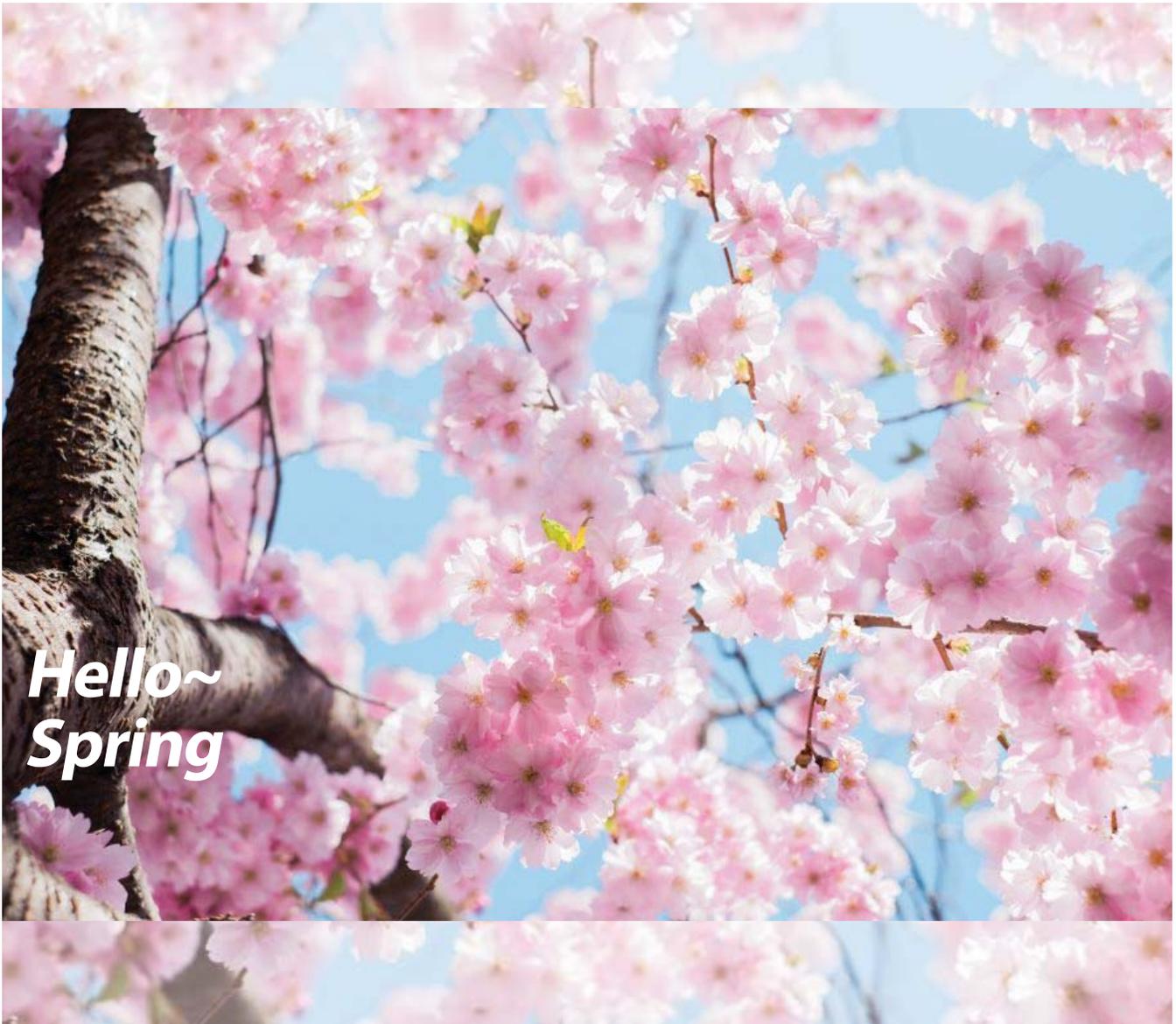


실업뉴스

The Ontario Korean Businessmen's Association News
2019년 5월 8일 수요일 제775호



www.okba.net Publisher : Jae Gyun Shin / 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



Offer valid for March/April 2019

NEW for 2019 Buy more ... get more!

Buy \$325 & get 1 **FREE CASE**
of Drumstick Rolo valued
at **\$40.08.**



Buy \$450 & get 1 **FREE CASE**
of both Drumstick Rolo **AND**
Drumstick Mocha Cookie Crunch
valued at **\$87.12**

Buy \$550 & get 1 **FREE CASE**
of each of Drumstick Rolo &
Drumstick Mocha Cookie
Crunch **AND** Maynard's Fuzzy
Peach and Swedish Berry value
at **\$113.52**



Please contact Nestlé for full details. Valid for one-time use only. Not valid in combination with any other offers or promotions. Offer expire April 30, 2019. While quantities last.

*\$ value before taxes on purchases of Nestlé Single Serve Ice Cream products.

MAYNARDS AND SWEEDISH BERRIES ARE REGISTERED TRADEMARKS OF MONDELÉZ INTERNATIONAL GROUP, USED UNDER LICENSE BY: NESTLÉ CANADA INC., NORTH YORK, ON M2N 6S8. ©2019 NESTLÉ. ALL OTHER TRADEMARKS ARE OWNED BY SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A., VEVEY, SWITZERLAND AND USED UNDER LICENCE. ©2019 NESTLÉ.



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 >
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 장은홍(905)679-4812
London 회장 오세정(519)432-6672
Niagara Falls 회장 김흥기(905)354-1313
Waterloo 회장 최상겸(519)579-8130
Windsor 회장 윤문성(519)326-1832
- < 동북부 지구 협의회 >
Durham 회장 이현식(905)579-2500
Huronian <공석>
Kingston 회장 이강경(613)967-9998
Owen Sound 회장 허창훈(519)323-4311
Peterborough <공석>

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

www.okba.net

온라인을 통해 더 빠르고 정확한 정보를 얻으실 수 있습니다.

C O N T E N T S

- 04 - 08 / 편의점 주류판매와 향후 전망
워터루 지구협회 골프대회
- 09 / 150년 통조림 수프 회사 캠블 수프 경영난
- 10 / CICC, 주정부 새 예산 적극 반겨
- 11 / P.E.I 에도 편의점 술 판매 허용?
- 12 ~ 13 / 다문화 나라의 편의점 장기 전략
- 14 ~ 15 / 경쟁력있는 편의점 만들기
임페리얼 가격 인상
- 16 / 연방 탄소세 놓고 주정부와 갈등 시작
KCWA 캐나다한인여성회 다운타운 메디슨 사무실 이전
- 17 / 2019 Nestle Ice Cream Exclusivity Agreement
- 18 / DIRECTORY
- 19 / 협동조합 고객감사의 날 행사 대성황
- 20 ~ 23 / K.B.A. 협동조합 5월 스페셜

일자리/정부수입 ↑

술값 ↓

萬事亨通

편의점 주류판매와 향후 전망



온주 집권 여당의 주류 판매 민영 확대 정책, 더 구체적으로 말하면 편의점에도 판매가 허용된다는 사실이 지난 4월 11일 온주 새 예산 발표 다음날인 12일에 빅 피델리 재무장관의 입을 통해 거듭 확인됐다. 스카보로 소재 중국문화센터에 이른 아침부터 몰려간 160여 회원들은 피델리 장관과 행사를 주관한 조성준 장관을 향해 아낌없는 성원의 박수와 환호를 보냈다.

실험 회원을 비롯한 대다수의 편의점 종사자들에게는 가슴설레는 희망의 메시지였고 수십년 숙원 과제가 이제 실현을 목전에 두고 있다. 들리는 말에 의하면 올 가을부터 편의점 선반에서 맥주가 진열된 모습을 보게 될 것이라는 조급한 낙관론부터 법령과 제도 등 세부적인 추진을 거치자면 빨라도 내년 가을부터일 것이라는 신중론에 이르기까지 추측은 다양하지만 시기만이 문제일 뿐 편의점이 술을 판매하게 되리라는 사실은

변함없다. 온주 주류 시스템의 근본 골격이 환골탈태되는 중대한 정책 변화와 관련해 주류 언론들도 많은 관심을 가지고 이 사안을 다루고 있다.

최근 일부 언론에서 다룬 몇가지 기사들을 토대로 주류판매 민영 확대가 미칠 경제적 사회적 영향과 전망을 정리해본다. 편의점까지 판매하는 정부의 정책이 전반적인 지지만 받고 있는 것은 아니고 이해당사자 중에서 기존 체제의 변화를 바라지 않는 무리들은 부정적 진단을 쏟아내고 있다. 하지만 대세를 거스를 수는 없을 것이다. 새 술은 새 부대에 부어야 하지 않겠는가. 사회적 이해관계가 걸린 우리의 주제도 술이니만큼 딱 어울리는 경구가 아닐 수 없다.

최근 전국소매업협회(RCC ; Retail Council of Canada)가 밝힌 보고서에 따르면 온타리오 주류판매 채널 민영 확대 정책이 주내에서 9,000 개 이상의 일자리를 창출할 것으로 전망하고 있어 업계의 큰 관심을 끌고 있다. 지난 4월 30일 발표된 이 자료에 따르면 “주류 구입처의 확대와 편의성 증대는 온주 소비자들뿐 아니라 온주 경제에도 크게 도움이 될 것”이라고 전망했다.

보고서는 현행 콘소시엄 형태의 독과점 맥주판매 소매채널인 ‘비어스토어(Beer Store)’가 사업을 접는다고 가정할 때 7000여개의 일자리가 사라진다고 추정했다. 하지만 그 대신 슈퍼마켓, 편의점, 대형 유통 업체 등으로 민간 소매업소들에 맥주 판매를 허용하게 되면 창출되는 일자리는 없어지는 자리를 상쇄시키고도 2,100여개의 자리가 남는다고 계산했다.

일군의 소매업계 로비 그룹들은 더그 포드 정부가 비어와 와인 판매를 편의점을 비롯한 민간 부문으로 확대하면 온주 전체 경기 진작에 큰 도움이 될 것이라고 예견했다.

온타리오는 캐나다 전국에서 주류 선택권과 편리성 측면에서 꼴찌(lead last)라는 평가를 받아왔다. 우선 인구 1만 명 당 소매 판매처는 2.4 곳인데 이는 전국 평균 5.92에 비해 한참 뒤지고 있다. 포드 정부는 새로 추가될 판매처를 11,500 곳으로 잡고 있는데 RCC는 4,028개가 더 보태져야 전국 평균에 달한다고 주장한다. RCC 부회장 칼 리틀러씨는 “온주 주류 소매채널이 전국평균에 달하면 매출이나 고용창출 모두에서 큰 성과

협회 문의
(416)789-7891

www.saintjimmyscoffee.ca
The fastest growing coffee service in North America

를 거두게 된다.”고 말했다. 주류판매 채널 확대에 의한 추가적 경제 효과는 연평균 35억 달러로 추산된다. 이 계산은 이미 비어와 와인 판매를 허가받은 슈퍼마켓의 연평균 주류판매 매출 실적이 업소 당 88만 달러였다는 것을 기초해 산정한 것이다. 현재 온주 주류 판매업소는 약 2,700여 곳. 이 중 정부 운영의 LCBO 660개, LCBO의 대리점(agency) 210개, 자유당 정부에서 기존에 허가해줬던 슈퍼마켓 450곳, 비어스토어 450개가 포함된다.

살짝 걸림돌 'Beer Store' 현 체제 고수 위한 반발도 거세

여기서 문제는 비어스토어(Beer Store)이다. 지난 2015년 자유당 정부와 10년 운영권 계약을 맺어냈다. 전체 고용인원은 7,000여 명인데 이들은 노조가입원이다. 만약 새 정부가 이 계약을 파기하면 10억 달러 이상의 위약금을 물어줘야 한다.

27페이지에 달하는 두툼한 계약서에는 매장 업그레이드에 4년간 1억 달러를 투자하고 2년간은 가격 인상을 없도록 한다는 내용도 들어 있었다. 이 약속은 이미 이행됐다. 계약 내용을 뜯어 보면 비어스토어의 사업을 영구 중단할 경우 인력 해고 등을 비롯한 폐업에 수반되는 청산 절차와 손해 비용 등을 정부는 비어스토어측에 지불해야만 한다.

그런데 이런 비용을 감수하고라도 판매채널을 확대함으로써 얻어지는 경제 효과와 고용 추가창출 효과는 더 크다는 것이 이번 RCC 보고서의 핵심적 주장이다. 이번 주류 민영화 확대 계획안 수립에 자문위원으로 위촉된 전직 알버타 장관 켄 휴즈씨는 비어스토어의 전면적 붕괴 가능성을 운

운하는 것은 기우(杞憂)에 지나지 않는다고 일축했다.

참고로 그는 하루 1천 달러의 임금을 받고 있다. 그의 구상에 따르면 비어스토어와의 계약을 수정하는 수준에서 현재의 판매처 확대 계획을 추진할 수 있을 것이라는 데 구체적으로 어떤 아이디어를 가지고 있는지는 밝히지 않았다. 다만 비어스토어에 배상금을 지급할 가능성을 논하는 것은 시기상조라는 단서는 달았다. 비어스토어는 글로벌 맥주 다국적 기업 인라바트, 몰슨, 슬리맨 그리고 온타리오 소(小) 양조업체 30개 회사가 공동으로 소유하고 있는 구조이다. 그러나 가장 핵심은 앞에 언급한 3개 기업이다. (비어스토어에 대한 자세한 내용은 박스 기사 참조)



우리에게 익숙한 비어스토어라는 상호의 맥주 전문 판매망을 운영하는 법인의 명칭은 'Brewers Retail Inc.'이다. 이제는 잘 알려져 있지만 불과 10여 년 전까지만 해도 이 조직이 무슨 정부 산하 소매 채널

인 것으로 많이들 오해했었다. 마치 LCBO와 유사한 공영기관으로 착각했다. 그래서 오죽했으면 주류언론에서 종종 특집으로 실체를 전하기도 했다. 위키피디아는 이렇게 명확히 묘사하고 있다. 『Canadian privately owned chain of retail outlets selling beer』

1927년에 발족할 당시는 온타리오 양조장들이 모여 콘소시엄 형태로 시작했다. 물론 이때도 민영체제였다. 정부하고는 아무

CLOUD SERVER를 통한 프사시스템 유지관리와
실시간 고객 매출등의 데이터 정보교환 가능

"1Solutions와 함께 하시면
성공이 보입니다!"

모스 가격

일체형 연동
포스시스템

빠르다!
간편하다!
저렴하다!

Made in Korea

OLG 온라인 로또
바코드 형식 사행

\$2500 + Tax

(바코드 스캐너, 근전함, 소프트웨어 포함)






www.1solutions.ca
Toll Free 1(888)554-7355
Direct Line (905)560-4511
Fax 1(888)544-0409

info@1solutions.ca
(416)900-7533

관계가 없는 조직이었던 것이다. 현재 달라진 것이라고는 소유주가 캐나다가 아닌 외국 업체라는 점이다. 그것도 거대 다국적 주류회사 3개사로 손바뀜만 있는 것 뿐이다. 여기에 온타리오 내 중소양조업체 30개의 지분이 고작 0.02%를 차지하고 있다. 그냥 무시해도 좋을 수준이다.

어떤 종류의 맥주를 취급할 것인가, 가격은 어떻게 가져갈 것인가 하는 주요 결정은 전적으로 이들 사기업에 - 정확히 말하면 외국 자본 3개사에 맡겨져 있다. 형식상 LCBO 즉 정부의 지침에 따라야 한다는 단서는 있지만 이들에게는 별로 신경쓸 일이 아니다. 현재의 온주 주류 시스템 골간은 '온타리오 주류 관리법'(Ontario's Liquor Control Act)에 근거한다.

이 법에 의하면 과거 온주 내 주류 판매 소매업소는 비어스토어 한 채널밖에 없었다. 단지 예외가 있다면 중소 양조장 자체 내에서 운영하는 소매점과 정부 소유의 LCBO뿐이었다. 이후 LCBO가 승인한 대리점 (agency)이 생긴 것은 주지의 사실이다. 그리고 이 법에 의해 독주(*위스키, 보드카 등) 취급은 허용되지 않고 있다. 현재 식품점 주류 판매에서도 맥주와 와인만 허용되고 독주 취급이 불가능한 것의 이유다. 새 정부는 편의점 주류 판매 허용 여부를 평가하는 과정에서 맥주와 와인 이외의 술(독주)을 취급하는 문제까지 광범위하게 다룬 바 있다. 가격 정책 문제 또한 심각하게 다루는 것으로 알려져 있다.

지난 자유당 정권 시절 법을 개정해 약간의 예외를 둔 것이 날개 혹은 6개 묶음에 한해 맥주를 판매할 수 있도록 온타리오 내에서 수퍼마켓에 허용했다. 물론 이때 편의점 채널은 왜 제외시키냐는 거센 항의가 있었다. 이에 대해 자유당 정권은 이렇다 할 합리적 답변을 내놓은 바 없었다. 비어스토어의 독과점 체제는 당연히 가격 결정권의 전횡적 권한으로 이어질 수밖에 없었다. 미국 관광을 하며 술을 소핑해본 관광객이라면 누가 현격한 가격 차이로 놀라는데 미국 술값이 싼 것이 아니라 캐나다 특히 온타리오의 잘못된 독과점 주류 시스템으로 터무니없이 술값이 비싼 때문이다.

비어스토어 본사는 미시사가에 있고 직원은 약 7천여 명이다. 3개 해외 소유주를 간략히 소개하면 다음과 같다.

● Molson Coors Brewing Company



미국 회사다. 본사는 콜로라도 덴버에 있으며 2005년에 합병됐다.

캐나다 몰슨과 미국 쿠어스가 합병한 것인데 2017년 기준으로 종업원 수 17,000여 명. 역사적으로 보면 캐나다 몰슨이 1786년에 창업해 1873년에 창업한 미국의 쿠어스보다 100여 년이나 더 오래됐다. 두 회사명이 모두 창업자 이름에서 따온 것이다. 비어스토어 전체 지분의 49%를 가지고 있다. 순익은 2016년 기준으로 약 3.6억 달러.

● Labatt Brewing Company Limited

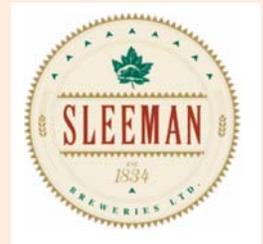


벨기에 소유다. 1847년 온타리오 런던에서 존라바트라는 사람이 창립한 유서깊은 캐나다 맥주회사였고 규모도 최대였으나 지난 1995년에 벨기에의 인터브루(Interbrew)라는 회사에 팔렸다. 이후 지난 2004년 브라질 최대 맥주회사 AmBew와 합병 후 복잡한 과정을 거쳤으나 벨기에 소유임은 변함없다.

● Sleeman Breweries

일본 자본이다. 비어스토어의 지분은 2%이다. 영국 태생의 존 슬리맨이라는 사람이 1830년대에 지금의 Niagara-on-the-Lake에 양조장을 차린 것이 효시라고 한다. 2006년 일본의 유명한 맥주 회사의 하나인 삿포르 (Sapporo Breweries)가 4억 달러에 인수했다.

이래서 결국 한때는 명성을 날리던 캐나다 맥주의 자존심은 미국, 벨기에, 일본 3개국의 자본에 종속된 구조가 된 것이다.





아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

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

<div style="text-align: center; background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px;">교통사고, 개인 상해</div> <p style="font-size: small;">과실 유무와 상관없이 교통 사고 후유증에 관한 최대 보상, 낙상, 정무 과실 보상 소송</p>	<div style="text-align: center; background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px;">교통위반 티켓</div> <p style="font-size: small;">과속, Stunt Driving, 무보험, 신호 위반, 행소니 등 모든 교통법규 위반</p>	<div style="text-align: center; background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px;">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

한편, 비어스토어의 테드 모로즈(Ted Moroz) 회장은 RCC측의 이번 분석 보고서 내용에 대해 그저 허황된 희망사항일 뿐이라고 불편한 심기를 드러냈다. “소매업계 측에서 완전히 놓치고 있는 세가지 사실이 있다.

2015년부터 도입된 식품점 맥주 판매 이후 전체 맥주 매출은 감소했다. 둘째는 식품점 맥주판매로 인해 일자리가 늘어나지 않았다. 마지막으로 온주 전역에 고용된 비어스토어 직원 7천여 명의 일자리가 전혀 불필요한 민간 판매망 확대로 인해 완전히 날라간다. 대체 아무런 이득도 없이 멸절된 7천 개의 일자리가 사라지도록 하는 이유가 뭔가?” 모로즈 회장이 주류 언론 토론토 스타와의 인터뷰에서 쏟아낸 주장들이다.

**대세 거스를 수 있다!
소비자 좋고 정부 좋고 업주 좋고**

위의 주장은 사실인가? 편의점을 포함한 민영 확대로 인한 장점들을 세밀히 살피는 가운데 저 주장은 무너질 것이다. 좀더 포괄적으로 접근해 보자.

주류판매망 민영 확대 정책을 실현하면 정부 세수가 증대하고 반면 술의 소비자 가격은 지금보다 저렴해 질 수 있다는 일각의 분석은 상당히 설득력이 있다. 당장 오늘 내일 실현될 정책은 아니지만 전문가들은 현행 LCBO체제와 확대되는 민영 판매망이 공존하는 모양으로 귀착될 가능성이 높은 것으로 점치고 있다.

그런데 현행 온타리오 주류 시스템을 그대로 유지하고 민영판매망을 확대시키는데 반대하는 진영에서는 민영판매망이 확대되면 주류가격이 오를 것이라는 주장을 펴고 있다. 그러나 이는 꼭 그렇지는 않다. 특히 정부가 경쟁 체제를 허용하면 결코 그리 되지 않는다. 예를 들어 LCBO에서 위스키 '크라운 로얄(Crown Royal)' 한병에 30.45달러에 판매되는 것이 최근 알버타의 민영 소매업소에서 25.99달러에 팔리고 있다.



▲ 캐나다의 간판급 위스키 크라운 로얄. 온주와 알버타에서 가격 차이가 무려 5달러에 가깝다. 서둘러 민영화를 해야할 이유가 극명하게 드러난다.

또 인기 보드카인 스미르노프(Smimoff) 한병에 LCBO에서 27.20달러에



onewholesale.ca

Smoke Shop / Headshop / Convenience Store Wholesaler

Authorized Zippo Dealer

원도매상

Order online by noon for **SAMEDAY SHIPPING**

*Ask for Free Zippo Display

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

Business Hours

Monday to Friday
9.00am - 5.00pm

Saturday
9.00am - 2.00pm

Closed on
Sunday and Holidays

Cash & Carry Store
606 Magnetic Dr Torono, ON M3J2C4

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

판매되고 있으나 알버타에서는 단지 20.99달러일 뿐이다.

이런 가격 차이는 비어스토어도 마찬가지다.

현상유지파는 특히 편의점에 맥주판매가 허용되면 가격이 오른다는 주장을 펼치는데 사정은 이와 전혀 다르다. 예를 들어 현재 오타와(온타리오쪽)에서 슬리맨 24병짜리 한 박스가 38.95달러에 판매되고 있으나 바로 건너 퀘벡쪽 오타와에서는 33.27달러에 불과하다. 수입 혹은 프리미엄급 맥주인 경우는 가격 차이가 더 커진다. 온타리오에서 수입 인기 맥주의 대명사인 코로나 한 상자에 48.95달러인데 퀘벡에서는 34.60달러다. 대단한 가격 차이가 아닐 수 없다.

이렇게 타주의 가격이 저렴한 이유는 정부의 자유로운 경쟁 체제 보장 정책으로 가능한 것이다. 오히려 협회는 정부 당국과 협상할 때 정부가 지나치게 완벽한 가격 경쟁체제로 풀어놓으면 같은 민간 채널이라도 몸집 큰 대형 슈퍼의 저가 공세에 영세업소인 편의점의 경쟁력이 불리해져 가격 하한선제를 도입해달라고 주문했을 정도다. 이는 민영 판매망이 확대 되면 술값은 당연히 내려갈 것이라는 정확한 예측에 기반한 것이다. 퀘벡도 이미 겪었던 진통이다.



▲ 오타와의 한 식품점에서 판매되고 있는 맥주 진열 모습. 온타리오산 로컬 비어까지 다양하게 취급되고 있다.

이 자유경쟁 체제와 관련해 현행체제 고수파들은 자유경쟁체제로 운영하면 주정부 수입이 줄어들고 결국 재정 적자를 부추기게 된다고 주장한다. 앞서 언급한 비어스토어 모로즈 회장의 지적하고 같은 맥락이다.

현실은 전혀 그렇지 않다. 2015년 온주 정부가 247개의 식품점에서 맥주와 와인 판매를 허용한 이후로 기존 663개의 정부 운영 LCBO와 당장에 경쟁 관계에 놓이게 됐는데도 여지껏 데이터를 보면 오히려 LCBO 방문 및 거래 회수가 증가했다는 사실이다. 당연히 수입도 늘었다. 모로즈 회장의 주장이 근거없음을 여실히 증명하고 있다.

정부에 안겨준 놀라운 수익 실적을 보자. LCBO의 작년 한해 수익은 21억 달러인데 민간 채널 판매를 확대한다고 이 수익이 없어진다는 것은 믿기 어려운 주장이다. 알버타는 주류 판매를 하는 2천 개가 넘는 민간 소매업소가 작년 한해 정부에 8억 6,600만 달러의 수입을 안겨줬다. LCBO하고 비교해보니 한 업소 당 정부 재정 기여도가 알버타 쪽이 더 높았다. 거두절미하고 상식적인 차원으로 접근하면서 한가지 사실만 유념하자.

민영 판매망 확대를 허용하면 일단 주내에서 상당한 수준의 투자 붐이 일어난다. 주류 판매를 위한 민간부분의 새 업소 오픈이 러쉬를 이루고 자연이 고용창출도 뒤따를 것이다. 온주 경기 전반에 걸친 활력이 일어나고 커다란 기회요인이 제공될 것이다. 주류 독점의 기나긴 역사에 종지부를 찍으며 엄청난 변화의 시대를 맞이하게 될 것이며 이번 예산안을 발표하며 정부 여당이 내놓은 케치프레이즈인 “성인으로 대접받는 세상”(we are treating adults like adults, by making it easier for you to buy beer and wine)을 겪게 된다. 당장, 어려운 독립 편의점 업주들의 신수가 퍼지는 것은 물론이고... ■

워터루 지구협회 골프대회



워터루 지구협회가 동 지역 한인회와 공동으로 아래와 같이 친선 골프대회를 개최하오니 많은 분들의 참석을 바랍니다.

- 일시 : 2019년 6월 27일 (목)
- 장소 : Rebel Creek Golf Club
(1517 Snyder's Rd., Petersburg, ON) 1 888-833-8787
- 참가비 : 1인 당 \$100.00 (카트, 저녁식사 포함)

* 당일 12시 30분에 티 오프하며 참가자는 신청과 함께 티켓 구매를 하셔야 행사에 참여할 수 있습니다.

* 참가 신청은 (519) 579 - 8130 으로 하기 바랍니다.

워터루 지구협회장 최상겸

지금
전화주세요!



박효진 (Roland Park)
Cell. 416-985-5287

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

실협 단체보험

고급 유기농 음료 회사 매각
150년 통조림 수프 회사 **캠벨** 경영난



통조림 수프의 대명사 캠벨수프(Campbell Soup)가 고급신선 음료의 대명사인 볼트하우스팜 (Bolthouse Farms)을 매각하기로 최종 합의해 캠벨수프의 어려운 경영 여건을 재확인해주고 있다. 매입회사는 LA에 소재하고 있는 사모(私募)투자펀드 회사인 버터플라이 에퀴티(Butterfly Equity)계열사이며 식품쪽에만 전문으로 투자하는 회사다. 매매 대금은 미화 5.1억 달러로 정했다. 소유권이 최종 이전되는 시점은 2019년 회계연도 마감일이 될 것이라고 하는데 캠벨은 이렇게 됨으로써 회사 프레쉬 식품 계열을 완전히 정리하게 된다. 직전에는 가든 프레쉬 구어메도 처분할 것이라 했는데 이제 마지막 남은 볼트하우스 팜까지 매각해 이 라인에서 완전 손을 떼는 셈이다. 프레쉬 계열의 전체 매각 대금은 9.7억 달러로 알려져 있다. 이 매각 자금으로 회사 부채를 크게 정리할 수 있게 된다.

캠벨 회장 겸 CEO 마크 클라우스씨는 “이번 볼트하우스팜 매각으로 북미주 시장의 핵심 사업에만 전념하는 전략을 구사할 수 있

게 됐다”고 밝혔는데 그가 말한 핵심 사업은 캠벨 스낵과 식사대용 식품 사업을 의미한다. 전통적인 코어 비즈니스로 복귀하는 셈이다. 아직까지 이 두분야는 캠벨의 오랜 명성을 계속 이어갈 수 있는 것으로 전망된다. 고급 유기농 신선 음료로 잘 알려져 있는 볼트하우스 팜은 지난 2012년에 캠벨이 인수했던 것인데 고리타분한 통조림 식품회사의 이미지에서 벗어나 신선하고 고급스러운 음료회사의 이미지를 보태려 했던 것이다. 하지만 한다 하는 CEO가 수차례 얼굴바꿈을 하고 새로운 경영, 혁신 경영을 외치며 호기롭게 바람을 넣었지만 시장은 “하던거나 잘하세요”의 교훈을 절실히 깨닫게 하고 있다. 볼트하우스팜쪽에 종사하는 종업원은 약 2000여 명으로 파악되고 있다.

한편, 캠벨의 역사는 150년을 넘기고 있는데 과연 의도에서 돌아와 본업에 충실해 옛 명성을 되찾을 수 있을지 업계의 관심사가 되고 있다. ■

DUKE'S
Freshly Crafted Smoked Meats

천연 통째 재료 훈제육
소량의 설탕 사용

얼리지 않은 신선한 돼지고기	천연의 통째 재료	특별한 나무로 실재 훈제	소량 분배 생산 표시

DIRECT TO STORE DELIVERY CONTACT: E: customerservice@metro360.ca | Toll Free: 1-888-639-7868

BigS

단백질 가득! 맛과 향이 풍부!
시드(SEED) 스낵!

직화구이 | 최고급 점보 씨앗 | 풍부한 맛

DIRECT TO STORE DELIVERY CONTACT: E: customerservice@metro360.ca | Toll Free: 1-888-639-7868

- WSIB 프리미엄 하향조정 (*WSIB는 Workplace Safety & Insurance Board의 약어이며 한국으로 치면 고용노동부 산하 '산업재해보험기금'에 해당한다. 인력을 고용하고 있는 사업체는 업종 분류에 따라 일정한 비율의 보험료를 의무적으로 내야 하는데 이것이 사업체 운영주에게는 부담이 컸다. 이를 새로 들어선 보수당 정부가 낮췄다는 점을 환영하는 것이다.)

- 2020년까지 기존의 번잡한 법령이나 제도의 25%를 철폐
- 현행 시급 14달러 유지 및 이후 인플레이션분에 한해 반영되는 임금 인상 정책
- 소자영업 세율 하향 조정

CICC는 또, 주간(州間 interprovincial), 특히 온타리오와 퀘벡 주사이의 이러저러한 무역 장벽 철폐를 비롯한 친 편의점 정책 또한 반길만 하다는 입장이다. 코짜왈라 회장은 "CICC회원사 중에는 유통 분야에서 퀘벡에 상당한 교류가 있는 상황에서 친 비즈니스 환경을 조성하는 온주 정부의 정책이 몹시 반갑다."고 말했다.

협의회가 또 하나 큰 관심을 가지고 있는 것이 스포츠 복권 게임에서 한 게임 배팅도 가능한(single sport wagering)방식을 연방정부가 허용해 주도록 주정부가 힘을 쓰겠다는 대목이다. 스포츠 복권을 즐기지 않거나 무관심한 복권 애호가들은 무슨 말인지 잘 모를 수도 있겠다. 현행 프로라인을 비롯한 스포츠 복권은 최소 3개 이상의 매치에 배팅을 하도록 되어 있으나 스포츠에 정통하지 않은 사람들은 이런 복잡한 확률을 계산하거나 전망할 능력이 없고 따라서 스포츠 복권의 저변 확대에 한계가 있다.

그러나 한 게임에도 승패를 전망해 배팅을 하도록 허용하면 스포츠에 그리 전문적 지식을 갖지 않아도 부담없이 복권을 구입할 수 있고 이는 곧 편의점 복권 매출 증대에 기여할 수 있기 때문에 업주들의 관심이 높을 수밖에 없다. 다만 이를 업소 방문이 아닌 온라인에서만 거래한다면 오히려 편의점 복권 매출에 지장을 줄 수도 있어서 정부가 만약 이를 추진할 때 어떤 판매 루트를 수립할 지는 또다른 관심사로 된다. 여하튼 편의점 입장에서는 관심을 가지고 지켜볼 이슈의 하나다.



◀ 2018년 12월 10일 오타와에서 가진 연방 및 주정부 전체 회동 자리에서 온주 빅 피델리 재무장관은 연방 빌 모노 재무장관에게 연방 형법을 개정해 한 게임 배팅도 가능하게 해달라고 요청했다. 사실 복권 업계에 포함된 재계는 이 제도가 합법화되면 캐나다 경제 전체에 미칠 영향력이 적지 않다고 역설하고 있다.

회장은 "정부가 성인을 성인답게 대접하고 소매업주가 지역사회의 성원으로 책임성있게 복권이나 술을 소비자들에게 판매할 것으로 신뢰해주고 있는 것에 대해 찬사를 보낸다"는 말을 덧붙였다.

CICC는 예산 발표 다음날인 4월 12일 조성준 노인복지부 장관이 주최한 스카보로 지역 조찬 예산 설명회 행사에도 관계자들이 다수가 참석해 협회 회원들과 마찬가지로 초청연사인 빅 피델리 재무장관의 연설을 경청하며 환호와 격려를 함께 보냈다. ■

비즈니스프렌들리 정책 환영

CICC, 주정부 새 예산 적극 반겨



기존 NACDA(전국편의점공급사협회)가 올초 확대개편되면서 새로이 발족된 CICC(Convenience Industry Council of Canada)가 (우리말로 '전국편의점산업협회' 정도로 옮기면 무난할 것 같다) 지난 4월 11일 온주 정부가 발표한 새 예산안을 크게 환영하고 나섰다. 번잡한 행정 절차 간소화, 비즈니스 비용 절감, 소비자 우선주의 정책이 돋보이는 예산임을 들어 반긴다고 한다.

협의회는 예산이 발표되자 즉각 성명을 내고 소자영업 분야에 그간 법적 제도적 짐이 돼왔던 문제들을 완화시키고 투자와 성장 동력을 자극하는 다양한 조치들이 매우 고무적임을 강조했다.

성명을 발표한 협의회 회장 겸 CEO인 앤 코짜왈라씨가 전한 몇가지 표현들을 뽑아본다. "온타리오의 주류 정책이 이제사 21세기에 걸맞게 변모하기 시작했다.". "편의점 소매채널, 유통 및 공급을 망라하는 CICC는 주내 알콜 판매 채널 확대가 현실화된 것을 매우 다행으로 여긴다.", "CICC가 용역의뢰한 여론조사에서 온주 주민들의 74%가 술 판매 채널 확대를 원한 것으로 밝혀졌다."

CICC는 편의점 주류판매 허용을 가장 잘된 정책 변화로 꼽으면서 다음과 같은 정책들도 곁들여 지지를 표했다.

P.E.I.에도 편의점 술 판매 허용?



▲ P.E.I.의 주류 소매판매 시스템은 현행 온타리오의 LCBO와 동일한 성격의 PEI 주류위원회(PEI Liquor Control Commission)가 독점하는 형태다. 새 보수당 정권이 민영 판매로 확대시킬 것인지 관심이 집중되고 있다. (인물사진은 보수당 당 대표 데니스 킹 의원)

한편 집권당이었던 자유당은 16석의 과반 안정의석을 유지해왔으나 이번에 10석을 잃고 6석으로 주저앉아 말 그대로 폭망했다. 작년 온주 총선에서의 자유당과 유사한 상황이라 하겠다. 심지어 주수상이 자신의 지역구에서 낙마하는 지경이었다. 가장 주목되는 점은 녹색당의 선전(善戰)이었다.

대서양편의 점점회(ACSA)가 지난 4월 23일 열린 주 총선에서 보수당의 승리로 집권 여당이 교체돼 편의점 비어 와인에 대한 기대가 크게 높아지고 있다.

총 26석을 놓고 겨룬 이번 총선에서 제 1 야당이었던 보수당은 새 당 대표인 데니스 킹(Dennis King)의 지도하에 종래 8석이던 의석을 4석이나 보태 12석을 차지하며 정권 교체를 이뤘다.

색당의 선전(善戰)이었다. 2석에서 무려 8석으로 경총 뛰면서 제 1 야당이 된 것이다. 녹색당의 제 1야당 지위는 PEI만이 아니라 캐나다 의정 사상 초유의 일이다.

여하튼 선거 결과는 이상과 같고 ACSA의 입장에서는 총선 전부터 모든 당에게 편의점 주류판매 공약을 촉구하며 강한 드라이브를 걸었는데 가장 적극적으로 화답한 당이 보수당이었다. 구체적 일정까지는 제시하지 않았지만 선거 운동 기간에 데니스 킹 대표는 “우리당이 집권하면 최대한 빠른 시일 내에 정책 수립에 착수하겠다”고 공약한 바 있어 이곳 편의점 업계는 무척 고무적인 분위기다.

ACSA 회장 마이크 하무드씨는 “우리들은 소비자 편의가 최우선인 시대에 살고 있다. 편하게 근처 편의점에서 맥주나 와인을 사들고 나올 수 있는 즐거움을 누려야 한다.”고 강조해 왔다. 자유당도 표심을 잡기 위해 주류판매 현대화 계획을 위해 관련 법령을 살펴보겠다는 긍정적 신호를 보냈었다. 그러나 이런 주장과 반응은 오래전부터 있어왔지만 집권 자유당은 후속 조치들에 대해 이렇다 할 대응이 없이 미온적이었다. 이제 가장 적극적 반응을 보인 보수당으로 정권이 교체돼 온타리오와 마찬가지로 편의점 주류판매 성사 가능성이 높아졌다. 다만, 보수당이 과반을 넘기지 못한 여소 야대의 정부라는 점이 향후 변수로 남아 지켜볼 일이다. ■

KCWA FAMILY AND SOCIAL SERVICES 캐나다한인여성회 2019년 5월 프로그램

캐나다 시민권 시험 준비반

- ☑ 일시: 5월 2, 9, 16일 (목) 총 3회기 오전10시 - 오후12시
- ☑ 장소: KCWA 노스욕
- ☑ 담당: 정착상담원 김효원 (문의: 416-340-1234)
- ☑ 내용: 1. 캐나다 시민의 권리와 책임
2. 캐나다의 역사, 근현대사
3. 캐나다의 정부, 사법시스템
4. 캐나다의 상징, 경제, 지리
5. 문제풀이

너와 나의 소중한 시간

- ☑ 일시: 5월 7, 14, 21, 28일 (토) 총 4회기 오전10시 - 오후12시
- ☑ 장소: KCWA 노스욕
- ☑ 담당: 정착상담원 김진옥 (문의: 416-340-1234)
- ☑ 내용: 1. 부모됨이란?
2. 부모로서의 자기 이해
3. 자녀의 생애주기에 따른 양육 방식
4. 양육태도에 대한 자기평가와 바람직한 부모 역할

OSAP 정보 세미나

- ☑ 일시: 5월 15일 (수) 오전10시 - 오후12시
- ☑ 장소: KCWA 노스욕
- ☑ 담당: 정착상담원 이선정 (문의: 416-340-1234)
- ☑ 내용: 1. OSAP이란?
2. OSAP자격 조건
3. OSAP신청 시기 및 방법
4. OSAP상환 방법
5. 질의응답

OSAP 신청서 작성

- ☑ 일시: 5월 22일 (수) 오전10시 - 오후12시
 - ☑ 장소: KCWA 노스욕
 - ☑ 담당: 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1234)
 - ☑ 내용: 1. OSAP이란?
2. 신청서 작성법
3. 신청서 작성의 실제
- *개인 상담자람 필수

시니어 연금

- ☑ 일시: 5월 13일 (월) 오전10시30분 - 오후12시
- ☑ 장소: KCWA 노스욕
- ☑ 담당: 정착상담원 강영옥 (문의: 416-340-1234)
- ☑ 내용: 1. 캐나다 퇴직연금(CPP)
2. 노령보장연금(OAS)
3. 소득보장 보조금(GIS), 온타리오 보조금(GAINS)
4. 배우자 보조금 및 미망인을 위한 배우자 보조금
5. 질의응답

캐나다 시민권 신청 안내

- ☑ 일시: 5월 14일 (화) 오전10시 - 오후12시
- ☑ 장소: KCWA 노스욕
- ☑ 담당: 정착상담원 김효원 (문의: 416-340-1234)
- ☑ 내용: 1. 캐나다 정부의 시민권 정책 방향
2. 캐나다 시민의 의미
3. 시민권 개정안 안내
4. 시민권 신청을 위한 안내
5. 시민권 시험 및 시민권 신청서 개요

내 자녀의 알려지 질환과 성장 발육

- ☑ 일시: 5월 17일 (금) 오전10시 - 오후12시
- ☑ 장소: KCWA 노스욕
- ☑ 담당: 정착상담원 주영숙 (문의: 416-340-1234)
- ☑ 내용: 1. 아토피, 비염 등의 알려지 질환과 성장발육과의 관계
2. 내 자녀의 성장발육을 위협하는 요소 파악하기
3. 내 자녀의 면역력 강화 방법
4. 체질개선과 건강관리로 성장 잠재력 향상시키기

REGISTER HERE

등록 및 문의: 416-340-1234 www.kcwa.net
 -KCWA 다운타운: 27 Madison Ave. Toronto
 -KCWA 노스욕: 540 Finch Ave. W. Toronto

커뮤니티 자원봉사
 -일시: 5월 11일, 25일(토) 오전10시 - 오후2시
 -장소: Good Shepherd Ministries
 -문의: KCWA캐나다한인여성회 (416-340-1234/ 416-340-0838)

KCWA캐나다한인여성회 순회 상담 서비스 안내
 -일시: 5월 13일 (월) 오후1시30분 - 오후 4시30분
 -장소: 토론토 총영사관 (555 Avenue Rd, Toronto)
 -문의: KCWA캐나다한인여성회 (416-340-1234/ 416-340-1777)

사전등록 필수
 영주권자는 영주권 카드지참

다문화 나라의 편의점 장기 전략

美 2044년까지의 장기 변화 전망



편의점 손님들의 푸드서비스 니즈 변화를 고려할 때 현재의 소비자 욕구와 니즈 분석에만 조사를 국한해서는 안될 것이다. 자기 세대에만 편의점하고 그만 둘 것이라면 모르겠지만 프랜차이즈 또는 복수의 편의점을 운영하며 대를 잇거나 후임자를 생각하는 중. 장기 영업을 염두에 둔다면 조사와 분석의 범위를 더 깊고 넓게 가져가야 할 필요가 있다.

화두는 변화다. 소비자가 어떻게 변화할 것인가에 초점을 맞춰야 한다. 특히 밀레니얼 세대가 그렇다. 베이비 부머가 사라진 그 뒤를 바로 이들 세대가 이어갈 것이니 말이다. 가장 큰 인구 점유율을 가지면서도 가장 다양하고 복합적인 특성을 가진 세대다.

다양성(diversity) - 개성과 취향의 다양성 - 은 이들이 나이가 들어가도 변함없는 특징으로 작용할 것이고 최소 2044년까지는 이어질 것으로 보인다. 미국 기준이지만 이민 국가이기는 캐나다도 마찬가지이므로 미국의 이 자료에 주목할 필요가 있다. 이들은 인구 분포적으로 다문화이다.

이민자 인종 분포에서 소수민족이 수없이 추가되며 다민족은 결국 다문화로 배경으로 깔게 됐다. 용어정리부터 해야겠다. 주된 인종인 백인을 제외하고 다민족(multicultural)이라고 부르자. 다양한 문화의 근본 원인은 다민족의 구성에서 비롯된 것이기 때문이다. 다문화, 다민족, 소수민족 이들은 같은 의미를 전달하는 다른 표현일 뿐이다.

현재 미국의 경우 편의점 손님의 37%가 다민족이라고 한다. 그런데 이

중 매주 혹은 그 이상으로 자주 찾는 단골 다민족 손님은 43% 정도인데 이들의 편의점 구매력이 지난 2014년부터 지속적 증가세를 주도해오고 있다고 코카콜라 북미주 그룹담당 이사 더그 밀들브룩스씨는 설명한다. “취급 물품의 구색맞추기 와 정확한 마케팅 메시지를 개발 활용하는 중 요성은 새삼스러울 것도 없겠지만 미래의 소비자군을 한 단계 세분하고 다양한 층위를 구분지어 상응하는 마케팅 전략을 수립해야 한다는 개념 자체는 매우 중요하고 새로운 접근 태도이다.”

그런데 이런 세분화 전략이 가장 절실하게 적용돼야 하는 영역이 푸드 서비스이다. 마케팅 소비층이 다양하면 입맛 또한 다양해야 하는 것은 당연한 이야기다. 식품산업 마케팅 전문 조사 기관 ‘데이터에센셜’ (Data-sential) 이 밝힌 자료에 따르면 푸드서비스 분야 트렌드에서 단연 주목할 요소는 소수민족 음식에 대한 강력한 인기와 관심이라고 지적한다.

현재 가장 빠른 속도로 성장하고 있는 식료 성분이나 맛과 향의 절반 이상이 소수민족 전통 음식에 사용하는 재료들이다. 대표적으로 아시아, 남미, 중동 요리가 주목할 만한 상승세를 보이고 있다. (*특히 한국 요리에 대한 인기는 이미 한류 열풍으로 전세계의 입맛을 강타한지 오래됐다. 이는 미국만이 아니라 캐나다도 마찬가지 현상이다. 하기사, 코스트코에서 한국산 김을 팔고 있고 백인 젊은이들이 주전부리로 한국산 일회용 김을 즐기는 수준이니 더 이상 긴 설명이 필요치 않다.)

음료 색선만 보자. 독특한 향과 맛이 가미된 트로피컬 취향의 음료가 지속적인 증가세를 타고 있다. 작년 전미편의점협회 NACS 쇼에서도 확인됐듯이 각종 박람회나 이벤트에서 편의점 채널을 겨냥해 수많은 제조사들이 아구아스 프레스카스(Aguas frescas)를 전시하고 판촉에 열을 올리고 있다. 스페인어인 이 단어는 영어로는 cool water 또는 문자 그대로 fresh waters라는 의미인데 과일, 꽃잎사귀, 시리얼, 건과류 등을 가지고 혹은 이들 중 2개 이상 섞어 배합한 비알콜성 음료를 통칭하는 말이다.

멕시코와 미국에서는 대중화된지 꽤 됐다. 길거리 냉차 장수들도 팔고 편의점(bodegas)에서도 대중적으로 판매하고 있다.

당과류도 살펴볼 주요 품목군인데 캔디와 스낵쪽은 소수민족 소비자들의 입맛에 익숙한 비초콜렛 제품들이 주종을 이룬다. 매콤하고 달달한 맛이 빠지지 않고 들어가 있다. 전미당과류제조업협회(NCA)가 매년 개최하는 Sweets&Snacks EXPO의 2018년 행사가 시카고 컨벤션 센터인 맥코믹플레이스에서 개최됐다. 이 행사를 세밀히 관찰한 윈스턴웨버(Winston Weber & Associates Inc.)라는 전문 컨설팅 회사의 다민족/히스패닉 담당 이사 제이미 앤리 크 패리서는 편의점을 포함해 모든 식품 취급 소매업소들은 많은 나라들이 가지고 있는 다양한 전통 캔디맛을 충분히 이해할 필요가 있다고 역설했다. 그리고는 다민족 소수인종 군것질거리에 관심을 가지고 목표시장을 삼으라는 조언을 보냈다.

밀레니얼 소비층은 편의점에게는 큰 기회다. 특히 도시에 소재하는 편의점이 이 기회를 더 많이 누릴 수 있다. 편의점은 그 기능적 측면에서 이제 더이상 단순한 편의점이 아니다. 도시의 경우 특히 그렇다. 다문화 배경의 다양한 젊은 소비층이 도시에서 살고 일하고 삶을 즐기고 있다.

지금까지 전통적인 소품종 대량 생산 체제를 고수해왔던 거대 식품 업체들이 이제는 보다 다양해진 고객 들을 세분화해서 각각 상응하는 제품 다양화로 전략을 전환한다. 이는 편의점 손님의 대부분을 구성하는 간편식 메뉴 애호층인 그랩앤고(grip-and-go)고객층의 쇼핑 패턴을 반영하는 상품 기획이 긴요한 과제로 대두된 연유이기도 하다. 다민족 다문화 고객들을 위한 가장 편리한 옵션이란 더 업그레이드되고 더 개성지향적이고 개인취향 충족형 제품들이 많아져야 한다는 의미이다. 이런 맥락에서 인구통계적 차원의 인종별 시장 잠재력을 잠깐 일별토록 하자. (이하 자료는 미국 현황 자료임)

●**아시안계** : 2000년 이후 그 어느 인종보다 빠른 속도로 구매력이 증가하고 있다. 2017 기준으로 구매력은 거의 1조 달러에 육박했다.

●**히스패닉계** : 다세대(多世代; multigenerational), 대가족 생활 패턴을 보이는 전형적 인종이지만 디지털 세상으로의 변화가 이 인종 중에서도 보다 젊은층으로 구매력이 집중화되는 경향을 보이고 있다. 현재 이 시장 전체 규모는 2017년 자료 기준으로 1.5조에 달한다.

그런데 사실 히스패닉계만이 아니라 디지털 사회가 지배적인 삶의 패턴으로 옮겨가고 있기 때문에 모든 인종 불문하고 쇼핑 문화에서의 변화가 일어나고 있다. 코카콜라사의 조사에 의하면 최소 주당 한번 이상 편의점을 찾는 소수민족 고객들의 75%가 소셜미디어를 활용하는 쇼핑을 즐긴다고 한다. 이들은 또 일반 백인 손님에 비해 즉석소비 목적으로 찬 음



료를 구입 소비하는 물량이 43% 더 많다고 한다.

현재 미국에서 인종별로는 히스패닉계의 65%, 흑인의 56%가 편의점 방문객의 주된 고객층을 구성하고 있으며 앞의 퍼센티지는 주당 최소 1회 이상 방문을 기준으로 집계한 결과다. 이들은 또 단골 개념이 강하다. 특히 이들은 고객충성프로그램에서 실속있는 혜택을 얻는 경우 그가게의 단골이 될 확률이 매우 높다.

또다른 경향으로 소수민족 고객들은 제품선정의 편의성을 업소 선정의 우선적 기준으로 삼는 경향이 농후하다. 다시 말해 자신이 애호하는 제품인데 특정 업소에서 해당 제품이 늘 재고를 넉넉히 비축하고 있고 종류도 풍부하다면 그 업소에 대한 충성도가 매우 높아진다. 이는 히스패닉계 소비자에게서 특히 두드러진 현상이다. 거의 결정적인 요소로 작용한다고 한다. 다문화, 다민족, 혹은 같은 의미를 담은 표현이지만 소수민족 소비층을 특별히 겨냥한 마케팅은 현재까지 매우 유효한 결과를 입증해오고 있다. 광범위한 성공을 확인하는 중인데 이 중 가장 효과적인 마케팅 전술들은 편의점이 자리하고 있는 지역 커뮤니티 상권을 기초로 하여 개발돼야 성공률이 높아진다.

동네 상권에 편입돼 있는 대부분의 소매업주들은 자신의 업소 소재지 주변의 인구통계적 현상이 별로 변화가 없을 것으로 생각한다. 그래서 지금까지 구사해온 영업 전략을 특별히 바꿀 이유가 없다고 판단한다. 그러나 반드시 그렇지 않을 수 있다는 사실을 명심해야 한다. 이 문제와 관련해 소매업 컨설팅 전문가들의 대체적인 의견을 정리하면 이렇다.

『자신의 현재 비즈니스 결과를 토대로 얼마나 빨리 실적을 극대화하기를 원하는가에 해답이 들어 있다. 그리고 이 개념은 지역 커뮤니티를 배경으로 운영하는 소매업주에게 가장 절실한 개념으로, 증가하는 소수민족 고객들이야말로 최고의 잠재적 고객으로 성장할 것이다. 아니, 이미 수많은 지역 상권에서 이들 다문화, 다민족 고객들이 시장 구매력을 장악하고 있다. 미래의 전망은 바로 이 다민족 다문화 소비층에서 찾아야 한다.』

미국이 아시안, 히스패닉, 아프리카 아메리칸 인종을 으뜸 소수민족 시장으로 중시하듯이 캐나다 역시 아시아(한국, 중국, 베트남 등), 인도, 아랍 인종 배경의 미래 시장 전망이 대체를 이루고 있다. 이 소수 민족들의 구매력을 염두에 둔 편의점 영업 전략이 가장 긴요한 과제다. ■



의사결정 5대 전략

경쟁력있는 편의점 만들기

소매업계가 하루가 다르게 변모하는 가운데 편의점 역시 예외가 아니다. 새로운 경쟁자들이 부상하고 있고 고객들의 기대도 자꾸만 새로워지고 새로운 데이터의 축적에 새로운 기술의 발명, 온라인 쇼핑의 증가와 새로운 고객 창출 등등 시장에서의 변화는 열거하기 힘들다.

업소 하나를 운영하는 업주 또는 소자영 업주들은 이 거친 경쟁구도에서 제 위치를 잡고 복잡한 환경속에서 더 나은 비즈니스를 만들기 위해 팩트에 기초한 의사결정을 내려야 할 과제를 안고 있다. 이제 새로운 전략을 세우고 그 바탕하에 기초를 재정립해야 할 때가 됐다. 전문가가 말하는 편의점 5가지 전략을 소개 한다.

1. 가게 유형과 전체 전략

총체적 전략이 먼저 서야 성취하고자 하는 것에 대해 업주 본인과 종업원이 어떤 방향으로 나아갈지가 이득을 받을 수 있다. 예를 들어 내가 소유하고 있고 운영하고 있는 업소의 유형이 무엇인지를 깊이 생각 해보는 것이다. 전체 전략이 어떻게 서야 하는지 큰 그림을 그릴 수 있기 때문이다. 만약 다른 가게에 비해 공간이 작은 편이면 유류 매장에 대한 의존도는 높을 것이고 편의점 품목 특히 푸드서비스 매출 의존도는 상대적으로 작을 것이다. (주유소병설편의점의 경우) 반대로 가게 규모가 좀 큰 편이면 보다 다양한 제품과 서비스 제공이 가능하다. 또, 자신의 업소가 주택 단지에 있든, 오피스 밀집 지 대에 있든 혹은 고속도로 주변에 있든 관계 없이 업소 유형은 내부 레이아웃, 주력 소비자층, 제품과 서비스 유형에 대해 매우 큰 영향을 준다.

2. 목표 설정과 성취 방법

목표가 무엇인지 정하고 이의 달성을 위해 어떻게 접근해야 할지를 생각한다. 일반적으로 다음과 같은 요소를 고려해야 한다.

● 서비스 범위

서비스 개념에는 편의성, 업소 소재지, 접근성, 주차, 고객 응대 자세 등을 두루 포함 한다. 이는 업소 내부는 물론 외부 환경 요인까지 매우 포괄적 개념의 접근이다. 이 관점에서 내 업소의 서비스가 손님에게 줄 수 있는 차별적 매력은 무엇인가를 깊이 생각해본다. 손님에게 즐거움을 줄 수

있는 쇼핑 체험은 물론 종업원에게도 일할 맛이 나는 근무 환경이 주어 져야 할 것이다.

● 구색 맞추기

크게 상위 품목군이 정해져야 할 것이고 각각의 품목군 아래에 하위 품목군을 정해서 전체 구색맞추기가 완성되어야 한다. 쉽게 말해 어떤 아이템을 우리 가게에서 취급할 것인가 하는 범위 인데 전략적 아이템이 반드시 포함돼야 한다. 다른 업소에서 찾기 힘든 자기 업소만의 특별한 아이템을 의미한다. 여기에 인기와 비인기를 떠나서 최소한의 구색 맞추기가 고려돼야 할 것이다.

● 상품 기획

쉽게 말해 진열 전략을 의미한다. 위의 구색맞추기의 후속 조치가 되겠다. 업소 전체 레이아웃 하고도 밀접한 관련을 갖는 개념이다. 단적으로 진열대와 진열대 사이의 통로는 어떻게 구성할 것인가 하는 것도 포함된다. 동선(動線)을 따라 소비자 심리 상 상품 진열의 기획을 정교하게 가져 갈 필요가 절실한 것이다.

이 전략은 주인 본인은 말할 것도 없고 종업원도 확실하게 공유하고 있어야 할 개념이다. 어떤 방식으로 상품군별 진열이 구성돼 있는지, 그리고 이 전략이 왜 중요한지에 대한 인식이 뚜렷 해야 한다. 대충 대충으로 접근하면 안된다. 일종의 진열 표준화 작업을 통해 세부 사항에 이르기까지 상품 기획의 전체 전략을 주인과 종업원이 동일하게 파악하고 있어야 한다. 최상의 결정을 내리는 경우에도 크게 도움이 될 것이다.

● 가격 정책

정상 가격과 세일 가격을 아우르는 전략이 필요하다. 대충해서 어쩌다가 세일한다는 주먹구구가 아니라 평소의 일반 가격이 어떤 품목에 대해 어느 정도로 세일을 해야 할 것인가를 과학적으로 분석한다. 가격 정책은 고객이 추구하는 가치 만족도를 극대화하는 중요한 통로 구실을 한다. 단돈 몇 센트의 차이지만 매출과 순익 증대에 상당한 영향을 주는 것이 가격 정책이다. 전략 적 할인가 정책의 경우 종업원에게 철저히 숙지 시켜야 한다.

● 판촉

고객 만족을 위해 내 가게에서 어떤 형태의 판촉을 할 것인가를 고민해 봐야 한다. 자기 업소만의 맞춤형 판촉 전략이 있을 수 있고 있어야만 한다. 판촉은 고객 트래픽 증대의 매우 중요한 요인의 하나이며 특히 타겟 소비자층에 대한 가치 인지도를 제고시키는 핵심 개념이다.

3. 목표 고객층 설정

우리의 고객은 우리 가게에서 돈을 쓰는 사람이고 우리의 비즈니스를 흥하게 또는 망하게 하는 결정권을 쥐는 사람이다. 그러나 때때로 고객 알기를 우습게 아는 경우가 비일비재하다. 우리의 타겟 고객층이 누구인가 하는 관점에서 특히나 생각없이 장사를 한다. 모든 손님을 다 타겟 고객으로 삼을 수는 없다. 그래서도 안된다. 쓸데없는 욕심이며 이도 저도 안되는 행동이다. 다양한 취향과 습관, 소비성향을 가진 모든 고객을 다 만족시킬 수 없는 불가피한 한계 때문이다. 그래서 목표 고객층(target shopper group)을 설정해야 하는 이유이다. 그 기준은 우리 업소에 대한 고객 충성도, 같은 의미지만 방문횟수가 매우 양호한 층이 될 수밖에 없다.

우리 업소에서 가장 중요한 고객층이 누구인가를 그래서 아주 면밀히 분석해볼 필요가 있다. 이 결과를 토대로 드러난 사실을 종업원들과 함께 해야 하며 그래야 상품 기획, 가격 정책 등등의 다양한 전략 수립에서 더 나은 결정을 내릴 수 있다.

타겟 고객층이 결정되면 그다음부터는 쉽다. 경쟁 업소보다 이들에 한해서만큼은 더 호감이 가는 대우를 해준다. 일종의 집토끼 확실하게 붙이기 전략이다. 그리고 특정 타겟 고객층에 대한 더 세심하고 만족스러운 서비스를 통해 모범적인 손님 응대와 가치 인식의 세련된 마케팅 구사가 지속적으로 업그레이드될 수 있다.

4. 품목군 전략

앞의 구색맞추기에서 기본 언급이 있었는데 이를 한걸음 더 들어가 분석해보자. 최상의 결정을 위해 자신의 비즈니스에 대한 이해와 지식을 막연한 직관에 맡기지 말고 분석적 사고로 접근하는 자세를 우선 강조한다. 핵심 품목군에 대해서는 보다 특별한 전략과 목표 설정과 전술이 필요하다. 이하 몇가지 주요 개념을 살펴보자.

● 주요 품목군 설정

타겟 소비층과 관련해 업소 전체 전략과 맞물려 중요 카테고리과 그 밑의 세부 카테고리를 정할 필요가 있다.

예를 들어 찬 음료, 스낵, 당과류에 어떤 것들을 포함시킬까, 즉석 소비와 가정 비치 시간차 소비 상품을 어떤 기준으로 가를까, 품목별 진열 공간 배정의 적정성을 어떻게 확보할 것인가 등이 주된 확인 포인트다. 이에 대한 결정은 전문 지식이 필요하고 트렌드에도 밝아야 하기 때문에 딜러나 공급사 직원들과 의논하는 것도 한 방법이다. 아주 디테일한 것은 몰라도 전체 개념을 그리는 작업에서 요긴한 정보를 얻을 수 있다.

● 품목군별 역할 분담

취급하는 품목군이 전부 중요한 구실을 할 수는 없는 노릇이다. 선택한 품목군들 중에서도 최대의 역점을 둘 품목군을 정해서 집중화 전략을 구사한다. 전통적으로 편의점 채널에서 다루는 품목들은 5가지의 역할을 충족시켜야 한다. 첫째 트래픽 유인, 둘째 기초 필수품 제공, 셋째 틈새 공략, 넷째, 계절 특수(特需), 다섯째 대응품 제공. 예를 들어 보자. 첫번째인 트래픽 유인(destination driver)에 속하는 품목군으로는 담배, 술, 찬 음료, 푸드서비스, 주유소 등이 대표적이다. 이 품목에는 물론 가장 많은 시간과 인력을 쏟아야 할 것이다.

5. 수익 마인드, 절약 마인드

각 품목별로 어느 정도의 물량을 확보해놓을까, 뒤켠 창고에 쌓아놓을 재고물량을 어느 정도로 가져갈 것인가, 가격은 얼마에, 판촉을 할까 말까... 진열을 어디에 할까... 심지어 이리저리한 물건도 취급해볼까 하는 수많은 선택이 편의점 업주의 머리속을 꽉 채운다. 왜 이런 술한 고민을 하는 것일까. 돈하고 직결 되기 때문이다. 선택과 판단에 따라 돈으로 결과가 나타나기 때문이다. 이윤과 매출에 영향을 줄 수많은 길들을 보다 잘 이해하느냐 못하느냐에 판가름이 난다. 몇가지 기준만 열거해보자.

- 목표 고객층 그리고 주변과의 경쟁여건에 대한 정보에 기초한 가격정책과 판촉 정책이 올바른 경우 매출과 이윤 증대에 핵심적 영향을 끼친다.
- 재고 관리의 효율성을 제고해 가격정책과 판촉 전략을 보다 잘 구사함으로써 구매비용 즉 원가를 절감할 수 있다.
- 영업에 마음을 쓰고 내 가게처럼 업소를 잘 돌보는 종업원이 있다면 이 역시 다양한 방식으로 운영비가 절감된다. ■

임페리얼 가격 인상

지난 5월 13일자로 임페리얼토바코가 일반 담배의 가격을 다음 표와 같이 인상했다. 가루담배, 베이핑 제품, 골런형전자담배, 담배말이 페이퍼, 튜브 등은 가격 변동이 없다.

브랜드	인상폭 (카톤 당)
du Maurier(FC Special 포함), Player's (Plain 포함), JPS, Medallion, Vogue SuperSlims, Marlboro, John Player Plus, John Player (Choice 시리즈 포 함), Viceroy, Pall Mall Special, XL 시리즈 포함)	\$ 2.00
Vogue Demi Slims, Matinee	\$ 3.00
du Maurier Nano	\$ 4.00



연방 탄소세 놓고 주정부와 갈등 시작

사스케츄완 법원 판결로 입장 엇갈려

연방 자유당 정부의 탄소세(carbon tax) 논쟁과 관련해 법원 판결이 연방에 유리하게 나오자 이를 적극적으로 활용하는 분위기가 역력하다. 연방정부가 탄소세 도입에 대한 반대 입장을 고수하는 주정부에게 최근의 사스케츄완 항소법원 판결을 압박 자료로 유감없이 써먹고 있다. 최근 사스케츄완 항소법원은 탄소세 시행이 전원합의체 판결에서 이슬이슬하게도 3:2로 합헌 판결을 내린 바 있다.

연방 환경부 캐서린 맥키나 장관은 지난 5월 3일 “법원 결정이 캐나다 국민의 미래 세대를 위한 승리”라고 추켜세우며 “탄소 오염에 대한 값을 치르게 하는, 다시 말해 기후변화라는 전지구적 과제를 해결하기 위한 중대한 반응의 하나”라고 평했다.

이같은 평가에 이어 장관은 “보수당은 과당적 이해관계를 거두고 효율적이고 의미있는 기후 정책에 힘을 모아야 할 때”임을 강조했다.

장관의 이 말은 최근 보수당이 정권을 잡은 알버타와 온타리오를 특히 겨냥한 발언으로 여겨지고 있다. 알버타는 올해 연합보수당의 제이슨 케니가 수상이 됐고 온타리오는 더그 포트가 지난해 총선에서 보수당이 승리하며 수상이 됐다. 여기에 이번 문제의 판결이 나온 사스케츄완의 스캇 모에 수상도 완강한 탄소세 반대파이다. 연방 제 1 야당인 보수당 앤드류 쉬어 대표도 반대편에 힘을 싣고 있어 대치 국면이 팽팽하다.

판결에 대해 모에 수상은 “정말 실망스럽지만 사스케츄완 주민을 대표해 계속 싸울 것인 바 이 정책은 비 효율적이고 일자리를 없앨 뿐인 트뤼도만을 위한 탄소세(Trudeau carbon tax)”라고 일갈하며 연방 대법원까지 가겠다는 입장이다.

알버타는 이전 신민당 정권 하에서는 이를 앞장서 도입해 시행 중이지만 새로 수상이 된 케니가 제도를 폐기할 의사를 강하게 밝히고 있어 연방과의 갈등이 증폭될 조짐이다.

이번 판결문은 무려 155페이지에 달하는데 주심 판사 로버트 리차드씨는 그린하우스 가스 방출에 대한 비용지불을 위해 최소한의 기준이 설정된 것이라는 점에서 합헌이라고 결정했다. 그러나 전원합의에 이른 것도 아니고 2명의 판사가 반대했다는 점은 의미심장하다.

연방 제 1 야당인 보수당의 쉬어 당수는 “오염 방지 효과도 별로 내지 못하면서 과중한 세금으로 힘들어하는 국민들에게 다시 부담을 지우는 정책”이라고 격렬한 비난을 쏟아내고 있다.

탄소세에 대해 온타리오의 더그 포트 수상도 격한 반대 입장이다. 새 정부가 들어서며 내놓은 캐치프레이즈가 “비즈니스 친화적인 정부”였던 만큼 이번 판결에 대한 결기가 예사롭지 않다. “이제부터 시작이며 게임은 여러 차례가 더 남았다”고 버르는 자세다. ■

KCWA
캐나다한인여성회

다운타운
메디슨 사무실
이전 안내

KCWA 캐나다한인여성회 다운타운 메디슨 사무실이 오는 2019년 6월 6일에 이전한다. 새로운 KCWA 노스욕 센터 사무실(5075 Yonge St., Suite 401, North York)은 노스욕 시빅센터와 멜라스트먼 광장 바로 건너편에 위치하고 노스욕 센터 지하철역과 바로 연결되어 있다. 다운타운 메디슨 사무실이 이전하더라도 KCWA의 기존 모든 전화와 팩스번호는 동일하며 KCWA 베더스트-핀치 사무실(540 Finch Ave. W. North York)은 이전과 다름없이 그대로 유지된다. KCWA 노스욕 센터 사무실은 오는 2019년 6월 10일(월)부터 정상운영될 예정이며, 이사 당일인 2019년 6월 6일은 KCWA 베더스트-핀치 사무실만 오전 9시 - 오후 5시까지 운영된다.





EXCLUSIVITY AGREEMENT <2019>

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 2nd quarter of 2019, total 8% of Rebate will be paid quarterly by OKBA HQ to member stores selling Nestle Ice Cream products exclusively.
- If you sell Nestle 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. (Fax. 416-789-7834 / Attn. Nestle 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.

* 2019년 2/4분기부터 Nestle 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 31일까지 팩스 또는 이메일로 보내 주십시오. (fax. 416-789-7834 / email. accounting@okba.net / Attn. Nestle Ice Cream 담당자)

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

This Agreement commences on April 01, 2019 for a period of twelve months, expiring on March 31, 2020

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

■ **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

■ **스넥**

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





K.B.A. 협동조합

■ K.B.A. 운영 이사장 : 신영하 (Youngha Shin)
K.B.A. 부이사장 : 심기호 (Kenny Shim)

■ K.B.A. 운영이사 (가나다 순)
김대영 (Dae-Young Kim)
송명현 (Myeonghyeon Song)
신재균 (Jae Gyun Shin)
이두승 (Doo-Seung Lee)
이만석 (Man Suk Lee)
허창훈 (Chang-Hoon Huh)

■ K.B.A. 감사 (가나다 순)
백사열 (Sah-Yeal Paik)
장해민 (Hae Min Jang)

■ 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

협동조합 고객감사의 날 행사 대성황



▲ 지난 4월 24일(수) 협동조합 고객감사의 날 행사는 지난 여러해 동안 유례를 찾기 힘든 대성황으로 계산대를 향해 쇼핑객들의 꼬리에 꼬리를 문 긴 줄이 이어졌다. 조합 심기호 부이사장에 의하면 "4월 행사의 두드러진 특징은 품목군별로 고른 매출 증가세를 보여줬다는 점"인데 경쟁력 있는 가격 정책과 원스톱 쇼핑 여건 개선이 주요했던 것으로 풀이했다. 고객 감사의 날 행사는 격월로 개최되며 6월 행사에서도 더 좋은 가격의 판촉이 있을 것이라고 한다.

blu

STAGE 1

BLU ASSORTMENT-PODS STARTER KIT
device, charging cable and two pods(tobacco & menthol)
소매마진 25%

SPECIAL OFFER
\$17.99

BLU ASSORTMENT-PODS POD PACKS
available in both 24mg/ml and 48mg/ml NIC strength
\$12.99(MSRP)

WARNING:
This product contains nicotine. Nicotine is an addictive substance.



Sincere Trading of KBA
West Mall Branch

MAY

Special Sale



2³⁹



9⁹⁹

Snapple

Snapple 12/473ml

All Flavours Reg.\$12.55 **Spe.\$9.99**



19⁹⁹

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**

Mott's

Clamato Juice 945ml All flavours Reg.\$2.59 **Spe.\$2.39**

Clamato Juice 1.89L All flavours Reg.\$3.79 **Spe.\$3.49**

Welch's Grape Juice 1.36L Reg.\$2.99 **Spe.\$2.75**

Welch's White Grape Juice 1.36L Reg.\$2.99 **Spe.\$2.75**

Mr and Mrs T's Mixes 1L All flavours Reg.\$3.09 **Spe.\$2.59**

3²⁹



Nestle Purina

Cat Chow 1.6kg~2kg All Kinds Reg.\$7.45 **Spe.\$6.89**

Cat Chow 750g Reg.\$3.35 **Spe.\$2.79**

Cat Chow Natural 1.42kg All Kinds Reg.\$7.45 **Spe.\$6.89**

Wet Cat Fancy Feast 24/85g All Kinds Reg.\$16.39 **Spe.\$13.79**

Tidy Cat 6.35kg All Kinds Reg.\$6.79 **Spe.\$5.69**



1⁵⁹

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**

2⁴⁹

Mondelēz
International

2⁸⁹

2⁸⁵



Mondelez

Chips Ahoy 300g All Kinds Reg.\$3.25 **Spe.\$2.85**
 Oreo 300g All Kinds Reg.\$3.25 **Spe.\$2.85**
 Peek Freens 300g All Kinds Reg.\$3.25 **Spe.\$2.89**
 Chocolate Bar King Size 66-90g All Kinds Reg.\$34.59 **Spe.\$31.99**
 Dairy Milk 42g All Flavours Reg.\$23.85 **Spe.\$21.99**

21⁹⁹

6⁴⁹



Vidal Candy

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

2¹⁹



Regal

Junior Mint Minis Peg Bag - 127g	\$2.49	\$2.19
Junior Caramels Peg Bag -127g	\$2.49	\$2.19
Dubble Bubble Asst Gumballs	\$13.59	\$11.99
Cry Baby Sour Gumballs	\$13.59	\$11.99
Fizz N Fizzing Bubble Gum	\$13.59	\$11.99
Dubble Bubble Seedlings Tube Gum	\$13.59	\$11.99

11⁹⁹



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**

13⁹⁹

4¹⁹



Weetabix

Whole Grain Cereal 400g
 Reg.\$3.99 **Spe.\$1.99**

1⁹⁹



Kelloggs

Pringles 148g - 156g All Flavours
 Reg.\$2.39 **Spe.\$1.99**

1⁹⁹

1⁸⁹

1⁶⁹



Dare

Real Fruit Gummies 140-180g All Flavours Reg.\$2.05 **Spe.\$1.89**
 Traditional Candy Pegtop 200-250g All Kinds Reg.\$1.89 **Spe.\$1.69**
 Econo Cookies 300-315g All Kinds Reg.\$1.99 **Spe.\$1.75**

1⁷⁵



19⁴⁹

17⁹⁹

Cascades

April Soft Bathroom Tissue 4's Reg.\$21.49 **Spe.\$19.49**
 Fiest Paper Towel 2'S Reg.\$19.99 **Spe.\$17.99**



Melitta

- Coffee Filter #2 Reg.\$2.05 **Spe.\$1.85**
- Coffee Filter #4 Reg.\$2.05 **Spe.\$1.85**
- Coffee Filter #6 Reg.\$2.05 **Spe.\$1.85**
- Coffee Filter Filter Basket 100's Reg.\$1.89 **Spe.\$1.69**
- Melitta Coffee 250-300g All Flavours Reg.\$5.65 **Spe.\$4.55**



Clover Leaf

- Brunswick Seafood Snacks 92g - 100g All Flavours Reg.\$1.55 **Spe.\$1.25**
- Brunswick Sardines 106g All Flavours Reg.\$1.35 **Spe.\$1.19**
- 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**



Bertolli

- Olive Oil 250ml Classico & Extra Light Reg.\$3.55 **Spe.\$3.19**
- Olive Oil 250ml Extra Virgin Reg.\$3.75 **Spe.\$3.29**
- Olive Oil 500ml Classico & Extra Light Reg.\$5.25 **Spe.\$4.95**
- Olive Oil 500ml Extra Virgin Reg.\$5.55 **Spe.\$4.95**



Campbells

- Red & White Soup 284ml All Flavours Reg.\$1.69 **Spe.\$1.45**
- Chunky Soup 540ml All Flavours Reg.\$2.99 **Spe.\$2.25**
- Chili 425g All Flavours Reg.\$2.55 **Spe.\$2.29**
- Franco American Gravy 284ml All Flavours Reg.\$1.19 **Spe.\$0.95**



Kingsford's Cornstarch

454g Reg.\$1.49 **Spe.\$0.89**



Maple Syrup

Camp 100% pure 250ml
Reg.\$6.99 **Spe.\$4.99**



Redpath

Sugar 10/2kg
Reg.\$23.99 **Spe.\$18.99**



McCain

- French Fries 900g Reg.\$2.69 **Spe.\$1.99**
- Xtra Crispy Fries 650g Reg.\$3.09 **Spe.\$2.39**
- Premium Super Fries 650g Reg.\$3.09 **Spe.\$2.39**
- Xtra Crisp Seasoned Fries 650g Reg.\$3.09 **Spe.\$2.39**
- Deep'n Delicious Cakes 510g Reg.\$4.79 **Spe.\$3.89**
- Deep'n Delicious Fruit Pies 680g Reg.\$4.79 **Spe.\$3.89**
- Delicious Cream Pies 400g Reg.\$4.79 **Spe.\$3.89**
- Pizza Pocket 3pack Reg.\$3.49 **Spe.\$2.39**



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**



Always

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

15¹⁹



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**



124⁹⁹

Cricket Lighters Pre Pack



West Mall 169-175 The West Mall
 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 4.28~5.25

Take Home



Lay's XL 2/\$6⁵⁰

Single Serve



Lay's / Smartfood 2/\$3

Convenience Food



Spitz 2/\$4

Frito Lay Canada에서는 2019년 4월 28일부터 2019년 5월 25일까지 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 OKBA 프로그램 스토어에도 적용됩니다.



- 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

Happiness is simple