

ASEAN Talks

아세안 토크

Vol. 2018-06

Sharing Economy in ASEAN: A Focus on Ride Sharing Services

아세안의 공유경제: 차량공유 서비스를 중심으로

Kim Hyun-ji, Officer, Information and Data Unit



ASEAN Talks Volume 2018-06

© ASEAN-Korea Centre, 2018

Published by ASEAN-Korea Centre

Address: 8th fl., Sejong-daero, Jung-gu, Seoul, Republic of Korea

Tel.: 02-2287-1143

E-mail: aseantalks@aseankorea.org

Website: www.aseankorea.org

ISSN (printed): 2586-6753

ISSN (online): 2586-6842

Edited by: Won Ji-hyeon, Lee Su-ji, Hwang Ji-seon, Ha Chae-kyoun

Photo Credit: findracadabra / Shutterstock.com

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, without the consent of the ASEAN-Korea Centre. Enquiries concerning reproduction should be sent to the ASEAN-Korea Centre.

The publisher does not guarantee the accuracy of the data included in this publication and accepts no responsibility for any consequence of their use. The responsibility for facts and opinions in this publication rests exclusively with the authors.

ASEAN-Korea Centre

The ASEAN-Korea Centre is an intergovernmental organization mandated to promote economic and socio-cultural cooperation between the ASEAN Member States and Korea. It was officially inaugurated on 13 March 2009, the year that marked the 20th Anniversary of the Dialogue Partnership between ASEAN and Korea.

ASEAN Talks

Aims and Scope

ASEAN Talks is a monthly publication produced by the ASEAN-Korea Centre, aiming to provide better understanding on ASEAN for its readers both in and out of Korea.

ASEAN Talks features articles written by staff members of the Centre. We hope to contribute to bringing ASEAN and Korea closer together by providing articles on topics including, but not limited to: ASEAN-Korea relations, ASEAN economy, society, and culture. For any questions or comments regarding the contents, please send an e-mail to aseantalks@aseankorea.org.

목적 및 범위

본 보고서는 한-아세안센터에 의해 발간되었습니다. ASEAN Talks는 한-아세안 관계, 아세안 경제, 사회, 문화 등의 주제를 다룬 한-아세안센터 직원들의 글을 통해 국내·외 독자들에게 아세안에 대한 이슈 및 현안을 제시하고, 아세안에 대한 이해를 높이고자 매달 발간되고 있습니다.

게재된 내용에 대한 문의사항은 aseantalks@aseankorea.org로 보내주시기 바랍니다.

Contents

Sharing Economy in ASEAN: A Focus on Ride Sharing Services

Pg. 1

아세안의 공유경제: 차량공유 서비스를 중심으로

Pg. 21



Ms. Kim Hyun-ji
Officer at Information and Data Unit



Sharing Economy in ASEAN: A Focus on Ride Sharing Services

Kim Hyun-ji, Officer
Information and Data Unit

Abstract

The advent of the 4th Industrial Revolution brought numerous changes in our daily lives. Sharing economy, no longer an unfamiliar concept, is a new form of economic phenomenon that appeared with development in information and communication technology. Uber, or any other services with a similar nature of consuming or rather “sharing” another person’s possession, are accessible almost anywhere around the world. This is no exception to ASEAN, where local sharing economy services thrive in the region. This paper aims to look at the trends in sharing economy, with special focus on ride sharing services in ASEAN. It will also take a look at government regulations and changes made with the booming of such services and draw implications on this phenomenon.



So, what is “sharing economy”?

“Sharing economy”, also often referred to as “collaborative consumption”, or “peer to peer consumption, is a term first coined by Professor Lawrence Lessig in 2008, which refers to the mutual activity of obtaining, giving, or sharing the access to goods and services through online platforms (Hamari, Sjöklint, Ukkonen, 2016). With the advent of Industry 4.0, the phenomenon is becoming widespread and familiar with advancement in information and communications technology (ICT), which allows interconnectedness of its users. Although economic transactions taking place in sharing economy are different from traditional ones, sharing economy has gained popularity because it suits general consumption behavior – that is, consumers are apt to pursue better services or products at a lower, reasonable price¹. Not only that, but through sharing economy consumers will also be able to consume a wider range of customized goods and services will rather than consuming only ready-made, new products or fixed services.

Powered by reduced transaction costs and internet penetration, sharing economy is projected to increase its influence more in the future, as shown by statistics. As identified by the global consulting firm Pricewaterhouse Coopers (PwC), five key areas – travel, car sharing, finance, staffing, and music/video streaming – are projected to have the greatest potential of increasing global revenues of sharing economy from \$15 billion USD in 2014 to an estimated \$335 billion USD by 2025 (PwC, 2015). Globally, the willingness to share own assets with others turned out to be 68%, while willingness to share from others was 66% (Nielson, 2014). Consumers are mostly willing to share electronics (28%), cars (21%), lessons and services (26%), bicycles (22%), homes (15%) (Nielson, 2014). In terms of age group, the millennials, aged between 21 and 34, showed the highest rate of willingness to take part in sharing economy, implying that there is much room for growth and demand for sharing economy on a global level considering their potential to consume in the future (Nielson, 2014).

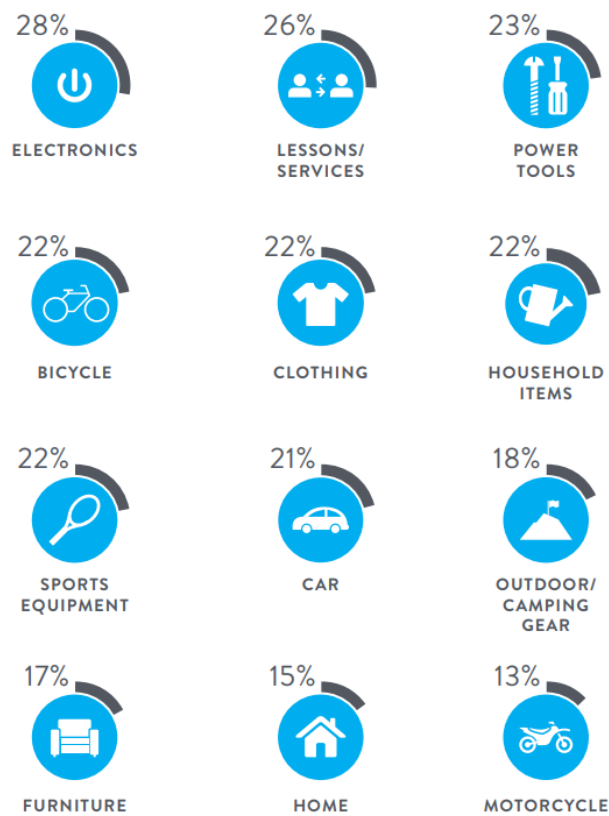
¹ The term “access economy” is often raised as a more accurate term to address such a phenomenon as “sharing economy” could be misleading since rather than “sharing”, consumers are paying to have access to others’ goods or services (Bardhi and Eckardt, 2015). Despite such arguments in the correct usage of the term, this essay will proceed with the term “sharing economy” as it is more widely used.

[Figure 1. Global willingness to utilize sharing economy]



Source: Nielsen, 2014


[Figure 2. Services consumers are willing to share]



Source: Nielsen, 2014

Sharing economy: pros and cons

While the advent of sharing economy seems efficient from the perspective of users, the new trend is apt to bring disruption as well. Hence, the debate on advantages and



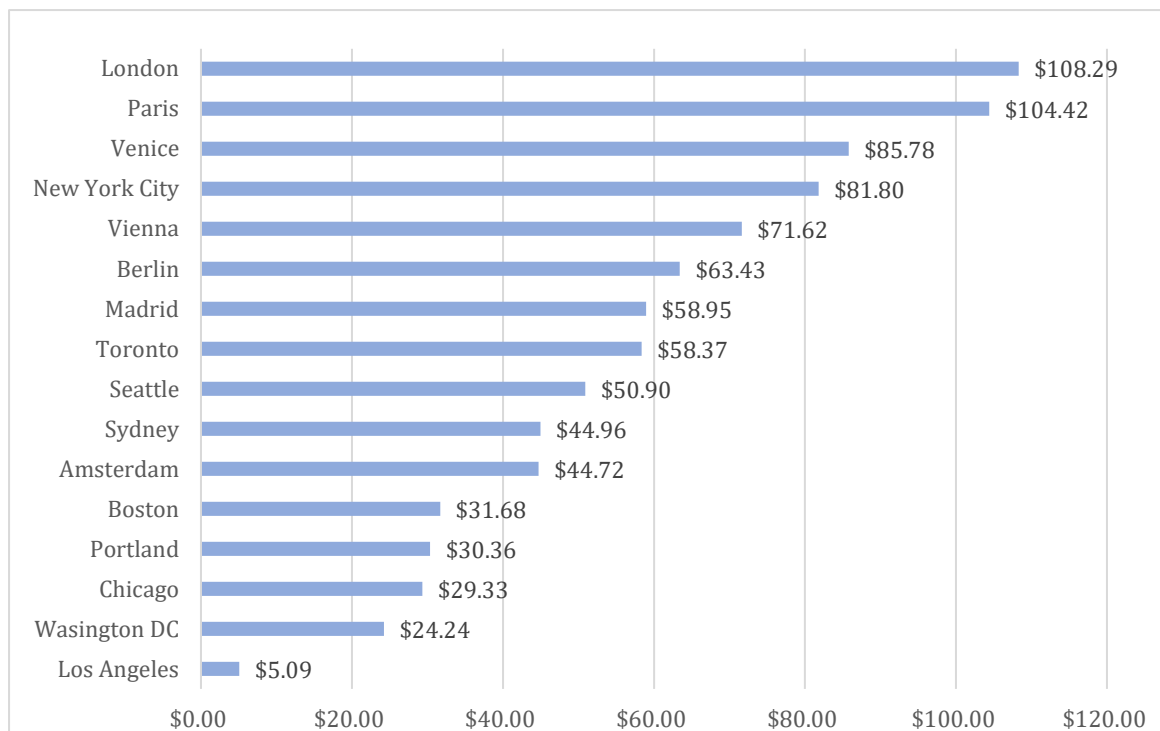
disadvantages of sharing economy is heated, which can be narrowed down as the table below.

[Table 1. Pros and cons of sharing economy]

Pros	Cons
Efficient consumption through reuse and recycle	Safety concerns
Increases in employment rate	Resistance from conventional players
Economic benefits	Loss in government tax revenues

Most evident benefit that arises from sharing economy is the efficient use of resources. Firstly, on average cars are not used 92% of the time (Green, 2012). Car sharing services could alleviate this problem by making more use of the car that otherwise would not have been used. Secondly, sharing economy could be a new source of income for service providers. A study conducted on sharing economy users of the United States shows that Americans providing service through Uber and TaskRabbit, a platform providing home service, make an average of \$533 USD extra and likewise, those who rent assets on Airbnb make an extra \$314 USD per month (OurCrowd, 2016). Thirdly, users of the service are able to enjoy benefits at a lower cost. [Figure 3] shows the average price difference between Airbnb and hotels in different cities.

[Figure 3. Average price difference between hotel and Airbnb accommodations]



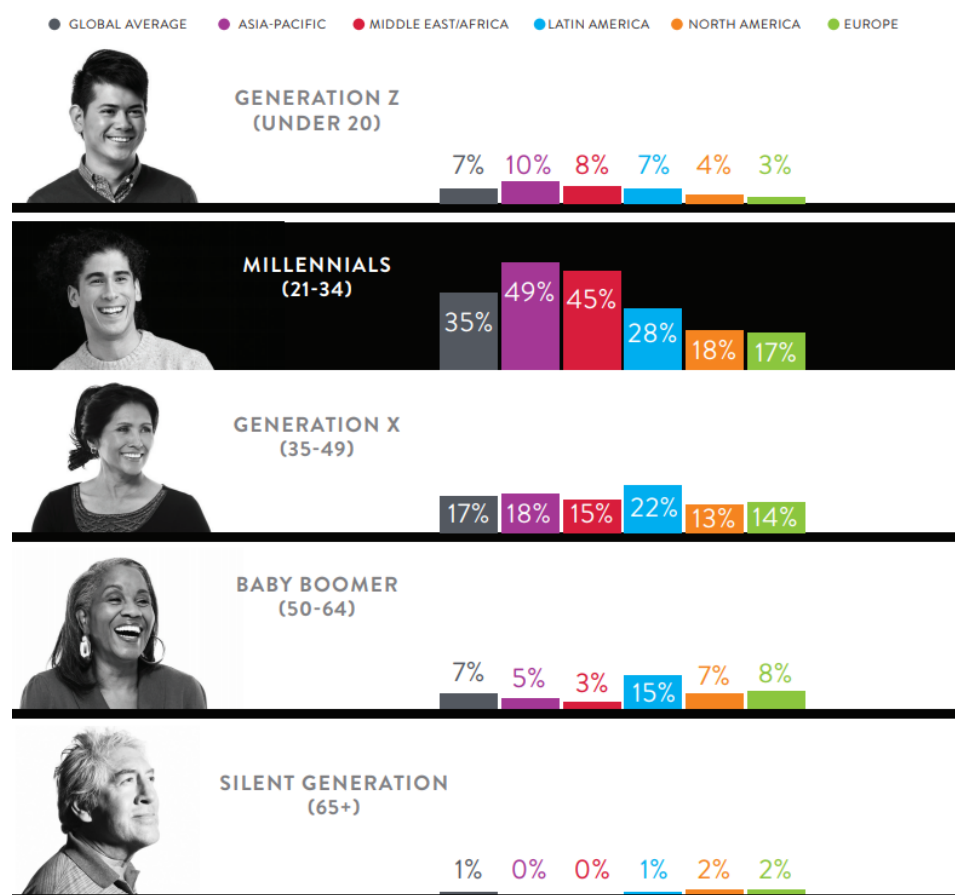
Source: BJH Advisors LLC, 2016

Despite the positive aspects of sharing economy, there are negative consequences as well. From the perspective of users, there are major concerns on safety. Since sharing economy transactions rely largely on mutual trust among users, there has been incidents where users experienced issues regarding safety. Legislative amendments due to safety issues such as reinforcing identification of service providers, has been implemented in many countries. Another issue is regarding co-existence between traditional market players and new comers. Sharing economy services act as substitutes for existing industries. Airbnb replaces hotels, Uber replaces taxis, and so on. This is bound to conflict with the interest of traditional players. Protests and concerns from existing industries have put governments in a position where they have to draw the line between the two. From the governments' perspective, sharing economy brings about loss in taxes. Whereas traditional services had a rule to abide by, the newly emerging means of transactions do not have a clear regulation to follow. This results in less collection of taxes for the government (Lombardo, 2015).

Sharing economy in ASEAN

Development of ICT is expanding its influence in ASEAN, a fast-growing region with a combined population of over 630 million (ASEAN Secretariat, 2017). Data on the size of sharing economy in ASEAN is limited, however, the influence it will continue to have over the region in the future can be anticipated. The willingness to share was the highest in the Asia-Pacific region with 78% willing to share own assets and 81% willing to share from others. This figure is substantially higher than the global average of 68% and 66% respectively. Among the top countries likely to share from others were Indonesia, ranking 2nd with 87%, the Philippines (85%), and Thailand (84%) (Nielsen, 2014). Youths aged 21 to 34 in the Asia-Pacific region showed highest rate of willingness to participate in sharing community (49%, whereas global figure was 35%, [Figure 4]), suggesting that such willingness could possibly lead to further expansion of sharing economy in the region (Nielsen, 2014).

[Figure 4. Willingness to share by generation and region]



Source: Nielsen, 2014

In line with such potential, ten ASEAN member states have already accepted and been experiencing the phenomenon of sharing economy for quite some time. Most of the formerly mentioned promising areas of sharing economy – travel, streaming, finance, and car sharing – are taking place in the region as well². The area of travel that mainly refers to home sharing, a service most well-known through Airbnb, is the dominant service of its kind in Southeast Asia. Despite being illegitimate in some countries, Airbnb is growing rapidly in ASEAN countries. As of 2016, room listings for Airbnb account for 5% of total room inventory and 2% of occupied rooms in Southeast Asia. This share is expected to grow to 15% by 2020 (Talavera, 2016). In particular, between February 2017 and February 2018, Airbnb in Thailand attracted 1.2 million guests, earning \$119 million USD for apartment owners (Sritama, 2018). Annual growth rate for Airbnb Malaysia reached 231% in 2017 (Citrinot, 2018). Other home sharing services include Stop Sleep Go in the Philippines and Roomanora in Singapore, which also thrives in the region.

Streaming services in ASEAN is flourishing as well. Chinese and Taiwanese companies, such as Joox and KKBox, are two of the most popular music streaming services, while Netflix, iflix and Viki are widely consumed video streaming services. According to a report by Google, streaming market made a gross merchandise volume (GMV) of \$6.9 billion USD in 2017, expected with a compound annual growth rate of 18% by 2025 (Google-Temasek, 2018).

Finance is another area sharing economy has brought change in ASEAN. Services, such as Go-Pay, GrabPay, Line Pay, M_Service, Paymaya, are operating their services, but there is no distinguished major player. In fact, 70% of the population in ASEAN do not use banks, making the region a slow-comer in terms of e-transactions. E-commerce accounted for 9% of total e-transactions and is expected to increase to 16% in 2021 (Aravindan and Vu, 2018).

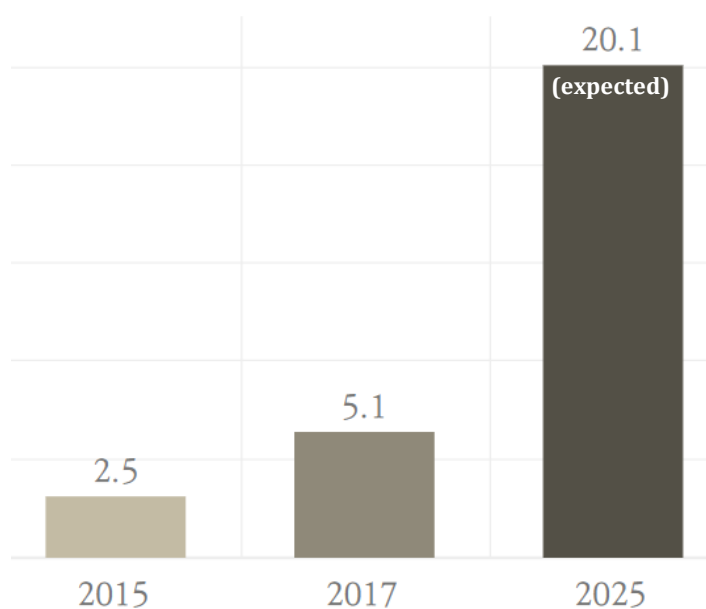
The ride hailing market in ASEAN exceptional due to its outstanding rate and potential of growth compared to other sectors of sharing economy. In 2017, ride hailing service in

² Due to lack of information on staffing services in ASEAN, this paper will discuss the activities of only the remaining four major areas of sharing economy.



ASEAN made a revenue of \$5.1 billion USD, with a market penetration of 4.7% (Google-Temasek, 2018). Due to massive user engagement and convenience, the service showed a more than double increase in revenue since 2015 from a GMV of \$2.5 billion USD in 2015 to \$5.1 billion USD in 2017. Showing a compound annual growth rate of 43% over the two years, which highly exceeded that of other sectors, in 2025, the service is expected to reach a compound annual growth rate of 23% (Google-Temasek, 2018). The number of ride hailing daily drivers was around 6 million in 2017, a more than four-fold increase since 2015, with 2.5 million drivers in total (Google-Temasek, 2018). This rapid increase in the size of market and users make the industry worth to take a deeper look at.

[Figure 5. Southeast Asia ride hailing market size (billion USD)]



Source: Google-Temasek (2018)

Another reason to delve more into the ride hailing services in ASEAN is the uniqueness in its major players. The major market players in ride hailing services is narrowed down to Grab, a Singapore-based regional champion, and Go-Jek, an Indonesia-focused rising player. Uber, the global leader in the sector was also one of the major players in the region. However, the competition now is between the formerly mentioned two after Uber handed over its business to Grab in March 2018. All the more reason to look at ride hailing service in ASEAN than other sectors rises for major players of the sector are indigenously developed companies, whereas for other sectors, market leaders are foreign companies. Taking these traits of players and rapid growth in the market over the past two years into

consideration, this section of the paper will take a closer look at the two aforementioned major players in the region - Grab and Go-Jek - more closely.

Grab

Formerly known as ‘My Teksi’ and ‘Grab Taxi’, Grab aims to be “Southeast Asia’s leading ride-hailing platform that offers the fastest booking service for taxis, private car and motorbikes through on mobile app” (Grab, 2018). Despite initial business hurdles, Grab succeeded in Malaysia, where it was first launched in 2012, by providing solutions to unavailability of taxis, heavy traffic, and the concern of taxi drivers overcharging the travel. Grab now operates in eight ASEAN Member States (Cambodia, Indonesia, Malaysia, Myanmar, the Philippines, Singapore, Thailand, and Vietnam) and claims to have 95% of the market share in Southeast Asia (Grab, 2018). Although services provided may vary by country and city, Grab now extends its operations in a variety of services including ride hailing, car rental, and even food delivery. Its major services are listed below in [Table 1].

[Table 2. List of Grab Services]

Name	Service
GrabTaxi	Taxi booking service
GrabBike	Motorcycle booking service
GrabHitch	Carpooling service
GrabExpress	Package delivery service
GrabFood	Food delivery service
GrabPay	Mobile wallet payment solution

Source: Grab homepage

Regional market expansion and diversification of its services led to a value reported to be \$10 billion USD, with 36 million passengers as of June 2018. On average, 4 million Grab riders occur everyday. More importantly, on an average, travel time was reduced 52% for Grab users revealing that this is an attractive factor for users to continue using Grab (DMR, 2018).

Some commonly mentioned factor of success for Grab is that it applies fixed rates without any overpricing. As a matter of fact, ride prices are discounted up to 40 - 60% compared to regular taxis (Google-Temasek, 2018). Ensuring safety of customers through installing emergency buttons and introducing motorcycle services for cities with traffic congestion are other factors that led Grab to being the region's leader.

Go-Jek

Founded earlier between the two dominant ride hailing services in ASEAN is Go-Jek, an Indonesian startup company that initially was a motorcycle ride hailing mobile service, which has now expanded its reach of services to logistics, mobile payments, food delivery, and others. Go-jek was able to make a breakthrough in the Indonesian market by tackling the problem of heavy traffic. Through motorbike ride hailing, travelling around the city was much more convenient and most importantly, faster. Whereas a taxi ride would take 1 hour to travel, Go-Jek motorcycle rides would reduce it to 15-20 minutes. Although it only operates in Indonesia as of now, its broad outreach of services well demonstrates how sharing economy and development in ICT can influence the consumers' daily lives. As [Figure 4] shows, Go-jek provides a variety of 18 services.

[Figure 6. A Screenshot of Go-Jek's Services]



Source: Go-Jek homepage

As briefly mentioned above, first there is Go-jek, which includes not only Go-ride, Go-car, and Go-food, but also Go-send, a delivery service, and Go-med, a medicine delivery service. Under Go-pay, there is Go-bills, which allows users to pay utility bills, and Go-points, which is used to accumulate points when purchasing. Go-jek expands its reach to Go-life, which include Go-massage, Go-clean, Go-auto, and even Go-glam, showing that not only is Go-jek a perfect demonstration of ride sharing, but an example of sharing economy in diverse fields. Go-jek expanded its influence in the region by utilizing the network of riders it already had and expanding its pool to intertwine with other lifestyle services. Also, its service became more convenient once it introduced Go-Pay which facilitates cashless payments for all services offered by Go-Jek.

Go-jek was recently ranked 17 at Fortune's list of '50 Companies that Change the World', being the only company from Southeast Asia to make it to the list (Fortune, 2017). As of February 2018, the company was valued at \$5 billion, with the app being downloaded more than 60 million times in Indonesia, with more than 900,000 registered drivers in Indonesia that facilitates more than 100 million transactions per month (Go-Jek, 2018). As its mission of "creating social impact through technology" states, such acknowledgement suggests its potential to change the trend in consumption. As a matter of fact, Go-jek announced that they will invest \$500 million in the Southeast Asian market in an effort to expand their services. By mid-2018, the company plans to operate their ride hailing service in Vietnam, Thailand, Singapore, and the Philippines (Choudhury, 2018).

How are governments adapting to this transition?

While operations of ride sharing companies in ASEAN seem rosy, it is not always the case. As is the case with many countries, there is a conflict of understanding when it comes to sharing economy in ASEAN as well. A new form of consumption has been introduced with developments in technology, but such advancement has brought disruption in existing markets. The following are cases of how ASEAN countries are handling the ongoing change.



Brunei - Finding its way through the market

Brunei is at a very early stage in terms of operating ride hailing services. Its sole operator is Dart, a locally developed ride hailing app launched in March 2017. Despite its launching, the firm was not able to operate until March 2018, only after the government granted provisional permit for ride sharing service. The Ministry of Communications claims that while they have given provisional permit, there still is a need for research and coordination with public transport policies (Bakar, 2018). Dart currently faces same fares as regular taxis and is seeking to operate its way through the market with different promotions.

Cambodia - Cooperation with the government

Major ride hailing businesses launched their service in Cambodia only last year. Their entry into Cambodia was different to that in other countries. Ministry of Public Works and Transport (MPWT) signed an MoU and worked with the company for six months to come up with ways ride sharing service can adapt well into existing economy, as well as to support Cambodia's infrastructure development (Kotoski and Spies, 2017). Due to the fact that the service was launched only for a short time, the pros and cons of such attempt of industry-government cooperation in ride hailing industry are not so visible yet. However, it certainly seems to be a different approach from that of other countries, in the sense that the government and industry collaborated at the initial stage of introducing the service to the market.

Indonesia - Looking for that perfect compromise

Home of Go-Jek went through different complex stages in settling ongoing transition. Regulations with respect to setting price cap on fare for ride hailing, limiting the number of cars in a district, and making drivers possess vocational license for public transportation mandatory were newly carried out in March 2017 (CNBC, 2017). However, later in the year, the regulations were lifted as Indonesia's Supreme Court as such regulations were deemed to go against existing laws. In February of 2018, new sets of regulations were devised for the benefit of drivers, existing taxis, and consumers. Drivers would have to obtain public transport driving license and put a sticker on their car, indicating that the car is being used for ride hailing service (Silviana, 2018). Also, the

number of vehicles will still be restricted in certain regions. However, the regulation was faced with protests from service providers, and the government is still finding its ways to compromise. The Indonesian government has again stressed that service providers must register as public transportation and follow relevant rules, to which the ride hailing applications have not commented yet.

Lao PDR – Taking the first step

A country where Grab has not entered yet, major ride hailing services in Lao PDR includes CarpoolWorld, a worldwide carpooling service, and LOCA, a local ride sharing application which was launched this year. Information on CarpoolWorld's performance in Lao PDR is limited, but its competitor LOCA seems to be expanding its influence in the market rapidly. First in the country to introduce a cashless transport application, LOCA has over 2,000 registrants and over 50 drivers (Darke, 2018). The Lao government has not yet responded to the emerging trend of ride hailing services as the industry is still at an early stage.

Malaysia - Self-employment as a driver of future economy

In April 2017, the Malaysian government passed the Self Employment Social Security Bill, which aims to provide Social Security Organization (Socso) benefits to all self-employed persons, including taxi drivers and e-hailing service providers (Bernama, 2017). Under the bill, taxi drivers and e-hailing service providers will contribute 1.25% of their monthly income to Socso, hence encouraging and providing structural support for those involved in the business (Bernama, 2017). The Malaysian government elaborated that hopefully they will expand this policy to other sectors as well, stating that sharing economy promotes self-employment and entrepreneurship. Thus, the government projected that 400,000 freelance jobs in the country as of 2016 will go up to 650,000 in 2020, which could alleviate youth unemployment rate (The Star Online, 2017).

Myanmar - Towards a peaceful coexistence

Myanmar is also a relatively new comer when it comes to ride hailing services. With two of its local players operating since 2016 (Hello Cab and Oway Ride), the country now has three operators including Grab that began its service in 2017. The government sought no



strong enforcement of regulations except setting new rules to unify pricing mechanism for a fair competition among the three companies.

The Philippines - First adapt, then regulate

The Philippines has been an early adapter to ride sharing businesses on a governmental level, creating a new category called the Transportation Network Companies (TNCs), in which ride sharing services would be included in. This made the service not only legal but blended the new phenomenon in their existing framework with regulatory guidelines and criteria, making the Philippines the first country to create a framework dedicated to ride sharing services. Ever since, the government and companies have been on good terms. TNCs would be under the Department of Transportation (DOT) and overseen by the Land Transportation Franchising and Regulatory Board (LTFRB). However, in June of 2018, the LTFRB gained full authority of TNCs, including in setting drive fares, and TNCs are expressing complaints about the LTFRB over-regulating their business.

Singapore - Regulations are imperative

The most recent stance of the government of Singapore on ride hailing businesses would be that regulations will have to be discussed to ensure commuter safety and to prevent monopoly (Baharudin, 2018). Last year, Singapore saw a figure of 47,000 registered private-hire cars such as Grab and Uber, while the figure for registered taxis were 23,140. One million journeys were made via private-cars on a daily basis, while that for taxis was 785,000. Only minimal measures were taken by the government previously not to interfere with innovation, in line with Singapore's blueprint of becoming a Smart Nation. However, taking into consideration "how fast the industry is changing", the Second Transport Minister stated that the government should have a regulatory authority in managing private-hire car industry. How to license ride hailing service providers and structure the industry will be reviewed by the authorities in the near future (Cheng, 2018).

Thailand - You can use them, but they're not yet approved

Ride hailing services have been operating in Thailand since 2013. However, no legal frameworks have been addressed regarding their operation, making the service not yet

approved by the transport authorities (Tanakasempipat and Thepgumpanat, 2017). Thai legislation requires only those vehicles registered for public transport driving license to provide conduct such service. Upon addressing this matter, the government has conducted a research to understand the situation of ride hailing but has not yet come up with regulatory solutions. The Bangkok Taxi Cooperative Network (BTCN) local taxi drivers are constantly requesting for government's stance on the legal status of ride hailing services.

Vietnam - Going one phase at a time

The Ministry of Transport (MoT) of Vietnam announced a two-year pilot scheme to operate ride hailing businesses in 2016 (Viet Nam News, 2018). The scheme would allow the service to operate in five cities and provinces (Hanoi, Quang Ninh, Danang, Khanh Hoa, and Ho Chi Minh City). With the pilot program having come to an end in January 2018, the country is at a crossroads to decide how to regulate the operators. Meanwhile, Danang has been excluded as a region ride hailing can operate in, and more restrictions on streets and time the service can operate in has been made for fair competition with traditional taxis. Although no concrete regulation or amendments to existing legislations has been made, the Vietnamese government seems to be taking a more protective stance towards traditional taxi drivers, claiming that it should not interfere with existing businesses while innovation in technology is welcomed.

To sum up, ten ASEAN member states seem to have different reactions to the unconventional ride hailing business. Their reactions can be categorized as table below. Fully regulated countries would include Indonesia, Lao PDR, Thailand, Vietnam, where either the service is not yet approved or government had strict control over its performance from the beginning stage. Brunei falls under 'first regulate then accept' category, in which the government restricted ride hailing business at the beginning then gave permit of its operation later on. The countries that entered the market without any certain regulations but then faced legislative changes or regulations fall under 'first accept then regulate' category. Myanmar, Philippines, and Singapore go under this category. Lastly, Cambodia and Malaysia, who have fully incorporated the ride hailing business into their policy fall under 'fully accept' category.

[Table 3. ASEAN government stance on ride hailing services]

Country / Restriction	Fully regulate	First regulate then accept	First accept then regulate	Fully accept
Brunei		0		
Cambodia				0
Indonesia	0			
Lao PDR	0			
Malaysia				0
Myanmar			0	
Philippines			0	
Singapore			0	
Thailand	0			
Vietnam	0			

Implications for ASEAN and Korean firms

As discussed in the previous section, members of ASEAN are reacting differently to the unexpected phenomenon of non-conventional forms of economic practice interfering with the interest of conventional ones. Some are more accepting than others, even making efforts to utilize this change for the wellbeing of the nation. One implication that can be drawn from the performance and existence of ride hailing services is that there is a gap in the year of launching in the countries. Whereas in some countries the service was there as early as 2010, others, the service just entered the country this year. Despite many factors that could have affected the adoption of a ride sharing business in a certain country, it is noteworthy that countries with ICT-friendly environment have responded to the phenomenon relatively earlier than others. Cambodia, Lao PDR, and Myanmar, who are late-comers of ride hailing business, have the lowest internet penetration rate and

number of mobile users (We are Social, 2018). This leads to an assignment ASEAN should overcome in order to enjoy the benefits of advancement in ICT, which is overcoming the digital divide within the region.

On a regional level, ASEAN is well aware of the changes development in ICT will bring, as emphasized in their ASEAN ICT Masterplan 2020 with the vision to “propel ASEAN towards a digitally enabled economy that is secure, sustainable, and transformative; and to enable an innovative, inclusive and integrated ASEAN Community” (ASEAN, 2015). To overcome the digital divide, developing infrastructure associated with ICT is necessary. At such a stage of some members experiencing sharing economy earlier and more than others, ASEAN as a regional level bloc have not yet addressed its stance towards sharing economy. For a prosperous future, ASEAN should first overcome the digital divide and contemplate ways by which the region can adapt to sharing economy and enjoy its benefits.


Implications can be drawn for Korean firms which aim to enter the ASEAN ride hailing market as well. Lessons can be learned from the case of Uber, world’s leader in ride hailing sector. After operating in the region for five years since 2013, Uber exited the Southeast Asian market as of May 2018. Not to mention that Uber was a latecomer in some of the countries compared to its competitors, more importantly, Uber did not succeed in adhering to local needs. For instance, whereas Grab accepted cash from its users taking into consideration that most users did not hold credit cards, Uber did not do so. It was some two years into their operation when Uber started to accept cash from its users. Secondly, Grab trained its drivers rigorously since many of them have never even used smartphones before. Uber did not adhere to such need. While Grab actively consulted with governments in some countries to enter the market and even cooperated with them, Uber was not as active. Simply put, Uber stuck to its one-size-fits-all operation, which did not apply to the Southeast Asian market.

Korea is an active operator when it comes to ride hailing and sharing economy. Including Seoul, which under the slogan “Sharing City Seoul” is actively carrying out government-led sharing services, more than 15 cities in Korea are engaged in sharing economy initiatives (Kim, 2018). Although they face some government regulations as well, locally developed startups are thriving. Car sharing service Socar, staff sharing service Wishket,



house sharing service BnbHero, and space sharing service Fairspace are some examples of government supported sharing service providers.

As such, with Korea's experience in diverse sharing economy areas, Korean sharing economy service providers may consider ASEAN as a market for business, especially with the regions' potential and already established sharing economy environment. The lesson from Uber may come in for those firms seeking to penetrate the ASEAN market. Korean firms, when entering the market, should customize their services to the market, rather than pushing forth existing services. For instance, Korean service provider TADA made its way through the Singapore ride hailing market by applying blockchain technology to its service, thereby receiving zero commission from the drivers. Instead, the drivers would receive points as incentives when they safely complete a trip, which they can convert to virtual currency. This makes the service more attractive to users and drivers (Kim, 2018). Another way making through the ASEAN market could be investing in existing services, such as H&CK Partners who have invested in Indonesian working space sharing service. Penetration of the ASEAN market by Korean firms can also be done in consultation with local governments, considering their stance in accepting or regulating the services operating in their market. Understanding government regulations and the local market will be key to entering the ASEAN market when it comes to sharing economy.



아세안의 공유경제와 시사점: 차량공유 서비스를 중심으로

김현지 정보자료국 대리

요약

4 차 산업혁명의 도래로 우리 일상 생활도 하루가 다르게 변화하고 있다. 이미 익숙한 개념이 된 공유경제 또한 정보 통신 기술의 발달과 함께 등장한 새로운 경제 현상이다. 타인의 자산을 소비 혹은 “공유”하는 방식인 공유경제는 이미 전세계적으로 경험 할 수 있는 서비스가 되었다. 아세안 지역 역시 예외가 아니며, 공유경제에 기반한 서비스의 운영이 매우 활성화 되어 있다. 본 보고서는 차량공유 서비스에 중점을 두어, 아세안 지역의 공유경제 추이에 대해 탐구하고자 한다. 더 나아가, 이러한 서비스의 발달에 대응하여 각 국가의 정부가 어떤 조치를 취하고 있는지, 그리고 이것이 우리에게 시사 할 수 있는 바까지 살펴보고자 한다.



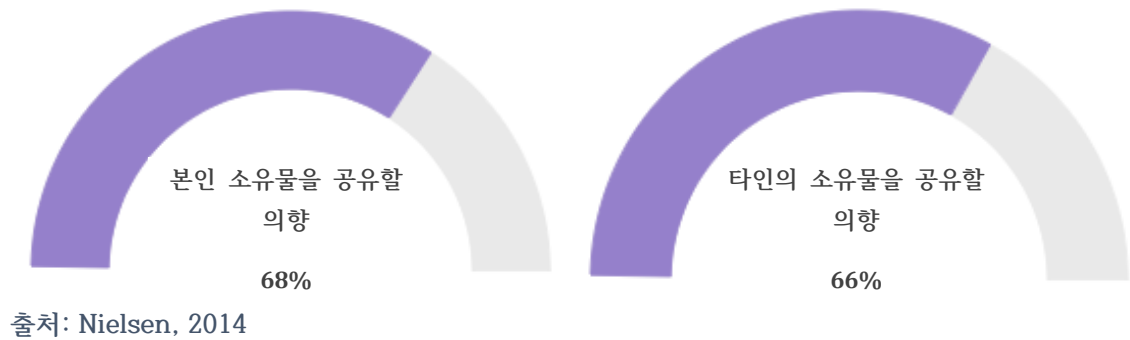
“공유경제”란 무엇일까?

“공유경제”는 하버드 대학교의 로렌스 레시그(Lawrence Lessig) 교수가 2008 년 처음 사용한 용어로, 온라인 플랫폼을 통해 상품과 서비스를 얻고, 주고, 나누는 것을 의미한다(Hamari, Sjöklint, Ukkonen, 2016). 제 4 차 산업혁명의 시대로의 전환에 따라 공유경제 현상은 확산되고 있으며, ICT 가 발달됨에 따라 더욱 익숙한 용어로 다가오고 있다. 공유경제에서 발생하는 경제활동이 기존의 것과 다름에도 불구하고 확산 되는 이유는 더 저렴한 가격에 좋은 서비스나 상품을 사는 합리적인 소비를 하고 싶어하는 대중의 소비욕구와 부합하기 때문이다³. 또한, 이미 만들어진 상품만을 소비하는 것이 아니라, 소비자의 필요와 취향대로 더욱 다양한 상품과 서비스를 소비할 수 있다는 점에서도 환영을 받고 있다.

인터넷 보급률이 늘어나고 거래비용이 절감됨에 따라, 공유경제는 앞으로도 소비패턴에 영향을 끼칠 전망이다. 글로벌 컨설팅 기업 Pricewaterhouse Coopers(PwC)에 따르면 여행, 차량공유, 금융, 직원 채용, 스트리밍 등 다섯 개 분야가 공유경제를 이끌 것이며, 2014 년 150 억 달러 규모의 공유경제 시장은 2025 년 3 천 3 백억 달러로 확대될 것이다(PwC, 2015). 닐슨(Nielsen)의 설문조사에 따르면, 전세계적으로 68%가 본인의 소유물을 타인과 공유할 의향이 있고, 66%가 타인의 소유물을 사용할 의향이 있다고 한다(Nielsen, 2014). 소비자들은 전자제품을 공유할 의향이 28%로 가장 컸고, 뒤를 이어 교육 및 서비스(26%), 자전거(22%), 자동차(21%), 집(15%)를 공유할 의사를 보였다(Nielsen, 2014). 소위 밀레니얼 세대라고 불리는 21 세부터 34 세 사이의 청년들, 즉 앞으로 경제활동을 주도해나갈 세대들이 가장 적극적으로 공유경제를 활용할 의지를 보여, 공유경제는 앞으로 더욱 확산 될 전망이다(Nielsen, 2014).

³ 사용자들이 실제로 본인의 소유물을 “공유”한다기 보다 타인의 소유물에 “접근”할 수 있다는 점에서 공유경제의 보다 정확한 표현은 “접근경제(access economy)”라는 주장이 있다(Bardhi and Eckardt, 2015). 그럼에도 불구하고 더 널리 사용되는 용어가 “공유경제”임을 감안하여 이 글은 공유경제를 사용할 것이다.

[그림 1. 공유경제를 활용할 의향]



[그림 2. 소비자들이 공유할 의향이 있는 서비스 및 상품]



공유경제의 장점과 단점

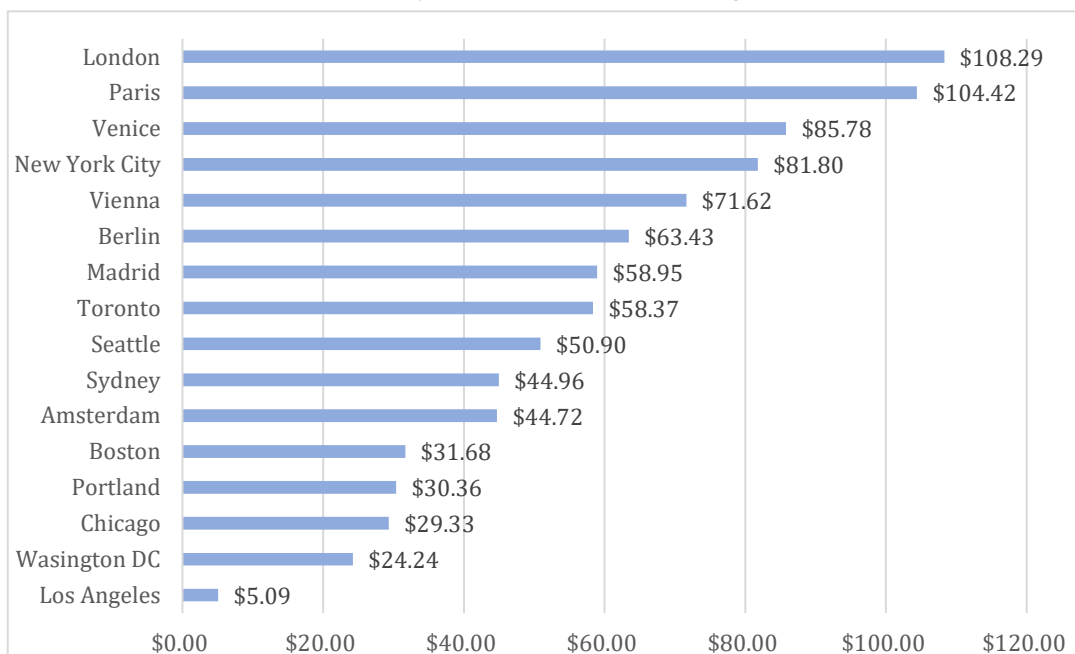
공유경제는 이용자의 입장에서 보면 효율적이고 합리적인 소비방식으로 보이지만, 기존 시장에 논란을 야기하기도 한다. 이에 따라 공유경제에 대한 논쟁은 활발히 진행되고 있으며 공유경제를 옹호하는 측과 반대하는 측이 주장하는 장단점은 다음과 같이 요약될 수 있다.

[표 1. 공유경제의 장점과 단점]

장점	단점
재사용, 재활용을 통한 효율적인 소비	안전 우려
고용률 증가	기존 산업과의 마찰
경제적 이득	정부의 세금 손실

공유경제에서 가장 눈에 띄는 장점은 효율적인 소비다. 평균적으로 자동차는 수명의 92% 동안 사용되지 않는 반면, 차량공유를 이용하면 자동차를 더욱 효율적으로 활용할 수 있게 된다. 공유경제의 또 다른 장점은 서비스 제공자는 공유경제를 통해 추가소득을 얻을 수 있다는 점이다. 미국의 서비스 제공자를 대상으로 한 연구에 따르면, 차량공유 플랫폼 우버(Uber)와 가사노동 관련 서비스 제공 플랫폼인 테스트래빗(TaskRabbit)을 통해 한 명 당 평균적으로 533 달러의 추가소득을 얻었고, 숙박공유 플랫폼 에어비앤비(Airbnb)를 통해 평균적으로 314 달러의 추가 소득을 얻었다고 한다(OurCrowd, 2016). 한편 소비자들은 평소보다 저렴한 가격에 상품이나 서비스를 이용할 수 있게 된다. 아래의 [그림 3]은 각 도시별 평균 호텔 가격과 평균 에어비앤비 가격을 비교, 그 가격 차이가 얼마나 되는지를 드러낸다.

[그림 3. 지역별 호텔과 에어비앤비 이용 요금의 차이]



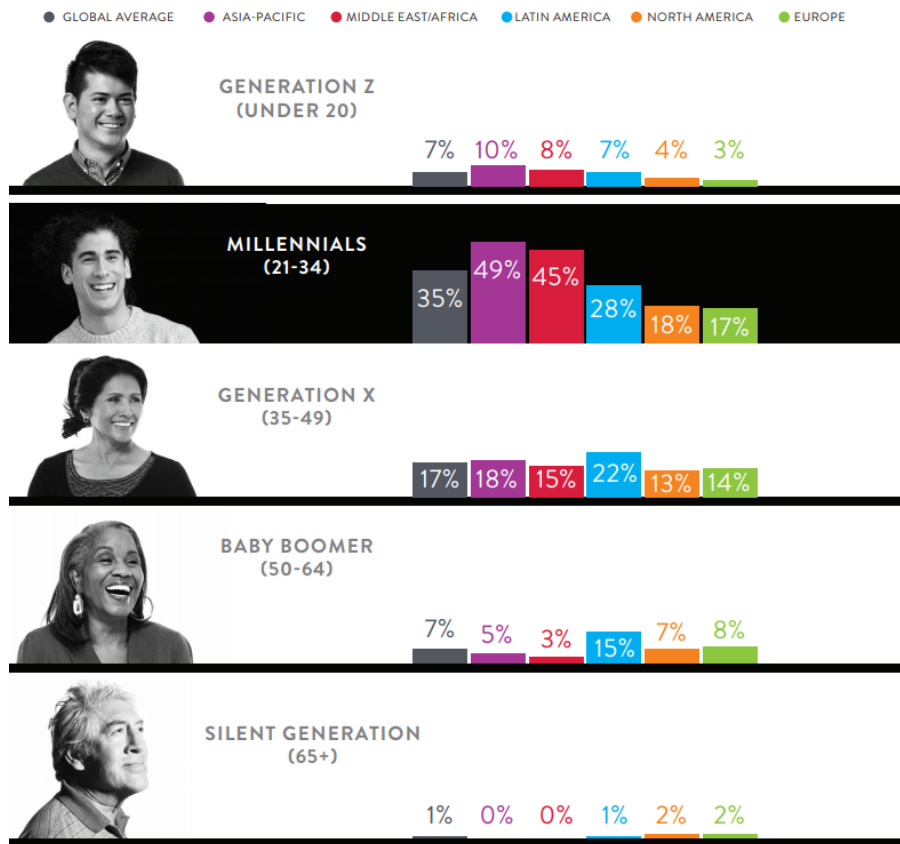
출처: BJH Advisors LLC, 2016

공유경제는 이처럼 긍정적인 측면을 갖고 있지만 앞서 말한 바와 같이 논란을 야기하는 부분도 공존한다. 먼저, 이용자의 입장에서 안전에 대한 우려가 생길 수 있다. 공유경제에서 금전 거래는 이용자들 간의 신뢰만을 바탕으로 이루어지기 때문에, 갈등이 발생하는 경우가 종종 있다. 이를 해결하기 위해 서비스 제공자로부터 보다 강화된 신원 확인 절차를 요구하는 법적 규제가 실행 되기도 한다. 또 다른 쟁점은 기존 기업들과 신생 기업들 간의 갈등이다. 에어비앤비는 호텔을 대체하고, 우버는 택시를 대체하는 서비스인 만큼, 비슷한 서비스를 제공하는 기존 기업과 신생 기업들 사이의 갈등은 불가피하다. 더불어 기존 기업들에 대해서는 관련 규제가 존재하지만, 새롭게 등장한 공유경제 서비스 행위자에 대해서는 필요한 규제가 적절히 마련되지 않아, 관련 조세 수입의 손실로 이어질 수 있다(Lombardo, 2015).

아세안의 공유경제

ICT 는 6.3 억 이상의 인구가 있는 아세안 시장에서도 그 영향력을 확장 하고 있다(ASEAN Secretariat, 2017). 아세안 시장의 공유경제 점유율 관련 데이터는 한정적이거나, 앞으로 미칠 영향은 충분히 예상 할 수 있다. 타인과 서비스 및 상품을 공유 할 의향의 정도는 아시아-태평양 지역에서 가장 높은 것으로 조사 되었다. 자신의 소유물을 공유할 의향은 78%, 타인의 소유물을 공유 받을 의향은 81%로, 각각의 항목에 대해 68%, 66%로 나타난 글로벌 평균 대비 높은 수치이다. 타인의 자산을 공유 받을 의향이 가장 많은 것으로 나타난 국가는 인도네시아(2 위, 87%), 필리핀(85%), 태국(84%) 순으로 나타났다(Nielsen, 2014). 더불어, 아시아-태평양 지역의 21-34 세의 청년들이 공유사회에 참여할 의향이 가장 많은 것으로 나타나(49%, 글로벌 평균은 35%, [그림 4]), 해당 시장에서 공유경제의 추가 확산될 가능성을 제시한다(Nielsen, 2014).

[그림 4. 세대 및 국가 별 소비자들의 공유에 대한 의향]



출처: Nielsen, 2014

이러한 소비자 반응에서 예상할 수 있듯, 여러 아세안 회원국은 이미 공유경제를 수용하고 있다. 특히 앞서 언급했던 여행, 스트리밍, 금융, 차량공유와 같은 공유경제 유망 분야는 이미 사업이 활발하게 진행 되고 있다⁴. 여행 분야의 공유경제 서비스는 홈쉐어링 서비스가 주를 이루며, 아세안 지역에서 해당 분야의 선두에는 에어비앤비가 있다. 에어비앤비는 아세안 지역에서 빠른 성장을 보이고 있다. 2016 년 통계에 따르면, 동남아 지역 객실의 5% 및 사용 객실의 2%가 에어비앤비를 통해 거래된 객실이다. 2020 년까지 에어비앤비의 동남아 지역 객실 점유율은 15%까지 상승 할 것으로 예상 된다(Talavera, 2016). 2017 년 2 월부터 2018 년 2 월까지 태국 에어비앤비 투숙객은 120 만명이었으며, 집 소유자들은 총 1.19 억 달러의 수입을 얻었다(Sritama, 2018). 또한 말레이시아 에어비앤비는 2017 년에 231%의 성장률을 기록하였다(Citrinot, 2018). 이 외 동남아

⁴ 인력공유 서비스에 대한 자료는 한정적인 관례로 언급된 네 분야만 설명하기로 한다.

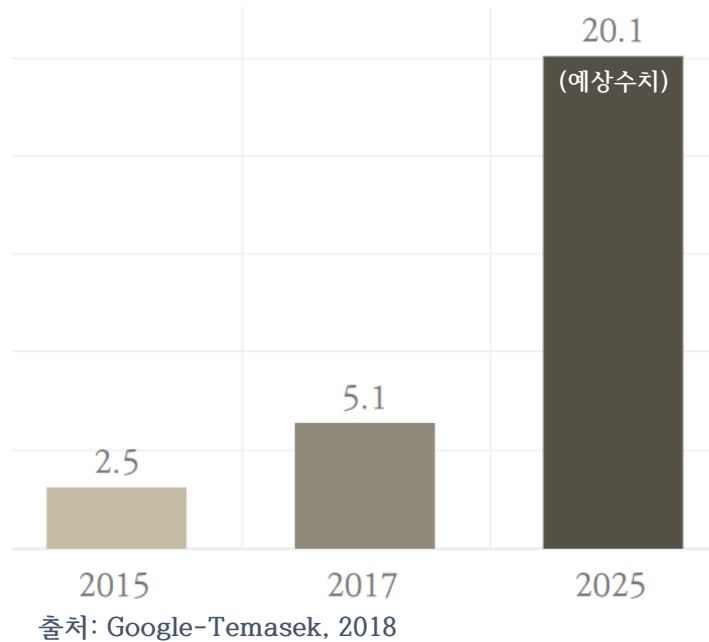
지역 홈쉐어링 서비스는 필리핀의 스탑슬립고(Stop Sleep Go)와 싱가포르의 루마노라(Roomanora) 등이 있다.

아세안 지역에서 스트리밍 서비스 또한 각광 받고 있다. 중국기업 Joox 와 타이완기업 KKBox 가 가장 인기 있는 음원 스트리밍 서비스이며, Netflix, iflix 과 Viki 는 가장 많이 소비 되고 있는 영상 스트리밍 서비스이다. 구글에 의하면, 스트리밍 시장은 2017 년 한 해 동안 69 억 달러의 총거래액(Gross Merchandise Value, GMV)를 달성 하였으며, 2025 년까지 연평균성장률은 18%까지 오를 것으로 예상 된다(Google-Temasek, 2018).

공유경제의 영향을 받은 분야에는 금융 분야도 포함 된다. 그러나 아세안 인구의 70%는 은행을 사용하지 않는 것으로 나타나, 온라인 금융 거래가 발전하기에 어려움을 겪을 가능성이 있을 것으로 보인다. Go-Pay, GrabPay, Line Pay, M_Service, Paymaya 와 같은 금융 서비스들이 운영 되고 있으나, 아직 분야를 선두하는 독보적인 기업은 부재하다. 온라인 금융 거래는 아세안 전체 금융 거래의 9%를 차지 하고 있으며, 2021 년에는 16%까지 확대 될 것으로 예상 된다(Aravindan, and Vu, 2018).

공유경제의 타 분야 대비 눈에 띄는 성장과 가능성을 보이는 차량공유 시장은 아세안 지역에서 독보적인 행보를 보이고 있다. 2017 년에 아세안 지역에서의 차량공유 서비스는 총 51 억 달러의 수익을 창출하였으며, 4.7%의 시장점유율을 보였다(Google-Temasek, 2018). 2015 년부터 2017 년까지는 25 억 달러에서 51 억 달러로 두 배의 GMV(Gross Merchandise Volume, 총거래액) 성장률을 기록하였다. 차량공유 분야는 2 년 간 타 분야 대비 높은 수준의 연평균성장률인 43%를 보였으며, 2017 년일별 이용 건수는 2015 년의 250 만건 대비 네 배 수준인 6 백만건에 달하였다(Google-Temasek, 2018). 2025 년에는 연평균성장률 23%를 보일 것으로 예상 된다(Google-Temasek, 2018). 이러한 놀라운 성장세는 차량공유 분야에 대한 보다 깊이 있는 연구가 필요하다는 것을 보여준다.

[그림 5. 동남아 차량공유 시장 규모(10 억 달러)]



아세안 내 차량공유 서비스에 대한 탐구가 필요한 또다른 이유는 시장에서 우위를 점하고 있는 기업들의 독특성 때문이다. 아세안 지역 차량공유 서비스의 선두 주자는 아세안 지역 전체에 확산되어 있는 싱가포르 기업 그랩(Grab)과 인도네시아 내에서 활발하게 운영되고 있는 고젝(Go-Jek)이 있다. 해당 분야의 글로벌 리더인 우버 역시 아세안 지역에서 활발한 운영을 하였으나 2018 년 3 월 그랩이 인수 함에 따라, 주 경쟁은 앞서 말한 두 기업 간에 이루어지고 있다. 공유경제 다른 분야의 선두 기업은 대부분 해외 기업인 반면, 차량공유 분야는 현지 기업들이 가장 활발하다는 점이 눈여겨볼 만하다. 이 같은 중요성을 바탕으로, 다음에서는 아세안 차량공유 분야의 선두 주자인 그랩과 고젝에 대해 보다 상세히 살펴본다.

그랩

과거에 ‘My Teksi’ 혹은 ‘Grab Taxi’라고 불렸던 그랩은 “모바일 앱을 통해 가장 빠른 택시, 개인 차량, 그리고 오토바이 예약 서비스를 제공하는 동남아의 차량공유 시장의 선두 플랫폼이다” (Grab, 2018). 초기 시장 진출에 여러 어려움을 겪었지만, 2012 년 말레이시아에서 출시 이후 택시 부족, 교통 혼잡 및 택시 운전사들의 바가지 요금에 대한 해결책으로 각광받으며 현재와 같은 성공을 거두었다. 현재 여덟 개의 아세안 회원국 (필리핀, 싱가포르, 태국, 인도네시아, 말레이시아, 베트남,

미얀마, 캄보디아)에서 운영 되고 있으며, 동남아 시장에서 95%의 점유율을 자랑하고 있다(Grab, 2018). 운영 국가 및 도시마다 차이가 있으나, 그랩은 현재 차량공유, 차량 렌탈, 그리고 식음료 배달 서비스까지 제공 하고 있다. 아래 [표 2]는 그랩이 제공하는 다양한 서비스 목록을 보여준다.

[표 2. 그랩이 제공하는 서비스 목록]

서비스 이름	제공 서비스
그랩택시(GrabTaxi)	택시 예약 서비스
그랩바이크(GrabBike)	오토바이 예약 서비스
그랩히치(GrabHitch)	카풀 서비스
그랩익스프레스(GrabExpress)	택배 서비스
그랩푸드(GrabFood)	음식배달 서비스
그랩페이(GrabPay)	모바일 지갑 솔루션

출처: 그랩 홈페이지

2018년 6월 기준 그랩은 아세안 지역 시장에서의 확장과 서비스의 다양화로 100억 달러의 가치 및 3,600 만명의 이용자를 보유 하고 있는 것으로 집계 되었다. 하루 평균 4 백만명의 승객이 그랩을 이용하며, 이용객들로 하여금 가장 매력적인 특징으로 느껴지는 이동 시간 단축 또한 그랩 이용 시 평균 52%가 단축되는 것으로 나타났다(DMR, 2018).

그랩이 이렇게까지 성공 할 수 있었던 이유 중 하나는 고정 요금을 적용하여 바가지 요금을 방지할 수 있다는 점이 있다. 그랩을 이용하면 기존 택시 요금 대비 40-60% 저렴한 요금으로 교통 서비스를 이용 할 수 있다는 것도 엄청난 장점이다(Google-Temasek, 2018). 더불어, 비상 버튼 설치로 이용객들의 안전을 보장하고, 교통량이 매우 혼잡한 도시의 경우 오토바이 서비스를 제공 한 것 또한 그랩이 시장에서 우위를 차지 할 수 있었던 요소이다.

고젝

아세안 지역에서 그랩과 어깨를 나란히 하는 고젝은 인도네시아에서 운영을 시작한 스타트업 기업이다. 초기에는 오토바이 공유 모바일 서비스만을 제공 하였으나 현재는 물류, 모바일 결제, 식음료 배달을 비롯한 다양한 서비스를 제공 하고 있다. 인도네시아 시장에서 고젝의 성공 비결은

현지의 혼잡한 교통에 대한 해결 방안을 제시한 데 있다. 오토바이 공유를 이용한 도시내에서의 이동은 편리하고 소요되는 시간도 짧다. 일반 택시로 한시간 소요되는 거리를 고젝 오토바이를 이용하면 15-20 분만에 이동 할 수 있다. 비록 아직은 인도네시아 내에서만 운영 되고 있지만, 고젝의 사업 다각화는 공유경제와 ICT 의 발전이 소비자의 일상에 을 미치는 모습을 보여주는 분명한 사례이다. 아래의 [그림 5]는 고젝이 제공하는 18 가지 서비스를 보여준다.

[그림 6. Go-Jek 이 제공하는 다양한 서비스 목록]



출처: 고젝 홈페이지

앞서 소개 하였듯이, 고젝의 서비스에는 고라이드(Go-ride), 고카(Go-car), 고푸드(Go-food) 뿐만 아니라 택배 서비스인 고센드(Go-send)와 약품 배달 서비스인 고메드(Go-med) 등의 서비스도 제공한다. 또한 고펀이(Go-pay) 서비스에는 공과금 지불 서비스인 고빌즈(Go-bills), 그리고 적립금 서비스인 고포인츠(Go-points)가 있으며, 생활 서비스를 담당하는 고라이프(Go-life)에는 마사지 제공 서비스 고마사지(Go-massage), 청소 서비스 고클린(Go-clean), 자동차 수리 및 관리 서비스 고오토(Go-auto) 그리고 미용 서비스 고글램(Go-glam)까지 포함 하고 있다. 이러한 광범위한 서비스 영역은 고젝이 우수한 라이드쉐어링 서비스일 뿐만 아니라 일상생활에서 공유경제의 다양한 활용의 사례임을 잘 보여준다. 고젝 운전자 네트워크를 활용한 일상 다방면으로의 접근으로 확장을

시작 하였다. 더불어, 고객 내 모든 서비스에 대한 지불을 현금 없이 편리하게 진행 해주는
고페이의 등장으로 해당 사업은 더욱더 발전 할 수 있었다.


고객은 최근 포춘지가 선정한 세상을 변화 시킬 50 대 기업 중 17 위로 선정되었으며, 선정 기업 중
유일한 동남아 기업이었다(Fortune, 2017). 2018 년 2 월 부로 기업 가치는 50 억 달러로 집계
되었으며, 인도네시아 내 앱 다운로드가 6,000 만건, 등록 된 운전자가 90 만명, 그리고 월별 거래
건수가 1 억 건에 달하는 것으로 보고 되었다(Go-Jek, 2018). “기술을 통한 사회적 영향”을 목표로
지향하는 기업으로써, 이와 같은 수치들은 앞으로 새로운 시장으로 진출 할 때 소비 트렌드에
변화를 가져올 고객의 역량을 보여준다. 이미 고객은 동남아 시장에 50 억 달러를 투자하는 계획을
발표 하였으며, 2018 년 하반기 이전에 베트남, 태국, 싱가포르 및 필리핀 시장에 진출 할 포부를
밝힌 바 있다(Choudhury, 2018).

아세안 각 국 정부의 대응

이처럼 아세안에서 차량공유 서비스는 긍정적인 방향으로 나아가는 듯싶지만, 여러가지 도전
과제들도 남아있다. 앞서 살펴본 것과 같이, 공유경제는 기존에 시장을 주도하던 행위자들과 새로운
행위자 간의 이해관계 충돌로 이어질 수 있기 때문이다. 아세안 대부분의 국가에서 이러한 갈등의
조정과 봉합은 공유경제에 대한 정부의 입장과 정책에 의해 크게 좌우된다. 따라서, 아세안
각국에서 공유경제에 따른 논쟁이 어떻게 조정되고, 나아가 어떤 방식으로 정착될 것인지
예측하는데 있어서 아세안 각국 정부의 대응을 살펴보는 것이 매우 중요하다.

브루나이 - 시장내의 돌파구 모색

브루나이는 차량공유 서비스 운영에 있어 아직 초기 단계에 있다. 현재까지 해당 업계의 현지
기업은 다탈(Dart)뿐으로, 2017 년 3 월에 앱을 론칭하였다. 그러나 본격적인 운영 시작은 2018 년
3 월 브루나이 정부가 차량공유 서비스에 대한 임시 허가를 발급한 후에야 가능했다. 한편 브루나이
통신부(Ministry of Communications)측은 비록 임시 허가를 승인하였지만, 이와 같은 서비스와
기존의 대중교통수단과의 공존 방안에 대한 추가적인 연구 및 규제 조정이 필요 할 것이라고



밝혔다(Bakar, 2018). 현재 다투는 일반 택시와 동일한 요금을 적용하고 있으며, 각종 프로모션을 통해 현지 시장에서 운영 유지 방법을 모색하고 있다.

캄보디아 - 정부와의 협업

대부분의 주요 차량공유 기업들은 작년에야 캄보디아에서의 운영을 시작하였다. 캄보디아 정부는 차량공유 서비스 론칭에 대해 기타 시장과는 다른 접근으로 다가갔다. 캄보디아 공공교통부(Ministry of Public Works and Transport, MPWT)와 차량공유 기업들 간의 MoU 체결을 맺어, 6 개월의 기간 동안 해당 기업들이 기존의 경제 구조에 이질감 없이 투입 될 수 있도록 하는 동시에 캄보디아의 인프라 발달에 긍정적인 영향을 미칠 수 있도록 기획했다(Kotoski, Spies, 2017). 비록 해당 정책이 실행 된 지 오래 되지 않아 그 실효성과 부작용 등은 확실히 드러나지 않았지만, 서비스 도입의 초기 단계에서부터 기업과 정부가 협업을 했다는 것이 다른 아세안 시장과의 차별점이다.

인도네시아 - 타협점 모색

고객의 고향인 인도네시아에서는 차량공유 서비스가 안정화 되기 이전 과도기를 거치는 중으로, 여러 복합적인 방면에서 해당 이슈를 접근하고 있다. 최대 요금을 비롯한 요금 지정, 지역별 차량의 수 통제, 운전자들의 직업 면허 소지의 의무화라는 세 가지 정책이 2017 년 3 월 새로이 도입되었다(CNBC, 2017). 그러나 2017 년 하반기, 인도네시아 대법원은 해당 세가지 정책이 기존 정책들에 반하는 것으로 판단하고 이를 기각하였다. 이 후 2018 년 2 월 차량공유 서비스의 운전자, 기존 택시 운전자 및 이용자 모두에게 이로운 신규 정책들이 제시 되었다. 운전사들은 반드시 대중 교통 운전 면허를 소지해야 하며, 차량공유 서비스 차량임을 명시하는 스티커를 부착해야 한다(Silviana, 2018). 더불어 지역별 차량의 수는 여전히 통제 되고 있다. 그러나 이러한 정책들은 차량공유 서비스 제공 운전자들의 반발을 일으켰으며 현지 정부는 타협점 모색 중에 있다. 현재 정부는 여전히 면허 소지 및 관련 정책들이 시행을 요구 하고 있으나, 어플리케이션 운영사들은 이에 대해 입장을 밝히지 않고 있다.

라오스 - 차량공유 시장으로의 첫걸음

그랩이 진출하지 않은 두 국가 중의 하나인 라오스의 차량공유 시장은 아직 초기단계에 있다. 라오스의 주요 차량공유 서비스로는 세계 곳곳에 서비스를 제공하고 있는 미국기업 카풀월드(CarpoolWorld)와 올해 론칭한 현지 기업 로카(LOCA)가 있다. 카풀월드의 활약에 대한 정보는 한정적이나 경쟁사 로카는 빠르게 성장하고 있으며, 라오스 차량공유 시장에 영향을 확산시키고 있는 듯 하다. 로카는 차량공유 서비스로는 처음으로 현금 없이도 결제가 가능하며, 2천여명의 이용자와 50명 이상의 운전자가 등록되어 있다(Darke, 2018). 라오스의 차량공유 시장은 아직 초기 단계에 있는 관계로, 라오스 정부는 아직 특별한 개입은 하지 않은 상태이다.

말레이시아 - 경제 성장을 위한 자영업 지원

2017년 4월, 말레이시아 정부는 택시 운전자 및 차량공유 서비스 제공자들을 포함한 모든 자영업자들이 사회보장기구(Social Security Organization, Soso)의 혜택을 받을 수 있도록 하는 법안(Self Employment Social Security Bill)을 가결 시켰다(Bernama, 2017). 해당 법안은 택시 운전자 및 차량공유 서비스 제공자들은 매달 월 소득의 1.25%를 Soso에 납부하도록 해 업계 종사자들로 하여금 안정적인 기반을 갖추 수 있도록 장려한다(Bernama, 2017). 말레이시아 정부는 기타 업종으로도 이와 같은 정책이 확장 될 수 있기를 희망하고 있으며, 공유경제는 자영업을 강화할 수 있는 정책이라고 주장하고 있다. 더불어 말레이시아 정부는 2016년 말레이시아에 40만건의 프리랜서 직업이 존재 하는 것으로 집계하면서, 해당 수치가 2020년에 65만건으로 상승될 것으로 예상하며, 이는 청년 실업률에 대한 해결 방안이 될 것이라고 밝혔다(The Star Online, 2017).

미얀마 - 평화적 공존의 추구

미얀마는 차량공유 시장이 비교적 최근에 진출 한 국가 중 하나다. 2016년에 서비스를 시작한 현지 기업 헬로캡>Hello Cab)과 오웨이라이드(Oway Ride)와 함께 2017년부터 그랩까지 총 세개의 기업이 운영 중이다. 미얀마 정부는 세 기업 간의 과열된 경쟁을 방지하기 위한 요금 평준화 관련 규제 외에 별도의 개입은 하지 않고 있다.

필리핀 - 적응에 잇따른 조정



필리핀은 정부 차원에서 차량공유 서비스에 대한 수용과 정부와 기업 간 협업이 일찌감치 이루어진 국가 중 하나이다. 필리핀 정부는 차량공유 서비스를 포함하는 Transportation Network Companies(TNC)를 신규 생성했는데, 해당 조치는 차량공유 서비스를 합법화 하였을 뿐만 아니라, 기존 사회 및 경제 구조에 방해가 되지 않기 위한 규정들을 제공한다. 이로써 필리핀은 공유 서비스만을 위한 체제를 구축한 첫번째 국가가 되었으며, 이후 줄곧 필리핀 정부와 기업들 간의 긍정적인 관계가 유지 되고 있다. TNC 는 필리핀 교통통신부(Department of Transportation, DOT) 산하의 단체로, 육상교통운영규제위원회(Land Transportation Franchising and Regulatory Board, LTFRB)의 관리하에 운영되고 있었으나, 2018 년 6 월부로 LTFRB 가 TNC 에 속한 기업들에 대한 요금 지정권을 포함한 모든 권한을 부여 받으면서 TNC 소속 기업들로부터 서비스 운영에 대한 과잉규제라는 비판을 받고 있다.

싱가포르 - 규제의 필요

공유차량 시장에 대한 싱가포르 정부의 관심은 이용자 안전과 독점 방지를 보장하는 것에 집중 되어 있다. 또한 최근 싱가포르 정부는 이용자의 안전과 독점 방지를 보장 할 수 있는 방향으로의 논의가 이뤄져야 한다고 표명 한 바 있다(Baharudin, 2018). 작년 싱가포르에서 집계한 그래프 및 우버와 같은 개인 운영 이동 서비스로 등록 된 차량은 47,000 건에 달한 반면, 택시 등록 차량은 23,140 건이었다. 더불어 하루 평균 개인 운영 차량을 이용한 이동 건수는 1 백만 건이었으며, 택시의 경우 785,000 건뿐이었다. 스마트 국가로의 발전을 지향하는 싱가포르는 새로 등장한 이동 수단에 대한 제재를 최소화 하였으나, “해당 시장의 급속 변화”가 일어나고 있음에 따라 교통부 제 2 장관은 정부측에서 개인 운영 이동 서비스에 대한 통제를 어느정도 하는 것에 대한 필요성을 언급하기도 했다(Cheng, 2018). 이에 따라 빠른 시일내에 허가 발급 기준 및 안정적인 체제 수립 관련 논의가 진행 될 것으로 기대된다.

태국 - 법적 규제의 부재

차량공유 서비스는 2013 년부터 태국에서 운영되고 있으나, 아직 해당 서비스 운영에 대한 정부에서 공식적으로 발표한 규제가 마련되지 않은 것으로 파악된다. 이에 따라, 태국 교통 당국은 차량공유를 불법으로 간주하고 운영하다 발각된 기사들을 체포하는 일도 발생하고 있다. 태국

법률상 대중 교통 운전 면허를 발급 받은 교통수단으로만 이와 같은 서비스 운영이 가능하기 때문이다(Tanakasempipat, Thepgumpanat, 2017). 이러한 상황과 관련하여 현지 정부에서는 차량공유 현황에 대한 연구를 진행 하였으나 아직 관련 정책은 발표된 것이 없어, 방콕택시연합(Bangkok Taxi Cooperative Network, BTCN) 소속 택시 운전사들이 지속적으로 정부의 차량공유 업체에 대한 입장을 요구 중이다.

베트남 - 단계적 접근

2016 년 베트남 교통부(Ministry of Transport, MoT)는 차량공유 기업의 운영에 대한 2 년 간의 파일럿 프로그램을 발표 하였다(Viet Nam News, 2018). 해당 프로그램은 베트남 다섯 개 지역(하노이, 께녕, 다낭, 카인호아, 호찌민)에 차량공유 서비스 운영 허가를 내주었다. 초기 프로그램 운영이 종료 된 2018년 1월 이후 베트남 정부의 규제 적용을 두고 의견이 분분하다. 논점 중 하나로 다낭 지역은 운영 가능 지역 목록에서 제외 됐고, 기존 택시들과 공평한 경쟁을 위해 차량공유 서비스를 운영 할 수 있는 도로와 시간에 대한 제재의 적용 또한 중요 사안으로 논의되고 있다. 이와 관련해 아직 확정된 정책은 없지만, 현지 정부는 최적의 해결책을 찾기 위해 지속적으로 파일럿 프로그램을 운영할 예정이다(Viet Nam News, 2018).

앞서 소개 한 바와 같이, 라오스를 제외한 아홉 개의 아세안 국가는 모두 새로운 형태의 교통 방식에 대해 각기 다른 방식으로 대응하고 있으며, 이는 아래의 [표 4]와 같이 요약 될 수 있다. 차량공유 서비스가 불법인 국가 혹은 초기부터 정부의 강력한 통제 하에 운영되고 있는 ‘완전 규제 집단’에는 인도네시아, 태국, 베트남이 있다. 브루나이의 경우 초기에는 정부의 통제를 받았으나 현재는 허가를 받아 서비스가 운영 되고 있는 ‘선 통제 후 수용’ 집단에 속한다. 반대로 미얀마, 필리핀, 싱가포르와 같이 운영 초기에는 별도의 규제가 없었으나 현재 정책상 변동 혹은 규제 적용이 생긴 경우 ‘선 수용 후 통제’ 집단에 속한다. 마지막으로 관련 정책의 안정적인 정착이 이루어진 캄보디아와 말레이시아는 ‘완전 수용’ 집단에 속해 있다.



[표 3. 아세안 국가 별 라이드셰어링 관련 정책]

국가/규제	완전 규제	선 통제 후 수용	선 수용 후 통제	완전 수용
브루나이		0		
캄보디아				0
인도네시아	0			
라오스	0			
말레이시아				0
미얀마			0	
필리핀			0	
싱가포르			0	
태국	0			
베트남	0			

아세안 및 한국 기업을 위한 시사점


앞서 설명한 바와 같이, 새로 생겨난 공유경제 서비스를 제공하는 기업들의 시장 진출로 인한 신규 기업들과 기존 기업들과의 마찰에 대해, 각 국가는 각자만의 방법으로 대응하고 있다. 변화를 수용하는 국가들도 있으며, 국가의 발전과 안녕을 위해 이러한 변화를 적극 활용하는 국가들도 있는 것으로 나타났다. 차량공유 서비스의 효과와 운영에 대한 연구로부터 얻을 수 있는 시사점 한가지는 해당 서비스의 출시 시점이 국가마다 다르다는 것이다. 차량공유 서비스의 출시 시점이 국가마다 다르다는 점은 한 가지 시사점을 제시한다. 몇몇 아세안 국가에서는 일찍이 2010 년부터 서비스를 도입한 반면, 다른 몇몇 국가들은 최근에야 운영을 시작하였다. 이는 국가별 ICT 수용에 대한 태도 차이가 있다는 것을 의미한다. 차량공유 서비스를 최근에 도입한 캄보디아, 라오스와 미얀마의 경우 인터넷 보급률과 모바일 사용자 수 또한 매우 낮은 수치를 보인다(We are Social, 2018). ICT 가

가능케 하는 삶의 질 향상을 아세안 시민 모두가 누릴 수 있으려면, 아세안 국가들은 디지털 발전 격차를 줄이기 위해 노력해야 할 것이다.

하나의 지역공동체로서 아세안은 ICT 의 발전이 가져올 변화에 대해 충분히 인지 하고 있으며, ASEAN ICT Masterplan 2020 에 “안전하고, 안정적이고 변화하는 디지털 금융을 지향하고; 혁신적이고, 모두를 포함하며 하나된 아세안 사회를 추구”하고자 하는 목표를 표명한 바 있다(ASEAN, 2015). 디지털 격차를 줄이기 위해서는 인프라의 강화가 필요하다. 이처럼 ICT에 대한 입장은 표명되었지만, ICT 가 이끌어 나갈 중심 분야인 공유경제에 대한 아세안의 통일된 입장은 아직 표명된 바 없다. 아세안의 발전과 번영을 위해 가장 먼저 디지털 발전 정도의 격차를 해결하고, 더 나아가서 모두가 공유경제에 적응하고 그 혜택을 누릴 수 있는 방안을 고민해 보아야 한다.

본 보고서가 아세안 차량공유 시장에 진출을 희망하는 한국 기업들에게 줄 수 있는 시사점은 다음과 같다. 세계 최대의 차량공유 서비스 제공자이지만 2013 년 아세안 진출 이후 5 년만인 2018 년 5 월에 현지 기업이 인수한 우버의 사례로부터 배울 점이 분명히 있다. 우버는 현지 경쟁사에 비해 시장 진출이 늦었을 뿐만 아니라, 소비자들의 특징을 고려하지 못한 채 운영을 하였다. 예를 들어, 그랩은 대부분의 현지 소비자들은 신용카드 보다 현금 사용이 잦은 특성을 반영하여 현금 결제를 가능하게 한 반면, 우버는 그러지 않았다. 또한, 그랩은 대부분의 운전사들이 스마트폰 이용이 익숙하지 않은 점을 고려하여 트레이닝 프로그램을 진행한 반면, 우버는 이 점을 간과했다. 마지막으로, 그랩은 현지 정부와 협업하여 시장 진출에 차질을 최소화 하기위해 노력하였으나, 우버는 이에 대해 충분한 노력을 기울이지 않았다. 즉, 우버는 시장 특성을 고려하지 않은 채 기업만의 방식을 고수 했던 것이다.

한국 역시 차량공유와 공유경제가 활발히 이루어지고 있는 국가이다. 한국의 15 개 이상의 도시에서 국가 지원으로 공유경제 정책이 시행 되고 있으며, 특히 서울은 “공유 도시 서울”이라는 슬로건 하에 다양한 공유 서비스를 운영하고 있다(Kim, 2018). 아세안 지역과 비슷하게 한국 시장도 정부의 규제를 받는 부분이 있지만, 공유경제 시장은 활성화 되어 있다. 정부의 지원을 받는 공유 서비스 기업의 예시로는 차량 공유 서비스 쏘카(Socar), 인력 공유 서비스 위시켓(Wishket), 홈쉐어링 서비스 비엔비히어로(BnbHero), 그리고 공간 공유 서비스 페어스페이스(Fairspace)가 있다.



이와 같이 다방면에서 공유 서비스 제공에 대한 경험이 있는 한국 공유 서비스 기업들은 공유경제가 더욱 활성화될 것으로 보이는 아세안 시장으로의 진출을 희망하고 있다. 우버의 사례는 이와 같이 아세안 시장 진출을 희망하는 기업들에게 교훈이 될 수 있다. 한국에서 해오던 방식만을 고수 하는 것 보다 현지 소비자의 수요에 맞춰 조율을 해가며 서비스 운영을 해야 할 것이다. 성공적인 사례로, 싱가포르 차량공유 시장에 진출한 한국 기업 타다(TADA)가 있다. 타다는 차량공유 서비스에 블록체인 기술을 접목시켜, 운전자들로부터 운행에 대한 별도의 수수료를 받지 않고 안전 운행을 완료 했을 시 포인트 형태로 인센티브를 제공하고, 이 포인트는 가상화폐로 전환할 수 있는 서비스를 제공한다. 이 시스템을 도입함으로써 타다는 승객과 운전자 모두에게 어필을 하였다. 운영 중인 기업에 투자를 하는 방식으로 아세안 시장에 진출할 수도 있다(Kim, 2018). 싱가포르 공간 공유 기업에 투자를 진행한 한국의 H&CK Partners 가 그 예다. 아세안 시장에 진출하기 위해서는 위와 같이 소비자의 수요, 니즈 파악도 중요하지만, 진출하고자 하는 국가, 정부가 가지고 있는 공유 서비스에 관한 입장 또한 충분한 이해하고 있어야 할 것이다. 이와 같이, 아세안의 공유경제 시장에 진출 하기 위해서는 현지 시장에 대한 파악, 그리고 해당 국가의 공유경제 관련 규정에 대한 충분한 이해가 먼저 수행되어야 할 것이다.

Reference

20 Interesting Grab Facts and Statistics. DMR, June 2018, accessed August 2018.

<https://expandedramblings.com/index.php/grab-facts-statistics/>

Aravindan, Aradhana and Vu, Khanh. "Mobile payment firms struggle to dethrone cash in Southeast Asia". CNBC, May 23 2018, accessed August 2018.

<https://www.cnbc.com/2018/05/23/reuters-america-mobile-payment-firms-struggle-to-dethrone-cash-in-southeast-asia.html>

ASEAN Secretariat, ASEAN ICT Masterplan 2020. 2015.

ASEAN Secretariat, ASEAN Statistical Year Book 2016/2017. 2017.

Baharudin, Hariz. "Ride-hailing services may be regulated in future". The New Paper, March 8, 2018.

Bardhi, Fleura and Eckhardt, Giana M. "The Sharing Economy Isn't About Sharing at All". Harvard Business Review. January 28, 2015.

Bakar, Rasidah Hj Abu. "Teck company Dart given approval to operate ride-sharing services". The Scoop, March 20, 2018.

Bernama, Self Employment Social Security Bill 2017 passed. New Straits Times, April 6, 2017, accessed August 2018.

<https://www.nst.com.my/news/2017/04/227610/self-employment-social-security-bill-2017-passed>

BJH Advisors LLC. Short Changing New York City: The Impact of Airbnb on New York City's Housing Market. 2016.

Cheng, Kenneth, Govt to review regulations for taxi and private-hire car sectors in bid to prevent monopoly. Media Corp Press Ltd, March 7 2018.

Choudhury, Saheli Roy, Indonesia's ride-hailing firm Go-Jek to invest \$500 million in four new markets. CNBC Markets, May 23 2018, accessed August 2018.

<https://www.cnbc.com/2018/05/23/indonesias-go-jek-announces-500-million-expansion.html>

"Ride-hailing rivals can agree on this point". CNBC, March 21 2017.

Crespo, Yanlys. Uber v. Regulation: "Ride-Sharing" Creates a Legal Gray Area, 25 U. Miami Bus. L., Rev. 79 (2016)

Digital in 2018 in Southeast Asia. We are Social, Hootsuite, 2018.

Google-Temasek. E-Conomy SEA Spotlight 2017. 2018.

Green, Logan. "Car Sharing and Pooling: Reducing Car Over-Population and Collaborative Consumption", April 9 2012, energyseminar.stanford.edu, accessed August 2018.

<https://web.archive.org/web/20141123161330/http://energyseminar.stanford.edu/node/425>

Hamari, Juho, Sjöklint, Mimmi, Ukkonen, Antti (2016). "The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption". *Journal of Association for Information Science and Technology*. 67 (9): 2047-2059.

Keeton-Olsen, Danielle, Grab Officially Takes Control of Uber's Southeast Asia Operations. *Forbes*, March 26 2018.

Kim, Sang-jun. "Tax for 'sharing economy'". *The Korea Times*, May 6 2018/

Kotoski, Kali and Spiess, Robin. "Local ride-hailing apps tripped up by crackdown on tuk-tuks". *The Phnom Penh Post*, November 14, 2017.

Lombardo, Crystal. "Pros and Cons of Sharing Economy". *Vision Launch*, October 29, 2015.

"MoT cracks down on Uber, Grab once again". Viet Nam News, March 20, 2018.

M'sia hopes to be regional leader in sharing economy. The Star Online, October 28, 2017, accessed August 2018.

<https://www.thestar.com.my/business/business-news/2017/10/28/msia-hopes-to-be-regional-leader-in-sharing-economy/>

Nielsen Global Share Community Report. The Nielsen Company, 2014.

Ride-hailing rivals can agree: New Indonesian Regulations are a headache. CNBC, March 21 2017.

Silviana, Cindy. "Indonesia says Go-Jek, Grab need to register as transport businesses". Reuters, April 2, 2018.

Sharing is Caring: From Ownership to Collaborative Consumption in a Sharing Economy. OurCrowd, June 22 2016.

Shelat, Urvesh and Wallenstein, Judith. "What's Next for the Sharing Economy?". BCG Henderson Institute. October 4, 2017.

Sritama, Suchat. "Thai Airbnb hosts serve 1.2M". Bangkok Post, February 17 2018, accessed August 2018.

Talavera, Catherine. "Affordability seen driving AirBnb, other". The Manila Times, October 22 2016.

Tanakasempipat, Patpicha and Thepgumpanat, Panarat. "Thai transport authorities crack down on Uber, Grab drivers, seek ban". Reuters, March 7, 2017.

The Fortune 2017 Change the World List. Fortune, 2017.

"The Sharing Economy". Pricewaterhouse Coopers, 2015.

World Bank Open Data, accessed August 2018. <https://data.worldbank.org/>

김유성. “우버, 그랩이 장악한 동남아 승차공유, 우리가 흔든다”. 이데일리, 2018 년 8 월 13 일.



ASEAN-KOREA CENTRE

www.aseankorea.org