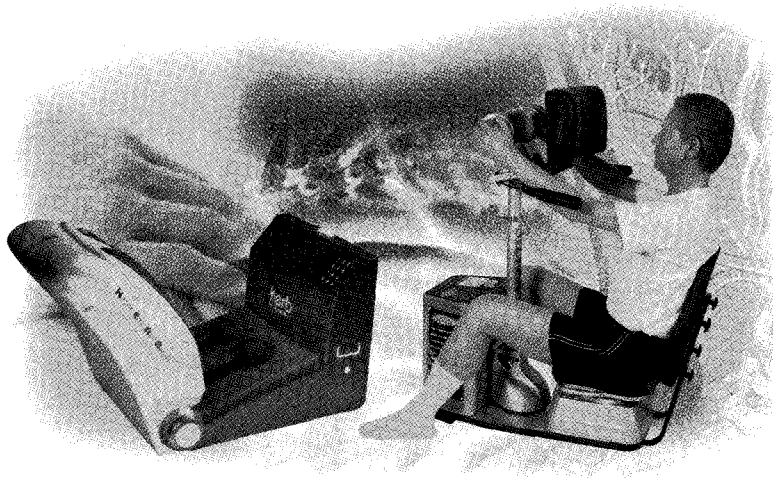


## 테마 2

# 건강자판기 시장을 잡아라



**건**강보다 소중한 게 있을 까? 세상의 온갖 부귀영화도 건강보다 가치가 클 수는 없다. 그래서 세인의 영원한 관심사일 수밖에 없는 게 건강이고, 이를 증진시키는 건강관련산업은 불황을 잊은 채 크게 발전하고 있다.

이러한 가운데 이제는 자판기도 이 시장에 대한 관심을 크게 하고 있다. 지압 마사지 자판기를 필두로 건강관련 자판기들이 새로운 시장 영역창출을 노리고 있는 것.

수익성을 근거로 하는 자판기가 건강까지 팔 수 있다면 금상첨화라 아니 할 수 없다. 새롭게 신기류를 형성하고 있는 건강관련자판기 시장의 동향을 골드레이크테크피아, 아시아메카트로닉스 2업체를 중심으로 살펴봤다.

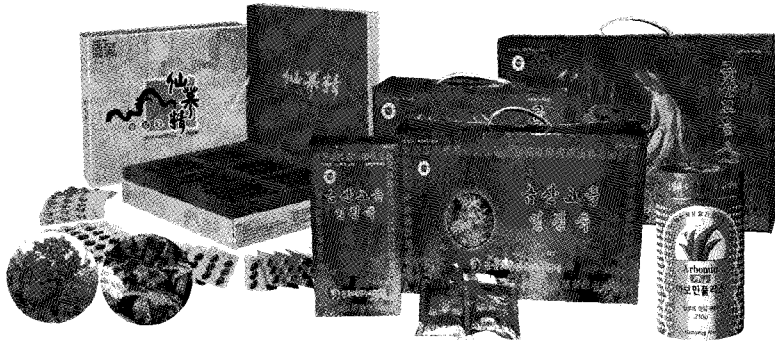
### 건강분야, 자판기가 주목해야 하는 이유

생활수준이 향상되고 인체과학이 고도로 발달함에 따라 건강산업 분야는 앞으로 큰 성장이 예상된다. 더 건강하게 더 오래 삶을 누리하고자 하는 소비자들은 건강 제품과 건강관련 금융 및 보험서비스에 대한 지출을 아끼지 않을 것이며 관련분야의 수요는 지속적으로 증가할 것이다.

건강관련 업종이 부상하고 있는 배경에는 광범위하게 확산되고 있는 건강염려증후군과 자기의 몸을 자

기가 돌본다는 자기건강관리 추세를 바탕으로 소비 생활중심에 '건강지향'이 자리를 잡고 있기 때문이다.

건강관련업종은 정보통신업, 교육사업과 함께 21세기를 이끌어갈 3대 유망업종의 하나로 손꼽히고 있다. 따라서 자판기 분야도 이 황금시장에 관심을 기울일 필요성이 크다. 현재 마땅히 자판기로 사업화할 수 있는 영역이 없다 하더라도 여러 가지의 가능성을 전제로 꾸준한 관심을 가져야 할 것이다. 그만



큼 이 시장은 한번 터지면 그 파급력이 대단하다. 건강관련 상품도 하나의 트렌드이고 유행이기 때문에 자판기가 이를 주도할 만한 대상영역을 호시탐탐 노릴 필요성이 크다.

그렇다면 과연 자판기로 적용 가능한 건강관련 콘텐츠를 무엇이 있을 까? 우선 검토해 볼 수 있는 게 건강보조식품을 들 수 있다. 건강 붐을 타고 건강보조식품 관련 시장도 급성장하고 있다. 이에 따라 올해 건강보조식품 시장규모는 지난해에 대비 13% 이상 성장한 1조 4000억원 규모에 이를 것을 전망되고 있다.

건강보조식품 시장이 이처럼 큰 시장 가능성을 보이자 올들어 식품대기업들이 속속 시장에 가세를 하고 있고, 올 8월 건강기능식품법이 발효로 '건강식품 효능광고' 까지 허용이 됨에 따라 기업들 간의 경쟁은 더욱 뜨거워질 전망이다.

건강보조식품은 적어도 100여개 품목이 시장에서 유통이 되고 있다. 이중 유통 비중이 높은 품목은 녹차추출물, 동충하초, DHEA, 미늘추출물, 솔잎추출물, 자일리톨, 비타민류, 로얄젤리, 알로에, 다시마, 홍삼, 영지버섯, 오가피, 산수유, 키토산, 생식식품, 허브가공식품 등을 들 수 있다. 최근 들어서는 특히 생식관련 식품산업의 성장이 눈부시다.

현재 건강보조 식품 품목은 일반 대리점 유통 및

방문판매를 통해 유통이 이루어지고 있다. 자판기가 그 틈새시장을 개척할 수 있는 가능성은 일단 소량 포장 단위의 경우이다. 언제 어디서고 컨디션 향상 및 건강증진을 위해 관련상품을 뽑아 먹을 수 있게 하는 유통구조를 마련한다면 시장성은 의외로 클 수가 있다.

이런 경우는 고가의 건강증진식품보다는 저가형 제품이 더 상용가치가 크다. 또 지속적인 복용을 해야 하는 제품특성보다는 일회복용으로 기능성이 큰 컨디션 보조 제품이 더 자판기 유통 상품으로 적합하다. 예를 들어 홍삼관련 액기스, 숙취해소음료 등이 여기에 해당이 된다.

그외 품목에 있어서도 자동판매기에 맞는 내용상품으로 별도 개발이 따른다면 대상영역은 무척 넓어질 수 있다. 최근 시장이 뜨고 있는 고로쇠 음료 역시도 자판기용으로 얼마든지 사업성을 검토할 수가 있다. 또한 다이어트 식품 자판기 및 생식자판기 같은 컨셉 제품화도 생각해 볼 수 있다.

그런데 이같은 자판기로서의 관련 상품화에 있어 유념해야 할 부분이 있다. 의약품으로 분류가 된 건강식품들은 자판기를 통한 판매가 불가능하다. 또한 오남용의 소지가 있는 제품 역시 불특정 다수를 대상으로 하는 자판기에 적용 판매에는 문제가 있다.

이러한 점은 반드시 감안이 되어야 하고 사전에 관

런부처를 통해 자판기로 유통의 적합성에 대한 유권 해석을 받은 후 사업을 진행하는 것이 순서일 것이다.

### 건강진단까지도 자판기로 할 수는 없을 까

다음으로 생각해 볼 수 있는 분야는 건강검진관련 자판기이다. 간단한 건강검진 정도는 자판기를 통해 할 수 있는 시스템 구성은 기술적으로는 얼마든지 가능하다. 간단한 건강검진 조차도 반드시 병원에서 할 필요는 없다. 바쁜 직장인이나 거동이 불편한 노인, 장애인, 그리고 자녀를 양육에 시간을 뺏기는 주부들 입장에서 병원에 가서 일일이 건강검진을 받는다는 게 결코 쉬운 일이 아니다.

그런 번거로움에 착안하여 최근 일본에서는 편의점 검진 시스템이 등장했다고 한다. 이같은 업태의 등장은 자판기로서의 사업화의 가능성도 전혀 현실성 없는 얘기가 아니라는 것을 입증하고 있다.

일본 아이치(愛知)진단기술진흥재단의 '편의점 검진' 비즈니스는 건강에 대한 일본 국민들의 높은 관심과 전국의 동네마다 퍼져 있는 편의점 망을 적절히 연결시킬 경우 '장사'가 되겠다는 생각이 계기가 됐다.

이 비즈니스의 흐름도는 이렇다. 먼저 자기가 위암, 전립선암, 간기능검사 등 20여개에 달하는 항목 중 어떤 검사를 받을 것인지를 재단의 인터넷 홈페이지를 통해 주문한다. 그런 후 주문자는 세븐일레븐·로손·AMPM 등 가까운 편의점에 들러 프린트한 주문서를 전달하고 대금을 지급한다.

그러면 1주일 정도 지나 자세한 조작방법과 함께 검진도구 세트가 재단으로부터 도착한다. 그런 후 주문자가 채혈 등을 해서 그 내용물을 재단이 동봉해 온 봉투에 넣어 편의점에 다시 건네거나 우편으로 보내면 약 2주일 후 검진결과를 집에서 받아 볼 수 있게 돼 있다. 한번도 병원에 가거나 전화하지 않고

도 자신이 원하는 검진을 받을 수 있다는 얘기가.

소변에 헬리코박터균 항체가 있는지 여부를 확인하는 검진 비용이 3천엔이고 알레르기·당뇨병·대장암 검사 등의 비용이 4천~6천엔에 달하는 등 검진 항목에 따라 가격은 다르다.

또 여성 환자에게는 어떤 검사를 신청하더라도 무료로 유방암 자기검진 서비스를 해준다.

한번 이 서비스를 받으면 그 회원은 물론 회원의 가족 모두가 24시간, 365일 의료전화 상담을 받을 수 있다.

이이치재단은 또 검진 결과 전문의의 치료가 필요하다고 판단되는 경우에는 전국 4천5백개 병원의 전문의에게 소개장을 띄워 환자와 연결시켜 주는 서비스도 하고 있다.

아이치재단 측은 매출액, 이익 규모 등은 밝히고 있지 않지만 이 재단의 홍보담당 스키야마(杉山)는 "2000년 4월 로손과 손잡고 이 비즈니스를 실시한 이후 매출액이 2배 이상으로 뛰었다"며 "특히 최근 노인이나 주부 등의 수요가 크게 늘면서 신청건수가 한달에 1천건 넘게 들어온다"고 말했다.

최근 일본 내에선 병원이나 의료시설 운영을 주식회사가 할 수 있도록 하는 법안이 추진되고 있어 이 비즈니스에의 진입을 엿보는 업체들도 상당수라 한다.

이러한 시스템 구성이 가능한 세상에 자판기를 통한 건강검진 시스템도 못 검토할 이유가 없다. 위의 편의점 건강검진 시스템을 아예 자판기로 구성을 한다면 더욱 편리할 수도 있다.

자판기를 통한 건강검진 시스템 구성에 있어서 문제가 되는 것은 채혈 등의 진단 시료 문제일 것이다. 이 문제는 일회용 채혈기 등의 진단기구를 이용해 소비자가 직접 채혈을 할 수 있도록 하는 방법으로 해결 할 수 있다. 또한 진단결과는 인터넷을 이용 해당기간 안에 메일로 받아 보게 하거나, 일정기간

후 자판기를 통해 직접 프린트하는 방법을 이용하면 될 것이다.

혈액검진 하나만으로도 다양한 질병을 체크 할 수 있는 시대에 있어 건강검진자판기의 시스템 구성을 그리 힘든 일은 아니다. 문제는 사업성과 현행 의료 관련법상 사업허가가 가능하나 하는 부분이다. 이 두가지 문제에 대한 확신만 있다면 건강진단자판기 등장도 전혀 불가능한일이 아닐 것이다. 어차피 시장은 도전하는 자에 의해 만들어 지는 산물이다. 한편 이러한 건강진단은 아니더라도 체중, 신장, 비만도를 측정하는 자판기는 이미 개발이 되었다. 지테크에 의해 개발된 이 제품은 사우나, 찜질방 등을 대상으로 일부 전개가 이루어 졌다.

#### 지압 및 마사지 자판기 시장, 가장 발 빠른 행보

건강관련자판기가 그래도 가장 대중적이고 또 발 빠르게 시장이 확산되고 있는 분야는 지압 및 마사지 자판기이다. 지압 및 마사지 기계 시장은 과거만 해도 가정용 시장 비중이 절대적이었다. 하지만 가정용 제품은 고가형일 경우 일반 서민은 구입 사용하기 힘들다는 대중성에 큰 약점을 가지고 있다.

이러한 상황에서 자판기의 틈새는 대중성 강화에 있다. 아무리 고가형의 지압 마사지 기계라 해도 자판기 시스템화를 진행하면 누구든지 일정 소액금액만 지불하면 이용할 수가 있다.

또한 지압 및 마사지 자판기는 원가가 들어가지 않

는 다는 운영메리트도 큰 장점으로 작용을 한다. 보통 자판기에 들어가는 내용상품의 원가가 일정 비중을 차지하는 현실임에 미루어 볼 때 지압 및 마사지 자판기는 전기료 외에는 원가부담이 없다. 따라서 고마진을 취할 수가 있으며 관리 역시 편리한 장점을 가지고 있다.

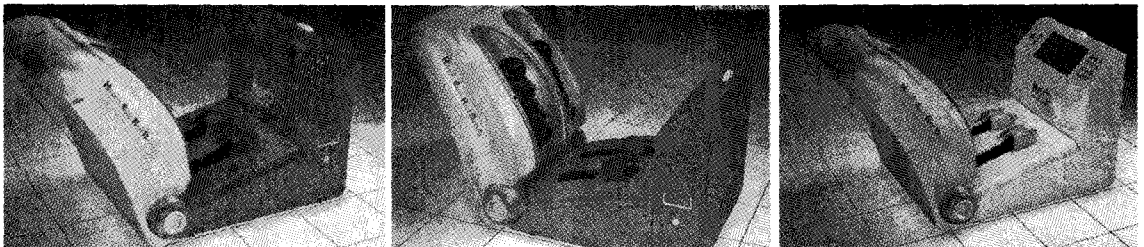
아울러 지압 및 마사지자판기는 임대방식의 제품전개를 통해 로케이션 확보가 수월한 장점을 가지고 있다. 사우나, 목욕탕, 찜질방, 스포츠 센터 등 운영메리트가 높은 로케이션에 임대방식을 통해 비교적 쉽게 제품이 들어 갈 수가 있다.

자판기를 통한 지압 및 마사지 서비스에 대한 소비자 만족도도 과거에 비해서는 크게 높아 졌다. 과거의 경우 목, 등 마사지 중심의 서비스에 지나지 않았으나 최근에는 발, 등, 목 부위 및 거의 전신에 걸친 서비스를 지향하고, 첨단 건강원리를 적용함으로써 이용효과를 크게 증진시킨 편이다.

현재 이 제품의 시장은 골드레이크테크피아, 아이아 일렉트로닉스 등의 업체에서 시장을 주도하고 있다. 지금부터는 이 두 업체의 사업행보와 제품 특징점을 살펴보기로 한다.

#### 골드레이크테크피아, '허브' 발, 종아리 지압 마사지 자판기

골드레이크테크피아는 1998년에 창립된 메가트렌드 코리아를 모태로 IMF한파 이후 어려운 국내 경제상황 속에서 꾸준한 성장을 하여 현재 건강기기



▲ 다양한 디자인의 '허브' 제품들

및 미용기기 분야의 사업을 크게 강화하고 있다. 골드레이크테크피아의 herb는 현재 국내에 유통되는 헬스보조기와는 다른 실제 치료기능을 가미한 맛사지 자판기이다. 이 제품은 저렴한 가격에 발바닥과 종아리 맛사지를 제공, 피로회복, 기력증강, 혈액순환 등에 뛰어난 효과를 얻을 수 있게 했다. 종아리 및 발끝은 심장으로부터 가장 먼 위치에 있기 때문에 일정한 펌프작용으로 밀어낸 혈액이 다시

심장으로 되돌아오는 데에 있어서 제일 어렵고 혈액이 나빠지기 쉽다. 또 손은 평소에도 자유롭게 움직일 수 있지만 발과 종아리는 신체의 가장아래에 있어 늘 압박을 받고 있는데다 그 위에 구두까지 신고 있어 항상 움직임에 제약을 강요당하고 있다.

이러한 점에서도 허브가 도입한 발, 종아리의 리플렉스요법은 말초혈관의 혈행을 원만하게 하고 자율신경을 컨트롤하는 작용을 한다. 발, 종아리 지압맛사지는 발과 종아리에 집중되어 있는 반사구들을 자극하여 관련된 신체 기관의 기능을 촉진하여 자연적으로 병 치료효과까지를 지향하고 있다.

이를 위해서는 상호 관련된 반사구를 누르기도 하고 비비고 문지르고 주무르고 하여 결국 발, 종아리에 쌓인 노폐물, 지방분해, 유해한 독소를 부수고 녹여 정맥을 통해 피를 깨끗이 하고 노폐물을 몸 밖으로 배출하게 된다. 또한 자극하였을 때 언제나 아픈 지점은 치료의 효과를 배가 시킬 수 있다.

구체적으로 허브의 기능을 살펴보면 ▲신체의 축소판이라 불리는 발바닥 및 종아리의 경혈자극 ▲신체기관의 조직활동을 정상화, 피로한 근육이완 작용 ▲내분비선의 균형유지와 에너지 순환장애의 제거 ▲신체의 휴식을 통한 재충전 및 심리적 안정효과 ▲신체의 긴장을 완화시킴으로서 건강 증진 효과 ▲호르몬 분비의 정상화 및 혈액순환 촉진으로 피부 미용에 효과 등을 들 수 있다.

제품은 종아리 경혈 자극장치, 발바닥 마사지장치와 원적외선 방사장치, 안내기능을 겸비한 벤딩장치로 제어부가 구성이 되어 있고, 속도 및 강약제어와 카운터 관리장치로 이루어져있다.

특히 발바닥 맛사지장치와 원적외선 방사장치는 여성의 각선미와 스트레스해소는 기본이며 발 지압을 통한 신체 부위의 건강증진, 부담 없는 가격에 편리하게 이용하실 수 있다는 것이 장점이다.

또한 다른 기존 제품과 다른 점은 사용자가 손으로



▲ 허브존 구성도

주무르는 느낌을 느끼며 문지름과 주무름을 통해 다리의 건강과 더불어 피로를 풀며 불필요한 지방이 분해 되어 각선미와 발 지압을 통한 건강까지를 동시에 만족할 수 있다는 점이다. 또한 업소 및 해당 장소의 디스플레이에 알맞게 다양한 종류의 색상과 사용자 측면의 친근감을 주는 컴팩트한 디자인을 채택했다.

골드레이크테크피아는 이 제품의 본격 전개를 위해 「Herbzone」은 프랜차이즈 사업을 펼쳐 나가고 있다. 허브존은 한마디로 “건강과 미용 편안한 휴식을 위한 신세대 만남의 장소”를 추구한다.

「Herbzone」은 각선미 관리를 위한 신세대 여성 및 연인을 위한 공간이며, 지압을 통한 건강효과 또한 가미 되어있다. 「Herbzone」은 맛사지를 받으며 각종 분식류나 음료수를 즐기며 피로를 풀 수 있게 음료자판기 등의 각종 편의 시설까지 설치할 계획이다.

기타 체인점과는 차별화를 추구하는 「Herbzone」은 일반적으로 접할 수 있는 기존의 체인점형태가 아닌 특별한 기기와의 접목을 통해 다양한 수익원을 창출할 수 있는 사업메리트로 사업자들을 끌어 들일 계획이다.

#### 아시아메카트로닉스, 기혈순환자판기

아시아메카트로닉스는 이미 5년 전부터 ‘자바큐’라는 발맛사지자판기를 전국적으로 7,000여대 전개한 경험이 있다. 이 제품은 현재 단종이 되어 있는 상태이고 후속모델로 심혈을 기울여 개발 출시한 제품이 바로 기혈순환자판기이다.

이 제품은 외관상으로는 지금까지 시중에 나와 있는 발전동 맛사지, 또는 안마 의자와 일반 헬스 기구로 오인 받을 수 있다. 하지만 이 제품은 단순한 운동 기구가 아니라 신체 각 기관과 연결되는 손바닥, 양 발바닥, 복부, 허리에 60여 반사구를 분당 7,200

회 나선형 침구식 회전력을 이용해 동맥과 정맥을 연결하는 교차부분에서 혈도를 효과적으로 자극, 경맥을 원활하게 풀어주는 기능을 가지고 있다.

따라서 혈액 순환과 신진대사를 촉진, 체력을 증대 시켜주고 각 기관에 산소와 영양소를 공급 세포 속에 쌓인 탄소를 배출시켜 면역력을 높여준다. 또한 복부지방 연소에 의한 배설제거 및 장운동을 도와 숙변 제거 또는 변비에도 도움을 준다. 특히 꾸준히 매번 사용하면 성인병 예방 및 건강증진에도 큰 도움을 주는 것으로 알려져 있다.

더 나아가 기혈순환기 작동 5분 내지 10분간 서 있거나 앉자 있기만 하여도 여러 운동 효과를 동시에 얻는 것은 물론 즉석에서 쌓인 피로와 스트레스를 풀어준다.

“기(氣)혈(血)순환 자판기” 사업은 대당 2,200,000원하는 영업용자판기를 소비자가 10대를 구입 설치하는 방식을 채택했는데 이럴 경우 대리점 판매 자격도 동시에 주어지게 된다 대리점 판매 자격이 주어지면 판매시 30% 마진금을 보강해 주어 운영수익과 판매수익을 동시에 도모할 수 있게 했다.



기혈 순환 자판기의 주된 설치장소로는 사우나, 찜질방, 미용실, 헬스클럽, 백화점 휴게실, 골프연습장 및 대기실 등등 일반인 출입이 많은 공공장소를 대상으로 있다. 설치 임대 장소는 전국 어느 곳이든 본사에서 장소 물색과 설치까지 무료로 해줌으로서 기계주는 재료가 들어가지 않아 한달에 두세번 설치 장소에 방문하여 수금만 하면 되도록 했다.

아시아메카트로닉스는 앞으로도 다양한 건강관련자판기를 개발 출시할 계획을 가지고 있다. 올해 중순 우선적으로 선보일 계획의 신제품은 영업용 택시에 설치되는 지압 맛사지 자판기이다. 500원을 넣고 일정시간 지압 맛사지를 받을 수 있는 이 제품은 운수회사 등을 통해 설치를 확대해 나갈 계획이다.

#### 지압 및 맛사지 자판기 시장발전을 위한 과제

이 두 업체의 적극적 사업행보에서 볼 수 있듯 지압 및 맛사지 자판기 시장은 큰 시장확대의 전기를 맞고 있다.

이들 제품이 건강자판기로서의 뛰어난 역할을 제대로 수행을 하고, 운영자의 수익성 역시 만족 될 수 있다면 앞으로 큰 시장 발전을 실현할 수 있을 것이다.

문제는 과연 얼마만큼의 운영 수익성을 만족시킬 수 있느냐 하는 부분이다. 본사에서 이 부분을 등한시하고 무조건 양적인 확대 전략에만 치중을 한다면 시장성은 빠른 기간 안에 악화될 수도 있다.

본사는 운영자들의 입장에 서서 수익성에 대한 진지한 고민과 이를 향상시킬 수 있는 책임있는 자세가 중요하다. 임대 로케이션에 있어서도 수익이 안나오는 로케이션은 과감히 포기 할 줄 아는 결단이 필요하다.

아울러 철저한 사후관리 체계 역시 전제가 되어야 할 부분이다. 과거 건강관련자판기들이 필드에 전개만 되고 A/S 등의 사후관리가 뒤따르지 않아 시장성

을 그르친 전례가 있음에 미루어 볼 때 필드의 이러한 불신과 우려감을 깨끗이 해소시킬 수 있어야 한다.

신속한 A/S체계의 구축, 내구성 뛰어난 제품설계, 여기에 기능의 버전업까지 할 수 있는 사후관리가 진행된다면 시장성은 더욱 확대 될 수 있을 것이다. 한편 제도적으로도 개선이 되어야할 과제가 있다. 현재 맛사지 관련 자판기는 식약청 의료기계허가를 받아야 한다. 맛사지 자판기는 치료를 하는 의료기계가 아니라 경미한 통증을 완화할 수 있는 효과와 건강증진효과를 가지기 때문에 의료기계 허가를 받아야 하는 점은 모순이 있다. 관련업체는 사업화에 있어 이 부분에 많은 애로점을 느끼고 있다. 맛사지 관련자판기에 대해서는 앞으로 일반 맛사지 관련 기계로 봐서 허가 기준을 달리할 수 있도록 하는 제도 개선이 하루 빨리 이루어 져야 할 것이다.

마지막으로 지압 및 맛사지 자판기 시장의 궁극적인 발전을 위해서는 이제 본사와 운영자가 더불어 사업을 하는 파트너라는 공생의식 강화가 절실히 요구되고 있다. 이러한 파트너쉽 없이 본사의 이권만 챙기려 하는 사업방식은 결코 오래 갈 수가 없다.

건강을 파는 자판기이니만큼 건강한 유통구조를 지향해 가는 자세가 무엇보다 중요한 과제임을 명심해야 할 것이다. ▣