

신조류, 셀프 세탁전문점 시대를 연다

사람들은 본능적으로 편리한 것을 좋아 한다. 인류문명의 발달이 보다 편리함을 지향하는 인간의 욕구에 의해 발달되었다 해도 과언이 아닐 것이다. 지금 이 순간에도 첨단 산업 기술력들이 인간을 보다 편리하게 하기 위해 촌각의 경쟁을 벌이고 있다. 우리 일상에 밀접한 세탁의 경우도 마찬가지이다. 사람의 노동력에 의존하던 세탁은 이제는 문명의 이기인 세탁기로 거의 대체되어 버렸다. 세탁기는 인간의 노동력을 대신한 탓에 산업적으로 큰 성장을 하였고, 보다 편리하고 신속한 방향으로 계속 진화되어 간다.

이러한 시류 속에 셀프 세탁 전문점 사업도 맥을 같이 한다. 세탁을 보다 편리하고 신속하게 할 수 있는 수단으로서 소비자 니즈를 충족시키며 새로운 틈새시장을 찾으려 한다.

그런데 과연 집에서 하는 세탁보다 외부에서 하는 세탁이 편리할 수 있을까? 사업성공을 위해 중요한 점은 셀프 세탁이 장소적 이동의 번거로움을 극복할 만큼의 메리트를 반드시 제공해야 한다는 점이다.

가정 내 세탁 문화를 매장 문화로 전환시키기 위한 도전은 이런 점에서 획기적이다. 이 과감한 시도가 과연 틈새시장으로서 자리매김할 지는 미지수. 하지만 사업주체인 코리아하트픽스는 사업성공에 대한 자신감을 가지고 있다. 셀프 코인세탁 문화도 얼마든지 큰 파급력을 가질 수 있다고 낙관하고 있는 것.

궁금하지 않을 수 없는 신조류사업으로서 가능성, 그 실체는 무엇인가.

세탁 문화의 신조류, 무인복합매장의 특징



“셀피아” 무인 복합매장 사업의 기본 컨셉은 짧은 시간 안에 질 좋고 편리한 세탁 건조를 할 수 있다는 점이다. 집안에서 하는 것보다 많은 물량의 세탁을 신속하고 편리하게 할 수 있다. 또한 세탁기가 없는

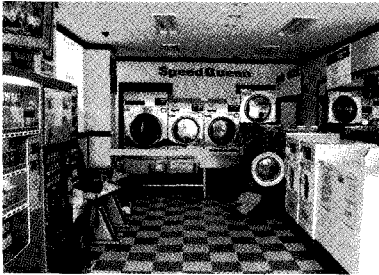
사람들의 수요를 겨냥하기에도 딱 알맞다.

이런 셀피아 무인 복합매장의 컨셉을 이해하기 위해 코리아하트픽스에서 직영점으로 운영 중인 경기도 고양시 덕양구 행신동 매장을 찾았다. 매장 안에는 소형, 중형, 대형에 이르는 세탁기와 건조기가 각각 3대씩 구비되어 있었다. 이외에도 운동화 세탁기, 공중인터넷자판기, 커피자판기, 캔자판기, 디카·폰카인화자판기 등

다양한 자판기가 구비되어 있었으며, 동전을 교환할 수 있도록 화폐교환기도 설치되어 있었다.

세탁물의 세탁과 건조를 핵심으로 하지만, 휴식까지 취하며 즐겁고 편리하게 시간을 보낼 수 있는 공간을 지향했다. 단순한 셀프 코인세탁만이 아니라 무인 복합매장의 다양성을 구비했다는 점이 이채롭다. 세탁, 휴식, 간식, 재미, 정보 등 매장 안에서 다양한 방법으로 시간을 보낼 수 있다. 이 점은 세탁이라는 노동자체를 단순하고 지루한 시간으로서나 아니라 즐겁게 즐길 수 있는 시간으로서의 격상을 의미한다. 즉 하나의 신조류 세탁문화로서의 파급력이 기대되고 있는 이유가 여기에 있다.

매장을 둘러보고 있으려니 텅 빈 점포 안에는 세탁물을 잔뜩 든 한 남자가 들어 왔다. 이 남자는 코인세탁에 꽤 익숙해 졌는지 자연스럽게 세탁기를 동작한다. 처음 보는 사람에게는 이 광경이 낯설지만 익숙해진 사람은 그렇지 않다. 모든 기계문명이 처음 접하고 익숙해지기 힘들어서 그렇지 이 단계를 지나면 일상이 된



“셀피아” 무인복합매장의 내부

다. 코인 세탁 역시도 한번 사용해본 사람만이 그 편리와 메리트를 느낀다. 이불 2~3장의 세탁 및 건조도 돈 6000원이면 1시간 안에 해결할 수 있다. 집에서 하기 힘든 대용량

의 세탁을 이곳에서는 간편하게 할 수 있기 때문에 발품을 판 대가를 톡톡히 지불해 준다. 또한 이 시간 안에 휴식도 즐기고, 지루하지 않게 인터넷 서핑이나 디카·폰카 사진도 인화 할 수 있다.

세탁문화의 신조류로서의 경쟁력은 여기에 있다. '집에서 세탁을 하면 됐지, 구지 밖에서 세탁을 할 필요가 뭐가 있냐' 하는 선입견은 이제 접어 두어야 한다. 가정 세탁과는 차별화된 분명한 메리트가 있다는 점에서 틈새 시장으로서의 가능성이 크다는 것이 코리아햇픽스의 분석이다.

뛰어난 사업성, 미래는 밝다

이곳 행신점의 하루 평균 매출은 10만원 선이라고 한다. 오픈한 후 3개월 이후부터는 수익이 날만큼 빠른 정착 향상을 보이고 있다.

현재 코리아햇픽스가 전국적으로 개설한 매장은 13개 점. 경기권에는 행신점을 비롯해 화정점이, 서울에는 구로점, 고대점, 외대점 등이 있고, 지방에는 청주, 조치원, 양산 등지에 매장이 개설되어 있다. 이들 매장은 직영점도 있지만 개인 창업 매장이 최근 크게 늘어나고

있는 추세라 한다. 장소가 좋은 로케이션의 경우는 하루 평균매출은 15~20만원선. 아직 코인 세탁 문화에 대한 인식이 많이 확산된 편이 아니지만, 매장 이용률이 빠르게 확산되고 있다고 한다. 그만큼 무인복합매장의 장점이 빠르게 소비자들에게 어필하고 있다는 얘기이다.

원가가 크게 소요되지 않는 장사라는 점도 이 사업의 강점이다. 임대료를 빼고는 전기세, 수도료 외에 크게 들어가는 비용이 없어 수익률이 70~80%에 달한다.

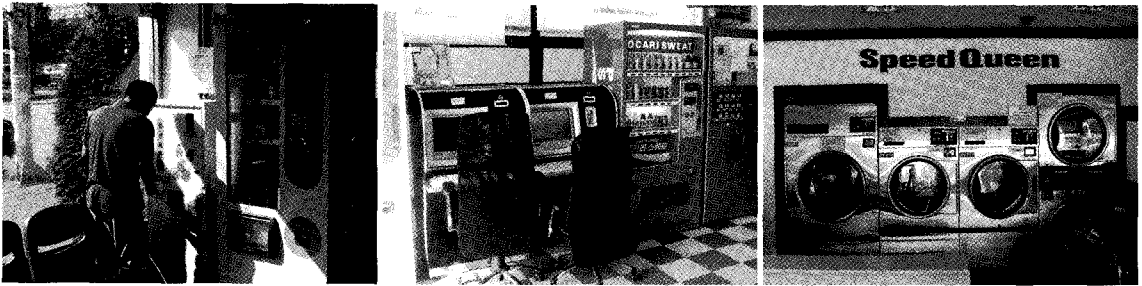
또한 이 사업은 매장을 완전 무인화해 운영을 할 수가 있다. 매장에 직원이 있을 필요가 없어 인건비 부담이 없고, 운영주는 매장을 찾는 자발적인 고객 이외에도 대형 세탁수요처를 대상으로 한 영업행위에 집중할 수가 있다. 투자비용 역시 다른 프랜차이즈 사업에 비하면 그다지 많이 들어가는 편이 아니다. 8평 작은 평수의 경우는 기본적으로 3000여만원 선의 투자비용이 들어가고, 40평의 경우는 1억여원까지 소모가 된다. 매장규모에 따라 차이가 있지만 평균적으로 5,000여만원 선이 소요되는 걸로 보는 게 적정하다.

경기라든가 유행에 따라 부침이 침한 타 프랜차이즈 사업에 비해, 셀피아 무인복합매장 사업은 유행을 안탄다는 점도 장점이다. 세탁은 삶에 있어 꼭 필요한 부분이기 때문에 유행을 타지 않는 꾸준한 수요를 확보할 수가 있다. 더욱이 삶의 질이 향상될수록 세탁하는 시간을 줄여 자신에게 투자하는 욕구가 거세질 것이기 때문에 향후 사업성은 더 유망하다.

코인세탁기 시장의 독보적인 경쟁력을 구축

셀피아 무인복합매장 사업의 또 다른 경쟁력은 경쟁사 없는 독점 사업이라는 점이다. 그만큼 사업주체인 코리아햇픽스는 코인 세탁 분야에 독보적인 경쟁력을 구축하고 있다.

미국 Alliance Laundry System사의 한국 대리점인 코리아햇픽스는 1992년 창업을 하여 세탁기자개 및 봉



재 기자재 분야의 사업을 진행해 왔다. 현재 Alliance Laundry System의 제품인 스피드 퀸, 제니스스, 유니맥, 힝시, 에이잭스 등 500여 종류의 장비를 독점적으로 수입, 국내 공급을 진행하고 있다. 용량별, 기능별로 다양한 제품을 구비하여 활발한 시장 공급을 진행해 국내 코인세탁기 시장에 있어 90%선의 시장점유를 기록하고 있다. 주로 코인세탁기 제품들은 대학교 기숙사, 군부대, 병원, 찜질방, 주상복합, 펜션, 리조트 등지에 설치되어 있다.

코리아햇픽스는 이같은 경쟁력을 바탕으로 올해부터는 프렌차이즈 사업 활성화에 주력하고 있다. 셀피아 무인복합 매장 사업이 성공할 수밖에 없다는 자신감은 오랜 기간 코인세탁기 사업을 해오면서 쌓은 노하우에 근거하고 있다. 프렌차이즈 사업이 유통구조만 틀리지 기본적인 것은 기존 코인세탁 사업과 동일하기 때문에 지금까지 축적된 노하우를 잘 활용하면 승산은 얼마든지 있다고 보고 있다. 내년까지 1000개 점포의 오픈을 목표로 하고 있을 만큼 코리아햇픽스는 야심은 크다.

마케팅 강화를 통해 소비자 인식확대가 급선무

본격적인 매장 확대를 위해서는 소비자 인식을 바꾸는 마케팅 강화가 절실한 시점이라고 한다. 국내 세탁 문화에 있어선 아직까지 건조문화에 인식이 생소한 편이라, 한번 사용하면 꼭 사용하게 되는 건조 부분의 장점을 집중 부각시킬 예정이다.

또한 관련 전시회도 많이 참가하고, 인터넷, 잡지광고의 확대를 통해 셀피아 무인복합매장사업을 널리 알릴 예정이다. 아울러 "백문(百聞)이 불어일견(不如一見)"

이라고 직접 소비자가 체험을 해보고, 대량 세탁물을 신속하고 깨끗하게 세탁할 수 있는 코인 세탁의 장점을 느낄 수 있게 할 예정이다. 이를 위해 체인점을 늘리는 데 주력, 이들 점포가 오픈하는 1달 동안은 다양한 무료 체험행사를 실시해 인식을 전환할 수 있게 할 예정이다.

소비자들에게 보다 다양한 서비스를 제공하기 위해서는 매장 내 자판기 매칭을 더욱 다양화할 예정이다. 각 로케이션 특성에 맞게 식음료자판기, 어뮤즈먼트자판기 등의 설치를 차별화하여 고객들의 선호도를 높일 예정이다.

시간은 좀 필요하지만 반드시 성공할 수 있다는 확신은 이러한 치밀한 준비에서 나온다. 해외에서는 이미 무인 매장을 통한 코인세탁 사업이 정착된 만큼 국내에서도 안 될 이유가 없다고 보고 있다. 지금은 대중적인 업태로 자리 잡은 편의점이 등장 초기에는 낯설었던 것처럼, 셀프세탁 전문점 사업 역시 언젠가는 실생활에 꼭 필요한 무인복합매장으로 자리매김할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 이런 점에서 볼때 현 단계에서는 마케팅 강화를 통해 소비자 인식을 확대하고, 보다 치밀하게 사업 경쟁력을 강화하는 일이 급선무이다.

셀피아 무인복합매장 사업 활성화에 특히 관심이 가는 것은, 한 업체의 사업성패 여부를 떠나 전반적인 자판기 무인복합매장 사업 가능성을 타진해 볼 수가 있기 때문이다. 셀피아가 성공을 거둔다면 좀더 다양한 컨셉으로 각종 자판기를 매칭시킨 무인복합매장 사업 역시 활성화될 가능성이 크다. 과연 셀피아 무인복합매장이 신프렌차이즈 사업으로서의 돌풍을 일으킬 수 있을지, 귀추가 주목되고 있다.