

# 실업뉴스

The Ontario Korean Businessmen's Association News  
2019년 9월 11일 수요일 제784호



SEPTEMBER BRINGS START OF FALL



[www.okba.net](http://www.okba.net) Publisher : Jae Gyun Shin / Publication Mail Agreement No : 41140510  
Return Undeliverable Canadian Address to : Ontario Korean Businessmen's Association  
169 The West Mall, Etobicoke, ON. M9C 1C2 Tel.(416)789-7891 Fax.(416)789-7834

# \$500,000 CLASSIC EXTRAVAGANZA

신상품

CLASSIC 복권 7매가 든 \$50  
즉석 복권 주머니  
2019년 9월 2일 출시



이 게임의 특징:

## \$500,000 1등상 7개

- \$200 상금 130,000여 개
- 한정 수량 발매
- 당첨금 지급률 70%
- 평균 당첨률 3.75대 1



## 인증 후 복권 반환

모든 복권은 인증한 후 고객에게 돌려주어야 합니다. 최근 소매업자가 고객에게 복권과 영수증을 돌려주지 않는 사례가 증가하였습니다. 특히 복권 당첨금이 지급 한도인 \$999.90를 초과하여 소매업자가 당첨금을 지급할 수 없을 경우에는 더 그렇습니다. 이럴 경우, 고객은 복권을 돌려받아야 당첨금을 청구하고 인증의 정확성을 확인할 수 있습니다.

OLG는 소매업자들이 적절한 인증 절차를 준수하고 있는지 확인하기 위해 지속적으로 미스터리 쇼핑을 시행합니다. 자세한 내용은 소매업자정책매뉴얼(Retailer Policy Manual - RPM) 제5.1절 OLG 공인 상품의 인증(Validation of OLG Authorized Products)을 참고하십시오.

고객에게 복권 및 영수증을 반환하지 않을 경우, RPM 제8.9절에 명시된 처벌을 받을 수 있습니다.

## 온타리오한인실업인협회

- OKBA 회 장 : 신재균 (Jae Gyun Shin)  
OKBA 부회장 : 송명현 (Myeong-Hyeon Song)
- 사업개발팀 : 이주녕 (Brian Lee) brianjn1108@okba.net
- 홍보팀 : 실장 김광일 (Ted Kim) tongilisysj@yahoo.com
- 디자인팀 : 현미영 (Mimi Hyun) mimihyun@okba.net
- 회계팀 : 김세환 (Justin Kim) accounting@okba.net
- 본부협회 : Tel (416) 789 - 7891 / Fax (416) 789 - 7834

- 이사회 : 이사장 이두승 / 부이사장 신영하
- 감사위원회 : 박영하 / 송구영 / 이만석
- 분과위원회 : 장학 분과 / 회칙 분과 / 특별사업 분과  
상벌분과 / 선거관리 분과
- 지구협회 : < 광역 토론토 지구협의회 >  
(ABC 순) Etobicoke 회장 이두승 (416)895-1277  
Newmarket 회장 금동진 (905)836-6429  
North York 회장 방성덕 (416)221-7091  
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 지구협의회 >  
Brant County 회장 김종학 (519)756-0099  
Halton & Hamilton 회장 오재근 (905)825-8373  
London 회장 오세경 (519)432-6672  
Niagara Falls 회장 김흥기 (905)354-1313  
Waterloo 회장 최상경 (519)579-8130  
Windsor 회장 윤문성 (519)326-1832  
< 동북부 지구 협의회 >  
Durham 회장 이현식 (905)579-2500  
Huronian 회장 배종민 (705)436-2248  
Kingston 회장 이강정 (613)967-9998  
Owen Sound 회장 허창훈 (519)323-4311  
Peterborough 회장 이경석 (905)373-0569

## K.B.A. 협동조합

- K.B.A. 운영 이사장 : 신영하 (Youngha Shin)  
K.B.A. 부이사장 : 심기호 (Kenny Shim)
  - K.B.A. 총괄부장 : 권혁선 (Hyuk Sun Kwon)
  - K.B.A. 사무장 : 배 줄리아 (Julia Bae)
  - K.B.A. 협동조합 사무실 : Tel (416) 789 - 7544  
Fax (416) 789 - 5013
  - K.B.A. 협동조합 매장 : Tel (416) 867 - 1444
- 
- K.B.A. 운영이사 : 김대영 (Dae-Young Kim)  
(가나다 순) 송명현 (Myeonghyeon Song)  
신재균 (Jae Gyun Shin)  
이두승 (Doo-Seung Lee)  
이만석 (Man Suk Lee)  
허창훈 (Chang-Hoon Huh)
  - K.B.A. 감사 : 백사열 (Sah-Yeal Paik)  
(가나다 순) 장해민 (Hae Min Jang)



www.okba.net

온라인을 통해 더 빠르고 정확한 정보를 얻으실 수 있습니다.

## C O N T E N T S

04 - 09 / 베이프의 모든 것

10 - 11 / 편의점 / 주유소 인력난 끝이 안보여

12 - 13 / 10-16 정기총회 미리 보기  
예.결산 정기이사회 / 정기총회 일정 공고

14 - 15 / 스시 파는 편의점

16 / 롱고스, 편의점 규모 매장 오픈

17 - 18 / 트래픽 증대, 전문가 조언  
세익스피어 고향의 아름다운 편의점

19 / DIRECTORY

20 ~ 23 / K.B.A. 협동조합 9월 스페셜



## 베이프의 모든 것

새로운 현실에 대한 준비 됐나요~

과거 e-cigarette(전자담배)라는 말은 신조어 vape라는 압축적인 단어로 통일되어가고 있는 현실이다. 베이퍼vapour라는 단어도 많이 사용된다. Vape를 동사로 보고 이의 명사형 vaping을 일반담배 소비할 때 사용하는 명사형인 smoking이라는 단어와 구분짓기도 한다.

전자담배를 가리키는 영어 단어는 단어 그대로 electronic cigarette였다. 이를 줄여서 e-cigarette라고 하다가 이것도 길다 해서 더 줄인 것이 e-cig라는 단어다. 전자담배는 많은 일반담배 소비자들과 일부 비 흡연자들에게 필수품이 되어 있는 것이 현실이고 그러다보니 이 제품군이 편의점에 새로운 기회를 제공하고 있다. 트래픽이 이로 인해 늘어난다. 하지만 아무 문제가 없는 것은 아니기 때문에 이에 대한 명확한 지식을 업주들이 가져야 할 필요가 있다. 이미 많이 알고 있는 회원들도 있겠지만 복잡하다는 의미에서 기초부터 정리해나간다. (사실 온타리오에서만 전자담배 혹은 베이퍼에 관한 정보와 관심이 집중되고 있고 타 주의 경우는 관심도가 크게 떨어지고 있는 현상도 확인한 바가 있다.)

불과 얼마전까지만 해도 일반담배는 편의점의 핵심 아이템으로 자리잡고 있었다. (\*참고로 업계에서는 vape를 말하며 일반담배를 언급할 때 구별하기 위해 tobacco 또는 cigarettes라고 함.) 일반 담배는 갑이나 카튼 단위로 선반에 진열돼 있다. 라지(25개비)와 스몰(20개비)로 용량에 따른 구별이 있는 것은 잘 알 것이다. 그리고 가립 보관함에 일렬로 담배가 가득히 자리를 잡고 있는데 이런 풍광이 이제 서서히 사라지고 있다.

저 자리를 이제 새로운 트렌드를 즐기고자 하는 손님을 맞을 새로운 제품군이 대체해가는 모습이 등장하기 시작한 것이다. 일반적으로 전통 담배에는 4,000가지 이상의 화학물질이 함유돼 있다는데 이 정도 함유를 가지지 않은 제품, 즉 베이프가 담배 시장의 지형을 흔들고 있다.

업계에서는 개념적으로 『들이키고 내쉬는 과정에서 분무 현상(aerosol)을 일으키며 대체 담배 소비가 가능한 일체의 제품』을 통칭해서 기존의 전자담배를 대신해 '베이프'(vape)라는 용어로 통일시키고 있다.

이처럼 모든 분무행위를 가능케 하는 베이프 또는 베이핑 제품(vaping

products)은 액상(液狀) 형태의 물질에 열을 가하고 이를 들이키는 과정을 공통적으로 가지고 있다. 여기서 베이핑 제품 소비를 위한 액상형태의 물질을 영어로 e-liquid라고 통칭한다는 사실도 기초적 지식으로 알아두자.

대부분의 베이프 제품은 일명 '코일과 심지(coil and wick)' 테크놀로지에 기반하고 있다. 코일은 애터마이저(atomizer)라고도 불리우는데 우리 말로 분무기(噴霧器)라고 옮기면 될 듯하다. 이 분무기 즉 코일이 특수처리된 심지(솜심지 cotton wick)에 열을 가하면 심지가 액상을 전달해서 입으로 들이킬 때 연기를 만들어 내는 것이고 이를 내 뿜으면 흡연 효과를 느끼게 해주는 것이다.

이같은 구조의 베이핑 디바이스- 베이핑 행위를 즐기는 것과 관련된 본체를 베이핑 디바이스라고 통칭함-는 셀 수 없을 만큼의 가짓수를 가지고 있는데 모양과 규격이 천차만별인 탓이다. 이는 편의점에서 이 제품 취급시 많은 혼란을 낳게 하는 근본적 이유가 되기도 한다. 어떤 제품은 워낙 작아서 마치 컴퓨터 USB나 팬을 연상시킬 정도다. 또 어떤 것은 사이즈가 꽤 크다.

지금  
전화주세요!





박효진(Roland Park)

Cell.416-985-5287

Main : 905-770-8828  
Fax : 905-770-8851  
roland.park@brokerteam.ca

실험 단체보험



▲ 캐나다 최대 담배회사 임페리얼이 유통시키고 있는 간편급 베이퍼인 바이프(Vype)

이렇게 규격과 디자인이 무궁무진한 베이퍼이지만 베이핑 디바이스만 놓고 말하면 크게 두가지 타입으로 정리된다. 연방 보건부가 그렇게 압축 대별했는데 하나는 오픈 시스템(open system)으로 디바이스에 액상을 계속 채워주면서 사용하는 타입이다. (device to be refilled).

반면 또다른 타입인 클로즈드 시스템 (closed system)은 액상을 담은 통 - 요즘 이를 팟(pod)이라고 부르며 전에는 탱크(tank)라는 표현도 사용했는데 액상을 담은 통이라고 해서 탱크로 불리었다. - 이 필요하다. 후자는 팟을 장착해서 여

기에 일체형으로 된 마우스피스로 흡연하다가 팟의 액상이 다 소모되면 통째로 버리고 새 팟을 갈아 끼워 사용한다. 요즘 한창 인기 절찬리에 판매 중인 주울(Juul)이 대표적인 클로즈드 시스템이다. 이 방식이 오픈 시스템보다 훨씬 사용하기 편하다는 장점이 있다.

이 두가지 방식에 하나를 더 추가한다면 바로 얼마전까지만 해도 인기

를 모았고 현재도 일부 제품들이 인기를 구가하고 있는 쉐련형 전자담배 - 소위 HNB(heat-not-burn)제품 유형이 있다. 말 그대로 태우는 대신 열만 가해서 연기가 나도록 했는데 일반 담배 피우는 기분과 동일한 분위기를 만들기 위해 고안된 전자담배다. 우리가 익히 알고 있는 RBH의 아이코스, 임페리얼의 글로(glo), 그리고 JTI의 플룸테크 (Ploom TECH)가 이 부류의 베이퍼 제품이다.

### 일반담배와의 차이

주울이 등장하기 전에 전자담배 시장의 선두주자로 미국 시장을 장악했던 초기 제품인 블루(blue)를 생산하고 있는 폰템(Fontem)캐나다 대표 롱콜루치는 베이퍼와 일반담배는 절대적으로 다르다고 강조한다. 회사의 궁극적 목표가 베이퍼를 통해 금연을 하려는 흡연자에게 도움을 줘 마침내 일반담배를 완전히 끊어버리게 하는 과도기 대체 담배로서의 기능을 충실히 하는 것이라고 설명하는 콜루치씨의 설명을 들어 보자.

“상품 카테고리로서 베이퍼는 기하급수적 성장 잠재성을 가지고 있다. 목표 달성의 핵심은 기존 일반담배 흡연자에게 일반 담배보다 덜 유해한 대체품으로서의 베이핑 제품을 제공해 과도기를 넘기도록 할 수 있어야 하는 것이다. 캐나다 연방 보건성이 이 목표를 인식했고 개념을 공유하기에 이르렀다. 정부 웹사이트에 들어가보면 베이핑이 일반 담배 흡연보다 덜 해롭다고 명시해놓고 있다. 영어로 짧게 그의 말을 인용하면 “vaping is absolutely different from smoking”이다. 어디까지나 업계의 말이다.

## 일체형 연동 포스시스템

원슬루선과 함께하면 빠르고, 간편하고, 저렴합니다!

# LCBO READY!!

- ALL LOTTERY TICKET SCAN
- DEBIT MACHINE 연동

**1SOLUTIONS**  
DATA CORPORATION



**Debit & ATM and POS system**

www.1solutions.ca / info@1solutions.ca Toll Free.1(888)554-7355 Korean(ext4) Direct Line.(905) 560-4511. (416)900-7533 Fax.1(888)554-0409

## 소비 실태

명확히 파악하기는 힘들으나 2017년에 나온 워털루 대학 연구 보고서 'Tobacco Use in Canada'를 기준으로 말해보자. 2015년에 국내 15세 이상의 연령대를 대상으로 한 조사에서 전자담배 소비자가 상당한 (substantial) 수치를 보였다. 여기서 소비율이란 상승적이든 호기심에 한번 해본 수준이든 상관없이 모두 포함시켰다. 국내 전체 인구의 13.2%인 약 390만 명이 전자담배 경험자였다. 3.2%인 약 946,000 명은 최근(조사시점 기준) 30일 이내에 피워봤다고 한다. 1%인 308,000명은 매일 피우는 것으로 파악됐다.

보고서는 전자담배 소비가 대단한 기세로 인기를 얻고 있다는 점을 강조했다. 캐나다만이 아닌 글로벌 현상임을 지적했다. 미국의 경우 2016년 전국 단위 조사가 있었는데 성인 인구의 4.5%가 전자담배 소비자인 것으로 밝혀졌다. 이 중 35세 미만의 연령대가 절반 이상을 차지했으니 전자담배 인기는 젊은층이 압도적임을 알 수 있는 데이터다.

작년 가을에 진출해 캐나다 베이퍼 시장을 석권하고 있는 쥘유 캐나다 (본사는 토론토 소재)의 전무이사인 마이클 네디호프씨는 대표적인 시장 낙관론자로 이렇게 말한다. “베이퍼 시장의 역사는 상대적으로 일천하지만 빠른 성장세를 보이고 있고 이에 상응해 일반담배 매출은 감소 현상을 보인다. 연평균 성장률이 대략 추산컨대 15%를 넘고 있으며 오는 2023년이 되면 전 세계 매출이 430억 달러에 이를 것이다.”

## 편의점의 구세주

네디호프 대표는 “베이퍼는 편의점에도 큰 기회가 될 것”이라고 호언한다. “베이퍼는 편의점 업주에게 무시못할 규모의 아이টে็ม으로 무게감을 가지게 됐으며 성인 흡연자들이 베이퍼의 과학적 발전이 보여주고 있는 모든 것들에 점차 관심을 가지기 시작했다. 정부와 업계가 이 제품군이 책임 감고 통제 가능한 방식으로 소비되도록 열심히 노력 중에 있다.”

JTI 캐나다의 제품 안전성 담당자인 차리스 크리소코이디스씨는 정부(연방 보건부)의 통제일변도 정책이 다소 유연해지고 있음을 확인한다면 서 이쪽 시장이 더 확대될 것 같다는 전망을 내놓고 있다. “니코틴 함유 액상 매출이 지난 2018년 5월에 비로소 합법화됐으니 향후 수년간 매출의 큰 증가가 예상되며 현재 흡연자들도 액상을 기반으로 하는 베이퍼 제품을 기존 일반담배나 전자담배의 대체품으로 인식하기 시작했다. 이 현상이 닥아난 편의점에서도 일어날 것이라 믿는다.” 편의점 업주에게 반가운 전망이 아닐 수 없다.

베이퍼 제품의 마진이 일반담배보다 훨씬 높다는 사실은 스튜어트 잉글씨가 가장 주목하는 대목이다. 그는 힐러리 세일즈마스터라는 회사 회장인데 온타리오 콘코드에 본사를 두고 있고 전국적으로 소매업소에 제품을 공급하는 회사다. “편의점이 제대로 된 마진을 얻기 힘들게 된 오늘의 형편에서 이같은 마진 좋은 제품을 끌어안아야 할 필요성은 절박하다.

법이 허용하는 범위내에서 판촉에 신경을 쏟아야 할 것이다.” 마진 좋은 제품이니 편의점 업주들이 판촉에 집중하라는 조언인데 그는 이런 말도 잊지 않았다. “내 생각에 베이퍼는 에너지 드링크의 광풍이 몰아친 이후로 편의점 업계에 등장한 또하나의 대박 상품이 될 것으로 본다.”


## 온라인에서 편의점으로!!!

베이퍼 제품이 캐나다 시장에서 큰 성장을 구가할 또 하나의 이유가 있다. RBH의 토론토 담당 운영 이사 피터 루옹고씨는 편의점에서 베이퍼가 뜰 것이라는 전망의 근거로 다음과 같은 설명을 하고 있다. “현재 베이퍼 제품은 온라인 채널을 통한 거래가 가장 크며 베이퍼 전문 업소는 또다른 잠재적 판매처로 각광받을 것으로 보인다. 그런데 이보다 더 중요한 채널이 편의점이다. 성인 흡연자가 합법적으로 베이퍼 디바이스와 부속물들을 구하기 가장 쉬운 곳으로 오프라인 상에서 편의점만한 편리한 곳도 없다.” 그는 편의점이 베이퍼 제품 판매처로 가장 이상적이라는 점을 ‘완전한 역할(integral role)’이라는 표현을 써가며 강조하고 있다.

매출 전망의 관점에서 볼 때 베이퍼를 판매하기 위한 특별한 장비나 시설이 요구되지 않는다. 가격 정책도 복잡할 것이 없다. 그냥 제조사가 원하는 소비자 가격대로 따라 하면 된다. 팔고 취급함에 있어 아주 단순하다는 장점이 있다. 손이 가지 않는 아이টে็ม이라는 말이다. 물론 제조사의 제품 종류가 다양하니 가격도 다양하기는 하다. 시장이라는 것이 속성상 경쟁지향적이니 그러하다. 편의점 역시 이런 경쟁적 가격 정책에 순응하면 되는 것이다.

## 제품 트렌드

전자담배와 베이퍼 제품을 온전히 이해하는 것은 그리 쉬운 일이 아니



# 아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

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

<div style="background-color: #00bcd4; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; border-radius: 5px;">교통사고, 개인 상해</div> <p style="font-size: small;">과실 유무와 상관없이 교통 사고 후유증에 관한 최대 보상, 낙상, 정부 과실 보상 소송</p>	<div style="background-color: #00bcd4; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; border-radius: 5px;">교통위반 티켓</div> <p style="font-size: small;">과속, Stunt Driving, 무보험, 신호 위반, 뺑소니 등 모든 교통법규 위반</p>	<div style="background-color: #00bcd4; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; border-radius: 5px;">형법</div> <p style="font-size: small;">음주 운전, 폭행, 절도, 사기, 마약(Drug) 보석(Bail) 등 모든 형법 위반</p>
--	---	--


- \* 형법
- \* 소액재판
- \* 복권 판매법

- \* 가정법
- \* 세권, 세입자 분쟁
- \* 담배 판매법

- \* 민사소송
- \* 주류 판매법
- \* 회사 설립

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

“강력한 실력, 오랜 경력, 섬세함으로 모든 법률 문제 해결”



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

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



특히 제품 시장에서 자주 사용한다. 예를 들어 "디지털 카메라의 출현은 사진 산업의 게임 체인저였음이 판명됐다"는 표현이 이에 딱 들어맞는다. (The advent of the digital camera proved to be a game changer in the photography industry) 마찬가지로 JTI는 자사 베이프 로직 컴팩트(Logic Compact)를 이렇게 묘사할 만큼 자신감을 보이고 있다. 기존의 로직의 새로운 버전이다. 편의점 주인이 이해를 위해 긴 설명 들을 필요도 없이 단순하게 팔기만 하면 된다. 소비자들도 아주 쉽게 사용할 수 있어서 반응이 매우 좋다는 확인도 했다고 한다. 자석 성질의 팟(pod)을 충전용 디바이스에 딸각 하고 끼우면 끝이다. 앞에서 설명한 두가지 타입 중 클로드 시스템의 전형적 유형으로 클로드 탱크(closed tank)라고도 부른다. 1.6 ml 액상 팟이다 소진되면 새 것으로 갈아끼우면 된다. 간편하다. 쥬울 제품과 같다고 보면 된다. 맛은 4종이 있는데 담배맛, 맨솔, 베리맛, 트로피컬이다.

▲ 전자담배의 진화발전은 기술력을 바탕으로 단순화의 길을 걸어왔다. 업주들이 취급하고 판매하기 편하도록 했을 뿐 아니라 소비자들도 소비하기 간편하고 쉽게 돼 있다. 대표적으로 JTI의 로직 컴팩트와 쥬울사 제품들을 들 수 있다.

다. “초기부터 베이핑 제품은 편의점 업주에게 흥수처럼 물려왔다는 기분을 들게 했다. 복잡한 시스템은 업주들이 이해하기 쉽지 않았으며 영업 직원들이 업주 그리고 소비자들에게도 이해시키기 무척 어려웠다.” 앞의 JTI 담당자 말이다. JTI는 새로운 베이프 제품으로 이런 어려움을 해결코자 했다. 회사에서는 이를 게임 체인저(game changer)라고 내부적으로 부르는데 상황을 반전 또는 역전시켜버릴 때 쓰는 표현이다.

이제 클로드 시스템의 총아인 쥬울(Juul)도 살펴보자. 편의점에서 선풍적 인기를 누리고 있다. 망고 맛에서부터 오이맛, 버지니아 담배 맛까지 다양한 향을 구비한 쥬울 시리즈는 편의점의 단골 메뉴가 되어 있다.

권장 소비자 가격이 한 팩에 현재 20.99달러로 스타터 키트를 포함한 디바이스 키트가 반드시 있어야 한다. 쥬울의 스타터 키트는 충전용 디바이스(본체), USB 충전 도크, 4개의 팟을 기본으로 팩을 꾸리고 있다.

제품 품질 보장은 기본 1년이다. 쥬울은 이미 편의점 주인이라면 너무나 익숙해져 있어 이런 설명이 필요 없을 수도 있으나 아직 베이프 제품



# onewholesale.ca

Smoke Shop / Headshop / Convenience Store Wholesaler

Authorized Zippo Dealer



## 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

에 무관심한 업주에게는 알아야 할 기본 상식이기 때문에 간략히 설명한 것이다.



이밖에 또 하나 주목할 브랜드가 IQOS 3 MULTI라는 제품이다. 열을 가하는 일반 담배 스타일인데 기술적 측면에서 엄밀히 말하면 베이프 군에 분류하기는 어렵다. 회사측 소개를 그대로 인용해본다. 『아이코스 3은 기존 아이코스 2.4 플러스보다 더 작고 가벼워졌으며, 고속 충전을 통해 홀더의 충전 시간이 40초 정도 더 빨라졌고, 케이스에서 홀더를 꺼내는 방식도 달라졌고, 자석 접촉 단자를 통해 삽입도 간편해졌다. 아이코스 3 멀티는 일체형 디자인이며 무게는 50g으로 매우 가볍다. 연사(連使)가 가능하고 1회당 최대 6분 또는 14모금을 사용할 수 있는데, 재충전 쿨타임을 기다릴 필요없이 10회 연사(10 back-to-back experience)가 가능해졌다』 껴련형 전자담배의 만형인 아이코스가 소비자들에게 가장 큰 불만을 낳은 것이 가지고 다니기 번거롭고 한번 사용 후 재충전의 시간이 필요하다는 점이었다. 이 불만을 해결한 것이 바로 아이코스 3 멀티라는 것이다.

이상 주목할 만한 대표적 브랜드들을 소개했는데 베이핑 시장의 화두는 바로 다양성(variety)이라는 점만 기억해두자.

### 베이핑, 왜 논란인가?



▲ 현재 협동조합에서는 주류 이외에도 블루, 마일리, 스틸스, 스티그 등 총 5개사의 인기 브랜드를 취급하고 있다.

연방 보건부가 베이핑이 일반 흡연보다 인체에 덜 해롭다는 것을 인식했음에도 불구하고 전국적으로 감시의 눈길이 예사롭지 않다. 심각한 우려들이 나온다. 우선 보건부도 베이핑이 니코틴 중독에 이르게 한다는 사실을 우려한다. 폐 손상 가능성도 있다고 한다. 다만 장기적으로 어떤 영향을 주는지를 아직 확인하기 어렵다는 입장이다.

또한 청소년에게 크게 어필한다는 점도 학부모들을 불안하게 하는 요인이다. 이는 제조사들 역시 같은 걱정을 가지고 있다. 임페리얼 토바코의 대외협력 담당 총책 에릭 가농씨는 이렇게 말한다. “우리 입장은 아주 간단하다. 미성년자들이 흡연을 하지 말아야 하듯 베이핑 또한해서는 안된다. 우리 회사는 미성년자가 베이핑 제품에 접근하는 것을 막을 모든 조치들을 지원하고 지지한다.”

블루(blu)를 유통시키고 있는 폰템 캐나다(Fontem)의 콜루치 대표의 말도 임페리얼 입장과 같다. “우리는 균형있는 작업이 많이 이루어져야 한다고 믿는다. 즉, 미성년자들의 베이프와의 접촉을 확실하게 차단하는 방책과 아울러 일반 담배를 끊기 위한 대체물로서의 베이프에 대해 이해를 돕기 위해 성인 흡연자와의 충분한 교감을 가지도록 하는 두가지 작업이 균형을 이뤄야 한다는 말이다.”

대표는 또 이런 말도 덧붙였다. “우리는 연방 보건부의 우려를 공감한다. 미성년자들의 베이프 경험 증가는 우려스럽다. 이들이 베이프에 손쉽게 접근하고 유혹을 받는 분위기가 만연되는 현상은 법적, 제도적으로 막아야 할 중대 사안이다. 따라서 우리 회사는 정부의 이와 관련한 규제 조치를 적극 지지하며 캐나다만이 아니라 전 지구촌 미성년자가 베이핑 제품과 차단이 될 수 있도록 목표를 삼아야 한다.”

### 편의점의 규제 사안

대부분의 베이핑 관련 규제들은 주정부 차원에서 제정된다. 그리고 주마다 그 내용이나 규제 정도가 조금씩 상이하다. 물론 미성년자 관련한 방지책은 공통적이기는 하다. 연방 차원에서는 지난 2018년 5월 23일에 제정된 담배 및 베이핑 제품에 관한 법률(Tobacco and Vaping Products Act)이 있다. 이는 미성년자의 니코틴 중독을 방지하고 일반 담배와 베이핑 제품으로부터의 유혹을 차단시키는 내용을 골자로 한 법률이다.

법률은 또한 성인이 일반 담배보다 덜 유해한 대체물로서의 베이핑 제

(주) **하이쿨 텍** 냉동·히팅

“신속하고 쿨한 서비스를 약속합니다!”  
Canada Heating & Cooling Licensed Technician

전문적인 기술자가 뭉쳐 기술 시너지  
효과 (Synergy Effect)를 극대화 하였습니다

heating and cooling

**HI-COOL TECH**  
에어컨 설치 문의 환영  
김순석 (Peter Kim)

- 업소용 - 냉동, 히팅, 에어컨, 워킹콜러/후리저, 닥트, 케노피
- 가정용 - 냉장고, 히팅, 에어컨, 전기, 배관 외
- 상업용 - 공장, 상가 및 교회 건물관리 (냉난방 시스템 외)
- 세탁전문점 장비 일체 수리
- 자동차어, 수중모터 및 보트엔진 수리 외

416.909.7114



품을 사용함이 가하도록 규정하고 있다. 연방의 이 법률의 핵심을 정리해 본다. 대부분이 미성년자 유혹을 막기 위한 판촉 규제 내용들에 집중하고 있다. 구입의 최저 연령은 18세 이상이어야 한다. (\*이는 연방이 정한 최소한의 연령이며 주마다 이보다 더 높은 나이를 요구하고 있다.) 판촉과 관련해 다음 사항을 금지한다.

- 미성년자에게 어필하는 내용의 광고(예, 청소년의 관심을 끌 모양이나 소리 등을 이용해 유혹하는 것)

- 캔디, 디저트, 청량음료와 같은 특정한 맛과 향을 통해 판촉해서 청소년의 감각을 자극하고 유혹을 느끼게 하는 행위

- 라이프 스타일을 운운하는 광고

- 후원 협찬 판촉(\*지난 8월 15일 본부협회 여성의밤 크루즈 관광 행사에서 임페리얼축이 행사의 상당 부분을 지원했음에도 철저히 제품 판촉을 하지 않은 것을 상기하면 이해가 빠를 것임)

- 샘플 무료 제공

- 별도의 전시 판촉(branded merchandizing)

- 증언이나 보장 등의 체험자 발언을 통한 제품 판촉 (예, 유명 연예인을

모델로 해서 "피워보니 맛도 좋고 일반 담배를 끊었어요...")

## 합정단속 주의

이상이 연방 관련 법에서 요구하는 금지 사항들이니 업주들은 최소한 이 정도의 법률 상식은 갖추도록 하자. 마지막으로 신경써야 할 것이 있다. 다름이 아닌 합정단속이다. 일반 담배도 연령 확인등을 하는지 여부를 가리기 위해 암행 쇼핑을 하는데 베이핑 제품도 마찬가지로다. 앞서도 강조했듯이 미성년자가 베이프에 접근하지 못하도록 정책을 추진해야 한다는 인식은 정부, 보건위생 전문가, 제조사 공통이다. 오죽하면 주율의 경우 자체적인 암행 쇼핑을 실시하고 있을 정도다. 너무 지나쳐서 소매업소와 충돌을 빚을 정도로 이미지 관리에 적극적이다.

일반 담배에서 그러하듯이 편의점 업주들은 고객 연령체크를 반드시 해야 하며 고객 당 판매 상한선을 지켜야 한다. (\*이는 정부가 그런 것이 아니라 업체 스스로가 신뢰도를 쌓기 위해 마련한 자구책인 것으로 보인다.)

판매 상한제는 주율이 실시하고 있는데 반복해서 위반사실이 드러나면 제품 공급을 끊을 수도 있고 정부에 요주의 업주의 명단을 통보할 것이라고 한다. 주율 캐나다 마이클 네더호프씨의 말을 인용하며 글을 마무리한다. "편의점과 베이프 전문점 모두 연령체크를 아주 성실히 잘 하고 있음을 확인했으며 앞으로 더욱 더 준법 정신을 발휘할 수 있도록 함께 협력해나갈 것이다." ■

# 편의점 / 주유소 인력난 끝이 안보여



▲ 일본의 한 전철역 근처에 위치한 스마일 마트라는 상호의 편의점에서 18년동안 변함없는 열성과 정직함으로 헬퍼를 해오고 있는 후쿠쿠라 게이코씨. 세상 편의점 주인들은 다 이런 종업원을 찾을 것이다. 이 종업원은 일본 여류 작가 무라타 사야카의 '편의점 인간'이라는 소설에 등장시킨 실제 주인공이기도 하다.

편의점이나 주유소병설 편의점에서 쓸만한 인력 구하기와 그런 인력 오래 붙들고 가기는 지난한 과제다. 주변에서도 헬퍼못구해 힘들어하는 모습은 자주 접한다. 특히 독립편의점보다 주유소 병설 편의점의 인력난이 훨씬 심한 모양이다.

캐나다 전역에 약 12,000개의 주유소가 있다. 종사자는 대략 85,000 여명으로 조사됐다. 이들이 주유소, 병설 편의점, 세차 업무에 투입돼 있다. 지난 수년에 걸쳐 주유소 산업은 그러나 인력난에 고생 중이다. 쓸만한 사람 구하기가 점점 힘들어 여간 곤욕을 겪는 것이 아니라고 한다.

서부편의점협회(WCSA) 앤드류 클루카스 회장은 “편의점과 주유소 병설 편의점의 인력 대부분이 학생이며 파트 타임으로 일하고 있다”고 실상을 전한다. 노동시장에 관한 한 귀중한 보고서 완성에 큰 역할을 했던 회장은 “현재의 이 인력들을 계속 유지하는 것이 쉽지 않은 과제”임을 강조한다. 업주들은 채용할 때 헬퍼들이 헌신적이고 믿음성있고 융통성이 있기를 기대하지만 이 기대를 속 시원히 충족시키는 사례는 찾아보기 어렵다.

어렵사리 구한 인력들은 대부분 예고도 제대로 하지 않고 그만두기 일췌이고 주어진 업무에 합당한 성실성을 보여주는 경우가 드물다. 업주들

은 끊임없이 헬퍼를 놓고 좌절감과 낭패감을 토로하며 스트레스로 고통스러워 한다. 단절없는 인력 통제는 필수적인 우선 과제가 됐으며 비즈니스의 여러 국면에서 종업원 다루기와 올바른 종업원 찾기 과제가 최우선이 되어 버렸다. 한 체인 편의점 본사의 인사 담당 직원은 거의 매일 채용 인터뷰를 한다고 증언했다. 이 바닥의 이직률이 그만큼 높다는 것을 반증하는 것이다.

클루카스 회장의 말을 좀 더 들어보자. “제대로 된 헬퍼 하나 구해서 오랜 동안 함께 일하기 위해서는 상당히 높은 비용이 요구된다. 예를 들어 새 종업원을 잘 훈련시키고 지도해서 공급하기까지 대략 월 2,000~4,000달러가 든다고 한다. 마음에 드는 제대로 된 종업원 4명을 거느리고 있는 한 업주의 증언에 의하면 지난 3년이 넘도록 혹독한 종업원 찾는데 대략 30여 명의 인력을 훈련시켰고 이에 누계 6만 달러는 투자됐다고 한다.” 30여명을 지도 교육해서 6만 달러를 투자해 비로소 겨우 4명을 건진 셈이다.

이 사례에서 보듯 모든 종업원들은 언제라도 그만둘 태세에 있거나 신통치 않은 업무 실적을 보여줄 온갖 이유에 내맡겨져 있다. 업주들은 종종 높은 임금이 문제 해결에 상당한 도움이 된다는 사실을 인식한다. 하지만 매출과 순익 구조가 열악해지는 상황에서 인건비에 인심을 팍팍 쓰는 것도 말이 쉽지 실제로 행하기 어렵다. 사기진작과 마음 붙들기에 돈

의 위력을 몰라서가 아니다. 마진 구조가 편의점 업계에서 날로 악화되어 온 것이야 누구나 다 아는 현실 아닌가.

작년에 편의점 산업 전체 매출 증가는 고작 2%를 밑돌았으며 마진도 5% 아래에서 헤맸다. 편의점없는 순수 주유소의 경우 매출 증가는 더 형편없었으며 순익은 이전보다 훨씬 큰 폭으로 내려갔다. 이 낮은 마진 때문에 결국 인건비 올리기가 절대 쉽지 않은 이유가 된다. 넉넉한 인심이 어떤 좋은 결과를 낳을지 몰라서가 아니다. 형편이 그럴 수밖에 없는 때문이다. 법으로 임금 인상 정책을 펼치기라도 하면 비즈니스는 직격탄을 맞는다.

대표적인 것이 온타리오 전 자유당 정권하에서 최저 시급 15달러 정책이 그랬다. 중간에 총선에서 더그 포드 보수당 정권이 들어서 일단 2020년까지 14달러에서 동결시켰으니 망정이지 계속 자유당이 정권잡았으면 올해 15달러가 돼 있었을 것이다.

국내에서 시급이 가장 높은 주는 알버타로 15달러이다. 알버타는 현재 인력난에 크게 시달리고 있다. 노동시장이 대단히 경색 국면에 있는 것인데 오일산업쪽의 고임금 - 평균 27.25달러 - 으로 편의점이나 환대산업쪽의 저임금 인력들을 싹 훑어가서 이쪽 업계는 사람 못구해 난리다. 해결책은 오일 쪽으로 가지 못하도록 임금을 올려서 이들의 이동을 막는 수밖에 없다.

알버타 제이슨 케니 수상은 야당 지도자 시절 집권하면 13달러로 낮출



▲ TFW라고 해서 동남아에서 오는 인력만이 아니다. 미국에서도 많은 수의 TFW가 있었다. 사진은 금속 노조원들이 미국으로부터 오는 철강산업 일꾼들의 대거 채용에 대해 격한 시위를 벌이고 있는 2015년 2월 에드몬턴의 모습이다.

것이라고 공약했다. 전문가들은 케니가 공연히 노동 시장에 분란만 조장한다고 일갈했으며 이렇게 저임금으로 돌아가면 안그래도 사람 구하기 힘든 편의점 업계에 그나마 붙어있을 인력 불잡기가 더 어려워진다는 점을 지적했다. 지적한 그 대로 케니 수상은 집권했지만 임금 정책에서 어떤 변화를 주지 못하는 어정쩡한 상태에 놓여 있는 국면이다.

또다른 대안이 TFW제도이다. 연방정부가 허용하고 있는 단기체류해의 노동자(Temporary Foreign Workers)를 고용하는 것이다. 그런데 이 제도 또한 허용 규모가 너무 크다는 비난에 직면해 연방은 TFW의 범위를

<15면에 계속>



# 법과 생활

2019 한인노동의날 상식 진학 취업 길라잡이

**KCWA** 캐나다한인여성회  
FAMILY AND SOCIAL SERVICES

2019년 9월 21일 (토) 오전 10시 ~ 오후 3시 30분

KCWA 배더스트 - 핀치 사무실

540 Finch Ave. W, North York, Bathurst-Finch HUB

- 사전등록 필수
- 간단한 스낵 제공
- 영주권자는 영주권카드 지참을 부탁드립니다.

**토론토 경찰과 함께 하는 안전 점검 및 커리어 네트워킹 부스**  
(오전10시~오후2시)

**공연**  
한카 드림합창단 (오후12시40분~오후1시)  
소래 청소년 오케스트라 (오후2시40분~오후3시)

오전10시~오후12시

법대 진학정보 세미나

법대진학을 위한 최신 정보 및 재학생들과의 네트워킹

오전10시~오후12시30분

유연과 상속에 관한 법률

캐나다 한인 변호사들과 함께하는 법률정보 클리닉

일대일 상담서비스 (유연과 상속관련)  
오전11시30분~12시30분  
\*사전예약 필수 / 예약마감 (8월 30일)

오후1시~오후3시30분

변호사직 취업 정보 & 네트워킹

법률관련 다양한 직종 소개와 법조인과의 네트워킹

오후1시~오후2시40분

캐나다 가정법 세미나

'알고보니 피해자, 어쩌다보니 가해자?' 캐나다 가정법에 대한 올바른 이해

등록 및 문의: 전 화 : 416-340-1234 / 416-340-0838

이메일 : myoungsuk.joo@kcwa.net 웹사이트 : www.kcwa.net

미디어협찬

교차로, 리빙센스, 우먼파워  
All TV, WITH, 갤러리아, KFT, 한국일보, 중앙일보

후원 재외동포재단 주 토론토총영사관

OKBA  
부동산 캐나다, 해피 코리아  
한카실버타임즈, 글로벌코리아 포스트

# 10 · 16 정기총회 미리 보기

## 회장단 단독 후보, 이사/감사 인준투표 관전 포인트



▲ 2017년 9월 21일 본부협회 제 25대 정.부회장 선거가 실시된 후 투표함을 개봉해 검표 작업에 분주한 선관위원들의 모습. 협회 차원에서 역사상 처음으로 우편투표를 실시했다. 2년 후인 올해 제 26대 선거는 현 신재균 회장의 단독후보 등 록으로 끝나 정기총회 인준만 남겨놓고 있다.

오는 10월 16일(수)은 정기 총회를 개최한다. 정기총회는 많은 것들을 보고하고 심의하고 최종 의결한다. 협회의 최고 의결 기구이기 때문에 모든 것을 결정할 수 있는 회의다. 통상적으로 결산을 보고하고 승인 받으며 차기 회계연도 예산과 사업계획안을 안전에 올려 토의하고 승인받는다. 물론 구석 구석 질문을 하고 구체적인 답을 들을 수 있다. 궁금증은 뭐든 다 풀수 있다.

다음으로 중요한 것이 내부 감사와 외부 감사의 보고서를 검토하고 승인한다. 정기총회 이전에 개최되는 정기이사회에서 예.결산과 내.외부 감사 보고서는 심의를 거쳐 정기총회에 오른다.

그런데 홀수의 해에는 신임 회장 취임식이 정기총회석상에서 열린다. 신.구 회장의 이취임식을 통해 결 산부분까지는 현 회장이, 예산보고부터는 새 회장이 회의를 주관하는 것이다. 만약 현역 회장이 연임을 하려고 후보에 나섰고 경쟁자 있어서 치열한 선거전을 치른 끝에 재 당선된 신 분일 경우 회장 교대는 필요없고 정기 총회에서 재 2기를 출발하면 된다. 현역이 재 도전하든 새로운 인물이 났든 단독후보일 경우는 어떻게

되는가? 정기 총회장에서 정회원만의 투표로 인준을 받아야 한다.

### 선거세칙 12조 (단독후보의 경우)

① (과반수 인준) 1차 공고 또는 2차 공고 후 단독후보인 경우 선거실시없이 해당연도 정기총회에서 재석인원 과반수 찬성의 인준을 받아 당선을 확정한다.

이번 정기총회에서는 협회 역사에서 그리 흔치않은 단독후보가 발생 해 인준 투표를 하게 됐다. 현 신재균 회장이 연임을 위해 출사표를 던졌 으나 경쟁 후보가 나서지 않아 단독후보로 연임 인준을 받게 된 것이다.

협회 46년 역사상 26대 회장으로 나섰고 7번째 단독후보이다. 부회장 후보는 지난 2년을 함께 했던 송명현 부회장을 그대로 러닝메이트로 삼 았다.

한편, 이번 정기총회에서는 이사 6명과 감사 3명도 인준해야 한다. 이사/감사 후보 등록기간에 등록된 후보들을 놓고 인준을 하는데 이번 이사와 감사 인준은 지난해 개정된 정관에 근거해 달라진 제도로 운영된다. 2018년 10월 31일 정기총회에서 개정 통과된 정관의 제 7장 이사회 제 20조 이사의 구성이 이에 해당한다.

**<정관 20조 >**

- 1항 : 본 회의 이사는 31명을 초과하지 않는다.
- 2항 : 이사는 매 2년마다 실시되는 본부협회 정.부회장 선거에서 선출되는 회장단 2명, **지구협의회에서 추천해 총회에서 인준한 이사 6명과 감사 3명, 그리고 지구협회장으로 구성한다. 추천 이사와 감사는 각 지구협의회에 이사 2명, 감사 1명씩 추천권을 부여한다.**
- 3항 : 지구협의회 추천과 총회 인준을 통해 선출된 이사 및 감사의 임기는 2년으로 한다.

기존 12명의 직선 이사도 6명으로 줄여서 이사회 몸집을 가볍게 만들자는 취지에서 회칙분과위원회가 개정안을 마련하고 이를 이사회에서 심의해서 정기총회에서 최종 의결했다. 이 6명의 이사와 3명의 감사는 그러나 과거와 달리 지역적 안배를 강제한다는 점에서 크게 차이를 보인다.

현재 본부 협회 산하 20개 지구협회는 다시 큰 영역으로 나뉘어 GTA, 동북부, 남서부 3개 지구협의회에 하나로 소속된다. 이 3개 지구협의회에 직선 이사 2명과 감사 1명을 할당한다. 이는 강제 사항이다. 따라서 지구협의회 자체적으로 할당된 2명의 이사와 1명의 감사를 선정해서 총회

인준을 받도록 한 것이다.

다만 할당된 인원을 정기총회 개최 전까지 채우지 못하거나 초과돼 경합이 벌어지는 상황이 문제다. 할당 인원이 채워지면 총회에서 특별한 변수가 없는 한 그대로 인준해줄 것이지만 미달과 초과는 조정이 필요하다.

이런 상황을 고려해 최근 선관위에서는 깊은 논의가 있었다. 이사회나 감사 회장이 해당 지구협의회 소속 선관위원에게 신청을 하는 방안, 지구협의회 의장이나 지구협회장을 통해 신청자를 접수하자는 방안 등이 두루 논의됐다.

최종적으로는 신영하 선관위원장이 여러 의견을 종합해 다음과 같이 기준을 정했고 선관위원 전원이 동의했다.

- 지구협의회별 할당 인원이 충족됐을 경우 정기총회에서 이들에 대한 찬반 인준을 물어 과반수 찬성으로 선임한다.
- 할당 인원 초과 시, 무기명 비밀투표로 각 지구협의회별로 배정된 인원만큼 선출한다.
- 후보자가 미달될 시 총회석 상에서 추천받아 인준한다.

그리고 이사와 감사가 되고자 하는 자는 협회에서 마련한 소정의 등록 신청서(사진부착)와 영주권 또는 시민권 사본 1부를 제출토록 한다. 후보 등록 기간은 최소 10일을 주며 선관위원장이 등록에 관한 제반 사항을 실험 홍보물에 공고토록 조치한다.

끝으로 후보 신청을 할 경우 본인이 직접 본부협회 선관위에 할 수도 있고 자신이 속한 해당 지구협의회나 지구협회와 협의를 거쳐 인원 수에 대한 조율이 가능토록 했다.

올해 정기총회는 이상 살펴본 바와 같이 단독후보로 제출마한 회장단 인준 투표와 아울러 과거보다 절반으로 축소된 이사 6명과 감사 3명의 지구협의회 할당 인원에 대한 인준 투표가 실시되는 주목할 만한 모임이다. ■

**예.결산 정기이사회**

협회 정관 제7장 제21조 이사회 제1항 및 이사회 내규 제 4조 '회의' 제 2항에 의거, 아래와 같이 예.결산 정기이사회(4차)를 소집하오니 이사들은 참석하여 주시기 바랍니다.

- **일자 : 2019년 10월 3일(목) 오후 2시**
- **장소 : 협회 회의실(169 The West Mall, Etobicoke)**
- **안건 : 예.결산 심의, 내/외부 감사 보고 등**

**정기총회**

협회 정관 제3장 제7조 '회의' 제1항 '정기총회' 및 제 3항 '총회소집'에 의거, 아래와 같이 정기총회를 소집하오니 회원들은 참석하여 주시기 바랍니다.

- **일자 : 2019년 10월 16일(수) 오후 1시**
- **장소 : 협회 회의실(169 The West Mall, Etobicoke)**
- **안건 - 예.결산 보고 및 승인, 내/외부 감사 보고**  
- 26대 정.부회장 인준  
- 이사6인/감사3인 인준(선출)

\*정.부회장 인준 및 이사/감사 선출 투표가 실시되기 때문에 투표권을 행사할 정회원은 정기 총회장 입장 시 체납 회비를 완납하셔야 합니다. 회원 신분을 확인할 수 있는 사진부착 신분증을 반드시 지참하시기 바랍니다.



## 틈새시장 파고 들기 전략 스시 파는 편의점



거창한 비즈니스의 꿈을 꾸다가 스몰 비즈니스로 생각을 틀고는 성공을 거둔 한 인물과 그 사람의 사업 이야기를 하고자 한다. 그녀의 이름은 닝닝 쉐안(NingNing Xuan). 닝닝은 2001년에 상업을 전공하기 위해 중국에서 캐나다로 이민왔다. 처음 왔을 때 자신이 큰 비즈니스를 할 것이라는 포부를 가졌다.

그러다가 몬트리얼 다운타운에서 특별한 편의점을 15년 동안 운영하게 됐는데 전통적인 편의점에 특별한 푸드서비스 하나를 접목시킨 결과, 나름 탄탄한 성공을 거뒀다. 지금도 계속 주인 겸 영업을 하고 있으며 그의 초창기 이민 시절의 큰 비즈니스에 대한 생각은 접은 대신 스몰 비즈니스도 아름다운 것임을 깨달아가고 있다. “우리 가게는 완벽하고 우리의 삶은 정말 근사하다.” 닝닝의 확신에 찬 말이다.

그 특별한 푸드서비스는 다름아닌 ‘스시’다. 이런 저런 푸드서비스를 많은 편의점들이 제공하고 있지만 닝닝의 편의점이 취급하는 스시라는 음식 메뉴는 매우 별스러워 보인다.

몬트리얼에서도 패션과 유행의 첨단을 걷는 상업지대인 플레투(platteau)에 위치한 닝닝의 업소 간판명은 스시 데판뉴(Sushi Depanneur)이다. 상호에서 업소의 성격이 명확히 드러난다. “편의점인데 음식 서비스

로 스시도 먹을 수 있는 곳”이라는 메시지가 금방 전달된다.

그런데 스시가 곁다리로 편의점에 붙어있는 수준이 아니다. 100가지가 넘는 스시 종류에 압도당한다. 손님이 카운터에서 주문하면 남편인 슈주앙(Xujuang)이 즉석에서 만들어내는 신선한 스시들이다. 초밥스시와 마키스시는 기본이고 사시미도 가능하며 그밖에 다양한 특별 메뉴들이 손님의 구미를 사로잡는다.

그런가 하면 한켠에는 식료품 섹션이 자리하고 있고 이는 닝닝이 직접 챙긴다. 캔, 포장, 건조 식품, 각종 소스와 양념 등 아시아 요리에 필요한 식재료들이 풍부하게 쌓여 있다. 예를 들어 간장도 입맛이 다양한데 이 가게에서 취급하는 간장은 무려 20가지나 된다. 유기농 재료를 쓴 진하고 달달한 장도 있고 서민적인 얼큰한 국물만드는 톰얌 소스도 있다. (\*톰얌 스프는 얼핏 우리의 짬뽕 국물하고 비슷하다.)

“아시아 요리가 이 지역에서는 매우 인기가 있다. “애칭으로 손님들한테 니키라고 불리우는 닝닝은 아시아 요리 대부분이 서양 요리처럼 불에 직접 굽는 것이 많지 않다는 차이를 강조한다. 이 가게 손님들은 바로 아시아 식재료를 사다가 집에서 직접 만들어 먹는 것을 아주 좋아한다. 그래서 장사가 잘된다는 것이다.

그러나 전체 매출을 견인하는 핵심 아이템은 스시와 여타 신선한 아시안 음식들이다. 하나의 예를 들면 스시 피자라는 것이 있는데 밀가루 대신 쌀로 만든 피자다. 부부는 둘다 중국 요녕성(遼寧省) 항구도시 대련(大連) 출신인데 중국에서는 서로의 존재를 몰랐다가 오타와 칼튼 대학에서 같은 급우로 만났다. 그리고 2003년에 몬트리올로 이주해서 현재의 스시 편의점이라는 희한한 편의점을 함께 운영하기에 이른 것이다.

원래 가게는 닝닝의 여동생인 캐씨와 그녀 남편 차오레티안이 닝닝 부부가 인수하기 1년 전에 오픈했었다. 차오레티안은 중국본토의 매우 고급스런 식당에서 일한 경험이 있는 스시 전문 셰프이다. 두쌍의 아들 부부가 거의 1년 이상을 매달려 일했고 캐씨는 계산대를 지켰으며 스시 카운터에서 이런저런 허드렛일을 했다. 닝닝은 그 당시를 떠올리며 “우리는 운 좋게도 차오하고 일하며 스시 전문 기술을 배웠다”고 말한다. 아주 성실하고 잘 가르치는 사람이었다고 한다. 둘은 동서지간인 셈이다.

그렇게 기술 전수를 다 받은 후 닝닝 부부는 업소를 인수했다. 처음에는 가게 대상이 아주 더디게 오르는 듯 싶더니 역시 입소문의 효과가 확실한 전파력이 있었던지 언제부터인가 비약적 성장을 보여주기 시작했다.

## 스시 붐을 타고



▲ 일반 편의점 물건, 특히 아시안 식품들을 집중 취급하면서 스시 취급도 제대로 하는 특별한 편의점이다.

“당시 스시를 처음 시작했을 때는 지금처럼 인기있는 메뉴가 아니었다. 사람들의 관심이 모아지기까지 약 5년이 걸렸다.” 그런데 일단 입맛을 들이는 순간부터 스시, 생선, 야채, 아보카도, 쌀밥 등의 음식에 모두 열광적인 미식가가 되어 갔다. 2015년부터 사업은 일대 붐을 이뤘다. 공간이 협소해서 결국 더 큰 장소로 가게를 옮겼다. 지하철 근처인데다가 젊은 전문직과 학생들이 밀집된 부유한 지역이라 이 또한 사업 변장의 결정적 요인으로 작용했다.

가게 주변에 리커 스토어, 세컨컵이 있고 몇개의 레스토랑에 전문 아이팀들을 취급하는 숍들이 모여 있다. “이들 업소에서 일하는 사람과 손님들이 결국 우리 업소 손님들이다. 돈을 잘 쓰고 건강한 음식을 먹는데 아

낌없이 쓰는 술한 젊은이들이 들끓는다.”

이제 닝닝의 스시편의점은 종업원이 총 10여명 교대로 돌아간다. 스시는 신선하게 하기 위해 손님 주문에 따라 비로스 만들기 시작하며 배달 주문의 전화가 끊임없이 울려댄다. 직접 와서 주문해 기다렸다가 테이크아웃하는 손님도 물론 많다. “미리 만들어 놓는 경우는 거의 없다. 다만 점심과 저녁 식사 시간에 테이크아웃하는 도시락 메뉴의 경우 인기있는 메뉴에 한해 미리 해놓는다.”

부부는 딸아이 한명을 키우는 부모이기도 한데 사업이 번창하는 가운데에 키우며 정말 열심히 일해왔다. 여주인 닝닝은 “우리의 목표는 항상 한가지 것에 집중해 왔으며 그 한가지는 우리가 잘 할 수 있는 것이고 완벽하게 개선할 수 있는 그런 것”이라고 말한다. 한가지에 모든 시간을 바치는 가운데 집에서 애기도 키우는 역할을 보이는 닝닝은 “그 한가지를 우리 가게와 우리 인생에서 이룬 것 같다.”며 만족스러운 미소를 짓는다.

그녀의 삶과 비즈니스에 대한 철학은 “스스로를 믿어라”이다. 회의적인 조언에 귀 기울이지 말고 자신의 능력을 믿고 성공하겠다는 투지하에 목표를 밀고나가는 자세를 강조하는 또순이 닝닝의 삶의 자세가 부럽다. 아무나 못할 일이며 용기있는 자만이 흉내낼 일이다. ■

### 〈Sushi Depanneur 정보〉

- 위치 : 928 Avenue du Mont-Royal Est, Montreal, (514) 523-5555
- 영업시간 : 화~일 11 : 00 am - 3 : 00 pm, 4 : 00 pm - 9 : 00 pm (매주 월요일 휴무)
- 종업원 : 주인 부부 포함 10명 (교대인원 총인원)
- 웹사이트 : www.sushidepanneur.com

〈11면에 이어〉

### 편의점 / 주유소 인력난 끝이 안보여

축소하느라 급급했다. 무분별한 유입을 통제한다는 이미지를 주기 위해 정부는 제도에 변화를 줬는데 다름아닌 수수료 부과다. 해외노동자 자격 신청시 신청수수료를 노동자 1인 당 1,000달러 씩 부과한 것이다. 이 돈은 환불해주지 않는다. 또 하나의 변화는 신청 심사 기간을 길게 끄는 것이다. 6개월 정도 걸린다고 한다. 이렇게 1000달러의 돈과 6개월이라는 긴 기간의 심사 대가로 이 지역 인력난에 시달리는 업주들의 그나마 숨통을 틔워주던 TFW 제도는 매력을 잃게 됐다.

인력난 해결은 여전히 난망한 과제다. 한동안 이 제도의 덕을 보며 문제를 해결을 해왔던 B.C주와 알버타가 가장 힘겨워하고 있다. 참고로 TFW제도가 가장 활성화됐던 2013년에 캐나다 전역의 합법적 단기체류 해외인력은 492,000명이며 2015년에 알버타에만 85,000여 명이 채용돼 있었다. ■

## 다운타운 바쁜 직장인 겨냥 롱고스, 편의점 규모 매장 오픈



오피스 밀집지역의 근무자들 편의를 위해 푸드 서비스에 집중해온 롱고스가 지난 8월 19일에 소규모의 편의점 컨셉에 어울리는 식품점을 오픈했다. 프론토 이츠(Pronto Eats)라는 간판을 단 이 업소는 영/블루어지 하철에서 나오자마자 눈에 들어오는 허드슨 베이 센터에 위치하고 있다.

소위 패스(PATH) 라는 보행자 지하 통로 지역에 들어섰는데 즉석 소비 가능한 기성조리식품 혹은 준 기성 간편 식사 대용품(semi-prepared meal)들로 채워져 있다. 여기에 로스트 커피와 수제 에스프레소 등의 더운 음료까지 준비돼 있어서 구색을 맞추고 있다.

“패스 안에서 일하든 그 인근에서 일하든 주변 직장인들을 위해 패스의 롱고스 매장은 시간적으로나 품질면에서나 편리성으로 볼 때 간편 식사 해결의 안성맞춤 장소이다.” 매장 오픈을 발표하며 기자 회견에서 회사대변인 로잔느 롱고씨가 한 말이다.

롱고스가 이미 2004년부터 제공해오고 있고 국내 최대의 식품점 온라인 서비스 규모를 자랑하는 온라인 쇼핑(주문)과 배달 서비스 프로그램 ‘그로서리 게이트웨이’(Grocery Gateway) 역시 이곳에서도 제공이 가능하다. 이 서비스는 주문 당일 배달 서비스가 가능한 것이다. 고객들은 또한

당일날 픽업을 할 수도 있고 주문 앱인 리추얼(Ritual)로 대금을 온라인 지급할 수도 있다. 업소는 일회용 플라스틱 백을 제공하지 않지만 재활용 목적으로 제작된 쇼핑백 등은 제공가능하다.

프론토 이츠의 규모는 1,000평방피트로 일반 편의점보다도 작다. 롱고스 매장의 평균 면적은 35,000평 방피트이므로 규모만 놓고 보면 편의점으로 분류된다. 롱고스의 중간 규모 매장이인 마켓(The Market)은 5,500~7,000평방피트 수준이며 신선 과일이나 육류 등 전통적인 식료품을 취급한다. 이는 도심 거주자를 겨냥한 중간 규모다. 따라서 대형과 중형 매장을 통한 소비자 접근에 편의점같은 미니 매장까지 보태지며 다양한 소비자층을 아우르게 됐다는 점에서 의미를 가진다.

다시 말해 대형은 외곽 주거 단지 소비자, 중간인 마켓은 도시민, 이번의 프론토 이츠는 오피스 건물 밀집지대의 직장인을 겨냥한다고 보겠다.

이미 지난 여름 롱고스는 4만 여 평방피트 규모로 토론토 영/세퍼드 센터를 오픈하느라 북새통을 쳤다. 한편, 회사측은 편의점 규모의 매장을 올 가을 두개 더 오픈할 계획인데 한 곳은 토론토 리버티 빌리지에, 또 한 곳은 뉴마켓 북쪽 경계의 이스트 그윌럼버리에 개장한다. ■



# 물건사는 손님 아닌 삶의 동반자로 대해야 트래픽 증대, 전문가 조언



▲ 아마존의 주문 배달 서비스가 아무리 편리해도 따뜻한 가슴을 여는 인간적 교류는 편의점 이외의 어떤 소매채널에서도 체험할 수 없는 귀중한 자산이다. 여기에 스피드를 담보하는 하이테크 장치들이 보태지면 금상첨화이겠다.

지난 봄 열린 컨비니언스유(Convenience U & CARWACS) 행사에서 초청 연설자의 한 사람인 토니 챔펜씨는 편의점 트래픽 증대와 관련한 기본 자세를 주제로 값진 연설을 했다. 소매업 대상의 컨설팅 전문가인 그의 핵심 메시지를 정리 소개한다.

그가 던진 메시지의 요체를 그가 말한 영어 한마디로 압축하면 “shift from being transactional to transformational”이다. 손님과의 비즈니스 거래 관계라는 좁은 틀에서 벗어나 인격체들끼리의 상호 관계라는 보다 변혁적인 자세로 탈바꿈하자는 제안이다. 깊이 통찰할 조언이다.

‘트래픽’은 정말 무게나가는 단어다. 점점 더 많은 소비자들이 온라인 주문을 하는 세상이다. 모든 것이 배달되고 손가락으로 클릭만 하면 주문자 앞에 원하는 물건이 놓인다. 이런 세상에서 오프라인 공간인 내 업소 안으로 손님이 들락거리는 트래픽 강화가 가능하기는 한가?

트래픽은 소매업소의 산소(oxygen)다. 인체가 산소없이 단 한순간도 살 수 없듯이 소매업소에서 트래픽은 산소같은 존재다. 트래픽이 일단 많아야 충동구매든 목적의식적 구매든 구매로 이어지는 것이다. 이것이 없으면 비즈니스는 그냥 고사되는 것이다. 여기서 의미있는 태도가 나와야 한

다. 당신은 자신의 업소가 물건을 사는 장소라는 단순한 사고에서 뭔가 다른 것이 돼야 한다는 사고의 전환을 시도해야 할 필요가 있다.

“되어야 할 어떤 장소”(the place to be)라는 의미는 손님에게 가장 중요하다고 생각되는 그 무엇을 줄 수 있는 장소라는 의미다. 그것은 손님 의 자녀가 환한 미소를 지을 수 있는 웰빙 주전부리일 수도 있다. 주인인 내 입장에서는 그들이 더 건강한 먹거리를 소비한다는 사실을 인식한다. 바쁜 오후 시간에 손님에게 기분전환용 에너지를 줄 수 있는 각종 식품 일 수도 있다. 집에 때마침 떨어진 물건인데 지금 꼭 필요한 물건일 수도 있다.

그런데 이런 모든 것을 뛰어넘는 진짜 그 무엇이 되어야 한다. 바로 ‘인간성(humanity)’이다. 모든 것은 이 전제하에서 비로소 의미를 가진다.

손님 이름을 알고 진정으로 그들을 대하는 자세. 손님 의 가족근황까지도 관심쬐주는 마음씨, 밖에 묶어놓은 개가 있는 것을 알고 갈 때 개 먹이라고 애원동물 스넥하나를 건네는 자상함, 이런 것들은 나의 본성과 내 삶의 전체 여정과 연결되는 것들이다. 편의점 업주는 손님이 진정으로 바라는 것을 깨닫고 이해하는데 충분한 시간을 가져야 할 것이다. 스타워즈의 요다 역할을 해야 한다. 이야기의 주인공이 되려 하기 보다는 도우미가 되려는 겸손한 자세. 바로 이 자세로 손님을 대할 때 비로소 손님도 업주에 대한 깊은 신뢰와 충성도를 가지게 된다.

단순한 거래 대상으로서의 손님이 아니라 보다 변혁적인 인간 관계로 일대 전환을 시도할 필요가 있다. 이는 하이테크가 해줄 수 있는 영역이 아니다. 아무리 테크놀로지가 뛰어나봤자 뛰는 가슴이 없다.

손님이 당신 업소에 들어왔다. 그들을 오래 붙잡아두고 장바구니 크기를 키울 수 있는 방법은? 불을 지피는 두개의 실린더가 있다. 하나는 '더 많이'(more)이고 또 하나는 '더 적게'(less)이다. 전자는 안전과 보안이다.

이에 관해서는 더 잘 돼 있을수록 좋은 것이다. 업소 외관이 뭔가 손님을 불러들일 매력적인 분위기여야 한다. 들어가기에 망설여지는 환경은 치명적이다. 유리창이 깨끗하고 투명해야 한다. 맑고 투명한 유리창은 마치 가게의 자존감을 드러내는 당당한 이미지를 준다.

업소 밖에서 이런 좋은 인상을 받고서 문을 밀고 업소 안으로 들어갔다. 모든 것이 질서정연하다. 즉각 눈에 들어온다. 선반의 모든 물건들이 생기가 있어 보인다. 시간을 더 보내고 더 체류하고 싶어진다. 거기다가 들어서자 종업원이 관심을 가지고 맞아준다. 조금이라도 인간적인 온기를 전달할 시간을 보낸다. 자, 이런 정도의 커넥션을 성사시키면 손님은 감동한다. 그 어느 업소를 가도 경험해보지 못한 따뜻한 인간미를 느끼게 해주는 것이다. 새로 나온 식품이 있다. 시식을 권해준다. "이거 먹어본 적 있나요?", "한번 드셔보시죠" 손님을 개입시켜서 주인과 함께 가는 인생 여정. 이 수준이면 동반자이다. 여기까지 언급한 것이 앞에서 한 단어로 표현했던 'more'에 해당하는 풍광이다.

두번째로 '더 적게'(less) 개념을 살펴보자. 걸림돌없이 순탄하게 흘러가게 한다는 것인데 덜 힘들고 이뤄질 수 있는 환경을 의미한다. 쇼핑 후 지불 시간이 덜 소요돼야 한다. 찾은 물건을 덜 시간들이고 편하게 찾을 수 있어야 한다. 한마디로 쇼핑하기 쉽고 편해야 한다는 말이다. 우유 한 통 사려고 뒤로 가면 가다가 눈에 진열 위치가 들어와야 한다. 내 삶을 질

서정연하게 하듯 내 업소도 그렇게 해야 한다.

딜레마는 있다. 스피드있게 하며 인간미 넘치는 서비스가 양립가능한가? 그렇게 돼야 한다. 이 둘을 함께 느낄 수 있는 소매 공간으로 편의점을 능가할 곳은 없었다. 세상이 변했다. 스마트폰 하나로 모든 것이 편하고 빨라졌다. 아마존의 배달 서비스를 보라. 30분, 1시간에 이뤄지는 것이 많다. 이제 편의점의 최고 장점인 편리성(convenience)은 전면에 내세우기 힘들어졌다. 프레임을 어떻게 다시 짜야 할까?

온라인과의 경쟁에서 대두된 과거의 편리성이 아닌 다른 의미의 편리성 개념으로 프레임을 새로 짜야 한다. 버튼이나 누르고 클릭하는 것이 아니라 비록 오프라인이지만 거기에 가면 내가 필요로 하는 물건을 쉽게 손에 넣을 수 있고 들락날락하는데 어려움이 없고 카드로 탭핑하면 계산이 금방 이뤄지는 정도이면 손님에게 편리성을 느끼게 하기에 충분하다. 이상 설명한 more와 less의 두 개념이 조화를 이루는 편의점 공간이라면 온라인이 아무리 편리성을 지배한다고 하더라도 고객 충성도를 견고하게 만들 수 있다. 온라인이 결코 줄 수 없는 인간미를 교환하는 공간이기 때문이다.

손님으로 하여금 자신의 삶에서 함께 한다는 느낌이 드는 업주가 되어야 한다. 스타워즈의 요다와 같은 사고방식을 가졌다면 그는 최고의 소매 업주이다. 손님에게는 대단한 매력이자 요술같은 신비로운 힘을 발휘할 것이다. 강력한 메시지는 이렇다. "저는 물건을 파는 것이 아닙니다. 저는 당신을 돕고 있는 것입니다."(I'm not selling, I'm helping you) 이런 느낌이 들도록 해준다. 모바일에서 웬만한 것들을 즐기는 세상에서 이 트렌드와 정면 승부를 걸 수는 없다. 대세는 이미 기울었다. 따라서 절대로 모바일 세계가 줄 수 없는 세계를 구축해서 승부하도록 해야 한다. 그것이 바로 인간적 연결(human connection)이라는 점을 명심하자. 천하의 아마존이라 해도 결코 흉내내기 불가능한 영역이다. 뛰는 심장이 없는 서비스, 일종의 영혼없는 밴딩 머신하고 공연히 싸움하지는 말자. 할 수 있는 차별화 전략, 가슴을 느끼게 하는 서비스, 이것을 보여주면 되는 것이다. ■



## 셰익스피어 고향의 아름다운 편의점

셰익스피어의 고향 Stratford-upon-Avon 주택가에 들어선 아름다운 편의점 '심플리 프레쉬'(Simply Fresh)가 풍성한 노점 꽃 판매대로 그 화려함을 더하고 있다. 주민들은 사는 것도 사는 것이지만 그냥 눈요기 감상만 해도 마음이 너무 즐겁고 맑아진다고 동네 명소처럼 자랑으로 삼는다. 일주일 단위로 꽃을 교체한다는 지나가는 외지인들조차 차를 세우고 구경을 하다가 갈 지경이다. 업소는 약 1,800평방피트인데 입구부터 바닥에 이르기까지 나무로 지어져 고색창연하다. 숲은 인근 전문 업소들과 공유하는 종류들이 많지만 지역 특산 맥주를 취급한다는 점에서 차별화된다. 무엇보다도 주인과 종업원의 인간미 넘치는 서비스가 가장 큰 매력이라는 평가다. 자기 업소만의 개성과 향기가 가득한 편의점을 가꿔보는 것은 어떨까 싶다. ■



## ■ KBA 협동조합

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

## ■ 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  
 Saint Jimmy's Coffee Service ----- (416) 250-9427

## ■ 우유

SAPUTO(Neilson Dairy) ----- (800) 663-4724

## ■ 스낵

Frito Lay Canada ----- (905) 460-2414  
 South Cove ----- (905) 829-3666  
 Conagra Brands Canada ----- (416) 679-4200

## ■ 샌드위치

Classic group of companies ----- (866) 760-1926  
 A Biz Gourmet(Shirley 부사장) ----- (866) 760-1926

## ■ Meat Jerky

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

## ■ 초코렛 / 캔디

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

## ■ 아이스크림

Nestle Ice Cream ----- (905) 458-3600  
 Ontario (800) 500-5634

## ■ ATM / Debit

Touch Cash ----- 1- (866) 391-3950  
 Moneris Solutions ----- 1- (877) 789-5335  
 1Solution ----- 1- (888) 554-7355

## ■ 잡지

Metro 360 ----- (416) 285-2050  
 News Group ----- (905) 681-1113

## ■ 법률관련

변호사 이영동 ----- (905) 272-4339  
 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  
 이방록(회계사) ----- (416) 221-2009  
 박효진(보험중개인) ----- (416) 985-5287

## ■ 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

## ■ 광고 미디어 전문 대행 회사

Adapt Media ----- (416) 856-4466

## ■ 기타

Kocom ----- (416) 769-3532  
 DSC Digital System ----- (416) 255-6549  
 David Health International ----- (647) 726-1010  
 허바헬스 ----- (416) 435-5754  
 365 Wholesale ----- (416) 931-9002  
 Butterfly Fashion ----- (416) 785-5999  
 The Best Inventory Service ----- (905) 359-8560  
 원도매상 ----- (416) 661-6664  
 DavidWholeSale ----- (416) 419-3751  
 78 Trading ----- (437) 777-7878  
 Yeno Trading ----- (647) 967-6561  
 용역 회사 Tyson Lee ----- (647) 545-0922  
 Atlantic Prepaid Card ----- (888) 479-7779





Sincere Trading of KBA  
West Mall Branch

# September

SPECIAL SALE  
Sep. 1~30



## Lassonde

Del Monte 960ml All Flavours Reg.\$1.65 **Spe.\$1.15**  
Oasis 960ml All Flavours Reg.\$1.65 **Spe.\$1.15**



## Red Bull

24/250ml Original Only  
Reg.\$42.99 **Spe.\$39.99**



## Fiji

24/500ml Reg.\$24.49 **Spe.\$18.99**  
12/1L Reg.\$22.29 **Spe.\$16.99**  
12/1.5L Reg.\$26.69 **Spe.\$19.99**



## McCain

French Fries 900g Reg.\$2.69 **Spe.\$1.99**  
Xtra Crispy Fries 650g Reg.\$3.09 **Spe.\$2.49**  
Premium Super Fries 650g Reg.\$3.09 **Spe.\$2.49**  
Xtra Crisp Seasoned Fries 650g Reg.\$3.09 **Spe.\$2.49**  
Deep'n Delicious Cakes 510g Reg.\$4.79 **Spe.\$3.99**  
Deep'n Delicious Fruit Pies 680g Reg.\$4.79 **Spe.\$3.99**  
Delicious Cream Pies 400g Reg.\$4.79 **Spe.\$3.99**  
Pizza Pocket 3pack Reg.\$3.49 **Spe.\$2.49**



## Sara Lee

Cheese cake 538g Strawberry & Cherry Reg.\$4.99 **Spe.\$3.59**  
Oven fresh Pies 1.04kg All Flavours Reg.\$5.29 **Spe.\$3.59**  
Pound Cake 304g Reg.\$3.59 **Spe.\$2.79**  
Cream Pies 55g - 765g All Flavours Reg.\$6.99 **Spe.\$4.69**



**Vidal Candy**  
1.2kg All Flavours Reg.\$7.49 **Spe.\$6.49**

**4<sup>19</sup>**



**C.B Powell**  
Blue Diamond 170g All flavours Reg.\$6.89 **Spe.\$4.19**  
Blue Diamond 12/43g All flavours Reg.\$21.49 **Spe.\$13.99**



**1<sup>99</sup>**  
**Kelloggs**  
Pringles 148g - 156g  
All Flavours  
Reg.\$2.39 **Spe.\$1.99**



**Mondelez**  
Crispers 175g All Flavours Reg.\$2.15 **Spe.\$1.95**  
Triscuit 225g All Flavours Reg.\$2.65 **Spe.\$2.39**

**2<sup>39</sup>**



**22<sup>29</sup>** **18<sup>59</sup>** **23<sup>29</sup>**

**Regal**  
Dubble Bubble Gumball Machine Reg.\$20.99 **Spe.\$18.59**  
D. Bubble Jackpot Gumball Machine Reg.\$25.29 **Spe.\$22.29**  
Junior Mints Reg.\$24.99 **Spe.\$23.29**  
Junior Caramels Reg.\$24.99 **Spe.\$23.29**



**C.B Powell**  
Stagg Chili 425g  
All Flavours Reg.\$2.85  
**Spe.\$2.55**

**2<sup>55</sup>**



**SPAM**  
Spam Luncheon Meat 340g  
All Flavours Reg.\$3.29  
**Spe.\$3.09**

**3<sup>09</sup>**



**Hunts**  
Hunts Pasta Sauce 680ml  
All Flavours Reg.\$1.99  
**Spe.\$1.19**

**1<sup>19</sup>**



**Mars**  
Chocolate Singles 24's  
Reg.\$23.99 **Spe.\$19.99**  
Chocolate King Size 24's  
Reg.\$35.49 **Spe.\$29.99**



**Campbells**  
Campbells Broth 284ml Chicken/Beef/Chicken(Chinese) Reg.\$1.69 **Spe.\$1.39**  
Ready to Serve Red and White 540ml All flavours Reg.\$2.49 **Spe.\$1.79**  
Chunky Soup 540ml All flavours Reg.\$3.05 **Spe.\$2.15**  
Chunky Chili 425g All flavours Reg.\$2.55 **Spe.\$2.29**  
Everyday Gourmet 500ml All flavours Reg.\$2.55 **Spe.\$2.25**  
Habitant Soup 796ml All flavours Reg.\$2.55 **Spe.\$1.79**  
Cup Noodles 55g All flavours Reg.\$13.79 **Spe.\$10.99**  
Prego Pasta Sauce 645ml All flavours Reg.\$2.49 **Spe.\$2.29**  
Goldfish 180g All flavours Reg.\$2.69 **Spe.\$2.05**



**1<sup>59</sup>** **1<sup>39</sup>**  
**1<sup>45</sup>** **1<sup>69</sup>**  
**Clover Leaf**  
Brunswick Seafood Snacks 92g - 100g All Flavours Reg.\$1.55 **Spe.\$1.39**  
Value Added Tuna 85g All Flavours Reg.\$1.65 **Spe.\$1.45**  
Skipjack Tuna 170g All Kinds Reg.\$1.99 **Spe.\$1.45**  
Premium Light Yellow tuna 142g All Kinds Reg.\$2.19 **Spe.\$1.69**  
Smoked Oysters 85g Original & Spicy Reg.\$1.85 **Spe.\$1.59**  
Smoked Oysters 85g Reg.\$1.85 **Spe.\$1.59**



**Bertolli**  
 Olive Oil 250ml Classico & Extra Light  
 Reg.\$3.55 **Spe.\$3.29**  
 Olive Oil 250ml Extra Virgin  
 Reg.\$3.75 **Spe.\$3.29**  
 Olive Oil 500ml Classico & Extra Light  
 Reg.\$5.25 **Spe.\$3.99**  
 Olive Oil 500ml Extra Virgin  
 Reg.\$5.55 **Spe.\$3.99**

**4<sup>95</sup>**



**Redpath**  
 Sugar 10/2kg  
 Reg.\$23.99 **Spe.\$19.99**

**19<sup>99</sup>**



**Billy Bee**  
 Upside Down Squeeze 375g Reg.\$5.59 **Spe.\$4.59**  
 White Bear 375g Reg.\$5.59 **Spe.\$4.59**  
 White Squeeze Beehive 500g Reg.\$6.35 **Spe.\$5.35**

**4<sup>59</sup>** **5<sup>35</sup>**



**Nestle Purina**  
 Beneful Dry Dog Food 1.6kg  
 All kinds Reg.\$5.59 **Spe.\$4.99**  
 Beneful Wet Dog Food 283g  
 All kinds Reg.\$2.25 **Spe.\$1.95**

**4<sup>99</sup>**

**1<sup>95</sup>**

**1<sup>59</sup>**



**Smuckers DLM**  
 PUP-peroni 75g All Flavours Reg.\$1.79 **Spe.\$1.59**  
 PUP-peroni 158g All Flavours Reg.\$2.75 **Spe.\$2.45**  
 Jerky Treats 170g All Flavours Reg.\$2.75 **Spe.\$2.49**  
 Alley Cat 2kg Reg.\$3.69 **Spe.\$3.29**  
 Meow Mix Original Choice 500g Reg.\$2.25 **Spe.\$1.89**  
 Meow Mix Original Choice 2kg Reg.\$6.49 **Spe.\$5.39**  
 Milkbone 113g All Flavours Reg.\$1.85 **Spe.\$1.59**

**3<sup>29</sup>**

**2<sup>49</sup>**



**Always**

Always Ultra Slender w/ Flexi-wings 18's	4.69	<b>3.95</b>
Always Ultra Regular Thin w/ Flexi Wings 10's	3.09	<b>2.95</b>
Always Ultra Overnight w Flexi Wings 14's	4.69	<b>3.95</b>
Always Ultra Regular w/ Flexi Wings 18's	4.69	<b>3.95</b>
Always Thin Ultra Long w/ Flexi wings 16's	4.69	<b>3.95</b>
Always Ultra Regular 22's	4.69	<b>3.95</b>
Always Thin Maxi Regular w/Flexi wings 10's	3.09	<b>2.95</b>
Always Maxi Regular w/Flexi wings 18's	4.69	<b>3.95</b>
Always Maxi Overnight 14's	4.69	<b>3.95</b>
Always Ultra Thin Long w/ Flexi wings 14's	4.69	<b>3.95</b>
Always Ultra Thin Reg 16's	4.69	<b>3.95</b>
Always Ultra Thin Long 20's	4.69	<b>3.95</b>
<b>ALWAYS RADIANT INFINITY REGULAR PADS</b>		
Flexi Wings 12pk	4.69	<b>3.95</b>
Flexi Wings 16pk	4.69	<b>3.95</b>
Reg 64pk	4.69	<b>3.95</b>
<b>ALWAYS THIN/MINCE FLEXI-STYLE</b>		
Pantliners 60's Unscented 60pk	4.69	<b>4.09</b>

**Tampax**  
 Regular 10's Reg.\$16.89 **Spe.\$15.19**  
 Super 10's Reg.\$16.89 **Spe.\$15.19**  
 Super Plus 10's Reg.\$16.89 **Spe.\$15.19**



**15<sup>19</sup>**



**19<sup>49</sup>** **17<sup>99</sup>**  
**Cascades**  
 April Soft Bathroom Tissue 4's Reg.\$21.49 **Spe.\$19.49**  
 Fiesta Paper Towel 2'S Reg.\$19.99 **Spe.\$17.99**



**West Mall Branch**  
 169 The West Mall, Etobicoke  
 T(416)867-1444 / F(416)789-5013

**Business Hours**

Mon. 06:30 - 17:00  
 Tue. 06:30 - 17:00  
 Wed. 06:30 - 17:00  
 Thur. 06:30 - 17:00  
 Fri. 06:30 - 17:00  
 Sat. 06:30 - 16:00  
**Sun. 11:00 - 17:00**





# 2019 9.8~10.5

Frito Lay Canada에서는 2019년 9월 8일부터 2019년 10월 5일까지 클럽 골드 회원, 플래티넘 회원, 다이아몬드 회원에게 스페셜을 실시하오니 방문하는 판매 담당자 또는 드라이버에게 문의하세요. 4주 한정기간 동안 프로모션이 있으니 적극 활용해 주시기 바랍니다. \*위 스페셜 상품들은 OKBA프로그램 스토어에도 적용됩니다.

Take Home



Ruffles 2/\$7



Cheetos 2/\$7

# 2019 9.8~9.28

Single Serve



Lay's / Doritos / Miss Vickie's / Smartfood  
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

Happiness is simple