

2009년 말 일본 자판기 보급대수 및 자판금액 분석

- 순수 자동판매기 수량은 3,961,600대
- 자판기 운영매출 9.7%나 감소해 시장 침체가 가중되고 있음을 나타내

먼저 2009년 일본 자판기 시장 통계를 분석하기에 앞서 한 가지 사실을 먼저 인식해야 한다. 일본 자판기 시장 통계는 실질 운영대수 기준으로 집계한다. 우리나라의 경우 한해 생산되는 생산량 기준으로 집계를 하는 것과 차이가 있다. 또 자판금액 역시 운영 매출 기준의 집계이다. 자판기를 통해 판매되는 내용상품이나 서비스의 금액을 총합한 것이다.

그렇기 때문에 일본 자판기 시장 통계는 현재의 일본 자동판매기 시장상황을 적나라하게 드러낸다. 전년 대비 기준과의 비교를 통해 시장이 상승세인지 아니면 하락세인지 한눈에 알 수 있다.

2009년 말 현재 일본 자판기 보급대수는 2008년 대비

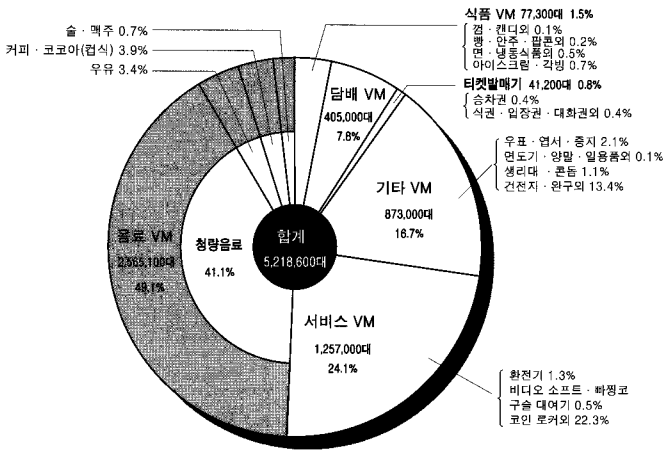
0.9% 감소한 521만 8,600대로 나타났다. 하지만 이 대수를 우리가 생각하는 실제 자판기 기준으로 보면 안 된다. 우리나라와는 달리 일본은 자동서비스 분야도 자판기 통계에 포함을 시킨다. 자동서비스기는 환전기·비디오소프트·빠짱고 구슬대여기, 코인로커 등이 해당된다. 이들 품목은 1,257,000대에 달한다, 결국 이 수치를 제외한 순수 자동판매기 합계는 3,961,600대이다.

이렇게 본다면 우리가 일반적으로 일본 자판기 시장하면 500만대 선이라고 인식하는 것은 무리가 있다. 엄연히 우리 기준으로 자판기 시장을 평가하면 400만대 가 채 안 되는 3,961,600대이다. 이 수량은 지난 2008

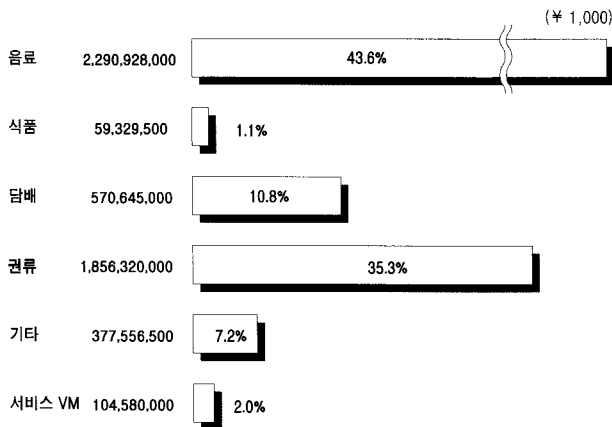
■ 2009년 말 자판기 보급대수 및 연간 자판 금액

유 형	내 용 상 품	보 급 대 수		연간 자판금액(천엔)	
		2009년말	전년대비 (%)	2009년말	전년대비 (%)
음 료 자 판 기	청량음료	2,148,000	96.3	1,879,500,000	87.4
	우유	179,400	106.5	161,460,000	104.7
	커피, 코코아(컵식)	201,700	141.0	193,088,000	140.8
	술, 맥주	36,000	76.9	56,880,000	69.5
음료 소계		2,565,100	99.1	2,290,928,000	90.8
식 품 자 판 기	껌, 캔디외	5,400	58.7	891,000	57.0
	빵, 안주, 팝콘외	7,900	100.0	3,910,500	97.8
	면, 냉동식품외	25,600	88.6	39,168,000	86.9
	아이스크림, 각빙	38,400	99.0	15,360,000	90.0
식품 소계		77,300	91.2	59,329,500	87.6
담 배 자 판 기	담배	405,000	95.5	570,645,000	66.8
티 켓 발 매 기	승차권	18,400	88.9	1,619,200,000	100.3
	식권, 입장권·대화권외	22,800	103.2	237,120,000	103.3
티켓 소계		41,200	96.3	1,856,320,000	100.7
그 외 자 판 기	우표, 엽서	100	100.0	140,000	100.0
	면도칼, 양말, 일용품외	110,000	98.2	36,300,000	95.3
	신문, 잡지	6,900	101.5	6,796,500	105.2
	생리대·콘돔	56,000	98.2	19,320,000	96.3
	건전지, 완구외	700,000	101.4	315,000,000	108.7
그외 소계		873,000	100.8	377,556,500	106.5
자판기 판매합계		3,961,600	98.9	5,154,779,000	91.3
자 동 서 비 스 기	환전기	70,000	97.2	-	-
	비디오SOFT, 빠징고구슬 대여기	25,000	96.2	-	-
	코인 로커외	1,162,000	100.2	104,580,000	100.2
자동서비스기 소계		1,257,000	99.9	104,580,000	100.2
합 계		5,218,600	99.1	5,259,359,000	91.5

■ 일본의 자판기 기종별 보급대수 / 구성비



■ 연간 판매금액 / 구성비



년에 비해 1.1% 감소한 수치이다. 자판 금액에 있어서는 5조 1547억 엔을 기록해 2008년 대비 9.7%나 감소했다. 일본 자판기 시장 침체가 깊어지고 있다는 반증이다. 무려 10% 가까이 줄어든 자판기 운영 매출 앞에 무인 유통기기로의 경쟁력 저하에 신음하는 일본 자판기 산업의 고민을 읽을 수 있다. 운영대수가 줄어든 것은 미미하지만 운영매출 폭이 크다는 것은 그만큼 소비자들의 자판기 이용이 줄었다는 얘기이다. 이 같은 현상이 나타나게 된 주된 이유는 다른 유통분

야에서 파는 내용상품의 가격대는 점점 싸지는데 비해 자판기는 이를 따라가지 못하고 있기 때문이다. 자판기의 경우 장비의 감가상각, 로케이션 피 등의 이유로 할인해서 판매할 수 있는 폭이 상당히 제한적이다.

자판기 보급대수가 가장 많은 분야는 단연 음료자판기이다. 음료자판기는 총 2,565,100대가 보급되어 운영매출은 2조 2,909억 2,800만 엔을 기록했다. 이 실적은 2008년에 비해 수량에서 0.9% 줄고, 운영매출에서 9.2%가 감소한 결과이다. 앞서 언급했던 소비자의 자판기 이용감소 요인으로 매출 감소폭이 컸다. 일본 자판기 산업은 이제 어떻게 음료자판기의 운영 매출 감소를 막아내느냐가 시급한 당면과제로 작용하고 있다. 이를 회복시키지 못하고 계속 매출이 줄어든다면, 일본 자판기 산업도 심각한 위기 상황에 빠져들 수도 있다.

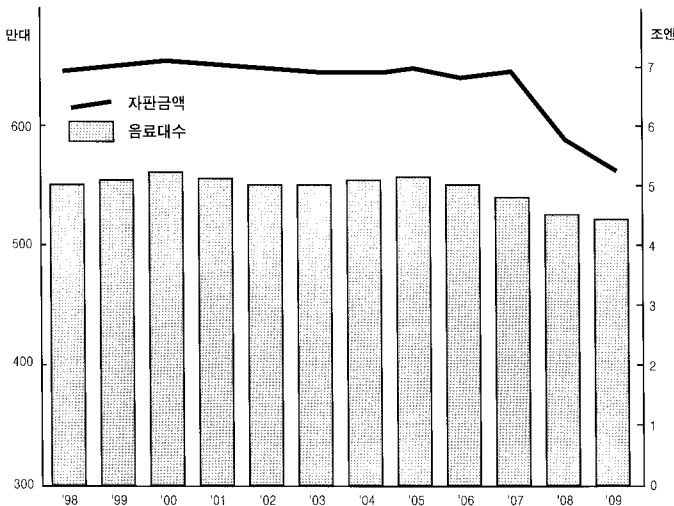
3,961,600대인 전체 자판기 수량에서 차지하는 음료자판기 비중은 65%에 이른다. 구체적으로 음료자판기 종류를 살펴보면 청량음료, 즉 냉음료자판기가 2,148,000대 보급이 되어 있다. 이 수량은 전년대비

3.7%가 줄어든 결과이다. 운영 매출 금액은 1조 8,795억 엔으로 무려 12.6%가 줄었다. 최근 냉음료자판기 매출 감소가 얼마나 심각한지 여실히 드러낸다.

커피 및 코코아 등을 판매하는 온음료자판기는 수량 211,700대, 자판금액 1,930억 8800만엔을 기록했다. 이는 수량에서 41.0%, 운영 매출에서는 40.8%가 증가한 결과이다. 냉음료자판기 시장은 줄고 있음에 비해 역설적으로 온음료자판기 시장은 증가하고 있는 것으로 나타났다. 이같은 현상은 일본 자판기 산업계가 냉

■ 2009년 말 자판기 보급대수 및 연간 자판 금액

년	음료대수(대)	전년비(%)	자판금액(천엔)	전년비(%)
'98 (平10)	5,500,400	100.4	6,896,948,870	102.3
'99 (平11)	5,537,500	100.7	7,016,396,800	101.7
'00 (平12)	5,607,500	101.3	7,112,293,200	101.4
'01 (平13)	5,556,700	99.1	7,052,283,600	99.2
'02 (平14)	5,524,700	99.4	6,979,883,900	99.0
'03 (平15)	5,520,600	99.9	6,942,749,300	99.5
'04 (平16)	5,548,100	100.5	6,923,401,430	99.7
'05 (平17)	5,582,200	100.6	6,994,300,570	101.0
'06 (平18)	5,515,700	98.8	6,830,267,800	97.7
'07 (平19)	5,405,300	98.0	6,933,706,400	101.5
'08 (平20)	5,263,900	97.4	5,747,801,500	82.9
'09 (平21)	5,218,600	99.1	5,259,359,000	91.5



음료에 비해 상대적으로 시장 개척이 덜된 온음료 분야에 대한 관심을 높인 데 기인한 결과이다. 자판기 대국 일본에 있어 온음료자판기는 불과 201,700대 불과하다. 그만큼 다른 분야에 비해 시장 개척의 여지가 크다는 얘기이다.

주류자판기 시장은 보급대수 36,000대에 568억 8,000만엔을 기록했다. 이는 수량에서는 23.1%, 금액에서는 30.5%가 줄어든 결과로 청소년 보호 문제로 위상이 약해지고 있는 주류자판기의 현실을 여실히 드러내고 있다.

음료 외에 먹거리를 판매하는 일반식품자판기도 2008년에 비해 시장이 감소했다. 일반식품자판기는 보급대수 77,300대에 593억 2,950엔의 매출을 기록했다. 이는 2008년 대비, 수량에서 8.8%, 금액에서는 12.4%가 줄어든 결과이다.

가장 큰 시장 위기를 맞고 있는 품목은 담배자판기이다. 2008년부터 성인인증을 통해 청소년을 보호하는 '타스포' 카드제도의 도입 이후, 담배자판기 운영 매출이 크게 줄고 있다. 2009년 담배자판기 시장은 수량 405,000대로 5,706억 4,500엔의 자판금액을 기록했다. 수량은 4.5% 감소했지만 판매금액은 무려 30.2%가 줄었다. 사용방법이 귀찮아지자 과거만큼 담배자판기를 이용하지 않는다는 반응이다. 담배자판기 매출이 줄어든 대신 상대적으로 편의점 판매 매출이 크게 늘어났다. 사용의 편리성이 전제되지 않는 자판기는 소비자의 외면을 받기 쉽다는 사실을 실감시키는 있다. 우리나라 담배자판기의 경우 신분증을 통한 성인인증이외에도 신용카드 인증도 허용을 하고 있다. 반면 일본의 타스포 카

드는 일일이 신분사항을 기재해 발급을 요청하고, 일정기간 지나서 받아 볼 수 있다, 이런 번거로움을 흡연자들은 좋아 하지 않는다. 차라리 신용카드 인증도 병행해 허용했다라면 지금같이 큰 폭의 매출 감소는 없었을 것으로 보인다.