



# 21세기 자판기 문화, 어떻게 달라져야 하나

자판기가 있는 곳에 필연적으로 존재하는 게 자판기 문화이다. 자판기문화는 산업과 사회현상, 그리고 자판기와 소비자를 연결하는 고리이자 커뮤니케이션 수단이다. 국내 자판산업이 20년의 역사가 넘어선 지금 자판기문화는 이제 생활 속에 없어서는 안될 중요한 문화의 한 부분으로서 굳건한 자리매김을 하고 있다.

이러한 역할과 위상 증대를 바탕으로 국내 자판기 문화는 21세기를 향해 성큼 발걸음을 내딛고 있다. 이러한 시점에서 금호 특집란에서는 우리 자판기 문화의 현주소를 진단해 보는 시간을 마련하고자 한다. 과연 국내 자판기 문화는 20여년의 자판기 연혁에 걸맞은 성숙도를 자랑하고 있는가? 아울러 21세기를 향한 자판기 문화의 올바른 발전방향은 무엇인지를 집중 조명해 봤다.

## 제 1장

# 소비자의 다양한 욕구를 반영하지 못한 국내 자판기 문화

자판기 문화라니? 일상생활에 있어 필수불가결한 존재도 아닌 자판기를 가지고 거창하게 문화적인 의미까지 부여할 필요가 있을까?

많은 사람들은 자판기 문화라는 명제 앞에 이런 의문증을 갖는 게 보통일 것이다. 하지만 문화가 보편화된 인간의 행동양식을 총칭하는 것임에 미루어 볼 때 분명 우리 일상 속에는 무인 자판기 문화가 뿌리깊게 존재해 왔다. 다만 그동안은 일상화되고 습관화된 자판기 문화를 하나의 문화적 현상으로 규명하고 해석하려는 시도가 부족했기에 그 의미가 낮설게 느껴지는 것이다.

자판기 문화란 쉽게 말해 사람들이 자판기라는 현대 문명의 이기를 사용하는 행위 자체와 이를 통해 느끼는 보편화된 인식들을 말한다. 예를 들어 한대의 캔 자판기가 있다고 하자. 이 자판기에 있어 소비자가 우선 이용가치를 느끼고 일정액수를 투입구에 투입하고 원하는 제품을 얻게 되는게 보통이다. 이러한 자판기 사용의 일련의 과정은 삼척동

자도 알고 있는 보편적인 자판기 사용문화이다. 그리고 자판기를 사용하면서 느끼게 마련인 '이 점은 편리하다, 불편하다 하는 요인, 또 자판기가 깨끗해 믿을 수 있다거나 지저분해 믿을 수 없다' 라는 개인들의 다양한 기호와 주관들도 자판기 문화의 한 부분이라 할 수 있다.

국내 자판기문화의 형성과 발전은 이제 20여년의 역사를 가지고 있다. 특히 자판기가 문화로서의 폭발력과 폭넓은 대중성을 확보한지는 불과 10년 전 부터이다. 이처럼 짧은 시간에도 불구하고 국내 자판기 사용문화는 빠른 속도로 발전해 왔다. 자판기는 이제 어디를 가도 환영받는 문명의 이기로 자리잡고 있고 또 꼭 있어야 할 곳에 자판기가 없으면 불편함을 느낄 정도로 그 사용문화의 비중이 확대되었다.

그러나 이같은 자판기 문화의 대중화에도 불구하고 그 문화자체에 대한 산업계의 주도적 파급력은 크게 부족한 현실이다. 즉, 자판기 문화의 변화와 발전에 있어 중심축이 되어야 할 산업계가 그 책임과 역할을 너무도 등한시하고 있다는 얘기이다.

이같은 현상은 참으로도 아이러니컬한 부분이다. 자판기 문화의 발전은 자연 자판기산업 발전과 끊을 데야 끊을 수 없는 관계를 가지고 있음에도 불구하고 산업계가 올바른 자판기 문화를 선도 발전시키는 일에 뒷짐을 지고 있다는 사실은 분명 간과할 수 없는 큰 문제이다.

사실 산업계는 지금까지 자판기 산업을 너무도 양적인 확대의 개념으로 보아 왔다. 기계를 한 두대라도 더 보급시키는데 주안점을 두었지 그 기계가 얼마나 효율적으로 자판기 문화를 형성, 발전시키느냐 하는 부분에는 그다지 큰 신경을 쓰지 못해 왔다.

이렇다보니 국내 자판기 문화는 산업계 주도적이기보다는 소비자 주도적으로 발전해 나왔다 할 수 있다. 즉 소비자들이 자판기 문화형성의 핵심 축이 되고 산업계는 수동적으로 그 결과와 현상을 반영하는 식의 자판기문화가 발전되어 왔던 것이다.

따라서 국내 자판기문화는 아직 소비자의 다양한 욕구를 제대로 반영하지 못하고 있다. 이 보다는 일방통행식 산업위주의 자판기 문화를 소비자들에게 강요했기 때문에 자판기 문화에 대한 소비자의 갈증과 바램도 그 만큼 커질 수밖에 없었다.

## 제2장

# 자판기 문화의 개선 방향

이제부터라도 산업계는 자판기 문화의 변화와 발전에 있어 중심축이 되어야 한다. 현재 소비자의 다양한 기호를 반영하지 못하는 자판기문화는 소비자 중심으로 마땅히 보완되어야 하며, 기타 잘못 형성된 자판기 문화에 있어서도 적극적인 개선책을 제시할 수 있어야 한다.

그렇다면 보다 구체적으로 우리 자판기 문화의 현실과 문제점들을 짚고 넘어가지 않을 수 없다. 지금부터 보다 소비자 중심적인 자판기문화의 창출을 위한 산업계의 과제에 대해 살펴보도록 한다.

## 아웃도어 설치환경의 개선

국내 자판기 아웃도어 설치환경의 개선은 산업계의 시급한 과제이다. 국내 자판기 보급

율의 70%이상을 차지하는 아웃도어 로케이션은 자판기에 대한 소비자 인식의 대부분을 좌우한다고 할만큼 중요성이 크다.

그러나 이러한 중요성에 비해 아웃도어 로케이션은 너무나 방치되어 있다. 그냥 일정 로케이션에 자판기를 대충 한 대 설치하는 식의 마구잡이 식 배치가 주류를 이루고 있고 자판기의 외관문제, 안전문제, 집객도 향상, 편리성 제고 측면은 크게 신경을 쓰지 않은 게 엄연한 아웃도어 자판기의 현실이다.

이렇다보니 소비자들이 자판기를 보는 시선이 고울 리가 없다. 자판기가 아직까지 지저분하고 비위생적이라는 오명을 떨치지 못하는 주이유도 여기에 있다.

아웃도어 로케이션은 이제 자판기에 대한 보다 편리하고 깨끗한 사용문화 선도를 위해 대대적으로 정비되어야 한다. 만약 아웃도어 로케이션에 대해 산업계가 여전히 무책임한 자세를 보인다면 앞으로 설치환경이 위협당하는 심각한 지경에 봉착할 가능성도 있다. 다시 말해 현재의 설치환경에 대한 산업계의 적극적인 자율대책이 없이는 아웃도어 로케이션 설치환경이 정부의 규제를 받을 확률이 얼마든지 있는 것이다. 따라서 이러한 결과가 나타나지 않도록 산업계에서는 자율적으로 현재의 아웃도어 설치환경을 미리미리 개선해 나가는 일이 무엇보다 중요하다 할 수 있다.

## 1. 차양막의 설치

외부 로케이션에 설치된 자판기들은 당연히 실내와는 차별화된 설치환경을 확보해야 한다. 별다른 자판기의 훼손 환경이 작용하지 않는 실내와는 달리 외부의 경우는 다양한 기후환경 및 설치제한, 파손, 도난 등의 변수요인이 작용하게 마련이다.

기후의 경우에 있어서는 비, 눈, 바람, 광선 등의 요인이 아무래도 실내보다는 실외 자판기의 내구성을 약화시키고 있으며, 자판기가 다양한 불특정 다수노출성을 나타냄으로 인한 파손과 도난 가능성도 상대적으로 높을 수밖에 없다.

아울러 위생관리에 있어서도 외부 로케이션에 있어서는 보다 세심한 관리가 요구되며 만약 이 부분을 소홀히 했을 때는 금세 비위생적이고 지저분한 자판기가 된다.

따라서 아웃도어 로케이션은 세심한 관리와 설치환경의 차별화가 무엇보다 중요한 요인으로 작용하게 마련이다. 이런 면에서 볼 때 현재 외부 로케이션에 설치된 자판기들에 있어 가장 시급히 개선되어야 할 문화 중의 하나는 차양막 설치환경을 적극적으로 확보해 나가는 일이다.

현재 아웃도어 로케이션의 경우는 차양막이 설치되어 있지 않아 보기에다 참으로 측은하고 허전하게 보이는 자판기들이 너무도 많다. 특히 이들 자판기들은 비나 눈이라도 올 때면 이를 그대로 맞을 수밖에 없어 보기에다 안 좋고 자판기 부식요인도 그만큼 크게 작용하는 문제를 야기시킨다. 결국 이런 경우 자판기는 지저분하게 소비자들에 인식될 수밖에 없게 된다.

외부 설치환경에 있어 비와 눈을 피하기 힘든 로케이션은 반드시 차양막이 설치되어야 한다. 특히 외부 로케이션에 있어 차양막설치는 현행 식품위생법시행규칙 자판기설치 기준에 있어 엄연히 의무규정화가 되어 있다.

그럼에도 불구하고 외부 로케이션에 대한 차양막설치는 극히 부분적으로 이루어지고 있을 뿐 무책임하게 방임되고 있는 게 현실이다. 이같은 현상이 발생하는 데는 산업계의 책임이 가장 크다. 외부 로케이션의 대다수를 차지하는 개인운영자의 경우 차양막이 반드시 설치되어야 한다는 의무규정도 모르고 있는데다가 자발적으로 차양막을 설치해야

졌다고 느끼는 경우가 그다지 많지 않다. 산업계의 계몽과 홍보가 그만큼 부족했기 때문이다.

결국 차양막 설치에 대한 계몽과 실천의 주가 되어야 할 곳은 바로 산업계이다. 산업계가 운영자들에게 있어 자판기 차양막설치의 의무조항과 필요성을 강조하며 적극적인 실천자세를 보이지 않는 한 차양막 설치환경의 확대는 요원하다.

이제부터라도 산업계는 기계 한대만 팔고 보자는 식의 자세를 버리고 제대로 된 자판기 설치환경까지 책임져 주는 발상의 전환이 시급히 요구되고 있다. 내 자식이라면 비오는 날 우산없이 비를 흠뻑 맞는 모습을 볼 수만은 없는 이치처럼 아웃도어에 설치된 자판기는 결코 남의 자식이 아닌 산업계의 자식이라는 애정과 관심이 무엇보다 중요시된다. 그 애정과 관심이 이제 자판기 머리 위에 얹어 져야 할 때이다.

## 2. 안전설치 환경 의무화

외부 아웃도어 자판기 문화의 개선에 있어 안전설치 환경을 확보하는 과제도 급선무이다. 현재 아웃도어에 설치된 자판기들의 대다수가 안전설치기준에 맞게 설치되어 있기보다는 안전을 크게 고려치 않는 마구잡이 식 설치가 주류를 이루고 있다.

버팀 부위를 미관을 고려치 않고 콘크리트로 마구잡이 공사를 해 논다거나 더욱 심한 경우는 아슬아슬하게 벽돌과 목재로 버팀목만 해 논 경우도 부지기수이다.

이같은 기준없는 마구잡이식 설치의 외관상보기도 안중을뿐더러 자판기 안전사고의 위험성을 내포하고 있다는 점에서 큰 문제점이라 아니 할 수 없다. 지금까지 그래도 별다른 안전사고가 발생하지 않아 부실한 자판기 설치가 그대로 용인되어 왔지만 만약의 경우를, 만에 하나라도 자판기가 쓰러져 사람이 사망하거나 다치기라도 한다면 전체적인 외부설치 자판기들이 도마 위에 오를 수밖에 없다. 그런 경우 정부에서도 부실한 자판기 설치를 용인하지 않을 테고 자판기에 대한 대외적 이미지도 크게 나빠지게 된다.

이런 상황에 있어 선 가까운 일본의 경우가 좋은 선례로 작용한다. 일본은 70년대 중반 부실 발생한 이후에 본격적인 안전설치 기준이 마련되어 자판기 설치환경이 크게 개선될 수 있었다.

일본의 경우 외부 설치된 대다수의 자판기들은 앵커볼트로 단단히 고정 안전하게 설치되어 있다. 강풍에도 끄떡 없을 정도로 안전 할뿐만 아니라 미관상도 깔끔한 게 보기에 도 좋다.

우리의 자판기 문화가 소비자 중심으로 크게 개선되기 위해서는 이러한 안전설치 기준들이 시급히 마련되어야 한다. 문명의 이기인 자판기가 사람에게 치명적인 흉기로서 작용할 수 있는 위험성을 시원스럽게 불식시켜야 하는 것이다.

이같은 안전설치 기준 마련을 위해 본 협회에서도 앞으로 적극적인 대책을 강구할 예정이다. 협회 자체적인 자판기 안전설치 기준을 만들어 업계가 이를 준수하며 자판기를 설치해 나갈 수 있게 하는 것이 대책의 골자이다.

이러한 협회의 계획이 가시화되기 위해서는 제조업체의 마인드 전환이 시급히 요구된다. 언제까지 후진적 자판기 문화를 가지고 소비자를 사로잡을 수 없다는 발상의 전환을 통해 자판기 안전설치 기준마련과 실천에 적극적인 자세로 발벗고 나서야 할 것이다.

## 3. 도로돌출 대비

도로돌출 문제는 외부 설치된 자판기들이 안고 있는 아킬레스건이라고 할 수 있다. 마치 살얼음판을 걸어가고 있는 듯한 기분이라 할 정도로 현행 외부 설치된 자판기들은 근본적인 도로돌출 문제를 안고 있는 경우가 대부분이다.

현행 도로 점용에 대한 기준을 담고 있는 도로법에 준거해 볼 때 대다수 외부 자판기의 설치에 도로점용에 대한 허가를 받지 않으면 불법인 경우가 많다. 다만 자판기의 설치가 불특정 다수의 공공장소가 아닌 자영업소 등지의 건물과 밀접해 설치되어 용인이 되고 있을 뿐이지 결코 합법적인 설치환경을 확보한 것이 아니다. 이는 마치 상점 등에 있어 상점 밖으로 판매시설이나 광고설치물을 내놓은 경우와 마찬가지로이다. 이에 있어 용인도 차이가 좁 나는 이유는 자판기의 경우 고가 영업용기기로서 개인의 사유재산 가치를 인정하지 않을 수 없다는 점 정도이다.

현실이 이렇다보니 외부 설치된 자판기에 대한 각 지자체별 단속기준들이 예전보다 크게 강화가 되고 있다. 그 동안 용인되어 온 외부 자판기 설치물에 대해 까다로운 기준을 적용, 설치를 규제하는 현상은 지금까지는 일부 지역적인 문제로 작용하고 있지만 혹시라도 전국적인 파급력으로 확산된다면 실로 큰 문제라 아니할 수 없다.

지금까지는 각 지자체별로 도로돌출에 대한 단속을 강화하여도 문명의 이기로서 소비자들에게 혁혁한 무인서비스 기능을 담당하는 자판기의 역할을 강조하며 그때그때 고비를 넘어갈 수 있었다.

그러나 앞으로 도로돌출에 대한 단속기준의 전국적인 강화와 일정지침이 마련된다면 외부 설치된 자판기들은 크나 큰 위기를 맞을 수밖에 없다. 따라서 산업계는 도로돌출에 대한 대책들을 미리미리 진행해 나가야 할 필요성이 크다. 그리고 이를 위해선 도로돌출 대비 슬림형모델들을 활발히 개발 상품화할 필요성이 높다. 사실 현재의 대형자판기들은 덩치가 너무도 큰 제품들이 많다. 덩치가 크면 자연 공간점유도 커질 수밖에 없고 도로돌출문제를 그만큼 크게 떠안을 수밖에 없다. 슬림형모델은 공간점유를 최소화하기 때문에 도로돌출에 가장 적극적인 대책이 될 수가 있다. 아울러 전후좌우의 측면적인 공간활용을 살리는 자판기 설치도 가능해 외부 설치의 미적인 면도 얼마든지 살릴 수 있다.

또 다른 대책으로는 자판기의 내부주입설치를 들 수 있다. 이는 자판기를 최대한 매장 안쪽으로 끌어들이는 자판기 설치로 외관상도 보기 좋을 뿐만 아니라 도로돌출 문제를 일소할 수 있다는 장점이 있다.

현재 입장에서는 산업계가 자율적으로 도로돌출에 대한 대책을 적극적으로 강구해 나가는 방법이 최선이라 할 수 있다. 자판기 도로 돌출환경이 예전보다 크게 개선되어 나간다면 자판기가 도로돌출의 주범으로 규제 우선순위에 놓일 가능성은 그만큼 적어진다. 이에 비해 양적으로 확대되어 나갈 수밖에 없는 자판기가 도로돌출 문제에 등한시하고 있다가는 진짜 아웃도어 생존을 위협당하는 위기를 자초할 가능성이 있다.

이런 측면에서 볼 때 앞으로 자판기 외부설치의 효율화 방안에 대한 종합적이고 치밀한 산업계의 연구가 진행되어야 한다고 본다.

## 4. 부쓰화 병렬설치

현행 아웃도어 자판기 설치에 있어서는 자영업을 운영하는 개인 운영자들이 자판기 한 두대를 설치 운영하는 스탠드 어론 방식이 주류를 이루고 있다.

이에 비해 부쓰화한 병렬자판기들의 경우는 사람이 많이 보이는 휴게소, 유원지, 공원 등의 경우가 아니면 일반 거리에 활발히 설치되어 있지 못하다. 이같이 자판기 병렬설치

가 많지 않다는 얘기는 그만큼 자판기 설치가 외부환경과의 조화를 제대로 살리지 못하고 있다는 점과 일맥상통한다. 실질적으로 자판기 1~2대 설치하는데 세련된 부스까지 꾸며 설치를 진행하는 경우는 그다지 많지 않다.

이렇다보니 외부 로케이션의 대다수가 환경과의 조화가 고려되지 않고 별다른 특색없는 설치양상을 보이고 있다. 마치 자판기를 설치하기에 급급했다는 인상이 들 정도로 로케이션의 세련미와 집객력이 크게 부족한 것이 일반적이다.

앞으로 자판기 외부설치환경을 개선해 좀더 소비자의 만족도를 높이려면 자판기의 부쓰화 병렬설치가 적극적으로 이루어져야 한다. 부쓰화된 자판기 병렬설치는 우선 소비자에게 쾌적한 자판기 사용환경을 제공한다는 측면에서 큰 중요성을 갖는다. 쾌적한 자판기 사용환경을 소비자에게 제공하는 일은 식품자판기에 있어 가장 기본적인 책무라 할 수 있다. 사람이면 누구라도 불결한 주위환경에서 식품을 음용하고 싶지는 않을 것이다. 보다 깨끗하고 편안한 공간에서 자판기를 이용했으면 하는 소비자의 욕구는 다만 외부로 표출이 되지 않고 있어 그렇지 누구라도 느끼는 공통의 희망사항이다.

이러한 측면에서 볼 때 자판기의 부쓰화 병렬설치는 앞으로 보다 활발히 진행될 수 있어야 한다. 현재까지는 이러한 자판기의 설치가 전문 음료업체나 운영업체의 몫이었다면 이제는 산업계 모두가 이 부분에 심혈을 기울여 자판기 설치환경 개선에 한마음이 될 수 있어야 한다.

보다 활발한 자판기의 병렬설치를 위해서는 각 지자체별로 자판기의 서비스 역할과 편의공간 제공기능 강조하며 공공장소에 있어서도 도로점용 허가를 얻어 그 설치공간을 확대해 나가야 한다. 이를 위해선 환경공학 전문가들의 자문과 협조를 얻어 각 로케이션별 특성에 맞는 표준 부쓰화 자판기 설치사양을 만들어 내는 일도 중요한 과제이다.

아울러 산업계가 소비자에게 기계판매시나 임대기기 제공시 각 부쓰화 사양을 옵션 선택할 수있게 함으로서 자판기의 쾌적하고 세련된 설치를 유도해 내는 방법도 생각해 낼 수 있다. 그리고 이를 위해선 자판기 전문 설치 인테리어 시공업자를 새로운 사업적인 개념으로 관련업체와 손잡게 하는 제반환경도 마련이 되어야 한다.

가까운 일본의 경우 이러한 자판기의 부쓰 병렬설치가 이미 활발히 이루어져 왔다. 심지어 주택가에 설치된 자판기들도 세련된 부쓰화 설치가 이루어진 곳이 많다. 환경과 조화 없이는 자판기 설치환경이 장기적으로 보장받을 수 없다는 성숙한 의식들이 외부 자판기 설치환경을 크게 개선시켜 놓은 것이다.

우리도 이제부터 자판기의 부쓰화 병렬 설치를 크게 확대해 나갈 수 있어야한다. 이는 비단 환경과의 조화측면이 아니라 자판기의 이용률 확대, 매출증가의 개념에서도 무엇보다 중요하다는 의식전환이 이루어져야 한다.

협회에서는 앞으로 부쓰 병렬설치를 적극 유도해 나갈 수 있도록 자판기외부 로케이션 대상제도를 시행하는 것을 검토 중이다. 이 제도는 일정 기간 안에 설치된 외부 자판기 로케이션의 응모를 받아 엄정한 심사를 거쳐 대상, 우수상들을 뽑는 제도로 이같은 상을 수상한 자판기 로케이션은 각 언론매체를 통해 대외적인 홍보도 할 수 있게 함으로서 자판기에 대한 소비자 인식을 크게 고양시킬수 있을 것으로 기대되고 있다.

## 5. 철케이스 제거

“자판기에 왜 철케이스를 해 놓나요? 그래도 소비자들이 이용합니까?”

몇 년전 국내 자판기문화 시찰 및 전시회 견학을 목적으로 국내를 방문한 일본자동판

매기공업협회 참관단 일행중 한사람은 국내 자판기 로케이션을 둘러보고 이런 질문을 필자에게 던진 적이 있었다. 적어도 자기네 관점으로는 자판기에 철케이스를 설치해 놓은 것이 도저히 이해가 안 된다는 지적이었다. 이에 대해 답변을 할때에는 참으로 난감하고 얼굴이 화끈해 지는 기분을 떨칠 수 없었던 기억이 생생하다.

이처럼 자판기에 일부라도 철케이스를 설치하는 문화는 외국에서는 찾아보기 힘든 국내 자판기 문화의 특수성이자 부끄러운 우리 자판기 문화의 한 단면이라 할 수 있다. 자판기산업이 20여년이 넘었어도 철케이스한 자판기를 어렵지 않게 찾아볼 수 있는 현실은 우리 자판기문화의 후진성을 여실히 드러내는 부분이다.

물론 자판기의 철케이스 설치를 부정적인 측면으로만 볼 수는 없다. 자판기가 엄연한 고가의 사유재산인지라 가능하면 이를 안전하게 보호하려는 의식을 갖할 수만은 없다. 그러나 문제는 이러한 철케이스 설치로 인해 잃는 것이 너무도 많다는 점이다.

우선 철케이스는 자판기 외관을 가장 흉물스럽게 만드는 주범이다. 요즘 철케이스 자체도 예전보다는 많이 세련되어 진 것이 사실이기는 하나 미관상 안 좋게 보임은 물론 자판기 고유의 디자인을 무력하게 만든다는 문제점을 안고 있다. 게다가 더한 문제는 자판기를 이용하는 소비자들을 믿지 못하고 단단한 불신의 차단막을 쳐 놓는 점에서 소비자들의 기분을 영 좋지 않게 만든다.

엄연한 영업용기기가 소비자들을 믿지 못하고 불신으로 손님맛이를 한다는 것은 참으로 아이러니컬한 부분이다. 이는 마치 이용하려면 하고 아니면 관두라는 식의 극단적 자세라 아니할 수 없다.

가장 고객우선주의의 서비스를 제공해야 할 자판기가 고객을 믿지 못하겠다는 자세는 분명 지탄되어야 할 사안이다. 모든 분야에서 고객 우선주의의 서비스를 지향하고 있는 이때 자판기는 언제까지 이런 후진적 서비스를 떨치지 못하고 있을 것인가? 이러한 현상이 개선되지 않는다면 자연 소비자의 발길이 멀어질 수밖에 없다.

고객만족은 안되더라도 적어도 고객신뢰의 영업을 진행해야 하는게 가장 기본적 책무라 할 수 있다. 이런 측면에서 이제부터는 자판기를 흉물스럽게 둘러싸고 있는 철케이스를 과감히 걷어 낼 수 있어야 한다.

자판산업 20년 역사가 넘은 지금 자판기를 파손과 절취의 대상으로 보는 사람들은 거의 없다. 물론 일부 극소수 가능성은 배제할 수 없지만 이것이 무서워 자판기를 완전무장 시킨다는 것이 분명 과잉대응이라 아니할 수 없다.

최근 들어 자판기에 있어서의 철케이스 설치가 많이 줄어들고 있는 것이 사실이다. 그만큼 성숙된 자판기 사용문화가 유도되고 있다는 반증이기도 하다. 이러한 상황에서 아직도 굳건히 철케이스를 치고 있는 자판기들은 그 불신의 벽을 하루빨리 무너트려야 할 때이다. 자판기가 진정한 고객서비스 정신으로 재무장할 때 소비자의 발길은 더욱 잦아질 수 있다는 단순한 진리를 다시금 되새김해야 할 것이다.

## 적극적인 환경대책의 강구

자판기 사용문화에 있어 환경과의 조화 부분 역시도 큰 중요성을 갖는다. 자판기가 환경 지향적인 자세로 영업을 하느냐 그렇지 못하느냐에 따라 외부에 비치는 시각은 극명하게 달라질 수 있다.

현재 모든 산업분야에서는 환경 친화적인 모토를 무엇보다 중시하고 있다. 자판기 역시도 이제보다 환경과의 조화 문제를 중시하며 이 부분에 대한 적극적 대책과 실천이

유도되어야 할 때이다.

## 1. 재활용 문제 적극 참여

대다수의 식품자판기들은 그 자리에서 일정 쓰레기를 발생시키는게 보통이다. 식품을 판매하기 위해서는 반드시 용기가 필요하기 때문에 무인판매의 부산물들은 그 자리에 그대로 남게 되곤 한다. 따라서 일반 식품자판기들에 있어서는 판매 내용상품의 용기를 수거할 수 있는 시스템이 반드시 갖추어져야 한다. 그러나 아직도 일부 자판기 로케이션의 경우에는 이러한 수거시스템이 설치도 되지 않은 채 영업을 하는 경우도 많다.

내용상품을 판매하고 그 부산물은 알아서 하라는 식의 영업양상은 자판기 주변을 지저분하게 만든다. 결국 이는 소비자들에게 있어 자판기에 대한 인식악화의 주요인으로 작용함은 물론 환경오염 문제에 있어서도 자유로울 수 없게 만든다.

따라서 좀더 깨끗한 자판기 사용문화를 유도하기 위해서는 자판기 특성에 맞는 수거시스템이 제대로 설치되어야 한다. 그리고 단순히 쓰레기만을 수거하는 개념이 아닌 재활용 분리수거에 있어서도 많은 신경을 써야 한다.

환경문제가 무엇보다 중요시되는 현실에 있어 일회용품을 발생시키는 대상기기인 자판기가 재활용 문제에 언제까지 눈을 놓고 있다가는 심각한 문제가 발생할 가능성이 있다. 특히 최근 들어 종이컵사용을 음식점 등의 접객업소에서 사용규제를 하는 동향에 미루어 볼때 자판기도 미리미리 재활용 분리수거 대책을 적극 제시해 나갈 수 있어야 한다.

이를 위해선 종이컵수거기, 캔압축기들을 자판기 주변에 적극 설치가 될 수 있어야 한다. 캔은 물론이지만 종이컵의 경우도 얼마든지 훌륭한 재활용 자원이 될 수가 있기 때문에 수거시스템만 제대로 구축된다면 분리수거 효과도 얼마든지 확대할 수 있다.

물론 분리수거 시스템을 각 로케이션별로 설치한다는 것은 현실적으로 쉬운 일이 아니다. 수거시스템 구축에만도 일정비용이 들어가고 수거를 해가는 수거업체를 이용하는 것도 쉽지 않다.

그렇다 할지라도 언제까지 이 부분에 등한시하고 있을 수만은 없다. 산업계 자체 내에서도 깨끗한 자판기 설치환경 유도과 환경대책의 강구라는 측면에서 분리수거 시스템을 적극 도입해 가겠다는 마인드 전환이 특히 중요하다. 아울러 자판기 설치판매시에 있어서도 운영자들을 적극 계몽 유도할 수 있는 구체적인 방안이 마련되어야 함은 물론 수거에 따른 보상 시스템의 마련도 분리수거 효과를 높이기 위해서는 무척 중요하다.

재활용문제에 대한 대책은 미리미리 준비하는 자세가 중요하다. 막상 일이 터지면 대처하려고 하다가는 때가 늦은 경우가 많다. 자판기가 환경친화적인 존재로서 소비자들에 사랑받기 위해서는 지금부터라도 산업계의 적극적인 재활용 대책강구가 절실히 요구되고 있다.

## 2. 무단 파손방치 자판기에 대한 적극 단속과 처벌

자판기에 대해 가장 소비자 불신을 초래하는 요인으로 꼽을 수 있는 것이 바로 파손방치된 자판기 문제이다. 전혀 관리가 안된 채 버려져 있는 자판기는 거리의 미관을 해치며 자판기에 대한 인식악화의 주범으로 작용을 한다.

특히 이들 자판기들은 외관상으로 가동이 되는 자판기인지 아닌지를 식별하기 곤란한 경우가 많아 소비자들이 사용을 하려다 골탕을 먹는 수가 부지기수이다. 최소한 '이 자판기는 사용할 수 없다'는 문구라도 붙어 있으면 소비자들이 느끼는 불쾌감이 그래도 적



어 질 수 있으려면만 방치된 자판기에 여기까지 신경이 미치는 경우는 거의 없다.

방치된 자판기의 비율은 과거에 비해 많이 줄은 것이 사실이다. 특히 작년 IMF상황을 거치면서 최근까지 중고자판기 시장이 크게 활성화되는 바람에 파손방치 자판기에 대한 수거와 오버홀 제품으로서의 상품가치가 높아졌다.

그러나 이러한 부분이 방치된 자판기에 있어 근본적인 대책으로 작용할 수는 없다. 특히 지방도시의 경우는 아직까지 파손 방치된 자판기 비율이 크게 높은 것으로 파악되고 있다. 그리고 기계노후와 매상부진에 따른 자판기 관리포기와 방치율은 앞으로도 고질적인 문제점으로 작용하리라 보여진다.

따라서 이제는 파손 방치된 자판기에 대한 명쾌한 대책들이 제시되어야 할 때이다. 파손 방치된 자판기 1대가 소비자 인식에 미치는 영향은 신형기계 10대에 가깝다는 사실을 분명히 인식해야한다. 즉 자판기 1대에 대한 인식악화는 신형기계 10대로서 상쇄될까 말까 한다는 이야기이다.

이러한 파손 방치된 자판기문제의 해법을 찾지 못하고서는 자판기 문화의 발전을 이루어 나가기에도 한계가 있다.

결국 파손방치율을 크게 낮춰 나가기 위해서는 방치자판기에 대한 적극적인 단속과 계몽이 이루어지는 것이 최선의 방법으로 보여진다. 각 지자체에서는 자판기의 영업신고 여부에 대한 단속과 계몽만이 아닌 방치자판기에 대한 단속과 계몽에도 많은 노력을 기울여야 한다. 아울러 단속과 계몽조차 안 이루어지는 무적자판기에 대해서는 일정 계도 기간을 거쳐 폐기 처리하는 방법도 강구되어 봄직하다.

아울러 산업계에서는 수명이 다한 방치자판기에 대해 유상수거를 해 폐기처분을 하는 시스템을 구축한다거나 재활용하는 방안을 모색하는 방법도 적극적인 방법의 하나이다.

## 가격과 내용상품의 차별화 측면

어떠한 내용상품을 자판기가 어떻게 판매를 하느냐 하는 부분은 소비자의 직접적인 구매동기를 자극하는 요인이라는 점에서 큰 중요성을 갖는다. 자판기 사용문화에 있어 직접적인 동인이 되는 이 요소들을 기존 유인 판매구조와 잘 차별화한다고 하면 자판기 이용률을 크게 높일 수 있게 된다.

### 1. 유인판매와의 가격적인 차별화

우선 자판기가 어떻게 내용상품을 판매하느냐 하는 측면을 잡고 넘어가자. 이에 있어선 내용상품의 가격적인 요인이 핵심으로 작용한다. 적어도 자판기를 통한 무인판매는 유인판매보다 가격적인 혜택을 부여할 필요성이 크다.

소비자 입장에서 보면 일일이 금액을 투입하고 내용상품을 꺼내 들어야 하는 자판기 판매방식이 유인판매보다는 훨씬 더 번거롭다고 생각하는 게 보통이다. 따라서 유인판매 루트와 무인판매 루트가 공존할 때는 소비자들은 주저없이 유인판매를 선택할 확률이 높다는 얘기가 된다.

결국 자판기가 유인판매시스템과의 경쟁력을 높여 좀더 활발한 자판기 사용문화를 유도하려면 가격적으로 유인판매보다 싸게 판매하는 방법이 최선이다.

예를 들어 캔 음료의 경우를 들어보자. 캔 자판기가 독자적인 로케이션을 갖추고 있는

경우에 있어서는 그래도 덜하겠지만 기존 유인판매구조와 병행설치가 되어 있는 경우 판매가격의 차이가 없다면 대다수의 사람들은 구지 자판기를 이용할 생각을 하지 않는다. 이런 경우 자판기 활용가치는 그만큼 낮아질 수밖에 없다. 그러나 캔 자판기를 통해 판매되는 가격대가 더 저렴할 경우는 상황이 달라진다. 조금이라도 저렴한 가격대는 소비자의 기호를 촉발하는 주요인으로 작용하게 되고 캔자판기의 이용률은 크게 확대가 될 수 있다.

이러한 캔 자판기의 가격정책이 전략적으로 이루어진다면 자판기의 이용률과 활용가치는 크게 증가할 수가 있다. 현재의 캔 자판기 시장이 부진을 면치 못하고 있는 이유 중에서도 이러한 가격적인 차별화 정책의 부재가 주요인으로 작용한다. 그간 이루어진 소비자 실태파악에 있어서도 소비자들은 오히려 캔 자판기 내용상품의 가격대가 유인판매보다 비싸게 생각하고 있는 경우가 더 많았다.

기타 아이템에 있어서도 가격적인 차별화 전략은 보다 활발히 이루어져야 한다. 물론 무인판매시스템인 자판기의 감가상각, 운영효율 측면 등이 가격차별화 문제점으로 작용하기는 한다. 하지만 박리다매식으로의 양적인 이용률 확대가 기존가격의 준수보다 더 큰 매상을 가져다 준다면 얼마든지 가격차별화의 시행 타당성을 찾을 수가 있다.

현재 기존 자판기들의 최대 난점은 소매점, 슈퍼, 편의점 등의 개미 군단식 유통구조라는 사실을 명심해야 한다. 이들 유통구조와 자판기가 갖는 연관관계는 밀접하다. 따라서 이들 유통구조들과 경쟁해서 살아남을 수 있는 방법이 무엇인지는 자판산업계가 심각하게 고민해야 할 때이다.

## 2. 내용상품의 차별화

어떻게 파느냐와 더불어 다음으로 고려되어야 할 부분은 어떤 상품을 판매하느냐이다. 이는 바로 자판기가 갖는 내용상품의 차별화 측면을 말한다. 즉 자판기를 통해서만 판매되는 상품, 자판기를 통해서 구입하는 것이 훨씬 효율적인 상품 등이 자판기의 경쟁력을 얼마나 높일 수 있느냐를 말한다.

우선 자판기를 통해서만 판매되는 제품은 기존 유인유통구조와 경쟁할 필요가 없다는 점에서 독자적인 경쟁력을 가진다. 예를 들어 작년 폭발적인 인기로 시장몰이를 했던 스티커 사진이라든가 올해부터 음반시장의 새장을 연 CD·카세트테이프레코딩자판기, 뮤직비디오자판기 등이 여기에 해당된다.

이들 제품은 자판기가 유인판매수단의 틈새시장을 개척하는 정도가 아닌 기존 시장에 없었던 독자적인 영역으로서 소비자들의 기호를 자극하는 제품이다.

이런 성격의 자판기들은 인기만 끌 수 있다면 단기간 안에 폭발적인 시장확대를 가져다 줄 수 있다는 장점을 가진다. 아울러 소비자들의 자판기에 대한 인식과 개념을 크게 확대시킬 수 있다는 장점을 가진다.

두 번째로 들 수 있는 내용상품의 차별화측면은 자판기를 통해서 구입하는 것이 훨씬 효율적인 경우이다. 여기에 있어서는 우리 자판산업 대표적인 밀레니엄 셀러 기종인 커피자판기가 해당이 된다. 커피자판기의 경우 기존 유통구조를 통해 마시는 것보다 훨씬 가격도 싸고 편리하다. 한마디로 상품의 효용가치가 극대화된 경우라 할 수 있다.

기타 이외에도 콘돔자판기, 구강청결제 자판기, 휴지자판기, 생리대자판기, 일회용팬티자판기 등이 여기에 해당이 된다. 이들 제품들은 유인판매수단을 통해 구입하는 것보다 그때그때 필요에 따라 적재적소의 로케이션에서 구입할 수 있다는 장점이 있다. 또한 일

부품목은 사람을 통해 구입하는 것보다 무인기계를 통해 구입하는 것이 편한 익명성이 보장이 된다는 장점이 있다.

앞으로 산업계는 자판기를 통해 구입하는 것이 보다 효율적이고 편리한 내용상품들을 활발하게 자판기와 접목시켜 나갈 수 있어야 한다. 자판기가 없어서는 적어도 불편해 못 살겠다는 생각이 들 정도로 무인유통기계의 효용가치를 극대화한 내용상품들의 유통비중이 높아질 때 그만큼 자판기의 존재가치와 사용문화도 확대될 수가 있다.

## 소비자의 편리성 제고

자판기 사용문화의 확대를 위해선 소비자의 이용 편리성을 제고하는 일 역시 산업계의 급선무 과제이다. 편리성의 확대는 보다 많은 이용자 발길을 자판기로 와 당게 할 수 있다는 점에서 앞으로 산업계가 많은 주안점을 두어야 할 부분이다.

사실 지금까지는 산업계가 소비자의 편리성 부분에 많은 주안점을 기울였다고 할 수 없다. 양적인 자판기 확대에만 급급해 소비자의 편리성 측면은 2차적인 요인으로 등한시 되어 온게 사실이다.

하지만 언제까지 소비자의 편리성 측면이 등한시 될 수 없다. 편리성이 등한시된 자판기 사용문화는 그 한계가 일정하다는 점에서 산업계는 좀더 이 부분에 많은 관심과 노력을 기울여야 할 당위성이 작용한다.

### 1. 결제수단의 다양화

편리성 향상의 핵심은 소비자가 자판기를 사용하는데 있어 얼마나 불편을 느끼지 않고 편안하게 이용할 수 있게 하느냐에 달렸다. 따라서 가능한 한 많은 편리성 향상장치들을 채택할수록 편리성은 향상될 수 있다.

이러한 측면에서 볼 때 가장 시급히 생각해 보아야 할 부분이 결제수단의 다양화 문제이다. 사실 소비자들이 자판기를 사용하는데 있어 가장 번거로운 부분이 동전이나 지폐를 인식장치 내로 넣는 일이다. 자판기 사용에 있어서는 당연한 행위라 할 수 있는 이 과정이 소비자들에게 있어서는 점점 불편하게 느껴지고 있는 이유는 다양한 분야에 있어 전자화폐 시대가 확대되어 가는 것과 무관하지 않다. 현재 일상생활 곳곳에서는 다양한 전자화폐 사용문화가 빠른 속도로 확산되고 있다. 신용카드, 공중전화카드, 교통카드 등이 이미 대중화되어 무현금사회의 기치를 올린 데 이어 앞으로는 소액결제까지 가능한 범용선불카드도 선보일 예정이다. 이대로 가다가는 현금이 없어도 생활할 수 있는 무현금시대의 도래가 크게 앞당겨 질 것으로 보여진다.

이렇듯 이제 현금의 휴대 필요성이 크게 낮아지고 있는 사회에 우리는 살고 있다. 그리고 현금을 주고 계산을 하는 것보다 전자화폐수단을 통해 결제를 하는 것이 훨씬 편하다는 생각을 갖는 게 일반적이다.

시류가 이렇다보니 오직 현금결제만이 가능한 자판기 사용은 예전보다 더 번거롭고 불편하게 느껴지게 되기 쉽다. 또한 동전이나 지폐휴대율 감소로 인해 자판기를 사용하고 싶어도 사용 못하는 현상도 더욱 심화되리라 보여진다.

결국 이러한 상황에서 자판기 결제수단의 선진화를 기하기 위해서는 현금이외에도 다양한 결제수단이 채택되어야 한다. 이에 있어선 기존에 나와 있는 신용카드나 교통카드 등을 활용하는 방법이 있고 자판기전용 선불카드를 만드는 방법이 있다. 또한 이외에도

현재 금융결제원이 추진중인 범용선불카드를 자판기에 도입, 결제수단을 다양화하는 방법도 있다.

새로운 결제수단이 도입에는 기술적인 문제, 기계가 상승문제, 범용시스템 구축 문제 등 해결해야 하는 난제들이 한 두 가지가 아니다. 그러나 이러한 어려움 때문에 언제까지 자판기 결제수단을 현금으로 한정해서는 안 된다. 지금도 그렇지만 앞으로 자판기를 통해서 판매되는 내용상품의 가격대는 점점 높아질 것으로 보여지고 있는데다가 현금사용 빈도의 감소추세에 미루어 볼때 새로운 결제수단을 개발 도입하는 과제가 시급히 작용하고 있다.

산업계도 이제 이 부분에 대해 보다 많은 관심과 의욕을 갖고 적극적인 결제시스템의 다양화 작업을 진행해 가야할 때이다.

## 2. 편리성 향상 옵션장치의 채용

편리성 향상 문제는 제조업체가 조금만 신경을 쓰면 크게 개선될 부분이다. 소비자들이 자판기를 이용하면서 불편해 하는 점이 무엇인지 이를 적극 수용해 기계 사용의 편리성을 적극 향상시키고자 하는 의욕이 있다면 많은 부분에 있어 자판기 사용문화가 한 단계 성숙해 질 수 있을 것이다.

사실 소비자들의 편리성을 향상시키는 작업은 그다지 어려운 일만이 아니다. 제조업체의 상품화 마인드가 보다 소비자 지향적인 자세로만 바뀐다면 기존 자판기 사용문화의 편리성은 많이 향상될 수 있다.

우선 커피자판기의 경우 연속으로 커피 구입시의 편리성 향상 차원을 살펴보자. 현재 커피를 한 사람이 연속으로 몇잔 뽑을 때는 이미 뽑은 커피를 임시적으로 놔둘 곳이 전무한 상태이다. 이런 경우 자판기 투출구 옆에 길이 10cm내외의 선반장치를 채택해 놓게 되면 연속으로 커피를 뽑을 때 올려놓을 수 있어 참으로 편리할 것이다.

또한 동전투입시의 편리성을 향상시키기 위해 플라스틱 사출물을 깔대식으로 만들어 붙일수 있게 한다면 동전을 정확히 투입구에 맞춰 넣을 필요없이 편리하게 동전을 투입할 수 있게 된다.

기타 캔 자판기의 경우는 현재의 너무 낮게 위치해 제품을 꺼내려면 허리를 한참 숙여야 하는 투출구 높이를 상단으로 끌어올리는 작업들이 활발히 이루어져야 한다. 현재 대다수의 캔자판기들은 투출구 높이가 너무 낮게 위치하고 있어 사용에 있어 큰 번거로움을 안겨주고 있다. 특히 치마를 입은 여성사용자의 경우는 의식적으로 캔자판기 사용을 꺼리는 경우도 많다.

그런데 제조업체의 경우 '리프트 업'식 자판기가 제품가상승의 주요인으로 작용하고 구지 음료업체들이 채택하려고도 하지 않기 때문에 상용화가 힘들다는 입장을 밝힌다. 과거 삼성전자의 경우 이러한 리프트 업식 자판기를 출시한 적도 있으나 이를 적극 구매하려는 음료업체의 부재로 보급에 실패한 적이 있었다.

하지만 진정으로 소비자의 자판기 사용편리성을 고려한다면 앞으로 리프트 업식 자판기가 활발히 보급될 수 있는 산업환경이 되어야 한다. 제조업체는 주도적으로 리프트 업식 자판기의 개발상품화를 진행하고 음료업체들도 소비자의 편리성을 한차원 향상시킨다는 차원에서 이들 제품을 적극 채택해 갈 수 있어야 한다.

이외에도 여러 방향의 편리성 향상장치의 채택을 생각해 볼 수 있다. 앞으로는 로봇팔 시스템을 채용, 소비자가 움직이지 않고도 제품을 받을 수 있는 시스템화라든가 음성장

치를 채용해 사용중 유쾌한 멘트가 나오는 시스템화도 생각해 볼 수가 있다.

자판기가 단순히 상품만을 판매하는 차원이 아닌 유쾌하고도 편리성을 극대화한 서비스를 제공하는 차원까지 포함할 수 있을 때 소비자의 만족도도 그만큼 증가할 수 있을 것이다.

## 위생성의 향상

자판기의 사용문화에 있어 위생성 부분은 가장 기본적이고 필수적인 사항이라 할 수 있다. 위생적으로 불결한 자판기로는 자연 소비자들의 발길이 뜸할 수밖에 없고 이는 자판기에 대한 부정적인 이미지의 제일요인으로 작용하고 한다.

따라서 위생부분에 있어서도 산업계가 치밀하게 관리할 수가 있어야 한다. 이는 비단 정부나 지자체의 단속을 피하는 차원이 아니라 자판기에 대한 소비자 인식과 이용율 확대차원에서 산업계가 더욱 적극적으로 발벗고 나서야 할 사안이다.

자판기에 대한 위생은 과거에 비해 많이 향상이 된 게 사실이다. 특히 각 제조업체의 노력으로 위생성향상 기능들이 많이 채택된 데다 본협회가 정부의 허가를 얻어 공식 실시하는 KOVA품질인증마크 제도의 시행으로 외부적으로 자신할 수 있는 품질기준과 위생성을 갖추었다. 적어도 기계자체가 안고있는 위생문제는 전혀 없다고 자신할 정도로 품질향상이 이루어진 것이다.

그러나 이러한 하드웨어적 부분만으로 위생문제를 일소시킬 수는 없다. 문제는 위생적인 관리가 따라 주느냐 하는 부분이다. 아무리 완벽한 기계도 정기적인 위생관리에 소홀히 한다면 위생문제가 발생할 확률이 높을 수밖에 없다.

따라서 자판기 운영에 있어서는 철저한 위생관리가 뒤따라야 한다. 단순히 음료자판기가 돈 버는 기계가 아니라 깨끗한 서비스를 제공하는 식품기기라는 사실을 우선적으로 명심해야 한다. 매출이 기대만큼 안 일어난다고 관리를 소홀히 한다면 이는 심각한 직무유기라 아니할 수 없다.

이제 보다 깨끗하고 위생적인 자판기 사용문화를 유도해 나가기 위해서는 자판기에 대한 위생관리가 크게 강화되어야 한다. 산업계도 이제는 이러한 자판기관리를 운영자의 책임과 의무로만 돌리기보다는 적극적인 계몽과 홍보를 진행하며 위생적인 자판기 관리를 유도해 낼 수 있어야 한다.

그리고 이에 있어 최선의 방법은 산업계의 자율적인 위생관리지침을 제정, 운영자들이 이를 지켜 나갈 수 있는 체계를 갖추는 일이다. 즉 자판기관리운영에 대한 세부 공통사항들을 정해 이 지침대로 자판기관리가 될 수 있도록 유도해 내는 방안이 그것이다.

앞으로 자판기 위생문제에 대한 정부나 지자체의 관리감독은 더욱 강화될 것으로 보여진다. 게다가 더욱 무서운 것은 위생성을 지켜보는 소비자들의 날카로운 시선이다.

위생문제에 대해 산업계가 보다 철저한 자세로 대비하지 않는다면 자판기의 존재자체가 위협받는 상황이 올 수도 있다. 청결과 위생은 이제 자판기의 선택사항이 아닌 필수 사항이라는 사실을 새롭게 명심해야 할 때이다.

## 유기적으로 상호 교류하는 자판기 문화

제품 자체가 갖는 개성이 없다. 국내 자판기들은 제품 디자인이나 성능에 있어 제품 자체가 갖는 개성이 한껏 표출되지 못한 채 정형·단순화 된 느낌이다.

앞으로 자판기의 문화적인 측면을 생각한다면 제품화의 방향이 한껏 과감 개성화될 필요성이 있다. 제품 디자인에 있어서는 좀더 젊은 층의 취향을 고려한 화려한 색채의 채용이라든가 보다 자판기가 시각적인 즐거움을 줄 수 있는 방향으로의 제품화가 필요하다고 본다.

아울러 자판기 용도자체를 다양화할 수 있는 방향으로의 상품화도 활발히 진행되어야 한다. 자판기는 고유의 상품판매기능 이외에도 도입에 따라서는 광고기능, 정보제공기능 등 다양한 기능을 제공할 수도 있다.

하루가 다르게 발전하고 있는 정보통신기술은 자판기 용도의 멀티 콤플렉스화와 밀접한 관련을 갖는다. 구성에 따라서는 자판기 한대 자체에서도 얼마든지 다양한 기능과 정보제공기능 부여할 수 있다. 언젠가는 자판기 한 대가 하나의 문화공간으로의 역할까지 해낼 수 있을 것으로 기대되고 있다.

과연 이러한 생각이 효용가치가 있는 발상인가 하는 현실적 시각이 작용할지 모르겠지만 미래를 놓고 볼 때는 이는 거부 할 수 없는 대세적 흐름이라 할 수 있다. 자판기 문화에 대한 니즈 자체도 사회현상과 테크놀로지 발전에 따라 시시각각 변해 간다는 것을 명심해야 한다.

따라서 자판기 문화를 보는 산업계의 시각은 이제 쌍방향교류를 진행할 수 있는 선까지 확대되어야 한다. 소비자들은 결코 문화의 수용자선에서 그치는 게 아니라 적극적인 창출자라는 사실을 명심해야 한다.

문화의 주체와 객체로서가 아닌 유기적인 상호교류의 관계로서의 자판기문화. 21세기는 이러한 자판기문화를 요구하며 우리의 목전으로 다가와 있다.