정보 공유와 소통이 활발해지고, 개인 간의 거래 및 협력적 소비에 대한 플랫폼이 다양해지면서 협력적 공유 경제는 4차 산업혁명의 핵심 경제로 대두되었다. 이러한 사회적 흐름은 제품 서비스 군뿐 아니라 라이프스타일과 관련된 분야에서도 변화를 가져오고 있다. 미국산업오피스 자산협회(NAIOP)가 2013년에 발표한 ‘일터 혁신(Workplace Innovation Today)’보고서에 따르면, 미국 내 위치한 코워킹 스페이스는 2005년 1곳에서 2013년 781곳으로 급증하였고[1], The consulting firm Emergent Research 역시 2020년까지 전 세계적으로 15,000개의 새로운 코워킹 스페이스가 문을 열 것이라 예상하였다[2]. 국내에도 현재 다양한 코워킹 스페이스가 운영 중이지만, 공간 중심의 하드웨어만 갖추었을 뿐 그 속에 흐르는 문화적 요소는 배제되어있는 곳이 다수이다. 하지만 해외에서는 이미 코워킹 스페이스가 새로운 트렌드가 아닌 하나의 일상이 되었다. 나아가 ‘Wework’, ‘Roam’과 같은 코워킹 스페이스의 대표적 기업들은 최근 새롭게 떠오르는 공유경제 라이프스타일인 ‘코리빙(Co-living)’과 결합하여 사용자들에게 새로운 경험을 제공한다. 집과 생활, 역할 등을 공유하는 코리빙 스페이스는 전 세계적으로 땅값과 집세가 오르는 현실과 비례하여 더욱 증가할 전망이다. 따라서 본 연구에서는 진화하는 공유경제의 특징과 유형을 분석하고, 유럽 지역을 중심으로 활발하게 운영되고 있는 코워킹&코리빙 스페이스 15곳을 유형별로 분류, 사례 조사를 통해 국내 코워킹 스페이스가 나아가야 할 방향성을 제안하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 공유경제(Sharing Economy)

공유경제란 용어는 1984년 하버드대 경제학과 교수 마틴 와이즈먼(Martin Weizman)이 그의 저서 ‘공유 경제: 불황을 극복하다’를 통해 처음 언급하였으며, 이후 2008년 하버드 법대 로런스 레식(Lawrence Lessig) 교수가 체계화하였다. 레식은 공유경제를 ‘한번 생산된 제품을 여러이 공유해 쓰는 협력적 소비를 기본으로 한 경제

방식’이라 정의하였다[3]. 오양(Owyang, 2013)은 협력적 소비가 기업이나 사람들 간의 소유와 활용이 공유되는 경제적 모델로서 새로운 생산과 서비스 및 비즈니스의 성장을 가져오는 경제로 규정하였다[4]. 산다라 라잔(Sundara Rajan, 2014)은 공유경제를 확산시키는 주요 요소로 첫째, 디지털 테크놀로지의 개인화 둘째, 디지털 테크놀로지 기반 플랫폼의 등장 셋째, 도시화와 세계화 넷째, 환경과 자원에 대한 고려를 꼽았다. 우스코(Woskow, 2014)는 공유경제를 사람들이 재산이나 자원, 시간, 기술 등을 공유하도록 도와주는 ‘온라인 플랫폼’으로 정의하며, 이를 통해서 사람들은 단순히 돈을 벌거나 절약하는 것이 아니라 전통적인 서비스보다 더 나은 경험을 하게 된다는 점을 강조했다[5]. 다음은 공유경제 서비스를 유형별로 분류하여 <Table 1>에 정리한 것이다[6].

<Table 1> Categorized Service of Sharing economy

service	resource	company
product service systems	car sharing	zipcar, streetcar, goget
	bike sharing	velib, barclays cycle hire, smartbike, bixi
	solar power	solar city, solar century, one block off the gride
	toy rental	dim dom, babyplays, rent-a-toy
	fashion	bag borrow & steal, fashionhire
	movies	netflix, lend a round, renttherunway
redistribution markets	big marketplaces	craigslist, ebay, flippid, gumtree
	free exchange	freecycle, kashless, around again
	swap sites for books	bookhopper, thebookswap, paperbackswap,
	clothing swap	swapstyle, clothing exchange, 99 dresses
collaborative lifestyle	coworking	citizen space, culture, the hub
	social lending	zopa, prosper
	peer-to-peer travel	souchsurfing, airbnb, roomorama, crashpadder
	skill sharing	brooklyn skill share, teachstreet, tradeschool
	shared studios/workshops	3 rd space studio, techshop
	neighborhood support	wecommune, share some sugar, bright neighbor

2.2 코워킹 스페이스(Coworking Space)

‘Coworking’이란 용어는 1999년 베니 드코브(Bernie

DeKove)의 조어이다. 2005년 브래드 노이버그(Brad Neuberger)가 샌프란시스코에 'Hot Factory'를 구성하였는데, 이는 세 명의 엔지니어의 집을 낮 시간에 일반이 사용할 수 있는 열린 공간으로 이를 물리적 공간에 적용한 첫 예이다[7]. 코워킹 스페이스란 말은 1999년경 생겨난 말로 실제로 공간이 형성되기 시작한 것은 닷컴 버블(Dot-com bubble)이 터지고 난 이후 웹 2.0이란 개념이 뜨기 시작한 2000년대 중반이다. 그리고 2010년 이후 모바일 네트워크가 보편화되면서 폭발적으로 증가하게 되었다[8]. '코워킹'은 공유와 공동의 소비라는 새로운 트렌드의 핵심이며, 다양한 분야의 사람들이 모여 가치관을 공유하고 아이디어나 노하우를 나누며 함께 성장하길 기대하는 사람들이 모인 공간이다. 이들이 공유하는 코워킹 공간의 5가지 가치관을 보면 <Table 2>와 같이 정리할 수 있다[9].

<Table 2> 5 values of co-working space

collaboration	share various experiences and knowledges
openness	join with people in different organization
community	build community through events
sustainability	sustain value each other
accessibility	accessible for physically and financially

2.3 코리빙 스페이스(Coliving Space)

코리빙을 거주의 형태로만 생각하자면 덴마크에서 1970년대 시작한 코하우징(Co-housing) 형태와 흡사하다. 입주자들이 개별적인 공간에서 사생활을 누리면서 공용 공간은 함께 이용하는 협동 주거의 형태로, 북유럽에서 시작하여 미국, 일본 등 다양한 국가로 확산해 각 나라별 고유한 문화가 접목된 형태로 변화하고 있다. 코하우징은 핵가족화와 고령화 문제를 해결하기 위한 대안으로 이야기되며, 코리빙은 인터넷에 연결된 장소 어디에서든 자유롭게 일할 수 있는 직종과 자유로운 형태의 계약을 가진 개인들이 늘어남에 따라 젊은 세대에게 주목받고 있다[10]. '월세 세대'가 된 20~30대 밀레니얼 세대의 걱정 생활방식으로 대두되고 있는 코리빙 스페이스는 주거공간을 공유하는 셰어하우스 형태를 기본으로 업그레이드된 서비스와 편의시설을 제공한다[11]. 이용에 있어서도 일별, 주별, 월별의 형태로 계약이 자유롭다는 특징이 있다.

3. 연구 배경

3.1 연구 의의

2020년까지 미국 노동인구의 40%가 프리랜서가 될 것이라 쿼츠(Quartz)의 보도만 보더라도 한 사람이 한 직장에서 평생을 일하는 시스템은 붕괴될 수밖에 없다[12]. 자동화와 초연결사회의 도래는 일과 직장의 경계를 희미하게 하고 세대 간, 국가 간, 문화 간의 장벽을 허무는 새로운 삶의 방식을 야기하고 있다. 그리고 그 중심에 디지털 노마드가 있다. 그러나 안정된 삶과 조직 생활을 중요시 여기는 한국 사회의 풍토상 디지털 노마드가 자리 잡기까지는 꽤 오랜 시간이 필요할 것이다. 그럼에도 불구하고 정규직보다는 프리랜서를 필요로 하는 사회적 구조 변화와 개인의 삶과 행복을 중요시하는 경향이 강해짐에 따라 변화의 가능성은 다분하다. 따라서 디지털 노마드의 필수불가결한 요소인 코워킹&코리빙 스페이스의 다양한 해외사례를 연구하는 것은 한국인들의 특성을 결합해 한국만의 독특한 디지털 노마드 문화를 새롭게 만들어 나가는 발판이 될 수 있을 것이라 점에서 그 의미가 있을 것이라 사료된다.

3.2 연구 방법

초기 단계의 공유 오피스는 임대비용 절감이라는 목적으로 공간 자체를 공유하는 단순한 개념이었다면, 현재의 코워킹 스페이스는 경제적 요인을 넘어 비즈니스 네트워크 확대와 사회적 관계 확장, 고독감 해소, 라이프 스타일 등 다양한 요인과 맞물려 공유경제를 기반으로 급속히 성장하고 있다. 이러한 공유경제의 삶은 소유의 만족에서 경험의 만족으로 삶을 이동시킨다. 따라서 본 연구는 미국을 중심으로 범세계적으로 운영되고 있는 글로벌 코워킹&코리빙 스페이스와 유럽을 중심으로 활발하게 운영되고 있는 기업을 대상으로 사례 조사를 진행하여 서비스 활성화 방안을 제시하는 것을 목적으로 한다.

3.3 공유경제 서비스의 진화

오늘날의 공유경제는 유휴자원을 소유한 개인과 이를 필요로 하는 개인을 매개하는 플랫폼 기업을 토대로 발전해왔고, 플랫폼 제공을 기반으로 한 '상업적 공유경제'가 중심이 되고 있다[13]. 4차 산업혁명의 공유경제는, '속도의 경제', '무형 자산 중심', 그리고 '사용 중심'이라는

3대 키워드가 중심이 될 것이다. 첫째, 미래의 속도는 이전 산업혁명보다 10배 더 빠르고, 300배 더 크고, 3,000배 더 강해질 것이며, 그 결과 현재와는 다른 규칙이 필요할 것이다. 둘째, 무형자산 중에서 특히 데이터가 중요해지는데, 공유경제를 경험하면서 사용자들에 의해 쌓이는 수많은 데이터를 어떻게 처리할 것인가가 그 핵심이 될 것이다. 셋째, 화면 앞에서 소비자의 행동과 의사결정이 어떻게 이루어지는지 추적하여, 소비자의 기호에 최대한 맞춰진 결과를 제공할 수 있어야 한다. 다음은 시대적 흐름에 따라 변화하는 공유경제의 개념과 형태를 <Table 3>에 정리한 것이다[14].

<Table 3> History change of Sharing economy

category	commons	digital/ on-demand	collaborative commons
advent	coexistence with human life	after economic crisis(2000s)	hyper connected society(2050s)
market range	community or regional	worldwide	worldwide
main value	relationship with people	profit of company and user experience	zero marginal cost
platform	physical space	internet (app, web)	network(IoT)
type of business	commons economy	P2P	P2P+T2P

3.4 코워킹&코리빙 스페이스 성장 요인

3.4.1 속도의 경제

하루 24시간 인터넷에 커넥티드(Internet Connected)된 오늘날의 삶, 즉 스마트시대는 유무선 통신 기술을 통한 현실과 디지털 세상의 융합으로 삶의 편의성을 획기적으로 변화시켰다. 마찬가지로 코워킹&코리빙 스페이스 역시 하나의 삶의 형태로 진화하며 그 의미를 함께할 것이라 예상되는데, 이러한 진화의 핵심은 광대한 네트워크 기술력을 통해 수요와 공급을 연결하는 안정적인 플랫폼 생태계 구축과 확장이다.

3.4.2 무형 자산 중심

지적 자산의 사회는 무형 자산과 양적 네트워크가 모두 증가하는 시대이다. 이러한 무형자산은 공유할수록 커진다. 코워킹&코리빙 스페이스는 공간제공을 넘어 문화적 경험을 제공한다. 지역사회를 기반으로 한 문화적

인프라와 사용자들에 의해 쌓이는 수많은 데이터를 기반으로 한 글로벌 커뮤니티는 새로운 가치창출의 핵심이다.

3.4.3 사용자 중심

사용자 경험은 성공적이고 고유한 협력소비 플랫폼 구축과 초기 대사들의 강력한 커뮤니티 구성을 위해 절대적으로 중요하다. 코워킹&코리빙 스페이스는 공동체로서의 소속감과 보편적 개방성에 대한 열망 그리고 공동체적 의식을 갖는다. 사용자들은 고립된 주체가 아닌 타인과의 관계를 통해 주체성을 경험하고, 이러한 특징은 디지털 노마드들이 느낄 수 있는 고립감을 해소할 수 있다는 점에서 개인들에게 최적화된 플랫폼이라 할 수 있다.

4. 사례조사 및 분석

4.1 현황 및 사례 선정 기준

진화된 공유경제의 원천은 사회구성원들의 호혜적 특성이 반영된 인간 중심의 새로운 경제 질서이다. 공유경제에서는 타인과의 관계가 중심적 가치를 담당한다[15]. 공유오피스와 셰어하우스에서 진화된 코워킹&코리빙 스페이스 역시 관계 중심적 가치를 바탕으로 업무와 주거 공간이 단순한 공간 제공을 넘어 독특한 생활경험을 제공하는 하나의 서비스로 자리 잡고 있으며, 생활 편의성을 향상할 수 있는 방식으로 구조화되고 있다. 물리적인 구애가 없어진 글로벌 노마드 시대의 탄생은 의미 있는 관계 형성 기회를 제공한다. 새로운 경제주도세력으로서 밀레니얼들은 새로운 형태의 커뮤니티를 형성하고 있으며, 이들은 특별한 관심사나 인구특성, 또는 일하는 방식에 따라 커뮤니티를 형성하고 전통적 방식의 커뮤니티를 대체하고 있다. 따라서 코워킹&코리빙의 시초인 미국과 유럽의 사례로 한정하여 연구를 진행하였다.

4.2 사례조사 및 분석

4.2.1 코워킹&코리빙 스페이스 유형별 분류

베를린의 유명한 코워킹 스페이스인 '베타 하우스(Betahouse)'의 창업자 크리스토프 팔(Christoph Fahle)은 코워킹을 넘어 코리빙이 대세인 시대가 되었다고 말했다. 공유 오피스 사업으로 '데카콘'(Decacom :기업가치

10억 달러 이상 스타트업이 된 미국의 위워크(Wework)도 지난해 주거 공유 서비스인 위리브(Welive)를 선보였다. 미국과 중국에서는 코워킹과 코리빙을 한 건물에 결합한 건물이 속속 생겨나고 있다[16]. 다음은 글로벌 코워킹&코리빙 스페이스와 유럽 지역을 중심으로 활발하게 운영되고 있는 기업 15곳을 특징별로 3가지 유형으로 분류하여 <Table 4>에 정리한 것이다[17].

<Table 4> Categorized Service of co-working& co-living

category	feature	space
urban	located in central area of metropolitan because of the high cost of rent	Wework&Welive, The collective Roam
coworkcation	related with digital nomad life of millennials place for both who want to work and leave vacation depart from central area of metropolitan	Sunny office, Sende, Surf office, Dnx camp, Southwest collective, Sun and co, Casa natural, Hacker paradise, Roam, The remote experience,
co-target	gather for same reason like start-up, entrepreneurship etc.	Coliving.at, Hoffice, The entrepreneur house,

4.2.2 대도시 중심: Wework & Welive

이 유형은 도심의 값비싼 임대료 비용을 줄이고자 하는 일차적인 이유와 새로운 공용 주거라는 라이프 스타일을 제안하는데 그 이유가 있다. 이 유형의 대표적인 모델은 위워크와 위리브인데, 'To generate a world where people work to make a life, not just a living'이라는 미션아래 각각 별도의 다른 콘셉트로 운영되고 있다. 위워크의 경우, 그들만의 커뮤니티를 통해 각국에 있는 구성원들과 자유롭게 소통할 수 있을 뿐 아니라, 신규 인력을 구하고 다른 기업에 조언을 구할 수 있다는 장점이 있다. 또한, 공간을 선택적으로 사용 가능하고, 기업 전용 서비스를 운영해 전 세계 기업들과 소통이 가능한 자체 커뮤니티를 구축하고 있다는 점 역시 성공 요인으로 지목된다. 위리브 역시 작업실과 방 조합이 가능하며, 세입자는 원하는 금액에 따라 공간을 공유하거나 임대할 수 있다. 부엌과 라운지, 화장실은 조합된 유닛 내에서 공유가 가능하며, 집단 대공간은 빌딩 전체를 사용할 수 있도록 설계되었다. 뉴욕 기준 1인용 개인 공간 당 \$1,375, 개인 작업실은 \$2,000, 시설 이용비는 월 \$125이다. 가구는 물론

런넨 침대, 수건, 인터넷 케이블 티브이 등 모든 시설이 시설이용비로 운영되며, 사교적인 라이프스타일을 추구하는 젊은 세입자들을 초점으로 둔 커뮤니티 중심으로 운영된다. 이 유형의 핵심은 도심을 바탕으로 큰 커뮤니티 네트워크를 형성하여 사람들과 기업 간의 끊임없는 연결고리를 제공한다는 점이다.

4.2.3 휴양지 중심: Roam

이 유형은 주로 도심과 떨어진 휴양지에 위치하는 경우가 대다수이며, 디지털 노마드를 중심으로 운영되고 있다. 일(work)과 휴가(vacation)를 접목한 형태로 여유로운 환경에서 잘 갖추어진 인터넷망을 이용해 일과 휴식을 병행할 수 있다는 장점이 있고, 커뮤니티를 중심으로 다양한 인맥을 쌓을 수 있다는 점 덕분에 많은 사용자로부터 주목 받고 있다. 롬은 마이애미, 발리, 도쿄, 런던, 샌프란시스코에 지점을 두고 있으며, 기본적으로 한 주에 \$500, 한 달에 \$1,800의 요금으로 이용할 수 있다. comfort, community, productivity라는 세 가지 키워드를 중심으로 운영되고 있으며, 특히 발리에 있는 코워킹&코리빙 스페이스의 경우 협업공간의 선두주자로 발리 특유의 분위기를 느낄 수 있다는 점이 특징적이다. 또한, 노마드 간의 교류나 협력을 통하여 새로운 비즈니스 기회를 얻을 가능성이 얼마든지 있다.

4.2.4 목적성 중심: Coliving.at

이 유형은 공동의 목적을 가진 관련 종사자들과 인맥을 쌓을 수 있다는 장점이 있다. 코리빙앳은 프리랜서와 창업자들을 위한 공간을 지향하는데, 6가지 키워드 great people, coliving, coworking, affordable, collective, location를 중심으로 한다. 스페이스 구성 초기 단계부터 함께한 20명의 직원과 오스트리아 시골 지역에 코워킹&코리빙 스페이스를 운영하는 것이 콘셉트이다. 이들 창업자 역시 디지털 노마드로서 고객 유치에 아닌 동료들을 모은다는 개념의 collective를 목표로 한다. 코리빙앳은 하나의 기업을 중심으로 고객이 렌트하는 개념이 아닌, 하나의 협동조합의 형태를 따른다는 특징이 있다.

5. 결론

밀레니엄 세대의 등장, 인구 감소 및 1인 가구 증가는

새로운 삶의 형태를 불러왔다. 모바일 기술의 진화와 함께 디지털 노마드라는 새로운 유형의 사람들이 탄생했고, 이들을 위한 코워킹 스페이스와 코리빙 스페이스가 생겨났다. 현재 세계의 코워킹 스페이스는 양적 네트워크와 속도의 경제, 사용자 경험을 기반으로 다양한 장소적 특성을 더해 성장세를 이루고 있다. 또한, 물리적 특성에 기인해 주거시설과 결합한 형태를 보인다. 본 연구는 4차 산업혁명의 공유경제 즉 협력적 공유경제시대의 진화된 특성을 파악하고, 미국과 유럽을 중심으로 범세계적으로 운영되고 있는 글로벌 코워킹&코리빙 스페이스 기업 15곳의 플랫폼을 유형별로 분류하여 그 특징을 분석하였다. 이들 플랫폼은 공통으로 공동체적 특성을 강화하고, 그들만의 네트워크를 확장하는 협력적 공간의 형태를 만들어가고 있다. 하지만 새로운 엘리트 계층만이 한정적으로 공유플랫폼의 접속권을 독점하는 또 다른 형태의 불평등시대가 도래할지도 모른다는 우려 역시 따른다. 본 연구에서 미국과 유럽의 선진 사례 조사를 통해 한국의 코워킹 스페이스가 나아가야 할 방향을 제시한다는 점에 의의가 있다. 그러나 한국인의 인지적 특성과 사회적 환경에 따른 스페이스의 특성에 관련해서는 더욱 연구가 필요하다는 한계가 있음을 밝힌다. 향후 본 연구를 바탕으로 한국의 다양한 코워킹 스페이스 관련 연구 시행을 기대한다.

REFERENCES

- [1] JOH, Magazine B, No.52 WeWork, p.104, 2016.
- [2] http://blog.naver.com/cc_korea/220816438335
- [3] Gun Cheol Park, Sang Don Lee, "The Sharing Economy", Seoul Digital Foundation, 2016.
- [4] Su Hwan Kwak, "A Study on the Activation Planning for the Sharing Economy in Service Industry : Focused on the Uber case study", Journal of Korea Service Management Society, Vol.16, No.4, pp33-47, 2015.
- [5] Jung Hwa Ban, "Enhance the Tourism Experience and Sharing Economy", Korea Culture & Tourism Institute, Vol.63, pp.22-31, 2016.
- [6] Su Jin Shim, "An Exploratory Study on Factors Affecting Intention to Use of Sharing Economy

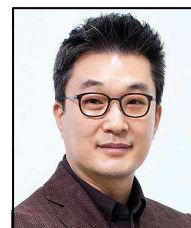
- Services", The Journal of Internet Electronic Commerce Resarch, Vol.16, No.4, pp163-183, 2016.
- [7] Sung Soo Lee, "A Study on The Meaning And Possibility of 'Coworking Space'", Journal of the Korean Society of Design Culture, Vol.16, No.4, pp389-400, 2010.
- [8] <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3320400>
- [9] <http://blog.naver.com/koasv6/220946384304>
- [10] <http://sharehub.kr/697028/>
- [11] <https://www.facebook.com/urbanhybridseoul/posts/642483449255970>
- [12] http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002211281
- [13] <http://www.econovill.com/news/articleView.html?idxno=306852>
- [14] http://www.hellot.net/new_hellot/magazine/magazine_read.html?code=202&sub=003&idx=34383
- [15] <http://jungwoolog.tistory.com/4>
- [16] <http://news.hankyung.com/view/2017/05/25/2017052559341?nv=o>
- [17] <https://brunch.co.kr/@lynnata/59>

안 효 진(An, Hyo Jin)



- 2014년 2월 : 동덕여자대학교 프랑 스어 문학사
- 2016년 9월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 디지털미디어 디자인전공 재학
- 관심분야 : 미디어디자인
- E-Mail : hozina0421@gmail.com

김 승 인(Kim, Seung In)



- 2001년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수
- 2006년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 디자인혁신센터 센터장
- 관심분야 : 사용자경험디자인, 서비스디자인, 시각디자인
- E-Mail : r2d2kim@naver.com