

미국 부동산플랫폼 기업의 성장사례 분석 및 시사점

산업기술리서치센터 정수진 연구위원

I. 배경

III. 시사점

II. 미국 부동산플랫폼 기업의 성장사례

2000년대 들어 미국을 중심으로 전통산업인 부동산업에 첨단기술의 활용 및 신규 비즈니스 모델의 도입을 통해 혁신적 성장을 이끌어낸 기업들이 등장하였다. 본 연구는 부동산 플랫폼 산업의 선도국가인 미국 기업들의 혁신성장사례를 통해, 국내 부동산 플랫폼 비즈니스가 성장산업으로 발전하기 위해 요구되는 시사점을 도출하고자 하였다.

미국의 부동산 플랫폼 기업인 질로우(Zillow)는 공공정보를 활용하여 정보의 신뢰도를 향상시킴과 동시에 빅데이터와 머신러닝 등을 이용하여 주택 예측가격을 실시간 산출하여 소비자에게 제공하였다. 또 레드핀(Redfin)은 최신 기술을 활용한 정보 제공과 동시에 직접 고용한 부동산 중개인을 이용하여 소비자의 중개수수료 부담을 경감시켰다. 그리고 위워크(WeWork)는 빅데이터와 IT기술을 활용한 공간구성을 통하여 밀레니얼 세대의 일하는 방식의 변화를 반영한 사업모델을 제시하였다. 이들 기업들은 정보통신기술의 활용과 새로운 비즈니스 모델의 도입을 통해 소비자의 편익을 증가시킴으로써 혁신적 성장기업으로 부상한 공통점을 지니고 있다.

우리나라 부동산 플랫폼의 발전정도는 부동산업의 영세성과 종사자의 고령화 등으로 인해 미국에 비하면 미진한 수준이나, 소비자의 정보통신에 대한 높은 수용도와 1인가구의 급증, 부동산에 대한 높은 관심도 등 부동산업의 혁신을 촉진시킬 수 있는 긍정적 요인이 존재하고 있다.

미국 부동산 플랫폼 기업의 성공요인은 시장 수요자가 원하는 비즈니스 모델 선정과 함께 IT기술을 활용한 시너지 창출을 들 수 있다. 국내 스타트업 기업들이 국내 시장 환경에 최적화하여 적극적으로 사업기회를 모색하고 거기에 IT기술의 접목도 이루어진다면 국내 부동산 플랫폼 비즈니스의 혁신적 성장이 가능할 것이다.

* 본고의 내용은 집필자의 견해로 당행의 공식입장이 아님

I. 배경

□ 2000년대 들어 부동산업은 '오프라인 중심'에서 '온라인 중심', '중개인 중심'에서 '수요자 중심'으로의 점진적인 변화가 시작됨

- 부동산업은 비교적 고가의 자산인 부동산을 매개로 하는 산업으로서 전통적으로 오프라인에서 거래되는 비중이 높았음
 - 자산 탐색에 소요되는 시간적·물리적 비용이 큰 반면에, 수요자·공급자와 중개인간 정보의 비대칭성으로 인해 공정한 거래가 어려웠고,
 - 부동산 중개인의 정보독점에 대한 소비자의 불신과 함께 소비자가 지불해야 되는 비용이 큰 특징이 존재하였음
- 하지만 2000년대 들어 오프라인 중심에서 온라인 중심으로, 중개인 중심에서 수요자 중심으로의 변화가 나타나기 시작
 - 그 배경으로는 ① 1인 가구의 증가 및 도시 집중화에 따른 합리적 부동산 거래시스템에 대한 소비자 니즈의 확대, ② 모바일 환경개선 및 빅데이터, 인공지능, IoT 등 기술의 발전에 의한 온라인 서비스의 기반 구축, ③ 모바일 및 인터넷에 익숙한 세대의 등장 등이 있음

□ IT산업의 경쟁력을 보유하고 있으며, 스타트업 창업이 활발한 미국을 중심으로 부동산 플랫폼 비즈니스의 성공사례가 축적됨

- 플랫폼(platform)이란 생산자와 소비자가 모여 상품이나 서비스 등 다양한 가치를 교환할 수 있는 공간을 의미
 - 전통적인 산업에서는 가치창출과 이동이 단계적으로 일어남으로써 생산자 → 판매자 → 소비자 순으로 가치가 선형적으로 창출(linear value chain) 되는데 반해,
 - 플랫폼 구조에서는 시장 참여자간 상호작용이 가능한 개방적인 인프라를 기반으로 가치가 복합적으로 창출(complex value chain)¹⁾

1) Marshall W. Van Alstyne 외('16), “플랫폼 레볼루션”

- 플랫폼 구조 아래에서는 가치창출 과정이 개방적이고 복합화됨에 따라 참여자 간 만족도 제고와 함께 가치창출의 시너지 형성이 가능
- 부동산업에서의 플랫폼의 변화는 IT산업 전반에서 경쟁력을 보유하고 있고, 스타트업 창업 열기가 활발한 미국에서 본격화
 - 미국은 2000년대부터 부동산 스타트업 기업들이 본격적으로 등장하기 시작
 - 초기에는 IT 기술을 활용한 매물 정보의 단순 제공 위주였으나, 점차 가격비교, 허위매물 검증, 비대면 온라인 거래 등의 복합 서비스로 진화
 - 중개기관에서 독점하던 정보의 투명한 공개를 통해 거래의 비효율성을 낮추고 부동산 시장의 구조를 점차 수요자 친화적으로 개선
 - 시장을 선도하고 있는 부동산 플랫폼 기업으로는 부동산 정보플랫폼으로는 질로우(Zillow), 중개 플랫폼으로는 레드핀(Redfin), 공유 플랫폼으로는 위워크(WeWork)가 대표적인

〈표 1〉 분야별 대표적인 부동산 플랫폼

구분	기업명	특징
정보		<ul style="list-style-type: none"> • 2006년 시애틀에서 창업 • 미국의 대표적인 부동산 정보 플랫폼 • 부동산 거래정보 및 Zestimate(가격산출시스템)을 통한 가격정보 제공
중개		<ul style="list-style-type: none"> • 2004년 시애틀에서 창업 • 미국의 대표적인 부동산 중개 플랫폼 • 온라인에서 부동산 정보 플랫폼을 운영함과 동시에 오프라인에서 직접 고용한 중개인을 통해 거래
공유		<ul style="list-style-type: none"> • 2010년 뉴욕에서 창업 • 전세계 약 22여개 국가, 280여개 지점을 보유한 대표적인 사무공간 공유 플랫폼 • 중심상업지구에 위치한 사무공간의 단기임대 및 커뮤니티 제공

자료 : 각사 홈페이지, 언론보도 등 참고

Ⅱ. 미국 부동산플랫폼 기업의 성장사례

1. 정보 플랫폼 : 질로우(Zillow)

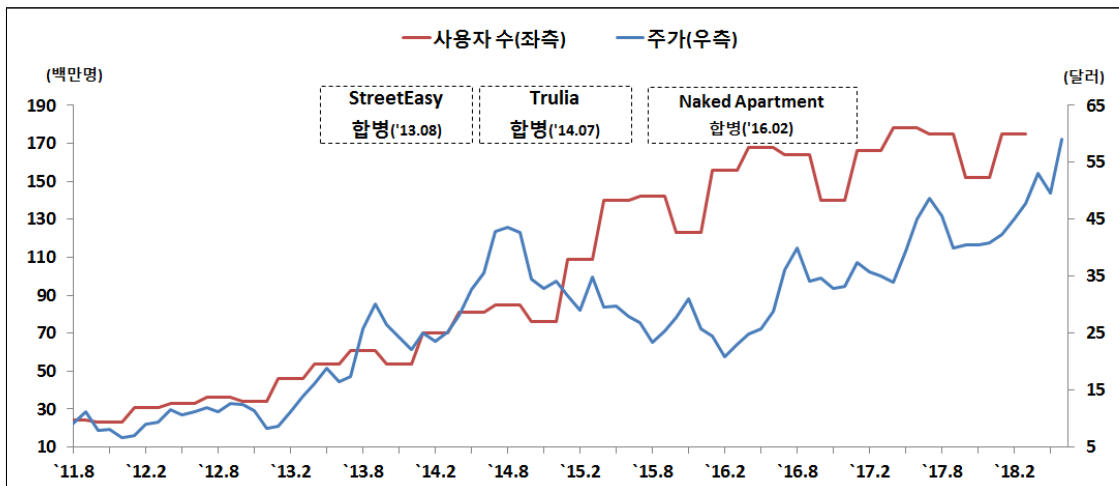
□ 2006년 마이크로소프트와 익스피디아 출신의 Rich Barton과 Lloyd Frink가 시애틀에서 공동 창업한 미국의 대표적인 부동산 정보 플랫폼 기업

○ 2011년 8월 나스닥에 상장되었으며, 2017년 매출액은 10.8억달러, 월 사용자는 1.8억명 수준

- 질로우 그룹 내 ‘질로우(Zillow)’, ‘트룰리아(Trulia)’ 등 6개 부동산 관련 전문 브랜드²⁾를 보유

○ 동사의 비즈니스 모델은 부동산 수요자에게 관심 대상이 되는 거래 물건의 최적 주택 가격을 제공하고, 자료의 공신력 및 사이트 방문객의 규모를 바탕으로 부동산 관련 광고를 수수하는 것

〈그림 1〉 질로우 주가 및 사용자 추이

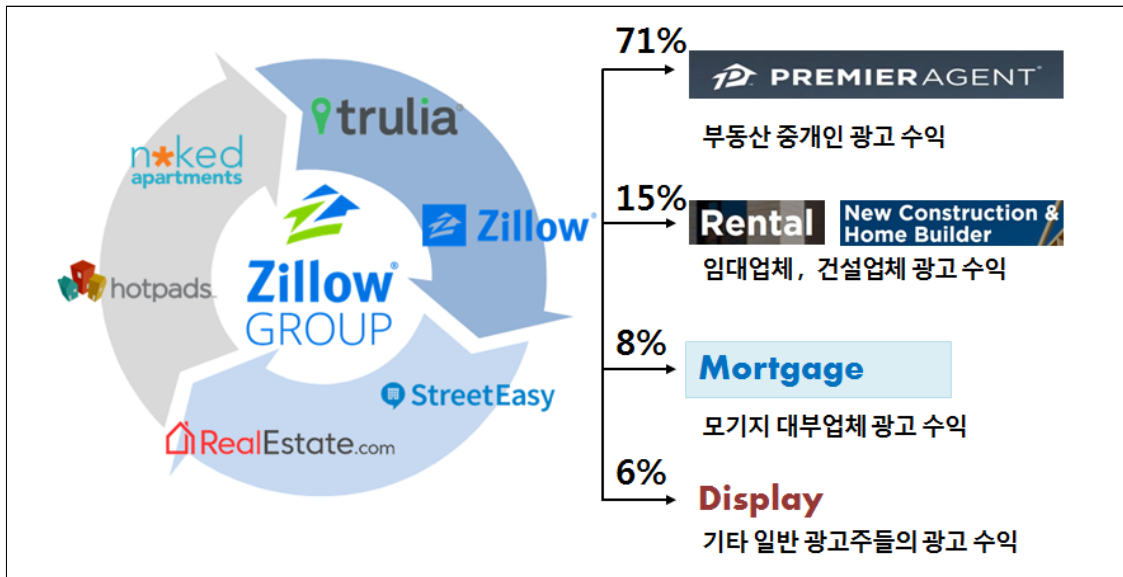


자료 : Macrotrends, 질로우 연차보고서

2) 부동산 매물정보를 제공하는 ‘질로우’와 ‘트룰리아’, 뉴욕지역 특화 플랫폼인 ‘naked apartments’와 ‘Street Easy’, 지도 데이터 기반 아파트 정보 플랫폼인 ‘hotpads’, 생애 최초 주택구매자 대상 특화서비스를 제공하는 ‘Real Estate.com’로 구성

- 동사의 매출은 부동산 중개인, 임대업체, 건설업체 등의 광고를 동사의 웹사이트 및 모바일 어플리케이션에 게시하고 얻는 광고료 수입에서 발생
- 2017년 말 기준 발주자별 광고료 수입 비중을 살펴보면, 부동산 중개인이 71%, 임대업체 및 건설업체가 17%, 대부업체가 6%, 기타 일반 광고주가 6% 수준

〈그림 2〉 질로우 사업구조



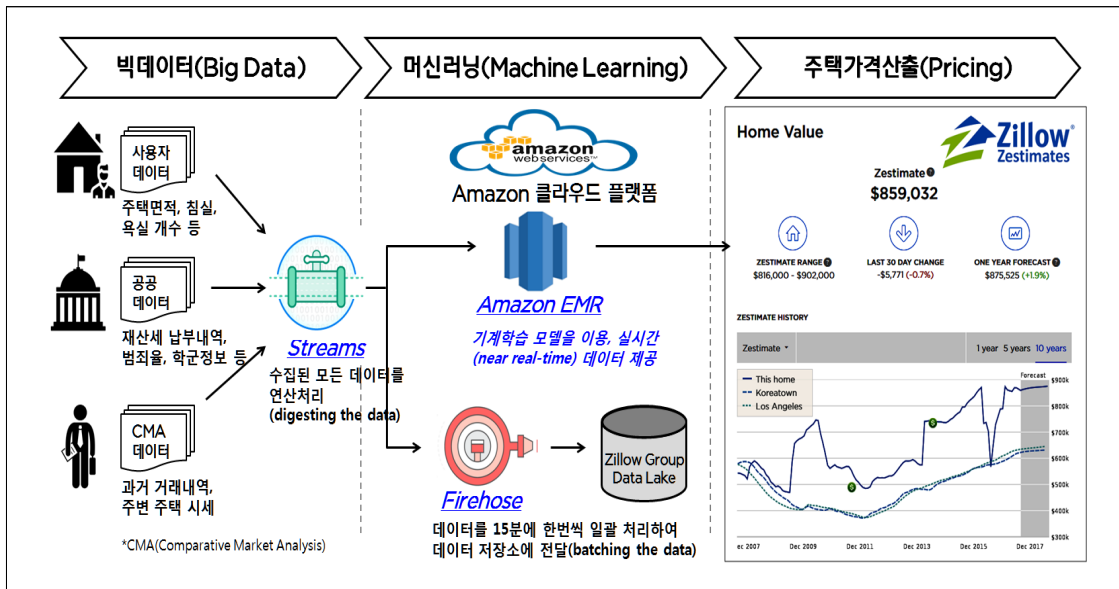
자료 : 질로우 연차보고서

□ 성공요인

- 질로우는 미국 부동산 수요자가 신뢰할 수 있는 주택가격 정보의 제공을 통해 시장 내 독보적 입지를 확보
- 미국의 경우 지역이 광범위하고, 같은 지역 내에서도 주택규모·주택형태 등이 비균질적이므로 특정 주택의 적정가격은 부동산 수요자의 최대 관심사임

- 동사는 자체 보유 데이터와 공공 데이터³⁾를 결합하여 적정 주택가격을 산출하는 시스템인 ‘제스티메이트(Zestimate)’를 개발
 - 미국 3천여개 도시, 1.1억여 가구의 빅데이터를 기초로 하여 적정 주택가격을 산출
 - 제스티메이트의 주택가격은 ① 중개인들로부터의 정보(거래 내역 및 시세 정보 등), ② 주택 소유자로부터의 정보(주택면적 등 주택의 물리적 특성), ③ 공공기관으로부터의 정보(재산세 납부내역, 범죄율, 학군정보 등)를 바탕으로 측정
 - 또한, 아마존의 클라우드 플랫폼인 AWS(Amazon Web Service)⁴⁾의 머신러닝 기법을 사용하여, 방대한 정보의 분석 시간을 획기적으로 단축⁵⁾ 하여 실시간 가격산출이 가능

〈그림 3〉 제스티메이트 구조

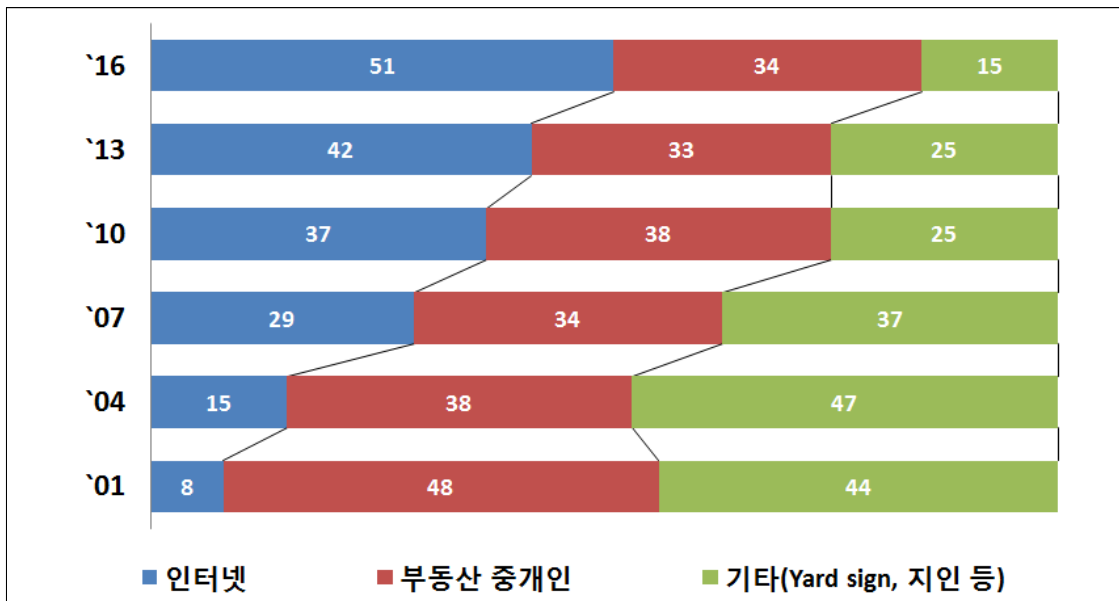


자료 : 질로우 홈페이지, 보도자료 등 참고하여 작성

3) 미국 부동산 플랫폼 기업의 공공 데이터 활용은 2009년 ‘열린 정부 이니셔티브(Open Government Initiative)’ 등 정부의 오픈 데이터 정책으로 공공부문의 부동산 정보의 활용이 용이해짐에 따라 가속화
 4) 아마존 웹 서비스(Amazon Web Services)는 아마존이 대량의 서버, 스토리지 및 네트워크 장비를 구비하여 사용자에게 인프라를 대여하고 사용자는 각 장비를 사용한 만큼 비용을 지불하는 서비스이다. 현재 아마존은 단순한 자료 저장기능을 넘어서 기계학습이 가능한 인공지능 서비스인 Amazon EMR을 제공
 5) AWS 사용 이전에 24시간 이상 걸리던 산출시간을 한 시간 이내로 단축

- 동사의 주택가격 산출 시스템은 부동산 정보의 비대칭성을 극복하는데 기여
 - 과거 부동산중개인으로부터 입수하던 제한적인 매물정보를 부동산 플랫폼을 통하여 소비자에게 투명하게 제공
 - 추정방법과 산식의 일반 공개를 통해 산출 가격의 투명성과 정확성을 높이는 노력을 지속⁶⁾함으로써 주택가격의 신뢰도를 제고
- 이에 따라, 미국 부동산 시장에서 인터넷을 통한 주택구매자의 매물정보 취득비중은 2001년 8%에서 2016년에는 51%로 43%p 증가
 - 같은 기간 부동산중개인을 통한 매물정보 취득비중은 48%에서 34%로 14%p 감소하는 등 오프라인 거래 비중이 절반 이하로 축소

〈그림 4〉 주택구매자 매물정보 취득경로



자료 : National Association of Realtors

6) 질로우의 2018년 2월 홈페이지 게시 정보에 의하면, 제스타메이트 가격 산출 대상 주택 96.6백만채 가운데 산출 가격과 실제 거래 가격의 차이가 5% 이내인 매물의 비중이 52.9%이고, 10% 이내는 73.3%, 20% 이내는 85.8% 수준

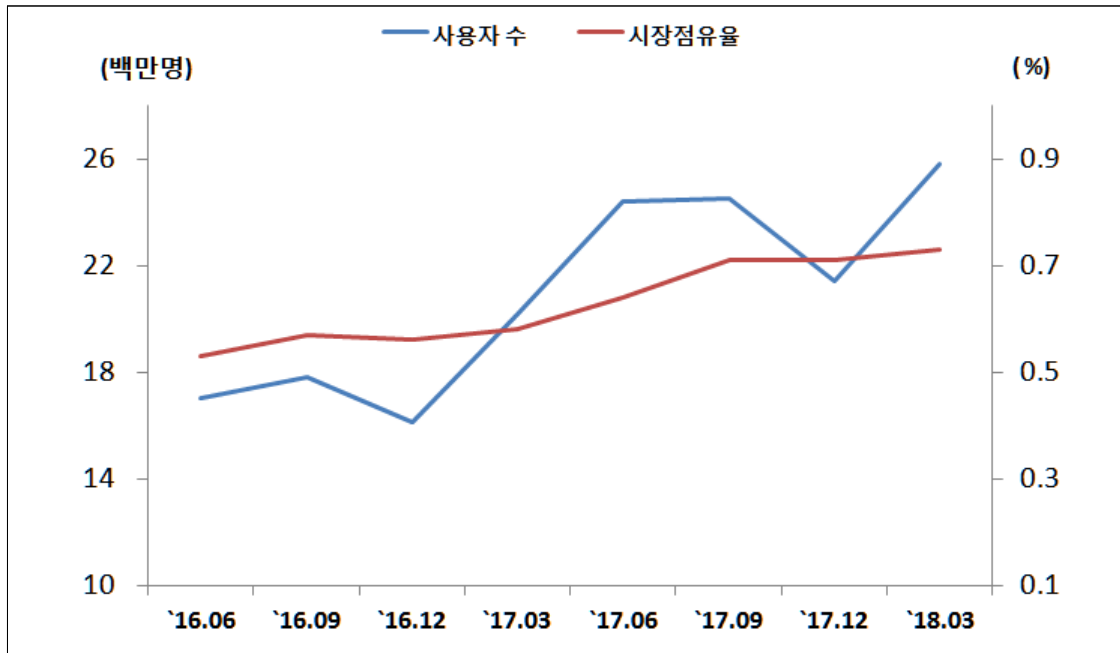
2. 중개 플랫폼 : 레드핀(Redfin)

□ 2004년 David Eraker 등이 시애틀에서 공동 창업한 미국의 대표적인 부동산 중개 플랫폼 기업

○ 2017년 7월 나스닥에 상장되었으며, 2017년 매출액은 3.7억달러, 월 사용자는 2천6백만명 수준

○ 동사의 비즈니스 모델은 부동산 물건의 직접 중개를 통한 수수료 취득
 - 기존에 존재하던 중개시장에 진입하여 수직계열화를 통한 수수료 감면으로 고객의 비용을 감소시킴으로써 일정한 시장지위를 확보

〈그림 5〉 레드핀 사용자수 및 시장점유율 추이

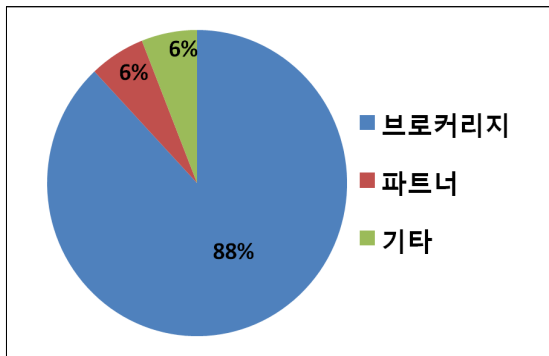


주 : 사용자 수는 레드핀의 온라인 사이트 월평균 방문자수이며, 시장점유율은 미국 주택판매 총액 중 레드핀을 통해 거래된 주택판매액의 비중

자료 : 레드핀 사업보고서('18.3)

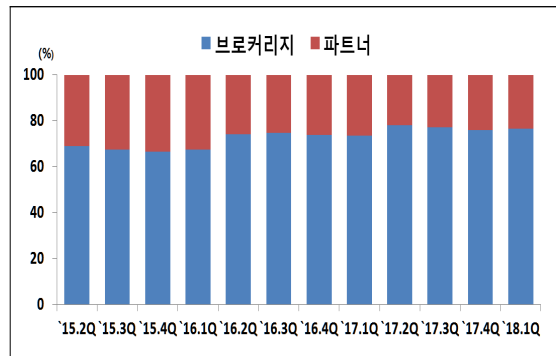
- 동사의 수익은 중개인의 부동산 거래에 따른 중개수수료에 의해 발생
 - 중개수수료는 레드핀 소속 중개인⁷⁾으로부터 발생하는 브로커리지 수익(Brokerage Revenue)과 외부 중개인으로 부터 발생하는 파트너 수익(Partner Revenue)으로 구성
 - 2018년 3월말 기준 거래 당 평균 수익은 브로커리지 거래의 경우 약 9.6천달러, 파트너 거래의 경우 약 2.1천달러 수준이며, 수익구성 비중은 브로커리지 88%, 파트너 6%, 기타 6%
 - 거래빈도는 브로커리지 거래가 전체의 약 70%를 점유하고 있으며, 지역별로는 보스턴, 시카고, LA, 시애틀 등 주요 10개 도시에서 발생하는 수익이 약 70%를 차지

〈그림 6〉 레드핀 사업부문별 매출액



자료 : 레드핀 분기보고서('18.3)

〈그림 7〉 레드핀 사업부문별 거래비중

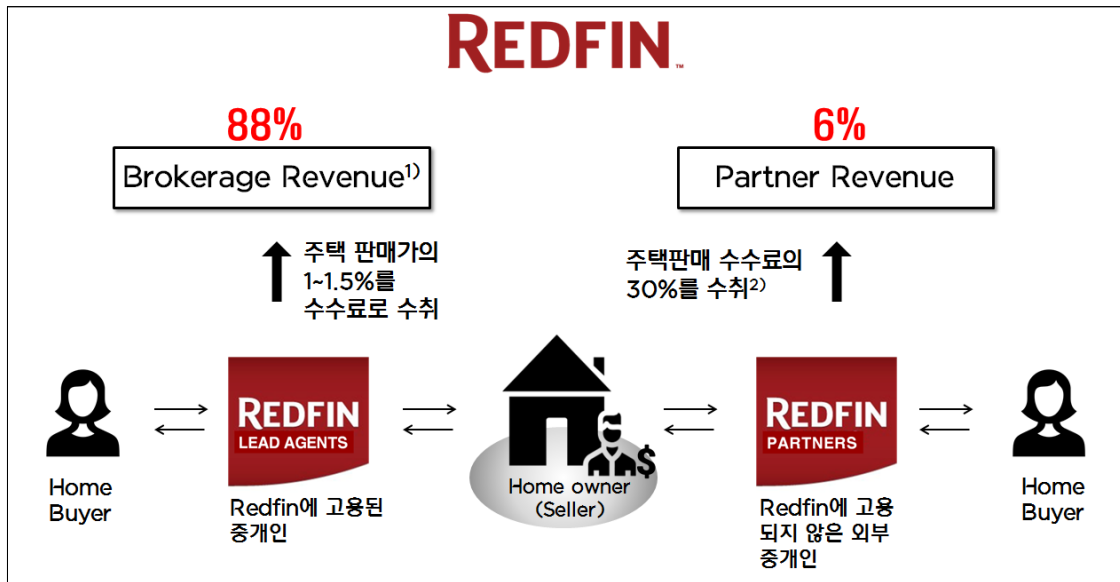


자료 : 레드핀 분기보고서

7) 레드핀이 직접 고용한 중개인을 Lead Agent, 외부 제휴 중개인을 Partner라 칭함

- 사업모델 측면에서 레드핀의 가장 차별화된 요소는 부동산 중개인의 직접 고용
 - 레드핀 소속의 중개인들인 리드 에이전트(Lead Agent)는 2017년 6월말 기준 1,010명이 활동 중이며, 이들은 레드핀에 고용되어 기본급, 고객만족도에 따른 성과급과 함께 의료보험 및 은퇴연금 등의 혜택을 제공받음⁸⁾
 - 중개인의 정규직 고용은 계절성이 뚜렷하고 경기변동에 민감한 부동산 중개업계를 감안할 때 과감하고 이례적인 전략으로 평가받고 있는데,
 - 인건비 부담에도 불구하고 고용 안정성과 고객 만족도 우선 정책이 기업 매출에 긍정적인 영향을 미친 것으로 분석⁹⁾되고 있음

<그림 8> 레드핀 수익구조



주 : 1) 전체 수익은 Brokerage Revenue 88%, Partner Revenue 6%, 기타 6%로 구성, 거래 당 수입은 Brokerage의 경우 약 9,600달러, Partner의 경우 약 2,100달러 수준('18.3.31 기준)

2) 나머지 70%는 Partner Agent가 수취

자료 : 레드핀 홈페이지, 보도자료 등 참고하여 작성

8) 미국 노동통계국 발표에 따르면 2015년 5월 기준 미국 전체 중개인들의 1년 평균 수입의 중위값이 약 4만 5천달러인데 반해, 레드핀 소속 리드 에이전트의 중위값은 약 2배 수준인 9만달러인 것으로 조사됨, Redfin 홈페이지, "How much do Redfin Agents Earn?"('18.1월) 게시물 참조

9) The New York Times('16.7.9), "Redfin Shies away from the typical start-up's Gig Economy"

□ 성공요인

- 온라인을 통한 부동산 정보 플랫폼의 운용과 동시에 오프라인에서 전속 중개인을 직접 고용함으로써 ① 온라인 플랫폼과 오프라인의 연결(technology enabled brokerage)과 함께, ② 매물등록·검색서비스부터 중개까지 부동산 비즈니스의 수직계열화(vertical integration) 구축 및 원스톱 서비스를 고객에게 제공
 - 플랫폼을 통한 매물노출 극대화, 직접 고용한 중개인을 통한 서비스의 질적 향상 및 거래비용 경감으로 고객만족도 극대화를 추구

〈그림 9〉 레드핀의 성공요인

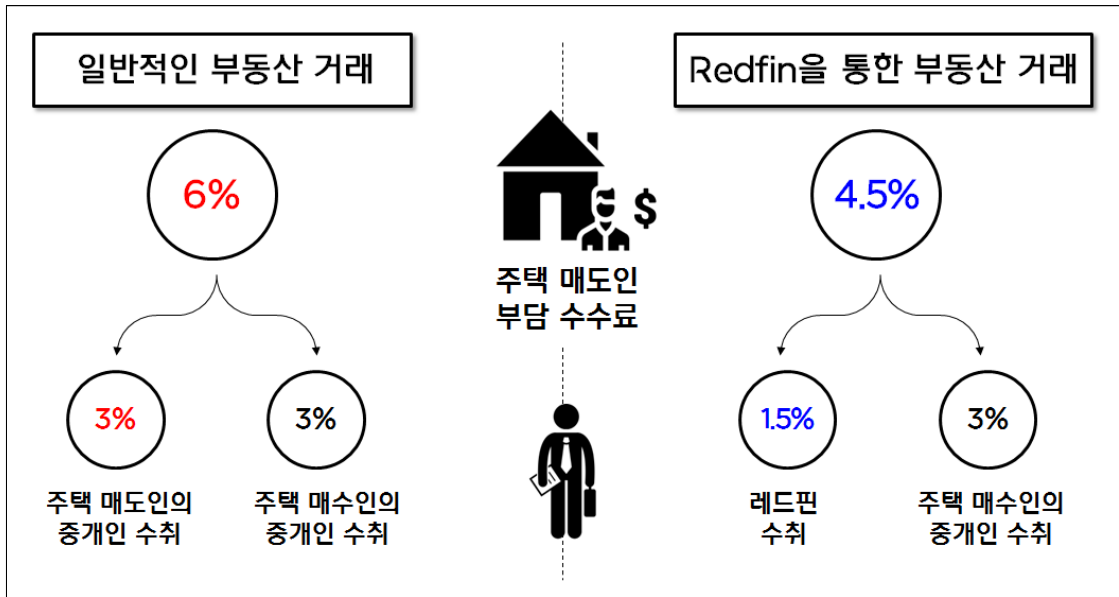


자료 : 레드핀 홈페이지, 보도자료 등 참고하여 작성

- 수직계열화를 통한 중개수수료 경감이 동사의 최대 장점
 - 미국의 주거용 부동산 매매 시장의 거래대금 규모는 2016년 기준 약 1.5조달러 규모이며, 이 거래로부터 약 750억달러의 중개수수료가 발생¹⁰⁾
 - 미국의 부동산 중개수수료율은 통상 6% 수준에 이르는데¹¹⁾, 중개수수료는 매도인이 전액 부담하되 매도인·매수인 측 중개인에게 절반씩 지급
 - 레드핀을 통한 거래 시 매도인은 4.5%의 중개수수료만을 부담하게 되며, 이 중 1.5%를 레드핀이 수취하고 나머지 3.0%는 매수인의 중개인에게 지급
 - 따라서 레드핀을 통해 주택을 매도한 경우 통상적인 경우와 비교하여 1.5%p 수준의 중개수수료가 절감됨

<그림 10>

미국의 부동산 중개수수료



자료 : 레드핀 홈페이지, 보도자료 등 참고하여 작성

10) Redfin Quarterly Report('17.09)

11) 우리나라의 경우 거래금액에 따라 차이는 있지만 일반적으로 0.5% 내외 수준을 기록하고 있어 미국에 비해서는 상대적으로 저렴한 수준임

3. 공유 플랫폼 : 위워크(WeWork)

□ 2010년 Adam Neumann과 Miguel Mckelvey가 뉴욕에서 공동 창업한 미국의 대표적인 부동산 공유 플랫폼 기업

○ 2018.6월말 기준 22개국, 75개 도시에 진출하였으며, 283개 지점망을 보유하고 있는 비상장 기업

- 다양한 분야의 스타트업 기업부터 대기업까지 약25만명의 고객을 보유하고 있으며, 최근 점진적으로 대기업 중심으로 고객층을 확장

- 창업 초기에는 직원 수 5명에서 최대 10명 정도의 스타트업 기업을 타깃으로 했으나, 점차 대기업으로 고객층이 확대¹²⁾되어 전체 고객 중 25%가 대기업 고객으로 구성

○ 동사의 비즈니스 모델은 주요 도시의 핵심 비즈니스 빌딩을 임대하여 이를 타깃 고객층의 니즈에 맞게 재임대하는 방식

- 빌딩 소유자의 공급과 타깃 고객층의 수요를 최적 형태로 일치시키는 전략을 통해 임대 시장의 새로운 비즈니스 모델을 창출한 것으로 평가

〈그림 11〉 위워크 연혁 및 현황



자료 : 보도자료 등 참고

12) 포춘 500대 기업의 약 25%가 위워크의 멤버 기업으로 가입

- 창업 이후 7년 만에 기업가치 200억달러 기업으로 성장
 - 위워크는 부동산산업계의 우버라 불리며, 우버와 에어비앤비 등과 함께 기업 가치 100억달러가 넘는 이른바 데카콘 기업*으로 꼽힘
 - * 기업가치가 100억달러 이상인 비상장 스타트업 기업

〈표 2〉 기업가치 100억달러 이상 비상장 스타트업 기업

구분	기업가치(억달러)	국가	산업
	680	미국	차량공유
	560	중국	차량공유
	290	미국	숙박공유
	210	미국	교통
	200	미국	사무실공유

자료 : CB Insights('18.6)

- 위워크는 한국에도 2016년 진출하여, 2018년 6월 기준 서울 도심에 8개 지점을 운영 중
 - 광화문, 삼성역, 서울역, 여의도 등 접근성이 우수한 중심 상업지구에 위치¹³⁾

〈그림 12〉 위워크 한국 진출 현황



자료 : 보도자료 등 참고, 종로와 선릉역은 '18년 하반기 오픈예정

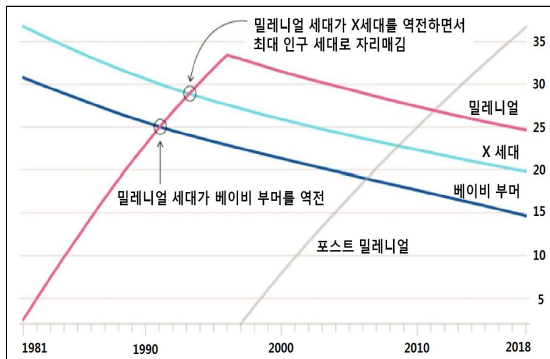
13) 동사의 경우 주요 실적 등을 공시하고 있지 않아, 국내 계약 실적 등에 대한 구체적인 수치는 파악되고 있지 않음

□ 성공요인

- 밀레니얼 세대¹⁴⁾의 변화를 반영한 독창적인 사업 모델을 제시
 - 밀레니얼 세대는 인구비중과 경제력 증가로 인해 소비의 주축으로 등장
 - 전세계 밀레니얼 세대의 인구비중은 약 25%에 이르며, 2020년 이후 가장 구매력이 높은 세대가 될 것으로 전망¹⁵⁾

<그림 13> 세대별 인구

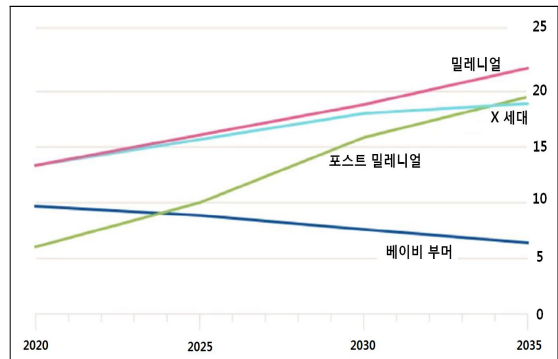
(단위 : %)



자료 : UN, Financial Times('18.6) 재인용

<그림 14> 세대별 연소득

(단위 : 조달러)



자료 : World Data Lab, Financial Times('18.6) 재인용

- 밀레니얼 세대가 원하는 직장의 조건은 ① 창의적인 문화, ② 즐거움, ③ 개방적인 커뮤니케이션, ④ 자유롭게 업무시간과 장소를 선택할 수 있는 유연성

<표 3>

밀레니얼 세대가 원하는 직장

구분	내용
문화	창의적이고 의욕을 높일 수 있는 기업문화를 중시
즐거움	지루한 업무 보다는 매순간 즐겁다고 느낄 수 있는 일과 직장을 선호
커뮤니케이션	개방적이고 솔직한 의사소통
유연성	자유롭고 편안하게 업무시간과 장소를 선택할 수 있는 권한

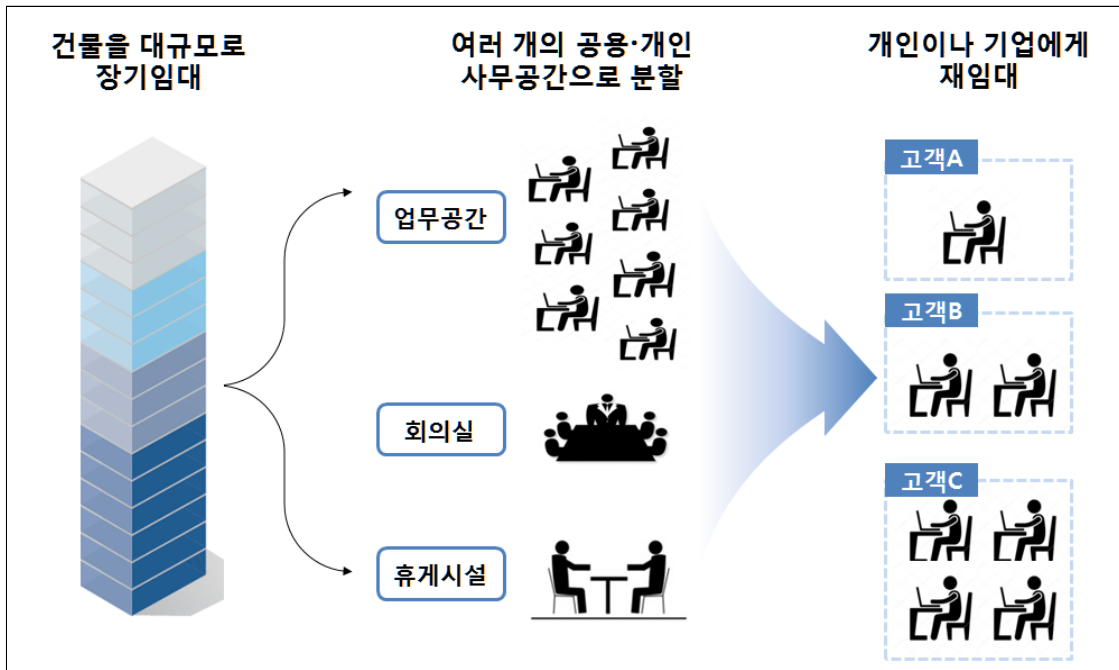
자료 : KPMG('17.6), "Meet the Millennials"

14) 밀레니얼(Millennial)은 미국의 작가 윌리엄 스트라우스와 닐 하우가 1991년 출간한 "Generation: The History of America's Future, 1584 to 2069"에서 처음 사용된 용어로, 일반적으로 1980년대 초부터 2000년대 이전에 출생한 세대를 지칭하는 단어

15) 베이비 부머: 1946~1964년 출생, X세대: 1965~1980년 출생, 밀레니얼: 1981~1996년 출생, 포스트 밀레니얼: 1997년 이후 출생, Pew Research Center

- 위워크는 단순한 오피스 임대업이 아닌 글로벌 협업 플랫폼을 지향
 - ① 비용절감¹⁶⁾, ② 관리부담 경감¹⁷⁾, ③ 단기임대 가능¹⁸⁾ 등 공유사무실의 일반적인 장점 이외에도,
 - ④ 입주사간 활발한 커뮤니케이션을 촉진하는 업무공간 및 프로그램 제공, ⑤ 전 세계에 진출해 있는 위워크의 글로벌 지점을 편리하게 이용할 수 있게 하는 등 밀레니얼 세대가 지향하는 업무공간으로 자리매김

〈그림 15〉 공유오피스 기본 개념



자료 : Colliers(18.3), 보도자료 등

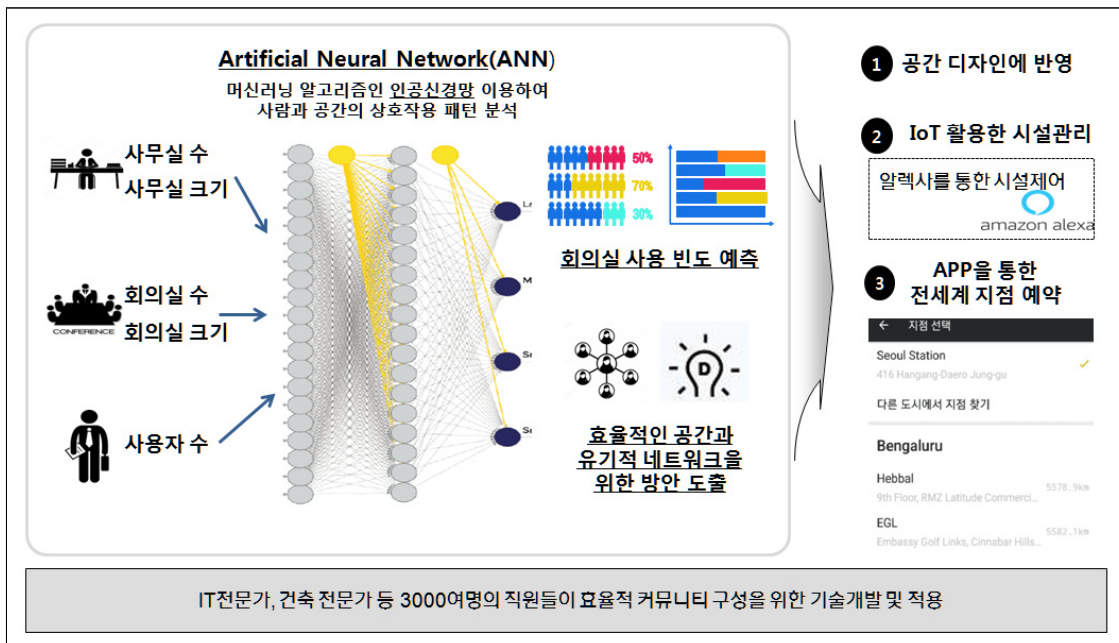
16) 글로벌 부동산컨설팅사인 JLL은 싱가포르를 기준으로 비용을 분석한 결과, 공유오피스에 입주하는 것이 일반 사무실 임대시보다 50% 가량 비용이 절감된다고 분석(18.6월, Southeast Asia Office demand surges)

17) 계약관리, 시설관리 등 일반 사무실 임대 시 필요한 부대 업무를 위워크가 담당함으로써 임차기업의 업무부담 감소

18) 월단위로 단기 임대가 가능하여 이용기업들에게 사업전략 변화에 따라 기민하게 움직일 수 있는 유연성을 확보할 수 있게 해줌

- 임대건물의 공간구성에 있어 빅데이터와 IT 기술의 적극적인 활용
 - IT전문가, 건축전문가 등으로 구성된 ‘Product Research Team’에서 빅데이터와 머신러닝을 활용하여 사무공간의 디자인에 반영¹⁹⁾
 - 고객기업에 최적화된 사무공간 디자인, 입주기업간 커뮤니케이션 및 협업공간 제공 등 일반 임대서비스 업체와는 차별화된 서비스 제공

〈그림 16〉 위워크 첨단기술 활용현황



자료 : 위워크 보도자료 등 참고하여 재구성

19) 위워크의 소프트웨어와 하드웨어 인프라 및 노하우를 활용, “Powered by We”라는 컨설팅 서비스 개발

Ⅲ. 시사점

- 미국 부동산 플랫폼 기업의 성공요인은 IT기술을 활용한 정보의 비대칭성 극복, 수직 계열화를 통한 거래비용 경감, 시대의 변화를 반영한 차별화된 서비스의 제공으로 요약됨
- 미국의 부동산 시장 상황, 소비자의 니즈, 변화된 환경을 반영한 혁신적 비즈니스 모델의 구축을 통해 사업화의 토대를 구축
 - 특히, 스타트업 기업 시점에서 대규모 투자유치를 통해 대형화에 성공한 것 역시 주요한 성공요인
- 정보의 비대칭성 극복(질로우), 시장 참여자의 비용경감(레드핀), 차별화된 서비스의 제공(위워크)을 통해 시장의 선도기업으로 부상

〈표 4〉 美 부동산 스타트업 주요 투자유치 내역

구분	투자기관	투자유치규모(백만달러)
	(’06) 美 PAR Capital Management	25
	(’08) 美 LeggMason 등	30
	(’06) 美 매드로나벤처 그룹 등	10
	(’11) 美 Globespan Capital 등	15
	(’14) 美 웰링턴 매니지먼트 등	71
	(’14) 美 골드만삭스 등	355
	(’15) 美 피델리티 인베스트먼트 등	434
	(’16) 中 레전드 홀딩스, 호니 캐피탈	690
	(’17) 日 통신회사 소프트뱅크	4,400

자료 : Crunchbase, 언론보도 등 참고

- 우리나라 부동산 플랫폼의 발전정도는 일부 성공사례에도 불구하고 아직까지는 시장형성 초기 단계
- 2012년 직방의 온라인 부동산 정보서비스 출시 이후, 2015년 기준 시장 규모가 2조원대 규모로 성장한 것으로 추정되는 등 관련 시장의 성장가능성은 존재²⁰⁾

20) 한국소비자보호원(’16.5), 모바일 부동산 중개 서비스 이용 관련 실태조사

- 국내 부동산 플랫폼 시장의 스타트업 기업들²¹⁾은 정보서비스에서 시작하여 공유오피스로 진출하고 있으며, 최근 중개영역까지 확장을 시도 중
 - (정보플랫폼) 직방, 다방 등은 대학생 등 젊은 층 대상의 전월세 매물정보 제공 중심이었으나, 점차 아파트 등으로 대상을 확대
 - (중개플랫폼) 트러스트는 온라인 플랫폼 구축 후 2018년 1월부터 직접 고용한 중개사를 통하여 중개수수료 감면 서비스를 시작
 - (공유플랫폼) 스타트업 기업인 패스트파이브는 2015년 4월 서초점 개점 이후 2018년 7월 현재 13개 지점을 운영하고 있으며, 일부 대기업들도 사업다각화 차원에서 공유플랫폼 사업 추진 중
- 국내 소비자들의 정보통신기술에 대한 높은 수용도와 1인가구의 급증²²⁾, 부동산에 대한 높은 관심도는 부동산 플랫폼 기업의 성장을 가속화시킬 수 있는 긍정적인 요인인 반면, 부동산업의 영세성²³⁾ 및 종사자의 고령화²⁴⁾, 기존 시장 참여자와의 마찰²⁵⁾ 등은 시장 확대를 저해하는 부정적 요인
 - 종사자들의 전문성 부족 및 제공되는 서비스의 불투명성은 소비자 만족도와 부동산 업계에 대한 신뢰도 저하를 초래²⁶⁾
 - 신규 플랫폼 기업의 등장 시 기존 시장 참여자와의 마찰도 성장의 중요한 저해 요소

21) 공유플랫폼은 부동산임대업으로 분류되어 벤처기업으로 지정 및 벤처기업 투자대상기금의 투자 유치가 불가능했으나, 2018년 5월 벤처기업법 시행령 개정에 따라 부동산업에 대한 지정제한이 해제됨에 따라 벤처기업 지정 등이 가능해짐

22) 1인 가구 비중(% , 통계청) : ('00) 15.5 → ('05) 20.0 → ('10) 23.9 → ('15) 27.2 → ('17) 28.7

23) 2015년 통계청이 실시한 경제총조사에 따르면, 부동산업의 사업체당 종사자 수는 3.54명 수준임. 특히, 부동산 자문·중개업의 사업체당 종사자 수는 1.69명 수준인 바, 우리나라 부동산 중개업의 경우 일반적으로 1인 기업 형태의 영세성을 보이고 있는 것으로 조사됨

24) 2016년 고용노동부 조사에 따르면 부동산업 및 임대업 종사자의 평균연령은 54.4세로 여타 산업에 비해 높은 수준이며, 특히 60세 이상 종사자 비중은 전체 산업평균 7%에 비해 부동산업은 44%로 부동산업의 고령자의 비중이 전체 산업 대비 심각하게 높은 수준

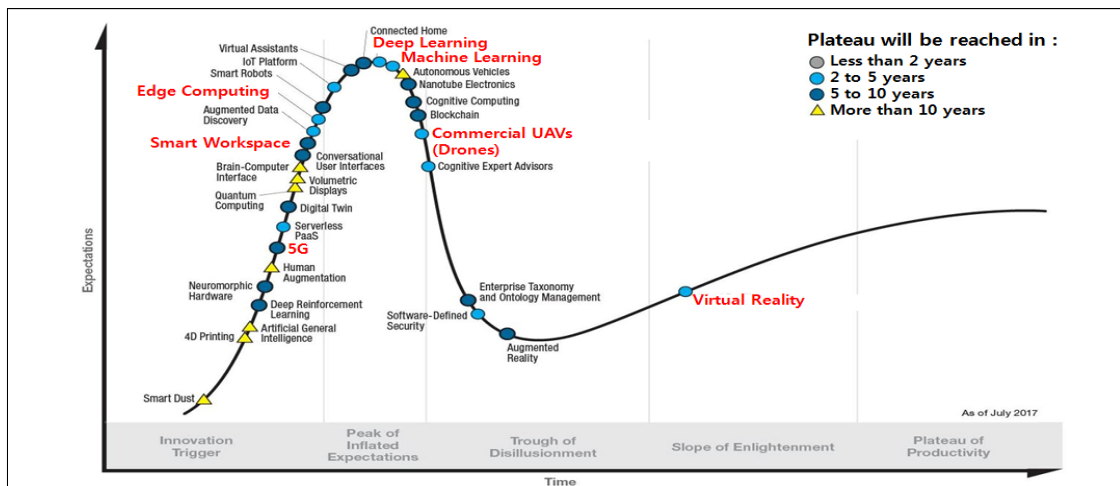
25) 변호사들이 부동산 거래에 참여하며 기존 대비 저렴한 수수료를 수취한 (주)트러스트 라이프 스타일의 사례를 살펴보면, 공인중개사협회는 트러스트의 변호사들이 공인중개사 자격증 없이 사실상의 중개행위를 한 것이라고 주장하면서 트러스트를 고소하였고 이에 대해 트러스트는 자신들의 업무행위는 중개행위가 아닌 자산 양수도 거래에 대한 법률자문이므로 중개업역 침범이 아니라고 주장. 트러스트의 업무 형태에 대한 이와 같은 불법성 여부는 법원에서도 판결이 엇갈리고 있는데, 2016년 11월 트러스트의 공인중개사법 위반 여부에 대한 소송에서 1심 법원은 트러스트의 행위는 불법이 아니라는 판결을 내린 바 있으나, 2017년 12월 2심에서는 트러스트가 무등록 중개행위를 한 것으로 보아 중개사법을 위반했다고 판단

26) 우리나라의 부동산 투명성은 조사대상 102개 국가 중 43위 수준으로 영국(1위), 미국(2위), 일본(26위) 등에 비해 낮은 수준. 국가별 부동산 투명성 지수(JLL, LaSalle Investment Management, '14)

□ 우리나라 시장 환경에 최적화된 사업기회의 모색이 적극적으로 이루어질 때 부동산 플랫폼 비즈니스의 혁신적 성장의 토대구축이 가능할 것으로 전망

- 우리나라의 부동산 시장 환경은 미국과 상이하므로 비즈니스 모델의 일방적 모방보다는 한국 시장에 적합한 비즈니스 모델의 개발이 필요
 - 서울, 부산 등 특정 대도시 지역에 밀집한 부동산 시장 및 중개인 분포, 아파트로 대표 되는 균질화된 주택시장 등은 미국식 플랫폼 비즈니스의 기계적 적용을 불가능하게 하는 요소
 - 한국의 부동산 시장 환경, 소비자의 니즈를 반영한 비즈니스 모델의 구축이 부동산 플랫폼 기업의 성장을 위한 핵심적인 요소
- 또한, 미국의 사례에서도 알 수 있듯이 IT 등 다른 산업과의 융복합을 통한 시너지 창출이 필요한 바, 이를 위한 기업들의 적극적인 첨단기술 확보와 사업화 추진 노력이 필요
 - 디지털 시대에서 기업의 성공은 디지털 기술을 활용할 수 있는 전문성과 이를 해당 산업에 적용하는 디지털 역량²⁷⁾에 좌우되는 바, 기업들은 AI와 빅데이터 등 첨단 정보통신기술의 활용능력 확보와 함께 이를 통한 사업화가 부동산 플랫폼 비즈니스에서의 절대적인 성공요인이라는 것을 유념할 필요

〈그림 17〉 美 부동산 선도기업에서 사업화한 유망 신기술



자료 : Gartner('17.7), "Hype Cycle for Emerging Technology"

27) 디지털 플랫폼과 인공지능의 미래, 정보통신연구원('17), Harvard Business Review('06), "Creating new growth platforms"

- 혁신적 플랫폼 기업에 대한 우호적 투자환경 조성 노력의 병행도 필요
 - 새로운 아이디어와 기술력을 보유한 부동산 스타트업 기업이 등장하기 위해서는 스타트업 기업에 대한 과감한 투자가 이루어질 수 있는 창업 → 투자 → 성장의 선순환 구조 필요
 - 성장에 필요한 자금의 적기 투자유치는 기업의 대형화 및 글로벌화에 반드시 필요한 부분
 - 질로우, 레드핀은 사업 초기 단계에서 외부로부터의 투자유치를 통하여 시장을 선도하는 기술력을 적기에 확보할 수 있었고, 위워크는 미국시장을 넘어서 글로벌시장으로 진출할 수 있었음

참고문헌

[국문자료]

- 국토교통부(2016), “부동산 서비스산업 발전방안”
- 국토연구원(2014), “부동산산업의 경제적 파급효과 및 육성방안 연구”
- _____ (2015), “부동산산업의 국제비교와 시사점”
- _____ (2016), “부동산산업 발전 기본계획(안) 수립에 관한 연구”, 국토교통부 과제
- Marshall Van Alstyne, Sangeet Paul Choudary and Geoffrey Parker(2016), “플랫폼 레볼루션”
- 윤상진(2012), “플랫폼이란 무엇인가”
- 정보통신정책연구원(2016), “플랫폼 비즈니스의 개념 및 확산”, 제28권 14호 통권 628호
- _____ (2017), “디지털플랫폼과 인공지능(AI)의 이해”, 제29권 18호 통권 655호
- 정수진(2017.9.18), “빅데이터로 부동산시장의 판을 바꾸다”, 주간 KDB리포트, 산업은행
- _____ (2017.12), “신성장동력산업으로서의 부동산업, 기회와 과제”, 주택산업연구원 연구과제
- 한국소비자보호원(2016), “모바일 부동산 중개 서비스 이용관련 실태조사”

[영문자료]

- Amazon Web Services, “Zillow provides near-real-time Home-value estimates using amazon kinesis”
- Bureau of Labor Statistics, “U.S. Occupational Outlook handbook”, 2014-2024 edition
- Donald L. Laurie, Uves L. Doz, and Claude P. Sheer(2006), “Creating new growth platforms”, Harvard Business Review
- Financial Times(2018.7.5), “How millennials became the world’s most powerful consumers”
- _____, “The millennial moment”
- Gartner(2017.7), “Hype Cycle for Emerging Technology”
- Jones Lang LaSalle Incorporated(2018.6), “Southeast Asia Office demand surges”
- KPMG(2017.6) “Meet the Millennials”
- Redfin(2018), “Redfin Quarterly Report”
- Zillow(2018), “Data Coverage and Zestimate Accuracy”

[홈페이지]

<http://www.pewresearch.org>

<https://www.redfin.com>

<https://www.wework.com>

<https://www.zillow.com>