

이주 코리아렌드리



협업으로 세탁업계 스타벅스 만들다



코리아렌드리
서경노 대표



어반렌드렛 보정 | 경기도 용인시 보정동

전국의 동네 세탁소 수는 2017년 2만7000여곳에서 최근 2만여곳 안팎으로 줄어들었다. 하지만 국내 세탁시장 규모는 올해 5조7000억원 수준에서 5년 뒤 7조2000억원까지 커질 전망이다. 배경에는 첨단 기술로 무장한 셀프 빨래방이 있다. 이 시장에서 20년 유통경험을 바탕으로 전방위적인 상업용 세탁비즈니스에 특화된 솔루션을 선보이는 곳이 코리아렌드리다. 서경노 대표의 노하우와 철학을 들어봤다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

코리아렌드리의 전문적인 상업용 세탁솔루션은 장비의 운용과 관리지식 그리고 현장경험을 바탕으로 '공동주택 커뮤니티세탁솔루션', '상업용/OPL 대형세탁서비스 시설구축솔루션', '셀프세탁 솔루션' 등으로 사업영역을 나눠 전방위적인 상업용 세탁비즈니스에 특화된 솔루션을 선보이고 있다. 호텔, 병원, 세탁공장, 요양원, 기숙사, 스포츠센터, 학교, 대형 식당, 셀프세탁시스템 등 전문적인 세탁이 필요한 모든 곳에서 안전하고 표준화된 시스템을 제공한다.

이외에도 글로벌한 세탁장비 제조사인 스웨덴의 일렉트로룩스, 독일의 밀레, 한국의 삼성 상업용 세탁장비를 독점판매 총판파트너십을 통해 상업용 전문성에 요구되는 경제성과 빠르고 효율적인 세탁공정을 구축할 수 있는 최신의 제품 라인업을 제공하고 있다.

세탁업계의 스타벅스를 꿈꾸다

유통을 하던 코리아렌드리가 소비자들에게 인식을 심어준 시기는 2002년이다. 국내 최초로 셀프빨래방 브랜드인 코인워시24를 기획, 론칭했다. 셀프빨래방의 불모지인 우리나라에 세탁업계의 스타벅스라는 가치를 내 걸었다.

“새로운 라이프스타일에 부합하는 신개념의 즐거운 빨래 문화라는 브랜드 아이덴티티를 만들었죠. 독창적이고 소비자 편의성과 위생을 강조한 국내 최고의 셀프세탁서비스를 개발해 획기적인 수익형 무인사업 공간디자인을 접목한 워시엔조이를 론칭했어요”

그동안 세탁은 지저분하고 어렵다는 인식이 있었다. 이러한 세탁시장에서 워시엔조이라는 새로운 사업아이디어와



워시엔조이 라운지 | 경기도 성남시 수정구 청곡동



워시엔조이 문정점 | 서울시 송파구 문정동



런드리파크 문정점 | 서울시 송파구 문정동

서비스를 알리기 위해서는 시장의 개념을 바꿔야 했다. 셀프 빨래방을 친근하고 오래 머물러도 질리지 않는 공간으로 변모시키는 것뿐만 아니라 세탁의 문화를 만들어야 했다. 그것이 워시엔조이의 공간디자인과 비주얼라이제이션 마케팅이다.

“워시엔조이는 세탁 업계의 스타벅스로 자리매김할 거예요. 소비자가 머물며 사람을 만나고, 커피를 마시거나, 마사지를 받고, 책을 보며, 일을 하고, 필요한 생활용품들을 구매할 수 있도록 공간을 최대한 활용한다는 아이디어에서 나온 발상이죠. 셀프세탁빨래방 안에서 삶의 고단함을 풀 수 있는 문화, 커뮤니티 공간으로의 우리 선조들이 예술과 문화 취미를 즐겼던 사랑방의 역할이에요”

클리닝, 친환경시대를 맞춘다

코리아렌드리의 또 하나의 특징은 환경이다. 서 대표는 지구 환경을 헤치고 기후변화에 영향을 끼치고 있는 드라이클리닝의 폐해를 알리는 ESG 캠페인 활동을 해왔다. 더불어 2년

전 드라이클리닝의 대안이라고 불리는 물세탁 기반의 ‘웻클리닝’을 도입했다. 미래형 친환경 세탁소 ‘스웨덴렌드리’와 의류관리 서비스 플랫폼 ‘어반런드렛’을 통해 친환경 세탁의 필요성을 알리고 소비자 중심의 중대형 멀티플랫폼 사업을 통해 시장혁신에 앞서고 있다.

웻클리닝은 친환경 시대에 석유계 유기용제를 사용하는 기존 드라이클리닝의 환경오염과 인체 유해의 문제점의 대안으로 순수 물을 사용하는 친환경 세탁방식이다. 물과 순환생분해성세제를 사용해 대기 오염 물질 및 유독성 폐기물이 발생하지 않는다. 또 드라이클리닝으로 제거할 수 없는 유기물 얼룩 제거와 함께 상쾌한 자연의 향을 제공한다. 이를 통해 아토피, 어린이 및 알레르기 환자들이 안전하게 믿고 세탁할 수 있다. 빠른 세탁시간과 섬유손상 감소로 옷의 수명 연장에도 최적이다.

다양한 상품에 최적화된 지원시스템

코리아렌드리의 상품은 다양하다. 상권과 상가 그리고 투자

자의 투자성향에 맞춘다. 일반 주거상권인 연립, 다세대, 다가구, 빌라 등의 세대로 구성되어 있는 타운형상권은 워시엔조이라는 셀프세탁서비스점포로 운영된다. 오피스텔 등 주거시설의 밀집도가 높고 젊은 주거세대의 유입이 많은 곳은 런드리라운지24다. 하이엔드 고급 주거지는 어반런드렛 브랜드로 운용되고 있다. 소비자 통합형 어반런드렛 런드리플렉스는 공장형 소비자친화형 세탁솔루션이다. 교외에 오픈되는 전문세탁시설이다.

이러한 브랜드를 운영하면서도 문제소지를 없앤 이유는 가맹점과의 상생을 위해서 지속적이고 다양한 수익 모델을 개발, 제시하는데 있다. 고객을 모이게 하는 전략과 마케팅을 지원하고, 추가적인 수익을 창출할 수 있도록 브랜드 광고 제휴마케팅도 지원한다. 지속적이고 정기적인 교육프로그램 제공도 만족도를 높이는 요소다. 셀프세탁시스템부터, 마케팅, 운영 등의 메뉴얼을 주기적으로 업데이트해 점주들의 사업발전에 지식을 제공하고 있다.

가맹이 아닌 동맹, 협업을 만든다

서 대표는 작금의 프랜차이즈, 특히 한국형 프랜차이즈는 오해하기 좋다고 말한다. 본사의 수익전략에 따라 통제가 될 때 불편함이 다수 발생할 소지가 많다는게 이유다. 그래서 그는 가맹이 아닌 동맹이라고 말한다.

“가맹이라는 계약관계를 통해 타인에게 의지하거나 타

인에 의해 영향을 받는 사업을 하고 싶지 않았어요. 즉, 강제적인 상황에서 사업을 영위하거나 영위하게 하는 사업은 오래가지 못할 거라고 생각했죠. 이를 만들고 지키기 위한 리소스도 많이 발생할 것으로 생각했어요”

서 대표가 가맹이 아닌 동맹을 말하는 이유다. 사업이란 스스로 기획(생각)과 실행(영업과 자금운용)을 통해 추진하는 것이 맞다는게 그의 철학이다. 그래서 자기주도적인 사업환경을 만들고 싶었다. 지금까지는 성공적이다. 비가맹계약조건으로, 본사에 의지하지 않아도, 점주에 의지하지 않아도 사업은 잘 진행되고 있다.

“사업이 잘되는 방법은 서로 마음에서 우러나는 협업이라고 생각해요. 서로 강제적인 환경에서 의지하는 것이 아닌, 마음에서 우러나는 협업을 통해 사업을 발전시켜 가는 것이 진정한 가맹이라고 생각하죠. 즉, 동맹이 맞아요(Alliance). 가맹이라는 말은 그저 법적인 용어일 뿐이에요”

동맹이라고 생각하면 많은 것이 달라진다. 회사가 가지고 있는 독점적인 기술과 상품에 대해서 공유하지만, 그 비용에 대해서는 정당하게 청구한다. 가맹점 사업이 잘 되려면 본인의 의지에 의해서 선택하면 된다. 그래서 워시엔페이라는 모바일 결제시스템도 구독형으로 만들었다. 구독비가 있다. 새로운 서비스는 모두 구독형으로 제공된다. 회사의 IP에 대한 정당한 수익이라는게 그의 생각이다. 현재 이러한 워시엔조이 IP는 해외로 수출되고 있다. 워시엔조이 라이선스라는 소프트웨어와 결제시스템 하드웨어로 해외진출에 성공했고, 동남아지역으로 확장할 계획도 가지고 있다.

KFN



세탁 드라이브루