

실협뉴스



The Ontario Korean Businessmen's Association News
2018년 1월 17일 수요일 제742호

OKBA Scholarship

2018년 OKBA 장학생 선발 공고

- 1월 31일(수) 신청 서류 접수 마감
- 신청서 및 지구협회장 추천서는 협회 웹사이트 www.okba.net 공지사항에서 다운로드 후 출력
- 자세한 내용은 협회 웹사이트, 실협뉴스 page13 공고문 참조



OLG의 두 번째 BIG 복권 출시!

\$20 MEGA 7s로
새해를 시작하십시오

\$250,000 1등 상금 **8개** 전체 당첨 확률 **3.24 : 1**
당첨금 지급률 **70%** 총 당첨 복권 매수 **616,864매**



중요!

MEGA 7s 복권은 즉석 복권 진열대 (INSTANT Infinity Merchandiser)에만 진열해야 합니다. 이 복권은 이 새로운 진열대를 보유한 소매업자에게만 공급됩니다. 모든 OLG 소매업자가 이 복권을 인증하고 당첨금을 지급할 수 있습니다.



복권 구매가 더욱 편리해지는 두 가지 새로운 QUICKPICK 팩이 **1월 16일** 출시됩니다!

새로운

\$5의
49 팩

LOTTO 649 1매 + ENCORE ENCORE 1매 + ONTARIO 49 1매

새로운

\$20의
LOTTO MAX 팩

LOTTO MAX 4매

\$20의
SUPER 팩

LOTTO 649 2매 + ENCORE ENCORE 1매 + LOTTARIO 1매
LOTTO MAX 2매 + ENCORE ENCORE 1매 + ONTARIO 49 1매

\$10의
CLASSIC 팩

LOTTO 649 1매 + ENCORE ENCORE 1매
LOTTO MAX 1매 + ENCORE ENCORE 1매

\$10의
GRAND 팩

LOTTO 649 2매 + ENCORE ENCORE 1매
1매 GRAND

QUICKPICK 팩 매출을 늘려 매장 매출과 판매수수료를 향상시키십시오!

인증 후 복권 반환

인증된 복권은 고객에게 돌려주어야 합니다. 소매업자가 고객의 복권과 영수증을 돌려주지 않는 사례가 최근 증가하고 있습니다 (특히 당첨금이 \$999.90의 당첨금 지급 상한액을 초과하여 소매업자가 당첨금을 지급할 수 없을 경우). 고객이 당첨금을 청구하고 인증의 정확성을 확인하려면 복권을 돌려받아야 합니다.

OLG는 소매업자들이 적절한 인증 절차를 준수하고 있는지 확인하기 위해 지속적으로 미스터리 쇼핑을 시행하고 있습니다. 자세한 내용은 소매업자정책매뉴얼(Retailer Policy Manual - RPM) 제 5.1절 OLG 공인 상품의 인증(Validation of OLG Authorized Products)을 참고하십시오.

고객에게 복권과 영수증을 반환하지 않을 경우, RPM 제 8.9절에 명시된 처벌을 받을 수 있습니다.



OKBA

Ontario Korean Businessmen's Association

■ Publisher

Jae Gyun Shin (신재균)
Tel (416)789-7891(ext.70)
e-mail.sjg0061@gmail.com

■ General Manager

Don Cha (전무 차동훈)
Tel (416)789-7891(ext.30)
e-mail.doncha@okba.net
▶ 대정부활동 및 실무 총괄

■ Business Manager

Sunny Chon (실장 전승원)
Tel (416)789-7891(ext.21)
e-mail.sunnyc@okba.net
▶ 사업개발
▶ 공급업체 상담
▶ 행사관련 사항
▶ 회원등록

■ Business

Brian Lee (이주녕)
Tel (416)789-7891(ext.26)
e-mail.brianjn1108@okba.net
▶ 사업개발
▶ 공급업체 상담
▶ 행사관련 사항
▶ 회원등록

■ Accounting

Sei Hwan Kim (김세환)
Tel (416)789-7891(ext.24)
e-mail.accounting@okba.net
▶ 리베이트
▶ 대외 A/P, A/R
▶ 실험사무 관리

■ Reporter

Kwangil Kim (실장 김광일)
Tel (416)789-7891(ext.23)
e-mail.tedkim@okba.net
▶ 실험뉴스 취재
▶ 기사제보
▶ 홍보사항

■ Design and Production

Mi Young Hyun (현미영)
Tel (416)789-7891(ext.22)
e-mail.mimihyun@okba.net
▶ 광고 / 편집 디자인
▶ 인쇄 관련
▶ 광고문의

■ Website

www.okba.net

Publication Mail Agreement No:41140510
Return Undeliverable Canadian Address to:
Ontario Korean Businessmen's Association
175 The West Mall, Etobicoke, ON M9C 1C2
Tel.(416)789-7891 Fax.(416)789-7834

C O N T E N T S

04~05 | 되돌아 본 2017 편의점 푸드서비스 트렌드



06~10 | 푸드투고 음식 소비 증가 글로벌 현상



11 | 노동부, ESA 홍보 포스터 교체 의무화



12~14 | 美 담배시장 3대 트렌드

15 | 英 편의점 종업원 폭행치사

JTI 가격 인상

토론토 웨스트 지구협회 정기 총회 및 신년 파티



16~17 | 캘리포니아, 대마초 손님으로 장사진



18~19 | 모국 편의점 소식

- 편의점 상비약 취급 범위 확대 논란
- 최저임금 인상 시행

캘리포니아, 대마초 손님으로 장사진



20 | Sunny의 건강 이야기(4)

콜레스테롤의 원인과 치료

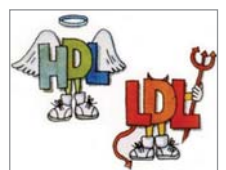


21 | OKBA 지구협회장 전화번호

2018년 협회 주요 사업



22 | Directory



레드 다이아몬드(Red Diamond Inc.)는 커피, 차를 비롯한 식품 가공 회사로 본사는 미국 앨라배마 주 버밍햄에 있다. 1906년에 설립된 오랜 역사를 가진 이 회사는 전통적으로 커피와 차 분야에서 타의 추종을 불허한다. 회사가 출시한 차 시리즈 야심작 '트로피컬 템프테이션'(Tropical Temptations)은 소비자들로부터 큰 호평을 얻었으며 웰빙을 의식하는 소비자들을 겨냥해 종전의 시럽 대신 100%사탕수수를 사용한 점이 특징이다. 맛은 망고, 코코넛, 블랙베리, 살구 등 다양하다.

5가지 뚜렷한 경향, 올해도 지속 전망

되돌아 본 2017 편의점 푸드서비스 트렌드

전미편의점협회가 지난 한해의 편의점 푸드서비스 5대 트렌드를 정리 발표했다. 올해도 이들 기조를 이어갈 것으로 보여 푸드서비스 전략에 반영하면 도움이 될 것이다. 이하 핵심 내용만 간추려 전한다.

1. 티 타임(Tea Time)



이미 몇차례 실험뉴스에 소개했듯이 콜드브루(cold-brew) 커피 그리고 한단계 더 발전한 니트로(nitro) 커피가 자판기 출력 음료 분야에서 폭발적 인기를 누렸다.

그런데 이 인기몰이에 질세라 강력한 대항마로 떠오른 것이 차(茶)였다. 이제 시작 단계이기는 하지만 모멘텀은 분명히 확인된 카테고리다. 과거 처럼 단순한 캔으로 된 티가 아니라 더운 차, 시원한 차, 냉동 차 등 영역을 크게 확대해 나갔으며 대표적인 제조사인 레드 다이아몬드를 비롯해 특화된 음료를 제조하는 많은 회사들이 인스턴트 차 생산에 주력했다.

2. 온종일 아침식사(all day breakfast)

“하루종일 아무때나 아침식사 가능”이라는 개념의 영업 마케팅은 2015년 패스트푸드 체인 맥도날드가 시작한 것으로 보인다. 지난 2015년 10월 초부터 미국 내 약 1만 4,300여개 매장에서 아침 메뉴를 아침 특정 시간대에만 국한하지 말고 하루 종일 손님이 아무때나 원하기만 하면 먹을 수 있도록 하자는 발상으로 업계의 큰 화제거리였다. 이런 전략은 이후 세계 곳곳의 패스트푸드점으로 번져나갔고 일본에서는 한걸음 더 나아가 세계 각국의 아침 메뉴를 하루종일 아무때나 먹을 수 있도록 하는 월드 브렉퍼스트 올데이(world breakfast all day)로까지 발전했다.

이 하루종일 아침메뉴는 편의점 업계 푸드서비스에도 도입됐고 손님 트래픽 증가의 여러 수단 중 하나로 자리잡기에 이르렀다. 이렇다보니 메뉴의 다양화와 경쟁력 제고의 동력으로 작용해 편의점 식사거리 공급사들도 앞다퉈 메뉴 개발에 박차를 가했다.



대표적으로 성공 사례 하나를 들어본다. 1945년 위스콘신 존슨빌이라는 마을에서 작은 푸주간으로 시작해 소시지 생산업체로서 명성을 누리고 있는 존슨빌(Johnsonville)이 이 메뉴에 딱 어울리는 프리미엄급 소시지를 활용한 기성 조리 메뉴를 포장까지 예쁘게 해서 편의점 등 소매채널

실업인 협회 단체보험

Walter Roberts Ins. Brokers Inc.

집/자동차: 기준보험료 대비 15%~20% 할인

비즈니스: 담배도난 무제한 보상 가능

오중찬 : C) 416-602-7083

Tel (905)764-8061 / Fax (905)764-8066

ohjc@walterrobertsinsurance.com

에 공급해 히트를 쳤다. 크로와상, 파니니, 스크램블 랩 3종이 인기를 누리고 있다.

3. 웰빙 디저트(clean-label desserts)

웰빙과 건강친화적 식품이 대세이다 보니 메인 식사 후 먹는 디저트용 쿠키 따위도 영양이 풍부해야 하며 유전자 조작(GMO)원료나 인공감미료, 화학 색소 따위를 사용하지 않는 천연 그대로의 제조품이 인기를 누린다. 소비자들은 자신이 먹는 과자또가리 하나에도 함유성분이 뭔지 라벨을 꼼꼼히 들여다보기 시작했다.



다국적 종합 식품회사인 리치스(Rich's)가 바로 이런 추세를 반영해 디저트용 고급 쿠키 제조사인 제클린스(Jacqueline's Gourmet Cookies)를 작년 5월 초에 인수해 이쪽 라인을 보강했다. 리치스는 1945년에 창립됐으며 뉴욕주 버팔로에 본사를 두고 있고 매출 36억 달러, 종업원 11,000여 명을 거느린 거대 회사이며 캐나다 법인체도 있다. 제클린스는 제클린 헤

이즈이라는 사람이 부엌에서 정성스레 구워내는 엄마표 쿠키맛으로 승부를 걸겠다고 창업한 고급 브랜드 쿠키 회사다.

4. 환경친화 양계 메뉴



북미주에서 닭 요리를 빼면 무엇이 남을까. wings, 닭가슴살 요리 등 닭으로 만드는 메뉴는 패스트푸드점이든 펍이든 모든 종류의 요식업에서 가짓수로는 단연 압도적일 것이다. 그런데 공장식 대량 사육된 가금류에 대한 대중들의 비판적 인식이 강

해지자 이런 거부감을 피하기 위해 생산자나 소매업소나 자연 친화적으로 사육된 고기를 주 재료로 채택하기 시작했고 이는 편의점 푸드서비스 닭요리 메뉴에도 영향을 끼쳤다.

이 현상은 2017년에 두드러져 보였다. 패스트푸드 체인들이 저마다 항생제를 사용하지 않은 치킨 요리만을 제공하겠다고 나섰고 편의점 체인사 중 푸드서비스 비중이 높은 쉬츠(Sheetz)는 케이지 프리 사육 달걀만으로 메뉴를 제공하기 시작했다. 물론 원가가 높아지면 가격도 불가피하게 높아지겠지만 손님이 돈을 더 지불하더라도 건강한 메뉴를 먹겠다는 입장이다보니 그리 문제가 되지 않는다. 또다른 편의점 체인인 타이스

(14면에 계속)

2018년 제9회 TouchCash Inc. ATM & POS 장학생 명단

그동안 한인 사회의 용원과 지지로 30명의 학생들에게 장학금을 지원해온 것을 큰 기쁨과 보람으로 여기고 있습니다. 무한한 영광이었습니다. 앞으로도 더욱 많은 한인 학생들이 한인 사회의 기둥이 되도록 TouchCash Inc. ATM & POS는 변함없는 지원을 아끼지 않겠습니다.

번호	Chapter / KBA	Name	English Name	Admitted University College	Faculty	Name of Parent	Business name
1	Etobicoke	신승은	SEUNG EUN SHIN	Western University of Ontario	Business	신윤재	Westway Smoke & Convenience
2	Newmarket	배근영	KUN YOUNG BAE	York University	Health Science	배명호	Convenience Market
3	North York	이성준	BRIAN LEE	Wilfrid Laurier University	Business and Economics	이동복	Peterpan Convenience
4	Peel	이호수	HO SOO LEE	Waterloo University	Mechanical Engineering	이수봉	Fresh Mart
5	Richmond Hill	박희준	JULIE PARK	University of Toronto	Nursing	박영하	Lucky 7 Convenience
6	Scarborough	전선영	CLAIRE SUN YOUNG JEON	University of Toronto	Arts and Science	전성익	Midland Convenience
7	Toronto West	고윤철	DENNIS KO	York University	Faculty of Liberal Arts and Professional Studies	고정환	Shorty's Variety
8	Weston / York	황의원	EUI WON HWANG	Seneca College	Police Foundations	황윤주	Tops Variety
9	Brant County	존 리	JOHN LEE	Sheridan College	Sciences & Technology	이효영	Friendly United Discount
10	Halton & Hamilton1	박상준	SANG JUN BAK	Waterloo University	Software Engineering	박현주	Acton Discount Variety
11	Halton & Hamilton2	이 상	SANG LEE	Ryerson University	Business	공 주	Decolores Grocery
12	London 1	이현진	HYUNJIN LEE	Waterloo University	Computer Science	이기영	Mount Ace Convenience
13	London 2	이혜인	MICHELLE LEE	York University	Schulich School of Business	이원섭	White Oaks Variety
14	Niagara Falls	이지현	KATIE LEE	Brock University	Computer Science	이흥기	Mrs. Convenience
15	Waterloo	정문영	EDWARD JUNG	Waterloo University	Public Health	정명권	Erie Convenience
16	Windsor	이한메	STEVEN LEE	College For Creative Studies(U.S.A.)	Transportation Design	이흥학	E & J Variety
17	Durham	이종수	JONG SOO LEE	Waterloo University	Science	이의세	Maxi Mart Convenience
18	Huron	황준하	JUSTIN HWANG	University of Ottawa	Science / Biology	황인관	B.B. Convenience
19	Kingston	이지현	JI HYUN LEE	University of Toronto	Pharmacy	이성규	Price's Variety
20	Owensound	정지우	JI WOO JUNG	York University	Glendon	정광진	Jung's Jug City
21	Peterborough	이주은	JUEUN LEE	University of Toronto	Engineering Science	이영성	Mister Convenience
22	PKBA/Peterborough	이재엽	ERIC LEE	University of Ottawa	Electric Engineering	이석훈	East End Market
23	Sudbury	유바다	NOAH YOO	Laurentian University	Physics	유정훈	O.P.P. / Ontario Provincial Police
24	Manitoba 1	서채원	JENNIFER C. SEO	University of Manitoba	Bachelor of Science Program	서용석	Y-Not
25	Manitoba 2	문정수	JUNG-SOO MOON	University of Manitoba	Faculty of Science	문철호	E-Mart
26	Edmonton 1	이지현	LUCY LEE	Hughenden Public School		이재영	Hughenden General Store
27	Edmonton 2	이침찬	ALEX LEE	University of Alberta	Business	이형호	Alberta Beach Esso
28	Calgary 1	황윤서	YOON SEO HWANG	University of Alberta	Science	Jay Hwang	Fas Gas
29	Calgary 2	김정용	STEPHAN KIM	University of Calgary	Engineering	김병준	
30	Calgary 3	황신혁	SHINHYUK HWANG	University of Calgary	Urban Studies	황신우	

설치 서비스 문의 1-866-391-3950 / Fax 905-513-0919 / Showroom : 820 Denison St. #3, Markham, ON L3R 3K5

편의점 푸드서비스에 유리한 환경

푸드투고 음식 소비 증가 글로벌 현상

영국 소비자들은 편의점, 식품점 등에서 구입한 푸드투고 음식을 소비하는 양이 점점 많아지고 있다. 현재 이 시장 규모가 174억 파운드인데 5년 후면 235억 파운드로 크게 늘어날 것으로 전문가들은 전망한다. 2017년 실적은 이전 연도 대비 3.8%가 증가했고 향후 3년 연평균 증가율은 4.1%로 예측된다.

푸드투고를 하루 세끼로 구분해볼 때 점심 소비량이 가장 큰 증가 점유율을 차지하고 있다. 시장조사 기관 NPD그룹은 점심 외식 회수 누계가 2017년 상반기 총 40억 회로 2016년 동기 대비 3%가 증가했다고 보고하고 있다. 이는 업소 내에서 먹는 경우와 푸드투고 소비 모두를 합한 수치다. 그런데 이 중 푸드투고 소비만 따로 보면 증가율이 4%로 향후의 시장 전망을 밝게 해주고 있다.

NPD는 오는 2019년 말까지 점심용 푸드투고 음식 구입 회수가 매년 22억 회에 달할 것으로 추산하는데 이는 2017년 상반기 실적하고 비교할 때 11%의 놀라운 증가세라고 평가한다. 이는 전체 점심 회수의 53%이며 영국인의 외식 회수 전체의 19%를 점하는 수치다.

그렇다면 편의점이나 식품점 푸드투고 음식서비스를 애용하는 이런 추세에 근본적 원인이 무엇일까 궁금해지지 않을 수 없다. 이에 대해 NPD UK측 푸드서비스 담당 이사 씨릴 라베넌트씨는 “치솟는 인플레이션으로 임금만은 완만한 증가 혹은 동결된 상태에서 씬씀이가 아무래도 큰 저녁 외식은 부담이 되고 저렴하게 해결 가능한 푸드투고 음식을 점심으로 대용하는 추세때문”이라고 분석했다. 여기다가 이런 점심류의 품질이 꽤나 만족스러운 수준이고 선택의 폭도 상당히 다양해 구매한 업소에서 먹든 가지



▲ 2017년 6월 영국에 처음 상륙한 팀호튼(Timhortons) 1호점. 사진은 글래스고우 다운타운에 1호점이 오픈하던 날, 긴 줄을 늘어서 도너츠를 사먹으려는 시민들 모습. 스카티쉬선(The Scottish Sun)은 캐나다 커피 체인점 팀호튼이 영국에 1호점을 열자마자 도너츠가 품절됐으며 개장 수일동안의 동정을 자세히 보도했었다.

주문한 음식을 현장에서 먹지 않고 포장해달라고 해 식당을 나와 편의점 제 3의 장소에서 소비하는 음식을 부르기 쉽게 푸드투고(food-to-go) 음식이라고 한다. 그런데 이 시장의 규모가 전세계적으로 증대하고 있는 가운데 영국이 특히 이목을 끌고 있다. 푸드투고는 테이크아웃(take-out) 음식하고도 혼용해서 사용되나 편의점 업계나 패스트푸드 산업에서는 ‘푸드투고’라는 단어를 더 애용하는 경향을 보인다.



아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

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

교통사고, 개인 상해	교통위반 티켓	형법
과실 유무와 상관없이 교통 사고 후유증에 관한 최대 보상, 낙상, 정무 과실 보상 소송	과속, Stunt Driving, 무보험, 신호 위반, 횡소니 등 모든 교통법규 위반	음주 운전, 폭행, 절도, 사기, 마약(Drug) 보석(Bail) 등 모든 형법 위반

- ▶ 가정법
- ▶ 소액재판
- ▶ 복권 판매법
- ▶ O.D.S.P. 신청 (Ontario Disability Support Program)
1년 이상 건강상의 문제가 있을 시 청구 가능.

- ▶ 이민법
- ▶ 세권, 세입자 분쟁
- ▶ 담배 판매법

- ▶ 민사 소송
- ▶ 주류 판매법
- ▶ 보건 위생법
- ▶ 회사 설립

“강력한 실력, 오랜 경력,
섬세함으로 모든 법률문제 해결”

변호사 : Leonard Stigler, Mai Nguyen
 법무사 : Adam K.H. Yoo, George Gadsdon, Mark Ginz,
 Narae Han, David Song, Hassanein Bhaloo



T : 416.739.8887 / 647.891.8867 / F : 416.739.7559

#100-1018 Finch Ave. West, Toronto

고 나가 다른 곳에서 먹든 소비자들에게 강력한 어필이 되고 있다고 진단했다.

유명브랜드 속속 영국 진출

푸드투고 점심 메뉴에 대한 증가 트렌드가 이처럼 두드러진 것과 관련해 세계적 브랜드들이 영국으로 속속 상륙하고 있다. 캐나다 간판급 커피 체인 팀호튼이 2017년 6월 글래스고우에서 1호점을 오픈한 것이 현지 언론에서도 크게 보도됐다. 2호점은 이웃 도시 맨체스터에서 금년 중에 열릴 것으로 예상된다. 북아일랜드 벨파스트도 추가 진출 후보지로 올라와 있다. 보수적인 영국에서 팀호튼이 기세를 떨칠 기미를 보이는 이유는 이 체인사의 간판 메뉴인 커피 외에도 이런 저런 다양한 식사꺼리가 있기 때문이다. 현지 언론에 따르면 아이스 카푸치노, 프랜치 바닐라, 핫초콜렛에 다양한 맛의 팀빤이 대단한 매력을 준 것으로 분석하고 있다. 팀호튼은 유럽으로의 본격 진출을 위한 거점이자 시장 테스트 목적으로 영국을 택했다고 한다.

영국에 진출한 또다른 회사로는 뉴욕에 본사를 두고 있고 빠른 속도로 사세를 넓히고 있는 대중 요식업 그룹인 셰이크 Shack(Shake Shack)을 꼽을 수 있다. 지역사회 인기로 기반을 외관 디자인부터 혁신적인 시장 공략을 꾀해 런던 외곽지역까지 작년 12월 중순 기준으로 8개의 업장을 오픈했다. 이 중 캠브리지 서커스(Cambridge Circus)매장은 인근 기차역 바로 옆에 위치하고 있고 또다른 주변에 금년 말 철도 라인이 또 하나 개통

될 예정이어서 손님도 훨씬 더 늘어날 것으로 보인다. 전통적인 패스트푸드점의 영업전략이 영국에서 그 역사를 다시 쓸 분위기가 강하게 느껴진다. 고객 충성도의 시금석은 영국이기 때문이다.



▲ 영국에서 인기를 구가하고 있는 파이브가이즈. 버락 오바마도 대통령 시절 워싱턴 D.C의 이 업소를 찾아 점심 메뉴를 시켜먹을 정도로 좋아했다는 패스트푸드점이다. 치즈버거가 특히 유명하다고.

미국 버지니아에서 지난 1986년 창립한 또다른 패스트푸드점 파이브가이즈(Five Guys & Burgers and Fries)는 이미 지난 2013년에 영국에 진출해 현재 40개 매장을 넘기고 있다. 일반적으로 '파이브가이즈'라고 줄여

당신의 성공적인 사업을 위한 #1 Debit & ATM 서비스

1 SOLUTIONS

DATA CORPORATION

Debit and Credit Card Services

고객이 원하는 고급 맞춤형 서비스

- **데빗카드 수수료 - 3.69 cents / transaction**
(Tap : extra 2 cents)
- **Rental Fee - \$30**
- **크레딧카드 - Visa, Master Card / Discover 수수료 1.55%**
- **No statement fee** (무료우편 또는 email 발송)
- **No any hidden charges**
- **Signing bonus \$300**
- **No Contract**
- **장비 문제발생시 - 캐나다 전지역 4-6 시간내 방문 교체**
(365일 서비스)
- **Help desk 운영 24 / 7 365 days**
- **Your SATISFACTION is our goal.**

www.1solutions.ca / email : mateo@1solutions.ca

Tel 1.888.554.7355 / Direct 905.962.1999 / Fax 1.888.554.0409

블리우는 이 체인에 대해 패스트푸드점 인기 순위를 발표하는 영국의 한 유명 정보 매체는 영국 5대 패스트푸드점 랭킹 순위 4위로 올려놓고 있다. 햄버거, 핫도그, 프랜차이즈를 주력 메뉴로 영업하는 이 회사의 미국내 매장수는 1,000개가 넘는다. 해외에는 캐나다, 프랑스, 독일, 아일랜드, 네덜란드, 스페인, 사우디아라비아 등 유럽과 중동에 광범위한 네트워크를 가지고 있다.

이태리도 명함을 내밀고 있다. 가족 경영체제로 신선한 식품을 엄선 취급하고 있는 이태리의 프레제몰로 비탈레(Prezzemolo & Vitale)가 이미 런던에 2호점을 오픈했다. 지역 주민들로부터 푸드투고의 맛과 다양성에서 큰 인기를 모으고 있어 앞으로도 지점이 계속 늘어날 전망이다.

이상 해외 유명 브랜드의 영국 진출 이모저모를 살펴봤는데 해외 진출 성공의 열쇠는 지역 커뮤니티의 접근성이다. 못보던 해외 패스트푸드점이 동네에 오픈하면 큰 호기심을 자아내는데다가 맛이나 품질이 딱 들어맞으면 대박이다.

유망 5개 채널, 편의점도 포함

전문가들은 유망한 푸드투고 유통 소매업 유형을 대략 다음 5가지 채널로 대별한다.

1. 푸드투고 전문점(테이크아웃 전문점)
2. 패스트푸드점(QSR)
3. 커피 체인
4. 편의점
5. 슈퍼마켓

푸드투고 시장을 주도하는 채널은 물론 현재까지는 QSR이 단연 선두이지만 한 시장조사 기관에 따르면 푸드투고 전문업소들의 강한 상승세가 주목된다. 캐나다에서도 테이크아웃만 전문으로 하는 업소들의 인기몰이를 자주 목격하고 있듯이 미국은 이미 이런 분위기가 완전히 정착된 것으로 보인다. 영국은 대표적으로 서브웨이(Subway), 그레그스(Greggs), 프레타망제(Pret a Manger), 잇(Eat), 리온(Leon)을 들 수 있다. 심지어 어떤 곳은 기존의 QSR을 인수해 푸드투고 전문점으로 탈바꿈해 대박을 치는 곳도 있다. 전문가들에 따르면 향후 5년이 지나면 이들이 시장을 주도할 것이라고까지 내다보고 있다.

시장조사 기관 겸 식료품 산업 인력 전문 양성 훈련 기관인 영국의 IGD(The Institute of Grocery Distribution) 시장분석 수석 매니저 가빈 로 쓰웰씨는 이렇게 분석한다. “푸드투고 전문식당들이 각종 다양한 신제품을 쏟아내고 있고 상품 개발에 열을 올리는데 오는 2022년이 되면 푸드투고 시장의 가장 강력한 점유자가 될 것이다.”

MCA라는 기관에서 발표한 보고서 'Food To Go Report 2017'를 보면 영국 시장에서 이 분야 경쟁 대열 톱 10 중 슈퍼마켓 체인이 4개가 들어 있다. 테스코(Tesco), 세인즈베리(Sainsbury's), M&S Food, 웨이트로즈(Waitrose)가 그것들이다. 2개는 패스트푸드체인인데 맥도널드와 KFC이다. 푸드투고 전문 체인점으로는 서브웨이와 그레그스(Greggs)가 들어 있다. 그리고 커피체인 Costa가 유일하게 10위권 안에 포함되었고 약국 체인으로는 부츠(Boots)가 순위안에 들어 있다. 부츠는 1849년 영국의 노팅햄에서 창립된 유서깊은 약국 체인으로 영국을 비롯한 유럽 일부 국가,

아시아의 태국, 한국에 합작 형태로 진출해 있다.

유감스럽게도 편의점 진영은 위의 랭킹 10위에 포함된 것이 없지만 최근의 기세로 볼 때 10위권 진입이 그리 오래 걸릴 것 같지 않다. 시장조사 기관의 한 전문가는 이렇게 전망하고 있다. “편의점 채널이 시장 점유율을 키우기 위해 맹렬한 기세로 마케팅을 펼치고 있으며 자체 상품으로 승부를 거는 곳도 있지만 일부는 신뢰도와 지명도를 제고하기 위해 명망있는 브랜드와의 제휴를 통해 팀웍을 발휘하는 곳도 있다. 여하튼 다각도로 시장 확대를 위한 적극적 공세에 나서고 있는 만큼 조만간 주도권 쟁탈전에 명함을 당당히 내밀 것이다. 이제 시작일 뿐이다.”

IGD는 밀레니얼 세대와 관련해 편의점 채널의 푸드투고 시장 전망을 긍정적으로 평가하고 있다. 18~ 25세의 젊은층이 이보다 더 연령대가 높은 층과 비교할 때 편의점 푸드투고 구매력이 2배 이상이라는 분석이다.

또다른 일군의 전문가들은 편의점 채널이 이 시장에서 푸드투고 전문점을 앞지를 가능성을 관측활동에서 찾고 있다. 푸드투고 전문점들은 그다지 관측에 열을 올리지 않는 반면 편의점 체인은 관측 자금력이나 조직력이 강하기 때문에 이 장점을 살리면 시장 점유율을 높일 수 있다는 분석이다. 또 더운 음식 메뉴쪽을 더 보강하면 시장 확대의 유리한 여건을 조성할 수 있다는 조언도 하고 있다. 마진과 관련해서는 더운 음료 - 커피, 핫초콜렛, 더운 차(茶) 등 - 쪽의 마진이 가장 좋기 때문에 이 분야도 집중하거나 보완해야 한다고 지적했다.

영국의 푸드투고 음식 중 음료에 한정해보면 커피 매출이 8.9%로 4위였다. 1위는 콜라, 2위는 다이어트 콜라, 3위는 생수였고 커피 다음의 5위는 차(茶)였다. 편의점 채널에서 차에 주목할 이유가 이 통계에서 입증되고 있다고 하겠다. 한 조사에 따르면 편의점 쇼핑객 중 14%가 편의점에서 푸드투고를 구입하는 것을 꺼리는 것으로 나타났는데 바로 이런 고객들의 신뢰를 어떻게 확보하느냐가 편의점 푸드서비스 매출을 더 끌어올릴 가능성을 엿볼 수 있는 대목이다.

웰빙 메뉴 붐물

편의점 푸드투고 사업 성공의 또다른 키워드는 ‘건강’(health)이다. 편의점에서 푸드투고 음식을 구입하는 손님의 40%는 건강에 유익한 음식인가, 그리고 그러한 종류가 풍부한가를 가장 중요시 하는 구매의사 결정의 기준으로 삼고 있다. 푸드투고 전문점 손님에 비해서는 상대적으로 낮은 퍼센트이지만 앞으로 편의점 채널이 매출을 더 증대하려면 이에 대한 트렌드를 결코 소홀히해서는 안될 것이다.

“건강에 유익한”(healthy)이라는 의미는 세월의 흐름과 함께 꾸준히 진화 발전해왔고 이런 흐름에 맞춰 돋보이는 식문화의 무대에 전면적으로 등장한 것이 푸드투고 전문점들이다. 일반적으로 유명세를 떨치는 전문점들은 특별한 대체 음식을 특화해서 손님의 신뢰속에 매출을 올리는데 이들 메뉴의 특화의 핵심이 바로 웰빙이다. 예를 들면 인공조미료나 감미료(MSG)를 쓰지 않는다거나 유기농 곡물이나 야채만으로 재료를 쓴다거나 하는 특징을 보이고 있다.

또하나 주목할 트렌드는 소수민족 전통음식이다. 이들이 즐겨먹는 건강 음식들이 요즘 주류 사회에서도 각광받는 만큼 메뉴 선정이나 개발 시 이를 참고할 필요가 있다. 특히 아시아의 매운 맛 요리들이 인기를 모으고 있으며 일반 요식업계에서도 매출 신장의 큰 부분을 차지한다. 음식의 글

로별화를 실감하는 시대다. 패스트푸드 체인사들이 채식주의자 손님이나 극단적 채식주의자인 비건(vegan)들을 위한 맞춤형 메뉴까지 개발 판매하고 있다. 콜레스테롤을 크게 낮춘 일명 슈퍼푸드(superfood)도 웰빙 메뉴의 목록에 올라있고 유기농 재료로 만든 메뉴는 이제 기본이 됐다.

칼로리를 낮추고 설탕 함유량을 대폭 줄인 것이 이들 웰빙 음식의 공통점이다. 하기사 전통적인 육고기조차 대체물로 등장해 점심 메뉴의 전면 에 등장하고 있으니 무엇인들 개발하지 못하겠는가 싶다.

이런 흐름의 변화는 결국 소비자들이 만들어낸 것이다. 소비자들의 요구가 점점 까다로워지고 있고 새로운 맛과 향, 새로운 것의 경험에 강한 유희를 느끼는 현대 소비자들의 식성에 부응하기 위한 요식업계의 큰 변화가 일어나는 중이다. 앞서 말한 건강을 저해하는 요소는 배제하고 그 러면서도 고단백질, 오메가 3, 산화방지를 위한 각종 비타민 성분이 높 아진다.

아동 비만이 전세계적인 문제거리다. 과거와 달리 너무 잘먹고 너무 많 이 먹어 생기는 국가적 고민이다. 요식업계가 바로 화두를 안고 해결에 앞 장서는 마케팅을 펼치고 있다. 푸드투고 전문점들이 선도적 기능을 발휘 한다. 대표적으로 리온과 프레타망제가 발빠른 행보를 보이고 있다.

잇(Eat)은 영국의 유명한 샌드위치 전문점으로 런던을 중심으로 약 110 여개가 있다. 96년에 창립됐으니 역사는 짧은 편이지만 기차역 등 대중 교통시설 인근 요소요소에 위치하고 있다. 바쁜 출퇴근자들이 푸드투고 를 구입할 수 있는 편리한 채널로 소비자들의 사랑을 받고 있다. 역시 영



 **onewholesale.ca**
Smoke Shop / Headshop / Convenience Store Wholesaler

Authorized Zippo Dealer

원도매상

Order online by noon for SAMEDAY SHIPPING

*Ask for Free Zippo Display

BONGS, DAB RIGS, BUBBERS, RECYCLERS, HAND PIPES, E-CIG,
VAPORIZERS, GRINDERS, DUGOUTS, SCALES, SMOKING PAPERS,
ALL KINDS OF SMOKING ACCESSORIES
ZIPPO LIGHTERS, and ETC.

Business Hours

Monday to Friday
9.00am - 5.00pm
Saturday
9.00am - 2.00pm
Closed on
Sunday and Holidays

Cash & Carry Store
606 Magnetic Dr Toronto, ON M3J2C4

onetradingltd@gmail.com
T. 416 661 6664 F. 416 661 6668

국에 본사를 둔 또다른 명망있는 푸드투고 전문 체인점 프레타망제(Pret a Manger) 역시 전문 샌드위치숍이다. 86년에 창립됐으니 역사는 '잇'보다 다소 오래됐다. 두 체인사는 아동을 위한 건강 메뉴 코너까지 차려놓고 착한기업 이미지 메이킹에 몰입하고 있다. 런던 근처라면 건강식 메뉴 온라인 주문 시 배달까지 가능하다. 물론 이들 전문점들이 샌드위치만 파는 것은 아니다. 건강 스프, 건강 샐러드 등 메뉴도 매우 다양하다. 건강 과일 쥬스, 스무디 등 음료 또한 웰빙이다.

스피드가 생명

푸드투고 전문점을 손님들이 즐겨찾는 이유는 또 있다. 어쩌면 이것이 가장 중요한 요인이겠다. 바로 스피드다. 시간에 쫓겨 느긋하게 먹을 수 없어서 질 좋고 가격 저렴한 푸드투고를 구입하는 것인데 긴 줄에 서비스가 더디면 그 의미가 크게 반감될 것이다. 속도전은 편리성하고 직접적으로 통하는 개념이다. 가까운 장소에 들러 서둘러 고르고 빨리 계산 치르고 그곳을 빠져나와야 한다. 그런데 이 속도전을 가능하게 해주는 것이 바로 테크놀로지다. 셀프 계산대가 등장하는가 하면 온라인으로 주문하고 몇분있다가 픽업만 하러 들를 수도 있다. 편의점이 푸드투고로 승부를 제대로 걸어보겠다는 이런 시스템까지 갖추고 경쟁에 뛰어들어야 하겠다.

한 전문가는 이렇게 말한다. “테크놀로지는 손님의 업소내 좋은 경험을 가능케 해주는 가장 핵심적인 수단이다. 편의점의 최대 장점은 스피드다. 푸드투고에서도 이 장점을 발휘하게 하려면 모바일 시대에 걸맞은 환경을 갖추어야 할 일이다. 젊은층이 주 고객인 업소라면 더더욱 절실한 요소다.”

NPD그룹 관계자도 유사한 말을 한다. “편의점 푸드서비스가 품질도 향상되고 맛도 훌륭하지만 이를 기반으로 손님에게 한층 더 다가가려면 손님의 시간을 절약해줄 수 있는 테크놀로지까지 가세해야 완성도를 높이는 것이다. 터치할 필요없는 머천트머신은 기본이어야 하며 앱에 기반한 주문 시스템을 갖춰 전문성있어 보이는 업소로 모던하게 변신해야 한다.”

IGD가 편의점 업주들에게 던지는 최종적인 조언을 부분 인용하며 글을 맺는다. 『푸드투고에 관심있는 편의점 업주라면 행동할 때가 왔다. 이 분야의 주요 채널 5개 중에 편의점 업계도 자리를 차지하고 있다. 5대 채널은 푸드투고 전문점(테이크아웃 전문점), 패스트푸드점(QSR), 커피 체인, 편의점, 슈퍼마켓을 말하는 것인데 앞으로 푸드투고와 관련해 이들 5개의 채널이 경계가 모호해질 것이다. 겹치는 부분이 많을 것이라는 말이다. 점점 더 품질과 맛을 업그레이드할 것이고 경쟁력있는 가격대로 경쟁이 더 가열될 것이다. 메뉴도 지금보다 더 많아질 것이다. 소비자들도 선택이 폭이 넓어져 편의점 채널을 더 많이 방문할 가능성이 크다. 지금은 아침 해결을 위해(53%)가장 많이 찾지만 하루종일 아무때고 아침 메뉴를 즐길 수 있을 것이다. 공급사들에게도 기회다. 편의점 푸드투고 영역이 커질수록 맞춤형 메뉴 납품량도 비례해서 확대될 것이니 기회임에 분명하다. 소비자들 역시 좋은 가격에 좋은 웰빙 음식을 빠른 서비스를 받으며 더 자주 즐길 수 있을 것이다.』

끝으로 영국 자료를 소개한다. 자료는 앞에 소개한 Food To Go Report 2017 보고서를 토대로 한 것이고 조사 대상은 영국 소비자들이다. ■

〈푸드투고 점심용 메뉴 선호도 조사〉

1. 주 메뉴

샌드위치	21.1%
칩(감자튀김 포함)	19.9%
베이컨	16.4%
바게트	9.2%
비프버거	7.0%
초콜렛	3.5%
패스티	3.5%
샐러드	3.5%
랩	3.5%
비스킷/쿠키	2.9%

2. 음료

콜라	14.6%
다이어트 콜라	10.3%
일반 생수	9.6%
커피	8.9%
차	4.7%
과일 쥬스	3.3%
레모네이드	3.1%
스파클링 생수	3.0%
일반 쥬스	2.7%
탄산음료	2.4%

3. 매력 포인트 우선 순위

품질 (맛)	34%
가성비(value)	27%
친숙도	26%
편리한 접근성(직장)	26%
빠른 서비스	25%
편리한 접근성(기타)	
저렴한 가격	24%
신선도	15%
편리한 접근성(가정)	14%
메뉴의 다양성	11%

1월 1일부터 시행, 서둘러 새 버전으로 부착해야 노동부, ESA 홍보 포스터 교체 의무화

온타리오 정부가 지난 1월 1일을 기해 근로기준법(ESA ; Employment Standards Act) 홍보 포스터의 새 버전을 업소 내에 부착할 것을 의무화했다. 종업원을 고용하고 있는 모든 업소에 해당되기 때문에 편의점도 예외가 아니다.

이미 기존 포스터(6.0 version)는 업소에 부착되어 있지만 이를 이번의 새로운 포스터(7.0 version)로 교체해야 한다. 시한이 지났지만 회원들은 서둘러 교체해야 할 것이다. 종업원이 이 포스터 한부를 받기를 원하면 제공해야 할 의무도 있다. 이를 교체하지 않는 것은 ESA를 위반하는 것이며 행여 정부 실사단이 나와 미 교체 사실을 확인하면 경고 또는 그 이상의 조치를 취할 수도 있다고 한다.

새 포스터는 최저임금, 근무시간 및 초과근무, 법정 공휴일, 휴가, 해고, 결근 등에 관한 사항을 담고 있다. 이 포스터는 무료로 노동부 웹사이트에서 출력할 수 있다.

사이트 주소는 <https://www.labour.gov.on.ca/english/es/pubs/poster.php>이다. 협회 웹사이트 공지 사항에도 링크했으므로 이를 이용할 수도 있다. 포스터 사이즈는 대략 A4용지 크기이며 종업원 눈에 잘 보이는 적당한 곳에 부착토록 한다. ■



▲ 금년 1월 1일부터 업소내에 부착해야 할 새 버전의 포스터



KCWA (캐나다한인여성회) 2018년 1월 프로그램

등록 및 문의 416-340-1234 www.kcwa.net

우리 엄마가 달라졌어요

- ▣ 일시: 1월 19일-2월 9일 (매주 금)
오전 10시 - 오후 12시
- ▣ 장소: KCWA 노스욕
- 1. 엄마는 나를 어떻게 키우고 계세요?
- 2. 엄마의 잘못된 생각을 들여다보기
- 3. 아이와의 갈등을 해결하는 전략
- 4. 좋은 엄마가 되기 위한 실천 노트

내 마음의 소리

- ▣ 일시: 1월 19일-2월 9일 (매주 금)
오전 10시 - 오후 12시
- ▣ 장소: KCWA 노스욕
- 1. 나의 감정알고 표현하기-스토리 타임
- 2. 창의력을 키우는 유아미술 1-마음그리기
- 3. 창의력을 키우는 유아미술 2-마음치유
- 4. 신나는 음악활동놀이

*대상: '우리엄마가 달라졌어요' 세미나 참석자의 5세미만의 자녀

2017 개인소득세 신고

- ▣ 일시: 1월 30일 (화)
오후 6시 - 8시
- ▣ 장소: KCWA 노스욕
- 1. 2018년도에 달라지는 것들
- 2. 소득, 공제, 택스 크레딧
- 3. 세금관련 혜택 안내
- 4. 알아두어야 할 사항

온타리오주 교사되기

- ▣ 일시: 1월 31일 (수)
오후 6시 - 오후 8시
- ▣ 장소: KCWA 노스욕
- 1. 정교사가 되기위한 교육기관 정보
- 2. 정교사가 되기위한 자격요건
- 3. 교사의 취업기회
- 4. 대안 경력 기회

KCWA 무료 정착 서비스

- 다운타운: 27 Madison Ave. Toronto
 - 노스욕: 540 Finch Ave. W., Toronto
- 사전 약속 필수: 416 · 340 · 1234



CVITP 자원봉사 모집

- CVITP (Community Volunteer Income Tax Program)
세금보고 서비스 자원봉사자 및 세금보고 서비스 봉사자 코디네이터 모집
- ▣ 자원봉사분야
 - 1. 세금보고봉사자: CRA가 제공하는 프로그램을 통하여 세금보고서비스 제공 /세금 관련 경험 필수 / 2018년 3~4월 주 2시간이상 정기봉사 가능한 분
 - 2. 택스 코디네이터: 세금보고봉사자 지원 및 세금 보고 서비스 제반 행정업무 / 세금관련 무경력자도 가능 / 2018년 3~4월 주 10시간 이상 봉사 가능한 분

미국내 담배 매출의 90%는 편의점 채널을 통해 이루어진다. NACS 조사분석가 스티븐 매클랜버그는 편의점 손님 중 담배 손님이 가장 중요한 고객층이며 편의점 방문 회수가 가장 높은 층도 이들이라고 설명했다. 고객 충성도도 이들이 단연 높다. 이들은 담배에 더해 여타 편의점 핵심 아이템들을 추가로 구입하기 때문에 장바구니 크기도 일반 비 흡연 손님 보다 월등히 크다.

2014년과 2015년 두 해에 이룬 담배 매출 실적은 뜻하지 않은 놀라움을 준다. 연평균 소비량은 4%씩 줄어들고 있음에도 휘발유 가격이 2014년 중반부터 떨어지기 시작한 것과 때를 같이하며 담배 매출액은 소폭 오르기 시작한 현상 앞에서 소매업주들은 고무됐다. 이 현상을 놓고 전문가들은 주식 시장에서 애용되는 표현을 끌어와 “바닥은 새로운 상승의 출발점”(flat is the new up)이라고 설명했다.

불행히도 2016년이 되자 다시 휘발유 가격이 스멀스멀 오르기 시작했다. 그러자 담배 매출도 동반해서 감소세로 돌아섰다. NACS보고서는 2016년 담배 매출이 이전 연도 대비 2.5% 줄었다고 밝히고 있다. 닐슨 자료는 2017년 10월 기준으로 이전 수년의 통계를 보면 연평균 편의점 채널을 통한 담배 매출은 3.2%씩 감소했음을 보여준다.

매출은 줄고 정부 통제는 나날이 강화되는 이 국면에서 그러면 편의점 업주들이 선택해야 할 최선의 대응책은 무엇일까? 대책 마련에 앞서 2017년 담배 산업에서 주목할 3가지 핵심 트렌드를 정리해보자.

트렌드 1 : 자사상표 담배 매출 양호

담배 품목군을 논할 때 가격 측면에서 프리미엄급이 우선이다. 매출 대세를 이 가격대가 좌지우지하기 때문이다. 전체 매출의 80%가 프리미엄급이 점유하기 때문에 매출 실적의 증감은 결국 고급 브랜드가 결정한다고 보면 된다. 2014년의 예가 바로 그렇다. 이 해에 프리미엄급 실적이 좋았다. 이는 곧 담배 매출 전체 실적이 좋았다는 말하고 동일하다. 2016년에 프리미엄급이 줄자 전체 담배 매출도 줄었다. 2017년에도 프리미엄급은 바닥세를 보이고 있다.

그러나 이는 전국 단위의 메이저 담배 제품 시장이 그렇다는 말이고 특정 제조사 상표가 붙지 않은 아류 담배(sub-generic) 혹은 유통체인사의 자사상표(private label)부착 상품을 납품받아 판매하는 담배들은 이야기가 완전히 다르다. 이 분야의 담배 매출은 물량과 매출액 모두에서 좋은 실적을 냈다.(2016년 매출액 5.8%, 물량 2.1% 증가 기록)

자사상표 부착 담배 제품을 판매하는 경우는 캐나다에서 좀체 발견할 수 없지만 미국은 꽤 흔한 현상이다. 예를 들어 미국 8개 주에 걸쳐 총 600여개의 매장을 거느리고 있는 편의점 체인사 컴버랜드 팜 (Cumberland Farms)이 자사상표부착 담배를 판매하는 대표적인 곳인데 2016년에 이어 2017년에도 매출이 상당히 양호했다고 밝히고 있다.

물론 전국적으로 따져볼 때 이 담배군의 전체 담배 매출에서 차지하는 점유율은 불과 5%에 지나지 않는다. 자사상표부착 담배를 제조 납품하는 U.S. Tobacco Cooperative라는 단체가 있다. 미국 담배농가가 회원이 돼 프리미엄급 자사상표부착 담배를 유통채널에 공급해주고 있는데 이

PB담배 실적 양호, 통제법령 홍수, FDA 영향력 증대 美 담배시장 3대 트렌드



▲ 2018년 담배시장의 최대 화두는 쉐련형 전자담배가 될 것으로 전망된다.

편의점에서 담배는 단일 품목으로 매출 점유율 1위의 가장 중요한 요소이지만 그런 만큼 가장 많은 신경을 써야 하고 걱정거리도 가장 많이 유발하는 아이템이다. 미국의 경우 전미편의점협회(NACS)자료에 따르면 편의점 월 평균 담배 매출은 50,740달러(US\$)이다. 이 매출 유지를 버겁게 만드는 것까지 방해 요인 중 가장 큰 압박은 지자체, 주정부, 연방정부 등 각급 정부 당국의 규제와 통제 정책이다. 그다음으로 흡연을 자연 감소를 들 수 있고 정부 담뱃세든 담배회사 자체의 결정이든 담배 가격 인상이 발목을 잡는 주 요인이다. 이하 미국 실정을 배경으로 담배 트렌드를 분석해본다.

곳 관계자도 아직까지 PB 담배가 시장에서 큰 위세를 보이는 수준은 아니라고 솔직하게 말하고 있다. 그러나 지금대로의 추세라면 PB담배가 유의미한 시장 점유율을 확보할 때가 멀지 않았다는 낙관적 전망이 무게를 얻고 있다. 어떤 소매채널은 이 담배군을 지렛대로 삼아 전체 담배 매출 증가를 견인하고 있는 사례도 있을 정도다.



▲ USTC가 미국 서클케이 체인에 납품해 인기를 모으고 있는 자사상표부착 담배 '트래픽'(Traffic).

그런데 PB담배가 질이 낮은 것도 아니다. 앞에 소개한 U.S.Tobacco Coop이 납품하는 담배의 대부분은 프리미엄급이다. 광고나 마케팅에 돈을 덜 들이기 때문에 좋은 품질의 담배를 경쟁력있는 가격으로 공급해줄 수 있는 것이다. 휘발유 가격이 내릴 때는 손님들이 프리미엄 담배를 즐


거 찾다가 가격이 오르면 저렴한 담배를 찾는 경향이 두드러진다. 이런 때 손님 입장에서는 휘발유 가격이 올랐어도 품질이 고급인 담배의 대체물로 바로 이 PB담배를 즐겨 찾는다고 하니 유망한 담배군임에는 틀림없다. 더구나 이 담배 군은 소매업소에서 홍보 관측하기도 좋고 신축성있는 프로그램을 자율적으로 구사할 여지가 크다. 이는 해당 업체의 타 경쟁업소와의 차별화를 도모하는데에도 효과적이다. 대표적인 예로 앞에서 소개했던 컴버랜드 팜 관계자도 인정하는 사실이다.


트렌드 2 : 넘쳐나는 통제 법령



2017년 미국내 지자체 차원에서 담배 통제를 목적으로 상정된 조례안은 사상 유례가 없이 많은 700여 건을 넘고 있다. 메이저 담배 회사인 레이놀즈 아메리카 대외담당 이사 스티브 코택은 이같은 지

자체 법령 홍수 사태를 놓고 '입법 실험실'(legislature Laboratory)라고 다소 비아냥을 담은 표현을 썼다. 그는 "법안들을 보면 아주 안좋은 조치들 투성이인데 이렇다 할 의견수렴도 대중 넘어가거나 아예 전혀 하지도 않





2/0/1/8
OKBA 장학생 선발 공고

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

신청 서류

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

신청 자격

1. 2년 이상 연속 협회 회원의 자녀
(2016년 1월 31일 이전 회원 가입)
2. 접수마감일(2018년 1월 31일) 까지 정회원 자격 유지
3. 본 장학금 첫 수혜자로 2년차 이상 재학 중인
풀타임 대학생(대학원생 제외)
4. 당해년도 성적증명서에 F학점 과목이 없을 것.
5. 당해년도 한 가정 한 자녀에 한함.

진행 일정

- 1월 31일 (수) 신청서류접수 마감
(*우편접수시 소인날짜 기준)
- 2월 13일 (화) 신청서류 심사 (장학분과위)
- 수여자 최종 확정 통보
(심사 완료 후 즉시 우편통보)

기타

- 신청서, 지구협회장 추천서는 협회 웹사이트
www.okba.net 공지사항에서 출력
- 접수 마감은 1월 31일 (수)
- 서류미비 및 마감 후 접수는 심사대상에서 제외

고 통과될 가능성이 높아 우려가 크다.”고 말했다.

한 관련 단체 관계자는 이렇게 말한다. “지자체가 쏟아내는 법령들로 타격을 입는 쪽은 제조사가 아니라 일선 현장에서 뛰고 있는 우리 소매업 주들이다.” 다수의 주들과 수많은 도시들이 향함유 담배 제품 (flavoured tobacco products) 취급을 금지시키는 조치에 들어갔다. 주 차원에서 대 표적으로 캘리포니아주를 들 수 있다. 그래도 제조사들에게는 별 타격이 없겠지만 결국 편의점 등 소매업소에만 집중적인 피해가 가는 것이다. 정 품을 취급하는 소매업소는 담배 연령 체크 성실도가 90점을 넘기고 있는 데 이들에게만 타격이 전가된다.

가장 대중적인 향함유 담배인 멘솔은 미국 전체 일반 담배 소비량의 30%를 차지한다. 캐나다의 5%에 비하면 미국 흡연자들의 멘솔에 대한 애호감은 대단하다고 할 수 있다. 그런데 이 멘솔마저 금지시키는 지자체 가 늘고 있어 편의점에 상당한 부담으로 작용할 것으로 보인다. 2017년 에 멘솔까지 금지하는 법안을 통과시킨 도시는 미네소타주의 미네아폴 리스와 세인트폴이다. 캘리포니아는 시, 군 모두 6곳이 금지됐다. 미네아 폴리스 도시 내 편의점 당 연평균 멘솔 판매량은 226,000달러로 집계되 고 있으니 그 타격이 상상이 간다. 이렇게 되면 종업원 인건비를 줄여야 하며 실제로 그런 현상이 벌어져 고용창출에도 부작용을 초래하고 있다.

샌프란시스코는 멘솔 금지 정책에 대한 주민 투표 절차를 남겨놓고 있 다. 원래는 시의회를 통과했으나 상인과 흡연단체들이 강력하게 이의제 기를 한바 시 선관위에서 이에 대한 재심을 거쳐 주민투표에 부치기로 결 정해 실낱같은 희망은 남아 있다. 멘솔 제조사와 편의점 업계 등 유관 업 계가 뭉쳐 정책 철회를 밀어부칠 태세를 다지고 있다.

트렌드 3 : FDA의 영향력



주정부, 지자체 정부들이 앞다퉈 담배 시장에 어두운 그림자를 드리울 정책을 내놓고 있는 와중에 미국식품의약청(FDA)이 최종적으로 담배 시 장 전체 지형을 좌지우지할 권한을 행사할 전망이다. 2017년 7월 FDA는 담배 니코틴 함유량 상한선을 설정할 의향을 발표한 바 있다. 대신 전자담 배 등 베이퍼에 대한 정책은 다소 관대한 방향으로 가지 않겠는가 하는 조 심스러운 전망이 나오고 있다. 이에 대한 명확한 입장은 2018년에서 2022 년 사이에 확실하게 나올 것으로 본다.

이와 관련해 미국 최대 담배 회사 필립모리스인터네셔널을 산하에 두 고 있는 알트리아 그룹 조지 파면 대변인의 말을 들어보자. “FDA는 일반

담배 소비를 줄여 국민 건강 보건의 안전장치를 마련하면서 동시에 대체 상품으로서의 테크놀로지에 기반한 전자담배를 배출구로 삼으려는 균형 책이 예상된다. 이는 달리 말해 소매업소에게는 기회요인이 될 수도 있음 을 시사한다.” 그의 말은 다소 낙관적으로 해석된다. 그래서인지 메이저 담배회사들이 저마다 신기술에 바탕을 둔 혁신적인 제품인 쉐련형 전자 담배에 공을 들이고 있다. 일반 담배 소비량 감소에 따른 영업 손실을 전 자담배쪽에서 보전하려는 메이저 회사들의 중.장기적 정책이 이미 구현 되고 있다.

FDA가 담배에 대한 여하한 정책이든 방향을 제시하면 시장 판도에 커 다란 영향을 준다. 그래서 담배 산업 전체가 FDA의 입만 쳐다보고 있는 형국이다. 한 전문가는 “메이저 회사들의 방향도 이에 맞춰져 있다”면서 2018년 한해 일반 담배 맛을 즐기면서도 건강에 덜 유해한 혁신 제품쪽 으로 총 공세를 펼칠 것으로 본다.”고 말했다. FDA로부터 모종의 유리한 가능성을 발견한 제조사들은 FDA가 듣기 좋은 소리를 자주 내놓는다.

대충 메시지는 “FDA의 국민 건강을 배려하는 담배 관련 정책을 적극 지 지한다”는 의미를 함축하고 있다. 그러면서 쉐련형 전자담배에 대한 FDA 의 관용을 끌어내지는 것이 궁극적인 목표다. 현재는 IQOS가 미국에서 가장 큰 인기를 모으고 있는데 금년 한해 쉐련형 전자담배 시장이 요동을 칠 것이며 얼마나 변종들을 쏟아낼지 지켜볼 일이다. 이는 캐나다 시장에 서도 동시에 벌어질 주요 트렌드의 하나가 될 것으로 예상된다. ■

〈5면에 이어〉 되돌아 본 2017 편의점 푸드서비스 트렌드

컨비니언스 역시 이런 정책을 따라 웰빙 육류를 재료로 사용한 푸드서비스 전략을 펼치고 있다.

5. 매운맛의 증독성



▲ 매운맛 닭튀김의 인기는 매운맛의 강도를 점점 높이고 있다.

이미 여러차례 트렌드를 언급할 때 반복 소개했듯 이 2017년의 편의점 푸드서비스 화 두는 ‘매운맛’ 주전 부리나 간편식사 대용품이었다.

이 트렌드는 제 조사와 소매업계 모두에게 불어닥친 광풍과도 같았다. 갖가지 응용작이 쏟아졌다. 대표적으로 간편 베트남 요리 전문 체인 식 당 밴스키친(Van's Kitchen)이 보다 대담하고 매운 맛을 즐길 수 있는 신 메뉴에 한국 불고기 바베큐 그릴을 추가했다. 닭을 주원 료로 하는 요리, 막대형 치즈나 여타 다양한 주전부리 제품에 할 라피노, 스리라차, 블랙페퍼 등 매운 맛을 내는 고추와 후추 맛이 듬뿍 가미되고 있다. 앞으로도 매운맛 주전부리는 최소 수년간 은 인기를 구가할 것이다. ■

롤링페이퍼 판매 거부로 미성년자에게 당해 英 편의점 종업원 폭행치사



지난 1월 8일 영국 런던 근교 소재 편의점 종업원이 16세의 미성년자로부터 폭행을 당해 사망한 사건이 발생했다. 발단은 가루담배 말아피우는 페이퍼(rolling paper)때문에 시작됐다. 세명의 미성년 소년들이 업소에 들어와 담배말이 페이퍼를 구입하려 하자 49세의 종업원 비제이 과텔씨는 신분증을 제시하라고 요구했고 이에 응하지 못하자 판매를 거절했다.

뜻대로 되지 않은 소년들은 불만을 터뜨렸고 공격적인 태도로 변하면서 가게 물건을 파손하겠다고 위협했다. 그러자 비제이씨와 또 한명의 동료 종업원은 업소내 물건 피해를 없도록 하기 위해 이들을 가게 밖으로 쫓아냈는데 이 과정에서 한명의 소년이 비제이씨를 가격해 길바닥에 쓰러졌고 다른 동료 종업원 역시 폭행을 당했다. 비제이씨는 인근 병원으로 급히 옮겨졌으나 도착 즉시 사망했다. 동료 종업원은 경상에 그쳐 병원 이송은 필요가 없었다고 한다.

한편, 폭행 치사까지 저지른 3명의 용의자들은 현장에서 곧바로 사라져 런던 경찰청이 이들의 행방을 추적하면서 연락처와 크라임스토퍼 익명 제보 전화까지 알려며 시민들의 신고를 받고 있다.

사건을 접한 한 네티즌은 종업원의 고지식함을 지적하며 그의 죽음을 아쉬워했다. 이 네티즌에 따르면 영국은 담배말이 페이퍼를 미성년자에게 판매 불허하는 규정이 없는데도 불구하고 시비거리를 만들어 비극을 초래했다고 안타까워했다. 캐나다는 연방 담배법에서 미성년자에게 담배말이 페이퍼 판매를 금지하고 있다. ■

JTI 1월 15일부터 일부 품목 JTI 가격 인상

연초에 가격 인상이 없을 것이라는 JTI가 오는 1월 15일을 기해 일부 담배 품목에 대한 가격 인상에 들어간다. 1월 1일과 2일에 각각 가격 인상을 단행한 임페리얼과 RBH와 보조를 맞추는 것으로 보인다. 제품별 카톤 당 인상 폭은 다음 표와 같다.

브랜드명	인상폭
Camel, Winston, More Inter'l	\$2.00
Export A	\$1.50
Macdonald Select	\$1.50
Vantage	\$2.00
Macdonald Special	\$1.00
Camel North	\$2.00
LD	\$2.00

말이 담배도 인상되며 인상폭은 다음 표와 같다. 담배 말이 페이퍼와 튜브는 가격 변동이 없다. ■

100그램 전품목	\$0.70
200그램 전품목	\$1.40

토론토 웨스트 지구협회 정기 총회 및 신년 파티

토론토 웨스트 지구협 정기총회를 아래와 같이 개최하오니 많은 참석을 바랍니다. 회의가 끝난 후 이어서 신년 파티를 가질 예정입니다.

〈아 래〉

- **일시** : 2018년 2월 8일 (목) 6:00 p.m
*신년 파티는 7:00 p.m부터 가질 계획입니다.
- **장소** : 더프린 서울관
(3220 Dufferin St. #1, North York)
TEL : 416-782-4405
- **문의** : 지구협회장 416-975-0365

토론토웨스트 지구협회장 김재숙

미국 찬성 64%,
캐나다는 51%로 상대적 보수 성향

캘리포니아, 대마초 손님으로 장사진



▲ 1월 1일 기호용 마리화나 판매 허용이 시작된 첫날, 캘리포니아의 한 전문 매장 안팎의 모습. 인산인해로 난리가 아니었다.

미국 캘리포니아주가 신년 벽두부터 마리화나(대마초)로 시끌벅적하다. 금년 1월 1일부터 기호용 마리화나(recreational marijuana) 합법화를 시행했기 때문이다. 2016년에 '주민 발의안(Proposition) 64호'에 대한 주민 투표에서 통과됐던 법이 효력을 발생한 것이다. (찬성 55.8%)

주 내 판매업소들의 안팎이 분주했다. 마리화나를 사려는 사람들로 인산인해를 이뤘기 때문이다. 한밤중부터 물건을 사려는 손님들이 긴 줄을 서 날밤을 세웠고 아침 일찍 가게문을 열자마자 손님들이 안으로 몰려들어가는 진풍경은 마치 블랙 프라이데이나 박싱데이의 대할인 상품을 사려고 북새통을 치는 모습과 흡사했다.

캘리포니아는 미국내 50개 주 중 기호용 마리화나 합법화를 시행하게 된 6번째 주가 됐다. 법의 주요 내용을 보면 만 21세 이상 1인당 1온스(약 29그램) 이하의 구입이 가능하며 개인 소비용으로 개인이 6그루까지 재배도 할 수 있다. 29그램의 허용치는 일반 담배(퀵런) 40~50개비에 해당된다. 제품의 모양이나 디자인도 다양하다. 과자, 초콜렛, 사탕 모양 등으로 진열돼 손님의 호기심과 시선을 사로잡는다.

캘리포니아 주정부는 기호용 마리화나 허용을 통해 거둘 수 있는 추가 세수 창출액을 연 평균 10억 달러(한화 약 1조원)로 추산하고 있다. 그러나 한편에서는 공중보건 특히 미성년자의 오남용과 중독, 마리화나 산업의 무분별한 확대에 인한 치안 등을 우려하고 있다.

모국 뉴스를 보니 이번 캘리포니아 마리화나 합법화를 크게 보도하면서 한인 유학생이나 관광객 등이 미국에서 - 캘리포니아는 특히 한인 관광객이나 유학생이 집중되는 지역 - 마리화나에 무분별하게 노출되는 것을 우려하는 보도를 내고 있다. 법조계에서는 대마 흡연이 현지에서는 처벌이 안되지만 한국에서는 처벌되는 양국 법체계의 모순을 지적하며 부작용을 우려하고 있다. 예를 들어 마카오에서는 상습도박을 하건 말건 아무 제재 대상이 안되지만 한국에서는 이를 추적까지 해서 처벌하는 경우와 같은 현상의 재연을 염두에 둔 지적이다.

(*앞으로 'recreational marijuana'는 '오락용'이나 '기분전환용'이라는 단어 대신 '기호용'嗜好用이라는 용어로 통일한다.)

한편, 캘리포니아의 이번 기호용 마리화나 합법화 시행은 2016년 11월 주민 투표에 앞서 LA타임즈까지 법안 지지 입장을 밝혀 큰 주목을 끌었다. (*뉴욕타임즈 역시 논설위원단의 일치된 찬성 입장을 지난 2014년 7월 26일자 사설로 설파한 바 있다. 관련 기사는 실험뉴스 654호와 655호 교양상식을 통해 상.하로 나눠 소개했으며 협회 웹사이트에서 찾아볼 수 있다.)

기사는 합법화에 앞서 고려해야 할 모든 변수와 우려, 지지 근거들을 망라해서 분석하고 있기 때문에 캐나다 마리화나 정책에도 시사하는 바가 매우 크다. 이곳에 일어나고 있는 유사한 입장과 논의가 똑같이 벌어졌던 캘리포니아 상황 그리고 언론 논조를 현 시점에서 깊이 들여보는 것은 회원 입장에서 의미가 다대할 것으로 보여 관련 기사의 주요 내용을 번역 소개한다.

Los Angeles Times

2016년 9월 16일자 사설

“기호용 마리화나 합법화할 때 됐다.”, 찬성 64%

6년 전에 캘리포니아 유권자에게 기호용 마리화나 합법화에 대한 의견을 물었을 때 과반수가 반대했다. 당시 주민투표에 부친 주민발의안 19호(Proposition 19)는 46%만이 찬성해 과반을 넘기지 못하고 부결된 바 있었다. 그런데 이를 계기로 찬반 논란은 그때부터 시작이었다. 당시 본지도 이 법안을 반대했다. 반대 이유는 합법화가 그릇된 정책이라는 이유 때문이 아니라 체계가 엉망이라 자칫 규제악몽을 낳지 않을까 우려했기 때문이다.

그사이 세월이 흐르며 많은 것이 변했다. 콜로라도와 워싱턴주를 시작으로 4개의 주가 합법화했다. (*본 사설이 게재되던 시점에서는 콜로라도, 오리건, 워싱턴, 알래스카 주가 합법화하고 있었으며 5번째인 네바다 주는 이듬해인 2017년 7월부터 허용) 25개주가 의료용 마리화나를 합법화한 상태다. 이웃 캐나다도 입법화를 준비 중이다. 대선 후보 힐러리 클

린턴과 도널드 트럼프도 당선되면 연방 차원의 마리화나 금지는 하지 않겠다고 한다.

마약 정책에 대한 사고의 큰 변화가 있어 왔다. 더 많은 사람들이 수십년간 진행해온 마약과의 전쟁이 가져온 결과에 대해 의문을 제기했다.

단속을 위한 막대한 재정 투입, 넘쳐나는 감옥, 커뮤니티의 기능 약화, 조직범죄 카르텔 결속 등 역기능이 그 결과다. 마리화나에 있어서는 법집행에 소요되는 막대한 돈에 비해 거둔 효과는 아주 미미하다는 주장이 점점 큰 지지를 얻어왔다. 혼란스러운 메시지를 남발한 결과 연방정부는 고유의 역할을 방기했고 이를 주정부에 남기게 됐다.

금년 11월(2016년) 캘리포니아 주민들은 다시 한번 마리화나 법안(Adult Use of Marijuana Act)을 놓고 찬반 투표를 가진다. 주민들은 다양한 판단을 해야 한다. 마리화나가 헤로인과 다르며 알콜과 같은 수준으로 다뤄져야 할 때가 되지 않았나 검토해야 할 것이다. 소비를 일정 기준에 맞게 통제하되 허용 가능한 합법적 제품이라는 시각으로 접근해야 할 때가 온 것으로 보인다. 합법화에 따른 위험이 금지에 따른 비용보다 더 희생이 큰 것인가? 이번 법안이 기호용 선택권 향유와 보건 및 안전 보호 사이의 균형을 취할 수 있을 것인가? 허용 조치가 마리화나 산업의 이익을 공중보건보다 앞에 놓는 것은 아닌가? 주법하에서는 합법화될 수 있지만 연방 차원에서는 여전히 불법으로 취급되는 것을 의미하는 것은 아닐까? 균형을 잡을 수 있다면 이번 법안은 찬성을 얻을 수 있을 것이다. 마리화나가 합법화되면서도 적절히 관리 통제되는 성인용 상품이라면 이는 궁극적으로 공중 보건이나 법체계, 그리고 사회 전체를 위해 더 낫다. 비록 완벽하지는 못하더라도 이번 법안은 논리적이고 실용적 접근을 하고 있고 또한 의도치 못했던 불가피한 결과가 나올 경우 법을 개정, 보완할 가능성도 남겨두고 있다.

실상을 보자면 캘리포니아는 이미 마리화나를 합법화하고 있는 것이나 마찬가지다. 성인이라면 누구나 의료용 마리화나 사용 처방을 받고 진료소에서 합법적으로 구입하고 있다. 두통이 있네 요통이 있네 거짓 연기조차 하고 싶지 않은 사람은 암시장을 통해 손쉽게 마리화나를 구입한다.

법안은 마리화나를 입수하기 위한 갖가지 술책에 중지부를 찍을 것이며 따라서 금지로 인해 창궐하고 있는 암시장의 존재가 자취를 감추도록 할 것이다. 법안이 통과되면 21세 이상의 성인은 마리화나를 단지 개인 소비용으로 재배, 구입, 소지가 가능해진다. 허가받은 업소 현장에서 소비하는 것도 가능하다. 캘리포니아주는 마리화나 판매 제조 관련해 허가제를 운영하며 관리 규제할 것이다. 마리화나 판매 전문 숍에서는 그러나 담배나 술을 동시에 취급할 수 없다. 주내 지자체 단위로 세부 규제안을 만들 수도 있고 마리화나 사업을 금지시킬 수도 있지만 성인들이 개인 용도로 재배, 운반, 사용하는 행위를 규제할 수는 없다. 법안은 상용 목적의 마리화나 재배와 판매에 대해 주정부 세금을 부과할 것이며 대략 연간 10억 달러의 세수 효과가 기대된다. 추가 창출된 이 세금은 청소년 약물 남용에 대한 계몽과 교육 등 공익 홍보 사업에 투입될 것이며 단속에 따른 경찰 인력 확충과 불법 재배로 야기된 토양 피해 복구 등에도 충당될 것이다.

수십년간 약물 단속 특히 마리화나 관련 법 집행에 있어 흑인과 라틴계 인종에 대한 현저히 집중적인 통제를 가해 범법자를 양산했다. 이들은 결국 국구직 혹은 직장내 승진이나 자기 개발에 있어 큰 어려움을 겪고 있다.

법안은 상당히 합리적인 요소들을 담고 있지만 여전히 주내 유권자들의 확신을 심어줄 필요가 있다. 마리화나 소비에 따른 주민 보건에 관한 불안이나 우려는 말끔히 해소되지 않는 상황이다. 특히 장기적이고 상습적인 고효능 마리화나 소비에 대해 우려가 집중되고 있다. 또한 청소년의 경우 뇌가 계속 발달하는 과정에 있고 따라서 상습 소비로 인한 후유증,

예를 들어 중독이나 정신질환 발병의 위험성이 높을 수 있다. 기호용 마리화나 합법화에 따른 추가 창출 세수는 바로 이들 청소년 계몽, 치유 프로그램의 항시적 운영에 사용되어야 한다는 점은 그래서 매우 중요하다.

다수의 공중보건 전문가들은 마리화나를 담배처럼 취급해야 한다고 주장한다. 합법적 상품이라는 하지만 다양한 규제와 고율의 세금 정책을 통해 소비에 대한 관심을 줄여야만 하는 제품군으로서 말이다. 그러나 법안의 핵심 목표는 합법적이고 통제된 마리화나 사업 촉진에 초점을 맞추고 있기 때문에 일부 전문가들은 대형 마리화나 사업체가 오늘날의 대형 담배제조사와 같은 존재가 되지 않을까 우려한다. 엄청난 수익으로 정부나 관련 단체들에 대한 막강한 로비력을 동원해 마리화나의 건강에 미치는 부정적 요인들을 축소하려는 시도, 그리고 정부의 마리화나 소비 억제 를 위한 각종 규제와 통제를 무력화시키려는 시도가 걱정스러운 것이다. 법안을 들여다보면 이미 마리화나 업계에 많은 것을 허용하고 있다.

예를 들어 마리화나 제품 광고 관측에 대한 통제를 그리 엄격하게 다루는 것 같지 않고 업계 관계자들이 마리화나 규제 정책 관련 각종 자문 위원회 위원으로 활동하는 것도 그리 엄격하게 막는 것 같지 않아 보인다.

공중보건 전문가들이 역설하는 엄격성을 완화시키는 방향이다.

물론 법안은 상황에 따라 법안 통과 후에도 국회에서 개정이 가능하도록 여지를 두고 있다. 개정에 있어 어떤 사안은 과반수, 어떤 사안은 특별결의인 2/3 찬성을 요건으로 하고 있다. 또 관련 주무 기관들이 사안별로 형편을 살펴 새로운 시행령으로 보강할 융통성을 부여받고 있다. 이런 일련의 권한을 부여한 것은 법의 당초 취지를 살리기 위한 목적이기 때문에 환영할 일이다. 마리화나 업계 로비스트들이 원하는 대로 용이하게 흘러가지는 못할 것이다.

법안이 통과된다고 해서 연방법의 마리화나 불법 정책이 변화되는 것은 아니다. 주정부와 연방 사이의 마리화나 법 체계가 명백한 상호 모순을 안고 있다. 그래서 만약 연방 정부가 급작스럽게 연방 정책을 주 단위에도 따르도록 강제한다면 마리화나 재배자, 판매자, 심지어 소비자들까지 큰 혼란에 빠질 수가 있다. 그럴 가능성은 실제로 있는가? 4개 주가 이미 기호용 마리화나 소비를 허용했고 캘리포니아가 만약 허용하면 5번째 주가 된다. 25개 주는 의료용 마리화나 소비를 허용하고 있다. 이 흐름과 추세를 볼 때 연방은 더 자유로운 마리화나 소비 허용쪽으로 나가지 않겠나 싶다. 그러나 동시에 연방 정부는 지금까지 이런 추세와 연방차원의 법 개정 시도는 꺼려왔다. 연방은 여전히 마리화나의 법적 성격을 헤로인과 같은 수준인 스케줄 1에 분류하고 있으며 의약적 가치를 인정하지 않는 것이다.

이중적 신호를 통해 연방정부는 제 역할을 주정부로 이양해 국가 차원의 새로운 마리화나 정책을 수립토록 하고 있다. 정책의 핵심은 “피해의 최소화와 유의미한 보호장치”라 하겠다. 그리고 이번 캘리포니아 법안 64는 이를 정확히 반영한 시도라고 보며 우리 LA 타임즈는 이 법안을 적극 지지한다.(By sending mixed messages, the federal government has effectively ceded its role and left it to states to create a new national marijuana policy that legalizes marijuana with minimal harm and meaningful protections. Proposition 64 is California's attempt to do just that. The Times urges a “yes” vote.)

캐나다 여론은?

이상이 LA타임즈 기사였다. 이 당시 미국 성인 전체를 대상으로 한 여론조사 결과, 기호용 마리화나 합법화 찬성률은 위 타임즈 기사 부제에서도

(19면에 계속)

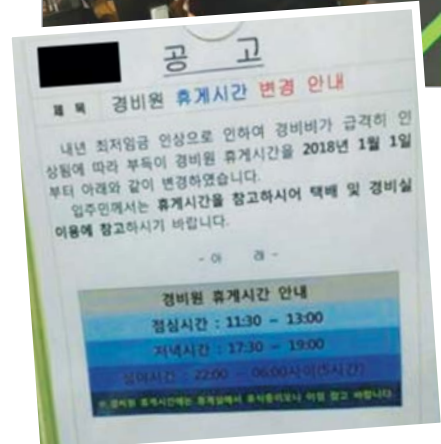
■ 편의점 상비약 취급 범위 확대 논란 정부와 약국 갈등 고조



부작용에 관한 통계도 확대를 막을 만큼 심각하지도 않은 수준이어서 약국 업계의 집단 이기주의 의혹을 짚게 하고 있다.

캐나다의 경우 작은 규모의 편의점을 운영하더라도 40여가지 이상의 상비약을 취급하고 있다. 진통제, 감기약은 기본이고 알리지 약까지도 취급이 가능하다. 한국 정부에서 추가 허용하려는 지사제나 제산제도 판매하고 있다. 일본의 경우는 편의점 취급약이 헤아리기 힘들 정도로 많다. 약사회 간부가 자해소동까지 벌이며 확대 철폐를 요구하고 있는 편의점 상비약 취급 확대 방안이 해가 바뀔 올해 어떤 결론을 볼 지 관심거리다. ■

■ 최저임금 인상 시행 편의점 알바생 등 저임금 근로자 직격탄



◀ 왼쪽 게시물은 아파트 경비원에 대한 임금 인상분을 상쇄시키기 위해 휴게시간을 연장하는 공문을 부리는 내용이다. 온타리오도 신년 벽두부터 한국과 매우 유사한 부작용을 드러내고 있다.

지난 12월 중순 모국에서는 약사들 1,000여명이 청와대 인근에서 대규모 시위를 벌였다. 정부(보건 복지부)가 편의점에서 현재 취급하고 있는 안전 상비약 가짓수를 확대하려는 정책을 결사 반대하기 위해서 약사들이 거리로 쏟아져 나온 것이다.

약국이 문을 닫는 심야 시간, 휴일 등에 편의점에서 구입할 수 있는 의약품을 현행 13가지에 더 추가하겠다는 것이 정부 방안이며 결과적으로 편의점에게는 수익 추가 창출이 기대되는 반면 약국 입장에서는 수입을 일정 정도 빼앗기는 상황이 벌어지게 된다.

문제는 소비자들의 반응이다. 상비약의 편의점 취급 품목이 많아지면 편리해서 좋다는 것이 일반적 여론이다. 급히 상비약이 필요한데 약국이 문닫는 시간이면 구할 곳이라고는 편의점 말고는 없기 때문이다. 이에 대한 대응책으로 약사회에서 자체적으로 심야에도 문을 여는 약국을 인터넷으로 홍보하고 있지만 실제로 가보면 단혀 있기가 다반사다.

약사회측은 편의점이 무분별하게 현재보다 더 많은 약품을 취급하면 약의 오·남용으로 국민 건강을 해친다는 명분을 내세우고 있다. 그러나 이 또한 명분이 약해보인다. 의사 처방없는 상비약의 경우 약국에서 사더라도 별다른 조언을 해주지 않기는 마찬가지이기 때문이다.

편의점에서 의약품이 많이 팔리는 시기를 보면 실제로 약국이 문닫거나 휴일인 경우로 매출이 급증하고 있다. 경실련이 조사해 지난 12월 초에 발표한 바에 따르면 “소비자들이 편의점 상비약 취급 확대를 원하고 있으며 약의 오·남용으로 인한 부작용 운운은 약사들의 밥그릇 챙기기 목적의 억지 주장”이라는 것이다.

약사회측은 대안으로 심야공공약국 전국 확대를 주장하는데 정부 예산을 지원해 심야 영업하는 약국 수를 확대하지는 것이다. 그러나 보건복지부가 추가하려는 약들이 속쓰림 제거를 위한 제산제, 설사를 멈추게 하는 지사제 등 일반 상비약이 대부분이며 오·남용할 약품들이 아니다.

모국의 새 정부가 야심차게 수립해 신년부터 시행에 들어간 최저임금 인상 정책이 벽두부터 부작용을 쏟아내며 당초의 취지가 달성될 것인지 불안하다. 작년 최저임금은 6,470원이었으며 올해 7,530원으로 인상돼 저임금 노동자들의 뼈뺏한 삶이 다소 여유를 찾을 것으로 기대했으나 고용주들의 꿈수가 난무하며 현장에서 전혀 먹혀들지 않는 것이 현실로 나타나고 있는 것이다.

우선 편의점을 보면 최저 임금은 올렸지만 실제로 알바생이나 헬퍼가 손에 쥐는 전체 금액은 전보다 줄어들 것으로 보인다. 인상분을 보전하기 위해 점주들이 근무시간을 단축했기 때문이다. 한국은 OECD 국가 중 자영업 구성비가 최고로 높은 국가에 속하며 따라서 인상된 인건비 감당을 위한 자영업주들의 자구책이 부작용을 낳을 것이라는 우려는 작년부터 꾸준히 제기돼 왔었다.

주인이나 고용주들의 꿈수는 편의점만이 아니다. 인센티브 제도로 급여를 받는 뭉치 큰 회사들은 인센티브의 상당 부분을 정기 급여로 편입시켜 최저임금을 높이는 편법을 쓰고 있다. 최저임금 인상은 연차수당이나 근속수당 인상을 동반하는데 이 또한 피하고자 근무 시간을 단축함으로써 이들 수당 지급을 피하거나 감소시키는 시도들이 벌어지고 있다. 한 요양보호사는 “병원측이 연차나 근속 수당을 지급하지 않으려고 근무 시간을 조절하고 있다.”고 증언했다.

대형 마트 근무자도 실정은 비슷하다. 한 마트 근무자는 “전에는 밤 9시까지 근무했는데 지금은 6시 30분에 퇴근시키면서 고용주가 직원에게 점심 식대를 지급하지 않아도 되는 조건을 만들고 있다.”고 불만을 털어냈다. 인건비를 줄이기 위해 기존 숙련 파트타임 인력을 저임금 노동자, 일명 알바생으로 대체하는 사례도 빈번해지고 있다. 청소원이나 경비원, 택시기사들이 격적탄을 맞고 있다. 대학이나 병원에서 일하는 청소원 아줌마들의 경우 결원이 생기면 알바생으로 대체하는데 숙련도가 한참 떨어지다보니 기존 인력들의 노동 강도가 매우 높아지는 고통을 감내하고 있다. 아예 기존 인력을 해고하고 알바생으로 대체하는 경우도 있다.

아파트 경비원의 경우 인력 감축 바람이 불고 있다. 예를 들어 4명이 하던 일을 1명을 해고함으로써 임금인상의 부담을 더는 비인간적인 수법을 쓰는 것이다. 택시 기사는 인건비를 어쩔 수 없이 올리면서 회사에 내야 하는 사납금을 올림으로써 인상분을 상쇄시키고 있다.

편의점이나 식당은 이번 임금 인상이 단행되기 전에도 영업부진 타개책으로 몇시간씩 휴게시간을 주고 이 시간 동안은 임금을 지급하지 않는 방법을 써왔었다. 이번 인상 조치로 이런 관행은 더 빈번해질 것은 뻔해 보인다.

결국 최저임금을 올려도 아무 도움이 안되거나 오히려 피해를 본다는 말이다. 최저 임금 도입의 취지를 살리려면 노동 현장의 세세한 구석까지 살펴야 할 상황이다. 한편 캐나다 온타리오주도 올해부터 11.60 달러를 하던 시급이 14달러로 대폭 인상, 시행에 들어갔는데 한국과 유사하게 각종 인센티브부터 감액하거나 인력 구조조정 조치에 들어가는 것으로 파악됐다. 최저임금 인상은 이처럼 나라를 불문하고 장단점을 함께 하는 양날의 칼인 만큼 정책 입안자나 집행자들의 보다 엄정한 연구가 필요한 정책임을 실감케 하고 있다. ■

〈17면에 이어〉 캘리포니아, 대마초 손님으로 장사진

나와 있듯이 64%였다. 캐나다가 금년부터 주별로 마리화나 합법화를 시행하는 단계에 들어간다. 캐나다 국민들의 기호용 마리화나 합법화에 대한 여론은 어떨까? 2017년 3월에 발표된 NRP리서치 그룹의 조사 결과를 소개한다.

- 전국 51% '찬성', 33% '반대', 14% "어느쪽이든 상관없다."
- 연령대 : 18~34세 60% 찬성으로 가장 높은 지지
- 주별 찬성률 : 매니토바 59%, B.C 57%로 선두. 반면 퀘벡주는 37% 지지로 최저
- 기존 마리화나 소비자 지지율은 83%, 비 소비자 지지율은 46%
- 합법화될 경우 특별 판매세를 부과해야 한다 : 63%. 주별로는 웨스턴 지역이 최고(사스캐추완 88%, 알버타 73%, B.C 70%)
- 마리화나 암시장 척결과 조직범죄율 감소에 합법화가 기여할 것이다. : 51%
- 합법화되면 미성년자 소비율이 증가할 것이다. : 59% (합법화 반대자 중 이를 이유로 반대한다는 응답은 반대자 전체의 85%이며 마리화나를 경험하지 않는 자들로 합법화를 반대하는 응답자의 반대 이유로 이를 든 것은 62%)
- 응답자의 87%가 합법화되더라도 술, 담배처럼 미성년자에게 판매가 허용되지 말아야 한다고 답했다.
- 응답자의 67%는 마리화나 소비 상태에서 운전자가 늘어날 것이라고 답했다.
- 마리화나가 술보다 더 해롭다 : 32%, 마리화나가 술보다 더 해로운 것은 없다 : 46% (35세 미만의 성인 중 56%는 마리화나와 술의 위험 정도를 동일시하며 마리화나가 술보다 특별히 더 위험할 것이 없다고 답함. 이들 중 65%가 마리화나의 합법화 찬성 근거로 이 이유를 들었음)
- 합법화로 인해 성인의 마리화나 소비가 현재보다 증가할 것이다. : 74% (현재 마리화나 사용자는 단지 30%만이 이에 동의했으며 현재 미 사용자의 17%는 합법화되면 마리화나를 소비해보고자 한

다고 답함)



▲ 연방 자유당 정부가 전국 차원의 기호용 마리화나 허용을 2018년 7월 1일부터 시행할 것이라는 발표를 하자 지지자들이 마리화나 잎사귀가 그려진 국기를 흔들며 환호하고 있다. 언론들도 이를 빚대 'Canada Day'를 'Cannabis Day'라고 표현했다. 'Cannabis'는 마리화나의 학명(學名)이다.

이상의 몇가지 의미있는 팩트를 놓고 볼 때 캐나다는 미국의 64%에 비해 간신히 과반수(51%)를 넘긴 지지율로 상대적인 보수적 경향을 보이고 있다. 그럼에도 불구하고 찬성이 더 많다는 사실 자체는 의미심장하다. 대개 한국인들은 향정신성의약품에 대해 예민하고 법이 워낙 강력한 통제를 발휘했던 시절에 살았던 영향때문에 대단히 보수적인 반응을 보인다. 절대 다수가 반대하는 모습인데 캐나다 인구 전체로 보면 이처럼 과반수의 결과를 대하면 당혹감을 느낄 것이다. 비록 찬성이 많기는 하지만 미국인들과 마찬가지로 캐나다인들도 통제 관리의 엄격성과 미성년자에 대한 판매 불허, 공중 보건에 대해 민감하기는 마찬가지로 반응이다. ■

Sunny의 건강 이야기(4)

지난 호 당뇨에 이어 이번호에는 콜레스테롤을 다룬다. 콜레스테롤은 85%가 간에서 생성되고 나머지 15%는 음식물이 소장에서 소화되는 과정에서 생성되어 간에 저장된다.

놀라운 사실은 뇌의 90%가 콜레스테롤이고, 신경막, 세포막, 근육막 전체가 콜레스테롤이다. 또한 여성호르몬과 남성호르몬 (Estrogen & Testosterone)의 80%가 역시 콜레스테롤이다.

우리 몸은 콜레스테롤 수치를 자동으로 조절한다. 콜레스테롤 자체는 병도 아니고 무조건 나쁜 것도 아니라는 사실을 확실히 인식해야 한다. 많으면 심장 질환을 유발하지만 수치가 너무 낮아도 심각한 위험이 있다. 콜레스테롤은 지용성이라 필수적으로 수용성인 지질단백

질(Lipo Proteins)과 결합해야 몸 곳곳으로 이동이 가능해진다. 지질단백은 3종류가 있다. 따라서 피검사에서 나오는 결과는 콜레스테롤이 같이 결합되어 있는 형태의 3가지 지질 단백질의 수치로 나오게 된다.

흔히 우리가 좋은 콜레스테롤이라고 하는 High-Density Lipoprotein은 크기가 작지만 밀도가 높고, 세포로부터 간으로 나쁜 콜레스테롤을 운반해 제거해주는 역할을 해주며, 나쁜 콜레스테롤인 Low-Density Lipoprotein은 크고 밀도가 낮으며 간에서 세포로 콜레스테롤을 운반하는데 이 과정에서 수치가 높아지면 혈관벽에 붙어서 심혈관에 무리를 준다. 끝으로 트리글리세라이드(Triglycerides)가 있는데 혈액내의 다른 형태의 지방으로 중성지방이라고도 하며 심장마비나 뇌졸중의 발병가능성을 높인다.

또한, 이것의 수치가 높다는 것은 인슐린 수치가 높거나 인슐린 저항이 왔다는 것을 의미하기 때문에 일단 당뇨를 의심해보아야 한다.

수치가 높아진 근본적 원인은 우리 몸에 염증과 스트레스가 높아졌기 때문이다. 콜레스테롤의 중요한 역할은 염증을 치료해 주고 혈관에 난 상처를 치료해준다. 염증이란 우리가 일반적으로 생각하는 항생제를 필요로 하는 국소염증이 아닌 몸 전체에 발생하는 만성염증을 의미한다. 온몸에 만성염증이 증가하고 혈관에 상처가 많이 생기면 간에서는 자동적으로 많은 양의 콜레스테롤을 생성하여 치료를 해주는데, 너무 많이 생성되어 혈관에 쌓이고 막히기 때문에 문제인 것이다.

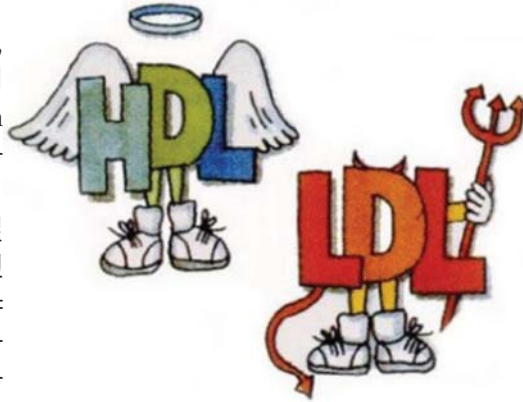
이 경우 의사들은 무조건 Zocor나 Lipitor와 같은 스타틴 계열의 약을 처방해주는데 그치는 것이 더 문제다. 미국의학협회에서는 스타틴만이 심장마비와 뇌졸중을 직접적으로 줄여주는 유일한 약이라 정의하고 있다.

이 처방약들은 치료제가 아니라 증상의 일시적 완화제일 뿐, 약을 중단하면 증세는 바로 돌아온다. 또한, 종전에 말한 바와 같이 스타틴 약만을 복용하면 간에서 동시에 생성되는 Co-Q10이 고갈되는 심각한 현상이 나타나기 때문에, 반드시 Co-Q10을 따로 섭취해 주어야만 한다. 영국에서는 아예 스타틴 약에 Co-Q10이 코팅되어 있는 제품을 처방해주고 있다.

중요한 것은 스타틴 처방약이 나쁜 콜레스테롤뿐만 아니라, 좋은 콜레스테롤 수치도 동시에 낮추어 주기 때문에 더 효과가 없다는 것이다.

처방약으로 급격히 콜레스테롤 수치를 낮추면 어떠한 부작용이 있을까? 우선 남성호르몬 수치가 급격히 떨어져 성욕이 줄고 발기부전이 생기고,

콜레스테롤의 원인과 치료



뇌막과 근육막이 줄어들기 때문에 신경통이 생기고 손발이 저리는 증세가 나타나기 시작한다. 그 뿐만 아니라, 치매현상이 증가하기에 실질적으로 전 세계에서 알츠하이머 발병이 증가하고 있다. 약을 복용하는 많은 환자들은 건강증이 잦고, 근육통과 신경통이 생기고 머리가 무거워지는 것을 느끼며 성욕이 감퇴되는 것을 체험하는데 나이가 먹으면서 생기는 자연스러운 현상이라고 착각한다. 또한, 이런 복합적인 증상에 시달리면서 우울증까지 찾아와 결국 의사들은 손쉽게 우울증 치료제를 처방해주게 되면서, 지난 십 수년간 이 우울증 치료제의 판매량이 기하급수적으로 증가하게 되었다. 단순한 처방과 그 후속 수단이 없어서 초래된 악순환의 연속이다.

실제로 이 약이 효력이 있는 것이 증명된 유일한 환자군은 60세 이전에 심장마비를 경험했던 남성들뿐이다. 다른 모든 환자들에게는 전혀 치료나 예방효과가 없다. 스타틴 계열의 약보다 속도는 약간 느리지만 매우 좋은 효과를 내는 보충제가 Vitamin E이다. Vitamin E는 음식에 많이 포함되어 있지 않아서 보충제로 채워줘야 하는데, 염증을 낮추고 혈관 청소를 해 주는데 탁월한 효과가 있다. 또한, 간에서 콜레스테롤을 생성할 때 만들어 주는 메발론산염 수치를 줄여서 암도 예방해준다.

일반적으로 약국이나 건강식품점에서 판매하는 Vitamin E는 'alpha-D-tocopherol'로서, 값이 저렴하여 많이 구입하지만, 항산화제품으로서만 유익할 뿐이지 콜레스테롤 수치를 낮추거나 염증치료를 해주는데 전혀 효과가 없다. 값이 비싸더라도 "Tocotrienol"이 포함된 복합적인 tocopherol이 포함되어있는 제품이어야만 한다. 그 외에도 콜레스테롤 수치를 안정시켜주고 혈관을 맑게 하는 것은 Omega-3 Fatty Acid이다.

그럼에도 불구하고, 약이나 보충제에만 의존해서는 절대 안된다. 수치를 일시적으로 낮춰주는 것은 의사가 할 일이지만, 치료는 결국 본인 스스로 실행해야 한다. 콜레스테롤 수치를 낮추는 가장 근본적인 대책은 염증을 줄여주는 것이다. 만성염증의 원인은 스트레스와 필수 영양소 결핍 그리고 수면, 운동부족이다.

스트레스는 과도한 업무, 지나치게 예민하거나 완벽주의적 성격 등으로 인해 유발돼 만성염증을 낳게 한다. 스트레스를 주는 환경에 변화를 줘야 한다. 또한 무엇보다 수면을 충분히 취해야 한다. 잠을 잘 때 몸에서 필요한 호르몬이 생성되고 병을 고쳐주기 때문이다. 스트레스 해소에는 역시 가장 효과적인 것이 운동이다. 가벼운 운동이 아니라 땀을 흘리고 근육에 충분한 자극을 주는 운동이어야 한다. 사우나에서 땀을 빼는 것도 도움이 되지만, 땀을 통해 필수영양소들도 같이 빠져 나가기 때문에 문제다.

처방약에만 의존하지 말고 건강한 식습관과 운동 그리고 스트레스 줄이는 것이야말로 평생 꾸준히 지켜 나가야 할 것들이다. 노력하지 않고 나이지는 병은 없다. 결론적으로 콜레스테롤의 치료는 전에 말한 바와 같이 대사증후군 전체를 대상으로 하는 싸움이라는 사실을 잊어서는 안된다.

〈다음호에 계속〉 ■

OKBA 지구협 회장 전화번호

- 광역토론토 지구협회 -

■ Etobicoke

회장 이두승 (416) 895 - 1277

■ New Market

회장 금동진 (905) 836 - 6429

■ North York

회장 김정렬 (416) 665 - 6709

■ Peel

회장 양영국 (905) 891 - 9330

■ Richmond Hill

회장 김대용 (905) 471 - 8079

■ Scarborough

회장 엄중호 (416) 759 - 4503

■ Toronto East

회장대행 이동훈 (416) 924 - 0999

■ Toronto West

회장 김재숙 (416) 975 - 0365

■ Weston & York

회장 조용상 (416) 604 - 3116

- 남서부 지구협회 -

■ Brant County

회장 박정현 (519) 752 - 5378

■ Halton & Hamilton

회장 장은홍 (905) 679 - 4812

■ London

회장 오세정 (519) 432 - 6672

■ Niagara Falls

회장 김흥기 (905) 371 - 3539

■ Waterloo 남서부 지구협의회 의장 겸임

회장 권순천 (519) 684 - 7444

■ Windsor

회장 이응학 (519) 734 - 7111

- 동북부 지구협회 -

■ Durham

회장 김병욱 (905) 433 - 1340

■ Huronia

회장 진재원 (705) 487 - 2005

■ Kingston

회장 장승원 (705) 639 - 1312

■ Owen Sound

회장 위재광 (519) 794 - 2626

■ Peterborough

회장 홍성훈 (705) 652 - 6323

www.okba.net

온라인을 통해 더 빠르고 정확한 정보를 얻으실 수 있습니다.



OKBA 온타리오 한인사업인협회
Ontario Korean Business's Association

공지사항
실업뉴스
계서판
실업뉴스PDF 보기
KBA활동조합 스페셜
KBA합동조합 공동구매



AVANTIS
POS/Barcode System
416-880-9734

OKBA PROGRAM STORE

POS SYSTEM

OKBA 프로그램스토어
포스시스템



TouchCash Inc.
ATM & POS
1-866-391-3950

Weston Bakesies 배달서비스
Merchant Services Preferred Pricing Program
South Cove 현금신용서

2017 Convenience 및 **CARWACCS**
카드서비스 프로그램 운영, 합회 회원 150여명 강
제 혜택으로 다양한 혜택을 제공함
[1] 푸드서비스 최대 한도 1000달러까지
[2] 편의점/음식점/대형마트/백화점/편의점-편의점
[3] 편의점/음식점/대형마트/백화점/편의점-편의점
[4] 편의점/음식점/대형마트/백화점/편의점-편의점
[5] 편의점/음식점/대형마트/백화점/편의점-편의점

2017년 OKBA 회원대상
2017년 OKBA 회원대상
2016 OKBA 회원대상
2016 OKBA 회원대상
2016 OKBA 회원대상

합회소개 협회조직 / 협회정관 및 내규 / 회원가입 / 회원의 권리와 의무 / 지구협회소개 / 찾아오시는 길
175 THE WEST MALL, (ETOBICOKE) Ontario M9C 1C2 대표전화: (416) 789-7891 / 팩스번호: (416) 789-7834
Copyright © okba.net All Rights Reserved.



PROGRAM STORE

Strong Retailers' Network

- 독립편의점 네트워크 구성 중점
- 프로그램 스토어 전담팀 운영
- 가입 업소 직접 방문
- 문제점 및 업소운영에 대한 상담
- 각 업소에 맞는 운영안 제시
- POS 시스템의 운영으로 자료 축적을 통한 공급,유통 환경 개선



DIRECTORY



■ 협동조합

협동조합 사무실 ----- (416) 789-7544
 169 The West Mall, Etobicoke
 협동조합 웨스트몰지점 ----- (416) 867-1444
 169-175 The West Mall, Etobicoke
 협동조합 모바일지점 ----- (416) 285-9591
 1 Mobile Drive, Toronto

■ 담배회사 및 관련업체

Imperial Tobacco Canada ----- (800) 379-7629
 JTI MacDonald Corp ----- (800) 268-2068
 Rothmans Benson & Hedges ----- (800) 387-8555
 Kretek ----- (905) 625-1169
 House of Horvath Inc. ----- (416) 534-4254
 Scandinavian Tobacco ----- (866) 837-1807
 Casa Cubana ----- (514) 737-0066
 GVA Canada Inc ----- (416) 573-8085
 National Smokeless Tobacco Co. ----- (519) 208-5138
 Bic Inc ----- (416) 742-9173
 Nibo Group Inc. ----- (905) 479-0022

■ 복권관련

AGCO (복권 판매 라이선스 관련) ----- (416) 326-8700
 (800) 522-2876
 Fax (416) 326-5555
 OLG ----- (800) 387-0104

■ 음료

Coca Cola Bottling Company ----- (800) 241-2653
 Pepsi Bottling Corp. ----- (905) 568-7909
 (800) 387-8400
 Nestle Waters Canada ----- (519) 763-9462
 Lasseonde ----- (905) 791-5300

■ 우유

SAPUTO(Neilson Dairy) ----- (800) 663-4724
 Parmalat ----- (905) 829-0555
 Sealtest / Natrel ----- (416) 442-2300

■ 스낵 공급

Frito Lay Canada ----- (905) 460-2414
 Old Dutch Foods Ltd. ----- (800) 387-2273
 Krispy Kernels ----- (800) 461-7337
 South Cove ----- (905) 829-3666

■ 초코렛 / 캔디

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

■ 아이스크림

Nestle Ice Cream ----- (905) 458-3600
 Ontario (800) 500-5634
 Unilever Canada Inc ----- (866) 888-2775
 Fruti Distributing ----- (866) 663-3231

■ ATM / Debit

TD Merchant Services ----- (888) 663-6634
 Touch Cash ----- 1- (866) 391-3950
 Moneris Solutions ----- (866) 319-7450
 1 Solution ----- (905) 962-1999

■ 잡지 공급

Metro News ----- (416) 285-2050
 News Group ----- (905) 681-1113

■ 법률관련

변호사 이영동 ----- (905) 272-4339
 변호사 박재현 ----- (905) 527-0202
 Best Defence (아담 유) ----- (416) 739-8887

■ 금융 / 회계 / 재정 / 보험

Bank of Canada(위조지폐 관련문의) ----- (888) 513-8212
 신한은행 ----- (416) 250-3550
 외환은행 ----- (416) 222-5200
 TD한인금융센터 ----- (416) 250-5855 (손종호 ex 231)
 이방록 회계사 ----- (416) 221-2009
 오중찬 보험 ----- (905) 764-8061 (ex 254)
 최창근 모기지 ----- (647) 928-7313
 이은진 회계사 ----- (416) 802-3870

■ 언론사

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

■ 장비 설치 수리

종합캐쉬레지스터 ----- (416) 622-2255
 프로캐쉬레지스터 ----- (416) 804-4075
 Cool Air Cleaning ----- (416) 224-0020
 Hi Cool Tech ----- (416) 909-7114

■ 기타

Kocom ----- (416) 769-3532
 DSC Digital System ----- (416) 255-6549
 Label & Bag Depot ----- (416) 432-2937
 Ubix Communications ----- (416) 492-6022 (Ex.221)
 David Health International ----- (647) 726-1010
 허바헬스 ----- (416) 435-5754
 365 Wholesale ----- (416) 931-9002
 Butterfly Fashion ----- (416) 785-5999
 The Best Inventory Service ----- (905) 359-8560
 원도매상 ----- (416) 661-6664

달콤한 휴식

신제품

- 초콜릿 브랜드 1위
- KIT KAT, 해당 업계의 선두를 차지하며 14% 성장*
- 3가지 맛 출시



자세한 내용은
도매업자에게
문의하세요!



버블에서 ...느껴지는... 마성의 맛

- 시장 진출 기회 증대
- 더욱 세련된 모양
- 속 안을 가득 메우는 트러플

*Nielsen TL KIT KIT L12W p/e 2015년 12월 12일
상표 소유 / PROPRIÉTAIRE DES MARQUES: SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A., VEVEY, SWITZERLAND / SUISSE.
라이센스 소유자 / LICENCIÉ: NESTLÉ CANADA INC., NORTH YORK, ON M2N 6S8.



2017.12.31~2018.1.27

Frito Lay Canada에서는 2017년 12월 31일부터 2018년 1월 27일까지 클럽 골드 회원, 플래티넘 회원, 다이아몬드 회원에게 스페셜을 실시하오니 방문하는 판매 담당자 또는 드라이버에게 문의하세요. 4주 한정기간 동안 프로모션이 있으니 적극 활용해 주시기 바랍니다.



Lays XL
2/\$6



Smartfood
XL 2/\$6



Lays SS
2/\$2.⁵⁰



- 최소 주문량 \$50
- 다양한 제품 오더 가능 (Single Serve, Take Home, Convenience Food, etc)
- 직접 재고 관리 가능
- 필요할 때마다 주문 가능 (무료 배달/주문 후 이틀안에 배달 완료)
- 충분한 유효기간 (창고에서 직접 포장)
- Single Serve는 Snack to you를 통해 주문 가능합니다.

Online at snackstoyoucanada.ca or Phone 1-866-404-8881