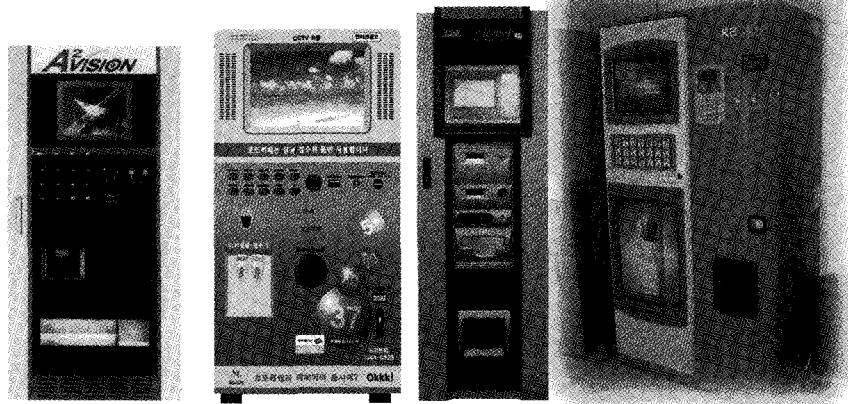


인터넷광고자판기 시장 성공은 가능한가



人 장은 변화를 전제로 한다. 변화 없는 시장은 도태의 깊은 수렁 속에서 헤어나기 힘들게 만든다. 반면 변화는 새로운 시장을 만들고 발전을 구동시키는 핵심요인으로 작용한다.

자판기 시장의 제품화 역시도 끊임없는 변화 속에서 시장발전을 구동해 간다. 기술은 나날이 진보를 하고 대상영역은 그만큼 확대가 된다. 자판기가 보다 적극적이고 다양한 기능 제공을 통해 소비자와 밀착할 수 있게 만드는 상황은 모든 변화하는 자판기들의 꿈이다.

최근 자판기 시장에 있어 변화의 주흐름을 형성하는 분야가 인터넷광고자판기 시장이다. 기존 음료자판기 시장침체와 더불어 등장한 이 제품 컨셉은 미래지향적 새로운 자판기 발전 모델로의 부상을 꿈꾸며 회심의 시장도전을 준비 중에 있다.

금호 테마기획에서는 새로운 시장 발전 모델로서의 부상을 꿈꾸는 인터넷광고자판기 시장 성공 가능성을 진단해 본다.

인터넷광고자판기 등장의 배경

인터넷광고자판기란 자판기가 본연의 상품 판매 기능 이외에도 정보, 광고까지 서비스하는 제품군을 말한다. 또한 부가하기에 따라 티켓발매, 복권판매, 경품제공, 민원서류발급까지 가능하다. 한마디로 한대의 자판기가 다기능의 영역을 소화할 수 있는 제품군을 포함한다. 문자, 그림 소리, 동영상 같은 다양한 정보매체를 통합시켜 소비자와 상호작용을 하게 한다는 점에서 멀티미디어자판기라고도 할 수 있고, IT기술의 다양한 분야가 접목된다는 점에서 넓게 보면 인터넷통합형자판기라고도 할 수 있다.

적절한 공용 용어를 찾기가 이렇게 모호한 것인 관련 사들이 제품화하는 성능과 영역들이 각기 차이가 있기 때문이다. 그렇지만 인터넷을 접목하여 광고나 정보를 제공하는 성능을 핵심요인으로 한다는 점에서 '인터넷광고자판기'라는 용어가 가장 적절하리라 보인다. 인터넷광고자판기가 등장한 배경에는 우선 국내의 놀라운 IT기술 및 멀티미디어 기술발달 요인을 들 수 있다. 이러한 기술의 발전은 얼마든지 자판기를 통해서도 상용화시킬 수 있는 상황을 만들어 놓았다. 자판기가 과거처럼 단순하게 상품을 판매하는 기능의 한정이 아니라 광고, 정보는 물론 소비자들이 원하는 다양한 무인서비스를 제공할 수 있게 하는 기술접목이 가능해진 것이다. 제품은 관련 기술의 조합의 문제이지 특별한 기술노하우를 필요로 하지 않는다. 기존의 상품판매 메카니즘에 광고, 정보기술을 제공하는 멀티미디어 기능을 조합시키면 새로운 제품 컨셉을 만드는 게 얼마든지 가능하다. 여기에 티켓발매, 복권발매, 경품 제공, 민원서류발급, 전자화폐 결제까지도 얼마든지 부가할 수 있다. 여러 관련 기술의 조합은 하나의 자판기에 얼마나 사업성과 운영 효율성을 부가하느냐 문제이지, 기술이 근본적인 문제로 작용하는 경우는 드물다. 그만큼 자판기 관련 기술의 인프라는 과거에 비해 엄청나게 발전했다. 자판기가 진화할 수 있는 제반여건을 마련된

상황에서 제품 개발화의 방향은 얼마든지 무한해 질 수 있게 된 것이다.

이를 반영할 수 있는 게 바로 특허청의 인터넷통합형 자판기의 특허출원 동향이다. 특허청은 인터넷을 이용한 영상, 음악, 데이터를 다운로드받거나 주민등록증의 행정사무, 금융업무 등을 통합하여 처리할 수 있는 인터넷통합형 자판기의 출원이 활발하게 이루어지고 있다고 밝히고 있다. 이같은 출원수는 자판기 선진국인 미국, 일본 등과 비교해 볼 때 양과 질에 있어 대등한 수준이라고 한다.

관련 기술발달이라는 측면이 외에 인터넷광고자판기 시장이 등장한 원인을 산업 내적으로 찾을 수가 있다. 현재 자판기 시장은 사업화할 수 있는 아이템은 다양하나 견고한 사업성을 보장할만한 품목은 그다지 많지 않다. 소량 다품종 아이템의 경우는 제품의 수명주기가 길지 않고 리스크 요인 역시 크다는 단점이 있다. 아무리 아이디어 지향적인 아이템이라 할지라도 고정적으로 꾸준한 수요가 이어지기 힘들다는 점에서 선뜻 투자하기가 쉽지 않다.

반면 견고한 사업성을 보장하는 자판기산업의 영원한 스테디셀러 '음료자판기' 품목은 메이저기업들에서 꽉 잡고 있다고 해도 과언이 아닐 정도로 틈새시장을 뚫고 들어가기 힘들다. 기존의 커피자판기, 복합자판기, 캔자판기 시장은 아직은 중소기업이나 신규업체가 진입하기 힘든 난공불락의 시장이라 할 수 있다.

이러한 상황에서 인터넷광고자판기는 일단 음료자판기의 안정적인 수요기반을 바탕으로 기존 음료자판기와는 차별화된 시장을 개최해 갈 수 있다는 점에서 군침이 도는 대상영역이다. 다시 말해 기존의 음료자판기 같은 성능을 갖추고 광고나 정보 등 새로운 수익모델을 제시할 수가 있다는 점이 장점이다.

이런 점은 중소기업이나 신규업체라 할지라도 기존의 안정적인 음료자판기 시장을 대상으로 새로운 도전을 할 수 있는 기본 여건을 제공하고 있다. 더욱이 음료판

매 이외에도 다른 수익모델을 창출할 수 있다는 점은 잠재 운영자들에게 있어 구미가 당기는 제품컨셉이 아닐 수 없다.

또한 기존 음료자판기 시장이 안정적인 시장, 수요기반이 넓은 시장인 반면, 시장포화로 신규시장 창출이 어려운 상황이라는 점도 인터넷광고자판기 등장의 주요인으로 작용한다. 기존 음료자판기 시장은 심해지는 불황을 뚫을 새로운 대안모델의 필요성이 점점 높아지고 있다. 음료자판기 시장의 새로운 변화를 유도하고 활발한 대체수요를 창출하기에는 다기능화, 다수의 모델화를 장점으로 하는 인터넷광고자판기가 훌륭한 대안이 될 수 있다는 게 관련업체들의 시각이다.

이런 점에서 볼 때 인터넷광고자판기는 음료자판기의 진화이자, 또 다른 기회 영역으로서의 메리트를 한껏 부각시키고 있는 중이다.

시장성은 과연 유망한 것인가



그렇다면 과연 시장은 관련업체의 기대대로 유망한 것인가. 또 어떠한 새로운 시장도전들이 준비되고 있는 것인가.

현시점에서 평가할 때 인터넷광고자판기 시장은 여전히 가능성의 시장이자, 미래의 시장으로 평가를 할 수 있다. 아직은 인터넷광고자판기의 사업성이 검증된 단계로 볼 수가 없는 상황이다.

그도 그럴만 한 것이 과거 이 분야에 투자를 진행했던 업체들은 성공적인 시장창출에는 너나할 것 없이 실패를 했다. 지금으로부터 7~8년 전으로 거슬러 올라가면 당시 인터넷기능을 부가한 다양한 성능은 아니지만 기존 음료 판매기능에 동영상광고를 부착 할 수 있는 제품군이 활발히 상품화된 적이 있다. 당시로 보면 부가적인 광고수익을 창출 할 수 있는 이 제품군이 좋은 반응을 불러일으키라는 기대가 높았지만 시장은 의외로 냉담했다.

가장 큰 실패 이유는 활발한 제품전개가 전재되지 못하다 보니까 영상광고 수익이 기대만큼 발생하지 못했다는 점이다. 또한 제품 자체의 품질수준도 문제가 많았다.

한차례의 실망어린 광풍이 지나간 후 최근 2~3년 전부터는 기술적으로 크게 진보한 제품군이 등장을 했다. 이때부터는 인터넷기술을 접목할 수 있는 제반환경이 되었기 때문에 과거보다 다양한 성능을 갖출 수가 있었다.

이에 있어 대표적 업체인 조이엔점프는 인터넷광고경품자판기라는 제품으로 한때 활발한 필드전개를 진행하며 시장활성화에 대한 기대를 높였다. 그러나 이 업체는 무리한 다단계 판매를 유통방식으로 채택, 양적인 판매에만 치중을 했다. 그 결과 많은 피해자를 양산시키고 사업은 오래가지 못했다.

2002년에 들어서는 주피터콘트롤에서 '사람 찾은 자판기'라는 인터넷광고자판기를 선보이고 본격적인 시장전개에 들어갔으나 결과는 역시 좋지 않았다. 이 업체는 무리한 임대방식으로 자판기를 전개하다 자금난이 가중, 결국은 실패를 봤다.

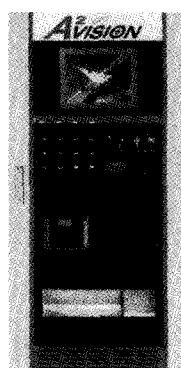
하지만 이 두 업체의 시장 실패는 인터넷광고자판기 시장 가능성 자체에 대해 부정적인 시각을 확산시키지는 않았다. 관련업체들은 그 실패가 사업방식이나 제품자체에 문제가 있는 것이지 인터넷광고자판기 사업 자체가 경쟁력이 없기 때문이라는 판단을 하지는 않았다.

여전히 가능성이 큰 시장이기 때문에 보다 경쟁력 있는 인터넷광고자판기로 차별화된 마케팅 전략을 펼친다면 얼마든지 시장성공이 가능하리라는 확신을 가지고 있는 업체가 많다. 오히려 음료자판기 시장 부진과 맞물려 시장침체를 돌파할 수 있는 대안시장으로의 가능성을 높이 평가하고 있다. 시장은 뜨겁게 가열되고 있고, 새로운 거침없는 도전들이 준비되고 있는 중이다.

지금부터는 이 시장을 주도할 기가씨엔에스, 코아정보테크, 솔룩스 등의 사업행보를 살펴보기로 하자

시장 주도 업체의 사업 행보

▣ 기가씨엔에스



기가씨엔에스가 준비 중인 인터넷 광고자판기는 광고, 모바일, 인터넷 솔루션을 연동하여 터치스크린 방식의 패널 PC를 통해 다양한 정보와 광고서비스를 제공한다.

무엇보다 자판기의 단순상품기능을 탈피해 각종 IT 컨텐츠 판매가 가능하다는 게 제품의 가장 큰 특징. 자판기 로케이션의 특성에 맞

게 인터넷 방송 운영 시스템을 구축해 뉴스, 증권소식, 관광가이드, 부동산정보, 구인구직정보 등을 제공할 수 있게 했다.

대학 로케이션에 있어서는 특정 방송이나 음악을 서비스하는 멀티미디어 서비스와 각종 증명서 활용이 가능하고, 병원이나 약국 등에서는 진료처방전을 발급하는 등 다양한 민원서비스와 광고를 제공할 예정이다. 병원의 경우는 광고와 더불어 처방전까지 발급할 수 있어 고객서비스 및 병원 운영효율 향상에 큰 도움이 될 것으로 보이는 데, 현재 대구지역 모병원을 중심으로 사업시스템을 구축 중에 있다.

기가씨엔에스는 제품전개에 있어 로케이션 카테고리

별로 특화를 진행하는 전략을 구사할 예정이다. 예를 들자면 대학의 경우는 대학 로케이션에 맞는 광고 및 정보 서비스를 진행하게 된다. 카테고리별도 특화된 소프트웨어 제공과 추가 서비스야 말로 시장확대를 위해 무엇보다 중요한 과제로 판단하고 있다.

아울러 동영상제공기능 확대, 미디어기능 추가, 영화예매기능 추가 등의 성능강화도 계획을 하고 있다.

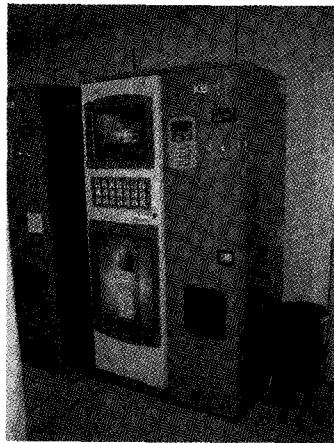
■ 코아정보테크

코아정보테크의 인터넷광고자판기 CORE-i는 본연의 커피판매기능 이외에도 다중 디스플레이 표출 제어로 상단 동영상 광고와 하단 포스터광고가 가능하다. 고객이 사용이 없는 경우에는 시나리오된 동영상 광고를 상단 동영상 표출 스크린을 통해 방영하고, 버튼 인터페이스 기능을 채택해 버튼을 누르면 특정업체나 뉴스, 증권, 날씨, 교통정보, 영화정보 등 다양한 영상 컨텐츠를 제공한다. 하단 포스트는 슬라이드형식의 각종 영상광고물을 표출 할 수 있게 했다.

고도의 기술로 집적된 소프트웨어 기술은 중앙 서버에서 자동적으로 원격모니터링되어 광고 및 문자정보를 수시로 업데이트 할 수 있음은 물론이고 여러 체크나 타이밍 조절까지 할 수가 있다.

코아정보테크는 이 인터넷동영상자판기를 국민은행 서울 지점 일부에 설치운영을 통해 운영효율을 점검하기도 했다. 은행의 경우 인터넷서비스 만족도와 광고효과는 높은 반면 음료의 판매량은 다소 기대에 못 미치는 결과를 낳았다고 한다.

앞으로 로케이션 확대를 위해서는 고등학교, 대학 등을 집중 공략할 계획에 있다. 우선 한 학교관련협회를 통해 서울시내 고등학교들을 대상으로 100여대 전개 계획을 가지고 있다. 수익금 일부를 장학금으로 조성하는 것을 조건으로 직영 설치 운영되게 되는 데, 좋은 설치 운영결과가 나와 주면 전국적으로 운영을 확대할 계획을 가지고 있다.



토끼를 잡겠다는 전략이다.

직영중심으로 사업을 펼쳐나갈 계획이며, 일반판매는 시장이 무르익기 전에는 진행하지 않을 계획이다. 앞으로 대량전개를 앞두고는 네트워크 비용절감, 제품 원가절감에도 많은 비중을 기울이게 된다. 또한 방송 등의 다양한 미디어시스템을 강화하는 데도 주안점을 뒤 자판기 기능을 보다 다양화할 계획이다.

코아정보테크는 기존 자판기 시장이 포화되어 있기 때문에 인터넷광고자판기 시장이 언젠가는 활성화 될 수 밖에 없을 것이라고 보고, 서두르지 않은 꾸준한 사업 전개를 진행해 나가며 본격적인 시장확산에 대비할 예정이다.

■ 솔룩스

솔룩스에서 전개하는 '로또카페'는 광고, 정보 서비스는 물론 커피, 생수, 껌, 경품 복권까지 서비스를 받을 수 있는 다기능의 제품이다.

구체적으로 제품의 성능을 살펴보면 우선 29인치 HD 모니터가 장착되어 공중파 방송이나 동영상 맞춤광고 제공이 가능하여 운영 수익성을 배가 할 수 있도록 했다. 또한 커피판매 기능에다가 정수기기능까지를 부착해 위생성을 부각시켰으며, 기능성 껌을 추가하여 고객의 상품 선택 다양성을 도모할 수 있게 했다.

학교지역의 제품 설치운영은 주로 입시정보 콘텐츠를 우선적으로 제공하게 된다. 다양한 입시관련 정보 콘텐츠 제공을 통해 학생들의 접속률을 높여 음료 판매와 광고효과 증진의 두 마리의

아울러 고객에게 무료로 로또용 광고복권을 제공하는 경품이벤트 성능을 갖추었다. 이 로또복권은 최대 28명이 공동구매하여 당첨금을 나눠 갖게 하고, 낙첨복권은 2주 동안 추가로 경품기회를 제공한다. 광고복권의 당첨은 로또카페 사이트에서 확인을 할 수가 있고 사이버머니를 적립해 물건을 사거나 영화도 볼 수 있게 해준다.

이외에도 로또까페에서는 로또와 경품 외 회원들에게 각종 정보를 제공하며 인터넷 DVD 관람과 게임, 영화, 놀이공원 등 각종 티켓예매, 주유권와 상품권, 휴대폰 요금결제, 건강검진권 등의 사이버 결제는 물론 최저가의 공동구매 쇼핑몰을 이용할 수 있다.

관리의 편리성을 위해서는 인공지능형 운영관리 시스템을 채택하여 운영 관리자는 인터넷을 통하여 언제든지 매출과 재고, 이상유무 확인이 가능하다.

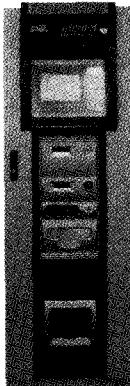
솔룩스는 다기능 '로또카페'의 본격 보급을 위해 홈

쇼핑광고 및 창업기관과의 제휴를 통한 위탁관리 사업을 본격 실시해 나갈 계획이다. 또한 일반 구매자를 위한 판매도 진행해가며 본격적인 필드전개에 나설 계획이다.

■ 넷앤텍

홈네트워킹, 비디오폰, 웹포스 등 정보통신종합 벤처기업인 넷앤텍은 한국전자통신연구원(ETRI)와 더불어 동영상서비스 및 인터넷 접속이 가능한 인터넷광고자판기를 선보였다. 이 제품은 신용카드, 교통카드, 현찰, 지문인식 등 다양한 결제시스템을 제공하고 있으며, 무선 인터넷환경을 구축할 수 있는 기지역할을 할 수





가 있다. 또한 인쇄기능을 갖추고 있어, 티켓발매기로도 활용이 가능하며, 스낵, 음료 등의 물품 판매기능도 추가 할 수 있게 했다.

아울러 인터넷을 통해 중앙집중적인 관리를 할 수 있기 때문에 제품의 판매통계, 재고현황, 공장상황 등을 실시간으로 분석 및 파악할 수가 있다. 이 제품은 개발만이 되어 있는 단계로 아직은 사업화를 진행할 모델을

찾고 있지 못한 상황이다.

시장 문제점 및 발전 방안

많은 관련업체들의 시장가세로 인터넷광고자판기 시장은 한껏 뜨거워 질 수 있는 제반여건은 마련이 되었다. 문제는 과연 시장성이 기대만큼 따라 주느냐에 달려 있다.

현재로 볼 때는 인터넷광고자판기 시장이 활성화되기 위해서는 극복해야 할 과제가 산재해 있다. 우선 인터넷광고자판기가 자판기 운영 수익성을 만족시킬 수 있느냐 여부가 무엇보다 중요하다.

지금까지의 사업을 진행해 온 선발업체들이 실패를 본데는 이러한 수익성에 대한 만족이 기대만큼 따르지 않은 요인이 가장 크다. 특히 제품의 주 운영메리트인 광고수익이 떨어지는 문제가 시장 활성화에 있어 최대 난제로 작용을 했다.

사실 인터넷광고자판기의 광고 수익성은 필드에 깔린 자판기 대수에 비례한다. 기계가 일정량은 보급이 되어야 광고를 유치할 수 있는 기본 전제조건이 된다. 광고주 입장에서는 기대만큼의 광고효과를 창출할 수 있는지 여부를 필드에 깔린 자판기 대수와 정비례하여 판단하는 게 일반적이다. 하지만 제품을 전개하는 업체 입장에서 보면 제품이 깔리지도 않았는데 광고수익성을 극대화시켜 운영자에게 정보를 주는 게 보

통이다. 여기서 현실과의 괴리가 발생할 수밖에 없다. 초기시점에서는 운영자가 원하는 광고수익이 발생하기 힘들고 이는 그대로 사업성에 반영이 된다.

그래서 광고로 인한 수익성을 무조건 과대 포장하는 것은 위험한 일이다. 광고인프라를 갖추어 놓고 수익성을 홍보하든가 해야지 무조건적인 공급자 전횡의 검증되지 않은 수익구조를 강조해 가지고는 위험천만하다. 제품 공급자 입장에서는 광고수익을 창출 할 수 있는 방안에 대한 치밀한 복안을 미리 준비한 후, 일반 유통 판매를 진행해야 한다. 일정기간 동안은 필드 직영을 통해 광고 인프라를 갖추어 놓고, 사업자들을 본격 모집하는 방안을 적극 도입해 볼 필요성이 높다.

인터넷광고자판기 시장에 있어 또 다른 애로점은 운영 효율이 높은 기존 커피자판기 로케이션을 어떻게 대체 하느냐 하는 문제이다. 인터넷광고자판기가 운영 효율을 높일만한 애지간한 로케이션은 기존 커피자판기가 거의 점령하고 있다고 해도 과언이 아니다. 그만큼 음료자판기의 아성은 견고하다. 이러한 상황에서 인터넷 광고자판기가 독자적인 로케이션을 확보하기 위해서는 기존 커피자판기보다 높은 운영효율을 입증해야 하나, 이는 결코 쉬운 일이 아니다.

운영효율을 과연 어떻게 높일 것이냐 하는 부분이 앞으로 시장에 있어 가장 큰 과제인 것. 이에 있어 가장 확실한 방안은 기존 음료자판기의 매출에다 광고 및 기타 부가기능의 수익이 배가되는 경우이다. 이런 상황이 된다면 필드 운영자들의 관심은 자연스럽게 인터넷광고자판기로 몰릴 것이다.

하지만 다양한 기능의 부가만으로 운영효율이 배가되기는 쉽지 않다. 여러 기능을 추가하다 보면 복잡한 제품성격이 본연의 운영효율도 깎아먹는 상황도 있다. 인터넷광고자판기는 다양한 성능 부가도 중요하지만 무엇이 메인 기능이고 무엇이 서브기능인지를 분명하게 하고 사업을 펼쳐갈 필요가 있다. 즉 광고수익과 정보제공 기능이 우선이 되는지, 음료판매 기능이 우선

시 되는 지는 분명히 해야 할 필요가 있다. 아무리 다양한 부가 기능을 갖추었어도 대개의 경우 음료판매 기능이 메인이 되는 게 보통이다. 그런데 일부제품의 경우는 이러한 메인기능의 설정에 소홀히 하는 경우가 있어 문제가 되고 있다. 커피판매기능을 대형자판기에 맞는 용량이 아니라 OCS급 소용량을 갖추어 놓고 있는 경우가 많기 때문이다.

물론 제한된 자판기 용량에 여러 부가기능을 채택하느냐고 정작 커피판매 메카니즘을 다용량으로 갖추기 힘든 문제가 있을 수도 있다. 하지만 OCS급 소용량으로 매출의 극대화를 바라는 것은 무리가 있다. 대형자판기는 많은 사람이 이용할 수 있도록 연속판매에 무리가 없어야 한다. 하지만 OCS급 소용량은 연속판매가 오래 계속되면 과부하가 걸리는 문제가 발생한다. 이런 경우 운영 효율도 떨어지고, 소비자 불신도 피해 갈 수 없다.

따라서 커피판매 용량을 배가시키는 일은 관련업체의 시급한 과제로 작용을 한다. 아무리 다양한 성능을 갖추었어도 커피판매기능이 주기능이 될 수밖에 없다는 사실을 다시금 명심해야 한다.

종합해 볼 때 인터넷광고자판기 시장 발전에 있어 문제가 되는 것은 기술적용 측면이 아니다. 유관 기술의 발달은 어떠한 성능도 부가를 할 수 있는 환경을 만들어 놓고 있다. 문제는 다다익선의 성능부가가 아니라 각기의 성능을 시너지 효과가 발생할 수 있도록 얼마나 효과적으로 조합시키느냐에 있다. 이렇게 본다면 물품판매, 광고, 방송, 정보 등이 적절히 매칭이 될 수 있어야 한다. 이 기능이 한대의 자판기를 통해 효과적으로 발휘될 수 있다면 인터넷광고자판기의 파워는 막강해 질 수 있다. 반면 기능만 많을 뿐이지 각기의 기능이 엉성하다면 한 기능을 제대로 갖춘 것만 못한 상황이 될 수가 있다.

광고, 방송, 정보 등의 콘텐츠 제공에 있어서는 타깃 고객층을 분명히 하는 전략이 중요하다. 특정 로케이션

의 고객 특성에 맞는 콘텐츠를 집중 제공해야만 승산이 있다는 사실을 명심하고, 다양하고 유익한 정보 콘텐츠 구축에 심혈을 기울여야 한다.

인터넷광고자판기 시장은 분명히 무한한 가능성의 시장임에는 분명하지만 가야할 길 역시 먼 시장으로 볼 수가 있다. 그만큼 시장을 움직이는 일은 녹녹하지 않다. 정보화 시대를 앞서가는 다양한 고급 정보 콘텐츠들을 소비자들 제공할 수 있을 때 본격적인 시장 파급력 확산을 기대할 수 있다. 또한 첨단자판기 일수록 품질, A/S 등의 기본을 더욱 중시하는 전략이 더욱 중요함을 관련업체들은 명심을 해야 할 것이다. 아울러 인터넷광고자판기는 사업성 차원에서만 접근하는 게 아닌 공공성을 중시하는 수준까지 사업적인 마인드를 끌어 올리는 일 역시 무척 중요한 과제이다.