

실업뉴스



The Ontario Korean Businessmen's Association News
2018년 5월 23일 수요일 제751호



한박자 쉬기

휴식이 필요하군요...
우리 잠깐 쉬어갈까요?

OKBA와 친구해요!
카카오톡 플러스 친구 OPEN

돋보기 검색창에서 'OKBA' 검색 후
플러스 친구 추가하세요.

생생한 정보를 전달합니다!

검색창에 OKBA를 입력하세요.

친구추가 버튼을 클릭하세요.

다가오는 SUPER DRAW

2018년 5월 26일

추가 **\$100,000** 보장 상금 50개 추첨



이젤 카드를 전시하여 이 특별 상품을 홍보하고 고객의 구매를 유도하십시오.

당첨금 지급 한도 및 인증 절차

당첨금이 \$50 이상 최대 \$999.90 까지인 복권을 인증할 때는 여러분 매장에 상금을 지급할 자금이 있는지 확인하십시오. 상금을 지급하려면 'YES'를 터치하여 진행하십시오. 상금을 지급할 수 없을 경우에는 'NO'를 터치하여 인증 절차를 중단하십시오. 상금을 지급하지 않기로 한 경우, 복권의 바코드가 훼손되지 않도록 주의하고 반드시 고객에게 복권을 돌려주십시오.

당첨금 지급 한도는 \$999.90 로 설정되어 있습니다. 당첨금이 \$999.90 이상인 복권을 인증할 경우, 복권 단말기가 상금을 지급하지 말라고 지시합니다.

당첨금 지급 한도를 초과하는 상금을 지급하면 **소매업자정책매뉴얼 (Retailer Policy Manual)** 제 8.10절에 명기된 처벌을 받게 됩니다.


Play Smart
Knowledge you can bet on.



 Ontario's
Lottery &
Gaming



OKBA

Ontario Korean Businessmen's Association

■ Publisher

Jae Gyun Shin (신재균)
Tel (416)789-7891(ext.70)
e-mail.sjg0061@gmail.com

■ General Manager

Don Cha (전무 차동훈)
Tel (416)789-7891(ext.30)
e-mail.doncha@okba.net
▶ 대정부활동 및 실무 총괄

■ Business Manager

Sunny Chon (실장 전승원)
Tel (416)789-7891(ext.21)
e-mail.sunnyc@okba.net
▶ 사업개발
▶ 공급업체 상담
▶ 행사관련 사항
▶ 회원등록

■ Business

Brian Lee (이주녕)
Tel (416)789-7891(ext.26)
e-mail.brianjn1108@okba.net
▶ 사업개발
▶ 공급업체 상담
▶ 행사관련 사항
▶ 회원등록

■ Accounting

Sei Hwan Kim (김세환)
Tel (416)789-7891(ext.24)
e-mail.accounting@okba.net
▶ 리베이트
▶ 대외 A/P, A/R
▶ 실험사무 관리

■ Reporter

Kwangil Kim (실장 김광일)
Tel (416)789-7891(ext.23)
e-mail.tedkim@okba.net
▶ 실험뉴스 취재
▶ 기사제보
▶ 홍보사항

■ Design

Mi Young Hyun (현미영)
Tel (416)789-7891(ext.22)
e-mail.mimihyun@okba.net
▶ 광고 / 편집 디자인
▶ 인쇄 및 홈페이지 관련
▶ 광고문의

■ Website

www.okba.net

Publication Mail Agreement No:41140510

Return Undeliverable Canadian Address to:
Ontario Korean Businessmen's Association
175 The West Mall, Etobicoke, ON M9C 1C2
Tel.(416)789-7891 Fax.(416)789-7834



2018 OKBA
GOLF TOURNAMENT
JULY 24(Tue) / 2018



GLEN EAGLE GOLF CLUB
15731 Regional Rd. 50, Caledon, ON. L7E 3H9

C O N T E N T S

건물특위 2차 모임 04	13 英 소매업계 실업률 증가 英, 소매업 절도 8% 증가
RBH 담배 가격 또 인상 05	14 빵으로 차별화 시도한 편의점 성공담
어덱트 미디어와 단체 계약 06	15 한국, 플라스틱 폐기물 감축 종합대책
임페리얼 담배 가격 또 인상 07	16~17 캔디 품목군의 새로운 변화
온주내 업소 ATM 절도 피해 급증 08	18~19 교양 상식: 韓進 五龍이 너르샤 일마다 甲질이시니
중국 소비자, 가격중시도(민감도) 바닥 09	20 빵으로 차별화 시도한 편의점 성공담 캔디 품목군의 새로운 변화
P.E.I. 주민 "편의점 주류 판매해야" 10	21 OKBA 지구협회장 전화번호 2018년 협회 주요 사업
알버타 편의점 연쇄 강도범 10년 징역 11	22 Directory
신변 안전 문제와 여성 고객 12	

협회 자산 가치 확보에 최우선하며 조합도 고려 건물특위 2차 모임

신규건물매입추진특별위원회(이하 '특위') 제 2차 회의가 지난 5월 16일(수) 미시사가 소재 한인식당에서 오찬을 겸해 열렸다.

상견례와 매입 기준 등 대강을 정하기 위해 지난 3월 8일 특위 출범 첫 모임을 가진 이후 2개월을 넘긴 시점이었다. 그간 날도 풀렸고 매물도 어느정도 나와 있어 여러 사정 변화가 생겼다.

본부협회 회장이 자동으로 맡은 특위 위원장을 비롯해 7명 전원이 모인 가운데 최근 물망에 오른 노스욕 소재 23,000평방피트 건물을 놓고

깊은 토의가 있었다. 이 건물은 1차 모임때부터 주목했던 스카보로 버치 마운트 소재 건물이 조건부 오퍼를 떼고 거래가 성사돼 협회와 인연을 잃은 후부터 부쩍 관심을 끌게 됐다. 특위 위원 일부와 직원들이 함께 실사를 했고 부동산 중개사를 통해 세부 자료도 입수해 검토를 나름 마쳤으며 이날 2차 특위 모임에서 생각들을 기탄없이 교환하게 된 것이다.

주소는 1001 Petrolia Rd (Keele & Steeles 남동쪽 위치)이며 23,000평방피트 중 사무실 공간이 8천 여 평방피트이다. 전체적으로 외관은 말쑥하며 내부 구조만 변경하면 도매상 용도의 공간을 더 넓힐 수도 있다. 접근성도 407번, 400번 고속도로에서 진입하기 용이한 편이다. 또한 0.5에



▲ 건물특위 2차 모임이 시종일관 심각하고 진지한 가운데 진행됐다.

이커에 달하는 유희지가 있는 것도 또 다른 매력이다.

여력이 있으면 이 공간에 건물을 추가 신설할 수도 있기 때문이다.

한편, 동 건물 이외에도 신동성 위원이 인근 주변에서 조사해온 몇개의 다른 후보 건물도 검토 대상에 포함해 다뤘다. 평방피트 당 170~200달러 선이 무난한 시세로 판단했으며 거래 대금도 500만 달러 이하에서 성사시키자는 큰 틀에는 합의가 됐다. 협회의 장래를 먼저 생각하고 건물을 물색할 것인가 조합 영업을 더 우선해야 할 것이냐

는 원론적 논의도 있었다. 웨스트몰까지 고려한 보다 장기적 안목에서 일단 협회 자산 보존을 우선적 기준으로 하돼 조합의 경영 정상화도 도모하는 쪽으로 가닥을 잡았다.

신 회장은 새 건물의 소재 지역이 어디냐에 너무 매몰되는 시각은 또다른 남비현상에 다름아님을 강조하면서 보다 큰 그림을 그리는 자세로 임해달라고 위원들에게 호소했다. 회의가 끝난 후 이날 집중해서 다룬 1001 Petrolia 건물과 또 다른 유사한 입지 조건의 건물(4100 Chesswood Dr, North York)을 더 구체적으로 조사해 조만간 개최될 3차 정기이사회에 신규건물매입 추진 현황이라는 안건으로 보고하기로 했다. ■

SIGN UP WITH MONERIS
AND GET **PREFERRED RATES**
THROUGH THE OKBA MEMBERSHIP.

moneris.com/associations
1-877-789-5335

Moneris
BE PAYMENT READY

실업인 협회 단체보험

KMI Brokers Inc.

집/자동차: 기준보험료 대비 **15%~20%** 할인
비즈니스: 담배도난 무제한 보상 가능

오중찬 : C) 416-602-7083
joongchanoh@gmail.com

RBH 담배 가격 인상



Rothmans, Benson & Hedges Inc.

5/22부터, 일반 담배는 카튼 당 2달러

<일반 담배>

브랜드명 (변종 모두 포함)	(카튼 당) 인상액
Accord	\$ 4.00
Belmont	\$ 2.00
Bevedere	\$ 2.00
Benson & Hedges	\$ 2.00
Canadian Classics	\$ 2.00
Craven A	\$ 2.00
Dunhill	\$ 2.00
Gauloises	\$ 2.00
Mark Ten	\$ 2.00
Next (Noir, Superslims포함)	\$ 2.00
Number 7	\$ 3.00
Philip Morris	\$ 2.00
Quebec Classique (Noir포함)	\$ 2.00
Rooftop	\$ 2.00
Rothmans (Standard포함)	\$ 2.00

RBH가 오는 5월 22일을 기해 일반 담배 주요 품목과 가루담배(fine cut) 등 주요 제품에 대해 가격을 인상한다. 일반 담배의 경우 인상폭은 카튼 당 2달러이며 어코드(Accord) 4달러, 넘버 세븐(Number 7) 3달러만이 예외다. 이하 가격이 인상되는 제품을 포로 소개한다. 인상액은 일반 담배와 시가는 전국적으로 공통이며 파인 컷은 온타리오 등 일부 주에만 해당된다.

<파인컷 담배>

종류(포맷)	Tub/Pouch당
100g (1 x 100g Tub)	\$ 0.45
200g (1 x 200g Tub)	\$ 0.90
250g (5 x 50g Pouches)	\$ 1.13
300g (6 x 50g Pouches)	\$ 1.35

<시가>

종류(포맷)	Boat당
25 cigars (1 x 25 -boat of singles)	\$ 0.63
50 cigars (5 x 10 -boat of 5 packs)	\$ 1.25
80 cigars (8 x 10 -boat of 8 packs)	\$ 2.00

TouchCash Inc. ATM & POS

한인의, 한인에 의한, 한인을 위한

Best People
Best Service
Best Results

타회사의 ATM, POS(Debit)를 계약하시고 문제가 많으신 분
새로 ATM, POS(Debit)를 구입계획하고 계신 분
언제든지! 친절하게 상담해 드리겠습니다.



100% Smart Chip
(EMV) Ready

TouchCash

빠르고 정확한 서비스가

최대의 이익을 보장합니다.

Internet & Phoneline 겸용

Showroom : 820 Denison St. Suite #3, Markham, ON L3R 3K5
Call Today 1-866-391-3950 / Fax 905-513-0919

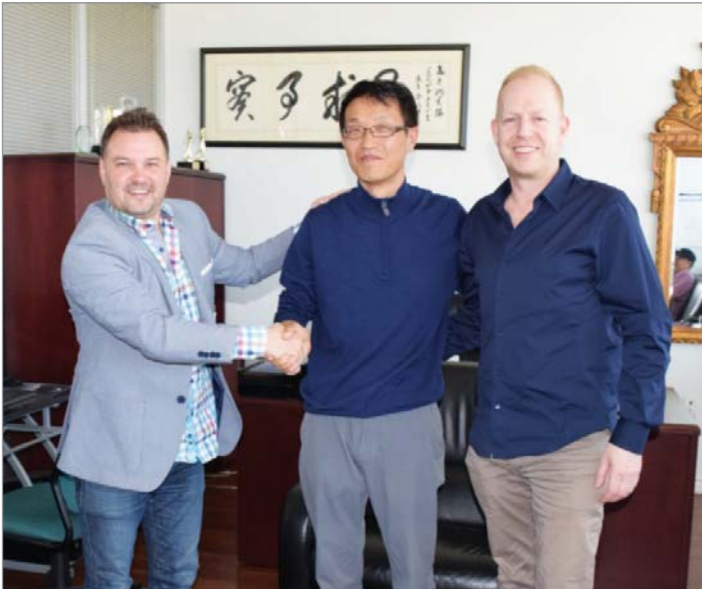
어댑트 미디어는 기존 아이샷 미디어보다 여러 면에서 조건이 나은 것으로 판단돼 본부협회에서는 회원들에게 기존 회사와의 계약 갱신을 유도하라고 수개월 전부터 통보를 했으며 이제 제휴 타당성 검토를 거친 결과, 회사측에게 회장 명의의 추천서까지 보내 이를 근거로 개별 회원 접촉과 계약이 가능하도록 하고 있다.

회사와의 계약 조건을 간략히 소개하면 다음 표와 같다.

광고 유형	지급액
AMP Video Screens in Window	연 \$500
4' x 6' Outside Sign	월 \$25
5' x 10' Outside Board	월 \$50
Tobacco Walls	포스터 당 \$25
2' x 3' Miniboards	포스터 당 \$15
2' x 3' Backlit (GTA only)	포스터 당 \$15

위의 조건은 여건이나 상황에 따라 다소 변동은 있을 수 있지만 표에서 보여준 수익 이외에도 다양한 광고수단을 이용한 추가 수익이 발생할 여지 또한 있다. 특히 비디오 스크린 광고 연간 500달러 수익은 큰 매력이며 이를 포함한 모든 광고들이 설치 시점에서 대체로 선불이 될 것이라는 점 또한 신뢰 측면에서 또 다른 매력이다. 이제 양측 대표들이 계약서에서 명까지 마쳤기 때문에 회사측이 본부협회 회장 서명이 되어 있는 추천서를 가지고 회원 업소를 방문하면 영문 계약서에 마음놓고 사인하면 된다. ■

비디오스크린 광고 연 \$500 선불 큰 매력 어댑트 미디어와 단체 계약



▲ 본부협회 신재균 회장과 어댑트 미디어 대표 제이미 톰슨(Jamie Thompson; 사진 왼쪽)씨가 광고 사업 제휴 단체계약을 체결한 후 신 회장 집무실에서 사진 촬영을 했다.

회원 업소 광고 수익 창출과 관련해 본부협회가 발굴해 여러차례 협의를 거쳐왔던 광고 마케팅 전문 대행 회사인 어댑트 미디어(Adapt Media)와 본부협회 사이에 마침내 단체 계약이 체결됐다. 그간 실질적인 사업 추진은 이미 착수했으나 형식적 요건으로 남겨뒀던 두 조직 최고 리더 사이의 계약 서명이 지난 5월 8일 (화) 마침내 성사된 것이다.

아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

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

교통사고, 개인 상해

과실 유무와 상관없이
교통 사고 후유증에 관한
최대 보상,
낙상, 정부 과실 보상 소송

교통위반 티켓

과속, Stunt Driving,
무보험, 신호 위반,
행소니 등
모든 교통법규 위반

형법

음주 운전, 폭행,
절도, 사기, 마약(Drug)
보석(Bail) 등
모든 형법 위반

- * 형법
- * 소액재판
- * 복권 판매법

- * 가정법
- * 세권, 세입자 분쟁
- * 담배 판매법

- * 민사소송
- * 주류 판매법
- * 회사 설립

* 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, Shiv Passi
법무사 : Adam K. H. Yoo, David Song, Mark Ginz
Kate N. Han, Hassanein Bhaloo,
Earl Francis Dacara

T : 416.739.8887 / 647.891.8867 / F : 416.739.7559
1018 Finch Avenue West, Suite #100, Toronto

임페리얼 담배 가격 인상



IMPERIAL TOBACCO COMPANY

5/21부터, 일반 담배는 카튼 당 2달러

임페리얼이 오는 5월 21일을 기해 일반 담배 주요 품목과 가루담배(fine cut) 등 주요 제품에 대해 가격을 인상한다. 일반 담배의 경우 인상폭은 카튼 당 2달러이다. 이하 가격이 인상되는 제품을 표로 소개한다.

<일반 담배>

브랜드명 (변종 모두 포함)	(카튼 당) 인상액
du Maurier (Nano 포함 모든 시리즈)	\$2.00
Player's (Plain 포함 모든 시리즈)	\$2.00
du Maurier FC Special Blend	\$2.00
Vogue (demi-slims & SuperSlims 포함 모든 시리즈)	\$2.00
Medallion	\$2.00
Matinee	\$2.00
Peter Jackson (John Player Plus)	\$2.00
John Player (Choice 포함)	\$2.00
Viceroy	\$2.00
Pall Mall (특별 시리즈 모두 포함)	\$2.00

<파인컷 담배>

(카튼 당) 인상액	Tray/Tub당
John Player ST Rich Taste SPC 50% 1x200, John Player ST Rich Taste SPC 50% 4x50 & 90% 4x50, Peter Jackson Red SPC 100% 4x50, Viceroy SPC Red 100% 4x50	\$0.90
John Player ST Rich Taste SPC 90% 1x100, Peter Jackson Red SPC 100% 1x100, Viceroy SPC Red 100% 1x100	\$0.45
Player's Fine Cut 1x200	\$1.50
Player's Fine Cut 6x50	\$2.25



www.1solutions.ca / email : info@1solutions.ca
Debit and Credit Card Services



고객이 원하는 고급 맞춤형 서비스

- POS(Debit) 수수료
 - Chip/Swipe : 3.65 cents / transaction
 - Taps : 5.65 cents / transaction
 - Rental Fee : \$30 / month
- CREDIT CARD
 - Visa, Master Card 수수료 1.55%
- NO STATEMENT FEE (무료우편 또는 email 발송)
- NO HIDDEN CHARGES
- SIGNING BONUS : \$300
- NO CONTRACT
- DEBIT MACHINE 문제발생시
 - 한국어 문의(월-금) 9:00 AM ~ 5:00 PM(Tel.905-560-4511)
 - HELP DESK 운영 24/7 365 Days (Tel.1-888-263-1938)
 - 캐나다 전 지역 4-6 시간내 방문 교체(365 서비스)
- YOUR SATISFACTION IS OUR GOAL



Tel 1.888.554.7355 / Office 905.560.4511 / Fax 1.888.554.0409

차량 돌진 대범한 절도, 건물 자체 피해 더 커

온주내 업소 ATM 절도 피해 급증



▲ 애보다 배꼽이 더 크더라고 ATM피해보다 정작 건물 자체의 피해로 개보수에 엄청난 돈을 들여 공사에 분주한 한 편의점.

다소 외진 지역에 소재하고 있는 편의점을 비롯한 소매업소에 설치되어 있는 현금자동인출기(ATM)가 절도범인들의 표적으로 목살을 앓고 있다. 특히 온타리오 지역의 편의점들이 수난을 겪고 있는데 최근 런던 인근 우드스탁의 한 편의점은 인출기 절도로 입은 피해도 피해지만 더 큰 피해는 아무도 없는 밤중에 범인들이 중형 SUV차량을 후진시키며 아예 업소 입구를 뚫고 들어와 범죄를 저질러 업소 전체가 크게 파손됐다. 주인은 파손된 업소 개보수 작업에 대략 25만 달러가 소요되는 공사를 하고 있다.

온주 경찰은 편의점, 주유소, 식당 등을 중심으로 인출기와 관련된 절도 피해를 광범위하게 조사 중이며 동시에 기계 설치를 통해 얻는 주인의 수익이나 편의를 나름 평가 중에 있다고 한다. 4월 20일자 전국 일간지네셔널 포스트가 인용한 자료를 재인용해보면 2017년 1월 이후부터 브랜트 카운티, 워터루, 해밀턴, 오웬사운드, 나이아가라 지역 등에 집중해 총 58건의 소매업소 인출기 절도 피해 사건이 보고됐다.

범인들은 대개 자정부터 새벽 5시까지 심야와 새벽시간대에 걸쳐 차량을 몰고 업소내부로 돌진하는 방식을 구사한다. 범인들도 차량 피해를 입겠거니 생각하면 오산이다. 이런 범죄에 사용되는 차량 역시 훔친 것이기 때문에 아랑곳하지 않고 밀고 들어온다.

이런 식의 대범한 범행 때문에 정작 인출기 파손과 안에 있는 돈을 도난당한 피해가 문제가 아니라 업소의 큰 파손으로 인한 보수비용때문에 피해가 클 수밖에 없다. 튼튼한 SUV나 픽업트럭으로 현관문 또는 유리벽을 후진해 뚫어버리는 것은 그리 힘든 작업이 아니다. 인출기 표적 사건에 관계한 한 온주 경찰은 “소매업소 웬만한 곳에는 ATM이 설치돼 있고 그 안에 현금이 꽤나 많이 채워져 있기 때문에 절도 범들의 손쉽게 매력적인 타겟이 된다.”고 설명했다.

OPP가 밝힌 여러 피해 사례들을 종합해보면 소매업소가 들어선 건물이 업소 단독 건물의 경우 피해는 작게는 2만 달러에서 가장 큰 피해가 앞의 우드스탁 사례의 25만 달러였다. 또, 현금인출기 자체에 대한 피해는 평균 1만 달러이며 여기에 피해복구와 업소 내 별도의 현금 보유분까지 있다면 피해는 급격히 커진다.

소매업소에 ATM기계가 설치되면 수익은 어느정도일까. 이번 경찰 조사에서 밝혀진 바에 따르면 평균적으로 20달러 서비스에 20센트 정도라고 한다. 대략 인출해가는 돈의 1%가 수익인 셈이다. (*경찰의 조사는 아마도 장소만 제공하고 주인은 기계에 전혀 관여하지 않는 경우인 듯하다. 실제로 자신의 기계이고 돈 채우는 것도 업주가 한다면 이보다 수익은 훨씬 크기 때문이다.)

이처럼 ATM기계를 표적으로 한 절도범죄가 급증하는 것과 관련해 경찰은 업주들에게 경계를 더 강화해 줄 것을 당부하면서 픽업트럭이나 SUV차량 소유 일반인들도 범죄에 사용되기 적합한 차량이라 이 역시 절도범죄 표적물이 되기 십상이니 도난당하지 않도록 유념해달라고 말했다. 특히 픽업트럭의 경우 ATM 절도에 사용된 차량의 거의 대부분이 차 열쇠를 그냥 꽂아 놓은 채 다른 일을 보다가 도난당한 경우라며 각별한 주의를 당부했다. ■

순수 캐나다산 육류제품

GREAT CANADIAN MEAT

4월~6월 스페셜

SPECIAL \$4.99
Reg. \$5.99

GREAT CANADIAN MEAT ORIGINAL BEEF JERKY AU BOEUF
GREAT CANADIAN MEAT TERUYAKI BEEF JERKY AU BOEUF
GREAT CANADIAN MEAT SWEET HEAT - BOUL ET SEKS BEEF JERKY AU BOEUF

1390 Hopkins St., Whitby (905) 666-9395

가격 안파지고 편의점 이용률 매우 높아

중국 소비자,
가격중시도(민감도) 바닥



중국 부자가 3천만 명이라는 소리가 있다. 과장이 아니라 실제로 돈자랑할 만한 수준의 부자가 웬만한 나라 전체 인구와 맞먹는다. 그러나 전 세계의 마케팅이 중국인만을 대상으로 특화되고 있는 지경이다. 유명 양주 제조사, 유명 화장품 제조사 등 소위 명품 생산업체와 공급 채널들은 중국 관광객 쇼핑 장비구니 키우기에 여념이 없으며 중국 고객 관리를 위해서 서양 여러 나라 백화점에서는 중국어가 가능한 종업원을 채용하느라고 난리다. 이런 풍경은 뉴스를 통해 익히 접해왔다.

중국인들의 씀씀이가 이처럼 전세계 경제 활성화에 결정적인 기여를 하고 있는 현상은 이민 사회에서도 또한 확인된다. 고급 식당은 중국인으로 넘쳐나고 고가 제품을 취급하는 모든 매장들도 마찬가지다. 앞으로 중국 고객을 고려하지 않은 비즈니스의 발전이나 성공을 기대하기는 힘들지 않을까 싶다. 그런 면에서 가격 중시도라는 개념을 살펴볼 필요가 있겠다. 소득 향상으로 구매력이 증가 추세를 보이고 있는 중국 소비자들은 가격보다는 우수한 품질, 안전한 제품 삶의 질을 향상시키는 소비 패턴, 웰빙 지향적 소비 추세, 그리고 마지막으로 편의점 이용 증가라는 두드러진 트렌드를 보여주고 있다. 작년에 낄슨 연구소가 조사 발표한 도표를 보면 중국 소비자들의 가격 민감도는 매우 둔감해 거의 최하위권에 머물러 있다. 가격중시도는 가격민감도와 같은 개념이다.

그래프를 보면 중국인이나 체코인들은 가격이 비싼 것에 별로 신경쓰지 않고 만족감만 주면 지출을 과감히 한다는 의미다. 그런 측면에서 보면 선진국인 미국(51%)이나 캐나다(48%)는 평균적인 가격중시도보다 높은

(15면에 계속)



Authorized Zippo Dealer

원도매상

Order online by noon for **SAMEDAY SHIPPING**

*Ask for Free Zippo Display

BONGS, DAB RIGS, BUBBERS, RECYCLERS, HAND PIPES, E-CIG, VAPORIZERS, GRINDERS, DUGOUTS, SCALES, SMOKING PAPERS, ALL KINDS OF SMOKING ACCESSORIES
ZIPPO LIGHTERS, and ETC.

Business Hours

Monday to Friday
9.00am - 5.00pm

Saturday
9.00am - 2.00pm

Closed on
Sunday and Holidays

Cash & Carry Store
606 Magnetic Dr Torono, ON M3J2C4

onetradingltd@gmail.com
T. 416 661 6664 F. 416 661 6668

코 놀랄 일이 아니다. 우리는 소비자의 편리가 최우선이 되는 세상에 살고 있다는 의미인 것이다.”라고 말했다.

ACSA측은 P.E.I.에서 술이 농산물직판장은 물론 극히 일부이기는 하지만 개인 업소에서도 판매되고 있다는 사실을 지적하면서 모든 술을 취급하지는 요구도 아니고 단지 인기있는 맥주와 와인 정도만 판매를 허용해 달라는 것뿐이라고 주장하고 있다. 맥주의 경우는 날개 또는 팩이라 하더라도 6개짜리 정도로만 국한하겠다는 언약까지 하고 있다.

소비자 편익이 우선되는 세상에서 살아야

P.E.I. 주민 “편의점 주류 판매해야”



▲ 뉴펀들랜드는 정부와 편의점을 비롯한 민간이 양쪽에서 술을 파는 2원화 체제이지만 정부 술판매가 전혀 타격을 입지않고 오히려 더 늘고 있다고 한다.

작년 6월에 흥미로운 여론조사가 하나 있었다. P.E.I.주민을 대상으로 편의점 주류 판매 허용 찬반을 묻는 조사였다. 결과는 62%가 강력히 찬성하는 것으로 나왔다. 대서양편의점협회 (ACSA)가 전문기관에 용역의뢰해 밝힌 사실이다. ACSA는 온타리오의 OCSA와 같은 지역단위 협회다.

퀘벡을 제외한 동부쪽 모든 주의 편의점 업계를 관장한다.

이 조사 결과와 관련해 최근 주류 언론이 편의점 비어, 와인 판매가 이슈가 되자 이 여론 조사를 조명해 기사화했다. 온주에서 제 1야당인 보수당 신임 대표 더그포드씨가 편의점 주류판매 허용을 지지하는 발언도 하는 등 이 이슈가 관심사로 대두되자 새삼스레 주제로 삼은 것이 아닌가 싶다. 여하튼 이와 관련된 ACSA 관계자 및 이해 당사자들의 이야기를 좀더 소개해본다. 타주의 일이 남의 주 일같지 않기 때문이다.

우선 동쪽 큰 섬 주민 2/3 가까이 편의점 주류판매를 적극 지지한다는 결과에 대해 ACSA의 마이크 하무드(Mike Hammoud)회장은 “결과가 결

정부 판매 방해안돼!

뉴펀들랜드는 오히려 더 늘어

P.E.I. 역시 온주의 LCBO와 유사하게 P.E.I.LCC(P.E.I. Liquor Control Commission)이라는 정부산하 위원회가 주류 판매와 관리를 도맡는다.

정부 독점 체제인 셈이다. 주류 판매 민영화를 주장하는 ACSA 는 주류 판매 매출은 당연히 늘어날 것이며 정부의 술장사에도 전혀 영향을 주지 않을 것이라고 장담한다. 회장은 뉴펀들랜드 사례를 예로 들며 이 주장을 뒷받침한다. 뉴펀들랜드는 정부와 편의점을 포함한 민간 분야 양쪽 모두가 술을 취급하는 주류판매 2원화의 대표적인 주다. 그런데도 민간부문 확대로 정책을 바꾼 후 정부의 주류 판매 매출액은 오히려 더 늘어났다.



▲ 편의점 주류판매 허용과 관련해 언론 인터뷰를 하고 있는 ACSA 마이크 하무드 회장

이곳 온타리오와 마찬가지로 대서양편의점협회 역시 이 문제를 놓고 대정부 로비를 수시로 벌여왔으며 수개월내에 정부 관계자들을 두루 만날 계획이다. 최근 P.E.I.의 히쓰 맥도널드(Heath MacDonald) 재무 장관이 P.E.I.주의 주류관리법이 시대에 맞지 않아 대대적으로 손을 볼 필요가 있다는 발언을 한 것에 대해 편의점 업계측은 크게 고무돼 있다. ■

협회 문의
(416)789-7891

www.saintjimmyscoffee.ca

The fastest growing coffee service in North America

이 그중 하나였다. 반다나는 영화나 TV에서 보면 범인들이 마스크 용으로 눈밑에서 목까지 가리는 역삼각형 모양의 스카프같은 것을 일컫는다.

또 항상 동일한 칼을 사용했다는 점도 주목을 끌었다. 더 희한한 것은 담배를 강탈할 때 JTI 프리미엄 담배인 '엑스포트에이' (Export "A")만을 고집했다는 사실이다. 그리고 마지막으로 - 이는 매우 다행스러운 일이지만 - 범인은 위협은 했지만 주인이나 종업원에 대한 해코지는 하지 않았다. 어찌 보면 꽤 낭만적으로 보이기까지 하다.

범인 테일러가 첫 범행을 저지른 것은 2017년 1월 25일. 마지막은 5월 14일 맥스(Mac's)에서 범행을 벌인 것으로 끝난다. 그리고는 미니 쿠퍼를 타고 도망을 치다가 추격해온 경찰에 의해 체포됐다.

사건 담당 주 관할 법원 캐리 샤프 판사는 검사와 변호사 양측의 조기 타협에 따른 구형량을 받아들여 이미 구치소에서 복역한 기간(time served in pre-trial custody)은 제하고 또, 정식 재판을 피함으로써 취하게 된 상당 정도의 법원 업무 경감도 배려해 실제로는 9년 징역형을 언도했다고 판결문에서 밝혔다. 판결문은 또 범인이 재범이었다면 20년 형을 받았을 것이나 초범이었다는 점도 형량에 반영됐다는 점도 지적했다.

피고의 직업은 용접공이었으며 오랜 기간 알콜과 약물 중독으로 고통을 겪어왔다고 한다. 피고가 범행을 저지르게 된 계기는 2016년 일터에서 해고를 당한 후 술과 약을 조달할 길이 막히면서 시작된 것이었다. 최후 진술에서 피고인은 자신의 범행을 진심으로 뉘우치고 피해자들에게 사죄한다면서 복역하는 동안 갱생하고 중독증 치유에도 집중할 것이라고 말했다. 이날 법정에는 피고의 부모도 자리를 함께 했다. ■

담배 털이는 'Export A' 만 집착해

알버타 편의점 연쇄 강도범 10년 징역



▲ 편의점 연쇄 강도범에 대한 최종 판결이 있었던 에드먼튼의 관할 법원

지난해 알버타 에드먼튼 남부에 소재하는 복수의 편의점들을 대상으로 연쇄 강도범행을 저질렀던 남성이 지난 4월 20일(금) 법원으로부터 10년 4개월 징역형을 언도받았다. 2017년 1월부터 5월에 걸쳐 저스틴 테일러라는 이름의 강도범은 복면을 하고 부엌 식칼을 휘두르며 현금과 담배를 강탈하기를 7차례나 반복했다.

검찰 공소장에 따르면 올해 28세의 범인은 어떤 경우 똑같은 가게를 반복해서 들러 범행을 저질렀고 그 때 동일한 종업원을 대했다고 한다.

당시 경찰의 수사가 진행되면서 용의자의 범행 수법이나 외관 등에서 공통점이 드러났는데 얼굴을 항상 반다나(bandana)로 가리고 있다는 점

워터루 지구협회 골프 대회

- **일시 : 2018년 6월 22일(금)**
*12시 30분부터 샷건 방식으로 경기가 진행되오니 오전 11시 30분까지는 행사장에 도착해 주시기 바랍니다.
- **장소 : Rebel Creek Golf Club**
1517 Snyder's Rd, Petersburg, ON
(TEL : 1-888-833-8787)
- **참가비 : \$100.00 (점심, 저녁 및 카트 포함)**
*푸짐한 선물과 경품이 준비되어 있으니 많은 참여 바랍니다.
문의사항 : 519-588-7444
이메일 : bobkwon1010@hotmail.com

워터루 지구협회 회장 권순천

편의점 방문 증대의 결정적 요소 중 하나 신변 안전 문제와 여성 고객

이 이용했다. (여성 11.3%, 남성 5.9%) 그러나 일반적으로는 남성이 약간 여성을 앞선다. 주 당 한번 꼴로 편의점을 방문한다는 응답자는 남성이 19.6%, 여성이 16.8%, 주 당 2~3회 방문한다는 응답자는 남성 33.3%, 여성 28.3%로 밝혀져 그다지 성별 편의점 이용의 차이가 두드러지지 않는 것을 알 수 있다.

그나마 이 정도의 차이가 나는 것에 대해 트렌드소스는 매우 흥미있는 분석을 했다. 남성들이 여성보다 기름채우러 주유소를 더 자주 들르는데 들른 김에 본인이나 본인의 아이들을 위해 주전부리를 사러 업소 안으로 들어가기 때문이라는 것이다. 부부가 운전 중에 남편이 내려 주유를 하고 혹시 필요한 먹거리가 있다면 편의점으로 들어가다 해결하는 것이 상식적인 모습이니 당연한 결과라 하겠다.

그런데 여기서 여성을 위해 편의점이 숙고해야 할 한가지 취약점이 있는데 그것이 바로 신변안전 문제다. (physical safety) 아무래도 여성이 남성보다 신변안전에 대해 예민하기 때문에 이미지상으로도 안전성에 관한 부정적 분위기는 조성되지 않도록 명심해야 한다.

보고서는 이 문제를 이렇게 정리한다. “남성들은 자신의 신체적 안전에 대해 여성보다는 훨씬 덜 신경을 쓰고 세상과 자유롭게 접한다. 반면 여성들은 시골이든 도심지든 약간이라도 모험적인 분위기를 맞이하는 분위기라면 남성보다 더 많이 신경을 곤두세우고 부담을 느끼게 된다.

쇼핑 목적지로 선택기준을 삼을 때 중요도의 강도에 따라 1부터 5까지 등급을 나눴다. 1은 “전혀 중요치 않다.” (not at all important) 이고 점점 중요도가 강해지면서 5는 “몹시 중요하다.” (extremely important) 가 된다.

그리고 편의점 선택에서 이 기준을 대입한 결과 신변 안전 항목에 대해 남성은 3.47이 나왔고 여성은 4.21이 나왔다. 이를 백분율로 환산해

보면 여성의 신변안전에 대한 중요성 인식 정도가 80퍼센트로 매우 (very) 중요하다 또는 몹시 (extremely) 중요하다는 응답을 아우른다.

이에 반해 남성은 53% 정도에 머문다.

상황이 이렇다면 편의점 업주는 여성 고객 만들기를 위해 이 문제를 어떻게 현명하게 다뤄야 하겠는가? 트렌드소스에 따

르면 이 문제를 소홀히 생각해온 업주들은 당장에 불안한 이미지 불식을 위해 적절한 조치를 취해야 한다고 강력히 권한다. “우리 가게는 안전해요”라는 메시지를 강하게 전달하고 있는 그런 분위기 조성을 위해 할 수 있는 대표적인 것들은 다음과 같다.

- 보안 카메라 시설이 믿음직스럽게 운영되는 모습이 필요하다.
- 내부 조명은 무조건 밝아야 한다.

최소한 이 두 가지만이라도 확실하게 되었다면 여성 고객의 마음을 편안하게 해주고 유인할 수 있는 기본은 갖춰진 셈이다. 여성 고객의 방문을 증대해 업소 매출을 올리겠다는 업소 내부를 절대로 우중충하게 만들어서는 안된다. ■



▲ 밝은 조명으로 교체하고 상품진열기획과 구조 변경 등의 환하고 트인 모습이 여성 손님에게 특히 크게 어필할 수 있다.

쇼핑 채널로 편의점을 선택하느냐를 놓고 여성들의 80%는 신변 안전이라는 요소를 가장 중요한 기준으로 삼는다고 한다. 샌디에고의 마케팅 전문 기관인 트렌드소스(TrendSource)가 최근 편의점 산업에 관한 보고서를 발간한 바에 따르면 편의점 환경을 더 안전하게 만드는 것은 여성 고객을 증대시키는 매우 중요한 조치 중의 하나라고 조언하고 있다.

『2018 Convenience Store Report』이라는 제목의 보고서 관련 주요 내용을 요약 소개한다.

기존의 많은 자료들과 선입견은 남성들이 여성들에 비해 편의점 방문 횟수도 많고 1회 방문 시 씀씀이도 더 크다는 것이 지배적인 주장이었다. 하지만 이번 트렌드소스 연구 결과는 성별 차이가 별로 없는 것으로 나타났다. 오히려 여성들은 여행 등 이동 중에 남성보다 편의점을 더 많

인건비 등 경비 인상이 주요인 英 소매업계 실업률 증가



영국내 소매업계 고용인력이 올해 1/4분기에 지속적 하락을 보였다. 영국소매업연합(BRC; British Retail Consortium)은 이 현상은 고용비용(인건비)상승이 수익 구조 악화를 가져온 때문이라고 밝히고 있다. 고용률은 2.5% 하락, 총 근로시간은 3.2% 하락했다.

인건비 급증으로 인한 피해 보전을 위해 소매 업주들은 인력을 감축하거나 기존 인력을 유지하며 근무시간을 단축하는 방식으로 대응했으며 대다수 업주들은 이들 두가지를 모두 구사했던 것으로 알려지고 있다.

연초 설문조사 시에 단지 12.5%의 응답자만 인력을 줄이겠다고 답했고 또다른 12.5%는 인력을 보강하겠다고 했으며 75%는 기존 인력을 그대로 유지하겠다고 답했다. 그러나 실제로 조사를 해보니 인건비 상승은 그리 호락호락한 문제가 아니었던 것으로 거의 대부분의 소매업주들이 인력 다운사이징을 실행했다.

BRC 헬렌 디킨슨 의장은 정부가 현재의 소자영업 영업환경을 하루빨리 개선해야 할 것이라고 목소리를 높이며 “이쪽 분야가 전체 경제에서 차지하는 비중은 그렇게 크지 않음에도 불구하고 비즈니스와 관련해 정부에 내는 세금 전체의 25%를 감당하고 있는 것은 심한 불균형”임을 비판했다. 회장은 “이번 1/4분기 소매업계 고용 현황을 보면 현재 어떤 처지에 놓여있는지 극명하게 드러난다.”고 지적했다.

그녀는 또, 개선책없이 앞으로도 계속 이런 환경이 지속되면 소자영업 폐업이 속출할 것이고 실업률은 높아질 것이라는 점도 덧붙였다. 그나마 긍정적인 면이 있다면 이런 어려움 속에서도 신기술이나 혁신의 방향으로 업주들이 더 많은 투자를 할 용의가 있다는 사실이다. 고객 만족만이 경쟁을 이겨낼 수 있다는 자각때문에 투자 의욕의 불씨가 살아있는 것이다. 이렇게 투자가 소매업계에서 확산되면 이 분야에서 근무하려는 취업 의욕도 살아나고 생산성도 올라 선순환적 경기 구조로 가지 않겠느냐는 것이 조심스러운 낙관론이다.

인건비, 광열비 등의 급증으로 몸살을 앓고 있는 온타리오 자유당 정부하의 편의점 현실하고 매우 흡사한 상황이 현재 영국에서도 벌어지고 있는 상황을 접하고 보니 모국에서도 인건비 상승으로 논란이 이는 것까지 아울러 소자영업 영업환경 악화는 글로벌 현상으로 자리잡는 것 같다. ■

英, 소매업 절도 8% 증가



영국 잉글랜드와 웨일즈 지역 절도범죄 발생률이 크게 증가했다. 2017년 한해 동안 편의점을 비롯한 소매업소 전체에서 일어난 절도사건은 총 385,265건이며 2016년 대비 8%가 증가했다. 정부 회계연도 마감인 작년 9월 기준으로 이전 회계연도와 비교하면 10%가 증가한 것으로 조사됐다. 같은 기간 흥기 협박과 강도 사건은 심각한 수준으로 증가했는데 각각 22%와 33%가 늘어났다. 영국 통계청이 발표한 자료다.

당연한 사실이겠지만 절도, 흥기 협박, 강도 사건은 런던을 비롯한 대도시에 몰려 있는 경향을 보인다. 영국편의점협회(ACS)회장 제

임스 로먼씨는 “정부 발표와 같이 협회 자체 조사한 자료도 거의 일치한 수치이며 매년 절도범죄가 늘어나고 있다.”고 평했다.

회장은 “절도로 인한 소자영업주의 경제적 피해는 물론이거니와 이로 인한 시비에서 야기되는 주인과 종업원에 쏟아지는 폭력, 폭언 또한 커다란 정신적 스트레스”라며 “사건이 발생하면 업주들은 반드시 이를 경찰에 알려야 하고 경찰은 반드시 조사해야 한다.”고 강조했다. ACS는 지난 3월 2018 범죄현황 보고 및 대책(2018 Crime Report and Guidance)을 발행했다. ■

찬가지다. 인도 출신으로 자기 나라에서는 의료 서비스업에 종사했다가 지난 2008년에 캐나다로 이민왔다. 올해 38세의 아직도 젊은 나이다. 이민와 캐나다에 정착할 때 그는 결심을 하나 했다. 월급쟁이가 아니라 내 자신의 사업을 할 것이며 그것도 남과 뭔가 다른 방식으로서의 사업, 즉 차별화된 사업을 할 것을 구상했다.

마땅한 비즈니스를 모색하는 와중에 아내의 사촌이 이미 한발 앞서 킱웨이(Kwik-Way)라는 체인 편의점을 구입했다. 그리고는 동업하기를 제안했고 이를 받아들이며서 팔말씨와 편의점과의 인연이 시작됐다. 그는 캐나다에서의 새로운 삶의 기회를 편의점 사업에서 찾아보기로 마음먹었다.

그가 오직 자신만의 소유로 처음 가게를 가지게 된 것은 그로부터 몇년 후인 2012년이었다. 초기부터 해냈다. 생소한 비즈니스였기 때문에 재고 관리의 감이 없다보니 터무니없는 물량을 주문해서 유효기간이 지나 많은 물건들을 버리기 일쑤였다. 그야말로 시행착오의 연속이며 손해도 만만찮았다. 여하튼 그래도 장사는 꽤 잘 됐기 때문에 그나마 다행이었다.

아내의 사촌과 진행해왔던 동업은 시원찮았고 그래서 동업 관계도 끝냈다. 이후 실수를 거울삼아 요령과 수완이 생기며 빠르게 적응했고 사업은 성공 가도를 달려 2014년에는 킱웨이 체인의 또다른 가게를 인수했다.

2017년에 미노우 레이크 근처에 역시 킱웨이 체인 3번째 가게를 인수했고 현재 하나가 더 추가돼 모두 4개의 편의점을 운영하는 나름 번듯한 비즈니스 대표가 된 것이다. 말이 쉬워 가게 4개를 운영한다고 하지만 보통의 노력과 머리를 써서는 감당하기 힘든 규모의 사업이다. 거기다가 빵을 본인이 직접 구워내고 있으니 노동 강도도 대단하겠다 싶다.

본인 스스로가 실토하고 있다. “매일 매일 새로운 도전을 겪어내고 있으며 원맨쇼하는 기분이다. 하지만 이 사업을 나는 사랑한다.” 그는 힘이 들지만 4개의 편의점을 운영하다보니 구매력이 커서 공급사와의 딜에서 좋은 조건을 누리는 것이 큰 매력이라는 점을 강조한다. 주변에 약국도 있고 경쟁 관계의 편의점이나 슈퍼마켓도 있다. 그리고 이들이 가격 경쟁력을 무기로 할인을 하는데 그래도 끄떡없이 버틸 수 있는 연유가 바로 4개 가게를 가진 바잉파워때문이라는 것이다. 규모의 경제인 셈이다. 담배, 당과류 등 편의점 핵심 상품군에서 주변 경쟁과 가격면에서는 결코 밀리지 않는다.

또 하나 장점은 신상품에 대한 과감한 취급을 무리없이 해볼 수 있다는 점이다. 네군데가게 중 일대 한 곳에서 시험을 해보는 것이다. 잘 되면 확대해 업소 전체에서 취급하면 된다. 만일 실패한다면 한군데가게로 끝나는 것이니 그다지 큰 손해를 보는 것도 아니다.

그러나 팔말씨 가게의 최고 매력은 차별화 전략이며 이 차별화의 키워드는 바로 신선한 빵이다. 본인이 직접 구워내는 창의력 넘치는 빵은 팔말씨 업소를 ‘편의점 + 베이커리’의 개념으로 탈바꿈시켰다. 빵을 만드는 곳은 4개 가게 중 한군데에서만 한다. 그러나 나머지 3군데에서도 손님들의 주문을 받아 공급해 주기 때문에 문제될 것이 없다. 원래 이 동네에는 빵집이 하나 있었으며 20년 넘게 해왔지만 주민들로부터 그저 그런 빵맛으로 별로 주목을 끌지 못했다. (20면에 계속)

이민 신참 아밧 팔말씨 이야기

빵으로 차별화 시도한 편의점 성공담



온타리오 서드베리 지역에서 4개의 편의점을 운영하고 있는 아밧 팔말(Amit Pamar)씨는 오늘도 직접 빵을 굽느라고 바쁜 일과를 보낸다. 그에게 소매업을 운영한다는 것은 새로운 아이디어의 실험 작업을 의미한다. 끊임없이 뭔가를 시도하고 시행착오를 겪는 행위의 연속이 팔말씨의 자영업 운영 철학이자 신념이다. 그는 이미 2012년에도 업계 전문지에 한번 소개된 적이 있었으며 올해 업계 전문지 Canada Convenience Store News(구 YCM) 커버 스토리 인물로 다시 소개됐다. 이 기사를 토대로 이하 그의 성공담을 꾸며봤다.

팔말씨는 이민자로서도 신참이지만 편의점 업계에서도 신참이기는 마

1회용 줄이고 비닐백 일부 소매업종 사용 금지

한국, 플라스틱 폐기물 감축 종합대책



▲ 1회용품 감량, 재활용률 증대를 위한 정부 권고에 자율적으로 앞장선 한 유통업체가 회사 이미지 제고 캠페인을 벌이고 있다.

한국 정부도 선진 주요국의 사례를 따라 플라스틱 폐기물 감축을 위한 청사진을 마련해 최근 발표했다. 지난 5월 10일 환경부를 통해 발표한 종합대책에 따르면 오는 2030년까지 플라스틱 폐기물 발생량을 현재의 50%로 감축하고 재활용률은 현재의 34%에서 70%까지 끌어올리겠다는 방침이다. 가장 눈길을 끄는 것은 소매업종의 어디까지 이 규정을 적용할 것이냐는 점인데 대형마트, 슈퍼마켓 등에서 일회용 비닐봉투(플라스틱 백) 사용을 없애겠다는 것이며 이미 시행에 들어가 있다. 다행히 편의점은 이번 대책에는 들어가 있지 않지만 편의점 업계와 정부 사이에 이견 조율이 진행되는 것으로 알려져 있다. 주요 선진국의 유사한 정책을 앞서 도입하면서 편의점에게는 유예기간을 주거나 제외시키는 방식으로 완급을 조절한 바 있다. 현재 한국 편의점에서는 비닐 봉투 하나에 20원을 받

고 있으며 봉투를 도로 가져오면 20원을 돌려준다고 한다.

한편, 생수나 음료수 용기로 사용되고 있는 유색 페트병은 2020년까지 무색으로 전환할 계획이다. 다시 말해 앞으로 페트병은 모두 투명한 것으로 통일된다는 의미다. 그런가 하면 커피 컵을 가져가면 10% 할인도 해준다. 자신의 커피 컵 - 일명 텀블러(tumbler) - 에 담아갈 경우를 말하는 것이다. 컵 보증금 제도도 과거에 잠시 시행됐다가 중단된 것을 부활할 예정이다. 이는 일회용 커피잔에 담아간 커피를 마시고 도로 가져오면 업소에서 컵 가격을 돌려주는 것이다. 정부의 계획대로 순조롭게 추진되면 국민 생활과 가장 밀접히 연관되는 유통·소비 단계에서의 과대 포장을 억제하고 1회 용품 사용이 획기적으로 줄어 2022년까지 일회용 컵과 비닐 봉투 사용량이 35% 줄어든다. 대형마트·슈퍼마켓에서의 일회용 비닐 봉투 사용에 제동을 거는 대신 종이박스, 재사용 종량제봉투 등만 사용해야 한다. 구체적 실현 조치로는 환경에 유해하면서 재활용도 어려운 재질인 PVC 등은 사용이 금지된다. 재활용이 어려운 포장재는 사용을 제한하도록 하는 법령 개정도 추진한다. 특이한 색상이나 다른 재질이 혼합된 플라스틱, 유리병 등을 사용하는 생산자에게 재활용 비용을 차등 부과하고, 모든 재활용 의무 대상 포장재의 등급평가 기준도 현장 의견 수렴을 거쳐 재정비할 방침이다.

한국 정부는 특히, 1회용품 사용 줄이기 캠페인의 국민 참여도를 가장 중요시하며 시민단체·지자체 등과 '플라스틱 줄이기 실천협의회'를 구성해 지속해서 실천운동을 전개하기로 했다.

참고로 한국의 비닐봉지 사용량은 다른 선진국과 비교해도 심각한 수준으로 증가 추세를 보이고 있다. 이는 1인 가구의 증가에 따른 소량 소비 증가가 원인인 것으로 파악되고 있는데 2003년 125억 개, 2008년 147억 개, 2013년 191억 개, 2015년 216억 개로 빠르게 늘어났다. 2015년 기준 국내 비닐 봉지 연간 사용량은 1인당 420개로 집계됐다. 2010년 기준 유럽연합(EU) 통계를 보면 핀란드의 1인 당 비닐봉지 사용량은 4개에 불과했다. 그리스 250개, 스페인 120개, 독일 70개, 아일랜드 20개 수준이다. 국민의 각성과 정부의 엄격한 대응책이 필요할 만도 하다. ■

〈9면에 이어〉 중국 소비자, 가격중시도(민감도) 바닷

비율을 보이고 있어 가격 혹은 가성비(價性比)에 대해 나름 꼼꼼히 따져보는 소비자들이 많음을 알 수 있다.

질문은 이랬다. “제품 구입 결정에 가장 큰 영향을 주는 요소는 무엇인가?” 이에 대해 ‘가격’이라고 답하는 정도를 퍼센트로 계산해본 결과이다. 표에서 보듯 중국 소비자는 30%에 머물러 있으니 쉽게 말해 가격은 쪼잔하게 신경쓰지 않는다는 말이고 비싸도 만족만 주면 지갑여는 것이 쉬운 소비자들이라는 말이다. 조사는 세계 70개 국가를 대상으로 했다고 한다.

편의점을 하는 우리 시각에서 중국인들의 편의점 이용이 높다는 점에 주목할 만하다. 편리함을 위해 더 비싼 가격을 지불할 용의가 충분히 있다는 의미인데 이 얼마나 반가운 손님군인가.

예를 들어 대형마트에 비해 가격이 30% 정도 비싸도 편리함과 구매시간 절약 등 이점으로 중국인들은 편의점 이용율이 높으며 큰 만족도를 느낀다고 하는데 앞으로도 편의점 이용률은 계속 높아갈 것으로 전망된다. ■

초콜렛 + 매운 고추맛 등 온갖 변종 난무

캔디 품목군의 새로운 변화



충동 구매의 효자 품목인 캔디류에서도 단연 으뜸가는 충동 상품은 초콜렛이다. 초콜렛은 여전히 편의점 손님 장바구니 키우기를 선도하는 최고의 지위를 이어가고 있다. 이하 캐나다도 마찬가지로 이어가겠지만 미국에서 최근에 나온 자료를 토대로 캔디 품목군에 대한 상품기획 전략의 전체 그림을 한번 그려본다.

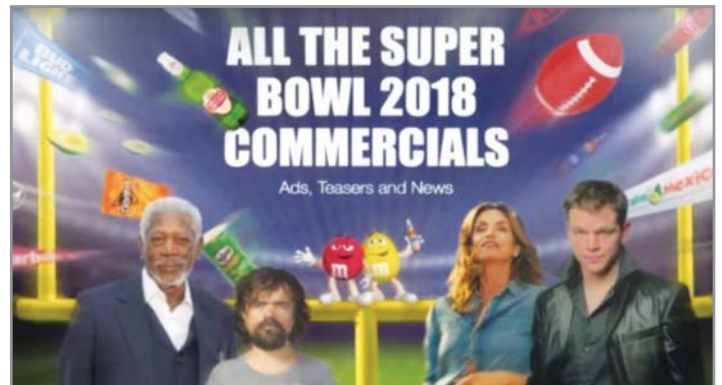
올해 1/4분기 미국 전역의 편의점을 포함한 모든 소매 채널을 통한 초콜렛 매출은 아주 양호한 실적으로 마감됐다. 연말 휴가 시즌 뒤끝에서 시작된 1/4분기는 2월 초의 슈퍼볼(Super Bowl) 시즌에서 절정을 맞으며 주전부리용 캔디 매출 증대에 시동을 걸었다. 전설적인 영화배우이자 코미디언인 대니 드비토(Danny DeVito)가 M&M 마스코트로 분장해 광고 모델로 전파를 타면서 슈퍼볼 계절특수 분위기 조성에 한몫 단단히 했다.

주지하는 바와 같이 슈퍼볼은 미식축구 최대의 행사이자 미국 프로 경기 최대의 잔치이기도 하며 매년 1월 말에서 2월 초에 걸쳐 최강자를 가

리는 대회가 열린다. 바로 이 시즌에 주전부리 제조사 및 공급사는 물론 편의점 등 소매업소도 계절 반짝 매출 증대를 노리게 된다. 이처럼 스포츠를 비롯한 대형 이벤트 시즌에 대목 장사를 해야 하기 때문에 다국적 캔디, 맥주, 음료 공룡 회사들은 앞다퉀 행사에 맞는 거물급 연예인이나 스포츠 히어로 등을 광고 모델로 기용해 전파매체에 집중적인 광고를 쏟아붓는다. 예를 들어 올해 슈퍼볼 시즌에 팝시는 신디 크로포드, 도리토스와 마운튼듀 광고에는 모건 프리먼(Morgan Freeman), 세계적인 맥주 브랜드인 스텔라 아르토아(Stella Artois)는 매트 데이먼(Matt Damon)이 모델로 등장했는데 이 중 한명이 대니 드비토이며 M&M 광고 모델을 맡았던 것이다.

슈퍼볼 열기가 가라앉으며 잠시 소강 국면을 이어가다가 다시 발렌타인 데이가 다가오면서 열기는 재점화된다. 올해는 부활절 연휴가 3월 30일부터 시작돼 1/4분기 캔디 매출의 파상적 대목 분위기의 화룡 점정을 찍었다. 사실 초콜렛 매출만 놓고 보면 계절 특수는 할로윈이 아니라 이스터이다.

캐나다 편의점 지존 쿼쉬타르가 작년에 미국에서 인수한 서클 케이 북미 디비전 품목담당 매니저 래리 힐 씨는 이렇게 증언했다. “금년 부활절과 발렌타인 데이에만 린트(Lindt) 초콜렛 매출이 200% 증가했다. 발렌타인이라고 해서 과거에 편의점 라인에서는 판촉을 해본 적이 없었다. 그런데 금년에는 린트 시리즈에만 국한해 판촉을 했더니 이런 놀라운 매출 증가를 보인 것인데 무척 만족스러운 결과다.”



▲ 슈퍼볼은 음료와 주전부리 캔디류가 반짝 대박치는 절호의 이벤트로 편의점 매출 기여도가 꽤 높다. 제조사들도 앞다퉀 신제품이나 베스트셀러 광고에 거물급 연예인을 기용해 집중 홍보전을 펼친다.

할로윈을 포함해 연중 몇차례 있는 시즌 매출은 미국 초콜렛 캔디 시장 총 220억 달러의 24%를 차지한다. 그러니까 대부분의 매출은 연중 지속적으로 이루어진다는 의미이기도 하다. 다시 말해 몇차례 있는 계절 대박이 전체 매출의 24%를 차지한다는 사실에 의미를 부여할 것이 아니라 나머지 76%가 시즌 아닌 연중 꾸준히 소비된다는 사실에 주목할 필요가 더 강하다는 말이다. 즉, 편의점 업주는 초콜렛을 비롯한 캔디류의 상시 판매 특성에 주목해 재고 관리를 하라는 것이 전문가들의 일치된 조언이다.

물론 계절 특수를 노리는 매출 증대에도 시즌이 다가오면 당연히 신경을 써야 할 것이지만 더 중요한 포인트는 연중 장사가 되는 품목임을 잊지 말자는 경고다.

충동구매 아이템으로서의 초콜렛은 휘발유, 푸드서비스, 담배 등과 같이 막대한 매상과 수익을 안겨주는 편의점 핵심 아이템은 결코 아니지만 그렇다고 절대 무시해서는 안되는 주요 아이템의 하나다. 편의점 채널이 2017년 미국 초콜렛 전체 시장에서 차지한 매출 점유율은 12%, 금액으로

는 26억 달러이다.

분석가들은 소비자들의 BFY(better-for-you)스낵과 간식품에 대한 선호도가 계속 확산되는 트렌드를 주목한다. 설탕 소비를 기피하는 경향이 바로 이 트렌드의 명징한 현상 중 하나다. 초콜렛 제조사 역시 이런 흐름을 도외시할 수 없어 BFY군에 속할 다양한 고급 제품을 출시해 소비자들의 취향을 사로잡고 있다. 대표적으로 브룩사이드(Brookside)를 들 수 있다.

이 회사는 한때 독립된 회사로서 프리미엄 초콜렛 시장의 기린아로 각광받았으나 현재는 허쉬가 인수해 산하에 거느리고 있다. 독보적인 아이디어 제품으로는 과일을 다크 초콜렛으로 입힌 BFY제품을 최초 개발 출시한 것이 크게 주목을 끌었다. 다른 제조사들 역시 마찬가지로 유사한 혁신 상품, 아이디어 상품으로 경쟁 대열에 서있다.



▲ 다크초콜렛과 과일의 만남이 유혹하는 프리미엄급 BFY스낵. 왼쪽은 허쉬의 브룩사이드 시리즈 중 하나인 블루베리맛의 다크 초콜렛. 오른쪽은 트루프루의 시리즈 제품 중 하나인 레스베리맛의 다크 초콜렛.

비 초콜렛 분야의 제조사들 역시 밀레니얼 고객층에 어필할 제품 개발에 몰입 중인데 대표적으로는 트루 프루(Tru Fru)를 들 수 있다. 향이 매우 강력하며 마른 냉동 과일 조각이 초콜렛으로 듬뿍 입혀진 제품이 크게 각광을 받고 있다. 트루프루의 맛은 레스베리, 체리, 딸기, 바나나, 크랜베리 등 다양하다. 트루프루는 회사명이자 브랜드명이며 본사는 유타주 솔트레이크시티에 있다.

이상으로 대표적인 두개의 예를 들었는데 다른 회사들도 모두 초콜렛과 다른 소재의 궁합을 통해 다양한 아이디어 상품을 출시하고 있다. 예를 들어 초콜렛과 허브, 초콜렛과 칠리소스맛이나 계피 등과 같은 매운 맛의 조합이 있다. 그런가 하면 감칠 맛이 가미된 초콜렛과 우마미(umami; 감칠맛)의 배합도 있다.



▲ 마즈(Mars)간판급 브랜드 스니커즈의 혁신 아이디어 시리즈 3종이 곧 출시된다. 이 중 매운 고추맛이 가미된 피어리(Fiery)맛이 어떨지 정말 궁금해진다.

스니커즈가 최근에 이 브랜드의 아이콘이라 할 누가(Nougat)에 매운 고추맛을 가미해 6월에 출시 예정으로 있고 이 외에도 신규 시리즈로 에스프레소와 설탕엔스위트 버전이 추가 출시될 예정이다. 모두가 기존 누가바, 누가 맛 시리즈의 변종 신제품들인데 소비자 트렌드에 맞추기 위한 혁신의 연속이라 하겠다. 스니커즈는 다국적 식품기업 마즈(Mars)의 간판

급 브랜드로 누가바(nougat bar)에 카라멜과 피넛 등을 입히고 마무리를 초콜렛으로 한 일명 초콜렛 바의 산 역사이다.

이같은 맛의 다양화 전략은 나름 값을 하는 것으로 보인다. 올 초에 나온 몇가지 분석 자료를 종합해보면 프리미엄급 초콜렛은 지난 52주 대비해 매출이 약 10% 가까이 증가한 것으로 나타났다. 이런 추세로 보면 올해까지 연속 4년간 초콜렛은 두자리 증가세를 보일 것으로 예상된다.

초콜렛 캔디의 다품종화

새롭고 다양한 배합의 변종 만들기는 초콜렛 캔디에서 특히나 두드러진 현상이다. 초콜렛, 특히 다크 초콜렛이 웰빙에 한몫한다고 하니 제조사들이 소비자의 기호를 맞추고 모든 소비자군에 어필하기 위해 어쩔 수 없이 다품종화에 뛰어들지 않을 수 없는 노릇이다. 최근 국제 당과류 엑스포에서 밝혀진 자료에 의하면 초콜렛과 땅콩 배합 제품군의 매출은 금액으로 2.4%, 물량으로는 4.5%가 각각 증가했다.



그러나 너츠류와의 배합이 전부는 아니다. 5월 들어 허쉬의 리즈(Reese) 시리즈 신상품 아웃레이저스(Outrageous)가 출시될 예정인데 중심에 크림이한 땅콩버터가 있고 이를 카라멜과 리즈 조각들로 입힌 다음 마무리는 초콜렛 액에 푹 담궜다 꺼낸 배합물이다.

마즈 또한 질세라 배합의 실험에 깊이 몰입하고 있다. 지난 4월 회사는 새로운 맛으로 승부하겠다고 크런치 시리즈 3가지 신제품 - 에스프레소, 레스베리, 민트 - 을 놓고 가장 입에 맞는 것이 어떤 것인지 투표하는 캠페인을 벌였다. 이는 캐나다 시장 관측을 위해 개발한 행사이며 오는 5월 25일까지 사이트에서 투표를 하고 발표는 8월에 하는데 푸짐한 경품과 함께 가장 인기 높은 제품이 무엇인지도 발표할 예정이다.



▲ 캐나다 시장 관측을 위해 지난달부터 5월 25일까지 벌이는 행사 "Flavour Vote" 캠페인. 이 역시 초콜렛과 새로운 맛이나 향을 가미한 신제품 출시 및 홍보의 일환이다.

(20면에 계속)

韓進 五龍이 근사 일과다 甲질이 시시니



▲ 금탑산업훈장을 받는 故 조중훈 회장. 박정희 대통령과 조 회장은 힘을 때마 다 서로 밀어주고 땀겨주는 각별한 사이였다.

한진그룹 조양호 회장의 둘째딸 조현민의 물산 단지기와 괴성 막말 사건이 지난 4월 중순에 육성 녹음 파일까지 언론에 공개된 후 일과만과로 번지더니 집안 전체의 비리 의혹과 갑질이 끝간 데를 모르고 연일 터져 나오고 있다. 최근에는 밀수질도 밥먹듯이 한 증거가 드러나 경찰과 관세청이 집중 조사 중이다.

분노한 대한항공 직원들의 촛불 시위까지 벌어지고 있다. 회장 부부와 세 자녀 다섯 식구의 진상짓 그리고 회장 형제들끼리의 내분까지 접하다 보면 콩가루 집안의 으뜸이다. 이번 교양상식 코너는 남북 정상회담, 북미정상회담을 능가하는 센세이션을 몰고온 한진그룹 막장 드라마의 기원을 한번 훑어보고자 한다. 창업자 고 조중훈 회장의 전설같은 이야기는 한국 현대사의 한 단면으로 의미도 있으려니와 흥미 또한 쏠쏠하다.

한진그룹 창업자 조중훈(趙重勳 1920 ~ 2002).

조중훈씨의 집안은 원래 부유했었다. 그러나 부친 사업이 망하면서 당시 휘문 고등 학교를 다니다 말고 진해 해원양성소 기계과에 진학한다.

집안이 망하지 않았으면 일제시대때 지주 자식들이 대부분 밟는 수순인 일본 유학 그리고 귀국 후 전문인력으로 친일하다가 해방 후 큰 자리를 차지하며 정계 혹은 관료로 승승장구했을 터였다. 하지만 가세가 기울 것이 조중훈 개인과 가문의 영광을 만드는 계기가 됐으니 인간사 새옹지마가 이를 두고 일컬음이다.

진해 해원양성소는 후의 해양대학 전신이다. 조씨는 이곳을 졸업 후 일본으로 건너가 기관사 자격증을 따고는 조선소에 근무하다가 수송선을 타고 중국 등 동남아의 바다를 누빈다. 아마 이때 월급쟁이 따위로는 도저히 만족할 수 없는 원대한 사업가 기질을 키웠던 것으로 보인다. 그리고 1942년 귀국 후 서울에서 이연공업사라는 조그만 기계수리소를 하나

차린다. 트럭이 고장나면 고치는 것이 주업이었다. 그런대로 잘나가다가 일제 말기인 43년이 되자 기업 정비령이 발포되고 모든 공장들이 업종별로 통합되는 과정에서 조씨도 일본 치하 정부(조선총독부)로부터 보상금을 받는다. 이미 일본은 미국과의 태평양 전쟁에서 패색이 짙어가는 터라 중북 투자된 모든 기업을 통합 정리해야 할 필요가 있었다. 그래야 전쟁에 필요한 물자의 효율적 관리가 가능했기 때문이다.

보상금 받은 돈으로 해방된 45년 11월 트럭 한대를 산 조씨는 인천 항동에 수송 사업을 위한 회사 한진 상사를 설립한다. 이것이 바로 오늘날 한진그룹을 낳은 모태다. 시작은 미미했으나 끝은 창대했더라고 꼴랑 트럭 한대가 하늘을 날아다니는 비행기에(대한항공) 바다를 누비는 상선(한진해운)에 육로를 쏘다니는(한진고속, 한진관광, 한진택배)차량 군단을 거느리는 규모로 커나갔다.

다시 당시로 돌아가 일본 패망 후 주요 항구로 물자들이 몰려 들어오는데 이를 소화하기 위해서는 유통 수단이 턱없이 부족했다. 조씨의 한진 상사는 거침없이 발전을 거듭해 47년에는 트럭이 15대로 늘어났다. 그밖에 부대사업도 곁들이며 사세를 키워가던 조씨에게 1950년 한국전쟁은 큰 시련이자 위기였다. 하루아침에 사업은 썩대밭이 됐고 부산 피난 때는 무일푼이 됐다.

그러나 조씨에게 전쟁은 재기를 위한 훌륭한 찬스이자 발판이 됐다. 전쟁으로 망했고 동시에 전쟁으로 흥한 매력적인 스토리의 주인공이 바로 조중훈이다. 휴전 후 미국으로부터 전후 복구물자까지 산더미처럼 쏟아져 들어와 수송 사업의 노하우를 가지고 있던 대표적 인물인 조씨에게는 일확천금을 거둘 천재일우의 기회를 맞는다. 인천을 기반으로 미군과 계약을 맺으며 운송 분야 최고 실력자로 발돋움하게 된다. 미군과의 인연에 대한 전설같이 회자되는 이야기는 빼놓을 수 없었다. 1955년 여름 경인국도를 달리던 조씨가 부평인근에서 고장난 차를 길가에 세워놓고 도움을 청하는 한 백인 부인을 만난 것은 그의 사업 인생 재기의 결정적 행운이었다. 조씨가 차를 고쳐준 이 여자는 다음아닌 미군 장성부인으로 그녀의 남편이 고마움을 표시했고 이 장성이 미 8군 요직에 있는 장교들을 재차 소개해 준 덕분에 조씨의 미군내 비즈니스 인맥은 탄탄하게 넓혀져 갔다.

전쟁으로 폐허가 된 한국에 대한 미국의 전략적 비중과 가치는 정말 대단했다. 단적인 예로 1957년 군사원조 4억 달러, 주한미군 경비로 3억 달러가 추가 지원됐는데 한국에 대한 이같은 규모의 군사 원조는 유럽 전체 군사원조액보다 매우 높고 남미 국가 전체 군사원조의 4배에 달하는 금액이었다. 미국에 달라붙어 한몫 잡은 잔챙이 성공담은 비밀비재했다. 그러나 거물들의 성공은 차원이 다르다. 한국 현대사에 밝은 한 미국 역사학자의 조씨 성공담에 관한 설명을 약간 인용해본다. 『이승만 정권과 미 8군의 짓줄을 차지하는 경쟁에서 역대의 승리자는 나중에 대한항공까지 거느리게 된 한진기업의 사장인 조중훈이었다. 1950년대 내내 그는 주한 미군과 운송계약을 맺었는데 그 금액은 1960년에 이르러서는 연간 228만 달러에 이르렀다. 그는 또한 미군으로부터 잉여의 버스도 얻어서 서울과 인천 사이의 버스노선을 개설할 수 있었다.』

당시 사업하는 사람들 대부분은 지프를 몰고 다니며 으스스했지만 조씨는 한차원 달리 무리를 해서 벤츠를 구해 몰고 다니며 미군 장교들을 만났고 이는 미군측의 신뢰를 얻는데 큰 효과를 봤다. 또, 분에 넘칠 만큼 거하게 지은 자택에 미군 장교들을 자주 초대해 최고의 요리를 대접하고 돌아갈 때는 장교 부인 것까지 선물을 챙겨 보냈으니 이 환대에 녹아나지 않을 장교가 없었다. 심지어 임기를 마치고 귀국하는 어떤 미군 장교들은 조씨를 붙잡고 추억의 눈물까지 지었다고 하니 감동스럽기까지 하다. 이 무렵 한국 국민소득 100달러 조금 넘을까 말까 하던 시절, 조씨는

경이적인 계약체결들을 평소의 로비 덕에 거침없이 따냈고 보유 차량은 500대를 넘어섰다. 그리고 연간 평균 조씨 집을 들락거리며 환대를 받던 손님 수는 누계로 약 500여 명 수준이었다고 한다. 이쯤 되면 미군 접대가 곧 그의 사업 전부라고 해도 무방하지 않겠나 싶다. 살아 생전 조씨가 자랑삼아 직접 밝힌 이야기 한토막이다. 『한창 때인 10년간 우리 집을 다녀간 사람이 대략 5천여 명쯤 됐다. …팬타곤(*미국방성)에 한국에서 사귀었던 친구들이 얼마나 많은지… 그들이 모두 우리집을 다녀갔던 친구들이다.』

이런 미군과의 탄탄한 인맥을 바탕으로 베트남전 특수(特需)를 거의 독식하다시피했고 이는 한진그룹을 비약적으로 키운 디딤돌이었다. 남의 나라 처참한 전쟁이 크게는 한국 경제 부흥, 작게는 한진그룹의 부흥에 일등공신이였다. 운송 수요는 가히 폭발적이었다. 1964년 외환은행 가용 달러 보유액이 4,700 만 달러하던 해에 한진은 1억 달러가 넘는 돈을 벌었다.

물론 전적으로 조씨의 미군 인맥으로만 된 것은 아니다. 이는 기본 여건이었고 더 결정적인 것은 박정희 대통령이 조씨와 한진을 확실하게 밀어줬기 때문이다. 이미 조씨는 한일 국교수교도 되기 전에 일본 인맥을 동원해 박통이 원했던 2천만 달러 차관도 끌어오는 등 여러모로 수완을 발휘해 박통의 깊은 믿음을 얻고 있었다. 대통령의 조씨에 대한 애정은 대단했다. 미국측이 베트남 운송사업체 선정으로 내건 자격 조건은 보증금 3백만 달러, 트럭 180대, 바지선 등 선박과 지게차 조달 등 약 480만 달러의 자금력이 증명되어야 하며 초기 부대 가용자금까지 고려해 거의 1천만 달러 수준의 자금이 필요했다. 그런데 이 중 6백만 달러는 국가에서 지급보증을 썼다. 이는 어디까지나 박통의 신뢰가 아니면 불가능했다. 나머지 금액은 명동에서 동원한 사채가 해결됐다. 정리해보면 일제시대부터 쌓은 일본 인맥, 6.25 전후 복구 시기에 맺은 미군 인맥, 박대통령을 비롯한 국내 정권 실세들과의 깊은 인맥 등으로지 사람 네트워크가 빚어낸 성공신화가 바로 오늘의 한진그룹이라고 보면 된다. 사업수완 운운해봤자 그게 다 바로 저 인맥 장사에 포함되는 하위 개념일 뿐이다.

조씨는 DJ납치 살해 미수 사건으로 위기에 몰린 박정권의 이미지 실추와 한일 관계의 험악한 분위기를 누그러뜨리는데 은밀하게 특별 임무를 완벽히 수행하기도 했다. 이 역시 기존의 탄탄한 일본 인맥을 활용한 덕분이다. 이 작업에는 JP와 일본 수상 다나카는 물론 다나카의 수하들이 엮여 있고 정치 현금 3억엔이 다나카 수상에게 전달됐다고 하는 데 모두 조씨가 보이지 않게 활약한 스토리다.

베트남 전쟁으로 돈을 쓸어담던 조씨에게 행운은 거듭 찾아왔다. 바로 대한항공 인수였다. 물자와 사람을 날르느라 바쁜 와중에 국가 경제정책도 수출 제일주의가 드라이브를 걸고 있었던 터라 항공 수요의 수요는 급증할 수밖에 없었다. 대한항공의 전신은 대한항공공사(大韓航空公社)였다. 1962년 정부가 출자한 국영기업체였는데 국영기업체가 대부분 그러했듯이 방만한 경영과 주인의식 부재로 부채와 누적 적자가 눈덩이처럼 커져 그 당시 돈으로 30억에 가까웠다고 한다. 결국 민영화시키기로 했고 1969년 한진이 거의 반 강제적으로 빚을 떠안고 인수할 수밖에 없었다.

내부적인 반대도 컸고 조씨 본인도 주저했으나 단호하게 설득한 것은 박통이었다. “해외 나들이때 국적기를 타고 나가고 싶다”, “우리 근로자들이 우리나라 비행기를 타고 해외를 나가야 자부심을 느끼지 않겠느냐” 등 등 나름 애국심이 호소하는 것이 조씨의 마음을 움직였고 무엇보다도 부채상환에 대해 매력적인 특혜를 준 것이 주효했다.

인수하자마자 한진은 문자 그대로 날개를 달았다. 그야말로 “해동(海東) 조룡(趙龍)이 날으샤~”였다. 초창기 실적만 보면 68년 국내선 이용객 37

만인던 것이 인수한 69년 66만으로 그리고 70년에는 100만 가까이 늘었다. 국제선도 68년에 42,000여 명 수준이 69년 80,000 명, 70년에는 24만 명이였다. 여기에 중동 건설 붐이 불면서 대한항공은 순풍에 돛단듯 발전을 거듭한다. 세계 10위권 규모의 항공사 대열에 당당히 명함을 내밀었고 이후부터 한진의 문어발 확장도 본격화됐다.

베트남 특수에 대한항공 인수, 여기에 해운업까지 맡으라는 정부의 중용과 지원 특혜 등으로 한진해운까지 설립해버리는데 여기까지는 운송 사업을 주력사업으로 키워나간다는 의미에서 크게 문제될 것이 없었다.

하지만 한국 재벌들의 행태, 즉 돈만 되면 골목 뺑잡이나 떡볶이집까지 초도화시켜야 직성이 풀리는 문어발 탐욕은 한진에도 예외가 아니었다.

참치를 잡겠다고 원양어업에 뛰어들고 레저사업, 정보 통신사업, 심지어 부동산 사업에 건설업, 의료사업, 인하대학 등 교육사업, 보험 증권 사업 등 손대지 않은 업종이 없을 정도의 전천후 사업망을 구축해나갔고 이미 1970년대에 세계 10대 그룹에 진입해 오늘에 이르고 있다. (*운송사업의 큰 축 중 하나인 국내 1위, 세계 4위 해운사 한진해운은 2016년 법정관리, 2017년 파산선고를 맞아 역사속으로 사라졌다.)

그러나 이렇게 사세 확대만 하면 뭐하겠는가. 내실을 다지고 인간적인 경영문화를 뿌리내리는 것과는 너무나 먼 길을 걸었다. 지나치게 조직적인 군대식 문화, 인격 경시 풍조 만연, 독단 경영, 복지혜택 빈곤 등은 안으로부터 끓어올라갔고 대한항공(KAL)의 잦은 추락 사고는 세계언론으로부터 못매를 맞기 일쑤였다. 오죽하면 최근 한 팟 방송에 나온 전직 대한항공 기장은 본인이 비행기 탈 때는 아시아나 항공 탔다는 자조적인 이야기까지 할까. 덩치를 키울 줄만 알고 균형있는 몸매 관리에 무심한 말로는 결국 조중훈 회장이 99년 경영 일선에서 물러나고 탈세혐의 검찰 소환의 와중에 사채 1천억원을 사회에 회사하며 일단락됐고 얼마 지나지 않은 2002년에 별세했다.



수송사업으로 나라의 은혜에 보답하겠다는 수송보국(輸送報國)의 전설 조중훈씨의 한국 경제발전에 대한 공헌은 여러 잡음과 특혜에도 불구하고 결코 평가절하될 수는 없다. 어느 재벌가의 발전과 그다지 다른 것도 아니고 한국 경제 토대 구축에 있어 필요악과도 같은 불가피한 측면이 있었던 것은 누구나 다 어느 정도 공감하는 부분이기 때문이다. 다만 2세, 3세 경영구도까지 내다보지는 못하고 2세 자식들끼리 원수처럼 지내고 있는 것은 경영인을 떠나 아버지 조중훈으로서도 지하에서 큰 회환을 안고 지켜보지 않을까 싶다. 그리고 이제 장남인 현 조양호 한진그룹 회장 겸 대한항공 대표이사과 아내 이명희, 두 딸 조현아, 조현민, 아들 조원태 등 5명의 가족들이 사내 직원들과 하청업체 직원들에게 행한 패악질은 촛불 시위를 벌이고 있는 대한항공 직원들의 손피켓에 적혀있는 구호가 실감나게 잘 고발해주고 있으니…

“갑질! 어디까지 해봤니?” ■

<14면에 이어>

빵으로 차별화 시도한 편의점 성공담

팔팔씨가 바로 빵으로 차별화 승부를 던졌다. 맛 개발에고 심혈을 기울였고 제조 장비와 디자인이나 모양을 다양하게 뽑아낼 수 있는 설비에도 돈을 투자했다. 오븐이나 보관냉장고에도 돈을 썼다. 밀가루 반죽은 근처 도매상에서 조달한다. 원래 빵 기술이 있던 사람도 아닌데 평범한 편의점이 아니라 푸드서비스를 접목한다는 발상을 한 것이 가상하다.

거기에 더해 그냥 무난한 푸드서비스도 아니고 입맛을 확 사로잡을 수 있는 신선한 홈메이드 빵을 다양하게 공급하겠다는 아이디어는 팔팔씨의 일천한 이민 역사와 편의점 신참 운영자로서의 불리함을 일거에 극복하고 성공가도를 달리게 해 준 결정적 분기점이 됐다. 빵을 중심으로 푸드서비스가 갖수가 하나씩 보태졌다. 패스츄리, 케이크 등으로 푸드서비스의 외연이 넓어지고 맛도 최고여서 지역 커뮤니티의 명소로 자리잡았다. 그냥 한번 들르지 않으면 허전한 장소가 된 것인데 빵을 비롯한 맛좋은 먹거리때문만도 아니다. 또다른 어떤 매력이 손님들 끌어 당기는데 바로 팔팔 씨의 넘치는 인간미와 친절함이다. 음식이든 뭐든 제품 만족도 그만이고 주인 친절한테 업종 불문하고 안 될 가게가 있겠는가.

팔팔씨의 빵 맛 개발에 들인 노력은 대단하다. 그 결실에 대해 그는 이렇게 말한다. “특별한 맛의 빵을 만드는데 온갖 정성을 쏟았다. 그리고 주인 스스로가 빵을 구워낸다면 이윤은 매우 크다. 여기에 손이 익숙해져 굽는 과정에서 실패를 최소화하고 낭



비 요인을 제거한다면 이윤은 더 커진다. 최소한 50% 이상의 마진이 보장된다.” 그리고 이런 말도 곁들였다. “내가 인수한 4개의 가게는 다 망해가던 가게였다. 나는 이들을 인수해서 뭔가 다른 것들을 시도했으며 그 결과 지금처럼 남는 장사를 가능하게 만들었다.” 단순 소박하지만 가슴에 강렬히 와닿는 말이다. 끝으로 그가 당부하는 4가지 조언을 소개하며 성공담을 마무리한다.

- **창의적인 무언가를 만들어내라.**
어떻게 하면 남들한테 없는 제품을 다양화할 것인가가 관건이다. 남들 다 하고 있는 팝, 칩스, 담배, 복권으로만 제품믹스가 된 편의점을 답습하면 안된다.
- **변화를 두려워말라.**
새로운 아이디어를 궁리하고 답이다 싶으면 빨리 수용하라. 그리고 그 아이디어의 타당성을 가리는 시금석은 타 업체와의 경쟁에서 우위를 확보하느냐 아니냐는 것이다. 예를 들어 남들이 아직 모르고 있는 제품이나 서비스는 재빨리 앞장서 취급해줘야 한다.

- **공급사 세일즈맨들과 가까이 지내라.**
이들이야말로 상품 기획과 재고 관리에 가장 적절한 답을 주기 때문이다.
- **품목군별로 최소 한가지씩은 할인 상품이 있어야 한다.**
예를 들어 담배 중에는 무엇, 당과류 중에는 무엇 하는 식으로 카테고리별로 한가지씩 연중 뭔가 할인가 공급이 있어야 한다는 것이며 이는 트래픽을 증대시키기 위한 중요한 전략이다. ■

<17면에 이어> 캔디 품목군의 새로운 변화

이칸소에서 약 40여개 체인 편의점을 거느린 중견 회사의 상품기획 담당 매니저는 이렇게 말한다. “베스트 셀러는 여전히 전통적인 제품이지만 많은 고객들이 새로운 변종 제품도 기꺼이 맛보고 싶어한다. 특히 변종이지만 기존의 브랜드 네임을 사용하는 한에서는 맛의 변형을 얼마든지 즐기겠다는 자세다.” 이렇게 해서 입에 맞고 어필하면 해당 신제품은 날개돋힌듯 팔리게 된다.

허쉬는 기존 쿠키레이어크런치와 리스크런치쿠키칩 등 신제품에 이어 새로운 배합의 쿠키크런치를 추가한 셈인데 이는 전통적인 짠 스낵류에서도 감지되는 변화의 조짐이다. 그리고 도저히 궁합이 안맞을 것 같은데도 이중, 삼중의 맛과 재료를 배합해 오묘한 맛을 창조해내고 있다. 예를 들면 다크 초콜렛에 천연 염분 맛의 카라멜이 믹스된 제품이라든가 앞서 소개한 초콜렛과 매운 고추맛이 배합 등이 대표적이다.

업계의 한 전문가는 이런 실험적 제품은 마즈, 허쉬같은 대형 다국적 식품회사의 제품에만 국한하지 않고 중소기업체들도 엄청난 종류

의 신제품을 출시하는데 중소기업체의 경우는 제품 성공을 테스트하기 위해 편의점 채널에서 간을 보는 것이 가장 효과적이라는 충고까지 한다. 월마트나 타겟 등 큰 곳만 뚫기에는 역부족이기 때문이다. 편의점 고객으로부터의 평가는 대형 마트 고객보다 더 정확하고 디테일한 자료를 제시 해줄 수 있다. 그래서 일부 제품들에 대해서는 대형 제조사들이 제일 먼저 편의점 채널에 출시시켜 평가를 확인하는 경우도 빈번하다. 그리고 성공이 예감되면 곧바로 TV등 언론에 유명 인사- 연예인, 스포츠 영웅들이 대부분- 들을 모델로 등장시켜 광고 판촉전을 대대적으로 펼친다. 이런 과정을 거치면서 소비자들의 입맛이 길들여지고 매출의 확대재생산으로 이어지는 것이다. 편의점 업주의 입장에서는 충동구매의 최고 효과가 있는 품목 중 하나인 초콜렛과 초콜렛을 응용한 다양한 캔디류의 트렌드를 잘 살펴 계절 특수는 물론 연중 짭짤한 재미를 보도록 신경써야 할 것이다. ■

OKBA 지구협 회장 전화번호

- 광역토론토 지구협회 -

- **Etobicoke**
회장 이두승 (416) 895 - 1277
- **New Market**
회장 금동진 (905) 836 - 6429
- **North York**
회장 김정렬 (416) 665 - 6709
- **Peel**
회장 이수봉 (905) 813 - 1333
- **Richmond Hill**
회장 김대용 (905) 471 - 8079
- **Scarborough**
회장 엄중호 (416) 759 - 4503
- **Toronto East** GTA 지구협의회 의장 겸임
회장 김종범 (416) 937 - 7637
- **Toronto West**
회장 김재숙 (416) 975 - 0365
- **Weston & York**
회장 조용상 (416) 604 - 3116

- 남서부 지구협회 -

- **Brant County**
회장 김종학 (519) 756 - 0099
- **Halton & Hamilton**
회장 장은홍 (905) 679 - 4812
- **London** 남서부 지구협의회 의장 겸임
회장 오세정 (519) 432 - 6672
- **Niagara Falls**
회장 김흥기 (905) 371 - 3539
- **Waterloo**
회장 권순천 (519) 684 - 7444
- **Windsor**
회장 이응학 (519) 734 - 7111

- 동북부 지구협회 -

- **Durham**
회장 이현식 (905) 579 - 2500
- **Huronia**
회장 진재원 (705) 487 - 2005
- **Kingston**
회장 이강정 (613) 967 - 9998
- **Owen Sound**
회장 허창훈 (519) 323 - 4311
- **Peterborough**
회장 홍성훈 (705) 652 - 6323

www.okba.net

온라인을 통해 더 빠르고 정확한 정보를 얻을 수 있습니다.



OKBA PROGRAM STORE

컨비니언스의 미래

Strong Retailers' Network

- 독립편의점 네트워크 구성 중점
- 프로그램 스토어 전담팀 운영
- 가입 업소 직접 방문
- 문세점 및 업소운영에 대한 상담
- 각 업소에 맞는 운영안 제시
- POS 시스템의 운영으로 자료 축적을 통한 공급,유통 환경 개선



DIRECTORY



■ 협동조합

협동조합 사무실 ----- (416) 789-7544
 169 The West Mall, Etobicoke
 협동조합 웨스트몰지점 ----- (416) 867-1444
 169-175 The West Mall, Etobicoke
 협동조합 모바일지점 ----- (416) 285-9591
 1 Mobile Drive, Toronto

■ 담배회사 및 관련업체

Imperial Tobacco Canada ----- (800) 379-7629
 JTI MacDonald Corp ----- (800) 268-2068
 Rothmans Benson & Hedges ----- (800) 387-8555
 Kretek ----- (905) 625-1169
 House of Horvath Inc. ----- (416) 534-4254
 Scandinavian Tobacco ----- (866) 837-1807
 Casa Cubana ----- (514) 737-0066
 GVA Canada Inc ----- (416) 573-8085
 National Smokeless Tobacco Co. ----- (519) 208-5138
 Bic Inc ----- (416) 742-9173
 Nibo Group Inc. ----- (905) 479-0022

■ 복권관련

AGCO (복권 판매 라이선스 관련) ----- (416) 326-8700
 (800) 522-2876
 Fax (416) 326-5555
 OLG ----- (800) 387-0104

■ 음료

Coca Cola Bottling Company ----- (800) 241-2653
 Pepsi Bottling Corp. ----- (905) 568-7909
 (800) 387-8400
 Nestle Waters Canada ----- (519) 763-9462
 Lasseonde ----- (905) 791-5300

■ 우유

SAPUTO(Neilson Dairy) ----- (800) 663-4724
 Parmalat ----- (905) 829-0555
 Sealtest / Natrel ----- (416) 442-2300

■ 스낵 공급

Frito Lay Canada ----- (905) 460-2414
 Old Dutch Foods Ltd. ----- (800) 387-2273
 Krispy Kernels ----- (800) 461-7337
 South Cove ----- (905) 829-3666

■ 초코렛 / 캔디

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

■ 아이스크림

Nestle Ice Cream ----- (905) 458-3600
 Ontario (800) 500-5634
 Unilever Canada Inc ----- (866) 888-2775
 Fruti Distributing ----- (866) 663-3231

■ ATM / Debit

TD Merchant Services ----- (888) 663-6634
 Touch Cash ----- 1- (866) 391-3950
 Moneris Solutions ----- (866) 319-7450
 1 Solution ----- (905) 962-1999

■ 잡지 공급

Metro News ----- (416) 285-2050
 News Group ----- (905) 681-1113

■ 법률관련

변호사 이영동 ----- (905) 272-4339
 변호사 박재현 ----- (905) 527-0202
 Best Defence (아담 유) ----- (416) 739-8887

■ 금융 / 회계 / 재정 / 보험

Bank of Canada(위조지폐 관련문의) ----- (888) 513-8212
 신한은행 ----- (416) 250-3550
 외환은행 ----- (416) 222-5200
 TD한인금융센터 ----- (416) 250-5855 (손종호 ex 231)
 이방록 회계사 ----- (416) 221-2009
 오중찬 보험 ----- (416) 602-7083
 최창근 모기지 ----- (647) 928-7313
 이은진 회계사 ----- (416) 802-3870

■ 언론사

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

■ 장비 설치 수리

종합캐쉬레지스터 ----- (416) 622-2255
 프로캐쉬레지스터 ----- (416) 804-4075
 Cool Air Cleaning ----- (416) 224-0020
 Hi Cool Tech ----- (416) 909-7114

■ 기타

Kocom ----- (416) 769-3532
 DSC Digital System ----- (416) 255-6549
 Label & Bag Depot ----- (416) 432-2937
 Ubix Communications ----- (416) 492-6022 (Ex.221)
 David Health International ----- (647) 726-1010
 허바헬스 ----- (416) 435-5754
 365 Wholesale ----- (416) 931-9002
 Butterfly Fashion ----- (416) 785-5999
 The Best Inventory Service ----- (905) 359-8560
 원도매상 ----- (416) 661-6664

달콤한 휴식

신제품

- 초콜릿 브랜드 1위
- KIT KAT, 해당 업계의 선두를 차지하며 14% 성장*
- 3가지 맛 출시



자세한 내용은
도매업자에게
문의하세요!



버블에서 ...느껴지는... 마성의 맛

- 시장 진출 기회 증대
- 더욱 세련된 모양
- 속 안을 가득 메우는 트러플

*Nielsen TL KIT KIT L12W p/e 2015년 12월 12일
상표 소유 / PROPRIÉTAIRE DES MARQUES: SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A., VEVEY, SWITZERLAND / SUISSE.
라이센스 소유자 / LICENCIÉ: NESTLÉ CANADA INC., NORTH YORK, ON M2N 6S8.



2018.5.20~2018.6.16

Frito Lay Canada에서는 2018년 5월 20일부터 2018년 6월 16일까지 클럽 골드 회원, 플래티넘 회원, 다이아몬드 회원에게 스페셜을 실시하오니 방문하는 판매 담당자 또는 드라이버에게 문의하세요. 4주 한정기간 동안 프로모션이 있으니 적극 활용해 주시기 바랍니다.



2/\$7

Doritos XL

Club Gold / Club Platinum / Club Diamond



2/\$7

Cheetos XL

Club Gold / Club Platinum / Club Diamond



2/\$3

All Single Serve

Club Gold / Club Platinum / Club Diamond



- 최소 주문량 \$50
- 다양한 제품 오더 가능 (Single Serve, Take Home, Convenience Food, etc)
- 직접 재고 관리 가능
- 필요할 때마다 주문 가능 (무료 배달/주문 후 이틀안에 배달 완료)
- 충분한 유효기간 (창고에서 직접 포장)
- Single Serve는 Snack to you를 통해 주문 가능합니다.

Online at snackstoyoucanada.ca or Phone 1-866-404-8881