



Kenny Shim President

지난 11월 7일 정기총회에서 재선에 성공한 심기호 본부협회 회장이 11월 15일에는 상위 조직인 온주편의점협회(OCSA) 회장으로 선출됐다. 수십년간 긴밀한 파트너십을 이어온 두 단체의 수장을 겸하게 된 심 회장은 향후 대외적 활동에 있어 단단한 입지가 더욱 확대될 것으로 전망된다. 심 회장은 협회 역사상 처음으로 올해 OCSA 이사장을 역임했고 이제 이 단체의 회장이 됨으로써 소속 회원인 OKBA는 그 위상 계고에 더할 나위없는 호기를 맞이하고 있다. 심회장은 또, 협회 산하 협동 조합 운영이사장을 맡고 있으며 캐나다 전역의 한인 편의점을 비롯한 소상공인 연합체인 '캐나다한인상공실업인총연합회(UKCIA)'의 회장도 겸하고 있다.

Photo by Jaime Hogge
Canada Convenience Store News (May/June 2021)



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

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

훨씬 더 큰
선물이
될 수 있는

선물을 하십시오!

올 홀리데이
시즌에
OLG는
다양한
선물 옵션을
준비했습니다

신상품!



판매된 복권 1매당 8%의 판매수수료!

한시적으로 판매되는 \$20짜리 MERRY MILLIONS는 보장된 상금이 있는 OLG의 최신 추첨식 복권입니다! \$1백만 1등상 3개 및 추가 상금을 추가하는 주 추첨(Main Draw)은 2024년 1월 9일에 실시됩니다.

50만 매만 판매된다는 것을 고객들에게 알려십시오!



\$100 짜리 ULTIMATE: OLG 최고의 \$1백만 당첨 확률!

2024년 1월 4일까지만 판매

각 복권은 두 부분으로 이루어져 있습니다: 1. 즉석식 - \$100,000 1 등상 10개
2. 추첨식 - \$1 백만 상금 40개

복권을 1월 4일(목) 추첨일까지 잘 보관하라고 고객들에게 상기시켜주십시오. 추첨이 끝나면 소매업소에서, 웹사이트 olg.ca에서, 또는 OLG 앱으로 복권의 추첨식 부분을 확인할 수 있습니다.

* \$1백만 당첨 복권을 판매했을 경우 \$1,500, \$100,000 당첨 복권을 판매했을 경우 \$1,000을 드립니다.

* 결제 조건은 활성화 후 40일 이내입니다.

완벽한 홀리데이 선물

\$2짜리부터 \$20짜리까지, OLG는 다양한 즉석식 복권이 있습니다!
\$20짜리 홀리데이용 즉석 복권 선물 팩이 다시 돌아왔고, 팩마다 \$5
이상의 보장된 상금이 들어 있다고 고객들에게 알려십시오!





www.okbacanada.com

OKBA

온타리오한인실업인협회

Ontario Korean Businessmen's Association

OKBA 회장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)

OKBA 부회장 : 신재균 (Jae Gyun Shin)

이사회 : 이사장 한갑준 / 부이사장 허창훈

감사 : 류무열 / 류승진

사업개발팀 : 이주녕 (Brian Lee) brianjn1108@okba.net

홍보/디자인팀 : 실장 김광일 (Ted Kim) tongilisysj@yahoo.com

현미영 (Mimi Hyun) design@okbacanada.com

사무실 : Tel (416) 789 - 7891 / Fax (416) 789 - 7834

KBA

한인협동조합

Sincere Trading of KBA

KBA 운영이사장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)

KBA 부이사장 : 공석

운영이사 : 나경찬 / 류무열 / 신재균 / 심기호 / 한갑준 / 허창훈

감사 : 장육용 / 장해민

매장 총괄부장 : 권혁선 (Hyuk Sun Kwon)

사무장 : 줄리아 배 (Julia Bae)

사무실 : Tel (416) 789 - 7544 / Fax (416) 789 - 5013

매장 : Tel (416) 867 - 1444

C O N T E N T S

04 / 회장 신년사

05 - 08 / 심 회장, 단독후보 인준 가결로 재선 성공

09 / 12/12, 1차 정기이사회

10 - 11 / 인쇄물 '실협뉴스' 시대 마감

12 - 14 / 미리보는 2024 편의점 푸드서비스 전망

15 - 17 / 비어스토어 체제 종식되나?

18 / 영국 찰스 3세 국왕 開院 연설

19 - 20 / 건강친화 냉동식품 각광

21 - 22 / 편의점과 ATM의 미래

23 / DIRECTORY



2023년 계묘년 올 한해도 수고많으셨습니다.

얼마남지 않은 한해를 돌아보며 2024년 밝아오는 갑진년 용의 해에도 뜻하시는 모든 일 성취하시기를 소망하며 행복하고 건강하시길 기원합니다. 새해 복 많이 받으세요

- 온타리오한인실업인협회 임.직원 일동 -

新年辭

새로운 50주년을 꿈꾸며...



온타리오한인실업인협회
회장 심기호

회원 여러분, 안녕하십니까.

계묘년(癸卯年) 흑토끼의 해가 저물어가고 있습니다. 용의 해 갑진년(甲辰年)을 목전에 두고 올 한해를 돌이켜 봅니다. 창립 반세기의 역사를 축하했던 협회 50주년 행사가 가장 큰 의미를 가진 한해였습니다. 더불어 산하 조직인 조합 40주년 또한 무계를 더했습니다.

선배들의 선견지명과 통찰력으로 한인동포사회에 막중한 역할과 사명을 띤 최대의 경제단체가 탄생했고 숭한 고난과 역경을 이겨내며 뿌리를 내리고 기세좋게 뻗어나간 지난 역사에 무한한 긍지와 자부심을 느낍니다. 거듭 선배님들께 존경의 념을 품으며 관심과 사랑을 베풀어준 한인 커뮤니티에 감사의 마음을 전하고 싶습니다.

현재 협회는 여러 내. 외적 환경 변화로 규모와 세력이 과거에 비해 크게 위축된 것이 사실입니다만 그에 걸맞게 조직의 슬림화를 단행해 효율적인 체제 정비를 갖췄습니다. 수년에 걸친 사전 정지작업을 거치며 올해 비로소 20개의 지구협회가 7개로 통폐합돼 새출발을 했으며 불필요한 임.직원 수를 대폭 줄여 작지만 강한 모습으로 거듭났다고 평가합니다.

재정적인 면에서 주요 공급사 지원이 거의 끊겨 어려운 상황입니다만 내년에는 더 분발해 협력 파트너십의 복원에 총력을 기울일 것입니다. 회원 상호간의 내적 결속력과 화합을 다지는 과업에도 더 노력을 쏟겠습니다.

제 개인적으로는 회원 여러분의 전폭적 지지하에 재임된 회장으로서 고마움과 동시에 막중한 사명감을 느끼며 맡은 소임을 다하는데 한치의 흔들림이 없을 것입니다. 대정부 활동을 가일층 강화해 편의점 주류판매 허용을 성사시키겠습니다. 관계 요로를 통해 파악한 정황은 매우 긍정적으로 흘러가고 있어서 크게 고무적이라는 점을 강조드립니다.

또한, 불법담배 척결을 위한 정부 의지를 더 강하게 촉구하고 그밖의 불필요한 정부의 통제책을 완화해 편의점 운영의 환경을 개선할 것이며 유관 편의점 단체들과 유기적 공조체제 구축하에 주도적 역할을 발휘하겠습니다.

비록 협회의 외적 규모가 지난 세월 동안 많이 축소됐다고는 하지만 우리의 장구한 역사성과 캐나다 소매산업에서 차지했던 위상으로 인해 어느 누구도 협회 그리고 조합을 소홀히 대하지 않는다는 것을 회원 여러분들도 명확히 인식해주시길 당부드립니다. 한인 배경의 정치인들과 이들의 탄탄한 인맥은 저희의 큰 울타리가 되어주고 있고 주요 담배회사를 비롯한 편의점 산업 전체가 협회에 거는 기대가 작지않습니다. 이들도 변함없이 저희를 성원해줄 것입니다.

2024년 한해는 협회 재도약의 신기원을 이룰 것입니다. 웅장하고 용맹함이 돋보이는 용의 해를 맞이해 희망과 포부를 가지고 그야말로 용트림하는 협회의 새해를 약속드리며 회원 여러분 가정의 평화와 비즈니스 발전을 진심으로 기원합니다. 모쪼록 얼마남지 않은 2023년 유종의 미를 거두시고 건강한 모습으로 내년에 다시 뵙기를 바랍니다.

감사합니다.

심 회장, 단독후보 인준 가결로 재선 성공

동일인 두차례 단독후보 첫 기록



본부협회 회장에 재선된 심기호 회장이 지난 회계연도 집행부 업무보고를 한 후 질의에 응답하고 있다.

심기호 현 본부협회 회장이 재선에 성공했다. 28대 본부협회 회장이 다. 지난 11월 7일(화) 열린 정기총회에서 회장 단독후보 인준 투표 결과, 참석 정회원 과반의 지지를 받아 연임을 하게 됐다. 총회 당일 기준으로 협회 정회원 수는 657명이며 성원 증축 5%인 33명을 훌쩍 넘어 49명이 참석해 성원이 된 이날 회의는 다른 안건을 제치고 회장 후보 인준 투표를 먼저 시작했다.

선거관리위원회(허창훈 위원장)가 주관해 진행된 무기명 비밀 투표가 시작될 때의 참석 인원은 성원때보다 다소 늘어난 53명이며 전원이 투표에 참가해 이 중 34명이 인준에 찬성했고 19명이 반대했다. 지지율은 64%로 과반을 넉넉히 초과해 심 회장의 2선 임기 역시 강한 추진력을 발휘할 수 있게 됐다.

심회장은 2년 전인 지난 2021년 9월 16일 개최한 27대 회장 선거때도 단독후보였으며 팬데믹으로 대면 모임인 정기총회를 열지 못해 우편투표를 병행한 단독후보 인준 선거가 치러졌었다. 이때는 총 유권자(정회원)가 731명이었으며 현장투표를 포함해 총 유효투표 285표 중 273표(득표율 96%)의 압도적 지지로 인준을 받았다.

협회 50년 역사상 단독 후보로 인준 투표를 치러진 사례는 이번까지 모두 8번이 있었으며 한번을 제외하고 모두 인준이 가결됐다. 그런데 단독후보로 동일인이 두차례나 입후보한 것은 심회장이 처음이며 두차례 모두 인준에 성공한 것도 진기록이다. 단독후보가 되면 협회 관련 규정에 따라 선거를 실시하지 않고 정기총회에서 인준에 부쳐 재석인원 과반수 찬성을 받으면 당선이 되도록 하고 있다.

리닝메이트로 나선 신재균 현 부회장은 재선된 심기호 회장과 함께 앞으로 2년 임기 동안 협회를 이끌어 나가게 됐다. 회장을 지낸 인물이 차기 회장의 부회장을 맡은 것도 협회 사상 처음이지만 2선 임기까지 부회장을 함께 하게 된 것도 초유의 일이라 이번 본부협회 정.부회장 선거는 여러가지로 협회 사상 '처음'이라는 수식어가 넘쳐난다.

협회 선거와 관련해 주목할 사항으로는 3선 이상의 연임 금지 조항이 폐지됐다는 점이다. 지난해 12월 온라인 정기총회를 통해 정관개정을 통과시켰는데 이때 개정안의 핵심이 연임 금지 조항 폐지였다. 재선 까지만 허용되는 정관 규정이 인물난에 시달리는 협회 사정을 감안할 때 불필요한 방해요소가 되는 것을 제거하자는 취지였다. 그리고 선거제척도 개정해 후보자 3,000달러 기탁금도 당락에 관계없이 유효투표의 10% 이상의 지지만 받으면 반환하도록 했다. 역시 인물 기근 현상을 타파하자는 취지다.

따라서 심회장은 이번에 후보등록때 기탁했던 3,000달러를 되돌려 받게 된다. 아직 언급하기는 이르지만 향후 2년 뒤에 개정 정관에 따라 심회장이 3선에도 나설 수 있는 가능성이 원칙적으로 열려 있다.



▲ 회장 후보 인준과 직선이사 및 감사 선출 등 투표진행과 검.개표 작업을 하고 있는 선관위원들

이날 회장 후보 인준이 끝나고 바로 이어서 6명의 직선이사와 2명의 감사 선출도 있었다. 역시 선관위 주재로 진행됐는데 3개 지구협의회의 지역적 안배가 고려된 추천 과정을 거치면서 협의회별로 2명씩 인선됐다. 추천과 고사를 거듭하며 꽤 긴 시간을 보낸 끝에 6명이 남아 장내 박수

로 인선을 완료했다. 신임 직선 이사 명단은 다음과 같다. 이만석/이두승 (GTA), 한갑준/허창훈(동북부), 김재익/이승민(남서부). 작년 정관 개정을 통해 기존 3명의 내부감사는 2명으로 축소됐는데 3명의 후보가 경합을 벌여 무기명 비밀투표까지 가서 류무열, 류승진 회원이 선출됐다. 두 사람은 현재도 감사위원으로 활동 중이어서 결과적으로는 유임된 셈이나 마찬가지다. 6인 직선이사 중 현역을 그대로 유지한 사람은 현 이사장인 한갑준 회원과 현 부이사장인 허창훈 회원뿐이며 4명은 교체됐다.

- 신임 회장 / 부회장
: 심기호 / 신재균
- 신임 6인 직선 이사 (가나다 순)
: 김재익, 이두승, 이만석, 이승민, 한갑준, 허창훈
- 신임 2인 내부 감사
: 류무열, 류승민

임기는 회장, 부회장, 6인 직선이사, 2인 내부감사 모두 2년이며 임기개시는 선출된 정기총회일인 11월 7일부터다.

이날 정기총회는 회장 인준 투표 등 인선 작업을 안건 첫 순서로 올려 마무리한 다음 집행부 업무보고, 내부 및 외부감사 보고, 예.결산 보고 순으로 이어졌다. 집행부 업무보고에서, 재선된 심 회장은 대외적 활동이 매우 활발했던 점을 강조했다. 한인 정치인을 적극 활용해 대정부 로비에 다각적으로 주력했음을 부각했고 한상대회를 비롯한 모국과의 교류를 통해 조합 매장 모국상품 직수입선을 확보한 것도 의미가 컸다고 말했다. 공급사 리베이트가 모두 끊긴 수년을 지내면서 그나마 온주북권공사(OLG)와 두개의 담배회사를 비롯한 일부 우호적 사업제휴 파트너와의 관계를 공고히 하는데 주력한 것이 협회 재정에 크게 보탬이 되고 있다고 앞으로 이들과의 유대를 더욱 강화하는데 노력을 경주할 것임을 분명히 했다.

기존 공급사와의 관계 복원을 위해 정기적인 만남을 가지는 등 더욱 분발해달라는 일부 참석 회원들의 요청에 대해 최소한 분기별 접촉은 하고

(주) 하이쿨 테크 냉동·히팅

"신속하고 끝난 서비스를 약속합니다!"

Canada Heating & Cooling Licensed Technician

전문적인 기술자가 맞춤형 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 정비 일체 수리
- 자동차어, 수중모터 및 보트엔진 수리 외

HI-COOL TECH

에어컨 설치 문의 환영

김순석 (Peter Kim)

장거리 출장수리 가능

신용과 책임을 우선 합니다.

416.909.7114

박효진 (Roland Park) BROKERTTEAM INSURANCE

Cell (416)985-5287

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

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

실업인협회 단체보험

있으며 특히 프로그램스토어 사업을 지렛대로 삼아 접촉이 지속되고 있다고 답변했다.

내부감사는 류승민 감사가 맡아서 보고했으며 지난 예.결산 정기이사회 때와 마찬가지로 협회의 나아갈 방향과 정체성이라는 큰 틀에서 접근했다. 비영리기관으로서의 협회 수입원이 주요 공급사 리베이트 단절로 임대수익에 지나치게 의존하는 구조가 된 것은 문제의 소지가 있다는 지적이 있었다. OKBA프로그램 스토어 사업 활성화를 위해 사업을 조합으로 이관하는 방안 등 사업 효율성 제고 그리고 인건비와 여타 경비 경감을 위한 다각적 접근도 주문했다.

이사회 내부감사때는 없었던 '순자산과 회원수 변화' 추이를 분석하는 자료가 이번 총회 자료에는 추가됐는데 2012년부터 2022 회계연도까지 10년 간의 변화를 통해 유의미한 방향 전환이 촉구된다는 것을 드러내기 위해서였다.

표에 의하면 10년 전의 1,500명대 정회원수는 2022년에 이르면 700명을 간신히 유지하는 현격한 감소세를 보이고 있다. 이에 반해 순자산은 100만 달러에서 500만 달러 수준으로 대폭 증가했다. 그리고 현금흐름은 거의 변화가 없다. 물론 협회가 조합 건물을 인수한 것이 결정적인 자산 증가의 원인이지만 급감하는 회원수에 대비해 자산 규모가 비대해진 것은 향후의 협회 방향 설정에 모종의 변화가 있어야 한다는 시사점을 일깨운다는 것이다.

이어진 외부감사에서는 내부감사에서 지적된 사항과 관련해 다소 상이한 해석이 나와 주목을 끌었다. 비록 임대수익이 차지하는 비중이 높기는 하지만 회원의 권익증대라는 차원에서 시세보다 월등히 낮은 임대료로 조합이 매장을 이용하고 있는 것은 단순히 수익사업으로만 볼 것이 아니라는 입장이다. 외부감사의 주요 내용과 뒤이은 예.결산 자료는 정기이사회에 보고된 내용과 별다른 차이가 없었다. 이사회와 집행부 활동 관련한 예산이 소폭 늘어 2023~2024 회계연도 예산은 총 615,500달러로 책정됐다.

기타 토의에서는 예.결산 정기이사회에서 통과된 정관개정안을 최종적으로 의결했다. 20개 지구협이 8개로 통합된 내용을 7개로 다시 줄이는 재개정안이 내용의 핵심이다. 3개 남서부 지구협회 중 KBA Centre지구협(구 나이아가라, 할튼/해밀튼 2개 지구협 통합)에서 할튼/해밀튼 지구협이 GTA West로 편입되고 나이아가라는 본부협회 직할체제로 편입되는 안이다. 통과된 개정안에 의하면 협회의 7개 지구협회는 다음과 같다.

● 광역토론토 지구협의회 (3개)

1. GTA North지구

(구 Richmond Hill, Scarborough, North York 3개 지구협회 통합)

2. GTA West지구

(구 Etobicoke, Peel, 할튼/해밀튼 3개 지구협회 통합)

1SOLUTIONS
DATA CORPORATION

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

최고의 퀄리티와 빠른 서비스
1Solutions와 함께하세요!

www.1solutions.ca

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

3. GTA Centre지구

(구 Toronto East, Toronto West, Weston/York 3개 지구협회 통합)

● 남서부 지구협의회 (2개)

1. KBA West지구

(구 Waterloo/Wellington, Brant County 2개 지구협회 통합)

2. KBA South 지구

(구 London, Windsor 2개 지구협회 통합)

● 동북부 지구협의회 (2개)

1. KBA North지구

(구 Newmarket, Huronia, Owen Sound 3개 지구협회 통합)

2. KBA East지구

(구 Kingston, Peterborough, Durham 3개 지구협회 통합)

이날 회의에서는 기타토의 시간에 논할 이슈인 '협회 자산 매각'에 관한 대화가 앞순서인 집행부 업무보고 끝에 불거져 나오며 열띤 토론이 있었다. 일부 동포 언론이 "협회 자산을 매각해 요양원으로 활용한다"는 글자

의 보도가 있었는데 사실 여부를 분명히 하고 싶다는 참석 회원의 질의가 나왔다. 이에 대해 심회장은 언론이 사실 무근의 오보를 기사화한 것이며 집행부에서는 '매각'에 관해 입도 뺏긋한 적이 없다고 분명히 잘라 말했다. 그러자 가짜 뉴스이면 정정요청을 해서 바로잡아야 하지 않았느냐는 비판이 다시 나왔고 심회장은 협회와 조합 업무에도 바빠 영터리 보도에 대해 일일이 대응할 필요성을 느끼지 않는다고 답했다. "함부로 매각 운운하는 이야기가 떠돈 것에 대해 사과해야 하지 않느냐"는 재반론이 나왔고 거듭 갑론을박이 이어지다가 신재균 부회장이 마이크를 잡고 경위에 대해 보충설명을 이었다. 실험 창립 50주년 행사 자리에서 행사가 끝나고 협회 사람들만 모아 보고형식으로 말을 꺼낸 것인데 말이 와전됐고 언론이 무책임하게 썼다는 것이다. 신부회장은 "급감하는 회원수와 협회 미래를 생각해 여러 방안의 하나로 한인 요양원 이야기를 전한 것 뿐이고 아무 구체적 결론을 내지 않았다."면서 "집행부는 협회의 중장기적 전망과 비전에 대해 생각을 말할 권한이 있다"고 강조했다. 또한, 제도적으로도 줄 속처리를 방지하기 위해 만약 어떤 안으로 정해진다 하더라도 우편투표를 통해 정회원 전체의 결의를 가질 것이며 이렇게 하도록 정관에도 명시 해줬으니 불필요한 염려를 하지 말아달라고 호소했다. 긴 토의와 질의응답을 가진 끝에 대체적으로 수긍하는 분위기에서 이야기는 일단락됐다.

올해 정기총회는 2019년에 열리고 팬데믹때문에 온라인으로만 가지다가 4년만에 대면 회합으로 열린 정상적인 총회였으며 회장 인준 투표가 있어서 성원 정족수 33명보다 훨씬 많은 53명이 참가한 활기찬 회의였다. 회의는 4시 정각에 종료됐다. ■

2024 OKBA 장학생 선발공고

협회는 회원 자녀들의 학업 정진에 대한 격려 및 회원에 대한 감사의 표시로 매년 장학생을 선발하여 소정의 장학금을 지급하고 있습니다. 옆의 사항을 참고하시어 많은 신청 바랍니다.



신청 서류

- 신청서
- 지구협회장 추천서
- 성적증명서 - 학교에서 직접 발행한 증명서
(학교 온라인으로 프린트된 증명서는 접수 불가)
- 자기소개서(Essay) - 심사항목(사회봉사 활동, 미래지향적 비전)

진행 일정

- **1월 31일(수) 신청서류접수 마감** (*우편접수 시 소인날짜 기준)
- 2월 9일(금) 신청서류 심사(장학분과위)
- 수여자 최종 확정 통보(심사 완료 후 협회 홈페이지에 게재)

신청 자격

- 2년 이상 연속 협회 회원의 자녀(2022년 1월 31일 이전 회원 가입)
- 접수마감일(2024년 1월 31일)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.com에서 출력(OKBA → INFO)
- 서류미비 및 마감 후 접수는 심사대상에서 제외

12/12, 1차 정기이사회

한갑준 현 이사장 연임 결의



1년 임기의 본부협회 이사장에 현 한갑준 이사장이 연임됐다. 지난 12월 12일(화) 협회 회의실에서 열린 제 1차 정기이사회에서 16명 재석 인원 전원의 만장일치로 한 이사장의 연임을 결의했다. 새로 개정된 정관에 의하면 이사회는 자동 이사인 회장, 부회장과 2명의 감사위원을 포함해 총 17명으로 구성돼 있으며 이날 1시에 15명이 참석해 회의가 성원됐다. 그리고 단독후보로 추천된 한 이사장에 대한 인준 무기명 비밀투표가 시작될 때는 총 16명이 참석했으며 이들 모두가 인준에 찬성한 것이다.

한 이사장은 지난 1년 임기동안 모국 방문을 통해 협회 산하 협동조합 취급 품목 다변화를 위해 모국 신상품 수입 거래선 확보에 적극적으로 활동해 집행부의 추진 사업에 큰 힘을 보탰다. 이날 회의에서는 이러한 기여도가 인정돼 만장일치의 추대가 이루어진 것으로 평가된다. 한 이사장은 43대에 이어 본부협회 44대 이사장으로 향후 1년간 본부협회 이사회를 이끌게 된다.

한편, 이날 회의에서는 지난 정기총회에서 새로 선출된 2년 임기의 6명 이사 중 이사회 산하 3개 분과 위원회에 소속되지 않은 4명의 이사에 대한 소관 위원회 배정 작업도 처리했다. 회칙분과위에는 이두승 이사, 상벌분과위에는 김재익 이사, 선관위에는 이만석, 이승민 이사가 각각 선임됐다. 지역적 안배도 고려된 결과다.

기타토의 시간에는 신재균 부회장이 회장의 사보험 가입을 의결하자는 제안이 있었다. 무보수로 자원봉사하는 회장 한명에 한해서 직원들의 복리후생 차원에서 회사가 제공하는 보험을 가입시켜 업무활동 의욕 고취에 작으나마 인센티브를 부여하자는 취지였다. 거수 표결에 부친 결과, 투표에 참가한 14명 전원이 찬성해 가결됐다. 협회 인력구조 조정이 재차 시행되는 2024년에는 협회 직원이 1명만 남게 되는데 단체 보험에 1명은 받아주지 않아 이를 해결하자는 측면에서도 자연스럽게 안이 받아들여졌다.

또다른 제안으로는 향후 협회 자산 운용 방안에 대한 활발한 공문화 이슈가 있었다. 조합 건물을 매각한다는 보도를 둘러싼 잡음과 오해를 차단하고 협회 회원 급감에 따른 협회 자산의 미래는 지금부터 모든 회원의 논의의 대상이 되어야 한다는 논지다. 향후 이사회를 통해 이 문제가 보다 구체적으로 거론되면서 의견 결집이 이루어지고 하나의 의견으로 다듬어지더라도 정회원 모두의 의사가 반영된 모습으로 진행되어야 한다는 당위성에 참석 이사 모두가 공감을 표시했다. 현재 정관에는 협회 자산 처리에 관한 것은 우편투표 등을 포함해 정회원 전원의 찬반 의사표시를 득하도록 규정돼 있다.

이날 회의는 정확히 1시간이 지난 2시에 폐회됐다. ■

인쇄물 '실협뉴스' 시대 마감

온라인 okbacanada.com으로만 서비스



협회 회원들에게 잡지 형태로 전달되는 '실협뉴스'가 2023년을 마지막으로 더 이상 인쇄매체로 발간되지 않습니다. 839호가 마지막 호입니다. 본부협회는 종이를 사용하는 인쇄 매체의 상당수가 온라인으로만 서비스되는 세계적인 추세를 고려하고 비용 절감과 협회 웹사이트 강화를 위해 이같은 결단을 내리게 되었습니다.

아직도 기성세대들은 인쇄물을 직접 받아 보는데 익숙해서 온라인으로 대체하는 것에 거부감도 느낄 수 있고 불편함을 말할 수도 있습니다만 시대적 트렌드에 적응하는 자세도 필요하리라고 봅니다. 이제 2024년부터는 협회 웹사이트 www.okbacanada.com를 적극적으로 활용해주실 것을 당부드립니다. 속보성에서는 감히 인쇄물로 발간되는 실협뉴스가 결코 뒤따를 수 없는 장점이 있습니다.

인쇄매체로서의 '실협뉴스' 시대를 마감함에 즈음해 실협 50년 역사와 거의 궤를 함께 해온 협회의 소식지와 작별하는 것은 큰 아쉬움과 추억의 상념에 젖게 합니다. 따라서 실협뉴스의 역사를 일별하는 것도 의미가 깊을 것으로 여겨 이하 간략히 지난 발자취를 더듬어 봅니다.

그간 실협뉴스를 사랑하고 늘 관심을 가져주신 회원 여러분과 자문위원 더 나아가 협회를 아껴주신 한인사회에 대해 깊은 감사의 말씀을 전합니다.

.....
실협뉴스가 자체 발간 첫호를 낸 것은 86년 5월 1일이었다. 당시 회원 수



▲ 86년 5월 1일에 간행된 '실협뉴스' 자체발간 창간호(오른쪽). 왼쪽은 78년 12월 발간된 첫 실협회보 계간지 '실협' 표지 사진으로 몇회 발간되다가 절간됐지만 '실협뉴스' 태동의 밑거름이 됐다. 는 1,600명을 넘어서며 기하 급수적으로 증가하고 있었으며 그 몇년 전인 83년에는 자체 도매상인 협동조합이 오픈하는 발전일로를 걷고 있었다.

소식지가 발간되던 당시의 협회 회장은 제 9대 이휘 회장이었으며 지구 협회는 9개를 거느렸다. 사실 실협뉴스의 근원을 더 올라가면 78년 12월 1일을 창간호로 삼아야 할 것이다. 제 4대 김영대 회장(作故) 시절에 계간지 형태로 첫 호가 나왔다. 그때 편집진은 회보 형태의 이 역사적 매체 발간의 3대 목표를 정했는데 첫째, 회원 상호간 대화의 광장, 둘째, 지식, 정보 교환의 장, 셋째, 효율적 경영의 길잡이를 기치로 들고 나왔다. 이 계간지 회보는 당시 약 1,500부를 인쇄했는데 한인 사회에서 발간되는 그 어떤 매체보다 많은 부수를 자랑했다. 그러나 아쉽게도 그 위상은 3호까지 나오다가 재정 문제로 중단되고 말았다. 발행인인 당시 김영대 회장 창간사의 감동적인 한대목을 인용한다. 『월동을 준비하는 자세와 각오로 실협 회보는 겨울을 알려주는 구실을 하기 위해 어려운 고난을 겪고 고고하게 탄생했다.』

이후 중단과 속간을 반복하면서 타 지면을 빌어 더불살이도 하던 회보는 앞서 말한대로 86년에 가서야 비로소 자체 발행을 정기적으로 이어가는 안정된 소식지로 안착하게 된다.

자체 발간 첫호 창간사에서 발행인인 이휘 회장은 이렇게 소회를 밝히고 있다. 『얼마전까지만 해도 산업사회라는 말이 최첨단 시대를 상징하는 것으로 생각돼 왔으나 최근에는 고도의 테크닉으로 전환함을 의미하는 탈산업사회(post industrial era)라는 용어가 등장하기 시작했다. 대형 체인점들의 증가, 휴일 영업법 논의, 주류 판매 등의 당면 문제뿐 아니라 장기적 안목에서 시대의 조류에 부응하기 위해 새로운 비전을 갖고 발돋움해야 할 시기가 온 것이다.』 거의 40여년 전의 말이 지금에도 그대로 유효할 적실한 표현이 아닐 수 없다.

86년 창간호 표지 하단의 '광업협동'(廣業協同)이라는 한자 회호에 대한 에피소드도 알아둘 만하다. 동포사회의 유명한 서예가 초경 백남주 선생이 발간 기념을 축하하기 위해 내린 회호로 선생은 의미를 이렇게 풀이했다. 『광업협동이란 사업을 크게 발전하는데는 마음을 같이하고 힘을 합쳐야 한다는 뜻이다. 즉, 한가지 일을 완성하기 위하여서는 여러사람이 서로 도와 공동으로 노력한다는 뜻으로 단결, 협동, 성공과 같은 의미이다』

』 이 정신은 오늘에도 계속 살려나가야 할 의미심장한 모토가 되고 있다.

실협뉴스는 초기에는 주간지로 발간되다가 이듬해인 87년부터 격주간으로 바뀐다. 이때 '여성의 밤' 행사의 전신인 '실협의 밤' 행사는 한인 커뮤니티 전체에서 가장 대형 행사였다. 경품 1등 상품이 승용차 2대였으니 그 위세가 당당하던 협회였다. 1년 예산이 그 시절 돈으로 300만 달러를 넘기던 때였으니 현재 60만 불 대의 예산과 비교하면 격세지감을 금치 못할 풍요의 시대였다.

96년에 이르자 회원수는 2,500여 명으로 늘었으며 물론 실협뉴스 발행부수도 이에 맞춰 대폭 늘어났다. 이후 성장을 지속하던 협회는 2007년을 기점으로 회원수가 감소하면서 2020년에는 규모에 걸맞게 비용절감 차원에서 격주간이 월간으로 바뀐다. 그리고 마침내 600명대의 회원 규모를 감안하고 비용 최소화 와 시대적 흐름에 부응하여 20개로 확대됐던 지구협회도 7개로 슬림화했고 인쇄매체로서의 실협뉴스 종식을 단행하기에 이르렀다.

비록 종이 매체를 더이상 대할 수는 없지만 온라인 시스템과 속보성은 더욱 강화될 것이며 협회에 대한 회원 여러분의 변함없는 관심과 애정이 절실히 요망된다. 끝으로 86년 창간 축사를 다시 대하며 본 공지사향을 마무리한다. ■

실협 뉴스 창간 축사 (86년 5월 1일)

〈 자체 발간에 부쳐 〉

회장 이 휘

우리 실업인 협회는 북미 교민 사회에서 가장 성장속도가 빠른 최대규모의 경제 단체 중 하나라고 자타가 공인하고 있다. 그것은 수적인 면에서도 회원수가 이제 1천 6백여명을 넘어섰고 9개의 지구협회, 이사회, 분과위원회, 행정사무처 등 방대한 조직을 포용하게 된 것과 여타 소수민족들이 생각할 수 없는 협동조합을 설립한 것을 보아서도 이는 객관적인 평가로 여겨진다. 외형적 조직면에서 뿐 아니라 이제 내후년이면 창설 15주년을 바라보는 시점에서 좀 더 긴 안목으로 내실을 다져야 할 때가 왔다. 얼마전까지만 해도 '산업사회'라는 말이 최첨단 시대를 상징하는 것으로 생각돼 왔으나 최근에는 고도의 테크닉으로 전환함을 의미하는 탈산업사회(post industrial era)라는 용어가 등장하기 시작했다. 대형 체인점들의 증가, 휴일 영업법 논의, 주류 판매 등의 당면 문제 뿐 아니라 장기적 안목에서 시대의 조류에 부응하기 위해 새로운 비전을 갖고 발돋움해야 할 시기가 온 것이다. 같은 민족이라는 혈연적 연유로 이루어진 협회가 10년전 70명에서 이제 1천 6백여명의 회원이라는 대규모 경제 단체로 발전된 것은 실로 자랑스러운 일이나 규모가 확장되는 만큼 경우에 따라서는 상호 이해의 공감대가 와해되기 십상이다. 협조와 단결을 이루기 위해 독립적이고 계속적인 대화의 채널이 절실히 요청되던 터에 회원 여러분들의 성원에 힘입어 '실협뉴스' 자체발간의 결실을 보게된 것이다. 회원들에게 우리 모두들의 의견, 소식, 최신사업정보들을 신속히 전달하고 올바른 여론을 집약하며 공기업체나 정부 당국에 대하여는 우리의 공식 입장을 전달하는 매체로서의 역할을 하고자 한다. 또한, 이러한 역할을 수행하기 위해서는 공정하고 객관적인 입장에 서야할 것임을 우리는 익히 알고 있다. 권익옹호 뿐 아니라 언론을 열고 대화의 광장을 만들어 우리 모두의 다양한 의견, 기쁨과 슬픔들이 이 안에서 융화되어 새로운 비전을 창출하는 용광로의 역할을 다짐한다. ■

미리보는 2024 편의점 푸드서비스 전망

가성비 높은 메뉴로 가격 경쟁력 우위 확보



토론토소재 컨설팅 회사 'fsStrategy' 대표 제프 도버씨가 내년도 캐나다 편의점 푸드서비스의 전망을 크게 4가지 요소로 구분해 각 영역별로 다뤘다. 업계 전문지 CSN에 게재됐는데 본 지면에서는 이를 기초로 내년의 트렌드와 방향을 가늠해본다.

올해는 푸드서비스분야에서 꺾이나 어려운 과제로 시달리던 한해인 것 같다. 우선 식료품 인플레이션이 중대한 도전을 야기했다. 이미 2022년 2월부터 심각한 조짐을 드러내기 시작해 아직도 현재진행형이다. 대부분의 외식업체가 인력난으로 고전을 면치 못했던 것에 비해 상대적으로 편의점 업계는 푸드서비스와 관련해 우위에 있었다.

그럼에도 불구하고 구인의 어려움과 힘들게 붙잡은 인력의 장기 근무 유도가 난제 중의 난제인 것은 편의점 또한 비켜가지는 못했다. 물론 이전보다는 환경이 다소 나아지기는 했다. 원료 구입 원가의 큰폭 상승, 인건비 상승이라는 두가지 요인이 푸드서비스에 타격을 가하면서 가격 정책이 그 어느때보다 중요해졌다.

그나마 위안이 되는 것은 팬데믹에서 탈출하며 소위 '보복 지출'(revenge spending)이라는 표현을 생생하게 느끼게 해줄 정도로 소비자들의 억눌린 외식 욕구가 분출됐다는 점이다. 외식을 포함한 현대산업 전반에 활기를 불어넣은 것은 분명한 현상이다.

포스트 팬데믹을 구가하려는 행복한 삶이 시작되는가 하더니 찬물을 끼얹듯 기초 생필품 전반에 치솟는 물가오름세가 타격을 가했고 푸드서비스 지출이 도로 주지않았다. 2024년 또한 이 분위기가 여전히 도전 과제로 다가올 것임을 각오해야 한다.

1. 가치 지향적 소비 트렌드

물가와 경제에 대한 불안감 증대로 소비자들은 어느때보다 가치지향적 쇼핑 트렌드를 추구할 것이다. 따라서 이런 트렌드에 부응하는 가성비(價性比) 높은 메뉴 제공은 성공을 어느정도 담보할 수 있을 것으로 보인다. 편의점 푸드서비스는 원가 투입 측면에서 일반 요식업체처럼 부담을 그다지 받지 않고 출발하는 이점이 있다. 따라서 적절한 품질만 유지해준다면 주변 전문 식당에 비해 가격 경쟁력이 우위를 점할 수 있다.

전통적으로 식당은 소비자 판매 가격에서 원가가 약 30~35%를 차지한다. 마진이 60%를 약간 넘긴다고 볼 수 있다. 그런데 원가 상승이 발생하면 이를 반영해 소비자 가격도 비례해 올려야 하지만 이렇게 되면 당장에 소비자들의 가격 저항감을 유발시키게 되며 트래픽이 자칫 감소할 위험이 있다. 원재료가 올랐다고 함부로 가격을 올리기가 어려운 것이다.

만약 일반 요식업에서 어떤 메뉴의 원가가 1달러가 오른다면 소비자 가격에는 2.86~3달러를 올려야 기존 마진 30~35%가 유지된다. 이렇게 하지 않으려면 결국 기존의 질적 수준을 낮춰야 하는데 이 또한 손님에게 거

부감을 주기는 마찬가지 결과다. 편의점은 이런 점에서 손님 저항감을 크게 불러일으키지 않으면서도 가격 경쟁력을 유지할 수 있다.

2. 지속가능성과 윤리

밀레니얼 세대 그리고 Z세대는 집밖에서의 음식 소비 최대 구매층이다. 그런데 이 젊은 연령대는 지구환경에 대한 염려와 관심이 아주 높다. 어떤 식품을 구매할 때 '지속가능성'과 윤리적 상행위를 하는 기업의 식품인지 따지고 든다. 친환경에 역행하는 업체 여부를 깊이 고려하는 소비층이라는 말이다. 한국식으로 표현하면 '상도의(商道義)에 주목하는 것이다.

성공적인 식당은 이 트렌드를 적극 수용하고 자기 업체의 비즈니스 윤리가 이들 소비층의 의식에 부합하는지 진지하게 접근하고 있다. 편의점 푸드서비스 또한 앞으로 이런 풍조에 어긋날 수 없다. 편의점 메뉴는 대부분 구입 후 다른 장소에서 소비하게 마련이다. 메뉴 포장 선택도 아무렇게 할 수 없고 재활용 가능하거나 화학적 분해가 가능한 소재를 사용해야 한다. 일부 지역의 일부 업체들은 이미 재사용 가능한 용기를 취급하고 있다. 친환경 자체 공급처와 제휴한다. 조만간 이 트렌드는 모든 편의점 푸드서비스에 통용될 것이다. 일회용이 앞으로 설 자리가 더 좁아질 것이 명백하다.

더 나아가 이들 젊은 소비층은 음식 자체의 식재료 출처에 대한 윤리성까지 의식한다. 건강을 저해하는 음식, 탐욕적 이윤에만 몰두하는 기업체



KCWA FAMILY AND SOCIAL SERVICES

2023년 12월 프로그램

- KCWA 노스욕센터 사무실: 5075 Yonge St., #401, North York
- KCWA 베더스트-핀치 사무실: 540 Finch Ave. W., North York

소상공인을 위한 소셜 미디어 마케팅

- 일시: ◆ **온라인** 12월 6, 13, 20 & 27일 (총 4회)
수요일 / 오후 6시 - 7시
- ◆ **대면** 12월 12, 14, 19 & 21일 (총 4회)
화요일 & 목요일 / 오후 2시 - 3시
- 대상: 영주권자 및 난민인정자 (선착순, 최대 10명)
- 담당: 정착상담원 한수정 (문의: 416-340-7166)
- 내용: 1. 인스타그램 활용 2. 페이스북 활용
3. 구글맵 스토어 관리 (정보와 사진 업로드)
4. 구글맵 리뷰 관리

상급학교 진학을 앞둔 8학년 학부모 가이드 대면

- 일시: 12월 13일 (수) / 오후 6시 - 8시
- 담당: 선임 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1739)
- 내용: 1. 8학년때 알아두어야 할 고등학교 입학 정보
2. 고등학교의 선택 기준: 특별 프로그램 vs 일반 프로그램
3. 학점 관리: 선택코스와 필수코스 계획하기
4. 졸업요건 점검하기
5. 성공적인 고등학교 생활을 위한 가이드

2024년 무료 세금보고를 위한 CVITP 자원봉사자 모집 대면

- 일시: 12월 12일 (화) / 오후 6시 - 7시 30분
12월 15일 (금) / 오전 10시 30분 - 오후 12시
- 담당: 자원봉사 코디네이터 박조안나 (문의: 416-340-1594)
- 내용: CVITP (Community Volunteer Income Tax Program)를 소개하고 CVITP 자원봉사자의 역할과 필수 자격 안내
- * 상기의 두 세션은 동일한 내용이며 최소 1회 참석은 필수입니다

개인 비즈니스를 위한 상업용 부동산 정보 대면

- 일시: 12월 14일 (목) / 오후 6시 - 7시 30분
- 담당: 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)
- 내용: 1. 상업용 부동산이란?
2. 비즈니스 유형에 따른 상업용 부동산
3. 비즈니스 목적에 맞는지역 시장 조사
4. 온타리오 상업용 임대차 계약서 작성 전 알아야 할 사항

* 사전등록 필수
* 효과적인 내용 전달과 적극적인 상호작용을 위해 세미나 참석인원 제한 가능





Funded by: Immigration, Refugees and Citizenship Canada



Financed by: Immigration, Refugees and Citizenship Canada



TORONTO



주토론토대한민국총영사관
Consulate General of the Republic of Korea in Toronto



재외동포청

의 식재료에 부정적 시선을 보내는 소비층이 더욱 두터워질 것이므로 '착한 기업'이 공급하는 재료를 사용해야 할 것이다.

3. 기술 도입 확산



오늘날 푸드서비스의 발전에서 '기술적' 요소의 중요성은 더욱 무게를 가지게 된다. 매출 증대를 위해서 이 요소는 필수불가결하다. 모바일 앱을 통한 주문과 키오스크 설비는 재래식 아날로그 스타일을 압도적으로 능가하는 추세다. 모던한 기술 도입은 소비자 장바구니를 키우며 보완적 기능을 전면에 내세운다. 소비자들은 관측 공세의 압박감을 느끼지 않으면서 자신의 맞춤형 메뉴를 편하게 선택할 수 있다. 종업원과의 대면은 점차 사라지고 마음편히 더 큰 용량의 메뉴를 주문하게 된다. 사람과 기계의 상호작용만 남는다. 이는 요즘 구인난에 허덕이는 요식업체가 선택할 수 밖에 없는 대안이라 대면접촉의 현격한 감소는 명약관화해 보인다.

요리 자체도 규격화된 메뉴들은 로봇까지 동원하는 세상이다. 전 자동화 과정이 요식업계의 일대 센세이션을 일으키는 중이다. 그럼에도 불구하고 인력난 해소를 위한 대안으로서의 기술력 확산은 일부 남은 대면 접촉의 인간적인 측면을 그리워하게 되니 적절한 절충 전략이 요구되기도 한다.

4. 다양한 특별식

점점 더 많은 소비자들이 특별식(特別食)을 추구한다. 건강 때문이다. 생각보다 만성소화장애증을 앓는 현대인들이 많다. 글루텐 프리(gluten free) 섭생이 인기를 구가하는 이유이기도 하다. 또는 문화적, 종교적 이유로 작용한다. 이도 저도 아닌 그저 개인 기호의 문제로 특별식을 원하는 경우도 물론 많다.

식당을 방문하면 일부 손님들은 다른 일행들이 즐기고 있는 음식을 혼자만 즐기지 못하는 괴로움을 겪는다. 식당 입장에서는 이런 부류의 손님



을 위해서 별도의 특별 메뉴를 추가해 취급해야 하는데 실제로 이런 배려심 깊은 식당들이 늘고 있다. 대표적으로 같은 메뉴인데도 고기없는 메뉴가 동시에 있는 경우다. 중동 출신 손님을 위해서는 할랄(halal) 메뉴도 준비돼 있다. 손님의 다양한 입을 맞추기 위해 메뉴 선택의 폭이 확대되어야 할 것이다. 그래서 손님이 메뉴판을 보고 자신이 피해야 하거나 마음놓고 선택해도 좋은 음식이 어떤 것인지 쉽게 파악할 수 있도록 해주는 것이 중요해지고 있다. 판단을 못내려 결국 단념하고 마는 경우가 있어서 안된다.

특히 캐나다라는 나라는 온갖 민족 배경을 가진 이민의 나라다. 음식의 다양성에서 캐나다를 따를 나라가 지구촌에 또 있을까 싶다. 푸드서비스 업계는 변화를 빨리 받아들여야 하는 민감한 비즈니스 업종이다. 제대로 된 소수민족 음식을 자신있게 내놓을 수 있는 업소는 저들의 정통 맛에 대한 갈증을 충족시키기 때문에 성공은 확실해진다. 기존의 틀에 박힌 메뉴에만 머물지 말고 업소의 인구통계적 특성을 감안해 제대로 된 소수민족 음식을 메뉴에 추가하는 것은 현명한 비즈니스다. 푸드서비스를 제공하고 있는 편의점 업주들은 이상 언급한 여러 요소들을 폭넓게 수용하며 특화 전략을 구사할 필요성이 있을 것이고 2024년에는 이 트렌드들이 더욱 강화되는 방향으로 갈 것이다. ■

비어스토어 체제 종식되나?

편의점 주류판매 전면 개방 기대감 부풀어

오늘날 비어스토어의 전신인 Brewers Retail Store. 금주령 시대가 마감된 1920년대 말의 풍경이다.



3개 외국 자본이 컨서시엄 형태로 지배하고 있는 맥주 독과점 판매 소매체인 비어스토어(The Beer Store)의 현행 시스템이 사라질 수도 있다는 전망이 나오고 있다. 온타리오 포드 주정부가 수개월 내로 의미있는 발표가 있을 것이라는 데 비어스토어와의 계약(Master Framework Agreement ; 이하 MFA) 연장을 하지 않을 것이라는 내용이다.

이하 지난 11월 14일자 토론a토 스타의 『Is The Beer Store finished?』 제하 관련 기획 기사를 정리 소개한다. 필요에 따라 일부 내용은 생략하고 또 부분적으로는 이해를 돕기 위해 보충 설명이 추가됐음을 밝힌다.

스타의 기사는 비어스토어의 현주소와 역사에 초점을 맞추며 심층적인 보도를 하고 있다.

비어스토어는 온주에서 소비되는 모든 맥주 매출의 90% 이상을 한때 점하던 맥주 소매업계의 거대한 조직이었다. 이후 시장 점유율은 꾸준히 감소했고 경쟁은 점증했으며 주정부가 편의점에까지 판매 문호를 개방하려는 움직임을 보이며 막강한 위세를 떨쳐온 이 조직이 앞으로 살아남

을 것인지에 대해 회의적인 생각을 가지는 사람들이 점차 늘어가고 있다.

소식통에 따르면 온주 정부는 비어스토어와의 MFA계약 갱신은 하지 않을 것임을 공식 발표할 것으로 예측하고 있다. 이 계약은 맥주 판매 허용 식품점수에 제한을 두고 상자 단위의 맥주 판매는 오직 비어스토어에서만 가능하도록 하는 내용을 담고 있다.

만약 주정부에서 비어스토어와의 계약을 연장하지 않는다면 더 많은 식료품점과 편의점들에게 맥주 판매가 허용될 수 있게 되며 이렇게 되면 비어스토어는 이들과의 무한 경쟁에 맞서야 하는 국면이 도래하게 된다. 현재의 계약은 지난 자유당 정권에서 10년 기한으로 체결된 것으로 2025년에 종료된다. 연장 의사가 없는 경우 온주 정부는 비어스토어에 이 사실을 계약 만료 2년 전까지 통고해야 한다.

소매업 컨설팅 전문회사 J.C. Williams Group 전무이사 허치슨씨는 “비어스토어 조직이 반드시 필요하다고 생각하지 않는다. 대부분의 매장 위치도 편리하지 않다.”고 개인 입장을 피력했다. 시대착오적이라는 표현도 했다. “이 조직은 80년대에 고착돼 있다. 수년 전에 약간 재정비된 것 같았지만 그다지 잘 작동하는 것 같지 않다.” 현재 비어스토어는 433개의 매장을 운영하고 있다. 3개 자본이 이 채널을 독점하고 있다. AB InBev 그룹의 라바트(Labatt), 몰슨 쿼스(Molson Coors) 그리고 슬리만(Sleeman)이 이들이다. 소유지분은 라바트와 몰슨이 각각 50% 육박하고 있고 슬리만은 2퍼센트이다. (*3개 자본 모두 외국 자본인 것은 주지의 사실이다.)



▲ 1980년 초에 온주 내 맥주 전체 매출의 90% 이상을 차지하던 비어스토어는 현재 점유율이 63%까지 내려가 있다.

비어스토어는 이미 시장 점유율이나 매장 수에서 감소세를 보여왔다. 1970년대 말부터 80년대 초까지가 이 조직의 최전성기였다. 이때 온주 맥주 시장의 90% 이상을 차지했고 그 나머지는 LCBO가 차지하는 구조였다.

세월따라 고사(枯死)

상황은 2000년부터 바뀌기 시작해 2020/2021 회계연도 기준으로 시장 점유율은 63%에 머물고 있다. LCBO가 밝힌 자료다. 최근 몇년 사이 450개에서 433개로 매장수가 줄었다. 급속도로 사세가 축소되기 시작한

것은 캐스린 원 수상상의 자유당 정부 시절인 2015년때부터였다. 이 해에 MFA 계약을 체결했는데 일부 식품점에서 맥주를 취급하도록 허용하는 정책도 이때 시작됐다. 계약에서 허용된 식품점 맥주판매처는 450개가 최대치였고 현재 온주 전역에 딱 이 숫자만큼의 식품점이 맥주를 판매하고 있다. 팬데믹 기간에 주정부는 모든 식당과 바에서 맥주와 와인의 외부 반출 판매를 허용했고 이는 비어스토어에게는 더 큰 경쟁구도를 안겼다.

지난 1~2년 동안 비어스토어는 또한 소유하고 있던 부동산 매각에 집중했다. 재정적 압박을 덜기 위한 것이 주된 이유의 하나였다. 지난 한해 매각한 부동산이 2백만 달러를 약간 상회했는데 2021년에는 1백만 달러가 채 안됐다. 2020년에는 약 30만 달러 정도였으니 매우 급격한 증가다. 그런가 하면 그 이전인 2019, 2018, 2017년 3년 동안에는 520만 달러, 3,000만 달러, 2,450만 달러의 부동산을 각각 팔았다.

술에 관한 책도 쓰는 컨설팅 전문가 스티븐 뷰몽씨에 의하면 “비어스토어가 아직도 매각할 부동산이 좀 남아 있기는 하지만 지속가능한 전략은 아닌 수준”이라고 평가한다. “세월이 가면서 서서히 죽어가는 모습이며 이를 안타깝게 여기는 사람이 많은 것 같지 않다.”

지난 2019년 보수당 정부의 더그 포트 수상은 더 많은 소매업소가 술을 취급하도록 하기 위해 비어스토어와의 MFA계약을 파기하겠다는 위협적 발언을 했다. 비어스토어 오너들은 즉각 격렬한 로비전을 펼쳤고 소송 불사의 단호한 자세로 나왔다. 그때부터 소송은 피하려는 정부와 회사 간의 엇치락 뒤치락 회합이 이어졌다.

또다른 소식통에 따르면 비어스토어는 MFA 만료 후 계약 연장이 안될 경우를 대비해 계속 성공적인 조직으로 살아남기 위한 현재의 배급망 체계 유지에 분발해왔다고 한다. 빈병이나 빈 캔을 수거하는 것과 관련해 ODRP라는 프로그램이 있다. ‘Ontario Deposit Return Program’의 약자인데 이 사업을 비어스토어가 정부로부터 위임받아 독점적으로 수행하고 있다. 회사는 바로 이 사업을 앞으로도 계속 보장받고 싶어한다. 이는 다시 말해 향후 회사가 산하 매장을 최소한도로 계속 운영하는 것을 보장받겠다는 의미다. 비어스토어는 현재 주내의 수천개 요식업소에 맥주를 공급하고 있다. 수많은 병과 캔 등 빈 술 용기가 비어스토어로 수거된다.

수천개 일자리 위협

비어스토어도 노조가 있다. 약 7,000여 명의 이 조직 근로자를 대표하는 노조는 이름하여 United Food and Commercial Workers Union라고 불린다.



* UFCW

1979년에 설립된 노조이며 산하에 약 130만여 명의 미국과 캐나다 근로자들이 가입돼 있다. 소매업 근로자들이 주축을 이루는데 육류포장, 식품 가공 제조, 환대산업, 농업, 마리화나, 보안, 섬유, 의료 업계 종사자들이 대부분이다.

노조 대변인은 이렇게 말한다. “비어스토어가 사라지면 수천명의 근로자에게는 재앙이다. 조직의 어떤 변화들은 지역 커뮤니티에 파멸적이 된다. 재활용 시스템이 교란되고 소비자들은 크게 치솟는 맥주 가격을 경험할 것이며 비어스토어 수천명 직원이 일자리를 잃게 된다.”

그러나 앞에 소개했던 컨설팅 회사 허치슨 이사는 “빈병 수거 재활용 프로그램은 다른 소매업소들도 쉽게 감당할 수 있는 일거리며 이미 식료품 점들이 비알콜 음료 용기 수거 작업을 잘 해오고 있다”고 응수한다. “여타 소매업소들이 이 프로그램을 기꺼이 하고자 한다. 이는 업소 손님 유인책이기 때문이다. 마치 복권가격이 복권으로 돈을 버는 것이 아니라 이를 수단으로 트래픽을 도모해 다른 쇼핑을 가능하게 해주는 것과 같은 이치다.” “진정으로 리사이클링 활성화와 친환경을 원한다면 이 프로그램이 더 많은 장소에서 시행될 수 있도록 확대하는 정책이 바람직하다”

비어 스토어 관장 주무부처인 온타리오 재무부(장관 Peter Bethlenfalvy)는 MFA 갱신 관련한 이슈에 대해 아직 확실한 언급을 피하고 있으나 주류판매 소매업의 전체 판도에 변화를 일으킬 생각은 분명해보인다.

재무부 홍보담당 국장 에밀리 호지빈씨는 “정부가 온주내 알콜 판매 시스템의 유의미한 변화를 지지하고 있으며 추진 과제의 우선 순위 중 하나”라고 말한다. 또 온주 주민의 선택 폭을 넓혀주고 사업의 새로운 기회를 열어주는 과제라는 말도 했다.

본래의 모습으로

로브로, 소비, 메트로 등 대형 식품유통소매업을 대변하는 전국소매업 협의회(RCC) 대변인은 MFA의 종료는 맥주 애호가들에게 이득이 될 것이라고 말한다. “MFA는 소비자들에게는 선택폭, 편의성, 가격 등에서 어떤 이로움도 없었다. 그것은 오직 대형 맥주회사의 이해관계에만 봉사해왔을 뿐이다. 이제 MFA의 종말을 다룰 때가 왔다.”

온주편의점협회(OCSA) CEO 데이브 브라이언즈씨는 이메일 성명을 통해 이렇게 증언했다. “가족들이 매달려 지역 커뮤니티에서 운영하고 있는 수천 편의점 업소는 정부가 내건 약속 이행을 기대하고 있다. 정부가 가까운 장래에 비어스토어의 준(準) 독점 체제를 끝장낸다는 성명을 발표할 것으로 굳게 믿고 있다.”

“MFA가 사라진다는 것은 비어스토어가 -최소한 이 조직이 운영하고 있는 소매채널이- 너무 오래 버텼다는 의미다.” 맥주 전문 잡지 ‘Growler’의 편집인 조단 존씨의 말이다. “MFA를 종식시켜야 대형 맥주회사의 일정 수익이 사라지는 것 뿐이다. 그정도 마진이 없어지면 소매 기능이 다소 약화되기는 하겠지만 비로소 비어스토어는 가치있는 본연의 업무 즉 맥주 창고업과 배급 사업에 전념하게 될 것이다.”

그가 말하는 본연의 업무는 역사적으로 비어스토어의 뿌리, 즉 1927년에 ‘The Brewers Warehousing Company’라는 이름으로 설립됐던 그 시절에 이 회사가 수행했던 역할을 의미하는 것이다. 이 해에 온타리오는 금주령 시대(prohibition period)를 마감했다. “비어스토어는 1927년으로 회귀해야 한다.” ■

* Prohibition(금주령)철폐와 Beer Store의 시작

캐나다는 19세기 말부터 말단 지자체에서 주 단위에 이르기까지 다양한 술 금지 정책을 펼치던 역사를 가지고 있다. 주 정부 차원에서 대부분 1900년대 초까지 이 정책이 이어졌으며 1918년부터 1920년 사이에는 전국 단위로 획일적 금주령이 실시되기도 했다. 금주령 철폐는 1920년대 들어서면서 주 단위로 캠페인이 벌어지기 시작했고 1920년대 말까지 모든 주가 이 정책을 폐기했다. 다만 P.E.I주는 1901년부터 1948년까지 금지령이 길게 시행된 독특한 역사를 가지고 있다.

온타리오는 1916년부터 1927년까지 ‘Ontario’s Temperance Act’(절제에 관한 법률)에 근거한 금주령이 실시됐는데 여기서 ‘절제’라 함은 ‘금주’를 의미한다. 1927년에 이 법은 ‘Liquor Control Act’ 라는 법으로 대체됐는데 정부가 운영하는 주류소매업소에서 술을 구입해서 가정에서 술을 마실 수 있도록 시민들의 음주를 허용했다. 어디까지나 제한적인 허용이었을 뿐이다. 대중적으로 술집에서 술을 자유롭게 사 마실 수 있는 때는 1934년부터였다.



▲ 온타리오의 Elk Lake 라는 마을에서 경찰이 밀주 제조 현장을 급습해 술통째 몰수하는 장면으로 1925년의 모습이다.

1927년에 온주 정부는 거의 10여 년에 걸친 금주령 시대를 마감하며 이와 동시에 맥주는 단일 시스템의 소매 및 도매 채널을 통해 일반인에게 판매하는 정책을 도입했다. 이때 탄생한 것이 온타리오 맥주 제조업체들의 컨소시엄 형태로 발족한 ‘Brewers Warehousing Company Limited’라는 조직이다. 이 회사의 소매기능은 ‘Brewers Retail’이라는 간판을 단 매장이었다. 그리고 이 명칭은 1985년에 ‘The Beer Store’라는 이름으로 개명돼서 오늘에 이르고 있다.

영국 찰스 3세 국왕 開院 연설

미성년자 흡연 억제책 언급



엘리자베스 여왕 서거로 노년에 왕위에 오른 찰스 3세 영국 국왕이 남자 왕으로서 70년 만에 의회 개원 연설을 했다.

지난 11월 7일의 일이다. 국왕의 개원 연설을 'King's Speech'라고 하는데 엘리자베스 여왕이 1951년에 Queen's Speech를 했던 시점에서 기산하면 여왕의 연설에서 국왕의 연설로 바뀐 것은 70년이 넘었다. 역사적인 이번 국왕 개원 연설에서 찰스 왕은 여러 현안 문제들을 언급하며 담배와 베이핑 제품 이슈도 포함시켜 영국 편의점 업계의 비상한 관심을 모았다.

정부가 해결해야 할 우선순위 의제에는 북해 석유·가스 신규개발 승인, 중대 형사범죄 처벌 강화 등 리시 수낙 정부가 이번 회기에 통과를 추진하고 있는 21개 법안의 개요가 담겨져 있었고 이 중의 하나로 미성년자 흡연 억제 관련한 입법을 언급한 것이다. 이하 영국 편의점 산업 전문 매체가 조명해본 흡연 억제 관련한 내용을 자세히 소개한다.

현재 여론 수렴 중에 있는 담배 관련 법안에는 담배구입 연령 상향 조정이 있다. 베이핑은 일회용 제품 판매 금지 등 엄격한 관리하에 둘 예정이며 미성년자 접근이 불가능하도록 홍보 관측에 큰 제약을 가하는 쪽으로 현재의 규정에 변화를 줄 것이다. 진행 중인 여론 수렴 작업은 올해 12월 초에 마무리되며 정부는 가능한 한 조속히 법 집행을 추진할 전망이다.

찰스 국왕의 연설과 관련해 영국 편의점협회(ACS) 제임스 로만 회장의 반응은 이렇다. "편의점 산업은 미성년자 담배 구입을 차단하는 개정법령

에 대해 적극 환영하며 정부 정책 성공을 위해 지원과 협조를 아끼지 않겠다. 다만 정부는 담배 판매의 최일선에 있는 소매업소의 장기적 과제 전반에 걸친 폭넓은 고려를 해주기 바란다. 담배든 베이핑 제품이든 모두 현재와 향후의 법령들이 더 개선된 형태로 가야할 것이다. 정품담배를 취급하는 책임있는 소매업주들이 불법 제품들을 취급하는 것은 시장에 의해 피해를 보는 것은 받아들일 수 없으며 이들은 미성년자에게 무분별하게 담배를 판매하고 있다. 우리는 불법으로 베이핑 제품을 판매하는 자들에 대한 지자체 경찰력의 강력한 단속을 지원할 더 많은 예산이 배정되어야 한다고 촉구한다."

흡연자 로비단체 포리스트(Forest)의 관계자인 사이먼 클락씨는 그러나 국왕의 담배 관련 연설 내용에 대해 비판적인 입장이다. "이는 성인을 어린이 취급하는 보모국가(保姆國家)에서나 나올 최악의 정책이다. 투표권을 가지고 있고 운전을 하고 군대에 입대하고 술을 구입할 연령이 된 시민이라면 담배 및 그와 유사한 제품들을 구입하는 충분한 나이가 된 것이다." 담배 구입 연령 상향 정책에 대한 직격탄이다. "담배와의 전쟁 선포는 미래의 성인 흡연자 세대를 암시장으로 내몰고 통제의 최대 수혜는 국민 보건 향상이 아니라 불법 담배 거래를 하는 조직 범죄자에게 돌아갈 것이다." 클락씨가 강조해 덧붙인 말이다.

국왕 연설에서는 또 하나 주목할 점이 있는데 불법 담배와 관련해 중죄를 지은 범법자들에게는 더 강력한 처벌을 가하고 초범으로 12개월 이하의 징역형에 해당하는 경우는 집행유예를 내린다는 내용이다.

국왕의 연설은 물론 내각에서 작성해 준 원고를 국왕이 읽어주는 형식적인 것이지만 담배 정책의 단기 전망이 분명히 드러나는 것이라서 관련 업계가 비상한 관심을 보이지 않을 수 없다. 담배 범죄에 대한 강력한 처벌은 편의점협회의 환영을 받았다.

절도행위에 대한 처벌은 현행과 별로 달라진 점이 없어 보이지만 이를 최우선 과제로 삼겠다는 기본 입장에 대해서는 고무적인 분위기다. 영국 소매업 절도범죄는 사실 매우 심각한 상황이라 관심이 집중되는 것도 당연하다. ■

건강친화 냉동식품 각광

밀레니얼층 식사 대체물로 소비 집중



캐나다는 식품 분야에서 가장 빠른 성장세를 구가하는 분야의 하나로 식사용 냉동 식품을 꼽고 있는 나라다. 전세계적으로 볼 때는 아직 캐나다만큼의 관심 이슈로까지 발전하지 못한 상황이기 때문에 캐나다 식품 산업의 주목할 단면이다.

독일의 유력한 데이터 포털 기관 '스타티스타'(Statista)가 내놓은 최근 자료에 의하면 캐나다는 자국뿐 아니라 세계적으로도 냉동식품 시장에 있어서는 선도적 국가의 하나로 지목됐다. 이 기관의 분기 매출 실적 자료는 캐나다의 냉동식품 매출이 꾸준한 성장세를 보여주고 있는데 코로나가 창궐하던 2020년 4/4 분기에 27억 달러로 최고점을 찍었다.

캐나다 소비자 35%가 주당 평균 수차례 냉동식품을 요리해 먹는다. 다국적 식품기업 콘아그라 브랜드(Conagra Brands) 부회장이자 전무이

사인 폴 호간씨는 자사 냉동식품 캐나다 시장 매출이 올해 최근까지 1.2억 달러를 기록했으며 이는 2022년 대비 약 6% 증가한 것이라고 설명했다. 캐나다인들은 저녁식사를 냉동식품으로 즐기는 경향이 뚜렷하며 후식이나 앙뜨레 음식으로는 끼니 불문하고 아이스크림을 비롯해 다양한 식품을 즐기고 있다.

냉동 후식 관련해 스타티스타는 2021년에 3,500만 달러를 살짝 넘었는데 2014년의 8백만 달러도 못 미치던 매출과 대비하면 놀라운 성장세다. 냉동 식품도 유사한 증가세를 기록한 것으로 나타났다. 전체 냉동식품군에서 특별히 주목할 것은 앞서도 언급했듯이 '식사대용 기성 포장 식품'이다. 영어표현으로는 'ready-made frozen meals'로 통하는데 올해 대비해 내년에는 5.7% 성장을 예측하고 있다.



콘아그라 호간 부사장은 캐나다의 양호한 냉동식품 성장세를 견인하는 요소는 밀레니얼 소비층이라고 강조한다. 이들이 가장 빠른 소비 성장을 보여주고 있기 때문이다. 이 소비층은 대체로 부부가 일과 가정의 균형적 삶을 추구해야 하는 사람들이라서 냉동식사대용식품이 점점 더 매력적으로 여겨진다. 가족단위로 소비할 수 있는 식사대용(multi-serve meals) 냉동식품 또한 2020년 이후 소비물량 기준으로 2% 이상의 성장을 보였다. 닐슨이 올해 8월에 밝힌 자료다. 이런 견실한 성장은 소비의 편리함때문이며 밀레니얼 부부가 한끼 식사로 애용하는 덕분이다.

무인편의점의 모범적 사례로 실험뉴스에서도 한차례 소개했던 'Aisle 24'의 품목군 담당 이사 자신도 심슨씨는 독신이든 부부든 밀레니얼 세대가 자사 식품군 매출에서 차지하는 비중이 점점 늘어나는 추세라고 증언했다. 이들의 구매력 증가는 냉동식품군의 신상품 도입에 활기를 불어넣고 있고 특히 건강친화적 식품쪽에 집중되는 경향이 뚜렷하다. 이들은 전 세계 브랜드를 고루 즐기고 있는 모습이다. 친환경과 건강을 깊이 따지는 소비자 트렌드가 변화하면서 오늘날의 냉동식품은 기존의 틀에서 많이 벗어나 큰 진화와 발전을 경험하고 있다. 대표적으로 식물성 기반 또는 비건층 식사대용 냉동식품까지 등장한 세상이다. 라면 시장이 성행하는 것도 한 예가 될 것이며 아시아 푸드가 냉동식품군의 중요한 몫을 차지하고 있는 현황도 이와 무관하지 않다.

편의점을 중심으로 냉동식품을 집중 공급하는 미국 코어마크(Core-Mark)사의 캐나다 마케팅 담당 이사 척 아켄드씨는 식사대용의 냉동식품을 구입하려 편의점을 찾는 소비자가 늘고 있다고 증언하는데 쇼핑의 편리성뿐 아니라 자신이 찾는 아이템이 두루 갖춰져 있어 다양한 취향의 소비자 니즈 충족에 부합하기 때문이라는 분석이 있다.

편의점이 냉동식품 공급사와 제휴해 상품을 공급받는 사례도 늘고 있다. 극단적인 예로는 파크랜드가 M&M Food Market(구 'M&M Meat Shops)을 2022년에 인수했는데 냉동식품 취급의 다변화를 꾀하기 위함이었다. 코어마크 역시 여러 편의점 체인사들과 제휴해 건강친화 식품을 중심으로 공급량을 증가시키고 있다. 피자와 같은 전통적 메뉴의 경우 새로운 맛과 건강성분을 강화시킨 응용작이 늘어난 것은 좋은 예가 된다.

퓨전 스타일의 냉동식품을 확산시킨 결정적 공로는 아시아 식품이다. 서구인의 입맛에 맞게 음식의 국제화 트렌드가 냉동식품으로까지 이어진 결과다. 실제로 서구인들은 한류 음식의 사례에서 충분히 확인할 수 있듯이 아시아 식품에 대한 관심이 크게 높아졌고 식당은 물론 가정에서도 기꺼이 즐기고 있다. 팬데믹이 계기가 돼 가정 체류 시간이 늘어나 집 밥을 해먹는 일대 붐이 일어났다. 이는 가족단위로 즐기는 냉동식품의 인기를 몰고왔으며 캐나다인들의 이같은 트렌드는 특히 돋보였다. 콘아그라 호간 부회장은 "신규 이민자까지 포함해 캐나다인들의 다양한 가족중심 식사대용 냉동식품 소비가 호황을 보임에 따라 편리성과 맛과 건강을 모두 충족시키는 다양한 신상품 개발도 뒤를 이었다."고 말한다.

크리스마스 시즌과 냉동식품

새로운 맛과 건강친화 식품들이 풍성해지면서 식사용 캐나다 냉동식품의 강한 성장세를 견인한 것은 분명하지만 이 배경에는 또다른 요인이 있다. 식사 자체를 냉동식품으로 대체하려는 트렌드가 형성되고 있기 때문이다. 단순히 귀찮아서 집밥 해먹는 대신에 해치우는 대체 음식이 아니라 적절한 가격으로 가족 단위의 새롭고 건강한 식사를 할 수 있는 해결책이기 때문이다. 인플레이션과 치솟는 기초생활품 가격으로 인해 저렴한 가격의 냉동식품은 가성비 높은 실용성을 담보한다. 여론조사 기관 IPSOS (IPSOS) 통계에 의하면 캐나다 소비자의 31%가 조리의 용이함과 소비의 편리성때문에 냉동식품을 구입한다. 물론 가족 식사용으로 건강성까지 보장해주니 인기몰이는 당연하다.

크리스마스 시즌이 다가오고 있고 냉동식품으로 가족 파티를 즐기는 것이 각별히 매력적으로 여겨지고 있다.



또다른 조사기관인 필드에이전트(Field Agent)캐나다 전무 제프 두셋씨는 편의점에서 냉동식품을 쇼핑하는 소비자가 크리스마스 휴가철에 크게 늘어날 것으로 전망한다. "95%의 소비자가 이번 크리스마스 휴가철에 가족 식사를 포함해 특별한 저녁식사를 준비할 것이라고 하는데 이 식사에 냉동식품이 한 축을 담당할 것이라고 한다. 43%는 특별 식사를 위해 반드시 냉동식품을 구매할 것이라는 반응이다." 이런 특별한 식사에는 특별한 메뉴의 냉동식품이 제격이라서 메인 식사거리뿐 아니라 디저트 식품 또한 구입할 소비자들이 많을 것이라고 예측한다.

끝으로 퀘벡 몬트리얼 인근에 소재하는 식품 도매회사 '그룹 보드리'(Groupe Beaudry)의 개발담당 총책임자 부회장인 세르주 나도(Serge Nadeau)씨의 말을 인용한다. 이 회사는 퀘벡 지역의 약 1,000여 개 편의점에 식품을 공급하는 회사다. "크리스마스 휴가철이 다가오면 일부 편의점들은 냉동 디저트 제품만 하루 1,000달러 이상 팔린다. 집에 많은 손님들이 오는 큰 잔치라도 치르려면 터키와 여타 많은 요리들을 준비해야 하는데 디저트만큼은 무조건 냉동식품을 쇼핑한다." ■

편의점과 ATM의 미래

현금 사용 급감하는 세상에 여전한 위력



▲ 편의점 ATM 기기가 비트코인 서비스까지 겸한지도 수년이 지나고 있다.

실업뉴스를 통해 편의점 부가서비스의 하나인 ATM 기능과 역할에 대해 몇차례 기사화한 적이 있다. 빠른 속도의 진화를 보이는 편의점 ATM의 발전과 변화는 주목할 현상의 하나로 자리잡고 있다. 추가 창출을 위한 매력적인 수단인 것은 분명하다. 현금 사용이 급격히 줄어드는 글로벌 트렌드에 비추어보면 불리한 환경이 아닐까 의구심이 들기도 한다.

현금이 무용지물인 시대가 위기인가 아니면 또다른 측면에서 기회가 될 수 있는가.

토론토에 본사를 두고 있는 Perative Holdings라는 회사가 있다. 소매 업소를 중심으로 약 7,000개 이상의 ATM을 전국에 깔고 있는 선도적인 회사인데 설비 브랜드명은 Access Cash로 소비자들에게 잘 알려져 있다. 이 회사가 올 여름 파산신청을 했다. 정확히 표현하면 파산보호신청(bankruptcy protection)이다. 굴지의 회사가 파산에 이른 결정적 배경은 팬데믹이다. 안그래도 현금 사용이 줄어들던 차에 팬데믹 기간에 현금을 기피하는 경향이 농후해지자 이용률은 더 격감했다. 그런데 이런 사건을 보는 전문가의 안목은 다르다. ATM의 종말이 아니라 또다른 기회 요인으로의 출발점이라고 보는 것이다.

전국은행협회(CBA)가 최근 내놓은 통계에 의하면 캐나다 전역의 ATM망 규모는 거의 7만 개에 육박한다. 이 중 18,500개, 백분율로는 25%를 약간 상회하는 설비가 은행 자체 운영, 혹은 대행 ATM이다. 나머지 5만여 개 이상은 은행이 아닌 민간 사업자들 소유다. 캐나다에서 민간 업체들이 ATM사업을 시작한 것은 1996년부터인 것으로 알려져 있다.

앞에서 소개한 Perativ 이외에도 명망있는 운영업체들로는 NCR Atleos(설비 브랜드는 Cardtronics), 사스캐추원 기반의 Evolution Cash Technologies, 에드몬튼의 Jack Cash, 캘거리의 Olympia ATM 등이 있다. 파산보호신청을 한 Perativ는 뉴욕에 본사를 두고 있는 Sandton Capital Partners라는 회사가 인수에 동의를 한 상태라서 회생하는 것은 문제가 없을 것이라는 전문가들의 분석이다. 여하튼 현금 이용의 급감 시대에 민간 ATM 서비스 업체들이 온존하고 버티는 배경에는 뭘가 있다는 말일 것이다.

한편, 전국편의점산업협의회(CICC) 부회장 중 한명인 제프 브라운리씨는 “현금이 왕인 시절은 더 이상 아니다”면서 “손님 트래픽 유발의 주요인 이던 ATM사용이 줄어드는 것은 사실이고 팬데믹이 이런 트렌드를 강화시킨 것이 분명하다”고 말했다. 이 기간에 현금 대신 디지털 결제가 대폭 늘

어난 것은 모두가 경험한 주지의 사실이다. CICC 조사에 의하면 산하 회원업소만을 놓고 분석해보니 2021년부터 2022년에 걸쳐 신용카드 사용이 55%가 늘어났다고 한다.

브라운리 부회장은 그럼에도 불구하고 편의점 고객들은 편의점에 ATM이 있을 것으로 기대하는 현상에 주목할 것을 강조한다. 그의 말을 좀 더 들어본다. “팬데믹 기간은 편의점 업계에 큰 기회였다. 업종 불문하고 전부가 신용카드나 직불카드만을 취급했던 것에 반해 유일하게 편의점 업종만은 ATM을 통해 현금 서비스를 원하는 고객의 기대에 부응했다. ‘편의점 하면 ‘현금서비스 ATM’이 떠오를 정도로 ATM에 대한 고객 인식이 역설적으로 더 강화되는 계기가 팬데믹때문에 만들어졌다. 과거보다는 사용이 줄어든 것이 사실이지만 소액 현금이 정말 필요한 상황에서 편의점 말고는 구할 곳이 없는 상황은 수시로 있다. 한 보고서에 따르면 ATM의 긴요성 혹은 가치가 지난 5년간 20% 이상 증대됐다는 흥미로운 수치가 있다. 이용률이 아니라 이용가치를 의미한다.



▲ 팬데믹이 한창이던 2021년에 편의점의 ATM은 현금 서비스의 허브라는 말이 나올정도였다. 사진은 은행ATM기가 설치된 한 해의 편의점의 모습.

간단히 정리하자면 현금 사용은 지난 10년간 캐나다에서 급감했지만 그랬던만큼 현금 필요 시 이의 서비스 가치는 역설적으로 증대했다는 말이다. 또다른 관련 보고 자료를 보면 캐나다 소비자의 37%는 일상적 거래 결제 시 여전히 현금을 사용하고 있다. 이는 다급한 현금 필요의 경우가 아닌 ‘일상적 이용’을 말하는 것이니만큼 주목할 통계다.

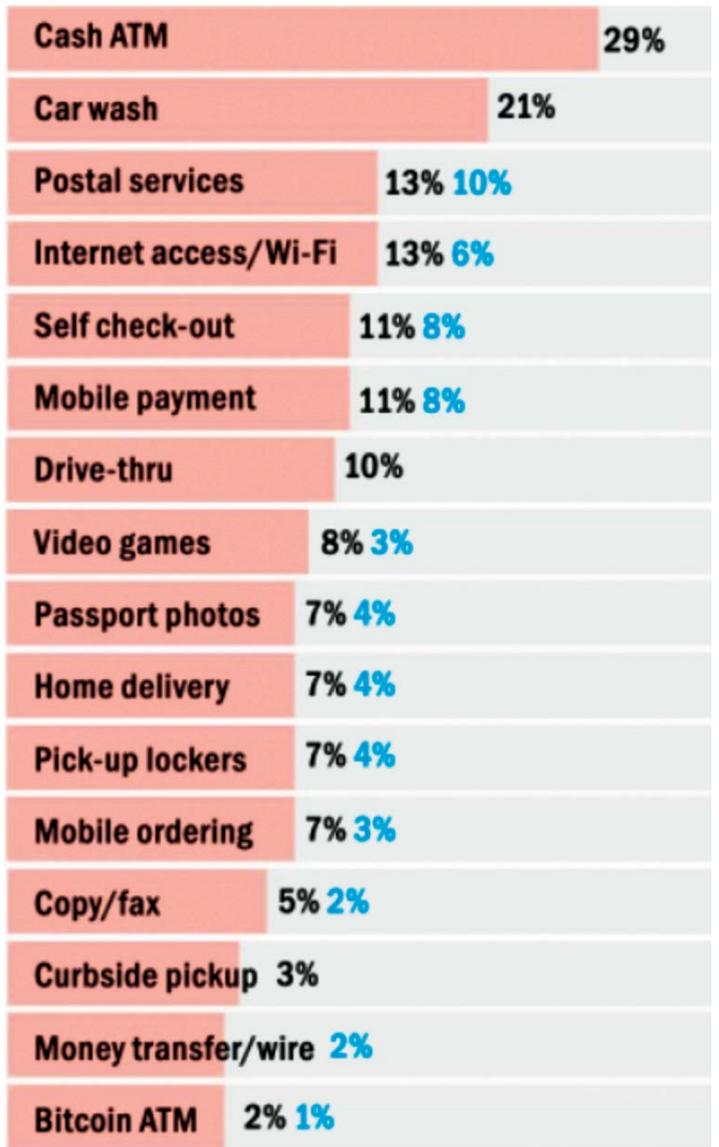
지역의 소공동체에서 특히 현금은 여전히 강력한 거래 수단이고 ATM이 위력을 발휘한다. 은행이 도시처럼 많지 않아 편의점 등 소매업소의 ATM이 진가를 보이는 것이다. 앞에서 명망있는 ATM사업체의 하나로 소개한 Olympia ATM은 캐나다 전역에 약 800개의 설비를 운영하고 있다.

회장 짐 윌슨씨는 ATM 현금 서비스가 주는 부가적 혜택이 결코 무시할 수 없다고 말한다. 단순한 현금 서비스에서 끝나지 않고 이와 들른 업소에서 쇼핑을 하기 때문에 시너지 효과를 고려한 말이다. 이는 시골로 갈수록 더 뚜렷해지는 모습이다. 이용 수수료에 추가 쇼핑까지 합해서 수익을 따져보니 결코 무시할 수 없는 효자노릇을 하고 있다는 설명이다.

일반 사설 ATM이 아닌 은행 현금서비스대행으로 은행소유 ATM을 업소에 설치한 편의점의 경우 이야기는 또 달라진다. 한 모범적이고 규모가 나가는 편의점의 경우 은행 ATM을 설치한 결과 연간 거래 횟수가 350만에 달했다는데 이전의 사설 ATM과는 차원이 다르다는 업주의 말이다.

이는 곧 업소 여타 품목 쇼핑 기회도 크게 증대시켜 비즈니스에 결정적으로 긍정적 효과를 안기고 있다. 여기다가 금융 사기 기법이 날로 지능화, 고도화되면서 현금 서비스를 받고자 하는 손님들도 사설 ATM보다는 은행 ATM을 더 선호하는 경향이 짙다. 더우기 은행 ATM 서비스는 수수료도 상대적으로 훨씬 저렴하다.

끝으로 2023 C-store IQ National Shopper 보고서의 통계 도표를 소개함으로써 편의점 부가 서비스의 현황과 ATM 이용실태를 일별한다. 물론 편의점만 운영하는 순수편의점이 아니라 세차, 푸드서비스, 여권사진 등 다양한 서비스 기능을 갖춘 편의점에 해당하는 도표이다. ■



▲ 파란색 수치는 기존 점유율로 현재 대비해 크게 증가한 영역들을 강조하기 위한 표시다. 표에서 보듯 편의점 부가 서비스 중 ATM이 편의점 이용 시 동시에 이용하는 부가 서비스로는 29%로 단연 1위를 차지하고 있다.



■ **KBA 협동조합**

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

■ **복권관련**

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

■ **음료**

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

■ **우유**

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

■ **아이스크림**

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

■ **스낵**

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

■ **샌드위치**

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

■ **Meat Jerky**

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

■ **초코렛 / 캔디**

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

■ **담배**

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

■ **잡지**

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

■ **광고 미디어 전문 대행 회사**

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

■ **법률관련**

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

■ **금융 / 회계 / 재정 / 보험**

Bank of Canada(위조지폐) -----1(888) 513-8212
 신한은행 ----- (416) 250-3550
 외환은행 ----- (416) 222-5200
 이방록 회계사 ----- (416) 221-2009
 보험증개인(박효진) ----- (416) 985-5287
 CIBC모기지(현광환) ----- (416) 888-0404

■ **언론사**

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

■ **장비 설치 수리**

Cool Air Cleaning ----- (416) 224-0020
 Hi Cool Tech ----- (416) 909-7114

■ **ATM / Debit**

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

■ **PREPAID CARD**

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

■ **기타**

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

■ **인벤토리**

HY인벤토리(차대레) ----- (416) 892-5566



OKBA

Ontario Korean Businessmen's Association

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