

2000 円札の発行と自動販売機 ～大きく変わる自販機マーケティング～

主任研究員 小林 誠一

- I. はじめに
- II. 調査の結果概要
- III. 調査結果の考察

I. はじめに

当研究所では日本自動販売機工業会から委託を受け、平成 12 年 4 月に「2000 円札の発行と自販機の利用に関する消費者調査」をおこなった。

この調査は平成 12 年 7 月に 2000 円札が発行されるのを機に、自販機による販売単価の高額化について検討するとともに、これからの自販機に求められる機能や取り扱い希望商品などについて消費者の考えを明らかにし、今後の自販機の改善や開発研究に役立てることを目的として実施した。

調査の対象は首都圏（一都三県）在住の 20 歳から 59 歳の男女 421 名（モニター郵送調査）。調査の実施時期は平成 12 年 4 月 25 日から 5 月 12 日である。

II. 調査の結果概要

1. 2000 円札発行の認知と影響について

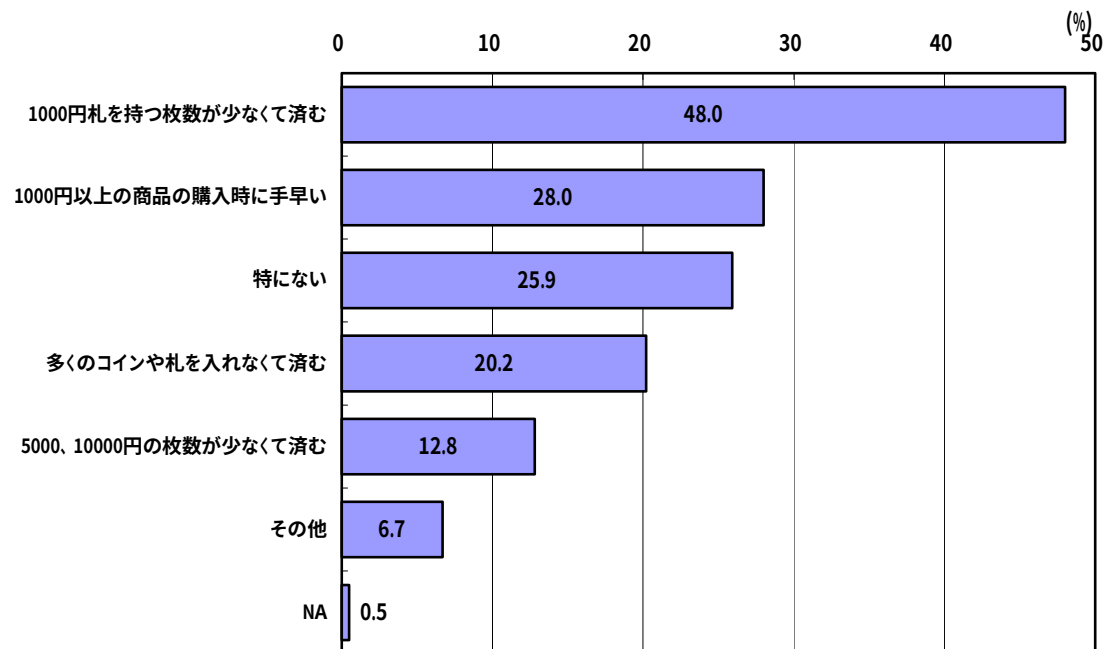
(1)2000 円札発行の認知度 －98%が発行を知っている 2000 円札－

5 月初旬の時点で 2000 円札の発行を「知っている」人が 89.1%、「聞いたような気がする」人が 9.0%となっている。2000 円札の発行を知らない人は 1.7%でほとんどいない。

(2)2000 円札の利便性 －1000 円札を持つ枚数が少なくて済むこと－

2000 円札が発行されて便利になる点は「ふだん 1000 円札を持つ枚数が少なくて済む」ことを挙げる人が 48.0%と半数近くみられた。自販機と 2000 円札との関係では「自販機で 1000 円以上の商品を購入するときに手早く買えるようになる」という効用を挙げる人が 28.0%。「自販機でまとめ買いのときに多くのコインやお札を入れなくて済む」が 20.2%みられる。

[2000 円札発行で便利になる点（複数回答）]

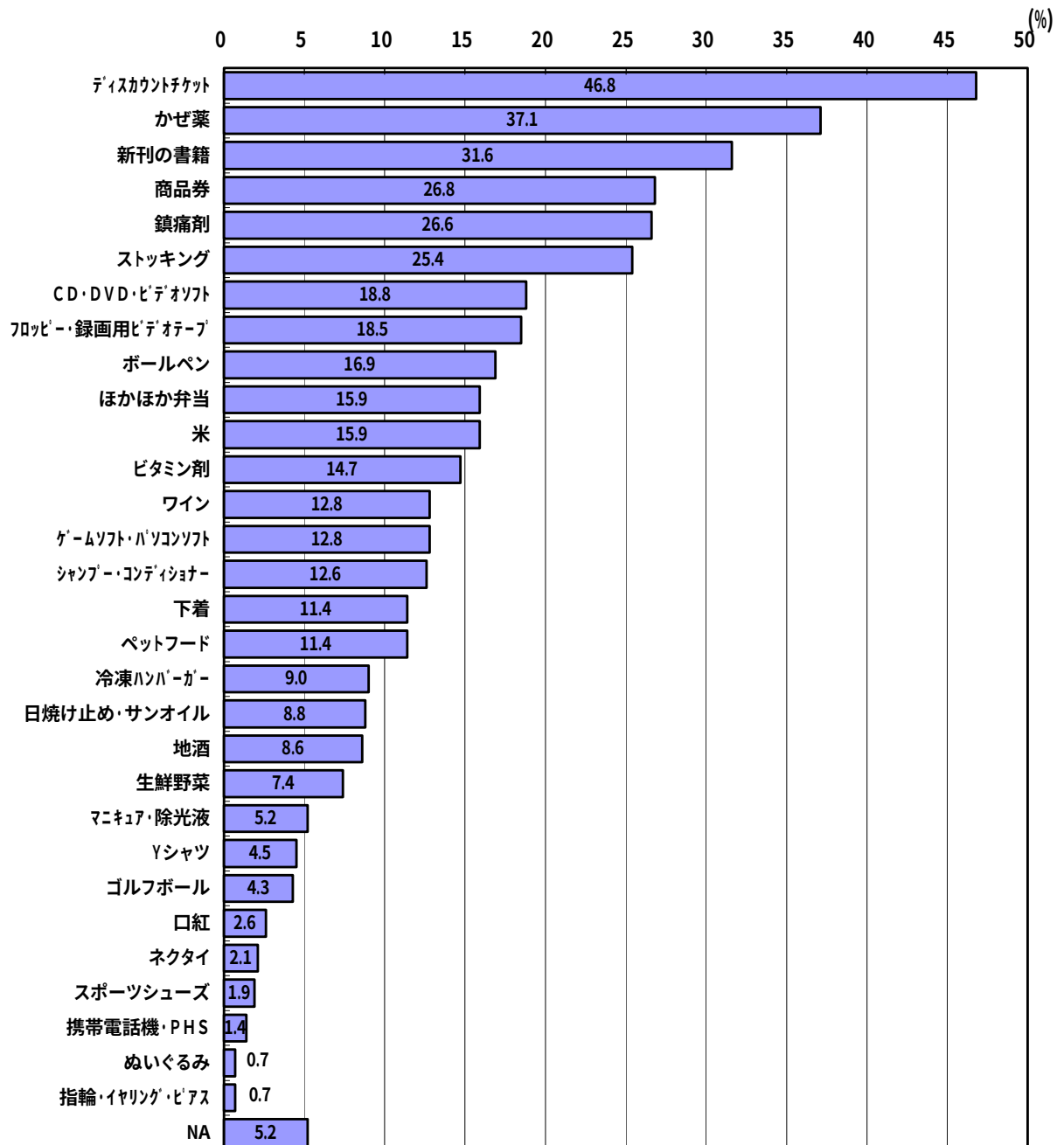


２．これからの自販機ニーズについて

(1)自販機で買えたらよいと思うもの ―チケット類、医薬品とソフトー

自販機で買えたらよいと思うものを、提示した 30 品目の中から選んでもらった結果（複数回答）をみると、「ディスカウントチケット」や「商品券」といったチケット類、「かぜ薬」「鎮痛剤」や「ビタミン剤」などの医薬品、「新刊の書籍」や「CD、DVD、ビデオソフト」などのソフト関係商品が上がり、女性には特に「ストッキング」が自販機で購入できることが望まれている。

[自販機で買えたらよいと思うもの（複数回答）]



3. 2000 円前後の商品を売る自販機に求められるもの

(1) 無人販売への不安さ、不便さがそれほど強く感じられていない

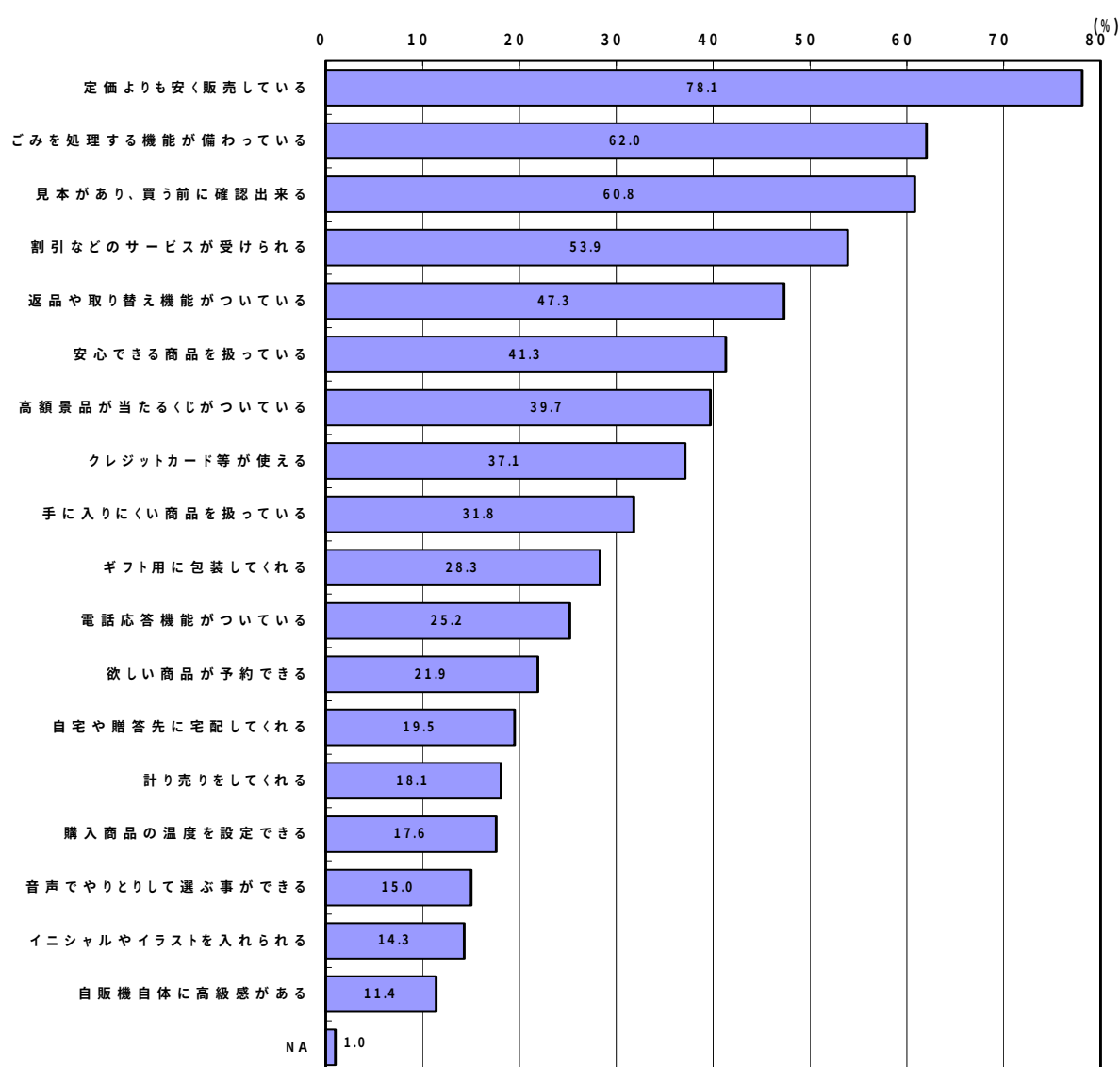
販売単価があがっても自販機は無人で売るわけだが、その点の不安さ、不便さに対しては「問い合わせに答えてくれる電話応答機能つき」が 25.2%、「店員と対話している

ように音声でやりとりして選べる」が 15.0%とそれほど多くない。2000 円前後の商品の販売においては、まだ無人販売への不安さ、不便さがそれほど強く感じられていないと思われる。

2000 円前後の商品を売る自販機に「購入商品に海外旅行やパソコンなどの高額の商品が当たるくじがついてる」ことを求める人は 39.7%、「現金だけでなくキャッシュカードやクレジットカードなどが使える」が 37.1%、「他では手に入りにくい商品を扱っている」が 31.8%となる。

購入商品が 2000 円になることにより、「自販機自体に購入商品に見合った高級感」が必要と思う人は 11.4%と少ない。

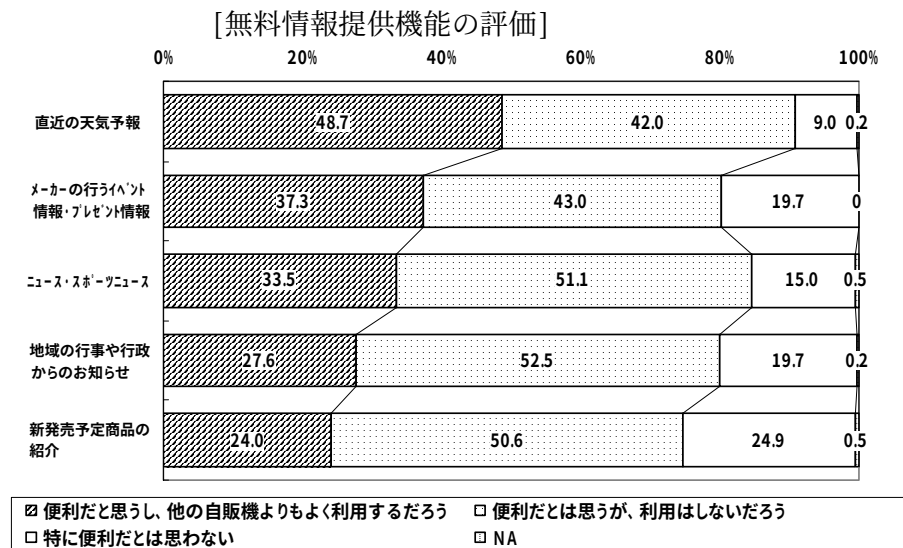
[2000 円前後の商品販売の自販機に必要と思われる機能やサービス]



4. 自販機の情報提供について

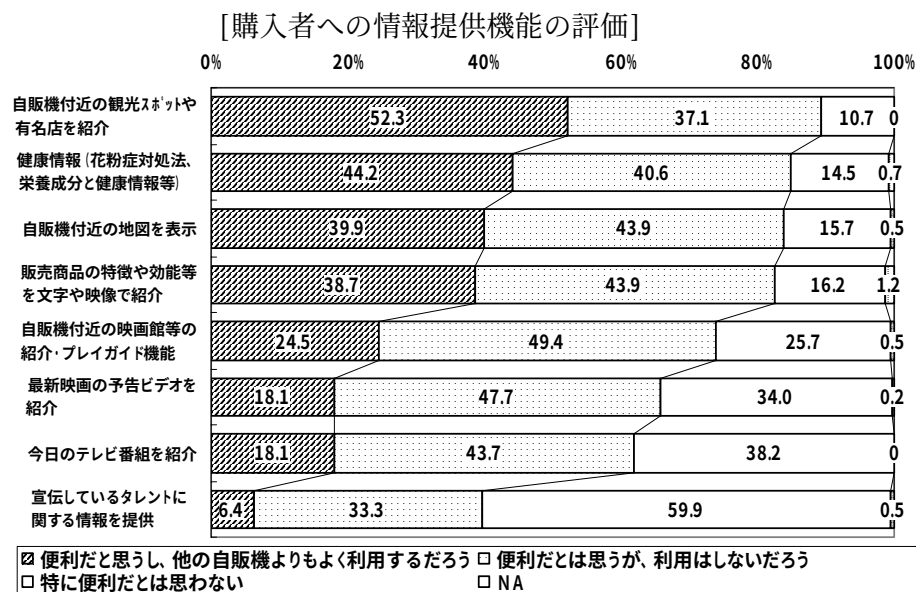
(1) 天気予報は自販機の価値を高める情報

電光掲示板などで無料で情報提供する自販機は、7割以上の人に便利だと思われる。なかでも「直近の天気予報」は9割の人が便利と回答し、ほぼ半数の人はこの情報が流れている自販機を他の自販機よりもよく利用すると回答している。天気予報の提供は自販機の機能として他との差別化となる機能である。



(2) 観光スポットや有名店等の情報提供が自販機の利用を増やす

無料ではなく、商品を購入した人にだけ情報提供される機能でも、提供する情報の内容によっては利用ニーズは高い。「自販機付近の観光スポットや有名店を紹介」してくれる機能は9割の人が便利だと思い、商品の購入が条件にもかかわらず、半数以上の人が他の自販機よりもよく利用すると答えている。



III. 調査結果の考察

1. 既存の自販機について

(1) コンビニにも自販機の設置が必要

- 同じ距離なら自販機よりもコンビニを利用する消費者
- 買う楽しさの演出は自販機にも必要
- 消費者の多様な購買心理を考えるとコンビニにも自販機をおくべき

自販機の利点のひとつは身近なところで、24 時間いつでも買えることであるが、コンビニが増えたことでこの利点が薄れてきている。「近くにコンビニと自販機があった場合、自販機で買う」人は 15.5%しかいない。自販機 1 台がコンビニ一店と競うわけではないが、自販機の違う利点をアピールする必要があるが出てきている。

コンビニの品揃えに対抗して、1 台の自販機で缶コーヒーなら缶コーヒーだけを複数のメーカーの製品を各種取り揃えて売ることへの消費者ニーズは高く、一部実際に取り組みもみられる。

買う楽しさの演出も大切である。ダイソーの百円ショップは瞬く間に店舗が増え、マツモトキヨシは主要な地域にはほとんど見ることができる。これらは価格の安さもさることながら、数百円から数千円でいろいろな面白い物を手に入れられる、という購買の楽しさを演出している。コンビニの品揃えもその影響が出てきているが、自販機版「百円ショップ」や「ドラッグストア」は十分考えられる。複数の自販機を並べ、雑多な商品を販売している雰囲気を出し、一つ一つの商品は低価格として値ごろ感を持たせる。百円玉の取り扱いが自販機の得意分野である。釣り銭も間違えないし、まとめ買いもできる。これに加えて自販機独自の商品を揃えたり、商品の入れ替えをこまめに行えばさらに購買効果は高い。

自販機にはさらに別の利点もある。少量でも気兼ねせず買える。1 個、2 個の少量を買うのに抵抗がなく、レジを通すわずらわしさが無い。店員に会わなくて済む気軽さもあるし、無言のまま買い物が出来るといったコンビニには無い利点もある。

ショッピングの楽しさとは別に、日常の決まりきった買い物が手早く気軽にできる利点は大きい。消費者の特性やそのときの気分に合わせて購入先を変えられる利便性を考えると、コンビニにも自販機を設置する必要があるのではないだろうか。

(2) 自販機の中身商品をソフト分野に広げる

- 自販機の中身商品の多様化にはソフトが有望
- 新刊の書籍やCD、ビデオソフトなどはタイトルさえ分かれば中身の確認が必要ない
- 指名買い商品を幅広く検討すれば、自販機で販売できる商品が広がる

「自販機が増えると生活が便利になると思う」人は 29.9%である。「今の自販機にはぜひ買いたいと思う商品がない」人が 34.7%いる。最も消費者の自販機感を表しているのは「普段あたりまえのように使っているのに、ないと困る」(47.6%)かもしれない。現在の販売品目だけでは、自販機がこれ以上増えてもあまり便利さは変わらないのだろう。43.0%の人が「もっといろいろなものを売る自販機があったよい」と答えている。

では消費者が自販機で買いたい商品は何か。自販機で買えたらよいと思うものを聞いた結果では「新刊の書籍」が 31.6%挙げられている。また、自販機で購入したい 2000 円以上のものを聞いた結果にはCDやビデオソフト、パソコンソフトなどが書籍とともに挙げられている。いわゆるソフトを自販機から購入したい人が多い。

販売部数の多い月刊雑誌が書店のレジ前にすでにカバーをつけた状態で売られていることがある。購入者にはその方がすぐに品物を受け取ることができて便利なわけだが、ここから購入品が決まっている場合は中身を確認する必要が無いことが分かる。もし書店が閉まった後でも書店前の自販機からカバーがされた書籍が購入できたら便利と思う人は多いだろう。

購入ブランドが決まっている商品、中身を確認しなくても買える商品にはこのことは広くあてはまるだろう。GAPやユニクロなどカジュアル衣料品が若者を中心に幅広く人気だが、これらは定番商品でサイズも細かくない。このような商品は包装がされた状態で買えれば、自販機から購入してもよいと思う人は多いのではない。同じように、日用雑貨の定番品を売る無印良品なども 24 時間買えると便利になる。

このように、消費者がすでに商品の内容に熟知していて、指名買いをするような商品について幅広く検討をしていくことで、今後自販機でも販売が可能な商品はかなり見つけられるであろう。

2. これからの自販機について

(1) 情報提供で差別化する

- 既存の自販機での廉価販売は進んでいない
- 情報提供は購入者へのサービスの有効手段
- 情報提供は自販機の差別化と、利用者の拡大に効果的

既存の自販機で販売している商品は 120 円の飲料や 250 円のたばこなど 500 円以下の商品が主流となっている。消費者の低価格指向が強いことは自販機にもあてはまり、自販機商品に値引がほとんど無いことへの不満は高くなっているが、単価の低い商品ではなかなか消費者の要望には答えにくい状況にある。もっとも屋内設置型の自販機の中には 120 円の飲料を 110 円や 100 円で売るものもあり、廉価販売の実現は自販機に係る関係者の努力次第の面もある。

販売価格は定価でも、購入に際して付加価値を加えて消費者にお買い得感を持たせることは可能である。その一例となるのが自販機による情報提供である。

自販機はコンビニやキヨスクなど他の販売チャネルとの競合もあるが、場所によっては自販機が林立し、同じ商品売る自販機同士で競合するところもある。今回の調査の結果をみると、無料で「直近の天気予報」が流れている自販機は、ほぼ半数の人が他の自販機よりもよく利用すると答えている。

その自販機での購入が条件としても、情報の内容によってはその自販機の利用率を大幅に上げる可能性が高い。例えば観光地に行って目的の場所を探したい場合に、自販機が教えてくれれば便利だろう。地図を表示してくれるのも助かる。その時期に必要な情報、例えば春先の花粉情報とその対処法に関心を示す消費者は多い。

情報の提供は既存の自販機利用者だけに有効なのではなく、普段は自販機を利用しない人も利用者にする効果がある。

(2) キャッシュレス化が自販機を大きく変える

- 自販機の料金支払いが携帯電話でできると購入機会のロスが減る
- 携帯電話やクレジットカードが使えるキャッシュレス自販機は釣り銭の問題を減らせ、値付けや割引など多様なサービスが展開できる

いよいよ平成 12 年の秋にも携帯電話で自販機の商品が買えるようになると報道されている。自販機やゲーム機、駐車場精算機などの支払いが携帯電話ででき、携帯電話の通話料金や銀行口座などから引き落とされるシステムである。「小銭がなくて自販機で買えないときがある」人は 78.1%もいるが、このシステムやキャッシュカードが使えることでそのような不便さは解消する。今回の調査でも回答者の携帯電話・PHS の保有率は 65%に達しており、携帯電話は今後もさらに普及が見込まれている。

消費者の利便性の向上もさることながら、この自販機は販売者、設置者側の利点も大きい。このシステムとキャッシュカードやクレジットカードでの支払いを組み合わせればキャッシュレス自販機が可能となるからである。キャッシュレスになるとまず釣り銭に関する問題が少なくなる。釣り銭の盗難や釣り銭目当てのいたずらが減り、釣り銭切れや釣り銭の補充、売り上げの回収などお金に関する問題に費用をかけなくてよくなる。

釣り銭の心配が無くなることから、さらに販売金額を自由に、1 円単位で決めることができるというメリットが生まれる。そのため、これまでの自販機では実現できなかったディスカウント価格への対応も可能となる。198 円、298 円、315 円など 1 円単位の金額も設定でき、店頭と同じようなお買い得感の演出もやりやすい。値段の表示機能をプログラム管理すれば、値段を日替わりにしたり、タイムサービスを実施することも可能になる。学校のそばにある自販機では、生徒の登・下校時に清涼飲料をまとめ買いするとおまけがもらえたり、オフィス街の自販機では 3 時にコーヒーを割引したりといったきめ細かいサービスも考えられるようになる。

釣り銭の盗難リスクが低減することで、高額商品の販売も拡大が見込まれるなど、自販機はキャッシュレス化によって大きく変わることが期待される。

(3) 2000 円札の発行を機に自販機での高額商品の販売を拡充する

- 1000 円札、2000 円札等紙幣専用の自販機で魅力ある商品やサービスを提供
- 女性のニーズに応える生活に身近な高額商品の取り扱いを増やす
- ネットワーク機能も活用し、多様な商品供給により、自販機での高額商品の販売を増やす

2000 円札の発行を機に紙幣専用の自販機ができれば面白い。販売金額を税込み 1000 円、2000 円などに設定し、1000 円札か 2000 円札だけが使える紙幣専用自販機が考えられる。市価 2500 円のものが 2000 円で買えるとか、その自販機でしか買えない魅力的な商品を扱うなどの工夫を加えれば利用ニーズは見込まれる。もちろんこのような機能にふさわしい販売商品の検討や、提供できるサービスを幅広く研究する必要はある。

その販売商品の検討の際に参考となるのが、今回調査した「自販機で購入したい高額商品」の結果である。「チケット、入場券」「CD」「プリペイドカード」や「米」「医薬品」「本」「乳児・幼児用品」が挙げられている。中でも女性には「図書券・商品券」や「花」など 2000 円以上の多様な商品が挙げられている。生活に身近な商品でも、スーパーやコンビニへ出かけずに近くの自販機で購入できることの魅力は大きい。

一方、チケットなどの自動販売は、すでに端末が開発されてコンビニなどに設置されている。自販機が情報端末型になるか、今の物販自販機の併用機能とするかなど、新たな機能の組み込み方が決まれば実現は早そうである。高度なネットワーク機能を使えば、商品関連情報の提供やソフトのダウンロードでの販売も可能となる。

今後の自販機はネットワーク機能を持ち、その機能をフルに活用して消費者ニーズに合致した多様な商品を供給することにより、高額商品の販売を増やしていけるものとしたい。

(こばやし せいいち)