

# 실업뉴스



The Ontario Korean Businessmen's Association News  
2018년 3월 14일 수요일 제746호



2018 Convenience U Carwacs Show  
Mar. 6~7, 2018 / Congress Centre



OKBA회원들을 위한 OLG세미나 현장





## OKBA와 친구해요!

### 카카오톡 플러스 친구 OPEN

🔍 더보기 검색창에서 'OKBA' 검색 후  
플러스 친구 추가하세요.

생생한 정보를 전달합니다!






# 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

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

### ■ General Manager

**Don Cha** (전두 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.brianjin1108@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

## 근로 안전 포스터 부착 의무

(실험뉴스 12~13페이지 참조 요망)

# Health & Safety at Work

## Prevention Starts Here

Ontario's Occupational Health and Safety Act gives workers rights. It sets out roles for employers, supervisors and workers so they can work together to make workplaces safer.

### ▶ Improve Health and Safety:

- Find out about your Joint Health and Safety Committee or Health and Safety Representative.
- Talk to your employer, supervisor, workers, joint health and safety committee or health and safety representative about health and safety concerns.

### Call the Ministry of Labour at 1-877-202-0008

Report critical injuries, fatalities, work refusals anytime.  
Workplace health and safety information, weekdays 8:30am - 5:00pm.  
Emergency? Always call 911 immediately.

### Find out more: ontario.ca/healthandsafetyatwork



© Queen's Printer for Ontario  
Ministry of Labour  
0000 016 - 6428-0200 / 016001  
0000 016 - 6428-0200 / 016001  
0000 016 - 6428-0201 / 016001  
June 2012

### ▶ Workers have the right to:

- Know about workplace hazards and what to do about them.
- Participate in solving workplace health and safety problems.
- Refuse work they believe is unsafe.

### ▶ Workers must:

- Follow the law and workplace health and safety policies and procedures.
- Wear and use the protective equipment required by their employer.
- Work and act in a way that won't hurt themselves or anyone else.
- Report any hazards or injuries to their supervisor.

### Employers must NOT take action against workers for following the law and raising health and safety concerns.

### ▶ Employers must:

- Make sure workers know about hazards and dangers by providing information, instruction and supervision on how to work safely.
- Make sure supervisors know what is required to protect workers' health and safety on the job.
- Create workplace health and safety policies and procedures.
- Make sure everyone follows the law and the workplace health and safety policies and procedures.
- Make sure workers wear and use the right protective equipment.
- Do everything reasonable in the circumstances to protect workers from being hurt or getting a work-related illness.

### ▶ Supervisors must:

- Tell workers about hazards and dangers, and respond to their concerns.
- Show workers how to work safely, and make sure they follow the law and workplace health and safety policies and procedures.
- Make sure workers wear and use the right protective equipment.
- Do everything reasonable in the circumstances to protect workers from being hurt or getting a work-related illness.

# 작업장 보건 및 안전

## ▶ 지금 예방을 시작하십시오

온타리오 직업보건안전법 (Occupational Health and Safety Act)은 근로자의 권리를 규정합니다. 이 법은 보다 안전한 작업장을 만들기 위해 서로 협력할 수 있도록 고용주, 감독관, 근로자의 역할을 규정합니다.

### ▶ 보건 및 안전 개선 방법:

- 말해 공동 보건안전 위원회 또는 보건안전 담당자에 대해 알아보십시오.
- 상당 보건 및 안전 관련 문제에 대해 귀하의 고용주, 감독관, 근로자, 공동 보건안전 위원회 또는 보건안전 담당자와 이야기하십시오.

### 노동부 전화 번호 1-877-202-0008

중대한 상해, 사망 및 작업 거부 사건에 대해 연례는 보고해 주십시오.  
작업장 보건 및 안전 관련 정보, 평일 오전 8:30 - 오후 5:00.  
응급 상황이십니까? 국가 911에 연락하십시오.

### 추가 정보: ontario.ca/healthandsafetyatwork



© Queen's Printer for Ontario  
Ministry of Labour  
0000 016 - 6428-0200 / 016001  
0000 016 - 6428-0200 / 016001  
0000 016 - 6428-0201 / 016001  
June 2012

### ▶ 근로자의 권리:

- 작업을 위해 요소 및 그 처리 방법에 대해 숙지할 수 있음.
- 작업을 보건 및 안전 문제의 해결을 위해 참여할 수 있음.
- 안전하지 않다고 판단된 작업을 거부할 수 있음.

### ▶ 근로자의 의무:

- 법률 및 작업을 보건 및 안전 정책 및 절차를 준수해야 함.
- 고용주가 요구한 보호 장비를 착용 및 사용해야 함.
- 자기 자신 및 다른 사람을 다치지 않게 하는 방법으로 작업 할 활동해야 함.
- 모든 위험 요소 및 상태 시정을 감독관에게 보고해야 함.

### 고용주는 법령을 준수하고 보건 및 안전 관련 문제를 제기하는 근로자에게 불리한 조치를 취해서는 안 됩니다.

### ▶ 고용주의 의무:

- 안전한 작업 방법에 대한 정보, 지침, 감독을 제공하여 근로자들이 위험 요소에 대해 숙지하도록 확인해야 함.
- 현장에서 근로자의 건강 및 안전을 보호하는데 필요한 것이 무엇인지 감독관이 알도록 확인해야 함.
- 작업장 보건 및 안전 정책 및 절차를 수립해야 함.
- 모든 사람이 법령과 작업을 보건 및 안전 정책 및 절차를 준수하도록 확인해야 함.
- 근로자들이 적절한 보호 장비를 착용 및 사용하도록 확인해야 함.
- 근로자가 다치거나 작업 관련 질병을 얻지 않도록 상황에 맞게 합리적인 모든 조치를 수행해야 함.

### ▶ 감독관의 의무:

- 근로자들에게 위험 요소에 대해 통지하고 그들의 문제에 대응해야 함.
- 근로자들에게 안전한 작업 방법을 제시하고 그들이 법령과 작업을 보전 및 안전 정책 및 절차를 준수하도록 확인해야 함.
- 근로자들이 적절한 보호 장비를 착용 및 사용하도록 확인해야 함.
- 근로자가 다치거나 작업 관련 질병을 얻지 않도록 상황에 맞게 합리적인 모든 조치를 수행해야 함.

# C O N T E N T S

Convenience U & CARWACS | 04 ~ 05

건물매입특위 1차 모임 개최 | 06

담배가격 인상 | 07

캐나다 전국 편의점 현황 (연재3) | 08 ~ 09

마리화나 / 담배 정책에 대한 경고 (연재1) | 10 ~ 11

근로 안전 포스터(영문/국문) | 12 ~ 13

영세 편의점의 생존전략은 차별화 | 14

(17면에 계속)

NESTLE EXCLUSIVITY AGREEMENT(2018) | 15

16 ~ 17 | 페니탱귀원의 특별한 편의점

영세 편의점의 생존전략은 차별화  
(14면에 이어)

18 ~ 19 | 달콤한 수익, 초콜렛으로!

英, 에너지 드링크 16세 미만 판매 불허

20 | 英, 범람하는 위조 담배

21 | 2017/2018년 재정 보고(Accrual Basis)

별 희한한 위조지폐

22 | OKBA 지구협회장 전화번호

2018년 협회 주요 사업

23 | Directory

캐나다 최대 편의점 박람회인 컨비니언스유(Convenience U & CARWACS)행사가 토론토 콩그레스센터 (Toronto Congress Centre ; 650 Dixon Rd.)에서 개최됐다. 매년 봄, 가을에 각각 한차례씩 2회 개최되는 이 행사의 봄 행사는 3월 초에 토론토에서 개최해왔다. 올해는 3월 6일과 7일 이틀간 열렸다. 장소는 작년부터 인터네셔널 센터에서 인근 콩그레스 센터로 변경했다.

올해도 전년과 마찬가지로 푸드서비스 관련 상품이 크게 늘어난 것이 눈길을 모았다. 편의점 전통 핵심 아이템, 특히 담배 매출의 둔화세를 극복하기 위해 푸드서비스의 강화가 대안으로 이미 자리를 잡았다고 보여진다. 웰빙 트렌드도 돋보였다. 참가 업체마다 일반 음료, 커피, 스낵을 비롯한 주전부리에 이르기까지 건강친화적 신제품을 들고 나와 홍보 판촉에 열을 올렸다. 간편 조리 음식(prepared foods) 신제품도 다양한 모습으로 시선을 끌었다. 최근 북미주의 음료 분야에서 크게 부상하고 있는 차(茶) 상품도 여러 업체가 홍보했다. 커피 다음으로 각광받으며 건강음료로 캔이나 팩 용기에 담겨 간편하게 마실 수 있는 차 상품에 대한 업체의 관심을 확연히 느낄 수 있는 대목이었다.

## 전야제 우드바인 갤라 행사 300여 명 성황 Convenience U & CARWACS



▲ '행운의 수레바퀴' 경품 행사를 통해 복권상품 홍보전을 펼치고 있는 OLG부스

아이디어 상품 역시 주목을 받았다. 아이스크림 등 주요 먹거리 제품은 물론 소형 전자 상품 등 깜찍하고 창의적인 제품들이 내방객들의 시선을 모았으며 부스마다 상담으로 여념이 없었다. 올해 메이저 담배 회사로는 JTI가 유일하게 큰 부스를 차려놓고 부스 앞에서 손님을 모으기 위해 무료 도너츠와 에스프레소를 대접했다. RBH는 일반 담배제품 전시 부스는 차지하지 않고 쉐련형 전자담배 '아이코스' (iQOS) 부스를 열고 방문객을 상대로 제품 홍보에 집중했다. 현재 RBH는 이 제품의 시범 시판을 위해 다운타운에 두군데 직영 매장을 운영중에 있다. 국내 최대 담배 회사인 임페리얼은 올해 이 행사에 참가하지 않았다.

여름 장사를 겨냥해 양대 경쟁사인 코카콜라와 펄시콜라가 신제품 홍보전을 펼쳤다. 에너지 드링크도 빠지지 않고 얼굴을 내밀었다. 이밖에도 중소 음료 회사들이 다양한 신제품을 들고 나와 판촉에

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**  
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

여념이 없었다. 공익기관으로는 불법담배에 대한 경각심을 계몽하기 위해 온주 재무부가 부스를 열고 내방객들에게 스탬프가 없는 불법유통담배를 설명했으며 필지구 경찰청도 범죄예방 대처 요령에 대해 홍보했다. 온주복권공사(OLG)는 대형 '행운의 회전수레바퀴'(wheel of fortune)를 부스에 설치해놓고 내방객들이 재미삼아 돌리게 해 맞춘 손님에게 복권 상품을 증정하는 오락거리를 들고 나와 눈길을 끌었다.

한편, 올해도 협회 회원을 위한 특별프로그램이 운영됐다. 전년과 마찬가지로 OLG가 무료 점심 부패를 제공했고 복권 수익 증대 요령을 설명했다. 설명은 공사 한국인 담당 크리스 리(한국명 이상호)씨가 맡았으며 지난 10여년간 복권 판매 추세 통계를 바탕으로 향후 전망과 대응책을 전했다. (자세한 내용은 다음호 실험뉴스에서 소개 예정)



▲ 300여 명의 편의점 산업 관계자들이 모인 역대급 규모의 우드바인 갤라 행사

### 우드바인 갤라

이들간의 행사에 앞선 3월 5일(월) 우드바인 경마장 특설 파티장에서는 전국 편의점 업계 리더들이 모여 네트워킹 행사를 가졌다. 친선도모와 초청연사 연설을 듣고 만찬을 즐기는 형식으로 진행되는 올해 행사의 초청연사는 세븐일레븐 캐나다 부사장 더그 로젠크랜스 (Doug Rosencrans)

였으며 회사의 현안 문제와 향후 발전 모델 및 전략을 공개했다.

이에 앞서 중소기업부(Ministry of Small Business) 제프릴(Jeff Leal)장관이 환영사를 했다. 네트워킹 시간에는 협회측이 OKBA의 SOS캠페인과 독립편의점의 열악한 영업환경에 따른 고충을 장관에게 자세히 전하기도 했다. ■

# 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

TouchCash

빠르고 정확한 서비스가  
최대의 이익을 보장합니다.

Internet & Phonenumber 겸용

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

리해보면 대형 1개 매장으로의 통합론, 동서 각 1개씩 2개 매장 운영안으로 모아졌다. 설왕설래 끝에 모바일 매장 운영 중단에 따른 동부 지역 회원들의 어려움을 한시바빠 해결하기 위해서는 인근 지역에 대체 건물을 매입해야 한다는 쪽으로 결론을 봤다. 웨스트몰까지 매각해 하나로 통합하는 것은 2개 매장 운영이 진행되면서 결과를 보아가며 일원화를 추진하는 것으로도 입장이 정리됐다. 따라서 당면 과제는 동쪽에 조합 매장 운영이 가능한 건물을 구입하는 것이 급선무라는 점에 인식을 공유했다.

이에 따라 사전에 배포한 유력 후보 매물 목록을 놓고 세부 검토에 들어갔다. 7개 후보지에서 웨스트몰 매장과 인접한 두 곳은 제외했다. 가격대가 지나치게 비싼 곳도 제외됐다. 또, 지나치게 공간이 작은 곳도 제외시켰다. 결국 7개 후보지 모두 논의로 하고 1개월 전에 모 부동산 에이전트를 통해 제시했던 스카보로 지역 소재 건물을 놓고 적정성을 따진 결과 실사에 들어가기로 결정했다. (1370 Birchmount Rd.) 이와 함께 400번 고속도로 동쪽으로 추가 매물을 동시에 살피기로 했다. 이는 작년에 모바일 매각 결정과 함께 신규건물 매입 범위를 설정했던 지역에 부합된다.

특위 모임이 끝난 직후 버치마운트 건물이 이미 최근에 조건부 오퍼가 들어온 사실이 뒤늦게 파악돼 동 건물 매입 가능성은 다소 불투명해지면서 비슷한 지역에서 또다른 적정 건물이 있는지 살피기로 했다.

이날 회의는 7명 전원이 참석했으며 시종일관 활발하고 진지한 분위기를 이어갔다. 특위는 모바일 건물 매각차용(lease-back)으로 8월 초순까지 영입이 가능토록 했지만 신규건물 확보와 매장 이전에 따르는 소요 기간 등을 고려하면 그리 여유롭지는 않기 때문에 향후 특위 역할이 크게 부각될 것으로 보인다. ■

## 모바일 매장 대체 건물 확보에 주력키로 건물매입특위 1차 모임 개최



‘신규건물매입추진 특별위원회’(이하 ‘특위’) 첫 모임이 지난 3월 8일 (목) 본부협회 회의실에서 열렸다.

본부협회 신재균 회장이 특위 위원장을 맡고 협회 이사장, 조합 운영 이사장 등 6인의 위촉 대상자들이 모여 상견

례 겸 적정 매물 선정을 위한 기본 방향을 수립하는데 의미를 두고 오후 2시부터 약 2시간에 걸쳐 진지한 논의가 진행됐다.

신재균 위원장이 상견례 분위기를 조성한 후 본인의 의견을 먼저 개진했다. 6개월 기한의 정기예금으로 예치된 모바일 매각 대금이 예상 이자분까지 합해 420만 달러임을 감안해 건물을 물색해달라고 운을 폈다.

또한, 현재의 조합 경영이 적자로 돌아서고 손실처리해야 할 재고가 늘어나는 등 어려운 상황을 이대로 계속 끌고 가면 위기가 곧 닥칠 것이라는 현실 인식도 함께 해줄 것을 주문했다.

중국적으로는 웨스트몰 건물을 매각하고 협회와 조합이 하나로 통합해 인력구조를 비롯한 효율적 경영으로 가야 하는 것이 맞다는 소신도 분명히 했다. 다만, 향간에 떠도는 모바일 매각대금 유용이나 전용 등은 터무니없는 루머이며 건물 매입 이외의 다른 용도를 생각하는 일은 절대 없다는 것도 거듭 분명히 밝혔다.

위원장의 모두 발언 후 위원들로부터 몇가지 입장들이 나왔다. 대략 정



### 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

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

- ▶ 이민법
- ▶ 세권, 세입자 분쟁
- ▶ 담배 판매법

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

“강력한 실력, 오랜 경력,  
섬세함으로 모든 법률문제 해결”

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



T : 416.739.8887 / 647.891.8867 / F : 416.739.7559

#100-1018 Finch Ave. West, Toronto

# 담배가격 인상

연방세 인상 + 제조사 인상, 카튼 당 총 2.75달러

연방정부가 일반 담배에 대해 카튼 당(200개비) 2.29달러의 세금 인상을 2018년 2월 28일부터 시행한다고 발표한 직후 메이저 담배 회사인 임페리얼과 RBH사가 자체 동판 인상분 46센트를 추가해 이날부터 담배가격이 카튼 당 2.75달러가 인상됐다. 연방 인상분은 예산에 반영됐다. JTI는 자체 인상은 하지 않아 연방 인상분 2.29달러 만 인상된다.

연방정부는 올해 예산안을 발표하면서 불법담배 유통을 막기 위해 향후 5년에 걸쳐 총 8천만 달러를 책정했는데 담뱃세 인상이 전체 흡연자는 물론 젊은층의 흡연율을 낮추는 가장 효과적인 방법임을 강조했다.

이에 대해 전국편의점협회(CCSA)는 “담뱃세 인상은 법을 준수하는 편의점 업계를 더욱 어렵게 하는 한편 불법담배를 조장하는 잘못된 정책”이라고 반박했다. 또한 연방이 담뱃갑 포장 통일화 정책(Plain Packaging)을 고려 중으로 이 제도까지 도입되면 불법담배가

더욱 기승을 부릴 상황이라 편의점 업계의 고민은 깊어가고 있다. “평등과 성장(Equality & Growth)”이라는 제목으로 발표된 이번 예산은 남녀 소득 평등과 중산층의 성장 정책에 주력하겠다는 의미이지만, 전문가들은 표심구하기 이상의 큰 의미가 없고 아직도 181억 달러의 적자 부담을 지닌 예산이라고 부정적 반응을 보였다.

한편, 오는 7월 1일부터 기호용 마리화나 합법화가 발효되는 것과 관련해 연방 정부는 모든 종류의 마리화나 제품에도 세금을 부여하기로 결정했으며 마리화나 재배 농가와 제품 생산업체는 정부 허가를 취득해야 한다. 세율을 비롯한 상세한 정보는 기호용 마리화나 합법화가 이루어지는 시점에 발표될 것으로 보인다. ■



당신의 성공적인 사업을 위한 #1 Debit & ATM 서비스

# 1 SOLUTIONS

DATA CORPORATION



Debit and Credit Card Services



## 고객이 원하는 고급 맞춤형 서비스

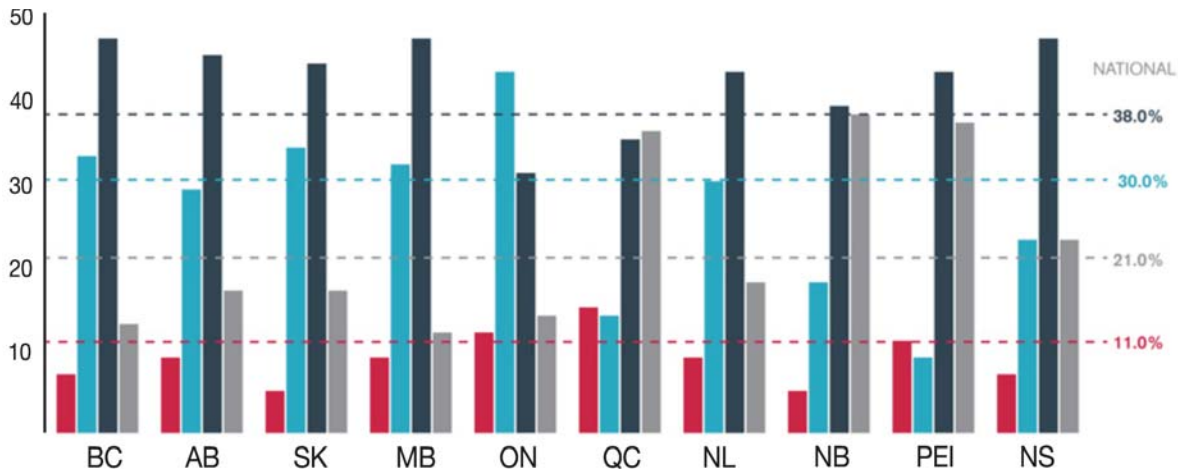
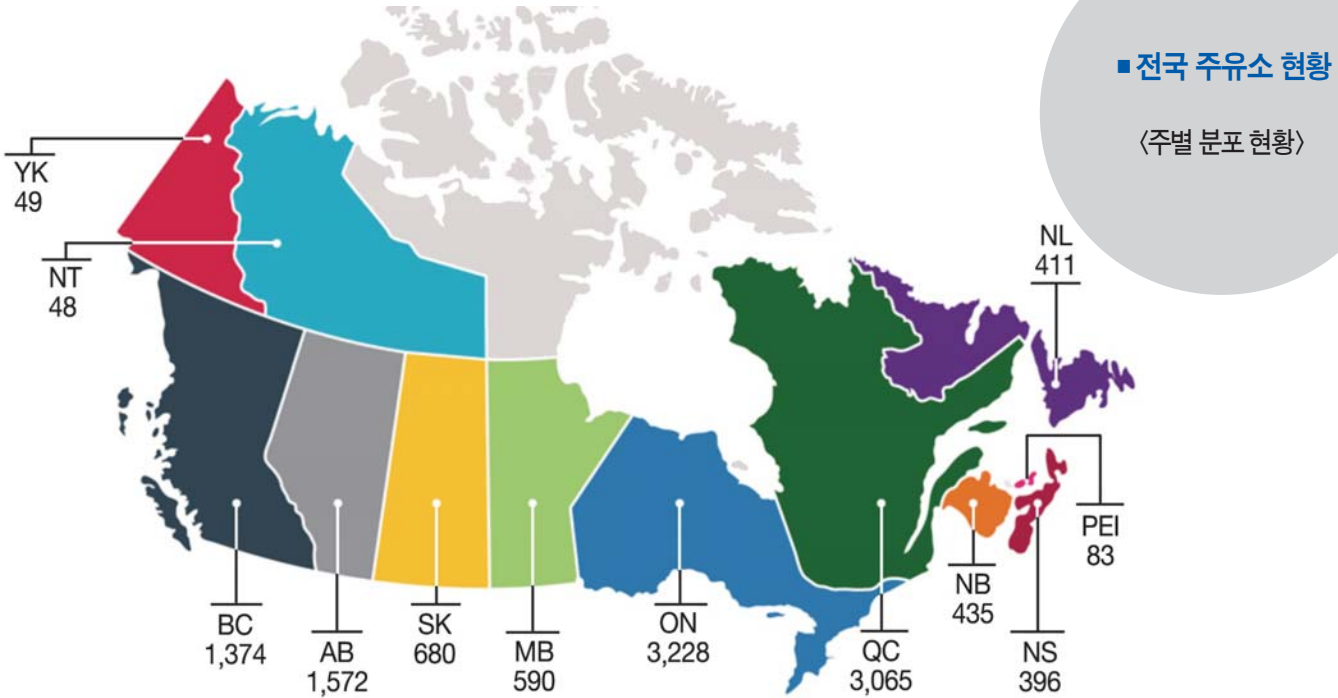
- 데빗카드 수수료 - 3.69 cents / transaction ( Tap : extra 2 cents )
- Rental Fee - \$30
- 크레딧카드 - Visa, Master Card / Discover 수수료 1.55%
- No statement fee (무료우편 또는 email 발송)
- No any hidden charges
- Signing bonus \$300
- No Contract
- 장비 문제발생시 - 캐나다 전지역 4-6 시간내 방문 교체 (365일 서비스)
- Help desk 운영 24 / 7 365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

[www.1solutions.ca](http://www.1solutions.ca) / email : [mateo@1solutions.ca](mailto:mateo@1solutions.ca)

Tel 1.888.554.7355 / Direct 905.962.1999 / Fax 1.888.554.0409

# 캐나다 전국 편의점 현황

<제745호에 이어>

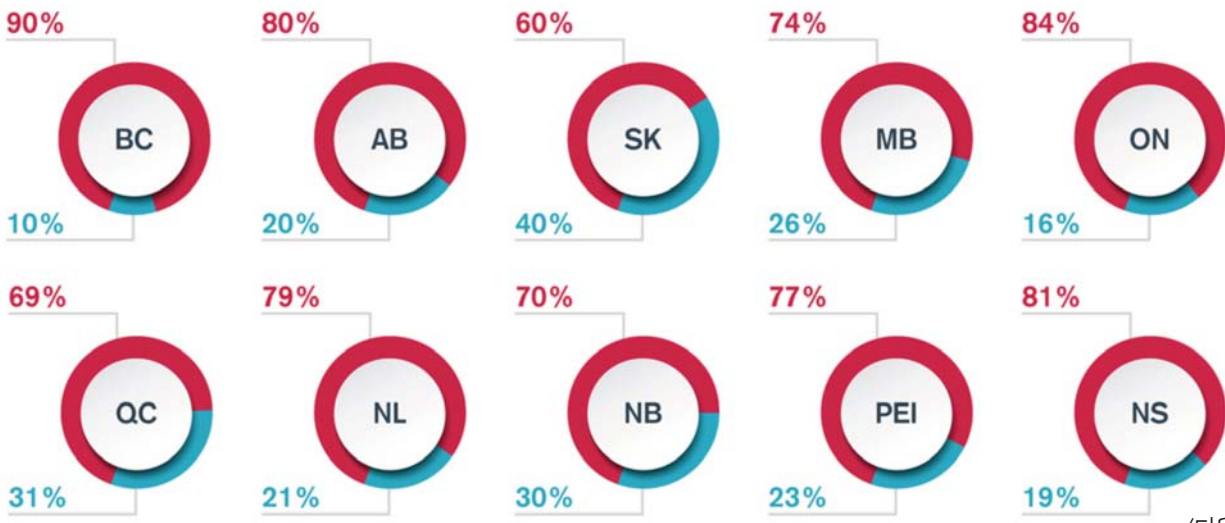


\* 상기 자료는 코스트코와 로브로스 운영 주유소는 제외



■ 전국 주유소 현황  
(주유 결제 시스템)

■ 펌프에서 결제 가능 (pay at the pump)  
■ 펌프 결제 기능 없음



〈다음호에 계속〉

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

Authorized Zippo Dealer

윈도매장

Order online by noon for **SAMEDAY SHIPPING**

\*Ask for Free Zippo Display

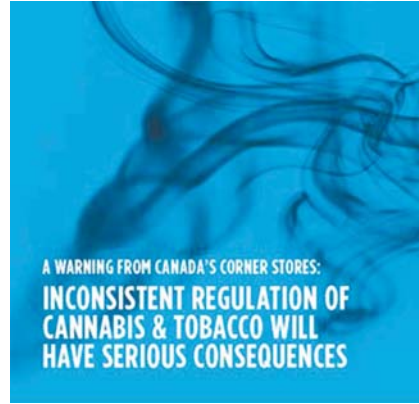
BONGS, DAB RIGS, BUBBERS, RECYCLERS, HAND PIPES, E-CIG,  
VAPORIZERS, GRINDERS, DUGOUTS, SCALES, SMOKING PAPERS,  
ALL KINDS OF SMOKING ACCESSORIES  
ZIPPO LIGHTERS, and ETC.

**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

# 마리화나 / 담배 정책에 대한 경고



전국편의점협회(CCSA)가 최근 연방정부의 기호용(recreational) 마리화나 합법화 정책과 주 정부들의 동 정책 집행안에 대해 포괄적이면서도 세부적인 팩트에 근거해 담배정책과 연관지으며 경고성 보고서를 내왔다. 핵심 내용을 요약 정리해 실험뉴스를 통해 몇차례에 걸쳐 소개한다.

## inconsistent regulation of cannabis & tobacco will have serious consequences

### 마리화나와 담배에 대한 모순된 정책의 심각한 결과

우리나라 젊은이들은 다른 선진국의 젊은이들과 비교할 때 마리화나 소비가 가장 높다.(Our youth have the highest prevalence of cannabis use when compared with peers in other developed countries)

- 지넷 테일러 (Ginette Taylor) 전 연방 보건부 장관(2007년 10월 하원 보건상임위원회 발언)

#### ■ 서론

#### 이중기준에 대한 경계

연방정부가 구입 연령에 제한을 두는 두가지 상품에 대해 중요한 정책 변화를 고려 중이다. 하나는 담배인데 포장 통일화 정책 일명 '평범한 담배갑'(plain packaging) 정책을 검토하고 있다. 또 하나는 마리화나이며 기호품으로 마리화나를 매매하거나 소지하는 것은 현재까지 불법이지만 금년 중 합법화되며 여기에는 상당한 융통성이 부여돼 포장이나 판촉의 자유가 일정 부분 허용될 것으로 보인다.

담배부터 보자. 이 제품은 전국 도처의 편의점에서 팔리고 있으며 상인들은 철저한 연령확인 후에야 손님에게 담배를 판매한다. 그런데도 정부

정책은 편의점 영업환경을 더 어렵게 하지만 향후의 마리화나 판매자에게는 편파적인 유리한 정책을 구사할 방향을 잡고 있으니 이해하기 어려운 노릇이다.

Bill C-45 일명 '마리화나에 관한 법률(The Cannabis Act)'을 보자. 마리화나 합법화와 규제 내용이 주를 이룬다. 그런데 정부는 Bill S-5 일명 '담배관리법(Tobacco Act)과 '비흡연자 건강보호법'(Non-Smokers' Health Act)의 수정법안을 검토 중이다. 수정 법안은 전자담배 규제와 일반담배에 대한 더 강도높은 통제를 담을 전망이다. 이 법안은 현재 연방 하원에 계류 중이다.

마리화나를 합법화하는 이유는 암시장을 억제하고 청소년의 접촉을 차단하고 범죄활동을 저지 및 감소시키기 위함이라고 알려져 있다. 그리고 제품의 엄격한 안전 관리로 국민의 건강을 보호하겠다는 것이다. 정부의 담배통제 정책도 이 이유와 똑같은 목적을 가지고 있다. 그런데 정부의 두 제품에 대한 접근 방법은 판이하게 다르다는 것이 문제다.

우선 담배갑 포장 통일화 정책을 보면 아주 가혹할 정도의 제약을 가할 요량이다. 브랜드 인지 도안이나 상표, 글자체, 색상 등 어떤 디자인도 허용되지 않는다. 그런데 마리화나는 이 모든 것이 어느 정도 수준까지 용인돼 판촉의 여지가 매우 크고 담배보다 현저히 낮은 세금이 부과될 예정이다.

정부가 두가지 기준을 가져서는 안된다. 정직하고 성실 근면한 소자영업자인 편의점 업주들은 정부가 연령체크에 대한 풍부한 경험과 식견을 가지고 있는 자신들을 도외시하는 태도가 불공정하다고 믿고 있다.

연방이 추진하는 담배관리법 개정 내용은 편의점에 큰 피해를 줄 것이며 불법 유통 관련자들을 도와주는 격이다. 담배갑 포장 통일화 정책은 담배의 불법 제조를 매우 용이하게 해준다. 결국 불법담배 시장의 외연을 키우는 꼴이다. 또한 공중보건 개선이라는 목표 자체도 타격을 입을 것이고 성실한 연령체크와 정품 취급을 하는 정직한 비즈니스를 약화시키게 된다.

연방경찰(RCMP) 역시 불법담배에 대한 우려감을 가지기는 마찬가지다. 특히 조직범죄와 관련해서 그렇다. 최근 마약, 무기, 불법 유통 제품

들에 대한 대대적인 적발 사건과 관련해 수사 당국은 기자회견에서 이렇게 밝히고 있다. “정밀 조사 결과, 불법 담배와 조직 범죄 사이의 상관관계가 매우 밀접하다.”

온주편의점협회(OCSA)의 최근 조사 자료에 의하면 온주 흡연자들의 불법담배 소비율이 주 전역에 걸쳐 심각한 수준으로 증가해왔음을 보여준다. 소비율이 평균 37.2%인데 이전 연도 대비 13%가 늘어난 수치이며 4년 전 대비로는 무려 67%가 증가한 수치다.

세금 인상과 불법담배 소비의 상관관계는 명백하지만 연방 보건부의 보고서는 안그래도 심각한 상황을 더 악화시키는 방향으로 나아가고 있다.

담배세를 판매가의 80%까지는 올려야 된다고 권하고 있다. 이 정도가 돼야 금연율을 높일 수 있다는 것이다. 하지만 곧 합법화를 앞두고 있는 마리화나에 대한 세금은 25%를 초과해서는 안된다고 권하고 있으니 담배와의 이같은 차별적 정책은 납득할 수 없는 것이다.

전국편의점협회(OCSA)는 담배든 마리화나든 일관된 법적, 제도적 정책을 구사해줄 것을, 다시 말해 형평성을 요구할 뿐이다. 이를 통해 편의점 업소도 공정한 경쟁 여건을 담보할 수 있기 때문이다.

### 편의점, 연령체크 성실도 최고

수십년에 걸쳐 CCSA 회원들은 미성년자에게 담배를 판매하지 않도록 엄정한 준법정신을 발휘해왔다. 예를 들어 CCSA가 시행하고 있는 “We Expect ID” 캠페인을 통해 업주와 종사자 모두 공중 보건과 안전을 위한 전문성과 윤리의식의 가장 높은 수준을 유지해왔다. 실사를 해보면 그 결

과가 이를 입증해주고 있다. 정부에서 조사한 결과도 마찬가지다. 2만 회에 걸친 암행 조사를 한 결과, 연령체크 준수율은 95.7%가 나왔다.


지자체를 비롯한 주, 연방 등 각급 정부들은 편의점 채널의 연령체크 성실도를 이미 분명히 인식했다. 주 정부마다 현재 연방의 기호용 마리화나 합법화 정책 시행을 위해 골격을 마련하고 있다. 우리는 분명히 말한다.

편의점 채널이야말로 그간 쌓은 연령체크 성실도와 전문성을 바탕으로 합법화된 마리화나를 판매 유통시키는 신뢰할 수 있는 조직이다. 예를 들어 매니토바는 최근 마리화나를 별개의 사영(私營) 판매처와 온라인을 통해 독립적으로 유통시킬 계획을 수립했다고 발표하 바 있다. 그 근거로 개인 소매업 채널이야말로 자신의 이익을 지키기 위해서라도 적절하고 안전한 수급관리와 취급을 할 것이라고 믿기 때문이라는 것이다. 이래야 조직범죄의 손아귀에 들어가는 검은 돈도 차단이 가능하다는 것이다. 올바른 정책 방향으로 보인다.

### 도미노 효과(Domino Effect)

연방정부의 담배관리법 개정 내용이 전체 편의점 업계에 큰 영향을 미칠 것이라는 사실에 주목해야 한다. 담배갑 포장 통일화 정책은 흡연자들을 불법 시장으로 내몰게 되고 정품담배 소비는 줄어들 것이다. 결과적으로 이를 상쇄하기 위해 타 제품들의 가격이 인상되는데 이 또한 매출 감소 요인을 낳을 것이다. 그 여파는 외곽 또는 시골 지역의 편의점 - 대부분이 지역 커뮤니티의 일상적 삶과 깊은 유대를 가지고 있는데 - 에 직격탄을 날리는 도미노 효과에 다름아니다. ■

(다음호에 계속)



**KCWA (캐나다한인여성회) 2018년 3월/4월 프로그램**

등록 및 문의 416-340-1234 [www.kcwa.net](http://www.kcwa.net)

**새롭게 바뀐 캐나다 시민권 신청**

**OSAP 정보 세미나**

**우리 엄마가 달라졌어요**

**내 마음의 소리**

**KCWA 무료 정착 서비스**

**2018년 무료 세금보고 서비스**

Funded by: Immigration, Refugees and Citizenship Canada    Financé par : Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada

Ontario    Toronto    TD

OVERSEAS KOREAN FOUNDATION    주토론토총영사관  
재외동포재단    CONSULATE GENERAL OF THE REPUBLIC OF KOREA IN TORONTO



# Health & Safety at Work

## ➤ Prevention Starts Here

*Ontario's Occupational Health and Safety Act gives workers rights. It sets out roles for employers, supervisors and workers so they can work together to make workplaces safer.*

### ➤ Improve Health and Safety:

- **Find out** about your Joint Health and Safety Committee or Health and Safety Representative.
- **Talk** to your employer, supervisor, workers, joint health and safety committee or health and safety representative about health and safety concerns.

**Call the Ministry of Labour at  
1-877-202-0008**

Report critical injuries, fatalities,  
work refusals anytime.

Workplace health and safety information,  
weekdays 8:30am – 5:00pm.

Emergency? Always call 911 immediately.

**Find out more:**

[ontario.ca/healthandsafetyatwork](http://ontario.ca/healthandsafetyatwork)



© Queen's Printer for Ontario  
Ministry of Labour  
ISBN 978-1-4435-8295-7 (PRINT)  
ISBN 978-1-4435-8296-4 (HTML)  
ISBN 978-1-4435-8297-1 (PDF)

June 2012

### ➤ Workers have the right to:

- **Know** about workplace hazards and what to do about them.
- **Participate** in solving workplace health and safety problems.
- **Refuse** work they believe is unsafe.

### ➤ Workers must:

- **Follow** the law and workplace health and safety policies and procedures.
- **Wear and use** the protective equipment required by their employer.
- **Work and act** in a way that won't hurt themselves or anyone else.
- **Report** any hazards or injuries to their supervisor.

*Employers must NOT take action against workers for following the law and raising health and safety concerns.*

### ➤ Employers must:

- **Make sure** workers know about hazards and dangers by providing information, instruction and supervision on how to work safely.
- **Make sure** supervisors know what is required to protect workers' health and safety on the job.
- **Create** workplace health and safety policies and procedures.
- **Make sure** everyone follows the law and the workplace health and safety policies and procedures.
- **Make sure** workers wear and use the right protective equipment.
- **Do everything** reasonable in the circumstances to protect workers from being hurt or getting a work-related illness.

### ➤ Supervisors must:

- **Tell** workers about hazards and dangers, and respond to their concerns.
- **Show** workers how to work safely, and make sure they follow the law and workplace health and safety policies and procedures.
- **Make sure** workers wear and use the right protective equipment.
- **Do everything** reasonable in the circumstances to protect workers from being hurt or getting a work-related illness.



# 작업장 보건 및 안전

## ▶ 지금 예방을 시작하십시오

온타리오 직업보건안전법  
**(Occupational Health and Safety Act)**  
은 근로자의 권리를 정합니다. 이  
법은 보다 안전한 작업장을 만들기  
위해 서로 협력할 수 있도록  
고용주, 감독관, 근로자의 역할을  
규정합니다.

### ▶ 보건 및 안전 개선 방법:

- 탐색 공동 보건안전 위원회 또는 보건안전 담당자에 대해 알아보십시오
- 상담 보건 및 안전 관련 문제에 대해 귀하의 고용주, 감독관, 근로자, 공동 보건안전 위원회 또는 보건안전 담당자와 이야기하십시오

노동부 전화 번호  
**1-877-202-0008**

중대한 상해, 사망 및 작업 거부 사건에 대해 언제든지 보고해 주십시오.

작업장 보건 및 안전 관련 정보, 평일 오전 8:30 - 오후 5:00.

응급 상황이십니까? 즉각 911에 연락하십시오.

### 추가 정보:

[ontario.ca/healthandsafetyatwork](http://ontario.ca/healthandsafetyatwork)



© Queen's Printer for Ontario  
노동부  
ISBN 978-1-4435-9558-2 (PRINT)  
ISBN 978-1-4435-9559-9 (PDF)  
June 2012

Korean

### ▶ 근로자의 권리:

- 작업장 위험 요소 및 그 처리 방법에 대해 숙지할 수 있음.
- 작업장 보건 및 안전 문제의 해결을 위해 참여할 수 있음.
- 안전하지 않다고 판단된 작업을 거부할 수 있음.

### ▶ 근로자의 의무:

- 법령 및 작업장 보건 및 안전 정책 및 절차를 준수해야 함.
- 고용주가 요구한 보호 장비를 착용 및 이용해야 함.
- 자기 자신 및 다른 사람을 다치지 않게 하는 방법으로 작업 및 활동해야 함.
- 모든 위험 요소 및 상해 사건을 감독관에게 보고해야 함.

고용주는 법령을 준수하고 보건 및 안전 관련 문제를 제기하는 근로자에게 불리한 조치를 취해서는 안 됩니다.

### ▶ 고용주의 의무:

- 안전한 작업 방법에 대한 정보, 지침, 감독을 제공하여 근로자들이 위험 요소들에 대해 숙지하도록 확인해야 함.
- 현장에서 근로자의 건강 및 안전을 보호하는데 필요한 것이 무엇인지 감독관들이 알도록 확인해야 함.
- 작업장 보건 및 안전 정책 및 절차를 수립해야 함.
- 모든 사람이 법령과 작업장 보건 및 안전 정책 및 절차를 준수하도록 확인해야 함.
- 근로자들이 적절한 보호 장비를 착용 및 이용하도록 확인해야 함.
- 근로자가 다치거나 직업 관련 질병을 얻지 않도록 상황에 맞게 합리적인 모든 조치를 수행해야 함.

### ▶ 감독관의 의무:

- 근로자들에게 위험 요소들에 대해 통지하고 그들의 문제에 대응해야 함.
- 근로자들에게 안전한 작업 방법을 제시하고 그들이 법령과 작업장 보건 및 안전 정책 및 절차를 준수하도록 확인해야 함.
- 근로자들이 적절한 보호 장비를 착용 및 이용하도록 확인해야 함.
- 근로자가 다치거나 직업 관련 질병을 얻지 않도록 상황에 맞게 합리적인 모든 조치를 수행해야 함.

“하이테크? 내 형편에 무슨...”  
 패배의식 절대 금물

# 영세 편의점의 생존전략은 차별화



▲ 영세 편의점이면 하이테크 도입에 더 열성이어야 한다. 한 영세업체의 SNS 홍보 및 결제 시스템.

미 국내 15만개가 넘는 편의점이 우리들 눈에는 전부 규모도 크고 주유소 병설 편의점이며 굴지의 체인 회사만 있는 것으로 보이겠지만 실상은 그렇지 않다. 이들 중 67%가 소규모다. 그리고 63%는 1개 매장 오톨 시스템으로 굴러가고 있다. 영어로는 single-store operator라고 표현했으며 독립편의점 (independent store)으로 하지 않았는데 이는 실사 체인 편의점 이더라도 주인이 오직 1개 가맹점만 운영할 수도 있고 독립편의점의 경우도 체인만 아닐 뿐 한 주인이 여러개의 업소를 운영할 수 있기 때문에 개

념을 이렇게 설정하고 조사한 것이다.

여하튼 미국의 영세 혹은 1개 매장 운영 주인들이 대형 체인 편의점, 대형 수퍼 등 경쟁상대와의 대결에서 위축되지 않고 정부의 각종 통제를 이겨내고 가속화되는 하이테크 시대에 부응해서 살아남을 방안은 무엇인지 진지하게 고민하고 있다. 격화되는 환경 변화와 경쟁 체제를 극복할 대안에 대해 전미편의점협회, 관련업계 전문가, 컨설팅 회사들이 던지는 조언을 정리해본다.

영세편의점 문제가 핫 이슈인 것이 작년 NACS쇼 행사의 한 세미나 주제가 “영세업자들에게 있어 편의점 산업은 어디로 가고 있고 그것이 의미하는 바는 무엇인가? (Where Is the Industry Going and What Does It Mean for the Small Retailer?)”였다.

이 세미나의 패널리스트 중 한 명이 미조리주에서 마이너 마켓이라는 상호의 가게 하나를 운영하고 있는 매리 브래덕씨였으며 자신이 정부의 최근 규제법령을 따라가기 위해 어떤 대응을 펼쳤는지 경험담을 털어냈다. 최근 미국의 정부 규제로 주목받는 것이 음료 등 여러 식품에 대한 특별소비세를 부과하는 것이다.

또, 휘발유 가격이 오름세를 보이며 나타나고 있는 운전자들의 소비행태와 대체 에너지 보급 증가, 전기차 사용 증가 등의 외적 환경 변화도 특별하게 주목하고 있다고 밝혔다. 전기차 이용 증가와 관련해서 브래덕씨는 자기 가게 주유소에 6개의 전기배터리 충전기를 설치한 사례를 들었다. 어떤 날은 단 한대도 이용하지 않는 경우도 있지만 신경쓰지 않는다.

추세에 한발 앞서 대비하기 위함이다. “단 한명의 충전 설비 이용 고객을 위해서라도 이를 설치해야 한다. 충전한 후 업소에 들어와 쇼핑을 하기 때문이다.” 주인의 소신이다. 너무 앞서가며 낭비하는 것은 아닐까 싶기도 한데 주인이 정작 그렇지 않다고 생각하는 것이다.

또다른 패널리스트 릭 레비텐씨 역시 편의점 업주인데 앞의 브래덕씨와 여타 영세편의점 업주 생각을 재확인시켜주고 있다. “전기차가 전통 화석 연료를 이용한 자동차를 대신하는 것은 불가피한 시대의 흐름이 될 것이고 그날 날이 결코 멀지 않았다. 어느때고 갑자기 대세가 될 것이다. 이에 대비해야 한다.” “영세 업소이기 때문에 시대 흐름에 더 부지런히 발맞춰 나갈 필요가 있다. 두눈 똑바로 뜨고 트렌드를 쫓아야 한다.” 여기에 더해 맞춤형 전략(customization)은 대규모 편의점을 이겨낼 가장 경쟁력있는 전략이 되어야 할 것임을 패널들은 너나 없이 누차 강조한다. 대규모 체인사들은 정보력과 자금력으로 무장해서 정부 정책을 앞지르고 기술 발전에 편승하는데 영세업자들은 그렇지도 못하면서 뒷잠만 지고 있으면 격차는 더 벌어질 것이라는 말이다.

예를 들어 앞의 브래덕씨는 낚시 미끼를 취급하기로 최근 결정했다. 모조 미끼가 아닌 생 미끼말이다. 근처에 강이 흐르고 있고 낚시터로 각광받고 있어서 이런 결심을 한 것이다. 소문이 나더니 팬찮은 미끼를 판매한다는 소리를 듣고 평소에는 이 업소를 들르지 않던 주변 사람들이 미끼사러 몰려왔고 온 김에 가게에 있는 다른 상품들도 쇼핑을 하게 되자 매출 시너지 효과를 톡톡히 보게 됐다는 것. 낚시꾼에게는 간편한 식사거리로 샌드위치와 음료수가 잘 나간다. 기존 낚시 손님의 입소문을 타고 손님은 자꾸 늘어나게 됐다. 사소한 낚시미끼로 장사의 활력을 얻은 모범적  
 (17면에 계속)

# EXCLUSIVITY AGREEMENT <2018>

## Nestlé Ice Cream

This agreement, between Nestlé Canada Inc. ("Nestlé") and a member ("Member") of the Ontario Korean Businessmen's Association ("OKBA"), is governed in consideration of the mutual agreement made with OKBA for all of its members. Nestlé agrees to pay the Exclusivity Rebate to every OKBA Member that carries Nestlé Ice Cream exclusively. On top of the 4% sales Rebate, 4% of Exclusivity Rebate will be paid quarterly by OKBA Head office to member stores selling Nestlé Ice Cream products exclusively, Novelties and Packaged.(Exclusive member : total 8% Rebate)

- From the 2<sup>nd</sup> quarter of 2018, total 8% of Rebate will be paid quarterly by OKBA HQ to member stores selling Nestlé Ice Cream products exclusively.
- If you sell Nestlé ice cream products with other brand ones, you don't have to submit this agreement.
- Please submit exclusive agreement form **with most recent invoice** by May 31(THU) (Fax. 416-789-7834 / Attn. Nestlé Ice Cream )
- The exclusive member list should be updated every year, so please send us exclusive agreement from even year though you submitted last year.

\* 2018년 2/4분기부터 Nestlé Ice Cream을 독점취급하시는 회원에게 총 매출의 8% 리베이트를 분기별로 협회에서 직접 보내드립니다.

\* 타사 아이스크림을 함께 취급하는 경우 독점 취급동의서(Exclusivity Agreement) 조건이 해당되지 않으므로 작성하실 필요가 없습니다.

\* 본 양식에 서명날인하여 **최근 인보이스**와 함께 5월 31일(목)까지 팩스로 보내 주십시오.  
(Fax. 416-789-7834 / Attn. Nestlé Ice Cream 담당자)

**\* 동 계약서는 기존 체결 회원들에게도 해당되니 빠짐없이 보내주시기 바랍니다.**

**This Agreement commences on April 01, 2018 for a period of twelve months, expiring on March 31, 2019**

At the end of the Agreement, member will sign a new agreement for an additional one-year period to be eligible for the Exclusivity Rebate. The terms of this Agreement are confidential and shall not be disclosed.

**I agree to carry Nestlé Ice Cream products exclusively within Nestlé's terms.**

\_\_\_\_\_  
Signature of OKBA Member

\_\_\_\_\_  
Name (Please Print)

\_\_\_\_\_  
Store Name

\_\_\_\_\_  
Address

\_\_\_\_\_  
Phone Number

\_\_\_\_\_  
Nestlé Customer Number

\_\_\_\_\_  
OKBA Membership Code

\_\_\_\_\_  
OKBA Chapter

\_\_\_\_\_  
Date

## 최후에 웃는자

부부는 지난 10여 년간 정말 열심히 일했다. 시간을 아끼고 돈도 헌푼이라도 절약하기 위해 초기 수년동안 흔한 바캉스 한번 가지 않았다. 하기사 페니탱귀신이라는 마을 자체가 외지에서 휴가를 즐기기 위해 몰려오는 아름다운 관광지이니 구태여 바캉스를 안가도 되기는 했겠다. 그리고 억척스럽게 아끼고 노력한 결과, 폐허와 같은 건물에 새로운 숨결이 불어넣어져 이제는 페니탱귀신의 명소가 됐고 사업은 날로 번창하고 있다. (페니탱귀신의 명칭이 길어 이하 '페니탱' Penetang으로 칭함. 실제로 영어로도 이렇게 줄여부름.)

과거부터 2층짜리 이 건물은 'Green Block Trading Post'라고 불려왔다. 1840년대에 알프레드 톰슨 씨가 지은 건물이며 1층은 잡화점(general store) - 오늘날의 편의점은 과거에 이렇게 불렸다 - 으로 본인이 직접 운영했고 2층은 사무실로 세를 줬다. 그는 페니탱귀신의 초대 시장이기도 했다. 그는 또 모피상으로도 유명한 인물이었다. 메티스족이나 프랑스계 모피 사냥꾼들과 모피 거래를 주로 했고 그 바닥에서 당시로는 꽤나 잘 알려져 있었다.

세월이 흘러 1980년대가 되자 페니탱 시에서 이 건물 한 벽면에 톰슨씨의 모피 거래 활동을 묘사하기 위해 거대한 벽화 사업을 벌였다. 장면은 메티스족과 톰슨이 호수가에 운반 카누를 대놓고 거래를 하는 모습이 사실적으로 잘 그려져 있다. 톰슨은 바로 카듀씨의 고조 할아버지가 된다.

따라서 조상을 대하는 그에게는 이 건물의 의미가 남다른 수밖에 없었고 구입을 결정하기에 이른 것이다. "당시 원주민들은 사람 취급도 하지 않았던 시절인데 나의 조상인 톰슨씨는 메티스족들과 장사도 하고 초창도 해서 집에서 잠도 같이 잤다. 이런 친분으로 그가 죽었을 때 메티스족 노인들이 장례식도 치러줬다. 벽화와 이 건물에서 조상의 영혼을 느낀다." 카듀씨의 가게는 전통을 보존하는 의미에서 지금도 과거의 상호를 그대로 사용하고 있다.

## 편의점이자 원주민 공예품 가게

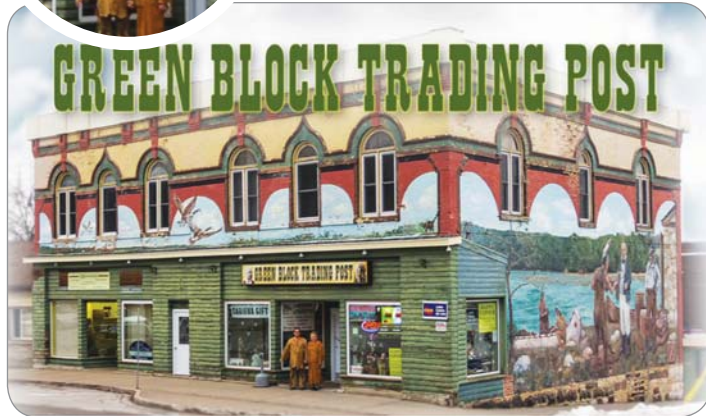


▲ 내부에 들어서면 편의점인지 원주민 공예품 선물가게인지 구분이 안간다.

톰슨 사후 건물은 수십년에 걸쳐 몰락해갔고 때때로 구두수선집이나 꽃가게로도 운영되다가 이들이 건물을 살 시점에는 형체를 알아보기 힘들 정도로 몰골이 초라하기 짝이 없었다. 마이크의 부인 낸시는 모학인

## 조상의 일을 오늘에 되살린 원주민의 성공

# 페니탱귀신의 특별한 편의점



온타리오 조지안 베이 남단 호반의 아름다운 마을 페니탱귀신(Penetanguishene)에 특별한 편의점이 하나 있다. 토론토에서 약 150킬로미터 떨어진 곳이다. 카듀(Cadieux)부부가 이 마을의 황폐할대로 황폐해진 유적지같은 건물을 지난 2007년에 사들여 편의점으로 탈바꿈해 오픈했을 때 주변 사람들은 이 부부가 미쳤다고 생각했다. 건물도 낡았지만 편의점에 어울리지 않을 정도로 공간이 너무 컸다. 남편 마이크와 아내 낸시는 도대체 무슨 생각으로 이런 엉뚱하고도 과감한 결심을 한 것일까?

2007년 당시를 마이크는 이렇게 회고한다. "우리 부부가 마음에 둔 바로 딱 어울리는 장소를 찾았다고 생각했다. 그런데 건물이 너무 낡아 상태가 심각했고 내 변호사도 자칫 소송거리가 생길 수도 있으며 비즈니스로도 성공할 가망은 없어보인다고 조언했을 정도였다."

부부는 메티스(Metis)족의 후예다. 메티스는 프랑스계 캐나다인과 북미 인디언 사이의 혼혈족을 일컫는 명칭이다.



디언의 후예다.

부부의 손에 의해 완전히 새롭게 단장된 1층의 절반은 편의점으로 나머지 절반은 변호사, 회계사 사무실로 세를 주고 있다. 편의점은 거의 전문 토바코샵 분위기이며 메이저 3사의 담배를 빠짐없이 끌고루 취급한다.

담배 회사들은 온타리오 전역과 페니탕 지역에서 매출 실적이 비약적으로 증가한 것에 대해 상을 줄 정도로 비즈니스는 크게 발전했다. 과거 최악의 가게였던 것을 이제는 담배 매출 최고의 편의점으로 바꾼 것에 대해 크게 만족한다는 카듀씨의 가게는 담배 손님 트래픽 증대를 계기로 복권과 여타 편의점 핵심 품목에 대한 매출 시너지 효과를 극대화하고 있는 모범업소로 업계에서 정평이 나았다. 이들 아이 템에서 그러나 결코 무시할 수 없는 독보적인 상품군이 또 하나 있다. 이들 출신이 원주민의 후예인만큼 원주민의 수공예 선물 상품이다. 자신들의 출신을 배경으로 한 창의적 발상하에 공예품을 아이템으로 추가한 것이다. 찾는 손님들이 많고 보니 일종의 공예품 선물 가게 기능까지 보태진 셈이다. 건물 분위기와 딱 맞아 떨어지는 차별화 전략이라 하겠다.

처음 오픈했을 때는 자신이 원주민이라든가 원주민 공예품 취급을 한다든가 하는 사실을 크게 알리지 않았다고 한다. 백인들로부터 받아온 억압과 차별에 대한 본능적 피해의식때문이었다. 그러나 시대는 변했고 억압에 대한 두려움은 옛말이 됐으니 자신들의 정체성에 대해 떳떳해도 된다고 생각했다. 자신들이 원주민임을 당당히 밝히고 원주민 공예품에 대해서 자랑스럽게 홍보하는 단계로까지 태도가 적극적이 됐다. 카듀씨의 다음 말은 절실하게 가슴에 와닿는다. “우리의 비즈니스에 이 건물은 완벽한 곳이다. 내 조상인 톰슨씨가 이 커뮤니티에서 우리가 할 수 있는 근원적 씨앗을 뿌렸다. 조상이 과거에 모피 상인이었듯이 그 후손인 우리 역시

비즈니스를 하는 사람들이 됐다. 비즈니스 기질은 우리의 몸에 면면히 흐르는 피와 같다. 나는 이 전통을 지키며 살아갈 것이다.”

끝으로 카듀씨가 편의점 성공의 비법으로 꼽는 3가지 조건도 덧붙인다.

### 첫째, 가격 경쟁력을 확보해야 한다.

요즘 소비자들은 조금이라도 저렴한 곳을 찾는데 시간을 아끼지 않으며 온라인에서도 쇼핑을 많이 한다. 가격에서 매력을 느끼도록 해야 손님을 많이 확보할 수 있다.

### 둘째, 제품에 대해 해박해야 한다.

사람들은 제대로 된 진짜 지역 고유의 특산 제품을 찾는다. 따라서 취급하는 제품이 어디서 만들어졌으며 누가 만든 것인지에 이르기까지 생산과 작업 과정까지 꿰뚫고 있어야 손님에게 설득력있고 신뢰감이 들 수 있는 홍보를 자신있게 할 수 있는 것이다.

### 셋째, 남보다 더 일해야 한다.

사업에서 성공하려면 남보다 더 오래, 더 열심히 일해야 한다. 근면 성실해야 하는 것은 가장 기본이다. 사람들은 시간에 구애없이 아무때고 쇼핑을 하고 싶어하는데 영업을 짧게 가져가면 결코 사업에 성공할 수 없다.

참고로 이 업소의 영업시간은 아침 6시 30분부터 밤 10시까지다. 업소 공간은 1,500평방피트이며 내부 단장하는데 50만 달러를 투자했다고 한다. 자신의 출신을 배경으로 삼아 차별화 전략으로 성공을 거둔 대표적인 사례로 편의점 업계에서는 오래도록 기억되고 회자될 이야기거리다. ■

## <14면에 이어> 영세 편의점의 생존전략은 차별화

사례가 아닐 수 없다.

또다른 사례 하나 더. 작년 실험뉴스에 개기일식(Solar Eclipse) 선글래스로 세븐일레븐이 대박을 쳤다는 뉴스를 소개했는데 함께 일하는 브래덕씨 동생이 지역 방송국 대담프로에 나와 선글래스를 업소에서 취급하고 있다는 소식을 전했다. 그래놓고 가게에 미리 개기일식 관촬용 선글래스를 수십박스 주문해 진열대 한편을 채워놨더니 몽땅 다 팔아치우고 예기치 않은 짭짤한 수익을 올렸다. 물론 이런 경우야 평생 한번 있을까 말까 한 기회이지만 영세편의점이 이런 정보에도 무심하다면 무엇으로 경쟁을 이겨내고 추가 수입원을 찾아낼 수 있겠는가.

영세편의점의 업소차별화 전략은 이래서 소중한 것이다. 큰 규모의 체인사들은 이런 사소한 정보에 오히려 무심하고 둔감하게 움직인다. 찬스는 이래서 온다. 영세 편의점이 놓쳐서는 안되는 분야가 하이테크 도입이다. 많은 영세 업주들이 “우리 업소 처지에 무슨 하이테크...”하면서 자기 비하와 체념에 빠져드는데 절대 이러지 말자는 것이 위의 패널리스트들의 강조점이다. 앞의 레비텐시는 편의점 이외에 자동차 정비센터도 겸해서 운영한다. 정비센터가 주목받는 것은 종이 문서를 전혀 사용하지 않는다는 사실이다. 전부 아이패드(iPad)로 손님의 문의부터 주문, 결제까지 처리해버린다. 또 손님이 맡겨놓은 일이 어디까지 진척됐는지 문자로 정보를 보내준다.

앞의 브래덕씨 가게 마이너 마켓은 금전등록기 앞에 카메라를 하나 설치했다. 종업원의 절도행위를 막기 위함이다. 또 모바일 결제 시스템도 도입 실시했다. 손님이 원하면 자신의 휴대폰을 통해 앱다운받은 이 업소 프로그램에 접속해 돈계산을 하는 것이다. 이런 하이테크 접목은 젊은 세대 손님에게는 웬지 모던한 느낌을 줄 뿐 아니라 업소 신뢰도도 높아진다. 괜히 품잡느라고 이러는 것이 아니라 실제로 매출과 이윤 증대로 이어진다는 말이다. 경쟁력이 생기는 것은 당연지사.

이 분야의 전문가이자 본인이 시카고와 인근 밀워키 등지에서 복수의 편의점을 운영하고 있는 대표 로버트 라조브스키의 정리된 조언을 소개하며 글을 맺는다.

1. 최신 트렌드는 최대한 빨리 따라가라.
2. 작은 규모인만큼 민첩한 것이 장점이니 이를 잘 활용하라.
3. 공급사, 도매상 직원의 지식을 활용하라.
4. 단기적인 계획을 자주 세우고 자주 변경해 시장 적응력과 순발력에 강해지라.
5. 새로운 수익창출처를 발견하기 위해 차별화와 신제품 정보에 정통하라. ■

## 계절 特需 대비해 반짝 매출 증대에도 신경써야 달콤한 수익, 초콜릿으로!



▲ 취급하기도 편한 초콜릿 품목은 편의점 손님 트래픽 끌기에 변함없이 매력적인 아이템이다.

대부분의 편의점 업주들은 충동구매의 가장 인기있는 제품의 하나로 초콜릿 캔디를 꼽는 것을 주저하지 않는다. 미국 초콜릿 매출은 전체 당과류 매출 350억 달러의 약 60%를 차지하고 있다. 대략 220억 달러 수준이다. 전미당과류협회(NCA)가 밝힌 자료다. 캐나다는 대략 20억 달러에 육박하는 것으로 추정된다.

최근 당과류 트렌드가 건강 개념을 중심으로 돌아가고 있다. 유기농법과 건강친화적 요소들이 더 가미되고 라벨 성분 표기도 더 투명해지고 있으며 대신 방부제나 인공 감미료를 줄이는 추세가 역력하다.

허쉬의 바크씬즈(barkTHINS)시리즈가 요즘 한창 인기몰이를 하고 있는 현상을 볼 때 초콜릿 소비는 새로운 소비층을 창출하면서 시장을 더욱 넓히고 있다. 바크씬즈는 다크초콜릿을 바탕으로 천일염(sea salt)이 가미된 신제품이다. 여기에 건강에 좋다는 견과류가 종류를 달리해 합성되면서 다양한 시리즈를 구성하고 있다. 트렌드가 이런 방향으로 가기 때문에 비단 허쉬만이 아니라 중견 또는 대형 캔디 제조사들이 앞다퉈 신제품 개발과 생산에 몰두하고 있다. 작년에 허쉬는 리스크런치 쿠키칩을 비롯한 크런치 라인인의 범위를 확대한 것도 이런 이유때문이다.



▲ <다크초콜릿 + 천일염>에 건강식품인 견과류를 믹스한 허쉬의 바크씬즈 시리즈와 리스크런치쿠키칩

시장조사기관 NPD그룹 식음료 담당 분석가 대런 사이퍼씨는 당과류 산업이 안정적인 베스트셀러를 기본축으로 삼고 있으면서도 현대 소비자의 다양한 입맛을 반영해 제품의 다양성을 증대시킬 수밖에 없는 실정을 강조한다. “인구통계적 관점에서 적어도 미국 초콜릿 시장은 중대하고도 광범위한 변화를 겪고 있다. 히스패닉계 인구가 크게 늘어나면서 매운 맛 요소를 접목시키는 것이 하나의 유행이 됐으며 대담하고도 매운 맛을 즐기는 아시아계 인구의 소비성향 또한 무시할 수 없는 요인으로 떠오르고 있다. 따라서 이런 맛이 가미된 제품들이 폭발적으로 늘어나는 현상은 결코 놀라운 일이 아니다.” 이런 연유로 사이퍼씨는 초콜릿도 매운 맛 초콜릿이 등장할 것이며 미국 시장에서 대세를 장악할 것이라고 예견한다.

### 트와이스데일리의 교훈

미 중서부 캔터키와 테네시 주를 근거지로 80여개 매장을 운영하는 체인 편의점 ‘트와이스데일리’ (Twice Daily)를 운영하는 모그룹 트라이스타 에너지(TriStar Energy LLC)는 이미 4년 전부터 껌과 민트류의 매출 감소에 주목하면서 공간 재배치 즉, 플래노그램의 재구성을 시도했다. 상품 기획 담당 매니저 릭 스테일리는 이렇게 말한다. “껌과 민트가 차지하던 공간의 25%를 줄이고 이 공간을 대신 초콜릿이나 인기 캔디류로 채웠다. 이후 봉지 캔디나 초콜릿 제품들이 훨씬 큰 매출성장을 보였음을 확인했다. 이후로도 이들 품목에 대한 배치 공간을 크게 늘려 매출의 확실한 변화를 경험했다. 달콤한 초콜릿 수익 증대를 겪었던 지난해에 이어 올해도 이 체인사는 초콜릿 장사의 재미를 톡톡히 볼 것으로 기대하고 있다.”



▲ 봉지형태이면서 세우면 이렇게 직립을 유지하는 형태의 제품을 SUB제품이라 칭한다.

스테일리씨는 꽤 흥미로운 트렌드를 전하고 있는데 다름아닌 SUB제품의 인기몰이다. 'stand up bag'의 약자인 SUB는 제품이 담긴 용기가 백(bag) 형태이면서 수직으로 세울 수 있는 디자인의 봉지 제품을 말한다.

당과류 분야에서는 전문용어로 자주 표현되고 있다. 이 디자인 제품의 인기는 내용물이 소형 덩어리나 알갱이 모양이어서 한입에 꼭 들어가 먹기 좋고 두고 두고 아무때나 주전부리를 할 수 있어 편하기 때문이다.

## 업계 전반의 변화

위의 트와이스테일리와 유사한 경험을 한 또 하나의 사례를 들어본다. 인디애나에 본사를 둔 맥클루어 오일 산하 40여개 편의점 체인 역시 껌과 민트류의 꾸준한 감소세를 겪었으며 이에 반해 초콜렛을 비롯한 캔디류의 매출이 오르는 현상을 경험하고 있다. 마케팅 담당 부사장 개리 랜들씨는 "킹사이즈 바 형태의 캔디에 공간을 더 할당했고 매상이 올라 또 다시 공간을 확대하기를 반복했다."면서 "10개 아이템 중 7개가 킹 사이즈"라고 증언했다. 올해도 이런 추세를 계속 이어갈 것으로 장담하면서 랜들씨는 이렇게 말했다. "베스트셀러가 작년에 거의 3%매출 증가를 보였고 올해 킹사이즈 판촉을 통해 바 형태의 캔디를 더 판매할 계획이다. 제조사들의 판촉지원이 이를 뒷받침해줄 수 있다. 제조사들의 잇단 최근의 인수 합병도 이런 트렌드의 반영인데 과연 초콜렛 캔디류 시장에서 변화가 얼마나 더 클 것인지 귀추가 주목된다. 아마 변화는 끝이 없을 것이다."

단적으로 미국 네슬레가 약 30억 달러 가치의 캔디 라인을 페레로에 매각한 것도 이 트렌드의 연장선이다. 미국 네슬레의 초절정 인기 제품으로는 버터핑거, 베이비루쓰, 크런치 등인데 이것들이 이제 이태리 당과류 제왕 페레로에 넘어간 것이다. 페레로는 미국 시장에서 당과류 확산의 근거지를 확보한 셈이다.

## 초콜렛 대목 장사



미국에서 팔리는 초콜렛 물량 전체의 24%가 발렌타인 데이, 크리스마스 전후, 그리고 부활절 등 3대 계절 특수(特需)기간에 구매된다고 한다. 지난 2월 12일은 발렌타인 데이였다.

경기가 호전됐음인지 올해 발렌타인에 미국 소비자들의 선물 쇼핑이 196억 달러로 전망됐는데 이는 작년의 140억 달러에 비해 엄청난 증가다. 그리고 이 지출액의 상당액이 초콜렛 구입에 쓰여졌을 것으로 추정된다. 발렌타인 데이를 비롯한 계절 특수에 대비해 재고관리를 합리적으로 잘 가져간다면 초콜렛 매출의 반짝 증가를 기대할 수 있다는 점도 명심하자. ■

## 대형 슈퍼, 독립 편의점 등 자발적 동참

### 英, 에너지 드링크

16세 미만 판매 불허



영국에서는 16세 미만에게 고 카페인 에너지 드링크 판매를 금지하는 정책을 입법화하려는 움직임에 대해 독립 편의점을 비롯한 영세 자영업자들이 지지하는 입장을 보이고 있다. 25세 남성이 에너지 드링크 음료를 마신 후 자살한 사건과 관련을 지으며 집권 여당인 보수당 소속 마리아 퀸필드 의원이 테레사 메이 총리에게 에너지 드링크 규제에 대해 깊이 살펴볼 것을 건의한 것이 계기가 되면서 입법화 논의가 진행 중이다.

메이 정부는 입법화 이전이라도 3월부터 업소 스스로가 에너지 드링크의 16세 미만 판매를 자발적으로 금지해줄 것을 권하고 있는데 이미 영국내 주요 슈퍼마켓 체인사와 할인양판점 체인사 등은 정부의 이 권고에 동참하겠다고 발표했다으며 오랜 역사와 명성을 자랑하는 코옵푸드(Co-op Food) 그룹 역시 지난 2월 초에 이 정책을 실행에 옮겼다.

이와는 별개로 많은 독립 자영업자에서도 자발적으로 정부 정책에 동참하고 있다. 그러나 일부 업주들은 자발성에만 기댈 것이 아니라 정부가 아예 법을 제정해 강제하는 것이 정책 실현에 훨씬 효과가 있을 것이라는 주장도 하고 있다. 한 편의점 업주는 "이미 우리 가게는 2년 전부터 16세 미만의 청소년에게 고 카페인 에너지 드링크 판매를 하지 않고 있다."면서 "학교가 근처에 있어 학생들이 사러 많이 오는데 우리 업소만 판매를 안한다고 문제가 해결되는 것은 아니다"라고 말했다. 이 업주는 학생들이 다른 가게에서 에너지 드링크를 살 수 있다는 것이 문제이니 공평하려면 입법화가 유일한 해결책을 강조했다.

그런가 하면 어떤 업소 주인들은 "대형 슈퍼가 정부 정책을 실행하고 있지만 내 가게의 에너지 드링크 매출이 상당히 때문에 따라하면 매상에 큰 지장이 발생한다."며 난색을 표하기도 한다. 그러나 이 업주 역시 금지하려면 법을 통해 모든 업소들이 판매하지 못하도록 강제하는 것이 가장 좋을 것이라고 말했다. 독립 자영업소들이 정부 정책의 입법화를 강조하는 이면에는 아직도 체인 편의점들이 가격 경쟁력을 앞세워 너무 저렴한 가격에 에너지 드링크를 판매하기 때문에 아예 이를 법으로 금지하면 피해를 줄이고 소외감에서 탈피할 수 있을 것이라는 기대감때문이다. 물론 시너지 효과까지 감안한 것으로 보인다. 다시 말해 법으로 금지되면 자신의 업소에서도 에너지 드링크가 덜 팔리겠지만 경쟁 채널들 역시 가격 공세로 손님을 앗아갔던 것에서 어느 정도 보호를 받을 여지가 있기 때문에 정부 입법화를 강력히 요구하는 것이다.

현재 영국내에서 16세 미만의 청소년에게 판매하지 않아야 되는 에너지 드링크의 기준은 리터 당 150mg 이상의 카페인 함유된 제품이며 이런 제품으로는 39가지 종류가 있는 것으로 파악되고 있다. ■

치 예견됐던 터라 이런 소식이 그리 놀랄만한 이야기도 아니다.”는 반응이다.

TRA는 작년 11월 이후로 두차례나 보건성에 보낸 서신을 통해 표준화 담배 위조 제품의 확산을 방지할 대책이 무엇인지 설명해 줄 것을 요청했으나 전적으로 터무니없는 반응만 받았다고 주장하고 있다.

TRA의 코넷 대변인은 “위조 담배가 계속 늘어나고 있어 독립 소자영업주들에게는 심각한 우려를 낳고 있다.”고 불만을 털어냈다. 보건성에 이런 사태를 예고했던 것은 편의점 등 담배 취급 소매업체만이 아니었다.

세무청(HMRC; Her Majesty's Revenue & Customs)도 포장 통일 담배로 인해 조직 범죄단의 위조 작업이 매우 수월해질 것이라고 보고하면서 표준화 담배는 조직범죄단의 꿈의 실현이라고까지 표현했었다. 유감스럽게도 예견은 적중했고 당면하기 싫은 상황에 처하게 됐다.

TRA가 보건성에 보낸 서신에는 이런 내용도 담겨 있었다. “어려움에 처할 것이 뻔한 소매업주 생각은 전혀 하지 않고 건강 로비 단체의 밀어붙이기에 밀려 줄속 처리된 정책이 맞는 당연한 결과의 전형을 보여주는 사례입니다. 정책의 궁극적 지배세력이 부당하기에 결과도 부당한 것입니다.”

서신에 대한 보건성의 응신을 간단히 요약하면 이렇다. “우려에 대해 주목하고 있다. 위조담배는 담뱃갑 포장 통일화 정책 도입 수년 전부터 있어온 문제였다. 세무청은 담뱃갑 통일화 정책이 위조 담배 상황이나 여건을 변화시켰는지 그리고 만약 그러하다면 특별한 정책 변화가 필요한지 상황을 주시하는 중이다”

최근 파악된 담뱃세 갭(tobacco tax gap)은 사상 최대치인 24억 파운드(캐나다화 42.4억 달러)로 추산됐다. 여기서 ‘갭’이란 담배를 통한 예상 세수액과 실제 걷힌 세수액의 차이이다. 그러니까 달리 말해 영국 정부가 당초 거두기로 책정한 담뱃세에서 24억 파운드나 못미친다는 의미다. 짝통을 비롯한 불법담배로 인한 세수 손실액이라는 말과 같다. 정부 공식 통계로도 영국 전체 담배 시장의 13%가 불법 유통담배이며 말아피우는 담배(rolling tobacco)는 32%가 불법 제품이다.

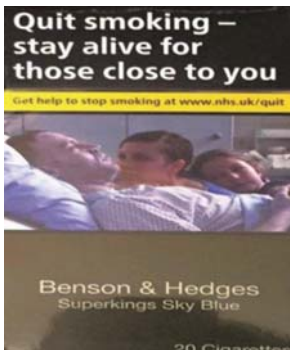
영국의 또다른 메이저 담배 제조사 임페리얼 토바코(\*캐나다의 임페리얼 토바코와 다른 회사임)의 불법담배 거래 대책 담당 매니저 제임스 홀씨는 “유럽연합(EU)의 담뱃갑 포장에 관한 명령 2 (EUTPD EUTPD II)와 영국 정부의 표준화 포장에 관한 시행령이 결국 불법담배 문제와 맞물리며 독립 자영업소에 심대한 타격을 주고 있다.”고 주장했다.

임페리얼은 또 지난해 연말부터 자사 영업담당 직원 모두에게 앱을 다운로드 받아 소매업주들이 발견한 불법 담배 사례를 신고 접수토록 하고 있으며 신원을 밝히기를 원하지 않으면 익명으로 가능한 한 빠른 신고를 유도하고 있다. 이와 관련해 홀씨는 “앱을 통한 신고 접수가 시행되기 전에는 월 평균 10~20건의 사례를 신고받았으나 앱을 통한 접수를 시작한 후로는 100건이 넘어섰다”고 밝혔다.

결론적으로 영국은 담뱃갑 포장 통일화 정책이 도입되고 나서 새로운 담배를 위조한 불법담배가 급격히 증가하는 추세로 캐나다에서 이 정책을 사려없이 도입한다면 어떤 결과가 나타날지를 시사해주고 있어 주목을 끌고 있다. CCSA는 최근의 보고서에서 호주 사례는 이미 수년동안 정책 시행이 있어서 결과가 매우 부정적임을 확인할 수 있으나 영국은 시행이 최근이라 결과를 단언할 수 없어 좀더 지켜봐야겠다고 밝힌 바 있다. 그러나 이미 영국에서 위와 같이 보고된 현상을 보면 또 하나의 명백한 사례가 아닐 수 없다. ■

## 평범한 담뱃갑 제도 도입 후 짝통 기승

# 英, 범람하는 위조 담배



영국에서 짝통담배가 판을 친다는 보고가 줄을 잇고 있다. 2017년 5월 21일부터 영국 잉글랜드 지역에서 ‘담뱃갑 포장 통일화 정책’(plain packaging)이 도입 실시된 후에 눈에 두드러지게 유사 외관을 지닌 위조 담배가 저가 공세 속에서 급속히 나돌고 있다는 소식이다. 참고로 영국에서는 ‘plain packaging’이라는 표현 대신 ‘standardised packaging’ 즉 담뱃갑 표준화 정책이라는 표현을 사용한다. 같은 의미다.

본인이 담배 소매업주이자 전국 담배소매업 연맹(TRA; Tobacco Retailers' Alliance) 대변인인 솔레먼 코넷씨가 영국 편의점 업계 인터넷 잡지 ‘컨비니언스스토어’(Convenience Store)에 밝힌 바에 따르면 담배를 취급하는 독립 자영업주들로부터 지역 커뮤니티에서 포장이 통일화된 담배의 짝통판이 나돌고 있다는 신고를 수없이 받고 있다는 것이다.

영국 메이저 담배회사 JTI 역시 이 사태를 매우 잘 파악하고 있다고 말했다. JTI 홍보담당 수석 마크 예크스리씨는 “최근 발견되고 있는 위조 담배들은 과거의 브랜드 인식 가능했던 담배보다 포장 표준화로 제조된 담배들이 훨씬 많다는 소식을 접하고 있다.”고 밝혔다.

그는 “평범한 담뱃갑 제도가 시행되면 위조범들이 짝통담배를 제조 유통시키기가 훨씬 용이해질 것이라는 주장을 줄기차게 펼쳐왔고 일찌감

# 2017/2018년 재정 보고(Accrual Basis)

(2017/2018회계연도: 2017년 9월 1일 ~2018년 2월 28일)

항 목		예 산	총 집행금	진행률
	회 비	\$ 23,000.00	\$ 752.17	3.27%
수 입	리베이트	\$ 587,500.00	\$ 299,724.60	51.02%
	프로그램스토어	\$ 204,000.00	\$ 155,773.78	76.36%
	행 사	\$ 100,000.00	\$ 0.00	0.00%
	사업 및 기타	\$ 562,400.00	\$ 291,496.37	51.83%
	수입계	\$ 1,476,900.00	\$ 747,746.92	50.63%
지 출	행정 및 관리비	\$ 559,000.00	\$ 262,376.83	46.94%
	회의비	\$ 33,000.00	\$ 13,037.17	39.51%
	집행부 활동비	\$ 36,000.00	\$ 9,952.94	27.65%
	행 사	\$ 100,000.00	\$ -28.00	-0.03%
	리베이트	\$ 364,800.00	\$ 95,954.90	26.30%
	프로그램스토어	\$ 159,000.00	\$ 163,355.29	102.74%
	RDA FEE	\$ 800.00	\$ 0.00	0.00%
	사업 및 기타	\$ 72,000.00	\$ 46,036.38	63.94%
	회원 및 지역사회	\$ 148,000.00	\$ 98,388.48	66.48%
	Sub-Total	\$ 1,472,600.00	\$ 689,073.99	46.79%
	예비비	\$ 20,000.00	\$ -	0.00%
	감가 상각비	\$ 34,300.00	\$ -	0.00%
지출계	\$ 1,526,900.00	\$ 689,073.99	45.13%	
Net income			\$ 58,672.93	

## 별 희한한 위조지폐



▲ 5달러 진짜 돈의 왼쪽 단풍나무와 오른쪽 건물 홀로그램을 오려내 50달러 위조 지폐에 붙이고 스키치 테이프를 붙이면 그럴싸한 진짜 돈으로 보인다.

위터루 지구협 Y회원이 당한 위조지폐 피해 사례를 접하면 그 허접하고 줌스러운 짓거리엔 웃음만 나올 뿐이다. 상황은 이렇다. 오후 바쁜 시간대에 한 손님이 들어와 담배 한갑을 샀다. 그리고 50달러 지폐를 내고 거스름돈을 받아나갔다. 뒤에 손님이 줄을 서 있어 돈을 자세히 살필 수도 없어 일단 받아놓고 손님들이 다 빠져나간 한가한 시간에 아까의 50달러 지폐를 찬찬히 살폈다. 이럴수가! 고급 컬러 프린터로 출력한 50달러 위조 지폐에는 위조하기 힘든 홀로그램 부분을 5달러 짜리 진짜 돈에서 정교하게 오려내 가짜 돈 위에 붙이고 투명 스키치 테이프를 부착해 감쪽같이 만든다. 구체적으로 보면 단풍나무 홀로그램이 50달러와 5달러가 똑같고 의사당 건물과 돈 액수 아라비

아 숫자도 유사하게 배열되어 있어 이를 5달러 지폐에서 오려 50달러 위조 지폐에 부착하면 얼핏 흡사해 보인다. 물론 자세히 살피면 홀로그램의 의사당 건물 그림도 약간 차이가 나고 액수도 5와 50이라는 분명한 차이가 있지만 바쁜 시간에 받은 50달러 돈을 그렇게 자세히 살필 처지도 아니기 때문에 무심코 받게 될 수 있다. 스키치 테이프는 돈이 찢어져 너털거릴 때 떨어지지 말라고 붙이는 것도 흔히 볼 수 있는 일이기 때문에 그리 의심할 것도 아니다. 이런 헛점을 이용한 교묘한 지능 범죄행위인데 두번 겪을 일은 아니다. Y회원은 행여라도 100달러 짜리도 이런 식으로 위조하면 피해가 더 커질 것이 우려된다며 회원들의 각별한 주의를 당부했다. ■

# 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**  
회장 김종범 (416) 363 - 9404
- **Toronto West**  
회장 김재숙 (416) 975 - 0365
- **Weston & York**  
회장 조용상 (416) 604 - 3116

## - 남서부 지구협회 -

- **Brant County**  
회장대행 김종학 (519) 756 - 0099
- **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 이현식 (905) 579 - 2500
- **Huronia**  
회장 진재원 (705) 487 - 2005
- **Kingston**  
회장 장승원 (705) 639 - 1312
- **Owen Sound**  
회장 위재광 (519) 794 - 2626
- **Peterborough**  
회장 홍성훈 (705) 652 - 6323

www.okba.net

온라인을 통해 더 빠르고 정확한 정보를 얻을 수 있습니다.

The screenshot shows the OKBA website with a navigation menu (공지사항, 실업뉴스, 기사판, 실업뉴스PDF 보기, KBA협동조합 스페셜, KBA협동조합 공동구매) and a search bar. The main content area features advertisements for AVANTIS POS, Nestle, FritoLay, and OKBA PROGRAM STORE POS SYSTEM. A calendar for 2017 is visible, listing various events and dates. At the bottom, there are logos for JTI, RBH, FritoLay, and Nestle, along with contact information for the website.



# OKBA PROGRAM STORE

Strong Retailers' Network

컨비니언스의 미래

- 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





## ■ 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 / Natrell ----- (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



# 2018.2.25~2018.3.24

Frito Lay Canada에서는 2018년 2월 25일부터 2018년 3월 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.



Lays XL **2/\$6**



All Single Serve **2/\$3**



- 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](http://snackstoyoucanada.ca) or Phone 1-866-404-8881