


실업뉴스

The Ontario Korean Businessmen's Association News
January 2021 News 제804호

2021 신축년 새해엔 행복하소 



2021년...
흰소의 해 신축년이 밝았습니다.

2020년 많이 힘들었던 일들은
훌훌 털어버리시고 소가 상징하는
풍요와 여유가 가득한
한해가 되시길 바랍니다.

새해 복 많이 받으세요.



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

■ 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 신영하 / 부이사장 김대용
- 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(가나다 순) : 김대용 / 류승진 / 백사열 / 송명현
신영하 / 신재균 / 심기호 / 허창훈
- 감사 : 이만석 / 장해민



www.okbacanada.com

온라인을 통해 더 빠르고 정확한 정보를 얻을 수 있습니다.



C O N T E N T S

03 / 협회 회장 新年辭

04 / 조합 운영이사장 新年辭

05 / 2021 시무식

06 / 조합 온라인 주총 성공리 종료

07 / RBH 담배 가격 인상

08 - 09 / OLG 대박 즉석복권 상품 연초 출시
사푸토 밀크 가격 인상

10 - 11, 13 / RTD 커피 붐, 미국보다 뒤져 잠재성 높아

12, 14 / 퀘백 편의점 '빌뇌브' 성공 이야기
2021 OKBA 장학생 선발공고

15 / 2020 한카친선 畫像 송년회 개최

16 - 17 / 교양상식 : 소의 해, 소에 얽힌 故事成語

18 / COVID-19와 범죄예방 수칙 6가지

19 / DIRECTORY



협회 회장 新年辭

大疫病의 긴 터널 끝에서 모두 건강하게...

회원 여러분 안녕하십니까. 경자년(庚子年)쥐의 해를 보내고 신축년(辛丑年) 소의 해를 맞았습니다.

돌이켜 보면 지난 한해를 어떻게 지나쳤나 싶습니다. 중국발 역병 소식이 신년 벽두를 달궜지만 곧 수습되겠지 했던 것이 참 순진했다는 생각마저 듭니다. 3월부터 이곳 캐나다도 발등의 불이 떨어졌고 모든 대면 접촉이 이날 평생 겪어본 바 없는 통제를 받기 시작했습니다. 처음 경험하는 일상적 삶의 구속은 참으로 어색하고 생경해 우리 모두가 어리둥절했을 것입니다.

그런 와중에도 협회는 새롭고 기묘한 환경에 적응하고 변신하기 위해 나름 최선을 다했다고 자부합니다. 2월달에 개최된 이사회와 세미나를 끝으로 이후 회원들이 얼굴 대하며 모이는 오프라인 회합은 일체 중단됐습니다. 정부 시책에 따르는 것이기도 하거니와 우리들 스스로의 방역대책이자 생존 방책의 하나로 앞장서 실천했습니다. 대면이 불가능한 관계로 주요 의사 결정 사안들에 대해서는 이사 혹은 회원들에게 협회 웹사이트와 이메일 통하고 SNS 수단까지 동원해 순발력있게 승인 여부를 가렸습니다. 처음 해보는 온라인 의사결정 있었음에도 임직원의 혼연일체와 회원들의 적극 협조로 무난히 마무리될 수 있었습니다. 본 지면을 빌어 깊이 감사드립니다.

존경하는 회원 여러분! 협회는 비록 영리를 추구하는 소상공인들의 집합체이지만 이익집단에 머물지 않고 지역사회의 환난을 함께 헤치고 캐나다 주류사회와도 화합을 도모해온 경이 넘치는 조직이기도 합니다. 미증유의 대 역병 사태를 맞아 소외되고 어려운 처지의 주변 사람들에게 큰 온정의 손길을 뻗었습니다. 지구협회장들을 통해서 해당 지역의 불우한 이웃을 돕도록 방역물품이나 식료품을 대거 지원했습니다. 여러 요로를 통해 감사가 답지했으며 협회의 존재감에 대해 큰 자부심을 느꼈습니다. 더 나아가 공익적 차원의 도움이 되고자 온타리오 보건당국과 초기 어려움이 가장 극심했던 한국의 지자체 정부에까지 방역물품을 지원했습니다. 작년 12월 초에는 온주 124명 모든 의원들에게 방역물품을 지원해 큰 호응을 얻었습니다. 어려울 때 친구가 진정한 친구라고 협회 위상에 걸맞게 참다운 친구 역할 톡톡히 했습니다.

이제 협회 내부적으로 눈을 돌려 보면 코로나로 힘겨운 환경을 맞기 이전에 이미 주요 공급사로부터의 리베이트가 단절되면서 새 회계연도는 대폭적인 예산 감축안이 시행되고 있습니다. 협회 사상 초유의 긴축과 내핍이 요구됩니다. 이미 인력 구조조정으로 2명의 상근직원이 있을 뿐입니다. 그럼에도 불구하고 대 회원 봉사애 소홀함이 없도록 만전을 기하겠습니다. 대내외적인 열악한 환경을 헤쳐나가고 미래를 대비한 역량 비축에 회원 모두의 관심과 지원이 절실히 요망됩니다. 백신 투입이 시작됐고 역병 창궐의 긴 터널에서 희미하나마 서광이 보입니다.

모쪼록 새해에는 코로나가 물러나고 정상적 삶의 영위가 가능해질 것을 염원하며 아울러 여러분의 강건과 가내의 평화가 가득하기를 기원합니다.

온타리오한인실업인협회 회장 신재균





조합 운영이사장 新年辭



온라인 주문 배달 현실화를 기대하며

조합원 여러분 안녕하십니까. 우리 시대에 겪어본 바 없는 대 역병의 창궐을 힘겹게 이겨내며 한해를 보냈습니다. 그래서인지 이번 새해는 그 어떤 새해보다 의미가 각별하게 다가옵니다. 원가를 극복했다는 대견함과 함께 어떤 어려움도 견뎌낼 용기와 자신감이 충만한 기분입니다.

지난 1년 협동조합은 코로나의 와중에 방역물품을 비롯한 생필품 중심의 수급 관리에 엄청난 노력을 기울였습니다. 그럼에도 불구하고 바가지 요금이라는 근거없는 중상모략을 당하기도 했으며 어쩔수 없는 수급차질에 많은 질타를 받기도 했습니다. 하지만 저희들은 오해를 불식하기 위해 주류언론을 통한 반박 기사를 유도했고 일부 소핑객들의 불만에도 의연히 대처했습니다.

코로나 초기에 전국적인 사재기 열풍으로 야기된 조합원들의 쇼핑 어려움을 시급히 해소하기 위해 공급 거래선 확보에 심혈을 기울였고 어렵사리 확보한 물량에 대해서도 ‘착한 가격’ 공급을 원칙으로 삼았습니다. 왼손이 하는 일을 오른손이 모르게 하더라도 세상은 결국 알아 준다는 평범한 진리를 마침내 확인했습니다. 우리들의 말없는 노고에 조합원들의 애정어린 격려가 넘쳐나기 시작했으며 이에 힘을 얻고 위로를 받았습니다.

우리는 또한, 영리만을 추구하는 조직이 아니라 어려울 때 함께 고통을 나눌 줄 아는 인간미 넘치는 공동체이기도 했습니다. 협회와 함께 해서 코로나 역병으로 힘들어진 한인사회의 소외계층에 방역물품과 생필품을 다량으로 지원했고 캐나다 정부와 한국 정부에도 방역물품을 톡톡게 지원했습니다. 사방에서 고마움을 표시하며 조합의 위상은 한껏 높아졌습니다. 보람차고 뿌듯했던 지난해를 새삼 회상합니다.

존경하는 조합원 여러분! 저희 조합은 예기치 못한 큰 어려움을 겪으면서도 경영 여건 개선을 위한 피나는 노력을 기울였으며 그 결과 지난 회계연도는 적자를 면했습니다. 재고 관리 시스템 개선에서 무엇보다 큰 결실이 있었으며 협회와 조합의 인력 공유 활용도를 높여가는 것도 인사 관리의 실질적 개선이었다고 자부합니다.

영업 측면에서 다만 한가지 아쉬움이 있었다면 코로나로 인해 공급사로부터의 적시 적정 물량 지원이 원활하지 못한 점입니다. 조합원들의 너그러운 이해를 바랍니다. 불가피한 이유때문이었지만 올해는 더 이상 아쉬움을 느끼지 않기 위해 일찌감치 공급선 다변화 시스템을 구축했습니다.

아울러 올해는 전년에 착실히 준비해온 온라인 주문 배달 시스템의 실질적 가동을 현실화하겠습니다. 특히 원거리 회원들의 지리적 불편함을 덜고 업소에서 편하게 주문해서 업소로 배달받는 계획이 본격적으로 가동될 것이라는 점을 약속합니다. 아울러 코로나로 불가피하게 중단했던 고객감사의날 행사도 여건 변화에 따라 재개할 것입니다.

열악한 환경하에서 저마다 비즈니스를 꾸려나가는 조합원의 노고에 거듭 위로를 보내며 코로나가 한시 바빠 진정국면으로 들어가 우리들 모두의 일상적 삶이 정상으로 회복되기를 진심으로 기원합니다

협동조합 운영이사장 심기호



2021 사무식

코로나로 10분만에 종료



코로나 바이러스의 여파는 모든 관공서와 회사들의 새해를 맞이하는 사무식에도 불어닥쳤다. 사람이 모일 수 없기 때문에 아예 하지 않거나 해도 극소수의 인원들이 크게 거리를 두고 하는 모습이었다.

협회와 조합 합동 사무식도 예외가 아니었다. 과거같으면 임직원은 물론 자문위원과 한인 커뮤니티 외부인까지 초청해 다과를 나누며 환담도 하고 오케나다와 애국가를 부르는 등 격식있는 행사를 치렀다. 행사 장소도 별도의 회의실에서 치렀다.

하지만 올해 코로나 방역 대책 지침을 따르기 위해서 본부협회 신재균 회장의 간단한 인사말과 함께 일부 직원들만 참석해 박수로 화답하며 10분 만에 치렀다. 대면 접촉을 최소화하고 최대한 시간에 마무리지었다. 장소

도 인원이 별로 없기 때문에 부엌 겸용 조합 이사회 회의 공간에서 했다. 신 회장은 “협화와 조합이 역사상 처음 겪는 외부적 시련에서 직원들의 단합과 협조하에 한해를 잘 견딜 수 있었다”고 격려한 후 “올 한해도 더 힘들어질 수 있으니 비상한 각오로 임해달라”고 당부했다.

회장은 협동조합과 관련해 ‘배달서비스가 결실을 맺을 수 있는 한해가 되도록 각별히 힘써달라’는 당부도 덧붙였다. 코로나로 인해 정상화시키지 못한 사업이나 올해 여건이 호전되면 반드시 본궤도에 올려야 한다고 강조했다.

10분만에 종료한 사무식에 이어 곧바로 떡만두국으로 점심식사를 했다. 모든 회원들에게는 떡을 나눠 돌렸다. ■

(주) 하이쿨 텍 냉동·히팅

“신속하고 끝난 서비스를 약속합니다!”

Canada Heating & Cooling Licensed Technician

전문적인 기술자가 뭉쳐 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



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

416.909.7114

박효진 (Roland Park) BROKERTeam INSURANCE

Cell (416)985-5287

- 집, 자동차 단체보험
- 상업용 건물, 가게 단체보험
- Beer & Wine 가게 맞춤형
- 프로그래스토어 특별할인보험

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

실업인협회 단체보험





조합 온라인 주총 성공리 종료

결산, 소폭 흑자

코로나 사태로 예년처럼 오프라인 주주총회를 가질 수 없었던 협동조합이 지난해 12월 온라인으로 총회 보고서 내용에 대한 찬반 승인을 구한 결과, 참가자 총 63명 중 61명이라는 압도적 찬성을 얻어 보고서가 통과됐다.

협회가 지난 10월에 정기총회를 온라인으로 대신하며 보고 내용에 대한 찬반 승인을 온라인 투표를 통해 무난히 처리한 경험을 살려서 조합 역시 동일한 방식으로 실시한 것인데 차질없이 결과를 이끌어냈다.

조합 정관에 따르면 의사정족수(회의 성립을 위한 성원 수)는 조합원 수의 5%로 협회와 같다.(2019년 주주총회에서 정관 개정해 기존 15%를 5%로 현실화했음) 따라서 의사정족수는 온라인 투표 참가자 수와 동일하게 효과를 인정했고 지난 12월 7일 협회 웹사이트에 보고서를 올린 시점을 정기총회일로 삼아 찬반 여부 표시 마감일인 11 일 금요일 오후 5시에 마감된 것으로 간주했다. 12월 7일 시점에서 조합원 총 수는 940명이었으며 정관규정 5%는 47명이었다. 47명 이상만 온라인 투표에 참가하면 오프라인 회의의 성원으로 간주하게 된다. 결과는 투표자가 63명이었기 때문에 넉넉한 참가자를 확보했으며 이 중 과반수이면 보고서는 통과되는 것인데 61명의 찬성을 얻었으니 조합 집행부로서는 처음 경험하는 온라인 주주총회와 그 결과 모두에 큰 만족을 느낄 만했다.



조합 심기호 운영이사장(사진)은 “코로나 여파로 지난 회계연도에는 많은 시행착오를 겪으며 운영에 만전을 기했다”면서 “고통의 순간도 많았으나 이를 잘 극복하고 나름 내실있는 경영성과를 얻은 것은 임.직원의 일치단결과 조합원의 전폭적 협조 덕분”이라고 고마움을 표시했다.

심 이사장은 “대면 접촉을 할 수 없어 불가피하게 협회처럼 온라인으로 보고서 내

용을 소개하고 찬반을 구했는데 결과 또한 압도적 지지로 승인을 얻어 유종의 미를 거뒀다”면서 크게 안도감을 표시했다.

■ 예.결산 현황

협동조합 2019/2020회계연도(2020년 8월 31일까지) 결산 주요 내용을 보면 영업 매출 총 1,860만 달러를 기록했다. 이를 크게 두 품목군으로 구분하면 담배는 220만 달러, 비 담배는 1,640만 달러이다. 전 회계연도 대비해 담배 매출은 50여 만 달러 감소, 일반 상품은 약 140만 달러가 증가했다. 결산 순익은 약 18,000달러였다.

조합 자산 현황은 유동자산이 약 444만 달러, 고정자산이 13만 5천 달러로 총 460여만 달러이다. 이 중 상품 재고는 약 220만 달러, 투자금(주로 은행 예치금)이 약 150만 달러를 차지한다. 부채는 협회에 건물을 매각한 이후 금융비용이 대폭 감소한 결과로 모두 80만 불이 채 되지 못한다. 현금 유동성이 크게 개선됐음을 한눈에 파악할 수 있다.

차기 회계연도(2020/2021)예산은 수입 1570여 만 달러, 지출은 1560여 만 달러이며 순익 8,000달러를 목표로 하고 있다.

현재 조합 인력은 17명이며 이 중 사무 직원은 조합 사무실을 협회 직원들과 공유하며 건축 운영 기조를 유지하고 있다. 매장 관리 측면에서 주목할 것은 코로나 사태로 방역에 만전을 기하기 위해 사무실과 매장 투명아크릴 차단막을 설치했으며 노후화된 여러 곳의 보수 작업이 있었다. 주차장도 확장했으며 사무실 창문공사로 직원 근무 환경을 개선했다.

코로나 관련해 특기 사항으로는 사태가 본격화된 4월부터 조별 교대 근무가 있었는가 하면 양성 반응 직원으로 인한 매장 폐쇄도 수일간 있었다. 방역 물품 지원 활동도 활기찼다. 협회와 협력하에 온주정부는 물론 대한민국 대구 광역시에도 온정의 손길을 보냈다.

심 이사장은 “영업이익만 추구하는 조합이 아닌 지역사회와 어려울 때 함께하는 조합의 이미지를 전파할 의미있는 한해였다”면서 “다만, 영업 측면에서 코로나로 인해 공급사로부터 원하는 주문이 원활히 적기에 공급되지 못한 것이 아쉬웠다.”며 안타까움을 표시했다.

심 이사장은 내년 계획과 관련해서는 코로나 추이를 예의주시하며 상황이 호전되면 고객감사의 날도 재개할 것이고 주문배달 시스템을 본격 가동하기 위해 최선을 다할 것이라고 다짐했다. ■

	ON
RBH Cigarettes (Accord, Belvedere, Benson and Hedges, Canadian Classics, Craven, Dunhill, Gauloises, Mark Ten, Next, Number Seven, Philip Morris, Quebec Classique, Rooftop, Rothmans)	\$2.50
Rothmans Standard	\$4.35
Belmont	\$2.50
Belmont Select	\$2.50
Fine Cut (Belvedere, Canadian Classics, Mark Ten, Next, Number7, Quebec Classique) (Traditional & High Yield)	
100g (1 x 100.00g)	\$0.46
200g (1 x 200.00g)	\$0.92
250g (5 x 50.00g)	\$1.15
300g (6 x 50.00g)	\$1.38
Drum (5 x 50.00g)	\$1.90
Pipe Tobacco (Sail, Drum, Amphora)	
250g (5 x 50.00g)	\$1.15
300g (6 x 50.00g)	\$1.38
Cigars (Sail)	
25 Cigars (1x25 - Boat of Singles)	\$0.78
50 Cigars (5 x 10 - Boat of Five Pack)	\$1.56
80 Cigars (8 x 10 - Boat of Eight Pack)	\$2.50
Rolling Papers (Rizla)	
25 x 1	\$2.56
50 x 1	\$0.12

*Please note: Not all products may be available for sale in your province

HEETS(전자담배)	ON
HEETS 50s	\$0.60
Maximum Retail Price as of January 4, 2021	\$22.59
HEETS 160s	\$2.00
Maximum Retail Price as of January 4, 2021	\$57.99

RBH

RBH 담배 가격 인상

1월 4일부터 모든 품목군 걸쳐

임페리얼에 이어 RBH도 1월 4일부터 담배 가격을 인상했다. 일반담배에서부터 전자담배의 간판인 히츠(HEETS)에 이르기까지 거의 모든 품목군에 걸쳐 인상됐다.

일반 담배의 경우 카튼 기준으로 로스만스 스탠다드 (Rothmans Standard) 4.35 달러를 제외하고 다른 담배들은 전부 2.5 달러가 오른다. 가루담배도 100그램 당 46센트, 시가는 25개 보트가 78센트 오르며 담배말이 페이퍼도 소폭 인상됐다.

전자 담배 히츠는 50개 팩 당 60센트가 인상되며 소매 가격 기준으로 22.59달러 이하의 가격으로 손님에게 판매해야 한다. 또 160개 팩은 2달러가 인상되며 소매 가격 기준으로 59.99달러 이하의 가격으로 판매해야 한다.

자세한 내용은 **왼쪽 표를 참고**한다. ■

아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

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

교통사고 개인상해 보상 청구

교통 사고
낙상 (Slip & Fall)
장기상해
(Long Term Disability)
개에 물린 사고
정부과실 사고

교통위반 티켓

과속, 부주의 운전
무보험, 무면허
신호위반, 뺑소니 등
모든 교통 법규 위반

형법

음주운전, 폭행
절도, 사기, 마약
흉기 소지, 살인 등
모든 형법 위반

▶ 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

OLG 대박 즉석복권 상품 연초 출시

판매수수료 무려 30%, 3개월간



온주복권공사(OLG)가 내년 벽두에 즉석복권 신상품을 출시한다. 1월 4일에 첫 선을 보일 이 상품의 가격은 5달러이며 '인스턴트 플링코'(Instant Plinko)라고 불린다. 그런데 이 상품에 큰 관심을 모으게 만드는 것이 판매 커미션이다. 공사측이 알려진 바에 따르면 판매에 따른 커미션이 30%라는 것이다. 이는 현재의 즉석복권 커미션 8%보다 22% 포인트가 높은 것이라 편의점 소매업주들에게는 놀라운 소식이 아닐 수 없다.

공사측 영업담당 이사 래리 콜라토스티씨는 “판매 수익의 전부를 소매업주에게 주는 정책”이라면서 출시 날인 1월 4일부터 시작해 3월 31일까지 3개월간 계속된다”고 말했다.

이같은 파격적 조치가 이루어진 배경은 두가지다.

첫번째는 본부협회가 그간 공사를 상대로 지속적으로 벌여온 협상의 결실이라는 측면이 있다.

사실 협회는 신정부 들어선 2년전 부터 공사 고위층과의 빈번한 접촉을 가지며 편의점업계 특히 자금력과 정보력이 열세인 협회 회원과 같은 독립 편의점 업주의 비즈니스 악화를 집중 강조하며 협조를 요청했다. 협조 내용은 다름아닌 커미션 인상이다.

커미션 인상은 사실 10년도 더 전부터 제기돼온 요청이었다. 온라인이든 즉석복권이든 수십년 전 커미션 률을 여전히 유지한다는 것은 시대에 맞지 않는다는 목소리는 끊임없이 업주들로부터 흘러나왔다. 더구나 전반적 편의점 경영 압박을 고려한다면 소폭이나마 올리는 것이 보수당 새



▲ 지난 3월 3일 컨비니언스유 갈라 쇼에서 기념촬영. 왼쪽에서 두번째가 래리 이사. 그 오른쪽은 본부협회 신재균 회장, 왼쪽은 심기호 조합 운영이사장 겸 협회 부회장. 협회는 OLG와의 돈독한 관계 유지에 항상 신경을 써오고 있다.

정권하에서 주창한 소자영업 지원 강화 정책 기조에도 부합한다.

본부협회는 편의점 산업의 선도적 입장에서 이같은 메시지를 정부여당 고위 관계자들과 만날 때마다 전달해왔다. 그가시적 결과물이 내년 초에 나올 플링코라는 즉석복권 상품인 것이다. 비록 3개월 한시적으로 제공 되는 대박 커미션이지만 지속적 대정부 로비의 작은 결실이라는 점에서 의미는 매우 크다 하겠다.

두번째는 코로나 사태로 힘겨워하는 소매업소를 지원한다는 OLG의 통큰 배려심이다.

OLG는 코로나로 어려움을 겪고있는 편의점 업계의 간접적 지원책의 일환으로 이번 파격 커미션 상품을 내놓게 됐다고 한다. 래리 이사는 “고객 사은 차원에서 그렇거니와 코로나 바이러스로 경영난을 겪고 있는 복권 소매업계의 부담을 조금이라도 덜어주고자 본 상품을 기획했다”고 말했다.

본부협회 신재균 회장은 “협회의 부단한 로비 활동과 코로나 시국이 맞물리면서 마련된 이번 상품이 계기가 돼 앞으로 공사측이 자주 파격 커미션 프로그램을 제공하면 좋겠다”고 말했다. 복권 커미션 인상을 주제로 대정부 접촉에서 가장 열성적으로 활동해온 조합 심기호 운영이사장은 “첫술에 배부르지는 않겠지만 시작이 반이라고 이번 상품을 계기로 해서 판매수수료(커미션) 인상이라는 궁극적 목표를 얻도록 앞으로도 더 많이 노력하겠다”고 포부를 밝혔다. ■

사푸토 밀크 가격 인상

2월 1일부터 최대 6%까지

Saputo

사푸토 유제품 가격이 오는 2월부터 인상된다. 올해도 발표문을 통해 전국낙농업협회(CDC : Canadian Dairy Adjustment)의 지난 11월 제출 자료에 근거한 반영을 이유로 들며 인상의 불가피성을 설명했다.

특히 올해는 코로나 바이러스 사태로 인해 다양한 방면에서 가격 인상 요인이 발생했음을 강조했다. 밀크 원액 식품 안전 처리 및 가공 비용 인상으로 최종 완제품 가격이 전국적으로 최대 6% 인상을 경험할 것이라는 전망도 내놨다. 아울러 전체 식품분야 소비자물가지수(CPI)는 이미 10% 이상이 올랐음에도 2015년 이후 유제품 소비자 물가 지수는 고작 2% 인상으로 묶여왔음도 지적했다.

품목별로 구체적인 인상폭 관련 자료는 업소를 방문하는 사푸토 직원이 전달할 것이다. ■

일체형 연동 포스시스템

윈솔루션과 함께하면 빠르고, 간편하고, 저렴합니다!

LCBO READY!!

- ALL LOTTERY TICKET SCAN
- DEBIT MACHINE 연동

1SOLUTIONS

DATA CORPORATION



Debit & ATM and POS system

www.1solutions.ca / info@1solutions.ca Toll Free.1(888)554-7355 Korean(ext4) Direct Line.(905) 560-4511. (416)900-7533 Fax.1(888)554-0409

RTD 커피 붐, 미국보다 뒤져 잠재성 높아

콜드브루 중심으로 취급 더 많아져야



▲ 한국편의점에 준비하게 늘어선 각종 웰빙 RTD커피들. 캐나다도 편의점 채널을 통한 RTD커피가 트렌드로 자리잡아 가고 있다.

천하의 무시무시한 역병 코로나 바이러스도 커피 시장의 열기를 잠재우지는 못했으나. 특히 기성 커피 시장(ready-to-drink coffee)은 전혀 아랑곳하지 않고 기세를 올린 지난해였다. 매출 실적이 양호했다. 명망있는 회사들이 전면에서 나섰다 이들의 혁신적 신제품들이 편의점 채널을 통해 소비자들의 입맛에 크게 어필했다.

커피 기성품을 업계에서 이제는 RTD 커피라고 부르는 것이 다반사가 됐으니 여기서도 편의상 'RTD커피'라고 부르겠다. RTD는 ready-to-drink의 앞글자를 따서 명명한 것이다. 형태는 주로 병이나 팩에 담겨 있다.

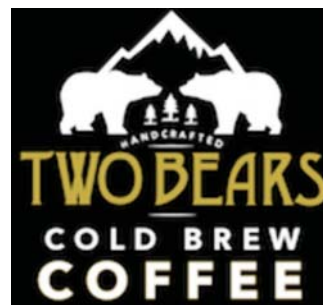
사실 이런 스타일은 한국이나 일본이 훨씬 앞서갔다. 수십년 전에 캔에 담긴 커피가 따뜻한 상태로 자판기에서 동전만 투입하면 토해내던 것이 모국에서 경험했던 바다. 북미주는 이제사 인기를 끌고 있는 모양인데 어지간히 뒤떨어졌다는 느낌을 지울 수 없다.

여하튼 RTD 붐이 편의점 채널을 타고 전파된다는 것은 편의점 업주 입장에서 굿뉴스다. 아직까지 단일 품목군으로 RTD커피가 전체 편의점 아이템군에서 차지하는 매출 점유는 왜소하지만 성장세만 놓고 보면 20%를 자랑하니 잠재력에 깊이 주목할 일이다. 지난 2014년 전체 커피 시장에서 단지 2.5%를 차지 한 RTD커피는 불과 5년이 지난 2019년에 5%로 곱절 성장을 자랑했다. 캐나다 커피협회 자료다.

지난 9월 시장조사 기관 민텔(Mintel)의 자료에 의하면 세대별로 볼 때 Z세대(대략 1995~2007년 사이에 태어난 연령층)가 RTD커피 수요의 46%를 이끌고 있다. 한 연령대가 주도하는 시장 견인으로는 대단한 기세다. 이에 반해 그 선배 세대인 밀레니얼은 여전히 원두커피 세대로 RTD커피

피로의 취향 변화가 크게 감지될 수준은 못된다.

이상하게 들릴지 모르지만 사실 코비드19가 RTD커피 인기를 끌어올리는데 부분적인 기여를 했다는 측면이 있다. 전문가들의 말이다. 배리스타가 직접 만들어주는 자바 체인점의 고급 커피를 훌쩍이며 여유부리던 손님층이 코로나로 그럴 수 없게 되자 집에서라도 우아하게 커피를 훌쩍거릴 대안을 찾게 되는데 바로 RTD커피도 그 중 하나라는 것이다.



투베어스(Two Bears Coffee) 공동 창립자이자 CEO인 데이빗 슈나이더만씨는 이 현상을 놓고 이런 평을 했다. “코로나 사태 이전 매출이 맛과 소비의 편리성에 의해 촉발된 측면이 강하다. 현대인들은 느긋할 시간적 여유가 없으면서도 맛과 품격은 즐기고 싶어하니 말이다. 그런데 지금 코로나 사태로 인해 커피는 전문 커피숍에서 길게 줄서지 않고도 맛 좋고 고급스러운 카페인을 즐길 기회를 RTD커피가 제공하고 있다는 점에서 주목할 상황을 맞이하고 있다.”

많은 캐나다 소비자들이 건강친화적 식품에 대한 의식수준이 높아져 있다. 따라서 편의점도 RTD커피와 같은 고급스럽고 건강친화적 웰빙 제품군에 대한 문호를 더 넓혀야 한다. 앞에 소개한 투베어스는 순수 캐나다산 회사로 고급 콜드커피를 중심으로 한 캔커피로 소비자들의 큰 관심과 호평을 누리고 있는 중이다. 소수민족들이 좋아할 라떼 제품도 포함한다. 일부 제품에서 사용하는 우유도 식물성에 기반한 오트밀크(oat milk)를 사용한다. 건강친화적 제품을 강조하는 단적인 이유의 하나다. 오트밀크는 요즘 한국에서도 인기 물이 중인데 편의점에서 오트밀크라는 표현을 담은 제품들이 즐비하게 진열돼 손님들의 눈길을 사로잡고 있다고. 일반 카페라테라는 말 대신 '오트밀크라테'라는 말이 대세로 자리잡기까지 하고 있다.

오트밀크 말이 나왔으니 시장에서의 주목도 차원에서 조금 더 이야기를 보태면 스타벅스의 오트밀크도 입이다. 동물성 대신 식물성을 건강상의 이유로 더 찾게 되는 소비자 트렌드는 극단적 채식주의자인 비건 층에 대한 어필까지 고려하며 외연을 넓여야 할 필요성이 있었다. 2004년 두유를 시작으로 2015년에는 코코넛 밀크, 그리고 그 이듬해는 아몬드 밀크 등 기존의 우유를 대신할 식물성 대체품 선택 폭이 넓어져 온 끝에 올해 들어 스타벅스가 오트밀크(귀리우유)를 메뉴에 추가해 비건 수요를 겨냥한 시장 전략이라는 평가를 받았다. 오트 밀크 제조 과정의 이치는 간단하다. 귀리 가루를 물에 불려서 면직물등에 짜는 방식이다. 이렇게 흘러나온 액체에 에스프레소와 꿀을 섞으면 '오트밀크허니 라떼'가 되는 것이다. 데워 마시면 쌀쌀한 가을이나 추운 겨울에 딱이다. 응용작이야 첨가하기에 따라 얼마든지 메뉴가 늘어날 수 있다.



다시 투베어로 돌아가 이 회사의 편의점 채널 전략은 다각적 판촉 지원 시스템이다. 판촉물지원, 더 큰 회사들과의 제휴하에 교차 판촉(cross promotion), 디지털 캠페인 등 전방위적이고 입체적인 판촉 톨을 제공한다는 것이다.

- 교차판촉(交叉販促; cross promotion)이란? -

제품의 마케팅 범위를 확장하기 위한 방법의 하나로 다양한 매체를 통한 광고를 의미하거나 다른 회사와 협력하여 서로의 상품과 서비스를 선보일 수 있는 방법 등이 있다. 특히 앞에서 말한 투베어는 후자의 방식을 이용한 교차판촉을 하고 있다. 교차홍보라는 표현도 같은 의미로 자주 사용된다.

예를 들자면 비즈니스 모델을 판매하는 회사가 있다고 하자. 이 회사 웹사이트를 통해 신형 컴퓨터를 하나 구입하려고 한다. 그러면 거기에 따라붙는 신형 바이러스 백신 소프트웨어 광고가 등장한다. 이처럼 컴퓨터와 소프트웨어를 판매하는 두 회사간의 광고 협력은 시

너지 효과를 노린 교차 판촉의 대표적인 예가 되겠다. 투베어와 같은 신참 회사들, 즉 중소기업이 구사하기 바람직한 판촉 전략이라 하겠다.

투베어스 창립자 쉬나이더맨씨의 말을 들어보자. "편의점 채널은 지난 수년간 RTD커피를 성공적으로 팔아왔다. 대신에 48그램이나 되는 설탕이 들어있고 온갖 인공 감미료가 혼합된 드링크류에서는 매출 감소가 지속되며 상쇄되는 상황이 벌어지고 있다." 맞는 지적이다. 탄산음료 소비를 피하는 것은 세계적인 추세이다보니 편의점 채널도 이런 글로벌 영향을 받을 수밖에 없다. 대신 웰빙 음료가 그 자리를 대신해 들어오고 있다. 웰빙 음료로 자리매김하는 투베어스 이외에 동일한 성격의 또다른 회사가 있다. 스테이션 콜드브루 커피 (Station Cold Brew Coffee Co.)라는 회사인데 역시 투베어스처럼 캐나다 토종 신생 기업이다. 두가지가 현재 대박을 치고 있는데 하나는 뉴올리언즈 스타일, 또 하나는 바닐라 니트로 스타일의 콜드브루 커피다. 식물성 천연재료를 바탕으로 한 오트밀크라떼류로 신제품 대열에 올랐는데 간판급 아이템이 됐다.



회사 공동 창립자이자 판촉/마케팅 담당 부사장 자리를 맡고 있는 미첼 스탠씨의 말은 이렇다. "아직 편의점까지 진출은 못했지만 그럴 계획을 가지고 있다. 편의점 채널까지 들어가면 다양한 홍보수단과 고객용 무료 판촉아이템을 제공할 것이며 가격과 정책도 동시에 구사할 생각이다. 편의점 공간을 지속적으로 탐구해 새로운 사업 확대 기회로 삼고자 한다. 캐나다의 선도적 콜드브루커피 브랜드 제조사로서 절대적으로 제품을 노출시킬 공간이 필요하며 이 역할을 편의점이 잘 수행할 것으로 전망한다. 이제 시작하는 건설한 소규모 회사 입장에서는 최대의 도전은 업소에 자체 냉장설비를 무료 제공하며 자사 제품을 밀어 넣는 대형 큰손들과의 경쟁이다." 시장에 새롭게 얼굴을 들이려는 뉴 페이스들이라면 누구나 토로하고 싶은 심정일 것이다.



현재 RTD커피 시장은 위에서 미첼씨가 지적한 그대로다. 공룡업체와의 힘겨운 싸움이 예견되고 있다. 우선 코카콜라가 이름도 심플한 'Coca Cola with Coffee'라는 브랜드로 이 시장에 수년전 뛰어들어 신고식을 했다. 회사측이 자사 브랜드 추천 상품 목록에 당당하게 올려놓은 제품인데 시장에서 성공을 확인한 것으로 보인다. 여기에 추가해 작년 8월 미국

(13면에 계속)

퀘벡 편의점 '빌뇌브' 성공 이야기

위치, 푸드서비스, 가족단결 3박자 모두 갖춰



퀘벡시티에서도 2시간 정도 가스페 반도 방향으로 가면 암꾸이(Amqui)라는 마을이 나온다. 여기에 셸 주유소 딸린 편의점 'JLS빌뇌브'라는 모범적인 편의점이 있어서 이곳을 소개한다.

구글에도 나오는 이 편의점의 정식 명칭은 'Shell-Convenience JLS Villeneuve West Inc.'이라고 꽤 길다. 편의상 '빌뇌브'라고 칭한다. 지난 2017년에 리종과 수잔느 두 자매가 아버지의 제안을 받아들여 편의점을 열고 셋이 주축이 돼 공동으로 운영하고 있다. 빌뇌브는 이 가족의 성(姓)이다. 언니 리종은 자신이 개발한 메뉴로 밤새 부엌에서 만들어낸 라자냐와 스파게티 그리고 여타 간편 식사대용 메뉴들이 핫 케이크처럼 잘 팔릴 것이라고 자신만만해했다. 처음 시작부터 이런 자신감을 가지기는 쉽지 않은데 음식 솜씨에 상당한 자신감이 있었던 것이다.

결과는 그런데 그녀의 기대와 자신감 그 이상임을 확인하면서 스스로도 놀랐다. 동네 주민은 말할 것도 없고 입소문으로 멀리서까지 원정 쇼핑을 온다. 숲이 빼곡한 배경을 안고 있는 시골이다. 뉴브런즈윅 경계에서 80킬로 떨어진 곳이니 퀘벡주에서도 상당히 동쪽인 셈이다. 두 주가 교차하는 지리적 이점도 작용했을 것으로 본다. 간단히 식사를 해결하기에 안성맞춤인 위치에서 편의점이 그럴싸한 푸드서비스를 하고 있으니 성공은 필연적인데 맛까지 일품이니 더 말할 필요가 없었다.

언니 리종 말에 따르면 이 편의점을 방문한 5명 중 1명은 여기서 직접 만든 간편 식사대용물 혹은 M&M 제품을 구입한다. 이들은 또한 식사거리를 사면서 동시에 일반 편의점 물품까지 곁들여 쇼핑한다. 여기에는 주유(注油), 복권, 맥주, 프로판가스통(여름 시즌에) 등 다양한 쇼핑이 포함된다. 장바구니가 매력적인 푸드서비스를 매개로 상당히 커지는 것이다. 심지어 사냥 시즌에는 등록 서비스같은 것도 받는다.

자매가 아빠로부터 가게를 인수하고는 일치를 본 아이디어는 최대한 많

은 아이템을 취급해보자는 것이었다. 손님들의 니즈를 최대한으로 수용하도록 가게 내부 구조를 바꾸자는 생각이었는데 이 확대안에 들어간 카테고리 중에서도 으뜸이 바로 푸드서비스였다. 이들은 푸드서비스가 없는 편의점 영업이란 있을 수 없다고까지 확신을 굳힐 정도였다.

아이템의 폭을 크게 확대한 것 이외에도 이들 업소의 위치가 또다른 장점으로 업소의 급속한 발전에 특특히 한몫했다. 주 고속도로 132에서 세인트로렌스강 남쪽 어귀로 나오면 바로 업소와 만난다. 그리고 이 주변에는 기름넣고 간단히 요기도 할 수 있는 편의점은 여기 말고는 없다. 인근에 공장지대가 있고 유동 인구도 늘고 있다. 요즘 코로나로 잠시 주춤한 모습이기도 하지만 평상시를 기준으로 하면 위치 좋고 경쟁 상대 없는데다가 없는 것 없이 고루 아이템과 서비스를 갖추고 있으니 매력덩어리 편의점이라 할 만하다.

외지에서 온 노동 인력들과 지나가는 관광객들이 찾는 이중의 지리적 이점은 편의점 입지 조건으로 환상이다. "근처에 캠핑 단지가 있는데 큰 이동주택 차량이나 트럭들도 주차할 수 있는 탁트인 주차공간도 손님들 마음편히 유인할 수 있는 포인트다." 자매들이 자랑삼아 하는 말이다.

뜻하지 않은 발견의 기쁨이라는 것이 있다. 영어 단어 'serendipity'가 이에 걸맞는 정확한 단어다. 두 자매와 그들의 아빠 장 빌뇌브씨는 함께 자신이 소유주가 되는 비즈니스를 벌이는 것이 작은 꿈이었다. 그 비즈니스가 성공하기 위해서는 입지조건이 최우선이라 생각하고 찾아 다녔다.

빌뇌브씨는 앞에 소개한 두 딸 이외에 아들도 있다. 이 아들이 타운 동쪽끝에서 자동차와 스노모빌 딜러십, 그리고 세차시설이 부대설비로 있는 편의점까지 여러개의 비즈니스를 하고 있다. 아들이 하는 편의점 역시 셸 주유소 병설이다.

2015년 빌뇌브씨는 포드 딜러십을 하던 지역에서 타운 서쪽으로 자리를

(14면에 계속)

에서 신상품 시리즈가 시범 선보였는데 원료는 브라질산 커피를 사용했고 용량은 12온스 캔 제품 다크로스트 스타일이고 맛으로는 카라멜과 바닐라, 다크브렌드 등 세 종류이다. 올해 본격적으로 미국과 캐나다 시장에 선보일 계획인 이 제품들은 일종의 하이브리드 스타일로 회사 측은 '청량 커피'(refreshment coffee)가 될 것이라고 설명한다.



에너지 음료의 대명사 몬스터 에너지(Monster Energy)도 싸움판에 끼어들었다. 꽤 오래전부터 출시해 익히 알려져 있는 자바 몬스터(Java Monster)는 여전히 위력을 발휘하고 있다.

이 제품은 기존 에너지 음료에 커피를 합한 변형 제품이라 하겠다. 그런데 '에스프레소 몬스터'라는 신제품이 최근 나왔다. 이 브랜드는 커피 + 천연 타우린 성분 + 인삼을 합한 것이다. 맛은 밀크와 바닐라 두 종이다. 선풍적 인기를 타고 있는 콜드브루시장 맞춤형 제품으로 특화해서 내놓았다.

크고 작은 회사들끼리 RTD커피 시장을 놓고 벌이는 각축전의 열띤 경쟁이 앞으로 더욱 치열해질 것으로 보이는 가운데 여전히 치고 들어갈 틈새 여유는 많아 보인다는 것이 전문가들의 한결같은 전망이다. 관련 업계의 한 사람인 알폰소 튜파즈씨는 시장 판세를 이렇게 평한다. "캐나다는 현재 미국의 RTD커피 붐을 많이 따라잡고 있는 상황이다. 그래도 아직 4년은 지나야 동일한 수준에 도달할 것이지만 캐나다 시장에서의 RTD커피는 가야할 정도(正道)를 밟고 있는 것 같다." 캐나다 시장이 이 아이템 분야에서 아직도 잠재력 발굴이 크고 매출 증대 여지가 높다는 의미이며 이는 곧 편의점 음료 수익 추가 전망을 밝게 하는 소식이 아닐 수 없다.

알폰소씨는 토론토에 소재하는 해치(Hatch)라는 회사 창립자다. 이 회사는 편의점을 중심으로 RTD 커피를 공급하는 사업을 기반하고 있다. 자사상표(PL)부착 방식의 공급이 대부분이다. 코로나 사태의 와중에도 불구하고 이 회사는 콜드브루 커피로 가장 바쁜 한해를 보냈다고 한다.

튜파즈의 말을 더 들어보자. "우리에게 물건대는 제조사들은 소매업 채널에서 큰 수지를 봤다. 커피광들의 호기심 넘치는 갈증과 욕구는 식을 줄 모른다. 캐나다만큼이나 많은 사람들이 커피를 애용할까 싶다. 자연적인 성장인듯 커피 성장은 계속될 것이고 편의점 채널은 소비자들에게 RTD 커피 공급 최적의 채널이 된다."

이렇듯 업계 전문가들이 저마다 편의점의 밝은 전망을 말하고 있으니 아직 취급하지 않은 업주들은 지금이라도 RTD커피, 그중에서도 웰빙 커피와 콜드브루 커피에 관심을 가져보자. ■



ADAPT MEDIA 는 새해에도 모든 OKBA 회원분들의 행복과 번창을 진심으로 기원합니다.

당사는 20년이 넘는 기간동안 편의점 오너분들에게 광고를 통한 부수입 창출을 지원했습니다.



저희가 회원님들의 비즈니스를 서포트하는 방법에 대해 자세히 알아보시려면 info@AdaptMedia.com 으로 문의 부탁드립니다.

퀘벡 편의점 '빌뇌브' 성공 이야기

이전하면서 옮긴 자리 근처에 새 가게를 오픈하지는 제안을 딸들에게 하게 된다. 일종의 파트너십 제안을 했던 것이다. 그는 오래전부터 딸들과 가족 경영을 할 수 있는 비즈니스를 희망해왔던 터였고 큰 딸 리중은 지역 고등학교에서 제 2 외국어 영어 교사로 30년을 봉직하고 있었다. 거기다가 2005년부터는 시간 날 때마다 남동생이 하는 편의점에서 알바도 해서 편의점에 관한 감각은 이미 터득하고 있었다.

장 등 야영손님들이 많아 간편 푸드 서비스는 큰 매출을 올리게 해줬다. 밤에 다음날 팔 다양한 먹거리를 만들고 포장한다. 길가기 바쁜 여행객들에게는 그만이다. 자매에게는 밤 일이 고달프기도 하겠지만 하나의 도전이자 기쁨이다.

“일도 많고 음식이라서 신경써야 할 책임감도 무겁지만 보람있다”는 언니 빌뇌브씨는 “소소한 것에서 낭비가 없도록 원가절감에 각별히 신경을 기울여야 하고 이 점에서는 특히 종업원 훈련을 철저히 해야한다”고 강조



아빠의 제안에 그녀는 선뜻 좋다고 했고 동생 수잔느를 설득해 둘이 가 세하게 된 것이다. 오픈하기 까지 2년 정도 보낸 이유는 근처에 대형 수도 관 공사가 있었고 주민 공청회가 여러차례 벌어지는 등 행정 처리가 꼬이면서 근처 다른 장소로 옮기느라고 늦어졌다.

한다. 식자재로 직접 패스트 푸드를 만드니 재료 손실을 최소화하는 알뜰 지혜가 당연히 요구될 것이다.

그리고 전통 편의점에 주유소, 프로판 가스, 사냥 허가증(늑시 허가증과 유사하게 캐나다의 사냥 허가증을 민간 업소에서 대행 발급함) 등 부대 사업도 추가했다. 사냥 허가증은 보통 연간 1300여 건에 달해 이 수수료 수익이 결코 무시할 수 없다. 여기다가 잠시 머물러 간편 식사를 해결할 테이블 공간도 마련해 35명을 수용할 수 있게 했다. 여름에 주변 캠핑

가족들간의 단결도 이 가게 성공의 중요한 한 축을 구성한다. 언니 빌뇌브의 남편 르네, 업소를 오픈하게 마음을 잡아준 아빠는 물론이고 회계 담당하는 엄마까지 달려붙어 진정한 가족경영 체제의 모범적 사례를 보여주고 있다. 성공으로 이끈 이런 저런 다양한 요인들에 앞서 업소가 기본으로 깔고 앉은 지리적 위치의 매력은 가장 결정적이다. 모든 것이 다 박자를 맞춰도 애당초 이 부분이 기본 뒷받침을 해주지 않는다면 곤란하다. 수많은 편의점 운영 예비후보자들에게는 가슴에 새겨야 할 사례다. ■

2021 OKBA 장학생 선발공고

● 코로나로 인해 성적증명서를 학교당국에서 직접 발급받기 불가능한 경우를 감안해, **온라인 출력본 제출도 인정합니다.**

신청 서류

- 신청서
- 지구협회장 추천서
- 성적증명서(2년치)
 - 온라인으로 프린트된 증명서 접수가능
- 자기소개서(Essay)
 - 심사항목 (사회봉사 활동, 미래지향적 비전)

진행 일정

- 1월 29일 (금) 신청서류접수 마감
 - 우편접수 시 소인날짜 기준
- 2월 11일 (목) 신청서류 심사 (장학분과위)
- 수여자 최종 확정 통보
 - 심사 완료 후 즉시 우편통보

신청 자격

- 2년 이상 연속 협회 회원의 자녀
 - 2019년 1월 31일 이전 회원 가입
- 접수마감일(2021년 1월 29일)까지 정회원 자격 유지
- 본 장학금 첫 수혜자로 2년차 이상 재학 중인 풀타임 대학생 (**대학원생 제외**)
- 당해년도 성적증명서에 F학점 과목이 없을 것
- 당해년도 한 가정 한 자녀에 한함.

기타

- 신청서, 지구협회장 추천서는 협회 웹사이트 **www.okbacanada.com** 공지사항에서 출력
- 서류미비 및 마감 후 접수는 심사대상에서 제외



한카의원친선연맹(Canada Korea Interparliamentary Friendship Group)이 주최한 2020년 송년 모임이 100여 명의 양국 인사들이 참여한 가운데 성대히 마무리됐다. 지난 12월 16일(수) 오후 12시부터 약 90분에 걸쳐 영상을 통해 인사를 교환하고 한해를 마감하는 감회들을 나누는 훈훈한 대화의 시간이 이어졌다. 코로나 사태로 직접 대면을 할 수 없어 줌 미팅(畫像 會合)방식을 택했으며 결과는 대만족이었다.

협회에서는 본부협회 신재균 회장(UKCIA총연합회장 겸)과 협동조합 심기호 이사장(본부협회 부회장 겸)이 참가했으며 UKCIA 일부 지역 회장들도 참가했다. 친선연맹 공동 의장을 맡고 있는 연아마틴 의원은 회의 모두발언을 통해 양국의 우호 친선을 다짐하는 격려사를 했다. 장경룡 주 캐나다 대한민국 대사, 마이클 대너허 주한 캐나다 대사가 특별 손님으로 초대돼 환영사를 했다. ■

2021년 1월 프로그램

1월의 모든 세미나는 온라인(웹이나)으로 진행됩니다. Google Meet이나 Zoom을 통한 웹이나 참여방법에 대하여 자세한 안내를 원하시는 분은 KCWA로연락해 주시기 바랍니다.

- 문의: 416-340-1234 / kcwa@kcwa.net
- 온라인 등록: www.kcwa.net

· 노스욕센터 사무실: 5075 Yonge St. Suite 401, North York
· 베더스트-핀치 사무실: 540 Finch Ave. W. 2nd FL, North York
· 이메일: kcwa@kcwa.net / 전화: 416-340-1234(대표)

교육청에서 제공하는 성인 재취업/평생교육 프로그램

- 일시: 1월 11일 (월) / 오전10시 - 11시
- 담당: 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)
- 내용:
 1. 성인 학점 제도 프로그램
 2. 온타리오 고등학교 졸업장 취득 방법
 3. 취업 관련 프로그램 정보
 4. 프로그램 등록 안내

세컨드 커리어

- 일시: 1월 18일 (월) / 오전10시 - 11시
- 담당: 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)
- 내용:
 1. 세컨드 커리어 지원 자격
 2. 신청과 진행 절차
 3. 입학 가능 관련 학교 정보

코로나-19 시기의 효과적인 스트레스 관리 및 대처법

- 일시: 1월 22일 (금) / 오전11시 - 오후12시
- 담당: 가정상담원 오신성희 (문의: 416-340-7161)
- 내용:
 1. 코로나-19로 인한 스트레스 알아보기
 2. 스트레스 관리
 3. 스트레스 대처 방법

직업 탐구 -간병인(PSW)

- 일시: 1월 25일 (월) / 오전10시 - 11시
- 담당: 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)
- 내용:
 1. 간병인이란?
 2. 간병인의 자격요건
 3. 공교육청, 사립 및 대학 교육 과정
 4. 취업 분야

가정폭력 피해자 도움 / 지원 안내

- 일시: 1월 26일 (화) / 오전10시30분 - 11시30분
- 담당: 가정상담원 김하민 (문의: 416-340-1594)
- 내용:
 1. 가정폭력이란?
 2. 주거지 옵션
 3. 재정 계획
 4. 온타리오 가정법 안내 및 이용 가능한 법률정보

업데이트된 정부 아파트 정보

- 일시: 1월 29일 (금) / 오전10시30분 - 오후12시
- 담당: 정착상담원 강영욱 (문의: 416-340-1082)
- 내용:
 1. 정부 아파트 / 노인 아파트
 2. 업데이트된 정부 아파트 신청과 입주 자격
 3. 정부 아파트의 종류와 위치
 4. 정부 아파트 신청 절차
 5. 실비 복지 아파트





소의 해, 소에 얽힌 故事成語

2020년 경자년(庚子年) '쥐의 해'가 가고 신축년(辛丑年) '소의 해'가 왔다. 새해도 어김없이 띠에 얽힌 고사성어를 살피는 것으로 올해 실협뉴스를 시작하고자 한다. 소 뒷걸음 치다가 쥐잡더라고 코로나로 엉망이 된 쥐의 해를 깔끔히 날려버리고 지구상 모든 소의 공덕을 빌어 코로나 마왕을 정복하는 한 해를 꿈꿔보자.

역사적으로 인간과 가장 오랜 세월을 함께 한 짐승이 있다면 개와 소가 아닐까 싶다. 그런데 개는 아예 인간과 붙어살며 애완동물의 구실을 할 뿐 생산활동은 거의 없다. 생산하는 것이라고는 유일하게 개똥인데 아무짝에 쓸모없고 어찌다 약에 쓰려고 하면 그나마 없다. 오죽하면 이 상황을 빗댄 속담까지 있을까.

그러나 소는 다르다. 인간과 아주 가까이 있으면서 쉽없이 일하는데 말 그대로 "소처럼 일한다."

문명의 첨단을 걷는다는 현대에도 수많은 나라의 시골에서 여전히 소는 논밭을 갈고 인간에게 필요한 모든 것을 제공하고 있다. 만약 소가 없다면 농사는 생각할 수도 없다. 또, 우유는 어디서 구하며 소가죽과 소고기 등 입고 지니고 먹는 것의 대다수를 어디서 얻을 것인가. 소가 없는 세상은 상상할 수 없다.

이 대목에서 어디 하나 버릴 곳이 없어 소꼬리까지 곰탕으로 먹어치우는 우리 선조들의 음식 문화에 경의를 표하고 싶어진다. 가장 고마운 점은 소의 식성이 인간의 식량과 경쟁관계에 있지 않다는 사실이다. 그냥 풀만 먹고 산다. 모든 짐승은 인간의 먹거리와 겹치며 경합이 붙지만 소는 예외다. 문화 인류 학자들은 가축의 먹거리와 인간 먹거리의 경쟁 관계 여부를 매우 중요한 요인으로 여기며 연구를 집중해 왔는데 소의 이 점을 최대의 덕목으로 꼽고 있다.

그런데도 불구하고 이처럼 고마운 짐승을 놓고 속담을 비롯한 많은 우리네 표현에서 부정적 이미지 일색인 것은 참으로 이율배반이 아닐 수 없다. 우선 소가 들으면 매우 서운할 속담 몇개 훑어보고 본론으로 들어가자. "쇠귀에 경 읽기"가 일상적으로 가장 많이 사용되는 속담일 것이다. 한자성어로는 우이독경(牛耳讀經)으로도 많이 쓴다. 아둔해서 잘 알아먹지 못하는 경우를 빗대는 것으로 누구나 다 아는 표현이다. 그런데 가만히 살펴보면 처음부터 말이 안되는 표현이다. 짐승이 사람 말을 어찌 알아듣겠나. 더구나 인간 본인들도 못알아먹는 경전을 들려주다니 소보고 뭘 어찌라고. 소가 아니라 침팬지인들 이해하는가. 그런데 하필 소를 빗대서 이런 모욕적인 속담이 회자된다는 것은 소가 어리석은 것이 아니라 인간이 어리석은 것이다.

"소 궁둥이에 풀던진다"는 속담은 또 어떤가. 풀은 소 먹이거리인 풀을 말한다. 그런데 소 엉덩이에 풀을 던져도 아무 반응이 없는데서 소처럼 둔해 잘 깨닫지 못하는 사람을 비난할 때 쓰는 속담이 된 것이다. 위의 쇠귀에 경 읽기와 마찬가지로 의미다. 못된 짓만 골라하는 인간에게 "못된 송아

지 엉덩이에 빨난다"가 있고 심하게 고집이 센 사람에게 "소 심줄같이 질긴 놈", "소 죽은 귀신" 등의 속담도 있다. 우직한 소의 이런 습성이 묵묵하고 부지런히 노동력을 제공하는 원천임을 안다면 이런 가당찮은 속담들은 당장 사라져야 마땅하겠거니와 자꾸 이 말갈지 않은 속담을 입에 올리면 "지나가는 소가 웃는다."

그럼 본론으로 들어간다. 소의 기분을 상하게 하는 표현도 있으나 이번만 사용을 예외로 해둔다.

■ 九牛一毛 (구우일모)

"아홉마리의 소에서 터럭 하나" 라는 말 그대로의 의미다. 극히 많은 것들 중에서 아주 적은 것이나 보잘 것 없는 것을 표현할 때 종종 사용한다.



매우 쉬운 사자성어이지만 유래를 아는 사람이 드물어 소개한다. 한나라 7대 황제인 무제 시절, 이릉(李陵)이라는 유명한 장군이 있었다. 흉노와의 여러 차례 싸움에서 혁혁한 전공을 세운 바 있다. 그러다가 또 한 차례 흉노 정벌을 위해 출정했는데 군사 5천에 불과한 장군은 10배가 넘는 흉노의 기병에 맞서 용맹하게 싸우다가 중과부적(衆寡不敵)으로 결국 패했고 휘하 병사의 피해를 줄이기 위해 흉노에게 항복을 하게 된다. 이 소식을 듣고 무제는 대노하여 그의 일족을 참형에 처해버린다.

이무도 제대로 장군을 변호하는 사람이 없는 분위기에서 이때 저 유명한 불후의 명저 '사기(史記)의 저자 사마천(司馬遷)이 나서 장군을 변호했다. 한무제는 한사군을 설치해 우리에게는 달갈지않은 인물이지만 중국 입장에서는 최대한의 영토를 넓혔고 유학을 국가 이념으로 삼고 학문 발전에도 힘쓴 명군(明君)이다. 그런 무제도 어떤 판단력의 실수인지 이릉 장군의 가족을 참살하고 그를 변호한 사마천도 궁형(宮刑)에 처해버린다. 궁형이란 남성을 거세하는 치욕스러운 형벌이다. 사마천은 그러나 "내가 법에 따라 사형을 받는다 해도 그것은 아홉마리의 소 중에서 털 하나 없어지는 것과 같을 뿐이다"라고 담담히 받아들이며 동양 최고의 역사서인 '사기'를 완성해 후대에 길이 이름을 남기고 있다.

이무도 제대로 장군을 변호하는 사람이 없는 분위기에서 이때 저 유명한 불후의 명저 '사기(史記)의 저자 사마천(司馬遷)이 나서 장군을 변호했다. 한무제는 한사군을 설치해 우리에게는 달갈지않은 인물이지만 중국 입장에서는 최대한의 영토를 넓혔고 유학을 국가 이념으로 삼고 학문 발전에도 힘쓴 명군(明君)이다. 그런 무제도 어떤 판단력의 실수인지 이릉 장군의 가족을 참살하고 그를 변호한 사마천도 궁형(宮刑)에 처해버린다. 궁형이란 남성을 거세하는 치욕스러운 형벌이다. 사마천은 그러나 "내가 법에 따라 사형을 받는다 해도 그것은 아홉마리의 소 중에서 털 하나 없어지는 것과 같을 뿐이다"라고 담담히 받아들이며 동양 최고의 역사서인 '사기'를 완성해 후대에 길이 이름을 남기고 있다.

■ 對牛彈琴 (대우탄금)

"소를 마주하고 거문고를 탄다"는 의미다.

중국 전국시대에 공명의(公明儀)라는 거문고를 잘 타기로 소문난 연주자가 있었다. 이 자가 어느 화창한 날 아침에 따스한 햇살을 보자 근처 언덕에 올라 거문고를 타고 싶어졌다. 그의 앞에는 한가로이 풀을 뜯는 소가 한마리 있었다. 그는 자신의 연주 실력을 과신한 것인지 소마저도 감동시



키겠다는 마음에 가장 애절한 곡을 하나 연주했다. 마지막 음을 튕긴 후 만족스러워 했지만 소는 아무 반응이 없었다. 이상하다고 생각한 그는 다른 곡을 연주하고 그래도 반응이 없자 연거푸 계속 다른 곡들을 탔다. 하지만 여전히 소는 무반응에 되새김질만 했다고 한다. 이것이 바로 '소를 마주하고 거문고를 탄다'는 뜻의 사자성어 대우탄금(對牛彈琴)의 유래다. 서두에 소개한 우이독경과 같은 의미이니 앞으로 대화중에는 식상한 우이독경 대신 대우탄금이라는 표현을 사용하자. 상대가 이해를 못하면 그때서야 나즈막하게 “우이독경”이라는 의미야”라고 알려주면 된다. 그런데도 상대가 못알아들으면 할 수 없고...

■ 吳牛喘月 (오우천월)



“오나라 소가 달을 보고 숨을 헐떡인다”는 의미다. 별 것도 아닌 것에 지레 겁먹고 허둥거리는 사람에게 쓰면 딱이다. 비슷한 말로 경궁지조(驚弓之鳥)가 있다. 화살만 봐도 새가 놀란다는 의미다. 우리 속담으로 는 자라보고 놀란 가슴 솥뚜껑보고 놀란다는 표현이 있다.

다. 중국 진(晉)나라 황제 무제의 신하 만분(滿奮)이라는 자가 황제 앞에서 대화를 나누던 중 북쪽 창문 너머로 바람 부는 모습이 어른거려 원래가 약골이었던 그가 추워하며 떨었다. 황제가 저것은 유리창이라는 것으로 바람이 통하지 않아 추워할 까닭이 없다고 놀리자 황궁해하며 “오나라 소가 달을 보고 헐떡인다는 말이 바로 신(臣)을 두고 한 말입니다.”라고 말했다는데 여기서 비롯됐다. 당시에는 유리창이 귀했던 시절이었고 만분은 이날 처음으로 유리창을 대했다고 한다.

이밖에도 소뿔 바로잡다가 소죽이는 우를 범한다는 교각살우(矯角殺牛), 소잡는데 쓰는 칼을 닭잡는데 사용한다는 우도할계(牛刀割鷄) 등 주옥같은 사자성어들이 즐비하지만 생략하고 우리나라에서 자생한 사자성어를 끝으로 소개한다.

■ 우의마의 (牛意馬意)

“소의 뜻, 말의 뜻”이라는 천하에 쉬운 단어로 구성된 사자성어이나 어원을 따지고 보면 씩씩하다.

때는 전쟁이 끝난지 얼마 안된 1956년. 대한민국 3대 대통령 선거가 있었다. 5월 15일에 치르는 대선에 앞서 이미 두번을 해먹은 이승만이 재출마했다. 헌법 부칙의 중임 제한 조항으로 원래는 나올 수도 없었으나 『초대 대통령에 한해서는 예외로 한다』는 낮간지러운 내용을 담아 멀쩡한 헌법까지 2년 전인 1954년에 일찌감치 개정해냈다. 그나마 그 무리한 헌법 개정안은 딱 환포가 모자라 부결됐었지만 그러나 이승만이 누구시던가. 술한 그의 풀마니 중 그누구도 감히 생각지 못한 저 유명한 사사오입(四捨五入)반올림을 인간 머리수에 적용시킨 것이다. 부결 헌법안을 하루 밤 고민 끝에 다음날 가결로 일거에 둔갑시키는 신통술에 세계 수학계까지 감탄했다는데 믿거나 말거나.

그런데 참으로 웃기는 것이 헌법까지 고쳐가며 80이 넘는 노인네가 세 번을 대통령 해먹고자 했으면 조용히 출마하면 될 일을 선거 두달을 남겨 놓고 갑자기 출마포기 선언을 해서 나라가 2년만에 다시 한번 시끌벅적해진다. 내막은 이렇다. 56년 3월 5일 자유당 대통령 후보 지명대회에서 이미 수하들이 짜 놓은 각본대로 후보 지명이 됐다. 그런데 너무도 놀랍게 “이번 제 3대 대통령에는 좀더 박력있는 인사가 나와 국토통일을 이룩해 주기 바란다”라며 불출마를 선언한 것이다. 위낙 노령이라 노망이 난 것인가, 아니면 진심으로 물러나려는 것인가 아리송한 가운데 언론과 당시 야당 라이벌로 출마한 조봉암(曹奉岩 1899~1959 호는 竹山)은 진심으로 믿은 듯 하다.

그러나 역시나였다. 꼭 하루만인 3월 6일 부산에서부터 관제 데모가 터져나왔다. 제발 나오시라는 탄원이자 읍소였다. 그로부터 수일 후인 3월 10일 이승만은 외국 기자들 앞에서 “국민이 원한다면 무엇이든 하겠으며 자살을 원한다면 자살이라도 하겠다”고 호기롭게 밀자락을 깬다.

이로부터 관변단체들의 친위 데모는 걸잡을 수 없이 퍼져나갔다. 그 백미(白眉)는 3월 12일에 절정에 달했는데 동원된 노동자와 농민들이 경무대(현 청와대) 앞으로 800여대의 우마차(牛馬車)를 끌고 행진을 한 것이다. 60년대 말까지도 우리나라 길가에는 소나 말이 끌던 짐차가 다녔었다. 우마차조합이 있었을 정도였다. 다만 서울은 우차와 마차 차도 통행이 금지됐었다. 지금으로 말하면 도로교통법까지 위반하며 열혈 관제데모를 한 셈이다.

이를 본 한 언론인이 ‘민의(民意)의 조작이 지나쳐 소와 말의 의견까지 동원시켰다는 야유를 담은 ‘우의마의(牛意馬意)라는 말을 만들어 입에 올렸다. 표현의 촌철살인으로 이후 우의마의 정치라는 말이 의식있는 식자들 사이에 자조적으로 회자되기에 이르렀으니 추악한 한국 현대사가 만들어낸 웃픈 사자성어가 아닐 수 없다.



▲ 이승만과 그 하수인들이 벌인 희대의 정치소우의마의(牛意馬意)퍼레이드

그렇게 노욕으로 찌든 독재자 이승만은 우의마의 덕분에 대통령을 다시 해먹었고 앞에 소개한 조봉암은 정적 1호로 지목돼 빨갱이로 몰아 사형을 시켜버렸다. 이승만의 철저한 추종자이자 골수 반공주의자인 장택상도 죽산은 공산주의자가 아니라고 열성적으로 증

언했음에도 형장의 이슬로 사라진 것이다.

소에 얽힌 우울한 대한민국 현대사는 이쯤해두고 소를 예찬한 최고의 글인 춘원(春園)이광수의 우덕송(牛德頌) 한토막을 소개하며 글을 맺는다. (1925년 朝鮮文壇 에 게재한 수필)

『소는 어떠한가. ... 어디로 보더라도 덕성스럽고 복성스럽다. ‘음메’하고 송아지를 부르는 모양도 좋고, 우두커니 서서 시름없이 꼬리를 휘휘 돌려 ‘파리야 날라가거라, 내 꼬리에 맞아 죽지는 말아라.’ 하는 모양도 인자하고, 외양간 홀로 누워서 밤새도록 슬금슬금 새김질 하는 양은 성인이 천하사를 근심하는 듯하여 좋고... 세상을 위하여 일하기에 등이 벗어지고 기운이 지칠 때에 마침내 푸줏간으로 끌려들어가 피를 쏟고 목숨을 버려 사랑하던 자에게 내 살과 피를 먹이는 것은 더욱 성인의 극치인 듯하여 기쁘다.』 ■



COVID-19와 범죄예방 수칙 6가지

내부 절도, 외부 강.절도로부터의 위협 감수와 예방은 소매업소에게 1년 내내 따라다니는 숙명과도 같다. 특히 현금을 주로 만지게 되는 편의점은 이로 인한 스트레스가 가장 큰 업종군에 들어갈 것이다. 여기 에다가 코로나 바이러스 사태가 터져 설상가상의 형국이 됐다.

이 새로운 역병의 시대에 범죄예방을 위한 특별한 행동수칙이 필요 할 것이다. 역사적으로 보면 커다란 경제적 위기가 도래할 때마다 범죄 율도 크게 높아졌다. 소매업계 전문가들은 코로나 사태와 이로 인한 글로벌 경제 위기 속에서 소매업소를 타겟으로 한 범죄율은 당연히 높아 지고 있음을 지적하고 있다. 올해는 특별히 더 신경을 써야 할 것이다.

범죄율이 높아지는 것은 실업률 증가, 불확실한 미래와 재정 압박 등이다. 강.절도가 횡행하기 쉬운 여건은 충분하고도 남는다. 너나 없이 마스크를 착용해야 한다는 사실은 위생 안전에 필수불가결한 행동수칙 이 됐지만 이것이야말로 소매업주를 불안하게 만드는 위협으로 작용할 가 능성이 매우 높다. 하나씩 살펴 본다.

1. 입장객수 제한

방역때문에 현재 입장객 수를 제한하는 소매업소가 대부분이다. 그런데 편의점 업주 입장에서는 방역도 방역이지만 범죄예방 차원에서도 이를 반기고 환영해야 한다. 원래가 편의점에서는 때로 물려야 수선을 떨며 절도행각을 벌이는 범죄가 다반사이기 때문에 오히려 이런 그룹 형 절도범죄 예방을 위해 업주들이 적극적으로 이행해야 할 행동 요령 이라는 말이다. 최근에 협회 회원 업소에 여러 명의 손님들이 물려와 이 같은 피해를 눈뜨고도 입었다며 하소연하는 사례가 몇 건이 있었다. 경 계를 강화해야 할 일이다.

절도범의 경우 눈길을 무의식적으로 피한다. 주인이나 종업원은 손님 들과의 눈길을 필히 마주치는 습관을 가져야 한다. 심리적으로 눈길 접 축은 절도 범행을 방해하는 간단하면서도 위력적인 수단이다. 그렇다 고 너무 빨리 쳐다보면 멀쩡한 손님이 기분나쁠 수 있으니 요령껏 하면 된다. 또 하나의 방법은 만약 손님이 절도를 할 것 같은 예감이 들 때 그 손님하고 의도적으로 아무 주제나 가지고 대화를 하는 것이다. 말을 걸 어 행여 벌어질 범죄 유혹을 차단하는 방법의 하나다.

2. 보안카메라와 거울

주인이든 종업원이든 아무리 주의를 기울인다고 해도 설새없이 눈만 굴리고 있기도 피곤하고 현실적으로 불가능한 일이다. 그래서 보안 카 메라 장비와 광각 거울이 요긴한 것이다. 소매업을 하는 사람이 신변안 전과 금전적 손실 방지를 위해 절대적으로 갖춰야 할 설비다. 요즘 불경 기로 인해 종업원 축소 조치가 대부분의 업소에서 일어났다. 따라서 종 업원 축소로 인한 범죄 유혹이 높아졌으니 이 빈틈을 보안 장비 강화로 방어력을 높여야 한다. 요즘은 WiFi 카메라 장비 등 효율성이 매우 높으 며 작동도 간편한 하이테크 카메라 설비가 많다. 인공지능 감시 프로그 램으로 장착된 고성능이다. 규모가 작은 업소는 광각 거울을 요소요소 에 달아놓는 것도 돈 별로 안들이면서도 크게 효율적인 방법의 하나다. 보안 카메라에도 잡히기 어려운 사각지대(死角地帶)를 커버할 수 있다.

3. 경고문 부착

가정용 보안 장비 설치에서도 경고 스티커가 범죄 예방에 도움이 되는 것과 마찬가지로 업소내에서 절도 방지를 위해 경고문을 눈에 잘 띄는 곳에 부착해놓는 것은 필수다. 한마디로 “네 행동을 보안 감시 카메라가 잘 지켜보고 있다”는 무언의 위협이다. 다만 문자화된 것이므로 나쁜 짓 을 하려는 인간들에게만 뜨끔한 효과를 유발할 뿐이다.

군데 군데 눈에 잘 띄는 곳이어야 효과가 있다. 주로 감시 카메라나 거 울 있는 곳 위에 배치하는 것이 가장 효과적이다. 그리고 문안도 다양하 게 하는 것이 더 좋다. 절도범죄 하다가 걸리면 벌금이나 형벌이 어떤 지 를 알려주는 것도 문안의 하나가 될 수 있다.

4. 현금취급 대폭 축소

코로나때문에 비즈니스가 가라앉자 소매업소 현금만질 일이 확 줄었 다. 현금을 표적삼은 범죄가 원천적으로 매력을 잃었으니 좋은 점도 있 다고 해야 하는지 쓴 미소가 나온다. 그런데 발상의 전환이 이루어질 대 목이기도 하다. 이 참에 전자결제수단을 도입하거나 더 활성화하는 쪽 으로 나가는 것이다. 종업원 절도도 막고 강도 표적도 피할 수 있다. 물 론 초기 비용이야 좀 들겠지만 시작만 하면 두고두고 편하며 불필요한 행정비용도 안들고 마음의 평화까지 겸하니 일석 이조 삼조의 효과다. 편의점의 특수성으로 현금이 전혀 없을 수 없겠지만 코로나 사태를 계 기로 “현금없는 업소”를 슬로건으로 삼아봄직하다.

5. 클라우드 기반

코로나 이전에 많은 업소들이 음니체널, 하모나이즈드, 유니파이드 소 프트웨어에 관심들을 가지며 선택 사항으로 눈길을 주는 정도였다면 코로나로 인해 사회적 거리두기와 채택 근무가 광범위하게 확대되자 이는 꼭 갖춰야 필수사항으로 격상됐다.

사용하는 용어들이야 조금씩 차이가 있겠지만 기본적으로 단일 시스 템으로 통합해 업주는 모든 재고 관리나 매출 데이터를 보다 융통성있 고 맞춤형으로 자유롭게 접근 활용할 수 있다. 클라우드에 기반한 시스 템의 강점을 도입하는 것이다. 업소가 여러개라면 더더욱 필수 시스템 이다. 이는 물론 단 1개의 독립편의점을 운영하는 경우에는 거리가 있는 이야기지만 규모가 크고 복수의 업소를 운영한다면 생각해볼 대목이 다. 내부 절도를 방지하는 부수적 효과를 주목해야 할 이유이기도 하다.

6. 내부구조 변경

사회적 거리두기에 더해서 업소 내부 구조를 변경해 절도 범죄를 크게 줄여야 할 필요성이 있다. 위생안전을 이유로 시작되는 구조 변경이지 만 이왕 손대는 것을 매출 증대와 연계하 지는 컨셉이다. 시야가 탁 트이도록 해 주는 것이 핵심이다. 한눈에 업소 내부 가 모두 보이도록 해서 시선의 사각지대 가 없도록 한다. 조명 밝기를 업그레이 드하는 것은 너무 당연한 조치다. ■



■ **KBA 협동조합**

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

■ **복권관련**

AGCO (복권 판매 라이선스 관련) -----(416) 326-8700
 1- (800) 522-2876
 Fax (416) 326-5555
 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

■ **스넥**

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

■ **초코릿 / 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

■ **아이스크림**

Nestle Ice Cream ----- (905) 458-3600
 Ontario 1-(800) 500-5634

■ **ATM / Debit**

Moneris Solutions ----- 1- (877) 789-5335
 1Solution ----- 1- (888) 554-7355

■ **담배**

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

■ **잡지**

TNG ----- 1-(800) 201-8127

■ **법률관련**

변호사 이영동 ----- (905) 272-4339
 Best Defence (아담 유) ----- (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
 박효진(보험중개인)----- (416) 985-5287
 현광환(CIBC모기지) ----- (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

■ **광고 미디어 전문 대행 회사**

Adapt Media ----- (416) 856-4466

■ **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
 Atlantic Prepaid Card ----- 1-(888) 479-7779



OKBA

Ontario Korean Businessmen's Association

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