

실업뉴스



The Ontario Korean Businessmen's Association News
2018년 6월 20일 수요일 제753호

**2018 OKBA
GOLF
TOURNAMENT**

**GLEN EAGLE
GOLF CLUB**

July 24(Tue)

15731 Regional Road 50,
Caledon, ON. L7E 3H9

OKBA와 친구해요!
카카오톡 플러스 친구 OPEN

돋보기 검색창에서 'OKBA' 검색 후
플러스 친구 추가하세요.

생생한 정보를 전달합니다!

\$20

\$2,000,000 SUPREME

7월 2일 새로운
NATIONAL INSTANT
복권이 출시됩니다

\$2백만 1등상 10개 : 평균
당첨 확률: 3.16대 1

\$40-\$500 상금 총 250만 개 : 당첨금
지급률: 70%

매장 내 지원:

CDU 비디오 • POS • 파워월

이뿐만 아니라... TV, 디지털, 유튜브 및 소셜 미디어 광고!

복권 진열대(Silent Sellers)에 빈 공간이 하나도 없도록 복권으로 가득 채워 매출 및 판매수수료를 극대화하십시오. 판매된 팩 하나에 \$32의 판매수수료가 지급됩니다!



신규 직원 복권 판매 교육

복권을 판매하거나 당첨금을 지급할 신규 직원을 채용할 경우, 내규 제5.1절 인증 절차(Validation Procedures) 및 제 4.1절 연령 통제(Age Control) 등, OLG의 중요한 규정 준수 요건에 관한 교육을 반드시 받도록 하십시오.

규정 준수 실태를 점검하기 위한 미스터리 쇼핑에는 위 두 가지 요건이 포함되며, 흔히 신규 직원 또는 비상근 직원이 불합격 사유가 되는 실수를 저지를 가능성이 가장 높습니다.



OKBA

Ontario Korean Businessmen's Association

■ Publisher

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

■ General Manager

Don Cha (전무 차동훈)
Tel (416)789-7891(ext.30)
e-mail.doncha@okba.net
▶ 대정부활동 및 실무 총괄

■ Business Manager

Sunny Chon (실장 전승원)
Tel (416)789-7891(ext.21)
e-mail.sunnyc@okba.net
▶ 사업개발
▶ 공급업체 상담
▶ 행사관련 사항
▶ 회원등록

■ Business

Brian Lee (이주녕)
Tel (416)789-7891(ext.26)
e-mail.brianjn1108@okba.net
▶ 사업개발
▶ 공급업체 상담
▶ 행사관련 사항
▶ 회원등록

■ Accounting

Sei Hwan Kim (김세환)
Tel (416)789-7891(ext.24)
e-mail.accounting@okba.net
▶ 리베이트
▶ 대외 A/P, A/R
▶ 실험사무 관리

■ Reporter

Kwangil Kim (실장 김광일)
Tel (416)789-7891(ext.23)
e-mail.tedkim@okba.net
▶ 실험뉴스 취재
▶ 기사제보
▶ 홍보사항

■ Design

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

■ Website

www.okba.net

Publication Mail Agreement No:41140510

Return Undeliverable Canadian Address to:
Ontario Korean Businessmen's Association
175 The West Mall, Etobicoke, ON M9C 1C2
Tel.(416)789-7891 Fax.(416)789-7834



C O N T E N T S

캐나다 자판기 시장 상승세 | 04~07
피터보로 지구협회 골프 대회

공간제약 초월하는 편의성과 편의점 | 08~12
어덱트미디어 광고계약 관련 추가 공지

나이아가라 지구협회 골프 대회 | 13
킹스톤 지구협회 골프 대회

대한민국, 궤련형 전자담배 유해성 논란 | 14

연기와 함께 쓰러지는 사람들 | 15

16~17 | 고객이 정을 느끼는 편의점 만들기
美 편의점과 자동차에 관한 토막 정보

18~19 | 교양 상식
: 캐나다의 매우 별난 상 '서류무게 으뜸상'

20 | Sunny의 건강 이야기(13): 암(癌) - 7

21 | OKBA 지구협회장 전화번호
2018년 협회 주요 사업

22 | Directory

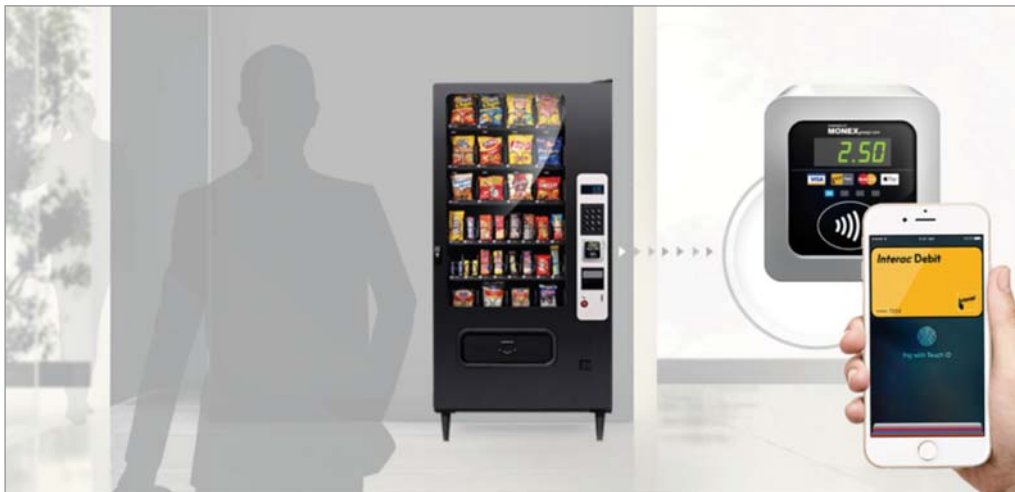
오랜 세월 캐나다 사람들에게 '자판기(vending machine)'하면 캔디, 피넛, 팝음료 등 주전부리나 음료수가 연상되는 물건이었다.

그런데 최근에 국내 자판기 취급 제품이 웰빙 대세를 반영한 식음료와 여타 제품군을 훨씬 다 다양하게 취급하게 되면서 자판기 시장에 근본적 변화의 바람이 일고 있는 것이냐는 전망이 나오고 있다. 하지만 당장에 혹은 가까운 장래에 그럴 가능성은 없을 것이라고 전문가들은 진단하고 있다. 그럼에도 불구하고 자판기 시장은 주목해야 할 뚜렷한 경향을 보여주고 있는 것은 사실이다. (혼동을 피하기 위해 '자판기 시장'이라고 표현할 때 '행여 자판기 설비의 제조 생산 판매 시장 규모로 이해하면 안되며 자판기를 통해 판매되는 상품 매출을 의미하는 것으로 이해해야 한다.)

퀸즈 대학 비즈니스 스쿨의 켄 왕(Ken Wong)교수는 "자판기는 재래식 소매업과 전자상거래 사이의 한 틈새를 파고든 흥미로운 균열(crack)"이라고 묘사한다. 교수는 마케팅 분야와 비즈니스 개발 및 전략 분야에서 국내 으뜸가는 석학 중 한 사람이다. "은행이 있지만 도처에 ATM머신이 있는 것과 유사한 관계가 바로 편의점과 자판기의 관계다. 이렇게 공존하는 관계로 자판기 시장에 중대 변화가 있을 것이라고 확신하지는 못하지만 그래도 그 이상의 무엇이 일어날 수 있다는 기대는 하고 있다."

편의점에 어떤 영향 끼치려나...

캐나다 자판기 시장 상승세



▲ 벤딩머신의 눈부신 진화발전. 하이테크놀로지 덕분에 동전넣는 기계따위로 생각하면 안된다.

왕 교수에 따르면 자판기 시장에서 살펴볼 두가지 이슈가 있는데 첫번째가 대금결제와 관련한 기술 발전이고 두번째가 인건비 문제다. 이 둘은 자판기 시장의 급속한 발전을 추동하는 두가지 요소이며 특히 미국과 같은 나라에서 일명 '극소상권(極小商圈 micro market)'이라 불리는 시장의 발전과 밀접한 관련이 있다. 참고로 극소상권이라는 표현 자체는 편의점 왕국 일본 시장을 가리켜 가장 빈번하게 등장한 표현이다. 자판기가 워낙 발전한 일본이 다보니 자판기 편의점이라는 용어가 등장했고 이 또한 시장이기는 마찬가지이며 단지 초미니 시장이기 때문

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

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

Moneris
BE PAYMENT READY

실업인 협회 단체보험
KMI Brokers Inc.

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

오중찬 : C) 416-602-7083
joongchanoh@gmail.com

에 마이크로 마켓이라는 표현으로 발전한 것으로 보인다. 마이크로 마켓은 또 전자 칩 등 컴퓨터 산업과 관련해서도 유행어로 자리잡고 있다.

2017년 미국 휴스턴에서 나온 한 자료에 의하면 2017년 캐나다 자판기 시장 규모는 2016년 대비 42%가 증가한 9.5억 달러를 기록하고 있다.

자판기 수로 보면 5,000여 개 이상이 추가되면서 총 18,000개 가까운 자판기가 캐나다 전역에 설치돼 있다. 2022년이 되면 35,000여 개로 늘어나고 2027년의 자판기를 통한 상품 판매 연평균 매출액은 16억 달러가 될 것으로 전망된다.

자판기에 대한 흥미로운 이야기거리도 넘친다. 몬트리얼 지하철 역사에 설치된 자판기는 신선한 샐러드를 취급하는가 하면 밴쿠버 초고층 콘도 1층 상가에 설치된 자판기에서는 우유, 계란, 베이컨 등 기초 식재료도 살 수 있다.

시장조사 기관 유로모니터가 2017년 2월에 내놓은 국가별 자판기 관련 동향 자료에 따르면 캐나다는 사람들이 현금을 점점 덜 휴대하고 다니는 "현금불필요 증가국"(an increasingly cashless society)에 속한다고 분류했다. 그런데 이 이슈와 맞닿아 있는 것이 바로 현금 결제 불가능 자판기가 늘고 있는 현상이다. 현금 사용이 안되며 보다 편리한, 예를 들어 애플페이(Apple Pay)와 같은 결제 수단만이 가능한 자판기가 증가하고 있다는 말이다. 이는 캐나다 소비자들로 하여금 자판기를 통한 쇼핑을 보다 용이하게 해주는 환경 조성이다.

자판기 천국 일본처럼? 캐나다는 아니야

물론, 보고서는 캐나다에서 당분간은 전통적인 아이템인 포장용기 식음료가 자판기 아이템이 대체를 이룰 것이라는 점은 지적하고 있다.

캐나다 자판기 취급 품목이 일정 부분 다양하게 옮겨가는 것이 놀라운 것은 아니지만 그렇다고 일본만큼 광범위하게 사회적으로 용납되거나 기술적으로 세련된 수준에는 결코 미치지 못한다고 윙 교수는 말한다.

일본은 초밥, 국수 등 온갖 먹거리부터 의약품 등 웬만한 생필품은 물론 인간이 상상할 수 있는 거의 모든 상품을 자판기로 살 수 있는 그야말로 자판기 천국이다.

그러고 보면 일본은 '~천국'이라는 단어가 참 많이 붙어다니는 나라다. 편의점 천국, 노인 천국 등등. 오죽하면 마이크로마켓이라는 말이 일본의 자판기 만연 현상때문에 새로운 개념을 함의하며 사용되고 있는가 싶다.

다시 본론으로 돌아와 편의점 인테리어 전문 회사 대표 휴 라지(Hugh Large)씨도 윙 교수의 말에 동의 한다. "자판기가 고전적인 식음료 수준을 벗어나 취급 가짓수를 넓히며 웰빙 식음료까지 발전한 현재의 상황에 이르기까지 많은 세월을 보내야 했다. 하지만 지금 일어나는 변화가 앞으로 급격한 추세를 보여 편의점에 부담과 손해를 끼치는 정도로까지 자판기 시장이 고속 행진을 할 것이라고 전망하지는 않는다."

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

라지씨는 이런 주장의 근거로 샌드위치를 하나의 예로 들고 있다. “자판기에서 뱉어낸 포장샌드위치가 제야무리 근사해보여도 제품 수명주기를 늘이기 위해 질소가스 치환포장(nitrogen flush)을 한 것이며 맥스나 세븐일레븐 등 체인 편의점 푸드서비스 코너에서 제공하는 신선하고 고품질을 자랑하는 그리고 시각적 매력까지 더한 샌드위치와 어떻게 비교할 수 있는가!”

참고로 가스치환포장(MAP; Modified Atmosphere Packaging)의 개념을 이해할 필요가 있다. 이는 식품산업에서 매우 중요한 포장 기술로 간단히 말해 식품 포장 내부의 공기를 가스 혼합물- 주로 질소나 이산화탄소-로 대체한다. 가스치환 포장은 농산물의 품질을 보존하고 유통기한을 연장하며, 생산자로 하여금 부패하기 쉬운 식품도 더 넓은 시장에 판매할 수 있도록 한다.

이는 육류, 소시지, 유제품, 빵, 청과물, 생선, 그리고 자판기에서 볼 수 있는 샌드위치같은 간단한 먹거리 포장에도 적합하다. 그러나 아무리 뛰어난 포장 기술이라 하더라도 천연 샌드위치의 신선도와 비교할 수는 없겠기에 저런 지적이 나오는 것이다.

게다가 요즘 편의점 푸드서비스 기술과 제품의 질은 실로 눈부신 성장과 발전을 보여주고 있어 많은 고객들이 편의점에서 한끼 식사거리를 더 빈번히 해결하고 있다. 어떤 편의점은 담배, 복권에 대한 의존도를 줄이고 푸드서비스로 승부를 걸겠다고 집중한 결과 전체 수익의 20~30%를 푸드서비스에서 얻고 있는 정도다.

라지씨 말을 좀더 들어보자. “푸드서비스의 핵심은 신선도다. 바로 이것이 자판기에서 사람들이 무엇을 구하든 얻을 수 없는 결정적인 결함이다. 결론적으로 말해 자판기 시장은 계속 잘 굴러갈 것이고 이런 저런 새로운 아이템을 건드리며 상품 목록을 추가해갈 것은 분명하다. 하지만 자판기에서 뭔가 아쉬워 먹거리를 뽑아먹으면서도 품질에 대해서는 상당한 의구심을 가지는 소비자들의 마음을 확실하게 얻기에는 상당한 시련이 따를 것이다.” 한마디로 자판기가 제야무리 진기한 아이টে으로 구미를 당긴다고 해봤자 편의점의 신선한 먹거리를 따르지 못하니 편의점은 자판기 시장의 확산에 그리 신경쓸 것 없다는 진단이다. 바로 이런 판단이 캐나다 자판기 시장과 일본 자판기 시장의 근본적 간극을 잘 설명해주는 대목이다.

틈새시장 그 이상? 캐나다는 아니야

본인이 자판기 시장 전문가가 아니지만 토론토를 중심으로 소매업 비즈니스 상담 전문가이자 과거 로브로 중역을 지낸 바 있다는 데이빗 바르톨리니씨는 비즈니스 측면에서 무인(無人)편의점이라 할 자판기 사업의 매력과 잠재력을 인정하는 인물이다. “사람이 붙어있지 않으면서 소매업이 가능할 수 있는 비즈니스로 무엇이 있을 수 있겠는가? 최저 임금이 14불로 경증뛰었고 곧 15불까지 올라갈 우려가 높은 마당에 인건비를 최소화하며 장사할 수 있는 기회 중 하나가 바로 자판기 영업이다.”

여기까지 들으면 그의 견해가 앞의 휴 라지씨하고 다른 것처럼 여겨질 수도 있으나 그다음의 말을 들어보면 역시 같은 견해를 알 수 있다. 클라우드에 기반한 스마트폰과 자가 계산이 가능하도록 무선과 자동화 시스템을 활용해 자판기 시장은 미래의 성장 잠재력을 가진 것은 사실이지만 문제는 캐나다 그리고 캐나다 사람들의 마인드이다. 즉 캐나다는 문화



▲ 일본에는 술꾼들에게 호평인 100가지 사계를 판매하는 사계 자판기도 있다. 오른쪽은 자판기에서 나온 300엔짜리 맛있는 우동이다. 가히 일본을 자판기 천국이라 부를 만하다.

적 조건도 그렇고 아직 틈새 메우기 수준의 자판기 그 이상의 서비스를 기대할 만큼 수요가 없다는 말이다. 보수적인 성향에 자판기를 통해 식사까지 해결하겠다는 쇼핑 트렌드 혹은 식사에 대한 습관이나 경향은 아직 형성돼 있지 않은 것이다.

“공항과 같은 특정 지역에 제한적으로 자판기 영업을 먹히는 것은 확실하다. 하지만 일본처럼 자판기가 일상 생활 공간에 깊숙히 자리하고 있고



아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

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

교통사고, 개인 상해

과실 유무와 상관없이
교통 사고 후유증에 관한
최대 보상,
낙상, 정부 과실 보상 소송

교통위반 티켓

과속, Stunt Driving,
무보험, 신호 위반,
행스니 등
모든 교통법규 위반

형법

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

- * 형법
- * 소액재판
- * 복권 판매법

- * 가정법
- * 세권, 세입자 분쟁
- * 담배 판매법

- * 민사소송
- * 주류 판매법
- * 회사 설립

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

“강력한 실력, 오랜 경력, 섬세함으로
모든 법률 문제 해결”



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

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

자판기에서 얻는 상품 - 먹거리든 뭐든 - 수준이 아주 고급스럽기 때문에 하등의 저항감없이 기꺼이 자판기를 애용하는 수준하고 캐나다는 거리가 한참 멀다. 내가 보기에 캐나다에서의 자판기 시장 확대의 동력은 최저임금 인상으로 촉발되는 경향이 큰 것으로 보인다. 편의점과 같은 일반 소매업소보다 더 신선하다거나 가격이 저렴한 매력적인 상품을 자판기에서 기대할 소비자 수요는 없어보인다.” 역시 자판기 시장 확산에 대해 편의점은 염려말라는 조언이다.

자, 지금까지 자판기 시장 현황과 편의점의 향후 영향과 관련해 살펴본 것을 간단히 요약 정리하며 글을 맺는다.

- 자판기 시장 규모는 분명 증대하고 있다. 최저임금 부담감 해소와 결제수단의 편리성 등 기술 발전에 힘입어 자판기 시장에 대한 관심은 크게 증가하고 있다.

- 틈새 시장의 한몫은 하고 있고 앞으로도 할 것이다. 그러나 캐나다 국민은 단순한 주전부리거리는 자판기에서 찾겠지만 식사해결을 위해 수준있는 먹거리를 자판기에서 기대하지도 않고 앞으로도 그럴 것으로 보인다.

- 따라서 신선하고 수준높은 푸드서비스는 자판기 시장 규모 확대와 상관없이 편의점 고유의 몫이며 이 영역을 감히 자판기가 넘보지 못할 것이다. ■

골프 대회 소식



피터보로 지구협회 골프 대회

피터보로 지구협회 골프대회가 다음과 같이 개최되오니 많은 참석 당부하며 좋은 시간 되시기를 바랍니다.

- **일시 : 2018년 7월 5일 (목)**

- **장소 : Black Diamond Golf Club**

705 Pontypool Rd., Pontypool ON
(TEL : 705-932-4653)

**참고사항

- 경기진행은 샷건 방식이며 12시 정각에 시작합니다.
- 참석 여부 및 참석자 현황을 6월 30일까지 통보바랍니다.
- 연락처 : 회장 홍성훈 705-652-6323
이메일 piaodaifu@hanmail.net

피터보로 지구협회 회장 홍성훈



고객이 원하는 고급 맞춤형 서비스

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



Tel 1.888.554.7355 / Office 905.560.4511 / Fax 1.888.554.0409

개념 정립에 대한 새로운 접근

공간제약 초월하는 편의성과 편의점



미국 남가주에 사는 링고(Ringo)라는 이름의 여성 블로거 경험담으로 이야기를 시작해본다. 그녀의 남편이 비즈니스로 일본 출장을 가게 됐다. 일본에서 구하고 싶은 물건이 많았던 그녀는 남편의 일본 체류가 매우 짧고 개인적인 여유 시간이 거의 없을 것을 알고 있었기 때문에 짜를 냈다.

아마존 저팬(Amazon Japan)에 온라인으로 상품 주문을 하고 배달은 남편이 머무는 '도쿄호텔'이 아니라 호텔 인근에 위치한 콘비니(konbini)로 배달되도록 조치한 것이다. 호텔로 보내면 배달료가 붙지만 아마존 저팬과 제휴한 배달 네트워크인 콘비니로 보내면 배달료가 없다. 남편은 그냥 자신이 투숙한 도쿄호텔에서 몇발짝 걸어 콘비니에 가서 물건을 수령해 오기만 하면 된다.

'콘비니'? 콘비니언스 스토어라는 영어 단어가 길어 일본 특유의 약칭으로 만든 '편의점'의 일본식 영어 표현이다. 그녀는 이 경험을 자신의 블로그에 이렇게 올렸다. "남편이 출장으로 바빠 쇼핑할 시간도 없어 온라인 주문을 한 것인데 정말로 편하기 이를 데 없다. 남편의 시간은 엄청나게 절약된 것이다."

태평양 건너 미국 땅에서 일본에 온라인으로 주문하고 근처 편의점에서 픽업해 귀국 길에 가져오면 끝이다. 참으로 편한 세상이다. 그런데 이런 방식은 특정 편의점에만 고유한 것이 아니다. 소위 'Amazon Japan Convenience Store Pickup', 줄여서 'Japanese Konbini'라는 이 배달 시스템은 일본에서 아주 흔하게 볼 수 있는 광경이다. 미국 시스템인 아마존 라커(Amazon Locker)와는 완전히 다른 일본식 모델로 주목받는다. 일본식은 온라인 쇼핑에 익숙하지 않거나 이를 꺼리는 고객들도 포용한다.

즉, 편의점 한켠에 작은 키오스크가 있고 여기서 직접 주문을 해도 되니 양쪽 모두를 품을 수 있다는 말이다.

외지에서 온 관광객이든 지역 주민이든 이 편리한 서비스는 편의점 산업에 기반한다. 편의점은 배송에서 수령에 이르기까지 서비스의 최종착지 구실을 하고 있다. 배달처이자 손님들의 수령처이기도 한 편의점에게는 공연히 사람만 들끓고 번잡스러우니 피곤하지 않을까? 천만에! 트래픽의 증가로 인해 수령하러 온 고객들은 뭔가 편의점 들른 김에 다른 것들도 쇼핑을 하고 간다. 누이 좋고 매부 좋은 격이다.

그런데 이런 배달과 픽업 서비스는 고객만족을 최우선 가치로 삼는 일본 편의점 서비스 중 단지 하나에 지나지 않는다. 복사하고 팩스 보내는

협회 문의
(416)789-7891

www.saintjimmyscoffee.ca

The fastest growing coffee service in North America

순수 캐나다산 육류제품

GREAT CANADIAN MEAT

SPECIAL \$4.99
Reg. \$5.99

4월 ~ 6월 스페셜

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

서비스는 기본이고 사진 인화도 가능하다. 게다가 세탁소, 공과금 납부, 공짜 와이파이, 비행기표나 스포츠, 콘서트 티켓 예약도 가능하다. 한국도 일본과 유사하게 온갖 서비스가 부가되어 있다. 이에 비하면 북미주 편의점은 부가 서비스가 상대적으로 매우 허접하다고 하겠다. 그래서 한국인이 일본 놀러가면 편의점보고 그리 놀라지 않지만 서양인이 일본가면 편의점보고 까무러치는 것이다. 편의점 천국이라는 호칭이 공언히 나온 것이 아니다.

여하튼 위의 캘리포니아 여성 블로거는 일본 편의점 서비스에 무척 감동을 받았던 모양이다. 편의점은 적어도 일본에서는 일상적 삶의 영역에 필수불가결하고 압도적인 지위를 부여받고 있다. 열정적인 고객 사이에 굳건한 충성도와 공감대를 확실하게 뿌리내리고 있다. 왕씨 성을 가진 한 대만인은 월스트리트와의 인터뷰에서 일본 편의점에 대해 이런 증언을 하기도 했다. “일본에서의 편의점이라는 존재는 우리 대만으로 말하면 노육반 滷肉飯과도 같은 존재다. 물론 우리나라에도 편의점은 많이 있지만 일본만의 특이한 풍미가 있다.” 노육반(Lu rou fan; Braised Pork Rice)은 대만사람들이 매우 즐겨먹는 한끼 음식으로 우리식으로 말하면 수육덮밥 정도의 의미다. 없으면 안되는 존재라는 점에서 저런 비유를 한 모양이다.

편의성과 편의점

북미주 소매업계는 일본 편의점 업계에서 마음대로 모방해도 성공할 여지가 많다. 물론 스포츠 이벤트 티켓 장사나 세탁 비즈니스까지 겸

하는 수준까지 발전하기는 힘들다 하더라도 말이다. 개념만큼은 확실히 차용할 필요가 있음을 강조하고자 하는 것이다. 개념은 다름아닌 편의성(convenience)이며 그래서 이름도 편의점(convenience store)이 아니겠는가? 명실상부한 이 개념에 깊이 천착해야 하며 바로 일본 편의점이 추구하는 가치를 북미주 소매업소 및 편의점이 본받자는 말이다. 『편의성은 모든 것을 결정짓는 척도다. 그것은 중국적인 도착지이지 통과하는 과정(journey)이 아니다. 우리는 결과를, 그리고 결과만을 중시하는 사람들이 되어 가고 있다.』 트위터 공동창업자 중 한명인 에반 윌리엄스가 지난 2월 뉴욕타임즈 기고문에서 한 발언의 일부다.

계산 빨리 해주고 화장실 청결하고 생필품을 두루 갖춘 편의점, 이것만으로 승부를 걸기에는 부족한 세상이다. 『21세기 선진국에서 편의성, 다시 말해 사적인 용무를 보다 효율적이고 용이하게 처리한다는 개념은 우리들 개별적 삶과 경제 전체를 규정짓는 가장 강력한 힘으로 부상하고 있다.』 컬럼비아 대학 법대 교수 팀 우씨가 최근 월스트리트 저널 오피니언란에 게재한 기고문 일부다.

업소 내에서 벌어지는 진풍경의 역동성은 과거와 확연히 다르다. 싸커맘(soccer mom)들은 스마트폰에서 정보를 확인하고 열심히 장바구니에 물건을 찍는다. 온라인 공간을 말함이다. 식재료가 집으로 배달되기를 원하며 그것도 빠른 시간안에 이루어지기를 바란다. 뭔가 새로운 서비스가 내일도 다음주도 변함없이 지속되기를 갈망한다.(싸커맘은 한국식으로 말하면 치맛바람 엄마에 가까운 개념인데 자식 뒷바라지를 위해 온종일



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

차로 데려다주고 학원 데려가고 스포츠 활동에 데려가며 자식 치닥거리에 열성인 엄마를 상상하면 된다. 백인 중산층 교외에 사는 엄마들의 이미지로 북미주인의 머리에 자리잡고 있는 이미지 중 하나다.)

자, 질문은 이렇다. 『소비자들의 변화하는 기대치에 부응할 태세가 돼 있는가? 단순히 물건이나 떼다가 진열하고 파는 상품기획 차원을 넘어서 고객 편의를 위해 보다 광범위한 부가 서비스까지 아우르는 새로운 비즈니스 모델을 수용할 자세가 되어 있는가?』 스스로 답해보라. 만약 그럴 용의가 있다면 라이프 스타일의 역동성을 변화시킬 서비스 지향적인, 서비스 중심적인 사업 모델을 고안해내야 할 것이다.

편의성 개념의 재정립 필요성

“지난 30여 년 세월동안 각인된 편의점 품목군에 대한 생각은 완전히 잊어버리시라.” 편의점, 주유소 등의 사업 모델 전문 개발업체이자 컨설팅을 전문으로 하는 스투조(Stuzo)라는 회사의 대표 군터 파우씨의 말이다. “편의성이라는 개념은 앞으로 5년, 아니 확실하게 말해 15년 이내에 근본적으로 오늘날과는 개념이 완전히 달라질 것이다. 성공하려면 편의성이라는 개념 - 이는 사업에서 아마 가장 중요한 키워드가 될 것인 바 - 의 재정립이 절실하고 절박하다.

물론 편의성이라는 개념이 모든 것에 전부 통용될 것은 아니지만 적어도 자기 업소 소재지 고객 인구통계적 특성은 반영해야 할 것이다. 지역마다 편의성의 본질이나 성격이 차이가 있을 수 있다. 도시와 시골도 무엇이 편의성인지 차별화될 것이다. 편의성이 무엇인지 딱 적어 정의를 내리고 한정을 짓지는 말자. 매우 융통성이 있고 외연이 넓은 단어이기 때문이다. 진정 무엇인지 새로운 상상이 필요하다. 예를 들어 도심지에 사는 전문직 종사 인력에게는 그 나름의 편의성 개념이 있을 것이다.

앞의 스투조에서 다각도로 편의점 업계 전망을 진단한 결과 편의점 업주의 기회요인으로 어떤 것이 있을 수 있는지 밝혀냈다. 우선 현재의 편의점 업주는 대체적으로 타 업종이나 산업 분야에서 보여주고 있는 디지털 마인드나 지식이 많이 뒤쳐지는 것으로 나타났다. 업소 크기는 점점 중요성이 덜해지고 있다. 이래저래 편의점의 물리적 공간은 협소하고 매우 제한적이다. 차라리 크기에 대한 의존도와 중요성을 줄이고 디지털화로 공간 제약의 한계를 극복하는 방법을 취하는 것이 훨씬 현명하다. 그리고 훨씬 손쉬운 길이기도 하다. 고퍼프(goPuff) 사례는 귀감이 될 것이라 이하에서 소개해본다.

공간제약을 초월하는 편의성

필라델피아 드렉셀 대학(Drexel Uni.)에 재학 중이던 두명의 학생이 지난 2013년에 창업한 회사 고퍼프(goPuff)는 지역 대학생들을 상대로 한 늦은 밤 주전부리 배달 판매로 시작했다. 그래서 무슨 돈이 남겠냐고 코웃음칠 일이 아니다. 불과 4년이 지난 현재 필라델피아에만 70명 이상의 배달원(운전자)을 거느리고 열심히 주문 상품을 실어나르고 있고 20여 곳 주요 도시와 타운으로 - 시카고와 뉴욕도 포함 - 사업이 확대돼 있다. 회사 사업 전망이 워낙 밝다보니 벤처 투자자들이 몇백만 달러를 쾌척하겠다고 담비는 실정이다.



▲“달리는 편의점”이라는 문구가 이채로운 고퍼프(goPuff), 아이디어 하나로 놀라운 사업 번창을 이뤄내 큰 화제를 모으고 있다.

장래의 지속성과 발전성의 근간은 바로 효율성에 바탕하고 있다. 모든 것이 효율성이라는 개념 하나에 집중돼 있는데 물류 공간이 절대 커야만 할 이유가 없다. 지역별로 아주 저렴한 임대료를 물고 작은 공간에 학생들이 즐겨 찾을 핵심 아이템들 예를 들어 주전부리, 담배, 술(미국이니까 가능) 정도만 갖춰놓고 스마트폰으로 연락오면 바구니에 채겨 총알같이 달려가면 끝이다. 24시간 배달에 아무리 멀어도 30분 이내에 도착한다는 원칙만 잘 지키면 된다. 일반 편의점보다도 작은 공간 - 편의점이라기 보다 그냥 물류 창고라는 것이 더 실상에 가깝지만 - 에 보통 3,000가지 제품이 취급되고 있다. 전혀 공간적 제약이 없이 스마트폰과 배달 차량에 최소한의 배달인원이면 만사 오케이다. 아이디어가 이 얼마나 신선하고 감동적인가!

요약하자면 디지털 시대의 총아 스마트폰을 기회로 삼고 표준적인 종래의 편의점 개념을 탈피해 편의성 개념을 재정립한 새로운 유형의 편의점 공간을 창출한 비즈니스 모델 개발이 성공으로 이어진 것이다. 이 분야한 전문가의 말도 새길 만하다. “미래에 당면할 여러 과제 중 하나는 손님을 오프라인 스토어로 어떻게 끌어들이는 것인가 하는 문제다. 특히 자율주행차(*무인자동차 driverless vehicles라는 표현은 차안에 사람이 전혀 없는 것으로 오해할 표현이라 피하고 자율주행차라고 표현한다. 무인자동차는 정확히 말하면 운전자가 운전대를 잡지않아도 차가 알아서 주행한다

Hyundai of Oakville

OKBA 회원님들에게 드리는 특별한 혜택

최저가의 가격

Warranty 25% Discount

Sales Manager **Christine Jin**
C.416.931.9171

office : 905.845.7791(ex.229)
2500 South Service Rd. W. Oakville, On L6L 5M9

는 의미일 뿐이다.)가 늘어나면 이 문제는 크게 이슈화될 것이다. 이들은 커피 한잔 사려고 차를 굳이 세우고 업소안으로 들어오지는 않을 것이다.

추가 돈벌이

편의점이 담당하는 또다른 서비스 기능의 하나가 바로 금융서비스다. 지금은 많은 업주들이 이에 익숙해져 있지만 1980년대에는 사정이 달랐다. 이 무렵 뉴욕주가 법을 하나 만들었는데 주정부 인가 은행(state-chartered bank)이 있는 마을에는 전국단위 대형 은행이 지점을 오픈할 수 없도록 하는 것이 골자였다. 사업 수완과 머리 회전이 빠른 사람이 비은행 금융서비스 네트워크를 고안했다. 1983년의 일이다. 소비자들이 다니다가 자신의 거래은행 지점이 없더라도 이런 서비스를 하는 편의점에서 손쉽게 금융 서비스를 누릴 수 있게 됐다. 소비자들은 모기지 할부금을 내거나 각종 공과금을 납부할 수도 있다. 현금도 받을 수 있다. 오늘날은 온라인이 발달한 덕택에 모든 것이 가능하다.

이후 20여 년 세월이 지나며 법도 바뀌었다. 대형 은행의 진입을 막던 법도 폐지됐고 편의점에서 돈을 송금하는 서비스를 비롯한 금융서비스는 서서히 자취를 감추게 됐다. 그러자 새로운 대안책이 떠올랐다. 금융서비스 영역에서 대체 수입원은 은행 계좌를 열 수 없는 인구층이었다. 신용불량이든 갓 이민온 사람이든 이유는 어떠하든지 미국 인구의 1/4이 은행 서비스에 부분적인 제한을 받거나 아예 은행 계좌를 열 수 없다. 따라서 이들은 신용카드나 직불카드를 가지고 있지 못하다. 카드가 없

으면 아마존닷컴을 이용한 쇼핑은 불가능하지 않은가. 바로 이들이 돈벌이의 원천이다. 남미에서 넷플릭스(Netflix)는 소비자들의 전화에 바코드를 제공한다. 소비자는 근처 편의점 - 물론 넷플릭스와 사업 제휴를 맺은 - 에 가서 대금 결제하면 된다. 업주는 손님으로부터 수수료를 챙긴다.

브라질에서는 편의점에서 항공티켓을 구입할 수 있다. 대신 손님은 자신의 전화에 다운로드 받은 항공사 바코드가 있어서 이를 제시해야 한다. 가게 주인이 수수료를 얻는 것은 당연하다.

월마트가 이미 금융서비스에 뛰어들었다. 샘스클럽(Sam's Club)매장이 소매 비즈니스 용자 사업을 시작한 것이다. 매장 한 칸에 머니 센터라는 공간이 있고 여기서 손님들에게 선불현금카드도 발급하고 은행과 유사한 보통예금 계좌도 열어준다. 한 전문가는 "월마트야말로 세계에서 가장 큰 규모의 정부 비인가 은행"이라고 묘사했다. 은행 이용이 불가능한 사람들은 케이블 사용료나 넷플릭스 서비스 대금 결제를 위해 월마트 금융 서비스를 많이 이용하고 있다.

유사한 기회를 잡기 위해 아마존이 금년 초 J.P.모건 체이스도 포함해 주요 금융기관과 제휴해 신용 카드 없이도 온라인 쇼핑이 가능한 금융서비스를 개발 중이라고 발표한 바 있다. 마치 은행 계좌 오픈하는 것과 비슷한 금융 상품이라고 한다. 이런 기발한 서비스의 대열에 일본 콘비니 사업도 당당하게 명함을 올려놓고 있는 것이다.

세상이 이렇게 돌아가고 있으니 무엇을 기다리고 관망할 것인가? 추가 수익 창출의 틈을 노려볼 만도 하지 않은가? 10달러 복권 팔고 6% 수수료

OKBA

2018 OKBA GOLF TOURNAMENT
 참가 희망 회원은 소속 지구협회장에게 문의바랍니다.

JULY 24 (TUE)
GLEN EAGLE GOLF CLUB
 15731 REGIONAL ROAD 50, CALEDON, ON.L7E 3H9 TEL 905.880.0131

남는다.(미국의 경우) 그러나 어느 손님이 200달러 청구서를 들고와 공과금을 내면 수수료 2% 즉 4달러를 먹는다. 처리 또한 통합 관리하는 POS에서 다 해결해주시 편하기 그지없다. 그뿐이 아니다. 공과금 손님이 돈만 납부하고 그냥 나가는 것이 아니라 이와 들른 김에 음료수 혹은 껌이라도 한통 사갈 확률이 높다. 트래픽 유발이 결국 매출 증대로 자연스럽게 이어진다. 추가 수익 창출에만 그치지 않고 시너지 효과를 유발하니 얼마나 좋은 일인가. 편의점 금융서비스는 통계에 따르면 매출을 3% 증대시키고 이윤율을 15% 증대시킨다고 한다. 그러니까 금융서비스로 인해 추가 매출 1달러가 오를 때 수익은 이보다 훨씬 더 커진다고 볼 수 있겠다.

백투더퓨처



▲ 온라인 주문한 나이기 제품을コンビニ에서 픽업해가는 한 여성. 편의점 전국 일본에서 흔히 누릴 수 있는 편리한 서비스다. 픽업 장소 제공으로 올리는 부수입은 물론 방문한 손님이 그냥 가지 않고 뭔가 쇼핑까지 하니 일거양득이다.

그러면 내 업소에서는 추가 수입 창출을 위해 무엇을 하는 것이 옳은 것일까? 정답은 없다. 자신의 업소 소재지 인구 특성을 반영한 맞춤형 모델을 창안해야 하는 것이 정답이다. 따라서 정답은 각각각색일터. 어느 업소는 티켓마스터 키오스크를, 또 어느 업소는 수표 강해주는 서비스가 어울릴 것이다. 앞서 소개한 금융 서비스는 어떤 지역에서는 했다가 망하는 수가 있다. 동네가 중산층의 오래 터잡고 사는 사람들이라면 누구나 카드를 다 가지고 있을 것이기 때문에 금융 서비스를 해서는 재미가 없다.

소비자층, 업소 특성 등을 파악하지 않고 교과서적으로 대입한 공식은 자칫 비즈니스 전체를 실패로 몰아넣을 수 있다. 많은 편의점이 생존에 위협을 겪고 있다. 개성이 강해지고 디지털로 무장하고 있는 손님 각자의 맞춤형 서비스까지 연구 개발하지 않으면 경쟁을 이겨내기 힘든 시대다. 지금까지 창의적 아이디어와 틈새 공략으로 성공한 사례 그리고 편의점 업계를 둘러싸고 변화하는 전체 트렌드를 살펴 봤다. 똑같이 모방할 수는

없더라도 접근 자세와 태도, 안목을 키우는데 명심할 대목이 분명 있었을 것이다. 변화를 추구하는 한 전문가의 말로 마무리한다. “편의점이 그저 콜라, 담배, 개스나 파는 곳으로 머물러서는 안된다.” 편의성에 대한 새로운 해석과 감각을 요구하는 조언으로 받아들이자. ■

개별 계약 체결돼야 광고 사업 시작

어댑트미디어 광고계약 관련 **추가 공지**

어댑트 미디어(Adapt Media) 광고회사와의 단체계약을 지난 5월 8일 체결하고 이 사실을 즉각 관련 정보와 함께 실험뉴스에 게재한 바 있습니다. 이에 대해 회원들이 여전히 궁금해 하고 있거나 착각하고 있는 점들이 있어서 추가로 공지하오니 유념하여 주시기 바랍니다.

협회와의 단체계약과는 달리 이에 기초해 별도로 이루어지는 개별계약은 회사측에서 어느 특정 스폰서의 광고를 수주하여 처음으로 특정 회원업소에 종류에 상관없이 광고를 설치한 날로부터 5년 계약이 시작됩니다. 따라서, 엄격히 말해 광고 회사의 방문을 받지 않은 회원업소는 계약체결이 안된 상태입니다. 대금지불에 관련되어 대부분의 광고는 기간과 종류에 상관없이 일시불로 선불 기준이지만, 비디오스크린 광고는 3개월 혹은 6개월에 한번 지급됩니다.

많은 회원들이 궁금해 하는 사항은 단체계약과는 상관없이 일시적으로 모든 회원업소에 특정한 광고물 설치를 해주는 것은 불가능한 일이고, 광고 회사에서 수주하는 다양한 업체의 광고주가 요청하는 광고물 종류, 업소의 숫자와 지역 그리고 기간에 순응하여 설치할 수 밖에 없다는 사실을 알려드립니다. 또한, 모든 종류의 광고 혜택을 한번에 기대할 수도 없습니다. 이미 Adapt Media사에서는 Election Ontario와 Scotia Bank 광고물을 220개 회원업소에 설치하고 개별계약을 체결한 바 있습니다.

기존 아이샷 미디어(Eyeshot Media)사에서 제공한 기기 가운데 담배 캐비닛은 5년 계약을 만료한 시점에서 업소 소유가 되지만, 모니터와 컴퓨터는 재계약을 하지 않으면 그 회사에서 가져갈 것입니다. 현재 Adapt Media사는 OLG와 담배장식장 뒷벽 광고에 대한 협의를 하고 있는 중이라 합니다.

Eyeshot Media와의 관계에 대하여, 혹시 재계약에 서명한 상황이라도 그 계약서가 어떠한 상황과 이해 관계를 설명한 것이어서 법적으로 문제가 되지는 않는다는 변호사 자문을 받은 바 있습니다. 하지만, 협회에서 검토한 계약과 다른 내용의 계약서일 수도 있기에 재계약을 하신 회원 중에 의문이 있으신 분은 협회로 계약서를 보내주시면 자세히 검토하는데 도움이 될 것입니다.

또한, Adapt Media사와의 개별계약 이전이라면 담배장 뒷벽 전시를 해도 무방하지만 일단 개별계약을 맺게 되면 Adapt Media사에서 제공하는 광고만 설치, 부착해야 한다는 계약의무가 있다는 사실을 주지하셔야 합니다. ■

나이아가라 지구협회 골프 대회

킹스톤 지구협회 골프 대회



나이아가라 지구협회 골프대회가 다음과 같이 개최되오니 많은 참석 당부하며 좋은 시간 되시기를 바랍니다.

- **일시 : 2018년 7월 10일 (화)**
- **장소 : Royal Niagara Golf Club**
1 Niagara-on-the-Green Blvd, Niagara-on-the-Lake, ON (TEL : 905-685-9501)
- **참가비 : \$100.00**

*참고사항

- 경기진행은 샷건 방식이며 12시 30분에 시작합니다.
- 참석 여부를 6월 29일까지 통보바랍니다.
- 연락처 : 905-371-3539
이메일 niagarakba@gmail.com

나이아가라 지구협회 회장 김흥기

킹스톤 지구협회가 2018년 골프대회를 다음과 같이 개최하오니 귀한 시간을 내어 참가 해주셔서 대회를 빛내주시기 바랍니다.

- **일시 : 2018년 7월 16일(월) 오전 11:30 등록 시작**
*12:30 p.m 시간 엄수하여 샷건 시작
- **장소 : Barcovan Golf Club** (www.barcovangolf.com)
1412 County Rd. 64, Carrying Place, ON / Tel : (613) 475-2155
- **참가비 : 1인당 \$100**
- **참가 신청마감 : 6월 30일**
- **연락처 : 이강정 613-403-0142**
(이메일 : jkone1026@hotmail.com)
*미리조편성을 원하시면 참가 신청 마감일까지 알려주셔야 반영됩니다.
- **참가 대상 : 오픈**
- **경품, 후원금 환영합니다.**

킹스톤 지구협회 회장 이강정

KCWA FAMILY AND SOCIAL SERVICES 캐나다한인여성회 2018년 6월 프로그램

<p>활기찬 노후 준비 시리즈</p> <p>■ 일시: 6월 5,12,19,26일, 7월3일 (화) 오전 10시 30분 - 오후 12시</p> <p>■ 장소: KCWA 노스옥</p> <p>■ 담당: 정착상담원 강영옥</p> <p>■ 내용: 1.시니어 연금 2.시니어를 위한 정부지원 혜택 3.정부아파트 4.유언과 상속 *선착순 30명 정함</p>	<p>엄마와 나</p> <p>■ 일시: 6월 6,13,20,27일 (수) 오전 10시 - 오후 12시</p> <p>■ 장소: KCWA 노스옥</p> <p>■ 담당: 가정상담원 정유연 & 김진옥</p> <p>■ 내용: 홀로서기를 연습하는 엄마들과 예쁜 아이들의 모임 (0-4세) *놀이 프로그램과 장난감이 구비된 안전한 장소에서 엄마들이 잠시 쉬며 마음을 나누는 모임 *엄마들과 아이들의 행복한 교류 시간 *사전등록 필수</p>	<p>세이프 클럽</p> <p>■ 일시: 6월 7,4,21,28일 (목) 오전 10시 - 오후 12시</p> <p>■ 장소: Yonge Centre Plus (10 Centre Ave, North York, ON M2M 2L3)</p> <p>■ 담당: 가정상담원 박주연</p> <p>■ 내용: 정착 영어와 캐네디언 문화 배우기</p>	<p>캐나다 시민권 준비반</p> <p>■ 일시: 6월 9일 (토) 오전 10시 - 오후 4시</p> <p>■ 장소: KCWA 다운타운</p> <p>■ 담당: 정착상담원 강영옥</p> <p>■ 내용: 1.캐나다 시민의 권리와 책임 2.캐나다의 역사, 근현대사 3.캐나다 정보, 사법 시스템 4.캐나다 상정, 경제, 지리 *등록비 \$20</p>	<p>콘도 분양 및 구매의 모든것</p> <p>■ 일시: 6월 21일 (목) 오전10시 - 오후 12시</p> <p>■ 장소: KCWA 노스옥</p> <p>■ 담당: 정착상담원 김효원</p> <p>■ 내용: 1.GTA 콘도 시장 현황 및 전망 2.콘도 분양 및 구매 과정의 모든 것 3.구매자가 알아두어야 할 사항 4.질의응답</p>
<p>자동차 관리 노하우 10년을 새 차처럼 사용하기</p> <p>■ 일시: 6월 9,16, 23일,7월 7,14일 (토) 오후 4시 - 오후 6시</p> <p>■ 장소: CK Motors INC. (196 Drumlin Cir #2, Concord, ON L4K 3E5)</p> <p>■ 담당: 정착상담원 최성혜</p> <p>■ 내용: 1.연진 및 트랜스미션 점검 방법 2.차량 하부 점검 방법 3.브레이크 관리 및 점검 4.타이어와 휠얼라인먼트 배우기 5.기타 편의장치 *10명정원, 등록비\$150</p>	<p>배우자 초청 이민 안내</p> <p>■ 일시: 6월 26일 (화) 오후 6시 - 오후 8시</p> <p>■ 장소: KCWA 노스옥</p> <p>■ 담당: 정착상담원 최성혜</p> <p>■ 내용: 1.스폰서십의 의미와 자격 2.배우자 초청 이민 절차 3.신청서와 구비서류 4.질의응답</p>	<p>대마초 합법화 현명하게 대처하기</p> <p>■ 일시: 6월 14일 (목) 오전 10시 - 오후 12시</p> <p>■ 장소: KCWA 노스옥</p> <p>■ 담당: 가정상담원 박주연</p> <p>■ 내용: 1.대마초에 대한 진실과 오해 2.대마의 의학적 효능 및 다른 용도 3.아이들과 나눌 수 있는 대마 이야기 4.대마 이용자 한국 방문시 유의 사항 5.질의응답</p>	<p>성장하는 엄마, 아이의 마음을 아는 엄마</p> <p>■ 일시: 6월 5,12,19,26일, 7월3일 (화) 오전10시 - 오후 12시</p> <p>■ 장소: Yonge Centre Plus (10 Centre Ave, North York, ON M2M 2L3)</p> <p>■ 담당: 프로젝트 코디네이터 오신성희</p> <p>■ 내용: 1.나는 행복한 엄마인가? 여성Talk 2.MBTI를 통한 나와 자녀의 소통기술 알기 3.불안하고 화나는 감정들보기-아이가 엄마에게 화내는 진짜이유 4.스마트폰과 컴퓨터게임에 마음을 빼앗긴 아이들 5.성장하는 엄마, 아이의 마음을 아는 엄마되기</p>	
<p>등록 및 문의: 416-340-1234 www.kcwa.net KCWA 다운타운: 27 Madison Ave. Toronto KCWA 노스옥: 540 Finch Ave. W. 2nd FL. Toronto</p>		<p>토론토 총영사관 정착 서비스 일시: 6월 11일 (월) 오후 1시30분-오후4시30분 장소: 토론토 총영사관</p>		<p>커뮤니티 자원봉사 일시: 6월 9일, 23일 (토) 오전 10시 - 오후 2시 장소: Good Shepherd Centre</p>

정부 “덜 위험하지 않아” vs 회사 “검증 기준 잘못”

대한민국, 쉐련형 전자담배 유해성 논란



〈KT&G 릴〉 〈한국필립모리스 아이코스〉 〈BAT코리아 글로〉

모국에서는 건강에 덜 위험하다고 해서 또는 금연의 과도기에 도움을 받기 위해 일반담배처럼 생겼으나 연소는 안되는 소위 쉐련형 전자담배(HNB)를 애용하는 흡연자들이 많이 있다. 그런데 상당 기간동안 연구 검증 과정을 거친 끝에 한국 정부가 지난 6월 7일 “HNB담배가 일반 담배와 비슷한 수준으로 해로운 성분이 함유돼 있고 일부 성분은 일반 담배보다 함유량이 더 많다.”는 발표를 해 담배 회사들이 발각 뒤집어졌다.

식품의약품안전처가 유해성 검사를 실시한 제품은 필립모리스의 아이코스(iQOS), , BAT코리아의 글로(Glo), KT&G의 릴(lil) 등 3종이었다.

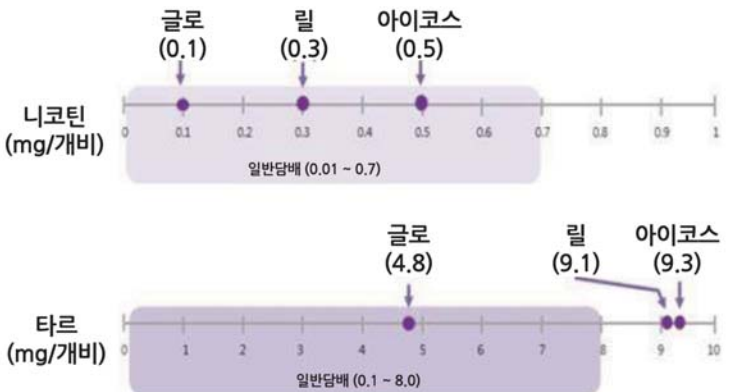
식약처는 니코틴, 타르, 벤조피렌(Benzopyrene)등 11가지 유해물질 검출량을 일반 담배와 비교하는 방식으로 검사를 했다. (벤조피렌은 탄화수소의 일종이다.) 검사 결과 1개비 당 (단위 mg) 타르 검출량은 일반 담배가 0.1~8.0이며 글로가 4.8, 릴은 9.1, 아이코스 9.3으로 각각 검출됐다.

니코틴은 0.1~0.5mg으로 일반 담배와 비슷한 수준이었다. 벤젠(Benzene)과 포름알데하이드(formaldehyde) 등 1급군에 속하는 5가지 발암물질도 검출됐다. 다만 이들 5가지는 일반 담배 0.3mg의 28% 수준으로 낮은 것으로 나타났다. 식약처는 이를 토대로 “쉐련형 전자담배가 일반 담배보다 덜 유해하다는 주장을 받아들일 근거는 없다.”고 밝혔다. 이에 대해 업계 선두인 필립모리스 코리아는 식약처가 조사한 방법 자체가 틀렸다고 비판하고 나섰다. “타르는 불을 붙일 때 나오는 성분 이므로 연소가 없는 쉐련형 전자담배에 적용할 수 없다. 오히려 벤젠 등 발암물질 함유가 적다는 사실에 주목해야 할 것”이라고 정면 반박했다.

그러나 식약처는 담배에 포함되는 수천가지 성분 중 단지 11가지만 분석했을 뿐인데 이 중 몇가지 것이 발암성분이 적다고 주장하는 것은 합당치 못하다고 재반박했다. 정부 발표가 있자마자 쉐련형 전자담배 애용자들이 충격을 받은 모습이다. 조금이라도 덜 유해할 것이라는 기대가 깨지며 배신감마저 느낀다는 반응까지 나오고 있다. 각종 제재와 세금이 붙으며 가격이 크게 오를 가능성도 있어서 차세대 담배를 주장하며 쉐련형 전자담배 시장에 큰 기대를 걸고 있는 한국 진출 다국적 담배회사들 역시 충격을 받기는 마찬가지다.

미국은 FDA가 현재 제동을 걸어놓은 상태이고 영국 정부도 결코 우호적이지 않으며 캐나다에서는 시장 잠재력에 대한 회의적 분석이 만만치 않은 형국이다. (이에 대해서는 실험뉴스 752호에 원저스타 특집 기사 번역 요약 소개 참조) 현재 한국정부의 발표와 관련해 가장 놀라우며 논란이 되는 대목은 타르 검출량이다. 일반 담배보다 많이 낮을 것이라는 소비자들의 기대감에 찬물을 끼얹은 것이다. 정부는 이번 발표를 토대로 현재 일반 담배의 90% 수준인 쉐련형 전자담배 세금을 더 높일 것으로 보이며 건강 경고문도 일반담배처럼 혐오스러운 그림이 들어가도록 할 계획이라고 한다. 이와 관련해서는 기재부와 환경부가 관여하게 된다.

한국에서는 쉐련형 전자담배가 출시 불과 1년 만에 전체 담배시장의 10%를 장악하는 놀라운 성장세를 과시했으나 이번 발표로 상황은 급반전하게 됐다. 규제가 보다 강화되고 가격마저 오르면 시장에서의 타격은 불가피해 보인다. 담배회사들은 정부의 검사 결과가 오히려 쉐련형 전자담배의 저 위험성을 반증해 줬다며 격렬한 반발을 보이고 있고 특히 타르와 연소 관계에서 잘못된 기준을 적용했다고 강력 비판하고 있는데 앞으로 대정부 로비와 저항 수위가 더 높아질 전망이다.



▲ 한국 식약처 발표한 쉐련형전자담배 니코틴 및 타르 함유 실태. 타르는 일반 담배보다 함유량이더 높게 나와 애용자들에게 충격을 주고 있다.

연기와 함께 쓰러지는 사람들



▲ 흡연자 개인에서 간접흡연으로 인한 타인의 피해까지 발전시킨 한국정부의 TV용 새 담배광고안

한국 보건복지부가 지난 5월 말 새 금연 광고안을 발표했다. 일종의 공익광고인데 내용이 여간 살벌하고 음산한 것이 아니다. 핵심 메시지는 “담배가 주변사람까지 죽음에 이르게 하는 사회적 문제”임을 지적하는 내용이다. 더 흥미로운 것은 이런 광고를 자주 접하면 접할수록 금연을 시도할 가능성을 높여준다는 점이다.

광고안을 대략 스케치해보면 이렇다. 남자 하나가 지나가는 거리에 사람들이 하나 둘 쓰러지기 시작한다. 카페에서도 차안에서도 이 남자와 마주치는 사람들은 고통스럽게 죽어간다. 입에서 연기를 내뿜는 이 남자는 바로 담배다. 나레이션을 보면 “매일 159명을 죽음에 이르게 하는 이 시대 최악의 질병”이라고 담배를 매도한다. “흡연, 스스로를 죽이고 타인도 죽음에 이르게 합니다.” 라는 메시지도 나온다. 한마디로 담배를 살인자로 의인화해서 간접 흡연의 위험까지 경고하고 있다.

현재까지의 한국 정부 담배 관련 공익광고는 흡연자 개인과 질병에 초점을 맞춘 것이었다면 이번에 새로 등장할 광고안은 간접흡연까지 포함한 사회적 문제로까지 의미를 확대시키고 있다.



금연광고 접촉 빈도별 금연 시도율이라는 연구결과까지 나왔다. 국가금연지원센터에서 나온 결과를 보면 금연광고를 전혀 접촉하지 않았을 경우의 금연 접촉 시도 확률은 36.1%이지만 2회 접촉부터 45.5%로 증가되

기 시작한다. 물론 시도해서 금연에 성공까지 가느냐는 것은 별개지만 여하튼 금연 광고를 통해 금연 시도율은 높아진다는 유의미한 결과를 얻고 있다. 정부는 이번 TV외에도 모바일, SNS 등 다양한 매체를 통해 금연광고 접촉 빈도를 효과적으로 높여갈 계획이라고 한다. ■

<14면에 이어>

대한민국, 쫄련형 전자담배 유해성 논란

쫄련형 전자담배의 위험성 경고 보도는 한국의 주류 언론들이 앓다튀 보도하며 사회적 이슈로 관심을 집중시켰다. 정부와 회사 측을 대변하는 전문가들의 상호 반박전까지 등장하고 있다.

보도에 큰 비중을 두고 있는 종편 JTBC 뉴스에 나온 한 전문가의 소견을 소개한다. 『연소하지 않는 물질에서 검출된 타르를 연소하는 것으로 간주하고 함유량을 적시하는 것은 넌센스라고 담배회사는 주장하고 있다. 그런데 타르라는 것은 수분과 니코틴을 제외한 유해물질 덩어리를 일컫는 말이다. 이 타르 덩어리가 불에 태워 나오든 증기 형태로 나오든 더 많은 유해물질 성분이 존재한다는 사실을 밝혀냄으로써 식약처가 쫄련형 전자담배의 유해성에 대한 경각심을 불러 일으켰다는 점에서 의미가 있다. ...

간접 흡연에 대한 직접적 경고는 없지만 쫄련형 전자담배도 주변 사람들이 냄새를 느낀다는 반응이고 보면 간접 흡연 피해 가능성도 있을 것으로 보여 더 연구검토하고 경각심을 가질 필요가 있다. ... 70가지 이상의 발암물질에서 불과 몇가지 물질이 건강에 덜 위해하다는 주장은 근거가 약하며 독성 및 유해물질의 존재 자체를 증명한 것은 유의미한 경고임에 분명하다』 한국 정부 발표에 대해 앞으로 담배회사들이 어떤 대응책을 강구할 지 주목하면서 이제 막 시작된 북미주에서의 쫄련형 전자 담배 마케팅에 시사하는 바가 큰 뉴스거리인 만큼 세심 관심이 쏠린다. ■

은 그냥 가격 확인하고 가상 장바구니에 담으며 카드로 결제하면 끝이다. 수일을 기다리면 물건만 집에 온다. 편하다. 그리고 그것이 전부다. 사람이 그렇다. 아마존이 사이버 쇼핑의 최정점을 달리며 온라인 상거래 시장을 견인하는 세상이지만 소매업소를 찾아 주인 혹은 종업원과 말을 섞으며 쇼핑하고 싶은 욕구는 여전히 강렬하다. 이 경향은 편의점도 예외가 아니다. 최근 한 마케팅 전문 기관이 내놓은 연구보고서를 보면 83%의 소비자가 소매업소를 들러 직접 대면을 통한 인간적 서비스를 받고 싶다고 한다.

고객충성프로그램도 개성만족 서비스로

고객이 정을 느끼는 편의점 만들기



▲ 정감넘치는 고객충성프로그램만 전문으로 개발하는 업체까지 있을 정도로 요즘 개성만족, 혹은 개별 손님 맞춤형 마케팅이 중요한 트렌드로 부상하고 있다.

오늘날 손님이라는 사람들은 보다 개성적이고 자신만을 위한 특별한 서비스를 받기를 원하는 경향이 짙어지고 있다. 이런 기대치가 충족되지 않으면 다른 곳을 또 찾아간다. 전문가들은 이런 심리가 강해지는 이유를 전자상거래의 만연에서 찾고 있다. 고객과 종업원의 인간적 대면이라는 도식이 사이버 공간으로 대체되면서 인간적 대화와 체취가 그리워지는 모양이다.

웹사이트에 들어가면 온통 광고와 메시지로만 추천이 난무하며 고객

팬실베니아에서 약 60여 개 이상의 체인 편의점을 운영하는 러터스(Rutter's)사 고객관리담당 총책 데릭 개스킨스씨는 “자기만의 개성 맞춤형 서비스에 대한 기대는 직접 대면하는 소매업소만이 아니라 온라인 상거래 예를 들어 아마존이라 하더라도 변형된 형태로나마 유사한 서비스를 기대한다.”고 분석하고 있다. 이에겐 고객충성프로그램, POS데이터, 각종 앱, 위치기반 서비스(geofencing) 등 다양한 형태의 개성만족 서비스 개발 장치와 수단이 동원될 수 있다. 모두가 고객 분석, 고객에 대한 보다 정밀한 접근 방식을 수립하는데 귀중한 도움을 줄 수 있는 것들이다.

(*geofencing이란 특정 구역에 대한 사용자 출입 현황을 알려주는 하이테크 기반 온라인 서비스로 예를 들어 어떤 업소를 들어가면 스마트폰에 그 업소의 각종 정보와 데이터가 올라오며 손님의 쇼핑에 도움을 주는 시스템을 생각하면 된다.)

이 도구들이 업주에게 전달하는 정보는 예를 들어 어떤 부류의 고객이 어떤 물건은 사고 어떤 물건은 사지 않는지, 심지어 고객이 언제 업소 근처에 있었는지까지 알려준다. 이런 첨단 하이테크 기반 분석 자료를 활용하기 위해 투자해야 할 돈은 그다지 많지 않다. 소매업계 하이테크 분야 전문 회사의 한 관계자는 이렇게 조언한다. “손님에 대한 정보를 더 세분화하고 더 섬세하게 파고들고 싶다면 첫째로 기존 POS와 접촉해 옵션을 더 추가하면 된다. 이미 디지털 광고(혹은 안내표지물) 혹은 키오스크 형태의 푸드서비스를 하고 있는 업주의 경우 제휴사에게 문의해 요구사항을 전하면 된다.

고객에 대한 정보를 취합하는 것은 일반적으로 한가지 이상의 테크놀로지를 결합해야 가능해진다. 예를 들어 고객충성프로그램이 있다고 하고 앞서 말한 한단계 깊이 들어가는 고객 정보 취합 과정은 이 프로그램과 POS데이터를 접목시켜 분석 툴을 활용해 정보를 세분화시켜 들어가야 하는데 이 조합과 분석의 과정을 잘 처리해주는 것은 컴퓨터 프로그램의 몫이다.

오늘날 고객충성프로그램은 과거와 현격히 달라졌다. 복잡하고 세련된 테크놀로지 덕택에 바로 이 지면의 주제인 개성만족형 서비스가 가능한 충성프로그램 개발로 발전될 수 있는 것이다. 개념의 차이는 무엇인가? 과거에는 뭉통그려 한 가구(household), 세분화된 한 그룹(segmentation)을 목표로 삼았다면 이제는 고객 한사람 한사람 단위로 접근이 가능해야 한다는 것이다. 예를 들어 마이클이라는 손님은 무엇을 즐겨사고 어떤 것은 절대 사지 않더라, 특정 제품을 살 때는 다른 어떤 제품과 함께 사더라 등등 쇼핑 취향, 쇼핑 행태, 쇼핑의 경향성을 파고 드는 분석 툴이 동되는 세상이다. 따라서 이 정도의 분석과 그 결과물에 바탕해 할인 쿠폰, 판촉, 보상책(rewards) 등 판매 전략이 수립된다. 바로 이것이 대면 서비스의 부채를 보완해줄 수 있는 온라인 시장 나름의 인간적 마케팅 방식

이다. 온라인 시장에서마저 인간적 접근, 개성만족 서비스를 추구하는 가운데 고객의 앱 다운로드를 유도하고 고객충성프로그램 가동과 모바일 결제가 무리없이 이루어지게 된다. 한마디로 말해 그룹, 세그먼트와 같은 단어 대신 개별 손님(a single person)이라는 단어가 자리를 굳히고 있다.

시카고의 한 마케팅 전문 회사 관계자는 다음과 같은 표현으로 개성만족 마케팅의 중요성을 강조한다. “만약 당신이 나를 당신의 업소로 끌어 들여 마진이 더 높은 상품을 구입할 것을 원한다면 당신은 먼저 내가 무엇을 좋아하는지 알아야 할 것이다.” 뭐 복잡할 것도 없는 간단한 말이다. 하지만 그러기 위해서 취해야 할 수단이나 방법이 무엇인지 생각하는 단계로 가면 결단과 용기가 필요하기 때문에 그리 간단한 요구가 아니다.

어떤 손님이 고객충성프로그램에 가입하거나 이를 위해 연결된 앱을 다운로드받겠다고 가정해보자. 테크놀로지 마인드를 가진 주인은 등록 절차가 제대로 잘 이루어져 손님이 자신에 관한 정보를 즉각 공유할 수 있도록 해야 한다. 꼭 필요하고 유익한 질문항으로 정보 입력이 구성돼야 고객군 세분화의 기본 자료를 획득하는 것이 가능해진다.

그리고 이 자료와 POS를 통해 축적된 또 하나의 자료가 결합되면서 그

룹 혹은 소단위 분류에서 고객 개인의 분석 자료로 진행이 이루어지게 된다. 예를 들어 주유 목적으로 어떤 손님이 얼마나 자주 들르는 지, 그리고 이 손님의 향후 소매통 패턴은 어떻게 될 것인지가 그려진다. 물론 이 정도의 분석은 독립 편의점으로서의 불가능할 것이다. 규모가 나가는 체인 편의점 본부 전문가들의 몫이겠다. 하지만 독립 편의점 업주라 하더라도 마인드를 이렇게 세심한 방향으로 가져 가야 한다는 것을 강조하고자 하는 것이다. 디테일에 강해야 한다고 하지 않는가? 대충 대충, 구색맞추기 식의 전략이 아니라 손님의 개성 만족에 대한 욕구와 갈등을 해소시킬 수 있는 자기 업소만의 컬러, 자기 업소만의 인간미와 정이 통하는 서비스 전략이 필요하다는 말이다.

앞서 말한 하이테크 분석 과정은 무척 복잡하게 들리겠지만 바로 개성만족, 인간미에 대한 욕구를 보강하기 위해 등장한 마케팅이라는 점에 주목한다면 독립 편의점 고유의 단골 만들기 전략에 시사하는 바가 매우 크다. 독립 편의점이 이런 차별화된 그 무엇인가를 갖출 때 비로소 경쟁 채널, 예를 들어 인근에 슈퍼마켓이 있건 약국이 있건 이들과의 경쟁을 이겨낼 수 있게 된다. ■

美 편의점과 자동차에 관한

토막 정보



전체 주유의 80% 편의점이 담당

근착 전미편의점협회 기관 소식지에 따르면 미국내 운전자 수는 대략 2억 2천만 명 정도다. 이들이 휘발유를 넣을 수 있는 편의점은 122,500곳이 있으며 미국 운전자들의 가솔린 소비 전체의 80%가 이들 편의점이 감당한다고 한다.

미국 운전자들의 하루 평균 차를 이용한 이동 거리는 33마일(약 53킬로미터)이다. 일터로 가는 미국인의 86%가 자동차를 이용한다.

이는 자가 운전이든 카풀이든 모두 포함한 수치다. 출퇴근 평균 소요 시간은 왕복으로 52분이다. 캐나다 토론토와 비교하면 매우 양호하다. 401 이용 운전자들의 왕복 출퇴근 시간은 점점 더 늘어나고 행여 고속도로 상에서 몇개의 충돌 또는 추돌 사고가 났다 하면 기본 2시간 걸릴 각오를 해야 하니 미국이 부럽다.

미국 소비자들의 58%가 주유소 선택의 가장 중요한 기준을 가격

으로 꼽았다. 역시 가격에 예민하기는 미국이나 캐나다 모두 같다.

휘발유 넣고 지불 수단은 75%가 신용 또는 직불카드를 사용한다. 나머지는 무엇인가? 현금으로 낸다는 의미인데 이는 카드를 발급받지 못하는 신분이 많다는 반증이기도 하다. 주유소에서 기름을 넣을 목적의 방문객이 기름 채운 후 편의점 안으로 들어서는 경우는 45%라고 하는데 그 주요 목적은 식음료 구입, ATM사용, 혹은 화장실 이용으로 꼽혔다.

미국인의 연평균 차량 가솔린 사용량은 1인 당 530갤런(약 2,000리터)으로 조사됐다. 기름을 넣는 시간대는 역시 활동이 분주할 때 집중된다. 오전 6~10시에 19%, 오전 10시부터 오후 3시까지는 36%, 오후 3~7시에는 35%, 오후 7시 이후는 10%의 운전자가 기름을 넣는다. ■

캐나다의 매우 별난 상

'서류무게 으뜸상'

코흘리개 냉차장사까지
간섭하는 행정규제



▲ 애들 냉차장사도 원칙적으로는 영업허가를 요구받는다. 이 어린것들이 뭘 안다고 신청양식을 작성, 제출한단 말인가.

관은 작년 10월 세법 개정안을 발표하면서 “이번 개정 취지의 하나는 고소득자가 개인사업체를 이용해 소득을 분산, 내야할 세금을 내지 않는 사례를 방지하는 것”이라고 설명했다. 그런데 이 개정 세법안에 대해 일부 지지하는 자영업자들도 있었지만 CFIB 대부분의 회원들은 조세 공평을 가장한 전적으로 ‘주관적인 합리성 테스트’(subjective ‘reasonableness test’)에 다름 아니라고 비판했다. 이는 기존 세법 체계를 더 복잡하고 불확실하게 만드는 꼴이라는 것이다. 장관은 자신의 재산 내역 공개를 불성실하게 해 구설수에 오르기도 했다.

(불)명예의 그랑프리가 올해는 단체가 아닌 사람, 즉 고위공직자 개인에게 돌아갔는데 이밖에 올해 선정된 ‘서류무게 으뜸상’ 수여 명단에는 다음과 같은 기관 혹은 공무원들이 올라 있다. 선정 사유를 간단히 소개하며 하나씩 살펴본다.

● 온타리오 노동부 (Ontario's Ministry of Labour)

온타리오 노동 관련 법령에는 업체가 사용하는 사다리가 오래 사용해서 상표가 벗겨져 식별이 되지 않으면 새 사다리를 사야 한다는 규정이 있다. 전문 공사 업체들의 사다리는 자주 사용하기 때문에 상표가 금방 지워진다. 그런데 상표가 닳았다는 이유만으로 멸절된 사다리를 비싼 돈 주고 또 사야하는 불합리는 한시바빠 시정돼야 할 악법이라 CFIB의 눈에 걸려든 것이다. 사다리는 약 120달러부터 비싼 것은 300달러까지 간다.

사실 노동부 단속원이 돌아다니며 사다리를 눈독들이고 살펴보면 불법 사다리가 아마 태산같이 쌓일 것이다.

● 뉴브런스윅 주류관리법 (New Brunswick Liquor Control Act)



제도 즉 ‘법’이 불명예상을 받은 특별 사례다. 발단은 뉴브런스윅 주민 지라드 코모 (Gerard Comeau) 씨에서 비롯됐다. 이 자는 이웃 퀘벡주에서 지난 2012년 맥주 14상자와 위스키 등 독주 3병을 사가지고 돌아오다가 주 경계선에서 RCMP의 검문을 받고 이 법 위반으로 벌금 292.5달러를 물게 됐다. 그리고 이에 저항해 소송이 벌어졌고 6년을 끌던 송사가 마침내 올해 4월에 대법원의 확정판결로 막을 내렸다. 뉴브런스윅 주류관리법에 의하면 타 주에서 반입할 수 있는 술은 맥주 18캔 또는 18병, 와인이나 위스키는 합해서 1병에 한해 적법하며 이를 위반하면 벌금에 처해질 수 있다.

코모씨는 법정 투쟁을 벌이며 이렇게 말했다. “You're a Canadian citizen and the Constitution gives you the right to go buy your merchandise wherever you like in the country and take it home.” (우리는 캐나다 시민이며 헌법은 우리 시민이 어느 장소에서라도 사고 싶은 물건을 사서 집에 가져올 수 있는 권리를 부여했다.) 정부의 벌금 부과가 위헌이라는 주장

세상에는 수없이 많은 상(賞)이 넘쳐나고 간혹 세인들에게 충격을 안기고 폭소를 자아내는 기상천외한 상도 많다. 캐나다에도 별나면서 의미심장한 상이 하나 있다. 이름하여 Paperweight Award : Celebrating the worst red tape in Canada

우리말로 어찌 옮길까... “최악의 관료주의에 헌정하는” 『서류무게 으뜸상』 정도로 옮기면 어떨까 싶다. 부연 설명하자면 ‘paperweight’ 라는 영어 단어는 문진(文鎮) 혹은 서진(書鎮)으로 책장이나 종이 쪽이 바람에 날리지 말라고 눌러두는 쇠나 돌따위를 일컫는 말인데 여기서의 의미는 이와 전혀 무관하다. 행정편의주의, 관료주의로 인해 관청에 제출해야 하는 서류 혹은 절차가 많고 번잡한 것을 비꼬는 표현이다. 하기사 관청에 제출해야 할 서류가 하도 많아 행여 어디로 날아가 분실될까봐 묵직한 문진 하나쯤 올려놓아야 된다면 이 또한 통하는 의미가 아닐까 싶기도 하다. 여하튼 이상의 정체는 부제(副題)를 보면 확실해질 수 있다. ‘the worst red tape’를 celebrating한다니 복잡한 행정절차에 속패나 꿩여본 비즈니스하는 사람들은 이 조롱섞인 상이 매우 속시원할 것도 같다.

본론으로 들어가자. 이 상을 주는 기관은 도대체 어디일까? 물론 준다고 받지도 않겠지만...

‘캐나다개인사업체연맹’(Canadian Federation of Independent Business ; 이하 CFIB)이 바로 이 풍자 가득한 상을 제정 수여하고 있다. 1971년 소상공인들의 권익 보호를 위해 창설된 이 조직에는 캐나다 전국 약 1만여 중소 상공업체가 회원으로 가입해 있는 이 분야 최대 규모의 단체다.

단체 사이트 www.cfib.ca에 들어가면 상에 대해 다음과 같이 정의하고 있다. 『...심각하고도 우스꽝스럽고 파괴적인 관료주의로 우리 소상공인의 비즈니스를 힘들게 하는 정부 및 산하 기관들에게 최고의 명예(불명예)를 안긴다.』 원본의 ‘(dis)honour’라는 표현이 재미있다.

자, 그러면 2018년에 선정된 최악의 정부 기관은 어디일까? 일명 ‘Business Owners’ Choice’라 명명된 최대 불명예 상은 연방 재무장관 빌 모노 (Bill Morneau) 씨에게 돌아갔다. 선정 사유인 즉 전체 소득을 가족 구성원과 나누는 방식으로 절세하는 소상공인을 타겟으로 삼아 이는 조세 회피 수단이므로 금지토록 하는 세법 개정안을 통과시켰기 때문이다. 모노 장

이다. 사실 코모씨의 이야기를 들어보면 억울해서 소송을 불사할 만도 했겠다 싶다. 친구와 형제들 것까지 돈 모아서 한꺼번에 사오느라고 법이 정한 한도량을 초과한 것뿐인데 무조건 법을 적용했다는 것이다. 그가 상습적으로 그러는 것도 아니었다. 1년에 두차례 정도였다. 그의 투쟁 이야기는 SNS등에까지 이슈화되며 공론을 형성할 정도였다. 그러나 대법원은 뉴브런스윅 주류관리법의 이 조항이 위헌의 소지가 없으며 합헌이라는 판결을 내려 결국 코모씨는 패소했다. 그럼에도 불구하고 여론은 코모씨를 지지하는 편이며 CFIB 역시 악법으로 규정한 것이다.

● **온타리오 노동부 장관 케빈 플린 (Ontario Labour Minister Kevin Flynn)**

소자영업체 비용을 막대하게 증가시키고 스트레스를 가중시키는 법령들을 통과시킨 인물이다. 법안 148 호(Bill 148) 일명 '공정한 근로장에 관한 법률'(Fair Workplaces, Better Jobs Act)하에 소자영업자들은 졸지에 수도 없이 많은 준수 규정 소나기 세례를 맞았다. 예를 들어 소규모 회사도 정규직 인사담당 인력을 채용해 늘어난 행정 서류 업무를 처리하지 않으면 안되게 생겼다. 전에 없던 수많은 사항에 대해 근로자에게 주권 혹은 사장은 일일이 서면으로 통지를 해야 한다. 행정 간소화에 역행하는 일을 앞장서 만든 장본인이라 CFIB의 눈에 포착됐다.

● **퀘벡 노동부 (Quebec's Labour Department)**

업주가 근로자에게 특정 사실을 통지할 때 앞으로 이러저러한 내용의 통지문을 받게 될 것이라는 예비 통지 서한을 의무적으로 보내도록 하고 있다. 동일 노동에 대한 동일 급여, 성차별없는 보수 지급 등에 관한 규정인데 이에 대한 예비통보와 본 통보를 2중으로 하게 만든 번잡한 행정절차가 비난의 대상으로 선정됐다.

● **광역몬트리얼 (Montreal Metropolitan Community)**

몬트리얼은 원래 여러 다양한 지자체들을 아우르는 광역 몬트리얼 개념으로 통용되는데 각 지자체마다 비닐백 사용에 관한 규정이 다양하다. 원칙은 비닐백 두께가 50마이크론(micron)미만이면 손님에게 제공할 수 없도록 하고 있다. (50마이크론은 0.05밀리미터) 그런데 원칙은 이렇게 정해놓고 각 지자체마다 기준은 알아서 하도록 허용하고 있어 혼란이 발생하고 있다. 예를 들어 자신의 사업체가 몬트리얼 중심지라면 손님에게 50마이크론 미만의 비닐 봉지를 제공할 수 없지만 이웃 다른 지자체들은 100마이크론 미만이면 제공할 수 없도록 하고 있다. (100마이크론은 0.1밀리미터) 그런가 하면 드몽테뉴 (Deux-Montagne)에서는 환경친화적 생분해물질로 만든 비닐백이 아닌 모든 비닐백은 두께에 관계없이 무조건 금지다. 이쯤 되면 법은 누더기에 다름아니다.

● **스미더스 타운 (Town of Smithers, B.C.)**

인구 5~6천 명에 불과한 이 작은 도시 지자체가 건물 개보수 등 공사를 할 경우 10만 달러 이상의 공사비가 들어가는 공사이면 인도(人道; sidewalk)를 의무적으로 지어야하는 규정을 시행하고 있다. 그런데 이 인도 공사 비용이 1만 달러나 소요된다. 더 한심한 것은 이 인도는 다른 어떤 보행자 통로도 이어지지 않는 다시 말해 용도가 없는 그냥 인도일 뿐이다. 업주들이 차라리 이에 드는 돈을 타운의 다른 공공 목적에 사용하자고 건의했으나 받아들여지지 않다가 최근 검토 중이라고 한다.

● **캐나다 통계청 (Statistics Canada)**

긴 설문지를 작성하도록 의무화하고는 이에 협조하지 않으면 벌금 또는 징역형(최장 3개월)에도 처해질 있도록 하고 있다. 질문항도 난해하기 이를 데없어 다 작성하는데 수시간이 걸리기도 한다. 한 CFIB 여성 회원은 6개월 간 두차례의 긴 설문서를 받은 적이 있는데 둘 다 정보를 모아 제대로 기입하느라고 상당한 시간을 허비했다고 증언하기도 했다. 그런가 하

면 농장주들에게는 한창 바쁜 수확철에도 아랑곳하지 않고 장문의 설문서를 보내 기일을 맞춰 작성을 완료하느라 애를 먹는 사례도 많다. 또다른 회원은 차라리 작성안하고 벌금 내거나 징역형을 사는 것이 속편하다는 다소 냉소적인 반응까지 보였다.

● **수도개발관리위원회 (NCC : National Capital Commission)**

NCC는 연방정부 산하 특별 기관이며 수도개발계획 수립, 연방 소유 자산관리, 국가 차원의 각종 이벤트 행사 주관을 주요 활동 목적으로 운영되는 연방 기관이다. 그런데 이런 무게있는 기관이 재작년에 아동들이 기금마련을 위해 벌인 레몬주스판매 활동에 대해 탄지를 걸어 반축을 샀다. 두명의 여학생이 여름 캠프 개최 자금 마련을 위해 가판대에서 레몬주스를 판매했는데 정부 허가없이 했다고 해서 금지시켰다. 여론이 아주 안 좋아지자 NCC는 슬그머니 이를 허용하면서 대신 수익금은 자선단체에 기부하라고 단서를 달았다. 이로 인해 동 기관은 사실 작년에도 불명예 수상 리스트에 올랐는데 올해는 여기에 진상짓을 한 술 더떠 연이어 불명예 상을 받게 됐다. 사연인 즉 NCC가 관리하는 자전거 도로에서 5~17세의 아이들이 레몬주스 가판대 영업을 하려면 3페이지에 달하는 신청 양식을 작성해 NCC로부터 승인을 얻도록 한 것이다. 이뿐이 아니다. 허가증을 받으면 가판대를 벌이기 전에 워크샵에 참가해 소정의 교육을 이수해야 한다. 아니, 어린애들이 길거리에서 냉차장사해 푼돈 벌여 여름 캠프 행사 기금에 쓰겠다는데 아무리 법과 제도의 틀 안에서 움직이는 관공서라고 하지만 어지간하다 싶다.

이밖에 불명예 리스트에 오른 기관으로는 온타리오의 LCBO, 퀘벡 보건부, 오타와 시, 캐나다국경서비스국 (Canadian Border Services Agency) 등이 있다. 모두가 아주 사소하고 조잡스러울 정도의 시시콜콜한 규정을 들이대며 행정력을 낭비하고 소상공인을 괴롭히는 사례들로 넘쳐나고 있다.

어느 나라고 관료제라는 것은 행정편의주의와 관료주의라는 병폐를 낳기 마련이다. 정도의 차이가 있을 뿐이다. 캐나다는 그 병폐가 좀 짙은 편에 속한다. 이유는 영국과 같은 뿌리이기 때문이다. 영국은 지난 2010년 전까지만 해도 선진국이라 일컫기 부끄러울 정도로 행정규제와 불필요한 절차가 넘쳐났었다. 이미 사문화된 수많은 지자체 조례는 아직도 폐지하지 않고 있다. 예를 들어 웨일즈의 어떤 마을에는 일요일에 모자를 쓰지 않고 외출하다가 걸리면 처벌받을 수도 있다. 스코틀랜드의 어떤 마을은 행인이 문을 두드리고 화장실 사용을 요청했을 때 거절하면 불법이다. 전국적으로 가장 웃기는 것 중 하나가 엘리자베스 여왕 우표를 거꾸로 붙이면 반역죄다. 물론 이런 중세 유물이자 골동품같은 규정이 실제로 집행되지는 않지만 엄연히 법령이나 조례로 존재한다는 사실이 중요하다. 비즈니스하는 영국의 소상공인들은 최근까지도 끔찍한 스트레스를 받아왔고 이제 조금씩 규제개혁이 단행되고 있다니 캐나다도 어서 빨리 그 뒤를 이었으면 좋겠다.

참고로 편의점 운영과 관련해 규제 관리를 받게되는 관련 법령은 온타리오의 경우 총 141개다. (연방 52개, 주 83개) 만약 토론토에서 영업하면 시 조례 42개가 보태져 모두 183개의 법령이 해당된다. 2014년 기준 자료인데 이후 몇년이 지나도 전혀 개선의 기미가 없었다. 협회가 지난 총선 전에 SOS 캠페인을 벌이며 제시한 5가지 대정부 요구사항의 하나가 바로 과도한 행정규제 간소화였다. 그리고 주 총선 결과 15년 자유당 정권이 보수당 정권으로 교체됐다. 당 대표가 편의점 영업에 우호적인 발언을 많이 했고 협회를 직접 방문해서 내건 공약도 있는 만큼 편의점을 옥죄는 레드테이프가 얼마나 감소할지 큰 관심과 기대를 가지고 지켜볼 일이다. ■

Sunny의 건강 이야기(13)

세로토닌, 도파민, 노르아드레날린과 같은 호르몬은 신경전달 물질이다. 도파민은 긍정적 사고, 성욕과 식욕을, 노르아드레날린은 불안, 부정적 마음과 스트레스를 책임지는 한편, 세로토닌은 위의 두 가지 신경물질을 억제하며 너무 흥분하지 않는 평온함을 선사하는 호르몬이다.

암환자들 대부분은 극도의 정서불안, 공포 등의 감정에 사로잡혀 살면서 병을 키운다. 때문에 이처럼 긍정적이고 평온한 마음과 면역력 강화를 시켜주며 암 치료를 돕는 물질이 절실하다. 문제는 도파민, 세로토닌과 같은 호르몬이 우리 몸에서 쉽게 생성되지는 않는다는 점이다.

세로토닌의 80%는 장에서 만들어진다. 세로토닌은 트립토판이라는 아미노산(단백질)에서 시작된다. 육류 특히 우유나 닭고기에 많은데, 코코아, 오트밀, 아몬드에도 다량 함유되어 있다. 트립토판은 신체 스스로 만들 수 없는 '필수' 아미노산이며 음식물을 통해서 반드시 섭취해줘야 한다. 문제는 아무리 트립토판을 많이 섭취해도 철분이 부족하면 안되고, 세로토닌으로 전환되려면 비타민 B6, B12와 마그네슘, 엽산 (B9) 등이 부족하면 안된다. 또한 장에서 뇌로 가기 위해서는 혈액장벽을 거쳐야 하는데, 유일하게 장벽과 세포문을 열어주는 열쇠가 인슐린이다. 결국, 빈혈증세가 있거나 채식만 고집하는 경우, 그리고 당뇨병자들은 세로토닌 형성이 이루어질 수 없다. 당뇨병자들이 화를 잘내는 이유다. 세로토닌은 뇌에서 멜라토닌으로 전환되는데 멜라토닌은 수면을 유도하는 호르몬이기 때문에 결국 당뇨, 우울증 환자들이 불면증으로 힘들어하는 이유이기도 하다.

햇병, 중독, 우울증, 무기력감, 만성피로, 집중력장애의 원인은 도파민 결핍인 경우가 많다. 도파민 생성을 위해서는 피날알레닌이라 부르는 아미노산이 필요한데 역시 필수아미노산이다. 도파민 생성에는 산소, 철분, 비타민 B6, C, D 그리고 엽산(Vitamin B9)이 충분해야 한다. 카페인, 담배, 술, 설탕 등이 도파민 생성을 방해하는 성분이라는 사실도 알아두자.

암은 완치 가능하며 의사가 아니라 자신이 신체에 대한 주체가 되어야 한다는 사실을 명심하고 자신의 환경, 성격, 식습관 등에 대한 철저한 검증과 반성이 따라야 한다. 감기에 걸리면 무엇을 해야 할 지 잘 알고 대처하면서도 암에 대해서는 85%의 환자가 모든 것을 포기하고 의사에만 자신을 맡긴다. 먼저 자신부터 이겨내자.

암 줄기세포 전이의 차단과 암세포 사멸에 도움되는 영양소가 피토케미컬이라는 것이다. 식물에서 천연적으로 얻어지는 모든 화학물질로 이해하면 된다. 예를 들어 히포크라테스가 해열제로 처방한 버드 나무잎에서 추출되는 살리신은 수천년이 지나 아스피린으로 탄생됐다. 또한, 과일과 채소에 풍부한 셀레늄은 갑상선 호르몬과 면역기능에 도움을 준다. 그런데 무엇보다도 암과 관련해서 가장 먼저 다루어야 할 식품은 강황(Turmeric)이다. 주 성분은 커큐민(Curcumin). 이 방면의 세계적 권위자인 바랏(Bharat) 박사는 "내 지식으로는 커큐민의 영향에서 벗어나지 않은 암은 없다"고 말할 정도로 커큐민의 암치료에 대한 효과는 대단하다.

암(癌) - 7 : 스트레스와 암



▲ 강황(Turmeric)에 함유된 커큐민 성분은 암치료에 큰 효능이 있는 물질로 알려져 있다.

수많은 연구논문에서 커큐민이 신경전달 과정을 관리하는 능력이 있고, 염증치료에 효과가 매우 크며 궁극적으로 암세포를 사멸시킬 수도 있음을 증명했다. 우선 커큐민은 매우 강력한 항산화물질이기에 정상 세포가 파괴되는 것을 막아준다. 커큐민은 또, 류마치스나 퇴행성 관절염 환자에게는 절대적으로 필요한 식품이다. 암치료에서 가장 중요한 것은 암세포의 전이를 막는 것인데 바로 커큐민이 확산과 전이를 막고 암세포를 보호하는 단백질을 용해하거나 전환시켜준다. 또한, 중앙 주변에 위치한 면역세포를 활성화시켜 암세포를 사멸한다.

암치료의 치명적 문제점은 항암제의 저항성과 변형성이다. 암 전문의들이 첫 항암치료를 할 때 가장 강력하게 작용할 수 있는 약을 처방하는데, 문제는 암세포 특히 줄기세포가 이 항암제를 견뎌낸 다음이다. 항암치료를 받고 의사들은 10센치였던 암세포가 3센치로 줄었다고 말하고 환자는 70% 치료가 진행됐다고 믿고 좋아하겠지만 실제로 살아남은 암세포들은 그중에서도 약마리들만 살아 남은 것이다. 이 문제를 해결하기 위한 일환으로 연구되는 물질이 바로 커큐민이다. 커큐민은 항암제가 암세포를 사멸시키는 과정에서 효율성을 높여주고 줄기세포 전환에 도움을 준다.

실제로 한 암센터에서 난소, 자궁, 방광암 치료제인 씨스플라틴(Cisplatin)을 처방하면서 커큐민 투약으로 자궁암 환자 암세포의 '자연소멸'을 유도하는데 성공한 바 있다. 또 한가지 항암치료에서 어려운 점은 항암제에 대한 거부반응과 독성이다. 그런데 커큐민은 항암제가 암세포 깊숙히 침투해서 사멸시킬 수 있는 과정에 도움을 줘 사멸효과와 암세포 확산을 막아준다. 유방암 치료 항암제의 하나인 Tamoxifen 은 수십가지 심한 부작용과 함께 암 유발물질이라는 악명을 가지고 있지만, 커큐민은 암세포를 사멸시키며 정상세포는 해를 주지 않는다는 사실이 증명되었다.

또한, 고에너지 X레이 항암 방사선 치료에서 건강한 정상세포도 안전할 수 없고, 일부 암세포는 이 방사선 치료에도 살아남지만 커큐민은 종양세포가 방사선에 더 예민하게 반응하도록 유도하는 한편 정상세포를 보호해 주기도 한다. 즉 정상세포의 보호기능을 증가시켜준다는 말이다. 많은 암환자들은 피부 외벽 파괴로 상처가 생기거나 굼는다. 이 상처는 고통이 심하고 냄새가 난다. 커큐민은 신기하게도 암세포 사멸은 물론 이러한 상처를 치유하는 국부 치료제이기도 하다. 커큐민 연고를 바르면 상처의 통증은 물론 상처의 크기나 정도가 줄어든다.

커큐민의 가장 큰 단점은 지용성 물질이라서 물에 용해되지 않기 때문에 신체에 흡수시키기 힘들어 반드시 올리브나 코코넛 오일 등과 후추를 같이 섭취해야 체내 흡수가 가능하다. 그러나 최근 개발된 질 좋은 제품은 생화학 처리가 돼 쉽게 흡수가 가능해진 제품들도 있다. 절대로 열을 가해 만든 오일(Corn, Canola, Sunflower 등)은 사용하면 안된다. 또, 빈속에 복용해서는 안되며 위산과다나 역류현상이 있으면 조심해야 한다. 커큐민은 천연적으로 피를 얇게 만드는 효과가 있어 해당 고혈압약을 먹는 환자는 의사와 상의해야 한다. (다음 호 계속) ■

OKBA 지구협 회장 전화번호

- 광역토론토 지구협회 -

- **Etobicoke**
회장 이두승 (416) 895 - 1277
- **New Market**
회장 금동진 (905) 836 - 6429
- **North York**
회장 김정렬 (416) 665 - 6709
- **Peel**
회장 이수봉 (905) 813 - 1333
- **Richmond Hill**
회장 김대용 (905) 471 - 8079
- **Scarborough**
회장 엄중호 (416) 759 - 4503
- **Toronto East** GTA 지구협의회 의장 겸임
회장 김종범 (416) 937 - 7637
- **Toronto West**
회장 김재숙 (416) 975 - 0365
- **Weston & York**
회장 조용상 (416) 604 - 3116

- 남서부 지구협회 -

- **Brant County**
회장 김중학 (519) 756 - 0099
- **Halton & Hamilton**
회장 장은홍 (905) 679 - 4812
- **London** 남서부 지구협의회 의장 겸임
회장 오세정 (519) 432 - 6672
- **Niagara Falls**
회장 김흥기 (905) 371 - 3539
- **Waterloo**
회장 권순천 (519) 684 - 7444
- **Windsor**
회장 이응학 (519) 734 - 7111

- 동북부 지구협회 -

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

www.okba.net

온라인을 통해 더 빠르고 정확한 정보를 얻을 수 있습니다.



OKBA PROGRAM STORE

Strong Retailers' Network

컨비니언스의 미래

- 독립편의점 네트워크 구성 중점
- 프로그램 스토어 전담팀 운영
- 가입 업소 직접 방문
- 문세점 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 라이센스 관련) ----- (416) 326-8700
 (800) 522-2876
 Fax (416) 326-5555
 OLG ----- (800) 387-0104

■ 음료

Coca Cola Bottling Company ----- (800) 241-2653
 Pepsi Bottling Corp. ----- (905) 568-7909
 (800) 387-8400
 Nestle Waters Canada ----- (519) 763-9462
 Lassonde ----- (905) 791-5300

■ 우유

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

■ 스낵 공급

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

■ 초코렛 / 캔디

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

■ 아이스크림

Nestle Ice Cream ----- (905) 458-3600
 Ontario (800) 500-5634
 Unilever Canada Inc ----- (866) 888-2775
 Fruti Distributing ----- (866) 663-3231

■ ATM / Debit

TD Merchant Services ----- (888) 663-6634
 Touch Cash ----- 1- (866) 391-3950
 Moneris Solutions ----- 1- (877) 789-5335
 1 Solution ----- 1- (888) 554-7355

■ 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 (손흥호 ex 231)
 이방록 회계사 ----- (416) 221-2009
 오중찬 보험 ----- (416) 602-7083
 최창근 모기지 ----- (647) 928-7313
 이은진 회계사 ----- (416) 802-3870

■ 언론사

한국일보 ----- (416) 787-1111
 중앙일보 ----- (416) 736-0736
 Globe and Mail ----- (800) 387-5400
 National Post ----- (416) 383-2500
 Toronto Star ----- (416) 367-4500
 Toronto Sun ----- (800) 668-0786

■ 장비 설치 수리

종합캐쉬레지스터 ----- (416) 622-2255
 프로캐쉬레지스터 ----- (416) 804-4075
 Cool Air Cleaning ----- (416) 224-0020
 Hi Cool Tech ----- (416) 909-7114

■ 기타

Kocom ----- (416) 769-3532
 DSC Digital System ----- (416) 255-6549
 Label & Bag Depot ----- (416) 432-2937
 Ubix Communications ----- (416) 492-6022 (Ex.221)
 David Health International ----- (647) 726-1010
 허바헬스 ----- (416) 435-5754
 365 Wholesale ----- (416) 931-9002
 Butterfly Fashion ----- (416) 785-5999
 The Best Inventory Service ----- (905) 359-8560
 원도매상 ----- (416) 661-6664

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.



2018.6.17~2018.7.14

Frito Lay Canada에서는 2018년 6월 17일부터 2018년 7월 14일까지 클럽 골드 회원, 플래티넘 회원, 다이아몬드 회원에게 스페셜을 실시하오니 방문하는 판매 담당자 또는 드라이버에게 문의하세요. 4주 한정기간 동안 프로모션이 있으니 적극 활용해 주시기 바랍니다.



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

Smartfood
POPCORN MAÏS SOUFFLÉ
2/\$6
Smartfood XL
Club Gold
Club Platinum
Club Diamond



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



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



- 최소 주문량 \$50
- 다양한 제품 오더 가능 (Single Serve, Take Home, Convenience Food, etc)
- 직접 재고 관리 가능
- 필요할 때마다 주문 가능 (무료 배달/주문 후 이틀안에 배달 완료)
- 충분한 유효기간 (창고에서 직접 포장)
- Single Serve는 Snack to you를 통해 주문 가능합니다.

Online at snackstoyoucanada.ca or Phone 1-866-404-8881