

실업뉴스



The Ontario Korean Businessmen's Association News
2018년 2월 14일 수요일 제744호



1차 SOS캠페인(Aug. 9/2017)



2차 SOS캠페인(Sep. 25/2017)

SOS

SAVE OUR STORES

편의점 살리기 캠페인



3차 SOS캠페인(Oct. 10/2017)



4차 SOS캠페인(Nov. 28/2017)



5차 SOS캠페인(Jan. 31/2018)

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 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 | 새해 첫 SOS캠페인 성료



06~07 | 새해 첫 지구협회장 회의 개최
(19면에 계속)



08~11 | 통합 법령 'Bill 174호' 최종 통과



12 | 계산대 없는 편의점, Amazon Go
우드바인 갤러, 3월 5일 개최

13 | CONVENIENCE U CARWACS SHOW
OKBA회원을 위한 무료 세미나



14~15 | 캐나다 전국 편의점 현황(연재1)



16~17 | 선불(prepaid)상품 사기 예방
87개 식품점, 비어 판매 허가
"불법담배, 마약 거래보다 더 수지맞아"



18 | 차세대 대박시장 'Z세대'를 위하여



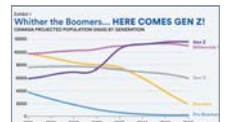
19 | 새해 첫 지구협회장 회의 개최
(7면에 이어)



20 | 英, 플라스틱 영구 폐기 정책



21 | Sunny의 건강 이야기(6)
고혈압 바로 알기(下)



22 | OKBA 지구협회장 전화번호
2018년 협회 주요 사업



23 | Directory



새해들어 첫 SOS캠페인이 휴로니아 지구협회 소속 회원 업소에서 열렸다. 오릴리아에 위치한 '웨스트 컨비니언스'라는 상호의 편의점을 운영하고 있는 이병재 회원 부부가 함께 하며 지난 1월 31일 오후 1시부터 캠페인이 시작됐다. 작년 8월부터 12월을 제외하고는 매월 1회씩 회원 업소를 순회하며 열렸으며 이번 캠페인은 5회째였다.

오는 6월 7일 실시되는 온주 총선을 겨냥해 정부 여당은 물론 주요 야당에까지 편의점 영업 환경의 어려움을 호소하고 정책 변화를 촉구하는 캠페인은 이미 지역 언론과 SNS를 통해 많이 소개됐다. 주로 지난 온주 자유당 정권의 불합리한 편의점 정책을 비판하는 기초하에 5가지 이슈를 전해왔는데 이날 캠페인에서도 5가지 지적 사항을 반복 강조했다.

터무니없는 전기세 인상, 과격한 최저임금 인상, 불법담배 만연 사태에 대한 정부의 미온적 태도, 주류판매의 편의점 배제, 과도한 정부 통제 정책이 5가지 이슈이며 이날은 특히 최저임금과 불법담배 문제에 많은 시간을 할애했다.

최저임금은 작년까지 11.60달러하던 시급을 정부 발표대로 올해 14달러로 급격히 인상한 것이 신년 벽두부터 편의점 업주들에게 큰 부담으로 작용하고 있는 현실을 의식해 각별히 강조한 것이다. 또한 오릴리아 지역이 온주 내 타 지역에 비해 불법담배 소비율이 심각할 정도로 매우 높은 58%를 점하고 있다는 사실을 반영하다보니 이 이슈에도 시간을 많이 할애했다.

오릴리아는 지난 2014년 27.6%, 2015년 30.4%, 2016년 57%, 2017년 58%로 수년 사이에 엄청난 증가세를 보이고 있다. 참고로 온타리오주 전체의 2017년 불법담배 소비율은 37.2%이다.

이날 캠페인에는 오릴리아 지역 주간지 '오릴리아 투데이'(Orillia Today) 기자가 취재를 위해 시작부터 끝날 때까지 자리를 함께 했으며 현안 문제에 대해 활발한 질문을 쏟아냈다. 이에 대해 협회 차동훈 전무와 이병재 회원은 불법담배로 인한 편의점의 고충을 집

불법담배 소비율 58% 오릴리아 지역에서 개최 새해 첫 SOS캠페인 성료



▲ 지역 신문 기자와의 인터뷰에서 최저임금의 과도한 인상 등 정부의 여러 정책 변화를 촉구했다.



▲ 회원 가족이 불법담배로 인한 고충을 직접 기자에게 설명하고 있다.

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

Region	2017 % Contra- band	2016 % Contra- band	2015 % Contra- band	2014 % Contra- band
Brampton	16.1%	9.5%	21.9%	19.1%
Cornwall	18.9%	9.8%	18.9%	17.4%
Toronto	19.0%	16.1%	15.8%	14.8%
Windsor	24.0%	15.5%	27.6%	25.5%
Niagara Falls	27.7%	20.9%	29.6%	29.0%
Ottawa	28.0%	18.4%	18.4%	14.0%
Durham	29.6%	35.4%	12.2%	14.7%
Hamilton	30.9%	25.0%	16.6%	28.6%
Guelph	34.3%	30.3%	17.3%	21.0%
Oshawa	34.7%	32.4%	13.2%	21.4%
London	35.8%	26.8%	25.5%	27.4%
Kitchener- Cambridge	36.3%	28.5%	29.0%	26.3%
Brockville	38.1%	39.1%	24.5%	18.4%
Barrie	38.2%	34.7%	20.4%	29.6%
Kingston	41.8%	46.3%	28.4%	26.6%
Huntsville	45.7%	52.4%	24.7%	21.3%
Belleville	46.1%	45.8%	26.8%	27.0%
Brantford	49.9%	35.8%	20.4%	29.3%
Orillia	58.0%	57.0%	30.4%	27.6%
Sudbury	59.0%	50.1%	32.7%	35.3%
Thunder Bay	70.9%	45.3%	20.7%	18.4%
North Bay	75.7%	66.3%	18.1%	23.9%

▲ 표에서 보듯 오릴리아 지역은 온주에서 불법담배 소비율이 대단히 심각한 지역이다.

중적으로 부각시키는 쪽으로 답변을 했다.

조울 과정이나 대비 기간도 주지 않고 급작스럽게 최저임금을 과도하게 인상한 것도 비판의 도마에 올랐다. 정부의 담뭍세 인상 역시 집중타를 가했다. 과거 장크레티앵 정권 때 금연 확산 차원에서 담뭍세를 지나치게 올려 담배가격이 크게 인상되자 불법담배가 범람해 결국 담뭍세를 도로 인하했던 사례도 상기시키며 지나친 세금 인상이 가져오는 부작용의 결과가 불법담배 창궐임을 되풀이 강조했다.

세수 증대에만 관심이 있고 정작 피해를 보는 소자영업인 편의점의 고층에는 관심이 없는 징표가 바로 불법담배 적결에 대한 온주 정부의 미온적 태도라는 점도 꼬집었다. 결정적인 증거로 퀘벡 사례가 역시 언급됐다. 과거 퀘벡도 온타리오와 유사하거나 오히려 다소 높은 소비율이 나왔으나 정부가 강한 의지를 가지고 법적, 제도적으로 밀어부친 결과 불법담배 소비율이 현저히 낮아져 온주와 큰 대조를 보이고 있다.

캠페인 말미에는 성명서 발표가 있었다. 이날 캠페인에는 본부협회 신재균 회장도 함께 했다. 캠페인을 마치고 오후 4시 30분 경에 지역 FM라디오 방송 KICK106과 전화 인터뷰가 있었다. 차 전무는 이 인터뷰에서 불법담배의 심각성에 초점을 맞추고 정부의 강도높은 정책을 주문했다. 본부협회는 앞으로 남은 몇차례 캠페인에 타민족 편의점 업주도 동참시키는 방법을 모색하고 있다. 협회만이 아니라 모든 편의점 업계의 관심사임을 밝히기 위한 연대 차원이다. ■

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

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

더그 포드 방문, 당수 경선 지지 호소

새해 첫 지구협회장 회의 개최

첫 안건으로는 봉(bong)사업이 다뤄졌다. 협회 주얼리사업 에이전티자 협동조합에 입점해 소형 악세사리 등 잡화를 취급하고 있는 예노 트레이딩 조용구 사장이 미리 차려놓은 셋트 진열을 소개하며 사업 동참의 혜택과 전망을 설명했다. 셋트 물량에 따라 1,000달러, 1,500달러, 2,000달러, 3,000달러 등 4종이 있으며 전시대는 무료로 제공된다. 이밖에 이 사업에 처음 가입하는 회원들에게는 가입 인센티브 차원에서 무료의 추가 상품도 받게 된다. 지역적 특성을 감안한 맞춤형 세트상품으로 꾸러질 것이라고도 하며 수개월의 시간을 두고 인기, 비인기 제품의 실상을 파악해서 재고 회전을 더딘 제품들은 일부 교환도 가능하다. 또한 신제품이 나올 때마다 수시 방문해 철저한 재고관리와 신속한 공급이 이루어질 것이라고 한다.

조사장에 따르면 향후 봉 사업은 오는 7월부터 시행되는 기호용 마리아




▲ 온주 보수당 대표 경선에서 자신을 지지해줄 것을 당부하기 위해 본부협회를 방문한 더그 포드씨. 오른쪽에는 보수당 조성준 의원이 앉아 있다.

지난 2월 6일(화) 오후 2시에 본부협회는 금년 들어 처음으로 지구협회장 회의를 개최했다. 회장단과 15명의 지구협회장이 참석했다. 이 자리에는 신영하 조합 운영이사장 겸 협회 부이사장도 자리를 함께 했다.

본 안건에 들어가기 전에 최근 새로 지구협회장이 된 3명의 소개가 있었다. (엄중호 스카보로 지구협회장, 김대용 리치몬드힐 지구협회장, 김중범 토론토 이스트 지구협회장)

봉 사업



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, 뺑소니 등 모든 교통법규 위반	음주 운전, 폭행, 절도, 사기, 마약(Drug) 보석(Bail) 등 모든 형법 위반

▶ 가정법	▶ 이민법	▶ 민사 소송
▶ 소액재판	▶ 세권, 세입자 분쟁	▶ 주류 판매법
▶ 복권 판매법	▶ 담배 판매법	▶ 보건 위생법
▶ O.D.S.P. 신청 (Ontario Disability Support Program) 1년 이상 건강상의 문제가 있을 시 청구 가능.	▶ 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

나 합법화 정책에 따라 전망이 매우 밝을 것이라고 한다. 일부 지자체에서 조례를 통해 미성년자에게 봉 판매를 금지시키는 곳도 있지만 주정부 차원에서 법으로 정해진 비는 없다. 다만, 업소 신뢰도 제고 차원에서 미성년자 판매 불허 안내문을 진열대 혹은 주변에 부착토록 할 것이라고 한다.

캐나다에서는 최근에야 소개된 전자라이터 세트도 선보였다. 소형 진열대 안에서 LED불빛을 받으며 반짝이는 다양색의 라이터가 진열된 모습이 참석자들의 눈길과 관심을 모았다. 전자라이터는 뒷부분을 책으로 연결해 전기 충전해서 사용하는 방식이며 열선이 1개가 아닌 2개로 구성되었다. (예노 트레이딩 연락처 : 647-967-6561)

Mr. Doug Ford 방문

봉 사업 설명이 거의 마무리되는 순간, 예정대로 온주 보수당 대표 경선 주자인 더그 포드(Doug Ford)씨와 같은 당 소속의 조성준 의원이 보좌진을 대동하고 협회를 방문했다. 조 의원은 더그 포드씨와의 과거 인연을 소개하며 그의 열성적 지지가 큰 보탬이 돼 지난 보궐선거에서 주 의원으로 당선될 수 있었다고 강조했다. 협회가 포드씨를 당 대표로 당선시켜야 오는 6월 주 총선에서 승리하고 그가 주 수상이 되면 협회 회원들의 영업환경 개선에 큰 도움이 될 것이라는 점도 역설했다. 이어 포드씨의 발언이 이어졌다. 예상대로 현 집권 자유당 정부의 세금 만능주의 정책과 형세 낭비에 대한 날선 비판이 쏟아졌다. 발언이 끝난 후 질의 응답 시간이 있었으며 불법담배에 대한 정부의 정책 비판에 대해 입장을 같이

하며 보수당이 집권하면 반드시 뿌리를 뽑을 것임을 약속했다. 최근 협회가 주관하고 있는 SOS캠페인의 5가지 이슈에 대해서도 적극 공감하며 지적된 문제들이 바로 보수당이 강조해온 사안들이라며 자신이 대표가 되고 보수당이 집권하면 해결 가능한 것임을 분명히 했다. 장내에 우렁찬 박수가 터져나왔다.

더그 포드씨는 토론토 시장을 역임했던 랍 포드(Rob Ford)씨의 동생으로 토론토 시의원 시절 서민 권익대변에 앞장섰던 인물로 익히 알려져 있다. 성추문에 휘말려 대표직을 그만 둔 패트릭 브라운씨에 이은 대표 경선 3명의 주자 가운데 한 명이다. 이날 지구협회장 회의에서 그는 평소처럼 시원시원하고 솔직한 말씨로 자신의 입장을 거침없이 전했으며 조 의원의 유대를 유감없이 과시했다.

다시 발언에 나선 조 의원은 포드 후보를 돕기 위해서 우선 보수당 당원 가입을 하고 최소한의 당비를 납부해달라고 호소했다. 또, 자신만이 아니라 가족과 업소 손님들에게도 가입을 권유해 지지자 증가에 힘을 쏟아달라고도 당부했다. 가입에 관심있는 회원은 웹사이트 ontariopc.com을 이용할 수도 있다. 사이트 초기 화면 상단의 "Take Action"을 클릭한 후 "Become a Member"를 클릭한다. 빨간색의 "New Purchase"에서 연당비 최소(\$10/1 year)를 선택하고 "Next"를 누르면 본인 이름이나 주소 삽입란이 나온다. 정보 기입 후 다음 페이지에서 신용카드로 10달러를 결제하는 것으로 모든 가입 절차가 완료된다. 한편, 더그 포드씨와 조 의원의 협회 방문 소식이 전해지자 한 회원은 협회 웹사이트(www.okba.net) 자

(19면에 계속)

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

인데 이번과 같은 통합법률의 경우 통합 전의 독립된 법률에 일종의 번호를 부여한 것으로 볼 수 있다. 즉, 통합법률 체계하에서의 한 파트 혹은 장(章 ; chapter)을 의미한다고 보면 된다. Bill 174의 스케줄 1은 '대마에 관한 법률'(Cannabis Act, 2017), 스케줄 2는 '대마 소매업에 관한 법률'(Ontario Cannabis Retail Corporation Act, 2017), 스케줄 3은 '담배관리법'(Smoke-Free Ontario Act, 2017)이며 편의점 업체가 과거부터 가장 많이 관리와 통제를 받아왔던 중요한 범임은 주지의 사실이다.

스케줄 4는 기존의 '도로교통법'(Highway Traffic Act)에서 음주 및 약물(drug) 복용과 관련해 도로교통안전 운행 부분을 보강할 필요가 있어 개정된 부분을 지칭한다.

〈Smoke-Free Ontario Act 2017〉

이상으로 개정법률 구조의 골격을 살폈으며 우리의 관심을 끄는 본문 부분인 '스케줄 3', 즉 'Smoke-Free Ontario Act, 2017'(이하 'SFOA'로 칭함)로 들어가보자. 정부의 설명을 그대로 소개하면 SFOA는 기존의 SFOA와 2015년에 제정된 '전자담배에 관한 법률'(ECA ; Electronic Cigarettes Act)을 폐기하고 둘을 합해 단일 법률 체계(single legislative framework)로 대체한다는 것이다. 그리고 통합돼 거듭난 SFOA가 다루는 대상과 범위는 기존의 일반 담배와 베이퍼 그리고 흡연하는 의료용 대마(마리화나)의 판매, 공급, 사용, 전시, 판촉 등을 아우른다. 여기서 베이퍼는 기존의 전자담배는 물론 최근 부상하고 있는 켈런형 전자담배(hit-not-bum), 전자담배 부속물(악세사리)등을 포함한다. 한마디로 종래의 SFOA가 적용되던 대상의 범위가 넓어진 것이라고 볼 수 있다. 만약 여기에 더 추가될 수 있는 대상이 생긴다면 동법 시행령을 통해 계속 보충될 것이다.

온주 정부는 부총독의 재가까지 받은 'SFOA 2017'의 시행을 위한 시행령(regulation)을 이미 거의 마련해 놓은 것으로 보이는데 정부는 시행령 제정 취지를 다음 3가지로 설명하고 있다.

- 2006년에 SFOA가 제정된 이래 담배 흡연율이 법 제정 직전이었던 2005년 20.9%에서 2016년에 이르러 16.7%로 감소했다. 그러나 최근 수년간 감소율이 담보상태를 보이고 있다. 온타리오 주민 2백여 만 명이 여전히 흡연을 하고 있으며 흡연은 예방 가능한 질병과 사망의 주된 원인으로 지적되고 있다.
- 전자담배는 상당히 새롭고 빠른 속도의 발전된 기술에 기반하고 있는 제품이다. 건강에 끼치는 잠재적 영향에 관한 명확한 증거와 관리 통제 의 정도에 관해서는 현재 연구 검토의 초기 단계에 있다.
- 연방정부의 정책에 따라 오는 7월부터 기호용(recreational)마리화나의 합법화가 시행된다. 의료용 마리화나는 종전의 관리 통제 체계를 계속 따를 것이다. 의료용 마리화나의 사용, 형태, 효용성 등에 관한 증거는 현재 계속 연구 중에 있다. 현재 의료용 마리화나를 소비하는 방식 중 흡연하는(smoking) 방식이 가장 일반적이다.

이상이 정부가 시행령 제정 취지로 들고 있는 3가지 환경 변화 요인이다. 이하 SFOA신법과 동법 시행령안이 담고 있는 주요 규정을 소개한다.

■ 금연 구역

SFOA 2017, 시행령 곧 공포

통합 법령 'Bill 174호' 최종 통과



온타리오 의회에 상정돼 3독회까지 마친 후 통과된 법안 174호(Bill 174)가 마침내 지난 12월 12일 부총독의 재가(Royal Assent)를 얻어 조간만 공포만을 앞두고 있다. Bill 174의 정식 명칭은 "Cannabis, Smoke-Free Ontario and Road Safety Statute Law Amendment Act"인데 우리말로로는 『대마/담배/도로교통안전에 관한 개정법률』 정도로 옮기면 될 듯하다. (이하 '개정법률'이라 칭함)

편의점 업계 입장에서 관심을 끄는 대목은 담배 부분으로 - 물론 '대마'에 관한 것도 관심사이지만 1차적인 의미에서 - 개정법률의 '스케줄 3'에 해당한다. 여기서 개정법률의 전체 체계와 구조를 잠시 살피고 본문으로 들어간다. 개정법률은 유기적으로 관련성은 있으나 산개되어 있는 여러 개의 독립된 법률을 하나로 묶은 일종의 '통합법률'로 이해하면 된다. Bill 174의 고유명칭에서도 보듯 마약, 담배, 도로교통안전 등에 관한 기존 법률을 상호 유기적 관련성에 주목해 하나로 통합한 것이다.

개정법률 Bill 174는 4개의 스케줄(Schedule)로 구성돼 있다. 법령에서 '스케줄'의 의미는 해당 법령의 부속령 혹은 별첨 부록을 말할 때가 대부분

일반 담배, 전자담배, 흡연방식으로 소비되는 의료용 마리화나 등을 불문하고 아래 장소들은 이들의 흡연이 금지된 구역이다.

- 구획된 공공장소
- 구획된 작업장
- 학교와 부속 운동장
- 콘도/아파트/대학 기숙사 단지의 실내 공용 구역
- 탁아 시설
- 가정 보육 시설
- 아동 조기교육 시설
- 옥외 스포츠/공연 시설의 지정 좌석 구간

이상은 기존의 법률 체계 하에서 이미 금지된 장소들이었는데 새로운 시행령이 발효되면 다음과 같은 장소도 추가로 금연 구역이 된다.

- 식당과 술집 패티오(patio)

* 단, 2013년 11월 18일 이전에 건립된 재향군인 회관 부속 패티오의 경우 덮개가 없이 띄워진 공간은 흡연 가능함. 그러나 이 경우에도 기호용 마리화나 흡연은 금지.

- 지붕과 함께 두개 이상의 벽으로 구성된 피신처(shelter)로 사람의 출입이 있거나 종업원이 자주 들락거리는 곳.
- 어린이 놀이터 반경 20미터 이내
- 주정부, 지자체 소유 공용 체육 시설, 성인교육시설 캠퍼스(골프코스는 제외), 인접 관중 구역, 공중 시설 등 이들 장소의 반경 20미터 이내
- 병원, 정신치료 시설, 장기요양 시설, 독립건강진단시설(IHF)등의 출

입구로부터 9미터 이내

- 병원과 정신치료 시설 옥외 뜰
- 일부 주정부 청사 옥외 뜰
- 학교 운동장, 사용 시간이 정해진 청소년 레크레이션 시설로 사용 중인 경우 이들 공간 주변으로부터 20미터 이내
- 식당과 술집 패티오로부터 9미터 이내



이 정도 수준이면 흡연자들은 외부에서 마땅히 흡연할 곳을 찾기가 여간 어렵지 않을 것으로 보인다. 시행령안은 이밖에도 흡연을 허용할 수 있는 조건과 관련해 다양하고 세세한 규정들을 담고 있으나 이를 모두 숙지할 필요성은 없을 것으로 판단해 생략하고 제품 판매 불허 장소에 관해 살펴본다.



onewholesale.ca

Smoke Shop / Headshop / Convenience Store Wholesaler

Authorized Zippo Dealer

윈도매상

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

■ 판매 불허 지역

일반 담배와 전자 담배 등 모든 종류의 담배에 대해 다음과 같은 장소에서는 담배 판매가 원칙적으로 허용되지 않는다.

- 공영 병원
- 장기 요양 시설
- 약국
- 약국이 입접한 식품점
- 대학을 포함한 성인 교육기관 캠퍼스
- 일부 주정부 청사
- 초,중,고등 학교 및 이들 시설의 부속 옥외 공간
- 탁아 시설
- 가정 보육 시설

이상은 이미 기존 법체계 하에서도 금지하고 있는 장소이며 시행령이 통과되면 다음과 같은 시설도 판매 불허 지역으로 추가할 것이다.

- 사설 병원
- 독립건강진단시설(IHF)

■ 향첨가 담배(flavoured tobacco)

이미 멘솔까지 포함해 모든 향첨가 담배의 제조, 판매가 금지되어 있다. 다만 아래의 경우는 제조 및 판매가 허용될 예정이다.

첫째 유형

- 중량 1.4그램 초과~6그램 미만으로 (*흡입 주둥이 mouthpiece, tip 부분의 용량은 제외)
- 표면 전체가 담뱃잎을 나선형(spiral form)으로 감싸고
- 필터 부분을 별도의 페이퍼로 처리하지 않으며(no tipping paper)
- 향이나 맛이 와인, 포르토, 위스키, 럼 4종에 국한.

둘째 유형

- 중량 6그램 이상으로 (*흡입 주둥이 mouthpiece, tip 부분의 용량은 제외)
- 표면 전체가 담뱃잎을 나선형(spiral form)으로 감싸고
- 필터 부분을 별도의 페이퍼로 처리하지 않은(no tipping paper) 경우

셋째 유형

파이프 담배 (*단, 후카hookah용의 향첨가 쉬샤shisha담배는 금지)

■ 향첨가 베이퍼 제품

SFOA 2017은 시행령으로 규정한 향첨가 전자담배(vapour) 판매를 금지한다고 명시하고 있다. 그러나 보건부는 구체적으로 어떤 제품들이 금지되는 것인지는 현재 검토 중에 있으며 조만간 시행령을 통해 이를 구체적으로 명시할 계획이다.

■ 미성년자 판매 금지

일반 담배는 물론 전자담배 등 모든 형태의 담배는 종류를 불문하고 19세 미만에게는 판매가 금지된다. 25세 미만으로 보이는 손님에게 사진이 있는 신분증을 제시토록 의무화한 것도 마찬가지다. 현재 주정부가 연령 확인을 위해 법으로 인정하는 신분증은 다음과 같다.

- 온주 운전면허증
- 캐나다 여권
- 사진 인쇄 캐나다 시민권
- 캐나다 군인 신분증
- LCBO가 발급한 사진 인쇄 신분증

■ 안내 표지물(signs)

SFOA 2017이 규정한 안내 표지물이 부착되지 않은 상태에서는 여하한 종류의 담배 판매가 허용되지 않으며 이를 어기면 처벌을 받는다. 반복 위반 시 6~12개월 담배 영업 금지 처분을 받게 된다. 법이 규정하고 있는 안내 표지물은 다음 3종이다.

- 건강 경고문
- 미성년자 판매 금지
- 연령확인 신분증 제시

중요한 사실은 전자담배와 관련해서도 안내 표지물을 부착해야 한다는 사실이다. 기존 일반 담배와 관련해서는 대부분의 업소가 표지물을 빠짐 없이 부착해놓고 있지만 전자담배 역시 추가해서 경고문을 부착해야 한다. 경고문은 두 종류인데 다음 그림과 같다. 표지물은 해당 지자체 보건 당국을 통해 얻을 수 있다.



실물은 가로 35cm x 세로 18cm



실물은 가로 18cm x 세로 9cm

정부는 조만간 위 표지물에 대해서도 더 상세한 규정을 시행령을 통해

발표할 것으로 보인다. 예를 들어 “no smoking”과 “no vaping”같은 금연 홍보물 부착에 대한 세부 규정도 나올 것으로 예상된다.

■ 전시 및 판촉

SFOA 2017은 구법과 마찬가지로 모든 종류의 일반 담배 및 이에 부수되는 악세사리의 전시, 판촉을 금지할 뿐 아니라 베이퍼 담배의 전시와 판촉도 금지한다. 시행령을 통해 보다 구체적인 금지 사항이 발표될 것인바 정부가 예외를 인정하려는 부분을 요약하면 다음과 같다. 다시 말해 다음의 경우에는 전시와 판촉을 허용할 구상이다.

● 전문 담배업소 (tobacconists)

지자체 보건국에 등록된 전문 담배취급업소는 전체 담배 매출 혹은 재고의 85% 이상이 “특별한 담배제품”으로 구성되어 있다면 이들 특별한 담배 제품의 전시 및 판촉을 허용한다. 여기서 말하는 특별한 담배 제품 (specialty tobacco products)이란 편의점 등에서 팔고 있는 일반 담배를 제외한 담배, 즉, 시가나 파이프 담배 등을 의미한다.

그러나 이같은 전문 담배업소에서도 베이퍼 담배는 판매할 수 없다. 다만, 요즘 유행하는 켈런형 담배 (HNB ; heat-not-burn)를 피울 수 있는 장치물(device)의 판매는 가능하다. (예, 가열기기)

● 베이퍼숍 (specialty vape stores)

지자체 보건국에 등록된 전문 베이퍼숍으로 전체 매출 혹은 재고의 85% 이상이 베이퍼 제품이라면 이들 제품의 전시, 판촉을 허용한다. 그러나 일

반 담배 취급은 일절 불허한다.

● 면세점 (duty free tobacco retailer)

● 제조사 (manufacturers)

특별한 등록허가를 통해 제조사의 전시, 판촉 행위가 허용될 수 있다.

이상 살펴본 경우에 있어서 예외적으로 전시, 판촉이 허용되지만 이 경우에도 다음의 조건을 충족시켜야 한다.

- 면세점을 제외하고는 19세 미만은 아예 출입이 금지된다.
- 전시된 모습이 밖에서 들여다 보여서는 안된다.
- 업장은 건물 내에 있어야 한다.
- 업장은 대로변에 위치할 수 없다.

홍보 표시물 관련

일반 담배든 전자 담배든 담배 취급 모든 업소는 담배와 관련한 홍보 표시물을 손님 눈에 띄게 걸거나 부착하는 등의 홍보를 할 수는 있다. 그러나 제약 조건이 있다. 표시물은 3개를 초과하지 못하며 각각의 표시물 규격도 가로 x 세로 면적이 총 968cm²이내여야 한다. 또한 표시물의 내용도 특정한 브랜드의 제품 홍보를 해서는 안되며 디자인도 하얀 바탕에 검은 글씨나 그래픽만 가능하다.

한편, 손님에게 제품에 대한 정보 안내물을 보여줄 수는 있지만 이는 19세 미만의 손님 눈에 띄어서는 안된다. ■

KCWA 캐나다 한인여성회

ARIRANG GALA

아리랑 갈라

2018

Sat. Feb. 24
Doors open at 5.30pm
Sheraton Parkway Toronto North
600 highway 7 East
Richmond Hill, ON, L4B1B2

Purchase Tickets at
www.kcwa.net
kcwa@kcwa.net / 416.340.1234

General Admission \$150
(tax receipt will be issued net of costs)

All proceeds go towards helping build the Korean-Canadian community. Thank you for your support!

계산대 없는 편의점, Amazon Go



▲ 지하철 개찰구가 연상되는 출입구. 오른쪽은 손님이 물건을 담은 모습인데 선반에서 물건이 분리되는 순간 온라인 계정으로 결제 목록에 오르고 손님이 떠나는 순간 합산돼 결제가 마무리되면서 전자 영수증이 발부된다.

1,800평방피트의 편의점 하나가 눈길을 모으고 있다. 계산을 치르기 위해 계산대에서 종업원과 접촉할 일도 없고 셀프 계산 방식의 자동 계산대도 없다. 지난 1월 22일 시애틀 다운타운에 문을 연 아마존 (Amazon)의 아마존고우 편의점 이야기다.

온라인 비즈니스의 제왕 아마존(Amazon)이 편의점 사업에 뛰어들면서 회사 특성에 맞게 첨단 기술에 기반한 무인 편의점 시대를 본격 예고하고 있다. 직원 대상으로 1년여의 시범 운영 끝에 일반 손님을 대상으로

첫 오픈한 것이다. 편의점 업계는 물론 일간지 뉴욕타임즈도 기사거리가 되기에 충분하다고 판단했음인지 이를 자세히 보도했다. 손님 입장에서의 체험기를 대하는 듯한 디테일한 묘사의 기사를 간단히 정리해본다.

『손님이 이 업소에 접근하면 처음 맞닥뜨리는 것은 지하철 개찰구같은 입장 시설이다. 모바일 앱을 스마트폰에 다운받은 사람이라면 기계에 칩 갖다대고 들어서면 된다. 편의점 핵심 식음료와 아마존이 최근 인수한 홀푸드(Whole Foods)에서 경험할 수 있는 제품들이 주된 아이템을 구성하고 있다. 쇼핑 카트나 바구니도 없기 때문에 손님이 직접 가져온 쇼핑백에 필요한 물건을 주워 담으면 된다. 선반에서 물건을 옮기는 순간 가상 공간의 쇼핑카트에 결제 목록으로 입력된다. 만약 마음이 변해 선반에 도로 가져다 놓으면 결제 목록에서 삭제된다. 이 새로운 하이테크 기술에 대한 자세한 내용은 비밀이라고 회사측은 밝히기를 거부했다. 다만 고차원적인 컴퓨터 기술에 기반한다는 것만 언급할 뿐이다. 무인 편의점이지만 그렇다고 종업원이 없는 것은 아니다. 그러나 종업원이 하는 일은 선반에 재고 채우는 일과 주류 섹션에서 손님 연령체크를 위한 작업이 전부다. 쇼핑이 끝난 손님은 입장시의 게이트로 나가면 그만이다. 나가는 순간 결제는 끝나고 전자 영수증이 손님 앱으로 전송된다.』

이상이 NYT보도 내용을 간추린 것인데 하이테크의 발전과 이를 기반으로 한 편의점 진화의 끝이 어디까지일지 상상하기 힘들다. ■

Convenience U행사, 3월 6/7일

우드바인 갤러, 3월 5일 개최



▲ 2017년 3월 6일 열렸던 갤러 행사 장면.

캐나다 편의점 산업 최대 박람회인 컨비니언스유(Convenience U & CARWACS)행사 전야제 성격인 우드바인 갤러 쇼 'Race is on

Gala' 2018년 행사가 3월 5일(월) 우드바인 경마장(Woodbine Race Track) 파티장인 Woodbine Entertainment Centre에서 열린다. (주소 : 555 Rexdale Blvd, Toronto) 행사는 온주편의점 협회(OCSA)가 주관한다.

온타리오를 중심으로 전국 편의점 유관 리더들이 한자리에 모여 네트워킹을 하고 단합을 다지는 친선 도모 행사로 컨비니언스유 행사와 아울러 올해 15번째였다. 협회도 전년과 마찬가지로 임·직원 10여 명이 참석할 계획이다. 참고로 행사 다음날인 6일과 7일 이틀간 컨비니언스유 행사가 이어진다. (행사장 : Toronto Congress Centre, 650 Dixon Road, Toronto)

한편, 5일 갤러 행사 진행 순서는 다음과 같다.

4:30 pm - 등록 및 네트워킹

6:00 pm - 초청연사 연설 및 만찬

7:30 pm - 경마 관람 등 네트워킹

올해 갤러 행사의 초청연사(guest speaker)는 7-Eleven 캐나다 부회장 겸 전무 이사 더그 로젠크랜스 (Doug Rosencrans)씨이며 올해를 포함한 향후 회사의 미래 전략과 방향에 대한 입장을 밝힐 예정이다. ■



2018년 3월 7일

토론토 Convenience U CARWACS Show에서 열리는
OKBA 회원분들을 위한 무료 세미나



무료

OLG와의 프리젠테이션 및 질의 응답 세션에 참여하십시오!

프로그램 일정

2018년 3월 7일 (수)

오전 11:00 ~ 11:15

OKBA 등록 및 배지 픽업

오전 11:15 ~ 오후 1:30

OLG 프리젠테이션 및 한식 뷔페 식사 제공

오후 1:30 ~ 5:00

트레이드쇼 관람

Prize Draw

참석하시는 회원님 한
분께 아이폰 미니를
증정합니다!



신청 방법

온라인: www.convenienceu.ca/OKBA

등록 마감일: 2018년 3월 2일

본 이벤트는 19세 이상 회원님만 참여 가능합니다.

캐나다 전국 편의점 현황

전국편의점협회(CCSA)가 2017연차보고서 내용을 웹사이트를 통해 발표했다. 30여 페이지에 달하는 연차보고서는 『2017 Canada's Convenience and Fuel Retail Channel Annual Facts & Figures Report』 라는 긴 명칭을 달고 있는데 타이틀이 시사하듯 캐나다 전국 차원의 편의점 산업 실태를 통계 위주로 밝히고 있다. 실험뉴스는 앞으로 보고서 내용을 간추려 몇차례에 걸쳐 연재로 소개할 것이다.

2017 연차보고서이지만 실제로는 2015년과 2016년을 대비한 현황이며 CCSA입장에서는 가장 최신 데이터를 토대로 한 것이다.

개요

2017년은 캐나다 건국 150주년의 해였다. 1867년 이후 이나라는 비약적 발전과 도약을 이뤘다. 편의점과 주유소 역시 장족의 발전을 보였다. 그러나 한가지 변함없는 사실은 편의점 산업이 전국에 걸쳐 강력하고 활기찬 지역사회를 만드는데 거대한 기여를 해왔다는 점이다.



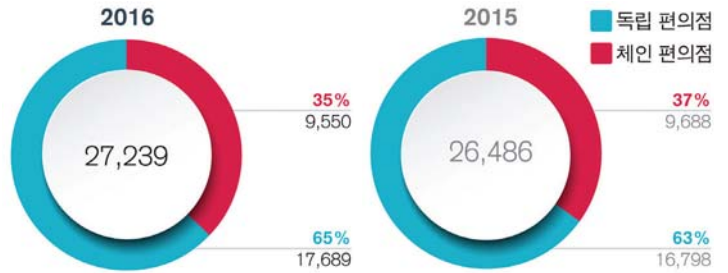
◀ 편의점의날 행사에서 한 편의점을 찾아 현장 실태 파악을 하며 관계자들과 환담을 나누는 트뤼도 총리. 본인의 체험을 자신의 트위터를 통해 소개했다.

그런 연유로 지난해 전국편의점협회는 전국 차원 최초의 '편의점의 날'(C-Store Day) 행사를 8월 30일날 개최하면서 건국 150주년을 기념했다. 전국 편의점 수는 27,239개이며 연간 560억 달러의 매출에 종업원은 234,000여 명을 넘어섰다. CCSA는 편의점의날 행사의 일환으로 아동 복지 지원 행사도 가졌다. 국가가 발전해왔듯이 우리 편의점 채널도 시대 흐름에 부응하며 진화 발전해왔다. 본 보고서를 통해 편의점 산업의 실상과 정책 결정의 모든 것을 알 수 있으며 정부와 국민들에게 편의점 산업의 중요성을 보여 주게 될 것이다. 소비자들의 끊임없이 변하는 트렌드에 부응하는 과정도 계속될 것이다.

이하 모든 자료와 통계는 전문 조사기관인 'Abacus Data', 연방 통계청, 닐슨 캐나다, 각 주별 복권공사, 국세청 등 정부 재무 당국 등의 도움을 받아 작성됐음을 밝혀둔다.

■ 유형별 / 주별 편의점 분포도

(전국 독립/체인 편의점 구성비)

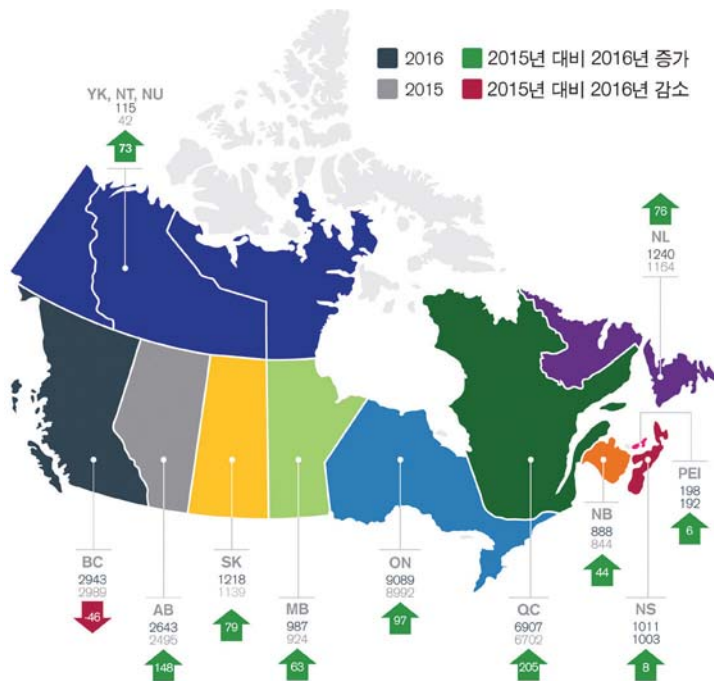


(주별 편의점 분포)

2016	YK, NT, NU	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NL	NB	PEI	NS
독립 편의점	102	1651	1416	957	718	5768	4657	971	669	138	642
체인 편의점	13	1292	1227	261	269	3321	2250	269	219	60	369
합계	115	2943	2643	1218	987	9089	6907	1240	888	198	1011

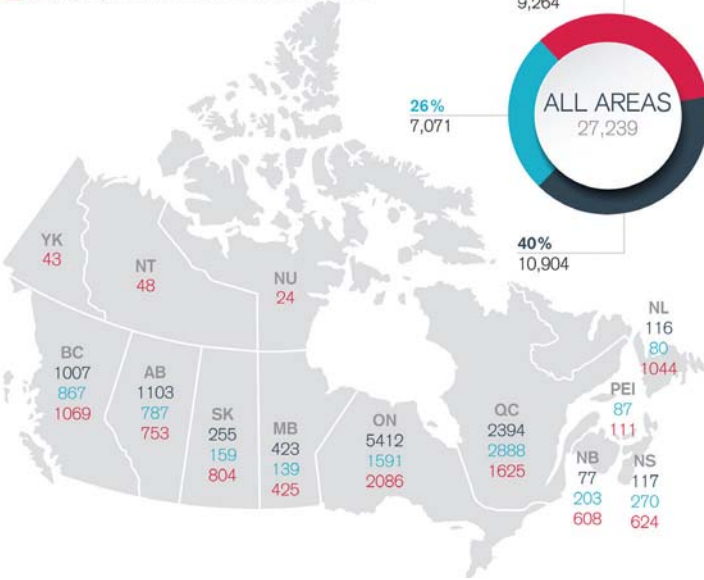
2015	YK, NT, NU	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NL	NB	PEI	NS
독립 편의점	31	1737	1241	712	561	5560	4584	936	643	146	647
체인 편의점	11	1252	1254	427	363	3432	2118	228	201	46	356
합계	42	2989	2495	1139	924	8992	6702	1164	844	192	1003

(주별 편의점 수 증감 현황)



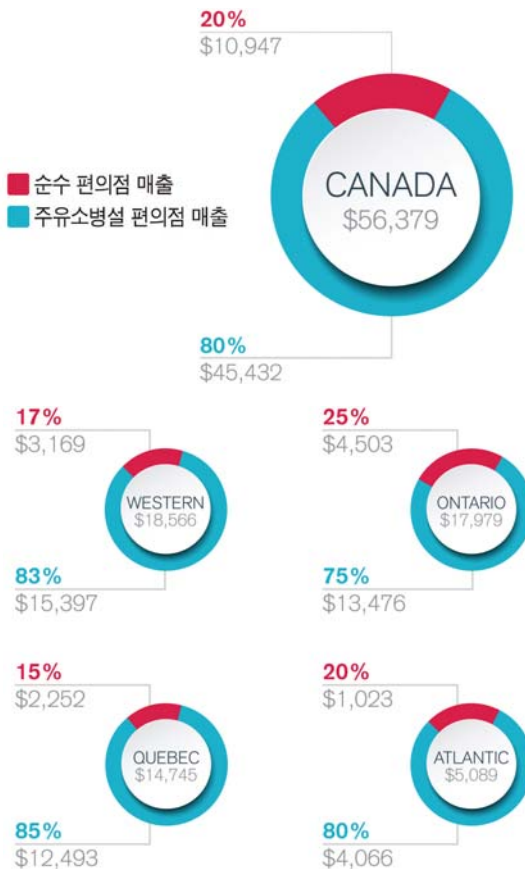
〈지역별 분포 현황〉

- METROPOLITAN (도시): 인구 10만명 이상 지역
- URBAN (도시인접 외곽): 인구밀도 평방피트 당 400명의 인구 1,000명 이상 지역
- RURAL (시골): 도시와 도시인접 외곽 지역을 제외한 지역



2016	YK	NT	NU	BC	AB	SK	MB	ON	QC	NL	NB	PEI	NS
도시	0	0	0	1007	1103	255	423	5412	2394	116	77	0	117
도시인접 외곽	0	0	0	867	787	159	139	1591	2888	80	203	87	270
시골	43	48	24	1069	753	804	425	2086	1625	1044	608	111	624
합계	43	48	24	2943	2643	1218	987	9089	6907	1240	888	198	1011

■ 2016년 전국 매출 현황 (단위: 1백만 달러)



순수 편의점

BC	AB	SK	MB	ON	QC	NL	NB*	PEI*	NS
\$1,178	\$1,127	\$235	\$629	\$4,503	\$2,252	\$429	\$155	\$1	\$438
\$1,017	\$906	\$212	\$602	\$4,201	\$1,795	\$378	\$120	\$1	\$403
↑18% \$161	↑24% \$221	↑11% \$23	↑4% \$27	↑7% \$302	↑25% \$457	↑12% \$51	↑29% \$35	0% \$0	↑9% \$35

주유소병설 편의점

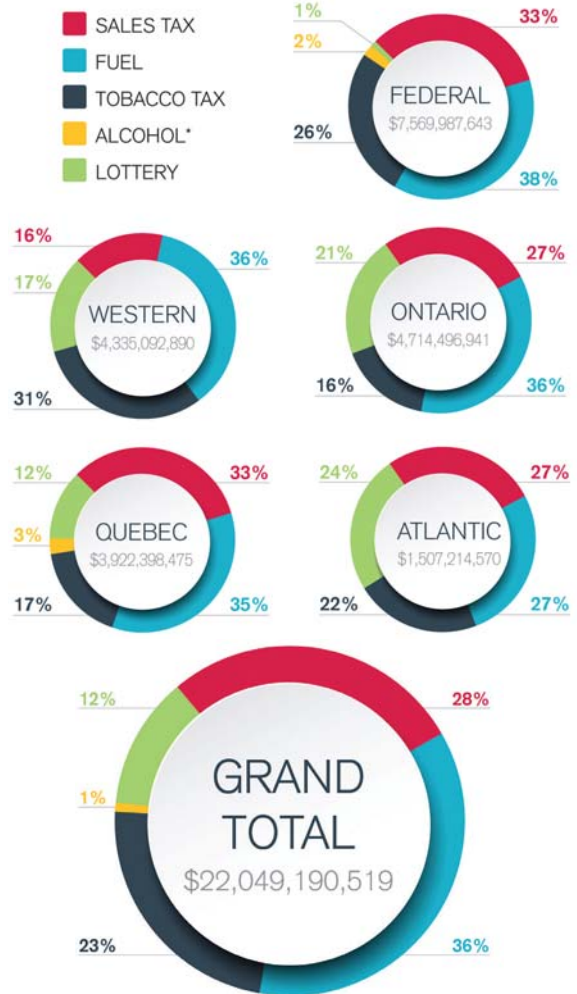
BC	AB	SK	MB	ON	QC	NL	NB	PEI	NS
\$5,188	\$5,892	\$2,772	\$1,545	\$13,476	\$12,493	\$943	\$1,638	\$266	\$1,219
\$5,331	\$6,007	\$2,803	\$1,641	\$14,132	\$12,718	\$997	\$1,653	\$266	\$1,280
↓3% (\$143)	↓2% (\$115)	↓1% (\$31)	↓6% (\$96)	↓5% (\$656)	↓2% (\$225)	↓5% (\$54)	↓1% (\$15)	0% \$0	↓5% (\$61)

전체 매출

BC	AB	SK	MB	ON	QC	NL	NB*	PEI*	NS
\$6,366	\$7,019	\$3,007	\$2,174	\$17,979	\$14,745	\$1,372	\$1,793	\$267	\$1,667
\$6,348	\$6,913	\$3,015	\$2,243	\$18,333	\$14,513	\$1,375	\$1,773	\$267	\$1,683
0% \$18	↓2% \$106	0% (\$8)	↓3% (\$69)	↓2% \$354	↓2% \$232	0% (\$3)	↑1% \$20	0% \$0	↓2% (\$26)

〈2016년 정부 세수 현황〉

2016년 한해 연방 및 주정부가 편의점 채널을 통해 거둔 세금



	FEDERAL	WESTERN	ONTARIO	QUEBEC	ATLANTIC	GRAND TOTAL
SALES TAX	\$2,515,456,709	\$687,028,632	\$1,283,474,667	\$1,282,829,840	\$407,046,890	\$6,175,836,538
FUEL	\$2,907,798,910	\$1,584,925,153	\$1,701,300,000	\$1,382,227,489	\$407,046,890	\$7,983,298,442
TOBACCO TAX	\$1,949,220,881	\$1,339,882,864	\$735,600,000	\$649,800,000	\$334,507,800	\$5,008,811,545
ALCOHOL*	\$143,583,505	\$0	\$0	\$136,310,000	\$0	\$279,893,505
LOTTERY	\$53,927,638	\$723,456,241	\$994,122,274	\$471,231,346	\$358,612,990	\$2,601,350,489
TOTAL	\$7,569,987,643	\$4,335,092,890	\$4,714,496,941	\$3,922,398,475	\$1,507,214,570	\$22,049,190,519
STORE AVERAGE	\$277,910	\$556,423	\$518,704	\$567,887	\$451,668	\$609,471

(다음호에 계속)

선불 신용카드 정보 노출에 각별히 유의해야 선불(prepaid)상품 사기 예방



▲ 선불신용카드 사기가 심해지고 국세청을 사칭하는 피해 사례가 많아지자 국세청이 직접 계몽 광고까지 동원하고 나섰다.

편의점에서 판매하는 선불 상품은 과거에 비해 매우 다양해졌다. 모바일 폰 선불 탑업(top-up)이 있는가 하면 선불 상품카드에서 선불 신용카드 - 비자, 마스터 등 - 도 있다. 그런데 이런 상품이 많아지면서 이를 대상으로 한 사기 피해도 늘고 있다. 편의점 경기가 어려워 한푼 벌기가 예사롭지 않은 상황에서 금액도 만만치않은 이들 상품에 대해 사기를 당하면 경제적 손실은 물론 스트레스가 여간 아니다. 본 지면에서는 업계 전문가가 알려주는 선불 상품 피해 방지에 관한 조언을 소개한다.

■ 소매업주 피해의 전형적 유형

지능적 사기꾼들은 사기를 쳐서 피해자로부터 최대한의 금전적 이득을 뽑아내기 위해 다양한 방법을 고안해낸다. 그리고 만만한 사기 대상자 - 저들 입장에서 '봉'이라고 해야 할까 - 의 하나로 편의점 업주를 표적삼는다. 아래 대표적인 두가지 유형의 사기 행태를 살펴보자.

● 테스트 출력 핑계

이 시나리오는 사기꾼이 가게로 전화를 해서 선불 상품 공급사 혹은 선불 상품 장사꾼인 것처럼 꾸민다. 그리고는 주인 혹은 종업원에게 취급 중인 특정 상품의 '테스트PIN'을 출력하라고 시키고는 인쇄된 슬립에 나타나 있는 PIN번호를 불러달라고 한다. 또는 해당 제품과 관련한 클레임 코드(claim code)를 불러 달라고 할 수도 있다. 그러나 선불 상품을 공급해주는 회사측은 절대로 이런 일을 전화로 시키지 않는다. 전화하지도 않을 뿐 아니라 이런 번호를 요구하는 것 자체가 있을 수 없는 일이다. 이 정보를 전화로 불러주는 순간 현금을 사기꾼들에게 내주는 것과 같다.

● 시스템 업데이트 핑계

위와 유사한 방식의 하나로 공급사 혹은 장사꾼으로 가장해서 전화를 해 취급하는 특정 제품을 놓고 "시스템이 기한이 지났다" 혹은 "제품에 하자가 발생했다" 등의 거짓말을 늘어놓는다. 그리고는 새 제품으로 업데이트해야 한다거나 소프트웨어를 다시 다운받아야 한다고 그럴듯하게 공감을 친다. 그러면서 이 작업을 위해 정보를 입력해야 하니 사용자 성명과 비밀번호를 불러달라고 한다. 만약 이 정보를 불러주면 한번만 피해를 보는 것이 아니라 반복적이고 추가적인 사기 피해를 겪는 매우 불리한 상황에 처하게 된다. 절대로 시스템 관련해 user name이나 password를 알려주면 안된다.

■ 손님 피해의 전형적 유형

위의 두가지 경우는 소매업주가 직접 피해를 당하는 사기 유형인데 반해 지금부터 소개하는 것은 소매업소의 고객이 당하는 피해의 전형적 유형이다. 손님에게 선불 상품을 판매한 소매업주는 이 유형의 사기 피해를 반드시 이해하고 있어야 한다.

● 가짜 온라인 거래

구매자가 특히 조심할 일이다. 가격이 믿을 수 없을 만큼 좋다. 이런 경우 사기 당할 확률이 매우 높다. 사기꾼은 소비자가 혹할 좋은 물건을 팔도 안되는 저렴한 가격에 온라인 거래 사이트에 소개한다. 사이트는 주로 키지지(Kijiji) 혹은 이베이(eBay)처럼 상당히 명망있는 사이트를 이용한다. 그리고 미끼에 걸린 손님이 연락이 오면 결제는 선불 비자, 선불 마스터 카드로 하라고 한다. 그러나 이런 방식을 고집하며 결제를 요구한다면 이는 분명히 사기다. 광고에 올린 물건은 존재하지 않으며 계산후에는 절대로 물건이 오지 않는다. 자신의 업소에서 선불 신용카드를 구입한 손님이 이런 피해를 입었다는 사실을 들으면 업소 주인도 별로 기분이 좋을 리 없으니 손님에게 이런 사실을 알려주는 것도 좋을 것이다.

● 로맨스 사기

이 시나리오는 여간 났나간 사람이 아니고는 그냥 뉴스에서나 듣는 남의 이야기겠지만 워낙 빈번해지고 있다. 연애사이트에서 작정을 한 사기꾼이 표적을 하나 물어사이버 공간에서 관계를 발전시켜나간다. 연기가 보통이 아닌 '꾼'이다. 사기꾼은 꼭 남자고 피해자가 꼭 여성인 법도 없다. 그러다가 긴밀한 신뢰가 쌓이면 이런 저런 그럴싸한 핑계를 대며 다급히 돈이 필요하다고 돈을 보내달라고 한다. 혹은 만나고 싶는데 여행 경비를 보내달라고 한다. 훌쩍 빠진 사람이라면 여기에 낚여 실제로 돈을 송금한다. 그리고 끝이다. 꽤나 큰 돈을 날리는 경우가 허다하다. 편의점 선불 카드와 직접적 관련이 있는 유형은 아니니 알고나 있다.

● 바이러스 사기

핸드폰이나 컴퓨터가 먹통이 되도록 해킹해놓고 메시지를 띄운다. 고쳐주머니가 선불 신용카드로 결제하라고 한다. 위의 첫번째와 유형은 흡사한데 다만 매개 대상이 하이테크 수리다. 그러나 이 또한 결제하고 나면 절대 수리 작업은 이루어지지 않는다. 컴퓨터나 핸드폰이 바이러스에 걸리면 정상적 영업이나 서비스를 하는 회사로부터 기기 복원을 하도록 해야 한다.

■ 국세청(CRA) 사기

최근 들어 국세청을 사칭한 전화 사기가 매우 빈번해 물정을 잘 모르는 고령층의 피해가 급증하고 있다. 국세청, 세금 체납 등의 단어 자체가 어수룩한 사람들에게 뭔가 위협과 불안감을 조성한다. 결코 잘못된 것이 없

는데도 그런 반응을 보인다. 통계상으로도 캐나다 국민들이 국세청 운운 하면 쉽게 사기를 당하는 것으로 나타나 있다.

사기꾼들은 위협적이고 고압적인 말투로 권위를 느끼게 하는 재주가 있다. 이 역시 선불 신용카드로 체납된 세금을 당장에 지불할 것을 요구하기 십상이다. 지금 당장 결제안하면 감옥에 가거나 법정에 설 수도 있다고 공갈을 친다. 그러나 국세청은 만약 체납 사실이 있다 하더라도 절대 전화로 이를 통보하지 않는다는 사실을 명심해야 한다.

이상으로 선불 신용카드에 얽힌 사기 행각의 유형을 두루 살폈다. 지난 2015년 국영방송 CBC가 보도한 내용을 보니 선불 신용카드를 표적으로 입은 피해액이 수백만 달러라며 우려와 경각심을 전하고 있다. 보도 이후 그간 몇년 지나면서 선불 신용카드 사용이 크게 증가했으니 피해액도 훨씬 늘어났을 것으로 추측된다. 주인이든 손님이든 사기행각에 걸려들지 않도록 더욱 스마트해져야 하겠다. ■

87개 식품점, 비어 판매 허가



온주 내 87개의 식품점이 오는 4월부터 맥주를 취급할 수 있게 됐다. 이는 이미 작년에 허가받은 200개 이상의 업소에 추가가 되는 것으로 이제 온주 소비자들은 LCBO나 LCBO대리점이 아니라도 300여 개 가까운 식품점에서 맥주를 구입할 수 있게 됐다. 기존에 허가받은 업소 중에는 약 70여 개 업소가 와인까지 취급하고 있는 것으로 알려졌다.

정부 설명에 따르면 최근 추가로 허가를 받은 식

품점들은 LCBO가 주관한 경쟁력 평가 비딩 과정을 거쳐 선정된 것이라고 한다. 87개 업소 중 11개는 독립 소유이며 76개는 대형 슈퍼마켓 체인점 소속이다. 정부 계획은 앞으로 온주내에서 총 450개의 식품점이 맥주를 취급할 수 있도록 하며 이중 300개 업소는 와인까지 취급할 수 있도록 한다는 것이다.

그러나 편의점 채널에게는 주류 판매를 허용하지 않고 있어 협회를 비롯한 온주편의점협회(OCSA)의 거센 비판을 받고 있다. ■

스코틀랜드 경찰청 우려 표명

“불법담배, 마약 거래보다 더 수익맞아”

“불법담배 거래가 마약 밀수보다 훨씬 더 수익 맞는 장사일 뿐 아니라 위험도 낮다.” 불법 담배로 재미를 보고 있는 암시장 장사꾼이 지껄이는 말이 아니다. 영국 스코틀랜드 경찰청이 공개적으로 발표한 사실이다.

지난 1월 24일 스코틀랜드 의회 내 초당적 포럼기구인 CPG(Cross Party Group)가 주관한 경찰청과 세무청(HMRC ; Her Majesty's Revenue and Customs)관계자 연석 회의에서 경찰청 관리는 이렇게 보고 하면서 구체적 사례도 제시했다. 예를 들어 불법 담배에 1,000파운드를 투자를 하면 회수되는 돈은 4만 파운드 이상이 되는데 이정도면 동일한 금액을 마약에 투자했을 때의 두배에 달하는 수입이라는 것이다.

영국에서 자행되는 모든 불법 거래는 조직 범죄와 불가분의 관계를 맺고 있으며 암치료제와 같은 특별한 제품은 물론 아동 장난감, 유아용 분유 등 일상적인 상품에 이르기까지 짝퉁 제품들이 불법 거래망을 배경으로 범람하고 있는 현실을 우려하는 목소리가 높았다.

회의에 초빙된 기초 연설자이자 '스코틀랜드 불법거래퇴치 그룹' SAITG(Scottish Anti Illicit Trade Group)의 신임 이사장 케니



▲ 스코틀랜드 CPG포럼그룹이 주관한 대책회의에 경찰청, 세무청, 편의점 관계자 등이 모여 불법제품 범람의 실상을 다루고 있다.

매캐스킬씨는 “우리 스코틀랜드 경제 전반의 모든 영역에서 불법 유통이 만연해 있는 실정”임을 깊이 개탄했다.

회의에 참석했던 스코틀랜드 편의점 협회 SGF(Scottish Grocers Federation) 홍보담당 수석 존 리(John Lee)박사도 한마디 했다.

“CPG포럼이 의회에 불법거래 문제를 직접 의제로 가져왔고 경찰 당국이 상황을 밝힌 것처럼 이 문제가 대단히 걱정스러운 수준에 이르렀음을 실감케 하고 있다.” 그는 “오늘 회의를 통해 불법유통 제품들이 우리 경제에 미치는 여파에 대한 충분한 인식을 비로소 하게 됐으며 배경으로 자리하고 있는 조직 범죄가 지역 커뮤니티에 깊숙히 발을 들여놓고 있다는 위기를 확실히 느끼는 계기가 되기를 바란다.”고 덧붙였다. ■

푸드서비스, 특히 샌드위치를 견인차로

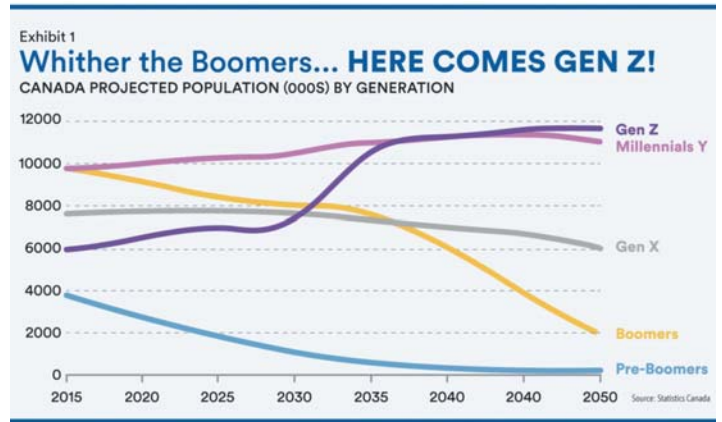
차세대 대박시장 'Z세대'를 위하여

캐나다의 베이비부머 세대라면 누구나 웨인 그레츠키(Wayne Gretzky)라는 인물을 수도 없이 듣고 자란 연령층이다. 그의 아버지 월터 그레츠키가 뒷뜰에 빙판을 만들어 놓고 어린 아들을 어떻게 가르쳤으며 이후 어떻게 대성할 수 있었는지에 관한 미담을 잘 알고 있을 것이다. 웨인 그레츠키를 성공에 이르게 한 그의 아버지의 가르침을 한마디로 요약하면 “퍽(puck)이 있는 방향으로 달려갈 것이 아니라 퍽이 가야 할 곳으로 달려야 한다.”는 것이었다. (to skate to where the puck is going, not where it has been) 한창 잘 나갈 때 어느 기자가 그레츠키에게 어떻게 하기를 그렇게 잘할 수 있었는지를 묻자 그는 이렇게 답변하며 아버지의 가르침이었다는 말도 잊지 않았다. 우리는 여기서 하나의 중요한 교훈을 얻어야 할 것이다. 직접적이고도 단순한 이 원칙은 스티브 잡스에서 워렌 버핏에 이르기까지 세계의 전설적 인물들이 자신의 사업 성공을 이끌었던 원칙과 동일하다. 답은 '미래에 있는 것이다. 모든 사람들이 앞으로 올 대박의 꿈을 쫓는다. 하지만 수많은 기업들이 현재에만 머무르다가 시대에 뒤처지고 미래를 준비 못한 패착으로 망한 사례 또한 넘친다.

편의점에 다가올 미래의 대박은 무엇일까? 차세대 거대 시장(Next Big Thing)은 적어도 인구통계적 관점에서만 놓고 볼 때 제트세대(Generation-Z)라고 할 수 있다.

캐나다 통계청이 밝힌 <도표 1>을 살펴보자. 현재부터 오는 2050년까지의 주요 인구 분포 예상치인데 요즘 시장에서 중요시하는 화두인 밀레니얼 세대(Y세대)를 바짝 이어 Z세대가 부상하는 모습을 확인할 수 있다.

이런 추세는 캐나다만이 아니라 글로벌 추이다. Z세대가 차지하는 인구 수는 나라마다 큰 폭의 차이가 있겠지만 전세계 인구 전체에서 Z세대는 현재 20억 명을 조금 웃돌고 있다. 그런데 향후 10년 혹은 20년 후에는 캐나다의 경우 전체 인구의 1/3 수준에 이를 것으로 본다. 이는 베이비부머 인구나 밀레니얼 인구층보다 더 많은 점유율이다.



편의점 운영자의 입장에서 가장 중요한 질문은 이것이다. “이들이 원하는 것이 무엇인가?” 이에 대한 대답은 “푸드서비스”이다. 시장 조사 전문 기관인 유로모니터인터네셔널(Euromonitor Inter'nl)이 지난 2011년부터 2016년 사이의 캐나다 편의점 산업의 성장 현황을 분석한 바 있다. 매출액으로 보자면 큰 변동을 보이지 않는다는 것이 가장 눈에 두드러진 현상이다. 하지만 푸드서비스 매출만 놓고 분석해보면 연평균 1.6%의 성장률을 기록하고 있다. 여기서 말하는 연평균은 CAGR(Compound Annual Growth Rate)로 본 것이다. 우리말로 정확히 표현하면 ‘연평균복합성장률’이다. 다시 말해 여러해 동안의 성장률을 평균으로 환산한 것이므로 산술평균이 아닌 기하평균인 것이다.

또다른 전문 시장 조사기관인 민텔(Mintel)이 2017년에 발표한 ‘미국 편의점업계 푸드서비스 매출실적’ (Foodservice Sales Performance in Convenience Stores in U.S) 분석 자료에 나오는 <도표 2>는 편의점 푸드서비스의 방향을 가늠해볼 수 있는 분명한 메시지를 전하고 있다. 푸드 서비스 분야를 대별하면 디스펜서 냉동음료, 디스펜서 찬 음료, 디스펜서 더운 음료, 기성조리음식(prepared food)으로 구분해볼 수 있다. 이 중 앞의 3종은 과거 2011년부터 현재, 그리고 2021년까지도 큰 변화가 있어보이지 않지만 기성조리음식은 과거의 추이도 그랬거니와 앞으로도 지속적인 증가 추세를 보이고 있어 이쪽으로 중점적인 비즈니스 확충을 시도해 보는 것이 전망이 밝아 보인다.



민텔 자료를 좀더 세분화해서 보자. 샌드위치가 기성조리음식 분야에서 결정적인 추동력을 발휘할 것으로 전망하고 있다. 민텔은 미래의 편의점 푸드서비스에서 샌드위치를 보다 다양하게 가져가고 요리의 대체를 파악해 변종 신 요리 개발에 집중적인 노력을 쏟아야 할 곳이 바로 샌드위치 여야 한다고 강력히 추천할 정도다. 또한, 샌드위치의 새로운 영역 개척

(20면에 계속)

<7면에 이어> 새해 첫 지구협회장 회의 개최

유계시판에 그와 보수당을 지지해 편의점 영업의 활로를 찾자는 장문의 호소글을 올렸다.

샌드위치 사업

두 정치인의 방문과 면담이 끝난 후 회의는 다시 이어졌고 부대수익 창출을 위한 푸드서비스로 샌드위치 사업이 소개됐다. 본부협회는 이미 프리미엄급 샌드위치 제조 및 직배 업체인 클래식 그룹(Classic Group of Companies)의 제품을 편의점 채널에 공급해주는 코어마크(Core-Mark)사와의 수차례 접촉을 가졌다. 그리고 사업의 유망성을 진단한 결과물을 지구협회장 회의의 자리를 빌어 상세히 브리핑을 한 것인데 마진율 조정과 유통 세부 절차에 관한 검토가 더 진행되면서 사업의 윤곽이 보다 명확해질 것으로 보인다. 전체 그림은 회사측으로부터 협동조합이 일정 물량을 공급받고 조합 이용 회원들이 형편에 따라 구입하는 과정으로 이루어진다. 사실 샌드위치는 편의점 푸드서비스의 장래를 예견하는 전문가들이 이구동성으로 강조하는 유망 아이템이다.

고급 브랜드 추세에 편승한 웰빙 샌드위치부터 소수민족의 전통적인 맛을 응용한 다양한 제품들이 시장에 쏟아져 나오고 있고 마진율도 꽤 괜찮아 이미 많은 편의점들이 샌드위치 보장에 힘을 쏟고 있다.

또, 특정 식사시간을 지키지 않고 시도 때도 없이 식사를 하는 젊은층(밀레니얼, Z세대 등)이 편의점에서 가장 많이 즐기는 푸드 서비스가 샌드위치이기도 하다. 전문가들에 따르면 앞으로 젊은층의 편의점 샌드위치 구입이 더욱 증가할 것으로 전망하면서 푸드서비스 강화를 고려하는 업주는 샌드위치에 주목할 것을 강조한다.

신규건물 매입 추진 현황

마지막 안건으로는 신규 건물 구입에 관한 추진 현황이 보고됐다. 이미 모바일 매각 대금은 은행에 예치된 상태이고 매각차용(leaseback) 8개월이 끝나기 전에 여유있게 모바일 영업이 이어지려면 지금부터 서둘러 적절한 건물을 구입해야 한다. 지금까지 대여섯 후보지가 물망에 올랐고 구 매가격과 위치 등을 면밀히 검토하고 있다. 앞으로 더 유리하고 장래성이 있으며 위치도 좋은 곳을 좀더 관찰하고 신중하게 선택할 것임을 분명히 했다.

건물 구입을 하지 않을 것이라는 소문에 대한 우려가 제기되기도 했으나 신재균 회장과 차동훈 전무는 모바일 매각 대금이 은행 별도 계좌에 예치돼 있고 서명권자 3명에 인출 목적은 오직 건물 매입 용도로만 가능하도록 이중 삼중의 장치를 한 마당에 그럴 수는 없다고 분명히 못을 박았다.

신 회장은 건물 매입에 관한 안건을 다루며 자연스럽게 협회와 조합의 상생과 발전 전망에 대한 의견도 피력했다. 특히 조합 경영 정상화와 관련하여서는 효율적 경영의 전제 조건으로 구조조정이 급선무임을 재확인했다. 회장은 미시사가에 코스트코가 추가로 오픈할 것이라는 소문이 있고 회원 수는 나날이 감소하는 여건 등을 고려할 때 현재의 조합 경영으로는 경쟁력을 강화할 수 없으며 중·장기적인 생존전략을 수립해야 할 절박함이 있다고 되풀이 강조했다. 올해는 협회주관 트레이드쇼 행사를 하지 않을 것이며 대신 조합 고객감사의 날 행사를 대대적으로 지원해 조합을 활성화하는 방향으로 갈 것이라는 구상도 덧붙였다.

광고 수익 사업

기타 토의에서는 최근 업소를 개별 방문해 재계약을 추진하고 있는 광고/마케팅 회사 아이샷 미디어 (Eyeshot Media)와 관련된 사안이 심도있게 다뤄졌다. 이 회사는 과거에 협회와 단체 계약을 추진해 회원 업소를 네트워크로 광고 수익을 창출하지는 목적하에 일시 제휴했던 바가 있었다. 그러나 일부 조건에서 뜻이 맞지 않아 추진이 중단된 후 회사가 회원 업소를 개별 상대하기 시작했고 일부 회원들은 약간의 광고 수익을 얻고 있는 실정이다. 그러던 것이 벌써 5년이 지나 최근에 5년 계약 갱신이 이뤄지고 있다. 본부협회에서는 이 회사보다 더 유리한 조건의 단체계약과 수익 증대를 보장할 수 있는 또 다른 광고/마케팅 회사로 최근 어댑트 미디어(Adapt Media)라는 회사와 접촉해 사업 제휴 의사를 밝힌 바 있다.

이 회사는 현재 비중있는 광고 스폰서를 접촉해 협회 회원과의 단체 계약 가능성 타진에 들어갔으며 3개월 이내에 구체적인 계약 조건을 협회에 제시하겠다고 약속했다. 따라서 협회 회원들은 당분간 종전의 아이샷 미디어와의 계약 갱신을 보류하고 두 회사의 계약 조건을 비교한 후에 선택하는 것이 바람직할 것으로 보인다. 이미 아이샷 미디어와 갱신 계약을 맺었다면 이후 어댑트 미디어의 조건을 살피고 큰 피해가 없다면 계약 해지 후 새 회사와의 계약 체결도 가능할 것으로 보인다. 그러나 이는 구체적인 제시안이 마련된 후의 일이므로 상황을 정확히 파악하면 본부협회가 지침을 즉각 회원들에게 전달할 계획이다. ■

필 지구협회 정기총회 및 정.부회장 선출

GTA정관 제 3장 9조에 의거 필 지구협회 정기 총회를 아래와 같이 개최합니다.

<아 래>

- 일시 : 2018년 2월 22일(목) 1:00 p.m
- 장소 : 짜장면집 (TEL : 905-232-8221)
(1310 Dundas St. E, Mississauga)
- 안건 - 2017년 감사보고
- 정.부회장 선거 및 이사/감사 선출

*참고사항 : 등록된 필 지구협회 정회원은 조합 웨스트몰 매장에서 25불 조합 쿠폰을 수령할 수 있으며 사용 유효기간은 2018년 2월 28일까지입니다. 쿠폰 수령을 위해 본 공문 과 ID를 지참해야 합니다. (연락처 : 회장 양영국 905-891-9330)

<정.부회장 선거 공고>

필 지구협회 정.부회장 선거와 관련하여 오는 2018년 2월 16일(금)까지 후보등록하시기 바랍니다. (문의 : 선관위원장 조형근 905-216-6822)

필 지구협회장 양영국

편의점 일부 호응에 손님도 적극 지지 英, 플라스틱 영구 폐기 정책



▲ 환경 친화를 모토로 삼는 영국의 한 편의점에서 셀프 서브로 재활용 소재인 종이 봉지에 원하는 제품을 디스펜서를 통해 담고 있는 손님. 이 업소 제품의 대부분은 용기나 포장에 친환경 재활용 소재다. 손님으로부터도 큰 호응을 얻고 있다.

라стик 용기나 포장 제품을 볼 수 없는 세상이 곧 올 것이라는 전망도 나오고 있다.

이런 와중에 국회 환경감시위원회 소속 의원들은 커피숍에서 사용되는 일회용 커피잔도 손님에게 25페니를 청구하지는 제안을 내놓았다.

환경보호에 앞장서며 윤리적인 기업이 되겠다는 경영 이념을 내세우고 등장한 슈퍼마켓 '히즈비'(hisbe)의 공동 오너 에이미 앤스로우씨는 일련의 정부 정책과 관련해 이렇게 반응했다. "우리 업소 매출과 고객 수가 지

영국 자영업주들이 정부의 플라스틱 덜 사용하기 정책과 플라스틱을 사용하지 않은 제품에 대한 소비자들의 요구 증대에 따른 은근한 압박감에 직면하고 있다.

새해 들어 테라사 메이 총리가 향후 25년 내에 영국에서 플라스틱 폐기물을 영구 추방하겠다는 목표를 선언한 것과 관련해 세부 실천 방안의 하나로 비닐 쇼핑백에 5페니를 부과하는 정책이 잉글랜드 지역에서는 독립 편의점과 같은 소자영업소에까지 확대될 전망이다. 더 나아가 앞으로 편의점 선반에서는 플

라스틱 용기나 포장 제품을 볼 수 없는 세상이 곧 올 것이라는 전망도 나오고 있다.

히즈비의 비포장(non-packaged)제품 매출은 식품이든 비식품 분야든 매년 53%씩 증가하고 있으며 친환경 칫솔은 최근 수주간 600%의 증가를 보였다. 이 업소는 대나무로 만든 제품만을 모아놓은 별도의 코너가 있다. 에이미씨는 "독립자영업주들은 소비자들의 이같은 관심을 잘 활용한다면 보다 이상적이고 수익증대 기회까지 겸하는 영업이 가능할 것"이라며 특히 폐기물을 줄이는 포장 제품 개선을 공급사나 제조사들에게 독려할 수 있는 힘이 있다고 강조했다. 업소 상호 히즈비(hisbe)는 "how it should be"의 약자이며 윤리적인 슈퍼마켓이라는 의미를 담고 있다.

맨체스터에서 편의점을 운영하는 제이 파텔씨도 액체 세제를 뽑아 구입하는 친환경 세제 Ecover 디스펜서와 건조 식품 디스펜서를 보강 취급할 계획을 밝혔다. 파텔씨는 손님들의 비닐 백 사용을 줄이기 위해 재활용 백을 무료 제공하고 있으며 호응이 좋다고 한다. 무료 제공된 재활용 백에 새겨진 상호로 인해 가게 홍보도 되니 누이 좋고 매부 좋은 격. 이 업소에서 판매되는 커피의 컵과 뚜껑 또한 재활용 가능한 재질로 만든 것이다. 파텔씨는 한걸음 더 나아가 동료 업주들에게도 자신의 친환경 영업을 따르라고 적극 권하는 중이다.

노스 욱서에서 편의점을 운영하는 크리스 폴라드씨는 플라스틱 폐기물 감소를 위해 더 많은 일을 하고 싶지만 사태를 근본적으로 바꾸기에는 소자영업자 입장에서 많은 일을 할 수 없어 유감스럽다는 입장이다. "우리가 가게에서 취급하는 푸드서비스 메뉴 중 인도 음식이 있는데 플라스틱 용기에 담겨져 있고 셀로판 지로 덮개가 씌워져 있다. 친환경으로 개선해달라고 공급사에게 여러해에 걸쳐 이르고 있지만 아직도 준비가 안됐다고 한다. 소매업소와 공급사가 함께 변화를 만들어야 정부 정책이 성공할 것이다." 이처럼 영국의 의식있는 편의점 업주들도 정부의 폐기물 줄이기 정책에 상당한 호응을 보이고 손님들도 지지하는 분위기다. ■

<18면에 이어> 차세대 대박시장 'Z세대'를 위하여

은 소수민족 고유의 맛을 가미하는 방향으로 나아가야 한다고도 강조한다. 아직도 무궁무진한 미개척 분야가 바로 이 지점이라는 것이다. 그런데 이런 종류의 샌드위치가 가장 어필하는 세대 혹은 연령층이 바로 'Z세대'임을 역설하고 있다.

또다른 여론 조사 기관인 입소스(Ipsos) 역시 소비자 행동패턴, 식음료 트렌드 등을 광범위하게 연구 분석한 결과를 밝히고 있는데 역시 Z세대에 주목하며 이들의 식습관, 신념, 지각 등을 심리적으로 파고 들며 이들 세대의 두드러지고 독특한 경향성을 드러내 주고 있다. Z세대를 평범한 단어로 하이틴이라고 하자. 하이틴은 캐나다에서 앞으로 편의점의 장래를 담보할 이정표가 될 것이다.

그러나 이들에게 어필하려면 편의점 스스로가 경쟁 채널과 명확한 차별화 전략을 구사해야 할 것이라는 점도 강조하고 있다.

기회를 포착하고 기회를 살려 매출 혹은 시장을 넓히려면 웰빙, 건강 개념이 우선시되는 제품기획이 뒷받침되어야 한다는 것이다. 그렇지 않으면 약국, 슈퍼마켓, 푸드서비스 전문 업소들과의 경쟁에서 생존하기 힘들 것이다. ■

Sunny의 건강 이야기(6)

지난호에 예고한대로 이번호에서는 주요 고혈압 약의 특징과 부작용을 살펴보고 고혈압을 치유하는 근본적인 대책을 소개하고자 한다.

Diuretics(이뇨제) : 고혈압 약 가운데 '물약(Water Pills)'으로 통하는 이뇨제는 의사가 고혈압 환자에게 가장 먼저 권하는 약이다. 이 약 종류만 해도 제약회사에 따라 다양한 명칭을 가지고 수십가지가 넘는데, 신장에서 나트륨(소금)과 물을 배출해 혈압을 조절한다. 부작용으로는 소변을 자주 보고, 몸속 근육운동에 큰 영향을 주는 칼륨(Potassium)이 부족해져 근육경련이 자주오며, 피곤을 호소하며 남성의 경우 발기부전의 확률이 높다.

Beta-Blockers (베타 차단제) : 베타 차단제는 부신에서 생성되는 흥분 호르몬인 아드레날린이라는 호르몬의 역할을 차단시켜서 혈압을 낮춘다. 심장 박동이 느려지고 압력을 낮추게 되는데 부작용으로는 천식, 찬 손발, 우울증, 발기부전, 불면증이 있다.

Angiotensin Converting Enzyme Inhibitors (ACE 억제제) : 이 계통의 약물은 혈관을 이완시키고, 혈액의 부피를 낮춤으로서 혈압을 낮추고 심장의 산소 소모량을 감소시킨다. 일반적인 부작용으로는 저혈압, 기침, 고칼륨 혈증, 두통, 현기증, 피로, 메스꺼움, 신장 손상이 있고, 염증과 관련된 통증을 증가시킬 수 있다.

Angiotensin II Receptor Blockers (ARB 차단제) : 안지오텐신 II 수용체 차단제는 ACE 차단제 요법을 사용할 수 없는 고혈압 환자에게 주로 사용하고 있다. 부작용은 좀 덜하다. 특정한 약품을 정해져 있는 양만큼만 투여해야 하는데, 요산뇨증을 유발할 수 있다. 남성 성기능에 악영향을 미치지 않았을 뿐만 아니라, 오히려 향상시키는데 도움을 준다는 연구결과도 있다.

Calcium Channel Blockers (CCBs) 칼슘 차단제 : 이 종류의 약은 심장근육과 혈관세포에 칼슘이 침투하는 것을 막음으로서 혈관의 수축을 완화시켜 혈압을 낮추는 효과를 낸다. 하지만, 어지럼증, 변비, 두통, 불규칙 심장박동과 같은 부작용이 올 수 있다.

Alpha or Beta Blockers 알파나 베타 차단제 : 알파나 베타 차단제는 신경계통의 아드레날린 호르몬의 생성과 활동을 감소시켜줌으로써 결과적으로 신경활동을 줄여 심장박동수를 늦춰주는 효과를 낸다. 결과적으로 심장박동이 느려서 혈압을 줄여주는 것이다. 하지만, 이 약을 복용하면 어지러운 증세가 오고, 아침이나 갑자기 일어날 때 몸이 붕 뜨는 현상이 오고, 심장박동수가 반대로 빨라지는 부작용이 발생한다.

Central Agonists 수용체 작용제 : 이 약은 신경전달물질이나 호르몬들을 조절하여 혈관근육을 완화시켜주어 혈압을 낮추는 역할을 한다.

이상으로 몇가지 약의 특성을 살펴봤는데 이밖에도 혈관근육을 완화시키고 혈관을 넓혀 혈압을 조절하는 Vasodilators와 비교적 최근에 나온 약으로 혈관을 수축시키는 화학물질을 감소시켜 혈압을 낮추는 Renin Inhibitor 등이 있는데, 모두 기침이나 설사, 복통 그리고 속쓰림과 같은 부작용이 있다. 고혈압을 복용하게 되면 몸속에서 칼륨이 부족한 현상이 주로

고혈압 바로 알기 (下)



오는데, 칼륨(Potassium)은 근육수축운동에 중대한 영향을 주어 혈압을 조절해 주는 영양소지만 칼륨수치가 감소되어 악순환을 되풀이한다.

또한, 의사들은 혈압약을 오래 먹어도 근본적인 치료가 안되니까, 원인이 콜레스테롤이라 규정하고 스타틴약을 처방하지만 전에 설명했듯이 간에서 85%가 생성되는 콜레스테롤은 음식이나 근본적인 생활패턴이 바뀌지 않는 한 그 수치를 조절할 수가 없다. 마가린, 새우, 계란 등을 안 먹는다고 절대 조절할 수 없는 것이 콜레스테롤이다. 또한, 약을 먹으며 염증치료가 제대로 안되기 때문에 면역기능이 상실돼 큰 병을 키우고 있는 셈이다.

흡연, 음주, 나쁜 음식물이 고혈압을 유발하는 것은 당연한데 그 이유는 혈관에 있다. 혈관은

단순한 관이 아니다. 동맥주변으로 근육이 미세하게 존재하고 근육이 운동을 하여 피의 전달을 도와주야 심장이 무리를 덜 하는데, 동맥근육이 약해지거나 혈관이 부분적으로 막혀버리면 심장 혼자서 그 일을 다해야만 하기 때문에 무리가 올 수밖에 없는 것이다.

중요한 사실은 심장은 몸의 다른 근육과 성질이 판이하게 다르다. 일반적인 근육은 운동을 하면 더 강해지는데, 심장근육은 많이 무리해서 운동을 하면 부어버린다. 소위 과로사라고 하는 것은 심장이 너무 무리하게 운동하여 일시적으로 박동을 거부해서 멈춰버리면 심장마비가 오는 것이다. 따라서, 혈관근육에 영양소를 공급하고 유산소 운동을 해서 근육에 활력을 주고 막힌 혈관을 청소해 주어야 근본적인 치료가 될 수 있다.

비타민 C는 혈관조직을 단단하고 탄력있게 해주고 콜라겐 합성에 중요한 역할을 해준다. 칼슘을 먹어도 마그네슘이 없으면 흡수가 안되듯이 콜라겐을 아무리 먹어도 비타민 C가 부족하면 합성이 안되는 이치다. 또한 마그네슘은 혈압자체를 낮추는 효과가 있는데, 견과류, 시금치를 비롯한 채소를 많이 먹어야 하는 이유이다. 이러한 이유로 마그네슘은 다른곳에 비해 심장근육에 20배가 넘게 몰려있다.

고혈압의 근본적인 원인은 혈액을 공급하는데 문제가 발생했다는 것을 의미하기에 운동은 당연히 해줘야 하고, 그것도 일주일애 3~4번씩 하루에 두번씩 단 10분이라도 꾸준히 해야 한다. 가공식품이나 짠 음식은 금물이다. 고혈압을 다스리는 것은 생각외로 간단하다. 염증을 유발하는 육식을 줄이고, 현미, 채식을 주로하며 당뇨와 마찬가지로 소식을 하고 자주 먹는 습관을 버리고 스트레스를 줄이면 단 1~2주일안에 혈압은 정상 치료 돌아온다. 물론 운동을 멈추거나 음식물 섭취를 조절하지 않으면 고혈압은 돌아오는 요요현상이 오기 때문에 꾸준히 3~4개월은 지속해야 한다.

Omega-3와 Co-Q10은 심장건강에 많은 도움을 주기 때문에 심장이 무리가 오는 것을 예방하는 효과가 있다.

끝으로 스트레스에 주목하자. 스트레스는 업무나 경제적 고통 등의 이유도 있지만, 대부분의 스트레스는 스스로 마음에서 키우는 병이라고 한다. 세상을 좀더 너그러이 바라보는 법을 배워야 하고, 자신에게 관대해져야 하고 무엇보다 자신을 소중히 생각해야 근본적인 스트레스에서 벗어날 수가 있는 것이다. ■

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 엄종호 (416) 759 - 4503
- **Toronto East**
회장 김중범 (416) 363 - 9404
- **Toronto West**
회장 김재숙 (416) 975 - 0365
- **Weston & York**
회장 조용상 (416) 604 - 3116

- 남서부 지구협회 -

- **Brant County**
(공석)
- **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
- **Huron**
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.

The screenshot shows the OKBA website interface. At the top, there's a navigation bar with '공지사항', '실용뉴스', '계산', '실용뉴스PDF 보기', 'KBA협동조합 스페셜', and 'KBA협동조합 공동구매'. Below this is a large banner for 'OKBA PROGRAM STORE POS SYSTEM' featuring a POS terminal. To the right, there's a 'TouchCash Inc. ATM & POS' advertisement. Below the banner, there's a grid of logos for various program stores including AVANTIS, Nestle, FritoLay, Weston Bakesies, Merchant Services, OKBA PROGRAM STORE, YENO, Moneris, and others. At the bottom, there's a table listing member stores with columns for '지역사망', '협회등록', and '지류사망'. The table lists various stores like 'Nestle Ice Cream Etc.', '2017년 OKBA 프래임', '백안제 대용량 한', etc., along with their addresses and phone numbers.



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



2018.1.28~2018.2.24

Frito Lay Canada에서는 2018년 1월 28일부터 2018년 2월 24일까지 클럽 골드 회원, 플래티넘 회원, 다이아몬드 회원에게 스페셜을 실시하오니 방문하는 판매 담당자 또는 드라이버에게 문의하세요. 4주 한정기간 동안 프로모션이 있으니 적극 활용해 주시기 바랍니다.



Single Serve 2/\$2.⁵⁰



Diamond Better Together Combos

Lay XL & Pepsi 2L 2/\$5



- 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