

일본 자판기 시장 최신 뉴스

- ◀ 후지 전기 소매 시스템즈, 다채로운 메뉴 제공의 컵식 자동 판매기 「FWX283」를 발매
- ◀ 후지전기 소매 시스템즈, 공간절약 설계의 식품 자동판매기 「FOOD-X」를 발매
- ◀ 자선자판기가 각지에 전개되고 있다
- ◀ 토쿄 전철 등 7사업자, 「파스모」의 전자화폐를 내년 봄 개시
- ◀ 공공시설의 자판기 설치권, 민간 업자에게 빼앗기는 복지단체 늘어
- ◀ 사쿠시 의회, 「유해 도서 규제 조례」를 가결
- ◀ 음료자판기 전자화폐 도입 증가
- ◀ 천 원권 4만매 인쇄 미스, 자판기, ATM에 사용하지 못해
- ◀ 자판기가 심장 발작까지 치료
- ◀ 담배 가격 인상, 성인인증 담배자동판매기 교체 비용 부담 요인도 작음
- ◀ 이지마마치 청사에 재해 구원자판기를 설치
- ◀ 쿠시로시 재해 지원 자판기 계약 체결
- ◀ 중국 자판기 사업을 확대



후지 전기 소매 시스템즈, 다채로운 메뉴 제공의 후로즌 / 스페셜리티 커피 추출기구 탑재

후지 전기 소매 시스템즈 주식회사(대표:미야자키 타케오)는 최근의 트렌드인 본격적인 카페 메뉴를 자동 판매기를 통해 제공하기 위해서 「맛」에 관련된 조리기구를 신규 개발해, 스페셜리티 커피나 후로즌 드링크 등의 다채로운 메뉴를 제공하는 컵식자동판매기 「FWX283」를 발매했다.

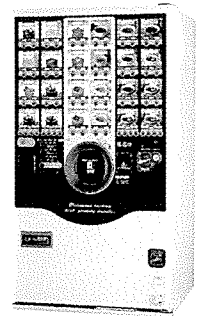
1.발매배경

최근 소비자가 요구하는 「음료 메뉴」의 다양화와 기호 변화에 맞추어 카페 체인 시장은 확대하고 있다. 후지 전기 소매 시스템즈에서는 「Cafe의 맛있음을 그대로 자동판매기로부터 제공한다」라고 하는 컨셉에 의해 에스프레소 커피와 페이퍼 필터에 의한 레귤러 커피의 2종류의 추출 기구「다브르브류아」를 새롭게 개발했다. 또한 신후로즌 기구 탑재에 의해 드링크 메뉴의 충실과 맛의 레벨업을 가능하게 했다. 이 컵자판기는 고객이 구입되는 때 마다 한 잔씩 조리하기 때문에 맛의 열

화가 없고, 언제나 신선한 음료를 제공한다.

2.특징

- (1) 침착성이 있는 카페를 이미 지해 고급감을 연출하는 「카페 디자인」이다.
- (2) 본격적인 바リエ이션 커피에 대응한 에스프레소 추출 기구와 신선한 레귤러 커피를 만드는 페이퍼 필터 추출 기구를 1대에 탑재하고 있다.
- (3) 신후로즌 기구를 탑재해 후로즌 음료를 만든다.
- (4) 호프립 전용 믹싱 볼, 신나몬 파우더등의 토폱 기구도 탑재.
- (5) 신컵내 믹싱 시스템(컵안에서 음료를 조리하는 시스템)의 채용에 의해 보다 사람이 직접 탄것 같은 맛의 음료를 전달한다.
- (6) 환경·에너지 절약 대책의 강화. 탈연·탈염화비닐에 의해 에너지 절약 기능 탑재



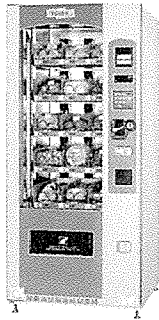
재, 오토조광에 의한 절전 기능 탑재.

3.형식 : FWX283

4.제품 사양

- (1) 판매 상품 : 24 칼럼 56 버튼+(평선 선택 버튼 : 7 버튼) 4 WAY 트리플 컵 기구(수용수 : 최대 1, 583개)
- (2) 외형 치수 : H1,830 mm × W990mm × 본체 D780mm(최대 깊이 D823mm)
- (3) 제품 질량 : 약 385 Kg
- (4) 전원 : AC100V(50/60 Hz) 15A

후지전기 소매 시스템즈, 공간절약 설계의 식품 자동판매기「FOOD-X」를 발매
 후지전기 소매 시스템즈 주식회사(미야자키 타케오 사장/도쿄도 치요다구)는 다채로운 식품 판매에 대응하는 자동판매기「FOOD-X」를 개발해 발매를 진행했다.



1. 발매 배경

현재 일본 전국에서 가동하고 있는 식품자동판매기는 10만대 가량이며(일본자동판매기공업회 통계) 무인 미니콘베어 방식의 제품들이 보급되고 있다. 후지전기 소매 시스템즈에서 발매한「FOOD-X」는 마켓의 요구에 응답하고 보다 컴팩트한 공간절약 설계와 함께 새롭게 개발한 신반송 시스템을 탑재하고, 다채로운 판매상품을 신속하게 옮긴다. 또한 디자인은 인도어 로케이션에 적합한 침착성이 있는 디자인을 채택했다.

2.특징 :

- (1) 컴팩트한 공간절약 설계(폭 832 mm×본체 안길

이 775 mm)에 의해 좁은 로케이션 조건에 대응하면서 15종류의 상품 판매가 가능하다.

- (2) 패키지의 불안정한 상품을 안정시켜 판매할 수 있도록 다브르스파이라르랙를 채용해 오퍼레이션 스피드를 올리는 전단 일괄 인출식 선반을 채택했다.
- (3) 트레이 방식의 신반송 메카의 채용에 의해 판매 상품의 반송시간을 단축하는 것과 동시에, 낙하식에서는 판매 불가능한 부서지지 쉬운 상품도 판매한다.
- (4) 식품의 안전을 확보하는 보냉 타입으로서 창고내 온도를 안정시킨다. 또한 유효기한을 판매 칼럼별 혹은 전칼럼 일괄로 설정 가능하게 해, 유효기한이 끝난 상품을 판매정지한다.
- (5) 서비스 네비, 액정 리모콘 부착에 의한 취급하기 쉬움과 서비스성을 높이고 있다.

3. 형식 : FFX115

4.제품 사양

- (1) 판매(수용) 상품 : 15 종류(주머니 모양, 상물등) 수용수 117개
- (2) 외형 치수 : H1834mm × W832mm × D837mm(본체 775 mm)
- (3) 제품 질량 : 약 316 Kg
- (4) 전원 : AC100V50/60Hz 15A

자선자판기가 각지에 전개되고 있다

음료를 사면 매상 일부가 모금
 패트병이나 캔음료를 사면 대금의 일부가 환경보전이나 모자 보건 활동에 기부되는「자선자판기」가 각지에 퍼지고 있다. 소비자의 갈증을 해소하면서 관심이 있는 사회 문제에도 공헌할 수 있어 자판기의 설치자 및 소비자들에게 호평을 받고 있다.

도쿄도 신주쿠구의 보건 회관 니이다테전에 있는 자동



▲ 화이트 리본 운동을 지원하는 자판기(도쿄 신주쿠구)

판매기에는 「화이트 리본」의 스티커를 내걸고 있다. 캔이나 패트병의 음료를 사면 매상의 일부가 개발도상국의 임산부 건강과 생명을 지키는 「화이트 리본 운동」에 기부된다. 지하철·이치가야역의 입구에 설치되어 있어 승강객이 차례차

레로 발을 멈추고 이용한다.

음료 메이커의 이토엔(도쿄)이 동회관에 입주하는 가족 계획 국제 협력 재단(조이세후)과 제휴해 작년부터 화이트 리본 자판기의 설치를 시작해 지금까지 함께 8대가 각지에 설치되었다.

상품 관리나 매상금 회수 등은 이토엔이 실시해 설치자는 1개에 대해 2~5엔을 운동 기부금으로서 조이세후에 기탁한다. 작년에는 함께 22만엔 남짓이 기탁되어 아프가니스탄·난개발주에서의 모자 보건 프로젝트에 보내졌다고 한다.

도쿄도 무사시노시의 미나구치 병원은 작년 병동 등 원내 2곳에 이 자판기를 설치했다. 병원 관계자는 "부인과 병원이므로, 모자 보건의 충실하게 공헌할 수 있는 구조에 공감했다"라고 전했다.

푹타 코퍼레이션(나고야시)은 작년 2월부터 지체 용기 「카트 캔」음료의 매상 일부를 삼림 육성에 유용하게 쓰는 「초록 모금」에 기부하고 있다. 카트 캔의 자판기는 관공소나 병원 등 전국에 약 3400대 설치되어 있다고 한다.

한편 지역 밀착형의 자선자판기도 있다. 코카·콜라보트링 계열사 핫카이도 코카·콜라보트링(삿포로시)은

핫카이도 사리초네의 자판기 약 180대의 매상 일부를 시레토코의 자연 환경 보호에 기부하기로 해 금년 4월에 동마을과 협정을 연결했다. 이 외 효고현 토요카시에는 황새의 야생 복귀 지원에 기부할 수 있는 자판기(킨키 코카·콜라보트링), 오카야마현 카사오카시에는 카브트가니의 보전에 기부할 수 있는 자판기(코카·콜라 웨스트 재팬) 등이 있다.

기업의 사회공헌이나 기부를 잘 아는 사단법인 일본 필랜서피(philanthropy) 협회(도쿄) 이사장 타카하시 요코씨는 "기업이 매상의 일부를 기부하는 수법은 이전부터 있지만, 자판기를 통한 기부는 소비자에게 있어서 보다 친밀하고 참가하기 쉽다. 협력하고 싶은 기부를 소비자가 선택할 수 있도록 이러한 자선자판기가 각지에 증가하면 좋다"라고 이야기하고 있다.

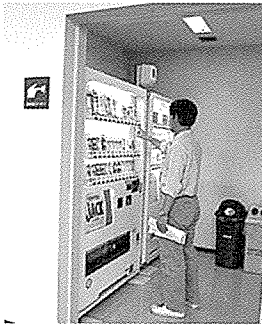
토쿄 전철 등 7사업자, 「파스모」의 전자화폐를 내년 봄 개시

토쿄 급행전철 등 7사업자는 관동 사철·버스 공통 IC카드 「PASMO(파스모)」의 전자화폐 서비스를 내년 3월부터 개시한다. 6월부터 가맹점의 모집을 시작했다. 동일본 여객 철도(JR동일본)의 「Suica(수박)」라고 상호 이용할 수 있는 것이 특징으로 3~5년 후에 800만매의 발행을 목표로 한다.

파스모 전자화폐의 가맹점 모집과 관리 업무를 다루는 것은 토쿄 전철, 오다큐전철, 게이힌 급행전철, 세이부 철도, 도쿄 지하철, 도쿄도 교통국, 토부 철도의 7사업자. 연선의 상업 시설이나 자동판매기 등에 IC카드의 독해 단말을 설치해 전자화폐 결제할 수 있도록 움직인다. 파스모는 내년 3월 이후 관동의 사철·버스 99사업자(중복 포함한다)가 IC카드 승차권을 차례차례 도입해 JR동의 수박과 공동화한다. 전자화폐 기능에 대해서도 수박과 같이 카드로 요금 한 금액을 소액 결제에 이용할 수 있도록 한다.

공공시설의 자판기 설치권, 민간 업자에게 빼앗기는 복지단체 늘어

〈민간과의 경쟁은 무리〉



▲ 현민 문화 회관의 2층에 설치된 자동판매기. 지정 관리자 제도의 도입으로 자판기 설치 장소나 설치 대수도 재검토해 되어 관내 전체는 4대에서 6대에 증가했다.

모자 가정이나 과부의 자립과 생활의 향상 등을 목적으로 활동하는 재단법인 현 연합 모자회. 작년까지 현민 문화회관(롯데리시 쇼토쿠초)에 자판기2대를 설치해, 연간 약 백만원의 수익이 있었지만 금년도부터는 사회 복지법인 현 신체장애자 복지협회와 함께 운영자 전

형으로부터 빛나갔다. 자판기의 설치는 중요한 수익 사업과 자리 매김되어 회원 교류 사업 등을 실시하는 운영비로 활용되고 있었다. 모자회의 화도외에 회장은 "자금이 없어져, 회의 운영에도 지장이 있었다. 이윤을 추구하는 지정 관리자 제도가 되고, 복지를 자꾸자꾸 잘라 버릴 수 있다"라고 지적했다. "민간 업자와 같은 씨름판에서 경쟁하는 것은 무리이다. 지금 그대로 복지 단체 자판기 설치를 우선시킨다든가, 적어도 복지 단체간의 경쟁으로 제한하면 좋겠다"라고 호소한다. 현 신체장애자 복지 협회의 후지모토 카츠요 사무국장도 "장래적인 전망이 안보이게 되었다. 3년 후의 재검토 시기에는 어떠한 대응을 강구했으면 좋겠다"라고 요망한다.

〈경비 절감과 이윤 추구〉

지정 관리자 제도는 공공 시설의 관리 운영에서도 경비의 절감이나 이윤의 추구가 요구된다. 현민 문화회관에서의 자판기 설치에서는 매상에 대해서 회관에 지

불하는 수수료의 액수, 장애인, 아이 등의 편리성, 에너지 절약, 정음 등의 환경 대책, 판매 청량 음료수의 종류, 금액 판매품의 보충, 쓰레기의 회수, 통상 업무의 대응 체제 고장시·긴급시의 대응 체제-등이 심사 기준이 되어, 결과적으로 설치자는 모두 민간업자가 되었다. 쿠라요시 미라이 중심(쿠라요시시 다쿄지초)에서도, 작년도까지 설치하고 있던 쿠라요시시 지체 부자유아·사람 부모의 회, 쿠라요시시 손을 잡는 육성회, 중부 손을 잡는 육성회의 복지 단체는 모두 선정으로부터 빛나가 공공 시설로부터 자판기의 철퇴를 피할 수 없게 된 복지 단체는 상당수에 이른다.

〈자주적 배려에 기대〉

이러한 사태에 대해서 지정 관리자의 재단법인·현 문화 진흥 재단은 "복지 단체가 선정으로부터 빛나가 버리는 것은, 당초부터 상정하고 있었다"라며, "현으로부터(복지 단체의 선정을 우선시키는 등) 속박이 있으면 별도로이지만, 우리로서는 민간도 포함해 같은 조건으로 경쟁을 펼칠 수밖에 없었다. 선정은 긴급추진과는 "복지 단체의 우선에는 법적 근거가 없고, 현은 지정 관리자가 실시하는 업자 선정에 속박을 걸 수 없다. 다만 지역 공헌이나 복지 충실 등의 측면에서 자주적으로 판단하면 좋은 사항이다"라고 하고, 지정 관리자측의 자주적인 배려를 요구한다. 복지 단체의 운영에까지 폐해가 나와 있는 것에 대하여, 현 복지 보건과는 "향후, 어떤 지원을 할 수 있는지 전체적으로 검토해 갈 필요가 있다"라고 이야기하고 있다.

사쿠시 의회,「유해 도서 규제 조례」를 가결

사쿠시 의회는 청소년의 건전 육성을 저해하는 책이나 비디오 등을 자동판매기로 판매하는 것을 금지하는 「유해 도서류 등의 규제에 관한 조례」를 찬성 다수로 가결했다. 동종의 청소년 보호육성 조례는 전국에서

본현만이 마련하지 않고, 현내에서 같은 조례를 제정한 자치체는 나가노시에 이어 2번째이다.

이번 조례는 성인을 위한 자판기를 주된 규제 대상으로 해 자판기 설치의 신고를 의무화했다. 자판기에는 추잡한 사진 등이 20 페이지 이상이나 전체의 5분의 1 이상 차지하는 도서나, 추잡한 영상이 3분 이상이나 전체의 3분의 1 이상 있는 DVD 등의 수납을 금지했다. 또한 출입 조사권이 있어, 유해 도서류의 철거를 명할 수 있다. 이것들에 위반했을 경우는 10만엔 이하의 벌칙도 마련했다. 또 서점 등에는 일반 도서와 구별하고 감시할 수 있는 장소에 전용 코너를 마련하는 등의 자주 규제를 요구하고 있다.

현재 사쿠시에는 3개소 26대의 성인을 위한 자판기가 있다. 지금까지 주민에 의한 철거 운동이 계속되어 왔지만, 3월 의회에서 조례 제정을 요구하는 청원이 채택되고 있었다. 조례는 10월 1일 시행된다.

음료자판기 전자화폐 도입 증가

「개」객 획득에...읽어내 단말 호환성 과제
 청량 음료 각사가 전자화폐나 크레딧 결제 기능부의 휴대 전화를 이용할 수 있는 자동판매기의 도입을 진행시키고 있다. 일본 코카·콜라에서는 대응형 자판기가 6천대를 돌파했고, 산토리나 자판기 관리·운영의 재팬 사료도 일부에서 도입하고 있다. 전자화폐는 서서히 소비자에게 보급하고 있어 대응형 자판기를 도입하는 움직임도 가속할 것 같다.

자판기의 판독부분에 휴대 전화를 가리는 것만으로, 이용자가 상품을 구입할 수 있는 손쉬움이 이 서비스의 장점이다. 캔커피를 살 때에 잔돈을 찾는 수고를 줄일 수 있거나 현금을 가지고 다니지 않아도 된다.

대응형 자판기의 도입에 적극적인 것이 일본 코카·콜라, NTT 도코모, 이토오츠키 상사와 공동으로 i모드 대응의 휴대 전화로 상품의 구입이 가능한 자판기를 헤

세이 12년 4월에 도입을 개시했다.

지금까지는 사전에 입금이 필요한 선불 방식에만 대응하고 있었지만, 이번 가을부터는 「휴대폰 크레딧」서비스의 하나, 「iD(아이디)」의 이용도 가능해진다.

일본 코카가 전국에 전개하는 자판기는 약 98만대. 이번 5월에 대응형은 6천대를 돌파했지만, 3년 후에는 전체의 약 2할에 상당하는 20만대까지 끌어 올릴 예정이다.

전자화폐 등의 보급에 수반해 "자판기로도 현금을 가지지 않고 상품을 구입하는 경향이 강해진다"(오카다 마사아키 아사히 음료 사장)이라고 보고 있으며, 경쟁 각사도 대응형 자판기 도입에의 대처를 강화하고 있다.

산토리는 캐쉬리스 대응의 자판기 450대를 오피스나 역구내 등에 설치했다. 재팬 사료도 "설치처의 요구에 따라 대응하고 있다"라고 한다. 또 아사히 음료는 작년 9월에 UFJ 니코스의 휴대폰 크레딧 서비스 「스마트 플러스」가 이용 가능한 자판기의 시험 운영을 개시하고 있다.

단지 전자화폐나 휴대폰 크레딧은 서비스를 제공하는 사업자마다 규격이 다르다. 한층 더한 이용 확대에는 독해 단말에 호환성을 갖게하는 것이 불가결하다.

결제 이외의 기능에 주목하는 움직임도 나왔다. 일본 코카는 판촉 활동에 적극 활용했다. 휴대 전화로부터 전용 사이트에 액세스 해 회원 등록된 이용자에게, 캠페인 정보를 메일로 제공하고 있다.

동사에서는 이용자가 휴대 전화에 다운로드한 지정 바코드를 자판기에 가리면 지정의 상품을 받을 수 있다고 하는 구조도 구축했다. 일손을 개의치 않기 때문에 신상품의 발매시 등에, 저비용으로 상품의 무료 배포를 할 수 있다.

장래는 이용자의 구매 이력을 기초로 신상품 정보를 보내는 등, 「개」객에 대응을 펼쳐 치밀한 판촉 활동에 응용할 수 있을 가능성도 있다고 한다. 향후는 자판기를 고객 둘러싼 도구로서 활용하는 움직임도 퍼질 것 같다.

천 엔권 4만매 인쇄ミス, 자판기, ATM에 사용하지 못해 독립 행정법 외국립 인쇄국은 지난 5월 9일, 유통하고 있는 천엔권중 3만 9500매에 일부 자동판매기나 현금 자동예불기(ATM)로 사용할 수 없는 인쇄 미스가 발견되었다고 발표했다. 인쇄 미스로 사용상 문제가 있는 대량 지폐가 유통한 케이스는 처음이라고 한다.

기종에 따라서는 사용할 수 있는 자판기도 있어 매장 등에서도 통상 대로 취급된다.

일본은행은 회수 등 특별한 조치는 취하지 않지만 희망자는 일본은행의 본 지점에서 교환할 수 있다. 인쇄 미스가 발견된 것은 2005년 9월 12일과 10월 3일에 다키노천 공장(도쿄도 키타구)에서 인쇄한 천엔권. 금년 1~2월에 일본은행에 납입해 현재 모두 시중에서 유통하고 있다고 한다.

자판기가 심장 발작까지 치료

에프·비·코퍼레이션, 심장발작 치료하는 구멍기기 부착한 자판기 전개

자동판매기 운영 대기업의 에프·비·코퍼레이션(도쿄·토시마)은 심장 발작을 치료하는 구멍기기「자동체외식체미세한 움직임기(AED)」를 부착한 자동판매기의 설치를 시작한다.

심장 질환을 앓는 환자 뿐만이 아니라 고령자에게도 수요가 높다고 보고 있어 초기 년도 1000대의 설치를 목표로 한다.

자판기로부터 꺼내고 AED가 뚜껑을 열면 자동으로 전원이 들어가, 사용법이나 순서를 음성으로 안내하는 구조이다. 오피스 빌딩이나 학교, 상업 시설 등 사람이 많이 모이는 장소에 설치한다.

AED의 보급을 늘리는 것과 동시에 자판기의 부가가치를 높이고 보급 향상을 기할 수 있다. 우선 도쿄도에서 설치하기 시작해 그룹 회사를 통해 전국에서도 전개한다.

담배 가격 인상, 성인인증 담배자동판매기 교체 비용 부담 요인도 작용



▲ 성인 식별기능을 갖춘 신형 자동판매기.

「담배 증세」가 지난 7월 1일부터 실시되어 대부분의 담배가 1상자(20개)당 10~30엔 가격 인상된다. 담배 증세는 2003년 7월 이래 3년만이다.

이번 증세액은 담배 1개피당 약 1엔 수준이다. 국내 셰어의 6할을 차지하는 일본 담배산업(JT)은 필터

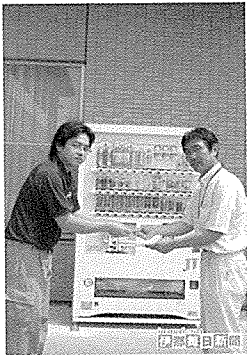
담배 96종목을 모두 가격 인상한다.

이 중 마일드 세븐 시리즈 등 13 종목은 증세분의 약 20엔을 웃도는 1상자 30엔의 가격 인상으로, 마일드 세븐이나 마일드 세븐·슈퍼 라이트는 270엔에서 300엔에 가격 인상된다. 외자계의 필립 모리스나 브리티쉬·아메리칸·담배도 일부 상품으로 증세분을 웃도는 가격 인상을 실시한다. 증세분을 웃도는 가격 인상의 수입에 대해 각 메이커는, 미성년자가 담배를 살 수 없게 하는 선불카드 식 성인인증 담배자동판매기의 도입 비용 등에 충당한다고 하고 있다. 담배자판기 관련업계에서는 시스템 구축 비용으로 800억엔을 투자할 계획이다.

정부는 나라와 지방 합해 연간 약 1800억엔의 세수인 증가를 전망하고 있지만, 공공 시설이나 직장에서의 금연 등, 흡연에 대한 비난은 강해지고 있다. 2005년도의 국내 담배의 총판매갯수는 2852억개로 1996년도의 피크시(3483억개)부터 20%가깝게 침체되어 있다. 한편 흡연자의 비율도 85년 조사의 38.3%에서 2005년에는 29.2%까지 감소하고 있다. 제약회사 파이저가 인터넷으로 흡연자(700명)를 대상으로 간 앙케이트 조사에서도, 이번 가격 인상을 기회로 금연에 도전하려고

하고 있는 흡연자는 34·7%로 오르고 있어 가격 인상으로 금연이 한층 더 가속한다라는 견해도 있다.

이지마마치 청사에 재해 구원자판기를 설치



청량 음료수등의 자동판매기 설치·판매를 전국 전개하는 재팬 사료 코마가네 영업소는 지난 6월 28일 이지마마치 동사무소 직원 현관서쪽으로 재해 구원 벤더(자판기)를 설치, 가동했다. 난신지역에서는 처음으로 설치가 된 것.

이번 설치하는 자판기의 이미지 업과 사회공헌 활동의 일환으로 진행이 되었다. 재해 구원 벤더는 재해나 긴급사태의 발생으로 정전이 되었을 때에, 관리자의 조작으로 비상용 전원에 의해 필요한 전력을 공급해 창고내의 상품을 반출하는 기능을 가진 자동판매기이다. 관리자가 키스위치를 조작하면, 비상용 전원에 바뀌어, 자동적으로 무료 판매 상태가 된다. 자판기에는 30종류 600개를 저장할 수 있어 재해시의 음료수 확보에 위력을 발휘한다.

동사는 미네랄 워터 500밀리 24개들이 20케이스를 재해 비축품으로서 기증했다. 동영업소의 스키모토 야스오 영업주임은 "이지마마치를 시작으로, 차레차레 공공성의 높은 장소에 재해 구원 벤더를 설치해 가고 싶다"라고 말했다.

쿠시로시 재해 지원 자판기 계약 체결

쿠시로시는 핫카이드 코카·콜라보트링(키타지마 도리 사장)과 재해시에 시내 공공 시설 7개소의 자동판매기로 부터 음료 등을 구원 물자로서 무상 제공하는 협정을 체결했다. 시로서는 작년 12월의 오오츠키 제약에 이어 2번

째 되며, 지진 등의 재해시에는 판매기내의 음료 외, 전광 게시판을 통해 재해 정보 등도 제공해 나갈 생각이다.

중국 자판기 사업을 확대

호쿠리쿠 코카·콜라, 내년도 2000대 체제에 호쿠리쿠 코카·콜라보트링(토야마현 타카오카시)은 전역 출자 회사 「북경상락자동판매기 유한 공사」가 북경시를 중심으로 설치하는 코카·콜라 제품의 자동판매기 대수를, 2007년에도 2000대 체제로 끌어 올린다. 금년은 400대를 증설해 약 1000대 체제를 확립한다.

동사는 2004년에 북경의 현지 기업을 매수해 중국 자판기 사업에 진출했다. 현재는 북경에서 약 450대, 광둥성의 심천에서 약 150대 등 합계 약 600대를 운영하고 있다. 공장이나 사업소, 병원, 학교 등 옥내 설치가 주라고 한다. 호쿠리쿠 코카에서는 북경상락이 자사 수익으로부터 자판기를 증설하는 재투자를 진행시켜 자율적으로 사업을 확대할 수 있는 「자전을 시작하는 포인트」(이나가키 하루히코 사장)을 월매상고가 약 400만원(약 6000만엔)의 규모로 상정했다. 자판기 1대가 월 약 2000원(약 3만엔)을 버는 전제로, 달성에는 2000대가 필요하다고 판단했다.

후지 전기 그룹으로부터 400대의 구입을 결정하고 있어 연내의 1000대 체제는 포함이 끝난 상태이다.

북경상락의 자판기는 청량 음료수 1개의 판매 가격은 약 2·5-3원(약 40-45엔). "일반적으로는 아직 비싼 쇼핑으로, 처음으로 자판기로 물건을 산다 라고 하는 사람이 아직도 있다"(이나가키 사장)는 말처럼 시장 발굴의 여지는 크다고 본다.

자판기의 관리를 전업으로 하는 회사도 북경상락아래에 두고 있어 보수 점검, 상품 공급 등 치밀한 서비스 체제를 시행하고 있다. 상품구비에서는 겨울철의 추위가 심한 북경에서의 히트 상품인 캔커피 등 온음료를 적용 판매한다.