

실업뉴스

OKBA NEWS

Ontario Korean Businessmen's Association Magazine

www.okbacanada.com

2023 January No.828

Happy New Year

2023 흑토끼의 해 계묘년

새해 복 많이 받으세요 福

한 해도 감사했습니다.
새해에도 성공과 즐거움과 웃음이 가득한
가장 풍요로운 한 해가 되기를 바랍니다.
행복한 새해 되세요.



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



www.okbacanada.com

OKBA

온타리오한인실업인협회

Ontario Korean Businessmen's Association

OKBA 회장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)

OKBA 부회장 : 김광석 (Kwang - Seog Kim)

이사회 : 이사장 김대용 / 부이사장 배명호

감사 : 류승진

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

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

디자인팀 : 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 : 김광석 / 김대용 / 나경찬 / 류무열

배명호 / 심기호 / 허창훈 (가나다순)

감사 : 송명현 / 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

03 / 2023 회장 신년사

04 / 대면/온라인 병행한 정기총회

05 / 2023 협회 / 조합 합동 시무식

06 / 세븐일레븐 실내 술장사 확대 순탄

07 / 일회용 플라스틱 생산 전면 금지

08 / 국내 식료품 소매 절도 11% 증가

09 / JTI 일부 담배 리콜

10 - 11 / 편의점 강도 수법 더 대담해지는 추세

12 - 13 / 도어대쉬 차등제 수수료 도입

14 / 한국, 편의점에 AED 설치 경쟁

15 / 2022 美 편의점 상위 랭킹 10위

16 - 19 / CSN 선정 모범 사업체 20選 (연재1)

20 - 21 / 英, 편의점 매출 증대 성공담

22 / 몬델레즈 Int'l, 겸 사업 일부 매각

23 / DIRECTORY

2023



新年辭

토끼의 지혜 넘치는 한해를 꿈꾸며...

계묘년(癸卯年) 새해가 밝았습니다. 토끼는 장수, 평화, 번영을 상징하는 동물이라고 합니다. 팬데믹으로 힘든 수년을 보내고 다시 맞은 새해, 회원님들에게 평안과 축복이 넘쳐나기를 바랍니다.

대역병 기간 많은 소자영업자들이 비즈니스 측면에서 큰 시련을 겪었으며 협회와 산하조직인 협동조합도 경영난 극복을 위한 전례없는 노력을 쏟았습니다. 편의점은 필수업종으로 분류돼 대부분의 업소가 평소와 다름없이 영업을 유지할 수 있었던 것은 불행 중 다행이었습니다. 아울러, 2022년에는 정부의 여러 통제들이 완화, 해제되면서 대면 모임이 가능해지기 시작했습니다. 협회도 지난해 봄부터 정부 정책의 추이를 보아가며 3년 만에 이사회, 정기총회 등 주요 회의를 대면 모임으로 가질 수 있었으며 오랜만에 동료 회원들을 마주보며 격조했던 지난 세월의 회포를 풀었습니다. 그리고 협회의 전체 구조 개편을 단행할 수 있는 중대한 결정을 내렸습니다. 20년 넘게 유지해왔던 20여개 지구협회가 8개로 축소되고 본부 조직도 집행부, 이사회 등 상층부의 파격적인 슬림화가 이루어지게 되었습니다. 정관과 이사회 내규 개정안이 통과된 것입니다.

급격한 회원수 감소를 반영한 시의적절한 변신이라고 확신합니다. 군살빼기로 가벼워진 몸집은 편의점 산업의 빠른 진화 발전에 대한 대응력을 용이하게 해줄 것입니다. 공급업체들과의 유대감을 높이고 실리적 지원 유도를 강화하는 선제적인 변신입니다. 주지하는 바와 같이 수년 전에 협회의 주요 리베이트가 사라졌습니다. 우리에게만 닥친 위기가 아닙니다. 글로벌 경제 난국에서 주요 공급사들이 자구책 차원에서 '선택과 집중'이라는 전략 변화를 선택한 결과로 모든 편의점 소매업체가 겪게된 보편적 현상입니다. 따라서 당면한 어려운 환경을 헤쳐나가기 위한 특단의 대책이 필요합니다. 협회 수입의 근간을 이루는 리베이트 소멸을 대체할 새로운 수입원 창출에 각고의 노력을 경주해야 합니다. 이를 위해 본부협회는 기존 프로그램 스토어를 전위로 삼아 주변부로 확산하는 고도의 전략을 수립하기에 부심하고 있습니다. 회원 업소 POS 시스템 무료 설치, 데이터 공유를 통한 리베이트 창출이 대표적인 사업입니다.

신년에는 이같은 사업 강화에 모든 역량을 결집해 회원 업소에 조금이나마 유리한 비즈니스 환경을 조성하는데 집행부가 최선을 다할 것입니다. 물론 단기에 모든 회원들이 혜택을 누리기에는 시간이 필요합니다. 2~3년이 경과하며 대체 리베이트, 대체 수익 확보의 새로운 모델을 정착시키고자 합니다. 회원 여러분과 집행부, 이사회 임원 및 직원들의 지대한 관심과 성원이 절대적으로 필요합니다.

존경하는 회원 여러분!

2023년 한해는 지구촌 전체가 미증유의 경제난을 겪을 것이라는 암울한 전망들이 쏟아져 나오고 있습니다. 중국 경제 붕괴 우려, 우크라이나 전쟁 장기화 등 글로벌 경제 전체가 위협받는 악재가 꼬리를 물고 있습니다. 나비 효과를 절감하는 총체적 난국이 예상됩니다만 혹독한 위기가 끝난 후에 경제 호황이 이어졌던 역사적 교훈을 되새기며 부디 좌절하지 말고 낙관적 신념을 견지하자고 호소합니다.

토끼간을 노린 자라의 껍데 속아 용궁가서 죽을 뻔했다가 기지를 발휘해 목숨을 건졌던 우리네 우화 토끼전(별주부전)의 토끼를 생각하며 올 한해 토끼같은 지혜를 발휘해 모두 어려움을 극복하기를 염원합니다.

팬데믹에 더해 독감과 호흡기 세포융합 바이러스(RSV)까지 아울러 '트리플데믹'이라는 신조어가 유행하는 상황입니다. 부디 건강 유념하시고 회원 여러분의 가내 평화와 사업 번영을 기원합니다.

온타리오한인실업인협회 회장 심기호



대면 / 온라인 병행한 정기총회

예결산, 정관개정 만장일치 통과



3년만에 재개된 대면 정기총회였으나 성원 미달로 유회됐다. 그러나 참석자들만 모인 자리에서 보고 시간을 가졌고 의결까지 했다. 그리고 온라인을 통해 추가로 의결 절차를 밟았다. 사진은 심기호 회장이 예결산과 정관개정안에 대한 설명을 하고 있는 모습이다.

팬데믹으로 인해 지난 2020년과 2021년에는 대면 모임을 가지지 못하고 온라인 결의로 같음했던 본부협회 정기총회가 3년 만에 재개됐다. 지난 12월 8일 협회 회의실에서 오후 2시에 개최된 회의였다. 그러나 정회원 713명의 5% 이상을 충족시켜야 성원이 되는 규정을 충족시키지 못하고 32명이 참석해 회의는 유회(流會)됐다. 5% 성원은 36명 이상이어야 하는데 4명이 모자랐다.

팬데믹이 여전히 변종으로 위력을 떨치고 있고 환절기 독감 유행까지 겹치며 보건 안전에 대한 회원들의 우려가 유회의 결정적 요인이었다는 것이 안팎의 분석이다. 집행부와 이사진은 숙의 끝에 어렵사리 모인 대면 회의인 만큼 참석자들만이라도 예결산과 내부감사, 외부감사 보고를 받고 또다른 중요한 의제인 정관 개정안에 대한 찬반도 묻자는 쪽으로 의견이 모아져 회의는 진행을 했다. 그리고 모든 보고는 만장일치 찬성으로 통과됐다.

다만, 정관상의 의사정족수를 채우지 못해 원칙적으로는 유회가 된 회의인 만큼 온라인으로 보고서에 대한 찬반은 가리지는 의견 통일을 봤기 때문에 12월 12일부터 16일까지 5일간 시한을 두고 온라인 투표를 실시했다. 대면 회의 참석자들의 찬성 의견은 유효한 것으로 받아들여져 온라인 투표는 이들의 거듭되는 표결 참가의 수고를 덜기 위해 미참석자들에 한해 참가토록 했다. 그 결과 온라인 투표 참가자 19명(대면회의 참가자의 중복 투표 2명은 제외) 전원의 찬성을 확인했다.

결과적으로 대면과 온라인 병행한 참가자 총수는 51명, 그리고 이들의

찬반 여부는 51명 전원 찬성으로 마무리됐다. 지구협회 축소안을 포함한 지구와 조직의 대폭적 변화를 예고했던 정관개정안도 통과됐기 때문에 내년부터는 축소된 조직으로 협회가 운영되는 획기적인 전환을 맞게 된다.

개정 정관에 따라 후속조치로는 기존 20개 지구협회가 8개 지구협회로 운영할 수 있도록 각 지구협회별 통합 회장을 자체적으로 선출하는 작업이 남았다. 따라서 통합 회장 인선이 될 때까지 기존 20개 지구협 회장은 과도기적으로 권한을 유지한다. 그리고 통합 회장이 선출되면 각 지구협회는 기존 지구협회장들과 소속 협회의 업무 인수인계와 재정 이관 작업이 순조롭게 진행되어야 한다. 이미 지난 11월 22일에 이사회에서 통과된 안이 동일하게 정기총회에서 의결됐기 때문에 자세한 내용을 반복할 필요는 없지만 핵심적인 것은 아래와 같이 다시 소개한다.

- 20개 지구협회 → 8개 지구협회
- 집행부 임원 회장/부회장 등 7명 → 회장/부회장/총무 3인 체제
- 이사회 최대 31명 → 18명(8개 지구협회장 + 직선이사 6명 + 회장단 2명 + 감사 2명)
- 내부 감사 3명 → 2명(이사회 최대 18명에 반영)
- 이사장단 4명 → 이사장/부이사장 2명 체제
- 회장 연임제한 규정 폐지
- 협회 해산과 이에 따른 자산 매각은 총회 특별결의에 부침.(정회원 전원의 의사표시 반영) ■

2023 협회 / 조합 합동 시무식

“50년 협회 역사 잊지말자...”



시무식 기념촬영(앞 줄 중앙이 심기호 회장, 회장 우측이 자문위원 대표 인사말을 한 권혁병 전임 회장)

본부협회 및 협동조합 합동 시무식이 지난 1월 4일 (수) 조합 부속 사무실(교회)에서 개최됐다. 임.직원, 자문위원(전임 본부협회 회장, 이사장), 지구협회장을 비롯한 이사 등 약 30여 명이 참석했다. 외빈으로는 협회와 조합의 주거래은행인 하나은행(구 외환은행)캐나다 김영준 행장 이하 부행장, 본부장 등 3명이 참석했다.

팬데믹으로 일부 임원과 직원들로만 약식으로 거행되던 시무식이 3년 만에 과거처럼 제대로 격식을 차려 진행됐다. 11시부터 도착한 내.외빈들은 삼삼오오 모여서 모처럼만의 상봉을 반기며 차려진 다과를 즐겼다.

11시 30분부터 진행된 시무식은 애국가와 오 캐나다 제창으로 시작됐으며 심기호 본부협회 회장과 김대용 이사장의 인사말로 이어졌다. 심 회장은 “오랜만에 많은 선배, 동료, 후배 회원들의 건강한 모습을 대하니 무척 반갑다”고 운을 뗀 뒤 어려운 경제여건에서 경영 정상화를 위한 총력

을 기울고 있는 만큼 많은 조언과 관심을 기대한다고 말했다. 올해가 협회 창립 50주년이며 비록 회원수는 많이 줄었지만 북미주 최대의 경제단체로서의 위상에 대한 자부심을 잊지말자는 호소도 덧붙였다. 회장은 직원 모두가 한 가족처럼 우애를 다지며 결속력을 강화하자는 당부의 말로 신년사를 맺었다.

자문위원 대표로는 지난 2012년부터 2015년까지 22대, 23대 본부협회 회장을 역임한 권혁병 위원이 인사말을 전했다. 권 전임회장은 “과거 회장 재임 시 지금의 심 회장과 신사업 발굴에 머리를 맞대고 일부 실현도 거두는 등 의욕적인 시절이라 감회가 새롭다”고 추억을 회고한 뒤 “총체적 경제난에서 살아남는 것 자체가 성공”임을 강조하면서 임.직원을 격려했다.

행사 말미에 심회장은 참석자 전원에게 준비한 선물을 증정했으며 한자리에 모여 기념촬영을 가졌다. 시무식 종료 후에는 인근 한식당에서 점심 식사를 하며 못다 나눈 정담을 이었다. ■

(주) 하이쿨텍 냉동·히팅

“신속하고 클한 서비스를 약속합니다!”

Canada Heating & Cooling Licensed Technician

heating and cooling

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

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

- 업소용 - 냉동, 히팅, 에어컨, 워킹콜러/후리저, 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

정거리 불청수리 가능

신용과 책임심을 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

세븐일레븐 실내 술장사 확대 순탄

앨버타에 총 7개 매장 오픈, 배달까지 가능



세븐일레븐 캐나다의 실내 술집 영업이 확대되고 있다. 이미 지난 호 실험뉴스에서도 소개했듯이 온타리오 해밀턴에서 2개 매장 허가를 얻은 바 있는데 알버타주 에드몬튼과 그 주변에 몇개가 더 추가된다. 알버타에서 이 회사는 이미 4곳이 영업허가를 득해 영업 중이었는데 지난 12월에 3개 매장을 보탠 것이다.

12월 9일에는 추가 허가받은 매장을 합해 7개 매장에서 그랜드 오픈 이벤트도 열었다. 오후 3시 30분부터 7시 30분까지 4시간 가량 무료 시음에 자체 푸드서비스 메뉴인 아삭아삭 치킨 wings 피자까지 곁들이는 테마 행사였다. 시음 맥주는 주로 알버타산 생맥주라고 한다. 또한 사은의 의

미로 풍성해보이는 종합선물 세트 바구니 경품 추첨 행사도 가졌다고. 기존 편의점 매장의 내부를 별도 공간으로 개조해 식사와 술을 즐길 수 있는 레스토랑으로 탈바꿈시켰다. 손님들은 시원한 맥주 외에도 와인과 탄산수, 여타 찬 음료 등을 주문해서 마실 수 있다. 또 온타리오보다 더 자유로운 점이 주문해서 가지고 나갈 수도 있고 배달까지 시킬 수 있다. 술 시중을 하는 종업원들은 'ProServe' 라는 특별 훈련을 받은 전담 인력이다.

알버타에서 가장 먼저 세븐일레븐이 허가받은 업소는 에드먼튼에서 페트로 캐나다 제휴 주유소 병설 편의점 형태로 운영되는 업소가 1호점이었는데 1년 전인 2021년 12월 초의 이야기다. 개장하자마자 폭발적 관심과 인기를 누리며 지금까지 순조롭게 영업 중인 것으로 알려지고 있다.

이미 지난 11월 초에 세븐일레븐은 추가로 몇군데가 정부로부터 허가를 받을 것이라고 예고했었는데 기존의 것들과 합해서 총 7개 허가 및 영업에 들어간 업소 주소는 다음과 같다.

- 8210 - 160 Avenue, Edmonton
- 6975 Ellerslie Rd., SW, Edmonton
- 1704 Millwoods Rd South, Edmonton
- 14110 - 127 Street, Edmonton
- 4602 - 50th Avenue, Rocky Mountain
(실내 소비 및 테이크아웃은 가능하나 배달은 안함)
- 101 West Haven Blvd., Leduc
- 10002 Franklin Avenue, Fort McMurray

회사측 고위 관계자는 이번 허가 및 행사와 관련해 “세븐일레븐은 끊임 없는 혁신을 통해 고객에게 더 편리한 서비스를 제공할 것이며 쇼핑, 식사, 음주 등 토탈 서비스에 한층 다가갔다”고 자평했다. 고객들의 호응도가 대대해서 성공을 확신한 세븐일레븐은 앞으로 정부 승인을 추가로 얻는 작업을 더 밀어붙일 전망이다. ■

일회용 플라스틱 생산 전면 금지

2022.12.20일부터 전국적 시행, 사용 금지는 1년 유예

캐나다 전역에서 지난해 12월 20일부터 일회용 플라스틱 제품의 생산과 수입이 전면 금지됐다. 원만한 시행을 위해 일부 예외를 두고는 있지만 식품점에서 사용해왔던 쇼핑 상품 담아주던 플라스틱 백과 빨대 등 많은 제품의 생산 및 수입이 금지되는 것이다. 그리고 1년 후에는 이들 제품의 무료 제공이나 판매 등도 금지에 들어갈 예정이다. 편의점 입장에서는 현재 재고로 보유하고 있는 일회용 플라스틱 제품을 사용해 쇼핑물품을 담아주거나 제공할 수는 있어서 시간을 번 것이지만 1년 뒤에는 이마저 금지되니 미리 대비해야 할 것이다. 플라스틱 제품의 범위는 매우 광범위하다. 링모양의 6개



▲ 생산, 수입 전면 금지된 일회용 플라스틱 제품. 1년 후에는 사용 자체가 금지된다.

틱은 2023년 6월부터 제조 및 수입이 금지되고 그때로부터 1년 뒤에는 사용이나 판매가 금지된다. 연방정부는 이 조치를 통해 공해의 주범인 재활용 불가 플라스틱 제품 130만 톤이 줄어들 것이며 100만 개의 쓰레기 봉지 또한 사라질 것이라는 추산이다. 지난 2019년 저스틴 트뤼도 연방 총리는 2021년부터 이 조치를 예고한 바 있었으나 제도의 완벽을 기하기 위해 1년을 더 검토하고 예비하느라고 시행이 늦어졌다. 캐나다 통계청은 지난 11월 새로운 자료를 발표하면서 캐나다 이미 일회용 빨대를 비롯한 많은 플라스틱 제품이 제도 시행 전부터 감소 추세를 보여왔다고 설명했다. ■

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

국내 식료품 소매 절도 11% 증가

高 인플레이션이 주범



2022년 10월 기준으로 1년 전 대비 캐나다 국내 식료품 절도 건수가 11% 증가한 것으로 조사됐다. 전문가들은 이같은 폭증이 조만간 수그러 들지는 않을 것으로 전망해 우려가 깊어지고 있다. 비록 최근에 인플레이션이 진정 국면에 들어섰다는 분석들이 나오고는 있지만 최고치를 기록할 때와 비교해 상대적으로 그렇다는 것이지 절대적 수치로는 유례없는 고 인플레이션이 서민 경제를 압박하기는 여전하다. 거기다가 절대 부족인 인력난까지 가세해 절도 범위가 맹위를 떨치고 있다.

전문 조사기관에 의하면 4인 기준 가구당 평균 식료품 비용은 2023년에는 2022년 보다 \$1,065달러가 더 지출될 것으로 추산된다.(Canada's Food Price Report 자료)

〈토론토 스타 12월 21일 기사〉

캐나다 11월 물가상승률 전년 동기대비 6.8%로 전달 6.9% 대비 소폭 둔화세를 보였다. ...그러나 식료품 가격은 11.4%로 전달 11%보다 더 올랐다. 특히 상승폭이 큰 품목 중 계란은 16.7%, 빵 15.5%, 과일 11% ...

헬리팩스 달하우지 대학 농산물 연구소 선임 연구원 실뱅 샤를보와씨는 이렇게 분석하고 있다. “치솟는 식료품 비용이 도심(盜心)을 유발하는 절대적 요인이다. 기초생활품 물가가 여전히 잡히지 않고 있어서 이같은 현상은 더 심화될 것으로 우려된다. 특히 절도가 집중되는 품목군은 육류와 유제품이다.”

그는 2023년 경제가 많은 전문가들의 예측대로 침체 상태를 벗어나지 못하고 악화된다면 문제는 심각해질 것이라고 우려를 표명했다. 경기 침체와 식료품 가격 인상은 동전의 양면으로 인플레이션과 식료품 절도 증가가 딱 맞물려 돌아간다고 지적했다. 다시 말해 상호 영향을 끼치는 형국에서 빈번한 절도로 인한 손실 만회를 위해 업주들이 가격 인상을 하는 악순환이 되풀이되는 구조라는 해석이다.

월마트 캐나다의 한 관계자는 노골적으로 이렇게 말한다. “절도로 인한 손해는 모든 사람들에게 전가된다. 누군가의 주머니를 통해 상쇄시켜야 하는 비용이기 때문이다.” 이 관계자는 거대 소매기업체인 월마트가 최근 기록적인 절도 피해를 입고 있다고 증언했다. 월마트 역사상 역대급 피해라고 하는데 비단 월마트만이 아니라 전체 소매산업에 걸친 공동된 현상임을 지적했다. 아울러 “우리 회사, 협력업체, 고객 모두가 영향을 받는 심각한 현상”으로 “가격을 낮추기 위해서는 절도 예방과 감소가 필수적인 과제이며 다양한 대응책 수립에 부심하고 있다”고 말했다. 이는 종업원과 고객의 안전을 위해서도 요긴한 숙제라는 것도 덧붙여 강조했다.

월마트가 고위 관계자를 통해 실상을 소상히 피력한 것과는 대조적으로 메트로, 로브로, 소비(Sobeys)등 여타 대형 슈퍼마켓 체인사들은 언급을 피했는데 말하기 곤란할 정도로 절도 피해가 많다는 간접적 시인이 아닐까 추측해본다.

구인난도 한몫



구인난(labour shortage)도 절도 증가를 부채질하는 또하나의 주요인이다. 전국 독립사업체연맹(CFIB) 덴 켈리 회장은 서슴없이 이렇게 지적하며 “절도 증가를 실감

하는데 특히 팬데믹으로 인한 각종 제약과 통제가 해제되면서 더 뚜렷한 추세”라고 말한다.

회장 말을 좀더 들어보자. “많은 식품업소들이 종업원 구하는데 혼신의

(11면에 계속)

JTI 일부 담배 리콜

Vantage Special KS 25 중 식별번호 092 제품에 한해

국내 메이저 담배 3사의 하나인 JTI가 자발적 리콜을 단행했다. 지난 12월 초에 회사는 브랜드명 '벤티지 스페셜 라지 킹사이즈'(Vantage Special KS 25) 일부 제품에 대해 온타리오에 풀려나간 것에 국한해 회수(recall)조치를 내렸다.

연유인 즉 '담배점화성향 규제에 관한 법령'(CIPRs ; Cigarette Ignition Propensity Regulations)의 요구 조건 미충족 가능성을 보건당국이 통보한 것에 따른 조치임이 회사의 설명이다. 관계 법령의 한 규정에 의하면 담배 제품은 점화 후 일정 시간 경과 후 자동소화(自動消火 self-extinguish)가 돼야 하는데 해당 담배의 일부가 이 기준을 충족시키지 못할지도 모른다는 의구심이 발단이 된 것이다.

이번 리콜 조치를 내리며 회사는 "벤티지 스페셜 라지(25개비) 킹 제품 중에서도 극히 일부에 한하며 대부분의 이 브랜드 담배와 그밖의 모든 브



랜드는 전혀 상관없다"고 강조했다.

JTI업무총괄 및 소통 담당 총책임 일레인 맥케이씨는 문제의 제품들과 관련해 회사는 물론 보건당국에도 사건 사고가 접수된 것은 일체 없었음을 강조했고 보건 당국에서도 보고된 관련 사고가 없었다고 거듭 확인했다. 회사측은 만일의 사태에 대비하기

위해 해당 제품을 대상으로 한 샘플 조사를 수행한 결과 위에서 언급한 관련 법령에 어긋나는 제품의 사례가 없었다는 것을 재확인하면서 그럼에도 불구하고 해당 제품을 회수하는 조치를 취한다고 밝혔다. 리콜 대상 제품 물량은 82카톤 656갑이라고 한다. 그리고 해당 제품은 온타리오에만 유통된 것이며 식별 일련번호는 092로 시작한다. 리콜 제품 신고 및 문의는 JTI 수신자 부담 번호 1-800-363-0490 이메일은 Questions2@jti.com이다. ■

KCWA FAMILY AND SOCIAL SERVICES

2023년 1월 프로그램

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

왕초보도 따라하는 스마트폰 영상편집 대면

☐ 일시: 1월 5일, 12일, 19일 & 26일
매주 목요일 (총 4회) / 오전 10시 - 11시30분

☐ 대상: 영주권자 및 난민인정자
(신규 신청자에게 등록 우선권 부여 - 최대 8명)

☐ 담당: 정착상담원 강선하 (문의: 416-340-7166)

☐ 내용: 1. 스마트폰 카메라의 영상 촬영 및 세팅방법
2. 무료어플을 활용한 영상편집 방법
3. 영상 콘텐츠 활용법과 노하우

2022 해외소득 및 자산 신고 온라인

☐ 일시: 1월 25일 (수) 오후 2시 - 3시 30분

☐ 담당: 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)

☐ 내용: 1. 신고 의무자 2. 해외소득 신고 대상
3. 신고방법 및 절차 4. 자주 묻는 질문들

학교내 인종차별 현명하게 대처하기 온라인

☐ 일시: 1월 17일, 19일, 24일, 26일, 31일 & 2월 2일
화 & 목요일 (총 6회) / 오전 10시 - 11시30분

☐ 대상: 영주권자 및 난민인정자 (선착순 최대 12명)

☐ 담당: 프로젝트 코디네이터 김하늘 (문의: 416-340-7198)

☐ 내용: 1. 온타리오주 학교 시스템 이해하기
2. 학교 내 실제 인종차별 사례
3. 학교 내에서 인종차별 및 문제가 발생시 효과적인 대응법
4. 긍정적인 인종 정체성 확립과 이중언어
5. 한국 이민자 사회 내 인종차별과 자기 점검
6. 자신만의 반인종주의의 실천 계획 수립하기

정부임대주택 안전정박! 온라인

☐ 일시: 1월 26일 (목) 오후 6시 - 7시

☐ 담당: 정착상담원 주명숙 (문의: 416-340-0838)

☐ 내용: 1. 정부임대주택이란? 2. 지역별 신청자격
3. 신청방법 4. 신청부터 입주까지의 과정
5. 질문과 답변

KCWA 창업지원 교실 3기 대면

☐ 일시: 1월 31일(화) - 2월 25일(토) (총 7회)

☐ 대상: 영주권자 및 난민인정자 (선착순 최대 30명)

☐ 담당: 취업상담원 이재원 (문의: 416-340-7273)

☐ 내용: 1. 창업과 법률 2. 성공을 향한 위치 선정
3. 브랜딩 전략 4. 창업과 회계
5. 인사관리 노하우 6. 디지털 마케팅 노하우
7. 선배들에게 듣는 창업의 세계

캐나다 시민권 신청안내 온라인

☐ 일시: 1월 17일 (화) 오전 10시 - 11시

☐ 담당: 선임 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1739)

☐ 내용: 1. 2023년 캐나다 시민권 진행 업데이트
2. 캐나다 시민권 신청 자격
3. 구비 서류와 진행 절차
4. 신청방법: 온라인신청 vs 우편신청
5. 자주 묻는 질문들

영주권자와 난민을 위한 컴퓨터로 배우는 구글(Google) 대면

☐ 일시: 1월 10일, 17일, 24일 & 31일
매주 화요일 (총 4회) / 오후 1시 - 2시30분

☐ 대상: 영주권자 및 난민인정자
(신규 신청자에게 등록 우선권 부여 - 최대 8명)

☐ 담당: 정착상담원 강선하 (문의: 416-340-7166)

☐ 내용: 1. 지메일의 활용법
2. 구글 지도, 구글 번역기
3. 구글 드라이브, 구글 포토
4. 구글 독스, 구글 폼

2022 개인소득세 신고 온라인

☐ 일시: 1월 11일 (수) 오후 2시 - 3시 30분

☐ 담당: 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)

☐ 내용: 1. 캐나다 세금 의무자 2. 캐나다 세금 종류 및 세율
3. 세금신고 준비 및 필요 서류 4. 소득 및 공제
5. 자주 묻는 질문들

Immigration, Refugees and Citizenship Canada

Ontario

TORONTO

주토론토대한민국총영사관
Consulate General of the Republic of Korea in Toronto

Immigration, Refugees and Citizenship Canada

편의점 강도 수범 더 대담해지는 추세

절도 사건은 지역별로 큰 증가세



◀ 본국에서도 편의점 절도 사건이 기승을 부린다고 한다. 사진은 미성년자들이 여럿 몰려와 전자담배를 훔치는 모습을 담은 보안 카메라 영상이다.

캐나다 전역에 걸쳐 편의점 보안 상태에 대한 경각심이 고조되고 있다. 대담한 강.절도 사건이 늘어나고 있기 때문이다. 온타리오 캠브리지에서 Hespeler Convenience 라는 상호의 편의점에서 카운터 일을 보아온 대니엘씨는 지난 16년 동안 이렇다 할 업소 강.절도 사건을 겪지 않은 행운을 누렸다. 그러나 지난 6월에 큰 사건을 겪었다. 아침 7시경에 막문을 열었는데 후드 자켓을 입은 한 남자가 마스크와 선글라스까지 낀 얼굴을 하고는 안으로 들어왔다. 마스크야 의무착용에서 해제된 상황이지만 여전히 많은 손님들은 보건 안전때문에 착용하는 터라 대수롭지 않게 여겼다. 그런데 카운터로 접근한 남자는 담배 한 카튼을 주문했고 대니엘씨는 연령 확인 차원에서 마스크를 벗으라고 요구했다. 그러자 이 남성 손님은 바로 카운터 너머로 접근한 후 6인치 길이의 날카로운 칼을 꺼내 들었다.

임신 5개월 차인 그녀는 놀라서 구석으로 몸을 움츠렸고 과거에 받았던 위기상황 자기방어 대처 요령을 떠올렸다. “칼날이 정말 무서웠고 생각나는 것이라고는 강도와 의 일정 거리를 유지하며 뱃속의 아기를 보호해야겠다는 일념뿐이었다.”

강도는 금고를 열라고 했고 비밀번호를 모른다고 말하자 계산대 현금통에다가가더니 탈탈 털어 175달러 현금을 쥐고는 재빨리 사라졌다. 마침 그때 손님 한 명이 가게로 들어오고 있었기 때문이다. 이 모든 상황이 시작되고 끝날 때까지 걸린 시간은 1분이 채 안됐지만 그녀에게는 몇시간이 흘러간 느낌이었다.

신고를 받은 경찰은 보안 카메라 동영상을 통해 확보한 용의자 사진을 공개했지만 아직까지 단서가 없어서 사범조치를 못하고 있다. 그녀는 아무런 신변 피해를 입지 않고 넘어간 것에 매우 안도하며 감사하는 마음으로 귀가했지만 충격으로 한동안 심리적 동요를 겪었다. “교대할 때마다 마음이 아주 불안하다. 손님이 행여 당시 강도의 모습과 비슷하기만 해도 무섭고 떨리는 가슴을 진정하느라고 애를 먹는다.”

대니엘씨의 섬뜩한 경험은 수많은 편의점 종업원이 겪고 있는 한 사례에 불과하다. 무장 괴한들이 들이닥치는 경우도 빈번하다. 전국적으로 유사한 강도 행위가 과거보다 부쩍 늘어나고 있음을 보여주는 다양한 정황들이 포착되고 있다. 매니토바의 연방경찰 당국 한 관계자는 “강.절도 사건이 팬데믹 이전 수준으로 돌아갔다”고 증언한다. 팬데믹이 본격적으로 시작되던 2020년에는 편의점 표적 강도 사건이 크게 감소했고 2021년에는 소소한 절도 사건 정도만 보고되던 것이 이제 원래 수준을 회복(?)하는 추세라는 것이다.

올해 보고된 강도 행각에서 주목할 것은 범행이 대담해지고 있다는 점이다. 위니펙의 한 편의점 업주는 목숨을 잃을 뻔한 상해를 입었다. 과거에도 자기 업소에서 절도를 일삼던 두명의 용의자를 맞대응하다가 심각한 폭행치상을 당한 것이다. 요즘 이런 사건이 지역 언론에 보도되면 헤드라인에는 늘 ‘치명적 폭행’이 수식어로 따라붙는다.

온타리오 강도 전담 OPP 대외홍보 담당자가 전하는 내용도 상황의 심

각성을 거듭 일깨운다. 관계자의 말을 인용한다. “편의점 강도 사건이 증가했다는 명확한 과학적 데이터를 확보할 정도는 아니지만 해밀턴, 조지나, 오사와 등지에서는 강도 사건 신고가 확실히 늘어나고 있다.” 온타리오는 특히 편의점 종사자들로부터 절도 사건 신고가 늘어나는 것이 주목된다.” 키치너, 워터루, 캠브리지 등지에 여러개의 편의점을 운영하고 있는 한 업주는 “절도가 기승을 부려 골칫거리”라면서 “전체 종업원들 80여 명하고 보안 대응책 수립을 놓고 전체 회의를 가진 적도 있다”고 하소연했다. 그에 의하면 담배를 들고 튀는 사건을 이 미팅 열기 한시간 전에 보고 받았다고 한다. 이 대책 회의에 참가했던 지역 담당 매니저 한 명은 “우리 체인 편의점망에서 벌어지는 절도는 거의 매일 있는 것 같다”고 증언했다.

절도는 그나마 다른 손님들도 같은 공간 내에서 물건을 찾느라 눈길이 여기저기 돌아가기 때문에 미수에 그치는 사례가 많다. 보는 눈길을 무시하고 절도를 저지르는 쉽지 않은 노릇이고 얼마든지 증인으로 자처할 여지도 크다.

앞서 소개한 체인 편의점 대책 회의에서 나온 결론은 절도의 경우 대응하지 말고 그냥 내버려두자는 쪽으로 의견을 모았다고. 자칫 과민한 대응이 강도에 폭행으로 번지면 사태가 더 심각해질 수도 있다는 우려 때문이다. 물론 절도의 수위가 높아지면 재정적 타격을 무시할 수는 없겠지만 강도로 입는 피해보다는 한결 덜하다. “큰 피해를 막자고 보험도 들어놨다. 불과 몇십달러 절도 손해를 보상받자고 보험 회사에 청구할 수도 없는 노릇이고 기본 공제액이 청구금액보다 더 높은 것도 이유다.”

다시 강도 이야기로 돌아와, 성능좋은 보안카메라 장비 설치의 필수다. 더 대담해지고 빈도가 높아지는 위협천만의 강도 행위 피해를 최소화하기 위해서는 안전 장치 설치 자체가 범행 유발을 감퇴시키는 훌륭한 심리적 방어 시스템 역할을 수행한다.

.....

이하 보안장비 시스템 전문 업체 ‘GardaWorld’ 부사장 손 스포턴씨가 알려주는 강.절도 대응 수칙과 조언을 요약 소개한다.

큰 소매채널일수록 종업원 보안 사고 방지에 더 든든한 방어막을 펼친다. 비록 투자비는 높지만 피해 속출로 인한 직.간접 비용 발생을 상쇄시키고도 남으니 결국은 재정적으로도 이롭다. 경제가 어려워지면 회사들은 비용 절감 차원에서 우선순위 삭감 대상을 고르게 되는데 보안설비 투자를 줄이기 쉽다. 하지만 이는 결국에 가서는 더 많은 지출을 유발하는 상황을 부추길 수 있다. 업장의 신변안전 사고 위험이 높아지게 방치하는 것은 올바른 경영이 아니다. 안전한 근무환경은 최우선적 과제가 돼야 한다. 일부 체인 소매 업체들은 더 많은 안전 요원을 배치한다. 침투자의 강.절도 감행 동기를 줄인다. 안전 요원의 사기 진작 차원에서 무료 커피 대접도 하는 지혜로운 업체가 있다. 이러면 요원 혹은 경찰들은 더 성의를 가지고 해당 업소를 둘러봐준다. 작은 정성이 안전한 환경 조성에도움을 주게 된다.

토론토 크라이프 스토퍼 이사장을 맡고 있는 손 스포턴씨는 특히 담배 절도 방지에 각별한 주의와 관심을 기울이고 있다. 잘 살피고 신고해서 범죄예방에 솔선하라는 캐치프레이즈까지 자신의 SNS에 내걸고 있다. 크

라이프 스토퍼를 적극 활용하고 신고하는 시민의식을 유감없이 발휘해줄 것을 강조한다.

앞서 소개한 편의점 Hespeler Convenience 주인 닉 켈리씨는 사건 후 많은 변화를 시도했다. 보안업체와의 핫라인 버튼을 보다 쉽게 종업원들이 이용할 수 있도록 위치도 바꿨다고. 강도가 카운터로 미처 접근하기 전에 버튼을 더 빠르고 편하게 누를 수 있도록 한 것이다.

피해 당사자였던 종업원 대니엘씨는 주인의 이런 자상한 배려에 고마운 마음을 깊이 느끼며 동료 종업원들도 강도를 당하는 위기 상황에서 올바르게 대처하기 위해 교육 훈련을 받을 것을 강력히 권한다. 그녀는 치명적 피해를 입지 않기 위해 침착하게 범인의 요구에 따를 것을 조언함과 아울러 사건 발생 후의 사후 수습 과정 또한 중요하다고 강조한다. 심리적 패닉 상태는 사후 조치를 통해 가급적 빨리 극복해야 한다는 그녀의 말은 깊이 새겨야 할 조언이다. ■

〈8면에 이어〉 **국내 식료품 소매 절도 11% 증가**

힘을 쏟고 있는 가운데 육체적으로 업장 모니터링하는 인력이 부족한 곳에서 취약성이 집중적으로 몰리고 있다. 업장의 최전선에서 움직이는 인력이 부족하거나 계산대와 그 주변의 업무에 투입되는 적정인력이 뒷받침되지 않는 경우 절도는 물론 강도의 표적까지 감수해야 하는 처지다. 업소 내에 사람이 별로 없으면 절도범들은 범행을 감행하는 데 덜 부담을 느끼고 그래서 결국 범행으로 이어질 확률이 높아진다. 가게를 들어서는 손님이나 업소를 지키는 종업원 모두가 은근히 신경이 쓰이고 위협감마저 느끼고 있다. 요즘 규모가 좀 나가는 업소 심지어 작은 업소들조차 보안요원이나 비번 경찰인력을 과거보다 더 많이 고용하는 추세다. 이참에 업소내부를 개보수해서 시야가 더 잘 보이게 하는 업주들도 늘고 있다. 보안장비를 업그레이드하는 현상도 증가하고 있고 팬데믹이 극성을 부리던 시기에 시행했던 업소내 동시 수용 손님 제한제를 약간 변경해 여전히 시행하는 곳도 있다.”

전국소매업협회(RCC) 미셸 웨슬리션 대변인의 분석도 귀담아 들을 만하다. “팬데믹 기간에 많은 소비자들이 온라인 쇼핑을 했다가 정부 통제가 풀리면서 업소 방문으로 돌아서는 빈도가 정상을 회복하는 과정에서 소매업소 범죄 건수가 늘어나고 있다.

고물가와 경기침체는 장물시장을 키우고 조직범죄율까지 증가하는 모습이다. 절도 증가가 지역 비즈니스에 미치는 영향을 정확히 분석하기 어려운 것이 다수의 범죄 피해가 보고되지 않기 때문이다. RCC의 추산으로는 가장 최근 자료가 2019년 자료인데 소매산업 피해액이 약 50억 달러였다.”

대변인이 말하고 있는 피해액은 절도만이 아니라 무단침입, 무장강도, 몸싸움 등 폭행을 수반하는 모든 종류의 강탈 피해까지 포함한 액수다. 여하튼 그녀가 자신있게 말하고 있는 분명한 사실은 절도범죄 증가는 경기 하락과 경제 침체에 현격히 드러난다는 점이다. ■

도어대쉬 차등제 수수료 도입

요식업계 불만, “30% 수수료 너무해...”



미국 캘리포니아에 본사를 두고 있는 북미주 최대 음식 배달 전문 서비스 회사 도어대쉬(DoorDash)가 캐나다 요식업계에 적용될 새로운 수수료(commission) 부과 차별 등급제를 실시해 업계 주목을 끌고 있다.

샌프란시스코 인근 팰로앨토(Paloalto)라는 작은 도시에 본사가 있는 이 회사는 지난 12월 초에 요식업계에게 더 융통성있는 옵션을 제공하기 위한 방안이라고 설명하면서 디지털 시대에 요식업계 성장에 이반 등급별 적용 시스템이 큰 도움을 줄 것이라고 강조했다. 푸드서비스 비중이 높은 편의점 업계에도 충분히 관심을 끌만하다는 평가가 나오고 있다는데 도어대쉬 캐나다의 설과 아로라 전무는 제휴업체에게 사업 투명성 제고 기회가 될 것이라고 말하고 있다. 이는 이미 2021년에 미국에 적용해왔던 모델인데 캐나다 시장에도 크게 다르지 않은 것으로 알려졌다.

회사가 주문과 배달을 함께 서비스해주면 수수료는 20%, 주문 고객이 도어대쉬를 통해 주문만 하고 해당 식당에서 주문자가 직접 픽업하면 10%를 부과하는 것이 '기본' 플랜이다. 이보다 한단계 높은 것이 '도어대

쉬 플러스'(DoorDash Plus)라는 것인데 앞서 언급한 주문과 배달 동시 서비스는 25~27%, 손님이 직접 픽업하면 -다시 말해 주문만 도어대쉬가 대행하면 8%이다. 동시 서비스에 폭을 둔 것은 배달 빈도수의 정도 차이를 지역별로 세분화한 때문이다. 외곽 지역과 도심 지역의 소비자 배달 서비스 이용 비율은 다를 것이 당연하니 이에 대한 차별 수수료 적용이 이해가 갈 수도 있다.

마지막 3단계 등급은 도어대쉬 프리미엄(DoorDash Premium)이라고 불리는데 동시 서비스가 29%이고 주문만 중개하면 앞의 2단계인 도어대쉬 플러스와 동일한 8%가 적용된다.

이상 3등급제 중 어느 것을 택하더라도 가입 상인들은 회사측이 제공하는 '도어대쉬 스토어프론트' 라는 온라인 주문 소프트웨어와 장비(테블릿형)를 이용해야 한다. 이를 놓고 회사는 지역사회 요식업계가 자신들의 프로그램을 이용해 디지털 매출 성장 기회를 제공받고 지역사회 고용창출에 직간접적 기여를 함으로 인해 지역 경제 발전에 큰 보탬을 준다고 설명한다.

이는 도어대쉬만이 아니라 균용할거를 연상케 하는 북미주 배달 시장 경쟁사 중 호적수인 우버잇츠도 같은 주장을 하고 있고 캐나다 시장의 경우 요즘 공세적인 광고를 펼치는 스킵더디쉬(SkipTheDishes)도 마찬가지다.

그런데 어떻게 세분화해서 수수료 등급을 부과하던 식당 운영주들은 이 수수료 수준에 대해 오래전부터 지속적인 불만을 제기해왔다. 소위 주문 중개 수수료에 배달서비스를 더한 전체 수수료 비율이 요리 가격(고객이 만약 식당에서 직접 주문해서 먹는다고 가정했을 때 팁을 제외한 실제 메뉴가격)의 대략 30%가 지불된다는 것이다. 쉽게 말해 주문배달 전문회사

를 끼고 장사했을 때 30달러 음식 팔고 21달러를 건진다는 말이다. 배달회사들의 주문 플랫폼에서 엄청난 이윤을 빼앗기고 있다는 피해의식과 불만이 푸드서비스 업주들 사이에 팽배되어 있는 것이다.

이같은 우려와 불만은 팬데믹으로 그간 많은 고통을 받아오다가 이제사 회복을 위해 영업을 제대로 해보려고 하는 식당 주인들 사이에서 더 깊어지는 모습이다. 이들은 갖가지 정부 통제 정책으로 영업장 일부를 축소하거나 아예 일정 기간 잠정 폐업을 한 경험들이 있은 터에 금년에 본격화된 높은 인플레이션때문에 턱없이 높아진 원가 부담으로 고통을 받고 있다.



▲ 도어대쉬와 제휴해 픽업 서비스를 제공하고 있는 한 편의점의 모습. 푸드서비스 비중이 큰 편의점들은 배달 전문 대행 회사를 통해 픽업은 물론 배달 서비스까지 제공받고 있다.

상인들의 불만에 대해 도어대쉬 캐나다 정책/대정부 담당 총책 브라이언 카우프만씨는 수수료율이 일방적이거나 도를 넘은 것이 아니라고 이번 수수료 제도를 변호하고 있다. 이미 요식업계 자문 기구, 가입 상인 대표들, 그리고 유관 단체들과 대화하고 숙고 끝에 도출한 수수료 차등제라는 것이다. 그는 “적정 수수료 기준에 대한 광범위한 의견 수렴을 거쳤고 시장 현황을 잘 반영한 결론으로 이번에 도입한 시스템에 상당한 자부심을 느낀다.”고 말하고 있다.

다시 상인의 입장으로 돌아와 팬데믹 기간에 식당 주인들은 수수료 부담을 없애기 위해 배달회사 앱을 이용하지 말고 자기네 식당에 고객이 직접 주문해달라는 홍보에 온 힘을 쏟았다. 웬만큼 기반 구축이 돼 있는 레스토랑들은 자체 웹사이트 운영은 물론이고 다양한 온라인 채널에 링크가 돼 있기 때문에 시도해볼 만한 도전이었다. 배달전문 앱에 깊이 빠져 있는 고객들을 의식해 앱은 기존대로 이용하되 픽업이라도 직접 자기네 식당에서 해달라는 호소도 동원했다. 이는 의존도를 완전히 없앨 수는 없지만 상당 정도의 수수료를 감소시킬 수 있기 때문이다.

이러던 차에 팬데믹 방역 통제 완화 또는 폐지가 정부로부터 내려졌다. 하지만 이미 수년간의 대역병 기간에 소비자들은 도어대쉬와 같은 음식 배달 업체 앱에 많이 익숙해져버린 후였다. 이같은 현상을 실감할 수 있는 단적인 예가 도어대쉬 스스로가 자랑하는 홍보 문구다. 한 사이트에 올라온 자사 광고 내용을 소개한다. 『당신이 어디에 있든 배달...DoorDash

는 신선하게 준비된 식사, 신선한 식료품, 주류, 가정 필수품 등을 귀하에게 직접 배달할 수 있습니다. 귀하가 가장 좋아하는 레스토랑 및 상점에 대한 최고의 온라인 선택권을 제공합니다. 미국, 캐나다, 호주의 4,000개 이상의 도시에서 310,000개 이상의 메뉴와 12,000개 이상의 식료품점을 통해 온라인으로 쇼핑하고 주문할 때 동네에서 가장 좋은 곳을 찾을 수 있습니다. ...』

이왕 말이 나온 김에 도어대쉬 회사의 약사(略史)를 소개한다. 2012년에 명문 스탠포드 대학교 학생 4명이 한가지 모습에 주목했다. 인근 마카롱 가게 주인이 밀려드는 주문과 배달 요청에 찢찢대는 모습을 본 것이다. 여기서 착상해 이듬해 1월에 힘을 합쳐 PaloAltoDelivery.com이라는 사이트를 개설해 온라인 주문을 받고 배달을 대행하는 사업을 벌였다. 시작은 미미했으나 끝은 창대했더라는 말대로 불과 6개월 후 여름에 소규모 투자사로부터 12만 달러의 투자를 받으면서 이때 지금의 이름인 DoorDash라는 회사명을 달고 제대로 회사를 꾸린다. 무서운 기세로 성장한 도어대쉬는 5년 후인 2018년 12월 이 방면에서 앞서가던 우버이츠를 누르고 북미주 배달 대행 서비스 업체 2위를 차지했다. 2020년 코비드 사태가 터졌고 이를 계기로 사업은 옥일승천, 그해 12월 뉴욕증권거래소에 상장까지됐다. (종목코드 일명 티커는 회사명대로 DASH이다.) 현재는 우버이츠를 압도적으로 밀어내고 북미주 시장 1위를 차지하고 있다.

증시 호황으로 2021년 12월 중순에 250달러 선까지 주가가 오르기도 했으나 2022년 현재 다른 많은 주식들도 그렇듯이 폭락해서 60불대 선을 등락하고 있다. (2022년 12월 12일 종가 \$58.02)

캐나다 시장 관련해 앞서 언급한 아로라 전무는 캐나다 시장의 계절적 특성을 수요 증감 측면에서 이렇게 정리하고 있다. “여름에는 주문만 하고 업소에서 직접 픽업하는 손님이 크게 늘어난다. 반면 날씨가 추워지는 시즌이 시작되면서 배달 서비스까지 받는 고객이 급격히 증가한다. 이런 수요 변화 현상에 부응하는 것이 그다지 어려운 과제가 아니다. 소비자들의 소비 행태가 팬데믹 여파로 엄청나게 바뀌었다. 자신들의 경력 관리, 보다 안정적인 수익 확보 추구, 재택근무의 일상화 등 제반 요인들을 주목한다면 요식업 경영이 변화에 그렇게 동요될 이유가 없어보인다.” 배달 회사와 요식업의 상생을 강조하는 의미로 이해된다.

그럼에도 불구하고 도어대쉬 전체 재정 상태는 팬데믹으로 영향을 받았다. 이는 도어대쉬 공동 창업자의 한명인 이사 토니 슈씨의 증언이다. 2022년 11월에 그는 회사 인력 구조조정을 단행한다고 발표했는데 1,250명의 근로자 감원이 이어졌다. 캐나다쪽 인력 감원은 구체적으로 밝히지 않았다. “우리 회사 역사 10년에 가장 힘든 변화를 겪었다. 물론 팬데믹 기간 사세가 확장됐고 기회가 증대된 것도 사실이고 성장을 쫓아가기 위해 투자(인력)도 많았다. 그러나 이에 못지않은 비용 지출도 컸다. 균형을 잡을 때가 됐고 부득이 인원 감축을 할 수밖에 없었다. 지금은 일단 다 운사이정을 해야 할 타이밍이다.”

아마도 위의 수수료 3등급 차등제 도입도 이런 맥락에서 나온 것으로 추측된다. 여하튼 잘나가는 편의점 푸드서비스까지도 도어대쉬같은 배달 전문 회사에 의존할 정도로 푸드서비스업계와 배달 서비스 전문회사의 공생 관계는 더욱 깊어질 전망이다. 회사측에서 과연 핵심 파트너인 요식업주들의 수수료 부담을 경감시키며 어떻게 사업 제휴 관계를 지속해나갈지 지켜볼 일이다. ■

한국, 편의점에 AED 설치 경쟁



이태원 참사 계기, 휴먼 기업 이미지 구축



모국에서 160여 명 가까운 희생자를 낸 할로윈 축제 이태원 참사는 나라 전체에 엄청난 후폭풍을 몰고왔고 정치권의 심각한 갈등 요인으로까지 번진 전대미문의 인명 사고였다. 이 참사는 편의점 왕국이라는 대한민국의 이미지에 걸맞는 주목할 변화까지 동반했는데 자동심장충격기(心臟衝擊器)의 편의점 내 설치가 바로 그것이다.

원래 심정지 위급 환자의 경우 상황 발생 직후 심폐소생술을 골든타임인 4분 이내에만 해주면 살릴 가능성이 높고 여기에 더해 자동심장충격기까지 가세하면 구명 확률은 80%까지 높아진다는 것이 전문가들의 견해다.

자동심장충격기는 자동제세동기(除細動器)라고도 하고 이를 의미하는 영어단어 automated external defibrillator의 앞글자를 따 AED 라고 약칭하기도 한다. 공항, 철도 객차, 20톤 이상 선박, 500세대 이상의 공동주택 등 다중이용 시설, 공공보건의료기관, 구급차 등에는 이미 이 기구를 설치 관리운영하도록 법으로 의무화해놓고 있다. 실제로 위급한 심정지 환자가 이 기구를 통해 목숨을 건진 사례도 많다.

그러면 왜 하필 기기 설치의 추가 대상지로 편의점이 선택됐을까? 이번

참사에서 얻은 뼈아픈 교훈때문이다. 참사 당시 인근에서 사용 가능한 곳은 단 두곳이었다. 이태원 파출소와 이태원 역에 설치된 두대가 전부였던 것이다. 물론 그 주변에 있던 주민센터, 초등학교, 대학교 등에도 마련돼 있었지만 야간이라 문이 닫혀 있어 무용지물이었다. 앱을 통해 이용 가능한 정보도 정확히 입수할 수 있지만 밤에는 문을 닫아 사용 할 수 없다는 것이 치명적이다.

사각지대가 드러나자 부산광역시도 발빠르게 움직였다. 사건 후 수일이 지난 11월 초에 한국의 메이지 편의점 채널인 GS25 영남 본부와 제휴해 지역 산하 매장에 자동심장충격기를 설치하고 아울러 근무자들에게 응급처치 교육 및 기기 사용법까지 교육시켜 비상시에 대비한다는 방침을 발표했다.

한국 편의점이 없는 서비스가 없을 정도로 부대 서비스가 많은 것은 주지의 사실이지만 이태원 참사를 계기로 심폐소생의 전천후 기지까지 자임하고 나선 것이다. 한국의 체인 편의점은 예외없이 모두 24시간 운영되기 때문에 설치만 되면 야간에도 이용에 문제가 없기 때문이다.

부산시는 GS25 매장 1,000개에 설치하는 것을 목표로 삼고 시범적으

(19면에 계속)



▲ 미국 세븐일레븐 본사가 있는 달라스 소재 One Arts Plaza 건물. 오른쪽은 퀘벡, 라발에 소재하고 있는 쿠쉬타르 본사 건물로 회사 규모에 비해 외관은 수수해보인다.

1위 세븐일레븐, 2위 캐나다 '쿠쉬타르'

미국 편의점 업계 전문지 Convenience Store News가 해마다 미국내 편의점 규모(매장수 기준) 순위별 100선을 발표하고 있다. 2022년에도 발표했는데 10위까지 소개한다. 주목할 점은 지난 2015년부터 1위 세븐일레븐, 2위 알리망타시옹 쿠쉬타르(Alimentation Couche-Tard)의 순위가 변함없이 동일하게 유지됐다는 사실이다. 이 시기부터 캐나다 편의점 지존 쿠쉬타르가 미국 시장에서의 대담한 인수작업에 나섰다 때문이다. 아래 표는 2022년 9월 기준으로 작성된 순위다.

순위	회사명	총 매장수	본사 직영	프랜차이즈/라이선스	본사 소재
1	7-Eleven	12,702	5,282	7,691	Irving, Texas (USA)
2	Alimentation Couche-Tard	5,714	5,714	0	Laval, Quebec (Canada)
3	Casey's General Stores	2,448	2,448	0	Ankeny, Iowa (USA)
4	EG America	1,702	1,640	62	Westborough, Mass. (USA)
5	GPM Investments	1,377	1,362	15	Richmond, Va. (USA)
6	Murphy USA	1,058	1,058	0	Eldorado, Ark. (USA)
7	Wawa	957	957	0	Media, Pa. (USA)
8	Quik Trip	934	934	0	Tulsa, Okla. (USA)
9	Kwik Trip	784	784	0	La Crosse, Wis. (USA)
10	Pilot	660	659	1	Knoxville, Tenn. (USA)

지난 5~6년 사이에 미국 편의점 규모의 지각변동에서 주목할 사건들을 소개한 CSN은 쿠쉬타르와 관련해서는 2017년 미화 44억 달러로 CST Brands Inc.를 인수한 사실을 들었다. 본사를 텍사스 샌 안토니오에 두고 미 전역 약 1,300여 개의 매장을 거느리고 있던 CST Brands 인수는 미국 비즈니스계에서 소매업계 최대의 뉴스로 화제를 모았다. 당시만 하더라도 주유소병설 편의점 규모로는 미국에서 2위 규모를 자랑하던 회사였던 만큼 캐나다 자본이 이 막대한 인수 계약을, 그것도 빚없이 현금으로 성사시키자 업계가 떠들썩할 만도 했다. 현재 CST는 쿠쉬타르 그룹의 이미지 통일 전략으로 미국과 캐나다 양국에서 Circle K 간판을 달고 영업 중이다.

미국내 편의점수는 2022년 9월 기준으로 148,026개이며 이중 도표에 정리한 상위 랭킹 10개 회사가 28,339개로 약 19%를 차지한다. 톱 3위로 좁히면 20,864개로 14%를 차지한다. 한가지 관심을 끄는 것은 미국 소매업계라는 곳이 워낙 인수합병이 잦은 시장이며 편의점 산업도 예외가 아니었으나 최근에 둔화세를 보인다는 점이다. 인수 자금은 여유가 있어서 투자자들은 많은데 정작 팔겠다는 쪽의 공급 즉 매물이 거의 없어서 그렇다고 전문가들은 분석하고 있다.

향후 또하나 관심사는 부동산의 1위인 세븐일레븐이 대규모 자산 매각을 고려하고 있으며 2위인 쿠쉬타르와 4위인 EG 사이에 인수합병이 진행 중이라는 소문도 돌고 있어 15년 넘게 1, 2위를 고수해온 두 회사의 선두가 바뀔 수도 있는 것이 아니냐는 관측이 나오고 있다. 그러나 세븐일레븐의 덩치가 워낙 크데다가 상위 랭킹에 있는 회사들의 인수 작업도 규모가 만만찮아 유동자금 동원에 한계가 있는 등 변수가 많다는 점도 지적되고 있다. 2023년에는 2022년의 둔화된 인수 합병이 어떤 모양새를 띠지 관심이 집중된다.

편의점 영업전략과 관련해서는 주유소 병설의 경우 전기차 대세가 앞당겨지는 트렌드를 감안하면 이와 관련한 큰 변화가 일어날 것이지만 편의점의 핵심아이템에서의 급격한 변화는 없을 것으로 보인다. 다만 지난 20년 동안 미국 편의점 업계에서 무게 중심 아이템의 변화만 놓고 볼 때 담배와 팝음료 중심이던 수익 모델이 에너지 드링크의 부상을 겪었고 현재 양질의 푸드서비스 접목이 일반화되고 있다는 정도일 것이다.

한 전문가는 편의점 방문으로 전기차 충전을 하며 체류 시간이 길어진다 는 환경변화를 편의점 매출과 수익 증대의 큰 기회로 삼아 미리부터 대비책을 강구할 필요가 있다고 역설하는데 귀담아 들을 조언이다. ■

모범 사업체 20選 (연재 1)

환경, 평등, 사회공헌 등 인간 가치 구현 기준

업계 전문 전국매체인 CSN Canada에서 2022년에 처음으로 ‘임팩트 어워드’(Impact Awards)를 제정해 첫째 기념으로 20개 사업체를 선정, 수상했다. 선정 대상은 편의점 산업에 기여한 유관 비즈니스는 모두 해당된다. 소매업, 도매업, 제조사, 공급사, 혹은 이들과의 제휴 관계에 있으면서 편의점 업계에 주목할 공헌을 했다고 평가되면 수상 대상이 된다.

구체적 선정 평가 기준은 유의미한 차별화가 있어야 한다. 신제품을 통한 상품 다양화, 친환경 정책 구현을 위한 혁신적 프로그램, 포용과 화합 선도, 지역사회와의 유대강화와 봉사정신 실현 등 광범위한 영역에 걸쳐 있다. 한마디로 정리하면 사회적 가치 구현이 기준이다. 따라서 단지 혁신 제품 위주로 상을 수여하는 기존의 상들과는 뚜렷히 개념적 차이를 보이는 의미있는 상이다.

그 첫째인 2022년에는 20개 업체가 선정됐다. 그리고 CSN 특집 기사에는 각 업체에 대한 프로필과 공적(功績)사유가 소개돼 있다. 실협뉴스에서는 이를 기초로 몇차례에 걸쳐 20개 수상 사업체를 번연 연재한다.

우선 20개 업체부터 나열한다. (프랜차이즈 편의점의 경우에는 소매업 소 별로 복수의 상을 수상한 경우도 있고 기업체인 경우 그룹 산하 개별 기업체가 복수로 선정된 경우도 있다.) 주제별로 크게 대별하면 지속가능성(sustainability) 즉, 친환경 정책을 선도한 사업체, 그리고 다양성, 평등, 융합(diversity, equity & inclusion)등 화합의 가치관을 구현한 사업체, 끝으로 지역사회 공헌 우수 업체(community service/local impact/giving back)로 나뉜다.

- Hillside Shop & Save
- Imperial Tobacco Canada, Vuse
- JTI-Macdonald Corp., Jule Chan
- Kind Snacks
- Mondelez International
- Parkland Corporation
- Shell Canada
- Canadian Tire Gas+

- Imperial Tobacco Canada
- JTI-Macdonald Corp., Jade Osagie
- Alimentation Couche-Tard
- Blast-Off Fireworks
- Convenience Industry Council of Canada
- Greenergy Retail Canada
- Guru Organic Energy
- ITWAL Limited
- JTI-Macdonald Corp., Manya Konneke
- Petro-Canada Georgetown
- Rabba Fine Foods
- Petro-Canada CareMakers Foundation

이번 1월 호에는 앞의 7개 업체를 소개한다. 모두 환경 보호에서 선도적 역할을 한 공로가 인정된 사업체들이다.

■ 지속가능성(Sustainability)

1. Hillside Shop & Save



‘지속가능성’이 주제가 된다면 작은 실천이 사회적으로 큰 영향력을 과
급시켜 많은 결과를 낳게할 수도 있다. 이런 점에서 온타리오 엘리리트 레
이크에 소재하는 이 편의점은 ‘재활용’(recycling)을 비즈니스 운영의 최
우선 가치로 내세우고 있다.

주인 산 브린씨의 실천 경험담을 들어본다. “우리의 미래뿐 아니라 우리
다음 세대들의 미래를 위해서 우리의 몫을 각자가 해야 할 때이다. 미래
가 우리에게 달려 있다. 가능한 한 폐기물이 줄어들도록 해야 하며 최대
한 재사용해야 한다. 업소에서 사용하고 빈 식용유통은 수집처로 보내 재
활용되도록 하고 있고 포장 마분지 상자들은 잘 해체해서 재활용 쓰레기
통에 모은다.”

주인은 또 여타 종이들은 메모장으로 활용하는데 하다못해 은행 거래에
서 발생하는 각종 영수증 썬가리, 고무밴드, 종이백 등을 모아서 재사용
한다. 그는 또, 손님들에게도 손님 자신들의 쇼핑팩을 가져와서 담아가고
플라스틱 백을 사용하지 않도록 계도하고 있고 습관이 된 손님들도 이에
잘 호응해주고 있다고 한다.

일개 작은 독립 편의점을 꾸려가고 있는 브린씨이지만 임팩트 어워드
선정에 무척 흐뭇해하며 우리의 환경을 우리 스스로가 지키고 가꾸어야
하며 그 작은 실천의 하나인 재활용 생활습관에 열을 다해야 할 것이라
고 강조했다.

2. Imperial Tobacco Canada, Vuse

캐나다 최대 규모의 담배회사 ‘임페리얼 캐나다’의 으뜸 지침을 표방
하는 슬로건은 “더 나은 내일”(A Better Tomorrow)이다. 그래서 지난
2019년 전자담배 뷰즈(Vuse)를 국내 시장에 출시했을 때 ‘지속 가능성’개
념과 환경오염 감소를 주창하고 나섰다. 이 공약은 2021년 8월에 ‘Drop
the Pod’라는 프로그램으로 이어졌는데 소비한 후 안전하게 처리한다
는 계몽 캠페인같은 것이었다. 뷰즈는 임페리얼의 자회사이면서 동시에
브랜드명이기도 하다. 뷰즈사 대표 파스칼 듀렌드씨는 당시 두가지 과제
를 언급한 바 있다. 제품의 안전한 재사용 프로그램을 확대하는 차원에서
영업을 측면지원하는 조직을 수립하는 작업이 추진됐다. 가능한 많은 소
비자들이 이 캠페인에 자발적 동참을 할 수 있도록 유도하는 과제였다.



▲ 폐기할 껍이나 기기를 재활용하기 위해 소비자들에게 제공한 폐기물 수거
백. 자사 제품 폐기물이 환경오염을 유발시키지 않도록 세심한 캠페인을 벌인
임페리얼의 노력이 돋보인다.

재활용 업계에서는 선도적 위치에 있는 한 전문 업체와 제휴를 맺고 다
소비한 껍을 깔끔하게 소각 처리하는 업무였다. 그리고 오래돼 수명을 다

한 기기(본체)는 수거해서 재활용하는 것도 포함됐다. 껍에서 수거된 잔
존 액상물은 세멘트 생산에서 연료로 활용되도록 하자는 아이디어도 실
현됐다. 수거된 기기의 금속 부분은 새 기기 생산에서 재활용됐다.

두번째 과제는 앞에서 설명한 첫번째 과제보다 더 힘든 작업이었다. 뷰
즈를 즐기는 성인 소비자들에게 최대한 준법 정신을 발휘하면서 앞의 재
활용 프로그램 취지를 홍보하는 것이다. 제품 소비 후 폐기할 것들을 담
을 수 있는 안전 백을 무료로 제공했는데 아무곳에나 버리지 말고 반드시
백에 담아 지정한 장소로 되돌려 줄 것을 당부하며 이를 지키면 인센
티브를 제공한다. 그렇다고 수시로 하는 것은 아니고 연말까지 반환한다.
반환 장소는 온타리오에만 몇백군데를 마련했다. 듀렌드 사장은 “소비
자와 소매업주들의 적극적인 동참으로 원하던 목표를 성취했다”고 만족
스러운 평가를 내렸다.

3. JTI-Macdonald Corp., Jule Chan



캐나다 3대 메이저 담배회사의 하나인 JTI의 열렬한 환경 운동가인 줄
첸(Jule Chan)씨는 스스로를 ‘tree hugger’ 라고 일컫는다. 이 단어는 단
어 뜻 그대로 새기면 의미가 와닿는다. 지나치다 싶을 정도의 환경운동을
를 지칭하는 것으로 영어 사전에도 올라있다. 개인들이 집단적으로 뭉쳐
야 환경 문제를 제대로 해결할 수 있다는 지론을 펼치는 그녀는 “지구 환
경 보호하는 것이 자기 천성”이라고 말할 정도다.

그녀는 회사 규제준수 담당 매니저를 맡고 있으면서 회사 차원에서 운
영되고 있는 ‘Environmental Sustainability Agile Team’이라는 특별
조직에 자발적으로 가입해 열정적인 활동을 보이고 있다. 이 팀은 회사가
방출하는 탄소발자국을 정확히 측정하고 이를 최소화하는 목표로 조
직됐다. 그녀가 회사에서 가진 공식적 지위를 십분 활용해서 이 목표 달
성을 위해 헌신적으로 지원하고 앞장서기도 한다.

그녀가 특히 강조하는 분야는 종이 없애기, 프린터 숫자 줄이기, 재활용
불가능 생수병 없애기를 위한 Bevi water기 설치 등이다. 이 생수 디스펜
서는 자신의 재사용 병이나 컵을 이용해야만 물을 마실 수 있다. 또, 전기
를 이용한 지게차 보급, 직원들 카풀 시스템 확산, 정원 더 만들기 등 사내
에서 실로 다양한 분야에 걸쳐 선도적 역할을 자임하고 있다.

사내의 지속가능한 환경 캠페인에 대해 누구보다 자긍심을 가지고 있는
첸씨는 특별히 돋보이는 한가지를 더하고 있다. 지난 2년 동안 JTI는 ‘Tree
Canada’와의 제휴하에 활발한 활동을 해왔다. 이 단체는 지난 1992년에
창립된 비영리기관으로 지구를 푸르게 하자는 슬로건을 내걸고 캐나다
주요 도시와 시골에 나무 심고 가꾸는 활동에 전념한다. 첸씨는 바로 이
단체와 회사의 협력 활동에서 두각을 보이면서 동료들에게 나무의 중요
성을 설득하고 대화를 나누는 등 인식 고취에 여념이 없다. 현재 JTI는 이
단체와 더불어 총 1,229 그루의 나무를 심었다고 한다.

4. Kind Snacks



카인드(Kind)사의 건강친화적 스낵류는 벌, 나비 등과 같은 소위 꽃가루 매개 곤충이 핵심 개념으로 연관돼있다. 최근 회사는 기초 재료인 아몬드 확보를 오직 벌들에만 의존하는 기법의 농장에서 나온 것만 사용하겠다는 야심찬 계획을 발표한 바 있다. 오는 2025년까지 달성한다는 것이 목표다. 이 회사의 아몬드 농장은 캘리포니아에 있으며

164만 에이커의 면적을 자랑한다. 이곳에서 생산되는 아몬드는 지구촌 전체 아몬드의 절대 다수를 차지하는데 위의 목표를 달성하려면 약 480억 마리의 벌이나 나비 등이 필요하다. 주지하는 바와 같이 환경 공해로 인해 해마다 이들 매개 곤충 수가 현격히 줄어들고 있다는 사실은 여러 뉴스 매체를 통해 접하고 있어 심각성을 잘 알고 있다. 카인드사는 이를 염두에 두고 양봉에 많은 노력을 쏟아 천연적인 아몬드 농사에 전념할 것이라고 한다.

지난 2020년 회사는 아몬드 공급자들에게도 같은 취지의 목표를 제시하면서 농장의 3~5%는 무조건 벌 친화적 농법으로 아몬드를 재배해달라는 요청을 했다. 아울러 두가지 제초제는 절대 사용하지 말 것을 권했다. 올해 말까지의 단기 목표로 벌 친화적 아몬드 공급량을 51% 조달할 계획이다.

캘리포니아 대학 데이비스 캠퍼스 연구진을 지원해서 꽃가루 매개 곤충에 대한 연구를 심화시킬 구상도 밝혔다. 약 35만 달러를 지원하는 이 프로젝트는 벌의 건강 상태를 관찰하고 농장을 기반으로 이들 곤충의 환경을 개선하는 방안까지 마련도록 하겠다는데 결국 환경보존의 화두인 지속가능성(sustainability) 개념으로 수렴된다. 카인드 캐나다 법인의 관측 담당 이사 로빈 폴린씨는 이렇게 말한다. “우리의 일상적 삶에서 지속가능성 개념이 중요한 추동력을 발휘할 수 있도록 한다. 내일을 향한 더 나은 환경 개선을 위해 회사는 노력을 집중할 것이며 그 일환으로 벌 친화적 농작물 재배에 앞장설 것이다. 같은 생각을 가진 단체들과 연대해 우리의 사명을 지속적으로 실천할 것이며 임직원 모두가 이에 참가하고 적극적인 활동을 펼치도록 유도할 계획이다.”

카인드는 지난 2004년에 창립된 신생기업이며 본사는 뉴욕에 두고 있다. 2020년에 다국적 종합 식품 회사 마스(Mars)의 자회사로 편입됐다.

5. Mondelez International

지금부터 10년 전에 몬텔레즈는 지구촌 차원의 “지속가능한 코코아 재배”를 목표로 한 ‘Cocoa Life’ 라는 프로그램을 시작했다. 코코아 재배 농가가 직면하고 있는 여러 복잡한 과제 해결에 기업체가 직접 나서서 도움을 주자는 취지였는데 당면 과제에는 기후변화, 성 불평등, 빈곤, 아동노동 등 오늘날 심각하게 제기되고 있는 거의 모든 이슈들이 망라돼 있다.



▲ 몬텔레즈 Cocoa Life 프로그램에 제휴돼 있는 아프리카의 한 코코아 재배 농가

새로운 접근과 혁신적 발상으로 몬텔레즈는 농가와 직접 상대하기로 했고 변화가 절실한 곳을 정확히 실사부터 했다. 차별성에 집중해 코코아 재배를 선택의 문제로 돌렸고 해당 커뮤니티 전체가 인식을 공유하고 참가할 수 있는 영역으로 변모시켰다. 예를 들어 지역 공동체가 자리하고 있는 배경인 숲의 보존과 회복을 공동의 관심사로 인식할 수 있는 교육에 앞장섰다. ‘코코아 라이프’ 프로젝트는 이렇게 해서 코코아 재배 농부와 그 가족들에게는 감동적인 기회의 장을 제공했다.

오늘날 캐나다에서 취급되고 있는 몬텔레즈 초콜렛 브랜드의 100%가 이 코코아 라이프 프로젝트 하에서 재배된 원료로 제조된 것이다. 2022년에 회사는 당초 목표를 초과해 회사와 제휴한 코코아 농가가 거의 21만 가구에 달한다. 농가의 생계 지원을 위해 회사는 이 프로그램에 이미 미화 4억 4백만 달러를 투입했다. ‘착한 농법과 환경 보호’라는 주제하에 전세계적으로 몬텔레즈가 개최한 교육 강좌만 30만 건에 달한다. 실제로 농가 소득은 지난 2019년 이후 현재까지 가나(Ghana) 15%, 코트디부아(Cote d'Ivoire)에서는 30%가 각각 증가했다.

코코아 라이프는 초콜렛만이 아니라 대표적 상품인 오레오 쿠키에도 깊이 관여돼 있다. 소매업소와의 보다 긴밀한 파트너십으로 매출이 올랐다. 소비자 인식 제고에도 직간접적으로 연결된다. 지속가능성 개념이 알게 모르게 소비자들에게까지 전파된 것이다. 지속가능성을 구현하는 스낵 만들기 가장 열성적인 기업의 하나가 됐다. 지속가능한 비즈니스를 할 수 있도록 유도해 6개 나라에서 20만 코코아 농가가 이 프로젝트에서 힘을 얻고 있다. 몬텔레즈 캐나다 마케팅 부사장 산탈 버틀러씨는 이렇게 말한다. “캐나다에서 우리는 모든 초콜렛이 바로 이 프로젝트하에 100% 생산되고 있다는 사실에 자부심을 가진다. 캐나다 국민들은 그 어느때보다 지구 살리기, 지역 커뮤니티 살리기와 결부된 제품을 더 사랑하고 관심을 가진다.”

6. Parkland Corporation

파크랜드는 “지속가능한 푸드 서비스 포장”의 가치를 내걸고 캐나다 전역 대상으로 ‘Bistro On the Run’ 프로그램을 시작했다. 두시간마다 무조건 버리는 커피 시스템을 없애고 신선하게 갈린 원두커피가 바로 컵으



로 옮겨지는 기계 도입에 상당한 투자를 했다. 주문하면 비로소 커피 만들기 착수하기 때문에 손님은 갓 만들어낸 신선한 커피를 즐길 수 있고 회사 입장에서는 불필요하게 버리던 커피가 없어지는 것이다.

커피잔도 이중 보호 구조이며 소재는 대나무라서 재생이 가능하다. 손님들이 여분으로 하나 더 달라고 해서 겹치게 들고 나가는 모습도 사라져 폐기물을 크게 줄인다. 또 다른 실험을 하는 것이 100% 분해되는 컵이다. 2023년까지 완성한다고 한다. 올해 시작한 'Chill Out' 컵 또한 주목할 만하다. 특수소재로 만들어 재활용이 가능하며 회사의 탄소발자국 감소 정책에 이미 기여를 하고 있다.

회사 푸드서비스 담당 매니저 제키 핑크씨는 “비스트로 커피 프로젝트는 회사의 모든 매장에서 푸드서비스 미래와 관련해 공정한 영역을 차지할 것”이라고 강조한다. “지속가능성 개념이 이 영역에서 가장 핵심적인 자리에 있다. 대나무 소재의 컵, “재활용 가능한” PET 플라스틱(rPET), 100% 짙은 재질의 포장 등 업계에서 이 방향의 모범적 선례를 남기고 싶다. 우리만이 아닌 우리 다음 세대들을 위한 지속가능한 미래 구축에 역할을 다하는 것이 우리의 목표다.”

7. Shell Canada



셸 캐나다 또한 위에서 소개한 파크랜드와 유사한 환경보호 프로젝트를 활발히 펼치고 있다. 100% 재활용 가능한 소재(rPET)를 이용해 무배출(zero emission)을 목표삼고 지구환경 보호에 앞장서겠다는 의지를 드러냈다. 재활용 플라스틱 병을 이용해 고급진 폴리에스터 섬유를 만들어 내는데 이 소재로 폴로 셔츠를 생산하는 것이다. 유니폼 전문 공급사로 명성을 구축한 Wstar 라는 회사가 파트너이다.

폴로 셔츠 하나를 만드는데 재활용 생수병 15개가 소비된다고 한다. 그런데 제조 과정 또한 친환경적으로 기존에 사용되던 물은 90%나 줄이고 에너지도 70%를 줄인다. 재활용이 아닌 오리지널 폴리에스터 소재(virgin fiber polyester)와 비교했을 때의 이야기다.



1938년에 뉴질랜드에서 출발한 의류 사업체이다. 업체명 Wellfit로 시작한 이 회사의 첫 사업 제휴사는 뉴질랜드 육군이였다. 군복 납품을 사업 기반으로 출발해 친환경 지속가능한 의류 제조를 모토로 삼아 이 분야에서는 소비자와 제휴업체들로부터 상당한 명성을 쌓고 있다. 현재 친환경 스포츠 의류와 기업체 작업복 제조에 주력하고 있다. 본사는 뉴질랜드 오클랜드에 있다.

셸 매장 근무자들 10만 명 이상이 제휴사인 Wstar의 유니폼을 입고 근무하고 있다고 한다. 셸 모빌리티 캐나다 전국망 영업담당 매니저 비니오 리씨는 이렇게 말한다. “지속가능한 유니폼은 셸이 지향하는 탄소발자국 줄이기 운동에 정확히 부합하는 제품으로 환경보호에 대한 기업체로서의 의무감과 가치추구에 기여하고 있다. 재활용, 재사용 기회를 극대화하고 오염배출을 낮추고 원료 획득에서 가공과 공급에 이르는 전체 과정에서 친환경 확대를 위한 깊은 검토를 수행하고 있다.” ■ (다음호에 계속)

(14면에 이어)

한국, 편의점에 AED 설치 경쟁



로 2022년에 16개 매장을 우선 선정해 운영 상태를 점검하기로 했다. 그리고 2023년에는 예산을 반영해 크게 확대하기로 했다.

이에 자극받았음인지 경쟁사인 또다른 편의점 체인 CU가 한국 굴지의 보안 업체 에스원과 제휴해 전

국 16,000여 점포에 자동심장충격기를 설치하겠다고 나섰다. CU를 운영하는 BGF리테일은 11월 17일 본사 사옥에서 ‘고객과 국민의 안전, 사회 공헌을 위한 응급의료장비 공공 서비스 구축’이라는 슬로건을 내걸고 착한 기업 이미지 홍보까지 겸한 휴먼 기업의 공기능 수행을 자임하고 나선 것이다.

회사측은 일단 수도권의 인구 밀집 지역 내 CU 직영점을 중심으로 먼저 보급하고 단계적으로 전국 가맹점으로 확대할 방침이다. 두 메이저 편의점 체인사가 선두 주자로 나섰다. 여타 업체들도 가세할 것으로 보여 한국 편의점의 위상이 또한번 전면부각될 것으로 보인다. ■

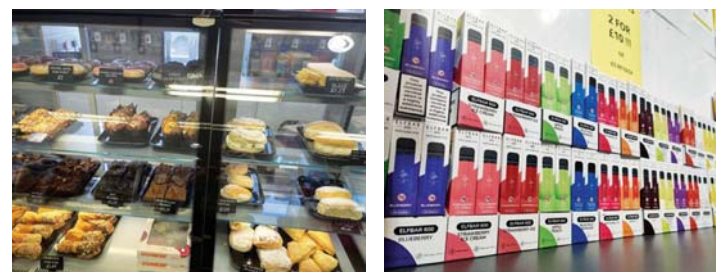
英, 편의점 매출 증대 성공담

젊은 여성 매니저의 저돌적 승부수 먹혀



기존의 디저트 바가 손님들에게 계속 어필할 수 있도록 하기 위해 그녀는 수시로 새로운 맛의 브라우니와 염염(yum yum) 개발을 시도했다. 그리고 최근에는 오레오와 콘플레이크 조각을 넣은 것을 선보여 손님들에게 큰 인기를 끌게 만들었고 이를 확인한 후 앞으로도 계속 판매할 목록에 포함시켰다. 초콜렛 조각을 넣은 크로와상도 손님들에게 시식시키는 중인데 이또한 호응을 얻고 있어 좀더 지켜볼 생각이다. 새로운 맛을 손님에게 시도해서 인기를 가늠해 좋은 반응을 얻는 것들을 골라내는데 2021년 한해 이렇게 해서 추가로 더 판매된 것이 2,000개라고 한다. 업소 한편을 자리하는 디저트 바의 매출은 업소 전체 매출의 약 3%에 불과했던 것이 그녀의 수완으로 5%로 끌어올려졌다. 마진폭도 이전보다 크게 향상된 80%에 이른다.

연이어 그녀는 던킨 도너츠와도 제휴했다. 체인 편의점 론디스 매장에서 던킨 도너츠 취급하는 첫 가게 중의 하나가 됐다. 이뿐이 아니다. 한쪽 벽을 전자담배 코너로 탈바꿈시킨 것도 전체 매출 성장에 큰 몫을 하고 있다. 일명 엘프 바(Elf bar)가 차지하는 공간의 멋진 모습은 전체 업소를 모던하게 만드는 부수적 효과까지 더해주며 초기에 주매상(650달러로 시작했던 것이 현재 7,500달러를 기록하고 있으니 놀라운 이변이다.



▲ 던킨 도너츠와 베이킹 제품 코너를 추가하며 매출은 급성장했다.

매니저 헤이즐 양의 새로운 시도는 끝이 없다. 2022년 발렌타인 테이블 기점으로 꽃을 취급하기 시작했다. 그녀는 애초 구상할 때부터 발렌타인 때만 일회성으로 하는 것이 아니라 평상시에도 계속 가져갈 생각이었고 정기적인 스케줄하에 주문을 규칙적으로 했고 매주 평균 25 다발을 소화하고 있다. 마진은 약 30%를 달성하고 있다.

젊은 여성 매니저 한명이 그야말로 업소를 환골탈태(換骨奪胎)시킨 것

영국 편의점 매체 Convenience Store가 선정한 편의점 소매업소 Londis Weymouth 성공기를 소개한다. 24세의 헤이즐 릿지양은 주인스티브 바셋씨가 운영하는 체인편의점 론디스의 매니저 역할을 맡고 있다. 매니저로서는 1년 조금 넘게 운영하고 있는데 그녀 혼자 힘으로 매우 양호한 실적을 거두고 있다. 주인도 나름 고객들로부터 탄탄한 신뢰를 구축해둔 터라 기본은 돼 있는 업소다. 바셋이 주인이기 이전에 데이브 히스킷이라는 사람이 주인이었는데 역시 진취적인 인물로 가게 한편에 획기적이라 여겨질 디저트 바를 하나 차렸다. 그리고 또 한편에는 케이크 키오스크도 마련했다. 2019년 일이다.

이처럼 능력있는 두사람의 주인이 꾸려가던 가게에서 일개 종업원이 일한다는 것은 스트레스일수도 있다. 하지만 헤이즐 양은 도전적인 의욕을 가진 젊은이다. 종업원으로 풀타임 직원이 된 것은 2017년이다. 이후 줄곧 가게가 잘되는 요인들을 세심히 관찰했고 매니저가 된 후로는 매출을 최대로 끌어올리겠다는 포부로 다양한 아이디어를 구상했다. 업소는 유명한 해변가 주변에 위치하고 있었고 그래서 계절적 요인으로 매출의 기복이 크다. 비수기에는 인력이든 물건이든 낭비적 측면이 있다. 그래서 보다 효율적 운영 기술이 요구된다고 판단했다. 비수기를 포함해 소강 상태의 기간에 어떻게 하면 매출을 끌어올릴 수 있는가에 모든 생각을 집중했다.



▲ 단순히 공간 배치에 변화를 준 것 뿐인데도 커피 매출이 배로 올랐다.

이다. 그녀의 말을 직접 들어본다. “우리 가게는 이 주변의 업소들에서 흔치않게 미국 캔디 제품과 음료 취급을 크게 확대했고 디저트 바는 다채로운 종류를 구비하고 있다. 수익을 극대화하기 위해 디저트 바 공간도 처음보다 키워서 길이가 3미터가 넘는다. 이전에는 선반이 오랫동안 빈채로 남겨두는 공간도 꽤 있었지만 이제는 주단위로 규칙적인 주문을 한다.”

들어보니 물건은 꽉꽉 채우고 볼 일이라는 신념을 가진 것 같다. 다만 과학적인 데이터 분석에 기초한 주문의 정기화이다. 그녀는 철저히 매출 자료를 분석하고 최고 인기 상품 위주로 주문을 하는데 작년에 그녀의 판단으로 확대한 추가 비즈니스 덕분에 약 3만 파운드(캐나다화 약 48,000 달러)의 추가 매출을 올렸다.

평소에 그녀는 과일과 야채 섹션이 너무 작다고 느껴오다가 냉장 식품 진열대 옆에 잭스 계열의 농산물을 진열했다. 잭스(Jack's)는 영국 최대의 편의점 겸 식료품 체인점인 테스코(Tesco) 그룹이 2018년에 창립한 신생 소매업 체인이다. 이곳이 다루고 있는 과일과 채소를 약간 추가 진열한 것인데 외관이 멋지게 구성돼 손님들 눈길을 쉽게 끈다. 데이터를 분석해보니 이 분야에서도 매출이 12%까지 올랐다.

품목군별 진열 공간의 이동도 그녀가 시도한 많은 성공작의 목록에 넣어야 할 것 같다. 시선 끌기의 최적화에 정성을 많이 쏟았다. 업소가 전체적으로 볼 때 정사각형에 가까운 구조가 아니라 길고 좁은 형태이기 때문에 이를 고려한 맞춤형 레이아웃이 필요하다고 판단했고 색선택 공간 배정과 우선순위의 변동을 가져왔다. 예를 들어 식료품 라인은 대로변에서 쇼윈도우로 쉽게 들여다 볼 수 있도록 자리잡았다. 이 간단한 배치 공간 변경으로 식료품 매출은 추가로 6,000 파운드를 증대시킬 수 있었다.

드링크만 진열하는 공간도 나름의 배치에 변화를 줬는데 예를 들어 커피 머신은 여타 잘나가는 드링크류 섹션에 이웃해 배치한 결과 커피 손님이 배로 증가했고 잔으로 따지면 연간 2만 컵에서 4만 컵이 팔리는 놀라운 실적을 올렸다.

비어와 사이더 섹션의 공간 배치도 변화를 줬으며 멀티팩 단위의 비어의 경우, 비교적 덜 마시는 비수기라고 평가되는 겨울철임에도 주 단위 300 파운드 추가 매출이 뒤따랐다.

요즘 편의점 업계에서 비건 식품이 인기를 모으고 있다. 그녀는 이 트렌드에도 주목해 가짓수를 늘였다. 유명세를 자랑하는 인기 브랜드만 엄선했고 론디스 본사에 이를 주문해서 눈에 띄게 매출을 올리고 있다. 이 모든 것이 POS 데이터를 엄밀히 분석한 판단이었다고 한다.

앞서도 언급했지만 이 업소는 해변가와 대형 주차장 사이에 위치하고 있다. 관광객들이 많은 곳이라 최적의 장소다. 이 장점을 더 극대화해야 하겠다는 생각을 가지고 헤이즐양은 여름철 손님들을 더 많이 유인하기 위해 창가쪽 진열을 키웠다. 거리에서도 가게 안이 쉽게 들여다 보이는 위치라서 쇼윈도를 더 키우고 이 공간쪽에 더 많은 물품을 진열할 수 있었다는 것이다. 물놀이 상품은 전에는 가게 뒷편의 한 공간에 별 생각없이 진열돼 있던 것을 여름철에 쇼윈도우 쪽으로 죄다 옮겨 배치했고 2018년 여름 시즌에 이 분야 제품 매출은 고작 1,400 파운드였으나 올해 여름 무려 11,000 파운드로 10배 가까운 매출 증대를 가져왔다.

이처럼 계절 장사 의존도가 높은 업소는 장점만큼 단점일 수도 있다. 겨울 시즌에 해변가 소매업소라는 것은 상대적으로 두드러진 정체를 맞는다. 이 시즌의 매출 감소를 상쇄하기 위해서는 성수기 매출을 극대화하는 것이 최상이다. 그녀는 성수기에 보다 의욕적이고 창의적인 매출 증대에 힘을 집중하기 위해 종업원들의 사기 진작과 의욕 집중을 올릴 수 있는 인센티브 프로그램도 구사했다. 재고 회전이 얼마나 빠르냐, 배달 서비스를 얼마나 빨리 해내는가 등 몇가지 범주를 정해서 경합을 벌였다. 수행 능력을 증명한 종업원들에게는 업소내의 상품에 한해 얼마만큼의 선물을 안겼다. 효과는 바로 입증됐고 종업원들의 의욕은 매우 높았다고 한다. 그녀 본인도 자신의 매니저로서의 역량에 대해 스스로 자부심을 느꼈다고 증언한다.

함께 하는 종업원들의 열성에 힘입고 본인의 실험정신과 창의성 그리고 리더십에 바탕해 이 업소는 현재 전체 평균 마진율이 전과 비교해 2%가 올라가 있다. 놀라운 발전이다. 하지만 그녀는 여기에 만족하고 싶지 않다고 한다. 특히 디저트 바와 던킨 도너츠 분야에서 더욱 개선하고 매출을 올릴 묘안 짜기에 집중하고 있다.

종업원 한명, 여기 업소에서는 나이 젊은 여성 매니저 한명을 잘 써서 이런 성과로는 너무나 대단한 것이어서 부럽기 짝이 없다. 인사가 만사라는 말이 결코 과장된 표현이 아닌 것 같다. ■

몬델레즈 Int'l, 껌 사업 일부 매각



몬델레즈 인터네셔널이 지난해 12월에 북미주와 유럽에서의 껌 사업권을 당과류 종합식품 회사인 페르페티(Perfetti Van Melle Group)에 매각했다. 정확히 말하면 매각에 최종 합의했다. 대금은 미화 13억 5,000만 달러로 알려졌다.

몬델레즈가 껌 사업을 매각하려는 계획은 이미 지난해 5월부터 예고됐었다. 그리고 최종 합의에 이른 것이 12월인데 두 곳의 생산기지가 매각 목록에 포함된다. 하나인 북미주 공장은 미국 일리노이 락포드에 있고 유럽은 폴란드 스카르비미츠에 있다.

매각 브랜드로는 북미주와 유럽 시장에서 동시에 팔려왔던 Trident, Dentyne, Stimorol, Hollywood, V6, Chiclets, Bubbaloo, Bubblicious가 있고 유럽에서만 취급되는 Cachou Lajaunie, Negro, 그리고 La Vosgienne가 있다.



몬델레즈 인터네셔널은 위의 3개 시장 외의 지역 특히 간편급 브랜드의 하나인 스트라이드(Stride)가 아성을 구축하고 있는 중국 시장 비즈니스와 여타 캔디 브랜드는 여전히 생산과 판매를 유지할 것임을 밝혔다.

이번 거래파트너인 페르페티는 네덜란드와 이탈리아 두 나라의 명망있는 기업 합작 회사이며 세계적인 제과 기업이다. 회사명에서도 짐작하듯 페르페티는 1946년 이태리 밀라노 인근에서 창업한 페르페티 형제의 이름에서 첫 단어를 따왔고 뒤의 반 멜레(Van Melle)는 1840년 네덜란드에서 설립한 반멜레 집안의 이름을 따온 것이다.

2001년에 페르페티가 반 멜레를 인수해서 하나의 회사가 됐으며 1994년에 중국 시장 진출을 시작으로 전세계 20여 곳에 생산 공장을 두고 있다. 판매량은 150개국을 넘는다. 2006년에는 스페인의 세계적인 사탕 브랜드인 츠파츄스(Chupa Chups S.A.U)사를 인수한 것이 덩치 불리기의 결정적 계기가 돼 현재 미국 몬델레즈 인터네셔널과 마스(Mars)사에 이어 세계 3위 캔디 메이커에 자리를 잡고 있다. 이 회사의 간편급 글로벌 브랜드로는 Mentos, Chupa Chups, Alpenliebe를 들 수 있다.

한편, 이번 매각 결정과 관련해 몬델레즈 인터네셔널 CEO 겸 이사장인 Dirk Van de Put씨는 포트폴리오 재구성 전략 차원이라고 말하며 핵심 아이템인 초콜릿, 비스킷, 구운 스낵류에 집중하기 위한 재투자가 이 전략의 주요 개념의 하나임을 강조했다. 쉽게 말하자면 회사가 집중 투자하려는 아이টেम्군에 필요한 자금 조달을 위한 방안에서 나온 결정이라는 의미다. 계약은 성사됐고 소유권의 법적 이전은 2023년 4/4 분기로 알려저 있다. ■

DIRECTORY



■ 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

■ 초콜렛 / 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

■ 법률관련

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

■ 금융 / 회계 / 재정 / 보험

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

■ 언론사

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

■ 장비 설치 수리

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

■ 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



OKBA

Ontario Korean Businessmen's Association

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