

무인편의점 이존샵, 가능성이 보인다



선각자의 길은 항상 어렵고 힘들게 마련이다. 자판기 사업에 있어 새로운 시장을 만드는 일 역시도 마찬가지이다. 아무리 획기적이고 좋은 제품이라 할지라도 초창기부터 소비자 인식을 확대시키기란 결코 쉽지 않다. 품목에 따라서는 시간과의 싸움이라할 정도의 긴 기다림을 필요로 하고, 또 어떤 상황에도 포기하지 않는 불굴의 의지 역시 중요하다. 마이다스코리아의 무인편의점 '이존샵' 이 바로 이런 경우에 속한다. 제품에 대한 인식이 아직은 낮설고, 기존 유인유통구조의 틈새를 개척하기도 쉽지 않은 현실에서 업체에 가증되는 어려움도 클 수밖에 없다. 그런데 이런 오랜 기다림과 고행의 길에 있어 조금씩 서광이 비치는 기미가 보이고 있다. 그동안 부진을 면치 못했던 이존샵이 최근 들어서서 시장을 확대해 가며 가능성을 내비치고 있는 것. 무인 편의점의 유통혁명을 꿈꾸는 마이다스코리아의 도전은 이제 서서히 탄력을 받아 가고 있는 중이다.

400여개의 제품을 적용판매 할 수 있는 국내 최초의 무인편의점 이존샵은 그 획기적인 제품성능으로 많은 주목을 받았던 제품이다. 작년 11월 30일에서 12월 3일까지 개최된 VENDING KOREA 2001 전시회에도 제품을 선보여 참관객들의 큰 관심을 불러 일으켰으며, 올해부터는 본격적으로 시장가능성을 타진해 가기 시작했다.

하지만 시장은 마이다스코리아의 기대만큼 쉽게 열리지 않았다. 기존 유인유통구조의 틈새 시장개척은 그리 녹녹치 않아 이존샵이 이를 잠식할 수 있는 부분이 그다지 커 보이지 않았던 것. 더욱이 품질에 있어서도 안전성을 찾기 위해 집중적인 제품보완에 주력해 온 탓에 영업에 있어 그다지 적극성을 부여하지도 못했다.

이렇다보니 이존샵 사업은 부진을 면치 못했고 일부에서는 "국내에서는 아직 시장이 너무 이르다"하는 우려의 시선이 팽배하다. 하지만 마이다스코리아가 본 시장은 결코 단기시장이 아니었다. 이 시장이 기대만큼 쉽게 열리지 않을 것이라는 당초 각오했기에 조급하지 않은 시장개척을 진행해 왔던 것이다.

그리고 이런 노력들이 서서히 결실을 맺어 지금까지 총 11대의 제품을 각 로케이션에 전개했다. 이중 이천 하이닉스에 총 4대의 제품을 설치했는데 기대 이상의 매출을 기록하며 성공적으로 운영되고 있어 이존샵 사업에 있어 큰 활력을 부여하고 있다. 주로 공장 휴게실에 설치된 이존샵은 하루매출이 적게는 23만원 선에서 많게는 40만원 선의 매출을 기록하고 있다고 한다.

이존샵의 주요 진열상품으로는 김밥, 컵라면, 샌드위치, 삶은 계란, 비스킷류, 과자류, 유제품류, 커피류, 건강음료 등이다. 이같은 다양한 제품을 적용판매 할 수 있는 이존샵으로 인해 이천공장에서는 새로운 직장 풍속도가 생겼다 한다. 휴게실을 찾은 직원들이 이존샵에서 과자나 음료, 기타 간식거리를 구매한 후 오손 도손 둘러 앉아 대화를 나누는 장면을 쉽게 찾아 볼 수 있다. 근로자들의 심심한 입을 다양한 제품들이 달래 주다 보니 서로간의 동료애도 더욱 돈독해 지는 효과도 크다고 한다.

하이닉스에 이처럼 이존샵의 운영메리트가 큰 것은 공장에 복지회관에 매점 및 식당이 위치하고 있어 일반적으로 직원들이 이용하기에는 먼거리이고, 또 반도체 회사라는 특수한 조건상 야간작업자, 조조 출근자들이 많은 특성 때문이다. 이존샵은 이들 근로자들이 간단한 식사를 해결하는데 있어 꼭 필요한 편의시설로 자리매김하고 있고, 점심 및 저녁식사까지 이존샵에서 간단히 해결하려는 경우도 상당수에 이른다고 한다.

이존샵의 주요 진열상품으로는 김밥, 컵라면, 샌드위치, 삶은 계란, 비스킷류, 과자류, 유제품류, 커피류, 건강음료 등이다. 이같은 다양한 제품을 적용판매 할 수 있는 이존샵으로 인해 이천공장에서는 새로운 직장 풍속도가 생겼다 한다. 휴게실을 찾은 직원들이 이존샵에서 과자나 음료, 기타 간식거리를 구매한 후 오손 도손 둘러 앉아 대화를 나누는 장면을 쉽게 찾아 볼 수 있다. 근로자들의 심심한 입을 다양한 제품들이 달래 주다보니 서로간의 동료애도 더욱 돈독해 지는 효과도 크다고 한다.

하이닉스에서는 이러한 좋은 운영효과를 바탕으로 앞으

로 10여대의 추가 제품설치를 진행 할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 또한 하이닉스 이외에도 타공장 지역 역시 이존샵의 운영 메리트가 큰 것으로 판단되고 있느니 만큼 앞으로 집중적인 로케이션 공략대상으로 삼을 계획이라고 한다.

마이다스코리아는 현재 이천공장이외에도 충남예산, 충무로 대원빌딩, 양평 한화콘도 등에 제품을 설치운영하고 있다. 총 11대의 물량이 결코 많은 수치는 아니지만 이제 비로소 제품에 대한 반응이 서서히 오고 있다는 점에서 회사 측은 크게 고무되고 있다. 아무리 첨단시스템으로 무장한 이존샵의 효용도 실질적으로 필드에서 입증되어야 만 수요확대로 이루어 질수 있기 때문이다.

마이다스코리아의 박태욱 부장은 이존샵의 사업성에 대해 “초기진입이 힘들어서 그렇지 제품 안전성과 관리강화만 되면 전망은 무척 밝다”며, “앞으로는 오피스텔, 연수원 등의 로케이션도 시장성이 큰 만큼 집중적인 공략 대상으로 삼을 예정이다” 고 밝혔다.

그간 사업에 있어 가장 어려웠던 부분은 제품에 대한 인식을 확대시키는 일이었다고 한다. 아직 국내에는 무인편의점에 대한 인식이 낮설기 때문에 설치조건도 까다롭기 그지없고, 기존 자판기 유통업자들에게도 그다지 어필하지 못해왔던 게 사실인 것.

이러한 가운데 제품에 대한 인식이 서서히 확대되고 있고 운영메리트도 입증되어 가고 있어 이존샵 사업은 이제 탄력을 받아 나갈 수 있을 것으로 기대하고 있다. 적어도 올 하반기 까지 30대선의 제품을 보급할 수 있다면 향후 사업확대에 큰 어려움은 없을 것으로 보고 있다.

아울러 오랜 기간동안의 사업투자는 이제 해외 쪽에서



하이닉스 이천공장 이존샵 로케이션

도 일정 가능성을 제시하고 있다. 마이다스코리아는 러시아 테크라텍사와 수출 계약을 맺고 1차분 10대의 물량을 선적할 예정이다. 이 수출이 잘 이루어지면 향후에는 200여대선까지 수출물량이 확대될 전망이다. 이외에도 대만 쪽으로도 수출이 본격화된, 1차적으로 2대분에 대한 계약을 맺고 수출을 진행할 예정이며, 기타 국가로도 지속적인 수출시장을 모색해 나가고 있다.

한편 이존샵의 내수시장 확대의 걸림돌은 무엇보다 높은 가격대에 있다. 제품가격대가 2970만원(부가세 포함)에 이르다보니 폭넓은 시장확대에는 아

무래도 많은 어려움이 따른다. 회사측에서도 이 부분의 어려움을 누구보다 잘 알고 있기는 하지만 현재처럼 첨단성을 갖추고 있는 제품 성격으로는 고가의 가격대를 탈피하기는 어려운 현실임을 내비친다.

그만큼 이존샵에는 자판기 시스템의 총아라 할 만큼 다양한 첨단 성능을 갖추고 있다. 우선 결제방식에 있어서도 7개의 신용카드를 사용 해 후불결제를 할 수 있고, 현금도 10,000원권까지 사용 가능하다. 또한 MMI 원격 관리시스템을 채택, 본사에서 원격관리가 가능하여 A/S, 물류상황 등이 자동체크가 되어 운영자가 현장확인을 일일이 할 필요가 없다.

또한 냉동시스템은 주위온도보다 최대 35℃를 낮출 수 있는 독일제품을 사용했으며, 도난파손 방지를 위해서는 3중 방탄유리를 채용했다. 또한 LCD 터치스크린을 사용하여 최대5개까지 동시주문이 가능하고, 음성안내 및 산뜻한 그래픽 환경을 제공한다.

한마디로 하나의 매장을 대신할 수 있는 제품 특성상

최고의 품질을 지향한 것이 이존샵의 제품정책이다. 이렇다보니 원가부담이 커질 수밖에 없는 현실이고, 그 가격대는 국내 자판기 사상 최대의 가격대를 형성케 만들었다.

현재로서는 이같은 가격대 부담이 이존샵의 폭넓은 확대

에 족쇄로 작용하고 있다. 하지만 무인편의점 사업이 국내에도 크게 확대될 수 있는 환경에 도달한다면 실수요자는 가격대보다는 성능을 중시하는 선택을 할 수밖에 없다는 게 마이다스코리아의 생각이다.

그래서 이러한 소신은 현재의 가격정책을 변함없

이 고수하는 쪽으로 방향을 잡게 만들고 있다. 좀더 저렴한 가격대의 보급형 모델이라든가 현재와 다른 제품 컨셉은 아직 고려를 하고 있지 않다. 이보다는 현재의 제품보다 품질과 기능을 더욱 강화하는데 모든 힘을 집중시키고 있다.

사업에 있어 쉬운 길을 선택하기보다는 우직하게 고행길을 각오한 듯한 자세가 엿보이는 부분이다. 이 모두가 내일에 대한 확신이 있기 때문에 가능한 일. 그래서 감래(甘來)를 위한 고진(苦盡)의 길을 마다하지 않고 있는 것이다.

이존샵의 도전은 비단 한 업체만의 사업성이 아니라 무인편의점 분야의 전체적인 시장성을 평가하는 잣대가 된다는 점에서 산업계가 느끼는 기대가 남다르다. 오직 한 길, 사활을 걸고 분투하는 마이다스코리아의 도전이 과연 성공의 결실을 맺을 수 있을지, 귀추가 주목되는 이유가 여기에 있다.



러시아 테크라텍사와 수출계약 후의 기념촬영