



일본의 성장하는 무인패널자판기 시장, 이해와 향후 전망

- 일본의 개인적인 소비행태가 반영, 성장지속 중 -

KOTRA 제공



일본의 소비행태와 무인패널자판기

- 일본인의 소비는 극히 개인적이라고 볼 수 있음.
 - 다른 사람이 보는 앞에서, 과시적으로 물건을 사는 경향이 적음.
 - 식사의 경우, 학교 및 회사동료와 함께 가지 않고, 혼자서 먹는 손님이 대단히 많음.
 - 같이 먹더라도 계산의 경우는 각자 부담(와리칸)을 하는 경우가 대부분
- 한편, 일본의 접객 문화는 역으로 '과잉 친절'을 베푸는 경향이 있음.
 - 가게 방문시 식당류는 물론, 편의점 하나하나에서까지 종업원의 인사세례가 이어짐.
 - 일본 고객들은 어느 정도 이상의 '친절'을 받지 않으면, 역으로 무시당한다는 느낌을 받게 됨.
- 이러한 일본인의 성격에 부응하는 것이 '무인패널자판기(셀프키오스크)'라고 할 수 있음.
 - 과잉 친절한 일본의 대면접객보다 편하고 부끄럽지 않게 구매가 가능
 - 1명씩 빠른 시간 내에 구매하게 돼 시간이 단축
 - 도로 및 공간 배치가 비교적 협소한 일본의 거리 및 가게 등에 적합
 - 한국과 다르게 대부분의 자판기는 1번에 1개의 상품만 계산돼 나오게 돼 있음.(와리칸을 가정) 즉, 2~3인이 가도 각자의 음료수는 각자의 돈으로 빼먹을 것이라는 가정이 돼 있는 것임. 한국식으로 2~3인이 가서, 적당히 잔돈을 넣고 2~3개를 빼지 못하게 돼 있음.
- 기타 한국에서는 잘 생각되지 않는 자판기 또한 존재함.
 - 라면 및 음식 가게의 경우, 손님이 종업원에게 주문사항을 직접 말하는 것이 아니라, 자판기에서 음식을 골라 금액을 투입하고 해당하는 쿠폰을 구매해 전달하는 자판기가 성행.(이에 따라, 식당의 안내종업원, 회계담당, 메뉴설명 메뉴판 등이 사라지게 됨. 인건비 및 공간 절약)
 - 단순히 대합실 수준의 공간에, 종류별 자판기만 설치해 놓은 점포도 있음. 라면, 음료, 과자, 담배 등
 - 주점, 가라오케의 경우, 테이블당 있는 멀티패널의 입력기에 주문하고자 하는 음식, 주류 등을 입력하고, 기다리는 동안 별자리 점, 음식에 대한 열량 등 정보, 기타 광고 등이 나오는 자판기도 존재(신속한 주문, 대기시간 활용, 광고 송출효과 등)

무인패널자판기의 정의와 시장

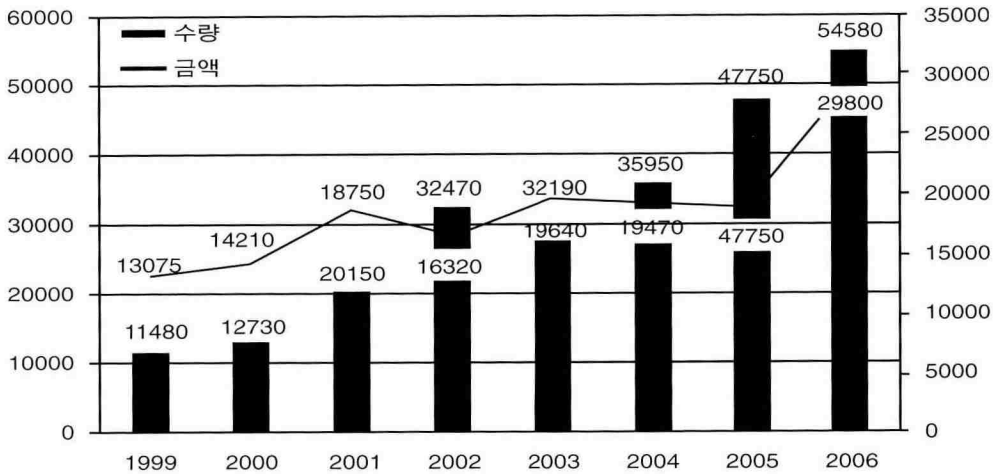
- 무인패널자판기(셀프키오스크)는 공공시설, 교통기관, 점포 등에 설치돼 불특정다수의 사람들에게 이용되는 주

로 터치패널로 조작되는 조작성 있는 정보 단말기/판매기를 지칭함. (기타 주점, 가라오케의 단말기 등도 포함됨.)

- 한편 은행의 CD/ATM 무인점포, 자동발권기, 체인점 종업원들이 주문을 받기 위해 입력하는 단순 패널 등은 분야에 전문성이 있거나, 영리목적 등이 다르기 때문에 통상적으로 같은 정의로 보지 않음.

※ 단순 자동판매기와는 차이가 있음. 터치패널 등이 들어가 있어서 상호조작(인터랙티브)과 정보획득 등의 내용이 있는 것이 무인패널자판기(셀프키오스크)임.

■ 일본내 셀프 키오스크 단말기의 시장규모 추이



- 키오스크 시장은 2000년도 경에 공공분야를 중심으로 확대돼 오다가 2001년도에 보급 2만대를 돌파하게 됐음. 이후 몇 년간 답보상태였으나 2005년도 등에 가게의 포인트 서비스 등을 발급하고 처리하는 무인단말기 등이 늘면서 보급 4만대를 돌파하게 됨.
- 이후 2007~08년도 편의점 등과 네트워크 결합 등의 요소를 통해서 한층 시장은 발전할 것으로 보임.

무인패널자판기의 분포, 회사 및 한국기업 시사점

- 무인패널 자판기의 보급 형태별 분류는 아래와 같음.
- 음식업(주점, 가라오케 등)에서 소비되는 비중이 가장 크지만, 유통관련의 포인트적립 활용 등과 신규로 디지털 프린트 등을 스스로 행하는 시장 등에서 확대되고 있음.
- 단가 면에서는 개별적인 용도에 따라 만들어진 기타품목 등이 높으며 가장 많이 보급된 음식점 등의 기기의 경우, 정보의 입출력 등에 국한되는 경우가 많아서 단가가 그리 높지 않음.

■ 2006 무인패널자판기 분야별 구성

| | 음식업 /가라오케 | 편의점 (CVS) | 셀프프린트 (스티커, 사진자판기 등) | 유통 (포인트가점기계 등) | 지자체, 공공시설 (서류발급 등) | 기 타 |
|------|--------------|--------------|-------------------------|-------------------|-----------------------|-------|
| 수량기준 | 40.5% | 16.5% | 4.0% | 17.7% | 6.2% | 15% |
| 금액기준 | 12.1% | 29.9% | 6.4% | 20.6% | 8.7% | 26.4% |

■ 참고. 2006 무인패널자판기 분야별 1위 기업

| | 음식업 /가라오케 | 편의점 (CVS) | 셀프프린트 (스티커, 사진 자판기 등) | 유통 (포인트 가점기계 등) | 지자체, 공공시설 (서류발급 등) | 기 타 |
|--------------|--------------|--------------|-----------------------------|-----------------------|--------------------------|------|
| 소프트뱅크 텔레콤 | 업계 1위 | | | | | |
| 패밀리 마트 | | 업계 1위 | | | | |
| 월드 피콤 | 진출 중 | | | | | |
| PFU | | 진출 중 | 업계 1위 | 업계 1위 | 진출 중 | 진출 중 |
| 제일흥상(第一興商) | 진출 중 | | | | | |
| 미츠비시전기엔지니어링 | | | | 진출 중 | 진출 중 | 진출 중 |
| 동경특수전선 | | | | 진출 중 | 진출 중 | 진출 중 |
| 후지필름 | | | 진출 중 | | | |
| 히타치 정보제어 솔루션 | | | | 진출 중 | | 진출 중 |
| 일본NCR | | | | 진출 중 | | 진출 중 |
| DNP프린트러쉬 | | | 진출 중 | | | |
| NTT데이터 | 진출 중 | | | | | |
| 도시바테크 | | | | 진출 중 | | |
| 후지제록스 | | 진출 중 | | | | |
| 아스카티스리 | 진출 중 | | | | | |
| 沖電氣工業 | | | | | | 진출 중 |
| 카시오계산기 | | | 진출 중 | | | |
| 다이코쿠전기 | | | | | | 진출 중 |
| 미츠비시전기 | | | 진출 중 | | | |

- 각 분야별로 무인패널 자판기 업체에 따라 영업 중에 있음. 주요 연락처는 아래와 같음.
 - 소프트뱅크 텔레콤 : <http://www.softbanktelecom.co.jp>
 - PFU : <http://www.pfu.co.jp/products/>
 - 터치패널시스템즈 : <http://www.tps.co.jp/>
 - 후레파 네트워크 : <http://www.freparnetworks.co.jp/>
 - 히타치 제작소 : <http://www.hitachi.co.jp/Div/jkk/app/jichitai/>
- 한국의 대일 수출 최대 품목은 석유제품, 반도체, 철강관 등이 있으며, 그 중에서도 LCD와 관련된 생산 또한 활발히 이루어지고 있음.
 - 이 중에서도 LCD 등은 한국의 삼성-소니 합작의 S-LCD 등에 의해 폭발적인 대일 수출 증대를 보이는 중
- 무인패널자판기의 핵심이 되는 부분은 LCD, 터치패널 감지부분, 내부조작, 상품 배출 등의 장치가 되고 있으며, 이상의 부분에 대해서는 한국 기업들의 주 부품산업과 연관될 가능성이 있다고 보여짐.
- 관련시장의 전체 수량이 5만대가 넘는다고는 하나, 완전 대량생산은 아닌, 주문생산 등의 방식이 될 가능성이 크므로 이에 응대할 수 있는 소량 생산, 납기준수, AS정책 등은 필수임.
 - ※ 자료원 : 주니치사 마켓 온 2007.2.28일자, 일본 인터넷(Yahoo) 소비동향 등