



## 최고의 캐릭터 상품으로 캡슐토이자판기 왕국을 연다

고급화된 캐릭터 상품, 고급화된 로케이션 공략으로 기존 저가형 일색의 캡슐토이자판기 사업과는 완전 차별화된 사업을 진행하고 있는 기업이 있다. 유진미코토코리아는 국내 캡슐토이자판기 시장의 신선한 돌풍을 일으키며 사업영역을 확대해 가고 있어 큰 주목을 받고 있다. 작지만 알차고 꿈이 있는 사업, 유진미코토코리아의 캡슐토이자판기 사업을 소개한다.

과거만해도 캡슐토이자판기 사업이라하면 조잡한 내용상품을 판매하는 특성을 떨치지 못해 왔다. 주로 학교 문방구 등지에 설치되어 초등학생을 주된 고객으로 삼아 속칭 "코 물은 돈"을 겨냥하는 영세한 사업 특성을 보여 왔다.

하지만 유진미코토코리아의 캡슐토이자판기 사업은 과거의 사업형태와는 완전 방식을 달리 한다.

판매되는 내용상품은 1000원 이상의 고급상품이 주류를 이루고, 설치 로케이션은 유통마트, 외식업체 등 고급 로케이션을 대상으로 한다. 고급 캐릭터 상품위주의 판매되는 내용상품은 소비자 선호도가 무척 높고, 자판기는 주변환경과 잘 조화되어 설치되어 있다.

좋은 제품에 좋은 로케이션 지향. 이같은 사업방식은 일본 캡슐토이자판기 사업 형태를 그대로 답습했다.

일본은 도심 곳곳에서 캡슐토이자판기를 쉽게 만날 수 있고, 놀라울 정도로 다양한 고급 캐릭터 상품을 판매하는 시장 천국이다. 자판기를 통해 판매되는 내용상품은 청소년 뿐만 아니라 성인층까지 매혹시킬 정도로 품질 수준이 높다.

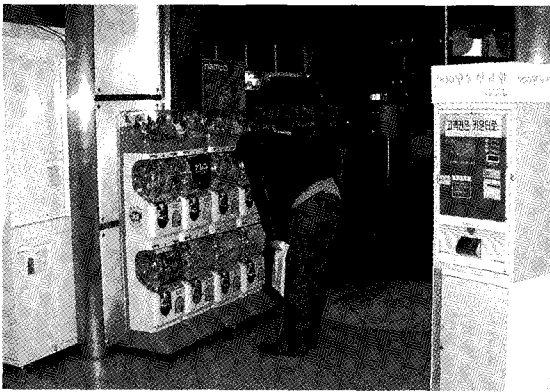
유진미코토코리아는 좋은 내용상품이면 국내 캡슐토이자판기 문화도 일본 못지않게 성장할 수 있다는 확신을 가지고 있다.

그래서 Disney, TOMICA, 포켓몬스터, NINTENDO, SEGA,

NAMCO, SAMMY 등 50여 종의 세계 최고 라이선스를 확보한 자동판매기용 캡슐토이를 공급한다. 지속적으로 월 10여 아이템의 신상품을 출시하기 때문에 제품의 회전율이 빠르다.

올해 들어 유진미코토코리아는 전신 바싸라코리아에서 상호를 바꾸고 더욱 적극적인 사업을 펼치고 있다. 일본 유진영화사의 자회사로 바뀌며 본사의 적극적인 지원을 받고 있는 탓에 사업은 더욱 탄력을 받고 있는 상황이다.

지금까지 필드 전개한 제품 수는 1,300여대. 롯데마트, 엘지마트, 김스클럽, 그랜드마트, TGI Friday, 교보문고, 바른손, 모닝글로리, CITY극장, 롯데월드 등 전국 500여 주요 로케이션에 제품이 설치되어 있다. 최근에는 동방마트, 코오롱마트와 중소 유통마트에도 입점이 확정되었다.



현재 유통은 1,2차 벤더를 통한 제품 공급과 관리를 진행하고 있다. 로케이션 확보는 A급 로케이션의 경우 본사가 주로 확보해 주고, 일부 지역 로케이션은 벤더가 병행개척을 진행하고 있다.

10대이상 기계를 운영하면 2차 벤더 자격을 주는데 아무래도 다량 기계를 운영하는 1차벤더에 비해 마진율을 높게 적용하는 혜택을 준다. 최근에는 공급가 50만원하는 제품을 25만원에 공급하는 할인 행사를 펼쳐 제품 보급을 급진장시켰다.

현재 설치 운영되고 있는 캡슐토이자판기의 수익성은 빠른 상승세를 기록하고 있다고 한다.

설치 로케이션 중 가장 운영현황이 좋은 COEX 바른손 매장은 한달 800만원대의 매출을 기록하고 있고 이중 순수익은 160~180만원에 이른다 한다. 그외 A급 로케이션의 경우 월 100~150만원 매출에 10~20만원의 수익을 확보할 수 있다 한다.

1달 10개의 새로운 내용상품을 지속 공급하고 있기 때문에 매출은 꾸준히 증가하는 추세에 있다. 또한 벤더들에게는 자판기가 아닌 매장에 놓고 판매를 할 수 있는 트레이딩 피겨상품을 공급하고 있기 때문에 부가 수익 창출도 가능하다.

유진미코토코리아에서 영업팀장을 맡고 있는 김선주 부장은 "투자를 많이 하는 사람은 그 금액이 1~2억이 되기 때문에 결코 작은 사업이 아니다"며, "수익성은 큰 반면 투자리스트가 별로 없는 유망사업으로서의 조건을 갖췄다"고 사업메리트를 강조 한다.

한편 벤더의 사업이 안되면 다른 벤더가 기계를 구매하도록 중계를 해주고, 로케이션 교체작업도 대신해 준다. 아무리 사업이 안 되어도 투자금액의 70~80%는 뽑을 수 있게 한다는 게 본사의 방침이다.

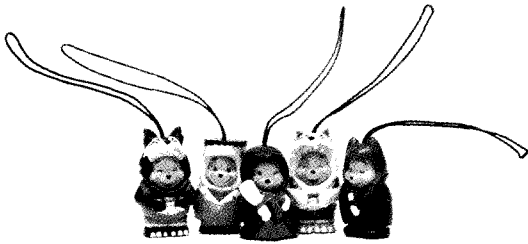
유진 캡슐토이자판기를 통해 판매되는 내용상품은 1000원대 제품이 60~70%선으로 주류를 이룬다. 2000원대 제품은 매니아층에서 높은 선호도를 보이고, 일부업체에서는 3000원 짜리까지 판매하기도 한

매니아 중심의 구색상품도 공급을 하기 때문에 캡슐토이저판기의 이용층은 어린학생부터 직장인까지 다양하다. 불경기라도 매출이 떨어지지 않고 견고하게 가는 이유가 여기에 있다. 과거의 문방구 캡슐토이저판기와는 달리 고급캐릭터 상품을 판매한다는 차별화요인이 소비자들에게 크게 어필하고 있다.

다. 지금까지 판매된 내용상품중 가장 큰 인기를 끈 것은 120만개 이상이 판매되어 10억원 대의 매출을 기록한 곰돌이 핸드폰줄이다.

이외 인기를 끌고 있는 제품으로는 디즈니 상품 중 포켓몬스터, 자동차, 토미카, 우주선, 리모 등을 들 수 있다.

최근 들어서는 거북이, 민물고기, 곤충, 개구리 등의 모형제품도 판매를 하고 있어 좋은 반응을 얻고 있다.



일본 모기업에 내용상품 공급을 받고 있는 데 한국의 좋은 시장성을 보고 가격할인과 소량구매도 가능하게

해주기 때문에 다양한 내용상품을 지속적으로 지원할 수 있는 게 강점이다.

매니아 중심의 구색상품도 공급을 하기 때문에 캡슐토이저판기의 이용층은 어린학생부터 직장인까지 다양하다.

불경기라도 매출이 떨어지지 않고 견고하게 가는 이유가 여기에 있다. 과거의 문방구 캡슐토이저판기와는 달리 고급캐릭터 상품을 판매한다는 차별화요인이 소비자들에게 크게 어필하고 있다.

현재 공급되는 캐릭터 상품은 외국제 일색이지만 제품 전개대수가 2,000여대에 이르는 시점에서는 국산 캐릭터 상품도 접목할 계획을 가지고 있다.

일본에 비해서는 현 국내 캐릭터 상품의 수준은 많이 떨어지는 게 사실이지만 최근 리니지, 엽기 토끼 등 경쟁력 있는 캐릭터 상품들이 속속 등장하고 있어 희망적이다.

다양한 국내 고급캐릭터 상품을 적용판매 할 수 있는 시점이 된다면 사업은 더욱 더 빠른 탄력을 받을 수 있을 것으로 기대하고 있다.

일본 모회사의 전폭적인 지원, 다양한 로케이션 확대 전략으로 앞으로도 유진 캡슐토이저판기의 시장확대는 빠르게 진행될 것으로 보여 진다.

1차 사업 목표인 10,000대 제품전개를 달성하기 위해 더욱 사업 박차를 기해 나갈 예정이다.

언제 어느 곳에서나 다양한 캐릭터 상품을 공급한다는 기치 하에 최선을 다한다면 국내 캡슐토이저판기 왕국을 구현하는 일이 결코 어려운 일만은 아닐 것으로 확신하고 있다.

작지만 알찬 사업, 유진 캡슐토이저판기의 꿈은 아무 지게 무르익어 가고 있는 중이다.