



## 전국 커피자판기 설치 현황, 베일을 벗다

### 영업신고된 식품자판기 68,220대로 나타나

### 서울·경기권, 경상권 강세 두드러져

“전국에 설치되어 운영 중인 커피자판기가 몇 대가 되나요?”

협회로 이런 문의를 하는 전화들이 가끔씩 걸려 온다. 이렇게 외부에서는 실질적으로 자판기 운영대수를 궁금해 하는 경우가 많다. 하지만 협회에서 내는 통계는 매년 생산량 기준으로 집계가 되기 때문에 이런 궁금증을 흡족하게 풀어주지 못했다. 실제 운영 중인 커피자판기의 추정대수 정도만을 이야기 할 수 있었지, 객관적인 데이터를 제공하지 못해 왔다. 이 같은 현상은 전국에 산재해 있는 커피자판기들의 대수를 합산하여 통계를 내는 시스템을 구축하기가 힘들기 때문이다. 국내의 경우 전문 운영업자들의 수도 무척 많은 데다가, 거미줄처럼 연계된 개인 운영자까지 포함을 하면 통계 대상이 엄청 광범위해 진다. 따라서 이들을 대상으로 통계 데이터를 합산하는 일은 거의 불가능에 가깝다. 캔음료자판기의 경우는 그래도 대형 음료업체의 수량 데이터를 제공받으면 객관적인 집계가 가능한 점과는 차이가 있다. 이런 탓에 국내는 커피자판기 운영 통계에 대한 갈증이 컸다. 전국에 몇 대 커피자판기가 운영되는지 지역별 분포는 어떻게 되는지 알고자 하는 수요는 많았지만 정보 공급자는 없었다. 이러한 현실에서 금호 ‘마켓 리서치’에서는 운영 통계에 대한 정보 갈증을 해소시키는 데이터를 공개한다. 이번에 공개하는 자료는 전국에 영업 신고된 식품자판기의 전체 통계이다. 본지에서 이미 지난 2009년 여름호에 ‘서울시 영업신고된 식품자판기 운영 현황’을 분석한 기사를 게재하여 큰 반향을 일으킨바 있다. 하지만 이번에 공개되는 데이터는 전국을 대상으로 해 정보 가치가 더 크다. 과연 전국에는 몇 대의 식품자판기가 설치되어 있고, 지역별 어떠한 분포와 특징을 나타내고 있는지를 살펴보기로 하자.

**영업신고된 커피자판기는 68,220대, 미신고 자판기 포함하면 13만대 추정**

이 데이터의 출처는 식품의약품안전청의 “2008년도 식품 관련업소 현황” 자료이다. 2010년 기준으로 2008년 말까지 데이터가 최신 근착자료이다. 이 전체적인 식품관련 업소 현황 집계 자료 중에서 식품자판기 부분만을 뽑아내어 정리했다.

이 자료는 식품위생법에 따른 식품자동판매기 영업을 하는 업소 수는 68,220개임을 밝히고 있다. 식품자판기 영업신고되어 있는 제품들은 거의 대형 커피자판기(복합형 포함)로 봐도 무방하다. (이하: 식품자판기가 아닌 커피자판기라는 표현 사용)

68,220대란 수치는 아무리 영업신고된 자판기 기준이라고는 하지만 기대에 못 미치는 수치이다. 물론 실질 커피자판기 운영대수는 이 수치에 미신고

된 커피자판기를 포함시켜 합산을 해야 한다. 단연 전국 유통되는 커피자판기는 68,220대 보다 훨씬 많을 것이다.

그렇다면 과연 미신고된 커피자판기는 몇 대가 될 것인가? 많게 보면 영업신고된 자판기의 배는 된다는 의견들도 적지 않다. 한 업체 관계자에 의하면 “신1000원 권이 나왔을 때 지폐식별기 교체 수량이 23만개 정도 되었던 것으로 안다”며, “이 수량에서 캔음료자판기가 차지하는 비중이 9~10만대 되기 때문에 커피자판기 수량은 13만대 선으로 보고 있다”고 밝혔다.

이렇게 본다면 영업신고 안된 자판기는 배를 넘는다. 최근 3~4년 동안 미신고된 중고 오버홀 자판기 유통이 늘고 있는 현실을 감안한다면 적정한 예측으로 볼 수도 있다.

어쨌든 국내 커피자판기의 전국 실질 운영대수를 13만대 선으로 본다 해도, 이 정도 규모에서 한계를 보이고 있는 국내 커피자판기 현실이 안타깝기만 하다. 하지만 우리 자판기 산업계는 이 결과에서 새로운 희망을 잃어야 한다. 아직 시장은 포화상태가 아니라 노력하기에 따라 성장 잠재력을 여전히 남아 있다고 볼 수 있다. 이 수치는 산업계의 한계를 명시하는 수치가 아니라 가능성을 밝히는 수치로 받아 들여야 한다. 실추될 때로 실추된 시장에 있어 더 이상의 바닥이란 없다. 이를 딛고 일어서 가파른 상승 곡선을 이룰 수 있도록 커피자판기의 경쟁력을 높여야 할 것이다.

**서울 경기권, 경상권이 주요 상권**

전국 광역시·도별 식품자판기 설치 현황을 살펴보면 1위 지역은 서울이다. 인구 1000만이 넘는 대도시인 서울은 총 12,726대의 커피자판기가 설치되어 전체 시장의 20.1%의 점유율을 나타내고 있다. 2위는 경기 지역으로 총 9,117대가 설치되

**■ 전국 광역시·도별 식품자판기 설치 현황**

순 위	지 역	설치대수	비 율
1	서울	13,726	20.1%
2	경기	9,117	13.4%
3	부산	6,812	10%
4	경남	5,620	8.2%
5	경북	4,375	6.4%
6	전북	4,144	6%
7	대구	3,938	5.8%
8	전남	3,425	5%
9	인천	2,619	3.8%
10	광주	2,596	3.8%
11	강원	2,563	3.7%
12	충남	2,413	3.5%
13	대전	2,098	3.1%
14	충북	2,077	3.0%
15	울산	1,685	2.5%
16	제주	1,012	1.5%
		68,220	

어 13.4%의 점유율을 나타냈다. 3위는 부산광역시이다. 부산은 6,812대로 10%의 점유율을 나타냈다. 이색적인 것은 서울의 시장 규모를 거의 1/2로 나누면 부산 시장 규모가 된다는 사실이다. 4,5위는 경상남북도가 차지했다. 경상남도는 5,620대로 8.2%, 경북은 4,375대로 6.4%를 기록했다.

전라북도 4,144대의 커피자판기가 설치되어 6% 비중을 차지했다. 7위는 대구광역시가 3,938대로 5.8%를 기록했다. 8위는 전남이 3,425대가 설치되어 있고, 그 다음은 광주, 강원이 뒤를 잇고 있다. 충청지역은 전부 하위권을 기록했는데 충남, 충북, 대전 순이다. 전국자판기가 가장 적게 설치된 도는 제주도로 1,012대이다.

이와 같은 광역시·도별 자판기 설치 현황의 특징을 보다 쉽게 살펴보려면 권역별로 나누어서 살펴볼 필요성이 있다. 전국 권역을 서울 경기권, 경상권, 충청권, 강원권, 제주권 등 6개 권역으로 나누었다. 이렇게 살펴보면 서울 경기권이 총 25,462대의 커피자판기가 설치되어 35.5%의 비중을 나타냈다. 다음으로는 경상권이 22,430대가 설치되어 32.9%를 나타냈다. 유의적인 사실은 그 편차가 5% 내외로 크지 않다는 점이다. 경상권의 자판기 시장규모가 서울 경기권 시장규모에 점점 육박해 오고 있음을 느낄 수 있다. 전국 자판기 시장에 있어 경상권이 주요상권임을 여실히 읽을 수 있다. 경상권 상권의 강세는 전라권과 비교를 통해서도 여실히 나타난다. 전라권은 10,165대의 자판기 설치로 15%의 비중을 나타냈다, 경상권 시장 규모의 반에서 못 미치는 결과이다. 지역발전적인 면에서 2개도가 큰 차이를 보이는 것이 사실이기는 하나 자판기 분포에 있어서의 차이는 더 극명히 나타난다.

또 하나 놀라운 사실은 충청권 자판기 시장의 부진

이다. 충청남북을 합친 충청권은 불과 6,558대로 9.7%의 점유율을 나타냈다. 전라권에 비해서도 훨씬 시장규모가 작다. 이처럼 큰 차이를 어떻게 해석해야 할까?

■ 전국 권역별 자동판매기 설치 현황

순위	권역	설치대수	비율
1	서울 경기권	25,462	37.3%
2	경상권	22,430	32.9%
3	전라권	10,165	15%
4	충청권	6,588	9.7%
5	강원권	2,563	3.8%
6	제주권	1,012	1.5%
	총계	68,220	

경상권과 전라권의 현격한 차이, 또 전라권과 충청권의 현격한 차이 원인을 어디서 찾을 수 있을까? 경상도와 전라도의 현격한 지역발전 차이에서 어느 정도 원인을 찾아 낼 수 있지만, 전라권과 충청권의 차이는 다른 차원의 문제이다. 충청권이 전라권에 비해 인구나 지역발전에서 뒤지지 않는다, 다만 자판기 입지에 중요한 영향을 미치는 관광자원 차원에서 전라도가 앞서는 것은 사실이나, 그 현격한 차이를 규명하는데 절대적인 요인은 되지 못한다.

따라서 이 부분에 대한 마케팅 리써치의 필요성이 있다. 정성적 조사 측면에서 '지역별로 자판기 이용가치를 어떻게 생각하고, 이용률에 있어서도 어떠한 차이를 보이는가'를 조사해 볼 필요성이 크다. 이러한 조사가 필요한 것은 향후 커피자판기 활성화에 있어 지역별로 차별화된 전략을 구사하기 위해서이다. 소비자에게서 야기되는 소비 패턴과 인식의 차이를 미세하게 분석하다보면 어떻게 시장에 포지셔닝할지가 새롭게 보일 수 있다.