

심협 실업뉴스

The Ontario Korean Businessmen's Association News
2022 *May* News 제 820호



www.okbacanada.com 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

신상품!

\$30 JUMBO CASH

5월 2일 출시

특징

\$300,000 1등상 5개

총 상금 \$2천만 이상,
상금 범위 \$100 - \$500

당첨금 지급률 70%

평균 당첨률 4.16분의 1

복권 활성화 후 40일의
연장된 당첨금 지급 기한

- 이 새로운 고가 즉석 복권을 지원하기 위해 귀 업소가 할 수 있는 일:
- 계산대 옆 복권진열대의 앞줄에 복권을 진열하십시오.
 - 점포 내 POS를 이용하여 주의를 끄십시오.
 - 구매를 권유하십시오!

판매된 복권 20매들이 1팩당 \$48의 판매수수료를 드립니다!



슈퍼 드로 (Super Draw)

5월 7일(토)

보장된 **\$25,000** 상금 25개

+ 보장된 \$1백만 상금
+ 잭팟!

사람의 통행이 많은 곳에 복권단말기 배너를 게시하고, 고객용 디스플레이의 비디오를 가리켜 보이며 주의를 끄십시오. 모든 고객에게 구매를 권유하십시오!

소매상정책매뉴얼

중요한 리마인더입니다. 지난 2월에 Lotto Post 키트에 넣어 발송한 소매상정책매뉴얼(Retailer Policy Manual)은 이제 낡은 것이 되었으므로 파기하십시오. 소매상 및 그 종업원을 위한 업데이트된 소매상정책매뉴얼은 웹사이트 OLG.ca의 소매상 허브(Retailer Hub)에 항상 올려져 있습니다. 문서를 여는 암호는 'lotto'입니다.



Play. Smart



OKBA

온타리오한인실업인협회

Ontario Korean
Businessmen's Association

OKBA 회장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)

OKBA 부회장 : 김광석 (Kwang - Seog Kim)

홍보팀 : 실장 김광일 (Ted Kim) tongilisysj@yahoo.com

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

디자인팀 : 현미영 (Mimi Hyun) mimihyun@okba.net

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

이사회 : 이사장 김대용 / 부이사장 배명호

감사위원회 : 류승진 / 송하경

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 : 공석

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 : 신재균 (905)680-4491

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 : 공석

KBA

한인협동조합

Sincere Trading of KBA

KBA 운영이사장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)

KBA 부이사장 : 공석

총괄부장 : 권혁선 (Hyuk Sun Kwon)

사무장 : 줄리아 배 (Julia Bae)

협동조합 사무실 : Tel (416) 789 - 7544

Fax (416) 789 - 5013

협동조합 매장 : Tel (416) 867 - 1444

운영이사 : 김광석 / 김대용 / 나경찬 / 류무열

배명호 / 심기호 / 허창훈 (가나다 순)

감사 : 송명현 / 장해민



C O N T E N T S

04 - 05 / 본부협회, 포드 수상과 단독 면담
한국 편의점 5만개 시대

06 - 07 / SOS 캠페인 再開

08 / 업계 전문지 CSN, 협회 SOS 캠페인 소개

09 - 10 / 편의점 인력 가뭄 해소 5가지 대응책

11 / 베이핑 Juul vs 워싱턴 州소송

12 - 13 / SOS 캠페인(편의점 살리기-불법담배 근절)

14 - 15 / 푸드서비스, 편의점의 비교 우위

16 - 17 / 시가 시장 동향

18, 22 / 육포 주전부리 '착한 가격' 유지

19 - 22 / 英 편의점, 베이핑 매출 큰 호조세

23 / DIRECTORY

본부협회, 포드 수상과 단독 면담

편의점 업계 주요 이슈 진지한 논의



포드 수상이 면담 후 자신의 집무실 자리에 심기호 회장을 앉히고 사진촬영을 유도해 화기에애한 분위기가 한층 고조됐다.
(왼쪽부터 베슬린팔비 재무장관, 포드 수상, 심기호 본부협회 회장, 김광석 부회장, 사업팀 직원 이주녕, 스탠 조 교통부 장관)

본부협회 심기호 회장이 더그 포드(Doug Ford) 온주 수장과 면담을 가졌다. 지난 3월 28일(월) 퀸즈파크 수상 집무실 옆 각료회의실에서 50여 분간 대화가 진행됐는데 심 회장은 편의점 업계의 핫 이슈들을 상세히 전했다며 포드 수상은 큰 공감을 표시하며 최선을 다해 해결에 앞장서겠다고 말했다.

이날 모임에 정부측은 피터 베슬린팔비(Peter Bethlenfalvy) 재무장관과 스탠 조(조성훈)교통부 장관이 배석했으며 협회측은 김광석 부회장, 사업팀 이주녕 직원이 함께 했다. 수상과 장관의 보좌관들 그리고 협회의 대정부 로비를 오랜 기간 전담해왔던 홍보 회사 대표 피터 시먼씨도 자리를 지켰다.

심 회장은 편의점 업계 최대의 관심사 3가지 즉 불법담배 근절, 편의점 주류판매 허용의 전면화, 그리고 복권 수수료 인상 문제를 집중적으로 거론했다.

첫째 주제인 불법담배는 새정부 들어서 대응책이 과거 자유당 정부보다는 더 강화된 것이 사실이지만 여전히 미흡하다고 지적했다. 특히 협회 회원수가 과거 2,700여 명에서 현재 900여 명 수준으로 격감하게 된 주민 요인의 하나가 불법담배라는 점을 강조했다. 김광석 부회장이 본인의 업소 담배 매출이 과거에 비해 절반 수준에 머물러 큰 고통을 당하고 있다는 자신의 직접적인 경험을 토대로 사태의 심각성을 실감나게 전했다.

또한 코비드 사태 초반에 원주민 지역 외부 차단으로 불법유통 담배가 주춤하자 편의점 담배 매출이 급증했던 현상을 불법담배로 인한 피해의 반증 사례로 적절히 인용했다. 수상이 큰 공감을 표했고 재무장관 또한 원주민 문제라 민감한 사안이라는 하지만 우회적인 다양한 정책으로 문제 해결이 가능하다면서 올 회계연도 예산에 경찰력 강화를 위해 200만 달러가 반영됐다고 말했다.

심 회장은 퀘벡 주의 모범적인 통제 정책으로 불법담배 소비가 크게 줄

었다는 사실도 깊이있게 설명했다. 자유당 시절에 비해 보수당이 집권하며 강도높은 대응이 감지되기는 하지만 비즈니스 현장에서는 여전히 미온적인 느낌을 지울 수 없는 만큼 더 적극적인 정책을 구사해줄 것을 당부했다.

복권 수수료로 화제가 옮겨가자 포드 수상은 큰 관심을 보이며 수수료 상향 조정이 필요한 시점이 됐다는 협회측 요청에 긍정적 검토를 약속했다. 심 회장은 수십년간 제자리 걸음을 하고 있는 복권 수수료를 현실화하는 것은 어려운 편의점 환경을 개선하는데 필수불가결하다는 점을 역설했다. 불법담배 피해, 신용카드 이용률의 급증으로 인한 카드 수수료의 상인 부담 가중 등 많은 불리한 여건들이 지적됐다. 이를 해소하고 출구가 막막한 비즈니스의 숨통을 틔우는데 복권 수수료 인상은 긴요한 정책 과제 하나가 된다는 것에 양측이 공통된 인식을 확인한 것은 이번 만남의 실질적 의미를 가지는 것이어서 크게 고무적이라고 할 수 있다.

마지막 주제인 비어와인 편의점 전면 개방과 관련해서 수상은 더 적극적인 입장을 보였다. 비즈니스 친화적인 정부를 표방하고 정권을 잡은 보수당으로서 이미 일부 편의점에 주류판매 문호를 개방했던 것은 공약 이행의 관점에서 큰 호응을 얻었다. 다만, 여세를 몰아 전면 개방으로까지 가려면 이전 자유당 정부가 비어 스토어와 체결한 장기 계약이 결정적 걸림돌이 되고 있는 것이 난제 중의 난제다. 이에 대해 편의점 업계도 정부의 고충을 이해하고 있는 편이다. 수상은 2025년에 종료되는 문제의 계약을 그 전이라도 해지시키는 것에 총력을 기울이겠다는 입장을 보였다. 관련해서 심 회장은 온주산 맥주 산업 활성화와 이를 통한 지역 경제 발전에 기여하는 상생 전략의 일환으로 편의점 채널이 지역 맥주 취급에 앞장설 것임을 약속했다.

이날의 만남은 진지한 비즈니스 과제에만 집중했던 것은 아니다. 딱딱하고 격식있는 공적 자리임에도 불구하고 수상은 과거 한국 방문 시 경험했던 즐거운 추억담도 들려주며 부드러운 환담 분위기가 조성됐다. 포드 수상은 대담이 끝난 후 자신의 집무실로 함께 와서 기념 사진 촬영에도 적극적이었으며 심 회장에게 자신의 자리에 앉아보라고 스스로없이 권하는 모습까지 보여 흐뭇한 마무리가 됐다.

코앞에 닥친 6.2총선을 의식한 듯 포드 수상과 두명의 각료는 보수당 재집권에 협회가 많은 지원을 해 줄 것을 희망했다. 협회측도 재집권 후 어

려운 편의점 비즈니스 환경을 타개하는데 더 많은 노력을 기울여 줄 것을 당부했다. ■



한국 편의점 5만개 시대

모국의 편의점 산업이 큰 위기에 봉착했다. 인구 비례로 지나치게 많은 점포수 때문이다. 100미터는 고사하고 50미터 반경에도 여러 개의 업소들이 난립해 과당 경쟁으로 몸살을 앓는다. 거의 대부분이 체인사 편의점인데 회사마다 과당 출점으로 동반 매출하락을 겪는 것이다. 2016년 이후 매년 11.6%의 매점 증가를 기록했으며 코로나 사태로 인해 근접 소비가 늘어나 2020년 한해만 3천여 개의 새로운 편의점이 오픈했다.

한국도 편의점에서 매출의 핵심을 담배가 차지하고 있는데 무분별한 출점을 막기 위해 담배 소매인 지정 거리를 현재의 50미터에서 100미터로 개정하면 그나마 도움이 될 것이라는 분석도 있다.

편의점 왕국이라는 일본도 2080명 당 1개인데 한국은 인구 1077명 당 1개로 인구 비례로 따지면 일본 보다 2배가 많은 셈이니 편의점 왕국의 호칭은 일본이 아니라 한국이 차지해야 할 상황이다. 과포화 상태의 한국 편의점 산업 미래는 이래서 매우 암울하다. 점주들은 이같은 과밀 분포 현상으로 매출 부진을 면치 못하며 본사 좋은 일만 시키고 있다. 이러자 본사도 한계를 느껴 몇년 전부터 해외로 눈을 돌려 아시아에서 한국 편의점이 꾸준히 늘어나는 추세다.

몇가지 주목할 현상으로는 편의점 매출이 2021년부터 대형 마트 매출을 앞질렀다는 사실이다.(편의점 매출 15.9%, 대형마트 15.7%) 또, 신규 오픈하는 점주들의 연령대가 젊은 층이 많아지고 있다. 2021년 3000여개의 신규 오픈 편의점의 30% 이상이 20대에서 30대의 젊은 층이라고 한다. 이런 변화에도 불구하고 난립하는 편의점으로 업계 전체가 위기를 맞고 있다. ■

(주) 하이쿨텍 냉동·히팅

“신속하고 좋은 서비스를 약속합니다!”

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

Canada Heating & Cooling Licensed Technician

heating and cooling



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

- 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



장거리 출장수리 가능 신용과 책임을 우선 합니다

416.909.7114

박효진 (Roland Park) 

Cell (416)985-5287

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

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

실업인협회 단체보험



SOS 캠페인 再開

총선 앞두고 불법담배 척결 촉구



협동조합 매장안에서 편의점살리기 캠페인이 열렸다.
6월 은주 총선을 앞두고 정치권의 편의점 주요 이슈에 대한 주의환기 차원에서 4년만에 다시 가지게 된 것이다.

4년 만에 협회의 SOS 캠페인이 재개됐다. 지난 4월 6일(수) 오후 12시에 편의점 살리기(Save Our Stores) 캠페인이 협동조합 매장 안에서 열렸다. 본부협회 심기호 회장(협동조합 운영이사장 겸임), 신영하 전임 협동조합 이사장, 본부협회 사업팀 직원 이주녕씨가 함께 한 캠페인은 유관단체 사이트는 물론 다양한 소셜 미디어를 통해서 널리 알려졌다.

4년 전과 마찬가지로 대정부 로비 전담 홍보 회사 그래스루츠(Grassroots 대표 Peter Seemann)를 통해 기획한 행사는 심기호 회장이 성명서를 발표하고 자리를 함께 한 두사람이 각자의 경험담을 전한 후 피터 시먼 대표와 심회장이 질의응답을 하는 형식으로 진행됐다. 과거 방식보다 더 현장감있고 충실한 포맷으로 발전된 모습이었다.

자유당 정권에서 미온적인 대응으로 불법담배 문제가 해결은 커녕 번창으로 치달아 편의점에 대한 갖가지 통제 일변 정책에 더해 정품 담배 매출 감소로 큰 고통을 겪었던 기억이 재소환됐다.

이후 지난 2018년 6월에 비즈니스 친화적 정책을 표방한 보수당으로 정권이 바뀌었고 소매업소에 숨통이 다소 트이기는 했으나 불법담배 문제만큼은 그다지 가시적 변화를 체감하지 못하고 4년만에 6월 총선을 다시 맞이하는 순간이다.

총선을 앞두고 정계를 향해 편의점 업계의 목소리를 내기 유리한 국면을 고려한 이번 SOS 캠페인 재개는 편의점 업계의 가장 심각한 이슈인 불법담배 척결 의지를 협회가 가장 먼저 공식적으로 표면화했다는 점에

서 의미가 크다. 담배농가는 물론 담배 제조사, 공급사, 소매업체 모두가 비상한 관심을 가지고 주목하는 캠페인이다.

심기호 회장은 성명을 통해 “불법담배로 인한 업계의 피해는 물론, 불법으로 조성된 막대한 돈이 범죄집단의 든든한 자금줄로 오용되는 사회적 피해, 그리고 탈세로 인한 정부 세수(稅收) 피해 등 열거하기 힘든 부작용을 방지해서는 안된다”고 강조했다. 회장은 불법담배 퇴치에 무게를 실으며 집중적인 조명을 하는 가운데 편의점 여건 개선을 위해 주류판매 편의점 전면 개방과 복권수수료 인상 등 실리적 차원의 이슈들도 부각시켰다.

수십년간 편의점을 운영하다가 최근 그만둔 신영하 전임 협동 조합 이사장은 “업소 운영을 중단한 여러 요인이 있지만 불법 담배로 인한 매출 감소가 결정적”이라며 자신의 체험을 밝혀 고충을 실감케 했다. 이주녕 직원 또한 부모님이 운영하는 가게가 조만간 폐업할 예정인데 이 또한 담배 매출이 과거에 비해 절반으로 줄어든 탓이라고 말했다.

협회의 SOS캠페인은 지난 2017년 8월부터 시작해 이듬해 3월까지 6차례를 시행했으며 현장감을 살리고 호소력과 전파력을 강하게 하기 위해 회원 업소를 순회하며 가졌다. 쇼핑하러 들른 손님들도 관심있게 지켜보며 공감을 표시하기도 했고 일부 주류 매체와 동포 언론들도 앞다퉈 보도했다. 일부 NGO 단체들은 불법담배에 넣었고 있다고 당시 자유당 정부에 맹공을 퍼부으며 SOS캠페인을 열렬히 지지하기도 했고 캠페인 현장을 동영상에 담아 젊은층이 많이 방문하는 사이트에 올려 화제가 됐다.



▲ 사진은 지난 2017년 8월 9일 첫 SOS 캠페인을 벌이던 모습이다. 업소는 당시 김학용 본부협회 이사가 운영하던 상호 '브라더스 컨비니언스' (Brothers Convenience)였다. 이 업소는 2014년 4월 21일 연방 보수당 집권 시절 이던 2014년 4월에 불법담배 퇴치에 관한 정부의 성명서 발표가 있었던 전력 때문에 상징성을 살리자는 의미에서 선정됐다. 당시 피터 켄트 환경부 장관, 제이슨 케니 이민부 장관 등 다수의 유관 부처 장관과 의원들이 김 이사 업소에 와서 편의점 실정도 살피고 불법담배로 인한 고충을 경청하면서 불법담배와 관련된 공약을 발표했다.

4년만에 재개되는 이번 협회 SOS 캠페인은 총선을 앞두고 한두차례 더 열릴 예정이며 정치권을 각성시키기에 충분한 무게감을 가질 것으로 업계가 입을 모으고 있다. ■

1 SOLUTIONS

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

업계 전문지 CSN, 협회 SOS 캠페인 소개

“OKBA, 온주총선 앞두고 SOS 캠페인 벌여”

04/06/2022

OKBA launches "Save our Stores" campaign in the lead up to provincial election

Organization is calling on Ontario's next government to crackdown on the sale of contraband tobacco, which is hurting c-store operators.



Michelle Warren
Editor, Convenience Store News Canada

With criminals reportedly selling illegal tobacco products outside their stores and membership dwindling, the **Ontario Korean Businessmen's Association** is reigniting its "Save our Stores" campaign in the lead up to the provincial election.

OKBA president **Kenny Shim**, who stepped into the role in November, told reporters this morning that membership has fallen to 900, from a high of 2,700. Convenience stores across the province are closing and he wants Ontario's next government to help do something about it.

While there are a number of challenges the channel faces, from minimum wage hikes to regulatory red tape, skyrocketing hydro bills and a lack of beverage alcohol at convenience, one issue that continues to plague operators is unregulated tobacco sales.

"Today, many of our members are barely hanging on," says Shim. "Many of our store owners will be forced to close."



4월 6일 재개한 협회의 SOS 캠페인을 업계 전문지 Convenience Store News가 당일자에 동시에 소개했다. 이하 기사 내용을 요약 정리한다.

차기 온주 정부를 겨냥한 불법담배 퇴치 요구가 드높다. OKBA의 '편의점 살리기 SOS 캠페인'이 이런 요구의 첫 목소리를 내고 있다.

불법담배 판매가 기승을 부리는 가운데 OKBA 심기호 회장이 이끄는 이 캠페인 관련 성명 발표에서 심회장은 "한때 2,700명의 회원을 자랑하던 협회 회원수가 이제 900명 수준으로 급감한 현실이 심각하다"고 말했다. 폐업이 속출하고 있어서 차기 정부의 이 이슈에 대한 강력한 대처가 필요하다는 지적이다.

심회장은 과도한 기본급 인상, 전기세를 비롯한 공공요금의 급격한 인상, 구인난, 술판매 정책의 지지부진 등도 편의점을 힘들게 하는 여러 요인임을 강조했다. "이중 삼중의 어려운 환경속에서 회원들은 근근이 버티고 있는데 앞으로 더 많은 업소들의 폐업이 예상

된다"

OKBA 사업실장 역할을 맡고 있는 직원 브라이언 리씨는 "오릴리아에서 지난 2000년부터 부모님이 편의점을 운영해왔으나 4월 말에 폐업할 상황"임을 전하며 "결정적 요인은 불법담배의 만연"이라고 말했다. 그의 부모님 가게는 원주민 보호구역 인근에 위치하고 있다.

편의점 산업은 지난 팬데믹 발발 초기 수개월 동안 잠시 담배 매출 증가의 기쁨을 맛봤다. 불법담배를 구하기 힘들어진 덕분이었다. 시장조사기관 Ernst&Young이 편의점산업협의회(CICC)의뢰로 수행한 조사 데이터에 따르면 2019년 동기 대비 평균 24%의 담배 매출 증가를 기록했다고 한다. 잠정 폐쇄됐던 원주민 지역이 2020년 7월부터 다시 오픈하자 편의점의 정품 담배 매출은 다시 원래의 상태로 되돌아 왔다. 심회장은 "정부가 불법담배 문제 해결을 위해 더 많은 예산을 투입해야 한다"고 강조하며 "협회 회원들은 연령체크 등 책임감과 준법정신이 투철하다"고 말했다. ■

편의점 인력 가뭄 해소 5가지 대응책

근무의욕 진작 위한 부담없는 인센티브 동원



일본에서 인력난이 가장 심각한 업종 중 하나가 편의점이다. 그래서 이미 수년 전부터 외국인 점원으로 충원해 인력 가뭄을 해결하고 있다고 한다.

이미 지난해 하반기부터 업종 불문하고 인력 가뭄에 허덕이는 모습은 세계적인 현상이 됐다. 코로나 초기부터 1년이 넘도록 공급대란으로 극심한 혼란을 겪더니 이제 사람을 못구해 난리가 벌어지고 있는 것이다.

편의점은 체인사의 경우, 타 매장에서 인력을 차출해서 급한 불들을 끄지만 임시방편일 뿐이다. 전문가가 제시하는 대응책 6가지를 소개한다.

1. 최저임금 초과 지급하기

업소 경쟁력 제고를 위해서 뿐만 아니라 종업원의 업무 환경 변화에 대

한 인식 전환을 위해서도 최저 임금보다 더 높은 보수를 지급하는 것이 바람직하다. 요즘 일선 종업원들은 IT에 대해 상당 수준의 지식과 경험을 구비하고 있고 온라인 환경에 익숙해있다. 그리고 그런 종업원을 확보해야 한다. 아울러 팬데믹 상황에서 보건 위생 관련해 물려드는 손님들을 적절히 통제하고 마스크 착용을 유지해야 하는 등 역할이 더 다양해졌다. 한마디로 종업원이 할 일이 더 많아졌으니 이에 상응하는 인센티브로 최저 임금보다 상향된 급여를 지급할 필요가 있다.

온타리오의 한 베테랑 편의점 업주는 단적으로 이렇게 말한다. “편의점 종업원의 능력이 단순히 계산이나 잘하는 역할에 머무는 시절은 지났다.

산술 능력에 더해 종합적 이해력과 판단력이 갖춰져야 한다. 요구 사항은 날로 다양해지고 있는 환경이다. 이에 능숙한 대응을 하는 경쟁력있는 종업원을 확보하고 장기 근무를 유도하려면 최저임금에 딱 맞출 것이 아니라 여하한 형태로 유인책이 필요할 것이다.”

2. 부담없는 인센티브 제공하기

소규모 편의점을 운영하며 종업원 신입 기념 상여금(signing bonus)이나 인력 소개 보너스 등을 지급하는 것이 재정적으로 큰 부담이 될 수도 있다. 따라서 다른 형태의 인센티브를 생각해볼 수 있다. 예를 들어, 자신의 종업원이 업소 물건을 살 때 할인가로 제공해준다는 매월 고정급으로 100달러 보너스를 지급한다든가(이는 100달러를 자신의 업소에서 소비한다는 것을 전제로) 업주에게 그다지 부담될 것이 없는 수준의 매력적인 인센티브가 될 수 있다.

한 전문가는 “이 소소한 매력은 새로운 종업원을 뽑을 때 업소에 대한 좋은 이미지를 주며 과부담을 피하며 구인을 용이하게 하는 요소가 된다”고 적극 권장한다.

3. 소셜 미디어 활용도 높이기

젊은층 구직자들은 소셜미디어도 하면서 멀티 테스킹으로 일하기를 좋아하는 경향이 있다. 친구들한테 이런 저런 정보도 열심히 전달하고 전달받는다. 이런 상황을 염두에 둘 때, 소셜 미디어를 활용한 적임자 찾기를 적극 권한다. 기존의 젊은층 종업원이 주인에 대한 좋은 이미지를 가지고 있다면 인력 추가 모집 시 이들이 소셜미디어로 업소와 주인을 홍보해준다.

한 전문가는 이렇게 말한다. “원래 편의점 일이라는 것이 그다지 매력적인 것으로 각인돼 있지는 않다. 따라서 장점을 부각시키고 매력적인 포인트가 자연스럽게 전파되도록 하는데 SNS만큼 훌륭한 수단도 없다. 특히 독립 편의점의 경우, 그 업소만의 장점이 있다면 이를 집중 부각해서 좋은 일꾼을 얻도록 해 볼 일이다.”

체인 편의점의 경우 세븐일레븐 캐나다가 좋은 사례가 될 것이다. 내부 페이스북 네트워크에 업소와 업소 사이의 종업원 유대를 조성하기 위한 방안을 하나 만들어 정보 교류를 가능하게 하고 있다. 이런저런 평가들도 올리는데 구인 업소에 대한 정보도 올라간다. 부회장 겸 전문인 노먼 하위 씨 말을 들어보자. “회사 측은 상황 진행에 대한 피드백을 함께 공유하는데 종업원들이 적극 참여하기를 바란다. 이 네트워크를 통해 경영진에게 이들이 궁금한 점, 개선할 점들을 자유롭게 개진할 수 있도록 유도한다.”

모범적인 편의점을 운영하고 있는 Little Short Stop Stores는 또 다른 좋은 사례인데 이 체인점은 워츠 앱(WhatsApp)을 이용한 그룹 채팅방을 구축하고 있다. 지역담당 매니저 로비 멀더씨는 “종업원들이 동시에 메시지를 올리고 의견들을 나눈다. 만약 이것이 없다면 종업원의 진솔한 이야기를 듣고 피드백할 수 있는 기회가 가능할까 싶다. 팀의 상호소통에 정말 유용하다는 것이 판명되고 있다.”


4. 자발적 기여와 성장 유도

종업원 스스로의 의사소통 라인을 열어두면 그들의 멋진 아이디어를 통해 종업원 자신들의 사기진작과 서비스를 받는 손님들의 유쾌한 경험을 동시에 얻을 수 있다. 문제는 그들의 의견을 듣고서 흘러버릴 것이 아니라 실천 가능한 것을 행동으로 옮겨주는 것이다. 팀워크와 소속감을 가질 수 있도록 여건을 조성해 주는 것이 주인이 할 일이다. 숙달되고 능력있는 종업원을 만드는 것은 주인 하기 나름이다. 종업원에 대한 존중과 근무 의욕을 북돋울 수 있는 방법을 고안해서 실행에 옮겨야 한다. 자기 발전의 비전을 가지고 업소를 내 업소로 생각하게 만들어야 한다. 업소마다 처한 상황은 다양하겠으나 자신의 업소 고유의 장점을 살리고 사기를 올릴 수 있는 방법은 주인이 가장 잘 알 것이다.

5. 인정과 보상으로 존재감 확인

온타리오에 소개하는 한 편의점 주인은 업소를 시작한 후 처음으로 작년 연말에 휴가를 가기로 결심했다. 그리고는 종업원 중 3년 6개월째 일하고 있는 종업원에게 업소 매니저를 맡을 수 있는지를 물었다. 공무원이 되고 싶어했던 이 여 종업원은 뜻밖의 제안에 무거워질 책임감과 승진의 기회가 동시에 온 상황을 심사숙고했다. 그리고 제의를 받아들였는데 주인이 시급을 1달러 올려주기로 한 것이 결심의 결정적 동기였다.

일을 잘하는 종업원에게는 마땅히 그의 능력에 대한 칭찬이 따라야 한다. 인간에게는 누구나 인정욕구라는 것이 있다. 또한 칭찬에 걸맞은 보상이 있어야 한다. 결코 이깁지 않은 인적 투자이며 주인에게로 반드시 그 값을 되돌려 준다는 점을 잊지 말자. ■



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

베이핑 Juul vs 워싱턴 州 소송

2,400만 달러 합의로 2년 송사 마무리

JUUL



미국 굴지의 베이핑 제조사 줄(Juul)과 미국 워싱턴 주 사이에 2년 가까이 진행된 법정 소송이 일단락 됐다. 지난 4월 13일 킹카운티 상급심 법원은 피고인 줄이 원고측인 워싱턴 주정부에 2,250만 달러를 지급하라고 합의안을 제시했고 줄이 이 중재안을 받아들이며 최종 마무리했다. 원고측인 정부는 줄이 미성년자에게 어필하는 디자인과 마케팅으로 관련 법 규정을 위반했으며 중독성에 대해서도 소비자들을 기만했다는 취지로 2년 전 소송을 제기했었다.

한편 줄은 합의금으로 2,250만 달러를 지급하는 것 이외에도 다음과 같은 정부측 요구를 수용하기로 했다.

- 청소년을 유혹하는 여하한 광고 전면 금지
- 소셜미디어 판촉 금지
- 니코틴 성분이 흡연자에게 끼치는 영향과 니코틴 함유 실태를 사실대로 밝히는 마케팅
- 미성년자 대상의 판매 행위 근절을 위한 프로그램 시행 (온라인을 포함한 합정단속 시행)

줄은 또한 주 법무부 앞으로 매 90일 마다 합정단속(mystery shopping)프로그램 시행 결과를 상세히 보고할 의무 준수도 받아들였다. 정부가 요구한 합정단속은 매달 최소 25회 이상 소매업소를 대상으로 향후 최소 2년 동안 실시해야 하며 이 중 워싱턴 카운티는 매년 최소 1회 시행을 포함하고 있다.

밥 퍼거슨 워싱턴주 법무부 장관은 “줄은 사람보다 이윤 추구를 우선시했고 미성년자의 베이핑 습관을 급속도로 확산시킨데 책임이 있다.”고 말했다. “줄은 지난 수십년에 걸쳐 벌인 니코틴 중독과의 싸움을 무기력하게 만든 행위를 했으며 응당 상응하는 책임을 지기 위해 지금까지 취득한 이윤의 일부를 내놓게 된 것이다. 앞으로 줄은 일대 비즈니스 혁신을 통해 당사 제품이 워싱턴 주 미성년자에 의해 소비되는 것을 철저히 차단할 의무가 있다” 장관이 시애틀에서 기자회견을 통해 밝힌 말이다.

줄 또한 성명을 통해 다음과 같이 발표했다. “이번 합의는 회사를 재정립하고 지난 관행을 개선하는 하나의 계기가 될 것이며 주정부의 미성년자 보호 정책을 적극 지지하는 의미에서 향후 더욱 철저히 모니터링에 임할 것이다. 줄은 이번 합의 내용들은 회사가 현재 추진하는 정책과 정확히 부합하고 있으며 미성년자의 베이핑 제품 이용은 차단하면서 성인 흡

연자의 금연을 위한 과도기에 도움을 주는 방향으로의 입장은 유지할 것이다.” 합의안을 받아들이면서도 회사측이 비행을 저지른 것은 없었다는 단서도 달았다. 지금까지 고수해왔던 회사 정책의 연장선에 이번 합의가 있었다는 뉘앙스로 표현했다.



▲ 2020년 9월 4일 기자회견에서 줄과의 소송을 벌이게 된 경위를 설명하고 있는 밥 퍼거슨 장관.

줄은 본사가 샌프란시스코에 있으며 미국 시장에서의 입지가 좁아지며 이웃 캐나다 시장 공략에 지난 수년간 큰 공을 들여왔다. 회사는 지금까지 루이지애나, 아리조나, 노스캐롤라이나 주와의 송사에 휘말려 있으며 노스캐롤라이나 주정부와는 4,000만 달러에 합의하고 향후 6년에 걸쳐 분할 지급하기로 돼 있다. 이 돈은 전자담배 금연과 중독 치료, 전자담배 연구 등에 광범위하게 사용될 것이라고 한다.

이번 합의를 도출하는데 앞장선 퍼거슨 법무장관은 줄이 베이핑 제품을 첫 출시하던 2015년에 이미 소셜 미디어를 통해 줄이 청소년 전자담배 소비를 부추겼다고 강력히 주장한 인물이다. 당시 법무부가 조사한 바에 따르면 워싱턴주 고등학교 학생들 사이에 2016년 베이핑 소비 경험율이 13%였던 것이 2018년에 21%로 급증했다고 한다.

미국 전국을 대상으로 조사한 한 정부 자료에 의하면 2021년에 고등학교생은 11%, 중학생은 3%를 기록했는데 이는 바로 전해인 2020년 대비해 고등학교생은 40%, 중학생은 5%가 감소한 수치다. ■

편의점 주인이세요?

온타리오에서 **불법담배**를 몰아내는데
여러분의 도움이 필요합니다!




SOS
SAVE OUR STORES

오는 **6월 2일**은 온주 총선입니다.

현역 의원들을 포함해 모든 후보자들에게
다음과 같은 사실들을 알립시다.

- 불법담배로 인해 주 정부의 세수 손실이 매년 10억 달러에 이릅니다.
- 불법담배로 인해 여러분과 같은 소매업주는 매년 10만 달러의 매출 손실을 입고 있습니다.
- 싸구려 불법담배가 미성년자의 흡연을 조장합니다.
- 불법담배의 수익은 조직범죄에 흘러들어 갑니다.

이제 제발 그만!



지역구 의원들과 포드 수상에게 이 문제를 적극 대처하도록
촉구하고 우리가 행동에 나설 것임을 알려야 합니다.

“헛 공약은 더 이상 용납하지 않을 것입니다!”

당신의 지역구 의원들에게 아래 사이트를 통해 편지를 보냅니다.

www.saveourstores.ca/writeyourMPP

푸드서비스, 편의점의 비교 우위

요식업계의 타격이 기회 요인으로...



▲ 인력난, 인플레이션, 공급망 교란 등으로 중첩되는 고통을 겪고 있는 요식업계와는 달리 편의점 푸드서비스는 여유있는 입장이며 트래픽 증대의 기회가 되고 있다. 대부분 완성품을 들고 나가는 시스템이기 때문에 이렇다 할 고충을 별로 겪지 않는다.

구인대란, 높은 인플레이션, 코비드로 인해 요식산업이 심각한 압박을 받고 있다. 그러나 편의점에게는 이 상황이 하기에 따라 오히려 기회 요인이 될 수도 있다는 점에서 고무적이다. 업계 전문가 제프 도버씨가 Convenience Store News 최근호에 게재한 컬럼을 기초로 핵심을 짚어본다.

푸드서비스가 편의점에서 차지하는 비중이 날로 높아지고 있는 것은 주지의 사실이다. 일부 업소들은 거의 전문 패스트푸드점 수준의 독립된 섹션을 운영하기도 한다. 그러나 대부분의 편의점은 소규모로 운영되며 편의점 비즈니스 전체의 일부를 점하고 있다. 다만 중요성이 강조될 뿐이다. 여하튼 규모가 어떠하든 푸드서비스는 편의점 수익창출과 증대에 크게 기여하고 있고 취급아이템이 점점 다양화되는 추세다. 그런데 최근 푸드

서비스 산업 전체가 큰 난관에 직면해 있다. 인력수급의 심각한 불균형, 식재료 원가 폭등, 제품 공급망 교란 등이 동시 다발로 발목을 잡고 있는 것이다. 그나마 코비드로 인한 영업 제한은 크게 완화된 것이 다행인 정도지만 안심할 수는 없고 여전히 보건안전과 관련해 긴장감을 늦출 수는 없다. 편의점 푸드서비스는 이 난관을 어떻게 극복해내며 위기를 기회로 삼을 수 있을까.

● 공급망 교란

편의점을 포함해 푸드서비스 산업 전체가 원재료나 완성품 공급의 불안정으로 큰 곤란을 겪고 있다. 물론 코비드가 주 원인이며 제조사와 공급사의 정상 가동에 제동이 걸렸기 때문이다. 이는 아래에서 언급할 인력난과도 밀접한 연관을 맺고 있다. (특히,물류기지에서 인력 확보에 극심한 어려움) 이런 난제들로 인해 요식업계는 기존 메뉴 취급을 대폭 수정

하고 있는 처지다.

바로 이때문에 편의점은 기회를 잡는다. 일반 요식업이 정상적 영업에 차질을 겪고 있는 빈 공간을 편의점 푸드서비스가 치고 들어가는 것이다. 대부분의 식당 식재료는 동일한 공급처를 이용하며 브랜드 인지도가 높은 제휴사를 이용하고 있다. 하지만 편의점의 경우 대부분이 메뉴 조정에 신축성이 있고 자유로운 편이다. 업주가 임의로 변경하기가 용이하다. 시장기를 급히 달래야 하는 고객들에게는 특정 메뉴가 중요한 것이 아니라 아무것이라도 수준만 적당히 유지되면 편의점에서 해결이 가능하다. 이 지점을 주목하며 대응책을 마련하면 짝짤한 수익 획득의 기회가 된다.

● 인플레이션



▲ 식료품 가격이 이미 지난 2020년부터 오르기 시작했고 지난해의 4% 가까운 인상에 더해 올해도 5~7%가 올라 식당 메뉴 가격 또한 크게 올랐다. 편의점 푸드서비스는 가격정책에서 경쟁력을 가지기 때문에 오히려 기회요인이 되고 있다.

식재료 가격이 폭등하고 있다. 업계에서는 'Food inflation' 이라는 용어가 일반화됐다. B.C 대학이 발표한 최근 보고서에 의하면 올해 현재 대부분의 식재료 가격이 평균 5~7% 올랐다. 이미 지난해에 3.8%가 올랐으니 이에 더해 폭등이라 할 만하다. 일반 요식업소는 불가피하게 이를 반영한 소비자 가격을 인상할 수 밖에 없다. 팬데믹 이전 수년간 캐나다 요식업 손님 방문횟수는 제자리 걸음이었다. 따라서 매출 증대를 꾀하기 위해서 가격 인상을 하거나 경쟁업소로부터 손님 빼앗아오기 마케팅에 전적으로 의존해왔다.

그런데 이마저도 코비드 사태가 터지면서 트래픽이 오히려 줄어들고 손님 지갑도 닫히다보니 상황은 더 어려워지게 됐다. 이제 저마다 식당들이 가격 인상을 단행하자 손님들은 비싼 가격때문에 식당 찾기를 더 주저하게 됐다. 이 또한 편의점 푸드서비스의 기회가 된다.

편의점의 푸드서비스는 전문 식당 푸드서비스에 비해 훨씬 융통성을 보이기 유리하기 때문에 가격 경쟁 우위를 점할 수 있는 것이다. 일반 식당은 인건비 등 높은 고정비용을 피할 수 없다. 편의점은 이 영역이 자유롭다. 압박감이 훨씬 덜하다. 월세, 인건비, 광열비 등은 푸드서비스가 아니더라도 이미 감당해 오던 바이다. 인플레이션을 애써 반영해 가격을 올려야 할 필요는 없다. 전문 요식업소가 필수적으로 확보해야 할 마진율에 연연해야 하는데 비해 그럴 필요성이 없으니 가격 경쟁력을 가질 수 있

다. 한마디로 말해 식당 손님 트래픽을 편의점쪽으로 옮겨올 절호의 기회인 셈이다.

● 구인난

편의점뿐 아니라 모든 비즈니스가 과거부터 늘 능력있는 인력 확보와 유지에 고심해왔다. 그런데 현재의 인력시장 전체로 볼 때 요식업계가 가장 고통을 당하는 분야의 하나가 되고 있다. 팬데믹에서 다소 벗어나 경제가 회복 국면에 접어드는 이때 하필 구인난이 흑심하다. 모두가 기억하듯 2020년 3월부터 요식 업계는 대폭적인 인력 감축에 들어갔다. 해고된 인력들은 다른 업종으로 일자리를 옮겨갔으며 이제 회복기가 왔지만 대부분이 이쪽으로 되돌아오지 않고 있다. 이는 미국의 경우, 아주 명백한 현상으로 대두되고 있고 같은 북미주 시장인 캐나다도 미국 못지 않다.

요식업계의 대응책은 영업시간과 메뉴 줄이기가 고작이다. 인력을 다시 불러오기 경쟁이 가열되고 있고 몸값이 올라 '귀하신 몸'이 된 종업원 인건비 인상을 할 수 밖에 없다. 최저임금을 훨씬 웃도는 매력적인 시급 제시는 당연하고 재입사 보너스에 여타 다양한 혜택이 추가되어야 하는 실정이다.

편의점도 구인난으로 어렵기는 마찬가지이나 푸드서비스만 놓고 보면 상황은 유리하다. 편의점의 푸드 서비스라는 것이 일부 예외는 있으나 가족 운영 체제이거나 소수의 인력으로 돌아가는 경우가 대부분으로 인력난에 따른 푸드서비스의 고통은 거의 없다고 봐도 좋다. 그리고 대부분의 취급 제품이 완성품이기 때문에 별도의 인력을 투입하지 않는다. 간단히 마이크로 웨이브에 데워 먹거나 들고 나가는 휴대 먹거리라는 사실은 전문 식당과의 경쟁에서 크게 우위를 가진다. 또한 마진도 좋고 가격 정책도 융통성을 발휘하기 쉽다.

● 코비드-19 제약조건

코비드 대역병 기간 내내 요식업계는 영업에 엄청난 제약과 속박을 견뎌야 했다. 배달, 테이크아웃을 제외하고는 업장 내에서 손님에게서 서비스해야 하는 영업은 수시로 중단을 반복했기 때문에 정부의 일부 지원이 있었다고는 하지만 경제적 고통은 말할 수 없었다.

편의점 푸드서비스 모델은 바로 이 대목에서 일반 식당과 비교해 큰 장점을 발휘한다. 거의 대부분의 경우에 편의점 푸드서비스는 내부에서 손님을 서빙하는 것이 아니라 사서 바로 들고 나가는 시스템이며 식당이 겪었던 경제적 타격을 전혀 입지 않아도 됐다. 코비드 방역으로 인한 정부의 제약 조치가 재개된다고 하더라도 걱정할 이유가 없다. 하지만 최근 완화조치로 감염자가 폭증하자 정부의 통제 조치가 재개되는 것이냐는 우려가 요식업계에 팽배해가고 있는 와중에 편의점은 아주 여유로운 입장이다.

이상으로 요식업계의 여러 장애 요인들을 살펴봤지만 편의점은 매우 유리한 입지를 가지고 있고 오히려 전회위복의 계기를 삼을 여유있는 형편이다. 제품의 수준과 질만 잘 유지하고 보건 위생에만 신경을 쓴다면 푸드서비스 손님을 추가 창출하고 매출과 수익 증대를 꾀할 절호의 기회라는 점을 명심하자. ■

시가 시장 동향



중년 남성 주고객에 젊은층도 가세



이런 강한 흐름을 주도하는 배경은 무엇인가? 요인은 복잡해서 단순히 도식화하기는 어렵지만 포괄적으로 말하면 코비드 덕분이라고 볼 수 있다. 여느해 같으면 캐나다인들은 쿠바, 도미니카 공화국 등 시가 천국으로 여행들을 많이 갔겠지만 코로나 때문에 이들 지역으로의 여행이 크게 감소하자 해외로부터 들어오던 고급 시가 유입이 사라졌다.

참고로 세계 시가의 주요 생산지는 쿠바이며, 쿠바 이외의 주요 생산지들은 미국 및 도미니카 공화국, 브라질과 에콰도르를 비롯한 남미 국가, 카메룬 및 중앙아프리카공화국과 같은 중앙아프리카 국가, 인도네시아를 비롯한 동남아 국가, 이탈리아 등의 유럽 국가가 있다.

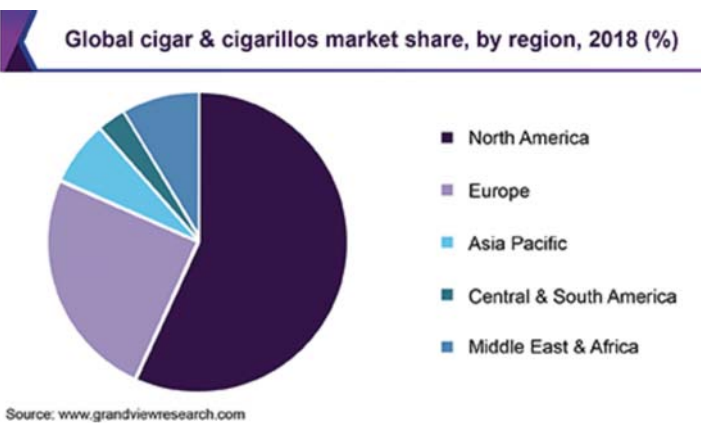
원래 시가는 개인의 기호와 취향에 따른 소비 충성도가 높은 제품이라서 휴가철 카리브 여행 기간에 애호품을 한 상자씩 구입하는 경향이 높다. 그러던 쇼핑이 끊겨 차선책으로 편의점에서 대체 시가에 대한 구매력이 커질 여지가 생겼다.

여기에 더 결정적인 요인이 인구통계적 변화이다. 중년 이상의 남성 중심으로 소비되는 시가 연령대가 최근 젊은층으로 확산되고 있다는 사실이다. 담배말이 페이퍼 등을 주로 생산하고 있는 Vale Republic Ltd.라는 회사 사업개발 담당 장폴 브라운씨의 말을 인용해본다. “지난 수년에 걸쳐 시장 다변화 현상이 분명해 보인다. 여성들의 시가에 대한 관심이 부쩍 늘었다. 세계적인 연예계 여성 셀럽들 예를 들어 비욘세, 마돈나, 제니퍼 로페즈의 시가 애용이 널리 알려지자 여성들 사이에서 시가를 즐기는 풍속도가 형성되어갔다.”

마리화나 합법화에 더해 젊은 소비자들이 가격대가 낮은 시가 제품을 편의점에서 구매하는 모습이 더 자주 눈에 띈다. 시가 소비자들은 과거보다 가격대에 훨씬 더 예민해졌다. 아무리 중독성 높은 기호 제품이라고는 하지만 높은 물가 상승에 따른 절약 정신이 발동한 것이다.

시가 소비 연령층이 다변화되는 현상에 따라 제조사와 공급사들도 제품 구색의 외연을 넓히기 시작했다. 지난 수년에 걸쳐 제조사들이 더 많은 신 제품을 개발했으며 소비자들의 선택의 폭이 커졌다. 맛과 규격, 배합 등 다양한 취향을 맞추기 위한 시도가 활발하다. 시가 전문숍 대신에 접근이 편리한 편의점을 구입 채널로 삼고 있는 소비자들이 늘어나고 있다. 시가 소비 촉진을 위한 다양한 이벤트 - 트레이드쇼, 일반 소비자 대상 판촉 행사 등 - 들이 코비드 제한조치 해체에 뒤이어 활발한 모습을 보여주고 있어서 시가 시장의 기지개가 활짝 펴지는 인상이다.

시가 흡연자층의 외연이 넓어지면서 시가릴로스를 포함한 세계 시가 시장이 양호한 흐름세를 보이고 있다는 반가운 소식이다. 코로나가 있기 전인 2019년을 기준으로 오는 2025년까지 증감 추세를 조사한 바에 따르면 연평균증가율(CAGR ; compound annual growth rate)이 3.1%인 것으로 전망되고 있다. ‘Grand View Research Data’에서 추산한 데이터이다. 또 다른 조사에 의하면 올해 2022년부터 2027년까지 CAGR 증가율로 매년 11.54%의 성장율을 보일 것이라는 매우 낙관적인 전망을 내놓고 있다.



▲ 세계 시가 소비 시장 점유율 (2018년 기준) 그래프를 보면 북미주 시장이 압도적 우위를 점하고 있다. 미국과 캐나다 시장이 전세계 시장의 절반 이상을 차지하고 있는 것이다.

한편, 캐나다 통계청 조사에 의하면 캐나다 국내 흡연자 중 시가 소비자는 약 3% 정도가 된다고 한다. 아울러 팬데믹 기간 내내 시가 소비의 모멘텀은 줄어들지 않고 기세를 계속 유지했던 것도 시가 시장의 청신호다.

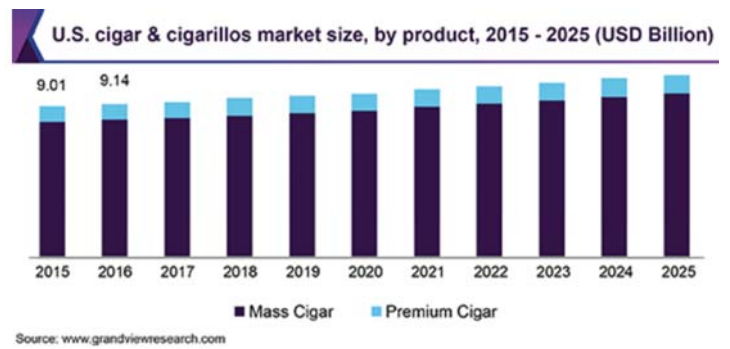
앞서 소개한 전문가 브라운씨는 젊은층 소비 증가에서 특히 그라바 시가(grabba cigars)가 단연 강세를 보이고 있다고 분석했다. 그라바는 담배 제조에 필요한 담뱃잎의 대표적 종류 중 하나다. 화학 첨가제가 없이 천연산 그라바 잎사귀로 제조된 시가를 통칭해서 이렇게 부른다.



천연 그라바 담뱃잎

전체 시가 매출을 담당하는 채널로 편의점은 매우 중요한 소비 통로다. 편의점 전체 매출에서 담배는 부동의 1위를 차지하고 있기 때문에 시가 역시 편의점 의존도가 높다. 다시 브라운씨의 분석을 인용한다. “지난 10여년간 편의점 채널을 통한 시가 판매는 막강한 트렌드를 유지해왔다. 체인이든 독립편의점이든 수제(hand-made)가 아닌 일반 시가 매출의 큰 점유율을 보여왔다. 대중화된 시가를 편의점만큼 손쉽게 구입할 수 있는 채널이 없기 때문이다.”

그에 따르면 다만 프리미엄급 시가는 사용하는 잎사귀와 사이즈에 특화돼 있기 때문에 시장 제약이 있다고 한다. 그러나 이런 트렌드도 4~5년을 주기로 변화와 등락을 반복하고 있다. 연방과 주정부의 여러 통제책으로 인해 폭발적 인기를 조성하는데 한계가 있다는 말이다. 예를 들어 러시아산 크림향 시가에 대한 인기가 높는데 미국쪽에서 아주 잘 나가고 있



▲ 미국 시가 소비 증가 추세를 보면 고급 수제 시가이든 대량생산 시가이든 점증하는 양호한 모습을 전망하게 해준다. 고급 시가는 전체 시가 물량에서 9% 이상을 점하고 있다.

다. 미국 세븐일레븐이 이를 포함한 프리미엄급 제품 보급의 선도적 역할을 하는 덕분이다. 하지만 캐나다도 이미 향이 가미된 제품 금지 조치로 인해 시가 시장 특히 프리미엄급 시가 확대에 제약이 받고 있는 것이 아쉬운 대목이다. 시가 업계 전문가들은 이구동성으로 정부 정책이 결국 특정 시가 불법 반입을 조장하는 결과를 낳고 있다고 지적한다. 그럼에도 불구하고 편의점 채널을 통한 시가 소비는 앞에서 열거한 몇가지 여건들로 인해 활황을 이어갈 것으로 보고 있다. 편의점 업주들은 여러 제약 조건을 감안하면서 인기 품목군 선별과 구색맞추기에 좀더 신경을 기울인다면 양호한 실적을 유지할 수 있음을 유념해야 할 것이다. ■

▶ KCWA 노스옥센터 사무실 : 5075 Yonge St. #401, North York
▶ KCWA 배더스트-핀치 사무실 : 540 Finch Ave. W. North York

2022년 5월 프로그램

근력운동의 중요성 대면

□ 일시: 5월 3일 (화) / 오전10시30분 - 오후12시
□ 담당: KCWA 가정상담원 김미란 (문의: 416-340-1556)
□ 장소: 540 Finch Ave W., North York
□ 내용:
1. 근력운동의 효과와 중요성
2. 근력운동이 필요할 때 일어나는 현상
3. 집에서 하는 간단한 근력운동

*준비물: 테라(Thera)밴드 또는 스타킹/레깅스
*30명 선착순

KCWA와 함께하는 영주권카드 갱신 신청안내 온라인

□ 일시: 5월 10일 (화) / 오전10시 - 11시
□ 담당: KCWA 선임 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1739)
□ 내용:
1. 캐나다 영주권자와 영주권카드
2. 영주권카드 신청이 필요한 이유
3. 준비서류와 진행절차
4. 알기쉬운 신청서 작성법
5. 자주 묻는 질문들

웰컴 투 캐나다 - 캐나다 시민권 시험 준비반 온라인

□ 담당: KCWA 선임 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1739)

시민권 시험 준비반 1
□ 일시: 5월 11일 (수) / 오전10시 - 오후12시
□ 내용: 1. 웰컴 투 캐나다 / 내가 사는 온타리오 이해하기
2. 캐나다 시민의 권리와 책임
3. 캐나다 공식 언어와 다양성
4. 캐나다의 상징
5. 온라인 모의 테스트

시민권 시험 준비반 2
□ 일시: 5월 18일 (수) / 오전10시 - 오후12시
□ 내용: 1. 캐나다 역사
2. 캐나다 근현대사
3. 캐나다인의 발견과 발명
4. 온라인 모의 테스트

시민권 시험 준비반 3
□ 일시: 5월 25일 (수) / 오전10시 - 오후12시
□ 내용: 1. 캐나다 정부 시스템
2. 연방 선거와 투표 절차
3. 캐나다 사법 시스템
4. 캐나다 경제와 지리
5. 온라인 모의 테스트

주정부 학자금 대출 프로그램 (OSAP) 온라인

□ 일시: 5월 9일 (월) / 오전10시30분 - 오후12시
□ 담당: KCWA 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)
□ 내용:
1. 'OSAP'이란?
2. 신청자격 및 조건
3. 신청 방법
4. 상환 방법

주거용 임대차법 대면

□ 일시: 5월 12일 (목) / 오후6시 - 오후7시30분
□ 담당: KCWA 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)
□ 장소: 540 Finch Ave W., North York
□ 내용:
1. '주거용 임대차법'이란?
2. 세입자와 임대인의 권리와 책임
3. 분쟁해결을 위한 필수 정보
4. 자주 묻는 질문들

Funded by Immigration, Refugees and Citizenship Canada

Financed by Immigration, Refugees and Citizenship Canada

주토론토총영사관
CONSULATE GENERAL OF THE REPUBLIC OF KOREA IN TORONTO

재외동포재단

육포 주전부리 '착한 가격' 유지

편의점 매출 밝은 전망, 무가당 제품이 득세



일반 식품가격 폭등으로서민 경제가 큰 어려움을 겪고 있는 가운데 소고기 가격 인상이 주도적인 영향을 주고 있다. 여기에 운송 비용과 각종 부대 비용까지 보태지며 소고기를 주요 식재료로 삼는 가공식품의 하나인 육포(肉脯)도 가격이 크게 오를 것으로 당연히 예상되겠다. 하지만 육포 가공회사들은 가격 인상을 별로 하지 않으며 '착한 가격'을 유지해 주고 있어 편의점 육포 주전부리 매출이 오르고 있다는 반가운 소식이다.

주저하는 바와 같이 치솟는 인플레이션을 잡는다고 미국과 캐나다 중앙은행이 금리를 수차례 인상하는 등 대응책 마련에 부심하고 있다. 인플레이션은 편의점에도 예외가 아니다. 소비자들이 주머니를 바짝 조이는 모습이다.

캐나다 통계청에 따르면 지난 1991년 8월 이후로 30년 만인 지난 2월에 최대치인 5.7%를 기록했다고 한다.

이런 어려움 가운데 캐나다 육포 제조사들은 편의점 채널에서 가장 매출 실적이 좋은 아이템의 하나인 육포 가격을 현상 유지한다는 계획이라 다행이 아닐 수 없다. 온주 오로라 소재 잭링크스(Jack Links)프로틴 스테이크 라인의 부사장 겸 전무인 커티스 데이비스씨의 말을 들어보자. “지난 10년 넘게 비프 저키는 주목할 만한 실적을 거둔 품목군의 하나였다. 매년 두자리 수의 매출 증가세를 유지해왔다. 편의점(주유소 병설 포함) 매출이 가장 크게 감소한 분야가 담배와 휘발유인데 이 핵심 두 품목의 매출 감소에 반비례해 육포의 중요성이 크게 증대하고 있다.”

그는 편의점에서 육포 매출이 호조세를 이어가도록 하기 위해 비록 파란 인플레이션 환경이지만 가격 정책에 변화를 주지 않는 것이 회사 방

침이라고 말했다. “비프저키 분야의 최 강자로서 제반 비용 인상 등 여러 부정적 요인이 있지만 소비자들이 체감하지 않도록 자동화 시스템 보강 등 구사할 수 있는 다양한 방법을 동원해 비용 절감에 최선을 다 할 것”이라고 강조했다.



인상된 원가를 소비자에게 전가시키지 않고 생산 과정에 변화를 주는 정책을 선택한 것이다. 그 중 하나가 주요 인기 제품군인 막대형 뼈빼로니 비프저키와 너깃형 비프저키 생산의 확대다. 단순한 주전부리 저키가 아니라 소비자들에게 높은 단백질과 저 탄수화물로 구성된 간편 식사 기능을 발휘한다는 정책이다.

또 일부 제품들은 맛과 향의 새로운 개발로 시리즈를 확대하고 있다. 그리고 기본 전략은 모든 신규 제품에 '기능성(functionality)'을 보장한다

(22면에 계속)

영 편의점, 베이핑 매출 큰 호조세

일반담배 매출 감소 보전하고도 남아

영국 편의점 업계가 베이핑 제품 매출의 호조세로 일반 담배 감소로 인한 손실분을 상쇄시키고도 남는 만족감에 젖어 있다. 업계는 이밖에도 담배 약세사리 제품군, 니코틴만 편리하게 충족시켜주는 니코틴 파우치 소비 급증, 시가 매출 급증 등 다양한 호재들로 적어도 담배군에 있어서는 행복해도 좋은 환경을 즐기는 중이다. 주제별로 각각 살펴본다.

1. 전자담배 매출 실적 매우 양호



자료는 2021년 12월 26일 기준으로 이전 12주 매출을 2020년 동기 대비한 실적이다. 이 기간의 비교 실적을 보면 일반담배 매출은 4,600만 파운드(캐나다화 7,500만 달러) 이상 감소했다. 참고로 영국의 연간 일반담배 소비액은 대략 180억 파운드 정도이다. 대신 전자담배와 씹는 담배(nicotine pouch)의 매출이 4,800만 파운드 증가해서 일반담배 감소폭을 상쇄시키고도 남았다. 증가액의 거의 대부분은 전자 담배(92%인 4,450만 파운드)가 차지한다.(유럽은 북미주와 달리 전통적으로 담배말이 페이퍼와 씹지 담배를 사서 손수 말아 피우는 흡연자들이 상당히 많다.)

한마디로 영국은 일반담배 판매가 열세인 반면 전자담배 매출이 매우 양호한 증가세를 보여주고 있다.

이런 호조세를 바탕으로 영국 체인 편의점 큰손인 니사(Nisa)는 올해의 베이핑 제품 실적도 강한 증가세를 보일 것으로 전망하고 있다. 니사의 도매채널 담배 담당 이사 헬렌 러드랩씨는 “장기 추세로는 일반담배와 말리 담배(RYO ; roll your own)의 뚜렷한 감소를 경험하고 있다”고 증언했다. 그런데 그녀의 증언에서 비상한 관심을 끄는 대목이 있다. “웬데믹 기간 초기에 불법담배가 주춤하자 많은 애연가들이 정품 담배를 사기 위해 편의점을 이용하면서 일반 담배와 말리 담배 매출이 한동안 늘었으나 최근 정부의 경제 활동 정상화 조치 이후는 다시 원점으로 돌아가 감소세를 이어가고 있다.”

그녀의 이같은 증언은 캐나다에서 경험한 것과 동일한 상황이 영국에서도 벌어졌다는 것이며 영국 역시 불법 유통담배로 인한 편의점의 경제적 피해가 막대하다는 것을 알 수 있다.

그녀는 단도직입적으로 이렇게 말한다. “2022년 한해는 베이핑의 해가 될 것이다.” 베이핑 판매 실적에 대한 꽤나 낙관적인 전망의 근거로 일반 담배 가격의 인상, 소비자들의 건강을 의식한 대체 담배로의 전환 현상을 지적했다. 니사는 전자담배에 대한 흡연자들의 관심과 소비 증대 현상을 반영해 구전 또는 소셜미디어를 적극 활용하면서 대체 담배 - 주로 베이핑 제품 - 판매에 전념할 계획이다.

잉글랜드 남부에서 5개의 편의점을 운영하고 있는 한 업주는 베이핑 사업의 비중을 키우는 것에 대해 당연하다는 반응이다. 3년 전에 이 업주는 업소 내 한 공간을 전문 베이핑 매장으로 개조했는데 매출이 매년 늘고 있다며 자신의 투자 선택에 크게 만족하고 있다. (영국은 업소 공간을 벽으로 특별히 분리하지 않고 내부의 한 공간에서 특정 코너를 전문 베이핑 숍과 같은 외관으로 운영하는 것이 법적으로 가능하다.)

또다른 편의점 업주 역시 베이핑 라인을 최근 더 확대해서 재미를 보고 있다면서 일반 담배 매출 감소를 베이핑 제품 매출로 보전하고도 남는다고 흐트러진 반응을 보였다. 그는 이전에 1미터 4단 진열대로 베이핑 제품을 취급했는데 현재 3미터로 공간을 크게 확장해서 마치 베이핑 숍과 같은 분위기를 연출했다.

2. 베이핑 매출 38%를 편의점 채널이 점유



▲ 영국 편의점에서 가장 인기있는 베이핑 제품인 블루와 엘프바

2021년도 영국 베이핑 제품 총 매출액은 약 12억 파운드인데 이 중 38%가 편의점 채널이 거둔 실적이다. 베이핑 제품 매출의 강한 증가세는 편의점 업주들로 하여금 이 품목군 공간 점유율을 확대시키도록 자극하고 있다. 다양하게 구색을 갖추려면 공간을 더 배정하는 것은 당연하다.

전자담배 장사는 팟과 카트리지 매출 여하에 달려 있다. 가장 인기있는 브랜드는 'myblu'인데 폐쇄형이 7.9%, 개방형이 4.9%를 장악하고 있다. 이 브랜드는 영국 최대 담배회사의 하나인 임페리얼 토바코 (Imperial Tobacco)가 소유하고 있다. (*캐나다의 임페리얼 토바코와는 다른 회사임. 캐나다 회사는 영국의 BAT 산하에 있다.) 그런데 편의점에서 손님들이 가장 많이 찾는 브랜드는 'Elf Bars' 라고 한다. 일회용 소비 제품으로 인기가 매우 높고 주로 20대에서 40대의 연령이 찾는다고 한다.

대체로 편의점을 찾는 전자담배 쇼핑객은 일회용 제품으로 시작하기 때문에 엘프바 제품이 인기라고 하는데 이리다가 점차 하이테크 기반한 고급 베이핑 키트로 옮겨가는 경향을 보인다. 한 업주는 당분간은 일회용 제품에 대한 의존도가 높을 것이며 일반 담배 흡연자들의 금연 시도에도 단기적인 효과가 큰 것 같다고 말한다. 일회용에서 고급 키트쪽으로 취향을 바꾸게 되면 장기적으로 돈도 절약되며 특히 니코틴 의존도를 줄이는데 도움을 준다고 한다.

3. ACS의 새로운 지침

영국편의점협회(ACS ; Association of Convenience Stores)가 최근에 전자담배 취급 관련해 새로운 지침을 회원들에게 하달했다. 일명 'Assured Advice on E-Cigarettes' 라고 불리는 정보 팜플렛인데 여기에는 편의점 업주들과 종업원들이 숙지하고 있어야 할 정부 관련 정책과 법규에서부터 취급 요령 등에 이르기까지 자세한 내용이 수록돼 있다. 물론 캐나다의 유관 단체와 마찬가지로 연령 체크의 성실도를 강하게 권고한다. 지역 커뮤니티의 책임감있는 성원으로서 신뢰를 구축해야 한다는 취지다.

영국에서는 술과 담배가 18세 이상부터 법적으로 구입 가능하다. 그러나 정부의 규정은 25세 미만으로 보이는(appear) 손님은 연령 확인을 분명히 하도록 하고 있다. 이 정책을 잘 준수하자고 ACS가 주의를 자주 환기시킨다. 이를 소위 'Challenge 25 policy' 라고 하는데 지난 1월에 연령확인 준수하기 캠페인의 일환으로 업소에 부착하라고 신규 포스터를 제작 배포했다. 계몽 캠페인을 강화한 배경에는 베이핑 제품의 인기 상승과 매출 증가로 인한 연령체크 소홀에 대한 우려때문이라고 한다.



4. 니코틴 파우치 매출 절반을 편의점이 점유

니코틴 파우치(nicotine pouch)라는 용어가 수년 전부터 영국에서 유행이다. 종래의 씹는 담배와 유사한데 업계 주장에 따르면 인체에 해로운 성분을 대폭 없애고 금연을 원하는 흡연자에게 편리한 과도기 담배 대체물로 적격이라고 한다. 니코틴만을 보충해주는 기능에 국한한다는 것이다. 껌통에 담겨 있고 필요할 때 주머니에서 꺼내 작은 봉지 하나를 꺼내 입에 넣고 씹으면 된다.



이 제품이 영국에서는 2019년부터 대박을 치고 있다. 월 평균 220만 파운드씩 팔려나가는데 편의점 채널이 거의 절반(47%)을 맡고 있다. 가장 인기있는 브랜드는 'Nordic Spirit' 이다. 이 제품은 JTI UK가 공급해서 인기를 구가하고 있다. 광고 캐치프레이즈 그대로 일반담배는 물론 베이핑 제품에서도 뿔어나 오는 연기가 전혀 없으니 제 3자에게 피해줄 일도 없다는 매력적 표현을 사용하고 있다.

현재 영국에서 이 제품군의 매출은 월 평균 8% 증가세를 보이고 있으며 2020년 대비 2021년에는 200%가 넘는 성장세를 기록해 화제가 되고 있다. 닐슨 UK가 조사한 데이터다.

5. 흡연자 장비구니가 비흡연자보다 훨씬 커

영국에서 일반 담배 시장 규모는 약 140억 파운드(稅前)에 달하는데 이를 쪼갠 담배와 말이 담배로 구분하면 대략 반반씩이다. (53% : 47%) 어느 쪽을 구입하는 손님이든 편의점 썸씽이를 보면 이들 흡연자의 1회 방문 평균 쇼핑금액은 19.60 파운드이다. 이에 비해 비 흡연자 손님은 11.40파운드로 전자가 후자를 크게 앞지른다. 그런데 흡연자 방문객의 방문횟수가 비 흡연자보다 높으니(2.9회 : 2.5회) 흡연자 손님은 이중으로 귀한 고객인 셈이다. 한 조사 자료에 의하면 흡연자의 편의점 쇼핑액은 향후 5년간 연평균 13%씩 높아질 것이라고 한다.

6. 담배 약세사리 양호한 증가세

2021년의 영국 담배 약세사리 매출은 3.2억 파운드를 기록했다. 이전 연도 대비 4.8% 증가한 수치다. 편의점 채널이 이 제품군을 소화할 수 없는 이유가 통계수치로 입증되는 것이다. 영국도 최근 마지막 유보로 남겨져 있던 멘솔 담배 생산과 취급이 법으로 금지 시행됐다. 이와 우연의 때를 맞춘 탓인지는 불확실하지만 약세사리 매출이 호조를 보이고 있는 것이다. 말이용 페이퍼를 비롯한 많은 담배 약세사리들이 마진폭이 워낙 좋아서 편의점이 재고를 항상 넉넉히 구비하고 있다. 특히 인기있는 브랜드로는 'Swan', 'Zig-Zag' 를 들 수 있다.

7. 시가 20% 매출 증가



지난 한해 기성 담배 제품군에서 시가만큼 실적이 좋은 것도 없을 것이다. 무려 20% 초과 매출을 기록했다. 2.85억 파운드 어치가 팔렸다. 스칸디나비아 토바코 영국 법인이 밝힌 자료에 따르면 자사 시가 제품이 물량으로는 4억 2,660만 개가 팔렸는데 2020년 대비 24.3% 증가한 수치라고 한다. 시가의 놀라운 매출 실적은 소형시가인 시가릴로스 소비가 급증한 덕분이다. 양적으로는 전체 시가 중 43.7%를 점유했으며 액수로는 8,900만 파운드를 차지했다.

JTI사에 의하면 자사 시가릴로스 제품이 2021년 월 평균 800만 파운드가 팔렸는데 2020년의 600만 달러 대비해 약 33%의 증가를 보인 셈이다. 이 회사 시가릴로스 브랜드에서 단연 1위는 'Sterling Dual Capsule Leaf Wrapped' 였다. 이 브랜드는 영국 시가릴로스 시장에서 시장 점유가 거의 93%를 차지한다고 하니 거의 독식하는 제품이라고 볼 수 있다.

8. 2020 흡연율 감소 추세

16세 이상의 흡연율이 가장 최근 영국 통계청 자료인 2020년 기준으로 14.5%를 기록했다. 이는 2019년의 15.8% 대비해 1.3% 포인트 낮아진 수치로 정부 입장에서는 매우 고무적 현상으로 반기고 있다. 영국은 지역별 흡연율 편차가 매우 심한 경향을 보인다. 예를 들어 영국 북서부 지역은 템즈강을 끼고 있는 런던의 리치몬드에 비해 흡연율이 3배가 높다.(23.4% : 8%)

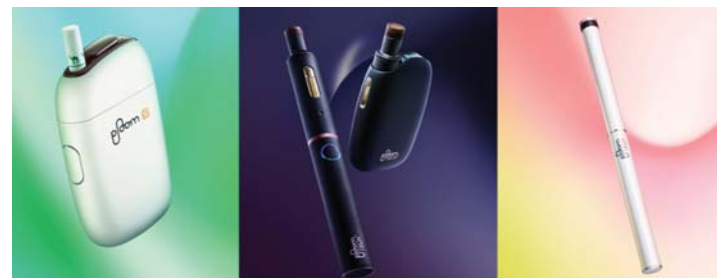
영국 정부는 오는 2030년까지 흡연율을 5% 미만으로 낮추겠다는 목표를 세워두고 있다. 하지만 현재의 감소 수준으로는 이 목표를 달성할 가능성은 낮아 보인다. 정부의 더 활발한 계몽 캠페인과 제도가 필요해 보인다.

그래서 대안으로 자주 업계로부터 제기되고 있는 주장이 전자담배의 도입이다. 일반 담배 흡연을 단념하기가 너무 힘든 소비층이 과도기적으로 이용할 수 있는 대체물이 전자담배라는 것이며 건강에 덜 해롭다는 목소리 또한 높다. 실제로 앞서서도 자세히 살펴봤듯이 영국의 전자담배 소비가 크게 증가하고 있고 일반 담배 소비가 줄어드는 것이 이와 무관하지 않은 것으로 분석된다.



▲ 영국 시가릴로스 시장을 거의 싹쓸이 하고 있는 Sterling Dual Capsule Leaf Wrapped

9. 궤련형 전자담배 매출 실적 양호



▲ 일반 담배를 피우는 것과 동일한 체험을 하게 해주는 궤련형 전자담배들.(위는 JTI의 플룸, 아래는 필립 모리스의 아이코스)

궤련형 전자담배 일명 '가열 담배'(heated tobacco) 매출이 지난해 7,300만 파운드 소비됐는데 이는 이전 연도 대비 무려 64% 가까운 증가 수치다. 이 담배의 일종인 플룸(Ploom)을 소유하고 있는 JTI 영국 법인 측은 가열 담배 역시 일반 담배 금연을 원하는 흡연자에게 과도기적 대체 담배로 효과가 크다고 강조한다. 특히 일반 담배를 피우는 기분과 흡사한 분위기 연출에 외관이 동일한 가열 담배는 인기가 높다.

iQOS로 가열담배 시장의 선두에 나서며 아시아 시장에서 선풍적 인기를 끌다가 세계 시장으로 빠른 속도의 팽창을 보이고 있는 필립모리스

는 그러나 색다른 통계를 제시하고 있다. 올해도 성인 일반담배 흡연자의 25%가 금연을 위해 대체 담배를 시도할 것으로 추산하지만 58%는 일반 담배를 대체할 만족스러운 유사 담배를 찾지 못했다는 반응을 얻었다는 것이다. 일반 담배 성인 흡연자 1,834명을 대상으로 한 조사 결과다.

필립모리스는 액상을 이용하는 베이핑 제품과는 달리 자사 iQOS는 훨씬 더 만족스러운 대체 담배 구실을 하고 있다며 제품 홍보를 빼놓지 않

고 있다. 일반 담배를 즐기는 것과 유사한 만족감을 주는데 가열 담배만한 효과를 주는 것도 없다면서 이 도움으로 일반 담배를 완전히 끊은 사람이 아주 많다고 강조했다. 필립모리스는 2018년 1월에 첫 출시 후 자사 제품을 취급하는 소매업소가 현재 6배나 늘었다고 자랑한다. 기구에 장착해 피우는 히츠(Heets)의 매출이 첫 출시 대비해 거의 50배나 늘었다는 통계도 내놓고 있다. ■

〈18면에 이어〉 육포 주전부리 ‘착한 가격’ 유지

는 방침이다. 그럼에도 불구하고 잭 링크스는 소고기 가격의 큰 폭 인상이 원가에 고스란히 반영돼 문제 해결이 결코 만만치 않다고 어려운 처지를 토로했다.

닭고기와 돼지고기에 비해 상대적으로 기름폭이 훨씬 큰 소고기 가격은 이를 바탕으로 하는 유관 가공식품 제조업계에 큰 숙제를 안기고 있다. 통계청 발표 캐나다 소비자물가지수에 따르면 소매업소 소고기 가격이 2월 기준으로 전년 동기 대비 무려 17% 가까이 올라 있다.

퀘벡에서는 불미스러운 가격 담합에 관한 이야기까지 돌고 있다. 올해 초 거대 육가공 업체들을 상대로 한 집단 소송이 있었던 것이 한 사례가 되겠다. 여기에는 세계 다국적 농축산물 기업인 카길까지 포함돼 있고 JBS푸드(JBS Food Company), 타이슨 푸드(Tyson Foods)도 피고측 명단에 올려져 있다. 회사들은 그러나 근거없는 주장이라고 일축하고 있다.

여하튼 다시 본론으로 와서 치솟는 원가 위협에도 불구하고 일부 비프저키 제조사들은 꾀꾀하게 잘 버티고 있는 형국이다. 예를 들어 콘아그라(Conagra)는 인기 주력 브랜드인 슬림짐(Slim Jim)과 듀크(Duke's)를 포함해 육포 매출이 2021/2022 회계연도 3/4분기 실적 이 22%나 올랐다. (* 이 회사 3/4분기는 지난 2월 말에 종료)



콘아그라 최고경영자 손 코놀리씨는 야후 파이낸스와 가진 화상 인터뷰에서 이와 관련해 다음과 같이 말했다. “슬림짐과 듀크 두 브

랜드의 매출이 단연 압권이었다. 육포 주전부리 라인인 높은 인플레이션과 일부 가격 인상에도 불구하고 현재 아주 잘 나가고 있다.”

겉거리에 본사를 두고 있는 ‘Direct Plus Food Group’이라는 종합 식품회사의 브랜드 관리 담당 이사 카일리 랜드리씨의 말도 들어 보자. “육포를 즐기는 소비자들이 식품 인플레이션의 부담을 조금이라도 덜 느끼도록 하는 것은 매우 중요한 과제다. 프리미엄급 육포 스낵이 소매가격 인상을 주도하는 상황이라는 하지만 가급적 전반적인 육포 소매가격이 오르지 않도록 최선을 다할 방침이다. 원가가 올랐다는 구실로 무분별하게 올리면 소비자들이 아예 쳐다보지도 않을 수 있으니 주의해야 한다.” 이 회사의 육포 생산라인은 육포 애호가들에게 익히 친숙한 맥스위니(McSweeney’s)이다.



랜드리 이사는 편의점 채널에게는 반갑게도 이렇게 말했다. “육포 라인인 맥스위니는 우리 회사 전체 식품 매출의 견인차 역할을 하고 있으며 편의점 업계를 소중한 파트너로 계속 이어갈 것이다. 편의점 육포 매출 신장에 도움이 되는 가격 정책을 유지할 것이며 무가당(zero sugar) 식품을 선호하는 소비자 기호를 충실히 반영한 신제품 개발을 통해 성장을 지속해나갈 계획이다.”

2020년에 맥스위니는 무가당 비프저키를 처음 선보였는데 브랜드명은 ‘Old Fashioned’였다. 이 첫 작품이 강한 매출 기록을 보이자 자신감을 얻어 연이어 내놓은 것이 ‘Smokin’ Jalapeno’였다. 회사 측은 비프 저키도 무가당이 대세임을 확신하면서 이쪽 라인으로 제품 개발과 홍보를 집중할 것이라고 한다. ■

■ 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

■ 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

■ 아이스크림

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

■ 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
박호진(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

■ ATM / Debit

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

■ 광고 미디어 전문 대행 회사

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

■ 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
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