

실업뉴스



The Ontario Korean Businessmen's Association News
2018년 5월 9일 수요일 제750호

2018 Canadian Tulip Festival will begin on Friday, May 11 and ends on Monday, May 21
Commissioners Park and Aberdeen Pavilion, Ottawa
<https://tulipfestival.ca/>



OKBA와 친구해요!
카카오톡 플러스 친구 OPEN

돋보기 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.
라이센스 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

OKBA PROGRAM STORE POS SYSTEM



OKBA PROGRAM STORE POS SYSTEM

- 가입비 : \$1,000 (첫 가입자 면제)
- 연회비 : \$300 (첫 해 면제)
- 계약기간 : 3년
- 부대비용
 - POS 장비 OKBA Program 업소 가격 : \$2,000 + HST
 - : 일시불 or 3년 분할 가능
 - : 계약금 없음
 - : 설치비 \$100
 - : POS 유지/보수 \$30 + HST/월
 - 기타
 - : 업소 Renovation - 희망업소에 따라 개별 견적(비용은 업소 부담)
 - : 1차 가입 희망 업소의 개보수 작업에 따른 모델 스토어 지정

* Warranty 3년 기준

C O N T E N T S

운주 복권시장 10년 추이 | 04~07
런던 지구협회 골프대회

올해말 10달러 신권 유통 | 08
세인트지미 커피 사업 기사 정정

OKBA프로그램스토어 가입자 첫 간담회 | 09

英 웨일즈 불법담배 실상 TV프로로 방영 | 10~11

마리화나 / 담배 정책에 대한 경고 (마지막호) | 12~13
美 미성년 전자담배 이용률 900%↑

에너지샷 기세 여전, 굿나잇 음료도 뜨고 | 14

골프 낚 대박 칠까? | 15

16~17 | 손님 사로잡는 특특튀는 편의점
英, 편의점 매니저 자작 강도극 덜미잡혀

18 | 네슬레, 향후 "포장용기 100% 재활용" 공언

19 | 편의점 영업, 뭐가 제일 걱정이십니까?
어덱트 미디어 관련 공지사항

20 | 독 / 자 / 투 / 고 (이형인)

21 | Sunny의 건강 이야기(11): 암(癌) - 5

22 | OKBA 지구협회장 전화번호
2018년 협회 주요 사업

23 | Directory

2018 협회 회원 실적 양호, 경쟁력 있어

온주 복권시장 10년 추이



본부협회와 온주복권공사(OLG)가 협회 사무실에서 지난 4월 12일 (목)복권 시장 전망을 주제로 간담회를 가졌다. 전체 시장 트렌드에 더해 협회와의 제휴 관계를 공고히 할 영역들에 대해서도 격의없는 대화를 나눴다. 이날 OLG측이 설명한 지난 8~10년 기간의 온주 복권 시장 추이 및 협회 실적에 대한 정보를 정리 소개한다. 이는 향후의 시장 변화를 가능하고 대처할 수 있는 안목을 열어줄 것이다. 우선 개괄적으로 지난

2007년에서 2017년에 이르는 10년 사이의 시장 규모를 살펴본다. 매출은 10억 4,000만 달러 (+40%), 수익은 8,300만 달러 (+44%)가 각각 증가했다. 게임별로 보면 즉석복권 매출은 7.7억 달러에서 13.2억 달러로 무려 71%가 증가했으며 온라인(로또 맥스, 6/49, 로타리오 등 터미널 출력 일반 복권)복권은 16.6억 달러에서 21.22억 달러로 약 28%가 성장했다. 또 프로라인은 2억 6,000만 달러에서 2억 9,000만 달러로 12%가 증가했다.

협회 실적

다음으로 지난 9년동안의 OKBA 복권 매출을 살펴보자. 도표에서 'F'는 회계연도를 말하며 복권공사 회계연도는 매년 4월 1일 시작 해 이듬해 3월 31일까지다. 따라서 예를 들어 F'10은 2009년 4월 1일부터 2010년 3월 31일까지의 실적이다. F'18은 2017년 4월 1일부터 올해 3월 31일까지다. 이번 회합에 OLG측은 협회와 관련된 가장 최신 자료를 가져온 셈이다. <단위 : M (1백만 달러), %>

회계연도	F'10	F'11	F'12	F'13	F'14	F'15	F'16	F'17	F'18
매출액	457 M	516 M	493 M	496 M	493 M	467 M	520 M	485 M	488 M
증감률	↓ 3.4	↑ 12.9	↓ 4.4	↑ 0.4	↓ 0.5	↓ 5.3	↑ 11.4	↓ 6.9	↑ 0.7

협회 실적 9년 추이를 편의점 전체 그리고 복권공사 전체 매출 실적과도 대비해볼 필요가 있을 것이다. 참고로 여기서 편의점이라 함은 주유소 병설 편의점은 제외하고 순수 편의점만 의미한다. 그리고 증감률만 살펴본다.

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
joongchanoh@gmail.com

〈순수 편의점 실적〉

회계연도	F'10	F'11	F'12	F'13	F'14	F'15	F'16	F'17	F'18
편 의 점	↓ 2.9	↑ 14.8	↓ 4.2	↑ 2.0	↑ 1.4	↓ 4.7	↑ 12.9	↓ 6.1	↑ 1.9
OLG	↓ 2.5	↑ 16.9	↓ 4.5	↑ 3.8	↑ 3.2	↓ 3.7	↑ 17.5	↓ 4.6	↑ 2.9

협회와 편의점 전체 그리고 OLG 총 매출을 단순 비교해보면 협회 실적이 상대적으로 저조하다는 것을 한 눈에 파악할 수 있다. 하지만 이는 영세 독립 편의점으로만 구성된 협회 회원들의 특징 그리고 매년 회원 수가 격감해왔다는 사실을 고려한다면 결코 타 체인 편의점과의 경쟁력에서 밀리지 않는다고 해석하는 것이 타당하다. 그나마 2010 회계연도 기준 2018 회계연도 실적이 3,100만 달러 증가했다는 것은 어려운 여건하에서도 최소한 복권 장사만큼은 선방했다고 보는 것이 합리적 평가다.

2018 회계연도 협회 실적 분석

2017년 4월 1일부터 2018년 3월 31일까지의 회계연도 1년 협회 매출 실적은 총 4억 8,800만 달러, 수익에 해당하는 수수료(커미션)는 3,690만 달러를 기록했다. 상품군별로 도표와 수치로 매출 현황을 정리해본다. (단위 : M (1백만 달러), %)

상품 구분	즉석복권	전국복권	기타	합계
매출액	195 M	144 M	148 M	488 M
증감률	↑ 10.5	↓ 8.0	↓ 1.8	↑ 0.7
편의점	↑ 12.1	↓ 7.3	↓ 0.5	↑ 1.9
OLG	↑ 13.3	↓ 5.0	↑ 1.8	↑ 2.9

위 도표에서 참고를 위해 순수 편의점 일반의 2018 회계연도 실적 증감률과 OLG 전체 실적 증감률도 덧붙였다. 2018 회계연도 실적만 보더라도 협회의 상품군별 증감률은 상대적으로 일반 편의점 평균이나 OLG 전체 실적에 약간 뒤진다. 그러나 이런 현상은 앞선 도표에서도 설명했듯이 회원수의 급감으로 인한 불가피한 측면이 있는 것이다. 그런 의미에서 선전했다고 봐도 무리가 없다.

TouchCash Inc. ATM & POS

한인의, 한인에 의한, 한인을 위한

Best People
Best Service
Best Results

타회사의 ATM, POS(Debit)를 계약하시고 문제가 많으신 분
새로 ATM, POS(Debit)를 구입계획하고 계신 분
언제든지! 친절하게 상담해 드리겠습니다.

100% Smart Chip (EMV) Ready

Internet & Phonenumber 겸용

빠르고 정확한 서비스가
최대의 이익을 보장합니다.

Showroom : 820 Denison St. Suite #3, Markham, ON L3R 3K5
Call Today 1-866-391-3950 / Fax 905-513-0919



▲ 온주복권공사에서 발행하는 전국복권(National Lotto)은 3종이다. 앞의 두가지는 OLG웹을 통해서도 구매 가능하다.

참고로 위의 카테고리에서 '전국 복권(National Lotto)'이라 함은 OLG웹 사이트에서도 구매가 가능한 전국 단위 거래 상품을 의미하며 이는 두 종류의 상품 즉, Lotto Max와 6/49 이 있다. 그리고 웹사이트에는 판매되지 않지만 2016년에 신제품으로 출시된 '데일리그랜드(Daily Grand)'까지 해서 전국 복권은 총 3종이 있다. 데일리그랜드는 잭팟 당첨되면 평생 매일 1,000달러씩 지급되는 복권이다.

회원 경쟁력 충분해

OLG가 제시한 자료에 따르면 협회 회원 업소 주 평균 복권 매출은 7,408 달러이다. 편의점 전체 평균 7,268달러, OLG평균 7,105달러보다 높은 실적이다. 이는 협회 전체 실적을 제시했던 앞서 소개한 수치로는 열세였는지 모르지만 업소별로 파악하면 협회 회원의 경쟁력이 가장 우월하다는 고무적 현상을 증명하는 것이다.

이뿐만이 아니다. 복권은 온주에서 18세 이상에게만 판매해야 하는 대표적인 연령 제한 품목이다. OLG에서 미스터리 쇼핑을 통해 연령확인 성실도를 체크한다. 이 조사에서 OLG평균은 80%가 나왔지만 협회는 이보다 훨씬 높은 86%를 보였다. 쉽게 말해 협회 회원들은 복권장사도 잘하지만 준법정신도 우수하다.

복권공사에 좋아라 할 또하나의 강점을 협회 회원들이 보여주고 있다. 다름 아닌 즉석 복권 신상품에 대한 활성화(activation)속도다. 공시측은 신상품이 나오면 초기에 이를 가급적 최대한 빨리 손님에게 노출시키는 것이 중요한 과제다. 그래서 업소들이 신상품을 얼마나 빨리 손님에게 선보이느냐는 조사 작업도 큰 의미가 있는 것이다. 조사를 했더니 신상품 활성화가 3일내에 이루어지는 정도는 협회 회원들이 89%였다. 이에 반해 OLG평균은 85%에 머물렀다. 그만큼 협회 회원들은 신상품을 스피디하게 손님에게 노출시키고 적극적으로 판매에 임한다는 증거이다.

한편, 협회의 온주 복권시장 매출 점유율은 편의점 전체의 25.6%, OLG 전체로는 12.9%이며 이는 결코 무시할 수 없는 몫이다. 독립 영세편의점


들이 대부분이면서도 협회라는 조직 울타리에 있기 때문에 적어도 복권 영업에 있어서만큼은 대외적 신인도와 위상이 높다.

기타 주요 정보

OLG는 향후 복권 시장 확대를 위해 심리적 분석을 비롯한 다양한 기초 연구를 수행했고 이를 토대로 영업 전략을 고도화하고 있는데 이 중 주목할 몇가지 정보들만 간추려 소개한다.

- 온주 성인 주민의 87%가 복권을 구입한다. 이중 거의 60%는 단골(frequent player)이 아니다. 주목해야 할 것은 바로 이들 60%의 비단골(infrequent player)손님층의 잠재적 구매력을 끌어올리지는 것이다. OLG는 비단골 손님의 범주를 한 주에 한번도 복권을 구매하지 않는 손님으로 보고 있다. 달리 말해 매주 최소 한번의 복권 구매가 이루어지는 손님은 단골, 그렇지 못하면 비단골로 범주를 잡고 있다. 그리고 비단골 손님의 43%가 업소에 들어와서야 복권을 사기로 마음먹는 반면 단골은 오직 28%만이 가게에 들어와 복권 구입을 결정한다고 한다. 이 통계가 갖는 의미는 비단골 손님이 그만큼 충동적 구매 요인이 강하다는 것이고 따라서 주인이나 종업원 하기에 따라 이들 어쩌다 복권사는 손님의 지갑을 자주, 그리고 크게 열어젖힐 가능성이 존재한다는 말이다. 이를 위해 업소에서 해야 할 일은 적극적으로 복권 사라고 입으로 떠들어야 한다. 최소한 3가지 유형으로 구전 광고를 펼쳐야 한다.

첫째, 앙콜을 추가하도록 적극 권한다. * 예를 들면 앙콜을 하겠느냐 안



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, 정부 과실 보상 소송	과속, Stunt Driving, 무보험, 신호 위반, 벨트 등 모든 교통법규 위반	음주 운전, 폭행, 절도, 사기, 마약(Drug) 보석(Bail) 등 모든 형법 위반

*** 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

하겠느냐가 아니라 아예 양콜 몇개?라고 물어보는 적극성이 필요하다. 이 질문에 대해 평소에 양콜을 전혀 하지 않는 손님도 얼떨결에 '하나' 라고 외치는 경우가 비일비재하다. 입됐다가 뭐하겠는가, 불과 몇초 말붙이면 복권 장비구니가 커지는 것이다.

둘째, 다른 게임도 권유한다. *예를 들어 6/49만 사는 손님이라면 로또 맥스 이번 잭팟이 어찌고 저찌고 하며 추가하라고 권한다.

셋째, 잭팟 상금이 얼마인지 강조한다.

● 지난 4월 1일부터 시작된 2019 새 회계연도 OLG 매출 목표는 38억 7,000만 달러다. 상품군별로 수입 목표치를 보면 전국 복권(Lotto Max, 6/49, Daily Grand)이 14억 달러, 즉석복권이 14억 달러, 스포츠 복권인 프로라인이 3억 500백만 달러, 그리고 기타 모든 복권들(Lotario, Ontario 49 ...)은 7억 5,100만 달러로 책정돼 있다.

OLG는 이 목표 달성을 위해 홍보 판촉전에 그 어느 때보다 열중할 것으로 보이는데 시대가 시대인 만큼 젊은층 시장을 확장하기 위해 SNS 의존도를 높이고 스포츠, 음악 등 연예 오락 행사 후원에도 더 적극적인 활동을 보일 전망이다.

이상이 이날 간담회에서 제출된 OLG 자료의 주요 내용이다. OLG측은 간담회 말미에 협회와의 변함없는 제휴관계를 강화 발전시킬 것을 약속했다. 또한 새로운 상품이나 시스템이 도입되면 POS를 통해 지원을 아끼지 않을 것이며 신상품 활성화와 연령체크 등에서 최고의 성실성과 민첩성을 계속 보여줄 것을 당부했다. ■

런던 지구협회 골프 대회

● **일시** : 2018년 5월 29일 (화)
*티오프 정각 12시 30분 시작

● **장소** : FireRock Golf Club
TEL : 519-652-5033
10345 Oxbow Dr. Komoka, ON

● **참가비** : \$100.00 (중식, 석식, 골프카트 포함)

● **R.S.V.P** : 참가 희망자는 5월 11일(금)까지 런던지구협회 사무실 519-433-2799 또는 회장 226-688-5647으로 전화주시기 바랍니다.
이메일 통보도 가능합니다.
kbalondon@hotmail.com

*참고사항 : 경기는 샷건 방식으로 진행하기 때문에 11시 30분까지 도착해 주시기 바랍니다.

런던지구협회 회장 오세정

당신의 성공적인 사업을 위한 #1 Debit & ATM 서비스

1 SOLUTIONS

DATA CORPORATION

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

Debit and Credit Card Services

>>> 고객이 원하는 고급 맞춤형 서비스

- POS(Debit) 수수료
 - Chip / Swipe : \$3.65 / transaction
 - Taps : \$5.65 / transaction
 - Rental Fee : \$30 / month
- CREDIT CARD
 - Visa, Master Card 수수료 1.55%
- NO STATEMENT FEE (무로우펀 또는 email 발송)
- NO HIDDEN CHARGES
- SIGNING BONUS : \$300
- NO CONTRACT
- DEBIT MACHINE 문제발생시
 - 한국어 문의(월-금) 9:00 AM ~ 5:00 PM(Tel.905-560-4511)
 - HELP DESK 운영 24/7 365 Days (Tel.1-888-263-1938)
 - 캐나다 전 지역 4-6 시간내 방문 교체(365 서비스)
- YOUR SATISFACTION IS OUR GOAL



Tel 1.888.554.7355 / Office 905.560.4511 / Fax 1.888.554.0409

고 있으면서 정작 자기 나라 흑인 인권 운동에 대해서는 무지한 경향이 있다. 이유는 캐나다에는 미국처럼 흑백 차별이 없었을 것이라는 착각에서 비롯된 것이다.

그러나 1940년대로 가면 캐나다에도 엄연히 흑백 차별이 존재했다.

테스몬드는 1946년 11월 8일 노 바스코샤의 한 극장에서 백인 전용 좌석에 앉아 영화관람을 했다. 그러자 직원이 2층의 흑인 전용 객석으로 자리를 옮길 것을 요구했고 그녀는 이를 거부했다. 결국 경찰이 출동해 강제로 구인했고 10시간 이상 감금됐다가 풀려나는 수모를 겪었다. 이에 정부를 상대로 소송을 제기했고 패소하기는 했으나 흑인 차별이 만연해 있던 당시로서는 빛나는 저항 운동이 아닐 수 없었다. 미국의 로자 파크스 부인이 버스 흑백차별 좌석을 거부했던 사건보다 10년이나 앞서 일어난 일이었다. 그녀는 이제 캐나다 최초의 흑인 인권 운동을 실천한 인물로 비로소 지폐를 통해 그 업적이 기려지게 된 셈이다.

지폐 뒷면의 건물 사진은 매니토바 주 위니펙에 있는 캐나다 인권 박물관의 전경이다. 인권 현장의 내용도 인쇄될 것이라고 한다. ■

초상 인물은 흑인 여성 바이올라 테스몬드 올해말 10달러 신권 유통



▲ 올해 말 유통될 새로운 10달러 신권 앞뒤 도안

작년인 2017년은 캐나다 건국 150주년이었으며 중앙은행은 이를 기념하기 위해 10달러 지폐 신권을 발행했고 현재 유통 중에 있다.

중앙은행은 올해 말쯤 또다른 종류의 10달러 지폐 신권을 발행할 계획이다. 이미 연방 재무장관이 세계 여성의날(International Women's Day)인 3월 8일에 도안 디자인 공개와 함께 이 계획을 발표한 바 있다. 이날 공개한 이유는 신권의 기념 초상 인물이 여성이기 때문이다. 주인공은 바이올라 테스몬드(Viola Desmond; 1914 - 1965). 노바스코샤 헬리팩스 태생의 흑인으로 흑인 및 여성 차별에 맞선 캐나다 인권운동사에 의미있는 족적을 남긴 인물이다.

신권의 특징 중 가장 주목을 끄는 것은 캐나다 지폐 역사상 최초로 세로형 도안이 등장했다는 점이다. 두 번째 특징은 초상 인물이 최초로 흑인 여성이라는 사실이다.

이왕 신권 소개를 한 김에 이 인물에 대한 이야기를 좀더 풀어보자. 캐나다 사람들은 미국 흑인 인권 운동에 대해서는 마틴루터 킹부터 버스의 흑백 차별 좌석을 거부한 로자 파크스 부인 이야기까지 소상히 알

세인트지미 커피 사업 기사 정정

지난호 세인트지미 커피사업 소개 기사와 관련해 일부 실험뉴스의 잘못된 정보를 바로 잡습니다.

- 회사 웹사이트 : www.jimmyscoffee.ca → www.saintjimmyscoffee.ca
- 회사대표 : 알리아 임란(Aliyah Imran) → 지미 엠스(Jimmy Emms)

가입자 첫 간담회



▲ 가입자들과 담당 직원들이 함께 모인 가운데 신재균 회장이 격려 메시지를 전하고 있다.

사업 착수 만 3년 째를 맞고 있는 OKBA프로그램스토어사업 가입자들이 친선도모 차원에서 간담회 형식을 빌어 한 자리에 모였다. 신재균 본부협회장의 아이디어였다. 지난 4월 24일(화) 협회 인근

한식당에서 오찬을 겸해 가진 자리에서 신 회장은 “기초다지기 단계가 어느 정도 마무리됐다고 판단해 새로운 도약을 위한 기존 가입자들의 화합의 자리를 마련했다.”고 말했다. 신 회장은 이사업 가입자의 한 명이자 전임 본부협회 회장이기도 했던 권혁병 회원에 대해 “이사업의 초석을 놓은 공로가 크다”고 감사의 뜻을 전하며 “사업의 발전적 계승을 위해 가입자들의 건설적인 조언과 관심이 더 필요하다”고 강조했다.

이에 대해 함께 자리했던 권혁병 전임 회장은 “소강 상태에 빠질 뻔한 사업을 신 회장이 잘 이어받아 활기를 불어넣고 있어 매우 다행스럽고 자랑스럽게 생각한다.”고 화답했다. 이사업은 권혁병 회장 재임 시절에 약 2년 간의 검토와 설명회 등을 거쳤고 2014년 10월 6일 정기이사회에서 결의 통과된 협회 특별 사업이다. 이사회 통과 이듬해인 2015년부터 가입 신청을 받고 업소에 통일된 POS시스템까지 구축해나가며 조금씩 가입자 수가 증가했고 이날 간담회 개최 일 기준으로 43명의 회원이 가입해 있다.

신 회장의 격려 메시지와 전임 권 회장의 답례 메시지가 끝난 후 참석자들은 점심을 들며 격의없는 대화를 이어가면서 사업 발전과 개선을 위한 아이디어를 교환했다. ■

 **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 Torono, ON M3J2C4

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

의미)라는 시사 프로의 폭로에 따르면 이 지역에서 소비되는 전체 담배의 15%가 불법 담배이며 이는 영국 전역 평균보다 더 높은 것으로 나타났다.

가장 심각한 것은 짝퉁 담배, 밀수 담배 등이 너무나 저렴한 가격에 거래되고 있는데 이를 통해 조성된 자금이 조직 범죄의 자금줄로 이용되고 있다고 보도는 전하고 있다.

카메라는 불법담배가 거래되는 현장인 가게와 가정집을 기습적으로 덮친 경찰의 모습을 따라간다. 그런가 하면 웨일즈 수도 카디프(Cardiff) 거리에 소재하는 5개 업소에서 5천 파운드(캐나다화 약 9,000달러) 이상의 담배가 적발되는 장면도 보여주고 있다.

어떤 업소는 불법담배 재고를 숨겨놓기 위해 어지간히도 애를 쓴 노력이 엿보이는데 예를 들면 벽면에 구멍을 뚫고 그 안에 담배를 감춘 후 다른 차단물로 가려놓는가 하면 또 어떤 가게는 벽거울로 가려놓고 있지만 거울을 치우면 그안의 구멍에 불법담배가 다량 감춰져 있다.

단속반 팀장 클리브 존스씨는 불법담배의 정도가 점점 더 심각해지고 있다고 개탄하면서 “최근 5년 동안 불법담배와 조직 범죄, 갱단들과의 연관성이 계속 증가하고 있다”고 우려했다. 갱단은 웨일즈뿐 아니라 영국 전역에서 활개를 치고 있고 자금줄 역시 전국 단위로 엮여져 있다는 것이 경찰 분석이다. 어떤 지역은 범죄하고는 거의 상관이 없는 평화로운 곳이라고 여겨졌지만 실상을 까보니 이런 곳까지 조직 범죄가 손을 뻗치고 있어 경찰을 놀라게 하고 있다.

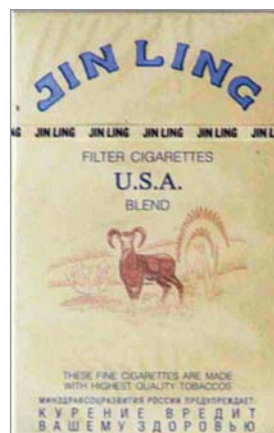
캐나다의 CTV 시사프로 W5 통해 실상 전해 英 웨일즈 불법담배 실상 TV프로로 방영



▲ S4C 시사프로 'Y Byd ar Bedwar'가 경찰이 소매업소를 기습해 현장에서 불법담배를 압수하는 장면을 고스란히 담아 방영했다.

캐나다와 대서양 건너 영국이 비슷한 시기에 TV 시사프로를 통해 불법담배 실태를 적나라하게 방영해 화제다. 우선 영국부터 보자.

웨일즈 공영 TV방송 S4C에서 지난 4월 초에 불법담배 합정 단속 장면이 생생히 전달돼 웨일즈 주민들에게 충격을 던졌다. 웨일즈 지역에 만연된 불법담배의 규모가 일반인들의 상상을 훨씬 뛰어넘는 수준이었기 때문이다. 웨일즈어로 'Y Byd ar Bedwar' (영어로는 'The World on Four'라는



▲ 외관이 흡사 카멜 담배를 연상케 하는 진링.

이 탐사 보도팀 기자들이 무작위로 카디프 지역 9개 업소에 들어가 미스터리 쇼핑을 한 결과 두개 업소에서 불법담배를 구입할 수 있었다고 한다. 두 경우 모두 '진링'(Jin Ling; 金陵)이라는 담배를 3파운드에 판매하고 있었다. 이 담배는 러시아로부터 흘러들어온 밀수담배이며 원래는 중국에서 생산됐으나 중단되고 러시아 담배회사에서 짝어내고 있다.

이번 기습 작전 총괄 책임자 크리스티나 힐씨는 “불법담배를 근본적으로 퇴출시키려면 지금보다 훨씬 더 많은 조치들이 웨일즈 전역으로 이루어져야 한다”고 말했다. 힐씨는 “불법담배 관련한 정보를 그 어느때 보다 많이 접수받고 있으며 문제 해결을 위해 정부 유관 기관들의 공조 시스템이 절실하다.”면서 “그럼에도 불구하고 사건이 나면 그때 그때 임시 미봉책으로 끝만 건드리는 꼴이 아닌가 싶다”고 우려감을 고백했다.

웨일즈 정부는 현재의 이 지역 흡연자가 인구의 19%인데 이를 오는 2020년까지 16%로 낮출 목표를 세워놓고 있다. 이상이 웨일즈 TV S4C 시사프로 'Y Byd ar Bedwar'가 전한 불법담배 실태 스케치다.

캐나다 CTV, W5 "Smoke Rings"



캐나다 CTV 탐사보도 프로 W5가 위의 웨일즈 프로 방영보다 약간 앞선 지난 3월 31(토)에 방영한 'Smoke Rings' 또한 센세이션을 일으켰다. 방영 주요 내용을 CTV측이 기사로 정리해 자사 웹사이트에 게재했는데 이를 토대로 프로 내용을 재구성해본다.

『원주민 보호구역을 몇시간만 돌아다니다 보면 외지에서 온 방문 차량들의 행렬이 담배를 사느라 꼬리를 물고 있는 것을 쉽게 볼 수 있다. 이 담배는 면세품이다. 정부는 원주민에게 보호 구역 내에서 담배를 제조하고 판매할 수 있는 권한을 부여했으며 이들은 면세 혜택도 누린다. 카나와케 원주민 지역 대표 조셉 노튼씨는 이와 관련해 "우리가 하고 있는 것은 불법이 아니며 우리의 권리일 뿐이다."라고 말한다. 캐나다 법에 의하면 공식적인 원주민 지위를 가지지 않은 자가 이 지역에서 면세 담배를 구입하는 것은 불법이다. 모든 담배는 연방과 주정부의 담뱃세가 부과되며 둘을 합하면 담배 가격의 70% 수준을 점하지만 원주민 지역에서는 바로 이 세금의 면세 혜택을 주기 때문에 가격이 엄청 저렴해지는 것이고 그래서 온타리오 흡연자의 40%가 이 유혹을 이겨내지 못하고 원주민 구역을 방문해 면세 담배를 사는 것이다.

200개비 기준으로 정품 담배는 캐나다에서 대략 100달러 이상이다. 그러나 원주민 지역에서는 면세품이기 때문에 고작 15달러에 살 수 있다. (W5기자가 직접 구입을 해본다.) 이런 구매는 소위 말하는 희생자가 없는 범죄라 하겠다. 하지만 경찰은 불법유통 담배를 조직범죄단이 운영하는 불법 사업들의 자금줄로 파악하고 있다. 일반 시민에게는 수십억 달러의 피해로 돌아온다. 온타리오경찰청 (OPP) 조직범죄단속국(OCEB) 관계자는 "온타리오에서만 건어야 할 담뱃세를 못건어 입는 정부의 피해는 한해 10억 달러이고 캐나다 전역으로 따지면 20~30억 달러는 될 것"이라고 추산했다.

퀘벡경찰청(SQ; Sûreté du Québec)이 지난 2016년에 불법담배와 관련



▲ (위로부터 시계방향으로) 원주민 보호구역에서 15달러에 구할 수 있는 면세 담배. 퀘벡 경찰청이 이리호수 부근에서 압수한 불법담배, 온타리오 랜스다운에서 현장 적발 압수된 불법담배, 반가공 상태의 담배원료 밀수 과정에서 적발된 물량.

해 펼친 수사 결과는 조직범죄와 불법담배 시장과의 깊은 연관성을 명백히 드러내고 있다. 일명 '땅거미 작전'(Project Mygale) 이라고 불렀던 이 수사는 거의 2년의 추적끝에 전모가 밝혀진 것으로 미국산 담배원료가 3개의 루트를 통해 국내로 밀반입된 후 온주와 퀘벡의 원주민 보호구역에 있는 생산공장에서 담배로 제조되는 과정이다. 캐나다와 미국 국경에 걸친 범죄 수사로서는 최대 규모의 작전이었다고 한다.

수사에 참가한 한 경찰은 "밀반입된 담배원료는 트럭 158대 물량이며 따라서 조직범죄단의 수익은 어마어마한 수준임이 확인됐다"고 밝히고 있다. 보통 미국에서 트럭 한대 물량의 담배원료는 미화 8만 여달러에 거래된다. 이것이 캐나다로 몰래 들어와 거래되면 30만 달러로 거의 4배 가까운 액수로 커진다. 대략 2년간의 거래량을 계산하면 3천만 달러의 순익을 거둔 것으로 집계됐다.

W5 보도팀 관계자가 지난 15년간 노스캐롤라이나에서 캐나다로 담배를 밀반입했던 전력의 한 트럭 운전수와 선이 닿았다. 보복과 파문이 두려워 이름을 그냥 '토니'라고만 밝히기로 한 이 운전수는 이렇게 말한다. "저들이 굉장히 무서운 인간들인 거 알잖소. 가슴이 콩닥거린다구. 지금 운전하고 가다가 중간에 총맞고 쓰러기 하치장에 내가 버려질지도 모르지..."

토니는 자신이 35,000파운드 물량의 담배원료를 신고 국경을 오간 것이 대략 천 번은 됐으리라 추산하면서 이들 전부가 암시장으로 흘러들어갔을 것이라고 말했다. "이 비즈니스의 규모는 상상을 초월합니다. 마치 쇠붙이를 먹어대며 몸집을 자꾸 키우는 불가사리같은 거죠. 멈출 줄을 모릅니다." (The size of this business is unbelievable. It's like a hungry machine, it never stops.)

(*전체 영상은 유튜브에서도 볼 수 있다. 유튜브에서 CTV W5 Smoke Rings라고 치면 나온다.) ■

마리화나 / 담배 정책에 대한 경고



그간 실험뉴스를 통해 4차례에 걸쳐서, 연방정부의 기호용(recreational) 마리화나 합법화 정책과 주정 부들의 집행안에 대한 전국편의점협회(CCSA)의 경고성 비판과 대정부 건의 내용을 소개했다. 본 면에서는 마지막 연재를 게재한다. 상품에 대한 소비자들과의 포괄적 소통이 가지는 중대한 의미를 포함한 건의서 결론 부분에 해당한다.

수십년간 연방 정부는 담배 제품의 광고와 판촉 활동을 극심하게 통제해왔다. 그런데 담배에 대한 가혹한 통제와 크게 대비되게 의료용, 거기가 최근에는 기호용 마리화나 및 부대 약세사리 제품들에 대해서는 관대하다 싶은 정도의 관용적 정책을 보이고 있다.

두 제품의 관련 법은 Bill S-5와 마리화나에 관한 법률인데 연방은 접근의 차이를 보이면서 양쪽을 모두 다루고 있다.

캐나다 편의점은 모든 담배 제품을 손님 시선에서 차단되게 보관하고 판매하며 미성년자에게는 판매하지 않아야 하는 법률을 준수하고 있다. 정부의 제도와 법을 충실히 지키고 있음에도 편의점들은 저위험 제품군으로 분류되는, 예를 들어 쥘련형 전자담배나 베이핑 제품들이 편의점에서 구할 수 있다는 사실을 소비자들에게 알릴 모든 수단을 거세당하는 상황에 직면해있다.

소비자와의 소통(consumer communications)이 가지는 의미의 중요성은 이렇다. 대중의 제품에 대한 정보 - 제품의 질, 진품의 모양 등 - 와 인

식을 분명히 해줄 수 있다. 이들 정보로 인해 소비자들은 정품과 불법 제품 사이의 차이점을 구별하고 보다 안전한 제조기술의 잠재성에 대한 정보를 획득할 수 있다. 따라서 정부는 두가지 사실을 분명히 인식해야 할 줄 안다.

첫째, 담배가 청소년에게 유해하다는 사실 그리고 새로운 흡연자를 낳지 못하도록 현재의 마케팅 통제 정책을 그대로 유지하라.(Uphold current marketing restrictions to ensure tobacco is not appealing to youth and does not encourage new smokers.)

둘째, 담배 대체 상품, 일명 덜 유해한 담배(쥘련형 전자담배, 일반 베이핑 제품 등)에 대한 정보 전달 차원의 홍보 활동을 허용하라.(Allow informational advertising for new technology such as heated tobacco and vaping products to ensure adult smokers are aware of potentially safer options.)

지금까지 제시한 건의를 압축적으로 재차 정리하며 보고를 마친다. 참고를 위해 영문 원본도 함께 소개한다.

● 담배와 마리화나 모두 브랜드 인지와 제품의 특성을 식별할 수 있는 기본적인 정보 전달 활동을 가로막지 말아야 한다. 이래야 불법제품과 이에 관련한 범죄활동을 예방할 수 있다.

Allow branding and unique characteristics on tobacco and cannabis packaging to reduce the ability for criminals to counterfeit.

● 가격과 관련해 바닥치기 경쟁(race the bottom)이 무분별해지지 않도록 함으로써 소비자들의 건전한 제품 선택을 유도할 교육과 계도성 홍보를 허용해야 한다.

Allow branding to educate the consumer on their product choices preventing a “race to the bottom” for pricing.

● 고세를 정책을 지양해야 한다. 연령 제한 품목에 대한 정부의 일관되고 예측가능한 접근 자세가 요긴한데 이는 불법 시장 확대를 방지할 수 있도록 해준다.

High taxes result in an increased black market. Governments should adopt a consistent, predictable approach to taxing age-tested products, which starts with the principle of setting tax rates that do not grow the illegal markets.

● 저위험 제품군에 대해서 불법 제품이 무분별하게 창궐하지 못하도록 정품의 경쟁력을 담보해줄 수준의 합리적 세금정책을 구사해야 할 것이다.

Governments should tax reduced risk products at a competitive rate to ensure that consumers are protected through regulations and the legal products can compete with the vast unregulated market.

● 정부는 연령제한품목을 통해 창출된 예산을 적절히 사용해 편의점을 비롯한 사영(私營)비즈니스 활성화를 도모하고 이로써 불법 시장을 축출해야 한다.

Governments should consider using tax revenue from age-tested products to stimulate private sector participation (including c-store distribution channel) as a way to displace

illegal markets (i.e., by ensuring adequately ubiquitous supply of legal products).

● 편의점 채널의 높은 연령확인 성실도를 감안할 때 정부는 향후의 정부 담배 통제 전략과 기호용 마리화나 판매 정책 검토와 관련해 편의점의 입장과 경험이 반영될 수 있도록 이들의 적극적 개입을 보장해야 한다.

Given the critical role that convenience retailers play in keeping age-tested products out of the hands of youth, ensure their participation in upcoming discussions around the review of the Tobacco Control Strategy and apply their experiences to the sale of cannabis.

● 새로이 선보이는 저위험 제품군을 관리함에 있어서 정부는 건강 피해를 감소시키는 적극적 정책을 구사해야 한다.

The government should actively take a harm reduction approach in regulating new reduced risk products.

● 다만, 위와 관련해 정부는 Bill S-5 개정 시 저위험 제품군 제조사들이 동 제품드링 일반 담배보다 건강에 덜 유해하다는 사실을 성인 흡연자들에게 알릴 수 있는 활동을 허용해야 한다.

The government should amend Bill S-5 to allow manufacturers of reduced risk products to promote to adults that these products as less harmful than cigarettes

● 신기술에 바탕한 새로운 흡연 제품들은 담배를 취급하는 기존의 모든 채널에서 손쉽게 구입이 될 수 있어야 한다.

New smoking technologies should be readily available at all existing retail outlets of tobacco. ■

〈연재 끝〉

FDA, 소매업소 대대적 단속 예고

美 미성년 전자담배 이용률 900%↑

미국 식품의약청(FDA)이 미성년자 전자담배 접촉을 차단하기 위한 강력한 제재조치를 발동할 것으로 보인다. 그간의 식약청 대응 자세가 지나치게 안일한 것이냐는 질타가 하원 상임위 소관 소위 회의에서 의원들로부터 제기된 후 비롯된 것이다.

FDA는 전자담배 제조사와 이를 취급하는 소매업소 등에 대한 통제 관리를 통해 18세 미만의 청소년에 대한 판매를 엄단할 수 있는 권한이 있는 연방 보건부 산하 기관이다. FDA는 산하에 여러 조직을 거느리고 이를 가동해 미성년자 판매를 단속할 것인데 경고 서신, 벌금, 전자담배는 물론 일반담배까지도 영업을 못하도록 허가를 박탈하는 권한 등 다양한 강도의 제재 수단을 발동할 수 있다.

한편 FDA수장인 스캇 고트리브(Scott Gottlieb) 청장은 전자 담배



가 기존의 일반 담배에 비해 건강 위험도가 덜한 것도 같지만 가장 심각한 문제는 미성년자들의 소비율이 엄청나게 증가하고 있는 것이라며 큰 우려를 표명했다. 최근의 한 자료에 따르면 지난 2011년 대비 2015년 사이에 고등학생 전자담배 접촉률이 무려 900%가 증가한 것으로 밝혀졌는데 청장은 이 자료를 앞세우며 대대적 단속을 예고했다. ■

그럼에도 불구하고 난공불락의 에너지샷은 있다. 대표적인 제품이 바로 파이프아워(5-hour)에너지 드링크다. 초기부터 지금까지 파이프아워는 에너지샷의 대명사 자리를 유지하고 있다. 단일 회사의 단일 제품으로 지난 15년 가까이 미국 시장에서만 7억 달러 가까이 팔렸다. 이 제품을 비롯한 일부 잘나가는 에너지샷은 새로운 맛과 향을 가미하고 보급망을 확장하면서 젊은층 시장을 집중적으로 공략해 굳건한 위치를 점하고 있다.

젊은층 소비 주도

뉴저지에서 주유소병설체인편의점을 2개 운영하고 있는 에드 카쇼티씨는 작년에 에너지샷 매출이 20%가 늘었다고 한다. 주로 18세 ~35세 연령대인데 40대까지도 잘 나간다고. 이 업소에서는 에너지 드링크 품목 중 매출 1위가 파이프아워이고 2위가 몬스터라고 한다. 젊은이들은 에너지샷을 거의 주기적으로 사먹는다. 업소 효자품목이 아닐 수 없다.

카쇼티씨 업소 하나는 뉴저지 주립대학(일명 러거즈 Rutgers 대학으로 불림)캠퍼스 인근에 위치하고 있는데 학생들이 도서관이나 기숙사에서 시험 공부하는 중에 가장 빈번하게 사먹는다. 졸음을 쫓기에는 그만이기 때문이다. 아예 6개짜리 한 팩을 사다놓고 툭하면 꺼서 입에 털어넣는 학생들도 많다.

최근의 에너지샷 신제품들은 단백질을 함유하고 있는데 소비하기 편하고 가격도 그리 비싸지 않아 호응을 얻고 있다. 또, 저당분 저칼로리 상품들 역시 소비자들의 많은 주목을 끌고 있다.

소매업 컨설팅 전문가 밥 피브스씨는 계산대와 계산대 앞면이야말로 에너지샷 진열의 필수 공간임을 강조하며 "판매를 위한 특별한 트레이닝이랄 것도 없고 그저 손님 눈에 바로 들어올 수만 있으면 된다." 고 말한다.

피브스씨는 또, 크로스 머천다이징(cross-merchandising)을 반복해서 역설한다. 이 개념은 한국말로 '보완적(補完的) 상품전시'라고 옮기면 될 듯 하다. 보통 슈퍼마켓에서 구사하는 판촉기법인데 상품들을 상관적으로 진열하기 때문에 '관련 품목 접근법'이라고도 불린다. 이 전시 기법을 통해 고객은 한 제품에서 다른 제품으로 관심을 돌리도록 자연스럽게 유도된다. 예를 들면 한 제조업자의 샴푸 진열이 동일 기업에 의하여만 들어진 헤어 컨디셔너의 전시와 반대편에 놓여져서 샴푸 구매자는 헤어 컨디셔너에도 관심을 갖도록 유도된다.



▲ 에너지샷과 어울리는 크로스 머천다이징의 대표적인 수면촉진음료

(15면에 계속)

젊은층의 변함없는 사랑 힘입어

에너지샷 기세 여전, 굿나잇 음료도 뜨고



북미주에서 에너지샷(energy shot)은 에너지 드링크 혹은 기능성 음료 군에서도 별도의 카테고리로 취급해야 할 정도로 지난 수년간 괄목할 대상이었다. 에너지 드링크는 주지하는 바와 같이 건강, 웰빙, 역동적 라이프 스타일과 같은 트렌드에 깊이 맞물려 돌아가는 품목군이다. 웰빙에 대한 의식이 전면에 나서면 매출이 둔감해진다. 하지만 에너지샷은 여전히 직접적인 기능성 음료로서의 위상을 견고하게 유지하고 있다.

에너지샷은 소용량의 고농축 에너지드링크로 한 입에 탁 털어넣는 분량이라 에너지 드링크 취급 시 주로 계산대 한켠 손님들 눈에 잘 띄는 곳에 진열한다. 북미주인들의 기분전환과 순간 에너지 충전에 대한 욕구는 그 어느때보다 크다. 하지만 최근에 와서 에너지샷에 대한 수요가 다소 하강 국면을 보이고 있다. 주 원인은 여타 기능성 강화 음료들이 많이 쏟아져 나오고 있고 가격 경쟁력에서 에너지샷이 이들에 밀리는 때문이라고 한다. 여기에 자사상표부착 제품(PL)들의 저가 공세까지 보태지며 소강국면을 맞고 있는 것이다.

미국 시장 성공하면
캐나다 상륙 시간문제

골프 껌 대박 칠까?



▲ 아직까지는 온라인으로만 거래되는 골프껌은 5개 한 팩이 미화 6달러, 두 팩들이는 11달러다. 사진은 두 팩 제품이다.

지난해 12월에 흥미로운 껌이 시장에 등장했다. 콜로라도 덴버에 소재하는 '아폴로껌컴퍼니'(Apollo Gum Company)라는 회사가 골퍼들을 주 타겟으로 한 기능성 껌을 개발, 출시한 것이다. 일명 'Golf Gum'이다.

이용도 간편하다. 라운드하다가 혹은 그 전이라도 아무때나 한알 꺼내 씹으면 된다. 보통 전반 나인홀 끝나고 후반 나인홀에서 다소 지치기 마련인데 이때 소비하면 제격이라고 한다. 마치 과로나 졸음에서 순간 기력 회복하기 위해 마시는 에너지 드링크와 유사한 방식으로 골퍼들을 위해 니치 마케팅을 한 것이다. 천연 카페인과 비타민 B를 주 성분으로 하며 한 알에 80밀리그램이다.

입에 물고 계속 몇시간이고 씹어도 되지만 귀찮으면 몇분만 씹고 버려도 된다. 이렇게 해도 부드럽게 원기 회복의 느낌을 충분히 받기 때문이다. 이 껌에는 자이리톨 성분과 천연감미료가 함유돼 있어 씹는 맛도 있고 치아 썩을 걱정은 안해도 된다는 것이 회사측 설명이다.



이 회사가 에너지 껌을 만든 것은 이번이 처음은 아니다. 지난 2015년에 처음으로 아폴로에너지껌 (Apollo Energy Gum)이라는 브랜드를 선보인 바 있다. 이번 골프껌 개발에 참여한 회사측 관계자는 "주말 골퍼이건 프로 선수들이건 우리 제품 골프껌을 즐기면 집중력이 오르고 핸들을 줄일 수 있다"고 다소 익살스럽게 자랑을 늘어놓는다.

회사 사이트에 들어가면 작년 브리티쉬 오픈에서 조단 스피쓰가 5시간 이 넘도록 껌을 씹으며 라운드했던 실화를 예로 들기도 한다. 이야기인 즉, 껌이라는 것이 20여 분만 씹으면 아무런 맛도 안나고 효과도 없으며 불쾌감만 남으니 그리 장시간 씹을 이유가 없다는 말이 었다.

그리고는 자기네 껌은 몇시간을 씹어도 괜찮다면 조단이 자사 골프껌을 애용해주기를 바란다는 감쪽한 메시지를 덧붙였다.

출시할 당시는 회사 온라인(<https://golfersgum.com>)으로만 판매했고 지금도 그렇지만 금년 중에 콜로라도 소매업소와 골프장 프로샵부터 제품을 깔아보고 미 전역으로 확대한다는 계획이다. 캐나다 시장까지 진출 한다는 소식은 아직 없으나 미국 시장에서 성공이 확인되면 시간문제가 지 않을 까 싶다. 아직 본격적인 골프 시즌이 아니어서 시장성 진단은 최소 수개월은 지나봐야 알 수 있을 것이다. ■

<14면에 이어>

에너지샷 기세 여전, 굿나잇 음료도 뜨고

이들 에너지샷에 응용해보면 에너지샷 상품과 수면촉진음료를 함께 진열해놓는 것이다. 많은 사람들이 피곤과 졸음을 피하기 위한 각성 목적의 에너지샷을 마시듯 또 다른 많은 사람들은 숙면을 이루지 못해 고생하지만 그렇다고 약품인 수면제를 복용하기는 꺼려지는 고객들도 있지 않은가? 요즘 수면과 긴장해소에 도움을 주는 자연성분의 수면 드링크도 시장에 다양하게 나오고 있다. 한국에서도 수년 전부터 언론 광고나 기사 또는 영상 보드를 통해 "에너지 드링크 지고 굿나잇 음료 뜬다!"라는 표현을 자주 접하기 시작했고 '릴렉싱(relaxing) 음료'라는 영어단어를 그대로 사용하는 문구도 흔한 실정이다. ■

는 유명해졌다. 또, 전통적인 모양의 셰이크 그림도 있는데 그 옆에는 이런 문구를 써놨다. “헬리팩스 최고의 밀크셰이크를 드셔보시라” (Try the best milkshake in the city)



동생과 아들하고 전형적인 가족 경영을 하고 있는 하비브씨의 영업 철학은 “그 어디에서도 얻을 수 없는 것, 그 누구도 생각지 못한 것들을 취급하겠다.”는 것이다.

손님의 니즈를 맞추는 능력은 그저 우연히 얻어지는 것이 아니다. 손님이 무엇을 원하고 찾는지를 손님에게 반드시 물어본다. 그 어떤 손님도 가게 주인만큼 그 가게 내부를 잘 알 수는 없는 것이다. 손님을 따뜻한 인사로 맞아주고 도움의 손길을 내밀면 어떤 손님이고 감동받게 돼 있다. 그냥 기계적인 인사가 아니라 정말 반갑게, 정감이 가는 그런 환대가 필요하다. 호들갑스러울 수도 있고 너스레스러울 수도 있지만 진정성이 묻어나면 그만이다.

마치 여론조사라도 하듯이 손님들의 요구와 필요를 물어보고 어김없이 친근한 인사를 건네는 그의 태도는 큰 장점이다. 올해 54세의 나이인 하비브씨의 낙천적이고 적극적인 성격때문에 성공의 절반은 먹고 들어간다. 그러나 성격은 별도로 치고 비즈니스 수완만 놓고 보더라도 성공하게 생겼다.

손님을 도울 수만 있다면 반드시 돕고 절대로 손톱만큼의 불만을 안고 가게를 떠나게 내버려두지 않겠다는 비즈니스 신조를 안고 살아간다. 그는 지난 1976년 내전이



▲ 주인 하비브씨의 저런 웃음을 보면 손님들을 얼마나 자연스럽게 친근하게 대하고 있는지 충분히 상상이 된다.

주인도 개성만점, 업소도 개성만점

손님 사로잡는 톡톡튀는 편의점

주인이 쾌활하면 어린 손님들도 즐겁다.



노바스코시아 헬리팩스에 편의점 업계 30년 이상을 종사해 온 마이클 하비브 (Michael Habib) 라는 사람이 있다. 지금도 ‘주빌리 정션 컨비니언스’(Jubilee Junction Convenience) 라는 상호의 편의점을 경영하고 있는데 워낙 독보적인 인물이라 소개해본다.

인물 자체가 주목되는 것이 아니라 그가 구사하는 영업 스타일이 관심을 끌기 때문이다. 오랜 세월이 지나도록 편의점 분야에서 성공을 해온 그의 비즈니스 핵심을 다섯 단어로 표현하면 “stand out from the crowd”로 정리되는데 우리말로 “확실하게 튀는 사람” 정도이겠고 보다 근사하게 말하면 ‘군계일학(群鷄一鶴)쯤 되겠다.

지금의 가게는 2006년에 본인이 오픈한 것으로 처음 들르는 손님이라면 이 가게에 들어서기 전부터 꽤나 진한 인상을 받을 것이다. 업소 외벽이 낙서같으면서도 정감이 가는 페인트 벽화와 상호도 도배돼 있다.

자기 업소 고객 중 한 명에게 부탁한 것인데 일종의 거리 예술인 셈이다. 그림 내용은 화물 열차가 거대한 아이스크림 샌드위치를 끌고 가는 모습이다. 벽에 그린 이 그림 하나로 사람들의 시선을 한 몸에 받으며 업소

일어나 가족을 데리고 자기 조국인 레바논을 떠나 캐나다로 온 사연 많은 사람이다. 그에 대한 평가는 손님으로부터 정확하게 드러난다. 그 어떤 손님도 하비브의 가게에 대해 만족스러워 하지 않는 경우가 없다고 증언한다. 한결같고 변함없다는 평가다. 불과 1,000평방피트의 작다면 작은 규모의 업소 안에 별의 별 물건이 다 있다. 테니스 공, 담배 모양의 캔디, 칠리소스, 포커칩 등 온갖 희한한 아이템들이 가득하다. 손님이 원하는 것은 다 있는 가게라는 말이 과장은 아닌 것 같다. 그래서 주인 스스로도 이렇게 말한다. “우리 가게에서 손님은 물건을 찾는 것이 아니라 편리함을 찾는다.” 물건은 뭐든지 다 있으니 이 업소만 들르면 편하게 원하는 것을 이룰 수 있다는 말이다.

다급하게 허둥대며 다른 여러 업소를 헤매도 못구한 것이 마침내 이 가게에서 해결되는 사례는 다반사로 일어난다. 심지어 백화점이나 대형 슈퍼에서도 없는 것이 하비브 가게에서 발견되면 손님은 그야말로 만세부르는 기분이다. 웬지 들르면 기분 좋아지는 가게인데다가 다른 곳에서 구하기 힘든 아쉬운 물건까지 구할 수 있으니 어찌 주인과 업소가 사랑스럽지 않겠는가.

지역 주민들한테 이 업소는 이니셜을 따 제이제이(JJ)라는 애칭으로 통하는데 워낙 별의별 아이템들이 많다보니 손님층 또한 다양하기 이를 데 없다. 업소의 위치도 고객의 다양성에 한몫한다. 주빌리 길과 프레스턴 길 교차 지역에 있다고 해서 업소 이름을 주빌리 정선으로 정했다. 주민들은

한세대 가족이 대부분이다. 그리고 근처에 달하우지 대학과 킹스 칼리지 가 있어서 업소 단골손님으로는 학생층도 많다. 학생들은 주로 스낵, 식료품, 그리고 특별한 아이템들을 곧잘 찾는다.

손님을 업소로 들어오게 하는 것도 중요하지만 한번 온 손님의 관심을 지속적으로 끌 수 있게 하는 것은 더 중요한 과제다. 식료품의 비중이 커지고 있다는 점을 파악한 하비브씨는 2년 전에 업소 뒤켠에 작은 스넥바를 꾸렸다. 손님들이 잠시 앉아 이 가게에서 파는 푸드서비스 메뉴인 피자나 버거, 푸틴 등을 먹을 수 있도록 한 것이다. 이것이 계기가 돼 본격적인 푸드서비스 확장이 일어났다. “인간은 습관의 동물이다. 일단 한가지를 집고 나면 충동욕구에 의해 또 다른 것을 추가로 집게 마련이다.” 그가 오랜 세월 관찰한 지론이다.

현재의 업소는 사실 편의점으로는 같은 자리에서 60년의 역사를 자랑한다. 하비브씨가 인수해서 새로 단장해 오픈한 것이다. 작은 규모의 업소에 손님은 고령자와 젊은층이 공존한다. 외벽에다가 벽화로도 자랑했듯이 업소의 마스코트 먹거리의 피자, 초콜렛 밀크셰이크, 아이스크림 샌드위치 등이다. 여기다가 주인의 SNS 활용도가 보태지면서 홍보 판촉도 왕성하다. 변화하는 트렌드에 대한 반응과 대처 능력이 돋보인다. 아무리 편의점 영업 환경이 안 좋다고 해도 잘되는 업소는 주인의 남다른 개성과 노력 그리고 영민함이 입체적인 영향력을 발휘하기에 가능한 것이다. ■

영국 웨일즈의 한 편의점 매니저가 짜고 치는 강도 행각을 벌이다가 덜미가 잡혀 철창 신세를 지게 됐다. 윈 스톱이라는 상호의 편의점을 운영하는 매니저 미셸(34세)이 어느날 아침 업소 문을 오픈하다가 뒤따라 들어온 두명의 강도에게 등 뒤에서 칼로 협박을 당

을 종합한 결과였다.

그리고 경찰은 조서를 공공기소국(Crown Prosecution Service)으로 넘겼고 지난 3월 21일 3명을 법원에 기소했다. 영국은 경찰이 수사권만 가지고 있고 기소권은 공공기소국이라는 별도의 기구에서

英, 편의점 매니저 자작 강도극 덜미잡혀

해 약 2,800파운드(캐나다화 약 5,000달러) 상당의 물건을 강탈당했다. 그리고 이런 사실을 경찰에 신고했고 경찰은 미셸을 강도 피해자로 알고 조사를 진행했다.

조사 진행과 동시에 경찰은 강도 용의자 두명을 체포할 수 있었다. 한명의 이름은 벤자민이고 또 다른 한 명은 미성년자이다. 용의자와 피해자 양쪽 모두를 조사해 들어가다가 결국 경찰은 피해자라는 미셸도 같은 패거리임을 확인할 수 있었다. 이같은 결론은 업소 내 설치된 CCTV자료, 법의학적 증거, 그리고 비디오 감식 전문가 소견등 제반 근거들



전담한다. 이 기구가 한국으로 말하면 검찰이 되는데 그렇다고 한국처럼 수사권은 없다. 수사권은 오로지 경찰, 기소권은 오직 이 기구만이 가질 뿐이다. 달리 말하면 수사권없는 검찰이 영국의 기소국이 되었다.

그리고 재판은 매우 신속히 진행돼 지난 4월 18일 1심 선고에서 자작극을 벌인 매니저 미셸은 4년 6개월 징역형, 공범인 벤자민은 6년 징역형을 각각

인도받았다. 또 다른 범인인 미성년자는 소년원 18개월 구류 처분을 받았다. 주인은 매니저 미셸을 무척 신뢰했다고 하는데 이번 사건을 겪은 주인의 심정이 꽤나 참담했을 것이다. ■

플라스틱 용기 겨냥한 기업이미지 제고 마케팅

네슬레, 향후 “포장용기 100% 재활용” 공언



크기 때문에 시급히 이를 최소화해야 할 필요가 있다고 강조했다.

CEO 마크 슈나이더씨는 “플라스틱 폐기물이 오늘날 지구촌이 당면한 지속가능한 세상 만들기 이슈에서 가장 심각한 문제”라고 말했다. 플라스틱과의 전쟁을 선포한 것처럼 들릴 정도다.

회사측은 이 계획을 실현하기 위해 3가지 핵심 영역에 초점을 맞출 것이라고 한다. 첫째는 재활용이 불가능한 플라스틱은 영구 추방할 것이다. 둘째는 재활용이 가능한 플라스틱 사용을 제고를 장려할 것이다.

끝으로 포장 소재의 복잡한 화학적 조합은 완전 폐기하거나 방식을 친환경적으로 바꾼다.

네슬레는 경제학 전문용어인 순환적 경제(circular economy) 개발의 필요성을 충분히 인식한 가운데 다음과 같은 몇가지 목표도 실현하겠다고 약속했다. (참고로 ‘순환적 경제’는 자원의 재생과 재활용이 가능한 친환경적 경제 시스템으로 이해하면 된다.)

▶ 회사가 진출해있는 모든 국가에서 자사가 만들어낸 포장 쓰레기는 잘 수집하고 분류해서 재활용이 될 수 있도록 종합적 계획을 수립, 실현할 것이다.

▶ 플라스틱 사용을 줄이고 재활용을 촉진할 수 있는 포장용품 생산 회사들과 더 활발히 제휴해서 궁극적으로는 플라스틱 폐기물을 완전히 추방한다.



▲ 사진은 올해 1월에 한 환경단체가 찍은 장면이다. 가난하지만 아름다운 해변을 가진 이 나라의 해양 오염을 고발하는 충격적인 모습인데 거대한 플라스틱 호수라고 불리도 결코 과장이 아니다.

다국적 종합식품기업 네슬레가 오는 2025년까지 자사 제조 상품 포장용기의 100%를 재활용 소재로 만들 것이라고 발표했다. 스위스 본사에서 지난 4월 10일 공표한 이 약속이 실현된다면 적어도 네슬레에서 만든 플라스틱 용기를 포함한 어떤 포장 용기도 쓰레기 매립장에서 나뒹구는 폐기물이 되지 않을 것이라는 야심찬 장담이 아닐 수 없다. 네슬레만이 아니라 대다수의 공룡 기업들이 ‘착한이미지’전파에 다양한 방식을 동원해 노력하고 있는 것이 대세이고 실제로 상당 부분 실천에 옮기고 있기 때문에 신뢰를 가지고 지켜볼 일이다.

네슬레 관계자는 지구촌 환경 파괴에서 포장 용기가 끼치는 비중이 매우

▶ 소비자들이 플라스틱 용기를 현명하게 처리하는 방법을 교육시키기 위해 자사 포장 표면에 재활용 관련 정보를 담는다.

▶ 플라스틱 용기의 재활용도를 높이기 위해 이 분야의 시장을 적극 지원 홍보한다.

네슬레는 회사 이미지 제고와 밀접한 관련이 있는 이번 발표와 관련해 사뭇 비장감마저 느낄 정도의 메시지를 전하고 있다. “포장물이 육지는 물론 바다, 대양, 수로 등에서도 쓰레기로 더이상 방치되지 않도록 하는 것이 우리 회사 공약의 핵심 대의명분 중 하나다.” 하기가 요즘 플라스틱 재활용도를 높이는 작업들이 광범위하게 확산되다보니 ‘에코플라스틱’(eco-plastic)이라는 신조어까지 등장하고 있다.

사실 회사가 알아서 플라스틱 영구추방 캠페인을 벌일 정도가 된 이면에는 네슬레를 비롯한 유니레버(Unilever), 프록터앤갬블(Procter & Gamble)등 엄청난 규모의 소비재 플라스틱 용기를 쏟아내고 있는 다국적 회사들에 대한 시민들의 비난과 원성이 자자한 때문이다.

특히 가난한 3세계 국가들의 경우, 재활용 예산도 없으니 플라스틱 용기가 전 국토를 유린하고 있는 심각한 상황에 처해 있다. 그 원성을 무마하기 위해서라도 회사가 앞장설 수밖에 없는 지경까지 온 것이다. 이제는 약탈적 기업이 아니라 친환경적 회사, 공정무역을 하는 회사 등으로 이미 지 변신을 해야 경쟁력이 유지되는 세상이 된 것이다. ■

편의점 영업, 뭐가 제일 걱정이십니까?

경쟁심화, 구인난이 가장 큰 불안요인



▲ 숙련된 일손이자 믿고 맡길 수 있는 종업원 구하기가 편의점 업주에게는 결코 쉽지 않은 과제다.

지난해 12월 전미편의점협회(NACS)가 소속 회원들을 대상으로 2018년도 편의점 업계 전망을 놓고 설문 조사를 실시하면서 다음과 같은 항목의 질문도 포함시켰었다.

『내년의 귀하 비즈니스에서 가장 큰 위협요인(the biggest threats)은 무엇이라고 생각하는가?』 복수 응답을 받은 결과, 고용문제(labour issue)가 격화되는 경쟁 구도 문제와 동일하게 최고치를 기록했다. 여기서 고용 문제라 함은 인건비 인상, 숙련되고 신뢰할 만한 종업원 구하기 등 인력

과 관련된 모든 문제를 망라한다고 봐야 한다.

이 조사에서 전반적인 편의점 경기를 미국 편의점 업주들은 대체적으로 낙관하는 쪽으로 여론 형성을 이루고 있었다. 그럼에도 불구하고 이들의 의식을 지배하는 불안 요인이 무엇인지 살펴보는 것도 의미가 있을 것이다. 회원들을 비롯한 온타리오 편의점 업주들도 내·외적 환경으로 큰 위기의식을 느끼고 있는 상황이니 아래쪽 동종 업종 종사자들의 견해를 살펴볼만 하다고 본다. ■

〈2018 편의점 영업 최대 위협 요인〉

유형 구분	응답률	비고
●경쟁 (동종업간)	45%	주변 편의점과의 경쟁 격화를 묻는 질문항
●경쟁 (타 채널)	45%	편의점이 아니면서 편의점과 중복되는 아이템 취급 채널. 예)약국, 달러스토어 등
●정부 규제	42%	정부의 각종 법률, 시행령, 제도 등 과도한 정부 통제 정책
●경제 불황	21%	전체 경제 동향의 부정적 여파 등에 대한 염려
●승용차 이용 자제	25%	고유가 등 여러 이유로 승용차 이용이 감소하면 편의점 매출도 동반 하락하기 때문에 위협 요인이 될 수 있음. 방문을 하락과 매상의 상관관계 상 당연한 반응임
●택배 활성화	13%	우버, 드론 등 신세대 배달 수단의 활성화는 오프라인인 편의점 방문 기회를 감소시키는 요인으로 작용할 수 있음
●고용 문제	45%	인건비 인상, 적임 종업원 구하기가 점점 어려워지는 여건임
●기타	6%	

어댑트 미디어 관련 공지사항



회원 광고수익사업으로 본부협회가 발굴한 제휴사 어댑트 미디어(Adapt Media)와 본부협회 사이에 단체 계약이 성사되었습니다. 이를 근거로 회사측은 본부협회에서 작성해준 추천서(Reference Letter)를 제시하며 개별 계약 체결과 아울러 광고물 설치 작업에 착수할 것입니다. 추천서를 확인한 후 계약서에 서명하고 광고물 설치를 허용해 주시기 바랍니다.

기존 아이샷 미디어보다 조건이 유리해 이 회사를 적극 추천합니다. 만일 이미 아이샷 미디어와 갱신 계약을 했다면 계약을 파기해도 무방합니다. 위약금을 부담하는 것은 없으며 다만 설치된 장비들은 아이샷 미디어측에서 철거 회수할 것으로 보입니다. ■



이 형인

*기고가는 1980년 초에 본부협회 제 5대 회장을 역임하였으며 현재 협회 협회 지문위원을 맡고 있음

편의점의 애환을 잘 그려낸 '김씨네 편의점'이라는 작품이 처음에는 뮤지컬로, 그다음에는 TV시트콤 시리즈 방영물로 그리고 마침내 영화로까지 나와 축제 분위기를 띠었다.

작품은 시대적 요청에 부합했을 뿐 아니라 소박하고 털털한 배역의 주인공들이 순수한 인간적 면모를 유감없이 드러내 큰 반향을 불러모았다. 매우 창조적이고 탁월한 예술적 면모를 유감없이 발휘해준 제작진은 물론 연기자들에게 이 기회를 통해 감사를 드리고 싶다.

나는 평론가도 아니고 작가는 더더욱 아니기 때문에 이민사의 애환을 그려낸 훌륭한 문화적 작품에 대한 평가나 감상을 자세히 언급하려고 이 글을 쓰는 것은 결코 아니다. 작품을 통해 우리들 이민사의 지난 과거가 회상되기에 불현듯 추억을 불러내 담담히 감상을 피력하고 싶을 뿐이다. 훌쩍 반세기 이 땅 한인 이민사를 회고해 볼 때, 한마디로 말해 초창기는 물론 이 날까지도 편의점이 동포 경제 활성화에 지대한 공헌을 해왔다고 자부한다. 한때는 한인 편의점이 3천 개에 육박하던 시절도 있었으니 한인 편의점 조직의 경제적 지위가 어땠는지는 짐작이 가고도 남을 것이다. 이 시절을 그냥 들춰보고 싶을 뿐이다.

60년대 중엽, 코너 스토어들의 운영권은 거의 유대인이 쥐고 있었다. 어두컴컴한 내부에 별로 쓸만한 상품도 보기 힘든 초라한 모습이었다. 원시적 구멍가게의 모형이랄까, 피죄죄한 골목 가게의 이미지를 면할 수가 없어 보였다. 그때 얼마나 다들 젊고 들끓는 열정이 넘쳐나던 나이들이었던가.

이 땅 이민 선구자 역을 떠안고 개척했던 파독(派獨) 산업업군들은 노동의 실체를 온몸으로 터득했던 강인함과 돌파력의 소유자들이었다. 더구나 천미터 석탄 굴 속을 휘젓고 다니며

다졌던 폐기였으니 무슨일인들 겁나겠는가!

두더지처럼 땅굴을 뒤흔들듯 통달한 노동력이 땅 위에서 깨끗하고 맑은 공기를 호흡하며 무슨 일인들 못 할까보냐.

땅속만이 아닌 하늘밑 그 어디라도 무슨 일이라도 덤벼 성취할 수 있었다. 가게들이 마켓에 즐비했다. 저렴한 가격에 별 볼 일없는 재고 역시 헐값에 인수할 수 있었던 시절이었다.

유대인들은 경제의 노하우가 태생적으로 몸에 배어 있는 민족임을 역사는 증명한다. 우리는 그들이 앞서 깔아놓은 기차길로 그냥 내달리기만 하면 목적지에 도달할 수 있다는 믿음이 있었다. 헐값에 인수한 가게를 안고 우리의 끈질긴 민족성을 발휘한다. 부지런하고 친절할 자세앞에 누가 우리를 앞질러 수 있겠는가. 헐값으로 사들인 가게들은 인수하자마자 확 쓸어버리고 완전히 새모습으로 탈바꿈시킨다. '빨리빨리' 습성이 제대로 진가를 발휘한 것이다.

킴킴하고 우중충한 실내는 환히 불을 밝혔고 구질구질하고 퀴퀴한 냄새가 나는 것들은 몽땅 바꿔버려 신선하고 깔끔한 모습으로 새로이 단장이 된 것이다. 넉넉하고 다양한 상품이 새 이미지를 뽐내며 선반에 쌓여있고 사람들끼리는 명호아, 꼬메 시타아미고, 따까니시, 비게즈, 도부로 유프로...

세계 인종들의 인사말이 등장하며 웃음꽃이 피어나고 그런 가운데 불만이나 불평이 모두 한순간에 녹아난다. 그러면서 열리는 것은 핸드백과 지갑이다. 바로 이 순간들이 아침 7시부터 밤 11시까지 장시간 노동에서 오는 피곤함을 달래주는 영양제인 것이다.

따뜻하고 친근한 마음으로 하이 캐롤! 하이 폴! 이름까지 기억해서 불러주고 태어난 나라의 인사까지 곁들여 반겨주니 담배 한갑만 달랑 사가지고 가게문을 나서기야 하겠는가.

계산대 앞에는 "언제나 기뻐하라"는 성경 구절이 쓰여 있고 편리하고 친절할 편의점을 거의 매일 찾는 단골들의 이름과 출신국 인사말 등이 빼곡히 적혀 있다. 가게문을 열고 들어오는 손님들의 피곤한 표정을 미소로 바꿔버리는 동네길 단골가게로 거듭나는 것이다. 자조적 표현인 구멍가게들의 집단이라는 이미지를 벗어버리고 이제는 당당한 조직체인 실업인협회 소속 회원으로서의 긍지를 펼쳐야 할 것이다.

절망은 없다. 뛰는자에게는 걷는자의 속도가 느리다는 진리만이 보일 뿐이다. 아직도 내 눈에는 환하게 밝혀진 희망의 길이 보인다. 온주 보수당 대표 더그 포드의 실언이라 할지라도 얼씨구! 편의점 맥주 판매를 허용하겠다고 하지 않는가! ■

Sunny의 건강 이야기(11)

암(癌) - 5

암의 근본을 다스린다는 면에서 세포와 미생물의 역학관계는 매우 중요하다. 미생물은 좋은 세균과 해로운 세균으로 나뉜다. 대부분의 경우 면역 체계는 미생물을 찾아내 적절하게 관리도 하고 박멸도 한다. 하지만 촌충, 디스토마균, 곰팡이균을 비롯한 수많은 박테리아는 면역력만으로 다스리기가 힘들다. 간 정화, 또는 특별한 영양제나 보충제 복용으로 해충과 미생물을 중점적으로 다스려야만 한다. 이하 암과 미생물 그리고 면역력의 관계를 살펴본다.

우리 모두는 일정한 양의 암세포를 항상 지니고 있다. 하지만 과다한 미생물이 세포와 장기로 침투하게 되면, 정상세포로 공급되어야 하는 포도당을 이 미생물들이 가로채 자신들의 먹이로 사용한다. 더 해로운 것은 이들이 장기에 발암성 균독소인 마이코톡신(Mycotoxins)을 배설한다는 사실이다. 이 독소는 산성 기질이 매우 높고 정상세포에게 유익한 것이 전혀 없는 쓰레기라고 보면 된다. 정상세포가 활동에 필요한 포도당을 빼앗기고 독소에 감염되면서 장기가 약해지고 기능이 떨어질 수밖에 없게 된다. 또한, 여러 장기가 약화돼 결과적으로 우리 신체의 면역력이 급격히 약해지게 된다.

장은 면역체계 기능의 80% 책임지고 있는 장기인데, 장기가 약해지면 암세포를 사멸해주는 기능이 없어지고 암세포 전이와 생식이 빠른 속도로 진행된다. 결국 암의 가장 근본적인 원인은 다산성화(Acidosis)와 미생물이다. 암줄기세포와 마찬가지로 이러한 미생물은 혈관을 타고 온몸으로 돌아다니며 인체가 감당할 수 없는 상태까지 면역력을 약화시킨다.

일반적으로 박테리아는 정상세포에 침투할 수 없지만 몸이 산성화되면 산화된 세포의 세포막이 약해지기에 가능한 것이다. 암 유발 물질인 석면(Asbestos)에 대한 말이 많다. 석면은 극히 작은 분자로 나누어져서 인체에 들어가 세포막에 상처를 낸다. 세포막을 파괴하는 화학물질의 또다른 대표적인 것이 담배다. 담배에 섞여있는 화학물질 일부가 바로 세포막을 파괴하는 물질이다. 석면과 흡연이 직접적인 암 유발 원인이라는 것이 아니라, 세포막을 파괴함으로써 해로운 물질이 정상세포 안에 자리잡으면서 정상 세포를 암세포로 전화시키는 것이다.

박테리아는 세포내에 자리를 잡고 포도당을 흡수하며 독을 뱉어내고 젖산을 분비하여 암세포의 먹이거리가 되어주는 한편 정상세포가 필요한 ATP의 생성을 막는 기막힌 악순환을 거듭한다. 대부분의 박테리아는 형태가 자유자재로 변화되는 다형성(Pleomorphic) 박테리아이기 때문에 세포내부로 드나들 수 있게 된다. 더 무서운 것은 이 미생물들이 혈관을 옮겨다니며 새로운 형태의 균락(Colonial microbes)을 형성하는데 그것이 바로 종양세포이다.

이미 1950년대에 입증된 바, 이러한 암세포는 자신들의 세포를 감싸는 끈적한 효소(Enzymes)를 분비해 인체 면역체계가 자신들을 인식못해 공격할 수 없도록 만든다는 사실이다. 이러한 효소는 단백질, 유제품과 깊은 연관이 있다. 거의 유일하게 이 효소를 제거할 수 있는 물질은 췌장에서 생성되는 효소이다. 췌장에서 생성하는 소화물질이 바로 이 효소인데 이 암세포의 단백질 코팅효소를 녹여서 면역체계가 암세포를 인식하게 도와주고 사멸시킬 수 있게 해준다. 따라서, 췌장이나 장암이 있는 환자

인 경우는 특히 육류를 절대로 삼가고 낙농제품을 피해야 한다. 왜냐하면, 췌장의 효소는 육류나 유제품이 장에 들어오면 그것을 소화시켜주기 위해 사용되기 때문에 암세포의 보호막을 제거하기 위한 효소가 절대적으로 부족해지기 때문이다.

그 대표적인 박테리아가 바로 헬리코박테리아(Helicobacter Pylori)이다. 이 박테리아는 위암의 주원인이 되는데, 맵거나 뜨거운 음식을 섭취하는 것과는 전혀 상관이 없다. 개도국에는 5세가 되면 이미 80%의 인구가 감염되고 선진국조차 약 15% 인구가 감염이 되어있는데, 특히 한국인에게 많다. 위는 산성 Ph가 3-4에 불과해서 균이 기생할 수 없다고 알려져 있지만 그렇지 않다. 균들은 점막에서 생존을 하는데, 염증을 유발하고 위산을 오히려 중화시키고 소화불량, 위산역류를 일으키고 위궤양의 주원인이 된다. Tums나 Rolaids 등으로 대표되는 제산제는 실제로 이러한 현상을 더 악화시키는 주범이다. 오히려 염산을 먹거나 양배추, 식이섬유 그리고 활생균(Probiotics)을 섭취해야 근본적 치료가 가능하다. 특히 요거트와 같은 유산균이 헬리코박터의 감염을 방지해준다.

면역을 말하면서 가장 강조할 것이 바로 활생균이다. 이로운 균은 우리의 면역체계를 강하게 만들어 주는데, 현대사회는 태어날 때부터 이러한 이로운 균으로부터 우리를 격리시켜 놓기 때문에 문제가 생긴다. 대표적인 것이 제왕절개수술이다. 정상적인 분만을 통해 태아가 균과 접촉해서 면역력을 키워야 하는데, 그렇지 못한 경우 쉽게 병에 걸리는 것이다.

알러지, 천식 그리고 아토피 습진(Eczema)은 발병률은 50년 전에 비해 거의 5배다. 시골에서 자란 아이들이 천식에 걸릴 확률이 도시 아이들에 비해 3분의 1에 불과하다는 사실은 많은 것을 시사해준다.

소위 항생제(Anti-biotic)가 죽음을 뜻한다면 활생균은 생명을 의미한다고 보면 된다. 활생균은 면역력을 키워주는 기존의 이로운 박테리아를 증식해주는 균보조제이다. 인체는 약 400종의 해롭거나 이로운 균이 공생한다. 활생균은 소화를 돕는 물질을 생성해주고, 비타민과 같은 물질을 만든다. 또한 미처 소화되지 않은 음식을 잘게 부수면서, 해로운 균을 박멸하고 면역체계를 활성화시키는 매우 고마운 존재다.

더 고마운 것은 장내의 PH를 중성화시켜 해로운 미생물은 물론 암세포가 생존할 수 없는 환경을 만들어 준다. 활생균을 도와주는 식품은 육두구(肉荳蔻 ;Nutmeg), 계피(Cinnamon), 마늘, 카프릴산(Caprylic acid)이나 라우르산(Lauric Acid)이다. 특히 라우르산은 모유에도 약 6%가 있고 바이러스 저항력을 키워 주는데, 코코넛이 함유한 포화지방의 50% 이상이 산화와 부패를 방지해주는 라우르산이다. 라우르산은 불포화 지방산과는 달리 안정적인 구조로 고온에 쉽게 산패되지 않고 오히려 활성산소의 공격으로 세포를 보호하는 기능을 한다.

요즘 많은 사람들이 Probiotics 보조제를 섭취하는데, 그보다 더 중요한 것이 프리바이오틱(Prebiotics)이다. 이는 실제로 면역력을 강화시키는데 매우 중대한 역할을 해주고, 활생균이 제 기능을 수행하도록 돕는 물질이다. 오트, 현미, 채소, 해바라기씨, 파파야, 망고, 올리브유, 바나나 그리고 알로베라에 많이 포함되어 있는 이 물질을 충분히 섭취해야 해로운 균, 나아가 암세포균을 사멸시키는 면역력을 강화할 수 있다. ■ (다음 호에 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 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) 937 - 7637
- Toronto West**
회장 김재숙 (416) 975 - 0365
- Weston & York**
회장 조용상 (416) 604 - 3116

- 남서부 지구협회 -

- Brant County**
회장 김중학 (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) 371 - 3539
- Waterloo**
회장 권순천 (519) 684 - 7444
- Windsor**
회장 이응학 (519) 734 - 7111

- 동북부 지구협회 -

- Durham**
회장 이현식 (905) 579 - 2500
- Huron**
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.



OKBA PROGRAM STORE

컨비니언스의 미래

Strong Retailers' Network

- 독립편의점 네트워크 구성 중점
- 프로그램 스토어 전담팀 운영
- 가입 업소 직접 방문
- 문점제 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
 Lassonde ----- (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 ----- (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



2018.4.22~2018.5.19

Frito Lay Canada에서는 2018년 4월 22일부터 2018년 5월 19일까지 클럽 골드 회원, 플래티넘 회원, 다이아몬드 회원에게 스페셜을 실시하오니 방문하는 판매 담당자 또는 드라이버에게 문의하세요. 4주 한정기간 동안 프로모션이 있으니 적극 활용해 주시기 바랍니다.



2/\$6 Ruffles XL
Club Gold / Club Platinum / Club Diamond



2/\$3 All Single Serve
Club Gold / Club Platinum / Club Diamond



Spitz 2/\$4
Club Gold / Club Platinum / Club Diamond



Lays SS & Pepsi 591ml 2/\$3
Club Diamond



- 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