

FOCUS ISSUE

공유오피스 시장의 성장가능성 및 향후 전망

KB경영연구소 책임연구원 서동한

1. 공유오피스의 개념 및 국내 공유오피스 현황

■ 4차 산업혁명에 대한 인식 제고 이후 1인 기업, 스타트업 등의 저변 확대로 공유오피스 시장도 성장

- 공유오피스란 4차 산업혁명의 핵심 키워드 중 하나인 ‘공유경제’ 비즈니스의 일종
  - 기존 오피스와 달리 책상 단위부터 중대형 면적 단위까지 임대 규모 및 기간을 자유롭게 조절하면서 개인 업무를 위한 전용공간과 함께 회의실, 라운지 등 활용도가 낮은 공용공간은 타 임차인(업체)과 공유하는 오피스를 일컫음
- 공유오피스는 서비스드오피스(Serviced Office), 코워킹스페이스(Coworking Spaces), 창업보육센터 등으로 구분할 수 있으나, 최근에는 ‘위워크’로 대표되는 코워킹 스페이스가 공유오피스 시장 성장의 중심
  - 서비스드오피스는 규격화된 개인사무공간(Privat Office)과 함께 가구, 비품, 리셉션 서비스 등을 제공하는 형태로 1980년대 이후 미국을 중심으로 본격적으로 성장하기 시작하였고, 우리나라에서도 2000년대 이후 리저스, TEC, CEO suite 등이 진출하면서 시작
  - 코워킹스페이스는 서비스드오피스와 달리 개인업무공간, 핫데스킹(비지정데스크<sup>1</sup>), 공용공간 등 정형화되지 않은 공간에서 최대한 입주자의 니즈에 유연하게 대응하기 위한 형태로 제공되는 사무실로 업무공간 외 라운지, 편의시설은 물론 입주자간 네트워킹 및 협업을 시도할 수 있는 커뮤니티 중심의 공간

표 1 | 일반오피스 vs 공유오피스

구분	일반오피스	공유오피스		
		코워킹스페이스	서비스드오피스	창업보육센터
개념	임차기간(통상 2년 이상) 동안 공간을 제공받아 직접 가구 및 집기 배치	프라이버시 옵션을 포함한 오픈 근무환경 및 운영지원 서비스 제공	프라이버시 보장이 가능한 전문 사무환경제공 및 일부 공용공간 및 서비스 공유	신생기업의 정착을 위한 관리 교육을 포함한 창업환경 제공 하드웨어적으로 코워킹 스페이스와 유사,
제공서비스	전용공간, 로비	리셉션서비스, 법률/인사/세무/금융 서비스, 라운지 및 커뮤니티 운영, 입주자 네트워킹 지원	리셉션서비스, 공용회의실, 전용사무공간, 탕비실,	창업보육프로그램, 기금모금이벤트, 행정지원, 카페, 리셉션서비스
주요 임차인	법인, SOHO등	IT창업기업, 사내벤처 외국계 진출기업, TFT	외국계법인/영업사무소, 프리랜서	정부나 기관의 의해 발굴된 신생기업
인당 평균 점유면적	전용 10~12㎡ 수준	전용4~5㎡ 수준	전용5~6㎡수준	전용3~4㎡ 수준
주요운용사	N/A	WeWork, FastFive 등	Regus, TEC, Rehoboth, CEO Suite 등	정부/지자체, 학교 등

자료: CBRE(A New Era of Work Spaces), KB경영연구소 수정

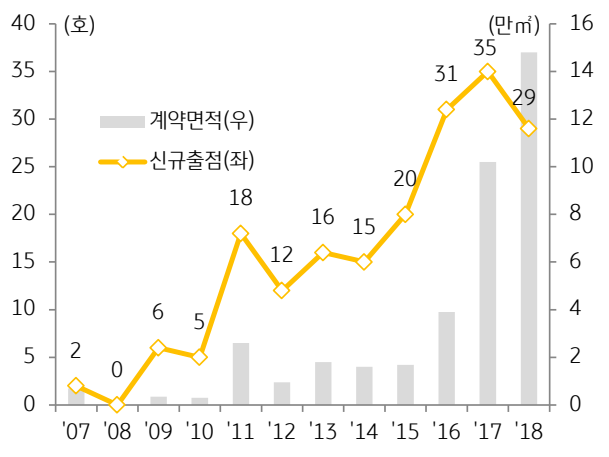
<sup>1</sup> 핫데스킹: 별도의 사적공간 없이 공유오피스 내 마련된 자율석에서 업무를 수행하는 형태로 도서관 자율열람실 좌석배정 방식과 유사

- 최근에는 기존 서비스드 오피스 형태의 서비스를 제공하던 리저스 등에서도 코워킹의 개념을 도입한 공유오피스로 진화하면서 점차 각 서비스간 경계가 약화

■ 2015년부터 형성되기 시작한 국내 공유오피스 시장은 2017년 이후 본격적인 성장 단계 진입

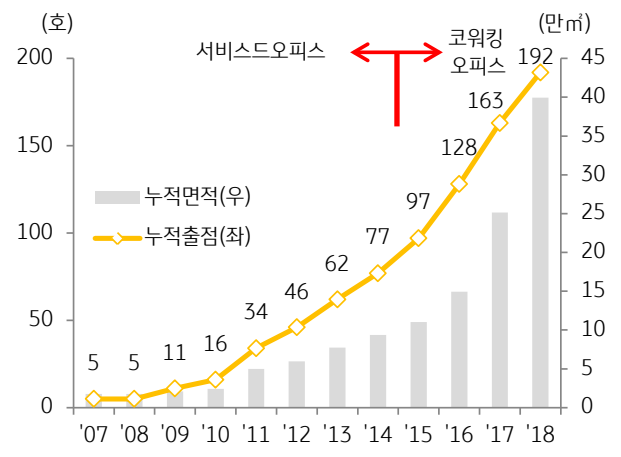
- IT기업과 유튜버 등 과거에 없던 새로운 기업이 스타트업, 1인기업 등의 다양한 형태로 성장하면서 도심지에 입지하고 양호한 사무환경과 함께 타 스타트업과의 교류가 가능한 공유오피스에 대한 관심이 증가
  - 앱 개발, 빅데이터 활용 등 주로 아이디어를 기반으로 소규모 자본 출자를 통한 프로젝트성 창업이 활성화되면서 기존과 다른 새로운 오피스 수요가 창출
  - 이러한 스타트업들은 주로 도심지에 입지하고 양호한 사무환경을 희망하지만, 일반오피스에서 동일한 환경 구성을 위해서는 장기 임대차 계약에 대한 부담과 함께 각종 인테리어 등 초기비용 부담도 과도
  - 공유오피스는 이러한 스타트업의 제약 요소를 해결할 수 있는 유연한 임대차조건(기간/면적)을 비롯해 가구 등 기본적인 집기류가 구비되어 있어 스타트업들의 임대차 수요에 능동적으로 대응이 가능
- 스타트업의 활성화와 함께 공유오피스 시장 또한 2015년 이후 본격적으로 시작
  - 2015년 공유오피스 사업을 시도하기 위한 국내 스타트업들의 시장이 형성된 이후 2016년 세계 최대 공유오피스 업체인 '위워크'의 한국시장 진출 등 최근까지 공유오피스 업체들의 신규 출점이 지속
  - 2018년 3분기 현재 총 57개 공급업체에서 192개, 총 11.9만평 규모의 공유오피스를 운영 중으로 이는 2017년 대비 39개 업체, 99개 지점, 7만 5천평이 공유오피스로 신규 공급<sup>2</sup>

그림 1 공유형오피스 임대차 면적 및 출점지점 수



자료: 코람코자산신탁(급증하는 공유오피스에 대한 기대와 우려)

그림 2 공유형오피스 누적 출점 현황



자료: 코람코자산신탁(급증하는 공유오피스에 대한 기대와 우려)

- 특히 대규모 자본을 바탕으로 한 외국계 공유오피스업체의 공격적 시장진출 전략에 대응하여 국내 업체도 규모를 지속적으로 확대

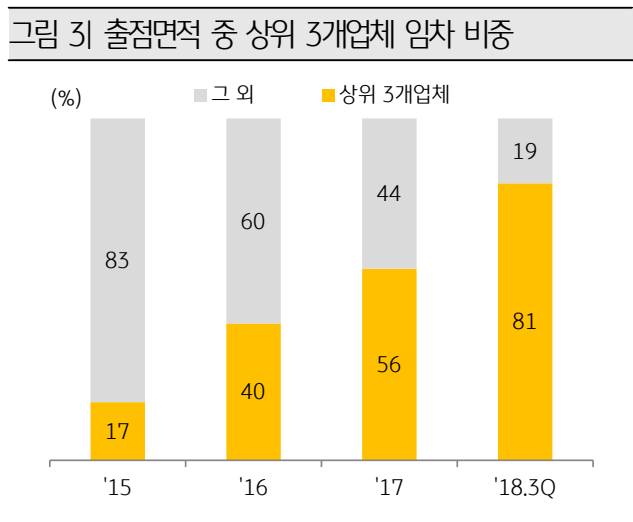
<sup>2</sup> 코람코자산신탁 2018년 3분기 기준

- 2016년 8월 위워크 강남점을 시작으로 국내에 진출한 위워크는 2018년 9월 10호지점인 '위워크 종로타워 지점'을 오픈하면서 1만 5천명의 멤버(입주사)를 확보할 수 있는 임차면적을 확보
  - 특히 위워크는 대규모 자본을 바탕으로 지점당 면적이 1.1만㎡ 규모로 기존 공유오피스 업체의 지점당 평균면적을 크게 상회하는 대규모 지점 형태로 시장 진입
- 대표적인 국내 공유오피스 업체인 패스트파이브는 2015년 설립 이후 강남권(이하, GBD) 중심의 출점 전략에서 2017년 이후 도심권(이하, CBD) 및 성수동, 홍대 등 기타지역으로도 진출하면서 외국계 공유오피스사의 공격적인 시장 진입 전략에 맞대응
- 이러한 상위 공유오피스업계의 공격적인 출점 경쟁으로 인해 상위 3개 업체가 신규 공유오피스 전체 면적 중 차지하는 비중이 급격히 커지면서 선두권 공유오피스 사업자간 시장 주도권 경쟁이 심화

표 2 | 공유오피스 업체별 지점 및 면적

구 분	임차면적(㎡)	지점수(호)	호당 평균면적(㎡)
위워크	118,290	10	11,829
패스트파이브	61,742	16	3,859
르호봇	33,821	38	890
IWG(리저스)	21,449	13	1,650
시티큐브	14,386	6	2,398
TEC	9,886	5	1,978
토즈	9,737	10	974

자료: 코람코자산신탁('18.3Q 기준)



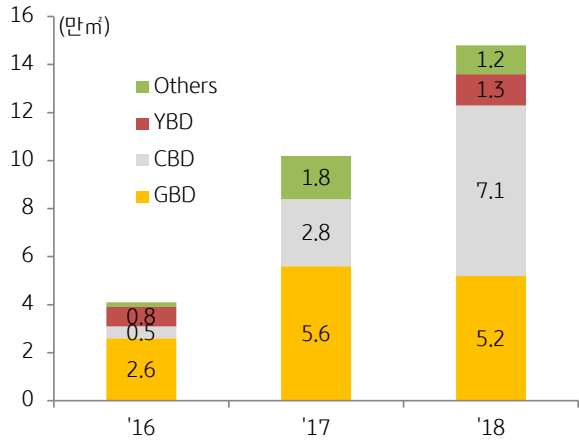
자료: 코람코자산신탁

■ 공유오피스의 주요 출점 지역은 GBD 중심에서 점차 CBD 등 타 권역으로 확대되는 추세

- 공유오피스의 주요 출점은 대표적 오피스 권역인 CBD, GBD, YBD(마포/여의도권역) 중 GBD 지역을 중심으로 출점하였으나, 2017년 이후 CBD를 비롯해 홍대, 성수동 등 기타 권역으로도 확대되는 추세
  - 서울 내 대표적 오피스권역인 강남구는 스타트업 중 39%가 위치하고 있고, 스타트업 운영자금을 지원(또는 투자)하는 벤처캐피털사(VC)의 81%가 위치한 대표적인 스타트업 생태계 지역<sup>3</sup>
  - 공유오피스가 시작된 2000년대 이후 2015년까지 대부분의 공유오피스는 이러한 스타트업 생태계가 형성된 GBD지역을 중심으로 진출
  - 하지만 2016년 위워크 등 해외 공유오피스업체들의 진출 이후 GBD 이외 CBD 등 타지역으로 확대되면서 2018년 현재 전체 공유오피스 면적 중 GBD지역 내 공유오피스가 차지하는 면적은 50% 이하로 감소

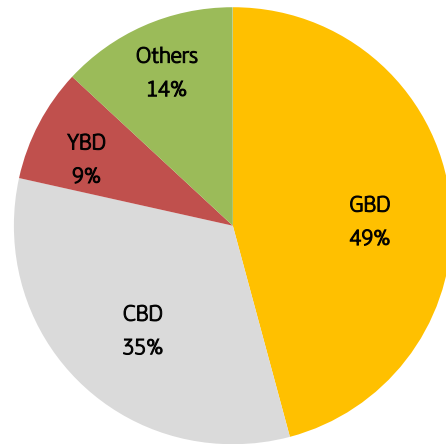
<sup>3</sup> 한국스타트업생태계포럼 (2016 스타트업 생태계백서)

그림 4 공유오피스 신규출점 지역별 면적 추이



자료: 코람코자산신탁

그림 5 오피스권역별 공유오피스 공급면적 비중



자료: 코람코자산신탁('18.3Q)

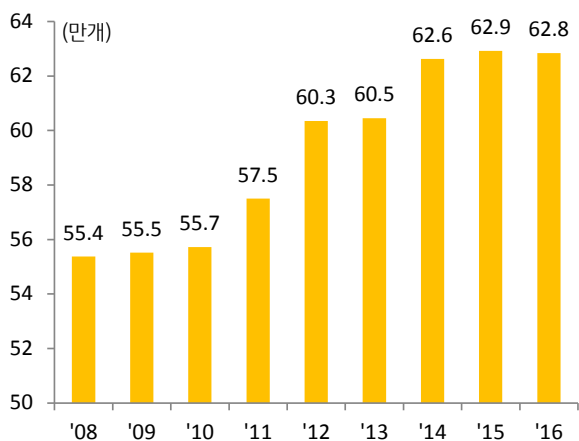
## 2. 공유오피스 성장 가능성

### 1) 스타트업 창업 활성화 및 공유오피스 인식제고

#### ■ 공유오피스 개념이 확산되면서 공유오피스에 대한 임대수요도 최근 2~3년간 크게 증가

- 최근 2년간 공유오피스의 공급면적이 약 3배 급증하였음에도 공유오피스의 공실율은 자연공실율 수준에도 미달하는 사실상 완전 임차상태
  - 공유오피스 운영사의 발표에 따르면 최근 급속한 신규 공유오피스 공급에도 불구하고 공실율은 3% 미만 수준으로 자연공실율 수준에도 미달하는 등 절대적인 공급 부족 시장
- 이는 최근 IT 기술 및 4차산업혁명과 관련된 빅데이터, 블록체인 등 스타트업 생태계가 활성화될 수 있는 다양한 소재들이 주목을 받으면서 스타트업 창업도 급증하면서 임차수요 증가로 연결

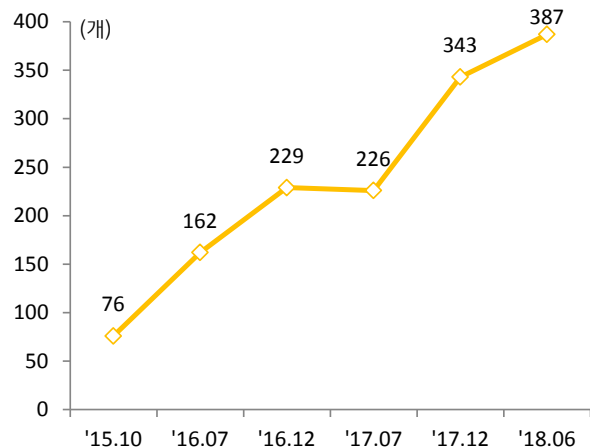
그림 6 서울 10인 미만 사업체수 추이



주: 음식/숙박업 사업체 제외

자료: 통계청

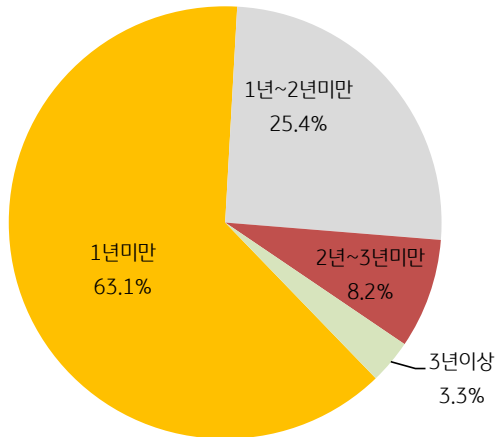
그림 7 시리즈A(10억원) 이상 투자받은 스타트업 수



자료: 스타트업얼라이언스

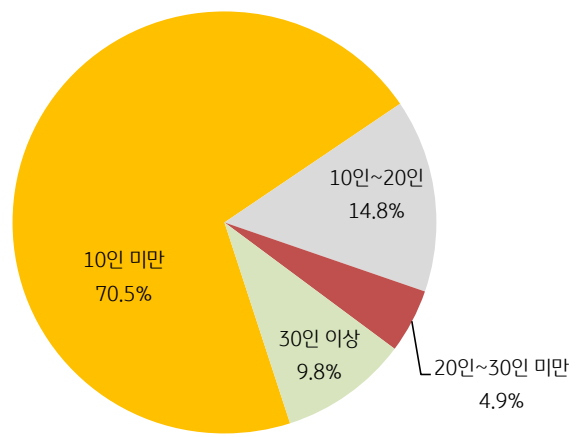
- 실제 공유오피스 입주자를 대상으로 현황조사 결과에 따르면 공유형오피스의 입주기간이 1년 미만인 스타트업이 63.1%에 달하고, 공유형오피스에 입주한 스타트업의 규모는 10인 미만이 70.5%에 달하는 등 대부분 창업 1~2년 내 10인 미만 스타트업들의 임차니즈가 높은 편<sup>4</sup>

그림 8 공유오피스 입주기간



자료: 스타트업얼라이언스(Coworking Space Trend Report)

그림 9 공유오피스 입주업체 종사자 수

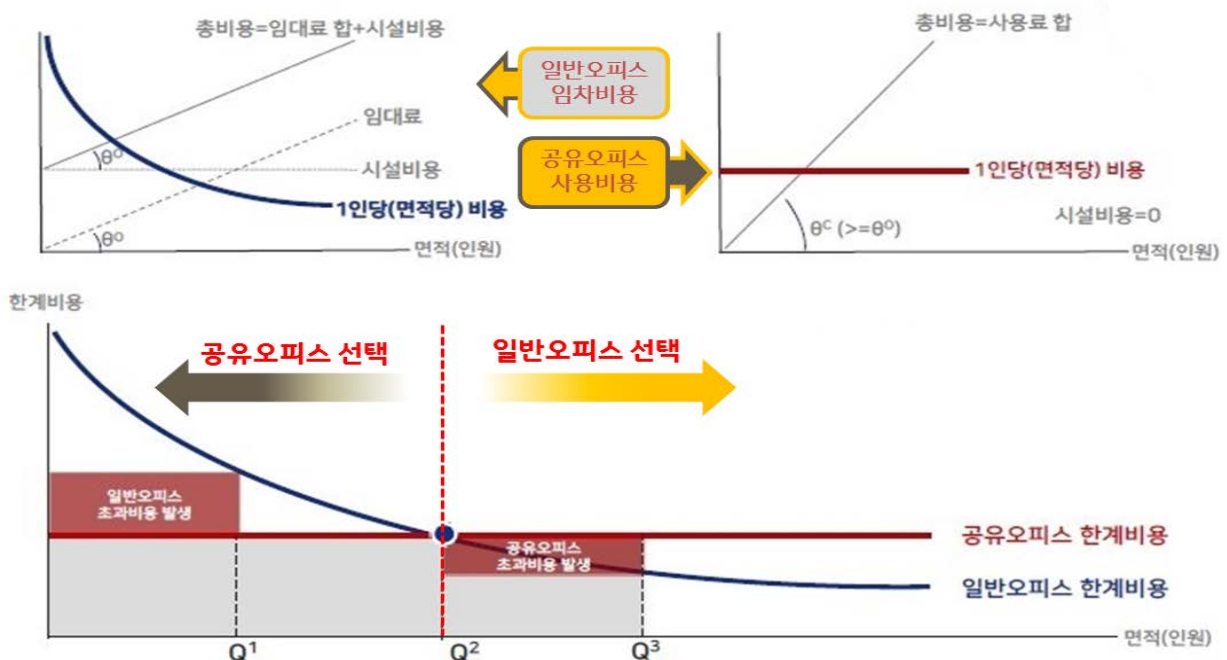


자료: 스타트업얼라이언스(Coworking Space Trend Report)

■ 10인 미만의 소규모 사업체는 임대료 측면에서도 공유오피스 임차수요 유발이 불가피

- 스타트업 등 최근의 활발한 활동을 보이고 있는 프로젝트성 사업체의 경우 대부분 10인 미만의 소규모 인원으로 창업을 시작하면서 초기 1인당 임차비용 부담 수준에서 일반오피스 대비 공유오피스가 유리

그림 10 공유오피스 vs 일반오피스 임차인의 임대료 한계비용커브



자료: 젠스타(Another Opportunity Has A Risen: Coworking Space), KB경영연구소 수정

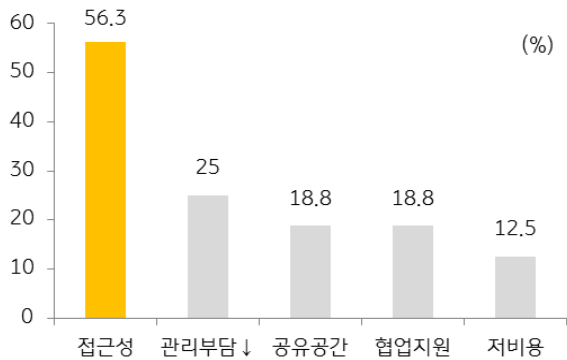
<sup>4</sup> 스타트업 얼라이언스 코워킹스페이스 현황조사: 코워킹오피스 입주사 등 122명 설문조사(2018년 5월)

- 공유오피스의 1인당 평균임차비용은 30~60만원 수준으로 10인 미만 사업체의 경우 일반오피스 임차 비용(프라임급 40평 임차 기준 500만원 내외)대비 유지관리비 등 추가비용 고려시 공유오피스가 유리
- 이는 임차인의 임대료 한계비용커브에서도 확인 가능
  - 초기 시설비용 투입이 요구되는 일반오피스의 경우 일정 인원 수준에 미달할 경우 상대적으로 1인당 요구되는 비용 부담의 수준이 높음
  - 반면 1인당 비용이 고정된 공유오피스의 경우 일정 수준 이상 종사자 수가 증가하기 전까지는 공유오피스 임차가 합리적 선택

■ 공유오피스에 입주시 저렴한 비용으로 ‘프라임오피스 임차인’의 장점을 누릴 수 있음에 따라 기존 스타트업은 물론 신생스타트업들의 입주수요도 지속 발생

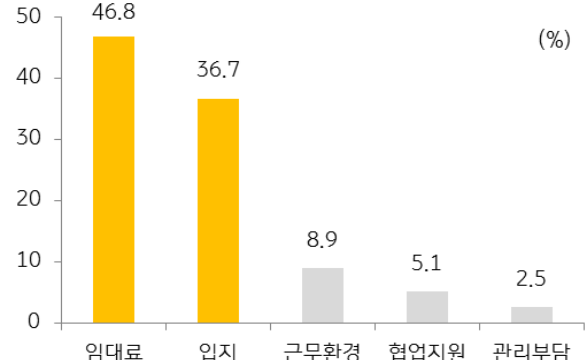
- 공유오피스 시장 확대 이전에는 대부분의 스타트업은 영세한 자본규모로 인해 주로 대로변 이면부에 위치한 중소형빌딩을 중심으로 임차수요가 발생되면서 프라임급 오피스 임차수요와는 확연히 분리
- 반면 공유오피스 시장 확대 이후 비슷한 비용 부담으로 대로변 프라임급 오피스 빌딩에 입주가 가능해짐에 따라 기존 스타트업들의 입주 수요는 물론 자금력이 부족한 신생스타트업도 임차수요도 이동이 발생
  - 특히 위워크가 진출한 2016년 이후 프라임/A등급 오피스에 공유오피스 입점이 급증하면서 전체 공유오피스면적 중 43%가 A등급 이상 오피스에 입주(18.3Q)하고 있고 이 비중은 점차 확대될 전망
- 특히 빠른 아이디어의 실행을 위해 다양한 협업활동을 위한 커뮤니티 형성에도 공유오피스 입주가 유리하게 작용하면서 최근 스타트업의 창업 초기 공유형오피스 입주는 점차 필수가 되어가는 상황
  - 스타트업 창업자를 대상으로 한 설문조사에 따르면 97.4%가 공유오피스에 대해 알고 있으며, 현재 공유오피스에 입주한 스타트업(13.8%)을 제외한 54.3%가 공유오피스 임차를 고려
- 한편 공유오피스 입주시 인테리어 등 초기비용 부담 해결보다 적정 임대료로 양호한 입지에서 우수한 오피스환경을 갖추고 입주기간 협업이 가능한 점을 공유오피스 입주시 가장 중요한 사항으로 지목

그림 11| 공유오피스 입주 이유(복수응답)



자료: 스타트업얼라이언스(스타트업트렌드리포트2017)

그림 12| 공유오피스 입주시 가장 중요한 고려사항



자료: 스타트업얼라이언스(스타트업트렌드리포트2017)

## 2) 린스타트업을 희망하는 대기업 등의 공유오피스 활용 증가

- 급변하는 시장에 대응하기 위한 의사결정 도구로 대기업에서도 린스타트업(Lean Startup) 등 사내벤처 활동을 적극적으로 활용하면서 공유오피스 수요 증가에 기여
    - 전통적 대기업은 구체적인 비즈니스 플랜을 수립 후 철저한 시장분석을 기반으로 제품을 개발하며, 기능별로 역할이 분담된 조직에서 완벽한 자료를 토대로 의사결정 후 성과를 거두는 방식으로 신사업 추진
    - 반면 린스타트업은 의사결정단계 및 시장분석단계를 최소화하고 효율성을 극대화해서 민첩하게 기업의 신성장동력을 찾는 것을 목표로 하는 활동으로 최근 대기업에서 활용사례가 증가
      - IT기술의 발달 이후 전통적 의사결정 및 업무방식으로는 시장 대응에 한계가 발생함에 따라 제조업은 물론 금융업 등 전통적인 산업군에서도 이러한 스타트업 의사결정 체계를 적극 활용
      - 특히 실질적인 혁신을 위해 다수의 대기업에서 사내벤처 등을 운영하면서 자가건물 등 기존 오피스 공간과는 이격된 공유오피스를 임차후 별도 TFT 형태로 조직을 운영하는 사례가 다수 발생
- ※ 위워크의 경우 세계 283개 지점 내 입주한 입주사 중 25%가 대기업에 속하는 회사

표 3 | 린스타트업 VS 기존 전략

구 분	린스타트업	기존전략
전략수립	비즈모델과 가설기반	구체적 비즈플랜 기반
제품개발	신속하게 개발/반복 검증/점진적 확장	개발전 모든 사양을 기획하고 제품에 반영
조직구조	신속한 제품출시와 개선 중심의 조직구조	세부기능에 따른 조직구성
실패인식	실패를 예상, 개선하거나 방향전환(Pivoting)	예외적 상황, 경영진 및 조직개편
실행속도	수집데이터 기반, 빠른 의사결정 및 실행	완전한 데이터 중심 신중한 결정 및 실행

자료: HBR, '13.5(Why the lean Startup Changes Everything)

그림 13 | 위워크에 입주한 아모레퍼시픽 린스타트업



자료: 아모레퍼시픽

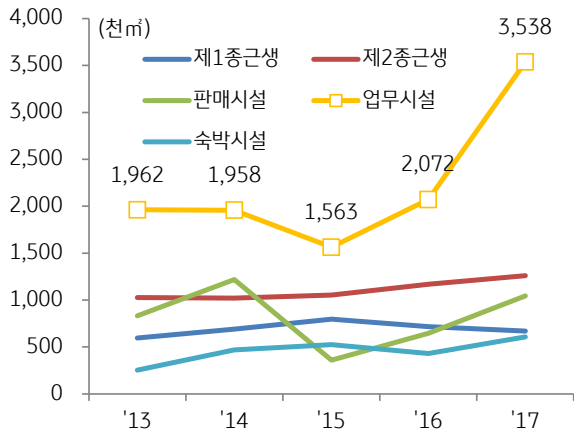
## 3) 임대인의 공유오피스 인식 변화

- 2018년 신규 입주 오피스의 최대임차인은 공급면적의 39.4%를 차지한 공유오피스
  - 2016년 서울 오피스 임대시장에서 공유오피스는 전체 신규 공급면적의 3.5% 수준에 불과했으나, 2018년의 경우 8월 현재 신규오피스 임대면적 중 39.4%를 공유오피스 차지
    - 공유오피스에 대한 인식 부족 및 불확실성으로 그동안 임대를 기피하거나 1~2개층 등 소규모 면적만 임차 계약을 시도한 3~4년전과 달리 최근에는 건물 전체 또는 50% 이상을 단일 공유오피스 업체가 임차하는 사례가 증가



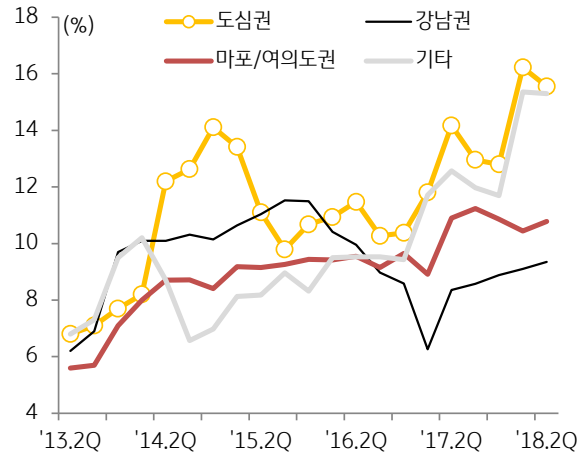
- 이는 그동안 공유오피스 시장 확대에 따른 임대인의 공유오피스 인식 제고와 더불어 최근 신규오피스 공급면적 확대에 따른 공실률 상승으로 입주초기 초기에 장기임차를 통해 임대수익을 확정하려는 임대인의 니즈에 부합하면서 공유오피스의 대규모 공급이 증가

그림 14 서울 상업용부동산 용도별 준공현황



자료: 국토교통부

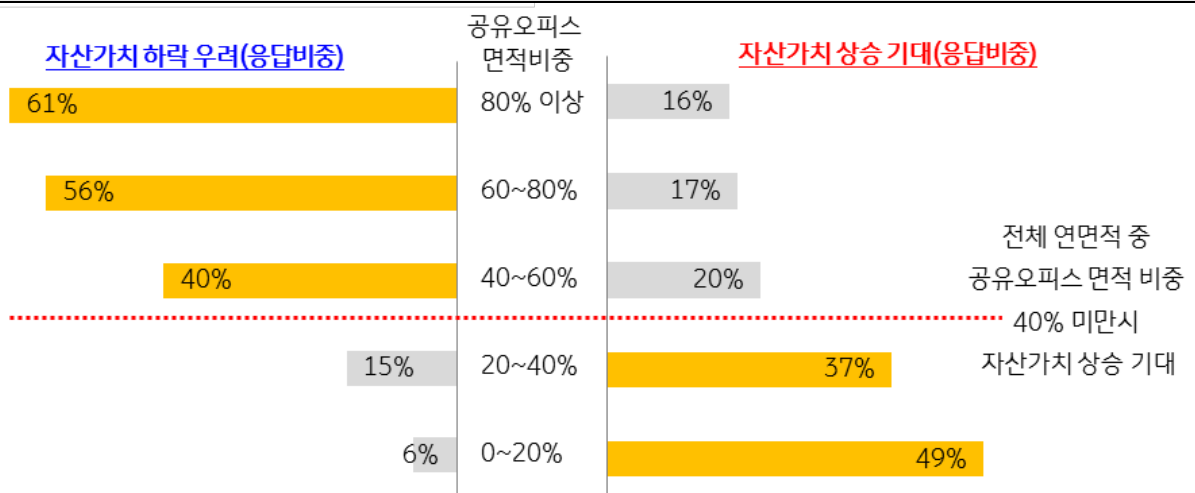
그림 15 서울 오피스 권역별 공실률



자료: 한국감정원

- 한편 최근 공유오피스 입주가 건물 자산가치에 미치는 영향에 대해 일정 비중(40%) 이상 공유오피스로 임차시에는 오히려 자산가치의 부정적 영향을 주는 것으로 인식
  - 오피스자산관리회사인 CBRE의 따르면 오피스빌딩 자산가치에 가장 긍정적 영향을 주는 최적 임차비중은 20% 미만일 경우인 반면, 오피스임대면적 중 공유오피스가 차지하는 비중이 40%를 상회할 경우 오히려 자산가치에 부정적 영향을 주는 것으로 응답

그림 16 공유오피스 점유 비중에 따른 오피스 자산가치 상승/하락 기대



자료: CBRE(Asia Pacific Investor Intentions Survey 2018)

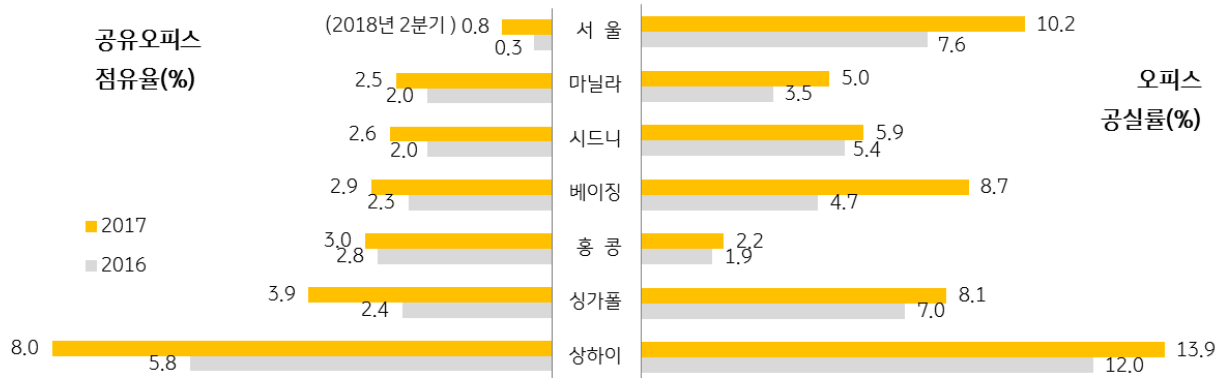


### 3. 공유오피스시장의 향후 전망

■ 당분간 급증하는 오피스 입주물량의 새로운 수요처로 공유오피스 시장의 성장은 지속 기대

- 2015년 이후 국내 공유오피스 시장은 급속도로 성장하였으나, 여전히 전체 오피스 공급면적 대비 공유오피스 면적이 차지하는 비중은 0.8% 수준에 불과
- 이는 세계 주요도시는 물론 아시아 주요도시와 비교시에도 여전히 성장잠재력이 큰 편
  - 2017년 기준 아시아 주요 도시의 공유오피스 점유율은 3% 전후 수준인 반면 서울의 공유오피스 점유면적은 0.8%에 불과
  - 통상 공실률이 높은 지역일수록 임차인의 협상력이 높아지는 것을 감안시 2016년 이후 주로 공실률이 높은 지역을 중심으로 공유오피스 점유율이 빠르게 증가
  - 반면 서울의 경우 비교적 높은 공실률에도 불구하고 여전히 공유오피스의 면적비중은 1% 미만 수준으로 당분간 공유오피스 공급측면에서 지속적인 성장은 기대

그림 17기 주요 아시아 도시별 오피스 공실률 및 공유오피스 점유율



자료: 젠스타

■ 공유오피스 사업자간 플랫폼 경쟁이 유발되면서 당분간 플랫폼 지위 확보를 위한 사업자간 공격적 출점전략도 지속될 전망

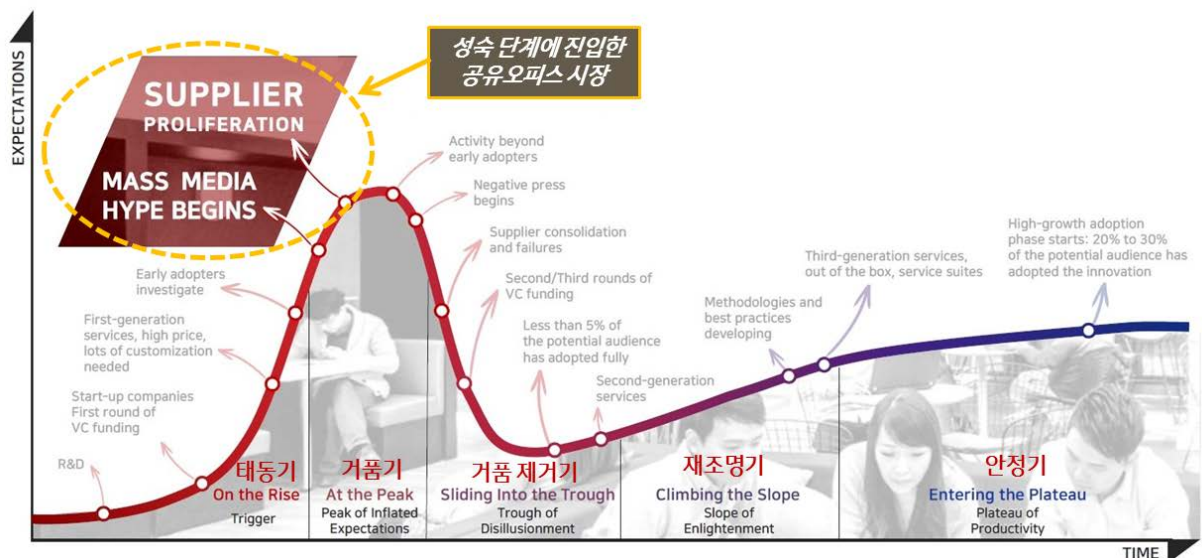
- 공유오피스 시장은 단순한 공간의 활용도를 높이기 위한 공유경제만이 아닌 오피스 임대차와 관련된 전후 방산업을 모두 포괄할 수 있는 하나의 플랫폼 시장
  - 공유오피스 시장은 기존 오피스 임대차 시장은 물론 인테리어, 사무가구, 각종 집기류 등 오피스 사용과 관련된 모든 전후방 산업을 포괄할 수 있는 플랫폼의 영역
    - 대표적 국내 공유오피스 사업자인 패스트파이브는 공유오피스 내 각종 사무기기와 비즈니스 솔루션(프로젝터, 복합기, 통신 등)을 시장 선두 사업자와 협약을 통해 제공하고 있고, 입주사를 위한 각종 세무대행 서비스, 구내식당 등 오피스 운영을 위한 모든 사업이 포괄

- 이러한 움직임은 위워크 등 다른 공유오피스 사업자도 플랫폼 선점을 위한 타업종 기업과의 협업 및 공격적인 출점 전략을 지속

■ 플랫폼 선점을 위한 경쟁 심화로 누적된 손실 규모 확대는 공유오피스 시장의 불안요인

- 위워크는 지난 2분기 매출액 4억2,160만 달러를 기록하면서 전년동기(1억9,830만달러)대비 2배 넘는 성장을 기록하였고, 회원 가입자수도 26.8만명으로 전년동기 대비 2배 이상 증가세를 지속
- 다만, 2분기동안 기록한 순손실 규모는 7억 2,300만 달러로 전년동기(1억 5,400만달러)대비 4.7배 가량 급증하면서 2017년도 순손실(9억 3,300만 달러)을 크게 상회할 전망
  - 또 1인당 매출액도 전년대비 6.2% 감소한 6,928달러를 기록하면서 창립 이후 최초로 하락세로 전환되는 등 회사 재무구조에 대한 경고가 다수 발생
  - 다만, 위워크는 시장 점유율확대를 위한 출점에 집중한 결과 일시적으로 손실 규모가 확대되었고, 1인당 매출액의 감소 또한 최근 2~3년간 비교적 저렴한 도시지역에 진출시도가 늘어나면서 나타난 자연스러운 결과로 설명
  - 특히 공유오피스 플랫폼 경쟁에서 우위를 차지하기 위한 과정에서 일정기간 누적된 손실 발생은 불가피할 것으로 인식되면서 VC들의 투자 수요는 지속 발생
    - ※ 2017년 위워크에 44억 달러 투자를 통해 지분 20%를 인수한 日 ‘소프트뱅크’사는 지난주 위워크의 경영권 인수를 위해 최대 200억 달러 규모의 지분인수 계약을 협의 중(2018.10.09 WSJ 외 다수언론)
- 위워크를 비롯한 공유오피스 사업자에 대한 지속적인 투자가 이루어지는 가운데 이러한 공유오피스 시장은 하이프사이클(Hypr-Cycle) 모형 상 태동기를 지나 시장의 기대치가 최고조에 달하는 거품기를 통과하는 것으로 추정

그림 18 | 가트너의 하이프사이클 모형 상 공유오피스 산업의 성숙도

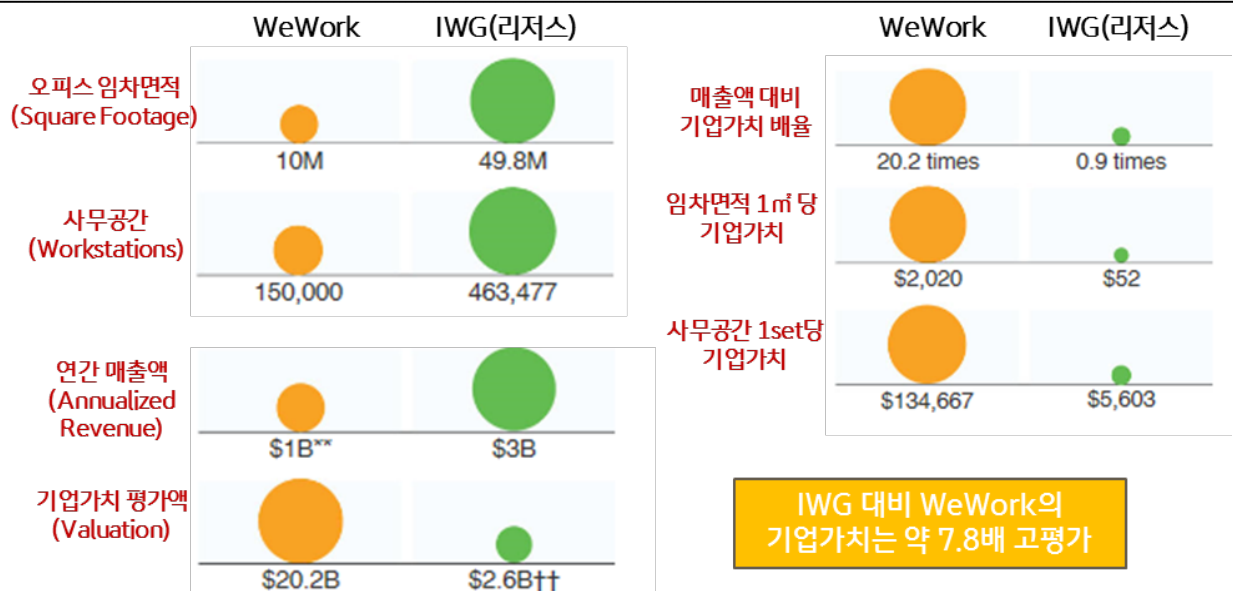


자료: 젠스타(Another Opportunity Has A Risen: Coworking Space), KB경영연구소 수정

※ 가트너의 하이프사이클 모형: 신기술이나 신제품의 시장 성숙도 또는 시간을 나타내는 X축과 기대수준 또는 인식을 나타내는 Y축을 중심으로 그려진 모형으로 통상 하이프사이클 모형을 통해 태동기→거품기→거품제거기→재조명기→안정기 등 신제품 수명주기 중 어느 위치에 있는지를 나타내는 모형으로 4차 산업 관련 제품 등에서 활발히 사용

- 한편 200억 달러를 상회하는 기업가치를 평가를 받고 있는 위워크 등 공유오피스 사업자들의 기업가치 적정성에 대한 논란도 지속되면서 당분간 공유오피스 사업자에 대한 고평가 논란은 당분간 지속될 전망
  - 1980년대 이후 서비스드오피스 시장을 주도한 IWG는 2018년 현재 약 4,980만㎡의 오피스를 전세계에서 운영하면서 30억달러 수준의 연매출을 기록 중이나 기업가치는 26억불 수준으로 평가
  - 반면, IWG 대비 매출은 1/5 수준에 불과하고 연간매출액 규모도 1/3 수준에 불과한 위워크의 기업가치는 약 7.8배 높게 평가되면서 기업에 대한 적정 가치에 대한 논란은 지속 제기

그림 19 위워크 VS IWG(리저스)



자료: WSJ, KB경영연구소 수정

- 한편 최근 거주공간의 공유라는 동일한 개념을 활용한 오피스 사업자들의 주거분야 공유서비스 확대는 또다른 시장 성장을 위한 기회요인으로 작용할 전망
  - 위워크는 작년 자사의 주거공유 브랜드인 'WeLive' 런칭하고, 뉴욕에서 최초 서비스를 개시
    - 국내 공유오피스 사업자인 패스트파이브도 지난달 주거용공유서비스인 'LIFE'를 런칭하고 내년 2월 선정릉역 인근 오피스텔을 마스터리스 방식으로 임차 후 주거공유 서비스를 본격 개시할 예정
  - 오피스에 이어 주거용에도 공유 개념을 적용한 공유오피스 사업자들의 새로운 시도는 당분간 이들 기업의 지속적인 기업가치 성장을 위한 기회요인으로 작용이 기대

그림 20 위워크의 'WeLive'



자료: WeWork

그림 21 패스트파이브의 주거서비스 'LIFE' 런칭 자료



자료: 패스트파이브

<참고> 주요 국내·외 공유오피스 사업자별 특징 및 요금

구분	국내 브랜드		글로벌브랜드	
	패스트파이브	르호봇	위워크	TEC
지점수	16개	55개	10개 (세계 22개국 75개도시 283개 지점)	6개
입주타입	<ul style="list-style-type: none"> <li>프라이빗오피스 : 1~100명 독립오피스</li> <li>오픈데스크 : 지정석, 오픈공간</li> <li>핫데스크 : 비지정석, 오픈공간</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>프라이빗 룸 : 1~6인 독립오피스</li> <li>고워킹스페이스 : 오픈 사무공간</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>프라이빗룸 : 1~100명 독립오피스</li> <li>전용데스크 : 지정석, 오픈공간</li> <li>핫데스크 : 비지정석, 오픈공간</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>프라이빗오피스 : 2~50명 규모 맞춤형</li> <li>코워킹스페이스 : 비지정, 오픈형</li> </ul>
요금 (각 지점 및 프로모션에 따라 변동)	프라이빗룸: 월 50만원 오픈데스크: 월 35만원 핫데스크: 월 25만원	프라이빗룸: 월 50만원 코워킹스페이스: 월 30만원	프라이빗룸: 월 63만원 전용데스크: 월 42.5만원 핫데스크: 월 35만원	프라이빗: 월 90만원 맞춤형공간: 기간단위 차등 (프라이빗+핫데스크)
위치	강남(12), 강북(4)	서울(44), 경기(5), 부산(1), 대구(1), 광주(1), 대전(1), 세종(1), 전주(1),	강남(5), 강북(5)	강남(4), 강북(2)
특징	비상주 오피스 커피/생맥주 무제한 제공 오/오프라인 네트워킹 서비스	iBiz-Phone전화비서 입주사 홍보지원 자금지원	해외지점 이용가능 라운지 이용 커피/맥주 제공 사교이벤트/강좌 개최	전화응대서비스 CEO세미나 개최 음료제공

자료: 각 사 및 언론 취합

## MEMO