



보관업,

개인에게
손을 뻗다

- ① eTrunk
- ② City Storage
- ③ The box

조용히 성장하고 있는 '개인용창고' 시장

물류의 5대 기능인 포장, 보관, 하역, 운송, 정보관리는 주로 B2B 형태로 사업다. 이 때문에 대부분의 물류기업들은 최종 소비자 보다는 기업들을 대상으로 비즈니스를 해왔다. 그러다 1990년대 초 개인을 대상으로 한 물류 서비스가 등장하게 된다. 상품이나 원자재를 위한 운송 기능이 e-비즈니스 활성화에 따라 최종 소비자를 상대하는 '택배' 라는 B2C 서비스가 생겨난 것이다. 시작한지 10여년이 지난 지금 택배시장은 연 20%의 성장률(물량기준)을 보이며 생활서비스로 자리 잡았다. 그러나 택배 외에는 최근까지 눈에 띄는 B2C 서비스 모델이 없는 실정이다.

미국 20조원, 일본 10조원의 셀프스토리지 시장

하지만 지금은 사정이 달라졌다. 2007년 말에서 2008년 중반 물류의 보관기능에서 개인용 비즈니스 모델이 등장했다. 기업의 대량 문서 보관이나 개인이 미술품이나 옷가지, 가재도구 등을 보관할 수 있는 개인용 업체들이 생겨난 것. 개인용 창고업은 셀프 스토리지(Self Storage)사업이라고도 불리며 일본에서는 트렁크룸 사업이라고 일컫는다. 이 사업은 개인소장품을 보관하는 B2C 시장과 기업의 문서 등을 보관해 주는 B2B 시장이 공존하고 있다. 영국에서 가장 먼저 생겨나 미국, 호주 등 영문화권에서 주로 활성화됐다. 전문가들은 1800년대 후반 산업화, 도시화가 진행되면서 공간의 효율성을 중시하는 분위기가 조성됨에 따라 이러한 사업이 시작된 것이라 보고 있다. 가까운 일본에서도 1970년대에 발전하기 시작해 현재 트렁크룸 시장에 500여개의 업체가 존재하고 있다. 일본물류협회 내에 트렁크룸협회가 있어 고객의 클레임에 대한 보상 등을 규정짓고 약관 등을 만드는 등 단독산업으로 성장한 상태다. 이는 1964년 동경올림픽 이후 국가 경제가 급성장하고 해외 파견이 많아지면서 트렁크룸 수요가 많아진 덕분으로 추측된다. 일본 트렁크룸 시장은 약 10조 원 (B2B 3조 원, B2C 7조 원)으로 추정된다. 영업 이익률도 20~25%를 보여 고부가가치 시장으로 인식되고 있다. 미국의 셀프스토리지 시장은 노래방 하나 운영하듯 패밀리 비즈니스 형태로 발전했으며 80% 이상이 지역적 특성을 살린 소기업들로 구성돼 있다. 미국의 셀프스토리지 규모는 약 20조 원이다.

물류기업, 개인서비스 확대 위해 진입

국내 개인용 창고업 시장의 짧은 역사는 1990년 후반 파생적인 형태로 시작된다. 해외이사업체들이 이주 잔여물을 보조적으로 보관하면서 2~3개의 업체가 크게 성장했다. 다른 방면에서는 200여개의 문서 파쇄 업체들이 파생적으로 보관서비스를 하기 시작했다. 2007년 말에 개인용 창고업을 중심으로 한 기업들이 등장했으며 현재 약 10여개의 기업이 이 시장에 진출해 있다. 관련업계는 이 시장을 6~7천억 원으로 보고 있으며 무한한 시장이 잠재돼 있다고 내다봤다. 눈에 띄는 것은 이러한 기업들 중 일부가 물류기업을 모기업으로 삼고 있다는 것이다. 물류 컨설팅 전문업체 (주)아세테크가 2007년 7월 내부에 트렁크룸사업부를 신설하고 2008년 12월 분사해 이크렁크룸(주)을 설립했다. 주류전문물류기업 오크라인도 2008년 9월 더박스라는 개인용 창고업체를 설립했다. 최근에 개인용 창고업에 진출한 시티스토리지도 태온물류라는 관계사를 가지고 있다. 이러한 움직임은 물류기업들이 기업에서 개인으로 눈을 돌려 서비스 확대를 추진하고 있는 것으로 풀이된다.

더박스의 마승철 대표는 "일본의 와인 물류 시장을 살펴보다 개인 와인 보관을 비롯해 개인물품 보관업이 성행하는 것을 발견했다"며 시작 배경을 설명했다.

이어 마대표는 "개인용 창고업은 단기간 수익을 볼 수 없어 큰 기업이 들어오기 쉽지



않고 소기업이 보다 쉽게 접근할 수 있다. 외국에서도 작은 회사들 위주로 개인용 창고업 시장이 구성돼 있어 시장 가능성을 봤다”고 덧붙였다.

시티스토리지의 양지훈 이사는 “2008년 말 태운 물류의 여주센터 중 600평을 미술품 수장고 형태로 건설했으나 한국시장이 넓지 않아 기대만큼의 수요가 없었다”며 “외국의 셀프스토리지 개념의 사업을 연구하다 개인을 대상으로 한 도심형 창고 서비스를 시작하게 됐다”고 설명했다.

외부에 보관한다는 인식 변화가 시장 확대의 열쇠

관련 업계에서는 국내 개인용 창고업 활성화의 시기를 빠르면 2~3년, 늦으면 10~20년으로 보고 있다. 아직은 외부에 자신의 물건을 보관한다는 인식 부족이 확산의 걸림돌로 작용하기 때문이다. 월 사용료를 내고 외부에 집을 맡긴다는 문화 자체가 없어서다.

이에 영업 전략도 B2C 분야에서는 문화바꾸기에 중점을 두고 있다.

더박스는 개인용 창고업을 ‘문화물류(Culture Storage)’라 바꾸고 온라인 위주로 활발한 마케팅으로 하고 있다. B2C 시장에서는 이삿짐이나 폐업 시 물품을 맡기는 사례가 주를 이루나 다양한 상품 개발을 통해 시장을 확대해 갈 방침이다. 미술품이나 와인 같은 고가품의 경우 상위 0.1%, 일반제품은 3~5%의 상류층을 주 타깃잡고 접근중이다.

이 회사의 마대표는 “개인에게 공간과 시간을 더 가치 있게 재창출할 수 있는 기회를 제공하고 있다는 의미로 사업을 하고 있다”며 “어릴 적 추억이나 가족의 역사물 등을 보관할 장소가 마땅치 않아 버려지는 경우가 많은데 이를 대신 보관해줘 수십 년이 지난 후에도 추억할 수 있다는 의미”라고 말했다. 이어 마대표는 “문화물류는 생활문화를 업그레이드할 수 있는 도구”라고 강조했다.

한편 외부적인 요인들로 인해 이러한 분위기 변화는 빠른 시일 내에 가시화 될 것으로 기대된다. 정부가 부동산 소유욕을 억제하기 위해 보유세를 강화하고 있으며 주택의 개념도 과거 크기가 재력을 상징하는 것에서 효율적인 크기를 지향하는 분위기로 차츰 변하고 있다. 보관 공간이 적은 주상 복합형이나 원룸형 주택의 유행도 개인용 창고 시장 확산에 힘을 실는다. 또한 1인가구나 핵가족화에 따른 싱글라이프의 정착으로 여행이나 이사의 빈도수가 많아지면서 보관 수요가 늘어나 개인용 창고 사업의 성장을 앞당기고 있다.

생활서비스로 자리 잡은 보관서비스를 만나볼 날이 머지않아 보인다.

(배수진 기자, sjbae@knews.co.kr)

입지 않는 겨울옷, 학창시절 앨범 우리에게 맡기세요

내 물건을 자주 확인하고 싶다면 ‘City Storage’

아웃소싱 전문 업체 (주)스텝뱅크가 지난 4월 시티스토리지라는 이름으로 개인용창고업 시장에 진출, 물류서비스를 시작했다. 시티스토리지는 ‘도심 속 나만의 창고’라는 콘셉트로 접근성을 높였다는 것이 경쟁력이다. 현재 여의도백화점 10층, 도심 한가운데 위치했다. 도보나 차량 또는 대중교통을 이용해 언제든지 보관한 물품을 확인할 수 있다. 부인 몰래 구입한 골프채를 보관하다 골프 치러 가기 전 들러 챙겨가거나 집안에 보관할 장소가 마땅치 않은 프라모델 조립을 취미로 가진 이들에게 높은 접근성은 너무나 매력적인 요소다. 실제로 일본이나 홍콩은 주로 전철역 인근에 위치해 있다.

양지훈 이사는 “지하철의 물품보관소는 접근성은 높으나 너무 크기가 작고 창고나 컨테이너임대는 공간은 충분하지만 이용절차가 복잡하고 접근성이 낮아 그 틈새시장을 노렸다”고 말했다.

여의도에는 룸 15개, 캐비닛 95개로 구성된 총 90평의 공간이 확보돼 있는 상태다. 서비스 시작 2개월 후인 지금 약 10%가 가동되고 있으며 주로 계절 옷, 미술품, 노트북, 회사 서류 등이 보관돼 있다.

양 이사는 “이용에 대한 문의도 많지만 프랜차이즈에 대한 문의가 많다”며 “향후 사람이 운집되는 강남이나 강북의 중심지 위주로 프랜차이즈화를 검토하고 있다”고 말했다.

선진화된 서비스를 받고 싶다면 ‘eTrunk’

일본의 500여개 트렁크룸 업체 중 당당히 1위를 차지하는 일본 기업 테라다의 선진화된 서비스를 국내에서도 만나볼 수 있게 됐다. 물류컨설팅 업체 아세테크가 테라다와의 합작으로 만들어진 이트링크가 1월 국내에 런칭했다. 이 회사의 트렁크룸 서비스는 ▲Security ▲Satety ▲Speey ▲Saving ▲Satisfaction 등 5S를 중심으로 하고 있다.

특히 계약서나 각종 문서, 도면 등 각종 업무 중에 사용되는 중요 문서나 서류를 대상으로 한

문서보관리 서비스가 활성화 돼 있다. 최근 개인 정보보호법이나 e문서법의 시행에 따라 문서의 보호·관리에 대한 기업의 대처가 요구되면서 이러한 서비스 수요가 증가하는 추세다. 이트링크의 문서관 서비스를 이용하면 보관문서의 리스트를 전산화 해 문서를 빠르게 검색하고 열람할 수 있으며 입출고, 폐기, 문서 집하, 배송, 스캔 등을 한 번에 이용할 수 있다. 경제적 효과도 뛰어나 총 2,000박스의 서류를 보관할 경우 사무실 보관에 비해 75%의 비용을 절감할 수 있다. 환자 기록카드나 X-RAY 필름, 처방전 등을 보관해야 하는 병원, 은행·증권·보험회사·회계법인 같은 금융관련 기업 등이 주요 고객이다.

안전과 신뢰를 중시한다면 ‘The Box’

사무실 한곳에서 쌓여가는 중요한 기밀문서, 별도의 보안 시설을 마련하자니 투자비용이 부담스럽고 그냥 내버려두자니 정보 유출의 위험성이 있다면 ‘더 박스’에게 문의하자. 더 박스의 서비스 핵심은 신뢰에 있다. 시설 투자에 적지 않은 노력을 한 이유도 여기에 있다. 24시간 경비, 3중 출입문, 보안 카메라를 통해 철저히 보안을 유지하고 있다. 또한 소화설비인 스프링클러 대신 가스 소방 설비를 설치했기 때문에 문서가 물에 젖을 위험도 없다. 모기업인 오크라인이 온·습도에 민감한 주류를 다루기 때문에 항온·항습 노하우도 뛰어나다. 특히 문서 보관에 대한 국제 규격에 맞는 운영 매뉴얼을 기준으로 운영되기 때문에 보안에 민감한 외국계 기업들에게 좋은 반응을 얻고 있다. 데이터 서버 백업 안전관리를 위한 문서고 전문 운영 인력도 배치한 상태다.

하루 10만장을 처리할 수 있는 스캔실과 검색에서부터 폐기까지 한 번에 처리할 수 있는 검색 프로그램도 개발했다. 개인의 경우에도 3중 골판지로 1평이 약간 넘는 콘(종이함)이 있고 보험서비스도 함께 제공된다. 오후에 500평 여주에 최대 1500여 평의 공간이 확보돼 있으며 현재 약 50%의 가동률을 보이고 있다.