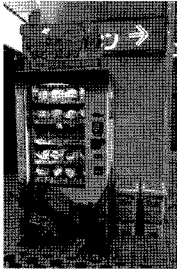


출근길에 한 다발, 日 최초 바나나 자판기



◀도쿄 시부야. 신선한 바나나를 간편하게 구입한다.

도쿄 시부야 역 지하도에 일본 최초 바나나 자동판매기가 설치되어 화제이다.

바나나 자동판매기는 지난 6월 23일, 지하철 한조몬센과 도큐덴엔토시센 시부야 역을 연결하는 빌딩의 지하에 설치되었다. 대표적 과일 제조 판매회사 Dole이 설치한 것으로 신선한 바나나를 한 다발 390엔, 한 개 130엔에 판매한다.

자동판매기 내부 온도는 바나나 보관에 가장 좋은 13도로 설정되어 있고, 구입한 바나나에 상처가 생기지 않도록 특수 이동장치를 이용하는 등 바나나 자동판매기에는 섬세한 배려가 담겨져 있다. 자동판매기 바로 옆에는 바나나 껍질 전용 쓰레기통도 마련했다.

바나나 자판기는 과일 섭취가 힘든 바쁜 직장인 혹은 학생들을 타겟으로 만들어졌다. 아침식사를 거른 사람이나 간식이 필요한 사람 등 역 안에서 손쉽게 과일을 섭취할 수 있도록 한 것이다.

앞으로는 헬스클럽이나 학교, 직장 내에도 설치를 예정하고 있으며, 파인에플이나 오렌지 도입도 검토 중이다.

바나나 자동판매기 등장에 일본 네티즌들은 "희귀한 것이니 구입해버릴 것 같다", "아침 식사를 하지 않은 사람에게 좋을 것 같다"며 환영하는 의견과 "매일 사 먹는다고 생각하면 1개 130엔은 비싸다", "걸으면서 바나나를 먹는 것은 창피할 것 같다"며 부정적인 의견이 팽팽하다.

바나나를 시작으로 과일 자판기를 늘리는 목표를 세우고 있는 Dole의 야심대로 성공할 수 있을지 기대된다.

패트병 수돗물 오사카 「진짜나」판매 호조



▲ 개최중인 상하이 엑스포에서 오사카시의 히라마츠 쿠니오 시장이 8천개를 무료로 나눠주어, 물의 기술을 어필했다.

오사카시 수도국이 판매하고 있는 패트병들이 수도물 「진짜나」가 판매 호조를 보이고 있다. 작년도는 약 25만개가 팔려 과거 최고의 실적을 기록한바 있다. 수도국은 전용 자동판매기를 설치하는 등 판로 확대에 힘을 쓰고 있다.

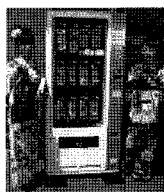
「진짜나」는 500ml로 판매가격은 100엔이다. 음료수 상품으로서는

이색 핑크 색 디자인이 눈에 띈다. 2007년 봄의 판매를 개시한 이래 2007년도는 약 11만 4천개, 2008년도는 약 17만 6천개로 매상을 늘려 왔다.

대도시 수도물은 「냄새나고 맛이 없다」라고 하는 이미지가 정착하고 있었지만, 오존과 활성탄으로 유기물을 없애는 고도 정수 처리의 도입으로 근년은 큰 폭으로 개선되었다. 도쿄도 등 각지의 자치체가 수도물 판매를 진행하고 있다.

「진짜나」는 현재, 시의 관련 시설이나 호텔 등 232개소의 매점과 구청등의 205대 자동 판매기로 판매되고 있다.

이즈시에 가방 자판기, 미니 토트 등 가벼워서 양호 메이드 인 토요오카, 관광객에게도 PR



토요오카 마을 만들기 주식회사(TMC)는 효고현 토요카시 이즈시 초가 관광센터에 '토요오카산이나 번' 자동판매기를 설치했다. 지방특색산업의 진흥을 도모하려고 만든 독자 브랜드 「TMC 가방」6종류(1000~3500엔)를 판매하고 있다.

관광객에게 '토요오카산이나 번'을 PR 하기 위해서 설치된 자동판매기 TMC는 토요카시의 제3섹터로 동

시 추우오츠의 주차장내에서 아침시장을 열고 있다. 가방 만들기가 번성한 토요오카를 PR 하기 위해 TMC가「메이드인 토요오카」를 강조한 자사 브랜드의 가방의 제작을 2009년부터 진행해 금년 7월부터 자장씨 TAJIMA나 동시 탄토초의 실크 온천 등에서 판매하고 있다.

판매되는 가방은 미니 토트(1000엔)나 보스톤백(3500엔) 등 광택이 있는 나일론제로 가볍고 튼튼하고 물을 튕기는 것이 특징이다. 색은 각각 흑, 오렌지 등 4색이 있다.

많은 관광객이 방문하는 이즈시에 가방 자동판매기를 두는 것을 통해 PR효과를 노렸다.

동 시내에서는 소전상가 진흥 조합이 동 상가가 있는 가방 스트리트나 JR토요오카역 등 3 곳에 가방자판기를 설치하고 있다.

범죄 피해자 지원 : 현내 첫 자판기 설치 매상금으로 지원



범죄 피해자를 지지하기 위해 매상금 일부를 지원 단체에 기부하는 음료 자동판매기가 7월 30일 사가시 나베시마초 야에미조의 사가 토요렛트에

현내에서 처음으로 설치되었다.

피해자 지원에 임하는 민간단체「피해자 지원 네트워크 사가 VOISS」가 코카·콜라 웨스트(본사·후쿠오카시)의 협력을 받아 설치한다. 매상금의 20%가 VOISS에 기부되어 피해자 지원에 활용된다.

제막식에서 사가 토요렛트의 우치다 켄 사장은 “범죄 피해자는 우리의 눈이 닿지 않는 곳에서 고생하고 있어 현민에게 지지하는 책무가 있다고 생각했다. 현 전체로 호응이 커졌으면 좋겠다” 라고 호소했다.

코카·콜라 웨스트에 의하면, 사가시의 사가여자 단기

대학이나 타케오시의 자동차 학교 등 5개소에 이 자판기를 설치할 예정이다.

얼굴 인증 담배자판기, 중학생 「얼굴 찡그리면 살 수 있다」



▲ 중학생이 구입하고 있던 얼굴 인증 담배자판기=후쿠오카현 쿠루메시

후쿠오카현 쿠루메시에서 성인 밖에 담배를 살 수 없어야 할 얼굴 인증 자동판매기로 미성년자가 담배를 구입하고 있었던 것이 아시아신문의 취재로 밝혀졌다. 담배자판기를 관찰하는 재무성에 의하면 인증 소프트웨어의 불편이 원인이라고 한다. 이같이 미성년이 구입할 수 있는 상태의 자

판기는 전국에 1천대 이상 있는 것으로 보여진다.

쿠루메시 중심부 식료품점의 앞에 설치된 얼굴 인증 방식의 담배자판기로 자전거를 탄 중학생으로 보이는 소년이 멈춰 서, 익숙한 손놀림으로 현금을 입금시켰다. 아시아신문 기자가 곁으로 다가가 주의를 줬다. 자판기의 카메라를 응시하고 있던 소년은 중학생이라고 인정했지만 “부모에게 부탁받았을 뿐이다. 이 자판기는 얼굴을 찡그리면 살 수 있다. 그러니까 여기에 왔다” 라고 설명했다.

“이런 일에 자주 생겨 자동판매기를 사서 바꾸고 싶다”. 설치점의 점주는 한탄한다. 근처로부터 “미성년이 담배를 사고 있다”라는 불평이 잇따르고 있다고 한다. 점주는 현지 중학의 PTA 임원을 맡은 경험도 있어 “땀 몇하지 못하다”라고 토로한다.

“절대로 미성년은 살 수 없다”라는 세일즈맨의 말을 믿어 2008년 여름, 자판기를 약 120만엔으로 리스계약했다. 하지만 직후부터 미성년자가 구입하고 있었다고 한다.

얼굴인증 자판기는 자판기 메이커 대기업이 개발했다. 전국에 5,239대가 설치되어 있지만, 인증 소프트웨어의 불

편으로 미성년에서도 표정을 만드는 것으로 카메라가 오인해, 구입할 수 있는 케이스가 보고되었다. 재무성은 소프트의 갱신을 요청해, 6월말 시점에서 쳐 78%에 해당하는 4,081대로 소프트의 갱신이 끝났다. 메이커는 “미성년들이 살 수 있는 것은 본의는 아니다. 설치 시점에 소프트 갱신을 부탁 할 수밖에 없다”라고 말했다.

쿠루메시의 자판기는 점주에 의하면, 메이커의 담당자가 작년, 설정을 조정했다. 그러자 53세의 점주마저도 구입할 수 없게 되었다. 소프트의 갱신은 하지 않고 설정을 바탕으로 되돌려, 메이커에 자판기 인수를 요구하고 있다고 한다.

현재 설정에서는 미성년에서도 구입할 수 있어, 점주들은 소년이 담배를 사는 것을 찾아내고는 주의를 주고 있다. 그러나 흡연하고 있던 중학생에게 주의를 준 PTA 동료가 폭력단 회원으로 보여지는 남자에게 위협적인 태도를 취해졌던 적이 있었다고 한다.

“중학생은 휴대 전화로 회원을 호출해, 회원 차로 떠났다고 들었다. 쉽게 주의도 줄 수 없다”.

현경 쿠루메경찰서는 흡연 등의 비행이 폭력단과 연결되는 계기를 낳아, 폭력단과 관계를 깊게 할 수도 있다고 염려하고 있다. 작년 적발한 소년 소매치기 그룹은 동시에 본부를 두는 지정 폭력단도인회계 회원으로부터 지시를 받아 억지로 빼앗은 돈의 일부는 상납 돈으로 이용되고 있었다. 동 경찰서는 금년 1월부터 얼굴인증 자판기로 미성년이 담배를 구입하고 있던 사례도 뒤쫓아 시내 중학교나 고등학교에서 폭력단 범죄에 대해 강화하거나 밤의 순찰의 횡수를 늘리거나 했다. 그 결과 6월말 시점에서 범죄 인지 건수가 전년 동기대비 약 8%감소했다.

몇번이나 이용하고 싶어지는 독특한 자판기들
본격적인 여름이 도래해 요즘 몇일은 일중 최고기온이

30도를 넘는 더운 여름날이 계속되고 있다. 무더위 속에 밖을 돌아다니면 차가운 음료를 마시고 싶어질 것이다. 그럴 때 거리 도처에 있는 자동판매기의 존재는 실로 고맙다. 여름에는 잘 차가워진 음료를 겨울에는 따뜻한 커피나 차를 제공해 주는 음료 자동판매기는 우리 현대인의 생활 중에서는 빠뜨릴 수 없는 문명의 이기이다.

각 메이커가 자사의 상품을 판매하기 위해서 자판기의 전개에 주력하는 가운데 최근 두각을 나타내고 있는 업체가 오사카에 본사를 두는 음료 메이커 다이토 도링코이다. 매상의 약 9할이 자판기 판매로 기록된다는 이 회사는 단지 돈을 입금시키면 상품이 나오는 것만이 아닌, 더 부가가치가 있는 것을 만들고 싶다는 생각 아래, 개성적으로 독특한 자판기를 전개하고 있다. 1999년부터 도입된 「포인트 카드 자판기」는 상품을 구입할 때 전용 포인트 카드에 포인트를 모으고 응모하면 빠짐없이 경품을 받을 수 있다. 50포인트~500포인트까지 포인트마다 여러가지 경품이 준비되어 있어 매년 선정을 다시 하고 있다고 한다. 이 자판기가 태어난 것은 ‘추첨 방식으로 선물이 당첨된다는 캠페인이 업계에서는 잘 행해지고 있었지만, 극히 일부 사람 밖에 당첨되지 않기 때문에, 응모해도 소용없다고 생각하는 사람이 많은 것이 아닐까’라고 하는 사원의 발상이 계기가 되었다고 한다. 이용자에게 있어서는 포인트를 모으면 빠짐없이 경품을 받을 수 있어 메이커에 있어서는 포인트 카드 시스템을 도입하는 것이 자사 자판기를 반복해 이용하게 할 수 있어, 어느 쪽에 있어서도 메리트가 큰 구조이다.

그리고 이 포인트 카드자판기의 서비스를 설명하는 것을 목적으로 음성 가이드를 도입했던 것이 계기가 되어 탄생한 것이 방언을 말하는 독특한 자판기 「수다기 능부 자판기」이다. 도입 당초는 표준어 뿐이었지만 후에 칸사이 사투리의 기능을 추가해, 그 친해지기 쉬운

독특한 발음이 큰 화제를 불러 일으켰다. 다음은 교토 변, 그리고 영어, 포르투갈어, 중국어 등의 외국어까지도 기능에 추가되었다. 2006년부터는 츠가루변, 나고야 변, 히로시마 변, 하카타 변, 오키나와 방언 등 각지의 방언도 추가되어 이용자로부터의 인기가 최상이다. 이 「수다 기능부 자판기」를 개발한 동사 기획 개발부의 야자와씨는 “음성 가이던스 침부의 자판기는 이전부터 있었습니다. 그러나 기계적인 소리는 구입자에게 좋게 받아 들여 주지 않았던 것이 사실이었습니다. 거기서 프로 성우에 부탁해 실제로 인간의 소리로 말을 거는 수다기능을 넣었는데, 구입자로부터 예상 이상의 호응을 얻을 수 있었습니다”라고 말했다.

그러나 이 수다 기능부 자판기가 굉장한 것은 각 지방의 방언이나 외국어를 단지 말하는 것 만이 아닌, 아침 등의 시간대나, 연말 연시·크리스마스 등의 계절 이벤트에도 대응이 가능하기 때문이다. 상황에 따라 각 지역의 말로 말하는 것이 가능한데다, 포인트 카드의 메모리 기능을 이용하고 “잘 만났네요”, “오랜만에 뵙습니다” 등 포인트 카드의 이용 빈도에 따른 퍼스널한 메시지를 발표할 수도 있기 때문에 놀랍다. 이 시스템을 통해 구입자는 자판기를 보다 가까이에서 느낄 수 있어 또 이용하고 싶어질 것이다.

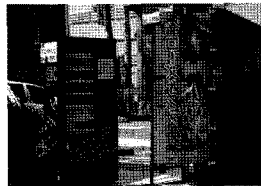
대담하고 독특한 발상, 그것을 실현하는 행동력. 자동 판매기를 점포라고 평가하는 동사의 생각이 타사에는 없는 커뮤니케이션 할 수 있는 독자적인 자판기를 탄생시켰다. 지금도 동사의 홈페이지 상에는, “이번은 00 변을”이라고 “도쿄에서 하카타 변이나 츠가루 변을 들을 수 있거나 하면 기쁘다”라는 리퀘스트가 다수 전해지고 있다고 한다.

“좀더 고객과의 커뮤니케이션이 깊어질 수 있도록, 새로운 자판기를 계속 개발해 나가고 싶습니다”.

어딘가 장난기를 느끼게 하는 표정으로 그렇게 말해 준 야자와씨의 머릿 속에는, 이제 다음의 아이디어가

떠올라 있을지도 모른다.

첫 시도! 자동판매기로 게임 아이템 판매 개시! 나고야의 한정 아이টে으로 당지를 응원!



▲ 왼쪽에서, (1) 나고야양드레스 세트, (2) 코알라의 인형 세트, (3) 선인장 록 세트, (4) 사치호코카트셋트

여성 유저 31%의 무료 온라인 게임 「로즈 온라인 전설」에서는 주식회사 지아이시 및 주식회사 Fujitaka와 공동으로 업계 최초 자동판매기로의 게임 아이템 판매를 개시했다. 설치 장소는 아이치현을 대표하는 상업 에리어, 나고야시영의 주차장이다. 판매 아이템은 사치호코나 나고야양 등 아이치

를 모티브로 하고 있어 게임에 의한 당지 활성화를 목표로 한다. 자세한 내용은 코치라 <http://www.roseon.jp/pr/nagoya>를 참조하면 된다.

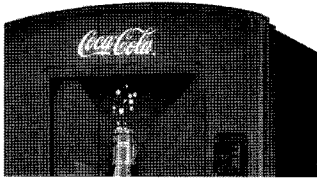
아래와 같이 아이টে을 자동판매기로 판매한다.

1. 「나고야양드레스 세트」
2. 「코알라의 인형 세트」
3. 「선인장 록 세트」
4. 「사치호코카트셋트」

각 아이টে과 교환할 수 있는 시리얼 코드가 인자된 카드 형식으로 판매한다.

카드의 도안은 전4종. 모든 아이টে을 가지런히 해 카드를 컴플리트 하면, 1매 파노라마 일러스트를 완성시킬 수 있다. 가격은 1개 1000엔이다.

코카콜라 일본(Coca Cola Japan), 대형 LCD 터치 패널 장착된 새로운 자판기 공개.



코카콜라 일본 (Coca Cola Japan) 이 정면에 대형 LCD 터치패널이 장착된 새로운 코

카콜라 자판기를 공개했다.

세로 1미터, 가로 57센티미터의 이 LCD 터치 패널은 디스플레이를 누름으로써 원하는 음료를 선택할 수 있도록 해줄 뿐 아니라 코카콜라 제품의 광고와 그 지역의 지도를 디스플레이 한다. 차후에는 주변 레스토랑의 정보를 휴대폰으로 다운로드 해주는 기능까지 추가 될 예정이라고 한다.

현재 일본에는 98만 대의 코카콜라 자판기가 설치되어 있으며, 연말까지 새로운 자판기가 몇 대 설치될 예정 인지는 알려지지 않았다.

나라 공원에서 발견,

「사슴」모금이 생기는 자동판매기



나라는 지금 국내 여행으로 가장 트렌디한 장소라고 말해도 과언은 아니다. 그 천도 훈이 캐릭터를 말하는 「평안 천도 1300 기제」로 메

인의 헤이조쿄자취를 시작해 현대 각지에서 다양한 이벤트를 진행하고 있다.

그런 나라를 방문한다면, 절대로 제외할 수 없는 관광지라고 하면? 도다이어나 가스가 다이샤등의 세계 유산으로 지정되어 있는 문화재가 있는 나라 공원이다. 여기에는 많은 사슴이 있다. 곳곳에 걷는 사슴이나 옆

드려 누운 사슴이 보인다. 실은 이 사슴들은 나라 천연 기념물로도 지정되어 있을 만큼 귀중한 동물이다. 고의로 손상시켜 버렸을 경우, 문화재 보호법 위반에 의해서 5년 이하의 징역 혹은 30만엔 이하 벌금도 부과 된다.

그런 사슴을 소중하게 보호하는 단체가 설치하여, 누구라도 부담없이 모금할 수 있는 자동판매기가 있다. 이 자동판매기가 설치되어 있는 곳은 가스가 다이샤 결의 주차장. 자동판매기 2대중 1대는 잘 보면 황녹색이다. 산토리의 녹차를 이미지 한 것이라고 생각했는데, 옆에 사슴 일러스트가 크게 그려져 있었다.

이 자동판매기에서는 보통 드링크가 팔리고 있지만, 차근차근 보면, 사슴 일러스트가 패키지가 되어 있는 캔을 발견할 수 있다. 게다가 「10엔」 「50엔」 「100엔」 「500엔」 「1000엔」이라고 있다. 요컨대 돈을 입금시킨 상태로 버튼을 누르면 그 금액이 모금되는 구조다.

모금 활동을 하고 있는 것은 「나라의 사슴 애호회」. 공식 홈페이지에 의하면 상처를 입은 사슴을 치료하거나 공원 내를 경비하거나 하는 등의 활동을 실시하고, 매년 10월에는 향례의 「사슴의 빨송곳」도 개최하고 있다.

그러나 사슴의 모금을 위해서만 자동판매기를 이용하는 사람은 적은 듯한 기분이다. 120엔의 드링크로 150엔을 입금시켜 30엔의 거스름돈을 모금한다.

조금 놀란 것은 모금의 버튼에 500엔이나 1,000엔이 있던 것이다. 과연 이런 버튼이 사용되는 일이 있을까? 어쨌든 드문 자동판매기인 것은 틀림없기 때문에 견학도 할 겸, 한번 모금해 보는 것은 어떨까?