

自動販売機の定義と産業構造

① 自動販売機の定義

「自動販売機とは？」と問われたとき、正確に答えられる人は少ないのではないか。

総務省の「日本標準商品分類」によれば、自動販売機は大分類6「その他の機器」の中分類58「自動販売機及び自動サービス機」に分類されている。さらに、小分類58 1で「自動販売機」、同58 2で「自動サービス機」に細分化されている。では、業界における一般的な定義は、いかなるものだろうか？

定説としては、「通貨もしくはそれに代替する

ものの投入・挿入等により、自動的に物品の販売またはサービスを行う機器」である。

通貨に代替するものとしては、電子マネー、クレジットカード、デビットカード、プリペイドカードなどが存在している。

① 「自動販売機」の定義

小分類における自動販売機とは、前述の条件を満たし飲料、食品、たばこ、日用品雑貨などの物品や乗車券、食券などを販売する機器であることが、簡単におわかりいただけだと思う。

② 「自動サービス機」の定義

自動サービスとは、何を指すのだろうか？
自動販売機業界では、提供するサービスにより3つに大別している。

1つ目は、場所の提供をする機器である。代表的なものとしては、コインロッカーがあげられる。

2つ目は、物品の貸出を行う機器である。ゴルフボールの貸出機、CD・DVDなどのレンタルマシンが該当する。

3つ目は、両替、精算を行う機器で、両替機（金融機関に設置されているものは除く）や駐車場・ホテル・病院などの料金自動精算機などがある。

余談となるが、「両替」は本来商いであり、両替手数料を取られた。現在での金融機関で一定金額以上を両替する場合などでは、手数料が派生することもある。もちろん、現在の自動サービス機の両替機は、ノーコミッションである。

③ 自動販売機でないもの

通貨を取り扱う機器であってもゲームセンターなどの娯楽機器、銀行などのATMや両替機は、自動販売機に該当しない。

なお、自動改札機は、業界では自動サービス機

として扱っていないが、日本標準商品分類では自動サービス機に分類されている。

2 自動販売機産業の構造

ここで、本論に入る前に自動販売機産業の構造について簡単に説明する。

(1) プレイヤー

自動販売機産業に関係するプレイヤーは、次のように大別される。

- ・ 自動販売機メーカー
- ・ 通貨関連機器メーカー
- ・ 中身商品メーカー
- ・ オペレータ
- ・ ロケーションオーナー

・設置、整備事業者

① 自動販売機メーカー

現時点における主たる自動販売機メーカーは、以下の通りである。

- ・飲料自動販売機……富士電機、サンデン・リ
- ・テールシステム、パナソニック、クボタ
- ・たばこ自動販売機……グローリー、芝浦自販機、富士電機、クボタ

- ・券類自動販売機……高見沢サイバネティックス、日本信号、オムロンソーシアルソリユース、シンゾブ、シンフォニアテクノロジ、NEC
- ・Cマガナスコミュニケーションズ

② 通貨関連機器メーカー

硬貨選別装置、紙幣識別装置、カード読取装置などを製造する企業で、日本コンラックス、パナソニック、富士電機、サンデン・リテールシステ

ムなどがある。

③ 中身商品メーカー

自動販売機で販売する商品＝飲料、食品、たばこなどのメーカーを指す。

④ オペレータ

自動販売機の管理運営を生業とする事業者。中身商品メーカーが兼業するケースもある。

⑤ ロケーションオーナー

ロケーション（自動販売機の設置場所、以下同じ）の所有者もしくは管理者。後述するが、自らオペレータ業務を行う場合もある。

⑥ 設置、整備事業者

自動販売機のロケーションへ設置作業、故障時などのメンテナンスなどを生業とする事業者。

なお、飲料自動販売機に関係する業界団体とし

て、次のような団体がある。

- ・ 一般社団法人日本自動販売機工業会……自動販売機メーカー、通貨関連機器メーカーの集まり。通称、JVM A。
- ・ 一般社団法人全国清涼飲料工業会……清涼飲料メーカーの集まり。通称、全清飲。
- ・ 日本自動販売協会……オペレータの集まり。通称、JAMA。
- ・ 日本自動販売機保安整備協会……設置、メンテナンス事業者の集まり。通称、自保協。
- ・ 清涼飲料自販機協議会……先の4団体で構成。省エネ、安全設置など飲料自動販売機にかかわる案件を業界横断的に協議する機関。

(2) 飲料自動販売機の管理運営形態

缶・ボトル飲料自動販売機の管理運営形態は、

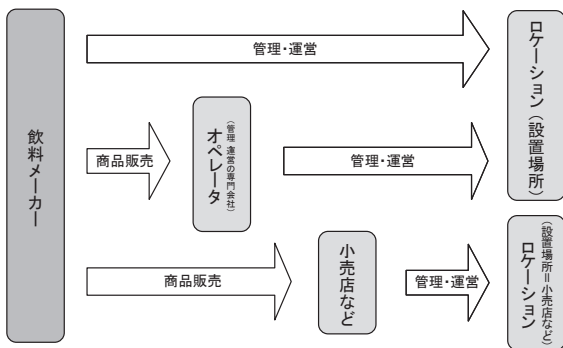
フルサービス方式とレギュラーサービス方式に分けられる。

① フルサービス

中身商品メーカーもしくはオペレータがロケーションを開拓し、ロケーションオーナーとの契約の下に自動販売機を設置した後、商品の配送・補充、売上金の回収、釣銭の補充、自動販売機回りの清掃、空容器の回収・リサイクルなど、自動販売機の管理運営に関するすべての作業を行う形態。

オフィス、工場、公共施設、学校などのロケーションでは、フルサービスが主流である。

ロケーションオーナーに対しては、ロケーションマシンもしくはロケーションフィーと呼ばれる一種のテナント料のようなものが売上げに応じて支払われる。電気使用料は、一般的にこの中に含まれる。



図表 1-1 自販機の管理・運営と商品の流れ

図表 1-1 に示す上段および中段のフローがフルサービスの流れである。上段のフローは、飲料メーカーが自ら管理運営するケース。中段のフローは、オペレータが飲料メーカーから貸与された自動販売機を管理運営するケース。オペレータが自ら自動販売機を購入し、管理運営するケースもある。このケースでは、複数の飲料メーカーの商品が販売されることが多い。

② レギュラーサービス

飲料メーカーから貸与された自動販売機をロケーションオーナーが自ら管理運営し、オペレータ業務を実施する形態。

飲料メーカーが担うのは、自動販売機の設置、商品の配送、自動販売機の修理・撤去のみとなる。

商店の店頭に設置されている自動販売機は、レギュラーサービスによるケースが多い。レギュ

ラーサービスは日本独特の方式で、欧米ではほとんど見られない。

なお、カップ式自動販売機は、ほぼ100%オペレーターもしくは飲料メーカーによるフルサービスである。

