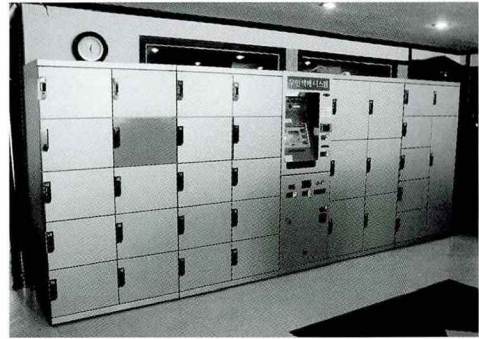


새로운 유망 사업모델, 무인택배시스템 '유비라커'



무인 택배시스템이 등장했다. 아이디픽스에 의해 선보인 '유비라커' 무인택배시스템은 사람을 대신해 각종 배달물을 수취 발송해 주는 시스템이다. 단순히 사물을 보관하기만 하는 기존 유인사물함이 아날로그 식이라 한다면 다양한 기능과 편리성을 갖춘 '유비라커'는 디지털 방식 새로운 자판기 사업모델이라 할 수 있다. 아이디픽스에 의해 선보여 큰 시장 파급력이 예상되는 무인택배시스템 '유비라커'의 면면을 살펴봤다.



박성희 사장

고급 아파트에 사는 S씨. S씨는 최근 설치된 무인 택배 시스템에 물품을 맡긴다. 그는 "무인택배함이 설치한 덕분에 언제 올지 모를 배달원을 기다릴 필요가 없어 졌다"면서 "시간낭비 필요 없이 각종 물품을 주고받을 수 있을 뿐만 아니라 택배 배달원을 가장한 강력 범죄로부터 안전해 졌다"고 무인택배시스템을 극찬했다. 아이디픽스(대표: 박성희, www.idfix.co.kr)가 선보인

'유비라커'에 의해 새롭게 열리는 사회상의 단면이다. 인터넷 쇼핑물의 발달에 따른 무인택배시스템의 필요성 증가가 이 제품의 등장하게 된 배경이다.

아이디픽스의 '유비라커'는 물품을 발송 및 수령할 경우 전달자나 수취자가 직접 대면 없이 일시적으로 보관 및 중계를 할 수 있도록 특정장소에 설치를 할 수 있다. 이용자가 부재중일 경우도 물품의 수령 및 발송이 가능한 시스템이다.

이 시스템은 캐리어와 제휴를 통해 탄생이 된 제품이다. 제품의 제조, 서비스는 캐리어가 맞고 있다. '유비라커'의 최대 강점은 다양한 성능에 있다. '유비라커'를 사용하면 택배 물품 서비스, 등기우편 수령서비스, 쿼서비스 물품 발송 및 수령이 가능하다. 또한 일반 물품 보관함 기능은 물론 세탁물, 필름, DVD 등 생활편의 서비스가 가능하다. 여기에 홈 네트워크 연동 서비스는 물론 24시간 원격 관제센터로 운영할 수 있다.

'유비라커'의 또 다른 강점은 디지털 방식으로 사용이 편리하다는 점. 휴대폰 발신자 번호 표시 인증 방식

(CID)를 적용해 기존의 키, 회원카드, 지문인식 및 비밀번호가 필요 없이 휴대폰만 있으면 수령 및 발송이 가능하다. 간단히 말해 양방향 모바일 무인시스템이다. 이용자가 물품을 '유비라커'에 보관하면 지정된 수령자 휴대폰으로 문자메세지가 실시한 전송이 되어 효과적으로 물품 전달이 가능하며, 홈네트워크와 연결이 가능하다. 혹시라도 보관 중에 발생한 고객의 택배물건 도난 및 파손에 대해 본사는 손해보험 가입으로 일정한도 내에서 손실을 보장해 준다.

디지털방식이라 사용이 불편하지 않느냐 하는 걱정을 할 필요가 없다. 이용자들이 쉽고 편리하게 사용할 수 있도록 단순화된 화면, 정형화된 인터페이스, 음성안내 기능들을 갖추었다. 초기화면에서 이용자가 '물품 보

확하게 출동하여 해결이 가능하다. A/S는 전국 130여 개 캐리어 서비스센터를 활용한다.

무인 택배시스템의 주요 타겟 시장은 아파트, 오피스텔, 보안이 강조되는 빌딩, 상가 등이다. 이런 지역에 무인택배시스템을 도입하는 택배물 수 발송에 대한 시간적, 공간적 제약을 효과적으로 해결할 수 있다. 또한 외부 일반인이나 택배업체 직원의 내부출입을 통제하여 보안을 강화할 수 있다.

아파트의 경우는 특히 시장 파급력이 큰 로케이션으로 평가되고 있다. 최근 유비쿼터스 홈네트워크를 구축하는 아파트들이 크게 늘고 있는 상황이어서 무인택배시스템을 도입하려는 동향이 크게 늘 것으로 예상된다. 일본의 경우는 신규 아파트의 95% 이상이 이같은 무



▲ 대전 유성리호텔에 설치된 유비라커



▲부천주상복합 리빙로제에는 빌트인 방식으로 설치가 이루어졌다.



▲ 2006년 경향 하우징페어에 출품했을 때의 전경

관 및 전달을 선택했을 경우 사용방법을 살펴보자. 이용자는 '유비라커'에서 부여한 핸드폰 번호로 전화를 걸어서 인증을 한다. 다음에는 받는 사람의 휴대폰 번호를 입력하면 라커가 열린다. 사용자가 물품을 투입하고 잠그면 명세서가 출력된다. '물품찾기'기능의 경우도 전화를 걸어 인증을 받은 후, 물품보관료나 택배요금을 결제한다. 물품을 찾으면 명세서가 출력된다. 고객만족을 위한 뛰어난 사후관리 시스템도 강점이다. 중앙관제 센터를 통한 시스템 A/S와 비상 출동시스템은 24시간 운영이 된다. 문제발생시 언제라도 신속 정

인택배시스템을 도입하고 있다. 지난 2004년 일본 시장 조사업체인 MDB넷의 20~59세 남녀 441명에 대한 심층 설문조사 결과를 보면, 분양된 아파트에서 가장 갖고 싶은 설비로 초고속 인터넷 87.3%에 이어 무인택배함(61.9%)이 꼽혔다.

아이디픽스도 아파트 시장을 최대 유망시장으로 보고 본격적인 제품전개를 펼쳐 간다. 판교 2차 주공 분양분 아파트와 평택신도시 주공 아파트에 '유비라커'가 설치가 될 계획이다. 또한 기존 아파트들을 대상으로 한 임대사업도 본격 펼쳐 나갈 계획이다.



▲ CJ엠플.com의 래핑광고를 도입한 유비라커

만원씩만 받아도 상당한 수익이 된다.

일본의 사례로 볼 때 '유비라커'의 시장 과급력은 상당할 것으로 기대된다. 일본 시장은 기존의 아날로그 사물함이 디지털 방식의 보관함으로 바뀐 후 200%이상의 시장 증가를 기록했다고 한다. 단독주택까지도 설치가 될 정도라니 시장 과급력이 대단하다. 어림

지하철 로케이션도 앞으로 '유비라커'가 본격 설치되게 된다. 유관업체와 컨소시엄을 구성해 지하철 1,2,3,4호선에 150대 설치를 진행한다. 인터넷 구매 쇼핑물, 지하철 택배, 일반택배 회사 등과 연계해 지하철 이용자들이 쉽게 택배서비스를 받을 수 있게 할 계획이다.

지하철 로케이션의 경우 기존 무인사물함보다 '유비라커'가 테러방지에 큰 효과가 있다는 점도 설치가 느는 이유로 작용한다. 기존의 무인사물함은 누구나 열쇠를 가지고 이용할 수 있기 때문에 테러에 악용될 소지를 근본적으로 막을 수 없다. 하지만 '유비라커'는 신분인증을 통해 누가 물건을 넣고 찾는 다는 것이 중앙관제센터로 바로 연락되기 때문에 테러로 악용되는 것을 봉쇄할 수 있다는 장점이 있다.

대학교 로케이션도 '유비라커' 설치가 이루어지게 된다. 수도권 12개 대학에 제품 설치가 계획되어 있다. 대학교에 설치되는 로케이션에는 비주얼한 래핑광고('유비라커' 전면에 광고를 덧씌우는 광고기법)를 도입해 부가 수익원을 강화할 계획이다. 일차적으로 CJ엠플.com의 래핑광고가 채택이 된다.

광고를 통한 부가 수익원 증가는 아파트 로케이션에 있어서도 진행이 된다. 아파트는 래핑광고가 아닌 각 보관함별도 지역 광고업체들의 광고를 수주하게 된다. 사물함이 20여가 된다면 20개의 각기 다른 광고를 수주할 수 있다는 얘기이다. 이런 경우 한광고당 월 3-4

잡아 12만대 이상이 설치운영이 되고 있다.

국내 시장은 아이디픽스 외에 경쟁사가 2~3곳 있다. 이들 업체들은 일본으로부터 기술도입한 제품으로 사업을 펼치고 있다. 하지만 제품 경쟁력으로 볼 때 국내실정에 맞게 개발한 '유비라커'가 훨씬 경쟁력이 뛰어나다고 회사 측은 자부하고 있다. 다양한 결제방법의 채택, 비상출동 상시 대기 기능, 일본 제품 보다 큰 15인치 터치스크린 기능 등에 있어 비교 우위에 있다. 게다가 제품 가격대도 20~30% 저렴하다. 40개의 사물함이 들어가는 아파트형 '유비라커'의 경우 3400만원이다.

순수 국내 특허기술을 통해 뛰어난 경쟁력을 갖춘 '유비라커'가 자판기 시장의 새로운 수익모델로 각광받은 날은 멀지 않을 듯하다. 유형의 상품만을 판매하는 것이 아니라 무형의 서비스까지 판매하는 수익모델이라는 점에서 자판기 시장의 시장파이를 키워 줄 새로운 트렌드라 할 수 있다. 신선한 기대주 '유비라커'의 맹활약이 이어질 수 있기를 기대해 본다.



▲ 유비라커는 핸드폰을 이용해 편리하게 사용할 수 있다는 점이 장점이다