



작다고 알리지 마세요. 캐릭터인형, 상품 등을 캡슐에 적용 판매하는 캡슐토이 자판기 사업이 소리 소문은 요란스럽지 않아도 알차게 약진하고 있다. 이 시장의 대표적인 업체로 시장을 선도하고 있는 유진미코토코리아는 오직 이 한 분야의 사업에 매진해 성공적인 시장 확대를 진행하고 있다. 최근에는 더욱 경쟁력 높은 내용상품을 속속 적용하며 운영수익성을 높여가며 사업성을 강화하고 있다. 불황을 슬기롭게 헤쳐 나가며 약진하고 있는 유진미코토코리아 캡슐토이 자판기 사업의 전모를 살펴봤다.

캡슐토이 자판기 사업, 그 약진의 비결

지속적인 사업확대의 비결

유진미코토코리아의 캡슐토이 자판기는 이제 낯설지가 않다. 그도 그럴만한 것이 시내 곳곳에서 그 흔적을 찾아보는 일이 어렵지 않기 때문이다. 유동인구가 많은 대학가, 극장, 서점, 팬시점, 패밀리레스토랑 등 곳곳에 제품이 설치 운영되고 있다.

현재 회사 측이 밝히는 운영 대수는 2500대선. 핵심설치 로케이션을 구체적으로 살펴보면 롯데마트, 엘지마트, 김스클럽, 그랜드마트, TGI 프라이데이, 교보문고, 모닝글로니, 씨티극장, 롯데월드, 코엑스몰 등을 들 수 있다. 최근에는 삼성 홈플러스에도 입점을 진행하고 있다.

캡슐토이 자판기는 이동이 간편하고 전력을 사용하지 않는 수동식 자판기로써 관리의 편리성을 갖추어 있다는 점이 사업상의 강점. 여기에 다양하고 인기 높은 내용상품을 적용 판매하여 높은 운영효율을 기할 수 있다는 점이 지속적인 사업 확대를 진행할 수 있었던 비결로 작용했다.

유진미코토코리아의 캡슐토이 자판기는 디즈니, 토미카, 포켓몬스터, 닌텐도, 세가, 남코 등 50여종의 세계 최고 라이선스 제품을 자판기를 통해 공급하고 있다. 또한 내용상품의 회전율을 높이기 위해 월15개선의 신상품을 지원하고 있다.

이러한 적극적인 내용상품의 지원은 어느 업체도 따라오기 힘든 유진미코토코리아의 강점이다. 캡슐토이 자판기의 사업성은



바로 어떠한 인기 있는 내용상품이 활발히 적용 판매되느냐에 따라 달라진다. 본사 입장에서는 최대한의 사업성을 높이기 위해 다양한 내용상품의 개발 공급에 사활을 걸고 있다.

이런 노력의 결과로 소위 뜨는 인기 상품도 수시로 등장한다. 최근 인기를 끌고 있는 내용상품은 디즈니 관련 상품, 곰돌이 푸우 옷 갈아입기, 팀버튼 감독의 영화 '크리스마스의 악몽' 캐릭터제품, 포켓몬스터, 조이드 등을 들 수 있다. 이중 특히 곰돌이 푸우 옷 갈아입기 제품은 200만개가 판매될 정도로 큰 인기를 끌었다.

이같이 다양한 내용상품의 개발공급이 가능한 것은 일본의 모회사인 일본 유진社와 애니메이션회사 미코토엔파사라社의 전폭적인 지원에 있다. 일본에서 인기를 끄는 최신 캐릭터 제품을 이들 회사를 통해 신속공급하게 공급을 받을 수 있다는 점이 큰 강점으로 작용한다. 필요에 따라서는 1~2박스 단위의 소량 공급도 가능할 정도로 다양한 내용상품의 공급이 가능하다. 이 같은 시스템의 장점은 타 경쟁사는 꿈도 못 꿀 일이다. 한 모경쟁사의 경우 한 아이템 당 10만개 이하의 발주가 불가능한 것으로 알려졌다.

한 가지 아쉬움이 있다면 다양한 인기 캐릭터 대상 군에 국산 캐릭터가 극소수라는 점. 이점을 무엇보다 잘

알고 있는 유진미코토코리아에서는 국내 캐릭터 상품의 개발상품화에도 많은 신경을 쓰고 있다. 한국시장을 키우기 위해서는 해외 캐릭터 상품만을 가지고는 한계가 있다고 보고 있기 때문이다.

국내 캐릭터 상품개발을 위해 그간 많은 노력을 기울인 결과, 최근 국내 에버랜드 캐릭터 상품을 개발했다. 복제양 '씨포'라는 에버랜드 캐릭터 제품은 에버랜드 홍보에 활용될 뿐만 아니라 국내외적으로 활발한 사업 모델로 활용되게 된다. 이외에도 짜장면 소녀 '푸카'라는 캐릭터 개발을 진행했고, 웹젠사 게임캐릭터도 내년부터 수출을 목표로 개발을 진행 중에 있다.

앞으로 더욱 다양한 국내 캐릭터 개발을 진행할 예정이지만 문제는 높은 리스크 부담이다. 보통 한 캐릭터를 개발하면 최소 50만개 생산 분의 비용 부담이 작용하기 때문에 무조건 양적인 확대에만 메달릴 수는 없다.

해외시장에서도 통할 수 있는 경쟁력 있는 국산 캐릭터의 개발이 유진미코토코리아가 지향하는 방향이다. 보다 파급력 있는 시장 확대를 위해서도, 국내 캐릭터 시장의 자존심과 경쟁력 향상을 위해서도 유진미코토코리아의 시도는 충분한 값어치를 지니고 있다.

보다 파급력 있는 시장 확대를 위해

유진미코토코리아는 현재의 설치된 제품들의 운영 수익성은 기대만큼 정상화되고 있다고 분석을 하고 있다. 그러나 보다 파급력 있는 시장 확대를 위해 판촉적인 지원을 확대하는데 신경을 많이 쓰고 있다. 유통점들이 좋은 로케이션을 확보해 오는 경우는 기계 무상 지원을 해주고 있으며, 탄력적인 할인제도도 운영을 한다. 이같은 시도는 유통점들이 보다 사업을 확대할 수 있는 기회를 제공하기 위한 본사의 배려이다.

또한 제품에 대한 선호도와 운영효율을 높이기 위해



업그레이드된 제품을 올 연말에 출시할 계획을 갖고 있다. 10억의 투자를 통해 개발을 진행하고 있는 이 제품은 방수시스템을 채택하여 외부 설치에 강하고 판매량체크까지 가능하다. 출시가 이루어지면 주로 A급 로케이션에 설치를 진행할 예정이고, 기존 제품에 대해서도 단계적인 교체를 진행할 예정이다.

제품에서부터 홍보, 지원, 로케이션 확대에 이르기까지 아직은 적극적인 투자가 더 필요한 단계이다. 한국시장을 키우기 위해 회사는 최대한 적극적인 투자를 진행하고 있기 때문에 앞으로의 전망은 더욱 밝다. 신규업체의 경우 유진미코토코리아와 같은 투자를 진행하면서 사업을 하기 힘들 것이다. 때문에 유진미코토코리아의 이 시장에 대한 선발업체로서의 아성이 더욱 공고해 질 것으로 보인다. 타 경쟁업체가 최근 캐릭터 제품의 품질보다는 마진으로 치고 들어오는 경향을 보이고 있는 것에 크게 신경을 쓰지 않는 이유도 여기에 있다.

소비자층의 다양화, 전망은 더욱 밝다

캡슐토이자판기의 활발한 보급으로 소비자층이 다양화되고, 메니아층이 늘어난다는 점 역시 앞으로의 시장전망을 밝게 하는 요인이다. 회사 측이 밝히는 바에 의하면 과거만 해도 초등학생층이 주이용 층이었으나

이제는 초등학생 층의 비율이 준 반면, 중학생에서 20대 초반 이용층 비율이 늘었다 한다. 또한 20대 후반 직장인의 비중도 크게 늘어난 점도 특징이다.

한마디도 고객층이 고르게 퍼지고 있는 것이 최근의 추세이다. 아이들 동반한 어머니 구매가 많이 줄고, 고객층이 다양화되고 있는 것은 상당히 고무적인 현상이다. 그만큼 캐릭터 상품이 여러 층에 소구하며 인기를 끌고 있다는 사실의 반증이다.

이러한 추세는 메니아층의 증가로 나타난다. 여고생, 대학생, 직장인 등 젊은 유저들을 중심으로 메니아층의 비중이 크게 확대가 되고 있는 추세이다.

이같은 관심확대를 바탕으로 앞으로 소비자를 더욱 확대하는 것이 유진미코토코리아의 과제이다. 소비자의 보다 많은 관심을 촉발시키기 위해 온라인을 이용한 경품 행사도 계획하고 있고, 홍보강화의 일환으로 최근 COEX에서 열린 캐릭터 전시회에도 참가를 진행했다.

아울러 기업의 사회적 책임을 실천하기 위해 판매되는 내용상품에 대해 일정금액을 떼어 불우이웃 돕기 행사에도 참여를 진행한다.

불황의 자판기 산업계에 있어 유진미코토코리아의 사업행보는 시사하는 바가 많다. 최고의 내용상품을 자판기를 통해 공급하려는 열의에서부터, 유통 및 소비자를 대상으로 하는 각종 마케팅 지원책 등은 타 자판기 분야도 벤치마킹을 해야 할 필요성이 높다.

아이러니컬하게도 가장 단순한 성능의 수동식자판기를 통해 누구보다 모범적이고 선진적인 사업 모델을 제시하고 있는 점이 이채롭다. 작지만 알찬 캡슐토이자판기의 약진을 지켜보는 일은 그래서 더욱 흥미롭다.