

# Business Focus

세탁 시장의  
뉴 패러다임 주도하는  
세탁 서비스 플랫폼



April 2025

—  
삼성KPMG 경제연구원

# Contacts

## 삼성KPMG 경제연구원

김수경  
수석연구원  
E sookyungkim@kr.kpmg.com

차윤지  
책임연구원  
E yoonjicha@kr.kpmg.com

이아름  
선임연구원  
E alee65@kr.kpmg.com

본 보고서는 삼성KPMG 경제연구원과 KPMG member firm 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 보고서에 포함된 자료의 완전성, 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 절차를 밟은 것은 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 개인의 개별 사안에 대한 조언을 제공할 목적으로 작성된 것이 아니므로, 구체적인 의사결정이 필요한 경우에는 당 법인의 전문가와 상의하여 주시기 바랍니다. 삼성KPMG의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제할 수 없습니다.

# Contents

|                           |    |
|---------------------------|----|
| I. 국내 세탁 서비스 시장 Overview  | 3  |
| II. 세탁 서비스 관련 주요 비즈니스 트렌드 | 8  |
| III. 주요 세탁 서비스 기업 현황      | 13 |
| IV. 결론 및 시사점              | 20 |

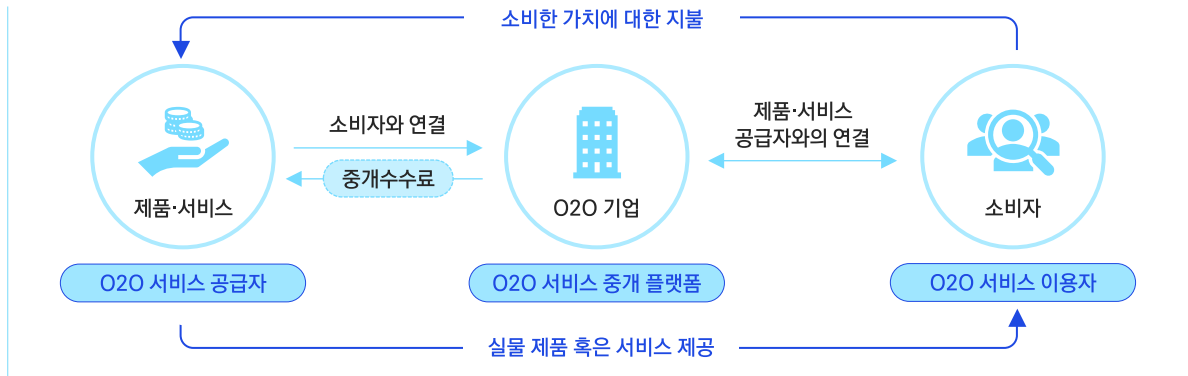
# O2O 서비스 및 세탁 서비스업 정의 및 범위

O2O(Online to Offline) 서비스는 온·오프라인을 상호 연계하여 비즈니스를 구축하거나 사업 영역을 확장, 제공하는 서비스를 의미. 본 보고서에서는 다양한 O2O 서비스 하위 섹터 중 ‘세탁 서비스’에 초점을 두고 분석 진행

## O2O 서비스 개요 및 범위

### O2O 서비스 및 특징

- 아직까지 국내에서는 O2O(Online to Offline) 서비스산업에 대해 체계적으로 조사된 자료가 부재하여 시장의 개념과 기준이 혼재한 상황. 다만 통상적으로 O2O 서비스는 판매 제품과 관련한 정보와 주문, 결제 등을 온라인에서 처리할 수 있도록 하고 최종 소비행위만 오프라인에서 행하는 ICT 기반 온라인 플랫폼 서비스를 말함
- O2O 서비스는 PC·모바일 애플리케이션을 통해 공급자와 수요자를 매개하는 플랫폼 서비스로 고객의 수요에 적시 대응이 가능한 특성. 또한 고객의 요구사항을 수집하고 이에 즉각 대응하는 것을 넘어서 고객 개개인에게 맞춤형 서비스를 제공하기도 함



Source: 정보통신정책연구원 ‘2023 O2O 서비스산업 시장조사 결과보고서’(2024.04), 삼정KPMG 경제연구원

## [참고] 세탁 서비스업 관련 주요 분류

- O2O 서비스는 세탁·청소 및 가사 서비스를 비롯 7가지 범주로 크게 분류
  - ①건물 임대·중개 및 유지보수, ②세탁·청소 및 가사 서비스, ③의료 및 보건 서비스, ④운송 서비스, ⑤오락·스포츠·문화 및 교육 서비스, ⑥음식점 및 숙박 서비스, ⑦개인 미용·금융 및 보험·기타 서비스
- 세탁 서비스는 세탁물을 수거하고 세탁하여 배송해주는 서비스가 해당됨. 생활빨래·드라이클리닝 서비스 외 수선, 헌 옷 수거 등 비대면 세탁 관련 수요를 폭넓게 지원

### <세탁 서비스 유형 분류>

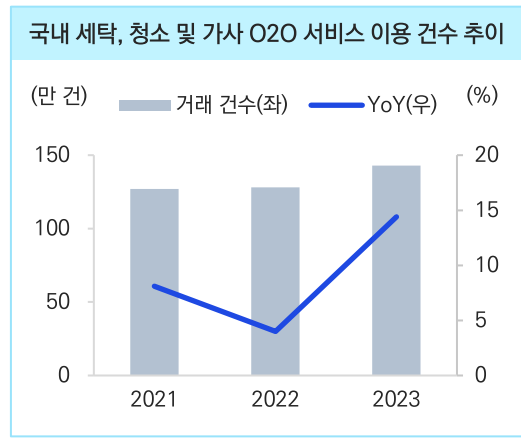
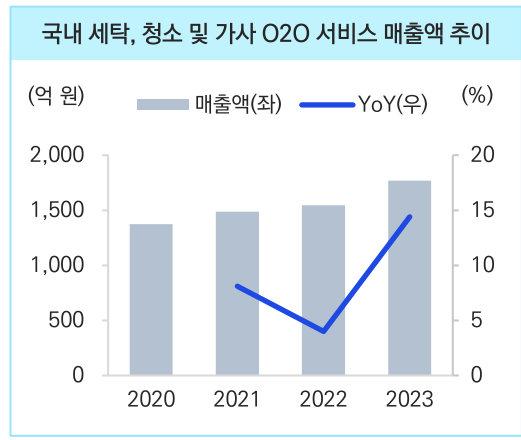
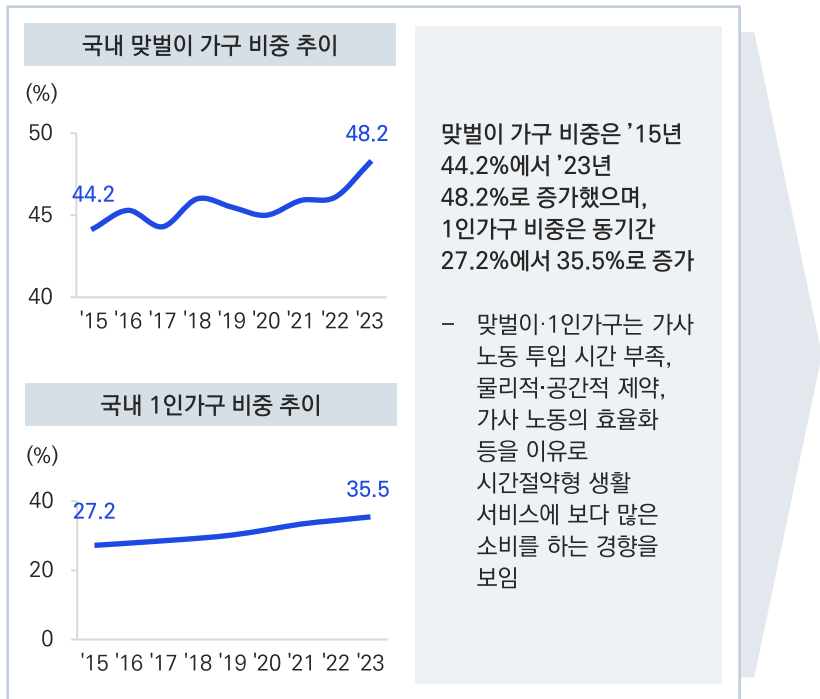


Source: 삼정KPMG 경제연구원

# 변화하는 국내 세탁 서비스 비즈니스 환경 (1/2)

맞벌이·1인가구가 증가하며 가사 노동을 효율화 하고자 하는 소비자 니즈가 증대. 아울러 온라인 쇼핑의 일상화로 생활 서비스 영역에서도 모바일 앱으로 편리하게 서비스를 이용하고자 하는 소비자가 증가하는 가운데, 온라인 플랫폼을 통해 소비자 편의성을 제고하고 생활 서비스 영역의 비대면화·디지털화를 이끄는 O2O 생활 서비스 시장이 확대

## 맞벌이·1인 가구 증가와 생활 서비스 수요 확대



- 세탁, 청소 등 가사 활동을 외주화하여 가사 노동에 소비되는 시간과 노력을 줄이고자 하는 소비자 니즈가 확대되며 생활 서비스 시장이 성장하는 추세
- 온라인 생활 서비스 시장에 진출하여 O2O 방식으로 비즈니스를 전개하는 기업 증가
  - 모바일 애플리케이션으로 소비자에게 직접 서비스를 제공하거나, 오프라인 서비스 제공업체와 소비자를 온라인으로 중개하는 등 O2O 서비스업체들은 다양한 방식으로 소비자에게 온디맨드(On-demand) 서비스 제공

Source: 통계청, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Source: 정보통신정책연구원 '2023 O2O 서비스산업 시장조사 결과보고서'(2024.04), 삼정KPMG 경제연구원

# 변화하는 국내 세탁 서비스 비즈니스 환경 (2/2)

기후변화, 근무형태 및 복장 변화, 원부자재 가격 상승 등 환경적·사회적·경제적 요인이 맞물리며 전통적인 형태의 동네 세탁소가 점차 줄어드는 추세. 동네 세탁소의 빈자리를 무인 코인 세탁, 프랜차이즈 발래방, O2O 세탁 서비스 등 새로운 비즈니스 형태의 세탁업체가 대체해 나갈 것으로 전망

## 줄어드는 동네 세탁소

### 기후·계절적 요인

- 기후 변화로 소비자들의 계절별 복장 변화가 적어짐
  - 사계절이 뚜렷하던 과거와 달리 봄·가을 간절기가 점차 짧아지면서 동네 세탁소의 주요 취급 품목인 아우터·외투 세탁 수요 감소
  - 가을 중순까지 얇은 여름옷을 입다가 바로 겨울용으로 바꾸는 등 한 계절의 옷을 입는 기간이 길어지는 추세

### 근무형태·복장

- 재택 근무 확산, 복장 자율화 등 근무형태 및 복장에 변화가 발생하며 소비자들의 세탁소 이용 패턴 변화
  - 과거에는 정장 드라이클리닝, 와이셔츠 세탁·다림질을 중심으로 세탁소 이용률이 높았으나, 최근 재택 근무 및 복장 자율화 등으로 정장 착용이 감소하며 관련 수요 감소

### 라이프스타일

- 의류 관리 가전의 이용 확대로 세탁소 이용에 대한 니즈 변화
  - 스타일러, 건조기, 스팀 다리미 등 각종 의류 관리 가전의 보편화로 기존에는 집에서 처리하기에 어려움이 있어 세탁소에 맡겼던 이불 빨래, 정장 바지 다리기, 코트 손질 등을 집에서 편리하게 가전으로 해결 가능

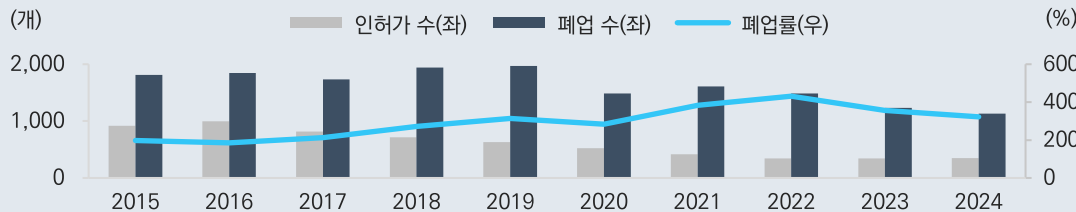
### 원부자재 가격

- 세탁소 운영에 소요되는 각종 필수품·소모품의 가격 상승으로 비용 부담 증가
  - 세탁 포장 비닐, 옷걸이, 드라이클리닝 기름 등 각종 원부자재 및 소모품의 가격 상승으로 세탁소 운영상의 애로사항 증가

### 세탁업주 고령화

- 프랜차이즈 세탁소, 무인 발래방 등 새로운 형태의 세탁소가 기존 세탁소 대체
  - 동네 세탁소를 운영하던 기존 세탁업주들의 고령화가 진행되는 가운데 전통적인 세탁소는 승계 대신 폐업을 선택하는 추세
  - 기존 동네 세탁소의 빈 자리를 코인 발래방, 프랜차이즈 세탁소 등이 대체

[ 국내 세탁업소 개업(인허가) 및 폐업 추이 ]



국내 세탁업소의 개업(인허가) 수는 '15년 917개에서 '24년 350개로 감소하였으며,

폐업률은 '15년 197%에서 '24년 323%로 증가

- ✓ 폐업한 세탁업소 중 25년 이상 운영해 온 업소의 비중은 '15년 15.9%에서 '24년 36.0%로 증가. 업주의 고령화로 운영이 어려워진 전통적인 동네 세탁소가 승계 대신 폐업을 선택하는 경우가 상당수인 것으로 추정

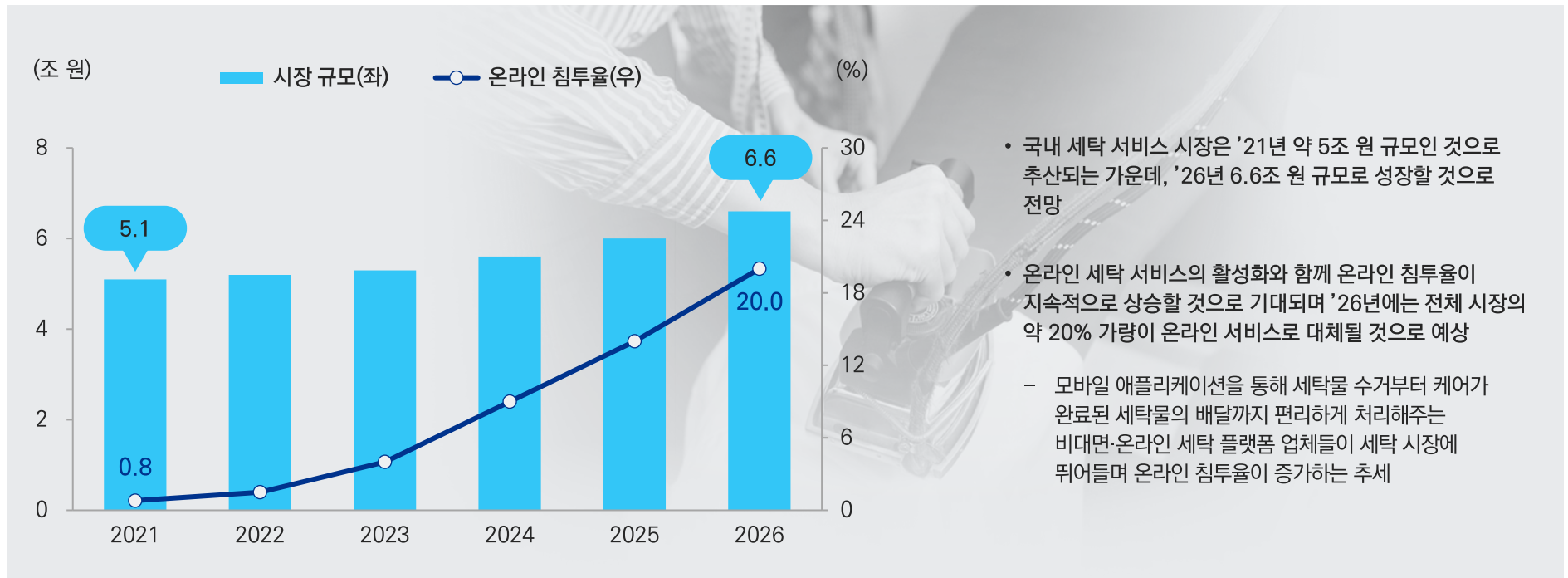
Source: 행정안전부, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 폐업률은 인허가 수 대비 폐업 수의 비율임

# 국내 세탁 서비스 시장 현황

국내 세탁 시장 규모는 2026년 약 6조 원을 넘어설 것으로 추정되고 있으며, 전통적인 동네 세탁소의 빈자리를 향후 온라인 세탁 플랫폼이 대체할 것으로 예상되면서 온라인 침투율 역시 지속 상승할 것으로 전망

## 국내 세탁 시장 규모 추이



Source: 업계 추정, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

# Contents

|                                  |          |
|----------------------------------|----------|
| I. 국내 세탁 서비스 시장 Overview         | 3        |
| <b>II. 세탁 서비스 관련 주요 비즈니스 트렌드</b> | <b>8</b> |
| III. 주요 세탁 서비스 기업 현황             | 13       |
| IV. 결론 및 시사점                     | 20       |



# ① 일상화된 비대면 세탁 서비스

오프라인 세탁소를 기반으로 전개되던 세탁 서비스 시장은 코로나19 이후 비대면 모바일 세탁 서비스 중심으로 이동하기 시작. 특히 2030세대를 중심으로 ‘시성비(시간 대비 성능)’ 트렌드가 확산하면서 세탁소에 웃을 맡기고 찾는 번거로움을 없앤 비대면 세탁 서비스가 각광받고 있음

## 오프라인에서 온라인으로 이동하는 세탁 서비스 ... 비대면 세탁의 일상화

[ 국내 세탁 시장의 진화 ]

**세탁 1.0**

동네 세탁소 중심  
생활 반경 1~1.5km 이내 동네 오프라인 세탁소를 중심으로 세탁 서비스 시장이 형성

**세탁 2.0**

무인 코인 세탁소 보급 확대  
2030세대 중심의 1·2인가구 비중이 확대되면서 무인 형태의 코인 세탁소 이용이 보편화

**세탁 3.0**

비대면 세탁 서비스 확장  
세탁 서비스의 프랜차이즈화·규모화가 가속화되는 동시에 모바일 플랫폼을 기반으로 한 비대면 세탁 서비스가 활성화  
물류 서비스와 함께 세탁 서비스의 광역화가 진전

- 시성비를 중시하는 트렌드가 확산하며 가사노동에 투입되는 시간을 가급적 줄이고자 하는 아웃소싱화가 진행
  - 빨래·드라이클리닝 등을 예약하고 문 앞에 놓으면, 수거 전담 인력이 수거한 뒤 세탁하여 다시 문 앞으로 배송해주는 비대면 세탁 서비스 수요가 증가
- 1인가구 증가와 라이프스타일 변화
  - 출산율 감소와 함께 1·2인 가구가 증가하는 등 소가족 형태의 주거 비중이 높아지면서 모바일을 활용한 비대면 세탁 서비스의 니즈가 지속 확대




|   |  |
|---|--|
| <br>크린토피아  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 크린토피아는 국내 대표 세탁 프랜차이즈로, 기존 오프라인 세탁소를 중심으로 운영해왔으나 '24년 세탁물을 집까지 직접 배송해주는 '수거배달 서비스'를 개시하여 매장 방문 없이 집에서 편하게 서비스를 이용할 수 있도록 함</li> </ul>   |
| <br>의식주컴퍼니 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 의식주컴퍼니는 '19년 비대면 세탁 서비스 '런드리고'를 론칭</li> <li>• 매일 밤 수거신청 후 자택 앞에 세탁물을 두면 이튿날 세탁된 상태로 배송해주는 속도 높은 서비스 실현</li> <li>• 잠금 다이얼을 부착한 '런드렛'이라는 세탁물 보관함을 자체 개발하여 세탁물 분실·도난 우려를 없앴</li> </ul> |
| <br>워시스왓 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 워시스왓은 비대면 세탁 서비스 '세탁특공대'를 '15년 론칭한 이후 소비자 확보에 나서며 서비스를 꾸준히 확장하고 있는 가운데, '22년에 누적 세탁 건수 1,000만여 벌을 돌파하며 성장</li> </ul>  |

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

## ② 세탁을 넘어 수선·의류 보관 등으로 사업 다각화

국내 주요 세탁 서비스업체들은 자사 주력 사업 외 다양한 사업을 추진하며 수익 구조를 다변화하는 모습. 기업들은 세탁의 연장선상에서 소비자들의 니즈가 발생하는 수선·의류 보관 사업으로 밸류체인을 확장하는 한편 가사노동의 외주화 추세에 따라 청소 서비스를 론칭하며 소비자 확보를 위해 외연 확장에 주력

### 세탁을 넘어 수선·의류 보관 등으로 사업 다각화

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>기업들은 세탁 가능 품목을 늘리는 데 전념할 뿐 아니라 서비스 가능 지역 확장 및 세탁 연관 사업으로 다각화하며 외연 확장에 집중</li> <li>주요 세탁 서비스 제공 기업들은 수선·의류 보관, 청소 서비스 등 세탁 연관 서비스로의 확장에 주력하며 사업을 전개 중</li> </ul> | <p style="text-align: center;"><b>수선·의류 보관 등</b> </p> <p>✓ 주요 비대면 세탁 서비스 기업들은 세탁 사업을 넘어 헌 옷 수거, 수선, 의류 보관 서비스 등 다양한 영역으로 밸류체인을 확장하며 고객 기반 확대</p> <p><b>의식주컴퍼니</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>'21년 모바일로 수선 부위와 요청사항을 작성하면 오프라인 매장 방문 없이도 수선이 가능한 '비대면 수선 서비스'를 출시</li> <li>런드리고는 전문적인 수선 서비스를 위해 약 330m<sup>2</sup> 규모의 수선 전용 공장을 신설, 최신 수선 설비를 구축하는 한편 20~30년 경력의 수선 관련 전문가를 영입</li> </ul> <p><b>위시스왓</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>세탁특공대는 국내 물류 종합기업 로지스를 그룹 계열사 중 물품 보관 서비스업체 '마타주'와 제휴하여 의류 보관 서비스 사업을 개시</li> <li>스키복, 롱패딩 등 부피 큰 겨울의류 혹은 자주 입지 않는 옷을 외부 보관센터로 옮겨 주거 환경을 쾌적하게 만들어주는 서비스</li> </ul> | <p style="text-align: center;"><b>청소 서비스</b> </p> <p>✓ 세탁 서비스를 통해 축적한 오염물질 분석 및 제거 등의 노하우를 접목해 입주청소, 거주청소 등 다양한 주거형태를 고려한 맞춤형 청소 서비스로 수익 창출</p> <p><b>크린토피아</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>가사노동 연장선상에서 세탁을 넘어 이사, 거주 공간 청소 등을 전문으로 하는 '크린토피아 이사청소' 서비스 신규 론칭</li> <li>동사는 세탁 분야에서 쌓아온 신뢰와 오염물질 분석 및 제거 등 전문성을 바탕으로 소비자들에게 더 나은 생활 환경을 제공하기 위해 서비스 영역을 확대</li> <li>기본 청소 서비스는 거실, 방, 주방, 화장실, 현관, 베란다 등 주거공간 전반에 걸쳐 진행되며 배수구, 환풍구, 수납장 등 세균 번식이 우려되는 영역에 한해 고온스팀 살균도 가능</li> </ul> | <p style="text-align: center;"><b>커머스 사업</b> </p> <p>✓ 세탁물 수거 물류망을 활용해 헌 옷을 수거한 뒤, 빈티지 의류를 판매하거나 세탁물과 함께 별도 배송 없이 PB 제품을 전달해주는 방식으로 효율화</p> <p><b>의식주컴퍼니</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>런드리고는 세탁물을 받을 때 별도 배송비 없이 제품을 받아볼 수 있는 커머스 사업을 개시</li> <li>직접 개발한 라이프스타일 제품을 PB(자체 브랜드) '라이프고즈온'을 통해 다양하게 제공 중. 가령 그동안 런드리고에서 축적한 400만 장의 와이셔츠 세탁 데이터를 활용해 고객이 선호하는 디자인, 내구성 등을 반영한 친환경 프리미엄 와이셔츠를 개발</li> </ul> <p><b>위시스왓</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>세탁특공대는 '24년 2월 빈티지 의류를 판매하는 팝업스토어 '1유로 프로젝트'를 진행한 이후 매장 'WASHER'를 오픈</li> <li>세탁특공대는 이용자가 세탁물을 맡기면서 함께 버린 헌 옷을 수선하여 상품 마련</li> </ul> |
|--|--|--|--|

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

### ③ B2C에서 B2B 대상 세탁 서비스로 확장

B2C(Business to Customer) 중심으로 비즈니스를 전개해오던 주요 세탁 서비스 기업들은 호텔, 병원 등을 대상으로 하는 B2B(Business to Business) 세탁 서비스 시장에서 기회를 엿보고 M&A, 리브랜딩, 신규 비즈니스 론칭 등을 통해 적극적으로 B2B 시장 공략

#### B2B 세탁 서비스 시장의 비즈니스 기회

B2B 세탁 서비스 시장은 대량 고객을 기반으로 안정적인 수익을 창출할 수 있다는 측면에서 주목을 받고 있는 가운데 기존 호텔, 병원 등 대형업체 중심에서 피트니스 센터, 식당, 미용실 등 중소형 업체로 비즈니스 범위가 확대되는 양상

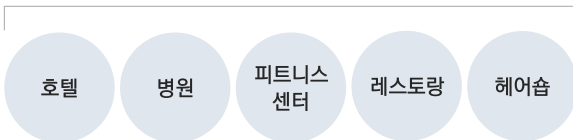
#### 1 대량 고객 확보 가능

- 사업자가 비즈니스를 중단하지 않는 이상 지속적으로 반복적인 수요가 발생하며, 중·장기적 파트너십 구축을 통한 안정적인 수익 기반 마련이 용이
- B2C 대비 건당 단가가 높아 수익성 개선 가능

#### 2 가격 민감도가 높지 않음

- B2C 일반 소비자 대비 가격 변동 및 혜택에 민감하지 않은 경우가 다수로 합리적 가격에 거래 가능

#### [ B2B 세탁 서비스 비즈니스 범위 ]



#### 주요 세탁 서비스 기업의 B2B 비즈니스 현황

##### 크린토피아

의료·유니폼·호텔의 B2B 세탁 포트폴리오를 구축하며 B2B 비즈니스 영역 확대

- 크린토피아는 '15년 의료세탁 서비스를 론칭하며 B2B 세탁 서비스 시장에 진출. 최첨단 의료 전문 세탁 센터를 구축하고 세브란스병원, 서울대학교병원, 삼성서울병원 등 국내 주요 대형 병원을 고객사로 확보. '제2 의료 세탁 센터'를 증축하면서 중소형 병원까지 서비스 확대 계획
- '21년 대형 커머스 기업의 물류센터에서 발생하는 작업복 세탁을 실시하며 유니폼 세탁 시장 진출
- 크린토피아는 '23년 호텔 린넨 세탁 서비스 전문기업 크린워시를 인수하며 B2B 호텔 세탁 시장에 뛰어들어 B2B 비즈니스 포트폴리오 다각화
  - 크린워시는 포포인츠 웨라톤, 캔싱턴, 메리어트 등 국내 16여 개 호텔을 고객사로 보유

##### LaundryGo

M&A를 통해 B2B 호텔 세탁 시장에 진출하고 리브랜딩으로 B2B 비즈니스 본격화

- 런드리고를 운영하는 의식주컴퍼니는 '22년 아워홈의 자회사인 호텔 세탁 전문 업체 크린누리의 비즈니스와 설비자산을 모두 인수하는 계약 체결
  - 크린누리는 워커히, 노보텔 엠베서더 등 국내 30여 개 호텔을 대상으로 세탁 서비스를 제공하고 있으며, 보유 중인 세탁 공장 크기는 5,345㎡ 규모
- 런드리고 B2B 부문을 전면 개편하여 '호텔앤비즈니스'로 리브랜딩하고, 레스토랑, 피트니스 센터 등 유니폼이나 소비자 세탁물이 발생하는 사업장으로 비즈니스 확장
- 더플라자호텔, 콘래드 서울, 인스파이어 리조트 등 5성급 호텔 다수와 제휴를 맺은 데 이어 '25년 그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스 호텔과 세탁 계약 체결

#### B2B 렌탈 시장 진출로 비즈니스 다각화

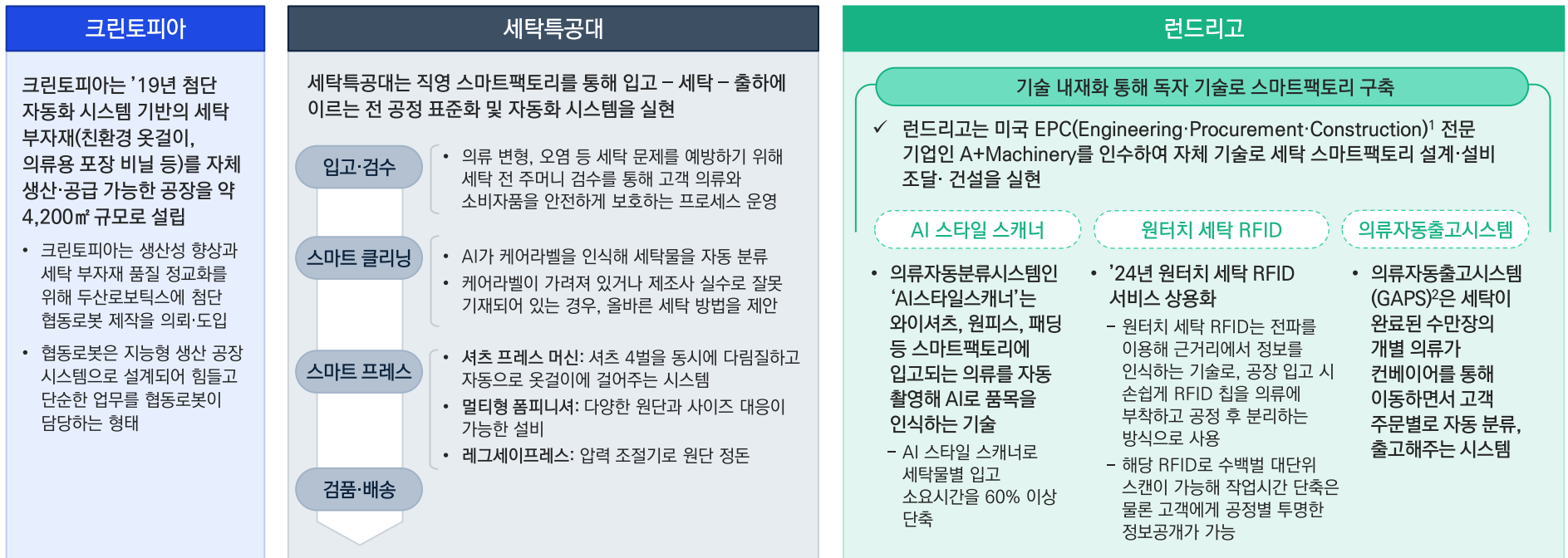
- 호텔 세탁 서비스의 노하우를 접목하여 호텔 린넨·타월을 숙박업체에 빌려주는 렌탈 비즈니스를 '24년 론칭

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

## ④ 세탁 스마트팩토리로 서비스 혁신 및 경쟁력 강화

개인 라이프스타일에 따른 차별화된 세탁 서비스에 대한 수요가 꾸준히 증가함에 따라 세탁 서비스업계는 지속적인 기술 개발과 함께 스마트팩토리 구축에 나서고 있음. 기업들은 AI 기반 머신을 통해 의류 분류, 세탁, 다림질, 포장 등을 자동화함으로써 고객 수요에 빠르고 정확하게 대응하여 효율화 향상 시도

### 스마트팩토리로 완성되는 세탁 서비스 혁신



Source: 각 사, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note1: EPC는 스마트팩토리의 설계(Engineering), 조달(Procurement), 건설(Construction)의 줄임말

Note2: GAPS는 Garment Auto-Picking System의 약자


# Contents

|      |                       |    |
|------|-----------------------|----|
| I.   | 국내 세탁 서비스 시장 Overview | 3  |
| II.  | 세탁 서비스 관련 주요 비즈니스 트렌드 | 8  |
| III. | 주요 세탁 서비스 기업 현황       | 13 |
| IV.  | 결론 및 시사점              | 20 |

# 주요 기업 현황 - ① 크린토피아

크린토피아는 국내 최대 프랜차이즈 세탁업체로 입지를 확보하며 성장세 지속. 세탁편의점 서비스 모델로 차별화를 도모하고, 코인 빨래방, 멀티숍 등으로 가맹점 형태를 세분화하며 비즈니스 확장. 아울러 소비 트렌드 변화에 맞춰 디지털 전환을 시도하는 동시에, B2B 시장에서도 M&A를 통해 새로운 영역을 개척하고 안정적인 포트폴리오 구축

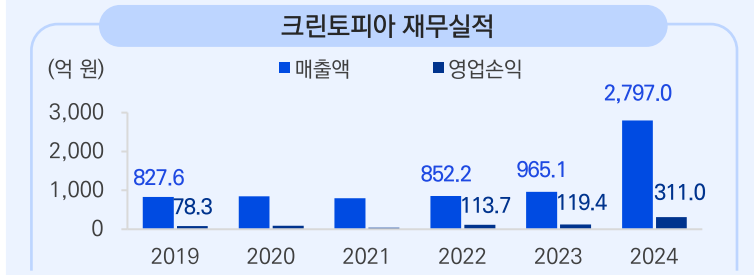
## 크린토피아 Overview 및 재무실적



**크린토피아**

크린토피아는 세탁 가전 진화와 비대면 세탁 앱 경쟁 속 안정적인 비즈니스 포트폴리오를 기반으로 흑자를 창출하며 선두 유지

- 크린토피아는 '92년 LG화학(구 럭키) 출신이 창업한 국내 1위 세탁 프랜차이즈 기업으로 '21년 사모펀드 운용사 JKL파트너스가 크린토피아 지분 100%를 인수하여 운영 중
- B2C·B2B를 대상으로 온·오프라인 전방위적으로 세탁 서비스를 제공. '22년 기준 135개 지사와 가맹점 수 3,000여 개 돌파
- 크린토피아는 '24년 매출액 전년대비 189.8% ↑, 영업이익 160.5% ↑ 성장하는 등 괄목할만한 실적 달성



Source: 금융감독원 전자공시시스템, 삼정KPMG 경제연구원

## 최근 동향 및 이슈

|           |  |   |  |    |   |
|-----------|--|---|--|----|---|
| 주요 서비스 분야 | B2C  |   | B2B  |    |   |
|           | 오프라인   | O2O   | 온라인  | 호텔 | 병원 (의료세탁)                                       |
|           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 세탁편의점 '크린토피아'</li> <li>• 24시 코인 빨래방 '코인워시365'</li> <li>• 멀티숍 '크린토피아 Multi'</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 모바일 앱으로 가맹점과 소비자를 연결하고 픽업·딜리버리 서비스 제공</li> </ul> |  |    |   |
|           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 특수 품목 세탁</li> <li>• 프리미엄·영품</li> <li>• 운동화·이불</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 의류 보관</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 청소</li> </ul> |    |   |
|           |  |   |  | 렌탈 | * 의료기관 및 호텔 등 필요한 업체에게 렌넨 제품(침구, 근무복, 가운 등)을 렌탈 |

**특징 및 강점**

세탁편의점·코인워시·멀티숍으로 가맹점 형태 세분화

- 대표 가맹점 형태인 세탁편의점은 다리미와 세탁기가 없는 세탁소 형태로, 가맹점은 소비자의 세탁물을 접수하여 공장으로 보내고 공장에서 세탁한 세탁물을 수거해 소비자에게 전달하는 역할 담당. 크린토피아 각 지사는 하루에도 수 차례 가맹점이 접수한 세탁물을 수거해 공장으로 배송
  - 가맹점주의 투입 노동력을 최소화하고 가맹점 창업의 진입 장벽을 낮추어 가맹점 수를 빠르게 확대하고 세탁 시장 내 지배력 강화

오프라인 점포 기반 O2O 서비스 제공으로 온라인 비즈니스 효율화

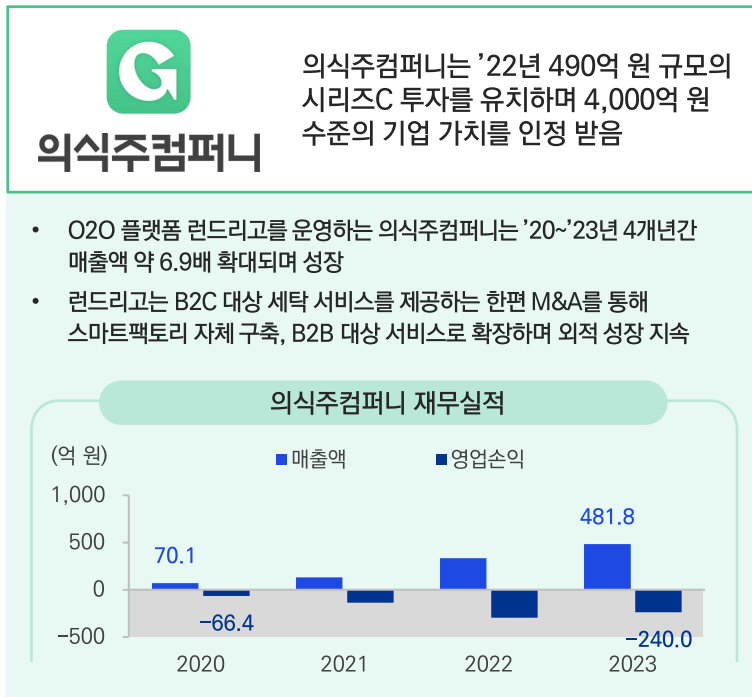
- 크린토피아의 온라인 비즈니스는 기존 가맹점 점주들이 소비자에게 비대면 접수 및 딜리버리 서비스를 제공하는 형태로 기존 점포를 최대한 활용하여 비용 부담 감소 및 비즈니스 효율화 도모

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

## 주요 기업 현황 - ② 의식주컴퍼니

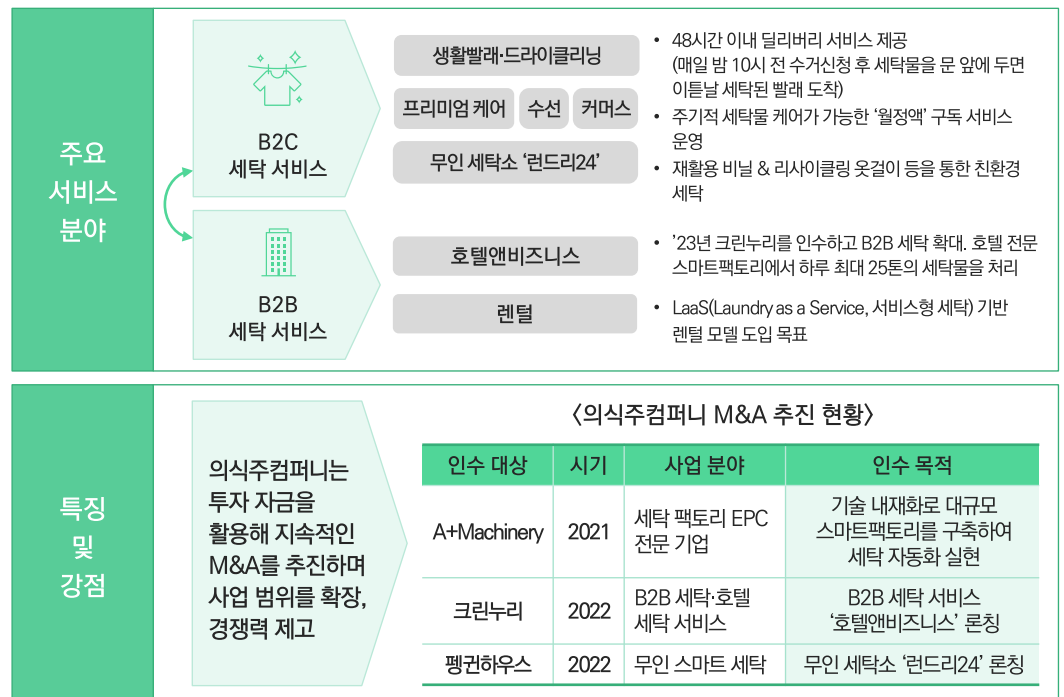
의식주컴퍼니는 O2O 플랫폼 런드리고를 운영 중인 가운데, 생활빨래·드라이클리닝뿐만 아니라 수선, 커머스 사업 등 폭넓게 사업을 전개하며 성장세를 지속. 동사는 B2C 대상 O2O 서비스에 주력해왔으나 M&A를 통해 호텔 대상의 B2B 세탁 서비스와 더불어 무인 세탁소 등으로 사업을 확장하는 한편 스마트팩토리 구축 관련 기술을 내재화

### 의식주컴퍼니(런드리고) Overview 및 재무실적



Source: 금융감독원 전자공시시스템, 삼정KPMG 경제연구원

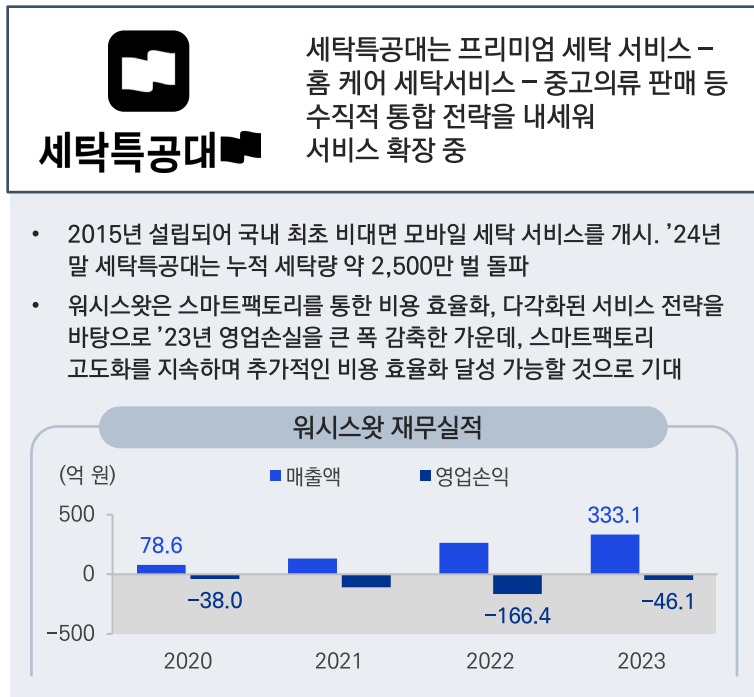
### 최근 동향 및 이슈



## 주요 기업 현황 - ③ 위시스왓

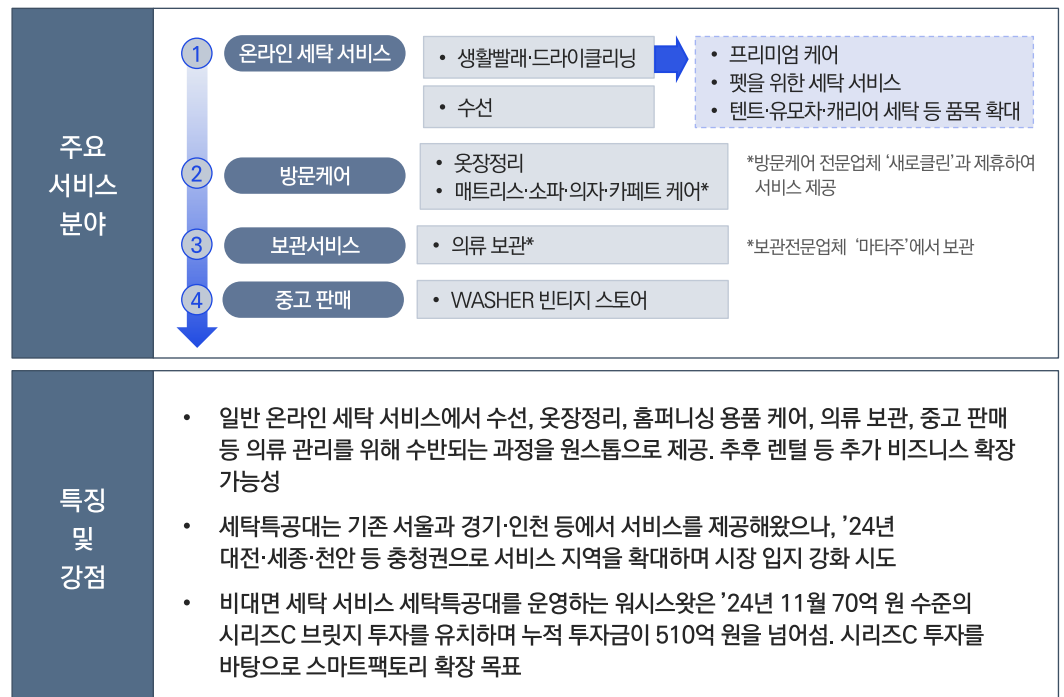
위시스왓은 국내 최초 비대면 모바일 세탁 서비스 '세탁특공대'를 론칭. 서울·경기 중심의 서비스 지역을 추후 전국으로 확대하는 동시에 소비자의 세분화되는 니즈에 맞춰 옷과 관련된 다양한 편의 서비스 제공을 목표로하며 사업을 확장하고 있음

### 위시스왓(세탁특공대) Overview 및 재무실적



Source: 금융감독원 전자공시시스템, 삼정KPMG 경제연구원

### 최근 동향 및 이슈



Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원



## 기타 세탁 서비스 관련 플레이어

| 기업명    | 브랜드명  | 주요 사업      | 설립연도 | 내용   |
|--------|---|------------|------|--|
| 청세     |  청춘세탁<br>청춘세탁          | 무인 세탁소     | 2017 | <ul style="list-style-type: none"> <li>청춘세탁은 세탁소와 고객을 연결해주는 O2O 세탁 플랫폼 사업과 함께 가맹 무인 세탁 서비스를 제공 중                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 친환경 세탁 서비스 스타트업으로 드라이클리닝을 대체할 수 있는 공법인 '친환경 워터클리닝'을 도입</li> </ul> </li> <li>청춘세탁은 코인 빨래방 프랜차이즈를 운영하는 코리아런드리와 업무협약을 맺고, 코인 빨래방의 수거·배달 서비스를 제공하며 고객 불편함을 해소</li> </ul> |
| 코리아런드리 |  WASHENJOY<br>워시엔조이    | 무인 세탁소     | 2013 | <ul style="list-style-type: none"> <li>코리아런드리는 상업용 세탁기·건조기 등 세탁장비 전문 유통업체로 상업용 시설에 세탁장비를 공급하는 한편 다년간 축적된 세탁 노하우를 활용하여 셀프 무인 세탁소 프랜차이즈 '워시엔조이', '어반런드렛'을 운영 중</li> </ul>  |
| 매일새옷   |  매일새옷<br>매일새옷          | 세탁 배달 플랫폼  | 2022 | <ul style="list-style-type: none"> <li>매일새옷은 전국 동네 세탁소들과의 협력하여 O2O 세탁 서비스를 제공하는 기업. 고객이 플랫폼으로 세탁 및 수선 서비스를 예약하고 수거백에 담에 문 앞에 놔두면 동네 제휴 세탁소에서 수거 후 세탁, 배달해주는 방식으로 운영</li> </ul>   |
| 제클린    |  JeCLEAN<br>제클린       | B2B 세탁     | 2017 | <ul style="list-style-type: none"> <li>제클린은 숙박 사업자를 대상으로 호텔식 베딩 제공뿐만 아니라 세탁, 케어 서비스를 제공하는 B2B 대상 세탁 서비스업체임. 최근에는 침구·타올의 재생 원료화와 재생 제품 개발 등으로 업사이클링에도 주력하고 있음</li> </ul>  |
| 민트멤버스  |  MINT HOUSE<br>민트하우스 | 프리미엄 세탁·케어 | 2022 | <ul style="list-style-type: none"> <li>민트멤버스가 운영하는 '민트하우스'는 소비자가 명품을 오랫동안 입을 수 있도록 명품 세탁·케어·수선 서비스를 전문적으로 제공하는 플랫폼                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 민트하우스에서는 명품 케어 전문가가 직접 제품을 케어하고 새것처럼 관리해주며, 이에 럭셔리 및 한정판 제품 마니아층 중심으로 호응을 얻고 있음</li> </ul> </li> </ul>   |

Source: 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

## [참고] 글로벌 주요 세탁 서비스 기업 현황

해외에서도 배달원이 방문해 세탁물을 수거하고 고객이 지정한 시간에 맞춰 세탁물을 배달해주는 ‘온디맨드(On-demand)’ 방식 기반의 세탁 서비스가 활성화

### 글로벌 주요 세탁 서비스 기업 사업 현황

#### 미국·유럽



##### Rinse

- 미국 샌프란시스코에 기반을 둔 주문형 세탁 및 드라이클리닝 서비스 기업으로, 의류 픽업·배달 서비스를 제공
- 수차례 펀딩 라운드를 통해 확보한 투자금을 바탕으로 샌프란시스코에서 로스앤젤레스, 시카고, 워싱턴DC 등 미국 주요 지역으로 서비스 확장

##### Hampr

- 미국의 Hampr는 일반세탁, 드라이클리닝 등의 서비스를 제공하는 모바일 기반 온디맨드 세탁 서비스 제공업체로, 고객이 세탁물을 쉽게 주문하고 수거 및 배달을 받을 수 있도록 편의성을 도모. 일정 금액을 지불하면 일정 기간 동안 세탁 서비스 이용 혜택을 누릴 수 있도록 하는 구독 서비스를 함께 제공

##### Laundryheap

- 영국 런던을 중심으로 사업을 영위 중인 온디맨드 세탁 서비스 기업으로, 수거 후 24시간 내 세탁 완료 후 배송해주는 빠른 서비스로 소비자 호응을 얻고 있음

#### 일본



##### WASHHOUSE

- WASHHOUSE는 세탁기와 건조기를 갖춘 코인세탁소 운영 업체로, '20년부터 온디맨드 세탁 서비스를 제공. 소비자는 모바일 앱을 통해 세탁물 수거 및 배달을 예약하고, 세탁 상태나 진행 상황을 실시간으로 확인 가능. '16년 IPO(기업 공개)를 통해 도쿄증권거래소에 상장

##### Futonmaki Jiro

- Futonmaki Jiro는 이불이나 요 등의 침구류에 특화된 세탁 서비스를 O2O 방식으로 제공. 일반 세탁법과 다른 침구류 특화 세탁 솔루션을 적용한 것이 특징

##### Hakuyosha

- Hakuyosha는 일반 세탁 및 드라이클리닝 서비스를 제공하는 전문업체로, B2C뿐만 아니라 B2B를 대상으로 한 상업용 세탁 서비스를 영위하며 다양한 산업분야에서 세탁 솔루션을 제공 중. 일본 전역에 걸친 서비스 네트워크와 수거 및 배달 서비스, 온라인 예약 시스템 등을 통해 편의성과 효율을 도모

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

# [참고] 글로벌 세탁 서비스업계 M&A 동향

글로벌 주요 온디맨드 세탁 서비스업체는 M&A를 바탕으로 자국 내 및 글로벌 서비스 지역을 확대하는 한편 오프라인 의류 전문 세탁 혹은 청소 서비스 등 연관 서비스로의 진출 기회를 마련

|  |   |
|--|---|
|  <p>Rinse</p>       | <p><b>미국 내 다양한 업체를 인수하여 미국 내 영향력 확대</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국의 Rinse는 온디맨드 세탁 서비스업체를 순차적으로 인수하며 서비스 지역 확장 및 인프라 확보에 주력. '16년 Washio 인수를 시작으로 '24년 Loopie까지 유사 서비스를 제공하는 업체 여러 곳을 인수하며 규모 확장을 지속</li> <li>• LG전자는 '21년과 '22년 Rinse에 투자를 단행한 가운데, '25년 추가 투자를 통해 총 보유 지분율을 40% 이상으로 확대</li> </ul>   |
|  <p>Laundryheap</p> | <p><b>M&amp;A 통해 해외 시장으로의 진출 발판 마련</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 영국 런던 기반의 Laundryheap은 온디맨드 세탁 서비스 섹터 주요 경쟁사 중 하나인 Laundrapp을 인수하여 영국 전역에 대한 입지를 강화. '23년 프랑스의 Wast와 Lavoir Moderne을 인수하여 해외 사업을 강화하였고, '24년에는 페루의 GetLavado를 인수하며 라틴아메리카 시장으로 진출 시도</li> </ul>   |
|  <p>ByNext</p>    | <p><b>물업전락을 통해 고객 기반을 확대하고 연관 서비스 진출로 시너지 창출 시도</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• '20년 NextCleaners와 Cleanly와의 합병으로 탄생한 ByNext는 수차례의 M&amp;A를 통해 미국 내 포함 영국으로 서비스 지역을 확장하였고, '21년에는 럭셔리 의류를 대상으로 고품질 세탁 및 복원 서비스를 제공하는 Madame Paulette를 인수하고 신규 서비스를 출시하는 한편 '23년 주거 청소 서비스업체 인수로 사업을 확장하며 시너지 창출</li> </ul> |

| 인수 기업            | 피인수 기업                    | 시기     | 인수 목적                        |
|------------------|---------------------------|--------|------------------------------|
| Rinse (미국)       | Washio (미국)               | '16.10 | 워싱턴DC 중심 서비스 지역 확장           |
|                  | OffToYou (미국)             | '20.03 | 새너제이(San Jose) 중심 서비스 지역 확장  |
|                  | DRYV (미국)                 | '20.11 | 시카고 중심 서비스 지역 확장             |
|                  | ButlerBox (미국)            | '21.05 | 로스앤젤레스 중심 서비스 지역 확장          |
|                  | FlyCleaners (미국)          | '21.08 | 뉴욕 중심 서비스 지역 확장              |
|                  | Room Service Laundry (미국) | '22.11 | 뉴욕 내 입지 확대                   |
|                  | Loopie (미국)               | '24.05 | 시애틀 중심 서비스 지역 확장             |
| Laundryheap (영국) | Laundrapp (영국)            | '22.04 | 영국 전역에 대한 영향력 확대             |
|                  | Wast (프랑스)                | '23.06 | 프랑스 파리로의 사업 확장               |
|                  | Lavoir Moderne (프랑스)      | '23.11 | 프랑스 시장 내 입지 강화               |
|                  | GetLavado (페루)            | '24.08 | 라틴아메리카로의 사업 진출·확장            |
| ByNext (미국)      | Cleanly (미국)              | '20.03 | Cleanly와의 합병으로 ByNext로 사명 변경 |
|                  | Washbox (미국)              | '21.03 | 로스앤젤레스 중심 서비스 지역 확장          |
|                  | Madame Paulette (미국)      | '21.04 | 오프라인*를 위한 세탁·복원서비스 론칭        |
|                  | Lazy Susans (미국)          | '23.05 | 주거 청소 서비스 진출 통해 시너지 창출       |
|                  | Laundry Angels (미국)       | '23.06 | 서비스 지역 확장                    |
|                  | Love2Laundry (영국)         | '23.10 | 영국 중심 서비스 지역 확장              |

Source: PitchBook(2025.03), 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원  
 Note\*: 오프라인(Haute Couture)란, 유명 디자이너가 소수 고객층을 위해 맞춤 제작하는 의류를 의미

# Contents

|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| I. 국내 세탁 서비스 시장 Overview  | 3         |
| II. 세탁 서비스 관련 주요 비즈니스 트렌드 | 8         |
| III. 주요 세탁 서비스 기업 현황      | 13        |
| <b>IV. 결론 및 시사점</b>       | <b>20</b> |

# Key Takeaways

## 세탁 서비스 시장 주도권을 잡기 위한 기업들의 성공 전략은?

- ✔ 기존 동네 세탁소 업주들의 고령화와 더불어 환경·사회·경제적 변화가 맞물리며 세탁 서비스업계 비즈니스 환경이 변화
- ✔ 소비자 라이프스타일 변화로 촉발된 세탁 서비스의 오프라인에서 온라인으로의 이동이 가속화될 것으로 예상
- ✔ 아직까지는 세탁 서비스의 온라인 침투율은 10% 내외로 낮게 형성되어 있으나 향후 온라인 침투율 상승에 따라 비대면·온라인 세탁 시장이 성장할 것으로 기대

- |  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 세탁 서비스 시장 내 경쟁이 치열해지는 상황에서 기업들은 다양한 세탁 연관 서비스로의 다각화를 통해 경쟁력을 강화해야 함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가령, 기존 의류 중심의 세탁 서비스에서 소파·매트리스 케어 등 고부가가치 품목으로 확장할 때 수익성 제고가 가능할 것으로 보임</li> <li>- 세탁 서비스 기업들은 주력 사업으로 축적한 오염물질 제거 등의 노하우를 활용하거나 혹은 보다 전문적이고 효율적인 서비스 제공을 위해 방문케어 전문업체와의 협업을 고려할 수 있음</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 전통적인 세탁 서비스업은 기본적으로 건당 단가가 높지 않고 비즈니스 영역이 동네에 한정되어 있어 수익성 확보가 제약적임. 그러나 최근 부상하는 비대면·O2O 세탁 서비스 시장은 규모의 경제 달성을 통한 원가 절감으로 수익성 극대화를 도모할 수 있는 구조             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공정 효율화, 인프라 고도화를 통한 비용 절감의 중요성이 강조됨에 따라 기업들은 첨단 기술 기반의 스마트팩토리 구축을 통해 온라인 세탁 서비스의 핵심 경쟁력을 확보할 필요. 아울러 최대한 많은 소비자에게 서비스를 제공할 수 있도록 효율적인 광역 물류망을 구축하여 고객을 확보하고 물동량을 늘려야 할 것</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 국내 주요 세탁 서비스 플레이어 간 B2B 서비스로의 확장 움직임이 관찰. B2B 세탁 서비스 시장은 대규모 고객 기반을 확보할 수 있고, 장기간 안정적인 고객 관계 유지가 가능하다는 점에서 신규 수익을 창출할 수 있는 시장으로 여겨짐             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기업들은 중소규모 B2B 세탁 서비스업체와의 파트너십 혹은 M&amp;A를 추진하여 세탁 서비스 시장 전반에서 비즈니스 기회 모색 필요</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 마케팅을 통한 고객 확보, 편리한 물류 서비스 제공 등 세탁 서비스의 경쟁력을 높이는 다양한 비즈니스 전략이 전개되고 있으나, 세탁 서비스업의 본질은 만족스러운 세탁 품질 제공에 있음을 간과해서는 안 될 것. 세탁은 일회성으로 끝나는 행위가 아닌 소비자의 라이프 전반에 걸쳐 니즈가 반복적으로 발생하는 특성을 지니며, 세탁 품질에 대한 이슈가 발생할 경우 소비자의 재선택을 받기 어려움             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 따라서 효과적인 세탁 솔루션 개발, 철저한 세탁 공정 모니터링, 품질 보증 및 AS 서비스 프로세스 구축 등 소비자 품질 만족도 제고를 위한 각종 시스템 구축에 힘써 소비자 및 신뢰 관계를 형성하고 충성 고객을 확보해야 함</li> </ul> </li> </ul> |
|--|---|---|---|

Source: 삼정KPMG 경제연구원



# Business Contacts

하병제  
부대표  
T 02-2112-0715  
E bha@kr.kpmg.com

박영결  
전무  
T 02-2112-0749  
E younggulpark@kr.kpmg.com

조장균  
전무  
T 02-2112-7782  
E changkyuncho@kr.kpmg.com

## [home.kpmg/kr](http://home.kpmg/kr)

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2025 KPMG Samjong Accounting Corp., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.