



“솔드아웃”을 통해 본 오토 샵 시장의 가능성

자판기가 꾸는 최고의 꿈은 무엇일까. 그것은 아마도 완전 무인화를 통해 유통의 모든 것을 대신하는 오토피아의 세계일 것이다. 자판기를 미래지향적 유통기기라 하는 것도, 또 산업계가 현재의 가능성보다는 내일을 더욱 중시하며 인공의 길을 마다하지 않는 이유도 분명 그 세계를 향한 꿈에 있을 게다.

이런 점에서 볼 때 최근 시장전개라 모색되는 오토 샵 시스템은 자판기의 미래지향적 꿈에 가장 근접한 기종이라 할 수 있다. 구성에 따라서는 수백가지 아이템을 인력 없이 판매할 수 있는 이 무인 시스템은 오토피아 세계를 향한 가능성의 시험대로서도 기대가 크다.

무인화에 있어서는 결코 한번 간 길은 되돌아가지 않는다. 일단 무인화가 되기가 힘들어서 그렇지 일정 단계에 도달하면 다시 유인으로 되돌아가기에는 너무 익숙하고 편해져 있게 마련이다. 오토 샵 시스템 역시 이같은 흐름을 제대로 탈 수 있다면 오토피아의 대표주자로서 빠른 파급력을 기대해 볼 수 있다.

하지만 결코 쉽지 않은 길. 누구도 가지 않았기에 험난하고 힘들 수밖에 없는 그 길 위에서 오토피아 꿈들을 아직은 가능성 하나만을 믿고 매달려야 하는 시점이다. 금호 현장진단에서는 키오스텍에서 전개하는 “솔드아웃”을 통해 오토 샵 시장의 가능성을 진단해 보는 시간을 마련했다.

솔드아웃 현장 로케이션 순례

부천역 광장. ZZ@NA 쇼핑몰 입구 옆에 설치되어있는 솔드아웃이 최초로 기자의 두 눈에 포착 되었다. 매장이 아닌 아웃도어 로케이션이라 하나의 무인점포로서의 역할보다는 육중한 한대의 자판기로서의 인상이 더 크게 와 닿는다. 시원한 글래스 판넬의 외관에다가 다양한 스낵, 음료, 일용품 등 수십가지에 이르는 판매 내용상품. 이 육중한 자판기는 그 자체 외형만으로도 바쁜 걸음을 재촉하는 사람들의 이목을 끌기 충분하다.

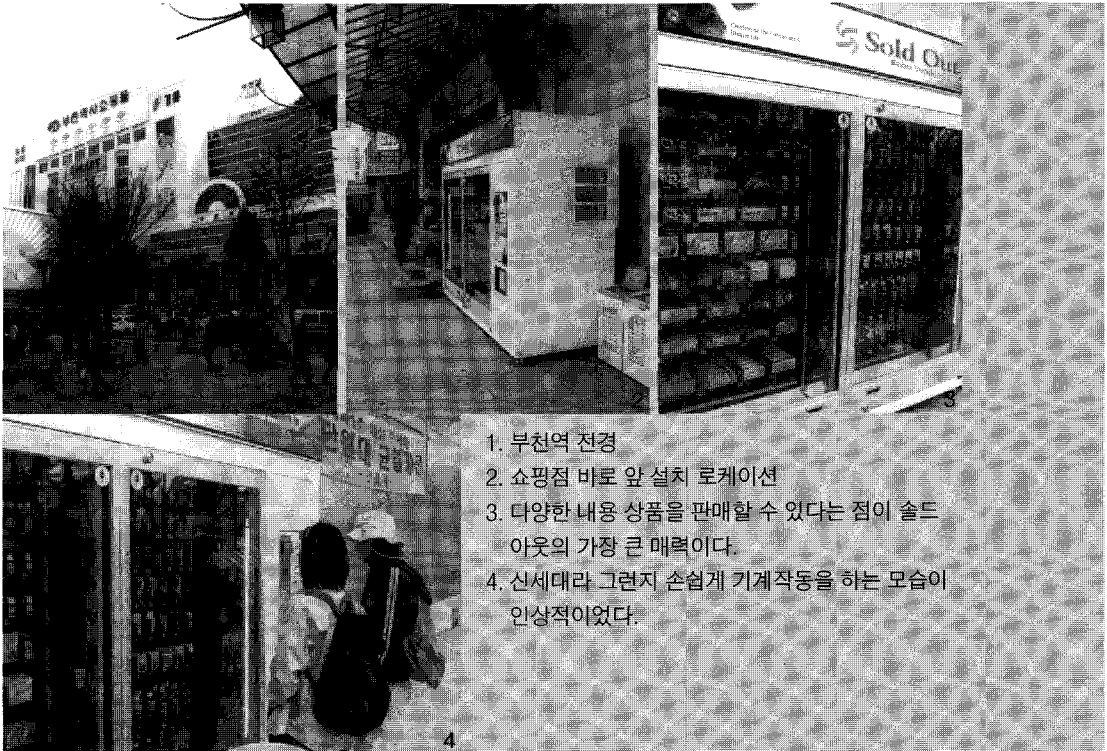
솔직히 기자 입장에서는 인천 금강벤딩에서 기계를 구입, 설치를 진행한 이 솔드아웃이 아직은 단순히 눈ogi 거리 역할밖에 못하는 게 아닌 가하는 걱정이 앞섰던 게 사실이다. 하지만 솔드아웃은 '그런 염려는 붙들어 매세요' 라며 시위하듯 이내 사람을 불러 모은다.

솔드아웃 접근한 20대 초반 가량의 3명의 남녀는 처음엔 '뒀 자판기가 이렇게?' 하며 일순 주저하는 눈초리를 보이는 것도 잠시, 일행 중 하나가 지폐를 꺼내 투출구에 투입하고 원하는 내용상품을 고른다. 이내 로봇팔 작동 방식이 신기한 듯 호기심어린 눈초리를 보내던 이들 남녀는 제품 사용의 소감을 묻는 기자의 질문에 "재미있어요", "신기해요"라는 반응을 보이며 이런 자판기가 있다는 사실에 놀라워한다. 아울러 "판매되는 상품이 많아서 좋아요"라는 소감을 밝힌다.

곧 이어선 여학생 2명이 솔드아웃 앞에 다가서 제품을 호기심어린 시선을 바라보며 캔음료 하나를 선택한다. 기자의 질문에는 역시 "재미있다"는 반응과 더불어 "음료가 덜 시원한 것 같아요" 라며 성능에 대한 모니터링까지 해 준다.

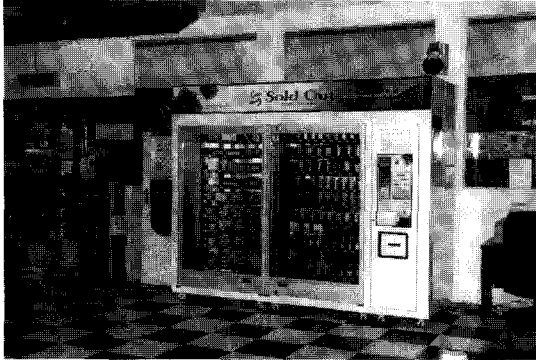
이렇게 얻은 필드의 직접적인 의견이 가장 정확한 제

▶부천역광장 ZZ@NA 쇼핑몰 로케이션



1. 부천역 전경
2. 쇼핑몰 바로 앞 설치 로케이션
3. 다양한 내용 상품을 판매할 수 있다는 점이 솔드아웃의 가장 큰 매력이다.
4. 신세대라 그런지 손쉽게 기계작동을 하는 모습이 인상적이었다.

▶ 구월동 대형 PC방 로케이션



간식거리용 컵라면이 많이 판매되는 게 이곳 로케이션의 특징



품에 대한 평가 기준일 수 있다. 회사 측 관리자는 아직 냉부분이 캔자판기만큼은 시원하지 않은 문제점에 대해서는 보완을 서두르고 있다고 밝혔다.

이곳 솔드아웃 로케이션은 설치가 된지는 오래되지 않았지만 유동인구가 많은 전철역 앞이라 그런지 하루 매출이 20여 만원에 이를 정도로 운영이 잘되고 있다고 한다. 주로 심야 시간대 매출이 많고, 실내형 특성을 갖는 제품을 아웃되어 설치 했어도 생각 외로 별다른 문제점들이 발생하지 않고 있다고 한다.

인천 구월동 CGV극장과 한국까르프 쇼핑몰이 있는 건물 1층의 한 대형 PC방. 세련된 인테리어의 매장내 한 쪽으로는 커피자판기와 솔드아웃이 각각 1대씩 설치가 되어 있다. PC 삼매경에 빠져 오랜 시간을 보내다 보면 배가 출출해 지는 것이 당연지사. 따라서 간식거

리를 서비스 판매해야하는 이곳 특성상 솔드아웃의 로케이션 가치가 더욱 크게 느껴지게 마련. 다양한 스낵과 캔음료에다가 컵라면까지 구비를 해놓아 간식거리를 찾아 먹기에는 이 보다 더 좋을 순 없다.

이곳의 한직원은 솔드아웃 설치후 영업적인 효과이외에도 PC방 이미지 제고효과까지 있다며 솔드아웃을 자랑하기에 여념이 없다. 첨단 시설의 PC방에 그야말로 딱 어울리는 시스템이기 때문에 동종업체에 비해 경쟁우위에 설 수 있는 부수효과가 크다고 강조한다.

본격화되는 솔드아웃의 행보

지난해 연말 VENDING KOREA 2001 전시회를 통해 첫 선을 보인 키오스택의 솔드아웃 오토샵 시스템의 사업행보가 최근 들어 부쩍 본격화되고 있다. 위의 로케이션을 포함, 용인에버랜드, 테크노타운, 학원, 기업 등에 8대 제품을 설치 운영하고 있고, 홍익회를 통해서 청량리, 서울역, 영등포, 수원 역사 내에 제품 설치가 이루어 질 예정이다.

이외에도 대학교, 학원, 공장, 매점, 터미널 등지의 로케이션에 속속 설치가 예정되어 있다.

사실 회사 측은 지난 4월까지만 해도 품질 검증이 안된 초기 제품으로서 기계 안정화에 대한 과제 때문에 공격적인 영업을 하지 않았던 게 사실이다. 그러나 그간 품질보완에 심혈을 기울여 기대만큼의 수준에 도달하자 그 자신감을 바탕으로 본격적인 필드전개에 나서게 된 것이다.

품질보완에 있어서는 에버랜드 로케이션이 큰 몫을 했다 한다. 이 곳은 워낙 공신력 있는 로케이션인 탓에 초기 발생 문제점을 해결하기 위해 직원들이 상주하다시피 하는 정성으로 에러요인을 해결해 나갔다고 한다.

현 시점에 있어 제품에 대한 인식이 확대되고 있고, 사업적으로도 메리트가 입증되고 있는 로케이션이 많은 게 회사 측의 전언. 특히 에버랜드 로케이션의 경우 600개 투입 가능한 음료가 하루 3회전할 정도로 많은

판매가 이루어지고 있다고 한다.

미니 솔드아웃 출시, 보다 폭넓은 로케이션 공략

품질보완이외에도 초기제품 전개를 진행하면서 제품의 변형 등 새로운 방향 설정이 이루어진 것도 큰 성과라 할 수 있다. 우선 제품 크기가 너무 커 건물구조에 맞지 않는 문제점을 해결하기 위해서는 제품 사이즈와 용량을 줄인 미니 솔드아웃의 개발 필요성이 야기되었다. 특히 대형의 경우 제품가격대가 2310만원(부가세 포함)으로 고가여서 보다 대중적 수요확대를 위해서는 미니 제품은 꼭 필요하다는 판단 하에 이의 개발에 심혈을 기울이게 되었던 것.

이같은 과정을 거쳐 최근 폭 1.5m, 높이 1.7m로 사이즈를 대폭 줄인 미니 솔드아웃을 출시하고 대형과는 차별화된 로케이션 공략에 들어갔다. 이 제품은 63칼럼을 기본으로 최대 99칼럼까지 분할을 할 수가 있고, 연속판매기능을 늘려 최대 9개까지 상품판매가 가능하도록 했다.

또한 대형제품의 냉장력 부족의 문제를 해결하기위해 상단부에서 하단부로 냉기가 내려가도록 하는 샤워방식을 채용했으며, 대형보다 판매 속도 역시 빠른 점도 제품이 갖는 장점이다.

미니솔드 아웃의 출시로 키오스텍은 보다 폭넓은 로케

이션 공략이 가능해 졌다. 제품가격대가 1000만원대여서 일반 필드에서는 자판기를 대체할 수 있는 수요까지 겨냥을 하고 있다.

회사 측은 이 제품이 마케팅하기에는 좋은 모델이기 때문에 대형과는 차별화된 로케이션을 공략해 나갈 수 있을 것이라 기대한다고 밝혔다.

서서히 무르익는 솔드아웃의 꿈

대형과 소형 두제품으로 투톱 시스템을 구축한 솔드아웃의 가능성은 올 하반기부터 본격적인 시험대위에 오른다. 키오스텍은 다양한 로케이션을 대상으로 본격적인 제품 전개 확대에 주력해가며 기존 자판 시장에 돌풍을 일으킬 야심이 크다.

대외적인 시장성이 과연 여기에 얼마만큼의 힘을 실어주느냐가 과제이나 회사 측은 이에 대해서도 큰 자신감을 보인다. 일본 시장에서도 최근 오토샵 시장이 확대되고 있는 점에서 볼 수 있듯 국내 시장에서도 시장공략에 따라서는 얼마든지 시장 확대가 가능할 것으로 보고 있다.

이러한 자신감을 바탕으로 키오스텍은 본격적인 대리점 모집에 들어갔다. 중소기업으로서 소비자에게 신뢰성을 부여하기 위해 판매와 관리에 있어 고객중심의 영업을 지향해 나가자는 것이 키오스텍의 남다른 유통정책이다. 또한 영업을상의 영업은 품질에 있다는 품질지상주의를 바탕으로 보다 편리하고 빈틈없는 오토샵 시스템 구축에 심혈을 기울이고 있다.

오토피아를 향한 솔드아웃의 꿈은 이제 서서히 무르익어가고 있다. 아무도 가지 않았기에 어렵고 힘들 수 밖에 없는 길. 하지만 그 길을 소신 있게 헤쳐 나가는 솔드아웃의 행보 속에서는 힘찬 기상과 희망이 잔뜩 용솨음침을 느낄 수 있다. ▣

