

실험뉴스

OKBA NEWS

www.okbacanada.com

2023 September No.836

Ontario Korean Businessmen's Association Magazine



2023 OKBA GOLF TOURNAMENT CARDINAL GOLF CLUB

2740 DAVIS DR. W. KING ON

* 참가 희망 회원은 소속 지구협회장에게 문의바랍니다.

SEP. 28 (THU)

RESERVATION (10:30 AM)

LUNCH (10:30 AM)

TEE OFF (12:00 PM)



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

9월 출시

PROLINE POINTS

PROLINE 이 덤을 드립니다

9월부터 PROLINE 고객은 점포에서 구매한 PROLINE 및 POOLS 복권에 대하여 포인트를 취득할 수 있습니다!



포인트 프로그램을 활용하여 스포츠 복권 매출을 늘리십시오

- PROLINE 고객에게 이 혁신적 프로그램을 알려 스포츠 복권 매출을 늘리십시오.
- 포인트 프로그램은 점포를 이용하는 PROLINE 및 POOLS 고객에게 더 많은 가치를 제공합니다.

1단계: 등록

적격 참가자는 WINNER'S EDGE 계정이 있어야 합니다. 계정이 없을 경우, 웹사이트 prolinepoints.olg.ca 에서 설명에 따라 계정을 등록할 수 있습니다.

2단계: 취득

점포에서 구매한 적격 PROLINE복권을 해당 프로그램 웹사이트에 등록하면 포인트를 취득합니다.*복권은 수동으로 등록하거나, 모바일 기기로 복권 바코드를 스캔하여 등록할 수 있습니다.

* 복권 1매당 취득할 수 있는 포인트는 베팅 금액 및 방식에 따라 다릅니다. 참가자는 하루 최대 50매의 복권을 등록할 수 있습니다.

3단계: 사용

PROLINE 포인트는 상품권, PROLINE 상품 등의 상품으로 직접 교환하거나, 흥미진진한 월간 추첨 응모권으로 교환할 수 있습니다.

고객들에게 오늘 당장 웹사이트 PROLINEPOINTS.OLG.CA에서 PROLINE 으로부터 더 많은 것을 획득하라고 하십시오!





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 - 05 / 8/16, 3차 정기 이사회

06 - 07 / 심기호 회장 단독후보로 재선 향해

08 - 09 / 캐나다 스낵 시장 트렌드 일별
온타리오봉사상 신청 공고

10 - 11 / 퀘백주, 베이핑 통제책 시행 돌입
OCSA, 협회 창립 50주년 행사 소개
국내 소매업소 절도 방지 수준 신뢰도

12 - 13 / RBI 매출, 전문가 예상치 훌쩍 넘어
신상품 음료 소개

14 / 美 '고급시가' 7년 소송, 업계 승리

15 / 英 젊은층, 편의점 호감 지속 상승

16 - 17 / 미 편의점 업계, 음료 매출 낙관
웰빙 패스트 푸드 인기 높아

18 - 20 / 英 편의점, 당과류 시장 동향

21 / 호주 불법담배 실태 날로 악화

22 / KBA Special Sale (September 15 - October 14)

23 / DIRECTORY

8/16, 3차 정기 이사회

선거세칙 개정안최종 통과, 회비 납부 원칙 재확인



▲ 정회원 자격 유지와 관련해 회비 납부의 원칙을 강조하는 심기호 회장(오른쪽). 왼쪽 서있는 이사는 한갑준 이사장으로 회의를 진행 중이다.

본부협회 이사회는 지난 8월 16일(수) 노스옥 더퍼린에 소재한 한식당 '서울관'에서 올 회계연도 제 3차 정기 이사회를 개최해 선거세칙 개정안을 만장일치로 통과시켰으며 정회원의 회비 납부에 관한 원칙을 재확인했다.

회의는 오후 1시 30분부터 감사를 포함한 12명의 이사회 구성원들이 모

여 오찬을 겸해 두시간 가까이 진행됐다. 회의 당일 현재 본부협회 이사진 재적수는 총 17명이다. (통합지구협회장이자 자동이사 신분 7명 + 직선이사 6명 + 회장/부회장 + 감사 2명)

한갑준 이사장 주재로 열린 회의의 첫번째 안건은 지난 7월 3일 선거관리위원회 모임에서 심의 의결한 선거세칙 개정안이었다. 골자는 기존 정

관이 7명의 선관위원을 3명으로 축소 개정됐기 때문에 이에 근거해 선거 세칙도 7명을 3명으로 맞춘 것이고 가장 중요한 사안은 본부협회 정.부회장 선거 기탁금 3천 달러를 조건부로 환불해주는 내용이었다.

후보 난립으로 인한 혼란한 선거를 방지한다는 취지로 후보자는 기탁금 3천달러를 협회에 납부하고 이 돈은 선거 당락 결과에 관계없이 협회에 귀속되는 돈이었다. 그러나 세월이 흘러 회원수 급감과 무보수 봉사직 자원자로서는 최고 지위인 회장 후보를 쉽사리 확보하기 힘들어지고 있는 상황을 선관위원들이 깊이 고려했다. 적절히 후보난립도 차단하면서 인물난에 시달리는 고민도 해결하기 위해 유효 득표의 10% 이상을 획득한 후보에게는 기탁금을 전액 돌려주는 의견이 제기됐으며 지난 선관위 모임에서 이를 심의 의결했던 것이다.

선관위가 개정된 선거세칙은 이사회 의결을 최종 득해야 하기 때문에 올해 28대 정.부회장 선거가 있는 시기를 맞춰 이날 이사회에 안건으로 상정했다. 그리고 한명의 반대없이 가결시킨 것이다. 과연 기탁금 전액 반환이 입후보의 심적 부담을 덜어 이번 선거에서 복수 후보가 나설지는 두고볼 일이다. 선거 세칙안의 내용에 대해서는 허창훈 선관위원장이 보고했다.

다음으로 다루어진 정회원 회비 납부에 관한 사안 역시 회장 선거를 앞두고 매 2년마다 대두되는 뜨거운 이슈의 하나다. 밀린 회비가 없는 정 회원에 한해 유권자 자격이 주어지기 때문이다. 지구협회장이 공금으로 대납하고 각 회원의 반환 리베이트 몫에서 충당하는 것이 관행이었으나 이미 수년 전부터 주요 공급사 리베이트가 중단돼 지구협별 단체 회비 납부는 과거 관행대로 하기 힘들어진 여건이라 이날 회의에서 큰 쟁점이 됐다.

선거의 유권자 자격을 떠나 이에 회비 처리가 안된 회원들의 회원 자격 상실의 되어야 한다는 의견도 나왔으나 심기호 회장은 유권자 자격, 각종 협회로부터 주어지는 혜택을 못받을 뿐 회원 자격 자체가 없어지는 것이 아님을 분명히 하면서 논란의 소지는 미리 정리가 됐다. 그리고 이번 선거 유권자 자격은 회비 납부가 된 경우에만 주어진다는 원칙도 분명히 했다. 후보 등록 개시일인 8월 18일에 앞선 8월 15일까지 체납 회비 완납이 되어야 한다는 사실이 이미 지구협회장들에게 공식, 비공식 루트로 통고가 된 상황이지만 일부 지구협회는 여전히 완결되지 않고 있어 서둘러 매듭

을 지어달라는 집행부의 호소가 있었다.

예측컨데 후보 등록 기간인 8월 18일부터 8월 28일 사이에 회비 납부는 모두 정리될 것으로 보인다. 그럼에도 불구하고 최종 유권자 명부 확정엔 회비가 납부되지 않을 경우 자격을 부여하지 않기 때문에 자칫 특정 지구협 소속 정회원의 무더기 유권자 자격 탈락 사태도 우려가 되고 있다.

이날 회의에서는 팬데믹으로 수년간 치르지 않았던 OKBA 골프토너먼트를 재개하는 이벤트 사업에 관한 집행부의 소개가 있었다. 수년만에 열리는 행사이며 협회와 조합 공동 주관의 합동 골프행사인만큼 도어 프라이즈, 경품 등도 푸짐하게 마련할 것이며 최고 상품인 고가의 안마기 경품 행사도 있을 것이라고 한다. 주요 공급사와 조합 소핑액 기준 상위 VIP급 고객들도 초대해 성황리에 개최되도록 기대를 키우고 있다. 행사 날짜는 9월 28이며 장소는 과거 협회 골프토너먼트가 자주 열렸던 '카디널'(Cardinal Golf Club ; 2740 Davis Dr W, King)이다.

기타 안건으로는 온타리오 봉사상 추천에 관한 내용 소개가 있었다. 봉사상 신청은 오는 10월 15일이 마감이며 지구협회장을 통하거나 회장, 이사장 등 임원이 추천하면 가능하다. 정부가 할애한 협회 최대 추천인은 6명이며 6명을 초과해 신청자가 접수될 경우 상별분과위원회에서 심의 의결해 6명으로 정한 후에 정부에 추천 상신한다. 회의는 3시 15분에 종료됐다. 다음 이사회는 4차가 되며 예.결산 심의를 목적으로 열리는 본래의 정기이사회로 회계연도가 종료되는 8월 31일 이후인 9월 중에 보통 개최된다. ■



제28대 정.부회장 단독후보 인준 정기총회에서 결정

정기총회는 추후 일정 공고 예정

(주) 하이쿨텍 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 장비 일체 수리
- 자동차어, 수중모터 및 보트엔진 수리 외

장거리 출장수리 가능
신속과 책임을 우선 합니다

416.909.7114

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

박효진 (Roland Park)

Cell (416)985-5287

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

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

실업인협회 단체보험

심기호 회장 단독후보로 재선 향해

10월 정기총회 인준 투표에서 결정

본부협회 제 28대 회장 선거는 복수 경선 구도를 만들지 못하고 단독 후보 인준으로 치러지게 됐다. 지난 8월 18일부터 8월 28일까지 선거세칙 규정에 따라 10일 간의 후보 등록 기간을 가졌으나 등록 후보는 현역인 심기호 회장이 재선을 위해 등록한 것이 유일하다.

8월 28일(월) 오후 4시까지가 후보 등록 마감시간이었으며 심 회장 이외에 등록된 후보는 아무도 없어서 공식적으로 단독 후보로 확정됐다.

앞으로 남은 절차는 10월에 있을 정기총회에서 단독 후보에 대한 인준 여부를 가리는 것이다. 참석한 정 회원의 과반수 지지 인준을 받으면 새 회장으로 선출된다. 선거세칙 제 12조(단

독후보의 경우) 1항(과반수 인준)은 다음과 같이 규정하고 있다. 『1차 공고 또는 2차 공고 후 단독후보인 경우, 선거 실시없이 해당 연도 정기총회에서 재석인원 과반수 찬성의 인준을 받아 당선을 확정한다』



▲ 심기호 현 회장(오른쪽)이 제 28대 회장 선거에 재선을 위해 출마했다. 사진은 후보등록 기간인 지난 8월 23일(수)에 선거사무장 이성호 회원과 함께 후보 등록 서류를 제출하기에 앞서 포즈를 취하는 모습이다.

인준이 부결되면, 다시 말해 재석 회원 과반수 획득에 실패하면 2주 내에 임시 이사회를 소집, 회장 후보를 선출해 총회(임시총회)의 인준을 받도록 하고 있다. 협회 50년 역사상 단독후보가 된 경우는 이번까지 포함해 총 8번이 있었으며 한번을 제외하고는 모두 인준이 가결됐다.

심회장은 지난 2년 전에도 경쟁자없이 단독후보로 출마해 동일인의 연이은 단독후보로 협회 정.부회장 선거 사상 첫 기록을 세우게 됐으며 만일 정기총회에서 인준이 가결되면 이 또한 단독후보 연속 당선의 첫 기록을 가지게 된다. 다만 초선이었던 2년 전에는 비록 단독후보였음에도 불구하고 웬데믹 대란으로

다중의 대면 접촉이 금지된 상황이라 정기총회를 개최할 수 없는 점을 고려해 일부러 정회원 전체를 대상으로 우편투표를 시행했다. 철저한 선거 절차를 밟아 당당히 당락을 가리는 것이 당선자에게도 떳떳하고 공연



▲ 본부협회 28대 정.부회장 선거에 입후보한 회장 후보 심기호 현 회장과 부회장 후보 신재균 현 부회장.

한 뒷말이 없도록 하지는 취지였다. 그리고 결과는 총 유효투표 285표 중 273표라는 압도적 지지로 당선됐으며 대부분의 유효투표는 우편투표가 차지했다. 2년 전 러닝메이트였던 부회장 후보로는 김광석 회원이었으며 이번에는 현재 부회장을 맡고 있는 전임 신재균 회장이다.

심 후보는 일찌감치 선거사무장에 직선이사의 한사람이자 이사장을 역임한 바 있는 이성호 회원을 내정해 후보 등록 준비를 서둘렀고 8월 18일부터 10일간 주어진 후보 등록 기간의 앞선 시점인 지난 8월 23일 오전에 등록 서류를 제출했다.

경쟁자가 없을 것이라는 관측은 협회 사정을 어느정도 아는 회원들은 누구나 할 수 있었다. 회원수는 나날이 감소하고 있고 리베이트마저 끊긴 협회 재정상태를 보면 협회를 이끌고 가기가 과거와는 판이한 상황이다. 선뜻 나서서 무보수 자원봉사를 할 인력의 기쁨은 오래전부터 예견됐던 바다. 또한 제도적으로나 관행적으로 본부협회 회장이 조합 운영이사장도 겸해야 하는 부담감도 따른다. 언어의 불편함이 없이 대외관계를 왕성하게 주도하고 자신의 비즈니스 또한 규모있게 잘 운영하는 등 두루 역량을 갖춘 후보자가 나서는 것이 협회를 위해 합당한 인물이지만 그런 인물은 결코 흔하지 않은 것이 현실이다.

참고로 작년에 협회는 정관 개정을 통해 회장 3선 이상의 연임 금지 조항을 없앴다. 능력있는 봉사자가 이 조항으로 인해 지속적으로 협회를 위해 봉사할 여력을 차단당한다면 기쁘거나 인물난에 시달리는 협회에 바람직하지 못하다고 해서 없앤 것이다. 아울러 이번 선거부터는 후보 기탁금 3,000 달러도 당락 유무에 관계없이 10% 이상의 지지를 얻으면 돌려주도록 선거제척도 개정했다. 이 또한 봉사를 위한 문호를 개방하고 후보자의 부담을 가급적 덜어주는 맥락에서였다.

당초 선거관리위원회가 정한 선거일은 9월 18일이었으며 임시총회를 통해 선거를 치를 계획이 세워져 있었다. 선관위원들과 협회 직원들은 경선을 전제로 한 우편 투표 준비 등 다양한 선거업무를 점검하고 있었다. 하지만 단독후보로 결론이 나면서 큰 짐을 덜게 됐으며 정기총회에서의 인준 투표 절차만 잘 진행할 수 있도록 하면 된다. ■

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

캐나다 스낵 시장 트렌드 일별

콘아그라, 젊은층에 주목한 거시 전망



캐나다 젊은층의 스낵 트렌드에 관해 콘아그라 캐나다 법인 부회장이자 전문인 폴 호간씨가 최근 업계 전문지 CSN과 가진 인터뷰에서 매우 상세히 분석을 해주고 있다. 편의점 핵심 아이템군인 스낵에 관한 소중한 조언을 얻을 수 있는 내용으로 이하 간추려 소개한다. 참고로 콘아그라(Conagra Brands)는 산하에 콘아그라 푸드(Conagra Foods)를 거느리고 있는 미국의 다국적 기업이며 그룹 본사는 미국 일리노이주 시카고에 소재한다. 창립은 1919년으로 유서깊은 전통을 자랑한다.

예를 들어 단백질, 섬유질에 대한 관심이 과거 어느때보다 높아져가고 있다.

캐나다 젊은층이 사고모임에서 스낵을 필수불가결하게 생각하고 있는 것은 그리 놀라운 현상도 아니다. 마켓 전망에서 볼 때 특히 그런 사실을 절감한다. 초대를 하거나 이벤트를 벌일 때 젊은층일수록 평균적으로 사고모임이 어떤 연령대보다 많다. 이런 현상은 제조사나 공급사 입장에서 신제품 개발과 마케팅에서 중요한 기회요인이다. 손쉽게 나눠먹으며 즐기는 분위기 조성에 필수적 식품이 간식 소비다. 새로 나온 스낵 제품은 대화의 소재거리가 되기 일쑤다. 모임의 흥미를 더해주는 주제가 된다.

.....

캐나다 스낵시장을 추동하는 핵심 소비군은 젊은층이며 이들은 스낵이 야말로 유익한 모임 자리에서 없어서는 안되는 식품으로 인식하고 있다. 다른 연령 세대의 친목 모임에서 소비되는 스낵의 두배 이상을 소비한다. 특히 여름 시즌에 소비는 강화된다. 이들의 스낵 소비 동기 순위 1위는 '갈망의 충족'(satisfy a craving)인데 어떤 형태로든 매운 맛을 소비하고 싶은 욕구가 무척이나 강하다. 이동 중에 수시로 때와 장소 불문하고 소비 해줘야 하는 간식거리의 필요성은 여름철 집보다는 밖에서 더 자주 활동하게 되는 환경이 주도적 요인으로 작용한다.

사교라는 측면을 활용하는 마케팅은 절대적으로 필요하며 연중 주목할 만한 순간들을 목표로 맞춤형 전략을 수립하는데 도움을 준다.

콘아그라의 마케팅 전략과 신상품 개발의 기초는 두가지 측면을 가진다. 지역 단위와 전국 단위의 기초 자료를 모두 분석하고 활용해야 한다는 것이다. 소비자 태도와 트렌드 분석에서 이 두가지 모두가 필요하다. 일관성있는 목표는 소비자 수요와 욕구를 만족시키는 것이다. 젊은 세대에게 어떻게 하면 어필할 수 있을까 하는 질문은 신상품 개발과 마케팅 전개에서 지속적으로 따라다닌다. 많은 신제품이 올해 여름 후반에 출시될 예정이다.

아울러 간편 식사 대용물로서 스낵의 중요성이 높는데 영양학적 가치,

매운맛 열광



매운맛이 대세인 젊은층 스낵 소비 트렌드를 반영해 콘아그라는 이름이 끝나기 전에 'Boomchikapop' 시리즈 신제품 Sweet Chili Puffs를 내놓을 것이다. 이밖에도 P.F. Chang's Sauces, Bertolli Frozen Pasta Meals, Gardein Supreme 등의 신제품이 추가 출시된다. 신제품들은 모두 트렌드 변화에 대한 분석하에 개발되고 출시되는 것이다.

편의점과 관련해서는 젊은 소비층이 이동 중 간편 간식 소비물을 찾는 중요한 채널이기 때문에 매운 맛의 다양한 신제품 스낵을 구비하는 것이 중요하다.

식사대용/웰빙

요즘 젊은이들은 주전부리를 식사대용으로 소비하는 경향이 강하다. 스낵과 간편식사의 개념이 애매하고 혼재되는 모습이다. 여기다가 건강, 웰빙에 대한 의식이 높다보니 이 또한 잘 반영된 제품을 추구한다. 그런데 젊은층을 포함해 일반적인 소비자들에게까지 확대해 간식이 영양학적 가치가 높아야 한다는 의식이 팽배해가고 있다. 신제품 개발에서 이 점을 필히 반영해야 한다.

문제는 2021년 대비 2022년에 이들 웰빙 간식 소비가 4% 감소했다는 점이다. 이 제품군의 가격이 높아진 때문이다. (*고물가 시대에 특히 건강 친화적 프리미엄 간식이 크게 올라 주머니 사정이 팍팍한 젊은 소비자들의 고가 제품 쇼핑을 주저하게 만들고 있는 것은 주지의 사실이다.) 이는 회사 입장에서 절대적으로 기회요인이기도 하다. 웰빙을 더 충실히 반영하면서도 전통적 짠 스낵 맛을 보탠 스낵이 바로 위에서 언급한 콘아그라의 Boomchikapop 신제품이며 또다른 것으로는 Orville Redenbacher 시리즈의 신제품 팝콘을 들 수 있다.

계절 특수를 유념해야 한다. 이미 앞에서 강조했듯이 캐나다인들의 여름 야외활동은 매우 왕성하다. 그래서 주전부리도 편하게 소비될 수 있어야 하며 웰빙 스낵이 무게를 가진다. 사고와 친목 행사가 야외에서 빈번히 이루어지는 계절이다. 신제품과 홍보에 편의점 업주들도 집중적인 관심을 쏟아야 한다. 건강 스낵 쪽으로 트렌드가 크게 움직이고 있다는 시장 변화를 항상 의식해야 할 것이다. ■

Ontario Volunteer Service Awards

온타리오 봉사상 신청 공고



온타리오한인실업인협회



온타리오 주정부에서 매년 온타리오 봉사상을 수여해오고 있습니다. 정부는 비영리단체나 조직을 위해 헌신적으로 봉사해온 자들의 노고를 치하하기 위해 지난 1986년부터 이 행사를 시행하고 있습니다. 이 상은 봉사 기간에 따라 5년, 10년, 15년, 20년, 25년, 30년, 40년, 50년, 60년 이상 등 총 9종이 있습니다. 협회에도 매년 추천의뢰가 오고 있으며 최대 6명까지 추천이 가능합니다. 2023년 추천자를 위해 다음과 같은 사항을 공지하오니 지구협회장은 소속 회원들 중 기준에 부합하는 회원을 추천해주시기 바랍니다.

1. 추천인원

6명 (OKBA가 정부에 추천할 수 있는 최대 인원임)

2. 추천대상

OKBA 회원으로 5년 이상 협회 (본부협, 지구협)를 위해 헌신적이고 지속적으로 봉사한 자.

(*5년 이상 기간은 중간에 단절이 있으면 정부측 기준에 따라 추천 불가능)

3. 추천방법

회장단, 이사장단이 추천한 자, 지구협에서 자체 이사회 의결을 거친 후 지구협회장이 추천한 자.

(*주정부로부터 이미 명예 또는 봉사상을 수상한 자는 제외)

4. 신청마감

2023년 10월 13일 (금)

5. 신청서 양식

양식은 협회 웹사이트 www.okbacanada.com 메인 홈페이지 또는 Latest News 목록 '온타리오 봉사상 신청 공고'에서 '추천서' 양식을 출력해 사용하시기 바랍니다. 이 양식과 함께 별지에 '추천사유서'를 첨부해야 합니다. 작성된 추천서류는 우편이나 팩스 또는 직접 제출 모두 가능합니다.

- 주소, 169 The West Mall, Etobicoke, ON M9C 1C2

- 전화, 416-789-7891

- 팩스, 416-789-7834

퀘벡주, 베이핑 통제책 시행 돌입

임페리얼, CICC, CVA 강력 반발



한편, 국내 최대 담배회사 임페리얼 토바코(ITCAN)는 이번 발표를 대하고 정부가 이성적인 판단을 하는 것이 아니라 다분히 정서적 접근을 하고 있다고 반발하고 나섰다. 퀘벡 주민의 공중 보건 개선에 베이핑이 기여하는 제품임을 역설한 것이다. 이미 4월에 정부가 취지를 설명했을 때도 유사한 비판을 낸 바 있다.

임페리얼이 회원으로 가입해있는 전국 베이핑 협회(CVA ; Canadian Vaping Association)와 전국편의점산업협회(CICC ; Convenience Industry Council of Canada) 또한, 정부의 향가미 베이핑 제품 금지 정책을 공개적으로 반대해왔다.

퀘벡정부의 이번 개정 내용에는 향가미 베이핑 금지 이외에 니코틴 함유 허용 최대치도 하향 조정했는데 밀리리터 당 20밀리그램이 최대치다. 또한 제품 포장 디자인도 미성년자를 유혹하지 못하도록 제한을 가하고 있다.

다음은 임페리얼의 법률/대외정책 담당 부회장 에릭 가농씨의 주장이다. 『금연단체들이 퀘벡 정부의 조치에 환영 일색이지만 당초 취지인 청소년 소비 억제 효과는 전혀 볼 수 없다는 것이 슬픈 현실이다. 많은 청소년들이 베이핑을 즐기고 있고 그래서 안된다는 것에 전적으로 동의를 한다. 하지만 이미 많은 소비가 이루어지고 있는 향가미 베이핑 전 품목에 대해 극단적 제한을 가하는 정책은 결코 문제를 해결할 수 없을 것이다. 이미 젊은이들은 불법으로 베이핑 제품을 구하고 있다. 마찬가지로 성인들도 암시장을 통해 앞으로 계속해서 공급처를 찾아내 소비할 것이다. 지나친 정책은 안전하지 못한 무허가 베이핑 제품을 오히려 양산하는 조

온타리오주를 뒤이어 퀘벡주에서도 향가미 베이핑 제품 판매 금지에 들어간다. 오는 10월 30일부터 발효되는 이 정책은 다만 일반 담배맛이 나는 제품은 허용된다. 온주와 동일하다.

퀘벡 보건부 크리스티앙 뒤베 장관은 지난 8월 2일 이같은 내용을 발표하면서 다음과 같이 밝혔다. “퀘벡 주민 보건 증진을 위한 예방 조치의 일환이며 비흡연자들에게도 유혹으로 작용하는 베이핑 제품을 통제하는 것은 정부의 의무이다.” 퀘벡 정부는 이미 지난 4월에 현행 퀘벡 담배관리법(Tobacco Control Act) 개정 시행 작업에 들어갔으며 미성년자 건강 보호가 주 목적이라고 취지를 알린 바 있다.

치가 될 것이다。」

임페리얼 측은 미성년자 보호라는 측면에서 정부가 정작 취해야 할 다 음과 같은 권고안을 내놓았다.

- 미성년자에게 베이핑 제품을 판매하는 행위에 대해 엄한 벌금을 부 과해 미성년자가 구입을 할 수 없도록 강력한 대응
- 미성년자에게 베이핑 제품을 공급하지 않도록 성인들의 인식을 제고 하는 프로그램이나 계도성 캠페인 개발
- 미성년자에게 베이핑 제품을 판매하지 않도록 업주 대상 교육훈련 프 로그램 이수 의무화

임페리얼과 더불어 CVA와 CICC 단체도 베이핑 제품이 성인 흡연자의 금연 단계 이행의 가교 역할을 한다는 실용적 가치를 강조하는데 한목소 리를 높이고 있다.

임페리얼의 가봉 부회장 이야기를 끝으로 추가 소개한다. 『담배의 폐해 를 줄이는데 캐나다에서 가장 선도적 역할을 할 수 있는 위치를 스스로 퀘 벡 정부가 잃어버리게 된 것은 큰 유감이다. 균형잡힌 통제 정책을 선택했 다면 미성년자 금연을 더 강력히 추진할 수 있었는데 그렇지 못한 것이다. 이런저런 금연 단체들에 휘둘린 나머지 일반 담배 금연으로 이행할 성인 흡연자의 과도기적 단계를 제거해 사태가 더 악화됐으며 결국 불법적으 로 베이핑 제품을 구할 수밖에 없는 상황을 자초했다』 ■

OCSA 협회 창립 50주년 행사 소개



▲ 오른쪽 끝이 OCSA 데이브 브라이언즈 회장, 회장 좌측이 심기호 협회 회장

온주편의점협회(OCSA)의 기관지 CSN이 지난 8월 2일 협회/ 조합 50주년/40주년 창립 행사를 사진과 함께 다뤘다. 협회 창립 역사가 1973년부터 시작됐다고 행사를 소개하면서 심회장과 가 진 인터뷰 내용도 짧게 언급했다. ■



국내 소매업소 절도 방지 수준 신뢰도

소비자의 엇갈린 반응, 대다수 업주 신변안전 불안

국내 고유의 시장 조사 기관 레 거(Leger)가 최근 밝힌 여론 조사에 따르면 국내 소매업소 절도 방지 안 전 조치가 적절하지 못하다고 생각 하는 소비자가 절반이 넘는 것으로

나타났다. 그러나 과반수는 소매업소 근로자의 안전 근무 여건은 양호하다는 반응을 보였다.

소매업소 신변 안전에 관한 이번 조사에서 신변 안전을 위한 보안 카메라, 제품 장착 경보기, 보안요원 고용, 특정 고가 제품 전용 폐 쇄형 전시대 등 절도 방지 시스템이 더 강화될 필요가 있다는 소비자 반응이 과반을 넘고 있음을 확인했다.

조사는 18세 이상 내국인 1,500명을 대상으로 실시됐으며 온라인 방식이었다. 성별, 지역, 교육 수준, 자녀 유무 등이 고루 반영됐다. 적절한 절도 방지책이 구축돼 있다는 응답은 45%였으며 27%는 충

분하지 않다, 10%는 지나치게 과잉 시스템이 가동되고 있다 자신이 살고 있는 주(州)가 타 주에 비해 상대적으로 절도의 정도 가 어떤가에 대한 질문에 대해 14%만이 절도가 더 심하다고 반응했 다. 가장 높게 나타난 주는 B,C주로 25%였다.

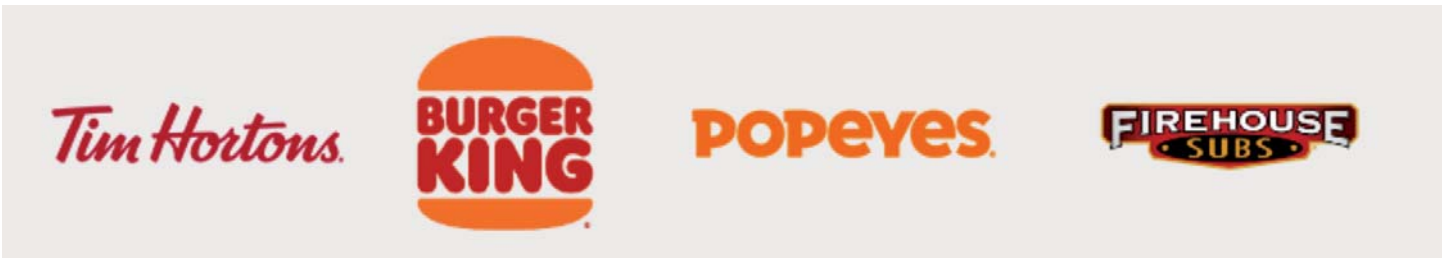
소매업소 근무의 안전성에 관해서는 앞서도 언급했듯이 남성의 경 우는 70%가 안전하는 응답이었으며 여성은 이보다 낮은 63%였다. 18%는 안전하지 못하다고 답했다.

한편, 이번 조사 결과를 대하고 전국독립사업체연맹(CFIB)측은 업 소 절도범죄와 강도 사건은 국내 비즈니스에서 단연 최고의 관심사 가 되는 이슈라고 강조했다.

연맹측은 빈번한 절도는 지역 커뮤니티의 안전을 저해하는 가장 일상적인 현상의 하나이며 약탈과 강도 행위 또한 무시 못할 수준이 라고 밝혔다. 국내 소매업주의 75%가 본인과 종업원 그리고 손님의 신변 안전을 우려한다는 반응이다. 65%는 보안 시스템 구축 강화에 추가적인 돈을 투입했다고 밝혔다. ■

RBI 매출, 전문가 예상치 훌쩍 넘어

팀호튼 분기 매출 12.5% 증가, 버거킹도 큰 성장



패스트푸드 업계의 공룡그룹 RBI(Restaurant Brands International)가 시장 전문가들의 예측을 뛰어넘어 지난 8월 8일 2/4분기 실적이 크게 신장된 것으로 나타났다. 마케팅 활동 개선과 왕성한 판촉 활동에 힘입은 것으로 분석되는데 산하 4개 계열사 중 하나인 팀호튼은 주가가 4% 이상 뛰었다. 이하 로이터 통신이 전하는 기사를 요약해본다.

계열사의 하나인 버거킹(Burger King)은 미국 시장에서 매출을 올리기 위해 간간히 힘을 써왔다. 매장 리모델링 작업, 신기술 도입, 광고, 조리 장비 교체는 물론 메뉴와 영업 방식 개선에 이르기까지 할 수 있는 모든 시도를 단행하는데 큰 돈을 투자했다. 2/4분기에만 투입된 돈이 1,200만 달러였는데 이 중 1,000만 달러가 광고에 들어갔다. 매출이 부진한 매장은 과감히 폐업하면서 같은 분기 미국 매장수는 2.2%가 감소한 6,900개였다.

이런 과감한 노력 덕분에 5월에는 이전 3년 이상의 기간에 처음으로 시장 점유율을 확대할 수 있었다. 메뉴 개선에서도 투자 가치를 확인했다. 한정 판매였지만 Spider-Verse 와퍼 신제품, 그리고 Whopper Jr. Duo 등이 큰 매출을 올렸는데 회사측은 젊은 고객층에 강하게 어필한 것으로 분석했다. 전체 트래픽은 여전히 만족할 수준이 아니지만 여타 지표상으로는 개선이 역력하다. 2/4분기 매출을 전문가들은 4.5% 증가로 예측했으나 실제로는 8.3%라는 놀라운 실적을 보였다.

한 시장 분석 회사의 중역은 “2/4분기의 실제 결과에 크게 놀랐다”고 고백하며 “버거킹 경영진의 경영 능력에 큰 점수를 주고 싶다.”고 평가했다.

한편, 캐나다 요식업계의 자존심이자 이 그룹 산하의 또다른 축인 팀호튼(Tim Hortons') 역시 시장 전문가들의 예측을 크게 상회한 12.5%의 매



▲캐나다 국민커피로 통하는 팀호튼은 2019년 중국 상해에 첫호점을 오픈하며 중국 공략에 나서 현재 중국 전역에 500개에 육박하는 매장을 거느리고 있다. 한국 시장에도 연내에 진출할 계획인 팀호튼은 전 세계 14개국에 약 5,300개의 매장을 운영하고 있고 캐나다 국내에 3,500개 이상을 오픈하고 있다. 막강 경쟁상대인 스타벅스와 차별화로 서민적 가격에 가성비 높은 맛이 중국인의 마음을 사로잡았다는 분석이다.

출 증가를 보였다. 성장의 견인은 계절적 요인과 맞아 떨어진 찬 음료 소비 증가 그리고 BBQ Crispy Chicken과 같은 보울과 랩 스타일의 신상품 메뉴 인기 덕분인 것으로 분석됐다. 팀호튼은 1/4분기에도 큰 성장을 보여 실업뉴스 6월호에 소개된 바 있는데 두 분기 연속 좋은 실적을 냈다.

다른 두개의 계열사인 Popeyes와 Firehouse Subs 역시 예상치인 5.75%를 훌쩍 뛰어넘은 10% 전후의 증가를 보였다. 2/4분기 RBI 그룹의 주당 순이익은 85센트로 시장 예측 77센트를 크게 앞질렀다. ■

신상품 음료 소개



캔 음료를 주로 제조 판매하는 네덜란드 음료 회사 캔디 캔(Candy Can)이 최근 캐나다 시장에 상륙했다. 4가지 맛을 내세우며 등장한 이 제품을 제조하는 회사의 핵심 차별화는 무가당(zero sugar)이다. 요즘 소비자들이 워낙 건강친화적 식품에 관심을 높이다보니 회사들도 앞다퉀 이 트렌드를 반영하는 것이 당연해 보인다.

4가지 브랜드는 Birthday Cake, Bubble Gum, Cotton Candy and Rocket Ice Lolly이다. 비건층 어필, 글루텐 프리, BPA 프리,

카페인 프리, 키토친화적... 등등 웰빙 소비층이 피하고 싶은 성분들은 철저히 배제하고 있다. 참고로 'BPA Free'라는 말은 내용물을 담은 용기가 환경 호르몬이 나오지 않는 용기를 사용하고 있다는 의미다. 인체에 무해하다는 것인데 제조 과정에서 인체에 유해한 성분을 제거해 환경 호르몬이나 발암물질이 나오지 않는 친환경 소재임을 강조한다.

키토친화적(keto-friendly)이라는 표현은 키토제닉(ketogenic)이라는 다른 표현으로도 사용되는데 탄수화물이 적고 고지방, 중단백질 식품을 앞세운다. 키토제닉 다이어트라는 용어까지 등장하며 북미주에서 열풍을 일으키고 있다.

한편, 캔디 캔의 4가지 제품은 현재 캐나다 전역에서 구입 가능하다. 편의점은 주로 체인 편의점 중심으로 보급되고 있는데 쿠쉬타르 알리마켓시용의 서클 케이가 대표적이고 일부 대형 식품점에서도 소핑이 가능하다. 조만간 모든 편의점으로 확산될 것으로 보인다. ■



2023년 9월 프로그램

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

사례로 알아보는 캐나다 형법 이해 온라인

- 일시: 9월 14일 (목) / 오후 6시 - 7시 30분
- 담당: 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)
- 내용: 1. 형법이란? 2. 사례로 알아보는 범죄의 범위 및 종류
3. 재판 절차 4. 범죄기록이 이민신분에 미치는 영향

자동차 · 집 · 생명 보험 온라인

- 일시: 9월 18일 (월) / 오후 6시 - 7시 30분
- 담당: 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)
- 내용: 1. 자동차, 집, 생명 보험의 필요성과 중요성
2. 보험 종류 & 보험 보장 3. 보험금 신청 방법
4. 보험 선택시 고려해야 할 사항

KCWA 창업 지원교실 4기 대면

- 일시: 9월 20, 22, 27, 29일 & 10월 4, 6, 11, 13일 수 & 금요일 / 오후 6시 - 8시
- 대상: 영주권자 및 난민인정자 (선착순 최대 30명)
- 담당: 취업상담원 이재원 (문의: 416-340-7273)
- 내용: 창업 준비생에게 전문가가 꼭 집어서 알려주는 성공적인 창업 및 경영 전략

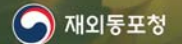
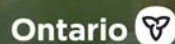
영화와 광고를 통해 이해하는 인종주의와 인종차별 온라인

- 일시: 9월 19, 26일 & 10월 3일 (총 3회)
화요일 / 오후 6시 - 7시 30분
9월 21, 28일 & 10월 5일 (총 3회)
목요일 / 오전 10시 - 11시 30분
- 대상: 영주권자 및 난민인정자 (선착순 최대 10명)
- 담당: 프로젝트 코디네이터 박혜영 (문의: 416-340-1082)
- 내용: 1. 영화와 광고 속 인종차별
2. 인종주의란 무엇인가?
3. 캐나다 사회 내에서의 인종주의
4. 인종주의의 영향, 대처방안, 그리고 반인종주의 실천하기

우리 아이 마음 읽기 대면

- 일시: 9월 27일 (수) / 오전 10시 - 오후 12시
- 담당: 가정상담원 오신성의 (문의: 416-340-7161)
- 내용: 1. 소통을 방해하는 요소들 2. 감정코칭
3. 행동코칭 4. 관계회복

* 자세한 정보는 www.kcwa.net에서 찾을 수 있습니다 * 사전등록 필수
 * 효과적인 내용 전달과 적극적인 상호작용을 위해 세미나 참석인원 제한 가능



美 ‘고급시가’ 7년 소송, 업계 승리

연방법원, “FDA 조치 자의적”



미국에서 고급시가(premium cigar)를 놓고 벌인 7년 법정 싸움이 지난 8월 9일로 종지부를 찍었다. 일명 『시가협회 vs FDA』 (Cigar Association of America v. U.S. FDA) 사건으로 명명된 소송에서 미국 워싱턴 D.C 연방 지방법원 아밋 매타 판사는 미식품의약청(FDA)이 고급시가를 통제관리하기 위해 발동 했던 지난 2016년의 자의적 시행 조치를 ‘철회’하라는 판결을 내린 것이다.

판결을 간단히 요약하면 첫째, FDA 시행령이 자의적(arbitrary)이고 개념이 불명확하다 (capricious)는 지적이다. 시가 업계는 ‘고급시가’가 미성년자에게 매력적인 제품이 아니기 때문에 일반 담배 통제하는 수준의 억제책이 적용돼서는 안된다는 주장이며 이를 근거로 6년 전에 FDA를 상대로 소송을 제기했던 것이다. 원고인 시가업계가 FDA조치의 위법함을 주장하는 불만의 요지는 다음과 같다.

- 성분 테스트 비용의 이용자 부담 추가를 시가와 파이프 담배에만 차별 적용한다.
- 건강 경고 라벨을 포장 면적 30% 이상 차지하도록 처리한다.
- 각종 용어 정의가 불명확하고 자의적이다.

한편, 이번 판결에 대해 FDA측은 아무런 입장을 밝히지 않고 있으며 다만 이번 판결은 극히 이례적이며 고급시가가 연방 차원에서 아무런 규제를 받지 못하는 상황이 우려스럽다는 정도의 반응이다. 판사는 그러나 그 같은 우려는 주법(州法)이 미성년자에게 시가를 판매하는 것을 금하고 있

기 때문에 기우에 지나지 않는다고 말했다. 참고로 미국의 대부분의 주는 담배와 관련해 구입 가능 연령을 21세 이상으로 규정하고 있다.

소송의 원고측 중 하나인 미국시가협회(CAA ; Cigar Association of America) 회장 데이빗 오즈고씨는 “판결이 전국의 시가 애호가에게 하나의 큰 승리”라고 환영 성명을 냈다. 그는 “고급시가에 대한 FDA의 통제책은 일말의 사회적 이익이 없고 제조 회사들에게는 불필요하고 과중한 경제적 부담만 안기는 부당한 처사”였음 강조했다. 원고측에는 CAA 이외에도 고급시가협회(Premium Cigar Association), 시가 권리연대(Cigar Rights of America)등도 가세했었다.

3개 단체는 소송이 제기되던 시점부터 FDA정책이 장인의 수제(手製) 제품이라 할 고급시가 제조사에게 비현실적인 기준을 강요했다고 불만을 제기했었다. 이 기준에 의하면 매년 제품들을 신고 등록해야 했으며 모든 제품에 걸쳐 실험실 성분 검사를 자비로 해서 결과를 제출해야만 했다.

앞에서도 언급했듯이 이들 단체들이 특히 집중했던 주장의 논거는 일반 담배나 전자담배처럼 고급 시가는 미성년자가 쉽게 접근할 수 있는 제품이 아니며 따라서 보건 측면에서 우려되는 중독 현상과 결부될 수도 없는 제품이라는 것이다. 그리고 주장을 뒷받침하기 위해 단체들은 미성년자 시가 접근과 관련한 통계 자료를 법원에 제출했다. 매타 판사도 지난해 7월에 이 증거 자료에 주목하고 판결에 충분히 반영했는데 그렇다고 시가가 일반담배보다 덜 유해하다는 증거 또한 없다는 말도 곁들였다. ■

英 젊은층, 편의점 호감 지속 상승

지역사회 3대 서비스 채널의 하나로 자기매김



▲ 편의점 채널에 대한 영국 젊은층의 호감도가 높아지는 가운데 현금 인출의 60%가 편의점 ATM을 통해 이루어진다는 통계가 나와 영국 지역사회에서 편의점이 가지는 위상이 가늠되고 있다.

영국의 젊은층 소비자들의 편의점에 대한 호감도가 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타났다. 18세에서 24세의 젊은층이 지역사회 편의점을 더 많이 방문하고 있는 것이다. 영국편의점협회(ACS) 산하 조사기 구인 'Community Barometer'가 자체 조사해본 결과 다른 연령대에 비해 이 연령층이 편의점 수요를 높이고 있으며 지역공동체의 중심 채널로 적극적인 이용을 하고 있다는 사실을 확인했다.

결과를 놓고 협회 제임스 로우만 회장은 이렇게 평가했다. "연령대가 높은 고객들에게 지역사회 편의점의 역할이 중요하다는 것은 이미 자료상으로 거듭 확인됐던 바이지만 지역 소매채널이 젊은층에게 비중이 높아지고 있다는 것은 의미있는 현상으로 편의점 주 고객층이 될 잠재력 있는 젊은층의 편의점 애호감 증가는 고무적이다."

지역사회 소매채널에서 차지하는 높은 편의점 위상에 더해 우체국과

약국도 상위권을 차지했다. 은행 지점망 추가 개설 요청 분위기도 눈에 겨볼 현상이다.

보고서는 편의점, 우체국, 약국 등 3개 소매업종이 젊은층의 인기를 더 해가는 현상을 깊이 주목하며 특히 3대 관심 채널에 편의점이 포함됐다는 사실을 크게 반기고 있다.

북미주에 비해 상대적으로 현금 이용률이 높은 유럽이기 때문에 조사 결과에서 지역주민들의 현금 사용 중요성도 부각됐다. 응답자의 8%만이 현금 인출을 거의 하지 않는다고 답했다. 현금 인출처로 가장 많이 이용되는 수단은 편의점에 있는 현금인출기(ATM)라고 답한 응답자가 60%였다. 34%는 인근 은행이었다. 최소한 영국에서만큼은 소액 현금을 구하는데 편의점이 중요한 구실을 하는 셈이다.

이와 관련해 로우만 회장 설명을 들어보자. "영국 소비자들은 다양한 지역사회 서비스가 공동체 웰빙 유지에 필수불가결하다는 분명한 의식을 가지고 있다. 편의점은 바로 이런 부가적 서비스 제공의 허브 역할을 점점 증적으로 강화해왔다. 우체국이 그렇고 약국이 그러했는데 편의점 또한 이런 유형에 포함되고 있는 것이며 주민들은 이들 서비스에 큰 가치를 두고 있다."

체신부 소매채널 담당 총책 마틴 로버츠도 편의점에 대한 호감도 상승을 평가한 로우만 회장과 유사한 입장을 밝혔다. "우체국이 지역사회에서 매우 긍정적인 영향력을 가진 것으로 인식되는 현 상황에 큰 만족을 한다. 우체국은 지역사회에서 은행 역할, 공과금 납부, 각종 인기있는 선물카드 추가입금 기능 등 부가 서비스를 다양하게 하면서 주민들 사이에 큰 공감을 불러일으키고 있다. 신뢰받는 우체행정의 최전선에 지역 우체국이 있다."

유사한 상황이 캐나다에서도 벌어지고 있다. 젊은층의 기호에 맞는 편의점의 진화 발전이 기존 우체국 사랑과 함께 지역사회에 안착되는 모습이 영국과 닮은꼴이다. ■

미 편의점 업계, 음료 매출 낙관

품목군별 상승, 强탄산수는 예외



알콜 음료를 포함해 미국의 음료시장 매출이 편의점 업계에서는 상승 기조를 타고 있고 향후에도 지속될 것이라는 낙관적 전망이다. 골드만 삭스 2분기 음료시장 보고서 'Beverage Bytes'에 따르면 올해 성장치가 약 6%에 이를 것으로 보는데 이는 전년의 5% 대비해 더욱 양호하다. 조사 대상은 미국 전체 편의점의 24%에 해당하는 약 36,000 업소였다.

골드만 삭스 선임 재정 분석가 보니 헤어조그씨는 음료 중에서도 Constellation Brands Inc.가 가장 팔목하다고 지적했는데 전년 대비 올해 이 회사 음료는 11% 매출 성장을 기대하고 있다. 여기에는 두자리 수의 성장률을 보일 에너지 드링크도 포함됐다. Constellation Brands는 미국 굴지의 주류 제조 마케팅 회사이며 맥주만 놓고 보면 미국 3위 규모를 자랑한다.

이런 낙관에도 불구하고 편의점 업계는 광범위한 경제 불안, 불경기, 여름답지 않은 선선한 날씨 여파 등을 걱정하고 있다. (잠깐의 불별 더위가 있었지만 전반적으로 전년 여름에 비해 대체로 선선한 경향이라 음료 장사에는 불리한 여건이라는 의미) 또 최근의 버드라이트(Bud Light) 논란

도 이런 우려를 키우고 있다. 미국 부동의 1위 맥주 버드라이트(앤하이저-부쉬 그룹사 생산)가 한 성소수자 인플루언서를 이용한 특별 상품을 출시하자 매출이 격감된 사태를 말한다. (버드라이트 논란에 관한 자세한 내용은 오른쪽 박스기사 참고)

보고서의 몇가지 핵심 내용을 정리하면 다음과 같다.

- 알콜, 비알콜 모두에서 가격 인상으로 인해 소매업소 대부분이 매출 증가를 예상하고 있다.
- 맥주 분야의 판촉 활동이 지난 여러달 동안 왕성해졌고 특히 버드라이트 사태에 뒤이어 눈에 띄게 강화됐다. 비알콜 음료 부문에서의 판촉 활동도 마찬가지로 강세를 보이고 있다. 이는 물량 소비 감소 압박을 이겨내기 위한 방편으로 제조사마다 앞다퉈 보이고 있는 현상이다.
- 매출 견인의 강자로 에너지 드링크가 전면에 나서고 있다.
- 强탄산수(hard seltzer)분야는 예외적으로 지나 2/4분기 매출이 하락세를 보여 주목된다. 소매업계의 전반적인 전망이 더 부정적으로 나아가고 있다.
- 알콜, 비알콜 모두에서 잦은 품질 사태로 고전하고 있다. 그나마 비알콜 음료 분야는 재고 확보의 어려움이 덜한데 알콜 분야는 더 악화될 수도 있다는 상반된 예측이 나오고 있다.



▲ 북미주에서 판매되는 캔이나 병에 담긴 하드 셀처들

참고로 앞에서 언급한 강탄산수 즉 'hard seltzer'에 대해 부연설명한다. 요즘 부쩍 셀처 음료라는 용어를 많이 사용하는데 이는 탄산수(carbonated water)를 가리키는 북미주에서 사용하는 용어다. 여기에 '강하다'는 'hard'라는 수식어가 붙으면 알콜 성분이 가미됐다는 의미다. 그냥

soft drink라고 하면 무알콜 음료를 지칭한다. Hard seltzer 대신 spiked seltzer 라고도 한다. 알콜을 가미해서 생수 맛이 강한 성분을 띄게 됐다는 의미에서 이같은 표현이 등장한 것이다. 'sparkling alcohol water'라고 표현하기도 한다. 모두 같은 의미다. ■



■ 버드라이트 사건 (Bud Light controversy)

미국의 다국적 맥주회사 앤허이저 부시(ABJ)가 남성에서 여성으로 성전환을 진행중인 코미디언이자 배우 달린 멀바니라는 소셜미디어계의 막강한 인플루언서를 모델로 표면에 새긴 Bud Light를 지난 4월에 출시했다. 이미지는 '티파니에서 아침을' 영화에 나왔던 오드리 헵번 이미지를 모방한 모습이었다. 멀바니의 틱톡 팔로워는 1천 만명이 넘는 수준이라 기업체로서는 상품 판촉에 기용할 욕심이 날 만도 했다.

그러나 미국은 생각보다 보수층이 두텁다. 기독교 근본주의의 영향력도 만만치 않다. 여하튼 보수 성향 소비자들이 "ABJ가 성전환 운동가와 제휴해 젠더 프로파간다를 벌인다고 거센 비판을 쏟아냈다. 시카고 일부 술집들에서는 버드라이트를 모두 치워버리는 지경에 이르렀고 도매유통업자들도 ABJ때문에 재정적 손실이 크다고 불만을 터뜨렸다. 버드라이트 매출이 같은 달 26%가 급감했고 주가도 폭락하는 등 난리가 났다. 회사는 고객 불만을 달래기 위해 담당 마케팅 직원들을 징계했고 공짜 맥주 이벤트도 벌이는 등 다양한 방어에 나섰으나 쉽사리 원상회복을 하지 못하고 긴 후유증을 겪었다.

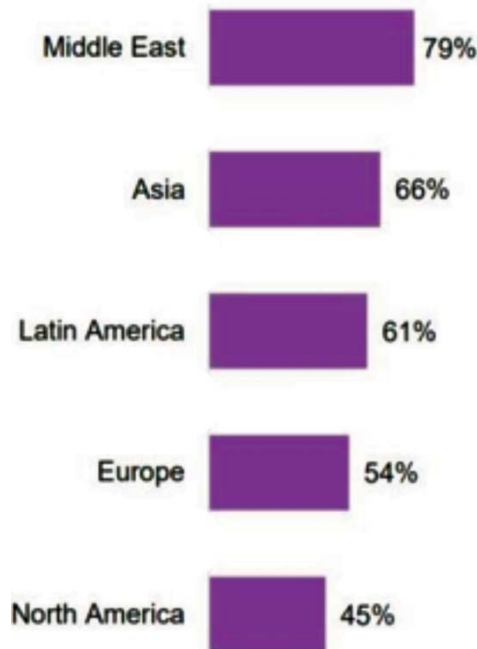
웰빙 패스트 푸드 인기 높아

친환경 소재 포장 관심도 점증

마케팅 전문 조사기관 'Technomic'이 'Food Industry Insights'라는 최근의 보고서에서 편의점을 비롯한 식품 취급 업계의 전반적 동향을 발표했다. 지난 8월 초에 나온 이 자료는 14가지 핵심 동향을 다루고 있는데 전년 대비 평균적인 식품 가격은 7.1%가 인상된 것으로 밝히고 있다.

가성비 좋은 간편식사 대용품(value meal)에 대한 관심이 편의점 업자들 사이에 높아진 것도 주목할 자료다. 이 제품군은 고물가 시대에 가격도 적정하면서 영양가도 갖춘 패스트 푸드를 의미하는데 편의점 푸드 서비스에서 비중이 높아지고 있는 추세와 관련이 깊다. 예를 들어 매출이 부리토(burrito)는 250%, 캐사디아(quesadilla)는 187.5%, 그리고 주발(bowl)에 담긴 음식은 평균 120%가 올랐다. 또다른 흥미로운 결과는 쿠바, 이란 스타일의 음식 인기도

올라가고 있다는 점이다. 한국의 고추장과 멕시코의 순한 맛 양념 고추인 포블라노가 33.3%, 29.2% 각각 매출 증가했다. 건강 식품 부분에서는 'free'(無) 식품군(예를 들어 글루텐 프리, 설탕 프리, 인공색소 프리 등)이 13.3%, 자연산 목초로 키운 (grass-fed) 육류를 재료로 한 식품은 5.4%, 항생제 무첨가는 2.4% 매출이 올랐다.



식품 포장과 관련해 25개국 소비자들을 대상으로 한 조사 결과도 흥미롭다. 지속가능한 친환경 소재 포장에 대한 관심이 세계적으로 높아지는 가운데 중동과 아시아 소비자들의 47%와 40%가 재사용 식품 용기 프로그램에 동참하고 있는 것으로 알려졌다. 이 수치는 앞으로 더 올라갈 것으로 보인다.

세계 평균은 54%이다. 이 여론은 결국 제품 생산업체들로 하여금 친환경 소재 포장에 대한 관심과 실제 사용을 더욱 촉진시킬 것으로 전망된다. ■

英 편의점, 당과류 시장 동향

북미주 브랜드, SNS 바람타고 인기 절정

유럽 시장 관도의 시금석이라 할 영국의 최근 당과류 분야 트렌드 중 주목할 만한 현상을 짚어본다. 신제품의 새로운 맛에 대한 호기심과 이를 부추기는 SNS 홍보 효과가 더해지며 편의점 당과류 매출에 청신호가 뚜렷히 감지되고 있다.

1. '프라임' 효과 극대화



소셜 미디어에 붙어 사는 청소년 및 성인들에게 적절한 당과류 마케팅은 인터넷의 영향력에 절대적으로 의존하는 경향을 보인다. 프라임(Prime)에너지 드링크가 영국에서 그토록 인기를 구가하는 이유가 상당 부분 설명된다. (프라임 에너지 드링크는 Prime Hydration이라는 회사에서 2022년에 출시한 인기 절정의 스포츠 음료이며 영국도 같은해 거의 동시에 도입했다.)

이 드링크는 하나의 상징일 뿐이며 미국쪽 브랜드이면서 영국 시장 선반에서 쉽게 찾기 힘든 상품들은 편의점에서 꽤나 높은 가격으로 취급

되며 특히 온라인 인플루언서들의 광고로 뜨고 있는 상품은 더욱 그렇다. (*influencer : SNS에서 팔로워가 많아 영향력이 있는 인물을 가리키는 현대 유행어)

Nerds, Jolly Ranchers와 같은 브랜드가 대표적 인기 상품이며 여러 소매업소 주인들에 의하면 그냥 구하기 힘들다는 희소성때문에 인기를 구가하는 모양새다. 그래서 가격도 비싸며 고가 정책에도 물량만 있으면 없어서 못팔 지경이다. 온라인 상에서 영향력있는 인물의 광고로 노출되고 미국 여행이라도 해봐서 미국에 친숙하다면 더 집착을 하는데 이들 소비자들은 원하는 제품을 쉽게 구하지 못하는 것이 안타까울 뿐이다. 미국 당과류 브랜드의 영국 시장 매출 실적은 앞으로도 인기를 지속할 전망이다.



한 편의점 주인은 "유튜브 광고가 특별히 홍보 효과를 키우는 것 같다"면서 "영국 아동들이 미국 유명 유튜버를 통해 눈에 익히게 된 당과류 제품

에 큰 매력과 호기심을 느끼고 있다”고 말했다. 부모들 역시 자식들이 미국 제품을 사달라고 조르면 안사줄 수 없는 형편이다. 요즘 한창 서방과 중국 사이의 갈등으로 말썽많은 틱톡(TikTok)의 영향력도 유튜브와 쌍벽을 이루며 영향력을 과시한다. 그래서 한 전문가는 이렇게 조언한다. “모든 사람들이 최신의 것들을 맛보려고 한다. 인기 제품 중심으로 넉넉한 재고 확보를 해놓는 것은 매출 증대 시너지 효과는 물론 새로운 고객 창출의 훌륭한 수단임을 명심하자.”

업소들도 미국 제품 확보 경쟁이 치열하다. 경쟁 관계의 업소는 없거나 넉넉하지 못한 재고를 자기 업소는 어떻게 해서든지 많이 확보하기 위해 갖가지 아이디어를 짜낸다. 이렇게 어렵게 구하기만 하면 마진 50%는 무조건 보장된다고 하니 업주들이 치열한 재고 확보에 나서지 않을 수 없다.

2. 사탕과자류(sugar confectionery) 매출 상승



영국의 업계 전문 매체는 “식품 인플레이션이 사탕과자 폭식 후 당뇨환자 당수치 올라가는 것보다 더 빠른 속도로 올라간다”고 재미있게 표현했듯이 고물가는 전 지구촌의 이슈다. 이런 상황에서 현재 당과류 매출 대차대표 상으로 좋은 소식들도 있다. 물론 일부 제품군에서 매출이 감소한 것들도 많기는 하지만 사탕과자류에서는 놀라운 진전을 보여 반갑기 그지없다.

영국내 사탕과자류 매출이 지난해 7% 이상 올랐고 이는 현재 기준으로 약 13억 파운드 증가분에 해당한다. 가격 인상에 따른 매출액 증대에 기인하는 바가 결정적이며 물량 자체의 소비 증가와는 상관성이 덜하다. 편의점 채널만 놓고 보면 매출액으로는 두자리 수가 증가한 반면 물량으로는 오히려 소폭 감소세를 보였다.

전문가들은 편의점 업계의 이 분야 매출액 증가에 대해 긍정적 평가를 내리며 배경에는 싱글 제품이 액수로 14.4%, 물량으로 2.7%가 각각 늘어난 것이 추동의 결정력을 발휘한 것으로 분석했다. 또한 나눠먹는 대용량 포맷들도 금액으로 13.2%, 물량으로 4.4% 상승한 것 역시 전체 편의점 사탕과자류 매출 성과에 크게 기여한 것으로 봤다.

3. 새콤(sour) 당과류와 틱톡의 위력

새콤 당과류(sour sweets)는 원래가 아이들끼리 서로 나누며 늘 인기를 누리는 당과류군의 하나다. 그런 데 온라인 상에서 동영상을 공유하다 보니 새콤 당과류의 인기가 더 높아지고 있다. 특히 틱톡에서 유행을 타는 모습이 가장 큰 영향력을 행사하는 것으로 파악되고 있다.

잘나가는 인플루언서가 이들 브랜드와 함께 등장하거나 인상깊은 메시지나 소비하는 모습을 띄우는 순간, 아이들 세계는 난리가 난다. 미국쪽 브랜드가 이 분야에서도 역시 인기를 더 얻는데 덩달아 여타 새콤한 제품군 매출에 시너지 효과까지 만들고 있다. 대표적으로 미국 인디애나에 본사를 두고 있고 새콤 캔디의 대명사로 여겨지는 ‘Toxic Waste’를 들 수 있다. 이 제품은 처음에는 미국과 캐나다에서 팔리다가 지금은 영국은 물론 아시아를 비롯해 전세계에 꽤 많이 진출해 있고 생산 라인도 해외에 여러 곳을 두고 있다.



▲ 미국 인디애나의 Candy Dynamics Inc.사 간판급 새콤 캔디 ‘Toxic Waste’ 라인 제품들. 드럼통 포장인 이색적이고 표면의 문안도 창의적으로 돋보인다.

틱톡에서 유행하고 있는 3가지 새콤 당과류를 소개하면 다음과 같다. Zed Candy Screamers Big Lick, Warheads Extreme Sour 2 in 1 Snap-Ice Sticks, Bazooka Xtreme Juicy Drop Gummies. 요즘 당과류 명칭은 풀네임으로 이렇게 엄청 길다는 점도 유행인 것 같다.



◀ TikTok에서 Zed Candy Screamers Big Lick을 소개하는 한 장면

4. 과일껌이 민트껌보다 실적 더 양호



실제로 칸타르에서 조사한 자료를 보면 과일향 껌이 민트껌보다 실적이 훨씬 양호해 23% 매출 증가를 보였다. 마스 리글리(Mars Wrigley)가 무가당 ‘Sugar Free Extra Refreshers Strawberry Lemon’을 출시했는데 이를 포함한 신제품 과일향 껌 분야에서 80% 이상 매출이 증가를 보였다. 여기에는 Chupa Chups의 신제품 인기도 한몫했는데 주인공은 그린 애플 맛으로 기존 Big Babol 라인에 보태지며 상승세를 이끌었다고. 여하튼 마스츠크에 의하면 사과맛 껌이 하나의 트렌드로 예상보다 몇배의 매출을 기록했다고 밝혔다. ■



껌 역시 신맛 카테고리에서 발군의 진전을 보이고 있는데 한 회사의 경우 45%나 매출이 올랐더니 ‘새콤’ (sour)의 위력이 실감난다. 이 회사 브랜드 매니저의 말을 들어본다. “조사 결과, 전통적 민트 껌보다는 새콤하게 톡 쏘는(tangy sour)맛의 껌이 상대적으로 젊은 소비층에 훨씬 어필하고 있다. 제품 개발 시, 새로운 맛의 경험에 더 많은 노력을 기울이고 있다. 우적거리며 씹히는 질감의 겉 코팅보다는 액체 과일 맛이 강하게 느껴지는 구조가 더 매력적이라는 사실에 주목한다. 독특한 새콤달콤 맛이 어떤 형태로든 결합돼야 먹히는 트렌드다.”



세상에서 가장 '불편한' '편의점'

지질공원(Shiniuzhai National Geological Park) 내 지상 120미터 높이 절벽에 지어진 이 편의점은 보기만 해도 아찔하다.

이 공원은 등반객들의 험한 트레일 코스와 폭포 등 체험과 볼거리들로 유명해 관광객들에게 큰 인기가 있다. 유리로 된 구름다리 또한 진기한 자랑거리다.

이런 공원의 이름값에 걸맞게 등반객들이 모험심을 발휘해 간단한 스낵이나 음료를 사먹을 수 있도록 일종의 어드벤처 투어 컨셉에 맞춘 세상에서 가장 불편한 편의점을 일부러 설치한 것이다. 공원 관리소에서는 등반객을 위해 이 초미니 편의점을 하루에 한번씩 들러 식음료를 채워놓는다고. 중국다운 기발한 체험거리가 아닐 수 없다. ■

트위터(개명 후 현재는 'X')에 올라와 다시 화제가 되고 있는 일명 “세상에서 가장 불편한 편의점”(The most ‘inconvenient’ convenience store in the world)이 있다. 문제의 이 편의점이 처음 소개된 것이 10년도 더 전인 2002년에 야후 파이낸스에 알려졌는데 나무로 만든 아주 작은 박스같은 편의점이었다.

중국 호남성(Hunan province) 악양시 주변의 스니우자이 국립

호주 불법담배 실태 날로 악화

한갑 50달러 지나친 가격, 결정적 요인



▲ 호주 멜버른에서 기승을 부리는 짝통 담배의 하나. 얼핏 말보로가 연상된다.

세계적으로 불법담배 문제가 가장 심각한 나라로 꼽히는 곳이 호주다. 이미 과거에 실험뉴스를 통해 몇차례 소개했듯이 정품 담배를 팔아야 하는 편의점이나 담배전문취급업소에서 값싼 불법담배를 대놓고 거래하는 나라가 이 나라다.

지난 8월 초에는 수도 멜버른 서부 지구 경찰당국이 집중적으로 담배취급업소 단속을 벌인 결과, 80만 호주달러에 상당하는 물량을 압수했고 여전히 압수 수색 작업을 이어가고 있다. (참고로 현재 호주 달러는 캐나다 달러 대비 소폭 약세다) 아예 진열해놓고 불법담배를 팔아대니 미성년자들도 손쉽게 입수하고 결국 지역 사회의 불안정 야기에 직결되는 골칫거리가 되고 있다. 이번 단속에서는 압수한 물량은 일반 담배가 2,500갑 이상이며 니코틴 함량 준수 위법 베이핑 제품은 25,000개 이상에 달한다.

국민 계몽 캠페인과 신고 핫라인 등 다각도로 불법담배 차단을 위해 진력해온 각급 정부들의 노력에도 불구하고 호주의 불법담배는 해마다 심각성을 더하고 있다. 이번 멜버른 서부 지역 단속 시행 직후 해당 경찰당국은 다음과 같은 성명을 발표했다. “금주에 압수한 다량의 불법담배에

서도 알 수 있듯이 불법담배는 반사회적 범죄행위를 부추기는 매개역할을 하고 있다. 지역 사회 안전을 위한 경중으로서의 의미가 크다. 손쉽게 돈을 벌려는 불법담배 거래를 발본색원하는데 총력을 기울일 것이다.”

이런 호안장담이 공허하게 들리는 것이 전국적 통계를 보면 실감이 난다. 작년에 호주 당국이 발표한 자료에 의하면 그 전해인 2021년 1년간 호주내 불법으로 유통돼 적발된 물량이 일반 담배는 7억개비를 넘기고 있고 잎담배는 900톤에 육박했다. 2020년 대비 45%가 늘어난 물량이라고 한다. 불법 수입된 담배는 주로 중동과 아시아이며 아시아의 대부분의 물량은 중국이었다.

심각한 담배 사건이 터질 때마다 당국은 제발 동네 업소에서 불법담배를 사지 말라고 대국민 계몽 메시지를 발표하고 있으니 호주의 불법담배 실태가 어떤지 상상이 가능하다. 밀수와 짝통 등 상황이 이 지경이다보니 호주는 적발 시 처벌도 초강력 수위인데 최대 10년 징역과 탈루 금액의 5배에 해당하는 벌금이 부과될 수 있다.

그런데 이렇게 불법담배가 기승을 부리는 다양한 요인 중에서도 터무니없이 비싼 정품 담배가격이 결정적이다. 일반 담배의 평균 가격이 호주 달러로 거의 50달러 (캐나다화로 약 45달러)에 달한다. 한국 가격의 10배이고 담배값 비싸다는 캐나다의 3배에 육박하는 가격이다. 그러다보니 한동안 상대적으로 가격이 저렴한 전자담배 열풍이 불었다. 그러나 이마저도 국민 보건과 미성년자 유혹을 차단한다는 명분으로 강한 통제 정책을 구사하고 있어 흡연자 또는 흡연의 과도기로 전자담배를 소비하는 사람들이 설 자리가 거의 없다. ■



Special Sale

Sincere Trading of KBA Sep 15 - Oct 14



REUSABLE BAG
(bundle of 50 bags)
\$12.50



RED BULL
24x 250ml Original only
Reg \$46.35 **Spe \$41.99**

24x 355ml Original only
Reg \$63.80 **Spe \$53.99**



COCA COLA
Monster 12x 473ml Original only
Reg \$25.19 **Spe \$22.99**



HERSHEY
Oh Henry! 24CT
Reg \$28.49 **Spe \$21.99**



■ **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