

# 실업뉴스

The Ontario Korean Businessmen's Association News  
2022 February News 제817호

YOU're a NEGATIVE



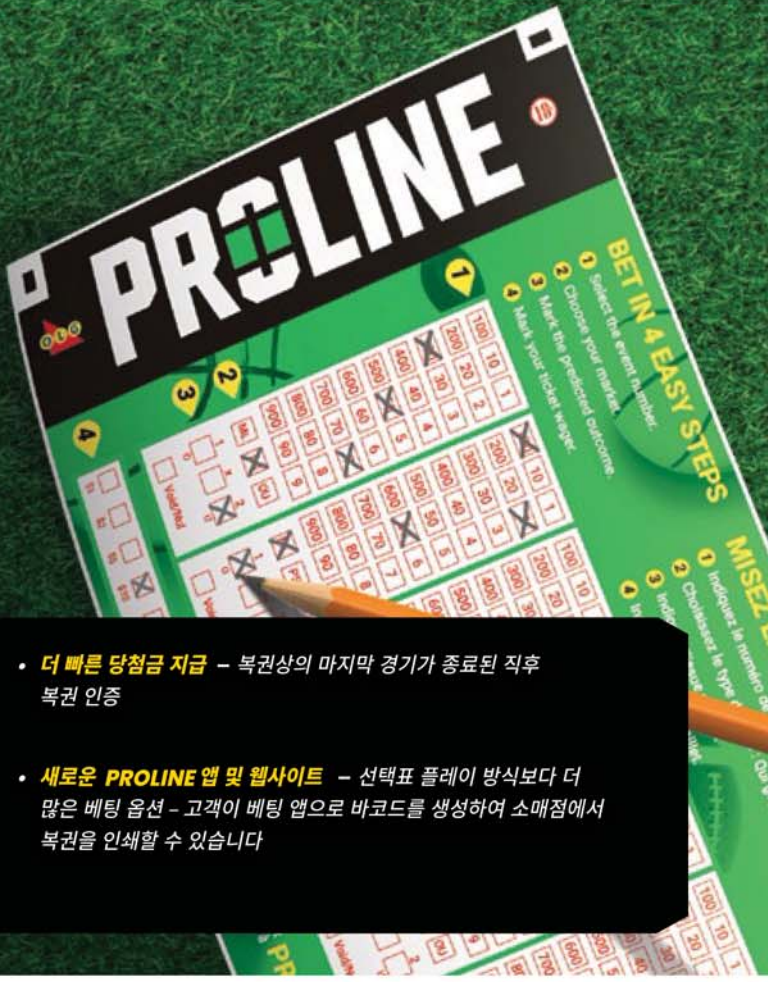
[www.okbacanada.com](http://www.okbacanada.com) Publisher : Ki-Ho Shim / Publication Mail Agreement No : 41140510  
Return Undeliverable Canadian Address to : Ontario Korean Businessmen's Association  
169 The West Mall, Etobicoke, ON. M9C 1C2 Tel(416)789-7891 Fax(416)789-7834

# 새로운

# PROLINE

## 개봉박두!

새롭게 개선된 PROLINE이  
2월에 소매 출시됩니다.



- **베팅 옵션 추가** - 단일 경기 베팅 및 2개 경기 이상 복식 베팅 옵션  
- 매출이 약 20% 늘어날 것으로 예상됩니다
- **새로운 스포츠 종목 추가** - 테니스, 복싱 및 종합무술
- **완료 또는 취소된 경기 감소** - 하루종일 실시간 바뀔 수 있는 동적 확률
- **더 빠른 당첨금 지급** - 복권상의 마지막 경기가 종료된 직후 복권 인증
- **새로운 PROLINE 앱 및 웹사이트** - 선택표 플레이 방식보다 더 많은 베팅 옵션 - 고객이 베팅 앱으로 바코드를 생성하여 소매점에서 복권을 인쇄할 수 있습니다



## 슈퍼 드로 (Super Draw)

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

**2월 12일(토)**  
**보장된**  
**\$25,000**  
**상금 50개**  
 + 보장된 \$100만 상금  
 + 잭팟!

### 스포츠 베팅 한도

2월에 OLG의 새로운 PROLINE 소매 상품이 출시됨에 따라 소매상정책매뉴얼(Retailer Policy Manual - RPM) 제4.13절 '스포츠 베팅 한도(Sports Wagering Limits)'가 업데이트됩니다.

소매상 및 복권 상품 취급 종업원은 Lotto Post 키트 2월호를 받는 즉시 개정된 RPM을 읽고 숙지해야 합니다. 개정된 스포츠 베팅 한도 정책은 새로운 PROLINE 소매 상품을 반영합니다. PROLINE 상품 구매는 소매점당 1일 1인당 \$100으로 제한됩니다. POOLS는 베팅 제한이 없어집니다.

이 변경 사항에 관하여 의문이 있을 경우, OLG 지원센터(Support Centre) 전화 1-800-387-0104로 문의하시기 바랍니다.





**OKBA**  
www.okbacanada.com

## OKBA 온타리오한인실업인협회

- 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 : 오세경 (519)432-6672  
Niagara Falls 회장 : 이찬희 (905)356-4070  
Waterloo 회장 : 최상경 (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 : 이경석 (905)373-0569

## KBA 협동조합

- KBA 운영이사장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)  
KBA 부이사장 : 공석
- 총괄부장 : 권혁선 (Hyuk Sun Kwon)
- 사무장 : 배 줄리아 (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, 07 / 희망고문 술판매 허용
- 06 / 심기호 회장, CSN과의 신년 인터뷰
- 08 / 퀘벡 일요일영업 중단 조치 + 통금 시행
- 09 / 심기호 회장, CSN과의 신년 인터뷰  
심 회장, OCSA 신임 이사장 선출
- 10 / 코로나 시대, 재고 관리의 중요성 증대
- 11 / 美 백신 정책, 대법원이 제동
- 12 / 북미주 편의점 규모 순위
- 13 / 통계로 보는 구인난 대응 실태
- 14 - 15 / FRESH의 새로운 정의
- 16 - 17 / 종업원 사기진작 6가지 조언
- 18 / 세븐일레븐, 식물성 닭고기 메뉴 출시
- 19 / 美, 온라인 주류판매 대폭 성장세
- 20 - 22 / 2022년 식물성 닭고기의 진격  
Convenience U 행사 가을로 연기
- 23 / DIRECTORY

# 희망고문 술판매 허용

편의점 큰손들 낙관적 전망으로 때 기다려



▲ 2018년 2월 6일 지구협회장 회의에 손님으로 방문한 더그 포드 현 온주 수상. 당시 그는 보수당 대표 경선 후보로 나서 조성준 의원과 함께 협회를 방문해 편의점에 우호적인 정책을 실현할 것을 약속했고 주류 판매에 대한 기대감을 크게 높였다. 이후 당 대표가 됐고 총선의 압승으로 수상이 된 후 여러 난관에도 불구하고 부분적으로 주류판매 편의점 허용을 이행했다.

편의점 비어와인 취급 허용이 급물살을 타다가 여러 장애요인으로 주춤거리던 것이 2019년 일이었다. 그리고 재가동되는 듯 싶다가 이듬해인 2020년부터는 대역병 코로나 사태가 발발해 현재에 이르기까지 담보 상태에 머물고 있어 편의점 업주들의 속을 꽤나 태우고 있는 것은 누구나 껴어서 잘 알고 있는 형편이다.

“황금알을 낳는 거위”를 꿈꾸는 대다수 편의점 업주들에게 코비드가 안겨준 실망감은 이루 말할 수 없다. 그나마 정부가 편의점도 약국, 식품점 등과 같이 기초 생필품을 취급하는 필수 업종군으로 분류해서 폐쇄 조치에도 불구하고 예외적으로 영업을 할 수 있었던 것이 나름 위안이었다.

편의점 핵심 품목군에서 일대 변혁이 일어났다. 일반 담배 시장은 정부의 각종 규제와 간섭으로 과거의 재미는 사라진지 오래고 대안으로 등장한 베이핑 제품도 니코틴 함유 하향 조정에 향가미 제품 퇴출로 처음 기

대감이 거의 물거품이 돼버렸다. 디지털 현대화를 외치며 온라인 게임으로 전환이 시작되자 최소한 젊은 층을 대상으로 하는 복권 장사도 매력을 서서히 잃어가고 있는 형국이다.

전국적으로 편의점에서 술을 마음놓고 판매하는 것이 허용된 유일한 두 주 중에 퀘벡이 있다. 퀘벡은 전통적인 술 구입 채널로 편의점이 그 지위를 오랜 세월 누려왔다. 미국 편의점과 마찬가지로 보면 된다. 맥주만 놓고 볼 때 퀘벡 편의점은 이 한가지 품목으로부터 큰 재미를 보고 있는데 편의점 품목군별 매출 규모 2위를 차지한다. 그리고 그 점유율은 계속 증가하고 있는 것으로 확인되고 있다.

전국편의점산업협회(CICC) 자료에 따르면 지난 2016년부터 2019년 사이에 온타리오주에서 폐업한 편의점 수는 퀘벡에 비해 두배가 높다. (온주 618개, 퀘벡 301개) 특히 온타리오 외곽 지역의 폐업은 월등히 심하

다. 온타리오의 업소 생존을 위해 편의점 술판매의 전면 허용이 얼마나 소중한 기회로 인식될 수 있는지를 여실히 보여주는 통계가 아닐 수 없다.

온주 정부에서 주창했던 『Choose Convenience, Choose Ontario』 캠페인으로 시선을 잠시 돌려보자. 이는 정부가 편의점으로 하여금 온주산 와인과 맥주를 취급해줄 것을 촉구하는 계도 캠페인이다. 온주내 350여 개의 와인 양조장과 300여 개의 맥주 양조장이 있는데 이들의 비즈니스를 진작시키기 위해 편의점 채널을 적극 활용하겠다는 정책이다.

물론 이는 정부 조직망인 LCBO와 편의점에 위탁을 준 LCBO 에이전시 그리고 보수당 새 정부가 들어서 일반 외곽쪽 편의점에 허용한 아웃렛을 모두 포함한다.

이것은 정부가 민간을 향해 벌인 것인데 반해 다른 측면의 캠페인도 있다. 최근에 CICC와 온주편의점협회(OCSA), 협회(OKBA), 그리고 민간 조직인 '프리 마이 부즈'(Free My Booze) 등이 연대해 편의점 주류판매 허용을 대대적으로 촉구하는 캠페인을 벌이고 있다. 이는 민간이 정부에 대해 벌이는 캠페인이다. 어느쪽이든 모두 온타리오 경제 활성화를 도모 하자는 공동 목표를 가진다. 정부와 편의점 채널 사이에 이 영역만큼은 이해관계가 일치하는 지점이다.

2018년에 더그 포드 온주 수상이 편의점 주류판매 허용을 약속했다. (2018년 6월 총선에서 보수당 76, NDP 40, 자유당 7, 녹색당 1명으로 보수 당의 압승) 경선에 나선 직후 협회를 방문한 자리에서도 했던 말이고 이를 지키기 위해 많은 애를 쓴 것이 사실이다. 그 결실이 외곽쪽 편의점을 중심으로 부분적이거나 이루어지기도 했다. 이후 더딘 행보를 보이자 단체들이 나서서 선거 공약까지 내걸었던 술판매 이슈를 수상에게 상기시켰다. 한국계 초선 스텐 조 온주 보수당 의원은 기존의 일일 행사에 머물던 편의점의 날을 '편의점 주간'(Convenience Store Week)으로까지 격상시키며 편의점 산업과의 끈끈한 유대를 증명해보였다. 편의점 업계의 간절한 소망을 익히 알고 있는 그는 "이 분야에서 더 많은 진척이 이루어져야 한다는 것을 잘 알고 있다"면서 "한시바빠 일이 성사되도록 열심히 노력하겠다"고 말하고 있다.

한편, 온주편의점협회(OCSA)는 소속 회원들에게 때가 오기를 기다리며 준비를 하라고 기대감을 불어넣고 있다. 최근에 핀테크 회사 'Liquid Avatar Technologies'와 제휴해 술판매가 허용될 경우에 이용할 연령

체크 현대화 프로그램을 준비 중이다. 데이브 브라이언즈 회장은 "복원 영업에서와 유사한 디지털 관독 시스템을 구현할 것"이라고 설명하고 있는데 일종의 QR코드 운영 체계를 모색하는 프로젝트다. 비록 잠시 소강 상태이지만 언젠가 실현될 편의점 비어와인 전면 허용을 대비하기 위한 일련의 대응책 중 하나다.

전국 50여 개 이상의 맥주 제조사 연합체인 '비어캐나다'(Beer Canada) 회장 헬리씨도 편의점 전면 허용에 대해 매우 낙관적 전망을 하는 인사 중 한 명인데 최근 이런 말을 한 적이 있다. "전국적으로 지난 20개월이 경과하며 의미있는 진척의 조짐을 확인하고 있다. (역설적으로)코로나 사태가 추동력을 발휘하고 있는데 레스토랑에서 손님들에게 술을 테이크 아웃 판매할 수 있도록 하거나 택배 서비스가 가능할 수 있도록 한 정책에 주목한다. 사스캐추완과 알버타가 이를 허용한 대표적인 주들이다."

## Beer Canada



**BEER  
CANADA  
BIÈRE**

오타와에 본부를 두고 있으며 맥주 제조사 협회라고 볼 수 있다. 캐나다 맥주 시장 성장과 제조사의 이익 증대를 도모하기 위한 조직이다. 국내산 맥주의 90%를 차지한다. 이사장은 카일 노링턴씨이며 작년에 신임 회장으로 CJ Helie씨가 취임했다. 2019년 10월에 캐나다 맥주의 날(Canadian Beer Day)을 처음으로 개최했다. 이사장 카일씨는 라바트 회장이며 회장 헬리씨는 Beer Store에서 오래 몸담았던 맥주업계의 베테랑이다.

그런데 논의를 더 밀고 나가 보면 본질적이고도 중대한 과제들이 남는다. 예를 들어 온타리오의 경우 맥주 소매 가격에서 약 45%는 세금(酒稅)이다. 따라서 맥주 영업 마진은 대단히 박한 편이다. 이런 불리한 여건임에도 불구하고 허용만 해준다면 더 많은 소비자들이 편의점을 찾아 더 자주 술을 살 것이며 이는 어려운 편의점 운영의 숨통을 틔어줄 것이 분명

(주) **하이쿨 텍** 냉동·히팅

"신속하고 끝난 서비스를 약속합니다!"

Canada Heating & Cooling Licensed Technician

heating and cooling



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

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



장거리 출장수리 가능      신용과 책임심을 우선 합니다

416.909.7114

- 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

**박효진 (Roland Park)**  BROKERTEAM - INSURANCE -

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





# 심기호 회장 CSN과의 신년 인터뷰

“회원 업소 POS 시스템 구축 확대 가장 중요해”

**본**부협회 심기호 회장이 편의점 업계 격월간 전문지 ‘Convenience Store News’와의 인터뷰를 한 기사가 신년호(1월/2월호)에 특집으로 실렸다. “Evolve or perish”라는 제하의 문답 형식으로 이루어진 기사를 요약 소개한다. 심회장은 작년에 동 매체 5/6월호에 표지 인물로 소개된 바 있다.

IT쪽으로 첫 직업을 시작한 심 회장은 토론토에서 친척이 운영하던 가게를 1994년에 인수해 현재의 위치(677 King St.W, Toronto)에서 지금까지 계속 운영하고 있다. 그의 업소 ‘Busy Bee King Mart’는 24시간 운영이다. 온주한인실업인협회(OKBA)의 최고운영이사로 활약하다가 최근 회장이 된 그의 비전과 OKBA를 이끌어갈 계획을 들어본다. 그는 독립편의점의 생존전략에서 가장 중요한 화두가 ‘테크놀로지’라고 강조했다.

### ● OKBA 신임 회장을 맡게 된 동기와 향후 계획은?

협회를 위해 열심히 일했고 회원들의 큰 성원에 힘입어 회장이 됐다. 산하 협동조합의 운영이사장을 겸하고 있다. 두 직책을 조화롭게 수행해 나갈 것이다. 팬데믹으로 어려운 환경 그리고 체인 편의점과의 경쟁을 이겨내며 사업을 확대시키는 것이 주된 목표다. OCSA, CICC 등 유관 단체들과의 공조를 통해서 우리 조직의 발전을 도모할 것이다.

### ● 지난 2년 팬데믹으로 인한 역경을 회원들이 어떻게 이겨내고 있나?

정부의 폐쇄조치 기간에도 편의점 업종은 필수업종으로 분류된 것이 무척 다행이었다. 그러나 여전히 이전의 정상화로 되돌아 가는 것이 쉽지 않은 상황이다. 회원 수가 약 10% 감소했다. 영세 규모는 견뎌내기 힘들고 특히 다운타운 소재 회원 업소가 사무실 근무 중단 사태로 매우 힘든 시기를 보냈다.

### ● 팬데믹 기간, 편의점 역할은 어떤 변모를 겪었는가?

취급해야 하는 더 다양한 품목들의 수요가 많아졌다. 예를 들어 스몰 하드웨어의 수요는 이전에 편의점에서 그리 많지 않았으나 팬데믹 기간 크게 증대됐다. 이는 업소 수익에도 도움이 됐을 뿐 아니라 지역 커뮤니티

주민들의 편의에도 기여했다. 특히 거동이 불편한 사람과 노인층은 편의점 의존도가 높아져 큰 도움이 됐으며 고객과의 유대가 더 깊어진 계기였다. 소독제 등 방역관련 제품들을 집중 취급하는 채널로서의 편의점 역할이 돋보였다.

### ● 현재의 물류대란으로 직접 겪고 있는 현상은?

소매업 운영자이자 도매업의 수장으로 양쪽 모두의 고충을 충분히 실감한다. 예를 들어 게토레이드를 보자. 5종의 용량에 8, 9종의 다른 맛이 있다. 조합하면 40가지 이상의 SKU가 나온다. 각각 100개씩 주문하면 배달 물량이 총 4,000개가 넘는다. 그러나 공급망 차질로 원하는 물량의 1/4 정도만 배달받고 있으니 재고가 늘바닥이다. 공급측에서 발생한 문제가 소매업으로 이어지는 상황이다.

### ● 공급망 차질을 완화하기 위한 회원들의 대응은?

결국은 가격정책을 통해 손실을 최소화한다. 거의 모든 제품이 30~40% 인상됐다. 저가로 공급받는 해외 수입 물품의 경우 가격이 특히 올랐다. 40피트 컨테이너가 태평양 건너오는데 과거에 운임 3,000달러면 족하던 것이 22,000달러로 7배 이상 올랐다. 불가피하게 소매가격에도 반영시킬 수밖에 없다. 소비자들로부터 불만이 쇄도하고 이는 옹당 업주로서 감내해야 할 문제다.

### ● 2022년 새해 편의점 산업의 변화 방향은?

대체적으로 현재의 모습을 이어가겠지만 최종 소비자들의 니즈를 최대한 반영하는 쪽으로 진화발전해야 한다. 시장 적응력을 높여야 하며 고객이 원하는 방향으로 수용적 태도를 보여야 한다. 구태의연한 상품 기획은 지양해야 한다. 고객과의 교감을 더 활발히 이어가며 여론을 수렴하고 피드백을 잘 해야 한다.

(9면에 계속)

<5면에 이어>

## 희망고문 술판매 허용

하다는 것이 비어 캐나다 측의 입장이다. 퀘벡 편의점 업계가 이를 잘 이해하고 있다. 다른 주의 편의점들에게 시사하는 바가 전략적인 면에서 크다.

### 사할적 이슈, 시너지 효과때문

독립 편의점에게 술판매 이슈는 더 소망스러운 주제가 되고 있다. 물론 지역적이든 전국적 규모이든 체인 편의점도 사할적 이해관계를 갖고 있지만 말이다. 체인에 비해 자금력이나 정보력이 열세인 독립 편의점이기에 대안 모색이 더 절실하기 때문이다.

알리팡타시옹 쿠쉬타르의 고위 관계자는 단적으로 이렇게 말하고 있다. “편의점 주류 판매는 퀘벡 시장의 경우 손님 트래픽 증대의 핵심 요소로 작용하고 있어서 다른 주에 전면 허용이 된다면 가장 중요한 기회 요인이 되는 것은 의심의 여지가 없다.”

편의점 업계의 큰손들 - 쿠쉬타르, 세븐일레븐 등 - 이 모여 작년에 한 포럼을 가진 적이 있었다. 이들이 이구동성으로 내놓은 의견을 종합해보면 편의점 전면 개방이 소비자들의 기대에 큰 부응을 할 수 있을 것이라는 전망이었다. 업계에도 더할 나위없이 수익증대의 좋은 기회인 것은 당연하다. 보다 공격적으로 실현을 위해 힘을 모으자는 결의도 있었다. 소비자와 업계 모두가 윈윈하는 절호의 기회로 인식

하고 있는 것이다.

세븐일레븐 캐나다는 작년에 매우 흥미로운 제안을 내놓으며 편의점 업계에 화제를 몰고 왔었다. 술판매 허용에서 한걸음 더 나아갔다. 온주주류사행업위원회(AGCO)에 제출한 제안서에 따르면 자사 체인망 중 61개 업소에서 술을 마실 수 있는 살내 영업을 허용해달라는 요청이었다. 주류 언론들이 앞다퉈 상세히 보도했던 것이 기억에 새롭다. 이후 여러 복잡한 사정으로 일부 철회가 되기도 했지만 알버타의 에드먼튼에서는 요구가 관철이 될 가능성이 높다. 관련 규제가 법적으로 일부 완화되는 등 여건이 우호적이기 때문이다.

중견 체인사인 퀴키(Quickie)의 고위 관계자도 편의점 주류판매 전면 허용에 대해 매우 적극적인 입장에 이런 전망을 하고 있다. “온타리오에서 허용이 된다면 이는 손님 트래픽 증대에 획기적인 영향을 미칠 변수다. (시너지 효과를 염두에 두고) 전체 매출과 이윤이 크게 오를 것인데 술사면서 이에 따르는 주전부리 식품 구입이 눈에 띄게 증가할 것이기 때문이다.”

이처럼 업계의 몇몇 반응이 공통으로 보이고 있는 낙관적 기대는 “술 장사에만 끝나지 않고 부대 시너지 매출이 더 매력적”이라는 점일 것이다. 따라서 코비드로 다소 주춤하는 형국이라는 하지만 기대와 관심의 끈을 놓지말고 준비하는 마음자세를 견지할 일이다. 자칫 ‘희망고문’의 스트레스도 받겠지만 준비된 자만이 결실을 거둘 수 있겠거니와 기회라는 것이 원래 어느날 갑자기 밤손님처럼 오기 마련이다. ■

# 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



최고의 퀄리티와 빠른 서비스  
1Solutions와 함께하세요!

Service since 2006

[www.1solutions.ca](http://www.1solutions.ca)

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

# 퀘벡 일요일영업 중단 조치 + 통금 시행

편의점, 약국 등 필수 업종은 제외



퀘벡주가 폭증하는 코비드 변종 바이러스 전파로 지난 1월 2일(일)부터 매주 일요일 영업 폐쇄 조치에 들어가자 노동계 단체들과 소상공인 업주들은 혼란스러운 반응에 휩싸여 있다. 퀘벡 주정부는 비필수 (non-essential) 소매업종에 대해서 3단계 폐쇄 조치의 첫단계를 발동한 상태인데 이미 구인난과 영업 손실로 타격이 큰 업주들에게 최근 오미크론으로 인한 감염자 재확산이 더 많은 어려움을 주고 있다.

퀘벡의 많은 비필수 업종의 업소들이 1월 2일에 영업을 중단했다. 지난 12월 30일에 퀘벡 프랑소와 르고 수상이 이같은 내용의 발표를 했는데 약국, 편의점, 주유소 등 필수업종으로 분류된 업종들은 폐쇄 대상에서 제외된다고 밝혀 편의점 업계는 그나마 한숨 돌리는 분위기다.

몬트리얼에서 양화점(洋靴店)을 운영하는 벨질르 맥귀르씨는 종업원의 대다수가 코비드 양성반응에 따른 격리 조치에 들어갔다고 말했다. “내 가게는 규모가 크지 않지만 많은 수의 종업원이 격리 상태라서 앞으로의 비즈니스가 큰 걱정이다. 평일날 하루 영업하지 않는 정도는 큰 타격이 아니지만 3주간 매 일요일 영업을 못하는 것은 아주 큰 피해다” 맥귀르씨의 깊은 고민이 담긴 호소다. 그는 “지난 연말부터 상당한 시간을 집에서 보냈는데 해가 바뀔 신년 한달 가까이 일요일에 다시 그런 모습을 이어가게 됐다”면서 불안감을 토로했다.

퀘벡상공인연합회 샤를르 밀리아씨는 한 성명을 통해 “연중 이맘때가

비즈니스에 매우 중요한 시기” 라면서 “이 어려운 시기에 영업난을 가중시키는 추가 제한조치이니 가급적 빨리 해제하기를 촉구한다”고 말했다.

캐나다소매업협회(RCC) 미셸 대변인 또한 일요일 영업 중단이 이번 3주로 그치고 이후 정상 영업을 가능할 수 있도록 조치해줄 것을 정부에 촉구했다. 대변인은 “공급망 차질과 인력난이 계속 되면서 소매업 소비자가 큰 위기를 맞고 있고 팬데믹 이전의 정상화를 아직도 되찾지 못하고 있으니 걱정이 크다” 고 강조했다. 이번의 추가적 제한 조치가 3주후에도 계속 될 경우 많은 업소들이 버티기 힘들 것이라는 우울한 전망도 함께 언급했다.

몬트리얼에서 가족 경영으로 소매업을 운영하는 샤를르 매그리씨의 경우, 장사가 어느정도 회복이 되는 중이었다가 이번 추가 조치에 직면했다. 지난 겨울 퀘벡의 많은 비필수 소매업소들이 연말에 걸쳐서 엄격한 영업 폐쇄조치로 수개월에 걸쳐 문을 닫고 있었다. 피해가 막심했다. 그런데 이번 조치는 얼친데 덮친 격이라 조금 살아나던 매그리씨의 비즈니스가 다시 주저앉게 된 것이다. 몬트리얼 동쪽 끝자락에서 꽃가게를 운영하고 있는 그는 그나마 일요일만 영업 중단되는 조치에 대해 안도하는 마음이다. 꽃가게는 결혼식을 비롯한 많은 축하 이벤트들이 열리지 않아 큰 피해를 본 대표적인 업종 중의 하나다.

일요일영업금지 및 통행금지(밤 10시부터 새벽 5시까지)조치를 단행하게 된 이번 퀘벡의 1단계 제한 조치는 변종 코로나 바이러스 폭증으로 하루 확진자가 15,000명을 넘기고 이로 인한 추가 사망자가 13명이 나오는 등 불안감이 팽배해지자 다급히 발동된 것이다. 지난 1월 4일 기준으로 변이 바이러스로 인한 입원 환자는 70%가 늘어난 1,231명으로 집계됐다. 이중 162명은 긴급 집중 치료를 요하는 환자였다. 12월 30일 기준으로 퀘벡에서는 코비드 테스트를 54,000여 명이 받았으며 이중 양성반응률이 무려 30%를 넘어섰다.

온타리오는 지난 1월 10일 기준으로 오미크론이 폭증하면서 병원 입원자 수용이 한계치에 바짝 다가가 초긴장 상태이다. 이날 입원자는 2,467명, 중환자는 438명으로 작년 6월 이후 최다를 기록했다. 신규 확진자는 1만 명 가까운 수치를 보였다. ■





## 〈6면에 이어〉 심기호 회장, CSN과의 신년 인터뷰

### ● 어떤 분야의 품목군에 집중해야 하는가?

소비자들은 이미 유전자조작(GMO)식품을 피하고 글루텐 프리, 무가당(zero-sugar) 제품 등을 선호하고 있다. 편의점도 이들 제품 취급에 집중하기 시작했다. 나의 경우도 곰부차(kombucha) 티를 전에 한두가지 취급했는데 지금은 40~50가지나 취급하고 있다. 소비자들이 다양한 것들에 익숙해가고 있기 때문이다. 대형 슈퍼마켓에 가지 않아도 된다.

편의점을 통해 소비자들은 기존의 전통적 품목군에서 더 다양한 새로운 것들을 추구하고 있다. 담배와 킷킷에만 의존해서는 안된다. 영역을 넓혀야 한다. 스몰 하드웨어에서부터 비상 약품에 이르기까지 편의점이 다뤄야 할 품목 외연이 확장된다는 것은 편의점의 매출과 수익 증대를 도모할 기회를 의미한다.

### ● 급격한 변화의 와중에 편의점 산업의 최대 기회를 든다면?

편의점 주류판매는 우리가 늘 희망해왔던 이슈다. 특히 온주 지역산 맥주와 와인 판매를 선호한다. 지역민들도 바라고 있다. 지난 25년간 협회는 이에 대한 목소리를 내왔다. 2025년에는 실현될 것이다. Beer Store와 정부간의 계약 기간이 만료되는 시점이다. 중도 해지는 너무 큰 댓가를 치러야 하기 때문에 기다릴 수밖에 없다. 편의점 주류판매는 타 품목으로의 시너지 효과를 불러오고 트래픽 증대와 장바구니

키우기로 연결되는 중요한 이슈다.

### ● 우버, 아마존 등의 배달 시스템이 성행하는 시대에 회원들의 경쟁력 제고 방안은?

이 트렌드에 맞추지 않으면 편의점은 사라질 운명이다. 테크놀로지에 대한 많은 투자를 해야 하며 POS 시스템 구축은 필수불가결한 대응책이다. 과학적 재고관리와 가격정책이 가능하기 때문이다. 배달 시스템도 이 기본 틀을 기반으로 가능하다. 협회 회원 중 60여 업소가 시험 중에 있는데 본부에서 실시간으로 이들 업소의 데이터에 접근하고 가격 정책을 수립한다. 향후 2년에 걸쳐 2백여 개 이상으로 확대할 계획이다. 협회는 더 많은 개선책을 강구하기 위해 해야 할 일들이 많다.

### ● 협회의 리더이자 자신의 업소 운영자이기도 한 본인의 균형적인 역할은?

오전 시간은 지난 30여 년 동안 그래왔듯이 내 업소에 집중할 시간대이다. 좋은 종업원들 덕택에 내 업소는 앞으로도 잘 운영될 것이다. 이후의 몇 시간은 협회에서 매일 일을 한다. 2년 임기 회장직을 수행하면서 많은 것을 이루고 싶다. 전산화와 POS를 통해 회원 업소의 축적된 데이터를 최대한 활용하는 여건을 조성하는 것이 가장 중요한 과제다. ■



## 심 회장, OCSA 신임 이사장 선출

본부협회 심기호 회장이 온타리오편의점협회(OCSA) 이사장으로 선출됐다. 지난 1월 26일 (수) 열린 OCSA 연차 총회는 심 회장을 만장일치의 지지로 2년 임기 새 이사장으로 추대했다. OCSA 이사회는 모두 15명으로 구성돼 있으며 심 회장은 2년 전부터 협회를 대표해 이사로 활동해왔다.

이날 회의는 코비드로 인해 줌미팅으로 진행됐으며 연차총회와 이사회를 연속해 오전 10시부터 12시 까지 2시간 동안 가졌다. 심 회장은 총회에서 선출돼 이어진 이사회에서 만장일치로 인준됐다. 협회 역사상 OCSA 이사장으로 선출되기는 처음있는 일이며 아시아계에서도 최초다.

OCSA의 회장(CEO)은 현재의 데이브 브라이언즈가 계속 맡으며 코로나 비상 체제에서 심 이사장과 투 톱으로 운영될 예정이다. 신임 심 이사장은 향후 OLG복권 수수료 인상과 비어와인 전면 허용에 역점을 두겠다고 계획을 밝혔다. ■

# 아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

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

<b>교통사고 개인상해 보상 청구</b> 교통 사고 낙상 (Slip & Fall) 장기상해 (Long Term Disability) 개에 물린 사고 정부과실 사고	<b>교통위반 티켓</b> 과속, 부주의 운전 무보험, 무면허 신호위반, 뺑소니 등 모든 교통 법규 위반	<b>형법</b> 음주운전, 폭행 절도, 사기, 마약 흉기 소지, 살인 등 모든 형법 위반
---	---	---

- ▶ 교통사고보상청구
- ▶ 형법
- ▶ 이민법
- ▶ O.D.S.P 신청 (Ontario Disability Support Program) 1년 이상 건강상의 문제가 있을 시 청구 가능.

- ▶ 개인상해 보상청구
- ▶ 가정법
- ▶ 교통위반 티켓
- ▶ “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

# 코로나 시대, 재고 관리의 중요성 증대

## 불필요한 배달 없애면 1,500달러 절감



코로나대 역병이 편의점 재고 관리 자동화와 디지털화를 가속화시키고 있다. 2021년의 대 소동을 겪은 직후인 새해 연초라서 아직 정확한 데이터 분석이 진행 중이기는 하지만 현재 편의점 체인마다 단기 혹은 중장기 미래 전략이 이 방향을 기조로 수립되고 재편성될 가능성이 농후해지고 있는 실정이다.

편의점은 물론 식품 취급 모든 소매업체들이 전국적으로 하이테크 의존도를 놀랄 정도로 높여가고 있는데 전문가들도 그 변화에 다소 놀랄 정도라고 한다. 시대의 흐름을 기민하게 반영한다고 보겠다. 특히나 작년 한해의 변화를 볼 때 올해의 변화는 더 거셀 것으로 전망된다.

다른 분야도 그렇지만 편의점 산업에 현재 가장 큰 스트레스를 주고 있는 두가지 과제는 공급망 교란과 구인난이다. 시급히 풀지 않으면 고전을 면키 어려운 형국이다. 세계적인 물류대란에 편의점 산업은 냉정히 말해 체력이 약한 편이다. 연일 언론에서는 컨테이너 선박들이 근해에 떠다니며 입항을 기다리는 모습을 전하고 있다. 일손 못구해서 찢찢때는 업주들의 모습이 여기에 오버랩된다.

다소 다행스러운 소식이라면 이 와중에 고통을 조금이라도 경감시킬 수 있는 조치수단들이 있다는 사실이다. 바로 재고관리의 효율성을 개선하는 것으로 사태 해결의 실마리를 풀 수 있다. 기존의 구태의연한 매뉴얼 방식이 아니라 클라우드 기반 재고관리 솔루션이 해결사로 등장하고 있다.

### 유효기간 관리에 집중

구인난이 편의점 산업 구석구석에서 현재 매우 부정적 양상으로 전개되고 있는데 재고관리를 보다 철저히 함으로 인해 고통을 완화시킬 여지가 크다. 식품류에서 기인하는 고객의 질병 사고 60%가 신선 식품-야채, 과일 등- 취급 의존도가 높은 소매업소로부터 발생한다.

따라서 이 분야 제품군의 유효보존 기간, 온도 관리, 재고회전율을 보다

과학적으로 다룰 수 있다면 부족한 인력을 보완할 수 있다. 디지털 기술력을 더 강화하는 것이다. 식품 관리의 투명성과 안전성을 기술력에 의존한다는 말이다. 사람 손이 필요없게 만드는 탈출구다.

재고관리에 투입되는 시간을 줄일 수 있다는 것은 일손을 크게 줄인다는 것과 같은 의미다. 그뿐만아, 부정확한 인력 의존도가 높은 만큼 팔지 못해 버려야 하는 폐기물까지 줄일 수 있어 금전적 손실을 막아 원가 절감에도 기여한다.

### 폐기물 감소

식품 폐기물 감소는 앞서 말했듯이 원가 절감의 중요한 요소의 하나다. 이는 작게 보면 한 업소의 문제이지만 이를 확대하면 전 지구촌 환경 문제 해결에도 기여하는 바가 적지 않다. 대부분의 편의점은 요구되는 적정 인력보다 훨씬 못미치는 수준으로 운영되는 것이 사실이다. 영세 독립 편의점의 경우 이 실상은 극명하다. 오죽하면 인건비 장사한다는 자조적 말까지 나오는가. 이런 사정인데 행여 신선 식품이라도 많이 취급하는 편의점은 버리는 식품이 무시할 수 없는 수준으로 많이 나온다. 유효기간이나 보존기간이 지나서 손님에게 팔수 없어 폐기해야 하는 것들이 속출한다. 참을 수 없는 스트레스이지만 사람을 더 쓸 형편은 안되니 악순환의 연속이다. 해답은 테크놀로지의 도움이다. 결국 없어도 될 운영비의 상승을 재촉한다.

디지털 솔루션을 도입하면 편의점 폐기물의 46% 이상을 줄일 수 있다는 연구 결과는 편의점 업주라면 크게 주목해야 할 통계다. 연간으로 추산하면 폐기 식품을 1% 줄이면 연간 2만 달러 이상을 더 팔수 있는 양이라고 하니 놀랍다.

### 재고파악의 정확성

전문가들에 따르면 편의점 운영에서 재고관리 업무는 가장 많은 노동력을 요구하는 분야이며 실책도 가장 많이 범하는 분야라는 지적이다. 특히 시대의 흐름과 동떨어져서 여전히 종이와 펜으로 수행하는 재고 관리 방식이 만연해 있다고 한다. 손으로 끄적이는 노동력 대신 디지털 자동화 시스템이 한시바삐 도입 되어야 하는 이유다.

배달만 놓고 볼 때, 테크놀로지에 기반한 재고관리만 수행된다면 기존의 불필요한 배달의 25%를 감소시킨다는 연구결과가 있다. 이것만 줄여도 1,500달러는 손쉽게 절감된다고 한다. 일주일에 4시간 이상의 노동력이 절감된다고 추산하고 있다. 공급망 차질과 인력난이 가중되고 있는 지금의 난관을 돌파하는 중요한 해결책의 하나인 디지털 재고관리에 당장이라도 눈을 떠야 할 시기다. POS시스템 구축은 가장 기초적인 수단임을 명심하자. ■



## 美 백신 정책, 대법원이 제동

**미** 연방 대법원이 백신 접종, 감염 테스트, 마스크 착용 등 코비드 관련 의무화 정책을 무효화하는 판결을 내렸다. 100인 이상의 기업체로 하여금 종사자들의 백신 접종을 의무화하고 규칙적으로 감염 테스트를 받고 마스크를 착용하는 것을 강제하는 행정 명령이었는데 이를 무산시킨 것이다.

지난 1월 13일 대법원은 이같은 결정을 내리며 또하나의 정부 조치인 의료종사자들에 대한 동일한 의무화 조치는 합당한 것으로 판결했다.

기업체와 관련된 앞의 판결은 트럼프 전임 대통령 시절 재편한 보수 우세 대법관 구성으로 인해 6:3으로 정부 패소 판결이 내렸다. 직업안전보건청(Occupational Safety and Health Administration ; OSHA)이 추진한 기업체 관련 백신 의무화 조치에 대해 대법원 다수파의 판단 근거 요지는 이렇다. “OSHA는 이전에 유사한 의무화 조치를 내린 바 없으며 의회 또한 그런 결정을 한 적이 없다.” 판례를 중시하는 영미법 체계하에서는 이전 사례가 없으면 무효화하는 것이 상례였는데 이를 따른 것이며 미 행정

정부의 보건 정책에 적지않은 타격을 입힌 결과가 됐다.

그럼에도 불구하고 대법원이 기업체의 손을 완전히 들어줬다고 보기는 어렵다. 정부의 의무화에 대한 합법성을 다룬 판결은 아니기 때문이다.

다시 말해 기업체에서 기존에 자체적으로 시행하고 있는 보건안전 대응책 수준을 그대로 유지하는 것이 무방하며 정부측이 요구하는 강력한 의무화 조치는 필요치 않다는 입장을 보인 것뿐이기 때문이다. 한마디로 기업체가 현재까지 해오고 있는 방역 조치에 대한 노력만으로 충분하다고 보는 입장이다. 그러나 앞서 말했듯이 의료시설이나 기관 종사자들에 대한 정부의 의무화 조치는 그대로 유지해도 좋다는 판결을 5:4로 유지시켰다. 의료 종사자들은 정부가 시행하는 대로 더 엄격한 방역수칙을 따라야 마땅하다는 입장을 보인 것이다.

기업체 대상으로 한시적 시행을 시도하려던 것과 관련해 적용 대상자는 8,400만 명이며 의료 종사자에 대한 적용 대상자는 약 1,000만 명 정도였다. ■



# 2022년 2월 프로그램

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

### 웰컴 투 캐나다 -캐나다 시민권 시험 준비반

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

#### 시민권 시험 준비반 1

- ▣ 일시: 2월 8일 (화) / 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: 2월 15일 (화) / 오전10시 - 오후12시
- ▣ 내용: 1. 캐나다 역사
- 2. 캐나다 근현대사
- 3. 캐나다인의 발견과 발명
- 4. 온라인 모의 테스트

#### 시민권 시험 준비반 3

- ▣ 일시: 2월 22일 (화) / 오전10시 - 오후12시
- ▣ 내용: 1. 캐나다 정부 시스템
- 2. 연방 선거와 투표 절차
- 3. 캐나다 사법 시스템
- 4. 캐나다 경제와 지리
- 5. 온라인 모의 테스트

### 노인연금

- ▣ 일시: 2월 9일 (수) / 오전10시30분 - 오후12시
- ▣ 담당: 정착상담원 김미란 (문의: 416-340-1556)
- ▣ 내용: 1. 노령보장연금 (OAS)
- 2. 소득보장보조금 (GIS)
- 3. 캐나다퇴직연금 (CPP)
- 4. 배우자 / 미망인 생활보조금 (Allowance / Allowance for the Survivor)

### 2021 해외소득 및 자산 신고

- ▣ 일시: 2월 14일 (월) / 오전10시 - 오후12시
- 2월 19일 (토) / 오전10시 - 오후12시
- 본 세션은 동일한 내용으로 두 번 진행됩니다.
- ▣ 담당: 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)
- ▣ 내용: 1. 해외소득 및 자산 신고 대상
- 2. 신고 방법 및 절차
- 3. 신고 시 유의할 사항
- 4. 자주 묻는 질문들

### KCWA와 함께하는 영주권카드 갱신 신청안내

- ▣ 일시: 2월 23일 (수) / 오전10시 - 11시
- ▣ 담당: 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

2월의 모든 세미나는 온라인으로 진행됩니다. Zoom을 통한 웨비나 참여방법에 대하여 자세한 안내를 원하시는 분은 KCWA (416-340-1234 / kcwa@kcwa.net)로 연락해 주시기 바랍니다.



# 북미주 편의점 규모 순위

## 캐나다 '쿠쉬타르'(서클 케이) 2위

미국 편의점 산업 전문 매체 CSP가 조사한 2021년 북미주 편의점 규모 순위 20개 중 최상위 랭킹 20위까지를 알아본다. 여기에는 캐나다 편의점 지존 쿠쉬타르도 들어간다. 매년 부동의 1위를 차지하는 곳은 2020년에도 어김없이 세븐일레븐이었다. 여기서 규모의 기준은 매장 수를 의미하며 시점은 2021년 1월 1일 기준이다.

〈2020년 북미주 20대 편의점 순위〉

순위	업체명	가맹점 수	2019 순위
1	7-Eleven Inc.	9519	1
2	Alimentation Couche-Tard Inc.	7142	2
3	Speedway LLC	3854	3
4	Casey's General Stores Inc.	2230	4
5	EG America LLC	1704	5
6	Murphy USA Inc.	1500	6
7	GPM Investments LLC	1330	7
8	BP America Inc.	1026	8
9	ExtraMile Convenience Stores LLC	975	9
10	Wawa Inc.	917	10
11	QuikTrip Corp.	850	11
12	Kwik Trip	768	13
13	Pilot Co.	754	12
14	Sheetz	615	14
15	RaceTrac Petroleum	567	15
16	Love's Travel Stops & Country Stores Inc.	543	16
17	United Pacific	451	19
18	Kum & Go LC	408	18
19	BW Gas & Convenience Holdings LLC (Yesway)	402	17
20	Sunshine Gasoline Distributors	395	20



### 1위 : 7-Eleven

세계 최대의 편의점 체인이며 편의점 산업의 아이콘이다. 대부분의 가맹점은 프랜차이즈 방식으로 운영되며 일부는 본부 직영이다. 간편급 음료로는 자사 상품 슬러피(Slurpees), 빅 걸프(Big Gulp), 그리고 커피가 있으며 이들 음료가 북미주와 여타 해외 나라에서 매출을 견인하는 시그네처 상품들이다. 미국 본사는 텍사스 어빙(Irving)에 소재한다. 2020, 2021년 코로나 와중에도 활발한 인수 합병을 되풀이 했다. 2027년까지 북미주 내 2만 개 매장을 목표로 하고 있다.

### 2위 : 알리망타시옹 쿠쉬타르 (캐나다)

캐나다 최대, 북미주 2위를 자랑하는 캐나다 소매업계의 자존심이다. 미국에는 48개 주에 포진해 있고 캐나다는 10개 주를 커버한다. 미국에서는 Circle K와 Holiday Stationstores 두개의 배너하에 영업하며 캐나다 쪽은 Circle K(구 Mac's)와 Couche-Tard(퀘벡) 두개의 간판을 달고 운영하고 있다. 유럽의 스칸디나비아 국가, 아일랜드, 폴란드, 발틱 3국, 러시아에 영업망을 가지고 있다. 라이선스 방식으로는 북미주와 유럽 이외의 나라 16개국에도 네트워크를 구축하고 있다. 이렇게 전세계를 기준으로 파악하면 약 14,200개에 이른다. 북미주만 7,142개이다. 본사는 퀘벡 라발에 소재한다.

특기할 사항으로는 캐나다 독립 마리화나 소매업체인 'Fire & Flower Holdings Corp'와 제휴해 기호용 마리화나 사업에도 투자를 했다는 사실이다. 사업 분야를 넓히는 첫 신호다. ■

# 통계로 보는 구인난 대응 실태



이미 지난해 하반기부터 물류대란과 공급망 비상이 걸리며 글로벌 경제 위기의 우려가 증폭되었다. 인력난이 가장 큰 영향을 미치고 있다. 입항 대기로 대형 컨테이너 선박들이 입항을 못해 근해에 마냥 떠있다.

**전** 세계 모든 나라가 예외없이 코비드 대 역병의 와중에 산업 전체가 구인난으로 허둥대고 있다. 캐나다도 예외가 아니다. 분야별로 고루 겪고 있는 현상이다. 특히나 일선 소매업종과 서비스 산업이 사람을 구하지 못해 가장 큰 고통을 겪고 있다.

이러다 보니 사람 구하기 또는 그나마 있는 인력이 무슨 이유에서든 그만 두지 못하게 하느라고 업주들이 부심 중인데 어떤 방법들을 구사하는지 통계로 일별해본다. 가장 많이 동원하는 방법부터 순위별로 표를 만들어보면 다음과 같다.

71%	신축성있는 근무 시간 운영
57%	법정 기본급 초과 지급
43%	종업원 중심의 영업운영 시스템
43%	원할 경우 풀타임 근무 제공
29%	근무 계약 체결시 보너스 선지급(일종의 상여금)
29%	무료 식사 제공
29%	건별 커미션 제공(목표 달성에 따른 인센티브)

구인난으로 인해 업주들이 영업 시간이나 서비스 정도를 단축 조정해야 할 필요성이 있었는지에 대한 반응에 대해 50%는 '전혀 없다', 33%는

“정기적인 것은 아니지만 필요에 따라 불규칙적으로 그렇게 했다” 고 답했다. 17%는 “없었으며 부족 인력을 채우기 위해 주인들이 더 많은 시간 영업을 했다”고 답했다.

법정 기본급 인상과 관련해서는 25%의 응답자가 초과 지급을 하고 있으며 여기서 발생한 인건비 피해를 보상하기 위한 별다른 조치는 취하지 않고 견디는 것으로 나타났다. 그러나 75%는 인건비 초과분에 따른 피해를, 취급하는 상품이나 제공하는 서비스 금액에 인상 반영한다고 답했다. 인건비 플러스 몫을 상쇄하기 위해 가격을 올리는 것이다. 소비자에게 고스란히 피해가 간다는 의미다.

글로벌 물류대란은 결국 구인난으로 인해 빚어진 것이고 코로나 사태로 일시 해고된 인력들이 락다운 조치를 해제하며 인력을 다시 불러오려고 해도 한번 떠난 일손들이 되돌아오지 않고 있어 애를 태우게 만드는 현상이다.

세계 경제의 심장부라고 할 이웃 미국의 경우 작년 12월부터 인력난 해소 위해 임시 취업비자를 급히 발급해 외국인 노동자를 불러모으고 있다. 그야말로 나라의 대문을 활짝 열어젖힌 것이다. 연초에 나온 한 통계에 따르면 회사를 떠난 인력 중 재고용 기회를 제공해도 다시 돌아오지 않는 인력이 4백 만 명을 넘고 있는 실정이다. 몸값이 올라가 귀한 몸이 된 것이다. 캐나다도 유사한 현상을 겪고 있으며 이는 연쇄 반응을 불러일으켜 원활한 유통시스템에 적신호가 켜지자 각종 생필품 가격이 15% 이상 뛰어올라 소비자들에게 물가고를 겪고 하고 있다. 그나마 쉽게 구하지 못하는 것들도 속출한다. ■



# FRESH의 새로운 정의

## 냉장 냉동 웰빙 식품의 부상



글로벌 스낵 제조사 몬델레즈가 지난 2020년 연차 보고서에서 이런 평가를 한 바 있다. “주전부리 (snacking) 소비가 코로나 사태 발발 이후 급격한 증가를 보였으며 몬델레즈도 제품군별로 모두 증가했다. 그 중에서도 쿠키 품목군이 증가세를 견인했다” 몬델레즈 캐나다 회장 마틴 페어런트씨에 따르면 코비드로 초기 폐쇄 조치가 내려진 기간에 주전부리 소비가 50% 신장했으며 지금도 2019년 코비드 전과 비교하면 여전히 30% 높은 매출 증가를 보이고 있다.

대역병의 와중에 역설적으로 두가지 진실이 확인되고 있다. 첫째, 변화만이 유일하게 변하지 않는 현상이라는 것이다. 둘째로는 우리가 준비를 했던 안했던 대혼란이 일어나고 있다는 사실이다. 막연히 대중의 취향을

뒤쫓으며 같은 것을 반복해서 더 많이 팔겠다는 전략보다는 자신이 현재 취급하고 있는 스낵 상품 군을 획기적으로 재검토해야 할 시기임을 인식해야겠다. 스낵 시장을 재편해야 할 시대적 요구가 일고 있는 시점인데 정상온도 보관용 스낵에서 냉장/냉동 스낵으로의 대대적 전환을 주목해야 할 것이다.

글로벌 마케팅 전문 회사 민텔은 일찌감치 이런 현상을 간파하고 이 분야에 주목할 것을 권고했다. 이 회사가 던진 화두는 ‘fresh’였다. 이 단어는 그러나 민텔이 정의를 새롭게 내리고 있다. 내용물을 투명하게 공개하는 라벨 부착에 주안점을 두고 있다. 그리고 이들 제품들이 주로 냉동 냉장 제품들이라는 지적이다. 그렇게 해서 불현 명칭이 ‘fresh-snacking

market'이라는 표현인데 민텔은 지난 15년의 동향을 조사했다. 이 시장은 지난 2008년부터 본격화되기 시작했다. 그리고 약 10년이 흐른 지난 2017년에 시장이 4배까지 성장했다고 밝혔다. 미국 시장 기준이다.

시장 현황을 실감하기 위해 몇가지 통계를 더 소개해보면 냉장냉동 신선 주전부리의 미국 시장 2021년 추산 규모는 미화 기준 약 520억 달러이며 오는 2028년에는 737억 달러에 이를 것으로 전망된다. 동 기간의 연평균성장률(compound annual growth rate, CAGR)은 5.1%를 기록할 것으로 보인다. 천연 신선 식품에 대한 소비자들의 열정적인 선호도에 힘입는 덕분에 이런 폭발적 성장이 예견된다고 전문가들은 배경을 설명한다. 소비자의 60%가 단순한 영양가를 넘어 추가적인 건강 친화적 요소들을 욕망하고 있는데 예를 들어 비타민이나 미네랄이 듬뿍 함유된 제품을 더 많이 추구할 가능성이 높다. 유럽 시장의 경우 지난 2020년에 주전부리 시장에서 가장 큰 몫을 차지하고 있는 것이 바로 지금 다루고 있는 주제의 냉장냉동 신선 식품이었다.

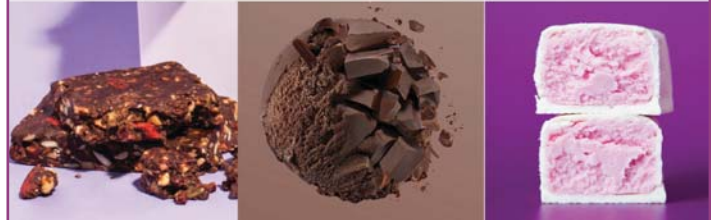
민텔은 이 냉동/냉장 식품 시장을 더 세분화해서 6가지 카테고리를 들고 있는데 단백질 바(막대형), 단백질 스낵 팩, 스프, 병입 스무디, 요구르트, 기타로 나뉜다. 기타에는 허머스(hummus), 과카몰레(guacamole)가 대표적으로 포함돼 있다. (\*허머스는 병아리콩 chickpea을 주 재료로 이를 으깨고 올리브기름, 마늘, 레몬즙 등을 버무린 일종의 스프레드. 일반적으로 고단백 저칼로리 주전부리로 인기가 많다. 과카몰레는 아보카도 으갠 것에 토마토, 라임즙, 소금 등을 섞어 만든 걸쭉한 일종의 소스)



밀레니얼과 Z세대 소비자군은 냉동/냉장 보관 주전부리 식품을 매우 선호한다. 신선도 유지와 중독성 맛의 매력 그리고 웰빙 영양분이 듬뿍 함유돼 있다고 믿기 때문이다. 스낵 상품의 대명사인 네슬레가 냉동 보관용의 초콜렛을 씌운 땅콩 버터 제품을 최근 출시했다. 언급한 트렌드를 반영한 결과다. 브랜드명은 '렐리스 너트 버터 밤'(Rallies Nut Butter Bombs)으로 일명 슬럼프(slumpers)라고 불리는 소비층을 겨냥한 것이다. 슬럼프는 저혈당 식품에 목말라 하고 스트레스, 과로, 권태를 극구 피하고 싶어 하는 소비자 군을 일컫는 신조어이다. 회사측 조사에 의하면 슬럼프층이 결코 규모가 적은 소비층이 아니라는 분석이다. 미국의 시장조사 기관 하트만 그룹(Hartman Group)에 의하면 미국 소비자의 74%가 하루 일과 중 지친 심신을 다스리기 위해 "뭔가를 먹어서 풀자"는 욕구가 있다고 한다. 네슬레는 바로 이런 상황을 중시해서 앞에서 말한 렐리스를 개발 출시한 것인데 올해 중 거의 모든 식료품 체인에 공급하겠다는 계획이다. 물론 여기에는 편의점 체인도 포함된다.

현재 이미 시중에는 수많은 냉장, 냉동 신제품들이 넘쳐나고 있다. 회사별 대표적 제품들은 오른쪽 표와 같다.

PRODUCT	MANUFACTURER
Rallies Nut Butter Bombs	Nestlé
Nakd Vegetable Snack Bars	PepsiCo
Functional Protein Chocolate Bars	Mid-Day Squares
Ohi Superfood Bar	OHi Food Co.
Perfect Bites/Bars/Cups/Kids	Perfect Snacks
Good to Go Keto Bars	Good to Go
Clio Frozen Bars	Clio Snacks



표를 통해 소개한 저 제품들은 예외없이 웰빙 영양소가 풍부하며 과일, 야채, 식물성 기반 단백질과 프로 바이오틱 성분을 내세우며 영양성분 표기를 라벨에 허위 과장없이 정확하게 밝히고 있다. 예를 들어 위 표에서 소개한 회사들 중 미드데이스퀘어스(Mid-Day Squares)를 보자. 몬트리얼에 소재하고 있는 신생 기업인 이 회사가 자랑하는 기능성 초콜렛 프로틴 바(Functional Protein Chocolate Bars)는 이미 2018년에 출시돼 잘나가고 있는 제품이다. 기존의 'Fudge Yah bar'에 이은 신제품이다. 주로 비건층을 겨냥한다는 제품들은 글루텐과 콩 성분이 없으며 유전자 조작(GMO) 성분도 없는 100% 유기농 제품임을 강조한다. 방부제나 인공첨가제가 없음을 내세우는 것은 물론이다. 시장 출시 2년이 채 안된 100만 개 이상의 매출 실적을 올렸으며 유명 식품체인 예를 들어 메트로, 소비스, IGA 등은 물론 캐나다와 미국 양쪽 시장의 중소 독립 소매업소에 거의 들어가 있다.

민텔은 시장 분석과 아울러 소매업소에 다음과 같은 조언도 곁들였다. 쇼핑객의 1/3이 냉동냉장 신제품에 대해 각별한 관심을 가지며 1/4이 이들 제품을 충동구매한다는 사실을 전제로 하며 업주들이 이 제품군의 범위와 재고를 확충해야 한다는 것이다. 특히 이들 제품의 업소 내 진열 위치가 손님 주목을 쉽게 끌 수 있도록 재조정되어야 한다는 점을 특별히 강조하고 있다. 실제로 많은 소매업소들이 그렇게 하는 추세라는 사실도 덧붙여 역설했다.

### 개 먹이도 인간급으로 격상...

냉동냉장식품에서 하이라이트는 애완동물 먹이의 '인간화' 현상이다. 2018년 경부터 'pet humanization'이라는 표현이 등장하더니 펫 식품업계에서 humanification이라는 단어까지 돌고 있다. 애완동물 - 요즘은 '반려동물'이라는 표현이 더 일상화되고 있는데 - 사료 연구소(Pet Food Institute)의 다나 브룩스씨는 Freshpet 라는 애완동물 먹이 전문 생산업체를 예로 들고 있다. 기존의 평범한 먹이가 아니라 인간들이 소비하는 먹거리 수준에 필적할 고품격화 제품을 만들기 때문에 주목을 받는 회사다. 2014년에 나스닥에 상장될 때 주가가 17불, 시가총액 5억 달러이던 회사가 현재 주가 150달러에 시가 총액 70억을 자랑한다.

한 자료에 의하면 인간화급의 다시 말해 고품격의 애완동물 냉장 사료  
(17면에 계속)

# 종업원 사기진작 6가지 조언

분명한 기대치 제시와 상응하는 보상 뒤따라야



현재의 코비드 상황과 같은 미래 예측이 불확실한 시대에 편의점 업주나 매니저들은 고용된 종업원들을 관리하는 것이 중요한 과제로 대두된다. 초기 폐쇄 조치가 단계적으로 풀리면서 과거와 같은 비즈니스 매출 회복 방안도 당면한 과제이겠지만 더 중요한 관심사는 종업원 활동의 정상화 문제다. 특히 그간의 침체된 분위기를 반전시키고 사기를 진작시키는 것은 업주가 풀어야 할 선결 이슈다. 요즘 가뜰이나 사람 구하기 힘든 구인 대란에 직면해서는 더 그렇다.

전통적으로 편의점은 이직률이 형편없이 높은 업종군으로 좋은 사람 구하기도 힘들지만 이런 사람을 모처럼 구해서 오래 붙들고 있기는 더 힘든 곳이다. 인사 관리면에서는 고위험군 업종으로 분류되어도 무방할 것 같다. 이 복잡하고 불확실한 시대에 종업원 관리와 관련해 전문가들의 귀중한 조언을 경청해보자. 6가지로 요약되는데 업소마다 형편이 다르니 6가지 모두 행동으로 옮기기는 어려울 수 있다. 단 한두가지라도 실행하면 종업원 사기 진작과 오래 붙들고 가기에 효력을 발휘할 수 있을 것이다.

## ■ 기대치의 명확한 설정

좋은 종업원을 좌절시키는 가장 흔한 요인은 성공 가망성을 불가능하게 만드는 행동이다. 능력과 자질이 있는 종업원은 자신의 일에서 성취 가능성과 실력발휘를 하고 싶어한다. 이를 실현하기 위해서는 그 기대감이 이루어질 환경이 조성돼 있어야 한다. 그것은 바로 구체적이어야 한다는 것이다. 그저 막연하게 이런저런 큰 그림만 설정해놓고 훈화같은 그럴싸한 말만으로 목표나 목적이 제시돼서는 안된다. 전체적인 태도만 추

상적으로 전달될 것이 아니라 확실하게 어떠 어떠한 것이 이루어져야 한다고 꼭 집어서 요구가 제시되어야 종업원의 성취 방향성이 머리속에 그려지게 된다. 명확히 기대치와 목표치를 제시하면 성공할 가능성이 그만큼 높아진다.

## ■ 성취에 대한 인정과 칭찬

“칭찬은 고래도 춤추게 한다”는 말도 있다. 제시된 구체적 목표치나 기대치를 충족시켰다면 칭찬과 인정에 결코 인색해서는 안된다. 내 돈 받고 일하는 종업원이니 당연한 것이 아니냐는 태도로는 종업원의 사기 진작을 유도하기 어렵다. 좋은 결과를 내고 있다면 이들의 마음을 부추겨 줘야 한다. 서양 사람들은 사소한 것에도 고마운 일을 했으면 우리에게는 다소 호들갑스러울 정도로 땀방울을 남발하는 것처럼 보인다. 그러나 그렇지 않다. 한국인들이 특히 이런 면에서 둔감한 편인데 감사하는 마음과 그 표현에 익숙해져야. 종업원이 많은 경우라면 기록으로 남기는 데이터 작성까지 필요할 수 있다. 그리고 종업원 각자에 맞게 임무가 할당될 것이고 개별적으로 성취도를 체크해서 그에 상응하는 구체적 칭찬이 따라야 할 것이다. 아무리 작은 일에도 인간은 인정욕구라는 것이 있다는 점을 기억하자.

## ■ 매니저에 대한 투자

영세 독립 편의점의 경우에는 해당되지 않는 이야기겠지만 종업원 많고 매니저를 두는 규모가 좀 나가는 편의점이라면 깊이 새겨야 할 대목이다. 아랫사람들을 총괄 관리해야 하는 매니저에 대한 투자는 매우 중요하다.



요즘 구인난으로 매니저들도 새 얼굴들일 가능성이 높다. 새로 채용한 매니저들은 아직 모든 것에 서툴다. 물론 이전 조직에서 경험이 풍부한 이력이 있다고 하지만 여하튼 새로운 업소에서의 적응은 시간이 걸리고 시행착오도 겪을 수 있다. 트레이닝을 충분히 시키고 책임의식을 북돋워야 할 것이다. 매니저의 사기는 그 아랫사람에게 그대로 이어지기 때문이다. 요즘 업소들은 디지털화로 인한 테크놀로지 기반이 추세다. 따라서 이에 대한 깊은 이해를 갖추기 위해 교육훈련에 인색해하지 말고 충분한 투자가 이루어져야 할 것이다.

### ■ 보상과 혜택의 적정성

사기진작과 장기근무를 유도하기 위해 특히나 코로나로 인한 근래의 상황에서 물질적 인센티브는 당연히 검토해야 할 이슈다. 요즘 대표적인 인센티브들로 많이 거론되는 것들은 다음과 같다.

● 시급 올리기 ● 고용계약 기념 보너스(일명 signing bonus/hiring bonus) 지급 ● 장근근무 인센티브(1년 단위, 2년 단위 등) ● 휴가 ● 보험(예, 치과 등) ● 다면평가 인센티브(\*동료, 매니저 등의 근무평가에 따른 인센티브)

(6가지를 예로 들었는데 작은 규모의 편의점에는 현실적으로 맞지 않는 것일 수도 있을 것이다. 가능한 것만 한번 검토해라. 가장 쉬워보이는 것이 시급 올리기다. 최저임금이 올라서 운영에 압박을 받는다고 불평인 업주들이 많다. 하지만 최저임금보다 조금 더 인심을 써서 사기를 높여 영업을 잘하는 업주의 사례 또한 무수히 많다. 종업원들도 동종 업소에 근무하는 자기 친구들과 이야기를 나누며 주인들을 비교하기 마련이다. 상대적 박탈감이나 사기 저하를 느낄 수도 있음을 염두에 두자.

### ■ 선후배의 화합 교육

처음 고용해서 교육시키는 것과 기존 인력에 대한 교육 모두 중요하다. 그런데 이들은 밀접한 연관성을 가진다. 둘다 사기 양양과 연관된다는 공통점을 갖는다. 방금 고용된 신참은 결국 기존 스태프들과 손발이 맞고 케미가 융화되어야 할 사람들이다. 갓 고용된 사람들은 선배들을 보며 회사에 대한 인상을 강하게 받게 되는데 여기서 이미지가 좋지 않다면 단합에 균열이 생길 수 있다. 출발선부터 사기를 좀먹게 하는 불화는 절대로 있어서는 안된다. 자칫 이 문제로 금방 이직할 위험도 있다. 큰 회사든 작은 소매업소이든 인력간의 인화단결을 예외없이 모토로 삼는 이유가 여기에 있는 것이다. 말로만 외칠 것이 아니라 교육 훈련을 통해서 철저히 관리되어야 한다.

### ■ 디지털 툴 활용

지금까지 이야기한 것은 결국 폭넓은 표현으로 말하면 인사관리인 것이다. 그런데 아무리 규모가 작은 편의점 업종이라고 하지만 이런 과제들을 주인 머리속만 의존해서 일관성없이 진행시키는 것은 비효율적일 때가 많다. 시대가 시대이니 만큼 테크놀로지에 기반한 디지털화를 보조수단으로 활용하는 것도 생각해 볼 필요가 있다. 점검 목록을 디지털화하는 것이다. 대표적으로 MeasureUp이라는 효과적인 디지털 툴이 있다. 종업원 사기 진작과 관련해 요긴한 프로그램으로 알려져 있다. 앞에서 말한 5가지 과제들을 이 프로그램의 도움으로 좀더 합리적이고 효과적으로 검토하고 피드백을 하는 과정이다. 일관되고 측정가능한 모듈이 작동하며 표준화를 수립해준다. 종이와 펜은 이제 던져버리고 인사관리의 데이터화를 기해보는 것이다. ■

## 〈15면에 이어〉 'fresh'의 새로운 정의



시장이 2020년에 20%나 증가했다고 한다. 금액으로는 약 8천만 달러의 신장이다. 전통적인 사료 시장이 여전히 큰 시장이기는 하지만 소위 'fresh'한 애완동물 사료시장은 성장세도 높고 마진율이 특히 크다. 그래서 많은 소매업소에서 이 프리미엄급 냉동 사료를 점점 더 많이 취급하고 있다.

편의점 채널은 아직도 신선한 냉장냉동 식품 - 애완동물 사료까지 포함해서 - 취급이 본 궤도에 오르지 않았다. 그만큼 시장 잠재성이 높다는 긍정적 현상이기도 하다. 전문가들은 올해 편의점 채널이 이 분야에서 선전할 가능성이 높다고 전망한다. 앞에서 소개했던 슬럼프 소비층이 강화되는 것을 근거로 이들이 편의점에서 냉동 냉장 식품을 과거보다 더 많이 구입할 것을 예견하고 있는 것이다. 문제는 냉동 냉장 설비가 확장되어야 할 것인데 편의점 업주들이 이 공간을 기꺼이 확보하고 재고를 넉넉히 취급해야 한다고 권장한다.

생수와 편의점의 관계가 좋은 예로 인용된다. 편의점에서 과거에 생수는 생소한 아이템으로 취급되던 때가 있었다. 편의점에서 생수라니? 하던 때가 분명 있었으나 지금은 편의점에 다양한 생수가 없다면 그것이 오히려 이상한 업소로 여겨질 것이다. 생수뿐만아. 액기스(concentrate) 주스가 아닌 100% 천연 주스, 이온음료, 에너지 드링크 등도 편의점하고 거리가 멀던 시절이 있었다. 그런데 오늘날 이들 첨단 음료들은 모든 편의점에서 예외없이 넉넉하고 풍요롭게 취급되고 있다. 옛 속담에도 있듯이 도토리 한알이 세월이 지나 상수리 나무가 되는 법이다. ■

# 세븐일레븐, 식물성 닭고기 메뉴 출시



대체식품 전문 제조사 라이트라이프와 제휴



라이트라이프사에서 선보인 대체 육류 제품 일명 '스마트 텐더'

미국 메사추세츠주 터너폴스(Turners Falls)라는 인구 5천 명이 채 안되는 작은 마을에 이색적인 회사가 하나 있다. 라이트라이프(Lightlife Foods Inc.)라는 이름의 식품회사다. 지난 1979년에 창립됐으며 극단적 채식주의자(vegan)를 위한 대체 고기를 전문적으로 생산하는 식물성고기 생산 식품회사다. 이미 기반이 탄탄하게 잡혀서 이 분야의 최고 매출 순위를 자랑하는 업체들 중 하나가 됐다.

93년에 처음으로 스마트 도그(smart dog)라는 식물성 고기를 선보인 이후 최근에는 버거까지 출시했고 친환경 대세 속에서 일명 '탄소중립(carbon-neutral) 회사라는 영예로운 호칭도 얻었다.

이야기의 본론으로 들어가서 세븐 일레븐 캐나다가 최근 이 회사와 제휴해서 캐나다내 600여 개 자사 체인점에 식물성 닭가슴살로 만든 제품을 본격적으로 선보일 계획을 밝혔다. 캐나다 소비자들도 식품 기호가 과격적으로 변모를 겪고 있다. 특히 비건 수요층이 날로 증가 추세에 있다.

이에 발맞춰 세븐 일레븐이 국내 시장에서는 처음으로 식물성 닭고기를 선보이는 편의점이 된 것이다. 단백질 대체 식품을 선호하는 소비자들 중에서 채식주의자이면서도 가끔은 진짜 육류나 생선을 즐기려고 하는 융통성있는 식습관 추구 층이 있다. 이들을 일컬어 'flexitarian'이라는 신조어가 등장하고 있는 실정이다. Flexible과 vegetarian 두 단어의 합성어인 것이다. 바로 이런 소비층의 니즈에 부합하기 위해 세븐일레븐이 새로운 전략을 펼치는 중인데 전망이 매우 밝다는 평가다.

웰빙 식단을 지향하는 소비자들을 겨냥해 세븐일레븐은 현재 "Healthy To Go" 프로그램 전략을 구사하는 중이며 여기에 식물성 닭고기로 만든 제품을 추가하려는 것이다. 회사측은 "라이트라이프사에서 공급 하는 식물성 닭고기는 바쁜 현대를 살아가며 건강은 챙기는 캐나다 소비자들에

게 크게 어필할 것"이라고 자평했다. 오랜 세월 비건으로 살아온 사람들이 단순한 호기심으로 맛을 접하려는 소비자든 지역 사회에서 손쉽게 양쪽 모두를 만족시킬 수 있는 제품이 될 수 있을 것이라고 고무적인 기대를 걸고 있다.

세븐일레븐 캐나다 전무이사 노먼 하위씨의 말을 들어보자. "파트너사인 라이트라이프 덕분에 식물성 기반 제품들을 소비자들에게 공급할 수 있게 됐다. 캐나다인들의 먹거리 소비 취향이 끊임없이 변화를 추구하고 있는 상황인데 지역 커뮤니티에서 소비자들이 편하고 쉽게 웰빙 식품을 즐길 수 있도록 세븐일레븐이 선도하게 돼 보람을 느낀다. 맛도 좋고 제품도 다양하며 무엇보다 국내 편의점 시장에서 우리가 이 분야의 첫 주자라는 사실이 자부심을 가지게 한다."

세븐일레븐은 24시간 365일 영업을 하는 편의점 체인으로 자체 배달 프로그램인 '7NOW'와 제휴사인 'SkipTheDishes', 'Uber Eats', 'DoorDash' 앱을 통해서 배달 서비스도 제공한다.

제휴사인 라이트라이프사의 회장 덴 커턴씨 또한 이번 세븐일레븐과의 제휴에 대해 크게 만족감을 표시 하고 있다. "세븐일레븐 식단 메뉴에 우리 회사 제품이 등장하게 돼 시장이 넓어진 것이 몹시 기쁘다"고 소감을 밝힌 회장은 "미국 시장의 든든한 기반을 깔고 명망있는 회사와 캐나다 시장을 진출해 강한 모멘텀을 지속하게 됐다"고 평가했다.

한편, 세븐일레븐의 자체 택배 서비스인 7NOW 가입 고객은 포인트 적립이 되며 한시적으로 라이트라이프사 식물성 치킨 메뉴를 구입하는 고객을 대상으로 7Rewards 스캔을 통해 2,000달러 상당의 경품 추첨 당첨자가 되는 행운도 잡을 수 있다고. (\*식물성 닭고기 관련한 보다 자세한 시장 동향은 본 실협뉴스 20면 참조) ■

# 美, 온라인 주류판매 대폭 성장세

코로나 덕 톡톡하...



캐나다 특히 편의점 술판매가 전면적으로 아직까지 허용되지 않고 있는 온타리오 편의점 업계 입장에서는 그림의 떡같은 이야기겠지만 이웃 미국에서는 온라인 술판매가 비약적인 매출 성장세를 보이고 있어 업계의 화제다.

2021년에 61억 달러 매출을 보였는데 이 기세가 2022년에는 더 힘을 받을 것으로 전문가들은 전망한다. 네덜란드에 본사를 둔 다국적 금융기관 'Rabobank' 산하 시장 조사부에서 내놓은 "2022 Alcohol E-commerce Playbook" 보고서에 나온 통계인데 큰 성장세의 배경으로 코로나 바이러스를 지적하고 있다. E-commerce 성장의 한 단면을 보여주는 실례다. 업계에서 주목할 소식 중 하나는 음식배달 서비스로 유명한 우버가 주류배송부문으로까지 사업을 확장했다는 것이다. 기존 차량공유사업이 코로나 사태로 인해 직격탄을 맞아 설 자리를 잃자 대체 사업으로 음식배달사업으로 주력 분야를 돌렸고 새해 들어 주류배송 스타트업인 드리즐리(Drizly)를 11억 달러에 인수했다. 술 배달까지 아우른다는 사업 확대 전략의 일환이다.

이런 배경하에 보고서가 밝히고 있는 몇가지 주목할 통계를 좀더 살펴보자.

- 전체 주류 판매에서 온라인 매출은 약 4% 규모인데 이는 2019년의 1.9% 대비 2배 이상 증가한 규모다.

- 온라인 식료품 시장은 불과 지난 2년 사이에 271%가 성장했으며 2019년 기준으로는 4배 가까이 늘었다.

- 미국 주류 회사의 전자상거래 부서 인력투입과 규모는 2019년 대비 현재 117%가 증가했다.

- 미국 소비자들의 온라인 술 구매액이 2020년에 전년 대비 238% 증가했다. 전체 식료품 온라인 매출 기준으로 술 구입 점유율이 2021년에 전년 대비 9%가 증가했다.

- 월마트의 경우 2019년 말 기준으로 주류 배달은 200개 매장에서만 서비스를 하던 것이 2021년 말에는 1,500개로 늘었다. 올해는 온라인 주류 배달 매장 수가 15% 증가할 것으로 전망하고 있다.

- 올해 온라인 주류판매 전망은 3.4% 증가할 것으로 추산되며 이는 이 분야 테크놀로지 업그레이드와 이에 따른 인력 투입 확대에 따른 예측이다.

2019년 미국 주류 판매에서 전자상거래가 차지하는 비중은 1%에 불과했지만, 2024년에는 7%까지 성장할 것으로 중기 전망까지 나왔다. ■

# 2022년 식물성 **닭고기**의 진격

비건층과 웰빙 소비자 겨냥한 편의점 푸드서비스



식물성 대체 단백질로만 구성된 맥도날드의 맥플랜드 버거와 버거킹의 임파서블 와퍼

매년 1월이 되면 편의점 업계 전문가들이나 전문기관에서 '올해의 전망'을 내놓기 마련이다. 2022년의 편의점 업계 화두(話頭)는 무엇이 될까. 푸드서비스 전문 컨설턴트 대런 클리멘스씨가 작년 12월에 전망한 2022년 키워드는 닭고기였다. 그것도 그냥 일반 닭고기가 아니라 '식물성 닭고기'다. 그가 내놓은 시장 분석을 기초하여 핵심 내용을 전한다.

2022년 그리고 그 이후까지 편의점 푸드서비스에서 닭고기를 재료로 한 메뉴들이 대체를 장악할 것으로 보인다. 식물성 기반 닭고기를 주목할 시점이다. 아직 시장이 성숙한 단계는 아니다. 하지만 이 분야 시장이 세력을 키우면서 경쟁도 점증할 조짐들이 보이고 있다.

본론에 앞서 잠시 전기차 이야기를 해보자. 글로벌 경영 컨설팅 회사인 맥킨지(McKinsey & Company)가 EV(Electric Vehicle Index)라는 지수를 개발했다. 우리말 그대로 '전기차 指數'인데 세계 15개국 전 기차 보급률을 추적해 측정평가기준을 정립한 것이다. 2019년과 2020년의 전

기차 보급 실태를 2015년과 비교할 때 명백한 시장 확대를 확인한다. 맥킨지의 추산에 의하면 현재의 핵심 시장 중심으로 전기차 보급률은 전체 차량의 2%를 살짝 넘기고 있다. 이런 미미한 시장 점유율에도 불구하고 세인들의 전기차에 대한 열망은 절절 끓는 분위기다. 막강한 미래 기회의 잠재력과 성장가능성때문에 일어나는 현상이다. 2021년 경량급 승용차 전체 시장 규모는 대략 7,000억 달러로 추산되고 있는데 이 중 EV 차량은 불과 70억 달러 수준이다.

## 거대 시장 잠재력

이런 흐름과 시장 트렌드를 식품 분야로 옮겨가보자. 지난 15년의 데이터 베이스를 기초로 체인 편의점과 독립 편의점 분야의 식품 및 비식품 분야를 대별해 고찰한다. 품목가짓수로 대략 34개의 카테고리로 구분해 볼 수 있다. 그리고 이 중 매년 가치 증가를 기준해볼 때 상위 랭킹에 '육류'(meat)가 자리잡고 있다. 그 다음으로 가금류(家禽類)가 압도적 우위를 점한다. 여기서 계란은 제외한다. 육류와 가금류를 포함하면 전체 푸드서비스 시장의 25%를 차지한다.(이 분야 산업이 원재료로 구입하는 물

량을 기준할 때의 점유율을 의미하며 가공과 비가공 모두를 아우른다)  
 그런데 여기에는 '특별한' 육류와 가금류는 포함시키지 않았다. 이 특별한 육류와 가금류는 대체 단백질(alternative protein)을 의미한다. 바로 식물성 기반(plant-based) 고기(meat)다. 이미 익숙한 개념일 것이다.  
 채식주의자를 위해 처음에 보급되던 형태는 육류부터 시작됐다. 1세대 선발주자로는 비언드 미트(Beyond Meat), 임파서블 푸드(Impossible Foods)와 같은 회사들이 있다. 두 회사는 이 분야에서 공고히 뿌리를 내린 대체육류 보급 회사다.



비언드 미트사의 2021년 1/4분기 실적으로만 보면 미국 최대의 회사이며 이 회사 브랜드 '비언드 버거' (Beyond Burger)가 푸드서비스 식물성 재료 패티에서 단연 톱 셀러를 차지해왔다.

### Beyond Meat

2009년에 캘리포니아 엘 세군도에서 창립됐다. 2020년 기준 매출은 4억 달러를 상회하고 있고 직원은 약 500여명. LA와 그 일원을 중심으로 시장세를 넓혀 나갔으며 첫 출시 제품은 미국에서 2012년에 이루어졌다. 급성장을 구가한 끝에 현재 소고기, 돼지고기, 닭고기 등 가금류의 식물성 대체물이 다양한 모습으로 시장을 달구고 있다. 2021년 3월 기준으로 전세계 80여개 국가 약 12만여 업소에서 취급되고 있다.

### Impossible Foods

앞서 소개한 비언드 미트보다 2년 후인 2011년에 역시 캘리포니아에서 창립됐다. 친환경, 웰빙을 표방 하는 소비자 기호에 부응하기 위해 등장했는데 식물에서 유사한 단백질과 영양을 추출해 맛은 고기를 빼닮은 결과를 얻어냈다. 야심작이자 이 회사 간판(signature product)인 '임파서블 버거'(Impossible Burger)가 지난 2016년 7월에 출시되며 선풍적 인기몰이를 했다. 버거킹과 제휴한 임파서블 와퍼(Impossible Whopper) 또한 파란을 일으키며 미 전역을 뜨겁게 달궜다. 최근에는 식물성 소시지로 다시 주목을 끌고 있다.

지난 해 초에 버거킹 캐나다가 임파서블 와퍼를 출시해서 국내 패스트푸드 레스토랑(일명 QSR)으로는 대체 고기를 사용한 제품 판매 1호를 기록했다. 회사 소개에서도 언급했듯이 이 재료는 임파서블 푸드 회사와 제휴해 공급된 것이다.

여하튼 이 이색적 재료를 기반으로 하는 대체 단백질 메뉴가 푸드서비스 시장에서 일으킨 돌풍과 반응은 빅 뉴스임에 틀림없다. 맥도날드도 이

시장에 뛰어들었다. 작년에 맥플랜드 버거(McPlant burger)를 들고 영국 시장에서 진검승부에 나선 것이다. 버거킹과 맥도날드가 버거를 가지고 시장 공략에 나섰다지만 이제 시작에 불과하다. 마켓 전략이 빌 올레씨는 이를 두고 'beachhead strategy'라고 표현했는데 전쟁에서 상륙거점 확보, 교두보 구축 등으로 표현되는 용어를 이에 비유한 셈이다. 조만간 대체고기 메뉴 전쟁이 본격적으로 벌어질 것을 예고한 것으로 흥미를 자아낸다. 일단 소비자의 흥미를 유발하고 부담없이 먹고 소비하며 자연스럽게 동력을 받기만 하면 식물성 단백질 소비 붐이 일어날 것이기 때문이다.

### 치킨의 해

올해 2022년이 '호랑의 해'인데 푸드서비스 산업계에서는 닭의 해가 될 것이라는 전망하에 본 글의 토대가 되고 있는 컨설턴트 대런 클리멘스 씨가 소 제목을 the year of chicken이라고 표현한 것이 무척이나 재밌었다.

올해를 기점으로 향후 식물성 기반 대체 고기 공급사들이 대거 등장할 것이고 푸드서비스업계 판도를 재편할 수준으로 발전이 거듭될 것이다. 단연코 치킨이 전면에 나설 분위기다. 아직은 미미한 초기단계이지만 경쟁적으로 시장 침투가 예상된다. 그 첫 조짐으로 이미 작년 8월에 A&W 캐나다가 '비언드 미트'와 제휴해 한시적으로 대체 닭고기 너깃을 선보였다.



▲ 비건층을 겨냥한 A&W의 식물성 치킨 너깃과 세븐일레븐의 노 치킨 샌드위치

KFC는 라이트라이프사와 제휴해 이미 지난 2020년 여름에 대체 닭고기 샌드위치를 판매한 바 있다. 세븐일레븐 오스트레일리아는 비건층을 겨냥해 '비건 마요'(Vegan Mayo) 시리즈로 『No Chicken + Lettuce』와 『No Egg + Lettuce』 등 두 종의 샌드위치를 선보였다.

미국 편의점 체인 와와(Wawa)는 앞의 비언드 미트와 손잡고 아침식사용으로 식물성고기 샌드위치를 작년부터 메뉴에 추가했다. 시즐리(Sizzli)라고 불리는 아침 샌드위치는 비언드 미트의 소시지와 계란, 치즈 등을 섞은 베이글이다. 단백질은 기존의 진짜 고기를 사용한 것과 별반 차이가 없도록 했다. 세븐일레븐 캐나다는 이미 2019년부터 피자에 비언드 미트 대체 고기를 사용해왔다.

구글 전임 이사를 역임했던 인물이 운영하고 있는 테이스트와이즈(Tastewise)라는 식재료 마케팅 및 컨설팅을 전문으로 하는 회사가 있다. 인공지능(AD)에 기반한 식품구성요소 분석을 하는 이색적 회사인데 소비자 니즈의 변화를 치밀하게 파악한 결과가 흥미롭다. 주로 요식업체와 배달 서비스, 그리고 소셜 네트워크를 통한 매일매일의 거래 동향 수집이 기초 데이터로 활용되고 있다.

이 회사에서 내놓은 자료 중 하나를 보면 비건층 소비자들의 식물성 대체 고기에 대한 관심도가 얼마나 높아졌는지 극명하게 알 수 있다. 코로나 사태 전과 대비해 무려 1,300% 이상 높아졌다고 한다. 레스토랑에서 취급되고 있는 메뉴 중 식물성 육류의 시장 점유가 13%를 차지하고 있다. 그리고 이에 더해 식물성 닭고기 메뉴가 보태지면서 대체 상승의 기저개를 깔고 있다는 분석이다. 전년 동기 대비 130% 이상의 수요 급증 현상이 이를 잘 말해주고 있다. 소셜 미디어를 분석해보도 이 증가추세는 역력하다. 포맷으로는 치킨 샌드위치가 이 시장을 주도하고 있다고 한다.

현재 전체 닭고기 샌드위치 중 13%를 차지하고 있으니 향후 전망은 매우 밝다. 물론 버거, 샐러드, 피자도 여전히 인기를 누리고 있다. 피자의 경우 전년 동기 대비 24%가 증가했다. 건강 식품에 대한 소비자 관심이 단백질 확보를 중심으로 대체 닭고기에 대한 인기를 확고히 담보하고 있는 모습이다.

### 가속도붙는 변화의 시대

이야기를 잠시 세계 최강 선진국인 북유럽으로 돌려보자. 노르웨이, 덴마크, 스웨덴 등 이 지역 나라들은 인구도 적고 농사지를 땅도 척박함에도 풍요의 대명사인 나라들이다. 세계적 브랜드가 꽤나 많기 때문이다.

예를 들어 덴마크는 레고와 세계 최대 해운회사 머스크(Maersk) 그리고 초록색 맥주캔으로 유명한 칼스버그가 있다. 스웨덴은 이미 우리의 일상생활에 깊숙히 자리잡은 아이키아(Ikea)와 H&M, 볼보 자동차 등으로 상징된다. 여기에 더해 인터넷 통화 1세대인 유니콘기업 스카이프, 에릭슨, 청소기로 유명한 일렉트로룩스 등이 있다. 핀란드는 한때 노키아로 상징되던 시절도 있었지만 그 명망은 사라졌다. 그럼에도 불구하고 많은 게임을 보유한 슈퍼셀과 로비오, 모바일 운영체제 안드로이드의 기반이 된 오픈 소스 소프트웨어 리눅스가 있다.

마지막으로 노르웨이를 살펴보자. 지난 수십년간 이 나라의 경제는 원

유 발굴과 판매에 절대적으로 의존해왔다. 노르웨이 수출의 40% 이상을 차지한다. 한마디로 기름으로 먹고 사는 나라다. 2020년 기준으로 노르웨이 1인당 국민소득은 약 8만 달러다. 앞에 소개한 다른 북유럽 나라도 높지만 이들보다 월등히 높다. (덴마크 55,700달러, 스웨덴 56,000달러, 핀란드 50,000달러)

그런데 현실 안주만 했더라면 오늘의 풍요를 누릴 수는 없었을 것이다. 그린(green)원유로의 시장 방향을 주도했던 것이 성공으로 이어졌다.



세계 최초로 탄소중립 원유를 공인받은 것이 노르웨이 원유다. 한국에서도 노르웨이로부터 청정 원유를 작년에 역대 최고치로 수입했다. (2021년 2천만 배럴을 수입) 그리고 전국민을 대상으로 보조금 지원을 하면서 배터리로 주행하는 전기차(BEV)로의 전환에 박차를 가했다. 2020년 노르웨이의 BEV 차량 판매는 54%나 증가했다. 화석연료 사용을 줄이고 친환경 국가를 조기 달성하겠다는 정부와 국민들의 의기투합이 만들어낸 놀라운 전환이다.

현재 이 나라의 디젤 엔진 차량은 전체 차량의 10% 미만으로 떨어져 있다. 불과 2011년만 하더라도 디젤 차량이 80%를 차지하던 나라가 눈부신 변화를 이룩한 것이다. 2025년까지 휘발유와 디젤 차량 판매를 제로로 만들겠다는 목표를 세웠다.

세상이 10년, 15년 전하고 판이하게 달라지는 모습이다. 변화의 속도가 가속화되면서 푸드 서비스에서도 탄소중립을 외치는 세상에서 대체 육고기에 이어 대체 생선, 그리고 대체 닭고기가 트렌드를 주도하는 양상이다. 편의점 푸드서비스의 식재료의 현주소다. 앞서가는 몇몇 제조사들과 그리고 이들과 제휴한 패스트푸드점, 세븐일레븐을 위시한 편의점도 속속이 대열에 동참하고 있다. 긴 안목으로 편의점 푸드서비스 비즈니스에서 대체 고기, 특히 닭고기에 주목할 필요가 있다. 주변에 생각보다 채식주의자, 비건 소비자가 많다. ■

## Convenience U 행사 가을로 연기

9월 13 - 14일

캐나다 최대의 편의점산업 박람회인 '컨비언스 유'(Convenience U CARWACS Show) 행사가 관계자들 사이의 많은 숙고 끝에 가을 연기 방침을 확정했다. 당초 대면 행사로 과거처럼 3월 초에 열기로 계획했던 행사였으나 예기치 않은 코비드 변종 오미크론이 기승을 부리자 불가피하게 보건안전을 위해 9월 13-14일로 연기됐다. 행사장은 예년과 같이 Toronto Congress Centre(650 Dixon Rd, Etobicoke)이다. ■

## ■ 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