

실업뉴스

The Ontario Korean Businessmen's Association News
October 2021 News 제813호



<2021년 9월 16일 임시총회 & 개표 모습>



www.okbacanada.com Publisher : Jae Gyun Shin / 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

온타리오주에서 대박 당첨



6월에 OLG에서 DAILY GRAND 고액 상금 당첨자가 7명이나 나왔습니다!



히크슨의 다이앤 F.는 6월 24일 추첨에서 1등상 '평생 매일 \$1,000'에 당첨되었습니다. 그녀는 일시를 상금 \$700만을 선택했습니다.

"만감이 교차하는 엄청난 일이었어요. 기쁨의 눈물을 흘리기도 하고 축하도 많이 받았죠. 정말 엄청난 행운이었어요!"



브램튼의 제니퍼 J.는 6월 14일 추첨에서 2등상 '평생 매년 \$25,000'에 당첨되었습니다. 그녀는 일시를 상금 \$50만을 선택했습니다.

"첫날 밤에는 잠을 이루지 못했어요. 믿어지지 않았어요!"

10월 DAILY GRAND 보너스 추첨

10월 25일 및 10월 28일에 '평생 매년 \$25,000' 상금 3개를 추첨하는 DAILY GRAND 보너스 추첨이 실시됩니다.

복권단말기 배너를 게시하십시오. 이 두 번의 보너스 추첨에 대해 조기 구매(Advance Play)를 권유하십시오.

복권은 매당 \$3이고, 매주 월요일 및 목요일에 추첨합니다.

최근의 온타리오주 당첨자들에 관해 고객들에게 이야기해주면서 다가오는 보너스 추첨을 홍보하십시오.

리마인더:

신형 엘리트 복권단말기(Elite Lottery Terminal)는 복권에 '인증(Validated)' 또는 '취소(Cancelled)' 표시를 하지 않습니다. 그래서 취소된 복권을 고객에게 주는 등(소매상정책매뉴얼(Retailer Policy Manual) 제4.15절 위반)의 혼란이 생길 수 있습니다.

고객이 인증된 복권을 잘 정리하도록 돕는 한편, 취소된 복권을 고객에게 주는 일이 없도록 다음 조언을 따르십시오:

- 고객의 복권을 인증한 후 복권과 인증 영수증을 고객에게 건네준 후에 다음 복권을 인증하십시오.
- 계산대 너머 고객 쪽에 있는 쓰레기통을 가리켜 보이면서 보관하지 않은 복권 또는 인증 영수증을 버리라고 하십시오.
- 당첨금을 지급한 후에는 반드시 복권의 바코드 부분을 찢으십시오.
- 복권을 취소할 때, 고객이 취소된 복권을 우발적으로 집어드는 일이 없도록 복권과 취소 영수증을 즉시 고객의 손이 미치지 않는 곳으로 치우십시오.





OKBA

www.okbacanada.com

■ OKBA 온타리오한인실업인협회

- OKBA 회장 : 신재균 (Jae Gyun Shin)
OKBA 부회장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)
- 홍보팀 : 실장 김광일 (Ted Kim) tongilisysj@yahoo.com
- 사업개발팀 : 이주녕 (Brian Lee) brianjn1108@okba.net
- 디자인팀 : 현미영 (Mimi Hyun) mimihyun@okba.net
- 연락처 : Tel (416) 789 - 7891 / Fax (416) 789 - 7834
- 이사회 : 이사장 김대용 / 부이사장 배명호
- 감사위원회 : 류승진 / 이만석 / 장육용
- 분과위원회 : 장학 분과 / 회칙 분과 / 특별사업 분과
상벌 분과 / 선거관리 분과
- 지구협회 : < 광역 토론토 지구협의회 >
(ABC 순) Etobicoke 회장 이두승 (416)895-1277
Newmarket 회장 배명호 (905)642-4644
North York 회장 방성덕 (416)221-7091
Peel 회장 이수봉 (905)813-1333
Richmond Hill 회장 김대용 (905)471-8079
Scarborough 회장 송명현 (416)287-2928
Toronto East 회장 김종범 (416)363-9404
Toronto West 회장 김재숙 (416)975-0365
Weston & York 회장 조용상 (416)604-3116
< 남서부 지구협의회 >
Brant County 회장 이효영 (519)442-4143
Halton & Hamilton 회장 오재근 (905)825-8373
London 회장 오세정 (519)432-6672
Niagara Falls 회장 이찬희 (905)356-4070
Waterloo 회장 최상겸 (519)579-8130
Windsor 회장 윤문성 (519)326-1832
< 동북부 지구 협의회 >
Durham 회장 이현식 (905)579-2500
Huronian 회장 배종민 (705)436-2248
Kingston 회장 김홍삼 (613)969-7466
Owen Sound 회장 허창훈 (519)323-4311
Peterborough 회장 이경석 (905)373-0569

■ KBA 협동조합

- KBA 운영이사장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)
KBA 부이사장 : 공석
- 총괄부장 : 권혁선 (Hyuk Sun Kwon)
- 사무장 : 배 줄리아 (Julia Bae)
- 협동조합 사무실 : Tel (416) 789 - 7544
Fax (416) 789 - 5013
- 협동조합 매장 : Tel (416) 867 - 1444
- 운영이사 : 김대용 / 류승진 / 백사열 / 송명현
배명호 / 신재균 / 심기호 / 허창훈 (가나다순)
- 감사 : 이만석 / 장해민

C O N T E N T S

04 - 05 / 심기호 단독후보, 실험 차기 회장 선출

06 - 07 / 회장 퇴임사

08 / UKCIA 모처럼의 대면 회합

09 / CG社, 미국 시장에 CBD 베이핑 '휘슬' 출시

10 - 11 / 중소기업체 총 채무 \$1,400억

12 / 국세청(CRA) 사칭 사기 주의!

13 / 코로나가 무색한 달러라마의 기세

14 - 15 / 英, 냉동식품 편의점 쇼핑 증가

16 - 17, 22 / 단골손님 오래 붙잡기

18 / 美, 코로나 백신 의무화로 분열 양상

Convenience U 행사 취소

CG社, 미국 시장에 CBD 베이핑 '휘슬' 출시

19 - 21 / 유엔 환경 보고, 인류에 적색 경보 발동

심기호 단독후보, 실험 차기 회장 선출

우편투표 실시, 지지율 96% 압도적 인준 통과



회장 당선자 심기호 (사진 오른쪽)
부회장 당선자 김광석 (사진 왼쪽)



오는 10월부터 2년의 새로운 임기가 시작될 본부협회 제 27대 회장에 심기호 현 부회장이 선출됐다. 지난 8월 16일 선거공고를 시작으로 25일에 후보 등록이 마감됐으며 후보 등록자는 심기호 후보 한명 뿐이었다.(러닝메이트인 부회장 후보는 노소욱 지구협 소속 김광석 회원) 지난 2019선거에 이어 다시 단독 후보에 대한 인준 여부를 가리는 선거가 된 것이다.

9월 16일(목) 개최된 임시 총회에서 3시간에 걸친 현장 투표와 함께 개봉한 우편투표 개표 결과, 심기호 당선자는 전체 투표자 285명 중 273명의 압도적 찬성표를 획득했다. 신영하 선거관리위원장이 공식 발표를 했고 이어서 당선자는 오늘의 자신을 만들어 준 주변 회원들을 형제에 비유하며 "돈독한 인간 관계속에서 보람차고 신명나는 회장 소임을 충실히 하겠다"고 소감을 밝혔다.

심 당선자는 현재 협회 부회장 겸 협동조합 운영이사장이기도 하며 정부나 공급사 접촉 등 대외 활동을 전담해왔다. 또한 캐나다 한인상공산업 인총연합회(UKCIA)최고 운영이사과 대외담당 직무도 수행해오고 있다.

올해 선거는 선거관리위원회의 결의에 따라 연회비 25달러를 완납한 정회원에 한해 유권자 자격이 주어지도록 했으며 각 지구협회장의 신속한 대응에 따라 거의 모든 정회원들이 회비를 납부한 결과 전체 정회원 781명 중 731명이 유권자로 확정됐다. 이는 선관위가 반송용 찬반 투표 용지를 담은 우편물을 개별 회원 업소로 발송한 수를 의미한다. 정회원이면서도 회비 납부가 되지 않아 유권자 자격이 주어지지 않은 회원은 특정 지구협회에 집중적으로 몰렸다.

유권자 수 731명에서 투표 참가자는 현장투표 3표를 포함해 285표였으

차수(연도)	총유권자	유효투표	참가율
제 26 대 (2019 년)	962	58	단독후보
제 25 대 (2017 년)	1,011	673	67%
제 24 대 (2015 년)	1,171	108	단독 후보
제 23 대 (2013 년)	1,259	198	단독 후보
제 22 대 (2012 년)	1,432	903	63%
제 21 대 (2009 년)	1,728	981	57%
제 20 대 (2007 년)	1,591	933	59%
제 19 대 (2005 년)	2,294	1,144	50%
제 18 대 (2003 년)	2,369	1,276	54%
제 17 대 (2001 년)	2,173	1,184	54%
제 16 대 (1999 년)	1,967	1,177	60%
제 15 대 (1997 년)	1,764	728	41%

며 (39%), 참가 투표 중 앞서 언급한대로 273표 찬성(96%), 반대 12표였다. 코로나로 인해 대부분의 유권자가 우편투표를 선호했음이 확인됐다.

이는 2017년 협회 역사상 자체적으로 최초 실시한 우편 투표 병행 때도 동일했다. 당시 총 유권자 1,011명 중 투표 참가는 673명이었으며 이중 14명만이 현장 투표를 했고 코로나 상황이 아니었음에도 대다수가 우편 투표를 이용했다. 편리하기 때문이다. (역대 투표 참가율은 왼쪽 표 참고)

표에서 2013년, 2015년, 2019년 단독후보의 유효투표는 정기총회 회의 참석자와 거의 일치하는 수치다. 단독후보인 경우 규정에 따르면 정기총회에서 참석자의 과반 찬성 인준을 득하도록 돼 있다.

다른 연도는 모두 복수 경선이 치러졌다는 의미이며 유권자들이 직접 투표(우편투표 포함)를 했기 때문에 단독후보의 경우와 달리 총 유권자 대비 유효투표 수가 높을 수밖에 없다. 참고로 협회 48년 역사상 단독 후보의 사례는 이번을 포함해 총 8번이 있었으며 정기총회에서 한번을 제외하고 모두 인준을 얻어 회장에 취임했다.

한편, 앞서도 언급했듯이 단독후보의 경우 선거제식에 규정대로 정기총회에서 참석자의 과반수 찬성으로 인준을 받아 선출되어야 하는 것이 원칙이다. 그러나 코로나로 인한 다중 회합이 불가능하기 때문에 비밀도 보장하며 인준 결과의 정통성을 확보하기 위해 복수 후보 경합 시에 치러져야 할 우편투표 제도를 원용했다. 달리 선거를 치를 방법도 없을 뿐 아니라 번거로움을 무릅쓰고 우편투표라도 치러야 회원들의 협회에 대한 관심과 참여도를 유지할 수 있다는 선관위의 판단이었다.

새 당선자의 임기는 10월 중에 개최되는 정기총회날 부터이지만 정기총회 또한 코로나로 인해 지난해와 마찬가지로 온라인으로 대체할 것이기 때문에 온라인 상에 정기총회 보고서를 올리는 날이 임기 시작으로 간주된다.

지난해에는 10월 22일에 정기총회 보고서를 협회 웹사이트에 게재하며 이날을 정기총회 개최일로 같음했다. 오프라인 정기총회였다면 현 회장과 새 회장이 회의석상에서 의사봉을 교환하며 인수 인계가 이루어지면 새 회장의 임기가 시작되는 것이 관례이나 코로나로 인해 정기총회의 풍경도 이렇게 바뀌게 됐다. ■

(주) 하이쿨 텍 냉동·히팅

“신속하고 고품질 서비스를 약속합니다!”

Canada Heating & Cooling Licensed Technician

전문적인 기술자가 문체 기술 시너지
효과 (Synergy Effect)를 극대화 하였습니다



- 업소용 - 냉동, 히팅, 에어컨, 워킹콜러/후리지, 덕트, 케노피
- 가정용 - 냉장고, 히팅, 에어컨, 전기, 배관 외
- 상업용 - 공장, 상가 및 교회 건물관리 (냉난방 시스템 외)
- 세탁전문점 장비 일체 수리
- 자동차어, 수중모터 및 보트엔진 수리 외

정거리 출장수리 가능

신용과 책임을 우선 합니다

416.909.7114

HI-COOL TECH
에어컨 설치 문의 환영
김순석 (Peter Kim)

박효진 (Roland Park)

Cell (416)985-5287

- 집, 자동차 단체보험
- 상업용 건물, 가게 단체보험
- Beer & Wine 가게 맞춤형보험
- 프로그램스토어 특별할인보험



Main (905)770-8828
Fax (905)770-8851
roland.park@brokerteam.ca

실업인협회 단체보험

退任辭



온타리오한인실업인협회

회장 신재균

.....
회원 여러분, 안녕하십니까.

“코로나와 함께 살기(With Corona)”라는 신조어가 자리잡아가는 세상을 맞이하고 있습니다. 우리들 생애에 이같은 경험을 할까 상상도 안했던 대역병 사태를 온몸으로 극복해내고 있습니다. 그 중에서도 필수업종에 해당돼 그나마 단절없는 영업이 가능해 타 업종으로부터 부러움을 사기도 했던 우리들 편의점은 비즈니스 최전방에서 최선을 다해왔습니다. 회원님들의 노고를 격려하며 그간의 협조에 감사의 말씀을 전합니다.

돌아보면 참 길었던 4년이었던 것 같습니다. 회장 취임 후 첫1년은 협회와 조합을 과거로부터 이어져 오던 폐습으로부터 끊고 변화시키기 위해 치열하게 싸웠던 시간들이었습니다. 2년 차는 대정부활동을 왕성하게 하며 손에 잡힐 것 같던 편의점 술 판매 성사에 ‘올인’ 했던 시간으로 기억됩니다. 열정의 순간들이 지금도 생각하면 감격스럽기 그지없습니다. 아침 일찍 스카보로에서 있었던 재무장관을 비롯한 주정부 인사들과의 만남의 자리였습니다. 비록 적극적인 참석을 회장으로 독려했지만 170 여명이나 되는 회원들이 온타리오 전역에서 참석할 것이라고는 전혀 상상못한 가슴 벅찬 사건이었습니다.

하지만 임기 3년차부터 지금까지 이어지는 누구도 예상하지 못했던 코로나 역병으로 인해 대외 활동이 전면적으로 중단됐습니다. 위기가 기회더라고 이 상황에서 두손 놓고 있기보다는 내실을 다지기 위한 작업에 몰입할 수 있는 기회라고 생각하고 지난 2년을 보냈습니다.

지난 4년간의 저의 봉사기간들에 대한 평가는 시간이 지나면 나오겠지만 조금이라도 긍정적인 평가를 받을 수 있는 부분이 있다면 이는 전적으로 저를 신뢰하며 도와주신 이사님들과 회원들의 도움 덕분이라 생각합니다. 나름 최선을 다했다고 생각하지만 지난 4년을 돌아보면 잘한 것보다 앞으로 해야 할 일들만 생각나는 것 같습니다.

제 임기 중 겪었던 가장 마음이 아픈 것은 봉사하러 나섰던 이에게 책임을 물어 공금 남용에 대한 환급조치를 강행한 것입니다. 인정과 원칙의 양갈래에서 심각한 고민의 순간이었으나 수십년 답습한 부조리의 고리를 끊어야 한다는 신념이 앞섰고 실천에 따른 인간적 아픔은 컸습니다. 또, 실행과 조합의 형편상 어쩔 수 없는 일이었지만 적지 않은 수의 직원들을 구조 조정하는 것은 두고두고 마음 한켠에 걸립니다.

올해 환갑인 제 나이 지난 50대 거의 절반의 시기를 협회 일에 몰두하면서 여러가지 떠오르는 일들이 많지만 그중에도 지금의 웨스트 몰 건물을 인수한 것은 하늘이 도운 결정이었다고 자신합니다. 동부 지역 회원들의 불편을 감수하면서도 협회가 모바일을 대신할 매장을 새로 오픈하지 않은 것은 한편으로 해당 지역 회원들에게는 송구한 마음이지만 결과적으로는 현명한 선택이었습니다. 누구도 예상치 못했던 코로나 사태로 만일 협회가 새로운 매장을 열었으면 지금쯤 협회와 조합 모두 존립을 걱정해야만 하는 상황이 되었을 것이기 때문입니다.

모두가 어려웠던 시간들 중에 보람을 찾을 수 있는 또 하나의 과업 달성을 들라면 재정 건전성과 실속 챙기기를 말하고 싶습니다. 협회의 재정은 더할 나위없이 투명해졌고 조합 사무실로 협회 직원을 합치면서 남은 공간을 임대해 고정 수입을 추가 창출했습니다. 수십년간 이루지 못한 조합 재고 전환화를 이룬 것은 조합 담당 회계법인도 그 의미가 크다고 인정할 정도입니다. 아울러 10여년 전 협회와 조합의 분쟁으로 박탈되었던 회원들의 조합 주주권을 회복시킨 것은 큰 보람으로 기억에 남습니다.

그리고 COVID-19로 모두가 어려운 시기에 협회와 조합이 뜻을 함께 하며 더 어려운 한인 사회와 모국 그리고 온주 정부에까지 여러 방면으로 지원을 해서 협회와 조합은 물론 한인사회의 위상을 올렸던 것은 결코 잊지 못할 자부심으로 마음에 두고두고 남을 것 같습니다.

코로나 사태가 결정적이기는 했습니다만 4년 시간이 모자라 이루지 못한 일들이 몇가지 있어 이 지면을 빌어 지적해두고 싶습니다. 아쉬움이 가득하지만 지난 세월 상당 부분을 저와 함께 호흡해온 신임 심기호 회장이 해결해주시기를 바라는 마음까지 담아 드리는 당부의 말씀이기도 합니다.

첫째, 급격이 감소하고 있는 회원수와 관련해 협회의 위상 재정립이 시급합니다.

늘 되풀이 지적되고 있는 현실입니다만 회원의 고령화와 2세로의 되물림 회피는 회원 감소의 불가피한 환경입니다. 2017년 제가 회장 1기 임기를 시작할 때 1,000여 명의 회원이던 것이 4년이 지나 이번 회장 선거에서 정회원 수를 파악해보니 800명이 안됩니다. 앞으로 더 빠른 속도로 감소할 것입니다. 21세기가 들어오며 협회는 한때 2,800명을 운운하던 위세였습니다. 격세지감이 이를 두고 하는 말인 것 같습니다. 한없이 오그라드는 협회의 위상을 재정립할 특단의 조치가 필요합니다. 이는 협회와 조합의 자산이 걸린 문제이기도 합니다. 협회 역사 50년, 조합 역사 40년을 눈앞에 두고 있는 현재, 돌이켜 생각하면 이들의 탄생은 바로 한인 동포 사회에 뿌리를 두고 있으며 그 자양분을 먹고 성장 발전해왔습니다. 행여라도 그 목적인 바를 다 이루고 되돌아가야 한다면 바로 한인 동포사회에 환원되어야 한다는 것이 저의 생각입니다. 자산의 귀결은 마땅히 한인 동포 사회 공동체라는 점을 미리부터 인식할 필요가 있습니다. 그간이라도 협회의 외적 규모를 유지하기 위해서 한때 거론되던 한인 타 업종과의 연합, 더 나아가 비한인의

특별지위 회원으로의 포섭 등도 면밀히 검토해 보는 것이 바람직합니다.

둘째, 모든 회원 업소 술판매 성사를 위한 지속적인 노력입니다.

현재 코로나 사태로 다소 소강상태에 빠져 있는 비어 와인 판매 정부 정책이 다시 정상화되기 위해서 협회와 온주편의점협회(OCSA)가 합심해 정부 요리에 메시지를 지속적으로 전하고 있습니다. 협회로서는 현재의 보수당 정부가 매우 우호적인 환경을 조성해주고 있습니다. 기회가 자주 오는 것도 아니고 한국계 정치인들이 든든한 버팀목이 되고 있는 이 순간을 잘 활용해 회원들의 관심과 지지가 모아진다면 반드시 이루어질 것입니다.

셋째, 협회 조직 슬림화입니다.

현재의 20개 지구협회를 근간으로 하는 협회 조직은 불필요하게 비대합니다. 회원수는 앞에 서도 언급했듯이 전성기때와 비교하면 거의 1/3인데 지구협회는 21개에서 고작 1개가 줄어든 20개로 동일한 수준을 유지하고 있습니다. 그래서 지구협회장들의 의견까지 물었고 그 당위성에 대해 명쾌하게 설명도 했습니다. 하지만 활동은 유명무실한데 자신의 지구협이 행여 폐합의 대상이 되지 않을까 하는 염려때문인지 원칙론적으로는 통폐합을 찬성하면서도 일종의 남비 현상을 보이며 반대로 끝났습니다. 안타까운 현실입니다. 원칙이 옳다면 실천으로 가야 합니다. 협회에 대한 지구협회장들의 사심없는 애정과 관심만이 지구협회 축소를 이룰 수 있을 것입니다. 어울리지 않는 허세에서 한시바빠 탈피하고 내실을 취해야 할 것입니다.

넷째, 프로그램스토어의 프랜차이즈화입니다.

협회의 재정이 급전직하로 어려워진 것은 주요 공급사의 리베이트 단절입니다. 하지만 일부 프랜차이즈는 계속 지원받고 있으며 협회도 프로그램스토어 가입 회원들은 리베이트를 계속 받고 있습니다. 이것이 의미하는 바는 분명합니다. 부익부 빈익빈의 냉정한 자본의 이치가 협회에도 고스란히 적용되고 있는 것입니다. 현실을 직시한다면 앞으로 협회 그리고 소속 회원들의 생존 전략은 프로그램스토어에 기반합니다. 법적인 프랜차이즈는 당장 어렵더라도 품목별 프랜차이즈화를 이루는 것은 결코 어렵지 않습니다. 공급사들이 요구하는 조건 충족을 수용하겠다는 회원들의 결심만 있으면 됩니다.

이상이 제 임기동안 아쉬움을 남기는 과제들입니다만 신임 심기호 회장을 비롯한 임.직원들이 적극적으로 지혜를 모아 성취해낼 것이라고 믿으며 마음 편히 퇴임하겠습니다. 코로나 상황이 빠른 시간내에 호전될 기미가 없어 불안합니다만 지금까지 잘 견뎌오셨듯이 앞으로도 건강하고 사업 번창하시기를 기원합니다. 그간의 성원에 깊이 감사드립니다. ■

1 SOLUTIONS

DATA CORPORATION

최고의 퀄리티와 빠른 서비스
1Solutions와 함께하세요!

ATM & POS TERMINALS

최신 Clover Terminals와 연동
한국인을 위한 POS 기능 탑재
듀얼모니터로 광고기능 탑재
LCBO READY
LOTTO TICKET SCAN
원격으로 실시간 지원
MADE IN KOREA

Service since 2006



www.1solutions.ca

info@1solutions.ca / Toll-Free 1(888)554-7355 Direct Line(905)962-1999 Head Office(416)900-7533

UKCIA 모처럼의 대면 회합

연아마틴 의원 초빙 간담회도 아울러



▲ (앞줄 왼쪽부터) 김용출 에드먼튼 회장, 김성수 B.C 회장, 조은애 수석 보좌관, 연아마틴 상원의원, 한용 B.C 총무이사, 심기호 OKBA부회장, 박흥재 켈거리 회장. (뒷줄 왼쪽부터) 이직상 B.C 부회장, 신재균 OKBA 회장/UKCIA연합회장, 김재경 매니토바 회장, 이종복 매니토바 부회장.



▲ 모국의 세계한인정치인협의회 회장으로 선출된 연아마틴 의원을 축하하기 위해 신재균 회장이 꽃다발을 전하고 있다.

캐나다한인상공실업인총연합회(UKCIA)가 지난 9월 4일(토) 밴쿠버에서 거의 2년여 만에 회합을 가졌다. 2019년 12월에 B.C 한인실업인협회에서 정기총회 겸 친교의 만남을 가진 것이 마지막이었다. 코로나 사태로 인한 불가피한 상황이었다. 참석자들은 B.C실협 사무실을 예방한 후 인근 한식당 '인사동'에서 저녁을 나누며 간담회를 개최했다.

올해라고 사태가 호전된 것은 아니지만 '위드 코로나' 시대를 예감하며 봉쇄 조치가 부분적으로 풀리는 분위기를 감안해서 신중하게 대면 회합을 가지게 된 것이다. 정기총회 성격을 겸했으나 코로나로 인한 활동 부재로 보고 내용이 거의 없었다.

협회에서는 총련 회장을 겸하고 있는 신재균 회장과 총련 운영이사직을 겸하고 있는 심기호 협회 부회장 겸 협동조합 운영이사장이 참석했다. 주최측인 B.C실협은 김성수 회장과 한용 총무이사가 참석했고 에드먼튼 실협의 김용출 회장, 매니토바 실협의 김재경 회장, 켈거리 실협의 박흥재 회장이 함께 했다.

한편, 연아마틴 연방 상원의원(보수당)을 초청해 의원과 수석 보좌관 조은애(영어명 그레이스)씨가 참석했으며 코로나를 전후한 국내 정치 경제

적 현안 문제들을 두루 논하는 시간을 가졌다. 저녁 식사를 겸한 간담회 자리에서 UKCIA측은 신재균 회장을 통해 연아마틴 의원에게 '세계한인정치인협의회' 회장 선출을 축하하는 꽃다발을 전했다.

의원은 모국 정부가 운영하는 한국계 세계 정치인들의 협의체인 '세계한인정치인협의회' 7차 포럼이 열렸던 지난 8월 18일~19일 양일간의 제주도 행사에서 4년 임기의 회장에 선출됐다. 부회장으로는 실비아 루크 하와이주 하원의원이 뽑혔으며 4명의 실행위원회 위원 중 마틴 의원의 수석보좌관인 조은애 보좌관이 한명으로 뽑혔다. 이 협의회는 지난 2007년에 발족했으며 전 세계 한인 정치력 신장과 차세대 정치인 육성을 목표로 창설됐다.

신재균 회장은 매년 해왔던 의사당 내 경제포럼을 코로나 상황이 호전되면 계속할 수 있도록 배려해달라고 마틴 의원에게 당부했으며 의원은 본인이 정치활동을 계속하는 동안 차질없이 앞장서 행사 개최에 만전을 다하겠다고 약속했다. 한편, UKCIA 임원들은 앞으로 코로나가 진정되고 경제활동이 정상을 되찾는 시기를 주시하며 형편이 나아지면 OKBA를 주축으로 대 공급사 단체 협약 등 비즈니스 활성화를 꾀하자고 결의를 다졌다. ■

CG社, 미국 시장에 CBD 베이핑 '휘슬' 출시



세계 최대의 대마초(大麻草; 마리화나) 기업인 캐나다 캐노피 그로스(Canopy Growth)가 미국 내 편의점 체인망을 통해 CBD 베이핑 제품 출시를 목전에 두고 있다. 제휴사인 편의점은 캐나다 편의점의 지존인 알리망타

시용 쿠시타르 산하 '서클 K'(Circle K)로 미국에만 약 3,000여 개 가맹점을 두고 있다.

CBD는 '칸나비디올(Cannabidiol)의 약칭으로 의약 치료제인 CBD기반 오일, 크림 등의 제품들이 있으나 이런 대규모 편의점 보급망을 통한 베이핑 판매는 처음있는 일이라 업계가 비상한 관심을 두고 있다. 캐노피 그로스 대변인은 "미국 시장에서만 이 새로운 베이핑 제품을 구할 수 있다"고 설명했다.

한마디로 시장만 미국 시장을 기반할 뿐, 세계 최대의 마리화나 회사가 세계 최대의 편의점 채널 중 하나인 회사와 제휴한 캐나다의 거대 마리화나 기반 베이핑 판매 사업이라고 할 수 있다. 제품 브랜드명은 휘슬(whisl)이다.

제품 라인업은 상호 교환 가능한 껍을 특징으로 가지며 3가지 종류가 있는데 각각 헴프에서 추출한 CBD 200밀리그램을 함유한다. 그러나 향정신성 효과를 미치는 THC 성분은 전혀 포함하지 않는다. CBD와 THC는 칸나비노이드(cannabinoids)에서 추출하며 광범위하게 의료용으로 사용되기는 하지만 THC가 환각 등 부작용 경험치가 대단히 높아서 신중한 처방이 필요하다. 따라서 이런 성분이 단순한 기호 식품인 베이핑 제품에 들어가지 않는 것은 당연하다. 또한, 니코틴 성분도 포함하지 않는다고 한다. 그냥 CBD를 통한 정신적 안정감과 긴장해소 등의 효과만 즐길 수 있을 뿐이다. 회사는 동 제품의 소비를 통해 집중력을 높이고 심신의 안정, 편안한 수면 효과 등을 누릴 수 있다고 홍보한다. 3가지 종류



는 'Tune in pod, Intermission pod, Fade out pod'이며 손으로 하는 일의 집중력 상승, 낮시간대의 안락한 기분, 수면 유도 등이 각각의 특징이라고 한다.

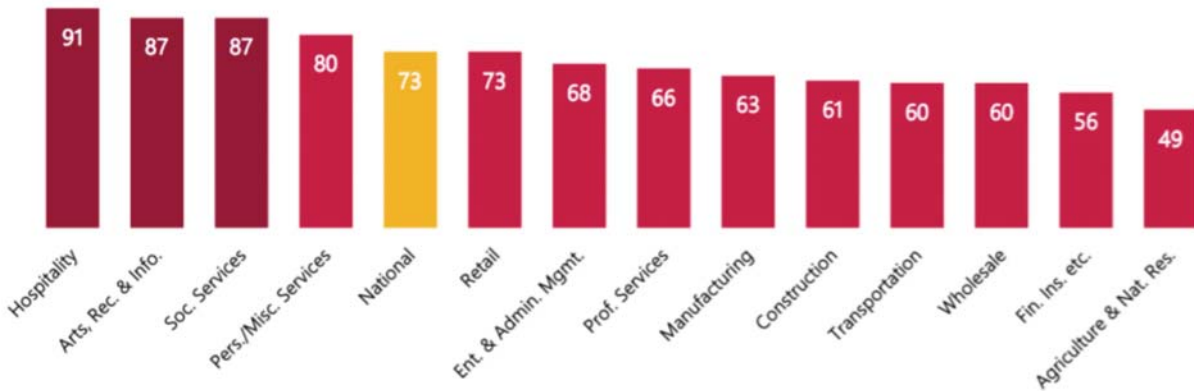
온타리오 스미스 폴스(Smiths Falls)에 본사를 두고 있는 캐노피 그로스의 글로벌 사업 담당 부사장 앤디 루티네크씨는 "소비자들의 심신 안정에 아무때고 편리하게 도움을 줄 수 있는 CBD기반 기호식품의 새로운 개념을 선도할 수 있다는 점에 자부심을 느낀다"고 말했다. 그녀는 또, "휘슬은 CBD의 현대적 혁신 기술로 개발한 아이디어 제품이며 소비자들에게 정서적으로 다양한 유익함을 제공하기를 기대한다"고 덧붙였다.

휘슬은 앞서 말한대로 기능적 특성으로는 3가지 종류가 있으며 색상으로는 두가지로 연회색과 균청색이다. 이밖의 특성으로는 일정 온도로 달아오르면 자동으로 가열기능이 중단되며 정교한 유리재료 가열체를 자랑한다. 또한 전통과 명망있는 제품 표준 검사기관인 UL인증을 얻었다는 것도 앞세우고 있고 이밖에 객관적인 여러 제품 검사를 거쳤다는 사실도 강조한다. 한편 휘슬의 소매 가격은 패키지 스타터 키트가 39.99 달러이

(18면에 계속)

중소사업체 총 채무 \$1,400억

CFIB 발표, “COVID-19 때문에 생긴 빚”



▲ 위의 표는 전국독립사업체연맹이 지난 2월에 조사한 전국중소사업체 코로나바이러스 관련 부채발생률이다. 업종별로는 표에서 보듯 환대산업이 91%로 가장 타격이 컸다. 다시말해 여행사, 숙박업 등을 운영하는 업주들의 91%가 빚을 졌다는 것이다. 거의 대부분의 업종이 50% 이상 채무를 안게 됐다. 소매업이 73%라고 하는데 저 분류에서 편의점과 약국은 제외됐으니 필수 업종 분류로 정상 영업을 대부분의 업소가 할 수 있어서 그나마 큰 다행이었다. 해당 조사는 2월에 실시됐으나 이후 5월과 8월에 조사된 업데이트 결과를 보면 부채 상황이 더 악화되고 있어서 향후 폐쇄 조치가 다시 단행되지 않을까 노심초사하고 있다.

캐나다가 전국적으로 봉쇄 조치가 해제됐음에도 불구하고 많은 중소사업체(small business)들이 코로나 사태로 인해 누적된 빚이 총 1,390억 달러를 넘어서고 있는 것으로 조사됐다.

전국독립사업체연맹(CFIB ; Canadian Federation of Independent Business)이 지난 8월 말에 발표한 보고서에 의하면 코로나로 인한 전국중소사업체 당 평균 빚이 약 17만 달러에 달한 것으로 조사됐다. 이 조사는 지난 5월과 8월 두 차례에 걸쳐 실시됐었다. CFIB 산하에는 95,000여 업소가 회원으로 있다. 이번 조사 직전인 올해 2월에도 동일한 조사를 했는데 채무가 이후에도 여전히 줄지 않았음이 확인됐다고. (*정확히 말하면 2월 조사에서는 1,350억 달러였으나 이번 조사에서는 1,390억 달러로 오히려 소폭 증가했다.)

업종군 중에서도 가장 큰 타격을 입은 업종은 환대산업(hospitality ; 항공, 호텔, 여행 등)이었으며 업소 평균 약 33만 달러를 상회하는 채무를 안고 있다. 주변의 여행사나 소규모 숙박업체를 상상하면 쉽게 이해가 갈 것이다.

사실, 채무부담이 너무 커서 일부 사업체 대표들(약 13%)은 부채 상황이 거의 불가능할 것 같다는 깊은 우려를 하고 있다. 이런 실정에 대해 연

맹의 수석 부회장 코린 폴만씨는 “고객 대면이 상대적으로 많은 업체들에게 채무상황이 더 심각하고 지난 수개월에 걸쳐 형편은 더욱 안좋아졌다”고 밝혔다. “코로나 사태가 곧 끝날 것도 아니라서 수많은 비즈니스에 여전히 타격이 가해지고 있고 이는 시내 거리를 보면 매일 목도하는 일상이 됐다.”

비즈니스 업계의 평균 채무 수준이 가장 높은 곳은 지역적으로 볼 때 알버타이다. 이곳은 사업체 당 평균 약 33만 5천 달러를 기록하고 있다. 온타리오는 이보다 형편이 훨씬 나아서 19만 여달러, B,C는 약 13만 달러이며 채무 정도가 가장 낮은 곳은 대서양 주의 74,000 달러이다.

빚을 모두 정산하는데 소요될 시간 예상은 영업을 얼마나 할 수 있었는가에 따라 다양한 예측을 내고 있다. 즉 봉쇄 혹은 폐쇄 조치 기간 동안에 어느 정도나 영업 허용이 가능했는가에 따라 달라진다는 말이다. 예를 들어 편의점이나 약국은 필수 업종으로 분류돼 전면 봉쇄조치 기간에도 정상 영업을 대부분 가능했기 때문에 업종별로 볼 때 상대적으로 형편이 가장 좋을 것으로 보인다. 이같은 실정을 감안하고 계산을 해보면 코로나 기간에 부분 영업, 혹은 전(全)기간 영업 가능한 업종 중 40%는 코로나에 기인한 부채를 2년 내에 상환할 수 있을 것으로 예상되고 있다. 이들 중 단지 24%만이 부채 상환 마무리가 언제 이루어질 것인지 장담못하는 불안

한 상황이다. 사업체 전체를 놓고 볼 때 76%는 코로나로 인한 부채 청산에 최소 1년 이상이 소요될 것이라고 답했다. 채무 변제와 관련해서 가장 중요한 변수는 영업 오픈이 얼마나 지속되는가 하는 점이다. 코로나 4차 유행에 대한 우려가 높아지는 가운데 영업 유지와 영업 부분 제한이나 전면 제한은 부채 상환의 여력을 결정짓는 핵심 변수로 떠오른 것이다. 앞서 언급한 연맹 수석 부회장 폴만씨는 “중소사업체의 경제 회복을 가로막는 최대의 장애요소는 계속 누적되어온 빚”이라고 말하며 앞으로의 영업 중단사태 조치 여부가 사회적 관심사임을 강조했다.

연맹의 연구분석가 테일러 매켓은 이번 발표 보고서의 제 1 저자이기도 한데 누적된 채무 변제를 그나마 수월하게 하기 위해서는 정부의 지속적 지원책이 가장 중요하다고 역설하고 있다. “장래의 봉쇄 또는 폐쇄 정책을 피하고 영업 지속을 담보하는 정부 정책이 절실하다. 부디 정부는 비즈니스 지원책을 조기에 마감하는 일이 없어야 할 것이다.” 매켓씨의 절절한 호소다. 이번 보고서를 위한 온라인 설문 조사는 소속 회원들을 상대로 두차례에 걸쳐 진행됐는데 8월에 한차례는 2,878명을 대상으로 했고 이보다 앞선 5월 조사는 5,361명을 대상으로 했다고 한다.



코로나로 인한 영업 잠정 폐쇄 조치로 업종에 따른 희비가 엇갈린 모습



퀘벡을 포함한 일부 주에서는 비즈니스 영업을 계속 할 수 있게 허용하는 기준을 백신접종 완료 증명으로 삼겠다면서 관련 시스템을 정비 중이다. 온타리오는 코비드-19 백신 패스포트 프로그램을 도입 중에 있는데 경제적 타격을 완화하기 위한 방책으로 영업 폐쇄 조치를 피하고자 구상된 계획이다.

이상으로 중소기업의 코로나로 인한 부채 실상을 살았는데 일부 어려움은 있었겠지만 이런 시절에는 필수업종으로 나름 큰 혜택을 입은 편 의점 업종에 종사한 것이 다행이었지 않았나 싶다. 전국 평균 업소 당 17만 달러의 빚을 안게 됐다는 수치 앞에서 아마도 큰 안도를 느끼지 않을 까... ■

2021년 10월 프로그램

- KCWA 노스욕 센터 사무실: 5075 Yonge St., North York
- KCWA 배더스트-핀치 사무실: 540 Finch Ave., W. North York

웰컴 투 캐나다 -캐나다 시민권 시험 준비반

▣ 담당: 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1739)

시민권 시험 준비반 1

▣ 일시: 10월 14일 (목) / 오전10시 - 오후12시

▣ 내용: 1. 웰컴 투 캐나다 / 내가 사는 온타리오 이해하기

2. 캐나다 시민의 권리와 책임
3. 캐나다 공식 언어와 다양성
4. 캐나다의 상징
5. 온라인 모의 테스트

시민권 시험 준비반 2

▣ 일시: 10월 21일 (목) / 오전10시 - 오후12시

▣ 내용: 1. 캐나다의 역사

2. 캐나다 근현대사
3. 캐나다인의 발견과 발명
4. 온라인 모의 테스트

시민권 시험 준비반 3

▣ 일시: 10월 28일 (목) / 오전10시 - 오후12시

▣ 내용: 1. 캐나다 정부 시스템

2. 연방 선거와 투표 절차
3. 캐나다 사법 시스템
4. 캐나다 경제와 지리
5. 온라인 모의 테스트

캐나다 시민권 신청 안내

▣ 일시: 10월 6일 (수) / 오전10시 - 11시

▣ 담당: 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1739)

▣ 내용:

1. 캐나다 시민권 최신 업데이트
2. 캐나다 시민권 신청 자격
3. 구비 서류와 진행 절차
4. 신청서 작성법
5. 자주 묻는 질문들

개인 재무 설계

▣ 일시: 10월 18일 (월) / 오전10시 - 11시30분

▣ 담당: 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)

▣ 내용:

1. '개인 재무 설계'란?
2. 장기저축 (RRSP, RESP, RRRIF, TFSA)
3. 투자전략
4. 신용대출 받는 방법
5. 개인 신용관리 및 금융 사기 피해 예방

업데이트된 정부아파트 신청정보

▣ 일시: 10월 14일 (목) / 오전10시30분 - 오후12시

▣ 담당: 정착상담원 김미란 (문의: 416-340-1556)

▣ 내용:

1. 정부아파트 / 노인아파트
2. 업데이트된 정부아파트 신청과 입주자격
3. 정부아파트의 종류와 위치
4. 정부아파트 신청절차

온타리오 가정법 이해하기-3 -유용한 가정법 정보

▣ 일시: 10월 27일 (수) / 오전10시 - 11시

▣ 담당: 가정상담원 이선경 (문의: 416-340-1525)

▣ 내용:

1. 학대적 / 폭력적 관계
2. 배우자 초청과 관련된 가정법 이슈
3. 법률 지원 및 정보

10월의 모든 세미나는 온라인으로 진행됩니다.
Zoom을 통한 웨비나 참여방법에 대하여
자세한 안내를 원하시는 분은
KCWA (416-340-1234 / www.kcwa.net)로
연락해 주시기 바랍니다.

국세청(CRA) 사칭 사기 주의!

신원, 연락처 안밝히면 무조건 사기

The CRA is Not Calling You

Protect Yourself from Tax Fraud



하이테크의 비약적 발전으로 살기는 편해졌지만 지능 범죄 또한 날이 진화 발전하고 있다. 지난 10여 년이 넘도록 보이스 피싱, 온라인 사기 등이 만연해 피해자가 너무나 넘쳐나고 있다. 우리 주변에 하도 많아서 남의 일 같지가 않고 본인도 피해자인 경우가 부지기수이다.

“나는 절대 그런 바보같은 수작에 안넘어간다”고 호언장담하던 사람들이 잠시 정신놓고 엮여들어가 커다란 금전적 피해를 보는 경우가 비일비재하다. 연로하고 판단력이 모자라는 노인들이나 당한다고 생각하면 오산이다. 워낙 교묘하기 때문이다.

이 중에서도 국세청 직원을 사칭하며 접근하는 전화 사기에 당하는 사례가 많아 이의 방치책을 이하에서 소개하니 참고해서 절대 당하는 일이 없도록 하자.

진짜 국세청 직원이라면 자신의 신분을 밝히고 근무부서의 전화번호를 확실하게 먼저 말한다. 따라서 누가 국세청 직원이라고 전화를 걸어왔는데 이를 밝히지 않고 막연하게 말한다면 일단 의심을 하고 경계해야 한다. 이것이 국세청 운운하는 사기에 당하지 않는 핵심 요령이다.

거듭 강조한다. 국세청 직원이라며 전화가 걸려온다면 첫째, 성명, 둘째, 근무지 전화번호, 셋째, 근무하는 사무실 주소. 이 세가지만 확실하게 물어서 확보한다. 그리고 이 정보를 얻은 후에는 일단 전화를 끊는다.

국세청 웹사이트에 가서 그런 번호가 있는지, 그런 사무실 주소가 있는지 확인하기 위해서이다. 틀림없음을 확인했다면 이쪽에서 아까 전화한 직원에게 전화를 해서 용건을 묻는 것이다. 이렇게 하면 신원도 분명히 확인됐고 안심하고 대화를 진행할 수 있다. 이런 과정을 밟을 때까지는 일방적으로 걸려온 첫 전화에서 자신의 신상에 관한 그 어떠한 사소한 정보도 절대 먼저 알려줘서는 안된다.

이러면 가짜... 몇가지 유형들

아래 사기 식별 행태를 철저히 머리속에 숙지한다.

- ▶ 국세청 직원임을 인식할 어떤 정보도 주지 않는다. 이름, 근무지 주소 등 아무것도 주려고 하지 않는다.
- ▶ 어떤 정보를 말해달라거나 어떠한 조치를 해달라고 재촉을 한다. 주로 정상적이지 않은 결제 수단의 지불을 요청한다. 당장에 이행하지 않으면 큰 일이 날 것 같은 위협적 발언을 하면 틀림없는 사기다.
- ▶ 세금보고 때 필요한 정보가 아닌 정보를 요구한다. 대표적으로 신용카드 번호다. 신용카드 번호는 세금 보고하고 아무 관련없는 정보이기 때문에 국세청에서 절대 물어보지 않는다. 그런데 이를 물어본다면 100% 사기다.
- ▶ 정부로부터 받을 수 있는 특혜가 있으니 이를 신청하라고 꼬드긴다. 물론 이러면서 필요한 정보를 얻으려는 미끼 던지기이니 절대로 낚여서는 안된다. 혹은 이런저런 정부로부터의 좋은 혜택이 있는데 복잡하니 대신 해주겠다는 친절을 보이면 이 또한 사기다. 캐나다 각급 정부로부터 얻을 수 있는 혜택이 있다면 모두가 온라인을 통해서 본인 스스로 신청이 가능하다. 정부가 이렇게 전화를 해서 혜택을 안기는 정보를 절대로 전하지 않는다. 혜택은 본인 스스로가 찾아서 얻는다는 사실을 반드시 유념해야 할 일이다.

이상의 요령을 숙지하고 절대로 꼬임수에 넘어가지 말도록 한다. 국세청이 만약에 연락이 온다면 세금보고와 환급 또는 추가 납세 등에 관한 것이 전부이며 이 또한 서신이나 이메일을 통해 접촉이 된다. ■

코로나가 무색한 달러라마의 기세

2/4분기 매출, 순익 모두 증가




캐나다 소매업의 자존심인 달러라마 2/4분기(5월 1일~8월 1일)실적이 양호한 기록을 보였다. 전 회계 연도 동기 수익 1억 4,250억 달러에서 1억 4,620억 달러로 약 2.6% 성장했다. 주당(株當) 수익은 전년 동기 대비 46센트에서 48센트로 올랐으며 매출은 10억 1,000만 달러에서 10억 3,000만 달러로 올랐다.

코로나가 본격화되던 작년의 경우 초반 거의 6주 가까이 비필수(non-essential)업종으로 분류돼 영업을 하지 못해 5% 이상 매출이 감소했으나 올해 역시 부분 영업 금지에도 불구하고 해제된 후의 8주가까이 매출이 꺾충 뛰면서 5% 이상 증가를 보인 것이다.

매장수에서도 달러라마의 신장세는 주목할 만하다. 작년 9월 9일 기준으로 1,314개였던 것이 코로나가 기승을 부리거나 말았거나 1년 후인 올해 9월 9일 기준으로 1,381개로 늘어났다. 닐로써 회장 겸 CEO는 2분기 실적 발표와 관련해 “코로나 상황에서도 캐나다 소매업계에 견실한 성장을 보여줬으며 고객 방문이 증가했음을 기쁘게 생각한다”고 말했다. 회장은 또, “지난 18개월간의 대 역병으로 인한 고통하에서도 회사의 기초가 튼튼하고 사업 역량이 강한 덕분에 경제 복구와 더불어 상승세를 이어갈 수 있었다”는 말도 덧붙였다. 회사는 토론토증권거래소(Toronto Stock Exchange, 약어 TSX)에 상장돼 있으며 티커는 DOL이다.

참고로 TSX는 주가 총액으로는 세계 7위, 북미주에서는 세번째, 캐나다에서는 가장 큰 증권거래소이다. 9월 9일 기준으로 달러라마 주가는 56달러 전후를 등락하고 있다. 2010년에 3~4 달러 사이를 오가던 주가와 비교하면 불과 10여 년의 짧은 시간에 10배 이상의 가격대를 기록하고 있으니 사세의 확대가 실감이 난다. ■



아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

각 분야 전문 변호사와 법무사들이 여러분의 법률 문제를 최선을 다해 해결해 드립니다.

<p style="text-align: center; background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px;">교통사고 개인상해 보상 청구</p> <p style="font-size: small;">교통 사고 낙상 (Slip & Fall) 장기상해 (Long Term Disability) 개에 물린 사고 정부과실 사고</p>	<p style="text-align: center; background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px;">교통위반 티켓</p> <p style="font-size: small;">과속, 부주의 운전 무보험, 무면허 신호위반, 뺑소니 등 모든 교통 법규 위반</p>	<p style="text-align: center; background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px;">형법</p> <p style="font-size: small;">음주운전, 폭행 절도, 사기, 마약 흉기 소지, 살인 등 모든 형법 위반</p>
---	---	---

▶ 교통사고보상청구 ▶ 개인상해 보상청구

▶ 형법 ▶ 가정법 ▶ 민사소송


▶ 이민법 ▶ 교통위반 티켓

▶ O.D.S.P 신청(Ontario Disability Support Program)
1년 이상 건강상의 문제가 있을 시 청구 가능.

**“강력한 실력, 오랜 경력,
섬세함으로 모든 법률 문제 해결”**

변호사: Leonard Stigler,
Mai Nguyen, Barry Edson

법무사: Adam K. H. Yoo, Narae Han,
David Song, Hassanein Bhaloo



T : 416.739.8887 / 647.891.8867 / F : 416.739.7559

#100-1018 Finch Ave, West, Toronto

英, 냉동식품 편의점 쇼핑 증가

코로나가 결정적 한몫, 외식 대응



영국 편의점 매체 'Convenience Store'에 최근 게재된 『당신이 냉동식품에 대해 알아야 할 6가지』 라는 기사를 약간의 각색을 해서 소개한다. 캐나다에서는 냉동식품이 여름철 등 계절적 요인과 무관하게 연중으로 인기를 구가하며 소비되기 때문에 시사점을 얻는 바가 많을 것이다. 코로나 사태가 편의점 쇼핑 패턴에도 상당한 영향을 끼쳤으며 이 중 하나가 냉동식품 소비 증가 현상이다. 불행하게도 코로나 상황이 당분간 지속될 가능성이 높은 마당에 편의점 업주들은 냉동식품 품목군 상품 기획에 각별한 신경을 써야 할 것이다.

1. 냉동식품 편의점 매출 £ 75억 (CA\$ 약 130억)

영국에서 편의점 채널을 통한 냉동식품 매출이 크게 올라 75억 달러를

기록하고 있다. 품목군별로 조사해보니 헬쓰케어나 화장실 용품(toiletry; 비누, 치약, 화장지, 면도기 등...)보다 규모가 큰 것으로 확인됐다. 수요가 이처럼 증대하자 편의점 업주들이 상품 기획에서 이 품목군의 중요성을 깊이 인식하고 재고 관리에 집중하는 모습이다.

일부 작은 마을의 편의점들은 업소 핵심 품목군으로 냉동식품군을 으뜸으로 삼는 수준이다. 한 업주는 이렇게 말한다. "편의점 공간 제약때문에 가장 잘나가는 냉동식품을 중심으로 선택과 집중 전략을 구사하고 있다. 대표적으로 아이스크림, 냉동감자프라이즈, 피자, 냉동보관 야채 등을 들 수 있다. 이 품목들은 재고를 항상 넉넉하게 확보하고 있어야 한다. 행여라도 팔려서 빈자리가 되면 재빨리 채워서 손님 눈에 늘 물건이 있는 것으로 보여져야 한다. 손이 많이 가고 신경을 많이 써야 하는 것이 냉동식품이지만 눈에 보이고 안보이고는 아주 중요한 문제다. 손님들은 자신들이 찾는 냉동 피자 또는 칩스가 항상 원하는 때에 있으면 다른 품목군들도 있을 것으로 기대하고 업소를 더 자주 찾게 된다. 신뢰와 믿음의 문제다." 매우 공감아 가는 지적이다.

2. 코로나로 120만 명 추가 고객 창출

코로나 사태 이후 일상 생필품 확보를 위해 동네 가까운 소매업소를 찾는 소비자들이 크게 늘었다. 특히 간편 식사 대응으로 냉동식품만큼 세력인 것도 없기 때문에 이 분야의 일대 붐이 일었다. 업계의 한 관계자의 증언이 실상을 절실하게 느끼게 해준다. 『전에는 대형 식품 체인을 찾아서 일주일에 한번 규칙적으로 대량 쇼핑을 하던 패턴이었으나 냉동식품 구매를 위해서는 발걸음을 하지 않던 많은 소비자들이 가까운 동네 독립 소매점(주로 편의점)을 많이 찾게 됐다. 이 변화된 쇼핑 트렌드가 2020년 코로나로 인한 초기 봉쇄조치 시기에 서서히 형성되더니 이윽고 연중 추가 손님 수가 약 120만 명이 넘어서게 됐다. 물론 이들이 냉동식품만 사는 것이 아니라 이왕 방문한 김에 여타 물품까지 구매하니 냉동식품의 시너지 효과를 단단히 본 셈이다. 냉동식품때문에 편의점 발길이 없던 트래픽 신규 창출이 이렇게 대규모로 발생했다는 것은 영국 편의점 업계에 반가운 소식임에 틀림없다. 또 이로 인해 맺어진 편의점과의 인연은 타이틀로 확대 발전되는 계기를 만들었으니 냉동식품은 효자노릇을 이번 코로나 여파로 톡톡히 한 셈이다.』

초기에는 비상 식량 확보 차원에서 소비자들이 냉동식품을 집에 보관하려고 많이들 샀다고 한다. 외식을 못하니 대체물로서도 인기가 있었음은 물론이다. 유료컵을 비롯한 많은 운동 경기를 펌에서 동료들과 함께 응원하며 보는데 그렇게 하지 못하니 식사 겸 술안주 겸 냉동식품을 사다가 집에 쌓아놓고 소비하는 것이 유행이 됐다. 집에서 친구들과하고 냉동 피자를 사서 나누는 모습은 흔한 풍경이다. 냉동 음식도 프리미엄급이 많다. 외식 대용의 냉동 식품은 따라서 고가품이 많이 팔려나갔다.

3. 총동구매의 즐거움 충족에 안성맞춤

편의점 최고 인기 품목군 구성에 관해 논하자면 핵심은 변한 것이 없이 여전히 여전하다. 한 업계 관계자는 “총동과 호기심이 근저에 놓여 있다”면서 “이런 심리 기제하에서 아이스크림, 피자, 칩스, 아이스 케키(ice lolly), 조각 얼음(角氷; ice cubes)”이 5대 품목군이라고 지적했다. 밤에 차를 한잔 하면서 함께 간식으로 먹을 수 있는 주전부리에 해당되는 것들이다. 많은 어른들, 특히 엄마들은 자녀들의 스포츠 행사에 갈 때 손쉽게 들고 가는 간편 먹거리들로 치킨 너깃, 외팔, 삶은 콩 등이 적격이듯이 냉동 식품도 비슷한 총동 구매와 손쉬운 쇼핑거리로 인식된다.

한편, 사우스햄턴 지역에서 편의점을 하는 한 업주에 따르면 한끼 식사를 위한 대용 식품 대상이 지난 9개월간 큰 폭의 오름세를 보였다고 증언했다. 카레에서부터 양고기찜, 파이에 이르기까지 편의점에서 간편 식사 대용품은 가짓수가 생각 이상으로 많다. 냉동식품의 비약적 성장이 편의점 냉동고만 일별해도 확연히 실감할 수 있다. 품질은 또 얼마나 고급스러운지 감탄이 절로 나온다.

4. 각빙 매출 8% 경증



봉지조각얼음(각빙) 장사가 아주 짹짹하다. 만약 업소내 공간이 허용된다면 각빙은 추가 이윤 창출의 아주 손쉬운 아이템이다. 코로나로 집에 주로 칩거하다보니 밖에서 소비하던 얼음 수요가 부쩍 늘어난 때문이다. 코로나 전과 이후의 52주를 대비한 결과, 8%의 매출 신장을 기록했다. 이 현상은 앞으로도 지속될 것으로 보인다.

봉쇄 조치 해제 후 다시 다수의 사교 모임이 가능해지자 그간 가지지 못했던 파티에 대한 욕구가 막 솟구치게 되고 자연스럽게 얼음 소비량이 폭증할 수 밖에 없다. 업계 전문가들은 소매업소에서 넉넉한 봉지얼음 재고를 확보하라고 조언한다.

5. 편의점 냉동피자 판매 £2,900만 (CA\$5,000만)

영국편의점협회의 발표에 따르면 영국내 편의점 채널을 통해 팔린 냉동 피자 매출이 총 2,900만 파운드에 달한다고 한다. 업계 스스로도 이유가



어떻게 놀라운 현상이라고 어리둥절해하고 있다. 분석할 것도 없이 코로나 때문이다. 그러나 이 정도일 줄은 몰랐다는 반응인 것이다. 피자는 코로나 기간에 집에 박혀 있으며 가장 많이 소비된 식사 대용 먹거리였다. 피자 소비 역사에서 새로운 기록을 만들었다고나 할까.

냉동 피자 중에서도 영국 소비자들이 편의점을 통해 최다 구매한 브랜드는 ‘시카고타운 테이크어웨이’(Chicago Town Takeaway)인 것으로 조사됐는데 코로나 이전 대비 5.5% 매출 성장을 보였다. 이 시리즈 중에서도 스테프트 크러스트 시리즈가 가장 인기가 있었으며 손쉽게 가져가기 나뉘먹을 수 있어서 그랬던 것으로 파악됐다. 그런가 하면 최근 12주 동안 23%의 초고속 성장을 보인 이채로운 브랜드도 있다. Goodfella's Stonebaked Thin이라는 다소 긴 이름의 냉동피자인데 레스토랑 피자 맛을 근사하게 구현한 것으로 평가됐다.

6. 날개들은 냉동 베리, 160% 증가

한 체인편의점의 본사 관계자의 증언. “냉동식품군에서 눈여겨 봐야 할 핵심 트렌드의 하나가 냉동 과일류이다. 이 분야의 매출이 엄청나게 늘어났다. 특히 박스용기형태의 베리류가 지난 한해 대박을 쳤는데 매출액으로는 72%, 소비자 수로는 무려 160%가 증가했다. 한창 열기 가득한 여름철도 지나가고 쌀쌀한 계절이 다가오면 집에서 베리를 넣고 요리들을 해먹는 기회가 늘어나게 되니 이 추세가 올해도 계속 될 것으로 전망한다.” 특히 주목할 사실은 전에는 베리를 즐기지 않던 사람들이 베리를 소비하기 시작했다는 것이다. 신규 고객 창출이 160% 증가했으니 향후 매출액의 잠재적 기반이 대폭 확대됐다는 의미이며 매우 반가운 현상이 아닐 수 없다.



지금까지 코로나 사태를 계기로 기회요인이 된 냉동식품의 영국 실태를 살폈다. 지속가능한 베스트 셀러 품목으로 주목을 받기 시작했는데 물론 이들이 편의점 매출의 메이저 품목군인 담배, 복권, 칩스, 음료와 비교할 정도는 아니지만 틈새 시장을 뚫고 이어 어려운 시절에 매출 증대에 기여한다면 업주 입장에서는 소중히 관리해야 할 일이다. 총동구매의 효과 노릇을 이번에 확실히 입증해 보였다. 소비자 입맛에 증대한 트렌드를 하나 추가했으니 포스트 코로나 시대에도 편의점 업계에 유리한 환경이 보태진 셈이다. 앞으로 편의점 업주들은 냉동식품에 대한 관심을 더 많이 가지는 것이 현명할 것이다. ■

단골손님 오~래 붙잡기

청결하고 인간미 넘치는 업소 만들어야



자기 업소만의 브랜드 이미지 구축은 주변 다른 경쟁 업소와의 차별화 전략의 핵심이다.

새 손님 만들기도 중요하지만 있는 손님 발길 끊어지지 않게 늘 업소를 매력적으로 관리하고 거부할 수 없는 제품 취급으로 만족감 충만하게 만드는 몇가지 요령을 소개한다.

피상적으로 들으면 납득하기 곤란하겠으나 물건 가격이 싸지도 않고 오히려 주변 경쟁 업소보다 비싼 것들이 많은데도 잘 되는 가게가 있다.

단골 손님이 인근의 더 저렴한 가격을 제공하는 업소로 거래선을 바꾸지 않고 고객 충성도를 변함없이 보인다는 말인데 이와 정반대의 현상도 있을 수 있다. 분명히 다른 업소들보다 가격이 최저인데도 그 가게는 한번 발걸음하고 안가는 그런 가게도 있다. 상식적으로 납득하기 어렵지만 실상 우리 주변에서 이런 업소 한둘은 알고 있다. 어찌된 연유일까 궁금하지 않을 수 없다. 그냥 주인이 배짱 장사를 하는걸까... 가우똥해진다.

답은 그 업소 내에서의 쇼핑 '경험'이 인상적이었기 때문이다. 가격이 다소 세더라도 그와 무관하게 '매력 뽐뽐'인 그런 업소라는 말이다. 그러면 다소 비싼 가격에도 불구하고 이를 아랑곳하지 않고서 손님들이 변함없

이 그 업소를 찾도록 하는 매력은 어떻게 만들것인가? 우선 외관부터 멋있고 청결하게 보여져야 한다. 구질구질하고 우중충한 외관은 들어오고 싶은 마음을 불러일으키지 않는다. 그리고 업소 내부도 아늑하고 편한 분위기가 감돌고 있어야 손님들 조금이라도 오래 머물게 한다. 뒀가 불편하고 더럽고 퀘퀘하면 볼 일만 얼른 보고 단 1초라도 빨리 벗어나고 싶어진다.

가게 외관에 관한 이야기를 좀더 해보자. 손님 입장 시 결정적인 인상을 준다. 통계적으로 쇼핑객의 95%가 업소 외관에 의해 심리적 영향을 받는다고 한다. 물론 여하한 인상을 받았다는 것이 그 업소 안으로 들어가고 나가고를 결정한다는 의미는 아니지만 느낌이 중요한 것은 분명하니 외관은 중요하고 결정적인 요소이다. 밖에서 봐서 더럽고 지저분해보이는 외관의 가게는 피한다는 응답은 52%였다. 업소 내부가 어지럽고 청결하지 못한 상태인 가게를 피한다는 응답도 비슷하게 53%가 나왔다. 내부든 외관이든 편의점에서 환경미화의 중요성은 통계에서도 확인되듯 대단히 높다.

우리창은 반짝반짝, 선반은 반들반들

이 전제하에서 몇가지 포인트를 짚어본다. 우선 유리창을 투명하고 맑게 해야 한다. 더럽고 오래된 표지 물 따위는 당장 제거해야 한다. 그리고 꼭 필요한 부착물은 질서 정연하게 위치를 잡도록 해준다. 유리창이 말끔하면 손님이 입구에서부터 기분이 좋아지고 조금이라도 오래 있게 만들 심리적 여지를 마련해 준다. 다음으로는 선반 정리정돈이 잘 돼 있어야 한다. 혼란스럽다는 느낌이 없이 쉽게 원하는 물건을 찾을 수 있다. 손님 입장에서 구매 유혹을 느낄 수 있는 물건들이 쉽게 발견될 수 있게 해놓는다는 것은 아주 중요하기 때문에 진열에 깊이 신경쓸 일이다.

五感이 만족스러운 가게

화장실을 위생적이고 청결하게 유지한다. 그리고 사소한 부분에 이르기까지 손님이 심리적 쾌감과 편안함을 즐길 수 있는 환경이 조성되도록 한다. 예를 들어 적절한 실내 온도 유지, 기분 좋은 냄새, 잔잔하고 이국적인 음악 등은 그 업소에 대한 좋은 경험을 손님 뇌리에 강하게 남길 수 있는 요소들이다. 한마디로 눈과 귀와 코와 느낌 등 오감이 모두 즐거운 감성 만점의 업소를 만드는 것이다. 늘 새것처럼 보이는 업소 만들기는 기존 단골 손님에게 변함없는 신뢰감을 준다. 아무리 단골손님에 마음을 놓는 조건이라고 하더라도 먼지가 커져서 쌓여있는 선반, 심지어 물건에까지 먼지가 얹혀있어 손님이 건들면 먼지가 폴폴 날리도록 방치하는 무모한 배짱은 절대로 부릴 일이 아니다. 단골 손님을 무시하는 처사라고 해도 과언이 아니다.

손님이 많아서 아무리 장사가 바쁜 가게라고 하더라도 '청결'을 최우선 순위로 두는 자세를 견지해야 한다. 소매업 컨설팅 전문업체 'National Retail Solutions' 대표 엘리 카츠씨의 말을 옮긴다. 『바닥 물걸레질, 화장실 청소, 선반 정리정돈 등 자잘한 청결관련 일거리들을 하루 일과의 하나로 정해서 종업원들에게 의무적 할당을 한다. 유리창 청소- 특히 푸드 서비스가 있는 업소의 경우, 손자국이나 흔적들을 깔끔하게 지워야 한다.

바닥에 행여라도 음식물 흘린 것이 조금이라도 있으면 즉각 제거해야 하며 그래야만 후시라도 미끄러워 손님이 넘어져 다치거나 이를 시비로 송사까지 벌어지는 불행을 사전에 차단할 수도 있다. 화장실에 화장지가 여기저기 널부러져 있지 않도록 하고 타일이나 거울 등이 불쌍스럽게 깨져 있거나 더러우면 좋은 인상을 줄 수 없다. 문손잡이 걸개가 떨어져 나가 문도 못닫는 상황도 있어서는 안된다. 요즘은 SNS시대인만큼 아주 사소한 불쾌함도 평가글을 가차없이 올리고 공유하고 무섭게 빠른 속도로 확산된다.』 충분히 공감이 가는 조언이며 대단히 꼼꼼하면서도 어디 한 군데 틀림이 없는 옳은 지적만 하고 있다.

공간효율성 극대화 플레노그램

청결 문제와 아울러 양대 축인 플레노그램을 새삼 강조하지 않을 수 없다. 한정된 업소 공간을 어떻게 활용해야 마케팅과 매출에 직접적 효과를 미치는 최적화 지표 혹은 지도를 만들어낼 수 있는가를 연구한 결과물이 바로 플레노그램(planogram)이다. 복도의 이동 동선(動線), 선반의 위치와 디자인, 제품의 위치 등의 종합적 관계를 연결시키는 것이 핵심이다. 손님은 자신이 찾는 물건을 쉽게 찾으며 편안함을 느껴야 하는데 이 또한 플레노그램이 해결할 과제이다. 한마디로 심리와 과학의 영역이며

매출 증대의 요체 중 하나다. 업주는 자신이 취급하는 상품군을 시너지 효과까지 고려하여 범주화해서 위치짓도록 할 줄 알아야 한다. 예를 들어 의약품은 의약품군으로 해서 이웃해 진열해야 한다. 어찌보면 상식이다. 이 정도야 누구나 다 할 줄 알겠지만 약간 더 들어가면 고도의 심리적 전략이 펼쳐져야 하는 영역도 있다. 그래서 깊이 공부를 해야 한다. 부업에서 필요한 소소한 것들은 빵굽는 기계들하고 함께 진열돼야 한다. 유사한 종류를 같은 공간에 몰아서 질서정연하게 진열해야 손님이 찾기 편하다.

물건찾기와 관련해서 대형 마트에서 볼 수 있는 장면을 편의점에서도 구현해볼 수 있다. 복도를 기준으로 코너별로 천장에서 드리워지거나 어떤 구조물로 색선별 품목군 식별 표시물을 달아놓는 방식이다. 손님이 조금이라도 빨리 찾는데 도움을 줄 수 있다. 예를 들어 '칩스', '냉동식품', '음료수', '약품' 등으로 천장에 안내표지물을 매달아 놓는 것인데 아주 협소한 업소는 물론 필요하지 않겠지만 규모가 좀 나가는 업소는 틀림없이 도움을 줄 수 있다. 별것 아닌 것 같지만 손님에 대한 배려이자 친절이다. 단골 손님의 경우 이 사소한 변화에도 감동을 줄 수 있고 그간의 신뢰가 더 다져질 수 있다.



플레노그램의 철학은 '제품'이 아니라 '인간'이며 업소내에서 움직이는 인간의 쇼핑 행위는 경험에서 구체화되고 있는 인간끼리의 교호(交互 interaction)를 생각하는 것이다. 인간을, 그리고 좀더 구체화된 인간인 고객을 중심으로 사고한다는 점이 극단적으로 부각되는 지점이다.

예를 들어 작년에 '우산 매출이 대박을 쳤다고 하자. 그러면 이 간단한 사실을 기초로 하여 고객의 마음을 사로잡을 광고 기획이 매출 유지와 상관성을 갖도록 사고가 움직일 것이다. 이것이 집대성되는 프로그램이 바로 POS인 것이다. Point Of Sale 시스템! 데이터가 스스로 증거하는 과학에 다름 아니다. 그리고 거기에 인간이 있고 인간의 마음이 있고 고객이라는 좁은 개념으로 좁혀질 뿐이다. 심리적 기제로는 충동구매의 자극이라는 간단한 전략이 개입돼 있는 것이고 원래의 구매 목적에 없던 어떤 것이 구매되도록 하는 고도의 테크닉과 장치가 바로 플레노그램이다. 손님의 장바구니 키우기, 지갑열기의 그럴듯한 전문용어에 다름 아니다.

한 전문가는 이렇게 말한다. 『업소 안에서 틀어놓는 음악도 핵심 고객 층과 관련이 있어야 한다. 주인이 단지 좋아한다고 시끄러운 해비태탈을 틀어놓고 즐긴다면 손님을 빨리 나가게 쫓는 것과 다를 바 없는 행위다. 그냥 대중적 인기를 끌고 있는 팝송을 가볍게 틀어놓는 것이 무난하다. 쉽게 귀에 들어오고 쇼핑하며 편하게 마음에 와닿는 그런 음악을 틀어야 구매욕구도 자극되는 것이다. 손님을 중심으로 사고해야 하는 것이다.

예를 들어 어떤 편의점이 규모가 좀 있어서 델리 코너가 있다고 가정하자. 식욕을 자극해보자고 자신의 취향에 맞는 음식 향기를 진하게 풍기는 것은 어리석은 것이다. 도를 넘으면 손님 입장에서는 음식 냄새가 옷에

(22면에 계속)

美, 코로나 백신 의무화로 분열 양상

보건안전이나 경제나 갈림길 고민 깊어



트럼프 행정부 시절, 민주 공화 양당으로 극한 분열 양상을 보이던 미국이 바이든 정부 들어서 코로나 백신으로 다시 불화를 노정하고 있어 어수선하다. 수천만 명의 국민들이 코로나를 맞지 않을 권리가 있다며 버티는 가운데 바이든 정부는 백신 접종을 의무화하는 정책을 실시하겠다는 강한 의지를 펴고 있다.

하지만 50개주의 거의 절반인 24개 주에서 법무장관들이 위헌적인 처사임을 내세우며 의무화에 반대 연대를 결성하고 있는 것이다. 연방 정부의 백신의무화 정책은 100명 이상의 개인 사업장에서 직원들이 백신을 의무적으로 맞도록 하며 매우 규칙적으로 확진 여부를 검사할 것을 요구하고 있다. 연방 노동부 산하 직장안전/보건청(OSHA ; Occupational Safety and Health Administration)이 조만간 민간업체들에게 이같은 행정 명령을 하달할 예정인데 심각한 제동이 걸린 셈이다.

24개 주 법무장관은 지난 9월 16일 연대하여 반대 성명을 낸 바 있다. 이들의 입장을 단적으로 잘 드러내 주고 있는 앨라배마주의 마샬 법무장관의 발언을 인용해본다. “바이든 대통령이 위법적이고 전례없는 백신 의무화 조치를 부과하겠다고 공약했는데 이는 1억 명의 미국민들에게 전제적인 파위를 행사하는 것이고 앨라배마 주는 결코 순순히 받아들이지 않을 것이다. 대통령은 백신접종을 안한 근로자를 해고하도록 하는 이같은 명령을 발동할 아무런 법적 근거도 가지고 있지 않다.”

물론 이들 장관들도 코로나 사태의 심각성을 의식하지 않는 것은 아니다. 그러나 작업장 근로 환경의 안전성만을 일방적으로 강조하며 실업률과 경제 침체 사태를 도외시할 수 없는 주정부들의 깊은 고민들이 이면에 자리하고 있다. 단합된 목소리를 내고 있는 24개 주정부는 바이든 정부의 이번 조치에 대해 “재앙적이고 역효과만 낳는(disastrous and counterproductive)” 정책이라고 일갈하며 고용시장의 어려움이 극심한 이때 더 많은 근로자를 일터에서 내쫓는 형편없는 생각이라고 맹비난하고 있다. 동북부의 대부분의 주들과 남부의 플로리다, 서부의 캘리포니아를 제외한 인구밀도가 높지 않은 주들이 이들 24개주이다. 또 하나 눈여겨 볼 것은 민주당 소속 주지사는 23명이고 공화당은 27명인데 바이든의 백신 의무화 조치에 반대하는 대부분의 주지사는 공화당 소속이다. ■



Convenience U 행사 취소 온라인 행사로 대체

9월 28일과 29일 양일간 개최 예정이었던 전국 최대 편의점 산업 박람회인 컨비니언스 유(Convenience U & Carwacs Show) 행사가 취소됐다. 매년 3월에 토론토에서 개최되던 이 행사는 작년에 코로나 바이러스 사태로 열리지 못했고 올해도 봄 대신 가을인 9월 말에 행사를 잡았다. 그러나 코로나의 4차 대유행 등 기세가 수그러들지 않자 보건 안전을 이유로 오프라인 행사를 취소했고 대신 사이버 공간을 마련해 부스도 차리고 세미나도 할 수 있도록 온라인 행사로 포맷을 변경했다. 물론 사이버 공간이지만 등록도 하고 신청도 해야 부스 개설이나 세미나 참가가 가능하다. ■

<9면에 이어>

CG社, 미국 시장에 CBD 베이핑 ‘휘슬’ 출시

고 팟 팩키지는 19.99 달러라고 한다.

쿠쉬타르는 오는 10월 1일을 기해 신제품 ‘휘슬’을 미국 21개 주에 포진해 있는 3천여 개의 서클K 지점망을 통해 일제히 판매에 들어간다. 서클K가 마리화나 성분을 함유한 상품을 취급하는 것이 이번이 처음은 아니다. 이미 캐나다 시장에서 작년에 첫 선을 보였다. 알버타 주에 소재하는 두개의 서클K 부속 마리화나 전용 업소에서 2020년 7월에 판매를 시작했다. 다만 이때의 제휴 업체는 캐노피 그로스가 아닌 파이어앤플라워 홀딩스(Fire & Flower Holdings Corp.)라는 신생 회사였다. 또 올해 1월부터는 이 회사 선물카드도 취급하기 시작했다. ■

Canopy Growth

2014년에 설립된 캐나다 마리화나 최대이자 전세계 최대의 회사이다. 풀타임 종업원만 3,000 명이 넘는다. 이전에는 Tweed (마리화나의 별칭)라는 이름을 가진 회사였으나 허쉬초콜릿 공장 부지를 사들이며(그래서 이 회사 본사 주소도 1 Hershey Drive, Smiths Falls, ON 이다.) 마리화나를 대규모로 재배 생산하기 시작했고 캐나다 내에서만 의료용 마리화나 고객을 약 10만여 명 가까이 확보하고 있다.

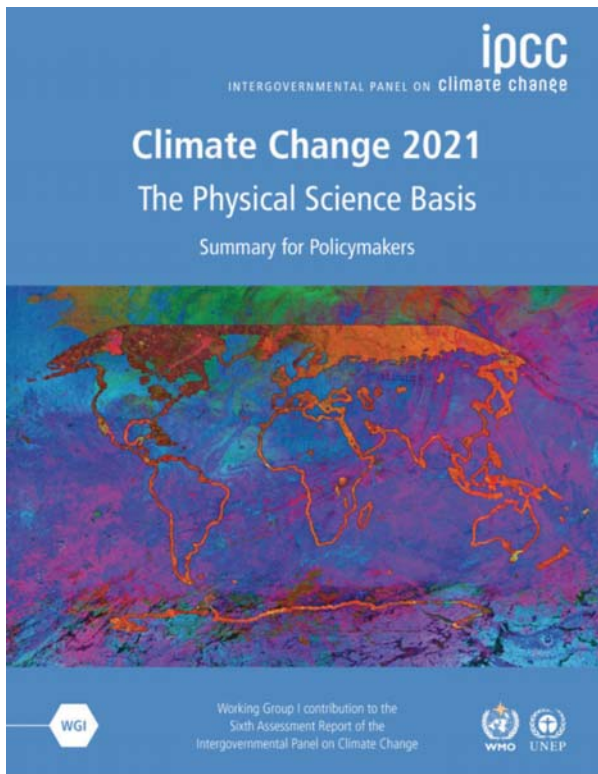
대략 45종 이상의 의료용 및 기호용 대마초를 생산하고 해외에도 다수의 나라에 수출한다.

2020년에는 50달러가 넘던 주식이 올해 대폭 하락해 13불대를 기록하고 있지만 시가 총액은 50억 달러가 넘고 기타 자산을 합하면 60억 달러를 상회한다. 2021 회계연도 기준으로 매출이 약 6억 달러를 기록한다. (2014년 상장 시 주가 2.5달러 전후)

뉴욕증권거래소(NYSE) 나스닥에 티커 CGC로 상장돼 있고 토론토증권거래소에는(TSE) ‘WEED’로 상장돼 있다.

유엔 환경 보고, 인류에 **적색 경고 발동**

화석연료에 대한 弔鐘, “캐나다 정책 미흡”



지난 8월 9일에 이 보고서가 발표됐는데 이 역사적인 연구보고는 인류에게 적색 경고등을 켜고 있다. 상승하는 극단적 폭염 사태들, 한발, 홍수, 산불 등이 전 지구촌을 위협하고 있다.

연방 정부 입장

조나단 윌킨슨 캐나다 연방 환경장관은 서부와 북부 캐나다의 여러 지역이 세계 평균 수준의 3배 이상으로 더워졌고 B.C주와 일부 다른 지역들에서 주기적으로 발생하고 있는 각종 산불과 홍수는 이 여파임을 인정했다. 현 자유당 정부는 탄소세 도입과 온실가스 배출 감축 정책 등 공격적인 기후변화 대책을 시행 해왔고 이를 통해 오는 2030년까지 지난 2005년 수준의 40~45%까지 배기가스를 줄이겠다고 공약한 바 있다.

NGO 환경단체 입장

“350.org” 라는 이색적인 사이트가 있다.(<https://350.org>) 초기 화면은 당당하게 이런 메시지를 띄우고 있다. 『화석연료는 이제 그만! 100% 재생 사용 연료로만! 모든 석탄, 석유, 가스 개발 사업을 중단하고 청정 에너지 미래를 만들기 위해 우리는 화석연료 산업에 대항한다』 (STOP FOSSIL FUELS. BUILD 100% RENEWABLES. We are standing up to the fossil fuel industry to stop all new coal, oil and gas projects and build a clean energy future for all.)

이 단체는 일종의 NGO이며 기후변화의 심각성을 알리고 이를 막기 위해 전 세계가 협력하도록 만든다는 취지하에 발족한 단체다. 180여 나라에 회원을 가지고 있고 모두 자원 봉사자로 이루어져 있다. 왜 하필 350인가. 이 숫자는 350ppm이다. 지구 환경을 보존하기 위한 대기 중 CO2(이산화탄소)의 양이다. 숫자 하나를 앞세워 그 상징적이고 함축적인 의미를 강력하게 호소하기 위해 이렇게 이색적인 작명을 했으며 그대로 웹 주소로까지 삼고 있다.

이 단체의 캐나다 지부 총책 아마라 포시앵(Amara Possian)씨는 이번 유엔 환경 보고서는 캐나다 환경 정책이 지극히 미온적임을 알리는 ‘분명

유럽, 미국, 호주 등 지구촌 곳곳이 자연 재해에 몸살을 앓고 있다. 캐나다 또한 폭염으로 수백 명이 사망하는 등 기후변화 긴급상황에 직면한 가운데 최근의 새로 발표된 유엔 보고서는 화석 연료에 대한 조종(弔鐘)을 울리는 진단이라 비상한 관심을 끌기에 충분하다. 캐나다가 현재 수립한 기후변화 대응 계획과 전통적인 에너지 분야의 생존력에 대한 경계심을 일으키는 지적들이 이 보고서에 담겨 있다.

보고서(위의 커버 사진 참조)에 의하면 지구는 인간의 활동에 주로 기인해 매우 빠른 속도로 온난화가 진행된다고 하는데 워낙 빨리 온도 상승이 이루어져 지난 10여 년간의 온도가 방직코자 시도했던 여러 경고성 대책 수준을 일거에 뛰어넘을 지경이라는 것이다.



▲ 350.org의 초기 화면. 화석연료 개발을 중단하고 청정 에너지 연료를 사용할 것을 주장하는 글로벌 NGO 그룹이다. 이곳 캐나다 지부 총책은 캐나다 연방 정부의 에너지 정책이 턱없이 수준 미달이라고 불만이다.

한 메시지라고 역설했다. 이번 연방총선이 실시되기 전에 성명서를 통해 공개적으로 그녀는 이렇게 말했다. “이상 기온으로 인한 여러 산불들이 여전히 전국적으로 맹위를 떨치고 있는 가운데 우리 정치인들이 이 문제에 귀를 기울이고 있는지, 그들 중 누가 적극적으로 앞장서서 우리가 요구하는 수준의 정책 추진을 해 줄 것인가가 진정한 문제다.”

이 단체는 정부가 화석연료의 더 이상의 개발을 즉각 중단할 것이며 현재 추진 중인 트랜스마운틴 파이프라인 확장 사업도 중단할 것을 가열차게 주장하고 있다.



참고로 아마라 포시앵씨는 지난 2018년 온주 총선에서 토론토 돈벨리 웨스트 지역 신민당 후보로 나와 당선은 못됐어도 19%의 득표를 하며 선전하 바 있다. 이 해의 총선에서 캐스린 윈이 이끄는 자유당이 폭망하고 (55석→7석) 현재의 보수당이 과반의 안정된 의석을 확보하며(27석→76석) 정권 교체를 이뤘다. 아이러니하게도 이 지역구가 바로 당시 자유당 당수이자 온주 수상인 캐스린 윈이 재출마한 곳이며 어렵사리 180여 표 차로 보수당 후보를 누르고 당선돼 체면은 유지했었다. (온주 전체 의석은 124석. 선거 결과 : 보수당 76석, 신민당 40석, 자유당 7석)

화석연료 업계와 알버타

캐나다석유산업협회(PSAC)가 이런 발언과 반응들에 대해 불편한 심기를 드러냈다. 켈거리에 본부를 두고 있는 이 단체의 수장인 거프릿 레일씨는 “결론적으로 말하자면 우리는 재생 에너지 시대로 하루밤 사이에 돌입할 수는 없으며 여전히 화석 연료를 필요로 하게 될 것이다.”라고 말했다.

제이슨 케니 알버타 주수상의 환경 정책도 관심을 끈다. 수상은 일명 ‘이산화탄소 포획 기술’ (carbon-capture technology)이 석유산업을 보다 깨끗하게 하는데 도움이 될 것이라고 언급하면서도 탄화수소 자체를 아예 포기하는 것이야말로 가장 이상적(utopian)이라고 생각하는 사람이다. 그러면서도 이런 이야기를 덧붙인다. “급작스런 변화는 분명히 비현실적이다. 인간의 삶에 미치는 땀기는 계산이 불가능할 정도로 막대할 것이다.” 현실 정치인으로서의 숨길 수 없는 고민이 엿보인다.

보고서와 다급한 현실 인식

‘Intergovernmental Panel on Climate Change’ 라는 권위있는 이번 유엔 보고서는 작금에 겪고 있는 위협적인 기후변화가 명백하게 인간에 의해 기인된 현상이라고 못박고 있는데 직전인 지난 2013년에 발표 됐던 보고서보다 훨씬 더 정확하고 온도 상승이 더 높아졌음을 확인해주고 있다.

보고서 내용을 좀 더 들여다 보자. 미래를 위한 5가지 시나리오가 그려지고 있다. 시나리오들은 탄소 배출을 얼마나 감축시킬 것인가를 기본으로 전개되고 있다. 지난 2015년 파리 기후협약에서 마련했던 두 가지 이론에서 더 긴박한 쪽을 택했는데 세계 지도자들은 당시 합의하기를 19세기 말의 평균 온도에서 1.5도 이상 상승하는 것을 막자는 것이었다. 그런

데 이마저도 여유있는 대책이 아닌 것이 그 후로 벌써 온도가 1.1도나 높아졌다. 더 긴급한 대책과 처방이 필요해진 것이다. (*여기서 온도는 섭씨 기준이다.)

보고서는 무려 4,000 쪽에 달한다. 예측대로라면 2030년대에는 - 얼마 남지도 않았다! - 1.5도 상승이 넘어설 것이다. 지난 시기에 나왔던 대부분의 보고서 예측들보다 앞지른다. 지구온난화는 최근 몇년 동안에 부쩍 강화된 측면이 있다. 캐나다는 미국, 호주와 더불어 일인당 이산화탄소 배출이 세계 랭킹 3위의 불명예를 기록한다.

또다른 환경단체인 기후행동네트워크(Climat Action Network) 캐나다에서 활동하며 대외 담당 총책임 에디 페레즈(Eddy Perez)은 “1.5도 저지는 협상 운운할 주제가 아니다. 안전하고 건강한 우리 지구촌 미래를 위한 유일한 선택이다”라고 역설하고 있다. “자연과의 파괴된 관계, 인간 들끼리의 파괴된 관계를 회복하기 위해 투쟁할 때이다. 이 긴박한 기후 이슈 해결을 위해 어떤 지연도 퇴치할 필요가 있다.” 그의 웅변적인 외침이다. 야당 지도자들도 한목소리다. 탄소 배출 감축과 경제 안정화를 위한 대응책의 하나로 이들은 녹색산업의 활기와 이 방면의 일자리 창출을 강조하고 있다.

기후행동네트워크(CAN ; Climate Action Network)



▲ 좌측은 CAN 로고이며 우측은 CAN 캐나다 대외담당 총책임 에디 페레즈

1989에 창립된 환경운동 NGO 이며 본부는 독일 본(Bonn)에 있다. 전세계 130여개 나라에 걸쳐 비영리 환경단체 1,300여개 단체를 산하에 두고 있는 연대 조직이다.

연방 주요 야당 입장들

● 보수당

캐나다 연방보수당 대표인 에린 오톨(erin O'Toole)씨는 화석 연료를 끝장내자는 주장에 대해 견해를 묻는 질문에 즉답을 피했지만 이 나라가 기후변화에 대한 긴박한 위협에 직면해 있다는 상황 인식은 공유하는 모습이다. “우리는 파리협약이 요구하는 기준을 맞춰야 한다. 배출 가스를 줄여야 한다. 하지만 사람들이 일도 해야 하지 않겠는가” 역시 현실적 인식이 밀자락에 깔려 있다. 보수당 입장에서는 진보적인 정당에 비해 결코

환경 정책이 급격할 수가 없는 한계는 있을 것이다.

지난 4월에 오톨 당 대표는 연료에 부과하는 탄소세를 언급하면서 탄소 배출은 30%까지 줄이겠다는 목표치를 발표한다. 이 수준이 파리 협약을 준수하면서 동시에 더 많은 고용 창출에도 도움이 될 수 있다는 타협선이었다. 사실 연방 보수당 의원들은 탄소세에 대해 수년간 반대 입장을 고수해왔었는데 그나마 절충안이 마련됐다고 볼 수 있다.

● 신민당

신민당(NDP) 자그밋 싱(Jagmeet Singh) 대표는 트뤼도 총리가 거대 공해유발 기업들에게 쉽사리 면죄부를 줬다고 신랄하게 비난했다.

2018년의 탄소세 정책이 바로 이들 기업체들에게 기준을 완화시켜 혜택을 준 것이라는 지적이었다. “탄소세 면제는 대형 업체들에게 수혜로 돌아가니 사람들은 이 정책의 의미가 과연 무엇인가라고 회의적 의문을 제기하고 있다. 이 문제 해결의 유일한 방법은 근로자들에게 달려 있다. 전기 자동차와 전기 대중교통 수단들의 활성화는 무공해 산업 인력 고용 창출이라는 새로운 틀을 만들어낸다.” 그의 지적은 한마디로 산업 패러다임의 획기적 전환을 의미한다.

현재 연방 정부의 기후 정책 계획하에서 친환경 녹색 에너지 산업 분야의 고용은 오는 2030년까지 거의 50%가 증가한 약 64만 여개 일자리가 추가로 발생할 것을 전망한다. 이는 GDP에서 이 분야의 증가가 58%에 달할 것이라는 전망 수치와 일추 비례하고 있다.

● 녹색당

녹색당(Green Party) 애나미 폴씨는 이번 유엔 보고서를 대하고는 “놀랍고도 슬픈” 사실이라고 반응을 보이면서 “하지만 환경 정책에 대한 캐나다의 입장을 더욱 강화할 수 있는 자극제가 된다”는 점에서 고무적이라고 말했다.

한 인터뷰에서 폴 대표는 이렇게 말했다. “이것은 단순한 이타주의와 관련된 이슈가 아니며 유럽연합, 미국, 중국을 비롯한 주요 경제 선진국들이 지구의 앞날을 단순히 걱정하는 문제가 아니다. 이들을 움직이는 동기는 경쟁력 우위를 점한다는 사실에 닿아 있다. 즉 실리적 장점에서 일자리가 창출되는 과제다.”

대표는 또 이런 말을 덧붙였다. “캐나다는 환경 정책에서 어느 하나 제대로 한 것이 없으며 2015년 이후 매년 지구온난화의 주범인 가스 배출량 증가만 확인해왔을 따름이다. 자유당 정부의 목표치인 오는 2030년 45%까지 감축은 우리당이 목표로 삼고 있는 60%에 한참 못미치는 수치다.” 집권 정부 여당에 대한 날선 비판이며 한마디로 현 정부의 환경정책 미흡을 질타하는 것이 녹색당 입장이다.

대표의 다음 말로 본 글을 마무리한다. “유엔 보고서가 전하는 핵심 메시지는 기후 변화가 바로 지금 벌어지고 있고 그 여파가 이미 감지되고 있다. 문제는 이거다. 사태가 얼마나 더 나빠지기를 원하는가?” ■



〈17면에 이어〉 단골손님 오래 붙잡기

벨카봐 신경이 쓰인다. 하 나는 알고 둘을 모르는 우 둔한 행동을 하지는 않는 지 생각 해볼 일이다.』 플 레노그램을 넓게 해석하 면 동심(童心)을 자극하는 냄새 전략도 포함된다.

아직도 끝나지 않고 있는 코로나 시대에 방역과 위생 차원에서라도 업소의 대대적인 소독과 청소가 필요하다. 종업원과 함께 계산대와 그 주변의 재정비 작업을 지금이라도 서둘러 해야 하며 정기적으로 소독을 하는 습관을 가지자. '뉴노멀', '위드코로나'(with corona ; 코로나와 함께 살기)가 지구촌 유행어로 자리 잡아가는 세상이다. 손님과 종업원의 안전까지 배려하는 주인의 세심한 마음을 느끼게 하는 것도 단골 손님을 오래오래 붙잡고 가는 비결일 것이다.

예를 들어 어린 시절 부모님과 손잡고 놀러가서 사먹던 꼬깔콘(와플)아이스크림이 늙어서도 여전히 마음에 추억으로 자리잡고 있다. 아이스크림 가게를 연상하면 유년기의 행복한 시절이 그리워지는데 어느 편의점에 들렀더니 비슷한 아이스크림 향이 코끝에 느껴진다면 사먹고 싶은 충동이 일어나는 법이다. 그래서 어느 가게는 일부러 그런 향이 풍기도록 하는데 플레노그램에 정통한 주인이다. 앞에서 언급한 오감(五感)이 만족스러운 가게다.

한번 자신의 가게를 둘러보자. 6피트 거리두기 표지물이 업소 바닥에 부착돼 있는가? 이 단순한 표지물 하나가 손님으로 하여금 자신의 단골 업소에 대한 믿음과 신뢰를 확인하는 상징물이 된다.

코로나 때문에 온라인 쇼핑이 이전 그 어느때와 비교할 수 없을 정도로 대중화됐다. 앞으로 이 트렌드는 계속되고 더 강화될 것이며 인간과 인간이 만나는 사고팔고의 장면이 그림과 소중해지는 세월이 다가올 것이다. 그러니 지금 이 순간, 아직까지 편의점은 대면 쇼핑이 가능한 공간인 만큼 단골손님, 단골 업소로서의 이미지를 유지하는 지혜가 필요한 시절이다. ■

코로나 시대, 對面 쇼핑의 그림음



OKBA 온타리오한인실업인협회 PROGRAM STORE

Bi-Monthly Promo Deal

Price effective from Sep 1st, 2021 to Oct 31st, 2021

Package	Reg		Saving		promo price	
	per case	per unit	per case	per unit	per case	per unit
SW Regular-PET-1L-12 Loose	\$23.00	\$1.92	\$3.40	\$0.14	\$19.60	\$1.63
Energy Cans- Monster/Rehad-458 ml-12 pk	\$24.00	\$2.00	\$2.52	\$0.11	\$21.48	\$1.79
SSD-PET-2.000L- 8(1 x 8)Ls	\$16.60	\$2.08	\$2.00	\$0.08	\$14.60	\$1.83
SSD-PET-0.500L-24(1 x 24)Ls	\$33.50	\$1.40	\$3.70	\$0.15	\$29.80	\$1.24
Tea-GoldPeak-PET-547ml-12 Loose	\$19.00	\$1.58	\$1.00	\$0.04	\$18.00	\$1.50



OKBA Program Stores – ACCOUNT CHECKLIST



Account Executive: Kyle Li Email: yaoli@cokecanada.com Phone: (289) 233 2141

MYCOKE 로 더 쉽게 주문하세요

고객의 편의를 위해
온라인으로 코카콜라
제품을 주문하세요



간단히 시작할 수 있습니다:

- ✓ **Coke.ca** 를 방문하십시오.
-  우편번호와 아울렛 번호를 이용하여 계정을 만드십시오.
- @ 등록을 완료하려면 이메일을 확인하십시오.
-  **myCoke.ca** 에 로그인한 후 주문하십시오!

코카콜라 리프레시먼트 캐나다 (Coca-Cola Refreshments Canada) 는 고객에게 최고의 경험을 선사하기 위해 최선을 다하고 있습니다. 바로 이런 이유로 myCoke 서비스를 제공하게 된 것을 기쁘게 생각합니다. 본 온라인 주문 솔루션을 이용하면 언제 어디서나 온라인으로 주문할 수 있습니다.

지금부터 혜택을 누리보세요

- 연중무휴 (24/7) 상시 이용 가능.
- 최대 2 년 간의 온라인 주문 내역 조회.
- 신용카드 또는 기존 결제방법 (COD 또는 송장) 을 통한 온라인 결제.
- 최근 6 차례의 주문서 및 온라인 제품 카탈로그를 사용한 효율적 주문 처리.
- 이메일 및/또는 문자 주문 알림.
- 고객 서비스 센터, 이메일 또는 채팅을 통한 실시간 지원.

일반 문의 사항은 고객 연락 센터 (1-800-218-COKE(2653)) 로 문의하십시오.
월요일 ~ 금요일, 오전 7시부터 오후 8시 (동부 표준시간 기준).



OKBA

Ontario Korean Businessmen's Association

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