

청량음료 자판기에 관한 의식과 이용 실태

일본자동판매기공업협회는 전국 청량음료 공업회와 함께 전국의 20대~50대 500인을 대상으로 「청량음료 자동판매기에 관한 의식과 이용 실태」조사를 실시했다. 본 조사는 소비자가 청량음료 자판기를 어떻게 접하고, 또 어떠한 의식을 가지고 있을지를 찾는 것을 목적으로 하는 것으로, 환경문제를 포함해 매우 흥미로운 결과를 나타냈다.

일본과 자판기 문화가 크게 다르지 않은 국내 현실에 있어서도 일본시장의 설문조사는 참조할 부분이 많을 것으로 보여 진다.

◆ 조사 개요

1. 조사 목적

자동판매기는 생활의 일부라고도 말할 수 있는 존재가 되고 있어 헤세이 14년 말 현재, 전국 자동판매기 및 자동 서비스기의 보급 대수는 552만대로 그중 214만대가 청량음료 자판기이다. (일본자동판매기공업협회 조사 참조). 그러나 근래에 청량음료 자판기의 에너지 절약화가 매우 빠르게 진행되고 있는 것 등, 일반인들에게 너무 알려지지 않은 사실도 있다.

이 조사는 일반인들이 청량음료 자판기를 어떻게 접하고, 어떠한 의식을 가지고 있을지를 알아보기 위한 목적으로 실시했다.

2. 조사 대상

전국의 시지역에 거주하는 20세~59세의 남녀 개인

3. 조사 대상의 추출 방법

정령13 도시 및 그 이외의 시의 부분으로부터 조사 지점을 무작위로 추출, 지점 내에 거주하는 해당 조건의 남녀를 조사 대상으로 하는 에리어 샘플링법을 실시

4. 조사 방법

조사원에 의한 면접법

5. 조사기간

2003년 8월 9일 ~ 8월 24일

6. 표본 구성

유효 회수 샘플 500명(남녀 각250명)의 표본 구성은 이하와 같다

(상단 : 샘플수, 하단, 구성비 %).

• F1. 연령 (평균 : 39.8세)

샘플수	20~24세	25~29세	30~34세	35~39세	40~44세	45~49세	50~54세	55~59세
500	63	56	62	62	54	77	71	55
100.0	12.6	11.2	12.4	12.4	10.8	15.4	14.2	11.0

• F2. 직업

샘플수	회사원· 공무원· 단체 직원	경영·전문	상공·자영	아르바이트	그 외 유직	전업주부	학 생	무 직
500	250	6	33	94	0	83	34	0
100.0	50.0	1.2	6.6	18.8	0.0	16.6	6.8	0.0

• F3. 결혼여부

샘플수	미혼	기혼(이혼·사별 포함한다)
500	117	383
100.0	23.4	76.6

• F4. 동거 가족수(자기 자신 포함한다) (평균 : 3.7인)

샘플수	1인	2인	3인	4인	5인	6인 이상
500	21	46	135	185	89	24
100.0	4.2	9.2	27.0	37.0	17.8	4.8

• F5. 환경 문제예의 관심도

샘플수	매우 관심이 있는	좀 관심이 있는	너무 관심이 없는	완전히 관심이 없다
500	114	329	55	2
100.0	22.8	65.8	11.0	0.4

• F6. 에너지 절약예의 관심도

샘플수	매우 관심이 있는	좀 관심이 있는	너무 관심이 없는	완전히 관심이 없다
500	125	311	60	4
100.0	25.0	62.2	12.0	0.8

• 조사지역

샘플수	캐헌	한신	칸토·코싱에츠	토카이	큐슈
500	100	100	100	100	100
100.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0



◆ 조사 결과

(1) 자동판매기의 인상

1. 「자동판매기」로 하면 최초로 떠올리는 것

우선 「청량음료」(95.4%), 그리고 「담배」(77.4%) 이하 「술·맥주」(44.8%), 「승차권」(43.8%) 등을 떠올렸다.

2. 평소의 생활에 도움이 되고 있는 자동판매기

역시 「청량음료」(87.2%)이 압도적으로 많고, 이하 「승차권」(45.0%), 「담배」(40.0%), 「술·맥주」(26.8%), 「식권」(13.0%) 등의 순서

(2) 청량음료 자판기의 이용 실태

1. 평소 청량음료를 갖고 싶다고 생각했을 때 어떻게 하는 것이 많은가

【a】통근·통학시, 일할 때나 면학중】압도적으로 「산다」(82.0%),

【b】쇼핑·행락시】(82.8%)이 역시 많지만, 「찾집 등에 간다」도 3할 가깝게 (27.6%)를 차지한다.

한편 【c】가정】에서는 「비치되어 있는 음료를 마신다」(61.4%), 혹은 「차·커피등을 타서 마신다」(54.4%)는 반응을 보였다. 이에 반해 「산다」는 4명에게 1명(25.4%), 그리고 「찾집 등에 간다」(1.0%)은 거의 보이지 않는다.

2. 평소 청량음료는 어디서 구입하는 것이 많은가

【a】통근·통학시, 일할 때나 면학중, 【b】쇼핑·행락시】로는 「자동판매기」(순서에 따라 88.6%, 87.0%)가 가장 많아, 꽤 떨어져 「편의점」(순서에 55.8%, 51.7%)을 압도했다.

【c】가정】에서는 「자동판매기」(55.9%), 「편의점」(53.5%), 「슈퍼나 식료품점」(49.6%)의 3개소가 거의 동일한 정도를 나타냈다.

-어느 장소에서건, 젊은 사람들의 「자동판매기」와 「편의점」의 병행비율이 높았다.

3. 청량음료 자판기의 이용 빈도

「1주간에 1~2회」(25.6%)이 가장 많지만, 「매일(1일에 2회 이상)」(9.0%), 「매일(1일에 1회)」(13.0%)을 포함 「매일」(22.0%)라고 하는 응답한 사람도 2할 이상으로, 청량음료 자판기가 생활에 있어 불가결한 존재로 느끼는 있는 사람도 많았다.

-남성은 4할 가깝게 (38.4%)가 「매일」이용하고 있지만, 여성은 5.6%로 큰 비율차가 나타나는 것이 특징이다.

4. 자주 이용하는 청량음료 자판기의 설치 장소

「자택 부근」(42.3%)이나, 「근무처 부근」(30.2%), 「근무처 건물 내」(28.3%)의 직장 주변, 그리고 「레저 시설」(24.6%), 「관광지」(22.5%)등이 주가 되었다.

5. 청량음료 자판기를 자주 이용할 때는

「관광지나 레저에 갔을 때」(49.4%)이라고 「일의 사이」(45.0%)이 함께 4할대로 많은 비중을 보였다. 또한 차를 타고 있을 때」(35.2%), 「쇼핑하러 갔을 때」(27.9%), 「식사 때」(18.8%), 「출근 도중이나 등교시」(18.3%), 「일이나 학교로부터의 돌아가는 길」(18.1%), 「스포츠·운동을 했을 때」(16.7%) 등을 나타냈다.

-《남성》에서는 「일의 사이」(65.3%), 《여성》에서는 「관광지나 레저에 갔을 때」(61.6%)이 압도적으로 많은 비중을 보였다.

6. 1일 가운데 청량음료 자판기를 자주 이용하는 시간대

「오후(13~17시경)」(70.4%)이 가장 많고, 그 다음에 「점심식사시나 점심시간(12~13시경)」가 4할(40.8%), 「오전중(8~12시경)」가 3할(30.2%)로 계속되고 있어 「일을 할때」로 자판기를 많이 이용하는 것으로 나타났다.

(3) 청량음료 자판기에 대한 인식

1. 청량음료 자판기를 편리하다고 생각하는 점

청량음료 자판기를 편리하다고 「생각한다」(99.6%)라고 하는 사람이 거의 대부분이었다.

- 편리하다고 생각하는 (478명) 점은, 「곧바로 살 수 있다」(80.8%), 「언제라도 살 수 있다」(67.4%)와 「손쉬움」이 가장 큰 포인트이다. 그 외 「차가운 · 따뜻한 음료를 살 수 있다」(52.1%), 「줄서지 않아 좋다」(24.9%), 「상품을 선택하기 쉽다」(23.4%), 「말을 하지 않아 좋다」(10.3%) 등을 나타냈다.



2. 청량음료 자판기는 생활에 필요한 것이냐

8할 이상이 「필요」(82.8%)라고 생각하고 있다.

《여성》보다 《남성》이 필요성을 강하게 느끼고 있는 점이 특징.

- “필요”(414명 이름) 라고 생각하는 이유는, 「가게까지 가는 것은 큰일이기 때문에」(52.4%), 「직장이나 학교에서 음료를 갖고 싶어지므로」(39.9%), 「생활의 일부가 되어 있기 때문에」(29.7%), 「운동한 때 음료를 갖고 싶어지므로」(19.6%), 「휴일이나 야간에 구입하므로」(16.4%), 「있으면 안심하고 있을 수 있기 때문에」(16.4%), 「가게에서는 한 가지 품목만 사기 어렵기 때문에」(15.0%) 등
- “필요하지 않다”(86명 이름) 라고 생각하는 이유는, 「스스로 음료를 넣어 만들기 때문에」(58.1%), 「슈퍼나 디스카운트 스토어에서 사기 때문에」(48.8%), 「편의점에서 사기 때문에」(27.9%) 등

3. 지금까지 청량음료 자판기가 있어서 좋았다고 생각한 것

좋았다고 생각했던 적이 「있다」라고 하는 사람이 7할 가깝게 (69.0%) 나타났다.

- 있어서 좋았다고 생각한 (345명) 청량음료자판기의 장소는 「가게가 없는 곳」(37.4%)이 가장 많았고, 이하 「관광지」(35.4%), 「레저 시설」(33.9%), 「근무처」(27.2%), 「역」(23.5%) 등의 순서를 나타냈다.
- 좋았다고 생각했을 때는, 「비에 맞아 추울 때, 따뜻한 캔 커피를 마실 수 있었을 때」 「공사 현장에서 가게가 없고, 음료가 곤란했을 때」 「아이가 목이 말랐다고 떠들었을 때」 등의 반응을 보였다.

4. 지금까지 청량음료 자판기가 없으면 좋다고 생각한 것

「있다」라고 하는 사람은 약 1할(9.8%)에 머물렀고, 「없다」(60.8%)라고 하는 분이 반수 이상을 나타냈다

- 청량음료 자판기가 없으면 좋은데라고 생각한 (49명) 때는, 「빈 깡통이 산재되어 있을 때」(19건)이 가장 많



있고, 이하 「필요도 없는데 갖고 싶어지기 때문에」(9건), 「자판기가 경관을 부수고 있을 때」(8건), 「통행에 방해가 될 때」(6건) 등의 반응을 보였다.

5. 청량음료 자판기의 수는 많다고 혹은 적다고 생각할까

반수(49.8%)가 「꼭 좋다」라고 생각하고 있어 “많은+너무 많다”라고 하는 사람은 24.2%. “적은+너무 적다”(2.2%)라고 하는 사람은 매우 소수였다.

- 많다(121명)라고 느끼는 이유는, 「복수 설치가 눈에 띈다」(61.2%), 「같은 상품이 팔리고 있기 때문에」(50.4%), 「전체적으로 많다고 생각한다」(43.0%), 「너무 이용자가 없는 것 같은 장소에 설치해 있다」(23.1%) 등이었다.

6. 일상생활시 청량음료 자판기를 의식하고 있는 가

거의 6할(58.6%) 의 사람은 의식하는 적이 “있다”라는 반응을 보였다.

- 의식하는(293명) 때는, 「음료를 갖고 싶다고 생각하고 있을 때」(83.6%) 이 특히 높고, 그 외는 「복수의 자판기가 출되어 있을 때」(25.9%), 「관광지에 있을 때」(23.9%) 등

(4) 청량음료 자판기와 환경과의 조화를 대하는 의식

1. 청량음료 자판기의 색이나 디자인은 도시에 활기나 즐거움을 주고 있다고 생각할까

「의식했던 적이 없다」(45.8%)는 사람이 반수 가까운 비율을 보였고, 「생각하지 않는다」(29.0%)와 「생각한다」(25.2%)가 거의 동수로 의견이 나뉘었다.

2. 편의점이나 청량음료 자판기등의 24시간 영업에 대한 의견

「자판기를 언제라도 이용할 수 있다고 생각하면 웬지 모르게 안심된다」(46.8%), 「자신도 자주 이용하므로 필요」(42.6%), 「자신은 너무 이용하지 않지만, 필요한 사람은 있다고 생각한다」(33.2%), 「대로가 밝고 좋다」(27.2%)이라고 하는 긍정적인 의견이 많아, 「에너지 절약을 위해 심야는 영업하지 않는 편이 좋다」(8.8%), 「심야는 이용자가 적기 때문에 영업하지 않아 좋다」(6.2%) 등의 부정적인 의견을 압도했다.

—《남성》이나 젊은 사람은 「자신도 자주 이용하므로 필요」, 《여성》은 「웬지 모르게 안심된다」가 제일 크다.

3. 지구 온난화에의 영향이 크다고 생각하는 것

「에어콘·텔레비전 등 가정의 전력 소비」(67.8%), 「자동차」(67.8%), 「오피스의 냉난방·조명」(66.2%)의 3품목에 집중이 되었고, [자동판매기](7.4%)을 드는 사람은 적었다.

4. 청량음료 자판기는 어느 정도 에너지를 소비하고 있다고 생각할까?

「그만큼 소비하고 있다고 생각하지 않는다」(26.0%)과 「대량 소비하고 있다고 생각한다」(26.0%)에 의견이 나뉘었다.

- 「대량 소비하고 있다고 생각한다」(130명) 이유는, 「24시간 가동하고 있기 때문에」(78.5%)이 가장 많았고, 이하 「더울 때에 차게 하고 있기 때문에」(57.7%), 「추울 때에 따뜻하게 하고 있기 때문에」(47.7%), 「자판기의 수가 많으니까」(40.0%), 「조명이 밝으니까」(35.4%), 「1대에 차가운 음료와 따뜻한 음료가 들어가 있기 때문에」(30.8%) 등의 반응을 보였다.

5. 청량음료 자판기의 에너지 절약화가 진행되고 있다고 생각할까

「생각한다」(22.4%) 사람은 2할에 머물러, 「생각하지 않는다」(32.2%)이나 「모른다」(45.4%)라고 하는 사람이 훨씬 많았다.

6. “에코 벤더”를 알고 있을까

「알고 있었다」는 반응은 6.2%에 불과했다.

- 현재 청량음료 자판기의 대부분이 에코 벤더가 되어 있는 것을 「알고 있었다」것은 전체의 4.4%로, 에코 벤더 자체 인지자의 약 7할(71.0%)에 달했다.

7. 청량음료 자판기의 에너지 절약대책의 인지 상황

「알고 있었다」비율은, 【조광】(12.8%), 【고기밀 단열제·진공 단열제】(11.4%), 【국부 냉각·가온】(8.0%), 【학습 에너지 절약】(7.6%)의 순서로, 모두 1할 전후에 머물렀다
-대체로 《여성》보다 《남성》이 인지율이 높았다.

8. 청량음료 자판기의 에너지 절약 대응에 의한 소비 전력량의 삭감을 안 감상은

「좋은 일이라고 생각한다」(234건)을 시작해 「기업도 노력하고 있다라고 생각했다」(91건), 「놀랐다」(77건) 등 에너지 절약 노력을 평가하는 의견이 지극히 많았다.

9. 청량음료 자판기로 구입한 음료의 빈용기는 어떻게 처분하고 있을까

「청량음료 자판기 옆의 회수 박스에 넣는다」(77.0%), 「집에 가지고 돌아가 분리 수거 한다」(51.0%), 「슈퍼, 편의점 등의 리사이클 박스에 넣는다」(26.0%), 「직장 등의 분별 쓰레기통에 버린다」(24.8%) 등 제대로 분별 혹은 리사이클 대응하고 있는 사람이 대다수였다.

(5) 앞으로의 청량음료 자판기

1. 청량음료 자판기에 대해 특별히 신경이 쓰이거나 곤란하거나 하는 것

「상품이 꺼내기 어려운 일이 있다」(44.4%), 「천 엔권이 들어가기 어려운 일이 있다」(33.8%), 「갖고 싶은 상품이 들어가 있지 않은 경우가 있다」(33.2%), 「갖고 싶은 상품이 품절되어 있다」(27.6%), 「수거용기의 산재가 신경 쓰이는 일이 있다」(21.4%), 「상품이 충분히 차가워지지 않거나 따뜻해지지 않은 것이 있다」(18.0%) 등의 순서를 나타냈다.

2. 향후 청량음료 자판기에 어떠한 기능이나 시스템이 있으면 좋다고 생각할까

「태양광등에 의한 자가 발전」(46.4%), 「빈 깡통 등의 용기를 잡아, 수납 기능」(39.6%), 「범죄 통보 시스템」(34.6%), 「재해시의 음료 제공」(33.8%) 등의 다양한 요망을 들을 수 있었다.

3. 자신에게 있어 청량음료 자판기는 어떤 존재인가

「편리한 것」(281건)이라는 반응이 가장 많았고, 이하 「필요 불가결의 존재」(90건), 「있어 당연한 것」(31건) 등 긍정적인 이미지를 가지고 있는 사람이 대부분이지만, 「없어도 별로 곤란하지 않은 걸」(45건)이라고 하는 의견도 약간 있었다.