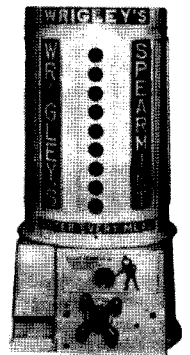
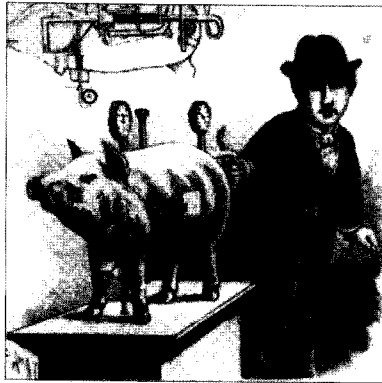


헤론의 성수자동판매기

자판기, 어떻게 진화되어 왔을까?

자판기 산업의 역사 따라잡기 II

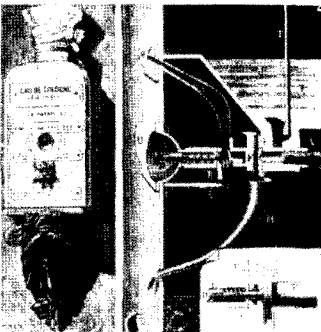


자동판매기는 현 시대만 상용가치가 큰 유통기기가 아니다. 19세기 경부터 자동판매기를 이용해 인간의 편리성을 배가시키려는 노력은 끊임없이 이어져 왔다. 지금만큼 관련기술들이 발달되어 있지 않았어도 흥미로운 기술을 적용한 자판기들도 꽤 많았다. 언제 어떠한 자판기들이 선보였는지를 따라가다 보면 현시대와의 연결고리도 생긴다. 그때 필요했던 자판기가 진화하여 현시대에 필수적인 유통기기로 자리매김한 경우가 적지 않다. 먼 시대를 관통해 여기까지 진화되어온 자판기. 타임머신을 탄듯한 기분으로 흥미진진한 자판 산업의 역사를 따라가 보는 특별연재를 마련했다. 지난 호에 이어 두 번째 이야기를 준비했다. 본 내용은 미국 자판기 산업의 역사를 중심으로 기술되었음을 밝힌다.

<편집부>

20세기 초부터 각종 근대적인 자판기 등장

동부지역에서는 The Pulver Company가 1897년 소개했던 신형 추잉껌 자동판매기에 대한 보완작업을 계속해 나갔다. 이 노력으로 이용자들이 기계에 동전만 투입하면 추잉껌이 자동적으로 판매되게 되었다. 1900년 Pulver는 지난 반세기 동안의 변화추세에 따라 처음으로 자동판매기에 전 조판을 장착하기도 했다.



▲ 프랑스의 향수자판기(1893년)

1898년 M.B Mills는 자신의 여송연 자동판매회사 이름을 Mills Novelty Company로 바꾸고 그의 아들에게 넘겨주었다. 이후 밀스는 땅콩자동판매기를 만드는 일에 착수했다. 이 자동판매기는 3년 뒤인 1901년 버팔로에

서 열린 PanAmerican Exposition에서 소개되었다.

1899년 9월14일 American Machinist의 기자인 R. I Clegg는 향후 자동판매 산업에 필요한 2가지 중요한 요인에 대한 기사를 썼다. 그 기사는 자판산업의 발전에 공헌한 몇몇 자동판매기 발명자들의 역할에 관한 내용이었다.

자판산업 초기 제조회사들의 목적은 이윤추구보다는 등가 판매에 주력하고 있었다. 그러나 현대에 와서 자동판매기들은 누군가가 원하고 즐기는 것을 제공하는 제품으로 변화하고 있다.

따라서 이같은 유형의 제품들이 상당히 많이 생겨났다. 그리고 자판기 산업 그 자체를 보호하기 위해 적지 않은 법적 개입이 생겨났다. 그리고 대중들이 휴양을 즐기는 휴양지 등지에서 슬롯머신식의 도박을 하는 기계들이 상당히 증가하게 되었다. 당시 기계들은 승물조작으로 이용자들의 원성을 사는 일이 다반사로 발생했다. 하지만 Clegg는 의도적으로 불리하게 기계를 조작하는 것에 대해서 크게 문제 삼지 않았다.

오히려 슬롯머신 오퍼레이터들이 필요에 의해 진행했던 대용주화(위폐)로 자동판매기를 속이는 사람들을 막을 장치에 대해 논의하기 시작했다.

Clegg는 이용자들의 부정문제에 관한 광범위한 연구를 하

고, 어느 정도에 대중이 사기 치는 방법을 궁리했던 것들을 기술한다.

“구멍이 뚫린 채 끈에 매달린 5센트로 이따금 사용되었다. 뿐만 아니라 접착성의 추잉껌 또는 다른 접착성의 물질을 동전의 미기로 달아 낚시질을 한다”라고 보고서에 적고 있다. 또 Clegg는 “나는 저울 자동판매기에 달라붙어 한개 요금으로 그의 전 가족의 체중을 달았다는 말도 듣게 되었다”며 그 방법까지 구체적으로 나열했다. 먼저 모든 가족들이 저울에 오른 후 한사람씩 내리면서 그 차이를 가지고 무게를 잰 것이다. 이러한 자판기 운영자들과 이용자들 간 실랑이는 길고 긴 싸움이 되었다. 그러나 1930년대 들어 대용주화 분리장치가 개발되고, 1944년에 대용주화들 사용을 겨냥해 제정된 Federal 법률로 인해 자동판매기는 절도 문제에서 벗어나게 된다.

하지만 잼블링머신은 이 문제로 아주 오랫동안 괴롭힘을 당했다.

주요 운영 업체인 Mills Novelty사(후의 Mills Industries) 같은 회사들은 잼블링머신을 만들지 않았다. 그리고 상품 자동판매기들을 설치하고 유지했던 회사들도 도박 장치들을 운영하지 않았다.



▲ 힘측정자판기(1897년)

자동판매기를 도입해 서비스를 무인화한 레스토랑도 인기를 끌어

자판기 산업이 본격적인 홍보 활동을 시작할 때까지 NAMA 프로그램은 정면에서 공격당하는 문제를 안고 있었다. 1945년경부터 시작된 이 프로그램은 주식시장에 상장된 자동판매 회사들의 발전을 다소 과장되게 보고하였다. 연 4회 발간된 연차보고서들은 간행물로서는 불가사의한 많은 것들이 나오기도 했다.

상장된 회사들 중 어떤 업체의 주주는 누구보다 빨리 가장 중요한 비밀로 분류되었던 정보를 알기 위해 적지 않은 노력을 기울였다. 따라서 ‘비밀이 은밀하게 이동되었던 것처럼 자동판매 역시 그렇지 않느냐’는 의심도 많았다.



▲ 컵디스펜서(1908년)

1902년 6월에 혼&하트 Baking Company가 필라델피아에서 첫 번째 AUTOMAT를 열었을 때 자동판매 산업은 새로운 전기를 마련했다고 할 수 있다. 이미 10여년 전부터 독일 등 유럽 등지에서는 이 자동 레스토랑들이 운영되고 있었다.

미국에서 Automat의 개시는 센세이션을 일으켰다. 1903년까지 혼&하트사는 뉴욕에도 이 자동레스토랑을 설치하는 등 빠른 사업확장을 보였다. Scientific American은 “자동판매기는 분명히 지속적인 발전을 누릴 것이다”라고 보고, 각지에서 대중을 경탄시키고 있는 자동판매기들에 대해 기술하기 위해 리포터를 특파하기도 했다. 그 리포트는 당시 세태를 아래와 같이 기록했다. “탁자에 자리 잡을 수 있고, 웨이터들로부터 원하는 것들을 주문할 수 있다는 생각을 가지고 자동 레스토랑에 들어가는 사람은 곧 후회하게 될 것이다. 여기에는 분명 웨이터라는 일반적인 의미의 종업원이 없기 때문이다. 2명 내지는 3명의 종업원들이 주위를 걸어 다니고 있겠지만, 그들은 식사를 나르거나 하지 않는다. 그들은 비어있는 접시들을 나르기 위해 거기에 존재하고 있는 것이다. 이곳에서는 당신 자신을 위해 움직여야 한다. 당신은 고기 또는 수프, 맥주 또는 와인과 컵을 산다. 그리고 당신이 샀던 것을 직접 날라야만 한다. 만일 당신이 조급해 하면, 선 채로 식사를 하게 될지도 모른다.”

이후 아주 짧은 시간 동안 혼&하트사는 시카고에서도 자동 레스토랑을 열기도 했지만 곧 문을 닫았다. 그리고 회사는 그 대응을 뉴욕과 필라델피아에 집중하게 되었다. 분명한 것은 1902년도 Amtomat가 자동 카페테리아의 선구자 역할을 하고 있었다는 점일 것이다.

어느 쪽이 ‘공장, 병원, 대학, 오피스 빌딩 등에서 완전한 음식 서비스를 제공하느냐’가 화두로 자리 잡았다.

우체국 업무 운영효율 높이는 우표자동판매기도 등장

1905년 미국 우체국은 자동판매기에 대한 인식을 바꿔 공

식적인 연구를 진행하게 되었다. 이로 인해 발명자들과 제조업자들은 괴로울 정도로 기술개발에 매진했다. 우표자동판매기는 이미 유럽에서는 어느 정도 인식이 확산되며 존재하고 있었다. 우체국은 이 기계들의 장점들을 조사하기 위해 위원회를 지정했다. 그러나 결론은 적합하지 않았다는 분석이었다.

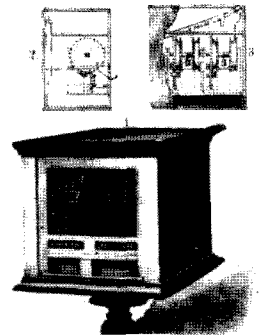
그러나 1907년 6월 조지 본. L 장군의 보고서는 이렇게 기술하고 있다.

“우표자동판매기를 통해 판매하는 방법은 다른 나라들에서 사용 중이다. 그리고 ‘아메리카 합중국에서 그 채용을 고려한다’라는 제안은 많은 관심과 흥분을 느끼기에 충분하다. 기계 이용법은 매우 보편적이고 대중들은 어디서나 우표, 우편봉투들과 우편엽서들의 판매를 원하고 있다. 알맞은 비용과 운영으로 정확을 기할 수 있다면, 또 필요한 특징들이 결합된다면 우리가 원하는 기계들은 만들어 질 것이다.” 따라서 우체국에서는 또 다시 우표자동판매기들에 대해 조사했다. 조사를 마친 후 보고에 의하면 기계들 중의 9대는 “완전히 틀림없는 장점”을 가지고 있다고 보고되었다. 그러나 모든 제품이 우체국의 엄격한 표준에 이르는 데는 실패했다.

1908년 우체국에서는 25대의 다른 우표자동판매기들을 조사했다. 그리고 그 기계들 중 6대 정도는 뉴욕, 워싱턴, 볼티모어, 인디애나폴리스와 미네아폴리스에서 시험적으로 가동하는 테스트를 벌였다.

그렇지만 그 기계들의 어느 것도 대응주화에 대한 대응 방안이 마련되지 않았던 관계로 계획은 단념되고 말았다. 우체국의 시험과정을 지켜보며 많은 제조사들이 이에 관심을 표명했고, 우체국 기종에 맞는 자동판매기 개발을 위해 노력했다. 특히 디트로이트의 Schermack, 뉴욕의 American Automatic Vending Company와 Sedalia, Missouri의 Brinkerhoff Company 등은 많은 노력을 기울였으며 이들의 노력으로 말미암아 우체국은 마침내 기계들에서 사용가능한 우표들을 생산하기 시작했다.

대부분의 자동판매기 회사들이 디자인에 관한 그들의 노력



▲ 자판기의 새로운 구조

과 기계 제조업에 집중하는 동안, 서비스와 지속적인 관리 운영의 필요성을 절감하고 있던 일부 개척자들은 순수한 의미의 자판기 운영회사를 조직하기 시작했다.

일반컵 사용가능한 10칼럼 탄산수 자동판매기 인기

1906년 4월 뉴저지에서는 프랑코-스위스 Chocolate Company가 설립되었다. 이 회사는 캔디자동판매기의 설치와 5개 메인터넨스인 자회사를 가진 회사였다. 그때도 현재 각 업체만의 고유의 포장이 존재하고 있듯이 업체별로 어떤 식이든 나름대로의 디자인을 가진 포장들이 등장했다. 프랑코-스위스 관계자들은 기계들에서 판매하려고 내놓은 사탕을 포장하기 위해 각 업체별로 포장사업부를 설립해야 했다.

1906년의 시카고에서 14살의 버트 밀스 (M.B밀스의 13명의 자식들 가운데 막내)는 그의 가족회사인 Mills Novelty Company에서 일을 하기위해 학교를 그만뒀다. 그때 밀스는 뜨거운 커피 자동판매기를 개척하는 것을 도왔던 법인을 설립한다. 버트 밀스는 그의 형제의 기계들을 보며 10칼럼의 탄산수 자동판매기를 생각해 내었다. 이 자판기는 통의 형태로 만들어진 장식장의 뒤에 10개의 5갤런병으로부터 탄산음료가 분배되는 시스템이었다.

“당시는 당연히 종이컵을 사용하지 않았다”고 밀스는 말했다. 그래서 음료를 따라주는 긴 수조와 같은 기계가 정면에 설치되어 있었다. 이용자들은 컵을 수조의 끝에 위치해서 음료를 받았다. 만일 이용자가 컵이 이미 사용되었던 것 같은 느낌이 들면 자동판매기를 이용하기 전에 컵을 집어 들고 물탱크에서 떨어지는 물로 컵을 씻었다. 그러나 대부분의 사람들은 이 부분에 대해 큰 걱정을 하지는 않았다.

이 장치에는 냉각장치가 부착되지는 않았다. 그러나 기계를 조작했던 운영자는 아침에 음료 병들의 꼭대기에 얼음을 놓아 냉각기능을 대처하도록 했다. 하지만 2시간 정도만 지나도 얼음이 녹아버려 음료수들은 따뜻해졌다. 믿지 않겠지만 이같은 열악한 상황에서도 그들은 많은 음료수들을 팔았다고 한다.

보다 편리한 무인판매기를 만들자. 계속되는 도전들

의사들과 공중위생 임원들, 그리고 대중의 일부들은 보통의 술을 마시고 있는 컵의 공중위생관점에 문제제기를 했

다. 따라서 1908년 회사는 이 문제에 관해 무엇인가 대응책을 마련하기 위해 새로운 기기를 만들어 내게 되었다. 뉴욕의 Public Cuip Vendor사의 제품 중에는 1페니를 넣고 개인용 종이컵을 판매하는 제품이 있었다. 대부분의 이용자들은 이 컵을 물 마시는데 이용했다. 이 회사는 나중에 Individual Drink Cup Company가 되었다. 그리고 지금까지도 Dixie Cup Company로 존재하고 있다.

2,3년이 지난 후 물과 컵벤더의 결합은 컵만을 팔았던 1페니 벤더를 사라지게 만들었다. 이것이야말로 지금의 음료수자동판매기의 시초라고 할 수 있다.

또한 1908년에 R.M 리차드슨은 제노 추잉검 벤더들과 겐블링 벤더들을 전개하는 R.M Richardson Company를 만들게 되었다. 이 회사는 미 동부지역이 아닌 서해안에 회사를 운영하고 있는 첫 번째 자동판매기 업체가 되었다.

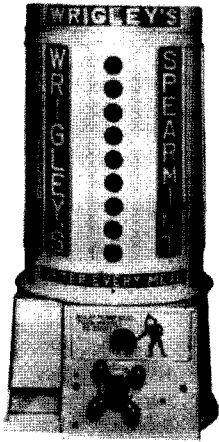
다음해 에머슨 Boien은 일리노이의 작은 강 도시인 모리스에서 The Northwestern Corporation을 설립했다. Boien이 바라는 것은 자동판매기 정비사가 세일즈맨의 역할을 하거나 세일즈맨이 자동판매기의 정비를 담당할 수 있는 시스템이었다. 그리고 그는 이같은 시스템을 개척한 인물이 되었다. 오하이오주 Newark 근처 농장에서 태어난 Boien은 인디애나주의 Marion에서 젊은 시절을 보냈다. 거기서 그는 고등학교를 졸업했고 방문판매원이 되었다.

틀림없이 전국 각지를 돌며 진행한 판매원 역할로 인해 그 자신만의 판매기술을 획득했던 것으로 보인다. Boien은 한때 아프리카에서 3년을 보내기도 했다. 미국으로 되돌아온 Boien은 어느 누구도 생각하지 않고 있었던 자동판매기를 만들 기회를 얻었다. 그 무렵 큰 홀들은 그들의 고객들에게 무료 부엌용 성냥들을 제공했다.

Boien은 무료로 제공되는 이 성냥들이 홀의 경영에 악영향을 미친다고 생각했고, 고객들에게 제공하는 방식에 대한 고민을 하게 되었다. 그리고 마침내 Boien이 TheYankee라고 불렀던 작은 판매장치가 개발되기에 이른다. The Yankee라는 이 장치는 운영자가 뚜껑을 열고 100개 정도의 성냥을 넣을 수 있게 설계되어 있었다. 그리고 이용자가 지레를 눌러서 밑으로 내렸을 때 약 1인치의 성냥개비는 장치의 꼭대기에 생긴 구멍에서 평하고 올라오게 된다.

이용자가 성냥개비를 쥐고 끌면 머리는 연마재에 부딪치고 불을 붙이면서 나왔다. 지레의 끝은 마찬가지로 여송연

▼ Wrigley의 껌자판기(1923년)



의 끝을 자를 수 있는 커터를 포함했다. 1909년 8월 12일에 Boien과 2명의 동료들은 Northwestern의 The Yankee마켓에 3000달러를 투자했다. 9개월후 100% 가격 인상한 달러의 소매 판매 가격에 Yankee 100,000대를 팔았다.

하지만 사용에는 한계가 존재했다. Boien가 Northwestern에서 사업을 시작하고 있었을 때 해외에 여행하고 있었던 Emil Luden 박사는 독일에서 새로운 잠금장치를 발견하고

미국에 선보였다. 그는 그 장치의 특허를 내고 1909년에 Nik-O-Lok 회사를 만들었다.

하지만 아울렛 화장실에서 사용하도록 판매하는데 실패한 뒤 Luden는 실망감에 그 기계장치를 Nik-O-Lok 최초의 사장이 되었던 C.C.Van Cleave에 팔았다. 이후 이 회사는 그 화장실 자물쇠들을 서비스 차원에서 설치해 놓기로 결정했다. 그리고 이후 이 회사는 세계에서 가장 큰 자동판매 서비스 조직들 중의 하나가 되었다.

제1차 세계대전 이전 몇해는 자동판매기 제조업들에게는 한없이 바쁜 시간이었다. 그리고 자동판매기를 통해 판매되는 제품의 수도 꾸준히 증가하고 있었다.

1911년 뉴욕의 Doehler Die Casting Company는 리글레이 1페니 추잉껌과 라이프 세이버스를 위해 호프 벤더 같은 것을 개발했고, 미국의 Paper Goods Company는 껌자동판매기를 개발했다. 작은 카운터 자동판매기는 더 가볍고 유동적이면서 가솔린 펌프처럼 디자인되었다. Sani-Servs paper 타월 자동판매기와 위생상의 넉킨 벤더는 웨스트 Disinfectant 사에 의해 전개되었다. 초기의 오퍼레이터 회사들은 바쁘게 돌아가고 있었으며 합병과 강화 경향도 나타나고 있었다.

1911년에 프랑코-스위스 컴퍼니와 그 자회사들은 Autosales Gum&Chocolate 회사에 의해 흡수 병합되었다. 그리고 그들은 32개의 상품 판매가 가능한 자동판매기를 가동하였다. 이 통합으로 약 100,000대의 자동판매기가 Autosales에게 주어졌다.

제 1차 세계 대전이 끝나고 난 뒤 1920년대 초까지 자동판

매기 운영회사를 설립한다는 생각은 좋은 지지를 받았다. 텍사스주 달라스에서는 트롤리차들에 추잉껌과 사탕벤더들이 함께 장비되었다. per-machine에 대한 세금이 사업에서 그들을 격분시킬 때까지 명백한 성공으로 인정되었다.

담배자동판매기에 대한 진지한 연구

자동판매기가 새로운 시장들을 열수 있고 특정 제품의 수요를 만들 수 있었던 방법의 진짜 사례 연구는 영국의 리글레이시사와 그 상무 S.L.Murison를 통하여 1821년에 시작되었다. 리글레이사는 영국에서 사업을 벌이기 위해 극복해야 할 2개의 장애를 가지고 있었다. 우선 영국에서는 추잉껌에 몰두하지 않았다. 그리고 영국의 도매업자들과 소매업자들 역시 대중들에게 새로운 판매방법에 대해 알려줄 의무감을 느끼지 못하고 있었다. Murison는 약 500대 추잉껌 자동판매기들을 영국 주요 소매업자들에 배포하기 위해 출발했다. 소매업자들은 단지 기계들을 채우기만 해도 되도록 주선했다. 리글레이의 자동판매 프로그램은 이 회사가 새로운 시장을 개척할 수 있도록 해준 것뿐만 아니라 영국 추잉껌 산업이 발전할 수 있도록 전환시켜 주었다.

이즈음 자동판매기 개발자들은 진지하게 담배를 자동으로 판매할 수 있는 기계에 대해서 연구하기 시작했다. 1925년 미국 자판산업의 성장에 깊은 영향을 끼친 3대 제품이 개발되었다. 이 제품들 모두가 담배를 판매할 수 있도록 만들어졌다. 1대는 세인트루이스의 National에 의해 다른 1대는 로스앤젤리스의 William Rowe에 의해 만들어 졌다. 마지막 1대는 디트로이트의 Smokteria에 의해 만들어졌다. 담배자판기는 다양한 제품들을 5센트 이상의 가격에 판매할 수 있는 첫 시도였다. 초창기 사람들은 진지하게 담배자판기에 대해 생각하지 않았으며, 대부분의 상인들은 이 자판기가 실패할 것이라고 확신했다.

Hymen Goldman은 어느날 Gordon Macke를 불러 워싱턴의 Goldman's tobacco and candy라는 회사에 들어가게 되었다. 그는 이 회사와의 합병을 생각하고 있었으며, 그래서 West Coast에서 William Rowe를 만나게 되었다. 여기에서 그는 Rowe의 담배자판기에 큰 매력을 느끼게 되었으며, 이로 인해 워싱턴에서 그들과 함께 사업을 시작하게 되었다. Macke가 Goldman에 간 것은 담배를 좀 더 논리적이고 편리하게 공급할 수 있는 자판기를 제안하기 위해서였다.



▲ 파리의 Automatic Bar(1891년)



▲ CAMCO의 담배 장치

“그가 그 회사에 간 것은 자판기를 통해 담배를 15센트에 판매하기 위해서였다. 그때 소매상인들은 담배를 11센트나 12센트에 판매하고 있었다. 그래서 나는 그가 미친 생각을 하고 있다고 생각했다. 아무도

더 비싼 값으로 담배를 구입하지는 않을 것이었다. 그렇지만 그는 더 편리한 기계 때문이라면 할 수 있을 것이라고 말했다. 나는 그가 틀린 것이라고 확신했으며, 그래서 우리는 담배를 그에게 공급하는 것을 거부했다”

Goldman은 당시를 이렇게 회상했다. 그러나 Macke는 실망하지 않고 Goldman의 담배를 왜건에 싣고 다니며 판매사는 판매업자들에게 담배를 공급받기로 했다. 수년 후 Macke가 100대 이상의 담배자판기를 성공적으로 전개하게 되었을 때 Goldman은 Macke의 운영권을 인수해 지금의 Macke Vending Company를 설립하게 되었다.

1926년 현대적인 컵음료자판기 등장

1926년 첫 번째 Sodamats(현대적인 컵음료자판기)가 뉴욕과 뉴저지의 공원 일대에서 전개되었다. 이 자판기들은 셸프기능을 갖추지 못한 제품으로 고안되었는데 코인메카니즘과 컵 디스펜서, 냉장시스템, 카보네이터, 시럽탱크 등이 1개 유니트에 들어가 있었다. 대신 Sodamats는 벽에 설치하도록 만들어졌다. 이 제품의 뒤편에는 하나의 압축기와 카보네이터, 펌프가 설계되어 있었으며 운영자들은 이 기계 옆에서 주문을 받아 판매하는 방식이었다.

Sodamats는 세계대전 이후 코니아일랜드, Asbury공원, 애틀란타시와 뉴욕 등에서 오랫동안 청량음료를 판매하는 제

품으로 사용되었다.

1920년대 말이 되면서 합병 파도가 산업계에서 일게 되었다. Autosales Corporation은 세계대전이 끝나면서 이익을 남기는 회사들을 중심으로 합병시켰다. 새로운 회사 Consolidated Automatic Merchandising Corporatin(C. A.M.C.O)은 이렇게 해서 설립되었다. CAMCO는 현재 다양화된 운영회사의 첫 번째 시도였다.

Schermack, 우표자판기로 큰 성공 거둬

우편요금기 자동판매기에서 자동으로 스탬프를 찍히는 최초의 엽서자판기는 J.Schermack의 우수한 두뇌의 산물이었다.

그는 13살에 일리노이즈의 Freeport에서 정비사로서 일을 시작하게 되었다. 1900년에 그는 우편사무처리기(첫번째가 시카고의 마샬필드의 회사에 놓였던 것) 제조업자로서 사업을 시작했다. Schermack 1910년에 그의 첫 번째 제품인 우표자판기(4페니 우표 한장 또는 2페니 짜리 우표 두장을 5센트에 팔았던 기계)를 내놓았다.

이때까지 우표는 액면가로 판매되었으나, 소매업자들이 그들의 고객을 위한 서비스 차원에서 자판기를 운영하게 되었다. 처음부터 Schermack는 철저하게 그의 우표자판기를 그것들이 놓여있던 상점에 판매했다.

Schermack는 우표자판기를 전개하고 운영하기 위해 1926년 9월에 Sanitary Postage Service Corporation이라는 회사를 설립했다. 1928년까지 Sanitary는 약 20,000대의 기계를 운영하고 있었으며, 몇 년 후에는 30,000대를 운영하게 될 것이라고 주장했다.

이 자판기는 United Cigar, Schulte, Liggett와 같은 수천의 유명한 체인점에 전개되었다.

동전을 콘트롤해 여송연과 다른 제품들을 구별해 판매할 수 있는 기술을 개발한 E. Martin에게 특허중이 수여되었다. 여송연을 비롯한 다른 상품들은 드럼이 회전하면서 안과 밖, 각각의 색선이 제품을 나르는 방식으로 판매되었다. 드럼은 무게에 의해 움직이도록 되어 있었다.

□ 여송연: 담배잎을 흡연용으로 처리하여 말아서 일반적으로는 길이 12 cm 전후, 굵기 2 cm 전후로 만든 둥글거나 모난 막대기 모양의 담배 제품.

- 다음호에 계속