



무인편의점

자판기의 동반자 인가, 경쟁자 인가

美 오토매틱 머천다이즈誌 제공

기술로 인해 더욱 편리한 소매개념이 가능해졌다



터치스크린 방식의 무인편의점 Smart Market

기술이 자판 산업에서 주목을 받게 되면서 경쟁부류의 소매상들도 이러한 기술을 유리하게 활용할 수 있는 방안을 모색하는 데에 관심을 가지게 되었다. 푸드서비스, 편의점, 슈퍼마켓 임원들은 이전보다 더 주의 깊게 자

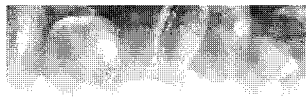
판판매 방법을 연구하고 있다. 운영 비용 증가, 인력부족, 낮은 마진, 부동산 부족 등의 변화가 소매업에 발생하면서 자판기를 제공하는 기회를 시험해 보도록 압력을 가하고 있다. 오늘날의 신기술, 즉, 리모트 머신 모니터링, 전자보안, 인터넷 관련 콘텐츠, 무현금결제, 터치스크린, 로봇틱스 등은 소매업자들이 직면한 문제들에 있어 새로운 해결책을 찾을 수 있게 해주었다. 새로운 개념들은 대량의 투자금액을 요구하며, 최근의 어려운 경제상황에 있어 소매업자들이 시험삼아 투자해 보기에는 부적절한 형편이었다. 그럼에도 불구하고 몇몇 자동판매 시스템이 시도되었으며, 시도 중인 것들도 있다.

소매업자들이 더 경제적인 방식으로 제품을 출시하는데 관심이 있는 한, 어떤 방식이든 자판 산업이 영향을 받으리라고 보는 것이 좋을 것 같다. 기존 자판기 운영자들은 편의점이나 패스트푸드점과 같이 근래에 진화한

형태의 간편식이 자신들의 사업에 주는 영향을 간과하지 않았다. 논리적으로 새로운 형태가 성공하게 된다면 자판기에도 역시 영향을 주게 되는 것이다. 새로운 형태의 경쟁이 반드시 사업의 종말을 야기하는 것은 아닌 것처럼, 전통적인 자동판매 방법은 새로운 판매노력에 있어서 지지 역할을 해줄 수 있기 때문이다. 요크에서의 완전 자동 편의점의 경험은 새로운 가능성을 보여준다.

편의점 테스트는 글래스판넬 자판기를 확장했다

약 일년 반 전에 요크에 위치한 29개의 Tom's Convenience Stores를 운영하고 있는 Shipley Stores Inc.는 Robo-Tom's라고 이름 붙여진 자사의 첫번째 완전 자동 편의점을 개장하였다. 이는 무인 주유소와 10개의 식품 및 음료 판매기로 구성되어 있었다. 이 상점의 가장 큰 특징은 Shop 2000이라는 글래스 판넬 기계로서



200개에 달하는 다양한 상품, 크기, 온도 요건을 제공해 준다.

150square-foot의 크기로서 현금, 신용카드 및 직불카드를 사용 가능하고 컴퓨터 모뎀을 통해서 실시간으로 모니터링 되었다. Shipley Stores는 그 장치가 기존의 편의점이 제공하던 품목들, 즉, 우유, 맬티 팩 음료, 병음료, 맬티 팩 스낵, 개인 일용잡화들을 그대로 판매할 수 있다는 점을 마음에 들어했다. 하지만 Shop 2000은 운영, 기계적인 문제로 인해서 6개월 후에 철거되었다. 그러나 Robo-Tom's는 Shop 2000없어도 생존하였다. 소다, 스낵, 음료 기계들은 현재 Shipley 직원들에 의해 지원된다. 그 시도는 더 이상 Shop 2000이 없고, 그 장치가 제공하던 특수한 혜택이 없음에도 불구하고 아직까지 폐기되지 않았다.

확장된 글래스 판넬의 장단점

Shipley Stores를 좋아하던 편의점 운영자들은 자연히 획득 가능한 공간을 더 잘 활용하는 Shop 2000과 같은 확장된 자동판매기를 좋아하게 된다. 그들은 또한 원격통보장치와 무현금결제 같은 특징을 좋아한다. 유럽에서 틈새시장을 확보한 Shop 2000 개념이 미국에서 성공적으로 운영될 수 있을지는 더 지켜봐야 할 일이다. Shop 2000의 기계적인 문제들은 차치하고서도, Shipley는 프로모션을 지원하기 위한 제품을 조율하는 데에 문제가 있었다. 편의점 점포에 있어 프로모션은 필수불가결한 것이나 무인점포에서는

이점이 힘들다. 그 회사는 shop 2000이 멀티팩 음료를 판매할 수 있다는 점을 좋아했으나 다른 수준으로 적체하는 일은 해결되어야 할 과제였다. 조정이 필요했고 그것은 어려운 일이었다. Shopley Stores의 운영 매니저인 Bill Mitchell은 “우리 사업을 위해서 뭔가 특별한 것을 덧붙이고 싶다면 그 중 많은 것을 판매할 수 있는 공간을 필요로 하게 될 것”이라고 말했다.

리포팅 소프트웨어는 성공적이었다

Mitchell은 리포팅 소프트웨어가 만족스럽게 작동했다고 말했다. “어느 제품이 판매되었는지, 언제 판매되었는지 현금지불인지 신용카드 지불인지까지 정확히 알려주었다.”

Mitchell은 대중이 Shop 2000에서 구매하는 것에 익숙치 않으며 고객들의 수용은 어느 정도 시간이 필요하다고 말했다. “사람들은 그것에 익숙해지지 않았다”라고 그는 말한다. Extton에 위치한 Automated Distribution Technologies Inc.는 shop 2000을 시장에 출시했는데 그 회사 사장 Hettie Herzog는 Robo-Tom's에서의 결과는 가격경쟁력을 가진 브랜드 연료 연료 펌프를 획득하는 데에 있어 자연으로 인해서 제품설치를 방해받았다

고 지적했다. 그녀는 다른 편의점 체인들은 그녀의 장치에 관심을 표명하며 또 다른 테스트를 계획 중이라고 했다. 전통적인 자판기가 무인 주유 장치와 함께 성공적으로 활용될 수 있을지는 지켜봐야 할 문제로 남아있다. Mitchell에 따르면 Robo-Toms의 시험은 아직 남아있으나 매출은 점차적으로 높아지고 있다고 그는 말했다. 그러나 회사로서는 비교대상의 부재로 인해 성공을 가늠하기가 힘들다. 전통적인 상점이 취급하던 것에 비해서 구석이 적을 수 밖에 없고 따라서 매출이 더 낮다. 그러나 그로 인해 역시 지원 비용이 적게 소요된다. “나는 어떻게 될 지 좀 더 지켜봐야 하며, 그 가능성이 어떤 것일지를 살펴보아야 한다고 생각한다”고 Mitchell은 말했다. 인터뷰했던 여러 편의점의 임원들은 개발중인 SmartMart로 알려진 자동키오스크에 대해서 희망적이다. 1986년도에 그 시스템을 담당하기 시작한 Mike Rivalto에 따르면 첫번째 시스템의 작동은 수 개월 내에 St. Louis에서 시작될 것이다.



무인편의점의 대상로케이션인 한 주유소 전경. 현재로서는 자판기가 설치되어 있다.



SmartMart 가 등장하다

SmartMart 키오스크는 고객이 차 안에서 할 수 있는 네 개의 스크린 포트를 가지고 있다. Lexan-protected, infrared screen으로 고객은 현금, 신용카드, 직불카드 등으로 지불할 수 있다. 스크린에는 쇼핑할 제품 목록들이 나타난다. 고객은 그림을 누르기만 하면 구매할 수 있는 2000개 이상의 제품들의 이미지를 볼 수가 있다. 집계장치는 선택된 제품을 기계 내부에서 가져다가 컨베이어벨트에 놓게 되며 슬라이드 아웃도어로 전달하게 된다. SmartMart시스템은 필요로 하는 고객들에게 실시간 지원을 해주고 모든 동작을 모니터 하는 Houston의 텔레컨퍼런싱서비스로 전화선을 통해 연결되어 있다. 고객은 헬프버튼을 누름으로써 비디오 스크린에 나타나는 실제 인물을 만날 수 있다. 이는 연령 확인을 가능케 하여 담배와 주류의 판매를 가능케 한다. 고객은 승인을 위해 ID카드를 투입구에 삽입하게 된다. 각 키오스크의 네 포트에는 세 개의

카메라가 부착되어 있는 한 편, 다른 카메라는 모든 신분카드를 찍어서 데이터베이스에 저장한다. SmartMart은 이동이 가능하고 지반과 배수처리 시설만이 필요하다. Rivalto는 Memphis가 처음에 어떻게 그것을 분류해야 할지 몰라서 입지가 이슈화되었다고 말했다. 편의점에 있어서는 자판기의 미래가 편리하고 안전한 무인 주유장치의 공급여부에 크게 좌우된다. 대부분의 주유 소매업자들은 무인 점포에서 현금 지불을 없애는 것을 원치 않는다. Denver의 Gary Williams Retail Solutions사는 무인 주유 펌프를 위한 화폐교환 장치를 개발하였다. 많은 편의점 체인들은 자판기와 이것의 연동을 고려하고 있다. Gary Williams Retail Solution사의 화폐교환 장치는 부사장인 Ed Swapp에 따르면 몇몇 월마트를 포함한 21개 지점에 장착되었다. 그 특허받은 시스템은 MEI 지폐식별기와 Diebold 현금 디스펜서를 사용한다.

Stocking과 pricing 이슈

그러나 주유문제는 Shipley Stores가 Robo-Tom's를 개장했을 때 직면했던 유일한 문제점은 아니었다. 편의점 체인의 한 임원은 상품 적재문제가 무인편의점의 한 가지 이슈라는데 동의했다. 이 임원은 기술이 주유 대금지급 문제를 성공적으로 접근하게 해주었다는 점에는 동의했으나 제품 생산자나 유통업자들이 제품 배달 문제에 접근하는 데에 동참해야만 할 것이라고 말했다. 그는 기존의 전통적인 자판기는 고려되는 한 가지 대안이라고 덧붙였다.

또 다른 이슈 : 안전

그러나, 연료펌프 근처의 기존 자판기들은 안전과 유독가스에의 노출 등 그 자체의 문제점들을 가져온다. "위험한 환경에 자판기들을 설치하는 데 있어서는 정말로 주의를 요한다" 라고 그 편의점 임원은 말했다. "누가 이것을 시도하든지 간에 이는 정말로 신천지를 개척하는 것과 같



매점용 Robo-Tom's 자판기. 이 매점은 이 외에도 현금서비스기와 주유카드 판매기를 갖추고 있다.



다”고 그는 덧붙였다.

또 다른 편의점 임원은 그 산업이 무인 주유소 및 음식점을 창출하기 위한 방법을 시험하고 있다는 데 동의했다. 그의 회사는 GWRs 화폐교환기에 높은 관심을 보였다. 연료를 음식 및 음료와 함께 판매하도록 하는 것은 무인 주유소의 장기적인 성공에 필수적인 것이다. 왜냐하면 연료 그 자체는 대지비용을 상쇄하기에 충분히 수익성이 있지 못하기 때문이다.

“연료와 함께 할 그 어떤 수익창출구조가 필요하다”라고 그는 설명했다. 그 임원은 기존 자판기가 무인 주유기와 함께 하는 것을 보는 것이 전혀 놀라운 일이 아니라고 했다. SmartMart와 Shop 2000은 미국에서 시도된 첫 번째 무인편의점이 아니다.

초기의 무인 편의점

1937년, Memphis의 Piggly Wiggly 슈퍼마켓을 설립한 Clarence Saunders는 Keedoozle을 발명하였다. 이 키 작동방식 장치는 완전 자동은 아니었다. 선택된 상품은 컨베이어벨트를 따라서 계산대로 향했다. Convenience Store News에 따르면, 그 시스템은 기계적으로 신뢰성이 떨어졌다. NAMA의 전 public relations director이자 자판 기술의 산 증인인 Walter Reed에 따르면 1960년대, 한 Tenneco 지사는 Atlanta의 독일인 발명가 Norbert Acker에 의해 디자인된 큰 글래스 판넬 시스템을 설치되어 일년간 운영이 되었다고 한다.

가격책정, stocking 이슈는 계속되다

기술이 계속 새로운 가능성을 제시한다는 사실에도 불구하고 Tenneco machine을 괴롭히던 동일한 문제들 일부는 미결로 남아 있다. Reed는 Shipley Stores의 Mitchell과 마찬가지로 편의점에 있어서 자동화된건 아니건간에 스탠드 어론 시스템이 제공하는 것보다 더 유연한 가격 책정과 제품배치를 요구한다고 말했다. Reed는 이 것이 Tenneco 실험을 없앤

주요 요인이었다고 말했다. “팔 수 있는 종류를 제한한다. 이는 너무 유동적이지 못하다”라고 Reed는 말했다. Horn & Hardart Automat과 같이 관련된 개념, 즉, 자동 식당은 미국에서 20세기 초에 번성했다. Automat은 New York과 Philadelphia에서 유행했던 반자동 시스템이었다. 조리실에서 준비된 음식은 사람에게 의해서 자판장치로 옮겨졌다. 고객은 동전을 넣고 버튼을 누름으로써 해당 투출구서 제품을 구매했다. Reed는 1960년대에 패스트푸드점이 등장하는 시점까지의 Automat의 성공을 그 시대에 기인한다고 했다. 세기초에 설립되어 Automat은 대부분의 미국인들이 식당에서 식사할 형편이 되지 못하는 대공황 시대에 성장하였다. Automat의 인기는 세계2차대전 후 번성했고 패스트푸드점이 마침내 그를 압도하면서 사그러 들었다. Horn & Hardart는 이름을 바꾸고 다른 사업에 뛰어들었다.

기존 자판업자들에게는 어떤 역할이 요구되는가

새로운 자동상품 판매 개념을 고안, 출시하는 기업가들은 기존의 자판업자들이 새로운 시스템을 운영하는 데 있어서 어떤 역할을 할 것인가를 결정해야만 한다. 호텔에 완전 자동 선물판매기를 출시한 Minneapolis의 Compu Shop Inc.의 사장인 Rudy Steury는 자사가 15개 지점의 장소 대부분을 운영하고 있다고 말했다. 그



무인주유시스템의 효율적인 활용을 위해 현금교환기를 설치해 놓은 모습



는 호텔에서 음식과 음료 판매기를 운영하는 자판업자들이 Compu Shop을 병행, 운영하는 것이 이치에 맞다고 생각한다. 그 Glassfront shop은 고객들이 터치스크린을 통해서 제품을 고르고 현금이나 카드로 지불하게끔 한다. 로봇팔이 제품을 가져다가 바구니에 담아준다. 그 장치는 전화선을 타고 인터넷을 통해서 컴퓨터로 거래를 보고한다.

NAMA Spring Expo에 참가했던 Zoon System Inc.는 이미 85개의 eStores를 호텔, 공항, 아파트, 주유소, 극장, 군부대, B&J location, 슈퍼마켓에 운영하고 있다. 그 시스템은 고객이 글래스판넬에서 쇼핑할 수 있게끔 별도의 터치스크린을 가지고 있다. 모든 거래는 인터넷을 통해 모니터링 된다.

Zoom Systems의 사장인 Gower Smith는 그의 회사가 장치 대부분을 운영하지만 고객이 직접 운영하는 것을 더 선호한다고 말했다. 영국의 서적 소매상인 J.H. Smith Travel Retail USA가 eStore를 시험해 보았다. 그

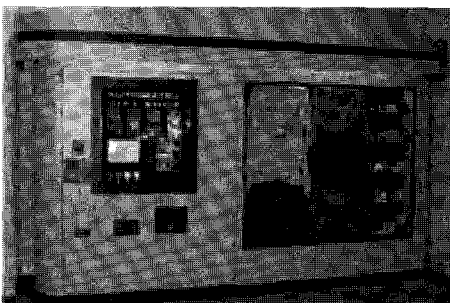
회사는 지난 여름부터 Pittsburgh 공항에서 자체 상점 이외에서 branded eStore를 운영해 왔다. 우리는 어떤 다른 누군가가 우리의 시스템을 운영하기를 원한다. “자판업자나 소매업자들이 우리가 가지고 있는 것과 유사한 기술을 구축하는 데에는 시간이 소요된다”라고 Smith는 말했다.

무인편의점은 적극적인 마케팅을 요구한다

운영상의 문제점에도 불구하고 컨설턴트인 Reed는 무인편의점이 기존 자판산업이 가지고 있는 역량을 뛰어넘는 범위의 기념비적인 마케팅직을 요구할 것이라고 믿는다. 그는 맥도날드가 엄청난 마케팅 자원 없이 하루아침에 패스트푸드를 탄생시키지 않았다고 했다. “새로운 지불, 보고, 머천다이징 기술이 새로운 가능성을 창출할 것”이며, 반면 “이 자체만으로는 고객들이 무인 키오스크로 몰리지는 않을 것”이라고 Reed는 말했다. 이를 성공시키려면 사람들의 관점의 변화를 요구한다. 산업밖으로부터 자판업자들

이 직면하는 경쟁위협은 얼마나 심각한가? 다른 소매산업은 그들 자신의 문제점들을 직면하면서 새로운 경쟁을 가져온다는데 Reed는 동의한다. 그러나 오늘날의 자판업 세대는 반드시 그 연결고리에서 벗어나 있을 필요는 없다.

“자판산업이 이 새로운 세계에 자신을 얼마나 적합화 시키는가? 만일 제품 품목의 다양화 및 품질이 향상되지 않는다면 그 자체가 문제가 된다”라고 Reed는 추측했다.



호텔에 설치되어 다양한 상품이 자동 판매되는 compushop. 소비자들은 신용카드와 현금을 사용 결제가 가능하다. 거래내역은 인터넷을 통해 모니터링 된다.



피츠버그 공항에 설치된 eStore 시스템