

실업뉴스



The Ontario Korean Businessmen's Association News
2018년 12월 19일 수요일 제766호



2018년, 울 한해도 수고많으셨습니다.
얼마남지 않은 한해를 돌아보며 그동안 보내주신 성원에 감사드립니다.
2019년 밝아오는 기해년 황금 돼지해에도 뜻하시는 모든 일 성취하시기를 소망하며
행복하고 건강한 부자되시길 기원합니다.
새해 복 많이 받으세요

온타리오 한인실업인협회 임직원 일동

OKBA와 친구해요!

카카오톡 플러스 친구 OPEN

돌보기 검색창에서 'OKBA' 검색 후
플러스 친구 추가하세요.

생생한 정보를 전달합니다!

검색창에
OKBA를
입력하세요.

친구추가
버튼을
클릭하세요.

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.
라이선스 소유자 / LICENCIÉ: NESTLÉ CANADA INC., NORTH YORK, ON M2N 6S8.



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

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



▲ 본부협회 39대 이사장에 취임한 이두승 신임 이사장이 회의를 주관하고 있다. (2018.12.7 제1차 정기이사회)

C O N T E N T S

04 | 회장 송년 메시지 : 조합 주주총회를 돌아보며 희망을 봅니다!

05,07 | 이두승 이사, 신임 이사장 취임

06 | N,S 대량 불법담배 집산지 오명

08, 10 ~ 13 | 2019 식음료 시장 주도 키워드

09 | 신용카드 사기, 고가 즉석복권 들고 튀기

14 ~ 16 | 편의점 커피사업, 무조건 고급화로!

17 ~ 19 | 밀레니얼과 아침식사의 미래
임페리얼 담배가격 인상

20 ~ 21 | 교양 상식 : 조국 근대화와 노동음료 박카스

22 | OKBA 지구협회장 전화번호
2018년 협회 주요 사업

23 | Directory

알림

본부협회는 12월 24일(월) 오전 근무이후 휴무에 들어가 내년 1월 2일(수) 업무를 재개합니다. 2019년 시무식은 실험·조합 합동으로 1월 4일(금) 협동조합 회의실(교회)에서 오전 11시에 진행됩니다.

조합 주주총회를 돌아보며 희망을 봅니다!



온타리오한인실업인협회장 신재권

회원 여러분, 그리고 조합원 여러분 안녕하십니까.

지난 12월 4일 개최된 2018년 협동조합 연차 주주총회를 돌아보니 어느해보다 의미가 깊은 총회였음을 재삼 실감하면서 본 지면을 빌어 회원과 조합원들에게 저의 간단한 소회와 아울러 감사의 인사를 전하고자 합니다.

금년 조합 주주의 각별한 의미는 우선 8년간 불법적으로 빼앗겼던 주주의 권리를 많은 회원들이 되찾아 올 수 있었다는 점입니다. 절차상으로도 내용적으로든 제대로 된 통지도 없었고 상당수가 자발적으로 구매한 것도 아닌 현행 100불 보통주 제도는 일찌감치 과거의 1불 주주로 되돌려야 할 사안이었음에도 이토록 오랜 세월을 방치하다가 정상으로 돌아왔으니 만사지탄의 감을 지울 길 없습니다.

법적으로 어떠한 협회 정관은 협동조합을 협회의 부대사업체로 규정하고 있습니다. 그럼에도 몇몇 지구협회 중심의 친 조합 인사들은 협회와 조합의 무관성을 내세우며 조합이 본연의 모습으로 돌아가는 것을 이런 저런 구실로 줄곧 반대해왔습니다. 이제 저들만의 조합이 아니라 명실공히 우리들의 조합이 됐음을 크게 다행으로 여기며 조합 재도약을 위한 심기일전의 계기로 삼을 것을 강력히 호소드립니다.

두번째 의미는 18인의 이사수를 8인으로 최소화했습니다. 축소된 협회 회장단 2인과 역시 축소된 협회 이사장단 2명을 합해 모두 4인이 조합 운영이사회 자동 이사가 됩니다. 조합 자체 직선 이사 역시 4인으로 해서 두 조직의 세력 균형을 이루게 함으로써 조합 운영의 공정성 제고의 제도적 기본 틀을 갖추게 된 점은 그 의미가 결코 작지 않습니다. 이는 협회의 조합에 대한 책임이 더 막중해졌음을 의미합니다.

세번째로 특별감사를 통해 조합의 부끄러운 현주소를 철저히 드러내게 했다는 점입니다. 잘못을 바로잡으려면 무엇이 잘못됐는지를 먼저 알아야 하는 것은 당연한 상식입니다. 그러나 그 오랜 조합 역사에 있어 이번 특감처럼 발본색원의 자세로 뼈를 깎는 아픔을 감내하며 수행된 감사활동은 전무후무할 것입니다. 이미 동포 언론이나 구전을 통해 대략의 실상은 두루 파악을 하고 계시니 세세한 내막을 되풀이할 필요는 없었습니다만 근거도 없는 관행에 기대어 공금을 유용한 극심한 도덕적 해이는 일벌백계하는 의미에서 그 고리를 이번 기회에 반드시 끊고야 할 것입니다.

선처는 잘못을 인정하고 상응하는 스스로의 조치를 다한 후에야 기대할 수 있는 정상참작입니다. 개인적으로는 마음아픈 일입니다만 책임은 반드시 물을 것이며 이래야만 교훈을 얻고 우리의 미래도 있을 수 있습니다. 주인이 제 역할을 못하면 직원이 어디까지 부정하고 부패해질 수 있는지, 그리고 아무나 봉사한다고 나서기는 하지만 생각이 바르지 못하면 제대로 봉사할 수 없다는 점을 이번 특감을 계기로 모두가 소중히 깨달았다는 점에서 의미는 막중합니다.

이제 협회와 조합 사이에 조합 건물 매매가 이루어지게 되었습니다. 협회 이사들과 조합원들이 용단을 내리셔서 적극 성원한 결과입니다. 협회와 조합을 아끼고 두 조직의 미래와 비전을 갈망하는 다수가 무엇을 원하는지 이번 조합 정관 개정과 조합 건물 매각 결정에서 확실히 알 수 있었습니다. 그다수를 위해 신명을 다할 결심을 다집니다.

다 함께 다짐할 우리들의 소명이 하나 있습니다. 척박한 이민 환경속에서 오랫동안 한인사회의 버팀목을 해온 실험과 조합은 앞으로도 한인사회의 공적 자산으로서의 역할을 해야 하며 여건이 비록 어렵더라도 그 역할을 그 어느때보다 더 충실히 해야 할 것입니다. 정계에 진출한 한인 출신의 정치인도 두명이나 있으니 이들을 가고 삼야 주류사회와의 단단한 유대까지도 도모할 수 있어야 합니다. 누가 뭐래도 협회와 조합이라는 고기는 한인 커뮤니티를 떠나서는 온전히 헤엄치기 힘듭니다.

끝으로 거듭 강조합니다. 협회와 조합은 일부 특정인들을 위한 조직이 아닌 회원 모두의 것이고 회원들을 위한 원래의 취지대로 돌아가서 어느때보다 어려운 가운데 힘있게 비즈니스를 하는 회원들의 정신적 울타리가 되어야만 합니다. 조합을 본래의 모습으로 되돌리기 위해 헌신해주신 회원 그리고 조합원 여러분에게 다시 한번 깊이 감사드립니다.

저무는 황금개의 해를 잘 마무리하고 기쁜 마음으로 황금 돼지의 해에 다시 만나기를 기대하며 가내 평화와 사업의 번창을 기원합니다. ■

전임 조합 이사장 김양곤 회원 제명

이두승 이사, 신임 이사장 취임



▲ 신임 이두승 이사장(왼쪽)과 퇴임하는 이성호 이사장이 의사봉을 교환하고 있다. 오른쪽 뒤는 협동조합 운영이사장이자 협회 부이사장인 신영하 이사이며 부이사장에 연임됐다.

본부협회 제 39대 이사장에 이두승 이사가 선출됐다. 지난 12월 7일 (금) 본부 협회 회의실에서 개최된 2018/2019회계연도 1차 정기이사회에서 단독 후보로 추천된 이두승 이사의 인준을 위한 무기명 비밀 투표 결과, 재석 이사 24명 중 23명이 투표에 참가해 20표의 압도적 지지를 얻어 (반대 3표) 신임 이사장으로 선출됐다. 임기는 1년이다.

선출 후 소감 발언에서 이 이사장은 협회와 조합의 가교역할에 최선을 다할 것이며 이사들의 애로사항을 언제라도 흔쾌히 듣고, 할 수 있는 한 성심을 다할 것을 다짐했다. 신임 이사장은 본부협회 부이사장, 감사 위원, 이토비코 지구협회장, 조합 부이사장 등 이력이 매우 다채롭고 현재도 이토비코 지구협회장직을 수행 중이다. 특유의 친화력을 바탕으로 GTA여론 형성의 강한 구심적 역할을 하는 것으로 정평이 나 있다.

1년 임기를 마치는 이성호 이사장은 “1년 전 당부했던 품격있는 이사회 만들기”에 이사들이 잘 협조해서 좋은 분위기를 이어갈 수 있었다고 사의를 표했으며 급변 한해 이사회를 중심으로 온타리오 정권 교체와 한인 출신 정치인들의 당선에 힘을 모아준 협회의 단합된 모습에 자부심을 느낀다고 말했다. 또한 자신의 임기 중인 올 한해에 과거 제명됐던 회원들을 무려 13명이나 복권시킬 수 있었던 것도 협회 단합 차원에서 큰 의미가 있

〈7면에 계속〉

2018 제 10회 TouchCash Inc. ATM & POS 장학생 명단

그동안 한인 사회의 격려와 지원으로 이렇게 30명의 학생들에게 장학금을 지원해 온 것을 큰 기쁨과 보람으로 여깁니다. 앞으로도 더욱 많은 한인 학생들이 미래를 향한 자유로운 꿈을 꾸고 더 나아가 한인 사회의 기둥들이 될 수 있도록 TouchCash Inc. ATM & POS는 오늘도 열심히 응원하겠습니다.

Chapter / KBA	Applicant Information			Parent Information	
	Name	University / Collage	Faculty	Name	Business name
Etobicoke	Esther Kim	Wilfrid Laurier University	Arts	Chang Su Kim	Mother's Bakery & Deli
Newmarket	Han-Wool Na	Ryerson University	Community Service	Ha Il Na	Country Mart
North York	Joo Young Kim	OCAD University	Industrial Design	Kyung Hee Kim	Sheppard Convenience
Peel	Erin Lee	University of Ottawa	Accounting	Seung Il Lee	Light Variety
Scarborough	Min Jae Song	Fashawe College	Health Science	Myeong Hyeon Song	Parkway Variety
Toronto East	Haeun Song	University of Toronto	Nursing	Kwang Ho Song	Select Fine Food
Toronto West	Soyeon Stephanie Kim	University of Waterloo	Arts-Accounting & Financial Mar	Chunghwae Kim	Splash Splash Conv.
Weston / York	Thomas Hanbyul Lee	University of Waterloo	Mathmetics	Joon Kyu Lee	Belmont Super Variety
Brant County	Jun Hwan Yu	Mohawk College	Fennell Campus	Hyung Ok Kim	A & J Variety
Halton & Hamilton1	Hyun Ji Hwang	Queens University	Chemical Engineering	Jin Ah Chung	Westoak Convenience
Halton & Hamilton2	Michael Min-Jae Lee	McMaster University	Engineering	Sung-Woong Lee	Gore Gift & Variety
London 1	Dong-Sue (Sue) Cha	McMaster University	Lif: Science	Jinbyoung Cha	Mini Mart
London 2	Dennis Lee	Sutherland-Chan School of M	Physiotherapist/ Rehabilitation	Jungsun Lee	Bryan's Variety
Niagara Falls	Hyunsung Shin	Wilfrid Laurier University	Music	Seung Hoon Shin	Garrison Mart
Waterloo	Soomin Lee	York University	Faculty of Health	Dongkee Lee	Union Mini Mart
Durham	Janine Yang	University of Ontario Institute	Nursing Program	Chang Soo Yang	C & H Variety
Huron	Million Yun	Georgian College	Police Study	Seung Won Yun	Grace Centre
Kingston	Christina Y. Baik	Mvgill University	Desautels Faculty of Managemen	Seungdae Baik	Hastings C-Store
Owensound	Minchan Han	University of Waterloo	Mathmetics	Jooyun Han	Jet Variety
Peterborough	Sunny Choi	Weston University	Kinesiology	Young Re Choi	Mr. Convenience
Sudbury	Jaeun Kim	McMaster University	Science	Seung Kyum Kim	Tony's Variety & Video
Manitoba 1	SU Keoung Kwon	University of Manitoba	Science	Oh Sang Kwon	Young Food Mart
Manitoba 2	Keun Ho Jo	University of Manitoba	Kinesiology	Si Hyung Jo	Queen Sunny Food
Edmonton	William Lee	Thorhild Central School	Secondary School	Myung Soo Lee	Radway Husky
Halifax	Ji-Ho Park	Dalhousie University	Civil Engineering	Kyun-Woo Park	John's Trading

TouchCash ATM POS

820 Denison St. Unit 3 Markham, Ontario L3R 5M9
 Tel : 905-513-8843 Fax : 905-513-0919
 Toll Free : 1-866-391-3950

[N.S 대량 불법담배 집산지 오명]



▲ 압수된 담배들의 겉에는 건강경고문도 부착돼 있다. 노바스코시아는 운반에 이용된 차량도 몰수하는 권한이 있다.

노바스코시아 주민인 두명의 남자가 지난 11월 28일 30만 개비의 불법 담배를 소지한 혐의로 체포, 기소됐다. 주 특별 수사대는 연방경찰(RCMP)과 합동으로 수사를 펼쳐 102번 고속도로 색빌이라는 동네로 빠지는 출구에서 차량 한대를 멈춰 세웠다.

차량에서 발견된 물량은 노바스코시아주 담뱃세 82,560달러, 연방세 35,780달러를 탈세한 것으로 계산되는 분량이었다. 당국은 적발된 담배는 물론 이를 운반하던 차량까지 몰수했다. 범인은 할퀴팩스 출신의 46세와 61세의 남자들이며 내년 1월 9일 주 다트머스 법정에 출두해야 한다. 혐의는 국세법(Revenue Act)과 특소세법(Excise Act) 위반이다.

노바스코시아는 거대 물량의 불법담배 사건이 심심찮게 일어나는 곳으로 언론의 주목을 받곤하는데 지난 6월에는 이 주의 컴버랜드 카운티에서 온타리오 주민이 거액의 불법담배를 운반하다가 체포되기도 했다.

범인은 29세의 온주 존스타운 출신 인물로 노바스코시아 앰허스트 인근에서 차량 검문에 걸려 24만 개비의 불법담배와 차량을 압수당했다. 이 물량은 주 담뱃세는 66,000달러, 연방세는 약 5만 달러의 탈세에 해당되는 것으로 알려졌다. 주 정부는 당시 이 사건을 발표하면서 “2017년 들어 현재까지 특별 수사대가 총 25건의 불법담배를 적발했으며 물량으로는 12,200카톤, 금액으로는 주세만 675,000 달러 탈세에 해당한다”고 밝혔다. ■

SIGN UP WITH MONERIS
AND GET **PREFERRED RATES**
THROUGH THE OKBA MEMBERSHIP.

moneris.com/associations
1-877-789-5335

Moneris
BE PAYMENT READY

실업인 협회 단체보험
KMI Brokers Inc.

집/자동차: 기준보험료 대비 **15%~20%**할인
비즈니스: 담배도난 무제한 보상 가능

오중찬 : C) 416-602-7083
jc@kmibrokers.com

〈5면에 이어〉 이두승 이사, 신임 이사장 취임

있음을 자평하며 새 이사장이 이런 분위기를 계속 이어나가기를 바란다

이러 신재균 회장은 자신의 임기 첫 1년을 조합 바로잡기에 집중했고 그 결과, 특감을 통한 진상 규명이 있었으며 협회와 조합의 정관계 정으로 구조 조정과 빼앗긴 주주의 권리 회복이 가능하게 됐음을 강조했다. 또, 협회의 조합 건물 매입 건도 이사들이 앞장서 잘 마무리하게 된 것에 깊은 감사를 드린다고 했다. 내년도 운영과 관련해서도 협회 전문가 조합 전문 대행을 겸임토록 해 양쪽의 고정비를 줄이고 (인건비 및 중복 운영비 등) 협회 직원들을 더욱 분발토록 할 것이라고 강조했다.

회의 중간에 신 회장은 이성호 이사장에게 1년간의 노고를 치하하기 위해 꽃다발을 증정했으며 퇴직하는 차동훈 전무와 내년부터 전무에 취임할 전승원 사업실장도 이사들에게 인사를 할 시간을 가지도록 했다.

의사봉 교환 이후 기타토의 시간부터는 신임 이사장이 회의를 주관했다. 이 이사장은 부이사장으로 현 협동조합 운영이사장이자 협회 부이사장인 신영하 이사를 러닝메이트로 지명해 인준을 받아 곧바로 연임이 됐다. 지난 정기총회에서 통과된 개정 정관에 따라 앞으로 이사회는 부이사장이 1명으로 운영된다.

이날 회의에 앞서 가졌던 상벌분과위원회 회의 결과를 김학용 분과

위원장이 발표토록 했다. 협회 이익을 저해하는 단체에서 활동한 이우로 제명된 회원 1명과 레디고 가입으로 제명된 회원 1명 등 모두 2명의 제명 회원을 복권시키기로 심의 의결하였음을 보고했다.

가장 예민한 부분은 김양곤 전임 협동조합 운영이사장 문제였다. 김전 이사장은 이미 조합에서 11월 임시 이사회 의결을 통해 조합원 신분을 박탈했다. 특감에서 밝힌 공금 유용을 사유로 한 결정이었다. 조합원 제명이 있으니 협회 회원 신분 변동에도 영향을 줄 사안인 만큼 참고하라는 공문을 조합측에서 협회로 최근 송부했다. 상벌위에서 제명회원 복권을 다루며 김양곤 회원의 제명문제를 함께 다룬 것인데 사안이 워낙 민감해 논의만 하고 결정은 미룬채 이날 상벌위 회의에 이어진 이사회에 회부한 것이다.

많은 논의가 있었고 한 이사는 제명같은 극약처방은 심하고 협회와 조합을 위해 봉사한 공헌도 충분히 헤아려야 할 것이라는 동성론을 펼치기도 했다. 그러나 이사 전체 분위기는 여하한 징계 조치는 있어야 한다는 쪽으로 모아졌고 결국 제명이나 5년 자격정지나로 좁혀진 가운데 두 안을 놓고 무기명 비밀투표를 했다. 결과는 22명 재석에 22명 전원이 투표해 제명이 17표, 5년 정지가 5표가 나왔다. 이로써 김양곤 전임 협회 부회장이자 조합 운영이사장은 회원 자격이 박탈됐다.

이날 회의는 오후 2시부터 시작됐으며 24명의 이사가 참석했다. 2018년도 협회의 마지막 공식 회의였으며 3시 50분에 폐회됐다. ■

1 SOLUTIONS

DATA CORPORATION



POS, ATM, Debit and Credit Card Services Company



FULL INTEGRATION SYSTEM
일체형 연동 시스템

Tel 1.888.554.7355

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

P / O / S S / Y / S / T / E / M

- **데빗 단말기 연동**
Debit terminal device integration
- **한국에서 설계 제조 및 테스트 됨**
Designed, manufactured, and tested in Korea
- **OLG 온라인, 스크래치 티켓, Winning Ticket, 바코드 형식 시험**
OLG Online, Scratch Ticket, Winning Ticket Barcode System Implementation
- **클라우드 서버 사용**
Cloud Server to download and upload data
- **POS System을 이용해 매장의 모든 정보를 "Back Office" 소프트웨어에 저장**
POS System to store all the information of the store in "Back Office" software
- **세계에서 제일 인정받는 클라우드 서버의 보안성 보장과 비교할 수 없는 서버 속도**
We use world's most respected cloud server provider to ensure data security and unparalleled server speed
- **LCBO Software 지원**
LCBO Software Support
- **모든 장비, 소프트웨어, 트레이닝, 설치를 총 \$2500**
Fully equipment, including software, training, and installation for only \$2500
- **모든 영업 운영과 경영을 포스로 가능**
All sales operations and store management are made possible through our POS system

Credit Card *The best rates for the best customers*

Business Type	Discount Rate	Transaction Fee	Brand Fee	Non-Qual
Convenience Store	1.40%	No Charge	0.1%	0.3%
Other Type of Business	1.40%	No Charge	0.1%	0.3%

Debit Card

Business Type	Chip & Swipe	Tap & Flash
Convenience Store	3.65 cent	5.65 cent
Other Type of Business	3.65 cent	7.15 cent

- NO STATEMENT FEE (무료 우편 또는 EMAIL 발송)
- NO HIDDEN CHARGES
- NO CONTRACT
- SIGNING BONUS \$300
- DEBIT MACHINE 문제 발생시 - TECH SUPPORT 24/7
- YOUR SATISFACTION IS OUR GOAL

Office **905.560.4511** / Fax **1.888.554.0409**



늘푸른, 건강한, 편리한 식품을 향하여 2019 식음료 시장 주도 키워드

지속가능성 개념은 '식품사슬' 개념을 뛰어넘고 있다. '식품사슬'은 한 식품의 생산에서 인간의 입으로 들어가는 소비단계에 이르기까지의 전체 과정을 일컫는 형용 표현이며 영어로 "farm to fork" 혹은 "from the farm to the fork"라고도 한다. 그런데 민텔은 현대의 식음료와 관련된 트렌드에서 지속가능성은 이런 식품사슬 수준이 아니라 순환적(circular)식품 경제라는 개념까지 등장시키고 있다. 식품사슬이라는 종래의 개념으로는 지금의 상황을 충분하고도 적절히 묘사하기 힘들다는 진단하에 이 용어를 선택하며 설명하고 있는데, '순환적'은 말 그대로 360도를 회전하며 돌고 도는 처음과 끝이 맞닿아 있는 구조다. 이 개념은 리사이클링(recycling)의 구조 개선은 물론이고 재생산 농법으로 재배된 성분을 더 많이 사용하는 먹거리 제품의 순환적 생산이라는 개념을 포섭하고 있다.

민텔은 의식있는 현대 소비자들의 플라스틱 소재를 대하는 태도에서 엄청난 변화를 확인한다고 강조하는 데 차세대 포장술은 환경에 대해 책임과 신뢰를 보여주는 생명친화적 혹은 생명공학에 바탕을 둔 소재를 더 많



(10면에 계속)

지속가능성(Sustainability), 건강(health), 편의성(convenience)이라는 개념이 2019년인 내년 한해, 지구촌 식음료 업계를 좌우할 3대 핵심 키워드가 될 것으로 보인다. 글로벌 마케팅 조사기관 민텔 (Mintel) 은 건강하게 나아가고 싶은 점증하는 소비자들의 욕구와 이에 부응하는 제품에 대한 수요 증가는 식당 메뉴의 고품질에 대한 욕구, 즉석 소비 먹거리 수요 증대 등과 맞물리면서 이들 3가지 요소가 내년 한해 식음료 시장을 주도할 것으로 전망했다. 이하 이들 세가지 개념을 하나씩 살펴보자.

늘푸른 먹거리



아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

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

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

- * 형법
- * 소액재판
- * 복권 판매법

- * 가정법
- * 세권, 세입자 분쟁
- * 담배 판매법

- * 민사소송
- * 주류 판매법
- * 회사 설립

* O.D.S.P. 신청(Ontario Disability Support Program)
1년 이상 건강상의 문제가 있을 시 청구 가능.

“강력한 실력, 오랜 경력, 섬세함으로
모든 법률 문제 해결”

변호사 : Leonard Stigler, Mai Nguyen, Shiv Passi
법무사 : Adam K. H. Yoo, David Song, Mark Ginz
Kate N. Han, Hassanein Bhaloo,
Earl Francis Dacara

T : 416.739.8887 / 647.891.8867 / F : 416.739.7559
1018 Finch Avenue West, Suite #100, Toronto



신용카드 사기, 고가 즉석복권 들고 튀기



연말 들뜬 분위기에 각별한 경계 요망

위털루의 한 회원이 최근 겪은 경험. 이미 실험뉴스를 통해 몇차례 다룬 바 있던 카드 사기인데 전형적인 강제 수동입력 방식(force transaction)을 동원해 담배 4갑과 몇가지 주전부리 등 약 80달러 어치를 결제하려던 사례다.

회원 K씨는 그러나 사기꾼 손님보다 한수 위였다. 카드를 정상적으로 결제하는 경우 훔거나 (swipe), 삽입하거나(inserting) 갖다대거나 (tap) 해서 단말기와 접속후 결제가 마무리되면 '승인'(approved)이라고 영수증에 찍어나온다. 주인은 안심해도 된다. 그러나 이런 방법 어디에도 해당하지 않는 방법은 카드를 꽂은 것처럼 시늉만 해놓고 주인이나 종업원의 눈길을 피해 매우 빠른 속도의 손동작으로 쇼핑금액에 카드 번호 등을 입력해 업소 주인이 몽땅 해당 금액을 뒤집어 쓰는 과정이다.

그런데 이 방식이 가능하려면 앞서 말한대로 사기꾼의 손동작이 비정상적일 정도로 빨라야 하는데 그래도 입력해야 할 기본 정보들이 있어 정상적으로는 2~3초에

끝날 과정이 아무리 빨라도 10초는 걸린다. 이때 주의력이 예민한 주인이나 종업원이라면 벌써 의심을 하고 거래를 중단시켜야 한다. 그런데 그렇지 못하고 또 다른 손님에도 신경을 쓰다보면 당할 수 있다.

위털루의 K회원은 그러나 대응력이 상당히 빨랐다. 뭔가 번호를 길게 누르는 손동작에 의심을 가지고 바로 머신을 자신의 앞쪽으로 나꿔채 돌려놓으며 거래를 거절했다. 그러자 상대는 구입하려던 모든 물건들을 계산대에 그대로 놓고 멍한 표정을 지으며 아무말 없이 허둥대며 가게를 떠났다고 한다.

회원은 연말에 분위기가 허술한 틈을 타 여러 유형의 줌도둑이나 사기 행각들이 편의점을 대상으로 다양하게 펼쳐질 수 있기 때문에 동료 회원들의 경각심 차원에서 제보를 한다고 알려 왔다. 회원들의 각별한 주의를 당부한다. 또한, 즉석 복권 고가 상품이 많아지자 사겠다고 여러 장을 요청해 뽑아주면 잽싸게 들고 튀는 절도범들이 여러곳에서 기승을 부린다는 제보도 이어지고 있다. 이 또한 돈을 받고 맞고 환하는 방식 등 주의를 기울여 안전하게 대처할 수 있도록 아이디어를 마련해야 할 상황이다. ■



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

Authorized Zippo Dealer

월드메사

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 Torono, ON M3J2C4

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

(8면에 이어)

이 이용할 것을 촉구하고 있다. (*이와 관련해 이 기사에 연이은 “먹을 수 있는 포장 소재의 미래” (Will edible packaging become mainstream?)를 오른쪽 페이지에 소개하니 참고로 일독하면 유용할 것이다.)

내년 한해는 이 지속가능성을 위한 노력들이 지구촌 식음료 산업 전체에 걸쳐 가장 중점적인 개념의 하나로 부상할 것이며 소비자들로 하여금 재활용에 대한 동기부여를 강화한다든가 디자인이나 품질이 업그레이드된 재활용품 출시가 더 많아진다고 하는 현상들이 주목을 끌 것이다. 이와 더불어 대기오염 개선, 녹색 복지(plant welfare)와 토양건강 회복 지원, 그리고 재생 농업 도입 등에 대한 노력이 두드러지게 강화될 것이다.

청춘처럼 늙어가기

현대 소비자들은 건강과 웰빙을 최우선시하는 경향이 농후해지고 있고 제조사들 또한 소비자들의 이런 트렌드에 부합하기 위한 방향으로 제품 개발에 총력을 기울이고 있다. 고령화 시대까지 감안해 뼈, 관절, 뇌, 시력 건강까지 챙길 수 있는 먹거리 개발에 집중하고 있다. 이런 방향이 극단적으로 나가다 보니 심지어 일부 식음료 회사는 미용산업까지 기웃거리며 돈벌이를 궁리하고 있다고 한다. 기존의 미용산업(beauty industry)은 종래의 ‘노화방지’(anti-aging)라는 소극적 표현을 던져버리고 대신 훨씬 긍정적이고 적극적으로 느낌이 다가오는 ‘건강하게 나이먹기(healthy aging)’라는 개념을 앞세우며 예방적 제품 개발과 마케팅에 역점을 두는 쪽으로 노인 대상의 전략을 변경하고 있다.



민텔은 노년층 소비자들의 의료보전에 대한 니즈가 의료용을 위해 식음료를 매개로도 충족될 수 있다는 사실을 지적하고 있다. 즉, 특정 영양분과 맛을 가미해 보건 예방 차원의 소비하기 편한 제품을 개발하는 것인데 이것이 서서히 내년부터 붐을 이룰 것으로 전망되고 있다.

편의성 증대

때와 장소를 가리지 않고 휴대하고 먹어대는 세상이다보니 길거리를 한 번 돌아보면 온더고(on the go) 소비자들 넘쳐나고 있고 이는 특히 밀레니얼 세대를 비롯해 물론 젊은 세대들에 집중되는 현상이지만 기성세대들도 예외는 아니다. 제조사들은 이런 트렌드를 겨냥해 어떻게 하면 소비자들이 편리하게 소비할 수 있을 까를 놓고 연구를 거듭하고 있고 편의점의 식음료 제품 대다수가 거의 모두 온더고 먹거리라 해도 과언이 아니다. 거기가 한단계 더 들어가면 온더고 소비자들 기성 조리 제품을 하나 사면서도 기대치는 높아서 레스토랑 음식 수준은 돼야 한다는 다소 어울리지 않는 요구가 잠재돼 있다.

민텔은 편의성의 새로운 유행이 몰려올 것다고 전망한다. 편의점과 같은 소매업소에서도 간편 식사 메뉴가 다양화될 것이고 제대로 된 푸드서

비스를 충족시킬 음료군이 더 많이 등장할 것이다. 또 기성 간편식사 메뉴의 차세대 제품군이 아이디어 상품으로 출시될 것이며 근사한 레스토랑 요리에서나 기대할 수 있는 맛과 형태를 갖춘 곁들임 요리나 소스가 일반화될 것이다.



▲ 포장기술과 하이테크의 발전에 힘입어 편의점 식음료 취급과 푸드서비스 사업의 접목이 점점 발전하는 추세다.

그런데 이런 편의성이 가능한 것은 결국 테크놀로지의 발전 덕분이다. 온종일 어느때고 들러 빠른 소핑을 해서 아무곳에서나 맛있고 따뜻하게 뭔가를 먹을 수 있는 편리함이라는 것이 조리과 관련한 설비 및 조리 기술이 발전하지 않았다면 불가능한 이야기였을 것이다. 지금도 즉석 조리 관련 설비와 기기의 발전은 계속되고 있다. 민텔보고서는 푸드서비스 소비와 관련한 편의성의 극대화를 이렇게 표현한다. “최고의 편리함에 대한 소비자의 관심증대는 저녁 식사에만 국한되지 않을 것이며 하루 세끼 식사와 주전부리 그리고 다양한 음료(더운 음료 포함)를 판매할 기회가 그래서 더 많이 창출되고 있다.”

협회 문의
(416)789-7891

www.saintjimmyscoffee.ca
The fastest growing coffee service in North America

순수 캐나다산 육류제품
GREAT CANADIAN MEAT

11월~12월 스페셜

Regular \$4.99/per pack
Promotion \$2.80/per pack

Promotion Retail **2 for \$7.99**

1390 Hopkins St., Whitby (905)666-9395

포장까지 먹어치울 수 있는 미래

Will edible packaging become mainstream?

일회용 플라스틱 용기/과잉 포장

1년 이내 “공공의 적 1호”(Public Enemy No. 1.)된다!!!

최근 세계 최대 환경단체 그린피스의 주도하에 수행된 한 감사는 캐나다 수로를 따라 형성된 폐기물의 원인 제공 회사들을 겨냥했다. 맑은 캐나다 수로를 오염시키고 있는 대규모의 폐기물 더미를 살펴보면 대략 5개 회사로 정리된다. 네슬레, 팀호튼, 펍시코, 코카콜라, 맥도널드. 글로벌 식음료 산업의 중핵을 차지하고 있는 공룡들이니 캐나다의 호반과 수로를 온통 이들 회사의 용기가 쓰레기로 떠다닌다고 해서 놀랄 일도 아니다.

소비자들은 편의성만 추구하다보니 휴대하기 간편하고 소비하기 용이한 식사거리를 찾는데 이렇다보니 일회용 폐기물이 넘쳐나는 것을 조속히 해결하기는 쉽지 않은 과제다. 사실 아무 조치도 안하면 지금보다 훨씬 사태가 악화될 수 있다.

캐나다에서 외식 끼니수는 마냥 늘어만 간다. 캐나다 가구별로 식품비 예산 전체에서 외식비가 차지하는 구성비는 35% 수준으로 알려져 있고

이 비율은 매년 증가 추세다. 플라스틱 용기, 비닐백, 비닐싸게, 컵 등에 담긴 식음료를 들고 걸어가며 길거리에 식사를 해결하는 소비자 수 역시 늘어가고 있고 푸드서비스 전문 식당, 소매업소, 제조사 등 먹거리 산업 전체는 이 상황이 골치아픈 환경 문제라는 것을 아주 잘 인식하고 있다. 기업체들은 결코 근본적 해답을 내놓지 못한다. 하지만 플라스틱 사용 문제는 정치적 이슈화를 통해 지구촌 전체가 모종의 운동으로까지 발전시킬 수 있는 문제다.

거름되는 용기

식품산업에서 녹색 공급 순환체계에 관한 이야기

▶ 수개월 후에는 완전히 퇴비로 변화되는 친환경적 포장이라고 대대적으로 선전했던 2010년 캐나다 첫 출시 펍시코 프리로테이 선칩스. 친환경 창의성보다는 봉지 소리가 너무 요란해서 주목받았던 제품.



FEEL THE NICOTINE RUSH

STIG

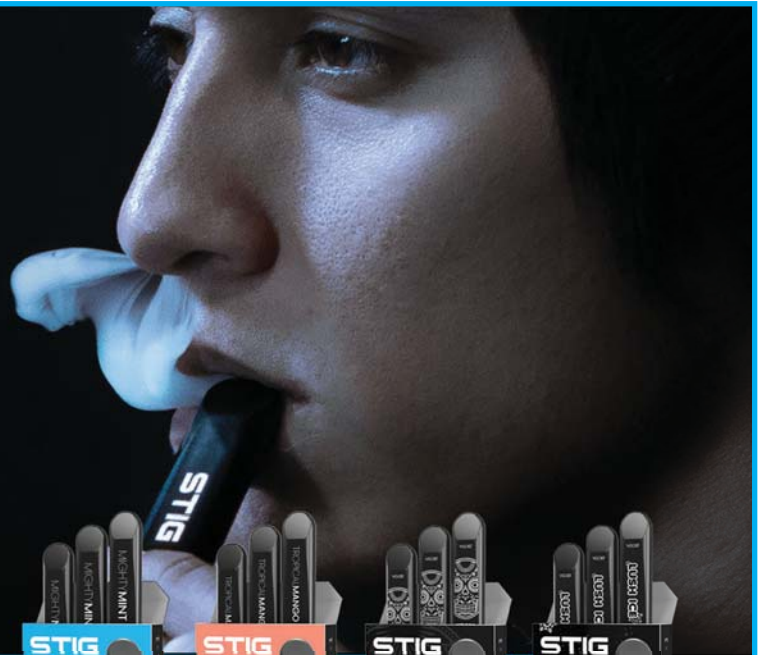
DISPOSABLE
POD DEVICE

FULLY CHARGED
OUT OF THE BOX

1.2 ML
SALTY NICOTINE LIQUID
PER STIG

6.0%
NICOTINE
BY VOLUME

20
CIGARETTES
APPROXIMATELY



Fresh Cool Mint

Juicy Sweet Mango

Rich Creamy Cigar

Iced Watermelon

도매문의 : 416.419.3751

*판매 세일즈하실 분과 판매점을 모집합니다.

냄새가 나지 않는 간편한 최첨단 일회용 전자담배

는 퇴비화 심지어 먹어도 무방한 용기 또는 포장 소재에 집중된다. 이미 이의 실현이 가능한 수준으로 다양한 기술들이 등장해 있다. 사실 퇴비화가 가능한 식품 용기 소재는 장족의 발전을 거듭해왔으며 지난 2010년 웹 시코 캐나다가 자사 제품 선칩(SunChips)을 담은 포장 백이 썩어 거름이 되는 재료로 만들어 시장에 선을 보인 것이 최초다. 전용 퇴비더미에 투척해 놓으면 더운날 14주 후에 완전히 퇴비가 된다고 선전했었다. 그런데 일부 실험에서는 그렇지 못하고 일관성을 보여주지는 못해 흐지부지 되고 말았다.

하지만 이 독창적 포장이 정작 소비자들의 관심을 끌었던 것은 환경친화적 개념이 아니라 봉지가 소리를 너무 요란스레 낸다는 점이었다. 회사는 도입한지 1년도 채 안돼 이 포장기법을 포기했다. 이후 지자체 마다 압박이 들어오자 결국 제대로 된 퇴비화 포장술의 출현을 크게 자극했고 지자체마다 음식 포장은 유기물질 용기를 이용하는 쪽으로 나아갔다. 그러자 소매유통업소들도 이 녹색 정책 촉진 대열에서 머뭇거릴 수가 없었고 자사상표(PL)부착 제품들의 일부에서 녹색 친환경 포장 시스템을 도입하고 나섰다.

밀크싸개 포장(milk wrap)



먹어도 괜찮은 포장 소재가 전세계적으로 큰 관심을 끌고 있다. 예를 들면 그림에서 보듯 치즈를 포장한 소재가 우유로 만든 것인데 그냥 포장채 먹어도 된다. 내용물이든 포장이든 둘다 우유를 가지고 만들었으니 더더욱 문제될 것이 없다. 이 방면의 한 전문가는 “어느날 당신이 식품점을 들어갔는데 식품 진열대에 놓여 있는 모든 식품이 포장 깔 것도 없이 그냥 입에 가져가면 되는 제품들이라고 상상해보라”고 말한다.

상상처럼 되기 위해 연구도 꽤 진행됐지만 그리 쉬운 일은 아니다. 초기의 이 개념은 전분(starch)을 포장 재료로 이용한 것부터 시작됐다. 1세대 먹을 수 있는 포장(The first generation of edible packaging) 이라고 칭할 수 있겠다. 그런데 이는 속 내용물을 신선하게 잘 유지하지 못하는 결점이 있어서 그냥 그것으로 끝났다.

미국 농무부가 이후 2세대 먹을 수 있는 포장술 개발에 공을 들였고 식품업계 전문가들의 비상한 관심을 모았다. 기본 개념은 카세인 방식에 기초한 식품 포장술인데 카세인(casein)의 기본 원리는 포유류의 젖 - 대표적으로 우유 - 속에 함유된 단백질의 대부분을 차지하는 화학성분 카세인에 산을 가미하고 침전시켜 얻은 겔처럼 같은 것이라고 이해하면 된다. 비 식품 분야에서 비교할 만한 것으로는 아교를 떠올리면 될 것이다. 이

단계에서도 포장을 먹을 수준은 아니었다. 하지만 여타 어떠한 기존 포장술보다는 훨씬 효율성을 입증했다. 내용물의 신선도 유지가 크게 개선됐기 때문이다. 그리고 이 기술에 기초한 식용 가능한 섬유 소재가 비타민과 프로바이오틱(활생균 活生菌)성분과 함께 앞선 2세대 포장 소재에 주입 됨으로 인해 비로소 먹어도 좋은 포장재료가 탄생한 것이다. 미국 농무부는 이 기술이 상용화될 수 있는 시점을 내년으로 목표삼고 추진에 열을 올리고 있다.

또 다른 유기물질도 주목되고 있는데 다름아닌 해초류다. 김, 미역, 파래 등이 대표적인데 특히 김을 떠올리면 스시를 감싸고 있는 이치에 비견된다. 다시 말해 김밥을 표면의 김을 벗겨내고 먹는 사람은 아무도 없는 것과 마찬가지로. 김밥은 표면의 김과 속의 내용물을 함께 먹는데 여기서 힌트를 얻은 것이다. 일본 요리를 떠나 포장과 내용물을 함께 맛있게 먹을 수 있는 진정한 차세대 소재가 될 것으로 기대되는데 아직 원가와 상용화 가능성에 대해서는 명확히 확인된 바 없다. 아직까지는 아이디어 차원에서 타당성 검토만 진행되는 것으로 보인다.

쓰레기 먹어치우기

지금까지 살펴본 것들은 전도유망한 신기술들이기는 하지만 비즈니스 모델로는 아직 더 개발이 필요한 상황이며 식용가능한 포장소재들이 과연 소매업소 가격 정책에 어느정도나 영향을 미칠 것인지는 확실히 밝혀진 것이 없다. 그저 확실한 것은 소매업주와 요식업주들에게 지대한 관심사가 되고 있다는 점이다.

모두들 더 싸다고 말하지만
“진짜 착한가격은 78Trading”

 Water Pipes	 Glass Pipes	 Vaporizers
 Grinders	 Rolling Papers	 Scales

이외에도 다양한 스모킹 제품 및 잡화용품을 취급하고 있습니다.

	<p>Business Hours</p> <p>Monday-Friday 9:00AM-5:00PM</p> <p>Saturday 9:00AM-1:00PM</p> <p>Sunday Appointment</p>
--	---



78 Trading 437-777-7878

528 McNicoll Ave. North York M2H 2E1
www.78trading.co contact@78trading.co

또하나 고려해야 할 이슈가 식용가능한 포장술인데 내용물의 맛과 식품안전성 문제다. 사람이 먹는 것이기 때문에 아주 사소한 실수도 용납될 수가 없는 문제다. 괜찮은지 아닌지 소비자의 신체를 볼모로 실험을 해 볼 수도 없는 노릇이다. 그만큼 위험도 있고 신중할 수밖에 없는 이슈다.



▲ 각종 먹거리 내용물을 해조류로 감싼 제품들. 걸을 뜯어낼 필요없이 그냥 먹어도 되고 뜯어내서 버리고 내용물만 먹어도 된다. 만약 걸을 버렸다면 색이 없어지니 환경에 피해를 주지 않는다. 아직 초기 연구단계다.

이처럼 플라스틱 폐기물을 줄이자는 아이디어가 포장 소재 자체도 먹어 치울 수 있는 것으로 하자는 데까지 발전했지만 간단치 않은 주제다. 하

지만 쓰레기가 될 것들을 사람이 먹어 없어서 쓰레기를 남기지 말자는 생각은 분명히 사회 전체의 그리고 글로벌 핫 이슈화되어야 마땅한 것이다.

식용포장소재 문제는 유통문제와 직결된다. 공급 체인 전체를 관통해 온도 조절에 신경써야 하며 제품 순도 유지가 가능해야 수천 킬로미터를 이동해도 내용물에 손상이 가해지지 않아야 한다. 보통 문제는 아니다.

이 주제는 분명 초기단계로 아이디어와 상황들이 어지럽고 혼란스럽기 그지없다. 이 분야의 한 전문 조사기관에 의하면 식용포장소재에 대한 수요는 오는 2024년까지 연평균 6.9%씩 증가할 것이라고 전망했으며 전세계적으로 시장 규모는 미화 20억 달러에 육박할 것이라고 예측하고 있다.

역사상 그 어느때보다 인간은 많이 먹어대고 있고 플라스틱 폐기물의 문제는 지구촌 구석구석 심각한 문제가 되고 있다. 지구를 구하기 위한 모종의 기회가 다가오고 있다. 한편 그린피스는 대양과 수로마다 넘쳐나는 쓰레기를 양산하는 기업들에게 강력한 비난을 가하기를 멈추지 않고 있다. 하지만 쓰레기 양산의 주범이 어디 식품 대기업에만 국한하는 문제인가? 소비자까지 포함한 우리 모두의 문제인 것이다.

퇴비로 분해되고 포장까지 먹어치울 수 있는 미래가 실현될 때 소비자 들은 더 비싸진 금액을 감당해야 될지도 모른다. 그러나 이 값진 지구촌을 보존하기 위해서라면 그리고 신기술의 개발을 위해서라면 마땅히 치려야 할 가치가 있는 추가 비용임을 자각할 필요가 있다. ■

한 물질을 먹고나서 전혀 예기치 못했던 복잡하면서도 오묘한 만족감을 느꼈다는 것이다. 이 복합적 기분이라는 것이 정신적으로 예민해지고 육체적으로는 기운이 북돋아지고 욕구가 진정되는 등 동시 다발로 느낌을 전해받았다고 하는데 여하튼 오늘날에도 그렇지만 당시에 이미 커피는 완벽한 아침 음료로서 금방 자리매김을 했었다.

예멘 모카 항구, 커피 사용화 시초

개인의 기호품 차원에서 소비되던 커피가 상업화된 시초는 14세기 예멘에서 비롯됐다. 예멘의 정식 국가 명칭은 예멘 공화국(Republic of Yemen)이며 중동 아라비아 반도 남서쪽(사우디아라비아 남단)에 위치한다. 서쪽으로 아덴만을 사이에 두고 아프리카 소말리아와 마주보고 있다. 이 예멘의 항구도시인 모카(Mocha)에서 그 첫 상거래가 시작됐다고 한다. 오늘날의 모카 커피라는 말은 이 항구도시 이름을 딴 것이다.

17세기에 이르러 커피는 본격적인 확산의 시대를 맞이하게 되는데 당시 해상무역의 최강자였던 네덜란드의 동인도 회사가 해외 식민지 국가들에 커피 나무를 이식시켜 대대적인 재배를 하게 됐다. 그리고 유럽의 또다른 강대국들이 앞다퉈 네덜란드와 경쟁하듯 서인도, 남미 등지에서 대대적인 플랜테이션 커피 재배에 나섰다. 이후 전세계로 커피 재배와 소비는 뻗어나갔고 대중화됐다.

소비자들 입장에서 커피의 공급 확대는 구입 가격을 낮춰 이롭게 됐으며 부자고 가난한 이들도 모두가 평등하게 마실 수 있는 상품이 되다보니 커피의 민주화(democratization of coffee)라는 익살스런 표현까지 등장했다. 한마디로 모든 인간의 음료인 셈인데 표현이 결코 과장이 아니다.

캐나다 커피 시장 팩트체크

역사적 맥락은 이쯤하고 본론인 커피 비즈니스로 돌아가자. 캐나다는 그 어떤 음료보다 커피를 더 많이 즐기고 있다. 커피는 국내에서 최대의 음료이면서도 마진이 그리 낮은 것도 아닌 상품이다. 전국커피협회(CAC; Coffee Association of Canada)에 따르면 18세 이상의 인구 중 70% 이상이 음료 선택에서 커피를 소비하고 있다. 다음 표를 보면 실감이 날 것이다.

〈음료 선택률〉 *복수 응답

커피	수돗물	차(茶)	생수	알콜	우유	주스	탄산음료	스포츠음료	에너지음료
70%	67%	48%	44%	43%	43%	32%	29%	3%	3%

위 자료는 커피협회에서 특정한 하루를 정해 여론조사를 한 결과로 대단히 흥미로운 트렌드를 살피는데 유의미한 자료다. 단연 커피 선택률이 높다.

그런가 하면 캐나다는 전세계 200개가 넘는 나라 중에서 국민 1인 당 커피 소비율이 대단히 높은 나라로 10위를 차지한다. 세계 1위는 핀란드로 연간 국민 1명이 소비하는 커피량이 12킬로그램이다. 캐나다는 6.2킬로그램이며 참고로 20개 국가까지 순위 표를 소개한다. (자료는 영국 텔레그래프지가 2017년 10월에 발표한 것이다.) 미국이 20위 권밖에 있는 것이 같은 북미주 국가로 이채롭다.

집 밖에서 소비되는 커피를 기준으로 시장 규모는 60억 달러를 상회하

명망있는 전문회사와 제휴, 가장 안전해

편의점 커피사업,

무조건 고급화로!



커피 비즈니스는 세월이 변해도 북미주에서 여전히 굳건한 기호 식품이다. 더운 커피든 찬 커피든 최근 폭발적 인기를 누리는 콜드 블루 커피든 또는 종류별로 아메리카노이든 에스프레소이든 커피는 변함없는 인기 비즈니스 창출이 기초적 지위를 누린다.

오늘날 우리가 커피라고 부르는 이 식품의 기원이 무엇인가를 놓고 술한 논쟁과 추론들이 난무한다. 'Coffee'라는 단어는 아랍어 'Qahwah'라는 단어에서 유래했다는 것이 통설인데 의미는 "정신에 자극을 줘 뭔가를 고취시키는 것"(that which stimulates and keeps high)이다. 어원이 가지는 의미와 상당히 근접하는 것으로 봐 믿어줄 만한 주장이다.

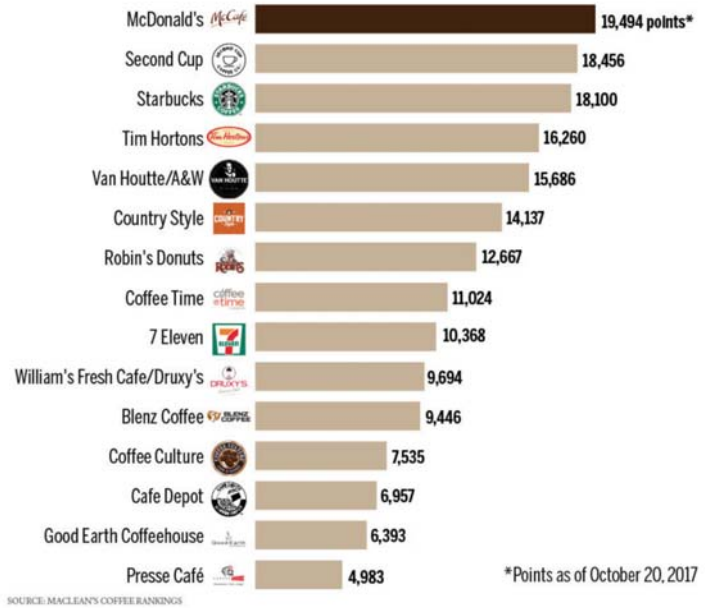
발견 당시, 커피는 기적적인 배합물로 여겨졌다.(최초 발견은 이디오피아로 알려져 있다.) 최초의 소비자들은 커피나무의 열매 또는 씨에서 추출

Rank	Country	Kg of Coffee per capita, per year
1	Finland	12
2	Norway	9.9
3	Iceland	9
4	Denmark	8.7
5	Netherlands	8.4
6	Sweden	8.2
7	Switzerland	7.9
8	Belgium	6.8
9	Luxembourg	6.5
10	Canada	6.2
11	Bosnia and Herzegovina	6.1
12	Austria	5.9
13	Italy	5.9
14	Slovenia	5.8
15	Brazil	5.5
16	Germany	5.5
17	Greece	5.4
18	France	5.1
19	Croatia	4.9
20	Cyprus	4.8

며 소비처는 주로 패스트푸드를 포함한 요식업 채널이 77%, 식품점(편의점 포함)이 23%를 차지한다.

커피 시장 기회는 매우 크다. 하지만 경쟁 또한 같은 정도로 크다. 국내 시사 주간지 맥클레안이 지난 해 말에 1,500여 명을 대상으로 인기 커피점 순위에 관한 온라인 설문 조사를 한 결과도 흥미를 끈다.(온라인상에서 소비자들이 점수를 부여하는 방식) 어디가 1위를 했을까 한번 맞춰보시라. 아마 많은 사람들이 팀호튼(Tim Hortons)을 생각했을 것이다. 하지만 캐나다도 커피에 대한 국민들의 선호도가 달라졌다. (맥도날드 1위) 그런데 더 최근에 조사한 바에 의하면 15위에 편의점 체인인 '7-Eleven'이 올라 있어 커피 비즈니스의 편의점 채널 전망을 밝게 시사하고 있어 주목된다.

CANADA'S FAVOURITE COFFEE CHAIN



전체 시장이 가는 방향

환대산업 설비 대여 및 식음료 동향 조사 전문 기관 실버셰프(The Silver Chef)에서 작년에 발표한 2017 커피산업 동향보고서 'Canada's State of the Coffee Industry'라는 자료는 국내 커피 시장의 장래를 아주 낙관적으



2/0/1/9 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

진행 일정

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

신청 자격

1. 2년 이상 연속 협회 회원의 자녀 (2017년 1월 31일 이전 회원 가입)
2. 접수마감일(2019년 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.

기타

- 신청서, 지구협회장 추천서는 협회 웹사이트 www.okba.net 공지사항에서 출력
- 서류미비 및 마감 후 접수는 심사대상에서 제외



로 보고 있다. 그 근거의 결정적인 요인이 바로 커피의 고급화(premiumization)라고 단정적으로 규정하고 있다. 제품도 제품이려니와 소비 스타일 자체도 럭셔리하고 격조높은 체험을 원하는 분위기다. 이 트렌드는 주로 젊은 세대에서 물고온 경향이 뚜렷한데 커피 한잔의 구매 결정에 가치와 맛이 중요한 기준으로 반영되고 있다.

가격 동향 관련해 달하우지 대학과 구엘프 대학이 공동으로 조사한 자료 'Canada's Food Price Report 2018' 자료는 소비자의 식음료 지출을 놓고 벌이는 경쟁이 무척이나 뜨겁다는 점을 주목하고 있다. 식품 시장의 맹렬한 통합, 채널간의 경계선 허물기가 가속화 등이 지속적으로 시장의 근본들을 흔들어대는 가운데 '그로서리' (grocerant)라는 신조어가 등장하는 것도 이상할 것이 없겠다 싶다. 이 단어는 grocery 와 restaurant라는 단어의 합성어이다. 식품점과 음식점의 접목 현상을 묘사하는 매우 적절한 표현으로 보이는데 현재 이 새로운 형태의 시장을 방문한 추가 창출 횟수는 24억 회이며 미화로 100억 달러 이상의 신규 창출이 이루어진 것으로 분석했다. 2016년 미국 시장 기준 통계다.

캐나다에서도 이 규모는 향후 소비자 수요 확대에 의해 큰 반향이 일어날 것으로 예측된다. 수요의 저변에는 두가지 개념이 자리한다. 하나는 휴대성(portability)이고 또 하나는 편의성(convenience)이다. 둘이 별개의 개념은 아니고 동전의 양면이라 휴대하기 편하면 소비하기도 편하니 짝이 맞아 떨어진다. 한 지붕 아래 어찌보면 패스트푸드점(QSR)같고 또 어찌보면 일반 소매업소같은 하이브리드 형 비즈니스가 각광을 받고 있다. 기성 식사대용 간편 음식에서 지금 다루는 이슈인 고급 커피에 이르기까지 모든 식품의 취급이 가능해지고 있다.

편의점의 포지셔닝

전통적인 커피 큰손들끼리의 격렬한 경쟁에 신생 경쟁자들이 가세하는 가운데 소비자들의 발길을 끌고 주머니를 털어낼 자극제가 무엇인지에 대한 고심찬 연구가 깊어지고 있다. 그리고 편의점 채널은 이 싸움판에서 어떤 포지션을 취해야 하는가를 진지하게 생각해야 한다. 아래 데이터가 강한 메시지를 전한다.

- 시장조사기관 유폴모니터인터네셔널 자료 : 캐나다 전체 편의점 채널에서 지난 2012년부터 2017년 사이에 커피 매출액 실적이 18% 추락했다.

- 입소스(Ipsos) 푸드서비스 모니터 자료 : 대규모 푸드 서비스를 겸하는 편의점의 커피 매출액은 19% 상승했다.

- 상기 입소스 자료는 특별한 커피(specialty coffee) 소비율이 가정에서든 외부에서든 모두 증가 추세에 있음을 확인해주고 있다.

전문가 조언

바쁘게 움직이는 소비자들을 편의점으로 유인해 커피를 사들게 하고 시너지 효과로까지 이어지게 할 커피 비즈니스 프로그램 운영의 유의사항을 정리한다.

- 이왕 커피 프로그램을 시작하려면 고급스럽게 하라. 명성있는 업체와의 제휴를 맺는 것이 가장 안전하겠지만 그렇게 하지 않고 독자적으로 할 것이라면 장비나 원료에서 최고의 것으로 무장해야 한다.

- 타아이템과 구색을 맞추라. 커피만 팔 것이 아니라면 고급 커피에 뭔가 궁합이 맞는 것으로 상승효과를 불러 일으켜야 한다. 예를 들어 고급 패스트푸리가 커피 키오스크 가까이 함께 있으면 상호 럭셔리 분위기가 창출은 물론 매출도 오른다.

- 디테일에 강해야 한다. 커피만 고급스럽고 다른 요소들이 이를 받쳐주지 않으면 사상누각이다. 아주 깔끔하고 청결한 분위기가 조성돼야 한다. 손님 입장에서 고급 커피를 고급스런 분위기에서 즐기고자 하는 욕구가 있으니 이에 부응하는 미적 공간을 안겨야 할 것이다. 더구나 음식이 개입되는 공간인 만큼 청결과 고급 분위기 연출에 도움이 될 사소한 부분까지 신경을 써야 한다.

현재 협회에서는 세인트지미(Saint Jimmy Coffee)와의 제휴하에 커피 키오스크 사업을 벌이고 있으며 짧은 기간에 회원들로부터 큰 관심을 모으며 가입이 확대되고 있다. 이처럼 명망있는 커피 회사와의 제휴는 소비자 신뢰를 사전에 확보하고 들어가는 검증된 제품이기 때문에 커피 사업을 시작하려고 뜻을 세운 회원이라면 시도할 가치가 충분하다. 현재 세인트지미 커피 사업 가입 협회 회원은 100여 명 가까운 것으로 파악되고 있다. 8월에 시작해 불과 수개월만에 뜨거운 동참 열기가 확인된 신규 사업이다.



▲ 세인트지미 커피사업과 에이비즈(A-Biz) 샌드위치 사업을 겸해 구색을 맞추고 있는 한 협회 회원 업소. 크게 시너지 효과를 보고 있다.

몇가지 유의미한 자료

■ 커피의 고급화 키워드

- 에스프레소
- 아이스 커피
- 냉동 특별 커피
- 콜드 브루 커피
- 특정 지역산 커피(single origin coffee)
- 이야기가 있는 커피
- 특별한 프림(대체 우유 첨가물)

■ 공정거래(fairtrade)

- ▶ 원산지 착취가 없는 공정한 원료 확보와 관련해 가장 논란이 되는 상품이 바로 커피, 카카오, 설탕 등 인데 커피에 있어서 캐나다는 공정 거래로 확보한 커피 원료로 판매된 소매 매출 총액이 2017년에 4억 5,600만 달러를 기록했다. 이는 이전 연도 대비 16%가 증가한 수치다.

- ▶ 연방 통계청에 따르면 2017년 상품군으로서의 커피 확보의 공정거래 수준은 타 소매업종보다 그 양호함이 빠르게 진전을 보고 있으며 전체 식품군에서 공정거래로 원료를 확보해 소매판매하는 실적 증가는 2.8%를 보였다.

- ▶ 커피의 공정거래 달성 신장률은 지난 2017년까지 연평균 24%를 보임으로써 캐나다의 공정거래 수준이 비약적 발전을 거듭함을 확인한다. ■

편의점의 기회 요인으로 인식해야

밀레니얼과 아침식사의 미래



하루 삼시 세끼는 가장 중요한 일상사이며 소비자 기호와 기술적 변화의 속도를 실감하는 수많은 편의점 업주들에게 있어서 특히 아침 식사는 업소 매상 증대와 캐나다 최대의 소비자 시장인 밀레니얼 소비층과의 유대를 강화하는 중요한 요소임을 명심해야 한다.

2018년 여름에 국내 유통 시장 조사기관과 업계 전문가가 공동으로 밀레니얼 시장에 대해 편의점 산업과 관련해 수행한 유의미한 조사 결과가 있었다. 주제는 아침식사의 트렌드와 밀레니얼 세대의 편의점 채널에 대한 인식이었다. 배경 지식으로 밀레니얼 세대에 대해 간략히 복습하고 주제로 넘어간다.

밀레니얼층은 대략 1980년에서 2000년까지 20년 사이에 태어난 연령층이다. 캐나다에서 밀레니얼의 인구는 약 950만 명이다. 세대층으로 구분해 볼 때 이보다 많은 인구층은 없다. 최대의 인구층이라는 말은 최대의 소비층이라는 말과 동의어이다. 이들 중 125만 여명이 향후 5년 이내에 가정

을 꾸리게 될 것이다. 소비층으로서 밀레니얼은 편리성, 품질고급화 특이 먹거리 문제에 있어서는 무조건 웰빙을 우선 가치로 삼는다. 일반 소매업 이든 푸드서비스 업체이든 공히 밀레니얼은 최대의 소비자층으로 부상하고 있고 바로 이 세대의 기호와 선호도가 향후 다가올 미래 시장을 좌우할 결정적 요인으로 더 중요시될 전망이다.

앞서 말한 연구 결과의 하이라이트를 추려 소개해보면 이렇다.

- 현재까지는 밀레니얼 세대가 그 이상의 세대들에 비해 아침을 덜 챙겨먹는 편이다. 평균적으로 일주일 7일 중 4.7일 아침 식사를 하는데 반해 그 이상의 연령대들은 5.3일이다. 하지만 포인트는 밀레니얼이 아침을 의식으로 해결하는 빈도는 더 높다는 사실이다.
- 꼬박꼬박 거르지 않고 아침을 먹는 밀레니얼은 전체의 42%인데 더

온타리오 봉사상 신청 공고

Ontario Volunteer Service Awards



OKBA 한인실업인협회



온타리오 주정부에서 매년 온타리오 봉사상을 수여해오고 있습니다. 정부는 비영리단체나 조직을 위해 헌신적으로 봉사해온 자들의 노고를 치하하기 위해 지난 1986년부터 이 행사를 시행해오고 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. 2019년 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

2019년 1월 16일 (수)

5. 신청서 양식

양식은 협회 웹사이트 www.okba.net 공지사항 '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, 175 The West Mall, Etobicoke, ON M9C 1C2

- 전화, 416-789-7891

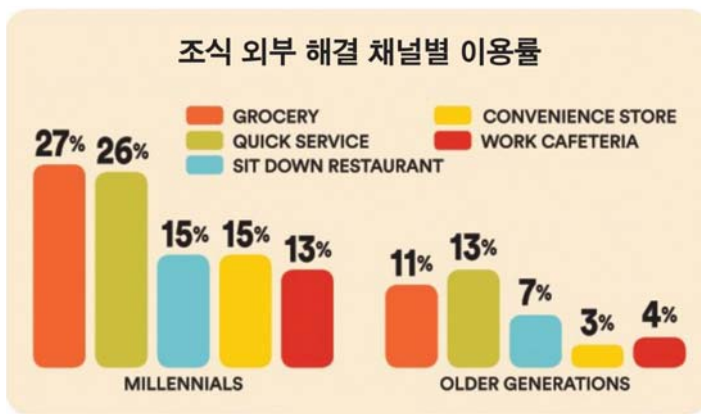
- 팩스, 416-789-7834

나이드 세대들은 60%이니 차이가 크다. 하지만 이런 저조한 이유는 밀레니얼들이 아침 식사를 싫어해서가 아니다. 그냥 시간이 없어서 그렇기도 하고 때때로 미평한 아침끼니거리를 찾기가 어렵고 불편해서 아침을 건너뛰는 것이다.

- 이들이 아침을 먹는다면 76%는 집에서 만들어 먹는다. 15%는 인스턴트 조리 간편식품으로 해결한다. 나머지 9%는 바깥 식당 또는 소매업소 - 대표적으로 편의점 등에서 샌드위치를 사 먹는 경우 - 를 통해 해결하고 있다.

- 점점 더 많은 밀레니얼이 아침 식사를 집 밖에서 해결한다. 밀레니얼 대 연장자 세대의 아침 외식 비율은 24% : 15% 비율이다.

- 이상의 통계를 종합 분석하면 밀레니얼이 외부에서 아침 식사를 해결하기 위해 소매업소나 레스토랑을 점점 더 즐겨 찾는다는 사실에 깊이 주목할 필요가 있다. 여기에는 잠시 앉아서 아침을 해결하는 간편 식당은 물론 편의점도 포함된다. 편의점 이용만 놓고보면 밀레니얼이 아침식사를 편의점 채널을 통해 해결하는 비율은 이들보다 연장자 세대보다 5배가 높다. (15% : 3%) 최소 1주일에 1회꼴로 편의점에서 아침거리를 구입 소비하는 밀레니얼 소비자는 140만 명으로 조사됐다. 이들 중 상당 수는 일주일에 2회 이상 이용하는 것으로 알려져 있다.



밀레니얼의 27%가 편의점 먹거리로 아침을 해결하겠다는 반응이지만 밀레니얼 전체로 보면 평균 한달에 한번 이용이 채 될까말까 한 수준이다. 대략 250만 명의 밀레니얼이 가까이 편의점에서 아침거리를 해결할 자세가 돼 있다는 말인데 문제는 더 자주 이용할 근거를 딱히 찾지 못하고 있다.

바로 이 대목에서 편의점 업주가 분발해야 할 명분이 생긴다. 생각해보자. 250만 명의 젊은이가 편의점에서 아침을 해결하겠다는 입장인데 그 이용횟수가 고작 한달에 한번에 불과하며 그 이상을 이용할 만한 매력 포인트를 찾지 못한다니 문제의식을 분명히 가지고 개선책만 강구하면 오히려 이는 기회요인인 것이다.

밀레니얼이 외부에서 아침을 해결하는 선호도 1위 채널은 식품점이고 2위가 패스트푸드점(QSR)이다. 대표적으로 맥도널드, 팀호튼, 스타벅스가 QSR의 주요 채널이다. 그리고 3위가 편의점 순인데 '자리잡고 아침을 해결하는 식당'(sit-down restaurant)과 같은 순위를 차지하고 있다.

그런데 편의점은 식품점이나 자리잡고 먹는 식당에 비해 편리성 측면에서는 훨씬 유리한 것으로 파악되고 있다. 또, 편리성과 가격 경쟁력은

QSR에 필적할 지위를 누리고 있다. 다시 말해 앞의 채널들에 비해 얼마든지 이용률을 높일 여건은 갖추고 있다는 말이다. 타아이템으로 밀레니얼의 방문률을 높일 수 있는 편의점이기에 이런 아이템을 지렛대 삼아 먹거리의 수준만 높여준다면 얼마든지 매출을 증대시킬 수 있다.

한걸음 더 나아가 현재의 그리고 지금 당장의 잠재적 시장만 논할 것이 아니라 아침거리로 어떤 것들을 밀레니얼들이 찾고 있는지 니즈에 대한 이해는 더 중요한 과제다. 조사를 통해 나타난 몇가지 중요한 사실들을 소개한다.

- 모든 소비자들과 마찬가지로 밀레니얼도 맛을 으뜸의 하나로 꼽았다. 이들의 75%는 아침 먹거리 아이템 선정 기준으로 '맛'을 '매우 중요한 요소'라고 답했다.

- 맛도 맛있지만 대부분의 밀레니얼들은 맛 못지않게 편리한 쇼핑 편리한 소비를 중요시했다. 64%가 중요하다고 답했는데 이는 기성 세대의 47%보다 꽤나 높은 수치다.

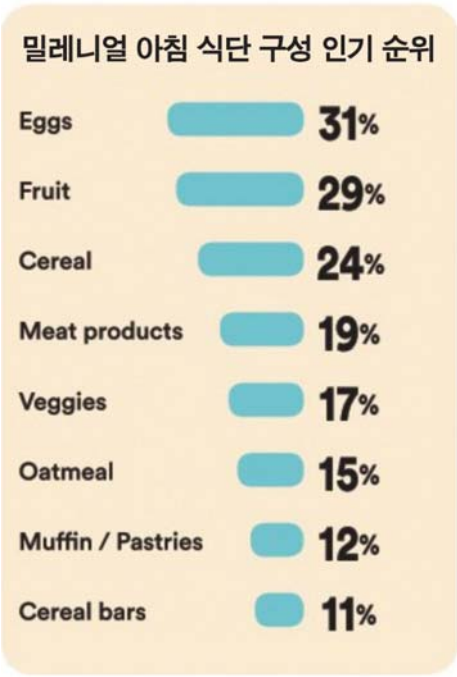
- 가격도 주요 요인의 하나였다. 61%가 아침 식사에 소요되는 비용이 저렴한 것을 원했다. 이는 기성 세대의 48%보다 월등히 높은 수치다.



위의 3가지 요소인 맛, 편리성, 가격 이외의 다른 변수들은 기성세대와 밀레니얼의 선호도가 그리 큰 차이를 보이지 않았다. 50%의 응답자가 단백질 함유가 높은 메뉴에 과일이나 야채 등을 아침 식사 선호도가 높은 식단으로 꼽았다. 40%의 응답자는 식이섬유 요소가 중요하다고 했으며 31%는 칼로리 양을 의식한다고 했다. 가끔적 적은 칼로리를 소비해야 하겠다는 것이 아침 메뉴 선정의 결정 요소에서 나름 중요한 변수로 추가 될 만했다.

요약하자면 밀레니얼이 아침 식사구매처로 편의점을 더 많이 선택하기 위한 메뉴를 어떻게 가져갈 것인지가 요체다. 편리성이야 편의점 최대의 강점이고 여기에 가격경쟁력을 갖추고 먹거리 이외의 핵심 아이터మ్들을 두루 취급하고 있다면 밀레니얼 손님을 아침 먹거리 목적으로 더 많이 끌어들이기 위한 기반은 이미 절반 이상 조성된 것이나 다름없다. 맛좋은 웰빙 메뉴로 간편히 소비할 수 있도록 식단을 꾸민다면 밀레니얼 손님의 발길을 지금보다 훨씬 더 잘게 만들 수 있다. 가격도 식품점보다 저렴하거나 최소한 비슷한 수준으로 유지해준다면 금상첨화다.

제품의 인지도와 신뢰도를 높이기 위해 명망있는 회사와의 제휴를 통한 제품 공급도 생각해볼 아이디어다. 밀레니얼 세대는 브랜드에 매우 민감하고 또 아주 정통해 있다. 이 경우에 편의점에 대해 망설이는 소비자들의 마음에 확신을 심어주기 좋은 마케팅이다. 거기다가 명성있는 먹거



리틀 QSR보다도 더 빠른 속도로 손에 넣고 아무데서고 소비할 수만 있다면 아침 식사 채널로서의 편의점 문턱은 또 한단계 낮아질 것이다. 편의점의 원스톱 쇼핑은 밀레니얼 손님을 위해서 가장 절실하게 요구되는 여건이다. ■



임페리얼 담배가격 인상

임페리얼이 신년 벽두인 2019년 1월 2일부터 일반 담배가격을 카튼 당 2달러 또는 2.5달러 인상한다. 표로 정리한다. 표에 소개하는 담배 이외의 일반 담배 제품들과 베이핑 담배, 궤련형 전자담배 (HNB products : glo), 담배말이 페이퍼(zig-zag), 가루담배, 튜브 제품 등은 가격 변동이 없다. ■

브랜드 구분	인상폭
du Maurier 시리즈 전부 (FC Special blend 및 Nano 포함) Player's 시리즈 전부 (Plain 포함), John Player Special, Matinee, Marlboro, Vogue Demi-Slim, John Player Choice, Viceroy, Pall Mall (스페셜 및 XL시리즈 포함)	\$2.00
John Player, John Player Plus	\$2.50



KCWA FAMILY AND SOCIAL SERVICES 캐나다한인여성회 2018년 12월 프로그램



- 정착상담 서비스** -이민자들의 정착을 돕기 위한 정착 오리엔테이션 -각종 정부서비스 신청 및 신분증 발급 -타기관 연계 및 지역사회 참여 정보 제공
- 취업상담 서비스** -취업상담 및 취업 전문 기관 연계, 직업훈련 정보 -이력서 작성 및 모의 취업 인터뷰 연습 -실업급여와 근로자의 권리 관련 정보 제공
- 교육상담 서비스** -이민자들의 학교 등록 및 무료 영어 프로그램 안내 -진로 상담 및 학자금 지원 프로그램 정보 제공
- 사회복지 서비스** -노인연금, 장애연금 및 정부임대주택 신청 -자녀양육 보조금 신청 -저소득층을 위한 사회복지서비스 및 무료 세금보고
- 가정상담 서비스** -개인, 그룹, 가족 상담, 쉼터안내 -가족폭력상담 및 가정폭력 피해자의 위기지원 -정부임대주택 신청 및 생활보조금 신청 -국선번호사 연계 및 가정법 법률 정보 안내

마음에 안정을 주는 크리스마스 핸드메이드 레시피

■ 일시: 12월 5, 12, 19일 (수) 총 3 회기
오전10시 - 오전11시30분
■ 장소: 갤러리아 스텝점 (7040 Yonge St)
■ 담당: 가정상담원 정유연
■ 내용:
1. 천연재료를 이용한 아로마 소이 캔들 만들기
2. 드라이 플라워를 이용한 왁스 방향제 만들기
3. 핸드메이드 크리스마스 카드 만들기

*재료비 포함 등록비 \$30
*사전등록 필수
*정원 15명

실비복지아파트(Affordable Housing)와 정부지원 임대주택

■ 일시: 12월 11일 (화)
오전10시30분 - 오후12시 30분
■ 장소: KCWA 다운타운
■ 담당: 정착상담원 강영숙
■ 내용:
1. 정부지원 임대주택 vs 실비복지아파트란?
2. 정부지원 임대주택 신청 자격
3. 정부지원 임대주택의 종류와 실비복지아파트의 위치
4. 신청 절차
5. 정부지원 임대주택, 실비복지아파트 신청시 유의할 점
6. 질문과 답변

*사전등록 필수

2018 커리어 네트워킹 -캐나다 공무원 되기-

■ 일시: 12월 8일 (토) 오전10시 30분 - 오후2시
■ 장소: 노스욕 시빅센터 (5100 Yonge St. North York)
■ 담당: 정착상담원 최성혜
■ 내용: 1. 연방정부, 주정부, 시정부의 한인공무원들 한자리에 만나는 기회
2. 공무원 분야에 대한 소개와 취업 기회 설명
3. 초경 공무원과 참석인들의 소모임
4. 네트워킹을 위한 노하우
5. 질문과 답변

*간담회 점심식사 제공
*사전등록하신 분만 참석이 가능합니다

시민권 신청 안내

■ 일시: 12월 6일 (목)
오전10시 - 오후12시
■ 장소: KCWA 노스욕
■ 담당: 정착상담원 김효원
■ 내용:
1. 캐나다 정부의 시민권 정책 방향
2. 캐나다 시민의 의미
3. 시민권 개정안 안내
4. 시민권 신청을 위한 안내
5. 시민권 시험 및 시민권 선서식 개요
6. 질문과 답변

*사전등록 필수

성장하는 엄마의 마음을 아는 엄마

■ 일시: 12월 7, 14, 21일 (금)
오전10시 - 오후12시
■ 장소: KCWA 노스욕
■ 담당: 프로젝트 코디네이터 오신성희
■ 내용:
1. 불안하고 화나는 감정 돌보기
2. 스마트폰과 게임에 마음을 빼앗긴 아이들
3. 성장하는 엄마, 아이의 마음을 아는 엄마

*정원 20명 (사전등록 필수)

캐나다 국세청과 함께하는 세금보고 자원봉사 안내

■ 일시: 12월 13일 (목)
오전10시 - 오후12시
■ 장소: KCWA 노스욕
■ 담당: 정착상담원 이선경
■ 내용:
1. 캐나다한인여성회 소개
2. CVITP 란?
3. CVITP 자원봉사자의 역할
4. CVITP 자원봉사자의 요건
5. 자원봉사자에게 주어지는 혜택
6. E-file 신청안내

*사전등록 필수

등록 및 문의: 416-340-1234 www.kcwa.net
 KCWA 다운타운: 27 Madison Ave, Toronto | KCWA 노스욕: 540 Finch Ave. W, 2nd Fl, Toronto

토론토 총영사관 정착 서비스
 일시: 12월 10일 (월) 오후1시30분 - 오후4시30분
 장소: 토론토 총영사관

커뮤니티 자원봉사
 일시: 12월 8일, 22일 (토) 오전10시 - 오후2시
 장소: Good Shepherd Ministries



조국 근대화와 노동음료 박카스



▲1966년 박통은 부하들과 의논 끝에 그해 국정 슬로건을 '더 일하는 해'로 정했다. 그리고 더 일하다가 지친 산업 전사들의 에너지를 순간 충전시키는데 우리네 에너지 드링크 '박카스'는 큰 몫을 했다.

그간 실험뉴스 교양 상식을 통해 우리나라 전통주와 소주에 관한 소개를 한 바 있었는데 이번호는 無알 콜음료사에서 우리 현대사와 맥을 함께 한 가장 오래된 음료수를 한번 훑어볼까 한다. 18년 집권의 박정희 시대가 열리며 귀에 못이 박히도록 들리던 '조국근대화'라는 우렁찬 메아리와 함께 고고한 일성을 울린 음료였으니 이름하여 박카스!!!

자양강장음료의 대명사 박카스가 처음 등장한 것은 1961년. 5.16군사쿠데타가 있던 해와 동갑이다. 박카스의 역사는 대한민국의 진정한 자본주의 그리고 노동의 역사와 궤를 함께 한다. 또한, 대한민국 에너지 드링크의 효시라 일컬어도 무방하다. 오늘날 에너지 드링크로 전세계 젊은이들을 사로잡고 있는 레드불(Redbull)도 박카스 맛과 유사한 태국의 크라팅댕(Krating Daeng; 붉은 황소)에서 응용해 1987년에 출시된 것이며 크라팅댕의 첫 출시는 1976년이었다. 이렇게 보면 사실 대한민국의 박카스야말로 지구촌 에너지 드링크의 원조라고 주장하고 싶은데 유치한 민족자긍심일까...

그런데 많은 사람들이 오늘날까지 반세기를 훌쩍 뛰어넘어 57년의 역사를 이어가고 있는 박카스가 처음부터 지금과 같은 음료수의 형태였을 것으로 잘못 알고 있다. 하기사 워낙 오랜 세월을 박카스 병만 보고 살아왔으니 그럴 만도 하다. 그러나 처음 나왔을 때는 알약 형태였다. 그래서 박카스정(錠)으로 불렸다. 그러나 당시만 해도 변변찮은 포장술로 인해 특하면 알약 껍데기가 녹아 반쯤이 다량으로 들어왔다. 그래서 이듬해인 1962년에 그림에서 보듯 작고 가는 앰플용기에 담아 유통시켰다. 하지만 이놈은 운반 과정도 그렇고 취급 중에 쉽게 깨지다보니 위험스럽기까지 했다. 이런 2년의 시행착오를 거치고 난 1963년에 비로소 지금의 모양과 그리 크게 다르지 않은 병에 담긴 박카스로 진화한 것이다.

그런데 아무리 생각해도 작명이 걸작이다. 박카스는 영어로는 bacchus이며 그 어원은 고대 술의 신(酒神) 바쿠스(Bacchus)이다. 희랍에서는 디오

니소스로 불렸다. 제약회사 동아제약(東亞製藥) 강신호(姜信浩 1927 ~)회장이 처음 출시하기 앞서 뭐라 이름지을지를 고민하다가 참모들에게도 의견을 구했



는데 그저그런 민망한 이름만 나오자 탐탁치 않았던 강회장은 보다 자극적이고 흥미를 끌 이름으로 '박카스'라고 스스로 제안했고 그것으로 그냥 정해졌다. 직원들이 "박카스라 하심은 술의 신 바쿠스가 아닙니까?" 한니까 "노동자들이 쓰러지는 이유가 술때문이거든.."이라고 대답했다고 한다.

마케팅하기 딱 좋은 작명이라 여겨진다. 산업화가 본 궤도에 오르던 1960년 초부터 대한민국의 수많은 근로자들은 '일하는 해, 더 일하는 해'라는 국정 캐치프레이즈 아래서 과로와 격무에 시달리며 지친 심신을 달래줄 마땅한 음료수가 필요했다. 물론 소주를 들이부으며 스트레스를 해소하기도 했지만 술은 술이고 약같으면서도 음료수로 부담없이 입에 털어넣을 마땅한 강장 음료가 꼭 필요하던 때에 박카스가 출현한 것이다.

음료 형태가 되고 나서 브랜드명은 '박카스 D'라고 'D'가 추가됐는데 드링크를 의미한다. 박카스가 나오기 전까지 동아제약이라는 회사는 그리 주목할 만한 위치가 아니었다. 그러다가 박카스 음료 하나로 불과 4년이지난 1967년에 동아제약은 정상의 반열에 올랐다. 대개 유명한 회사들이 헤매다가 뭉가 대박 히트 상품 하나로 일류 기업이 되는 일화들이 많은데 동아제약이 바로 이런 경우였다.

이후 회사는 이 보배같은 음료수에 대해 각별한 애정을 가지고 광고 캠페인에 집중했다. 1970년 흑백 시절 TV광고는 이랬다. 『박카스의 맛과 캡이 새로와졌습니다. 따기 쉽고 위생적인 신형 피코 캡. 산뜻한 새 맛, 박카스 드링크. 뽕! (*뚜껑따는 소리. 마치 맥주병 따는 소리와 흡사하게 우렁차다.) 피코회복 간장 보호에는 동아제약의 박카스 드링크~! 또 다른 버전도 하나 더 들어보자. 『치료못지않게 예방도 중요합니다. 박카스 드링크! 박카스는 타오린 1000밀리그램을 위시하여 대사촉진과 해독에 필요한 성분이 고루 함유되어 있는 의약품입니다. 정확한 함량, 피로회복, 간기능 보존에 동아제약 박카스 드링크!』 저 광고들이 나오던 70년 초에 박카스는 100 원이었다.

광고에서 보듯 스스로가 의약품이라고 선전하고 있다. 그러니 약국에서만 팔았다. 박카스 광고는 성인은 물론 조국 근대화의 흑독한 노동으로 파김치가 되어있는 어린 직공들과 타이밍을 먹어가며 공부하는 학생들에게 이르기까지 피로 회복과 간기능 보호라는 캐치프레이즈가 정확히 호소력을 가지고 소비자들의 감수성을 파고든 성공작이었다.

그런데 산업 역군들의 감성을 기막히게 잘 터치해주던 박카스 광고가 시련을 겪게 된다. 조국 근대화에 그토록 기여하는 음료수였건만 박통은 무

슨 연유에서였는지 박카스를 포함한 자양강장제라고 칭해지는 음료수 광고를 금지시킨다. 광고빨로 여러 경쟁사들 제품의 범접을 차단했던 박카스는 이로 인해 상당한 도전을 견뎌내야 했다.

그러다가 93년 문민정부 시절에 다시 광고 금지가 풀렸고 박카스 광고는 제자리를 찾았음은 물론 한 차원 업그레이드 된 '새 한국인' 시리즈 광고로 피로회복 음료시장을 재평정하게 된다. 직업군별로 주제를 매칭한 시리즈 광고물이었는데 예를 들자면 환경미화원, 버스운전사, 대학생의 일상을 배경으로 삼아 마치 무슨 공익광고 느낌이 들도록 메시지를 전하고 있다. 상업 광고에서는 결코 상상할 수 없는 방식이었지만 역설적이게도 대박이었다. 아마 의도적 역설로 허를 찌른 광고 전략이었을 것이다. 대표적으로 버스 기사와 대학생이 등장하는 새한국인 시리즈 광고 하나를 소개한다. 나레이션도 무슨 다큐 영화의 해설같고 심히 공익 계몽적으로 들리면서도 호소력이 아주 강하게 다가온다. 『오늘보다 소중한 내일이 있습니다. (*운전기사가 종점 차고에 들어오면서 기지개를 한껏 켜다.) 지금의 피로는 산뜻한 기쁨 (*기사가 박카스 한병을 운전대 근처에서 꺼내 집어들어 마신다.) 박카스! (중점인데 빨데안경을 쓴 대학생 한명이 계속 잠을 자고 있다. 기사가 다가와 깨우며) 이봐 젊은이, 피곤하지? 자마셔(박카스를 건네며) (나레이션) 그날의 피로는 그날 풀다. 박카스 에프(F)』

역시 성공적인 광고 캠페인이었다. 그런데 '박카스 에프라니?' '박카스 D'가 아니고 에프라니 이건 뭐가? 91년에 동아제약은 심기일전해보자는 의미에서 D 대신 F로 바꿨고 93년부터 광고가 풀리면서 '박카스 F'를 외쳐댄 것이다. F는 라틴어 forte에서 따온 것으로 '강하게'라는 의미다.

새출발을 하며 승승장구하던 피로회복제 대명사 박카스에게 2011년 또 한차례의 위기가 왔다. 정부가 박카스를 비롯한 활명수의 지존인 동화약품 부채표 활명수 등 48개 의약품을 의약외품으로 지정해 약국 이외에 수퍼 등 일반 소매업소에서도 취급이 가능해진 것이다. 그러면 판매 채널이 늘어났으니 좋아라 할 일이지 왜 위기가 되나 의아해 할 수 있겠지만 실상을 알면 이해가 된다. "진정한 피로회복제는 약국에 있다"고 기세등등 광고를 해왔던 동아제약은 이 조치로 인해 박카스를 가지고 수퍼나 편의점 등에서도 기라성같은 일반 인기 음료수들과 진검승부를 가려야 할 처지가 된 것이다. 실례로 일본의 한 잘 나가던 박카스 비스프레한 음료가 수퍼 판매까지 허용되면서 망한 사례가 있다. 판매망이 넓어진 대신 약국이라는 정해진 울타리에서의 기득권을 내려놓고 일반 건강음료들과 대등한 경쟁을 벌이게 생겼다.

그리고 울타리 밖의 승부에서 최대의 강적인 광동제약의 '비타 500'이라는 제품과 맞닥뜨린다. 비타 500 역시 에너지 드링크의 일종인데 2002년 첫 출시됐을 때 박카스 못지 않은 주목을 받았다. 비타민을 음료 형태로 마신다는 것이 소비자들에게 매우 신선하게 다가갔다. 유명세는 익히 있었으나 늘 적자를 면치 못하던 광동제약은 이 제품 하나로 완전 대박을 치고 경영 정상화를 도모할 수 있었으니 제품의 위력이 대단했음에 틀림없다.

거기다가 이 제품 역시 광고 캠페인이 아주 잘 먹혔다. 초기 CF모델로는 인기 가수이자 배우인 '비', 그리고 원더걸스 등이 맡아 인기 짱이었고 이효리, 소녀시대도 이후의 모델들이었다.

◀ 비타 500 CF광고 모델이었던 이효리



2002년 첫해에 비타 500은 박카스 매출의 1/10에 머물렀으나 몇년 후 무서운 기세로 박카스 매출 절반을 뛰어넘었다. 물론 약국에서의 박카스 매출은 천하무적의 자리를 유지하고 있었다. 종래의 박카스 D를 되살려 약국용으로 남겨두고 박카스 F를 가지고 편의점 등 일반 소매업소에서 비타 500을 비롯한 여러 음료들과 경쟁하고 있다.

한편 박카스는 국내 시장만 호령하고 있던 것은 아니다. 글로벌 시대에 걸맞게 해외동포들이 살고 있는 곳이면 어디서나 쉽게 발견되고 있고 이곳 캐나다도 얼마든 박카스를 맛볼 수 있다. 동남아 시장은 캄보디아가 교두보였다. 2009년에 이곳에 상륙한 박카스는 2011년에 52억원의 매출로 에너지 드링크 시장 1위 레드불을 추월했고 이후 무서운 기세로 뻗어 2017년에는 626억원의 매출 실적을 올렸다.

그러나 뽀뽀 뽀뽀 해도 박카스의 글로벌화에서 압권은 베트남이다. 사실 동남아 지역은 앞서 소개한 태국의 크라팅탕이나 현지 에너지 드링크들 때문에 진입이 쉽지 않았다. 베트남은 2000년대 초부터 진출했지만 레드불이 압도적 인기를 끌고 있어 고전하다가 역시 "되는 놈은 앞으로 고꾸라져도 과부 배때기 위"라고 베트남 축구의 영웅 박항서 감독 덕분에 돌파구를 찾게 된다. 베트남 버전의 별도 포맷인 캔 음료로 만들고 박항서 감독 얼굴과 친필 사인을 박아서 대박을 치고 있다. 거기다가 박카스와 박항서는 발음이 아주 유사해 마케팅을 절반 이상은 그냥 먹고 들어가니 얼마나 좋을꼬나.



박카스의 매출은 2005년부터 최대 경쟁자인 비타 500과의 격차를 크게 벌이며 이후 지질줄 모르게 증가해 2017년에 해외수출까지 총 2,787억원을 판매했다. 그리고 누적 판매량이 200억 병을 돌파했으며 일렬로 이어 놓으면 지구를 57바퀴 돌 수 있는 물량이라고 한다. 편의점에서도 비알콜 음료 분야에서 박카스는 비타 500과 1, 2위를 다투며 편의점 음료의 대명사 자리를 지키고 있다.

이처럼 조국근대화의 음료이자 국민음료인 명예의 박카스에게도 한가지 본의 아닌 오명이 있으니 바로 '박카스 아줌마'의 존재다. 박카스를 판다는 구실로 주로 노인층을 겨냥해 슬그머니 다가가 성매매를 제한하는 풍속도가 노인들이 주로 모이는 공원에서 성행하고 있다. 박카스 아줌마 부대는 원래 그 시작이 남산 일대에 정차중인 택시 기사들을 대상으로 삼았다가 서서히 공원쪽으로 방향과 타겟을 바꾼 것인데 최근에는 지하철에서도 은근히 다가가 연령대를 무시하고 아무 남자나 접근해 박카스를 속삭인다고 한다.

모국 언론을 뒤져 보니 2015년의 풍경을 대충 이런 식으로 묘사하고 있다. 『종로 3가 지하철역. 40대 중년 여성이 한 남성에게 자연스럽게 다가와 팔짱을 끼며 '박카스 한병 마시고 가 오빠, 나랑 놀아... 싸게 잘 해줄게. 3만원...'』 90년대부터 시작됐는데 참으로 오랜 역사를 이어가고 있다.

따라서 그 이전에 이민온 사람들은 박카스 아줌마가 무슨 요구르트 배달하는 아줌마같은 존재로 이해할 수도 있지만 결코 다른 성격의 아줌마 부대다. 동아제약 입장에서는 "왜 하고 많은 음료 중에 하필 우리 박카스냐"고 억울하기도 하고 난감하겠지만 뭐 달리 뽀뽀할 수도 없었다.

송구영신의 시늬에 과음으로 고생하거나 음주운전하지 말고 술의 신 박카스를 마시며 대리만족하고 건전한 연말연시를 보내는 것은 어떨까 싶다. 조국근대화의 노동음료 박카스와 함께 謹賀新年! ■

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 이수봉 (905) 813 - 1333
- **Richmond Hill**
회장 김대용 (905) 471 - 8079
- **Scarborough**
회장 엄종호 (416) 759 - 4503
- **Toronto East** GTA 지구협의회 의장 겸임
회장 김종범 (416) 363 - 9404
- **Toronto West**
회장 김재숙 (416) 975 - 0365
- **Weston & York**
회장 조용상 (416) 604 - 3116

- 남서부 지구협회 -

- **Brant County**
회장 김종학 (519) 756 - 0099
- **Halton & Hamilton**
회장 장은홍 (905) 679 - 4812
- **London** 남서부 지구협의회 의장 겸임
회장 오세정 (519) 432 - 6672
- **Niagara Falls**
회장 김흥기 (905) 354 - 1313
- **Waterloo**
회장 최상경 (519) 579 - 8130
- **Windsor**
회장 윤문성 (519) 326 - 1832

- 동북부 지구협회 -

- **Durham**
회장 이현식 (905) 579 - 2500
- **Huronia**
회장 진재원 (705) 487 - 2005
- **Kingston**
회장 이강정 (613) 967 - 9998
- **Owen Sound**
회장 허창훈 (519) 323 - 4311
- **Peterborough**
회장 홍성훈 (705) 652 - 6323

www.okba.net

온라인을 통해 더 빠르고 정확한 정보를 얻을 수 있습니다.

The screenshot shows the OKBA website with a navigation bar including '공지사항', '실업뉴스', '게시판', '실업뉴스PDF 보기', 'KBA협동조합 특별세', and 'KBA협동조합 공동구매'. The main banner features a smartphone displaying the OKBA app and text: 'OKBA와 친구해요! 카카오톡 플러스 친구 OPEN'. Below the banner is a table of 'OKBA PROGRAM STORE' members, listing various businesses like 'Nestle Ice Cream', 'Frito Lay', and 'SOS SAVE OUR STORES'. The bottom of the page includes contact information for the West Mall office: '175 THE WEST MALL, ETOBICOKE Ontario M9C 1C2' and phone numbers '(416) 789-7891' and '(416) 789-7834'.

OKBA PROGRAM STORE

Strong Retailers' Network

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





■ 협동조합

협동조합 사무실 ----- (416) 789-7544
 169 The West Mall, Etobicoke
 협동조합 웨스트몰지점 ----- (416) 867-1444
 169-175 The West Mall, Etobicoke

■ 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
 Lassonde ----- (905) 791-5300

■ 우유

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

■ 스낵

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

■ Meat Jerky

Great Canadian Meat ----- (905) 666-9395
 Conagra ----- 1- (888) 639-7868

■ 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 ----- 1- (877) 789-5335
 1 Solution ----- 1- (888) 554-7355

■ 잡지

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 ----- (416) 602-7083
 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
 DavidWholeSale ----- (416) 419-3751
 78 Trading ----- (437) 777-7878



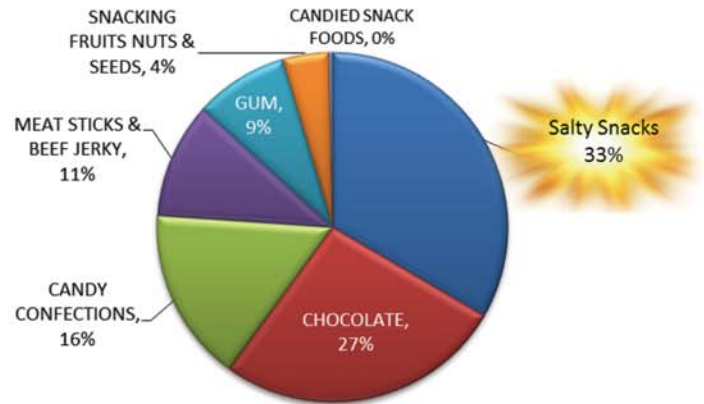
매출액 올리는 해결책은 Salty Snack Single Serve 총동구매 유도

왜 날개 봉지(Single Serve)에 집중해야 하는가?

Salty Snacks is the #1 Macro Snack

INCREMENTAL Trip	IMPULSE Purchase	IMMEDIATE Consumption
갑작스러운 허기 충족	즉흥적인 구매 결정	구매 즉시 소비되는 제품

2017 Total Category \$ Volume



Single Serve Growth Drivers

Talk to your Frito Lay Representative about a Display



✓ Leverage innovation to fuel trial and excitement



✓ 6ft from cash with a display or rack



✓ \$1.69 Everyday retail



Source: Single Serve Research (DIG, 2017)

Source: Nielsen National C&G, 52 Wks ending Dec 9, 2017