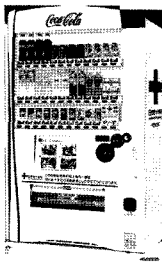


### 하겐다즈와 롯데 아이스, 양 회사의 아이스 같이 판매하는 자동판매기를 전개

하겐다즈 재팬과 롯데 아이스는 10월 하순부터 양 회사 아이스크림을 같이 판매하는 자동판매기를 설치 전개한다. 지금까지 단독으로 자동판매기의 전개를 실시하고 있던 양 회사가 서로의 강점을 살리면서, 폭넓은 연령층의 고객을 수용하는 목적으로 개발했다. 동 자동판매기의 전개로 판로나 취급상품의 다양성을 확충시켜, 사업 확대를 목표로 해 간다.

판매 예정 상품은 하겐다즈의 「미니 컵」 「크리스피산드」, 롯데 아이스의 「레이디 보텐 바」 「크릿슈」 등이다. 양사의 경쟁력있는 상품을 갖추어 소비자에게 어필해 나간다.

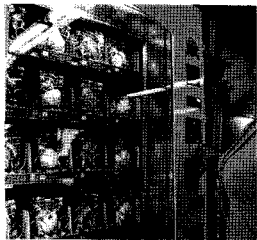


### 코카콜라, 자판기에 '성금모음' 기능 넣었다

일본 코카콜라가 지진 성금모음 기능을 추가한 자동판매기를 설치 운영하고 있다. 니혼게이지신문 등에 따르면 일본 코카콜라는 소비자들이 주변에서 쉽게 접할 수 있는 자판기를 이용해 부담없이 모금을 할 수 있도록 이같은 아이디어를 내놨다.

성금 모금 버튼은 상품 버튼과 나란히 있으며 성금액은 10~100엔 사이에서 결정할 수 있다. 이용자가 원하는 금액을 먼저 누르고 돈을 넣으면 일본 적십자사로 돈이 보내진다. 일본 코카콜라는 9월 말까지 모인 성금을 동일본 대지진 의연금에 쓰고 10월 이후에는 적십자 활동 기금으로 보낼 계획이다.

자판기 천국으로 불리는 일본에서는 청량음료 자판기만 전국에 218만대가 설치돼 있고, 도쿄에는 87만대가 널려 있다.



### 일본 생명 본점 빌딩에 사과자판기

일본 생명보험의 본점 빌딩(오사카시 추오구)에 사과자동판매기가 등장했다. 아오모리산사과가 심을 제외하고 잘라져 있어, 봉투를 여는 것만으로 먹을 수 있다.

자판기는 M·브이·M 상사(코베시)가 설치했다. 금년 1월에 도쿄 메트로안개케관역에 설치된 뒤였고, 지금까지 전국에서 4대 가동하고 있다, 오피스 빌딩 내 설치하는 이번이 처음이라고 한다. 1봉에 반개분이 들어가 150엔이다.

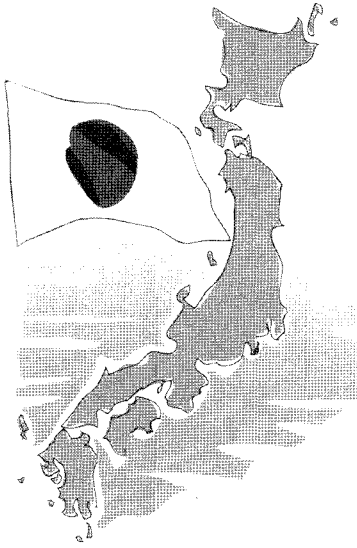
사과는 껍질을 벗기는 수고나 쓰레기가 나오는 등의 이유로부터 오피스에서는 친숙하지 않았다. 복리후생과 종업원의 건강 증진을 위해서 도입했다고 한다. 품종은 계절에 따라 다르다.

### 가설주택에 설치된 「거리 코미」자동판매기 - 뉴스나 행정 정보 등, 지역 커뮤니티에 관한 정보를 전달

이번 실증 실험에서는 산토리 푸즈 자동판매기에 톳판 인쇄의 「거리 코미」를 탑재해 개발한 「거리 코미」 자동판매기를 샌다이시 가설 주택 7개소에 설치해, 뉴스나 행정 정보 등 지역 커뮤니티에 관한 정보를 전달한다. 생활자 가까이 있는 자동판매기를 활용해 정보 전달을 실시하게 되는 것. 디지털 디바이스 등의 유무에 관계없이 폭넓은 세대 지역 주민이 생활에 유용한 정보로 접촉할 수 있다는 이점이 있다.

양 회사는 실증 실험을 통해 지역 커뮤니티의 활성화를 지원한다. 지역 주민에게 정보를 보내 지역에 빠뜨릴 수 없는 지역 정보 인프라로서 효과를 검증한다. 실험 기간은 2011년 9월 26일~2012년 3월말 이 예정이다. 정보는 샌다이시 소식, 샌다이시 소비 생활 센터 소식, 커뮤니티 정보, 모두 안전☆안심(미야기현경, 뉴스)등이다.

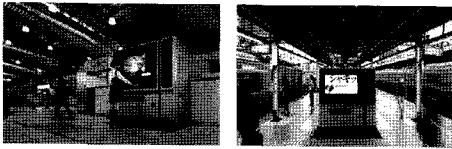




## JR도쿄역, 시나가와역, 센다이역에서 영업중 "차세대 자판기" 굿 디자인상 수상!

JR도쿄역, 시나가와역, 센다이역 등에 설치되어 화제가 된 터치 패널 디스플레이 활용 차세대 자판기가 「2011년도 굿 디자인상」을 수상했다.

"차세대 자판기"는 JR동일본 물장사가 새로운 자동판매기이다. 디스플레이에 표시된 청량 음료수의 화상을 터치 패널식에서 조작할 수 있는 것 외에도 상부 센서로 성별·연대 등 속성 정보를 판정해, 특정 시간대나 기온에도 대응해 추천 마크를 표시시키는 등의 획기적인 기술과 디자인이 실현되었다. 통상 자판기의 약 1.8배 배상을 기록하는 등 화제를 모으고 있어 향후에는 도쿄 근교의 JR동일본 역을 중심으로 함께 500대를 전개할 예정이다. 이 자판기에 관해서 굿 디자인상 심사 위원은 "비즈니스 모델, 판매 수법, 디자인, 기능 등 모두에 걸쳐 획기적인 제안이 담겨져 있다. 향후 에키나카로의 음료 비즈니스를 생활자 시점에서 크게 바꾼 것이라 할 수 있다"고 평가하고 있다. 덧붙여 이번 수상을 받아 현재 설치되어 있는 "차세대 자판기"에는 기간 한정 스페셜 콘텐츠도 전개할 계획이다.



「2011년도 굿 디자인상」수상의 "차세대 자판기". 현재는 약 50대가 영업중

## 자판기로 잘 구입하는 음료는?

"자동판매기로 잘 구입하는 음료는 무엇입니까?" 전국의 남녀에게 물었다. 전체에서는 「차」(520명)이라고 대답한 사람이 가장 많았고, 그 다음에 「커피」와 「탄산음료」(모두 403명)인 것이 벌크의 조사로 밝혀졌다.

시간대별로 보면, 「차」를 구입하는 사람은 주로 「낮」(69.4%)에 이용을 했다. 또 「커피」는 「아침」(59.0%)과 「낮」(58.8%)이 많았다. 「탄산음료」는 「낮」이 67.0%인데 비해 「저녁」이 48.6%로 나타났다. 또 「영양 드링크」에 관하여는 「저녁」(46.5%)도 많다. 지친 저녁에 탄산음료나 영양 드링크를 마시고 있는 사람이 많은 듯하다. "또 어느 타입의 용기를 좋아합니까"라고 물었는데 「페트병」(93.3%)이 월등히 높았다. 그 다음은 「캔」(프르타브타이프)(22.7%), 「캔(캡 타입)」(22.4%)으로 나타났다. 남녀별로 보면 남성은 「캔(프르타브타이프)」(29.9%), 「캔(캡 타입)」(24.9%), 「종이 팩」(12.9%)의 순으로 나타났다. 한편 여성은 「종이 팩」(20.3%), 「캔(캡 타입)」(20.1%), 「캔(프르타브타이프)」(15.8%)이었다. 남성은 「캔(프르타브타이프)」가 높고, 여성은 「종이 팩」과 「캔(캡 타입)」이 눈에 띄었다.



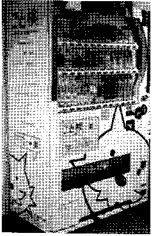
## 피해자 지원 목적의 자판기, 닛코시 관공서에 설치

사건이나 사고의 피해자 지원을 목적으로 한 자동판매기가 건하지만 닛코 시청 1층에 등장했다. 매상 일부가 「피해자 지원 센터」의 활동 자금을 충당되는 자판기이다. 행정 청사에 의 설치하는 처음이라고 한다.

설치는 아침해 사료와 토네 코카-콜라보트링의 협력에 의한다. 음료 1개에 5엔 이상이 동선

터에 기부될 예정이다. 거스름돈이나 잔돈을 10엔, 50엔, 100엔 단위로 기부할 수도 있다. 구입때 카누마시 출신의 탤런트 갓츠 이시마츠씨의 “모금 고마워요. OK목장”의 소리가 흐른다. 자판기 본체에 동센터의 정보도 기록되고 있다. 이 날은 사이트 후미오 시장이 동센터의 화기 길자 사무국장외가 지켜보는 중 실제로 구입과 모금을 체험했다. 이마이치 사건에 접해 “범죄 피해자의 상심을 가까이에서 느낀다”라고 말해 적극적인 이용을 당부했다.

### 속담 검정 응원 자판기가 등장



속담이 디자인 된 자동판매기가 탄생했다. 「속담 능력 검정 협회」를 운영하는 데이터·퍼·이스트사(오사카시 기타구)와 음료 메이커, 다이토 도링크(오사카시 기타구)라는 타업종 공동으로 새로운 형태의 광고형 자판기가 실현했다. 그 이름도 「속담 검정 응원 자동판매기」이다.

동 협회가 개최하는 「속담 검정」의 공식 PR캐릭터 「일개(일검)」 훈이 자판기 전면에 크게 프린트되고 있다. 측면으로 「□의 마음 사랑니」 등, 속담 총해 문제가 출제되어 QR코드 링크 앞으로 대답해 맞답을 하는 구조이다. 일명 「학습 자판기」라 할 수 있다. 기념해야 할 1호기는 직업훈련 학교, DEF 컬리지 우메다교(오사카시 기타구)에 설치되어 있다. 2호기는 오사카 상업 대학(오사카부 히가시오사카시)에 설치되어 학생들에게 애용되고 있다고 한다. 동 협회는 12월 18일에 제2회 검정을 개최할 예정이다. 이 자판기의 설치 공사비, 전기공사비, 상품 보충, 빈 깡통 회수 등은 다이토 도링크가 부담한다. 매상의 일부는 동검정 운영 등에 충당된다.

### 녹화인가 절전인가 흔들리는 자판기

시민의 화단 만들기 조성금을 마련하기 위해 후쿠오카시내의 공원에 200대 이상의 음료 자동판매기를 운영하며 수익을 얻고 있는 공익 재단법인 「후쿠오카시초록 마을 만들기 협회」의 영업방법에 대해, 절전 시점으로부터 의문시하는 소리가 나오고 있다. 동일본 대지진 후의 전력 문제를 뺀 “필요 이상 자판기 증설은 전기 낭비”라는 주장이다. 자판기가 자금원이 되고 있는 협회 측은 “자판기 삭감은 녹화 사업의 축소에 직결한다”라고 곤혹스러워하고 있다.

동 협회에 의하면 공원 등의 자판기 설치는 2000년에 협회에 통합한 시 공원 도시 정비 공사가 1980년대부터 시작했다. 매상금의 25%가 음료 메이커로부터 들어가는 구조로 설치·유지비는 메이커 부담한다. 협회는 시에 공원 사용료(1대 당월 약 1800엔)를 지불하고 있다. 설치 대수는 2008년 연도말 144대(15개소)▽2009 연도말 151대(18개소)▽2010 연도말 160대(47개소)로 증가 경향에 있다. 금년 4-6월말까지는 45대 증가했다. 이 중 24대는 시측 수입 확보를 목적으로 시가 공원을 관리하는 민간 지정 관리자에 의한 자판기 설치를 금지했기 때문에 협회가 대체기를 두었다고 한다. 협회에 의하면 11년도는 사업 수익의 4분 1 정도를 자판기로 확보했다. 시민에게 환원하는 형태로 공공용지나 공터에서 「지역의 꽃만들기」를 담당하는 82단체에 대해, 합계 1150만엔의 조성을 예정하는 등, 녹화 사업을 추진하고 있다.

이러한 수법에 이의를 주장하는 것은 후쿠오카시 츄우오구 오자사로 자치회장(5구)을 맡는 와타나베탁부씨(73). “이번 여름, 시민은 절전에 적극 임했다. 공원으로부터 조금 걸으면 음료를 파는 슈퍼나 상가도 있다”라고 말한다. 5월 가까이의 오자사 공원(츄우오구)에 자판기 1대가 설치되었지만 「불필요」라고 제소했다. 오자사 미나미코엔에도 동시기에 2대가 신설되어 근처에 사는 사토 에미씨(60)는 “큰 공원도 아닌데... 없어도 불편하게 느꼈던 적은 없다”라고 이야기했다. 니시구의 오베 공원에는 지진 재해 직후 4월, 지정 관리자가 철거한 자판기 대신 동협회가 9대를 설치했다. 단지 가까운 거리에 복수대 설치하고 있는 장소도 있어, 시측에는 공원 이용자로부터 “왜 이 시기에 늘렸는가”라는 불평도 있었다고 한다.

현내 음료 메이커에 의하면 자판기(중형, 음료 30종류) 1대 소비 전력은 전기세로 환산하면 1개월 약 3천-4천엔분이다. 6월말 시점의 합계 205대의 1일의 소비 전력량은 약 640Kwh이다, 큐슈 전력에 의하면, 일반 가정 2개월 분 소비 전력이라

고 한다. 절전을 둘러싼 공원 자판기 설치 본연의 자세에 관해서는 시의회 의원회에서도 문제가 제기되었다. 이에 대해 동 협회는 “만일 철거하면, 녹화를 위한 활동도 축소하지 않을 수 없게 된다” (미도리과). 자판기는 공원이 있는 현지 공원 애 호회나 음료 메이커 제안을 받아 두고 있다고 해, “요망이 있으면 설치를 계속한다”라고 설명한다. 환경 부하의 적은 도시 계획을 전문으로 하는 큐슈 대학 인간 환경 학연구원의 아리마 타카후미준교수(45)는 “지진 재해가 일어나, 에너지 절약을 생각하는 시민의 기분도 알지만, 수익을 올리기 위한 하나의 방식이라고 말할 수 있는 것은 아닌가”라고 지적한다. 게다가 “근처에 상점이 있거나 넓지 않은데 복수 설치되어 있는 공원은 설치 장소나 수 등 치밀한 검토를 하는 여지가 있다”라고 이야기한다. 시 공원 관리과는 “의문으로 생각하는 시민의 소리도 있으므로, 향후 어떻게 할까는 협회측과 서로 이야기하고 싶다”라고 밝혔다.

### 100종류 이상의 주스를 마실 수 있는 자동판매기, 하네다 공항 설치

미국에는 여러가지 맛과 맛을 브랜드 해 오리지날 주스를 만들 수 있는 자동판매기가 있다. 「콜라의 바닐라미」 「스프 라이트의 스트로베리미」. 이렇게 도전적인 주스도 마음 가는 대로 만들어 먹을 수 있다. 이런 자판기가 일본 하네다 공항 에 설치 운영되고 있다. 자판기가 있는 곳은 공항 제2 터미널 B1층의 「HOT DOG CAFE」. 입구 정면으로 놓여져 있는데

100종류 이상 주스를 맛볼 수 있다. 「콜라」나 「환타」 「진지엘」 등의 based 링크에 「오렌지미」 「그레이프미」 「체리미」 라는 여러가지 플레이버를 믹스하고, 오리지날 주스를 만들 수 있다.

레지에서 250엔의 컵을 구입하면, 맘껏 마시기가 가능하다. 우선 14 종류 중에서 based 링크를 선택한 후 플레이버를 선택한다.

