실협뉴스

OKBANEWS

www.okbacanada.com

2023 October No. 837

Ontario Korean Businessmen's Association Magazine

50 ANNIVERSARY

캐나다 현대사와 함께한 실협 50년 조합 40년

Publisher : Ki-Ho Shim / Publication Mail Agreement No : 41140510

Return Undeliverable Canadian Address to : Ontario Korean Businessmen's Association

169 The West Mall, Etobicoke, ON. M9C 1C2 Tel(416)789-7891 Fax(416)789-7834

www.okbacanada.com

OKBA

온타리오한인실업인협회

Ontario Korean Businessmen's Association

OKBA 회장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)
OKBA 부회장 : 신재균 (Jae Gyun Shin)
이사회 : 이사장 한갑준 / 부이사장 허창훈
감사 : 류무열 / 류승진
사업개발팀 : 이주녕(Brian Lee) brianjn1108@okba.net
홍보/디자인팀 : 실장 김광일(Ted Kim) tongilisysj@yahoo.com
현미영(Mimi Hyun) design@okbacanada.com
사무실 : Tel (416) 789 - 7891 / Fax (416) 789 - 7834

KBA

한인협동조합

Sincere Trading of KBA

KBA 운영이사장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)
KBA 부이사장 : 공석
운영이사 : 나경찬 / 류무열 / 신재균 / 심기호 / 한갑준 / 허창훈
감사 : 장육용 / 장해민
매장 총괄부장 : 권혁선 (Hyuk Sun Kwon)
사무장 : 줄리아 배 (Julia Bae)
사무실 : Tel (416) 789 - 7544 / Fax (416) 789 - 5013
매장 : Tel (416) 867 - 1444

CONTENTS

03 / OKBA / 조합 합동 골프 토너먼트

04 / 2023년 OKBA 골프대회 주요 사진

05 - 07 / 편의점 업계, 커피 업그레이드 경쟁 가열

08 - 09 / UKCIA 정기총회

10 / 연방 리콜 조치 음료 확대

11 - 12 / 고물가 시대, 초콜렛 시장 탄탄대로

13 - 14 / 눈길 사로잡는 신상품 소개
샌드위치 큰손 '서브웨이', 사모펀드에 인수 예정

15 - 16 / 글로벌 혁신 편의점 이모저모

17 - 18 / AI 기반 미니 워크인 편의점 등장
팹시, 멀티팩 플라스틱 링 퇴출

19 / 인도 유학생이 문을 연 편의점

20 - 21 / 에드몬튼의 이색적 편의점 이야기

22 / KBA Special Sale (October 15 - November 14)

23 / DIRECTORY

OKBA / 조합 합동 골프 토너먼트

2019년 이후 첫 대규모 이벤트 행사 성료

▲ 2019년 이후 처음 가지는 OKBA골프토너먼트 행사장 Cardinal G.C의 클럽하우스 전경. 푸른 하늘과 단풍이 건물과 잘 어우러져 가을 정취가 물씬 풍겨나고 있다.

기나긴 팬데믹으로 3년 동안 치르지 못했던 OKBA골프토너먼트가 올해 9월 28일(목) 다시 열렸다. 조합과 공동으로 주관한 대회는 회원, 공급사 관계자, 조합 이용 매출 상위 기록 고객들, 그리고 두 단체의 자문위원 등을 초청해 성대히 개최됐다. 장소는 과거 협회 골프토너먼트를 빈번하게 가졌던 카디날 골프 클럽(Cardinal Golf Club ; 2740 Davis Dr W, King, ON)의 동부(East Wing) 18홀이었다.

전형적인 청명한 가을 날씨를 배경으로 오랜만에 가지는 친선 이벤트인 만큼 주최측과 반가운 초청 손님들이 한데 어우러져 백구를 날리는 짜릿한 즐거움을 만끽했다. 10시 30분부터 등록과 함께 이른 점심을 먹은 후 12시부터 티오프에 들어갔다. 총 140명의 참석자들이 홀을 동시에 시작하는 샷건 방식이며 친선대회인 만큼 과거처럼 베스트볼 방식으로 진행했다. 점심은 핫도그와 햄버거 중 하나를 택할 수 있도록 했다. 맥주 쿠폰을 배포해 게임을 즐기며 갈증도 해소할 수 있었다.

참석한 공급사는 원솔류션, MPS, G7, JTI, NCT, 타겟, 임페리얼, JTI 등이었으며 많은 공급사들이 홀 스폰서 역할을 맡았다. 전날 타주에서 UKCIA 정기총회에 참석한 지역단위 KBA 임원들도 초청돼 함께 행 사를 즐겼다. 공급사와 회원들 중 10여 명의 여성 회원들도 함께 했다.

경기가 종료된 후 6시 경에 클럽 하우스에서 2부 순서인 만찬과 래플티켓 경품 행사등이 이어졌다. 사회는 신재균 부회장이 맡았다. 경품은 70인치, 65인치, 55인치 고화질 TV와 고가의 골프 클럽, 골프 백 등 푸짐한 상품이 준비됐으며 한사람의 독식을 막기 위해 래플 티켓은 100불을 초과해 구입하지 못하도록 했다. 팀별 대항전 1등 상품은 200불 상품카드가 팀원 각각에게 주어졌다.

한편, 실질적인 그랑프리 상품이라고 할 수 있는 안마의자를 놓고 모로코 지진 참사 피해자를 돕기위한 성금 목적으로 경매 행사를 벌여 이채로웠다. 시중 가격이 7,000불에 육박하는 고가 상품인데 협찬을 받았으며 2000불대부터 시작된 호가는 4,500불에 낙찰됐다.

행사를 무사히 마친 후 심기호 회장은 "12시 티오프 시간 전에 모든 등록절차가 완료돼 정시에 행사가 시작될 수 있었던 것은 출발부터 좋았다"면서 "화창한 날씨에 오랜만에 만나는 동료, 선배 회원들과 초청인사들을 한자리에서 만나 소식을 묻고 정담을 나눠 뜻깊은 하루였다"고 크게 만족을 표시했다.

참석자 전원에게는 기념품으로 모국에 특별 주문, 수입한 고기구이용 솥뚜껑 불판이 제공됐으며 경기 중에 즐길 수 있도록 음료와 다양한 주전부리를 담은 구디백도 하나씩 주어졌다. 전체 행사는 8시 조금 넘기며 마무리됐으며 모두가 유쾌한 하루를 보낸 흡족한 마음으로 귀가했다. ■

2023년 OKBA 골프대회 주요 사진

정시 출발 직전

멀리 타 주에서 온 UKCIA 임원들 한자리에

여성회원들도 오랜만의 화려한 외출

신중한 퍼팅을 준비하며

즐거운 저녁 만찬

경품 추첨 시간

편의점 업계, 커피 업그레이드 경쟁 가열

고품격 변신 후 매출 현격한 상승

▲ 프리미엄 커피맛을 홍보하기 위해 이동 트럭을 통해 순회 마켓팅을 벌이는 서클케이. 사진은 미국의 한 병원 인근 공터에 'Kafe'라는 간판의 트럭을 대놓고 병원 방문객에게 시음 캠페인을 펼치는 모습이다.

세븐일레븐, 서클케이 그리고 대형 정유사의 자회사인 주유소병설편의점 체인사들이 최근 푸드 서비스 분야에서의 업그레이드 경쟁에 여념이 없다. 그 중에서도 커피 서비스 분야가 단연 돋보인다. 통크게 투자해 품질을 높이고 있는데 최신 장비와 프리미엄급 원두 등 원재료 등이 가일층 업그레이드 되고 있다. 이는 미국은 물론 캐나다까지 포함해 북미주 전반에 걸쳐 일고 있는 붐이다.

제휴사의 하나인 프랭크 커피(Franke Coffee Systems Americas)의 마켓팅 매니저 팀 콕스씨 말을 먼저 들어본다. "커피 고객들의 맛 분별력과 취향이 그 어느때보다 까탈스러워지고 있다. 소비자 니즈에 부응하지 않을 수 없다. 특히 밀레니얼과 Z세대가 이런 변화를 견인하는 모습이 역력하다.

세븐일레븐이 최근 실적 발표를 하면서 북미주 13,000여 개 매장 중 거의 5,000개 업소의 커피 프로그램이 개선됐음을 보고했다. 앞으로 남은 곳들도 속속 업그레이드 계획이라고 한다. 커피 서비스의 현대화 작업에 거금의 투자를 쏟고 있는 것인데 질좋은 원두가 곧바로 드립해서 잔에 옮

(주) 하이쿨텍 냉동 · 히팅
"신속하고 쿨한 서비스를 약속합니다!"
Canada Heating & Cooling Licensed Technician
전문적인 기술자가 뭉쳐 기술 시너지 효과(Synergy Effect)를 극대화 하겠습니다
heating and cooling
• 업소용 - 냉동, 히팅, 에어컨, 워킹쿨러/후리져, 덕트, 케노피
• 가정용 - 냉장고, 히팅, 에어컨, 전기, 배관 외
• 상업용 - 공장, 상가 및 교회 건물관리 (냉난방 시스템 외)
• 세탁전문점 장비 일체 수리
• 자동제어, 수중모터 및 보트엔진 수리 외
HI-COOL TECH
에어컨 설치 문의 환영
김순석 (Peter Kim)
정거리 출장수리 가능
신용과 책임을 우선 합니다.
416.909.7114

박효진 (Roland Park) BROKERTEAM INSURANCE
Cell (416)985-5287
■ 집, 자동차 단체보험
■ 상업용 건물, 가게 단체보험
■ Beer & Wine 가게 맞춤보험
■ 프로그램스토어 특별할인보험
Main (905)770-8828
Fax (905)770-8851
roland.park@brokerteam.ca
실업인협회 단체보험

겨져 맛의 고품격을 꾀하는 것이 최우선 목표다. 또한 특별한 종류의 맛을 개발해 다양화를 도모하고 있고 찬 커피도 종류를 확대하고 있다. 이는 간편 식사 대용물 예를 들어 갓 구워낸 빵에 곁들여 마심으로 궁합이 더 어울리게 된다.

사실 커피는 편의점 푸드서비스 운영에서 대단히 큰 몫을 차지한다. 그 자체로 하나의 주요 마켓을 형성하고 있다. 대 략 북미주 성인의 2/3가 매일 커피를 마시고 있다. 이들 중 91%가 집 밖에서 일주일에 최소 한번은 사마신다. 미국 커피협회가 밝힌 자료다.

커피는 또한 보상 프로그램과 짝을 이루기 안성맞춤의 품목군이다. 예를 들어 주유소병설편의점의 경우 기름값 할인 프로그램을 개발할 때 커피와 연계하기 좋다. 많은 편의점들이 주유 포인트 적립 총량이 일정치에 달하면 무료 커피를 제공하는 방식을 채택하고 있다. 일부 편의점들은 커피까지 포함해서 회원제 프로그램까지 개발해 서비스를 제공하고 있다. 그러면 왜 이렇게 편의점들이 앞다퉈 커피 서비스 업그레이드에 집중하고 있는 것일까? 그리고 이러한 마켓팅 트랜드는 전체적으로 어떤 방향으로 나아가게 될까?

커피 서비스 공간의 변화

편의점 커피가 사실 지금처럼 고급스러워서 전문 커피점 수준과 대적할 만하다는 자부심을 과거부터 누렸던 것은 아니다. 흘려받은 한주전자 커피가 덩그렇게 한쪽 구석에 놓여 있고 그나마 시간이 좀 지나면 맛도 없고 미지근한 구색맞추기용 푸드서비스에 지나지 않던 시절이 있었다. 유감스럽게 지금도 일부 편의점은 이런 모습 그대로다. 독립편의점들이 대개 그렇다.

세월이 지나면서 소비자들의 입맛이 점점 고급화됐고 전문 커피점들의 프리미엄 커피들이 대중화되니 편의점이 이를 못본체 할 수가 없는 지경에 이른다.

편의점이 처음 주목한 것이 컵이라도 고급스럽게 하자는 것이었고 그 다음으로는 이왕하는 진열을 좀더 멋지게 하자는 것이었다. 그리고 커피 서비스 관리에 신경을 쓰게 됐고 마지막으로는 커피 맛 자체의 고급화를 생각하게 되면서 원두라는 재료까지 생각이 미쳤다. 편의점 커피 고급화의 역사는 이렇게 단계적으로 시간차를 두고 발전해왔다.

이처럼 편의점 커피의 격이 한껏 높아졌는데도 아직 고객들이 그 실상을 잘 몰라 홍보에 열을 올리고 있 다. 서클 케이가 대표적이다. 원두에서 곧바로 컵에 담기는 설비를 7,000개 매장에 새로 설치한 후 올해 초부터 창의적인 홍보 마켓팅에 집중하고 있다.

트럭 순회 방식으로 사람 많이 모이는 장소에서 'Kafe'라는 간판을 달고 서클케이 커피를 시음시키고 있는데 일단 프리미엄급 맛을 알린 후에 서클 케이 매장에서 동일한 맛의 커피를 즐길 수 있도록 하자는 것이다.
이 기발한 마켓팅을 과감히 시행하게 된 이유는 시장 조사 결과 응답자의 55%가 편의점 커피는 일반 커피숍 커피보다 맛이 열등하다는 관념을 가지고 있음을 확인한 때문이다. 이런 고정관념을 깨는 것이 가장 중요한 과제라는 절박한 인식이다. 반응은 매우 좋았고 마켓팅의 성공이었다.

▲ 장비현대화를 일찌감치 단행한 7-Eleven의 커피 프로그램

"원두에서 직접 컵으로"(bean-to-cup)라는 슬로건은 편의점 업계의 공통된 구호가 됐다. 시간이 지나 신선도가 떨어지는 커피는 편의점에서 더 이상 취급하지 않겠다는 강한 의지의 표출이다. 최신 커피 장비 교체 붐이 이래서 편의점 업계의 붐을 이루고 있다.

미국 매릴랜드 주에 본사를 두고 약 300여 개의 편의점 체인을 거느리고 있는 대쉬인(Dash In)은 이미 2018년에 이 슬로건하에 장비를 모두 교체했다. 고객들로부터 큰 호평을 받았고 식음료 담당 총책 바바라 노바씨는 한 인터뷰에서 다음과 같이 말했다.

"고객의 커피 경험이 호의적으로 바뀌는데 결정적이었으며 영업 효율성면에서도 낭비요소를 제거하고 관리의 간소화 등을 거둘 수 있었다. "bean-to-cup" 접근은 매장의 격을 높였으며 품질의 우수성이야말로 '지속가능한' 경영의 요체임을 절감했다."

지금이 업그레이드 최적기

수많은 편의점들이 앞다퉈 커피 서비스 수준 향상을 최근 수년에 걸쳐 단행해왔는데 왜 하필 이즈음에 이런 붐이 일어나게 됐나? 편의점에서 차지하는 커피의 비중이 비약적으로 높아진 때문이다.

아침 시간대는 편의점에서 아주 중요한 시점이다. 출근하는 사람들이 늘어나면서 커피와 간단한 아침식사 대용 콤보 메뉴가 인기를 끌고 있다. 특히 젊은층 고객들의 편의점에 대한 애호감이 급격한 증가세를 보이는 긍정적 분위기는 커피 프로그램을 결코 소홀히 할 수없는 중대한 변수가 됐다.

전미커피협회 조사에 의하면 젊은층일수록 즉석 원두커피 취향이 강하다. 특별한 맛의 커피 선호는 이들이 주도한다. (*참고로 '원두커피'라는 말은 서양에서 쓰는 표현은 아니다. 한국식으로 인스턴트 커피와 구분하기 위해 신선하게 바로 내린 커피라는 의미를 강조하기 위한 표현일 뿐이다.)
고물가 시대로 한푼이 아쉬운 세상이지만 특별하고 고급진 맛의 커피

를 즐기겠다는 욕구는 식지 않고 있으니 편의점이 고급 커피를 취급한다면 이 트랜드를 잘 반영한 현명한 전략이라고 하겠다. 평범한 맛의 커피로 만족하던 고객들도 업그레이드된 커피를 편의점에서 일단 경험만 하게 된다면 입맛이 바뀔 가능성은 매우 높다는 것이 전문가들의 진단이다.

업계의 한 전문가는 "프리미엄 커피에 길들여지기만 하면 편의점 방문 횟수가 크게 증가한다. 타 품목 쇼핑까지 이어지면서 시너지 효과까지 감안하면 고급 커피로의 변화를 도모하지 않을 이유가 없다."고 말한다.

체인 편의점을 중심으로 커피 수준 증대에 쏟는 노력은 앞다퉈 강화되고 있고 에스프레소를 기반으로 하는 커피 외연 넓히기로 발전하고 있다. 소비자 수준이 높아지며 이에 부응하기 위해 질을 높이고 질이 높아지며 소비자 입맛도 고급화되는 선순환의 발전이 일어나고 있는 분야가 바로 편의점 커피다.

놀라운 결과들

신선한 즉석 원두커피를 위한 장비 교체도 중요하지만 좋은 원두를 공급받을 수 있는 제휴처도 중요하다. 체인 편의점들은 커피 프로그램의 향상을 위해 거래처 발굴에도 많은 노력을 쏟는다. 그렇게 해서 성공한 체인 편의점 사례는 미국에서 부지기수다. 대표적으로 미국 굴지의 편의점 프렌차이즈 Kum&Go는 지역에 든든한 뿌리를 두고 있는 Blk&Bold라는 회사와 제휴해 소비자 선택의 폭을 크게 넓히고는 커피 매출이 크게 올랐다. 바닐라, 모카, 헤이즐넛, 캬라멜 등이 이 중에서도 가장 인기가 높다고 한다.

미국의 경우 소비자 52%가 특별한 맛의 커피를 일주일에 최소 1회 이상 즐긴다는데 이런 통계에 근거해 커피 프로그램에 새로운 맛이나 스타일을 꾸준히 추가해나가고 있다. 에스프레소는 기본이고 아이스 커피, 라테, 카푸치노 매출이 상승세를 타고 있다.

물론 전통적인 맛의 제품믹스는 그대로 유지해야 한다. 보수적인 소비층이 여전히 많기 때문이다. 이는 통계가 바로 입증한다. 편의점 일반 커피에 대한 선호도는 전체 푸드서비스 매출에서 30% 이상을 차지하고 있다. 또한 드라이브쓰루 커피 구입도 늘어나는 추세라서 흔치는 않지만 편의점이면서 커피 드라이브 쓰루 서비스하는 곳들은 이 손님들에 대한 관리에도 더 많은 노력을 기울이고 있다고 한다.

장비와 원두 업그레이드를 단행한 결과는 극적이다. 아르코라는 편의점 체인은 대대적인 커피 프로그램 개선 후 2022년에 전년 대비 278,000 잔을 더 판매했다. 이는 71%의 증가치다.

대표적으로 가장 현격한 증가를 기록한 회사의 예를 들었지만 미국의 다른 모든 편의점 체인사들도 유사한 경험을 하고 있다. 독립 편의점도 커피 프로그램의 격을 높여 손님 트래픽을 증대하고 시너지 효과까지 목표로 해야 할 것이다. ■

UKCIA 정기총회

동부지역 보완해 명실상부 전국조직화 하자!

2023년도 캐나다한인상공실업인총연합회(United Korean Commerce and Industry Association of Canada ; 이하 UKCIA, 또는 '총련') 정기총회가 지난 9월 27일(수) 저녁식사를 겸해 노스욕 한식당 서울관에서 열렸다. 저녁 6시에 시작된 회의는 9명의 지역단위 임원들이 모인 가운데 UKCIA 사업 보고, 재정현황 보고가 있었고 기타토의에서는 총련 정관 개정이 심도있게 다뤄졌다.

▲ UKCIA회의 종료후 기념촬영을 가졌다. 중앙의 심기호 총련회장을 중심으로 시계방향 : OKBA한갑준 이사장, 신재균 부회장, B.C.KBA 한용 총무, 박만호 회장, 이직상 부회장, 에드먼튼KBA 김창근 회장, 조대관 총무, 매니토바KBA 이상민 회장

각 지역별로 새 인물로 교체된 경우가 많아 상견례의 의미도 컸다. 본 회의에 앞서 돌아가며 각자의 소개 시간을 가졌다. 회의는 총련회장을 겸하고 있는 협회 심기호 회장이 주관했으며 협회에서는 심 회장 외에 신재균 부회장과 한갑준 이사장이 함께 참석했다. 매니토바 협회는 최근 새로 회장에 취임한 이상민 회 장 단독으로 참가했으며 에드먼튼 협회는 김창근 회장, 조대관 총무가 참석했다. OKBA 다음으로 규모가 큰 B.C협회는 박만호 회장, 이직상 부회장, 한용 총무가 참석했다.

심 회장은 사업보고와 관련해 지난 3년에 걸친 팬데믹으로 인해 이렇다 는 연아마틴 의원의 지원하에 의사당 내 회의실에서 경제포럼을 가지고 의원들과의 친선 도모 오찬을 즐기는 행사의 일환으로 개최되었다. 그러나 팬데믹 여파로 대면 회합을 할 수 없어 여러 해 동안 이같은 패키지 행사를 가지지 못했다. 올해는 팬데믹이 공식 종료돼 과거와 같은 포멧의 행사가 추진될 수도 있었으나 주 오타와 한국 대사관측과 원활한 공조가 여의치 않아 불가피하게 토론토에서 개최된 것이다.

사업보고 시간에는 전국적으로 창궐하고 있는 불법담배 실태에 대한 현장의 어려움과 정부 대응책에 대한 논의가 있었다. 해마다 실시되는 실태조사에서 온타리오는 항상 불법담배 소비율 1위라는 오명을 안고 있으나 최근 밴쿠버를 비롯한 B.C주의 현황도 대단히 심각해 정부 특단의 조치 할 활동을 할 수 없었음을 유감으로 생각한다면서 향후 긴밀한 협의하에 수익창출을 위한 공동사업에 매진할 것을 약속했고 지역단위 임원들의 각별한 지원과 협조를 당부했다.

총련 정기총회는 일반적으로 9월, 또는10월 경에 오타와에서 연방 보수당 한 국계 상원의원이자 보수당 부총재를 맡고 있

가 필요하다는 인식에 공감했다.

회계 보고와 관련해 현재 UKCIA의 재정상태는 지역별 미납 연회비 완납을 전제로 약 5,000달러 가까운 잔고가 있는 것으로 확인됐다. 심 회장은 모국 정부(해외동포재단)로부터의 지원금이 확보된다고 가정할 경우, 전체 단합 행사 개최와 참가 지원비에 다소 여유가 있을 것으로 전망했다.

이어서 정관 개정 안건을 다뤘는데 취지와 배경 설명은 신재균 부회장이 맡았으며 몇가지 개정 사항에 대한 만장일치의 동의가 있었다. 내용을 간략히 소개하면 다음과 같다.

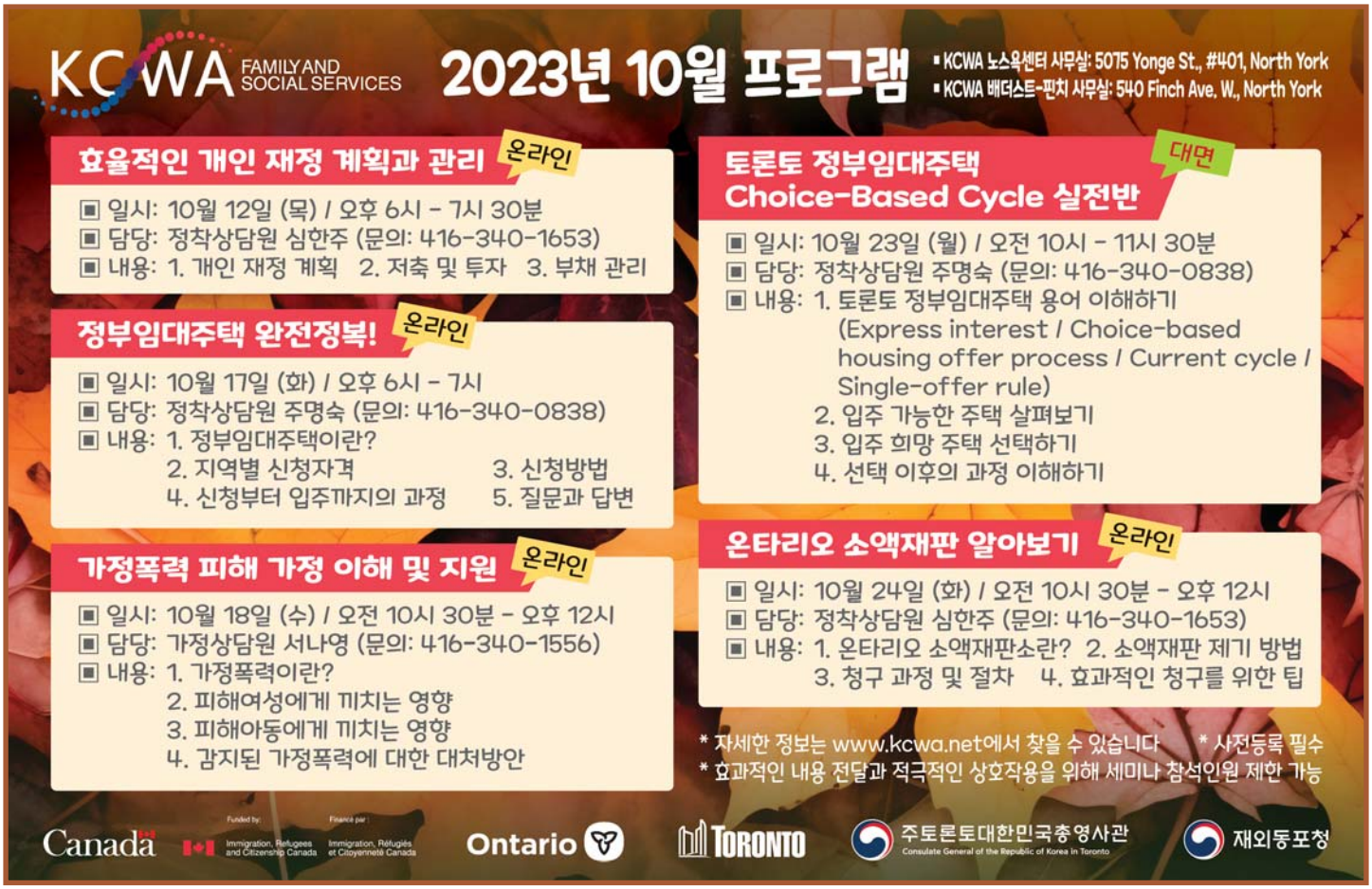
● 현행 정관에서 회원(정회원)수를 "26명 초과할 수 없다"라고 규정하는 것은 큰 모순이다. 각 지역단위별 소속 정회원을 합하면 수천명이 넘는 조직인데 지역별 임원수에 한정해 불과 몇십명으로 정하고 있 는 것은 실정에도 맞지않을 뿐 아니라, 대외적 위상에서도 바람직하지 못하다. 따라서 총련 정관에서는 회원이라는 용어와 관련 규정을 폐지하고 임원(이사)으로 변경해야 한다. 정회원은 지역별 협회에 소속된 정회원을 자체 정관에서 다루고 있기 때문이다.

● 현행 정관에서 총련의 총회, 그리고 회장 부회장 등 집행부 임원들에 관한 내용을 다루고 있는데 이 또한 모순이다. 비영리기관의 조직이 대부분 이사회 중심으로 편제돼 있고 실무 집행을 위한 회장 및 보좌 인력이 필요하다면 이사회에서 선임할 수 있도록 하고 있다. 이같은 실상을 반영해 UKCIA정관도 일반적인 방향으로 전환되어야 한다. 결국 이사회 중심의 개정이 이뤄지도록 하자는 의견이 결집됐다. 다시 말해 이사회가 모든 의사결정과 업무집행의 최고 기관이 되며 다만 실무 추진을 위해 이사회에서 회장, 부회장 등 집행 책임자를 선임해 운영한다.

기타토의의 또다른 중요 의제로 조직 확대 문제가 다뤄졌다. 현재 온타리오 중심으로 서부쪽은 진용이 갖춰져 있으나 몬트리얼부터 대서양쪽으로는 지역단위 조직이 부재한 실상을 감안한다면 자칫 전국을 대표하는 총련 위상에 흠결이 생길 수 있기 때문에 유사 조직과 단체장을 찾아내 전국 조직으로 확대하는 방법을 집중 모색하자는 것이다.

참고적으로 UKCIA의 전신은 OKBA가 주축이 돼 지난 2000년대 초에 UKBA라는 조직으로 발족됐으며 초대 회장을 OKBA 회장이 맡았었다. 그러다가 조직 운영이 유명무실한 상황을 맞기도 했으나 몬트리얼에서 재탄생을 시도하며 UKCIA가 발족된 것인데 정작 OKBA가 주축이 돼 재가동하면서부터 산파역인 몬트리얼 조직이 존재감을 잃으면서 지리적으로 반쪽 조직이 됐다. 이를 타개해 명실상부한 전국 조직화로 도약하자는 공감대가 강하게 형성된 것이다.

회의는 1시간이 넘게 진행됐으며 이어진 저녁식사 시간에는 환담을 나누며 친목도모와 향후 조직 발전에 대한 자유로운 의견 교환이 있었다. 타주에서 온 지역 임원들은 다음날인 28일에 협회가 주최하는 협회/조합 합동 골프 토너먼트에 초청돼 청명한 날씨 속에서 골프를 즐기며 우애 다지기를 이었다. ■



연방 리콜 조치 음료 확대

8/30 기준 27가지, 전부 에너지 드링크

사진은 에너지 드링크 리콜 조치 대상의 일부 제품들이며 이들을 포함해 8월 30일 기준으로 모두 27가지가 회수 목록에 포함돼 있다.

연방식품검사청(Canadian Food Inspection Agency)의 회수조치(recall) 식품 목록이 크게 늘어나고 있다. 정부가 드링크 품목 6종에 대해 지난 7월에 리콜 명령을 내린 사실을 실협뉴스에서 자세히 알렸는데 지난 8월 30일 기준으로 업데이트된 자료는 20가지가 넘어서고 있어서 이를 정리해 표로 다시 소개한다. 주로 카페인 성분 함유량 초과와 라벨 표기 위반에 해당된다.

연방 보건부 웹 사이트의 리콜 관련 요약(summary)을 보면 제품은 카페인 함유 에너지 드링크와 배합물이며 소비, 사용, 판매, 제공, 공급 등 생산에서 소비에 이르는 전 과정이 금지된다. 모두 27종이다. (날짜는 정부의 회수 조치 시행일) ■

3D Alphaland	Caffeinated Energy Drinks	7/12/2023
5 Hour	Caffeinated Energy Drinks	7/12/2023
Alani Nu	Caffeinated Energy Drinks	8/02/2023
Bang	Caffeinated Energy Drinks	7/28/2023
Bob Ross	Caffeinated Energy Drinks	8/29/2023
C4	Caffeinated Energy Drinks	7/28/2023
Celsius	Caffeinated Energy Drinks	7/12/2023
Cocaine	Caffeinated Energy Drinks	7/28/2023
Dragonball Z	Caffeinated Energy Drinks	8/25/2023
Fast Twitch	Caffeinated Energy Drinks	7/28/2023
G Fuel	Caffeinated Energy Drinks	7/12/2023
G Fuel	Caffeinated Energy Drink Mixes	8/25/2023
Ghost	Caffeinated Energy Drinks	7/28/2023
InuYasha	Caffeinated Energy Drinks	8/25/2023
Liquid Rage	Caffeinated Energy Drinks	8/25/2023
Mega Pachi	Caffeinated Energy Drinks	8/29/2023
Monster	Caffeinated Energy Drinks	8/11/2023
Mtn Dew Energy	Caffeinated Energy Drinks	8/30/2023
My Hero Academia	Caffeinated Energy Drinks	8/29/2023
Prime	Caffeinated Energy Drinks	7/12/2023
Raze Energy	Caffeinated Energy Drinks	8/09/2023
Ryse Fuel	Caffeinated Energy Drinks	7/28/2023
Shakura	Caffeinated Energy Drinks	8/25/2023
Sonic the Hedgehog	Caffeinated Energy Drinks	8/29/2023
Sting	Caffeinated Energy Drinks	7/12/2023
Toxic Rick	Caffeinated Energy Drinks	8/29/2023
Zoa	Caffeinated Energy Drinks	8/29/2023

고물가 시대, 초콜렛 시장 탄탄대로

성장 견인차는 Z세대와 신제품 어필

초콜렛의 원재료인 코코아 가격이 가파른 상승세를 타자 초콜렛 가격이 꽤 올랐다. 소비자들이 쇼핑을 주저할 만도 하건만 전혀 동요를 보이지 않고 안정세를 유지하고 있다. 편의점 업계가 안도할 소식이다.

고물가 시대에 쇼핑에도 자제심과 절약이 팽배하고 있는데 아랑곳하지 않고 탄탄한 구매력을 보이는 초콜렛 시장의 현황은 반갑기 그지없다. 캐나다인들의 유별난 초콜렛 사랑도 물론 한몫했을 것으로 분석된 다. 캐나다 성인의 연 평균 초콜렛 소비량은 6.4킬로그램인데 이는 막대형 초콜렛으로 환산하면 약 160개 분량이 된다. 지난 9월에 민텔 캐나다가 성인 2,000명을 대상으로 조사한 결과, 86%가 조사 시점 기준으로 지난 3개월간 초콜렛을 소비했다고 한다.

지난 팬데믹 기간에는 소비가 오르기도 했다. 그리고 팬데믹 종료후부터는 연간 대비로 소비량은 정체를 보였다. 실제로 설문조사를 해보니 응답자의 60%는 전년과 비교해 큰 차이를 보이지 않았다고 답했다.

팬데믹 종료 이후의 시기라는 것이 바로 기준금리의 가파른 인상, 인플레이션으로 인한 고물가로 서민 경제가 주름잡히던 때이고 지금까지 이 현상은 이어지고 있다. 응답자의 21%만이 초콜렛 소비가 다소 줄었다고 할 뿐이며 소비를 줄인 이들도 당분 섭취를 자제하려는 것이 주 원인이라고 했으니 물가 인상하고는 별 상관도 없다. 민텔 식음료 담당 부총책 조엘 그래과씨는 "초콜렛 시장에 위기가 있다면 소비자 건강챙기기와 연관이 있을 뿐"이라고 분석하고 있으니 이를 뒷받침한다.

초콜렛에 대한 대다수 소비자의 애정은 여전하며 기분전환용으로 초콜렛에 의지한다는 소비자가 절대적으로 많다. 정신건강에 초콜렛이 도움이 된다는 소비자 반응이 압도적으로 92%나 된다. 이쯤되면 유쾌한 중독이라고 표현해도 과장이 아니다.

기분전환 혹은 정신건강에 보탬이 되는 유익한 주전부리라는 확고한 인식과 트랜드가 버티고 있는 분위기에서 소비자들은 다소 돈을 더 지출하더라도 초콜렛 소비에 변화를 보이지는 않을 태세다.

중독도 중독 나름인데 허용이 무방한 중독의 대표적 식품이 초콜렛이다. 심지어 어떤 전문가는 초콜렛이 불경기에 '립스틱 효과'(lipstick effect)를 보이는 상품이라고까지 말한다. 경기 침체기에 립스틱과 같은 대중적이고 소소한 제품이 오히려 소비 증가를 보이는 현상을 일컬어 립스틱 효과라고 표현하는 경제 용어다. 지갑은 얇아졌지만 심리적 만족도를 충족시키는데 초콜렛이 그만이다. 인간의 복잡한 심리의 한 단면으로 복수심이 기저에 깔려 있다. 가처분 소득이 줄어들어 살림살이가 옹색해지

는 상황에서 역설적이게도 특정 상품에 대한 보복 쇼핑으로 위안을 찾는 심리상태를 가리킨다. 정서건강은 건강 전체의 개념에서 중요한 부분을 차지한다. 현대인의 삶은 특히 더 그렇다. 소비자들은 그래서 구매가능한 영역의 상품 혹은 식품에 대한 중독을 원한다.

이런 측면에서 한가지 딱 들어맞는 사례를 무디바(Moodibar)라는 브랜드에서 찾을 수 있겠다. 미국 뉴저지에 소재하는 'Astor Chocolate'이라는 회사에서 생산하는 제품 브랜드인데 다양한 기분 상태에 맞추는 재미있는 초콜렛바 시리즈를 출시해서 인기를 끌고 있다.

사람의 기분상태 - 분노, 우울, 고독, 기쁨, 환희 등등 - 에 따른 다양한 맛 시리즈를 패키지로 만든 흥미있는 제품이다. 캬라멜 맛, 해수염, 프렛첼, 밀크 맛 등이 각 심리상태에 조응해 있다. 예를 들어 그럼피(grumpy)한 상태에 먹는 것은 다크 초콜렛 성분이 54% 들어 있다. 기발한 아이디어 제품의 하나다.

초콜렛 시장의 요지부동은 유로모니터 시장조사 결과에서도 재확인된다. 2025년까지 연평균 1.9%씩 성장할 것이라는 보고다. 올해에 지구촌 전체 초콜렛 매출은 미화 1,280억 달러에 달할 것이라고 한다. 문제는 이런 양호한 전망의 열쇠는 신제품에 달려 있다. 그리고 제조사들은 신제품 개발의 기준을 젊은층 소비자에서 찾고 있다. 이들의 호기심 충족이 관건으로 어떤 트랜드를 조성할지가 관심사다. 그래서 초콜렛 시장의 많은 분석들이 젊은층 소비자 취향과 소비행태에 집중하는 이유가 이해가 간다.
마스리글리 캐나다 마켓팅 이사 바바라 쿠퍼씨의 말을 들어보자. "오늘날 주전부리 트랜드는 초고속으로 변화를 경험하고 있다. 최근 수년동안 우리가 경험한 거대하게 요동치는 시장을 염두에 둔다면 소비자 니즈에 부합하기 위한 혁신과 변화는 그 어느때보다 가속화되어야 할 것이다. 그리고 소비자군 중에서도 Z 세대에 각별한 관심이 집중돼야 할 것이다." 그녀의 말 속에 초콜렛 시장이 어떻게 움직일 것인지 미래의 윤곽이 드러난다.

초콜렛을 비롯한 당과류 종합식품 다국적 회사들이 저마다 신제품 라인을 확대하고 있는 것은 그래서 당연하다. 마스의 경우만 하더라도 새로운 맛의 Mars Bar Cookie Dough라는 제품을 출시했다. 네슬레는 간판급 제품인 Aero Truffle 라인에 mousse, tiramisu, black forest cake , Nanaimo bar등을 추가 출시했다.

▲ 지속적인 초콜렛 시장 성장의 관건은 소비자에 어필할 신제품을 성공적으로 계속 출시할 수 있느냐에 달려 있다. 사진은 마스와 네슬레의 신제품들이다.

근래 수년간 초콜렛 품목군은 건강친화적 소비자 니즈에 부응하기 위해 다양성이 강화됐다. 여기다가 환경친화적 기업 상품이라는 의식까지 보태지면서 제조사들도 높아지는 소비자 수준과 의식을 따라가기에 더욱 부심해야할 상황이다. 원료가 정당한 거래에 의해 원산지에서 확보되고 있는지 각종 소비자 단체들과 NGO들이 따지고 든지가 오래됐다.'착한기업' 이미지 마켓팅을 하고 실제로 현실에서 검증까지 받아야 하는 단계다.

사실 과거에 초콜렛 원료의 원산지 수탈은 공공연히 자행돼왔던 관행이어서 역사적 책임이 제조사들에게 부과되는 것도 불가피했다. 세계 다국적 종합식품 기업들이 앞다퉈 환경친화, 건강친화 제품 만들기에 고심하고 있고 심지어 포장까지도 재활용, 재사용으로 방향을 잡아가고 있다.

네슬레가 지난 2021년 시그네쳐 상품인 킷캣의 비건 특화 시리즈를 선보인 것은 익히 알려진 사실이고 카미노가 두가지 식물성 기반 제품인 Hazelnuts & Salted Caramel과 Creamy Chocol-oat을 올해 초 출시했다. 우유인데 귀리(oat)로 만든 우유를 원료로 사용했다.

캐나다 기업인 Camino는 유기농, 건강친화 제품을 만드는 특별한 회사로 비건 초콜렛 신제품을 출시해 주목받고 있다. 특히, 원산지 원료 확보에서 공정한 거래(fair trade)에 앞장서는 '착한기업'으로 유명하다. 1999년에 창립됐으며 본사는 오타와에 소재한다.

어쩌면 친환경, 건강친화 운운하는 시장 변화가 너무 앞서가는 것일 수도 있겠다. 예를 들어 최근의 민텔 조사에 의하면 채식주의 소비자를 위한 비건 초콜렛에 대한 관심을 표명한 응답자는 단지 9% 에 불과했다. 반면, 가장 큰 관심 분야는 응답자의 거의 절반이 밀봉을 반복하는(resealable) 편리한 포장이었다. 휴대의 간편함과 반복소비의 편리함도 무시할 수없는 소비자 관심사임을 잘 알 수있다.

대체적으로 현재의 소비자 트랜드를 초콜렛과 연관해 압축해보면 저설탕, 저칼로리, 저지방 등의 웰빙 추구는 확고히 뿌리를 내렸다. 이제 이 대세를 무시하는 제조사나 공급사는 하나도 없다. 그리고 시기상조이기는 하지만 식물성 기반 제품에 대한 관심이 서서히 고개를 들고 있고 이 또한 하나의 주류 트랜드로 자리잡을 날이 멀지 않아 보인다.

한가지 덧붙일 것은 '쉬링크플레이션'이다. 실협뉴스에서도 기업 상술과 관련해 몇차례 소개한 바 있었다. 고물가 시대에 소비자의 얇은 주머니 사정을 감안해 제조사가 가격을 과도하게 올려 소비자의 외면을 받기보다는 차라리 기존 용량을 살짝 감량함으로써 우회적 가격인상 효과를 거두는 영리한 상술을 지적하는 것이다. 용어가 그래서 shrinkflation이다. 카카오 원가 급상승에 따른 불가피성도 이해할 수는 있겠으나 정도의 문제일 것이다. ■

눈길 사로잡는 신상품 소개

살라미, 칩스, 7분 라면 등 …

업계 전문지 CSN이 최근 주목할 몇가지 신상품에 관한 정보를 게재했다. 편의점에서도 간편하게 취급할 수 있고 대체로 웰빙 트랜드에도 맞는 식품이라서 본 지면을 통해 소개한다.

● Pepe's Salami Chips

온타리오 지역 특산 신상품이다. 제조사는 샌드라 푸드(Sandra Foods)이며 오븐에 살짝 구워 간편히 먹을 수 있는 육고기 스낵이다. 맛은 일반 맛과 매운 맛 2종이다. 100% 프리미엄급 살라미로 만들었으며 고단백질 스낵으로 소개되고 있다. 천연 훈제 살라미이며 알러지가 없고 땅콩도 전혀 들어 있지 않다. 또한, 인공 성분 예를 들어 MSG 라든가 인공 맛이나 향 따위가 가미되지 않으며 글루텐 프리(gluten-free)라고 한다.

● Summer Fresh Snack 'N Go

서머 프레쉬(Summer Fresh)에서 기존 스낵 품목군에 두가지 맛의 신상품을 추가했다. 하나는 "Original Hummus Snack 'N Go"이고 또 하나는 "Loaded Spinach Dip Snack 'N Go"이다. 건강을 의식하는 소비자 취향을 의식해 프리미엄급 식재와 첨가제를 사용한다. 바쁜 현대인의 간편 식사 대용품으로도 적격이라는데 현재 전국적으로 냉장 델리 섹션에서 쉽게 찾아볼 수 있다.

● Crafty Ramen 'Heat and Eat"

온타리오 구엘프에서 영업 중인 라면 식당인 'Crafty Ramen'이 포장 박스 형태로 제조해 현재 Rabba와 Aisle 24를 비롯한 일부 소매업소에 공급하고 있는 신상품이다. 일명 '히트앤잇' 이라는 브랜드명을 가지고 출시했으며 어감상 식사대용품으로 간편히 조리해 소비할 수 있다는 이미지가 전달된다. 면은 공통으로 하며 추가물에 따른 맛과 재료 구성에 의해 7가지를 선보이고 있다. 치킨, 돼지고기와 두부, 채식주의자를 위한 마파두부 등이 있고 아동용 라면도 특별하게 개발했다.

부부가 운영하는 이 식당 주인의 말에 의하면 레스토랑 수준의 고급진 라면을 즐길 수 있으며 가정에서는 7분이면 조리가 끝난다고 한다. 현재 편의점에서 예외없이 한국산 다양한 컵라면이나 일반 라면을 취급하고 있는데 신중한 검토를 거쳐 추가 취급도 고려할 법하다.

● Kettle Cooked Ruffles All Dressed

2021년 이후 프리토 레이의 신상품 'Lay's Flavour Swap'이라는 시리즈가 개발 출시됐다. 그리고 올해 8월부터 이 시리즈에 또 하나가 추가됐는

데 Kettle Cooked Ruffles All Dressed 라는 긴 이름을 달고 출시됐다. 이렇게 해서 이 시리즈는 총 4가지 맛을 구비했다. 개발 동기는 캐나다에서 러플 칩 맛이 단연 으뜸이라는 조사 결과에 따른 것이다.

기존에 개발된 3가지는 Cheetos Cheese, Doritos Cool Ranch, Wavy Funyuns Onion이다. 4종 모두 감자칩이다. 한정판으로 공급한다는 것이 회사의 기본 방침이지만 인기가 지속되면 계속 생산할 가능성도 배제할 수 없다. ■

샌드위치 큰손 '서브웨이', 사모펀드에 인수 예정

60여년 가족 경영 체제에서 주인 교체

간편 식사 대용 음식인 샌드위치 프랜차이즈의 대명사로 북미주에서 익숙한 '서브웨이'(Subway)가 미국의 유명 사모펀드회사(private-equity firm) '로악 캐피탈'(Roark Capital)그룹에 인수된다.

로이터 통신이 지난 8월 말에 전하는 바에 의하면 맞춤형 즉석 샌드위치 체인 서브웨이가 미화 90억 달러 이상의 가격에 조건부로 인수될 것이라고 하는데 여기서 '조건'이란 매매대금 정산을 '손익연계지불'방식으로 한다는 것이다. 쉽게 말해 차후 정산을 한다는 의미인데 기업의 인수 합병 시, 추후 발생할 이익이나 손실을 매도자와 매수자 사이에 배분하기로 하는 매매가격 결정 방식이다.

이 조건에 따라 서브웨이측은 매매 계약이 완결되고도 일정 기간을 설정해 이 기간동안에 특정한 현금 유동성을 확보해야 한다. 이미 지난 2월에 서브웨이 이사회는 자문 금융사인 제이피 모건측과 향후의 매출 전망에 대한 깊은 논의가 있었던 것으로 알려졌다.

서브웨이의 역사는 흥미롭다. 지난 1965년에 불과 17세의 프레드 델루카라는 소년이 집안 친척인 피터 버크와 함께 창립한 것이 시초

며 당시 미국 동부 커네티컷 주 브리지포트에 "Pete's Super Submarines" 라는 상호를 달고 1호점을 오픈했다. 본사는 여전히 커네티컷에 자리하고 있으며 긴 세월동안 여러차례 모습을 변화시키며 발전해왔고 팬데믹이 한창이던 2021년에 메뉴와 마켓팅에서 대대적인 개선이 있었다.

그럼에도 불구하고 많은 유사 회사들과의 격한 경쟁으로 지난 10년 간 경영상의 큰 애로를 겪어왔다. 서브웨이는 미국에서 규모 8위의 레스토랑이며 미국에만 2만 개가 넘는 매장을 가지고 총 매출 100억 달러 가까운 기록을 세우고 있다. 2012년 전세계 매출 180억 달러를 기록한 것이 정점으로 이후부터 사세를 더 확장하지 못하고 현재에 이르렀다.

한국에는 지난 1991년에 진출해 2021년에 480개를 넘어서는 빠른 확장력을 보이는 등 국내의 열세를 해외에서 만회하는 글로벌 전략으로 활로를 찾아왔다. 중국에서만 향후 장기적으로 4,000개 매장을 확보하겠다는 것도 글로벌 영업 구상의 하나다.

한편, 인수자로 나선 로악 캐피탈은 미국 조지아주 애틀랜타에 본사를 두고 있으며 자산 규모 미화 350억 달러를 운영하는 회사다. 우리에게 낯익은 던킨 도너츠, 아이스크림 프랜차이즈의 대명사 배스킨 라빈스를 소유하고 있는 것으로 유명한 회사다. 주로 요식업 프랜차이즈와 일반 소매 및 의료 분야에 투자하는 회사다. ■

글로벌 혁신 편의점 이모저모

가상현실(VR) 편의점까지 등장

편의점의 면모가 해가 다르게 변화되고 있는 와중에 지구촌 주목할 발군의 편의점을 몇개 소개한다. 눈부신 테크놀로지 발전에 힘입은 혁신적 편의점들이다. 고객 편의에 눈높이를 맞추고 니즈를 정확히 파악해 인프라를 구축한 모습이 운영면에서나 외관상에서 모두 모범적이다. 캐나다 편의점의 세계적 자존심인 쿠쉬타르 알리망타시옹의 서클케이도 소개되고 있어 더욱 관심이 간다.

■ Dash In (미국)

즉석 간편 식사 대용품 푸드서비스가 눈길을 사로잡는다. 미국 버지니아 州 로우도운 카운티(Loudoun County)에 소재하고 있는 '대쉬인'은 특히 코로나가 한창이던 지난 수년간 소비자들에게 크게 사랑받았다. 약 5,600평방피트 의 넓은 공간이기 때문에 푸드서비스에 차별화를 시도할 여유가 있는 것도 결정적인 요인이다. 월슨 그룹 산하의 이 체인 편의점은 완전히 환골탈태한 변신을 꾀했다. 고객 맞춤형 푸드서비스의 메뉴에는 특별한 햄버거, 칩스, 따끈하게 구어낸 간편 식사물이 현장에서 빠른 시간에 제공된다. 메뉴가 수십종류이기 때문에 고객의 취향을 폭넓게 수용할 수 있다는 것은 이 업소 최대의 장점이다. 각 메뉴의 성분과 칼로리 등 자세한 정보도 공개한다. 특히, 아침 식사가 손님에게 큰 인기와 호평을 받고 있다. 자동으로 손님이 뽑아 먹을 수 있는 쉐이크, 스무디 등 40가지 음료도 고객 만족에 더할 나위없는 품목이다.

손님이 쇼핑을 위해 더 오래 머물고 싶어진다. 또한 원스톱 쇼핑이 가능하다. 간단히 식사하고 세차도 하고 기름도 넣고 필요한 편의점 품목 쇼핑도 가능하다. 종업원들의 친절하고 배려심 넘치는 서비스도 고객 만족 체험을 배가시키고 있다. 업소 내부의 인테리어의 모던한 분위기와 밝은 모습이 큰 매력으로 다가온다.

단순한 비즈니스에서 한걸음 더 나아가 지역 커뮤니티 행사에도 적극 참여해 기부와 도움을 제공해 공동체 정신을 구현하는 착한 비즈니스 이미지까지 전파하고 있다.

■ Zabka (폴란드)

'작은 개구리'라는 의미의 '자브카'라는 편의점은 폴란드의 편의점 체인 중 하나인데 많은 경쟁 편의점 체인과의 경쟁을 물리치고 단연 앞서가는 것이 놀랄 일은 아니라는 것이 전문가들의 평가다. 약 8,300개 매장을 거느리고 있고 하루 평균 거의 300만 명의 손님 트래픽을 자랑한다. 올해 초

에 유럽에서 가장 규모가 큰 무인 스토어 네트워크를 구축했다는데 나노 기술에 기반하고 있다. 현재 무인 매장은 50개이며 계산을 위한 줄서기도, 현금도, 계산대 직원도 없다.

손님은 그냥 지불 카드 혹은 이 체인점 고유의 앱을 깐 QR 코드만 스캔하면 된다. 카메라 시스템이 모든 쇼핑 아이템을 인식하고 계산대에 손님이 다가가면 계산이 자동으로 처리되고 출구쪽으로 나가면 끝이다. 자브카 그룹의 중역인 부회장 토마치 블리카스키씨의 꿈은 야심에 가득차 있다. "아마존을 능가하는 세계 최대의 무인 자동 매장 네트워크를 구축할 것이다." 편의점 업계에서 아마존을 운운하며 경쟁상대로 삼겠다는 목표 설정이 신선한 충격을 던진다.

■ Family Mart (일본)

편의점이 의류용품을 취급하는 것이 하등 이상하거나 특별할 것은 없다. 선글라스, 화장품같은 간단한 패션물 취급은 이미 오래된 일이다. 그러나 일본의 막강한 체인 편의점 패밀리마트가 최근 'Convenience Wear' 라인을 특별히 오픈한 것은 주목할 일이다. 'Convenience Store'에서 묘한 연상 작용으로 의류 섹션이 보태지는 느낌이다. 백화점에서나 봄직한 일상 의류용품이 폭넓게 취급되기 시작했다. 유명 디자이너에게 특별 주문한 가성비 높은 패션의류들로 구성돼 있는데 카디간이 평균 25달러 수준이고 양말 한켤레가 3.6달러 정도이다. 그다지 부담스러운 가격도 아니다. 여기에 등에 매는 패션 배낭, 손수건, 타월, 판초(雨衣) 등 다양한 패션 용품들도 있다.

작년에 패밀리 마트 의류팀은 넷플릭스 인기작 'Stranger Things'의 등장 물건중 향수를 불러일으킬 캐릭터 상품으로 양말과 손수건을 특별 제휴하에 신제품으로 의류 라인에 추가했다. 상품을 보면 드라마도 생각나고 80년대의 추억도 불러일으키는 복고풍 마케팅의 성공작이라는 생각이 든다. 그 시대에 유행했던 색상을 기본에 깔고 있는 것이 주된 컨셉이다. 북미주에서도 이곳 실정에 맞는 추억 상품을 개발할 자극제가 충분히 될 수 있을 것으로 보인다. 편의점과 의류업소의 혼합형인 이 실험은 1년이 지난 현재 인기 만점으로 평가받고 있다. 편의점 진화의 끝판왕인가…

■ Circle K (캐나다)

지구촌 편의점 규모 2위를 자랑하는 캐나다 소매업계의 자존심인 쿠쉬타르 그룹의 서클케이가 최근 토론토에 새로운 매장을 오픈했는데 고객 전부가 토론토 메트로폴리탄 대학(Toronto Metropolitan University 약칭으로 TMU라고 부르며 구 '라이어슨' 대학이 개명한 것임.)학생이다.

▲ 토론토 TMU 대학이 서클 케이와 공동 개발한 가상현실 편의점 한 모습. 교과과정의 하나로 소매업 경영의 모든 것을 배울 수 있는 교육프로그램의 일환으로 개발됐다고 한다.

동네의 일반 편의점과 고객층 자체가 구분되는 대학 캠퍼스 편의점 성격이지만 단지 이것이 독특한 차이점이 아니라 업소에서 특별한 체험을 할 수 있기에 주목을 받는 것이다. "VR Convenience Store Learning Experience"이라는 '몰입형'(immersive)체험인데 소매업 실상을 가상현실에서 간접 경험하는 교육적 차원의 프로그램이다. 이 대학 '테드 로저스 소매업 경영 스쿨'(Ted Rogers School of Retail Management) 의 조교수인 재니스 루드콥스키 박사가 소프트웨어를 개발했다고 한다. 서클케이 브랜드 개발 담당 총책 레슬리 고든씨의 조언하에 공동 개발된 이 프로그램은 수년에 걸친 발명품이다. 학생들의 현장 경험을 위한 학과목의 하나로 당당히 들어가 있다.

학생들은 이를 통해 소매업소 레이아웃, 플레노그램, 제품믹스, 전시 등 모든 과정을 배울 수 있도록 구성돼 있다. 소매업 경영 평가와 진단, 의사결정 기술까지 배울 수 있으며 핵심 경영 원칙들을 실습할 수 있다.

예를 들어 가격정책, 판촉 기법 등도 포함돼 있어서 소매업 전반에 관한 지식과 경험을 겸한 살아있는 공부라고 하겠다. 원래 이 대학의 특징이 산학 협동을 근간으로 한 차별화 대학이었던 만큼 이에 걸맞는 창의적 교과과정이다. 앞에 소개한 서클케이의 고든씨는 프로그램을 다음과 같이 평가한다. "편의점 업종의 특성에 대한 지식을 습득하는 살아있는 교육과정이며 독자적인 생존 기법과 다양한 기회를 제공받는다. 일반 편의점에서 볼 수 있는 핵심적이고 전형적인 상품군에 관한 모든 것을 가상현실에서 배우게 된다."

"가상현실의 편의점"으로는 아마 세계 최초라고 해도 무방할 이 혁신적인 업소는 이 대학 2024 카테고리 매니지먼트 코스로 통합될 예정이며 e-campus 온라인 포털을 통해 수강할 수 있도록 준비 중이다.

■ High's Store (미국)

〈18면에 계속〉

AI 기반 미니 워크인 편의점 등장

美 신생기업 Juxta에서 'Nomad' 간판 달고

2022년에 창업한 신생기업으로 Juxta 라는 회사가 있다. 'Gilbarco Veeder Root and Vontier Corp' 라는 긴 이름의 그룹사 산하에 벤처 기업으로 출발한 회사는 미국 노스캐롤라이나 주의 롤리(Raleigh)에 본사를 두고 글로벌 테크놀로지 개발 보급을 전문으로 한다.

이 회사가 올해 미니 편의점 사업을 들고 나와 업계의 큰 관심을 끌고 있다. 노매드(Nomad)라는 간판을 달고 박스형태의 외관을 띠고 있다.

▲ 인공지능(AI)에 기반한 미니 워크인 편의점이 곧 등장할 분위기다. 기존의 무인편의점들과 달리 회원 가입도 필요없고 별도의 카드도 필요없다. 전자지갑 혹은 신용카드나 직불카드만 있으면 어떤 고객도 이용이 가능하다.

이동식 일괄형(turnkey) 납품 방식이라 희망자의 주문에 의해 조립 작업에 착수하는데 짧은 시간에 모든 과정이 이루어진다. 한시적으로 특정 공간에서 운영이 가능한 편의점으로 종업원을 비롯한 인력이 필요치 않은 자동 무인 시스템이다. 마치 워크인 편의점(walk-in convenience store) 혹은 워크인 벤딩머신 같은 모습을 연상케 한다. 이같은 특성을 가진 이동형 편의점이라서 상호도 '노매드'라고 지었는데 딱 어 울리는 작명이다. 크기는 대략 250 평방피트 전후다.

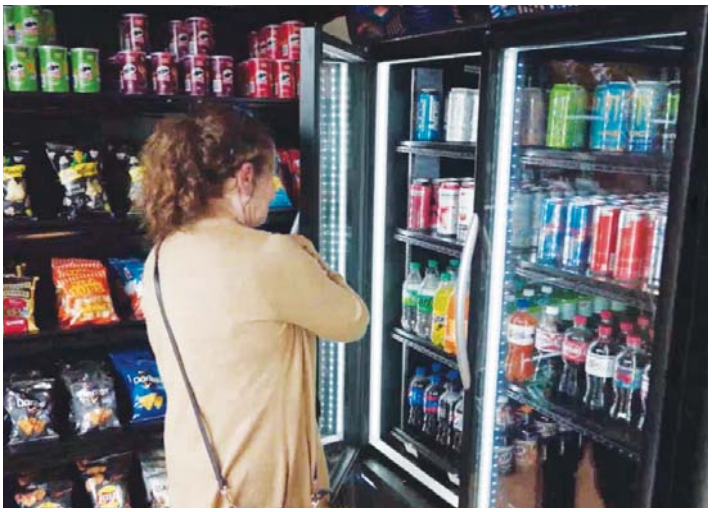
손님이 이 업소를 이용하려면 모바일 지갑이나 직불 또는 신용카드를 지니고 들어가야 한다. 특별히 앱을 깔아야 할 필요는 없다. 주유소 기름 주입할 때 카드 삽입하는 이치를 생각하면 된다. 카드를 넣으면 문이 열리고 안에 들어가면 어떤 물건들이 있는지 둘러볼 수 있다. 가짓수 기준으로 총 500가지 정도의 상품이 구비돼 있다. 인공지능(AI)시스템이 자동으로 손님이 집어드는 물건을 추적해 가격을 보태나간다. 물건을 다 고르고 지급을 하려면 계산대 스크린에서 각각의 물건은 자동으로 확인이 되고 내역이 담긴 디지탈 영수증이 나온다. 업소를 나오는 순간 청구 대금이 자동으로 결제된다.

회사측은 노매드 운영비가 사람이 운영하는 기존 편의점과 비교할 때 월등히 낮다는 점을 강조한다. 사람이 필요할 때는 재고를 채울 때 뿐이다. 앞에서도 언급했듯이 필요한 기간에 필요한 장소에서 한시적 운영을 하기 때문에 설치와 철수는 매우 신속하게 이루어진다.

특별한 이벤트 기간에 운영하고 상황이 종료되면 철수해도 되고 그러다가 영구적 장소를 발견한다면 계속 이어갈 수도 있어 운영기간의 융통성이 있다는 것은 최고의 장점이다.

회사는 본사가 있는 노스캐롤라이나에서 시범 운영을 통해 사업 성공을 확인했고 거듭 확인을 위해 곧 콜로라도, 텍사스, 뉴멕시코, 조지아 주에 각각 1개씩을 시범 운영한 후에 본격적으로 공개적 사업으로 뛰어들 계획이다. 2024년에는 유럽으로도 진출할 계획인데 이미 주문 협의가 깊이 진행되고 있는 중으로 알려졌다.

회사 관계자는 다른 무인 편의점과의 차이점에 대해 첫째, 특별 앱을 고



객이 깔아야 하지만 노매드는 그것이 필요없다는 것이고 둘째로 회원제 가입 등의 절차도 필요없다. 신용카드나 직불카드 소지 손님이라면 별도의 절차없이 아무나 이용 가능하다는 것은 사실 기존 무인 편의점과 결정적인 차이다. 이는 테크놀로지를 기반으로 하는 회사 컨셉으로 하여금 '자율운영 소매업'(autonomous retail)이라는 새로운 영역을 낳게 했다는 평가를 받는다. 모바일 지갑은 애플 페이와 같은 전자 지갑을 의미한다.

이같은 모델의 미니 편의점은 상가나 주거단지, 대학 캠퍼스, 뮤직 페스티발이 열리는 곳, EV 차량 충전 소 등 장소 불문의 전천후 운영이 가능해 최고의 장점이다. 그러면 소형의 자율적 혹은 자동 무인 소매업이 수익 모델로 등장하고 유행하는 근본 원인은 무엇일까? 다름아닌 경쟁의 격화 때문이다. 식품 관련 소매업계는 지나치게 가파른 경쟁의 와중에 있다. 그리고 업종간의 경계도 모호해지고 있다. 샤퍼스 드러그마트와 편의점의 관계를 생각해보면 쉽게 이해가 갈 것이다. 하기사 비어스토어에서도 편의점 핵심 아이템을 중복 취급하고 있는 세상이다.

편의점이 푸드서비스 영역에 침투한지는 오래됐다. 이 또한 요식업과 편의점의 경계를 무너뜨리는 극명한 단면을 보여주는 현상이다. 결국 투자의 위험을 피하거나 최소화할 수 있는 방법을 찾게 되는 것이고 이제 한시적으로만 편하게 운영할 수 있는 '자율 편의점'까지 등장하게 된 것이다. AI의 시대에 걸맞는 편의점까지 나타났으니 과연 편의점 진화발전의 끝은 어디일까? ■

팹시, 멀티팩 플라스틱 링 퇴출

팹시가 기존의 6개들이 음료 묶음 플라스틱 팩을 북미주 시장에서 사용 중단한다. 정부의 친환경 정책에 따른 포장 소재 혁신 작업의 일환이다. 대신에 재활용 가능한 종이 소재가 사용된다고. 일명 'PepsiCo's pep+'프로그램하에서 단계적으로 플라스틱 포장들을 퇴출시키는 작업이 시작된 것이다. 캐나다에서는 이미 시작됐고 미국은 올해 말에 시행될 것이다. 팹시코는 오는 2030년까지 전체 플라스틱 소재를 사용하는 모든 상품의 50%를 친환경 소재로 교체할 목표를 세웠다. ■

〈16면에 이어〉

글로벌 혁신 편의점 이모저모

미국 편의점 체인의 하나인 'High's'가 지난해60번째 매장을 오픈했다. 5,000 평방피트 규모의 대리석이 번쩍거리는 모던한 매장인데 고객 체험의 극대화를 노렸다고 한다. 하이테크의 진수가 총동원된 업소는 셀프 계산은 물론 앱을 통한 모바일 폰 주문, 터치스크린 푸드서비스 주문 등 테크놀로지에 밝은 손님들 구미에 딱 어울리는 쇼핑 체험을 만끽할 수 있다.

푸드서비스는 소위 '엄마표' 음식들로 구성돼 있다. 손으로 직접 반죽해 구운 빵으로 샌드위치와 닭고기 요리, 피자 등 다양한 입맛을 구비하고 있고 원스톱 쇼핑이 가능하도록 현대식 기법을 동원한 세차시설도 있고 차량 진공청소는 무료로 이용이 가능하다.

회사는 1928년에 아이스크림 가게로 출발해서 대서양 중부 지역을 근거로 해 한때는 500개 이상의 매장으로 사세를 확장했었다. 아이스크림 체인으로는 세계 최대 규모라고 자랑하던 시절도 있었다. 2012년에 일련의 인수합병을 거쳐 대부분을 정리하고 주유소 병설 편의점으로 거듭난 회사는 총 500명의 종업원이 팀웍을 잘 이루며 차별화된 편의점 운영에 전념하고 있다. ■

인도 유학생이 문을 연 편의점

서드베리 인근 마을, 발명왕 에디슨도 광맥 찾아 체류한 곳

온타리오 북서쪽 서드베리에 소재하는 한 편의점이 폐업 후 재단장을 거쳐 1년 만에 다시 문을 열었는데 업주는 다름아닌 캐나다에 유학온 국제학생이라는 사실 때문에 관심을 끌고 있다.

대학을 갓 졸업한 다쉴 프라자파티(Darshil Prajapati)는 올 초여름에 'Falconbridge Confectionary' 라는 상호의 편의점을 인수했는데 거의 1년 전에 폐업한 업소를 되살려보겠다는 목적으로 손을 보고 8월 초에 오픈한 것이다.

프라자파티는 온주 배리 소재 조지안 칼리지에서 회계학을 공부하려고 지난 2017년에 유학왔다. 그리고 2020년에 산학협동(co-op)코스를 마치고 광역 서드베리의 첼름스포드(Chelmsford)라는 마을에서 기회를 잡았다. 올해 24세의 나이에 번듯한 소 사업가가 된 그는 서드베리의 환경 자체를 마음에 들어했고 그러다가 8개월 전에 문을 닫은 편의점이 있다는 사실을 우연히 접했다.

부동산을 통해 알아보니 편의점이 있던 동네 팔콘브리지의 주민수는 약 500여 명 정도인데 모두가 이 업소 폐업을 아쉬워하고 있었다. 주민 외에 근처 니켈 제조 공장에서 일하는 근로자들도 꽤 많았다. 제련소와 본사 건물도 이 동네에 있으니 소비자층은 갖추어진 셈이다.

다민족 이민 국가라는 사실이 마음에 들어 캐나다 유학을 결심했던 그는 인도의 구자라트 주 출신이다. 더 안전하고 질높은 삶을 추구하는 것도 결심의 동기 중 하나였다. 대부분이 졸업 후 대도시 예를 들어 토론토에 정착하려는 경향에서 볼 때 젊은이가 서드베리와 같은 외곽쪽을 선택한 것은 예사롭지 않다.

"토론토는 경쟁이 심하다. 코압(co-op)을 위해 작은 마을 첼름스포드에서 몇개월 일을 한 것이 계기가 돼 서드베리와 친숙하게 됐는데 주변 사람들의 우호적이고 배려심 깊은 인간적 분위기에 매료됐다." 이 업소 건물을 구매하기 전에 팔콘브리지를 꼼꼼히 조사했고 배리에 살던 지인들에게 자신의 생각을 전했으나 소매업소 종업원 일을 하던 그들은 제대로 된 정직원 일자리 구하는 것에만 관심을 가졌다. 그는 배리에서는 자신의 미래 기회를 가질 수 없으며 북쪽(서드베리)에서 동기부여를 가지자는 확신에 변함이 없었다.

그가 재개한 편의점 소재 동네인 팔콘브리지에 관해 유명한 에피소드를 소개한다. 이곳은 19세기 말엽에 벌목 캠프로 시작한 동네다. 나무의 대부분은 대화재로 초토화돼 재건축으로 나무 수요가 급증한 시카고로 보내졌다. 1902년에 저 유명한 발명왕 토마스 에디슨이 이곳 서드베리를 방문했다. 전기 제품에 사용할 니켈과 코발트의 안정적인 공급처인 매립지를 찾기 위해서였다. 1년 뒤에 그는 팔콘브리지 일원에서 이들 광물의 커다란 광맥을 찾았고 수직 갱도를 파들어 갔으나 모래늪 사태를 만나 진척을 보지 못했다. 이후로도 난관 극복을 위해 에디슨은 거듭 시도를 했으나 여의치 않아 모든 것을 포기하고 미국으로 돌아 갔다고 한다.

세월이 흘러 1928년에 쎄이어 린슬리라는 사람이 이 땅을 사들여 팔콘

〈21면에 계속〉

에드몬튼의 이색적 편의점 이야기

무인 편의점에 로봇 커피 서비스까지

스위스의 Smyze사에서 개발한 로봇 베리스타(Robobarista)는 이미 스위스와 중국의 여러곳에 설치, 운영 중인데 캐나다는 물론 북미주에서도 최근에 첫 선을 보인 것으로 화제를 모으고 있다.

앨버타의 에드먼튼에 있는 한 편의점이 연중 무휴 24시간 무인 자동 커피 서비스를 개시해 화제가 되고 있다. 그런데 더 큰 화제는 로봇 작동으로 제공되는 커피 서비스에 있다.

'로봇 베리스타'(robotic barista)라고 표현하는데서 알 수 있듯이 손님이 주문 넣으면 커피, 핫초콜렛, 무 알콜 피나콜라다 등을 정확히 손님이 원하는대로 뽑아낸다. 편의점에 하이테크가 적용돼 이루어낸 기발한 작품이라 하겠다.

전문 로비스트가 직업이었던 제임스 존슨이라는 사람이 'Vender Convenience' 라는 상호를 걸고 에드먼튼에서는 최초로 무인 편의점을 지난 7월에 오픈했다. 그리고 푸드 서비스의 일환으로 1,350평방 피트 의 업소 내부 한켠에 일명 로보베리스타(Robobarista)라는 커피 키오스크를 설치했다. 기기는 스위스의 신생기업 Smyze 라는 로봇 업체가 개발한 것으로 캐나다는 물론 북미주에서 이런 서비스의 기기가 최초라고 해서 큰 주목을 끌고 있다. 편의점에 도입되는 최첨단 설비로 평가된다.

크기는 가로 세로 2미터 정방형으로 고객들은 터치스크린을 통해 취향에 맞는 주문을 넣는다. 물론 자신의 휴대폰에 앱을 깔아야 하는 것이 전제다.

서비스 개시는 지난 8월 19일이었으며 첫날부터 일대 센세이션을 일으켰다. 덩달아 이 편의점 앱을 깔려는 고객들이 급증했다. 가입비를 지불한 후 앱이 깔리는데 업장에 들어오기 위해서도 이 과정은 필수다. 주인 존슨씨는 현장의 모습을 이렇게 전했다. "커피 키오스크를 찾는 손님이 떼를 지어 몰려와 주문에서 출력까지 과정을 신기한듯 지켜보기에 여념이 없

었다. 어떤 손님들은 전체 과정을 지인들에게 동영상으로 보여주기 위해 휴대폰을 들이대기도 했다. 일대 장관이었다."

자동 커피 서비스 자체도 신기하지만 로봇 팔이 움직이는 스피드도 화젯거리다. 주문 후 60초 후에 라떼가 손님앞에 놓인다고 상상해보라. 12가지 메뉴가 있고 이에 각각 설탕이나 얼음 등 추가 요소들의 배합까지 조합하면 수십가지 종류가 손님 입맛대로 제공될 수 있다.

7월에 무인 편의점을 오픈할 때만 하더라도 커피 서비스는 없었다. 그러다가 손님들이 많이 원하는 품목의 하나라는 사실이 확인됐고 다른 품목들이 추가되면서 편의점은 점점 식품점에 가까운 모습으로 확대됐 다. 그런데 아침 시간이 다소 한산하다는 점에 주목하며 트래픽 증대를 위해 이 로봇 베리스타 설비를 도입하기로 결심했다고 한다.

이 커피 키오스크 설비는 한대 당 250,000~300,000만 달러의 고가로 부담이 컸다. 존슨씨는 구입하는 대신 회사와 제휴해 수익을 배분하는 방식을 택해 초기 부담을 피했다. 쉽게 말하면 설비 소유는 스위스 회사측에, 관리와 원료 투입은 존슨씨가 책임지는 형태이니 매장 내 장소 대여 입점을 했다고 보면 되겠다. 가격도 적절하다. 7온스 크림을 탄 커피 한잔이 4.50달러이고 핫초콜렛 등 다른 음료들은 4.99달러다. 무인이기 때문에 인건비 문제가 해결돼 소비자 가격을 낮출 수 있는 것이 경쟁력을 가질 수 있는 결정적 요인이다. 커피가 유인책이 돼 여타 품목 구입으로 확대되니 시너지 효과도 크다.

설비를 제공한 스위스의 Smyze 대표 다니엘 아다멕씨는 성명을 통해 이렇게 말했다. "북미주에서 우리 회사 로보베리스타를 진출시키는데 에드몬튼이 최적의 도시라고 생각한다. 알버타의 주도인 이 도시는 테크 분야의 선도적 지역인 만큼 매우 잘 어울리는 장소라고 판단했다."

한편, 주인 존슨씨는 과거의 경력인 로비스트 역할도 이어가고 있는데 남을 위한 로비를 하다가 자신의 비즈니스를 시작해 새로운 세상을 경험하고 있다. 무인 편의점 Vendor Convenience를 열게 된 동기도 흥미롭다. 팬데믹 기간에 인근에 있던 편의점이 영업시간 단축을 했다. 오전 11시부터 저녁 7시까지만 영업을 하자 손님 줄이 길어졌고 꽤 불편함을 느꼈다. (그래서 자신의 무인 편의점을 지난 7월에 오픈할 때 오프닝 캐치프레이즈를 "We hate lineups" 라고 내걸어 웃음을 안겼다.)

거의 2년간의 검토와 컨셉 개발에 골몰한 끝에 마침내 자신의 무인 편의점 오픈이 성사됐다. 에드몬튼 도심 한복판에 위치해 트래픽이 대단히 양호하다. 하루 차량 이동량이 약 4만대 수준이라고 하며 주변에 아파트 군이 자리하고 있다. 인근에 앨버타 의사당도 있다.

기존의 프랜차이즈 편의점을 인수하려면 50만 달러는 요구되는데 무인 편의점에 착안하고 보니 초기 투자금에 대한 부담도 크지 않았다고 한다. 무인 편의점은 에드먼튼에 또 하나가 있다고 한다. 그의 업소가 오픈하고 연이어 중심가 또다른 요지에 또 하나가 오픈했다니 경쟁 상대가 하나 생긴 셈이다. 그는 앞으로도 더 많은 무인 편의점이 생길 것으로 예상하면서 차별화 전략 예를 들어 로봇 커피 서비스와 같이 이번에 자신이 추가로 단행한 하이테크놀로지 기반 전략이 경쟁력을 강화시킬 것으로 전망하고 있다. 필요하다면 자동화와 인력 투입의 믹스 형태, 소위 하이브리드 스타일도 형편에 따라 생각해 볼 수 있다고 한다. ■

〈19면에 이어〉

인도 유학생이 문을 연 편의점

▲1902년 광맥찾아 에디슨도 긴 체류를 했던 팔콘브리지. 멀리 제련소 시설이 보이는 이곳은 주민 500여 명과 공장 근로자들이 전부인 작고 평화로운 마을이다.

브리지 광산 회사(Falconbridge Mines Limited)를 창립했다. 수직갱도를 파내려 가다가 갱도가 무너지는 변을 당하기도 했다. 그런 우여 곡절 속에서도 커뮤니티가 형성되면서 오늘날의 편의점의 전신인 식료잡화점도 생겼고 우체국과 교실이 하나뿐이지만 명색이 학교도 생겼다.

다시 현재의 이야기로 돌아와 이 글의 주인공 프라자파티는 열심히 공을 들여 내부 단장을 했고 지역 사람들과 의논을 해서 어떤 품목들을 취급하면 좋은지 여론 조사까지 했다. 업소 건물은 50년이 넘어서 재단장을 하는데 꽤나 큰 돈이 필요했다. (그는 큰 돈 마련을 위해 투자 동업자 둘을 구해 현재 3명이 공동 소유자다. 업소는 현재 음료, 스낵, 커피와 엄선한 식료품 등을 취급한다. 간단한 식사대용 푸드서비스도 곁들이고 있는데 수요가 확인되면 추가할 용의도 있다고 한다. 신선한 샌드위치와 건강 점심 메뉴도 곧 취급할 것이다. ■

Special Sale

Sincere Trading of **KBA** **Oct 15 - Nov 14**

PRICE DROP

REUSABLE BAG (bundle of 50 bags)

$12.50

광천김 김부각

(Seasoned Seaweed Snack All Flavour)

$2.49

PREMIUM
ALOE VERA DRINK
(KBA imports directly from Korea)

1.5L×12ea **$29.99**
500ml × 20ea **$26.99**
240ml × 30ea **$22.99**

DIRECTORY

■ KBA 협동조합
169 The West Mall, Etobicok(사무실) (416) 789-7544
169-175 The West Mall, Etobicoke(매장)
----------(416) 867-1444

■ 복권관련
AGCO (복권 판매 라이센스 관련) ---- (416) 326-8700
1(800) 522-2876
OLG ---------- 1(800) 387-0104

■ 음료
Coca Cola Bottling Company -----1(800) 241-2653
Pepsi Bottling Corp. ---------- (905) 568-7909
1(800) 387-8400

■ 우유
SAPUTO(Neilson Dairy) ---------1(800) 663-4724

■ 아이스크림
Nestle Icecream ---------- 1(800) 500-5634

■ 스낵
Frito Lay Canada ---------- (905) 460-2414
South Cove ----------(905) 829-3666
Conagra Brands Canada ---------(416) 679-4200

■ 샌드위치
Classic group of companies -------(905) 470-1926
A Biz Gourmet(Shirley 부사장) ----- (416) 665-1052

■ Meat Jerky
Great Canadian Meat ----------(905) 666-9395
Conagra ---------- 1(888) 639-7868

■ 쵸코렛 / 캔디
Nestle Chocolate ---------- 1(800) 500-5634
Mars Canada Inc ---------- 1(800) 565-0147
Hershey Canada Inc. ----------1(800) 268-1304
Mondelez(Cadbury/Christie) ----- 1(855) 535-5648
Wrigley Canada ---------- (416) 442-3298

■ 담배
임페리얼 ----------1-(800) 818-2771
JTI ----------1-(800) 363-0490
RBH ----------1-(855) 333-5001

■ 잡지
TNG ----------1(800) 201-8127

■ 광고 미디어 전문 대행 회사
Adapt Media ---------- (416) 856-4466

■ 법률관련
변호사 이영동 ---------- (905) 272-4339
아담유 합동 법률그룹 ---------- (416) 739-8887

■ 금융 / 회계 / 재정 / 보험
Bank of Canada(위조지폐) ---------1(888) 513-8212
신한은행 ---------- (416) 250-3550
외환은행 ---------- (416) 222-5200
이방록 회계사 ----------(416) 221-2009
보험중개인(박효진)----------(416) 985-5287
CIBC모기지(현광환) ----------(416) 888-0404

■ 언론사
한국일보 ---------- (416) 787-1111
중앙일보 ---------- (416) 736-0736
Globe and Mail ---------- 1(800) 387-5400
National Post ----------(416) 383-2500
Toronto Star ---------- (416) 367-4500
Toronto Sun ----------1(800) 668-0786

■ 장비 설치 수리
Cool Air Cleaning ----------(416) 224-0020
Hi Cool Tech ----------(416) 909-7114

■ ATM / Debit
Moneris Solutions ----------1(877) 789-5335
1Solutions ---------- 1(888) 554-7355

■ PREPAID CARD
Atlantic Prepaid ---------- 1(888) 479-7779
Now Prepaid ----------1(800) 253-2111

■ 기타
Kocom ---------- (416) 769-3532
DSC Digital System ----------(416) 255-6549
David Health International ---------(647) 726-1010
Butterfly Fashion ----------(416) 785-5999
원도매상 ----------(416) 661-6664
David Whole Sale ---------- (416) 419-3751
Yeno Trading ---------- (647) 967-6561
용역 회사 Tyson Lee ---------- (647) 545-0922

■ 인벤토리
HY인벤토리(차대레) ---------- (416) 892-5566

OKBA

Ontario Korean Businessmen's Association

169 The West Mall, Etobicoke, ON. M9C 1C2 / Tel(416)789-7891 Fax(416)789-7834