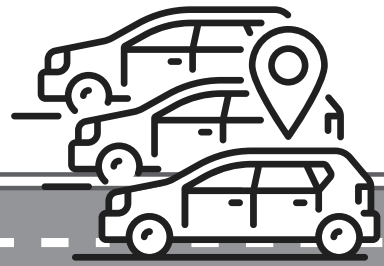
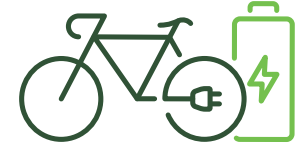




START UP



車 이어 전기자전거 공유



주차장도 '쏘카'로 찾는다



모빌리티 플랫폼 기업 쏘카

카셰어링 시장은 미래 모빌리티 시장에서도 주목하는 공유 경제 중 하나다. 카셰어링은 소비자의 경제적 부담을 줄이고 도심에서 부족한 주차 공간 걱정을 덜어주는 서비스로 젊은 세대를 중심으로 많이 이용하고 있는 서비스다. 카셰어링이라는 말보다 '쏘카'라는 말이 익숙할 만큼 쏘카는 카셰어링 업계의 대표 주자로 전국에서 차량 공유 서비스를 제공하고 있다. 특히 카셰어링을 시작으로 주차장, 자전거 등 모빌리티 전반으로 점차 분야를 확장하고 있다.

다양한 서비스로 카셰어링 선도를 원하는 곳에서 차량 받는 '부름' 원하는 장소에 반납하는 '편도' 캠핑카 대여 서비스 지역 확대

첨단 기술로 차량 관리 최적화 AI 딥러닝 기술로 차 오염 판별 2만대 이상 세차 프로세스 구축 차량 배치·가격 결정 실시간 분석 전국의 쏘카존 차량 전략적 배치

모빌리티 플랫폼으로 성장 법인 장기렌트 서비스까지 확장 국내 최초 공유 전기자전거 선배 주차 정보 안내·스마트 파킹 제공 자율주행 기술 투자도 적극 나서

◇차량 공유 서비스, 편도부터 부름까지 다양하게

쏘카는 2011년 제주에서 차량 100대로 카셰어링 서비스를 시작했다. 쏘카의 핵심 상품인 '카셰어링 서비스'는 10분 단위 대여, 스마트폰 비대면 예약, 24시간 이용·반납 등 혁신적인 차량 이용 시스템으로 기존 렌터카 시장의 불편함을 해소하며 새로운 이동 방식을 제안했다. 현재 쏘카는 9월 기준으로 쏘카존 5000개, 차량 2만3000대를 바탕으로 최소 30분부터 10분 단위로 차량을 비대면으로 예약해 이용할 수 있는 서비스를 제공하고 있다. 현재 전국 116개 도시에서 쏘카존을 찾을 수 있다.

2017년에는 업계 최초로 원하는 장소 및 시간에 차량을 받을 수 있는 '부름' 서비스를, 2022년에는 쏘카존 외 원하는 장소에 차량을 반납할 수 있는 '편도' 서비스를 출시하며 이용자 편의성을 확대했다. 쏘카는 자체 개발한 단말기 STS를 통해 실시간으로 차량의 상태, 위치, 운전 습관, 외부 환경 등 이동에 필요한 모든 사항을 관제시스템으로 전송하는 점도 특징이다.

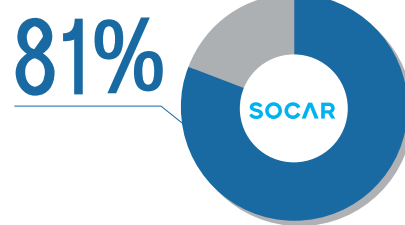
특히 젊은세대를 중심으로 편도 서비스가 큰 인기를 끄는 상황이다. 쏘카가 자체 분석한 데이터에 따르면 편도 서비스를 가장 많이 이용하는 연령대는 2030세대였다. 편도 서비스를 이용한 회원 중 20대는 49%, 30대는 32%로 편도 이용 건수 10건 중 8건을 2030세대가 차지했다. 올해 상반기 편도 서비스 이용 건수 중 실제 이용 시간 10분 전 차량을 예약한 비중은 쏘카의 모든 서비스 유형 중 가장 높은 수치인 13%였다. 특히 20대 회원의 비중은 전 연령대에서 가장 높은 14%를 기록했다.

심야 시간 이용 비중은 편도 서비스의 높은 편의성을 입증했다. 편도 서비스의 심야 시간대 이용 비중은 20%로, 15%인 왕복, 9%인 부름에 비해 높은 수요를 보였다. 편도 서비스를 이용하는 20대 회원 5명 중 1명은 심야 시간대에 차량을 이용하는 것으로 나타났다. 늦은 시간 모임이 끝나 대중교통을 이용하기 어렵거나, 야근 후 집으로 이동하고자 하는 회원들이 반납 부담이 없는 편리한 이동 수단으로서 편도 서비스를 이용하는 것으로 보인다.

쏘카는 올해부터는 수도권 지역에서 한정적으로 운영하던 캠핑카 대여 서비스 운영지역을 제주와 강원까지 확대하는 등 카셰어링의 범위가 갈수록 확장되고 있다. 쏘카에서 운영 중인 캠핑카는 스타리아 캠퍼 4와 캠퍼 11, 그리고 레이 세 중이다. 세 차종 모두 루프에 팝업 텐트를 장착해 취침 공간도 추가로 확보했다.

캠핑카 서비스도 쏘카존에서 차량을 대여하

올 상반기 쏘카 편도 이용 건수 중 20~30대 이용 비중



고 반납하는 방식 외에도 고객이 원하는 장소로 차량을 배달받고 반납하는 '부름' 서비스와 반납 장소만 변경하는 '편도' 서비스로도 이용할 수 있다.

◇카셰어링, 핵심 기술 바탕으로 최적화된 차량 관리 나선다

핵심기술 중에 'AI 세차 모델 AI 시스템'은 차량 오염 수준을 직접 판별, 최적의 세차 시점을 스스로 결정하는 기술이다. 쏘카는 차의 오염도 수준을 판별하는 AI 딥러닝 기술로 2만대 이상의 쏘카 차량 세차 프로세스를 구축했다. 회원이 차량 이용 전후 촬영해 업에 입력한 차량 사진을 AI 딥러닝에 활용, 차량 상태를 오염도에 따라 단계별로 구분하고 세차 요청 로직을 구조화시켰다. AI 모델로 최적의 세차 시점을 도출해 관리한 결과, 연 100억 원에 달했던 세차 비용을 30% 이상 절감하는 등 운영 효율화를 이끌어냈다.

또한 다이내믹 차량 배치 및 가격 결정 시스템 실시간 수요 분석으로 최적의 장소에 차량을 배치하고 탄력적인 가격을 적용한다. 쏘카는 AI 기반 알고리즘으로 이용자의 수요를 실시간으로 파악해 차량을 효율적으로 운용하고 최적의 가격을 제시하는 시스템을 활용하고 있다. 수만 건의 이용 데이터를 토대로 지역·시간·차종 등 다양한 카테고리별 수요를 분석, 전국 쏘카존에 차량을 전략적으로 배치하고 이용자에게 최적의 가격을 제안한다.

핵심기술 중 마지막은 예약 최적화 프로그램 분산된 예약 슬롯을 자동으로 재배치해 차량 가동률을 극대화하는 기술이다. 쏘카는 불특을 빈 공간에 맞춰 딱 찬 한 줄을 만드는 '테트리스'처럼, 차량의 비어있는 시간대에 예약을 자동으로 재배치하는 '예약 최적화 프로그램'으로 차량 가동률을 제고하고 있다.

◇비즈니스부터 주차장 서비스까지 제공하는 플랫폼으로

쏘카는 카셰어링 사업과 함께 비즈니스, 전기자전거까지 확장하고 있다. 특히 주차장 서비스까지 제공하는 모빌리티 플랫폼으로 성장

하고 있다.

쏘카비즈니스는 누적 가입 법인 3만2000개가 넘는 쏘카의 법인 장기렌트 서비스다. 시간 단위로 필요한 만큼 전국의 쏘카를 이용할 수 있는 '비즈니스 멤버십', 월 단위로 법인 전용 쏘카를 이용할 수 있는 '비즈니스 플랜' 등 상품으로 구성했다. 기존 법인을 쏘카처럼 자동화해 주행 및 관리할 수 있는 'FMS', 통근·셔틀 서비스 '기사 포함 쏘카' 등 맞춤형 솔루션도 마련했다. 쏘카에 따르면 올해 삼성, 현대자동차, SK, 포스코 등 3만2000여개의 기업은 사내 이동, 출장, 임직원 복지 등 다양한 목적으로 쏘카비즈니스를 이용하고 있다고 한다.

쏘카일렉트는 운영 도시 30여개 누적 가입자 220만명이 넘는 2021년 쏘카의 자회사로 합류한 퍼스널 모빌리티 기술 스타트업 나인투원이 국내 최초로 선보인 공유 전기자전거 서비스다. 10~20대 이용자 비중이 61%에 달하며, 30~40대 이용자 역시 30%로 전 세대로부터 고른 관심을 받고 있는 서비스다. 2022년 배터리 용량과 모터 출력을 늘린 3세대 전기자전거 '일렉트 3.0'을 개발하는 등 지속적인 관리에도 적극 나서고 있다.

쏘카는 주차장 서비스도 제공하는 모빌리티 플랫폼으로 성장했다. 운전자들에게 잘 알려진 쏘카의 자회사로 2021년 합류한 '모두의주차장'은 누적 가입자 400만명이 넘는 주차 서비스 기업 모두컴퍼니의 주차장 서비스다. 주차장 정보 안내, 스마트 파킹 등 주차 관련 서비스를 제공하고 있다. 2024년 현재 약 8만개의 주차장 정보를 제공하고 있으며, 1만8000개의 공유 주차장과 4100개의 제휴 주차장을 확보했다. 쏘카 이용자의 접근성과 편리성을 확대하기 위해 유희시간에 주택·건물 등의 주차면을 쏘카존으로 활용하는 '주차면 공유 사업'을 쏘카와 함께 추진하고 있다.

최근에는 자율주행 투자에 적극 나서고 있다. 주요 파트너 서비스 라이더플렉스 자율주행 VCNC 타다 라이더플렉스는 쏘카가 투자한 자율주행 기술 스타트업으로 완전자율주행에 필요한 폴 스택 소프트웨어를 개발한다.

쏘카의 관계사인 VCNC는 모빌리티 플랫폼 '타다'를 운영하고 있다. 2018년 라이더플렉스 '타다'를 출시했고, 현재 실시간 차량 호출 서비스 '타다네스트', '타다 플러스', 예약 차량 호출 '타다트립', 법인 차량 호출 '타다비즈니스' 등 서비스를 제공하고 있다. 올해 누적 가입자 수 330만 명을 돌파하는 등 성장세를 계속 이어가고 있다.