상점가 빈 공간 공유서비스

❖ 상점가 빈공간을 단기간 빌려쓸 수 있는 플랫폼을 제공해 수수료 수익을 챙김
❖ 공유경제가 빈집/빈방, 화장실, 기숙사에 이어 상점가 빈공간으로 확산된 사례
❖ 키오스크, 부스, 전시장, 벼룩시장, 농작물장터 등 맞춤형 상품으로 차별화 성공

→ 공유경제 활성화

스토어프론트

Storefront

평가표(5점 만점)

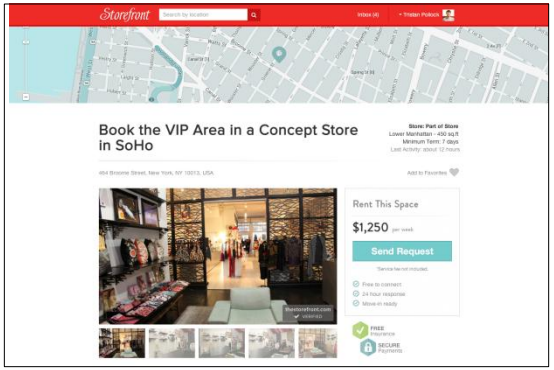
수익성	2
차별성	3
충성도	3
진입장벽	2
리스크	3

서비스 특징

- **점포 공유**: 스토어프론트는 상점가 빈 공간을 단기적 용도로 사용하려는 사업자와 자산 소유자를 연결해주고 수수료 수입을 챙기는 서비스. 공유경제모델 중 공간 자원을 활용하는 대표적 유형.

- **윈윈모델**: 공유경제모델 서비스는 유휴 자산을 활용해 소유자와 이용자 모두 경제적 이득을 챙길 수 있음. 임대업자는 빈 공간을 놀리지 않고 빌려줘 임대소득을 얻을 수 있고 이용자는 원하는 공간을 저렴한 비용에 쓸 수 있어 이익임.

[서비스 화면]



시장 상황

- 공유경제가 21세기 성장동력 중 하나로 부각되는 가운데 다양한 유형의 서비스가 등장해 가능성을 타진하고 있음
- 세계 공유경제 규모는 2013년 기준 51억달러 수준이었지만 매년 80% 이상 급성장하는 시장임. 이 시장은 북미(60%)와 유럽(35%)이 장악하고 있으며 대표적인 성공사례로 빈방 공유서비스 에어비앤비와 빈차 공유서비스 유버가 있음
- 공유 모델은 리스크 관리를 잘해야 성공할 수 있음

주요 경쟁사

– 유버, 에어비앤비, 집카, 디비, 에어피앤피 등

경쟁 포인트

- **자원활용** : 빈 매장을 대여해 자원 재분배 효과 낳음
- **리스크 관리** : 공유경제 모델은 품질 관리와 맞춤형 검색 기능을 효과적으로 제공하는 게 중요

시사점

- 유휴자원을 활용함으로써 거래자원을 확대하고 수요 시장을 키우는 효과를 낳을 수 있어 1석2조임
- 스토어프론트 경쟁력은 활용 가능성이 무궁무진해 다양한 기법으로 상품 판매나 고객 유치를 할 수 있음
- 스토어프론트와 같은 플랫폼 사업자가 없기 때문에 국내에 이 모델을 적용해도 충분히 승산이 있음