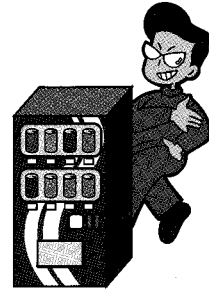


천태만상, 자판기 세상 속으로



삼성전자, 미국 자판기 솔루션사업 확대

코카콜라에 자판기용 디스플레이 공급



얼마전 삼성전자가 미국에서 코카콜라와 손잡고 최첨단 유비쿼터스 자판기 솔루션 사업을 확대한다는 보도가 있었다. 삼성전자는 최근 116 CM(46인치) 유비쿼터스 자판기용 디스플레이와 솔루션 150대를 코카콜라에 공급한 데 이어 올해 안에 미

국 유명 쇼핑몰에 추가로 유비쿼터스 자판기용 디스플레이와 솔루션을 설치하기로 했다고 밝혔다.

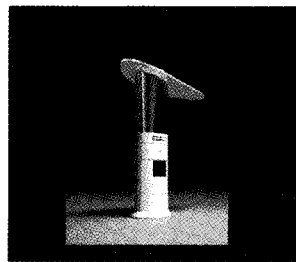
얼핏보면 삼성전자가 미국에서 직접 자판기 사업을 하는 것처럼 인식이 될 수도 있을 것이다. 하지만 이런 방향에 아닌 단지 디지털 자판기 솔루션을 공급하는 선의 사업을 벌이고 있는 것이다. 국내에서도 자판기 사업을 매각한 삼성전자가 다시 자판기 사업을 벌린다는 것은 만무한 일이다.

삼성전자의 최첨단 '유벤딩 솔루션'은 음료와 스낵 등이 적힌 버튼을 눌러 선택하는 기존 자판기와 달리 터치스크린을 이용해 가벼운 터치만으로 메뉴를 선택할 수 있도록 했다.

또한 네트워크 기능을 통해 자판기가 설치된 현장으로 직접 갈 필요 없이 사무실에서 원격으로 개별 자판기의 재고, 판매정보, 고장발생 등을 실시간으로 관리할 수 있다.

아울러 자판기 화면의 광고 콘텐츠도 원격으로 쉽게 업데이트할 수 있는 편리성을 통해 각각의 자판기 화면의 광고를 차별화해 지정된 시간에 진행할 수 있다. 삼성전자는 올해 코카콜라에 유벤딩 솔루션을 공급하기로 한 것으로 계기로 내년부터는 코카콜라 외에도 미국내 3~4개 대형 음료업체에 아날로그형 자판기를 디지털 자판기로 교체한다는 계획이다.

문화관광상품 자판기' 개발 화제



문화관광상품을 무인 판매할 수 있는 자판기가 개발돼 관심을 모으고 있다.

강원대 디자인학과 한기웅교수 연구팀은 2007년부터 연구

개발한 문화관광상품 자판기를 특허출원해 최근 지적 재산권을 확보했다고 밝혔다.

이번 연구는 '가관대 등에서 판매되는 문화관광상품을 자판기로 판매하는 것은 어떨까'란 아이디어에서 출발했다. 자판기 차양은 풀잎 모양을 본떴고, 태양열로 자가발전 할 수 있는 친환경 시스템을 갖췄다.

지난해 8월 지식경제부가 주관한 캡스톤 디자인 작품전에서 2등을 수상했다. 연구팀은 포 휴(for 休)'란 브랜드로 관학, 산학 협력을 통해 제품화 시킨다는 계획이다.

서울시 커피자판기 점검 실태

서울시는 지난 7월 9일~23일 소비자식품위생감시원과 함께 시내 식품자동판매기에서 판매하는 온커피와 울무차, 냉커피, 코코아, 유자차, 생강차 등 454건을 검사한 결과, 7.5%인 34건이 부적합 판정을 받았다고 밝혔다.

울무차는 총 30개 제품 가운데 46.7%인 14개 제품에서 일반세균과 식중독균인 바실러스세레우스균이 검출됐고, 냉커피는 20개 제품 중 9건(45%)에서 일반세균과 식중독 유발균인 대장균군이 나왔다. 온커피의 경우 총 363건 가운데 11건(2.8%)에서 일반세균과 바실러스세레우스균이 검출됐다.

바실러스세레우스는 토양과 하천, 먼지 속에 널리 분포하는 세균으로 독소를 형성해 설사 또는 구토를 유발하는 것으로 알려져 있다.

냉커피가 뜨거운 커피보다 세균이 많은 이유는 자판기 내제빙기에 공급되는 원수의 오염도가 심각했기 때문이라는게 시의 분석이다. 울무차의 경우는 물과 희석되는 원재료의 양이 커피보다 많아 데워졌던 원수의 온도가 빨리 식는 과정에서 세균이 더 많이 나온 것으로 판단했다.

시는 아울러 1853개 식품자동판매기를 점검해 점검표 미부착이나 일일점검 미실시 등 기준을 위반한 359개

소(19.3%)를 적발했다. 이에 따라 시는 세균이 검출됐거나 위생상태가 불량한 49개는 영업정지, 신고하지 않고 영업한 9개는 고발하고, 나머지는 시정명령 등을 내렸다.

시 관계자는 “9월부터는 500여개 식품자동판매기에 유통기한, 보충일자, 원산지 등을 표시하는 ‘서울형 안심자판기 표지판’을 부착하고, 소비자감시원이 3~4개월마다 전담해 점검토록 하는 사업을 시범 실시할 계획”이라고 밝혔다

세탁세제 ‘퍼실’ 한국 진출을 기념해 ‘퍼실 휴먼 자판기’ 이벤트를 진행



독일 100년 전통의 세탁세제 브랜드 ‘퍼실’은 한국 진출을 기념해 ‘퍼실 휴먼 자판기’ 이벤트를 진행했다. 제품 버튼을

누르면 자판기 속 독일 퍼실 레이디가 직접 샘플을 증정하는 이색적인 행사다.

7회 분량의 세제 샘플링을 받는 것까지는 여느 이벤트와 동일하지만 여기에 ‘퍼실’의 100년 역사를 보여주는 패키지가 함께 전시되어 소비자들에게 특별한 경험

까지 선사했다. 이 이벤트는 큰 인기를 끌어 준비된 7000여개의 제품이 금방 동이났다고 한다.

DVD 무인대여기업체, 할리우드와 전면전

하루 대여료 1달러의 DVD 키오

식품 자동판매기 수거검사 결과

수거품목	수거건수	검사결과			부적합 내역
		적합	부적합	부적합율(%)	
커피	394	363	11	2.79	일반세균 10, 바실러스세레우스 1
울무차	30	16	14	46.6	일반세균 11, 일반세균, 바실러스세레우스 3
냉커피	20	11	9	45	일반세균 8, 일반세균, 대장균군 1
코코아	5	5	-	0	-
유자차	2	2	-	0	-
생강차	1	1	-	0	-
우유	1	1	-	0	-
매실차	1	1	-	0	-
총계	454	420	34	7.48	-



스크(KIOSK) 서비스인 레드박스가 유니버설픽처스에 이어 뉴스코퍼레이션의 20세기폭스(이하 폭스)의 신작 DVD 타이틀 지연 판매가 부당하다며 미국 델라웨어 지방법원에 소송을 제기했다.

레드박스는 자동판매기 형태의 DVD 대여 키오스크 서비스로 유명하다. 2002년 맥도날드 벤처에서 출발하여 최근 급성장하고 있는 하루 대여료 1달러의 DVD 무인 대여서비스다.

[넷플릭스를 위협하는 1달러 대여료의 레드박스 급성장]

폭스가 고소당한 이유는 최근 자사 타이틀을 취급하는 DVD 도매상을 대상으로 신작 DVD 출시 후 30일 내에는 레드박스로 판매하지 말라는 요구를 했기 때문이다. 실제 이 요구는 10월 27일부터 시행될 예정이라고 알려져 있다.

이미 유니버설픽처스의 경우 45일 지연 판매에 대한 이유로 레드박스가 소를 제기했고 현재 진행 중이다. 이런 상황에서 또 다른 영화제작사가 자사의 DVD 판매실적에 영향을 준다는 이유로 견제에 나선 것이다.

현재 하루 1달러 DVD 무인 대여서비스 레드박스는 선풍적인 인기를 끌고 있는 것으로 알려졌다. 우편 DVD 대여 서비스인 넷플릭스조차도 가장 강력한 경쟁자로 인식할 만큼 1달러 요금의 레드박스는 계속 확장하고 있다.

현재까지 미국 각지에 17,900개가 설치되어 있으며 올해 말까지 8,500여개가 추가 설치될 것이어서 앞으로 웬만한 인구 밀집지역에서는 빨간 DVD 대여 자판기를 쉽게 찾아볼 수 있을 것으로 보인다.

유니버설픽처스나 폭스와 달리 일부 할리우드 영화 제작사들은 레드박스에 호의적이다. 소니의 경우 여러

번 대여된 중고 DVD 타이틀의 7달러 판매를 중단한다는 조건이라면 자사의 영화 DVD를 지속적으로 공급하겠다고 합의했다. 소니의 이러한 조치에 이어 라이온게이트엔터테인먼트는 레드박스에 대해 자사 영화 DVD 즉시 공급을 합의했다.

이처럼 할리우드 영화 제작사들의 레드박스에 대한 시선은 우려와 기대가 섞여있다. 하루 1달러 대여료라는 파격적인 요금은 기존의 DVD 대여체인들에게는 큰 타격을 주기 때문에 우려스럽게 생각하지만, 반면 레드박스로 인하여 예전보다 더 많은 소비자들이 DVD 타이틀을 찾게 되었다는 점은 긍정적으로 바라보기 때문이다. 영화제작사 입장에서는 영화 DVD의 판권수입이 중요하기에 '블록버스터' 같은 오프라인 대여점이든 '넷플릭스' 같은 우편 대여점이든 '레드박스' 같은 키오스크 대여점이든 그들의 DVD 타이틀을 많이 구입하면 좋은 것이다.

그러나 현재 시장에서 넷플릭스나 레드박스 같은 가격 파괴형의 서비스들이 블록버스터같은 일반 DVD 대여점의 몰락을 부추기고 있으며 DVD 타이틀 판매를 줄이거나 가격을 낮추는 주요 요인이 되고 있어서 할리우드 영화 제작사들이 고민하고 있다.

레드박스는 영화 제작사들이 직접적으로 DVD 타이틀 공급을 중단할 경우 소매점에서 DVD 타이틀을 구입해 서비스하겠다는 계획을 가지고 있다. 도매에 비해 비싸게 구입하게 되고 원활한 DVD 공급이 불가능해지더라도 근본적으로 서비스 중단은 없게 하겠다는 것이다.

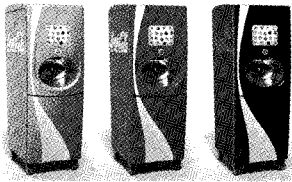
이는 결국 대여료 인상으로 이어지지 않을까 하는 것이 할리우드 영화 제작사들의 생각이다. 그러나 그들의 레드박스를 향한 판매제한 조치는 법원의 판단에 맡겨지게 되었다. 레드박스가 반독점법을 내세워 소비자의 권리(선택권)를 침해했다는 내용으로 소송을 제기했기 때문에 영화제작사측이 불리하다.

우편 대여 DVD 비즈니스에 이어 1달러의 초저가 무인

DVD 대여 서비스의 성장은 DVD 유통의 새로운 가능성을 보여주고 있다. 물론 향후에는 온라인으로 옮겨갈 것이지만 현재 시장에서 가장 인기있는 서비스라는 점은 영화 DVD 공급사인 영화 제작사들이 무시할 수 없는 처지에 놓여있다.

할리우드 영화사들이 레드박스에 대한 압박과 협력을 동시에 진행하고 있지만 DVD 타이틀의 유통량 증가는 분명 영화 제작사들에게는 긍정적으로 작용할 것이어서 마냥 싫은 눈치만은 아니다.

맛과향 내맘대로...디지털 코카콜라자판기



코카콜라에서 신제품의 터치스크린 컴퓨터 자판기를 선보였다. 코카콜라, 환타를 비롯해 이 회사

에서 나오는 제품 20가지 제품은 기본이고 제품마다 맛을 조절할 수 있는 5가지 옵션이 있어 컴퓨터가 100가지 맛을 낸다고 한다.

이용자는 터치스크린 화면에 나오는 병뚜껑을 보고 20여개 제품 중 원하는 음료를 선택하면된다. 환타를 선택하면 다시 터치스크린을 통해 다섯가지 맛으로 분류된다. 원하는 맛을 선택해 터치스크린을 치면 컴퓨터가 고객 기호에 맞춰 맛을 배합한다. 탄산가스를 넣을 수도 빨 수도 있으며, 향이나 맛을 달리할 수도 있다.

코카콜라 회사에서 나오는 20개 제품을 각각 5가지 맛으로 분류해 총 100종류의 음료를 제공한다. 기계 안에는 각 음료의 원액과 탄산가스, 맛과 향을 결정하는 원료가 들어있으며 고객이 터치스크린을 통해 원하는 맛을 결정하면 컴퓨터가 원료를 배합해 즉석에서 음료를 만들어 낸다. 이 자판기는 기존 제품에 없는 새로운 맛과 향의 음료를 제공하기도 한다.

이 자판기에는 또 마케팅이 필요한 중요한 정보를 제공한다. 소비자가 선택한 음료의 모든 데이터는 애플

란타에 있는 본사로 전송된다. 특정제품의 소비량, 가장 많이 팔린 시간과 장소 등의 데이터가 저장돼 이를 마케팅과 신제품 개발에 활용할 수 있다. 현재 이 코카콜라 자판기는 조지아, 캘리포니아, 유타주에서 테스트 중이다. 코카콜라 측은 올 여름 60여대의 자판기를 미국 전역에 설치해 시험운영할 계획이다.

자전거 전용 자동판매기 트렉스톱

용품구입부터 수리까지 원스톱 서비스



미국 위스콘신주 워털루에 위치한 세계적인 자전거 제조업체인 트렉(Trek)에서는 자전거 이용자들의 실제 수요를 파악하고 이에 부응하고자 지속적인 노력을 기울이고 있다.

그 중 하나가 바로 자전거 이용자들을 위한 편의점 설치로 이 개념은 마치 자동차 주유소와 비슷하다. 트렉에서는 이 사업의 성공 가능성을 알아보기 위해 2008년 6월말부터 시범사업을 실시하고 있다.

자전거를 타는 이들에게 필요한 자전거 용품이 준비돼 있는 이 자동판매기는 워털루에서 가장 가까운 대도시인 매디슨에 위치한 머시너리 로우 바이시클이라는 자전거 가게 앞에 설치돼 있으며 회사 이름을 따 트렉스톱이라고 했다.

머시너리 로우 바이시클은 자전거 이용자들이 많이 드나드는 길목에 자리하고 있다. 이 지역의 자전거 이용자들은 24시간 트렉스톱에서 자전거를 수리할 수 있다. 이 곳에는 자전거 바퀴, 바퀴용 기름, 이산화탄소 카트리지, 수리용 공구세트, 에너지 바, 음료수 등은 물론 흥미로운 자전거 전용코스를 안내해 주는 책자도 마련돼 있다.

자판기 측면에 설치된 스크린에서는 자전거 수리방법을 담은 비디오가 상영돼 어려운 수리 작업을 쉽게 할 수 있도록 도와준다. 트렉스톱은 자전거 가게를 대체

하기 보다는 그 기능을 확대하기 위한 연장선상에 있다고 볼 수 있다. 트랙스톱은 언론매체와 각종 블로그에서 회자되며 성공적인 평가를 받고 있다. 트랙에서는 사용자들의 피드백과 각종 리서치 데이터를 반영, 2.0버전을 새롭게 디자인하고 다른 도시에까지 확대하는 방안을 모색하고 있다.

독일에 금 파는 자판기 등장



안전한 자산인 금을 살 수 있는 자동판매기가 등장했다. 영국 파이낸셜타임스는 독일에 금 자판기가 설치돼 사람들이 과자를 사듯이 쉽게 금을 살 수 있게 됐다고 보도했다.

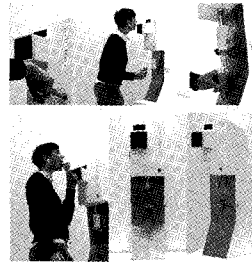
독일 '골트주퍼마르크트' 사는 이날 프랑크푸르트 공항을 비롯한 기차역 등에 금 자판기 견본을 선보였다. '골드 투 고'라는 이름의 금 자판기는 과자 자판기를 변형한 것이다. 30유로짜리 1g의 얇은 금박과 245유로 정도인 '초콜릿바' 처럼 생긴 10g짜리 금, 금화를 판매한다. 1g짜리는 '나의 금빛 보물'이라고 문구가 적힌 직사각형의 상자에 들어 있다. 상자에는 금과 함께 이 회사 사장인 토마스 가이슬러가 서명한 제품보증서도 있다. 영수증은 없으며 교환은 불가능하다.

자판기의 금 가격은 시중 최저가보다 30% 정도 비싸다. 금 가격은 시세에 맞춰 몇분 간격으로 변동된다. 자판기에는 돈세탁을 위한 거래를 감시할 수 있도록 카메라가 설치돼 있다.

가이슬러 사장은 "독일 투자자들은 항상 금을 보유함으로써 개인적인 부를 유지하는 것을 선호해 왔다"면서 "금은 불확실한 시대에 주머니에 넣어두기에 가장 좋은 것"이라고 말했다.

그는 올해 안에 독일어권 국가에 500개의 금 자판기를 설치할 예정이라고 밝혔다.

슬픈 사람에게 뚝뚝~ 울적한 마음 달래주는 아이스크림 자판기



오스트리아의 한 아티스트가 사람들의 우울함을 달래주는 똑똑한 자동판매기를 고안하여 화제다. 달콤한 소프트 아이스크림을 제공하는 '미스터 휘피'란 이름의 이 자동

판매기는 바로 고객의 기분에 따라 아이스크림 양을 달리 주는 것. 아이스크림을 사려는 고객의 기분이 우울하면 우울할수록 아이스크림의 양이 많아진다. 이 신기한 자동판매기는 오스트리아 린츠 시에서 열린 유명 디지털아트 페스티벌 '아르스 일렉트로니카'를 통해 공개되어 전시기간동안 큰 인기를 얻었다. 연일 흐린 날씨임에도 불구하고 미스터 휘피의 아이스크림 치료를 받으려고 사람들이 줄을 서 기다렸다고.

고객들의 기분을 적절 알아맞히는 '미스터 휘피'의 비밀장치는 바로 음성 긴장도 분석기. 거짓말 탐지 방법으로 이용되는 이 방식은 음성의 긴장 정도를 분석하여 상대방의 심리 상태를 파악하는 장치. '미스터 휘피'의 아이스크림을 먹기 위해서는 간단한 몇 가지 질문에 대답하는 것이 필수다. 아티스트 데미트리오스 카르고티스 제작한 '미스터 휘피'는 안타깝게도 이번 전시를 위해서만 제작된 것이라 시중에서 직접 만나기는 힘들 것이라고.

우먼스데이 선정 멋진 자판기 TOP 8

미국 최대 여성포털 사이트 우먼스데이가 전 세계 자판기 중 희한하고 멋진 자판기 8개를 선정, 최근 발표했다.

1. "뽀아 타고 반납해요" 자전거 대여 자판기

네덜란드 암스테르담에 위치한 자전거 대여 자판기는

공학 컨설턴트 그룹 '포스트 앤 테커'와 산업 디자인 에이전시 '스프링타임'이 고안해 제작됐다.

사용법은 간단하다. 자판기에서 자전거를 뽑은 뒤 일정 거리를 이동한 다음 다른 자판기에 반납하면 된다. 행여 자전거를 분실해도 걱정할 필요가 없다는 것이 업체의 설명이다. 자전거에 달린 RFID(RADIO-FREQUENCY IDentification)칩이 자전거의 위치를 알려주기 때문이다.

2. “내멋대로 뽑아 신어요” 신발 자판기

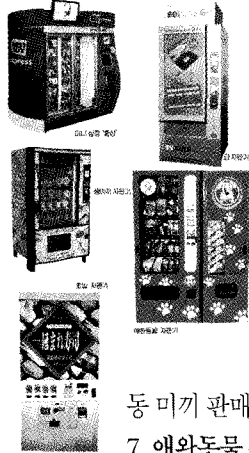
아식스의 운동화 브랜드 오니즈카 타이거에서 제작한 신발 자판기는 영국 런던의 패션 거리 '카나비 스트리트'에 세계 최초로 설치됐다. 이 자판기에는 여러 색상의 줄무늬가 들어간 흰색 테니스화 66종이 있다. 사이즈는 모두 6개. 최근 인기에 힘입어 영국 전역에 설치되고 있는 중이다.

3. “실제 차가 들어 있어요” 자동차 자판기

일본 지하철역 곳곳에 놓인 자동차 자판기에는 실물 자동차가 들어가 있다. 실제로 차를 뽑을 수 있는 것은 아니다. 구매 버튼을 누르면 새로운 모델이나 스티커, 판매자에 대한 설명이 실린 팸플릿 등이 담긴 통이 나온다. 자판기를 사랑하는 일본인들에게 훌륭한 마케팅 수단으로 활용되고 있다.

4. “상점이 따로 없네” 줌숍

전자제품 등 수십개의 다양한 제품을 구비하고 있는 '줌숍'도 신기한 자판기에 이름을 올렸다. 미국과 일본의 공항, 쇼핑몰 등에서 볼 수 있는 이 자판기는 제품이 흰히 들여다 보이는 대형 자판기 안에 디지털 카메라와 MP3 플레이어, 컴퓨터 액세서리, 휴대전화 등 소형 전자제품 등을 전시, 판매한다. 올해 말부터는 소니와



메이시스 등 다양한 업체들과 제휴를 맺어 제품군을 확장할 예정이다.

5. “금 나와라 뚝딱” 금 자판기

자판기에서 음료수를 뽑듯 금을 사는 시대가 도래했다. 독일의 TG-Gold-Super-Markt사가 제작한 이 자판기는 독일과 오스트리아, 스위스 등에 500개 정도 설치돼 있다. 자판기 1대에 1500개의 골드바가 들어 있다. 소비자는 1g, 5g, 10g 등 원하는 양을 고를 수 있으며 남아프리카공화국의 금화 '크루거랜드코인'도 구입할 수 있다.

6. “24시간 생미끼 팔아요” 낚시·미끼 자판기

미국에는 낚시 장비와 300여종의 살아 있는 미끼를 판매하는 이색 자판기가 있다. 밤 낚시를 즐기다가 미끼가 떨어진 강태공들을 위해서다. 이 업체는 최근 바다 낚시를 위한 냉동 미끼 판매도 계획 중이다.

7. 애완동물 위한 자판기

사람이 아닌 애완동물을 위한 자판기도 있다. '헤이 버디!'란 이름의 자판기는 장난감과 목줄 간식 등 다양한 제품을 구비하고 있다. 아파트나 호텔, 쇼핑몰, 동물병원, 편의점 등 애완동물이 자주 다니는 거리에 놓여져 있어 좋은 반응을 얻고 있다.

8. “전자레인지에 뚝딱” 초밥 자판기

일본의 한 유람선에 있는 초밥 자판기도 눈길을 잡는다. 초밥이나 스시롤을 입맛대로 고르면 자판기가 밥을 전자레인지에 돌린 뒤 냉동된 회를 얹어 접시에 담아 소비자에게 제공한다.