

실업뉴스



The Ontario Korean Businessmen's Association News
2018년 8월 1일 수요일 제756호



2018 OKBA GOLF TOURNAMENT GLEN EAGLE GOLF CLUB JULY 24, 2018



OKBA와 친구해요! 카카오톡 플러스 친구 OPEN



돋보기 검색창에서 'OKBA' 검색 후
플러스 친구 추가하세요.

생생한 정보를 전달합니다!





검색창에
OKBA를
입력하세요.



친구추가
버튼을
클릭하세요.

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.
라이선스 소유자 / LICENCIÉ: NESTLÉ CANADA INC., NORTH YORK, ON M2N 6S8.



OKBA

Ontario Korean Businessmen's Association

■ Publisher

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

■ General Manager

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

■ Business Manager

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

■ Business

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

■ Accounting

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

■ Reporter

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

■ Design

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

2018년 8월 7일(음력 6월 26일)

입추 다음에 말뚝이 기다리고 있다는 점에서도 알 수 있듯이 더위의 최고 절정일 때입니다. 이는 중국 북부 회복지방의 날씨에 맞추었기 때문이죠. 즉 대한민국에서 실질적으로 가을 날씨에 접어드는 기점은 입추가 아닌 처서 시기입니다. 처서가 오면 본격적으로 가을이 찾아오기에 일찌감치 기분전환한다고 생각하면 좀 나을 것 같네요.

立秋



C O N T E N T S

OKBA 골프토너먼트 성료 | 04 ~ 05

편의점 vs 달러스토어 | 06 ~ 09

식품취급자격증 시험 필수 | 10

전국편의점의 날 8월 29일 | 11

호주, 전자담배 합법화 요구 비등 | 12 ~ 13
GTA 합동 골프대회

불법담배 퇴치, 크라임스토퍼 나섰다! | 14
휴로니아 지구협회 골프 대회

15 | 2018 OKBA 골프대회 주요장면

16 ~ 17 | 셀프 출력 음료 시장 현황

18 ~ 19 | 캐나다 저키 시장 최신 동향
RBH 커넥션 프로그램 수정 계약서 관련
협동조합 일요 영업 시간 연장
토론토웨스트 지구협회 여름 바베큐 파티

20 ~ 21 | 교양 상식 : 대한민국 소주, 그 위용과 역사 (上)

22 | OKBA 지구협회장 전화번호
2018년 협회 주요 사업

23 | Directory

경기 방식, 개인 대항전으로 확 바뀌
OKBA 골프토너먼트 성료



회원과 공급사와의 친선 행사인 OKBA골프토너먼트가 성황리에 치러졌다. 지난 7월 24일(화) 칼레돈 소재 글렌 이글 골프클럽(Glen Eagle Golf Club)에서 개최한 행사에는 한인사회 주요 인사, 협회 자문위원까지 포함해 총 210명이 참가했다. 27홀 216명을 샷건 방식으로 수용할 수 있는 규모의 골프장을 절묘하게 꽉 채운 셈이다.

올해 행사는 여러 면에서 과거와 차별화됐다. 우선 경기 방식이 베스트볼에서 스트로크 플레이로 바뀌었다. 친선도 중요하지만 경기에 대한 긴장감과 흥미 유발을 통해 참가 열기를 더해보자는 취지에서 이미 오래전부터 스트로크 플레이에 대한 요청이 회원들이나 지구협회장들로부터 나왔었다. 그러나 행사의 본질적 취지가 친선이므로 이에 충실하지는 여

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
jc@kmibrokers.com

론 또한 강해 말만 무성했고 결심을 못했었다. 그래서 타협 안으로 나온 것이 두가지 방식을 혼합해 시도해보기를 여러해 끝다가 금년에 마침내 완전히 개인 대항으로 전환한 것이다.

결과는 상당히 좋았다. 승부욕때문에 진행이 더디지면 저녁 만찬 시간에도 영향을 주지 않을까 우려했던 것은 기우에 지나지 않았다. 6시에서 6시 30분 사이에 참가자 모두가 경기를 끝내고 클럽하우스 만찬장에 입장해 과거와 큰 차이를 보이지 않았다. 운영의 묘를 살리기 위해 잘치는 회원들만으로 편성한 챔피언 조와 일반 조로 구별했으며 시상은 챔피언 조에서만 4위까지 가려 상품과 트로피를 수여했다. 최고 타수는 나이가 가라 지구협 소속 이명준 회원의 79타였다. 여성 회원만의 챔피언도 가렸다. 리치몬드힐 지구협회의 김루미 회원이 85타를 쳐 영예를 안았다.

이밖에 장타상과 근접상이 두 코스별로 각각 1명씩 총 4명에게 수여됐다.

날씨도 한몫 거들었다. 행사 전날까지도 천둥번개에 폭우 예보가 있어 임직원들이 노심초사했으나 정작 해가 나고 오후에 두차례 잠시 비가 내리다가 그쳐 날씨로 인한 행사 진행 방해는 전혀 없었다. 골프장도 매년 해오던 카디날 골프 클럽에서 이곳으로 바꿨다. 회원수가 감소하며 참가 인원도 예전같지 않은데 36 홀을 전부 이용할 이유는 없어 비용 절약 차원에서 27홀 골프장으로 바뀌본 것이다. 대부분의 참가자들이 만족했으며 골프장 직원들의 친절함 서비스 역시 좋은 인상을 줬다.

저녁 식사는 스테이크와 닭가슴살이 함께 제공됐으며 오픈바를 운영해 자유롭게 맥주와 와인을 즐겼다. 식사를 하며 행사를 진행했기 때문에 2

부 순서도 짧게 끝낼 수 있었다. 회장 인사말, VIP와 공급사 참가자 소개 등이 이어졌고 디지털을 즐기면서 래플티켓 경품추첨까지 다 하고도 8시 30분에 전체 행사를 마감했다. 손님들의 귀가길이 가벼웠다. 올해 경품은 공급사 협찬과 협회가 마련한 상품까지 모두 52개였으며 대상은 55인치 TV였다. 이밖에도 다양한 골프 관련 용품들이 있었으며 자전거, 청소기도 당첨 욕구를 자극했다.

한편, 신재균 회장은 인사말에서 협회와 조합의 변화를 강조하면서 정직하고 투명한 조직으로 거듭날 것을 약속했다. 또, 온주 집권 여당이 보수당으로 교체된 것과 관련해 대정부 접촉을 더 활발히 해 편의점 영업 환경 개선을 이끌어내겠다는 의지도 피력했다. 인사말 말미에 지구협회장으로 봉사하는 등 10여 년 동안 워터루 지구협회를 열성적으로 이끌어 온 권순천 현 워터루 지구협회장의 공로를 치하하자 참석자들이 큰 박수로 격려했다. 권 회장은 8월 중 피터보로 지역으로 비즈니스를 옮기게 돼 신 회장이 때맞춰 그간의 수고에 감사 메시지를 공개적으로 전한 것이다.

참석자들에게는 한국에서 주문한 도자기 재질의 전골 냄비가 한점씩 선물로 제공됐다. 협회는 이미 오래전부터 이 행사의 선물로 가사에 도움이 되는 부엌 용품을 제공해왔는데 회원 부인들은 물론 공급사 참가자 부인들로부터도 큰 호평을 받아왔다. 골프 대회는 현재 본부협회 차원에서 개최하는 유일한 이벤트 행사가 됐다. 내실을 기하기 위해 이벤트는 모두 중단하고 공급사와의 친목을 위해 이 행사만 남겨둔 것이다. (행사 주요 장면 15면에 소개) ■

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

편의점의 우월적 경쟁력

전국편의점협회(CCSA)의 2017년 연차보고서에 따르면 주유소 매출까지 포함해 전국 편의점 총 매출 564억 달러 중 80%는 주유소 병설 편의점 채널이 차지하고 있다. 이는 운전자의 거의 대부분이 주유를 위해 편의점을 매주 단위로 찾게 된다는 의미다.

똑같은 이치가 영화관에서 확인된다. 스타워즈로 관객을 끄는 영화관이 라면 입장료 말고도 팝콘과 음료를 끼워서 대략 20달러 추가 판매를 얻는다. 편의점은 최상의 상품기획으로 휘발유에 더해 인 스토어로 손님을 유인해 장바구니를 키울 공리를 해야 한다. CCSA 새틴더 체라 회장의 입장을 들어보자. “편의점 업계도 다른 소매 산업부문과 마찬가지로 진화와 변모를 겪는 중이고 휘발유는 편의점 진화 발전에 있어 중요한 아이템이다. 하지만 이외에도 푸드서비스의 시대가 도래한 것은 더 주목해야 할 현상이다. 요즘 웬만한 편의점에 들어가면 치킨왕, 피자, 핫도그 등을 예사로 살 수 있다. 이 아이템들은 다른 소매업종이 따를 수 없는 편의점 업계만의 고유의 장점을 반영한 먹거리 상품들이다.”

현재 전국에 깔려 있는 편의점은 27,239개로 집계돼 있는데 이 중 65%가 독립 편의점이고 35%가 체인 편의점이다. 캐나다처럼 영토가 광활한 나라에서 34%의 편의점이 시골에 소재한다는 사실은 편리함 정도가 아니라 필수 불가결한 서비스망이다. 아마존이 소매업계의 지형을 마구 흔들어대고 있는 상황에서 장기적으로 편의점의 생존전략은 접근성과 영업시간이 핵심 사안이다. 달러라마, 월마트, 코스트코 등 여타 할인 유통


전국 22,000명 당 달러스토어 1개 편의점 vs 달러스토어



지난 회계연도에 캐나다 편의점 지존 알리망타시옹 쿠쉬타르(Alimentation Couche-Tard Inc.)와 달러스토어의 지존 달러라마(Dollarama Inc.)는 각각 미화로 17억 달러, 7억 5,560만 달러의 영업 이익을 거뒀다. 두 회사 다 퀘벡의 몬트리올에 본사를 두고 있고 캐나다 소매업계의 선도 주자들이다.

또 두 회사 모두 토론토증권거래소(TSX)에 상장된 우량 회사들로 지난 5년간의 실적이 매우 양호한 기록을 보이고 있다. 5년 전 대비 현재 쿠쉬타르 주식은 23%, 그리고 달러라마는 33% 올라갔다. 동 기간의 TSX(종합)지수 8% 인상에 비하면 놀라운 기록이다. (참고로 7월 18일 기준 장중 최고가 쿠쉬타르는 \$61.17, 달러라마는 \$49.98)

소매업계가 캐나다 소비자들의 니즈와 기대에 부응하기 위해 끝없이 변신하는 가운데 편의점 업계와 달러스토어 업계 역시 예외가 아니었으며 변화의 속도를 따라잡으려고 조정과 개선을 거듭해왔다. 투자자들은 이제 이들 두 회사 중 앞으로 어느쪽이 더 실적이 좋을 것인지 관심을 모으고 있다. 굳이 둘 중 하나를 택하라면 지난 세월 거둔 실적면에서 달러라마가 우위를 차지한다.



아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

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

<div style="background-color: #e0f0ff; padding: 5px; border-radius: 5px;">교통사고, 개인 손해</div> <p style="font-size: x-small;">과실 유무와 상관없이 교통 사고 후유증에 관한 최대 보상, 낙상, 정부 과실 보상 소송</p>	<div style="background-color: #e0f0ff; padding: 5px; border-radius: 5px;">교통위반 티켓</div> <p style="font-size: x-small;">과속, Stunt Driving, 무보험, 신호 위반, 행소니 등 모든 교통법규 위반</p>	<div style="background-color: #e0f0ff; padding: 5px; border-radius: 5px;">형법</div> <p style="font-size: x-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

업소나 이런저런 달러스토어들은 바로 편의점 업계가 누리는 이 두가지 장점을 결코 따라올 수 없다.

달러스토어의 우월적 경쟁력

THE TOP 5 DOLLAR STORES IN CANADA BY LOCATIONS	
 DOLLARAMA	1,160
 DOLLAR TREE	225
 Your Dollar Store With More	125
 DOLLAR STORE	113
 BUCK or Two Plus!	47

▲ 캐나다 5대 메이저 달러스토어

달러라마를 비롯한 주요 달러스토어들이 캐나다에서 어떻게 최근에 놀라운 번창과 발전을 이룰 수 있었는지를 이해하기는 그리 어렵지 않다.

일단 저렴한 가격 경쟁력을 들 수 있다. 그런대로 브랜드 인지도도 있고 PL제품(자사 상표 부착)으로 품질도 좋은 것들이 소비자들에게 가격의 만족도를 안긴다. 거기다가 뭔가 방문할 때마다 꽤 쓸만하고 신기한 보물 같은 상품들을 만나기도 하니 쇼핑의 즐거움 또한 쏠쏠하다.

접근 용이성도 어느정도 뒷받침되고 가격도 싸니 편의점도 가격 싸움에서 밀리지 않으려면 비슷한 수준으로 가격을 내려야 할 판인데 이게 그리 쉬운 문제가 아니다. 기업체 분석 전문가 한사람이 최근 밴쿠버의 재정 투자 전문가와 달러스토어 비즈니스에 대한 이야기를 나눴다. 그의 분석인 즉 "달러스토어를 이용하는 많은 고객들이 편의점 이용 고객과 겹친다."는 점에 초점을 맞췄다. "달러라마는 편의점 고객과 겹치는 소비자들에게 다가가는 완전히 차별화된 비즈니스 모델로 접근하고 있다. 겹치기는 하지만 완전히 다른 목적과 이유를 가진 고객층을 구분해내는 것이다.

달러라마는 자신의 업소를 새로 오픈하는 스타일이다. 다른 달러스토어를 인수하는 방식으로 몸집을 키우지 않는다. 반면 쿠쉬타르의 몸집 키우기는 대부분 타회사 전체 혹은 일부 체인망을 인수하는 방식에 의존해 오고 있다. 달러라마가 하나 오픈하면 완전한 투자회수가 되는데는 대략 2년이 걸린다. 수익은 50%정도다. 만약 누가 당신의 투자금으로 이 정도 수익을 올려준다면 업소 기반을 단단하고 유기적으로 구축하는데 밑천을 두둑히 깔아주는 것은 사업 전망상 당연한 일일 것이다.



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



달러 스토어는 인구 비례로 따질 때 미국에 비해 캐나다가 아직도 개척 영역이 넓다는 점이 또다른 밝은 전망으로 꼽힌다. 미국이 인구 11,000명 당 한개 꼴인데 캐나다는 22,000명 당 한개다. 쿠슈타르와 달러라마 둘다 아주 훌륭한 투자처이지만 투자 가치의 명분은 완전히 달러 가져가야 한다는 것이 소매업 비즈니스 분석 전문가들의 공통된 판단이다.

말그대로 하나는 편의성이고 또 하나는 가격경쟁력인데 이 중간적인 위치에 있는 것이 미니소(MINISO)다. 아직 캐나다인한테 생소할 수도 있지만 앞으로 캐나다에 500여개의 매장을 깔 야심찬 계획을 세운 유통업체다. 가격대는 달러라마보다 약간 비싸지만 취급하는 제품의 수준이 달러라마보다 더 우수하다. 체인망이 확대되면 쇼핑 편의성까지 갖추면서 쿠슈타르와 달러라마의 중간적 성격을 띠며 캐나다 소비자들에게 강하게 어필할 것으로 보인다. 여론을 보니 현재도 소비자들에게 상당히 호감을 얻고 있는데 제품 수준이 높다는 평이다.

(广州)에 있다. 2020년까지 전세계에 6,000개 지점망을 깔겠다는 계획이다. 거의 모든 제품 가격대는 3~5달러대다. 올해까지 캐나다에 50여개를 오픈하고 수년 내 500여개를 오픈하겠다는 목표를 세우고 시장을 파고드는 중이다. 현재 밴쿠버, 알버타, 온타리오, 퀘벡 등지에 몇개 씩 영업 중에 있으며 온타리오는 미시사 가스퀘어원과 구엘프에 있다.

미니소와 같은 성격의 채널이 제대로 무대에 등장하게 되면 달러라마도 큰 위협을 받게 되는 것은 자명하다. 따라서 지금까지 누려왔던 할인 소매업 채널로서의 위상을 유지하려면 특단의 조치를 미리부터 준비하지 않으면 안될 것이다.

노바스코시아에서 독립 식품점을 하고 있고 평생 소매업 비즈니스에 종사하며 나름 자영업 전문가이기도 한 브루스 케네디씨의 고견도 한번 들어보자. “편의점을 여러개 거느릴만큼 돈을 벌지는 못했지만 오늘날 편의점으로 성공하기 위해서 반드시 해야 할 일은 트렌드를 빨리 따라가는 자세일 것이다. 변화에 민감해야 한다. 꼭 필요한 변화는 즉각 수용해야 하며 모든 것이 편의성이라는 개념으로 수렴돼야 한다. 소비자의 이미지, 접근용이성, 제품 믹스 등이 모두 편의성과 관련이 깊은 개념들이다. 소비자의 수요와 함께 커가야 한다. 소비자 니즈는 그래서 몹시 중요하다. 집에서 15분 이내의 거리에 가장 성공적인 가족경영 독립 종합 식품점이 두곳이나 있다는 것은 매우 다행이다.” 케네디씨는 만약 달러라마와 쿠슈타르 두 곳 중 한곳만 주식을 사야 한다면 달러라마 주식을 살 것이라고 했다. 쿠슈타르는 앞으로 확장성이 더딜 것이라는 나름의 근거에서 그렇다고 말한다.

맥길 대학 소매사업경영학교 학장 샤를르 브라방씨의 고견도 들을만하다. 이 분은 아시아와 유럽의 주요 국가를 돌며 유명 럭셔리 브랜드를 취급하는 소매업들을 깊이 관찰하고 견문을 쌓은 사람이다. 그 결과의 하나는 쿠슈타르(맥스)가 건강 음식 메뉴가 아직도 부족하다는 사실을 발견한 점이다. “수퍼마켓은 여지가 있음에도 아직 건강 음식쪽으로 포지션을 확실히 못잡고 있는 반면 편의점 채널은 하고 싶어도 집중할 여력이 없고 하더라도 제대로 하지 못하는 것 같다.” 그러면서 투자 전망이 쿠슈타르보다 달러라마가 더 유리하다고 말했는데 만약 쿠슈타르가 지금보다 더

MINISO



중국어로는 ‘名創優品’
(míngchuàng yōupǐn, 명창유핀)

수준있는 제품을 염가에 공급하는 모토하에 소매유통업계에 뛰어난 신생업체로 현재 지구촌에 1,800여 개 이상 판매망을 구축하고 있고 연간 매출 규모는 캐나다 달러로 18억 달러(2016년 기준) 수준이다. 주 고객층은 밀레니얼 세대이며 이들은 가격에 민감하면서도

취향은 까탈스럽기 때문에 품질 면에서도 만족도를 높여야 하는 소비층이다. 그래서 대다수의 제품이 미적 감각을 살리고 디자인도 스마트하다. 제품 개발과 디자인은 80% 이상이 한국, 일본, 싱가포르, 말레이시아, 중국에서 이루어진다. 섬세한 아시아적 취향에 부합하기 위함이다.

2013년 일본의 디자이너 미야케 유나(三宅順也)와 중국 청년 기업가 예귀후(葉國富)가 공동으로 창립했으며 본사는 중국 광저우

협회 문의
(416)789-7891

www.saintjimmyscoffee.ca

The fastest growing coffee service in North America

Pepperoni Stick 45g Reg. \$2.49/each **2 for \$4**

순수 캐나다산 육류제품
GREAT CANADIAN MEAT

7월~8월 스페셜

Buffalo Wing 2 for \$2
Chicken Stick 25g Reg. \$1.19/each

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

건강 식품쪽에 무게를 둔다면 생각이 바뀔 수도 있다고 덧붙였다.

지금까지 전문가의 입장을 살펴보니 투자 전망으로 달러라마가 쿠쉬타르보다 더 매력적인 것 같다. 다시 말해 편의점보다는 할인 매장이 전망이 더 좋다는 의미인 것으로 해석되는데 따라서 편의점이 달러 스토어에 지지 않으려면 어떤 조치를 해야 하는지 그 답도 저절로 나오는 것이다. 한푼이라도 더 좋은 가격에 인지도나 수준이 높은 제품을 더 많이 취급하고 웰빙 대세에 맞춘 먹거리 상품기획에 많은 신경을 써야 할 것이라는 점이다.

끝으로 캐나다 내 편의점 체인사 규모를 소개하며 글을 마무리한다.

1위는 이미 언급했듯이 쿠쉬타르다. 총 2,225개를 거느리고 있고 상호 브랜드는 쿠쉬타르, 맥스, 서클케이로 전국을 커버하고 있다. 특히 온타리오는 기존 맥스 간판을 서클케이로 교체하는 작업을 활발히 벌이고 있다. 쿠쉬타르는 캐나다보다는 저돌적 인수 합병으로 미국에서 규모가 훨씬 더 크다.



2위는 파크랜드이다. 정식 명칭은 'Parkland Fuel Corporation'으로 산하에 주유소 소매업과 편의점을 함께 운영하고 있다. 셰브론, 에소, 파이어니어, 울트라마 등 주유소 병설 체인 편의점을 총 1,851개 거느리고 있다.



3위는 선코 에너지(Suncor Energy)이다. 자회사 페트로 캐나다까지 합해 총 1,517개를 거느리고 있다.



<10면에 계속>

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 Toronto, ON M3J2C4

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



온주 내 모든 편의점도 의무화 식품취급자격증 시험 필수

그간 지자체별로 식품취급자격증(Food Handler Certificate) 소지를 요구하는 곳과 요구하지 않던 곳이 혼재했던 온타리오가 금년 7월 1일부터 모든 편의점에도 자격증 취득을 의무화했다. 따라서 과거 편의점에 자격증을 요하지 않았던 지자체 소속 회원들도 무조건 취득해야 한다.

이는 '보건예방 및 계몽에 관한 법률'(Health Protection and Promotion Act)에서 식품에 관한 시행령 일부가 개정됨에 따른 것이다.

이미 지자체로부터 공문을 받은 일부 회원들은 혼란스러워하며 협회로 전화문의의 해오고 있는데 계도 기간이 있으니 이제부터 서둘러 자격증을 획득하도록 한다. 교재와 시험에 관한 사항은 해당 지자체 웹사이트에 들어가 'food safety'를 키워드로 치면 소개받을 수 있다. 또는 자격증 취득에 관한 지자체 공문을 받았다면 공문에 정보를 얻을 수 있는 사이트가 명기돼 있으니 이를 참고해도 된다.



한편, 영문 교재로 공부하고 영문으로 자격 시험을 치르는 것이 부담스러운 분은 북부토론토 한인번영회(KCBA)에서 시행하는 한글 시험을 치를 수도 있다. 원래 주관은 토론토 공중보건국(Toronto Public Health)에서 하는 것이나 대행 기관으로 이곳을 지정해준 것이다. 과거에는 이곳과 아울러 협회에서도 대행을 했었으나 토론토시가 이를 더이상 허용하지 않아 협회는 대행업무에서 손을 떼게 됐고 북부토론토 한인번영회만 남게 됐다.

이곳에서는 한국어로 강의하고 연습문제 풀이도 하고 한국어로 시험까지 한날 다 해결할 수 있다. 이하 장소와 연락처를 소개하니 원하는 분은 이곳을 접촉토록 한다.

북부토론토 한인번영회 주소 : 200 - 180 Steeles Ave., W., Thornhill (고정욱 태권도장 2층) 무료 주차 가능하며 강사는 번영회 총무 이영희(Young Lee)씨가 맡는다. 전화 문의는 416-302-8990 ■

〈9면에 이어〉 편의점 vs 달러스토어

이밖에 7-Eleven(640여개), 허스키(558개)등이 상위 랭킹에 올라 있는 캐나다 간판급 체인 편의점들이다. ■

▲ 소비(Sobeys)산하의 FastFuel Needs도 477개의 체인망을 가지고 있다.

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



Justin Trudeau
@JustinTrudeau

Follow

Quick chip run with @DLeblancNB and the Premier on #CStoreDay! Thanks to the hardworking small business owners who keep Canada convenient.



12:28 PM - 30 Aug 2017

▲ 작년에 치른 첫 전국편의점의날 행사에 참가한 트뤼도 연방총리가 자신의 트위터에 사진과 함께 소상공인의 노고를 치하하는 글을 올렸다.

전국편의점날(Convenience Store Day)행사가 오는 8월 29일(수) 개최된다. 작년에 처음 개최됐고 올해 그 두번째를 이어간다. 행사에서 거둔 수익금 전액은 아동기금 단체 'Children's Wish Foundation'에 기부할 예정이다. 작년의 첫 행사에서는 82,551달러의 수익금

전국편의점의 날 8월 29일

을 냈고 전액 동 기관에 기부했다.

이 행사는 지역 주요 인사들이 대략 15분 정도 편의점 헬퍼 활동을 하며 현장 체험도 하고 참가한 업체들은 고객 사은의 기회도 가지는 등 편의점 업계, 커뮤니티별 주요 인사, 그리고 고객 사이의 유대감을 고취하는데 목적이 있다. 이미 주 단위로는 대서양편의점협회(ACSA)가 지난 2012년 처음으로 편의점의 날 행사를 한 후 바로 이어타 주에서도 유사한 행사들이 뒤를 이었으며 효과가 커, 작년부터 CCSA차원에서 전국 단위로 격상시킨 것이다.

CCSA측에 따르면 2012년 대서양편의점협회가 편의점의날을 시작한 이후 전국적으로 편의점협회들이 작년까지 CWFC(Children's Wish Foundation of Canada)를 비롯한 자선단체에 기부한 총액은 26만 달러가 넘는 것으로 집계됐다. 행사 진행을 구체적으로 보면 특별로 선정된 편의점 업소에 편의점의 날을 알리는 홍보포스터 등을 부착해 분위기를 띄우고 모금함을 마련해 손님들이 자발적으로 기부를 하도록 한다. 그리고 이를 통해 모든 돈을 행사 당일날에 합해서 유관 자선단체에 기부하는 것이다.

작년의 경우 8월 30일날이 D-Day였는데 전국적으로 모두 63개 지자체 175개 업체가 참가했다. 15분 현장체험 헬퍼를 자청해 봉사에 참가한 지역 유지들은 200여 명 가까웠다. ■

KCWA FAMILY AND SOCIAL SERVICES 캐나다한인여성회 2018년 8월 프로그램

<p>씨이프 클럽</p> <p>■ 일시: 8월 1, 8, 15, 22, 29일(수) 오전 10시 - 오후 12시</p> <p>■ 장소: 갤러리아 아울렛 (7040 Yonge St, Thornhill)</p> <p>■ 담당: 가정상담원 박주연</p> <p>■ 내용: 정착 영어와 케네디언 문화 배우기</p> <p>*대상: 배우자 초청 이민 신청자 및 배우자 초청으로 영주권을 받은 남녀 *사전등록 필수</p>	<p>스트레스 없는 건강한 인간관계</p> <p>■ 일시: 8월 2, 9일(목) 오전 10시30분 - 오후 12시30분</p> <p>■ 장소: KCWA 다운타운</p> <p>■ 담당: 프로젝트 코디네이터 오선성희</p> <p>■ 내용: 1. 관계가 어려워 힘든 내 마음의 상처 돌보기 2. 불안하고 화나는 감정 돌보기 -내가 화내는 진짜 이유</p> <p>*선착순 20명 *사전등록 필수</p>	<p>무료 헤어커트 서비스</p> <p>■ 일시: 8월 13일 / 9월 10일 / 10월 15일 / 11월 12일(월) 오전 9시30분 - 오후 12시30분</p> <p>■ 장소: KCWA 노스욕</p> <p>■ 담당: 프로젝트 코디네이터 주명숙</p> <p>■ 내용: 1. 70세 이상의 시니어를 위한 무료 헤어커트 서비스 2. 전문 헤어디자이너가 서비스 제공</p> <p>*선착순 7명 (사전등록 필수) *실무 서비스는 제공되지 않습니다 *신분증 지참 *이 프로그램은 '은빛동행 프로젝트'와 함께 합니다.</p>	<p>배우자 초청 안내</p> <p>■ 일시: 8월 16일(목) 오후 6시 - 오후 7시30분</p> <p>■ 장소: KCWA 노스욕</p> <p>■ 담당: 정착상담원 김효원</p> <p>■ 내용: 1. 스폰서십의 의미와 자격 2. 배우자 초청 이민 절차 3. 신청서와 구비서류 4. 질의응답</p>
<p>온타리오 근로기준법 안내</p> <p>■ 일시: 8월 21일(화) 오후 6시 - 오후 8시</p> <p>■ 장소: KCWA 노스욕</p> <p>■ 담당: 정착상담원 이선경</p> <p>■ 내용: 1. 온타리오 노동 & 고용 법률 2. 고용계약, 보상, 연금, 복지에 대해 3. 건강 및 안전에 관한 규정 4. 인권보호 규정 5. 실제 사례 분석 및 질의응답</p>	<p>입시전문가와 함께하는 대학입시 전략 세우기</p> <p>■ 일시: 8월 22일(수) 오전 10시 - 오후 12시</p> <p>■ 장소: KCWA 노스욕</p> <p>■ 담당: 정착상담원 최성혜</p> <p>■ 내용: 1. 입시전략이 왜 필요한가? 2. 효율적인 학습방법과 대학진학을 위한 계획 3. 과외활동 및 자원봉사 4. 질의응답</p> <p>*대상: 고등학교 및 학부모 *장사: 연직 대학교수 (York University / University of Ontario Institute of Technology)</p>	<p>성(性)적으로 건강한 아이 키우기 -질문에 답하지 않는 부모되기-</p> <p>■ 일시: 8월 22, 29일(수) 오전 10시 - 오후 12시</p> <p>■ 장소: KCWA 노스욕</p> <p>■ 담당: 가정상담원 김진옥</p> <p>■ 내용: 1. 부모님들이 알아야 할 요즘 아이들의 성 2. 어떤 질문에도 맞지게 대답할 수 있는 부모되기 연습 3. 사랑이란? 그리고 사랑을 받는 것이란? 4. 성과 아이의 자존감</p>	<p>부모 초청 안내</p> <p>■ 일시: 8월 28일(화) 오전 10시 - 오전 11시30분</p> <p>■ 장소: KCWA 노스욕</p> <p>■ 담당: 정착상담원 김효원</p> <p>■ 내용: 1. 스폰서십의 의미와 자격 2. 부모/조부모 초청 이민 절차 3. 신청서와 구비서류 4. 질의응답</p>
<p>등록 및 문의: 416-340-1234 www.kcwa.net KCWA 다운타운: 27 Madison Ave, Toronto KCWA 노스욕: 540 Finch Ave. W, 2nd FL, Toronto</p>		<p>토론토 총영사관 정착 서비스 일시: 8월 13일(월) 오후 1시30분 - 오후 4시30분 장소: 토론토 총영사관</p>	<p>커뮤니티 자원봉사 일시: 8월 11, 25일(토) 오전 10시 - 오후 2시 장소: Good Shepherd Centre</p>



Funded by: Immigration, Refugees and Citizenship Canada

Financed par: Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada



ONTARIO



주토론토총영사관 CONSULATE GENERAL OF THE REPUBLIC OF KOREA IN TORONTO

문에 보다 손쉽게 소비될 수 있도록 정부 차원의 조치가 있어야 할 것이라는 주장을 하고 있다.

호주편의점협회(AACS) 제프 로켓 회장은 전자담배가 금연 수단으로 도움이 될 수 있도록 제도화로 뒷받침할 때가 됐다고 역설했다. "AACS는 호주내 전자담배를 관리하는 법적 틀을 속히 수립해줄 것을 반복해서 요구해왔으며 이는 암시장이 더 커지기 전에 그리고 범죄조직이 조악한 제품들로 시장을 범람시키기 전에 조치돼야 할 선결과제로 그 긴박성이 더고조되고 있다." 호주는 전자담배에 대한 법이 이곳 캐나다만큼이나 모호하고 흐릿하다. 전자담배 틀은 일부 주에서 거래가 합법화돼 있으나 일부주는 이마저도 안되고 니코틴 함유 액상 거래는 원칙적으로 금지돼 있는 형편이다. 한마디로 합법적으로 거래되지는 못하는 물건이면서 동시에 그렇다고 거래를 화끈하게 금하며 단속하지도 않는 형편이다. 다만, 언론을 보면 전자담배에 대해 과대 광고를 하는 경우 혹은 허위광고를 하는 경우에는 벌금에 처하는 사건은 가끔 볼 수 있다.

회장은 "전 세계적으로 수백만 흡연자들이 전자 담배를 통해 일반 담배의 금연에 성공하고 있지만 호주 흡연자들만이 이 안전한 제품에 접근할 기회를 제거당한 상태에 있다"면서 "선택의 자유가 없어 우리 흡연자들은 금연하기가 더 힘든 상황에 몰린다"고 개탄했다.

잉글랜드 보건국의 2015년 자료에 의하면 전자담배는 일반담배에 비해 95% 더 안전하다고 보고하고 있다는 사실을 내세우는 호주편의점협회는 금연 보조 수단으로 전자담배를 합법화해야 한다는 국민 여론이 압도적

국민 절반 이상, 정치 이슈로까지 중대하게 생각

호주, 전자담배 합법화 요구 비등



이미 수개월 전부터 호주에서는 전자담배 합법화에 대한 요구가 큰 세력을 얻고 있어 호주에서의 향후 전자 담배 시장 전망 기대치를 높이고 있다. 이미 정치권은 물론 보건 전문가들의 요구들이 다양하게 제기되고 있는 가운데 그레그 헌트 연방 보건부 장관에게 전자 담배 합법화와 금연을 위한 보다 안전한 대체물 제공을 활성화하라는 압력이 꾸준히 가해지고 있다.

호주편의점협회(AACS)는 뉴사우스웨일즈 일반의(GP—般醫; 이곳 가정의 비슷한 개념) 캐런 카운터씨와 전국 의약연구협회의 연구원이자 뉴캐슬 대학 행동과학 교수 빌리 보넵스키의 최근 입장 발표를 전적으로 지지하고 나섰다. 이 두사람은 전자담배가 일반 담배보다 훨씬 덜 해롭기 때

이라는 사실도 지적하고 있다. 절반 이상의 국민이 전자담배의 이로움에 대해 강한 확신을 가지고 있다. 조사에 의하면 54%의 호주 국민이 전자담배 합법화를 지지 정권 표심에 영향을 주는 중대한 이슈로 여기고 있으며 73%는 합법화가 금연에 도움을 줄 것이라고 믿고 있다.

회장은 또, "전자담배가 보건 의학 측면에서도 눈부신 개선을 앞으로 더 이를 잠재능력이 있으며 이 발전과 관련해서는 금연을 하려는 흡연자들에게 간접적으로는 신세를 지는 것"이라고까지 말했다.

멜보른의 일반의 아틸라 댄코씨는 일찌기 정부의 전자담배에 대한 시각이 이둔하기 짝이 없다고 비판했던 인물인데 최근 이런 발언을 했다.

“근본적으로 따져보면 우리 주변에는 몸에 가장 안좋은 제품, 즉 담배라는 것이 주변 밀크바(milk bar)를 포함해 도처에서 합법적으로 팔리고 있다. 하지만 전자담배와 베이퍼는 훨씬 안전한 제품으로 그렇게 아무곳에서나 판매되지는 않는 제품이다.” ‘Milk bar’라는 단어는 주로 호주에서 사용되는 표현으로 우리말의 ‘구멍가게’ 정도의 뉘앙스를 풍기는 ‘잡화상’, ‘코너 스토어’, ‘편의점’ 등을 지칭한다고 보면 된다. 덴코씨는 몸에 그렇게 안좋은 담배는 아무데서나 다 팔면서 이보다 훨씬 덜 나쁘고 금연 보조 수단으로서도 의미가 큰 전자담배를 왜 합법화하지 않느냐고 따져 묻고 있는 것이다.

뉴사우스웨일즈 대학 콜린 멘델슨 교수 역시 전자담배의 합법화를 요구하는데 목소리를 한껏 올리는 사람인데 최근 자신의 논문에서 흥미로운 사례를 제시하며 합법화를 정당화했다. 즉 일반 담배에서 전자담배로 바꾼 흡연자들의 건강 상태를 체크한 결과 천식, 혈압, 심장 작동, 폐기능 등과 이밖의 다양한 건강 체크에서 건강 상태가 부족 양호해진 것을 확인했다는 내용의 연구 논문이었다.

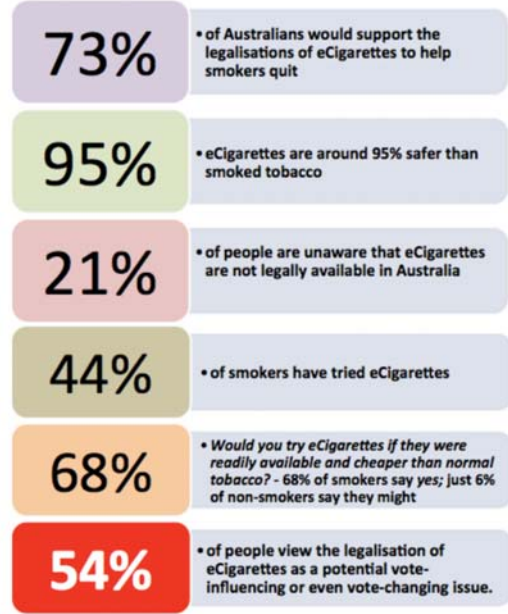
호주편의점협회가 지난 6월에 발간한 호주 편의점업계 백서라 할 ‘2017 연차보고서(State of the Industry Report 2017)’에서는 편의점이 전자담배 구매 채널이자 여타 금연 보조 제품 구입처로 적극임을 강조하고 있다.

작년 한해 호주 편의점 채널 전체에서 거둔 일반 담배 매출 실적은 1억 달러 이상의 신 장을 보였다. 이만큼 담배와 관련한 제품 취급으로는 최강의 조직망을 가지고 있으니 일반담배 금연을 위해 도움이 되는 전자담배 취급처로도 편의점 채널이 가장 안성맞춤 아니겠냐는 주장이다.

호주편의점협회는 전자담배 합법화에 있어서 반드시 고려해야 할 사안들도 지적하고 있는데 미성년자 판매금지, 미성년자의 유희이나 접근이 확실히 차단되도록 할 것, 함유성분의 목록화, 품질 기준 합격 제품 만이 생산되도록 한다든가, 판매 여건도 엄격한 안전 기준하에 수행되어야 한다든가 하는 것들이다.

이하 호주편의점협회가 전자담배에 관한 자국민 여론 파악을 위해 수행한 조사 결과 중 핵심적인 것들만 간추려 본다.

- ▶ 73%의 국민은 금연 수단으로 전자담배 합법화를 지지한다.
- ▶ 전자담배가 일반담배보다 95% 더 안전하다.
- ▶ 21%의 국민은 전자담배가 호주에서 합법적 판매 제품이 아니라는 사실을 모른다.
- ▶ 44%의 흡연자는 전자담배를 시도한 경험이 있거나 경험하고 있다.
- ▶ 전자담배가 손쉽게 그리고 일반담배보다 저렴하게 구입할 수 있다면 전자담배를 이용하겠는가? 라는 질문에 대해 흡연자의 68%가 “그렇다”고 답했다. 비흡연자의 경우는 단지 6%만이 “그렇다”고 답했다.
- ▶ 54%의 국민은 전자담배 합법화 문제가 자신의 선거 표심의 향배에 영향을 주거나 지지 표심을 바꿀 수도 있다고 답했다. (이 문제를 정치적 이슈로 까지 증대하게 여긴다는 의미) ■



GTA 합동 골 / 프 / 대 / 회



GTA소속 회원님들 안녕하십니까? 올해도 예년처럼 GTA지구협 소속 회원님들의 단합을 위해 친선 골프대회를 개최합니다. 아래 사항을 참조하시고 참가를 원하시는 회원들은 소속 지구협회장에게 연락하시기 바랍니다.



- 일시 : 2018년 8월 30일 (목) 12 : 00 PM
*12시 정각에 티 오픈이며 따라서 등록 및 점심 식사 시간을 감안해 11시까지 오셔야 여유가 있습니다.
- 장소 : Glen Eagle Golf Club
15731 Regional Rd 50, Caledon, ON
TEL : (905) 880 0131
- 등록비 : 100달러
점심, 저녁, 전동카드 포함.

푸짐한 경품이 준비돼 있으니 많이 참석하셔서 성황을 이뤄주시기 바랍니다. 참가 희망자는 소속 지구협회장에게 연락하시기 바랍니다.

GTA협의회 의장 김종범

간다. 포스터의 경우 불법 바이커 갱단이나 길거리 갱단이 묘사되기도 하는데 이런 갱단으로 불법담배 판매 자금들이 지원된다는 이미지를 전하기 위한 것이다.

Toronto Police Service
News release



40 College Street • Toronto, ON • M5G 2J3
www.torontopolice.on.ca

토론토 경찰청은 크라임스토퍼의 이례적으로 이번 캠페인에 관해 보도 자료까지 만들어 유관 언론사들에 배포했는데 보도자료 주요내용을 요약해본다.

『불법담배는 온타리오에서 큰 사회적 문제로 대두되며 소비되는 담배 3개비 중 1개비는 불법담배로 파악된다. (중략) 불법담배와 범죄활동간의 밀접한 관련성을 생각할 때 시민들을 교육시키고 대처능력을 제고하는 것은 중요한 과제다. 불법담배와 관련한 제보를 크라임스토퍼로 전화해 줄 것을바라며 제보는 익명으로 처리할 것이고 범죄 신고로 유익한 결과를 얻은 경우 금전적 보상도 따른다. 제보 전화 416-904-3805』

보도자료는 말미에 지난 3월 말 방영된 CTV 시사 고발 프로 W5 “Smoke Rings : The Shadowy underworld of contraband를 링크로 연결해 유튜브에서 어느때고 볼 수 있도록 했다. 보도자료와 홍보 포스터 다운로드, 그리고 시사 프로 시청 등을 위해 원문 게재 사이트 주소를 소개하며 회원들의 방문을 적극 권한다. (사이트 주소 <http://www.torontopolice.on.ca/newsreleases/41644>) ■

불법담배 퇴치, 크라임스토퍼 나섰다!

**불법담배 퇴치,
크라임스토퍼 나섰다!**



▲ 토론토 크라임스토퍼에서 제작 배포하는 포스터 4종.

범죄예방 공익단체인 토론토 크라임스토퍼(Toronto Crime Stopper)가 “불법담배 거래가 조직범죄를 부추긴다”는 메시지를 전파하는 시민계몽캠페인을 대대적으로 벌인다. 지난 7월 19일부터 착수한 이번 캠페인은 토론토 내의 불법담배 만연이 토론토 지역 커뮤니티의 공공안녕에 큰 위협이 된다는 점을 확실하게 강조하고 있다. 캠페인은 여러 형태로 전개되고 있으며 유인물 홍보지(포스터) 배포와 라디오 30 초 스폿 광고도 나

휴로니아 지구협회 골프 대회



휴로니아 지구협회가 회원 및 교민 여러분들을 모시고 오픈 골프대회를 아래와 같이 개최하오니 많은 참석바랍니다.

- **일시** : 2018년 8월 23일 (목) 오후 2시(tee off)
*등록 시간 감안 1시 20분까지 도착
- **장소** : Tangle Creek Golf Club
TEL : 705-720-2150
4730 Sideroad # 25 Thornton, ON
- **참가비** : 1인당 \$100.00
연습장 이용 무료, 파워카트/간식/저녁 식사 포함.
당 골프클럽 회원은 \$40.00
- **참고사항**
 - 신청은 진재원 회장 705-487-2005 또는 이메일 jwjin88@gmail.com
 - 같은 조 소속 희망자 명단은 요청바람.
 - 시상내역 : 챔피언은 남, 여 각 1명, 준우승 역시 남, 여 각 1명, 장타상 또한 남, 여 각 1명
 - 동 골프장 회원이면 신청 시 이 사실을 알려주셔야 함.
 - 경품, 후원금 환영합니다.

휴로니아 지구협회장 진재원

2018 OKBA 골프대회 주요 장면



신중한 탐색...



공급사 참가자들의 기념촬영



친선이 넘치는 합동 포즈



화기넘치는 만찬장



챔피언 이명준 회원과 신재균 본부협회장



여성 챔피언 김루미 회원



경품 대상을 탄 피터보로 최광석 한인회장

차, 아이스크림 등 종류 크게 늘고 고급화 셀프 출력 음료 시장 현황



편의점을 위협하는 경쟁요인이 해가 다르게 늘어가는 와중에 여름 반짝 장사인 디스펜서 찬음료(cold dispensed beverage) - 우리 말로는 “셀프 출력 음료” 정도로 옮겨도 좋겠다 - 도 마음을 놓을 수 없는 상황이다. 다름아닌 패스트푸드점의 디스펜서 음료수 장사때문이다. 전미편의점협회(NACS) 자료 분석담당자 스티븐 맥렌버그씨의 말을 들어보자.

“요즘 패스트푸드점(QSR)들이 디스펜서 음료 설비를 갖춰놓고 맛도 업그레이드하며 경쟁력을 높이고 있다. 거기다가 가격도 저렴하다. 더 나아가 요즘 디스펜서 음료에 간편 식사 메뉴를 콤보로 엮고 판매하고 있는데 음식 수준이 상당히 괜찮아 점점 더 많은 손님을 불러 모으고 있다.”

미국 자료만 보면 디스펜서 음료시장은 전체 음료 매출에서 2.17%를 차지한다. 2017년 실적인데 2016년 대비 소폭 하락은 했지만 총 마진은 1.23

퍼센트 포인트 올라 50.91%를 기록했다. 쉽게 말해 원가 10원 들어 15원에 판다는 말이다. 마진율만 놓고 말할 때 디스펜서 음료 중 탄산음료(콜라, 사이다, 환타 등) 마진율은 63% 수준이다. 전문가들은 편의점에서의 디스펜서 찬음료가 차지하는 위치는 틈새 시장의 한 몫을 단단히 하는 강력한 품목군으로 여기면서 트래픽 증대의 기회로 삼을 것을 강조한다.

편의점 업주들의 말을 직접 들어본다. 오클라호마 던칸에서 편의점을 운영하는 해더 베시오씨는 베스트 셀러 중 하나라고 말한다. 음료 매출에서 디스펜서 음료 매출이 차지하는 몫이 매우 크다고 한다. 일리노이주 테일러 리지에서 편의점을 하는 한 업주는 “겨울에 다소 소강상태였다가 날이 풀리면서 손님들이 점점 늘어 한여름에는 날개돋친듯 팔린다”고 말한다. 단순히 구색맞춘다고 한 구석에 놓여 있는 수준이 아닌 것이다. 매출 볼륨도 무시 못할 수준이고 트래픽 유발에 상당한 기여를 하는 아이템이다.

겨울에 주춤하는 것은 당연히 예상되는 것이고 그러려니 하면 된다. 봄부터 슬슬 기지개를 켜는 디스펜서 음료는 소비자들의 의당 편의점에 와야 먹을 수 있는 음료로 인식하고 있기 때문에 주인이 얼마나 신경쓰냐에 따라 매출 규모가 달라진다. 이제부터 전문가들의 조언을 정리 소개한다.

새로운 맛으로 주의 환기

전통적인 탄산음료 뽑아먹는 기계 정도로 생각하지 말고 발상의 전환을 시도할 필요가 있다. 비 탄산음료에도 눈길을 돌리자는 말이다. 예를 들어 차(茶), 맛가미 생수, 스포츠 음료 등도 디스펜서로 뽑을 수 있다. 소비자들의 수요 자체도 탄산음료 이상으로 관심이 커졌다. 닥터 페퍼(Dr Pepper)사가 스츠투와트 소다를 제공한다. 정확히 표현하면 닥터 페퍼는 닥터 페퍼 스내플 그룹(Dr Pepper Snapple Group)에서 생산하는 콜라 브랜드 명인데 회사명도 브랜드명과 같이 줄여서 부르는 것 뿐이다. 디스펜서를 통해 판매되는 스츠투와트 소다는 인공설탕이 아닌 진짜 설탕을 사용하고 맛도 천연성분으로 내고 있는 정통 브랜드를 강조한다. 그래서 가격도 프리미엄 전략을 펼치고 있다.

디스펜서를 포함한 자판기 판매 식품부문 담당 이사 찰리 메이즈씨는 “프리미엄급 제품으로의 복고는 소비자들의 옛날 추억을 자극하는 향수 마케팅의 일환이며 스츠투와트는 바로 이에 딱 맞아 떨어지는 각별한 맛을 제공하는 제품”이라고 설명한다. 그러니까 맛도 제대로 내면서 향수도 느끼게 해주는 복합적인 마케팅이며 소비자들로부터 돈은 제대로 받겠다는 당당함이 있다.

코카콜라 북미주 소매업 담당 이사 랜디 레이몬드씨의 말도 들어본다. “소비자들은 끊임없이 새로운 것들, 선택의 다양성 확대를 원하고 있고 보다 흥미롭고 창의적인 맛을 갈구한다. 이는 특히 음료부문에서 더 강한 욕구를 드러내고 있다.” 그의 분석대로 코카콜라는 자체 디스펜서를 통해 소매업소에 제공하는 음료의 새로운 맛을 20종이나 더 추가했다. 앞의 닥터페퍼 찰리 메이즈 이사는 “16종의 다양한 맛으로 디스펜서 음료 서비스를 하고 있으며 이는 더 많은 소비자들의 입맛을 맞추기 위함”이라고 말했다. 그에 따르면 디스펜서 음료 소비자들 중 자기 취향에 맞는 음료가 없으면 포기하는 사람은 25% 정도라고 한다. 또다른 아이디어가 한정시간대 판매 전략, 일명 LTO마케팅이다. ‘limited-time-offers’의 약어로 업계에서는 LTO라는 단어를 심심치않게 사용하는데 디스펜서 음료 전략에서 이 방식을 써먹으면 통한다는 것이다. 즉, 젊은 세대들은 새로운 것에

대한 욕구와 호기심이 워낙 강해서 자신이 좋아하는 특정 제품이 어느 시간대에만 판매된다는 것만 알면 어김없이 그 시간대를 이용할 자세가 돼 있기 때문이다. 심리적으로 특정 시간대에 한정함으로써 쇼핑 욕구를 더 부추기는 효과를 활용하는 것으로 볼 수 있다.

그러나 이런 다양한 맛과 창의적인 제품들로 손님들의 구매력이 어필하는 것보다 더 기본적으로 중요한 것이 있다. 바로 청결이다. 기계를 늘 반짝반짝하게 닦아두고 첨가하는 시럽도 제대로 나오도록 살펴야 한다. 이런 기본에 충실해야 한번 온 손님을 반복해서 오도록 붙잡을 수 있다.

변들 판촉

디스펜서 음료에서도 변들 판촉 전략은 주효하다. 푸드서비스를 통합적이고 유기적으로 잘 운영하는 업소일수록 시너지효과를 통한 손님 장바구니를 키우고 방문 횟수도 증대시킬 수 있다. 편의점에서 푸드서비스가 차지하는 수익이 점점 커지고 있는 가운데 전체 푸드서비스 수익의 단지 40%만이 음료수에서 나오고 있다. 이는 음료를 통해 푸드서비스 몫을 아직도 커 증대시킬 여지가 많다는 의미다.

이 지점에서 패스트푸드점이 구사하는 영업전략을 벤치마킹할 필요성이 절실해진다. 일명 QSR식당들은 식사플랜(meal-and-drink combos)이라는 것들을 끊임없이 개발해 손님의 호주머니에서 한푼이라도 더 끌어내고 있다. 편의점도 판촉 콤보 개발 시 디스펜서 음료를 지렛대로 활용해보라. 디스펜서 음료는 마진율로 워낙 좋아서 다른 주전부리와 콤보를 만들어 판다면 수익을 크게 올릴 수 있는 품목군이다.

어떤 편의점 업주는 하루 단위로 매일 콤보 스페셜을 만들어 선을 보이는데 팔고자 하는 제품에 디스펜서 음료를 돌아가며 짝을 지우는 방식을 택한다. 팔려는 제품에 더해 디스펜서 음료도 덩달아 매출이 오르니 큰 시너지 효과를 보고 있다고 한다.

그런가 하면 어떤 업소는 용량에 관계없이 무조건 같은 금액을 받는 정책을 취하고 있다. 이 업주는 “과거에 용량에 따라 금액을 달리하다가 동일한 가격으로 가격 정책을 바꿨더니 매출이 부쩍 올랐다”고 증언하고 있다. 이런 다양한 판촉에 더해 고객충성프로그램까지 가세해주면 매출 효과는 더 커진다. 예를 들어 참음료이든 더운 음료이든 디스펜서 음료 5잔 사면 6번째 것은 무료로 먹을 수 있도록 한다.

디스펜서 음료와 간편식사거리를 잘 배합해 매출을 크게 올리고 있는 또다른 업주는 요일별로 콤보 판촉을 구사한다. 예를 들어 매주 금요일은 버거와 디스펜서 음료를 묶고 매주 화요일은 6인치 서브와 디스펜서 음료를 묶는다. 이것이 어느정도 반복되면 고객들도 이 판촉에 익숙해져서 단골이 된다. 또, 가끔가다가는 콤보가 아니더라도 디스펜서 음료 자체를 그냥 99센트에 세일하기도 한다.

리필 전략

리필용(refillable)휴대 머그잔을 허용하면 고객충성프로그램의 효과를 강화시키고 방문 횟수를 증대시킬 수 있다. 요즘 또 환경문제때문이라든 많은 업소들이나 기업들이 재활용 컵 혹은 자신의 소유인 리필 머그잔 등을 사용하는 손님에게 가격도 할인해주는 정책들을 많이 펼치고 있는데 사회 전체적으로 매우 바람직한 현상이라 하겠다. 여기에 앞서 소



개했던 한정 시간대 판촉인 LTO 전략까지 덧붙이면 방문이 더 활성화된다.

심리적으로도 묘한 일체감 같은 것을 조성할 수 있다. 예를 들면 “나의 머그잔을 가지고 나만의 브랜드 음료를 나의 단골 가게에서

마신다”는 동일체 의식이 알게 모르게 주입된다. 이 방면으로 깊이 연구한 한 마케팅 분석가는 리필 머그잔 사용 고객들은 할인 리필 음료에 대해 상당히 호감을 가지며 일주일 심지어 하루에도 몇차례씩 들리는 경우도 있다고 한다.

스타벅스나 팀호튼 등 커피 전문 체인점이 그러하듯 앞으로는 편의점에서도 - 주로 체인편의점에서 발동을 걸겠지만 - 업소 고유의 리필 컵을 판매하고 동일한 컵을 손님이 반복해서 사용해주다면 일정 금액을 할인해서 디스펜서 음료를 판매하는 것이 성행할 것으로 전망되고 있다. 이미 어떤 업소들은 이 정책을 도입해서 리필할 때 1달러 판매 정책을 구사하고 있다.

아이스 커피 효과



커피를 즐기는 소비자들 사이에서 아이스 커피(iced coffee)는 연중 사랑받는 음료가 되고 있다. 점점 더 많은 고객들이 더운 여름 동안에 얼음떡은 음료를 더 많이 마신다.

한 음료 전문가는 “아이스 커피 매출이 여름 시즌에 증대하지만 요즘은 겨울에도 꽤 나간다”고 말한다.

여기에 요즘은 콜드 브루 커피(cold brew coffee)까지 유행을 타면서 아이스 커피 매출이

늘고 있다. 2017년 전미편의점협회(NACS) 트레이드쇼에 소개된 음료 설비 중 눈길을 모았던 것이 바로 아이스 커피를 뽑아 먹을 수 있는 디스펜서였다.

이 기계와 관련해 업계의 또다른 전문가는 여름을 기다릴 것도 없이 일찌감치 아이스 커피까지 추가해서 장사하면 디스펜서 음료에 대한 고객 홍보도 되고 매출도 더 올릴 수 있다고 귀뜸한다. 결론적으로 말하자면 기존의 탄산음료나 뽑아 마시는 디스펜서가 아니라 종류를 더 확대해 나가는 것이 향후 디스펜서 음료시장 성공의 관건이 될 것이라는 전문가들의 조언이다.

문제는 편의점 공간 제약인데 한정된 공간에서 디스펜서에서 다룰 종류를 무한정 넓혀 나가는 것은 애초에 불가능하다. 다만 지역 특성을 잘 분석해 한두가지 추가할 음료를 잘 선별한다면 그것만으로도 매출과 수익에 도움이 될 수 있다. 앞서 소개했던 차 혹은 아이스 커피 등이 단적인 예가 될 수 있다. 잘 선택한 음료와 적절한 가격 정책을 통해 여름철 디스펜서 음료 장사에서 만족스러운 결과를 만들어 보자. ■

단백질 풍부한 신제품에 인기 폭주

캐나다 저키 시장 최신 동향



비프저키를 비롯한 다양한 육류 스낵 제품이 편의점 채널에까지 왕성한 판매 실적을 보이기 시작한 것은 그리 오래되지 않았다. 최근 수년 내에 벌어진 현상이며 운전자들이 출출한 배속을 채우거나 주전부리 육구를 달래기 위해 손에 집어드는 주요 품목의 하나로 자리잡고 있다. 그런데 이런 현상이 느닷없이 일어난 것은 결코 아니다. 우선 근본적으로 내용물이 달라졌고 맛이 달라졌다. 그러자 소비자들은 전통적인 스낵을 서서히 외면했고 단백질이 풍부한 육류 스낵을 찾아 식품점으로 향하는 발길이 잦아졌다.

닐슨 연구소 소비자 동향 분석 매니저 이사벨 모랄레스씨는 “캐나다내 식품점이나 대형 유통업체에서 작년 한해 육류 스낵 총 매출액은 이전 연도 대비 15%, 소비량으로는 18%가 각각 증가했다.”고 밝혔다. 이는 매우 놀라운 소비 추세를 반영하고 있는 통계 자료다.

시장 분석가들은 저키류와 여타 육류 스낵 품목군 분야에서의 이같은 강한 성장세가 저 탄수화물(low-carb)이자 고급 단백질의 먹거리를 즉석에서 편하게 소비하기를 원하는 트렌드하고 딱 맞아 떨어졌기 때문이라고 보고 있다. 하기사 휴대하고 다니다가 출출하면 아무때고 먹기에 간편하기는 육포만한 것이 있을까 싶다. 심심한 입을 달래주고 살짝 허기도 면하게 해주는 안성맞춤의 먹거리다. 시장조사기관인 민텔의 식품료 담당 부책임자 조엘 그레고어씨는 “식품 소매업소에게는 매출증대 절호의 기회로 소비자들의 관심이 점점 더 커지고 있다.”면서 “주전부리 품목군에서 육포류의 상당 수가 상위에 랭크돼 있다.”고 덧붙였다.

닐슨의 모랄레스씨 이야기를 좀더 들어보자. “매출 견인 소비층은 35~54세이며 이들의 가구 당 연소득이 7만 달러 이상인 것으로 조사됐다. 여기에 12세까지의 아동층 소비도 매출을 끌어올리는데 몫을 하고 있다.

포장 사이즈에서도 혁신적 아이디어가 돋보이고 있고 육포의 맛 또한 지속적 매출 증가를 주도하는 핵심 열쇠다. 제조사들도 저마다 소비자 외연을 확대하기 위한 노력을 집중하고 있다. 건강과 환경이 전면에 목소리를 내면서 다이어트에 관심깊은 소비층의 니즈에 맞추느라 개발과 마케팅에 앞다퉈 투자하고 있다.”



▲ 캐나다 육포 시장을 달구고 있는 주요 웰빙 브랜드. 콘아그라의 슬림짐과 듀크스 시리즈가 현재 국내 시장을 열심히 개척 중이다.

제조사들이 “방목으로 키운 천연 육질에 지방질이 거의 없는 부위로 만든 저키”라고 선전하며 웰빙 제품들을 점점 더 많이 만들어 내고 있지만 얼마전까지만 해도 이런 종류의 육포 상품기획을 한다는 것은 요원한 이야기였다. 그러다가 육포의 지존인 잭 링크스가 전통에서 완전히 탈피한 로리사키친 (Lorissa's Kitchen)시리즈를 들고 나오면서 이야기는 본격적으로 달라지기 시작했다. 100% 방목(천연산이라는 의미)으로 키운 고기로 만들었다는 것이고 이는 다른 기존의 육류 스낵과는 차원을 달리하는 그야말로 건강 친화적 육포 시대를 선언하는 분위기였다. 소비자들은 라벨을 찬찬히 주의깊게 살피기 시작했고 걸봉을 꼼꼼하게 보며 “음, 저질 고기가 아니군”하고 스스로 판단하는 모습이 나타났다.

여기에 설탕 소비에 대한 경각심도 영향을 끼쳤다. 웰빙, 건강 등에 관심이 크게 증가하면서 가공 과정을 최소화한 건강 스낵으로서의 저키를 먹어야겠다고 생각하자 기존의 씹으면 달달한 맛이 나는 저키는 기피하게 됐다. B.C주에 본사를 둔 저키 전문 제조 기업 프레이비(Freybe)의 판촉담당 총책임자 부사장인 아마 조할씨는 “지난 1955년부터 캐나다인을 위한 육포 스낵을 제조해온 우리 회사는 현대 소비자들의 건강 친화적 소비 육구에 부응하기 위해 저염분과 저질산염 제품 개발에 집중하고 있다.”고 말한다.

심지어 대규모 생산업체가 아닌 소매업소에서도 자체 개발한 천연 재

료 저키와 육류 주전부리를 판매할 정도다. 물론 이 정도 사업을 하려면 소매업소 규모가 나름 꽤 크고 여러개의 점포를 운영하기에 가능한 것이다. 여하튼 제조사든 소매업소이든 소비자들에게 어필하기 위한 관건은 함유 성분의 신뢰성이다. 온타리오 워털루를 근거지로 하는 필러파인 푸드(Filler's Fine Foods)사 마케팅 매니저 스테파니 이간씨는 “훈제 저키의 진정한 맛을 유지하기 위해 우리 회사는 오늘날까지도 여전히 천연 나무를 빨감으로 사용하며 따라서 알레르기 유발 요인을 원천적으로 봉쇄하고 있다.”고 자랑한다.

포장 기술 업그레이드도 매출 증대의 주 요인이 된다. 2016년에 위에 언급한 필러스는 아무때고 수시로 편하게 소비라는 고객층의 입맛과 취향에 맞추느라고 살라미 칩스를 개발 출시했다. 그런데 이는 대단한 것도 아니다. 그냥 살라미를 미리 조각으로 썰어 개폐 반복형 파우치에 담아 편하게 한조각씩 꺼내 먹을 수 있도록 한 것뿐이다. 여기에 아이들 취향에 맞게 살라미를 가늘고 긴 막대형으로 만든 것도 히트를 쳤다. 이들은 전통 저키에 비해 먹기 편하고 대단히 부드러운 맛과 풍미를 자랑한다.



▲ 필러스가 웰빙 트렌드, 그리고 여성이나 아동 취향에 맞춘 살라미 저키 신제품으로 주목을 받았다.



재료를 통한 품질 개선도 중요하지만 어떤 맛을 응용 개발하느냐도 중요한 변수다. 뉴욕에 기반한 쓰리 저크스(Three Jerks)가 멤피스 바베큐, 메이플버번, 필레미농 등의 신제품으로 까탈스러운 입맛의 소비자들에게 크게 어필한 것은 좋은 사례다. 그런가 하면 콘아그라의 슬림 짐(Slim Jim) - 캐나다에서 최근 재출시 했는데 - 시리즈는 과감한 풍미를 즐기는 캐나다 젊은이들에게 큰 매력을 얻고 있다. 콘아그라는 듀크스(Duke's)를 인수해 라인을 확대했고 올 여름 캐나다 소비자들의 입맛을 사로잡기 위한 저돌적 마케팅을 펼치고 있다.

지금까지 캐나다 시장에서 일어나고 있는 웰빙 신제품 저키 시장 동향

을 개략적으로 살폈다. 국내 회사든 미국 회사든 저키 제조사들은 저마다 여성과 아동층으로 시장을 넓히기 위해 보다 부드럽고 더 다양한 맛으로 무장하고 신제품을 쏟아내고 있고 성공을 거두고 있는 브랜드들이 점점 많아지고 있음을 확인 중이다. 편의점 역시 전통적 저키류에 이들 신제품을 보강해 틈새 시장의 외연을 넓히는데 관심을 가질 필요가 있다. ■

RBH 커넥션 프로그램 수정 계약서 관련



Rothmans, Benson & Hedges Inc.

RBH 직배 프로그램인 'Connexions Program'에 가입된 회원은 최근 이와 관련해 'Connexions Program Amendment Letter'라는 제하의 공문을 받은 것으로 압니다. 이는 RBH가 캐나다 시장에 근래에 출시한 궤련형 전자담배인 'IQOS'의 보급 확대를 위해 기존 일반 담배 프로그램에 동 제품을 포함한 개정 계약서를 송부한 것입니다.

이 제품 취급은 의무사항이 아닌 선택사항이므로 만약 일반담배 직배 서비스를 받고 있는 회원으로 동 제품을 취급하지 않는다면 개정 계약서에 구매받지 않습니다. 다만 동 제품을 취급할 경우에는 기존 일반담배에 더해 동 제품 취급 조건이 추가되기 때문에 이에 따르는 의무사항은 회원들이 준수해야 하는 것입니다. 보다 자세한 정보는 실험 웹사이트 www.okba.net 공지사항 #355 "RBH사의 Connexions Program 수정안 공문과 관련하여"를 참고바랍니다. ■

협동조합 일요 영업 시간 연장

오전 11시 - 오후 5시

협동조합 본점인 웨스트몰 매장의 일요일 영업 시간이 1시간 연장 운영되고 있습니다. 오전 11시부터 오후 4시까지 5시간 영업해오던 것을 개장 시간은 동일하게 오전 11시를 유지하고 폐장 시간은 오후 5시까지 1시간 연장해 6시간 영업합니다. ■

토론토웨스트 지구협 여름 바베큐 파티

토론토웨스트 지구협회 여름 바베큐 파티 시간이 돌아왔습니다. 가족분들 모두 모시고 함께하는 좋은 시간 되셨으면 합니다. ■

일시: 2018년 8월 23일(목) 오후 12시 크리스티 공원

문의: (416) 975 - 0365

- 토론토웨스트 지구협 회장 김재숙 -



학은 날아가고
두꺼비 세상 열린다!

대한민국 소주, 그 위용과 역사 (上)

퀴즈 하나 풀고 시작해보자. 세계 증류주 시장에서 소비량 1위의 술은?

하이트 진로의 '참이슬'이 1위였다. 이는 세계적으로 공신력있는 영국의 주류시장분석기관 IWSR (International Wines and Spirits Record)의 조사에 근거한 자료이며 9리터를 1통(1개)으로 기준해 참이슬이 2017년 한해 총 7,591만 개 판매된 것으로 밝혀졌으며 2 위인 태국의 루앙카오(Ruang Khao) 3,175만 개와는 2배를 훨씬 뛰어넘는 차이를 보였다. 참으로 대단한 술, 우리네 소주이지 않은가?

IWSR Real 100 - Largest spirits brands 1-10

Rank	2017	2016	Brand	Category	Owner	Volume 2017	% Chg Volumes 2016 to 2017
1	1	Jinro	Soju	Hite-jinro	75,910.0	0.8%	
2	3	Ruang Khao	Other Spirits	Thai Beverage	31,750.0	1.8%	
3	2	Officer's Choice	Indian Whisky	ABD	31,510.1	-2.5%	
4	4	Emperador	Brandy	Emperador	28,756.8	-3.0%	
5	6	McDowell's	Indian Whisky	Diageo	26,338.2	2.7%	
6	7	Smirnoff	Vodka	Diageo	25,635.0	0.7%	
7	5	Chum Churum	Soju	Lotte	25,551.0	2.2%	
8	8	Hong Tong	Other Spirits	Thai Beverage	21,200.0	2.4%	
9	10	Imperial Blue	Indian Whisky	Pernod Ricard	18,847.7	5.2%	
10	9	Good Day Soju	Soju	Muhak	18,550.0	-1.3%	

Volume Units: Thousands of nine-litre cases Source: IWSR 2018

▲ 보라, 주류 소비 강국 코리아의 위풍당당함을! 진로(1위), 처음처럼(7위), 롯데(10위) 등 상위 10위권에 한국 소주 브랜드가 3개나 올라 있는데 우리가 익히 잘 아는 보드카 스미르노프가 저다지도 왜소해보이더라 말인가.

그런데 그뿐이 아니다. 10대 상위권에는 1위의 참이슬 이외에 롯데주류의 '처음처럼'이 7위(2,555만 개), 무학의 '좋은데이'가 10위(1,855개)를 차지해 3개의 한국 술이 세계 증류주 시장 톱 10에 당당히 고개를 쳐들고 있

다. 놀라운 주류 대국의 면모다.

그런데 세계 1위의 판매 개수를 자랑하는 '진로'(참이슬)는 좀더 명예에 걸맞는 설명이 필요하다. 2001년부터 작년까지 16년간을 한번의 예외없이 1위를 차지해왔다는 사실이다. 그리고 순위의 변동은 있으나 경쟁사인 롯데의 '처음처럼'도 10위권에서 한국술끼리의 경쟁으로는 두번째 자리를 차지해왔다. '참이슬'은 진로(眞露)를 순 우리말로 옮긴 명칭인데 브랜드 변경에 있어 상당히 괜찮은 아이디어였다고 여겨진다.

자, 이쯤 되면 별 걸로 다 국위선양을 하고 있는 우리네 희석식 소주에 대한 역사를 한번 훑어볼 만도 하다. 특히 한국 내에서 진로의 '참이슬'과 롯데의 '처음처럼'이 소주 시장에서 벌이는 진검승부는 관전 포인트가 충분히 되고도 남을 법하니 말이다. 오해가 있을까 한마디하고 본론으로 넘어간다. 한국 소주는 물과 감미료 등을 타는 '희석식(稀釋式)'이라면서 어떻게 증류주에 분류돼 순위 대상으로 삼았을까 하는 점인데 비록 희석식 이기는 하지만 역시 제조 과정에서 곡물을 발효하고 증류하는 작업이 들어가기 때문에 영국 조사기관에서도 증류주군에 포함시킨 것이다. 소비 규모에 대해 놀라는 IWSR은 코리아의 소주 시장이 너무도 거대하다는 반응이다. 본론인 '소주의 역사'로 들어가자. 그리고 상, 하 두편으로 나눠 연재한다.

학과 두꺼비의 전쟁

멀리 왕조 시대에 이르는 소주 제조와 그 실상은 수년전 실험뉴스 교양상식 '사라진 전통주, 그 슬픈 운명'이라는 제하에서 상세히 소개했으니 바로 20세기로 들어가자. 1924년 평안남도 용강군에 '진천양조상회(眞泉釀造商會)'라는 소주 제조사가 있었다. 설립자는 장학엽(張學燁)씨이며 이때만 해도 소주는 100% 증류주였다. 쌀이나 고구마 등을 발효해 끓여 얻는 술, 한자 그대로 불사를 소(燒), 술 주(酒) 해서 소주이니 당연했다.

이 회사의 당시 로고는 원숭이었다. 아니 뭐라고? 진로의 로고가 '원숭이'? 두꺼비가 아니고? 하는 분들 많을 것이다. 사실이다. 이 회사가 해방되고 전쟁도 끝난 1954년에 서울로 본사를 옮기며 원숭이가 처음으로 두꺼비가 된 것이다.



▲ 원숭이가 두꺼비로 변했으니 진화가 어찌 거꾸로 된 느낌이다.

회사는 설립자 장학엽씨가 생존해있던 85년까지는 돈을 쓸어 담았으며 오직 소주 만들거리는 한 우물만 판 장인 기질이 반석같은 회사를 만들어준 것이다. 65년부터 앞에 언급했던 희석식으로 제조 방식을 바꾸면서 5년이 지난 70년대에 들어서면 당시 소주업계의 황제였던 삼학(三鶴)을 제치고 1위 자리를 차지하게 된다.

이쯤에서 비운의 대한민국 일등 소주 삼학을 소개하는 것이 도리이겠

다. 지금의 브랜드 파워와 시장 점유율 1위를 누리는 진로의 '참이슬'같은 존재가 바로 70년대 초까지의 삼학의 위상이라고 상상해보라. 망하기 전까지 전국 점유율 40%였으며 지방에서 서울로 진출해 눈감쩍할 사이에 진로의 아성을 무너뜨리는 기염을 토하기도 했다. 물론 잠시였지만. 세마리 학이라는 의미의 삼학 소주 제조 회사는 삼학 양조이며 1947년 목표를 기반으로 설립됐다. 첫 동업자로는 우리에게도 꽤나 알려진 인물들하고 연관이 있다. 윤심덕과 현해탄에서 투신해 자살한 것으로 알려진 김우진의 형 김철진, 가수 남진의 부친인 김문옥씨 등이 동업자들이었다.

여하튼 모두 목포가 연구지인 분들로 브랜드명도 목포의 삼학도에서 따온 것이다.

삼학의 위세는 처음부터 대단했다. 100% 발효 소주였던 당시에도 그랬지만 1965년 박정희 대통령이 쌀로 술을 못만들게 한 정책을 펼쳐 불가피하게 희석식 소주로 바뀔 수밖에 없었던 이후에도 여전히 삼학은 잘 나갔다. 박통의 정책은 '양곡관리법' 시행을 말하며 세게 먹기도 힘든 쌀로 술을 만들면 안된다는 나름의 진지한 생각하에 나온 것이고 그래서 한때 혼식이나 분식이 장려되던 때와 궤를 같이 한다. 또한 쌀막걸리 시대도 마감했음은 물론이다.

희석식 이전까지 한국에 소주 공장이 무려 500여 곳이 넘었다는데 65년을 기점으로 대규모 자본의 소주 기업 몇개로 압축되는 과정에서 삼학과 진로가 그 진가를 발휘하게 된 것이다. 최 전성기였던 시절 삼학의 월 평균 생산량은 720밀리리터(보통 4홉들이라고 불렀음)기준으로 250만 병을 생산했고 법인세 납부 실적이 69년 11억원이었다. 같은 해 진로는 6억원을 조금 못냈으니 2배를 낸 셈이다. 이로써 삼학과 진로의 파워가 어땠는지 실감이 날 것이다. 맛에 대한 평가도 삼학이 확실히 앞섰다. 당시의 어른들 평가는 삼학이 달달하다면 진로는 쓴 맛이 났다는 것인데 쓰던 달던 하여튼 삼학 맛이 더 좋았다는 점에서는 일치했다.

화무십일홍(花無十日紅)에 권불십년(權不十年)이라 했던가. 그토록 기세 당당했던 삼학은 그러나 절대 해서는 안될 짓을 하면서 추락했다. 다름아닌 탈세였다. 1971년 11월 납세증지 위조 혐의로 갑자기 혹독한 검찰 수사를 받고 72년, 73년 힘겨운 재판을 받으며 대법원은 탈세액 3억 2,000만원을 추징하라는 판결을 내렸다. 결국 세금 체납액도 1억이 넘는 등 재정 압박을 버티지 못하고 부도처리하며 역사의 뒤안길로 사라졌다.

1억이네 3억이네 하니 별 것 아닌 것 같지만 당시 200만원이면 꽤 많은 양육집 하나 살 수 있던 시절 이야기다.

중요한 것은 지금부터다.

수많은 사람들이 아직도, 40년이 훨씬 넘은 지금까지도 "삼학이 DJ를 정치 자금으로 지원해 박통한테 미운털이 박혀 백선 세무조사로 망했다"는 소문을 신념처럼 간직하고 있다. 하기사 타이밍이 좀 묘하게 되기는 했다.

하지만 삼학은 더 많은 돈을 벌려는 욕심때문에 납세 증지를 다량으로 위조해 엄청난 탈세를 자행했고 하청업체의 제보에 의해 탈미가

잡혀 정당한 수사를 받고 정당한 댓가를 치른 것이다. 행여 가혹해 보일 수도 있고 하필 연고지가 목포인데다가 DJ로 상징되는 호남에 대한 정치적 차별이 삼학 부도와 맞물리며 저런 소문이 참으로 집요하게 오래가고 있는 것이다.

2012년 한 월간지 기자가 이 문제를 확실하게 끝장을 내려고 삼학 사태와 관련한 인물들을 두루 인터뷰했는데 믿을만한 사람들의 믿을만한 증언들이 대부분이라 삼학 폐업과 박통의 꾀박 관련설은 사실 무근의 루머라고 확신해도 좋겠다. 예를 들어 삼학의 마지막 오너였던 김상두 사장의 장남 김용환(인터뷰 당시 70세)씨는 "삼학 부도 원인이 DJ에게 정치자금 줬다는 의혹은 시중에서 지어낸 얘기일 뿐, 정치권과는 아무런 관계가 없는 일이다. 운영을 잘못해 망한거다"라고 말했다. 또한 DJ의 장남 김홍일 씨도 "우리 도와준 기업 명단은 무덤까지 가지고 가겠지만 삼학은 우리 도와준 것 없다"고 못박았다. DJ의 가신 중 한명인 권노갑 전 의원도 "만약 삼학 김 사장이 김대중 선생을 지원했다면 6대 국회의원 선거때 표 찍어준 것이 유일한 것"이라는 증언을 한 바 있다. 이 정도면 이제 더 이상 '괘씸죄' 운운하는 것에 중지부를 찍어야 할 것이며 더이상 '비운(悲運)'의 ~라는 수식어는 쓰지 말아야 할 것이다. 여하튼 대한민국의 한때 국민주(國民酒)였던 삼학은 거액 탈세 사건으로 날아가며 만년 2등하던 두꺼비가 70년대 전반부터 소주 시장의 황제로 등극하게 됐다.



학 떠난 뒤의 두꺼비의 과욕

진로 역시 기세 좋게 한국 소주 시장을 싹쓸이하다시피 했지만 역시 삼학처럼 과욕이 문제였다. 창업자 장학엽씨가 85년 81세로 타계한 후 2세 장진호씨가 여러 우물을 파면서 문제가 터진 것이다. 한 우물만 파던 아버지와 달리 그는 위스키, 매실주 등 주종의 영역을 확대한 것까지는 좋았지만 식품업, 화장품(쥬리아), 전선제조하는 진로산업, 출장연회사업, 진우통신, 건설업(진로건설), 운송업, 금융업(우신상호금융, 우신선물, 우신투자자문), 교육업(우신 중.고교) 등 다 열거하기도 힘들만큼 다치는데대로 인수.합병으로 치달렸다. 당시의 무분별했던 사업 확대를 두고 한 음식칼럼니스트는 『주정(酒精)에 물 붓기가 아니라 깨진 독에 물 붓기』라고 회고했는데 정확한 표현이다. '주정은 화학적으로 말하면 에탄올이며 98% 알콜로 여기에 물을 타면 희석식 소주가 되는 것이다.

결국 마구잡이 확장은 자금난으로 이어졌고 1997년 9월 법정관리에 화의 신청을 하고 부도를 내며 도산했다. 채권단의 관리하에 간신히 연명하던 진로는 지난 2005년 하이트맥주에 인수되면서 장씨 일가의 진로 시대 가 마감됐다. 그러나 학은 완전히 날아갔어도 두꺼비는 주인만 바뀌고 여전히 살아서 저렇게 통계표에서도 당당히 1위를 자랑하고 있다. ■

(하편에 계속)



▲ 절대 비운이 아닌 망할 짓 해서 망한 한때 대한민국 국민주였던 삼학의 60년대 시절 병 모습

OKBA 지구협 회장 전화번호

- 광역토론토 지구협회 -

- **Etobicoke**
회장 이두승 (416) 895 - 1277
- **New Market**
회장 금동진 (905) 836 - 6429
- **North York**
회장 김정렬 (416) 665 - 6709
- **Peel**
회장 이수봉 (905) 813 - 1333
- **Richmond Hill**
회장 김대용 (905) 471 - 8079
- **Scarborough**
회장 엄종호 (416) 759 - 4503
- **Toronto East** 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 김종학 (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
- **Huron**
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.

The screenshot displays the OKBA website interface. At the top, it features the OKBA logo and navigation tabs for '공지사항', '실업뉴스', '게시판', '실업뉴스PDF 보기', 'KBA협동조합 스페셜', and 'KBA협동조합 공동구매'. Below this is a large banner for 'OKBA와 친구해요!' with a '카카오톡 플러스 친구 OPEN' button. To the right, there are several smaller advertisements for 'TouchCash Inc. ATM & POS' and '실업인협회 단체보험'. The main content area includes a '2018.2.25-3.24' calendar and a 'Weston Bakeries' advertisement. A table lists various programs and their details, including 'Nestle Ice Cream Exc.', 'FritoLay Special', and 'Merchant Services'. At the bottom, there are logos for 'JTI', 'RBH', 'FritoLay', and 'Nestle', along with contact information for the Program Store.



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



DIRECTORY



■ 협동조합

협동조합 사무실 ----- (416) 789-7544
 169 The West Mall, Etobicoke
 협동조합 웨스트몰지점 ----- (416) 867-1444
 169-175 The West Mall, Etobicoke
 협동조합 모바일지점 ----- (416) 285-9591
 1 Mobile Drive, Toronto

■ 담배회사 및 관련업체

Imperial Tobacco Canada ----- (800) 379-7629
 JTI MacDonald Corp ----- (800) 268-2068
 Rothmans Benson & Hedges ----- (800) 387-8555
 Kretek ----- (905) 625-1169
 House of Horvath Inc. ----- (416) 534-4254
 Scandinavian Tobacco ----- (866) 837-1807
 Casa Cubana ----- (514) 737-0066
 GVA Canada Inc ----- (416) 573-8085
 National Smokeless Tobacco Co. ----- (519) 208-5138
 Bic Inc ----- (416) 742-9173
 Nibo Group Inc. ----- (905) 479-0022

■ 복권관련

AGCO (복권 판매 라이선스 관련) ----- (416) 326-8700
 (800) 522-2876
 Fax (416) 326-5555
 OLG ----- (800) 387-0104

■ 음료

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

■ 우유

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

■ 스낵

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

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

■ 법률관련

변호사 이영동 ----- (905) 272-4339
 변호사 박재현 ----- (905) 527-0202
 Best Defence (아담 유) ----- (416) 739-8887

■ 금융 / 회계 / 재정 / 보험

Bank of Canada(위조지폐 관련문의) ----- (888) 513-8212
 신한은행 ----- (416) 250-3550
 외환은행 ----- (416) 222-5200
 TD한인금융센터 ----- (416) 250-5855 (손종호 ex 231)
 이방록 회계사 ----- (416) 221-2009
 오중찬 보험 ----- (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



2018.7.15~2018.8.11

Frito Lay Canada에서는 2018년 7월 15일부터 2018년 8월 11일까지 클럽 골드 회원, 플래티넘 회원, 다이아몬드 회원에게 스페셜을 실시하오니 방문하는 판매 담당자 또는 드라이버에게 문의하세요. 4주 한정기간 동안 프로모션이 있으니 적극 활용해 주시기 바랍니다.



Ruffles XL 2/\$6

Club Gold / Club Platinum / Club Diamond



Smartfood XL 2/\$6

Club Gold / Club Platinum / Club Diamond



Single Serve 2/\$3

Club Gold / Club Platinum / Club Diamond



Spitz & Gatorade 2/\$4

Club Gold / Club Platinum / Club Diamond



Lays SS & Pepsi 591ml 2/\$3

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